

— 特集 —

景品表示法をめぐる近時の重要論点

# ゲーム・eスポーツ分野における景品表示法の問題

— 措置命令・課徴金納付命令、指導の事例を踏まえた実務上の留意点

弁護士

前野孝太郎 Kotaro Maeno

## I はじめに

広告やキャンペーンを行う際、必ず検討すべき法律の1つが不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）であるが、ゲームにフォーカスした景品表示法の解説はまだまだ少ないように思われる。

そこで、本稿では、景品表示法の基本的な点の説明は、他の論稿に譲って最小限にとどめ、ゲームに関する実際の措置命令・課徴金納付命令、指導例等を確認しつつ、紙幅の許す範囲で、ゲームに関する景品表示法上の留意点を検討していきたい。

なお、本稿では、スマホゲーム、コンシューマーゲームを含むいわゆるビデオゲーム全般を念頭に置くが、実際には、取引のタイミングが多い（フリーミアムモデルの）スマホゲームにおいて、景品表示法上の問題が生じることが多い。そのため、措置命令・課徴金納付命令、指導例等もスマホゲームのものが多い点はあらかじめご了承ください。

## II ゲームに関する景品表示法の罰則・ペナルティ

前述のとおり、基本的な点は最小限とするが、ペナルティについては、ゲームとの関係で簡単に触れておきたい。

景品表示法の表示規制・景品規制に違反すると、措置命令・課徴金納付命令（後者は優良誤認表示・有利誤認表示のみ）を受ける可能性がある。実務上は、命令自体の負担もさることながら、これらを受けた際に、消費者庁ウェブサイトにおいて企業名を含めた公表が行われる点も重要である。

特に、ゲーム（とりわけ「ガチャ」）の景品表示法違反には敏感なプレイヤーが多く、ゲーム系メディアを中心に広く報道もされやすい<sup>1</sup>。いわゆる炎上や不買運動等につながりやすい傾向もあるため、留意が必要となる。

また、措置命令・課徴金納付命令を受けなかった場合も、消費者庁の調査・指導により、準備中の企画や広告等を変更・中止せざるを得ない可能性がある点にも留意が必要であろう。現状、景品規制については、ほぼ措置命令が行われていないが<sup>2</sup>、景品規制についても軽視すべ

1 後述する令和3年6月29日付措置命令では、実質的な運営を行っていたのは別会社であったものの、大手ゲーム会社にも措置命令が出されたことから、各種メディアでも大手ゲーム会社の名称が報道され、「ゲーム 措置命令」の検索上位にはこの事例が表示される結果となった。

2 令和4年度において、消費者庁が行った措置命令は41件であり、その全てが表示事件である（消費者庁「令和4年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組」2023年6月1日）。