

## 第 2 回課徴金専門調査会（第 1 4 2 回本会議との合同会議） において出された主な意見

### 1. 制度導入の必要性について

- ・ 訪問販売等のケースを除けば、ほとんどの消費者被害の端緒は表示・広告。消費者自身が悪質事業者を引き寄せられてしまうことが多い。消費者被害は、被害発生前に抑え込むのが重要。課徴金制度導入は消費者被害の抑止力となる。
- ・ 不当表示事案については、P I O - N E Tにおける相談件数も多いが、実際にはそれを多く上回るような暗数があると考えられる。
- ・ 景表法の被害事例は、一件当たりの被害金額が少額だったり、被害者に返金するのが難しいケースが多く、やり得を残さないためにも課徴金制度の導入が必要と思われる。
- ・ 最近インターネットによる消費者被害が増加している。インターネット利用者は、広告によりその商品を判断している。課徴金制度導入は不正広告の抑止効果があると考えるので、制度導入に期待したい。
- ・ 不当な表示と問題のある勧誘方法を行う悪質事業者は重なっており、彼らとしても広告表示を展開しないと儲けには繋がらない。そのため、表示で呼び寄せ、その後おもむろに不当勧誘を行って騙すパターンが多いので、消費者被害の件数を大きく減少させるためには、不当表示対策が重要である。
- ・ 課徴金を課す必要のある詐欺的で行儀の悪い業者は多数存在する。この点、従来の適用例を見ると、この最も消費者被害の事前抑止のために適用の必要性が高いような詐欺的悪質事業者に対して、ほとんど不当表示による措置命令の適用例をみかけないように思う。このような表示対策課の運用の在り方については、強い不満がある。  
⇒景表法は、取引対象の内容について著しく優良に誤認させ、実際と食い違う表示を取り締まる法律である。そもそも違法な取引を行うような悪質な事業者に対しては、その違法な行為自体を取り締まるという考えで運用している。  
(消費者庁)
- ・ 虚偽表示の典型は模倣品、海賊版であり、警察の摘発やネットオークション業界・プロバイダで削除となる大半は小規模事業者、個人である。規模基準でそれらが除外されれば、課徴金の効果は望めないのではないか。  
⇒今後の制度設計の議論には、事業者の規模だけでなく、優良誤認の程度、被害の規模などいろいろな観点が入るだろう。(小早川座長)  
⇒模倣品に関しては、よりダイレクトな方法である知的財産権に関する法律で対応している。景表法は不当表示を禁止するものであり、極端に言えば表示

に「模倣品」と書けば禁止できず、模倣品排除のダイレクトな手段ではない。  
消費者庁としては、模倣品は表示で取り締まるのではなく、作って売ること自体をやめさせる方法で働きかけている。(消費者庁)

- ・法令を遵守している真面目な事業者が馬鹿を見ないために、不当表示で客を獲得した事業者をやり得のままにさせない課徴金制度が必要であり、それが制度導入の意義である。
- ・例えば、大手事業者では通信速度や LED の問題で、小規模事業者では小顔矯正で、処分があったが、いずれの場合も被害者への返金は難しい。事業者規模の大小や過失に関係なく、不当な表示によって被害を生み出した場合は課徴金の対象としていただきたい。
- ・景品表示法が典型的に想定しているような不当表示の事案（取引そのものではなく表示が不当である事案）についていえば、課徴金制度は役に立つものであり、その導入が必要であると考えられる。

## 2. 導入すべき制度の趣旨・目的について

- ・適格消費者団体や特定適格消費者団体に対する公的支援の必要性は認識しているが、そのことと不当表示を理由とする課徴金をその財源に充てることとは距離があるのではないか。  
⇒違反行為の抑止を図る課徴金制度と被害回復を図る消費者裁判手続特例法に基づく訴訟制度等とは、理論的に直結するものではないが、課徴金財源をこの訴訟制度の実費やその他の消費者利益を図るための活動に利用することは、消費者保護という大きな目的では矛盾はないのではないか。  
⇒消費者庁創設に係る国会で、景表法の課徴金については、被害者救済制度の総合的な検討を実施する際にあわせて検討するという事で議論され、適格消費者団体による差し止め請求に必要な資金の確保は消費者庁及び消費者委員会設置法の附則 5 項に、不当利得の剥奪など被害救済するための制度は 6 項に結実しており、両者はセットで考えられたと認識する。
- ・課徴金の第一義的な目的は消費者被害を事前に抑止することを通じ、消費者利益を確保することにあることは間違いない。しかし、どれだけ表示規制を厳格にしても、どうしても事前に水際で押さえきれずに発生してしまう被害というものは、非常に多く発生してしまうと予想される。そこで、その不当表示規制の法の網をかいくぐって発生してしまった消費者被害を回復させるための手段としてこの新たな特定適格消費者団体の訴訟制度が新設されたのであるから、両者の関係は表裏一体として理解されるべきである。
- ・課徴金の被害者への分配は、損害算出が困難であることや、算出できたとしても少額であって分配手続上のコストに見合わないこと、損害回復は本来民

事訴訟を通じてなされるべきこと等を踏まえると難しいが、事業者が消費者に返金した額を課徴金の額から控除するなど、損害回復を促す仕組みは考えられるのではないか。

- ・ 課徴金の使途として、個々の被害者への分配は難しいとしても、広く一般消費者に還元することは考えられるのではないか。
- ・ 課徴金の目的としては、まず抑止。また、競争政策上の役割についてもきちんと書くべき。被害回復やそのための援助については、制度設計のところで話し合う課題である。  
⇒まず不公正な表示の抑止にターゲットを絞って議論し、課徴金の使い方は次の段階で議論することに賛同する。
- ・ 模倣品・海賊版による被害回復はどうか。  
⇒模倣品による被害は、被害者が民事訴訟において回復を図るのが原則である。消費者被害回復については、今般、消費者裁判手続特例法が成立したが、それでも漏れがあるという問題意識があり、課徴金制度導入を提起させていた。 (消費者庁)
- ・ 課徴金の使途について、消費者教育もターゲットになるのではないか。  
⇒課徴金の使途として、消費者政策目的にあてることが考えられるとしても、合理的な説明がつくようにしなければならないのではないか。 (消費者庁)
- ・ 課徴金制度の主目的は被害の抑止であり、その使途については別途議論していくべきである。課徴金の使途を議論する際に、景表法が消費者法として位置づけられたことを踏まえて、消費者保護の視点を持つことも考えられる。
- ・ 抑止が制度目的であることはその通りだが、被害回復の観点を加味して検討するのが適当ではないか。制度の各論を検討していく中で、総論としての制度の趣旨・目的の検討に戻ることを何回か繰り返していくべきではないか。

### **3. 行政手法研究会の取りまとめにおける論点に追加して検討すべきとされた論点について**

- ・ 不当表示（景表法4条）の範囲についての具体的な判断基準について、法律やガイドライン等で、従来以上に明確にする必要があるのではないか。
- ・ 課徴金はおそらく国が課すことになると思われるが、現在の景表法改正の議論を踏まえて、国と都道府県との役割分担・連携について議論する必要があるのではないか。
- ・ 現在は表示の用語の定義が不透明で合法・違法のグレーゾーンが広い。用語の定義の明確化をきちんと行う必要があるのではないか。また、表示を規制する他の多くの法令との整合性を確認すべき。
- ・ 不当表示か否かの判断は事業者の故意・過失を問題にせずに行うが、現在の

社会ではサプライ・チェーンを完全にたどって材料等の真贋を確認するのはほぼ不可能であり、そこに形式的に課徴金制度を導入すると事業者の遵法精神が希薄化する。自助努力を促す方策が必要。

- 被害者の被害回復の観点からの制度設計について、被害者に還元するのは現実には難しいことから課徴金として広く一般消費者に還元するという考え方について、それに至る経緯を一般消費者がきちんと理解できるよう、議論・整理し、報告できるようにすべきではないか。
- 平成 18 年の独禁法改正時に見られたような、課徴金を導入することにより、かえって排除措置が使いにくくなる（例えば、改正前であれば、立件していたであろう事案について、困難さや作業量を考えて公取委が手控えるというようなこと）といった本末転倒なことにならないように、景表法の措置命令と課徴金との関係については留意すべきではないか（特に、故意・重過失の要件や裁量性について）。
- 景表法上の不当表示の制度の構造からして、詐欺的な悪質事業者であるか、まともな事業者であるかという事業者属性には関係がない。単純に、優良誤認表示・有利誤認表示のいずれかの要件に該当するかどうかで客観的・画一的に評価されるべき問題である。詐欺的悪質商法には、必ず不当表示が伴っているという大は小を兼ねる関係にあるのだから、別のより適用要件が厳格な法律で行為を取り締まるまで待たず、まずは表示広告の内容だけで早期に調査をかけられる景表法を端緒とすれば良い。

以上