

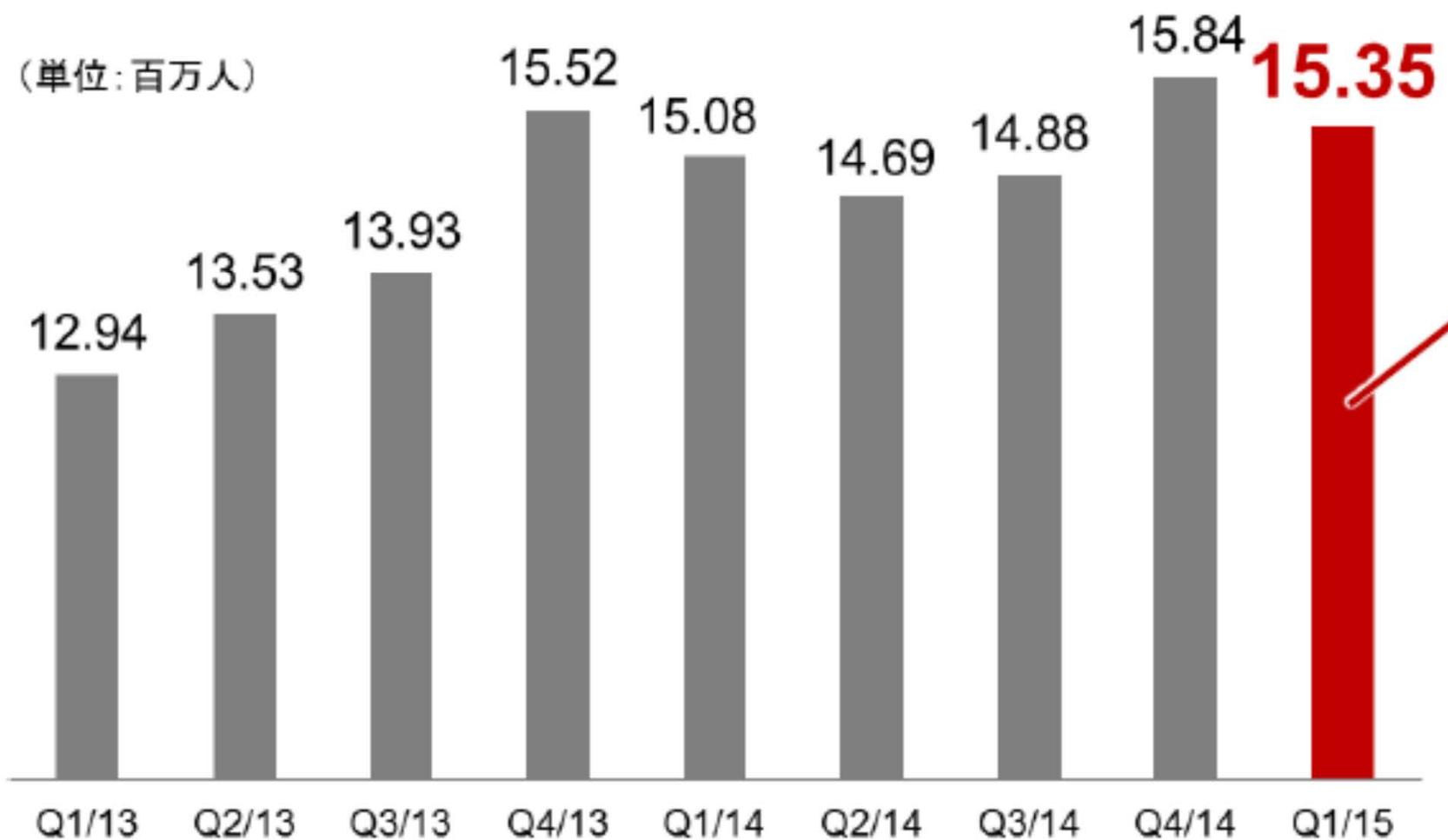
## 参考：楽天会員数

(単位:百万人)

	14年3月	14年12月	15年3月
楽天会員(累計)	91.93	97.75	99.77
楽天会員(ログイン*)	64.59	70.33	72.34

\* 会員登録後1回以上ログインをしたことのある会員(退会者除く)

## 参考：楽天市場 ユニーク購入者数\*



\* ユニーク購入者数：当該四半期の間に1回以上楽天市場で商品を購入したユーザをメールアドレスベースで名寄せした数

## 参考：楽天市場 出店店舗数

	13年3月	14年12月	15年3月
出店店舗数	41,145	41,442	41,568

# SNS等の広告媒体を利用したイベント告知について

2015/6/24

楽天株式会社 渉外室

<http://www.rakuten.co.jp/>

## SNSに限らず広告でのイベント告知は広く一般に行われる

- 運営する実店舗でのイベント(例:楽天カフェでのグッズプレゼント)
- 主催・共催しているイベント(例:スポーツの試合、ファッションショー)
- ECサイトによる百貨店や特設会場等での実売イベント
- 広告主からの依頼を受けて掲載する広告(例:結婚式場での無料試食会)

## イベントスペースにおいて物販や宣伝広告等が行われる例も一般的に存在

例:カフェで食品の物販、携帯電話の販売  
スポーツの試合の物販コーナー  
ファッションショーで服飾品の販売コーナー  
物産展で物産販売  
結婚式場の無料試食会で式場の宣伝  
コンサート会場でのCD販売 等

# 論点についての意見

- 特商法の規定のあり方の検討について
  - ✓ SNSその他の広告によるイベント告知やサービス告知を広く対象に含みうる規定には反対
  - ✓ SNS等でイベントの告知やサービスの告知を行うことは日常的に行われていることであり、イベント会場やサービスの提供現場で物販が行われている例も一般的に存在する
  - ✓ 消費者契約法専門調査会において「勧誘」の定義を変更し、これまで勧誘とは概念を異にしてきた「広告」までも「勧誘」に含めようとする意見があり、事業者として反対している
  - ✓ 勧誘概念の議論の結果によっては、当該論点に大きく影響する可能性がある。イベント会場で物販コーナーを設けたり、他のサービスの宣伝ポスターや物販コーナーのポスターが掲示されているだけで「勧誘」と見なされ、「ポスターの掲示」について予め伝えていなかったことによって書面交付義務等のアポイントメントセールスにおける義務が発生するというような非現実的な事態も招きかねない
  - ✓ 安易に拡大すべきでなく、従来のアポイントメントセールスやキャッチセールスに該当するようなものは何であるか、あるいは、一般的に広く行われている問題とならない事例に影響を与えず、問題となっている事例を的確に捉えるものは何か、問題の所在と要件を吟味すべきである
  - ✓ また、このように他の法令にも大きな影響を与えることから、消費者契約法専門調査会において勧誘概念についての議論を行うに際しては、実務実態の幅広い検証や問題の本質（何を勧誘と捉えるべきか）について十分な検討が必要である。それらがなされていない状態で勧誘に広告を含めるという安易な結論を出すべきでない

挙げられている相談事例は「アポイントメントセールス」と言えるのか？

＜事例②1ポツ目は以下と客観的に違いがないが以下事例は問題と言えないのでは＞

◆ 通りがかった時に見つけたバレエ教室。入口の教室案内に書かれていた5回で1万円の体験コースに興味があり、申込した。レッスンに行ってみると、レッスン後に物販の話になり、バレエ用品の購入を勧められた。教室を通じて購入するとお店で買うより1割安く買えるのと、体験レッスンが面白かったので、2000円のバレエシューズと3000円のレオタードを買った。家に帰ったらやっぱり要らないと思ったので返品してお金を返してもらいたい

＜事例②3ポツ目4ポツ目はSNSかどうかの問題の所在ではないのでは？ SNSと関係がない以下事例も問題になるのでは＞

◆ お見合いパーティーで知り合った女性から「一度絵を見に来て、見るだけでいいから」と言われ店舗に出かけた

◆ 知人の紹介で知り合った男性とのデート中に先物自動売買ソフトを勧誘された