

「不当景品類及び不当表示防止法施行規則（案）」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（案）」に対する意見募集の結果について

平成28年1月29日
消費者庁表示対策課

1 意見募集方法の概要

(1) 募集期間

平成27年11月25日（水）から12月24日（木）まで

(2) 告知方法

消費者庁ウェブサイト、電子政府の総合窓口（e-Gov）ウェブサイト

(3) 意見提出方法：電子メール、FAX 又は郵送

2 意見募集の結果

(1) 不当景品類及び不当表示防止法施行規則（案）

ア 意見提出総数 12 件

（内訳）

団体 8 件

弁護士 4 件

イ 御意見の概要及び御意見に対する考え方

別添1のとおり。

ウ 原案からの変更点

別添2のとおり。

(2) 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）

ア 意見提出総数 123 件

（内訳）

団体 75 件

事業者 6 件

弁護士 28 件

学者 2 件

個人 12 件

イ 御意見の概要及び御意見に対する考え方

別添3のとおり。

ウ 原案からの変更点

別添4のとおり。

以上

注：この考え方において使用する用語は、「不当景品類及び不当表示防止法施行規則」（以下「本規則」といいます。）において使用する用語の例によります。

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
1	第 8 条	<p>「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」案においては、一般消費者の誤認のおそれの解消措置は個別事案によって異なることが指摘されており、例えば、ダイレクトメールや電子メールを用いた広告に不当表示があった場合には、表示に接した一般消費者の範囲は特定されているため、必ずしも日刊新聞等への掲載が、効果的な一般消費者の誤認のおそれの解消措置とはいえない場合も十分にあり得ると考える。また、企業による情報発信の方法として、ウェブサイトを通じたものが増えており、一般消費者の誤認のおそれの解消措置としては、例えば、事業者が自社ウェブサイトに掲載する方法等も考えられる。</p> <p>そこで、本規則案において「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」のほか、「一般消費者に対する個別の通知、ウェブサイトを通じた一般消費者向けの通知」等も例示の中に加えるべきである。</p> <p>このような例示を加えたとしても、個別事案において具体的にどのような方法が、一般消費者の誤認のおそれの解消措置となるかは、別途検討されるべき問題であり、例示を増やしたとしても、法運用上の支障はないと考えられる。（弁護士）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>これまで、法第 5 条に違反する行為を行っている（行った）事業者に対する措置命令において必要性が認められる限り、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公示（周知）が命じられてきていますが、本規則第 8 条の規定する「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」に該当するか否かは、当該措置命令で命じる周知措置と同程度のものであるか否かといった観点から検討されることとなります。</p> <p>消費者庁長官が措置命令において周知を命じる場合、その周知方法について同長官の承認をあらかじめ得ることも命じられていますが、承認されている周知方法の典型例としては、日刊新聞紙 2 紙への掲載を含む方法が挙げられます。</p> <p>一方で、日刊新聞紙 2 紙に掲載することなく「一般消費者に対する個別の通知、ウェブサイトを通じた一般消費者向けの通知」等を行う方法は、これまでの措置命令において、消費者庁長官が承認した周知方法としては典型的な方法ではないことから、御指摘の方法を例示として加えるこ</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			とは適切ではないと考えています。
2	第9条	<p>課徴金対象行為に該当する事実の報告の方法について、通信手段として一般的となった「電子メール」による方法を追加していただきたい。</p> <p>仮に「電子メール」による方法を加えることが困難とする理由が、セキュリティ等の問題ならば、添付データにパスワードを設定するなどといった一定の措置を採ることにより可能になると考える。(団体)</p>	<p>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」といいます。)施行後の課徴金対象行為に該当する事実の報告件数の実績等を踏まえ、今後、追加の要否についての検討をいたします。</p>
3	第9条	<p>課徴金対象行為に該当する事実の報告の方法について、直接持参や郵送、ファクシミリによる送信と同等の提出手段となる電子情報処理組織による方法を追加していただきたい。</p> <p>なお、独占禁止法に基づく「課徴金の減免に係る報告及び資料の提出に関する規則」(平成17年公正取引委員会規則第7号)においても、報告書や資料の提出に電子情報処理組織を使用できるとする規定がある。(団体)</p>	<p>本改正法施行後の課徴金対象行為に該当する事実の報告件数の実績等を踏まえ、今後、追加の要否についての検討をいたします。</p>
4	第10条第2項第1号	<p>本規則案第10条第2項第1号の「実施予定返金措置の対象となる者が当該実施予定返金措置の内容を把握するための周知に関する事項を示す書類」に記載される「周知の方法」については、本規則案の中で、顧客名簿その他により当該事業者が顧客情報を把握できる場合は、顧客が自主返金を受ける機会を失わないように個別通知を行うことを定めるべきである。(弁護士)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>実施予定返金措置計画の認定申請書の「2 実施予定返金措置の対象となる者が当該実施予定返金措置の内容を把握するための周知に関する事項」に記載する周知の方法は、実施予定返金措置の対象となる者に当該実施予定返金措置の内容を把握させ、実施予定返金措置の申出をする機会を与える相当な方法で行われる必要があります。</p> <p>そのため、実施予定返金措置を実施する事業者が実施予定返金措置の対象となる者の情報を把握し、当該実施予定返金措置の対象となる者に対して個別に実施予定返金措</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>置の内容を記載した通知をすることができる場合、個別通知をすることが考えられます。</p> <p>ただし、この場合に、個別通知以外の方法であっても、実施予定返金措置の対象となる者に当該実施予定返金措置の内容を把握させ、実施予定返金措置の申出をする機会を与える相当な方法であると認められるのであれば、これを除外する必要はありません。</p> <p>したがって、本規則において、個別通知を義務付けることはしていません。</p>
5	第 10 条第 2 項第 2 号	本規則案第 10 条第 2 項第 2 号の「実施予定返金措置の実施に必要な資金の調達方法を証する書類」について、返金措置を自己資金で賄う場合、具体的にどのような書類を添付すればよいのか明らかにしていただきたい。(団体)	実施予定返金措置の原資を自己資金から捻出する場合における「実施予定返金措置の実施に必要な資金の調達方法を証する書類」としては、例えば、実施予定返金措置を実施する事業者の預金口座の残高証明書等が考えられます。
6	第 11 条第 1 項第 1 号	本規則案第 11 条第 1 項第 1 号の「法第十条第一項の認定の申請前に既に実施した返金措置・・・の対象となった者の氏名又は名称」について、この情報の提出は、個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号）第 23 条第 1 項第 1 号に該当するものとして、あらかじめ本人の同意を得ることは不要か。(団体)	<p>法令に基づく提供であるため、あらかじめ本人の同意を得ることは不要です(個人情報の保護に関する法律第 23 条第 1 項第 1 号)。</p> <p>なお、当該提供が、個人情報の目的外利用に当たる場合であっても同様です(同法第 16 条第 3 項第 1 号)。</p>
7	第 11 条第 1 項第 1 号、第 12 条第 2 項第 1 号	本規則案第 11 条第 1 項第 1 号及び第 12 条第 2 項第 1 号の返金措置の「対象となった者の氏名又は名称」について、店舗販売において、返金の際に全ての消費者から氏名の提供を求めることは困難であり、かかる要件を必要とすれば、店舗販売の事業者は返金による課徴金の減額が極めて困難になることが想定される。	<p>原案を維持します。</p> <p>本規則第 11 条第 1 項第 1 号及び第 12 条第 2 項第 1 号が返金措置の「対象となった者の氏名又は名称」を記載又は報告事項として挙げているのは、消費者庁長官が、事業者が当該記載又は報告をした返金措置が実施されたか否か確認する必要があるためです。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>したがって、返金の事実が明らかになる証拠によって代えることができる旨規定していただきたい。(団体)</p>	<p>また、認定申請前の返金措置に関する事項を実施予定返金措置計画に記載する場合の記載事項として、法第 10 条第 3 項は「第一項の認定の申請前に既に実施した返金措置の対象となつた者の氏名又は名称」を挙げており、また、申請後認定前の返金措置の報告事項として、法第 10 条第 4 項は「当該返金措置の対象となつた者の氏名又は名称」を挙げています。</p> <p>そこで、本規則は、返金措置の「対象となつた者の氏名又は名称」を当該記載又は報告事項としています。</p>
8	<p>第 12 条第 3 項、様式第三の 3 (1)、様式第五の 4 (1)</p>	<p>本規則案第 12 条第 3 項の「申請後認定前の返金措置を実施したことを証する資料」について、交付日や交付金額を証する資料として、具体的にどのような書類を添付すればよいのか明らかにしていただきたい。</p> <p>なお、交付方法が銀行振込である場合の交付日や交付金額を証する資料としては、事業者・返金措置対象者双方の事務負担を考慮し、返金措置対象者の領収書でなく、銀行の発行する当座勘定照合表等を報告書に添付することとする取扱いをしていただきたい。</p> <p>また、添付する資料は、返金措置以外の目的、例えば、事業者内の会計監査等にも必要となるであろうことから、原本でなく、写しでも構わないか。(団体、弁護士)</p>	<p>本規則第 12 条第 3 項の「申請後認定前の返金措置を実施したことを証する資料」のうち、交付日や交付金額を証する資料としては、例えば、返金措置において交付する金銭を銀行振込の方法により交付した場合には当座勘定照合表等（インターネットバンキングを利用した場合は、振込完了画面の写し及び預金通帳の写し等）が、対面により交付をした場合には返金措置の対象となつた者の領収書等が考えられます。</p> <p>また、添付する資料は、原本を添付することが原則ですが、返金措置以外の目的、例えば、会計監査においても原本が必要となる場合には写しの提出でも許容されることがあります。</p>
9	<p>第 12 条第 2 項第 8 号、第 15 条第 2 項第 3 号、様式</p>	<p>本規則案第 12 条第 2 項第 8 号の「申請後認定前の返金措置に要した資金の額及びその調達方法」、同第 15 条第 2 項第 3 号の「返金措置に要した資金の調達方法を証する書類」については、事前に実施予定返金措置の実行可能性を確認する必要のある本規則案第 10 条第 2 項第 2 号と異な</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>実施予定返金措置計画には「実施予定返金措置の実施に必要な資金の額及びその調達方法」を記載しなければならず（法第 10 条第 2 項第 2 号）、また、認定後に実施された返金措置が認定実施予定返金措置計画に適合して実施さ</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
	第三の3 (2)、様 式第五の 3、4 (3)	り、既に実施された返金措置の資金に関する情報であるため、これらを要求する必要はないと考える。 同様の理由により、様式第三の3(2)、様式第五の3及び4(3)(それぞれの記載要領の該当箇所を含む。)を削除すべきと考える。(弁護士)	れたと認めるときにおいて、課徴金の額の減額等がされま す(法第11条第2項)。 そのため、本規則は「申請後認定前の返金措置に要した 資金の額及びその調達方法」(本規則第12条第2項第8 号)、「返金措置に要した資金の調達方法を証する書類」(同 第15条第2項第3号)等について規定しています。
10	第13条	本規則案第13条において、実施予定返金措置の実施期 間になり得る期間を、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(認 定実施予定返金措置計画の変更申請をする場合は当初の 実施期間の末日から1か月を経過する日)までとした背景 を明らかにしていただきたい。(団体)	課徴金制度は不当な表示をした事業者に経済的不利益 を課すことにより、事業者が不当な表示を行う動機を失わ せ、不当表示規制の抑止力を高めることによって不当な表 示を防止することを目的としているため、迅速に課徴金納 付命令を行いその目的を達成する必要があります。 この点、本改正法の立案に当たり、平成21年9月から平 成26年7月までの措置命令対象者139社に対し、措置命 令後、消費者へ自主返金等の対応を行ったか等について調 査を実施した結果、自主返金をしたと回答した事業者の返 金実施期間の中央値が概ね120日(4か月)でした。 そのため、最大でも4か月間の間返金措置を実施すれば 基本的には多くの一般消費者に返金することができるも のと考えられます。 したがって、本規則第13条において、実施予定返金措置 の実施期間となり得る期間を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 する日までと規定したものです。 また、実施予定返金措置の対象となる者との間では、返 金措置の申出に関する書類等について郵便によるやり取 りを行う場合があるところ、一般消費者の作成する申出書

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>類に不備があるときに事業者が追完を依頼し、これに応じて一般消費者が追完を行うといったやり取りが生じる可能性があり、そのやり取りに相応の期間を要することもあると考えられ、認定実施予定返金措置計画の実施期間内に当該やり取りが終了できない事態等が発生することがあり得ます。</p> <p>そこで、認定実施予定返金措置計画の実施期間を変更する認定申請をする場合、その終期の上限が当初の実施期間の末日から1か月を経過する日までとしたものです。</p>
11	第13条	<p>実施予定返金措置計画の認定申請書の提出から認定までの期間が明示されていないにもかかわらず、申請書の提出日を実施期間の起算日とすることは、実施予定返金措置計画が認定されるまでの期間、事業者は不安定な状態となり、仮に認定されなかった場合、当該期間のコスト負担を事業者に課すことになる。</p> <p>このため、返金措置の実施期間の起算日を、実施予定返金措置計画の認定日としていただきたい。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>実施期間となり得る範囲の始期を「認定日」より早い時期である「申請書提出日」としたのは、①課徴金制度は不当な表示をした事業者に経済的不利益を課すことにより、事業者が不当な表示を行う動機を失わせ、不当表示規制の抑止力を高めることによって不当表示を防止することを目的としているため、迅速に課徴金納付命令を行いその目的を達成する必要があること、②返金措置の実施による課徴金の額の減額等の趣旨は、課徴金対象行為に係る表示による一般消費者の被害の回復を促進することにあるから、可及的速やかに返金措置の実施がなされる必要があることによります。</p> <p>なお、返金措置は事業者が実施予定返金措置計画の認定申請書の提出前から行うことも想定しています(法第10条第3項)。</p>

原案からの変更点
(不当景品類及び不当表示防止法施行規則)

※修正部分は下線部

該当箇所	原案（変更前）	変更後
第 8 条	<p style="text-align: center;">（法第八条第二項に規定する内閣府令で定める措置）</p> <p>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同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。</p>	<p style="text-align: center;">（法第八条第二項に規定する内閣府令で定める措置）</p> <p>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同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<u>不当に顧客を誘引し</u>、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。</p>
第 14 条	<p style="text-align: center;">（実施予定返金措置計画の変更に係る認定の申請の方法）</p> <p>第十四条 法第十条第六項の規定により実施予定返金措置計画の変更の認定を受けようとする認定事業者は、様式第四による申請書を消費者庁長官に提出しなければならない。</p>	<p style="text-align: center;">（<u>認定</u>実施予定返金措置計画の変更に係る認定の申請の方法）</p> <p>第十四条 法第十条第六項の規定により<u>認定</u>実施予定返金措置計画の変更の認定を受けようとする認定事業者は、様式第四による申請書を消費者庁長官に提出しなければならない。</p>
様式第一	<p style="text-align: center;">（記載要領）</p> <p>1 課徴金対象行為に該当する事実の概要</p>	<p style="text-align: center;">（記載要領）</p> <p>1 <u>報告する</u>課徴金対象行為に該当する事実の概要</p>

「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）」に対する
御意見の概要及び御意見に対する考え方

注：この考え方において使用する用語は、「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「本考え方」といいます。）において使用する用語の例によります。

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
1	第 2 の 2	<p>本考え方では、優良・有利誤認表示の考え方が示されているが、抽象的であり分かりにくい。優良・有利誤認表示に該当し得る具体的な事例や基準を記載していただきたい。</p> <p>また、消費者被害として具体的に問題となりがちなケースの具体例として、「当該製品・役務の有利・優良な情報のみを強調し、これと裏腹の関係にある不利・不良な情報を告げない場合」や、「個別に分断して考えると、当該製品・役務の内容について虚偽事実を告げているわけではないが、表示全体の一般消費者に与える印象として明らかに誤導を生ずる蓋然性が認められる場合」等を挙げておくべきである。（団体、事業者、弁護士）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方は、本改正法に係る法律案についてのパブリックコメント手続の結果公表時に、本法に基づく課徴金納付命令の要件のうち①課徴金算定方法、②「相当の注意を怠つた者でないと認められる」との要件についてガイドラインにて明確化を図る旨を表明していたこと等を踏まえ、上記①及び②について規定する本法第 8 条（課徴金納付命令の基本的要件）についての考え方を説明することを目的としています。このため、御指摘の部分について、本考え方において詳細に記載することは想定していません。</p> <p>景品表示法における優良・有利誤認表示の考え方については、これまでに、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成 12 年 6 月 30 日公正取引委員会）や「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」（平成 26 年 3 月 28 日消費者庁）といった各種ガイドラインにおいて具体例も挙げながら明らかにしています。加えて、従前から同趣旨の御意見が寄せられていることを踏まえ、違反事例集を公表します。当庁としては、これらに基づいて、本法の普及・啓発に努めたいと考えております。</p>
2	第 2 の 2 (2)	景品表示法第 5 条で禁止されている不当表示は、「一般消	原案を維持します。

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>費者に対し…著しく優良であると示す表示」又は「著しく有利であると一般消費者に誤認される表示」であって、「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」である。</p> <p>本考え方案では、「一般消費者に対し…著しく優良であると示す表示」又は「著しく有利であると一般消費者に誤認される表示」に該当するだけでなく、「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」が優良誤認表示又は有利誤認表示になることを明らかにすべきである。(学者)</p>	<p>御指摘の点は、本考え方第2の2(1)において、優良・有利誤認表示について規定する本法第5条第1号及び第2号を引用することにより既に明らかにしています。</p>
3	第3	<p>「公正競争規約に沿った表示は課徴金対象行為が成立しない」旨を明示することに賛成する。(団体、弁護士)</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p>
4	第3	<p>「協定又は規約（以下「公正競争規約」という。）に沿った」場合などは「課徴金対象行為は成立せず」としているが、例えば、公正競争規約の内容に間違いは存在せずとも、この規約策定時点においては想定されていなかった新たな広告表現や、従来は消費者取引市場に存在しなかった新たな新製品であるために、規約の定めが状況変化に追いつかない場合等、様々なケースが想定可能であり、いかなる場合であっても、公正競争規約に沿った広告表示であれば不当表示に該当する可能性は無いと断言してよいかという点については、疑問が残るところである。</p> <p>したがって、「原則として」という表現に留めるべきである。(弁護士)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>課徴金対象行為とは、「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〕）」であり、優良・有利誤認表示をする行為です（本法第8条第1項）。このため、かかる優良・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しません。</p> <p>公正競争規約は、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するために締結又は設定されるものですので（本法第31条第1項）、通常はこれを守っていれば本法に違反することはありません。</p> <p>そこで、本考え方において、優良・有利誤認表示に該当しない表示をした場合に該当し得る例として、公正競争規約に沿った表示を挙げています。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
5	第4の1(1)	<p>課徴金対象期間の考え方を「(i)原則:「課徴金対象行為をした期間」と「(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・・・を加えた期間」とに分けて記載しているが、本法第8条に規定されている課徴金対象期間とは「課徴金対象行為をした期間」とされ、同期間については「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(略)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」とあることから、課徴金対象期間の考え方を(i)、(ii)に区分して記載するのは不正確ではないか。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本法第8条第2項は、「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、(略)」と規定しており、本考え方第4の1(1)における「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」との記載は、本法第8条第2項の規定どおりです。</p> <p>なお、本法第8条第2項括弧書は、「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「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」場合の「課徴金対象期間」について規定するものです。御指摘のように、「課徴金対象行為をした期間」が「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(略)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」となる旨を規定するものではありません。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
6	第4の1(2)	<p>商品の内容を変更した日というのは、具体的にはいつの時点をいうのか。例えば、メーカーが、小売業者を通じて一般消費者に対して供給する商品の取引に際して、当該商品について優良誤認表示を内容とするウェブサイトを開示し、当該商品を小売業者に販売した事案であればどうか。 (個人)</p>	<p>御指摘の本考え方第4の1(2)の「当該行為を終了していない場合」は事業者がウェブサイト公開行為を継続している場合です。このため、(表示をする行為を継続しながら)「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」と認められ当該変更日が課徴金対象行為を「やめた日」に該当するといえるためには、課徴金対象行為に係る商品の内容を表示内容と一致させた上で表示内容と一致しない商品の供給をやめたと認められる必要があります。</p> <p>例えば、製造業者が、小売業者を通じて一般消費者に対して供給する商品の取引に際して、当該商品について優良誤認表示を内容とするウェブサイトを開示し、当該商品を小売業者に販売した事案についてみると、当該ウェブサイトを開示し続けている場合には、表示内容と一致しない商品の小売業者に対する出荷をやめるだけでなく、それに加え、各小売業者等において当該商品について一般消費者の取引し得る状態に置かなくなったと認められる日が、課徴金対象行為に係る商品の内容を表示内容と一致させた上で表示内容と一致しない商品の供給をやめ、「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、課徴金対象行為を「やめた日」に該当すると考えます。</p> <p>なお、当該事業者が当該ウェブサイト公開行為をやめたときは、当該公開行為をやめた日が課徴金対象行為をやめた日に該当します。</p>
7	第4の1(2)	<p>課徴金対象行為を「やめた日」に該当する日として、「ウェブサイトを開示し続けた場合の当該公開行為終了日」が例示されているが、このほかの例示も記載することにより、</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>(1) 前段について 本考え方第4の1(5)の想定例において、事業者が不当表示</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>「やめた日」が明確に理解できるようにすべきである。例えば、有効期限が記載されたチラシやカタログ、テレビコマーシャル等により課徴金対象行為をした場合についても明らかにすべきである。</p> <p>また、当該商品・役務について次のような対処を行った場合は課徴金対象行為を「やめた」日に該当するのか。</p> <p>① カatalog、広告宣伝媒体等の表示内容のみ訂正（本体仕様変更等はなく継続生産）</p> <p>② 本体仕様を変更し、カタログ、広告宣伝媒体等の表示内容は訂正せず（市場在庫品も回収）</p> <p>③ 別仕様の商品を新規に生産（当該商品は生産打ち切り、カタログ他の媒体等も回収）（団体）</p>	<p>を内容とするチラシを配布する行為（想定例②）やテレビコマーシャルを放送させる行為（想定例④）を行った場合の「課徴金対象行為をした期間」も示し、「やめた日」の考え方について明らかにしています。</p> <p>なお、事業者が不当表示を内容とするチラシの配布やカタログの頒布をした事案における「課徴金対象行為をした期間」は、当該配布や頒布をした期間であり、当該チラシやカタログに記載されている有効期限は課徴金対象行為をした期間に影響を及ぼすものではありません。もっとも、当該有効期限の記載が「課徴金対象行為に係る商品又は役務」の範囲に影響を及ぼすことはあり得ます。</p> <p>(2) 後段について</p> <p>御指摘の「②本体仕様を変更し、カタログ、広告宣伝媒体等の表示内容は訂正せず（市場在庫品も回収）」や「③別仕様の商品を新規に生産（当該商品は生産打ち切り、カタログ他の媒体等も回収）」という場合が、「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」ときは、当該変更日が課徴金対象行為を「やめた日」に該当します。前記番号6を御参照ください。</p> <p>また、「①カタログ、広告宣伝媒体等の表示内容のみ訂正（本体仕様変更等はなく継続生産）」という場合が、表示内容を変更することにより、変更した後の表示内容を実際の商品若しくは役務の内容若しくは取引条件（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）と一致させたと認められるときは、当該一致させた日が課徴金対象行為を「やめた日」に該当します。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
8	第4の1(2)	課徴金対象行為を「やめた日」に該当する日につき、複数のメディアを通じて不当表示を行っていた場合には、その全てについて不当表示を中止しなければ、「やめた日」に該当しないことを明記すべきである。(弁護士)	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方第4の1(2)において、『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」と記載しています。この記載は、当該課徴金対象行為に係る表示が複数ある場合には当該表示をする行為を全てやめなければ「課徴金対象行為」を「やめた」といえない趣旨を含むものです。</p>
9	第4の1(2)	<p>本考え方第5の2における「当該事実を知った後に速やかに課徴金対象行為を取り止めたとき」の「取り止めた」は、課徴金対象行為を「やめた」(本考え方第4の1(2))と同義か。</p> <p>課徴金対象行為を「やめた」に該当する行為については、必ずしも施行規則案に定める「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」を行うことまで求められず、当該表示を取り下げることで足りることを改めて明示すべきである。(団体、弁護士)</p>	<p>(1) 前段について</p> <p>御指摘の「課徴金対象行為を取り止めた」(本考え方第5の2)は、課徴金対象行為を「やめた」(本考え方第4の1(2))と同じです。御指摘を踏まえ、本考え方第5の2(2)及び(3)における「課徴金対象行為を取り止め」を、「課徴金対象行為をやめ」に修正します。</p> <p>(2) 後段について</p> <p>本考え方第4の1(2)において、『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」と記載しており、本規則第8条の規定する「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」をとらない限り課徴金対象行為を「やめた日」に該当しないというものではありません(当該措置は、「課徴金対象行為期間」に影響を及ぼしますが、「課徴金対象行為をした期間」に影響を及ぼすものではありません。)</p> <p>このため、この点については追記の必要はないと考えます。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
10	第4の1(3)	<p>事業者が、「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」をとるまでの間に「課徴金対象行為に係る商品又は役務」の取引を行った場合には、いかなる事情があろうとも、当該解消措置をとった日が課徴金対象期間とされ、かつ、課徴金算定の基礎となる売上高には当該期間内に行われた全ての取引に係る売上高が算入されるのか。</p> <p>例えば、事業者が商品パンフレット・チラシ等について本法第8条第1項第1号又は第2号に該当する表示を行っていたことを知った後、速やかに商品パンフレット・チラシ等を正しい内容に訂正し（すなわち課徴金対象行為に係る表示を取り止め）、以後は一般消費者が対象商品を購入する前に正しい内容を説明した上で商品又は役務の取引を継続した場合、一般消費者の誤認のおそれの解消措置をとりおえていない以上、「課徴金対象期間」や「売上高」の認定には一切影響しないこととなるのか。（団体）</p>	<p>事業者が、「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「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、「課徴金対象期間」は、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」を加えた期間となります（本考え方第4の1(1)）。</p> <p>このため、事業者が、「課徴金対象行為をやめた日」から上記②の措置をとらないまま、当該「やめた日」から6か月を経過する日までの間に課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引を行った場合、課徴金対象期間の終期は、(当該6か月以内に)最後に当該取引をした日となります。</p> <p>御指摘の事案についてみると、事業者の「速やかに商品パンフレット・チラシ等を正しい内容に訂正」する行為が課徴金対象行為をやめた日に該当する余地はありますが、当該事業者は上記②の措置はとっていません。したがって、当該事業者が「課徴金対象行為をやめた日」から6か月を経過する日までの間に課徴金対象行為に係る商品の取引を行った場合、仮に「課徴金対象行為をやめた日」より後は一般消費者に対して当該商品を販売するに当たり当該商品の実際の内容を説明したとしても、課徴金対象期間の終期は、(当該6か月以内に)最後に当該商品の取引をした日となります。</p> <p>なお、景品表示法は、不当表示による「顧客の誘引を防止する」ものです。不当表示がなされれば、当該表示によって顧客</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>は誘引されるのであり、例えば、来店等した一般消費者に対し説明することにより当該表示が不当表示でなくなるわけではありません。</p>
11	第4の1(4)	<p>「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」として、「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」が例示されているが、日刊新聞紙1紙のみに掲載すれば足りるのか、日刊新聞紙であれば地方紙でも足りるのかなど、どのような措置が、当該解消措置として認められるのか。具体例を追加していただきたい。(団体、弁護士、個人)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方第4の1(4)のとおり、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すので、御指摘の「日刊新聞紙1紙のみに掲載すれば足りるのか、日刊新聞紙であれば地方紙でも足りるのかなど、どのような措置が、当該解消措置として認められるのか」といった点は個別事案により異なります。</p> <p>これまで、本法第5条に違反する行為を行っている(行った)事業者に対する措置命令において必要性が認められる限り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公示(周知)が命じられてきていますが、本規則第8条の規定する「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」に該当するか否かは、当該措置命令で命じる周知措置と同程度のものであるか否かといった観点から検討されることとなります。</p> <p>この点に関し、消費者庁長官が措置命令において周知を命じる場合、その周知方法について同長官の承認をあらかじめ得ることも命じられていますが、承認されている周知方法の典型例としては、日刊新聞紙2紙への掲載を含む周知方法が挙げられます。</p> <p>このため、仮に、事業者が、①日刊新聞紙1紙に掲載する方法又は②地方紙に掲載する方法により、自らがした表示が本法</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>第8条第1項第1号又は第2号に該当することを一般消費者に伝えた場合、当該事業者が実施した措置が「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相当な方法により一般消費者に周知する措置」に該当するか否かは、個別事案に応じて、①掲載する日刊新聞紙が1紙で足りるといえる特段の事情の有無、②掲載する日刊新聞紙が地方紙で足りるといえる特段の事情の有無等を勘案して判断されることとなります。</p>
12	第4の1(4)	<p>事業者が、特定の表示方法（ウェブサイト、販売用資料、チラシ等）のみを使用して不当表示を行った場合、当該表示方法により、「お詫び」等を掲載すれば「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」として認められるべきである。（団体、個人）</p>	<p>本考え方第4の1(4)のとおり、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すので、御指摘のように「特定の表示方法（ウェブサイト、販売用資料、チラシ等）のみを使用して不当表示を行った場合、当該表示方法により、『お詫び』等を掲載」したときに「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」として認められるか否かは個別事案により異なりますが、「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」に該当するか否かは、措置命令で命じる周知措置と同程度のものであるか否かといった観点から検討されることとなります。</p> <p>この点に関し、消費者庁長官が措置命令において周知を命じる場合、その周知方法について同長官の承認をあらかじめ得ることも命じられていますが、承認されている周知方法の典型例としては、日刊新聞紙2紙への掲載を含む周知方法が挙げられます。</p> <p>このため、仮に、事業者が、（特定の表示方法〔ウェブサイト、販売用資料、チラシ等〕のみを使用して不当表示を行った場合</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>に)「当該表示方法により、『お詫び』等を掲載」したことが「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相当な方法により一般消費者に周知する措置」に該当するか否かは、個別事案に応じて、かかる方法で足りるといえる特段の事情の有無を勘案して判断されることとなります。</p>
13		<p>特定の一般消費者にしか配布していない表示物（広告や販売用資料等）に誤りがあった場合、当該一般消費者に対してのみ訂正すれば、「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」として認められると考えてよいか。（団体、個人）</p>	<p>本法第8条第2項及び本規則第8条の「一般消費者」は、本法第5条に規定する「一般消費者」と異なるものではなく、表示の対象商品又は役務の需要者一般を指すのであって、課徴金対象行為に係る表示を事業者が直接示した（又は直接示すことを意図した）消費者に限られるものではありません。</p> <p>また、現代社会においては、事業者が優良・有利誤認表示行為をした後、当該行為に係る表示に触れた者が表示内容を他の者に伝達する（例えば、表示物を写真撮影の上で写真データを共有する等）可能性も相応にあります。</p> <p>したがって、御指摘の「特定の一般消費者にしか配布していない表示物（広告や販売用資料等）に誤りがあった場合」に「当該一般消費者に対してのみ訂正」したことが、本規則第8条の「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相当な方法により一般消費者に周知する措置」に該当するか否かは、個別事案に応じて、かかる方法で足りるといえる特段の事情の有無を勘案して判断されることとなりますが、当該方法で足りるといえる場合は極めてまれであると考えられます。</p>
14	第4の1(4)	<p>「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」として認められる具体例とは、「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示</p>	<p>本考え方第4の1(4)のとおり、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すので、御</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>の管理上の措置についての指針」(平成 26 年 11 月 14 日内閣府告示第 276 号)における別添「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」の 7 (2) の「不当表示等による一般消費者の誤認排除を迅速かつ適正に行う例」に掲げている周知の方法(新聞、自社ウェブサイト、店頭での貼り紙)と同様と考えて良いか。(団体)</p>	<p>指摘の「新聞」への掲載、「自社ウェブサイト」での公開、「店頭での張り紙」の貼付をしたときに本法第 8 条第 2 項の「一般消費者の誤認のおそれの解消措置」として認められるか否かは個別事案により異なりますが、本規則第 8 条の規定する「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相当な方法により一般消費者に周知する措置」に該当するか否かは、措置命令で命じる周知措置と同程度のものであるか否かといった観点から検討されることとなります。</p> <p>この点に関し、消費者庁長官が措置命令において周知を命じる場合、その周知方法について同長官の承認をあらかじめ得ることも命じられていますが、承認されている周知方法の典型例としては、日刊新聞紙 2 紙への掲載を含む周知方法が挙げられます。</p> <p>御指摘の「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」の別添「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」の 7 (2) は、一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合における周知方法としてあり得るものを例示したものですが、「不当な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」に該当するか否かは個別事案において異なりますので、本考え方の整理と同様です。</p> <p>仮に、「新聞」への掲載、「自社ウェブサイト」での公開及び「店頭での張り紙」の貼付がその事案において十分に行われ、措置命令で命じる周知措置と同程度のものであれば、本規則第 8 条の規定する「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」に該当すると判断されると考</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			えられます。
15	第4の1(4)	本規則第2条を引用しているが、第8条の間違いではないか。(団体、弁護士)	本考え方第4の1(4)の第1段落における「第2条」を「第8条」に修正します。
16	第4の1(5) 想定例①	想定例①において、製造業者が違反行為者になるとされていることに賛成する。(事業者)	賛同の御意見として承ります。
17	第4の1(5) 想定例①	想定例①において、製造業者Aが、実際のものよりも著しく優良であると示す包装をし、その包装がされた商品aを小売業者に販売することが課徴金対象行為に該当することを前提としているが、当該包装を一般消費者が目にする場合(小売業者が当該包装から出して、違う包装を用いて販売する場合など)には、当該包装をしたのみでは「一般消費者に対し」て表示をしているものではないことから、このような製造業者Aの行為は課徴金対象行為には該当しないのではないか。(個人)	<p>原案を維持します。</p> <p>想定例①は、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、同商品について優良誤認表示を内容とする包装をした事案であり、商品aは、小売業者が一般消費者に対して当該包装のまま販売するものであることを前提としています。</p> <p>なお、仮に、商品aの包装を変更して販売する小売業者が一部いたとしても、優良誤認表示が成立する事案であることには変わりありません。</p>
18	第4の1(5) 想定例③	想定例③において、「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」には平成31年4月1日から同年9月30日までが課徴金対象行為をした期間としているが、例えば、平成31年4月1日に掲示したポスターを同年5月1日に剥がし、ほぼ同じ内容であるが、デザイン等を変更したポスターを平成31年6月1日から同年9月30日まで掲示した場合には、課徴金対象行為をした期間はいつからいつまでと考えるのか。(個人)	<p>例えば、事業者が、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、①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5月1日まで掲示し、②「ほぼ同じ内容であるが、デザイン等を変更した」当該商品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6月1日から同年9月30日まで掲示した場合、当該事業者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日までとなります(当該事業者は課徴金対象行為を毎日行っていないが課徴金対象行為をした期間が平成31年4月1日から同年9月30日までとなることについては、本考え方第4の1(5)の第4段落〔「なお」から始まる段落〕記載のとおりです。)</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
19	第4の1(5) 想定例④	<p>想定例④において、「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」には課徴金対象行為期間は、平成31年10月1日から同月31日までとなっているが、テレビコマーシャルは様々なバージョンを作成することがある。30秒版のテレビコマーシャルには優良誤認表示の内容が含まれているが、15秒版のテレビコマーシャルには優良誤認表示の内容が含まれていない場合、30秒版のテレビコマーシャルを平成31年10月15日まで流し、平成31年10月16日以降は15秒版のテレビコマーシャルを放送したときは、課徴金対象行為期間は平成31年10月1日から同月15日までという理解でよいか。(個人)</p>	<p>御理解のとおりです。</p>
20	第4の2	<p>一枚のチラシにおいて、同じ成分が含まれる健康食品A、健康食品B、健康食品C(もっとも、他に含まれている成分は異なる)の広告をしている場合、その成分に広告で謳っているような効果がないときであっても、健康食品A、健康食品B、健康食品Cの売上額はそれぞれ別個に算定されることになるのか。また、内容量だけを変えた商品であっても、売上額の算定はそれぞれ別個に算定されることになるのか。(個人)</p>	<p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は個別事案ごとに異なるものですが、御指摘の事例について、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により、「健康食品A、健康食品B、健康食品C」が「課徴金対象行為に係る商品」となることがあります。この場合、課徴金算定の基礎となる「売上額」は、「健康食品A、健康食品B、健康食品C」の売上額の合計額となります。</p> <p>同様に、内容が同じであるが内容量が異なる「商品a、商品b、商品c」が「課徴金対象行為に係る商品」となることがあります。この場合、課徴金算定の基礎となる「売上額」は、「商品a、商品b、商品c」の売上額の合計額となります。</p>
21	第4の2	<p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、販売経路で分けられることもある旨を明確化すべきである。例えば、製造業者が、特定の流通業者A社からの依頼に基づき、包装</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により個別事案ごとに異なる</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>等の表示において特定の流通業者向けの商品等である旨を明示した商品等を供給する場合がある。また、商品等の内容としては、他の流通業者を介して販売しているものと、ほとんど同じであるものの、包装等の表示ではA社向けの商品等である旨を記載していることもある。こうした場合にも、商品の内容としては他の流通業者を介して販売しているものと同様ではあるが、包装等における表示においてA社限定のものである旨が明記され、供給もA社の店舗のみで行われている商品に関して不当表示があった場合には、製造業者におけるA社向けの商品等が「課徴金対象行為に係る商品又は役務」になると考えられる。(弁護士)</p>	<p>ものです。</p> <p>このため、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」に関する考え方を網羅的に記載することはできませんが、本考え方においては代表的な例を示しています。</p> <p>なお、ある事業者が、特定の流通業者（大規模小売業者）に対してのみ販売している商品 a の取引に際し、当該商品 a について優良誤認表示を内容とする表示をし、実際に当該商品 a を当該特定の流通業者（大規模小売業者）に対してのみ販売していると認められる場合、課徴金額算定の基礎となる「売上額」は、当該商品 a の売上額となります。</p>
22	第4の2	<p>例えば、テーマパークを運営する事業者が、自ら一般消費者に販売するチケットについてウェブサイト上で有利誤認表示をした場合、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」はインターネット販売とチケットブース販売で分けられるのかについて御教示頂きたい。(弁護士)</p>	<p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により個別事案ごとに異なりますが、御指摘の事案のように「テーマパークを運営する事業者が、自ら一般消費者に販売するチケットについてウェブサイト上で有利誤認表示をした場合」であって、一般消費者が、当該有利誤認表示の対象となったチケットを、ウェブサイト及びチケットブースのいずれを通じても購入できるようなときには、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、当該「チケット」になります（チケットブースで販売されたチケットが除外されるわけではありません。）。</p> <p>なお、優良・有利誤認表示の要件である「一般消費者に対し著しく優良であると示す」や「著しく有利であると一般消費者に誤認される」は、現実に多数の消費者が誤認したことやその表示に基づいて商品又は役務を実際に購入した者がどれほど存在したか否かとは関係なく、一般消費者に誤認が生じる可能性</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>が高いと認められればその要件を充足します。</p>
23	<p>第4の2(1)</p>	<p>表示の内容のみから機械的に「課徴金対象行為に係る商品又は役務」の範囲を画するのではなく、諸般の事情を考慮して商品等の範囲を画定する旨を明確化すべきである。</p> <p>具体的には、本考え方案にある「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」との記載は、「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、さらには取引の実態といった諸般の事情」といった記載に改めるべきである。(弁護士)</p>	<p>第4の2(1)について、原案を維持します。</p> <p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により個別事案ごとに異なり、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」に関する考え方を網羅的に記載することはできず、本考え方第4の2(1)においては、代表的な例を示しています。</p> <p>なお、御指摘のように、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、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のみから判断するものではなく、商品又は役務の供給地域も考慮して判断します。</p> <p>上記を明らかにすべく、第4の2柱書を以下のとおり修正します(修正点は下線部)。</p> <div data-bbox="1279 831 2152 1027" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>(修正前)</p> <p>(略) 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<u>応じて個別事案ごとに異なるものであるから、(略)</u></p> </div> <div data-bbox="1279 1027 2152 1222" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>(修正後)</p> <p>(略) 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等<u>に</u>応じて個別事案ごとに異なるものであるから、(略)</p> </div>
24	<p>第4の2(1)</p>	<p>全国において供給する商品について、一部の地域又は店舗において行った以下の広告等に優良・有利誤認表示があった場合における「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、当該地域又は店舗に限られると考えてよいか。</p>	<p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により個別事案ごとに異なり、「課徴金対象行為に係る商品」が特定店舗における取引に関する商品であるか否かについては、具体的な表示の内容、実際</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>① 特定の店舗で商品の広告等（紙媒体）を作成、店舗名を表示して、当該店舗にて配布した場合（当該商品の購入はどの店舗でも購入可能）</p> <p>② 特定の店舗で商品の広告等を作成、当該店舗にて配布した場合（当該広告等に店舗名の表示はなく、当該商品はどの店舗でも購入可能）（団体）</p>	<p>に優良・有利誤認表示をした地域、課徴金対象行為に係る商品又は役務の供給地域といった事情から判断されます。</p> <p>このため、御指摘の「特定の店舗で商品の広告等（紙媒体）を作成」したか否か、「店舗名の表示」があるか否かといった事情により、直ちに「課徴金対象行為に係る商品」が当該特定店舗で販売される商品に限定されるか否かが一律に決定されるというものではなく、個別事案に応じ、上記事情を勘案して判断されることとなります。</p>
25	第4の2(1) 想定例①	「11月31日」は誤記のため修正すべきである。（弁護士）	「11月30日」に修正します。
26	第4の2(1) 想定例①	優良誤認表示にも原産国の不当表示にも該当するような事例においては、優良誤認表示を優先して適用することになるのか。課徴金対象行為を優良・有利誤認表示としているが、原産国の不当表示であれば課徴金対象行為でないことから、両者に該当する場合にどちらを優先的に適用するのかを明らかにすべきである。（個人）	<p>原案を維持します。</p> <p>原産国に関する表示が優良誤認表示に該当する場合、当該表示をした行為は課徴金対象行為に該当し、その他の要件が満たされる限り、課徴金の納付が命じられることとなります。</p>
27	第4の2(2)	本考え方には、「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、（略）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、（略）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。」と記載された上で、想定例として、コース料理と宿泊役務の事例が記載されているが、このほか、分譲マンションの窓の表示が不当表示とされた場合には、当該分譲マンションの代金全額が課徴金対象行為に係る商品の「売上額」となるのか。事例と	<p>原案を維持します。</p> <p>「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により個別事案ごとに異なるものです。</p> <p>このため、「課徴金対象行為に係る商品又は役務」に関する考え方を網羅的に記載することはできませんが、本考え方においては代表的な例を示しています。</p> <p>なお、御指摘の事案においても、本考え方第4の2(2)の考え方が妥当します。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		して取り上げて説明されたい。(団体)	
28	第4の2(3) 想定例②	<p>「スーツ全品半額」の事例が挙げられているが、過去に同様の措置命令がされた事例では、「スーツ全品半額」という表示により、一般消費者は「全て又はほとんど全てが表示価格の半額で販売されると認識する」としている。</p> <p>「ほとんど全て」という表現からすれば、必ずしも全てが表示価格の半額で販売されると認識されるものではないとされていると考えられる。そうだとすれば、半額対象外のもの全てが課徴金対象行為に係る商品となると考えるのは適当でない。(個人)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>想定例②は、「表示価格の半額で販売されているかのように表示」をしたものの、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です。</p> <p>当該事案において、具体的に「著しく有利」と誤認される商品は、「表示価格の半額で販売されているかのように表示」されたものの実際に半額対象外であった商品です。したがって、「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。）。」となります。</p>
29	第4の3(1)	<p>「売上額」を「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。）と定義しているが、通常、売上額を計算する場合には費用を差し引かないため、この定義が分かりづらい。単に「売上額」としてはどうか。仮に何か特定の商品や役務を想定しているのであれば、その旨明記していただきたい。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本政令においては、課徴金制度の積極的かつ効率的な運用により不当表示規制の抑止力強化を図るという同制度の目的を達成するため、課徴金額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」の算定方法について、違反事業者の会計帳簿等から画一的かつ容易に認定できるよう、原則的に、一般に公正妥当と認められる会計処理の基準を踏まえた引渡基準を用いることとしています。</p> <p>この点に関し、会計処理上、売上額は、個別の取引による実現収益として、事業者が取引の相手方から契約に基づいて受け取る対価である代金又は報酬の合計から費用項目を差し引く前の数値であるとされています（企業会計原則は、損益計算書の作成に当たり、いわゆる総額主義を採用する旨を明らかにして</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>います〔企業会計原則第二の一B〕。〕。</p> <p>したがって、本法における課徴金額算定の基礎となる「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。）となります。この点を明らかにすべく、本考え方においてその旨を明記しているところです。御指摘のように何か特定の商品や役務を想定しているということはありません。</p> <p>なお、本法と同様に、課徴金額を「売上額」に一定割合を乗じて算定することとしている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）における不当な取引制限に係る課徴金制度に関する最判平成17年9月13日民集59巻7号1950頁は、同法第7条の2所定の「売上額」の意義について、「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を意味する」と判示しています。</p>
30	第4の3(1)	<p>金融商品取引業者が通常採用する一般に公正妥当と認められる企業会計上の慣習には、「売上額」という勘定科目はなく、それに代わるものとして「営業収益」を費用を差し引く前の収益に係る勘定科目として計上していることから、金融商品取引業における課徴金額算定の基礎となる「売上額」は、当該広告等の対象となる取引（課徴金対象行為に限る）から生じる「営業収益」の額と考えてよいか。（団体）</p>	<p>御指摘の「金融商品取引業者が通常採用する一般に公正妥当と認められる企業会計上の慣習」が具体的に何を指すかは明らかではありませんが、御指摘の「営業収益」とされるものが、本法における課徴金額算定の基礎となる「売上額」すなわち「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。）に該当する場合は、「売上額」となります。</p>
31	第4の3(1)	<p>本考え方で記載されている「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。」という点につき、賛成する。（弁護士）</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
32	第4の3(1)	<p>継続的な役務提供を内容とする取引について、対価の額が役務の提供が行われる期間を基礎として定められる場合、基本的には「売上額」の算定の方法は引渡基準に従うこととなり、課徴金対象期間内に提供される役務に相当する対価の額だけが「売上額」に算入されるという認識でよいか。例えば、携帯電話の通信料金のように、長期間にわたって契約しているような役務等の場合、課徴金額はどのように計算するのか。</p> <p>また、対価の一部又は全部について課徴金対象期間内に支払期限が到来しない場合は、実際に支払われた額のみが「売上額」に算入されるという理解でよいか。(団体)</p>	<p>(1) 御指摘の「継続的な役務提供を内容とする取引について、対価の額が役務の提供が行われる期間を基礎として定められる場合」や「携帯電話の通信料金のように、長期間にわたって契約しているような役務等の場合」において提供される役務の具体的内容や当該契約により定められた役務提供期間等の具体的事情は明らかでないため、一律に判断することは困難ですが、例えば、契約から役務提供までに長期間を要するといった事情がある場合には、契約基準を用いることがあると考えられます(本考え方第4の3(2))。このため、以下では、御参考として、「売上額」の算定に当たり引渡基準を用いる場合及び契約基準を用いる場合の考え方をそれぞれ説明します。</p> <p>(2) まず、引渡基準を用いて「売上額」を算定する場合についてみると、企業会計原則注解の【注5】(2)は、「一定の契約に従い、継続して役務の提供を行う場合」における「いまだ提供していない役務に対し支払を受けた対価」について、「時間の経過とともに次期以降の収益となるものであるから、これを当期の損益計算から除去するとともに貸借対照表の負債の部に計上しなければならない。」としています。このため、継続的な役務提供契約について引渡基準を用いて「売上額」を算定する場合、基本的には、違反事業者が、一般に公正妥当と認められる会計処理の基準の一つとしての上記企業会計原則注解に従って計上した売上げ、すなわち課徴金対象期間において提供した役務に対応した売上げの合計額が、課徴金額算定の基礎となる「売上額」となります。</p> <p>なお、この結論は、「対価の一部又は全部について課徴金対</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>象期間内に支払期限が到来しない」か否かといった事情の有無により異なることはありません。</p> <p>(3) 他方、契約基準を用いて「売上額」を算定する場合、課徴金対象行為に係る役務の「売上額」は、事業者が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当該役務の対価の額の合計額となります。</p> <p>なお、この結論は、「対価の一部又は全部について課徴金対象期間内に支払期限が到来しない」か否かといった事情の有無により異なることはありません。</p>
33	第4の3(1)	<p>銀行が預金の受入れを行った場合、預金は損益計算書に「収益」として計上されないため、「売上額」には含まれないと考えているが、そのような認識で良いか。また、銀行が行う貸付による利息は「売上額」に含まれるか。(団体)</p>	<p>例えば、銀行が、一般消費者に提供する預金契約に係る役務について優良・有利誤認表示をした場合、当該事案における課徴金対象行為に係る役務は預金契約に係る役務ですが、預金受入額は「収益」として計上されることはなく、当該役務についての「収益から費用を差し引く前の数値」ではないため、当該預金受入額は「売上額」に該当しないと考えます。</p> <p>また、銀行が、一般消費者に提供する貸付契約に係る役務について優良・有利誤認表示をした場合、当該事案における課徴金対象行為に係る役務は貸付契約に係る役務であり、貸付利息は当該役務についての「収益から費用を差し引く前の数値」ですので、当該貸付利息は「売上額」に該当すると考えます。</p>
34	第4の3(2)	<p>特定の商品又は役務(本体)を購入する際に、一般消費者の選択によってこれに対するオプションを合わせて購入することができる取引において、オプションについて課徴金対象行為が認められる場合は、オプションの対価だけが「売上額」としてカウントされ、本体の対価はこれに含まれないという認識でよいか。</p>	<p>御指摘の「オプション」について、特定の商品又は役務を購入した一般消費者が、さらに別途の対価を支払うことにより、当該特定の商品又は役務に追加することができる付随的な商品又は役務を指すことを前提として、以下回答します。</p> <p>課徴金額算定の基礎となる「売上額」は、課徴金対象期間において取引された「課徴金対象行為に係る商品又は役務」の売</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>例えば、本体の対価とオプションの対価とが明確に区分できる場合とそうでない場合、オプションの有無やその品質が本体を購入するかどうかの判断自体に影響を及ぼすような性質の取引である場合とそうでない場合など、その取引に関する様々な事情によって結論が異なり得るのであれば、結論を左右し得る要素について明らかにしていただきたい。(団体)</p>	<p>上額であるところ、当該「課徴金対象行為に係る商品又は役務」は、課徴金対象行為に係る表示内容や当該行為態様等により個別事案ごとに異なりますが、例えば、御指摘の事案におけるオプションについての表示が、オプションについて殊更強調する等により、特定の商品又は役務（本体）を購入しようとする一般消費者による（オプションを選択する前提となる）特定の商品又は役務（本体）についての選択にも影響を与える場合には、課徴金額算定の基礎となる「売上額」は、御指摘のように「オプションの対価だけ」ではなく、特定の商品又は役務（本体）とオプションの対価合計額の合計となります。他方、当該オプションについての表示が、特定の商品又は役務（本体）を購入しようとする一般消費者による特定の商品又は役務（本体）についての選択に影響を与えない場合には、当該「売上額」は、御指摘のように「オプションの対価だけ」となります。</p>
35	第4の3(2)イ	<p>例えば、メーカーが不当表示に気付き、直ちに小売店から商品を引き揚げた場合、これらの引き揚げた商品の対価は、控除の対象となるか。(団体)</p>	<p>例えば、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供給する商品 a の取引に際して課徴金対象行為をした場合において、課徴金対象期間内に、当該課徴金対象行為に係る商品、すなわち商品 a について当該小売業者との間で返品の合意をした上で当該小売業者から商品 a を引き揚げたとき、当該商品 a は「課徴金対象期間において」「返品された商品」（本政令第1条第2号）であるといえます。</p> <p>したがって、その場合において、当該事業者 A についての課徴金額の基礎となる「売上額」につき引渡基準を用いて算定するとき、当該「売上額」は、本政令第1条の規定により算定した額から、当該「課徴金対象期間において」「返品された商品」の対価額合計額を控除した額となります。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
36	第4の3(2) イ	<p>「引き渡した相手方が事業者（以下「相手方事業者」という。）であり、かつ当該相手方事業者が消費者等第三者と取引を行う前に販売を中止し、課徴金対象期間の後に事業者返品をした商品については、課徴金対象期間後売上額の算定までの間の当該返品商品の対価相当額」を追記すべきである。</p> <p>例えば、あるメーカーが8月1日から広告等のプロモーションを開始し、10月1日に発売開始する予定だった新商品のパッケージや広告物に不当表示があることが9月15日に判明し、当該メーカーが9月15日に当該表示を中止した上で出荷を停止し、翌16日に消費者へのお詫び等誤認解消措置を講じた上で、取引先に発売延期を通知し、取引先事業者からの返品を受け付け、発売日である10月1日より前に消費者向けの市場から当該商品を全て引き揚げた場合、課徴金対象期間は8月1日から9月16日までとなり、速やかに誤認解消措置を講じたにもかかわらず、取引先事業者からの返品分は総売上額から控除されないことになる。（団体）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>(1) 御意見は、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」の算定方法に関するものですが、当該「売上額」は、本法第8条第1項の規定に基づき、「政令で定める方法により算定」されます。</p> <p>本法第8条第1項の委任を受けて「売上額」の算定方法を規定する本政令は、売上額を引渡基準により算定する場合の控除項目として①本政令第1条第1号に該当する値引き額、②同条第2号に該当する返品額及び③同条第3号に該当する割戻金の額を規定し、売上額を契約基準により算定する場合の控除項目として割戻金の額を規定しています（本政令第2条第2項）。同政令は、平成27年10月19日から同年11月18日までの間のパブリックコメント手続を経て、同年12月11日に閣議決定され既に公布済みである同政令を改正する政令（平成27年政令第423号）により改正されました。</p> <p>本考え方は、本法に基づく課徴金納付命令の基本的要件（本法第8条）に関する考え方を示すものであり、それに必要な範囲で本法第8条に関する本政令の規定について概要を説明するものです。</p> <p>(2) なお、広告に掲載された商品が広告掲載時点において市場に出回っていない場合であっても、その後販売された実際の商品の内容が当該広告上において表示された商品の内容と異なるときは、広告掲載時点から販売開始までの間に「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相当な方法により一般消費者に周知する措置」を講じていた場合などのような事情が無い限り、</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>不当表示は成立すると考えられます。</p> <p>ただし、御指摘の事案のように、「発売日である10月1日より前に消費者向けの市場から当該商品を全て引き揚げた場合」には、一般消費者の当該広告による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれは認められませんので、不当表示は成立しないと考えられます。不当表示が成立しない場合、課徴金対象行為は成立せず、課徴金の納付を命じることはありません。</p>
37	第5柱書	<p>「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には、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。」旨を明示することに賛成する。(団体、弁護士)</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p>
38	第5柱書	<p>「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「課徴金対象行為が成立しないときは」、「課徴金の納付を命ずることはない。」としているが、「原則として」という表現に留めるべきである。(弁護士)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>課徴金対象行為とは、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〕)」であり優良・有利誤認表示をする行為です(本法第8条第1項)。このため、かかる優良・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しません。</p> <p>公正競争規約は、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するために締結又は設定されるものですので(本法第31条第1項)、通常はこれを守っていれば本法に違反することはありません。</p> <p>そこで、本考え方において、優良・有利誤認表示に該当しな</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			い表示をした場合に該当し得る例として、公正競争規約に沿った表示を挙げています。
39	第5の3柱書	<p>例えば、旅行業者がホテルのメニュー表示の根拠についてホテルから直接確認をとった場合、旅行業者から当該ホテルを利用したパック旅行の提案を受けた旅客運輸業者が再度ホテルに直接確認をとらねばならないとすれば、煩雑に過ぎるのではないか。仲介業者が表示を確認したことについて、提出資料を確認の上信用したような場合は、「相当の注意を怠った者でない」とするなどして、信頼を保護する仕組みが必要なのではないか。(弁護士)</p>	<p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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った者でない」と認められるか否か(すなわち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)は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠った者でない」と認められるか否かを論じることはできません。御指摘の、課徴金対象行為をした事業者が仲介業者の「提出資料を確認の上信用した場合」についても、個別事案ごとに、「相当の注意を怠った者ではない」と認められるか否かが判断されることとなります。</p>
40	第5の1	本考え方案第5の1の記載内容について賛成する。(事業者)	賛同の御意見として承ります。
41	第5の1	当該表示の根拠となる情報を確認していたかに関しては、「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」と記載されているが、当該表示の根拠となる情報と「不当景品類及び不当表示防止法第四条第二項の運用指針―不実証広告規制に関する指針―(平成15年10月28日公正取引委員会)に定められている『合理的な根拠』の判断基準」に	御指摘の運用指針における「合理的な根拠」は、本法第8条第3項に基づき事業者がした表示が優良誤認表示と推定されるか否かに関連するものであるのに対し、本考え方第5の1における「当該表示の根拠となる情報を確認するなど」という記述は、本法第8条第1条ただし書の規定する「相当の注意を怠った者でない」と認められるか否かに関するものであり、両者は異なるものです。

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		定められた合理的な根拠との関連を明らかにしていただきたい。(団体)	
42	第5の1	<p>「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」か否かにつき、「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」とし、「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」とされている。この点につき、本法第8条第1項について、第187回国会衆議院消費者問題に関する特別委員会（平成26年11月10日）における越智隆雄大臣政務官の答弁においては、「表示をする際に必要とされている通常の商習慣にのっとった注意を行っていれば足りる」とされているが、「正常な商慣習」と「通常の商習慣」は同義か。</p> <p>また、「正常」とは一定の評価を含んだ規範的な概念であり、予測可能性に欠ける部分がある。消費者庁が恣意的な運用を行わないことを期待する。(弁護士)</p>	<p>(1) 前段について 本考え方第5の1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います。 「通常の商習慣」は、この「正常な商慣習」と同義であると考えていますが、「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った者でないと認められる』わけではない」（本考え方第5の1）ことを説明するに当たり、より適切な表現として誤解を防ぐため、「正常な商慣習」としています。</p> <p>(2) 後段について 本課徴金制度の運用に当たっての御意見として承ります。</p>
43	第5の1	<p>「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になる」と説明されているが、「情報を確認する」と言っても、単に直接の取引相手の仕入先事業者からの説明を鵜呑みにして信じていたにとどまるのであれば、それは相当の注意を払ったとは評価出来ないで、「当該表示の根拠となる情報を客観的資料に基づいて確認するなど」とすべきである。さらに「かかる確認行為を経ない限りは、例えば、単に納入業者が行った表示を信頼したに過ぎないとか、同業他社が同一内容の不当</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>(1) 事業者が課徴金対象行為をした場合、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った者でないと認められる」か否か（すなわち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）は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。ここでいう「正常</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>表示を行っていたというような事情は免責理由とならない」ことを明記すべきである。</p> <p>この点に関し、想定例②では「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」とあるが、ここでいう「確認」が、文字通り記載されていることを確認しただけで足りるとする趣旨だとすると、それでは「相当の注意を怠った者でないと認められる」とはいえない。同③では「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」とあるが、これではパッケージの記載を見ただけで「確認」したことになるから、やはり「相当の注意を怠った者でないと認められる」とはいえない。</p> <p>当該想定例においては、当該事業者が不当表示を行った以上は、当該事業者が自己の表示の根拠を確認したといえるだけの注意を払っている必要がある。したがって、当該事業者が納入業者の表示を信じたというだけでは足りず、納入業者の表示が真実であると信じたことが相当といえるだけの客観的資料に基づいて確認することが必要である。具体的には、自ら生産工程を調査したり、成分分析をする必要はないが、納入業者から表示の根拠となる生産工程の資料提供を受けたり、成分分析結果の提示を受けて表示が真実であることの確認をする必要がある。(弁護士)</p>	<p>な商慣習」とは、一般消費者の利益の保護の見地からは是認されるものをいいますが、本法第8条第1項ただし書の趣旨が、事業者が表示内容の真実性について注意を行うインセンティブを担保する点にあることに鑑み、当該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は、事業者において自らが行う表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当しないと信じることにつき相当の理由があるか否かといった点も考慮されます。</p> <p>本考え方における「当該表示の根拠となる情報を確認するなど」は、「正常な商慣習に照らし必要とされる注意」を行うことの例示であるところ、当該注意を行ったといえる確認であるか否かについても、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>したがって、御指摘の「客観的資料の確認」の意味は必ずしも明らかではありませんが、仮に、客観的に実証された内容の資料の確認という意味であるとするれば、本考え方は、個別事案の具体的な事情を捨象して、当該資料（客観的に実証された内容の資料）の確認がなされない限り、「正常な商慣習に照らし必要とされる注意」としての表示の根拠となる情報の確認がなされたとはいえないとするものではありません。</p> <p>(2) 想定例②及び同③は、御指摘の「当該事業者が納入業者の表示を信じたというだけ」という事案ではなく、「正常な商慣習に照らし必要とされる注意」を行った事案であり、「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考えられる代表的な</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>例です。</p> <p>仮に、例えば、想定例③における課徴金対象行為に係る表示内容が「絶対痩せる健康食品です。」というものであり、表示をした小売業者が、当該表示をする際に、卸売業者から仕入れた当該健康食品のパッケージに「絶対痩せる健康食品です。」との記載があることを確認していたという事案を想定すると、その確認だけでは、事業者において当該健康食品のパッケージにおける「絶対痩せる健康食品です。」とする記載が真実であると信じ、自ら行う表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当しないと信じるにつき相当な理由があるとはいえず、「正常な商慣習に照らし必要とされる注意」を行ったとはいえないため、「相当の注意を怠つた者でないと認められ」ないと考えられますが、想定例②及び同③はそのような事案ではありません。</p> <p>(3) また、「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」は個別事案ごとに異なりますが、「同業他社が同一内容の不当表示を行っていたという事情」があるだけで「正常な商慣習に照らし必要とされる注意をしていた」とは認められないことは本考え方第5の1から明らかであると考えます。</p>
44	第5の1	<p>「正常な商慣習」として、「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」といった非現実的なものが例示として記載されているが、事業者の予見可能性を高めるため、より分かりやすい例示等を用いて説明すべきである。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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」か否か（すなわち正常な商慣習に照らし必要とされる注意をし</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>ていたか否か) は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「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ついて論じることはできません。</p> <p>本考え方は、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、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（第1の1）ことを目的としていますので、具体的な事情を離れ、どのような事案であっても該当し得る例として、「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った者でない」と認められるわけではない、ということに記載しています。</p>
45	第5の1	<p>「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、『相当の注意を怠った者でない』と認められると考えられる」旨を明示することに賛成する。（団体）</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p>
46	第5の1	<p>「相当の注意を怠ったものでない」か否かの認定に際しては、結果責任追及の弊に陥らず、当該事業者における具体的措置の実際の運用を観察の上、合理的な判断をすることを期待する。（弁護士）</p>	<p>本課徴金制度の運用に当たっての御意見として承ります。</p>
47	第5の1	<p>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</p>	<p>原案を維持します。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>についての指針に沿うような具体的な措置を講じている場合は、「相当の注意を怠つた者でないと認められる」とされているが、同指針においては、公正競争規約を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、新たに特段の措置が求められないとされている。</p> <p>これを踏まえ、公正競争規約を遵守するために必要な措置を講じている場合は「相当の注意を怠つた者でないと認められる」ことを本考え方案に明記していただきたい。(団体)</p>	<p>本考え方は、御指摘の「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」と示すに当たり、当該指針を引用しています。</p> <p>御指摘の点は、当該指針の内容から読み取ることができるものです。</p>
48	第5の1	<p>公正競争規約を遵守している事業者にあつては、例えば、公正競争規約対象商品に関連する商品について、ケアレスミスで不当表示をしてしまったとしても、同関連商品についても公正競争規約に準じて表示をしていると考えられることから、この行為についても「相当の注意を怠つた者でないと認め」ていただきたい。(団体)</p>	<p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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」か否か(すなわち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)は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否かを論じることはできませんが、御指摘の「ケアレスミス」は、「不注意による誤り、軽率な間違い」を意味するものですので、基本的には、正常な商慣習に照らし必要とされる注意を欠き、「相当の注意を怠つた者でないと認められ」ないと考えられます。</p>
49	第5の1	<p>「相当の注意を怠つた者でないと認められる」例として、公正競争規約に沿った表示を行った場合が示されている</p>	<p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>が、金融商品取引法で規定される認可金融商品取引業協会である日本証券業協会の協会員においては、自主規制規則である「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」において、当該規則で規定される一定の資格保有者等の広告審査担当者を定め、その者により、当該規則で規定された広告審査を行わなければならないものとされている。審査に当たって、協会員が行う広告等の表示に関して詳細な事項は、「広告等に関する指針」において示されている。この「広告等に関する指針」は公正競争規約でないものの、前述の規則において、「本規則に定める事項のほか、協会員が行う広告等の表示に関して必要な事項は、本協会が別に定める「広告等に関する指針」で定める。」と規定されており、かつ、当該広告等及び審査に関する記録の保存も義務付けられている。</p> <p>したがって、当該規則に基づき適切な表示を行い、かつ、審査等を行った場合には、「相当の注意を怠った者でない」と認められる」と考えてよいか。(団体)</p>	<p>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った者でない」と認められる」か否か(すなわち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)は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、御指摘の広告規則や広告等に関する指針に基づくことが「相当の注意」に該当するかについて論じることはできません。</p> <p>なお、仮に、特定の商品について特定の不当表示が生じた場合において、例えば、御指摘の「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」や「広告等に関する指針」が「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」に沿うものであり、表示をした事業者がこれを実際に遵守して当該指針に沿うような具体的な措置を講じていたと認められるときには、「相当の注意を怠った者でない」と認められると考えられます。</p>
50	第5の1	<p>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を講じている場合には、「相当の注意を怠った者でない」と認められる」としているが、同措置を講じていない場合には、「相当の注意を怠った者でない」と認められないことになるのか。</p> <p>特に、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第4の7(不当な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)に沿うような具</p>	<p>本考え方では、「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『相当の注意を怠った者でない』と認められると考えられる」と示しており、御指摘のように、当該措置を講じていない場合に直ちに「相当の注意を怠った者でない」と認められないということではありません。</p> <p>なお、課徴金対象行為をした事業者が、当該課徴金対象行為</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>体的な措置を講じていないと課徴金納付命令の対象になるのならば、事業者は、自ら一般消費者の誤認を排除する措置をとらない限り、課徴金納付命令を免れないということになると考える。(個人)</p>	<p>を始めた日から当該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場合であって、当該事実を知った後に速やかに課徴金対象行為をやめたときは、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った者でないとして「認められる」と考えられます(本考え方第5の2(2))。</p> <p>したがって、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った者でない」と認められるか否かについては、「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」第4の7(不当な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)の例としての「速やかに当該違反を是正すること」が実施されたか否かも重要な要素となります。</p>
51	第5の2	<p>第5の2では、「当該事業者が、当該表示が本法第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った者でない」と認められない。」とされている。</p> <p>この「当該表示が本法第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った者でない」とは、実際のものと異なる表示(事実と相違する表示)であることを意味します。</p> <p>したがって、例えば、優良・有利誤認表示をした事業者が、</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>(1) 本法第8条第1項ただし書の趣旨は、事業者が表示内容の真実性について注意を行うインセンティブを確保する点にあります。</p> <p>かかる趣旨に照らし、本法第8条第1項ただし書の規定する、「知らず」の対象としての同項第1号又は第2号の「いずれかに該当すること」とは、実際のものと異なる表示(事実と相違する表示)であることを意味します。</p> <p>したがって、例えば、優良・有利誤認表示をした事業者が、</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>等容易でない場合がある。したがって、「当該表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを知った」とは、単に不当表示の疑いを持っただけでは足りず、本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを認識した場合であることを明示していただきたい。</p> <p>実務上、特に優良誤認表示の表示と対応する合理的な根拠の有無等の判断を要する場合においては、事業者が自らの表示を本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを知らずには検討に相当な過程と時間を要することから、かかる要件の意義及び運用が厳格になされると、適用範囲が相当に狭まる可能性がある。(団体)</p>	<p>当該表示が実際のもものと異なること（事実と相違すること）を認識している場合、本法第8条第1項第1号又は第2号の「いずれかに該当すること」を認識しているといえ、当該事実を「知らず」には該当しません。</p> <p>(2) 御指摘の「当該表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを知った」は、前記(1)の本法第8条第1項第1号又は第2号の「いずれかに該当すること」を「知らず」と表裏の関係にあります。</p> <p>したがって、御指摘の「単に不当表示の疑いを持っただけ」という場合における事業者の認識は明らかではありませんが、例えば、優良・有利誤認表示をした事業者が、当該表示が実際のもものと異なること（事実と相違すること）を認識したとき、「当該表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを知った」こととなります。</p>
52	第5の2	<p>「相当の注意を怠った者でないと認められる」か否かについて、当該表示を自主的に取り止めることが必要とされているが、「正常な商慣習に照らして必要な注意」をして表示を行い、当該表示が不当表示であると気付かずに、自主的に取り止めることもなく、販売を終了したような場合にも「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考える。この点を本考え方に明記していただきたい。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本法第8条第1項ただし書は、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っ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旨を規定しています。</p> <p>したがって、御指摘の、事業者が、「正常な商慣習に照らして必要な注意」をして表示を行い、当該表示が不当表示であると気付かずに、課徴金対象行為をやめることなく（継続したまま）販売を終了した事案についても、当該課徴金対象行為をした期</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			間を通じて「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」のであれば、消費者庁長官は、課徴金の納付を命ずることができません（本法第8条第1項ただし書及び本考え方第5の冒頭参照）。
53	第5の2	<p>「速やかに」とは、自社製品の表示に疑いを抱いた事業者が、当該表示の不当表示該当性を確認するのに必要な作業を行う上で、合理的な期間を猶予するものであることを確認したい。すなわち、事業者が何らかの契機をもって表示に疑いを抱いた場合、通常、社内での確認作業はもちろん、場合によっては、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依頼して当該表示が不当表示に該当するか否かを検討するものと思われる。このような検討の結果、問題の表示が不当表示に該当すると結論付けた時点が「当該事実を知った」時であり、その後「速やかに」課徴金対象行為を取り止めれば足りるのであって、このような措置をとる限り、最初に表示に疑いを抱いた時点で速やかに当該表示を停止しなくとも、当該表示が本法第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った者でないと認められるものと理解してよいか。（弁護士）</p>	<p>(1) 事業者が、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知った結果、課徴金対象行為をやめる際、現実的には、知ったのと同時に課徴金対象行為をやめることは極めて困難であり、事業者が、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知ってから課徴金対象行為をやめるまでの過程においては、当該事実を知った上で当該課徴金対象行為を継続することもあると考えられます。</p> <p>このため、本法第8条第1項ただし書は、「…と認められるとき」と規定し、当該要件の該当性を実質的な評価により判断することとしています。具体的には、事業者が、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知ってから課徴金対象行為をやめるまでの間は「知らず」ではないものの、「速やかに」課徴金対象行為をやめたときは、「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」こととなります。</p> <p>本考え方第5の2における「速やかに」の意義は上記の点にあり、御指摘の「自社製品の表示に疑いを抱いた事業者が、当該表示の不当表示該当性を確認するのに必要な作業を行う上で、合理的な期間を猶予するものである」というものではありません。</p> <p>(2) なお、御指摘の、事業者が「自社製品の表示に疑いを抱いた」という場合における当該事業者の認識は明らかではあり</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>ませんが、例えば、優良・有利誤認表示をした事業者が、当該表示が実際のもものと異なること（事実と相違すること）を認識したとき、「当該表示が本法第8条第1項第1号又は第2号に該当することを知った」こととなる点は、前記番号51のとおりです。</p>
54	第5の2	<p>「知った後に速やかに課徴金対象行為を取り止めなかったとき」の記載の意味として、「例えば事業者の内部関係者による報告や公益通報、あるいは外部者からの指摘等により不当表示に該当するような疑いが生じた場合に、これら指摘を無視して必要な調査を行わなかったような場合（調査・確認義務の懈怠）には、相当な注意を怠った者でないと認められない。」という具体例を追記すべきである。（弁護士）</p>	<p>御指摘を踏まえ、本考え方第5の2の第1段落を以下のとおり修正します（修正部分は二重下線部）。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>（修正前）</p> <p>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、<u>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った者でないと認められるとき」</u>である。このため、事業者が課徴金対象行為をやめた後における当該事業者の認識の有無等は、直接の判断対象ではない。</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>（修正後）</p> <p>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、<u>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った者でないと認められるとき」</u>である。</p> <p>このため、<u>課徴金対象行為を始めた日には「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」</u>場合であったとしても、課徴金対象行為をし</p> </div>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p><u>た期間中のいずれかの時点で「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」ないときは、課徴金の納付を命ずることとなる。例えば、事業者が、課徴金対象行為を始めた日には「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」ものであったものの、当該課徴金対象行為をしている期間中に、同事業者の従業員からの報告や第三者からの指摘を受けるなどしたにもかかわらず、何ら必要かつ適切な調査・確認等を行わなかったときには、「課徴金対象行為をした期間を通じて」「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」ず、課徴金の納付を命ずることとなる。</u></p> <p><u>なお、事業者が課徴金対象行為をやめた後における当該事業者の認識の有無等は、直接の判断対象ではない。</u></p>
55	第5の3	<p>小売業者が、製造業者から入手した商品パンフレット等の資料に基づき表示を行い、当該表示が不当表示とされた場合、当該小売業者が「相当の注意を怠つた者でないと認められる」と考える。この点を明らかにしていただきたい。(団体、個人)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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」か否か(すなわち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)は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠つた者でないと認められる」か否かを論じることはでき</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>ませんが、本考え方においては、「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考えられる代表的な例を示しています。</p> <p>なお、御指摘の事案については、想定例③と類似するものですので、同想定例を御参照ください。</p>
56	第5の3	<p>製造業者が、相当の注意を払っていたにもかかわらず、容器包装に不当表示を行い、後にそれに気付いて流通在庫を自主的に回収した場合、同製造業者は「相当の注意を怠った者ではない」と認められるのか明らかにしていただきたい。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本法第8条第1項ただし書は、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っ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旨を規定しています。</p> <p>御指摘の製造業者が商品の容器包装に不当表示を行った事案における同製造業者の課徴金対象行為をした期間は、同製造業者が当該容器包装のされた当該商品を卸売業者や小売業者等に対して引き渡した期間です(本考え方第4の1(5)の想定例①参照)。</p> <p>したがって、当該事案において、製造業者が、当該容器包装のされた当該商品について卸売業者や小売業者等に対する引渡行為を開始してから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った者でない場合であって、当該事実を知った後に、速やかに課徴金対象行為すなわち卸売業者や小売業者等に対する引渡行為をやめたときは、流通在庫の回収の有無にかかわらず、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</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>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った者でないと「認められる」と考えられます（本考え方第5の2参照）。</p>
57	第5の3	<p>「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考えられる想定例が挙げられているが、記載されている想定例のほか、「相当の注意を怠った者でないと認められ」ない例などを増やすことなどにより、より具体的に説明していただきたい。（団体、弁護士）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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った者でないと認められる」か否か（すなわち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）は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠った者でないと認められる」か否かを論じることはできませんが、本考え方においては、「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考えられる代表的な例を示しています。</p> <p>仮に、本考え方において、御指摘の「相当の注意を怠った者でないと認められ」ない例を記載する場合、およそ何らの注意も行っていなかった事案を記載することが考えられますが、本考え方においてそのような例を示す必要はないと考えています。</p>
58	第5の3	<p>例えば、「自社の店舗で、他の事業者の販売価格を比較対照とした二重価格表示を行っていたが、その後、その事業者が販売価格を引き下げて自社の価格よりも安くしていたのに気付かず、長期間にわたって二重価格表示を続けてい</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>た」といった不当表示もあり得る。有利誤認表示の事例もできるだけ掲載し、それぞれにおける「相当の注意」の見解を示していただきたい。(団体)</p>	<p>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」か否か(すなわち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)は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠った者でないと認められる」か否かを論じることはできませんが、御指摘の「自社の店舗で、他の事業者の販売価格を比較対照とした二重価格表示を行っていたが、その後、その事業者が販売価格を引き下げて自社の価格よりも安くしていたのに気付かず、長期間にわたって二重価格表示を続けていた」というような事案についてみると、当該「長期間」にわたり当該二重価格表示をしていた期間中に比較対照価格として用いる他の事業者の販売価格について調査・確認していなかったのであれば、「相当の注意を怠った者でないと認められ」ないものと考えられます。</p>
59	第5の3	<p>本考え方案の各想定例における事業者については、「相当の注意を怠った者でないと認められる」者として、課徴金の納付を命じられないとする考え方に賛成する。</p> <p>しかし、各想定例における「課徴金対象行為」の元となる表示を行った黒幕の事業者(想定例①における検査機関、想定例②における生産者、想定例③における製造業者、想定例④における製造業者及び想定例⑤におけるホテル運営事業者)については、「措置命令」若しくは「課徴金納付命令」が行われることとなる旨を追記すべきである。(事業者)</p>	<p>(1) 前段について 賛同の御意見として承ります。</p> <p>(2) 後段について 原案を維持します。</p> <p>ア 事業者が課徴金対象行為をした場合、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った者でないと認められる」か否かは、個別事案ごとに、当該事業者</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>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の具体的な事情を勘案して判断されますので、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠った者でないと認められる」か否かを論じることはできません。もっとも、本考え方第5の3においては、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という本考え方の目的に鑑み、「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考えられる代表的な例を示しています。</p> <p>御指摘の「黒幕」の意味は明らかではありませんが、想定例③における製造業者、想定例④における製造業者及び想定例⑤におけるホテル運営事業者については、これら事業者が各想定例における不当な表示をした事業者（想定例③における小売業者C、想定例④における小売業者D、想定例⑤における旅行者E）とともに各想定例における優良誤認表示の内容の決定に関与していた場合には、想定例③における製造業者、想定例④における製造業者及び想定例⑤におけるホテル運営事業者の各行為について、別途、本法第5条の規定に違反する行為（課徴金対象行為）であるか否かが問題となります。</p> <p>他方、例えば、御指摘の想定例①における検査機関のように、商品又は役務を一般消費者に供給していない事業者は、景品表示法上の表示規制の対象とはなりません。</p> <p>イ 仮に、御指摘の趣旨が、一般消費者に対して商品又は役務を供給しておらず、かつ、特定の表示の内容の決定に関与していない事業者に対しても措置命令又は課徴金納付命</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>令を行うべきであるというものであれば、それは景品表示法の規定に反するので、そのような事業者に対し措置命令や課徴金納付命令を行うことはできません。</p>
60	<p>第5の3</p>	<p>例えば、商品・役務が消費者に届くプロセスにおいて、川下側事業者（川上側情報を二次加工し消費者に表示する事業者であり、主に小売業者を指す。）が優良誤認表示に関与し、「相当の注意を怠つた者でないと認められる」場合、当該事実の端緒となる誤情報を提供した、川上側事業者（主に製造・納入業者を指す。）に対して課徴金の納付が命じられるのか。</p> <p>また、これに伴い発生した一般消費者の経済的損失の回復は、川上側事業者が処理するのか。まずは一般消費者と直接取引している川下側事業者が行い、川下側事業者が負担した費用については川上側事業者との交渉等を通じて清算するというのも一つの原則的考え方であると考えられるが、いかがか。（団体）</p>	<p>(1) 前段について</p> <p>小売業者のように一般消費者に対して直接商品・役務を供給する事業者が優良・有利誤認表示を行った場合において、小売業者等を通じて一般消費者に対して商品・役務を供給する製造業者や卸売業者等（御指摘における「川上側事業者」）が当該優良・有利誤認表示の内容の決定に関与していたときは、当該製造業者や卸売業者等について別途課徴金対象行為の該当性が問題となり、課徴金の納付が命じられることがあります。これは、当該事案における小売業者に対して課徴金の納付を命じるか否かといった事情により異なるものではありません。</p> <p>(2) 後段について</p> <p>一般消費者に対する返金措置の実施に要する費用を最終的にどのように負担するかについては、景品表示法では規定されておらず、民事的に処理されるべき問題であると考えます。</p>
61	<p>第5の3</p>	<p>想定例では、確認の結果誤情報が判明したといった趣旨の事案が示されているが、実際には、（特に川下側事業者の場合）①取引を通じた信頼関係によりかかる確認はせず、川上側事業者が提供するカタログや商談資料等の情報を単に転用・引用する、②仮に確認しても川上側事業者から「問題なし」の回答があれば殊更に追及しない、③川下側事業者で独自に調査・検証するにも試験設備・評価ノウハウその他の事情により自ずと限界がある、といったことが一般</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>(1) 想定例①から⑤までにおいて、課徴金対象行為をした事業者が本法第8条第1項第1号に該当する表示をしたことを認識するに至る事情として、当該事業者による再確認に限らず、別の小売業者の指摘（想定例②）や消費者庁による質問（想定例③）、取引先であるホテル運営事業者の従業員からの申告（想定例⑤）といった一般的に想定され得る例を記載しています。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>的であり、想定例のように、再確認で誤情報が判明するのはレアケースと思われる。</p> <p>翻ってみるに、「相当の注意」の要件や内容が曖昧模糊としていることに起因する印象を否めない。川上側事業者の再調査や回答等の対応にかかわらず、川下側事業者として確認を行ったという事実の有無を尊重する趣旨であれば、その旨を明記し、想定例も見直すべきである。(団体)</p>	<p>(2) 事業者が課徴金対象行為をした場合、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った者でないと認められる」か否か（すなわち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）は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。</p> <p>このため、当該具体的な事情を離れて、抽象的に「相当の注意を怠った者でないと認められる」か否かを論じることはできませんが、本考え方においては、「相当の注意を怠った者でないと認められる」と考えられる代表的な例として想定例①から⑤を示しています。</p> <p>なお、上記のとおり、「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」か否かは、個別事案ごとに、具体的な事情を勘案して判断されるものであり、「川下側事業者」として行うべき注意をしたか否かは、「川下側事業者」が「川上側事業者」に対してどのような確認を行ったのか、当該「川上側事業者」がどのような対応をし、それを踏まえて「川下側事業者」がどのような注意をしたのか否かによっても異なることとなります。</p> <p>(3) また、事業者が、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知った結果、課徴金対象行為をやめる際、現実的には、知ったのと同時に課徴金対象行為をやめることは極めて困難であると考えられます。そのため、事業</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>者が、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知ってから課徴金対象行為をやめるまでの過程においては、当該事実を知った上で当該課徴金対象行為を継続することもあると考えられます。</p> <p>このため、本法第8条第1項ただし書は、「…と認められるとき」と規定し、当該要件の該当性を実質的な評価により判断することとしています。具体的には、事業者が、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知ってから課徴金対象行為をやめるまでの間は「知らず」ではないものの、「速やかに」課徴金対象行為をやめたときは、「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」こととなります。</p> <p>想定例①から⑤までにおいては、この点や、課徴金対象行為をした事業者が、課徴金対象行為を始めた後に、本法第8条第1項第1号に該当する表示をしたことを認識するに至る事情を記載し、課徴金対象行為をした期間を通じて「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」と考えられる代表的な例を示しています。</p>
62	第5の3 想定例①	<p>想定例①は「実績がある等信頼できる検査機関」の報告書の確認のケースであるが、製造業者の中には企業グループ内に独立した研究機関を有し、第三者機関によらずとも厳しい基準で試験を行っている事業者がおり、こうした試験を実施していることも「相当の注意を怠つた者でない」と認められるか否かの判断に当たり考慮されたい。</p> <p>また、製造業者における自社実験のケースについての例も示していただきたい。例えば、優良誤認表示の表示と対</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>想定例①は、製造業者Aが「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」事案ですが、第三者機関によるものでなくても、表示をする事業者が自ら試験を行って試験結果を確認するなど当該表示の根拠となる情報を取得・確認等した上で表示した場合、個別事案における具体的な事情を勘案した上で、「相当の注意を怠つ</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>応する合理的な根拠の有無等の判断において、第三者が誤っていた場合と自社が行って誤っていた場合とで、本要件の判断の結論が異なるのか否かを明らかにされたい。(団体、弁護士)</p>	<p>た者でないと認められる」ことはあり得ます。</p>
63	<p>第5の3 想定例②</p>	<p>想定例②における「速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合」については、単に対象行為をやめるだけで足り、新聞広告などによる告知までは不要と考えるが、そのような理解でよいか。やめる行為自体の内容について明示していただきたい。</p> <p>また、「速やか」に課徴金対象行為をやめたと認められる限界について、①消費者庁からの調査通知書の受理後何日以内、②消費者庁からの弁明の機会付与日まで、③措置命令の効力発生日まで、④措置命令の再発防止事項の義務履行日まで、のいずれを想定しているのか明示していただきたい。(弁護士)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>(1) 回答の前提</p> <p>事業者が、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知った結果、課徴金対象行為をやめる際、現実的には、知ったのと同時に課徴金対象行為をやめることは極めて困難であると考えられます。そのため、事業者が、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知ってから課徴金対象行為をやめるまでの過程においては、当該事実を知った上で当該課徴金対象行為を継続することもあると考えられます。</p> <p>このため、本法第8条第1項ただし書は、「…と認められるとき」と規定し、当該要件の該当性を実質的な評価により判断することとしています。具体的には、事業者が、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知ってから課徴金対象行為をやめるまでの間は「知らず」ではないものの、「速やかに」課徴金対象行為をやめたときは、「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」こととなります。</p> <p>(2) 前段について（「課徴金対象行為をやめた」）</p> <p>想定例②における「速やかに当該表示に係る課徴金対象行為をやめた場合」とは、同想定例において、小売業者Bが、同想定例における2つ目の点記載の事実を認識した後「速や</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>かに」、当該表示に係る「課徴金対象行為」すなわち優良誤認表示を内容とするシールを貼付した包装袋に入ったおにぎりを一般消費者に対し販売する行為をやめた場合であり、御指摘の「新聞広告による告知」は不要です。</p> <p>(3) 後段について（「速やかに」）</p> <p>事業者が課徴金対象行為をした場合、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」か否か（すなわち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）は、個別事案ごとに、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の具体的な事情を勘案して判断されます。このため、「速やかに」課徴金対象行為をやめたか否かについても、個別事案における具体的な事情により判断されます。</p> <p>したがって、当該具体的な事情を離れて、抽象的に、知ってから何日以内にやめれば「速やかに」やめたといえる又はやめるに際して何日以上経過していた場合は「速やかに」やめたといえない、といった基準を設けることはできません。</p>
64	第5の3 想定例③	<p>想定例③では、当該表示を取り止めるきっかけとして「消費者庁から当該健康食品の表示に関する質問を受け」たことが記載されているが、この「質問」には、不当表示の調査に関連した質問まで含めるのか明らかにしていただきたい。（団体）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>想定例③記載の「質問」は、小売業者Cが当該健康食品の製造業者に問い質す端緒となる事実を例示したものです。</p> <p>この「質問」は、「消費者庁から」の「当該健康食品の表示に関する質問」であり、小売業者Cのした課徴金対象行為に係る表示に関連する質問も含むものです。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
65	第5の3 想定例③	<p>本考え方の想定例③は、商品のパッケージ上の表示内容を確認したことをもって、店頭ポップの表示の根拠の確認とすることができることを明確化するものであり、表示の根拠の確認作業が過剰ないし不必要に実施され過度な負担が生じることを防止するため、適切な例であると考え。成案においても維持していただきたい。(弁護士)</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p>
66	第6	<p>景品表示法第8条第1項ただし書において、課徴金額が150万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とされている。同じ優良・有利誤認表示の結果が、業態や、売上規模で変わるとすれば、こういった理由においてこの線引きをしているのか、課徴金「基準」として妥当性と併せて回答されたい。</p> <p>また、違反期間内の売上げが150万円以上の場合に課徴金を課するとしているが、売上額の基準が高すぎる。例えば被害額が50万円程度のリフォーム詐欺被害の報道は少なくないが、こうした契約被害に虚偽表示が付随していることが多い。単価の高い虚偽表示被害は1件でも防止する必要があると思われるので、課徴金を課すべき最低限の売上額は50万円とすべきである。(団体、事業者)</p>	<p>(1) 御指摘は、本法第8条第1項ただし書に関するものですが、本法に課徴金制度を導入する本改正法は、平成26年11月27日に既に公布済みです。</p> <p>本考え方は、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ものです。</p> <p>(2) なお、御指摘の前段に関し、本法第8条第1項ただし書の趣旨は、次のとおりです。</p> <p>不当表示事案において、事業者の課徴金対象行為に係る商品又は役務の売上額が大きければ大きいほど、消費生活への影響が大きいと考えられ、課徴金による不当表示防止効果を発揮させる必要性が高いところです。</p> <p>他方で、規模基準を設けず全ての事案を課徴金賦課の対象とすると、課徴金対象行為に係る商品又は役務の売上額が小さく、消費生活への影響が相対的に小さいと考えられる事案までことごとく課徴金を課す対象とすることとなり、消費生活への影響が大きく、防止効果を発揮させる必要性が高い事案に対する執行にかえって支障を及ぼすおそれがあります。</p> <p>そこで、必要性及び行政効率の観点から、課徴金納付命令の対象とすべき事案を適切に絞り込むため、課徴金納付命令の要件として規模基準を設けることとされました。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>(3) また、上記本改正法の立案に当たっては、消費者庁設置後の措置命令事案（平成 21 年 9 月から平成 26 年 10 月までの事案のうち売上額を把握できた 107 件）における売上額の中位層に含まれる売上額が 5000 万円であったことから、本法第 8 条第 1 項ただし書で 150 万円未満と設定することとされたものです。</p> <p>他方、後段に関し、本法は、本法第 8 条第 1 項の規定により算定した課徴金額が 150 万円未満であるとき、すなわち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と規定しており（本法第 8 条第 1 項ただし書）、「売上額」が 150 万円以上であるか否かを基準とするものではありません。</p>
67	第 7	<p>規則案第 7 条第 2 項の内容は、「十五日を経過する日までの期間」との期間設定の点を含め適切と考えられるが、同項ただし書の「当該期間内に資料を提出しないことについて正当な事由」については、指針案の中で具体例を挙げる等してその範囲を厳密に限定すべきである。（弁護士）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>御指摘の本規則第 7 条第 2 項は、措置命令及び課徴金納付命令に関する不実証広告規制における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について定めるものですが、措置命令に関する不実証広告規制における当該資料の提出手続は、既に「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（現時点では「不当景品類及び不当表示防止法第 4 条第 2 項の運用指針」〔平成 15 年 10 月 28 日公正取引委員会〕）第 4 において説明されています。また、課徴金納付命令に関する不実証広告規制の考え方は、当該運用指針と同様です（本考え方第 7）。</p> <p>御指摘の「正当な事由」については、当該運用指針第 4 の 2 (2)において、「正当な事由と認められるかは、個別の事案ごとに判断されることになるが、新たな又は追加的な試験・調査を実施する必要があるなどの理由は、正当な事由とは認められな</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			い」と示されています。
68	第7	措置命令の段階においては、消費者庁長官の求めに対して合理的な根拠を示す資料が提出されず、優良誤認表示とみなされて措置命令が行われたが、その後、課徴金納付命令の段階において提出された新資料が合理的な根拠を示す資料であると判断され、優良誤認表示ではないと判断された場合、当初の措置命令はどうなるのか。何らかの手續が必要であれば、その旨も明らかにすべきである。(団体)	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方は、本法に基づく課徴金納付命令の基本的要件（本法第8条）に関する考え方を示すものですが、御指摘の点は主に措置命令（本法第7条）に関するものです。</p> <p>措置命令に関する不実証広告規制は、消費者庁長官から、表示について合理的な根拠を示す資料の提出を求められた事業者が当該資料を提出しない場合に事業者の表示を優良誤認表示と「みなす」ものです（本法第7条第2項）。優良誤認表示とみなされた場合、表示をした事業者は、資料提出期間経過後に合理的な根拠を示す新しい資料を提出して当該表示の優良誤認表示該当性を争うことはできません。</p> <p>したがって、課徴金納付命令との関係において新資料が提出され優良誤認表示でないと判断されたことは、当初の措置命令に当然に影響を及ぼすものではありません。</p> <p>もっとも、不実証広告規制を適用して行われる措置命令では、命令の内容の1つとして、通常、今後、「本件商品又はこれと同種の商品の取引に関し、表示の裏付けとなる合理的な根拠をあらかじめ有することなく」表示をしてはならないと命じられています（不作為命令）。課徴金納付命令との関係において優良誤認表示ではないと判断された場合に、その合理的な根拠を示す資料に基づいて当該表示をすることは、当初の措置命令に反するものではありません。</p>
69	その他	特に「優良誤認表示」に至る原因は①その商品・役務が一般消費者に届くプロセスにおける「川上側事業者（主に製造・納入業者）の誤情報提供」と②川上側事業者の情報を二	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方は、本法に基づく課徴金納付命令の基本的要件（本法第8条）に関する考え方を示し、本法の課徴金制度の運用の</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>次加工し一般消費者に表示する「川下側事業者（主に小売業者）での誤認ないしは恣意的改ざん」のいずれかに大別される。各々のプロセスのどこに原因があり、誰が責任を負うのかを明確にすることが事業者の予見性を高める上で最重要である。</p> <p>そこで、例えば、「業種（食品⇔非食品等）、業態（製造業⇔卸業⇔小売業等）等の違いによる差異がないこと」、「業種・業態特性に応じ異なること」等に分け、内容を整理したガイドラインの構成としていただきたい。（団体）</p>	<p>透明性及び事業者の予見可能性を確保することを目的としています（本考え方第1の1）。</p> <p>「各々のプロセスのどこに原因があり、誰が責任を負うのかを明確にすることが事業者の予見性を高める上で最重要である。」との御指摘について、本法上の不当表示の規制対象となる事業者は、不当表示をした事業者すなわち表示の内容の決定に関与した者です。</p> <p>また、課徴金対象行為（優良・有利誤認表示をする行為）は、業態や規模にかかわらずあらゆる事業者によって行われ得るものであり、一般消費者に誤認を生じさせて自主的かつ合理的な選択を阻害するという優良・有利誤認表示の一般消費者への影響についても、事業者の業態や規模によって異なるものではありません。</p>
70	その他	<p>本考え方案は、例えば、措置命令と課徴金納付命令との関係や命令の発出時期、景品表示法第10条の実施予定返金措置計画の策定期限、景品表示法第15条の弁明の機会の付与の通知の期限など具体的な手順や期間が明確になっていない。また、景品表示法第9条を設けた趣旨や「課徴金納付命令があるべきことを予知してされたもの」との判断基準も明確でない。</p> <p>このため、景品表示法第3節に規定する一連の手続を包括的に示すガイドラインを策定すべきである。（団体）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方は、本改正法に係る法律案についてのパブリックコメント手続の結果公表時に、本法に基づく課徴金納付命令の要件のうち①課徴金算定方法、②「相当の注意を怠った者でない」と認められる」との要件についてガイドラインにて明確化を図る旨を表明していたこと等を踏まえ、上記①及び②について規定する本法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）についての考え方を説明するものです。</p>
71	その他	<p>本規則案第10条第2項第1号の「実施予定返金措置の対象となる者が当該実施予定返金措置の内容を把握するための周知に関する事項を示す書類」に記載される「周知の方法」については、当該事業者が顧客情報を把握していない</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>本考え方は、本改正法に係る法律案についてのパブリックコメント手続の結果公表時に、本法に基づく課徴金納付命令の要件のうち①課徴金算定方法、②「相当の注意を怠った者でない</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>場合は、領収証・カード取引履歴・契約書・見積書等、その他手段のいかんを問わず、当該事業者が不当表示の対象製品・役務等の購買者であることを客観的に確認できる場合であることを、本考え方案に明記すべきである。(弁護士)</p>	<p>と認められる」との要件についてガイドラインにて明確化を図る旨を表明していたこと等を踏まえ、上記①及び②について規定する本法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）についての考え方を説明するものです。</p>
72	その他	<p>商品の表示に誤りがあった場合、景品表示法違反の調査開始前に、小売業者として自ら返金措置をとることがある。その際、レシートを持参した消費者に返金することが一般的である。</p> <p>このような調査開始前に行う返金措置において、その後、景品表示法違反として措置命令を受ける可能性があることを予見して、消費者一人ひとりの氏名を確認するなどという手続きはかえって迷惑を掛けることとなり現実には困難である。</p> <p>このため、このような返金措置については、実施予定返金措置や認定申請前の返金措置ではないため、対象者の氏名などの資料提出義務を要せずに当該売上額からの減額として処理できる旨を明確にしていきたい。(団体)</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>御指摘は、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」の算定方法に関するものですが、当該「売上額」は、本法第8条第1項の規定に基づき、「政令で定める方法により算定」されます。</p> <p>本法第8条第1項の委任を受けて「売上額」の算定方法等を規定する本政令については、平成27年10月19日から同年11月18日までの間のパブリックコメント手続を経て、同政令を改正する政令（平成27年政令第423号）が同年12月11日に閣議決定され、既に公布済みです。</p> <p>本考え方は、本法に基づく課徴金納付命令の基本的要件（本法第8条）に関する考え方を示すものであり、それに必要な範囲で本法第8条に関する本政令の規定について概要を説明するものです。</p> <p>なお、本規則第11条第1項第1号及び第12条第2項第1号が「返金措置の対象となった者の氏名又は名称」を記載又は報告事項として挙げているのは、消費者庁長官が、事業者が当該記載又は報告をした返金措置が実施されたか否か確認する必要があるためです。また、認定申請前の返金措置に関する事項を実施予定返金措置計画に記載する場合の記載事項として、法第10条第3項は「第一項の認定の申請前に既に実施した返金措置の対象となった者の氏名又は名称」を挙げており、また、申請</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
			<p>後認定前の返金措置の報告事項として、法第10条第4項は「当該返金措置の対象となつた者の氏名又は名称」を挙げています。事業者が一般消費者に対し自主的に返金をする場合、どのような方法を行うかは自由ですが、上記記載又は報告がなされない「返金措置」は、課徴金額の減額対象とはなりません（本法第11条第2項）。</p>
73	その他	<p>公正競争規約に加入する事業者が、公正競争規約で規制する表示について不当表示を行った場合における取扱いが不明確である。</p> <p>事業者が加入する公正競争規約で定められた措置（警告、違約金等）が講じられた場合において、消費者庁長官による課徴金納付命令が行われるのか否かなど、このような場合における課徴金納付命令を行うか否かの基準や公正競争規約制度との整合性を明らかにすべきである。（事業者）</p>	<p>原案を維持します。</p> <p>課徴金対象行為とは、優良・有利誤認表示をする行為です（本法第8条第1項）。このため、かかる優良・有利誤認表示に該当する表示をした場合には、公正競争規約で規制される表示であるか否か、公正競争規約で定められた措置が講じられたか否かといった事情にかかわらず、課徴金対象行為が成立します。</p> <p>また、本法第8条第1項は、事業者が課徴金対象行為をしたときは、「課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。」と規定し、消費者庁長官に対して課徴金の賦課を義務付けるものですので、（命令を発するか否か及び命令の内容について消費者庁長官に裁量が認められている措置命令とは異なり）課徴金納付命令を発するか否かについて、消費者庁長官に裁量の余地はありません。</p> <p>したがって、御指摘の「公正競争規約に加入する事業者が、公正競争規約で規制する表示について不当表示を行った場合」において、「事業者が加入する公正競争規約で定められた措置」が講じられたときであっても、消費者庁長官は、当該事業者が課徴金対象行為をし、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ることとなります（本法第8条第1項及び本考え方第3参照）。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
74	その他	<p>課徴金制度に関する政令、内閣府令、ガイドラインに関して、事業者等に対するきめ細かな説明会の実施、詳細を確認できるQ&Aの策定等、事業者等に対する周知を十分に行っていただきたい。</p> <p>各事業者が自社の広告・表示を改めて点検し、不当表示による顧客の誘引の防止につなげていただきたい。(団体)</p>	<p>本課徴金制度に関し、本考え方の公表及び本規則の公布後に説明会を実施するなどして、引き続き周知活動に努めてまいります。</p>
75	その他	<p>課徴金制度を運用するために、消費者庁に十分な体制を構築するとともに、措置命令権限が付与された都道府県知事との連携強化を進めることにより、行政の執行体制を強化していただきたい。(団体)</p>	<p>本課徴金制度の運用に当たり必要な執行体制の構築や都道府県との連携強化を進める等、執行体制の強化に努めてまいります。</p>
76	その他	<p>本考え方案第2の2(2)(優良・有利誤認表示の意義等)において、優良・有利誤認表示の要件である「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あると認められるもの」に関する記載がないが、課徴金制度導入後の景品表示法の運用においても、同要件に該当するかどうかをしっかりと検討すべきである。</p> <p>(学者)</p>	<p>本課徴金制度の運用に当たっての御意見として承ります。</p>
77	その他	<p>「当該事実を知った後に速やかに課徴金対象行為を取り止めたとき」には、当該表示が景品表示法第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った者でないと認められるとされているが、事業者が社内調査等を実施した結果、不当表示を発見し、景品表示法第9条の自主申告を実施しようとする場合、通常それに伴って課徴金対象行為の取り止めも行うものと思われる。</p> <p>そうすると、貴庁その他所管当局の調査が開始される前</p>	<p>本法施行後の措置命令の運用に当たっての御意見として承ります。</p> <p>なお、単に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号に該当することを「知った後に速やかに課徴金対象行為を取り止めたとき」に課徴金の納付を命ずることができないわけではなく、当該事業者が、当該課徴金対象行為を始めた日から当該課徴金対象行為に係る表示が同項第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った者でないときに、</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>に不当表示を発見した（「相当の注意を怠つた者でないと認められる」）事業者が、課徴金対象行為を取り止めることで、課徴金納付命令を受けなくなるため、それよりほかに、景品表示法第9条の自主申告を実施するインセンティブがほとんどなくなることが想定される。</p> <p>そのため、例えば、公正取引委員会が下請法の運用について、自主申告があった場合には勧告（及びその公表）を行わないとしているように（公正取引委員会「下請法違反行為を自発的に申し出た親事業者の取扱いについて」〔平成20年12月17日〕）、景品表示法第9条の自主申告を実施した事業者には、不当表示の停止や再発防止に向けた取組等一定の要件が充足される場合には、措置命令を行わないなどの取扱いを採用されることを提案する。（弁護士）</p>	<p>課徴金の納付を命ずることができないこととなります（本考案方第5の2(2)）。</p> <p>また、措置命令は、本法第5条の規定に違反する行為を行っている（行った）事業者に対し、その行為の差止めの他、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、それらの実施に関連する公示その他必要な事項を命じるものです。本法第9条の規定に基づき課徴金対象行為に該当する事実を報告した事業者については、例えば、課徴金対象行為を既にやめており、一般消費者に対する周知を既に行っているほか、再発防止のために必要な体制整備を十分に行っているなどの事情を考慮して措置命令の必要性が認められない場合には、同命令を行わないこととなります。</p>
78	その他	<p>課徴金制度が不当表示を抑止する目的を果たしているかどうか評価を行い、制度の実効性を高めていくことが必要である。特に「課徴金額の算定」、「規模基準の設定」については、行政の執行に係る負担を考慮しながらも、不当表示抑止の十分なインセンティブになるかどうかを実効性の観点から一定期間後に評価し必要な改善を図っていただきたい。（団体）</p>	<p>本課徴金制度に関する今後の見直しに当たっての御意見として承ります。</p> <p>なお、本改正法に係る法律案に関し、衆議院・参議院ともに、委員会における採決の際、不当表示の抑止に係る実効性の観点から、本法の施行状況について不断の評価を行い、課徴金額の算定率や規模基準の設定等について、必要な見直しを行うこと、との附帯決議が附されています（平成26年11月10日衆議院消費者問題に関する特別委員会、同月18日参議院消費者問題に関する特別委員会）。</p>
79	その他	<p>景品表示法に導入される課徴金制度は、対象商品・役務の売上額に3%を乗じて算定し、課徴金額が150万円未満の場合は、課徴金を賦課しない制度とされている。</p> <p>しかし、このような制度では、故意に違反行為を行うよ</p>	<p>本課徴金制度に関する今後の見直しに当たっての御意見として承ります。</p> <p>なお、本改正法に係る法律案に関し、衆議院・参議院ともに、委員会における採決の際、不当表示の抑止に係る実効性の観点</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		うな小規模な事業者等に対する方策としては極めてバランスの悪い制度であるため、再検討が必要と考える。(団体)	から、本法の施行状況について不断の評価を行い、課徴金額の算定率や規模基準の設定等について、必要な見直しを行うこと、との附帯決議が附されています(平成26年11月10日衆議院消費者問題に関する特別委員会、同月18日参議院消費者問題に関する特別委員会)。
80	その他	<p>不正広告を行って利益を得るとともに競合他社を圧迫し、制裁が加えられたとしても結果的に不正を行ったことによって今後の独占的地位を得るといった不法な事態が発生しないようにするためにも制裁(課徴金その他)に関しては柔軟性を設けるべきであると考え(悪質なものに対してはより強度の高い制裁が行なわれることが望ましいと考える)。</p> <p>焼け太り、いやそれよりも性質の悪いであろう全てを排除しての少額課徴金の支払と長期的な支配構造の確立、などという事態があってはならず、制裁はその強度について特に上方への柔軟性を持たせることが必須であると考え。よって大きな柔軟性を持たせてモラルハザードへの牽制を行うとともに、不法を行う企業が確実に排除撲滅されるようにしていただきたい。</p> <p>また、現法案の算定方法は、虚偽表示の悪質性の観点で検討されていないように思う。悪質さは虚偽表示の期間だけでなく、被害単価にも関連しており、通常は被害単価が高いほど悪質な虚偽表示であると思われる。したがって売上額(虚偽表示の期間の合計売上額)からの算定に加え、被害平均単価に応じて課徴金の割合を上昇させるべきではないか。(団体、個人)</p>	<p>本課徴金制度自体に関する御意見については、今後の見直しに当たっての御意見として承ります。</p> <p>なお、本改正法に係る法律案に関し、衆議院・参議院ともに、委員会における採決の際、不当表示の抑止に係る実効性の観点から、本法の施行状況について不断の評価を行い、課徴金額の算定率や規模基準の設定等について、必要な見直しを行うこと、との附帯決議が附されています(平成26年11月10日衆議院消費者問題に関する特別委員会、同月18日参議院消費者問題に関する特別委員会)。</p>

番号	原案 該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
81	その他	<p>自主返金をすれば課徴金を免除するという規定のほう が、被害回復の目的に即している。</p> <p>また被害回復の観点からすれば、売上額の3%という計 算方法では課徴金の額が低すぎる。例えば、対象売上額が 1億円だった違反事業者の場合、課徴金額がその3%の300 万円となるが、これでは有意な被害回復ができるとは思え ない。売上額が500万円なら4%、1000万円なら6%やそ れ以上の割合というように段階的に課徴金を課すことがで きれば、より被害の回復に資する。</p> <p>公正取引協議会ごとに最低限の課徴金の金額を設定し、 消費者庁を通して被害回復に充てるという方法もあるので はないか。</p> <p>例えば商品単価の高い不動産業界では、公正取引規約で、 公正取引協議会が警告を受けた事業者に違約金50万円を課 すというような独自の規定があるが(第27条第1項から第 8項まで)、こうした違約金等が課徴金として被害回復に充 てられるようになれば、より制度目的に即している。(団体)</p>	<p>本課徴金制度に関する今後の見直しに当たっての御意見とし て承ります。</p> <p>なお、課徴金額の減額対象となる「返金措置」(本法第10条 第1項)は、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って政令で定めるところにより特定さ れているものから申出があった場合に、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3%を乗じて得た額ではなく、同額以上の金 銭を交付する措置です(本法第10条第1項)。そして、所定の 手続を経た事業者による返金措置における(本規則により計算 した)金銭交付相当額が課徴金額以上である場合、課徴金の納 付は命じないこととなります。</p>

原案からの変更点
(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)

※修正部分は下線部

該当箇所(変更後の箇所)	原案(変更前)	変更後
第4の1(1)	(略)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」(略)	(略)②「 <u>不当に顧客を誘引し</u> 、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」(略)
第4の1(3) (第1段落)	(略)「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」(略)	(略)「 <u>不当に顧客を誘引し</u> 、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」(略)
第4の1(4) (第1段落)	(略)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 <u>ため</u> 相当な方法(略)	(略)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 <u>不当に顧客を誘引し</u> 、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(略)
第4の1(4) (第1段落)	(略)(不当景品類及び不当表示防止法施行規則(平成28年内閣府令第○号)第 <u>2</u> 条)。	(略)(不当景品類及び不当表示防止法施行規則(平成28年内閣府令第○号)第 <u>8</u> 条)。
第4の1(4) (第2段落)	(略)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」(略)	(略)当該課徴金対象行為に係る表示から生じる「 <u>不当に顧客を誘引し</u> 、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」(略)
第4の1(4) (不当景品類及び不当表示防止法施行規則部分)	(略)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(略)	(略)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 <u>不当に顧客を誘引し</u> 、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(略)
第4の2柱書き (第2文)	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(略)	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 <u>等</u> に応じて個別事案ごとに異なる(略)
第4の2(1) 想定例①	(略)11月 <u>31</u> 日までの間、(略)	(略)11月 <u>30</u> 日までの間、(略)
第4の3(2) ア(イ)	(略)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	(略)引渡基準により算定した額と、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

該当箇所（変更後の箇所）	原案（変更前）	変更後
	ると認められるときは、(略)	あると認められるときは、(略)
第5の2	—	（「(1)」、「(2)」、「(3)」を追記）
第5の2(1) （第2段落・第3段落）	このため、事業者が課徴金対象行為をやめた後における当該事業者の認識の有無等は、直接の判断対象ではない。	<p>このため、課徴金対象行為を始めた日には「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」場合であったとしても、課徴金対象行為をした期間中のいずれかの時点で「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」ないときは、課徴金の納付を命ずることとなる。例えば、事業者が、課徴金対象行為を始めた日には「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」ものであったものの、当該課徴金対象行為をしている期間中に、同事業者の従業員の報告や第三者からの指摘を受けるなどしたにもかかわらず、何ら必要かつ適切な調査・確認等を行わなかったときには、「課徴金対象行為をした期間を通じて」「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」ず、課徴金の納付を命ずることとなる。</p> <p>なお、事業者が課徴金対象行為をやめた後における当該事業者の認識の有無等は、直接の判断対象ではない。</p>
第5の2(2)	なお、当該事業者が、(略) 当該事実を知った後に速やかに課徴金対象行為を <u>取り止めた</u> ときは、(略)	課徴金対象行為をした事業者が、(略) 当該事実を知った後に速やかに課徴金対象行為を <u>やめた</u> ときは、(略)
第5の2(3)	(略) 該当することを <u>知った後に速やかに課徴金対象行為を取り止め</u> なかったときは、(略)	(略) 該当することを <u>知った後に速やかに課徴金対象行為をやめ</u> なかったときは、(略)