

景品表示法の基礎知識①

2024.1.10

弁護士 西野 貴紀

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）（以下「景品表示法」といいます）は、不当な表示や不当な景品から一般消費者を保護する法律です。

景品表示法においては、2022年度では措置命令41件、課徴金納付命令が17件あります（2023年度は11月30日時点で措置命令12件、課徴金納付命令7件）。このように景品表示法は、当局からの摘発件数も多く、一般消費者向けの商品を扱う会社におけるIPO準備でも重要な対応課題です。

このような背景をふまえ、本コラムでは景品表示法の基礎知識、措置命令・課徴金納付命令、最新の法改正動向を紹介したいと思います。今回は景品表示法の基礎知識についてご紹介します。

1. 総論

景品表示法は大きく分けると表示に関する規制（以下「表示規制」といいます）と景品類に関する規制（以下「景品規制」といいます）に分けることができます。

表示規制とは、一般消費者の合理的な判断を阻害するやうないわゆる不当表示をするものです。

景品規制とは、一般消費者の合理的な判断を阻害するやうな過大な景品類の提供を規制するものです。

2. 表示規制

(1) 「表示」とは

顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品・サービスの品質、規格、その他の内容や価格等の取引条件について、消費者に知らせる広告や表示全般をいうとされています。

チラシ、パンフレット、カタログ、容器のパッケージ、包装、ラベル、テレビCM、ポスター、店頭POP、ECサイトの商品ページ、バナー広告、セールストーク等あらゆる表示が景品表示法の適用を受けます。一般消費者向けの表示すべてに適用があることに留意のうえ社内の運用フロー、チェックリストの作成をいただくことがポイントです。

(2) 表示規制の種類

表示規制において規制される不当表示は、大きく分けると以下の3つです。

① 優良誤認表示（法5条1号）

優良誤認表示とは、商品やサービスの品質、規格などの内容について、実際のもの

や事実と相違して競争事業者のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示をいいます。

② 有利誤認表示（法5条2号）

有利誤認表示とは、商品やサービスの価格などの取引条件について、実際のものや事実と相違して競争事業者のものより著しく有利であると一般消費者に誤認される表示をいいます。

③ その他誤認されるおそれのある表示（法5条3号）

主にいわゆるおとり広告、ステルスマーケティング広告が含まれます。

(3) 表示規制の考え方

表示規制の考え方の肝は、「表示の意味」と「実態」とが異なっていないか、です。

そのため、自社の表示をチェックする際には、一般消費者の目線から、①表示の意味の確認②表示の意味と実態とがずれていないか、の順でチェックすることが肝要です。

チェックリストを作る際にはまず第1の項目としてこの視点を盛り込んで、常に一般消費者の視点に立って自社の表示をチェックすることが表示規制違反を防ぐ第一歩です。

(4) 表示規制に違反した場合のリスク

➤ 法律上のサンクション

景品表示法に違反した場合のサンクションとして、主に措置命令と課徴金納付命令があります。

景品表示法に違反した事業者には、措置命令として、違反したことを一般消費者に周知徹底すること、再発防止策を講ずること、その違反行為を将来繰り返さないこと等の措置を命じられることがあります。

また、課徴金納付命令として、課徴金対象期間における課徴金対象行為に係る商品・サービスの「売上額」に3%を乗じた金額を課徴金額としてこれを納付することを命じられることがあります。

➤ レピュテーションリスク

措置命令・課徴金納付命令を受けるとその旨が消費者庁のウェブサイトで公表されます。また、これらの命令を受けると、その旨が報道されるほか SNS 等を通じて拡散され、事業者のレピュテーションが毀損されるリスクがあります。

➤ 優良誤認表示商品の販売停止、回収リスク

優良誤認表示は、商品の品質に関する誤認を伴う表示のため、法律上のサンクションに加えて、商品の販売中止、在庫商品の一斉回収など企業に大きな負担が生ずる場合があります。

次回は景品規制の基礎について解説します。