

2014年（平成26年）12月25日

医療法人社団翔友会代理人
弁護士 伊藤 芳朗 先生

適格消費者団体・特定非営利活動法人
消費者機構日本
理事長 芳賀 唯
(担当：磯辺・武田)



平成26年11月20日付「連絡書」に対する当機構の考え方及び再問合せ

拝復

貴法人からの平成26年11月20日付「連絡書」（以下「連絡書」といいます。）に対し、当機構は、下記のとおり見解をお示しするとともに、再度お問い合わせをいたします。

下記「第2」から「第7」につきましては、2015年（平成27年）1月31日までに書面にて当機構までお答えください。

敬具

記

第1 優良誤認表示について

1 景品表示法上の優良誤認表示の性格と判断基準

- (1) 「不当景品類および不当表示防止法」（以下「景表法」といいます。）の規制する不当表示とは、事業者による表示・広告による商品・役務等の内容または取引条件に関する情報について、虚偽誇大な内容、あるいは誤解を招くような内容を表示し、その自主的合理的判断の機会を奪うことです（景表法4条1項）。
- (2) そのうち、優良誤認表示（景表法4条1項1号）は、その要件として、①商品または役務の内容に係る表示であること、②実際のものよりも著しく優良であると示すこと、または③事実に相違して当該事業者と同種もしくは類似の商品も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こと、が要件とされ、そのような不当表示は、消費者の自主的合理的判断を阻害すると考えられることから、そのような一般的危険性に基づいて、消費者庁は措置命令、当機構のよ

うな適格消費者団体は、差止請求の権限を認められています。

- (3) そして、ここに言う「実際のものよりも著しく優良」あるいは「他の事業者に係るものよりも著しく優良」の意味ですが、これは「表示内容と実際のもものが科学的に等価であるとか、いずれが優良であるとも判断できない場合であっても、一般消費者にとって実際のものよりも著しく優良であると認識される表示が行われれば不当表示となる。」、「一般消費者の誤認を招く表示であるか否かという観点から判断される」とされています（消費者庁表示対策課長片桐一幸編著「景品表示法」第三版62～67頁等）。即ち、表示内容そのものから見て、一般消費者の優良性に関する誤認を招く可能性があるとして評価されるのであれば、不当表示となる可能性があります。
- (4) また、優良誤認表示に該当するかの評価対象となる表示・広告の対象範囲については、「著しく優良であると示す表示か否かの判断に当たっては、表示上の特定の文章、図表、写真等から一般消費者が受ける印象・認識ではなく、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識が基準となる。」（不当景品類及び不当表示防止法第4条第2項の運用指針）とされています。即ち、個々の断片的な記述文言や表現だけを取り出して問題とするのではなく、当該表示・広告の内容全体を見て、消費者の誤解を招いて不当な誘引となるか否かから判断されます。

2 当機構の判断と対応について

- (1) 以上のとおりの「表示内容を全体として見て、一般消費者の観点から誤認を生じさせる可能性があるか否か」との判断基準に照らし、当機構は、平成26年10月8日付「申入れ及び問合せ」（以下「申入れ」と謂う。）の「申入れ事項」として特定した「フェザーリフト」、「ロイヤルリフト」、「フェイスアップ」の3点に関する貴法人の表示内容は、優良誤認表示に該当する可能性が高いと判断しました。
- (2) 当機構は、申入れにおいて御説明したとおり、消費者契約法13条に基づき認定を受けた適格消費者団体として、このように不特定多数の消費者被害を発生させる可能性のある不当表示と評価される表示・広告については、速やかに不当表示を抑止することにより消費者被害の拡大を抑止することを任務としています。本件について、当機構のホームページ上にいち早く情報掲載を行ったのは、貴法人の設営する医院において施術を受ける受診者は、全国に及ぶため、不当表示による将来的な被害を速やかに予防することを目的としており、殊更に貴法人の名誉毀損等を企図するものではありません。
- (3) また、貴法人において、当機構を納得させるに足る客観的な根拠資料

と説明を提供して頂き（前記のとおり広告表示を行っている専門医療機関である貴法人にとって、当然そのような根拠資料をお持ちのはずであり、その開示は容易なことであるはずです。）、その確認が取れば、ホームページ掲載削除を検討することも吝かではございませんが、現在のところ、貴法人からの御回答は、当機構を納得させるに足るものではありませんので、そのような対応の必要を認めません。

- (4) 以上のとおりの次第ですので、貴法人の御理解を賜りたく、お願いを申し上げます。

第2 二重価格表示について

連絡書によれば、「制度を変更する方向で検討いたします。決定次第、ご連絡いたします。」とのことですが、概ねいつ頃を目途に変更されるお積りなのか、変更予定時期についてお答えください。

第3 退去妨害について

連絡書によれば、「退去妨害行為はこれまでに一切行ったことはありません。」とのことですが、ここにいう「退去妨害行為」とは、以下に記す行為を念頭にお答えいただいたものでしょうか。それとも異なる行為を念頭にお答えいただいたものでしょうか。確認のため、下記に記す評価基準を念頭に再調査の上でお答えください。

消費者庁企画課による「逐条解説 消費者契約法（第2版。136～137頁）に拠れば、消費者契約法4条3項2号の「当該消費者が退去する旨の意思を示した」とは、「帰ります」、「ここから出してください」と告知した場合に限らず、例えば、「時間がありませんので」、「これから別の場所に用事がある」、「要らない」、「結構です」、「お断りします」、あるいは身振りで「契約を締結しない」という動作を示す等、間接的に告知した場合も含まれるとされます。

また、「退去させないこと」とは、「物理的な方法であるか心理的な方法であるかを問わず、消費者の一定の場所からの脱出を不可能もしくは著しく困難にする行為をいう。拘束時間の長短を問わない。」とされています。

更に、過去の裁判例に拠れば、例えば名古屋簡判平成17・9・6（日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『コンメンタール消費者契約法〔第2版〕』（商事法務、2010年）712頁）は、4条2項3号の「退去する旨の意思を示した」とは、消費者契約法の目的からは、「時間がない、用事がある、要らない」等の間接的に退去の意思を示す場合が含まれ、「その場所から当該消費者を退去させないこと」とは、退去の意思の表示があったのに、当該消費者を当該場所から退出させるのを困難にさせた場合を広く意味し、当該消費者にとって心理的に

でも退去させない状況になっていれば足りるとしてあります。

東京簡判平成15・5・14（消費者法ニュース60号（2004年）213頁）等も、販売店の担当者が「退去させない」旨告げたわけではないが、担当者の一連の言動はその意思を十分推測させるものであり、販売店の不適切な勧誘行為に困惑し、自分の意に反して契約を締結するに至ったものであるとして、4条3項2号に該当するとの判断を示しています。

第4 症例数について

連絡書によれば、「客観的データというものがどういうものを想定されているか不明ですが、診療録などの院内資料があります。」とのことですが、貴法人が自ら貴法人のホームページ上に掲載されている数字の根拠となった資料は何か、ということをお問い合わせの趣旨ですので、その根拠となった資料をご提供ください。

第5 安心保障制度について

貴法人のホームページの表記によれば、「再施術が必要と医師が診断した場合」、「客観的に見て効果が全く認められないなど、当院医師の診察により再治療が可能と判断した場合」、連絡書によれば、「患者が再治療を希望して、医師の診察により再治療が必要かつ可能と判断した場合」に無料での再治療を行うとのことですが、この診断又は判断は、当該主治医のみの判断によるのでしょうか、それとも、統一的な診断又は判断基準が設けられており、その基準に基づいて判断がされるのでしょうか。基準の有無及びもし基準があるのであれば、それをお示しください。

また、「—私たちは施術前の患者様の不安をとことん解消します—」として「安心保障制度」とされていますが、施術前の患者の不安は、施術が失敗（医療過誤のみならず期待した効果が得られないものを含む）した場合の更なる経済的負担に限らず、施術時の痛みや施術後の腫れの程度など身体的な侵襲に関する不安も大変大きいのであって、「—私たちは施術前の患者様の不安をとことん解消します—」というのは誇大な表現ではないかと考えますが、貴法人のご見解はいかがでしょうか。

さらに、「安心保障制度」という名称を使用されていますが、その実質は、無料再治療制度でありますから、安心を保障する制度ではなく、再治療を無料とする制度であることがわかる名称とされるべきであろうと考えますが、貴法人のご見解はいかがでしょうか。

第6 切らないとの表現について

連絡書によれば、「切らない」とは「切開しない」の意味であり、施術前の医師の事前説明において、「針で」あるいは「注射様のもの」「糸・繊維」を「挿入する・注入する」と明言しているから出血しないと考える消費者はいないとのことですが、貴法人のホームページの表示では、そのことに触れられておらず、むしろ、「溶ける繊維を注入するだけ!」「切らない（手術不要）」「簡単な処置のみで、もちろんメスを使いません。手術不要です!」とされております。

一般に、「注入」とは液状のものを注ぎ入れることを意味する文言であり、この表現に接する消費者は、注射程度の施術と認識するのが通常であると思われまますところ、連絡書1②に貴法人が記載されているところによれば、実際の施術では、「針と糸で衣類を縫うように」施術されるとのことですから、注射程度の施術とはいえません。また、当機構2014年10月8日付申入れ及び問合せに添付した論文では、局所麻酔を施したうえで、針と糸で衣類を縫うような施術についても「手術」という文言が用いられており、貴法人の手術不要という表現も問題があると考えます。ホームページ上に、「針と糸で衣類を縫うように」施術されることが記載されていない点、及び、手術不要と表示している点について、貴法人のご見解はいかがでしょうか。

第7 当院独自について

当機構2014年10月8日付申入れ及び問合せでは、当院独自というものの意味及びその施術方法について医学的な根拠があるのかについて問い合わせをしたところ、連絡書によれば、当院独自の意味については一定程度お答えをいただきましたが、その施術方法が有効であることについてどのような医学的な根拠があるのかについてはお答えいただいておりますので、お答えください。

以上