

ステルスマーケティング規制に関する ヒアリング

自由民主党 消費者問題調査会 2023年2月8日



公益社団法人日本通信販売協会

1. 改正案の内容

景表法第5条第3号の指定告示に以下を追加予定。

「事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示であって、一般消費者が当該表示であることを判別することが困難であると認められるもの」

➔ 景表法の建付けや規制範囲を大きく変更するもの

これまで …①優良誤認（法第5条第1号）・②有利誤認（法第5条第2号）等をするとな違反。

新告示案 …③表示主体者であることが不明確（法第5条第3号の指定告示に追加）だと違反が追加。

つまり

1. 表示主体者が①優良誤認表示・②有利誤認表示をした場合 に加えて、
2. ③表示主体者であることが不明確（意図せざる場合を含む） にも、景表法違反となる。

➔ 法改正を伴わない告示だが、実質的に法改正よりも強力な規制効果が発生。

➔ 単なるネットの口コミ規制ではなく、事業者や私人に対し広汎な影響を及ぼす。

2. 新指定告示案の規制の範囲

景表法における「事業者」の定義。

「商業、工業、金融業その他の事業を行う者」（法2条第1項）
→非営利の組合、学校法人や宗教法人、個人事業主も該当すると解されている。

- 今回追加される指定告示案の規制の主体も、企業のほか、
団体、学校、病院、宗教団体、個人（事業を行うもの）も含まれる。
- 「表示主体者と紛らわしい」と判断されれば、個人がSNS等で発信した場合も対象となりうる。
- 社会的な影響が大きく、新しい規制内容を広く周知しなければ混乱が生じるおそれ。

→**人権や経済上の懸念事項がある。**

1. 事業者だけでなく、私人・個人の憲法上の「表現の自由」を侵害するおそれ。
2. 既存の適切な広告、マーケティングの委縮⇒消費起点の広告減少⇒経済への委縮効果。
3. 新しい技術を生かしたマーケティング手法に足かせ⇒新たな経済発展を阻害。

3. 新指定告示案の規制の内容

新規制の建付け・違反となる要件

- ①事業者が表示内容の決定に関与したと認められる場合
 - ②一般消費者が当該表示であることを判別することが困難である
- この2要件を満たすと違反となるとされる。

→いずれも判断が難しいケースが多く、大きな混乱要因となる。

- 問題のない商行為、商習慣まで、即座に景品表示法違反となるおそれ。
- 被害事例が示されておらず、具体的なターゲットが掴みづらい。
- 事業者は景表法違反となるのを避けるため、告示施行後、広告を控えるおそれ。

※特に【事業者が困っているケース】

- ・ プレゼントやサンプルなどに対する、感想・意見など取扱い
- ・ 芸能人やスポーツ選手、文化人などの感想・意見などの取扱い
- ・ (対価が発生したらすべてNGとなるとされるが) 対価の取扱い

4. お願いしたいこと

1. これまで問題を生じさせていない商取引や商習慣が法令違反とならないようにしていただきたい。
2. 広告主の意見を聞き、日本の実際の商取引や商慣習を反映した基準を策定していただきたい。
3. 健全な事業者の不安や懸念に配慮し、社会や経済の混乱を招かないようにしていただきたい。