

**不当景品類及び不当表示防止法第8条
(課徴金納付命令の基本的要件)に関する考え方(案)**

目次

第1	はじめに	1
1	本考え方の目的	1
2	本考え方の構成	1
第2	優良・有利誤認表示	2
1	本法上の「表示」	2
2	優良・有利誤認表示	3
	(1) 本法第5条第1号及び第2号の規定	3
	(2) 優良・有利誤認表示の意義等	3
第3	課徴金対象行為	4
第4	課徴金額の算定方法	4
1	「課徴金対象期間」	5
	(1) 本法第8条第2項の規定	5
	(2) 「課徴金対象行為をした期間」	6
	(3) 「課徴金対象行為をやめてから最後に当該取引をした日までの期間」	6
	(4) 一般消費者の誤認のおそれの解消措置	7
	(5) 想定例	8
2	「課徴金対象行為に係る商品又は役務」	10
3	「政令で定める方法で算定した売上額」(算定方法)	12
	(1) 「売上額」	12
	(2) 「売上額」の算定方法(「政令で定める方法」)	13
第5	「相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否か	16
1	「相当の注意を怠つた者でないと認められる」	17
2	「課徴金対象行為をした期間を通じて」	17
3	想定例	18
第6	規模基準	21
第7	課徴金納付命令に関する不実証広告規制	22

**不当景品類及び不当表示防止法第8条
(課徴金納付命令の基本的要件)に関する考え方(案)**

平成〇年〇月〇日
消費者庁

第1 はじめに

1 本考え方の目的

不当な表示による顧客の誘引を防止するため、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「本法」という。)への課徴金制度の導入等を内容とする不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律(平成26年法律第118号。以下「本改正法」といい、本法の引用に際しては本改正法施行後の条文を引用する。)が平成26年11月19日に成立し(同月27日公布)、平成28年〇月〇日から施行される。

本改正法の施行に伴い、事業者が、不当な表示を禁止する本法「第五条の規定に違反する行為(同条第三号に該当する表示に係るものを除く。〔略〕)」(以下「課徴金対象行為」という。)を施行日以後にしたときは、消費者庁長官は、その他の要件を満たす限り、当該事業者に対し、課徴金の納付を命じなければならないこととなる(本法第8条第1項本文。以下同項本文の規定による命令を「課徴金納付命令」という。)

そこで、本法の課徴金制度の運用の透明性及び事業者の予見可能性を確保するため、本法に基づく課徴金納付命令の基本的要件に関する考え方を示すこととする。

2 本考え方の構成

本考え方は、前記1の目的を踏まえ、まず、第2において、課徴金対象行為を基礎付ける不当な表示すなわち本法第5条第1号に該当する表示(以下「優良誤認表示」という。)及び同条第2号に該当する表示(以下「有利誤認表示」といい、優良誤認表示及び有利誤認表示を総称する場合は「優良・有利誤認表示」という。)の考え方を示す。

その上で、第3以下において、課徴金納付命令の基本的要件の意義や考え方について説明するものである。具体的には、第3において課徴金対象行為、第4において課徴金額の算定方法、第5において「相当の注意を怠った者でないと認められる」か否か、第6において規模基準、第7において課徴金納付命令に関する不実証広告規制の考え方を示す。

なお、本考え方においては必要に応じて「想定例」を掲げているが、これら「想定例」は、本法の課徴金制度の運用の透明性及び事業者の予見可

能性を確保するため、仮定の行為を例示したものである。具体的な行為が課徴金納付命令に関する各要件を満たすか否かは、本法の規定に照らして個別事案ごとに判断されることに留意する必要がある。

第2 優良・有利誤認表示

本改正法は、優良・有利誤認表示に関する従来の規定を変更したのではないが、本改正法の施行に伴い、事業者が優良・有利誤認表示をする行為をしたとき、消費者庁長官は、その他の要件を満たす限り、その行為をした事業者に対し、課徴金の納付を命じなければならなくなることを踏まえ、本法上の「表示」（本法第2条第4項）を後記1にて確認した上で、優良・有利誤認表示について、後記2に概要を記載する。

1 本法上の「表示」

本法上の「表示」とは、「顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について行う広告その他の表示」（本法第2条第4項）であり、具体的には、次に掲げるものをいう（昭和37年公正取引委員会告示第3号）。

- ① 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- ② 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- ③ ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- ④ 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声器による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- ⑤ 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

このように、事業者が商品又は役務の供給の際に顧客を誘引するために利用するあらゆる表示が本法の「表示」に該当し、容器や包装上のものだけでなく、パンフレット、説明書面、ポスター、看板、インターネットを始めとして、その範囲は広範に及ぶ。口頭によるものも「表示」に該当する。

2 優良・有利誤認表示

(1) 本法第5条第1号及び第2号の規定

本法第5条は、事業者に対し、「自己の供給する商品又は役務の取引」について、同条第1号から第3号までのいずれかに該当する表示をしてはならない旨を定めているところ、優良・有利誤認表示に関する同条第1号及び同条第2号の規定は次のとおりである。

[本法]

(不当な表示の禁止)

第五条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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と一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

(2) 優良・有利誤認表示の意義等

本法の不当な表示に関する規制は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による適正な商品又は役務の選択を確保することを目的として行われるものである。このため、特定の表示が「著しく優良であると示す」表示（又は「著しく有利である」と「誤認される」表示）に該当するか否かは、業界の慣行や表示をする事業者の認識により判断するのではなく、表示の受け手である一般消費者に、「著しく優良」（又は「著しく有利」）と誤認されるか否かという観点から判断される。また、「著しく」とは、当該表示の誇張の程度が、社会一般に許容される程度を超えて、一般消費者による商品又は役務の選択に影響を与える場合をいう。

すなわち、優良誤認表示（又は有利誤認表示）とは、一般消費者に対して、社会一般に許容される誇張の程度を超えて、特定の「商品又は役務」の内容（又は取引条件）について、実際のもの等よりも著しく優良

であると示す表示（又は著しく有利であると誤認される表示）である。このような表示が行われれば、一般消費者は、商品又は役務の内容（又は取引条件）について誤認することとなる。

なお、「著しく優良であると示す」表示（又は「著しく有利である」と「誤認される」表示）か否かの判断に当たっては、表示上の特定の文言、図表、写真等から一般消費者が受ける印象・認識ではなく、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識が基準となり、その際、事業者の故意又は過失の有無は問題とされない。

第3 課徴金対象行為

課徴金対象行為とは、優良・有利誤認表示をする行為である（本法第8条第1項）。したがって、例えば、事業者が、本法第31条第1項の規定に基づく協定又は規約（以下「公正競争規約」という。）に沿った表示など、優良・有利誤認表示に該当しない表示をした場合には、課徴金対象行為は成立せず、課徴金の納付を命ずることはない。

[本法]

（課徴金納付命令）

第八条 事業者が、第五条の規定に違反する行為（同条第三号に該当する表示に係るものを除く。以下「課徴金対象行為」という。）をしたときは、内閣総理大臣は、当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る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、当該事業者が当該課徴金対象行為をした期間を通じて当該課徴金対象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怠つた者でないと認められるとき、又はその額が百五十万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・二 （略）

2・3 （略）

第4 課徴金額の算定方法

課徴金額は、（ア）「課徴金対象期間に取引をした」（イ）「課徴金対象行為に係る商品又は役務」の（ウ）「政令で定める方法により算定した売上額」に、3%を乗じて得た額となる（本法第8条第1項本文）。

そこで、以下では、課徴金額算定の基礎となる「売上額」を算定するに当たり必要な要素である、（ア）「課徴金対象期間」、（イ）「課徴金対

象行為に係る商品又は役務」、(ウ)「政令で定める方法により算定した売上額」について説明する。

[本法]

(課徴金納付命令)

第八条 事業者が、第五条の規定に違反する行為（同条第三号に該当する表示に係るものを除く。以下「課徴金対象行為」という。）をしたときは、内閣総理大臣は、当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る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、当該事業者が当該課徴金対象行為をした期間を通じて当該課徴金対象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怠つた者でないと認められるとき、又はその額が百五十万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・二 (略)

2・3 (略)

1 「課徴金対象期間」

(1) 本法第8条第2項の規定

本法第8条第2項は、「課徴金対象期間」について、以下の(i)又は(ii)の期間であるとしつつ、当該期間が3年を超えるときは、当該期間の末日から遡って3年間であると定めている。

(i) 原則：「課徴金対象行為をした期間」（後記(2)参照）

(ii) 「課徴金対象行為をやめた日」から①6か月を経過する日、又は、②「一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれを解消するための措置として内閣府令で定める措置」（以下「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」という。）をとった日のいずれか早い日までの間に、当該「課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引をした」場合：課徴金対象行為をした期間に、当該「課徴金対象行為をやめてから最後に当該取引をした日までの期間」を加えた期間（後記(3)及び(4)参照）

[本法]

(課徴金納付命令)

第八条 (略)

2 前項に規定する「課徴金対象期間」とは、課徴金対象行為をした期間（課徴金対象

行為をやめた後そのやめた日から六月を経過する日（同日前に、当該事業者が当該課徴金対象行為に係る表示が不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれを解消するための措置として内閣府令で定める措置をとったときは、その日）までの間に当該事業者が当該課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引をしたときは、当該課徴金対象行為をやめてから最後に当該取引をした日までの期間を加えた期間とし、当該期間が三年を超えるときは、当該期間の末日から遡って三年間とする。）をいう。

3 （略）

(2) 「課徴金対象行為をした期間」

「課徴金対象行為をした期間」とは、事業者が課徴金対象行為（優良・有利誤認表示をする行為）を始めた日からやめた日までの期間である。

このうち、課徴金対象行為を「やめた日」に該当する日としては、例えば、事業者が、特定の商品の内容について著しく優良であると示す表示を内容とするウェブサイトを公開し続けた場合の当該公開行為終了日が挙げられる。また、当該行為を終了していない場合であっても、当該事業者が、課徴金対象行為に係る商品の内容を変更することにより、表示内容と一致させたと認められる場合には、当該変更日が課徴金対象行為を「やめた日」に該当する。

(3) 「課徴金対象行為をやめてから最後に当該取引をした日までの期間」

本法第8条第2項は、課徴金額の算定に当たり、課徴金対象行為に係る表示により生じた「一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれ」が存続する期間を、課徴金対象行為をやめた後（一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとらない限り）最長6か月とみなし、当該期間のうち「最後に当該取引をした日までの期間」も、課徴金対象期間に含めることとしている。

なお、この「最後に当該取引をした日までの期間」とは、「当該課徴金対象行為をやめた日」から①6か月を経過する日又は②一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとった日のいずれか早い日までの間に、最後に課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引をした日までの期間である。例えば、事業者が課徴金対象行為をやめた日から一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとらないまま9か月間課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引を継続したとしても、課徴金対象行為をやめた日から6か月

を経過する日が課徴金対象期間の終期となる（9か月を経過した日が終期となるのではない。）。

(4) 一般消費者の誤認のおそれの解消措置

一般消費者の誤認のおそれの解消措置とは、事業者が、課徴金対象行為に係る表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当する表示であることを、時事に関する事項を掲載する日刊新聞紙に掲載する方法その他の一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれを解消するため相当な方法により一般消費者に周知する措置をいう（不当景品類及び不当表示防止法施行規則（平成20年内閣府令第〇号）第2条）。

課徴金対象行為に係る表示方法、表示内容や行為態様等は個別事案により多様であるため、当該課徴金対象行為に係る表示から生じる「一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれ」を解消するため相当と認められる方法は個別事案によって異なるが、少なくとも、「一般消費者に周知する措置」である必要がある点に留意する必要がある。

[不当景品類及び不当表示防止法施行規則]

（法第八条第二項に規定する内閣府令で定める措置）

第八条 法第八条第二項に規定する内閣府令で定める措置は、課徴金対象行為に係る表示が法第八条第一項ただし書各号のいずれかに該当することを時事に関する事項を掲載する日刊新聞紙に掲載する方法その他の一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれを解消する相当な方法により一般消費者に周知する措置とする。

[本法]

（課徴金納付命令）

第八条 （略）

- 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と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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

2・3 （略）

(5) 想定例

事業者が、課徴金対象行為をやめた日より後に課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引をしていない場合は、「課徴金対象期間」は「課徴金対象行為をした期間」と同一期間となる。

他方、事業者が課徴金対象行為をやめた日より後に課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引をした場合は、課徴金対象行為をやめた日から6か月を経過する日又は一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとった日のいずれか早い日までの間においていつまで取引をしていたか否かによって、課徴金対象期間が異なることとなる。

以下の想定例では、必要に応じて、それぞれの場合に応じた説明をする。

なお、各想定例における「課徴金対象行為をした期間」は、各事業者が課徴金対象行為を毎日行っていない場合（例えば、週に1回行っていた場合、月に1回行っていた場合）であっても、異なるものではない。

① 商品 a を製造する事業者 A が、小売業者を通じて一般消費者に対して供給する商品 a の取引に際して、商品 a について優良誤認表示を内容とする包装をし、その包装がされた商品 a を、平成 30 年 4 月 1 日から同年 9 月 30 日までの間、毎日小売業者に対し販売して引き渡した場合、事業者 A の課徴金対象行為をした期間は、平成 30 年 4 月 1 日から同年 9 月 30 日までとなる（小売業者の一般消費者に対する販売行為は、事業者 A の行為ではない。なお、当該小売業者が事業者 A とともに当該優良誤認表示の内容の決定に関与していた場合は、当該小売業者が一般消費者に対して商品 a を販売して引き渡す行為について、別途課徴金対象行為の該当性が問題となる。）。

事業者 A は、課徴金対象行為をやめた日の翌日である平成 30 年 10 月 1 日以降は商品 a の取引をしていないため、課徴金対象期間は、平成 30 年 4 月 1 日から同年 9 月 30 日までとなる。

② 事業者 B が、自ら直接一般消費者に対して販売する商品 b の取引に際して、商品 b について有利誤認表示を内容とするチラシを、自ら平成 30 年 10 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日までの間配布した場合、事業者 B の課徴金対象行為をした期間は、平成 30 年 10 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日までとなる。

事業者 B が、平成 31 年 4 月 1 日以降は商品 b の取引をしなかった場合、課徴金対象期間は平成 30 年 10 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日

までとなる。

③ 事業者Cが、自ら直接一般消費者に対して販売する商品cの取引に際して、商品cについて優良誤認表示を内容とするポスターを平成31年4月1日から同年9月30日までの間自己の店舗内及び店頭に掲示した場合、事業者Cの課徴金対象行為をした期間は、平成31年4月1日から同年9月30日までとなる。

事業者Cが、平成31年10月1日以降、一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとらないまま、商品cの取引を継続し、最後に取引をした日が平成31年12月31日であった場合、課徴金対象期間は平成31年4月1日から同年12月31日までとなる。

④ 事業者Dが、自ら直接一般消費者に対して販売する商品dの取引に際して、商品dについて優良誤認表示を内容とするテレビコマーシャルを平成31年10月1日から同月31日までの間テレビ放送局に放送させた場合、事業者Dの課徴金対象行為をした期間は、平成31年10月1日から同月31日までとなる。

事業者Dが、平成31年11月1日以降、一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとらないまま、商品dの取引を継続し、平成32年4月30日に取引をした上で、最後に取引をした日が平成32年8月31日であった場合、課徴金対象期間は、平成31年10月1日から平成32年4月30日（課徴金対象行為をやめてから6か月経過日までの最後の取引日）までとなる。

⑤ 事業者Eが、自ら直接一般消費者に対して販売する商品eの取引に際して、商品eについて有利誤認表示を内容とするウェブサイトを平成31年11月1日から平成32年4月30日までの間公開した場合、事業者Eの課徴金対象行為をした期間は、平成31年11月1日から平成32年4月30日までとなる。

事業者Eが平成32年5月1日以降も商品eの取引を継続し（同年7月31日にも取引をしていた。）、最後に取引をした日が平成34年9月30日であったが、平成32年7月31日に一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとっていた場合、課徴金対象期間は、平成31年11月1日から平成32年7月31日までとなる。

2 「課徴金対象行為に係る商品又は役務」

課徴金対象行為は優良・有利誤認表示をする行為であるから、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、優良・有利誤認表示をする行為の対象となった商品又は役務である。その「商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様に応じて個別事案ごとに異なるものであるから、全ての場合を想定して論じることはできないが、以下、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」に関する考え方の例を記載することとする。

- (1) 全国（又は特定地域）において供給する商品又は役務であっても、具体的な表示の内容や実際に優良・有利誤認表示をした地域といった事情から、一部の地域や店舗において供給した当該商品又は役務が「課徴金対象行為に係る商品又は役務」となることがある。

<想定例>

① 事業者Aが、自ら全国において運営する複数の店舗においてうなぎ加工食品 a を一般消費者に販売しているところ、平成 30 年 4 月 1 日から同年 11 月 31 日までの間、北海道内で配布した「北海道版」と明記したチラシにおいて、当該うなぎ加工食品について「国産うなぎ」等と記載することにより、あたかも、当該うなぎ加工食品に国産うなぎを使用しているかのように示す表示をしていたものの、実際には、同期間を通じ、外国産のうなぎを使用していた事案
事業者Aの課徴金対象行為に係る商品は、事業者Aが北海道内の店舗において販売する当該うなぎ加工食品となる。

② 事業者Bが、自ら東京都内で運営する 10 店舗において振り袖 b を一般消費者に販売しているところ、平成 30 年 9 月 1 日から同年 11 月 30 日までの間、東京都内で配布したチラシにおいて、当該振り袖について「〇〇店、××店、△△店限定セール実施！通常価格 50 万円がセール価格 20 万円！」（〇〇店、××店、△△店は東京都内にある店舗）等と記載することにより、あたかも、実売価格が「通常価格」と記載した価格に比して安いかのように表示をしていたものの、実際には、「通常価格」と記載した価格は、事業者Bが任意に設定した架空の価格であって、〇〇店、××店、△△店において販売された実績のないものであった事案
事業者Bの課徴金対象行為に係る商品は、事業者Bが東京都内の〇〇店、××店、△△店において販売する当該振り袖となる。

- (2) 事業者が、自己の供給する商品又は役務を構成する一部分の内容や取引条件について問題となる表示をした場合において、(当該商品又は役務の一部分が別の商品又は役務として独立の選択〔取引〕対象となるか否かにかかわらず) その問題となる表示が、商品又は役務の一部分ではなく商品又は役務そのものの選択に影響を与えるときには、(当該商品又は役務の一部分でなく) 当該商品又は役務が「課徴金対象行為に係る商品又は役務」となる。

<想定例>

① 事業者Cが、自ら運営するレストラン1店舗においてコース料理cを一般消費者に提供するに当たり、平成31年1月10日から同年12月28日までの間、当該料理について、「松阪牛ステーキを堪能できるコース料理」等との記載があるウェブサイトを開示することにより、あたかも、当該コース料理中のステーキに松阪牛を使用しているかのように表示をしていたものの、実際には、同期間を通じ、松阪牛ではない国産の牛肉を使用していた事案

当該ウェブサイトでの表示は、一般消費者による当該コース料理の選択に影響を与えることとなるから、事業者Cの課徴金対象行為に係る役務(料理)は、「松阪牛ステーキを堪能できるコース料理」と示して提供した当該コース料理となる。

② 事業者Dが、自ら運営する旅館1軒において宿泊役務dを一般消費者に提供するに当たり、平成33年4月1日から平成34年3月31日までの間、当該宿泊役務について、「一番人気!肉食系集合!!松阪牛ステーキ宿泊プラン」等との記載があるウェブサイトを開示することにより、あたかも、当該宿泊役務の利用者に提供する料理に松阪牛を使用しているかのように示す表示をしていたものの、実際には、同期間を通じ、松阪牛ではない国産の牛肉を使用していた事案

当該ウェブサイトでの表示は、一般消費者による当該宿泊役務の選択に影響を与えることとなるから、事業者Dの課徴金対象行為に係る役務は、「松阪牛ステーキ」と示して提供した料理を含む当該宿泊役務となる。

- (3) 「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、具体的に「著しく優良」

と示された（「著しく有利」と誤認される）商品又は役務に限られる。

<想定例>

① 事業者Eが、自ら運営するレストラン1店舗において料理 e を一般消費者に提供するに当たり、平成30年7月1日から平成31年12月31日までの間、同店舗内に設置したメニューにおいて、当該料理について、「松阪牛すき焼き」等と記載することにより、あたかも、記載された料理に松阪牛を使用しているかのように表示をしていたものの、実際には、平成30年7月14日から平成31年12月31日までの間、松阪牛ではない国産の牛肉を使用していた事案

事業者Eの課徴金対象行為に係る役務（料理）は、事業者Eが松阪牛を使用していないにもかかわらず松阪牛すき焼きと示して提供した当該すき焼き料理となる（事業者Eが平成30年7月1日から同月13日までの間に実際に松阪牛を使用して提供したすきやき料理は課徴金対象行為に係る役務（料理）とならない。）。

② 事業者Fが、自ら全国において運営する複数の店舗においてスーツを一般消費者に販売するに当たり、平成30年3月1日から同年6月30日までの間、テレビコマーシャルにおいて、当該スーツについて、「スーツ全品半額」等との文字を使用した映像、「スーツ全品半額」等との音声をテレビ放送局に放送させることにより、あたかも、事業者Fが全店舗において販売するスーツの全てが表示価格の半額で販売されているかのように表示をしていたものの、実際には、表示価格2万円未満のスーツは半額対象外であった事案

事業者Fの課徴金対象行為に係る商品は、事業者Fが全店舗において販売するスーツ商品のうち、半額対象外であるにもかかわらず半額と示した表示価格2万円未満のスーツとなる（実際に半額対象であった表示価格2万円以上のスーツは課徴金対象行為に係る商品とならない。）。

3 「政令で定める方法で算定した売上額」（算定方法）

(1) 「売上額」

課徴金額算定の基礎となる、課徴金対象行為に係る商品又は役務の「売上額」は、事業者の事業活動から生ずる収益から費用を差し引く前の数値（消費税相当額も含む。）を意味する。

また、この「売上額」は、事業者の直接の取引先に対する売上額のことであり、当該「売上額」は、必ずしも事業者の一般消費者に対する直接の売上額のみに限られるものではない。

例えば、自ら特定の商品を製造する事業者が、同商品について優良誤認表示をした場合において、その商品の流通経路として、当該製造事業者が一般消費者に対して直接販売する経路のほか、当該製造事業者が卸売業者や小売業者等を介して一般消費者に販売する経路があるときには、当該製造事業者から一般消費者に対する直接の販売額のみならず、当該卸売業者や小売業者等に対する販売額も、課徴金算定の基礎となる「売上額」に含まれる。

なお、課徴金対象行為に係る商品又は役務のうち、「役務」の「売上額」については、事業者が提供する役務の内容に応じて異なることとなるが、例えば、①住宅建築請負工事や住宅リフォーム工事については工事役務の対価である工事代金、②電気通信役務については通信役務の対価である通信料金、③不動産仲介については仲介役務の対価である仲介手数料、④物品運送については運送役務の対価である運賃、⑤保険については保険の引受けの対価である保険料が、それぞれ「売上額」となる。

(2) 「売上額」の算定方法（「政令で定める方法」）

課徴金額算定の基礎となる「売上額」は、後記アのとおり算定した総売上額から、後記イの控除項目の合計額を控除して算定する（不当景品類及び不当表示防止法施行令（平成 21 年政令第 218 号。以下「本政令」という。）第 1 条、第 2 条）。

ア 総売上額の算定

(ア) 総売上額は、原則として、課徴金対象期間において引き渡された又は提供された、課徴金対象行為に係る商品又は役務の対価を合計する方法（引渡基準）によって算定する（本政令第 1 条）。

(イ) ただし、課徴金対象行為に係る商品又は役務の対価がその販売又は提供に関する契約を締結する際に定められる場合であって、引渡基準で算定した場合と、当該課徴金対象期間において締結した契約額を合計する方法（契約基準）により算定した額の間に着しい差異を生ずる事情があると認められるときは、契約基準によって算定する（本政令第 2 条）。

契約基準を用いるべき、「課徴金対象行為…に係る商品又は役務の対価がその販売又は提供に係る契約の締結の際に定められる場合

において、課徴金対象期間において引き渡した商品又は提供した役務の対価の額の合計額と課徴金対象期間において締結した契約により定められた商品の販売又は役務の提供の対価の額の合計額との間に著しい差異を生ずる事情があると認められるとき」（本政令第2条第1項）に該当するか否かについては、実際に両方の方法で額を計算し、その額に著しい差異が生じたか否かによってではなく、そのような著しい差異が生じる蓋然性が類型的又は定性的に認められるか否かによって判断する。

例えば、課徴金対象行為に係る商品が新築戸建分譲住宅であるときのように契約から引渡しまでに長期間を要するような場合には、契約基準を用いることがあると考えられる。

[本政令]

(法第八条第一項の政令で定める売上額の算定の方法)

第一条 不当景品類及び不当表示防止法（以下「法」という。）第八条第一項に規定する政令で定める売上額の算定の方法は、次条に定めるものを除き、法第八条第二項に規定する課徴金対象期間（以下単に「課徴金対象期間」という。）において引き渡した商品又は提供した役務の対価の額を合計する方法とする。この場合において、次の各号に掲げる場合に該当するときは、当該各号に定める額を控除するものとする。

一～三（略）

第二条 法第八条第一項に規定する課徴金対象行為（以下単に「課徴金対象行為」という。）に係る商品又は役務の対価がその販売又は提供に係る契約の締結の際に定められる場合において、課徴金対象期間において引き渡した商品又は提供した役務の対価の額の合計額と課徴金対象期間において締結した契約により定められた商品の販売又は役務の提供の対価の額の合計額との間に著しい差異を生ずる事情があると認められるときは、同項に規定する売上額の算定の方法は、課徴金対象期間において締結した契約により定められた商品の販売又は役務の提供の対価の額を合計する方法とする。

2（略）

イ 総売上額からの控除項目

(ア) 総売上額を引渡基準により算定する場合、総売上額からの控除項目は、以下のとおりとなる。

① 本政令第1条第1号に該当する値引き額

課徴金対象期間において商品の量目不足、品質不良又は破損、役務の不足又は不良その他の事由により対価の額の全部又は一部が控除された場合における控除額

② 本政令第1条第2号に該当する返品額

課徴金対象期間に返品された場合における返品商品の対価相当額

③ 本政令第1条第3号に該当する割戻金の額

商品の引渡し又は役務の提供の実績に応じて割戻金を支払うべき旨が書面によって明らかな契約があった場合に、当該契約に基づき課徴金対象期間におけるその実績により算定した割戻金の額

なお、本政令第1条第1号又は第2号は、それぞれ、課徴金対象期間内に商品の量目不足等により対価の額が控除された場合における控除額や同期間内に返品された場合における返品商品の対価相当額を控除することを規定するものであり、課徴金対象期間中に引き渡した又は提供した商品又は役務の値引き又は返品であるか否かは、本政令第1条第1号又は同条第2号の該当性とは関係がない。これに対し、本政令第1条第3号に該当する割戻金の額は、課徴金対象期間中に引き渡した商品又は提供した役務に対応する割戻金の額に限定される。

(イ) 契約基準により「売上額」を算定する場合には、割戻金の額が総売上額からの控除項目となる（本政令第2条第2項）。

なお、引渡基準により算定する場合には総売上額からの控除項目となる不足等による値引きと返品は、契約基準により算定する場合には契約の修正という形で行われ、修正された契約額が総売上額となる。

[本政令]

(法第八条第一項の政令で定める売上額の算定の方法)

第一条 不当景品類及び不当表示防止法（以下「法」という。）第八条第一項に規定する政令で定める売上額の算定の方法は、次条に定めるものを除き、法第八条第二項に規定する課徴金対象期間（以下単に「課徴金対象期間」という。）において引き渡した商品又は提供した役務の対価の額を合計する方法とする。この場合において、次の各号に掲げる場合に該当するときは、当該各号に定める額を控除するものとする。

一 課徴金対象期間において商品の量目不足、品質不良又は破損、役務の不足又は不

良その他の事由により対価の額の全部又は一部を控除した場合 控除した額
二 課徴金対象期間において商品が返品された場合 返品された商品の対価の額
三 商品の引渡し又は役務の提供を行う者が引渡し又は提供の実績に応じて割戻金の支払を行うべき旨が書面によって明らかな契約（一定の期間内の実績が一定の額又は数量に達しない場合に割戻しを行わない旨を定めるものを除く。）があった場合 課徴金対象期間におけるその実績について当該契約で定めるところにより算定した割戻金の額（一定の期間内の実績に応じて異なる割合又は額によって算定すべき場合にあっては、それらのうち最も低い割合又は額により算定した額）

第二条 （略）

2 前条（第三号に係る部分に限る。）の規定は、前項に規定する方法により売上額を算定する場合に準用する。

第5 「相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否か

事業者が課徴金対象行為をした場合であっても、当該事業者が、「課徴金対象行為をした期間を通じて」、自らが行った表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを「知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められるとき」は、消費者庁長官は、課徴金の納付を命ずることができない（本法第8条第1項ただし書）。

なお、「知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否かは、事業者が課徴金対象行為をした場合に判断する必要があるものである。したがって、例えば、事業者が、公正競争規約に沿った表示のように優良・有利誤認表示に該当しない表示をした場合等、課徴金対象行為が成立しないときは、当該事業者について、「相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否かを判断するまでもなく、課徴金の納付を命ずることはない。

[本法]

（課徴金納付命令）

第八条 事業者が、第五条の規定に違反する行為（同条第三号に該当する表示に係るものを除く。以下「課徴金対象行為」という。）をしたときは、内閣総理大臣は、当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る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、当該事業者が当該課徴金対象行為をした期間を通じて当該課徴金対象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

当の注意を怠つた者でないと認められるとき、又はその額が百五十万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と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給してい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

2・3 (略)

1 「相当の注意を怠つた者でないと認められる」

課徴金対象行為をした事業者が、当該課徴金対象行為をした期間を通じて自らが行った表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを「知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否かは、当該事業者が課徴金対象行為に係る表示をする際に、当該表示の根拠となる情報を確認するなど、正常な商慣習に照らし必要とされる注意をしていたか否かにより、個別事案ごとに判断されることとなる（なお、ここでいう正常な商慣習とは、一般消費者の利益の保護の見地から是認されるものをいう。したがって、仮に、例えば自己の供給する商品の内容について一切確認することなく表示をするといった一定の商慣習が現に存在し、それには反していなかったとしても、そのことによって直ちに「知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められる」わけではないことに留意する必要がある。）。

当該判断に当たっては、当該事業者の業態や規模、課徴金対象行為に係る商品又は役務の内容、課徴金対象行為に係る表示内容及び課徴金対象行為の態様等を勘案することとなるが、当該事業者が、必要かつ適切な範囲で、「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」（平成26年内閣府告示第276号）に沿うような具体的な措置を講じていた場合には、「相当の注意を怠つた者でない」と認められると考えられる（「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」：http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141114premiums_5.pdf）。

2 「課徴金対象行為をした期間を通じて」

消費者庁長官が課徴金の納付を命ずることができないのは、課徴金対象行為をした事業者が、課徴金対象行為をした期間を通じて、自らが行った

示をしていたものの、実際には、そのような通気性を有さなかった事案
当該事案において、製造業者Aが、

- ・ 上記表示をする際に、実績がある等信頼できる検査機関に通気性試験を依頼し、通気性が自社の従来製品の10倍であるという試験結果報告を受けて当該報告内容を確認していたところ、
- ・ 当該検査機関による再試験の結果、実際には、上記表示をする際に依頼した試験結果に誤りがあったことが明らかとなり、速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合

② 小売業者Bが、卸売業者から仕入れた鶏肉を用いて自ら製造したおにぎりを一般消費者に供給するに当たり、当該おにぎりについて、当該おにぎりの包装袋に貼付したシールにおいて、「国産鶏肉使用」等と記載することにより、あたかも、当該商品の原材料に我が国で肥育された鶏の肉を用いているかのように示す表示をしていたものの、実際には、当該商品の原材料に外国で肥育された鶏の肉を用いていた事案

当該事案において、小売業者Bが、

- ・ 上記表示をする際に、卸売業者から交付された生産者作成に係る証明書に「国産鶏」と記載されていることを確認していたところ、
- ・ 当該卸売業者から鶏肉の仕入れをしていた別の小売業者の指摘を契機として、実際には、当該証明書の記載は当該生産者による虚偽の記載であったことが明らかになり、速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合

③ 小売業者Cが、卸売業者から仕入れた健康食品を、自ら全国において運営するドラッグストアにおいて一般消費者に販売するに当たり、当該健康食品について、全店舗の店頭ポップにおいて、「アセロラ由来のビタミンC含有の健康食品です。」等と記載することにより、あたかも、当該健康食品に含有されているビタミンCがアセロラ果実から得られたものであるかのように示す表示をしていたものの、実際には、当該健康食品に含有されているビタミンCは化学合成により製造されたものであった事案

当該事案において、小売業者Cが、

- ・ 上記表示をする際に、卸売業者から仕入れた当該健康食品のパッケージに「アセロラ由来のビタミンC含有」との記載があることを確認していたところ、
- ・ 消費者庁から当該健康食品の表示に関する質問を受け、この後に速

やかに当該健康食品の製造業者に問い質したところ、実際には、当該健康食品に含有されているビタミンCはアセロラ果実から得られたものではなく化学合成により製造されたものであったことが明らかとなり、速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合

④ 小売業者Dが、製造業者から仕入れた布団を通信販売の方法により一般消費者に販売するに当たり、当該布団について、テレビショッピング番組において、「カシミヤ 80%」との文字を使用した映像及び「ぜいたくにカシミヤを 80%使いました」等の音声をテレビ放送局に放送させることにより、あたかも、当該布団の詰め物の原材料としてカシミヤが80%用いられているかのように示す表示をしていたものの、実際には、当該布団の詰め物の原材料にカシミヤは用いられていなかった事案

当該事案において、小売業者Dが、

- ・ 上記表示をする際に、当該布団を製造した事業者からカシミヤを80%含んでいる旨の混合率に関する検査結果報告を提出させ、当該報告を確認していたところ、
- ・ 当該布団を含め自社で取り扱っている全商品について実施した抜き打ち検査により、実際には、当該布団にはカシミヤが用いられていないことが明らかとなり、速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合

⑤ 旅行業者Eが、自ら企画した募集型企画旅行（旅行業者があらかじめ旅行計画を作成し、旅行者を募集するもの）を、自ら全国において運営する複数の店舗において一般消費者に提供するに当たり、当該旅行について、全店舗に設置したパンフレットにおいて、「豪華 松阪牛のすき焼きを食す旅」等と記載することにより、あたかも、当該旅行の行程中に提供される料理（すき焼き）が松坂牛を使用したものであるかのように示す表示をしていたものの、実際には、松坂牛ではない外国産の牛肉を使用したすき焼きが提供されていた事案

当該事案において、旅行業者Eが、

- ・ 上記表示をする際に、当該旅行の行程における宿泊先であるホテルで提供されるすき焼きの食材について、ホテル運営事業者との間で当該旅行の宿泊客に対して松阪牛を使用したすき焼きを提供することを合意し、当該ホテル運営事業者を通じて松阪牛を納入する事業者から松阪牛の納入に関する証明書の提出を受けて確認していたところ、
- ・ 当該ホテル運営事業者の従業員からの申告を契機として、実際には

、当該ホテル運営事業者の独断ですき焼きに松阪牛以外の外国産の牛肉を使用したすき焼きが提供されていたことが明らかとなり、速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合

第6 規模基準

本法第8条第1項の規定により算定した課徴金額が150万円未満（課徴金対象行為に係る商品又は役務の売上額が5000万円未満）であるときは、課徴金の納付を命ずることができない（本法第8条第1項ただし書）。

なお、「その額」すなわち「課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る商品又は役務の政令の定める方法により算定した売上額」に3%を乗じて得た額（本法第8条第1項本文により算定した課徴金額。算定方法について前記第4参照。）が150万円以上である場合、課徴金対象行為に該当する事実の報告や返金措置の実施による課徴金額の減額の結果、減額後の金額が150万円未満になったとしても、当該減額後の金額について、課徴金の納付を命ずることとなる。

<想定例>

事業者が行った課徴金対象行為について、本法第8条第1項の規定により算定した課徴金額が200万円である場合において、当該事業者が本法第9条の要件を満たす課徴金対象行為に該当する事実の報告を行い課徴金額から50%相当額が減額され、更に所定の要件を満たす返金措置の実施により課徴金額から50万円が減額されることとなったとき、当該事業者に対して、50万円（200万円－200万円×50%－50万円）の課徴金の納付を命ずることとなる。

〔本法〕

（課徴金納付命令）

第八条 事業者が、第五条の規定に違反する行為（同条第三号に該当する表示に係るものを除く。以下「課徴金対象行為」という。）をしたときは、内閣総理大臣は、当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る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、当該事業者が当該課徴金対象行為をした期間を通じて当該課徴金対象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怠つた者でないと認められるとき、又はその額が百五十万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・二 (略)

2・3 (略)

第7 課徴金納付命令に関する不実証広告規制

消費者庁長官は、課徴金納付命令に関し、例えばダイエット効果を標ぼうする商品や器具等の効果や性能に関する表示が優良誤認表示に該当するか否かを判断するため必要があるときは、当該表示を行った事業者に対し、期間を定めて、当該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、この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、消費者庁長官が当該表示について実際のものとは異なるものであること等の具体的な立証を行うまでもなく、当該表示を優良誤認表示と推定する（本法第8条第3項）。

事業者は、自らが行った表示について本法第8条第3項の規定により優良誤認表示であると「推定」された場合には、資料提出期間経過後であっても、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す新しい資料を提出し、当該表示が優良誤認表示には該当しないことを主張することができる。

なお、合理的な根拠を示す資料の提出要求は、上記のとおり課徴金納付命令に関して行われる場合のほか、本法第7条第2項により、同条第1項による命令（措置命令）に関して行われる場合がある。かかる場合において、当該資料の提出要求を受けた事業者が当該資料を提出しないときは、消費者庁長官が当該表示について実際のものとは異なるものであること等の具体的な立証を行うまでもなく、当該表示は優良誤認表示とみなされる（本法第7条第2項）。

本法第7条第2項と本法第8条第3項は、表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出の求めを受けた事業者が当該資料を提出しないときに、優良誤認表示であると「みなす」か「推定する」という効果の点において異なるが、その他は同様である。

このため、本法第8条第3項の適用についての考え方、「合理的な根拠」の判断基準及び表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出手続は、「不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の運用指針」（平成15年10月28日公正取引委員会）と同様である。

[本法]

(課徴金納付命令)

第八条 事業者が、第五条の規定に違反する行為（同条第三号に該当する表示に係るものを除く。以下「課徴金対象行為」という。）をしたときは、内閣総理大臣は、

当該事業者に対し、当該課徴金対象行為に係る課徴金対象期間に取引をした当該課徴金対象行為に係る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、当該事業者が当該課徴金対象行為をした期間を通じて当該課徴金対象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怠つた者でないと認められるとき、又はその額が百五十万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・二 (略)

2 (略)

3 内閣総理大臣は、第一項の規定による命令（以下「課徴金納付命令」という。）に関し、事業者がした表示が第五条第一号に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、当該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。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、同項の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示と推定する。

第七条 内閣総理大臣は、第四条の規定による制限若しくは禁止又は第五条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。その命令は、当該違反行為が既になくなっている場合においても、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 内閣総理大臣は、前項の規定による命令に関し、事業者がした表示が第五条第一号に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、当該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。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、同項の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。