
AMT/NEWSLETTER

Crisis Management

2025 年 4 月

景品表示法の確約手続

－被害回復措置を中心とした第一号事案の分析－

弁護士 木川 和広

Contents

- I. はじめに
- II. 事案の概要
- III. 認定された確約計画の要旨
- IV. 被害回復措置の具体的内容
- V. 被害回復措置に関する分析
- VI. 第一号事案に関するその他の雑感

I. はじめに

消費者庁は、2025 年 2 月 26 日、「かたぎり塾」の名称でパーソナルジムを運営する caname 株式会社が提出した確約計画を認定し、同日、その概要を公表した。

確約手続とは、事業者が景品表示法違反の疑いがある行為を自主的に是正する計画(確約計画)を策定し、消費者庁の認定を受けることで、正式な違反認定と行政処分(措置命令及び課徴金納付命令)を回避できる制度である。景品表示法における確約手続は、2024 年 10 月 1 日に施行されており、今回の事案が制度導入後の第一号事案となった。

(制度の概要に関する解説はこちら)

➡ [令和 5 年改正景品表示法の要点－確約手続の導入を中心に－](#)

II. 事案の概要

caname 株式会社は、2020 年 9 月 1 日から 2024 年 7 月 31 日までの間、かたぎり塾のウェブサイト上で「さらに今なら 7/31 まで限定!」「入会金 30,000 円 OFF!」「無料体験の当日にご入塾した方限定で通常 50,000 円>20,000 円(税込 22,000 円)」などと表示し、特定の期間内に入会すれば入会金が値引きされると宣伝していた。

しかし、実際には、表示された期限後も同様の値引きを提供しており、これが景品表示法 5 条 2 号に違反

する(有利誤認表示に該当する)疑いがあるとされた。
(消費者庁のプレスリリースはこちら)

➡ [caname 株式会社から申請があった確約計画の認定について](#)

III. 認定された確約計画の要旨

消費者庁が公表した確約計画の主な内容は、以下のとおりである。

項 目	内 容
① 再発防止策の決定	同様の行為を行わない旨を取締役会で決議すること。
② 周知徹底	行為の内容について一般消費者に周知徹底すること。
③ 再発防止措置の実施	再発防止のための各種措置を講じること。
④ 被害回復措置	該当期間中にかたぎり塾に入会した一般消費者に対し、支払われた入会金の一部を返金すること。
⑤ 履行状況の報告	上記措置の履行状況を消費者庁に報告すること。

このうち、①～③及び⑤は、措置命令にも一般的に含まれる項目であり、確約計画に特有のものは、④の被害回復措置(返金措置)である。

消費者庁のプレスリリースには、被害回復措置の具体的な内容が記載されていないが、caname 株式会社のプレスリリースに、ある程度具体的な内容が記載されているので、次に解説する。
(caname 株式会社のプレスリリースはこちら)

➡ [かたぎり塾からのお知らせ](#)

IV. 被害回復措置の具体的内容

caname 株式会社のプレスリリースでは、同社の表示によって影響を受けた一般消費者の被害回復を図るため、以下の措置を講じるとされている。

1. 電子ギフト券の送付

2020年9月1日から2024年7月31日までの間にかたぎり塾に入会した全ての顧客に対し、お詫びとして電子ギフト券を送付する。

2. 入会金差額の返金

同期間中にかたぎり塾に入会し、割引が適用されず、正規の入会金(55,000円(税込))を支払った顧客に対し、割引後の入会金との差額を返金する。

3. 申込方法

顧客の登録メールアドレスに申込方法を案内するメールを送信し、2025年9月30日までに申込みをした顧客に対して、上記1及び2の措置を実施する。

V. 被害回復措置に関する分析

1. 電子ギフト券について

2024 年 10 月 1 日施行の改正景品表示法では、課徴金制度における返金方法として、第三者型前払式支払手段(電子マネーやギフト券など)の利用が認められるようになった(同法 10 条 1 項)。これは、本来的には、課徴金納付命令に関する弁明の機会の付与の通知を受けた事業者が、課徴金を減額するために返金措置を実施する場合の規定であるが、今回の事案で、確約手続にも活用できることが明確になった。

今後は、確約手続における同様の運用が進むと予想される。

2. 返金額について

景品表示法においては、課徴金の額は、課徴金対象行為(優良誤認表示・有利誤認表示)にかかる商品・サービスの売上の 3%と規定されている(同法 8 条 1 項)。そして、課徴金減額のための返金措置計画においては、売上の 3%以上の返金措置を盛り込むこととされている(同法 10 条 1 項)。逆にいえば、売上の 3%だけ返金すれば良いということである。

まず、今回の事案においては、一定の期間に入会した全ての顧客に対して電子ギフト券を送付するとされているが、この電子ギフト券の金額は公表されていない。したがって、電子ギフト券の金額が売上の何%なのか、何をもって売上としているのか(値引きされていない入会金か、値引きされた入会金か、その後の月会費も含む売上か)は明らかになっていない。今後の先例とする観点からは、電子ギフト券の金額やその金額を設定した根拠についても公表することが望ましいところである。

また、値引きが適用されずに正規の入会金 55,000 円(税込)を支払った顧客には値引き後の入会金との差額を返金するとされている。値引き後の入会金が 22,000 円(税込)なのであれば、そう明記すればよいと思うが、値引き後の金額(言い換えれば返金額)を明記しない理由は不明である。これは、かなり手厚い返金措置にも見えるが、そもそも値引きが適用されずに入会した顧客が少なかった可能性もある。この点でも、今後の先例とする観点からは、返金額や対象者の人数を公表することが望ましいところである。

3. 申込方法について

今回の事案では、顧客に対して被害回復措置に関する案内メールを送付し、一定期間内に申込みをした顧客にのみ被害回復措置を実施することとしている。これは、従前の返金措置計画でも認められていた方法であり、確約手続においても利用可能であることが確認できたという点で、今後の実務にとって重要な示唆が得られたといえる。

筆者の経験上、返金措置の案内メールへの返信率は決して高くなく、実際の返金額は予想よりも低くなる傾向にある。その理由としては、メールを詐欺と誤解されて開封されない、あるいは、開封してもリンクをクリックされないといったことが考えられる。そうした問題を解消するために、例えば、「消費者庁が認定した返金措置」と記載しても、かえって怪しい雰囲気が出てしまう可能性もあるため、メールでの案内はなかなか難しいところがある。

VI. 第一号事案に関するその他の雑感

今回の事案は、確約手続第一号事案であるにもかかわらず、思いのほか大きく報道されなかった。その点では、企業のレピュテーションリスクのコントロール手段として、一定の効果があつたと評価できそうである。

また、今回の事案は、期間限定割引キャンペーンの繰り返しという典型的な有利誤認表示の疑いがある事案であり、事業者側としても違反の疑いは否定しがたい状況だったと考えられる。一方、今後、違反の有無が微妙な事案においても確約手続の利用が進むのか、特に、商品やサービスの品質・性能に関する優良誤認表示においても確約手続が利用されるかについては、引き続き注目していきたい。

以上

-
- 本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供であり、具体的な法的アドバイスではありません。お問い合わせ等ございましたら、下記弁護士までご遠慮なくご連絡下さいますよう、お願いいたします。
 - 本ニュースレターの執筆者は、以下のとおりです。
弁護士 木川 和広 (kazuhiro.kikawa@amt-law.com)
 - ニュースレターの配信停止をご希望の場合には、お手数ですが、[お問い合わせ](#)にてお手続き下さいますようお願いいたします。
 - ニュースレターのバックナンバーは、[こちら](#)にてご覧いただけます。