

# カジノの広告・勧誘指針等検討のための調査業務 調査報告書（概要版）

2022年3月31日  
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所

# 調査報告書（概要版） 目次

## 1. 調査の目的・実施方法・対象等

## 2. 調査結果

### （1）広告規制実施業界に関する調査結果

たばこ業界

酒類業界

公営競技

ぱちんこ業界

くじ

ネットゲーム、ソーシャルゲーム業界

金融業界

一般用医薬品業界

### （2）今後広告掲載可能性のある業界に関する調査結果

広告業界

観光業界

会員向けサービス展開業界

マスコミ業界

カジノ業界

### （3）学識経験者へのヒアリング

# 本業務の背景・目的及び実施方法

- 本業務では、特定複合観光施設区域整備法（IR整備法）・「特定複合観光施設区域整備推進会議取りまとめ」の方向性を踏まえ、カジノ管理委員会におけるカジノの広告勧誘指針等の検討の上で必要な情報についての調査・分析（業界及び学識経験者へのヒアリング調査等）を行った。

## <背景・目的>

### カジノの広告勧誘に係る方向性

- 「特定複合観光施設区域整備推進会議取りまとめ～『観光先進国』の実現に向けて～」(2017年7月31日決定)において、カジノの広告勧誘について、以下の方向性を明示

- 「何人」に対しても、テレビ、インターネット等を含む全ての媒体において、カジノ事業に関する広告・勧誘の方法が適切なものとなるよう努力義務を課すべきである
- この際、万全な対策を確保するため、たばこ事業法を参考に、カジノ管理委員会は、広告・勧誘に関する指針を作成・公表できることとすべきである

(※)「特定複合観光施設区域整備推進会議取りまとめ」p.55-58

### 広告勧誘指針策定に向けた情報収集の必要性

- カジノ管理委員会において、国内の広告勧誘の実態（関係業界の自主規制や最新の手法等）について、十分に調査分析を行った上で、広告・勧誘を行う者の自主的な取組を求めるための指針案を検討する必要
- 併せて、業務方法書の広告勧誘部分の審査基準等においても、同様に国内の広告勧誘の実態の調査分析を踏まえて検討する必要

本業務は、上記の背景のもと、カジノ管理委員会において、カジノの広告勧誘指針等を検討する上で必要な情報についての調査・分析を目的として実施

## <実施方法>

### 上記の背景・目的のもと、主に以下3点の調査を実施

#### (1) 広告規制実施業界に関する調査

- 既に広告規制が実施されている業界（たばこ、酒類、ぱちんこ等）を対象に、広告・勧誘や関連規制（自主規制を含む）の実態・運用等について把握

#### (2) 今後広告掲載可能性のある業界に関する調査

- 今後カジノの広告掲載や勧誘の可能性のある業界（広告、観光、マスコミ等）を対象に、広告・勧誘の実態や今後の意向等について把握

#### (3) 関連分野の学識経験者への調査

- 法律・青少年保護等の専門的知見を有する学識経験者を対象に、各分野での広告・勧誘規制をめぐる論点についてヒアリングを行い、左記を補完

# 調査対象の業界

- カジノの広告・勧誘指針案等の検討に資するものとして、各業界の広告勧誘規制等に関する実態等について、以下の業界関係者（業界団体・企業等）を対象に調査を行った。

## <調査対象>

### (1) 広告規制実施業界

- たばこ、酒類、公営競技、ぱちんこ、くじ、ネットゲーム・ソーシャルゲーム、金融、一般用医薬品の業界団体等にヒアリングを行った。
  - うち、公営競技は3団体、ぱちんこは3団体、ネットゲーム・ソーシャルゲーム業界は2団体からヒアリングを行った。
- また、これらの業界に属する4企業等からヒアリングを行った。

### (2) 今後広告掲載可能性のある業界

- 広告、観光、マスコミ、カジノの各業界団体等にヒアリングを行った。
  - うち、観光業界は2団体からヒアリングを行った。
- また、広告、観光、会員向けサービス展開業界、マスコミ、カジノの業界に属する17企業等からヒアリングを行った。

- 業界関係者に対しては、各業界における広告・勧誘及び関連規制（自主規制を含む）の実態・運用、内部管理体制（従業員教育や苦情対応等）、広告に触れさせたくない者に対する予防策、その他（今後の広告・勧誘の見通し等）について、調査を実施した。

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <たばこ業界>

- たばこの広告・勧誘に関しては、法的規制としてたばこ事業法（第39条・第40条）・同法施行規則（第36条）及び「製造たばこに係る広告を行う際の指針」（財務省告示）があり、これを受け業界団体による自主規準等が定められている。関連企業はこれらを遵守する形で対応している。

## <規制のイメージ>

法的規制	たばこ事業法	第三十九条（注意表示）会社又は特定販売業者は、製造たばこの消費と健康との関係に関して注意を促すための財務省令で定める文言を、表示しなければならない。 第四十条（広告に関する勧告等）製造たばこに係る広告を行う者は、 <b>未成年者の喫煙防止及び製造たばこの消費と健康との関係に配慮するとともに、その広告が過度にわたることがないように努めなければならない。</b> 2 財務大臣は必要な場合に当該広告を行う際の指針を示すことができる。
	たばこ事業法施行規則	紙巻たばこ、葉巻たばこ、パイプたばこ、刻みたばこ、加熱式たばこ、かみたばこ及びかぎたばこについて、たばこの区分に応じた注意文言の表示を規定
	製造たばこに係る広告を行う際の指針	一 全体的指針 二 <b>媒体等広告方法別の指針</b> 三 <b>喫煙と健康との関係に関する適切な情報提供の指針</b> 四 この指針の対象に含まれない広告
業界団体自主規制	製造たばこ／加熱式たばこ（たばこ部分／それ以外）に係る <u>広告、販売促進活動及び包装に関する自主規準</u> <u>たばこに係る企業活動及び喫煙マナー向上を提唱するテレビ広告に関する自主規準</u> 等	
企業自主規制	各社において事業運営指針、考え方等を定めている	

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <酒類業界>

- 酒類の広告・勧誘に関しては、主な法的規制として酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（第86条の6）、「二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準」（国税庁告示）がある。
- 業界団体において、「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」を策定し、第三者機関による審査体制を構築しているほか、企業独自の自主規制が定められている。

➢ 業界団体としては、酒類業中央団体連絡協議会の9団体（※）から成る「飲酒に関する連絡協議会」が、自主基準を制定し、「酒類の広告審査委員会」に審査を委託している。

（※）日本酒造組合中央会、日本蒸留酒造組合、ビール酒造組合、日本洋酒酒造組合、全国卸売酒販組合中央会、全国小売酒販組合中央会、日本ワイナリー協会、日本洋酒輸入協会、全国地ビール醸造者協議会

## <規制のイメージ>

法的規制	酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律	（酒類の表示の基準） 第八十六条の六 <b>酒類の製法、品質その他の政令で定める事項の表示につき、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準を定めることができる。</b>
	二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準	①酒類の容器又は包装に対する表示、②酒類の陳列場所における表示、 ③酒類の自動販売機に対する表示、④酒類の通信販売における表示
	アルコール健康障害対策基本法	（不適切な飲酒の誘引の防止） 第十六条 国は、 <b>酒類の表示、広告その他販売の方法について、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、不適切な飲酒を誘引することとならないよう必要な施策を講ずる</b>
業界団体自主規制 ※審査は第三者機関	酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準 広告・宣伝関係では、20歳未満の者の飲酒防止に関する事項、アルコールと健康問題等に関する事項を規定	
企業自主規制	各社にて適正飲酒に関する行動指針、酒類の広告・販促活動に関する社内自主基準等を定めている	

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <公営競技>

- 公営競技（競馬、競輪、オートレース、モーターボート）の広告・勧誘に関しては、主催者側の指針が存在しなかったため、従前から、メディア側の基準（「一般社団法人日本民間放送連盟放送基準」等）に従い、馬券購入を想起させる表現、高額の中がある旨の表現、ゴール映像等を用いないなど射幸心をあおる内容にならないよう実施されてきた。
  - 転機として、ギャンブル等依存症対策基本法に基づき策定された「ギャンブル等依存症対策基本計画<sup>※1</sup>」において、公営競技に関する具体的施策として、全国的な指針の策定による広告・宣伝の抑制が掲げられたことから、令和4年3月に「公営競技広告・宣伝指針<sup>※2</sup>」が策定された。
- 「公営競技広告・宣伝指針」は、国及び地方公共団体のギャンブル等依存症対策の見直しに対応するため、適宜改訂を行う予定。

## <規制のイメージ>

法的  
規制

ギャンブル等依存症  
対策基本法

（ギャンブル等依存症の予防等に資する事業の実施）  
第十五条 国及び地方公共団体は、広告及び宣伝について、事業者の自主的取組を尊重しつつ、ギャンブル等依存症予防等に必要な施策を講ずるものとする。

業界団体自主規制

全国公営競技施行者連絡協議会（公連協）広告指針策定作業部会において、令和4年3月に「公営競技広告・宣伝指針」を策定

日本民間放送連盟  
放送基準

（一社）日本民間放送連盟において、「日本民間放送連盟 放送基準」を策定  
※メディア側の放送一般に関する基準

（※1：平成31年4月19日に閣議決定され、令和4年3月25日に新たな基本計画が閣議決定された。）

（※2：出所 <https://www.koeikyogi.jp/addiction/pdf/pr-guideline.pdf>）

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <ぱちんこ業界>

- ぱちんこの広告・勧誘に係る主な法的規制として、**風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（風営法）**、各都道府県の**風営法施行条例**、**ギャンブル等依存症対策基本法**がある。
- 業界団体では、ホール・メーカー等の**業界団体間の連携組織において、依存問題対策ガイドライン**を策定しているほか、**遊技機メーカー団体でも、独自の自主基準**を策定している。さらに、**ぱちんこ業界の広告に従事する企業から成る業界団体が設立され、広告・宣伝ガイドライン**を策定している。

## <規制のイメージ>

法的規制	風営法	<p>(構造及び設備の維持) 第十二条 風俗営業者は、<b>営業所の構造及び設備を、第四条第二項第一号の技術上の基準に適合するように維持しなければならない。</b>  <small>※技術上の基準：善良の風俗又は清浄な風俗環境を害するおそれのある写真、広告物、装飾その他の設備を設けない（施行規則第七条）</small></p> <p>(広告及び宣伝の規制) 第十六条 風俗営業者は、その営業につき、<b>営業所周辺における清浄な風俗環境を害するおそれのある方法で広告又は宣伝をしてはならない。</b>  <small>(条例への委任)</small> 第二十一条 都道府県は、条例により必要な制限を定めることができる。</p>
	警察庁通達・通知	広告、宣伝等に係る <b>風営法による規制の運営方針</b> を整理
	風営法施行条例 (大阪府の例)	ぱちんこ屋等の営業を営む風俗営業者は、次に掲げる事項を遵守しなければならない。 <b>著しく射幸心をそそるような行為をし、又はさせないこと。</b>
	ギャンブル等依存症 対策基本法	<p>(ギャンブル等依存症の予防等に資する事業の実施) 第十五条 国及び地方公共団体は、<b>広告及び宣伝について</b>、事業者の自主的取組を尊重しつつ、ギャンブル等依存症予防等に<b>必要な施策を講ずるものとする。</b></p>
業界団体自主規制	ホール・メーカー等の <b>業界団体間の連携組織において依存問題対策ガイドライン</b> を策定 <b>遊技機メーカー団体でも独自の自主基準</b> を策定 <b>ぱちんこ業界の広告関連企業による業界団体でも、広告・宣伝ガイドライン</b> を策定	

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <くじ>

- くじ（宝くじ、スポーツくじ（toto、BIG））の広告・勧誘に関しては、**特段の広告規制は存在しておらず、広告出稿先のメディア側の基準に基づいて対応**している。
- 宝くじは「宝くじの社会貢献広報事業」の助成事業者に対して、スポーツくじは「スポーツ振興助成事業」の助成事業者に対して、それぞれロゴマーク等の表示に関するルールを定めているが、いずれも宝くじの社会貢献性・スポーツ振興の観点での周知を目的としており、規制の趣旨ではない。
- スポーツくじは19歳未満の購入・譲り受けを禁止している。宝くじは法令上購入制限はないが、発売等の事務の受託銀行や再委託業者が、自主規制として購入者の年齢制限を設けている例がある。

## <規制のイメージ>

### 法的規制

広告については特になし  
※特定商取引法、不当景品類及び不当表示防止法等による規制の対象となる  
※宝くじは当せん金付証票法において、住民の理解を深めるための措置の努力義務あり  
※スポーツくじは19歳未満の購入・譲り受けを禁止（スポーツ振興くじ法）

### 業界団体自主規制

特になし  
※日本宝くじ協会・自治総合センターでは、それぞれ社会貢献広報の表示基準を設定  
※スポーツ振興助成事業では、助成金交付要綱において、「助成事業者は、助成事業の実施に際し、助成金による助成事業である旨の記載及びスポーツ振興くじのロゴマークの表示を行わなければならない」旨の規定あり

### 企業自主規制

特になし  
※受託銀行ではATM・インターネットバンキングによる宝くじの購入等を20才以上に限定  
再委託業者でも未成年者の宝くじ関係サービス利用禁止・購入自粛を求める事例あり

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <ネットゲーム、ソーシャルゲーム業界>

- ネットゲーム、ソーシャルゲームの広告・勧誘に関して、ゲームのキャラクターやアイテム等を購入するいわゆるガチャ等については通信販売と見なされ、特定商取引法による規制の対象とされている。ただし、ネットゲームを直接の対象にしたものではなく、既存法制で該当するものを適用している。
- 業界団体からは、不当景品類及び不当表示防止法（以下、景品表示法）の規定を意識したガイドライン等が定められている。広告規制というよりは販売時の表示事項の明確化が主眼であると考えられる。

## <規制のイメージ>

法的 規 制	特定商取引法	<p>第十一条にて<b>広告に表示しなければならない事項</b>（金額、支払時期・方法、商品等の提供時期、契約の解除方法等）を規定</p> <p>第十二条にて<b>広告上の禁止事項</b>（商品の種類、性能や第11条に規定される各事項等に係る<b>誇大広告等</b>）を規定</p>
	景品表示法	<p>第五条にて<b>優良誤認表示</b>や<b>有利誤認表示の禁止</b>を規定</p> <p>第二十六条にて、事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置を規定</p>
	事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針等	<p>景品表示法上の規定に関する具体的な取扱いや運用基準等を規定</p>
業界団体自主規制		<p>日本オンラインゲーム協会                      -「有料ガチャ」の表示や金額設定等に関するガイドライン、未成年者対応ベストプラクティス（非公表）等を策定</p> <p>コンピュータエンターテインメント協会                      -「有料ガチャ」の表示や金額設定等に関するガイドライン等の他、未成年者保護に関するガイドライン等も策定</p>
企業自主規制		<p>HP等公表されているもので確認することができない</p>

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <金融業界（消費者金融）>

- 消費者金融業界における広告規制については、貸金業法に基づく規制のほかに、業界団体による自主規制が定められている。

## <規制のイメージ>

法的規制	貸金業法	<p><b>（貸付条件の広告等）</b>                      第十五条 <u>貸金業者は、貸付けの条件について広告をするとき、又は貸付けの契約の締結について勧誘をする場合において貸付けの条件を表示し、若しくは説明するときは、内閣府令で定めるところにより次に掲げる事項を表示し、又は説明しなければならない。</u></p>	貸金業法 施行規則	<p>（貸付条件の広告等）⇒第十二条で貸付条件の表示と説明内容を定める。主な内容は以下3点。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>金銭の貸付（返済方式、期間、回数）</u></li> <li>● <u>金銭の貸借の際の媒介手数料の計算方法</u></li> <li>● <u>貸金業者のホームページやメールアドレスの表示、貸金業者登録簿の登録電話番号の説明</u></li> </ul>
	金融庁 監督指針	<p><b>（誇大広告の禁止等）</b>                      第十六条 <u>貸付けの利率その他の貸付けの条件について、著しく事実に相違する表示若しくは説明をし、又は実際のものよりも著しく有利であると人を誤認させるような表示若しくは説明をしてはならない。</u>                      2 前項に定めるもののほか、貸金業者は、その貸金業の業務に関して広告又は勧誘をするときは、<u>次に掲げる表示又は説明をしてはならない。</u>（第一号～第六号）</p>		
業界団体 自主規制	貸金業の業務運営に関する自主規制基本規則	「貸金業者向けの総合的な監督指針」II - 2 - 15 広告規制 （ <u>不適切な広告の防止</u> など、 <u>広告の取扱いに関する規定を規定した社内規則等を定め、担当役職員が社内規則等に基づき適切な取扱いを行うよう、社内研修等により周知徹底を図っているか</u> ）		
	広告審査に係る審査基準	協会員の経営方針、 <u>法・監督指針の遵守</u> 、広告に関する規則（ <u>具体的な審査内容は審査基準で規定</u> ）を定める		※広告の際は協会が設ける審査機関から承認が必要
企業自主規制	各社において社内組織・制度の整備、行動基準等を定めている			

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <金融業界（株取引・投資信託／広告）>

- 株取引・投資信託の広告規制は金融商品取引法第37条で規定されており、法令の規定に沿った形で業界団体による自主規制が定められている。

## <規制のイメージ>

法的規制	金融商品取引法	<p>（広告等の規制） 第三十七条 ・金融商品取引業者等は、<b>広告行為をするときは、商号、名称、顧客判断に影響を与える事項等を表示しなければならない。</b> ・<b>著しく事実に相違、人を誤認させるような表示をしてはならない。</b></p>
	金融商品取引業等に関する内閣府令	<p>（広告類似行為） 第七十二条 郵便、信書便、ファクシミリ、電子メール、ビラ又はパンフレット、その他の方法により多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供 （金融商品取引業の内容についての広告等の表示方法） 第七十三条 <b>法第三十七条第一項各号の事項について明瞭かつ正確に表示、金利等の文字・数字を著しく異ならない大きさで表示</b> 第七十八条 <b>誇大広告の禁止</b></p>
	金融庁監督指針	<p>「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」 Ⅲ - 2 - 3 - 3 広告等の規制</p>
業界団体自主規制		<p>日本証券業協会 - 広告等の表示及び景品類の提供に関する規則、広告等に関する指針等を策定 投資信託協会 - 広告等の表示及び景品類の提供に関する規則、広告等に関するガイドライン等を策定</p>
企業自主規制		<p>HP等公表されているもので確認することができない</p>

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <金融業界（株取引・投資信託／勧誘）>

- 株取引・投資信託の勧誘規制は金融商品取引法第38条で規定されており、法令の規定に沿った形で業界団体による自主規制が定められている。

## <規制のイメージ>

法的 規制	金融商品取引法	（禁止行為）第三十八条第一項 一 虚偽のことを告げる行為 二 不確実な事項を確実であると誤解させ契約締結の勧誘を行う 三 信用格付業者以外の信用格付を提供して契約締結の勧誘を行う 四 不招請勧誘行為 五 勧誘受諾の意思確認をしないで勧誘を行う 六 再勧誘、九 その他に内閣府令で定める行為
	金融商品取引業等に関する内閣府令	第一百六条／同条の二／同条の三 ・不招請勧誘等の禁止の例外/投資者の保護に欠けるおそれが少ないと認められる信用格付/信用格付業者の登録の意義その他の事項 第一百七条 法第三十八条第九号について内閣府令で定める禁止行為
	金融庁監督指針	<b>「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」</b> Ⅲ - 2 - 3 勧誘・説明態勢
業界団体自主規制	日本証券業協会 - 協会員の投資勧誘、顧客管理等に関する規則等を策定 投資信託協会 - 受益証券等の直接募集等に関する規則等を策定	
企業自主規制	各社において勧誘方針を定めている	

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <金融業界（FX）>

- 金融商品取引の広告・勧誘に関しては、法的規制として**金融商品取引法（第37・38条）**・**同法施行規則（第16条）**、**金融サービスの提供に関する法律（第14条）**及び「**金融商品取引等に関する内閣府令**」があり、これらを受け、業界団体による自主規制や企業独自の自主規制が定められている。

## <規制のイメージ>

法的 規制	金融商品取引法 金融サービスの 提供に関する法律	<金融商品取引法> 広告その他類似する行為への重要事項の表示義務（37条）、勧誘時の虚偽説明の禁止、不招請勧誘の禁止、再勧誘の禁止や勧誘受諾意思の確認義務（38条） <金融サービスの提供に関する法律> 金融商品の販売等に係る勧誘方針の策定・公表義務及び違反時の罰則
	金融商品取引法 施行令	金融商品取引法第37条に定める「重要事項」として、手数料等に係る事項や、顧客に損失が生ずる可能性がある取引にはその旨や理由等を指定
	金融商品取引等 に関する内閣府令	広告の表示方法や不招請勧誘の禁止事項に係る例外等、金融商品取引法の各規定に対する細則
業界団体自主規制		金融先物取引業協会「広告等の表示及び景品類の提供に関する自主規制規則」、 「FX業者の広告等について」、「アフィリエイト広告利用に関するガイドライン」等
企業自主規制		各社において業務運営方針、勧誘方針などを定めている

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <一般用医薬品業界>

- 一般用医薬品業界における広告規制については、法的には主に「医薬品医療機器等法」、「医薬品等適正広告基準」、「医薬品等適正広告基準の解説及び留意事項等」、「薬事法における医薬品等の広告の該当性」にて規制されている。
- 法的規制のほかに、業界団体による自主規制や企業独自の自主規制が定められている。

## <規制のイメージ>

法的 規 制	医薬品 医療機器等法	(誇大広告等) 第六十六条 何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の <b>名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。</b>
	医薬品等 適正広告基準	第1 目的 第2 対象となる広告 <b>第3 広告を行う者の責務</b> <b>第4 基準</b>
	医薬品等適正広告基準 の解説及び留意事項等	「医薬品等適正広告基準」の「第4 基準」で示された14の基準を解説及び留意事項を示した課長通知
	薬事法における 医薬品等の広告の 該当性について	<b>広告の該当性の三要件</b> 1. 顧客を誘引する（顧客の購入意欲を昂進させる）意図が明確であること 2. 特定医薬品等の商品名が明らかにされていること 3. 一般人が認知できる状態であること
業界団体自主規制	日本一般用医薬品連合会の「OTC医薬品等の適正広告ガイドライン」 国際製薬団体連合会（IFPMA）の「IFPMAコード」	
企業自主規制	各社において法的規制に基づく広告チェックシートの運用等、マーケティングコードの策定等をしている	

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <広告業界>

- 広告業界自体に対する法的規制は見当たらない（各業界（金融業、医薬品業等）における広告に対し、個別の業規制を適用）。
- 業界団体による自主規制、企業独自の審査基準のいずれにおいても、景品表示法や各種の業規制法を意識した規制等を設けている。

## <規制のイメージ>

法的規制	景品表示法のほか薬機法等、広告の内容に即した各種法規制を適用
業界団体自主規制	各業界団体により定められた公正競争規約や自主規制
	日本広告審査機構（JARO） －消費者の広告・表示相談を受け付け、法令や各業界団体等の規制に従った広告等を審査（JARO自体は自主規制等を定めていない） 日本広告業協会（JAAA） －アフィリエイトに関する発注ガイドラインにて、消費者を誤認させるような表示や著作権・商標権等他社の権利を侵害するコンテンツの利用方法を禁止
企業自主規制	広告媒体企業において、広告掲載に係る基準やガイドライン、ポリシー等を定めている

日本鉄道広告協会  
(JAFRA)  
－日本鉄道広告協会倫理綱領及び掲出基準にて鉄道・バスの広告基準を規定

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <観光業界>

- 観光業界における広告規制については、法的には主に「旅行業法」及びそれに基づく国交省告示、通達にて規定されている。
- 法的規制のほかに、旅行業法や景品表示法に基づく業界の自主的なガイドライン及び規約が定められている。

## <規制のイメージ>

法的 規制	旅行業法	第十二条の七にて <b>企画旅行の広告に表示しなければならない事項</b> を規定 第十二条の八にて <b>誇大広告の禁止</b> （著しく事実に相違する表示や優良誤認・有利誤認につながる表示の禁止）について規定
	旅行者等が旅行者と締結する契約等に関する規則	第十二条にて <b>広告の表示方法</b> を規定 第十三条にて <b>広告に表示しなければならない事項</b> を8項目規定 第十四条にて <b>誇大表示をしてはならない事項</b> を8項目規定
	標準旅行業約款	旅行業法に基づき、旅行会社と旅行者が関して交わす旅行契約のモデル（5形態）を定める国交省告示
	旅行業法施行要領	旅行業法の各条項の解釈等を示す国交省通達
	企画旅行に関する広告の表示基準等について	旅行業法及び旅行者等が旅行者と締結する契約等に関する規則に基づき定められた国交省通達
	景品表示法	商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制するとともに、過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額を制限することなどにより、消費者がより良い商品やサービスを自主的かつ合理的に選べる環境を守ることを趣旨としている
業界団体自主規制	日本旅行業協会、全国旅行業協会 －旅行業法に基づく『旅行広告・取引条件説明書面ガイドライン』を策定（「企画旅行に関する広告の表示基準等について」を具現化） 旅行業公正取引協議会 －景品表示法及び旅行業法に基づく『表示規約』『景品規約』を策定	
企業自主規制	HP等公表されているもので確認することができない	

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <会員向けサービス展開業界>

- 会員向けサービスを展開する業態の広告に対して、業態固有の法的規制や業界団体による自主規制はなく、企業独自の自主規制に則り広告の審査を実施している。

## <規制のイメージ>

法的規制

該当なし

業界団体自主規制

該当なし

企業自主規制

旅客運輸系会社

クレジットカード会社

各社において自主規制を定め、それに則り審査を実施している

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <テレビ・ラジオ業界>

- テレビ・ラジオ業界の広告・勧誘に関しては、法令等による規制として「**放送法**」があり、業界団体による自主規制として「**日本民間放送連盟 放送基準**」がある。
- ただし、日本民間放送連盟（民放連）非加盟企業でビデオ・オン・デマンドを提供する企業については、各社により対応が分かれている。  
（「日本民間放送連盟 放送基準」を参考にしつつ、独自の基準を設けている企業等もあった。）

## <規制のイメージ>

### 法的規制

#### **放送法第四条、第十二条、第百九条**

- ※放送法第四条において、国内放送等の放送番組の編集等について定められている
- ※放送法第十二条において、広告放送の識別のための措置について定められている
- ※放送法第百九条において、学校向け放送における広告の制限について定められている

### 業界団体自主規制

日本民間放送連盟（民放連）が、「**日本民間放送連盟 放送基準**」を策定

- ※テレビ・ラジオ(多重放送を含む)の番組および広告など全ての放送に適用する基準として策定されたもの

### 企業自主規制

【民放連加盟企業】  
**独自のガイドラインや基準を定めている**

【民放連非加盟企業】  
**独自のガイドラインや基準を定めているケースもある**

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <新聞業界>

- 新聞業界の広告・勧誘に関しては、**法令等による規制は現在ない**。業界団体による自主規制として「**新聞広告倫理綱領/新聞広告掲載基準**」がある。

## <規制のイメージ>

### 法的規制

広告については特になし  
※1949年5月24日に廃止されるまでは、新聞紙法が存在していた

### 業界団体自主規制

日本新聞協会が、「**新聞広告倫理綱領/新聞広告掲載基準**」を策定  
※法的拘束力を持つものではない

### 企業自主規制

【日本新聞協会会員企業】  
**独自のガイドラインや基準を定めている**

【日本新聞協会非会員企業】  
**独自のガイドラインや基準を定めているケースもある**

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <雑誌業界>

- 雑誌業界の広告・勧誘に関しては、法令等による規制は現在ない。業界団体による自主規制として「雑誌編集倫理綱領」がある。

## <規制のイメージ>

### 法的規制

広告については特になし  
※1949年5月24日に廃止されるまでは、新聞紙法が適用されていた

### 業界団体自主規制

日本雑誌協会が、「雑誌編集倫理綱領」を策定  
※法的拘束力を持つものではない

### 企業自主規制

【日本雑誌協会会員企業】  
独自のガイドラインや基準を定めている

【日本雑誌協会非会員企業】  
独自のガイドラインや基準を定めているケースもある

# 法的規制及びその他自主規制の概要 <カジノ業界（サプライヤー）>

- カジノ業界におけるサプライヤー（遊技機やアイテム等のカジノ関連機器メーカー）については、納品先のカジノのある各地域（国や州など）の法令や業界団体による自主規制に従って対応している。
- 例えば、ネバダ州のカジノに関しては、ネバダ州法や州規制、当局の諸規則、アメリカゲーミング協会（American Gaming Association（AGA））、オペレーター・サプライヤー等から構成されるアメリカのカジノ業界団体の行動規範等を遵守している。

## <規制のイメージ>

### 法的規制

各地域（国や州など）の法令等に従って対応  
（ネバダ州の例：ネバダ州法、ネバダ州ゲーミング委員会による諸規則（Regulations of the Nevada Gaming Commission and Nevada Gaming Control Board）等）

### 業界団体自主規制

各地域によって、業界団体が基準を設けている場合がある  
（アメリカの例：アメリカゲーミング協会（AGA）による行動規範（Code of Conduct for Responsible Gaming）など）

### 企業自主規制

HP等公表されているもので確認することができない

# 学識経験者へのヒアリング

- 各業界における広告・勧誘（規制）に関する調査結果を踏まえ、法律・青少年保護等の専門的知見を有する学識経験者を対象に、各分野での広告・勧誘規制をめぐる論点について、ヒアリング調査を実施した。
- 以下の5分野について、（）に記載の専門的知見を有する学識経験者（下表一覧）にヒアリングを行った。
- 分野（観点）：
 

①憲法（広告勧誘規制と表現の自由）	③消費者法（消費者契約法における広告勧誘規制）
②金融経済（金融商品取引法・商品先物取引法における広告勧誘規制）	④言語学（ギャンブル依存と広告の関係）
	⑤青少年保護（子ども向けマーケティング）

## <学識経験者一覧>

氏名	所属	専門分野	主なヒアリング項目
橋本 基弘	中央大学法学部教授、副学長	憲法	広告勧誘規制と表現の自由との関係
穴戸 常寿	東京大学大学院法学政治学研究科教授	憲法	広告勧誘規制と表現の自由、デジタル広告規制、青少年保護等
尾崎 安央	早稲田大学法学学術院教授、早稲田大学大学院法学研究科長	商品先物取引法	商品先物取引法における広告勧誘規制
松尾 直彦	松尾国際法律事務所 弁護士	金融商品取引法	金融商品取引法における広告と勧誘の定義、整理
上杉 めぐみ	愛知大学法学部准教授	消費者法 不招請勧誘	消費者法・金融商品取引法における広告と勧誘の区分、定義の概念
早野 慎吾	都留文科大学文学部教授	言語心理学、 社会心理学	言語心理学の観点から見たギャンブル依存と広告の関係
天野 恵美子	関東学院大学経営学部准教授	子ども向けマーケティング	広告勧誘規制における子ども・青少年保護の観点



# NTT DATA

Trusted Global Innovator