

公正取引委員会の仕事

暮らしのなかの独禁法と景表法

No. 7

合理的根拠が決め手! 不実証広告規制

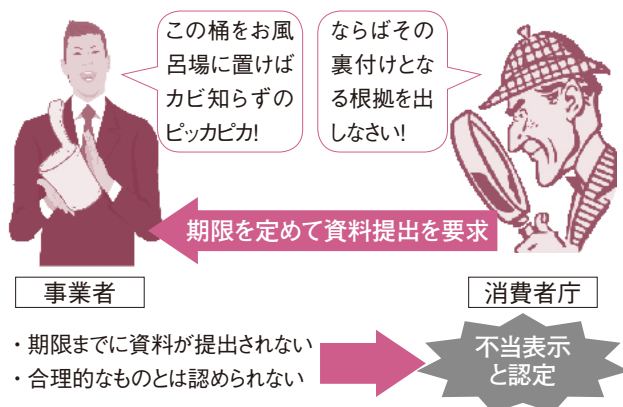
公正取引委員会事務局近畿中国四国事務所取引課長 寺本一彦(てらもと・かずひこ)

前回お話した優良誤認表示※1について、消費者庁長官は優良誤認表示の疑いがある場合、当該表示を行った事業者に対して、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(景品表示法第7条第2項<旧第4条第2項>)。その結果、当該事業者が資料を提供しない場合や、資料を提出したとしても表示の裏付けとなる合理的な根拠とは認められない資料を提出した場合には、当該表示は優良誤認表示とみなされ、消費者庁長官が立証しなくても不当表示として行政処分を行うことができます(一般的に「不実証広告規制」と呼ばれます)。不実証広告規制は、合理的な根拠なく商品または役務の効果や性能の著しい優良品性を示す表示を迅速に規制し、一般消費者の利益を確保する観点から、平成15年に導入されています。これは、事業者が商品又は役務の効果や性能について、著しい優良品性を示す表示を行う場合、事業者は表示内容を裏付ける合理的な根拠をあらかじめ有しているべきであり、合理的な根拠なく著しい優良品性を示す表示は、内容の真偽はともかく、これを迅速に規制する必要があるとの考えから設けられているものです。

これまでに第7条第2項の規定を用いて不当表示を認定し

た事例としては、痩身効果を謳ったダイエット食品の事例、生活空間におけるウィルス除去等の効果を謳ったグッズの事例等多数あります。平成28年度において、消費者庁が不当表示に対して措置命令を出した事例は27件ありますが、そのうち第7条第2項の規定を適用し措置命令が出された事例は15件あり、全体の半数以上を占めています。

第7条第2項の規定を適用する場合に、事業者から提出された資料が合理的な根拠を示しているか否かの判断に当たっては、景品表示法第7条第2項の運用指針※2〔不実証広告ガイドライン〕において、判断基準の考え方が示されています。同指針によれば、合理的な根拠と認められるためには、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の二つの要件を満たす必要があります。①については、(I) 試験・調査によって得られた結果であること、(II) 専門家、専門家団体もしくは専門機関の見解または学術文献であることのいずれかに該当するものであることが必要です。②については、提出された資料が客観的に実証された内容のものであったとしても、その内容が表示された効果や性能に適切に対応したものでなければ、表示内容を裏付ける合理的な根拠とは認められません。例えば、表示が商品の原材料が有する効果に基づいて作成された場合、当該原材料の効果について合理的な根拠を示す資料が提出されたとしても、表示に係る商品自体が原材料の有する効果を持つことについて合理的な根拠を示す資料が提出されなければ、当該表示は不当表示であると認定されることになります。



※1 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 <http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/hujisyo.html>