



第4回 2014年2月号

野々山 宏
KCCN 理事
弁護士

食品不正表示をきっかけに景品表示法の強化が検討されています。

1. 2013年10月以降、阪神ホテル、新阪急ホテルのレストランの表示に虚偽・誤認があったことがきっかけに、全国のホテル、旅館、百貨店等において多くの食品メニューの不正表示が明らかとなりました。リーディングカンパニーですら虚偽・誤認表示をしていたこと、業界の慣行となっており業界全体の体質が問われる事態であることから、食品の表示に対する消費者の信頼を根底から揺るがすものです。折しも和食がユネスコ無形文化遺産に登録された直後でもあり、その影響は大きいものであります。私たちの、安心・安全な生活にとっても重大な問題であり、その防止は喫緊の課題となっています。

政府は、2013年12月9日、省庁を横断する食品表示等問題関係府省庁等会議を開いて、これに対する対策を取りまとめました。その中で、以下のような景品表示法を強化する改正を行うこととし、(1)(2)はすでに具体的な法案が閣議決定され、(3)の課徴金制度の導入については消費者委員会の専門調査会でその内容の検討が続けられています。

- (1) 事業者の表示管理体制の強化
- (2) 行政の監督指導体制の強化
 - ① 消費者庁を中心とする国における体制強化
 - ② 措置命令の導入など都道府県知事の権限強化
- (3) 違反事案に対する課徴金制度の新たな導入



2. 当団体としても、今回の問題は食品表示のみだけではなく、消費者の表示全体への信頼の問題としてとらえ、その信頼を確保するために、景品表示法の改正を直ちに行うことを強く求めるために意見書を提出しています。

なかでも、独占禁止法で導入されている課徴金制度を景品表示法にも制度化することが被害防止にとって重要です。また、景品表示法が消費者庁の所管とされたことから、徴収された課徴金を独占禁止法のように国庫の一般会計に入れてしまうのではなく、基金化して消費者被害の回復のためや、消費者利益の確保に活用されるべきと考えています。とりわけ、多くの費用がかかると予想されている、2013年12月制定の「消費者裁判手続特例法」の活性化のために活用されることが望まれます。

以上