

●○○ 第216回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：不当表示規制の仕組みと運用

講師：消費者庁審議官 小林 渉 氏

日時：2019年10月19日（土）14:00～17:00

場所：三会堂ビル8階 （一社）大日本水産会 大会議室

【景品表示法の概要】

- 景品表示法は、消費者の自主的かつ合理的な商品及び役務の選択を確保するため、一般消費者に誤認される表示や過大な景品類の提供を制限及び禁止している。
  - 景品表示法第5条（不当な表示の禁止）
  - 景品表示法第4条（景品類の制限及び禁止）

【独占禁止法と景品表示法との関係の変遷】

- 「競争法」 不正な取引方法（独占禁止法第2条第9項各号）
  - 公正な競争を阻害するおそれがある行為を規制
  - ↓
  - 「消費者法」 消費者庁移管に伴う目的規定の変更
  - 一般消費者による自主的かつ合理的な選択

【不当表示の概要】

- 優良誤認表示（5条1号）  
商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示
- 有利誤認表示（5条2号）  
商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示
- 商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示（5条3号）

【優良誤認表示】

- 不実証広告規制①  
消費者庁は、商品・サービスの効果や性能に優良誤認表示の疑いがある場合、その事業者に表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。
  - 期限までに資料が提出されない/合理的なものと認められない ⇒ 不当表示と認定
- 不実証広告規制②  
資料の提出期限 → 15日を経過するまでの期間  
「合理的な根拠」の判断基準 → ①提出資料が客観的に実証された内容のものであること  
②表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること

【打消し表示】 打消し表示に関する実態調査報告書（平成 29 年 7 月 14 日公表）①

- 調査の問題意識 → 一般消費者が、
  - ・打消し表示に気付かずに、例外や制約内容を見落としてしまう場合
  - ・打消し表示を読んでも、何が書かれているか内容を理解できない場合がある。

【打消し表示】 打消し表示に関する実態調査報告書②

- 打消し表示の表示方法に関する景品表示法の考え方
  - ・すべての媒体に共通する要素 →
    - ・打消し表示の文字の大きさ
    - ・強調表示の文字と打消し表示の文字の大きさのバランス
    - ・打消し表示の配置箇所
    - ・打消し表示と背景の区別

【打消し表示】 打消し表示に関する実態調査報告書③

- 体験談を用いる場合の打消し表示
  - ・実際には、商品を使用しても効果、性能等を全く得られない者が相当存在するにもかかわらず、商品の効果、性能等があったという体験談を表示した場合、打消し表示が明瞭に表示されていたとしても、一般消費者の大体の人が何らかの効果、性能等を得られるという認識を抱くと考えられるので、景品表示法上問題となるおそれがある。

【打消し表示】 打消し表示に関する実態調査報告書④

- 事業者における留意点
  - ・事業者においては、表示を行う際の前提として、一般消費者が普段広告に接する際に打消し表示を意識して見ない（読まない）という実態を十分に理解し、広告に記載した内容を一般消費者が認識できるように工夫して表示を行うことが求められる。
  - 打消し表示なしで分かるような表示がベスト
  - 打消し表示を使う場合は、強調表示と打消し表示が一体として認識できるように

【課徴金制度 概要】 ～不当な表示を防止するために課徴金制度を導入～

- 概要：不当な表示による顧客の誘因を防止するため、不当な表示を行った事業者に対する課徴金制度を導入するとともに、被害回復を促進する観点から返金による課徴金金額の減額等の措置を講ずる。
  - <課徴金金額の算定>対象商品・役務の売上額に 3%を乗じる
  - <対象期間>3 年を上限とする
  - <規模基準>課徴金額が 150 万円未満となる場合は、課徴金は賦課しない

【景品表示法違反の事件処理手続き】

- 調査 → 指導
  - 弁明の機会の付与 → 措置命令 → 弁明の機会の付与 → 課徴金納付命令
- 平成 30 年度の運用状況① 措置命令件数
  - 消費者庁による措置命令件数：28 年度 27 件、29 年度 50 件、30 年度 46 件
  - 都道府県知事による措置命令件数：28 年度 1 件、29 年度 8 件、30 年度 9 件

●平成 30 年度の運用状況② 措置命令対象の内訳

平成 30 年度 46 件中：食品 19 件、被服品 11 件、住居品 2 件、保健衛生品 3 件等

●平成 30 年度の運用状況③ 課徴金

課徴金納付命令：

28 年度 1 件 4 億 8507 万円、29 年度 19 件 3 億 9153 万円、30 年度 20 件 5 億 801 万円

【平成 30 年度の違反事例】

- 優良誤認表示（景品表示法第 5 条第 1 号）・・・18 事例
- 有利誤認表示（景品表示法第 5 条第 2 号）・・・7 事例
- 有料老人ホームに関する不当な表示（景品表示法第 5 条第 3 号）・・・1 事例

【e スポーツに係る景品表示法の考え方】

- e スポーツにおける賞金の提供は、「仕事の報酬」に当たると考えられ、「景品類」の提供に該当しない。

【質疑応答】

●アフィリエイトの位置づけは？

アフィリエイトの製作者ではなく、その商品を販売する事業者が景表法の対象（責任者）となる。  
（アフィリエイトに表示内容を指示したり、表示を任せていた場合に違反を問われ得る。）

●課徴金 3%の根拠は？

全業種の事業者を勘案し、やや少ないかもしれないが、3%にしたと記憶している。

●返金措置により課徴金額を減額された事例はあるか？

個別返金手続きの煩わしさ等によるものか事例は少ないものの複数件ある。

●将来の価格表示について、当該表示終了後に許される期間の考え方は？

不当な二重価格表示についての考え方である「最近相当期間にわたって販売されていた価格」の判断基準に準じることが妥当だと考える。

報告者：第 37 期 村田 健