

消費者庁表示対策課
御中

平成 26 年 9 月 16 日

公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
(通称NACS)
消費者提言特別委員会
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷一丁目17番14号
全国婦人会館2階
電話 03-6434-1125
Fax 03-6434-1161
Eメール advisor-consultant@nacs.or.jp

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（案）
についての意見

今回の指針は、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号。以下「景品表示法」）第 7 条第 1 項の規定に基づき、事業者が景品表示法で規制される不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するために講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るために必要な事項について定めるものである、とのことですが、各事項に関しまして意見を述べさせていただきます。

記

第 2 基本的な考え方

1 「必要な措置が求められる事業者」について

表示等を行っていない事業者（広告媒体等事業者）であっても、共同して商品役務を提供していると認められる場合には、景品表示法の適用を受ける、とし、また、表示等を行っている事業者と同様に景品表示法第 7 条第 1 項に基づく必要な措置を講じることが求められる、としたことは、例えば、昨今問題となっているウェブサイトの運営事業者（楽天等）や、これまで堂々と措置の対象を逃れてきた広告媒体等事業者に対しても、共同して商品役務を提供していると認められる場合には、当然ながら本措置が適用されるものとして、この記載の効果に期待します。

2 「事業者が講ずべき措置の規模や業態等による相違」について

「事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、よ

り多くの措置が必要となることに留意しなければならない」とされていますが、「大規模かつ複雑」の示す事業者の規模が明確ではないため、事業者は混乱するのではないかと思料いたします。具体的に示すのは難しいとしても、モデルケースを示すなどしないと、自身は当てはまらないと思いつつ、実際は求められるのは大きいものであった場合には、意見の相違が見られることが想定できます。わかりやすいモデルケースの提示を求めます。

3 「別添記載の具体的事例についての注意点」について

事業者は、具体的事例を参考に自己に必要と判断される措置を講じていくことと思われませんが、この注意点を入れることで、事業者は具体例に縛られることなく、予見可能性をもって、主体的に、必要な措置を講じていけるものと考えられ、本項を支持します。

第4 事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容

3 「表示等に関する情報の確認」について

本来、根拠を持たないで曖昧な表示を行えば、それが真実でないことをもって直ちに景品表示法違反にはなりえないものとはいえ、当然ながら消費者は表示が真実であることを信じて誘引されるものであることを事業者は深く認識するためにも、本項で示す「確認」を求める本項を支持します。ただし、全ての場合について商品の鑑定・検査等を行うことまでは求めない（3ページ下から5行目）とありますが、ではどの場合において商品の流通過程を遡って調査を行い、商品の鑑定・検査が必要となるかについて、その説明がどこかでなされているものであれば、その該当場所を示すようにしてはどうかと考えます。もし説明がない場合は、どの場合において商品の流通過程を遡って調査を行い、商品の鑑定・検査が必要となるかについてわかりやすい説明の提示を求めます。

4 「表示等に関する情報の共有」について

これまで不当表示等は、企画・調達・生産・製造・加工を行う部門と実際に表示等を行う営業・広報部門等との間で情報の共有が希薄であることや複数の者による確認が行われていないことで発生する場合が散見されました。事業者に対し、その規模に応じて各組織部門が情報を共有化する仕組みの構築を求めている本指針を支持します。

最後に

食品不当表示問題など、事業者における景品表示法に違反する行為を顧みるにつき、事業者自身が景品表示法の認識不足に起因することも大きいように思われます。それに対処するためにも、本指針（案）は、事業者にとって明らかな道筋を立てられ、予見可能性をもって取り組めるものであるとして、本案が有効に機能することにより、不当表示防止にあたり大きな効果をもたらすものと推定します。事業者には措置を講じること

の早期の実現を求め、今後の不当表示をなくすべく、本指針に則り、適切に対処されることを期待します。

以上