年　　組　名前：

# ステマ広告 法規制へ

## 消費者庁 不当表示に追加

インターネットや交流サイト（SNS）上で、広告であることを明示せず普通の口コミであるかのように装って商品などを宣伝する「ステルスマーケティング（ステマ）」について、政府が規制に乗り出すことが25日、分かった。消費者庁の有識者検討会が近く取りまとめる報告書を受け、同庁は景品表示法で禁止する「不当な表示」に含める方向で調整を進める見通しだ。

ステマはSNS上で影響力を持つ「インフルエンサー」や著名人などが、実際は企業や店舗などから依頼があったにもかかわらず、個人の感想であるかのように装い商品などを宣伝する手法。消費者は広告と分かれば「ある程度誇張されているだろう」と警戒するが、ステマはそれを薄める効果があり、正常な商品選択を妨害すると問題視されている。

景表法では、宣伝内容が実際のものよりも良いと思わせる「優良誤認」などの不当な表示があれば規制対象となるものの、ステマを直接取り締まる規定はなかった。海外では既に規制が進んでいる上、業界団体の自主規制では対応に限界があり、法整備が求められていた。

消費者庁は9月に検討会を設置し、急ピッチで議論。11月に示された報告書案では、ステマは「消費者に誤認を与え、自主的かつ合理的な選択を阻害する恐れがある行為」だとし、景表法が禁止する不当な表示の類型に「消費者が事業者の表示だと判別することが困難だと認められるもの」との項目を加えるのが妥当だと盛り込んだ。

（2022 年 12 月 26 日付
山梨日日新聞 1 面）

**問1**
ステマ広告とは、どのような広告のことでしょうか。

**問2** 消費者庁は、景表法（景品表示法）が禁止する不当な表示の類型に、どのような項目を追加することが、妥当と話していますか。

**問3** ステマ広告に惑わされないためには、あなたは、どのような注意が必要だと思いますか。

教育目的以外の無断転載 複製および頒布は禁止します
Copyright © 2022 山梨日日新聞社 THE YAMANASHI NICHINICHI SHIMBUN.