

# 広告表示適正化業務フロー 改善への取り組み

---

2022年3月9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主査  
広告表示アドバイザー委員会委員長代理  
花岡 隆春

# 広告表示チェックフローの改善

チェック対象：通信4団体加盟社の  
テレビ広告・新聞広告

チェック体制（四半期毎）

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、総務省(ワザバー)

広告表示ワザバー委員会（本審査）

有識者、弁護士、消費者団体代表、  
JARO、総務省（ワザバー）

事業者に対して  
広告表示自主基準・ガイドラインに照らした検討結果を送付

問題がある場合は改善を要請

協議会Webサイトで事業者名を伏せて検討結果を公開

2020年度  
取り組み

- \* 条件付き最安表示、店頭表示等に関し  
広告表示自主基準・ガイドラインを大幅改定
- \* 店頭オーデイトの開始

## 2021年度における取り組み・改善ポイント

業務フローの見直し・改善

### 1. 広告提出前チェック項目を導入

- ① 強調表示に対する打ち消し表示の文字サイズ(7分の1以上)
- ② TVCMの文字露出秒数2秒以上
- ③ TVCMの文字数1行30文字以内
- ④ 消費税の適切な表示

会員事業者とのコミュニケーション

### 2. 事業者での検討結果の委員会への報告

- ① 委員会からの通知に対する事業者での検討結果を翌委員会にて報告
- ② 委員会の通知内容を各社の広告適正化に反映できる仕組みを構築し  
委員会と事業者との双方向コミュニケーションを推進

知見・指摘の会員事業者間共有による広告表示適正化

### 3. 委員会指摘事項の事業者間共有

- ① 違反事例を事業者名が分からない形でサ向協Webサイトに掲載
- ② 広告提出依頼時や通知文送付時等にWebサイトを周知

# 参考① 広告提出前チェック項目を導入

- 電気通信サービス向上推進協議会では四半期ごとにテレビ・新聞広告の審査を実施しております。
- **テレビ広告、新聞広告において継続して発生する違反事例があり、委員から指摘を受けております。**
- 今回から広告提出時にチェックシートの提出も依頼しておりますので、提出前の確認をお願いします。
- また、違反事例が発生しないように制作過程におけるチェック体制の整備をお願いします。

## ★提出前チェックシート★

■自主基準・ガイドライン違反として多く見られる下記事例について、提出前にチェックして下さい。

✓注釈(打消し表示)に用いる小さい文字のサイズは、強調する文字に対して7分の1以上となっていますか？

✓消費税総額表示は適切に記載されていますか？(税込価格が見やすく表示されていますか？)

✓テレビ広告の文字表示(特に注釈類を含むもの)の露出秒数は2秒以上となっていますか？

✓テレビ広告の文字数は1行に30文字\*以内となっていますか？(\*記号はカウントする、スペースはカウントしない。)

新聞  
テレビ

■「いいえ」があった場合は発生要因及び対策等についてご記入ください。

## 参考②

# 電気通信サービス向上推進協議会 Webサイト掲載例 (2021年度第2四半期チェック分)

知見・指摘の会員事業者間共有による広告表示適正化

### ■テレビCM

**指摘事項**：省略された詳細な条件等について、Webサイト等を案内する表示が行われていない。

(自主基準・ガイドライン 第22条)

### ■テレビCM

**指摘事項**：消費者にとって不利益となる事実が音声において省略されている。

(自主基準・ガイドライン 第6条第一号二号 第8条第2項)

・メリット部分のみの音声が強調され、重要な打消し表示が音声にはない場合は、打消し表示の文字記載があったとしても音声の強い印象により打消し表示に消費者の注意が向かない場合もあり得るため、誤認を招かないよう十分な配慮と注意が必要である。

# 参考③ 「学割」呼称について



## 通信サービスにおける「学割」呼称について

2021年10月13日

電気通信サービス向上推進協議会 事務局

四半期毎に実施されている会員事業者の広告表示の確認に関する当協議会内の組織である「広告表示アドバイザー委員会（委員長：中央大学・平野教授）」から、携帯電話事業者（主として大手3事業者）が展開する「学割」名称（呼称）について問題がある旨の指摘がかねてよりなされており、本年7月に該当3事業者は現状の学割サービスの名称変更または仕様変更を行う旨の対応方針を打ち出しました。

以下補足いたします。

携帯電話大手事業者（主として3社）の「学割」サービスについて、学生であるか否かは要件とせず年齢のみを条件としている現状の割引仕様は、「学割」呼称から受ける一般消費者の印象（学生資格を有する者を対象とした割引）とは異なり、サービス内容の誤認を招く恐れもある。したがって、現状の「学割」は名称変更や仕様変更を行うことが望ましいとの指摘が数回に亘り広告表示アドバイザー委員会からあり、これに対し該当事業者で検討が継続され次の対応方針が本年7月に打ち出されました。

- ① 「学割」と称する場合の割引対象者は学生資格を有るものとする
- ② 学生資格を問わない割引サービスは「学割」と称さない

上記経緯を踏まえ、「学割」（同義語含む）名称を使用する際や割引サービス等を導入する際には消費者の誤認を招くことのないよう、通信4団体会員事業者へ十分に留意するよう周知を図りました。

なお、「学生を対象」とした割引施策を実施する場合には、いわゆる社会人学生などへも対応するよう広告表示アドバイザー委員会から要望がありましたので申し添えます。

# appendix

## 消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書2021から

- サ向協が適切に機能し続けるようにするため、サ向協において、活動の中で得られた知見や指摘が会員事業者との間の適切なコミュニケーションを通じて広告表示の適正化に活かされるよう、業務フローを再確認するとともに、本検討会においても、そのフォローアップを行うことが適当。
- 総務省においては、消費者庁と連携しながら広告表示の適正化について注視するとともに、必要に応じて消費者への情報提供等を行うことが適当。