

ステマ規制

岩見沢事務所長 弁護士
小野田 充宏



本当は事業者の「広告・宣伝」なのに、それを隠して、事業者自らが一般消費者になりすましてSNS等で自己の商品・サービスの宣伝をしたり、有名芸能人等に依頼して、その芸能人が自発的にやっているように見せかけてSNS等で商品・サービスを紹介してもらうなどといったことがあります。このような広告等を「ステルス・マーケティング」(略してステマ)といいます。

消費者は、事業者の広告・宣伝であるとわかっているならば、そこにはある程度の誇張が含まれているかもしれない、と考えるのが普通でしょう。しかし、ステマを見た消費者は、その内容は第三者の感想だから誇張など含まれていないだろうと受け止め、誤った選択をしてしまうことが生じ得ます。

そのため、令和5年10月1日以降、事業者が表示の主体を偽って第三者の表示であるかのように装う行為も「景品表示法」という法律の規制対象とされ、違反した場合には刑罰等の制裁が課されることになりました。

規制対象となるのは、①事業者が自己の供給する商

品等の取引について行う表示であって、②一般消費者が①に該当する表示であることを判別することが困難であるような表示です。

冒頭で挙げた例は典型的なステマで、景品表示法違反とされることになりましたが、規制対象となるのかどうか微妙な問題も多々あります。例えば、「これは広告です」と書いてはあるものの、同時に利用者風の人に感想を語らせて「これはお客様の個人的な感想です」などと書いている場合があります。これでは消費者の目から見て事業者の広告なのか第三者の客観的意見なのか区別が付きにくく、消費者が誤解する可能性がある以上はステマ規制に引っかかると思われる可能性があります。

SNSの活用等は有効なツールですが、きわどい広告を行った結果、制裁を受けたとすれば元も子もありませんので、ご心配な場合は是非弁護士にご相談ください。

指定介護老人施設の 運営基準が改正されました

滝川事務所長 弁護士
村田 雅彦



介護保険法88条に基づく、「指定介護老人福祉施設の人員、設備及び運営に関する基準」が令和6年4月1日から改正施行されました。これにより、指定介護老人福祉施設は、施行日から3年以内に協力医療機関を定めることが義務づけられています。

今回の改正の趣旨は、介護保険施設内で対応可能な医療の範囲を超えた場合に、協力医療機関との連携の下で、より適切な対応を行う体制を確保する目的で、在宅医療を担う医療機関や在宅医療を支援する地域の医療機関等と、実効性のある連携体制を構築することにあります。

具体的には、以下の3つの要件を満たす医療機関との連携が必要とされています。

- ①入所者の病状が急変した場合等において、医師又は看護職員が相談対応を行う体制を常時確保していること。
- ②診療の求めがあった場合に、診療を行う体制を常時

確保していること。

③施設入所者の病状の急変が生じた場合等には、当該施設の医師又は協力医療機関その他の医療機関の医師が診療を行い、入院を要すると認められた入所者の入院を原則として受け入れる体制を確保していること。

なお、1つの医療機関が3つの要件のすべてを満たしている必要はなく、複数の医療機関との連携により3つの要件を満たせばよいとされています。

対象となる施設には、早期の対応が求められますので、対応のためのご相談などはお気軽にお寄せください。

