

研究ノート

公正競争規約の認定と消費者の不服申立
—「消費者の権利訴訟」高裁判決研究—

平野 充好

1. 序説

不当景品類および不当表示防止法（以下景表法という）上、事業者に対する表示に関する規制は、(1)同法4条1・2号の「一般消費者に誤認されるため、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示」の禁止、(2)同条3号において、公正取引委員会が「一般消費者に誤認されるおそれのある表示」として指定する表示の禁止、(3)事業者または事業者団体が公正取引委員会の認定によって広告、表示の内容などに関し公正競争規約を設定して行う自主的規制（同法10条）の3つがある。(3)の規制方法は、公正競争規約の機能ないし効果が次第に認識されてきた今日では、表示規制において重要な位置を占めている^①。公正競争規約が公正取引委員会によって認定されても、その規約自体に強制力が付与されるわけではなく、(規約への参加、規約からの脱退いずれも自由)、通常、その規約に参加する事業者によって組織された公正取引協議会によってその実効性が保たれている。したがって、認定された公正競争規約がアウトサイダーに対し直接効力の及ぶことはない。しかし、公正取引委員会が不当表示を個別的に取り締まるさいに、景表法4条1・2号の解釈、運用においてその規約の内容が決定的かつ具体的な基準になるところから（業界の商慣習として参酌される）、規約で

① 現在、公正競争規約は景品関係15件、広告、表示関係31件ある（公正取引委員会年次報告49年度版）。なお、吉田文剛「景表法の実務」307頁以下参照。

規制していることがアウトサイダーをも拘束することになる^②。また、同法 10 条 5 項によれば、認定をうけた公正競争規約およびこれにもとずいてする事業者または事業者団体の行為には、独占禁止法の定める違反行為の排除措置などのための手続規定が適用されないとあるが、実体法上の関係ではともかく、結果的には公正競争規約の認定は独占禁止法および景表法の適用除外を認めることになる。実質的に違法な公正競争規約の認定は不当表示についての共同行為が許容されているとみることもでき、事業者の中に不当表示を行うものがある場合に比べて、「カルテル的悪性」が加わるともいわれている^③。

ところで、景表法 10 条 6 項では公正競争規約の認定について不服申立をなす者は単に「不服あるもの」と定めているにすぎない。そこで、当該規約の認定をうけた事業者、規約に参加していないいわゆるアウトサイダー、関連事業者、一般消費者など不服あるものはだれでも公正取引委員会の認定に対して異議の申立ができるのかどうか、特に一般消費者の不服申立資格の有無が問題となる。

この点について、近時公正取引委員会審決および東京高裁は公正競争規約の認定に対し一般消費者には不服申立資格がないと判示した。本稿では、東京高裁の判決例に即して、いくつかの問題点を考えてみたい。

2. 事件の概要

公正取引委員会は昭和 46 年 3 月 5 日社団法人の日本果汁協会らの申請に係る「果実飲料等の表示に関する公正競争規約」を認定したが、これに対し、主婦連および同会会長である奥むめお（以下原告ら）は右認定は景表法 10 条 2 項 1 号ないし 3 号の要件をみたしていないから取消されるべきであ

② 吉田前掲書 305 頁参照。

③ 今村「消費者の権利と不服申立資格」ジュリスト 570 号 88 頁。正田「表示に係る公正競争規約の認定と消費者の権利」判時 762 号 119 頁。なお本稿は、全面的にこの二論稿に依拠している。

るとして、同法10条6項の規定により公正取引委員会に対し不服申立をした。原告らが当該公正競争規約（以下果汁規約という）が同法10条2項1号ないし3号の要件をみたしていないとした主な理由は果汁規約では果汁含有率10%以上のものは10%きざみに、5%以上10%未満のものは果汁10%未満と表示することになっているが、果汁含有率5%未満のものまたは果汁を含まないものにあつてはその旨の表示にかえ、「合成着色飲料」「香料使用」等のみ表示すればよいことになっているが、このような表示は一般消費者に果汁を含有していない旨を誤りなく伝えるものではないことなどから適正ではないというものである。ところが、これに対して公正取引委員会は昭和48年3月14日規約の内容について実質的に判断することなく、審決理由において(1)不服申立をなしうるものは行政事件訴訟法9条にいう「法律上の利益を有する者」とその範囲を同じくし、「法律上の争訟手続において具体的個別的な権利ないしは法律上保護された利益が直接侵害されたか、少くとも必然的に侵害されると主張しえる者でなければならない」(2)景表法は独禁法の特別法であり、その目的は公正な競争を確保することによって国民大衆としての一般消費者の利益を保護することにある。(3)本件不服申立人は「一般消費者の利益を不当に害するおそれある」というが、それは原告ら自身の「具体的、個別的な権利ないし法律上の利益が必然的に侵害されるというもの」ではない。(4)景表法10条2項の「一般消費者（中略）の利益を不当に害するおそれがない」とあるのは、公正競争規約の認定の要件を定めたものであつて、それがただちに一般消費者に対し不服申立資格を付与したものではない。(5)景表法に民衆訴訟制度の定めのない以上かかる主張のかぎりにおいては原告らに不服申立資格は認められない。という考えをとつて原告らは不服申立の資格はないとして申立を却下する審決をした^{④⑤}。そこで、原告らは不服申立資格がないとして却下した審決は違法であるとして審決取消請求訴訟を提起し

④ 公正取引委員会審決集(19)159頁以下。

⑤ 審決後、公正取引委員会は景表法4条3項にもつづいて「無果汁の清涼飲料水等についての表示」(昭48年3月20日公取委告示)の指定により、実質的な点についての原告らの主張は認められ、その後、表示規約がその告示にもつづいて改正されている。

た。東京高裁の昭和 49 年 7 月 19 日判決は審決を支持し、請求を棄却した^⑥。

3. 高裁判決の要約

高裁判決は審決の論理と基本的には同様の論理で原告らの不服申立資格を否定している。判決理由は次のように要約することができる。

(1)景表法 10 条 6 項の不服申立は本質的には行政不服申立の性質を有するものであり、一般に行政不服申立は「私人等の救済とは関係なしに行政の適正な運営の確保を目的とするものではない」。

(2)「法規の適正な適用において国民の一人としての個人が他の人々と共通してもつ利益は個人的利益ではなく、一般的利益であって、このような利益……の擁護のために不服申立を許すことは結局民衆訴訟を認める」こととなるが、そのためには明文の規定が必要である。

(3)公正競争規約の認定に対する不服申立手続を定めた景表法 10 条 6 項は「同条 2 項 2 号の認定の要件として一般消費者の利益を不当に害するおそれがないことを要求していることに対応する」が、「ここにいう一般消費者の利益とは……特定の個人が特別に有する利益ということができず、究極において公益ないし国民一般の利益というに帰する」から、他から区別された特定の権利者の利益が侵害されたとはいえない。したがって、原告らがこの認定に対して不服申立をすることは許されない。

(4)さらに、不服申立資格を認める必要があるという原告らの主張に対し、景表法は独禁法の特別法であり、公正な競争を確保することを直接の目的とし、その目的を達成することによって一般消費者の利益は当然保護されるとするものであって……一般消費者の保護は右の直接の目的をとおして得られる間接の目的たる地位にあることは否定しえない。

⑥ 判例時報 746 号 9 頁以下。これに対し、原告側は上告し、現在、最高裁で審理中である。

(5)この目的の達成のためには、公正取引委員会が正当な権限にもとづいて事業者に対する所定の事項の禁止・排除がなされる。したがって、「本来自由なるべき事業活動が規制され、その有する権利・利益が害される場合において、その不服申立による救済を保障しているという基本的構造からすれば、公正競争規約の認定が正当になされなかったとしても、一般消費者としては、正当な認定がなされれば得られるべき利益は得られないというだけで、その本来有した地位に消長はなく、すでに有する利益を害されるものとするはできない。」その意味で、一般消費者に不服申立を認めないとしても著しく正義に反すると非難することはできない。

(6)原告らが本件認定によって具体的にその権利が侵害されるおそれがあるとの主張に対しては、それは「保護さるべき地位において有する事実上の利益という程のことに帰し……結局一つの反射的利益にすぎない」。

4. 不服申立制度と一般消費者の地位

本判決には、さまざまな法律上の論点があるが、基本的には不服申立制度における法的保護利益の範囲ないし意味の問題、および、景表法における消費者の地位をめぐる法構造把握の問題が主要な論点であろう。本稿では、第1に不服申立制度に焦点をあてて一般消費者の概念および一般消費者の法的保護利益について問題点を明らかにし、次いで、景表法上における「一般消費者の利益の確保」の意味を考えてみたい。

(1)行政庁に対する不服申立資格の有無については行政不服審査法に直接明文の規定がないところから、行政事件訴訟法9条の原告適格に準じて理解すべきかどうか問題にされる。行政不服審査法第1条では行政不服審査が「国民の権利・利益の救済」をはかるとともに「行政の適正な運営を確保」することを目的としていることからすれば、不服申立資格と取消訴訟の原告適格は理論的には区別して考えるべきであろう^⑦。たしかに、第1に、裁判所が認め

る取消訴訟の原告適格の範囲が拡大^⑦していることから不服申立資格と原告適格を実質的に区別して理解する必要はなくなっていること^⑧、第2に、不服申立資格も、違法または不当な行政処分によって私人の権利・利益を侵害された場合に認められるものであって、「私人等の救済とは関係なしに行政の適正な運営の確保自体を目的」とする場合には認められないと一般に解されていること^⑨、第3に、不服申立資格の判断が究極的には司法審査につらなること^⑩、などからすれば、実質的には不服申立資格を原告適格と区別して両者の差異を強調して把えるべきではないかもしれない。しかし、現代社会における行政に対する著しい需要の増大とそれにとまなう多様な行政手段による経済過程への国家（＝行政）の介入という現象は、不服申立制度における「行政の適正な運営確保」の要請を内在させているといえる。その意味で、不服申立資格の有無の判断において、「行政の適正な運営の確保」との関連において「私人の権利・利益」救済の意味ないし範囲を考えていく必要がある^⑪。

行政事件訴訟法9条は、取消訴訟につき処分の取消しを求める「法律上の利益を有する者」が原告適格をもつ旨定めているが、ここでいう「法律上の利益」とは何であるか必ずしも明らかなわけではない。学説・判例には広狭2通りの考え方の対立がある。一つは伝統的な立場で、「法律上の利益」の意味を「法により保護された利益」に重点をおく考え方^⑫であり、他は「法の保護に値いする利益」に重点をおく考え方^⑬である。判例の推移からすれば、原

⑦ 美濃部達吉「日本行政法上巻」847頁。田中二郎「概説行政法上」272頁。

⑧ 「権利から法益」なる標語で原告適格の拡大を指摘されるのは兼子仁「行政争訟法」（現代法学全集）295頁。

⑨ 遠藤博也「景表法上の公正競争規約認定審決に対する消費者（団体）の不服申立資格の有無」ジュリスト538号59頁。

⑩ 不服申立制度は「行政の適正な運営を確保」という目的について「間接的な効果」を狙ったものであるというのは田中二郎、前掲書216頁。

⑪ 高津幸一「果汁飲料公正競争規約事件」公正取引279号31頁

⑫ 今村前掲論文90頁。

⑬ 最高裁事務総局編「行政事件訴訟十年史」112頁以下。

⑭ 原田尚彦「取消訴訟の原告適格」自由と正義1971年2月号16頁以下、兼子前掲書302頁など。

告適格の拡大化傾向（法により保護された利益から法の保護に値いする利益へ）を承認しないわけにはいかない。これは不服申立資格を考える場合の前提でもある。不服申立資格の有無の判断において、より広く拡大化の方向を認めるとしても、どのような利益が「法の保護に値いする利益」であるのかを押えておかなければならない。

侵害された利益が「法の保護に値いする利益」であるか否かは当該生活利益の性格、国家社会生活におけるその重要性ならびに当該生活利益を規律する法規との関連で決定されることになる^⑮。いいかえれば、何が人間の生存、生活にとって基本的手段・基本的条件であり、それが現代の法状況のなかでどのように認識されるかの問題である^{⑯⑰}。具体的な生活利益にそくして、何が「法の保護に値いする利益」かについてはここでふれるわけにはいかないが、原告適格に関する判決例に内在している裁判官の法的価値判断——その意味で裁判官による法状況認識の反映であるという側面をもつ——を一定程度類型化して提示することは可能であろう^⑱。

(2)さて、本判決は、その要約(2)からも明らかのように、一般消費者という立場からの不服申立は一般的利益の主張であって個々の消費者として有する具体的利益の主張ではないということから、また、原告個人としての消費者の利益の侵害の主張についても、そこで主張されている利益は「すべての消費者に通ずる権利ないし利益であって他から区別されるべき特定の個人的利益でなく」、事実上の利益ないし反射的利益（要約(6)参照）にすぎないとして結局不服申立資格を否定している。

一般消費者の利益というのは判旨のいうように一般的利益にすぎないのかどうか。景表法は「一般消費者」（4条）ないし「一般消費者の利益」（1条、10条）という用語を用いているが、それはいかなる意味を有するのか^⑲、判旨

⑮ 原田尚彦「行政事件訴訟への期待」判例タイムズ291号参照。

⑯ 遠藤，前掲論文58頁。

⑰ 消費者の利益の保護が強調される社会的経済的分析について宮坂富之助「消費者をめぐる権利問題」法学教室（第2期）3号214頁。

⑱ かかる視点から本件審決を位置づける作業として遠藤，前掲論文55頁以下。

は一般消費者の利益を「他から区別して特定の個人が特別に有する利益といふことができず、究極において公益ないし国民一般の利益というに帰する」として一般消費者の利益には個々の消費者の利益を含まないと解している。

たしかに、消費者一般もなければ消費者の利益一般なるものもない。その意味では一般消費者の利益は価値的な概念であるという側面をもつ。すなわち、一般消費者とは「取引の最終段階に位置し、商品またはサービスを購入し消費する経済主体を一般的・抽象的に把え、かかる者の一般的利益を確保することを法が実現すべき価値として設定した概念」^⑲であるということになる。一般消費者の利益とは景表法が実現しようとしている法的価値であることは否定できない。したがって、それが形式的に考えられると抽象的な「国民一般の利益」とのみ把えられる可能性もでてくる。他方、一般消費者の利益は個々の消費者の利益を離れて考えることもできないから、個々の消費者の利益の集合が一般消費者の利益という側面もある。判決は前者の側面のみを形式的に把えたものであり、原告側は後者の側面を強調しているにすぎない。ここは両者の側面をふまえて、「個々の消費者の利益が基礎にあり、それが第一義的には一般消費者の利益であり」しかし「個別的な一般的な利益のみがここでいう一般消費者の利益でない^⑳」として把えるか、あるいは、「一般消費者の利益ということは一般的利益であってもそれは個別的利益に還元できる性質のもの^㉑」であると理解すべきであろう。

次に、一般消費者の利益の侵害が個々の消費者の利益の侵害でもあるという立場から、表示に関する公正競争規約の認定によって、消費者のどのような利益が侵害されるか—それが法の保護に値する利益かの判断につながるのだが—について検討してみよう。

本件では、いわば、消費者が正当な表示に対してもつところの利益（知ら

⑲ 消費者概念にどのような内容を付与するか、ここでは立ち回らない。経済学上の概念との関連で検討の要するところである。

⑳ 金子，前掲論文8頁。

㉑ 正田，前掲論文120頁。

㉒ 今村，前掲論文90，91頁。

される利益→選ぶ利益)が法の保護に値いするかが問題になる。表示のために誤認して損害をうけるという危険は不服申立をする本人には考えられないという前提から「表示の仕方が複雑・難解であることが消費者たる申立人の利益侵害の事実上の要素となる」として具体的法的保護の侵害を否定しようとする見解がある²³。これに対して不服申立資格における「適正な行政の運営の確保」機能の重視という点から不服申立資格は抽象的危険の存在で足りると反論して不服申立資格を肯定する立場²⁴もある。たしかに、個々の消費者における具体的な利益ないし利益侵害の可能性の有無を考えていく場合には不服を申し立てるような消費者は容易に誤認されないというべきかもしれない²⁵。一般消費者の利益が侵害されている場合には個々の消費者の利益も侵害されているという利益侵害の実体的構造からすれば、規約の認定によって一般消費者の利益の侵害があれば、端的に個々の消費者の侵害可能的利益の手続的救済——たまたま誤認をまぬがれたかどうかを問うことなく——を考慮していくべきであろう。

以下、この問題との関連において若干の問題点を簡単に指摘するにとどめたい。

第1に、本件における適正な表示に対してもつところの利益は単に表示に対する誤認により不利益²⁶をうけるというだけではなく、表示に対する誤認が競争原理に作用してうける不利益を考えねばならないのではないか、それが是認されるとすれば、不服申立人の注意だけではその不利益は排除できず、表示のために誤認して損害をうけるという危険は不服申立人には考えられないという前提もくずれるであろう。

第2に、消費者が適正な表示に対してもつところの利益の侵害についても、それが健康被害をもたらす可能性がある場合とそうでない場合とを一応区別

²³ 高津，前掲論文32頁。

²⁴ 今村，前掲論文91頁。

²⁵ 満田重昭「消費者による公正取引規約の認定に対する不服申立」ジュリスト565号198頁。立法論として公共団体その他適当な人の介入をみとめるべきだと主張される。

²⁶ 金子，前掲論文6頁。

して考えることができる。前者の場合には、「法の保護に値いする利益」が容易に是認されうるであろう。しかし、前者と後者の区別は結局は程度の問題であり、必ずしも一義的に判断されるものではない。その意味で、積極的に正しい表示に対して法的保護に値いする利益があるとされるかどうかは微妙である。結局その判断は現代経済社会においてその生活利益の重要性の増大をいかに評価するかにかかっている。

第3に、本節では主として生活利益の性格・重要性という視点が強調されたが、すでにふれたように、侵害される利益が法の保護に値いするかどうかはそれが現代の法状況のなかでどのように位置づけられうるかにもかかってくる問題でもある。これが次の課題である。

5. 景表法による表示規制と消費者の地位

景表法による表示規制は消費者の利益にどのように関係するかという問題は、基本的には独占禁止法制が消費者の権利・利益の確保をどのように保障しているかにある。

(1) 独占禁止法第1条は「一般消費者の利益の確保と国民経済の民主的で健全な発達を促進する」という目的規定を、景表法第1条は「一般消費者の利益を保護することを目的とする」という規定を掲げている。そこに示されている「消費者の利益確保」の法的な意味をどのように理解するかについては、独占禁止法制が持つ現代法的意義、現代資本主義社会における競争政策の持つ意義、競争政策における消費者の地位の把握の仕方によって様々である。本判決はその点について「景表法は独占禁止法の特別法であるが、独占禁止法は私的独占、不当な取引制限及び不公正な取引方法を禁止し、それによって公正かつ自由な競争を促進することを直接の目的とするものであり、この目的を達成することによって一般消費者の利益はおのずから確保されるものとの建前に立つものであり、景表法はこの不公正な取引方法の一つであ

るいわゆる顧客の不当誘引のうち不当景品類の提供及び不当な表示を定型化してこれを防止し、それによって公正な競争を確保することを直接の目的とし、その目的を達成することによって一般消費者の利益は当然保護されるものとするのであって、その点において、両者の建前は図より同一である。従ってここでは一般消費者の保護は右の直接の目的をとおして得られる間接の目的たる地位に止まるものであることは否定しえないところである。」と述べて、独占禁止法の目的は有効競争を促進することであり、消費者の利益はその結果的現象にすぎないといういわゆる結果説²⁷⁾の立場に立つものである。判決はこうした「独禁法制の目的」理解を前提にしたうえで、公正取引委員会の権限行使→事業者の自由の制限→権利・利益の侵害→その者の不服申立という図式に示される独禁法制の「基本的構造」²⁸⁾(要約(5)参照)から消費者の不服申立資格を否定的に把えている。

独占禁止法制を含めて現代の経済政策立法は近代市民法(=商品交換秩序法)²⁹⁾が前提にした経済構造の変化に対応して、国家の経済過程に対する全面的介入の法(=商品交換秩序の補完法)として制定されたものである。不当表示の禁止等を定める景表法もそうした現代資本主義法の一つであることに変わりはない。その意味で、景表法における表示規制の中心的狙いはあくまでも対価的商品交換関係の維持にある。商品の不当表示を通じておこなわれる商品の不等価交換は一般的に否定される。その関係が現象的には、近代市民法のもとでは、商品の等価交換を規律する法の枠組みのなかで、等価交換の法理にもとづいて個別的に規定されるという形であらわれ(詐欺罪、取消権、不法行為による損害賠償)、現代法としての景表法では不当表示そのものが規

②7 公正取引委員会事務局編「改正独占禁止法解説」64頁、金沢文雄、「独占禁止法の理論—構造(目的)」独占禁止法講座I 172頁。なお、学説の対立については今村成知「消費者保護法と独占禁止法」経済法16号2頁以下参照。

②8 なお、この「基本的構造」から関連事業者の不服申立を根拠づけることは困難になろう。同旨満田前掲論文198頁。

②9 近代市民法という用語法は多義的に使われるが、ここでは、近代の法の構造、特徴を把握するための、いわば一般的、抽象的概念として使っている。なお、富山康吉「現代における独占禁止法の地位」講座I 180頁参照。

制の対象となってあらわれる。近代市民法における等価交換秩序は自由、対等な取引当事者の意思を前提に形成されるが、経済社会が独占資本主義段階へと進展するのに伴って、その前提がくずれ、商品交換関係は独占資本の意思により一方的に形成されるようになる。そこでは個別的に「不等価」交換を規律することは困難になり、一般的に不当表示を規制して「不等価」交換を規律するという形式が採られるのである。

たしかに、現代法における表示規制は、一般的に企業の「表示に対する自由」ともいうべき事業者の自由を制限するという法形式が採られる。これは近代市民法の体系が私人の意思を媒介しない商品の移転を原則的に拒否しているからである。私的所有の保護を前提にした近代市民法のメカニズムは、不当表示から商品取引者を保護するために、不当表示者に対する取引者の権利—私人が直接不当表示を規制するという法形式—構成を認めない。したがって、法は一般国民の利益、公益の名のもとに事業者に対する表示規制—「表示に対する自由」の制限という法形式を採る。ここには、事業者の側に規制をうける負担ないし義務が考えられても、それに対応する利益ないし権利は法形式的には設定されない。しかし、事業者側の負担ないし義務の実施に応じて実質的に消費者の権利ないし利益が実現されていくのである。適正な表示を事業者に義務づけるという直截な法形式を採らないわが国の景表法においても、一定の限界³⁰はあるが、事業者に負担を課すことによって実質的に商品取引者としての消費者の権利・利益が実現されていくのである。その意味で、景表法は、独占資本と消費者の対抗関係を前提にしたうえで、消費者に一定程度の保護を与えようとするものである。この実質的な意味における消費者保護の関係を法解釈のレベルでどう構成するかが問題となる。そのための解釈論は次のように展開される。

独占禁止法は「公正競争の維持の確保」が「一般消費者の利益の確保」につながるものであるという認識のもとに有効競争政策を経済政策の基底にお

③〇 木元錦哉「不公正な取引方法における不当性」ジュリスト 500号 554頁。丹宗昭信「日本の不当表示法の問題点（下）」公正取引 206号 9頁など。

いた法であるといえる^{③①}。したがって、「一般消費者の利益」の確保は「政策選択原理」^{③②}であり、独占禁止法の運用において消費者保護原理を前面に出すことも可能であれば、独占禁止法政策において、消費者保護を直接の目的とした立法＝景表法も当然の帰結なのである^{③③}。したがって、「一般消費者の利益の確保」が「公正かつ自由な競争」の反射的結果にすぎないわけではなく、法構造上両者は「表裏の関係」にあると把えることができる。さらに一步進めて、現代の経済政策立法の本質的把握から独占禁止法制においては消費者の利益こそが「第一義の目的」^{③④}であると理解することも可能であろう。このように解し得るとすれば、景表法—昭35年のいわゆる「ニセ牛かん事件」を契機にたかまりをみせた消費者運動の所産でもある^{③⑤}—は、不当表示を不当顧客誘引行為の一類型という形式で規制するが、実質的には適正な表示に法的価値を認めるにいたったというべきである。景表法における「一般消費者の利益を保護すること」を定めた目的規定は、消費者の表示に関する利益・権利を積極的に認めた規定と解することができる。

(2) 独占禁止法（景表法）が消費者保護を明らかにその目的としているとする立場は、消費者の蒙むる不当な不利益の排除の要請が、生存、生活の維持・確保に結びつくものであり、かつ消費者の生活主体としておかれている地位——独占資本主義社会において成立する取引主体間の支配従属関係のなかにくみこんで理解するかはひとまずおいても——の反映であり、その意味で憲法13条、14条、25条などを根拠に独占禁止法＝景表法のもとで享受している消費者の利益の権利性を容易に認めることができる。しかし、消費者の権利・利益の確保が独占禁止法（景表法）の目的であるとしても、そこから、直ちに、消費者の不服申立資格を肯定することはできないであろう。もっとも、今村教授はこの権利の実現が具体的には適正な表示を義務づける行政措置に待つところが多いとしても、「このことは市民の側から積極的な参加を

③①③② 今村成和「消費者保護法の批判的検討」ジュリスト475号53頁。

③③ 北川、前掲論文20頁。

③④ 今村、前掲ジュリスト570号論文92頁。

③⑤ この間の詳細な経緯は吉田前掲書22頁以下参照。

排除する理由とはならないであろう。それが消費者の『権利』であることから考えても、又行政の実効性を確保する上においても、必要な場合に、適切な方式・形式でこれを認めることは当然推進されてよいことである³⁶⁾とされ、景表法で保障されている消費者の権利—知る権利—という観点から消費者の不服申立資格を肯定すべきだとされる。

いわゆる本来的消費者保護法である消費生活用製品安全法における主務大臣への消費者の申出権(93条)、家庭用品品質表示法における品質表示法における品質表示規制に関する消費者の申出権(10条)においては、それぞれの法律が、そこで保護さるべき利益の最底限の手続的保障を確保するものとして申出権を設定しているものと把握するとき、同様に本来的消費者保護法である景表法においても、申出権に比すべき不服申立権を認めてさしつかえないであろう。しかし、こうした主張は解釈論としてはなお一定の限界をもたざるを得ないだろう。そうした意味でここで確認しておくことは、景表法が消費者の利益確保を目的とする法であるということが、上の実際的な提言にもみられるように、消費者の不服申立資格を認める有力な根拠づけになりうるということである。

(3) 次に、消費者の不服申立資格を是認するための理論構成が展開されることになる。そこでは、消費者の権利・利益が景表法上どのように保護されているかを景表法の構造・性格から明らかにし、その権利・利益の具体的内容の分析が必要になってくる。正田教授は、表示規制が消費者の蒙むる不当な不利益を排除するという要請にもとづいて具体化するものであり、景表法上の表示規制には、消費者の権利・法律上保護されるべき利益(「商品を正しく特定させる権利」)確保のための具体的な制度が競争秩序の不可欠の前提として把えられていることを指摘される。すなわち、「表示規制は消費者の権利、あるいは法律上保護さるべき利益と直接関係して理解さるべきものであるが、それが、独占禁止法あるいは景表法上の制度として具体化している場合には……『公正かつ自由な競争秩序の維持』との関係を含めて」検討するこ

³⁶⁾ 今村、前掲ジュリスト 570号論文 92頁。

とが必要である。独占禁止法体系において表示規制を「顧客の不当誘引行為」あるいは「取引上の地位の不当利用」と把えるにせよ、消費者の特殊性（しろうと性）を前提にした「商品を正しく特定させる権利」の侵害ということが出発点にあることは否定しえない。表示規制においては消費生活物資の取引に関して商品に対して正しい認識をもって判断することが前提として不可欠であるということから（規制の対象となるべき経済的關係）、独占禁止法（景表法）の構造を具体的な権利確保→公正かつ自由な競争の維持→独占禁止法（景表法）の目的たる消費者の利益の確保という図式で示される。

そうして、景表法4条によって、消費者の表示をめぐる権利、商品を正しく特定させる権利が景表法上の権利として具体化しているとされる³⁷⁾。

たしかに、表示に関する消費者の権利を「商品を正しく特定させる権利」「知る権利」あるいは「知らさせる権利」と把えたとしても具体的内容を盛りこんだ実定法上の権利ではない。しかし、といってもこれらの抽象的な権利から具体的内容をもった権利を派生的に導きだすことまで否定されるべきではないであろう。一般に、消費者の権利の多くは、行政措置、あるいはその根拠立法の要求という性格を内包させているとはいえ、少くとも本来的消費者保護法（＝直接的に消費者保護を目的とする法）として制定されている法律（景表法・消費生活用製品安全法・家庭用品品質表示法など）においては、その法構造との関連において具体化された範囲内で消費者の利益・権利が直接、具体的に保護されていると理解してよいであろう。その意味で、正田教授の理論は是認しえるのではないだろうか。

以上の景表法と消費者の地位との関連から明らかなように、景表法4条が不当表示を禁止することによって、具体的な消費者の権利が景表法に定着したものであるということが出来る。すなわち、同法4条1号は、実際のものまたは競業者のものより著しく有利であると一般消費者に誤認される表示、同条2号は、実際のものまたは競業者のものより著しく有利であると一般消費者に誤認される表示を禁止しているが、消費者の権利（「知る権利」あるい

³⁷⁾ 正田，前掲論文118頁，119頁。

は「商品を正しく特定させる権利」)が、その禁止の範囲内において直接保護されることになる^③。

表示に関する公正競争規約も景表法4条の不当表示との関連において理解すべきものである以上(同条の適用除外を認めるものではない)違法な認定は同法4条によって具体的に保護されている消費者の権利(4条1, 2号で限界づけられた「知る権利」あるいは「商品を正しく特定させる権利」)が侵害されうるのである。

以上のべたところからすると本件の公正競争規約の認定に対する消費者の不服申立資格は、仮りに不服申立に「法の保護する利益」が必要であるという立場をとったとしても是認することが可能となる。

③ 正田, 前掲論文119頁。