

執筆者：

[E-mail](mailto:masuda@nishimura-asahi.com)  [森田 多恵子](mailto:masuda@nishimura-asahi.com)

1. はじめに

本年3月28日、景品表示法5条3号に基づき、「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」¹(以下「新告示」といいます。)が指定され、併せて消費者庁から『一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示』の運用基準²(以下「運用基準」といいます。)が公表されました。

新告示は、いわゆるステルスマーケティングを、景品表示法上の不当表示として規制するものです。これにより、今までなされてきた表示の中にも不当表示に該当し、景品表示法遵守のために対応が必要になるケースが出てくると思われます。

本稿では、新告示と運用基準のポイントを概説します。

2. 新告示による新たな不当表示の指定

(1) 新告示の位置づけ

景品表示法5条各号は、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関し、①実際のもの又は他の事業者のものよりも著しく優良であると示す「優良誤認表示」(同条1号)、②実際のもの又は他の事業者のものよりも著しく有利であると示す「有利誤認表示」(同条2号)に加え、③商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定するもの(同条3号。指定告示違反)を不当表示であると規定しています。

③の告示としては、これまで、「商品の原産国に関する不当な表示」、「無果汁の清涼飲料水等についての表示」、「消費者信用の融資費用に関する不当な表示」、「おとり広告に関する表示」、「不動産のおとり広告に関する表示」、「有料老人ホームに関する不当な表示」が定められていました。もっとも、「一般消費者は、事業者の表示であると認識すれば、表示内容に、ある程度の誇張・誇大が含まれることはあり得ると考え、商品選択の上でそのことを考慮に入れる一方、実際には事業者の表示であるにもかかわらず、第三者の表示であると誤認する場合、その表示内容にある程度の誇張・誇大が含まれることはあり得ると考えないことになり、この点において、一般消費者の商品選択における自主的かつ合理的な選択が阻害されるおそれがある」として(運用基準第1)、今般新告示が新たに加えられました。

新告示は、「事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示であって、一般消費者が当該表示であることを判別することが困難であると認められるもの」(下線は筆者)と定め、その運用にあたっての基本的な考え方を運用基準が示しています。

(2) 新たな不当表示のカテゴリー

これまでも、違反行為者のECサイト上の表示とともに、違反行為者が指示したインフルエンサーの当該商品に関するSNS

¹ https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_230328_02.pdf

² https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_230328_03.pdf

上の投稿についても、事業者による不当表示と認定して行政処分がなされることはありましたが³、広告主が自らの広告であることを隠したまま広告を出稿するなどの、いわゆる「ステルスマーケティング」は、優良誤認表示、有利誤認表示又は指定告示違反に該当しない限り、そのことのみでは、景品表示法の処分対象とはなっていませんでした⁴。

また、2022年6月に改正された「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」(以下「表示等管理指針」といいます。)では、表示等管理指針が、広告主と表示作成者が異なるアフィリエイト広告にまで及ぶことが明確化されました。また、2022年2月に公表された「アフィリエイト広告等に関する検討会 報告書」⁵において、広告主がアフィリエイト広告による宣伝活動を行う場合には、当該アフィリエイト広告において、消費者が広告主との関係性を理解できるよう、広告である旨を認識できるような文言や形(表現、文字の大きさ、色、掲載場所等)で、当該広告主の広告である旨を明記するといった措置を講ずべきであるとされたことを受けて⁶、表示等管理指針に「広告」である旨の表示の仕方の望ましい事例がとりまとめられました。この点、事業者は、不当表示等を未然に防止するため、管理上の措置を講じる義務はありますが(景品表示法26条1項)、どのような措置を講じるかは事業者の裁量に委ねられており、表示等管理指針で例示された広告である旨の表示をしなくても、それだけをもって直ちに景品表示法違反となるものではありませんでした⁷。

今後は、新告示に違反する表示は、そのことを以て措置命令の対象となります。

3. 「事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示」

まず、新告示の対象となるのは、外形上第三者の表示のように見えるものが「事業者の表示」に該当する場合であり、これは、事業者が表示内容の決定に関与したと認められる、つまり、客観的な状況に基づき、第三者の自主的な意思による表示内容と認められない場合である(運用基準第2)とされています。運用基準は、「表示内容の決定に関与した事業者」が不当表示の主体たる「事業者」であるとの、表示主体性に関する従来からの解釈を変更するものではありません⁸。

運用基準は、「事業者が表示内容の決定に関与した」と認められるもの、認められないものについて例示しています(運用基準第2の1、2)。例えば、次のような場合が挙げられています。

[事業者が表示内容の決定に関与したと認められる]

- 事業者が第三者に対して当該第三者の SNS 上や口コミサイト上等に自らの商品又は役務に係る表示をさせる場合
- EC(電子商取引)サイトに出店する事業者が、いわゆるブローカー(レビュー等を SNS 等において募集する者)や自らの商品の購入者に依頼して、購入した商品について、当該 EC サイトのレビューを通じて表示させる場合
- 商品又は役務の販売を促進することが必要とされる地位や立場にある者(例えば、販売や開発に係る役員、管理職、担当チームの一員等)が、当該商品又は役務の販売を促進するための表示を行う場合

[事業者が表示内容の決定に関与したとは認められない]

- EC サイトに出店する事業者が自らの商品の購入者に対して当該 EC サイトのレビュー機能による投稿に対する謝礼として、次回割引クーポン等を配布する場合であっても、当該事業者(当該事業者から委託を受けた仲介事業者を含む。)と当該購入者との間で、当該購入者の投稿(表示)内容について情報のやり取りが直接又は間接的に一切行われ

³ https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_20211109_01.pdf

⁴ 「ステルスマーケティングに関する検討会 報告書」(2022年12月28日)1、25頁等参照。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/review_meeting_005/assets/representation_cms216_221228_03.pdf

⁵ https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/review_meeting_003/assets/representation_cms216_220215_01.pdf

⁶ 「アフィリエイト広告等に関する検討会 報告書」58頁

⁷ 「『事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」31頁

⁸ 「『一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示』告示案及び『一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示』運用基準案に関する御意見の概要及び当該御意見に対する考え方」(以下「パブコメ回答」といいます。)No.6、17

ておらず、客観的な状況に基づき、当該購入者が自主的な意思により投稿(表示)内容を決定したと認められる投稿(表示)を行う場合

- 第三者が、事業者が SNS 上で行うキャンペーンや懸賞に応募するために、当該第三者の自主的な意思に基づく内容として当該 SNS 等に表示を行う場合
- 事業者が自社のウェブサイトの一部において、第三者が行う表示を利用する場合であっても、当該第三者の表示を恣意的に抽出することなく、また、当該第三者の表示内容に変更を加えることなく、そのまま引用する場合

事業者が第三者の表示に関与したとしても、客観的な状況に基づき、第三者の自主的な意思による表示内容と認められるものであれば、事業者の表示には当たらないとされています。「客観的な状況に基づき、第三者の自主的な意思による表示内容と認められる場合」かどうかは、事業者と第三者との間に事業者が第三者の表示内容を決定できる程度の関係性があるか否かによって判断するとされていますが(運用基準第 2 の 2(1))⁹、具体的な当てはめにあたっては、個別事例ごとに慎重に見極める必要があると思われます。

4. 「一般消費者が当該表示であることを判別することが困難である」もの

次に、「一般消費者が当該表示であることを判別することが困難である」かどうかは、「一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭となっているかどうか」、つまり、「第三者の表示であると一般消費者に誤認されないかどうか」が表示内容全体から判断されます(運用基準第 3)。運用基準は、この点が明瞭となっているもの、なっていないものについても例示しています。例えば次のような場合が挙げられています。

[一般消費者にとって当該事業者の表示であることが明瞭となっていないもの]

- 事業者の表示であることが記載されていないもの
- 事業者の表示であることが不明瞭な方法で記載されているもの
 - 文章の冒頭に「広告」と記載しているにもかかわらず、文中に「これは第三者として感想を記載しています。」と事業者の表示であるかが分かりにくい表示をする場合
 - 事業者の表示であることを一般消費者が視認しにくい表示の末尾の位置に表示する場合
 - 事業者の表示である旨を、文章で表示しているものの、一般消費者が認識しにくいような表示(例えば、長文による表示、周囲の文字の大きさよりも小さい表示、他の文字より薄い色を使用した結果、一般消費者が認識しにくい表示)となる場合

[一般消費者にとって当該事業者の表示であることが明瞭となっているもの]

- 「広告」、「宣伝」、「プロモーション」、「PR」といった文言による表示を行う場合。
- 「A社から商品の提供を受けて投稿している」といったような文章による表示を行う場合

テレビ CM や新聞広告、事業者の協力を得て制作される番組放送や映画等において当該事業者の名称等がエンドロール等で表示される場合のように、事業者の表示であることが一般消費者にとって明瞭である又は社会通念上明らかであるものは新告示の対象となりません(運用基準第 3 の 2(2))。事業者自身のウェブサイトの表示も基本的に事業者の表示であることが社会通念上明らかですが、ウェブサイト上で、専門家や一般消費者等の第三者の客観的な意見として表示をしているように見えるものの、実際には、事業者が当該第三者に依頼・指示をして特定の内容の表示をさせた場合には、「弊社から〇〇先生に依頼をし、頂いたコメントを編集して掲載しています。」などの表示をする必要がありますので注意が必要です(運用基準第 3 の 2(2)オ)。

⁹ 当該判断にあたっては、①第三者と事業者との間で表示内容について情報のやり取りが直接又は間接的に一切行われていないか、②事業者から第三者に対し、表示内容に関する依頼や指示があるか、③第三者の表示の前後において、事業者が第三者の表示内容に対して対価を既に提供しているか、④過去に対価を提供した関係性がどの程度続いていたのか、あるいは今後提供することが決まっているか、⑤今後対価を提供する関係性がどの程度続くのか、⑥表示の対象となった商品又は役務の特性等(例えば、特定の季節のみに販売数量が増える商品であるか。)などの事情が考慮されます。

5. 実務対応上の留意点

新告示及び運用基準によると、「広告」などの表記が明瞭にされていないアフィリエイト広告は不当表示となり、また、事業者のホームページ上の表示であっても、専門家や一般人のコメントの掲載が不当表示となるケースが出てきます。現状では、新告示や運用基準で求められる表記がない場合も多いと思われます。景品表示法の措置命令は、事業者の故意・過失を問わず課されます。昔から行っていた表示であっても、新告示が施行される本年10月1日以降も続けている限り、不当表示となり、措置命令の対象となります¹⁰。運用基準や表示等管理指針で例示されている文言等を参考に、事業者は、自己の行っている表示を棚卸しし、うっかり新告示に抵触しているといったことのないように対応する必要があると考えられます。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは[こちら](#)に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室 [E-mail](#) 

¹⁰ パブコメ回答 No.194、196 では、アフィリエイト広告等、事業者が施行日前に第三者に行わせた表示であっても、その後、表示の作成者である第三者と連絡がつかず、事業者が表示を管理できない状態にあるなど施行日後において事業者の表示と判断される実態を欠いている場合には、新告示の対象となることはないが、当該表示の作成者と連絡がつくなど事業者が表示を管理できる状態にあるなど施行日後において事業者の表示であると判断される実態にある場合は、施行日後の表示が新告示の対象となる可能性があるという回答されています。