

悪質性の高いインターネット広告への対応策強化について

化粧品やいわゆる健康食品等のインターネット広告で、効能・効果を期待させるような広告表現によって消費者を誘い、リンク先のページで不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）や医薬品医療機器等法（薬機法）等の関係法令で禁止されている虚偽・誇大表示に該当するおそれのある広告表現を多用し、商品販売サイトに不当に誘引しているものが後を絶ちません。そのなかには、芸能人の写真や名前を無断で使用したり、テレビ番組や雑誌の記事の画像などを無断で転載したり、それらを都合よく加工してあたかも商品を勧めているかのような表現を用いて宣伝するなど、ねつ造した内容で消費者をだますような悪質なものが存在しています。

インターネットメディアのユーザー・消費者がそのような広告宣伝に誘引されて商品を購入したり使用したりした場合に、標ぼうされているような効果がないばかりか、安全でない製品であるおそれもあり、また、返品や解約ができないケースもあるなど、契約トラブルや健康被害等のさまざまな消費者トラブルが生じかねません。

こうしたインターネット上の違法・不当な広告表示に対して、日本インタラクティブ広告協会（JIAA）は、「インターネット広告倫理綱領及び広告掲載基準ガイドライン」のもと、会員社による不適切な広告の改善要求や掲載停止、アカウント停止、契約解除等、各社の規定に沿った措置を講じるなど、かねてより自主的な取り組みを行ってまいりました。

しかしながら、一部では巧妙な手口で審査やパトロールを潜り抜け、違法性のある広告・表示を繰り返している製造・販売業者や広告仲介事業者も存在しております。

そこで、JIAA は、正当なインターネット広告ビジネスを行うメディアや広告配信プラットフォーム上から違法・不当広告を排除するため、広告適正化に向けた関係者による協議の場「インターネット広告適正化合同会議（仮称）」を設け、悪質な手口や事例等の情報をもとに公益社団法人日本広告審査機構（JARO）等、関係団体と不適切な広告情報を確認し、実効的な対応策を検討、実行していくことといたしました。

そのうえで、度重なる法令違反行為に対しては、迅速かつ適切な執行がなされるよう、行政機関と連携してまいります。

令和元年（2019年）7月24日
一般社団法人日本インタラクティブ広告協会