

セミナータイトル

セミナーレジュメ

～京都総合法律事務所主催の過去セミナーテキストデータ～

発行 | 京都総合法律事務所



▶ はじめに

この度は弊所ホームページへのご訪問とセミナー資料をダウンロードいただき、ありがとうございます。弊所では、10名を超える弁護士がそれぞれの注力分野を活かして、名実相俟う「総合」法律事務所として、皆さまのサポートに尽力させていただいております。

私は企業の皆さまの立場からの会社法務問題の解決に注力しており、今回、ダウンロードいただきましたセミナー資料は、弊所にて定期的に開催しておりますセミナーにて実際に提供させていただいたものです。弊所では、企業の皆さまにお役立ていただけるよう、定期的にセミナーを開催しておりますので、是非ともご聴講ください。

弊所では、日常的な契約締結時のリスクマネジメントはもちろん、M&Aや知的財産分野などの専門的業務にもお役立ていただけるよう「リーガルサポートサービス」のご案内申し上げます。「スタンダードプラン」では、チャットサービスを活用したスピーディーな対応はもちろん、ご要望があれば、定期的なWeb面談又はご訪問にて、最新の労務問題を中心とした情報提供をさせていただきます。今般お手にとっていただいたセミナー資料にお目通しの上、今後とも弊所をご用命の程、よろしくお願ひ申し上げます。



労務対策チームリーダー
弁護士 伊山正和



改正特商法・景品表示法等による 広告規制の最新動向 早わかり60分

京都総合法律事務所

弁護士 野崎隆史

本日のテーマ

1. **改正特商法**はここに注意！

- ✓ サブスク取引規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

2. 景表法違反の最新動向

- ✓ 優良誤認表示により1000万円以上の課徴金
- ✓ 有利誤認表示により1億円の課徴金

3. 薬機法違反の最新動向

- ✓ 逮捕・送検・罰金事例
- ✓ 景表法よりも重い4.5%課徴金制度

4. EC業者が備えるべきデジタルプラットフォーム新法

改正特商法はここに注意！

✓ サブスク取引規制の強化

✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

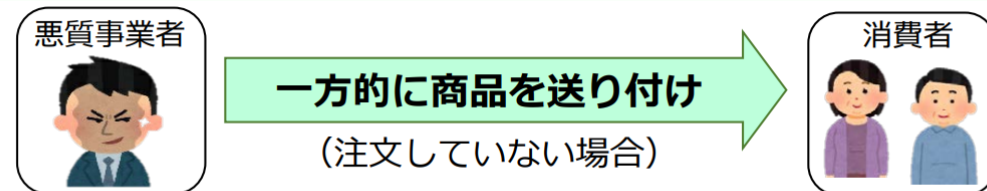
特定商取引法の主な改正内容

1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

- 定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

2 送り付け商法対策

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付した事業者が返還請求できない規定の整備等（現行では消費者が14日間保管後処分等が可能→改正後は直ちに処分等が可能に）



3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 外国執行当局に対する情報提供制度の創設（預託法も同様）
- 行政処分の強化等

出典：消費者庁HP

改正特商法はここに注意！

- ✓ サブスク規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化



注文の確定

「注文を確定する」ボタンを押してご注文いただくことで、お客様は当サイトの[各種規約](#)、[プライバシー規約](#)および当サイト上の販売条件に同意の上、商品をご注文されたこととなります。価格については必ず商品ページおよび[こちら](#)をご確認ください。

注文を確定する

出典：Amazon

改正特商法はここに注意！

- ✓ サブスク規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

(通信販売についての広告)

第十一条 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、主務省令で定めるところにより、当該広告に、当該商品若しくは当該権利又は当該役務に関する次の事項を表示しなければならない。ただし、当該広告に、請求により、これらの事項を記載した書面を遅滞なく交付し、又はこれらの事項を記録した電磁的記録を遅滞なく提供する旨の表示をする場合には、販売業者又は役務提供事業者は、主務省令で定めるところにより、これらの事項の一部を表示しないことができる。

一～三 (略)

四 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約に係る申込みの期間に関する定めがあるときは、その旨及びその内容

五 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（第十五条の三第一項ただし書に規定する特約がある場合にはその内容を、第二十六条第二項の規定の適用がある場合には同項の規定に関する事項を含む。）

六 (略)

(特定申込みを受ける際の表示)

第十二条の六 販売業者又は役務提供事業者は、当該販売業者若しくは当該役務提供事業者若しくはそれらの委託を受けた者が定める様式の書面により顧客が行う通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込み又は当該販売業者若しくは当該役務提供事業者若しくはそれらの委託を受けた者が電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法により顧客の使用に係る電子計算機の映像面に表示する手続に従つて顧客が行う通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込み（以下「特定申込み」と総称する。）を受ける場合には、当該特定申込みに係る書面又は手続が表示される映像面に、次に掲げる事項を表示しなければならない。

一 当該売買契約に基づいて販売する商品若しくは特定権利又は当該役務提供契約に基づいて提供する役務の分量

二 当該売買契約又は当該役務提供契約に係る第十一条第一号から第五号までに掲げる事項

2 | 販売業者又は役務提供事業者は、特定申込みに係る書面又は手続が表示される映像面において、次に掲げる表示をしてはならない。

一 当該書面の送付又は当該手続に従つた情報の送信が通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みとなることにつき、人を誤認させるような表示

二 前項各号に掲げる事項につき、人を誤認させるような表示

改正特商法はここに注意！

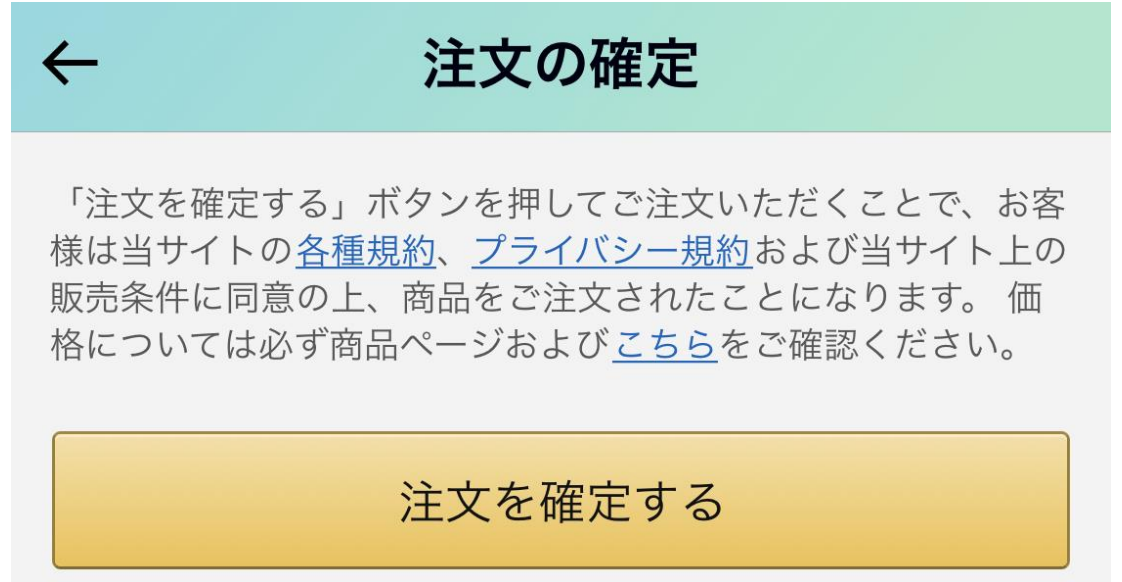
- ✓ サブスク規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

- タイムセールやカウントダウン等を行う場合は、広告に、「申込みの期間に関する定め」を表示しなければならない。(第11条第4号)
- 最終申込画面に次の項目を記載しなければならない。(第12条の6 第1項)
 - ・ 価格、対価、送料
 - ・ 支払時期、支払方法
 - ・ 引渡し時期
 - ・ 申込期間の定め(タイムセール等の場合)
 - ・ キャンセルポリシー、返品特約(ある場合)
- 最終申込画面で誤認させるような表示の禁止(第12条の6 第2項)
- 誤認表示に対する取消権の付与(第15条の4)
 - ・ サブスクではないと誤認させると取消しの対象となる。
- 最終申込画面で表示義務違反をすると、
 - ✗ 最長2年の**業務停止と公表**(第15条)
 - ✗ 適格消費者団体による**差止請求**(第58条の19)
 - ✗ 誤認表示を行うと、行為者も法人も**100万円以下の罰金**(第72条・第74条・直罰)
 - ✗ 無表示又は不実表示の場合、
 - ・ 行為者は**3年以下の懲役又は(及び)300万円以下の罰金**(第70条・直罰)
 - ・ 法人は**1億円以下の罰金**(第74条・直罰)

改正特商法はここに注意！

- ✓ サブスク規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

- タイムセールやカウントダウン等を行う場合は、広告に、「申込みの期間に関する定め」を表示しなければならない。(第11条第4号)
- 最終申込画面に次の項目を記載しなければならない。(第12条の6 第1項)
 - ・ 価格、対価、送料
 - ・ 支払時期、支払方法
 - ・ 引渡し時期
 - ・ 申込期間の定め(タイムセール等の場合)
 - ・ キャンセルポリシー、返品特約(ある場合)
- 最終申込画面で誤認させるような表示の禁止(第12条の6 第2項)



- Q 対象項目を最終申込画面に表示しなければならない？
- Q URLリンク設置ではダメ？
- Q サイトの改修が必要になる？

今後制定される施行規則やガイドラインに注目

本日のテーマ

1. 改正特商法はここに注意！

- ✓ サブスク取引規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

2. 景表法違反の最新動向

- ✓ 優良誤認表示により**1000万円以上**の課徴金
- ✓ 有利誤認表示により**1億円**の課徴金

3. 薬機法違反の最新動向

- ✓ 逮捕・送検・罰金事例
- ✓ 景表法よりも重い4.5%課徴金制度

4. EC業者が備えるべきデジタルプラットフォーム新法

景表法違反の最新動向

2021年6月だけで、9社に措置命令
又は課徴金納付命令が発出

<内訳>

コロナ関係 : 4社
美容関係 : 3社
ゲーム関係 : 1社
インターネット関係 : 1社

6月

- 2021年6月29日 **表示** ▶ 株式会社gumi及び株式会社スクウェア・エニックスに対する景品表示法に基づく措置命令について **NEW**
- 2021年6月25日 **表示** ▶ Salute.Lab株式会社に対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について **NEW**
- 2021年6月25日 **表示** ▶ 新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする健康食品の表示に関する改善要請及び一般消費者等への注意喚起について **NEW**
- 2021年6月22日 **表示** ▶ ビジョンズ株式会社に対する景品表示法に基づく措置命令について
- 2021年6月18日 **表示** ▶ 株式会社DINOS CORPORATIONに対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について
- 2021年6月17日 **表示** ▶ 株式会社アップドラフトに対する景品表示法に基づく措置命令について
- 2021年6月15日 **表示** ▶ 株式会社サプリメント・ワールドに対する景品表示法に基づく措置命令について
- 2021年6月11日 **表示** ▶ 株式会社プレひまわりに対する景品表示法に基づく措置命令について
- 2021年6月 9日 **表示** ▶ アフィリエイト広告等に関する検討会の資料を公表しました。
- 2021年6月 3日 **表示** ▶ 株式会社ハウワイに対する景品表示法に基づく措置命令について
- 2021年6月 2日 **表示** ▶ クリエイト株式会社に対する景品表示法に基づく措置命令について
- 2021年6月 2日 **表示** ▶ 光回線インターネット接続サービスのおとり広告に関する注意

出典:消費者庁HP

令和3年6月18日

株式会社DINOS CORPORATIONに対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について

消費者庁は、本日、株式会社DINOS CORPORATION（以下「DINOS CORPORATION」といいます。）に対し、同社が供給するEMS機器に係る表示について、景品表示法第8条第1項の規定に基づき、課徴金納付命令（別添1及び別添2参照）を发出了しました。

1 違反行為者の概要

名称 株式会社DINOS CORPORATION^注
(法人番号 9011201004664)
所在地 東京都中野区本町二丁目4番2号
代表者 代表取締役 石川 順一
設立年月 平成3年3月
資本金 1億円（令和3年6月現在）

2 課徴金納付命令の概要

(1) 課徴金対象行為（違反行為）に係る商品

- ア 「クワトロビート」と称する商品（以下「本件商品①」という。）
- イ 「TBCスレンダーパッドBE」と称する商品（以下「本件商品②」という。）

(2) 課徴金対象行為

- ア 表示媒体
自社ウェブサイトにて配信した動画
- イ 課徴金対象行為をした期間
別表1「課徴金対象行為をした期間」欄記載の各期間
- ウ 表示内容

(7) 本件商品①（別紙1）

「ウエスト（へそ周り） ■■■さん - 8.6cm 79.3→70.7 ■■■さん - 15.4cm 93.4→78.0 ■■■さん -

^注 株式会社DINOS CORPORATIONは、令和3年3月1日付けで株式会社イノス・セシールから商号変更したものである。

11cm 97.7→86.7 ■■■さん - 12.5cm 80.3→67.8」等と、別表2「表示内容」欄記載のとおり表示することにより、あたかも、本件商品①を腹部に使用すれば、本件商品①の振動によって腹部の肉が柔らかくなり、かつ、本件商品①の電気刺激によって腹部の筋肉が刺激されることにより、4週間で腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

(4) 本件商品②（別紙2）

「ウエスト（へそ周り）」、「■■■さん（45歳）- 11.4cm（90.4→79.0）」、「■■■さん（30歳）- 12.8cm（82.3→69.5）」、「■■■さん（25歳）- 18.8cm（100.1→81.3）」、「■■■さん（56歳）- 14.5cm（88.0→73.5）」、「■■■さん（34歳）- 7.5cm（86.5→79.0）」等と、別表3「表示内容」欄記載のとおり表示することにより、あたかも、本件商品②を腹部に使用すれば、本件商品②の電気刺激によって腹部の筋肉が鍛えられることにより、特段の食事制限や運動をすることなく、1日20分間の使用を4週間継続することで腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

エ 実際

前記ウの表示について、消費者庁は、それぞれ、景品表示法第8条第3項の規定に基づき、DINOS CORPORATION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たところ、同社から資料が提出された。しかし、当該資料はいずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。

オ 打消し表示

(7) 本件商品①に係る前記ウ(7)の表示について、平成29年5月23日から平成31年4月15日までの間、自社ウェブサイトにて配信した動画において、「※個人差があり 結果を保証するものではありません」と表示していたが、当該表示は、一般消費者が前記ウ(7)の表示から受ける本件商品①の効果に関する認識を打ち消すものではない。

(4) 本件商品②に係る前記ウ(4)の表示について、平成30年8月3日から令和元年8月26日までの間、自社ウェブサイトにて配信した動画において、「※個人差があり 結果を保証するものではありません」と表示していたが、当該表示は、一般消費者が前記ウ(4)の表示から受ける本件商品②の効果に関する認識を打ち消すものではない。

(3) 課徴金対象期間

別表1「課徴金対象期間」欄記載の各期間

(4) 景品表示法第8条第1項ただし書に該当しない理由

DINOS CORPORATIONは、本件商品①及び本件商品②について、それぞれ、前記(2)ウの表示の裏付けとなる根拠資料を十分に確認することなく、前記(2)の課徴金対象行為をしていた。

(5) 命令の概要（課徴金の額）

DINOS CORPORATIONは、令和4年1月19日までに、別表1「課徴金額」欄記載の額を合計した1431万円を支払わなければならない。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課

電話 03(3507)9233

ホームページ <https://www.caa.go.jp/>

出典：消費者庁HP

令和3年6月25日

Salute. Lab株式会社に対する景品表示法に基づく
課徴金納付命令について

消費者庁は、本日、Salute. Lab株式会社（以下「Salute. Lab」といいます。）に対し、同社が供給する「イオニアカードPLUS」と称する商品に係る表示について、消費者庁及び公正取引委員会（公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所）の調査の結果を踏まえ、景品表示法第8条第1項の規定に基づき、課徴金納付命令（別添参照）を発出しました。

1 違反行為者の概要

名称 Salute. Lab株式会社（法人番号 4120001197539）
所在地 大阪市中央区平野町一丁目8番13号平野町八千代ビル
代表者 代表取締役 墨谷 剛史
設立年月 平成28年4月
資本金 1000万円（令和3年6月現在）

2 課徴金納付命令の概要

- (1) 課徴金対象行為（違反行為）に係る商品
「イオニアカードPLUS」と称する商品（以下「本件商品」という。）
- (2) 課徴金対象行為
- ア 表示媒体
自社ウェブサイト
- イ 課徴金対象行為をした期間
令和2年4月1日から同年11月5日までの間
- ウ 表示内容（別紙1ないし別紙3）
例えば、令和2年7月16日に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」と記載のあるウェブページにおいて、本件商品の画像と共に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」、「スギ花粉 84.5%除去」及び円グラフの画像、「ヒノキ花粉 77.6%除去」及び円グラフの画像、並びに「PM2.5 90.1%除去」及び円グラフの画像、「カードを身につけるだけで空気のトラブルからあなたを守る」、「花粉」、「アレル物質」、「ウイルス」、「PM2.5」、「タバコのニオイ」及び「これらは、ぜんそくや鼻水・鼻詰まり、目のかゆみなどの原因に。イン

フルエンザには、二次感染のリスクもあります。『イオニアカード』は、そんな”空気のトラブル”からイオンの力であなたを守ります。」等と表示するなど、別表1「表示期間」欄記載の期間に、同表「表示箇所」欄記載の表示箇所において、同表「表示内容」欄記載のとおり表示することにより、あなたも、本件商品を身につければ、本件商品から発生するイオンの作用により、本件商品から半径1.5メートルから2メートル程度又は半径1.5メートル程度の身の回りの空間における花粉及びPM2.5を除去し、本件商品を身につけた者にウイルス、菌等を寄せ付けない効果が得られるかのように示す表示をしていた。

エ 実際

前記ウの表示について、消費者庁は、景品表示法第8条第3項の規定に基づき、Salute. Lab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たところ、同社から資料が提出された。しかし、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。

オ 打消し表示

前記ウの表示について、自社ウェブサイトにおいて、例えば、令和2年7月16日に、「検証結果で分かるイオニアカードの確かな効果」と記載のあるウェブページにおいて、「●本製品は空気の清浄効果を保証するものではありません。」と表示するなど、別表2「表示期間」欄記載の期間に、同表「表示箇所」欄記載の表示箇所において、同表「表示内容」欄記載のとおり表示していたが、当該表示は、一般消費者が前記ウの表示から受ける本件商品の効果に関する認識を打ち消すものではない。

- (3) 課徴金対象期間
令和2年4月1日から令和3年2月17日までの間
- (4) 景品表示法第8条第1項ただし書に該当しない理由
Salute. Labは、本件商品について、前記(2)ウの表示の裏付けとなる合理的な根拠を有することなく、前記(2)の課徴金対象行為をしていた。
- (5) 命令の概要（課徴金の額）
Salute. Labは、令和4年1月26日までに、1559万円を支払わなければならない。

出典：消費者庁HP

令和2年12月23日

株式会社ジャパネットたかたに対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について

消費者庁は、本日、株式会社ジャパネットたかた（以下「ジャパネットたかた」といいます。）に対し、同社が供給するエアコンに係る表示について、消費者庁及び公正取引委員会（公正取引委員会事務総局九州事務所）の調査の結果を踏まえ、景品表示法第8条第1項の規定に基づき、課徴金納付命令（別添参照）を発出しました。

1 違反行為者の概要

名称 株式会社ジャパネットたかた（法人番号 3310001005550）
所在地 長崎県佐世保市日宇町2781番地
代表者 代表取締役 高田 旭人
設立年月 昭和61年1月
資本金 3億円（令和2年12月現在）

2 課徴金納付命令の概要

(1) 課徴金対象行為（違反行為）に係る商品

別表1「商品」欄記載のエアコン（以下「特定本件8商品」という。）

(2) 課徴金対象行為

ア 表示媒体

別表2「表示媒体」欄記載の表示媒体

イ 課徴金対象行為をした期間

別表3「課徴金対象行為をした期間」欄記載の期間

ウ 表示内容（別紙1ないし別紙6）

例えば、平成29年5月19日に配布した会員カタログにおいて、「ジャパネット通常税抜価格 ~~79,800円~~」、「2万円値引き」、「さらに！会員様限定2,000円値引き」及び「値引き後価格 会員様特価 57,800円」と記載するなど、別表2「表示内容」欄記載のとおり表示することにより、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、ジャパネットたかたにおいて特定本件8商品の各商品について通常販売している価格であり、「値引き後価格」等と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。

エ 実際

「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、ジャパネットたかたにおいて、特定本件8商品の各商品について最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。

(3) 課徴金対象期間

別表3「課徴金対象期間」欄記載の期間

(4) 景品表示法第8条第1項ただし書に該当しない理由

ジャパネットたかたは、特定本件8商品の各商品について、それぞれ、前記(2)ウの表示の裏付けとなる根拠資料を十分に確認することなく、前記(2)の課徴金対象行為をしていた。

(5) 命令の概要（課徴金の額）

ジャパネットたかたは、令和3年7月26日までに、別表3「課徴金額」欄記載の額を合計した5180万円を支払わなければならない。

出典：消費者庁HP

令和3年7月2日

株式会社ユニクエストに対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について

消費者庁は、本日、株式会社ユニクエスト（以下「ユニクエスト」といいます。）に対し、同社が「小さなお葬式」の名称で供給する葬儀サービスに係る表示について、景品表示法第8条第1項の規定に基づき、課徴金納付命令（[別添参照](#)）を発出しました。

1 違反行為者の概要

名称 株式会社ユニクエスト（法人番号 2120001117036）
所在地 大阪市西区鞠本町一丁目6番3号
代表者 代表取締役 重野 心平
設立年月 平成18年8月
資本金 9150万円（令和3年6月現在）

2 課徴金納付命令の概要

(1) 課徴金対象行為（違反行為）に係る役務

「小さなお葬式」の名称で供給する葬儀サービスのうち、「小さな火葬式」と称する葬儀サービス、「小さな一日葬」と称する葬儀サービス、「小さな家族葬」と称する葬儀サービス及び「小さなお別れ葬」と称する葬儀サービス（以下これらを併せて「本件4役務」という。）の各役務

(2) 課徴金対象行為

ア 表示媒体

パソコン向け自社ウェブサイト及びスマートフォン向け自社ウェブサイト

イ 課徴金対象行為をした期間

(7) 「小さな火葬式」と称する葬儀サービス、「小さな一日葬」と称する葬儀サービス及び「小さな家族葬」と称する葬儀サービス

平成28年4月1日から平成29年12月27日までの間

(4) 「小さなお別れ葬」と称する葬儀サービス

平成29年7月10日から同年12月27日までの間

ウ 表示内容（[別紙1](#)ないし[別紙11](#)）

例えば、パソコン向け自社ウェブサイトにおいて、「小さな火葬式」と称する葬儀サービスについて、平成28年4月1日から同年10月2日までの間、「追加料金一切不要のお葬式 総額188,000円(税込) 資料請求割引価格」、「追加料金一切不要の安心価格 プラン金額がお葬式にかかる全ての費用です。」、「式を行わず火葬のみ 小さな火葬式」、「無料資料請求で 総額188,000円(税込) 追加料金一切不要」と記載するなど、[別表1](#)「表示媒体」欄記載の表示媒体において、同表「表示期間」欄記載の期間に、同表「表示内容」欄記載のとおり記載することにより、あたかも、本件4役務の各役務の提

供に当たって必要な物品又は役務を追加又は変更する場合でも、同欄に記載された価格以外に追加料金が発生しないかのように表示していた。

エ 実際

少なくとも、[別表2](#)記載の事項に該当する場合には、追加料金が発生するものであった。

オ 打消し表示

自社ウェブサイトにおける前記ウの表示内容を記載したウェブページとは別のウェブページにおいて追加料金が例外的に発生する旨を記載していたが、当該記載は、リンク先に追加料金に係る重要な情報が存在するとは記載されていない「よくある質問」等のハイパーリンクの文字列をクリックしなければ表示されないものであること等から、一般消費者が前記ウの表示から受ける当該役務に関する認識を打ち消すものではない。

(3) 課徴金対象期間

ア 「小さな火葬式」と称する葬儀サービス、「小さな一日葬」と称する葬儀サービス及び「小さな家族葬」と称する葬儀サービス

平成28年4月1日から平成30年6月27日までの間

イ 「小さなお別れ葬」と称する葬儀サービス

平成29年7月10日から平成30年6月27日までの間

(4) 景品表示法第8条第1項ただし書に該当しない理由

ユニクエストは、本件4役務の各役務について、それぞれ、不当表示の防止等を図るための管理監督を十分に行うことなく、前記(2)の課徴金対象行為をしていた。

(5) 命令の概要（課徴金の額）

ユニクエストは、令和4年2月3日までに、[別表3](#)「課徴金額」欄記載の額を合計した1億180万円を支払わなければならない。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課

電話 03(3507)9239

ホームページ <https://www.caa.go.jp/>

出典：消費者庁HP



暮らし・健康・福祉

教育・文化・スポーツ

産業・仕事

環境・都市基盤

都政情報

[トップページ](#) > [都政情報](#) > [報道発表](#) > [これまでの報道発表](#) > [報道発表／令和3年（2021年）](#) > [7月](#) > [通信販売事業者に3か月の業務停止命令](#)

報道発表資料

2021年07月08日 生活文化局

定期購入契約であるのに、「サンプル」「お試し」と表示するなど消費者を誤認させるような広告を行っていた通信販売事業者に3か月の業務停止命令

本日、東京都は、特定商取引に関する法律に基づき、化粧品等の通信販売事業者に対し、3か月の業務の一部停止を命じ、違反行為を是正するための措置を指示しました。また、事業者の代表取締役に対し、当該停止を命じた範囲の業務を新たに開始することの禁止を命じました。

※詳細は別添のとおり

広告の特徴

1. ネーヴェクレマ等と称する化粧品について、「サンプル」「お試し」であることを強調した広告をウェブサイトに掲載し、あたかも、「サンプル」や「お試しセット」だけを低額で購入できるかのような表示をしていたが、実際には、低額の初回商品購入後、複数回の継続購入が条件の契約の申込みとなり、消費者は結果的に高額な支払いをすることになる。
2. 解約申出の方法について、指定する電話番号に電話をかけさせて、その電話の自動音声案内に従ってメッセージアプリ等を使用させる方法としていたにもかかわらず、その旨を消費者が容易に認識できるように表示していなかった。
3. 申込みの最終確認画面において、入力内容の修正に関する説明や修正を行うためのボタン等を表示しないなど、契約の申込みの内容を消費者が容易に確認し及び訂正できるようにしていなかった。

出典：東京都HP

最先端の大人気韓国コスメ!!

ウユクリームの効果!素肌カバー

ネーヴェクレマ

Neve Crema

パツと塗るだけ!
オルチャン肌!!

初回サンプル7日分 送料・手数料込 **500円**

初回限定
お試セット(7回分)

ネーヴェクレマ
Neve Crema

初回サンプル **500円** (税別)

今すぐ
一番お得に
申し込む!

初回サンプル7日分 送料・手数料込 **500円**

※「初回サンプル7日分500円」などの表示が強調されている。

チャットボット画面

30秒でカンタン入力!
メールアドレスを入力

いらっしゃいませ!
こちらからご購入いただけます。案内にしたがって
お手続きください。

まずはじめに、お客様のお名前をご入力ください。

お名前
フリガナ

郵便番号

ご注文内容をご確認ください。

ご注文内容

商品名:	S【ステップコース】Neve crema サンプルセット
数量:	1
単価:	500円
小計:	500円

小計: 500円
送料: 0円
手数料: 0円
消費税: 50円
合計: 550円

(10%対象商品小計: 小計: 500円、消費税: 消費税: 50円)

お客様情報
お名前: [redacted]
住所: [redacted]

この内容でご注文を完了します。

ご注文完了へ

※左の広告の赤枠をクリックすると右のチャットボット画面に遷移し、すぐに個人情報等の入力を促す申込画面となる。

※チャットボット最終確認画面に、修正ボタンや修正に関する表記がない。

出典: 東京都HP

■ 特定商取引に関する法律に基づく表記

販売業者 株式会社Libeiro(旧:pacrel)

運営責任者 佐々木雄亮

住所 〒104-0033
東京都中央区新川1-3-3グリーンオーク茅場町7F

電話番号 0570-050-888

この番号に架電しても、メッセージアプリ等の使用を促す自動音声案内が流れていた。

FAX番号 -

引渡し時期

※自動配送でのお申し込みの場合は、初回の発送日を目安に毎月商品を送いたします。

【美肌コース(毎月自動お届けコース)お申込の場合】
2回目以降は初回発送日からお申込みいただいた周期ごとに商品を送いたします。

返品・交換について

返品・解約に関しましては、商品ごとに異なります為、下記URLをご参照ください。

・ Neve Crema : 詳しくはこちら

Copyright © Libeiro all rights reserved.

出典:東京都HP

ご注文内容の確認

お名前	■■■■■
住所	■■■■■

商品名	単価	個数	小計
S【ステップコース】Neve crema a 7日分セット	500円	1個	500円
		小計	500円
		送料	0円
		手数料	0円
		消費税	50円
		合計	550円

10%対象	小計	500円	消費税	50円
-------	----	------	-----	-----

- ★お申込み内容確定後のキャンセルは承っておりません。ご確認の上、ご注文をお願いいたします。
- ★初回分お受け取り後10日後に2個、その後30日周期で2個お届けする定期コースです。
- ★初回が500円(税別)送料手数料無料で2回目以降は2個で7,960円(税別)送料手数料別となり、4回のお受け取りでの合計金額24,380円(税別)です。
- ★初回は送料手数料無料、2回目以降は送料350円(税別)後払いのみ支払手数料160円(税別)となります。
- ★初回分発送から7営業日以内にご解約が無かった場合、初回分を除いて最低3回以上のご継続が条件となり、その後もご解約の申し出がない限り定期的にお届けするご契約です。
- ★ご解約は初回分の商品お受け取り後、商品同梱の納品書に記載の発送日から7営業日以内に【clavisお客様センター】(0570-050-888)までお電話でご連絡ください。
- ★途中解約をされる場合は、通常価格との差額精算分を請求させていただきます。また、初回分のみのお受け取りでご解約された場合、通常単品価格との差額精算分を請求させていただきます。
- ★ご注文後のキャンセルおよび、規定回数の商品お受け取り前の解約予約は承っておりませんのでご了承ください。
- ★配送日時指定はできませんのであらかじめご了承ください。
- ★ご利用者が未成年の場合、法定代理人の利用同意を得てください。

※ 規定回数受取後の解約申出期間及び解約方法に関する表記がない。

【返品について】
★返品についての詳細は下記「返品・定期コースについて」のリンクをご参照ください。

【初回解約保証制度について】
本コースは初回解約保証制度の対象外となっております。

※ リンクが貼られていない。

※ 修正ボタンや修正に関する表記がない。

ご注文完了へ

clavisお客様センター（株式会社Libeiro）
ゴールデンウィーク休業のお知らせについて

平素よりclavisの商品をご利用いただきまして、誠にありがとうございます。

Libeiro clavisお客様センターのゴールデンウィーク期間の営業について

アルコール、ポリクオタニウム-7、アルミナ、酸化鉄、フェノキシエタノール

特定商取引法に基づく表記
個人情報保護方針
お問い合わせ
返品・定期コースについて

※ 何回もスクロールした場所にリンクがある。

出典：東京都HP



暮らし・健康・福祉

教育・文化・スポーツ

産業・仕事

環境・都市基盤

都政情報

トップページ > 都政情報 > 報道発表 > これまでの報道発表 > 報道発表/令和3年(2021年) > 7月 > 通信販売事業者に3か月の業務停止命令

報道発表資料

2021年07月08日 生活文化局

定期購入契約であるのに、「サンプル」「お試し」と表示するなど消費者を誤認させるような広告を行っていた通信販売事業者に3か月の業務停止命令

本日、東京都は、特定商取引に関する法律に基づき、化粧品等の通信販売事業者に対し、3か月の業務の一部停止を命じ、違反行為を是正するための措置を指示しました。また、
※詳細は別添のとおり

広告の特徴

改正特商法のもとでは、

誤認表示を行うと、行為者も法人も
100万円以下の罰金(第72条・第74条)

しかも、**直罰**

1. ネーヴェクレマ等と称する化粧品(「サンプル」や「お試しセット」だけを低価格で提供)の申込みとなり、消費者は結果的に
2. 解約申出の方法について、指定する電話番号に電話したにもかかわらず、その旨を消費者に
3. 申込みの最終確認画面において、入力された電話番号が正しいかなど、契約の申込みの内容を消費者が容易に確認し及び訂正できるようにしていなかった。

ウェブサイトに掲載し、あたかも、「サンプル商品購入後、複数回の継続購入が条件の契約を締結する必要がある」というメッセージアプリ等を使用させる方法として、消費者が容易に確認し及び訂正できるようにしていなかった。

出典:東京都HP

コーセーコスメポート 「フォーチュン フレグランス ハンドリフレッシュジェル」 の表示に関するお詫びと販売中止・自主回収のお知らせ

コーセーコスメポート株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:小林 孝雄)は、2020年8月21日に発売しました「フォーチュン フレグランス ハンドリフレッシュジェル」において、消費者に誤認を招く恐れのある表示があったため、販売を中止し、自主回収させていただきます。

対象商品 :フォーチュン フレグランス ハンドリフレッシュジェル
発売日 :2020年8月21日
JANコード :4971710398137



本商品に記載のある「手肌を清潔に」という表示が、洗い流さないタイプの化粧品の効能効果表示において、消費者に誤認を招く恐れがあることから、販売を中止し、上記の商品すべてを自主回収させていただきます。なお、商品の安全性、品質には問題はなく、既にお客さまがご使用された場合でも、健康被害等の心配はございません。

出典:KOSE HP

コーセーコスメポート

「フォーチュン フレグランス ハンドリフレッシュジェル」

回収のお知らせ

薬機法第2条第3項

この法律で「化粧品」とは、**人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なもの**をいう。ただし、これらの使用目的のほかに、第一項第二号又は第三号に規定する用途に使用されることも併せて目的とされている物及び医薬部外品を除く。

それなのに薬機法違反？

林 孝雄)は、2020年8月21日
て、消費者に誤認を招く恐れ



本商品に記載のある「手肌を清潔に」という表示が、洗い流さないタイプの化粧品の効能効果表示において、消費者に誤認を招く恐れがあることから、販売を中止し、上記の商品すべてを自主回収させていただきます。なお、商品の安全性、品質には問題はなく、既にお客さまがご使用された場合でも、健康被害等の心配はございません。

出典:KOSE HP

化粧品の効能の範囲

- | | |
|-------------------------------------|------------------------|
| (1) 頭皮、毛髪を清浄にする。 | (30) 肌にはりを与える。 |
| (2) 香りにより毛髪、頭皮の不快臭を抑える。 | (31) 肌にツヤを与える。 |
| (3) 頭皮、毛髪をすこやかに保つ。 | (32) 肌を滑らかにする。 |
| (4) 毛髪にはり、こしを与える。 | (33) ひげを剃りやすくする。 |
| (5) 頭皮、毛髪にうるおいを与える。 | (34) ひげそり後の肌を整える。 |
| (6) 頭皮、毛髪にうるおいを保つ。 | (35) あせもを防ぐ（打粉）。 |
| (7) 毛髪をしなやかにする。 | (36) 日やけを防ぐ。 |
| (8) クシどおりをよくする。 | (37) 日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。 |
| (9) 毛髪をつやを保つ。 | (38) 芳香を与える。 |
| (10) 毛髪につやを与える。 | (39) 爪を保護する。 |
| (11) フケ、カユミがとれる。 | (40) 爪をすこやかに保つ。 |
| (12) フケ、カユミを抑える。 | (41) 爪にうるおいを与える。 |
| (13) 毛髪的水分、油分を補い保つ。 | (42) 口唇の荒れを防ぐ。 |
| (14) 裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。 | (43) 口唇のキメを整える。 |
| (15) 髪型を整え、保持する。 | (44) 口唇にうるおいを与える。 |
| (16) 毛髪帯電を防止する。 | (45) 口唇をすこやかにする。 |
| <u>(17) (汚れをおとすことにより) 皮膚を清浄にする。</u> | (46) 口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。 |
| (18) (洗浄により) ニキビ、アセモを防ぐ（洗顔料）。 | (47) 口唇の乾燥によるカサツキを防ぐ。 |
| (19) 肌を整える。 | (48) 口唇を滑らかにする。 |
| (20) 肌のキメを整える。 | (49) ムシ菌を防ぐ（※）。 |
| (21) 皮膚をすこやかに保つ。 | (50) 歯を白くする（※）。 |
| (22) 肌荒れを防ぐ。 | (51) 歯垢を除去する（※）。 |
| (23) 肌をひきしめる。 | (52) 口中を浄化する（歯みがき類）。 |
| (24) 皮膚にうるおいを与える。 | (53) 口臭を防ぐ（歯みがき類）。 |
| (25) 皮膚的水分、油分を補い保つ。 | (54) 歯のやにを取る（※）。 |
| (26) 皮膚の柔軟性を保つ。 | (55) 歯石の沈着を防ぐ（※）。 |
| (27) 皮膚を保護する。 | (56) 乾燥による小ジワを目立たなくする。 |
| (28) 皮膚の乾燥を防ぐ。 | (※使用時にブラッシングを行う歯みがき類) |
| (29) 肌を柔らかげる。 | |

インターネット監視



News Release

令和3年3月5日

インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示に対する要請について（令和2年10月～12月）

消費者庁は、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示について、改善要請等を行いました。

消費者庁では、令和2年10月から12月までの期間、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視を実施しました。

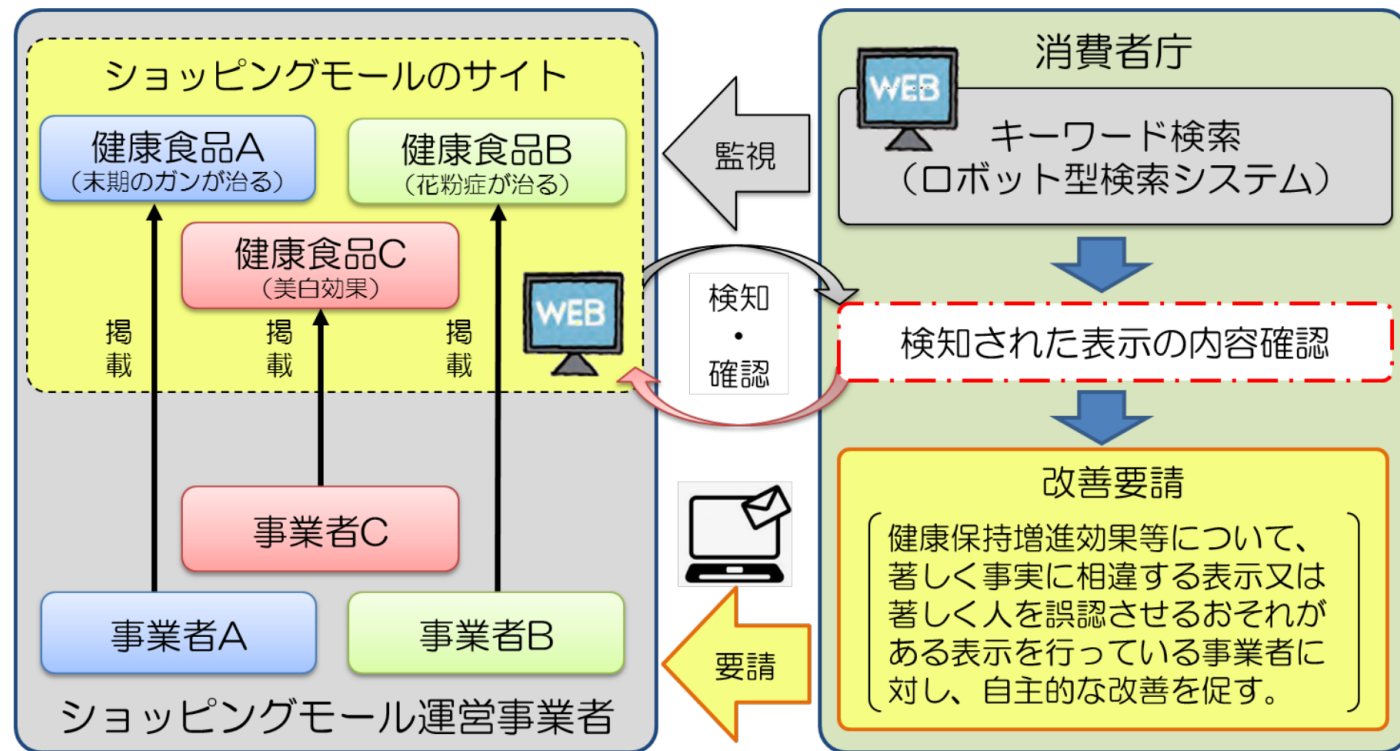
この結果、インターネットにおいて健康食品等を販売している150事業者による152商品の表示について、健康増進法第65条第1項の規定に違反するおそれのある文言等があったことから、これらの事業者に対し、表示の改善を要請するとともに、当該事業者がショッピングモールに出店している場合には、出店するショッピングモール運営事業者に対しても、表示の適正化について協力を要請しました。

消費者庁では、引き続き、健康食品等の広告その他の表示に対する継続的な監視を実施し、法に基づく適切な措置を講じてまいります。

インターネット監視とは

インターネット監視は、事業者の自主的な意思の下、健康増進法違反のおそれのある表示を修正又は削除させることにより、不適切な内容の表示を迅速かつ効率的に排除し、国民に対する正確な情報の伝達を促すことを目的として実施。

インターネット監視業務の執行イメージ



出典: 消費者庁HP

広告トラブルを起こさないために必要なこと

『孫子・謀攻篇』

知彼知己 百戦不殆

不知彼而知己 一勝一負

不知彼不知己 每戦必殆

彼を知りて己を知れば、百戦殆うからず。

彼を知らずして己を知れば、一勝一負す。

彼を知らず己を知らざれば、戦う毎に必ず殆うし。

景品表示法のしくみ

不当景品類及び不当表示防止法

(目的)

第一条 この法律は、商品及び役務の取引に関連する**不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、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のある行為の制限及び禁止**について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的とする。

一般消費者の利益の保護



不当な顧客誘引の禁止

不当な表示の禁止

表示とは？

事業者が商品・サービスの内容、取引条件について行う広告等の表示

- 例
- チラシ ● パンフレットや説明書
 - ポスターや看板
 - 新聞や雑誌に掲載された広告
 - テレビCM
 - ウェブサイト 等



過大な景品類の提供の禁止

景品類とは？

商品・サービスの取引に付随して、相手方に提供される物品、金銭等の経済上の利益

- 例
- 一定額以上の買い物をした人に抽選で提供される賞品
 - 来店者にもれなく提供される粗品
 - 商店街の福引きセールで提供される旅行券等



出典：消費者庁HP

商品・サービスに関する不当な表示は禁止されています。

品質や価格についての情報は、一般消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料であり、一般消費者に正しく伝わる必要があります。ところが、商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良又は有利であると見せかける表示が行われると、一般消費者の適正な選択が妨げられることとなります。このため、景品表示法では、一般消費者に誤認される不当な表示を禁止しています。

優良誤認表示(5条1号)

商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示

① 内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

例 10万キロ以上走行した中古自動車に「3万5千キロ走行」と表示した場合

② 内容について、事実と相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

例 「この技術は日本で当社だけ」と表示しているが、実際は競争事業者でも同じ技術を使っていた場合

出典:消費者庁HP

優良誤認表示

品質、規格等に関する 不当表示を禁止しています。

- **品質** 原材料、純度、添加物、性能、鮮度、栄養価等
- **規格** 国等が定めた規格(例 JIS)、等級、基準等
- **その他の内容** 原産地、有効期限、製造方法等

優良誤認表示(5条1号)

商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示

- ① 内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
例 10万キロ以上走行した中古自動車に「3万5千キロ走行」と表示した場合
- ② 内容について、事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
例 「この技術は日本で当社だけ」と表示しているが、実際は競争事業者でも同じ技術を使っていた場合

CASE 1

自社の商品・サービスの品質、規格その他の内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示は不当表示となります。

衣料品の原材料

セーターに「カシミア100%」と表示していたが、実際にはカシミア混用率は80%程度であった。



宅配便の配達日数

「翌日配達」と表示していたが、実際には一部の地域にしか翌日に届いていなかった。



出典:消費者庁HP

優良誤認表示

品質、規格等に関する 不当表示を禁止しています。

- 品質 原材料、純度、添加物、性能、鮮度、栄養価等
- 規格 国等が定めた規格(例 JIS)、等級、基準等
- その他の内容 原産地、有効期限、製造方法等

優良誤認表示(5条1号)

商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示

- ① 内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
例 10万キロ以上走行した中古自動車に「3万5千キロ走行」と表示した場合
- ② 内容について、事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
例 「この技術は日本で当社だけ」と表示しているが、実際は競争事業者でも同じ技術を使っていた場合

CASE 2

自社の商品・サービスの品質、規格その他の内容について、競争事業者のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示は不当表示となります。

スマートフォンの機能

「この機能はこのスマートフォンだけ」と表示していたが、実際には他社のスマートフォンにも同じ機能が搭載されていた。



健康食品の成分量

健康食品に「栄養成分が他社の2倍」と表示していたが、実際には同じ量しか入っていないかった。



出典:消費者庁HP

商品・サービスに関する不当な表示は禁止されています。

品質や価格についての情報は、一般消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料であり、一般消費者に正しく伝わる必要があります。ところが、商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良又は有利であると見せかける表示が行われると、一般消費者の適正な選択が妨げられることとなります。このため、景品表示法では、一般消費者に誤認される不当な表示を禁止しています。

有利誤認表示(5条2号)

商品・サービスの価格その他の取引条件についての不当表示

① 取引条件について、実際の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

例 「優待旅行を特別価格5万円で提供」と表示しているが、実際は通常価格と変わらない場合

② 取引条件について、競争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

例 「他社商品の1.5倍の量」と表示しているが、実際は他社商品と同程度の内容量しかない場合

出典：消費者庁HP

有利誤認表示

価格や取引条件に関する 不当表示を禁止しています。

- 取引条件 数量、アフターサービス、保証期間、支払条件等

有利誤認表示(5条2号)

商品・サービスの価格その他の取引条件についての不当表示

- ① 取引条件について、実際の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
例 「優待旅行を特別価格5万円で提供」と表示しているが、実際は通常価格と変わらない場合
- ② 取引条件について、競争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
例 「他社商品の1.5倍の量」と表示しているが、実際は他社商品と同程度の内容量しかない場合

CASE 1

商品・サービスの価格や取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示は不当表示となります。

住宅ローンの優遇金利

住宅ローンについて、「〇月〇日までに申し込めば優遇金利」と表示したが、実は、優遇金利は借入れ時期によって適用が決まるものであった。



菓子の過大包装

土産物の菓子について、内容物の保護として許容される限度を超えて過大な包装を行った。



出典:消費者庁HP

有利誤認表示

価格や取引条件に関する 不当表示を禁止しています。

- 取引条件 数量、アフターサービス、保証期間、支払条件等

有利誤認表示(5条2号) 商品・サービスの価格その他の取引条件についての不当表示

- ① 取引条件について、実際の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
例 「優待旅行を特別価格5万円で提供」と表示しているが、実際は通常価格と変わらない場合
- ② 取引条件について、競争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
例 「他社商品の1.5倍の量」と表示しているが、実際は他社商品と同程度の内容量しかない場合

CASE 2

自社の商品・サービスの価格や取引条件が、競争事業者のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示は不当表示となります。

販売価格の比較

他社の売価を調査せずに「地域最安値」と表示したが、実は近隣の店よりも割高な価格だった。



ローン内容の比較

「無金利ローンで買い物できるのは当社だけ」と表示したが、実は他社でも同じサービスを行っていた。



出典:消費者庁HP

商品・サービスに関する不当な表示は禁止されています。

品質や価格についての情報は、一般消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料であり、一般消費者に正しく伝わる必要があります。ところが、商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良又は有利であると見せかける表示が行われると、一般消費者の適正な選択が妨げられることとなります。このため、景品表示法では、一般消費者に誤認される不当な表示を禁止しています。

5条3号

商品・サービス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と認められ、内閣総理大臣が指定する表示

以下の6つが指定されています（平成30年3月現在）

- ① 無果汁の清涼飲料水等についての表示（昭和48年公正取引委員会告示第4号）
- ② 商品の原産国に関する不当な表示（昭和48年公正取引委員会告示第34号）
- ③ 消費者信用の融資費用に関する不当な表示（昭和55年公正取引委員会告示第13号）
- ④ 不動産のおとり広告に関する表示（昭和55年公正取引委員会告示第14号）
- ⑤ おとり広告に関する表示（平成5年公正取引委員会告示第17号）
- ⑥ 有料老人ホームに関する不当な表示（平成16年公正取引委員会告示第3号）

出典：消費者庁HP

優良誤認表示

品質、規格等に関する 不当表示を禁止しています。

- **品質** 原材料、純度、添加物、性能、鮮度、栄養価等
- **規格** 国等が定めた規格(例 JIS)、等級、基準等
- **その他の内容** 原産地、有効期限、製造方法等

優良誤認表示(5条1号)

商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示

- ① 内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
例 10万キロ以上走行した中古自動車に「3万5千キロ走行」と表示した場合
- ② 内容について、事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示
例 「この技術は日本で当社だけ」と表示しているが、実際は競争事業者でも同じ技術を使っていた場合

「著しく」

誇張・誇大の程度が社会一般に許容されている程度を超えていること

「誇張・誇大が社会一般に許容される程度を超える」

当該表示を誤認して顧客が誘引されるか否かで判断される。

その誤認がなければ顧客が誘引されることが通常ないであろうと認められる程度。

商品の性質、一般消費者の知識水準、取引の実態、表示の方法、表示の対象となる内容等を基に、表示全体から判断される。

出典：消費者庁HP

不実証広告規制(7条2項)

消費者庁長官は、優良誤認表示(5条1号)に該当するかどうか判断するため必要があると認めるときは、期間を定めて、事業者に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ます。
→事業者が求められた資料を期間内に提出しない場合や提出された資料が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと認められない場合は、不当表示とみなされます。

提出期限

消費者庁長官が資料の提出を求める文書を交付した日から15日を経過するまで

合理的な根拠

- ① 提出資料が客観的に実証された内容のものであること
- 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していること

合理的な根拠

- ① 提出資料が客観的に実証された内容のものであること
- 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していること

□ 試験・調査によって得られた結果

- ・関連する学术界又は産業界において一般的に認められた方法
- ・関連分野の専門家多数が認める方法
- ・社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法

☑ 事業者自身や当該事業者の関係機関が行った試験・調査であってもOK

☑ 消費者の体験談やモニターの意見等も統計的に客観性が十分に確保されていればOK

□ 専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献

- ・専門家等が客観的に評価した見解又は学術文献で、当該専門分野で一般的に認められているもの

合理的な根拠

- ① 提出資料が客観的に実証された内容のものであること
- 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していること

例 「継続率90% ※対象＝広告商品、期間＝2021年1月－3月、N＝100、自社調べ」

- 「継続率90%」というデータを消費者に誤認させないように、その条件を注記として記載する。
 - ✗ 「※自社調べ」のみ
- 「N＝100」の部分について、消費者庁は「無作為抽出で相当数のサンプル」を求めている。
- 「無作為抽出」とは、ランダムであること。
 - ✗ 対象が社員のみ
 - ✗ 対象が「モニター」なのに、それを「顧客」と示す
- サンプル数は100以上でOK。ランダム度が高ければ30くらいでもOK。
- 「N＝100」のランダム度について、「(期間中の広告商品の新規購入者)」等と注記するとベター。

打消し表示の基本ルール

消費者庁「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(実態調査報告書のまとめ)」より

- 打消し表示は、強調表示だけでは一般消費者が認識できない例外条件、制約条件等がある場合に**例外的**に使用されるべきもの



- 強調表示と**共に**消費者が認識できなければNG
 - ✓ 強調表示と同様に目立つこと(強調表示の直下に置くこと)が必要
- 強調表示と**矛盾**する内容はNG
 - ✓ 強調表示は訴求する商品・サービスの実際を反映するものであることが必要
 - ✓ 「個人の感想です」は打消し表示にならない
- 打消し表示の**表示内容**に問題がある場合はNG
 - ✓ 一般消費者が読んでその内容を理解できることが必要
- 打消し表示の**表示方法**に問題がある場合はNG
 - ✓ 一般消費者が気付けること、読み終えることが必要

打消し表示の判断要素

消費者庁「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(実態調査報告書のまとめ)」より

□ 打消し表示の文字の大きさ

□ 強調表示の文字と打消し表示の文字の大きさのバランス

□ 打消し表示の配置箇所

□ 打消し表示と背景の区別

【動画広告】

□ 打消し表示が含まれる画面の表示時間

□ 音声等による表示の方法

□ 強調表示と打消し表示が別の画面に表示されているか

□ 複数の場面で内容の異なる複数の強調表示と打消し表示が登場するか

【Web広告(PC)】

□ 強調表示と打消し表示が1スクロール以上離れているか

【Web広告(スマートフォン)】

□ アコーディオンパネルに打消し表示が表示されているか

□ コンバージョンボタンの配置箇所

□ スマートフォンにおける強調表示と打消し表示の距離

□ スマートフォンにおける打消し表示の文字の大きさ

□ スマートフォンにおける打消し表示の文字とその背景の色や模様

□ 他の画像等に注意が引きつけられるか

体験談を用いる場合の基本ルール

消費者庁「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(実態調査報告書のまとめ)」より

消費者庁が平成29年7月に公表した「打消し表示に関する実態調査書」の基礎となった平成28年10月～平成29年3月に行われた「**打消し表示に関する実態調査**」によると、

- ✓ 実際に商品を摂取した者の体験談を見た一般消費者は「『大体の人』が効果、性能を得られる」という認識を抱く
- ✓ 「個人の感想です。効果には個人差があります」、「個人の感想です。効果を保証するものではありません」といった打消し表示に気付いたとしても、体験談から受ける「『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

- ✓ 広告物は一般に商品の効果、性能等を訴求することを目的として用いられており、広告物で商品の効果、性能等を標榜しているにもかかわらず、「効果、効能を表すものではありません」と、あたかも体験談が効果、性能等を示すものではないかのように記載する表示は、商品の効果、性能等を標榜していることと矛盾しており、意味をなしていない。

実際には、商品を使用しても効果、性能等を全く得られない者が相当数存在するにもかかわらず、商品の効果、性能等があったという体験談を表示した場合、**打消し表示が明瞭に記載されていたとしても**、一般消費者は大体の人が何らかの効果、性能等を得られるという認識を抱く。

優良誤認表示のリスクが高まる。

体験談を用いる場合の基本ルール

消費者庁「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(実態調査報告書のまとめ)」より

体験談を用いる際は、**体験談等を含めた表示全体から「大体の人に効果がある」と一般消費者が認識を抱くことに留意する必要がある。**

- ✓ 商品の使用に当たり併用が必要な事項(例:食事療法、運動療法)がある場合
- ✓ 特定の条件(例: BMIの数値が25以上)の者しか効果が得られない場合

一般消費者は、体験談を用いることにより、併用が必要な事項や特定の条件を伴わずに効果が得られると誤認する。

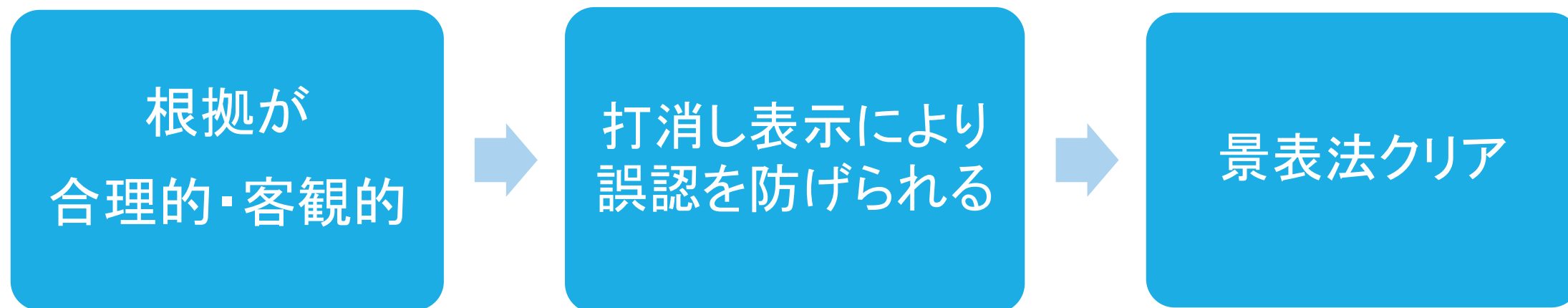
一般消費者の誤認を招かないようにするためには、**併用事項や前提条件等を明瞭に表示する必要がある。**

○求められる表示方法

- ✓ 被験者の数及びその属性
- ✓ そのうち体験談と同じような効果、性能等が得られた者が占める割合
- ✓ 体験談と同じような効果、性能等が得られなかった者が占める割合

等を明瞭に表示する。

「合理的な根拠」と「打消し表示」の関係



不当な二重価格表示の禁止

二重価格表示

- 事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格(比較対照価格)を併記して表示すること
- 比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、有利誤認表示に該当するおそれあり

「当店通常価格」や「セール前価格」といった過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行う場合に、同一の商品について最近相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格を比較対照価格に用いるときは、当該価格がいつの時点でどの程度の期間販売されていた価格であるか等その内容を正確に表示しない限り、不当表示に該当するおそれがある。

不当な二重価格表示の禁止

最近相当期間にわたって販売された価格

- 当該価格で販売されていた時期及び期間
- 対象となっている商品の一般的価格変動の状況
- 当該店舗における販売形態

等を考慮しつつ、個々の事案ごとに検討される。

○ セール開始時点から遡る8週間(8週間未満の場合には、当該期間)において、比較対照価格で販売されていた期間が、当該商品が販売されていた期間の過半を占めている場合

✖ 当該価格で販売されていた期間が通算して2週間未満の場合

✖ 当該価格で販売された最後の日から2週間以上経過している場合

令和2年12月23日

株式会社ジャパネットたかたに対する景品表示法に基づく課徴金納付命令について

消費者庁は、本日、株式会社ジャパネットたかた（以下「ジャパネットたかた」といいます。）に対し、同社が供給するエアコンに係る表示について、消費者庁及び公正取引委員会（公正取引委員会事務総局九州事務所）の調査の結果を踏まえ、景品表示法第8条第1項の規定に基づき、課徴金納付命令（別添参照）を発出しました。

1 違反行為者の概要

名称 株式会社ジャパネットたかた（法人番号 3310001005550）
所在地 長崎県佐世保市日宇町2781番地
代表者 代表取締役 高田 旭人
設立年月 昭和61年1月
資本金 3億円（令和2年12月現在）

2 課徴金納付命令の概要

(1) 課徴金対象行為（違反行為）に係る商品

別表1「商品」欄記載のエアコン（以下「特定本件8商品」という。）

(2) 課徴金対象行為

ア 表示媒体

別表2「表示媒体」欄記載の表示媒体

イ 課徴金対象行為をした期間

別表3「課徴金対象行為をした期間」欄記載の期間

ウ 表示内容（別紙1ないし別紙6）

例えば、平成29年5月19日に配布した会員カタログにおいて、「ジャパネット通常税抜価格 ~~79,800円~~」、「2万円値引き」、「さらに！会員様限定2,000円値引き」及び「値引き後価格 会員様特価 57,800円」と記載するなど、別表2「表示内容」欄記載のとおり表示することにより、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、ジャパネットたかたにおいて特定本件8商品の各商品について通常販売している価格であり、「値引き後価格」等と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。

エ 実際

「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、ジャパネットたかたにおいて、特定本件8商品の各商品について最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。

(3) 課徴金対象期間

別表3「課徴金対象期間」欄記載の期間

(4) 景品表示法第8条第1項ただし書に該当しない理由

ジャパネットたかたは、特定本件8商品の各商品について、それぞれ、前記(2)ウの表示の裏付けとなる根拠資料を十分に確認することなく、前記(2)の課徴金対象行為をしていた。

(5) 命令の概要（課徴金の額）

ジャパネットたかたは、令和3年7月26日までに、別表3「課徴金額」欄記載の額を合計した5180万円を支払わなければならない。

出典：消費者庁HP

翌月も同じキャンペーン

表示例 ① (平成26年11月4日~同月30日)

アディーレ法律事務所
債務整理のご相談は初回でも無料
土日祝も夜10時まで受付中! 0120-316-742

法律相談実績
15万人
ありがとう 10周年
返金保証
キャンペーン
もっとも身近な弁護士を目指して!

2014 **11/4** (火) → **11/30** (日)

アディーレ法律事務所は、2014年10月、創立10周年を迎えました。今後も、皆さまが債務整理・過払い金のご相談を気軽にできるよう、今だけの期間限定で「返金保証キャンペーン」を実施いたします!

1ヶ月間の表示

「今だけの期間限定で「返金保証キャンペーン」を実施いたします!」等との記載

3つのお約束

- POINT 1 満足いただけなかった場合、着手金を**全額返金!**
- POINT 2 借金を完済した方は、過払い金返還の着手金が**無料!**
- POINT 3 現在返済中の方は、相談前の過払い金診断が**無料!**

対象 完済した業者※に対する過払い金返還請求を、当事務所に依頼された方について、通常債権者1社につき4万3200円(税込)の着手金を無料とします。

※完済していない業者(残債のある業者)に対する過払い金返還請求の場合は、着手金が1社につき1万800円(税込)となります。

表示例 ② (平成26年12月1日~平成27年1月4日)

アディーレ法律事務所
債務整理のご相談は初回でも無料
土日祝も夜10時まで受付中! 0120-316-742

法律相談実績
15万人
ありがとう 10周年
返金保証
キャンペーン
もっとも身近な弁護士を目指して!

2014 **12/1** (日) → 2015 **1/4** (日)

アディーレ法律事務所は、2014年10月、創立10周年を迎えました。今後も、皆さまが債務整理・過払い金のご相談を気軽にできるよう、今だけの期間限定で「返金保証キャンペーン」を実施いたします!

1ヶ月間の表示 (日付を変更)

「今だけの期間限定で「返金保証キャンペーン」を実施いたします!」等との記載

3つのお約束

- POINT 1 満足いただけなかった場合、着手金を**全額返金!**
- POINT 2 借金を完済した方は、過払い金返還の着手金が**無料!**
- POINT 3 現在返済中の方は、相談前の過払い金診断が**無料!**

対象 完済した業者※に対する過払い金返還請求を、当事務所に依頼された方について、通常債権者1社につき4万3200円(税込)の着手金を無料とします。

※完済していない業者(残債のある業者)に対する過払い金返還請求の場合は、着手金が1社につき1万800円(税込)となります。

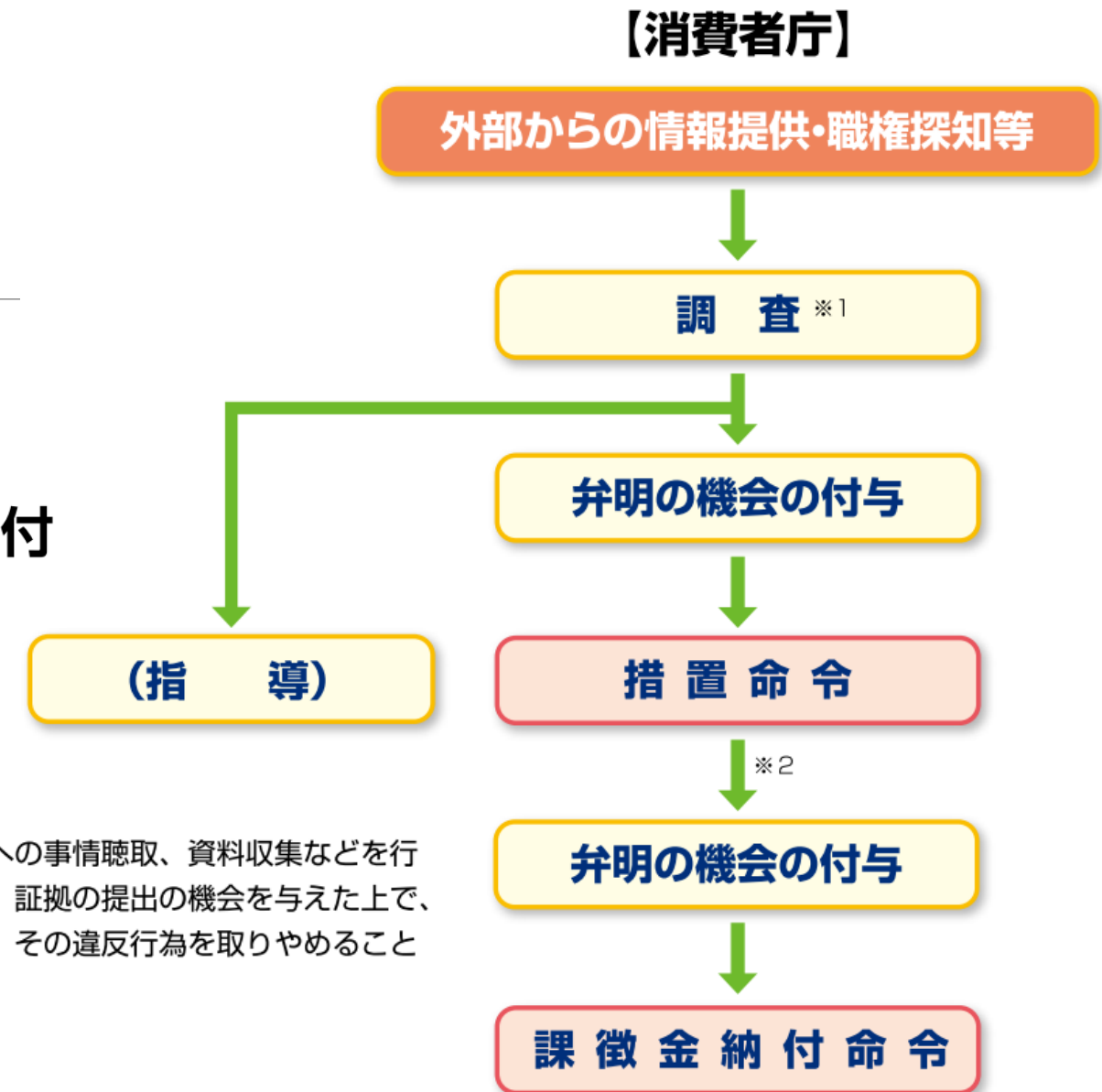
出典:消費者庁HP

課徴金制度のしくみ

違反行為に対しては、措置命令と課徴金納付命令が行われます。

景品表示法に違反する行為が行われている疑いがある場合、消費者庁は、事業者への事情聴取、資料収集などを行い、調査を実施します。措置命令や課徴金納付命令を出す前には、書面による弁明、証拠の提出の機会を与えた上で、措置命令により一般消費者に与えた誤認を排除すること、再発防止策を講ずること、その違反行為を取りやめることなどを命じ、課徴金納付命令により、課徴金の納付を命じます。

課徴金対象期間に行った取引によって得られた
売上高の3%に相当する額



※1 公正取引委員会七、調査のための権限を消費者庁長官から委任されています。

※2 措置命令及び課徴金納付命令に関する要件を満たすと認められる事案であることが前提。

出典：消費者庁HP

事業者が講ずべき景品類の提供 及び表示の管理上の措置

- 景品表示法の考え方の周知・啓発
- 法令遵守の方針等の明確化
- 表示等に関する情報の確認
- 表示等に関する情報の共有
- 表示等を管理するための担当者等(表示等管理担当者)を定めること
- 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること
- 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

本日のテーマ

1. 改正特商法はここに注意！

- ✓ サブスク取引規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

2. 景表法違反の最新動向

- ✓ 優良誤認表示により1000万円以上の課徴金
- ✓ 有利誤認表示により1億円の課徴金

3. **薬機法**違反の最新動向

- ✓ **逮捕・送検・罰金**事例
- ✓ 景表法よりも重い**4.5%**課徴金制度

4. EC業者が備えるべきデジタルプラットフォーム新法

薬機法違反の最新動向

- ✓ 逮捕・送検・罰金事例
- ✓ 景表法よりも重い4.5%の課徴金制度

薬機法違反の最新動向

✓ 逮捕・送検・罰金事例

ステラ漢方事件

大阪府警が、**医薬品として承認されていない健康食品を肝機能の改善に効果があるかのように宣伝した**として、**広告主と広告代理店を薬機法違反（未承認医薬品の広告禁止）の疑いで逮捕**



広告主が逮捕され業界に激震



- ✕ 広告主とその担当者、広告代理店とその担当者に**罰金刑**
- △ 未承認医薬品の販売行為は不起訴

薬機法 逮捕



すべて

ニュース

動画

画像

地図

もっと見る

設定

ツール

約 2,450,000 件 (0.29 秒)

<https://gentosha-go.com/articles>

薬機法違反で逮捕！なぜ記事広告で...WEBマーケ業界の低い...

2020/08/10 — 7月21日、医薬品として未承認の健康食品を肝臓機能の改善に効果があるかのようにインターネットで宣伝したとして医薬品医療機器法（薬機法）違反で健康食品販売会社、広告代理店、制作会社の社員ら6人が逮捕される...

<https://www.corporate-legal.jp/news>

ニュース「「コロナに効果」で逮捕、薬機法の規制について...

医薬品ではないのに「新型コロナウイルスに有効」などと宣伝したとして大阪府警は17日、タンポポ茶製造輸入会社と販売会社の社長らを逮捕していたことがわかりました。ホームページやチラシで広告していたとのこと。今回は薬機法...

<https://www.tsuhannews.jp/shopblogs/detail>

記事広告が薬機法違反...大阪府警、広告代理店ら6人を逮捕...

2020/07/21 — 肝臓疾患の予防効果を謳った記事広告が薬機法違反に、逮捕されたのは、福岡市の健康食品販売会社「ステラ漢方」社員、佐野宏樹容疑者（29）と、東京都新宿区の広告代理店「KMウェブコンサルティング」社長、町田幸平...

薬機法違反の最新動向

✓ 逮捕・送検・罰金事例

警視庁が医師を逮捕(2020年10月)

- ✖ 医薬品的な効能効果を標榜しながら健康食品を販売

警視庁が歯科医師らを逮捕(2020年11月)

- ✖ 新型コロナウイルスに対する効能効果を標榜しながら洗口液等を広告・販売

京都府警が会社社長ら2名を逮捕(2020年11月)

- ✖ 粉ミルクの健康食品について新型コロナ予防効果を標榜

薬機法違反の最新動向

✓ 逮捕・送検・罰金事例

「アフィリエイト」を書類送検 違法広告の疑い、大阪府警

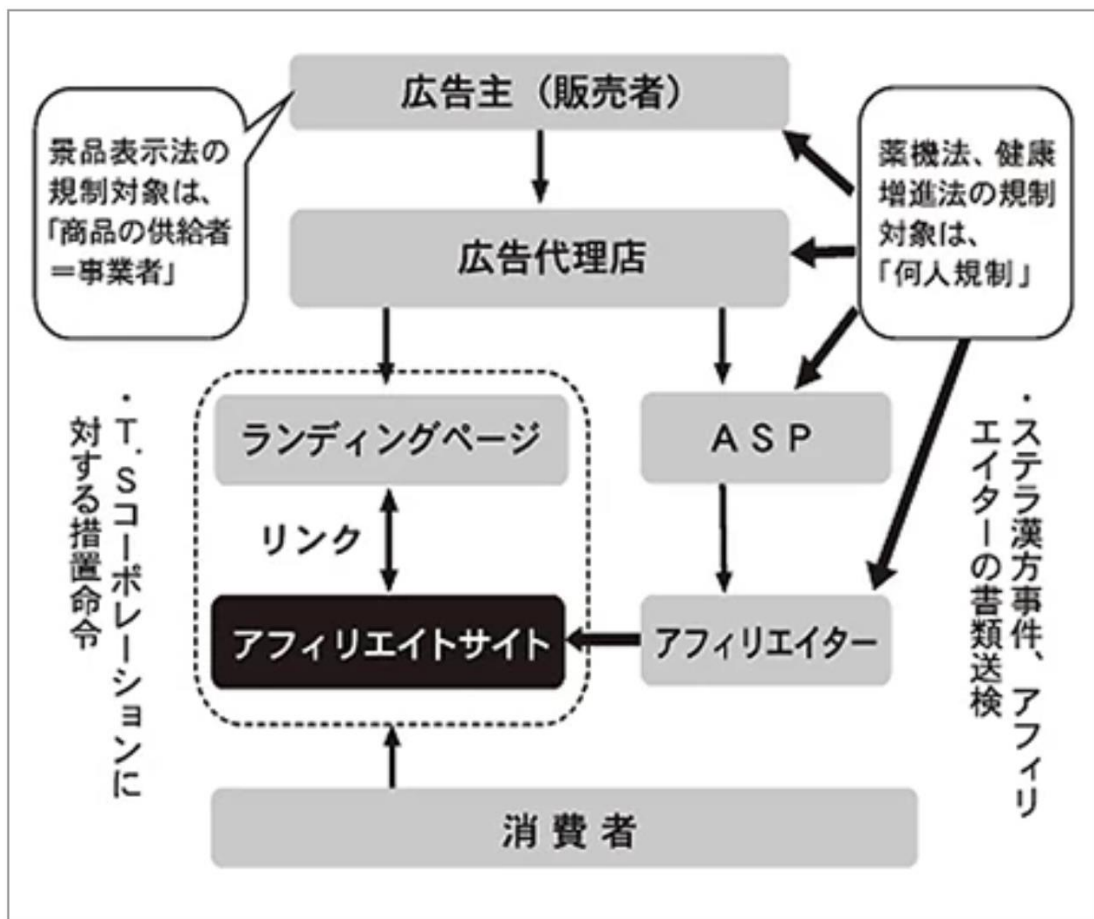
3/17(水) 19:43 配信



国の承認がない健康食品が痛風や糖尿病に効くと自身のサイトで宣伝したとして、大阪府警は17日、医薬品医療機器法違反（未承認医薬品の広告禁止）の疑いで、神奈川県茅ヶ崎市の自営業の男性（51）を書類送検した。「認識が甘かった」と容疑を認めている。男性はアフィリエイトと呼ばれ、宣伝を見た人が商品を買えば報酬を得られる契約になっていた。アフィリエイトの立件は珍しいという。

男性は複数の広告仲介会社（ASP）と契約し、広告主の商品を自身が運営するサイトで宣伝。商品購入サイトへのリンクを付け、消費者がそこを経由して買うと、ASPから報酬を得られる仕組みだった。

景表法と薬機法の関係



出典: impress BUSINESS MEDIA

医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律

(誇大広告等)

第六十六条 何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。

2 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の効能、効果又は性能について、医師その他の者がこれを保証したものと誤解されるおそれがある記事を広告し、記述し、又は流布することは、前項に該当するものとする。

3 (略)

(承認前の医薬品、医療機器及び再生医療等製品の広告の禁止)

第六十八条 何人も、(略) 医薬品若しくは医療機器又は再生医療等製品であつて、まだ(略) 承認又は(略) 認証を受けていないものについて、その名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならない。

第八十五条 次の各号のいずれかに該当する者は、二年以下の懲役若しくは二百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一～三 (略)

四 第六十六条第一項又は第三項の規定に違反した者

五 第六十八条の規定に違反した者

薬機法違反の最新動向

✓ 課徴金制度の導入

現状

- 薬機法においては、虚偽・誇大広告（66条違反）に違反した場合の罰金の水準は最高でも200万円（個人、法人共に）以下の罰金となっている。（薬機法全体の最高額：個人300万円※、法人1億円）※指定薬物に関する部分は除く
- 違法行為によって不当な利益を得た企業に対しては、その収益を取り上げるべきとの指摘が以下のとおりなされている。

【両事例に対する国会における主な指摘事項】

- ◆ デイオバンの売上のすべてが不正とは言わないが、不正なデータによってこれを使用するということに至ったという経過もこの中にはかなり含まれていることは間違いないのだから、何らか社会的に還元させることが必要ではないか。（平成25年11月19日 参議院厚生労働委員会）
- ◆ これだけ日本の保険医療の世界に悪影響を与えて、それだけ捏造した論文でもうけている。それを何らかの形で返してもらったり、何らかの形で還元させるなり、そのぐらいのことはしてもいいと思う。これは結局、患者さんから吸い上げているわけなのだから、是非よろしく願いたい。（平成26年10月15日 衆議院厚生労働委員会）
- ◆ 嘘について、社会的に制裁も受けたとはいえ、結局目的は全部達成されており、売上げ全部持っていつている。あれだけの大きな事件が起こって、結果論として彼らは逃げ得になったということにつき、何らか考えなければならない。（平成29年4月24日 参議院決算委員会）

課題

- 近年、医薬品等に関する虚偽・誇大広告や、未承認の医薬品等の広告・販売等の薬機法違反事例が散見され、違反事例は減少していない状況にある。
- これらの薬機法違反は、薬機法上の業許可を持たない事業者により行われる事例も多く、特にそのような事例においては、許可の取消しや業務停止命令といった行政処分を行うことができないことにより、抑止効果が働きにくい状況があるのではないか。
- また、これらの薬機法違反は、経済的利得を主たる目的として行われていると考えられるものがあり、特に医薬品に関する虚偽・誇大広告の事例に対して、当該違法行為によって得られた経済的利得を徴収するべきとの指摘もなされている。
- 欧米においては、違法行為によって得られた経済的利得を徴収することができる罰則、行政処分が存在しており、当該規定が薬事関連法規の違反に対しても適用されているが、我が国の薬機法においては、法人に対する場合は両罰規定により1億円を最高額とする罰金のみであり、違法行為によって得られる高額な経済的利得に対して、抑止効果が働いていないのではないか。

出典：厚労省HP

薬機法違反の最新動向 ✓ 課徴金制度の導入

1. 課徴金納付命令の対象行為

課徴金対象行為

○ 課徴金納付命令の対象行為(課徴金対象行為)

薬機法第66条第1項の規定に反する行為(法第75条の5の2)

【参考】

①虚偽・誇大広告等の禁止(法第66条)

医薬品等の名称、製造方法、効能・効果、性能に関する虚偽・誇大な記事の広告・記述・流布の禁止。(第1項)

② **広告の該当性**(平成10年9月29日医薬監第148号厚生省医薬安全局監視指導課長通知)

- ・ 顧客を誘引する(顧客の購入意欲を昂進させる)意図が明確であること
- ・ 特定医薬品等の商品名が明らかにされていること
- ・ 一般人が認知できる状態であること

③医薬品等適正広告基準(平成29年9月29日薬生発0929第4号厚生労働省医薬・生活衛生局長通知)

目的: 医薬品等の広告が虚偽、誇大にわたらないようにするとともにその適正化を図ること。

広告を行う者の責務: 使用者が当該医薬品等を適正に使用することができるよう、正確な情報の伝達に努めること。

主な基準: 医薬品等の品位の保持、虚偽、誇大なおそれのある広告の禁止 等

出典: 厚労省HP

薬機法違反の最新動向 ✓ 課徴金制度の導入

2. 課徴金額の算定方法等

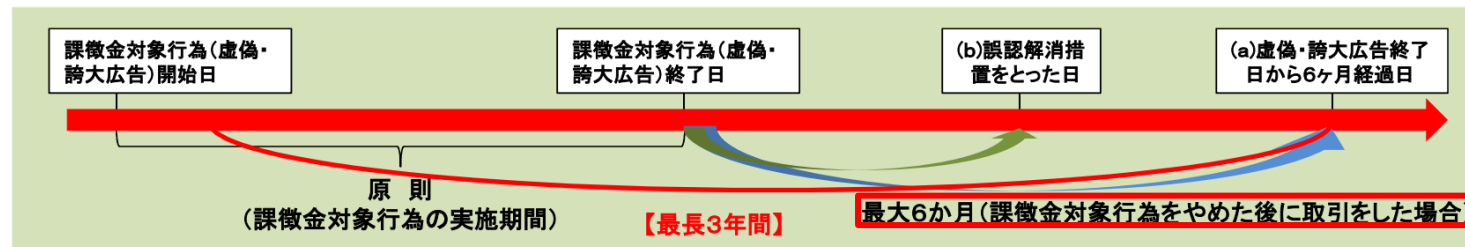
課徴金額の算定方法

- 課徴金額は、
- ①「課徴金対象期間」に取引をした
 - ②「課徴金対象行為に係る医薬品等」の
 - ③「対価合計額」
- に、**4.5%**を乗じて得た額である(法第75条の5の2第1項)

課徴金対象期間

(1)「課徴金対象期間」=①+②(法第75条の5の2第2項)

- ①課徴金対象行為(虚偽・誇大広告等)をした期間
 - ②「課徴金対象行為をやめた日(※)」から
 - ・(a)6か月を経過する日、又は、(b)「当該医薬品等の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して誤解を生ずるおそれを解消するための措置」をとった日のいずれか早い日まで
- の間に、当該「課徴金対象行為に係る医薬品等の取引をした」場合
- ①の期間(課徴金対象行為をした期間)に、当該「課徴金対象行為をやめてから最後に当該取引をした日までの期間」を加えた期間(最長3年間)



14

出典:厚労省HP

薬機法違反の最新動向

- ✓ 薬事法違反による**逮捕・送検・罰金**事例が増加している。
- ✓ 薬事法違反は**誰でも**処罰される。
- ✓ 虚偽・誇大広告等により対価を得た場合、景表法よりも重い**4.5%**の課徴金制度が**2021年8月1日から施行**される。
- ✓ 課徴金対象期間は最大で**広告終了日から6か月後**まで。

本日のテーマ

1. 改正特商法はここに注意！

- ✓ サブスク取引規制の強化
- ✓ 注文画面表示に対する規制の厳格化

2. 景表法違反の最新動向

- ✓ 優良誤認表示により1000万円以上の課徴金
- ✓ 有利誤認表示により1億円の課徴金

3. 薬機法違反の最新動向

- ✓ 逮捕・送検・罰金事例
- ✓ 景表法よりも重い4.5%課徴金制度

4. EC業者が備えるべきデジタルプラットフォーム新法

EC業者が備えるべきデジタルプラットフォーム新法

新法案の内容

(1) 取引DPF提供者の努力義務 (第3条)

- 取引DPFを利用して行われる通信販売取引 (B to C取引) の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、以下の①～③の措置の実施及びその概要等の開示についての努力義務 (具体的内容については指針を策定)
 - ① 販売業者と消費者との間の円滑な連絡を可能とする措置
 - ② 販売条件等の表示に関し苦情の申出を受けた場合における必要な調査等の実施
 - ③ 販売業者に対し必要に応じ身元確認のための情報提供を求める

(2) 商品等の出品の停止 (第4条)

- 内閣総理大臣は、危険商品等 (※1) が出品され、かつ、販売業者が特定不能など個別法の執行が困難な場合 (※2)、取引DPF提供者に出品削除等を要請
⇒ 要請に応じたことにより販売業者に生じた損害について取引DPF提供者を免責
- (※1) 重要事項 (商品の安全性の判断に資する事項等) の表示に著しい虚偽・誤認表示がある商品等
- (※2) 販売業者が特定可能等の場合は特商法等により対応

(3) 販売業者に係る情報の開示請求権 (第5条)

- 消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要な範囲で販売業者の情報の開示を請求できる権利を創設
- ※1 取引DPF提供者は、適切な手順に従って開示請求に応じた場合、販売業者に対し責任を負わない
- ※2 損害賠償請求額が一定金額以下の場合や不正目的の場合は対象外

(4) 官民協議会 (第6条～第9条) ・ 申出制度 (第10条)

- 国の行政機関、取引DPF提供者からなる団体、消費者団体等により構成される官民協議会を組織し、悪質な販売業者等への対応など各主体が取り組むべき事項等を協議
- 消費者等が内閣総理大臣 (消費者庁) に対し消費者被害のおそれを申し出て適当な措置の実施を求める申出制度を創設

※公布の日から起算して1年を超えない範囲内において政令で定める日から施行

※あわせて、施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案した施行後3年目途の見直しを規定

出典: 消費者庁HP

EC業者が備えるべきデジタルプラットフォーム新法

ご存知ですか、**デジタルプラットフォーム新法**

オンラインモール等の「取引デジタルプラットフォーム」において、危険商品等の流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難となる等の問題が発生。

2021年4月28日成立、2021年5月10日公布、1年以内に施行。

- ✓ 取引DPF提供者は、**販売業者等の身元確認等**を行う努力義務を負う。
- ✓ 国は、取引DPF提供者に危険商品等の**出品停止**を要請できる。
- ✓ 要請に従った取引DPF提供者は**免責**される。
- ✓ 消費者は、取引DPF提供者に対して販売業者等の**情報開示**を請求できる。
- ✓ 適切な手順に従って情報を開示した取引DPF提供者は、販売業者に対して**責任を負わない**。

広告対応を弁護士に依頼するメリット

- 景表法や薬機法に抵触した場合、**商品の販売中止**を余儀なくされたり、**広告戦略**に大きな影響を及ぼす
- 最悪の場合、**逮捕**される
- 優良誤認・有利誤認の要件は**極めて抽象的**
- 不実証広告規制は、**15日以内に合理的な根拠を示す**という**極めてタイト**なタイムスケジュール
- 課徴金は**売上高の3%（景表法）・4.5%（薬機法）**
- **事業者が講ずべき措置**への適切な対応
- 法改正への機敏な対応
- 消費者庁や適格消費者団体の動向のチェック

事業者	事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置
<ul style="list-style-type: none">● 景品表示法の考え方の周知・啓発● 法令遵守の方針等の明確化● 表示等に関する情報の確認● 表示等に関する情報の共有	<ul style="list-style-type: none">● 表示等を管理するための担当者等(表示等管理担当者)を定めること● 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること● 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

適時かつ迅速に広告対応可能な弁護士に相談できる体制の構築は今後の広告戦略に不可欠

- ✓ 京都総合法律事務所 広告チェックサービス
- ✓ 京都総合法律事務所 リーガルサポートプラン

京都総合法律事務所 リーガルサポートプランのご案内

月額ご利用料金 (税別)		5万円	10万円	15万円
1	ホームページ等への弁護士表示	○	○	○
2	原則24時間以内の応答 (事務所休業日を除く)	○	○	○
3	相談予約の優先対応	○	○	○
4	ワンストップサービス	○	○	○
5	事務所での相談	○ (月4時間程度) *2	○ (無制限)	○ (無制限)
6	電話相談	○ (月2時間程度) *2	○ (無制限)	○ (無制限)
7	メール相談	○ (月2案件程度) *2	○ (無制限)	○ (無制限)
8	チャット相談	○ (月4案件程度) *2	○ (無制限)	○ (無制限)
9	時間外電話相談 *1	×	○ (月4回程度)	○ (無制限)
10	出張相談	×	○ (月1回程度)	○ (月2回程度)
11	契約書や社内規定のリーガルチェック	×	○ (高難度等は除く) *3	○ (無制限)
12	EAP	×	○	○
13	社内研修講師	×	○ (年1回程度)	○ (年3回程度)
14	社内会議への参加	×	×	○ (月1回程度)
15	個別事件の弁護士費用割引	5%OFF	10%OFF	15%OFF

- ※1 時間外とは、平日9:00~18:00以外の時間及び土日祝です。
- ※2 事務所での相談、電話相談、メール相談、チャット相談を合計して月4時間程度を上限とします。
- ※3 高難度等とは、専門的・先端的分野又は5ページ以上の内容を目安とします。
- ※4 上記は標準的なプランの内容を示しており、実情に応じてカスタマイズいたします。

広告チェックサービスのご紹介

御社の広告が景品表示法や薬機法に抵触しないか、弁護士がチェックいたします。
電話やメールだけでなく、**ZoomやChatworkでのアドバイスも可能**です。

スポットでのご依頼

基本：1 広告あたり2万7500円 (税込み)

広告内容を検討し、景品表示法や薬機法に抵触する部分の指摘を行います。

※A4で8ページ以上の広告については別途ご相談

<オプション>

代替表現のご提案：+2万7500円 (税込み)

継続的なご依頼

月額5万5000円 (税込み) で月2広告までご対応

3広告目以降は1広告あたり2万2000円 (税込み) でご対応

リスクチェックだけでなく代替表現も追加費用無しでご提案します。

広告数やページ数が多い場合はこちらの方がお得です。

広告作成準備段階からの
コンサルテーションにもご対応

個性豊かなスペシャリスト集団として一層の進化をめざしてまいります。

私たちは常に時代の流れをキャッチし
新しい情報の収集や分析を通じて
お客様のさまざまな問題を解決するなかで
経験と実績を積み重ねてまいりました。
個性豊かな弁護士がそれぞれの得意分野を活かして
幅広い案件に対応。
大がかりな案件や専門性の高い案件には
専門チームを組むなど柔軟な体制で
お客様の満足度100%に挑みます。
これからも「正義」の理念を掲げ
一人ひとりが個性と知識を磨くことで時代のニーズに応える
スペシャリスト集団として成長してまいります。



充実の弁護士

経験豊富なベテランから元気あふれる若手まで
個性豊かな弁護士が、質の高いサービスを提供いたします。

強固で信頼の弁護士団を編成

複雑・困難な案件に対しては、同時に強力な弁護士団を編成。
議論を重ね、最善の方法で解決いたします。

膨大な蔵書と最新情報

弁護士業務の必須アイテムである法律文献・判例集などは、専用の書庫に膨大な蔵書
数を誇っています。また、情報データベースにより最新判例等の情報も有しています。

万全のフォロー体制

判決の獲得や合意書の作成等のもとより、その確実な履行に至るまで、
お客様に満足していただけるよう、責任を持ってフォローいたします。



「個性」と「総合力」

個性ある弁護士たちの力を結集し、
地元京都をはじめとする皆様の
あらゆるニーズにお応えいたします。

京都総合法律事務所

弁護士 野崎隆史

TEL 075-256-2560

FAX 075-256-2561

mail nozaki@kyotosogo-law.com

企業経営者向けの無料相談を受け付けます

▶ 本冊子をお読みいただいた方限定・無料で会社法務に関する相談をお受けします

通常価格：60分 ~~11,000円(税込)~~ →**無料**

- ※ ご相談はWEB会議または弊所への来所にて承ります
- ※ 特典のご利用は、複数のレジュメをダウンロードいただいた場合でも1社1回限りとなりますのでご容赦ください

▶ 無料相談のFAXからのお申し込みはこちら

下記フォームをご記入の上、この用紙をFAXして下さい。

FAX 075-256-2561

会社名／代表者	会社名	代表者名	
ご住所	〒		
連絡先	TEL	FAX	連絡窓口
	Eメール		

▶ [HPからのお申し込みはこちら](#)

URL： <https://kyoto-kigyohomu.com/contact>

※お問い合わせ内容に「セミナーレジュメダウンロード特典利用」とご記入をお願いいたします。



発行：京都総合法律事務所
〒604-0924
京都市中京区河原町二条南西角河原町二条ビル5階
TEL：075-256-2560 / FAX：075-256-2561

お電話の際は「セミナーレジュメを見た」とはじめにお伝え下さい