

判 例 研 究

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に 該当するかどうかにつきこれを肯定した事例

—— 2023 年 9 月 28 日 EU 司法裁判所判決の検討 ——

古 谷 貴 之

I はじめに

1 「商業保証」の意義

商品の売買契約に際し、売主（事業者）が買主（消費者）に対して「品質保証」を行うことがある。例えば、商品の引渡し後一定期間内にその商品に欠陥が現れた場合に、消費者は、法律の定める救済（契約不適合責任）に加えて、売主が提供する「保証」に基づいて代替品の提供や購入物の修補あるいは契約の解除等を求めることができる。商品の提供にこのような「品質保証」が付けられることで、消費者は、事業者による適切な履行を期待して商品を購入することができる。

ところで、EU（欧州連合）では、この「品質保証」に関して一定の厳格な法規制が存在する（関連する条文については、本稿末尾の仮訳も参照されたい）。例えば、消費者権利指令（2011/83/EU⁽¹⁾）では、事業者が消費者との間で契約を締結する際に「商業保証（Commercial guaranty）」を

（1） Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council.

提供する場合には、その事業者は「商業保証の存在及びその条件」について明確かつ理解しやすい形で消費者に情報提供しなければならないとされている（同指令第6条第1項(m)を参照）。また、物品売買指令（2019/771/EU⁽²⁾）も、売主（事業者）が消費者に対して商業保証（物品の耐久性保証）を提供する場合には、売主はその保証された期間、消費者に対し、物品の修補又は取替えについて直接に責任を負うと規定したうえで（同指令第17条第1項）、売主は、(a) 物品の契約不適合がある場合に消費者が無償で売主による救済を受ける法律上の権利を有すること、及び、その救済が商業保証によって影響を受けないこと、(b) 保証者の名称及び住所、(c) 消費者が商業保証を行使する上で従うべき手続、(d) 商業保証の対象となる物品の名称、(e) 商業保証の条件について、簡単なわかりやすい言葉で情報提供しなければならないと定めている（同条第2項）。さらに、事業者が上記2つのEU指令に定める情報提供義務に違反した場合には、不正取引方法指令（2005/29/EC⁽³⁾）に基づき、事業者に一定の制裁（罰金を含む）が課される可能性がある。制裁の具体的内容は、この指令を国内法化したEU加盟国の国内法に委ねられている（同指令第13条）。

このようにEUでは、「品質保証（商業保証）」に関して、契約締結前の情報提供義務を中心とした一連の厳格な法規制が存在している。「品質保証」が本来的に消費者に利益をもたらすにもかかわらずこのような厳格な規制が存するのは、EU法において「品質保証（商業保証）」に関する高水準⁽⁴⁾の消費者保護の実現が目指されているからである。

(2) Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and repealing Directive 1999/44/EC.

(3) Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive').

(4) 消費者権利指令（2011/83/EU）の前文4及び第2条(14)、並びに、物品売買指令（2019/771/EU）の前文(62)及び第1条も参照。

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に該当するかどうかにつきこれを肯定した事例

2 本稿の目的

ところで、近時、EU 司法裁判所（以下「EuGH」と表記する。）において、いわゆる「満足保証」と呼ばれるタイプの保証について、これを「商業保証」とみなすことができるかどうかが問題となる事案が現れた（2023年9月28日 EuGH 判決⁽⁵⁾）。「満足保証（Zufriedenheitsgarantie）」とは、商品を購入した消費者が購入後に当該商品に（主観的に）満足できない場合に理由を問わず当該商品を返品できることを事業者が保証するものである。顧客サービスの一環として行われるものであり、一見すると消費者に何ら不利益を与えるものでない。しかし、こうした保証であっても「商業保証」に該当する場合には、上述した厳格な EU の法規制（とりわけ情報提供義務）に服することとなる。すなわち、事業者は、法定保証の存在、また、商業保証の条件や手続等についてわかりやすく消費者に情報提供する義務を負うこととなる。

上記 EuGH 判決（以下「本判決」ともいう。）は、ドイツ連邦通常裁判所（以下「BGH」と表記する。）からの先決裁定の付託を受けて、満足保証の商業保証該当性について判断したものである。本稿は、本判決の分析を通じて、その理論的な意義を明らかにすることを試みる。

(5) EuGH, Urteil vom 28.09.2023 – C-133/22.; 評釈として、Ann-Kristin Mayrhofer, „Gewerbliche Garantie“ bei Bezugnahme auf Zufriedenheit des Verbrauchers, NJW 2023, 3695, 3697; Florian Unseld/Niklas Knop, BB-Kommentar zu EuGH · 28.9.2023 – C-133/22, BB 4. 2024, 147; Michael Höhne, Markus Steinbock, Aktuelle Praxisfragen der Garantie im Verbrauchsgüterkaufrecht – zugleich Anmerkung zu EuGH, Urteil vom 28.9.2023 – C-133/22, ZVertriebsR 2024, 7.; Robert Briske/Anna Hettich, Hinweispflichten bei Online-Warenverkauf – Zufriedenheitsgarantie, MMR 2024, 314 も参照。

(6) BGH, Beschluss vom 10.02.2022 – I ZR 38/21.=GRUR 2022, 500.; 本決定について、拙稿「ドイツ売買法における『保証』の範囲について —— 2022年2月10日ドイツ連邦通常裁判所民事第1部決定の検討 ——」産大法学 56 巻 2 号（2022 年）29 頁も参照。

II 2022 年 2 月 10 日 BGH 決定の事案の概要と争点

1 事案の概要

X（原告・控訴人・被上告人）は、オンラインショップにおいて、スポーツ及びフィットネス関連の商品を販売する会社である。Y（被告・被控訴人・上告人）は、「L」というブランド名でスポーツ・フィットネス用品を小売店やインターネット取引業者を通じて販売する会社である。Y は、少なくとも 2013 年まで、その販売する T シャツに下記の文章を印字したハング・タグを付けていた。

L 保証：

すべての L 製品には、独自の永久保証が付いています。ご満足いただけない場合は、お買い上げの販売店にご返品ください。直接「L」に返品することもできますが、いつ、どこで購入されたかをお知らせください。

X は、この T シャツに付されたハング・タグには「L 保証」と印字されているが、そこに示された内容は保証表示の法定要件を満たさないと主張し、Y に対して不完全な保証表示をしないように不正競争防止法（以下「UWG」と表記する。⁽⁷⁾）に基づく差止めを請求した。

2 争点

本件で争点となったのは、品質保証タグに印字された「顧客が完全に満足しない場合には商品を返却できる」旨の表示は、BGB 第 443 第 1 項の意味における保証表示（商業保証の提供）に該当するかどうかである。当該表示が「保証」（BGB 第 443 条）に該当する場合には、Y は、BGB 第 479 条（保証に関する特則）に定める情報を消費者に提供しなければなら

(7) UWG の条文訳について、中田邦博＝カライスコス アントニオス＝古谷貴之「2021 年ドイツ不正競争防止法の意義と条文訳」中田邦博＝鹿野菜穂子編『デジタル時代における消費者法の現代化』（2024 年）325 頁以下も参照。

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に該当するかどうかにつきこれを肯定した事例ない。BGB 第 479 条の要件を充足しない不完全な保証表示は、UWG に基づく差止めの対象となる（UWG 第 8 条第 1 項第 1 文、第 3 条第 1 項、第 3a 条）。

BGH は、2022 年 2 月 10 日の決定で、EuGH に対し、次のような先決⁽⁸⁾裁定を求める決定を行った。

- (1) 保証者の義務が消費者の個人的事情、特に売買目的物に関する消費者の主観的態度（本件では、消費者の判断に委ねられる売買目的物の満足度）に関連し、この個人的事情が必ずしも売買目的物の状態又はメルクマールに関連するものでない場合に、指令 2011/83/EU 第 2 条第 14 号の意味における瑕疵がないこと以外の要求事項、及び、指令 2019/771 第 2 条第 12 号の意味における契約適合性に関わらない他の要求事項が存在するといえるか。
- (2) 質問事項(1) に対して肯定的な回答がされる場合には、消費者の個人的事情（本件では、購入した商品に対する消費者の満足度）が満たされないことを客観的事情に基づいて確認できる必要があるか。

BGH によると、BGB 第 443 条第 1 項に基づき、売主、製造者又はその他の第三者が、売買契約締結前に若しくはその締結時に利用可能な表示若しくは関連する広告において、①物がその表示若しくは関連する広告に記載される「性状」を有せず、又は ②「瑕疵がないこと以外の要求事項」を満たさない場合に、法律上の瑕疵責任に加えて、特に、売買代金を返還し、その物を交換し、修補し、又はこれに関連するサービスを提供する義務を約したときは、「保証」をしたことになる⁽⁹⁾。そして、BGH によると、「購入した製品に対する消費者の満足度」は製品の「性状」（上記①の要件）に関わるものとはいえない⁽¹⁰⁾。したがって、専ら問題となるのは、「購

(8) BGH, GRUR 2022, 500 の決定要旨を参照。

(9) BGH, GRUR 2022, 500, Rn. 24.

(10) BGH, GRUR 2022, 500, Rn. 34 ff.

入した製品に対する消費者の満足度」が「瑕疵がないこと以外の要求事項」（上記②の要件）に該当するかどうかである。この点、BGHによれば、BGB 第 443 条は、関連する EU 指令に法的基礎を置いており、とりわけ「瑕疵がないこと以外の要求事項」の意義を明らかにするには、EU 指令の趣旨を踏まえた解釈が必要になるという。

Ⅲ 2023 年 9 月 28 日 EU 司法裁判所判決

BGH からの付託を受けて、2023 年 9 月 28 日に、EuGH が先決裁定を下した。その内容は、次のとおりである。

「[25] ……付託裁判所は、基本的に、指令 2011/83 第 2 条(14) をどのように解すべきか、すなわち『商業保証』という概念は『契約締結時又は契約締結前に利用可能な保証書又は関連広告に記載された瑕疵の不存在についての要求事項以外の要求事項』として、つまり購入した商品に対して消費者が感じる満足度のような消費者自身にかかわる事情に関連して保証者が当該消費者に対して負う義務を含むものと解すべきかどうか、また、このように解される場合には、商業保証を行使するために当該事情をどのように証明すべきかを確認したいと考えているわけである。

[26] 指令 2011/83 第 2 条(14) は、『商業保証』という概念を『契約締結時に若しくはその締結前に利用可能な保証書若しくは関連する広告に記載された特性を有せず、又は瑕疵がないこと以外の要求事項を満たさない場合に、事業者又は製造者（保証者）が、消費者に対し、法律上の保証に加えて、売買代金を返還し、物品を交換し、若しくは修補し、又は物品に対するサービスを提供する一切の義務』と定義している。

[27] この点に関して、まず指摘しなければならないことは、指令 2011/83 第 2 条(14) の文言には、消費者の主観的判断に委ねられる『購入した物品に対する消費者の満足度』にかかわる保証者の義務をその適用範囲から除くことを認めるものはないということである。

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に該当するかどうかにつきこれを肯定した事例

[28] 一方で、この規定は、保証者が『法律上の保証に加えて』当該消費者に対して負う『一切の義務』に関連している。他方で、法務官がその意見書の第 30 で指摘するように、中立的かつ一般的な『以外の……要求事項』という表現は、その物品の特性や性質に関連する客観的な事情の有無にかかわらず、購入した物品に対する消費者の主観的期待を満たさないことを含むものといえることができる。

[29] さらに、特に指令 2011/83 第 6 条第 1 項(m) から明らかなように、『商業保証』に関する情報の提供は、当該消費者に対する契約締結前の情報提供を確保することを企図した同指令の義務の中に含まれる。したがって、指令 2011/83 第 6 条に従い、すべての事業者は、消費者が通信取引契約、営業所外契約又はそれに相当する契約の申込みに拘束される前に、明確かつ理解しやすい方法で、該当する場合には商業保証の存在及び条件について、消費者に対し情報提供しなければならない。

[30] 『商業保証』という概念は『購入した物品に対する消費者の満足度』に関する事業者の義務を含むものであり、このような趣旨で指令 2011/83 第 2 条(14) を解釈することは、指令 2011/83 の前文 4、5 及び 7 に関連して同条第 1 条に規定されているように、事業者との取引における消費者の情報提供と安全性を保証することで高水準の消費者保護を確保するという同指令が追求する目的に合致する。すなわち、この解釈によれば、消費者は、一方で、その事業者の義務を認識し、十分な情報を得た上で契約を締結するかどうかを決定するために、その締結しようとする契約の条件を事前に知ることができ、また他方では、満足できない旨を申告するだけで事業者から購入代金の償還を受けることができ、これによって、事業者に対する消費者の保護の水準が高まることになる。

[31] さらに、当該消費者が満足しない場合に購入した物品を引き取ることの内容とする事業者の義務は、欧州連合基本権憲章第 16 条に謳われる事業者の事業活動の自由から導かれるものであるが、指令 2011/83 の規定を解釈する際には、同指令の前文 4 にいう高水準の消費者保護と事業者の競争力とのバランスを確保するという目的に照らして、この事業者の事業

活動の自由も尊重されなければならない（この趣旨で、Urteil vom 5. Mai 2022, Victorinox, C-179/21, EU: C: 2022: 353, Rn. 39 及びそこで引用された判例を参照）。

[32] 最後に、当該消費者が購入した物品に満足していないことが客観的に確認できる必要があるかどうかという問題については、法務官がその意見書 48 で指摘したとおり、否定的に回答せざるを得ない。当該物品に対する消費者の主観的期待を満たさないことは、その性質上、客観的な検証の対象とはなり得ない。したがって、そうした趣旨で消費者から主張がされれば、それで十分であるとみなすべきである。

[33] 以上のことから、先決裁定のために付託された質問に対する回答は、次のとおりである。すなわち、『商業保証』の概念には、商業保証を行使するために購入した物品に対する消費者自身の満足度等の消費者個人の問題にかかわる事情に関して当該消費者に対して保証者が提供する義務（『契約締結時に若しくはその締結前に利用可能な保証書若しくは関連広告に記載された……瑕疵がないこと以外の要求事項』）が含まれ、そのような状況の存在が客観的に検証される必要はないというように指令 2011/83 第 2 条(14) を解釈しなければならない。

[34] 本判決の欄外番号 15 に示したとおり、付託裁判所は LACD 表示「[L 保証]——筆者注」の適法性を検討する際に指令 2019/771 第 2 条(12) も考慮に入れることを述べているため、本判決の前段落における指令 2011/83 第 2 条(14) の解釈は指令 2019/771 第 2 条(12) の解釈にも妥当することを付言しておく必要がある。その理由は、『商業保証』の概念がこれら 2 つの規定ではほぼ同一に定義されており、指令 2019/771 はその第 1 条から明らかなように、指令 2011/83 と同様に、高水準の消費者保護を確保することを目的としているからである。』。

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に該当するかどうかにつきこれを肯定した事例

IV 検 討

本件では、マーケティング実務で用いられる「満足保証」と呼ばれるタイプの保証が消費者権利指令（2011/83/EU）第2条(14)に定める「商業保証」に該当するかどうかの主たる争点となった。これについて、本判決は、「満足保証」は指令にいう「商業保証」に該当するとの判断を示した。また、本判決によれば、「満足保証」は消費者の不満足を客観的に判断できるものであることを要しないという。したがって、本判決によれば、消費者が「主観的に」満足のいかない場合に商品を返却できる旨の表示が——ハンゲ・タグ等に——されていれば、当該表示は「商業保証」に該当することとなる⁽¹¹⁾。

本判決はこのような結論を消費者権利指令（2011/83/EU）の文言及び制度趣旨から導いている。

まず、本判決は、消費者権利指令（2011/83/EU）第2条(14)の文言からは満足保証にかかわる保証者の義務をその適用範囲から除くような事情が認められないこと、商業保証の提供者が消費者に対して負う義務には「一切の義務」が含まれるとされていることを指摘する⁽¹²⁾。また、本判決は、満足保証を商業保証概念に含めることは「高水準の消費者保護を確保するという同指令が追求する目的に合致する」という。さらに、本判決は、満足保証を商業保証概念に含めることは事業者の事業活動の自由（欧州連合基本権憲章第16条）の趣旨にも適合したものであるとする⁽¹³⁾。

一方で、本判決を通じて、物品売買指令（2019/771/EU）に定める「商業保証」の意義も明確になった。本判決によれば、消費者権利指令

(11) 本判決と同様の判断を示す法務官意見（Schlussanträge des Generalanwalts, PRIIT PIKAMÄE vom 9. März 2023）も参照。

(12) EuGH, Urteil vom 28. 09. 2023 – C-133/22, Rn. 27 f.

(13) EuGH, Urteil vom 28. 09. 2023 – C-133/22, Rn. 31.; 本判決が引用する EuGH, Urteil vom 5. Mai 2022, Victorinox, C-179/21 について、拙稿「製造者保証に関するオンライン販売業者の情報提供義務について —— EU 司法裁判所 2022 年 5 月 5 日判決の検討 ——」産大法学 56 巻 3 号（2022 年）115 頁以下も参照。

(2011/83/EU) 第 2 条(14) に定義する「商業保証」と、それとほぼ同一に定義される物品売買指令 (2019/771/EU) 第 2 条(12) の「商業保証」とは同様のものとして理解されるという⁽¹⁴⁾。

ドイツ国内法の視点からみれば、本判決によって BGB 第 443 条第 1 項及び同第 479 条第 1 項の「保証」概念の意義が明確になったことが重要である。今後、付託裁判所である BGH は、これらの規定に定める「保証」の意義を消費者権利指令 (2011/83/EU) 第 2 条(14) 及び物品売買指令 (2019/771/EU) 第 2 条(12) に定義する「商業保証」と同様に解すべきこととなる。本件では、Y が提供した「満足保証」は BGB 第 443 条第 1 項にいう「保証」に該当すると解される。その結果、Y は、消費者の法律上の権利 (BGB 第 437 条以下 —— 瑕疵ある物が引き渡された場合の買主の救済手段) やその権利が保証 (商業保証) によって制限を受けないこと、また、保証の条件 (保証期間や地理的適用範囲)⁽¹⁵⁾ や Y の会社名・所在地等について保証書に明記することが求められる⁽¹⁶⁾。本件において、Y は、「満足保証」の表示以外に上記内容をハング・タグに明記していなかった。したがって、Y による満足保証の表示のみでは BGB 第 479 条第 1 項第 2 文に定める要件が遵守されていないと評価されることとなろう⁽¹⁶⁾。Y の情報提供義務の懈怠は UWG 第 3 条第 1 項、第 3a 条の規定に違反することとなり、消費者団体による差止請求の対象となりうる。また、場合により、Y に対し制裁金が課されることもある (UWG 第 19 条)。

V 結びに代えて

本判決を通じて、消費者権利指令 (2011/83/EU) 第 2 条(14) 及び物品売買指令第 (2019/771/EU) 2 条(12) にいう「商業保証」の意義、並び

(14) EuGH, Urteil vom 28.09.2023 – C-133/22, Rn. 34.

(15) 本件では、BGB (旧) 第 479 条第 1 項に定める情報提供の要求事項が満たされる必要がある。

(16) 原審 (OLG München, Urteil vom 14.01.2021 – 29 U 1203/20.) の事実認定及び BGH によるその事実認定の是認 (BGH, GRUR 2022, 500, Rn. 22.) も参照。

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に該当するかどうかにつきこれを肯定した事例に、両指令の規定を国内法化した BGB 第 443 条第 1 項及び同 479 条第 1 項にいう「保証」の意義が明らかとなった。本判決によれば、「商業保証」の概念は「購入した物品に対する消費者の満足度」に対する事業者の保証を含むものと解される。今後、ドイツ国内において事業者が物品に「満足保証」を付ける場合には当該保証書に BGB 第 479 条第 1 項に定める事項をすべて明記することが求められる。なお、本判決の影響は EU 全域に及ぶことから、本判決が欧州におけるマーケティング実務に及ぼす影響も少なくないと思われる。

【参照条文】

BGB 第 443 条（保証）

第 1 項 売主、製造者又はその他の第三者が、売買契約の締結前に若しくはその締結時に利用可能な表示若しくは関連する広告において、物がその表示若しくは関連する広告に記載される性状を有せず、又は瑕疵がないこと以外の要求事項を満たさない場合に、法律上の瑕疵責任に加えて、特に、売買代金を返還し、その物を交換し、修補し、又はこれに関連するサービスを提供する義務を約したときは（保証）、買主は、保証を与えた者（保証者）に対し、法律上の権利にかかわらず、保証に基づく権利を有するものとする。

第 2 項（略）

BGB 旧第 479 条（保証に関する特則）⁽¹⁷⁾

第 1 項 保証書（第 443 条）は、簡単かつ理解しやすい方法で作成しなければならない。保証書は、次の各号に掲げる事項を含まなければならない。

1. 消費者の法律上の権利及びこの権利は保証によって制限を受けない

(17) この規定は、2018 年 1 月 1 日以降に締結された契約であり、かつ、2021 年 12 月 31 日までに締結された契約に適用される。

ことの説明

2. 保証の内容及び保証を行使するために必要なすべての重要な情報、特に保証による保護が及ぶ期間及び地理的適用範囲、並びに、保証者の名称及び住所

第2項～第3項（略）

BGB 現第 479 条（保証に関する特則）⁽¹⁸⁾

第1項 保証書（第443条）は、簡単かつ理解しやすい方法で作成しなければならない。保証書は、次の各号に掲げる事項を含まなければならない。

1. 瑕疵がある場合の消費者の法律上の権利、この権利の利用は無償であること、及びこの権利は保証によって制限を受けないことの説明
2. 保証者の名称及び住所
3. 消費者が保証を行使する上で従うべき手続
4. 保証の対象となる物品の名称
5. 保証の条件、特に、保証による保護が及ぶ期間及び地理的適用範囲

第2項～第4項（略）

消費者権利指令（2011/83/EU）第2条（定義）

この指令において用いられる用語の定義は、次のとおりである。

(1)～(13)（略）

(14)「商業保証」とは、物品が契約締結時に若しくはその締結前に利用可能な保証書若しくは関連する広告に記載された性質を有せず、又は瑕疵がないこと以外の要求事項を満たさない場合に、事業者又は製造者（保証者）が、消費者に対し、法律上の保証に加えて、売買代金を返還し、物品を交換し、若しくは修補し、又は物品に対するサービスを提供する一切の義務をいう。

(15)（略）

(18) この規定は、2022年1月1日以降に締結された契約に適用される。

いわゆる「満足保証」が「商業保証」に該当するかどうかにつきこれを肯定した事例

消費者権利指令（2011/83/EU）第5条（通信取引契約又は営業所外で締結される契約以外の場合の情報提供義務）

第1項 消費者が通信取引契約若しくは営業所外で締結される契約又はそれに類する契約の申込みに拘束される前に、事業者は、消費者に対し、次の各号に定める情報を明確かつ理解しやすい形で提供するものとする。ただし、その情報が当該事情の下で明らかであるときは、この限りでない。

(a)～(d)（略）

(e) 物品の法律上の保証の権利の存在に加えて、該当する場合には、顧客サポート及び商業保証の存在及びその条件

(f)～(h)（略）

消費者権利指令（2011/83/EU）第6条（通信取引契約又は営業所外で締結される契約の場合の情報提供義務）

第1項 消費者が通信取引契約若しくは営業所外で締結される契約、又はそれに類する契約の申込みに拘束される前に、事業者は、消費者に対し、次の各号に定める情報を明確かつ理解しやすい形で提供するものとする。

(a)～(l)（略）

(m) 該当する場合には、販売後の顧客支援、アフター・サービス及び商業保証の存在及びその条件

(n)～(t)（略）

物品売買指令（2019/771/EU）第2条（定義）

(1)～(11)（略）

(12)「商業保証」とは、物品が契約締結時に若しくはその締結前に利用可能であった保証書若しくは関連する広告に記載された性質を有せず、又は契約適合性に関わらない他の要求を満たすべき場合に、売主又は製造者（保証者）が、消費者に対し、法律上の保証に加えて、売買代金を返還し、物品を取り替え、修補し、又はその他の方法で救済する一切の義務をいう。

(13)～(15)（略）

物品売買指令（2019/771/EU）第 17 条（商業保証）

第 1 項 商業保証は、契約締結時に又はその締結前に利用可能であった保証書及びそれに関連する広告に定める条件で保証者を拘束する。製造者は、この条に定める条件で、かつ、連合法又は国内法の他の適用可能な規定にかかわらず、製造者が消費者に対して一定期間における特定の物品についての商業的な耐久性保証を提供したときは、商業的な耐久性保証の全期間、消費者に対し、直接、第 14 条に基づく物品の修補又は取替えについて責任を負うものとする。製造者は、耐久性保証の表示において、消費者に対し、より有利な条件を提供することができる。

保証書に定める条件が関連する広告に定める条件よりも消費者に有利でないときは、商業保証は、この保証に関する広告に定める条件で拘束力をもつ。ただし、契約締結前に、関連する広告が、それが行われたのと同じ方法又は同等の方法で修正されたときは、この限りでない。

第 2 項 保証書は、遅くとも物品の引渡し時に、耐久性のある媒体で消費者に提供されるものとする。保証書は、簡単かつ理解しやすい言葉で作成するものとする。保証書は、次の各号に掲げる事項を含まなければならない。

- (a) 物品の契約不適合がある場合に消費者が無償で売主による救済を受ける法律上の権利を有すること、及び、その救済が商業保証によって影響を受けないことの明確な説明
- (b) 保証者の名称及び住所
- (c) 消費者が商業保証を行使する上で従うべき手続
- (d) 商業保証の対象となる物品の名称
- (e) 商業保証の条件

第 3 項～第 4 項（略）