

これまでの検討・議論を踏まえた
本検討会の取りまとめの方向性

【検討事項】取りまとめに向けての論点の検討

○本検討会における検討・議論及びヒアリング・アンケート調査等を踏まえると、アフィリエイト広告における表示の適正化に向けては、大きく分けて以下の三つの論点に整理できると考えられる。

論点1 問題のあるアフィリエイト広告に対する法執行

論点2 広告主によるアフィリエイト広告の管理方法(未然防止の取組)

論点3 アフィリエイト広告に関する官民協同した情報共有体制の構築

【検討事項】論点1 問題のあるアフィリエイト広告に対する法執行

【実態・課題】

- 国民生活センターや日本広告審査機構等が、広告主に対して問題のある表示について指摘した際に「アフィリエイトが勝手にやったことだから」と自らには責任がないとする広告主の主張に対し、十分な反論ができず、強く表示改善を求めることができない。
- 少数の問題のある広告主や、その出資会社・コンサルタント会社によって多くの問題が引き起こされている。問題のある広告主や、その出資会社やコンサルタント会社は問題を指摘されると、会社を清算し、こうした会社のいずれかにおいて問題となる広告についての実質的な指示役を担っていた役員等の個人が他の会社を立ち上げて不当な表示を繰り返す。
- アフィリエイト広告そのものが問題のある広告手法ではない。確かに問題のある表示の露出は多いが、そのような問題のある表示の大部分は、一部の問題のある広告主や、その出資会社・コンサルタント会社により生み出されているものが占めているのが実態である。

【検討の視点】

- アフィリエイト広告であっても、景品表示法上は、広告主の表示とされるものであることを、広告主等の事業者側及び問題表示を指摘する側の双方に広く周知徹底していくことが必要ではないか。また、表示の改善を求めることの実効性を高めるためにも、引き続き、景品表示法の厳正な対処が必要ではないか。
- 問題のあるアフィリエイト広告の実態を踏まえると、広告主と出資会社・コンサルタント会社が連携共同して通信販売を行い、一体となって事業活動を行っていると認められる場合は、景品表示法上の供給主体を認めて景品表示法を適用することも必要ではないか。また、これらの会社において、問題となる広告について、実質的な指示役を担っていた個人に対して、広告業務禁止命令を行うことも視野に入れ、これらの会社に対する特定商取引法の適用を行うことも必要ではないか。
- 上記実態が存在する中で、アフィリエイトが広告主の指示を超えて、問題のある表示を行うこともある。ASPやアフィリエイトに対しても景品表示法の対象となるよう法改正を行うべきか。あるいは、アフィリエイト広告市場の健全な発展を促す観点から、まずは広告主によるアフィリエイトの管理といった取組で対応すべきか。

【検討事項】論点2 広告主によるアフィリエイト広告の管理方法(未然防止の取組)

【実態・課題】

- 不当表示の未然防止に係る対応や不当表示の発生後の対応について、広告主の管理上の措置状況に大きな差がある。
- 消費者向けアンケート結果を踏まえると、アフィリエイト広告に「広告」と明示していないことが消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある。
- 消費者が広告主に対して、苦情・返品等の情報提供や連絡を行おうとしてもできない。
- アフィリエイトターが広告主の指示を超えて、問題のある表示を行う場合もある中で、広告主によるアフィリエイト広告の表示内容の管理状況には差がある。
- 業種によって、法令遵守のためのアフィリエイトターへの研修の実施状況に差がある。

【検討の視点】

- 広告主がアフィリエイト広告による宣伝活動を行う場合には、消費者が広告である旨を認識できるよう、広告主との何らかの関係性を明記することが必要ではないか(その文言等については実態を踏まえて判断する必要があるのではないか)。加えて、どの広告主の広告であるかも明示した方がいいのではないか。併せて、消費者庁はどのような文言等が消費者にとって望ましいかについて具体的な事例を示すことが必要ではないか。
- 広告主は消費者が情報提供や連絡等を確実に行うことができる連絡窓口等の設置を行い、その際、不当な表示を迅速に削除・修正できるような体制の構築も行うことが必要ではないか。
- 広告主は、アフィリエイト広告の管理(例えば、表示内容の確認、確認を行うための表示内容の保存)を十分に行うことが必要ではないか。
- 広告主は、社内の担当者及びアフィリエイトターに対して、景品表示法の専門家による定期的な研修を実施することが必要ではないか。
- 広告主が未然防止・事後的対応を十分に行えるようにするために、上記の取組等について、アフィリエイト広告の表示における管理上の措置に係る指針を新たに定め、適切に当該指針の運用を行うことが必要ではないか。³

【検討事項】論点3 アフィリエイト広告に関する官民協同した情報共有体制の構築

【実態・課題】

○問題のある広告主に関しては、アフィリエイト広告の関係事業者全体で継続的に対応していくことが必要であるが、現在は関係事業者間での情報共有・連携ができていない。

【検討の視点】

○自主ルールの策定、当該ルールの効果的な運用、問題ある広告主等の情報共有等をするために、アフィリエイト広告の関係事業者による協議会等の仕組みを設置することが必要ではないか。また、消費者庁を含めた関係省庁はどのように関与していく必要があるか。