

景品表示法(昭和37年法律第134号)上の課徴金制度の
導入等の違反行為に対する措置の在り方について
(取りまとめ案)

平成26年〇月〇日

消費者委員会

消費者委員会 景品表示法における不当表示に係る

課徴金制度等に関する専門調査会

目 次

	頁
1. はじめに	2
2. 景品表示法に課徴金制度を導入することの必要性	3
(1) 不当表示による消費者被害の実態	3
(2) 不当表示による消費者被害における被害回復の困難性	3
(3) 課徴金制度導入の必要性	3
3. 課徴金制度を導入する場合における制度の趣旨・目的	4
4. 課徴金の賦課要件	4
(1) 対象事案	4
① 対象行為	4
ア 優良誤認表示(第4条第1項第1号)・有利誤認表示(同項第2号)	5
イ 指定告示に係る表示(第4条第1項第3号)	5
ウ 不実証広告規制に係る表示(第4条第2項)	5
② 主観的要素	6
ア 主観的要素の要否	6
イ 注意義務の内容	7
ウ 複数の表示主体に対する課徴金の賦課について	7
③ 規模基準	8
④ 除斥期間	8
(2) 課徴金額の算定	8
① 基本的な考え方	8
② 加算・減算・減免措置	9
③ 対象期間	9
(3) 裁量性の採否	9
5. 課徴金の賦課手続	9
6. 被害回復の在り方	10
7. 結びに	10

1. はじめに

平成 25 年秋、ホテルや百貨店、レストラン等における食品表示等の不正事案が次々と表面化した。これらの事案の発覚を受けて、政府は「食品表示等問題関係府省庁等会議」を設置し、同年 12 月 9 日、同会議において、これらの不正事案は国内外の消費者の「日本の食」に対する信頼を失墜させるおそれがあるとして、消費者の信頼回復のための「食品表示等適正化対策」が決定された。この適正化対策の一つとして、不当景品類及び不当表示防止法(昭和 37 年法律第 134 号、以下「景品表示法」とい、以下で摘示する条項はすべて同法の条項である。)における「違反事案に対する課徴金等の新たな措置の検討」が示され、同日、消費者委員会は、内閣総理大臣から「景品表示法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について」の諮問を受けた。

消費者委員会では、それらを受けて、同年 12 月 17 日に公表した『「食品表示等適正化対策」に対する意見』の中で、「景品表示法の不当表示事案に対する課徴金等の新たな措置についての検討については、…(中略)…専門調査会を設置し、消費者庁からの協力を得つつ、検討を行うこととする。」とし、同日、「景品表示法における不当表示に係る課徴金制度に関する専門調査会」を設置した。

本専門調査会は、平成 26 年 2 月 6 日に第 1 回専門調査会を開催し、第 2 回以降は本会議と合同開催する形で、○月○日までに○回、計○回開催し、調査審議を行った。

2～3月に行われた計 6 回の会議では、平成 20 年に国会に提出され、その後廃案となった景品表示法の改正法案に係る経緯、消費者庁における「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」(平成 23 年 10 月～平成 25 年 6 月)での検討の成果やその後の検討状況等について説明を受けるとともに、課徴金制度を導入することの必要性や導入するとした場合の趣旨・目的、要件、手続等について調査審議を行った。また、各論点に関する本格的な検討に入る前の段階で、事業者からのヒアリングを 2 回実施し、併せて、既存の課徴金制度¹の運用状況等についてのヒアリングも実施した。その上で、平成 26 年 4 月 1 日、各論点の検討状況について一旦整理し、これを中間整理として公表した。

中間整理後には、「被害回復の在り方」について調査審議するとともに、中間整理において引き続き検討を要するとしていた論点について議論を重ねつつ、事業者からのヒアリングを再度、2 回にわたって実施した。

こうした調査審議を踏まえ、今般、景品表示法上の課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について、以下のとおり取りまとめを行う。

¹ 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和 22 年法律第 54 号)、金融商品取引法(昭和 23 年法律第 25 号)、公認会計士法(昭和 23 年法律第 103 号)

2. 景品表示法に課徴金制度を導入することの必要性

(1) 不当表示による消費者被害の実態

不当な表示・広告による消費者被害については、全国の消費生活センター等に寄せられる消費生活相談の件数だけでも年間約5万件に上っており(国民生活センター「消費者年報 2010」「消費生活年報 2013」によれば、相談内容を「表示・広告」とする消費生活相談は、2004年度以降毎年4万件を超えており、2012年度は49,492件とされている²)、消費生活相談全体に対する比率は年々高まっている(資料1)。

(2) 不当表示による消費者被害における被害回復の困難性

不当表示による消費者被害事案は、表示と被害発生の因果関係の立証が困難であることや、そもそも何をもって損害と考えるべきかが必ずしも明らかでないことから、個々の消費者が被った損害額の算定が困難であったり、算定できたとしてもその金額が僅少であったりして、その特性上、民事訴訟になじまない場合も多い。これは、消費者裁判手続特例法³によってもなお同様であり、いったん被害が生じてしまうと、消費者がその被害を事後的に回復することの困難なケースが多く、不当表示による消費者被害に対しては、これを事前に抑止することの必要性が高い。

(3) 課徴金制度導入の必要性

このような被害の実態及び特性に対し、これに対処する現行景品表示法上の措置命令は、将来に向けて違反行為者の不当表示を中止させ、被害の拡大と再発を防止するものであって、事前抑止のインセンティブとして十分とはいえない。

すなわち、消費者による被害回復が困難であることは、不当表示によって得られた売上による不当な利得が不当表示を行った事業者の手元に残ることを意味する。これに対し、現行の措置命令は、違反行為者の不当な利得を剥奪するものではなく、経済的な観点からは違反行為の抑止機能を実効的に果たしているとはいえない。違反行為者に対して経済的不利益を賦課する課徴金制度の導入により、不当表示で顧客を獲得した事業者から不当な利得を剥奪することは、その抑止力により消費者被害発生

² これに加え、表示・広告は消費者が商品・サービスを選択する際の端緒になるものであり、実際の消費生活相談においては、不当な表示・広告による誤認を端緒とする場合であっても、その後の販売方法や契約・解約の問題点が主訴とされ、相談内容分類上は「表示・広告」に計上されないことも少なくないという実態も指摘された。とりわけ、近年利用者が増加しているインターネット通販を含む通信販売取引のように、消費者が広告表示のみによって商品・サービスに関する判断を行って取引に入る取引形態においては、表示・広告が消費者の選択に与える影響は極めて大きい。こうした状況を踏まえれば、全国の消費生活センター等に寄せられる消費生活相談の中で不当表示事案に分類されていない潜在的件数は数多くあるものと考えられるとの指摘があった。

³ 「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」(平成25年法律第96号)

の未然防止に有効であるばかりでなく、法令を遵守している事業者との公平が図られることにより健全な消費市場の構築にも効果を有すると考えられる。

したがって、不当表示を事前に抑止するための方策として、現行の措置命令に加え、違反行為者に経済的不利益を賦課し、違反行為に対するインセンティブを削ぐ課徴金制度を導入する必要性は高い。

3. 課徴金制度を導入する場合における制度の趣旨・目的

課徴金制度の目的は、消費者の利益擁護のため、不当表示を事前に抑止することにあると考える。

不当表示を対象とする課徴金制度については、平成 20 年に、景品表示法への課徴金制度の導入を含む「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律及び不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律案」（以下「平成 20 年改正法案」という。）が閣議決定され、国会提出された経緯がある（資料2）。この法案はその後廃案となったが、これは、景品表示法が消費者庁に移管されたことに伴い、同法への課徴金制度導入については、消費者庁の発足後、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違反行為の抑止力強化策を検討することが適切であるとされたことによるものである。

現行の景品表示法は、消費者による自主的かつ合理的な選択の確保を目的としており、同法に導入すべき課徴金制度の目的も、消費者の自主的かつ合理的な選択の確保のために、それを阻害するおそれのある不当表示を実効的に抑止することにあると考えるべきである。

これに対し、消費者の被害回復を課徴金制度の直接の「目的」とすることは適切ではないが、消費者法としての景品表示法の目的に鑑み、また、不当表示事案における被害回復が困難であることから課徴金制度の導入による抑止の必要性が高いと判断したこと、剥奪すべき違反行為者の不当な利得は被害者の出捐に由来するものであること等も踏まえ、この制度を消費者の被害回復にも資するものとすることは重要である。このため、要件・手続等の検討に際しては、被害回復の観点にも留意すべきである。

4. 課徴金の賦課要件

(1) 対象事案

① 対象行為

ア 優良誤認表示(第4条第1項第1号)・有利誤認表示(同項第2号)

「著しく優良」と誤認させる表示及び「著しく有利」と誤認させる表示については、景品表示法による不当表示規制の中心となるものであり、また、過去の措置命令事案の大半を占めるものであって(資料3)、抑止の必要性も大きいことから、課徴金賦課の対象とすべきである⁴。

イ 指定告示に係る表示(第4条第1項第3号)

指定告示に係る表示は、消費者に「誤認されるおそれがある表示」について内閣総理大臣が指定するものであり、予防的観点から政策的に措置命令の対象とされたものと考えられるところ、過去の措置命令事案における案件数は比較的小さいこと(資料3)もあり、現状においてこれを対象とする必要はないと考える。

ウ 不実証広告規制に係る表示(第4条第2項)⁵

不実証広告規制に係る表示については、課徴金を賦課できるものとする必要性は高い。合理的な根拠資料を有しないまま優良誤認表示に該当する蓋然性の高い表示をもって顧客を誘引し取引を行う事業者の行為はそれ自体悪質であり、事業者が得た不当な利得を課徴金によって剥奪することが強く要請される一方、特に効果・性能に関する表示については、機動的かつ実効的な法執行を確保する観点から、行政側に過度の立証負担を課するのは適当でないからである。

もともと、措置命令は緊急の必要に応じて現在の危険状態を除去することを目的とし、また事後的に合理的根拠資料を備えることにより表示の再掲が許されるという意味で暫定的な処分であるのに対し、課徴金は、過去の行為に対して経済的不利益を課してしまうもので、暫定的意味合いを有しないという点において異なるものである。

したがって、課徴金賦課処分において不実証広告規制の手法を取り入れるに当たっては、この違いを踏まえ、措置命令に関する第4条第2項とは別に、効果・性能に関する表示について事業者から一定の期間内に合理的根拠資料の提出がなければ課徴金を賦課することができることとした上で、被処分者の正当な利益を保護する観点から、被処分者がその後の訴訟において合理的な資料を提出

⁴ 事業者からのヒアリングにおいては、明確性確保の必要性を強調する意見が多く、行政によるガイドラインの策定・周知や、事業者向けの相談窓口の設置を求める意見が示された。この点については、必要に応じ、要件該当性についての判断基準の明確化を図るなどの取組を実施することにより、事業者が無用の萎縮効果を与えないように配慮すべきとの意見が出された。

⁵ 消費者被害拡大防止の観点から、迅速に措置命令を発令することができるようにするため、事業者から一定の期間内に表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出のない場合に、当該表示を優良誤認表示とみなして、措置命令の対象とするもの。

して不当表示でないことを立証することにより、賦課処分について争うことができることとする手続規定を設けるべきと考える⁶。

實際上、これまでになされた不実証広告に係る措置命令の事案に照らしても、違反行為者が取消訴訟において合理的根拠資料を補完しうる事例は考えにくく、このような規定の仕方により、課徴金制度の執行力は十分に確保されるものと考えられる。

なお、違反行為者が事後的に合理的根拠資料を補完して処分を争う途を認めるとしても、合理的根拠は本来、表示の当初から持っていてしかるべきものであり⁷、処分に際し、違反行為者に対してその補完のための時間的猶予を与える必要はないものとする。

② 主観的要素

ア 主観的要素の要否

不当表示による消費者被害は、違反行為者の故意・過失の有無を問わず生じ得るものであり、不適切な表示は故意・過失を問わず改められるべきものである。しかし、事業者が十分な注意を尽くしたにもかかわらず客観的には不当表示であったというような場合には、課徴金の賦課による事前の抑止力は働かず、制度目的の達成にはつながらない。

他方で、優良誤認表示(第4条第1項第1号)・有利誤認表示(同項第2号)の認定には既に「著しく」優良又は有利であるとの要件によって顕著さが前提とされている以上、その事案の多くは故意による事案又は社会通念上尽くすべき注意を著しく欠く事案と考えられる。また、違反行為があることに加えて主観的要素をも要件として加重することとすれば、その認定等のために生じる執行の負担を考慮する必要もある。

⁶ 仮に、現行の第4条第2項と同様の効果を有する規定を課徴金の場合にも設けるとすると、不実証広告に係る表示は実体的には優良誤認表示そのものではないにもかかわらず、課徴金納付命令後に違反行為者において合理的な資料を用意できたとしても、訴訟において当該資料をもって処分の取消しを主張することができないことになる。これに関しては、端的に、表示の裏付けとなる合理的資料を有しないとする表示を不当表示とすることにより課徴金賦課の対象とすることも考えられるが、その場合は、「一定期間に合理的根拠資料を提出しなかった」ということ自体、すなわち、一種の手続違反に対して課徴金を課すことになり、景品表示法における課徴金の性質やその賦課手続などについて、直ちに考え方を整理することが困難であると考えられる。

⁷ 裁判例においても、「事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料をあらかじめ有した上で表示を行うべきであり、かかる資料を有しないまま表示をして販売を行ってはならない」とされている(東京高判平成22年11月26日)。

したがって、課徴金を賦課する要件としての主観的要素の要否については、不当表示の抑止という制度目的に照らして違反行為者に課徴金を賦課すべきと考えられる程度の主観的要素が必要であるとの基本的認識に立ちつつ、不当表示がなされた場合においては原則として課徴金を賦課することとし、違反行為者から、不当表示を意図的に行ったものではなく、かつ、一定の注意義務を尽くしたことについて合理的な反証がなされた場合を、例外的に対象外とすれば足りると考える。

イ 注意義務の内容

事業者が尽くすべき注意義務の内容は、事業者の規模や業態によって異なると考えられる。また、不当表示の態様は事案によって様々であり、表示に当たって尽くすべき注意義務も千差万別であって、事業者がどの程度の調査をすれば注意義務を尽くしたことになるかについて画一的な基準を設けることは困難である。

したがって、課徴金賦課の対象外とされるために事業者が尽くすべき注意義務の内容は、個々の事案における事情(不当表示の態様等が消費者に与える影響の大小や、事業者の調査確認義務の負担の大小等)を踏まえつつ、当該事業者が表示を行うに当たって求められる注意義務(他の者からの情報を信じたことに合理性が認められるような一定の対応等)を尽くしているかを、それぞれ考えていくべきである⁸。

ウ 複数の表示主体に対する課徴金の賦課について

不当表示の主体が複数であると認められる場合には、複数の者が課徴金賦課の対象となると考えるべきである。現行の不当表示規制の対象は、不当な表示についてその内容の決定に関与した事業者に限られるが、単独であるか複数であるかは問わないものとされている。課徴金を賦課する場合においても、表示主体が単独であるか複数であるかによって不当表示抑止の必要性が異なることはない。また、表示主体が複数であれば、表示行為による不当な利得はそれぞれについて別個に存在することから、複数の主体に課徴金を課しても二重取りとなるものではないからである。

⁸ この点、平成 20 年改正法案は故意・重過失を要件としており(資料2)、事業者からのヒアリングにおいても、課徴金制度の対象は悪質性の高い事案に限定すべきとして、平成 20 年改正法案の要件を踏襲すべきとの意見が示された。

しかし、軽過失か重過失かの認定は民事裁判実務においても困難である場合が多く、認定主体が行政機関であって、かつ迅速性が要求される賦課手続において重過失を要件とすれば、課徴金を賦課することが困難になる。また、例えば、仕入れ先からの情報の誤りを把握できなかったような場合に問題となるのは重過失ではなく過失の存否であり、仕入れ先に対し社会通念に照らして必要とされる確認を行ったにもかかわらず誤解させられたのであれば軽過失もないと考えられ、重過失による線引きには実質的な意味はないと考えられる。

【なお、被害回復の観点から調整が必要】

③ 規模基準

課徴金の賦課金額が一定額を下回る場合に、いわゆる「裾切り」によりこれを対象外とすべきか否かについては、不当表示の事前抑止による消費者の利益擁護という制度目的からすれば、本来、不当表示によって消費者被害を生じさせた場合には、その被害規模の大小を問わず課徴金賦課の対象とすることも考えられる。また、不当表示は小規模事業者によってなされることも多く、かかる事案を捕捉するため、規模基準を設けることなく、広く課徴金を賦課すべきとも考えられる。

しかし、対象とする事案が広がる一方で、これに対する執行が十分になされないこととなれば、不当表示の抑止効果を確保できない結果となる。

したがって、課徴金制度を実効あらしめるためにも、執行の負担を考慮し、一定の裾切りは必要である。

裾切りの基準額については、執行の負担や小規模事業者への配慮を求める事業者の意向等も踏まえつつ、課徴金制度の抑止効果の担保という観点から、過去の措置命令事案も精査した上で、違反行為が消費者に与える影響と課徴金の賦課処分が与える事業者への影響等を勘案して適切な要件設定を検討する必要がある。

④ 除斥期間

違反行為から相当期間が経過した場合に、課徴金を賦課することができる期間を制限すべきか否かについては、賦課金額の算定等に必要な資料等の散逸による執行の負担や事業者側の負担を考慮することから、既存の課徴金制度における除斥期間を参考として、一定の合理的期間を設けるべきと考える。

(2) 課徴金額の算定

① 基本的な考え方

課徴金による違反行為の抑止効果を担保するために必要な賦課金額については、故意による違反行為に対しては違反行為者が得た不当な利得以上の金額とすべきとも考えられるが、違反行為が故意によるものかそうでないかの立証が困難であることに鑑みれば、違反行為者の主観を問わず、事業者の得た不当な利得相当額を基準とすべきである。

また、ここでいう「不当な利得相当額」は、事案ごとに個別の方法により算定するのではなく、一定の算定式により一律に算定すべきである。不当表示の態様は事案によって様々であり、違反行為者が得る不当な利得は当該事案の取引対象や利益

率等によって異なるところ、個々の事案に応じて賦課金額を算定することとすれば、執行のために必要な調査に時間がかかり迅速な処分ができなくなるおそれがあるからである。

その算定方法については、平成 20 年改正法案において、事業者単位の営業利益率を参考に算定率を定め、これを違反行為の対象となった商品・役務の売上額に乘じることとされていたところ(資料2)、さらに過去の措置命令事案も精査した上で、違反行為者の手元に不当な利得が残らないよう、適切に定めるべきである。

② 加算・減算・減免措置

【次回】

③ 対象期間

賦課金額算定の対象期間については、賦課金額の算定に係る執行の負担等に鑑み、一定の合理的期間に限定すべきである。

その期間は、過去の措置命令事案も精査した上で、違反行為の抑止という制度目的を達成するために合理的と考えられる期間を適切に定めるべきである⁹。

(3) 裁量性の採否

法の適用等について行政に裁量を認める制度とするか、非裁量的・画一的な制度とするかについては、経済的な不利益を賦課するという課徴金賦課処分の特性及び公平性・透明性を確保すべきという行政処分の一般原則を踏まえると、課徴金の賦課に当たって行政裁量の余地は極力排除されるべきと考える。

課徴金制度の導入により法執行の負担が増大し、かえって現行の措置命令の執行に差し支えるような事態は避けなければならない。例えば軽微な事案など、具体的事案によっては課徴金を課すことが妥当でないものがあり、裁量性を採用すれば、そうした事案を課徴金の対象から除外することができるが、そうした事案については、裾切り等他の要件設定により対象事案に一定の絞りをかけること等によっても対応することができる。

したがって、現時点において、景品表示法に課徴金制度を導入するに当たり、裁量を認めるような制度設計とはすべきではないと考える。

5. 課徴金の賦課手続

違反行為に対する課徴金の賦課手続については、事業者のヒアリングにおいて、事前の弁明の機会の付与等の手続保障を求める意見が示された。平成 20 年改正法

⁹ 平成 20 年改正法案においては、対象期間は3年とされている(資料2)。

案においても、事前手続は措置命令と同一とされ、事前の弁明の機会が付与されているところであり(資料2)、これに従って、措置命令に係る手続と同様の手続保障を検討すべきと考える。

また、徴収手続については、経済的不利益を賦課する処分の執行に必要な・適切な手続とするため、既存の課徴金制度に倣って定められるべきである。

6. 被害回復の在り方

【次回】

7. 結びに

【次回】

(以上)

1. 不当表示規制の実効性を確保するための新たな措置の必要性

資料 1
第1回景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会 配布資料6より抜粋

○年度別にみた消費生活相談の相談内容分類の件数

内容 \ 年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
契約・解約	375,716	461,341	640,834	1,244,569	1,646,361	1,086,432	918,997	855,872	761,630	705,962	675,299	616,790	601,443
販売方法	217,680	270,273	361,562	650,923	872,671	583,342	480,369	426,138	369,053	344,088	369,986	401,553	403,279
価格・料金	80,763	100,561	130,810	159,208	131,508	144,760	155,049	163,332	151,326	150,259	173,799	162,707	146,440
品質・機能・役務品質	88,788	87,217	95,029	83,617	79,261	89,128	90,531	104,472	102,765	111,313	116,839	124,610	118,882
接客対応	54,296	56,404	66,557	65,152	64,176	81,804	86,876	101,125	99,876	115,088	121,222	126,507	128,246
表示・広告	15,948	21,356	28,689	32,006	47,090	45,229	41,492	45,360	41,820	41,503	46,083	50,916	49,492
消費生活相談全体に対する比率 (%)	2.9	3.3	3.3	2.1	2.5	3.5	3.7	4.3	4.4	4.6	5.2	5.9	5.9
法規・基準	17,324	20,789	30,074	37,019	37,520	43,430	41,312	39,823	36,120	32,378	37,625	34,732	32,373
安全・衛生	18,029	16,709	20,318	16,958	16,641	24,701	24,571	31,259	30,237	33,214	30,203	33,998	29,139

(出典) 国民生活センター「消費者年報 2010」、「消費生活年報 2013」

※相談内容別分類は複数回答項目。

○不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）

改正案

現行

（排除命令）

第六条 公正取引委員会は、第三条の規定による制限若しくは禁止又は第四条第一項の規定に違反する行為があるときは、当該事業者に対し、その行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項を命ずることができる。その命令（以下「排除命令」という。）は、当該違反行為が既になくなつていない場合においても、次に掲げる者に対し、することができる。

- 一 当該違反行為をした事業者
- 二 当該違反行為をした事業者が法人である場合において、当該法人が合併により消滅したときにおける合併後存続し、又は合併により設立された法人
- 三 当該違反行為をした事業者が法人である場合において、当該法人から分割により当該違反行為に係る事業の全部又は一部を承継した法人
- 四 当該違反行為をした事業者から当該違反行為に係る事業の全部又は一部を譲り受けた事業者

2 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第八条の二、第二十条、第二十五条、第二十六条及び第八章第二節（第四十六条、第四十九条第三項から第五項まで、第五十条、第五十一条、第五十三条、第五十五条第二項、第五項及び第六項、第五十九条第二項、第六十五条、第六十七条、第六十九條第三項、第七十条の二第四項、第七十条の九から第七十条の十一まで並びに第七十条の十二第一項を除く。）の規定の適用については、前項に規定する違反行為は同法第十九条の規定に違反する行為（事業者団体が事業者に当該行為に該

（排除命令）

第六条 公正取引委員会は、第三条の規定による制限若しくは禁止又は第四条第一項の規定に違反する行為があるときは、当該事業者に対し、その行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項を命ずることができる。その命令（以下「排除命令」という。）は、当該違反行為が既になくなつていない場合においても、することができる。

2 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第八条の二、第二十条、第二十五条、第二十六条及び第八章第二節（第四十六条、第四十九条第三項から第五項まで、第五十条、第五十一条、第五十三条、第五十五条第二項、第五項及び第六項、第五十九条第二項、第六十五条、第六十七条、第六十九條第三項、第七十条の二第四項、第七十条の九から第七十条の十一まで並びに第七十条の十二第一項を除く。）の規定の適用については、前項に規定する違反行為は同法第十九条の規定に違反する行為（事業者団体が事業者に当該行為に該

当する行為をさせるようにする場合にあつては、同法第八條第五号の不正な取引方法に該当する行為」と、排除命令は排除措置命令とみなす。この場合において、同法第四十九條第一項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、「違反行為を排除し、又は違反行為が排除されたことを確保するために必要な措置」とあるのは「その行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項」と、同条第二項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、同条第六項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、「六十日」とあるのは「三十日」と、同法第七十条の十五第一項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、同法第七十条の二十一中「第三章」とあるのは「第三章（第十三条第一項及び第三節を除く。）」とする。

3 排除命令は、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第九十条第三号、第九十二条、第九十五条第一項第二号、第二項第二号及び第四項、第九十五条の二並びに第九十五条の三（それぞれ同法第九十条第三号に係る部分に限る。）並びに第九十七条の規定の適用については、排除措置命令とみなす。

（課徴金納付命令）

第六條の二 事業者が、第四条第一項の規定に違反する行為（同項第一号又は第二号に該当するものに限る。）をしたときは、公正取引委員会は、当該事業者に対し、当該行為をした日から当該行為に係る表示が不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められなくなる日までの期間（当該期間が三年を超えるときは、当該行為に係る表示が不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認め

当する行為をさせるようにする場合にあつては、同法第八條第一項第五号の不正な取引方法に該当する行為」と、排除命令は排除措置命令とみなす。この場合において、同法第四十九條第一項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、「違反行為を排除し、又は違反行為が排除されたことを確保するために必要な措置」とあるのは「その行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項」と、同条第二項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、同条第六項中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、「六十日」とあるのは「三十日」と、同法第七十条の十五中「排除措置命令書」とあるのは「排除命令書」と、同法第七十条の二十一中「第三章」とあるのは「第三章（第十三条第一項及び第三節を除く。）」とする。

3 排除命令は、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第九十条第三号、第九十二条、第九十五条第一項第二号、第二項第二号及び第三項、第九十五条の二並びに第九十五条の三（それぞれ同法第九十条第三号に係る部分に限る。）並びに第九十七条の規定の適用については、排除措置命令とみなす。

められなくなる日からさかのぼつて三年間とする。)における当該商品又は役務の政令で定める方法により算定した売上額に百分の三を乗じて得た額に相当する額の課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。ただし、当該事業者が当該行為をした日から当該行為がなくなる日までの全期間において当該行為に係る表示が次の各号のいずれかに該当することを知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を著しく怠つた者でないとき、又はその額が三百万円未満であるときは、その納付を命ずることができない。

一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、実際のものよりも著しく優良であること又は事実上相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であることを示す表示

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であること又は事実上相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であることを示す表示

21

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第七条の二十二項から第二十五項まで及び第二十七項の規定は、前項に規定する違反行為が行われた場合に準用する。この場合において、同条第二十二項中「第一項又は第四項」とあるのは「不当景品類及び不当表示防止法第六条の二第一項」と、「第一項、第四項から第九項まで、第十一項、第十二項又は第十九項」とあるのは「同項」と、同条第二十三項中「第一項、第四項から第九項まで、第十一項、第十二項又は第十九項」とあるのは「不当景品類及び不当表示防止法第六条の二第一項」と、同条第二十四項中「第一項、第二項又は第四項」とあるのは「不当景品類及び不当表示防止法第六条の二

第一項」と、「並びに当該法人が受けた第一項(第二項において読み替えて準用する場合を含む。)及び第四項の規定による命令、第十八項及び第二十一項の規定による通知並びに第五十一条第二項の規定による審決(以下この項及び次項において「命令等」という。))は、合併後存続し、又は合併により設立された法人がした違反行為及び当該合併後存続し、又は合併により設立された法人が受けた命令等」とあるのは「合併後存続し、又は合併により設立された法人がした違反行為」と、「前各項及び次項」とあるのは「同条第二項において読み替えて準用する前二項及び次項並びに同条第一項」と、同条第二十五項中「第一項、第二項又は第四項」とあるのは「不当景品類及び不当表示防止法第六条の二第一項」と、「法人が当該違反行為に係る事件についての調査開始日」とあるのは「法人が当該違反行為に係る事件について第四十七条第一項第四号に掲げる処分が最初に行われた日(当該処分が行われなかつたときは、当該法人が当該違反行為について同法第六条の二第一項の規定による命令に係る行政手続法(平成五年法律第八十八号)第三十条の規定による通知を受けた日。以下この項において「調査開始日」という。))」と、「違反行為及び当該法人が受けた命令等」とあり、及び「違反行為及び当該特定事業承継子会社等が受けた命令等」とあるのは「違反行為」と、「前各項」とあるのは「同条第二項において読み替えて準用する前三項及び同条第一項」と、「第一項(第二項において読み替えて準用する場合を含む。))」とあるのは「同項」と、「第二十五項」とあるのは「次項において読み替えて準用する私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第七条の二十五項」と、「この項(第二項において読み替えて準用する場合を含む。))の規定による命令を受けた他の特定事業承継子会社等と連帯して

「と、第四項中「当該事業者に対し」とあるのは「特定事業承継子会社等に対し、この項の規定による命令を受けた他の特定事業承継子会社等と連帯して」とあるのは「この項の規定による命令を受けた他の特定事業承継子会社等と連帯して」と、「第二十二項」とあるのは「同条第二項において読み替えて準用する第二十二項」と、「受けた特定事業承継子会社等は、これら」とあるのは「受けた特定事業承継子会社等（同条第二項において読み替えて準用する第二十五項に規定する特定事業承継子会社等をいう。以下この項において同じ。）は、同条第一項」と、同条第二十七項中「実行期間（第四項に規定する違反行為については、違反行為期間）の終了した日」とあるのは「不当景品類及び不当表示防止法第六条の二第一項に規定する行為がなくなつた日」と読み替えるものとする。

3) 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第二十五条、第二十六条及び第八章第二節（第四十六条、第四十九条、第五十条第六項、第五十一条、第五十三条、第五十四条、第五十五条第二項、第五項及び第六項、第六十五条、第六十七條、第六十九條第三項、第七十条の二第四項、第七十条の六から第七十条の八まで並びに第七十条の十一から第七十条の十四までを除く。）の規定の適用については、第一項に規定する違反行為は同法第十九条の規定に違反する行為と、同項の規定による命令は納付命令とみなす。この場合において、同法第七十条の十第一項中「第七條の二第二十五項（第二十条の七において読み替えて準用する場合を含む。）の規定により第七條の二第一項（同条第二項において読み替えて準用する場合を含む。）若しくは第四項又は第二十条の二から第二十条の六まで」とあるのは「不当景品類及び不当表示防止法第六條の二第二項の規定により読み替えて準用する第七

條の二第二十五項の規定により同法第六條の二第一項」と、「これらの」とあるのは「同項の」と、「第五十一条第四項又は次項」とあるのは「次項」と、同法第七十条の二十一中「第三章」とあるのは「第三章（第十三条第一項及び第三節を除く。）」とする。

第1 対象事案 ①対象行為

資料3

第148回本会議・第5回景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会 合同会議 配布資料2より抜粋

○ 不当表示に対する措置命令事件における景品表示法第4条各号の適用状況

	平成21年度 (平成21年9月～)	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度 (～平成26年1月)	合計
第1号(優良誤認)	5	16	19	29	23	92
第4条第2項適用 (不実証広告)	0	0	3	5	5	13
第2号(有利誤認)	0	6	11	9	3	29
第3号(指定告示規制)	1	2	0	2	2	7
合計	6	24	30	40	28	128

(注) 関係法条が2以上にわたる事件があるため、本表の合計は措置命令件数(124件)の合計と一致しない。

消費者委員会委員名簿

(平成 26 年6月現在)

(委員長) 河上 正二 (東京大学大学院法学政治学研究科教授)

(委員長代理) 石戸谷 豊 (弁護士)

阿久澤 良造 (日本獣医生命科学大学応用生命科学部長)

岩田 喜美枝 (公益財団法人 21 世紀職業財団会長)

齋藤 憲道 (同志社大学法学部・法学研究科教授)

高橋 伸子 (生活経済ジャーナリスト)

夏目 智子 (全国地域婦人団体連絡協議会事務局長)

橋本 智子 (一般社団法人北海道消費者協会会長)

山本 隆司 (東京大学大学院法学政治学研究科教授)

唯根 妙子 (公益社団法人日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント協会理事)

以上 10 名

消費者委員会 景品表示法における不当表示に係る
課徴金制度等に関する専門調査会 委員名簿

(平成 26 年6月現在)

(座長) 小早川 光郎 (成蹊大学法科大学院教授)

(座長代理) 白石 忠志 (東京大学大学院法学政治学研究科教授)

鹿野 菜穂子 (慶應義塾大学大学院法務研究科教授)

川出 敏裕 (東京大学大学院法学政治学研究科教授)

長田 三紀 (全国地域婦人団体連絡協議会 事務局次長)

増田 悦子 (公益社団法人全国消費生活相談員協会 専務理事)

宮城 朗 (弁護士)

以上7名