

第1回 法務研究部会定例部会

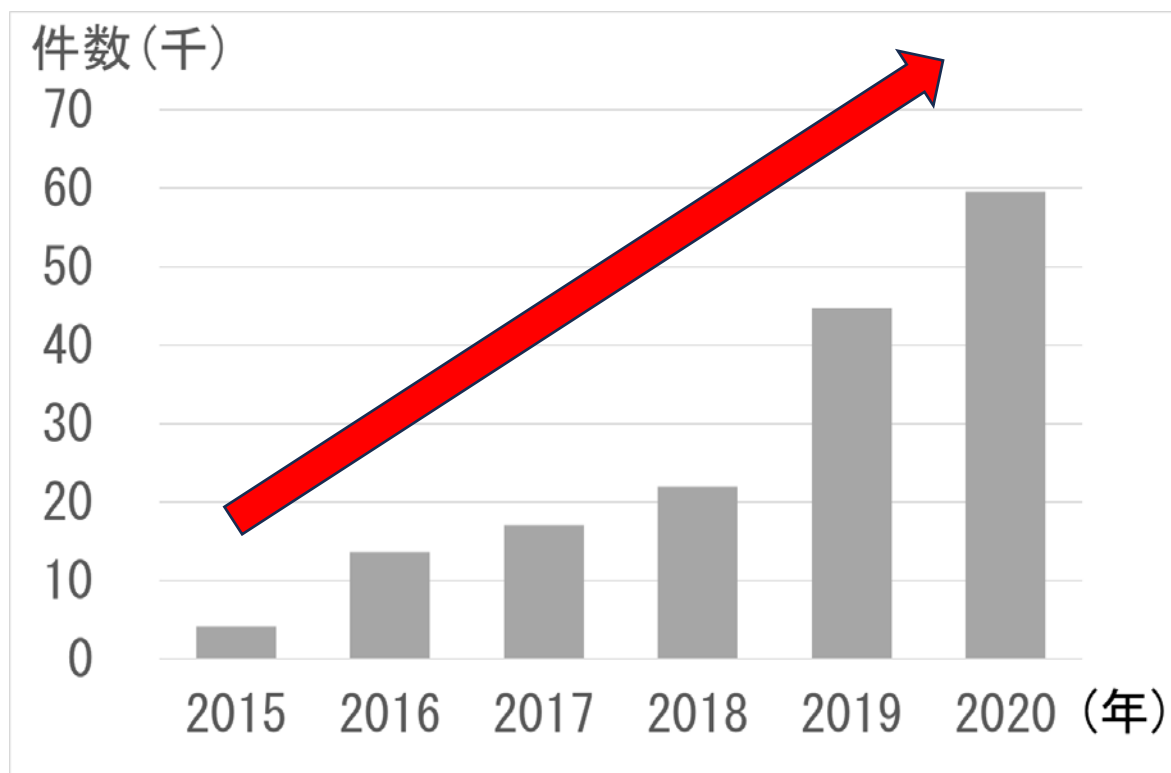
《テーマ》

通信販売に関する表示規制の動向について

広告リスク研究所 矢野 誠二

「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」 （令和4年6月施行）

【背景に**詐欺的**な定期購入商法問題】



「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移

申込み画面・書面の規制

定期購入契約に係る表示

撤回・解除手段の表示

サブスクリプションサービスにも対応

従来の規制

- ✓ 顧客の意に反して購入契約の申込みをさせようとする行為の禁止（法第14条1項2号）
- ✓ 具体的な行為類型を規定（施行規則第16条・・・現第42条）

対象行為を定めたのみ。
表示すべき事項等の
規定なし。

申込み画面・書面の義務表示事項（法第12条の6）

- ① 分量・・・総量も表示
- ② 販売価格・対価・・・総額も表示
- ③ 支払時期及び支払方法
- ④ 引渡し時期・移転時期・提供時期
- ⑤ 申込みの期間がある場合、その旨・その内容
- ⑥ 申込みの撤回・解除に関する事項・・・確実な手段

詐欺的定期
購入対策

不実記載等により、契約の撤回・解除を妨げる行為を禁止
（法第13条の2）

罰則規定

法第12条の6、第13条の2違反は、業務停止や業務禁止に。表示事項の不記載、不実記載・不実告知は懲役刑の対象にも。

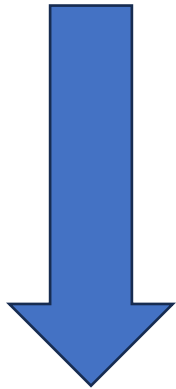
下記事項に違反した場合は、契約の取消しも可能に（法第15の4）

法第12条の6第1項違反：①不実の表示（その表示が事実であると誤認させた場合）②不表示（その表示されていない事項が存在しないと誤認させた場合）

法第12条の6第2項違反：①申込みに関して誤認させる表示（書面の送付・情報の送信が申し込みとならないと誤認させた場合）②表示事項について誤認させる表示（分量、価格等の第1項で規定する表示事項について誤認させた場合）

「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律」 (令和6年10月施行)

【景品表示法検討会】
広告表示及び関連する法規制等に関する意識調査報告書（令和4年3月）



法改正

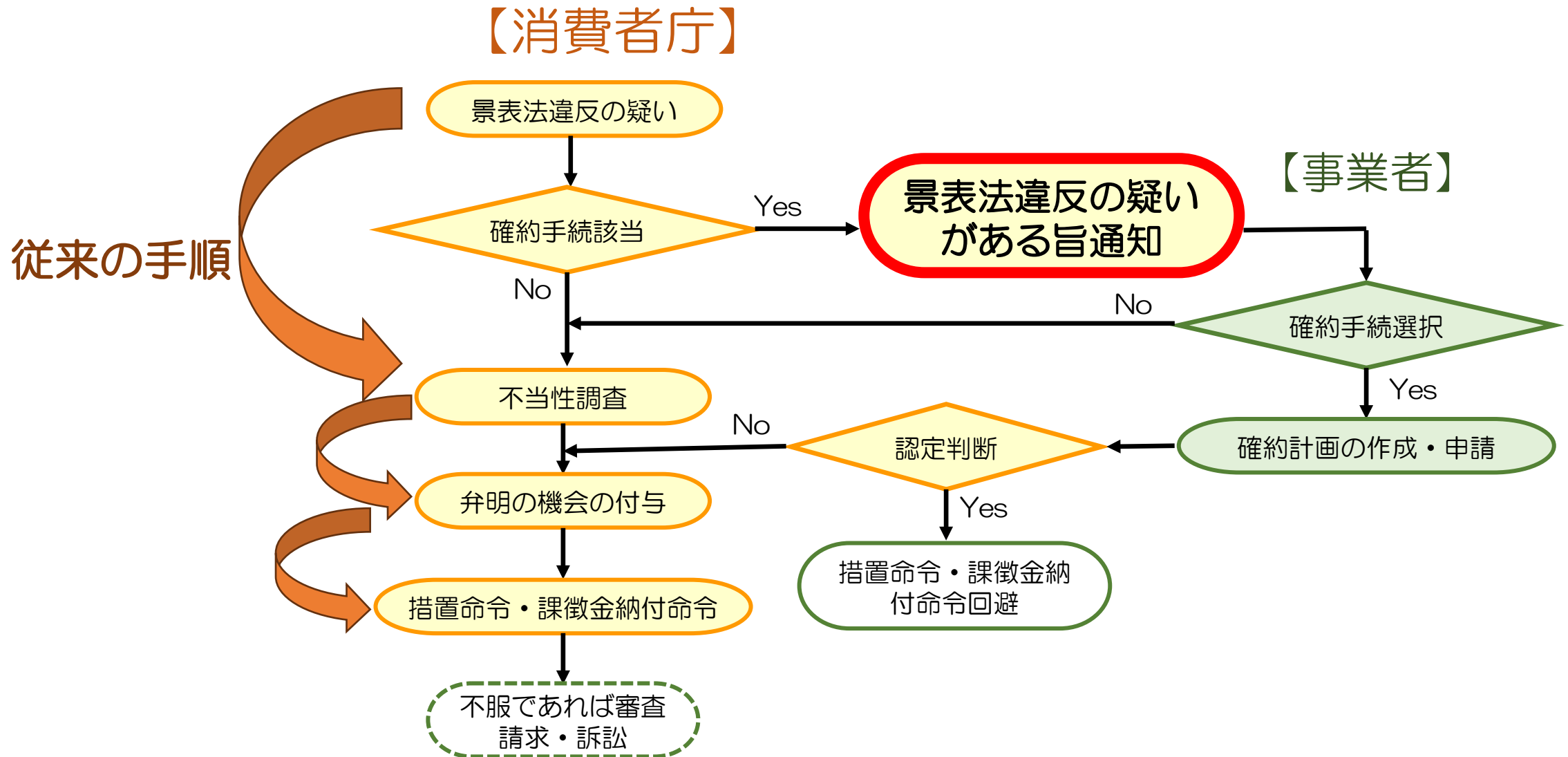
① 確約手続の導入

② 課徴金制度の見直し

③ 罰則規定の拡充

④ 適格消費者団体による開示要請規定の導入

確約手続きの流れ



パブコメ結果を受けての所感

通販事業者
の課題

取引先に
根拠を依存！

①処分後10年以内は、確約手続から除外⇒変更なし。（消費者庁も通販事業者の課題は認識か？）

②事業者名の公表⇒変更なし。（景表法違反ではないことを顧客に丁寧に説明して、企業イメージへの過度な影響を回避することが重要。）

③消費者庁・事業者（取引先を含む）の協力⇒違反被疑理由の説明、返金手段、再発防止計画

確約手続きの対象

	優良誤認案件 (件数)			
	非7条2項		7条2項	
	措置命 令	指導	措置命 令	指導
令和4年度	9	72	29	0
令和3年度	9	112	21	0
令和2年度	10	123	22	0
令和元年度	7	99	25	0

「令和4年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組」
令和5年9月消費者庁表示対策課

根拠確認の重要性UP

通販事業者の対応

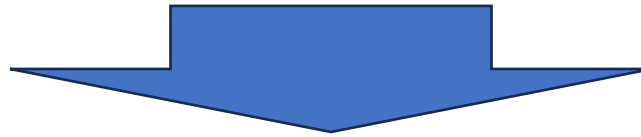
合理性そのものを
争わず

根拠確認
の事実を
強調

課徴金納付命令の迅速化

【現状の課題】

課徴金調査で適切に売上額を報告できない事業者に対して調査が打ち切られ、納付命令が発出できない



【改正後】

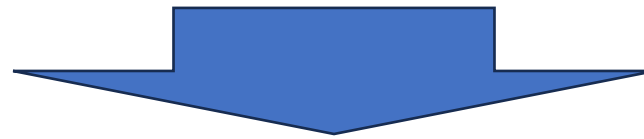
事実を把握することができない期間における売上額を推計することが可能に（第8条第4項）、迅速な課徴金納付命令の実施

※電子マネーによる返金も、課徴金減額手段の対象に

直罰規定の導入

【現状の罰則規定】

措置命令違反、報告の徴収・立ち入り検査等の妨害など、通常の事業者ではあり得ない行為に対する罰則のみ



【改正後】

「優良誤認表示」「有利誤認表示」を行った“もの”（第48条）及び法人（第49条）に対して罰金（100万円以下）を課す

措置命令が“事業者”に出されていたが、罰金は誰に？

適格消費者団体による表示根拠の開示要請

優良誤認表示の疑いがある場合に、適格消費者団体が事業者に対し、表示の裏付けとなる資料の開示を要請することが可能に

⇒事業者には要請に応じる努力義務（法第7条2項に基づく資料提出要求とは異なる）



開示要請に応じなければ、適格消費者団体のホームページ等で事実を公表も
・・・行政や消費者の企業イメージへの悪影響が懸念される

⇒直ちに開示できるレベルの根拠資料は確保した上で広告表現を決定するという表示管理の基本的取組が益々重要に

ノコギリヤシエキス差止請求控訴審判決について

【控訴人（消費者ネットおかやま）の主張】

- ①差止請求においても事業者が優良誤認でないことを立証すべき
- ②被控訴人（インシップ）提出の根拠資料は、合理的根拠と認められない
- ③(差止請求において)合理的根拠が無ければ、優良誤認表示と推定されるべき
- ④(本件広告が優良後に当たらないとしても)商品の効果を裏付ける合理的根拠を備えていないから、優良誤認表示を行う恐れがある。

ノコギリヤシエキス差止請求控訴審判決について

【裁判所の判断】

控訴人の主張をすべて採用しない。

- 立証責任を表示事業者に転換する規定がないから、優良誤認の立証責任を適格消費者団体自身が負うべき
- 開示請求は「相当な理由」があるときに、「理由を示して」要請することができるにすぎず、無条件に資料開示要請ができるわけではない
- 合理的根拠となり得る要件を満たさないことの指摘等では足りず、広告された効果が否定されることについて自ら立証するべき

ノコギリヤシエキス差止請求控訴審判決について

【裁判所の見解について①】

体験談と同じ枠内にある「すべて個人の感想です。効果効能を保証するものではありません」との打消し表示により、個人によっては効果が有るかもしれないとの印象を生じさせるものにとどまる。

※消費者庁の考え方：「個人の感想です。効果を保証するものではありません」・・・「『大体の人』が効果、性能を得られる」という認識が変容することはほとんどないと考えられる。（打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点）

ノコギリヤシエキス差止請求控訴審判決について

【裁判所の見解について②】

前立腺肥大症患者を対象とした無作為化比較試験で有効とする結果が有るから、一定程度の頻尿改善効果が認められる可能性が否定しきれない。

※特保や機能性表示食品では、食品の健康保持増進効果の広告は、健常者によって立証されていなければならないとされている。

前立腺肥大症患者で有効性が確認されたといっって、健常者にも同様の有効性が期待できるという裁判所の見解は、食品表示法・健康増進法（おそらく景表法第7条第2項事案でも）の運用では認められない。