



いじま あゆむ  
弁護士 飯島 歩

# innoventier 弁護士 飯島 歩 Power for the Business 企業法務相談室

（第28回）

京都大学法学部卒業後司法修習を経て1994年より弁護士。その後米国デューク大学ロースクールに留学、法学修士(LL.M.)を取得するとともに、ワシントンD.C.の米国大手法律事務所勤務。2002年から特許庁初の法制専門官として特許法改正作業に従事し、2003年より弁護士業務に復帰、2016年4月弁護士法人イノベンティア設立(現職)。企業法務に特化し、多数の企業に法律・経営にわたるアドバイスをする。

## 広告媒体における過大な表示をめぐる問題

を進めているところですが、その中で、新製品の価値を十分に伝えるため、実際に用いられている食材よりも高級な食材の写真を使用しようとしています。当社としては、そのことによって新製品のイメージがよりよく伝わると考えていますが、法的に問題はないでしょうか。

### 一. はじめに

食品に限らず、広告媒体で自社製品の魅力を効果的に伝えることは重要です。その際、多少の誇張が伴うこともあるでしょう。しかし、実際の製品以上の品質があるかのような表示が無秩序に許されると、消費者に誤解を与え、また、競合他社との競争関係を歪める恐れがあります。そのため、広告等で実際以上の品質をうかがわせる表示をすることは法律によって規制されています。

特に、食品の表示に関しては、広告に限らず、品質や賞味期限の偽装など、過去に多くの問題がありました。こういった行為は一般に「食品偽装」と呼ばれ、高級料亭が賞味期限切れや残り物の食材を使いまわしたり、産廃廃棄業者が品質問題から大量に廃棄され

た食材を転売したりしたという衝撃的な事件も生じ、マスコミを賑わせました。一連の事件によって失われた食品に対する信頼を回復するため、消費者庁は、平成二十六年に、表示を規制する法律である不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)の改正を行い、運用を厳格化しています。

また、行政による規制のほか、品質の誤認につながる表示は、競業他社との関係で民事上の不正競争行為ともなり得ます。不正競争行為と認められたときは、競業他社による差止や損害賠償請求の対象になるほか、刑事罰の対象にもなり得ます。

これらの制度が適用されるのは、食品の広告に限られません。広告における過大な表示の問題は、あらゆる業種で意識すべきことといえるでしょう。以下、順次解説します。

### 二. 景品表示法に基づく優良誤認表示規制

景品表示法五条一項は、事業者がしてはならない表示として、優良誤認表示、すなわち、「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

### 今回の相談

当社は、一人暮らしの多忙な方々を主なお客様として、簡単に美味しく食べられる健康志向のインスタント食品の製造販売をしています。この度、新製品を発表するのですが、この製品は、特に味にこだわったもので、既存のインスタント食品と比較して高価ながら、他に類のない美味しさに仕上がったと考えています。現在当社では、この新製品について、テレビコマーシャルその他の広告の企画

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であるとして、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られるもの」を定めています。複雑な規定ですが、基本的に、一般消費者を誤認させる原因として著しく優良であることを示す表示をした場合に本規定が適用されると解されています。また、ここにおいて「著しく」とは、誇張の程度が社会一般に許容される程度を超えて、一般消費者による商品等の選択に影響する場合をいうと考えられており、特に、表示の内容が客観的・具体的である場合には、消費者は表示の内容を信用しやすいため、「著しく」が認められやすくなると考えられています。

食材の写真を用いた広告を作成する場合、例えば、撮影技術を駆使して実際に利用される食材を美しく撮影することは許容される誇張であると解されるかもしれません。しかし、多くの消費者は、広告の写真の食材が現に製品にも用いられていると考えるでしょうから、用いられない高級食材の写真を利用するのは、「著しく」優良と誤認させるものと解される可能性が高いといえます。

そして、広告における表示が優良誤認表示に該当すると認められると、その広告を継続している場合はもちろん、中止した後においても、広告の差止めや再発防止に必要な事項、その公示などを命じる措置命令を受ける可能性があります(景品表示法七条一項)。

また、景品表示法は、優良誤認表示があったときは、原則として、売上の3%に相当する課徴金が課せられることを規定しているほ

か(同法八条一項)、適格消費者団体による差止請求も認めています(景品表示法三〇条一項)。

### 三. 不正競争防止法による差止・損害賠償請求

不正競争防止法は、商品や広告などに、「その商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量・・」について誤認させるような表示」などをする行為を不正競争行為に位置づけ(同法二条一項一四号)、差止(同法三条一項)や損害賠償(同法四条)といった請求の対象としています。

行政上の取締法規である景品表示法と異なり、不正競争防止法は、競合事業者間の関係を規律する法律ですので、差止や損害賠償を求めるのは、競合他社ということとなります。本件にあてはめると、実際とは異なる高級食材の写真を広告に用いるのは、「品質・・」について誤認させるような表示」に該当する可能性が高いといえるでしょう。仮に競合他社から訴えられて不正競争と認められたときは、上記各規定に基づき、差止や損害賠償が命じられることとなります。

### 四. 刑事罰

景品表示法は、措置命令に従わない者(個人)に対し、二年以下の懲役刑及び三〇〇万円以下の罰金刑を定めるほか(景品表示法三四条)、その者が属する会社などの法人の代表者が措置命令に従わないことを知りながら放置した場合に同様の罰金刑に処すことと

し、さらに、法人に対しても三億円以下の罰金刑を課すことができるなど、厳しい規定を置いています。

また、不正競争防止法は、原産地や品質などを誤認させるような虚偽の表示をした者(個人)に五年以下の懲役刑及び五〇〇万円以下の罰金刑を定めるほか(同法二条二項五号)、その者が属する会社などの法人についても、最大三億円の罰金刑を定めています(同法二条二項三号)。

### 五. おわりに

このように、製品の品質を誤認させる広告に対しては、厳しい規制が存在しています。また、表示の問題は、食品だけでなく、すべての業界に当てはまる問題です。メーカーだけでなく、サービスの分野でも、近年、多くの弁護士を擁する法律事務所が違法な表示として消費者庁による措置命令の対象となりました。

過大広告をしたことで景品表示法に基づく処分や不正競争防止法に基づく差止・損害賠償の命令が発令されると、それ自体に伴う損失もさることながら、せつかくの製品について消費者に悪印象を与え、場合によっては、会社そのものの風評も毀損される可能性があります。食品偽装をきっかけにいくつもの名門企業が倒産に追い込まれたのをご記憶の方も多いでしょう。あらゆる業界において、広告のあり方、そして、広告の内容についてのガバナンスが働く社内制度を考えることが、コンプライアンスの一環として重要であるといえます。