



弁護士に学ぶ!

成長のための企業法務

アンビシャス総合法律事務所 弁護士 奥山 倫行

第55回 リスクマネジメント（実態と異なるやらせの書き込み）

Question

当社は小売業を営んでいます。インターネットショップの商品購入ページや、口コミ専門サイトで悪い書き込みをされてしまい、評価が下がっています。インターネット上の書き込みを代行するという業者から、サクラを使って良い書き込みを増やせるといった内容のダイレクトメールが届いたのですが、利用しても問題ないでしょうか。

Answer

サクラを使ったやらせの書き込みは、内容次第では景品表示法に違反し、重たい責任が生じる可能性があるため、安易な利用は控えた方が賢明です。

1.実態と異なるやらせの書き込み

商品やサービスを選択する際に、インターネット上の口コミを参考にする人が増え、この傾向はますます強まっています。商品やサービスを提供する事業者が、自ら又は第三者に依頼して、実態と異なる書き込みをした場合には、景品表示法等に違反し、重たい責任を負う場合があります。

2.景品表示法の規定内容

景品表示法の正式名称は「不当景品類及び不当表示防止法」といい、「景表法」と省略されて使用される場合もあります。景品表示法は、消費者を保護するための法律です。やらせの書き込みは、内容次第では、以下の「優良誤認表示」「有利誤認表示」等に該当する可能性があります。

(1)優良誤認表示

景品表示法5条一号は、事業者が、自己の供給する商品又は役務の取引について、「商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる」表示を行うことを禁止しています。

例えば、商品やサービスの品質、規格その他の内容について、実態に反して口コミサイトに好意的なレビューを多数掲載させて点数等の評価を大きく変動させたり、裏付け根拠がないのにも関わらず他社の商品やサービス内容との比較レビューを掲載したりすると優良誤認表示に該当する場合があります。

(2)有利誤認表示

景品表示法5条二号は、事業者が、自己の供給する商品又は役務の取引について、「商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは

役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる」表示を行うことを禁止しています。

例えば、商品やサービスの価格その他の取引条件について、通常価格での提供にも関わらず「今だけの特別価格」といった表示をしたり、十分な調査や統計がないにも関わらず「地域で一番安い」「他社より圧倒的に最安値」と表示したりすると有利誤認表示に該当する場合があります。

(3)消費者に誤認されるおそれがある表示

優良誤認表示、有利誤認表示に該当しなくても「商品又は役務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表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある」表示も不当表示になります（景品表示法5条三号）。

消費者庁が公表しているガイドライン（平成23年10月28日付「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」5頁）でも、景品表示法上の不当表示になる例として「商品・サービスを提供する店舗を経営する事業者が、口コミ投稿の代行を行う事業者
に依頼し、自己の供給する商品・サービスに関するサイトの口コミ情報コーナーに口コミを多数書き込ませ、口コミサイト上の評価自体を変動させて、もともと口コミサイト上で当該商品・サービスに対する好意的な評価はさほど多くなかったにもかかわらず、提供する商品・サービスの品質その他の内容について、あたかも一般消費者の多数から好意的評価を受けているかのように表示させること」を紹介しています。

3.実態と異なるやらせの書き込みから生じる責任

実態と異なるやらせの書き込みをした場合、以下の責任が生じます。

(1)民事上の責任

実態と異なるやらせの書き込みを信じて商品やサービスを利用した消費者から損害賠償請求を受ける可能性があります。また、ショッピングサイトに出店している場合や口コミサイトに掲載した場合には、サイトの利用規約に基づいて、今後の出店ができなくなったり、アカウントを停止されたりすることがあります。

(2)行政上の責任

景品表示法に違反する不当表示をした事業者には、措置命令（景品表示法7条）が出される可能性があります。また、優良誤認表示や有利誤認表示に該当する表示を行った場合には、課徴金納付命令（景品表示法8条）が出される場合もあります。課徴金の金額は、不当表示を行った期間に得た売上額の3%になっています。商品やサービスの供給量が多い場合や、不当表示を行った期間が長い場合には課徴金の金額が高額になることがあります。

(3)刑事上の責任

措置命令に違反すると「二年以下の懲役又は三百万円以下の罰金」が科されます（景品表示法36条1項）。また、消費者を騙した場合には、詐欺罪（刑法246条）に該当する場合があります。さらに、他の事業者を貶める内容の口コミによって、他の事業者の信用を毀損し、又は営業を妨害すると、信用毀損罪（刑法233条前段）、業務妨害罪（刑法233条後段）に該当する場合があります。

(4)社会的な責任

企業が自ら又は第三者を利用して実態と異なる書き込みを行い、その事実がインターネット上で拡散されたり、メディアで報道されたりすると、企業の社会的な信用が低下します。そうすると、業績の悪化や採用活動にも影響が生じ、将来に亘っても大きなダメージを負うことになります。

《 著者略歴 》

札幌市出身。札幌南高校、慶應義塾大学卒業。同大学大学院在学中に司法試験に合格し、2002年から国内大手渉外事務所のTMI総合法律事務所にて勤務。同事務所で企業法務、事業再生、M&A、知的財産関連業務等に従事した後、2007年にアンビシャス総合法律事務所を設立し、現在に至る。著書に「創業者・経営者のための30分で分かる出口戦略-事業承継・MBO・IPO・M&Aの備え方」（プレジデント社）「成功する！M&Aのゴールデンルール」（民事法研究会）「弁護士に学ぶ！契約書作成のゴールデンルール」（民事法研究会）ほか多数。