

【新刊書籍】『法律要件から導く論点整理 景品表示法の実務』 発刊！

景品表示法の「法律実務」に特化！依頼者への的確なアドバイスを実現する一冊！

法律関連出版物、各種データベースを提供する第一法規株式会社（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田中英弥）が、『法律要件から導く論点整理 景品表示法の実務』を、2023年12月27日に発売しました。



商品紹介ページはこちら

https://www.daiichihoki.co.jp/store/products/detail/104807.html?utm_source=prtmes

amazonでの購入はこちら

<https://amzn.asia/d/8Q85u0X>

楽天での購入はこちら

<https://books.rakuten.co.jp/rb/17709164/>

めまぐるしく法改正や新設が行われる景品表示法。

「最新の法内容の調査に時間がかかる…」 「法律解説ではなくて、実務的な内容を知りたい…」、弁護士の皆様にはそんなお悩みがあるのではないのでしょうか。

本書はそんな課題を解決する、弁護士の「法律実務」で活躍する一冊です。

令和5年の改正景品表示法にいち早く対応し、告示やガイドラインの内容も踏まえて解説。条文の法律要件ごとに論点を整理しているため、法律相談や訴訟対応時の「これってどうだっけ…？」を的確にフォローします！

「景品表示法」実務の強い味方となる本書を、この機会にぜひご検討ください。

【本書の特長】

- 条文の法律要件ごとに論点を整理し、判例や実例をもとに解説！実務上の留意点がしっかり把握で

- 令和5年成立の改正景品表示法に対応し、告示やガイドラインまでカバー！最新実務の調査を効率化！

- 改正法の立案を担当した弁護士が執筆！景品表示法に関わる事案において、実務上の指針となる一冊！

（前掲平成20年東京高判〔28161731〕）においても「景品表示法4条1項に違反する不当表示行為すなわち違反行為については、不当表示行為すなわち違反行為があれば足り、それ以上に、そのことについて「不当表示を行った者」の故意・過失は要しないものというべきであり、故意・過失が存在しない場合であっても排除命令を発し得るものというべきである」と判示されている。

したがって、例えば、小売業者が製造業者からの説明を信じて表示を作成したものの、その説明が誤っていた場合や、製造業者は当初は当該表示どりの商品を製造する予定であったがコストダウンを図るために当該表示と異なる商品を製造してしまったような場合であっても、小売業者はそのことを理由に直ちに違反を免れるものではない。

5 ④当該表示が法5条1号～3号の「いずれかに該当する」ものであること

5条違反となるのは、前記4において述べた要件を満たすだけでなく、5条各号、すなわち、1号であれば優良誤認表示、2号であれば有利誤認表示、3号であればそれぞれの指定告示の要件を満たすことが必要である。

優良誤認表示については後記6、有利誤認表示については後記7、指定告示については後記8において、それぞれ具体的に説明をしているので参照されたい。

6 優良誤認表示（5条1号）

5条1号の条文は以下のとおりである（番号及び下線は筆者が付したものである）。

第5条第1号

①商品又は役務の品質、規格その他の内容について、②一般消費者に対し、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つて、③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

条文をみると、②の要件から明らかなとおり、優良誤認表示は2つの類型に分けられる。すなわち、

・一般消費者に、実際のものよりも著しく優良であると誤認される（示す）表示

・一般消費者に、事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品又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誤認される（示す）表示

の2つである（①及び③の要件は2つの類型において共通）。

また、優良誤認表示と有利誤認表示については、それぞれの条文を見比べてみると似通った規定ぶりとなっていることから分かるのとおり、多くの部分で要件が共通しており、適宜その旨を指摘しながら解説する。

(1) ①「商品又は役務の品質、規格その他の内容について」

A 品質、規格その他の内容

優良誤認表示の対象となるのは、商品等の「品質、規格その他の内容」である。もっとも、「品質」及び「規格」はあくまでも例示であつて、商品又は役務の「内容」についてのものであれば、およそ対象となる。

「品質」とは成分及び属性のことをいう。このうち、成分とは原材料、純度、濃度、混用率、添加物の有無などであり、属性とは性能、効能、安全性、耐久性、衛生性、鮮度、栄養価、味、香りなどである。

例えば、株式会社メイフラワーに対する措置命令（消費対800号（令和2年5月19日））は、アルコール71%配合と表示していたハンドクリーンジェルについて、実際のアルコール配合割合が71%を大幅に下回っていたという事案であつたが、これは成分（濃度）に関するものといえよう。

また、実際は著しい瘦身効果などないにもかかわらず、飲むだけで著しい瘦身効果が得られるかのように謳うものは、属性（性能、効能）に関するものである。

「規格」とは、公的又は私的機関が定めた各種の規格、等級、基準などを意味する。例えば、JIS規格、JAS規格、公正マーク（各公正取引協議会）、SGマーク（製品安全協会）などである（川井=地頭所・191頁）。

また、商品等の「内容」には、品質、規格のように商品等に直接かかわるもの

【目次（抜粋）】

序章 景品表示法とは

- 1 景品表示法の目的と制定経緯
- 2 景品表示法の規制行為
- 3 令和5年改正の背景・概要

第1章 不当表示の規制

- 1 はじめに
- 2 景品表示法上の「表示」とは（表示該当性（2条4項））
- 3 不当表示の規制総論—要件—
- 4 不当表示の要件の解説（5条1号～3号それぞれの不当表示に共通する要件）
- 5 ④当該表示が法5条1号～3号の「いずれかに該当する」ものであること
- 6 優良誤認表示（5条1号）
- 7 有利誤認表示（5条2号）
- 8 指定告示に係る不当表示（5条3号）

第2章 不当景品類の規制

- 1 はじめに
- 2 景品規制の学び方
- 3 景品類の定義及び要件
- 4 景品類の価額
- 5 懸賞
- 6 総付
- 7 業種別告示

第3章 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

- 1 総説
- 2 管理措置指針の内容
- 3 8条1項但書「知らないことにつき相当の注意を怠つた者でないと認められる」について

第4章 公正競争規約

- 1 総説
- 2 公正競争規約の内容
- 3 公正競争規約の設定等
- 4 公正競争規約の効果
- 5 公正競争規約の運用

第5章 規制手続等

- 1 景品表示法違反事件の処理手続き（総論）
- 2 措置命令
- 3 課徴金納付命令
- 4 確約手続（新26条～新33条）
- 5 その他（令和5年改正法関連）

第6章 民事上の救済措置

- 1 はじめに
- 2 私人の採り得る民事上の手段
- 3 消費者団体訴訟制度

【商品概要】

『法律要件から導く論点整理 景品表示法の実務』

[著] 渡辺大祐

- ・ 定価：6,050円(本体：5,500円＋税10%)
- ・ 頁数：512頁
- ・ 版型：A5判

商品紹介ページはこちら

https://www.daiichihoki.co.jp/store/products/detail/104807.html?utm_source=prtmes

amazonでの購入はこちら

<https://amzn.asia/d/8Q85u0X>

楽天での購入はこちら

<https://books.rakuten.co.jp/rb/17709164/>

発売元：第一法規株式会社

<https://www.daiichihoki.co.jp>

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000644.000059164.html>

第一法規株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/search/rp/company_id/59164

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

第一法規株式会社

販売促進第一部

lawyer_support@daiichihoki.com
