



## 第 19 号

伊吹 健人  
KCCN 事務局  
弁護士

### 「クロレラチラシ配布差止等請求事件第一審判決の報告」

KCCNが、原告として、景品表示法10条1号に基づき、クロレラ等を原材料とする健康食品を販売する会社である被告に対し、クロレラで「肺気腫の症状が改善した」等の記載がされたチラシの配布差止め等を求めた事件について、平成27年1月21日、京都地方裁判所が、KCCNの請求を全面的に認容する判決を言い渡しました。

本件において、被告は、①商品表示該当性（チラシが被告の商品の内容についての広告といえるのかどうか）及び②優良誤認表示該当性（景品表示法が禁止する、行き過ぎた誇大広告といえるのかどうか）を争いましたが、裁判所は、各争点について以下のように判断して、被告の主張を退けました。

まず、①商品表示該当性については、本件チラシに被告の会社名も商品名も記載されていないことから問題となりましたが、判決は、チラシの発行主体とされている研究会に資料請求すると被告から商品のカタログや注文書が届くこと、チラシの配布費用はすべて被告が負担していること、被告の従業員が研究会の会員となっていること等から、これを肯定しました。

次に、②優良誤認表示該当性については、「医薬品としての承認がされていない商品について、医薬品的な効果効能が表示されている場合、当該表示は、一般消費者に対し、当該商品があたかも国により厳格に審査され承認を受けて製造販売されている医薬品であるとの誤認を引き起こすおそれがあるから、優良誤認表示にあたりと認めるのが相当である」とした上で、本件チラシは、その記載内容等からして、被告の商品が医薬品であるとの誤認を引き起こすおそれがあるとし、これを肯定しました。

本判決の注目すべき点の第一点は、全国で初めて景品表示法に基づく差止請求を認めた点です。判決は、そもそも景品表示法が商品広告についてルールを定めているのは、一般消費者が正しい情報に基づいて商品を選ぶことができることを守るためであるから、チラシに記載された効果効能があろうがなかろうが、一般消費者にとって医薬品と誤解させるのなら、誤った情報をもとに商品を選ばせることになるから、景品表示法が禁止する優良誤認表示にあたりと判断しました。健康食品広告において、一般消費者に誤解を与えるような広告を目にする現状に対して警鐘を鳴らしたものと評価できます。

本判決の注目すべき点の二点目は、消費者団体訴訟制度の意義が存分に発揮された点です。本件チラシを巡っては、従来、消費者庁や厚生労働省、国会で検討がされていましたが、被告の会社名も商品名も記載されていないこと等から、これまで国が何らかの措置を執ることに踏み切れずにいました。そのような状況の中、適格消費者団体が裁判所に対してチラシの配布を止めさせるよう求め、実際に裁判所がチラシの配布を止めるように命じたのです。さらには、本判決が、周知広告の配布（チラシが景品表示法に違反するものであったと記載した広告の配布）を命じた点も、消費者の利益保護の観点から大きな意義があるといえます。

本件については、被告が控訴したため、今後控訴審でいかなる判断がなされるか、注目されます。

(2015年7月)