

令和 4 年 1 月 28 日

「アフィリエイト広告等に関する検討会」報告書（案）に関する意見

一社）Food Communication Compass

代表 森田満樹

本検討会で示された「アフィリエイト広告等に関する検討会」報告書（案）は、事業者団体等のヒアリング、実態調査、アンケート調査等の合理的な根拠を踏まえて、アフィリエイト広告による不当表示の未然防止策をまとめたものです。消費者団体委員として検討会に参加した立場から、その内容について賛同いたします。

今後、景品表示法第 26 条に基づく「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置」等の周知が図られ、アフィリエイト広告に係る必要な指針が定められることで、広告の適正化が進み、消費者被害の未然防止が図られることを期待します。

そのうえで、下記の意見を申し上げます。

1. 景品表示法第 26 条「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置」の周知について。

平成 25 年秋に発覚したホテル等のメニュー表示偽装問題を契機に、平成 26 年に景品表示法の改正が行われ、第 26 条に「事業者が講ずべき景品類の提供および表示の管理上の措置」が義務付けられました。事業者のコンプライアンス体制の確立のために管理体制の構築が求められ、外食関連団体ではこの措置と指針の周知をはかり、定期的に通知を行い、消費者の誤認の排除を行ってきたところです。

本改正は外食事業者だけでなく景品表示法の適用対象となる事業者に求められ、アフィリエイト広告の表示を行う事業者も例外ではありません。しかしながら、本検討会のヒアリング等で必要な措置が必ずしも講じられていないことが明らかになっています。これまで景品表示法上問題となった事業者の中には上場企業も含まれており、不当表示に至った理由として管理上の措置が講じられておらず、責任の所在も不明だったとされた事例もありました。

本検討会では、不当表示の対策において悪質な事業者と区別すべきという意見も聞かれましたが、特にコンプライアンスを重視しなければならない大手企業も含め、中小事業者は規模に応じて 26 条に基づく必要な措置が講じられるべきです。関連事業者団体等で周知を図るなど、適正な広告活動のために取り組みを進めて頂きたいと思います。

また、消費者庁においては現行の指針の趣旨に基づき、アフィリエイト広告に関する具体的な考え方を示す新たな指針を策定し、現行の指針の周知も含めて早急に取り組むことを求めます。

2. アフィリエイト広告において「広告」である旨の表示義務を求めます。

消費者にとっては、現状ではアフィリエイト広告であるか否か外見上判断できないケー

が多く、単なる口コミや体験談なのか、報酬が発生する広告かを見分けることは困難です。アフィリエイトの消費者庁が行った消費者アンケートによると、商品やサービスの体験談、口コミ、レビューの紹介記事について「参考になる」という回答が約 88%でしたが、「実は企業からお金をもらって書かれたものである場合、どう思うか」と質問すると「参考になる」という回答は約 34%に減少します。また、「企業の広告である場合はそれが分かるようにした方がいいか」という質問には、約 87%が「分かるようにしてある方がいいと思う」と答えています。

以上のアンケート結果からも、広告が明示されないことによって消費者の合理的な選択が阻害されることは明らかであり、広告である旨の表示が必要であると考えます。

3. 事業者が講ずべき管理上の措置（景品表示法第 26 条・27 条・28 条）に関する実態把握の調査と、周知徹底を求めます。

本検討会では、改正景品表示法による第 26 条の規定が周知されておらず、必要な措置が十分に講じられていないことが明らかになりました。改正から 7 年以上がたちますが、企業の取組についてアンケート調査結果などのデータも少なく、7 つの措置についてどのような課題があるのかも明確になっていません。

第 27 条では、企業において 26 条の措置が十分でないなど適切かつ有効な実施を図るために必要があると認めるときには事業者に対して「指導及び助言」ができるとされています。

第 28 条では、それでも改善されず必要な措置を講じていないと判断された場合に「勧告」さらに勧告に従わない場合は「公表」できるとされていますが、これまで勧告や公表が行われた事例はありません。

指導及び助言については年間 100 件程度が行われていますが、こちらは何か問題が起きた時の事後規制であり、消費者庁が自ら調査して明らかにしたものではないということです。このような執行体制では、事業者の取組もなかなか進まなかったのではないかと思います。消費者庁においては、まずは第 26 条の事業者の取組について実態の把握に努めるとともに、課題を明確にし、周知を図るように施策を講じることを求めます。

4. アフィリエイト広告について、消費者啓発の充実を。

消費者庁は 2021 年 3 月に「虚偽誇大なアフィリエイト広告に関する注意喚起」を行っていますが、まだ多くの人には届いていないとはいえません。アフィリエイト広告はモバイル機器の普及にともない拡大し、それに伴い不当表示が新たな消費者問題となりましたが、今後もデジタル化の進展に伴い新たなタイプの被害が拡大する可能性があります。

アフィリエイト広告は消費者にとって有用な面もあり、健全な発展のためにも消費者に対する適切な啓発を進めるように関連事業者団体、消費者庁の双方に求めます。消費者自身も身近な人を含めて不当表示に騙されることがないように、学びの場を広げていくことが重要です。