

危機管理・コンプライアンス
Crisis Management/Compliance

Newsletter

〈2018年11月号〉

消費者庁による景表法違反調査への対応

古川 昌平
Shohei Furukawa

PROFILEはこちら



第1 はじめに

消費者庁は、近年、景表法の不当表示規制を積極的に執行しており、平成29年度（平成29年4月から平成30年3月）の措置命令

件数は、消費者庁設立以降最多の50件を記録しました。特に、近時は、上場企業や著名企業に対する措置命令が増加している傾向がみられます。また、同年度には19件の課徴金納付命令件数が行われ、調査件数自体も増加しています（詳細は下表をご覧ください）。

	平成27年度 H27.4～H28.3	平成28年度 H28.4～H29.3	平成29年度 H29.4～H30.3	
調査件数	568	543	653	
次年度繰越し	188	228	227	
措置命令	国（消費者庁）	13	27	50
	都道府県	3	1	8
課徴金 納付命令	国（消費者庁）	—（未施行）	1	19
	<最高課徴金額>		4億8,507万円	8,824万円

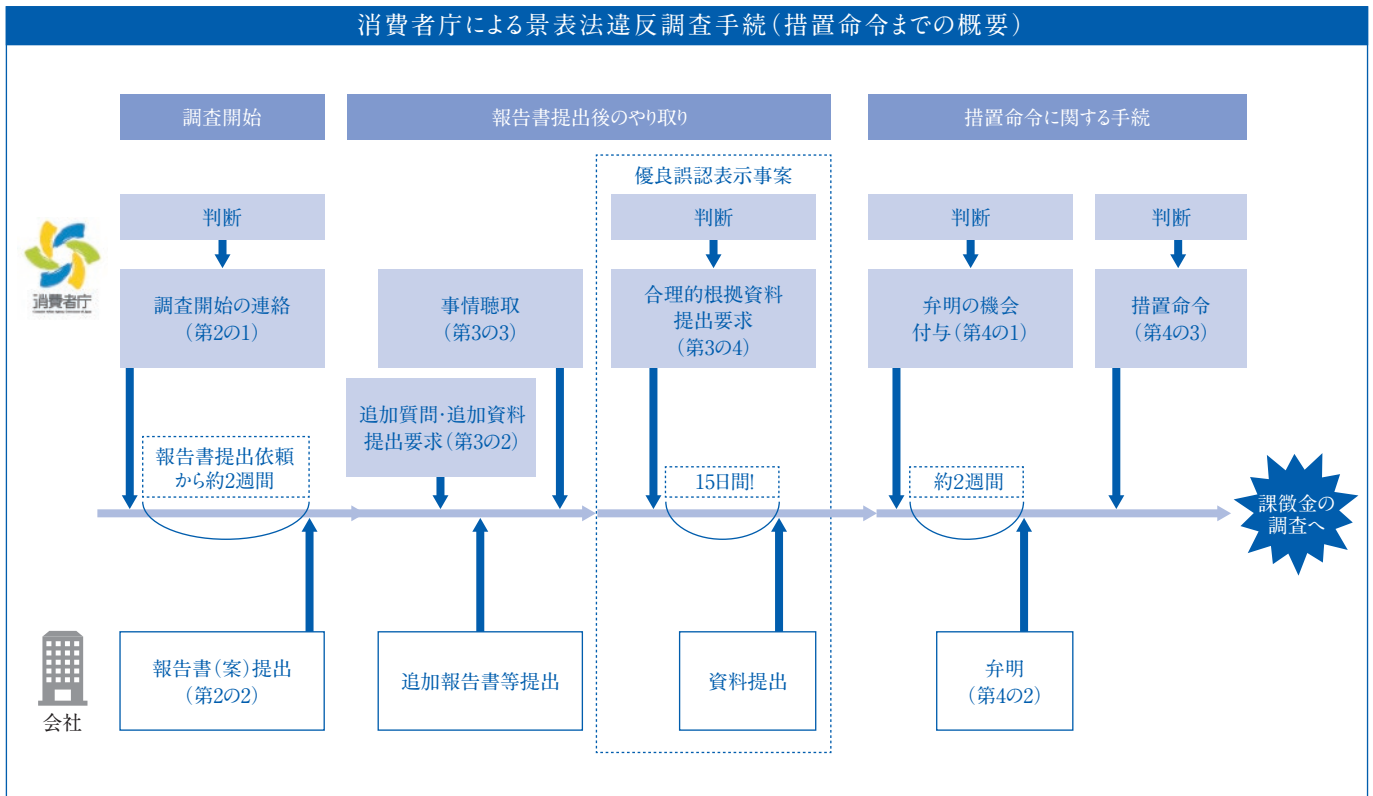
このように、執行が積極化しているものの、具体的な調査手続について論じる文献はあまり見当たらない状況です。景表法違反調査は、公正取引委員会による独禁法違反調査のように立入調査が行われることは通常想定し難いものですが（公正取引委員会の立入調査については、[こちら](#)をご参照ください。）、後述のとおり、消費者庁から事前連絡なく電話があり突然開始されますし、時間の余裕はな

く、特に初動が重要です。

本稿では、消費者庁による景表法違反調査に焦点を当て、措置命令までの手続と考えられる対応の概要をご紹介します。筆者の経験によると、消費者庁による調査手続の順序や内容は個別事案に応じ微調整されており一様ではないですが、共通部分を抽出して記載することとし、大きな流れは次ページの図のとおりです。）。

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスを想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

消費者庁による景表法違反調査手続(措置命令までの概要)



第2 調査開始の連絡と報告書の提出依頼

1 調査開始の連絡

消費者庁が景表法違反の調査を開始する際、通常、調査担当官が企業の代表電話番号に電話をし、企業担当者に対し、調査を開始する旨及び調査対象事実の概要を告げています。重要な証拠資料である表示物は既に公表されていますので、立入調査が行われることは通常ありません。

調査担当官は、当該電話において、企業担当者の電子メールアドレスを確認した上で、(A)「報告」事項や「質問」事項を記載した報告書の様式をメールにて送り、当該様式に沿った報告書の作成・提出を求めています。また、近時は、(B)当該電話ではまず面談のための日時調整のみを行い、後日の面談において企業における事業や表示に関する概要を口頭で確認し、「報告」事項や「質問」事項を具体的に検討した上で企業に報告書の作成・提出を求めるといったことも行われています。

通常、上記(A)又は(B)いずれの場合であっても、調査担当官から調査対象となる表示について説明を受けると考えられますが、企業において防御対象を明確にし、方針を具体的に検討するため、当該説明を受けた際、可能な限り、調査対象表示内容や調査担当官の問題意識等を具体的に聴き取ることが重要です。

2 調査開始連絡を受けた後報告書(案)提出まで

(1) 報告書(案)の重要性

消費者庁は、年間1万件を超える景表法違反に関する情報提供を受けており、当該情報を基に検討を進め、調査すべきと判断した事案について、調査を実施している模様です。もともと、当該検討は、調査開始前に行われるものであり、限界があります。そのため、調査担当官は、企業から提出を受けた報告書(案)の内容を踏まえ、調査対象事案の概要を把握し、今後調査を進めるか、行政処分(措置命令及び課徴金納付命令)や行政指導を目指すのか、といったことを検討するものと考えられます。

本ニュースレターの発行元は弁護士人大江橋法律事務所です。弁護士人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスを想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

したがって、企業が調査開始の連絡を受けてから消費者庁に対し最初に提出する報告書(案)は、消費者庁による今後の調査方針に大きな影響を与え、極めて重要なものです。

(2) 報告書(案)提出までのタイトなスケジュール

消費者庁から報告書様式が送られてきた際、通常、2週間以内に報告書を提出することを求められます。その際には、企業が報告書を作成した際、差し当たり、「案」(ドラフト)として、押印せずに電子メールにて提出することを求められることが多いです。

消費者庁が前記(A)の手続を採用した場合(調査開始の連絡と同日に報告書様式を送る場合)、連絡を受けた企業としては、(i)直ちに社内に情報を共有→必要に応じ対応チームを組成→社内で確認した情報・資料を基に(外部弁護士と協議しながら)方針を検討→当該方針に沿って報告書案をドラフト→社内決裁を取得した上で提出、といった対応を2週間で行わなければなりません。

また、(B)の手続が採用された場合についても、具体的に報告書に記載すべき事項は報告書様式を受領して初めて明らかになりますので、上記対応を2週間程度で行わなければならないという点では上記(A)の場面と大きく異なりません。

(3) 報告書(案)提出に向けた方針

調査対象となった企業としては、当該調査対象表示に関する事実関係を改めて整理しつつ、景表法に関する過去の行政処分・裁判例の分析や近時の消費者庁による執行方針等も勘案し、短時間のうちに報告書(案)を作成する必要があります。

その際、具体的には、従前自ら行ってきた調査対象表示の現物を全て確認し、当該表示は不当表示に該当しない旨の主張を行うのが適切か、措置命令の必要性が存しない旨の主張を行うのが適切か(当該主張を行うに当たり一般消費者に対する周知徹底や再発防止策の実施を行うことが有益か否か)、両方を主張するとすれば矛盾はないか、といった検討を行うことが不可欠です。

また、基本的には、報告書様式に記載された「報告」事項や「質問」事項に対応することが求められますが、例えば、直接の「質問」事項に表示の裏付けとなる根拠資料に関するものが含まれていない場合に、企業側から、積極的に、当該資料の存在や考え方を説明

するといったことは重要であると考えます。また、一般消費者に誤認されないように打消し表示をしているといった場合には、(直接質問を受けていなくても)その存在や内容を説明することが適切であると考えます。

(4) 報告書(案)作成と並行して検討すべき対応

報告書(案)作成時には、並行して、必要に応じ表示内容の修正を行うか、事案を公表するか等の検討も行う必要があります。

措置命令では、必要に応じ(a)表示行為の差止め、(b)再発防止策の実施、(c)一般消費者への周知徹底(例:日刊新聞紙2紙での社告の掲載)、(d)今後同様の違反行為を行わないことなどが命じられます。仮に調査対象表示が不当表示であると判断される蓋然性が高いものである場合には、表示内容を修正し違反行為を中止すべきですし、その場合には措置命令で(a)は命じられなくなります。また、事前に日刊新聞紙2紙での社告の掲載を行う場合には、(c)は命じられなくなります。

また、上記検討は、課徴金納付命令、特に、①不当表示であることを「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」ため課徴金納付命令の要件を欠くか否か及び②課徴金額の算定との関係でも、早期に行う必要があります。特に課徴金との関係での検討事項は次のとおりです。

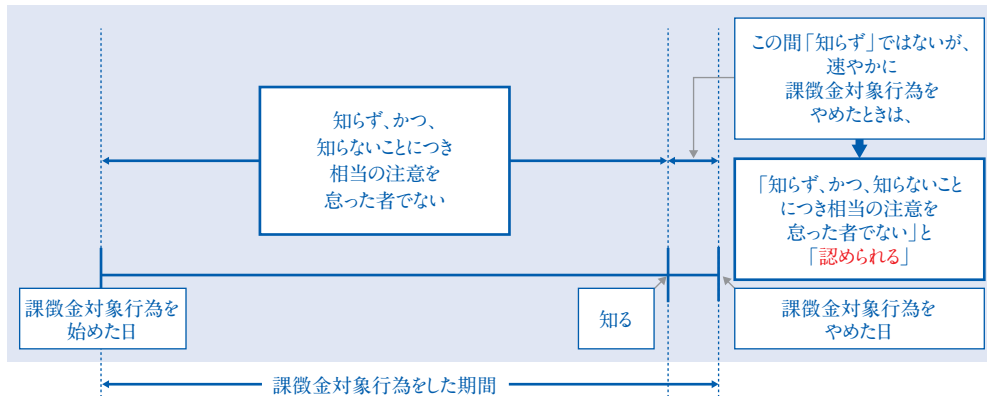
① 相当の注意を怠った者でないか否か

課徴金対象行為(不当表示行為)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」と認められる場合には、課徴金は課されません(景表法8条1項ただし書。認められる場合を以下「相当の注意要件を満たす場合」といいます。)

また、一般論として、課徴金対象行為を始めた日に著しく優良・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」場合において、課徴金対象行為をしている間に当該事実を知った後「速やかに」課徴金対象行為をやめたときは、(知ってからやめるまでの間は「知らず」ではないものの)相当の注意要件を満たすと説明されています(課徴金ガイドライン^{※1}第5の2)。

※1:「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」(平成28年消費者庁)を指します。以下同じです。

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスを想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。



消費者庁ウェブサイト(http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/160129premiums_1_2.pdf)

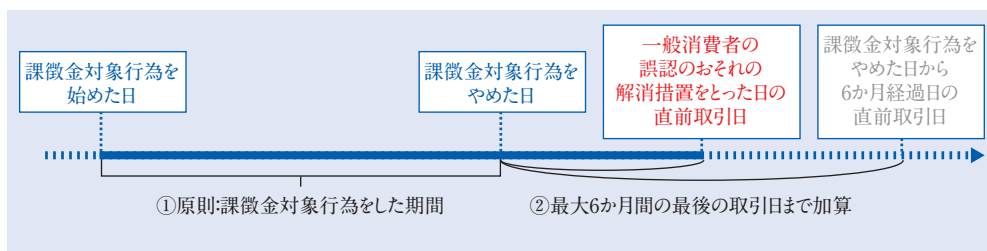
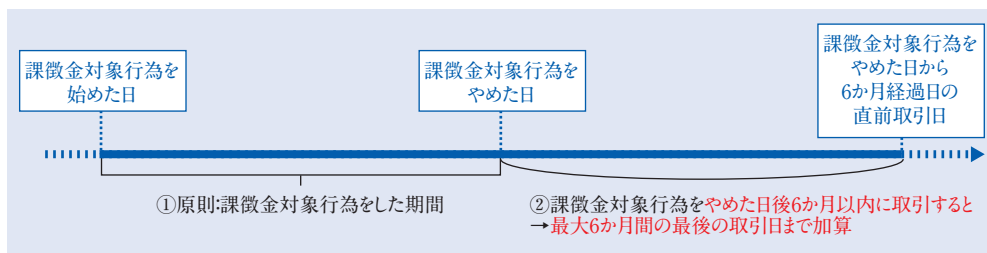
不当表示開始時及びそれ以後「知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠った者でない」と認められる事情があることが前提にはなりますが、消費者庁から指摘を受けて直ちに不当表示行為をやめた場合も、相当の注意要件を満たすことがあると考えられています(課徴金ガイドライン第5の3想定例③)。

景表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(景表法8条1項本文。当該金額が150万円を下回る場合には課されません〔同項ただし書〕)。

当該「課徴金対象期間」は、次の①又は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遡って3年間となります(景表法8条2項)。

② 課徴金額の算定

- 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か月を経過する日、又は、(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



いずれも、消費者庁ウェブサイト(http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/160129premiums_1_2.pdf)を基に作成

例えば、消費者庁から調査開始の連絡を受けた企業が、当該連絡を受けた時点で調査対象となった表示行為（課徴金対象行為）をやめておらず、当該行為を3年間以上継続していない場合には、当該表示行為を継続することで、課徴金算定の基礎となる売上額が増加し、課徴金額が増加します。また、当該表示行為をやめても、調査対象表示に係る商品の取引を継続する場合には、その後最長6か月間の売上額も課徴金算定の基礎となります。

したがって、消費者庁から調査開始の連絡を受けた企業は、速やかに、その後の自らの行為と課徴金額の推移を考慮し、表示の内容を修正するか否か、「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」を講じるか否かを検討する必要があります。

事案によっては、不当表示に該当する蓋然性が低いため積極的な対応はしないとの判断を行う場面もあり得ますが、少なくとも、課徴金額をシミュレーションした上で、自社にとってどのような方策を講じることが得策なのか、検討は行うべきであると考えます。

(5) 小括（早い段階でのご相談の重要性）

以上のように、調査対象となった企業として、どのような報告書（案）を提出するかは極めて重要なものである一方、スケジュールはかなりタイトです。

また、報告書（案）の作成と並行して、措置命令及び課徴金納付命令の要件をにらみながら、必要に応じ表示内容の修正を行うか、事案を公表するか等の検討も行う必要があります。

そのため、消費者庁から調査開始の連絡を受けた時点から、速やかに、景表法に精通する弁護士にご相談いただくことが適切であると考えます。

第3 報告書（案）提出後のやり取り （措置命令まで）

1 調査対応方針

消費者庁は、報告書（案）受領後、後記2から4のやり取りを経て、不当表示該当性及び措置命令の必要性に関する事情を確認

し、措置命令を行うべきか否かの検討を行い、措置命令（及び課徴金納付命令）の準備を進めていきます。

そのため、調査対象となった企業としては、当該やり取りの中で消費者庁が措置命令を行うべきであると判断するまでの間に、必要・適切な主張や資料提出を十分に行う必要があります。その際、前記第2の2(3)と同様、消費者庁から質問を受けていないものの有利な事情があればそれを主張し、提出を求められていないものの有利な資料があればそれを提出することが重要です。また、仮に質問や資料提出の依頼を受けていない場合であっても、適宜、当該主張や資料提出を行うべきであると考えます。

2 追加質問や資料提出の依頼

消費者庁は、企業が提出した報告書（案）を確認後、追加質問や必要資料を取り纏め、改めて企業に対し求めることがあります。

例えば、報告書様式には、表示を行う際にどのようにして情報を確認していたかといった質問事項が記載されていることがあります。当該質問事項に対し適宜確認していた旨を回答する場合は、事案によっては、「いつ、誰が、どのように」確認していたのかを具体的に示す資料の提出を求められるといったことがあります。報告書（案）の作成は、後日、追加質問や資料の提出依頼を受ける可能性があることを念頭に置いて行う必要があります。

当該質問への回答や資料提出を繰り返し行う等した後に、消費者庁から、報告書（案）に押印した上で正式に提出するよう連絡を受けることとなります。

3 事情聴取

報告書の提出前後を問わず、調査担当官が、調査対象表示に関する責任者のヒアリング（事情聴取）を行うことがあります。当該ヒアリング時には、供述調書が作成されることがあります（後記4の合理的根拠資料提出要求後に行われることもあります。）。

当該ヒアリングに際しては、提出済みの報告書や資料を整理し、想定問答を作成するなど適切な準備をした上で臨むことが望ましいと考えます。仮に供述調書が作成される際には、調書の署名・押印をする前に、内容を確認し、自己の発言と異なる点や不正確な点があれば訂正を求める必要があります。

4 合理的根拠資料の提出要求(不実証広告規制)

(1) 合理的根拠資料の提出要求への対応

消費者庁長官は、特定の表示が優良誤認表示に該当するか否かを判断するため必要がある場合には、その表示をした事業者に対し、その表示の裏付けとなる「合理的な根拠」を示す資料の提出を要求することができます。当該提出要求を受けた事業者が当該期間内に資料を提出しない場合や、資料を提出したものの合理的な根拠とは認められない場合には、その表示は、措置命令との関係で優良誤認表示とみなされ(景表法7条2項)、また課徴金納付命令との関係では優良誤認表示と推定されます(同法8条3項。これらの優良誤認表示に関する特別な手続は、一般的に不実証広告規制と呼ばれています。)

合理的根拠資料提出要求を受けた場合の提出期限は、原則として、資料提出を求める文書を受領した日から15日後です(景表法施行規則7条2項本文)。当該15日間は、企業が商品・役務についての効果・性能を中心とした訴求表示を行う際には当該表示を裏付ける合理的な根拠を示す資料をあらかじめ有すべきであることを前提に、当該資料がある場合に提出準備に必要な準備期間として設定されています。もっとも企業としては、仮に資料を保有しているとしても、当該資料を確認し、集約し、適切な説明も付して対応する期間として、15日間は極めてタイトです。

当該提出要求は、消費者庁長官名義の文書で行われます(景表法施行規則7条1項)。現在、消費者庁は、長官名義で行うことや効果の大きさ等に鑑み、ある程度調査が進行し、表示を基礎付ける根拠資料はなさそうだという判断の下、不実証広告規制に基づき合理的根拠資料提出要求を行っているように見受けられます。そのため、仮に当該要求を受けた場合には、消費者庁において、既に、具体的な調査を経て、調査対象表示が優良誤認表示に該当する可能性が高いという心証を有していることが多いと考えられます。また、実務上、景表法7条2項及び8条3項の規定に基づくものとして、1つの文書に2つの要求が記載されることがあります。消費者庁としては、当該資料提出要求後、措置命令のみならず、課徴金納付命令も検討していることが窺えます。

したがって、調査を受ける企業としては、消費者庁から不実証広告規制に基づく合理的根拠資料提出要求を受けることのないよう、

調査を受けた初期の段階から、自ら行った表示に関する資料を可能な限り全て確認し、消費者庁に対し、「報告書」(案)の提出時と同時又はその後速やかに、表示と実際の整合性や表示について合理的な根拠があることを説明しつつ当該根拠を示す資料を適切に提出することが必要です。

そのような対応をしたにもかかわらず、合理的根拠資料提出要求を受けた場合には、改めて、合理的な根拠を示す資料として整理した上で提出するとともに、当該資料が合理的な根拠を示すものであることを、丁寧に説明する書面も提出することが必要であると考えます。

(2) 合理的根拠資料の提出期限後の対応

合理的根拠資料提出要求を受けた際に期限内に合理的な根拠資料をできない場合、措置命令との関係では優良誤認表示とみなされ、法律上、その後新たな資料を提出しても優良誤認表示該当性を覆せないこととなります。

もっとも、期限後に提出された新たな資料が合理的な根拠資料である場合には、消費者庁は措置命令を将来に向かい撤回すべき義務を負うと判示した裁判例があります(東京地判平成28年11月10日判タ1443号122頁〔確定〕)。そのため、消費者庁が、(合理的根拠資料の提出期限後に提出された)当該新たな資料が合理的な根拠資料であると判断した場合には、措置命令の必要を欠くことを理由に、措置命令を行わないことが予想されます。

したがって、企業としては、時期にかかわらず、有益な資料があれば適宜提出すべきであると考えます。

第4 措置命令に関する手続

1 措置命令に係る弁明の機会付与

消費者庁は、前記第2・第3の手続を経て、措置命令(行政処分)を行うべきか否かの検討を行っていると考えられます。消費者庁は、措置命令を行った場合に企業に与える影響が大きいこと等を考慮し調査案件ごとに慎重な検討を行っていると考えられ、(調査案件数が多いことも相まって)事案によっては、前記第3の手続から措

措置命令に係る弁明の機会付与まで数か月連絡がないままといったこともあります。ただ、消費者庁は調査終了時にはその旨を企業に連絡する運用を採用しているようですので、当該連絡を受けるまでは、油断できません。

消費者庁が上記検討を経て、措置命令を行うべきと判断した際には、措置命令に先立ち企業に対し弁明の機会を付与する必要があります(行政手続法13条1項2号)。その際は、「不利益処分の原因となる事実」を通知することが必要であり(同法30条2号)、当該通知に際し、通知文及び措置命令案が交付されます。実務上、企業に対し消費者庁を訪問することが求められ、消費者庁長官名義の文書が直接手交されています。

その際、調査担当官だけでなくその上司である上席景品・表示調査官が出席し、当該上席調査官等から、不当表示と判断した理由や措置命令の必要性があると判断した理由等が口頭で伝えられることがあります。その内容を正確に聴き取り、弁明すべき内容を検証することが重要です。必要に応じその場で質問をして正確な意見を聞き出すことも必要になります。そのため、弁明の機会付与時には企業側として、法務のご担当者様や代理人弁護士も同席することが望ましいです。

2 弁明

企業による弁明は、弁明の機会付与時に受領する通知書に記載された期限までに行う必要があり、通常、当該通知書受領日から2週間後ところが期限として設定されます。

既に消費者庁において措置命令を行うべきであるとの判断を行っているところではありますが、企業としては、当該判断が変更されるよう、(a)対象表示を見た一般消費者が有すると考えられる印象・認識(誤認されるとは考え難い)、(b)表示と整合する合理的な根拠資料の存在、(c)一般消費者に対する周知徹底や再発防止策を講じたため措置命令を行う必要性の不存在を主張することとなります。

また、措置命令は消費者庁ウェブサイト上で公表されますので、(d)措置命令案における事実認定に誤りがある、表現が誤っているといった点があればそれを指摘し修正を促すということも必要です。

弁明の機会を受けた際には、措置命令を受ける可能性が相当

程度高いため、まだ事案を公表していない場合には、弁明の準備とともに、措置命令を受けた場合のプレスリリース、顧客や仕入先等利害関係人対応の準備を行う必要があります。弁明の機会付与を受けてから弁明期限まで2週間しかないため、これらを同時並行的に行うことは相当負荷がかかります。そのため、供述調書が作成された後や合理的根拠資料の提出要求に対応した後から、万一に備えプレスリリースやQ&Aの準備は進めておくことが肝要です。

3 措置命令

消費者庁が、企業による弁明を勘案してもなお措置命令を行うべきであると判断した場合には、措置命令が行われます(景表法7条1項)。一般的には、代表取締役の出頭を求められ、訪問できない場合には代理人が出席します。

第5 措置命令後

本稿では、措置命令までの手続の概要をご紹介します。措置命令以後の手続や対応の具体的な内容は割愛致しますが、措置命令について争う場合には、審査請求(行政不服審査法18条1項)を行うか、取消訴訟(行政事件訴訟法14条1項)を提起する必要があります。それらを行う際に、措置命令の対象となった表示を継続する場合には、執行停止の申立てを行う事が不可欠です(行政不服審査法25条2項、行政事件訴訟法25条2項)。

また、措置命令の後には(場合によっては措置命令と並行して)、消費者庁から、課徴金納付命令に向け、課徴金額の算定に要する事情について別途調査を受けることとなり、当該調査への対応が必要となります。

第6 終わりに

措置命令等を受け、公表されると、不当表示の対象となった商品・役務や当該表示をした企業自身の信用を大きく失うこととなります。普段から適切な表示を行おうとしている企業にとっては、このよう

な点が、不当表示規制に違反した場合の最大のリスクであると思われます。

消費者庁から景表法違反の調査を受ける場合には、上記リスクが現実化する可能性が高まり、一般消費者、マスコミ、取引先、株主といった利害関係人との関係を十分に考慮しつつ迅速に対応する必要があります。もっとも、調査対応方針の検討等に時間やリソースをとられることも少なくありません。そのため、万一景表法違反の調査を受ける場合に、企業においてどのような人員・体制で臨むかといったことは事前に確認・準備しておくことが重要であると考えます。

また、本稿では、消費者庁から景表法違反の調査開始連絡を受けた場合の手続の概要と対応について論じましたが、景表法は、調査開始前に自主的に報告した場合に課徴金額を半額にする制度を設けています(景表法9条1項本文)。企業としては、一般消費者の指摘や内部告発等を契機として、優良誤認表示や有利誤認表示をしたかもしれないという認識を有するに至った場合、直ちに事実確認・調査を行い、課徴金対象行為に該当する事実の報告が必要かつ相当であるときは直ちに報告を行えるようにする必要があります。問題が生じる前の平時の段階から、有事における意思決定過程を整備しておき、有事において迅速な意思決定を行えるようにすることも重要であると考えます。

このような、有事における体制や意思決定過程の整備の重要性は、景表法違反の調査を受ける事案に限らず、多くの不正・不祥事事案に共通するものと思われます。平時の段階から有事を想定して準備をする際に、景表法違反の調査を受ける事案も念頭に置いたものとして頂くに当たり、本稿が多少でもご参考になれば幸いです。