



平成28年2月25日判決言渡 同日原本交付 裁判所書記官

平成27年(ネ)第503号 クロレチラシ配布差止等請求控訴事件(原審・京
都地方裁判所平成26年(ワ)第116号)

口頭弁論終結日 平成27年12月25日

判 決

京都市下京区烏丸通五条下る大坂町369番地

控 訴 人	サン・クロレラ販売株式会社
同代表者代表取締役	大 矢 清 人
同訴訟代理人弁護士	和 田 敦 史
同	藤 居 弘 之
同	廣 瀬 主 嘉
同	青 木 龍 一
同	園 尾 隆 司
同	藤 本 欣 伸
同	矢 嶋 雅 子
同	中 原 千 繪
同	田 中 伸 拓
同	奥 田 健 太 郎
同	廣 田 雄 一 郎

京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番地

被 控 訴 人	特定非営利活動法人
	京都消費者契約ネットワーク
同 代 表 者 理 事	高 鷲 英 弘
同訴訟代理人弁護士	長 野 浩 三
同	大 高 友 一
同	大 瀨 巖 生



同	西	谷	拓	哉
同	中	島	俊	明
同	志	部	淳	之介
同	伊	吹	健	人
同訴訟復代理人弁護士	森	貞	涼	介

主 文

- 1 原判決を取り消す。
- 2 被控訴人の請求をいずれも棄却する。
- 3 訴訟費用は、第1、2審を通じて被控訴人の負担とする。

事 実 及 び 理 由

第1 控訴の趣旨

主文同旨

第2 事案の概要等（略称は、特記しない限り、原判決の用法による。）

1 事案の概要

本件は、適格消費者団体である被控訴人が、健康食品の小売販売等を目的とする控訴人に対し、日本クロレラ療法研究会（クロレラ研究会）が作成したとの体裁で、原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載の表示内容を含む新聞折込みのチラシ（研究会チラシ）を配布することが平成26年法第218号による改正前の不当景品類及び不当表示防止法（景表法）10条1項1号の表示（優良誤認表示）及び消費者契約法4条1項1号の告知（不実告知）に該当するとして、景表法10条1項1号（改正後は30条1項1号）又は消費者契約法12条1項及び2項に基づき、控訴人が自ら又は第三者をして新聞折込みチラシに原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載の内容の表示をすることの差止めを求めるとともに、当該表示の「停止若しくは予防に必要な措置」として、原判決別紙2に記載の広告を原判決別紙3に記載の条件で1回配布することを求めた事案である。

原判決は、被控訴人の請求を全て認容したことから、これを不服とする控訴人が本件控訴を提起した。

2 当事者の主張（請求原因及び請求原因に対する認否）は、3及び4のとおり当審における控訴人及び被控訴人の主張を付加するほかは、原判決「事実」の「第2 当事者の主張」に記載のとおりであるから、これを引用する。ただし、原判決4頁22行目、6頁1行目、3行目及び21行目の「10条」の次にいずれも「1項」を加える。

3 当審における控訴人の主張

(1) 景表法10条1項1号に基づく請求について

ア 研究会チラシの配布主体

研究会チラシを配布したのはクロレラ研究会であって、控訴人ではない。

研究会チラシを見た消費者がクロレラ研究会に資料請求をした場合、クロレラ研究会は、クロレラ一般について記載した資料を送付するのみである。上記資料請求が電話によって行われた場合、クロレラ研究会は、控訴人商品の他、他社のクロレラ商品を併せて紹介している。クロレラ研究会は、問い合わせに応じて控訴人商品を推奨することもあるが、それを聞いた消費者が自ら控訴人に電話して資料請求を行うというシステムを採用している。

クロレラ研究会と控訴人とは明確に区別された別組織であるが、現時点では、この点は、さらに徹底されている。

イ 景表法10条1項1号の表示の有無

景表法10条1項1号にいう表示に該当するか否かは、表示内容全体から消費者が受ける印象・認識を基準とすべきであるが、表示行為に伴わない表示内容以外の事情を考慮に入れるべきではない。

研究会チラシには、「クロレラ」という一般的食品名・原材料名及び「細胞壁粉碎」という一般的に他社でも使用されているクロレラの精製方

法が記載されているのみであって、控訴人商品名の記載は一切存しないから、研究会チラシの記載から、消費者が控訴人商品名を認識することはない。同様に、「ウコギ」という原材料名の記載から、消費者が控訴人商品名である「サン・ウコギ」を認識することもない。研究会チラシに記載されている体験談にも、控訴人商品名は一切記載されていない。したがって、研究会チラシは、控訴人商品に対する客観的な顧客誘因効果を有するものではなく、景表法10条1項1号にいう表示には該当しない。

また、クロレラ研究会は、消費者からの照会に対し、控訴人商品のほかに、他社の商品も併せて紹介しているから、研究会チラシを見た消費者が必然的に控訴人商品の購入を勧誘される仕組みも存在しない。

ウ 「優良誤認」表示の有無

(ア) クロレラは、日本の健康食品の草分け的存在として数十年の長きにわたり愛用されてきたものであり、消費者に健康食品として広く認知されているから、消費者がクロレラを原材料とする控訴人商品を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誤認するおそれはない。研究会チラシには、クロレラについて「医薬品ではありません。」と明記されており、控訴人商品には、健康食品認定マークが付されているのであって、販売方法からしても、控訴人商品を医薬品と誤認する余地はない。

(イ) 健康食品としては、研究会チラシに記載されたクロレラ（C. G. F.）及びウコギ（イソフラキシジン）の効能効果は、いずれも専門家らの見解又は学术论文により客観的に実証されている。研究会チラシの表現に誇張・誇大という点があっても、社会一般に許容される限度を超えるものではなく、優良誤認表示には該当しない。

エ 周知広告として相当な範囲

優良誤認表示の停止又は予防に必要な措置としての周知広告は、適格消

費者団体による迅速な不当表示の排除を図り、被害の拡大を防ぐことを狙いとするものであるから、その態様・程度は、その趣旨達成に合理的に必要なものに限られるべきである。原判決別紙3に記載の方法は、債務名義として実現不可能であり、かつ、上記の必要な限度を超えている。

オ 差止めの必要性

控訴人は、原審で審理対象とされた研究会チラシの配布を行っておらず、今後も配布する予定はない。また、原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載された表現が含まれる他のチラシについても、現在配布されておらず、今後配布する予定もない。

控訴人は、現時点では、大きなフォントで明確に「クロレラは医薬品ではありません。」と記載するなどしたチラシしか配布していない。控訴人は、監督官庁のみならず、原審の裁判所の判断・指摘を遵守する姿勢があり、違法行為を行うおそれがないことは明らかである。

控訴人が本件訴訟において研究会チラシの違法性を争っていることは、控訴人が今後同様のチラシを配布するおそれが存在することを意味するものではない。

よって、景表法10条1項1号の行為を「現に行い又は行うおそれがあるとき」に該当せず、当該行為差止めの必要性はない。

(2) 消費者契約法12条1項及び2項に基づく請求について

ア 消費者契約法12条1項及び2項の勧誘の有無

消費者契約法12条1項及び2項にいう「勧誘」とは、消費者の契約締結の意思の形成に影響を与える程度の勧め方をいい、特定の者に向けた勧誘方法は「勧誘」に含まれるが、不特定多数向けのもの等、客観的にみて特定の消費者に働きかけ、個別の契約締結の意思の形成に直接に影響を与えているとは考えられない場合は、「勧誘」には含まれない。

よって、チラシ配布行為は勧誘には該当しない。



研究会チラシの表示から最終的に控訴人商品が販売されるという一連の経過を全体的にとらえて勧誘行為と解することは、勧誘行為の概念があまりに広くなりすぎてしまい、相当ではない。

イ 不実告知の有無

研究会チラシには、控訴人商品名は表示されていないため、研究会チラシを読んだ消費者が、控訴人商品を認識し、かつ誤認することはない。

研究会チラシには、クロレラが医薬品でないことが明記されており、研究会チラシを読んだ消費者がクロレラを健康食品と認識することはあっても、医薬品と誤認することはない。研究会チラシは、控訴人とは独立した組織であるクロレラ研究会が配布したもので、控訴人が配布したとはいえない。「クロレラ」と「ウコギ」の一般的効能については、多数の実験結果等により客観的に立証されているものであり、事実と異なることは告げられていない。

以上のとおり不実告知はない。

ウ 差止めの必要性

(1)オのとおりに

4 当審における被控訴人の主張

(1) 景表法10条1項1号に基づく請求について

ア 研究会チラシの配布主体

研究会チラシを見てクロレラ研究会に資料請求をした消費者に対しては、同研究会の資料のほか、控訴人の商品パンフレットも送付されるから、消費者は資料請求先及びその送り主、ひいては研究会チラシの配布主体が控訴人であると認識することになる。

控訴人の現在の取扱いは、本件訴訟で問題となったため、アリバイ的に行っているにすぎず、かえって、クロレラ研究会が控訴人の組織の一部門であることを表している。



イ 景表法10条1項1号の表示の有無

表示該当性の判断に当たっては、単に記載内容だけではなく、表示から商品購入に至る具体的な事情を総合的に考慮すべきである。景表法による不当表示に対する規制は、商品を購入させるための不当な誘導を社会から排除し、消費者の適正な商品又は役務の選択を確保することを目的とするのであるから、研究会チラシに控訴人商品名が記載されていなくとも、研究会チラシを見た消費者が必然的に控訴人商品の購入を勧誘される仕組みとなっている以上、表示に該当する。

ウ 「優良誤認」表示の有無

(ア) 研究会チラシは、消費者が控訴人商品につき、通常人の理解において、医薬品と同等の効果があると誤認させるおそれがあるものであるから、優良誤認表示に該当する。控訴人商品が医薬品でないとの記載がされているとしても、消費者は、研究会チラシの効用説明部分と体験談部分を読むことにより、チラシ全体として控訴人商品に医薬品的効能があると誤認するおそれがある。

(イ) 研究会チラシは、実際には控訴人による控訴人商品の広告であるのに、消費者に、クロレラ研究会というクロレラの啓蒙普及を行う全国団体が控訴人商品を推奨していると誤認させるおそれがあるという点でも、優良誤認表示に該当する。

(ウ) 控訴人は、クロレラやウコギに関する文献を提出するが、いずれも研究会チラシに記載された具体的な効能効果を裏付けるには不十分である。

エ 周知広告として相当な範囲

控訴人は、研究会チラシを日刊新聞の朝刊折込み広告として配布し、その折込み数は朝刊発行部数の約71%に相当するから、原判決別紙3に記載の方法が相当な範囲を超えるとはいえない。

オ 差止めの必要性

控訴人は、本件訴訟において研究会チラシの違法性を争っているのであるから、現時点で研究会チラシを配布していないとしても、今後原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載された優良誤認表示を行う可能性は十分にあり、差止めの必要性がある。

(2) 消費者契約法12条1項及び2項に基づく請求について

ア 消費者契約法12条1項及び2項の勧誘の有無

消費者契約法12条1項及び2項の「勧誘」は、事業者が用いる手段が広く含まれると解すべきであり、不特定多数を対象とする広告であっても、「勧誘」に該当すると解される。また、研究会チラシの配布、資料送付、控訴人商品の販売という一連の経過を全体としてみれば、消費者契約法12条1項及び2項の勧誘といえる。

イ 不実告知の有無

研究会チラシは、消費者に対して、薬事法上の承認を受けていない控訴人商品について薬事法上承認を受けた医薬品であると認識させるものである。実際には控訴人が配布主体であるにもかかわらず、消費者に対して、クロレラ研究会という啓蒙団体が控訴人商品を推奨していると認識させるものであり、さらに、実際には控訴人商品に医薬品的効能効果がないにもかかわらず、消費者に対して、控訴人商品に医薬品的効能効果があると認識させるものである。

これらの点で、研究会チラシは、消費者契約の目的となる物品の質について事実と異なることを告げるものであり、不実告知に該当する。

ウ 差止めの必要性

(1)オのとおり

第3 当裁判所の判断

- 1 当裁判所は、被控訴人の請求はいずれも理由がないものと判断する。その理由は以下のとおりである。



2(1) 本件において認定できる事実は、(2)のほかは、原判決「理由」の「第1認定事実」の1から5までに記載のとおりであるから、これを引用する。ただし、原判決7頁22行目の「甲第2」から23行目の「20号証」までを「証拠(甲2, 3, 7, 12から15まで, 18, 19)」に改める。

(2) 証拠(甲8から11まで(枝番を含む。), 20, 乙80, 81, 120, 121)及び弁論の全趣旨によれば、クロレラ研究会について次の事実を認めることができる。

ア クロレラ研究会は、法人格を有しない団体である。

クロレラ研究会の設立時期は不明であるが、平成27年7月頃、日本クロレラ療法研究会会則が定められ、以後、これによって運営されている。

イ 平成26年6月2日時点では、控訴人の従業員は全てクロレラ研究会の会員となっていたが、平成27年7月23日時点では、誰も会員になっておらず、同年11月27日時点では、控訴人とは資本関係にない会社等30名程度が会員となっている。

ウ クロレラ研究会の京都事務所(京都本部)は、従前は控訴人の本社ビル内に置かれていた(使用料無償)が、平成27年7月13日に他の場所に移転し、その事務所賃料はクロレラ研究会が支払っている。クロレラ研究会は、事務所の光熱費、電話料金、人件費、サーバー管理費用等を負担している。

クロレラ研究会には、京都以外37の事務所(支部)があった(そのうち、富山支部は控訴人の事務所内にあった。)が、平成27年7月23日時点では、京都以外の全ての事務所が廃止された。

エ クロレラ研究会は、平成26年6月2日時点では、人件費の発生する職員はいなかったが、平成27年7月23日時点では、クロレラ研究会の職員は、専らクロレラ研究会の業務に従事しており、控訴人の業務には従事していない。



オ 平成26年6月2日時点では、研究会チラシ作成配布費用を初めとするクロレラ研究会によるクロレラ等の広報活動に要する費用、クロレラ研究会が使用する電話料金は、全て控訴人が負担していた。

クロレラ研究会は、団体としての会計管理や税務申告を行っていなかった。

カ 平成23年2月頃には、クロレラ研究会のウェブサイトからクロレラ研究会に資料請求すると、クロレラ研究会から、同研究会が作成した資料が送付されてくるほか、控訴人から、控訴人商品のカタログや注文書が送られてきた。

平成27年7月時点では、クロレラ研究会は、消費者からの照会に対して、控訴人商品のみならず、クロレラ工業株式会社、株式会社ファンケル、小林製薬株式会社等、他社のクロレラ商品も併せて紹介するようにしている。

キ クロレラ研究会は、同研究会に対する問い合わせを通じて収集された個人情報控訴人を含めた外部の第三者に流出することがないように、平成27年7月頃、「日本クロレラ療法研究会個人情報保護規程」を制定した。業務において使用するコンピュータサーバーについて、控訴人を含めた第三者の職員からアクセスすることができないように設計されている。

ク 平成27年1月以来、クロレラ研究会は、チラシの配布を一切行っていない。

クロレラ研究会が以前に使用していたチラシは廃棄した。

3 景表法10条1項1号に基づく請求について

- (1) 景表法10条1項1号は、適格消費者団体は、事業者が、不特定かつ多数の一般消費者に対して、商品又は役務の性質、規格その他の内容について、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著しく優良であると誤認される表示を現

に行い、又は行うおそれがあるときは、当該事業者に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為が上記表示をしたものである旨の周知その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができる旨を定めている。

- (2) ところで、控訴人は、研究会チラシの配布主体について争っているが、弁論の全趣旨（被控訴人から、何らの指摘もないこと）によれば、遅くとも平成27年1月22日以来、控訴人もクロレラ研究会も、原審で審理対象とされた研究会チラシ（原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載された表現が含まれるもの）の配布を一切行っていないことが認められる。また、同様に、平成23年2月21日から同年10月4日までに配布されたことのある、原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載された表現を含むチラシ（甲25の1から11まで）についても、現時点では配布されていないことが認められる。

2(2)で認定した平成26年6月2日以前のクロレラ研究会の実態、すなわち、京都本部は控訴人の本社ビル内にあり、他の支部も控訴人の事務所内にあるものがあったこと、チラシ作成配布費用を含め広報活動に要する費用も電話料金も控訴人が負担し、独自の職員はおらず、控訴人の従業員が事務に携わっていたと考えられること、（すべての場合にそうであるとまではいえないとしても、）クロレラ研究会に資料請求しただけで控訴人商品のカタログ等が送られてくる仕組みもあったこと、これらの事実に加え、チラシの配布を行わなくなってからクロレラ研究会の支部は廃止され京都本部のみとなったこと、控訴人が、現時点では、控訴人名のチラシを配布していること（乙81）を総合すれば、少なくとも平成26年6月2日以前の研究会チラシの配布主体は控訴人であったと認めるのが相当である。

上記のとおり、その控訴人が、現時点では、原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載された表現を含むチラシを配布していないのであるから、被控訴人の主張を前提にしても優良誤認表示を現に行っていると認めることはできな



い。

- (3) 控訴人は、原審で審理対象とされた研究会チラシを今後も配布する予定がない旨主張し（平成27年7月17日付け控訴人第1準備書面第4の2）、平成23年2月21日から同年10月4日までに配布されたことのある(2)掲記のチラシについても同様に陳述する（平成27年12月11日当審第3回弁論準備手続期日）。

平成27年6月29日以降、控訴人が控訴人名義で配布しているチラシには、「サン・クロレラA」という商品名が大きく記載され、目立つ文字で「クロレラは医薬品ではありません」と記載されている上、被控訴人が差止対象とした原判決別紙1の2(1)から(4)までの表示は一切されておらず、クロレラの栄養素、「サン・クロレラA」のこだわりとして、精製方法、使用しているクロレラの種等が記載され、体験談としても、健康習慣や生活習慣が記載されているのみであり、ウコギ（イソフラキシジン）の記載は全くない（乙82）。

特定の疾病の治療、予防又はその効能、効果が特定の製品について宣伝されると薬事法に抵触する問題があるが、特定の製品についてではなく、一般的なある成分についての宣伝であれば直ちに薬事法上問題があるということには若干困難があるとするのでは、薬事法上の規制が十分働いていないのではないかということは、既に昭和62年7月の衆議院社会労働委員会の質疑に取り上げられている（甲22）。そして、健康食品の摂取により特定の疾病が快復したとの記載（原判決別紙1の2(4)に記載の表示）は、効能効果があるとの表示があるからといって、消費者に、当該商品を医薬品と誤認させるものとはいえないが、医薬品と同等の効能効果があるとの広告と解されるのであれば、まず、薬事法上の規制が考えられるものである。

そうすると、控訴人が現在控訴人名義で配布しているチラシについて、再度、特定の疾病が快復したとの記載をしたり、薬効があるなどの原判決別紙



1の2(1)及び(3)に記載された内容を表示することは、チラシを一新した控訴人に行動に照らし、客観的にみても考えられないというべきである。

したがって、現段階では、控訴人が被控訴人が主張するところの優良誤認表示を行うおそれがあるとは認められない。

被控訴人は、控訴人が本件訴訟において研究会チラシが優良誤認表示に該当することについて争っていることからすれば、現在でも、控訴人が優良誤認表示を行う可能性が十分であると主張する。しかし、控訴人が、原審で審理対象となった研究会チラシの配布を一切行わないことを明言しているのみならず、被控訴人が差止めを求めた原判決別紙1の2(1)から(4)までの表示が一切含まれない控訴人名義のチラシを新たに作成し、配布していることからすれば、優良誤認表示に該当するか否の法律解釈について本件訴訟で争う態度を示していることを考慮しても、控訴人が優良誤認表示を行うおそれがあるとまでは認められない。

- (4) よって、景表法10条1項1号に基づく差止めの必要性があるとはいえないから、その余の点について判断するまでもなく、控訴人に対し、景表法10条1項1号に基づき、新聞折込チラシに原判決別紙1の2(1)から(4)までに記載の内容の表示をすることの差止めを求め、また、原判決別紙2に記載の広告を原判決別紙3に記載の条件で配布することを求める被控訴人の請求は、いずれも理由がない。

4 消費者契約法12条1項及び2項に基づく請求

- (1) 消費者契約法12条1項は、適格消費者団体は、事業者等が、消費者契約の締結について勧誘をするに際し、不特定かつ多数の消費者に対して、同法4条1項から3項までに規定する行為（同条1項1号の不実告知を含む。）を現に行い、又は行うおそれがあるときは、その事業者等に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為に供した物の廃棄若しくは除去その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求する

ことができる旨を定め、同法12条2項は、適格消費者団体は、受託者等、事業者の代理人又は受託者等の代理人が、消費者契約の締結について勧誘をするに際し、1項と同様の行為を現に行い、又は行うおそれがあるときは、当該受託者等に委任した事業者等に対し、是正の指示又は教唆の停止その他の当該行為の停止又は予防に必要な措置をとることを請求することができる旨を定めている。

消費者契約法が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとすること等を目的とする（同法1条参照）法律であること、すなわち、消費者について一定の状況下で契約が締結され、又は承諾の意思表示がされた場合にその契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しを認めることを目的とする法律であることに照らせば、規制の対象となる同法12条1項及び2項にいう「勧誘」には、事業者が不特定多数の消費者に向けて広く行う働きかけは含まれず、個別の消費者の契約締結の意思の形成に影響を与える程度の働きかけを指すものと解される。そうすると、特定の者に向けた勧誘方法であれば規制すべき勧誘に含まれるが、不特定多数向けのもの等、客観的に見て特定の消費者に働きかけ、個別の契約締結の意思の形成に直接影響を与えているとは考えられないものについては、勧誘に含まれないと解するのが相当である。

これを、研究会チラシについてみると、研究会チラシの配布は、新聞を購読する一般消費者に向けたチラシの配布であり、特定の消費者に働きかけたものではなく、個別の消費者の契約締結の意思の形成に直接影響を与える程度の働きかけとはいうことができない。したがって、上記各項が規制する勧誘に当たるとは認められない。

(2) 被控訴人は、控訴人によるチラシの配布、控訴人から消費者への資料送付、

控訴人から消費者への控訴人商品の販売という一連の予定された経過を全体としてみれば、消費者は商品購入を誘引されるから、研究会チラシの配布が「勧誘」に当たると主張する。

しかし、研究会チラシの配布主体が控訴人であるとしても、研究会チラシは新聞に折り込まれて配布されるものであるから、不特定多数の新聞購読者に向けた発信にすぎず、この時点で特定の者に向けた勧誘を行ったということは困難である。研究会チラシを見てクロレラ研究会に問い合わせを行う者は不特定多数の新聞購読者の一部であるところ、これらの者については、クロレラ研究会に対する問い合わせをきっかけとして、その後控訴人から商品購入の勧誘を受けたのであれば、その時点で上記各項の勧誘を受けたことになるというべきである。研究会チラシの配布を行った時点で控訴人が特定の消費者に対する勧誘行為を行ったとみることはできない。

- (3) よって、研究会チラシの配布行為は、消費者契約法12条1項及び2項が規制対象とする勧誘行為に該当するとはいえないから、同各項に基づく被控訴人の請求は、その余の点について判断するまでもなく、理由がない。

5 結論

以上によれば、被控訴人の請求はいずれも理由がなく、これらを棄却すべきであるから、これと異なる原判決を取り消すこととして、主文のとおり判決する。

大阪高等裁判所第3民事部

裁判長裁判官

江 口 と し 子



裁判官 新 谷 祐 子

裁判官久保田浩史は転補のため署名押印することができない。

裁判長裁判官 江 口 と し 子

これは正本である。

平成28年2月25日

大阪高等裁判所第3民事部

裁判所書記官 細井 孝文



