

景品表示法と民法の技術論

2020/9/9

矢吹法律事務所

北星学園大学・弁護士

萩原浩太

景表法の位置付けと歴史

- ▶ 昭和37年に独禁法の不公正な取引方法の「ぎまんの顧客誘引」（現：一般指定8項）と「不当な利益による顧客誘引」（同9項）について、独禁法の特例法として制定。
- ▶ 平成21年まで公取委が所管
- ▶ 平成21年、消費者庁の創設により、目的規定(第1条)を「・・・一般消費者の利益を保護することを目的とする。」と改め、消費者法体系に属する法として消費者庁に移管。
- ▶ 平成26年、課徴金制度を導入（同28年4月1日施行）

表示規制の概要

- ▶ 不当表示規制
- ▶ 自己の供給する商品又は役務の取引について
- ▶ ① 優良誤認表示
 - ▶ 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示・・・（5条1号）。
- ▶ ② 有利誤認表示
 - ▶ 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示・・・（5条2号）
- ▶ ③ 指定告示に係る不当表示
 - ▶ 前二号に掲げるもののほか、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であつて、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があると認めて内閣総理大臣が指定するもの（5条3号）

指定告示に係る不当表示

- ▶ ① 無果汁の清涼飲料水についての表示
- ▶ ② 商品の原産国に関する不当な表示
- ▶ ③ 消費者信用の融資費用に関する不当な表示
- ▶ ④ 不動産のおとり広告に関する表示
- ▶ ⑤ おとり広告に関する表示
- ▶ ⑥ 有料老人ホームに関する不当な表示

表示とは

景表法 2 条 4 項定義告示

- ▶ 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- ▶ 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- ▶ 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- ▶ 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- ▶ 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

※ イメージ広告は「表示」か

商品役務内容、取引条件について何らの具合的なコメントがない場合

表示の主体

- ▶ バイクルーズ事件（東京高判平成20年5月23日）

- ▶ ルーマニアで縫製

- ▶ **八木通商** イタリア製とのタグを作成、取り付け

- ▶ **バイルーズ** タグのついたのついたズボンを販売

- ▶ 「表示の決定に関与した者」とは、「自ら若しくは他の者と共同して積極的に表示の内容を決定した事業者」のみならず、「他の者の表示内容に関する説明に基づきその内容を定めた事業者」や「他の事業者にその決定をゆだねた事業者」も含まれる。

アマゾンジャパン合同会社事件

- ▶ Amazonのウェブサイト上に、
- ▶ クリアホルダーA4 100枚
- ▶

参考価格	¥ 9,720
価格	¥ 1,000
OFF	¥ 8,720(90%)

等として販売。

参考価格と称する価格について、それを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格は当該価格に比して安いとの印象・認識を有するとして、有利誤認表示にあたる判断（措置命令平成29年12月27日）。

アマゾンは、販売価格を自ら決定。また、価格の登録を行う際、販売業社によって登録された価格の有無にかかわらず、アマゾンが登録した価格が常に選定されることになっていた。アマゾンは参考価格欄の価格の決定および登録を仕入れ先業者に委ねていた。裁判所はアマゾンが販売者であると認定し、アマゾンが構築したシステムにより二重価格が実際に表示されたとして、アマゾンを表示の主体とした(東京地裁令和元年11月15日判決)。

不実証広告規制

- ▶ 7条2項
- ▶ 内閣総理大臣は、前項の規定による命令に関し、事業者がした表示が**第五条第一号に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは**、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、**当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料**の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、同項の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。
 - ▶ 提出期限 提出要求から15日
 - ▶ 合理的な根拠と認められない場合、優良誤認表示とみなされる。
 - ▶ ① 客観的に実証された資料で（資料の客観性）、
 - ▶ ② 表示された効果性能と、提出資料によって実証された内容が適切に対応（表示と資料の適合性）
 - ▶ 資料の客観性
 - ▶ a 試験・調査によって得られた結果、b 専門家、専門家集団、専門機関の見解や学術文献に該当するもの
 - ▶ ※・・・ ウィキペディア、査読ある学術誌掲載ではないもの、利害関係者の体験談のみ、利用者の意見のみ

課徴金における不実証広告規制

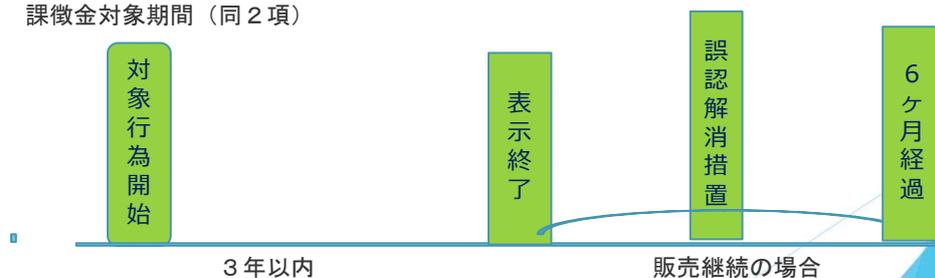
- ▶ 8条3項
- ▶ 内閣総理大臣は、第一項の規定による命令（以下「課徴金納付命令」という。）に関し、事業者がした表示が第五条第一号に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、同項の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示と**推定する**。
- ▶ 提出期限 提出要求から15日
- ▶ ただし、期間経過後でも推定を覆滅する資料として提出可
- ▶ 合理的な根拠と認められない場合、**優良誤認表示と推定される**。

課徴金納付命令

要件及び効果（8条1項柱書）

- ▶ 1 優良誤認表示、有利誤認表示をした場合(指定告示に係る不当表示は対象外)
- ▶ 2 対象行為に係る商品又は役務の売上額の100分の3
- ▶ 3 非裁量的納付命令
- ▶ 4 優良誤認、有利誤認の事実を知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められるとき、又はその額が150万円未満であるときは、納付を命じられない。

課徴金対象期間（同2項）



- ▶ 「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」
- ▶ 措置命令で周知されると同程度のものか否か
- ▶ 典型例は日刊紙2紙への掲載、それに満たない場合には個別判断

報告による減額（9条）

- ▶ 課徴金対象となる不当表示を発見し、消費者庁長官に報告したときは50パーセント減額される。ただし、調査があり当該課徴金対象行為について課徴金納付命令があるべきことを予知してされたものであるときは、減額されない。

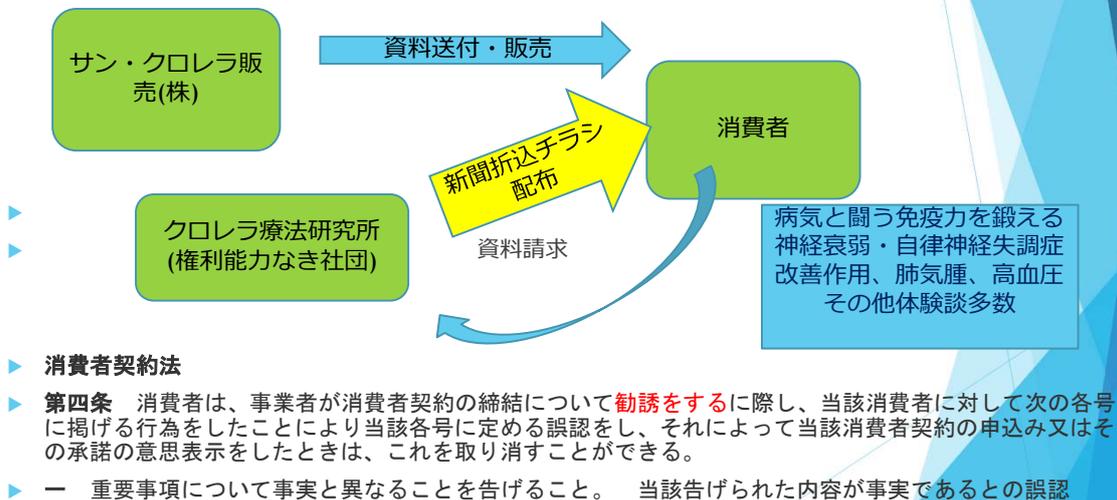
返金措置による減額（10、11条）

- ▶ 第八条第二項に規定する課徴金対象期間において当該商品又は役務の取引を行つた一般消費者であつて政令で定めるところにより特定されているものからの申出があつた場合に、当該申出をした一般消費者の取引に係る商品又は役務の政令で定める方法により算定した購入額に百分の三を乗じて得た額以上の金銭を交付する措置（以下この条及び次条において「返金措置」という。）・・・
- ▶ このような措置の実施計画を立て、消費者庁長官の認定を受け、計画に従って返金をした場合には、返金額が課徴金額から減額される

「有利誤認の事実を知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められるとき」

- ▶ 日産は三菱自工にOEM生産を委託。
- ▶ 三菱自工は燃費性能に関するデータを捏造し、商品を日産に引き渡し、日産はそのまま販売。三菱自工、日産ともに燃費性能について実際とは異なる表示をして、顧客に販売したことになる。
- ▶ 2017年1月27日から同年6月14日にかけて、三菱、日産に対し措置命令、課徴金納付命令
- ▶ これを不服として日産は行政不服審査を申立てをした。
- ▶ 行政不服審査会は、日産は三菱自工が提出した検査データを信頼し、自ら検査をしなかったとしても、事実を知らず、かつ、知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められるとする答申をしたため、消費者庁はこれに従い、日産に対す課徴金納付命令を取消している（2018年12月26日）。
- ▶ 文献 不当景品類及び不当表示防止法施行規則（平成28年内閣府令第6号）
- ▶ 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1月29日消費者庁）
- ▶ 原山=古川=染谷「詳説 景品表示法の課徴金制度」（商事法務）

クロレラチラシ配布差止事件（最判平成29年1月24日民集71巻1号1頁）



新聞広告等の不特定多数に向けた表示行為は消費者契約法上の「勧誘」に含まれるか？

- ▶ 原審 含まれない（大阪高判平成28年2月25日）
- ▶ 本判決 「一律に含まれないわけではない」

差止請求

優良誤認表示行為、有利誤認表示行為に対して、適格消費者団体（消費者契約法2条4項）は、差止、予防等の措置を請求できる（景表法30条）。

消費者契約法の「不実告知」と見ても、同法12条により、適格消費者団体が差止、予防を請求できる。

返金・損害賠償請求

優良誤認表示行為、有利誤認表示行為を「不実告知」と見ることができる場合は、契約取消、返金等の請求も可能（消費者契約法4条）、それ以外の場合、不法行為に基づく損害賠償請求などが考えられる。

公取時代に利用可能だった独禁法25条、26条の損害賠償請求は消費者庁移管により利用不可。

集団的な財産被害回復請求としては、「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」（平成25年12月11日法律第96号）