

「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

御意見の概要	御意見に対する考え方
全体	
<p>事業者が他の事業者に広告の作成を依頼し、依頼を受けた事業者が故意に依頼を曲解して誇大広告を作成した場合の責任が、依頼元の事業者にあるとするのは不当である。</p>	<p>景品表示法5条の「表示をし」た者とは、「表示内容の決定に関与した事業者」であるとして、解釈・運用されております。</p> <p>この点、「アフィリエイト広告等に関する検討会」報告書（令和4年2月15日公表）においても、そもそも広告とは広告主が行うものであり、広告主が自らの判断でアフィリエイトプログラムを利用して自らが供給する商品・サービスの宣伝を行うことを選択しているところ、ASPやアフィリエイトはあくまでその広告主の提示条件の下で、アフィリエイトプログラムを利用した広告を提供する際の機能を果たしているに過ぎず、広告主がアフィリエイト広告の基本的な表示内容を決定しているといった実態が認められたことから、景品表示法上は、まずは「表示内容の決定に関与した事業者」とされる広告主が責任を負うべき主体であると整理されたところです。</p> <p>ただし、御指摘のように、依頼を受けた事業者が、広告主の指示を超えて問題のある表示を行うことがあります。そこで、本指針においても、「(注5)」のように通常、広告主が表示内容の決定に関与していないと考えられる場合の例示や、広告主がアフィリエイトに対して法令遵守の方針に違反した場合における債務不履行を理由とする成果報酬の支払いの停止や契約解除等の具体例を不当表示の未然防止策として明確にしているところです。</p>
<p>5月18日の消費者庁長官記者会見のとおり、この指針は事業者の参考としての性質であり、必ずこの通りにしなければならないわけではないことを確認したい。</p>	<p>御理解のとおりです。</p>
<p>利益誤認、視線誘導、操作を迫認してコンテンツを読む前に広告をク</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせてい</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>リックしないとコンテンツを隠すような悪意ある表示プログラムは、本指針の適用範囲に定めるべきである。</p>	<p>ただきます。</p>
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告」という用語は、アフィリエイトによる表示（アフィリエイトリンクと共に表示される投稿）全てを指すのではなく、あくまで、広告主がアフィリエイトに作成を委ねるなど、その表示内容の決定に関与した実態がある表示という認識で間違いないか。</p> <p>上記の認識が正しい場合、アフィリエイトによる表示は基本的に全て広告主がその責任を負うと誤解している者が一定数いると思われるため、改定後の指針等説明会を開催する等、関係事業者への周知には十分に御留意いただきたい。</p>	<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告」という用語は、アフィリエイトプログラムを利用した広告のことですが、「アフィリエイトプログラム」とは、留意事項の「第2 4（1）定義及び概要」に記載のとおりであり、お尋ねの「表示内容の決定に関与した実態がある表示」であるかどうかについては言及しているものではありません。</p> <p>お尋ねの「アフィリエイトリンクと共に表示される投稿」が具体的などのような表示内容であるか判然としませんが、アフィリエイトの表示が広告主の表示とされるかは、個別の取引実態に応じて判断されるものと考えています。</p> <p>この点、留意事項「(注6)」にも記載しているとおり、広告主が表示内容の決定に関与したというのは、「他の事業者はその決定を委ねた事業者」も含まれると解されており、当該投稿について、仮に広告主からの具体的な指示がなかったとしても、広告主の表示となる場合もあると考えます。</p> <p>その上で、本指針の「(注5)」に記載したとおり、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなどアフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にある場合は、通常、広告主が当該広告の表示内容の決定に関与したとされることはないと考えます。</p>
<p>アフィリエイトサイトの中には、広告主よりも大手の上場企業（送客力のあるサイト）も存在し、掲載条件（予算や単価等）についてアフィリエイトの立場の方が強いケースもあることから、広告主としてコントロールすることが難しいケースも踏まえると、今回の改正で表示責任が</p>	<p>本指針は、健康増進法や薬機法ではなく、景品表示法第26条2項を根拠として、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことを目的としたものであるところ、その対象は、景品類の提供若し</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>広告主にのみあることは、最終的には消費者の為にはならないと考えられる。指針改正の起因となった「アフィリエイト広告等に関する検討会報告書」の中でアフィリエイトに対して、虚偽・誇大表示に関して「何人も」と規制対象を限定しない健康増進法第 65 条や薬機法第 66 条を柔軟に活用すべきであるとの記載もあり、これら領域においては、アフィリエイトも責任を負うとの意見もある。一方、上述の法令ではカバーされない領域もあると考えられることから、例えば、アフィリエイトにおいても「著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示とならないよう努めるべきである」旨や、違反した場合は民法第 644 条の善管注意義務違反となる等を指針へ追記することもご検討いただきたい。</p>	<p>くは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示をする事業者全般であり、アフィリエイトではないため、御指摘の追記をすることは困難であると考えています。</p> <p>なお、御指摘のとおり、アフィリエイトであっても、商品又は役務を一般消費者に供給している他の事業者と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる場合には景品表示法の規制対象となり得ることから、同法第 5 条に係る考え方も示している留意事項の「(注 9)」において、御指摘の点を追記いたします。</p> <p>○留意事項 (注 9) (修正前) 「なお、アフィリエイト広告について、広告主が表示内容の決定に関与しているか否かは、個別の取引実態に応じて判断される。」</p> <p>(修正後) 「なお、アフィリエイト広告について、広告主が表示内容の決定に関与しているか否かは、個別の取引実態に応じて判断される。<u>また、広告主との契約等においてアフィリエイトと位置付けられている事業者が、広告主と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる実態にある場合は、当該事業者についても景品表示法上の問題が生じる場合がある。</u>」</p>
<p>取引関係事業者が、当該表示等を行う事業者から当該表示等の作成を委ねられる場合には、広告制作に関わる制作関係者(監督や出演者、インフルエンサー等)へのソーシャルネットワーキングサービス(以下、SNS)の投稿依頼(記載内容の指示はなし)も含まれる理解で良いか。例えば、TV番組とのタイアップ企画(TV番組内で商品を紹介してもらう)</p>	<p>御指摘は、個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであり、景品表示法第 26 条第 2 項に基づき定める本指針への意見募集の範囲を超えるものと考えます。</p> <p>個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈は、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、回答することは困難で</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>においてTV放映後出演者が「①当該TV番組に出演したことと②番組内で商品を紹介した旨」をSNSにて発信する場合、事業者として②の発信は了承しているものの、その文面については事前の指示はしないケースにおける考え方をお伺いしたい。</p>	<p>あると考えております。</p> <p>一般論としては、商品又は役務を供給する事業者が表示内容の決定に関与しない限り、一般消費者である購入者が事業者の供給する商品・サービスについてSNS等に感想を記載する場合、当該購入者が記載した感想そのものが当該事業者の行う表示とされることはないと考えます。また、景品表示法上の表示主体（表示をしたとされる者）の考え方については、既に留意事項「(注6)」に記載をしているとおり、広告主が表示内容の決定に関与したというのは、「他の事業者にその決定を委ねた事業者」も含まれると解されており、当該投稿について、仮に広告主からの具体的な指示がなかったとしても、広告主の表示となる場合もあると考えます。</p> <p>その上で、本指針の「(注5)」に記載したとおり、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなどアフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にある場合は、通常、広告主が当該広告の表示内容の決定に関与したとされることはないと考えます。</p>
<p>当社では広告代理事業を行う上で、消費者に誤解を招かないよう、独自の審査・表示広告確認、パトロールを展開し、法令に基づき運用を行っております。今回の改正案も過去のものも、悪質事業者を規制・排除する目的で繰り返し法改正はなされてきたと思いますが、改正法を守るのは悪質な事業者ではなく、悪質性のない一般の事業者にとどまっている状況だと思われまます。正しく運用やルールを守っている事業者、広告代理店ばかりが、法の下、広告表現を制限されていき、引き続き悪質性の高い一部の事業者や広告運用者は変わらず、悪質な広告表現を繰り返していくものと思われまます。広告制限をこれ以上強めても、正しい事業者とそ</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>うでない事業者の格差が広がる一方であり、一向に問題解決に向かっていかないのではと疑問に思っております。広告を制限するのではなく、消費者側の意識や認識レベルを向上させるような取り組みが今必要なのではないかと思えます。末筆ではございますが、更なる経済発展、健全化に微力ながら貢献できればと思っております。ご査収いただけますよう、宜しく願いいたします。</p>	
<p>以下の認識のとおりで相違ないか。</p> <p>①アフィリエイトによる表示には、広告主がその表示内容の決定に関与している実態がないなど、広告主に表示主体性がないものも存在する</p> <p>②今般改正される管理上の措置についての指針や管理上の措置の具体例は、広告主に表示主体性がない表示についてまで広告主による措置を求めるものではなく、あくまで、広告主が自ら作成する表示や、広告主からアフィリエイト等に表示の作成を委ねる表示など、広告主が表示の内容の決定に関与した表示について措置を求めるものである</p> <p>③広告主が表示の内容の決定に関与したかどうかは、当該表示にかかる取引の態様や事実関係等の実態に応じて個別に判断される</p> <p>アフィリエイトプログラムを利用したアフィリエイトによる表示には、指針注5後段にあるような、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りやコミュニケーションが一切行われずに、消費者であるアフィリエイトが自ら選んだ商品についてアフィリエイトリンクとともに感想等をSNSに投稿するといった実態のものもあることから、そういった実態でアフィリエイトが作成した表示である感想等にまで本指針による措置が求められるものではないことを確認する必要があるため。</p>	<p>御指摘の1点目については、意見提出者の事実認識であり、本指針に対する意見ではないと考えます。</p> <p>御指摘の2点目及び3点目については、御理解のとおりです。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>なお、仮にそういった実態でアフィリエイターが作成した表示である感想等にまで広告主の景品表示法上の管理責任や結果責任が及ぶとすると、本来消費者が自由に投稿できるはずのSNS上の感想全てに広告主が口出しすることを肯定することになり、かえって消費者の合理的な選択を歪めてしまう恐れがあるだけでなく、広告主が把握し得ない投稿まで管理することは現実的に不可能であることから、健全な事業者ほどアフィリエイトプログラムへの参加自体ができなくなってしまうと懸念している。広告主による表示内容の決定への関与が実態としてある場合には指針や具体的事例の対象となるが、そうでない場合には対象とならないという前提を改めて確認したい。</p>	
<p>今後、指針等の改定について周知するにあたっては、「アフィリエイターによる表示は取引の態様にかかわらず全て広告主が景品表示法上の管理責任と結果責任を負う」といった誤った認識が広がらないよう、以下の点についてわかりやすく周知いただきたい。</p> <p>①アフィリエイトプログラムを利用した表示については、アフィリエイターによる表示であっても、広告主による表示内容の決定への関与が実態としてある場合には指針や具体的事例の対象となるが、そうでない場合には対象とならないこと</p> <p>②アフィリエイターによる表示であると広告主が言い逃れをしようとしても、表示内容の決定への関与が実態としてある場合には広告主が景品表示法上の責任を負うこと</p> <p>③広告主が実態として表示内容の決定に関与していないアフィリエイターの表示についてまで管理することは求められていないこと</p> <p>アフィリエイト広告等に関する検討会においては、実際は様々な態様のアフィリエイトプログラムが存在し、アフィリエイターによる表示にも広告主が表示内容の決定に関与している実態があるものと無いものが</p>	<p>本指針の告示がなされた際には、御指摘の点も参考にして周知させていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>あるという共通認識が得られていたとは必ずしも言えず、悪質なアフィリエイト広告など、実態として広告主が表示内容の決定に関与しているにもかかわらず自ら作成した表示ではないと言い逃れをするような態様を念頭に議論されていたため、上述のような点が誤解されている可能性がある。健全な事業者に過度な萎縮効果をもたらさないよう、周知の段階で配慮いただきたい。</p>	
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告」という用語は、アフィリエイトによる表示（アフィリエイトリンクと共に表示される投稿）全てを指すのではなく、あくまで、広告主が自ら作成したり、アフィリエイトに作成を委ねるなど、広告主がその表示内容の決定に関与した実態がある表示、つまり、広告主による表示と判断されるものを指しているという認識で相違ないか。</p> <p>具体的事例の記載の中には、「アフィリエイトプログラムを利用した広告」や「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行い、自社の表示の作成をアフィリエイト等に委ねる場合」「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行い、自社の表示の作成をアフィリエイト等に委ねた自社の表示」「アフィリエイトプログラムを利用した広告の表示等のように、アフィリエイト等に表示等の作成を委ねている場合」など、様々な記載があるが、「アフィリエイトプログラムを利用した広告」自体の定義を説明した箇所はなく、「アフィリエイトプログラムを利用した広告」が「広告主がアフィリエイト等に自社の表示の作成を委ねた表示」と同義なのか、異なるのか、異なるとして「アフィリエイトプログラムを利用した広告」は広告主がその表示内容の決定に関与していないアフィリエイトによる表示を含むのか含まないのかが判然としていない。</p> <p>指針注5や具体的事例全体を読む限りは、「アフィリエイトプログラムを利用した広告」という用語は、少なくとも、広告主が景品表示法上の管</p>	<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告」という用語は、アフィリエイトプログラムを利用した広告のことですが、「アフィリエイトプログラム」とは、留意事項の「第2 4（1）定義及び概要」に記載のとおりであり、お尋ねの「表示内容の決定に関与した実態がある表示」であるかどうかについては言及しているものではありません。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>理責任や結果責任を負う対象として使用されているような印象を受けるが、確認したい。</p>	
<p>最近の消費生活相談ではインターネット取引のトラブルが増加しており、詐欺的な定期購入契約や情報商材などに代表されるように、表示・広告による誤認が原因であることが多くあります。インターネット上の広告は短期間で削除変更され、加えて、消費者が強く意識しない限り広告を保存していないため、相談が寄せられたとしてもどの広告を見たのか、その広告により誤解して契約に至ったのかを確認することが大変困難であり、被害回復ができないことが多くあります。また、デジタルプラットフォームの関与や、アフィリエイトやASP、広告代理店などの関与など、必ずしも広告主だけの問題ではないケースが多くあります。</p> <p>このような詐欺的な定期購入契約による多数の消費者トラブルを契機として、アフィリエイト広告の問題に着手し、アフィリエイト広告等に関する検討会報告書を取りまとめ、そこでの提言に基づいた、このたびの「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」、及び「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」の改正案について、賛成します。</p> <p>そして、この内容については、表示等を行う事業者はもちろん、表示等を委ねられる事業者に、広く周知徹底していただくようお願いします。また、消費者もインターネット取引をする際には、誰が表示をしているのかなどについて理解するよう努める必要がありますので、消費者に対しても、わかりやすく広く広報していただくようお願いします。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>規制対象として、代理店やASPが表示に深く関わっている場合でもそういった代理店等の度合いは考慮せず規制対象は広告主のみになるのか。</p>	<p>「代理店やASPが表示に深く関わっている場合」という意味が判然としませんが、アフィリエイトプログラムを利用した広告において不当表示があった場合、基本的には広告主が規制対象となります。この点は、従前の景品表示法第5条の解釈そのものであり、本指針によってこの解</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>積が変更されるものではありません。</p> <p>そして、本指針の改正前から、指針の対象となる事業者は、景品表示法第5条等の規制対象となり得る事業者、すなわち景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示をする事業者全般になります。</p>
<p>第2の1 必要な措置が求められる事業者</p>	
<p>「しかし、取引関係事業者が、当該表示等を行う事業者から当該表示等の作成を委ねられる場合には、当該表示等を行う事業者は、自らの措置の実効性が確保できるよう、取引関係事業者に対し、自らの措置についての理解を求め、取引関係事業者が作成する表示等が不当表示等に該当することのないよう指示することが求められる。」の「委ねられる」の具体例を明確にしてほしい。</p> <p>Web通信販売事業者の場合、Webに表示している商品の情報や商品説明の文言は、製造メーカーや卸売業者が作成したものを受け取って表示するケースが大半である。そのためWeb通信販売事業者による誤表示の多くは製造メーカーや卸売業者の誤りに起因している。Web通信販売事業者が正しい表示となるように根拠を確認するなどの運用を重ねても誤表示を根絶できないのは製造メーカーや卸売業者が正しい情報を提供しないことも一因となっている。そこで、Web通信販売事業者が製造メーカーや卸売業者に表示等の提供を依頼している状況を「作成を委ねている」ことに含めることにより、正しい情報を提供する必要性を製造メーカーや卸売業者自身が理解し、各社内で周知を促すことができると考える。</p>	<p>「委ねられる」の具体例を本指針に網羅的に記載することは困難ですが、例えば、広告主が、自己が供給する商品・サービスの広告として、直接又はASP等を通じてアフィリエイトに対し、アフィリエイトプログラムを利用した広告の作成を依頼することが当たります。</p> <p>御指摘の「Web通信販売事業者」が自ら商品を仕入れて販売する事業者を指すのであれば、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示をする事業者に当たり得ることから、当該事業者が他の事業者に表示等の作成を委ねるかどうかにかかわらず、当該事業者には自らの表示が不当表示となることのないよう、不当表示を未然に防止するために必要な措置を講じることが求められ、その表示の管理の一環として、製造業者や卸売業者との間で、正しい表示をさせるよう取組を進めることは、本指針の目的に沿うものと考えています。</p>
<p>「例えば、当該事業者が、商品又は役務を一般消費者に供給している他の事業者と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる場合は……景品表示法第26条第1項の規定に基づき必要な措置</p>	<p>本指針の改正により、アフィリエイト広告を利用した広告を活用する事業者に対する管理上の措置としての具体例を追加していますが、本指針の対象は、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務につい</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>を講じることが求められることに留意しなければならない。」との記載の箇所、又は、5 ページ（注4）におけるアフィリエイトの説明において、アフィリエイトが事実上、商品又は役務を供給している事業者として扱われることがあるとすれば、どのような場合かを明記すべきである。</p> <p>アフィリエイトであっても、他の事業者と共同して商品・役務を一般消費者に供給をしていると認められる場合には、従来と同様、景品表示法の適用を受ける可能性があるならば、どのようなケースかを明確にすることが望ましい。</p>	<p>ての一般消費者向けの表示をする事業者全般です。御指摘の内容は、既に現在の指針でも読み込める内容であるものを明確化するものであり、御指摘の部分（第2 基本的な考え方）において、特定の事業形態についてのみ明確化するために記載することは困難であると考えます。</p> <p>なお、御指摘のとおり、アフィリエイトであっても、商品又は役務を一般消費者に供給している他の事業者と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる場合には景品表示法の規制対象となり得ることから、同法第5条に係る考え方を示している留意事項の「(注9)」において、御指摘の点を追記いたします。</p>
<p>「取引関係事業者」についての考え方を明確にした上で、表示等を行う事業者が表示等を委ねる取引関係事業者に対して、自らの措置の実効性を確保できるよう、自らの措置についての理解を求め、その取引関係事業者が作成する表示等が不当表示等に該当することのないように指示をすることを求めることについて、賛成します。これまでも、「広告媒体事業者等」について、景品表示法の適用を受ける場合の考え方が示されていましたが、今回、表示等を行う事業者による管理が必要であることが明記されたことで、「アフィリエイトが作成した広告だから責任はない」という反論がなされなくなることを期待します。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>アフィリエイトプログラムの中には、アフィリエイトが、アフィリエイトプログラムを利用する事業者の委託を受けたことにより広告するのではなく、むしろ専ら第三者としてSNS等で自己の体験談や感想を記載することも多く、投稿が多量であることなどにより、提供事業者は当該記載内容を隅々まで確認することは困難であり、名誉毀損その他の重大な問題がない限り、投稿内容は原則としてアフィリエイトの判断と責任のもとで記載されている。</p> <p>上記のような場合において、提供事業者がハッシュタグに自社に関連</p>	<p>本指針の目的は、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことですが、御指摘の点は、本指針への意見募集の範囲を超え、個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであり、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、お答えすることは困難であると考えております。</p> <p>ただし、一般論としては、商品又は役務を供給する事業者が表示内容の決定に関与していない限り、一般消費者である購入者が事業者の供給</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>する事項の記載を要望したり、リアクションをしたりする場合であっても、自己の表示の決定をすることができるとはいえ、このような場合まで対象に含まれるとすると経済活動に著しい支障を及ぼしかねないため、「アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるもの」として、「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者に該当しない」とすることができるという考えで正しいか。</p>	<p>する商品・サービスについてSNS等に感想を記載する場合、当該購入者が記載した感想そのものが当該事業者の行う表示とされることはないと考えます。</p> <p>また、景品表示法上の表示主体（表示をしたとされる者）の考え方については、既に留意事項「(注6)」にも記載しているとおり、広告主が表示内容の決定に関与したというのは、「他の事業者によるその決定を委ねた事業者」も含まれると解されており、当該投稿について、仮に広告主からの具体的な指示がなかったとしても、広告主の表示となる場合もあると考えます。</p> <p>その上で、本指針の「(注5)」に記載したとおり、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなどアフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にある場合は、通常、広告主が当該広告の表示内容の決定に関与したとされることはないと考えます。</p>
<p>他の事業者による、自社製品の経験、感想の記載を委託している場合（アフィリエイトによる生配信等を含む）においては、たとえ契約関係にあったとしても、提供事業者がその内容を決定・支配することはむしろ自由な感想や表現を阻害するものであり、社会通念上妥当ではないとの観点から、原則として当該他の事業者による記載をそのまま掲載することになっている。このような場合については、提供事業者は、なんら表示内容の決定に関与できるものではないことから、「他の事業者によるその決定を委ねた事業者」とはいえず、当該措置指針の「事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合」には、該当しないと解釈してよい。</p>	<p>本指針の目的は、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことですが、御指摘の点は、本指針への意見を越え、個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであり、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、お答えすることは困難であると考えております。</p> <p>ただし、一般論としては、景品表示法上の不当表示の成否においては、事業者の主観を問いませんので、御指摘の「自社製品の経験、感想の記載を委託している場合（アフィリエイトによる生配信等を含む）」において、それらの記載が優良誤認等の不当表示に該当する場合、当該事業者が「契約関係にあったとしても、提供事業者がその内容を決定・支配する</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>ことはむしろ自由な感想や表現を阻害するものであり、社会通念上妥当ではないとの観点から、原則として当該他の事業者による記載をそのまま掲載することにしてい」たとの判断をしていたとしても、当該事業者が不当表示を行ったとされることになります。</p>
<p>第2の2 事業者が講ずべき措置の規模や業態等による相違</p>	
<p>「なお、従来から景品表示法や景品表示法第31条第1項の規定に基づく協定又は規約（以下「公正競争規約」という。）を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではない。」とあるが、アフィリエイトの場合、ここで言う「必要な措置」というのは何を指すのか。</p>	<p>御指摘の「必要な措置」とは、個別の事業者が既に実際に講じている景品表示法や公正競争規約を遵守するための必要な措置のことであり、この中には、アフィリエイトプログラムを利用する広告主が既に実際に講じている措置内容も含まれているところです。</p>
<p>第4の1 景品表示法の考え方の周知・啓発</p>	
<p>「事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる（委ねた）場合……当該他の事業者」との表現は、全て「事業者が表示等の作成を取引関係事業者に委ねる（委ねた）場合……当該取引関係事業者」に修正すべきである。</p> <p>管理措置指針案の第2の「1 必要な措置が求められる事業者」では、「取引関係事業者が、当該表示等を行う事業者から当該表示等の作成を委ねられる場合」として、取引関係事業者のうち表示等の作成を委ねられる者が管理措置指針案における当該表示等を行う事業者の管理対象としている。一方、第4「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容」においては、「事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合、当該他の事業者に対しても、その業務に応じた周知・啓発を行うこと。」等とし、「当該他の事業者」と「取引関係事業者」との関係が不明確である。</p> <p>第2「基本的な考え方」と第4「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容」において管理対象となる事業者の範囲が同一となるのであれば、そのことを明確にすべきである。</p>	<p>御指摘の「取引関係事業者」と「他の事業者」とは異なる場合があり得ることから、本指針における修正は難しいと考えています。</p> <p>「取引関係事業者」とは、本指針の措置を講ずべき事業者と取引関係はあるが、表示等を行っていない事業者のことをいいますが、「他の事業者」は、本指針の措置を講ずべき事業者と直接的な取引関係がない事業者（例えば、広告主がアフィリエイトに表示作成の委託を行い、当該アフィリエイトが第三者のライターに更に委託する場合の事業者（広告主から見た再委託先の事業者））も含むものとして整理しています。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>留意事項（注6）にて引用されている裁判例によれば、「『他の事業者にその決定を委ねた事業者』とは、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表示内容の決定を任せた事業者をいう」とのことだが、管理措置指針において使用されている「委ねる」は、表示内容の決定を任せる場合だけではなく、自らが内容を決定したうえで、作成業務を委託する場合も含まれるか否かを明らかにされたい。</p>	<p>留意事項「（注6）」にて引用されている裁判例における規範は、「表示内容の決定に関与した者」についての解釈を示すものであるところ、御指摘の点については、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けを表示をする事業者が、「自らが表示内容を決定し」ているのであれば、当該事業者が表示内容の決定に関与したことは明らかであり、御指摘の判決の規範を持ち出すまでもなく、当該事業者がその表示についての表示主体となることは、文言上明らかであると考えています。</p>
<p>「その業務に応じた周知・啓発を行うこと」及び「その業務に応じて法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化すること」とあるが、業務に応じて具体的にどのような違いを設けることを想定しているかを明確化されたい。</p> <p>また、各社における表示等を行う際の手順を定めたマニュアル等は営業秘密であることも多いが、そのような営業秘密の開示を促す趣旨ではないことを明確にされたい。</p>	<p>御指摘の点については、個別の事業者が他の事業者にどのような業務を委ねることになるかといった個別事情によりますので、本指針において記載することは困難です。本指針は、事業者が講ずべき表示等の管理上の措置についての基本的な考え方及び具体例を示すものであるところ、具体的にどのような措置を講じるかは、本指針の内容を踏まえた各事業者の実情に応じた個別の判断となります。</p> <p>御指摘の「営業秘密」が何を指しているのかが判然としませんが、本指針では、景品表示法等を遵守するために、一般的に必要とされるような周知・啓発や法令遵守の明確化を記載しているものに過ぎず、事業者の営業上の秘密を周知したり、明確化したりすることを求めるものではありません。</p>
<p>当該事業者以外の複数の事業者が関係する場合、そうでない場合に比べて、景品表示法の考え方を関係者間で共有することが困難になり、結果的に不当表示等が生じる可能性が高くなることも踏まえ、事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合、当該他の事業者に対しても、その業務に応じた周知・啓発を行うことについて、賛成します。</p> <p>アフィリエイトは個人であることが多く、ASP等も小規模事業者であることも多くあります。自ら積極的に知識習得することが困難なこ</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>ともあるため、広告主として、景品表示法の考え方について、継続的に周知・啓発を徹底することが必要です。</p>	
<p>第4の2 法令遵守の方針等の明確化</p>	
<p>一般的に事業者が行う表示等の作成に当該事業者以外の複数の事業者が関係する場合、そうでない場合に比べて、法令遵守の方針等を関係者間で共有することが困難になり、結果的に不当表示等が生じる可能性が高くなることも踏まえ、事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合、当該他の事業者に対しても、その業務に応じて法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化することについて、賛成します。</p> <p>常に法令遵守するためには、遵守することの意識だけでなく、法令遵守のための具体的な手続き方法を作りチェック機能が働くようにする必要があります。アフィリエイトやASP等に具体的な手続きを明確に示すことは効果的と考えます。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>第4の3 表示等に関する情報の確認</p>	
<p>管理指針第4の3の(2)の注5の第2文以下の記載、すなわち、</p> <p>「また、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるものについては、通常、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはないと考えられる。」の後に以下の記述を追加すべき。</p> <p>「なお、このような場合であっても、アフィリエイトが消費者を誤認させる内容の表示をしていることを広告主が認知しているにもかかわらず、あえて放置しているような場合は、広告主が、アフィリエイトに対しそのような表示を行うことを委ねていると評価され、表示内容の決定に関与しているとされることがあることに注意する必要がある。」</p>	<p>本指針の目的は、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことですが、御指摘の点は、本指針への意見を超え、個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであり、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、お答えすることは困難であると考えております。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>アフィリエイトが表示を開始した段階で、広告主とアフィリエイトとの間で表示に係る情報のやりとりが行われていなかった場合であっても、広告主が当該問題のある表示を認知し、その後も何ら是正のための対応をとらず、当該表示を自らの商品販売に利用していた場合は、広告主の表示に対する責任を問うべき場合があると考えられるため。</p>	
<p>「…、アフィリエイトプログラム（注4）を利用した広告を行うような業態では、当該広告を利用する事業者がアフィリエイト等の作成する表示等を確認することが必要となる場合があることに…」の箇所の「表示等」には「表示内容」及び「表示の根拠となる情報」の両方が含まれるのか不明確である。両方が含まれるのであればその旨を、両方が含まれないのであれば「表示等」の内容を、それぞれわかりやすく明記してもらいたい。</p>	<p>御指摘の「表示等」とは、本指針に記載のとおり「景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示」のことです。</p> <p>本指針に記載のとおり、事業者は、自己が供給する商品又は役務について、不当表示を未然に防止するために必要な措置を講じることになり、その必要な措置には、表示の根拠となる情報の確認も含めた、表示内容の確認も含まれます。</p>
<p>「アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるもの」と「アフィリエイトに作成を委ねた表示」の違いが読み取れない。アフィリエイトプログラムを利用している以上、何等かの契約等があり、表示に関するやり取りが一切行われていないというのは委ねたことに他ならないのではないかと考える。</p>	<p>「アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるもの」とは、「広告主が表示内容の決定に関与した」とはされない場合を例示したものです。</p> <p>いずれにせよ、アフィリエイトの表示が広告主の表示とされるか否かは、個別の取引実態に応じて判断されることとなります。</p>
<p>表示等に関する情報の確認について、管理措置指針の対象となる表示等の範囲をより明確化されたい。例えば、以下のような販売促進活動について、商品又は役務を供給する事業者が管理措置指針に基づく対応が求められるのかを明らかにされたい。</p> <p>①購入者が指定のタグ（又は商品購入ページのURL）を付けてSNSに商品の感想を書くと、当該購入者のうち抽選で×名が事業者から〇円貰える。</p>	<p>御指摘は、景品表示法第26条に基づき定める本指針の意見募集の範囲を超えた個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであり、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、本指針において、そのような記載することは困難であると考えております。</p> <p>一般論としては、商品又は役務を供給する事業者が表示内容の決定に関与しない限り、一般消費者である購入者が事業者の供給する商品・サ</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>② 購入者が指定のタグ（又は商品購入ページのURL）を付けてSNSに商品の感想を書くと、当該購入者のうち先着×名が事業者から〇円貰える。</p> <p>③ 購入者が指定のタグ（又は商品購入ページのURL）を付けてSNSに書いた商品の感想が良いものであれば、当該購入者が事業者から〇円貰える。</p> <p>④ 既存顧客から他の人へ商品又は役務を紹介した場合に、当該既存顧客が謝礼として事業者から〇円貰える。</p>	<p>ービスについてSNS等に感想を記載する場合、当該購入者が記載した感想そのものが当該事業者の行う表示とされることはないと考えます。</p> <p>また、景品表示法上の表示主体（表示をしたとされる者）の考え方については、既に留意事項「(注6)」にも記載しているとおり、広告主が表示内容の決定に関与したというのは、「他の事業者にその決定を委ねた事業者」も含まれると解されており、当該投稿について、仮に広告主からの具体的な指示がなかったとしても、広告主の表示となる場合もあると考えます。</p> <p>その上で、本指針の「(注5)」に記載したとおり、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなどアフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にある場合は、通常、広告主が当該広告の表示内容の決定に関与したとされることはないと考えます。</p>
<p>「また、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるものについては、通常、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはないと考えられる」とあるが、このように書くと、広告主がアフィリエイトやアフィリエイトプロバイダに表示内容を丸投げし、一切情報のやり取りをしなければ、アフィリエイトが不当な表示をしても広告主は責任を問われないように読めるのではないか。</p> <p>しかし、「広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていない」場合でも、東京高裁平成20年5月23日判決（ベイクルーズ事件）によれば、広告主は「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（アフィリエイト）に表示</p>	<p>御指摘のように、広告主が「アフィリエイトやアフィリエイトプロバイダに表示内容を丸投げ」した場合は、本指針「(注5)」に記載した「アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるもの」には該当しません。</p> <p>また、景品表示法第26条に基づく管理上の措置は、事業者が不当表示等の未然防止を図るために求められるものであるところ、管理上の措置を講じている否かは、同法第5条で禁止される不当表示の成否に影響を与えることはありません。同法第26条に基づく管理上の措置を講じていない事業者が不当表示の要件に該当する表示を行っている場合、当該事業者は、措置命令等の対象になり得ます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>内容の決定を任せ事業者」に当たり、「表示内容の決定に関与した事業者」に当たると考える。したがって、この記述は削除すべきではないか。</p> <p>アフィリエイトが勝手に不当な表示をし、広告主がチェックできなかった場合のことを想定した記載であれば、その場合でも、広告主はアフィリエイトに表示内容を委ねた以上、広告主は「表示内容の決定に関与した事業者」になると考える。ただし、その場合でも、広告主が可能な範囲で事前チェック等をし、不当な表示があることを知った場合、直ちに表示を削除させる等の措置をとっているときは、消費者庁は広告主に対する措置をとらないといった対応を示すことは可能であると考え</p>	
<p>広告表現に関しては、根拠となる情報をもとに表現しなければならない原則があると思いますが、機密情報ということで、広告の審査を行う者、部門に共有してもらえないことがあり、権限の持っている部門が代わりに確認し、問題なかった旨の情報しかなく、後から色々調べると、確認内容が合理的な確認方法でないということがわかり、急遽広告表現を修正するということがある。現状、出稿前に修正できているが、広告審査を行う者、部門が、根拠となる情報を管理する権限を持たなければならない旨を明確にしてもらいたい。また、広告の審査を行う部門に広告出稿の可否決定の権限を持たせるよう明記していただきたい。</p>	<p>御指摘については、指針の「5 表示等を管理するための担当者等を定めること」において、「事業者は、表示等に関する事項を適正に管理するため、表示等を管理する担当者又は担当部門をあらかじめ定めること（略）表示等管理担当者が自社の表示等に関して監視・監督権限を有していること。」と記載しているとおおり、指針では表示等担当者が自社の表示等について監視・監督権限を有していることが望ましい旨、既に記載しています。</p>
<p>表示の根拠を確認すること、アフィリエイト広告を利用する事業者は、アフィリエイト等の作成する表示等を確認することが必要であると示すことに賛成します。</p> <p>事業者自身が広告をする際には、当然にその表示の根拠を確認すべきであり、アフィリエイト広告を利用する場合にも、その表示について根拠があるのかの確認をするべきと考えます。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>オンラインショッピングモールにおいて、モール運営事業者が以下を</p>	<p>御指摘は、景品表示法第 26 条に基づき定める本指針の意見募集の範囲</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>全て満たすような態様のアフィリエイトプログラムを提供していて、実態としても広告主とアフィリエイターとの間にコミュニケーションが発生していない場合、指針注5に記載されている通り、通常は、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはなく、従って指針等に記載されている具体的措置の対象外であると考えてよいか。</p> <p>①当該オンラインショッピングモールに出店する販売事業者は自動的にモール運営事業者がASPとなるアフィリエイトプログラムに広告主として参加する</p> <p>②モールでの商品購入等利用に必要な会員登録を行った利用者は自動的にモール運営事業者がASPとなるアフィリエイトプログラムにアフィリエイターとして参加できる</p> <p>③会員であるアフィリエイターは、全出店事業者が扱う全商品の中から任意で紹介したい商品を選択でき、当該商品が掲載されている商品ページからSNSによる共有ボタンをクリックし、感想等紹介文を記載すると、アフィリエイターが選択したSNSに、当該商品ページのアフィリエイトリンクが、当該アフィリエイターが入力した感想等紹介文と共に投稿される</p> <p>④広告主である販売事業者と、アフィリエイターである利用者との間には、感想等紹介文について一切のコミュニケーションがなく、広告主である販売事業者からは、どのアフィリエイターがどの商品をどのSNSで紹介したかや、どのアフィリエイターがどのくらい報酬を得るか等は確認できないようになっている。</p>	<p>を超えた個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであり、これらについては、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、回答することは困難であると考えておりますが、本指針「(注5)」にも記載のとおり、一般論としては、商品又は役務を供給する事業者が表示内容の決定に関与していない限り、一般消費者である購入者が事業者の供給する商品・サービスについてSNS等に感想を記載する場合、当該購入者が記載した感想そのものが当該事業者の行う表示とされることはないと考えます。</p> <p>また、景品表示法上の表示主体(表示をしたとされる者)の考え方については、既に留意事項「(注6)」にも記載しているとおり、広告主が表示内容の決定に関与したというのは、「他の事業者にその決定を委ねた事業者」も含まれると解されており、当該投稿について、仮に広告主からの具体的な指示がなかったとしても、広告主の表示となる場合もあると考えます。</p> <p>その上で、本指針の「(注5)」に記載したとおり、アフィリエイターの表示であっても、広告主とアフィリエイターとの間で表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなどアフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にある場合は、通常、広告主が当該広告の表示内容の決定に関与したとされることはないと考えます。</p>
<p>改正の趣旨は、「管理上の措置指針」第4・3(2)注4記載のアフィリエイトプログラムを利用した場合を管理上の措置の対象とすることと考えられるが、現状では「事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合」につき明確な定義がなされていない。この指針において、「事業者</p>	<p>本指針の目的は、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことですが、御指摘の点は、本指針への意見を越えた個別事案ごとの景品表示法上の表示主体についての解釈についてのお尋ねであ</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合」とは、「アフィリエイトプログラム等を利用した成功報酬型広告」が対象であることを明確にすべきではないか。</p>	<p>り、個別の取引実態に応じて判断されるものであることから、お答えすることは困難であると考えております。</p>
<p>「管理上の措置指針」第4・3（2）では「アフィリエイトプログラム（注4）を利用した広告を行うような業態」とあるが、その他本文では、いずれも「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者」と記載されており、このような広告を行う業態での説明となっており、上記の通り定義を明確にするため、「行う業態」とすべきではないか。</p>	<p>本指針「第4の3 表示等に関する情報の確認」における御指摘の箇所については、表示等に関する情報の確認について必要となる対応について、事業者の業態ごとに分けて記載しているものです。その他の箇所については、アフィリエイトプログラムを利用して広告を行っている個々の事業者が講ずべき措置の具体例等をお示しするための記載です。</p> <p>このように、記載の前提が異なりますので、前者においては、「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行うような業態」とし、後者においては、「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者」とし、記載を書き分けております。</p>
<p>第4の4 表示等に関する情報の共有</p>	
<p>不当表示等は、企画・調達・生産・製造・加工を行う部門と実際に表示等を行う営業・広報部門等との間における情報共有が希薄であることや、複数の者による確認が行われていないことや、表示等の作成に自社以外の複数の事業者が関係する場合における関係者間の連携不足・情報共有が希薄であること等により発生する場合があります。このため、情報の共有を行うに当たっては、このような原因や背景を十分に踏まえた対応を行うことについて、賛成します。</p> <p>確認した表示等の根拠の確認情報を、関係する者全員が共有しなければ、意味がありません。景表法違反にならないようするための情報共有という意識を強く持っていただくことが重要と思います。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>第4の5 表示等を管理するための担当者等を定めること</p>	
<p>表示等管理担当者を定め、その者が他の事業者が作成する表示等に関して指示・確認権限を有することによって、責任の所在が明確になり、実</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>効性が確保できると考えます。</p>	
<p>第4の6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること</p>	
<p>事業者は、確認した表示等に関する情報を、表示等の対象となる商品又は役務が一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間、事後的に確認するために、例えば、資料の保管等必要な措置を採ること。また、表示等の作成を他の事業者に委ねる場合であっても同様の措置を採ることは、大変重要な措置と考えます。</p> <p>ただし、表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例において、アフィリエイトが保管することも含めていますが、消費生活相談を担う者からは、アフィリエイトが保管することで消費者トラブルの解決が図れるとは考えられません。事業者もしくは、ASPや広告代理店等が保管することを要望します。</p> <p>消費者から、広告により誤認して契約したという相談が寄せられても、消費者が見た広告を確認することは困難であり、また、消費者に広告を保存しておくことはほとんど期待できません。特にアフィリエイト広告は、書き換えが頻繁に行われたり削除されたりがあり、一旦変更、削除されるとその確認は困難です。そのため、トラブルになった場合に解決が困難になっています。アフィリエイト広告等、表示に関する情報、資料について、合理的な期間において、事業者が根拠となる情報を事後的に確認できることで速やかな解決を期待できます。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p> <p>また、表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置の内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えますが、本指針の別添「6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例」にも記載のとおり、「ASP等の他の事業者に当該情報の保管等を委託すること」も例示しているところです。</p>
<p>第4の7 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応</p>	
<p>アフィリエイトプログラムを利用した広告を行った場合は、「事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねた場合の表示等において当該事案が発生した場合」に含まれると理解しているが、この場合において、</p> <p>①アフィリエイトが行った表示で不当表示とされた表示の是正を求めたが、当該アフィリエイトがその是正を拒んだときや是正せずに放</p>	<p>本指針は、景品表示法第26条第2項を根拠として、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことを目的としたものであるところ、広告主がアフィリエイトと契約をしている場合に、当該アフィリエイトの表示が広告主の表示とされるか否かは、同法第5条に</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>置したときは、当該アフィリエイトのサイトからのランディングページで当該アフィリエイトが行った表示の不適切な部分の訂正を行うことや、当該アフィリエイトへの成功報酬の支払の停止や契約解除などをもって、不当表示とされた表示をやめた（それ以降は当該不当表示の表示主体ではない）と認められること</p> <p>②アフィリエイトが行った表示で不当表示とされた表示について、「一般消費者の誤認排除」を求めたが、当該アフィリエイトがそれを拒んだときや放置したときは、当該アフィリエイトのサイトからのランディングページで「一般消費者の誤認排除」のための措置を講ずれば、「一般消費者の誤認排除」を行ったと認められること（その措置を講じた時が課徴金の算定期間の終期と認められること）</p> <p>を、それぞれ明らかにしてほしい。</p>	<p>規定する不当表示の成否や同法第8条の課徴金算定期間の問題となり、管理上の措置を講じているかどうかとは別の問題となります。また、これらの点は、個別の事案ごとに判断されるものです。そのため、御指摘の点について、お答えすることは困難です。</p> <p>一般論として、仮にアフィリエイトの表示が契約内容に違反したものであっても、また、提携解除後のアフィリエイトの表示であっても、個別の事実関係から、当該広告主が当該表示内容の決定に関与したとされる場合には、当該表示は、広告主の表示とされることとなります。</p> <p>そのような状況を未然に防止するためにも、本指針に記載のとおり、広告主がアフィリエイトに対して法令遵守の方針に違反した場合における、債務不履行を理由とする成果報酬の支払いの停止や契約解除等の具体例を不当表示の未然防止策として明確にしているところです。</p>
<p>事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねた場合の表示等において当該事案が発生した場合も含むと明確にすることで、広告主のアフィリエイト広告に関する責任感を高め、被害の拡大防止に繋がると考えます。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御承知のとおり、本指針に「事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねた場合の表示等において当該事案が発生した場合も含む」と記載しています。</p>
別添 全体	
<p>「アフィリエイト広告等に関する検討会」の報告書では、表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な資料の保管等については、広告主とアフィリエイトとの間でいつまで保管するのか、保管しなかったときは、誰がどのような責任を負うのかなどの取り決めをあらかじめしておくことも重要であると指摘されているので、指針に加えてはどうか。また、「アフィリエイト広告を行う事業者は、自らまたはASP等を通じて」という表現があるが、この、「ASPを通じて」という表現では、広告主とASPとの契約に基づく管理というようなことが明確ではないので、アフィリエイトとの契約だけではなく、ASPとの契</p>	<p>アフィリエイトプログラムを利用した広告に係る取引については、御指摘のとおり、様々な形態が存在するところ、文意の明確化のため修正いたします。</p> <p>（修正前）</p> <p>以下の具体的事例のうち、アフィリエイトプログラムを利用した広告に係るものに関しては、事業者は管理上の措置の実効性を確保するために、自らの表示等の作成に係るASP（注1）やアフィリエイト等との間で、表示等の作成を委ねる契約書において、どの主体が何を行う</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>約も広告主との間にあることが、もう少し分かるような表現にした方がいいのではないかと。</p>	<p>かについて、明記するなどの対応を行うことが考えられる。</p> <p>(略)</p> <p>(注1) ASP (アフィリエイトサービスプロバイダー) とは、法人又は個人のアフィリエイトを幅広く募り、アフィリエイトネットワークを構築し、広告主とのマッチングをさせる機能を持つアフィリエイトプログラムを提供する事業者である。</p> <p>(修正後)</p> <p>以下の具体的事例のうち、アフィリエイトプログラムを利用した広告に係るものに関しては、事業者は<u>直接アフィリエイトと契約する場合と、ASP (注1) と契約してそのASPを通じてアフィリエイト等と契約する場合があるところ</u>、管理上の措置の実効性を確保するために、自らの表示等の作成に係るASPやアフィリエイト等との間で、表示等の作成を委ねる契約書において、どの主体が何を行うかについて、<u>役割分担及び責任の所在をあらかじめ明記するなどの対応を行うことが考えられる。</u></p> <p>(略)</p> <p>(注1) ASP (アフィリエイトサービスプロバイダー) とは、法人又は個人のアフィリエイトを幅広く募り、アフィリエイトネットワークを構築し、広告主とのマッチングをさせる機能を持つアフィリエイトプログラムを提供する事業者であり、<u>広告主がASPを通じてアフィリエイト等と契約する場合、広告主はASPに対してアフィリエイトの管理を委託することがある。</u></p>
<p>アフィリエイト広告を利用する場合に、事業者が講ずべき管理上の措置が、具体的に示されており、事業者には必ず活用していただくよう要望します。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>特に、「6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例」において示されているように、事業者が表示等の保存も含め、根拠となる情報を事後的に確認できるようにするための資料の保管等を行うことで、速やかな問題解決が可能となります。</p> <p>また、「8 前記1 から7まで以外の措置の例」で示されているように、アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示は、消費者アンケート調査結果からもわかるように消費者の多くが要請していることです。消費者にとって有益な広告となり、消費者から評価される広告となるために、ぜひ実施していただく必要があります。この指針、具体的事例について、事業者への周知を徹底していただくようお願いします。</p>	
<p>「事業者は」とある箇所について、「事業者が」又は「事業者において」と置き換えるか削除することが適切である。</p> <p>「管理上の措置指針」における必要な措置を講ずべき事業者については、「第2」の「1 必要な措置が求められる事業者」（本文1 ページ）において明確にされているところである。また、「別添 事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」は「参考として記載」（別添1 ページ1 行目）されたものであることも明確にされている。したがって、「事業者は」と殊更に記載する必要はない。</p> <p>また、「事業者は」とすると、事業者の義務として規定されているかのような印象・認識を抱くおそれがある。「第4」において、「なお、本指針で例示されているもの以外にも不当表示等を防止する措置は存在するところ、事業者がそれぞれの業務内容や社内体制に応じて、必要と考える独自の措置を講じることも重要である」（本文3 ページ）と記載されているとおり、事業者が、アフィリエイトプログラムを利用した広告を通じて行う取引の態様等に応じ、不当表示等を未然に防止するために必要か</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。本指針の別添についても、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第 26 条第 1 項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているところです。</p> <p>御指摘の点について、文意は既に明確になっていると考えており、原案どおりとさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>つ適切な措置をそれぞれに講ずる必要がある。上記該当箇所を含め、講ずべき措置の具体的事例が義務（努力義務）ではなく、参考となる例示として事業者や取引関係事業者に正しく理解されることが必要であることから、例示の目的が誤りなく明確に理解できる表現にすべきである。</p> <p>「管理上の措置指針」が、「第2」の「3 別添記載の具体的事例についての注意点」（本文2ページ）に記載のとおり、事例に示された措置以外に、事業者が独自に行う取り組みが法の趣旨に沿った適切なものであれば、「景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」という運用が前提であることは、多様なアフィリエイトプログラムを利用した広告・マーケティングの実態に適ったものであると考える。</p>	
<p>別添 1 景品表示法の考え方の周知・啓発の例</p>	
<p>現在、セミナー等への参加や書籍による学習、関係者を対象とした勉強会などを実施しているが、アフィリエイトに対してもそれを施すということか。アフィリエイト独自で景表法の考え方を学習しておくよう要請するということでも足りるのか。</p>	<p>本指針に記載のとおり、周知・啓発の内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、様々な方法が考えられますが、アフィリエイトの理解を最も促進する方法において、行われることが望ましいと考えております。</p>
<p>周知・啓発の頻度や内容は規定されているのか。</p>	<p>周知・啓発の内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えております。また、事業者によっては、既に独自のやり方で周知・啓発を行っている事業者もいます。このような事情から、本指針においても、必要以上の具体的な例示を避けることで、各事業者に措置内容について、裁量を与えているところです。</p>
<p>別添 3 表示等に関する情報の確認の例</p>	
<p>実際には表示内容を事前に確認することは容易ではないため、表示後にパトロールして表示内容を確認することになる。「アフィリエイト等</p>	<p>本指針は、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであ</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>が作成する表示内容を事前に確認することが望ましい。」という表現にしてはどうか。</p>	<p>ると考えております。</p> <p>その上で、どのような措置内容が望ましいかについて、事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものが、本指針の別添の具体的事例になります。不当表示の未然防止のためには、アフィリエイト等が作成する表示内容を事前に確認することが考えられることから、本指針に参考例として記載しています。</p> <p>当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなると考えております。</p>
<p>「成果報酬の支払額又は支払頻度が高いアフィリエイト等」について、対象となるアフィリエイトの規模とその根拠はどのようなものか。また、広告主が表示を確認する範囲はどの程度か（全てのコンテンツであり、ランキングなどのアフィリエイト独自の工夫も対象なのか。）。</p>	<p>アフィリエイトプログラムを利用した広告については、広告主の規模や、それぞれの広告キャンペーンによって、大きく事情が異なることから、本指針において、一律にお示しすることは困難であると考えています。広告の規模等が異なるということは、同様に広告主が表示を確認する範囲についても、一律にお示しすることは困難であると考えています。</p> <p>なお、このような状況を踏まえて、本指針においては、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると記載したところです。</p>
<p>アフィリエイトが作成した表示を確認する場合、どのタイミングの表示内容を確認対象とするのか。</p> <p>確認対象となるアフィリエイトは全てのアフィリエイトが対象なのか。</p>	<p>管理上の措置は、不当表示等の未然防止のために講じるものであり、表示等に関する情報の確認方法についても、不当表示等を生じさせないようにとの観点から、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものです。表示内容の確認のタイミング、確認の範囲についても、不当表示等を生じさせないようにとの観点から、各事業者において判断されるべきものと考えております。</p> <p>確認対象となるアフィリエイトの範囲についても、不当表示等を表</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
	示させないようにとの観点から、各事業者において判断されるべきものと考えております。
<p>「コンサルティング会社や広告代理店等の他の事業者……がアフィリエイトに対して、不当表示等を助長するような指示等をしていないかを確認すること」との記述は削除すべきである。</p> <p>コンサルティング会社や広告代理店等がアフィリエイトに対して不当な影響を及ぼしていないことを広告主が調査することは困難である。</p>	<p>広告主が委託した広告代理店やコンサルティング会社が、アフィリエイトに対して、表示作成において、不当表示等を助長するような指示等を行った結果、当該アフィリエイトの表示が不当表示とされる場合、景品表示法上は、当該表示については広告主の責任とされることになり得るため、不当表示等の未然防止の観点から、「コンサルティング会社や広告代理店等の他の事業者……がアフィリエイトに対して、不当表示等を助長するような指示等をしていないかを確認すること」は必要であると考えております。そのため、本記載については、削除は難しいと考えています。</p>
<p>管理措置指針に記載されている具体的事例はあくまで例示であり、その内容を実行していないことで、直ちに「事業者が講ずべき措置」（景表法 26 条）を講じていないとして勧告及び公表の対象になるわけではないことを明確化されたい。</p> <p>アフィリエイトの属性もアフィリエイト広告の表示方法も多種多様であるなかで、商品・役務を提供する事業者の側で、全てのアフィリエイトによる表示の実態を把握し、またそこへの周知・啓蒙や指導などを行うことが現実的ではないこともあるため、柔軟性のある対応ができるようにしておくべきである。</p>	<p>そもそも、景品表示法第 26 条第 2 項が「事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るために必要な指針」と明示しているように、本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための管理上の措置を講じるに当たっての参考として具体例を示すものであり、本指針に記載のある措置を採らなかったとしても、直ちに景品表示法違反になるわけではありません。</p> <p>事業者が独自に講じる措置については、それが事業者の規模、業態等の個別の取引実態に鑑みて、不当表示を防止するために実効性のある措置となっているかを、消費者庁において適切に判断していくこととなります。</p>
<p>広告主が自社の人員体制等の理由により全ての当該表示内容を事前に確認することが困難である場合の対応として、成果報酬の支払い額又は支払い頻度が高いアフィリエイト等の表示内容を重点的に確認することが挙げられているが、ASP等の他の事業者に表示内容の確認を委託する場合でも全ての表示ではなく、重要度が高いアフィリエイトを重</p>	<p>管理上の措置は、不当表示等の未然防止のために講じるものであり、表示等に関する情報の確認方法についても、不当表示等を生じさせないようにとの観点から、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものです。表示内容の確認のタイミング、確認の範囲についても、不当</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>点的に確認することを委託することで足りるのか。</p>	<p>表示等を生じさせないようにとの観点から、各事業者において判断されるべきものと考えております。</p> <p>確認対象となるアフィリエイトの範囲についても、不当表示等を表示させないようにとの観点から、各事業者において判断されるべきものと考えております。</p>
<p>別添 4 表示等に関する情報の共有の例</p>	
<p>実際には表示等に関する情報を事前に共有することは容易ではないため、「表示内容の方針や表示の根拠となる情報等をアフィリエイト等と事前に共有しておくことが望ましい。」という表現にしてはどうか。</p>	<p>御指摘の点について、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、本指針の目的に沿うものと考えますが、本指針については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであり、また、事業者によっては、既に独自のやり方で表示等に関する情報の共有を行っている事業者もいます。このような事情から、本指針においても、必要以上の具体的な例示を避けることで、各事業者に措置内容について、裁量を与えているところであり、現時点において、これ以上の事例の追記は難しいと考えております。</p> <p>なお、これらの状況を踏まえ、記載の事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなると本指針に記載しているものです。</p>
<p>別添 5 表示等を管理するための担当者等を定めることの例</p>	
<p>事業者の表示等管理担当者の氏名、役職などについて、アフィリエイトに対して、個別に権限や所掌の確認をすることは容易ではないと思われるため、事業者側から自らの管理担当者の権限、所掌はこれであると宣言するような形で問題ないか。</p>	<p>お尋ねの方法が自社として不当表示の未然防止に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。重要なことは、不当表示の未然防止のための実効的な管理上の措置を講じることになります。</p>
<p>広告主以外が広告主を代理して、表示等を管理するための担当者となることは認められるのか。</p>	<p>お尋ねの方法が自社として不当表示の未然防止に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものでは</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>ありません。重要なことは、不当表示の未然防止のための実効的な管理上の措置を講じることになります。</p>
<p>「事業者だけでなく、アフィリエイト等の表示等管理担当者も含めて景品表示法等の表示に関連する法令についての講習を実施すること」に関して、具体的にどのような内容の講習を実施すべきかを例示されたい。</p>	<p>御指摘については、表示の作成を委託されるアフィリエイトが不当表示を行わないような講習が必要であると考えられ、例えば、過去に優良誤認表示や有利誤認表示となった事例等の講習を行うことなどが考えられます。</p> <p>ただし、講習の内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えております。また、事業者によっては、既に独自のやり方で関係法令等に関する講習を行っている事業者もいます。このような事情から、本指針においても、必要以上の具体的な例示を避けることで、各事業者に措置内容について、裁量を与えているところです。重要なことは、不当表示の未然防止のための実効的な管理上の措置を講じることです。そのため、本指針への御指摘のような追記は難しいと考えています。</p>
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示等管理担当者については、事業者の社内だけでなく、アフィリエイト等に対しても周知すること。」との例があるが、表示等管理担当に確実に連絡可能な連絡先を周知すれば足りるものとするべきである。</p> <p>アフィリエイトは通常、不特定多数の個人であるから、表示等管理担当者個人の氏名を公表することは、アフィリエイトによる当該担当者の個人情報の漏洩やインターネット上での誹謗中傷を誘発するおそれがある。一方、本規定の趣旨はアフィリエイトが事業者の表示等管理担当と連絡を取れるようにすることであることから、連絡先を周知すれば足りると考えられる。</p>	<p>そもそも、本指針において、表示等管理担当者個人の連絡先を周知することは例示に過ぎず、重要なのは、表示等に関する事項を適正に管理することであり、表示等管理担当者の周知の内容・方法については、お尋ねの方法が自社として表示等に関する事項を適正に管理するのに十分であるとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>「事業者だけでなく、アフィリエイト等の表示等管理担当者も含め</p>	<p>本指針に記載のとおり、「複数の表示等管理担当者が設置される場合」、</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>て景品表示法等の表示に関連する法令についての講習を実施すること」について、事業者が直接講習する対応だけでなく、アフィリエイトやASP表示等管理担当者の研修受講状況について事業者が確認する対応でも問題ないという理解でよいか。</p>	<p>広告主が直接アフィリエイト等に講習しなくても、お尋ねの方法が自社として表示等に関する事項を適正に管理するのに十分であるとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>別添 6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例</p>	
<p>全てのアフィリエイト広告の表示等の保存や資料の保管をすることは容易ではないが、事業者が「保管等をする代わりに定期的な表示等の確認を行うなど、不当表示等の未然防止に必要十分な取組をすることや、成果報酬の支払額又は支払頻度が高いアフィリエイト等が作成する表示等の根拠となる情報について重点的に保管等をする」ことは対応可能である。</p>	<p>そもそも、本指針において、全てのアフィリエイト広告の表示等の保存や資料の保管をすることは例示に過ぎず、重要なのは、表示等に関する事項を適正に管理することであり、表示等管理担当者の周知の内容・方法については、お尋ねの方法が自社として表示等に関する事項を適正に管理するのに十分であるとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>アフィリエイト広告を保存する場合、どのタイミングの表示内容を対象とするのか。保存の対象となるのは全てのアフィリエイトなのか。合理的な保存期間とはどのようなものか。保存の方式はどのようなものか。</p>	<p>管理上の措置は、不当表示等の未然防止のために講じるものであり、表示等の根拠となる情報を事後的に確認するための方法について、不当表示等を生じさせないようにとの観点から、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えております。また、事業者によっては、既に独自のやり方で表示等の根拠となる情報を事後的に確認することを行っている事業者もいます。このような事情から、本指針においても、必要以上の具体的な例示を避けることで、各事業者に措置内容について、裁量を与えているところです。</p> <p>なお、お尋ねの点について、望ましい措置内容として、本指針の別添「6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例」に記載しております。</p>
<p>別添 7(2) 不当表示等による一般消費者の誤認排除を迅速かつ適切に行う例</p>	
<p>広告主との契約内容に違反して、不当表示等が発生させたとして提携を解除したアフィリエイトが、提携解除後に問題のある表示を削除せ</p>	<p>本指針は、景品表示法第26条第2項を根拠として、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p> ず残したままの場合は、どの主体がその責任を負うのか。 未提携のアフィリエイターの場合はどうか。 アフィリエイト広告について、表示の是正を促している期間（表記修正中）における不当表示等の責任はどの主体が負うのか。 </p>	<p> 切に管理するために講ずべき措置内容を示すことを目的としたものであるため、広告主がアフィリエイターと契約をしている場合に、当該アフィリエイターの表示が広告主の表示とされるか否かは、同法第5条に規定する不当表示の成否の問題となります。 </p> <p> 一般論として、仮にアフィリエイターの表示が契約内容に違反したものであっても、また、提携解除後のアフィリエイターの表示であっても、個別の事実関係から、当該広告主がそれらの表示内容の決定に関与したとされる場合には、それらの表示は、広告主の表示とされることとなります。 </p> <p> そのような状況を未然に防止するためにも、本指針に記載のとおり、広告主がアフィリエイターに対して法令遵守の方針に違反した場合における、債務不履行を理由とする成果報酬の支払いの停止や契約解除等の具体例を不当表示の未然防止策として明確にしているところです。 </p> <p> お尋ねの「未提携のアフィリエイター」の意味するところが判然としないため、正確にお答えすることは困難ですが、アフィリエイトプログラムを利用した広告であっても、通常、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはないと考えられる場合については、本指針「(注5)」に記載のとおりです。 </p>
<p> 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応の例 債務不履行の場合の措置として成果報酬の支払いの返還が具体例として挙げられているが、任意で返還していただけないときは訴訟等を経由する可能性もあり、完全に返還をしていただけないとは限らないので、返還に関しては努力義務で足りるのか。 </p>	<p> 本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。本指針の別添についても、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。 </p> <p> 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応とし </p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>て、債務不履行の場合の措置として成果報酬の支払いの返還を具体例として挙げておりますが、実際に契約当事者間で債務不履行があった場合に、その執行をどのようにするかは、契約当事者の判断によるものと理解しております。</p>
別添 7(4) その他の例	
<p>アフィリエイト広告に関する消費者の相談窓口については、「既に設置している連絡相談窓口を活用することを含む。」とされているが、例えば、新たにアフィリエイト広告専用の窓口を設けることなく、事業者が既に設置している自社の商品またはサービスに関するお問い合わせ窓口で、アフィリエイト広告に関する相談を受け付けることでもよいか。</p>	<p>御理解のとおりです。</p>
<p>外部からの相談や情報提供を受け付ける窓口を広告主が設置できない場合に、外部に委託することは認められるのか。</p>	<p>お尋ねの方法が自社として不当表示の未然防止に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。重要なことは、不当表示の未然防止のための実効的な管理上の措置を講じることです。</p>
別添 8(1) アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示	
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示」をすることが「望ましい」とするが、仮にかかる明示を実施していない場合においても、景品表示法に違反することはなく、かかる明示を実施していないことをもって、直ちに勧告が行われることはないという理解で良いか。</p>	<p>御理解のとおりです。</p> <p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、本指針に記載のある措置を採らなかったとしても、直ちに景品表示法違反になるわけではありません。</p> <p>事業者が独自に講じる措置については、それが事業者の規模、業態等の個別の取引実態に鑑みて、不当表示を防止するために実効性のある措置となっているかを、消費者庁において適切に判断していくこととなります。</p>
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示」をすることとされているが、アフィリエイト広告には「広</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>告」や「〇〇社からの依頼による広告」などの記載をすることが必須、つまり義務になるのか。</p>	<p>本指針の別添についても、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第 26 条第 1 項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>広告であることを明示する表記は、どこにどの程度すればいいのか。 一般的な記事（最下部にアフィリエイトリンクを表示しているものの、記事そのものは事実のみを記載している場合等）にも、広告であることを明示する表記を記載すべきなのか。</p>	<p>望ましい表記等については、本指針の別添「8（1）アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示」に記載しているとおりです。</p>
<p>自らの意思で中立的な立場から記事を書くアフィリエイトについて、広告である旨を明示することを義務付けた場合、そのようなアフィリエイトが作成する記事と、企業から記事の内容を指示されて、広告として作成された記事との見分けがつかなくなることから、アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示するための文言を「広告」に限定することには反対する。 一般的に「広告」とは、広告主が金銭を支払い、媒体に広告を掲載してもらうことを指す。これはアフィリエイト業界では「固定報酬」と呼ばれているものであり、「成果報酬（＝アフィリエイト広告）」のことではない。「広告」表記はあくまで例であり、「収益が発生する可能性があること」を消費者が認識できる表現で、認識できる場所にあれば、文言は事業者の自由にさせてほしい。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。 本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第 26 条第 1 項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>インターネットを利用する人は基本的に広告とわかるものを嫌うことから、アフィリエイト広告だと明確にわかるような文言を広告周辺に入れるのは、結果的に「望ましくない広告の例」を増やすことになる。「広告」と明確に書くアフィリエイトほど売上が立ちにくくなり、撤退を余儀なくされることが増え、広告主やASPが見ているときだけ「広告」</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>と表示するようなアフィリエイトにとっては競合が減り、売上が上がる可能性がある。その結果として「望ましくない広告の例」を繰り返すアフィリエイトが潤い、望ましいインターネット消費者取引はむしろ減っていくのではないか。</p>	
<p>広告に広告であることを明示させた場合、多くの日本人は広告やそのサイトでの掲載情報を見たにも関わらず、わざわざ広告を避けて検索し直すこととなり、広告主とウェブメディアにとって経済的な打撃が生じる。このような規制は、悪質な事業者にとっては多種多様な抜け道があり、結果として法令を遵守するメディアだけが被害を受ける結果になることから、全ての広告について、広告であることを明示させることには反対する。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者は何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>広告である旨が明示されると、ユーザーはその広告をあえて避けて、別の広告とは書かれていない窓口を探して利用する。このような状況では情報発信をしている側にメリットが生まれなためおのずと情報発信していく方が減っていくことが予想される。一部の虚偽誇大な広告でアフィリエイトをしている方たちを取り締まることには賛成するが、法令を遵守している者にも義務を課すようなことは行わないで欲しい。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者は何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>「全ての広告に広告であることを明示させる」ことは非常に危険な取り組みだと考える。日本のユーザーは広告と記載があるだけで情報を信用しない極端な人が多く、広告である旨の明示を義務付けることで、有益な情報を発信している人たちもアフィリエイト収益が激減して情報発信自体をやめることが容易に想像できる。また、悪質な事業者は本改定案に従わず、摘発や指摘される前にサイト移転を繰り返す、SNSからクローズド環境に誘い込むなど、抜け道を作る方法が多くある。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者は何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>自らが実際に体験したことを書いたレビュー記事も、虚偽誇大広告と</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示し</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>同様に広告であることを明示する必要があることは遺憾であり、広告表記を強制することに反対。</p>	<p>ているものであり、事業者は何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>広告であることを明示させることは、アフィリエイト、ASP、広告主側、全てにとって不利益となる。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者は何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p>
<p>普段はアフィリエイトとは関係ないブログを書いている者がたまたまアフィリエイト記事を書いた場合や、文章全てが広告ではなく、一部でアフィリエイトを扱っているだけのときに、広告であることを明示することで、広告とは関係のない文章までが広告と誤認される可能性がある。</p> <p>全ての媒体ではなく、せめて有料広告を出稿する場合に限定して、広告である旨を明示させる等の措置は必要ではないかと考えます。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者は何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p> <p>なお、一般論として、アフィリエイトは、自ら商品・サービスを供給していない限り、景品表示法上の規制対象となる事業者とされることはありません。</p>
<p>広告である旨を明示する際に、例えば、文言の大きさについては、ポイント数や表示画面の面積に対して占める割合、記載位置については、表示位置の「上部」についての定義、表示する色については、コントラスト</p>	<p>アフィリエイトプログラムを利用した広告の内容・掲載方法等は、様々であることや事業者の自由な事業活動を可能な限り確保する観点から、広告である旨の明示に関して、大きさなどを一律に決めることが困難で</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>の程度、記載方法については、SNSの本文中第1文字から第4文字までは「(広告)」とすることなど、広告であることを明示する方法を具体的に規定すべきである。</p>	<p>あると考えております。</p>
<p>アフィリエイトがあることで、口コミランキング記事などにおいて報酬の高いものが上位になるなど、ランキングが操作され、優良誤認につながる。PRや広告と明記されていれば消費者側で判断できる。</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>オンライン上の広告または宣伝行為には、必ず「広告」という文言を付けるようにルール改正をして欲しい。</p> <p>例えば映像や広告を登録制にして「映像に振ってある記号などを消費者が検索すると広告目的の有無がわかる」といった、消費者がアクティブに映像の意図を調べる事が出来るような仕組みづくりがとても重要だと感じています。</p> <p>そういった仕組みに登録してない映像・音声である、という事実がわかるだけでも消費者にはかなりの判断材料になるので、このように、消費者の知る権利を確保してほしい。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。</p> <p>本指針は、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p> <p>ただし、御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>アフィリエイト広告への「広告」等の表記の明示については、あくまで努力義務であり、徹底できなかったからといって、直ちに景表法26条1項違反として勧告・公表の対象となるわけではないことを明らかにされたい。</p> <p>アフィリエイト広告の記事数は膨大であることも少なくないため、網羅的に表記チェックをすることは現実的ではない。また、アフィリエイト広告の記事は適宜書き換えられ、細かな表現や表記は動的に変わることにも配慮されたい。</p>	<p>本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではなく、本指針に記載のある措置を採らなかったとしても、直ちに景品表示法違反になるわけではありません。</p> <p>事業者が独自に講じる措置については、それが事業者の規模、業態等の個別の取引実態に鑑みて、不当表示を防止するために実効性のある措置となっているかを、消費者庁において適切に判断していくこととなります。</p>
<p>具体例ではいずれも「広告」との文言が記載されているが、「広告」以外の文言も許容され得ることを明確化されたい。</p>	<p>本指針に記載の措置内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、その旨、既に本指針にお</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>いて明確にしているところです。</p> <p>「広告」以外の文言の使用が自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>望ましい表示の例の例1として、比較ランキングサイトが挙げられている。事例のランキングサイトについてはアフィリエイトのサイトであり、ランキングとして取り上げられている事業者のサイトではないと理解している。表示例を見ると「広告」という文言は事業者の広告出稿部分（ABCのバナーおよび商品概要部分）でなく、サイト上部に記載されている。つまり、ランキングサイト（事業者自身のサイトではない）への広告出稿においてはランキングサイトの管理者自身が「広告」という表記をすればよく、当該サイトに広告出稿をしている各社それぞれが自社のバナー等に「広告」である旨の明記までは不要であるとの理解で相違ないか、ご見解をお示しいただきたい。</p>	<p>本指針の別添については、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p> <p>お示しのようなやり方が、自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>各種比較サイト等の媒体が独自の公正なロジックに基づいて複数事業者を比較し、ランキング等を掲載している場合、「広告」と表示する必要はないという理解でよいか。</p> <p>「広告」と表示した場合、その公正なランキングロジックが、特定の事業者に有利になるよう恣意的に作られたものであるかのような誤解を消費者に与え、消費者の合理的選択を阻害するものとする。</p>	<p>御指摘の「『広告』と表示した場合、その公正なランキングロジックが、特定の事業者に有利になるよう恣意的に作られたものであるかのような誤解を消費者に与え、消費者の合理的選択を阻害するものとする」と考えますが、どのような考えであるか判然としませんが、本指針の別添については、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。お示しのようなやり方が、自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>「当該事業者が対価を支払って作成を委ねた表示」について、競合する複数事業者が作成を委ねている場合の取扱いを明確化いただきたい。</p> <p>例えば、ある同種の商品・役務についての記事サイト内で、文章中に複数事業者のアフィリエイト広告を織り込んでいる場合、PRの明示は必要か。また、必要な場合どのように表示すべきか。</p>	<p>本指針に記載の措置内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、その旨、既に本指針において明確にしているところです。</p> <p>本指針の別添についても、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第26条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。お尋ねの点についても、自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、独自の措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>虚偽広告や誇大広告をしている悪質な事業者を取り締まることが「目的」なのに、全てのアフィリエイトに広告だと表示させなければならぬ「手段」が理解できません。悪質な事業者を取り締まる手段としていくつか案を提示します。</p> <p>①どのような広告をやってはいけないのかを具体的にわかりやすくガイドラインを作成する。</p> <p>②悪質な事業者を通報する窓口を設置する。</p> <p>③営業停止、罰金などの厳格な罰則を設置する。</p> <p>改正案を見る限り、アフィリエイト自体を悪だとみなしている印象を受けます。一部の悪い人を排除すればいいだけであって、全てのアフィリエイト広告に広告と書くのを義務化することはやりすぎです。</p>	<p>本指針は、御指摘の悪質な事業者のみを取り締まる目的ではなく、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことを目的とし、その対象は、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示をする事業者全般となっております。</p> <p>また、本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。</p>
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示」については、不必要に規制が厳しくなっているのではないか。</p>	<p>本指針は、御指摘の悪質な事業者のみを取り締まる目的ではなく、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことを目的</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>アフィリエイト広告が第三者の公正な評価ではなく、事業者の「広告」であることを明確にする措置について、文言や表示する位置まで規定を行う事はコンテンツ作成の自由度を奪い、広告主の商品の魅力が正しく伝わらない懸念がある。消費者を騙すような過度な表現を用い、消費者の正しい判断なく購入を促す事はあってはならないが、事実と異なるような表現を用いる事は現行の薬機法でも十分取り締まれるのではないか。確かに一部アフィリエイトターが、報酬目当てで使用したことの無い商品の宣伝をしたり、過度な表現を用いたりしているケースもあるが、多くのアフィリエイトターが広告主の管理のもと、適切な表現で商品の魅力を伝えようとコンテンツを作成している。広告主から報酬を得ているという理由だけで、広告であることを強く打ち出さないといけなくなってしまうのは、魅力的な商品であっても消費者に伝わらず、世の中に認知されない状況が生まれてしまう事が懸念される。</p> <p>健全な消費のために、悪質な広告のみ規制して欲しい。</p>	<p>とし、その対象は、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示をする事業者全般となっております。</p> <p>また、本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者には何らかの義務を課すものではなく、本指針の別添についても、「事業者の理解を助けることを目的に参考として示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第 26 条第 1 項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる」と記載のとおり、事業者の参考として記載しているものです。</p> <p>自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、独自の措置を実施することを妨げるものではありません。</p>
<p>「広告」＋事業者の名称を明示すること表示位置の望ましい例が具体的に示されているが、不当表示を行っている事業者、アフィリエイトターにはそもそもルールを守ろうという認識が薄いと考える。広告という表示がないことで、そちらの内容の方が、信憑性があるように受け取られる危険もある。消費者への不当表示広告に関する啓発を事業者、ASP 業界団体と共に取り組んでいただきたい。</p>	<p>御指摘の点については、適正な消費者行政の観点から、改定した指針を関係事業者等に対して周知してまいります。</p>
<p>一目でアフィリエイト広告とわかるようにすることで消費者の理解の助けになることから、将来的にはアフィリエイト広告とわかる統一マークを作り、広告に表示するようにしていただきたい。</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>アフィリエイト広告に、「広告」である旨を表示しなければならない条件をもう少し詳細に示してほしい。</p>	<p>本指針に記載の措置内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、その旨、既に本指針にお</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>アフィリエイトプログラム利用の有無により「望ましい表示例」を一律に定めるのではなく、実際の表示状況に応じた”不当表示による顧客誘引の防止”という目的に沿った表示例が必要である。</p> <p>景表法の目的である”不当表示による顧客誘引の防止”に沿って、インターネットの中で消費者が優良誤認、有利誤認しにくい環境を作る必要性については、インターネットメディア業に従事しているメディア運営事業者も強く認識している。</p> <p>指針改正案別添「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」において新設された「アフィリエイトとの関係性を理解できるような表示」の具体例として、「一般消費者が広告である旨を認識しやすい文言を使用」、「望ましい表示例」及び「望ましい表示位置」が記載されているが、”不当表示による顧客誘引の防止”という目的に沿った望ましい表示例が必要と考える。</p> <p>例えば、「ショップ名」、「販売価格」を表示し、「Aショップに行く」ボタンにAショップが広告主となるアフィリエイトリンクを設置する場合、「Aショップ」に関する情報に優良誤認/有利誤認要素が組み込まれる余地はなく、当該表示が”不当表示による顧客誘引“を生じさせる状況は想定し難い。</p> <p>このような具体的な表示状況にかかわらず、アフィリエイトプログラム利用と「広告である旨を認識しやすい文言」等による広告表示を一律且つ強力に結びつけてしまうと、かえって表示におけるわかりにくさが消費者及び広告主双方で強まり、本来の目的である”不当表示による顧客誘引の防止”が薄れてしまうことを危惧している。</p> <p>なお、インターネット広告/デジタル広告については、既に JICDAQ では品質認証=ホワイトリスト化も始まっているため、不当表示を減らす</p>	<p>いて明確にしているところです。</p> <p>本指針別添については、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示していることに加え、「一般消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害することのないよう、アフィリエイトプログラムを利用した広告が当該事業者の表示であることを一般消費者が認識できるよう、アフィリエイトサイトにおける表示において、当該事業者とアフィリエイトとの関係性を理解できるような表示を行うよう、アフィリエイトに求めるなどの対応を行うこと」と記載しているとおり、一般消費者がアフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることを理解できるよう、参考として表示の例示をしているところです。</p> <p>ただし、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、その旨、既に本指針において明確にしているところ、自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えになる措置があれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p> <p>また、御指摘の業界団体との情報交換、意見交換については今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>ことに加え、どのようなケースにおいて広告表示を強化していくと消費者にとってより分かりやすい環境になるのかという視点については、業界団体等との情報交換、意見交換も参考になるのではないかと。</p>	
<p>「アフィリエイトプログラムを利用した<u>広告</u>においては、(中略)消費者が判断できない場合がある」とある部分を、「アフィリエイトプログラムを利用した<u>表示</u>においては、(後略)」と修正すべきである。</p> <p>ここで記載されている事例の趣旨は、広告主がその表示内容の決定に関与していないアフィリエイターによる感想等の表示なのか、広告主がその表示内容の決定に関与している広告主の広告なのかを、消費者が判別できるようにするため、後者の場合に例えば「広告」と表示することを挙げたものと認識しており、そうだとすると、現在の案は「広告においては広告かどうか消費者が判断できない」という文章になってしまうため、より正確に趣旨が読み取れるように、修正することが望ましいと考える。</p>	<p>御指摘の箇所の文意については明確であると考えており、原案どおりとさせていただきます。</p>
<p>w e b サイト運営の収益化手段としてアフィリエイトサービスを利用して生計を立てている者です。優良誤認などの悪質な訴求を行っているアフィリエイターや広告主の規制については賛成です。</p> <p>しかし、「全てのアフィリエイト広告をアフィリエイト広告だと分かる様にする」と言う改正案については大反対です。理由としては「日本には善悪問わずアフィリエイト広告を避ける嫌儲思想があるから」です。</p> <p>例え誠実なサイト作りやユーザーから喜ばれているサイト運営やコンテンツ提供をしていたとしても、アフィリエイトで稼いでいると認識されたら「あのサイトはアフィリエイトで稼いでいる！」と叩かれる風潮が日本にはあります。悲しいことに例え真っ当な手段で真っ当な商品を紹介していたとしても叩かれてしまいます。それによりサイトの売上が激減すると思います。中には廃業に追い込まれる善良なサイト運営者も出て来ることでしょう。損を一番被るのは今まで悪質な訴求を実施して</p>	<p>本指針は、御指摘の悪質な事業者のみを取り締まる目的ではなく、事業者が景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適切に管理するために講ずべき措置内容を示すことを目的とし、その対象は、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示をする事業者全般となっております。</p> <p>また、本指針は、事業者が不当表示等を未然防止するための参考として示しているものであり、事業者に何らかの義務を課すものではありません。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>いなかった我々の様な善良なサイト運営者です。今回の改正案は悪貨が良貨を駆逐する案件に他なりません。良質なメディア産業をも巻き込み衰退させる要因になります。今まで誠実に運営していたサイトほど損する改正案です、納得がいきません。日本人の嫌儲思想は根深くその人が損をしてなくても誰かが得をしているというだけで叩く風潮が根強いです。これにより売上が壊滅状態になるのならば私は首を括らなくてはなりません。私自身過去一度も詐欺みたいな訴求や騙しランキングの作成などで情報発信をしていたことはなく誠実な情報発信を心がけていましたが、今回の規制案で私の様な善良なサイト運営者の売上にも影響が出そうな規制をかけられるのは納得がいきません。せめて問題視される業界（美容、健康食品業界）のみに留めておいていただきたいと思います。健全なサイト運営者の収益手段を奪う様なことはしないでいただきたいと思います。</p>	
<p>webサービス運営者です。今回の改正案資料を拝見させていただきました。全ての広告に広告であることを明示させると言う改正案については正直やりすぎだと思いますのでどう考え直していただきたいです。誇大広告などの悪事を働いているサイトにだけ留めていただきたいです。現在生存できているほとんどのwebメディアやwebサービスはアフィリエイトを収益源とするサイトです。「広告が広告であることを表示する」ことが強制された場合、サイトの質問わず運営者が大きく収入を落とすことが予測されます。良質なwebメディアまでもが収入を大きく落とすことになります。ただでさえ日本は根拠もなく広告を嫌う風潮が強く、広告の表示をさせないアプリ（通称アドブロックアプリ）がアプリストアの上位ランキングにいる国です。規制するならまともな事業者の収益源すら奪うアドブロックアプリの方を規制すべきです。本来は誇大訴求を行っている広告主やアフィリエイターを規制する議論だったはずな</p>	<p>本指針に記載の措置内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、その旨、既に本指針において明確にしているところです。</p> <p>「広告」以外の文言の使用が自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>のに、有益で良質な web サイトをも潰すことになる案を通されるのは納得がいきません。</p> <p>アフィリエイト広告があるから、それをインセンティブに情報発信者は貴重な時間を割いて誰しもが無料で見る良質な情報を提供します。その活動の「広告に広告であることを明示させる」という案はその正常な情報発信活動の阻害要因になると思います。どうかお願いします、考え直してください。</p>	
<p>示されている措置の例に関しては、「なお、以下で例示する望ましい表示等については参考として記載するものである」（別添9 ページ14～15行目）とあるとおりであり、「一般消費者が、当該表示がアフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることを理解できる」（別添9 ページ8～9行目）、「一般消費者がアフィリエイトプログラムを利用する事業者の表示であることを容易に理解できる」（別添9 ページ11～12行目）という観点が重要である。「管理上の措置指針」が「各事業者において個別具体的に判断されるべきもの」（別添1 ページ3行目）として、事業者や取引関係事業者に正しく理解され、参考とされることが必要であると考えます。</p> <p>その点を考慮すると、インターネットメディアに有料広告が掲載される場合、広告であることの明示は、事業者（広告主）が一律に行うべきものではないことに留意が必要である。一般に、メディア（放送、新聞、雑誌、インターネット等の媒体）に掲載される広告においては、当協会を含めメディア（媒体社）の団体が、広告であることを明らかにすることを自主基準として定めており、各媒体社がその基準のもとに媒体特性や広告サービスの態様に応じてルールを定めて運用している。消費者から見て広告であることが自明である場合には、特段広告であるとの表記は不要である。また、マーケティングにおける事業者との関係性の明示の考え</p>	<p>本指針に記載の措置内容については、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、取引の態様等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものであると考えており、その旨、既に本指針において明確にしているところです。</p> <p>「広告」以外の文言の使用が自社として一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとお考えであれば、自社の責任において、当該措置を実施することを妨げるものではありません。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
<p>方においては、例えば、「〇〇（事業者名等）から報酬を得ています」等の文を冒頭又は表示委に近接した位置など態様に応じて容易に認識しやすいよう記載する等の方法でも足りると考える。</p>	
<p>その他</p>	
<p>日本のインターネットには悪質・悪辣・詐欺的な広告が多くうんざりしているの、効果的な規制と消費者庁等行政の取り締まりを強化してほしい。</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p> <p>なお、「アフィリエイト広告等に関する検討会」の報告書（令和4年2月15日公表）において、悪質な事業者への対応については、特定商取引法の業務禁止命令等を行うことも視野に入れて対応すべきである旨の提言があったところです。</p>
<p>高額なアフィリエイト報酬をもらえる案件へユーザーを誘導することを目的にしたランキング、所謂「根拠のないランキング」「恣意的なランキング」を掲載するアフィリエイトサイトへの対処をしっかりと行っていただきたいです。</p>	<p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>事業者の中には、個別具体的な法令を必ずしも熟知していない者もいるので、制度移行時の準備期間や準備に伴う費用助成があることが望ましい。</p> <p>今後改正され適用範囲が変わり得る個別具体的な法改正（例えば医療機器等法、薬事法など）に対応できない場合の免責について具体的に例示してほしい。</p>	<p>本指針は、お尋ねの法律（憲法第59条1項参照）ではなく、景品表示法第26条第2項に基づく指針であります。御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
<p>本案に賛同します。補足は以下のとおりです。</p> <p>○アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示については、上段に「広告」と太字で記載して、枠を囲むべきだと思います。</p> <p>○アフィリエイトターが上記の措置をしないために消費者が誤認等したときは、契約は取消し又は解除されることがあることを認識すべきだと思います。</p>	<p>賛同の御意見として承ります。</p> <p>御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

御意見の概要	御意見に対する考え方
います。	