

池田・染谷法律事務所／EY共催セミナー  
**独禁法・消費者法・情報法の対応実務**  
～執行リスクの高まりと平時から危急時までの実務

池田・染谷法律事務所／EY新日本有限責任監査法人  
2025年7月28日 名古屋開催／7月29日 大阪開催

**IKEDA & SOMEYA**  
COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)



Shape the future  
with confidence



The better the question. The better the answer. The better the world works.

# プログラム

開会のごあいさつ

## 【第1部】

講演

1. 独禁法分野のアップデートと企業対応
2. 景表法・特商法の最新動向と実務
3. 個人情報保護法のアップデートと安全管理措置体制の構築

## 【ツール紹介】

広告チェックAIツール「Ad-IS」(アドイズ)のご紹介

休憩

## 【第2部】

元官庁勤務者を交えたディスカッション

「独禁法・消費者法の執行対応実務のポイント、平時からの備え、データの取扱い」

閉会のごあいさつ

懇親会



# 開会のごあいさつ

EY新日本有限責任監査法人  
常務理事 アドバイザリーサービス担当  
兼 Forensics事業部長  
パートナー・公認会計士  
荒張 健



## 荒張 健 *ken Arahari*


EY新日本有限責任監査法人  
常務理事 アドバイザリーサービス担当  
兼 Forensics事業部長  
パートナー・公認会計士

### 主な経歴

- 上場企業、公的機関等に対する会計監査業務および各種アドバイザリー業務に30年以上にわたり従事。現在、不正調査、不正対策、コンプライアンスの専門部門であるForensics (Forensic & Integrity Services, 旧FIDS) のJapan Leader ならびにForensics事業部長を務める。
- 第三者委員会委員等として数多くの不正疑義(会計不正、贈収賄、独占禁止法関連、品質偽装関連などに係る疑義。以下同じ)に係る実態調査に従事する他、不正対策(不正発見・予防)体制の評価・改善支援、米国FCPA違反に係るDPA (Deferred Prosecution Agreement) 対応など米国当局対応を含むリスク評価、コンプライアンス・プログラム改善支援業務の実務経験を多数有している。
- 不正対策やデータアナリティクスの知見を監査の高度化に活用するプロジェクトもリード。最近では、不正リスク対応を含む内部統制基準改訂対応支援にも従事。総務省政策評価・独立行政法人評価委員会臨時委員など、政府公職や日本公認会計士協会の各種委員会委員を歴任。
- 2025年7月より常務理事アドバイザリーサービス担当として、非監査事業全般を統括する。
- 慶應義塾大学経済学部卒。

### 資格等

- 公認会計士



# 【第1部】 講演

# 1.独禁法分野のアップデートと企業対応

池田・染谷法律事務所  
代表弁護士 池田 毅

2025年7月28日（名古屋） 29日（大阪）

池田・染谷法律事務所／EY新日本有限責任監査法人共催セミナー

独禁法・消費者法・情報法の対応実務  
～執行リスクの高まりと平時から危急時までの実務～

## 独禁法分野のアップデートと企業対応

弁護士・ニューヨーク州およびカリフォルニア州弁護士

池 田 毅

[tsuyoshi.ikeda@ikedasomeya.com](mailto:tsuyoshi.ikeda@ikedasomeya.com)

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

# 公取委所管法令の倍増

---

独占禁止法

下請法

2026年1月1日改正法施行

フリーランス法

2024年11月1日施行

スマホ新法

2025年12月18日全面施行

# スマホ新法の概要

1-1	アプリストア間の競争制限	アプリストアについて、自社のものに限定するなど、他の事業者がアプリストアを提供することを妨げてはならない。 （※ウェブサイトからのアプリの直接のダウンロードを許容することまでは義務付けない）【第7条第1号】 ※ただし、セキュリティ、プライバシー、青少年保護等のために必要な措置であって、他の行為によってその目的を達成することが困難である場合、当該措置を講じることができる（正当化事由）。
1-2	課金システムの利用制限	他社の課金システムを利用しないことを条件とするなど、他社の課金システムを利用することを妨げてはならない。 【第8条第1号】※正当化事由あり
1-3	アプリ内のユーザーへの情報提供制限	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリにおいて、ウェブサイトで販売するアイテム等の価格や、ウェブサイトに誘導するリンクを表示することを制限してはならない。</li> <li>ウェブサイトにおけるアイテム等の販売を妨げてはならない。【第8条第2号】※正当化事由あり</li> </ul>
1-4	アプリ事業者に対する不公正な取扱い	アプリ事業者によるOSやアプリストアの利用条件、取引の実施について、不当に差別的な取扱いや不公正な取扱いをしてはならない。【第6条】
2	ブラウザエンジンの利用禁止	自社のブラウザエンジンの利用を条件とするなど、他のブラウザエンジンの利用を妨げてはならない。【第8条第3号】※正当化事由あり
3	サービスのデフォルト設定	<ul style="list-style-type: none"> <li>デフォルト設定について、一般利用者が簡易な操作により変更できるようにしなければならない。【第12条第1号イ、第2号イ】</li> <li>ブラウザや検索等について、他の同種のサービスの選択肢を示す選択画面を表示しなければならない。【第12条第1号ロ、第2号ロ】</li> </ul>
4	検索における自社サービスの優先表示	検索結果の表示において、自社のサービスを、正当な理由がないのに、競争関係にある他社のサービスよりも優先的に取り扱ってはならない。【第9条】
5	不当なデータの使用	指定事業者が取得した、アプリの利用状況や売上げ等のデータについて、他のアプリ事業者等と競合するサービスの提供のために使用してはならない。【第5条】
6	OSにより制御される機能への他の事業者のアクセスの制限	OSにより制御される機能について、他の事業者が、指定事業者がアプリにおいて利用する場合と同等の性能で利用することを妨げてはならない。【第7条第2号】※正当化事由あり
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>データの管理体制等の開示義務【第10条】</li> <li>データ・ポータビリティのツール提供の義務付け【第11条】</li> <li>OS、ブラウザの仕様変更等の開示義務等【第13条】</li> </ul>

# 事前規制の発展

## 事前規制

- 特定ソフトウェアを巡る競争上の課題に対応するため、指定事業者に対して、一定の行為の禁止（禁止事項）や、一定の措置を講ずる義務付け（遵守事項）を定める
- 指定事業者の行為が違法となるか否かの判断において、特定の行為が競争に与える弊害の有無・程度は問われない

下請法

不公正な取引方法

フリーランス法

物流特殊指定

# 下請法改正（取適法）

1	協議を適切に行わない代金額の決定の禁止	対象取引において、代金に関する協議に応じないことや、協議において必要な説明又は情報の提供をしないことによる、一方的な代金の額の決定を禁止。
2	手形払等の禁止	対象取引において、手形払を禁止。また、支払期日までに代金相当額を得ることが困難な支払手段も併せて禁止。
3	運送委託の対象取引への追加	対象取引に、製造、販売等の目的物の引渡しに必要な運送の委託を追加。
4	従業員基準の追加	従業員数300人（役務提供委託等は100人）の区分を新設し、規制及び保護の対象を拡充。
5	面的執行の強化	関係行政機関による指導及び助言に係る規定、相互情報提供に係る規定等を新設。
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製造委託の対象物品として、木型その他専ら物品の製造に用いる物品を追加。</li> <li>● 書面等の交付義務において、承諾の有無にかかわらず、電磁的方法による提供を認容。</li> <li>● 遅延利息の対象に、代金を減じた場合を追加。</li> <li>● 既に違反行為が行われていない場合等の勧告に係る規定を整備。</li> <li>● 用語について、「下請事業者」を「中小受託事業者」、「親事業者」を「委託事業者」等に改める。</li> <li>● 題名について、「下請代金支払遅延等防止法」を「製造委託等に係る中小受託事業者に対する代金の支払の遅延等の防止に関する法律」に改める。</li> </ul>

# 下請法の執行トレンドの変化①

勧告日	違反類型	概要
令和7年4月24日 スズキ自販大分	不当な経済上の利益の提供要請	親事業者は、顧客から請け負う自動車の板金塗装等の修理を下請事業者に委託しているところ、遅くとも令和4年5月から令和6年8月まで、自社が請け負う自動車の修理の顧客に代車として貸し出すために、下請事業者に対し、合計25台の自動車を自己のために無償で提供させることにより、下請事業者の利益を不当に害していた。
令和7年3月27日 シャトレーゼ	受領拒否 不当な経済上の利益の提供要請	親事業者は、洋菓子等の包装資材及び原料（以下「本件商品」という。）の製造を下請事業者に委託しているところ、 1 下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、下請事業者に製造を委託した本件商品について、本件商品を納入することができる状態にする期日である仕上日を経過しているにもかかわらず、いまだその一部を受領していない。 2 遅くとも令和5年12月1日以降、下請事業者に対し、前記1の受領していない本件商品を自己のために無償で保管等させていた。
令和6年11月12日 KADOKAWA・KADOKAWA Life Design	買いたたき	親事業者は、雑誌「レタスクラブ」の発行事業において、下請事業者に対し、レタスクラブの記事作成及び写真撮影業務（以下「本件業務」という。）を委託しているところ、 1 KADOKAWAは、令和5年1月、自社の収益改善を図るため、発注単価を改定する旨を記載した「原稿料改定のお知らせ」と題する文書を下請事業者に通知した上で、下請事業者と十分な協議を行うことなく、当該発注単価を従前の単価から約6.3パーセントないし約39.4パーセント引き下げることを一方的に決定し、令和5年4月発売号以降のレタスクラブに係る本件業務を下請事業者（26名）に委託する際に、当該引下げ後の単価を適用した。 2 Life Designは、令和6年4月1日にKADOKAWAからレタスクラブ事業を承継し、本件業務を下請事業者（21名）に委託しているところ、本件業務を委託する際の発注単価について、同月以降、下請事業者と十分な協議を行うことなく、KADOKAWAが当該承継前に一方的に決定した単価をそのまま適用している

## 下請法の執行トレンドの変化②

勧告日	違反類型	概要
令和6年6月19日 大阪シーリング 印刷	不当な給 付内容の 変更及び 不当なや り直し	親事業者は、食品製造業者等から製造を請け負う食品容器に貼付するラベル、パッケージ等のデザインの作成を下請事業者に委託しているところ、下請事業者が作成したデザインについて、給付の受領後に実施する受入検査において問題がないとしたにもかかわらず、その後に自社の顧客である食品製造業者等からやり直しの依頼があったことを理由として、令和4年4月から令和5年10月までの間、下請事業者に対し、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、合計24,600回のデザインのやり直しを無償でさせることにより、下請事業者の利益を不当に害していた。
令和6年2月21日 ダイオーロジス ティクス	購入・利 用強制	親事業者は、荷主等から請け負う貨物の運送を下請事業者に委託しているところ、下請事業者2名（以下「本件下請事業者」という。）に対し、自社が提供する貨物の運送が、本件下請事業者に委託する貨物の運送と直接関係がないにもかかわらず、令和3年1月以降、次のア及びイの要請を行うことにより、自社が提供する貨物の運送の利用を余儀なくさせた。 ア 中部支店の支店長又は輸送部の担当者が、本件下請事業者ごとに定めた目標金額を具体的に示すこと イ 中部支店の輸送部の担当者が、本件下請事業者との複数回にわたる面談において当該目標金額の達成状況を確認すること
令和6年2月15日 王子ネピア	不当な給 付内容の 変更及び 不当なや り直し	親事業者は、自社が販売するマスクの製造を本件下請事業者に委託していたところ、本件下請事業者がマスクの製造に必要な資材等を確保して納品の意思表示を行っているにもかかわらず、令和3年度分の発注の一部を取り消すことにより、本件下請事業者は、既に手配していた、 ア 資材の仕入代金 イ 資材の倉庫までの運送料 ウ 資材の倉庫保管料 エ 資材の廃棄費用 オ 人件費 を負担することとなった。

# フリーランス法執行の本格化

勧告日	違反類型	概要
令和7年6月17日 光文社	取引条件の明示義務 期日における報酬支払義務	本件業務委託をした際に、直ちに、特定受託事業者の給付の内容、報酬の額、支払期日その他の事項を、書面又は電磁的方法により当該事業者に対し明示しなかった。 本件業務委託をした際に、直ちに、報酬の支払期日を当該事業者に明示しておらず、当該事業者に対し、当該事業者の給付を受領した日又は当該事業者から役務の提供を受けた日までに報酬を支払わなかった。
令和7年6月17日 小学館	取引条件の明示義務 期日における報酬支払義務	本件業務委託をした際に、直ちに、特定受託事業者の給付の内容、報酬の額、支払期日その他の事項を、書面又は電磁的方法により当該事業者に対し明示しなかった。 本件業務委託をした際に、直ちに、報酬の支払期日を当該事業者に明示しておらず、当該事業者に対し、当該事業者の給付を受領した日又は当該事業者から役務の提供を受けた日までに報酬を支払わなかった。
令和7年6月25日 島村楽器	取引条件の明示義務（略） 期日における報酬支払義務 不当な経済上の利益の提供要請	特定受託事業者1名の本件業務委託に係る報酬の支払期日を「毎月末日締切、翌々月10日支払」として、当該事業者から役務の提供を受けた日から起算して60日を超える期日に定め、当該事業者に明示しており、当該事業者に対し、当該期日に報酬を支払った。 特定受託事業者11名に対し、合計19回の体験レッスンを無償で行わせていた。

# 価格転嫁への対応

労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格の交渉の場において明示的に協議することなく、従来通りに取引価格を据え置くこと。

労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストが上昇したため、下請事業者が取引価格の引上げを求めたにもかかわらず、価格転嫁をしない理由を書面、電子メールで下請事業者に回答することなく、従来通りに取引価格を据え置くこと。

社名公表

令和4年  
12月

13社

令和6年  
3月

10社

令和7年  
3月

3社

特別調査

下請法  
定期調査

物流特殊  
指定調査

中企庁  
フォロー  
アップ調査

宣言企業  
調査

# グリーンガイドラインその後

## 相談事例

- メーカー数社が、温室効果ガス排出量削減に向け、パッケージの一部を小型化・軽量化するための共同研究等を実施することは、独占禁止法上問題となるものではないと回答した事例
- グリーン社会の実現に向けた事業者等の取組は、多くの場合、事業者間の公正かつ自由な競争を制限するものではなく、新たな技術や優れた商品を生み出す等の競争促進効果を持つものであり、温室効果ガス削減等の利益を一般消費者にもたらすことが期待されるものでもある。そのため、グリーン社会の実現に向けた事業者等の取組は基本的に独占禁止法上問題とならない場合が多い。
- （中略）本件仕様が実用化された場合、従来と比較して少ない温室効果ガス排出量で製品Aを供給できるため、本件取組には、新たな技術や優れた商品を生み出す等の競争促進効果があることから、これらを総合的に考慮すれば、独占禁止法上問題となるものではない。

## 企業結合事例

- グリーンガイドライン第1の1（想定例5）は、「製造過程の転換によって温室効果ガス排出量を大幅に削減できることが明らかである場合には、競争促進効果が認められるので、需要者にとって使用上の価値に直接の変化がない場合であっても、品質の向上と評価できる」としている。
- グリーンガイドラインに基づく、本件行為によるダクタイル鉄管小口径管の製造過程における二酸化炭素排出量の大幅な削減は品質の向上と評価でき、需要者の厚生は増大すると考えられる。したがって、本件行為による効率性の向上により需要者の厚生が増大するものといえる。以上のことから、本件行為による「効率性」の向上が認められる。

# 公取委の新体制

---

## 委員長

- 茶谷 栄治

## 事務総長

- 岩成 博夫

## 経済取引局長

- 大胡 勝

## 審査局長

- 品川 武

# 池 田 毅 | Tsuyoshi (Yoshi) Ikeda



弁護士  
ニューヨーク州弁護士  
カリフォルニア州弁護士

主な取扱分野：

独占禁止法／競争法  
消費者関連法（景品表示法等）  
下請法  
贈賄規制法  
通商法／国際経済法

公正取引委員会に勤務して、20 件近い立入検査や知財・ITタスクフォースにおける事件審査、課徴金減免（リエエンシー）制度の施行準備、当時公取委が所管していた景品表示法違反事件の審判担当などを担当し、実務の最前線の知見を有しています。

日本経済新聞の「活躍した弁護士ランキング」の独禁・競争法分野（2022年）では総合第2位／企業票第3位に、消費者対応分野（2024年）では企業票3位にそれぞれ選出され、Chambers Asia Pacific、Who's Who Legal 等の国際的な弁護士評価においても日本を代表する独禁法弁護士の一人に選定されています。

独占禁止法分野では、国内外でのカルテル・談合や企業結合のほか、流通・マーケティングに関わる独占禁止法上の問題や、知的財産権と独占禁止法、事業提携における独占禁止法上の問題等、複雑な分析を必要とする案件を得意としています。景品表示法分野では、多数の措置命令を含む消費者庁による調査案件の対応に加え、キャンペーンやポイント制度等表示規制・景品規制にまたがる複雑な案件の対応に豊富な経験を有しています。

## 経歴

**1978年** 生まれ 大阪府箕面市出身

**1997年**

大阪教育大学附属高等学校池田校舎卒業

**2002年**

京都大学法学部卒業

**2003年**

弁護士登録 大江橋法律事務所

**2005年**

公正取引委員会審査局勤務（審査専門官）  
（～2007年）

**2008年**

カリフォルニア大学バークレー校スクール・オブ・ロー修了（LL.M.）

**2008年**

カークランド&エリス法律事務所（シカゴ）  
（～2009年）

**2009年**

森・濱田松本法律事務所（～2018年）

ニューヨーク州弁護士登録

カリフォルニア州弁護士登録

**2017年**

国際法曹協会(IBA) 独占禁止法委員会委員

**2018年**

池田・染谷法律事務所設立

TEL. 050-1745-4777 | E-MAIL. [tsuyoshi.ikeda@ikedasomeya.com](mailto:tsuyoshi.ikeda@ikedasomeya.com)

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

## 2. 景表法・特商法の最新動向と実務

池田・染谷法律事務所  
代表弁護士 染谷 隆明

2025年7月28日（名古屋） 29日（大阪）

池田・染谷法律事務所／EY新日本有限責任監査法人共催セミナー

独禁法・消費者法・情報法の対応実務  
～執行リスクの高まりと平時から危急時までの実務～

## 景表法・特商法の最新動向と実務

池田・染谷法律事務所  
代表弁護士 染谷 隆明  
[takaaki.someya@ikedasomeya.com](mailto:takaaki.someya@ikedasomeya.com)

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

# 染谷 隆明 | Takaaki Someya



染谷隆明  
弁護士

## 経歴

**1985年** 生まれ  
**2010年** 弁護士登録  
**2012年** 株式会社カカコム法務部  
**2014年** 消費者庁 消費者制度課・課徴金制度検討室 課長補佐  
**2015年** 消費者庁 表示対策課 課長補佐  
**2018年** 池田・染谷法律事務所 開設  
日本組織内弁護士協会理事（2020年）  
**2021年** 参議院・地方創生及び消費者問題に関する特別委員会参考人（取引DPF法）  
**2023年** 国民生活センター商品テスト分析・評価委員会専門委員（現任）  
**2024年** 日本経済新聞弁護士ランキング（消費者対応分野）第1位に選出  
**2025年** 広告AIチェックサービス「Ad-IS」開発

## ・主な取扱い分野

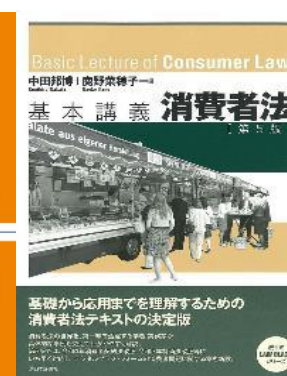
景品表示法/薬機法/広告・キャンペーン/ヘルスケア商品・サービス/ゲーム法務/IT全般/食品/資金決済法等Fintech関連法務を広く取扱う。

## ・消費者庁での経験とマーケティング戦略

消費者庁において、景品表示法に課徴金制度を導入する改正法の立案・企画を行う。

また、消費者庁において、景品表示法の課徴金制度の政府令・ガイドライン作成や調査マニュアル作成の助言を行い、消費者庁の調査実務に通じる。

消費者庁の経験を活かした、広告規制を遵守しつつ利益を最大化する広告戦略や、ユーザの囲い込みを有効に行うポイント・キャンペーン戦略などマーケティング助言を最も得意とする。



お問い合わせ E-MAIL. [takaaki.someya@ikedasomeya.com](mailto:takaaki.someya@ikedasomeya.com) | TEL. 050-1745-4000

# 目次

---

- I 景品表示法の基礎とインターネット広告対応の勘所
- II 特定商取引法の基礎と勘所

# 1 最近の景表法の動向

## ✓ アフィリエイト広告等に関する検討会

管理上の措置の指針改訂

インターネット消費者取引ガイドライン改訂

## ✓ 景品表示法検討会

令和5年改正法

運用基準改訂（買取サービス）

ダークパターンは据え置き

## ✓ ステルスマーケティングに関する検討会

ステマ告示の指定

## ✓ 最近の執行動向

【本日お話しすること】

- ① No. 1 表示と執行事例
- ② ステマ告示と執行事例

## 2 令和5年景品表示法改正法の概要

商品又は役務の取引に関する表示をめぐる状況に鑑み、景品表示法の改正により、**事業者の自主的な取組の促進、違反行為に対する抑止力の強化等を講ずる**ことで、**一般消費者の利益の一層の保護**を図る。

### 主な改正事項

#### 1 事業者の自主的な取組の促進

##### ■ 確約手続の導入

- ・ 優良誤認表示等の疑いのある表示等をした事業者が是正措置計画を申請し、内閣総理大臣から認定を受けたときは、当該行為について、措置命令及び課徴金納付命令の適用を受けないこととすることで、迅速に問題を改善する制度の創設（第26条～第33条）

##### ■ 課徴金制度における返金措置の弾力化

- ・ 特定の消費者へ一定の返金を行った場合に課徴金額から当該金額が減額される返金措置に関して、返金方法として金銭による返金に加えて第三者型前払式支払手段（いわゆる電子マネー等）も許容（第10条）

#### 2 違反行為に対する抑止力の強化

##### ■ 課徴金制度の見直し

- ・ 課徴金の計算の基礎となるべき事実を把握することができない期間における売上額を推計することができる規定の整備（第8条第4項）
- ・ 違反行為から遡り10年以内に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対し、課徴金の額を加算（1.5倍）する規定の新設（第8条第5項及び第6項）

##### ■ 罰則規定の拡充

- ・ 優良誤認表示・有利誤認表示に対し、直罰（100万円以下の罰金）の新設（第48条）

#### 3 円滑な法執行の実現に向けた各規定の整備等

##### ■ 国際化の進展への対応

- ・ 措置命令等における送達制度の整備・拡充、外国執行当局に対する情報提供制度の創設（第41条～第44条）

##### ■ 適格消費者団体による開示要請規定の導入

- ・ 適格消費者団体が、一定の場合に、事業者に対し、当該事業者による表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の開示を要請することができるとともに、事業者は当該要請に応ずる努力義務を負う旨の規定の新設（第35条）

➡ 令和6年10月1日から施行

## 3-1 No. 1表示の現在

海外行くなら! イモトのWiFi

「No.1」ありがとう

お客様満足度 No.1 海外Wi-Fiレンタル

海外旅行者が選ぶ No.1 海外Wi-Fiレンタル

顧客対応満足度 No.1 海外Wi-Fiレンタル

※ゼネラルリサーチ調べ

※アンケートモニター提供元：ゼネラルリサーチ 調査期間：2019年1月18日～21日 調査方法：インターネット調査  
調査概要：海外Wi-Fiレンタル10社を対象にしたサイト比較イメージ調査 調査対象：全国の20代～50代の海外旅行をしたことがある男女1316名

## 3-2 No. 1表示を行う上での留意点

- ✓ No. 1表示は、同種の商品等の内容や取引条件に関して比較又は差別化に資するための明確な数値指標となるものであることから、一般消費者が商品等を選択するに際して、その選択に要する時間の短縮、商品等の内容や取引条件に係る情報収集コストの削減等の効果があり、一般的には一般消費者にとっては有益な情報と位置付けられる。

→その客観性・正確性が特に重要

① No. 1表示の内容が**客観的な調査に基づいている**こと

②調査結果を**正確かつ適正に引用**していること

- ✓ 直近の調査結果に基づいて表示
  - ✓ 対象となる商品等の範囲、地理的範囲
  - ✓ 調査期間・時点
  - ✓ 調査の出典
- を当該調査の事実に基づいて明瞭に表示するよう留意

### 3-3 No.1表示を不当表示と認定した景表法の最近の法執行

PMKメディカルラボ（R4.6.15）	豊胸／痩身施術
バンザン（R5.1.12）	オンライン個別学習指導
バウムクーヘン（R5.6.14）	ペット用サプリメント
ハロハラボ（R5.12.19）	機能性表示食品
新日本エネックス／安心頼ホーム （R6.2.27）	太陽光発電機器等・導入の施工
フロンティアジャパン（R6.2.29）	太陽光発電機器・導入の施工
飯田グループHD他4社（R6.3.1）	注文住宅の建築請負
エクスコムグローバル（R6.3.1）	モバイルルーターレンタル
エスイーライフ（R6.3.5）	家庭用蓄電池
S C エージェント（R6.3.7）	蓄電池・導入の施工

さらに.....

- ✓ 特商法の通信販売規制でも誇大広告規制違反で業務停止命令  
（サンに対する件（R6.3.15））

### 3-4 No.1表示実態報告書（2024年9月）①主観的評価によるNo.1

- ① 比較する商品等が適切に選定されていること
  - ・ 主要な商品役務を落としている等はNG
  
- ② 調査対象者が適切に選定されていること
  - ・ 恣意的な調査対象でないこと
  - ・ 調査対象者の属性は主観的評価をすることができる必要
  
- ③ 調査が公平な方法で実施されていること
  - ・ 質問方法にバイアスが入っていないこと
  - ・ 1位になるまで質問を繰り返すなど結論ありきの調査でないこと
  
- ④ 表示内容と調査結果が適切に対応していること

## 3-5 No.1表示実態報告書（2024年9月）②高評価%表示



- ✓ 合理的根拠が問題となるのは主観的評価によるNo.1表示と同じ。
- ✓ 特に専門家による推奨は一般消費者に対する影響が大きい。

- ① 調査回答者が医師かどうかを自己申告により確認するだけで、医師であることを客観的に担保できていない場合
- ② 調査対象者である医師の専門分野（専門の診療科など）が、対象商品等を評価するに当たって必要な専門的知見と対応していない場合
- ③ 調査対象者である医師が、回答に際し、調査会社等から、対象商品等の品質・内容について合理的な根拠がない情報の提供を受けている場合（例えば、「△△試験の結果、この商品には〇〇の効果がある」、「この商品は安全性について〇〇の認定を受けている」等の情報が提供されているが、当該情報が事実と異なっていたり、効果等が客観的に実証されているとはいえない場合）

## 4-1 ステマとは何か、何が問題か

定義：「広告主が自らの広告であることを隠したまま広告」を出すこと  
(ステマ報告書 1 頁)

- ✓ 一般消費者は、広告であると認識せず、中立な第三者が表示したものと考える。



- ✓ 「およそ広告であって自己の商品等について大なり小なり賛辞を語らないものはほとんどなく、広告にある程度の誇張・誇大が含まれることはやむを得ないと社会一般に受け止められていて、一般消費者の側も商品選択の上でそのことを考慮に入れている」(平成 14 年 6 月 7 日東京高裁判決)

➡ 広告であると認識しなければ、広告であると割引をする前提を欠く。

## 4-2 ステルスマーケティング告示

○一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示

不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第5条第3号の規定に基づき、一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示を次のように指定し、令和5年10月1日から施行する。

**①事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示であつて、②一般消費者が当該表示であることを判別することが困難であると認められるもの**

\* 下線太文字付番は染谷による。

✓ ①「事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示」

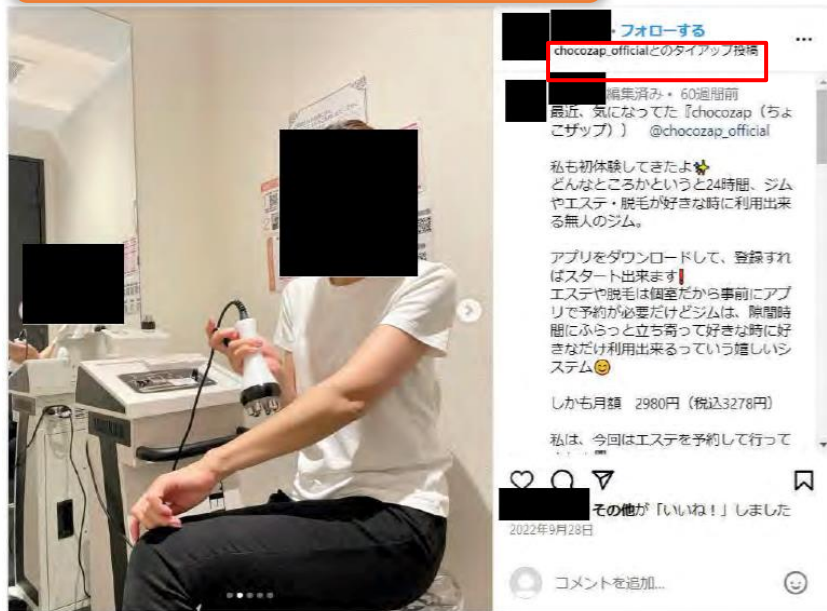
→ どのような場合に第三者の表示（レビュー等）が自社の表示になるのか

✓ ②「一般消費者が当該表示であることを判別することが困難であると認められるもの。」

→ 基本的には一般消費者が「広告」など事業者の表示であることがわかる文言を、明瞭に識別できる方法で記載する必要

## 4-3 Case① : R I Z A P に対する措置命令 (令和6年8月9日)

Instagram : 広告表示あり



自社Website : 広告表示なし



- ✓ インフルエンサーのタイアップ投稿を自社ウェブサイトに掲載
- ✓ その際SNS投稿に記載された「chocozap.officialとのタイアップ投稿」を削除
- ✓ 原則、自社ウェブサイトは「一般消費者にとって事業者の表示であることが明瞭となっているもの」に該当。ただし、ウェブサイト上において、事業者の表示ではないと一般消費者に誤認されるおそれがあるような場合（第三者の客観的な意見に見えるが事業者が表示させた場合など）は広告表示が必要

## 4-4 ステマQA16：「お客様の声」の扱い

✓ 「chocozap.officialとのタイアップ投稿」を残していればよかったのか。

- |   |   |
|---|---|
| Q | 当社では、プロモーションのために、インフルエンサーに依頼をし、当社の商品についてSNSに投稿をして貰いました。この度、当該投稿を抜粋し、「お客様の声」として自社ウェブサイト内に掲載することを検討していますが、告示との関係で注意すべき点はありますか。なお、インフルエンサーの投稿が「事業者の表示」に当たることを前提としています。   |
| A | <p>「お客様の声」という場合、通常、顧客の自主的な意思に基づく感想等が記載されていると理解されるため、「事業者の表示」に当たるインフルエンサーの投稿を、「お客様の声」として自社のウェブサイト上に掲載することは適当ではありません。</p> <p>「事業者の表示」に当たるインフルエンサーの投稿を掲載する場合は、自社の依頼したインフルエンサーの投稿であることが、ウェブサイトを見た一般消費者にとって明瞭になる形で表示する必要があります。</p> |

「…タイアップ投稿」を残しても、広告であるとの識別は困難

# 目次

---

I 景品表示法の基礎とインターネット広告対応の勘所

II 特定商取引法の基礎と勘所

## 1-1 特商法の概要

この法律は、特定商取引（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引、業務提供誘引販売取引並びに訪問購入に係る取引をいう。以下同じ。）を公正にし、及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし、もつて国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

行政規制の例示	民事ルールの例示
<p>○<b>氏名等の明示の義務</b>： 勧誘開始前に事業者名や勧誘目的であること等を消費者に告知する義務</p> <p>○<b>不当な勧誘禁止</b>： 価格・支払い条件等について不実告知・不告知等を禁止</p> <p>○<b>広告規制</b>： 重要事項の表示義務、虚偽・誇大な広告禁止</p> <p>○<b>書面交付義務</b>： 契約締結時等に、重要事項を記載した書面の交付義務</p>	<p>○<b>クーリング・オフ</b>： 申込みまたは契約の後に、法律で決められた書面を受け取ってから一定の期間内に、無条件で解約可能。</p> <p>○<b>意思表示の取消し</b>： 不実告知や故意の不告知を行った結果、消費者が誤認し、契約の申込みまたはその承諾の意思表示をしたときには、消費者は、その意思表示を取り消し可能</p> <p>○<b>損害賠償等の額の制限</b>： 消費者が中途解約する際等、事業者が請求できる損害賠償額に上限を設定</p>

## 2-1 特商法の規制 7 類型の概要

行為類型	内容
訪問販売	消費者宅など営業所等以外の場所で消費者から契約申込みを受ける取引。ただし、勧誘目的を告げずに営業所等の特定の場所に来訪させる場合も対象となる。
通信販売	事業者が郵便・電話・インターネット等により <u>遠隔で申込みを受ける取引全般</u> 。ただし「電話勧誘販売」に該当するものは除かれる。
電話勧誘販売	事業者が電話（オンライン会議も含む）で勧誘を行い、遠隔で申込みを受ける取引。勧誘があった電話内で申込みがされる必要はない。勧誘目的を告げずに電話をかけさせ勧誘する場合も含まれる。
連鎖販売取引	個人を販売員として勧誘し、更にその個人に次の販売員の勧誘をさせる形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う取引。
特定継続的役務提供	一定期間以上の役務の提供と、これに対する一定額以上の対価を約する取引。現在は、エステティック、美容医療など7つの役務が対象。
業務提供誘引販売取引	「仕事を提供するので収入が得られる」という口実で消費者を誘引し、仕事に必要であるとして、商品等を売って金銭負担を負わせる取引。
訪問購入	消費者宅などの営業所等以外の場所で事業者が物品の購入を行う取引。

## 2-2 通信販売における主な規制の概要

- 広告での法定事項の表示義務（11条）
- **誇大広告の禁止**（12条）
- 未承諾者へのメール広告禁止(12条の3、12条の4)
- **最終確認画面での法定事項の表示義務及び誤認表示の禁止**（12条の6）
- 前払式通信販売の承諾等の書面での通知義務（13条）
- 解除等に関する事項の不実告知の禁止（13条の2）
- 履行拒否又は不当な履行遅延の禁止（14条1項1号）
- 顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為の禁止（14条1項2号）
- 商品の引渡しを受けた日から8日を経過するまでの申込みの撤回又は契約の解除（15条の3）
- 最終確認画面の表示に係る誤認取消権（15条の4）

## 2-3 違反に対する行政によるエンフォースメント

### 【行政処分（公表）】

- ① 指示処分（コンプライアンス体制の整備や消費者への周知等）
- ② 業務停止命令（法人の通信販売業務を一定期間停止するもの）
- ③ 業務禁止命令（役員個人の通信販売業務を法人の業務停止命令の期間と同じ期間禁止するもの）

→ 過去の処分例を見ても、①のみが出されることはあまりなく、①が出された場合は②もセットで出されることが通常。

### 【行政指導・注意喚起（原則非公表）】

昨年度の発出件数は1552件（2024年3月末時点）

## 2-4 最近の行政処分の状況

---

### 【2024年以降の通信販売の行政処分】

※ 以下は消費者庁による行政処分のみ掲示

- サン（2024年3月）
- オルリンクス製薬（4月）
- HAL（4月）
- SUNSIRI（10月）
- HappyLifeBio（10月）
- マーキュリー（11月 ※処分自体は10月）
- VERIFY（12月）
- フォックス（2025年3月）
- VIRTH（6月）

## 3-1 通信販売における誇大広告の禁止

### 誇大広告規制（12条）

- 誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するため、表示事項等について、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、もしくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止。
  - 不実証広告規制（12条の2）が存在するのは景表法同様
- ただし、**有利誤認表示に不実証広告規制の適用がある！**

## 3-2 最近の誇大広告禁止違反の執行状況

### 【2024年以降の執行】

- サン（No.1表示）
- オルリンクス製薬（解除のしやすさ）
- HAL（実態のない二重価格表示）
- SUNSIRI（効能効果）※
- HappyLifeBio（効能効果）※
- マーキュリー（効能効果）※
- VERIFY（効能効果※、定期便でないかのように表示する事実相違）
- フォックス（効能効果）※
- VIRTH（効能効果）※

※ 不実証広告規制を使用

# 3-3 令和6年4月9日 消費者庁の株式会社オルリンクス製薬 に対する行政処分

## 本件定期購入契約の解除に関する表示

**24時間365日  
自動音声で解約可能**

限られた時間内でしか解約の出来ない  
不便さは一切ありません。

面倒な手続き・解約阻止の説得などもゼロ。  
商品の使い心地をぜひお気軽にお試しください。

①専用ダイヤルにお電話  
ORLINKS.オートメーションサポート  
**0570-032-030**

実際には、本件定期購入契約の解除方法は、消費者が、商品の受領後、次回の発送日の7日又は14日前までに解約・休止専用窓口で電話をかけ、自動音声による案内が終わった後にショートメッセージサービスにより送信されたURLからメッセージアプリの専用アカウントに登録（友だち追加）した上、当該アカウントのトークルーム内にある「スキップ・休止・解約エントリーフォームを受け取る」を押下して表示される画面に氏名等を入力することで本人確認を行い、その後、「スキップ・休止・解約のエントリーをする」を押下して表示されるエントリーフォームで最低15文字以上の記入が必要なものを含め、10問以上の質問への回答の入力をしなければならず、その上で、オルリンクス製薬において、当該エントリーフォームに入力された内容を確認して、その結果連絡を消費者がメッセージアプリで受け取ることにより解除が完了するもの（以下「本件解除方法」という。）であって、煩雑な手続を経る必要があり、本件定期購入契約を容易に解除できなかった。

## 4-1 契約の申込み段階における表示事項の法定

### ■ 最終確認画面（申込書面）において表示すべき事項

- (1) 当該売買契約に基づいて販売する商品若しくは特定権利又は当該役務提供契約に基づいて提供する役務の分量（12条の6第1項1号）
- (2) 販売価格又は役務の対価（送料についても表示が必要）（12条の6第1項2号、11条1号）
- (3) 代金（対価）の支払時期、方法（12条の6第1項2号、11条2号）
- (4) 商品の引渡時期（権利の移転時期、役務の提供時期）（12条の6第1項2号、11条3号）
- (5) 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約に係る申込みの期間（12条の6第1項2号、11条4号）
- (6) 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（12条の6第1項2号、11条5号）

分量以外は、通信販売広告における表示事項。ただし、通信販売広告における表示事項のうち特商法施行規則で定められている事項は含まれない。

### ■ 申込みボタンでないと誤認させる表示・上記事項に関し誤認させる表示も禁止

## 4-2 最近の執行状況

### 【2024年以降の執行】

→ 株式会社マーキュリー・株式会社フォックス以外は最終確認画面での表示不備が違反認定されている。

- サン（分量、販売価格、代金の支払時期・方法、商品の引渡時期、解除に関する事項の表示不備）
- オルリンクス製薬（解除に関する事項の表示不備）
- HAL（解除に関する事項の表示不備）
- SUNSIRI（解除に関する事項の表示不備）
- HappyLifeBio（解除に関する事項の表示不備）
- マーキュリー
- VERIFY（分量、販売価格、代金の支払時期・方法、商品の引渡時期、解除に関する事項の表示不備）
- フォックス
- VIRTH（分量、販売価格及び解除に関する事項並びに新たに本件定期購入契約の申込みとなることにつき、人を誤認させるような表示）

## 4-3 ダークパターンを意識した処分 VIRTHに対する行政処分（令和7年6月27日）

ご注文完了画面

- お支払情報入力
- ご注文内容の確認
- ご注文完了

ご注文完了

ご注文ありがとうございました。  
ご登録頂いたメールアドレスに注文完了メールを送付しましたのでご確認ください。  
メールが届かない場合、迷惑メールに入っている可能性がありますのでご確認ください。  
メール送信には10分前後かかる場合がございます。

注文完了情報

ご注文番号 [REDACTED]

特別なご案内がございます。  
**ぜひ最後までお読みください!**

集中ケアコースをご注文のお客様に  
**10分間限定で**  
今すぐ使える  
**特典クーポンプレゼント**

**集中ケア限定特典クーポン**  
さらに/  
2回目以降  
永久に **10%OFF**

特典クーポン有効まで  
09:33:85

**クーポンの注意事項**

※このページは一度閉じてしまうと二度と表示されません。  
※このページの有効期限は10分間です。  
※クーポンはこのページのみお使いいただけます。  
※4回受け取りがクーポンの適用条件になります。

先ほどご注文いただいた  
**B.D SHOT集中ケアコース**は  
初回1本が定価の**77%OFF**、  
2回目以降が**33%OFF**になる  
**大変お得なコース**です。

**ですが**

このページで発行された  
集中ケアコースご注文者様限定の特典クーポン  
をご利用いただき、集中ケアプレミアムコース(4回定期)  
へお切り替えいただきますと、2回目以降のご注文が  
**現在の価格よりさらに10%OFF**となり  
**最も安く**お求めいただけます。

※上記の割引はこのページで発行されたクーポンをご使用のお客様に限り、  
2回目以降の価格に永久に適用となります。

**集中ケア限定特典クーポン**  
さらに/  
2回目以降  
永久に **10%OFF**

特典クーポン有効まで  
09:22:11

※クーポンの使用有効期限は10分間です。

一年間で比較すると  
**その差は歴然!!**

特典クーポン未使用	特典クーポンを使用
初回 2,490円	初回 2,490円
2回目 7,350円	2回目 6,655円
3回目 7,350円	3回目 6,655円
4回目 7,350円	4回目 6,655円
5回目 7,350円	5回目 6,655円
6回目 7,350円	6回目 6,655円
合計 83,340円	合計 75,695円

**1回あたり10%もお得!**  
1年間で見ると/  
**7,000円以上お得!**

1年間続けた場合 合計	1年間続けた場合 合計
クーポン未使用 83,340円	クーポン使用 75,695円

※このページは一度閉じてしまうと二度と表示されません。  
※このページの有効期限は10分間です。  
※クーポンはこのページのみお使いいただけます。  
※集中ケアコースご注文者様限定の特典クーポンをご利用いただき、集中ケア  
プレミアムコース(4回定期)へお切り替えいただきますと、2回目以降のご注文が  
通常価格よりさらに10%OFFとなり、最も安くお求めいただけます。  
※集中ケアプレミアムコースは4回継続が必須のコースとなります。

※次回出荷予定日の10日前までにコース休止・解約・お届け間隔の変更の連絡がなかった場合は、商品の出荷準備に入っておりますためコースのお手続きは次回分からとなります。

【チャットご利用方法】  
※ご利用方法案内ページ  
※お電話からの場合 ①カスタマーサポートへお電話ください。  
②ショートメッセージでチャットのご利用方法が届きます。  
③マイページにログインしてください。  
④マイページ内よりチャットの案内に沿ってお進みください。

カスタマーサポート0570-000-329(10:00~18:00(土日・祝日・年末年始を除く))  
※特典クーポンをご使用にならずに注文を完了する場合は、使用しないボタンを押下するかブラウザを閉じてください。  
その場合特典クーポンは適用されずに注文完了となります。

お名前		
[REDACTED]		
お届け先		
[REDACTED]		
ご注文商品情報		
B.D SHOT100集中ケアプレミアムコース		
単価: 4,264円	個数: 1 個	小計: 4,264円
小計		
4,264円		
割引		
-2,000円		
送料		
0円		

- ✓ 初回解約可能なコースに注文完了後に10分限定の10%オフクーポン
- ✓ 申込むと4回コースに切り替わるが、焦らせているため、契約条件に関し誤認させるとして、12条の6第2項を適用。

## 5-1 「電話」の意義

### ■ 特商法 2 条 3 項（電話勧誘販売の定義）

※ 下線の加筆及び色付けは当方で実施

「電話勧誘販売」とは、販売業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話において行う売買契約又は役務提供契約の締結についての勧誘により、その相手方（以下「電話勧誘顧客」という。）から当該売買契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該売買契約を郵便等により締結して行う商品若しくは特定権利の販売又は電話勧誘顧客から当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該役務提供契約を郵便等により締結して行う役務の提供をいう。

→ 「電話」にはオンライン会議も含まれる！

→ オンライン会議をすれば、通信販売ではなく電話勧誘販売となる可能性大。

→ その場合、クーリング・オフなどのより厳しい規制の対象になる。

## 5-2 令和6年9月4日 消費者庁の株式会社即決営業に対する行政処分

### 【電話勧誘販売該当性】

※令和6年9月5日付け消費者庁「特定商取引法違反の電話勧誘販売業者に対する業務停止命令（3か月）及び指示並びに当該事業者の代表取締役2名に対する業務禁止命令（3か月）について」より引用（一部省略）（赤字は当事務所による）

株式会社即決営業・・・は、消費者に、Web会議ツールを用いたオンラインのコンサルティングに参加するためのURLをメール等により送信して電話をかけ、当該コンサルティングにおいて、営業活動の能力向上を目的とした商品・・・の売買契約・・・を有償で提供する契約・・・の締結について勧誘を行い、当該消費者と当該契約をスマートフォン等の情報処理の用に供する機器により締結していることから、このような・・・電話勧誘販売・・・に該当する。

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

### 3. 個人情報保護法のアップデートと 安全管理措置体制の構築

池田・染谷法律事務所  
弁護士 今村 敏

2025年7月28日（名古屋） 29日（大阪）

池田・染谷法律事務所／EY新日本有限責任監査法人共催セミナー

独禁法・消費者法・情報法の対応実務  
～執行リスクの高まりと平時から危急時までの実務～

# 個人情報保護法のアップデートと 安全管理措置体制の構築

弁護士  
今村 敏

[satoshi.imamura@ikedasomeya.com](mailto:satoshi.imamura@ikedasomeya.com)

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

# 今村 敏 | Satoshi Imamura



今村 敏  
弁護士

主な取扱分野：

情報法（個人情報法・通信の秘密・プライバシー）／電気通信事業法  
消費者関連法（景品表示法等）  
独占禁止法／競争法

総務省総合通信基盤局では、個人情報・通信の秘密やプライバシーに係る情報の保護などに関する法解釈や政策などを担当しました。とくに、オンラインサービスやプラットフォームをはじめとするIT・テレコム分野の案件に、行政当局の視点を活かしたアドバイスを提供します。昨今注目されるデータ利活用についても、GDPRをはじめとする国内外のパーソナルデータ法制の知見に、当事務所の競争法・消費者関連法の専門性を融合させ、ご依頼者様のビジネスの発展を総合的にサポートします。

## 経歴

**1986年**生まれ 大阪府枚方市出身  
**2010年**京都大学工学部卒業  
**2013年**大阪大学大学院高等司法研究科修了  
**2016年**弁護士登録  
**2016年**大阪大学知的財産センター特任研究員  
**2017年** 同 特任助教  
**2017年**総務省総合通信基盤局（～2020年）  
**2021年**池田・染谷法律事務所 参画



TEL. 050-1745-7435 | E-MAIL. [satoshi.imamura@ikedasomeya.com](mailto:satoshi.imamura@ikedasomeya.com)

## 1. はじめに

## 2. 「安全管理措置」とは

## 3. 個人情報保護法の3年ごと見直し

※ 本日の講演内容については当方の個人的な見解であり、これまで所属の組織の見解と必ず一致するものではありません。

## はじめに（イメージ図）

安全管理措置・従業員監督



アクセス制御・暗号化・ログ管理



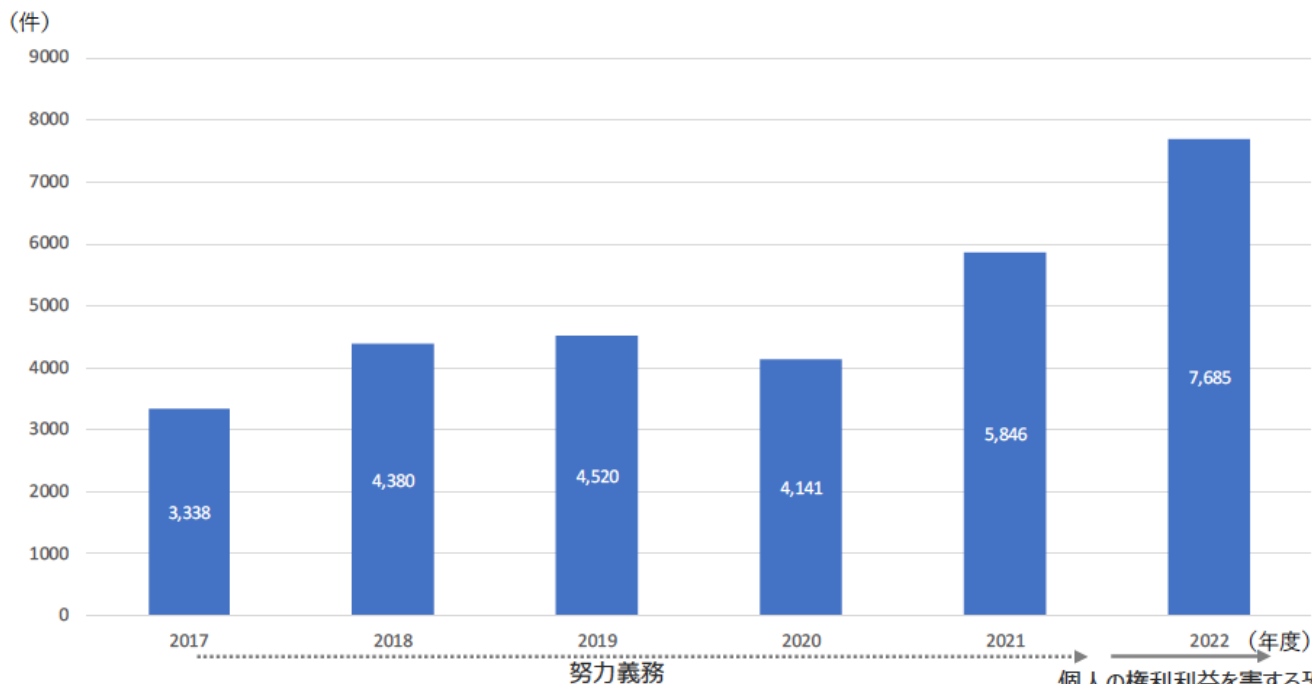
委託先監督



# はじめに（漏えい報告件数等）

- 個人情報保護委員会事務局において個人情報の漏えい等事案に関する報告を受け処理した件数の推移は以下の通り。
- 報告が努力義務となった2017年度から、ほぼすべての年度で前年比増加している。

個人情報保護委員会事務局への事業者等からの漏えい等事案報告の処理件数推移（2017年度～2022年度）



（注1）2017年度「個人データの漏えい等」の件数は、報告が努力義務となった5月30日以降のデータを集計している。

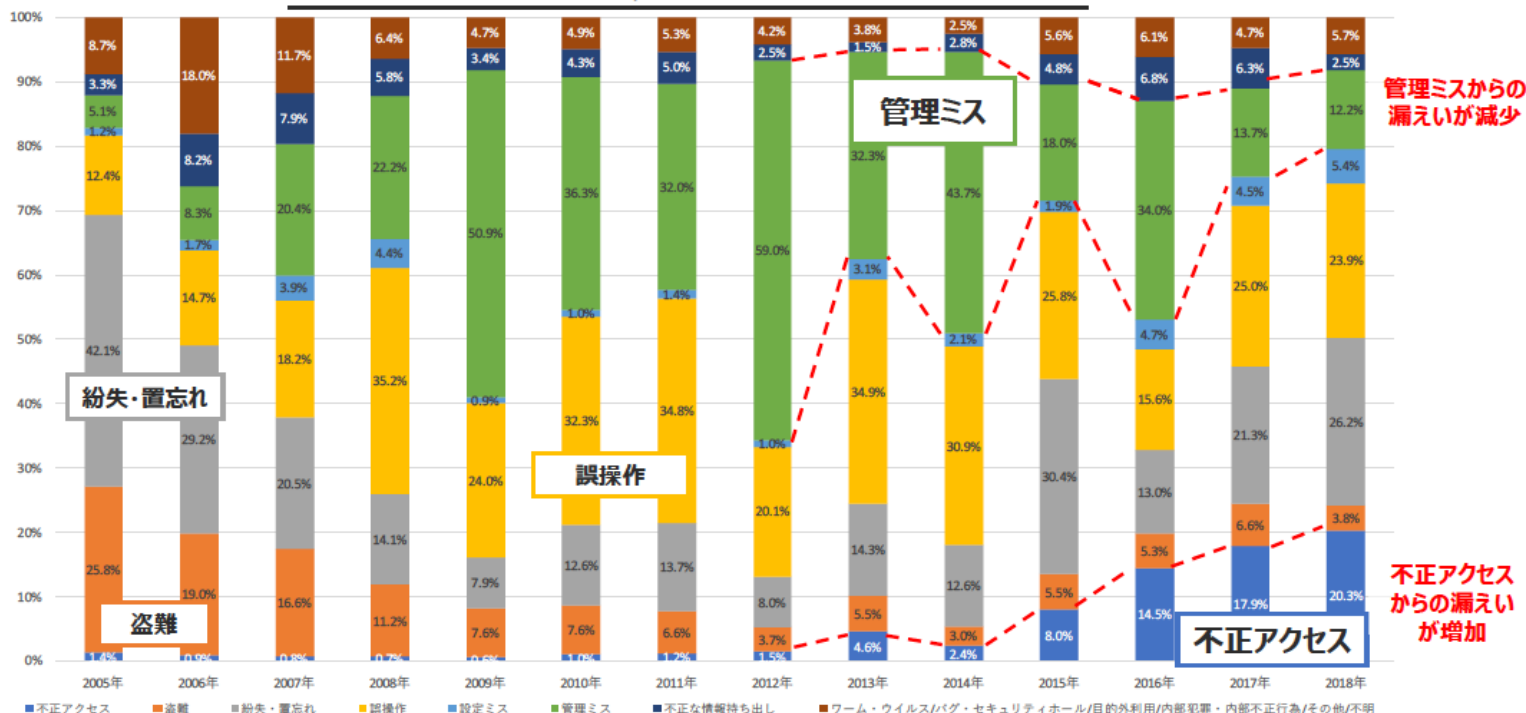
（注2）2022年度7,685件は義務報告のみ。任意報告837件、行政機関等からの報告件数114件は含んでいない。

（出所）個人情報保護委員会各年度年次報告をもとに日本総研作成

# はじめに（漏えい報告件数等）

- 漏えい件数の割合を比較すると、2012年には漏えい原因の半分以上を占めていた「管理ミス」は減ってきている一方で、不正アクセスによる漏えい事案が徐々に増加している。

原因別 漏えい件数の経年変化（2005年～2018年）



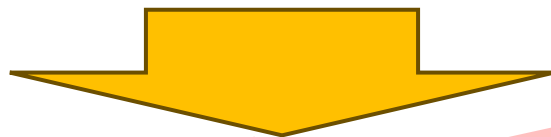
（注）発生原因別の推移は、各年集計公開後、修正内訳データが改めて公開されていないため、2018年公開資料をもとにしており、元資料から個別数値が読み取れない部分があったワーム・ウイルス/バグ・セキュリティホール/目的外利用/内部犯罪・内部不正行為/その他/不明はまとめて記載している。

（出所） NPO日本ネットワークセキュリティ協会「2018年情報セキュリティインシデントに関する調査結果～個人情報漏えい編～（速報版）」を参考に日本総研作成

# はじめに（最近の執行等の動向）

## 【最近の公表レベルの執行事例（抜粋）】

- LINEヤフーに対する**勧告等**（サプライチェーンが侵入経路となった不正アクセスによる漏えい、**安全管理措置**）
- エムケイシステムに対する**指導**（SssSサービスにおける不正アクセスによる漏えい、**安全管理措置**）
- 四谷大塚に対する**指導**（従業員の持ち出しによる漏えい、**安全管理措置**）
- 長野県教育委員会に対する**指導**（不正アクセスによる漏えい、**安全管理措置**）
- NTTドコモ等に対する**指導**（委託先派遣社員の持ち出しによる漏えい、**安全管理措置**）
- NTTマーケティングアクトProCX、NTTビジネスソリューションに対する**勧告等**（委託先従業員の持ち出しによる漏えい、**安全管理措置**）
- イセトーに対する**指導**（通知書の印刷・発送業務受託会社に対する不正アクセス、**安全管理措置**）
- 損害保険会社及び保険代理店に対する**指導**（第三者提供、適正取得、**安全管理措置**、**委託先監督**）
- ビジネスプランニングに対する**命令等**（特殊詐欺グループへの名簿販売、不適正利用、第三者提供記録義務）



**漏えいや不正アクセスに対する執行事例が多い**

# (参考) 最近の個人情報保護委員会の動き

## ▶ 個人情報保護法に基づく監督等 ※公表事案については別紙及び本文P9～10参照。

### ▶ 個人情報の取扱いに関する監視又は監督の状況

#### ○ 個人情報取扱事業者等に対する監督 ※【】内は令和5年度の実績

14,198件  
【7,075件】

漏えい等事案  
に関する報告の  
処理(※)

67件  
【73件】

報告徴収

395件  
【333件】

指導及び  
助言

1件  
【3件】

勧告

※ 社会保険/人事労務業務支援システムを運営する株式会社エムケイシステムのサーバが不正アクセスを受け、ランサムウェアにより、同社のシステム上で管理されていた個人データが暗号化され、漏えい等のおそれが発生した事案に関する漏えい等報告2,745件が含まれている。

#### ○ 行政機関等に対する監視 ※【】内は令和5年度の実績

1,951件  
【1,159件】

漏えい等事案に  
関する報告の処理

国の行政機関等  
221件【162件】

地方公共団体等  
1,730件【997件】

159件  
【70件】

資料提出  
の求め

国の行政機関等  
13件【18件】

地方公共団体等  
146件【52件】

56件  
【65件】

実地調査等

国の行政機関等  
12件【18件】

地方公共団体等  
44件【47件】

172件  
【132件】

指導及び  
助言

国の行政機関等  
28件【28件】

地方公共団体等  
144件【104件】

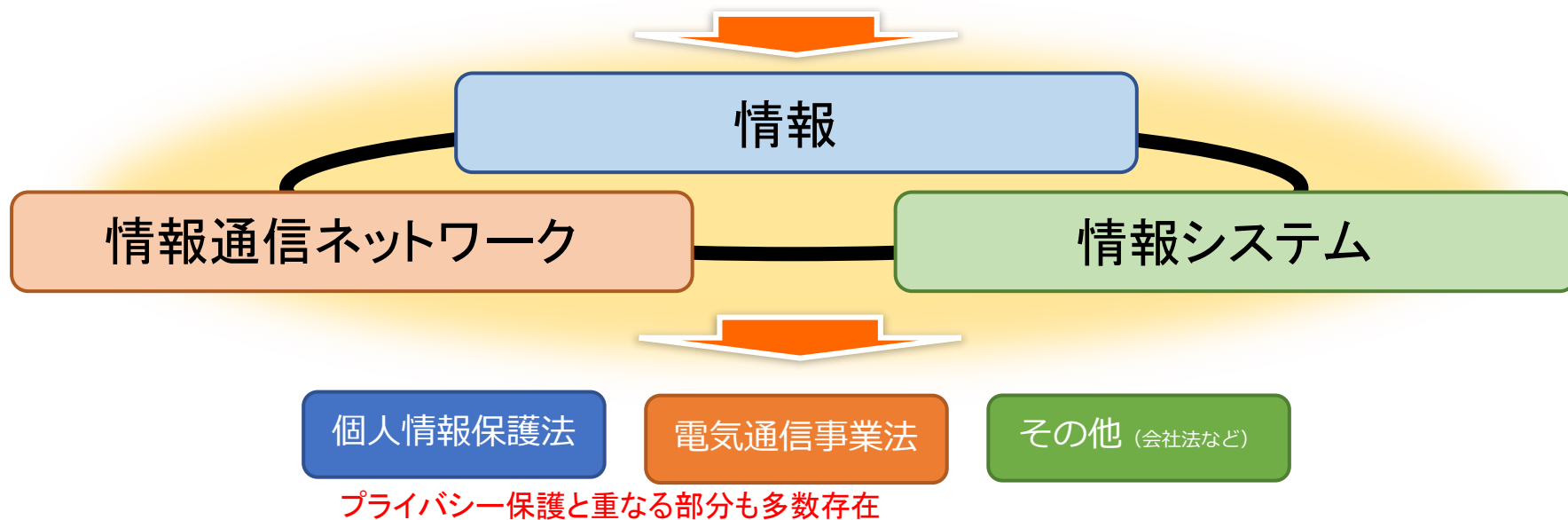
○ 株式会社NTTマーケティングアクトProCXから個人データ等の取扱いの委託を受けたNTTビジネスソリューションズ株式会社の派遣社員が、株式会社NTTマーケティングアクトProCXの委託元の民間事業者等の顧客等の個人データ等を不正に持ち出した事案に関し、不正に持ち出された個人データを当該派遣社員から取得し、第三者に提供していた名簿業者2社（株式会社中央ビジネスサービス及びネクストステージ合同会社）に対し、立入検査を実施するとともに、調査結果に基づき、個人情報の適正な取得（個人情報保護法第20条第1項）、第三者提供を受ける際の確認義務（同法第30条第1項第2号）の違反等について指導等を行った。あわせて、株式会社中央ビジネスサービスに関しては、委員会が令和5年7月に実施した個人情報保護法に基づく報告徴収に対し、虚偽の報告をした事実が確認されたため、刑事告発を実施した。

- 令和6年度から、委員会の監視・監督活動について国民に対してより詳しく情報提供するとともに、事業者及び行政機関等における適正な個人情報の取扱いに資するよう、四半期ごとに「監視・監督権限の行使状況の概要」及び「漏えい等報告の処理状況」の公表を行った。
- データ関係省庁等との連携をより一層強化し、個人情報保護法上求められる各種の安全管理措置として講じ得る方策等について検討・把握するとともに、個人情報取扱事業者及び行政機関等に対する効果的な普及啓発の在り方等を検討する観点から、令和6年12月から「個人情報保護法サイバーセキュリティ連絡会」を新たに四半期ごとに開催することとした。

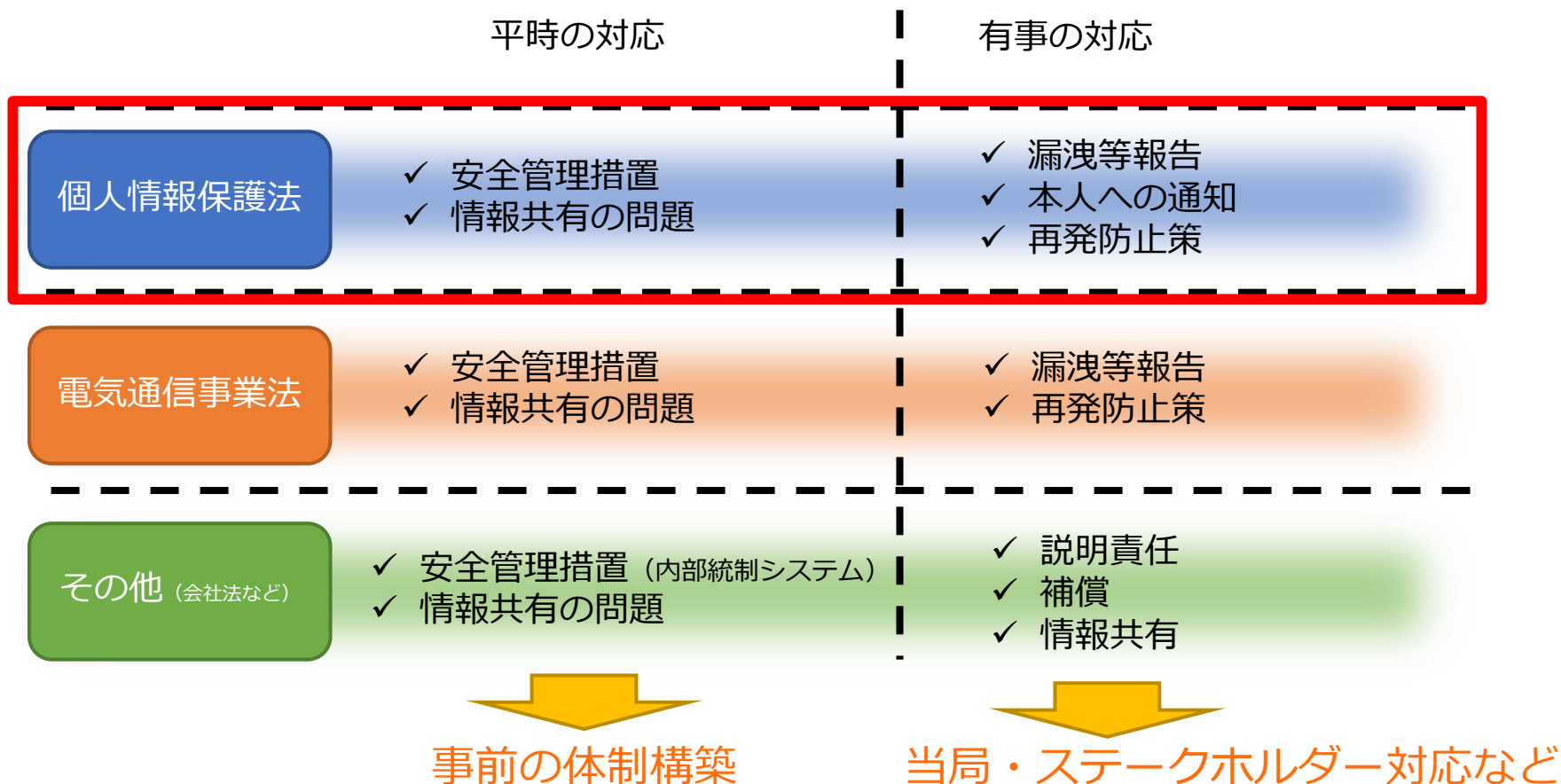
# はじめに（サイバーセキュリティ）

「サイバーセキュリティ」とは、電子的方式、磁気的方式その他の知覚によっては認識することができない方式（以下この条において「電磁的方式」という。）により記録され、又は発信され、伝送され、若しくは受信される**情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の安全管理のために必要な措置並びに情報システム及び情報通信ネットワークの安全性及び信頼性の確保のために必要な措置**（情報通信ネットワーク又は電磁的方式で作られた記録に係る記録媒体（以下「電磁的記録媒体」という。）を通じた電子計算機に対する不正な活動による被害の防止のために必要な措置を含む。）が講じられ、その状態が適切に維持管理されていることをいう。

※（参考）米国国立標準技術研究所（NIST: National Institute of standard and Technology）によると、サイバーセキュリティは「攻撃を防止、検知し、攻撃に対応することにより情報を保護するプロセス（The process of protecting information by preventing, detecting, and responding to attacks.）」と定義されている。



# はじめに（各法律とサイバーセキュリティの接点イメージ）

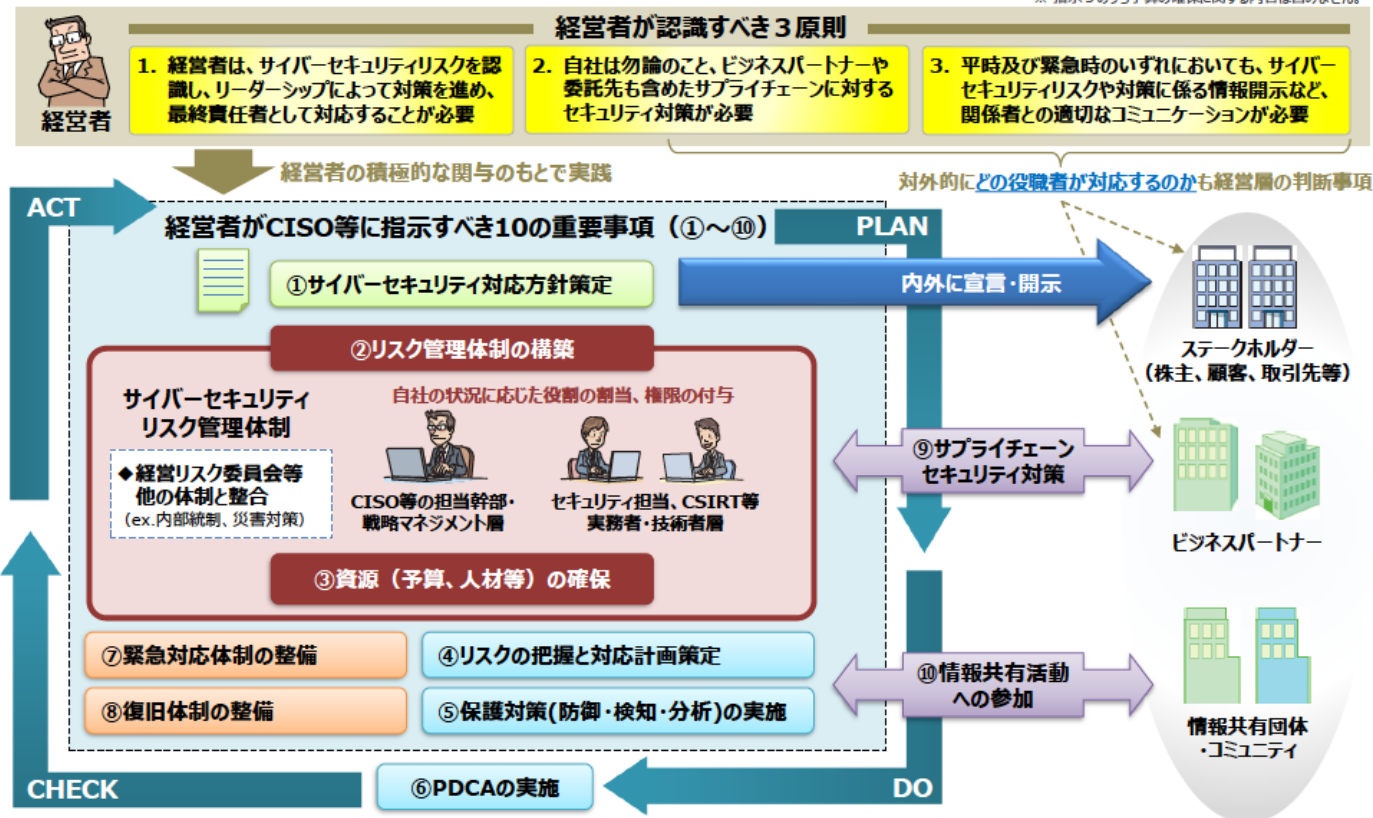


# はじめに（内部統制システム構築－サイバーセキュリティ経営）

## サイバーセキュリティ経営ガイドラインの全体像における手引きの位置付け

企業におけるサイバーセキュリティ対策の推進において、その基盤となる下図の赤枠部分（「リスク管理体制の構築」と「資源（予算、人材等）の確保」）は経営者が積極的に関わって実践すべき取組。『サイバーセキュリティ体制構築・人材確保の手引き』はその具体的検討のための参考文書。\*

※ 指示3のうち予算の確保に関する内容は含みません。



※ 経産省・IPA「サイバーセキュリティ経営ガイドラインver3.0」

# はじめに（サプライチェーンリスク）

## 我が国企業の海外拠点を狙ったサイバー攻撃の事例

▼ 2021年3月

大手電気機器メーカーへの不正アクセス事案（2020年11月公表）について、同社海外子会社への不正アクセスを契機としたものであったことが判明

▼ 8月

大手保険会社の海外グループ会社がランサムウェアによる攻撃を受けたところ、機密情報等の流出は未確認

▼ 10月

大手自動車メーカーの海外子会社がネットワークに不正アクセスを受け、生産システムの一部が停止。工場の一部で2日間稼働を見合わせ

▼ 10月

大手医薬品メーカーの海外子会社が外部からサイバー攻撃を受け、従業員の情報がダークウェブ上に掲示されていたことが判明

▼ 11月

大手電気機器メーカーのネットワークが不正アクセスを受け、ファイルサーバのデータの一部が不正に読み出されたことが発覚。後に、海外子会社のサーバを経由し、我が国所在のファイルサーバも不正アクセスを受けたことが判明



## 委託先・取引先 管理の問題

1. はじめに

2. 「安全管理措置」とは

3. 個人情報保護法の3年ごと見直し

※ 本日の講演内容については当方の個人的な見解であり、これまで所属の組織の見解と必ず一致するものではありません。

# 安全管理措置（漏えいしないために）

---

## 個人情報を取得する場合

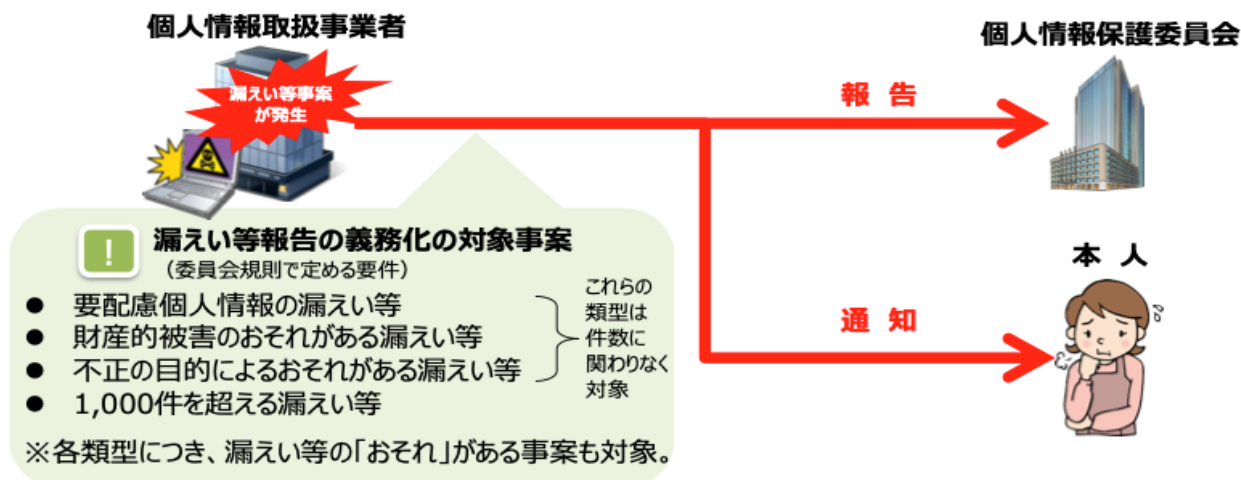
- ①取得・利用に関するルール（省略）  
→プライバシーポリシー等の作成、同意の取り方など
- ②保管・管理に関するルール  
→漏えいさせないために何をしなければならないか



# 事業者が守るべきルール 一保管・管理

## 【個人データを保管・管理するとき】

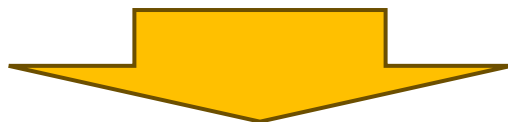
- ・ 正確で最新の内容に保ち、必要がなくなったときはデータを消去するよう努める（法第22条）。
- ・ 漏えい、滅失又は毀損の防止その他の安全管理措置を講ずる（法第23条）。
- ・ 従業員に対して、必要かつ適切な監督を行う（法第24条）。
- ・ 委託する場合、委託先に対して必要かつ適切な監督を行う（法第25条）。
- ・ 委員会規則で定める漏えい等が生じたときには、個人情報保護委員会に対して報告を行う（法第26条①）。
- ・ 委員会規則で定める漏えい等が生じたときには、本人への通知を行う（法第26条②）。



## 安全管理措置

---

個人情報取扱事業者は、その取り扱う個人データの漏えい、滅失又は毀損（以下「漏えい等」という。）の防止その他の個人データの安全管理のため、必要かつ適切な措置を講じなければならないが、当該措置は、個人データが漏えい等をした場合に本人が被る権利利益の侵害の大きさを考慮し、事業の規模及び性質、個人データの取扱状況（取り扱う個人データの性質及び量を含む。）、個人データを記録した媒体の性質等に起因するリスクに応じて、必要かつ適切な内容としなければならない。



求められる安全管理措置の内容は事業者によって異なる

# 安全管理措置

## 組織的安全管理措置

あらかじめ整備された個人データの取扱いに係る規律に従って個人データを取り扱わなければならない。個人データの取扱状況を確保するための手段を整備しなければなりません。また、定期的な点検及び他部署や外部主体による監査を適切に行い、個人データの取扱状況を把握するとともに、把握した取扱状況に基づき、安全管理措置の評価、見直し及び改善に取り組まなければならない。

## 技術的安全管理措置

情報システムを使用して個人データを取り扱う場合、外部からの不正アクセスのみならず、内部からの不正な持出し等の防止も含めた情報システムの使用に伴う個人データの漏えい等を防止するため、技術的安全管理措置を適切に講じなければならない。例えば、ユーザーIDに付与するアクセス権により情報システムを使用できる従業員を限定する、ログ等の定期的な分析を行う等の措置を講じることが考えられます。

## 物理的安全管理措置

個人データを取り扱う区域の管理、機器及び電子媒体等の盗難等の防止、電子媒体等を持ち運ぶ場合の漏えい等の防止等の措置を講じなければならない。例えば、USBメモリ等の記録機能を有する機器の情報システム端末等への接続を制限する等の措置を講じることが考えられます。

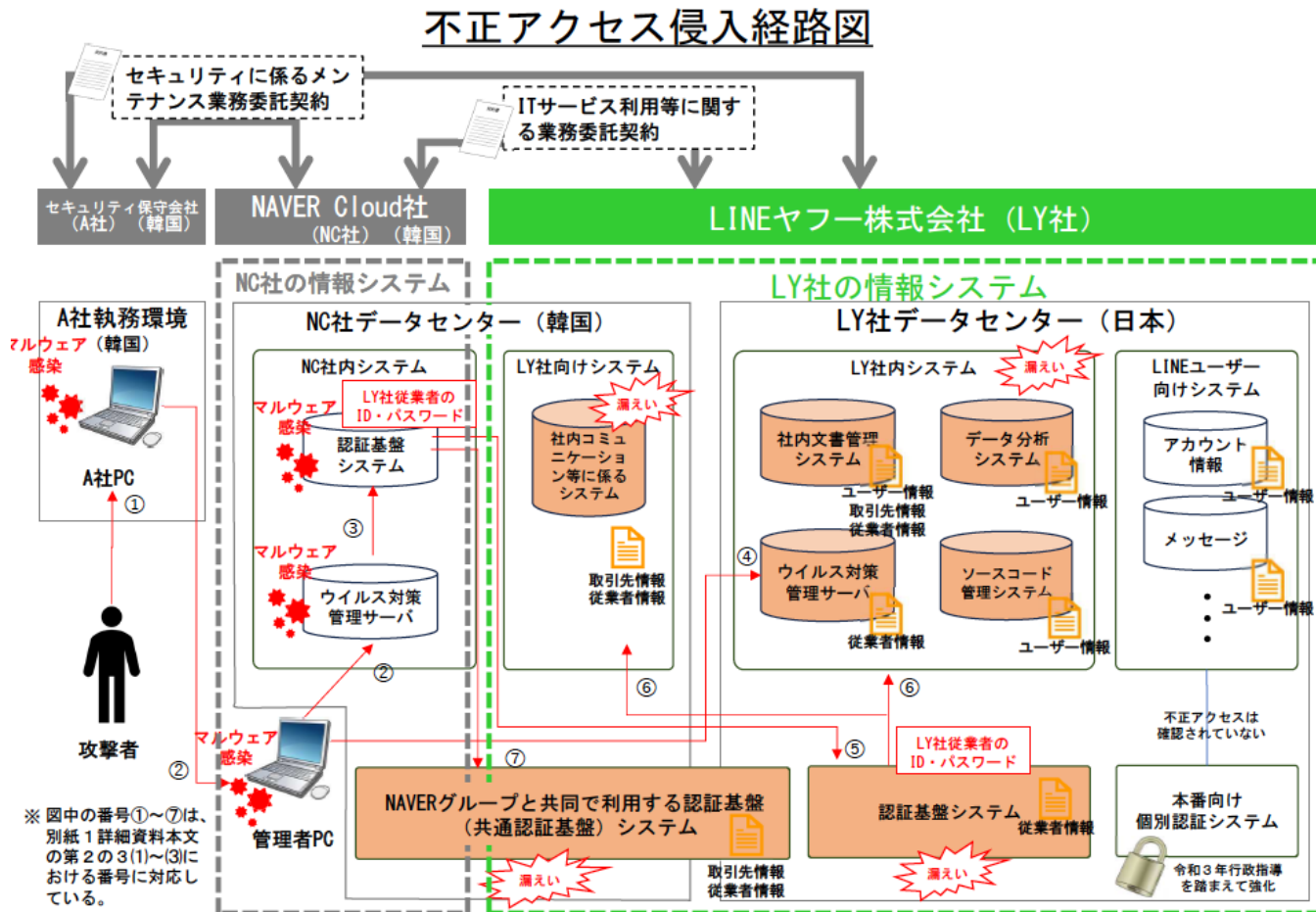
## 人的安全管理措置

従業員に、個人データの適正な取扱いを周知徹底するとともに、適切な教育を行わなければならない。加えて、法第24条に基づき従業員に対する監督を行わなければならない。

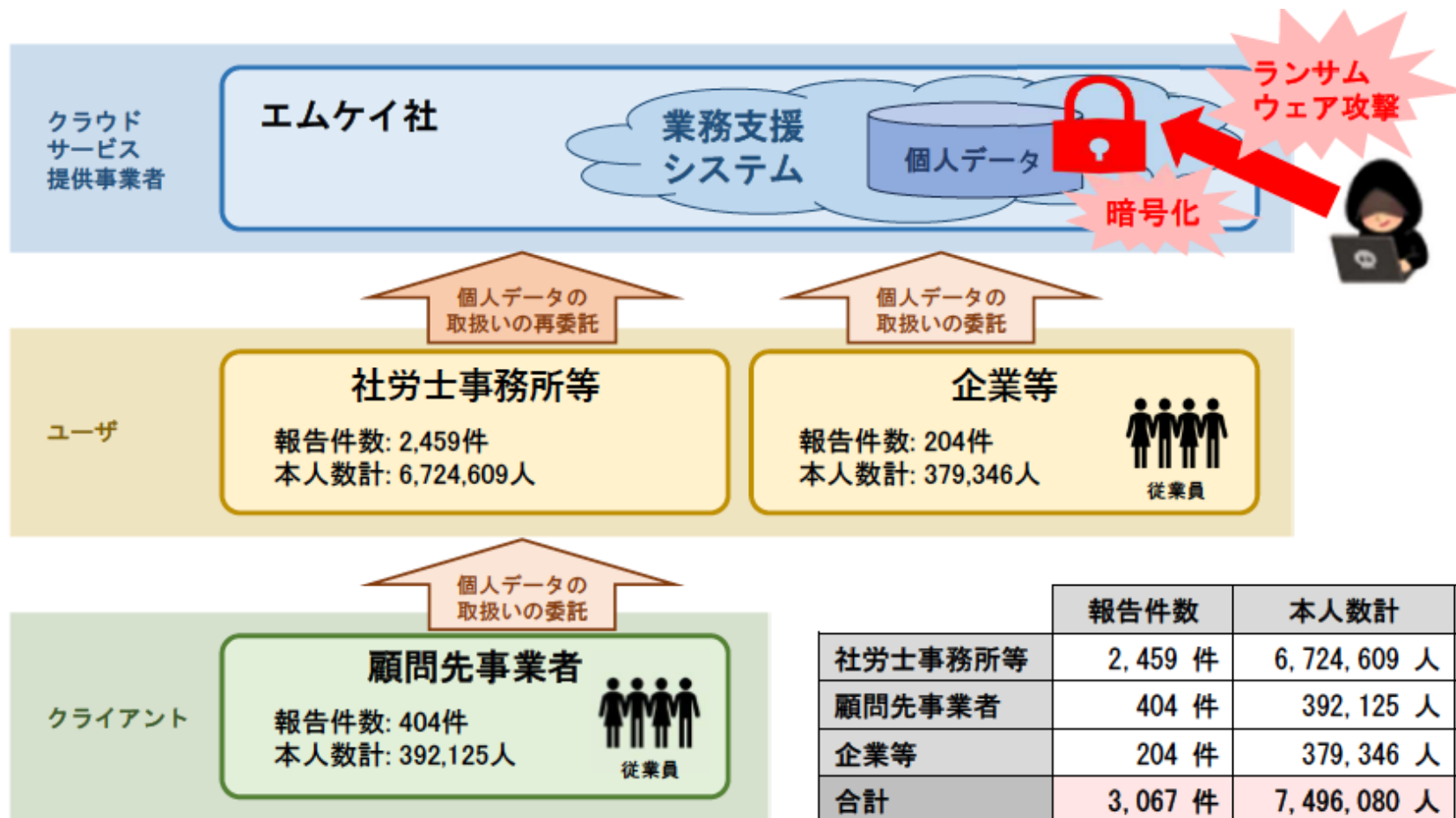
## 外的環境の把握

外国において個人データを取り扱う場合、当該外国の個人情報保護法性を把握した上で、安全管理措置体制を講じなければならない。

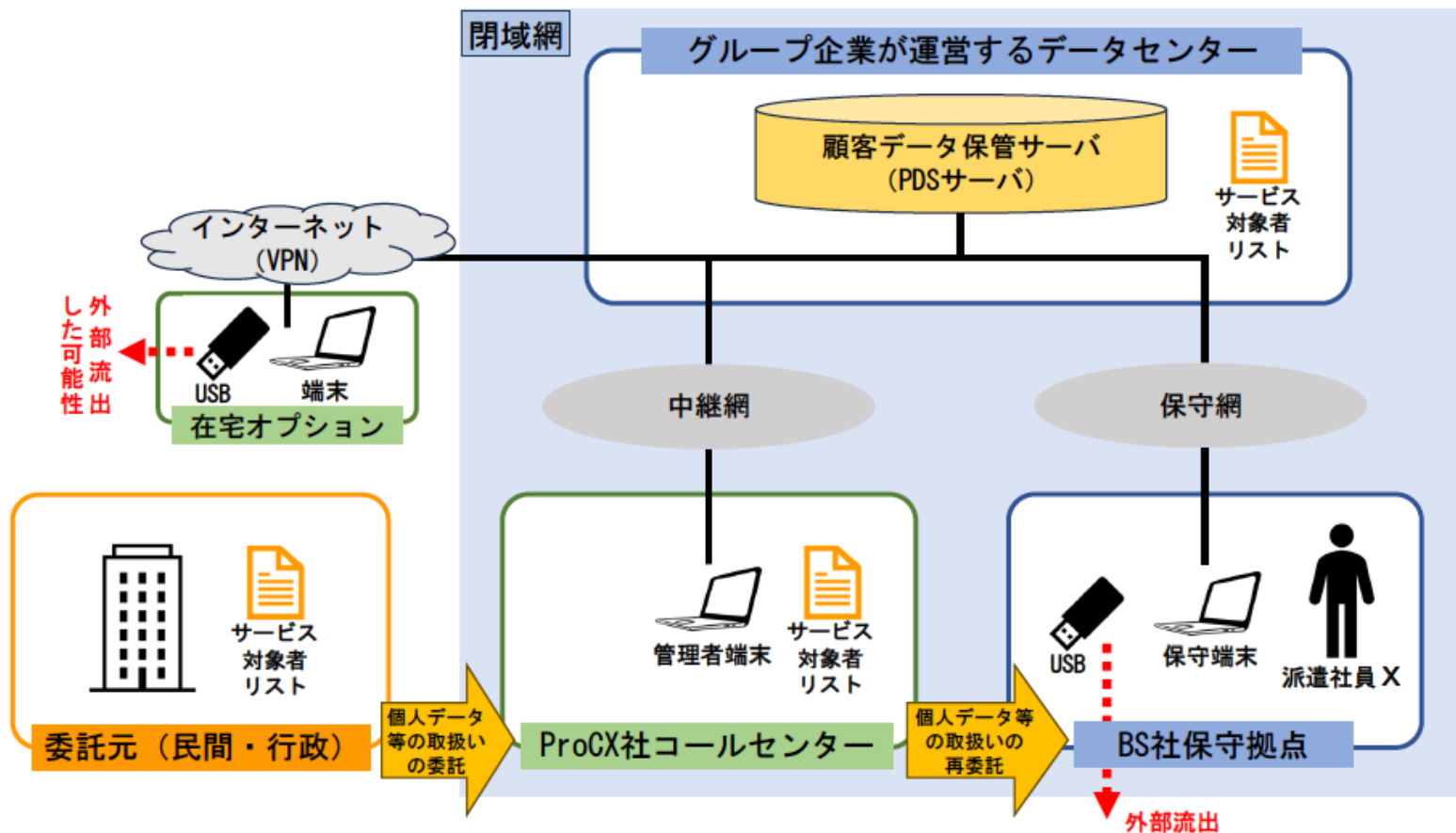
# サプライチェーンが侵入経路となった不正アクセス事案



# クラウドサービス提供事業者に対する不正アクセス事案



# 委託先監督・従業員・派遣従業員の持ち出し事案



※サービス対象者リストは、管理者端末から顧客データ保管サーバにアップロードして格納される。

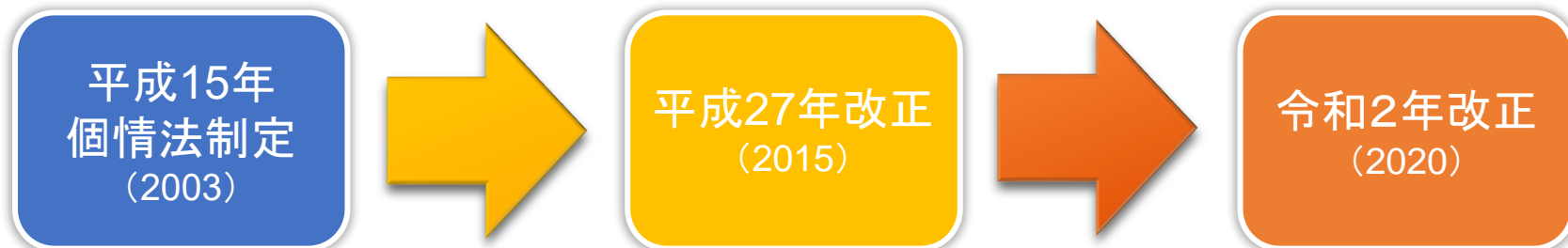
1. はじめに

2. 「安全管理措置」とは

**3. 個人情報保護法の3年ごと見直し**

※ 本日の講演内容については当方の個人的な見解であり、これまで所属の組織の見解と必ず一致するものではありません。

# 個人情報保護法の制定・改正経緯



- ① 個人情報の定義の明確化
- ② 個人情報等の有用性の確保
- ③ 個人情報の保護の強化
- ④ 個人情報保護委員会の新設
- ⑤ 個人情報の取扱いのグローバル化
- ⑥ その他改正事項

- ① 個人の権利の在り方
- ② 事業者の守るべき債務の在り方
- ③ 事業者による自主的な取組を促す仕組みの在り方
- ④ データ利活用の在り方
- ⑤ ペナルティの在り方
- ⑥ 法の域外適用・越境移転の在り方

## 影響を与えたプライバシー事案

2013年7月、東日本旅客鉄道株式会社（以下「JR東日本」）が、Suicaデータを株式会社日立製作所に提供しようとしたところ、多くの利用者から個人情報保護やプライバシー保護、消費者意識への配慮に欠いた行為であるとの批判や不安視する声

2019年8月、就職情報サイト「リクナビ」で、就職活動生の内定辞退率を本人の十分な同意なしに予測し、契約企業に有償で提供していた。この内定辞退率は、就職活動生がどの企業情報を閲覧したかなどを AIで分析し、予測。予測結果は、選考における合否判定の根拠には使用しないよう約束していたと説明されているが就職活動生に大きな不安。

# いわゆる3年ごと見直し規定に基づく検討

## いわゆる3年ごと見直し規定（令和2年改正法）

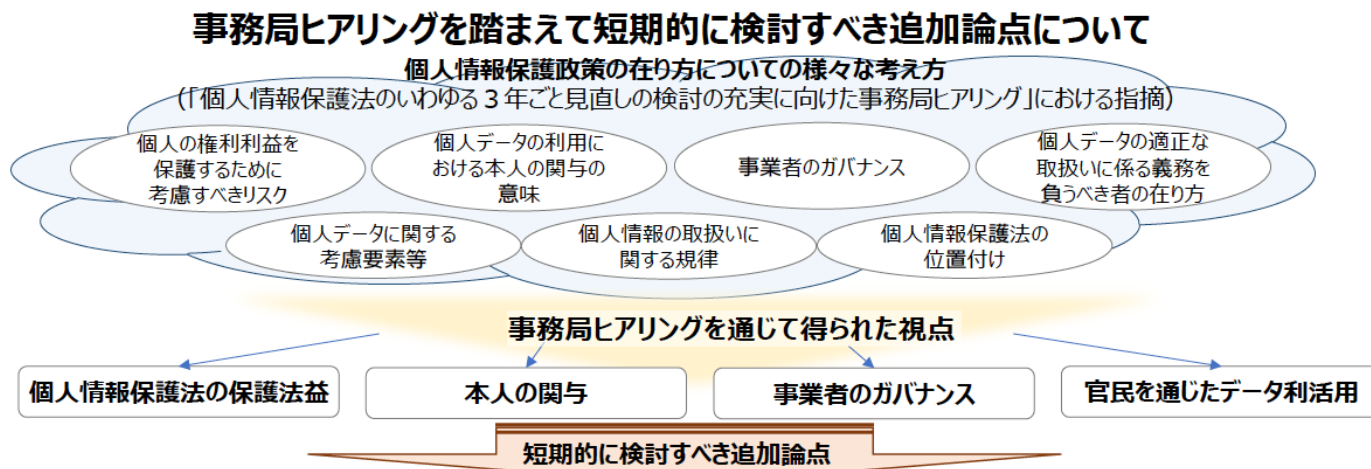
○個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律（令和2年法律第44号）

※令和4年4月1日全面施行

附 則

第十条 政府は、この法律の施行後三年ごとに、個人情報の保護に関する国際的動向、情報通信技術の進展、それに伴う個人情報を活用した新たな産業の創出及び発展の状況等を勘案し、新個人情報保護法の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

# 個人情報保護法の制度的課題の再整理



## 個人データ等の取扱いにおける本人関与に係る規律の在り方

「本人の権利利益への直接の影響の有無等」を切り口とした規律の内容を検討

### ● 同意規制の在り方

個人の権利利益の侵害が想定されない統計作成等であると整理できるAI開発等、以下の場合は同意不要と整理できるのではないか

- ① 統計作成等、特定の個人との対応関係が排斥された一般的・汎用的な分析結果の獲得と利用のみを目的とした取扱いを実施する場合
- ② 取得の状況からみて本人の意思に反しない取扱いを実施する場合
- ③ 生命等の保護又は公衆衛生の向上等のために個人情報を取り扱う場合であって本人同意を得ないことに相当の理由があるとき

### ● 漏えい等発生時の対応（本人通知）の在り方

本人への通知が行われなくても本人の権利利益の保護に欠けるおそれが少ない場合は本人通知不要と整理できるのではないか

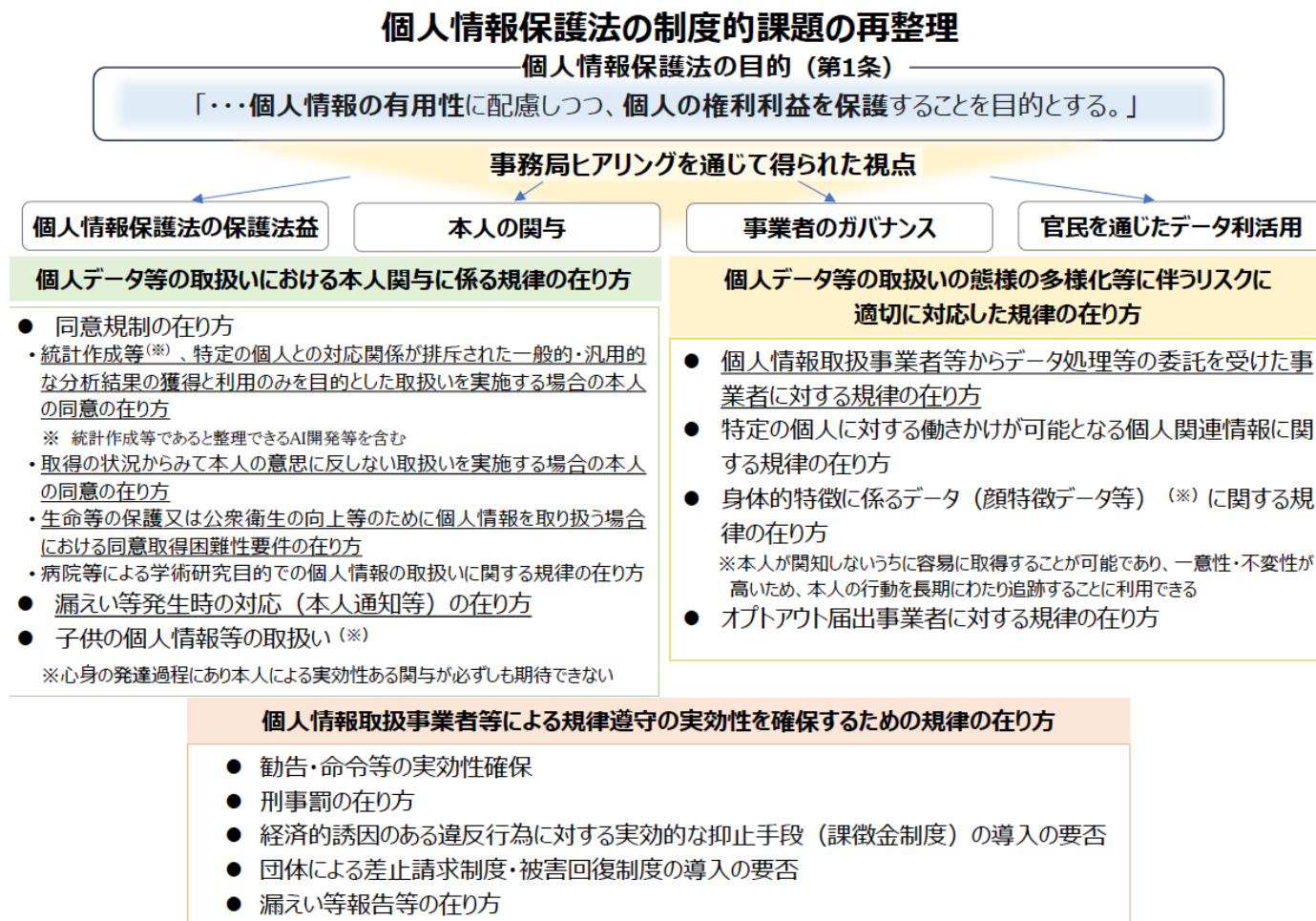
## 個人データ等の取扱いの態様の多様化等に伴うリスクに適切に対応した規律の在り方（ガバナンスの在り方）

### ● 個人データの適正な取扱いに係る義務を負うべき者の在り方

個人情報の取扱いに関わる実態（個人データ等の取扱いについて、実質的に第三者に依存するケースが拡大、委託先の管理等を通じた安全管理措置に係る義務の適切な遂行が困難）を踏まえ、個人情報取扱事業者等からデータ処理等の委託を受けた事業者に対する規律の在り方を検討すべきではないか

1

# 個人情報保護法の制度的課題の再整理




2

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)



# 【ツール紹介】 広告チェックAIツール 「Ad-IS」(アドイズ)のご紹介

池田・染谷法律事務所  
代表弁護士 染谷 隆明

※プロフィールはP.22をご参照ください。

2025年7月28日（名古屋） 29日（大阪）

# 広告チェックAIツール 「Ad-IS」（アドイズ）のご紹介

池田・染谷法律事務所  
代表弁護士 染谷 隆明  
[takaaki.someya@ikedasomeya.com](mailto:takaaki.someya@ikedasomeya.com)

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

# 目次

---

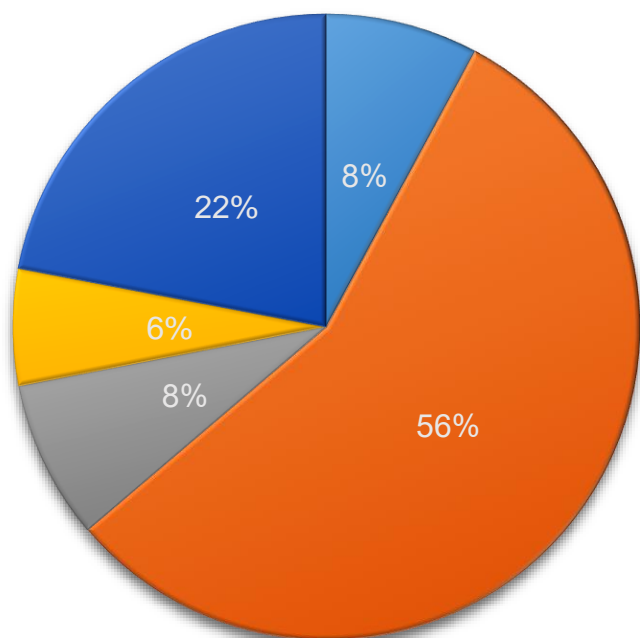
- 1 広告審査を取り巻く状況と課題（景表法を中心に）
- 2 広告チェックツール

---

## Ad-IS 紹介動画

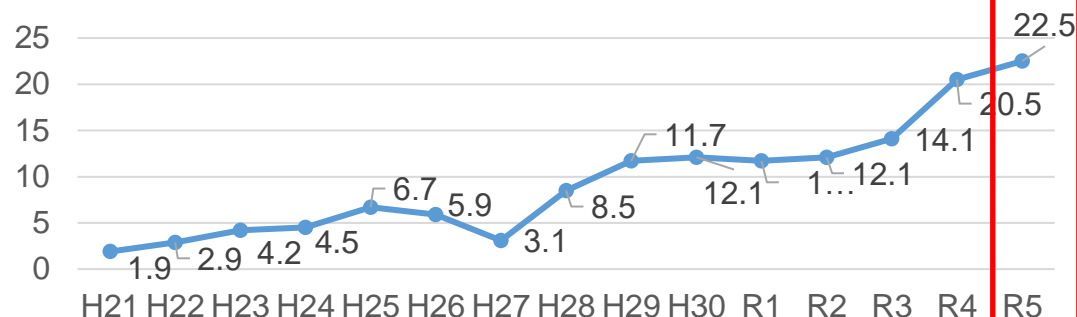
# 1-1 データから見る執行状況

## H21~R5処理状況 合計6460件

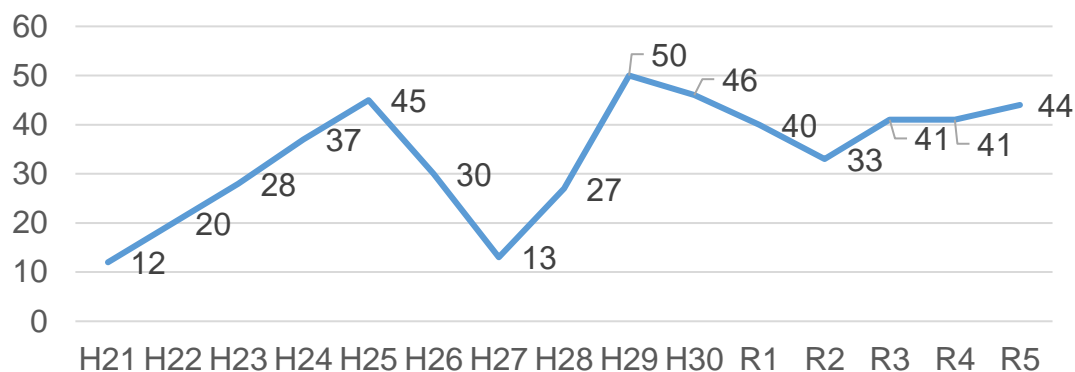


■ 措置命令 507件 ■ 指導 3614件  
 ■ 都道府県移送 528 ■ 協議会処理 390  
 ■ 打切り等 1424

各年の調査件数に占める措置命令の割合(%)



国の措置命令の件数



\* 都道府県知事の措置命令も増加

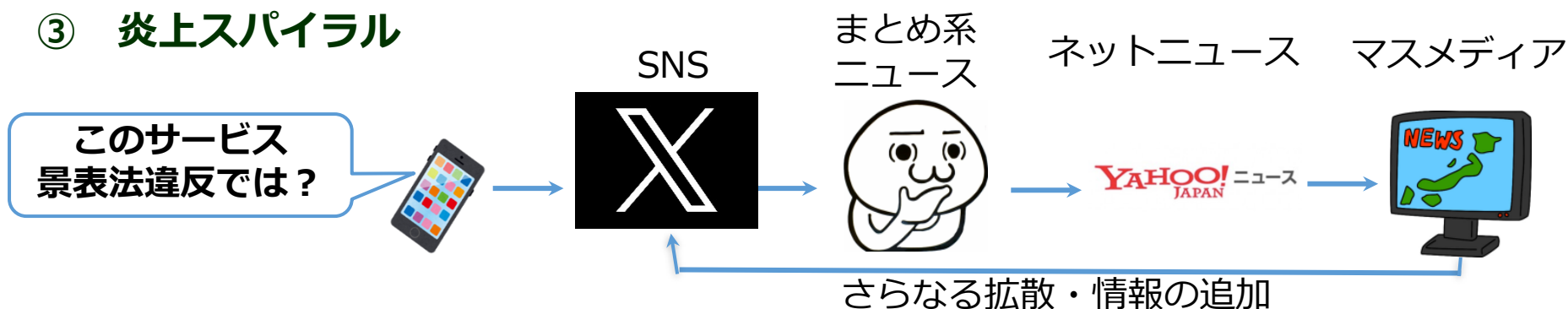
## 1-2 景品表示法のリスクの増加

### ① 課徴金制度の導入

⇒ 昨年は過去最大となる **16億円強**の課徴金事案が登場

### ② 違反行為によるレピュテーション毀損（株価・商品への影響等）

### ③ 炎上スパイラル



## 1-3 数々の執行トレンド

### No.1表示を不当表示と認定した最近の法執行

R4.6.15	豊胸／痩身施術を提供する事業者
R5.1.12	オンライン個別学習指導を提供する事業者
R5.6.14	ペット用サプリメントを提供する事業者
R5.12.19	機能性表示食品を提供する事業者
R6.2.27	太陽光発電機器等・導入の施工を行う事業者
R6.2.29	太陽光発電機器・導入の施工を行う事業者
R6.3.1	注文住宅の建築請負事業者
R6.3.1	モバイルルーターレンタルサービスを提供する事業者
R6.3.5	家庭用蓄電池を提供する事業者
R6.3.7	蓄電池・導入の施工を行う事業者

さらに……

✓ 特商法の通信販売規制でも誇大広告規制違反で業務停止命令  
(R6.3.15)

## 1-4 令和5年景品表示法改正法による執行強化

商品又は役務の取引に関する表示をめぐる状況に鑑み、景品表示法の改正により、**事業者の自主的な取組の促進、違反行為に対する抑止力の強化等を講ずる**ことで、**一般消費者の利益の一層の保護**を図る。

### 主な改正事項

#### 1 事業者の自主的な取組の促進

##### ■ 確約手続の導入

- ・ 優良誤認表示等の疑いのある表示等をした事業者が是正措置計画を申請し、内閣総理大臣から認定を受けたときは、当該行為について、措置命令及び課徴金納付命令の適用を受けないこととすることで、迅速に問題を改善する制度の創設（第26条～第33条）

##### ■ 課徴金制度における返金措置の弾力化

- ・ 特定の消費者へ一定の返金を行った場合に課徴金額から当該金額が減額される返金措置に関して、返金方法として金銭による返金に加えて第三者型前払式支払手段（いわゆる電子マネー等）も許容（第10条）

#### 2 違反行為に対する抑止力の強化

##### ■ 課徴金制度の見直し

- ・ 課徴金の計算の基礎となるべき事実を把握することができない期間における売上額を推計することができる規定の整備（第8条第4項）
- ・ 違反行為から遡り10年以内に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対し、課徴金の額を加算（1.5倍）する規定の新設（第8条第5項及び第6項）

##### ■ 罰則規定の拡充

- ・ 優良誤認表示・有利誤認表示に対し、直罰（100万円以下の罰金）の新設（第48条）

#### 3 円滑な法執行の実現に向けた各規定の整備等

##### ■ 国際化の進展への対応

- ・ 措置命令等における送達制度の整備・拡充、外国執行当局に対する情報提供制度の創設（第41条～第44条）

##### ■ 適格消費者団体による開示要請規定の導入

- ・ 適格消費者団体が、一定の場合に、事業者に対し、当該事業者による表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の開示を要請することができるとともに、事業者は当該要請に応ずる努力義務を負う旨の規定の新設（第35条）

※ 本改正法案は原則として、公布の日から1年半を超えない範囲内において政令で定める日から施行

## 1-5-1 広告審査の課題

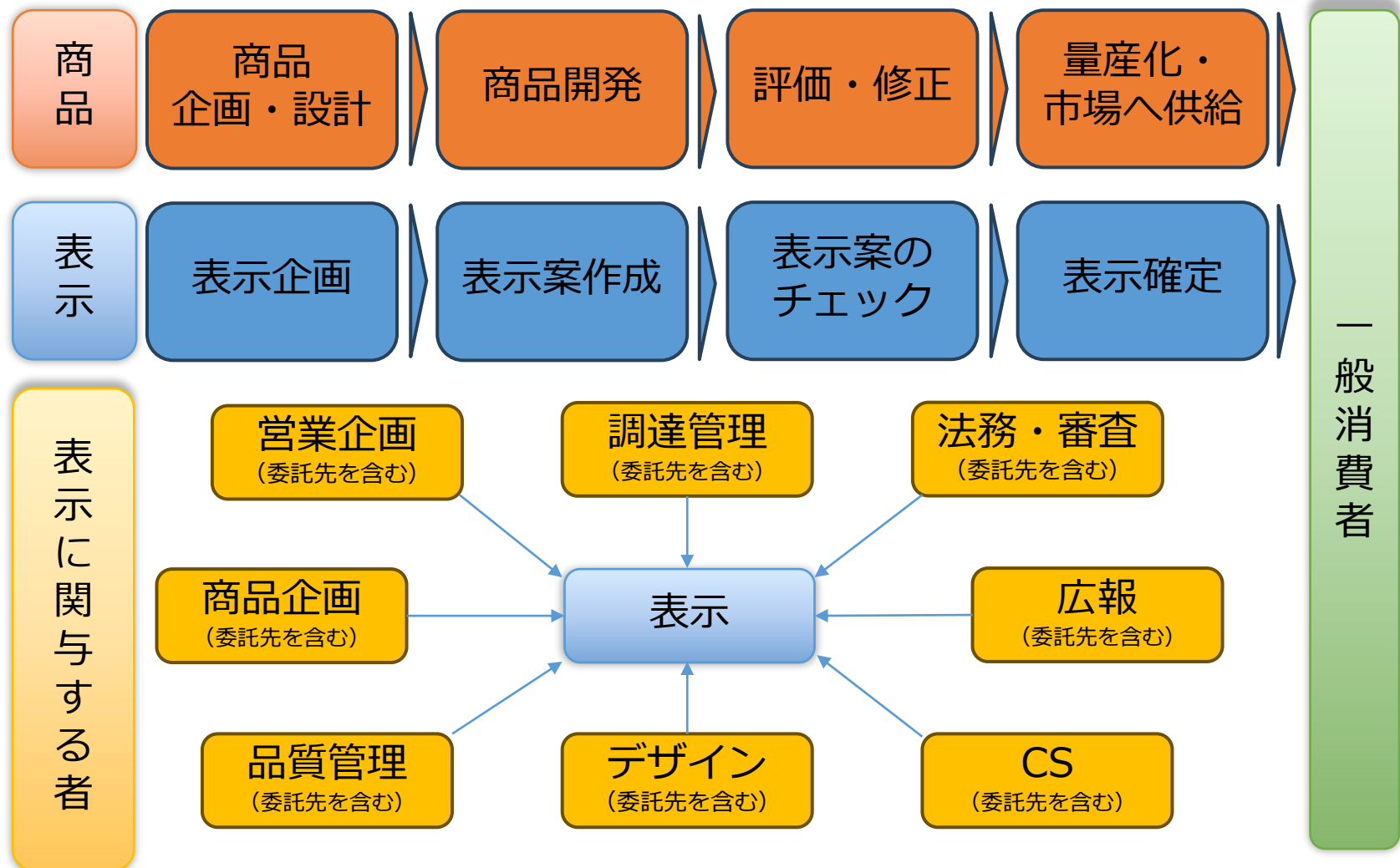
---

- ✓ 商品・サービスの内容は動的
- ✓ 広告関連部門の意思疎通の難しさ
- ✓ 広告は確認すべき数が多い
- ✓ 消費者庁は違反認定する表示をチェリーピッキングできる



- ・ 広告審査を行う担当者の審査の負荷が大きい
- ・ 専門的知識に追いつけていない
- ・ どの会社も景表法違反を行いかねない状況

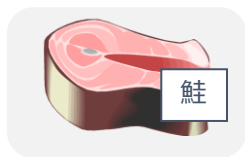
## 1-5-2 表示が世に出て行くまでの過程と法務の関与



## 1-5-3 確認すべき表示が多い



パッケージ



ラベル



パンフレット



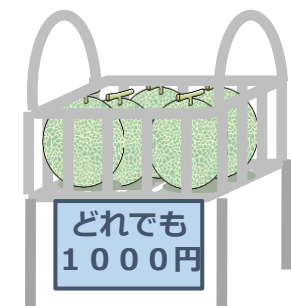
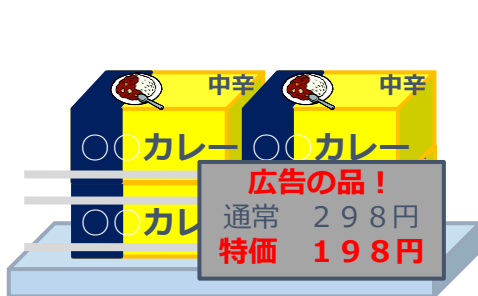
チラシ



インターネット広告



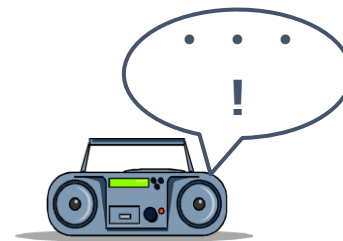
訪問販売



店内ディスプレイ



テレビ  
コマーシャル



ラジオ



電話  
セールストーク

\* 消費者庁HP資料を改変

## 2-1 AI広告チェックツール「Ad-IS」 (アドイズ)



### ✓ 名称の由来

**A**dvertisement **I**ntelligent **S**erviceの略称。

池田・染谷法律事務所（IKEDA & SOMEYA）の略称であるI&Sもサービス名称に含めました。

広告に関するAIサービスだとわかること、集中的に消費者法を扱う池田・染谷法律事務所が提供しているサービスがわかることを念頭に考えた名称です。

## (参考) 日本経済新聞の法務面

### AIで広告チェック、審査効率化 池田・染谷法律事務所

法務ガバナンス

+ フォローする

2025年2月14日 5:00 [会員限定記事]



保存



消費者法対応を手掛ける池田・染谷法律事務所（東京・千代田）は、法令違反につながりかねない広告の表記を人工知能（AI）でチェックできるサービスを始めた。広告内の説明や数字をAIが分析し、商品やサービスの実態と一致しているかなど、企業が確認すべき事項を提示する。法令違反を防ぐための審査関連の業務を大幅に効率化できるという。

新サービスの名称は「Ad-IS（アドイズ）」で、クラウド経由でソフトウェアを利用するSaaS（サース）方式で提供する。AIが価格やキャンペーン内容などについての文言を分析し、一般的な消費者の認識に対して、十分な記載や事業の実態があるかを確認するためのチェックリストを提示する。法令違反にあたるかどうかの評価はしない。

過去に類似の広告に対して出された当局の措置命令などの関連資料も参照できるほか、誤字脱字や同一広告内で矛盾する表記もチェックできる。当初は主に景品表示法に対応し、特定商取引法や医薬品医療機器法などにも広げる。

## 2-2 Ad-ISの機能と今後

### ➤ 景品表示法の不当表示のチェック機能

一般消費者の認識を分析 → 対応する実際があるか確認ポイントを提示



弁護士に依頼するまでもない広告レビューの負担・コストを軽減！

### ➤ 審査結果に紐づく関連行政処分の提示

### ➤ 誤字脱字チェック機能（英語も対応！）

### ➤ 消費者庁の過去の行政処分を検索できるデータベース

### ➤ 法令情報（**New**）を網羅的に確認可能

### ➤ チェック履歴・審査結果の出力

### ➤ 特定商取引法の通販規制の審査機能（**New**）

### ➤ 今後の開発予定

- 対応分野の拡張（個別カスタマイズ機能、公正競争規約、薬機法）
- 案件管理、ワークフロー、決裁フロー構築
- 広告管理体制のスタンダードを作る！

## 2-3 広告チェックサービス

A 広告チェック    🕒 チェック履歴    📄 お役立ち情報

景品表示法    誤字脱字

自分らしく美しく。  
理想のカラガを手に入れよう

女性専用

パーソナルジム

7月  
限定価格

今なら  
入会金 ~~12,000円~~ >>> 0円

4件検出されました

### 7月限定で入会金が無料になるという表示

カテゴリ名：キャンペーン表示（ベータ版のみ表示）

画像の該当箇所

- 7月
- 限定価格
- 今なら
- 入会金12,000円
- 0円

確認チェックリスト

- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンに参加するための条件が全て記載されているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの対象外となる場合が明記されているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンにおいて提供する経済上の利益の内容が明確に記載されているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンで提供する経済上の利益が準備できているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンで当選した場合速やかに当選者に連絡し発送する準備はなされているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの期間表示を表示しているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの直前に同じ類似のキャンペーンを実施していないか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの直後に同じ類似のキャンペーンを実施していないか

[関連行政処分を見る](#)

### 理想的な体型を目指せるという表示

カテゴリ名：効能効果の表示（ベータ版のみ表示）

画像の該当箇所

## 2-4 関連する措置命令及び課徴金納付命令を提示



- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンに参加するための条件が全て記載されているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの対象外となる場合が明記されているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンにおいて提供する経済上の利益の内容が明確に記載されているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンで提供する経済上の利益が準備できているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンで当選した場合速やかに当選者に連絡し発送する準備はなされているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの期間表示を表示しているか
- 7月限定で入会金が無料になるというキャンペーンの直前に同じ類似のキャンペーンを実施していないかキャンペーンの直後に同じ類似のキャンペーンを実施していないか

関連行政処分を見る

### 関連情報

結果に関連するガイドラインや過去の執行事例を閲覧できます。

商品カテゴリ  
ヘルスケアサービス

対象カテゴリ  
キャンペーン表示

### 関連行政処分

会社名 [REDACTED]

措置命令  
① 処分日 2019年10月9日 [詳細を閲覧](#)

あたかも、[REDACTED]の直営店舗またはフランチャイズ店舗において、初めての利用者もしくは1年以上利用していない者が全身整体コース(60分)を利用する場合、通常価格8,424円(税込)のところ、2015年8月31日までの期間限定で3,980円(税込)の割引価格が適用されるかのように表示していた。

実際は、2015年8月から2018年8月までの期間において、平成27年8月1日から同年10月31日まで、平成28年6月1日から平成29年2月28日まで、平成29年4月1日から同年5月31日まで、平成29年9月1日から平成30年5月31日までのほとんど全ての期間、および平成30年7月1日から同年8月31日までの各期間にわたり、継続的に同じ割引価格が適用されていた。

課徴金納付命令  
¥ 課徴金額 392万 [詳細を閲覧](#)

① 処分日 2020年3月18日

閉じる

処分概要を示す

実際の処分例に  
アクセス可能



News Release

令和元年10月9日

株式会社[REDACTED]に対する景品表示法に基づく  
措置命令について

消費者庁は、本日、株式会社[REDACTED]（以下「[REDACTED]」といいます。）に対し、同社が供給する整体に係る役務の表示について、それぞれ、景品表示法に違反する行為（同法第5条第2号（有利誤認）に該当）が認められたことから、同法第7条第1項の規定に基づき、措置命令（[別添参照](#)）を行いました。

#### 1 違反行為者の概要

名称 株式会社[REDACTED]  
所在地 [REDACTED]  
代表者 代表取締役 [REDACTED]  
設立年月 平成27年5月<sup>2</sup>  
資本金 5000万円（令和元年10月現在）

#### 2 措置命令の概要

##### (1) 対象役務

- ア 別表1記載の役務（以下「本件役務①」という。）
  - イ 別表2記載の役務（以下「本件役務②」という。）
  - ウ 別表3記載の役務（以下「本件役務③」という。）
  - エ 別表4記載の役務（以下「本件役務④」という。）
  - オ 別表5記載の役務（以下「本件役務⑤」という。）
- （以下これらを併せて「本件5役務」という。）

※炭消しは当事務所によります。実際の消費者庁公表資料では炭消しはなし。

## 2-5 誤字脱字・矛盾チェック機能を実装

- ✓ 誤字脱字チェック  
(英語も可能)

- ✓ 矛盾チェック

景品表示法 誤字脱字

2 件検出されました

- ✕ 限定価格
- ✓ 限定価格

- ✕ カラガ
- ✓ カラダ

矛盾チェック

矛盾点 1

対象の文章:

- 最大50%OFF!
- 実際は最大40%OFFとなる

理由:

広告では最大50%OFFと表示されているが、注釈で実際は最大40%OFFと記載されており、割引率に矛盾がある。

## 2-6 景品表示法の法令情報を網羅（New！）



広告チェック | チェック履歴 | お役立ち情報 ▼

### 法令情報

景品表示法に関わる法令情報を確認することができます。

#### 法令

法律 ▼

政令 ▼

内閣府令 ▼

#### 告示

定義関係 ▼

景品関係 ▼

表示関係 ▼

管理上の措置の指針 ▼

廃止されたもの ▼

#### ガイドライン・通知

景品関係 ▼

表示関係 ▼

課徴金関係 ▼

確約手続関係 ▼

違反事例集 ▼

廃止されたもの ▼

- ✓ 法令、告示、ガイドライン、Q&A
- ✓ 公正競争規約、景品表示法の運用状況、実態調査報告書、パンフレット

## 2-7 特定商取引法の通信販売規制チェック機能 (New !)

- ✓ 特商法の最終確認画面規制もガイドラインに準拠
- ✓ 問題点を指摘して、改善案を提案

**初めてモニター登録した方限定！！**  
**サプリメントお届けコース 初回無料**

お届け先	ショウヒ タロウ 消費 太郎 様	〒100-XXXX 東京都千代田区霞が関×-×-×	<b>変更</b>
発送方法	宅配便（御自宅へのお届け） <b>変更</b>		
お届け時期	初回は御注文の完了から4日以内に発送		
支払方法	コンビニ後払い（次回以降） <b>変更</b>		

**「サプリメントお届けコース」に参加する**

- 商品が届いてから、モニター専用ページにて感想を御記入ください。
- このコースは5回定期購入契約のコースとなります。
- モニター登録（感想記入）及び5回分の定期購入を条件に、初（月）回無料となります。
- 第2回から第5回までは1月あたり3,800円（送料・税込）になります。
- 5回分の支払額の合計は15,200円（送料・税込）になります。
- お届けは月に1回、各回につき3袋（5回で計15袋）をお届けします。（1袋の内容量は30粒です。）
- クレジットカードでのお支払いの場合、毎月1回分のお引き落とし、コンビニ後払いの場合は、商品に同封する請求書により、商品到着後7日以内のお支払となります。（商品価格と送料の合計額の引き落とし又は御請求となります。）

### 審査結果

⚠ 商品・役務の分量

#### 注意が必要な表現

分量については、「お届けは月1回、各回につき3袋（5回で計15袋）をお届けします。（1袋の内容量は30粒です）」と記載されており、消費者が認識しやすい形式で表示されています。また、5回定期購入契約であることも明記されています。これらの記載は十分ですが、最終確認画面の上部に明確に表示されているものの、注文確定ボタン（「サプリメントお届けコースに参加する」）の直上に分量がまとめて表示されていないため、消費者が注文確定前に一目で分量を把握できるとは言い難い配置です。

#### 推奨される修正

分量（例：1回あたり3袋、5回で計15袋、1袋30粒）を、注文確定ボタンの直上にまとめて明確に表示し、消費者が注文確定前に一目で分量を把握できるようにしてください。

⚠ 販売価格・送料

#### 注意が必要な表現

販売価格については、初回無料、2回目から5回目まで月3,800円（送料・税込）、5回分の支払総額15,200円（送料・税込）と明記されています。送料・税込であることも明示されています。しかし、これらの価格情報は注文確定ボタンの直上ではなく、画面中段に記載されており、注文確定ボタンの直上で消費者が最終的に支払う金額（初回無料、2回目以降の金額、総額）が一目で分かるようになっていません。定期購入契約であるため、各回の金額と総額の両方が注文確定ボタンの直上に明確に表示される必要があります。

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)



休憩

## 【第2部】 元官庁勤務者を交えたディスカッション

「独禁法・消費者法の執行対応実務のポイント、平時からの備え、データの取扱い」

---

## モデレーター

### ■ 池田・染谷法律事務所

代表弁護士 池田 毅 ※プロフィールはP.18をご参照ください。

## パネリスト

### ■ 池田・染谷法律事務所

代表弁護士 染谷 隆明 ※プロフィールはP.22をご参照ください。

弁護士 今村 敏 ※プロフィールはP.52をご参照ください。

弁護士 山本 宗治(大阪会場)

弁護士 林 紳一郎(名古屋会場)

### ■ EY新日本有限責任監査法人

Forensics事業部 シニアマネージャー 両角 智之

# 山本 宗治 | Muneharu Yamamoto



山本 宗治

弁護士

## 主な取扱分野：

独占禁止法／競争法  
消費者関連法（景品表示法等）  
下請法  
個人情報保護・プライバシー・セキュリティ  
ヘルスケア、IT、ゲーム

大手渉外法律事務所において、国内外の企業の訴訟・紛争対応案件を中心に幅広い企業法務案件を経験し留学を通じて米国の法律制度についても学びました。かかる経験を活かして、池田・染谷法律事務所では、個々の案件の状況から予想されるその後の法的な展開を見据えつつ、独禁法・競争法、消費者法や関連分野において、多角的な観点からビジネスに即した実践的なアドバイスをご提供することを心掛けています。

大阪オフィス代表として、特に関西圏にも注視しつつ、サポートに取り組んでまいります。

## 経歴

1988年生まれ 京都府宇治市出身

2007年  
京都教育大学附属高等学校卒業

2012年  
京都大学法学部卒業

2014年  
京都大学法科大学院修了

2015年  
弁護士登録 長島・大野・常松法律事務所

2022年  
カリフォルニア大学ロサンゼルス校  
ロースクール修了（LL.M）

2022年  
池田・染谷法律事務所入所

2023年  
弁護士法人池田・染谷法律事務所  
大阪オフィス代表

TEL. 050-1753-5050 | E-MAIL. muneharu.yamamoto@ikedasomeya.com

IKEDA & SOMEYA

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

www.ikedasomeya.com

# 林 紳一郎 | Shin-ichiro Hayashi



林 紳一郎

弁護士

公正取引委員会に5年弱勤務し、法執行業務としてデジタルプラットフォームを含む多数の企業への立入検査や入札談合・カルテル等の事件審査に携わりました。

また、フリーランス等の人材分野に係る調査やデジタル広告・モビリティ・ヘルスケア・フィンテック等のデータ利活用ビジネスに関する政策立案業務を担当いたしました。これらの規制当局における経験を活かし、独占禁止法・消費者法・個人情報保護法等の関連法制を踏まえた実効的かつ有益なアドバイスの提供をいたします。

## 経歴

2016年

中央大学法科大学院修了

2017年-2021年

公正取引委員会事務総局勤務  
(調整課、審査局、経済調査室を歴任)

2022年

池田・染谷法律事務所入所

2025年

弁護士法人池田・染谷法律事務所  
名古屋オフィス代表

## 主な取扱分野：

独占禁止法／競争法  
消費者関連法（景品表示法等）  
下請法  
個人情報保護・プライバシー・  
セキュリティ  
広告ビジネス

TEL. 050-1753-5775 | E-MAIL. [shinichiro.hayashi@ikedasomeya.com](mailto:shinichiro.hayashi@ikedasomeya.com)



## 両角 智之 Tomoyuki Morozumi

EY新日本有限責任監査法人  
シニアマネージャー  
Forensic eDiscovery Analyst

### 主な経歴

- 国内大手の訴訟支援企業にてeDiscovery対応支援業務およびデジタルフォレンジック調査業務に従事。
- 2013年にEY新日本有限責任監査法人に入社し、Forensic事業部のテクノロジーチームメンバーとして、主にeDiscovery対応支援業務・不正調査業務・インフォメーションガバナンス業務に従事。
- 従業員による情報の不正持ち出しや会計不正などの事案に応じて、さまざまなデジタルフォレンジックツールを用いたデータ保全・解析の経験を有する。
- eDiscovery対応支援業務の作業ワークフロー効率化や品質維持のためのチェック手法等の開発に従事。

### 資格等

- 公認不正検査士
- GIAC Certified Forensic Examiner (GCFE)
- GIAC Advisory Board Member
- IAPP Certified Information Privacy Manager (CIPM)



# 閉会のごあいさつ

池田・染谷法律事務所

代表弁護士 池田 毅

※プロフィールはP.18をご参照ください。

## EY | Building a better working world

EYは、クライアント、EYのメンバー、社会、そして地球のために新たな価値を創出するとともに、資本市場における信頼を確立していくことで、より良い社会の構築を目指しています。

データ、AI、および先進テクノロジーの活用により、EYのチームはクライアントが確信を持って未来を形づくるための支援を行い、現在、そして未来における喫緊の課題への解決策を導き出します。

EYのチームの活動領域は、アシュアランス、コンサルティング、税務、戦略、トランザクションの全領域にわたります。蓄積した業界の知見やグローバルに連携したさまざまな分野にわたるネットワーク、多様なエコシステムパートナーに支えられ、150以上の国と地域でサービスを提供しています。

All in to shape the future with confidence.

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、[ey.com/privacy](https://ey.com/privacy)をご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、[ey.com](https://ey.com)をご覧ください。

### EY新日本有限責任監査法人について

EY新日本有限責任監査法人は、EYの日本におけるメンバーファームであり、監査および保証業務を中心に、アドバイザリーサービスなどを提供しています。詳しくは、[ey.com/ja\\_jp/about-us/ey-shinnihon-llc](https://ey.com/ja_jp/about-us/ey-shinnihon-llc)をご覧ください。

© 2025 Ernst & Young ShinNihon LLC.  
All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスをを行うものではありません。EY新日本有限責任監査法人および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

[ey.com/ja\\_jp](https://ey.com/ja_jp)