

第1回 法務研究部会定例部会

《テーマⅡ》

〈事例研究〉 ステマ規制措置命令事案

広告リスク研究所 矢野 誠二

令和5年3月28日内閣府告示第19号
(令和5年10月施行)

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

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（＝事業者の表示）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

※第三者の表示であるとの誤認

- ⇒誇張・誇大が**含まれない**と考える
- ⇒自主的かつ合理的な選択が阻害されるおそれがある

事業者の表示と
明示しなければ、
不当表示

【これまでに3件の措置命令】

◎令和6年6月6日：医療法人社団祐真会（マチノマ大森内科クリニック）
Googleマップ内の口コミ投稿、★5の評価を条件にインフルエンザワクチン接種費用を割引。

◎令和6年8月8日：RIZAP株式会社
対価を提供することを条件に依頼したInstagram投稿を依頼の事実を明らかにせず、「SNSでも話題！絶賛の口コミ続々」等の表示とともに抜粋。

◎令和6年11月13日：大正製薬株式会社
対価を提供することを条件に依頼したInstagram投稿を依頼の事実を明らかにせず、「Instagramで注目度上昇中↑」等の表示とともに抜粋。

クリニックの案件

広告？

「Googleマップ」：クリニックの情報ウィンドウで口コミに高評価を付けると、インフルエンザ予防注射を割引！

景表法第五条：第一号（有良誤認）、第二号（有利誤認）、第三号（ステマ規制を含む告示）いずれも規制対象は、“広告”ではなく“表示”。

景表法第二条：“表示”とは、事業者が自己の供給する商品又は役務の・・・取引に関する事項について行う広告その他の表示であって、内閣総理大臣が指定するもの。

昭和37年公正取引委員会告示第3号（景表法の対象となる表示の具体例）：

- ①商品本体等の広告その他の表示
- ②見本、チラシ、パンフレット等の広告その他の表示
- ③ポスター、看板等の広告
- ④新聞、雑誌、放送等の広告
- ⑤情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

事業者の表示であれば、規制対象に

[テーマ別メニュー](#)

[消費者庁について](#)

[お知らせ](#)

[政策](#)

[🏠 消費者庁ホーム](#) > [政策](#) > [政策一覧\(消費者庁のしごと\)](#) > [表示対策](#) > [景品表示法](#)

景品表示法

- ▼ [景品表示法関連法令](#)
- ▼ [景品表示法改正について](#)
- ▶ [令和5年改正景品表示法に関する解説動画](#)
- ▼ [景品表示法のパンフレット](#)

[景品表示法とは](#)

- ▶ [よくある質問コーナー](#)

[景品表示法関係公表資料](#)

- ▶ [景品表示法関連報道発表資料](#)
- ▶ [その他の景品表示法関連の公表資料](#)

ステルスマーケティングに関するQ&A

Q6 予約サイトの**口コミ投稿を行うことを条件として**、サービスを割引価格で提供。当該口コミ投稿が、告示に違反するか？
「星5(☆☆☆☆☆)」を付けることを条件としている場合はどうか？

A 投稿の内容の指示が含まれず、割引程度の対価であれば、表示内容の決定に関与しているとはいえず、「事業者の表示」には当たらない。

一方、**「星5(☆☆☆☆☆)」が条件とされていると、事業者は表示(投稿)の内容を決定している**ため、「事業者の表示」に当たる。(サービスの品質や内容、価格等の取引条件について推奨するコメントをすることが条件とされている場合も同様。)

ステルスマーケティングに関するQ&A

Q16 インフルエンサーに依頼した、SNSの投稿を**抜粋し、「お客様の声」として自社ウェブサイト内に掲載する際の注意点は？**
(インフルエンサーの投稿が「事業者の表示」に当たることを前提としている。)

A 「お客様の声」というと、**通常、顧客の自主的な意思**に基づく感想等が記載されていると理解されるため、「事業者の表示」に当たるインフルエンサーの投稿を、「お客様の声」として自社のウェブサイト上に掲載することは適当ではない。
掲載する場合は、自社の依頼したインフルエンサーの投稿であることが、**ウェブサイトを見た一般消費者にとって明瞭になる形で表示**する必要がある。

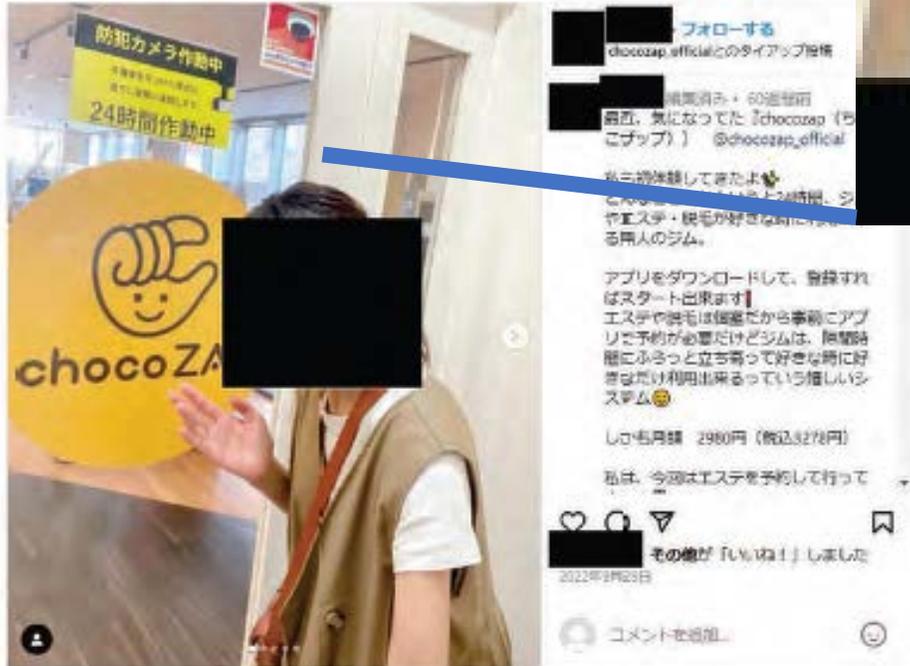
ステルスマーケティングに関するQ&A

【明瞭に表示されていない例】

Q13 アフィリエイトサイトの冒頭に、「このサイトはアフィリエイト広告を利用しています。」等と表示 → (文字のサイズや色なども踏まえ、「事業者の表示」であることが明瞭なことが必要)

Q14 ツリー(リプライ)にのみ「広告」などの記載 → 

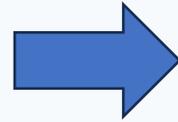
Q15 動画の冒頭に「広告」等と表示 → 



ステマ規制に対するありがちな誤解

「第三者の見解を装った事業者の表示（ステマ表示）」

「広告」「PR」等の表示が無い、
若しくは分かり難く、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



訴求内容にかかわらず
措置命令の対象
(課徴金は対象外)



「広告」・「PR」等、事業者の表示である旨が明瞭であっても

事業者の表示と判断されているため

(通常の広告と同様に) 当該表示内容が、
「有利誤認」「優良誤認」「他の告示違反」に当たる場合



措置命令
課徴金の可能性も

【令和5年度における景品表示法等の運用状況（指導案件より）】

ステマ規制事案が2件例示

◎空間除菌商品：第三者に対し、保有するSNSアカウントに投稿依頼、その内容についても指示。

◎プロテイン商品：第三者に対し、保有するSNSアカウントに投稿依頼、その内容についても指示。

いずれの事案についても、概要欄に“表示内容全体から、**事業者の表示であることが明瞭となっているとは必ずしも認められなかった**”と消費者庁の見解が記載されている。