

資料6

口コミサイトに関する課題

英知法律事務所
弁護士 森 亮二

口コミサイトにおけるステマ

口コミサイトのステマ

- 口コミサイトとは、一般的には、商品やサービスを利用したことのある人が個人的な評価を書き込む掲示板である。芸能人等の有名ブロガーがおすすめ商品の記事を書く場合にもそのブログが口コミサイトにあたる（「**問題点及び留意事項**」）。



- 景品表示法の表示規制は、**販売者規制**。したがって、消費者による情報提供に対しては、同法の適用はない。



- しかしながら、販売者である事業者自ら、または事業者が第三者に委託して、高評価の口コミ情報を口コミサイトに書き込むことがある。



- レストランの口コミサイト大手「食べログ」の事件は、口コミ代行業者が店舗からの依頼を受けて店舗の評価を上げる書きこみを行っていたというものであり、「食べログ」の管理者であるカカクコムは、有料で口コミ代行を行う業者を特定し、これらに対して訴訟を検討していると報道された。

口コミサイトのステマ

- 実のところ、口コミ代行のようなことは、かなり以前から広く行われていた。タレント・ブログの炎上などもあった。



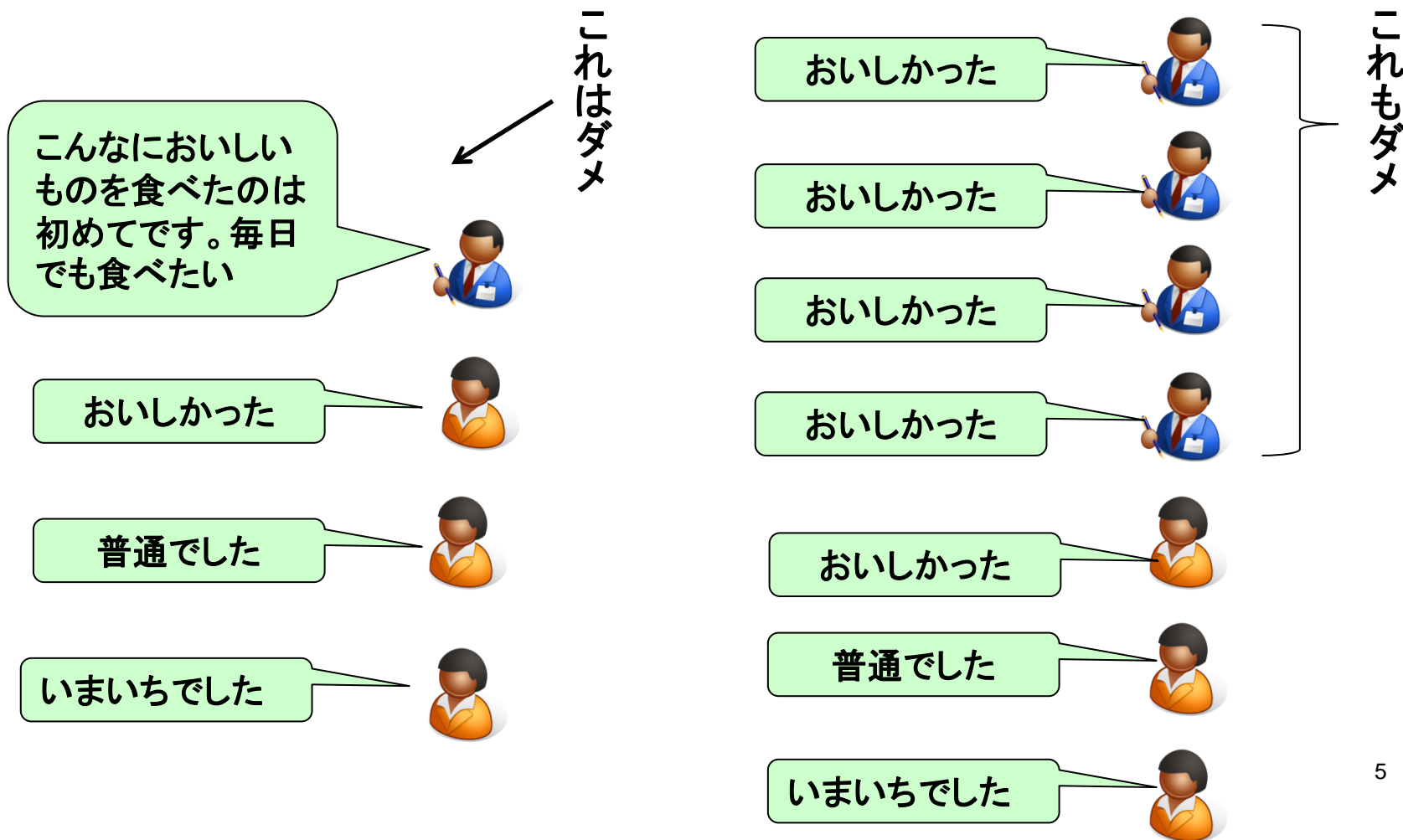
- 「**問題点及び留意事項**」は、口コミサイトにおける景表法上の留意事項として、事業者が自らまたは第三者に依頼して口コミ情報の掲載を行う場合には、優良誤認や有利誤認にあたらないように注意する必要があるとする。



【問題となる事例】

- < **飲食店経営者が自分で** > 実際には地鶏を使用していないにもかかわらず、「さすが△□地鶏、とても美味でした。オススメです！！」
- < **広告主がブロガーに依頼して** > 十分な根拠がないのに「△□、ついにゲットしました～。しみ、そばかすを予防して、ぷるぷるお肌になっちゃいます！気になる方はコチラ」
- < **飲食店経営者が口コミ代行業者に依頼して** > 口コミ情報コーナーに口コミを多数書き込ませ、もともと口コミサイト上で当該商品・サービスに対する好意的な評価はさほど多くなかったにもかかわらず、あたかも一般消費者の多数から好意的評価を受けているかのように表示させること。

口コミサイトのステマ



「関係性の明示」

【規制の必要性】

- 現行の景表法を前提とする限り、できるのはここまで。しかし・・・



- 今日では景表法の規制を受ける販売事業者側の「不当表示にあたらない広告」は、どこでも簡単に見ることができる。



- 口コミサイトに消費者が期待するのは、「事業者による正確な情報提供」ではなく、事業者から独立した消費者側の意見・感想。





- 事業者「側」の意見なのか、ニュートラルなユーザーの意見なのか、ということが分かるようにすることが望ましく、「**関係性の明示**」が求められるのではないか。



- 米国FTCが2009年10月に公表した「広告における推薦及び証言の使用に関するガイドライン」は検討に値する（「**問題点及び留意事項**」も紹介はしているが・・・）。

「関係性の明示」

【規制の許容性】

- 関係性の明示を求めたとしても、書き込み代行業者以外に不利益はないのではないか。

- ブログサービス事業者についていえば、自主的取り組みが存在するとの報道あり。

- 関係性を明示した方が消費者に信頼され、炎上等もなくなるのではないか。

システム発展形ー情報操作

情報操作 -「書き込み代行」サービス-

ネット情報操作代行〇〇

書き込み代行サービスについて

あなたお店の売り上げを希望どおりのものにするのに、何が必要でしょうか。お店のあれこれをブラッシュアップして、評判を作る？商品に工夫を重ねて、その良さを実感してもらう？

それが達成されるまでに一体いつまでかかるのでしょうか？一体いくらかかるのでしょうか？長い年月をかけて作り上げてきた歴史あるお店や商品なら、ともかく・・・

事業者HPにおけるサービスの説明

私たちにお任せください。口コミサイト、Q&Aサイト、ブログなどに豊富な経験をもっています。

もちろん自分で投稿することもできますが、自作自演はすぐにバレます。私たちは、いつでもリアルな消費者目線。少し辛口なことも交えながら、最後にはあなたのお店や商品の評判をゆるぎないものにします。

情報操作 —「削除代行」サービス—

事業者HPの
トップページ

ネット情報操作代行〇〇

これからのWebマーケティングは、情報操作です。詳しくはこちら ↓

書き込み代行サービス

削除代行サービス

こんなサービスをする事業者も…

株式会社×××

「誹謗中傷されたのに、サイト管理者に無視された」

「書き込みをした犯人をどうにか突き止めたい」

そんな場合は、当社にご相談ください。

当社の削除代行サービス

当社の発信者調査・特定サービス

情報操作

口コミサイトに対する事業者の意識の変化

- 口コミサイト等の影響を重視する。



- 宣伝・広告のツールと考える。



- 操作可能なもの、操作すべきものとしてとらえる。



都合のいい情報



書き込み代行で



都合の悪い情報は？

情報操作 — 口コミサイト「徹底活用」事例 —

- ① 平成20年11月、大阪の小規模な整形外科Xクリニックが東京の中堅口コミサイト管理者Yに対して、発信者情報開示請求訴訟を提起。
- ② その後、3年間にわたり、断続的に多数の訴訟提起・仮処分申立てを行う。
- ③ 訴訟提起の対象となった書き込みは、批判的ではあるものの、明白な誹謗中傷といえるようなものではない。
- ④ Yの管理する口コミサイトには、Xクリニックに対する好意的な書き込みも多数存在。
- ⑤ 訴訟提起の事実等をYの管理する口コミサイトに書き込んでユーザーを威嚇。「〇〇番の書き込みについて、管理者Yを相手方として、本日、大阪地裁に発信者情報開示の訴訟を提起しました。」

情報操作 ー 口コミサイト「徹底活用」事例 ー

H20.11.7 本案①: 訴訟提起

H20.11.27 保全①: 仮処分命令申立て

H20.12.8 本案②: 訴訟提起

H21.1.7 本案③: 訴訟提起

H21.1.13 保全②: 仮処分命令申立て

H21.6.9 本案④: 訴訟提起

H21.6.11 保全①: 決定(申立却下)→確定

保全②: 決定(申立却下)

H21.6.17 保全②: 即時抗告申立て

保全③: 仮処分命令申立て

H21.7.13 保全②: 即時抗告棄却決定→確定

H21.9.14 保全③: 決定(申立却下)→確定

H22.1.27 本案①～④: 第一審判決(請求棄却)

H22.2.10 本案①～④: 控訴

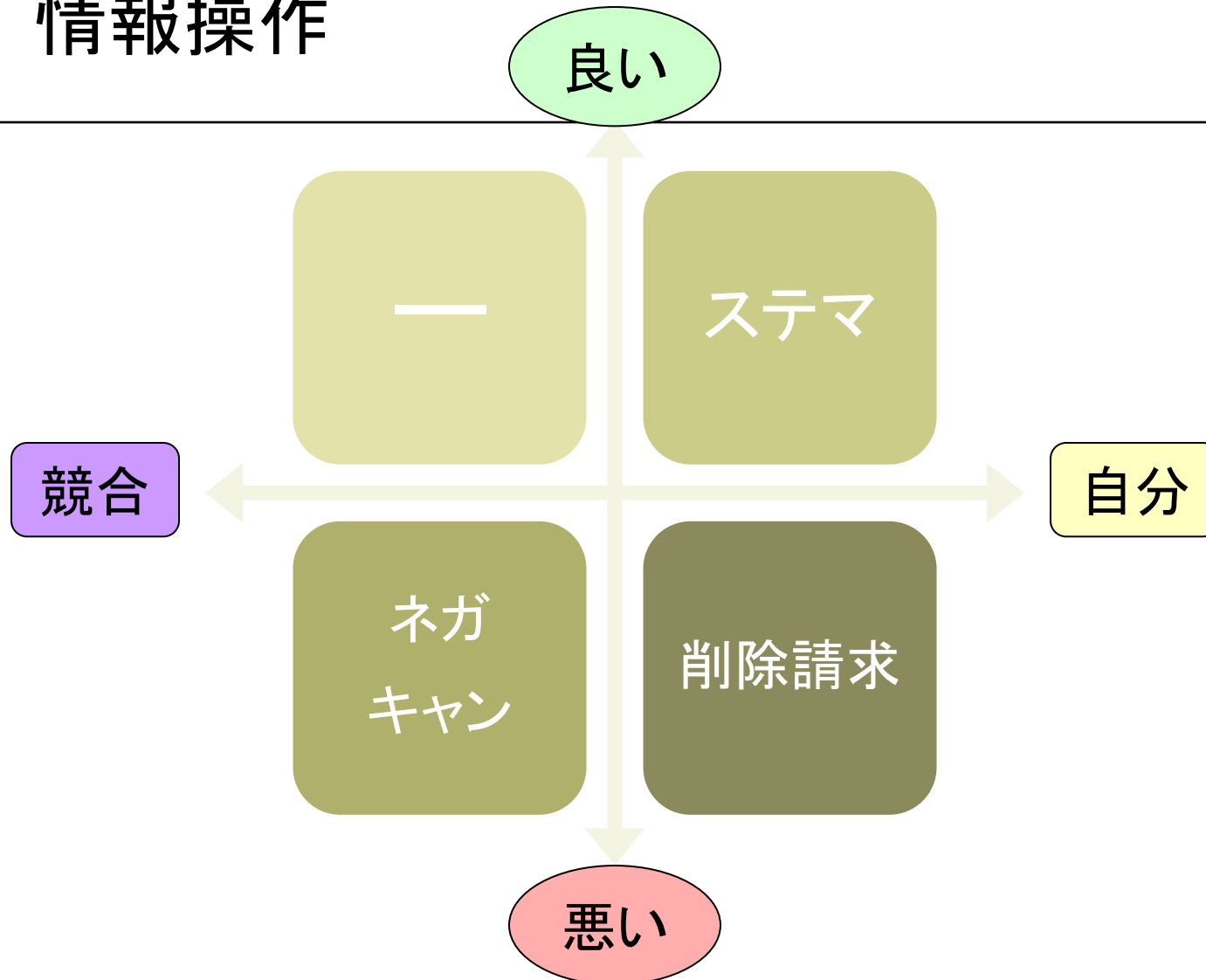
H22.9.10 本案①～④: 控訴審判決(控訴棄却)

H22.9.21 本案①～④: 上告及び上告受理申立て

H23.1.21 本案①～④: 上告審判決書及び上告受理申立却下決定書送達→確定

- 番号が共通のものは対象となった書き込みが共通。
- 1事件あたりの対象の書き込みの数は、1ないし2。
- 訴訟について、Yが移送申立てをしたところ、損害賠償請求を追加。
- 好意的な書き込みの中には「訴訟提起宣言」と同一のIPアドレスのものも。

情報操作



ご清聴ありがとうございました
