

不当表示規制違反に対する措置等

(措置命令、課徴金納付命令)

古川 昌平 Furukawa Shohei 弁護士

2014年4月～2016年3月任期付職員として消費者庁にて勤務。主に景品表示法の課徴金制度に関与。主な著書：『エッセンス景品表示法』(商事法務、2018年)。



第1 概要

本稿では、事業者が不当表示規制に違反した場合の措置等について解説します。

景品表示法は、基本的に事業者による特定の不当表示行為の禁止やそれに違反した場合の行政処分等の行政ルールを定めており、例えば不当表示をした事業者が取引相手に対し対象商品の代金返還義務を負うといった民事ルール(民事的な効果に関するルール)を定めるものではありません。まずは、行政処分である措置命令および課徴金納付命令を概説します(後記第2)。

また、景品表示法は、適格消費者団体による差止請求のように行政処分とは異なる定めもあり、そちらも確認します(後記第3)。さらに、景品表示法の不当表示規制と消費者契約法に基づく不実告知による取消しには関連する部分があるため、消費者による代金返還請求の可否に関する点を含め、整理します(後記第4)。

第2 行政処分

1 措置命令

(1) 概要・命令主体

消費者庁や都道府県^{*1}は、事業者が優良誤認表示等の景品表示法違反の表示行為を行った場合、必要があると認めるときに、措置命令を

行うことができます(7条1項。命令するか否かについて消費者庁等に裁量があり、裁量的行政処分と位置づけられます)。

2009年の消費者庁移管前には、公正取引委員会が「排除命令」として行っていましたが、現在は、消費者庁が「措置命令」として行っています。2017年度の措置命令件数は50件、2018年度は46件、2019年度は40件でした^{*2}。

他方、2014年12月の改正景品表示法施行後は、都道府県も措置命令を行うことができるようになり(現33条11項、施行令23条)、改正法施行から2020年7月31日までの間に、14の都道府県で計40件行われました^{*3}。

(2) 措置命令の内容

これまでの措置命令事例の多くでは、(i)一般消費者の誤認の排除(周知)、(ii)再発防止策の策定、(iii)将来の不作為(今後同様の違反行為を行わないこと)の3つの措置が命じられています(仮に違反行為をやめない場合には(iv)違反行為の差止めも命じられます)。(i)の措置に関しては、その方法につき事前に消費者庁の承認を受けるよう併せて命じられています。

なお、措置命令は、当該事業者が既に違反行為(不当表示行為)をやめている場合でも行えますので、消費者庁の調査を受けた後に不当表示をやめたとしても、前記(i)から(iii)の内容の

*1 第1回と同様、読みやすさの観点から、消費者庁長官を「消費者庁」と示し、都道府県知事を「都道府県」と示す

*2 消費者庁「景品表示法に基づく法的措置件数の推移及び措置事件の概要の公表」(2020年8月28日)

*3 前掲*2

措置命令が可能です(7条1項柱書第二文)。

消費者庁や都道府県は、措置命令日に自己のウェブサイト上で措置命令を公表しており、その際は事業者名も公表されます。当該公表に伴い通常は報道機関により報道されますが、実務上、これだけで一般消費者の誤認が排除されたとは取り扱われず、事業者は、別途、通常、日刊新聞紙に、景品表示法の不当表示規制に違反する表示を行った旨を掲載して周知を行うことが求められています。

(3) 措置命令違反に対する措置(罰則)

不当表示規制に違反した者に対し直ちに刑罰が科されることはありませんが、措置命令に違反した者には、2年以下の懲役または300万円以下の罰金が科されます(併科あり、36条)。また、法人等の事業者には3億円以下の罰金刑が科されるほか(38条1項一号、同条2項一号)、法人の代表者について300万円以下の罰金が科されることがあります(39条)。

2 課徴金納付命令

(1) 概要・命令主体

事業者が優良誤認表示や有利誤認表示をする行為をした場合、消費者庁は、所定の除外事由を満たす場合を除き、課徴金納付命令を行わなければならない(8条1項本文。不当表示行為を認定した際、命令するか否かの裁量は消費者庁にはなく、非裁量的行政処分と位置づけられます)。課徴金納付命令は消費者庁のみが行うことができ、都道府県にその権限はありません。前回確認した指定告示に係る不当表示行為は、課徴金納付命令の対象外とされています。課徴金制度は、2016年4月1日に導入され、同日以降に行われた課徴金対象行為に関して命じられています。

なお、前記の「所定の除外事由」は、次のものが挙げられます。この事由が満たされる場合には課徴金納付命令を行うことができません(ただし、措置命令が行われる可能性はあります)。

(a)「課徴金対象行為をした期間を通じて」、著

しく優良・有利であると示す表示であることを「知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠った者でない」と認められる場合(8条1項ただし書)

(b)後記(2)に基づく算定額が150万円(対象売上額が5000万円)未満の場合(8条1項ただし書)

(c)後記(4)の「返金措置」を実施し減額後の課徴金額が1万円未満となる場合(12条2項)

(2) 課徴金額の算定

景品表示法による課徴金納付命令により命じられる課徴金額は、「課徴金対象期間」における、課徴金対象行為に係る商品・役務の売上額×3%です(8条1項本文。当該金額が150万円を下回る場合には、課徴金納付命令は行えません(同項ただし書))。

当該「課徴金対象期間」は、次の①または②の期間であり、当該期間が3年を超えるときは、当該期間の末日からさかのぼって3年間となります(8条2項)。イメージは図のとおりです。

① 原則：課徴金対象行為をした期間

② 課徴金対象行為を「やめた日」から(a)6カ月を経過する日、または、(b)「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

景品表示法は、課徴金額の算定に当たり前記②のように、課徴金対象行為に係る表示による「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、その後も一定期間続くことを念頭に置いています。本来、前記のおそれが続く期間は表示媒体や表示内容に応じ異なると思われませんが、課徴金と

いう金銭賦課処分は公平性や迅速性が強く求められるので、当該誤認のおそれが続く期間を、課徴金との関係では一律に、最長6カ月とみなしています*4。直接的には課徴金制度に関する定めですが、一定期間は一般消費者の誤認のおそれが残るという景品表示法の考え方は、消費生活相談でも参考にし得るものでしょう。

(3) 課徴金の減額事由①(自主報告)

事業者が、課徴金対象行為に該当する事実を施行規則に従い報告したときは、8条1項で算定した課徴金額から50%相当額が減額されます(9条本文)。ただし、当該報告が、「当該課徴金対象行為についての調査があつたことにより当該課徴金対象行為について課徴金納付命令があるべきことを予知してされたものであるとき」は、減額されません(同条ただし書)。

(4) 課徴金の減額事由②(返金措置)

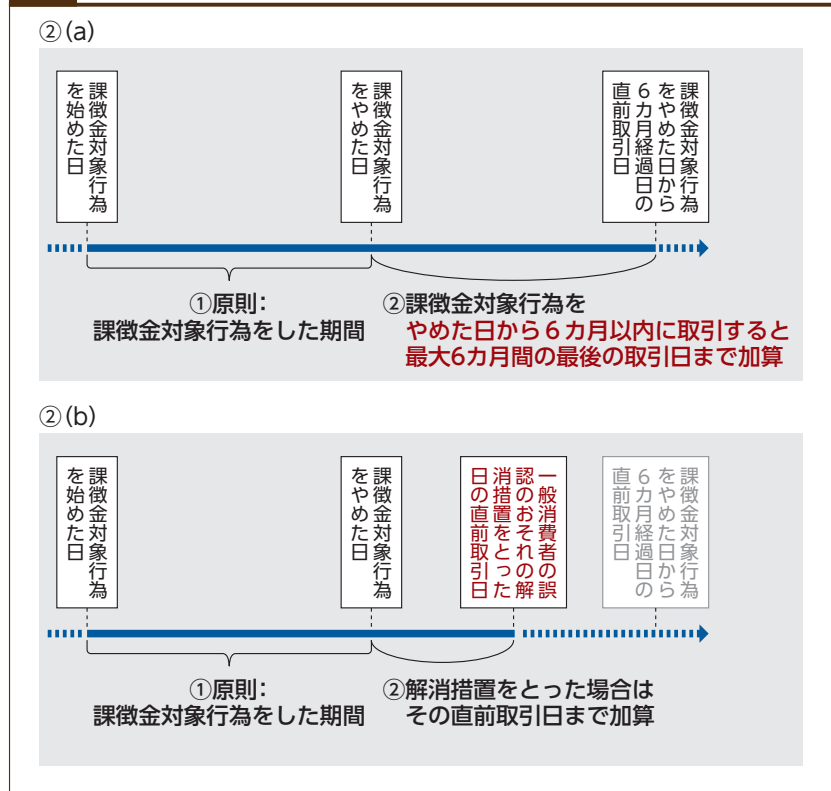
事業者が所定の手続きに沿って「返金措置」*5を実施した場合は、課徴金額が減額されます(10条、11条)。これは、一般消費者の被害回復を促進する観点から導入されたもので、課徴金制度を有する他法にはみられず、消費者法体系にある景品表示法に特徴的な制度です。

事業者が課徴金額を減額されるためには、大きくは①実施予定返金措置計画の認定申請 ②「返金措置」の実施 ③「返金措置」実施の報告を行う必要があります。消費者庁は、事業者から

報告を受けた返金措置が認定実施予定返金措置計画に適合していると認められるとき、返金措置により交付された金額(施行規則16条で計算)を、課徴金額から減額します(11条2項)。

もっとも、「返金措置」に該当するには相当厳格な要件を満たす必要があり、相当な費用と労力を要するでしょう。また、景品表示法は、「返金措置」を行うか否かを含め、代金を返還するか否かは事業者が自由に決められることとし、事業者の義務として定めていません。そのためか、それほど多くの活用例はなく、2020年7月31日までに行われた課徴金納付命令計61件のうち、景品表示法に基づく「返金措置」の手続きが利用されたのは4件です*6。なお、適格消費者団体が、措置命令を受けた事業者に対し、

図 課徴金対象期間のイメージ図



いずれも、消費者庁ウェブサイトを基に筆者作成

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181225_0002.pdf

*4 原山康彦・古川昌平・染谷隆明編著『詳説 景品表示法の課徴金制度』(商事法務、2016年)29ページ

*5 「返金措置」とは、①「課徴金対象期間において当該商品又は役務の取引を行った一般消費者であつて政令で定めるところにより特定されているもの」から②「申出があつた」場合に、③「当該申出をした一般消費者の取引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購入額」に④「百分の三を乗じて得た額以上」の⑤「金銭を交付する措置」をいう(10条1項)。紙幅の関係上、本稿で「返金措置」について触れないが、「返金措置」の要件および意義の詳細について、前掲*4『詳説 景品表示法の課徴金制度』76ページ以下を参照されたい

*6 消費者庁 認定された返金措置一覧 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/authorization_list/



返金措置の実施予定を問い合わせるなどは行われていません。



第3 差止請求

適格消費者団体は、事業者が、不特定かつ多数の一般消費者に対して、商品・役務の内容や取引条件について、実際のものや競争事業者に係るものよりも著しく優良・有利であると誤認される表示を現に行いまたは行うおそれがあるときは、当該事業者に対し、当該行為の停止・予防、当該表示をした旨の周知その他の必要な措置をとることを請求できます(30条1項)。ただし、前回取り上げた指定告示に係る不当表示は、差止請求の対象外です。

適格消費者団体は、差止請求に係る訴えを提起しようとする場合には、あらかじめ、差止対象者に対し、請求の要旨および紛争の要点その他の事項を記載した書面により差止事前請求をする必要があります(消費者契約法41条1項)。実際には、差止事前請求に先立ち、問い合わせや申入れを行い、事業者の検討・回答を待つということが事実上行われています。当該申入れや事業者の対応については、適格消費者団体のウェブサイト上で公表されることがあります。

当該問い合わせや申入れによる協議を経ても違反状態が改善されないと判断した際、前記手続きを経て、差止請求訴訟が提起されます。第2回や第3回で紹介したクロレラチラシ配布差止請求訴訟は、景品表示法に基づく適格消費者団体による差止請求訴訟の一例です。



第4 民事上の法律関係に関連するもの

消費者契約法における不当勧誘規制は、「勧誘をするに際し」事業者が不当勧誘行為をしたことを要件とします(消費者契約法4条)。この「勧誘」について、特定の消費者に対する個別の勧誘だけでなく、新聞広告等の不特定多数に向け

た表示行為も含まれるのかについては議論がありました。近時の最高裁判決^{*7}は、一律に含まれないわけではない旨を示しました。

当該判決を基礎とすると、新聞広告等の不特定多数に向けた表示行為も消費者契約法の対象となる可能性があります(当該判決の射程は議論があり得ますが、紙幅の関係上省略します)。その意味では、消費者契約法も不当表示規制を行っている側面があるといえ、景品表示法の不当表示規制と共通する点があります。

また、消費者契約法の定める誤認類型の3つの取消し(不実告知、不利益事実の不告知、断定的判断の提供による取消し)のうち、例えば不実告知による取消しは、「重要事項」について事実と異なることを告げたことを要件とします。当該「重要事項」は、基本的に、商品・役務の内容または取引条件であって消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすものを指します(消費者契約法4条5項一号および二号)。

これに対し、景品表示法の禁止する優良誤認表示や有利誤認表示は、商品・役務に関する内容・取引条件の誇張の程度が一般消費者による商品・役務の選択に影響を与えることを前提とします。そのため、優良誤認表示等に該当する表示は、「重要事項」について事実と異なる表示であることがあると考えられます。その点でも、景品表示法と消費者契約法の不当表示規制には親和性があります。

これらを踏まえると、事業者が景品表示法の優良誤認表示や有利誤認表示をした場合、当該表示により誤認して契約を締結した消費者としては、消費者契約法の不実告知による取消し等を主張し、既払い代金の返還請求を行うことを検討する余地があるでしょう(ただし、消費者契約法の取消しの要件として、不当勧誘行為と消費者の誤認に因果関係が必要であり、消費者に立証責任がある点には留意が必要です)。

*7 最高裁2017年1月24日判決、民集71巻1号1ページ(クロレラチラシ配布差止等請求事件の上告審)