**「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の一部改正案及び「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」の一部改定案に関する意見**

**2022年５月13日**

**公益社団法人　全国消費生活相談員協会**

**全体について**

最近の消費生活相談ではインターネット取引のトラブルが増加しており、詐欺的な定期購入契約や情報商材などに代表されるように、表示・広告による誤認が原因であることが多くあります。インターネット上の広告は短期間で削除変更され、加えて、消費者が強く意識しない限り広告を保存していないため、相談が寄せられたとしてもどの広告を見たのか、その広告により誤解して契約に至ったのかを確認することが大変困難であり、被害回復ができないこと多くあります。また、デジタルプラットフォームの関与や、アフィリエイターやＡＳＰ、広告代理店などの関与など、必ずしも広告主だけの問題ではないケースが多くあります。

このような詐欺的な定期購入契約による多数の消費者トラブルを契機として、アフィリエイト広告の問題に着手し、アフィリエイト広告等に関する検討会報告書を取りまとめ、そこでの提言に基づいた、このたびの「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」、及び「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」の改正案について、賛成します。

そして、この内容については、表示等を行う事業者はもちろん、表示等を委ねられる事業者に、広く周知徹底していただくようお願いします。また、消費者もインターネット取引をする際には、誰が表示をしているのかなどについて理解するよう努める必要がありますので、消費者に対しても、わかりやすく広く広報していただくようお願いします。

**第２ 基本的な考え方**

**１ 必要な措置が求められる事業者**

「取引関係事業者」についての考え方を明確にした上で、表示等を行う事業者が表示等を委ねる取引関係事業者に対して、自らの措置の実効性を確保できるよう、自らの措置についての理解を求め、その取引関係事業者が作成する表示等が不当表示等に該当することのないように指示をすることを求めることについて、賛成します。

これまでも、「広告媒体事業者等」について、景品表示法の適用を受ける場合の考え方が示されていましたが、今回、表示等を行う事業者による管理が必要であることが明記されたことで、「アフィリエイターが作成した広告だから責任はない」という反論がなされなくなることを期待します。

**第４　事業者が講ずべき表示灯等の管理上の措置の内容**

**１　景品表示法の考え方の周知・啓発**

当該事業者以外の複数の事業者が関係する場合、そうでない場合に比べて、景品表示法の考え方を関係者間で共有することが困難になり、結果的に不当表示等が生じる可能性が高くなることも踏まえ、事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合、当該他の事業者に対しても、その業務に応じた周知・啓発を行うことについて、賛成します。

アフィリエイターは個人であることが多く、ASP等も小規模事業者であることも多くあります。自ら積極的に知識習得することが困難なこともあるため、広告主として、景品表示法の考え方について、継続的に周知・啓発を徹底することが必要です。

**２　法令遵守の方針等の明確**

一般的に事業者が行う表示等の作成に当該事業者以外の複数の事業者が関係する場合、そうでない場合に比べて、法令遵守の方針等を関係者間で共有することが困難になり、結果的に不当表示等が生じる可能性が高くなることも踏まえ、事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合、当該他の事業者に対しても、その業務に応じて法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化することについて、賛成します。

常に法令順守するためには、遵守することの意識だけでなく、法令順守のための具体的な手続き方法を作りチェック機能が働くようにする必要があります。アフィリエイターやASP等に具体的な手続きを明確に示すことは効果的と考えます。

**３　表示等に関する情報の確認**

表示の根拠を確認すること、アフィリエイト広告を利用する事業者は、アフィリエイター等の作成する表示等を確認することが必要であると示すことに賛成します。

事業者自体が広告をする際には、当然にその表示の根拠を確認するべきであり、アフィリエイト広告を利用する場合にも、その表示について根拠があるのかの確認をするべきと考えます。

**４　表示等に関する情報の共有**

不当表示等は、企画・調達・生産・製造・加工を行う部門と実際に表示等を行う営業・

広報部門等との間における情報共有が希薄であることや、複数の者による確認が行われていないことや、表示等の作成に自社以外の複数の事業者が関係する場合における関係者間の連携不足・情報共有が希薄であること等により発生する場合がある。このため、情報の共有を行うに当たっては、このような原因や背景を十分に踏まえた対応を行うことについて、賛成します。

前記３で確認した表示等の根拠の確認情報を、関係する者全員が共有しなければ、意味がありません。景表法違反にならないようにするための情報共有という意識を強く持っていただくことが重要と思います。

**５　表示等を管理するための担当者等を定めること**

表示等管理担当者を定め、その者が他の事業者が作成する表示等に関して指示・確認権限を有することによって、責任の所在が明確になり、実効性が確保できると考えます。

**６　表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること**

事業者は、前記３のとおり確認した表示等に関する情報を、表示等の対象となる商品

又は役務が一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間、事後的に確認するために、例えば、資料の保管等必要な措置を採ること。また、表示等の作成を他の事業者に委ねる場合であっても同様の措置を採ることは、大変重要な措置と考えます。

　ただし、表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例において、アフィリエイターが保管することも含めていますが、消費生活相談を担う者からは、アフィリエイターが保管することで消費者トラブルの解決が図れるとは考えられません。事業者もしくは、ＡＳＰや広告代理店等が保管することを要望します。

消費者から、広告により誤認して契約したという相談が寄せられても、消費者が見た広告を確認することは困難であり、また、消費者に広告を保存しておくことはほとんど期待できません。特にアフィリエイト広告は、書き換えが頻繁に行われたり削除されたりがあり、一旦変更、削除されるとその確認は困難です。そのため、トラブルになった場合に解決が困難になっています。

アフィリエイト広告等、表示に関する情報、資料について、合理的な期間において、事業者が根拠となる情報を事後的に確認できることで速やかな解決を期待できます。

**７ 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応**

事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねた場合の表示等において当該事案が発生した場合も含むと明確にすることで、広告主のアフィリエイト広告に関する責任感を高め、被害の拡大防止に繋がると考えます。

**別添　事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例**

アフィリエイト広告を利用する場合に、事業者が講ずべき管理上の措置が、具体的に示されており、事業者には必ず活用していただくよう要望します。

特に、「６表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例」において示されているように、事業者が表示等の保存も含め、根拠となる情報を事後的に確認できるようにするための資料の保管等を行うことで、速やかな問題解決が可能となります。

また、「８前記１から７まで以外の措置の例」で示されているように、アフィリエイトプログラムを利用した広告を行う事業者の表示であることの明示は、消費者アンケート調査結果からもわかるように消費者の多くが要請していることです。消費者にとって有益な広告となり、消費者から評価される広告となるために、ぜひ実施していただく必要があります。

この指針、具体的事例について、事業者への周知を徹底していただくようお願いします。

**インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項**

アフィリエイト広告に関する定義、それを利用する場合の景品表示法上の問題点、留意事項について、わかりやすく改正されています。