



なりすまし広告詐欺等に対する総務省の取組について

令和8年8月
総務省

- デジタル広告市場では、広告主側において、著名人等のなりすまし型「偽広告」を端緒とした投資詐欺等が問題となり、令和6年6月21日に総務省から大規模プラットフォーム事業者に対して対応を要請。
- 同年10月に事業者ヒアリングを実施し、同年11月にヒアリングの評価を「ヒアリング総括」として公表。
- 総括も踏まえ、SNS等のサービスの利用者の保護の観点から、デジタル広告の事前審査や事後的な削除等に関する同事業者の対応状況を継続的に把握するため、「デジタル空間における情報流通の諸課題への対応に関する検討会」において、令和7年9月に「デジタル広告の流通を巡る諸課題への対応に関するモニタリング指針」を策定。

「デジタル広告の流通を巡る諸課題への対応に関するモニタリング指針」の主な項目

(1) 広告出稿時の事前審査等

- ① 事前審査基準の策定・公表等
- ② 事前審査の実施
- ③ 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数把握・公開
- ④ 事前審査体制の整備（日本語や文化背景が理解できる審査担当者）
- ⑤ 権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化
- ⑥ 広告主の本人確認等（本人確認書類の提示等）
- ⑦ その他必要事項

(2) 事後的な削除等

- ① 事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表
- ② 迅速な削除対応（窓口の公表、結果通知、処理期間の設定）
- ③ 運用状況の透明化（削除体制、削除件数の公開等）
- ④ その他必要事項

<令和7年度のモニタリング総括>

- ✓ 令和7年11月から同指針に基づき、SNS等を提供する大規模プラットフォーム事業者（Google、LINEやフー、Meta、TikTok、X等）に対し、モニタリングを実施。令和8年5月に各社からの回答結果を示し、同年7月にモニタリング総括（評価）を取りまとめた。
- ✓ 次回モニタリングでは、特に引き続き注視が必要な事項（① 広告主の本人確認、② 広告関連情報の公開、③ 掲載済み広告の再審査、④ 事後削除の実施状況の把握）について、重点的に確認を実施予定。

改定内容

(1) なりすまし型偽投資広告関係 (刑法)

- 令和7年のSNS型投資詐欺の認知件数は9,523件（前年比3,110件増）、被害額1,288億円（前年比416.9億円増）と前年から増加。接触手段としてはバナー等広告が最多（3,785件）で、令和7年3月以降増加傾向。
- 令和7年6月に施行した刑事デジタル法（※）により、**電子データをもって作成される文書の偽造等の罪（刑法：私電磁的記録文書等の偽造罪・行使罪）が創設され、なりすまし型偽投資広告も同罪に該当し得る。**

（※）情報通信技術の進展等に対応するための刑事訴訟法等の一部を改正する法律（令和七年法律第三十九号）（令和7年6月12日施行）

（（1）、（2）はインターネット・ホットラインセンターのホットライン運用ガイドライン改訂とも連携）

追加

「なりすまし型偽投資広告」
を新たに追加

(2) 「送金犯罪」の依頼・誘引関係 (犯罪による収益の移転防止に関する法律)

- 近年、特殊詐欺等の犯罪を実行する犯罪グループがその被害金について、他人から預貯金口座を譲り受けるのではなく、**他人に依頼して、マネー・ローンダリングをさせる新たな手口（「送金犯罪」）がみられる。**
- 令和8年6月10日、**犯収法の一部を改正する法律が公布され、同法において、上記依頼行為等に対する罰則が創設された（令和8年7月10日施行）。**

追加

「送金犯罪」の依頼・誘引
行為」を新たに追加

(3) 化粧品に関する広告関係

（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）

- 化粧品は、輸入品を含め、効能・効果等に関する虚偽・誇大広告の禁止など薬機法に基づく広告規制の対象となる。近年、化粧品に係るインターネット上での違反広告が見られるとの指摘が上がっており、化粧品の広告の適正化が求められている。

（※）化粧品の国内市場規模は約3兆円弱であるが、近年は諸外国からの輸入が大きく増加している傾向にある。

修正

（記載の明確化）

「医薬品・化粧品・医療機器等の効能・効果等に関する虚偽・誇大広告」
の記載の明確化

意識啓発に関するプロジェクト（デジタル ポジティブ アクション）の取組

3

- 総務省では、幅広い世代のリテラシー向上に向け、官民の幅広い関係者による取組を推進するため、令和7年1月より、**官民が連携した意識啓発プロジェクト「デジタル ポジティブ アクション」**を実施。
※プラットフォーム事業者、通信事業者、IT関連企業、関連団体と、総務省が連携して推進体制を構築。
- 具体的には、**①周知広報**、**②教材作成・実態調査等**、**③企業・団体による取組の促進**を実施。

①周知広報

- Webサイトの開設及び官民の取組集約。
- 社会的機運醸成に向けたTV・WebCMの展開。
- SNS等でのプレバンキング広告展開。
- ネット討論番組のタイアップ。

②教材作成・実態調査等

- 「ICTリテラシー実態調査」の実施、公表。
- 事業者・団体による、自主的な教材のマッピング。
- インターネットトラブル事例集の改訂。（オンラインカジノを追加）
- 新教材を本年2月に公表。

③企業・団体による取組の促進

- セミナー・シンポジウム等の意識啓発を目的とした取組。
- プラットフォーム事業者等DPAに参加する事業者等による、サービス設計上の工夫等自主的な取組の促進。



＜なりすまし広告に関する啓発動画の作成＞

