

アスク通信

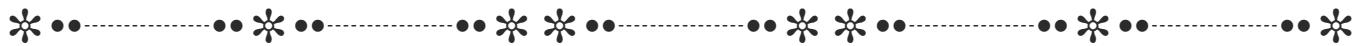
ニュースレター 第11号



熊本 阿蘇山の鳥のトピアリー

虎に翼を授ける？

本邦初の女性弁護士、後に裁判官となった三淵嘉子さんをモデルとしたNHKの朝ドラ「虎に翼」を毎朝楽しく見ています。ご覧になっている方も多くいらっしゃるのではないのでしょうか。「虎に翼」の本来の意味としては肯定的な表現ではないそうですが、類語でいえば「鬼に金棒」「弁慶になぎなた」のようなものだそう。より大きな翼、より強い金棒、より鋭いなぎなたにするために、弁護士としてどんなお手伝いができるだろうか。はて？と、そんなことを考えながら、翼を授けてくれる赤い雄牛のエナジードリンクを飲んで仕事をする私です。(弁護士 柴田 剛)



ステマ規制に気をつけよう

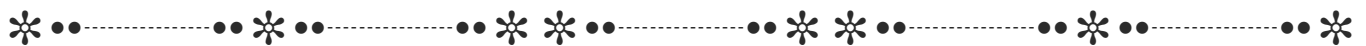


「この間行ったあの店、すごくよかったよ！今度行ってみて！」友人からこんなことを言われたら、「自分も行ってみようかな？」と思ってしまうよね？

SNSの発展により、これまでとは比較にならない規模のクチコミが利用されるようになり、企業の宣伝広告戦略も、SNSによるクチコミを無視しては語れなくなりました。

消費者庁は、令和5年10月1日から一部のステルスマーケティングを景品表示法違反とすることとしました。

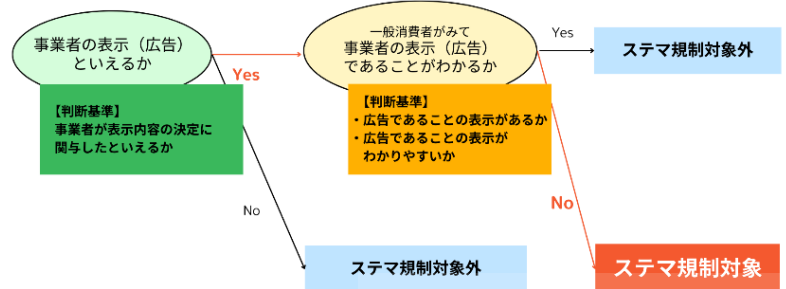
ステマ規制時代におけるセーフな広告、アウトな広告について解説します。



ステマ規制の対象になるかどうかは、右の図のようなフローに基づいて判断されます。

- 事業者の表示（広告）といえるか
 - ・自社の商品パッケージに表示する場合、自社SNSに自社商品を投稿する場合、インフルエンサーに商品の特徴などを伝えて、インフルエンサーがそれに沿った内容をSNS上や口コミサイト上にアップする場合など
- 一般消費者がみて事業者の表示（広告）であることがわかるか
 - ・広告であることが全く記載されていない場合、動画においてごく短い時間で事業者の表示（広告）であることを表示する場合など

【ステマ規制フローチャート】



〒210-0005 川崎市川崎区東田町5-3ホンマビル4階

弁護士法人 A S K 川崎

所属弁護士 伊藤諭／竹内克己／柴田剛／菊池帆花（神奈川県弁護士会所属）

事務局 3名 岡田／池田／林田

☎ 044-230-1725

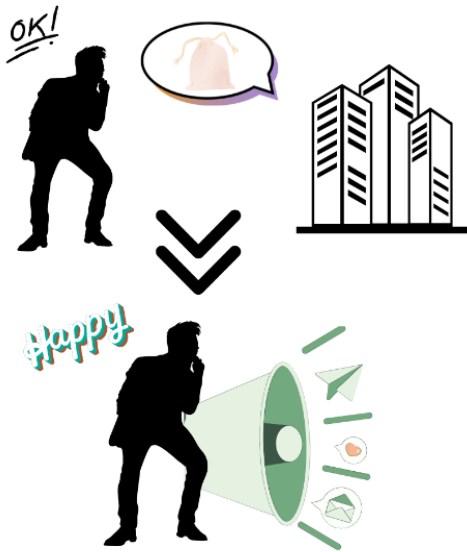
🌐 <https://ask-business-law.com/top/>



ステマにあたらな例

ステマ規制の判断における流れは、前ページの【ステマ規制フローチャート】でお示ししたとおりです。裏を返せば、「事業者の表示に当たらないもの」、「事業者の表示に当たるがそのことが明瞭にわかるもの」であればステマ規制には当たりません。そうはいつても、「いったいどんな表示ならステマとは判断されずに済むの？」というところが、一番気になるところです。

...-...-*...-*...-*...-*...-*...*



たとえば

- 【事業者の表示に当たらないもの】
- ・第三者が、自分の意思でSNS等にアップする場合
 - ・事業者が、第三者（インフルエンサーなど）に無償で商品又は役務を提供してSNS等への投稿を依頼するものの、インフルエンサー等の第三者が自主的な意思に基づきレビューを投稿する場合
 - ・事業者が自社の商品のレビューを書いた購入者に対して、レビューの謝礼として割引クーポン等を配布するものの、購入者が自主的な意思に基づいて表示（投稿）内容を決定した場合
 - ・第三者が、SNS上のキャンペーンや懸賞に応募するために自主的な意思に基づき投稿を行う場合
 - ・事業者が第三者のクチコミなどを利用する場合であっても、良いクチコミだけを抽出せず変更を加えることなく、そのまま引用する場合
 - ・事業者が、試供品等の配布を行った結果、受け取った第三者が自主的な意思に基づきレビューを行う場合
- などは、ステマ規制に当たらないと考えられています。

...-...-*...-*...-*...-*...-*...*

また、事業者の表示に当たったとしても、一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭にわかるものであれば、ステマ規制の対象にはなりません。

たとえば

- 【事業者の表示に当たるがそのことが明瞭にわかるもの】
- ・「広告」、「宣伝」、「プロモーション」、「PR」といったSNS等で広く一般に利用されている表示を行う場合（※ただし、上記の文言を使用したとしても、表示内容全体から事業者の表示であることが明瞭となっていると認められない場合もあります。）



...-...-*...-*...-*...-*...-*...*



- ・「A社から提供を受けて投稿している。」等のように文章による表示を行う場合
 - ・テレビCMのように広告と番組が切り離されている表示を行う場合
 - ・事業者の協力を得て制作される番組や映画等において、スポンサーの名称等をエンドロール等を通じて表示する場合
 - ・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行う場合
 - ・商品又は役務の紹介自体が目的である雑誌やその他の出版物における表示を行う場合
 - ・事業者自身のウェブサイトにおける表示（特定の商品又は役務を期間限定で特集するページも含む。）を行う場合
- などもステマ規制に当たらないと考えられています。

ステマ規制に気をつけるべきポイント

最後に事業者がステマ規制に対して気をつけるべきポイントを確認しておきましょう。

■お客様にレビューや投稿をお願いするときは誘導に気をつける。「キャッシュバック」「サービス」「値引き」「ポイントアップ」などの特典を付けることは要注意

お客様にGoogleマップなどのレビューをお願いすることは何の問題ありません。しかしながら、はっきりと「こう書いて下さい」というのは論外ですし、暗に、好意的なレビューになんらかの対価があることをほのめかしたり、お客様に「空気を読ませる」のは注意が必要です。

■従業員や家族が自社のPRをするときは立場を明らかにする

役員や従業員の家族のコメントは、事業者との関係で中立的なものとは言いがたく、原則として事業者の表示（広告）とみなされてしまいます。これらの人がコメントを書く際は、身分を隠したりせず、その立場を明らかにするようにしましょう。



宮崎市フェニックス動物園のハワイガン

■X (Twitter) 等では「#pr」「#広告」「#案件」など、事業者の表示（広告）であることをはっきりと見やすい字で記載する。ただしハッシュタグの付けすぎには注意。

役員や従業員の家族のコメントは、事業者との関係で中立的なものとは言いがたく、事業者の表示（広告）と原則としてみなされてしまいます。これらの人がコメントを書く際は、身分を隠したりせず、その立場を明らかにするようにしましょう。

■Instagramではタイアップ投稿を活用する。

InstagramやThreadsでは、ハッシュタグによるPR表示は推奨されておらず、**タイアップ投稿**を活用します。

■その他のSNS等を利用するときも注意する。

TikTokでは**ブランドコンテンツ機能**を使うこと、また、YouTubeでは**プロモーション表示**を埋め込むことが推奨されています。一方で、Googleマップに投稿するコンテンツでは、そもそも割引や、無料の商品、サービスと引き換えに促したコンテンツ自体が「虚偽のエンゲージメント」として禁止されています。いわゆるステマ規制に当たらなくても、Googleの規約にかかってしまう可能性があります。



宮崎 綾の照葉大吊橋から見える自然

行政処分も始まっています

令和6年6月6日には、ステマ規制が始まって以来初の行政処分（措置命令）も出されており、もはやすべての事業者にとってステマ規制は他人事ではありません。「このプロモーションは大丈夫？」「お客様にクチコミを促したいけどステマ規制が不安…」こんなお悩みがある場合にはぜひご相談ください。

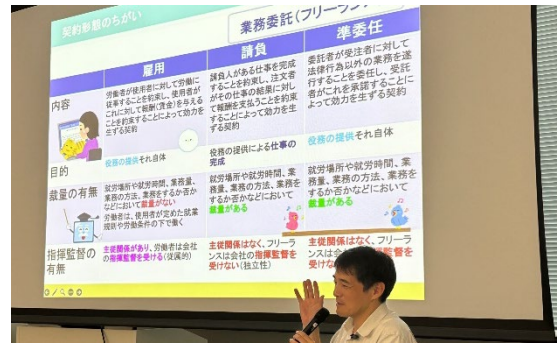
（弁護士 伊藤 諭）

「フリーランス活用術」セミナーを開催しました

令和6年7月12日に企業向けセミナーを開催いたしました。今回のテーマは「人手不足時代のフリーランス活用術」について。当事務所パートナー弁護士の竹内克己が講師を務めました。

いわゆるフリーランス新法（フリーランス保護法）の施行が本年11月に迫っています。フリーランスの働き方について改めて見つめ直しながら、偽装フリーランスとならないための注意点やフリーランスとの関わり方について解説いたしました。

残念ながら当日ご参加いただけなかった方のために、当日お話しした中からセミナーの内容を少しだけ、



当日の一コマ

フリーランスとの付き合いでの要注意

まずは✓ 当てはまるものありますか？

- 納品物の受取を拒否したことがある。
- 報酬を払うとき、手数料などを差し引いて支払ったことがある。
- 一度受け取った物を返品したことがある。
- コストの値上がりを考慮せず、協議もせず今までどおりの金額で発注したことがある
- 業務とは直接関係ない商品を購入してもらったことがある。
- 仕事としてお願いしていないことを無償でやってもらったことがある。
- 納品後に追加費用なしでやり直してもらったことがある。

※ 公正取引委員会のホームページより

心当たりありませんか？（スライドより）

左の質問、心当たりありませんか？（ギクっ💧）
個人でお仕事をされているフリーランスの方々は、クライアントの要望にできる限り寄り添おうとします。全部自分で決められるからこそ、多少無理な要望であっても聞いてくれると聞いてしまうことがあるのです。依頼主から仕事が切られてしまうことへの怖さも大きく影響します。しかし、そんな取引関係はフリーランスの犠牲のもとに成り立っていること。

クライアント企業側がフリーランスに対して無理を押しつけることなく、フリーランスとWin-Winの関係を構築し、共に発展することこそ、フリーランス保護法が目指すところではないでしょうか。当事務所では、今後も企業向けセミナーを開催して参ります（次回は11月に開催予定）。また、従業員の方向けの出張セミナーも実施しておりますのでご興味がおありでしたらぜひお問い合わせください！

（弁護士 菊池 帆花）

＊.....＊＊.....＊



編集後記



＊.....＊＊.....＊

私は和菓子が大好きで、どこかに出かけた際には、出先にある和菓子屋を調べて購入しています。食べたことがない和菓子を食べることは至福のひとつです。特にその中でも「薯蕷饅頭」（じょうよまんじゅう）が大好きです。薯蕷饅頭は大和芋、山芋、つくね芋などを饅頭の皮に用いた蒸し菓子で、紅白饅頭として食べたことがある方が多いと思います。この薯蕷饅頭、調べたところデパートの和菓子屋さんよりも町の和菓子屋さんの方が店頭で販売しているところが多いようです。自分が住んでいる地域を走っている路線で和菓子屋を調べ、休日に薯蕷饅頭の購入を始めました。大好きな薯蕷饅頭を求め和菓子屋へ出向くことは最高です。子供の頃にたまたま食べていた母の実家がある、町の和菓子さんの薯蕷饅頭の味を忘れることができず、その和菓子さんはなくなってしまいましたが、その味に負けず劣らぬ薯蕷饅頭を求め、和菓子屋めぐりを楽しみたいと思います。

（事務員 林田）



池袋・サンシャイン水族館のキッシンググラミー

【発行責任者】 〒210-0005 川崎市川崎区東田町5-3ホンマビル4階
弁護士法人ASK 代表社員 弁護士 伊藤諭（神奈川県弁護士会）

* ニュースレターの送付をご希望されない方はお手数ですがご一報いただけますようお願い致します。

☎ 044-230-1725

✉ info@asklpc.com

