

成長のための企業法務

アンビシャス総合法律事務所 弁護士 奥山倫行

第58回

リスクマネージメント

(ステルスマーケティング規制)

Q 2023年10月1日からステルスマーケティングが製品表示法違反になったと聞きました。注意すべき点を教えてください。

A 消費者に広告や宣伝であると気付かれないように広告・宣伝活動を行うことを「ステルスマーケティング」といいます。これまで日本にはステルスマーケティング(以下、ステマ)と記載を直接規制する法律はありませんでした。しかし、2023年3月28日に、景品表示法5条3号に基いてステマを不当表示と指定する「内閣府告示第19号」(以下、ステマ告示)と記載)と、ステマ規制に関

する実務上の指針となる「一般消費者が事業者の表示が困難であることを困難と認めるもの」と指定しており、それ以外の具体的な内容は運用基準に定められています。ステマ告示だけでなく、具体的な判断基準が明確ではないので、実際の運用に関する判断には運用基準を参照することが不可欠です。(1)事業者の表示であること(要件1)

事業者が自分の商品やサービスを提供すること自体は問題ありません。そのため、ステマ告示の対象となるのは、外形上は第三者の表示に見えるものの実際には事業者の表示である場合です。(2)一般消費者が事業者の表示であると判別困難な表示であること(要件2)

ステマ告示の対象となるのは、一般消費者がその表示をみて広告と理解できないような表示です。例えば、広告であることが記載されていないケースや、広告であると記載されていたとしてもその表示の文言や文字の大きさ、記載されている場所がわかりにくいので広告と判断できかねるような場合には不当表示に該当します。動画広告で視聴者が認識できないほど短い時間で「広告」と表示される場合、長時間の動画で冒頭以外の箇所のみ「広告」と表示される場合、SNS上の表示で大量のハッシュタグが添付されている「#PR」や「#広告」などの記載がある場合が「一般消費者が判別困難な表示」と判断されます。

違反しないための対応
以上が規制内容ですが、裏を返せば、①事業者が行う表示である場合には事業者であることを明確に表示すること、②その表示には「広告」「PR」などの表記を分かりやすい位置に明瞭に掲載し続けること、③S

NS利用のガイドライン等を制定又は規制内容を確認したうえで従業員等にも告知し意識喚起を図ること等の対応を行うことが求められます。また、事業者が広告代理店等に依頼して広告を掲載している場合には、契約内容の再確認も必要です。具体的には「広告」「PR」などの表記を行うことを義務付ける、又は違反があった場合のペナルティを設ける(報酬が支払われない、又は違約金が発生する等が考えられます)といった内容の規定を設けるとよいと思います。

違反した場合
ステマ規制に違反した場合、景品表示法5条3号違反として、消費者庁や都道府県知事による措置命令(景品表示法7条)の対象になります。また、ステマ規制違反は課徴金対象行為には該当しませんが、規制違反を課せられることとあります(景品表示法8条)。措置命令に違反した場合には刑事罰の対象となり、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金のいずれか、又はこれらの両方が課せられるので(景品表示法36条)、慎重な対応が求められます。

反として、消費者庁や都道府県知事による措置命令(景品表示法7条)の対象になります。また、ステマ規制違反は課徴金対象行為には該当しませんが、規制違反を課せられることとあります(景品表示法8条)。措置命令に違反した場合には刑事罰の対象となり、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金のいずれか、又はこれらの両方が課せられるので(景品表示法36条)、慎重な対応が求められます。

札幌市中央区大通西11の4の22 第2大通 藤井ビル8F、電話011-210-7501
1 <https://ambitious.gr.jp>