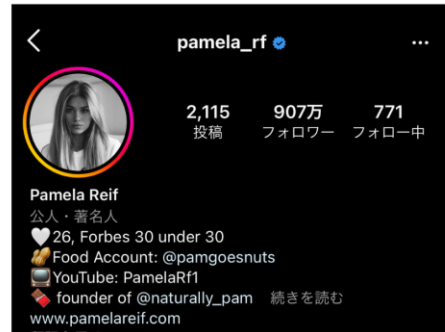


消費者庁の課題感（2）

OECD加盟国で、ステマ規制がないのは日本のみ



パメラ・ライフ、ステマ広告で敗訴

報道内容

訴えられたのは、Instagramのフォロワー900万人を誇る、ドイツ人インフルエンサー、パメラ・ライフ。本件では、彼女の投稿が、ステマとして消費者団体に訴えられ、カールスルーエ高等法院は、これを支持する判決を出しました。この判決では、モデルの投稿について、メーカーが出演料を支払っていない場合でも、広告と表示しなければならないとしています。

パメラの代理人（弁護士）の主張

- 当該投稿は、タップタグ（メーカーサイトへのリンク）はあるものの、対価を受け取っておらず、単なる個人的な意見の表明に過ぎない。
- したがってステマにはあたらない。
- 対価を得た投稿も、タップタグだけの投稿も、すべて広告扱いになってしまうと、何が彼女の本当の意見か？分からなくなる

verliert Prozess um Schleichwerbung

Muss eine Influencerin ihre Beiträge auf Instagram auch dann als Werbung kennzeichnen, wenn sie dafür kein Geld erhält? Ja, sagt das Oberlandesgericht Karlsruhe. Alles andere wäre Schleichwerbung. Ein Urteil, das die Karlsruher Influencerin Pamela Reif nicht hinnehmen will.



出典：Badische Neueste Nachrichten

ステマの定義

宣伝と気づかれないようにされる宣伝行為

消費者庁の課題感（1）

表示内容に優良誤認・有利誤認がない場合は、現在の景品表示法で、ステマ規制ができない

消費者庁の課題感（2）

OECD加盟国で、ステマ規制がないのは日本のみ

消費者庁の課題感（3）

ステマによる消費者の被害状況の把握が極めて困難

The screenshot shows the website for Yakujihou (薬事法ドットコム). The main heading is '消費者庁調査に依据' (Based on Consumer Agency Survey). Below it, a sub-heading reads '間違いだらけのステマ規制対策！何が規制され、どう対応すべきかを具体的にレクチャーします' (Steama regulation countermeasures full of mistakes! We will specifically lecture on what is regulated and how to respond). The event is a '有料Zoomセミナー' (Paid Zoom Seminar) on '2023年3月10日(金) 13:30~16:30 (休憩あり)' (Friday, March 10, 2023, 13:30-16:30, with a break). A '概要' (Summary) section lists five points: 1. This year, steama regulations will begin. 2. The scope is broad, covering not only content but also comments and reviews (e.g., on YouTube). 3. Victims include individuals and companies, with media (web, TV, etc.) and influencers also affected. 4. Regulations are strict, with penalties for non-compliance. 5. YOC (Yakujihou) is a professional organization for steama regulations.

日本でもステマ規制目前！
3/10に緊急セミナー開催

<https://www.yakujihou.com/seminar/s20230310/>