

景品表示法検討会ヒアリングへの意見

2022年9月1日

一般社団法人 全国消費者団体連絡会

消費者が商品・役務を購入するにあたっては、適切に情報が提供され、合理的に選択できる環境が確保されていることが大切です。これら消費者が得るべき情報は表示によるものが多く、景品表示法は消費者の権利を確保するために大変重要な法律となっています。

近年、コロナの影響や社会のデジタル化が進み、インターネットでの取引が増加する中で、インターネット上での広告を目にする機会も増えており、景品表示法が時代の進展に適切に対応できる法律となるよう、検討会での意欲的な論議に期待し、以下のとおり意見を述べさせていただきます。

1. 「今後の検討の方向性」において年内目途に取りまとめを行うとされた論点について ○事業者の自主的な取組の促進（確約手続の導入）について

- ・確約手続の導入によって措置命令や課徴金納付命令などの執行力が弱まることのないよう、執行体制の強化を求めます。

不当な表示を発見した場合には、被害の防止や健全な経済社会の規範を形成する観点から、1日も早い迅速な是正対応が求められますが、現在は端緒把握から措置命令まで平均322日、課徴金納付命令なら平均714日もかかると伺っています。こうした中、確約手続が導入されることで、迅速により多くの事案が是正され、消費者への被害回復に繋がるのであれば、期待をするところもある一方、これまで行われてきた措置命令や課徴金納付命令の執行力が弱まることを懸念します。

確約手続が導入されたとしても、社会に氾濫する全ての不当な表示に対応できるようになるわけではないため、措置命令や課徴金納付命令などの執行及び公表を通じて社会に広く知らせることにより、更なる不当表示の防止や牽制をしていくことも重要であると考えます。行政執行が公表され、多くの事業者や消費者がその事案を知ることにより、事業者には行き過ぎた表示を自ら是正する機会となり、消費者には表示に対しての意識付けがなされ、被害の予防につながると考えます。こうした観点から、確約手続が導入された場合においても執行力が弱まることのないよう、執行体制の強化を行っていくことが必要です。

- ・確約手続を行う基準の明確化や、確約計画による実効性の確保を求めます。

現在の公正取引委員会の確約手続においては、調査開始から確約手続となる過程や基準について不透明であるなどの課題も指摘されています。景品表示法における確約手続の検討にあたっては、こうした手続の基準を明確化するとともに、これまで行われてきた措置命令などの執行を行うケースとの違いも明示していく必要があります。

また、公正取引委員会では基本的に事業者間における取引が対象であるため、継続した経済的な関係性を確保する観点からも確約手続による是正の効果が期待できますが、景品表示法は一般消費者の利益の保護が目的のため、対象は一般消費者となり、必ずしも継続した関係性があるとは限らないと考えます。そのため、悪質な事業者は事業者名を変えるなどによって不当な表示を繰り返す可能性があり、また、消費者への被害回復の措置が適切に行われるかも不透明であるため、確約計画による実効性の確保が必要です。

○返金措置の促進について

- ・自主返金（返金措置）制度の利用が促進されるよう、制度の改善を求めます。

現在の課徴金制度において、自主返金（返金措置）制度が設けられていますが、4件しか利用されていません。事業者による不当な表示が、社会から排除されることは重要ですが、消費者の被害回復についてもしっかりと検討されるべきであると考えます。

本検討会において、自主返金制度がなぜ利用されないのか原因を探るとともに、より利用される制度に向けて積極的に論議いただき、改善を図ることが必要です。

○違反行為に対する抑止力の強化

（○課徴金の対象の拡大）

- ・課徴金納付命令の措置となる対象範囲を広げるよう求めます。

現在の課徴金納付命令の制度は、景表法5条1項「優良誤認表示」や、同条2項「有利誤認表示」の場合に適用されていますが、3項「その他、誤認されるおそれがある表示」は対象となっていません。しかし、先日、その他に該当する「おとり広告」により、措置命令を受けた外食事業者は、是正を見る間もなく、次々と消費者を誤認させるおそれのある表示の広告¹とともにキャンペーンを行っているところ、SNSなどを通じて多くの消費者から指摘がなされているところです。このように改善が見られない事業者や違反行為を繰り返す事業者に対しては、措置命令だけでなく課徴金納付命令の対象とするなど、厳しい措置を行えるようにすることが早急に必要であると考えます。このほか、その他に該当する「原産国に関する不当な表示」に関しても、問題のある事案が報道されています。

まずは5条3項の「その他、誤認されるおそれがある表示」に指定されているものから、課徴金納付命令の措置が行えるよう対象範囲を広げ、悪質な違反行為を減少させていく必要があります。

○国際化への対応

（○デジタルの表示の保存義務）

- ・社会のデジタル化、国際化の進展に対応した法律・制度とすることを求めます。

社会のデジタル化が進む中、インターネットでの取引が増加するとともに電子媒体による広告も増えています。これらデジタルによる広告等の表示は紙媒体のように実体として残ることもなく、個別の「ターゲティング広告」を含め、一時的に表示されるものも多くあり、対応も困難になってきているのではないかと考えます。今の時代に沿った景品表示法として、社会のデジタル化に適切に対応するため、消費者向けに表示した広告等の原本については、事業者には保存及び改ざん防止の措置を義務付けるなど、何らかの対応が必要ではないかと考えます。また、取引デジタルプラットフォームの台頭などもあり、消費者自らが国境を越えた取引を行うようにもなっており、国際的な対応の強化が求められます。海外に所在する事業者が行う不当表示への対応をはじめ、海外当局との連携強化を進めるなど、適切に処分を行える環境整備をしていくことが必要です。

¹ 開始日の記載がない半額キャンペーンを開始前に表示する、1つのキャンペーンのように表示しつつ店舗や商品ごとに対象期日が異なる旨を小さく表示する、など

○適格消費者団体との連携

- ・措置命令事案について、特定適格消費者団体が共通義務確認訴訟の提起を検討するために、消費者庁が特定適格消費者団体に対して情報提供できる制度とすることを求めます。
措置命令の対象となった不当表示が、当該商品・役務に係る重要事項や契約の動機に関するものであるとき、民法若しくは消費者契約法により取消が主張できる場合があります。
不当表示の事案は、共通義務確認訴訟の要件である共通性及び多数性を満たしうる場合も珍しくないと考えます。不当表示による多数消費者の被害回復を実現するために、消費者裁判手続特例法が積極的に活用される必要がありますが、一方で、措置命令に関する公表情報だけでは、共通義務確認訴訟を提起し維持するのに十分ではありません。
すでに、特定商取引法及び預託法の行政処分事案については、特定適格消費者団体からの申請により、行政処分に係る情報を提供できる旨の規定が定められています。
景品表示法の措置命令事案についても、同様の情報提供が可能となる制度が必要です。

(○不実証広告に関する民事訴訟における立証責任等)

- ・優良誤認表示の差止請求に関して、適格消費者団体の立証責任を転換するなどの規定を導入することを求めます。
現在、適格消費者団体は、不特定多数の消費者の利益を擁護するために、事業者の不当な勧誘、契約条項の使用及び広告表示に対して停止を求める「差止請求制度」があります。
適格消費者団体は、全国 23 団体となり差止請求制度も活用されているところですが、事業者の優良誤認表示への対応についてはあまり実績がありません。適格消費者団体が事業者に対し差止めを求めるに当たってその証拠を提示していくことが求められるものの、「商品または役務の品質、企画その他の内容」が優良であることの根拠は事業者側が有しており、証拠収集が困難であることが原因の一つとなっています。
今後、適格消費者団体が優良誤認表示の是正にもしっかりと対応していくためには、優良とする表示の根拠を事業者に開示させていくことが必要であり、不実証広告規制と同様に、優良誤認表示に係わる差止請求制度に立証責任の転換の既定を導入していくことが有効ではないかと考えます。あわせて、裁判外での早期是正を促進するためにも、優良誤認と思われる表示の根拠について適格消費者団体から開示請求が事業者へあった場合に、事業者適切に対応する義務を規定する必要があります。

○買い取りサービスに係る考え方の整理

- ・景品表示法の対象として「買い取りサービス」に関する表示にも対応できるよう、早急に見直すことを求めます。
古本などの「買い取りサービス」については、自己が商品等の供給を受ける場合は取引にあたらぬ²とされており、そもそも景品表示法の対象となっておりません。しかし、こうした「買い取りサービス」のビジネスも他分野に広がっており、その中で「高価買い取り」などの広告において不当な表示が見られることもあり、取引から除外されていること自体の見直しが早急に必要であると考えます。

² 「景品類等の指定の告示の運用基準について」より

2. 「今後の検討の方向性」において中長期的な検討課題とされた論点について

中長期的課題とされている「課徴金の対象の拡大」「不実証広告に関する民事訴訟における立証責任等」「デジタルの表示の保存義務」については、本検討会にてさらに踏み込んで論議いただきたい項目として、1. の方での論議を求めます。

○供給要件

・新しいビジネスモデルに対応した制度整備を求めます。

景品表示法では、不当な表示に関する商品の売上が計上されない事業所に対しては、課徴金納付命令を執行できないと伺っています。近年、フランチャイズなど、ビジネスモデルも多様になっており、不当な表示を首謀した者がその売上に直接関わらない事例は、今後さらに増えてくるのではないかと考えます。売上の計上がされずとも、不当な表示により実質的な経済的利益を得ている者が、課徴金納付命令を逃れることのないよう制度整備が必要です。

○ダークパターン

・ダークパターンについて対応すべき優先度の高い行為から検討を進めることを求めます。

現在、インターネットの取引において、消費者の意思決定に影響を与える行為であるダークパターンについて、世界的にも問題視されるようになってきていますが、その定義や当てはまる行為が明確になっていません。しかし、今年の通常国会にて、消費者契約法改正論議の際に問題とされたサブスクリプションサービスの解約がしにくい問題や、消費者を不当に焦らせる表示など、ダークパターンと言われている中でも迅速に対応が求められるものもあると考えます。

ダークパターンについては中長期的な検討課題とされていますが、その中から対応の優先度の高い不当な行為について特定して抽出し、対応の検討を進めていく必要があります。

以上