

Client Alert

February 2016

不当表示に対する課徴金制度：本年 4 月施行を前に公表された運用方針と事業者に求められる対応

はじめに

2016 年 1 月 29 日、消費者庁は、昨年 11 月に募集を開始した不当景品類及び不当表示防止法施行規則（以下「規則」という）及び「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」（以下「ガイドライン」という）についてのパブリックコメントの結果を公表し、本年 4 月 1 日に施行日を控えた不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」又は「法」という¹）上の不当表示に対する課徴金制度について、基本的な解釈・運用方針を明らかにした。本課徴金制度の概要については、2014 年 10 月発行のクライアントアラート²で速報しているところであるが、その後、2014 年 11 月の改正法成立、2015 年 12 月の関連諸政令の制定、そして今回の規則及びガイドラインの整備を経て、従前不明確であった制度の仕組みが詳らかにされるに至った。以下では、課徴金の免除、減額に係る制度に焦点を当てて概説する。

明確化された課徴金の免除、減額制度の仕組み

課徴金制度に関しては、賦課される課徴金を免除又は減額する仕組みとして、①注意義務違反の不存在（免除）³、②被害者に対する返金措置（返金額に応じた減額）、③違反行為の自主申告（50%の減額）等が存在するところ、今般、それぞれの具体的な仕組みが明らかにされた。

まず、①注意義務違反の不存在に関しては、課徴金対象行為に係る表示が法第 8 条第 1 項第 1 号（優良誤認表示）又は第 2 号（有利誤認表示）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った者でないと認められる」場合には、課徴金の納付が命じられないとされている。その文言の複雑さからもわかるとおり、注意義務が尽くされたことを理由とする課徴金の免除の在り方を巡っては、制度の設計段階から様々な議論が重ねら

¹ 本稿において引用する景品表示法の条文番号は、本年 4 月 1 日に施行される新法に準拠している。

² 「景品表示法上の表示規制に対する課徴金導入によって高まる不当表示の法的リスク」（2014 年 10 月）

http://bakermckenzie.co.jp/material/dl/supportingyourbusiness/newsletter/antitrust/ClientAlert_201410_AntitrustCompetition_J.pdf

³ 法文上正確には、課徴金対象行為に係る表示が法第 8 条第 1 項第 1 号（優良誤認表示）又は第 2 号（有利誤認表示）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った者でないと認められる場合には課徴金の納付が命じられないというものであるが、本稿では便宜上端的に、「注意義務違反の不存在」と呼び、その効果を課徴金の「免除」という。なお、この他、課徴金の納付が命じられない場合として、所定の方法で算出された課徴金の額が 150 万円未満であるとき（いわゆる裾切り又は規模基準）がある。

れてきた。如何なる場合に注意義務違反の不存在が認められるのかについて、今回公表されたガイドラインによれば、以下のように要約できる。

- 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」⁴に沿うような具体的措置を講じていた場合には、注意義務違反の不存在が認められる。
- 不当表示に該当する行為が行われているにもかかわらず、そのことに気付かず、又は漫然とこれに関心でいるのみでは、注意義務違反の不存在が認められない。
- 注意義務違反の不存在が認められるためには、課徴金対象行為をした期間⁵を通じて、対象の不当表示につき知らず、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ことが必要である。すなわち、不当表示に係る行為の開始当初に注意義務を果たしていたとしても、その後当該不当表示期間中に、内部通報等を経緯として不当表示について認知するに至ったにもかかわらず適切な対処を行わなかった場合には、注意義務違反の不存在が認められない。
- 課徴金対象行為たる不当表示を開始して以降注意義務を尽くしてきた事業者が、いずれかの時点で、当該表示が課徴金対象行為に該当することを知るに至った場合、速やかに当該課徴金対象行為をやめることで、注意義務違反の不存在が認められ得る。この点、当該課徴金対象行為によって既に一般消費者に生じた誤認を解消する措置をとることは必ずしも要求されない⁶。

次に、②被害者に対する返金措置については、実施予定返金措置計画の認定申請書（様式第二）に、当該措置内容の周知に関する事項を示す書類や必要な資金調達方法を証する書類等を添付して消費者庁長官⁷に提出し、その認定を受けることとなる。この際、申請前に既に実施した返金措置がある場合には、実施した返金措置の内容（返金対象者の氏名又は名称、対象商品の引渡日又は役務提供日、返金対象者から申し出があった旨、対象商品又は役務の購入額及び当該購入額に3%を乗じた額、返金対象者に金銭を交付した日、その金額、計算方法、交付方法等）について記載することができる。また、申請後、認定前に実施した返金措置については、申請後認定前の返金措置に関する事項の報告書（様式第三）に実施した返金措置の内容（ただし、返金措置に要した資金の額及び調達方法を含む。）を記載して提出しなければならない。返金措置の期限としては、原則として、実施予定返金措置計画の認定申請書を消費者庁長官に提出した日から4か月を経過する日とされている。最終的には、認定後に実施された認定実施予定返金措置計画に係る返金措置の結果について、認定実施予定返金措置計画の実施結果報告書（様式第五）の提出をもって、消費者庁長官に報告しなければならない。

⁴ 今般の課徴金制度導入に先立ち導入された、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（法第26条）との関係で、消費者庁は、「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」を公表している。

⁵ 法附則第2条によれば、新法の課徴金に関する規定は施行日（2016年4月1日）以後に行われた課徴金対象行為について適用される。

⁶ なお、課徴金の算定基礎となる課徴金対象期間との関係では、問題とされる表示を停止した後当該表示に係る商品又は役務の取引を継続する場合、表示の停止から6か月間は課徴金対象期間に含まれることになるが、誤認解消措置をとることで、課徴金対象期間を、当該措置をとった時点までに縮減することができる（法第8条第2項）。

⁷ 法文上内閣総理大臣の権限であるが、法第33条第1項により、消費者庁長官に委任されている。

さらに、③違反行為の自主申告に関しては、課徴金対象行為に該当する事実の報告書（様式第一）を提出することとされた。当該様式には、対象商品又は役務、表示内容と実態、課徴金対象行為の期間等を記載し、それらに関連する資料を添付して提出することとされている。なお、消費者庁は、今般のパブリックコメントにおいて、注意義務違反の不存在が認められる場合に課徴金が免除されることとの関係で、自主申告に（減額とは異なる）独自のインセンティブを設けるべきとの指摘に対し、自主申告を行った事業者に対しては、違反の停止、一般消費者への周知、再発防止のための体制整備等の一定の要件が満たされる場合には措置命令を発令しないとしている。

事業者に求められる対応

景品表示法の表示規制は業種横断的に適用されるため、今般の景品表示法への課徴金の導入は、業種を問わず、自ら販売する商品又は提供する役務につき消費者向け⁸の表示を行う全ての事業者にとって、留意すべき法改正であるといえる。そして、本課徴金制度は、前述のとおり本年4月1日から施行されるものであり、施行日は目前に迫っている。こうした状況の中、事業者求められる対応としては、以下のとおり考えられる。

- **ステップ1：表示管理措置の徹底（特に表示の根拠の確認）**

言うまでもなく、不当表示の発生を未然に防ぐことが、コンプライアンス上最も端的な目標となる。この点、「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」には、事業者の管理措置義務として、景品表示法の考え方の周知・啓発、法令遵守の方針等の明確化、表示等に関する情報の確認、表示等に関する情報の共有、表示等を管理するための担当者等の選任、表示等の根拠となる情報を事後的に確認するための措置、不当表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応等が定められている。これらは、課徴金制度とは一応別個の制度と位置づけられるが、課徴金の対象となる不当表示を未然に防止するために有効であり、また、万一不当表示が生じてしまった場合にも、注意義務違反の不存在を基礎づけることで、課徴金による法的制裁を回避するためにも有効な措置と想定される。特に、各表示について実態に見合う根拠が存在するかを確認する作業は、課徴金制度施行前に実施すべきであり、施行後においても定期的な実施することが推奨される。

- **ステップ2：疑わしい表示が使用されている事実を把握した場合、直ちに不当表示該当性を検討**

景品表示法上の表示規制への対応において、実務上事業者が頭を悩ませる所以は、その不当表示該当性の判断の難しさにある。この点、想定される需要者たる消費者の認識を基準として決せられるのであるが、その際の判断の基礎としては、関連性の強い先例上の当局の判断やガイドライン、公正競争規約、業界の自主規制等が考えられるが、判断の客観性を担保するために⁹、商品又は役務の性質、これに対応する表示の内容、

⁸ いわゆる **B to C** の取引を行っている事業者に限定されない。消費者と直接の取引関係がなく、直接的には取引先事業者向けの表示しか行っていないとしても、当該表示が一般消費者の目に触れ、直接的にその誤認を生じさせるような場合には、景品表示法の規制対象となる。

⁹ 今般の課徴金制度導入の動きを加速させる契機となった 2013 年ころの外食業界、ホテル業界、百貨店業界において生じた一連の不当表示事案に代表されるように、客観的な視点を欠き、消費者に必ずしも浸透していない業界内での慣行を基に表示を行ったことが、不当表示の一因となるケースは少なくない。

本クライアントアラートに関する
お問い合わせ先



阿江 順也
パートナー
03 6271 9491
junya.ae@bakermckenzie.com



長橋 宏明
アソシエイト
03 6271 9533
hiroaki.nagahashi@bakermckenzie.com

ベーカー&マッケンジー法律事務所
(外国法共同事業)

〒106-0032
東京都港区六本木 1-9-10
アークヒルズ仙石山森タワー28階
Tel + 81 3 6271 9900
Fax + 81 3 5549 7736
www.bakermckenzie.co.jp

表示の具体的状況等によっては、検査機関や弁護士等の外部専門家の判断を仰ぐことが有効となる¹⁰。

- **ステップ3**：不当表示該当性が確認される場合には、直ちに不当表示を停止し、状況に応じて当局への自主申告等の措置を検討する

今回のパブリックコメントの結果に照らせば、（注意義務の履践を前提に、）不当表示該当性が確認された場合には、速やかに当該不当表示を停止することで、特段の誤認解消措置を要することなく、課徴金が免除される余地がある。その上で、自主申告を行うかどうかは別途検討を要するが、上記注意義務の履践による課徴金免除が認められるかどうかは、実質的評価に依存する性質があることを考慮すれば、これに加えて50%の減額の資格を得ておくことには一定の意義がある。さらに、自主申告を行ったことが、措置命令の要否の判断に際しても考慮される可能性がある。そのため、事業者としては、社内で行う表示のチェック作業等の結果不当表示が確認された場合には、速やかな不当表示の停止と共に、当局への自主申告の要否を積極的に検討することが重要である。

以上

¹⁰ 例えば、前述のとおり、課徴金対象行為たる不当表示を開始して以降注意義務を尽くしてきた事業者が、いずれかの時点で、当該表示が課徴金対象行為に該当することを知るに至った場合、速やかに当該課徴金対象行為をやめることで、注意義務違反の不存在が認められ得るが、実際には不当表示に該当するか否か即断し難いケースも少なくない。そのような場合に、社内での検討はもちろん、第三者検査機関、原料の仕入先、弁護士等の外部専門家等に問い合わせや相談を行うことが実務上想定されるものの、その間、当該表示行為を継続することに問題はないか（社内外での検討の未、不当表示に該当することを確認した段階で初めて当該表示行為を停止したとしても、「速やかに」やめたと言えるか）、という問題がありうる。この点、「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」という要件には実質的判断の余地が想定されていること、認識の対象は不当表示に「該当すること」であって「該当するおそれがあること」ではないことに照らせば、単に当該表示が不当表示に該当するか否か一義的に明らかではないという状況において、上記のような検証作業を行う間当該表示を停止することを必ずしも要求されるものではないと解釈する余地がある（ただし、パブコメ結果においてこの点に関する消費者庁の態度は明らかではない）。結局、問題の表示が不当表示に該当するリスクがどの程度あるのが判断の鍵となるため、検証作業中当該表示を停止すべきか否かも含め、迅速に社内外での検討を行うことが実務上重要となる。