

NO&T Client Alert 2022年7月15日号
テクノロジー法ニュースレター 2022年7月 No.23

アフィリエイト広告等に関して講ずべき表示の管理措置等を踏まえた指針等の改正

弁護士 森 大 樹
弁護士 カオ小池ミンティ
弁護士 小林 菜 摘

1. はじめに

消費者庁は、同庁に設置されていた「アフィリエイト広告等に関する検討会」が、2022年2月15日付けで公表した報告書（以下「[本報告書](#)」）および意見募集の結果を踏まえ、2022年6月29日、「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」（平成26年内閣府告示276号。以下「[本指針](#)」）の改正および「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」（以下「[本留意事項](#)」）の改定を行いました。

アフィリエイト広告とは、アフィリエイトサービスプロバイダ（以下「ASP」）等が仲介するアフィリエイトプログラムを利用した成果報酬型の広告であり、アフィリエイトが自己の運営するブログやSNSサイト等にアフィリエイト以外の者（広告主）が供給する商品・サービスの広告等を当該広告主の販売サイトのハイパーリンクと共に掲載し、当該サイトを閲覧した者が当該ハイパーリンクをクリックしたり、当該ハイパーリンクを通じて広告主のサイトにアクセスして広告主の商品・サービスを購入したりした場合などに、あらかじめ定められた条件に従って、アフィリエイトに対して、広告主から成功報酬が支払われるものをいいます。

アフィリエイト広告の市場は年々拡大されているものの、アフィリエイトにはクリック数等に応じた歩合制での成功報酬が支払われることが多いため、虚偽・誇大広告を作成するインセンティブが生じるおそれがある一方で、広告主とアフィリエイト間には直接の契約関係が無いことが多く、アフィリエイトの数も膨大であることから、アフィリエイトへの監督が十分に機能しない構造があることが指摘されています。実際にも、アフィリエイト広告の広告主に対して措置命令が下された事例も発生しています¹。そのような中で、本報告書において、アフィリエイト広告の表示内容については、ASPやアフィリエイトではなく、まずは広告主が「表示内容の決定に関与した事業者」として責任を負うべき表示主体であると考えられる点が明らかにされ、本指針の改正および本留意事項の改定によって、消費者庁としてのアフィリエイト広告に関する考え方やアフィリエイト広告について事業者が講ずべき管理措置の内容が具体化されました。本報告書に関する詳細な解説は [NO&T Client Alert 2022年3月1日号・テクノロジー法ニュースレター 2022年3月号 No.9「アフィリエイト広告等に関する検討会の報告書の](#)

1 2021年3月3日付け消費者庁「株式会社T.Sコーポレーションに対する景品表示法に基づく措置命令について」、2021年11月9日付け消費者庁「株式会社アクガレッジ及びアシスト株式会社に対する景品表示法に基づく措置命令について」、2022年4月27日付け消費者庁「株式会社DYMに対する景品表示法に基づく措置命令について」

[公表](#)をご参照ください。

2. 本指針の改正のポイント

(1) [本指針](#)の改正のポイント

景表法 26 条 1 項において、事業者は、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管理上の措置を講じなければならないこととされており、同条 2 項に基づき、本指針が定められています。本指針は、不当表示の未然防止等のため管理上の措置についての「基本的な考え方」と「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容」を定めた上で、本指針の別添の「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」において、管理上の措置の具体例を記載しています。

① 「基本的な考え方」における改正のポイント

まず、「基本的な考え方」として、表示等を行う事業者が、当該事業者と取引関係はあるが、表示等を行っていない事業者（以下「取引関係事業者」）に当該表示等の作成を委ねる場合には、自らの不当表示の未然防止等のため管理上の措置の実効性が確保できるよう、取引関係事業者に対し、自らの措置についての理解を求め、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指示することが求められるとしました。

② 「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容」における改正のポイント

事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の各内容について、事業者が表示等の作成を他の事業者²に委ねた場合も含める形で修正されました。主な追記内容は以下のとおりです。

(i) 景表法の考え方の周知・啓発

- ・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、その業務に応じた景表法の考え方についての周知・啓発を行うこと。

(ii) 法令遵守の方針等の明確化

- ・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、その業務に応じて景表法を含む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。

(iii) 表示等に関する情報の確認

- ・アフィリエイトプログラムを利用した広告を行うような業態では、当該広告を利用する事業者がアフィリエイト等³の作成する表示等を確認することが必要となる場合があることに留意する必要があること。

(iv) 表示等に関する情報の共有

- ・事業者は、その規模等に応じ、確認した表示等に関する情報を、当該表示等に関する各組織部門が不当表示等を防止する上で必要に応じて共有し確認できるようにする必要があるところ、事業者が表示等の作成を他の事業者に委ねる場合には、当該他の事業者に対しても同様の対応を行うこと³。

(v) 表示等を管理するための担当者等を定めること

- ・事業者は、表示等に関する事項を適正に管理するため、表示等を管理する担当者または担当部門（以下「表示等管理担当者」）をあらかじめ定める必要があるところ、表示等の作成を他の事業者に委ねる場合

2 本指針に関する意見募集の結果の公示においては、「他の事業者」は、「取引関係事業者」と異なる概念として整理されています。すなわち、「取引関係事業者」とは、本指針の措置を講ずべき事業者と取引関係はあるが、表示等を行っていない事業者のことをいう一方で、「他の事業者」は、本指針の措置を講ずべき事業者と直接的な取引関係がない事業者を含み、例えば、「他の事業者」には、広告主がアフィリエイトに表示作成の委託を行い、当該アフィリエイトが第三者のライターに更に委託する場合の事業者（広告主から見た再委託先の事業者）も含むものと整理されています（消費者庁『[『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方](#)」12頁）。

3 なお、不当表示等が発生する原因や背景として、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も新たに挙げられており、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が必要であるとしています。

は、表示等管理担当者が当該他の事業者が作成する表示等に関して指示・確認権限を有していること、および表示等管理担当者を社内だけでなく当該他の事業者においても周知する方法が確立していることが必要であること。

(vi) 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、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また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が必要であるところ、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。

(vii) 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

- ・事業者は、特定の商品または役務に景品表示法違反またはそのおそれがある事案が発生した場合、その事案に対処するため一定の措置を講じることが必要であるところ、このような措置は、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こと。

また、アフィリエイトプログラムを利用する広告については、アフィリエイトが自らのアフィリエイトサイトに単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ウェブサイトのURLを添付するだけなど、当該事業者の商品または役務の内容や取引条件についての詳細な表示を行わないようなアフィリエイトプログラムを利用した広告については、通常、不当表示等が発生することはないと考えられるとしています。また、アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるものについては、通常、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはないと考えられるとしています。

③ 「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」における改正のポイント

本指針の別添「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」において、特にアフィリエイト広告に関して講ずべき管理上の措置として、主に以下の具体的事例が追記されています。

(i) 管理上の措置全体に関連した項目

- ・事業者は直接アフィリエイトと契約する場合と、ASP と契約してその ASP を通じてアフィリエイト等と契約する場合があるところ、管理上の措置の実効性を確保するために、自らの表示等の作成に関係する ASP やアフィリエイト等との間で、表示等の作成を委ねる契約書において、どの主体が何を行うかについて、役割分担および責任の所在を予め明記するなどの対応を行う。

(ii) 景表法の考え方の周知・啓発

- ・自らまたは ASP 等を通じて、アフィリエイト等に対しても景表法の考え方の周知・啓発を行う。

(iii) 法令遵守の方針等の明確化

- ・自らまたは ASP 等を通じて、予め、アフィリエイト等との間で、不当表示等を行わないよう確認するなど、法令遵守の方針等を明確にしておく。
- ・アフィリエイト等が法令遵守の方針等に違反した場合における、成果報酬の支払停止や契約解除等の具体的な措置内容について、自らまたは ASP 等を通じて、予めアフィリエイト等との間で明確にしておく。

(iv) 表示等に関する情報の確認

- ・コンサルティング会社や広告代理店等の他の事業者プロモーションを委ねる場合、これらの事業者がアフィリエイトに対し、不当表示等を助長するような指示等をしていないかを確認する。
- ・アフィリエイト等が作成する表示内容を事前に確認する。
- ・アフィリエイト等に作成を委ねた自社の表示について、すべての表示内容を事前に確認することが困難である場合には、たとえば、表示後可能な限り早い段階で全ての表示内容を確認したり、成果報酬の支払額または支払頻度が高いアフィリエイト等の表示内容を重点的に確認したり、ASP 等の他の事業者に表示内容の確認を委託したりする。

(v) 表示等に関する情報の共有

- ・表示内容の方針や表示の根拠となる情報等をアフィリエイト等と事前に共有しておく。
- ・アフィリエイト等に作成を委ねた自社の表示について、すべての情報を事前に共有することが困難で

ある場合には、たとえば、アフィリエイト等から表示内容の方針について相談を受け付ける体制を構築する、ASP等の他の事業者を通じて共有するなどの対応を行う。

(vi) 表示等を管理するための担当者等を定めること

- ・事業者が自社の広告として指示・確認権限を有していることをアフィリエイト等との間で確認し、事業者の表示等管理担当者についてはアフィリエイト等に対しても周知し、複数の表示等管理担当者が設置される場合はアフィリエイト等の中でそれぞれの権限や所掌を確認し、アフィリエイト等の表示等管理担当者も含めて表示に関連する法令についての講習を実施する。

(vii) 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

- ・事業者が表示等の根拠となる情報を事後的に確認できるよう資料の保管等を行う。すべての情報の保管等が困難である場合には、アフィリエイト等が当該情報の保管等を行うことを明確にしたり、ASP等の他の事業者に当該情報の保管等を委託する、または、保管等をする代わりに定期的に表示等を確認したり、成果報酬の支払額もしくは支払頻度の高いアフィリエイト等が作成する表示等の根拠となる情報の重点的な保管等を行う。

(viii) 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

- ・不当表示等が明らかになった場合、自ら、ASP またはアフィリエイト等を通じて、迅速に不当表示を削除・修正できる体制を構築する。
- ・アフィリエイト等が不当表示等を生じさせた場合、契約において取り決めた債務不履行の場合にとることとされている措置（成果報酬の支払停止、支払済み成果報酬の返還、提携契約の解除等）を迅速かつ確実に実行する。
- ・消費者等の外部からの相談や情報提供を日常的かつ確実に受け付けられる窓口を設置する。

(ix) 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

上記(i)～(viii)に加えて、アフィリエイトサイトの表示について、第三者の体験談や感想であるのか、事業者が対価を支払って作成を委ねた表示であるのかを、消費者が判断できない場合があることから、事業者とアフィリエイトとの関係性を理解できるような表示を行うよう、アフィリエイトに求めるなどの対応を行うことも求められています。望ましい文言、表示位置、大きさ、色等についても、以下のとおり具体的に記載されています。

・望ましい文言

「広告」のように、一般消費者が、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を認識しやすい文言を使用した上で、当該事業者の具体的な名称などを記載するなど、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についてさらなる明示をする。

・望ましい表示位置

一般消費者の視野に最初に入る画面内に表示し、他の表示の情報の埋もれないようにし、かつ商品または役務についての表示と近接させる。

・望ましい表示の大きさ

少なくとも、アフィリエイトサイトにおける表示に使用されている文字の平均的な大きさと同程度の大きさにするなど、一般消費者が認識しやすい大きさにする。

・望ましい色

背景等に使用されている色と明確に区別できる色にするなど、一般消費者が認識しやすい色にする。

・その他の望ましい対応

表示内容全体から、一般消費者がアフィリエイトプログラムを利用した事業者の広告であることを理解できる表示となっているかについて留意する。特に、スマートフォンの利用におけるウェブサイト、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）等の表示である場合には、画面全体の表示領域の制約等により、広告と広告以外の情報が明確に区別されにくい場合もあることから、一般消費者の理解を妨げないようにしていないかについて留意すること。

3. 本留意事項の改定のポイント

本留意事項においては、アフィリエイト広告について、広告主がその表示内容の決定に関与している場合（アフィリエイトに表示内容の決定を委ねている場合を含む）には、景表法上は、広告主が行った表示とされ、他方で、アフィリエイトはアフィリエイトプログラムの対象となる商品・サービスを自ら供給する者ではないため、景表法で定義される「表示」を行う者には該当せず、景表法上の問題は生じないと明記されました。

ただし、本指針と同様に、アフィリエイトが自らのアフィリエイトサイトに単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ウェブサイトの URL を添付するだけなど、当該事業者の商品・サービスの内容や取引条件についての詳細な表示を行わないようなアフィリエイトプログラムを利用した広告については、通常、不当表示等が発生することはないと考えられるものとされています。

また、こちらも本指針と同様に、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるものについては、通常、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはないと考えられるとし、広告主が表示内容の決定に関与しているか否かは、個別の取引実態に応じて判断されると記載されています。さらに、広告主との契約等においてアフィリエイトと位置付けられている事業者が、広告主と共同して商品または役務を一般消費者に供給していると認められる実態にある場合は、当該事業者についても景表法上の問題が生じる場合があるとされています。

これらの内容は、本指針においても明記されることになった内容ですが、これは、単にアフィリエイト広告の典型的な実態から、まずは広告主が「表示内容の決定に関与した事業者」として責任を負うべき表示主体であると述べたにとどまる本報告書から更に進んで、個別の取引実態によっては、景表法上、広告主が表示内容の決定に関与したとされない場合や、アフィリエイトと位置付けられている事業者についても景表法上の問題が生じる場合があることをより明確にしたものといえます。

4. 意見募集の結果の公示において参考となる重要なポイント

意見募集の結果の公示においては、本指針および本留意事項の改定案に対する意見と、それに対する消費者庁の考え方がまとめられています⁴。

とりわけ、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるものについては、通常、広告主が表示内容の決定に関与したとされることはないとの記載があることから、広告主が表示内容の決定に関与したかどうかの判断基準に関して意見が多く寄せられています。このような意見に対する消費者庁の回答は、個別事案についての解釈についての回答は困難で一般論にとどまるとの留保がありますが、例えば以下のものが消費者庁による今後の法解釈や運用の手がかりになるものとして参考になります（下線は筆者らによります）。

- ・「一般論としては、商品又は役務を供給する事業者が表示内容の決定に関与しない限り、一般消費者である購入者が事業者の供給する商品・サービスについて SNS 等に感想を記載する場合、当該購入者が記載した感想そのものが当該事業者の行う表示とされることはないと考えます。また、……広告主が表示内容の決定に関与したというのは、『他の事業者にその決定を委ねた事業者』も含まれると解されており、当該投稿について、仮に広告主からの具体的な指示がなかったとしても、広告主の表示となる場合もあると考えます。その上で、……アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなどアフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にある場合は、通常、広告主が当該広告の表示内容の決定に関与したとされることはないと考えます。⁵
- ・「一般論としては、景品表示法上の不当表示の成否においては、事業者の主観を問いませんので、……『自社

4 消費者庁「『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」、消費者庁「『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」

5 「『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」・3～4 頁等

製品の経験、感想の記載を委託している場合（アフィリエイトによる生配信等を含む）において、それらの記載が優良誤認等の不当表示に該当する場合、当該事業者が『契約関係にあったとしても、提供事業者がその内容を決定・支配することはむしろ自由な感想や表現を阻害するものであり、社会通念上妥当ではないとの観点から、原則として当該他の事業者による記載をそのまま掲載することにしてい』たとの判断をしていたとしても、当該事業者が不当表示を行ったとされることとなります。』⁶

- ・「広告主が『アフィリエイトやアフィリエイトプロバイダに表示内容を丸投げ』した場合は、……『アフィリエイトの表示であっても、広告主とアフィリエイトとの間で当該表示に係る情報のやり取りが一切行われていないなど、アフィリエイトプログラムを利用した広告主による広告とは認められない実態にあるもの』には該当しません。』⁷
- ・「一般論として、仮にアフィリエイトの表示が契約内容に違反したものであっても、また、提携解除後のアフィリエイトの表示であっても、個別の事実関係から、当該広告主が当該表示内容の決定に関与したとされる場合には、当該表示は、広告主の表示とされることとなります。そのような状況を未然に防止するためにも、本指針に記載のとおり、広告主がアフィリエイトに対して法令遵守の方針に違反した場合における、債務不履行を理由とする成果報酬の支払いの停止や契約解除等の具体例を不当表示の未然防止策として明確にしているところ。』⁸

5. 企業が採るべき対応

アフィリエイト広告の内容について広告主に景表法が適用されるかどうかは議論がありましたが、執行事例も複数現れており、かつ、本報告書、本指針の改正および本留意事項の改定によって、広告主に景表法が適用されるという前提で消費者庁による今後の法執行が行われることが明確になったものと考えられます。さらに本報告書においては悪質な広告主等に対する厳正な法執行の重要性が説かれていることからすると、今後、アフィリエイト広告に関する景表法等の執行・処分事例の増加が見込まれます。そして、改正・改定後の本指針および本留意事項において、消費者庁としてのアフィリエイト広告に関する考え方や必要と考えられる措置内容が具体的にまとめられています。そのため、アフィリエイトプログラムの利用にあたってアフィリエイトの表示内容について従前は十分な注意を払っていなかった広告主についても、本指針および本留意事項の内容をよく検討し、これらに沿った対応が求められるものと考えられます。

2022年7月15日

6 『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」・11～12頁

7 『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」・16頁、『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主な御意見及び当該御意見に対する考え方」・4頁

8 『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』の一部改正案に関する主な御意見及び当該御意見に対する考え方」・21頁等

[執筆者]

**森 大樹** (弁護士・パートナー)

oki_mori@noandt.com

訴訟・紛争解決業務に加えて、特に消費者関連法、国内外の個人情報・プライバシー関係の案件について豊富な経験を有する。主任パートナーとして担当した景表法関連の案件 (Consumer Affairs Agency of Japan's revocation of the administrative order for the first time) で、Benchmark Litigation Asia-Pacific Awards 2020 において Impact Case of the Year を受賞。

**カオ小池 ミンティ** (弁護士)

minhthi_caokoike@noandt.com

国内およびクロスボーダーの企業買収 (M&A) 取引・知的財産関連取引を中心に企業法務全般を取り扱い、テクノロジー・メディア・テレコム業界の案件にも幅広い経験を有する。

**小林 菜摘** (弁護士)

natsumi_kobayashi@noandt.com

訴訟・紛争解決業務に加えて、消費者関連法、労務、知的財産法関連のアドバイスなど、広く企業法務全般を取り扱う。

本ニュースレターは、各位のご参考のために一般的な情報を簡潔に提供することを目的としたものであり、当事務所の法的アドバイスを構成するものではありません。また見解に亘る部分は執筆者の個人的見解であり当事務所の見解ではありません。一般的な情報としての性質上、法令の条文や出典の引用を意図的に省略している場合があります。個別具体的事案に係る問題については、必ず弁護士にご相談ください。

長島・大野・常松 法律事務所

www.noandt.com

〒100-7036 東京都千代田区丸の内二丁目7番2号 J Pタワー

Tel: 03-6889-7000 (代表) Fax: 03-6889-8000 (代表) Email: info@noandt.com



長島・大野・常松法律事務所は、500名を超える弁護士が所属する日本有数の総合法律事務所であり、東京、ニューヨーク、シンガポール、バンコク、ホーチミン、ハノイ及び上海にオフィスを構えています。企業法務におけるあらゆる分野のリーガル・サービスをワンストップで提供し、国内案件及び国際案件の双方に豊富な経験と実績を有しています。

NO&T Client Alert 及びテクノロジー法ニュースレターの配信登録を希望される場合には、

<<https://www.noandt.com/newsletters/>>よりお申込みください。NO&T Client Alert に関するお問い合わせ等につきましては <client-alert@noandt.com>まで、テクノロジー法ニュースレターに関するお問い合わせ等につきましては <newsletter-technology@noandt.com>までご連絡ください。なお、配信先としてご登録いただきましたメールアドレスには、長島・大野・常松法律事務所からその他のご案内もお送りする場合がございますので予めご了承くださいませようお願いいたします。