

5 課徴金制度の内容

景品表示法への課徴金制度は、平成 26 年 11 月改正法により、不当な表示による顧客の誘引を防止することを目的に導入され、平成 28 年 4 月 1 日から施行されました。

この課徴金制度に関しては、消費者庁において、「課徴金納付命令の基本的要件に関する考え方」（課徴金ガイドライン）が公表（平成 28 年 1 月 29 日）されています。

（詳細は http://www.caa.go.jp/representation/pdf/160208premiums_3.pdf を参照）

1 概要

課徴金納付命令 第 8 条	・ 対象行為	優良誤認表示，有利誤認表示を対象。 不実証広告規制に係る表示行為について，一定の期間内に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がない場合には，当該表示を優良誤認表示と推定して課徴金を賦課。
	・ 課徴金額の算定	対象商品・役務の売上額の 3%。
	・ 対象期間	3 年間を上限。
	・ 主観的要素	違反事業者が相当の注意を怠った者でないと認められるときは，課徴金額を賦課しない。次頁「2」参照
	・ 規模基準	課徴金額が 150 万円未満（対象商品・役務の売上額が 5000 万円未満）となる場合は，課徴金を賦課しない。
・ 課徴金対象行為該当事実の報告による課徴金額の減額（第 9 条）	課徴金対象行為に該当する事実を自主報告した事業者に対し，課徴金額の 2 分の 1 を減額。	
・ 除斥期間（第 12 条第 7 項）	違反行為をやめた日から 5 年を経過したときは，課徴金を賦課しない。	
・ 賦課手続（第 13 条）	違反事業者に対する手続保障として，弁明の機会を付与。	
・ 返金措置の実施による課徴金額の減額（第 10 条・第 11 条）	事業者が所定の手続に沿って「返金措置」を実施した場合は，課徴金を命じない又は減額。 ※「返金措置」 課徴金対象期間において課徴金対象行為に係る商品又は役務の取引を行った一般消費者（政令で特定されているもの）のうち申出した者に対し，当該申出者の購入額（政令で定める方法により算出）の 3%以上の額の金銭を交付する措置。	

2 「相当の注意を怠った者でない」と認められる（ガイドライン第5）

I 「相当の注意を怠った者でない」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、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

- ・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ます。

※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は認められるものをいいます。

○ 当該判断に当たって勘案する事情

- ・当該事業者の①業態や②規模
- ・③課徴金対象行為に係る商品又は役務の内容
- ・④課徴金対象行為に係る表示内容
- ・⑤課徴金対象行為の態様 等

○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」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ます。

II 「課徴金対象行為をした期間を通じて」

課徴金対象行為をした事業者が、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の期間を通じて当該事実を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、「課徴金対象行為をした期間を通じて」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。

III 想定例「相当の注意を怠った者でない」と認められるもの

事例①

製造業者Aが、(i)自ら製造するシャツを、小売業者を通じて一般消費者に販売するに当たり、(ii)当該シャツについて、「通気性が従来製品の10倍」等との記載があるウェブサイトを公開することにより、あたかも、当該シャツの通気性が自社の従来製品の10倍であるかのように示す表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

事例②

小売業者Bが、(i)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、(ii)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

事例③

小売業者Cが、(i)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、(ii)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。」等を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、
- ・消費者庁からの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

事例④

小売業者Dが、(i)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、(ii)当該布団について、テレビショッピング番組において、「カシミア 80%」との文字を使用した映像及び「ぜいたくにカシミアを 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アが 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ア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アを 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ア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

事例⑤

旅行業者Eが、(i)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、(ii)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）が松阪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、松阪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