

景品表示法検討会ヒアリング項目に対する意見

2022 年 10 月 5 日

岡山大学 佐藤吾郎

1. 「今後の検討の方向性」において速やかに検討を進め、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）

1) 確約手続を導入するべきである。

確約手続の導入によって、不当表示の多様性に対応した柔軟な措置を行うことによって、実態に即した対応が可能となるからである。不当表示の特徴として、不当表示の態様が多様であること、および不当表示をなしうる対象事業者の数が膨大であり、規模も多様であることを挙げることができる。このような不当表示の多様性に対して、現行景表法の措置体系は、限制的である。すなわち、基本的に二つの措置、すなわち、指導あるいは、措置命令・課徴金納付命令で対応している。仮に、法令遵守の対応として、優良層、中間層、極悪層、企業の規模として、大企業、中堅企業、中小企業とに分類をした場合、優良層、中間層に属する大企業・中堅企業が、通常の事業活動（例えば、新商品の表示）において、不当表示を行った場合と極悪層に属する中小企業が悪質な不当表示（例えば、効能・効果を標榜する製品の表示）を繰り返し行った場合に対する措置として、現行法制度においては、双方の場合に、一律の算定率に基づく課徴金を科すため、優良層・中間層に属する大企業、中堅企業にとっては酷である（新商品の販売という通常の事業活動における表示によって、事業活動全体に大きなダメージを受ける）、極悪層に属する企業の悪質な不当表示については、抑止力とならないという批判がおこりやすい。このような措置体系の課題を前提とするならば、確約手続は、いわば、第3の道として、不当表示の多様性、事例の悪質性の程度に即した形で、事業者の自主的な取組によって迅速的に対応しうることから、導入に賛成する。

2) 一般論として、制度設計の際には、独禁法における確約手続を参考しつつ、景表法違反行為の特徴をふまえて、違反事業者の不当表示の態様に対応した形で、消費者の利益の確保（消費者被害の早期回復の充実）を図るとともに、事業者の利用の促進を図ることに留意するべきである。

3) 不当表示の態様等について、総合的な評価を行った結果、悪質性が低いと判断された場合には、一定のレベルでの返金を行うことを含む確約計画を認定することとなる。総合的評価を行うにあたり、さしあたり、考慮すべき事項を挙げる。

a) 事業者の違反歴の有無

b) コンプライアンス体制の整備の程度（コンプライアンス体制自体が不十分な場合、コン

プライアンス体制自体は整備しているものの、表示管理体制については対応が不十分な場合がありうる)、

- c)新製品、新規参入の際の表示(景表法は、現在、消費者法として位置づけられているが、本来的に、表示は、競争手段の一環の側面があり、競争と関連する側面もある)
- d)一般的に、不当表示の基準は理解しにくい(一般に、誇張(puffing)はよいと説明されるが、「著しく優良」との境界線の判断が難しい)。

4)確約計画の認定においては、確約計画の内容の妥当性の判断について、「一般消費者の利益の確保」及び再発防止策の有効性の観点が必要である。

独禁法における確約計画(アマゾン事件:令和2年9月10日「アマゾンジャパン合同会社から申請があった確約計画の認定について」)に対応した形で、景表法における確約計画を構成するならば、①違反被疑表示の取りやめ②違反被疑表示をとりやめる旨等、業務執行の決定機関による決定、③消費者への通知④違反被疑表示と同様の行為を行わないこと、⑤コンプライアンス体制の整備⑥消費者への返金⑦上記①～⑥の履行状況の報告となろう。一般消費者の利益の確保、とりわけ、消費者被害の早期回復の実現を図る観点からは、消費者への返金計画の認定にあたり、返金開始の時期(迅速性:不当表示発見から返金開始までの期間の評価)、網羅性(返金対象者の全購入者に占める割合)、返金手段の相当性、確実性(現金、電子マネー)等が検討事項になると思われる。

5)確約手続の制度設計においては、事業者の利用の促進を図るべきことに留意するべきである。

事業者が確約制度を利用するインセンティブを、どのように確保するかが、最大の課題であると考えられる。あくまでも、一例にすぎないが、事業者名の公表について、一定の政策的配慮を行うことによって、事業者の利用の促進を図ることを検討するべきである。

事業者が、景表法違反が認定されることによる最大の懸念事項は、違反認定によって、自社名が公表され、ネットニュース等で、不当表示の事実が広まり、一般消費者への企業イメージが低下し、業績が悪化することである。現行法の運用においても、事業者にとって、措置命令を受けるか、指導にとどまるかは非常に大きな違いである。このような現行法における事業者の対応を鑑みるならば、当該被疑表示について、総合的な評価を行い、悪質ではないと判断し、かつ、確約計画の内容が妥当である場合には、事業者名を公表しないこととする制度の創設も考えうる。公表時期については、認定日ごとに、確約計画の認定を公表する場合、あるいは、定期的に、まとめて、確約計画の認定状況(各確約計画の概要)を公表する、といった方策が考えられる。

このような制度設計によって期待される効果として、事業者にとって、事業者名が特定さ

れないような配慮によって、企業イメージの低下による事業への悪影響を回避しうること、迅速かつ確実に、より多くの消費者に対する返金を行うことによって、消費者の信頼を得ることが可能となること、自ら、違反被疑表示に相当する事実を発見した場合、迅速に対応することによって、事業者名の公表を回避することができること、および大多数を占める中間層に属する企業に、景表法の遵守を促す効果を期待できること、である。

○返金措置の促進

上述のように、確約手続に盛り込むとともに、電子マネーでの返金など、迅速性・確実性を確保するうえで有効な手段を用いるべきである。

○違反行為に対する抑止力の強化

不当表示の多様性に対応する形で、違反行為を繰り返した事業者に対する課徴金の算定（割り増しなど）の導入は必要である。

○都道府県との連携

都道府県における景表法の執行体制は、都道府県の規模によって、差はあるが、消費安全に関する法律（特商法、景表法、家庭用品品質表示法、食品表示法等）を執行するチームを編成し、そのチームの1人が、景表法を担当する体制を採用している。景表法担当者は、他の業務と兼任をしているのが通常であり、通常業務形態における景表法の業務の割合は30%程度である。県によって、景表法の相対的重要性は異なる。

執行における情報収集の手段としては、通報（外部からの電話、消費生活センターからの情報）、職権調査がある。相談業務は、事業者から直接受ける場合、県の他部局を経由して相談を受ける場合もある。

執行状況の特徴として、全体的に措置命令数が少ないことを挙げることができる。都道府県行政において、命令という行政手法をあえて積極的に利用しない傾向はあるものの、法適用についての基本的知識（措置命令事案相当か指導相当事案かについての見極め、措置命令を発出するために必要な事実の理解等）の習得については、景品表示法ブロック会議での事例に基づいた実践的研修、景品表示法執行ネットシステムの情報（年間1万件、10年間の実績）を利用することによって、支障はないものと推測される。このような状況の下では、措置命令権限の行使（法適用）については、萎縮することはないものと思われる。一方、不実証広告規制における合理的根拠提出要求権限の行使については、上述のように、人的資源が非常に限られていること、資料の合理性の有無の判断における専門性が高いことから、消費者庁との連携（消費者庁からの制度的支援）が必要であると考えられる。

都道府県における景表法執行の課題としては、情報収集における連携強化を挙げることができる。都道府県が連携の要となり、適格消費者団体等と情報の共有を進める必要がある。他の行政機関（農政局食品安全チーム、家電公正取引協議会等）との連携、共同調査は有益

である。消費者庁が、地域連携（連携の方法、共同調査）についてのベストプラクティスを紹介することを通じ、都道府県における景表法執行に資する情報の質と量を高めることが考えられる。

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

○供給要件

景表法の法体系の特徴は、表示主体が限定的であること（景表法5条の表示主体性（供給主体性、取引主体性））及び前述のように措置が限定的であることから、不当表示の多様性に対応しきれていない点がある。このような景表法の法体系上の課題の解決のためのアプローチとしては、まず、確約定手続の導入により、措置の多様化を図る。次に、表示主体については、判例を中心に実務が確立していることから、現行法に基づく法解釈の下、自主規制による改善を図り、事案の妥当な解決を図ることを当面の対応策とするのがよいのではないだろうか。表示主体に関する議論（供給要件）は、重要なテーマであるが、中長期的な課題として、検討するのが、望ましいように思われる。

3. その他

○「早期発見・早期是正」システムの構築

景表法の執行に関する法制度の変遷を鑑みるならば、平成26年改正によって、情報提供→調査判断→措置のプロセスにおける基本的な制度の整備が終了し、現在は、制度を前提として、違反行為の多様性に対応した形で、既存の措置の組み合わせによって、実効性の確保を図る時期にあると考えられる。

今後の制度設計、運用の方向性としては、「早期発見・早期是正」のシステムを構築していく必要がある。消費者、適格消費者団体、行政機関が不当表示を発見し、事業者に早期是正を促すとともに、事業者が自ら不当表示を発見し、自ら、迅速に是正するシステムが有効に機能する必要がある。確約制度に返金制度を取り込むことによって、事業者の自主的な取組を促進することは、消費者被害の早期回復の充実を図るという点で、「早期発見・早期是正」の考え方方に適合するものといえる。

○情報提供の現状と消費者被害の早期回復の必要性について

景表法の執行に関連して、消費者利益の回復充実を通じて、消費者の情報提供のインセンティブの向上を図ることはできないか。様々な制度は創設されているが、総体として、消費者利益の回復の充実が十分にはなされていないことが、消費生活センターに寄せられる表示に関する情報が少ない一因になっているのではないだろうか。消費者法全体の課題ととらえるのが適切なのかもしれないが、消費者取引の近時の特徴、すなわち、著しい簡便性・

迅速性（表示にのみ依存し、スマホ一台で、取引が成立し、翌日には品物が届くこと）に慣れている消費者にとって、景表法の執行のスピード感は、乏しいように感じられるのではないか。消費者が、表示に関する情報を提供したとしても、情報提供による結果が示されるまでに、非常に長い時間がかかっている（措置命令（322 日）、課徴金納付命令（714 日））。情報提供による効果を実感できてはじめて、情報提供が促進される。返金を含む確約制度が機能し、より多くの消費者が迅速に返金を受ける経験を通じて、景表法の重要性、法制度の意義を実感することが期待される。消費者利益の回復充実は、消費者からの情報提供を促進するためにも必要である。