

〔判例研究〕

ふるさと納税の返礼品に係る表示と 不正競争防止法の原因産地誤認惹起表示罪および 原因産地誤認惹起虚偽表示罪の成否

(盛岡地判令和5年1月13日 LEX/DB 25594528)

四 條 北 斗

【事実の概要】

(1) 公訴事実

本件の主位的訴因に係る公訴事実は以下の通りである。被告人一般社団法人 P1 は、岩手県陸前高田市内に主たる事務所を置き、同県八幡平市と業務委託契約を締結して、同市に地方税法37条の2第1項1号¹⁾の寄附金を支出した寄附者に対する返礼品の発送等の業務に従事するもの、被告人 P2 は被告法人の代表理事としてその業務全般を統括管理するものである。

被告人 P2 は、被告法人 P3 支店支店長 P4 と共謀の上、被告法人の業務に関し、不正の目的をもって、被告法人職員をして、平成30年10月16日頃から同年11月6日頃までの間、八幡平市内所在の被告法人 P3 支店において、同返礼品として寄附者が指定した受取人に対して松茸を発送するに当たり、八幡平市産ではない松茸を、「八幡平市の生産者よりたくさん『ありがとう』の気持ちをこめて」などと記載され、「岩手県八幡平市産」等と印字した送り状を貼付した段ボール内に入れて梱包するなどして、商品又は取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地について誤認させるような表示をした上、その間、45回にわたり、P5 ら39名に対し、同支店から千葉県柏市など37か所に宛てて、かかる表示をした松茸約500グラム又は約250グラム各1箱（合計45箱、松茸重量合計約22.25キログラム）をそれぞれ発送し、同年10月17日頃から同年11月7日頃までの間、同37か所にそれぞれ到達させて同 P5 ら39名に同松茸45箱を譲渡し、もって不正競争を行った（平成30年法律第33号による改正前の不正競争防止法21条2項1号、2条1項14号の罪²⁾）。

なお、予備的訴因として以下の公訴事実が追加されている。被告人 P2 は、被告法人 P3 支店支店長 P4 と共謀の上、被告法人の業務に関し、被告法人職員をして、平成30年10月

1) 本件当時は、平成31年法律第2号による改正前の地方税法37条の2第1項1号。

2) 本稿における条文の表記は、特段の断りがない限り、平成30年法律第33号による改正前の不正競争防止法の条文を意味する。

16日頃から同年11月6日頃までの間、八幡平市内所在の被告法人P3支店において、同返礼品として寄附者が指定した受取人に対して松茸を発送するに当たり、八幡平市産でない松茸を、「八幡平市の生産者よりたくさんの『ありがとう』の気持ちをこめて」などと記載され、「岩手県八幡平市産」等と印字した送り状を貼付した段ボール内に入れて梱包するなどした上、その間、45回にわたり、P5ら39名に対し、同支店から千葉県柏市など37か所に宛てて、かかる表示をした松茸約500グラム又は約250グラム各1箱（合計45箱、松茸重量合計約22.25キログラム）をそれぞれ発送するなどし、もって商品又は取引に用いる書類若しくは通信に、その商品の原産地について誤認させるような虚偽の表示をした（21条2項5号の罪）。

（2）裁判所によって認定された事実

① ふるさと納税制度について

ふるさと納税とは、納税者が自分の居住する自治体以外の任意の自治体に寄附を行った場合に、寄附額のうち2000円を超える部分について、原則として、所得税と住民税から全額控除されるという制度である（本件当時は平成31年法律第2号による改正前の地方税法37条の2第1項第1号）。このように同制度は、納税者が、事実上、納税する自治体を選択することができるようにして、地域の活性化を図ろうとしたものであったが、寄附金を集めるために寄附者に対し寄附金額に応じて当該地域の特産品を返礼品として送付する自治体が現れ、自治体間の寄附金獲得競争が激しくなり、寄附金額に比して過度な返礼品や当該地域とは無関係な返礼品を送付するようになるなど、制度の目的にそぐわない事態が生じた。

そこで、同制度を所管する総務大臣は、平成27年以降、複数の通知を発出し、平成30年4月1日付け通知（総税市第37号）では、返礼品を当該地方団体の区域内で生産されたものや同区域内で提供されるサービスである地場産品に限ることを求めている。

② 被告法人による八幡平市のふるさと納税の実施状況について

（ア）受付サイトの利用について

被告人P2は、寄附金を募集する方法の一つとして、インターネット上のふるさと納税受付サイト（以下「受付サイト」という。）を利用することにした。受付サイトでは、ふるさと納税の寄附金を募るとともに、寄附者に対する返礼品として全国各地の特産品等が数多く掲載されていた。寄附を希望する納税者は、返礼品を検索し、返礼品の画像、名称、内容の説明、必要な寄附金額等の掲載情報を参考にしながら、寄附したい自治体と返礼品を選び、決済が完了すると、自治体から返礼品と寄附金受領証明書が送られてくるようになっていた。

被告法人では、返礼品の名称は、返礼品提供事業者が付けてきたものをそのまま掲載したほか、被告法人の職員が修正したり、新たに考えたりして掲載し、被告人P2もその内容を確認していた。

(イ) 松茸の発送方法について

返礼品の松茸は、返礼品提供事業者から直接寄附者に送付されるものもあったが、大部分は返礼品提供事業者がP3支店に持ち込み、同支店で職員らが分別・計量等を行った上で木箱に収納し、その木箱に「岩手 八幡平市産 天然松茸」と記載したトレーシングペーパーをかぶせ、被告法人のパンフレットや返礼品のカタログ等と一緒に段ボールに入れて梱包し、これに宅配業者の送り状を貼付して宅配業者に配送を委託していた。

(ウ) 段ボールについて

被告人P2は、返礼品を梱包する段ボールについて、他の自治体からも返礼品を受け取る寄附者に八幡平市からの返礼品であることを認識してもらい、同市の魅力をアピールする目的で、独自のデザインを施したものを用意し、これを松茸の梱包に使用していたほか、被告法人が発送する松茸以外の他の返礼品の梱包にも利用していた。そのデザインは、4つの側面に、それぞれ〔1〕八幡平市の市章に添えて「八幡平市」、〔2〕「農と輝の大地 八幡平市」、〔3〕「八幡平市の発展のために『想いを形に』ふるさと納税 八幡平市ふるさと応援寄附」、〔4〕温泉に入浴する男女のイラストに添えて「泉質いろいろ いで湯の郷 温泉王国八幡平」、花のイラストに添えて「品質・生産量日本一『安代リンドウ』」、ゴルファーとスキーヤーのイラストに添えて「日本有数のオールシーズンリゾート『安比高原』」、牛のイラストに添えて「豊かな自然と名水が育てた高品質黒毛和牛『いわて八幡平牛』」などと記載し、さらに、上面内側のフラップ部分に、岩手山等の八幡平の山並みをデザインしたイラストに添えて「登山・トレイル・トレッキングにも人気の美しい山々」、「感謝 八幡平市の生産者よりたくさんの『ありがとう』の気持ちこめて」などと記載したものであったが、松茸やそれを連想させるような記載はなかった。

(エ) 送り状について

段ボールに貼付する送り状は、主としてP4が宅配業者の配送依頼システムを利用して印刷していた。送り状の「お届け先」欄には受発注管理システムで登録された寄附者の氏名及び住所が、「ご依頼主」欄にはP3支店の住所と被告法人の名称が、「品名」欄には受発注管理システムで登録された返礼品コード及び返礼品の名称が、それぞれ印字されるようになっていた。ただし、返礼品の名称については、印字される字数に制限があり、冒頭から全角で32文字、半角で64文字までしか印字されなかった。

③ 平成29年度の松茸の提供状況について

被告人P2は、平成29年6月から、受付サイトによる受付と返礼品の掲載を開始し、同年8月頃、提供事業者による八幡平市産の松茸の納品が始まったが、同年9月頃になると、長雨と低温による生育不良のために八幡平市産の松茸が例年になく不作になることが分かり、返礼品の松茸を確保できる見通しが立たなくなった。そこで、被告人P2は、同年10月4日、八幡平市の担当者らと対応策を協議した結果、寄附者の希望に沿う対応として、広島県内の業者から松茸を調達することにした。

このように、返礼品として八幡平市産でない松茸を送付するようになったことから、被

告人 P2 は、「岩手 八幡平市産 天然松茸」と記載したトレーシングペーパーの使用をやめて、「天然松茸」と記載したものを使用するよう指示したが、使用する段ボールや送り状の「品名」欄の記載について変更を指示することはなかった。

④ 平成30年度の松茸の提供状況について

被告人 P2 は、平成29年12月から、平成30年産の松茸を返礼品とする寄附の募集を開始することにした。募集開始に当たり、提供事業者から、平成29年のような不作にはならないとの見込みを聴取した上で、返礼品として提供する松茸の量を平成29年よりも増やした。受付サイトに掲載する返礼品の名称は、P4 らが考え、被告人 P2 の了解を得た上で決めた。また、被告人 P2 は、P4 に指示して、収穫量が不足した場合は八幡平市産でない松茸を送付する場合がある旨の注意書を掲載させた。

被告法人では、平成30年9月頃から、寄附者に対する八幡平市産の松茸の発送を始めた。トレーシングペーパーについては、当初から「天然松茸」と記載されたものを使用することにした。ところが、同月下旬ころから10月上旬頃には、八幡平市産の松茸が平成29年ほどではないにしろ不作になることがわかり、返礼品として発送できるだけの八幡平市産の松茸を確保できる見通しが立たなくなった。そこで、被告人 P2 は、前記広島県内の業者から八幡平市産でない松茸を調達し、それらを返礼品として順次寄附者に発送した。

そのうち本件で問題にされたのは、平成30年10月16日頃から同年11月6日頃までの間の45回分の発送である。これらの松茸は、被告人 P2 がふるさと納税の返礼品の梱包用に用意した前記段ボールに梱包されていた。また、送り状の「品名」欄には返礼品の名称に応じて、それぞれ〔1〕「【早期予約開始】限定20セット！平成30年度産 岩手県八幡平市産」（なお、一部の送り状には「松茸 500g」の印字があった）、〔2〕「【子商品】岩手県八幡平市産天然松茸 250g」、〔3〕「【子商品】岩手県八幡平市産天然松茸 500g」と印字されていた。なお、「【子商品】」とは、セット品の一部として個別に発送する物品を意味する表記である。

被告人 P2 は、八幡平市産でない松茸を発送するに当たり、P4 らに対し、使用する段ボールを変更したり、送り状の「品名」欄を訂正したりするよう指示することはなかった。また、寄附者に対し、八幡平市産でない松茸を発送することを事前に連絡したり、説明する文書を松茸と一緒に送付したりすることはなかった。

【判 旨】

無罪（確定）。

（1）「段ボールの記載は、内側の記載を含め、全体としてみれば、内容物が八幡平市のふるさと納税の返礼品であることを示すものにすぎないというべきである。そして、ふるさと納税の返礼品については地場産品であることが当然の前提とされていたことをも踏まえると、段ボールの記載の一部に『八幡平市の生産者より』と書かれているからといって、これに内容物の原産地を示すような独自の意味合いを認めることはできない。」

(2) 「そもそも送り状の『品名』欄には、内容物のいわば品質にあたる原因産地を記載することまでは想定されていない。」「本件における送り状の『品名』欄の各記載は、いずれも寄附者に内容物の品目や品名を示すものですらないのであり、この中にたまたま『岩手県八幡平市産』と原因産地を示すような記載が含まれていたからといって、そこに内容物の原因産地を示すような意味合いを認めることはできない。」

(3) 「本件寄附者らは、受付サイトに掲載された返礼品の名称や説明を見て、寄附を希望する自治体及び返礼品を選択したものである。したがって、返礼品が梱包された段ボールに『八幡平市の生産者より』などと記載されたり、送り状に『岩手県八幡平市産』などと印字されていたりするなど、返礼品の原因産地を示すかのような記載があったからといって、これらは寄附者が返礼品を選択する際の判断に影響を及ぼすものではない。また、ふるさと納税の返礼品は、当該地域の地場産品とされていた上、松茸についても、受付サイトでは、返礼品の名称に『岩手県八幡平市産』などと表示されていたから、受付サイトで松茸を選択した寄附者は、段ボールの『八幡平市の生産者より』との記載及び送り状の『品名』欄の『岩手県八幡平市産』との記載を見るまでもなく、送られてきた物品が八幡平市産の松茸であると認識していたと考えられる。段ボールや送り状に内容物が八幡平市産の物品であることをうかがわせるような記載があったからといって、これらは寄附者に対し、内容物の原因産地が八幡平市であるとの認識を新たに生じさせるものではない。」

(4) 「以上のような本件における表示の内容や位置づけ、取引の態様、それらに対する寄附者の認識等に照らすと、『八幡平市の生産者よりたくさんの「ありがとう」の気持ちをこめて』との段ボールの記載及び同段ボールに貼付された『岩手県八幡平市産』との送り状の印字をもって、松茸の原因産地について誤認させるような表示又は原因産地について誤認させるような虚偽の表示であると認めることはできない。」

【 研 究 】

1 はじめに

本件は不正競争防止法の原因産地誤認惹起表示罪（21条2項1号、2条1項14号）³⁾および原因産地誤認惹起虚偽表示罪（21条2項5号）⁴⁾に関する事例であるが、無罪事例としては、公刊物やデータベースで確認できる限りでは、初めてのものである。また、確認できる判例・裁判例でも、これらの罪の構成要件の解釈適用について判示するものが殆どない中で、本件は「原因産地について誤認させるような表示」についての判断を示している点で、事例判決ではあるものの興味深い裁判例である。

2 不正競争防止法の目的および規制態様

不正競争防止法の目的は、1条に規定されているように、事業者間の公正な競争及びこ

3) 平成30年法律第33号による改正により2条1項14号は2条1項20号に、さらに令和5年法律第51号による改正により21条2項1号は21条3項1号になった。

4) 令和5年法律第51号による改正により21条2項5号は21条3項5号になった。

れに関する国際約束の的確な実施を確保し、もって国民経済の健全な発展に寄与することである。最高裁は、「不正競争防止法は、営業の自由の保障の下で自由競争が行われる取引社会を前提に、経済活動を行う事業者間の競争が自由競争の範囲を逸脱して濫用的に行われ、あるいは、社会全体の公正な競争秩序を破壊するものである場合に、これを不正競争として防止しようとするもの」と判示している⁵⁾。

不正競争防止法は、「顧客にとってより優れた商品や役務が提供されるようにし、また社会的に資源が効率的に配分されるようにする機能」を果たさないため、「価格や品質によらない競争」を不正競争として規制している⁶⁾。個別の不正競争行為の類型は、2条1項各号に限定列挙されており、さらに刑事規制の対象になる不正競争行為は21条に規定されている。刑事規制の対象となる不正競争行為は、「公正な競争秩序の維持という公益に対する侵害の程度が著しいものに限定」されており⁷⁾、それらの行為は、「先行する競業者の評判に『タダ乗り』したり、その信用を低下させるゲリラ的な行為」とであるとされる⁸⁾。

不正競争防止法の保護法益は、「事業者の営業上の利益という私益と公正な競争秩序という公益」とされる⁹⁾¹⁰⁾。いずれの保護法益に重点を置くべきかは、各号の行為態様によって異なるとされ¹¹⁾、個別の不正競争行為ごとに検討されるべきものである。なお、食品偽装事件との関係で、不正競争防止法は消費者保護を直接の目的としたものではないが、消費者が誤認するような行為を規制の対象とすることで、「商品提供を受ける消費者を間接的に保護する側面」を有しているとされる¹²⁾。

5) 最判平成18年1月20日民集60巻1号137頁。

6) 茶園成樹編『不正競争防止法〔第2版〕』（有斐閣、2019年）1頁〔茶園成樹〕。

7) 金井重彦ほか編著『不正競争防止法コンメンタール〔改訂版〕』（LexisNexis、2014年）476頁〔船山泰範〕。

8) 佐久間修『体系経済刑法』（中央経済社、2022年）84頁。

9) 経済産業省知的財産政策室編『逐条解説不正競争防止法〔第2版〕』（商事法務、2019年）252頁、齊藤豊治ほか編著『新経済刑法入門〔第3版〕』（成文堂、2020年）327頁〔前嶋匠〕。事業者の営業上の利益という私益については「営業上の信用という私益」と表現されることもあるが（小野昌延編著『新・注解不正競争防止法〔第3版〕下巻』（青林書院、2012年）1329頁〔佐久間修〕、小野昌延＝松村信夫『新・不正競争防止法概説〔第3版〕下巻』（青林書院、2020年）321頁）、営業上の利益の具体的なものと解される。なお、鈴木博康「判批」法政研究66巻1号（1999年）66頁は、「消費者の利益、競業同業者の利益、競争制度の公正と秩序」の「重疊的な保護法益」とする。

10) 最大判昭和35年4月6日刑集14巻5号525頁は、平成5年全面改正前の旧不正競争防止法5条2号に関する判断の中で、「不公正な競争の意図をもって、同法1条1号または2号に該当する行為がなされることは、ただに被害者たる他の営業者に対する不法な行為であるに止まらず、業界に混乱を来し、ひいては経済生活一般を不安ならしめるおそれがある」と判示した。これを受け、反町宏「判解」『最高裁判所判例解説刑事篇（昭和53年度）』（法曹会、1982年）110頁は、旧法5条に関して、「同条の保護法益は、公正な競争の確保・競業者の利益保護という側面のほかに、その結果としての公衆（一般消費者）の保護という側面をも兼有するものと考えてよいであろう」とする。

11) 小野編著・前掲註9）1330頁〔佐久間〕。

3 品質等誤認惹起表示の罪

3.1 品質等誤認惹起表示とその規制態様

2条1項14号は、商品の原産地に限らず品質や数量等について誤認させる表示も規制する。品質等誤認惹起表示はこれらの原産地誤認惹起と質量等誤認惹起行為を包括する概念である。2条1項14号が規制する品質等誤認惹起表示の行為類型は、品質等について誤認させるような表示をする行為、品質等について誤認惹起表示をした商品の譲渡・引渡し、そのための輸出入等の行為、そして品質等について誤認させるような表示をして役務を提供する行為である。

品質等誤認惹起表示が不正競争行為とされる理由として、「誤認を惹起する表示によって、適正な表示で取引を行う事業者より競争上優位に立ち、その顧客を奪い、公正な競争秩序を阻害する」こと¹²⁾や、「商品の属性について誤認を招き、競争の成果を需要者が自由に選択することを妨げ、成果競争を歪曲することがありうる」こと¹⁴⁾が挙げられる。これらは、品質等誤認惹起表示の影響を競業者の視点と需要者の視点のそれぞれから説明するものであり、矛盾するものではない。つまり、品質等誤認惹起表示の不正競争性は、需要者の自由な選択の阻害により競業者が営業上の機会を逸失することで事業者間の自由な競争（公正な競争秩序）が侵害されることにありと解される。

また、品質等誤認惹起表示の規制趣旨は、「商品・役務の原産地や品質等について誤認を与えるような表示を行って、需要者の需要を不当に喚起する事業者が、適正な表示を行う事業者より競争上優位に立つことや適正な表示を行う事業者の顧客を奪うことを防止し、公正な競争秩序を維持すること」であるとされる¹⁵⁾。このことから、規制の対象となる行為は、「不特定多数の競業者の利益を害する行為であり、かつ対公衆的なもの」でなければならない¹⁶⁾。なお、品質等誤認惹起表示が刑事規制の対象になるのは、21条2項1号で規定されているように、当該行為が「不正の目的をもって」行われた場合に限られる¹⁷⁾。

12) 前嶋匠「食品の安全と刑事責任」齊藤豊治ほか編『日中経済刑法の最新動向』（成文堂、2020年）117頁。

13) 齊藤編著・前掲註9）306頁〔前嶋〕。

14) 渋谷達紀『不正競争防止法』（発明推進協会、2014年）235頁以下。

15) 茶園編・前掲註6）115頁〔村上画里〕。なお、規制のエンフォースメントに関して、品質等誤認惹起表示のような公益侵害型の不正競争行為については、「競争事業者が民事請求をするのは、訴訟を提起することのコストを上回る私的メリットがある場合に限られる」ため、刑事規制または行政規制が機能することが指摘されている（渋谷・前掲註14）226頁、244頁）。

16) 茶園編・前掲註6）115頁〔村上〕。品質等誤認惹起表示の規制は、「市場で商品・役務の提供を受ける消費者の保護にも資するという特徴」を有するが、「あくまで誤認的な表示によって営業上の利益を侵害される事業者に差止請求等を認めることにより、事業者を保護するものであるから、各種消費者保護法とはその法目的が異なる」とされる（同・115頁）。

17) 公刊物およびデータベースで確認できた刑事裁判例としては、以下のものがある（すべて有罪）。

①東京高判昭和49年7月29日刑月6巻7号814頁（国産洋服生地に英国の地名の英文字を構成要素とする転写マークを押捺表示した事例）、②さいたま地判平成14年12月4日LEX/DB 28085282（輸入鶏肉を使った冷凍食肉商品を国産鶏肉かのように表示した事例）、③仙台地判平成15年7月17日

3.2 品質等誤認惹起表示の要件

(1) 表示媒体

商品・役務の原産地や品質等について誤認させるような表示は、「商品・役務又はその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信」に行われなければならない。本件では、これらの内、本件段ボールの記載が「商品」にした表示に該当するのか、また、本件送り状の記載が「取引に用いる書類」にした表示に該当するのかが問題になる。

商品とは、「市場における流通の対象となるもの」をいう¹⁸⁾。それが有体物に限られるのか、それとも無体物を含むのかについては解釈論上の争いがあるが¹⁹⁾、民事裁判例では有体物だけでなく無体物も含むとするものがある²⁰⁾。また、商品への表示には、商品自体への表示の他、商品の容器、包装、商品に添付する物（タグ、ラベルなど）への表示を含むとされる²¹⁾。

本件では、弁護人は、不正競争防止法は事業者間の公正な競争秩序の維持という公益を保護法益としているところ、ふるさと納税の寄附金は寄附者による経済的利益の無償の供与であり、返礼品は単なる贈答品にすぎないのであって、そこに市場競争を観念することはできず、返礼品は市場における流通の対象となる有体物とはいえないから、「商品」に該当しないと主張した。盛岡地裁はこの点についての判断を示していない。後述のように、盛岡地裁は本件表示が「原産地を誤認させるような表示」に該当しないと判断していることから、当該表示がされた媒体についての判断は不要と考えられたものと思われる²²⁾。

LEX/DB 28085748（輸入冷凍鶏肉等を国産生鮮鶏肉等かのように表示した事例）、④松江地判平成15年12月2日 LEX/DB 28095323（島根県α湖産しじみに中国産しじみを混同させた商品をすべてα湖産しじみかのように虚偽の表示をした事例）、⑤札幌地判平成20年3月19日 LEX/DB 28145273（牛肉に豚肉等を加えて製造した挽肉等を牛肉のみを原料とするかのように表示した事例）、⑥大阪地判平成20年4月17日 LEX/DB 28145309（産地の異なる米を混合した精米をあたかも特定の産地の単品の商品であるかのように虚偽の表示した事例）、⑦仙台地判平成21年2月25日 LEX/DB 25440544（外国産豚肉を加工した商品の豚肉の産地を国内産であるかのように表示した事例）、⑧神戸地判平成21年4月27日 LEX/DB 25440949（中国産うなぎの蒲焼を国産うなぎの蒲焼と表示した事例）、⑨長野地伊奈支判平成25年11月14日 LEX/DB 25502498（生食用として使用できない輸入馬肉を生食用と表示した事例）、⑩静岡地判平成26年5月15日 LEX/DB 25504565・静岡地判平成26年5月15日 LEX/DB 25504564（台湾産のうなぎの加工品を静岡産のうなぎの加工品と表示した事例）、⑪津地判平成27年2月18日 LEX/DB 25505955・津地判平成27年2月18日 LEX/DB 25505956（中国産米を混入させた精米について国産米100%であるかのように表示した事例）、⑫神戸地裁令和3年3月26日 LEX/DB 25569340（兵庫県産ブランド豚肉ではない国産豚肉を当該ブランド豚肉であるかのように表示した事例）。本件後のものとして、⑬熊本地判令和5年10月10日 LEX/DB 25596343（輸入した外国産のアサリについて熊本県産アサリと表示した事例）。

18) 山口厚編著『経済刑法』（商事法務、2012年）73頁、77頁〔山口厚〕。

19) 山本庸幸『要説不正競争防止法〔第4版〕』（発明協会、2006年）58頁以下参照。

20) 東京高判平成5年12月24日判時1505号136頁。

21) 小野昌延編著『新・注解不正競争防止法〔第3版〕上巻』（青林書院、2012年）675頁〔小松陽一郎〕、金井ほか編著・掲掲註7）173頁〔安立欣司〕。

22) 仮に「商品」に該当しないとした場合、ふるさと納税等の寄附金市場における不当表示に関して、

この点、盛岡地裁が前提事実として認定した通り、本来、ふるさと納税は任意の寄附であるが、同制度めぐっては、納税者が、事実上、納税する自治体を選択できることから、自治体間の寄附金獲得競争が生じている²³⁾。そして、その競争において返礼品が納税者による寄附先の選択の際のひとつの重要な判断要素になっている。このような状況から、ふるさと納税をめぐっていわば市場が形成されているといえ、返礼品がその市場における流通の対象になるものになっているといえよう²⁴⁾。それゆえ、返礼品は「商品」に該当すると考えられる²⁵⁾。

つぎに、「取引に用いる書類」とは、取引において用いられる一切の書類をいうとされる²⁶⁾。本件では、弁護人は、段ボールに貼付した送り状は被告法人と宅配業者との間で取り交わされる配送伝票であり、寄附者に対して発出された書面ではないから、「取引に用いる書類」に該当しない、と主張した。盛岡地裁は、本件送り状について、「そもそも送り状の『品名』欄には、内容物のいわば品質にあたる原産地を記載することまでは想定されていない」と判示している。

この点、荷物に貼付された送り状の記載は、寄附者（ないし荷受人）に対して、その荷物がふるさと納税の返礼品であることを認識させる意味をもっているといえる。それゆえ、荷物に貼付された送り状が、もっぱら荷送人と宅配業者との間で取り交わされる配送伝票であり、寄附者（ないし荷受人）に対して発出された書面ではないとまではいえない。したがって、盛岡地裁は、本件送り状が荷送人と宅配業者との間で取り交わされる書面にすぎないから、寄附者との「取引に用いる書類」に該当しないということを判示したのではなく、本件送り状の性質が寄附者（ないし荷受人）との間で内容物の原産地や品質等の真正を担保すべきものではないことから、それになされた表示が品質等誤認惹起表示には該当しないということを判示したものと解される。

詐欺罪が成立するケースを除いて、規制の間隙が生じることになる。

23) 例えば、ふるさと納税の寄附者が税制の控除等のメリットに鑑みて一定の金額までしか寄附しないことを前提とした場合に、寄附者が受付サイト等の表示から得た情報を基にある自治体への寄附を決定すると、それによって他の自治体は寄附を受ける機会を逸失することになる。

24) ふるさと納税制度に限らず、一定のクラウドファンディング等の寄附金獲得競争があり、そこでは寄附金市場が形成されているといえよう（名藤朝気「寄附市場の発展と法務」金融法務事情 No. 2207（2023年）1頁参照）。

25) なお、山本・前掲註19）59頁は、「事業者間の公正な競争を確保することが法の目的であるとする、市場における流通の対象となる有体物ならば何も『商品』という用語にこだわる必要はないところであるが、新法では商品という用語自体がその時々時代の発展状況に応じて拡大解釈が可能な性格のものであること、それが使用されている法令の趣旨目的によりその内容がそれぞれ異なること、旧法との連続性の観点も必要であること」などから引き続き「商品」と表現されたものであるとする。

26) 茶園編・前掲註6）116頁〔村上〕、山口編著・前掲註18）77頁〔山口〕、山本・前掲註19）207頁。具体例として、カタログ、注文書、見積書、契約書、納品書、請求書、領収書等とならんで「送り状」も挙げられているが、その「送り状」はいわゆるカバーレター（送付状）をいうものと思われ、本件で問題になっている「配送伝票」も意味しているかは不明である。

(2) 原産地について誤認させるような表示

品質等誤認惹起表示のうち、本件で問題になったのは、「原産地について誤認させるような表示」にあたるかである。まず、原産地とは、「商品が生産、製造又は加工され商品価値が付与された地」のことをいう²⁷⁾。原産地として表示される名称（原産地名称）は、特定の場所、地方、国等、範囲の大小を問わないとされる²⁸⁾。また、原産地表示であることが明記されていなくても、表示が付された商品全体を観察し、商品の需要者又は取引者が、当該表示を商品の原産地表示と認識する表示であれば原産地表示にあたるとされる²⁹⁾。それゆえ、表示の方法として、例えば「大阪」という記載のような直接的な原産地名称の表示（直接的原産地表示）だけでなく、例えば「通天閣」のイラストなどの「大阪」を想起させるような、原産地名称を用いてはいないものの、社会通念上これと同視し得る表示（間接的原産地表示）も含まれる³⁰⁾。

つぎに、「誤認させるような表示」とは、「表示の内容、使用方法、取引界の実情等を考慮して、需要者または取引者に商品の原産地等を誤って認識させるおそれがある表示」をいう³¹⁾。それは、「直接的に虚偽が表示されていなくても、特徴ある文字や図形などの結合、不完全・不明確な産地表示、諸表示の付加などの手段の組合せなどによって、全体的に誤認を惹起させるものか否か判断すべきである」とされる³²⁾。その際の判断基準は、商品・役務の一般的な需要者が誤認することがあり得るか否かに求められる³³⁾。それは、「原産地誤認表示行為は競争の成果の自由選択を妨げる行為を不正競争行為とするものである」ことによる³⁴⁾。なお、いわゆる「打ち消し表示」が付加された場合については、それにより「需要者に誤認を生ぜしめるおそれなくなっていれば、誤認惹起表示にあたらない」とされる³⁵⁾。

原産地を誤認させるような表示とされた具体的なケースとして、民事裁判例では、岡山県で製造された商品の包装等にされた「製造者 ㈱氷見うどん高岡屋本舗 富山県氷見市……」との表示は、一般消費者をして、氷見市において製造されていない商品を、氷見市において製造されているものとの誤認混同を生じさせるものであるとした事例³⁶⁾が挙げら

27) 小野編著・前掲註21) 662頁〔小松〕、経産省編・前掲註9) 145頁、山口編著・前掲註18) 77頁〔山口〕、東京高判昭和53年5月23日刑月10巻4=5号857頁。

28) 小野編著・前掲註21) 662頁〔小松〕、茶園編・前掲註6) 117頁〔村上〕、山口編著・前掲註18) 77頁〔山口〕。

29) 経産省編・前掲註9) 145頁。

30) 小野編著・前掲註21) 676頁〔小松〕、茶園編・前掲註6) 117頁〔村上〕。

31) 山口編著・前掲註18) 77頁〔山口〕、山本・前掲註19) 207頁。

32) 小野編著・前掲註21) 677頁〔小松〕、小野＝村松・前掲註9) 95頁。

33) 渋谷・前掲註14) 238頁、茶園編・前掲註6) 121頁〔村上〕、山本・前掲註19) 207頁。

34) 渋谷・前掲註14) 238頁。

35) 田村善之『不正競争防止法概説〔第2版〕』（有斐閣、2003年）423頁。

36) 名古屋高金沢支判平成19年10月24日判時1992号117頁（控訴審）、富山地高岡支判平成18年11月10日判時1955号137頁（第一審）。

れる。また、刑事判例として、級別の審査、認定を受けなかったため酒税法上清酒二級とされた商品である清酒に清酒特級の表示証を貼付する行為は、一般公衆が級別の審査、認定、表示等に即応して清酒の銘柄とその級別を指定してこれを注文し購入している取引の実態や慣行のもとにおいては、たとえその清酒の品質が実質的に清酒特級に劣らない優良のものであっても、誤認を生じさせる虚偽の表示にあたるとした事例³⁷⁾がある。

本件では、弁護人は、段ボールの記載は内容物がふるさと納税の返礼品であることを、送り状の表示は返礼品の名称をそれぞれ示すものにすぎず、いずれも原産地を示すものではないから、原因産地誤認惹起表示には当たらない、と主張した。この点、盛岡地裁は、段ボールの記載に関しては「内容物の原産地を示すような独自の意味合いを認めることはできない」とし、送り状の記載に関しては「内容物の原産地を示すような意味合いを認めることはできない」とした。そして、段ボールおよび送り状に返礼品の原産地を示すかのような記載があったからといって、「これらは寄附者が返礼品を選択する際の判断に影響を及ぼすものでは」く、「寄附者に対し、内容物の原産地が八幡平市であるとの認識を新たに生じさせるものではない」とした。

このように、盛岡地裁は、本件で段ボールおよび送り状の記載が「原産地について誤認させるような表示」に該当しないのは、寄附者がそれらの表示を見た時点では、その表示が当該取引の成否に影響を与えないからであると判示した。前述の通り、品質等誤認惹起表示が不正競争行為として規制されるのは、需要者の自由な選択の阻害により競業者が営業上の機会を逸失することで事業者間の自由な競争（公正な競争秩序）が侵害されるからである。つまり、寄附者の自由な選択を阻害しない時点での表示は、不正競争性（法益侵害性）を帯びないのである。したがって、原産地を誤認させるような表示であったとしても、それが需要者の自由な選択を侵害しない用いられ方をしている場合は、不正競争防止法の品質等誤認惹起表示罪の構成要件に該当しない、ということを判示したものと解される³⁸⁾。

なお、段ボールの記載については、返礼品が地場産品に限定されていたことに鑑みると³⁹⁾、本件段ボールによって梱包された松茸をみた受取人は、八幡平市が松茸の原産地であると認識する可能性が高いといえるように思われる。しかし、盛岡地裁は、段ボールの記載について、「全体としてみれば、内容物が八幡平市のふるさと納税の返礼品であることを示すものにすぎない」とした上で、「内容物の原産地を示すような独自の意味合いを認めることはできない」とする。これは、ふるさと納税の返礼品が地場産品に限定されて

37) 最判昭和53年3月22日刑集32巻2号316頁（上告審）、東京高判昭和50年4月28日高刑集28巻2号200頁（控訴審）。なお、本件は旧法5条1号（品質等誤認惹起虚偽表示罪）に関するものである。

38) なお、必ずしも寄附者が返礼品の受取人になるとは限らないが、寄附者以外の者が受取人になっていても、当該取引の成否に影響を与えないことに変わりはない。

39) 平成30年4月1日付けの総務大臣による通知（総税市第37号）で、「地域資源を活用し、地域の活性化を図ることがふるさと納税の重要な役割でもあることを踏まえれば、返礼品を送付する場合であっても、地方団体の区域内で生産されたものや提供されるサービスとすることが適切である」とされていた。

いたことから、寄附者は受付サイト等に表示される情報を基に寄附をする自治体を選択する際に、当該自治体が返礼品の原産地であることをすでに認識しているのであって、受け取った返礼品の表示を見ることによって原産地の認識が新たに生じるわけではないということによるのであろう。内容物の原産地を示すような「独自の」意味合いを認めることはできないという判示は、このような意味と解される。

また、本件では、被告人らは受付サイトに「収穫量が不足した場合は八幡平市産ではない松茸を送付する場合がある」旨の注意書きをしていた事実が認定されている。この打ち消し表示により、需要者に原産地について誤認を生じさせるおそれがなくなっていたといえる。それゆえ、本件段ボールの表示をもって原産地を誤認させるような表示とすることはできない⁴⁰⁾。

(3) 品質等誤認惹起行為の処罰要件

2条1項14号の品質等誤認惹起行為は、「不正の目的」をもって行う場合に処罰対象になる。この「不正の目的」は、19条1項2号括弧書で、「不正の利益を得る目的、他人に損害を加える目的その他の不正の目的」と定義されている。この定義のうち、不正の利益を得る目的（図利目的）とは、「不正に、すなわち、公序良俗、信義則に違反して利益を得ようとする目的」とされ、他人に損害を加える目的（加害目的）とは、「他の事業者に財産上の損害、信用の失墜等の損害を加える目的」とされる⁴¹⁾。もっとも、規定上、図利目的と加害目的は「不正な目的」の例示であり、その他にも「不正の目的」はありうることになる。その範疇は必ずしも明らかではないが⁴²⁾、品質等誤認表示の故意が認められる場合、通常は『不正の目的』も肯定されることになる⁴³⁾。

この目的要件は、旧不正競争防止法5条では、「不正ノ競争ノ目的」と規定されていた。これについて、最高裁は、旧法5条2号の混同惹起行為との関係で、「不正競争防止法5条2号にいう『不正ノ競争ノ目的』とは、公序良俗、信義衡平に反する手段によって他人の営業と同種または類似の行為をなし、その者と営業上の競争をする意図をいう」と判示した⁴⁴⁾。そして、これを受け、東京高裁は、旧法5条3号の原産地誤認惹起表示に関して、「不正競争防止法第5条にいう『不正ノ競争ノ目的』とは、一般に不公平な手段、即ち公

40) 仮に受付サイト（公告）の表示から段ボール（商品）の表示までを全体的に捉えて判断するとしても、受付サイトでの打ち消し表示により、寄附者は返礼品が必ずしも八幡平市産の松茸ではないことを認識して寄附先を選択することができたといえる。それゆえ、寄附者の自由な選択を阻害しておらず、不正競争性（法益侵害性）はなく、構成要件に該当しないことになる。また、主観的にも、当該打ち消し表示をしていることから、被告人に原産地誤認惹起表示の故意や不正の目的を認めることはできないであろう。

41) 山口編著・前掲註18) 71頁〔山口〕、山本・前掲註19) 400頁。

42) 浅田和茂「不正（競争）の目的と商品主体混同行為の処罰目的」佐々木史朗編『判例経済刑法体系第2巻経済法関連』（日本評論社、2001年）71頁は、「不正の目的自体は無限定」とであるとする。

43) 浅田・前掲註42) 71頁、田村・前掲註35) 434頁。

44) 最大判昭和35年4月6日刑集14巻5号525頁。

序良俗，信義衡平に反する手段によって他人と営業上の競争をする意図をいうのであるが……，本件の第5条第3号，第1条第1項第4号の関係においては，自己の製造又は販売する商品に，該商品が真実製造された地以外の地において製造された，より優良な商品である旨の誤認を生ぜしめる表示をするという不公正な手段によって他の業者と営業上の競争をする意図をいうものと解すべき」と判示している⁴⁵⁾。

旧法当時の学説も，「不正ノ競争ノ目的」は「不公正な手段により，他の業者と，営業上の競争をする意図」と解されるが，法の規定する不正競争行為がまさに「不公正な手段」に他ならないので，不正競争行為の故意を認めうる場合に，目的を否定できるケースがあるか疑問であるとし，特に「5条3号の関係では『不正ノ競争ノ目的』に（未必の故意排除以上の）処罰限定機能を期待し難い」ことを指摘している⁴⁶⁾。

本件では，弁護人は，被告人P2および被告法人には本件による経済的利益がないから「不正の目的」がない，と主張した。盛岡地裁は，この点について判断を示していない。原因産地について誤認させるような表示という客観的構成要件が充たされないことから，主観的要件の判断を示す必要がなかったものと考えられる⁴⁷⁾。

4 品質等誤認惹起虚偽表示罪

本件の予備的訴因である品質等誤認惹起虚偽表示罪（21条2項5号）は，「不正の目的」がない場合であっても，商品・役務に関し，原因産地または品質等について「誤認をさせるような虚偽の表示」をする行為を処罰対象とする⁴⁸⁾。目的要件の有無の他に，品質等誤認惹起表示（21条2項1号）との違いは，規制対象行為が誤認させるような虚偽の表示をす

45) 東京高判昭和49年7月29日刑月6巻7号814頁。

46) 山口厚「不正競争防止法と刑事罰」ジュリスト1005号（1992年）34頁以下。さらに，同・「不正競争の目的」小野昌延先生還暦記念論文集刊行会編『判例不正競争法小野昌延先生還暦記念論文集』（発明協会，1992年）534頁以下参照。

47) なお，「不正の目的」の範疇に，例えば，ふるさと納税の受託事業者が，多くの寄附を集めた実績を基に業務委託契約期間満了後に再度の契約締結を目的として不当な表示をする場合を含むうかは，検討の余地があろう。

48) 公刊物およびデータベースで確認できた刑事判例・裁判例としては，以下のものがある（すべて有罪）。①最決昭和53年3月22日刑集32巻2号316頁・東京高判昭和50年4月28日高刑集28巻2号200頁（実質的に清酒特級の品質を有する酒税法上清酒二級の清酒瓶詰に特級の表示証を貼付した事例），②東京高判昭和53年5月23日刑月10巻4＝5号857頁（ダイヤモンドにつき「原石ベルギー直輸入」および「全商品市価の約半額」などとチラシに虚偽の表示をした事例），③仙台地判平成9年3月27日LEX/DB 28035002（「種類別加工乳」と表示しなければならない商品に「成分無調整」「種類別牛乳」と虚偽の表示をした事例），④東京簡判平成31年2月5日LEX/DB 25570284（製造・販売した焼結機械部品について内容虚偽の検査成績表を作成した事例），⑤東京簡判平成31年2月6日LEX/DB 25570282（製造・販売したアルミニウム合金条について内容虚偽の検査成績書を作成した事例），⑥東京簡判平成31年2月8日LEX/DB 25570285（製造・販売したシリコンゴム製の半導体製造装置部品について内容虚偽の検査成績書を作成した事例），⑦立川簡判平成31年3月13日LEX/DB 25570168（製造・販売した油圧鍛造品，砂型铸造品，銅板条製品ないしアルミ板製品について内容虚偽の検査成績書を作成した事例）。

る行為に限られる点にある。すなわち、当該表示をした商品の譲渡・引渡し、そのための輸出入等や、当該表示をした役務の提供は規制対象に含まれない。

21条2項5号の行為は、公正な競争秩序を破壊する行為の中でも、特に悪質なものであって、公衆の利益を著しく害するおそれがあるため、21条2項1号の行為と一部重複する場合があるものの、独立した処罰規定を定め、「不正の目的」がなくても故意があれば処罰するとされたものである⁴⁹⁾。旧法に関するものではあるが、東京高裁も、旧法5条1号の「行為は、競業の公正と秩序の破壊行為として特に反倫理性が強く、公序良俗、信義衡平に反することが顕著であり、公衆の利益が害せられる危険が大きいとため、不正競争の目的の有無にかかわらず処罰し得るものとなしたものと解するのを相当」としている⁵⁰⁾。また、旧法当時の学説も、誤認惹起行為が「不正ノ競争ノ目的」で行われた場合にのみ処罰されるのは、科される刑事罰の峻厳性を考慮して、「処罰に『慎重を期する姿勢』が示されている」のに対し、『虚偽ノ表示』は単なる『誤認ヲ生ゼシメタル表示』よりも不当性が高く処罰価値が高いと見たものと理解することができる⁵¹⁾。

誤認をさせるような虚偽の表示の「虚偽」とは、表示の内容が真実に合致しないことをいうとされる⁵²⁾⁵³⁾。この要件については、「原産地や品質等を誤認させる表示はそのほとんどが虚偽の誤認表示なのではなかろうか」として、単なる誤認惹起表示と誤認惹起虚偽表示を区別する意義は見出し難いとの指摘がある⁵⁴⁾。これに対して、「両者はかなりの範囲において重なりあうことは否定し難いが、この両者がくい違うのは、要するに『虚偽の表示』がなされているとまでは認めがたい場合であり、(それ自体としては全く真実であるが)誤解されやすい表現が用いられている場合や曖昧不明確な表現が用いられている場合であろう」とする見解もある⁵⁵⁾。

49) 小野編著・前掲註9) 1366頁〔佐久間〕、小野＝松村・前掲註9) 330頁。

50) 東京高判昭和50年4月28日高刑集28巻2号200頁。なお、東京高裁は、「同号は、競合秩序の破壊行為を処罰することにより、競業の公正と秩序を保護するとともに公衆の利益を保護するにあると解するのを相当とする」としていたが、そこでいう「公衆の利益」の意味は判然としない。この点、学説では、旧法5条1号について、「公衆(一般消費者)の利益が主たる法益と解すべき」であり、本罪の成立には、「一般消費者の商品選択を誤らせる危険(抽象的危険)の発生」を必要とする見解(浅田和茂「内容・品質の虚偽表示、不整利得目的の要否」佐々木史朗編『判例経済刑法体系第2巻経済法関連』(日本評論社、2001年)76頁以下)や、本罪は「同業者の競業上の利益」を保護する抽象的危険犯であり、「同業者の競業上の利益がおよそ危険にさらされないのならば、本規定の重罰をもってのぞむ必要はない」とする見解(林幹人「判批」警察研究50巻5号(1979年)128頁)が示されている。

51) 山口・前掲註46) ジュリスト33頁以下。

52) 山本・前掲註19) 404頁。

53) なお、最決昭和53年3月22日刑集32巻2号316頁参照。本件の調査官解説は、「本決定は、客観的な品質自体には虚偽の表示がなく、当該表示が実質的な品質に合致していても、品質等の保証などがないのにこれあるように装って、その点に虚偽の表示をした場合には、不正競争防止法5条1号の罪を構成することがありうるという一般論としても重要な論点を含むもの」とする(反町・前掲註10) 111頁以下)。

54) 田村・前掲註35) 434頁。

本件では、単なる品質等誤認惹起表示と共通する「原因地について誤認させるような表示」の要件が充足されていないことから、表示の「虚偽」性についての判断は示されていない。なお、主位的訴因とされた原因地誤認惹起表示罪と予備的訴因として追加された原因地誤認惹起虚偽表示罪の関係についても、従来の判例・裁判例からは判然としないが、今後の事案の集積を注視したい。

5 まとめ

本件は、不正競争防止法の原因地誤認惹起表示罪および原因地誤認惹起虚偽表示罪に共通する、「原因地について誤認させるような表示」の要件のあてはめを示した事例判決である。盛岡地裁が本件の段ボールおよび送り状の記載が「原因地について誤認させるような表示」に該当しないとした理由は、寄附者がそれらの表示を見た時点では、その表示が当該取引の成否に影響を与えないことにありと解される。原因地誤認惹起表示の不正競争性（法益侵害性）は、需要者の自由な選択の阻害により競業者が営業上の機会を逸失することで事業者間の自由な競争（公正な競争秩序）が侵害されることにありということに鑑みて、本件の盛岡地裁の判断は妥当なものである。

55) 山口・前掲註46) ジュリスト35頁。平野龍一ほか編『注解特別刑法4 経済編〔第2版〕』（青林書院，1991年）16頁〔小野昌延〕は、「一般に虚偽は誤認を生ぜしめ、また逆に誤認は通常虚偽によって惹起されることが多い。しかし、厳密に言えば虚偽は必ず誤認を惹起するものとは限らない。また、誤認を生ぜしめる手段はすべて虚偽であるとは限らない」とした上で、「問題は虚偽と誇大の限界である」とする。