

## WOM マーケティング協議会

### クチコミマーケティングに関するガイドラインを5年ぶりに改定

インフルエンサーマーケティングの広がりに対応し、適用範囲を明確化  
関係性の明示の際の便益の明示において、タグ表記にも対応  
目的に「情報発信者の社会的信頼失墜の防止」を追加し、消費者保護を強化  
<http://womj.jp/>

日本の WOM(クチコミ)マーケティングの発展を目指す WOM マーケティング協議会(所在地:東京都大田区 理事長:井上一郎 略称:WOMJ)は、この度5年ぶりに WOM マーケティングに関するガイドラインを改定いたしましたのでお知らせいたします。

#### ■インフルエンサーマーケティングの広がりに対応した、2012年以來2度目となる改定

WOM マーケティング協議会では、2010年3月に「WOM マーケティングに関するガイドライン」を策定、2012年12月に改定。業界内外に広く公表してまいりましたが、写真投稿型 SNS である Instagram の流行など、インフルエンサーマーケティングの急速な広がりに対応したさらなる改定の必要性を感じ、2017年4月よりガイドライン改定委員会を発足(委員長:駒沢大学グローバル・メディア・スタディーズ学部 山口浩教授)、ガイドラインの再改定に向けた議論を進めてまいりました。

#### ■ガイドラインの目的に「情報発信者の社会的信頼失墜の防止」を追加

今回の改定では、会員社である Webメディア、クチコミサイト運営会社、広告会社、PR 会社等から広く声を集め、健全なクチコミマーケティングの発展というガイドラインの理念を順守しつつ、実際に業務でクチコミマーケティングを扱う方々の利便性を向上し、同時に消費者の権益の保護を強化することを目指しました。そのため、本ガイドラインの目的として、これまでの「業界の健全な発展」、「情報受信者(情報を受信する消費者)の正しく情報を知る権利の尊重」に加え、「情報発信者(情報を発信する消費者)の社会的信頼失墜の防止」を追加しています。いわゆるインフルエンサー等の情報発信者もまた消費者であり、情報発信者自身はWOMJ会員ではないため、情報発信者の社会的信頼の失墜を防止することは、会員社が推進すべき事柄と考えたためです。

## ■関係性の明示の際、便益の明示においてはタグ表記にも対応

また、クチコミマーケティングを行う際の、関係性の明示、偽装行為の禁止という原則については変更せず、関係性の明示の際、マーケティングの主体とともに明示すべき便益(金銭・物品・サービスなどの提供)について、簡易なタグの使用を許容、より利便性の高い内容としました。変更について、詳しくは別添のガイドライン本文及び解説をご確認ください。

WOM マーケティング協議会では今後も健全なクチコミマーケティングの普及啓発に向け、さまざまな活動を推進してまいります。

---

## ◎関係性明示について

関係性明示の原則について、

- ① 主体の明示
- ② 便益の明示

の両方が明示される必要があることを明記しました。

「主体の明示」と「便益の明示」についてはこれまでのガイドラインでも必須要素としていましたが、いずれか一方だけでよしとする誤解もあったため、2つが必要なことを強調するため明記することとしました。

例えば「A社から謝礼をもらってソーシャルメディアに投稿している」場合、

- ・A社(主体)
- ・謝礼をもらっている(便益)

の両方を明示することが必要です。

## ◎便益タグについて

上記、便益の明示について、「(A社から)1万円の謝礼をいただいて投稿しています」のような便益の明示が理想的ではあるものの、より簡便かつ現実的に利用しやすいと考えられる、次の「便益タグ」のいずれかを明示することで、便益の明示と認めることとしました。

	便益の内容	
	金銭あり	物品・サービス などのみ
#Promotion, #プロモーション #Sponsored, #スポンサード #Supported, #サポーテッド #Ambassador, #アンバサダー #協賛 #提供 #タイアップ #PR ※「#PR」は、パブリックリレーションズと混同のおそれがあるため使用は推奨しませんが、現状のWOMマーケティングの実態に鑑み、暫定的に使用を許容します。	可	可
#物品提供 #サービス提供 #プレゼント企画 #プレゼントキャンペーン #モニター #モニター・プレゼント #献本	不可	可

なお、タグについては、「#Promotion」のよう なハッシュタグ表記ではなく、【Promotion】のように表記することも認めます。

## ◎便益タグ「#PR」使用における議論について

便益タグに関する議論において、複数の会員社より「#PR」はパブリックリレーションズと混同のおそれがあるとの指摘がありました。そのため使用は推奨しませんが、現状のWOMマーケティングの実態に鑑み、暫定的に使用を許容しています。

## WOM マーケティング協議会の概要

- 団体の名称: WOM マーケティング協議会  
(英語表記: The Word of Mouth Japan Marketing Association)
- 団体名称の略称: WOM Japan あるいは WOMJ
- 所在地: 東京都大田区矢口 2-28-11 ライフレビュー多摩川 204 号室 株式会社レ・ミゼラ内)
- 設立日: 2009 年 7 月 29 日
- 団体形態: 任意団体
- WOM マーケティング協議会のミッション: WOM マーケティング業界の健全なる育成と啓発

### ◆WOM マーケティングとは・・・

WOM とは、Word of Mouth の略語で、クチコミを意味します。

WOM マーケティングは、クチコミを活用したマーケティング手法のことを表します。

《本件に関する問い合わせ先》  
WOM マーケティング協議会 事務局  
E-mail: jimukyoku@womj.jp  
WEB: <http://womj.jp/>