

2014年（平成26年）9月4日

消費者庁課徴金制度検討室
意見募集担当者 様

特定非営利活動法人 消費者機構日本
理事長 芳賀 唯史
住所 東京都千代田区六番町15フナギエ6階
電話番号 03-5212-3066
メールアドレス webmaster@coj.gr.jp

景品表示法における課徴金制度導入に関する意見

意見1

今回、消費者庁より提案された課徴金制度案を基本に、早急に制度導入をすすめられることに賛成します。

（理由）

景品表示法違反に対する措置命令の件数は、消費者庁の体制が整うのに従い漸増しています。また、全国の消費生活センターに寄せられる苦情・相談も広告・表示に関するものが一貫して増加しています。さらに、昨年は外食産業におけるメニュー表示偽装が社会的な問題となりましたし、いわゆる健康食品や電気通信事業など、幅広い業種で不当表示が摘発されています。

適正な広告・表示は、消費者が合理的な選択を行うための前提であり、不当な広告・表示が横行するなかでは、消費者は適正な選択ができないという問題が生じます。そのため、市場の機能が損なわれ、広告・表示を適正に行っている事業者に不利益が生じてしまいます。不当な広告・表示を抑止することが必要です。

現行の制度では、違反行為を行ったとしても措置命令にとどまり、不当な広告・表示により得られた利得は事業者に残ってしまいます。この不当な利得分を課徴金として徴収することで、事業者のコンプライアンス体制が整備される等、不当な広告・表示が抑止されることが期待されます。本年秋の臨時国会で制度成立が図られるよう求めます。

意見2

不実証広告規制に係る広告・表示について、課徴金賦課の対象とすることに賛成します。

（理由）

措置命令の事例を見ると、商品・役務の効能・効果を高くうたいあげている一方、根拠を十分に証明することができない事案が、不実証広告規制により優良誤認表示とされています。特定の効能・効果等のメリットを前面に打ち出し

ているにもかかわらず、その根拠を証明するに足る資料を有しないことは、通常考えられないことであり、根拠がないにもかかわらずこのような広告・表示を行う行為は、故意の優良誤認表示である蓋然性が高く、当然に課徴金の対象とすべきです。

意見 3

裾切の課徴金額 150 万円という設定は、より低額に見直すべきと考えます。

(理由)

消費者庁の説明では、課徴金額 150 万円（売上額 5000 万円）を裾切の金額とした場合、これまでの措置命令事案の 4 割強が、課徴金納付命令の対象とならないということです。これでは、裾切の対象になる事案が多すぎると思いますので、せめて、課徴金納付命令の対象から除外される割合が 3 割程度になるように、裾切基準を見直すことを求めます。

意見 4

自主返金および寄附金の額が課徴金額を超えた場合に課徴金納付を命じないとする制度に賛成です。

(理由)

景品表示法が消費者庁に移管した際に、それまで公正取引委員会で検討されてきた課徴金制度について、消費者被害回復の観点もふまえ、消費者庁であらためて検討することになった経緯があります。

不当な広告・表示について、個々人が契約（購入）の動機との因果関係や、損害額を立証して返金を求めることは、手間もかかり大変困難です。一方、事業者サイドからいえば、契約（購入）者が特定できるシステムを有している場合は、比較的容易に返金することができます。不当な広告・表示により得た利得は、本来は当該広告・表示に誘引されて契約（購入）した消費者に返還すべき金員であることを考えると、自主返金が課徴金額を超えた場合には課徴金を免除する制度は合理的であり、消費者の被害回復を実現できる観点からも消費者庁らしい施策と言えます。

また、事業者によっては、自主的返金の意思はあり努力したものの、返金できた契約（購入）者が一部にとどまる場合も考えられます。この場合、返金額が課徴金額以下であるからといって、課徴金納付命令が出されるのであれば、自主的返金の意欲をそいでしまうこととなります。自主的返金の努力をしたものの、返金が十分にできなかった事業者については、公的機関に寄附することによって課徴金納付命令を免じることとする仕組みも必要です。

寄付された金員については、公的機関が公正に判断し、景品表示法の法目的の実現に資する事業への助成に使用することが適切と考えます。

以上