

アグリビジネス 経営塾



2004.4.15

法務講座 ②④

広告に対する規制

寺本法律会計事務所
弁護士
磯井 美葉

今回は、広告に対する規制についてです。
最近ではさまざまな雑誌やインターネットなど、
広告の手段も多様化してきました。
広告は、消費者に対して、自分たちの製品をアピールするとともに重要な手段ですし、上手に言えば、
売り上げの大幅な増加にもつながります。
しかし、広告にも法的な規制が存在することはお忘れなく。

■ 基本的な制約

これから述べる点は、言ってみれば「あたりまえ」のことで、通常はあまり心配はいらないと思えますが、基本的なことなので、念のためあげておきます。

- ①名譽毀損やプライバシー侵害にあたるような表現を用いた広告はできません。
「お客様の声」などをのせる場合は、事前に承諾をとらないといけません。必ずしも名前や顔を出さない場合でも、承諾は取っておいた方が無難です。
- ②わいせつな表現は使用できません。あたりまえですね。
名譽毀損やわいせつ表現は、「刑法」で処罰される場合もあります。
- ③侮辱的、差別的表現。
これもあたりまえのことなのですが、具体的な表現は、意外と注意が必要です。

なお、商品広告とは異なりますが、人材募集広告において、募集人材を「男性のみ」、あるいは「女性のみ」と限定したり、性別によって異なる条件を付けたりすることは、一部の職種を除き、「男女雇用機会均等法」に違反します。

■ 景品表示法

不当な競争を排除するため、「不当景品類及び不当表示防止法」（「景品表示法」と省略します）は、広告や商品表示、あるいはおまけなどの景品、懸賞などに対して規制をしています。

この法律により、自己の商品等の内容などについて、実際の商品や競争事業者の商品よりも著しく優良または有利であると誤認させるような表示は、不当に顧客を誘引し、公正な競争を妨げるおそれがあるので、不当表示として禁止されます。具体的には以下のような場合です。

1) 二重価格表示

自分の販売価格と、それより高い価格の二つの価格表示をならべて、値段の安いことをアピールする広告方法です。消費者にとっては魅力的ですが、たとえば次のように内容が不適切な場合は、規制の対象となります。

- ①品質の違いを明記せずに、ただ価格だけを並べて表示している場合。
同じ品質なのに販売価格が安いと消費者に誤認させるおそれがあるので、不適切とされます。
- ②通常価格とセール価格の併記
通常価格とセール価格の二つを並べて、セールになってお買い得、というアピールをすることはよくある方法です。これはすべての場合に不適切とされるわけではないのですが、たとえば「通常価格1000円、割引価格700円」と記載されているが、実際にはこの商品を1000円で販売していた実績がほとんどない場合には、この表示は不適切です。あるいは、実際には通常800円で販売していたとすると、値引き幅について誤解を与えますので、これも不当です。

- ③（発売記念特価などの）将来の価格と比較する広告で、将来その値段で販売することが確実でない場合。
- ④会員価格と非会員価格の両方を併記している場合で、実際には、誰でも容易に会員になることができ、非会員価格で買う人はほとんどいない、という場合。

2) 比較広告

比較広告に関しては、消費者が適切に商品と比較できるような情報を提供するものであれば、積極的に取り入れられるべきものともいえます。

他方、その内容が不適切な場合、消費者に適切な情報を提供しているとはいえないので、たとえば次のような場合は不当表示となります。

- ①実証されていない、あるいは実証できない事項を挙げて比較する場合。
客観的な数値の測定などを経ずに、漠然と、「〇〇より効果がある」「〇〇よりおいしい」などという表現は、不適切です。
- ②たとえ一定の結果が実証されていても、比較する商品について、明らかに品質の劣るものをわざと選んで比較しているなど、基準が不公正な合。
- ③具体的な情報提供だけでなく、単に競争事業者または競合商品を誹謗・中傷するもの。

3) 景品規制

商品に景品がついていると、買った方は何となくうれしいものですが、景品をつける場合にも、ちゃんと規制があるのです。これも、「不当に顧客を誘引」しないようにし、公正な競争を守るための規制です。

概略だけの説明にとどめますが、商品全部につける景品については、景品の価値が商品価格の10%まで、懸賞（抽選やクイズなど）により、当たった人がもらえる景品については、商品価格の20倍まで、最大でも10万円までとなっています。

なお、商店街の懸賞など、複数の事業者が共同して景品を提供する場合には上限30万円、取引に付随せずに広く応募させるものについては上限が1000万円まで許されます。

こういう方法の景品であれば、不当に顧客を誘引する危険性が低くなるからでしょう。

「新・農業人フェア '04」に参加しませんか？

先日、FAXにてみなさまにお知らせしておりますとおり、農業法人合同会社説明会「新・農業人フェア '04」が今年度も開催されます。

参加ご希望の方は、「参加申込書」にご記入の上、全国農業会議所までFAXでお申し込みください。
今回の募集は下記の日程のフェアです。

- ☆5月22日（土）11:00~16:00
（大阪会場・梅田スカイビル）
（申し込み締切は4/28）
- ☆6月5日（土）11:00~16:00
（東京会場・池袋サンシャインシティ）
（申し込み締切は5/7）

経営のパートナーや従業員を採用予定の方、ぜひこの機会をご利用されてみてはいかがでしょうか。

※詳細等についてのお問い合わせは下記まで
全国農業会議所・新規就農相談センター
（電話：03-5251-3908 FAX：03-3507-3081）

法人協会会員が国の農政に意見

現在、基本計画の見直し議論を進めている農水省の「食料・農業・農村政策審議会企画部会」の4月21日の会合で、石川県・（株）ぶった農産の佛田利弘代表、島根県・（有）ファーム木精の加瀬部一倫代表の2名が意見を述べることとなりました。農業法人の農政見直しに対する意見を存分に伝えていただきたいと思います。

ご質問をお寄せください！
会員の皆さまの日頃のお悩みや疑問に、税務・労務・マーケティングなど専門家の先生が経営塾の紙面上でお答えします（秘密は厳守します）。
FAX・メールでのご質問お待ちしております。

「アグリビジネス経営塾」194号
2004年4月15日発行

発行：
社団法人 日本農業法人協会
東京都港区虎ノ門1-25-5
虎ノ門34MTビル
〒105-0001
H.A.G.
1981 AGRICULTURE GROUP
Tel：03-5156-0365 Fax：03-5156-0366
E-mail：hojin@nca.or.jp
HP：http://www.hojin.or.jp/