

START GUIDE

アフィリエイト関連法律 スタートガイド

発信で「気をつけたいこと」のやさしい入門

完全初心者向け



はじめに

この資料について

1

アフィリエイトを始める前に確認

「発信するときに気をつけたいこと」をまとめたガイドです。

2

むずかしく考えなくて大丈夫

こまかい条文よりも、「これは気をつけたいな」という感覚がつかめればOKです。



気負わず、いっしょに確認していきましょう。

どうして気をつけるの？

安心して、長く続けるために

読者を迷わせないため

うそや大げさな紹介は、読者の判断をゆがめてしまいます。

自分を守るため

知らずにルールに触れると、あとで困ることがあります。

信頼につながる

正直な発信は、結果的にフォロワーの信頼を育てます。

発信に関わってくる、おもなルール

● **景品表示法** うそ・大げさ

● **ステマ規制** 広告だと分かるように

● **薬機法** 健康・美容の表現

● **健康増進法** 食品の効果表現

● **特定商取引法** 申込・販売の表示

● **著作権** 他人の作品

「実際よりよく見せる」表現に注意

商品やサービスを、実際よりも良く見せる表現には注意が必要です。

読者が「思っていたのと違う」と誤解してしまう表示は、景品表示法で問題になることがあります。

優良誤認

中身・効果を、実際よりずっと良く見せてしまうこと。

例) ふつうの効果なのに「必ず効く」

有利誤認

価格や条件を、実際よりずっとお得に見せてしまうこと。

例) いつもの値段を「今だけ特別価格」

ありがちな表現と、言い換えの方向

気をつけたい表現の例

× 「絶対に痩せる」「必ず儲かる」など断定

× 根拠のない「業界No.1」「最高」

× 普段の値段を「通常〇円 → 今だけ」

× 都合のいい一部だけを切り取った紹介

言い換えの方向（例）

○ 「〇〇な人に向いています」と可能性で伝える

○ 根拠・出典を示す、または使わない

○ 実際に売られている価格をもとに書く

○ 良い点も注意点も

「広告なのに分からない」はNG

2023年10月から、「広告なのに、広告だと分からない」表示はNGに。

これは「ステマ（ステルスマーケティング）規制」と呼ばれます。案件を紹介するときは、広告だと分かるように示しておくで安心です。

どうしてダメなの？

読者は「広告」と分かっているれば、多少の宣伝っぽさを差し引いて受け取れます。それが分からないと、判断をゆがめてしまうからです。

だから、こうすると安心

「これは広告（PR）です」など分かるように添える。

「広告だと分かる」ためのヒント

伝わりやすい工夫（例）

- 投稿・記事（媒体）の分かりやすい位置に置く
- 「広告」「PR」など、ひと目で分かる言葉を使う
- 文字の大きさ・色を、読める見た目にする

埋もれやすい・伝わりにくい例

- ✕ たくさんのタグの最後に「#PR」を紛れ込ませる
- ✕ 「タイアップ」「協力」など分かりにくい言葉だけ
- ✕ とても小さい字や、背景に溶ける薄い色
- ✕ 「もっと見る」を押さないと見えない場所

化粧品・健康食品などの効果表現に注意

ここは、とくに慎重にいきたいところ。

化粧品・医薬部外品・サプリ・健康食品などで「効く」「治る」のような効果を大げさに書くと、薬機法などのルールに触れることがあります。

対象になりやすいもの

化粧品・医薬部外品・医療機器・サプリ・健康食品 など、体や健康に関わる商品。

ポイント

「うそ・大げさ」はもちろん、暗にそう思わせる表現（暗示）にも注意が向けられます。

向き合い方

不安なときは断定を避け、言える範囲にとどめる。心配なら確認する、が安心です。

とくに気をつけたい表現の例

× ビフォーアフター写真で効果を見せる

効果を約束する印象になりやすい

× 「医師も推薦」「学会が認めた」

お墨付きの表現は誤解を招きやすい

× 「がん」「糖尿病」など病名を出す

病気が治ると思わせる表現は要注意

× 「最高」「日本一」など最大級

根拠がないと大げさとみなされやすい

× 「※個人の感想です」で効果を語る

注釈があってもNGになることがある



「効果を約束しない・断定しない」を意識すると、多くの場面で安全側に寄せられます。

サブリ・健康食品の落とし穴

サブリ・健康食品は「食品」。でも“医薬品みたいな効果”を書くとNGになります。

「食品だから大丈夫」と思って、つい効果を書いてしまうのがよくある落とし穴です。

気をつけたい例

× 「飲むだけで痩せる」「〇〇が治る」

× 「免疫力アップ」「デトックス」

× 「美肌になる成分」と体への作用を暗示

言える範囲の方向（例）

○ 「栄養補給」「健康維持」など食品の範囲

○ 成分が「入っている」事実を効果と切り離す

○ 効果に触れず、使う楽しさなどを伝える

テーマ別 気をつけたいこと早見表

テーマ	こんな場面で気をつけたい
うそ・大げさ	効果や価格を、実際より良く見せてしまいそうなとき
広告だと分かるように	案件を紹介する投稿・記事すべて
健康・美容の表現	化粧品・サプリ・健康食品などを紹介するとき
申込・販売の表示	販売ページへ誘導するとき（会社情報・返品条件など）
他人の作品	写真・文章・音楽などを使うとき

ぜんぶ覚えなくてOK。「あ、この場面かも」と思い出せば十分です。



迷ったときの、向き合い方

1 まず、立ち止まる

「これ大丈夫かな？」と思ったら、その感覚を大切に。いったん手を止めてみましょう。

2 一次情報を見る

消費者庁・厚生労働省など、公式の情報を確認してみる。孫引きより確かです。

3 規約・禁止事項を見る

案件やASPのルール・禁止事項を確認。案件ごとに決まりが違うこともあります。

4 不安なら相談する

判断に迷うときは、ASPの窓口や専門家に相談するのも一つの方法です。



どう対応するかは、最終的にはあなた自身の判断。この4つは、その助けになるヒントです。

まとめ

どの案件でも意識したい 基本チェック



事実にもとづいて書いた（うそ・大げさになっていない）



「広告・PR」だと分かるように示した



効果を約束・断定していない（とくに健康・美容）



根拠のない「絶対」「必ず」「No.1」を使っていない



紹介先の情報・規約・禁止事項を確認した



まずはこの2つから：
うそ・大げさNG／広告と分かるように

コアラASPで気をつけたいこと

1

友だち追加型でも、基本は同じ

購入がなくても成果になる案件でも、大げさ・うその紹介はNG。



2

「広告だと分かるように」は忘れずに

LINEの友だち追加をすすめる投稿でも、広告（PR）だと分かるようにしておくとう安心です。



むずかしく考えず、誠実に
発信しましょう。

3

案件ごとの禁止事項・規約を確認

案件によって、使ってはいけない表現や条件が決まっています。始める前に
チェックを。

よくある疑問



PR表記って、必ず要るの？

A 広告として紹介するなら、分かるように示しておくのが安心です。ASPの規約でも求められることが多いです。



「効果には個人差があります」と書けば大丈夫？

A 注釈があっても、大げさな効果表現はNGになることがあります。とくに健康・美容は慎重に。



むずかしくて、全部は覚えられない...

A まずは「うそ・大げさを書かない」「広告と分かるように」の2つから。迷ったら確認、で大丈夫です。

他人の「作品」にも気をつけたい（著作権）

写真・イラスト・文章・音楽などには、作った人の権利（著作権）があります。

よかれと思って使った素材が、無断使用になってしまっていることがあります。

無断で使わない

ネットで見つけた画像・文章をそのままコピーして使わない。

公式素材は規約の範囲で

公式の画像やバナーも、使ってよい範囲が決まっていることがあります。

迷ったら、自分で用意

自分で撮る・書く、または使用OKの素材を選ぶと安心です。

この資料に出てきたことば

景品表示法

うそ・大げさな表示を防ぐルール

ステマ規制

広告だと分かるようにする決まり

優良誤認

中身を実際より良く見せる表示

PR表記

広告・PRだと分かるように示すこと

薬機法

医薬品・化粧品などの表現のルール

特定商取引法

通信販売などの表示に関するルール



もっとくわしい言葉は、別冊「用語集」でまとめて確認できます。

この資料を使うときの前提



一般的な情報です

本資料は初心者向けに、気をつけたい点をやさしくまとめたものです。個別の事案への助言ではありません。



最新の情報を確認してください

法律・ルール・各SNS・ASPの規約は変わります。実際の判断の前に、消費者庁・厚生労働省など公式の最新情報をご確認ください。



最終的な判断は、ご自身・専門家へ

気になる表現や対応に迷う場合は、ASPの窓口や弁護士など専門家にご相談ください。



KEEP IT HONEST

おつかれさまでした！

むずかしく身構えなくて大丈夫。

「正直に・分かりやすく」を心がければ、こわくありません。

迷ったら、立ち止まって確認 ✨



NEXT ▶ 「用語集」に続きます