

2023年2月21日

「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」告示案
および同運用基準案に対する意見

一般社団法人日本新聞協会

当協会は、消費者庁が提示した「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」告示案および同運用基準案に対し、以下の意見を述べる。

消費者庁の有識者会議「ステルスマーケティングに関する検討会」は2022年12月、インターネット上で個人の投稿を装い、特定の商品・サービスを宣伝する「ステルスマーケティング」に対する規制の在り方を提言した。これを受け、同庁は景品表示法第5条第3号に基づく告示を新たに指定し、規制範囲を明確化するための運用基準を策定する方針を示した。

ネット上で消費行動に影響力を持つインフルエンサーらに報酬を支払い、広告と明示しないでSNSなどに投稿させるマーケティングの手法は、商品・サービスの選択において消費者に深刻な被害やトラブルをもたらす要因となっている。こうした現状を踏まえ、消費者保護の観点から対策を講じることは喫緊の課題であり、当協会として異論はない。

一方で、新たな規制により信頼性の高い媒体の正当な広告活動や、報道機関の取材・編集が制約を受けることがあってはならない。規制範囲を明確化し、問題のある広告表示・媒体に極力限定した対応とすることが重要である。

<告示案について>

広告の表示内容が優良誤認や有利誤認に該当しない場合、現行景品表示法ではステルスマーケティングを規制することはできない。消費者被害を防ぐ迅速な対応が必要であることから、告示により問題のある行為を規制することには理解を示すことができる。一方、告示案は規制対象となる表示（媒体）の範囲を限定しておらず、信頼性の高い媒体の広告までもが規制対象とならないよう適切な運用が必要である。

当協会は1958年に「新聞広告倫理綱領」を制定し、不当な広告を排除して読者の利益を守ることを宣言している。76年には綱領の趣旨に基づき「新聞広告掲載基準（モデル）」を制定し、責任の所在が不明確なものや、編集記事とまぎらわしい体裁・表現により広告であることが不明確なものは掲載しないことを明言している。これらの趣旨は当協会加盟各社で共有されており、各社個別の広告倫理綱領や広告審査基準に基づく厳格な審査を通じて、消費者の信頼に応える具体的な対策を講じている。新聞界はステルスマーケティングによる問題が顕在化する以前から、消費者を誤認させる広告の排除に努めており、実効性を上げていることを理解いただきたい。

<運用基準案について>

運用基準案は、ステルスマーケティングの規制対象に該当するケースは、「事業者が表示内容の決定に関与したと認められる場合」とであると定めた。「新聞・雑誌発行、放送等を業とする媒体事業者が事業者の指示に左右されず、自主的な意思で企画、編集、制作した表示」は規制対象外とし、その事例として「正常な商慣習における取材活動に基づく記事の配信、書評の掲載、番組放送等」を挙げた。新聞社が提供する記事や論考は独自の取材や編集方針に基づくものであり、広告主がその内容に関与することは全くないことから、当然の対応であり、異論はない。事業者から媒体に対し、「通常考えられる範囲の取材協力費を大きく超えるような金銭等の提供、通常考えられる範囲を超えた謝礼の支払等」が行われ、事業者が記事等の内容の決定に関与した場合は規制対象としているが、新聞社の取材・報道にはこうした実態はない。運用基準が新聞社の取材・報道に影響を与えることがないよう適切な対応が必要である。

ステルスマーケティングに該当するかに関しては、「事業者の表示であることが明瞭となっているかどうかを表示内容全体から判断する」と記述した。一方、消費者にとって事業者の表示であることが社会通念上明らかであるものは規制対象外とし、その事例として「新聞紙の広告欄のように『広告』等と記載されている表示」を挙げた。先に述べたように、新聞は記事と広告を明確に区分しており、当協会では編集記事と似たような体裁・表現の記事体広告に関しては「広告」などのクレジットを表示するよう注意喚起を行っている。新聞社が関わる広告には、消費者を誤認させるステルスマーケティングに該当する事例はなく、当然の対応だと考える。

<最後に>

消費者を欺く悪質な広告を排除することは当然のことであり、ステルスマーケティングに関わる問題に対して新たな対策を講じることに異論はない。SNS上のステルスマーケティングをめぐる消費者トラブルは看過できない状況にある中で、重要なことは今回示された規制の実効性を高めていくことである。今後は規制の対象範囲を安易に拡大させるのではなく、消費者や事業者への周知・啓発活動や、消費者問題に関する情報収集に継続して取り組むことが必要である。

今回示された告示案および運用基準案が、長年にわたり不当な広告を排除し、消費者の信頼維持に努めている媒体の広告や報道に対して、過度な規制とならないよう適切な制度運用をあらためて求めたい。

以 上