

レポート	1
法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律等の成立に関する会長談話／シンポジウム「ステルスマーケティング規制を考える」／不当景品類及び不当表示防止法の更なる改正等を求める意見書	
事件情報	4
FX取引及び商品先物取引について説明義務違反を認めた判決	
案内	4

レポート

法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律等の成立に関する会長談話

1 2022年12月10日の臨時国会で、消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律（以下「改正法」といいます。）及び法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（以下「新法」といいます。）が成立したことを受け、日弁連は、12月14日付けで標記会長談話を公表しました。

2 会長談話では、まず、改正法及び新法により、これまで勧誘に関して特段の取決めがなかった寄附及び寄附を集める団体について、一定の規制が設けられたことを率直に評価する旨を表明しました。他方、これらの制定は、靈感商法等による被害救済及び防止の端緒に過ぎず、未だ数々の課題が残されていることも表明しています。例えば、①改正法及び新法で制定された新たな規定では、取消しができる消費者契約や寄附行為の規制が限定的であり、問題となりうる様々な悪質な手法を防ぐことができない可能性があること、②寄附の勧誘を行うに当たって「個人の自由な意思を抑圧し、その勧誘を受ける個人が寄附をするか否かについて適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないよう」に十分に配慮しなければならぬとの規定が置かれたことが、配慮義務では不十分であるとの指摘がなされていること、③子や配偶者の婚姻費用・養育費等を保全するために定められた債権者代位権の行

使に関する特例は、要件が厳しく取消範囲が限定的であるだけでなく、未成年である被扶養者による行使が困難な現状がある等の点です。

その上で、今回の改正法及び新法がこうした課題を残すこととなったのは、靈感商法等による被害に特徴的ないわゆる「マインドコントロール」という概念を用いて規制することの是非、更には被害者がこうした状態であることを、誰がどのように認定等するかについて、十分な議論をする時間がなかったことを一つの理由として指摘しています。

そして、以上の課題を克服するためには、配慮義務規定が前提とする所定の状況などの具体例について、継続的に事例を収集して様々な観点から調査・分析を早急に行い、実務に活かしていくこと、憲法で保障された人権である自己決定権、宗教活動の自由を保障する一方で、靈感商法等による被害救済及び防止の観点から本人の行為能力や自由を何らかの形で制限せざるを得ないのであれば、相応の適正手続を定めなければならないなど、改正法及び新法の見直しに向けた実情の分析にとどまらず、既存の枠組みを乗り越えていく議論も不可欠であることが表明されています。

さらに、改正法及び新法は、主に寄附行為の取消しを通じた経済的被害の救済に焦点が当てられている

ものの、宗教活動を契機とした家族の問題、心の悩み、とりわけ宗教二世を含む子どもが抱える問題等の解決は置き去りにされたままであることを踏まえ、専門家によるカウンセリング等の精神的支援、児童虐待や生活困窮問題の解決に向けた支援等の体制の構築が重要であること、成人した宗教二世についても、心の悩みや社会参画の困難性を抱えていることがあるため、同様の支援と共に就労の支援等の体制を構築していくことを求めています。

日弁連は、これらの課題を解決していくために、引き続き関係機関及び関係団体等との連携を緊密に図り、相談体制の整備を含めた様々な支援を行うとともに、2年後見直しを含め、実効的な被害の救済及び防止に向けた提言と活動を行っていくことを表明しています。

3 靈感商法等による被害救済及び防止に必要とされる施策は、法改正や新法の制定にとどまらず、専門機関の立ち上げ・実効性ある相談体制の構築・未成年を中心とした早期の教育啓発活動など極めて多岐にわたっております。靈感商法等の被害の救済・防止に関するWG（本誌209号参照）では、メンバーの総力を挙げてこうした課題に対し、組織的かつ機動的に取り組んでいく所存です。

靈感商法等の被害の救済・防止に関するWG 座長 釜井英法（東京）

シンポジウム「ステルスマーケティング規制を考える」

1 ステルスマーケティング（以下「ステマ」といいます。）とは、消費者に広告であることを隠して行われる宣伝手法のことをいいますが、消費者庁が2022年9月に設置したステルスマーケティングに関する検討会（以下「ステマ検討会」といいます。）を経て、景品表示法第5条第3号の改正によって、内閣総理大臣の告示に追加されることが検討されています。この問題については、日弁連では、2017年2月16日付けで「ステルスマーケティングの規制に関する意見書」を公表しました。このような状況から、ステマ規制について理解を深めるため、2023年2月3日に標記シンポジウムをオンラインにて開催しました。当日は310名程の参加がありました。

2 はじめに、消費者庁表示対策課長である南雅晴氏から「ステルスマーケティングに関する検討会報告書」の概要報告がありました。ステマのような企業名が表に立たない広告・宣伝が消費者の購買意欲に与える影響は大きく、また、不正レビューの問題なども生じていることから、ステマは規制の必要があるところ、現行の景品表示法では広告の表示主体を偽ること、誤認させることの規制が抜け落ちていることが確認されました。そして、ステマ検討会ではステマ規制の必要性が改めて確認され、その規制の内容として景品表示法第5条第3号告示を追加する予定であること、今後の執行手続や未然防止の取組、周知・普及・啓発活動が重要になること等が上記報告書でまとめられたとのことでした。

3 次に、「諸外国のステルスマーケティング規制の現状」として、京都大学大学院法学研究科のカリスコシアントニオス准教授から報告がありました。

EUでは、不公正取引方法指令によって、不公正な取引方法を広く禁止する大きな一般条項が置かれ、代表的な類型として誤認惹起的取引方法と攻撃的取引方法を禁止し、さ

らにいかなる場合にも不公正となる取引方法（いわゆるブラックリスト）によってステマ規制が具体化されているとの説明がありました。このブラックリストでは、例えば、販売促進において、事業者が販売促進のために代金を支払ったにもかかわらず、コンテンツ中で消費者が明確に見分けることができる映像・音声で明確にしないことなどが規制されている等の紹介がありました。

米国でも、判例法が中心ではあるものの、連邦取引委員会法において、「不公正または欺瞞的な行為または慣行は違法である」と定められており、同法の運用方針や行政解釈によって、欺瞞もしくは欺瞞的とされる行為類型にステマのような行為が該当し、違法とされているとのことでした。

日本法との比較として、ステマだけでなく不公正な取引方法に対する規制の一般的な枠組みが日本では不足していることの指摘もなされました。

4 そして、「消費生活相談から考えるステルスマーケティング」として、全国消費生活相談員協会の福永さつき氏から、被害の実例報告がありました。まず、前提として、電子的広告が現在の広告に起因する相談の多くを占めている中で、消費者がステマを意識しないことで多くの被害に遭っていること、契約のきっかけとなった広告・表示が再現できず、相談・助

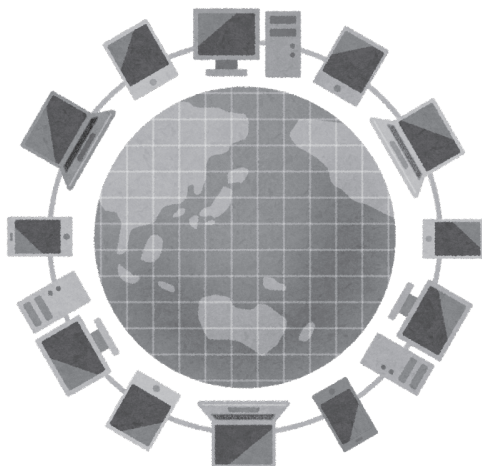
言に困難があることなどの実情が報告されました。そして、例えば詐欺的定期購入、美容クリニックや脱毛エステといった、SNS等におけるインフルエンサーなどによる宣伝・広告が原因となった消費者被害の実例が複数紹介されました。

5 続いて、壇俊光幹事（大阪）から、「ステルスマーケティング規制の実務的問題点」として、上述した各報告に関連した横断的な報告がありました。ステマ検討会案どおりの規制がなされるとしても、自己の供給する商品または役務の取引に限定されること、不実証広告の規制の対象外であること、課徴金なども課されないこと、適格消費者団体の差止めの対象ともならないことなど、実効性の部分が不十分であり、将来的にはステマを規制する立法が必要であること等の指摘がなされました。

6 最後に、今回の基調報告者によるパネルディスカッションが行われました。コーディネーターは板倉陽一郎委員（第二東京）が務めました。この中では、現状でステマの問題性を消費者自身が十分に理解しておらず、改正となった段階での啓発が必要になること、広告の保存に関して、例えばEUには事業者側に立証する義務があることで実質的に広告の保存がなされていることが参考になるなど、活発な意見交換がなされました。

7 本シンポジウムの締め言葉として、当委員会の大迫恵美子委員長（東京）から、ステマは消費者の意思決定が侵害されるという重大な問題だと認識できたといった趣旨の挨拶がありました。ステマの実情、改正後の法執行、ステマや不公正取引の規制等について、大変考えさせられるシンポジウムでした。

電子商取引・通信ネットワーク部会
男澤 拓（仙台）



不当景品類及び不当表示防止法の更なる改正等を求める意見書

日弁連では、2022年12月15日付けで標記意見書を取りまとめました。消費者庁が設置した「景品表示法検討会」（以下「検討会」といいます。）が作成する報告書及びこれに続く法改正が適切なものとなるよう公表したものです。

1 景表法への自主報告制度の拡張又は確約手続類似制度の導入

現行法に存する自主報告制度（同法9条）や、自主返金制度（同法10条）は、現実に活用されていないことから、意見書では、日弁連が既に公表している事業者の自主報告制度の拡張の導入を提案しました。

また、検討会では、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独禁法」といいます。）上の確約手続（同法48条の2から48条の9）に類似する制度（以下「確約類似制度」といいます。）の導入が熱心に議論されました。ここで確約手続とは、独禁法違反の疑いがある事業者の事業活動について、公正取引委員会と事業者が合意して同法上の問題を自主的に解決する手続です。

確約類似制度を導入した場合の制度設計として、①確約手続の透明性の確保、②確約計画の中核は消費者の被害回復であるべきこと、③確約手続を利用できる事案を制限すること（不当性が強い事案は利用できない）等を提案しました。

確約類似制度は、行政庁の行政処分よりも①迅速に不当表示が是正され、消費者の被害が未然に防止しうること、②事業者の自主的な行動が期待できる反面、計画の内容次第では行政処分よりも執行力が弱まること、同種事案における将来の法執行の参考としづらい、という懸念を是正するための提案です。

2 不当表示規制（景表法5条）の対象範囲の拡張

①現行法上、優良誤認表示（同法5条1号）・有利誤認表示（同法5条2号）の文言の中に読み込んで適用されている「打消し表示」の懈怠又は不足

という形態の不当表示につき「打消し表示」類型としての明文規定を設けるべき、②いわゆる「ダークパターン」（消費者がインターネットサイトを通じて取引を行うに際し、気付かない間に誤解や錯覚に陥らされ、不利・不合理な判断・意思決定に誘導されてしまうような事業者サイトの悪質なWebデザイン）やSDGs・消費者市民社会等の公益的観点からの消費者の選択行動の基礎となる商品情報（例えば、人や社会、地球環境、地域に配慮した資源・環境・人権・公正・平和・両性平等に係るエシカル消費の推進に資する情報）に関する不当表示につき、新たな類型の指定告示事項として取り込むことが可能かどうかを検討すべき、と提案しました。

①は、打消し表示類型による不当表示の事前抑止のために、打消し表示に関する規制を法律事項として格上げすることが必要であるという観点から、②は、いずれも、個々の表示・広告に関し、商品・役務の内容それ自体に関して虚偽がないものの、前者は取引サイトの表現や仕組みによって消費者の誤認・誤解を誘発しやすい構造（認知バイアスの利用）になっている点、後者は商品・役務の公益的背景に関する虚偽情報を提供して消費者の判断を誤らせている点で、現行景表法の不当表示規制（商品等の品質・性能等と、価格を始めとする契約条件について虚偽があるか否かを問題とする）では限界がある、という観点からの提案です。

3 適格消費者団体・特定適格消費者団体による不当表示の是正

意見書では、①景表法に違反する事案に関して行政庁が有する情報について、その性質等に応じて、適格消費者団体や特定適格消費者団体に提供する制度の創設、②行政庁が、事業者に対して景表法上の行政処分及び対象消費者への返金措置等命令を発した事案に関して行政庁が保有する情報について、特定適格消費者団体

への提供を法制度上可能とすべき（消費者裁判手続特例法91条1項の改正）、③適格消費者団体の差止訴訟につき、優良誤認表示に関する立証手段の拡充の観点から、i) 適格消費者団体が求めた場合に、事業者が合理的な根拠を示す資料を提出する義務を定めるべきである（ただし、適格消費者団体が差止請求権を行使できない場合（消費者契約法12条の2第1項）には、資料の提供を求めることができない。）、ii) 適格消費者団体が表示の根拠となる客観的資料の提出を求め、事業者から合理的な資料の提出がなければ、不当表示とみなす制度を新設すべき、iii) 景表法等の制度として、事業者が適格消費者団体に提出した合理的な根拠を示す資料につき、適格消費者団体の要請に基づき必要な分析等を行う制度を設けるべきこと等を提案しています。

①は、景表法に基づく行政処分と同法による差止請求権の行使により、行政庁と適格消費者団体相互の協働関係・相互補完関係による不当表示の是正が期待され、行政庁の執行力の限界を適格消費者団体による差止請求権で補完するために有用な制度として、②は、消費者裁判手続特例法上、既に行政庁が特定商取引法や預託等取引に関する法律に基づく行政処分をなす際に作成した資料等の提供が一定の要件の下で認められており、景表法に基づく処分に拡張しても特段の支障は生じないこと、③は、適格消費者団体が、立証上の制約から「優良誤認」を原因とする差止請求をなしていないという現状を変更する、という観点からの提案です。

消費者契約法部会

井田雅貴（大分県）

東京

FX取引及び商品先物取引について説明義務違反を認めた判決（東京高裁令和4年9月15日判決（確定））

1 事案の概要

本件は、豊トラスティ証券（旧商号 豊商事、以下「被告会社」といいます。）との間で、原告個人（40代男性、会社代表者）が取引所FX取引（くりっく365）を行い、同人が代表を務める原告会社が取引所FX取引及び商品先物取引を行なった件について、原告個人は約569万円、原告会社は約3131万円の損害を受けたとして、被告会社従業員らによる不法行為（説明義務違反等）に基づき、損害の賠償を求めた事案です（原審東京地裁令和3年3月23日）。

2 本判決の要旨

本判決は、次のとおり判示して、取引開始後の説明義務違反を認めました（双方控訴棄却、原審維持）。

(1) FX取引について（過失相殺6割）

「金融商品取引法38条9号、金商業等府令117条1項35号、商品先物取引法214条8号は、金融商品取引及び商品先物取引について、取引業者が顧客に対して両建を勧誘することを禁止しているところ、これは、これらの取引においては、顧客の相場予想が当たっても当たらなくても、取引業者は取引ごとに手数料収入を得ることができるという取引の利益構造や、顧客にとっての取引の危険性に照らして取引業者が顧客の利益を軽視して手数料収入を得ようとすることを防止する趣旨であると解される。この趣旨からしても、一審被告としては、信義則に基づき、当初の取引開始前における説明義務を負うことに加え、契約上の取引が開始された後においても、原告個人に対して、両建の

仕組み、リスク等を十分に説明すべき義務を負う」、「取引が開始された後に原告個人が両建て取引を含む頻繁な取引を行うに際し、その取引について十分な説明をしたことを認めるに足りない。」

(2) 商品先物取引について（過失相殺3割）

「新規委託者保護義務期間を含め、ほぼ常時両建てがされるなど、いわゆる特定売買が相当の頻度で繰り返されているが、・・・上記両建ての多用等に合理性は見だし難いこと等を踏まえると、全体的に合理性を欠く取引であった」、「商品先物取引においても、・・・忠実に投資助言業務を行うべき義務を負っていたこと等は、・・・外国為替証拠金取引と異なるところはないというべきであり・・・個々の取引に際しても説明義務を負う」、「合理性を欠く取引を行うに際して、・・・十分な説明をしなかった注意義務違反があり、これにより一審原告会社に売買益金を大きく上回る多額の手数料を発生させた。」

3 本判決の意義等

本判決は、両建の勧誘が禁止されている趣旨に基づき、取引開始後の各取引の場面においても、両建の仕組みやリスク等を十分に説明すべき義務を負うこと等を明確にしており、商品先物取引については、東京高判平成31年3月28日（判タイ1483号111頁）が同旨を述べていますが、本判決は取引所FX取引にも該当することを明らかにした点に意義があります。

太田賢志（東京）

案内 消費者メーリングリスト(CAM)のご案内

CAMは消費者問題に関する情報交換を行っているメーリングリストです。詳細については、日弁連会員専用サイト>事件処理>民事・家事>消費者問題関係>消費者問題メーリングリスト(CAM)のページをご覧ください。

- ①登録は、氏名・会員登録番号・登録するメールアドレスを記載し、shohisha@nichibenren.or.jp宛てにメールで申し込んでください。
- ②加入後の投稿先アドレスはcam@nichibenren.jpです。

投稿の要領等は、上記CAMのページに掲載の運営要領とマナー集をご確認ください。登録資格に制限はありませんので、個別事件の関係者（相手方事業者の代理人等）が登録されている可能性も念頭においてご利用ください。

- ③アドレス変更や退会申出は、メーリングリスト上ではなく、shohisha@nichibenren.or.jpにお送りください。

消費者問題対策委員会ニュース・出版部会

案内 第32回夏期消費者セミナー報告書HP掲載のご案内

2022年7月16日、「若年者を取り巻く消費者被害～儲け話にご用心～」と題して開催されました第32回日本弁護士連合会夏期消費者セミナーの報告書が完成しました。石戸谷豊会員（神奈川県）、道尻豊会員（札幌）、上原伸幸会員（埼玉）、国民生活センター職員を迎え、若年

者が被害に遭いやすいマルチ商法を中心とした被害実態や被害救済のための法的整理、法整備についても深めた内容になっています。日弁連サイト>私たちの活動>人権擁護活動>消費者問題（消費者問題対策委員会）>報告書に掲載されていますので、是非ご覧ください。

編集後記

本ニュースの4面に、昨年（2022年）7月に開催した第32回夏期消費者セミナーの報告書が日弁連のHPに掲載されていることのご案内をしています。30年以上にわたって、毎年欠かさず開催されてきた夏期消費者セミナーですが、2020年は開催できませんでした。新型コロナウイルスによる感染被害が広がった最初の年です。今、当時のことを振

り返してみると、制約が強かった日々のことを不思議な光景をみるような思いで、思い出します。私は、その「制約」の最も罪深かったものは、人との交流の制限ではなかったかと思っています。弁護士の仕事や社会活動もリモートが中心となり、会話は画面越し、会議が終われば余韻を感じる間もなく、パチッと画面は切れてしまいます。そんな日常が3年

間続き、失われたものの大きさを感じます。日弁連の消費者問題委員会も1回の全体会議にひとつの部会が順にリアル出席をしていく方式を試みるようです。これからは、意識的に、失ったものを取り戻す努力をしていくことが求められるのではないのでしょうか。

末吉宜子（東京）