

第1章 消費者契約法	頁数
<p>Q1-1 消費者契約の意義</p> <p>① 当社は不動産会社です。会社員等の個人向けに投資用賃貸マンションを販売していますが、当該個人との間の契約に消費者契約法の適用はありますか。</p> <p>② 当社は不動産管理会社です。この度、マンション管理組合との間で、マンションの管理契約を締結しますが、当該契約に消費者契約法の適用はありますか。</p>	3
<p>Q1-2 勧誘の意義</p> <p>当社は自動車メーカーです。この度、当社が販売している自動車の燃費性能について、①販売店の店頭で配布しているカタログや、②インターネット広告に記載していた数値に誤りがある（実際には、カタログ等に記載された数値よりも燃費性能が悪い）ことが発覚しました。</p> <p>当該自動車の購入者から、当社が消費者契約の締結について「勧誘」をするに際し、不実告知（4条1項1号）を行ったとして、売買契約の取消しを主張された場合、当該主張が認められる可能性はあるのでしょうか。</p>	7
<p>Q1-3 不実告知</p> <p>当社は、50万円の値札をつけた中古の指輪を、お客様に対して30万円に値引きして販売しました。その際、店員は、お客様に対して、他の店で購入すれば値札表示（50万円）程度の値打ちがあってお得だと伝えていました。ところが、お客様が質屋でその指輪を見てもらうと、せいぜい5～10万円程度の価値しかないといわれたとして、返金を求めてきました。当社はこれに応じる必要があるのでしょうか。</p>	10
<p>Q1-4 断定的判断の提供</p> <p>当社は、不動産会社を営んでいます。顧客は、将来のライフステージの変化に備えて、不動産の資産価値についても高い関心を有しています。資産価値について将来の見通しを尋ねられることもありますが、説明をする際、気をつけるべき点はありますか。</p>	14
<p>Q1-5 不利益事実の不告知</p> <p>当社は、英会話スクールを営んでいます。当社の英会話スクールは、講師が英語ネイティブという点を売りにしており、勧誘においてもネイティブの講師が担当する旨を伝えていますが、しかし、講師が集まらず、来月から、非ネイティブの講師に担当してもらうことになりました。勧誘の際に、この事実を伝えずに、ネイティブの講師が担当する旨だけ伝えたと、消費者契約法に基づく取消事由となるのでしょうか。</p>	16
<p>Q1-6 その他の不当勧誘</p> <p>消費者契約法では、消費者契約が取り消される場合として、どのようなものが定められていますか。</p>	19
<p>Q1-7 取消しの効果</p> <p>中古車販売の勧誘時において、修復歴無しと伝えていましたが、実際には、大きな修復歴があったため、購入者によって売買契約が取り消されました。購入から既に1年間経過しており、その車は、購入者の事故により一部凹みがあるようです。どのように処理したらよいのでしょうか。</p>	22

<p>Q1-8 免責条項</p> <p>当社は、ECサイトで衣服を販売しています。当社の利用規約には、「会員は、自己の責任でID・パスワードを管理するものとします。会員のID・パスワードに関して生じた損害（第三者によるID・パスワードの使用を含みます）について、当社は一切責任を負いません。」という条項があります。このような条項があれば、例えば、第三者によって会員のID・パスワードが不正使用された場合でも、当社は常に責任を逃れることができるのでしょうか。</p>	25
<p>Q1-9 サルベージ条項</p> <p>当社は、外資系の企業で、グローバルにコンテンツを販売しています。販売国の法令を調査することは手間がかかるため、当社の利用規約では、「法律上許される限り、当社がお客様に対して負う賠償額は、お客様が1か月間に支払ったサービス利用料を上限とします。」という条項を置いており、日本向けの利用規約でもこの条項を使用しています。このような条項は、日本では効力が認められるのでしょうか。</p>	28
<p>Q1-10 消費者の解除権を放棄させる条項、事業者に解除権を付与する条項</p> <p>① 当社は、医学部受験のための進学塾を運営しています。当社の冬期講習受講契約書には、「いかなる場合であっても契約後のキャンセルは受け付けず、授業料等は返金いたしません。」との条項があります。申込者が契約解除を主張した場合であっても、この条項があるため、授業料等の返金に応じる必要はないのでしょうか。</p> <p>② 当社は、不動産賃貸業を行っています。消費者との建物賃貸借契約書には、「乙（賃借人）が、後見開始、保佐開始又は補助開始の審判を受けた場合、甲（賃貸人）は、直ちに契約を解除することができます。」という条項があります。消費者がこれらの審判を受けた場合、当社は、この条項に基づき賃貸借契約を解除することはできますか。</p>	30
<p>Q1-11 解約料を定める条項①</p> <p>当社は、ホテルを運営しています。お客様が、宿泊日の1か月前に宿泊予約をキャンセルした場合、キャンセル料として宿泊料金の70%をいただきたいと考えています。このキャンセル料の設定に問題はありますか。</p>	33
<p>Q1-12 解約料を定める条項②</p> <p>当社は、クラウド上にあるソフトウェアをインターネット経由で利用できるサービスを提供しています。料金プランとして、月ごとの利用料を設けるほか、採算がとれる一定期間の利用を前提とした割安プランを提供する予定です。この割安プランについて、中途解約を行うには違約金として残期間の利用料の全額を請求したいのですが、この違約金の設定に問題はありますか。</p>	36
<p>Q1-13 解約料の算定根拠についての説明義務等</p> <p>当社は、ホテルを運営しています。</p> <p>① この度、当社のキャンセルポリシーに基づいて、お客様にキャンセル料を請求したところ、お客様から、「キャンセル料が高過ぎるのではないか。根拠を示せ。」といわれています。どのような対応をとるのがよいのでしょうか。</p> <p>② この度、当社のキャンセルポリシーで定めるキャンセル料について、適格消費者団体から、算定根拠の説明を求められています。どのような対応をとるのがよいのでしょうか。</p>	39

Q1-14 消費者の解除権の行使を制限する条項 当社は、全国展開のフィットネスジムを運営する会社です。当社のフィットネスジムを利用するためには会員登録をする必要がありますが、利用契約上、入会の手続は、利用するフィットネスジムの店舗において対面で手続を行う必要があります。退会の手続を行う場合も同様です。退会の手法を対面に限定する契約条項に問題はありますか。	42
Q1-15 消費者に対する損害賠償・違約金を定める条項 当社は家具のレンタルサービスを提供する会社です。レンタル商品に汚損が生じた場合には、理由を問わず、お客様にクリーニング代や修理代を負担いただく特約を入れようと考えています。また、お客様が家具を返還しなかった場合に、通常のレンタル料の5倍の違約金を定めようと考えています。留意すべき点はありますか。	46
Q1-16 消費者の意思表示の擬制 当社は、動画のサブスクリプションサービスを提供しています。契約期間は1か月間ですが、契約満了日まで更新しない旨の意思表示をしない限り、契約は自動的に更新される旨利用規約に定めていますが、このような条項は有効でしょうか。	49
Q1-17 身体・生命侵害の場合における免責条項 当社は体験型のアクティビティツアーを提供する会社です。ツアー参加者が怪我をした場合、当社に故意又は重過失がある場合を除いては、当社の損害賠償責任の範囲を治療費等の直接損害に限定する特約を設けたいと考えていますが、問題はありますか。	51
Q1-18 契約不適合責任の期間制限 当社は、Eコマースで家電を販売しています。当社の契約不適合責任を限定するために、利用規約に「お届けした商品に初期不良や破損など契約不適合がある場合は、商品到達後3日以内にご連絡いただいた場合に限り、返品又は交換に応じます。」という条項を定めることは可能でしょうか。	54
Q1-19 事業者による契約内容の一方的変更を認める条項 当社は、英会話スクールを経営しています。教室ごとの生徒数に偏りが生じたときのために、生徒との契約において「当社が必要と認めた場合、お客様が通う教室を変更します。」という条項を設けることは可能でしょうか。	57
Q1-20 差止請求訴訟制度 差止請求訴訟制度とはどのようなものですか。企業の事業活動にとってどのようなリスク要因となり得ますか。	60

第2章 特定商取引法	頁数
<p>Q2-1 【取引類型共通】特定商取引法の適用範囲</p> <p>当社は、外国籍の企業ですが、この度、日本市場へ参入し、通信販売の手段によって、商品を消費者に売ることがを計画しています。当社には、日本の支社や事業所は存在しないのですが、当社が日本の消費者に商品を販売するような場合には、特定商取引法の適用はあるのでしょうか。</p>	65
<p>Q2-2 【取引類型共通】取引類型の概要</p> <p>特定商取引法はどのような取引を規制対象としていますか。</p>	67
<p>Q2-3 【取引類型共通】販売業者・役務提供事業者への該当性</p> <p>当社は、飲食業を行っていますが、SDGs推進活動の一環として、リサイクルの促進のために、社員から不要品を集めて、自社ECサイトで安価で販売する活動を行っています。また、自社ECサイトで、当社の会員顧客から不要品を買い取るサービスも行っています。いずれも収益を見込んだ活動ではないので、販売業者や役務提供事業者には該当せず、特定商取引法の適用は受けないと考えてよいのでしょうか。</p>	69
<p>Q2-4 【取引類型共通】販売業者等の責任の範囲</p> <p>当社では訪問販売を行っています。勧誘行為の実施は、外部の営業員に委託をしていますが、その委託先の営業員において特定商取引法違反があった場合でも、当社が責任を問われるのでしょうか。</p>	73
<p>Q2-5 【訪問販売】取引類型該当性</p> <p>① 当社は、顧客の自宅を訪問するのではなく、商品説明会を各地のホテルやイベント会場で開催し、顧客にそこに来てもらう形で営業活動を行っています。顧客を訪問するわけではないのですが、特定商取引法の訪問販売規制の適用を受けるのでしょうか。</p> <p>② 当社は、トイレや水道などの水回りのトラブルに関する修理を行う事業者です。ウェブ広告を掲載しており、それを見た顧客からの来訪要請を受けて顧客宅を訪問し、修理を行っています。このような場合は、顧客のほうで修理のための契約を締結することをあらかじめ希望して、その請求を受けて自宅を訪問しているので、特定商取引法の訪問販売規制の適用を受けないと考えてよいのでしょうか。</p>	76
<p>Q2-6 【電話勧誘販売】取引類型への該当性</p> <p>当社は、当社が提供するサービスについて、顧客とのウェブ会議を設定し、お互い顔がみえる形で、顧客に店頭に来ていただいたのと全く同様に説明を行い、その後SNSのやりとりを通じて契約の締結を行っております。店頭に来ていただく場合と何ら変わりはないのですが、特定商取引法の適用を受けるのでしょうか。</p>	79
<p>Q2-7 【取引類型共通】複数の取引類型に該当する場合</p> <p>① 当社はマルチ商法の会社ですが、新規契約者に対して、くつろいだ環境で営業を行うために、喫茶店で勧誘を行っています。特定商取引法のどの規定が適用されますか。</p> <p>② 当社はエステサロンですが、新規会員を増やすため、当社のエステ技術について各地のホテルでセミナーを開催し、セミナー会場で会員登録を受け付けています。特定商取引法のどの規定が適用されますか。</p>	81

<p><b>Q2-8 【取引類型共通】 勧誘目的等の明示義務</b></p> <p>当社は、電話勧誘販売を行っていますが、最初から契約の話をするとお客様が身構えてしまうので、電話の最初では、アンケートのためにお電話したとお伝えし、アンケートを実施したうえで、契約の勧誘をすることとしています。この場合、契約の勧誘を開始する前に、これから勧誘を行うことをお伝えすることで問題ないでしょうか。</p> <p>また、中には攻撃的なお客様がいるため、電話勧誘を行う従業員のプライバシーや安全の確保のため、電話の中で、当社の名称を伝えるにとどめ、従業員の氏名は名乗らないようにしたいのですが、問題ないでしょうか。</p>	83
<p><b>Q2-9 【取引類型共通】 書面交付義務（再交付が必要な場面）</b></p> <p>当社は、消費者に対して、訪問販売による契約を締結し、その際には4条及び5条に基づき書面を交付しましたが、その後、契約の内容に変更がありました。契約の変更があった場合、変更後の契約の内容の書面を改めて交付する必要があるでしょうか。また、そのような書面を交付しなかった場合、どのような不利益があるでしょうか。</p>	86
<p><b>Q2-10 【取引類型共通】 書面交付義務（電磁的方法）</b></p> <p>当社は、訪問販売において、申込書面及び契約書面の両方を電磁的方法で提供することを検討しています。電磁的方法は、どのような方法でもよいのでしょうか。また、電磁的方法による書面交付に際して、留意すべき点をご教示ください。</p>	88
<p><b>Q2-11 【取引類型共通】 禁止行為の概要</b></p> <p>特定商取引法では、どのような勧誘行為が禁止されていますか。</p>	91
<p><b>Q2-12 【取引類型共通】 禁止行為（再勧誘／迷惑勧誘／判断力不足便乗）</b></p> <p>当社はリフォーム工場の訪問販売を行っています。次のような勧誘は、営業員としてはよかれと思って行っておりますが、特定商取引法上問題となるでしょうか。</p> <p>① 一度訪問して契約するつもりはないと断られた顧客について、前は説明が足りなかった点があったので、1か月後に再度訪問して勧誘を行った。</p> <p>② 一人暮らしで寂しそうなお年寄りの家に6時間滞在し、話し相手になったり家事を手伝いながら、合間合間にリフォーム工場の勧誘を行った。</p> <p>③ 居宅がかなり老朽化しておりリフォーム工事が必須と思われるものの、認知症で自ら契約書を記載することが難しい顧客について、ご本人の了解の下、契約書を代筆して契約を締結した。</p>	97
<p><b>Q2-13 【取引類型共通】 禁止行為（契約解除妨害）</b></p> <p>当社は基礎化粧品の電話勧誘販売を行っています。当社の商品の品質には自信があり、長く使っていただくほど効果が実感できるので、定期購入契約で販売しています。長く使う程効果がある商品であるため、顧客から定期購入契約を解除したいという連絡があった場合には、以下のような対応をするようにしています。特定商取引法上問題となりますか。</p> <p>① クーリング・オフの期間に解除の申出があった場合でも、対象商品については、まずは購入して使ってみていただきたいことから、クーリング・オフができない特約を付していることを説明して、クーリング・オフには応じることができない旨をご説明しています。</p> <p>② クーリング・オフの期間が経過した後に解除の申出があった場合でも、長く使う程効果があることや、商品のよさを繰り返し説明して、なるべく解除の意思を撤回して、購入を継続してもらうようにしております。</p>	101

<p>Q2-14 【通信販売】通信販売業者の表示義務（特定商取引法11条と12条の6の関係）</p> <p>当社は、ECサイトにおいて商品を販売していますが、契約内容や取引条件をウェブサイト内の様々な場所に記載しています。それでも、それぞれの箇所でしっかりと必要な事項が記載されていれば問題ないと思っていますが、何か問題になり得ますでしょうか。</p>	103
<p>Q2-15 【通信販売】広告表示</p> <p>販売のための広告に際しては、消費者が支払う金銭について、その費用と内容を記載しなくてはならないと聞きました。当社は、エアコンを販売していますが、その販売には、通常、エアコン本体の代金、送料に加えて、取り付け工事費用がかかります。送料につきましては、記載すると見た目の金額が高くなってしまいますので、記載したくないのが本音です。また、工事費用は、どの下請事業者に頼むかが未定ですので、まだ額が決まっておりません。こういった場合には、送料や取り付け工事費用について、どのように表示すればよいでしょうか。</p>	105
<p>Q2-16 【通信販売】定期購入</p> <p>当社は、消費者に対して、継続的にサービスを提供することによって、継続的に対価を受け取るビジネスを始めようとしています。当社のサイトからお客様が申し込めるようにしておこうと思うのですが、その際の留意点をご教示ください。</p>	108
<p>Q2-17 【通信販売】特定申込みに係る書面又は最終確認画面に表示すべき事項</p> <p>（Q2-16における）特定申込みに係る書面又は最終確認画面に表示すべき事項につきまして、様々な事項を記載しなければいけないことが分かりました。記載に際して、どのような点に留意して記載すべきなのか、詳しく教えていただけないでしょうか。</p>	113
<p>Q2-18 【通信販売】特定申込みに係る書面又は最終確認画面に表示すべき事項の記載方法</p> <p>（Q2-17における）特定申込みに係る書面又は最終確認画面に表示すべき事項につきまして、例えば、カタログを読んで、ハガキに注文内容を表示するような場合には、物理的にハガキに表示事項をすべて表示できない場合もあるかと思いますが、その場合には、字を小さくするなどして、必ずすべてを表示しなくてはならないのでしょうか。また、自社サイトでの販売においても、最終確認画面に表示すべき事項のすべてを表示しなくてはならないのでしょうか。</p>	118
<p>Q2-19 【通信販売】電話番号</p> <p>当社は、インターネットを利用した定期購入ビジネスをしています。人線りに限界がありますので、お客様からの解約の申入れの電話については、お受けする時間を限定したいのですが、どのような点に気を付ければよいでしょうか。また、人線りがつかず、当該電話番号の電話担当を置くことができなかつた場合、法律違反となる可能性はありますでしょうか。なお、自動音声システムによる解約等を提供する技術はありません。</p>	120
<p>Q2-20 【取引類型共通】重複行為の執行</p> <p>当社は、通信販売を行っていますが、その広告において不当な表示を行った場合には、特定商取引法のみならず、景品表示法にも違反するように思えます。両法律に違反することはあるのでしょうか。また、そういった場合、執行に際してはどちらの法律が執行されるのでしょうか。</p>	122
<p>Q2-21 【通信販売】顧客の意に反して申込みをさせようとする行為</p> <p>当社は、ECサイトの申込み画面において、1回だけの購入にするか、定期購入にするかを選択できるようにしています。顧客に対して、より便利な定期購入をお勧めするために、あらかじめ定期購入のほうにチェックを入れておきたいと思っていますが、問題ないでしょうか。</p>	126

<p>Q2-22 【通信販売】 契約の解除</p> <p>当社は、通信販売による商品の販売を行っています。通信販売においては、クーリング・オフの制度はないと理解していますが、8日を経過するまでの間に契約を解除される場合があると聞きました。どのような場合に解除されるのでしょうか。また、解除を防ぐ手だてはあるのでしょうか。</p>	131
<p>Q2-23 【通信販売】 契約の解除を妨げる行為の適法性 (13条の2)</p> <p>当社はECサイトで健康食品を定期購入販売していますが、解約は電話で受け付けています。契約の継続率を上げるため、電話を受け付けた際に、当該健康食品を摂ることを短期間で中止した場合にあり得るリスクについて説明し、できるだけ解除を思いとどまっていただけるようにしようと思います。何か問題になり得るのでしょうか。</p>	133
<p>Q2-24 送り付け商法</p> <p>当社では、今、推していきたい商品があります。商品力には自信がありますので、まずは商品を消費者に送り、満足いただけなかった場合には送り返してもらい、満足いただけた場合には、そのままお使いいただくという販売方法を考えています。留意すべき点はあるのでしょうか。</p>	136
<p>Q2-25 【取引類型共通】 違反行為に対する調査</p> <p>特定商取引法の違反が疑われる場合、どのように調査が行われますか。</p>	137
<p>Q2-26 【取引類型共通】 違反行為に対する行政処分・罰則</p> <p>特定商取引法に違反した場合、どのような行政処分や罰則を受ける可能性がありますか。</p>	141

第3章 景品表示法	頁数
<p>Q3-1 「著しく」の意義</p> <p>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」優良であると示す場合とは、どのような場合ですか。</p>	153
<p>Q3-2 供給主体性</p> <p>当社は化粧品メーカーです。当社は、プライベートブランドの受注生産に注力しており、小売店等に対して積極的に製品仕様等を提案しています。</p> <p>この度、小売店Aからの委託を受けて同社のPB商品を製造することとなりました。プライベートブランド商品（以下「PB商品といいます）を一般消費者に販売するのは小売店Aなので、当社は、景品表示法の規制対象とはならないと考えてよいでしょうか。</p>	155
<p>Q3-3 表示主体性</p> <p>当社はインターネット通販を営んでいます。この度、著しい豊胸効果があるとするサプリメントをメーカーから仕入れるとともに、当該メーカーからいただいた資料や説明をもとに、自社ウェブサイト上で「このサプリでカップ数ぐーんとアップ」、「1日1回飲むだけ！」といった表示の販促ページを当社で作りました。ところが、このサプリメントには何ら効果は認められないことが分かりました。販促ページはメーカーからの説明をもとにしたものであったとしても、当社も違法となるのでしょうか。</p>	158
<p>Q3-4 無償取引と景品表示法</p> <p>当社は、消費者が一定の希望条件を入力すると、これに適した旅行会社を紹介するプラットフォームを運営することを検討しています。消費者は、一定の個人情報を入力して会員登録をすれば、当該サービスを無料で利用することができ、当社は、プラットフォームに登録する旅行会社から月額利用料を受け取る仕組みです。なお、旅行会社は、サービス内容として、当社が消費者から入手した個人情報等を分析したレポートを受け取ることができます。このようなサービスは、消費者に無料で提供されているので、景品表示法の適用は受けないと考えてよいでしょうか。</p>	161
<p>Q3-5 買取りサービス</p> <p>① 当社は、出張買取サービスを提供しており、お客様宅を訪問して、中古の書籍や衣服、家具等を査定し、買い取って、転売する事業を行っています。当社は「買い手」の立場なので、景品表示法の規制の対象外であると考えてよいでしょうか。</p> <p>② 当社は、「買取額30%アップキャンペーン」を実施することを企画しています。景品表示法上、留意すべきことはありますか。</p>	163
<p>Q3-6 打消し表示（表示方法、表示内容について）</p> <p>当社はインターネットへの接続サービスを提供する事業者ですが、この度、「新生活応援キャンペーン」と称して、月額5000円のところ、1年間（12か月間）に限り4500円で提供することを計画しております。ただし、このキャンペーンでお申し込みいただくお客様には、初期費用として別途3000円いただきます。</p> <p>このキャンペーンをウェブサイトにて大々的に宣伝したいと思っておりますが、どのような表示（広告）とすべきでしょうか。</p>	166

<p>Q3-7 打消し表示（体験談について）</p> <p>当社は健康食品の販売事業者ですが、肥満気味な方の体重、お腹の脂肪やウエスト周囲径を減らすのを助ける機能があることが報告されている成分が含まれているサプリメントを販売しております。今般、このサプリメントを購入して1か月で5kg痩せたという方の体験談を自社ウェブサイトに掲載することを考えています。「個人の感想です」や「個人差があります」といった表示をすれば、特段景品表示法上の問題は生じないと理解してよいでしょうか。</p>	169
<p>Q3-8 不実証広告規制（総論）</p> <p>広告（表示）を作成する際には、表示に対応する合理的な根拠を有する必要があり、不実証広告規制については特に注意をしなければならないと聞いたことがあります。不実証広告規制とはどのような規制なのでしょう。</p>	172
<p>Q3-9 不実証広告規制（各論）</p> <p>① 当社はサプリメントを販売しています。この度、「1か月でマイナス5kg!?!」「飲むだけ、食事制限・運動一切不要!」との表示を自社ウェブサイトで行おうと思いますが、その根拠資料として、自社の従業員や家族の方にモニターを依頼して収集した資料（被験者の数：合計10名）を有しています。このような資料は、表示の裏付けとなる合理的な根拠といえるのでしょうか。</p> <p>② 当社は空間の花粉やウイルスを除去することをコンセプトとする商品を販売しています。この度、「オフィスや家庭等の生活空間に！あらゆる花粉やウイルスとさよなら!」との表示を商品パッケージにて行おうと思いますが、どのような根拠資料があれば許容されるのでしょうか。</p>	176
<p>Q3-10 No.1表示①</p> <p>このスニーカー（商品X）はA社の商品ですが、スニーカーを扱うオンラインショップBにおいて、スニーカー売上ランキング（20代部門）で第1位を取りました。A社は、これを受けて、商品Xについて、自社のウェブサイト等において「スニーカー売上No.1」との表示を行うことを考えています。何か問題はあるのでしょうか。</p>	179
<p>Q3-11 No.1表示②</p> <p>当社の販売するマットレスは、SNS上で「よく眠れる」「疲れがとれる」と好評です。このような中で、広告代理店から、広告の中で「おすすめしたいマットレスNo.1」という表現を用いて訴求するのがよいとアドバイスを受けました。消費者にアンケート調査を実施してくれるリサーチ会社も紹介してくれるそうです。このような広告を出す際には、どのような点に留意すればよいでしょうか。</p>	183
<p>Q3-12 アフィリエイト広告</p> <p>当社は、ペットグッズを製造販売しています。この度、アフィリエイトサイト（いわゆるランキングサイト）において、当社の製品に関するアフィリエイト広告を掲載してもらうことを計画していますが、留意すべきことはありますか。</p> <p>なお、上記サイトの運営者との間の広告掲載契約では、運営者が「景品表示法を遵守すること」を義務付ける規定を設ける予定です。</p>	187
<p>Q3-13 二重価格表示</p> <p>当社はアパレル会社です。ECサイト上で商品Aのセールを実施したいと考えており、価格の安さを訴求するため「通常価格1万円より半額 5000円」と表示することを考えています。どのような点に留意すればよいでしょうか。また、セール期間を1か月とすることなどは可能ですか。</p>	190

<p>Q3-14 期間限定表示</p> <p>当社は塾を経営しております。この度、「今月お申込みいただいた方に限ってA講座を通常の3割引きの価格で受講できるキャンペーン」を実施したいと考えており、その旨の告知をウェブサイトにて行う予定です。もっとも、好評であれば来月以降も同様のキャンペーンと同様の告知（当月限りのキャンペーンとその旨の告知）を繰り返し行いたいと考えています。どのような点に留意すればよいでしょうか。</p>	193
<p>Q3-15 原産国表示</p> <p>当社は小売店です。</p> <p>① この度、イタリア製の生地をベトナムで縫製し、日本でラベル付けや、ラッピングをした洋服を販売することを検討しています。国産品として表示してよいでしょうか。</p> <p>② 日本で縫製したスーツのタグに、当該スーツのデザインをした海外のデザイナーの氏名を表示したいと考えています。どのような点に留意すればよいでしょうか。</p>	196
<p>Q3-16 おとり広告表示</p> <p>① 当社は全国展開している店舗型のホビー店です。この度、人気のトレーディングカードゲームの新しいパック（商品A）が販売されることから、大々的に発売日に向けて宣伝しようと思っています。ただ、このカードゲームは非常に人気のため当社が仕入れることができる数量にも限界がありますし、また、各店舗によって仕入数量も異なります。このような場合、ウェブサイトやチラシを作成する際には、どのような点に気をつける必要があるでしょうか。</p> <p>② ①の状況において、混乱を避けるために、1人当たりの購入数量を3パックまでに限定することにしました。この場合、何か表示しておくべきでしょうか。</p>	199
<p>Q3-17 ステマ広告告示</p> <p>令和5年からステマが規制されるようになったと聞きました。ステマという言葉は何となく聞いたことがあるのですが、具体的にどのような表示をすると規制されるのでしょうか。その全体像を教えてください。</p>	205
<p>Q3-18 ステマ</p> <p>当社は、インフルエンサーを活用した販促活動として次の企画を検討しています。景品表示法上、どのような点に留意すればよいですか。</p> <p>① インフルエンサーに報酬を支払って、当社の商品を使用している様子を撮影した写真と「コンパクトで使いやすいです！」という感想をSNSに投稿してもらうこと。</p> <p>② ①の投稿を「お客様の声」として、当社のウェブサイトで紹介すること。</p>	209
<p>Q3-19 景品規制①</p> <p>景品表示法の規制を受ける「景品類」とはどのようなものですか。</p>	213
<p>Q3-20 景品規制②</p> <p>当社は小売店です。当社でお買い物をした方を対象に、次のようなキャンペーンを実施することを検討しています。どのような点に留意すべきですか。</p> <p>① キャンペーン期間中、当社の商品を購入した方の中から抽選で10名様に限定フィギュア（非売品）をプレゼントする場合。</p> <p>② 2000円以上の商品を購入した場合に、当社及び他店で利用できる500円相当のポイントを付与する場合。</p>	216

Q3-21 管理措置指針 景品表示法は、事業者に、不当表示等を防止するために必要な体制の整備等を義務付けていると聞きますが、具体的にどのようなことを行えばよいのですか。当該義務を怠った場合のリスクはありますか。	221
Q3-22 公正競争規約 公正競争規約は業界の自主ルールを定めたものと聞きますが、景品表示法の規制と何が違うのでしょうか。景品表示法の規制との関係性について教えてください。	224
Q3-23 調査の流れについて 当社はウイルスや花粉を防ぐことを謳う商品マスクを販売しています。商品のパッケージに「ウイルスや花粉、パーフェクトにブロック!」といった表示をしていたところ、消費者庁表示対策課の職員から、景品表示法違反の疑いのおそれがあるとして連絡がきました。このような連絡がきたことは初めてで、社内でも混乱が生じています。どのように対応すればよいでしょうか。	227
Q3-24 措置命令の内容 ニュースなどで景品表示法の措置命令に関する報道がなされていることがありますが、措置命令は、具体的に何が命じられるのでしょうか。	230
Q3-25 課徴金① 当社の販売するA商品の広告の中に、優良誤認表示に当たる表示があることが発覚しました。消費者庁の調査が入って措置命令を受けたと仮定した場合、必ず課徴金納付命令も行われるのですか。また、課徴金額はどのように算定されますか。	233
Q3-26 課徴金② 課徴金額が減額されるのはどのような場合ですか。	236
Q3-27 確約手続 当社の販売する商品Aについて行っている自社ウェブサイトの表示について、消費者庁が景品表示法の違反のおそれがあるとして調査を開始しました。令和5年の法改正により「確約手続」が導入されたようですが、確約手続を用いるべきでしょうか。	238
Q3-28 適格消費者団体による差止請求・資料開示要請 当社の販売する商品Aについて、先月まで交付していたカタログ内の表示が「優良誤認表示」に該当する可能性があるとして、適格消費者団体から、当該表示の裏付けとなる根拠資料の提出を求める書面が届きました。対応において留意すべき点はありますか。	243

第4章 健康増進法	頁数
<p>Q4-1 65条の解釈について（「何人」規制について等）</p> <p>当社は広告制作会社です。この度、食品メーカーから、商品の広告について制作依頼を受けました。食品の広告に関して規制する法律の一つに健康増進法があると聞いたことがあります。実際に商品を販売しない当社のような会社は、特に注意しなくてもよいのでしょうか。</p>	249
<p>Q4-2 65条の解釈について（健康保持増進効果等）</p> <p>健康増進法における表示規制の対象は、「食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をする」者であれば、商品を供給する事業者に限られないという点において、景品表示法と健康増進法に違いがあることをQ4-1で理解しました。健康増進法における表示規制、すなわち、65条1項に規定する誇大表示の禁止について、他の要件についてもその内容を教えてください。</p>	251
<p>Q4-3 健食留意事項について</p> <p>消費者庁は、健康食品の表示に関してガイドラインを制定していると聞きました。具体的にはどのような内容が記載されているのでしょうか。</p>	255
<p>Q4-4 法令上の措置について</p> <p>65条1項に規定する誇大表示の禁止について、法令上どのような措置があり得るか教えてください。また、実際の事案についても教えてください。</p>	260
<p>Q4-5 インターネット監視について</p> <p>健康食品については、消費者庁が、健康増進法に基づく執行のために、インターネット上で監視を行っている聞いたことがあります。具体的にはどのように監視を行っているのかや、インターネットにおける監視を踏まえ、どのような表示に特に注意すべきかについて教えてください。</p>	263

第5章 食品表示法	頁数
<p>Q5-1 食品表示基準の構成・全体像</p> <p>食品表示法は、食品表示基準において具体的な表示のルールが詳細に定められていると聞きましたが、いざ見てみると条文や表が多くよく分かりません。理解を促進するためのコツはないでしょうか。</p>	272
<p>Q5-2 食品表示法・食品表示基準に違反した場合の措置・刑罰等</p> <p>食品表示法、食品表示基準に違反した場合にはどのようなペナルティがあるのでしょうか。違反した場合の措置や刑罰について教えてください。</p>	274
<p>Q5-3 違反に対する措置の指針</p> <p>Q5-2では食品表示法（及び食品表示基準）に違反した場合の措置の内容等についてみていきましたが、実務上の運用方針について詳しく教えてください。</p>	278
<p>Q5-4 自主回収（リコール）と届出</p> <p>① 当社は食品会社ですが、小麦粉を使用しているにもかかわらず、小麦のアレルゲン表示が欠落した食品を販売していることに気づき自主回収をしました。この場合、届出をするべきでしょうか。</p> <p>② 商品の内容物を入れ間違えてしまったので自主回収をしましたが、この場合も届出をしないといけないのでしょうか。</p>	283
<p>Q5-5 食品表示法の措置と景品表示法の措置</p> <p>食品表示法に基づく措置と景品表示法に基づく措置が、それぞれ同時になされた事案がいくつかあると聞いたことがあります。どのような場合にそれぞれの措置をうけることとなるのでしょうか。また、事業者としてはどのような点に注意すればよいのでしょうか。</p>	289
<p>Q5-6 機能性表示食品に関する動向</p> <p>当社は食品メーカーです。2024年の紅麴の問題を受けて、機能性表示食品に関連する法律などが改正されたようですが、改正の概要や留意点等について教えてください。</p>	291

第6章 消費者安全法	頁数
Q6-1 重大事故等 消費者安全法において、重大事故等とはどういうものをいうのでしょうか。重大事故等が発生した場合、製造業者において、消費者庁への通知義務はありますか。	297
Q6-2 注意喚起 消費者安全法に基づく注意喚起とはどのようなものなのでしょうか。	302
Q6-3 消費者安全調査委員会 消費者安全調査委員会とは何ですか。	304
Q6-4 事故等原因調査 事故等原因調査とは何ですか。	306
Q6-5 消費者安全調査委員会による意見具申等 事故等原因調査の結果、どのようなことが行われますか。	308

第7章 製造物責任法	頁数
<p>Q7-1 製造物の意義</p> <p>私は料亭を営んでいます。自社で締めてアライにしたイシガキダイに魚毒が入っており、食べたお客様が食中毒になりました。PL法に基づき、損害を賠償する義務がありますか。</p>	313
<p>Q7-2 欠陥（概論）</p> <p>PL法上の「欠陥」とはどのようなものをいうのでしょうか。</p>	315
<p>Q7-3 欠陥（通常有すべき安全性の判断基準）</p> <p>通常有すべき安全性を判断する基準はあるのでしょうか。</p>	319
<p>Q7-4 欠陥（安全性）</p> <p>私は小売業を営んでいます。輸入業者からA国製の饅頭を仕入れましたが、その後、A国製の別の饅頭に異物が混入していたとして社会問題になりました。私が仕入れた饅頭は今回問題になったものとは別の会社が製造したのですが、消費者の目もあるため売り場から撤去せざるを得ませんでした。回収にかかった費用や損害等を、PL法に基づき輸入業者に請求できますか。</p>	320
<p>Q7-5 欠陥（製造物の特性）</p> <p>当社は食器メーカーです。当社が製造する強化耐熱ガラス食器は、落下等による衝撃に強い反面、その特性上、破損すると通常のガラス製品が飛散するよりも激しく広く破損します。当社は、製品に同梱されている使用方法に関する説明書に「本製品はガラス製品であり、衝撃によって割れる危険があります。」と表示して当該食器を販売していましたが、これを使用していた児童が、誤って食器を落下させた結果、ガラス片が飛散し、目に傷害を負いました。PL法に基づき損害を賠償する義務がありますか。</p>	322
<p>Q7-6 欠陥（通常予見される使用形態）</p> <p>当社は玩具メーカーです。カプセルトイを製造・販売したところ、これを購入した小児の弟（当時2歳）が、カプセルを口に含み、のどに詰まらせて窒息し、重篤な障害を負いました。なお、カプセル自体の誤飲については特段の注意喚起を行っておらず、空気穴をあけるなどの対策もしていません。</p> <p>PL法に基づき損害を賠償する義務がありますか。</p>	325
<p>Q7-7 欠陥（欠陥の存在時期）</p> <p>私は児童クラブに通う小学校2年生の男子の親です。クラブに設置されているトイレの開き戸を子供が使用しているとき、開けた際にできた蝶番側の隙間に子供が指を入れ、そのままドアを閉めたため隙間がなくなり、子供の指が切断されてしまいました。</p> <p>その後調べると、ドア設置の前から、国民生活センター等より、ドアの蝶番側での指詰め事故に関する注意喚起が出るなどしていましたが、このドアには、蝶番側に指詰めに防止するようなカバーもなく、また注意喚起も一切ありませんでした。ドアの製造業者に対し、製造物責任を問うことはできますか。</p>	327
<p>Q7-8 リコール</p> <p>自社は、乳幼児用の製品を製造・販売する会社です。自社が製造した自動車用チャイルドシートに、事故時に想定より強い頭部移動量が発生することがわかりました。当該欠陥を是正するため、リコールを実施しようと考えていますが、「リコールを実施すれば欠陥を認めたことになり、大量の損害賠償請求がなされるのではないか」と、社内ではリコールに消極的な意見があります。</p> <p>リコールをすると、PL法上の「欠陥」があったとされてしまうのでしょうか。</p>	328

<p>Q7-9 製造業者として表示した者・製造業者と誤認させるような表示をした者</p> <p>自社は、他社に委託して多くの化粧品を製造し、プライベートブランド商品（以下「PB商品」といいます）として自社の社名やロゴを大々的に表示して販売しています。化粧品の裏面には「製造者▽▽」として他社の名前を記載していますが、自社名を販売者等として明記はしていません。</p> <p>この度、自社のPB商品の一部に、特定の条件で使用すると強いアレルギー症状を発症し得る物質が含まれていることが判明しました。複数の製品使用者から健康被害の報告も上がってきています。</p> <p>自社は、この製品を製造したわけではありませんが、PL法上の責任を負うことになるのでしょうか。</p>	331
<p>Q7-10 因果関係の証明</p> <p>私は、D社の製造・販売する、ダイエットに効くというサプリメントを購入し、継続的に飲んでいました。しかし、一向に痩せる様子がなく、それどころか、先日ニュースで、このサプリメントに、食品衛生法で食品への添加が禁止されている飼料用の抗酸化剤が使われていることを知りました。</p> <p>それを聞いてから、体調が悪くなり、ダイエットもうまくいかずうつ病になってしまいました。PL法に基づいて、D社に慰謝料を請求できますか。</p>	333
<p>Q7-11 免責事由</p> <p>PL法上の免責事由にはどのようなものがあるのでしょうか。</p>	335

第8章 消費者裁判手続特例法	頁数
<p>Q8-1 被害回復制度の概要</p> <p>消費者裁判手続特例法における被害回復制度とはどのようなものですか。企業の事業活動にとってどのようなリスク要因となり得ますか。</p>	341
<p>Q8-2 被害回復制度の対象（請求権）</p> <p>消費者裁判手続特例法に基づく共通義務確認訴訟において、どのような請求を受けることができますか。</p>	347
<p>Q8-3 被害回復制度の対象（損害）</p> <p>消費者裁判手続特例法に基づく共通義務確認訴訟において、損害賠償の請求がされる場合、どのような損害について請求を受けることができますか。例えば、消費者の個人情報が出た場合に、慰謝料の請求を受けることはあるのでしょうか。</p>	349
<p>Q8-4 被害回復制度の対象（被告適格）</p> <p>消費者裁判手続特例法に基づく共通義務確認訴訟において、被告となるのはどのような者ですか。</p> <p>消費者契約の当事者ではない事業者（例えば、契約当事者ではない事業者が、景品表示法上の不当表示を行った場合、その事業者）が、共通義務確認訴訟の被告となる場合はありますか。</p>	351
<p>Q8-5 支配性</p> <p>共通義務確認訴訟では、「簡易確定手続において対象債権の存否及び内容を適切かつ迅速に判断することが困難であると認めるときは、共通義務確認の訴えの全部又は一部を却下することができる」（3条4項）とされていますが、どのような場合が考えられるのでしょうか。</p>	354
<p>Q8-6 和解</p> <p>特定適格消費者団体から、共通義務確認訴訟を提起されました。通常の訴訟と同様、和解による解決を行うことはできるのでしょうか。</p>	357

第9章 公益通報者保護法	頁数
<p>Q9-1 公益通報とは</p> <p>公通法における「公益通報」とはどのような通報をいうのでしょうか。また、公益通報をした場合、それが会社で不利益に働かないか心配です。</p>	364
<p>Q9-2 通報が、窓口以外の部署に寄せられた場合の対応</p> <p>私は、A社の社長室の室長を務めている、Bといいます。社長室には「社長宛て」として毎日、大量のお手紙やご意見が届きます。ある日、「私は当社の品質管理部の社員Cです。実は、当社の新製品に、型式や燃費に関する不正がなされようとしています。来月退職予定で、退職前にこの不正を明らかにしたいです。」といったお手紙がきたのですが、かなり抽象的です。これは怪文書であって、「公益通報」や“内部通報”に当たらないと考えてもよいのでしょうか。当たる場合、なにか社長室として対応をとる必要があるのでしょうか。</p> <p>なお、当社の場合、「内部通報対応規程」で、「内部通報を受け付ける専門の窓口は、総務部に設置する」と定めています。</p>	372
<p>Q9-3 匿名通報の場合</p> <p>匿名でなされた通報（匿名通報）であっても公益通報に該当するのでしょうか。該当する場合、公益通報への対応においてどのような点に留意すればよいのでしょうか。</p>	374
<p>Q9-4 従事者とは（11条1項関係）</p> <p>私は、従業員数500名ほどの会社（X社）のコンプライアンス部の課長です。当社には内部公益通報受付窓口があり、コンプライアンス部に置かれています。</p> <p>部の体制は、管理本部の役員がコンプライアンス部を含む間接部門を管掌し、コンプライアンス部には部長が置かれ、その下に課長、係長、係員が置かれています。若手の係員には、電話によりなされる通報について、通報者と電話で会話し、聞き取ってもらうことがあります。通報関連の実働業務は、基本的に私と係長が対応しています。部長には、通報者氏名含めて案件を詳しく報告・相談していますが、役員には氏名は伏せつつ、通報内容はすべてありのまま添付して報告・相談しています。</p> <p>X社では、誰を従事者として指定する必要がありますか。</p>	378
<p>Q9-5 従事者を指定する際の留意点</p> <p>従事者を指定する際に、留意すべきことはありますか。</p>	384
<p>Q9-6 部門横断的な公益通報対応業務を行う体制の整備（内部公益通報対応体制の整備義務〔11条2項関係〕）</p> <p>当社は、国外に親会社がある子会社です。通報窓口設置・調査・是正措置の責任者は、当社社長としています。特定の対応部署は定めておらず、不正調査を行うとすれば社長直轄でチームを組成する想定です。なにか支障はありますでしょうか。</p>	387
<p>Q9-7 グループ会社の場合（従事者指定義務・内部公益通報対応体制の整備義務〔11条1項・2項関係〕）</p> <p>当社（Z社）は、ABCホールディングス株式会社の子会社であり、社員数は多少の変動はあるものの、概ね400名程度は在籍しています。</p> <p>ABCホールディングスでは、グループ企業の共通の内部通報専用の窓口としてコンプライアンス部に「ABCホットライン」を設置しています。コンプライアンス部門の人員も潤沢ですので、当社は「ABCホットライン」窓口を自社の窓口としたいのですが、留意すべき点はありますか。なお、ABCホールディングスにはホットライン規程がありますが、当社には独自の内部通報規程はありません。</p>	390

<p>Q9-8 範囲外共有の禁止</p> <p>当社社内のキャビネットには、「従事者限り 厳秘」と書かれたドッチファイルがあって、その中に、過去の通報関連の一切の記録が綴じこまれています。通報者氏名を黒塗りにすることや、仮名処理をすることはしていません。</p> <p>当該キャビネットは、鍵は一応かかっていますが、鍵は管理本部長の席の近くの壁にあるフックにかけてあります。見ようと思えば管理本部の人間は誰でも見ることができるような状態になっていますが、当社の情報管理はこのままでよいのでしょうか。</p>	393
<p>Q9-9 従事者の守秘義務</p> <p>私はコンプライアンス部門で、通報案件対応をしている担当者Xです。従事者にも指定されています。</p> <p>通報をきっかけとしてヒアリングを進めるうちに、この事案は、会長が以前、会社の業績をよく見せようとして粉飾決算を行った事案であるとの疑いが浮上し、社長室の室長も関与していた可能性があるとの心証を持ったので、当該室長に対してもヒアリングを行いました。その後、当該室長から、「ヒアリングの内容からして、自身も調査の一員として協力できることがあるかもしれない。ついては資料閲覧の権限を付与してほしい。」との連絡がありました。これらの資料には、通報者氏名や通報内容が、仮名処理などされないまま掲載されています。従事者としてどのような対応をとるべきでしょうか。</p>	395
<p>Q9-10 令和7年改正法の概要</p> <p>令和7年6月に公布された令和7年改正法の内容はどのようなものでしょうか。</p>	398
<p>Q9-11 通報者探索の禁止</p> <p>① 私は、X社の総務部で内部通報の対応を行っており、従事者として指定されています。</p> <p>営業1課で経費不正利用が横行しているらしい、との内部通報があり、調査をしていると、営業本部長から「当課に関して、なにか通報があったのか。あれば、知らせてほしい」と声をかけられました。従事者として、どのように対応すればよいのでしょうか。</p> <p>② 私は、X社の営業1課の営業本部長です。ある日、週刊誌に、「X社の営業1課で不正！」という見出しの記事が出ました。記事を読むと、当課の内情を知る者でなければ知り得ない情報が書いてあり、情報を持ち出して、当課の課員が週刊誌に告発したのではないかと思います。仮にそうであれば、会社の機密情報を漏えいしていることにほかなりません。私は、本日の課の朝礼で「これはあってはならないことであり、1人ひとりに面談をする」と伝えたくて、面談を1人ずつ行い確認しようと思います。この行為は、特に問題ないでしょうか。</p>	406
<p>Q9-12 立証責任の転換</p> <p>公益通報を理由として不利益な取扱いを受けた場合の民事訴訟上の立証責任の転換がなされる場合、会社の実務にはどのような影響がありますか。なお、当社では、懲戒処分関連は人事部の労政部署が担当しており、解雇や懲戒処分は弁護士や社労士など外部の専門家に相談しながら相当慎重に判断しています。</p>	409