

広告表示適正化への取り組み

-自主規制・チェック体制-

2018年（平成30年）11月15日



電気通信サービス向上推進協議会

広告表示自主基準WG主査
広告表示アドバイザー委員会委員長代理
花岡 隆春



本日の報告内容

はじめに
電気通信サービス向上推進協議会について

《 1 》広告表示適正化への取り組みの現状

1. 広告表示自主規制（自主基準）
2. 広告チェック体制

《 2 》さらなる広告表示適正に向け

1. 広告チェック後の運用のスピードアップ他
2. 自主基準のナレッジシェア
3. 広告表示適正化推進の課題



電気通信サービス向上推進協議会とは

■ 活動目的と主な活動内容：

ユーザーが安心して電気通信サービスを利用できる環境整備の推進

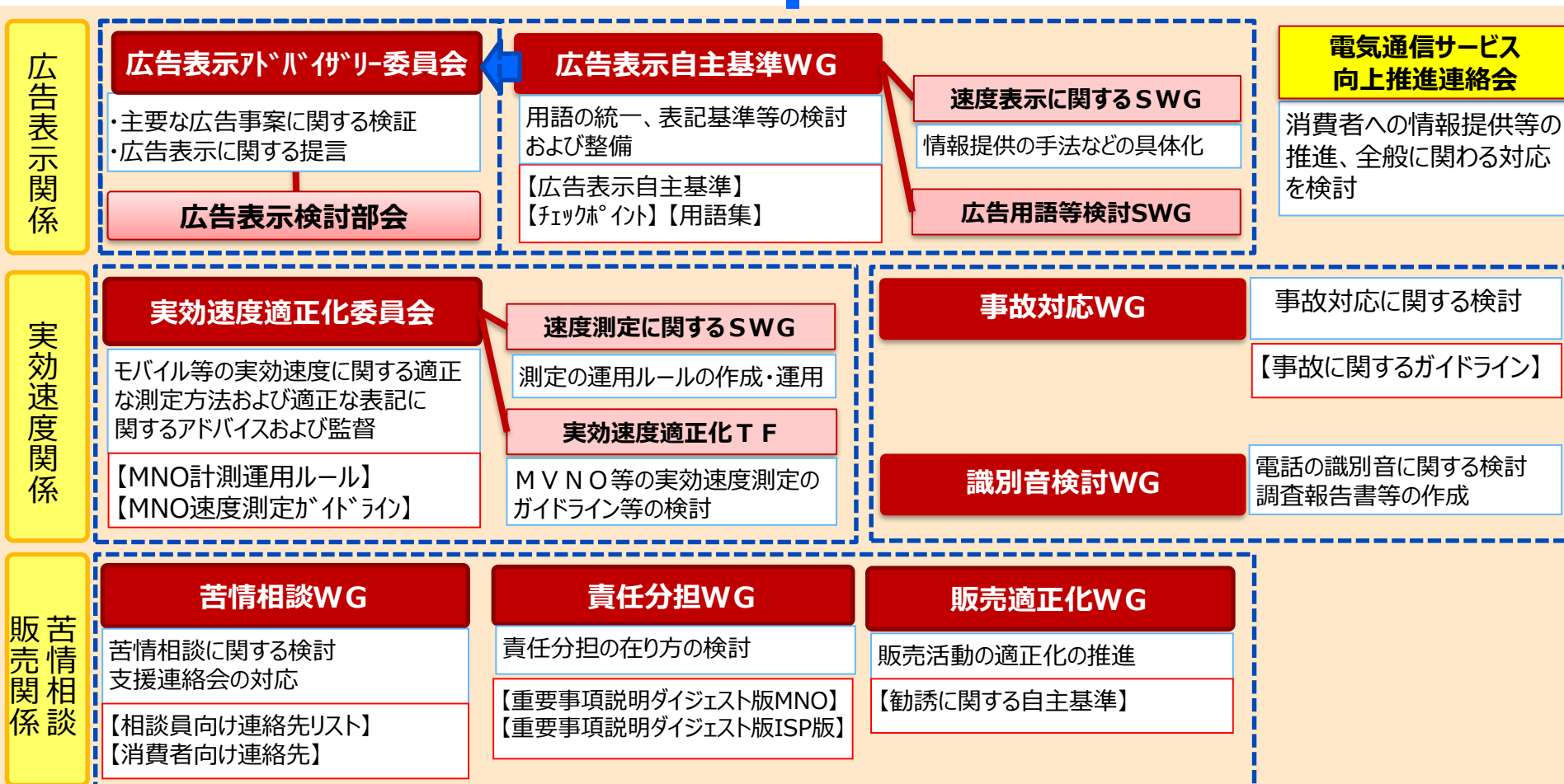
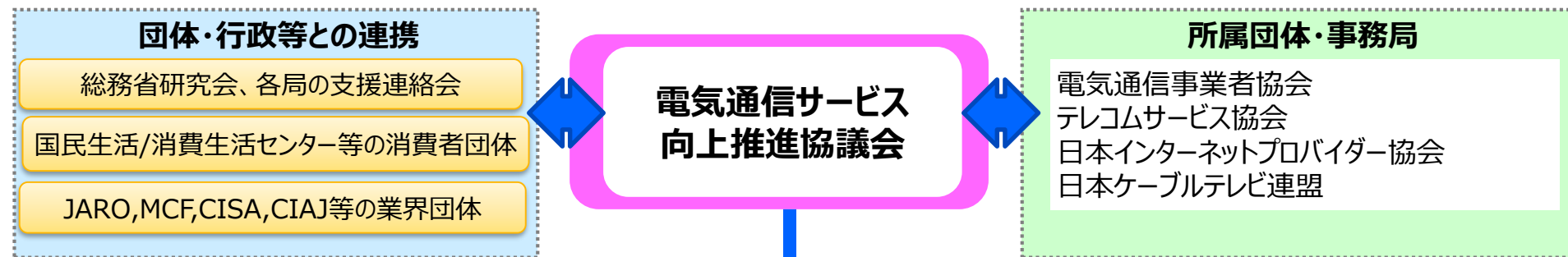
- (1) 利用者サービスの向上のための具体策の検討及びその円滑な実施
- (2) **電気通信サービスの広告表示に関する自主基準の策定および運用**
- (3) 勧誘に関する自主基準の策定および運用
- (4) 消費者からの苦情相談や不具合に関する対応策の検討および運用
- (5) その他電気通信サービスに関する対応

■ 構成：通信4団体

- 一般社団法人 電気通信事業者協会
 - 一般社団法人 テレコムサービス協会
 - 一般社団法人 日本インターネットプロバイダー協会
 - 一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟
- (オブザーバー 総務省 消費者行政1課 2課)



電気通信サービス向上推進協議会 組織





《1》 広告表示適正化への取り組みの現状体制





広告表示自主規制

- 電気通信サービスの広告表示に関する自主基準ガイドライン

主管：広告表示自主基準WG

広告表示チェック体制

- 広告表示検討部会
(有識者会議／四半期毎)
- 広告表示アドバイザリー委員会
(有識者会議／四半期毎)





1. 広告表示自主規制





電気通信サービスの広告表示に関する 自主基準及びガイドライン

初版：平成16年3月
第2版：平成18年2月
第3版：平成19年6月
第4版：平成21年1月
第5版：平成22年1月
第6版：平成22年4月
第7版：平成22年6月
第8版：平成24年4月
第9版：平成25年4月
第10版：平成26年7月
第11版：平成27年11月
第12版：平成30年1月

電気通信サービス向上推進協議会

- 2004年（平成16年）年
初版発行
- 全24条 60頁
（別表1～10・別冊用語集）
- 現在第12版





特長①

通信サービス特有の広告表示について実例を交え規定

- ➡料金プラン、割引サービス、通信エリア、通信速度、ベストエフォート、通信端末、契約（販売）代理店への指導、文字サイズ・記載位置、比較表示等

特長②

技術変革、行政指導・処分、問題となった広告表示など、
その時々での課題に沿った改定を実施

- ➡改定時の手順

WG原案策定 → 4団体事業者意見照会 → パブリックコメント → 報道発表





- 第2条 広告の定義 どのようなものが広告なのか
- 第4条 関連法規の順守、有利・優良誤認を行わない、適合性の原則に配慮
- 第5条 **分かりやすい表示 文字サイズ・色・濃さ 強調表示と打消し表示の相対的大きさ 注釈の近接表示**
- 第6条 虚偽・誇大等の表現や**利益のみの強調表示の禁止**、不利益事項の記載
- 第7条 比較表示における客観性、公正性（同時期同等との比較）、最上級表示の留意点
- 第8条 料金の安さを強調する際や割引などの表示の際の記載必要事項
- 第9条 無料・割引**キャンペーンの期間表示や実質恒常的キャンペーンの注意点**
- 第13条 ベストエフォート型サービスでの記載事項
- 第14条 環境による速度低下の表示 **実効速度記載上の規定**
- 第18条 **条件付き最安料金表示での留意点 割引適用条件の明示** 割引期間の明示
- 第19条 最速エリアなどの表示 山間部や屋内などで通信ができなくなる場合がある旨の表示
- 第20条 データ通信の帯域制御に関する記載事項
- 第22条 広告媒体特性（表示スペースが限られている）による注釈一部省略の際の留意事項
- 第23条 契約代理店（販売代理店・家電量販含む）による広告表示の適正化を事業者が指導する旨



2. 広告表示チェック体制





通信4団体加盟社の広告を**四半期毎に自主基準ガイドライン**に照らしチェック

【テレビ広告】・全国放送、もしくは、全国放送相当のテレビ広告
・関東・関西・中部のいずれかで放送されたテレビ広告

【新聞広告】・全国紙（朝日、読売、毎日、産経、日経）の全面広告相当

※テレビ広告は15社前後100本程度/回、新聞広告は5社前後10面程度/回

※必要に応じWEBその他媒体もチェック

広告表示検討部会（予備審査）

消費者団体、電気通信4団体、JARO

広告表示アドバイザー委員会（本審査）

有識者、弁護士、消費者団体代表、JARO

オブザーバー：総務省

事業者に対して、自主基準・ガイドラインに照らした4段階の検討結果を送付

協議会Webサイトで事業者名を伏せて公開

×問題があると指摘

△問題があるとまでは言えないが、表示（注釈含む）上の配慮等を指摘

○問題はないが、参考コメントを提示

◎問題はない



■ チェックの前提：自主基準ガイドラインに沿った広告表示かどうか

- ・広告全体としての分かりやすさ、文字の読みやすさ
- ・注釈類が適切に記載されているか（強調表示に対する打消し表示等）
- ・強調表示と打消し表示の文字サイズ比（自主基準では原則 7 : 1 以上）
- ・TVCMの場合、画面内の文字数や表示秒数が自主基準内か
- ・比較表示の場合公正な比較であるか
- ・最上級表示の場合引用した調査が記載されているか



テレビCM（実際の事業者への通知には広告名を明記）

**指摘事項：消費者にとって利益となる事実のみが強調されている。
（自主基準ガイドライン第6条）**

・ナレーションと画面上の表記（注釈）とが一致していない。

「使い放題」とナレーションでは言い切っていることに対し打消し表示では「放題」に対する利用条件が記載されている。

さらに当該サービスの金額（〇〇円）をナレーションでは言い切り型として訴求しているが表示では「〇〇円～）となっている。

ナレーションで訴求しているのは最安価格であり実際には利用に際し条件や上限があることが伝わりづらい。

特に、当該CMでは音声の印象が強く注釈文字数も多いことから注釈が読みづらい状態であり、ナレーションに引きずられて消費者へ誤認を与えかねない広告表示となっている。

なお、条件付き最安料金の広告表示においては利用者の誤認を招かないように一層の適正化の確保が求められている（総務省「消費者保護ルール実施状況のモニタリング」）ので留意されたい。





テレビCM（実際の事業者への通知には広告名を明記）

**指摘事項：表示された割引の適用を受けるために別途要する費用が記載されていない。
（自主基準ガイドライン第8条、第22条）**

・移動体通信と固定通信のセット割引プランの広告表示において、移動体通信料金のみを最安値を強調表示しているが、表示料金以外に固定通信料金が別途必要であることが分かりづらい。

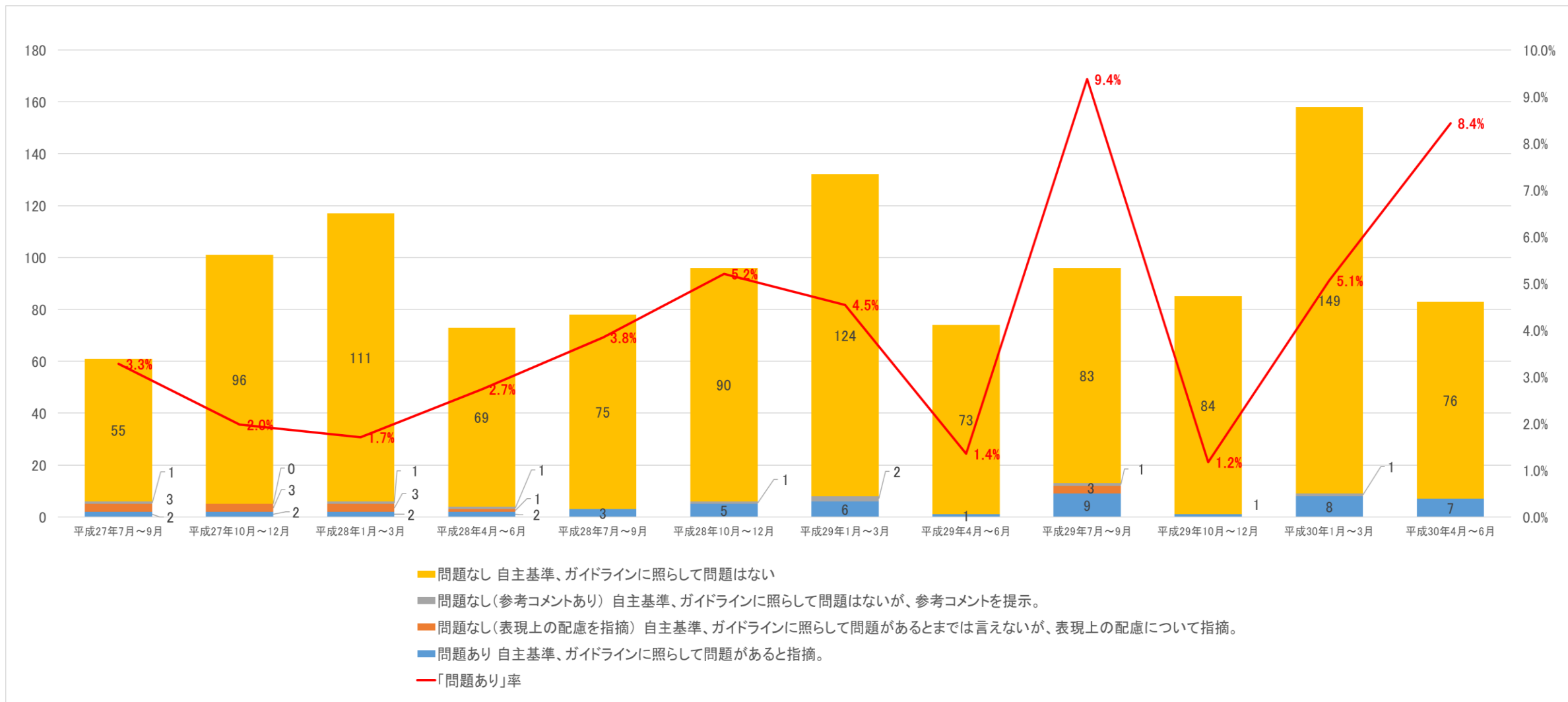
最安値として表示された料金（この場合は移動体通信料金）以外に利用者が別途負担する費用がある旨は省略せず明示すべきではないか（例：「別途固定通信料金が必要」など）。
（自主基準ガイドライン第8条、第22条）

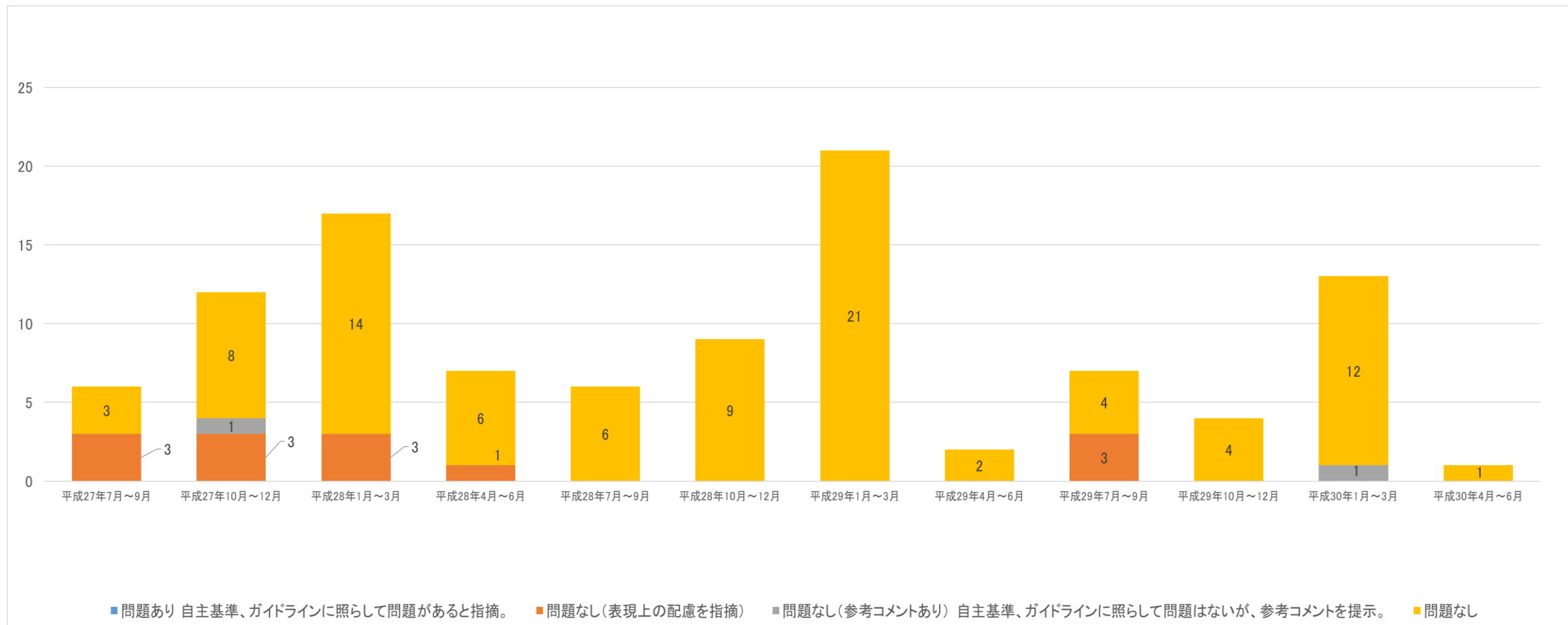
また、条件付き最安料金の広告表示においては利用者の誤認を招かないように一層の適正化の確保が求められている（総務省「消費者保護ルール実施状況のモニタリング」）ので留意されたい。





広告表示アドバイザー委員会 検討結果 グラフ【TVCM】







《2》さらなる広告表示適正化へ向けて





1. チェック後の運用スピードアップ他

- ✓ アドバイザリー委員会指摘事項の事業者へのフィードバック（通知）の迅速化
- ✓ 事業者への指摘内容の公開の迅速化（協議会Webサイト 企業名・サービス名伏せ）
- ✓ 指摘内容に沿った早期修正の協力を事業者へ要請
- ✓ 特に「条件付き最安料金（割引料金）表示」の適正化に留意

2. ナレッジシェアの実施を検討

- ✓ 広告表示自主基準ガイドラインの解説セミナーを企画
- ✓ 協議会HP公開情報の範囲で事業者への通知事例の解説等も想定





3. 広告表示適性化推進の課題

- ✓ 直近3年の通信事業者への措置命令（消費者庁）や行政指導（総務省）の対象は事業者のホームページ（Webサイト）に掲載された表示
 - ※ Web広告は近年広告費1兆円/年を超え、テレビに並ぶ有力媒体に成長
- ✓ アドバイザリー委員会でのチェック対象はテレビ・新聞広告全件（ローカル広告を除く）だが、Web媒体や店頭広告の全件チェックは情報量が膨大で困難
- ✓ テレビ・新聞広告のチェックは維持しつつ、それ以外の媒体でも広告表示上で発生している問題の把握が必要
- ✓ 把握した問題についての整理の仕方や事業者へのFB方法等の検討が必要



End Of File



電気通信サービス向上推進協議会