

検討会報告書（案）の評価と課題

令和4年1月28日

弁護士 池本誠司

1. アフィリエイト広告の不当表示は広告主が責任を負うことの周知徹底 （報告書案）

「アフィリエイト広告であっても、広告主による広告である以上、アフィリエイト広告の表示内容についてはまずは広告主が責任を負うべき主体であるということ、広告主等の事業者側及び国民生活センターや日本広告審査機構等の問題表示を指摘する側の双方に加え、消費者にも広く周知徹底していくことが必要である。

こうした効果的な周知徹底のためにも、アフィリエイト広告を用いた不当表示に対して、景品表示法に基づき、厳正な対処を行うことが重要である。」

【コメント】

㊦ アフィリエイト広告の表示内容について、委託元である広告主が責任を負うべき主体であることは、裁判例及び消費者庁の従来からの解釈として定着しているものであり、こうした景品表示法の解釈運用を周知徹底し、法執行を強化することは賛成である。

㊧ 東京高裁平成20年5月23日判決は、「景品表示法の表示主体につき、自らもしくは他の者と共同して積極的に表示内容の決定に関与した事業者のみならず、他の者の表示内容に関する説明に基づきその内容を定めた事業者、他の事業者はその決定を委ねた事業者も含まれる。」という解釈を示している。

消費者庁「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項」（平成30年6月7日）も、「アフィリエイトサイト上の表示についても、広告主がその表示内容の決定に関与している場合（アフィリエイトターに表示内容の決定を委ねている場合を含む。）には、広告主は景品表示法及び健康増進法上の措置を受けるべき事業者当たる。」という解釈を明示している。

本検討会における一連の議論を見ると、こうした解釈が通信販売業界・広告業界に周知徹底されていないことが露呈されている。

㊨ そこで、当面は、消費者庁が解釈運用の周知徹底することから取り組むとしても、それで不十分な場合は、アフィリエイト広告の不当表示は委託元である広告主が責任を負うことを景品表示法に明文規定を設けることを、今後の検討課題として示すべきである。

なぜなら、「事業者側への周知徹底」は、事業者団体を通じて要請することが想定されるが、アウトサイダーには届かない。

善良層・中間層の事業者が自主的取組によってアフィリエイト広告の表示の改善に取り組む一方で、アウトサイダーが不当表示を繰り返す場合は、自主規制に取り組む事業者が報われない事態となる。

したがって、今後の推移を注視して、必要に応じて景品表示法に明文規定を設けることの可否を検討することを、少なくとも今後の課題として位置付けるべきである。

2. ASPやアフィリエイトに対する景表法上の責任のあり方

(報告書案)

「ASPやアフィリエイトに対しても、広告主と同様の規制対象とすることは、多くの誠実な事業者に対する萎縮効果を招き、問題となるアフィリエイト広告の排除という目的を超えて、アフィリエイト広告市場全体の縮小を招く可能性もある。・・・消費者利益の増大にもつながる面も有するアフィリエイト広告の市場自体の縮小につながりかねない規制強化については慎重に考える必要がある。」

【コメント】

⑦ ASPやアフィリエイトに対して直ちに法規制を行うことには慎重意見である点は同じであるが、

“ASPやアフィリエイトに対する法規制はアフィリエイト広告の市場の縮小につながるおそれがある”という理由だけで法規制を見送るかのような記述は、不適正な表示の是正よりもアフィリエイト広告市場の拡大が優先であるというに等しく、理由づけが片面的である。

⑧ ASPやアフィリエイトに対し「広告主と同様の規制対象とすること」は責任の内容として適合しない面があるので、慎重な検討が必要であるという法制度的な課題があるという捉え方が重要である。

例えば、ASPもアフィリエイトも、自ら商品を供給する立場ではないため、商品の効能効果について合理的根拠資料の提出要求とみなし規定をそのまま適用してよいのかという問題がある。また、ASPは、契約先アフィリエイトに対する監視責任が重要である。

こうした法制度上の検討課題を全く触れないで、アフィリエイト広告の市場の縮小につながりかねないという理由だけで法規制は適切でないと結論付けることは、本報告書の価値が損なわれる。不適正なアフィリエイト広告の排除と健全なアフィリエイト広告市場の拡大を両立させることが、景品表示法の存在意義である。

⑨ 報告書の「今後の課題」欄には、「(アフィリエイトによる)問題行為が多数生じた場合は、広告主が責任をもってアフィリエイト広告を管理したとし

ても不当表示をなくすことができないため、景品表示法を改正して、供給主体又は責任主体の位置付けの見直し等を検討すべきである。」という記述がある。

しかし、第1に、法26条の自主規制の仕組みにより全ての広告主が責任をもってアフィリエイト広告を管理する体制を実行できるかのような前提で記述されており、自主規制の限界の視点が欠けている。第2に、アフィリエイトターやASPの責任を考える際の論点の指摘がないままにこのような記述をしても、意味が通じない。

したがって、アフィリエイトターの監視役としてのASPの役割について自主ルールを整備することと、自主ルールだけではカバーできないASPやアフィリエイトターのアウトサイダー対策として、自主ルールを補完する法規制を検討する必要があることを指摘すべきである。

3. 広告主によるアフィリエイト広告の適正管理措置（法26条）

（報告書案）

- ・現時点でも、広告主は景表法26条に基づき、アフィリエイト広告に限らず、不当表示の未然防止等のため必要な管理上の措置を講じなければならない。
- ・アフィリエイト広告の管理・確認、管理担当者の設置、研修、苦情対応体制の構築、問題があり広告の削除・解除、広告であることの表示等を含む、アフィリエイト広告に関する新たな指針を策定する。

【コメント】

㊦ この提言はしっかりと実現して頂きたい。

景表法26条（表示の適正管理措置）は、法令遵守体制を事業者が自主的に整備する措置を求めた規定であり、行政処分の対象ではなく事業者の自主規制を行政庁が支援する制度である。

平成26年11月改正により、不当表示を行った事業者に対し課徴金納付命令を導入する前に、平成26年6月改正により、事業者が法令違反を未然防止できるように行政庁が支援する制度を導入したという前後関係がある。

㊧ 法26条は、消費者政策の今後のあり方として積極的に活用することが期待される。

法26条による行政庁の関与は、法令違反行為の疑いがある場合に調査し行政処分を行う**法規制の権限**ではなく、「適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときは・・・必要な**指導及び助言**をすることができる」という**行政指導の権限**（法27条）であり、指導・助言については事業者名公表は予定されていない。

事業者が正当な理由なく法26条の措置を講じていないと認めるときは、「必要な措置を講ずべき旨の**勧告**をすることができる」（法28条）とし、事業者がその勧告に従わないときはその旨を**公表**することができる（法28条）と定める。勧告も行政指導であり、事業者名公表は伴わない。勧告に従わないときにはじめて公表されるが、公表は事実上の不利益が生じる措置であるが、行政処分ではない。あくまでも事業者の自主的な取組を尊重する趣旨を徹底している。

- ㉞ 内閣府消費者委員会は、「消費者法分野におけるルール形成の在り方ワーキング・グループ報告書」（2019（令和2）年6月）において、消費者被害防止に向けた取引ルールを形成するに当たり、対象事業者の特徴に応じて、**悪質事業者**に対しては行政処分や民事規定を活用した実効性ある法制度を整備する方策が必要であるとし、**善良層・中間層**の事業者に対しては**自主規制を促進する法的措置（共同規制）**の考え方を組み合わせて措置すべきことを提案した。景表法26条は、自主規制を促進する法的措置の典型例である。
- ㉟ インターネット通販業者の現状をみても、店舗販売事業者がデジタル社会の進展やコロナ禍での事業展開に対応するためインターネット通販に新規参入するケースが増加している。こうした事業者はトラブルを未然防止するために何をすればよいのか分からないまま、悪質ASPから「導入資金が不要なアフィリエイトプログラム」の契約を勧誘され、結果として一時的な売り上げ向上と引き換えに不当表示責任を負う事態に陥るケースがある。
- ㊱ 新たな指針の内容について、広告主が講ずべき措置の具体例が紹介されている点はいずれも賛成である。これがすべてということではなく、今後、関係事業者による協議会において、より実効性の高い措置があればさらに追加する柔軟な対応が必要である。
- ㊲ 運用に関する課題
 - 法27条の指導・助言は年間100件前後実施されており、勧告・公表に至る事案は0件であるとされている。その現在の運用は、
 - ① 法令違反行為の疑いがある事業者に対する調査の結果、措置命令までに至らない事案について指導を行う際に法26条・27条を活用するケースが中心のようであるが、
 - ② 善良層・中間層の事業者に対し未然防止と適正表示に向けた自主的な取組を支援するために、積極的な指導・助言を行う取組を展開することが必要である。
- ㊳ したがって、アフィリエイト広告に関する新たな指針を早急に策定し、自主的な取組を支援するための積極的な指導・助言の取組を進めるべきである。

4. その他の対策（関係事業者等が主導する協議会の設置）

（報告書案）

- ・悪質事業者を市場から排除するための情報共有や、アフィリエイト広告の健全化に向けた実効的な措置の情報共有などを行うため、関係事業者が主導する協議会を設置すること。
- ・不当なアフィリエイト広告の情報は行政庁とも共有すること。国民生活センターなど虚偽・誇大広告の情報を収集している機関との情報共有も進めること。

【コメント】

- ㊦ これらの取組はいずれも有益である。
- ㊧ 協議会は、事業者名を含む具体的な情報交換の場として機能するためには、非公開の議論が必要であると思われるが、閉鎖的な議論とならないよう、必要に応じて悪質アフィリエイト広告の問題に取り組む法律実務家や学識経験者のヒアリングを行うなど、幅広い情報収集が不可欠である。また、協議会の議論の概要を可能な限り公表することにより、情報共有の成果をアフィリエイト広告関係者や消費者全体に還元することも望まれる。