

## 5 新規事業開拓時の広告表示

弁護士 増田 朋記

### Q5-1 広告に表示をしなければならない事項

弊社は、この度、弊社で製造している雑貨を、インターネットを通じて販売するためのECサイトを制作することにしました。このような場合に、個人情報に関すること以外で、法律上、サイト上に書いておかなければいけない事項などがあれば教えてください。

### A5-1

ECサイトでの販売は、特定商取引法上の「通信販売」に該当します。同法は広告の表示について規制しており、対価・送料、支払の時期と方法、商品の引渡時期、申込みの期間に関する定めがあるときにはその旨及び内容、申込みの撤回又は解除に関する事項といった、同法の定める記載事項をサイト上に記載しておくことが必要となります(ただし、一定の事項については、別途に遅滞なく交付・提供する措置をとることによって表示を省略することができます)。

また、ECサイト上で契約の申込みが行われる場合には、消費者が必要な情報につき一覧性をもって確認できるように、最終確認画面にも、商品の分量と併せて、対価・送料、支払の時期と方法等の特定商取引法の定める記載事項を記載しなければなりません。

### 解説

#### 1 特定商取引法上の「通信販売」への該当性

特定商取引法は、特定の取引類型を対象として、購入者等の利益の保護や取引の適正などを目的とした規制等を定めた法律である。

この特定商取引法の対象とされる取引類型の一つとして「通信販売」が定められている。ここでいう「通信販売」とは、「販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の主務省令で定める方法…により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは特定権利の販売又は役務の提供であって電話勧誘販売に該当しないものをいう」(特定商取引法2条2項)とされており、さらに「主務省令で定める方法」には「電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器又は情報処理の用に供する機器を利用する方法」が含まれる(特定商取引法施行規則2条2号)。したがっ

て、インターネットで申込みを受けるECサイトでの商品販売は、特定商取引法上の「通信販売」に該当し、その規制を受ける。

#### 2 通信販売における広告表示規制<sup>1</sup>

特定商取引法においては、隔地者間の取引となる「通信販売」では、広告中の表示が購入者に対する最も重要な情報提供手段であると捉えられており、取引条件等についてのトラブルを発生することを防止するために、下記の一定の事項について事業者が明確な表示を行うことを義務づけている(特定商取引法11条)。

#### 【特定商取引法によって広告表示が求められる事項】

販売価格(役務の対価)(送料についても表示が必要)
代金(対価)の支払時期、方法
商品の引渡時期(権利の移転時期、役務の提供時期)
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
契約の申込みの撤回又は解除に関する事項(売買契約に係る返品特約がある場合はその内容を含む。)
事業者の氏名(名称)、住所、電話番号
事業者が法人であって、電子情報処理組織を利用する方法により広告をする場合には、当該事業者の代表者又は通信販売に関する業務の責任者の氏名
事業者が外国法人又は外国に住所を有する個人であって、国内に事務所等を有する場合には、その所在場所及び電話番号
販売価格、送料等以外に購入者等が負担すべき金銭があるときには、その内容及びその額
引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合しない場合の販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
いわゆるソフトウェアに関する取引である場合には、そのソフトウェアの動作環境
契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び販売条件又は提供条件
商品の販売数量の制限等、特別な販売条件(役務提供条件)があるときは、その内容
請求によりカタログ等を別途送付する場合、それが有料であるときには、その金額
電子メールによる商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス

#### 3 広告表示の省略

広告の態様によっては、上記の事項を全て表示するのに十分な広告スペースが確保できない場合も考えられる。このため、特定商取引法は「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、表示の省略を認めている。したがって、例えば、ECサイトであれば、請求があれば電子メールで記載事項を提供する旨を表示し、そのような措置を講じておけばよいということになる。

もっとも、ECサイトの場合には、通常は当該サイト上に必要事項を記載するスペースを確保することは容易であり、実際にも多くのECサイトにおいて「特定商取引法に基づく表記」というページを作成して、必要事項を記載するという手法がとられている。

4 特定商取引法上の表記と利用規約との関係

上記のとおり、特定商取引法によって広告表示が求められる事項は、取引条件等を明確にするものであるが、この記載が契約内容となるか否かについては留意を要する。

ECサイト上の広告表示が、契約の内容となるには、原則としてその内容を契約当事者が認識し、合意の対象としていたと言えなければならない。このため、様々な契約条件がECサイト上に記載されていたとしても、購入者がそれを認識していなかった場合には、契約内容となっているか否かについて疑義が生じ、トラブルが生じることとなる。

このようなトラブルを防ぐ方法として、多くのECサイトにおいて用いられるのが利用規約である。

民法上、事業者が不特定多数の購入者と画一的な取引を行う場合には、その契約内容は定型約款による旨を合意すれば、必ずしも当事者がその定型約款の個別の条項を認識していなくとも、その内容に拘束されることとなる(民法548条の2)(Q4参照)。

特定商取引法上の表記についても、方法によっては、これ自体を定型約款として扱うことも可能ではあると考えられるが、トラブルを避ける観点からは、契約内容を定める利用規約と、広告表示上の特定商取引法上の表記とは別途のものとして整理する方が良いように思われる。

5 特定申込みを受ける際の表示

特定商取引法は、インターネットを利用した通信販売において契約の申込みを行う場合については「特定申込み」として、これに該当する場合には、申込み段階における表示義務を定めている(特定商取引法12条の6)。

ECサイトでの販売を行う場合には、通常は「特定申込み」に該当するものと考えられ、事業者は、上記の広告における表示義務とは別途に、当該特定

申込みに係る手続が表示される映像面に、下記の事項を表示することが求められる。

【当該特定申込みに係る手続が表示される映像面に表示が求められる事項】

販売する商品・権利、提供する役務の分量
販売価格(役務の対価)(送料についても表示が必要)
代金(対価)の支払時期、方法
商品の引渡時期(権利の移転時期、役務の提供時期)
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
契約の申込みの撤回又は解除に関する事項(売買契約に係る返品特約がある場合はその内容を含む。)

この規制は、消費者が最終的な申込みの内容について一覽性を有した様式で確認し、申込みの意思表示を行う段階に着目したものであり、表示を行わなければならない「手続が表示される映像面」とは、消費者による個別の契約の申込みに係る内容が表示される最終確認画面であるとされる。したがって、広告として必要な表示を行っていても、最終確認画面に上記事項の記載がなければ、規制違反となる。

6 顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為の禁止

上記に加えて、特定商取引法においては、事業者が電子契約の申込みを受ける場合において、「申込みの内容を、顧客が電子契約に係る電子計算機の操作(当該電子契約の申込みとなるものに限る。)を行う際に容易に確認し及び訂正することができるようにしていないこと」は、顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為として禁止されている(特定商取引法14条1項2号、特定商取引法施行規則42条1項)。

したがって、ECサイトにおいて販売を行う場合には、最終確認画面において、消費者が契約の申込みに係る内容を容易に確認できるように表示していることや、その内容を容易に修正できる何らかの手段が設けられていることが求められる。

Q5-2 広告において禁止される表示

ECサイトにおいても、誇大な広告をしてはいけませんが、そうした広告は法律上どのような規制を受けているのでしょうか。

A5-2

特定商取引法において、「著しく事実と相違する表

示」や「実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」は誇大広告として禁止されています。また景品表示法においても優良誤認表示や有利誤認表示は禁止されています。

#### 解説

##### 1 特定商取引法上の誇大広告等の禁止

特定商取引法は、「通信販売」について、広告の表示をしなければならない事項を定めるとともに、商品・権利・役務の内容、契約の申込みの撤回又は解除に関する事項、その他の主務省令で定める事項について、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止している(特定商取引法12条)。

この該当性の判断には、表示内容全体から購入者が受ける印象・認識が基準となる。購入者が広告に書いてあることと事実との相違を知っていれば、当然契約に誘い込まれることはないと考えられる場合は、社会一般に許容される程度を超え、禁止に違反した表示となると考えられる。

##### 2 景品表示法上の規制

景品表示法は、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た法律である(景品表示法1条)。

そして、同法によって、①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(優良誤認表示)、②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(有利誤認表示)、③内閣総理大臣が指定する表示が禁止されている。

##### 3 合理的な根拠を示す資料の提出

特定商取引法において、上記の誇大広告等の禁止に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、主務大臣が、当該表示をした事業者に対して、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ることができるとし、資料の提出がなければ、指示及び業務停止命令に際しては誇大広告等の禁止に該当するものとみなす旨が定められている(特定商取引法12条の2)。

他方で、景品表示法においても、事業者がした表

示が優良誤認表示に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、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ることができるとし、資料の提出がなければ措置命令との関係においては優良誤認表示とみなし(景品表示法7条2項)、課徴金納付命令との関係においては推定するものと定めている(同法8条3項)。

これらの定めによって、「効果」・「効能」について疑義がある表示については、事業者の側において客観的な実証結果等の合理的な根拠を示すことができなければ、行政処分を受ける結果となるから、事業者においては慎重な対応が求められる。

##### Q5-3 第三者に依頼して広告表示を行う場合

効果的な広告を行うために、最近有名になっているインフルエンサーに依頼して、弊社の商品を紹介してもらおうと思います。その際に留意すべきことはありますか。

##### A5-3

第三者に依頼して広告を行う場合にも、特定商取引法及び景品表示法上の広告規制が同様に及ぶため、その内容について留意する必要があります。また、インフルエンサーが依頼を受けているにもかかわらず、あたかも広告でないかのように商品を紹介すると、ステルスマーケティングに該当し、景品表示法上の規制に違反することとなる可能性があります。

#### 解説

##### 1 表示主体の問題

景品表示法上の表示規制の対象となる表示の主体は、問題となる表示の内容の決定に関与した事業者であるとされる。

そして、表示の内容の決定に関与した事業者とは、①自らもしくは他の者と共同して積極的に表示の内容を決定した事業者のみならず、②他の者の表示内容に関する説明に基づきその内容を定めた事業者、③他の事業者にその決定を委ねた事業者も含まれる。

したがって、事業者が自己の供給する商品・役務について、インフルエンサー等の第三者に広告を依頼した場合には、その広告内容を当該事業者が決定している場合はもちろん、当該インフルエンサー等に決定を委ねた場合であっても、景品表示法上の表示規制の対象となる表示の主体は、当該依頼をした

事業者となると考えられる。このため、第三者に対して広告表示を依頼する場合に、その内容を全て当該第三者に委ねることは非常にリスクが高く、法令を遵守しているか否かについては、事業者自身が確認できるようにすべきである。

## 2 ステルスマーケティング規制

景品表示法において禁止されている内閣総理大臣が指定する表示(景品表示法5条3号)の一つとして、「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」が定められている。

これは、実際には事業者の表示であるにもかかわらず、第三者の表示であると誤認する場合、その表示内容にある程度の誇張・誇大が含まれることはあり得ると考えないことになり、この点において、一般消費者の商品選択における自主的かつ合理的な選択が阻害されるおそれがあるとの考えによって定められたものであり、いわゆるステルスマーケティングを規制したものである。

第三者に対して、ある内容の表示を行うよう明示的に依頼・指示しているような場合は明白であるが、明示的な依頼・指示はないものの、第三者に何らかの便益を提供することで、事業者の意に沿った表示を行わせたと思われる客観的な関係があるケースにおいては「事業者の表示」に該当するものと判断される。

よって、このような場合には、第三者が行う表示においても、それが事業者の広告であることが判別可能であるようにしなければならない。

その方法としては、「広告」、「宣伝」、「プロモーション」、「PR」といった文言を記載すること等が考えられるが、単にそのような文言を記載するのみならず、事業者の表示であることの明瞭性が必要となることに留意が必要である。

### Q5-4 広告表示規制に違反した場合

広告表示に関する様々な規制があることは分かりましたが、これらに違反するとどのような処分・制裁を受けることになるのでしょうか。

#### A5-4

業務停止命令などの行政処分を受けることがあります。また、景品表示法上の課徴金納付命令を受けて売上金の一部の支払いを求められることもあります。場合によっては刑罰を受ける可能性もあります。さらに適格消費者団体による差止請求の対象にもなり得ま

す。加えて、民事的にも契約の取消しを主張されることとなる場合があることにも留意が必要です。

#### 解説

##### 1 行政処分<sup>2</sup>

特定商取引法は、行政規制に違反した事業者に対して、業務改善等の指示(特定商取引法14条)や業務停止命令(同法15条)を行うことができる旨定めている。また、業務停止命令を受けたにもかかわらず、その役員や使用人が脱法的に個人として又は別法人において同様の事業を行うことを防止するため、一定の役員や使用人に対する業務禁止命令も可能とされている(同法15条の2)。

一方、景品表示法においては、違反行為の差止め又は再発防止のために必要な事項について措置命令が出来る旨が定められている(景品表示法7条)。

加えて、事業者が優良誤認表示・有利誤認表示を行った場合において、違反について相当の注意を怠った者でないと認められるとき又は算定される課徴金額が150万円未満であるときを除いて、対象期間の対象行為に係る商品役務の売上額の3%を納付することを命ずる課徴金納付命令ができることとされている(同法8条)。

なお、令和6年10月1日から施行された改正景品表示法においては、優良誤認表示等の疑いのある表示等をした事業者が、是正措置計画を申請し、内閣総理大臣から認定を受けたときは、当該行為について、措置命令及び課徴金納付命令の適用を受けないこととする「確約手続」が導入されている(同法26条～33条)。

##### 2 刑事罰

特定商取引法は、業務停止命令や業務禁止命令の違反、指示等の違反について、懲役刑又は罰金刑を定めている。さらに、不実の告知の禁止違反、特定申込みを受ける際の表示義務違反、あるいは誇大広告等については直罰規定も置かれている(特定商取引法70条以下)。

また、景品表示法においても、措置命令に違反した者に対する懲役刑・罰金刑(景品表示法46条)、報告徴収・立入検査等を拒否・妨害した者に対する罰金刑(同法47条)に加えて、優良誤認表示及び有利誤認表示をしたこと自体に罰金を科する直罰規定が置かれている(同法48条)。

##### 3 適格消費者団体による差止請求

適格消費者団体は内閣総理大臣の認定を受けた民間の法人であるが、特定商取引法や景品表示法等に

違反する事業者の行為に対して、個別の消費者からの委任を受けることなく差止請求を行う権限を持つ団体である。

すなわち、特定商取引法においては、適格消費者団体に誇大広告や特定申込みにおける不実表示・誤認表示等についての差止請求権を認める旨が定められており(特定商取引法58条の19)、景品表示法においても優良誤認表示・有利誤認表示等についての差止請求権が定められている(景品表示法34条)。

適格消費者団体は、書面による事前の差止請求があつてから一週間を経過した後は、差止請求訴訟を提起することができることとされている(消費者契約法41条)。行政処分とは別途に司法判断に付されるということになるため真摯な対応が求められる。

#### 4 民事上の取消

上記のような特定商取引法及び景品表示法上の行政規制に違反する広告表示がなされていた場合であっても、当然に個々に締結された契約の効力が失われるわけではない。

しかし、特定商取引法では、特定申込み(インターネット通販であれば通常該当すると考えられる。)の際に、表示義務の違反や禁止される表示がなされたことで誤認が生じた場合について、意思表示を取り消すことが出来る旨を定めている(特定商取引法15条の4)。

さらに、不特定多数の消費者に向けた広告であっても、消費者契約の締結についての「勧誘」に該当し得るものであつて、広告表示において不実告知や断定的判断の提供、不利益事実の不告知があれば、消費者契約法に基づく取消し(消費者契約法4条1項及び2項)の対象となる。また、民法上の錯誤取消し(民法95条)の対象ともなり得よう。

このように法令に違反する表示を行った場合には、個々の消費者との契約関係においてもトラブルを生じることとなるため、事前の防止が必要となる。

- 1 特定商取引法上の規制内容については、消費者庁のウェブサイト「特定商取引法ガイド」<https://www.no-trouble.caa.go.jp>においても、分かりやすくまとめられているため、参照されたい。
- 2 具体的な処分内容や違反行為等を示した執行事例が、消費者庁のウェブサイト(<https://www.no-trouble.caa.go.jp/action/>)において公表されているので参照されたい。