

法律Q&A

ご理解のと

おり、会員がSNSを利用

して、リクルート活動を行う場合、特商法の「広告」規制により、①広告をする統括者（会社）の社名、本店所在地、電話番号②商品名③商品（または役務）の種類④特定負担の説明（入会のため、どのような金銭負担がいくら必要か）⑤特定利益の計算方法——の記載が必要となります。

会社自身の広告ではなく、会員個人がリクルート目的で使用する広告の場合、**⑥会員（勧誘者）の氏名（戸**

ネットワークビジネス（NB）会社を
経営しています。当社では営業推進のた
め、会員によるSNS利用を積極的に進

めていますが、法律を守って行いたいと思っています。先日、千原先生のセミナーを受講しましたが、ポイントとしては、ステマ規制に加えて、特商法による規制（アポ取りの場合の事前告知義務、広告に該当する場合の特商法の表記）だと理解しました。以下のケースは、「会員個人の広告」として特商法表記が必要でしょうか。

(1) 会員が特定の相手方に対してSNSでビジネスの説明をする。(2) 会社が作成した広告を会員がリポストする。(3) 会社の作成した広告に会員が「いいね!」をする。(4) 会員が「いいね!」して、会員個人のタイムラインに「いいね!」をした投稿が表示される。

(NB 会社社長)

籍上のフルネーム) ⑦会員の住所⑧会員の電話番号——もよる表示は会員自身のSNSに記載する必要があり、「個人にも表示されると思いますの

情報がとろろす」ことが求めら
れまふ。で、リクルート広告に該当し、
会員個人の広告として、やは

ご質問の(1)ですが、特に①～⑧の特商法表記が必要個人に送る場合、一般的です。

(3) ですが、「いいね」のみで会員のSNSに投稿が表示されない場合、会員個人の広告には該当しないと思います（会社の広告には①～⑤

の記載が必要です。

(4)ですが、会員のS Nに広告の投稿が表示され、会員自身の広告として①～⑧の記載が必要です。

考え方としては、個人のS

NSに表示される場合は会員個人の広告に該当すると思われるべき①～⑧の記載が必要)でしよう。

貴社のように、SNSによる会員のリクルート広告を認める場合、会社がURL等の形で上記①～⑧を記載したフォームを用意して、それを付



1961年東京生まれ。85年司法試験合格。86年早稲田大学法学部卒業。88年に弁護士登録して、さくら共同法律事務所に入所し、94年より経営弁護士。第二東京弁護士会所属。

士会所属。現在、約170社（うちネットワークビジネス企業約90社）の企業・団体の顧問弁護士を務める。会社法などの一般的な法分野に加え、特定商取引法・割賦販売法・景品等表示法・知的財産法を専門分野とし、業界団体である全国直販流通協会の顧問を務める。著書に「Q&A連鎖販売取引の法律実務」（中央経済社）などがある。

けた上で、発信を認めるのが適切だと思います。

⑥⑧は、会員ごとに異なります。そのため、会社でテンプレートを用意して、⑥⑧も記載した、会員独自ペー

テクニカルな部分は各社で
スムーズに導入できる方法を
ご検討ください。

なお、「特商法表示」を行う場合は、広告性は明らかで、ステマ対策（「広告」「PR」の表示）は基本的には必要ないと思います。もちろん表示をすれば、さらに良いと思います。