

指定告示と運用基準の方向性について

2022年11月11日



不当表示の類型について：ステマにおける誤認の対象は何か？

類型	誤認の対象	課徴金
優良誤認表示	品質等内容 (著しく優良)	対象
有利誤認表示	取引条件 (著しく有利)	対象
指定告示[グループA] ・無果汁の飲料等 ・商品の原産国 ・有料老人ホーム	品質等内容	非対象
指定告示[グループB] ・消費者信用融資費用 ・不動産おとり広告 ・おとり広告	取引条件	非対象
NEW 指定告示[グループC] ・ステルスマーケティング	NEW (a)表示主体？ (b)表示内容(評価)の 第三者性？	非対象

規制対象→

商品又は役務の取引に関する事項についての誤認によって、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不当表示

誤認の対象→

従来の類型：商品・役務の品質等内容や取引条件に関する誤認

今回議論している類型：従来とは異なり、商品・役務の品質等内容や取引条件そのものとは異なる事項に関する誤認

誤認によ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恐れがあるのは、
(a)表示主体そのもののなのか？
(b)表示内容(評価や推奨)の第三者性なのか？

不当表示の類型について：ステマにおける誤認の対象は何か？

誤認によ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恐れがあるのは、

(a)表示主体そのもののなのか？

(b)表示内容(評価や推奨)の第三者性なのか？

表示内容

「最近発売した商品Bが
C店で5000円で売っていた
私も使ってます
今年イチ押しの化粧品」

表示主体

①A氏の場合

②Bのメーカーの場合

③販売店Cの場合

(b)①か②or③なのかが問題

(a)②か③かは問題ではない

表示内容

①商品B C店 5000円
D店 5150円

②「最近発売した商品Bが
販売店Cで5000円で売っていた。
私が今一番気に入っている化粧品」

③「最近発売した商品Bが
販売店Cで5000円で売っていた。
使ってみたけど私には全然合わなかった」

①客観的事実のみの場合

②推奨を含む場合

③推奨していない場合

既存の不当表示の類型の不当性に照らした場合、

表示内容の第三者性について誤認することにより不当に顧客を誘引するのは、②の場合

➡ 事業者による推奨表示を、第三者の表示と誤認させることに不当性があるのではないか

参考：判例によって示された表示主体性の考え方

バイクルーズ判決（東京高裁H20年5月23日 平成19(行ケ)5）	
概要	自らが販売する商品（洋服）に付けるタグについて、他事業者の説明に基づき、原産国がイタリア製という内容になることを了解して、当該他事業者タグの作成と商品への取り付けを依頼した事案
表示主体性が認められる場合	①自ら若しくは他の者と共同して積極的に表示の内容を決定した ②他の者の表示内容に関する設営に基づきその内容を定めた ③ 自己が表示内容を決定することができるにもかかわらず、他の事業者に自己の表示内容の決定を委ねた
留意点	※自らが販売する商品そのものに付すタグの原産国表示に関する判例であって、「第三者のSNSアカウントでの投稿」や「第三者の媒体」を想定したものではない ※対価性は論点になっていない
アマゾンジャパン判決（東京高裁R2年12月3日 令元(行コ)330）	
概要	自ら開設したウェブサイトで自らが販売する商品の販売ページに表示する比較対照価格について、メーカーや仕入先に入力させていた事案
表示主体性の考え方	措置命令を受けたときに、その不当とされる表示内容を使うことを止める決定をしたり、再び同様なことを行うことを防止するために必要な事項を決定したりすることができる権限を有する事業者でなければならない
留意点	※自らが販売する商品の販売ページ上の価格表示に関する判例であって、「第三者のSNSアカウントでの投稿」や「第三者の媒体」を想定したものではない ※対価性は論点になっていない

新しい告示についての提案

事業者に表示主体性がある場合を前提に、事業者よる推奨表示を、第三者の推奨と誤認させることに不当性があると考え、以下のような告示案も考えられるのではないかと

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、以下のいずれかに該当するもの。ただし、当該表示が当該事業者の表示であることが一般消費者にとって明らかである場合を除く。

- 1. 自己の供給する商品又は役務の取引について自ら推奨する表示であるにもかかわらず、当該表示が第三者による推奨であるかのように一般消費者に誤認させるもの**
- 2. 自己が表示内容を決定することができる第三者の表示において、当該第三者に自己の供給する商品又は役務の取引について推奨する表示をさせているにもかかわらず、当該表示が当該第三者による推奨であるかのように一般消費者に誤認させるもの**

※ 特に2. について、事業者の予見可能性を担保し、正常な商慣習を維持するための運用基準が必要
「自己が表示内容を決定することができる第三者の表示」において「自己の商品又は役務の取引について推奨する表示」を「当該第三者に表示させている」とはどんな場合を想定し、どんな場合を想定していないのか。

運用基準の方向性についての提案

特に2. について、外部媒体で第三者が作成・掲載する表示において、「自己が表示内容を決定することができる」「第三者の推奨であるかのように誤認させる」と判断する要素を示し、度合いに応じた事例を示すべき

要素の例	度合い		
①事業者から第三者への掲載の依頼	具体的指示あり	依頼あり	なし
②掲載する内容の依頼	具体的指示あり	依頼あり	なし
③第三者による作成・掲載の自主性	なし	自主性あり	自主性高
④掲載を条件とした対価の支払い 又は掲載を条件とした経済的利益の提供	あり	あり（正常な商慣習に照らして事業者による推奨を第三者の推奨として表示する対価と認められないもの）	なし
⑤掲載を条件とはしていないが掲載に先立つ経済的利益の提供	あり	あり（正常な商慣習に照らして事業者による推奨を第三者の推奨として表示する対価と認められないもの）	なし
⑥掲載することで掲載後に経済的利益を得る可能性（経由購入があった場合のみの成功報酬や抽選による当選含む）	あり	あり（正常な商慣習に照らして事業者による推奨を第三者の推奨として表示する対価と認められないもの）	なし

度合いに応じた事例の案

通常「事業者による推奨を第三者に表示させている」には該当しないと考えられる例

- ◆ 献本や招待券を受け取った上で書かれた新聞・雑誌・エンタメメディア等の「書評」「劇評」「映画評」など評論記事
→①依頼あり/なし②依頼あり/なし③自主性高④なし⑤あり（正常…）⑥なし
- ◆ チョコが好きだとメディアインタビューで答えていた著名人の事務所に、「よろしければ新商品をお召し上がりください」として菓子メーカーから厚意で新商品のチョコレートAが送られてきて、それを食べた著名人が「新商品のチョコレートA、香りが良くてすごくおいしい」とSNSに投稿した感想
→①なし②なし③自主性あり/自主性高④なし⑤あり/あり（正常…）⑥なし
- ◆ 菓子メーカーが公式SNSアカウントで「#〇〇は今年で発売20周年 のタグを付けて菓子を食べた感想をSNSに投稿した方の中から抽選で50名様に商品Bを1年分をプレゼント」とするキャンペーンを実施した際の、当該タグを付けて投稿された一般消費者の感想
→①依頼あり②タグのみあり③自主性あり④なし⑤なし⑥あり（正常…）
- ◆ 販売事業者が販売ページで「商品の使用後レビューを投稿いただいた方には次回使える5%割引クーポンを贈呈します」としていた場合の、購入者のレビュー投稿
→①依頼あり②なし③自主性あり④あり（正常…）⑤なし⑥なし

度合いに応じた事例の案

通常「事業者による推奨を第三者に表示させている」には該当しないと考えられる例

- ◆ 販売者が多数参加するアフィリエイトプログラムを利用し、アフィリエイターと販売者とが事前のコミュニケーションを行わず、アフィリエイターが自分で選んだ販売者の自分で選んだ商品を紹介するSNS投稿
→ ①②なし③自主性あり④⑤なし⑥あり（…正常）
- ◆ 被紹介者が契約すると紹介者被紹介者双方に金券が贈呈される「お友達紹介キャンペーン」において、紹介者から被紹介者に商品・サービスを勧めるメールやメッセージ
→ ①依頼あり/なし②なし③自主性あり④⑤なし⑥あり（…正常）

通常「事業者による推奨を第三者に表示させている」に該当すると考えられる例

- ◆ 記事1本当当たりの対価を設定し、具体的商品・役務を指定して、無償提供したうえで、推奨記事の掲載を依頼する行為
→ ①具体的指示/依頼あり②具体的指示/依頼あり③なし④あり⑤なし⑥なし
- ◆ 自社のアフィリエイターでもあるインフルエンサーに対し、SNSに使用体験を投稿してフォロワーに薦めてもらうことを条件として、定期的に商品や役務を無償提供する行為
→ ①具体的指示/依頼あり②具体的指示/依頼あり③なし④あり⑤なし⑥あり
- ◆ 自社のECサイトで商品を購入した消費者に対し、☆4つ以上の内容でレビューを投稿することを条件として商品代金を返還し、500円を支払う行為
→ ①具体的指示有り②具体的指示有り③なし④あり⑤なし⑥なし