



弁護士法人デイライト法律事務所は、労務、ビジネス関連のニュースや当事務所の近況などを、ニュースレターとして不定期にお送りさせていただいております。四季折々のお手紙としてご理解いただき、当事務所の近況やご挨拶のほか、企業法務に携わる方に少しでもお役に立てる情報となれば幸いです。

今月の内容

- スシロー問題にみる、おとり広告の危険性
- 侮辱罪の厳罰化について

●スシロー問題にみる、おとり広告の危険性

1. 「おとり広告」とは

2022年6月、大手回転寿司チェーン店を運営する株式会社あきんどスシローが、宣伝していた期間限定商品を実際に販売しなかったことが「おとり広告」に該当するとして、消費者庁より景品表示法に基づく措置命令を受けました。

具体的には、昨年にCM等で広告がなされていた、ウニやカニなどの高級食材を使った商品につき、実際には全国にある600を超える店舗のうち、実に9割以上の店舗において販売がなされない日があり、中にはキャンペーン期間初日にも販売すらなされていない店舗があったとのことでした。

こうした「おとり広告」は、消費者に対し魅力的なサービスを提供することを謳うことで、消費者に対し優れたサービスが受けられると誤認させる一方で、実際には目当てのサービスを提供せず、代わりに別のサービスを提供して利益を上げることができるようになり、消費者が適切にサービスを選択することを困難にさせてしまいます。



そのため、景品表示法第5条において、消費者に誤認される不当な表示を行うことは禁止されています。

実際にはサービスを受けられないにもかかわらず、サービスを受けられるかのような表示である「おとり広告」は、同条第3号の「商品・サービスの取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示」の中の一つと考えられています。

2. どのような広告が「おとり広告」にあたる？

「おとり広告」にあたるものとしては、下記のようなものが挙げられます。

(1) 取引の申出に係る商品・サービスについて、取引を行うための準備がなされていない場合のその商品・サービスについての表示

例えば、広告やビラなどで特定の商品を「特売品」と謳っておきながら、実際には当該商品の仕入れ自体を行なっておらず、販売のための準備をしていない場合がこれに該当します。

(2) 取引の申出に係る商品・サービスの供給量が著しく限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその商品・サービスについての表示

この場合の「供給量が著しく限定されている」とは、広告されている商品等の販売数量が予想購買数量の半数にも満たない場合を指します。

弁護士法人デイライト法律事務所

福岡オフィス	福岡市博多区博多駅前 2-1-1 福岡朝日ビル 7F
北九州オフィス	北九州市小倉北区浅野 2-12-21 SSビル 7・8F
グループ事務所	DAYLIGHT LAW FIRM, LLLC
	HAWAII OFFICE: 1750 Kalakaua Ave #403, Honolulu, HI 96826



この記事についてのお問い合わせは杉原までお気軽にどうぞ。



なお、予想購買量については、当該店舗において、従来、同様の広告、ビラなどにより同一の商品や類似の商品について実際に購入された数量や、広告されている商品の内容、購入のための条件などを考慮して算出されることとなります。

また、販売個数が著しく限定されている場合は、「限定〇個」など、実際の販売数量を、商品名などを特定した上で当該広告やビラなどに記載しておかなければなりません。

こうした記載が漏れてしまうと、供給量の限定の内容が「明瞭に記載されていない」場合に該当してしまいます。

ただ単に「数量限定」と記載するのみでは不十分であり、具体的な数量を記載することが必要となります。

(3) 取引の申出に係る商品・サービスの供給期間、供給の相手方又は顧客一人当たりの供給量が限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその商品・サービスについての表示

供給期間、供給の相手方又は顧客一人当たりの供給量の限定については、実際の販売日、販売時間等の販売期間、販売の相手方又は顧客一人当たりの販売数量が当該広告、ビラ等に明瞭に記載されていなければなりません。

単にこれらについて限定されている旨のみが記載されているだけでは、限定の内容が明瞭に記載されているとはいえないとされています。

(4) 取引の申出に係る商品・サービスについて、合理的理由がないのに取引の成立を妨げる行為が行われる場合その他実際には取引する意思がない場合のその商品・サービスについての表示

例えば、目玉商品について広告しておきながら、商品について説明を求められたのにこれを拒んだり、商品の難点を強調したりして、消費者が購入を避けるように仕向けるような行為をしてしまうと、最終的に商品を販売したとしても「おとり広告」に該当すると判断される可能性があるということです。

3.「おとり広告」を行ってしまった場合はどうなる？

消費者庁の調査の結果、「おとり広告」に該当することが判明した場合は、今回のスシローの件と同様に、消費者庁から措置命令が出されるなどの措置が取られることとなります。

措置命令とは、消費者庁が事業者に対し、不当表示により一般消費者に与えた誤認の排除、再発防止策の実施などを通じ、今後二度と同様の行為を行わないよう命令することです。

こうした措置命令が出されてしまうと、誤認の排除のため新たに広告を打ち直さなければならなくなることも想定されますし、再発防止策の策定やその実施にもコストがかかることが想定されます。

また、措置命令がなされたという事実は、消費者庁により公表されることとなります。

おとり広告を行っていたという事実が公表されてしまうと、一般消費者に対し、「自分たちを騙していたのではないか」という印象を与えてしまう可能性が高いといえます。

これは、企業イメージのダウンにも直結し、売上減少などのさらなる損失を招きかねませんので、消費者庁による公表はできる限り回避したいところでしょう。



4.まとめ

企業にとっても個人事業主にとっても、自身のサービスを世に知らしめ、利益を上げていく上で、広告は非常に重要なツールであることは明らかです。

ですが、目先の利益に捉われてしまい、不適切な広告を行うことで、社会的な信用は失墜し、長期的には大きな損害を生じさせてしまう可能性もあります。

事業者の皆様におかれましては、一般消費者とのトラブルを避け、円滑な経営を守るためにも、適切な広告を行うようお気をつけいただければと思います。



●侮辱罪の厳罰化について

1.懲役刑・罰金刑の追加

令和4年6月、刑法231条に定められた「侮辱罪」の法定刑が改正されました。

侮辱罪の厳罰化が急がれた背景には、インターネット上で誹謗中傷を受けた女子プロレスラーの木村花氏がお亡くなりになった件が社会に与えた影響があるように感じられます。

従来の侮辱罪の法定刑は、30日未満の間、刑事施設に収容される「拘留」又は1万円以下の「科料」のいずれかとなっていました。

木村氏の件においては、上記の法改正がなされる前だったこともあり、正式な裁判を経ることなく裁判所が書面上で判決を出す、略式裁判という簡略化された手続が採られました。

これにより、加害者に対して科料9000円という判決が出ていますが、こうした刑が軽すぎるとの議論が巻き起こり、これに応える形で法定刑が改正されることとなりました。

具体的には、今後は拘留・科料といった刑罰に加え、1年以下の懲役又は30万円以下の罰金が科される可能性が生じることとなります。

これに伴い、公訴時効も1年から3年に伸びることとなったため、従来に比べて犯人の特定にかけられる時間的な猶予も長くなったといえるでしょう。

その分、捜査機関が今後は侮辱罪の疑いがある書き込み等につき、本腰を入れて捜査に着手するケースも増えることが想定されます。

そのため、侮辱罪に該当する言動を行なった者の所在などが、捜査機関による捜査や裁判所を介した発信者情報開示請求等により明らかになる可能性も上がることになると考えられます。

	改正前	改正後
法定刑	拘留又は科料	1年以下の懲役又は30万円以下の罰金、拘留又は科料
公訴時効	1年	3年

今回の法定刑の改正により、今後は同種の事案においてさらなる厳罰をもって処分されることが想定されます。

2.刑の重さを決定する際の判断材料

侮辱罪を行った者に対し、どの程度の刑を科すかを決めるに際しては、誹謗中傷にあたるメッセージの内容だけでなく、誹謗中傷を行った回数や期間、さらには誹謗中傷により、被害者にどのような影響が生じたかなど、様々な事情が考慮されることとなります。

たった一度、たった一言の誹謗中傷であっても、被害に遭った方の人生が大きく狂ってしまった場合、その程度によっては刑罰が重くなる可能性も否定はできません。

他方で、被害に遭われた方の処罰感情などもまた、刑の重さを判断する上で重要な事情になります。

侮辱罪は「親告罪」といって、被害者からの告訴がない限り処罰をすることはできません(刑法232条1項)。

そのため、一度告訴をされてしまったとしても、検察官が処分を決定するまでの間に示談を成立させ、被害者に告訴取り下げにつき同意してもらうことができれば、前科がつくことを回避できる可能性があります。

示談につきまして、詳しくはこちらをご覧ください。

<https://www.daylight-law.jp/criminal/plan/jidan/>



3.侮辱罪の成立要件

侮辱罪は、「公然と」人を侮辱した場合に成立します。

侮辱罪が制定された当時は、他人が見ている前で面と向かって「公然と」侮辱をした場合に、同罪が成立するのが一般的であると解されてきました。



ですが、現在はインターネット・SNS等の普及により、個人がそれぞれの意見を容易に発信できるとともに、不特定多数の人間がそれを閲覧できる状況になっており、制定当時とは侮辱罪の前提となる状況が相当程度変容してきているといえます。

面と向かって侮蔑的な言葉をかけられるのと、顔も名前もわからない不特定多数の人間から侮辱を受けるのでは、精神的なダメージが全く異なると考えられます。

その意味では、今回の改正は相当期間にわたり手直しがなされないままにいた侮辱罪を、時代に合わせてアップデートしたという意味で、刑罰の重さや表現の自由との抵触など様々な議論が生じてはいるものの、総じていえば必要な改正であったものといえるでしょう。

4.前科がつく可能性

軽い気持ちで行った投稿によって前科がついてしまうと、自身の経歴に傷がつくことにもつながりかねません。

特に、今回追加された懲役刑や罰金刑が選択された場合、一部の資格が制限される可能性があり、場合によっては職を失ってしまう可能性もあります。

事案にもよりますが、誹謗中傷にあたる書き込みを行った場合において、直ちに逮捕・勾留がなされ、警察署に何日も留め置かれてしまう可能性は、現段階ではさほど高くはないでしょう。

ですが、だからといって軽い気持ちで捜査機関からの呼び出しに漫然と対応しているだけでは、検察官が処分を決定してしまい、気がつく前科がつくことが確定してしまっていたという可能性もあります。

軽い気持ちで誹謗中傷にあたる書き込みを行ってしまった場合において、前科をつけたくないとお考えなのであれば、早期に刑事弁護に精通する弁護士に依頼の上、早期に示談交渉を行い、被害に遭われた方との間で示談を成立させることが有益です。

前科につきまして、詳しくはこちらをご覧ください。

前科とは | 前歴との違いやどんな不利益があるかを弁護士が解説

<https://www.daylight-law.jp/criminal/plan/zenkawotsukenai/>

また、SNS等での侮辱罪をはじめとするネット上のトラブルにつきまして、詳しくはこちらをご覧ください。

ネット上のトラブルについて

<https://www.daylight-law.jp/criminal/sei/line/>

5.まとめ

残念ながら、インターネットにおいて匿名での投稿を容易になしうる現状において、誹謗中傷を完全に無くすることは難しいと言わざるを得ません。

だからこそ、自身の言動がどのような結果を招く可能性があるのか、一歩立ち止まって考えるよう気をつけなければなりません。

誹謗中傷にあたる言動を行ってしまった方や、被害に遭われて精神的苦痛を受け、損害賠償の請求を検討されている方など、お困りの際はぜひ弊所の刑事事件部に所属する弁護士にご相談ください。

※転記フリー※

このニュースレターは転記フリーです。

役に立つと思ったら、転記していただいて結構です。

今回の記事に関するお問い合わせはこちらまで
弁護士 杉原 拓海 電話番号: 092-409-1068
e-mail: info@daylight-law.jp

デイライト法律事務所には、各分野に強い弁護士が複数在籍しております。
お困りのことがありましたらぜひご相談ください。



企業法務 / 労働問題



離婚・男女問題



相続 / 事業承継



交通事故 / 人身障害



刑事 / 企業犯罪



破産再生