

業種別法務⑤ 小売業についてー2ー



弁護士法人
如水法律事務所

〒810-0042 福岡市中央区赤坂1-12-15赤坂門プライムビル9F

TEL 092-738-8760 FAX 092-303-8560

<https://jwater-group.com/law/>



Facebookにて
最新情報をお届けし
ております



今回は、業種別法務の第5回目として、小売業について取り上げます。「取引基本契約」(vol17)「景品表示法」「特定商取引法」(vol18)といった項目をご説明いたします。

02 景品表示法

商品を販売する事業者とすると、どうしても販売の促進のために消費者へのアピールが過剰になることがあります。そのような事態に備え不当な表示広告で消費者が惑わされないようにという趣旨で景品表示法が定められています。

☆景品表示法には2つの類型があります。

〈優良誤認表示〉

商品・サービスの品質を実際よりも著しく優れていると偽って宣伝すること

〈有利誤認表示〉

商品・サービスの価格、その他の取引条件を実際よりも著しく有利であると偽って宣伝すること

どのような事例があるのかということについては、今後、2023年の処分事例総まとめのような形でセミナーでご説明予定ですので、こちらをご視聴いただけますと幸いです。今回は過去の事例も含めていくつか処分事例をご紹介します。

【優良誤認表示の事例】

まず1つ目は、ケイ素の効果を謳った商品についてです。本当に表示されていた効果があるのか、その合理的な根拠を示す資料の提示を求められたが、期限内に資料を提出できなかったという企業に対して景品表示法違反と判断されました。課徴金も2464万円という多大な金額が請求されています。

ケイ素の凄いところとして、シミシワ解消、ダイエットに効果、アトピー性皮膚炎の解消、血圧の解消、髪の毛の育毛など1つだけでも健康食品としてアピールポイントになりそうなものを多く詰め込んだ表示をしていましたが、結局は根拠を示せなかったというものです。

2つ目は、如水法律事務所ミニ法務セミナーのECサイトの回でもご紹介しましたが、材料に「撥水素材使用」と書いていたにもかかわらず、実際には使用されていなかったということで処分されたというものです。こういった商品の仕様や機能については、小売業者もしっかり把握しておくことが重要です。

【有利誤認表示の事例】

1つ目は、小売業者が、「希望小売価格の〇〇%オフ」というような表示をしていたけれど、実際には希望小売価格自体がなかったということで処分されたと言う事案です。

希望価格についてはカタログに記載があるかどうかなど、客観的な根拠が必要なため安易に使用しないよう注意が必要です。また、〈二重価格表示〉という問題もあります。これは、例えば、「通常価格4990円のところ、特別価格3990円」というような表示をする場合です。そもそも通常販売価格として表示するためには、いわゆる〈8週間ルール〉があります。このルールについては裏面で説明したいと思います。

【二重価格表示の例】 当店通常価格4,990円(税込) ← 二重価格欄
価格 3,990円(税込)

次に、あるプライベートジムが「30日間全額返金補償」との表示をしており、納得しなければ返金してもらえと思っていたら、返金には会社の承認が必要だったということで、処分された事例もあります。

弁護士法人如水法律事務所
アソシエイト弁護士 白田晴夏
(福岡県弁護士会所属)
認定IPO実務プロフェッショナル



弁護士法人如水法律事務所
パートナー弁護士 橋本道成
(福岡県弁護士会所属)
認定IPO実務プロフェッショナル

〈8週間ルール〉

■ 販売開始から8週間が経っている場合
セール開始時点から遡る8週間において4週間以上販売されていた価格であれば問題ありません。

■ 販売開始から8週間が経っていない場合
セール開始日前の全ての販売期間のうち、半分以上の期間かつ2週間以上において実際に販売されていた価格であれば問題ありません。

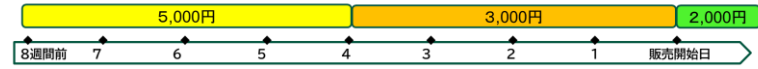
※例外として、、、
・実際に販売した最後の日から2週間以上を経過していたら表示できません。
・当該価格による販売期間が2週間未満のときは表示できません。

【過去に5,000円で販売していた商品を2,000円と表示して販売したい場合】

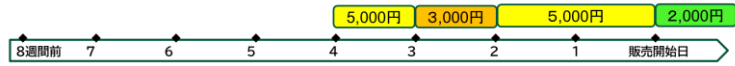
1. 過去8週間のうち、4週間以上5,000円での販売実績がある場合 表示可能 ○



2. 実際に5,000円で販売した最終日から、2週間以上経過している場合 表示不可 ✕



3. 販売期間が8週間未満で、販売期間の過半かつ2週間以上5,000円での販売実績がある場合 表示可能 ○



4. 販売期間が2週間未満の場合 表示不可 ✕



03 特定商取引法

最後に、特定商取引法について説明したいと思います。特定商取引法は、訪問販売、通信販売や電話勧誘販売といった一定の特殊な取引においてはトラブルが生じやすいとされることから、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守るために制定されました。

小売業において特定商取引法が適用される場面としては〈訪問販売〉と〈通信販売〉が考えられます。

訪問販売というと、人の家にお邪魔して物を売るいわゆる押し売りのようなものをイメージされるかもしれませんが、常設の店舗ではなくて、どこか一時的に場所を借りて販売をするような場合にも、訪問販売に当たるとして特定商取引法が適用されることがありますのでご注意ください。

特定商取引法の取引類型に当たると、事業者名の明示の義務付け、広告の規制、書面の交付の義務付けやクーリングオフの対象となるといった規制の対象となります。

※通信販売は、クーリングオフの対象にはなりません。

通信販売は広告を見た消費者が自らの意思で申し込むもので、(訪問販売や電話勧誘販売などのように)不意打ち的に契約させられるといった状況ではない為、クーリング・オフはできないとされています。

そのため、通信販売や店舗購入のように「この商品を買いたい」と自ら申込や購入するものに関しては、クーリング・オフの対象外となります。

【通信販売の返品に関するルール】

返品に関する特約を定めていない場合には、商品の引渡しまたは特定権利の移転を受けた日から起算した8日以内であれば契約の解除(返品)が可能とされています。
広告の中で返品不可等の特約が記載されている場合には、特約が優先され返品はできませんので、注意が必要です。
なお、返品をする場合の商品の引取りや返還に要する費用は、原則、購入者の負担になります。

【通信販売についての広告】

事業者は、「販売価格」「送料」「その他の負担すべき金銭」「代金の支払い時期」「商品の引渡時期」「代金の支払方法」「返品特約(その特約の有無を含む)」「事業者の名称」等を表示する義務があります。
また、誇大広告等が禁止されています。
消費者は、これらを守っていない事業者とは取引しないようにしようとする心理が働くので、事業者は安全に取引できるといった内容の表示をすることも大切です。

【オンラインセミナーのご案内】

☆法務労務セミナー

第4回 これから求められるビジネスと人権

法務面、人事労務面それぞれの側面から見て、これから求められるビジネスに関し、弁護士と社会保険労務士のそれぞれの立場からご説明いたします。

日時 2024年7月18日(木) 15時~16時

☆ケースで学ぶ、トラブルを防ぐ労務管理セミナー

7月開催予定の法務労務セミナーに合わせて、労務管理一般で重要と考えられる裁判例を中心にご紹介し、会社として気を付けるべき労務管理についてお話いたします。

- 就業規則に根拠規定のない試用期間の延長同意の有効性
- 情報漏えいで解雇された従業員の退職金不支給の可否
- 休職規程に誤記がある場合の効力

日時 2024年6月20日(木) 15時~15時30分

詳細はこちらからお願いいたします。

<https://vivit.video/s/142/kjyen6i10qwer>

