

説明資料

（前回議論の振り返り）

令和8年8月24日
消費者庁取引対策課

（１）誇大広告等を防止するためのデジタルプラットフォームへの対応

● 前回の検討事項・主な指摘の振り返り

<検討事項>

- ①まずは販売業者等の広告表示義務の一層の遵守の徹底を図る必要がある。その上で、インターネット取引の基盤提供者（取引デジタルプラットフォーム提供者にとどまらず、広告表示の画面を提供している広告・SNSのプラットフォーム提供者等）は自らが運営する場における誇大広告等の排除に向けた取組の一層の強化が求められる。
- ②制度上の措置（⇒（２））を講じるとともに、インターネット取引の基盤提供者による誇大広告等の排除に向けた自主的な取組（⇒（３））を国としても促進すべき。

<主な指摘>

- ・我が国では戦前の問題に対する反省から、表現の自由は極めて重く保護されている。広告も表現の自由に含まれるものであり、どこまでを官で行う、どこから先は民間事業者の御判断にお願いするかを組み合わせることで考えていくことが重要である。
- ・行政手続法の精神に照らして、ハードローで強制できないことを、ソフトローで事実上強制してはならない。
- ・販売業者への規制強化に加え、プラットフォームの協力責任を強化する方向で検討すべき。
- ・官民でハードローとソフトローの組合せ、さらに自主規制を入れて被害を防止していくという考え方で進めるべきではあるが、求めるものが厳しくなればなるほどコストが発生することにも留意が必要である。
- ・法的な義務化が重要である。EUではDSAで各種の義務が課せられており、EUでやっていることが日本ではできないことはない。意見書（総務大臣に提出した「SNS型投資詐欺等による被害を防止するため、消費者の権利・利益を侵害するデジタル広告に対する法規制を求める意見書」）の方向で検討すべき。
- ・広告に対する一般的な義務の追加については、消費者問題の観点だけで個別に議論できるものでもない。

<今後の方向性>

表現の自由の重要性を踏まえ、**広告全般に対する過剰な規制とならないようにすることを前提**とした上で、まずは消費者庁の所管する**特定商取引法で禁止されている誇大広告等が拡散しないようにする**観点から、インターネット取引の基盤提供者に関し、**制度上の措置と自主的な取組の促進の両方を適切に進める**ことにより、特定商取引法違反の誇大広告等による消費者被害の防止の徹底を図るべきではないか。

(2) 制度上の措置

● 前回の検討事項・主な指摘の振り返り

<検討事項>

- ①消費者庁による要請は、インターネット取引の誇大広告等に関し特定商取引法に基づく行政処分を行った場合等において、当該行政処分の対象となった販売業者等につき、当該行政処分に係る誇大広告等がインターネット取引の基盤提供者の運営する場で表示されているときに、当該基盤提供者に対して行う。事案の内容に応じつつ、個別の広告の削除にとどまらず、アカウント削除等の事業者単位での対応を要請する。
- ②消費者庁の要請に基づき対応を行った場合には、当該対応を行ったインターネット取引の基盤提供者には販売業者等との関係で損害賠償責任を免責される旨の規定を設ける。

<主な指摘>

- ・要請の対象はインターネット取引の基盤提供者全体に広げるべき。個別の広告の削除だけではなく、事案によってはアカウント停止を可能とするという方向性も必要である。その上で、行政の要請に基づき適切な措置を講じる事業者については、安心して協力できるよう一定の免責措置を設けるという方向性は適当である。
- ・行政が命令をするのが本来の筋であり、命令に変えたほうが責任関係が明確になって、不当にサイトから削除されたと訴えたい、表現の自由とか営業の自由を訴える事業者にとっても良いのではないか。
- ・要請どおりの措置に応じられない可能性がある以上、受け入れ難いという意見もある。他方で、誇大広告やアカウントを特定して行政処分と要請の関連性を説明して要請いただく、かつ、具体的な措置内容は各社のポリシーによるところがあるので必ずしも一意に定めずに実効的な措置を求める要請であれば、対応できるという意見も複数ある。

<今後の方向性>

1. 自ら情報を発信するのではなく情報の流通の場を提供する者に対して何らかの措置を求める場合には、他の法制度では命令ではなく要請となっていることとの均衡を踏まえ、要請・免責を併せて法定することにより、個別の事案に応じ、措置の柔軟性を確保しつつ、実効的な対策を講じることが可能となるのではないか。
2. その上で、**特定商取引法違反の誇大広告等の拡散を防止する観点**から、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」等の既存の取組も参照し、要請の対象は**消費者が閲覧する広告表示のウェブサイトを運営しているインターネット取引の基盤提供者等**（取引デジタルプラットフォーム提供者にとどまらず、広告表示の画面を提供している広告・SNSのプラットフォーム提供者等）としてはどうか。また、個別の広告の削除を求めるか、アカウントの停止・削除を求めるかは、**個別の事案や対象となる者の状況等も踏まえ、柔軟かつ比例的に行う**こととしてはどうか。

(3) 自主的な取組

● 前回の検討事項・主な指摘の振り返り

<検討事項>

- ①消費者庁において、問題となっている事案（例えばレスキュー商法、定期購入商法など）を踏まえつつ、誇大広告等の判断基準をより明確に示すべき。
- ②消費者庁と広告・SNSのプラットフォーム提供者との間で具体的な協力・連携を進めることにより、広告・SNSのプラットフォーム提供者自身による誇大広告等の削除や誇大広告等に対する消費者向けの注意喚起（被害が生じている同一デジタルプラットフォーム上で、被害を防止するために対抗的に行う広告や注意喚起表示等）を一層促進・円滑化する必要がある。

<主な指摘>

- ・レスキュー商法や定期購入商法などを例に、誇大広告等の判断基準をより具体的に示した上で、広告・SNS事業者との連携を強化して、不当広告の迅速な削除、同じプラットフォーム上での注意喚起や消費者教育に積極的に取り組むべき。
- ・官民協議会に出てこないような悪質な事業者もいるので、それ以外の事業者との連携が重要である。
- ・官民協働の名目で法的根拠がはっきりしないにもかかわらず、官の圧力によって何でもできてしまう状態は避けるべき。
- ・官民連携はルールを明確化、透明化しないと、事実上強制されることはよくある。特に真面目な事業者ほどそういった強制力を受けがち。インセンティブがないと自主的にやらないはずであり、インセンティブ設計も検討いただく必要がある。
- ・定期購入だけではなく、よく相談を受けている事例としてはESTAが挙げられる。公式ESTAといって広告が出てくるが、業者の広告であり必要もない1万円近い手数料を支払わせる。

<今後の方向性>

1. 消費者庁において、レスキュー商法や定期購入商法といった問題となっている事案に加え、消費生活相談の動向等も踏まえ、必要に応じ、その他の個別の事案についても特定商取引法違反に該当する誇大広告等の判断基準を示すこととしてはどうか。
2. 具体的な協力・連携を進める際には、あくまでも**任意の協力によって実現されるものであることを前提とした上で、個社の事情を踏まえつつ、丁寧に進めていく**こととしてはどうか。さらに、取組の成果については、グッドプラクティスといったかたちで示すことにより、普及させていくこととしてはどうか。
3. また、悪質な事業者による事案については、販売業者等に対する行政処分はもちろん、消費者が閲覧する広告表示のウェブサイトを運営しているインターネット取引の基盤提供者等に対する削除の要請も積極的に行う。

(4) 消費者トラブルが起こった場合の販売業者等との連絡の円滑化

● 前回の検討事項・主な指摘の振り返り

<検討事項>

販売業者等の広告表示義務の一層の遵守の徹底を図るべき。具体的には、消費者庁として、

- ①所在に関する情報が不正確な販売業者等に対し、厳正な対応を行うため、一層の監視の強化を行う
- ②所在に関する情報が不正確な販売業者等が、取引デジタルプラットフォームやSNS上で広告をしている場合には、これらの取引基盤提供者とも広告表示義務違反等の情報共有を図り、当該広告の表示の是正等を積極的に依頼することで、販売業者等の所在に関する情報の真正性を担保し、トラブルが起こった場合の円滑な連絡を確保していくべき。

<主な指摘>

- ・消費者にとっては、1つの窓口に出れば連絡が確実に事業者が届き、適切な対応につながる事が重要である。
- ・取引デジタルプラットフォーム提供者、情報流通プラットフォーム提供者、広告プラットフォーム提供者、広告代理店等について、広告主及びその出資者の身元特定情報の確認義務及び開示義務を課すべき。
- ・比較的簡易に出店できるというのはデジタルプラットフォームの良い点であり、それによって事業者も消費者も今まで出会えなかったものを知ることができるという利便性の部分は尊重していただきたい。
- ・プラットフォーム提供者に対し事業者及び勧誘者を特定する情報の開示を請求することができるようにすべき。取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の開示請求の対象となる債権の金額の1万円という基準を5千円に下げること考えられる。

<今後の方向性>

1. 特定商取引法の**広告表示義務は**、取引デジタルプラットフォームやSNS上で広告表示を行う場合にも**販売業者等に課されている**。本来は適切な広告表示がなされていれば消費者からの連絡に支障は生じないことから、まずは、**販売業者等による広告表示義務の履行**（所在に関する正確な情報の表示）を徹底し、**一層の監視の強化を行う**こととしてはどうか。
2. これにより、**消費者と契約関係にある販売業者等の間の連絡が円滑になる**。その上で、販売業者等による不正確な広告表示が当該販売業者等が取引デジタルプラットフォームや画像や動画等を共有するSNS上で行われている場合は、これらの**インターネット取引の基盤提供者等**（取引デジタルプラットフォーム提供者にとどまらず、広告表示の画面を提供している広告・SNSのプラットフォーム提供者等）にも**広告表示の是正を積極的に依頼する**こととしてはどうか。
3. 取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の**販売業者等情報の開示請求の対象となる債権の金額**（府令で1万円を超えるものと規定）は、**今後の運用状況等も踏まえ、引き続き検討**することとしてはどうか。