

海外における広告規制法の動向(概要)

国	法律名	趣旨・目的	所管省庁	対象行為	行政処分(注3)	刑事罰(注4)	救済手段
韓国	消費者法(電子商取引法34条1項等、割賦取引法、訪問販売法)	法律に違反した者が当該違反行為によって得た経済的利益を剥奪するため	公正取引委員会	事業者が公取委の是正命令を履行しない事案や、是正措置だけでは消費者被害の防止が著しく困難な事案	・是正命令 ・課徴金 ・営業停止命令	・是正命令違反につき、3年以下の懲役又は1億ウォン以下の罰金(訪問販売法53条10号)	—
	表示広告公正化法	消費者を欺瞞し又は誤認させる不当な表示及び広告を防止し、消費者への正確かつ有用な情報の提供を促進することにより、公正な取引秩序を確立し、消費者を保護すること(1条)		・不当な表示・広告行為(①虚偽又は誇大な表示又は広告、②欺瞞的な表示又は広告、③不当な比較表示又は広告、④誹謗表示又は広告)(3条1項)	・是正命令(7条1項) ・課徴金(施行令で定める売上の2%を超えない範囲)(9条1項) ・臨時中止命令(8条)及びこれに違反した場合の過料(20条1項3号)	・不当な表示・広告行為の禁止規定違反につき、2年以下の懲役又は1億5000万ウォン以下の罰金(17条)	・被害者への無過失損害賠償責任(10条)
アメリカ	連邦取引委員会法(FTC法)	—	連邦取引委員会(FTC)	・不公正又は欺瞞的な行為又は慣行(5条)	・民事制裁命令(5条) ・差止命令(13条(b)項) ・排除措置命令(5(b)条)	—	・消費者救済(FTCの連邦地裁に対する消費者救済を求める民事訴訟の提訴権限)(19条) ・衡平法上の原状回復 ・衡平法上のディスゴージメント
フランス	消費法典	—	経済財務省 競争・消費者問題・詐欺防止総局(DGCCRF)	・不公正な取引方法 特に、誤認惹起的な取引方法(L. 121-11条)、攻撃的な取引方法(L. 122-11-1条)、違法な比較広告(L. 121-8ないし10条) ※作為による誤認惹起の事業者間取引への適用(L. 121-1条Ⅲ)	—	・誤認惹起広告につき、2年を上限とする拘禁刑及び/または3万7500ユーロを上限とし、広告費用の50%を上回らない額の罰金(L. 213-1条、L. 121-6条) ・違法な比較広告において商標が使用された場合につき、知的所有権侵害罪に関する刑罰(L. 121-14条)	・攻撃的取引方法により締結された契約の無効(L. 122-15条) ・認可消費者団体の違法広告の差止請求(L. 421-2、6条)等
ドイツ	不正競争防止法(UWG)	競争者、消費者その他の市場参加者を、不正競争から保護すること(1条)	連邦食料・農業・消費者保護省(BMELV)	・不正な取引行為(3条) 特に、誤認惹起的な取引行為(5条)、不作為による誤認惹起(5a条)、比較広告(6条)、攻撃的な取引方法(7条)	—	・虚偽表示広告等につき、2年ないし5年以下の自由刑又は罰金(16条ないし19条)	・消費者団体等の差止請求、利益剥奪請求(8、10条) ・競争者の損害賠償請求(9条)
イギリス	2008年不正な取引方法からの消費者の保護規則(CPRs)	—	公正取引庁(OFT)	・不公正な取引方法(3条1、3項) 特に、誤認惹起的な行為(5条)、誤認惹起的な不作為(6条)、攻撃的取引方法(7条)	・差止命令(27条)	・刑事罰(8条ないし18条)	—
スウェーデン	マーケティング法	マーケティングに関係して消費者と事業者の利益を増進するとともに、消費者と事業者に対して不正なマーケティングが行われることを防止すること(1条)	消費者オンブズマン、消費者庁(注5)	・不公正な取引方法 特に、誤認惹起広告(10条)(特定の誤認惹起広告については13条ないし17条)、比較広告規制(18条)、不招請広告(19条ないし21条)	・差止命令(23条) ・市場混乱課金(29条) ・情報提供命令(24条)	・差止命令、情報提供命令の不履行につき、罰金(26条)	・損害賠償請求(37条)
ギリシャ	消費者の保護に関する1994年法第2251号(消費者保護法)	—	消費者局(開発・競争力・インフラ・交通・ネットワーク省に属する)	・広告、不公正取引方法、誤認惹起行為(作為・不作為)、攻撃的な取引方法等(9条~9i条) 比較広告が許されるための要件、特定の時間帯における子供向けの玩具の広告の禁止、不公正な取引方法の禁止、誤認惹起的な取引方法の禁止、強制的な手法等を用いることにより消費者の選択を著しく妨害する取引方法(攻撃的な取引方法)の禁止及び違反があった場合の制裁等についての規定が置かれている。	・過料、業務停止(13a条)	—	—
オーストラリア	2010年競争・消費者法、豪州消費者法	競争又は公正な取引を促進し、消費者の保護を確保することによって、オーストラリア人の福祉を増進すること(2条)	豪州競争・消費者委員会(ACCC)	・不当表示、その他の不公正な慣行や不招請による消費者契約に関連する一連の行為(第3編第4章第151条)	・なし(不当表示に関しては、罰金の対象にはなるが、過料の対象にはならない)	・不当表示につき、罰金	—

注1) 2005年不正取引方法指令により、EU加盟国は同指令がカバーする領域については、同指令に掲げられた基準を満たした措置を国内法において講じなければならないとされている。

注2) 2014年2月20日時点において、1ユーロ140円、1ウォン0.1円、1クローネ18円

注3) 行政処分のうち下線のあるものは、所管省庁ではなく裁判所が発令するもの。

注4) 記載のない刑罰の内容については、委託調査等からは不明。

注5) 消費者オンブズマンは、商取引に関して消費者を代理する役割を担い、裁判所において集団訴訟という形で法的措置をとる権利を有する。消費者オンブズマンは消費者庁長官を兼務する。

行政による経済的不利益賦課制度等の海外調査(概要)

平成26年3月13日時点版

国：制度名	趣旨・目的	所管省庁	不利益賦課制度の要件				賦課金（課徴金等）額		執行手続	賦課金の使途
			根拠法	対象行為	賦課方法	主観的要件	算定方法	裁量性	調査権限	
韓国：課徴金制度	法律に違反した者が当該違反行為によって得た経済的利益を剥奪するため	公正取引委員会	消費者法（電子商取引法34条1項等、割賦取引法、訪問販売法）（注1）	事業者が公取委の是正命令を履行しない事案や、是正措置だけでは消費者被害の防止が著しく困難な事案	公正取引委員会が、課徴金を賦課する。	—	違反行為をした事業者の1日当たり平均売上額の100分の30に該当する金額に、営業停止の処分基準で定める営業停止日数をかけた金額等を基本算定基準とし、これに違反行為の期間及び消費者被害の程度による調整、事業者の補償努力の程度などによる調整を経て、賦課課徴金を算定する。	違反行為による消費者被害の程度、消費者被害に対する事業者による補償のための努力の程度、違反行為で取得した利益の規模、違反行為の内容・期間及び回数などを考慮しなければならない。	・職権調査 ・通報（申告）調査	納付された課徴金は、国の一般財源となる。
アメリカ：民事制裁金制度（SEC関係）	制裁的要素をもち、懲罰や抑止に資するもの	証券取引委員会（SEC）	証券取引法	証券取引法違反 ※行政手続による場合、故意の法令違反又は故意に合理的な監督を怠った場合に限定されるが、裁判手続による場合には、制限がない。	行政手続による場合と、裁判手続による場合がある。	故意（裁判手続による場合には制限がない）	インサイダー取引規制違反以外の事例については、違反行為の数等を考慮して、3段階の制裁金のうちいずれが適切かを判断する。裁判手続による場合、インサイダー取引規制違反については、裁判所が行為の状況を把握して、利得額の3倍を上限として制裁金が課せられる。	行政手続による場合、SECは、制裁金を課すことが公益に資するか否かという観点から6つの要件を検討する。	—	民事制裁金をディスゴージメントファンドに組み入れることができる。
アメリカ：民事制裁金制度（FTC関係）	排除措置命令違反に対する制裁	連邦取引委員会（FTC）	連邦取引委員会（FTC）法5条	違反行為の排除措置命令違反、不正又は欺瞞的行為でない慣行（UDAP）に違反する行為	司法省長官もしくはFTCが、その支払いを請求する民事訴訟を申し立てることができる。	故意の認識を要件とするものもある	1件の違反行為について1万ドル以下の民事制裁金賦課を連邦地方裁判所に申し立てることができる。民事制裁金は、違反継続の日数に応じて増額される（1日ごとに1違反行為があるとして増額されていく）。	金額の考慮要因としては、故意の程度、違反歴、違反行為者の規模と支払い能力、制裁金による抑止効果などが上げられている。	・サビーナ（文書提出命令状、証人喚問命令状） ・民事調査請求	民事制裁金を、ディスゴージメントファンドに組み入れることはできない。
アメリカ：ディスゴージメント	違反者から不当な利益を剥奪し、他者による将来の同種の違反行為の抑止を狙いとする。	米連邦取引委員会（FTC）	連邦取引委員会（FTC）法13(b)条	衡平法違反	FTCが裁判所に対してディスゴージメントの請求を行う。	—	様々な資料から情報を集めて金額を計算する。FTCは、目安となる金額（損害全額）の証明責任を負う。	要件・効果の判断において裁判所が広範な裁量を発揮することが予定されている。	—	FTCが和解又は終局判決により被害回復金（ディスゴージメントに基づいて請求が認められた金額）を得た場合、その金銭はすべてFTCの被害回復管理事務局が管理するファンド（被害回復基金）に入れられ、「分配計画」に従って、可能な限り、被害者に分配する手続がとられるが、残額が生じた場合には、国庫に帰属させ、または消費者教育に関する費用に充てられることもある。
スウェーデン：市場混乱賦課金制度	消費者と事業者に対して不公正なマーケティングがおこなわれることを防止すること（1条）	消費者オンブズマン	マーケティング法29条	誤認惹起広告、誤認惹起不作為（10条）、特定の誤認惹起広告・行為（13条ないし17条）、比較広告（18条）等	消費者オンブズマンの要請により、ストックホルム地方裁判所により命ぜられることになっている（48条）。	故意または過失	5000クローネ～500万クローネ未満とし、かつ、事業者の直近の決算年度の年間売上高の10%を超えない額（31条）	違反の深刻性及び期間を考慮して決定され、軽微な事件には賦課されない（32条）。	・違反事件の調査権限（42条） ・立入権限（44条）	支払われる賦課金は、国庫に納入される（29条）。

行政による経済的不利益賦課制度等の海外調査(概要)

平成26年3月13日時点版

国：制度名	趣旨・目的	所管省庁	不利益賦課制度の要件				賦課金（課徴金等）額		執行手続	賦課金の使途
			根拠法	対象行為	賦課方法	主観的要件	算定方法	裁量性	調査権限	
ギリシャ： 過料制度	制裁としての性格を有する	消費者局	消費者の保護に関する1994年法第2251号(消費者保護法)13a条、9条～9i条	事業者が消費者保護法の規定に違反した事案 (広告、不正取引方法、誤認惹起行為(作為・不作為)、攻撃的な取引方法等に関する規定違反)	開発大臣(消費者局が属する省の長)の決定による。	故意または過失(軽過失を含む)	開発大臣の決定により、1500ユーロから100万ユーロまでの過料が課される。同一の事業者に対して3を超える過料決定がなされた場合には、過料の上限が2倍に引き上げられて200万ユーロとなる。	過料の金額が決定される段階において、個別の事例の重大性等が考慮される。	・職権調査	徴収した過料は、国家予算にこれを編入する。
オーストラリア： 民事制裁金制度	市場慣行の改善につながる消費者行政の在り方を目標している	豪州競争・消費者委員会 (ACCC)	2010年競争・消費者法第2編第6章139条第1項	欺瞞的行為を除き、非良心的行為、不正な慣行、一部の製品安全関連の違反行為(例えば、事故情報の通知義務)	ACCCが、連邦裁判所の承諾を得た上で、私人間の民事訴訟に参加することで民事制裁金を賦課する。	—	欺瞞的行為、非良心的行為や不正な取引については、法人の場合は110万豪ドル(約8800万円)、個人の場合は、22万豪ドル(約1760万円)を上限としている。これ以外の違反行為に対しては、さらに低い金額が適用される。	ACCCが勧告する民事制裁金の全額あるいは一部免除するかどうかの裁量権は裁判所が有している。	実証通知により、商品・サービスの供給に関し、それらの表示や告知の根拠を示すデータなどの書類の提示を要求することができる。	ACCCによる制裁金は政府総合歳入(Government Consolidated Revenue)に入り他の税収入を同様に政府の管理下に置かれ運用される。ACCCの裁量で運用されるものではない。

注1) 消費者法上の課徴金制度は、営業停止の代替制度としての性質を有しているが、広告規制をしている表示広告公正化法上の課徴金制度は、そのような性質を有していない。

注2) 2014年2月24日時点において、1ユーロ140円、1ウォン0.1円、1クローネ18円