

## 景品表示法の確約手続の実務動向と留意点(2)

企業法務 & 消費者法ニュースレター

2025年12月23日号

### 執筆者:

森田 多恵子

[t.morita@nishimura.com](mailto:t.morita@nishimura.com)

岡田 彩

[a.okada@nishimura.com](mailto:a.okada@nishimura.com)

有松 昴

[a.arimatsu@nishimura.com](mailto:a.arimatsu@nishimura.com)

伊藤 沙条羅

[sae.ito@nishimura.com](mailto:sae.ito@nishimura.com)

令和5年の景品表示法の改正により、同法2章6節において、いわゆる「確約手続」の制度が新設され、昨年10月より運用が開始されました。

具体的な実務運用のあり方が着目されていたところ、制度の運用開始から約1年間で、7件の確約計画が消費者庁により認定されています。

そこで、前号及び本稿の2回にわたり、この7件の実例を踏まえて、確約手続の実務運用の傾向と、その傾向を踏まえた留意点について検討します。

2回目となる今回は、これまでの7件の確約手続の実施例の動向を踏まえて、確約計画の項目の傾向と返金措置の要否や、措置命令・課徴金納付命令が行われる場合との相違点の傾向を検討した上で、実務上の留意点について検討します。

なお、2回連載の1回目である前号を掲載した2025年12月16日に、新たに1件、確約計画が認定されたため、本稿ではこの1件も含めた7件を検討対象としております。

### 1. 直近で認定された7件の確約計画の概要

これまでに消費者庁から認定を受けている7件の確約計画の概要は、以下のとおりです。

△	認定年月日	表示対象の商品・役務	疑義対象の違反行為	確約計画の項目	十分性・確実性の評価
①	2025年2月26日	パーソナルジムでの運動指導の提供	(i)有利誤認表示(景品表示法5条2号。入会金割引実施の期間限定表示が不当。)	(1)同様の行為を行わない旨の取締役会決議 (2)一般消費者への周知徹底 (3)再発防止措置の実施 (4)(i)の表示期間の入会者への入会金の一部返金 (5)履行状況の消費者庁への報告	<措置内容の十分性> ・行政処分がされる場合の措置と同内容を含む ・一般消費者の被害回復に資する <措置実施の確実性> ・実施期限

				告	の設定 ・履行状況 を報告
②	2025年 8月28日	美容施術の提供	(i) <u>有利誤認表示</u> (景品表示法5条2号。クーポン利用時の割引について表示していた比較対象価格が不当。) (ii) <u>ステルスマーケティング告示違反</u> (景品表示法5条3号)	(1)同様の行為を行わない旨の取締役全員による決定 (2)一般消費者への周知徹底 (3)再発防止措置の実施 (4)(i)の表示期間のクーポン利用者への施術料金の一部返金 (5)履行状況の消費者庁への報告	<措置内容の十分性> ・行政処分がされる場合の措置と同内容を含む ・一般消費者の被害回復に資する <措置実施の確実性> ・実施期限の設定 ・履行状況を報告
③	2025年 9月19日	冷凍食品の販売	(i) <u>優良誤認表示</u> (景品表示法5条1号。ナンバーワン表示が不当。) (ii) <u>ステルスマーケティング告示違反</u> (景品表示法5条3号)	(1)同様の行為を行わない旨の取締役会決議 (2)一般消費者への周知徹底 (3)再発防止措置の実施 (4)(i)の期間に6か月を加算した期間の購入者への購入金額の一部返金 (5)履行状況の消費者庁への報告	<措置内容の十分性> ・行政処分がされる場合の措置と同内容を含む ・一般消费者的被害回復に資する <措置実施の確実性> ・実施期限の設定 ・履行状況を報告
④ ⑤	2025年 9月19日	冷凍食品の販売(2社が対象)	(i) <u>ステルスマーケティング告示違反</u> (景品表示法5条3号)	(1)同様の行為を行わない旨の取締役会等決議 (2)一般消費者への周知徹底 (3)再発防止措置の実施 (4)履行状況の消費者庁への報告	<措置内容の十分性> ・行政処分がされる場合の措置と同内容を含む <措置実施の確実性> ・実施期限の設定 ・履行状況を報告
⑥	2025年 9月26日	インターネット接続サービスの提供	(i) <u>有利誤認表示</u> (景品表示法5条2号。特典適用の期間限定表示が不当。)	(1)同様の行為を行わない旨の取締役会決議 (2)一般消費者への周知徹底 (3)再発防止措置の実施 (4)(i)の期間に	<措置内容の十分性> ・行政処分がされる場合の措置と同内容を含む ・一般消費

				取引を申し込んだ者に対し支払額の一部返金 (5)履行状況の消費者庁への報告	者の被害回復に資する <措置実施の確実性> ・実施期限の設定 ・履行状況を報告
⑦	2025年 12月16日	フィットネスクラブの利用等のサービスの提供	(i)有利誤認表示(景品表示法5条2号。取引条件の表示が不当。)	(1)同様の行為を行わない旨の取締役会決議 (2)一般消費者への周知徹底 (3)再発防止措置の実施 (4)(i)の期間に会員になった者に対し支払額の一部返金 (5)履行状況の消費者庁への報告	<措置内容の十分性> ・行政処分がされる場合の措置と同内容を含む ・一般消費者の被害回復に資する <措置実施の確実性> ・実施期限の設定 ・履行状況を報告

## 2. 確約計画の項目及び返金措置の要否の傾向

確約計画の項目としては、いずれのケースでも、以下の4点が含まれています。したがって、今後新たな事案で確約計画を検討する際にも、基本的に、これらを含めることが最低限必須となるものと考えられます。

- ① 同様の行為を行わない旨を取締役会等で決議すること
- ② 違反被疑事実があったことについて一般消費者へ周知徹底すること
- ③ 再発防止措置の実施
- ④ 各項目の履行状況の消費者庁への報告

7件の確約手続の実例を踏まえた際に興味深いのが、返金措置の有無についての傾向です。

上記1の表のとおり、景品表示法上課徴金納付命令の対象とはなっていないステルスマーケティング告示違反の疑義については、確約計画においても返金措置の対象としないことが許容されている傾向が見て取れます。一方で、課徴金納付命令の対象となっている優良誤認表示又は有利誤認表示(景品表示法8条参照)の疑義がある場合には、確約計画においても返金措置を行うことが含まれており、措置内容の十分性の評価においても、一般消費者の被害回復に資する内容となっていることが評価されています。この点、消費者庁「確約手続に関する運用基準」では、購入額の全部又は一部の返金は「措置内容の十分性を満たすために有益であり、重要な事情として考慮する」とされているものの、必須とはされておりません。もっとも、これまでの傾向を踏まえると、疑義がある違反類型が優良誤認表示又は有利誤認表示である場合には、消費者庁から認定を受けるためには、原則として、確約計画が返金措置を実施する内容を含むこととなるものと考えられます。

なお、これまでの7件の事例はいずれも、商品が通信販売により販売されていたり、役務の提供を受ける際

に消費者側の連絡先の登録が必要であるなど、優良誤認表示又は有利誤認表示の疑義がある表示をしていた期間に取引をした相手方が事業者側で特定できるケースばかりとなっています。各社のウェブサイトなどで確認できた範囲では、いずれの事例においても、返金措置の対象となる消費者に個別に連絡を行うことで返金対応を実施することとされているようです。

他方で、これまでに行政処分の対象となっている多くの事例では、店頭販売されており対象の商品を購入した消費者を特定することが困難な事例も多くあります。

このような事例でも確約手続の対象となり得るのか、優良誤認表示又は有利誤認表示の疑義がある場合には購入者の特定が困難でも返金措置が求められるのか、このような事例の場合に具体的にどのような方法で返金措置を行えば確約計画として十分であると評価され得るのかといった点については、今後の事例の集積を見る必要があります。

### 3. 措置命令・課徴金納付命令が行われる場合との相違点の傾向

#### (1) 違反行為認定の有無による相違

前回、確約手続の制度の概要をご紹介する中で言及したとおり、確約手続においては、措置命令・課徴金納付命令が行われる場合と異なり、消費者庁が証拠をもって違反行為を認定するわけではなく、あくまでも、景品表示法違反の疑義があることが公にされるにとどまることとなります。消費者庁の公表資料においても、「消費者庁が…同法の規定に違反することを認定したものではありません。」と明記されています。

もっとも、これまでの 7 件の実例について、確約計画認定に関する報道のされ方をみる限り、「ステマ疑い」など違反の疑義があるにとどまるという趣旨の記載や言い方には一応なっているものの、「行政処分が実施された」という側面が強調された論調も見受けられ、事実上、対象事業者が景品表示法違反に該当する行為をしていたという、措置命令が行われた場合と大きくは変わらない印象を世間に与える面が少くないことは否定しがたいように思われます。

#### (2) 措置内容の相違

##### ア 措置命令との相違点

景品表示法違反に対して措置命令が行われる場合、通常、(a)(違反行為が継続されている場合には)違反行為の取りやめ、(b)一般消費者への違反事実の周知徹底、(c)同種行為を今後行わないこと、(d)再発防止措置の策定及び実施、(e)(a)、(b)及び(d)の報告が消費者庁より命じられます。

上記 1 のとおり、消費者庁が認定した 7 件の確約計画においても、実際に、同様の項目が対象となっており、確約手続を行う場合でも、確約計画に盛り込む必要がある措置項目は、措置命令の場合と概ね同様とするべきであるとの運用がされているといえます。

措置命令が行われる場合との相違点としては、措置命令においては、通常、(c)の同種行為の不実施について取締役会決議を行うことまでは求められないのに対し、これまでの 7 件の確約計画ではいずれも、同様の行為を行わないことについて取締役会決議等を行うことまでを含む内容になっています。

また、(b)の一般消費者への周知徹底については、措置命令の場合には、通常、日刊紙 2 紙への社告の掲載

と、ウェブサイトがある場合にはそこへの通知文の掲載が求められますが、確約計画の場合の一般消費者への周知方法は公表情報からは必ずしも明らかではありません。したがって、必ずしも措置命令の場合と同一の対応が必須とはされない可能性もあるように思われます。

## イ 課徴金納付命令との相違点

景品表示法 5 条 1 号又は 2 号違反に対して課徴金納付命令が行われる場合、違反行為を実施していた期間(課徴金対象期間)における、違反行為の対象商品・役務の売上の 3%(ただし、売上額が合計 5000 万円を下回る場合は除く。)について課徴金として納付するよう命じられます(景品表示法 8 条 1 項)。

課徴金対象期間の終期は、(a)景品表示法違反の行為をやめた日から 6 か月を経過する日、又は、(b)新聞への社告掲載など違反事実を一般消費者に周知して誤認を排除する措置を行った日のいずれか早い日までの間に対象商品等の取引をした場合には、その取引の日までとなります(景品表示法 8 条 2 項)。

上記 1 及び 2 のとおり、これまで認定された確約計画においても、課徴金納付命令の対象となり得る優良誤認表示又は有利誤認表示の疑いがある場合には、いずれも、返金措置が実施項目に含まれており、確約手続に対応する場合でも経済的な負担を免れることは難しい運用がされていると見受けられます。

各確約計画の実例について、仮に課徴金納付命令がされる場合に勘案される課徴金対象期間における売上額は不明であるものの、少なくとも、確約計画で返金措置を実施項目として含めるべき基準として、課徴金納付命令の場合のような金額要件(5000 万円以上)はないことから、当該要件よりも売上額が下回る場合(すなわち、課徴金納付命令の要件を充足しない場合)であっても、確約計画の中で返金措置を実施項目に含めなければ措置内容の十分性が認められない可能性があります。

また、本稿執筆時点における公表情報を踏まえる限り、これまでの返金措置の実例では、消費者が負担した金額の「一部」について返金対象とするとされており、具体的な返金割合や返金額は明らかにされていません。どの程度の割合の金額を返金すれば一般消費者の被害回復に資すると評価できるかは、それぞれの事案の特性を踏まえて個別に検討されるものと思われますが、返金割合次第では、課徴金納付命令が課される場合以上に、経済的な負担をする必要があるケースがあり得ることは否定できません。

なお、返金措置の対象期間は、上記 1 のとおり、優良誤認表示の疑義があるとされたケース③では、課徴金納付命令を行う場合の課徴金対象期間と同様、優良誤認表示の疑義のある表示が行われていた期間に 6 か月を加えた期間に行われた取引が返金対象とされていますが、有利誤認表示の疑義があるとされた上記 1 のケース①、②及び⑤においては、疑義のある表示がされていた期間において取引をした場合が返金対象とされています。疑義のある表示がされていた期間よりも後に対象の取引がなければ、結果的に、課徴金納付命令を行う場合の課徴金対象期間と不整合はないとになりますが、そもそも返金措置の対象とする期間を有利誤認表示の疑義がある表示期間に限定している(上記(a)の表示終了後の 6 か月の期間は勘案されていない)ように見えることから、ケース①、②及び⑤の違反被疑行為の具体的な内容を踏まえて、課徴金対象期間の考え方とは異なる考え方に基づき、より実質的に、一般消費者の被害回復に資する返金措置の対象期間が検

討された可能性もあるように思われます<sup>1</sup>。

## 4. 実務上の留意点

### (1) 確約計画の認定を受ける際のメリットを見極める必要性

確約手続を通じて消費者庁から確約計画の認定を受ける場合、措置命令及び課徴金納付命令を免れることは、一見すると最大のメリットのように思われます。もっとも、前回及び今回検討したように、実際に認定されている確約計画の具体的な項目や、返金措置の要否、確約計画を認定したことが消費者庁から公表されること等を踏まえると、確約計画の認定を受ける際に事業者が対応しなければならない事項は、実質的には、措置命令や課徴金納付命令を受ける場合とそれほど大きな差はないように思われます。

確約計画の認定を受ける場合には、レビューションリスクの観点から、違反被疑事実への自主的な対応姿勢をよりアピールしやすいという点が最も大きな相違点となるのではないかとも考えられます。

したがって、確約手続によることがよいか否かは、実際に発生した違反が疑われる行為の具体的な性質を踏まえて、返金措置が求められそうな事案なのか否かや、消費者庁による調査対応の負担の軽重、確約手続による公表内容やタイミングの是否等を個別具体的に見極めて整理・検討する必要があると考えられます。

### (2) 被疑内容の確度を早期に見極める必要性

消費者庁が違反被疑事実の調査に着手した際、消費者庁側の対応の選択肢としては、措置命令・課徴金納付命令と確約手続のほかに、行政指導という選択肢もあり得ることとなります。行政指導は、消費者庁の調査の結果、違反事実の認定には至らず、違反のおそれ(違反の疑義)があるにとどまる認定された場合に行われ、事業者名が特定される形で公表されることはありません<sup>2</sup>。

したがって、被疑事実の内容から、仮にこのまま消費者庁による調査が進めば措置命令(及び課徴金納付命令)を受ける可能性が高いと見込まれる場合には、レビューションリスクを適切にマネジメントするなどのメリットを見極めた上で、確約手続の利用を消費者庁に積極的に相談することが合理的な選択肢となり得る場合もあると思われますが、消費者庁による調査の結果、行政指導にとどまる可能性もあると思われるような事案の場合には、どのように対応するべきか悩ましいケースもあり得るようになります。

消費者庁側の対応としても、調査を進めた結果、行政指導にとどまる可能性が一定程度あるような事案でも、事業者サイドから確約手続の利用意思が示された場合には、確約手続を進めるという選択肢がどこまであり得るのか、現時点では不透明な状況です。

以上を踏まえると、確約手続という選択肢が増えたことにより、消費者庁から調査を受ける際の対応にあたり、より慎重かつ早期に被疑事案の措置命令・課徴金納付命令相当性を見極め、できるだけ早期に確約手続

<sup>1</sup> 不当表示を実際に掲載していた期間よりも後の取引の売上も課徴金の賦課対象とするのは、不当表示により対象商品や役務について一般消費者に与えられた誤認は、その表示そのものが終了してもなお一般消費者の商品や役務の選択に影響し続けると解されるためであるとされています。このような影響は、実質的には、優良誤認表示の場合により観念しやすい一方で、有利誤認表示の中でも特に期間限定表示など、不当に有利な取引条件が適用される期間を明示していたケースなどでは、有利性について実際に誤認した影響下で取引をする状況は、実質的には、その期間に取引を申し込む場合に限られると整理しやすいように思われます。

<sup>2</sup> 表示内容を加工して、消費者庁の公表資料に掲載されることはあります（例えば、消費者庁「[令和6年度における景品表示法等の運用状況及び表示等の適正化への取組](#)」27頁以下）。

の利用を目指すか否かの方針を決定する重要性・必要性が高まるごとに留意が必要と考えられます。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜にかなったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&Aニュースレター購読をご希望の方は[N&Aニュースレター 配信申込・変更フォーム](#)よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは[こちら](#)に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ 広報課 [newsletter@nishimura.com](mailto:newsletter@nishimura.com)