

自主基準ガイドライン改定案（下線部分が改訂予定箇所）

（無料又は割引キャンペーンに関する広告表示）

第9条 電気通信事業者は、電気通信サービスの広告において、無料又は割引（ポイント還元による値引きや特典付与なども含む。以下同じ。）キャンペーンの実施に関する表示をするときは、以下の事項に留意するものとする。

一 当該キャンペーンにより無料又は割引となる期間、当該キャンペーンが適用される料金項目及び当該キャンペーンへの申し込み期間を明確に表示して、一般消費者に誤認を与えることのないようにすること。特に「最大〇ヶ月無料」という用語を用いる等により、個々の消費者ごとに無料となる期間が異なる場合には、その旨が明らかになるよう適切に表示すること。

二 無料又は割引キャンペーンに係る一般消費者との契約が、当該キャンペーン期間経過後の通常のサービスと別個の契約の締結であるのか、又は、当該通常サービスと同一の契約であって当該契約の最初の一定期間のみ料金を免除又は割引することを内容とする契約の締結であるのかを明確に表示し、無料又は割引となる期間が終了した後、特別な手続を必要とせず通常サービスに移行するときは、その旨を明らかにすること。特に、「お試し」「無料体験」「モニター」等の用語を用いる場合には、一般消費者に誤認を与えることのないよう、通常サービスに移行する手続の有無等が明らかになるよう適切に表示すること。

三 無料又は割引キャンペーン期間中に適用される料金と過去の料金との比較表示を行うときは、当該過去の料金として、最近相当期間にわたって実際に適用されていた料金を用いるものとし、また、当該期間中に適用される料金と将来の料金との比較表示を行うときは、キャンペーン終了後に実際に適用する予定であるなど、十分な根拠のある料金を用いること。

四 一定の期間（キャンペーン実施期間）内にサービスの提供等を申し込んだ場合に限り無料又は割引が適用されるとの表示がなされているにも関わらず、告知の期間（終了時期）経過後にも同一内容のキャンペーンを繰り返す、当初の告知期間を延長するなど、実質的には恒常的に実施されているキャンペーン等に対し、ある一定の期間に限り無料又は割引が適用され、通常時より取引条件が有利であるかのような表示をすることは、一般消費者が実際のものよりも取引条件について有利であると誤認するおそれがあり、こ

のような表示は行わないこと。

五 無料又は割引キャンペーンの適用対象となる一般消費者が限定される場合（例えば、新規加入希望者のみを対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としない場合等）その他の適用条件がある場合には、その旨を適切な位置にわかりやすく表示するものとする。

本条は、無料又は割引キャンペーンの実施に関する広告表示の際に留意すべき事項を定めるものである。

電気通信サービスでは、昨今、無料又は割引キャンペーンを実施する事業者が多く見られるが、キャンペーンの表示が十分でないことにより、一般消費者が内容を誤解してサービスを利用し、後になってトラブルになるというケースが多く見られることから、詳細に規定するものである。

(1) 第1号は、キャンペーンにより無料又は割引となる期間、当該キャンペーンが適用される料金項目及び当該キャンペーンへの申し込み期間の表示を明確に行うべき旨を定めるものである。これは、キャンペーン内容に関して適切な表示がなされず、結果として、キャンペーン内容が有利なものであるかのような誤認を一般消費者に与えることとならないようにするためである。

特に「最大〇ヶ月無料」という用語を用いる等により、個々の消費者ごとに無料となる期間が異なる場合には、その旨が明らかになるよう適切な表示に留意する。

具体的には、以下のような表示方法が該当する。

事例9-1：加入月、その翌月及び翌々月の月額インターネット接続料を無料とするキャンペーンの実施の広告において、「インターネット月額利用料金のみ、加入月（開通月）+2ヶ月間が無料！（注：初期費用、モデムレンタル料、NTTアクセス回線使用料、工事費は有料。）」と表示する場合

また、以下のような事例は不適切である。

事例9-2：個々の消費者ごとに無料となる期間が異なるにもかかわらず、その旨を一切明らかにせず又は極めてわかりづらい表示しかした

いで、「今なら、最大3ヶ月無料!」と表示する場合

事例9-3: F T T Hサービスにおいて、他事業者が請求する工事費は無料とはならないにもかかわらず、そのことを一切明らかにせず又は極めてわかりづらい表示しかしないで、「初期費用無料!」と表示する場合

(2) 第2号は、無料又は割引キャンペーンに係る契約と当該キャンペーン期間経過後の通常サービスとが、別個の契約の締結であるのか、又は、同一の契約であるのかを明確に表示すべき旨を定めたものある。これは、一般消費者から、「無料キャンペーンの後、通常のサービスに移行するために何らかの手続があると思っていたら、いつの間にか本契約になっていて、料金が引き落とされていた」といった苦情・相談が多く寄せられていることから、一般消費者がそのような誤認をすることのないようにするためである。

特に、「お試し」「無料体験」「モニター」等の用語を用いる場合には、一般消費者が通常のサービスに移行するために手続が必要であるという誤認を生じるおそれが高いと考えられることから、手続の有無について適切な表示に留意する。

(3) 第3号は、無料又は割引キャンペーン期間中に適用される料金について、過去の料金または将来の料金との間の比較表示を行うときの注意事項を定めるものである。キャンペーン期間中に適用される料金と過去の料金との比較表示を行うときに、当該過去の料金として適用実績のまったくない料金又は短期間しか適用した実績のない料金を「通常料金」等相当期間にわたって適用されていた料金であるとの印象を与えるような名称を付して比較対照料金に用いるときは、一般消費者に、実際のものよりも有利であるとの誤認を与えるおそれがある。また、当該期間中に適用される料金と将来の料金(期間終了後の提供料金)との比較表示を行うときは、キャンペーン期間終了後も当該将来の提供料金を実際に適用する予定がないにもかかわらず、当該将来の提供料金を比較対照料金に用いるときには、一般消費者に、実際のものよりも有利であるとの誤認を与えるおそれがある。したがって、キャンペーン料金の比較表示については、最近相当期間にわたって実際に適用されていた料金又はキャンペーン終了後に実際に適用する予定の料金など、十分な根拠のある料金を比較対照料金として用いる必要がある。

(4) 第4号は無料又は割引キャンペーンの延長や誘引文言等に対する注意事項を定めたものである。

キャンペーン等の実施期間あるいは終了時期を告知しているにも関わらず、同一内容のキャンペーン等を適切な期間（間隔）を置かずに繰り返す、又は当初の告知期間を延長することなどは、一般消費者に対し実際とは異なり「今だけ特別に無料、あるいは割引等が適用されるのではないか（購入や契約価格などの取引条件が通常時より有利であるのではないか）」という誤認を与える可能性があり不当表示（有利誤認）に該当するおそれがある。

また、例えば「今だけ」「今なら」「ただいま〇〇〇実施中」などの期間限定を示すような誘引文言を表示する場合はキャンペーン等の実施期間を明示すること。

キャンペーン等の期間告知においては表示だけでなく施策の企画段階から十分な注意が必要である。

(5) 第5号は、無料又は割引キャンペーンの適用対象となる一般消費者が限定される場合（例えば、新規加入希望者のみを対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としない場合等）には、その旨を表示すべき旨の規定があるが、一般消費者が当該キャンペーンが誰にでも適用があるものと思ってサービスを選択するケースが多いと考えられることから、キャンペーン適用対象となる者が限定される場合には、対象となる者の範囲を、当該キャンペーンの表示に近接した場所に明確かつわかりやすく表示する。

具体的には、以下のような表示は不適切である。

事例9-4：ウェブ上で「3ヶ月無料キャンペーン！」と広告する場合であって、新規加入希望者のみを無料キャンペーンの対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としないにもかかわらず、その旨を当該ページのリンク先に小さく表示してあるだけの場合。

事例9-5：IP電話サービスの基本料金のみを無料とするキャンペーンを実施するにもかかわらず、通話料やモデムレンタル料の料金が発

生する旨を一切明らかにせず又は極めてわかりづらい表示しかしない  
いで、「IP電話サービスが2ヶ月無料！」と表示する場合

事例9-6：FTTHサービス及びIP電話サービスの無料キャンペーン  
の実施に関する広告において、FTTHサービスのみ加入する場合  
の無料の範囲と、FTTHサービス及びIP電話サービスを併せて  
加入する場合のFTTHサービスに係る無料の範囲が同じであるに  
もかかわらず、「FTTHサービス無料キャンペーン実施！IP電話  
と併せて加入すれば、さらにおトク！」と表示する場合

（無料又は割引キャンペーンに関する広告表示）

第9条 電気通信事業者は、電気通信サービスの広告において、無料又は割引キャンペーン（ポイント還元等の値引きを含む。以下同じ。）の実施に関する表示をするときは、以下の事項に留意するものとする。

- 一 当該キャンペーンにより無料又は割引となる期間、当該キャンペーンが適用される料金項目及び当該キャンペーンへの申し込み期間を明確に表示して、一般消費者に誤認を与えることのないようにすること。特に「最大〇ヶ月無料」という用語を用いる等により、個々の消費者ごとに無料となる期間が異なる場合には、その旨が明らかになるよう適切な表示に留意すること。
- 二 無料又は割引キャンペーンに係る一般消費者との契約が、当該キャンペーン期間経過後の通常 のサービスと別個の契約の締結であるのか、又は、当該通常サービスと同一の契約であって当該契約の最初の一定期間のみ料金を免除又は割引することを内容とする契約の締結であるのかを明確に表示し、無料又は割引となる期間が終了した後、特別な手続を必要とせずに通常のサービスに移行するときは、その旨を明らかにすること。特に、「お試し」「無料体験」「モニター」等の用語を用いる場合には、一般消費者に誤認を与えることのないよう、通常のサービスに移行する手続の有無等が明らかになるよう適切な表示に留意すること。
- 三 無料又は割引キャンペーン期間中に適用される料金と過去の料金との比較表示を行うときは、当該過去の料金として、最近相当期間にわたって実際に適用されていた料金を用いるものとし、また、当該期間中に適用される料金と将来の料金との比較表示を行うときは、キャンペーン終了後に実際に適用する予定であるなど、十分な根拠のある料金を用いること。
- 四 無料又は割引キャンペーンの適用対象となる一般消費者が限定される場合（例えば、新規加入希望者のみを対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としない場合等）には、その旨を表示するものとする。

本条は、無料又は割引キャンペーンの実施に関する広告表示の際に留意す

べき事項を定めるものである。

電気通信サービスでは、昨今、無料又は割引キャンペーンを実施する事業者が多く見られるが、キャンペーンの表示が十分でないことにより、一般消費者が内容を誤解してサービスを利用し、後になってトラブルになるというケースが多く見られることから、詳細に規定するものである。

- (1) 第1号は、キャンペーンにより無料又は割引となる期間、当該キャンペーンが適用される料金項目及び当該キャンペーンへの申し込み期間の表示を明確に行うべき旨を定めるものである。これは、キャンペーン内容に関して適切な表示がなされず、結果として、キャンペーン内容が有利なものであるかのような誤認を一般消費者に与えることとならないようにするためである。

特に「最大〇ヶ月無料」という用語を用いる等により、個々の消費者ごとに無料となる期間が異なる場合には、その旨が明らかになるよう適切な表示に留意する。

具体的には、以下のような表示方法が該当する。

事例9-1：加入月、その翌月及び翌々月の月額インターネット接続料を無料とするキャンペーンの実施の広告において、「インターネット月額利用料金のみ、加入月（開通月）＋2ヶ月間が無料！（注：初期費用、モデムレンタル料、NTTアクセス回線使用料、工事費は有料。）」と表示する場合

また、以下のような事例は不適切である。

事例9-2：個々の消費者ごとに無料となる期間が異なるにもかかわらず、その旨を一切明らかにせずに又は極めてわかりづらい表示しかしないで、「今なら、最大3ヶ月無料！」と表示する場合

事例9-3：FTTHサービスにおいて、他事業者が請求する工事費は無料とはならないにもかかわらず、そのことを一切明らかにせず又は極めてわかりづらい表示しかしないで、「初期費用無料！」と表示する場合

- (2) 第2号は、無料又は割引キャンペーンに係る契約と当該キャンペーン期間経過後の通常サービスとが、別個の契約の締結であるのか、又は、同一の契約

であるのかを明確に表示すべき旨を定めたものがある。これは、一般消費者から、「無料キャンペーンの後、通常のサービスに移行するために何らかの手続があると思っていたら、いつの間にか本契約になっていて、料金が引き落とされていた」といった苦情・相談が多く寄せられていることから、一般消費者がそのような誤認をすることのないようにするためである。

特に、「お試し」「無料体験」「モニター」等の用語を用いる場合には、一般消費者が通常のサービスに移行するために手続が必要であるという誤認を生じるおそれが高いと考えられることから、手続の有無について適切な表示に留意する。

(3) 第3号は、無料又は割引キャンペーン期間中に適用される料金について、過去の料金または将来の料金との間の比較表示を行うときの注意事項を定めるものである。キャンペーン期間中に適用される料金と過去の料金との比較表示を行うときに、当該過去の料金として適用実績のまったくない料金又は短期間しか適用した実績のない料金を「通常料金」等相当期間にわたって適用されていた料金であるとの印象を与えるような名称を付して比較対照料金に用いるときは、一般消費者に、実際のものよりも有利であるとの誤認を与えるおそれがある。また、当該期間中に適用される料金と将来の料金（期間終了後の提供料金）との比較表示を行うときは、キャンペーン期間終了後も当該将来の提供料金を実際に適用する予定がないにもかかわらず、当該将来の提供料金を比較対照料金に用いるときには、一般消費者に、実際のものよりも有利であるとの誤認を与えるおそれがある。したがって、キャンペーン料金の比較表示については、最近相当期間にわたって実際に適用されていた料金又はキャンペーン終了後に実際に適用する予定の料金など、十分な根拠のある料金を比較対照料金として用いる必要がある。

(4) 第4号は、無料又は割引キャンペーンの適用対象となる一般消費者が限定される場合（例えば、新規加入希望者のみを対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としない場合等）には、その旨を表示すべき旨の規定があるが、一般消費者が当該キャンペーンが誰にでも適用があるものと思ってサービスを選択するケースが多いと考えられることから、キャンペーン適用対象となる者が限定される場合には、対象となる者の範囲をわかりやすく表示する。

具体的には、以下のような表示は不適切である。

事例 9-4 : ウェブ上で「3ヶ月無料キャンペーン！」と広告する場合であ  
って、新規加入希望者のみを無料キャンペーンの対象とし、他のサー  
ビスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象とし  
ないにもかかわらず、その旨を当該ページのリンク先に小さく表示  
してあるだけの場合。

事例 9-5 : IP電話サービスの基本料金のみを無料とするキャンペーン  
を実施するにもかかわらず、通話料やモデムレンタル料の料金が発  
生する旨を一切明らかにせず又は極めてわかりづらい表示しかしな  
いで、「IP電話サービスが2ヶ月無料！」と表示する場合

事例 9-6 : FTTHサービス及びIP電話サービスの無料キャンペーン  
の実施に関する広告において、FTTHサービスのみ加入する場合  
の無料の範囲と、FTTHサービス及びIP電話サービスを併せて  
加入する場合のFTTHサービスに係る無料の範囲が同じであるに  
もかわらず、「FTTHサービス無料キャンペーン実施！IP電話  
と併せて加入すれば、さらにおトク！」と表示する場合