

「広告及び景品類の提供に関する規則」等の見直しに関する
ワーキング・グループ（第17回）

平成26年6月2日（月）午前10時
日本証券業協会 第4会議室

議 案

1. 比較広告等に関する「広告等に関する指針」の改訂案について
2. その他

以 上

「広告等に関する指針改訂案」に関する意見等を踏まえた修正案について

<p>広告等に関する指針改訂案（第 16 回WG 提示版）</p>	<p>ご意見等及びその考え方（案）</p>	<p>広告等に関する指針改訂修正案（第 17 回WG）</p>
<p>第 2 部 広告等の作成に係る留意事項</p> <p>I. 全般</p> <p>1. 表示に関する基本事項 （略）</p> <p>2. 誇大広告等に関する留意事項</p> <p>(1) 留意事項 （略）</p> <p>(2) 比較広告 協会員が、手数料や金融商品の運用実績等に関して、他の協会員との比較表示（いわゆる比較広告）を行う場合には、広告媒体や紙幅等にかかわらず次の①～③に掲げる要件をすべて満たす必要がある。なお、表示内容が事実に著しく反している場合は、誇大広告とみなされるおそれがあることに留意する。また、比較表示を行う場合は、比較対象範囲や抽出基準を明記することが望ましい。</p> <p>① 比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること。 例えば、次のような表示は、客観的に実証されていないとみなされるおそれがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 机上（空想上）の計算に基づく数値を、実績値や確定値であるかのように表示し（顧客がそのように誤認するおそれが高いものを含む。以下②～③において同じ。）、比較するもの ✓ 自社では取り扱ったことがない商品の運用実績等を、自社における実績として表示し、比較するもの 	<p>・「他の協会員との比較表示」に限定せず、「他の協会員や金融商品等との比較表示」と幅広くする方が良い。 →ご意見を踏まえ、比較対象を明確にしました。</p> <p>・客観的なデータの裏付けや具体的な商品名（取引の具体的な内容）が伴わない中で、「業界最低水準」「当社の手数料は最安値」の表現は不当表示のおそれがある。 →柱書（16 回 WG 案を指す。以下同じ。）例示として追記しました。</p> <p>・「…表示内容が事実に著しく反している場合には」とあるが、軽微に反している場合には許容されてしまうおそれがある。 →「①～③に掲げる要件をすべて満たさずに」を前提として、「著しく」を削除しました。</p> <p>・「明記することが望ましい」とされている比較対象範囲や抽出基準（母集団の詳細）についても、必須要件にすべきと考える。 →比較広告の目的は投資者に誤解を与えないことですので、ご意見を踏まえ、趣旨を明確にしました。</p>	<p>1. 表示に関する基本事項 （略）</p> <p>2. 誇大広告等に関する留意事項</p> <p>(1) 留意事項 （略）</p> <p>(2) 比較広告 協会員が、手数料や金融商品の運用実績等に関して、他の協会員の手数料や他の金融商品の運用実績等との比較表示（いわゆる比較広告。自社が取扱う商品を単に商品ラインナップとして一覧表示するものは含まれない。）を行う場合には、広告媒体や紙幅等にかかわらず次の①～③に掲げる要件をすべて満たす必要がある。例えば、①～③に掲げる要件をすべて満たさずに、「業界最低水準」「当社の手数料は最安値」と表示する場合や、表示内容が事実に著しく反している場合は、誇大広告とみなされるおそれがあることに留意する。また、比較表示を行う場合は、比較対象範囲や抽出基準を明記することが望ましい等し、投資者に誤解を与えないように留意する必要がある。</p> <p>① 比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること。 例えば、次のような表示は、客観的に実証されていないとみなされるおそれがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 机上（空想上）の計算に基づく数値を、実績値や確定値であるかのように表示し（顧客がそのように誤認するおそれが高いものを含む。以下②～③において同じ。）、比較するもの ✓ 自社では取り扱ったことがない商品の運用実績等を、自社における実績として表示し、比較するもの

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>✓ ごく少数の顧客等の評価や感想（アンケート結果を含む。）を、一般的な（大多数の）評価であるかのように比較表示するもの</p> <p>② 実証されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること 例えば、次のような表示は、正確かつ適正な引用とみなされないおそれがある。</p> <p>✓ 運用実績や手数料率等について、さらに有利なものがあるにもかかわらず、恣意的にまたは十分な調査を行うことなく、それらを対象から除外したうえで比較表示するもの</p> <p>✓ 一定の条件の下での実績や調査結果を、すべての条件の下でも適用されるかのように表示し、比較するもの</p> <p>✓ ごく限られた期間の実績数値や非常に少数のサンプル調査の結果のみを引用し、比較表示するもの</p> <p>✓ 調査時点から相当の時間が経過しているにもかかわらず、事実確認が行われなまま表示が継続されているもの（調査時期が明示されている場合でも、明らかに現状と異なる場合は誇大広告とみなされるおそれがある。）</p> <p>※比較広告の広告審査にあたり、数値が正確かつ適正に引用されていることについて、基となるデータを確認し、必要に応じてその記録を保存しておくことが望ましいと考えられる。</p> <p>③ 比較の方法が公平であること 例えば、次のような表示は、公平な比較とみなされないおそれがある。</p> <p>✓ 同一の前提条件ではないもの（例えば、取引条件が異なる場合の手数料率、償還期間が異なる債券の利回り、運用方針や投資対象等の商品性が異なる投資信託の運用実績等）を比較し、前提条件を記載しないなどにより、有利であるかのように表示するもの</p> <p>✓ 自社または自社が依頼した者による評価や、恣意的に選択した評価のみを、あたかも第三者による客観的な評価であるかのように比較表示するもの（広告費用の負担により得たと考えられる評価を含む。）</p>	<p>・「調査時点から相当の時間が経過しているにもかかわらず、事実確認が行われなまま表示が継続されているもの」は削除してはどうか。</p> <p>・現状と多少異なっても誇大広告となる可能性があるため、「明らかに現状と著しく異なる場合は」としていただきたい。 →ご意見を踏まえ、修正しました。</p> <p>・「前提条件を記載しないなどにより」は削除していただきたい。</p> <p>・比較すること自体が不適切な場合があることを記載してはどうか。 →ご意見を踏まえ、修正しました。</p> <p>・“(広告費用の負担により得たと考えられる評価を含む。)”とあるのを、“(例えば、覆面サイト、アフィリエイトサイト、リスティング広告等(広告費用の支払額により得た評価を含む。))”としてはどうか。</p> <p>・ランキングを広告費の多寡により順位づける比較サイト等であることが判明した場合は、広告掲載を継続すべきではない。 →ご意見を踏まえ、修正しました。</p>	<p>✓ ごく少数の顧客等の評価や感想（アンケート結果を含む。）を、一般的な（大多数の）評価であるかのように比較表示するもの</p> <p>② 実証されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること 例えば、次のような表示は、正確かつ適正な引用とみなされないおそれがある。</p> <p>✓ 運用実績や手数料率等について、さらに有利なものがあるにもかかわらず、恣意的に又は十分な調査を行うことなく、それらを対象から除外したうえで比較表示するもの</p> <p>✓ 一定の条件の下での実績や調査結果を、すべての条件の下でも適用されるかのように表示し、比較するもの</p> <p>✓ ごく限られた期間の実績数値や非常に少数のサンプル調査の結果のみを引用し、比較表示するもの</p> <p>✓ 調査時点から相当の時間が経過しているにもかかわらず、事実確認が行われなまま表示が継続されているもの（調査時期が明示されており、その時点では事実が正確かつ適正に記載されていた内容であっても、現時点では事実と異なり、投資者に誤解を与えるおそれがあるもの</p> <p>※比較広告の広告審査にあたり、数値が正確かつ適正に引用されていることについて、基となるデータを確認し、必要に応じてその記録を保存しておくことが望ましいと考えられる。</p> <p>③ 比較の方法が公平であること 例えば、次のような表示は、公平な比較とみなされないおそれがある。</p> <p>✓ 同一の前提条件ではないもの（例えば、取引条件が異なる場合の手数料率、償還期間が異なる債券の利回り、運用方針や投資対象等の商品性が異なる投資信託の運用実績等）を合理的根拠なく比較し前提条件を記載しないなどにより、自社又は自社が取扱う商品が有利であるかのように表示するもの</p> <p>✓ 例えば、ロコミサイト、アフィリエイトサイト、リスティング広告等において、自社又は自社が依頼した者による評価や、恣意的に選択した評価のみを、あたかも第三者による客観的な評価であるかのように比較表示するもの</p> <p>✓ ランキングを広告費の多寡により順位づける比較サイト等であることを知りながら出稿するもの</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>3. 募集・売出しに関する事項 （略）</p> <p>4. 金融商品販売法に基づく重要事項の表示 （略）</p> <p>5. 税に関する表示 （略）</p> <p>6. 消費税法における総額表示義務 広告等において商品・サービス等の価格を表示する場合には、総額表示（消費税額及び地方消費税額の合計額に相当する額を含めた価格の表示）が義務付けられている。【消費税法63条の2】</p> <p>(1) 総額表示の例 10,500円 10,500円（税込） 10,500円（税抜10,000円） 10,500円（うち税500円） 10,500円（税抜10,000円、税500円） 10,000円（税込10,500円） （注）「税抜価格」をことさら強調することにより投資者に誤認を与える表示とならないよう留意すること</p> <p>(2) 総額表示が義務付けられている単価・手数料率の表示の例 総額表示義務には、商品やサービスの単価、手数料率を表示する場</p>	<p>・消費税に関する記載を更新してはどうか。 ・消費税の5%表示は8%に変更するのか。 →ご意見を踏まえ、修正しました。</p>	<p>*「14. インターネットにおける広告等について」(6)及び(7)も参照のこと。</p> <p>(注)「比較広告に関する景品表示法上の考え方」(昭和62年4月21日公正取引委員会事務局)については、「付録Ⅲ 比較広告の考え方」を参照すること。</p> <p>3. 募集・売出しに関する事項 （略）</p> <p>4. 金融商品販売法に基づく重要事項の表示 （略）</p> <p>5. 税に関する表示 （略）</p> <p>6. 消費税法における総額表示義務 広告等において商品・サービス等の価格を表示する場合には、総額表示（消費税額及び地方消費税額の合計額に相当する額を含めた価格の表示）が義務付けられている。【消費税法63条】 ※特別措置法（平成25年法律第41号）の第10条において、総額表示義務に関する消費税法の特例が設けられ、「現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置」を講じることにより、総額表示以外の表示も認められている。</p> <p>(1) 総額表示の例 10,800円 10,800円（税込） 10,800円（税抜10,000円） 10,800円（うち税800円） 10,800円（税抜10,000円、税800円） 10,000円（税込10,800円）</p> <p>(2) 総額表示が義務付けられている単価・手数料率の表示の例 総額表示義務には、商品やサービスの単価、手数料率を表示する場</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>合など最終的な取引価格そのものは表示されていないものの、事実上、価格を表示していることに等しい表示（株式の委託手数料、投資信託の信託報酬等）についても対象に含まれる。</p> <p>【株式売買委託手数料率】</p> <p>取引1回当たり 5,000円 → 取引1回当たり 5,250円 売買価格の1.00% → 売価格の1.05%</p> <p>7. キャッチコピーの表示 （略）</p> <p>8. 記事コピー、類似挿し絵等の表示</p> <p>(1) 新聞、雑誌記事等の複写（コピー）を無断で転載しない。</p> <p>（注） これらの記事等を利用する場合は、著作権法により引用して利用することが認められる場合を除き、著作権者の承諾が必要である。</p> <p>（参考） 著作権法において著作権者の承諾なくして引用が認められるためには、当該引用は、公正な慣行に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行われるものでなければならない（著作権法第32条第1項）。そして、同条にいう「引用」に該当するためには、①引用する資料等は既に公表されているものであること、②引用部分とそれ以外の部分の「主従関係」が明確であること、③カギ括弧などにより「引用部分」が明瞭に区別して認識することができること、④当該引用が著作者人格権を侵害するような態様ではないこと等の各要件も満たす必要があると解釈されている。さらに、同条に基づく著作物の引用にあたっては、出所が明示されていることも必要となり（著作権法第48条）、引用された著作物の著作権者の氏名、当該著作物の掲載されている出版物名、出版物中における引用部分の掲載部分（ページ数など）の特定に関する記載が求められるケースもある。</p> <p>(2) マンガ、イラスト等についても同様の注意をほらう。</p> <p>(3) 記事等に個人の写真や当該個人を特定しうる情報が含まれている</p>		<p>合など最終的な取引価格そのものは表示されていないものの、事実上、価格を表示していることに等しい表示（株式の委託手数料、投資信託の信託報酬等）についても対象に含まれる。</p> <p>【株式売買委託手数料率】</p> <p>取引1回当たり 5,000円 → 取引1回当たり 5,400円 売買価格の1.00% → 売買価格の1.08%</p> <p>※総額表示以外の表示については、国税庁の「総額表示義務の特例措置に関する事例集」を参照すること。</p> <p>7. キャッチコピーの表示 （略）</p> <p>8. 記事コピー、類似挿し絵等の表示、統計資料等の転載</p> <p>(1) 新聞、雑誌記事等の複写（コピー）を無断で転載しない。</p> <p>（注） これらの記事等を利用する場合は、著作権法により引用して利用することが認められる場合を除き、著作権者の承諾が必要である。</p> <p>（参考） 著作権法において著作権者の承諾なくして引用が認められるためには、当該引用は、公正な慣行に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行われるものでなければならない（著作権法第32条第1項）。そして、同条にいう「引用」に該当するためには、①引用する資料等は既に公表されているものであること、②引用部分とそれ以外の部分の「主従関係」が明確であること、③カギ括弧などにより「引用部分」が明瞭に区別して認識することができること、④当該引用が著作者人格権を侵害するような態様ではないこと等の各要件も満たす必要があると解釈されている。さらに、同条に基づく著作物の引用にあたっては、出所が明示されていることも必要となり（著作権法第48条）、引用された著作物の著作権者の氏名、当該著作物の掲載されている出版物名、出版物中における引用部分の掲載部分（ページ数など）の特定に関する記載が求められるケースもある。</p> <p>(2) マンガ、イラスト等についても同様の注意をほらう。</p> <p>(3) 記事等に個人の写真や当該個人を特定しうる情報が含まれている</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>場合は、肖像権や個人情報保護の観点からの注意が必要である。</p> <p>9. 統計資料等の転載</p> <p>国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人が一般に周知させることを目的として作成した統計資料等を自社の刊行物その他の広告等において説明の材料として利用する場合は、その出典を明示して転載することができる。</p> <p>なお、国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人以外の統計資料等については、「8. 記事コピー、類似挿し絵等の表示」と同様である。</p> <p>10. 第三者の意見等</p> <p>協会が行う広告等において、第三者が投資についての判断を提供すべき意見を表示している場合であって、当該第三者に対価を支払っているとき、又は支払うべき約束をしているときは、金商法第169条の規定に基づき、その旨の表示を併せて行わなければならない。ただし、当該第三者が当該広告料を対価とし「広告」として表示する場合（一見して「広告」であることが明白な場合）には、当該表示を行う必要はないと考えられる。</p>	<p>・タイアップ記事に関しては、別途独立して項目建てをした上で、タイアップ記事に関し留意すべき点を独自に定めるべきだと思われる。</p> <p>・今回のステルスマーケティング対応の追加記載は、ロコミサイトの場面に限定されているが、同じ論点が生じ得る場面としてタイアップ記事（含. テレビ番組）がある。</p> <p>→ご意見を踏まえ、「記事コピー、類似挿し絵等の表示」及び「統計資料の転載」を統合するとともに、「タイアップ記事等」の項目を設けることとしました。</p>	<p>場合は、肖像権や個人情報保護の観点からの注意が必要である。</p> <p>(4) 国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人が一般に周知させることを目的として作成した統計資料等を自社の刊行物その他の広告等において説明の材料として利用する場合は、その出典を明示して転載することができる。</p> <p>なお、国若しくは地方公共団体の機関、独立行政法人又は地方独立行政法人以外の統計資料等については、上記(1)と同様である。</p> <p>9. タイアップ記事等</p> <p>第三者であるマスコミ（TV、ラジオ、新聞、雑誌等）や、他の企業・団体又は個人が運営するインターネットサイト等とタイアップ（対価を支払う又は受け取る場合、無償で依頼する又は依頼される場合とも含む。）し、記事や意見等が当該第三者によって掲載される場合には、以下の点に留意する必要がある。</p> <p>(1) 金融商品取引業の内容についての広告等に該当するか。</p> <p>内閣総理大臣の登録を受けた者でなければ、金融商品取引業を行えないことを踏まえ、当該記事等が広告等に該当するものではないことの確認が必要である。なお、確認の結果、当該記事等が協会の広告等に該当する場合は、広告等に関する必要事項の記載が必要となる。</p> <p>(2) 記事等の内容は正確かつ適正か。</p> <p>第三者が記載する記事等であっても、タイアップしたものについては、掲載前に「2. 誇大広告等に関する留意事項」等に照らし、正確かつ適切な内容となっていることを確認することが望ましい。また、掲載後に記事等の内容が不適切であると判明した場合には、訂正や削除を申し入れる等の対応が必要であると考えられる。</p> <p>10. 第三者の意見等</p> <p>協会が行う広告等において、第三者が投資についての判断を提供すべき意見を表示している場合であって、当該第三者に対価を支払っているとき、又は支払うべき約束をしているときは、金商法第169条の規定に基づき、その旨の表示を併せて行わなければならない。ただし、当該第三者が当該広告料を対価とし「広告」として表示する場合（一見して「広告」であることが明白な場合）には、当該表示を行う必要はないと考えられる。</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>1 1. 特定投資家に対する広告等 （略）</p> <p>1 2. 預金等との誤認防止に関する注意 （略）</p> <p>1 3. 金融商品仲介業に関する注意 （略）</p> <p>1 4. インターネットにおける広告等について</p> <p>(1) （略）</p> <p>(2) 個別商品においてバナー広告等を行う場合やツイッターに個別商品の記述をする場合において、顧客から見て一体性が認められる別のページに必要表示事項が表示されているのであれば、基本的に広告等規制に沿った対応であると考えられる。なお、当該バナー広告等から必要表示事項が表示されている別ページへ容易に遷移できるようなもの等は、顧客から見て一体性が認められると考えられる一方で、必要表示事項が表示されている別のページに遷移するために多数回のクリックを要する場合や、別ページ内での必要表示事項が表示されている箇所に至るまでに長大なスクロールを要するもの等は、顧客から見て一体性が認められない可能性が高い。また、ウェブサイトにおいて動画（ビデオ放映等を含む。）を用いた表示を行う場合は、テレビCMに準じた対応を行うこととなるが、単に複数の表示（商品説明資料等）が切り替わるものについては、そのそれぞれに必要表示事項を記載するか、上記の一体性のある表示を行うことが必要である。【パブコメ No. 93～95】</p> <p>(3) （略）</p> <p>(4) （略）</p> <p>(5) （略）</p> <p>(6) アフィリエイト広告（※）は、金融商品取引業者等が自ら作成するものではなく、基本的には金商法で規定する広告等には該当しないと考えられるが、自社又は自社の商品・サービスに関する不適正なアフィリエイト広告が掲載されないように、以下の①又は②に掲げる事項につき、それぞれの場合に応じて十分留意すること。</p>	<p>・金商業等府令第77条第1項第2号は、あくまで、テレビ、ラジオ放送と同様の内容をインターネット経由で閲覧させる場合に限っている。 →ご指摘を踏まえ、修正しました。</p> <p>・「単に複数の表示」とは何か。 →ホームページ等のトップ画面等でバナー表示が自動的に切り替わるものを想定しています。その旨が明確になるよう修正しました。</p>	<p>1 1. 特定投資家に対する広告等 （略）</p> <p>1 2. 預金等との誤認防止に関する注意 （略）</p> <p>1 3. 金融商品仲介業に関する注意 （略）</p> <p>1 4. インターネットにおける広告等について</p> <p>(1) （略）</p> <p>(2) 個別商品においてバナー広告等を行う場合やツイッターに個別商品の記述をする場合において、顧客から見て一体性が認められる別のページに必要表示事項が表示されているのであれば、基本的に広告等規制に沿った対応であると考えられる。なお、当該バナー広告等から必要表示事項が表示されている別ページへ容易に遷移できるようなもの等は、顧客から見て一体性が認められると考えられる一方で、必要表示事項が表示されている別のページに遷移するために多数回のクリックを要する場合や、別ページ内での必要表示事項が表示されている箇所に至るまでに長大なスクロールを要するもの等は、顧客から見て一体性が認められない可能性が高い。また、ウェブサイトにおいて動画（テレビCM等と同様の内容のものに限る。）を用いた表示を行う場合は、テレビCMに準じた対応を行うこととなるが、それ以外の動画、商品説明資料又はバナー表示等が切り替わり表示されるものについては、そのそれぞれに必要表示事項を記載するか、上記の一体性のある表示を行うことが必要である。【パブコメ No. 93～95】</p> <p>(3) （略）</p> <p>(4) （略）</p> <p>(5) （略）</p> <p>(6) アフィリエイト広告（※）は、金融商品取引業者等が自ら作成するものではなく、基本的には金商法で規定する広告等には該当しないと考えられるが、自社又は自社の商品・サービスに関する不適正なアフィリエイト広告が掲載されないように、以下の①又は②に掲げる事項につき、それぞれの場合に応じて十分留意すること。</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>※この指針において「アフィリエイト広告」とは、広告主たる協会員（以下、(6)において「協会員」という。）以外のブログその他のウェブサイトの運営者（以下「アフィリエイトター」という。）が、当該サイトに協会員が供給する商品・サービスのバナー広告等を掲載し、当該サイトを閲覧した者がバナー広告等をクリックしたり、バナー広告等を通じて協会員のサイトにアクセスして協会員の商品・サービスを購入したり、購入の申し込みを行ったりした場合など、あらかじめ定められた条件に従って、アフィリエイトターに対して、協会員から成功報酬が支払われるものをいう。ただし、広告配信会社が広告媒体となる複数のウェブサイトを集めて「広告配信ネットワーク」（以下「ネットワーク」という。）を形成し、広告主から受注したバナー広告等をネットワーク上で配信することにより、当該ウェブサイトの空きスペース（広告枠）にネットワークのプログラムが選択したバナー広告等が掲載されるようなインターネット広告を除く。</p> <p>① 協会員がアフィリエイトターと直接契約する場合（直接的な契約形態）</p> <p>協会員がアフィリエイトターとの間で直接契約を締結してアフィリエイト広告を行う場合（ランキング等が掲載されたアフィリエイト広告に対し、掲載内容等に応じて料金を支払う場合を含む。）については、「自社の広告等に類するもの」として以下のとおり取り扱う。</p> <p>イ. 協会員は、アフィリエイト広告の掲載前に、自社のバナー広告等を貼付するウェブサイト（以下「コンテンツ」という。）の内容について、自社が作成する広告等と同等の審査を実施するなど適切な対応を行う。</p> <p>ロ. コンテンツの審査にあたり、自社の審査基準に照らし「不適正」と判断されるような内容については、アフィリエイトターに対して不適正な内容の修正又は削除を求める。その後、改善がなされない場合には当該アフィリエイトターとの契約を解除するなど適切な対応を行う。</p> <p>ハ. アフィリエイト広告に貼付される自社のバナー広告等をクリックすると一旦ランディングページに遷移する仕組みとし、当該ランディングページに、「ご覧いただいていたウェブサイトは当社が作成したものではない」旨、及び、「掲載されている感想や評価はあくまでも作成者自身のものであり、当社のもではない」旨を明記する。</p>	<p>・(6) アフィリエイト部分で、②のハと同様の留意事項の記載が、①のハにも必要ではないか。 →ご意見を踏まえ、追記しました。</p>	<p>※この指針において「アフィリエイト広告」とは、広告主たる協会員（以下、(6)において「協会員」という。）以外のブログその他のウェブサイトの運営者（以下「アフィリエイトター」という。）が、当該サイトに協会員が供給する商品・サービスのバナー広告等を掲載し、当該サイトを閲覧した者がバナー広告等をクリックしたり、バナー広告等を通じて協会員のサイトにアクセスして協会員の商品・サービスを購入したり、購入の申し込みを行ったりした場合など、あらかじめ定められた条件に従って、アフィリエイトターに対して、協会員から成功報酬が支払われるものをいう。ただし、広告配信会社が広告媒体となる複数のウェブサイトを集めて「広告配信ネットワーク」（以下「ネットワーク」という。）を形成し、広告主から受注したバナー広告等をネットワーク上で配信することにより、当該ウェブサイトの空きスペース（広告枠）にネットワークのプログラムが選択したバナー広告等が掲載されるようなインターネット広告を除く。</p> <p>① 協会員がアフィリエイトターと直接契約する場合（直接的な契約形態）</p> <p>協会員がアフィリエイトターとの間で直接契約を締結してアフィリエイト広告を行う場合（ランキング等が掲載されたアフィリエイト広告に対し、掲載内容等に応じて料金を支払う場合を含む。）については、「自社の広告等に類するもの」として以下のとおり取り扱う。</p> <p>イ. 協会員は、アフィリエイト広告の掲載前に、自社のバナー広告等を貼付するウェブサイト（以下「コンテンツ」という。）の内容について、自社が作成する広告等と同等の審査を実施するなど適切な対応を行う。</p> <p>ロ. コンテンツの審査にあたり、自社の審査基準に照らし「不適正」と判断されるような内容については、アフィリエイトターに対して不適正な内容の修正又は削除を求める。その後、改善がなされない場合には当該アフィリエイトターとの契約を解除するなど適切な対応を行う。</p> <p>ハ. アフィリエイト広告に貼付される自社のバナー広告等をクリックすると一旦ランディングページに遷移する仕組みとし、当該ランディングページに、「ご覧いただいていたウェブサイトは当社が作成したものではない」旨、及び、「掲載されている感想や評価はあくまでも作成者自身のものであり、当社のもではない」旨を明記する。この際、当該注意事項は投資者が読みやすい位置に明確に記載するよう留意</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>ニ. 金商法で求められる必要表示事項（金融商品取引業者等の概要やリスク事項等）の表示に努める。この場合、バナー広告等から遷移するランディングページ等に必要表示事項を掲載することも考えられる。</p> <p>なお、協会員がアフィリエイトターに対し、アフィリエイト広告に記載すべき内容等を具体的に指示している場合など、実質的に金融商品取引業者等が行うものと認められる場合には、当該アフィリエイト広告が「自社の広告等（自社の広告等の作成の委託）」に該当することもあり得ると考えられる。このため、「自社の広告等」に該当するものについては、他の広告等と同様に、自社で定める広告等の手続き・基準に従い審査等を行うこと。</p> <p>② 協会員とアフィリエイトターの間にASPが介在する場合（間接的な契約形態）</p> <p>協会員がアフィリエイトサービスプロバイダー（以下「ASP」という。）を經由してアフィリエイト広告を行う場合（協会員とASPの間、及びASPとアフィリエイトターの間でそれぞれ契約が締結される場合）については、例えば、次のような対応を行うことが考えられる。</p> <p>イ. 協会員からASPへの報酬支払いの対象となるコンテンツ（最終的にASPからアフィリエイトターに報酬が支払われているかどうかは問わない。以下同じ。）について、報酬支払時等にコンテンツの内容に関する事後チェックを行う。</p> <p>なお、アフィリエイト広告の掲載前にコンテンツの内容をチェックできるような場合は、事前チェックを実施することも可とする。</p> <p>ロ. コンテンツのチェックに当たり、不適正なコンテンツについては、協会員が直接又はASPを経由して、速やかにアフィリエイトターに対して当該コンテンツの修正又は削除を求める。その後、改善がなされない場合にはASPに対して当該アフィリエイトターとの契約の解除（※）を求めるなど適切な対応を行う。</p> <p>※契約の解除とは、ASPとアフィリエイトターとの間の契約を解除すること、又はASPがアフィリエイトターに対して協会員が提供するバナー広告等の掲載を禁止すること等を指す。</p> <p>ハ. アフィリエイト広告に貼付される自社のバナー広告等をクリックすると一旦ランディングページに遷移する仕組みとし、当該ランディン</p>		<p>する必要がある。</p> <p>ニ. 金商法で求められる必要表示事項（金融商品取引業者等の概要やリスク事項等）の表示に努める。この場合、バナー広告等から遷移するランディングページ等に必要表示事項を掲載することも考えられる。</p> <p>なお、協会員がアフィリエイトターに対し、アフィリエイト広告に記載すべき内容等を具体的に指示している場合など、実質的に金融商品取引業者等が行うものと認められる場合には、当該アフィリエイト広告が「自社の広告等（自社の広告等の作成の委託）」に該当することもあり得ると考えられる。このため、「自社の広告等」に該当するものについては、他の広告等と同様に、自社で定める広告等の手続き・基準に従い審査等を行うこと。</p> <p>② 協会員とアフィリエイトターの間にASPが介在する場合（間接的な契約形態）</p> <p>協会員がアフィリエイトサービスプロバイダー（以下「ASP」という。）を經由してアフィリエイト広告を行う場合（協会員とASPの間、及びASPとアフィリエイトターの間でそれぞれ契約が締結される場合）については、例えば、次のような対応を行うことが考えられる。</p> <p>イ. 協会員からASPへの報酬支払いの対象となるコンテンツ（最終的にASPからアフィリエイトターに報酬が支払われているかどうかは問わない。以下同じ。）について、報酬支払時等にコンテンツの内容に関する事後チェックを行う。</p> <p>なお、アフィリエイト広告の掲載前にコンテンツの内容をチェックできるような場合は、事前チェックを実施することも可とする。</p> <p>ロ. コンテンツのチェックに当たり、不適正なコンテンツについては、協会員が直接又はASPを経由して、速やかにアフィリエイトターに対して当該コンテンツの修正又は削除を求める。その後、改善がなされない場合にはASPに対して当該アフィリエイトターとの契約の解除（※）を求めるなど適切な対応を行う。</p> <p>※契約の解除とは、ASPとアフィリエイトターとの間の契約を解除すること、又はASPがアフィリエイトターに対して協会員が提供するバナー広告等の掲載を禁止すること等を指す。</p> <p>ハ. アフィリエイト広告に貼付される自社のバナー広告等をクリックすると一旦ランディングページに遷移する仕組みとし、当該ランディン</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>グページに、「ご覧いただいていたウェブサイトは当社が作成したものではない」旨、及び、「掲載されている感想や評価はあくまでも作成者自身のものであり、当社のもではない」旨を明記する。この際、当該注意事項は投資者が読みやすい位置に明確に記載するよう留意する必要がある。</p> <p>ニ. バナー広告等から遷移するランディングページに、金融商品取引業者等の概要及びリスク事項について表示するよう努める。</p> <p>(注) アフィリエイト広告に係る実務上の取扱い等については、「アフィリエイト広告に関するQ&A」を参照すること。</p> <p>(7) ロコミサイト（企業、商品・サービス等に関する評判や噂といった、いわゆる「ロコミ」情報を掲載するインターネット上のサイトを指し、ロコミ情報の交換を目的とするサイトだけではなく、特定の業者が自らの商品・サービスに関するロコミ情報を掲載するサイトや、個人が行うブログ等の情報提供サイトも含む。）に協会員自らがロコミ情報を掲載し、または第三者（協会員の従業員を含む）に依頼して掲載させる場合（謝礼の有無にかかわらず。）には、当該ロコミ情報の表示が協会員の広告等とみなされるおそれがあることに留意する必要がある。広告等であるとみなされた場合は、当該ロコミ情報について、法令で規定されている必要表示事項及び記載要領（「第2部 広告等の作成に係る留意事項、I 全般」参照）を遵守する必要がある。なお、協会員の従業員やその家族等が協会員からの指示や依頼に基づかず、私的に行う行為は含まれない。</p> <p>また、インターネット上のサイトだけではなく、同様のロコミ情報が記載された出版物やその一部を加工・編集した書面等についても、協会員の広告等とみなされるおそれがあることに留意する必要がある。例えば、協会員が行うまたは第三者に依頼して行わせる以下のような表示（広告費用の負担や謝礼等を支払う場合に限らない。）は、協会員の広告等とみなされるおそれがあると考えられる。</p> <p>✓ 協会員の取扱商品等の商品性や仕組について説明をしていると考えられる表示 （「〇〇社（自社の名称）の△△という商品は新興国に投資する魅力的な商品だ。」等）</p> <p>✓ 自社の取扱商品等に関する売買その他の取引を誘引していると</p>	<p>・明示的にステルスマーケティングをいう語句も使用するか、ロコミサイトにステルスマーケティングが包含されることを記載しておくべきかと思う。 →〈参考〉として、文末に不当表示としてのステルスマーケティングについて追記しました。</p> <p>・「広告等であるとみなされた場合」とせず、「広告等であるとみなされる場合」にする方が良い。広告等であると事後的に指摘された場合に対応すれば良いと誤解されるおそれがあるため。 →ご意見を踏まえ、修正しました。</p> <p>・「協会員の従業員やその家族等が協会員からの指示や依頼に基づかず、私的に行う行為は含まれない」としているが、一律に「私的に行なう行為は含まれない」とするのはいかがなものか。（同様の意見多数あり。） →ご意見を踏まえ、従業員等の行為に対する適正な管理について追記しました。</p>	<p>グページに、「ご覧いただいていたウェブサイトは当社が作成したものではない」旨、及び、「掲載されている感想や評価はあくまでも作成者自身のものであり、当社のもではない」旨を明記する。この際、当該注意事項は投資者が読みやすい位置に明確に記載するよう留意する必要がある。</p> <p>ニ. バナー広告等から遷移するランディングページに、金融商品取引業者等の概要及びリスク事項について表示するよう努める。</p> <p>(注) アフィリエイト広告に係る実務上の取扱い等については、「アフィリエイト広告に関するQ&A」を参照すること。</p> <p>(7) ロコミサイト（企業、商品・サービス等に関する評判や噂といった、いわゆる「ロコミ」情報を掲載するインターネット上のサイトを指し、ロコミ情報の交換を目的とするサイトだけではなく、特定の業者が自らの商品・サービスに関するロコミ情報を掲載するサイトや、個人が行うブログ等の情報提供サイトも含む。）に協会員自らがロコミ情報を掲載し、または第三者（協会員の従業員を含む）に依頼して掲載させる場合（謝礼の有無にかかわらず。）には、当該ロコミ情報の表示が協会員の広告等とみなされるおそれがあることに留意する必要がある。広告等であるとみなされる場合は、当該ロコミ情報について、法令で規定されている必要表示事項及び記載要領（「第2部 広告等の作成に係る留意事項、I 全般」参照）を遵守する必要がある。なお、協会員の従業員やその家族等が協会員からの指示や依頼に基づかず、私的に行う行為は含まれない。ただし、協会員が行う金商業の内容について従業員個人が広告等を行うことは認められないため、従業員教育等を適切に行うとともに、不適正な表示が認められた場合は、削除又は修正を行わせるなどの対応を行うことが考えられる。</p> <p>また、インターネット上のサイトだけではなく、同様のロコミ情報が記載された出版物やその一部を加工・編集した書面等についても、協会員の広告等とみなされるおそれがあることに留意する必要がある。例えば、協会員が行うまたは第三者に依頼して行わせる以下のような表示（広告費用の負担や謝礼等を支払う場合に限らない。）は、協会員の広告等とみなされるおそれがあると考えられる。</p> <p>✓ 協会員の取扱商品等の商品性や仕組について説明をしていると考えられる表示</p>

広告等に関する指針改訂案（第16回WG提示版）	ご意見等及びその考え方（案）	広告等に関する指針改訂修正案（第17回WG）
<p>考えられる表示 （「ぜひ〇〇社で販売している△△を買うべきだ。」等）</p> <p>✓ 商品やサービスに関し、第三者が実施した評価であると誤認させるような表示 （「株式取引画面の使いやすさランキング第一位は〇〇社！」等）</p>		<p>（「〇〇社（自社の名称）の△△という商品は新興国に投資する魅力的な商品だ。」等）</p> <p>✓ 自社の取扱商品等に関する売買その他の取引を誘引していると考えられる表示 （「ぜひ〇〇社で販売している△△を買うべきだ。」等）</p> <p>✓ 商品やサービスに関し、第三者が実施した評価であると誤認させるような表示 （「株式取引画面の使いやすさランキング第一位は〇〇社！」等）</p> <p><参考> 金商法の広告規制に加えて、口コミサイト等において、①自社の高評価情報を書き込むこと、②他社の低評価情報を書き込むこと、③自社に対する低評価情報を削除させる等の行為は、いわゆるステルスマーケティングとして、その内容等により不当な広告表示に該当するおそれがあることにも留意する必要がある。</p> <p>（注）「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」（一部改定 平成24年5月9日 消費者庁）については、「付録Ⅳ インターネット取引に係る広告表示の留意点」を参照すること。</p>

資料3

平成26年6月2日

検討課題

項番	ご意見・ご質問
1	比較広告の要件として、①比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること、②実証されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること、③比較の方法が公平であること、が挙げられ、これらには該当しないおそれのある例示が示されている。実務の件からはこれらについて、範囲、期間、根拠等を明確にすれば助かるが、「指針」のレベルであれば、この表現が適切であるとも思う。
2	比較広告の要件①～③の例示について、具体的な数値や期間を盛り込むと基準が明確となり、広告を作成する者も審査する者も運用しやすくなるのではないか。(同意見あり)
3	指針の性格上、文章中心となるのは仕方ない面があるのは理解できる。しかし、特に、比較広告については、中期文言の例、許容される又は許容されない比較対象、比較する期間の程度をもう少し具体的に示してほしい。指針についての考え方をさらにブレイクダウンして、ある程度の具体性、明確性を伴った事務局案を作成してほしい。
4	全国銀行公正取引協議会の照会事例のようなものが協会サイトがあると助かる。広告指針の抽象的な記載内容に基づいて各社で判断することを求めるのではなく、協会の照会事例を積極的に開示してほしい。
5	昨今、タブレット端末等を用いて顧客に商品説明を行う金融機関の例が報道されることがあるが、例えば、情報サービス会社がインターネット環境やアプリケーションを通じて利用者向けに提供する情報(投信の運用実績や分配金を利用者の設定に従って比較表示する機能など)を、協会員が顧客に見せる場合は、協会員による「広告等」に該当することや、「広告等に関する指針」が適用される範囲や望ましい実務対応(適切な表示方法)、利用すべきでない一部比較機能等につき、新たなマーケティングツールの普及に即して会員向けに注意喚起してはどうか。