

広告表示適正化への取り組み 事業者の店頭広告事後チェックオーディット

2021年（令和3年）6月14日



電気通信サービス向上推進協議会

【報告者】

広告表示適正化WG（旧広告表示自主基準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

経緯

●2018年10月

総務省有識者会議（消費者保護ルールの検証に関するWG（第1回））

「事業者の店頭での広告表示に行き過ぎがあったり、条件付き最安値表示の際の条件記載が不十分なケースあり」
として事例紹介を含めた是正意見

●2018年11月

消費者庁

「携帯電話等の移動系通信の端末の販売に関する店頭広告表示についての景品表示法上の考え方等の公表について」

●**2018年12月 事業者による店頭広告表示上のルール化**

店舗独自の広告は原則禁止、実施する場合は通信業者による事前の内容確認を要す

●2019年6月

消費者庁

「携帯電話端末の店頭広告表示等の適正化について」

→電気通信サービス向上推進協議会が2019年度から事業者による店頭広告の事後チェックを開始（半期毎）

→事業者の事後チェックが適切に運用されているか、電気通信サービス向上推進協議会によるオーディットも合わせて開始（電気通信サービス向上推進協議会 広告表示アドバイザー委員会（委員長：平野晋教授）へ報告）



2020年度下期 事業者の店頭広告事後チェック状況



概括

- 4事業者6ブランドで合計約8000店舗（全ショップ）
※今期(2020年度下期) チェック分から楽天モバイル・UQモバイルの各キャリアショップも対象
- 違反2件の発見
事業者による「事前チェック」を経していないショップ独自広告が発見された
(確認シリアル番号の不記載から発覚)
※表示内容自体には問題がないことを確認済だが、運用違反につき即時撤去指示
- 「頭金」について
頭金についても各事業者とも店頭表示を確認しており、問題はなかった（改善されている）との報告
- 事業者による店頭広告事後チェック体制等については後述「参考資料」参照

携帯電話事業者による店頭広告に関する事後チェックの取組結果を報告します。

対象期間	2020年度下半期 (10月から3月まで)	
違反店舗数	2店舗 (うち重複発生店舗数 0店舗)	
違反事例	基準	件数
	① お客様の不安を煽るような表現はないか	0 件
	② お客様に誤認を与えるおそれのある表現となっていないか	0 件
	③ キャンペーン適用条件や記載内容等がお客様に分かりやすい表現になっているか	0 件
	④ 第三者が創作した著作物等を広告に利用する場合、権利者から許諾を得ているか	0 件
	⑤ お客様にとって、利益事項だけでなく、不利益事項も記載しているか (解約金の説明等)	0 件
	⑥ 比較表示をする場合は、表現についてルールを守っているか	0 件
	⑦ その他	2 件
特記	類型的な事例及び措置等については別紙のとおり	

※1店舗で複数事例が指摘されることがあるため、違反事例の件数の合計が違反店舗数と一致するとは限りません。

【別紙】

類型的な事例および措置については以下のとおり。

区分	件数	類型事例	措置
⑦その他	2件	社内クリエイティブチェックを受けないまま店頭へポスターを貼っていた。	指導の上、即時撤去した。

MNO店頭広告チェックの取組み時系列状況(TCA)

		2019年度上期	2019年度下期	2020年度上期	2020年度下期
対象期間		2019.4～2019.9	2019.10～2020.3	2020.4～2020.9	2020.10～2021.3
違反店舗数		41店舗/106件	26店舗/47件 (前期との重複 0店舗)	9店舗 /9件 (前期との重複 0店舗)	2店舗/2件 (前期との重複 0店舗)
違反件数・ 類型事例	② お客様に誤認を与えるおそれのある表現となっていないか	9件 ・適用条件の文字サイズ	8件 ・最新でない金額表示 ・POPとプライスカードの価格表示差 ・CMキャラクターの使い方	-	-
	③ キャンペーン適用条件や記載内容等がお客様に分かりやすい表現になっているか	31件 ・施策の期間外掲出 ・価格割引の内訳の記載漏れ	19件 ・指定フォーマット外での料金訴求 ・加入条件の記載無しでの訴求 ・期間終了後のキャンペーン情報の掲載	1件 ・施策終了後ポスター撤去漏れ	-
	④ 第三者が創作した著作物等を広告に利用する場合、権利者から許諾を得ているか	1件 ・他社機種の画像イラストの使用	-	-	-
	⑤ お客様にとって、利益事項だけでなく、不利益事項も記載しているか (解約金の説明等)	65件 ・必要な適用条件の記載漏れ ・適用条件及び注釈の不足	20件 ・指定フォーマット外での料金訴求 ・加入条件の記載無しでの訴求 ・期間終了後のキャンペーン情報の掲載 ・適用条件及び注釈の不足	-	-
	⑦ その他	-	-	8件 ・事前チェック漏れPOP掲出	2件 ・社内クリエイティブチェックを受けないまま店頭へポスターを貼っていた
総括 次期に向けて		<ul style="list-style-type: none"> ● 「適用条件の記載漏れ」や「注釈不足」等の違反事例が一定量確認された。 ● 各社の事例等を事業者間で共有・意見交換し、各社で対策を検討・実施・指定フォーマットの運用改善 (Ex.採番管理 等) ● 監査の充実 (Ex.実地監査の導入、社内通報窓口の設置等) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 上期に比べて、「適用条件記載漏れ」や「注釈不足」事例が減少し、全件でも減少。 ● 事業法改正の影響が大きいものとみられる。 ● 事例に基づき、注意喚起を図る。 ● 事前チェックの強化とともに、引き続き取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019年度に類型事例として多かった「提供条件記載漏れ」や「注釈不足」がほとんど見られなくなった。 ● 昨年度なかった事例(事前審査を受けていない広告)が発生したため全社で共有。 ● 引き続き、事前チェックの強化に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事前チェックを受けていない事例があった。(内容は法令等に違反するものではなく社内ルールに則っていないもの。) ● 引き続き、事前チェックの強化に取り組む。 <p>※ 今期から楽天モバイルショップ及びUQスポットを対象に追加。</p>

そのほかのTopics



総額表示（消費税込価格表示）

- 本年4月1日から「総額表示」が義務化。

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」
（平成25年法律第41号）による特例（一定要件下で税込価格の表示を要さない）の失効

- 税抜価格・税込価格併記も可であるが表示方法には注意が必要。（次頁参照）

参考：事業者が消費者に対して価格を表示する場合の価格表示に関する消費税法の考え方 財務省 2021年(令和3年) 1月7日 (抜粋)

例えば、次に掲げるような表示が「総額表示」に該当。
(税込価格11,000円消費税10%)

- 11,000円
- 11,000円(税込)
- 11,000円(税抜価格10,000円)
- 11,000円(うち消費税額等1,000円)
- 11,000円(税抜価格10,000円、消費税額等1,000円)
- 10,000円(税込11,000円)

税込価格と税抜価格を併記する場合の考え方

税込価格と併せて税抜価格を表示することは認められるが、この場合、税抜価格を「ことさら強調する」ことにより、消費者に誤認を与える表示となるときは、総額表示義務を満たしているとはいえない。

6 総額表示に係る 景品表示法の適用除外

消費税転嫁対策特別措置法では、税込価格と税抜価格が併記される場合において、税込価格が明瞭に表示されている場合には、価格について一般消費者に誤認を与えることにならないため、景品表示法第5条（不当表示）の規定の適用が除外される旨を確認的に規定しています。

▶ 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方と具体例

税込価格が明瞭に表示されているか否かについては、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤認されないよう表示されているか否かにより判断されます。

この判断に当たっては、基本的に、①税込価格表示の文字の大きさ、②文字間余白、行間余白、③背景の色との対照性の各要素が総合的に勘案されることとなります。

明瞭に表示されているといえる例

- ① 9,800円 (税込 10,780円)
- ② 9,800円 (税込 10,780円)
- ③ 9,800円 (税込 10,780円)

※消費税転嫁対策特別措置法失効後の総額表示として、上記のような、「9,800円 (税込 10,780円)」といった表示も、消費税額を含んだ価格が明瞭に表示されていれば認められます。

明瞭に表示されているとはいえない例

- ① 9,800円 (税込 10,780円)
- ② 9,800円 (税込 10,780円)
- ③ 9,800円 (税込 10,780円)



次スライドで
文字拡大

■ 税込価格が明瞭に表示されているか（文字での表示）

税込価格が明瞭に表示されているか否かについては、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤認されることがないように表示されているか否かにより判断されます。

この判断に当たっては、基本的に、①税込価格表示の文字の大きさ、②文字間余白、行間余白、③背景の色との対照性の各要素が総合的に勘案されることとなります。

■ 参考：消費者庁「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点（抜粋）」

音声等による表示の方法：**動画広告**における情報伝達的手段として、**音声**は重要な役割を果たしている。強調表示が音声により強調されている一方、打消し表示が音声により表示されていない場合、一般消費者は、**音声により強調された表示に注意が向き、打消し表示に注意が向かないと考えられる。**

- 電気通信サービス向上推進協議会では、
広告表示アドバイザー委員会・広告表示検討部会の四半期毎広告チェック（テレビ・新聞）において事業者が適切に総額表示を行っているかどうか、確認してまいります。
- その他の広告表示上の課題も事業者や事業者団体と協力し適切に対応してまいります。

以上

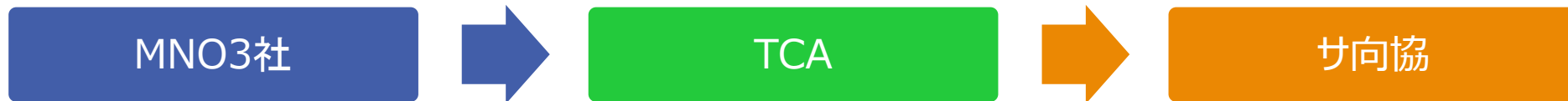
参考資料

モバイル市場の競争環境に関する研究会（第16回）／ICTサービス安心・安全研究会
消費者保護ルールの検証に関するWG（第14回）合同会合 配布資料（抜粋）
2019年8月29日

- MNO3社は、2019年度より販売代理店の広告表示適正化に向けたモニタリング（事後チェック）を開始
⇒ 半期毎にTCAにてとりまとめ、電気通信サービス向上推進協議会殿へ報告

■ 報告方法

MNO3社の広告モニタリング（事後チェック）結果をTCAにてとりまとめ、サ向協殿へ報告し、指導・コメントを頂く



■ 事後チェック体制の共通化

- ① 基準
各社共通の基準をベースとする（別紙）
- ② 対象チャネル
全て（キャリアショップ、量販店、販売店）

■ 対象物

店頭掲出物、チラシ

■ 事後チェックのサイクル

半期分（4～9月/10～3月）をとりまとめて
期末の翌々月にサ向協殿へ報告
※初回は2019年度上期分について2019年11月中に報告

■ 事後チェック内容

違反店舗数
違反の内容
その後の状況 等

基準	広告表示自主基準・ガイドライン
①お客様の不安を煽るような表現はないか？	はじめに（必ず配慮する事項） 第1条（目的） 第4条（基本的な遵守事項）1項 第6条（虚偽、誇大等の表現を用いない広告表示）
②お客様に誤認を与えるおそれのある表現となっていないか？	はじめに（必ず配慮する事項） 第4条（基本的な遵守事項）2項4項 第5条（分かりやすい広告表示）各号 第6条（虚偽、誇大等の表現を用いない広告表示） 第8条（料金等に関する広告表示） 第9条（無料又は割引キャンペーンに関する広告表示）2号4号各号 第11条（サポート体制に関する広告表示） 第18条（携帯電話サービス等の料金等に関する広告表示）1項 第19条（携帯電話サービス等の提供エリアに関する広告表示） 第21条（携帯電話等移動体端末に関する広告表示） 第22条（広告媒体ごとの留意事項）1項
③キャンペーン適用条件や記載内容等がお客様に分かりやすい表現になっているか？	第5条（分かりやすい広告表示）各号 第8条（料金等に関する広告表示） 第9条（無料又は割引キャンペーンに関する広告表示）各号 第18条（携帯電話サービス等の料金等に関する広告表示） 第22条（広告媒体ごとの留意事項）1項
④第三者が創作した著作物等を広告に利用する場合、権利者から許諾を得ているか？	第4条（基本的な遵守事項）1項
⑤お客様にとって、利益事項だけでなく、不利益事項も記載しているか？（解約金の説明等）	第6条（虚偽、誇大等の表現を用いない広告表示）各号 第8条（料金等に関する広告表示）2項2号 第9条（無料または割引キャンペーンに関する広告表示）1号2号 第20条（モバイルデータ通信サービス等の速度、料金その他）1号2号 第22条（広告媒体ごとの留意事項）1項
⑥比較表示をする際は、表現についてルールを守っているか？	第6条（虚偽、誇大等の表現を用いない広告表示）6号 第7条（比較表示） 第8条（料金等に関する広告表示）1項 第9条（無料又は割引キャンペーンに関する広告表示）3号

□ : 新たな取組み □ : 既存の取組み

		事前			事後	
キャリア ショップ	店頭				事後チェック	ドコモ : ・支社・支店によるチェック (四半期・全店) ・営業管理部門監査 (年1回・全店) KDDI : ・店頭写真の報告 (年2回・全店) SB : ・店頭写真の報告 (四半期・全店) ・違反報告フォームの設置 (全店)
	チラシ	ルール整備 (事前確認) ※1	法令遵守 要請文 ※2	事業者指定 様式に限定 ※3		
	SNS					
販売店 量販店				※4		ドコモ : ・支社・支店によるチェック (四半期) ・営業管理部門監査 (年1回・システム設置店) KDDI : ・特定期間内全件チェック (年2回) SB : ・違反報告フォームの設置 (全店)

※1 : 代理店が運用上判断がつかない場合に事前確認を行う

※2 : 総務省・消費者庁要請を踏まえ、景品表示法等の遵守を要請 (発出日 ドコモ : 7/5 KDDI : 7/22 SB : 7/19)

※3 : ドコモのみチラシについても実施/SNSは3社とも価格訴求禁止の掲載ルールを制定

※4 : SBは販売店についても実施/SNSについてドコモは販売店・量販店にも/SBは販売店にも、価格訴求禁止の掲載ルールを制定

End Of File



電気通信サービス向上推進協議会