

EUにおける現代化指令の意義と 不公正取引方法指令の改正（2）

中 田 邦 博

カライスコス アントニオス

古 谷 貴 之

I はじめに

II 現代化指令の意義

- 1 現代化指令の目的と概要
 - 2 現代化指令による不公正取引方法指令の改正
 - 3 立法理由および指令第3条（不公正取引方法指令の改正）の翻訳
(以上53巻2号)
- III 不公正取引方法指令の翻訳
(以上本号)

III 不公正取引方法指令の翻訳

以下は、現代化指令（EU）2019/2161による改正後の不公正取引方法指令2005/29/ECの翻訳であるⁱ。

i 立法理由の翻訳の際に、原文を読みやすくする工夫として翻訳者の方で改行を加えた。なお、不公正取引方法指令の実務的運用を知るためには、欧州委員会によって公表された不公正取引方法指令の実施および適用に関するガイダンス（2009年版：Guidance on the Implementation/Application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices, SEC (2009) 1666 finalおよび2016年更新版：Guidance on the Implementation/Application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices, SWD (2016) 163 final）が有用である。このガイダンスは、不公正取引方法指令の適切な適用を促進することを目的として欧州委員会の担当部局によって作成されているが、必ずしも欧州委員会の公式見解を反映したものではない。同指令の主要な概念および規定に関する指針を提供するだけであり、拘束力を有しないが、欧州連合司法裁判所

2005年5月11日の域内市場における事業者の消費者に対する不公正取引方法に関する欧州議会及び理事会指令（2005/29/EC）——現代化指令（EU）2019/2161による改正後のバージョン

この指令は、理事会指令84/450/EEC、欧州議会及び理事会指令97/7/EC、98/27/EC及び2002/65/EC並びに欧州議会及び理事会規則（EC）No 2006/2004を修正する。

（「不公正取引方法指令」）

（この文書は、欧州経済領域に関わるものである。）

欧州議会及び欧州連合理事会は、
欧州共同体を設立する条約、特に第95条に基づき、
欧州委員会の提案に基づき、
欧州経済社会評議会の意見に基づき¹、
条約〔欧州共同体を設立する条約（EC条約）〕の第251条に定める手続に従い²、
以下の指令を採択した。

理由

（1）条約第153条第1項及び第3項（a）は、共同体が、条約第95条に基

、所および加盟国裁判所の関連判例および行政当局による執行の具体例も集約しており、実務上の利用価値が高いものである。今後のわが国での不公正取引方法指令の研究においては、ガイダンスとの関係におけるさらなる検討が必要となろう。この点について、カライスコス アントニオス『不公正取引方法と私法理論——EU法との比較法的考察』（法律文化社、2020年）34頁などを参照。

1 OJ C 108, 30.4.2004, p. 81.

2 2004年4月20日の欧州議会の意見（OJ C 104 E, 30.4.2004, p.260）、2004年11月15日の理事会の共通の見解（OJ C 38 E, 15.2.2005, p.1）、2005年2月24日の欧州議会の見解（公刊物未搭載）及び2005年4月12日の理事会決定。

づいて採択する措置により、高水準の消費者保護の確保に貢献することを規定する。

（２）域内市場は、条約第14条第２項に従い、物品及び役務の自由な移動並びに設立の自由が確保される域内国境のない地域によって構成される。国境を越えた活動の展開を促進するためには、域内国境のない領域における公正な取引方法の発展が不可欠である。

（３）不公正な取引方法に関する加盟国の法は大きく異なるため、著しく競争を阻害し、域内市場の円滑な機能を妨げる可能性がある。

広告の分野では、誤認惹起広告及び比較広告に関する1984年９月10日の理事会指令84/450/EEC³が認惹起広告に関する法律を平準化するための下限基準を定めるが、加盟国は、消費者に対してより広範な保護を与える措置を維持又は採用することを妨げられない。そのことの帰結として、誤認惹起広告に関する加盟国の法規定の相違が大きくなっている。

（４）これらの相違は、消費者の経済的利益を侵害する不公正な取引方法にどの国内法規定が適用されるかについて不確実性を生じさせるとともに、事業者と消費者にとって多くの障壁を生じさせる。

こうした障壁は、特に事業者が国境を越えたマーケティング、広告キャンペーン及び販売促進を行うことを意図する場合等、域内市場の自由を行使しようとする事業者に費用を生じさせる。

このような障壁は、消費者にとっても自己の権利についての不確実性を生じさせ、域内市場に対する消費者の信頼を失わせる。

3 OJ L 250, 19.9.1984, p. 17. 欧州議会及び理事会指令97/55/ECにより改正された指令（OJ L 290, 23.10.1997, p. 18）.

(5) 共同体レベルでの統一的な規定が存しないときに、国境を越えた役務及び物品の自由な移動並びに設立の自由に対する障害を正当化できるのは、欧州諸共同体司法裁判所の判例法に照らして、公共の利益という一般に承認された目的を保護することを意図し、かつ、その目的に比例する限りにおいてである。

上記の自由に対しての障害となるものは、移動の自由に関する条約の規定及び共同体の第二次法に規定される共同体の目的に照らし、かつ、委員会による政策文書「域内市場における商業通信に関する緑書についての補足」で示された商業通信に関する委員会の政策に従い、除去されるべきである。

これらの障害は、域内市場の適切な機能にとって必要な範囲で、かつ、法的確実性の要求を確保するために、高水準の消費者保護を定める統一的な準則を共同体レベルで策定し、一定の法概念を明確にすることによってのみ除去することができる。

(6) そのため、この指令は、消費者の経済的利益を直接に害し、これによって正当な競争者の経済的利益を間接的に害する不公正取引方法（不公正な広告を含む。）に関する加盟国の法を接近させるものとなる。

この指令は、比例原則に照らし、このような不公正な取引方法による結果が重大である場合に消費者を保護するが、消費者への影響が軽微な場合があることも認める。

この指令は、競争者の経済的利益のみを侵害する不公正取引方法又は事業者間の取引に関係する不公正取引方法についての国内法を対象としたり、これに影響を及ぼしたりすることはない。加盟国は、補完性の原則を十分考慮し、自らそう選択する場合には、共同体法に従い、引き続き当該の取引方法を規制することができる。

また、この指令は、事業者の誤認を惹起するが消費者の誤認を惹起しな

い広告及び比較広告に関する指令84/450/EECの規定を対象としたり、それに影響を及ぼしたりするものでもない。

さらに、この指令は、適切な商品配置、ブランド差別化又は情報を得た上で決定する消費者の能力を損なうことなく、商品に対する消費者の認識に適切に作用し、消費者の行動に影響を与えるインセンティブの提供等の一般に承認された広告やマーケティング活動には影響を及ぼさない。

（7）この指令は、商品に関する消費者の取引上の決定に直接影響を及ぼす取引方法に対処するものである。

この指令は、例えば、年次報告書や会社の目論見書等の投資家を対象とした商用文書を含む、専ら他の目的で行われる取引方法に対処するものではない。

この指令は、加盟国間において大きく異なる道德及び秩序に関わる法的要求事項に対処するものではない。例えば、路上での商用勧誘等の取引方法は、文化的理由から加盟国において望ましくない場合もある。したがって、加盟国は、自国における取引方法を、これが消費者の選択の自由を制限しない場合であっても、道德及び秩序の観点から、共同体法に従い、禁止することが引き続きできるべきである。

この指令、特に指令の一般条項を適用する際には、関係する個々の事案の文脈を十分に考慮するべきである。

（8）この指令は、事業者が消費者に対して行う不公正な取引方法から消費者の経済的利益を直接に保護する。これによって、この指令の規定に従わない競争者から公正な事業者を間接的に保護し、その結果、この指令の規定により調整される領域での公正な競争も確保される。

消費者を侵害することはないものの、競争者や事業者の顧客を侵害する可能性のある取引方法も存在することが知られている。

委員会は、この指令の適用範囲を超えた、不公正競争の分野における共同体による措置の必要性を慎重に検討し、必要に応じて、不公正競争のこれらの他の側面に適用される立法提案を行うべきである。

(9) この指令は、不公正な取引方法によって侵害を受けた者が個別の行動を起こすことを妨げない。

また、契約法、知的財産権、健康及び商品の安全、設立の条件及び認可制度に関する共同体及び国内の準則（共同体法に従い、賭博行為に関するものである準則を含む。）、共同体の競争法規定並びにこれを転換する国内法規定の適用も妨げない。したがって、加盟国は、例えば酒類、たばこ又は医薬品に関連して、事業者が拠点を置く地域における消費者の健康及び安全を保護するために取引方法の制限及び禁止を維持し、又は導入することができる。

金融サービス及び不動産は、複雑であり、本来的に重大なリスクがあるため、事業者に対する積極的な義務を含む詳細な要求事項を必要とする。そのため、この指令は、金融サービス及び不動産の分野において、消費者の経済的利益を保護するためにその規定の水準を超えた規定を置く加盟国の権利を否定するものではない。

この指令で貴金属品の純度基準の認証と表示を規制することは適切でない。

(10) 特に不公正な取引方法に関する個別の規定が特定の領域で適用される場合に、この指令と既存の共同体法との関係の一貫性を確保する必要がある。したがって、この指令は、指令84/450/EEC、通信取引契約における消費者の保護に関する1997年5月20日の欧州議会及び理事会指令97/7/EC⁴、消費者の利益の保護のための差止めに関する1998年5月19日の欧州

4 OJ L 144, 4.6.1997, p. 19. 後に、指令2002/65/ECによって改正 (OJ L 271, 9

議会及び理事会指令98/27/EC⁵並びに消費者通信金融サービスに関する2002年9月23日の欧州議会及び理事会指令2002/65/EC⁶を改正する。したがって、この指令は、情報提供に関する要求事項や消費者に情報を提供する方法に関する準則等、不公正な取引方法の特定の側面を規律する特定の共同体法の規定がない場合のみに適用される。

この指令は、共同体レベルで特定の領域に関連する法が存在しない場合に消費者を保護し、事業者が商品の性質について誤った印象を与えることを禁じる。これは、特定の金融サービス商品等、消費者にとってのリスクが高い複雑な商品との関係で特に重要である。したがって、この指令は、消費者の経済的利益を害する取引方法に適用される共同体の既得事項（*アキacquis*）を補完するものである。

(11) この指令を通じて国内法規定が接近し、高度の収斂が達成されることで、高い共通水準の消費者保護がもたらされる。

この指令は、消費者の経済的行動を歪める、そうした不公正な取引方法に共通する一般的禁止を定める。

この指令は、現在、共同体レベルでは規律されない攻撃的な取引方法に関する規定も置いている。

(12) 平準化は、消費者及び事業者の双方にとって法的確実性をかなり高めるものとなる。消費者及び事業者のいずれも、欧州連合全域にわたる不公正な取引方法のあらゆる側面を規律する明確に定義された法概念に基づいて単一の規制枠組みに頼ることができるようになる。これによって、消費者の経済的利益を害する不公正な取引方法に関する規定の断片化から生

5 9.10.2002, p. 16).

5 OJ L 166, 11.6.1998, p. 51. 後に、指令2002/65/ECによって改正。

6 OJ L 271, 9.10.2002, p. 16.

じる障壁が除去され、この領域における域内市場の完成が可能になる。

(13) 域内市場の障壁を取り除くことによって共同体の目的を達成するためには、加盟国の既存の異なる一般条項及び法原則を置き換える必要がある。そのため、この指令によって確立され共通化される単一の一般的禁止は、消費者の経済的行動を歪める不公正な取引方法に適用される。

一般的禁止は、消費者の信頼を支えるために、事業者と消費者との間の契約外関係又は契約締結後及び契約の履行過程で生じる不公正な取引方法にも等しく適用するべきである。

一般的禁止は、最も一般的な2つの種類の取引方法、つまり誤認惹起的取引方法及び攻撃的取引方法に関する規定により具体化される。

(14) 誤認惹起的取引方法は、消費者を欺くことによって、情報を得た上での効率的な選択を妨げる取引方法（誤認惹起広告を含む。）を含むことが望ましい。この指令は、誤認惹起広告に関する加盟国の法律や実務に従い、誤認惹起的取引方法を誤認惹起作為と誤認惹起不作為に分類する。

この指令は、誤認惹起不作為との関係で、消費者が情報を得た上での取引上の決定を行うために必要な情報を限定的に列挙する。これらの情報はすべての広告で開示される必要はなく、事業者が申込みの誘引を行う場合にのみ開示される必要がある。申込みの誘引という基本的概念は、この指令で明確に定義される。

この指令が採用する完全平準化アプローチは、申込みの誘引を行う際に提供されないことが重要な不作為となる特定の商品（コレクター商品や電化商品等）の主要な特徴について、加盟国が国内法で定めることを妨げるものではない。

この指令は、他の商品と類似する商品の広告を禁止して消費者の選択を制限することを意図しない。ただし、商品が類似するために商品の商業的

産地に関して消費者を混乱させるおそれがあることによって誤認を惹起する場合は、この限りでない。

この指令は、取引方法の分野における消費者保護を目的とした複数の規制オプションの中での選択を加盟国に明示的に委ねる既存の共同体法〔の適用〕を妨げるものではない。特に、この指令は、個人データの処理及び電子通信分野におけるプライバシーの保護に関する2002年7月12日の欧州議会及び理事会指令2002/58/EC⁷の第13条第3項〔の適用〕を妨げるものではない。

（15）共同体法が商業通信、広告及びマーケティングについて情報提供に関する要求事項を定める場合、その情報は、この指令の下で重要なものとみなされる。

加盟国は、既存の共同体法における下限条項により許可される場合は、契約法についての情報提供に関する要求事項を維持又は追加することができる。共同体の既得事項（アキ^{acquis}）におけるこのような情報提供に関する要求事項は、付表Ⅱで非限定的に列挙される。

この指令によって導入される完全平準化が前提となることから、共同体法が要求する情報のみがこの指令の第7条第5項の目的を達する上で重要なものとみなされる。

加盟国が下限条項に基づいて共同体法に明記される情報提供に関する要求事項を超える事項を導入した場合、その追加的情報の不提供は、この指令の誤認惹起不作為とはならない。反対に、加盟国は、共同体法の下限条項により許可される場合には、消費者の個人的な契約上の権利に関する高水準の保護を確保するために共同体法に従った、より厳格な条項を維持又は導入することができる。

7 OJ L 201, 31.7.2002, p. 37.

(16) 攻撃的取引方法に関する規定は、消費者の選択の自由を著しく害するものとなる、困惑行為、強制（物理的な力を利用することを含む。）及び不当な影響を用いた取引方法に適用するべきである。

(17) 法的確実性をより高めるには、あらゆる状況において不公正とみなされる取引方法を特定することが望ましい。そこで、付表Iに、そのような取引方法を網羅したリストを掲げる。これらは、第5条から第9条までの規定と異なり、個別事例における評価を経ることなく不公正とみなされる取引方法である。この指令の改正によってのみこのリストを変更することができる。

(18) 消費者であれば何人も不公正な取引方法から保護することが適切である。しかしながら、司法裁判所は、指令84/450/EECの制定以降、広告の事件について判決を下す際に、概念上の典型的な消費者への広告の影響を検討することが必要であると判示してきた。

この指令は、比例原則に従い、かつ、この指令が定める保護を実効化するために、司法裁判所が解釈したような社会的、文化的及び言語的要因を考慮に入れて合理的に十分な情報を得た、合理的に注意深い平均的消費者を標準とする一方で、不公正な取引方法に対して特に保護を要する特性を持った消費者の搾取を防止することを目的とした規定も置いている。

ある取引方法が特に子どものような特定の消費者集団を対象とする場合には、その集団の平均的な構成員の視点からその取引方法が与える影響を評価することが望ましい。したがって、あらゆる状況において不公正とみなされる取引方法のリストの中には、子ども向けの広告を完全に禁止するものではなく、購入へ向けた直接の勧誘から子どもを保護する規定を入れることが適切である。

平均的消費者の基準は統計的基準ではない。国内裁判所及び行政機関は、
(龍法 '20) 53-3, 302 (1046)

当該の事例において平均的消費者が典型的にどのように反応するかを評価する際に、司法裁判所の判例法を考慮しつつ、独自に判断する必要がある。

（19）消費者が年齢、身体的又は精神的な脆弱性、軽信性のような一定の特性を持つために、ある取引方法又はこれが基礎に置く商品に対して特に影響を受けやすく、かつ、その消費者の行動のみが当該の取引において歪められ、事業者がこれを合理的に予想できる場合、その集団の平均的な構成員の観点からその取引方法を評価することによって消費者の適切な保護を確保することが適切である。

（20）特定の経済分野においてこの指令の原則を事業者に効果的に適用できる自主行動規準に役割を与えることが適切である。

事業者の行動を規制する特定の強行規定がある分野では、事業者がその分野における職業上の注意の要求事項に関する証拠も提出することが適切である。

不公正な取引方法を除去するために国内又は共同体レベルで規準責任者が管理を行えば、行政又は司法に頼る必要がなくなるため、そのような管理は奨励されるべきである。

高水準の消費者保護を達成するために、消費者団体に情報を提供し、自主行動規準の策定に関与させることができる。

（21）国内法においてその事案につき正当な利益を有するとみなされる個人又は団体は、裁判所又は苦情に対して決定を下し適切な法的手続を開始する権限を有する行政機関に対し、不公正取引方法に対する手続を開始するための法的救済手段を付与されなければならない。

証明責任は国内法に従って決定されるが、事業者が行った事実の主張の正当性に関する証拠を事業者に提出させる権限を裁判所や行政機関に与え

ることが適切である。

(22) 加盟国は、この指令の規定への違反に対し制裁を定めなければならない。かつ、制裁が実効性を持つことを確保しなければならない。制裁は、実効的、比例的かつ抑止的でなければならない。

(23) この指令の目的、つまり、不公正取引方法に関する加盟国の法律、命令及び行政規則を接近させることによって、不公正な取引方法に関する国内法によって生じた域内市場の機能を阻害する障壁を除去し、高い共通水準の消費者保護を達成することは、加盟国では十分に実現することができず、これをより適切に実現できるのは、共同体のレベルである。そのため、共同体は、条約第5条に規定する補完性の原則に従い、措置を採ることができる。

この指令は、条約第5条に規定する比例原則に従い、域内市場の障壁を除去し、高い共通水準の消費者保護を確保するために必要な措置を超えるものではない。

(24) 域内市場の障壁に対処し、かつ、高水準の消費者保護が確保されることを確実にするために、この指令の見直しを行うことが適切である。

こうした見直しの結果、欧州委員会がこの指令を改正する提案を行う可能性があり、その提案は、第3条第5項の適用除外期間の一定の延長、又は、高い共通水準の消費者保護を確保するために現行のアキを見直すことに関する欧州委員会の消費者政策戦略における公約を反映した他の消費者保護法の改正を含むものとなる。

(25) この指令は基本的権利を尊重し、特に欧州連合基本権憲章で承認された諸原則を遵守する。

第1章 総則

第1条 目的

この指令の目的は、消費者の経済的利益を害する不公正取引方法に関する加盟国の法律、命令及び行政規則を接近させることによって、域内市場の適切な機能に寄与し、高水準の消費者保護を達成することにある。

第2条 定義

この指令において、

- (a)「消費者」とは、この指令の適用を受ける取引方法において、自己の商業、事業、手工業又は職業以外の目的で行為する自然人をいう。
- (b)「事業者」とは、この指令の適用を受ける取引方法において、自己の商業、事業、手工業又は職業に関係する目的で行為する自然人又は法人、及び、事業者の名において又は事業者のために行為する者をいう。
- (c)「商品」とは、物品又は役務をいい、不動産、デジタル・サービス及びデジタル・コンテンツ並びに権利及び義務を含むものをいう。
- (d)「消費者に対して事業者が行う取引方法」（以下、「取引方法」ともいう。）とは、事業者による作為、不作為、行為態様又は表示、取引通信（広告及びマーケティングを含む。）であって、消費者への商品の販売促進、販売又は供給に直接関係するものをいう。
- (e)「消費者の経済行動を実質的に歪めること」とは、取引方法を用いることによって、消費者が情報を得た上で決定を行う能力を明らかに失わせ、これによって、そうでなければ行わなかったであろう取引上の決定を消費者に行わせることをいう。
- (f)「自主行動規準」とは、加盟国の法律、命令又は行政規則によって課されない取決め又は一連の規約であって、事業者が特定の取引方法又は業種についてこの規準を遵守することを約した場合に、その

行動を規律するものをいう。

- (g)「規準責任者」とは、自主行動規準を策定若しくは改定し、又は自主行動規準を遵守することを約した者がその規準に適合して行為することについて監視する責任を負う者（事業者又は事業者団体を含む。）をいう。
- (h)「職業上の注意」とは、事業者の活動分野における誠実な市場慣行又は信義誠実の一般原則に照らして、事業者が消費者に対して用いることが合理的に期待できる特別な技能及び注意の水準をいう。
- (i)「申込みの誘引」とは、用いられた取引通信の手段に照らして適切な方法で商品の特徴及び価格を示し、消費者が購入できるようにする取引通信をいう。
- (j)「不当な影響」とは、消費者に対する優越的地位を利用して、消費者が情報を得た上で決定を行う能力を相当程度に制限する方法で圧力をかけること（有形力の行使又は有形力を行使するとの脅しがない場合を含む。）をいう。
- (k)「取引上の決定」とは、商品の購入、商品に対する一括若しくは分割での支払、商品の保持若しくは処分又は商品に関する契約上の権利の行使をするかどうか、どのようにするか、及びいかなる条件でするかについて、これをするかどうかを問わず、消費者が行う決定をいう。
- (l)「規制専門職」とは、職業活動へのアクセス若しくは営業又は営業方法の1つが、法律、命令又は行政規則に従って特別な専門職資格を有することに直接又は間接的に条件付けられる1つ又は複数の職業活動をいう。
- (m)「ランキング」とは、事業者が提示、整理又は伝達する商品に与えられる相対的序列（提示、整理又は伝達に用いる技術的手段を問わない。）をいう。

- (n)「オンライン・マーケットプレイス」とは、事業者によって又は事業者のために運営されるソフトウェア（ウェブサイト、ウェブサイトの一部又はアプリケーションを含む。）を用いたサービスであり、消費者が他の事業者又は消費者と通信取引契約を締結できるものをいう。

第３条 適用範囲

1. この指令は、商品に関する取引の前に、その際に、又はその後に、消費者に対して事業者が行う、第５条に定める不公正取引方法に適用する。
2. この指令は、契約法（特に契約の有効性、成立又は効果に関する準則等）に影響を与えない。
3. この指令は、商品の衛生及び安全の側面に関する欧州共同体又は各国の準則に影響を与えない。
4. この指令の規定が不公正取引方法の特定の側面を規制する欧州共同体の他の準則と抵触する場合は、その特定の側面については、後者を優先的に適用する。
5. この指令は、加盟国が、事業者による消費者の自宅への不招請訪問又は事業者が消費者に商品の勧誘若しくは販売をする目的で若しくはその結果を意図して企画する小旅行の際の攻撃的若しくは誤認惹起的マーケティング又は販売方法に関して消費者の正当な利益を保護する規定を採用することを妨げない。その規定は、消費者保護に基づいて正当化されるものであり、かつ、比例的及び非差別的でなければならない。
6. 加盟国は、第５項に基づいて採択する国内法規定及びその後の変更を遅滞なく委員会に通知するものとする。委員会は、消費者及び事業者が専用のウェブサイトでこの情報に容易にアクセスできるようにしな

ければならない。

7. この指令は、裁判所の管轄を定める準則に影響を与えない。
8. この指令は、開業若しくは許認可制度の条件又は職業倫理上の自主行動規準その他共同体法に従って専門家に要求することのできる高水準の誠実さを維持することを目的として規制専門職を規律する特別の準則に影響を与えない。
9. 指令2002/65/ECが定義する「金融サービス」及び不動産に関しては、加盟国は、この指令の接近領域においてこの指令よりも制限的又は厳格な要件を課することができる。
10. この指令は、貴金属加工物の純度の証明及び表示に関する加盟国の法律、命令及び行政規則には、適用しない。

第4条 域内市場

加盟国は、この指令の接近領域に含まれることを理由として、役務を提供する自由又は物品の自由移動を制限することができない。

第2章 不公正取引方法

第5条 不公正取引方法の禁止

1. 不公正取引方法は、禁止する。
2. 取引方法は、次のいずれにも該当する場合に、不公正とする。
 - (a) 取引方法が職業上の注意の要求事項に反すること。
 - (b) 取引方法が到達し、若しくは向けられる平均的消費者の、又は取引方法が特定の消費者集団を対象とするときはその平均的構成員の経済的行動を、当該の商品に関して実質的に歪め、又は歪めるおそれがあること。
3. 取引方法が、明確に特定できる消費者集団のみの経済的行動を実質的に歪めるおそれがあり、かつ、事業者において、その消費者集団が、

精神的若しくは身体的な脆弱性、年齢又は軽信性を理由として、その取引方法又はその対象である商品について特に保護を要する*1)ことを予見することが合理的に期待できた場合は、その取引方法は、その集団の平均的構成員の立場から評価する。この規定は、大げさな言明又は言葉通りに受け取られるべきでない言明を用いる一般的かつ適法な広告方法には、適用しない。

4. 特に次のいずれかに該当する取引方法は、不公正とする。

(a) 第6条及び第7条に定める誤認惹起的なもの

(b) 第8条及び第9条に定める攻撃的なもの

5. 付表Iは、いかなる場合においても不公正とみなされる取引方法のリストを含む。このリストは、すべての加盟国で適用され、この指令の改定によってしか変更することができない。

第1節 誤認惹起的取引方法

第6条 誤認惹起作為

1. 取引方法は、誤った情報を含むことで不実である場合又は次に掲げる要素の1つ若しくは複数に関して、全体としての表現方法を含む何らかの方法によって平均的消費者を誤認させ、若しくは誤認させるおそれがある場合（その情報が事実として正確である場合を含む。）において、そのいずれによるものであっても、平均的消費者にこれがなければ行わなかったであろう取引上の決定を行わせ、又は行わせるおそれがあるときは、誤認惹起的であるとみなす。

(a) 商品の存在又は性質

(b) 商品の主たる特徴（商品の入手可能性、利益、リスク、仕上げ、構成、付属品、アフターサービス、苦情処理、製造若しくは提供の方法及び日付、配達、目的への適合性、使用方法、量、仕様、地理的若しくは商業的原産地、使用によって期待される結果又は商品につ

いて実施した試験若しくは検査の結果及び重要な項目等)

- (c) 事業者の約束の範囲、取引方法の動機及び販売過程の性質、事業者若しくは商品に対する直接若しくは間接的な支援又は許認可に関する表示若しくは記号
- (d) 価格若しくは価格を算定する方法又は価格に関する特別な優遇措置の存在
- (e) サービス、部品、取替え又は修補の必要性
- (f) 事業者又はその代理人の性質、属性及び権利（その者の識別情報及び資産、資格、地位、許認可、提携関係、取引先及び工業、商業、知的所有権又は受賞及び受勲等）
- (g) 消費者の権利（1999年5月25日の消費者物品売買契約及び付随保証の一定の側面に関する欧州議会及び理事会指令1999/44/EC⁸に定める取替え又は償還を請求する権利を含む。）又は消費者がさらされる可能性のあるリスク

2. 取引方法は、その事実関係において、その特徴及び事情を考慮して、次に掲げる場合において、これがなければ行わなかったであろう取引上の決定を平均的消費者に行わせ、又は行わせるおそれがあるときも、誤認惹起的であるとみなす。

- (a) 商品のマーケティング（比較広告を含む。）であって、競争者の商品、商標、商号その他の識別記号との混同を生じさせるとき
- (b) 事業者が拘束されることを約した自主行動規準に含まれる義務を事業者が遵守しない場合において、次のいずれにも該当するとき
 - (i) その義務が目標的なものでなく、強制力を有し、かつ、確認可能であること。
 - (ii) 事業者が、取引方法において、自らが自主行動規準に拘束さ

8 OJ L 171, 7.7.1999, p. 12.

れることを示していること。

- （ｃ）加盟国における物品のマーケティング方法であって、商品の組成又は特性に重大な相違があるにもかかわらず、他の加盟国において販売される商品と同一であることを示すとき。ただし、正当かつ客観的である要素に照らして正当化される場合は、この限りでない。

第 7 条 誤認惹起不作為

1. 取引方法は、その事実関係において、その特徴及び事情並びに通信媒体の制限を考慮して、平均的消费者が情報を得た上で取引上の決定を行うためにその状況に応じて必要となる重要な情報を提供しなかったことによって、平均的消费者にこれがなければ行わなかったであろう取引上の決定を行わせ、又は行わせるおそれがあるときは、誤認惹起的であるとみなす。
2. 取引方法は、第 1 項に定める事項を考慮して、事業者が同項に定める重要な情報を隠匿し、不明確で、分かりにくく、多義的で、若しくは時宜に合わない方法で提供し、又は事業者がその取引方法の取引上の意図を示さなかったことによって（ただし、その状況から明らかであったときは、この限りでない。）、平均的消费者に、そのいずれによるものであっても、これがなければ行わなかったであろう取引上の決定を行わせ、又は行わせるおそれがあるときも、誤認惹起的であるとみなす。
3. 取引方法を通信するために用いた媒体が空間又は時間的な制限を伴う場合には、その制限及び消費者が他の手段で情報を入手できるようにするために事業者が講じた措置は、情報を提供しなかったかどうかを判断する際に考慮する。
4. 申込みの誘引については、状況から明らかである場合を除き、次に掲げる情報は、重要であるとみなす。

- (a) 媒体及び商品について適切である範囲における、商品の主たる特徴
 - (b) 事業者の住所及び識別情報（事業者の商号等）並びに事業者が他の事業者のために行為する場合には、後者の住所及び識別情報
 - (c) 税込価格又は商品の性質上事前に価格を合理的に算定できない場合における価格の決定方法及び運送、配達、郵送に関する追加費用又は事前にその費用を合理的に算定できない場合における追加費用の可能性
 - (d) 支払、配達及び履行の方法（これが職業上の注意の要求事項と異なる場合に限る。）
 - (e) 撤回権又は取消権がある場合の商品及び取引については、その権利の存在
 - (f) オンライン・マーケットプレイスで提供される商品については、オンライン・マーケットプレイスの提供者に対するその第三者の申告に基づき、その商品を提供する第三者が事業者であるかどうか
- 4 a. 複数の事業者又は消費者が提供する商品についてキーワード、フレーズ、その他の入力形式でクエリ検索する手段を消費者に提供する場合には、これによる取引が最終的にどこで締結されるかを問わず、検索クエリの結果が表示されるページから直接かつ容易にアクセスできるオンライン・インターフェースの特定のセクションで利用できる一般的情報であって、クエリ検索の結果として消費者に提示される商品のランキングを決定する主要パラメーター及び他のパラメーターとの関係における主要パラメーターの比重に関するものは、重要であるとみなす。この項は、欧州議会及び理事会の規則（EU）2019/1150⁹の第2条（6）に定義するオンライン検索エンジン

9 オンライン仲介サービスのビジネスユーザーの公正性及び透明性の促進に関する2019年6月20日の欧州議会及び理事会の規則（EU）2019/1150（OJL 186, 11.7.2019, p. 57）

ンの提供者には、適用しない。

5. 取引通信（広告及びマーケティングを含む。）に関して共同体法が定める情報提供に関する要求事項（その網羅的でないリストを付表IIに載録する。）は、重要であるとみなす。
6. 事業者が商品に関する消費者レビューへのアクセスを提供するときは、公開されたレビューが実際に商品を使用し、又は購入した消費者からのものであることを事業者が確保するかどうか、及びどのように確保するのかに関する情報は、重要であるとみなす。

第２節 攻撃的取引方法

第８条 攻撃的取引方法

取引方法は、その事実関係において、その特徴及び事情を考慮して、商品に関する平均的消費者の選択又は行動の自由を著しく歪め、又は歪めるおそれがある困惑行為、強制（有形力の行使を含む。）又は不当な影響によって、平均的消費者にこれがなければ行わなかったであろう取引上の決定を行わせ、又は行わせるおそれがあるときは、攻撃的であるとみなす。

第９条 困惑行為、強制及び不当な影響の行使

取引方法が、困惑行為、強制（有形力の行使を含む。）又は不当な影響を用いるものであるかどうかを判断するには、次に掲げる事情を考慮しなければならない。

- （a）取引方法の時期、場所、性質又は執拗さ
- （b）威嚇的又は攻撃的な言葉又は態度を用いたこと。
- （c）事業者が、商品に関する消費者の決定に影響を与えるために、消費者の判断を歪めるほどに重大であり、かつ、事業者が認識する特別の不運又は事情につけ込んだこと。
- （d）消費者が契約上の権利（契約を解消する権利又は他の商品に取り替

え、若しくは他の事業者に変更する権利を含む。)を行使する際に、事業者が、契約に基づかない過剰な又は均衡を欠く負担で妨害をしたこと。

(e) 適法ではない行為をするとの脅し

第3章 自主行動規準

第10条 自主行動規準

この指令は、第11条に定める裁判所又は行政手続に加えて設けたものである限りにおいて、加盟国が推奨することのできる規準責任者による不正取引方法の審査及び同条に定める者又は団体による審査機構に対する不服申立を妨げない。

審査機構に対する不服申立は、第11条に定める司法上又は行政上の不服申立方法の行使を妨げない。

第4章 最終規定

第11条 実効性確保

1. 加盟国は、消費者の利益においてこの指令の規定を遵守させるために、不正取引方法を抑止する相当かつ効果的な手段を確保しなければならない。

その手段は、各国法において不正取引方法を抑止する正当な利益を有する者又は団体（競争者を含む。）が、次に掲げることの1つ又は全部を行使することを定める法令上の規定を含む。

- (a) 不正取引方法に対して訴えを提起すること。
- (b) 苦情に対して決定を下し、又は適切な法的手続を開始する権限を有する行政機関に不正取引方法を付託すること。

これらの手続のいずれを利用できるものとするか、及び裁判所又は行政機関が他に設けられた苦情処理手段（第10条に定めるものを含む。）への

事前の付託を求めることができるものとするかどうかは、各加盟国が決定する。その手続は、被害を受けた消費者が、事業者の営業所がある加盟国又は他の加盟国のいずれに所在するかを問わず利用することができるものでなければならない。

次に掲げる事項は、いずれも各加盟国が決定する。

（ａ）法的手続を、同一の経済部門に属する複数の事業者に対して個別に又は併合して行うことができるかどうか。

（ｂ）自主行動規準が法令上の要求事項の不遵守を助長する場合に、法的手続を、規準責任者に対して行うことができるかどうか。

２．加盟国は、第１項に定める法令上の規定に基づいて、関連する利益及び特に公共の利益を考慮して、次に掲げる措置が必要であると認める場合には、実際の損失若しくは損害の証明又は事業者側の故意若しくは過失の証明がないときであっても、裁判所又は行政機関にこれを行う権限を付与しなければならない。

（ａ）不公正取引方法の停止を命ずること又は不公正取引方法の停止命令のための適切な法的手続を行うこと。

（ｂ）不公正取引方法がまさに実行されようとしている場合には、その取引方法の禁止を命ずること又はその取引方法に対する禁止命令のための適切な法的手続を行うこと。

加盟国は、本項第１文に定める措置を、次に掲げる迅速審理手続のいずれかによって講じるための規定を置かなければならない。

—仮の効果を伴うもの

—確定的な効果を伴うもの

加盟国は、そのいずれかを選択することができる。

さらに、加盟国は、終局的判断によってその停止を命じた不公正取引方法のなお継続する効果を除去することを目的として、裁判所又は行政機関に次に掲げる権限を付与することができる。

資 料

(a) 裁判所又は行政機関が適切と考える形式で、判断の全部又は一部の公表を要求すること。

(b) さらに、訂正文の公表を要求すること。

3. 第1項に定める行政機関は、次に掲げる条件を満たさなければならない。

(a) 公平性に疑念を生じない組織構成のものであること。

(b) 行政機関が苦情に対して判断を下した場合に、その判断の遵守を効果的に監視し、かつ、実効化するために適切な権限を有すること。

(c) 原則として、その判断に理由を付すこと。

第2項に定める権限が行政機関によってのみ行使される場合は、常に判断の理由を付さなければならない。さらに、この場合においては、行政機関による不適切若しくは不合理な権限行使又は不適切若しくは不合理な権限不行使が司法上の審査の対象となる手続のための規定を置かなければならない。

第11a条 救済

1. 不公正取引方法によって被害を受けた消費者は、比例的かつ効果的な救済（消費者が被った損害の賠償及び該当する場合には代金の減額又は契約の解消を含む。）を利用することができなければならない。加盟国は、その救済の適用要件及び効果を定めることができる。加盟国は、必要に応じて、不公正取引方法の重大性及び性質、消費者が被った損害その他の関連する状況を考慮することができる。

2. 第1項に定める救済は、連合法又は国内法に基づき消費者が利用することができる他の救済の適用を妨げない。

第12条 裁判所及び行政機関による主張の正当性の実証

加盟国は、第11条に定める民事又は行政手続において、次に掲げる権限

を裁判所又は行政機関に付与しなければならない。

- （a）事業者その他手続の当事者の正当な利益を考慮して、その要求が事件の事情に照らして適切であると認めるときは、取引方法に関する事実の主張の正確性についての証拠を提出するよう事業者に要求すること。
- （b）（a）に従って要求した証拠が提出されず、又は裁判所若しくは行政機関によって不十分と判断された場合に、事実の主張が正確でないものとみなすこと。

第13条 制裁

1. 加盟国は、この指令に基づいて採択した国内法規定に対する違反について制裁規定を定め、その規定を実施するために必要な措置を講じなければならない。その制裁規定は、実効性、均衡及び抑止力のあるものでなければならない。
2. 加盟国は、例示的であり、かつ、指標となる、次に掲げる基準が制裁の賦課にあたり考慮されることを確保しなければならない。
 - （a）違反の性質、重大性、規模及び期間
 - （b）消費者が被った損害を軽減又は救済するために事業者がとった行動
 - （c）事業者による過去の違反
 - （d）関連するデータを利用することができるときは、違反によって事業者が獲得した経済的利益又は回避した損失
 - （e）欧州議会及び理事会の規則（EU）2017/2394¹⁰によって確立されたメカニズムを通じてそのような制裁に関する情報を利用することができるときは、他の加盟国における同じ違反に対して事業者に課さ

10 消費者保護法の実効性確保に関する各国当局間の協力及び規則（EC）No2006/2004（OJ L 345, 27.12.2017, p. 1）の廃止に関する2017年12月12日の欧州議会及び評議会の規則（EU）2017/2394

れた制裁

(f) 当該の事案の状況に適用されるその他の厳罰化要因又は軽減要因

3. 加盟国は、規則（EU）2017/2394第21条に基づいて制裁が課されるときは、その制裁に行政手続を通じて罰金を課す可能性、罰金を課すための法的手続を開始する可能性又はその両方の可能性があること及び罰金の最高額が該当する1つ又は複数の加盟国における事業者の年間売上高の4%以上になることを確保しなければならない。加盟国は、その規則の適用を妨げることなく、国内の憲法上の理由から、罰金の賦課を次に掲げる場合に限らせることができる。

(a) この指令の第6条、第7条、第8条、第9条及び付表Iの違反

(b) 取引方法が(a)に定める違反に該当しない場合において、国内の所管当局又は裁判所が不公正であるとみなす取引方法を事業者が継続的に行うとき

4. 第3項に基づいて罰金が課される場合において、事業者の年間売上高に関する情報を入手することができないときは、加盟国は、罰金を課する手段を導入するものとし、その最高額を200万ユーロ以上としなければならない。

5. 加盟国は、2021年11月28日までに、第1項に定める規定及び措置を委員会に通知し、かつ、遅滞なく、これに影響するその後の改正を委員会に通知しなければならない。

第14条 指令84/450/EECの修正

[略]

第15条 指令97/7/EC及び2002/65/ECの修正

[略]

第16条 指令98/27/EC及び規則（EC）No 2006/2004の修正

[略]

第17条 情報提供

加盟国は、この指令を国内法化する各国法を消費者に周知するための適切な措置を講じ、かつ、適切である限り、事業者及び規準責任者に対してその自主行動規準を消費者に周知するよう促さなければならない。

第18条 改定

1. 委員会は、2011年6月12日までに、この指令（特に消費者保護に関する共同体法のさらなる平準化及び簡素化を目指す第3条第9項並びに第4条及び付表I）の適用、及び、第3条第5項に照らして、適切な消費者保護の水準が維持されることを確保するために共同体が講ずべき措置に関する総括報告書を欧州議会及び理事会に提出しなければならない。この報告書は、必要な場合には、この指令その他関連する共同体法を改定するための提案を伴うものとする。

2. 欧州議会及び理事会は、委員会が第1項に基づいて提案を示した時から2年以内に、条約〔欧州共同体を設立する条約（EC条約）〕に従って、措置を講ずるよう努めなければならない。

第19条 国内法化

加盟国は、2007年6月12日までに、この指令を遵守するために必要な法律、命令及び行政規則を採択し、公布しなければならない。加盟国は、これについて委員会に直ちに報告し、その後の改正を遅滞なく委員会に報告しなければならない。

加盟国は、2007年12月12日までにその法令を施行しなければならない。
加盟国は、その法令を採択するときに、この指令に基づくものであること

資 料

を法令の中で又は法令を官報に掲載する際に明示しなければならない。明示の仕方については、加盟国の判断に委ねる。

第20条 発効

この指令は、EU官報における公布の翌日に発効する。

第21条 名宛人

この指令は、加盟国を名宛人とする。

- *1) 本文の“vulnerable”は、わが国では一般的に「脆弱な」と訳出されることが多いが、本翻訳では「特に保護を要する」という訳語を用いた。それは次のような理由による。本条では、消費者が「vulnerable」となるのは、特定の理由に基づいて、かつ、特定の商品や取引との関係においてである。そこでは、「vulnerable」は、人の一般的な性質としての意味で用いられてはいない。仮に「脆弱な」と訳出すると、そのグループに属する「消費者」がそうした人的性質を一般的に、そして本来的に有しているとの印象を与えるおそれがあるように思われた。そこで、一般的な人的性質という意味ではないことを明確にするために、「特に保護を要する」と訳出した方が適切であろうと考えた。

付表Ⅰ

あらゆる状況において不公正とみなされる取引方法

誤認惹起的取引方法

- １．事業者が、事実とは異なり、自主行動規準の署名者であると主張すること。
- ２．必要な許認可を得ていないにもかかわらず、トラストマーク、クオリティマークその他同様のものを表示すること。
- ３．事実とは異なり、自主行動規準が公的機関その他の団体から認定を受けたと主張すること。
- ４．事業者（その取引方法を含む。）若しくは商品が、事実とは異なり、公的機関若しくは民間団体から認可、認定若しくは許可を受けたと主張し、又は事業者若しくは商品が認可、認定若しくは許可の条件を遵守しないにもかかわらず、そのように主張すること。
- ５．事業者が、その商品、商品の広告規模及び提供価格に照らして合理的な期間並びに合理的な数量について、その価格でその商品若しくはその同等品を供給すること又はこれを他の事業者に供給させることができないと思う合理的な根拠を開示せずに、特別価格で商品を購入するよう勧誘すること（おとり広告）。
- ６．特別価格で商品を購入するよう勧誘しながら、次に掲げるいずれかを行うこと。
 - （ａ）消費者に広告された商品を見せることを拒否すること。
 - （ｂ）広告された商品を合理的な期間内に受注し、若しくはこれを引き渡すことを拒否すること。
 - （ｃ）別の商品を販売促進することを意図して、広告された商品の欠陥ある見本を提示すること（おとり商法）。
- ７．直ちに決定をさせ、情報を得た上で選択をする十分な機会又は時間を

消費者から奪うことを目的として、非常に限られた期間のみ又は非常に限られた期間に特別な条件のみで商品を購入することができる旨の虚偽の表示をすること。

8. 事業者が、取引前に自己の所在する加盟国の公用語ではない言語で通信を行った消費者に対してアフターサービスを提供することを約したにもかかわらず、そのサービスを他の言語のみで利用できるものとし、かつ、消費者に対してそのことを消費者がその取引を行う前に明確に開示しないこと。
9. 事実とは異なり、商品を適法に販売することができると表明し、又はそのような印象を与えること。
10. 法律が消費者に与える権利を、事業者の申入れの顕著な特徴として示すこと。
11. 商品を販売促進するためにメディアの編集コンテンツを使用し、かつ、その販売促進のために事業者が代金を支払ったにもかかわらず、そのことをコンテンツの中で又は消費者が明確に見分けることができる映像若しくは音声によって明確にしないこと（記事広告）。この規定は、理事会指令89/552/EECⁱの適用を妨げない。
- 11a. 検索結果内の商品のランキング上位を達成するために有料広告であること又は特別な支払をしていることを明確に開示することなく、消費者のオンライン検索クエリに検索結果を提供すること。
12. 消費者が商品を購入しない場合における、消費者又はその家族の身の安全に対する危険の性質及び範囲について実質的に誤った主張をする

i Council Directive 89/552/EEC of 3 October 1989 on the coordination of certain provisions laid down by Law, Regulation or Administrative Action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities (OJ L 298, 17.10.1989, p. 23). Directive as amended by Directive 97/36/EC of the European Parliament and of the Council (OJ L 202, 30.7.1997, p. 60) [テレビ放送指令 89/552/EEC。後に、指令97/36/ECによって改正]。

こと。

13. 特定の製造業者が製作したものに類似する商品を販売促進し、その際に、その製造業者が、事実とは異なり、その商品を製作したと消費者が思うように意図的に誤認を惹起すること。
14. ピラミッド型の販売促進スキームが、消費者が償金を受ける機会を得るために対価を支払い、かつ、その償金が商品の販売や消費によってではなく、主として他の消費者をそのスキームに引き入れることによって獲得されるものである場合において、これを開設、運営又は促進すること。
15. 事業者が、事実とは異なり、今にも営業を終了し、又は営業所を移転しようとしていると主張すること。
16. 商品によって、運で決まるゲームに勝つことが容易になると主張すること。
17. 商品が病気、機能障害又は奇形を治癒するものであるとの虚偽の主張をすること。
18. 消費者に通常の市場条件よりも不利な条件で商品を取得させることを意図して、市場条件又は商品を見付ける可能性に関して実質的に誤った情報を提供すること。
19. 取引方法において競争による選抜又は懸賞を提供すると主張しながら、所定の賞品又はその合理的な同等品を与えないこと。
20. 取引方法に対する応答について不可避免的に生じる費用以外のものを消費者が支払わなければならないにもかかわらず、商品が「gratis（無料）」、「free（無料）」、「without charge（課金なし）」であるとの表示その他これに類する記載をすること。
21. マーケティング資料の中に、事実とは異なり、既にその商品を注文したとの印象を消費者に与える請求書その他支払を求める類似の文書を含ませること。

資 料

22. 事業者が、自己の商業、事業、手工業若しくは職業に関係する目的で行為しないと虚偽の主張をし、若しくはそのような印象を与えること又は自己が消費者であるとの虚偽の表示をすること。
23. 商品が販売された加盟国以外の加盟国においても商品に関するアフターサービスを利用することができるとの虚偽の印象を与えること。
- 23a. 個人が購入できるイベント・チケットの数に課される制限又はそのチケットの購入に適用されるその他の準則を回避するために自動化された手段を用いて事業者がチケットを取得し、そのチケットを消費者に転売すること。
- 23b. 実際に商品を使用し、又は購入した消費者からのものであることを確認するための合理的かつ比例的な措置を講じることなく、商品のレビューがその消費者によって提供されることを示すこと。
- 23c. 商品を宣伝する目的で、虚偽の消費者レビュー若しくは推奨又は不実の消費者レビュー若しくは社会的推奨を投稿し、又は別の法人若しくは自然人に投稿させること。

攻撃的取引方法

24. 消費者が、契約が成立するまで営業所から退去することができないとの印象を与えること。
25. 退去し、又は再訪問しないように消費者が求めたにもかかわらず、これに反して消費者の自宅への個人的訪問を行うこと。ただし、各国法が、契約上の債務を履行させるためにこれを認める場合及び範囲については、この限りでない。
26. 電話、ファクシミリ、電子メールその他の通信手段を用いて執拗かつ不招請の勧誘行為をすること。ただし、各国法が、契約上の債務を履行させるためにこれを認める場合及び範囲については、この限りでない。この準則は、指令97/7/EC第10条並びに指令95/46/ECⁱⁱ及び

2002/58/ECの適用を妨げない。

27. 保険契約に基づいて支払を請求しようとする消費者に対して、その請求が有効であるかどうかに関連すると合理的に考えられない文書を提出するよう要求し、又は消費者が自己の契約上の権利を行使することを断念させることを目的として、適切な問合せに対して全く応答しないこと。
28. 広告の中で、子どもに対して、広告商品を購入するよう直接に促し、又は子どものために広告商品を購入することを親その他の成人に説得するよう直接に促すこと。この規定は、テレビ放送に関する指令89/552/EEC第16条の適用を妨げない。
29. 消費者が注文しなかったにもかかわらず事業者が供給した商品について支払（期限の利益を付与したかどうかを問わない。）又は返品若しくは保管を求めること（押しつけ販売）。ただし、その商品が指令97/7/EC第7条第3項に従って供給された代物である場合は、この限りでない。
30. 消費者がその商品又は役務を購入しなかった場合には、事業者が失職するおそれ又は生計を維持することができないおそれがあることを消費者に対して明示すること。
31. 次に掲げるいずれかの事実があった場合において、消費者が賞品その他これと同等の利益を既に取得しており、将来において取得し、又は特定の行為をすることで取得することができるとの誤った印象を受けたとき。

ii Directive 95/46/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (OJ L 281, 23.11. 1995, p. 31). Directive as amended by Regulation (EC) No 1882/2003 (OJ L 284, 31.10.2003, p. 1) [個人データ指令95/46/EC。後に、規則 (EC) No 1882/2003によって改正]。

資 料

—賞品その他これと同等の利益が存在しないこと。

—賞品その他これと同等の利益を請求する行為をするためには、消費者が金銭を支払い、又は費用を負担することが条件となること。

付表Ⅱ

[略]