

消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討
ワーキンググループ報告書（参考資料）

消費者委員会 ワーキング・グループ設置・運営規程

平成26年3月25日

消費者委員会決定

最終改正 令和2年11月5日

消費者委員会令（平成21年政令第216号）第四条の規定に基づき、この規程を定める。

（総則）

第一条 消費者委員会（以下「委員会」という。）のワーキング・グループ（以下同じ）の設置、所掌事務、構成、会議及び議事録の作成等については、この規程の定めるところによる。

（ワーキング・グループの設置）

第二条 委員会に別紙のとおりワーキング・グループを置く。

（ワーキング・グループの所掌）

第三条 ワーキング・グループは、個別分野における委員会の主要検討課題について、当該課題に専門的知見を有する有識者等の協力を得つつ、集中的に調査審議を行い、その結果を委員会に報告する。

（ワーキング・グループの構成）

第四条 ワーキング・グループに属すべき構成員は、別紙のとおりとする。

2 ワーキング・グループには座長を置き、当該ワーキング・グループに属する委員から委員長が指名し、座長は、当該ワーキング・グループの事務を掌理する。

3 座長に事故があるときは、当該ワーキング・グループに属する委員のうちから委員長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

（ワーキング・グループの会議）

第五条 座長（座長に事故があるときはその職務を代理する者。以下同じ。）

は、ワーキング・グループの会議を招集し、その議長となる。

2 ワーキング・グループの会議への出席には、会議の開催場所への出席のほか、座長が必要と認めるときには、テレビ会議システムを利用した出席を含

めるものとする。

- 3 ワーキング・グループに属さない委員は、あらかじめ座長に届け出ることにより、会議にオブザーバーとして出席し、発言することができる。
- 4 座長は、必要により、臨時委員、専門委員、行政機関職員又は当該会議における調査審議事項に関して識見を有する者にオブザーバーとして会議に出席し、意見を述べ又は説明を行うことを求めることができる。
- 5 座長は、会議の各回ごとの調査審議事項及びこれに係る事項に関する説明を得る必要があると認める場合には、臨時委員、専門委員、行政機関職員又は当該調査審議事項に関して識見を有する者に参考人として会議に出席し、当該会議において求められた事項について説明を行うことを求めることができる。

(審議の公開)

第六条 ワーキング・グループの開催予定に関する日時・開催場所等については、公開する。

- 2 ワーキング・グループは、会議を公開することにより、当事者若しくは第三者の権利若しくは利益又は公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。非公開とすべき事由が終了したときは、公開するものとする。
- 3 前項の規定により座長が会議を非公開とすることを認めた場合は、ワーキング・グループはその理由を公表する。
- 4 会議の議事録については、第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。
- 5 第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合は、議事要旨をすみやかに作成し、公表するものとする。

(議事録の作成)

第七条 ワーキング・グループの議事については、次の事項を記載した議事録を作成する。

- 一 会議の日時及び場所
- 二 出席した構成員の氏名及びこのうちテレビ会議システムを利用した出席者の氏名
- 三 議題となった事項
- 四 審議経過
- 五 審議結果

(消費者庁の協力)

第八条 ワーキング・グループは、調査審議に当たって、消費者庁の協力を得ることができる。

(雑則)

第九条 この規程に定めるもののほか、ワーキング・グループの運営に関し必要な事項は、座長が委員会に諮って定める。

附 則

この規程は、平成26年3月25日から施行する。

この規程は、平成27年3月24日から改正施行する。

この規程は、平成28年9月6日から改正施行する。

この規程は、平成30年2月8日から改正施行する。

この規程は、令和2年11月5日から改正施行する。

(別紙)

ワーキング・グループの名称・目的・構成員

(◎：座長、○：座長代理)

ワーキング・グループ名称	目的	構成員
消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討ワーキング・グループ	公正な市場を実現するための消費者法（取引分野）におけるルール形成の在り方、ルールの実効性確保に資する方策並びに行政、事業者及び消費者の役割について検討すること	片山登志子 委員 ○ 新川 達郎 委員 ◎ 丸山絵美子 委員 山本 隆司 委員長

委員名簿

■ 構成員

(座長)	丸山絵美子	慶應義塾大学法学部教授
(座長代理)	新川 達郎	同志社大学名誉教授
	片山登志子	弁護士
	山本 隆司	東京大学大学院法学政治学研究科教授

■ オブザーバー

大石美奈子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会代表理事・副会長
柄澤 康喜	MS & AD インシュアランスグループホールディングス株式会社取締役会長、三井住友海上火災保険株式会社常任顧問
清水真希子	大阪大学大学院法学研究科教授
原田 大樹	京都大学法学系（大学院法学研究科）教授

以上 8 名（敬称略）

審 議 経 過

(個人名は敬称略)

開催日・議事内容
<p>第 22 回 令和 2 年 11 月 27 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 開催の趣旨及び今後の進め方について ○ 自主規制の活用について
<p>第 23 回 令和 2 年 12 月 21 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 関係団体からのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ① 公益社団法人日本訪問販売協会 専務理事 大森 俊一 ② 日本証券業協会 自主規制本部長 松本 昌男 監査本部 監査管理部長 毛塚 拓
<p>第 24 回 平成 3 年 1 月 21 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 関係団体からのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ① 株式会社ネットプロテクションズ カスタマーサービスグループ 小松 哲哉 ② 一般社団法人日本アフィリエイト協議会 代表理事 笠井 北斗
<p>第 25 回 令和 3 年 2 月 3 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 関係団体からのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ① 一般社団法人日本クレジット協会 常務理事 寺嶋 充 ② 電気通信サービス向上推進協議会 明神 浩
<p>第 26 回 令和 3 年 2 月 17 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 関係団体からのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ① 個人情報保護委員会事務局 参事官 片岡 秀実 「認定個人情報保護団体制度に関する説明」 ② 一般社団法人日本損害保険協会 常務理事経営企画部長 坂本 仁一
<p>第 27 回 令和 3 年 3 月 26 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ヒアリング結果等の中間的な整理及び今後の検討の進め方について
<p>第 28 回 令和 3 年 5 月 12 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ インターネット広告の仕組みについての有識者ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・ 株式会社 DataSign 代表取締役社長 太田 祐一 「インターネット広告とトラッキングの実態と動向」
<p>第 29 回 令和 3 年 5 月 26 日</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」についてのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・ 内閣官房デジタル市場競争本部事務局 参事官 安東 高德

第30回 令和3年6月9日
○ CtoC取引プラットフォームに関する事業者ヒアリング ・ 株式会社メルカリ会長室 政策企画 マネージャー 岡本 洋平
第31回 令和3年6月23日
○ ターゲティング広告に関する事業者ヒアリング ・ ヤフー株式会社 Data Protection Officer (データ保護責任者) 小柳 輝 COO メディア統括本部トラスト&セーフティ本部 ポリシー室室長 (部長) 中村 茜
第32回 令和3年7月12日
○ 有識者ヒアリング ・ 一橋大学大学院法学研究科 准教授 生貝 直人 「自主・共同規制によるルール形成の在り方について」
第33回 令和3年7月27日
○ とりまとめに向けた検討
第34回 令和3年8月11日
○ とりまとめに向けた検討

主要業種における自主規制等の整備状況（消費者取引との関係が深い分野を中心に）

※各事業者団体へのヒアリング等に基づき消費者委員会事務局が作成した。
 ※本資料で取り扱う自主規制には、会員への強制力がないものも含まれる。

分野	業種	No	行政規制等		自主規制		自主規制（消費者取引に関わる主なもの）		策定手続		実効性確保手段		紛争解決機能			
			主な規制法令	規制当局による主な指針・GL等	名称	法的位置付け	名称	法的位置付け	趣旨	主な内容	手続	消費者・第三者の関与	想定されている手段	運用状況	紛争解決手段	運用状況（自主規制の活用例等）
証券	証券	1	金融商品取引法（登録制、行為規制、処分・監督（登録取消し、業務停止、業務改善命令、報告徴収・検査等）、課徴金、罰則等）	・監督指針 ・事務ガイドライン ・スチュワードシップ・コード ・顧客本位の業務運営に関する原則	日本証券業協会	・金融商品取引法に基づく認可金融商品取引業協会（自主規制機関）（法第67条の2） ・協会に加入せず、協会の定款その他の規則に準ずる内容の社内規則を作成していないもの又は当該社内規則を遵守するための体制を整備していないものは、第一種金融商品取引業の登録拒否事由となる（法第29条の4第1項第4号二）	①協会の投資勧誘、顧客管理に関する規則 ②広告等の表示及び景品類の提供に関する規則 ③個人情報の保護に関する指針	①法定の自主規制業務 ②法定の自主規制業務 ③個人情報保護法第53条	①有価証券の売買等に係る勧誘、顧客管理等について適正化を図る ②広告等の表示及び景品類の提供の適正化を図り、投資者の保護に資する ③個人情報の適正な取扱いの確保のために、協会が講ずべき具体的措置等を定める	①に関しては以下の通り ・顧客の適正な属性把握のため、顧客カードの作成・リスクの高い商品・取引に関し、勧誘開始基準、取引開始基準、注意喚起文書の交付、確認書の徴収 ・高齢顧客に対する勧誘に関する社内管理体制の整備 ・内部者登録カードの作成、内部者取引に関する社内管理体制の整備 ・適当勧誘の防止、顧客管理体制の整備 等 ②に関しては以下の通り ・広告等の表示又は景品類の提供を行う場合の基本原則 ・広告等の表示又は景品類の提供を行う場合の事前審査 ・「広告等に関する指針」の策定 ③に関しては以下の通り ・利用目的の特定、個人情報の取得に関する同意の形式、第三者提供の制限 ・個人情報保護宣言の策定、本協会への報告	・自主規制会議、関係分科会、ワーキング・グループでの審議・検討を経る ・パブリック・コメントを実施	・自主規制会議の構成は、議長（公益理事）1人、公益委員（有識者、学識経験者）4人、会員委員4人以内、特別会員委員2人以内、会長1人、執行責任者1人。消費者団体等はなし	・監査の実施 ・自主制裁の発動（譴責、過剰金の賦課、会員権の停止・制限、除名） ・外務員資格試験・内部管理責任者資格試験・外務員資格研修の実施・内部管理責任者の研修受講義務	・令和元年度の監査実施先数として、会員65社、特別会員35機関 ・令和元年度の協会員に対する処分について、過剰金の賦課1件、除名、会員権の停止・制限、譴責は0件 ・令和元年度の協会員等の役職員に対する処分について、登録取消及び不都合行為者の取扱い7人、外務員の職務停止処分及び職務禁止措置38人、営業責任者及び内部管理責任者の配置禁止措置1人 ・証券取引等監視委員会とは情報交換を実施するなど連携体制を構築	・顧客からの苦情・相談及び顧客と協会員との間の証券取引に関する紛争解決業務を「特定非営利活動法人証券・金融商品あつせん相談センター（FINMAC）」に委託し、個人情報相談室において、苦情処理。同室には、特別顧問（法律専門家の学識経験者）を置くこととされている	・令和元年度のあつせん新規申立数379件、苦情受付件数930件、相談対応件数2,995件 ・FINMACとの関係では、運営費の支出、職員の出向のほか、苦情相談内容の連絡を受けることや、FINMACや関係自主規制団体7団体で定期的な情報交換会を実施するなどの連携をしている ・令和元年度の個人情報の苦情件数：10件 相談件数：16件 個人情報等漏えい等報告書の提出件数 会員：831件 特別会員：300件 特定業務会員：3件
		2	保険業法（免許制、行為規制、処分・監督（免許取消し、業務停止、報告徴収・検査等）、罰則等）	・監督指針 ・事務ガイドライン ・スチュワードシップ・コード ・顧客本位の業務運営に関する原則	一般社団法人日本損害保険協会	業法による位置付けはなし ・保険業法による免許を取得した会社 ・53社中28社が加入 ・（従業員数）297名（令和3年3月31日現在、契約職員・派遣スタッフを含む）	①募集文書等の表示に係るガイドライン ②契約概要・注意喚起情報（重要事項）に関するガイドライン ③高齢者に対する保険募集のガイドライン ④補償重複の対応に関するガイドライン ⑤損害保険会社に係る個人情報保護指針	①～④なし ⑤個人情報保護法第53条	①保険商品の販売に関わる募集文書及びマス媒体による広告の環境整備に資することなどを目的とし、募集文書や広告の表示に係る基本的な考え方や留意事項等を整理できる「契約概要」及び「注意喚起情報」に関する情報を提供する際の参考にする ②消費者が保険商品を的確に理解できるように「契約概要」及び「注意喚起情報」に関する情報を提供する際の参考にする ③監督指針Ⅱ-4-4-1-1（4）（顧客保護を図るための留意点）の趣旨等を踏まえ、高齢者の適切な保険募集に向けて、各社が取組みを検討する上での考え方を整理 ④保険業法第294条（情報提供義務）、監督指針Ⅱ-4-2-2（2）（保険契約の募集上の留意点）の趣旨等を踏まえ、補償重複に関する会員会社の態勢整備の参考に資するため、基本的な考え方や個人向け保険における標準的な対応を整理 ⑤個人情報保護法第47条（認定）・第51条（対象事業者）・第53条（個人情報保護指針）、行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律第2条などの趣旨等を踏まえ、保険会社が事業の遂行に際して個人情報を取り扱う際に開示すべき利用目的、講ずべき安全管理のための措置等につき具体的な基準を定める	①景品表示法第5条第1号（優良誤認表示の禁止）、金融庁「保険会社向けの総合的な監督指針（以下、「監督指針」）」（適切な表示の確保）の趣旨等を踏まえ、募集文書や広告の表示に係る基本的な考え方や留意事項等を整理できる「契約概要」及び「注意喚起情報」に関する情報を提供する際の参考にする ②監督指針Ⅱ-4-4-1-1（4）（顧客保護を図るための留意点）の趣旨等を踏まえ、高齢者の適切な保険募集に向けて、各社が取組みを検討する上での考え方を整理 ③監督指針Ⅱ-4-2-2（2）（保険契約の募集上の留意点）の趣旨等を踏まえ、補償重複に関する会員会社の態勢整備の参考に資するため、基本的な考え方や個人向け保険における標準的な対応を整理 ④個人情報保護法第47条（認定）・第51条（対象事業者）・第53条（個人情報保護指針）、行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律第2条などの趣旨等を踏まえ、保険会社が事業の遂行に際して個人情報を取り扱う際に開示すべき利用目的、講ずべき安全管理のための措置等につき具体的な基準を定める。情報交換制度について、個人情報保護法第23条第5項第3号による特定共同利用要件によれば、本人の同意取得は不要であるが、同意を得るように努める（努力義務）こととしている	理事会傘下の各所管の委員会が審議・策定。新設する場合、及び改定内容について特に報告が必要な場合は理事会に報告	必要に応じ、弁護士に法的観点からの意見聴取をする。特定のガイドライン作成時は消費生活相談員の意見を反映した例がある	左記⑤に関して、指針遵守の指針・勧告の判定基準などを規定し、運用	左記⑤に関して、これまで勧告に至った事案は生じていない	保険業法に基づく指定紛争解決機関（金融ADR機関）として、損害保険会社とのトラブルが解決しない場合の苦情の受付や損害保険会社との間の紛争解決の支援（和解決の提示等）を行っている	・苦情解決手続で86.3%が解決、紛争解決手続に移行したもののうち、43.2%が解決 全体として、苦情・紛争解決手続を通じて8割を超えるトラブルが解決（令和元年度）
		3	保険業法（免許制、行為規制、処分・監督（免許取消し、業務停止、報告徴収・検査等）、罰則等）	・監督指針 ・スチュワードシップ・コード ・顧客本位の業務運営に関する原則	一般社団法人生命保険協会	業法による位置付けはなし 資格：生命保険会社 組織率：100% 日本で営業活動する全ての生命保険会社が加入している 人的体制：従業員271名	①生命保険商品に関する適正表示ガイドライン ②契約概要作成ガイドライン ③注意喚起情報作成ガイドライン ④契約締結前交付書面作成ガイドライン ⑤高齢者向けの生命保険サービスに関するガイドライン ⑥生命保険業における個人情報保護のための取扱指針	①～⑤なし ⑥個人情報保護法第53条	法令や行政による規制等に基づき、会員会社が適切な業務運営を行う際の参考にするために策定。会員各社に裁量認めており、強制力はなし	①募集用の資料等において、景品表示法第5条第1号（優良誤認表示の禁止）等の趣旨を踏まえつつ生命保険商品に関する適正かつ適切な表示を確保するための必要表示事項等をまとめたもの ②保険業法第294条、監督指針Ⅱ-4-2-2（2）の規定する契約概要を作成する際の必要記載事項等をまとめたもの ③保険業法第294条、監督指針Ⅱ-4-2-2（2）の規定する注意喚起情報を作成する際の必要記載事項等をまとめたもの ④保険業法第300条の2が準用する金融商品取引法37条の3の規定する契約締結前交付書面を作成する際の必要記載事項等をまとめたもの ⑤保険業法第294条の2（意向把握義務等）に基づき、高齢者顧客の保険加入時、契約継続時、手続発生時・手続時等における適切な対応を行うための留意点やサービスの充実の視点等についてまとめたもの ⑥個人情報に係る利用目的の特定、安全管理のための措置、開示等の請求等に応じる手続その他の事項又は匿名加工情報に係る作成の方法、その情報の安全管理のための措置その他の事項等をまとめたもの	各ガイドライン等の内容を所管する委員会等（会員各社で構成）にて決定	・消費者行政・団体及びマスコミと全国で毎年100回前後開催している生命保険意見交換会等（寄せられた業界外部の声を踏まえ、必要に応じて見直しを行っている ・必要に応じて、消費者団体や消費生活相談員等の知見を有する第三者の意見を伺い、反映する場合がある	・会員各社の苦情件数を公表 ・自主ガイドラインに沿って各社の取組状況を確認、好取組事例を全社で共有	・各ガイドライン等に関する業界外部の声を集約分析すること ・各社の消費者目録での経営改善を後押し ・原則毎年1回、各社に対して「Value Upアンケート」（①生命保険協会が策定した自主ガイドラインに沿って各社の取組状況を確認、②業界外部からの声も踏まえた各社の取組事例を収集）を実施し、取りまとめたアンケート結果（好取組事例）を全社で共有	・生命保険相談所（生命保険相談室（東京）及び全国50か所の連絡所）が相談、苦情を受付 ・各社への苦情解決依頼（苦情処理手続開始）後、1か月を経過しても解決しない場合は会社から申立てがあったときは、紛争解決手続（裁定審査会（金融ADR））にて審理	・令和元年度の裁定審査会への裁定申立件数は345件（うち受理342件）、同年度の裁定手続終了件数は315件 ・裁定審査会が取り扱った事案の概要を公表（原則全件）

分野	業種	No	行政規制等		自主規制							策定手続		実効性確保手段		紛争解決機能	
			主な規制法令	規制当局による主な指針・GL等	策定主体			自主規制（消費者取引に関わる主なもの）				手続	消費者・第三者の関与	想定されている手段	運用状況	紛争解決手段	運用状況（自主規制の活用例等）
					名称	法的位置付け	会員資格／組織率／人的体制	名称	法的位置付け	趣旨	主な内容						
金融	銀行	4	銀行法（免許制、行為規制、処分・監督（免許取消し、業務停止、報告徴収・検査等）、罰則等）	・監督指針 ・顧客本位の業務運営に関する原則	一般社団法人 全国銀行協会	業法による位置付けはなし	資格：日本国内で活動する銀行（外国銀行支店も含む）、農林中央金庫、銀行持株会社、各地銀行協会 組織率：89.7% 人的体制：職員約300名	①消費者との契約のあり方に関する留意事項 ②預金等の不正な払戻しへの対応について ③個人年金保険の募集における説明態勢の強化について ④デリバティブを内包する預金に関するガイドライン ⑤銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ ⑥資金移動業者等との口座連携に関するガイドライン ⑦金融取引の代理等に関する考え方及び銀行と地方公共団体・社会福祉関係機関等との連携強化に関する考え方	法的位置付けはなし	①情報量等に格差のある銀行と消費者の方々との間に、より適正かつ健全な取引関係を構築する観点から、消費者との契約全般に関し、契約の内容や契約締結に関する行為について、銀行が留意すべき事項を取りまとめたもの ②預金者保護法、同法附則及び附帯決議を踏まえ、盗難通帳やインターネット・バンキングによる預金等の不正な払戻しが発生した際に、銀行無過失の場合でもお客様に過失がないときは原則補償する旨の申し合わせを行ったもの ③銀行における保険商品の窓口販売に関するお客様の理解と信頼を深めるため、保険商品の募集に当たって預金との誤認防止の徹底を図る等、お客様とのトラブルの未然防止に向けた説明態勢の強化に取り組む旨の申し合わせを行ったもの ④銀行におけるデリバティブを内包する預金に関して、投資者保護の充実を図るための基本的な事項を定めたもの ⑤銀行カードローンの残高が増加していることを受け、銀行による消費者向け貸付けについて、改正貸金業法の趣旨を踏まえた広告等の実施及び審査態勢等の整備をより一層徹底するよう申し合わせを行ったもの ⑥預金者の口座情報等を不正に入手した悪意のある第三者が、銀行口座と連携して利用する決済サービスを提供している資金移動業者等を通じて、銀行口座から不正な出金を行う事案が複数発生したことを契機として、各銀行が資金移動業者等と連携して決済サービスを提供するに際しての考え方・例示等を取りまとめたもの ⑦令和2年8月5日に公表された金融審議会市場ワーキング・グループの報告書等を踏まえ、会員各々が、高齢のお客さま（特に認知判断能力の低下した方）や代理の方と金融取引を行う際や、社会福祉関係機関等と連携する際の参考となるよう、金融取引の代理等に関する考え方等を取りまとめたもの	①情報量等に格差のある銀行と消費者の方々との間に、より適正かつ健全な取引関係を構築する観点から、消費者との契約全般に関し、契約の内容や契約締結に関する行為について、銀行が留意すべき事項を取りまとめたもの ②預金者保護法、同法附則及び附帯決議を踏まえ、盗難通帳やインターネット・バンキングによる預金等の不正な払戻しが発生した際に、銀行無過失の場合でもお客様に過失がないときは原則補償する旨の申し合わせを行ったもの ③銀行における保険商品の窓口販売に関するお客様の理解と信頼を深めるため、保険商品の募集に当たって預金との誤認防止の徹底を図る等、お客様とのトラブルの未然防止に向けた説明態勢の強化に取り組む旨の申し合わせを行ったもの ④銀行におけるデリバティブを内包する預金に関して、投資者保護の充実を図るための基本的な事項を定めたもの ⑤銀行カードローンの残高が増加していることを受け、銀行による消費者向け貸付けについて、改正貸金業法の趣旨を踏まえた広告等の実施及び審査態勢等の整備をより一層徹底するよう申し合わせを行ったもの ⑥預金者の口座情報等を不正に入手した悪意のある第三者が、銀行口座と連携して利用する決済サービスを提供している資金移動業者等を通じて、銀行口座から不正な出金を行う事案が複数発生したことを契機として、各銀行が資金移動業者等と連携して決済サービスを提供するに際しての考え方・例示等を取りまとめたもの ⑦令和2年8月5日に公表された金融審議会市場ワーキング・グループの報告書等を踏まえ、会員各々が、高齢のお客さま（特に認知判断能力の低下した方）や代理の方と金融取引を行う際や、社会福祉関係機関等と連携する際の参考となるよう、金融取引の代理等に関する考え方等を取りまとめたもの	①消費者の観点からの意見を伺うため、必要に応じて学識経験者、国民生活センター等にヒアリングを行っている ②本申し合わせについては、関係する業者の実務と大きく乖離することのないよう、関係当局（金融庁、警察庁）から、行政側の観点からの見解も事前に伺いながら、検討を行った ③本申し合わせについては、「違反」という事象は想定されず、関係当局（金融庁）とも、連携し、行政側の観点からの見解も事前に伺いながら、検討を行った ④本ルール策定の端緒である金融庁公表の「デリバティブ取引に対する不招請勧誘規制等のあり方について」（平成22年9月13日付）は、消費者団体等との意見交換等を経て取りまとめられたものである。また、これを受けて整備された金融庁の監督指針は市中協議を行っているため、内容的には消費者等の意見が反映されたものになっている ⑤該当なし ⑥本ガイドラインについては、関係する業者の実務と大きく乖離することのないよう、関係当局（金融庁、警察庁）から、行政側の観点からの見解も事前に伺いながら、検討を行った ⑦作成に当たっては、記載内容に不備がないよう、また、関係各所の実務上の取扱いから大きく乖離しないよう、関係する他団体と記載内容について事前調整を行っている	①本留意事項は参考資料であるため「違反」という事象は想定されないが、本留意事項の取りまとめに当たって踏まえた消費者保護法制等に違反すれば、行政上の処分が下るものと認識 ②本申し合わせは、強制するものではない ③本申し合わせは会員に対する徹底の呼びかけであるため「違反」という事象は想定されない ④「違反」という事象は想定されないが、会員による個人年金保険の募集は、保険業法にもとづく行為であるため、同法に違反すれば、行政上の処分が下るものと認識 ⑤「違反」という事象は想定されないが、監督指針で求める態勢整備の内容に相当することになれば、行政上の処分が下るものと認識 ⑥本申し合わせは会員に対する徹底の呼びかけであるため「違反」という事象は想定されない なお、会員による消費者向け貸付けは、金融庁の監督指針（主要行等向けの総合的な監督指針、中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針）に「消費者向け貸付けを行う際の留意事項」が挙げられているため、同庁が監督官庁としてモニタリングしているものと認識 ⑦本ガイドラインはルールではなく、基本的考え方、例示を示すものであって、強制するものではない ⑧策定した考え方は、そもそも会員に遵守を求めている内容ではない	①本留意事項は参考資料であるため「違反」という事象は想定されない ②本申し合わせは、強制するものではない ③本申し合わせは会員に対する徹底の呼びかけであるため「違反」という事象は想定されない ④特段「違反」という事象は想定されない ⑤本申し合わせは会員に対する徹底の呼びかけであるため「違反」という事象は想定されない ⑥本ガイドラインはルールではなく、基本的考え方、例示を示すものであって、強制するものではない ⑦策定した考え方は、そもそも会員に遵守を求めている内容ではない	・全銀協は、「全国銀行協会相談室」及び「あっせん委員会」を設け、銀行法及び農林中央金庫法上の指定紛争解決機関の指定を受けている ・「全国銀行協会相談室」では、お客様から銀行に関する様々な相談を受け付けている（苦情処理手続） ・銀行とのトラブルがなかなか解決しないお客様であって、「全国銀行協会相談室」における苦情処理手続では解決できない場合は、「あっせん委員会」による紛争解決手続を利用することができる ・全銀協は、上記手続が公正中立・迅速かつ透明度を高くして対応するよう「苦情処理手続及び紛争解決手続等の実施に関する業務規程」（業務規程）及び「苦情処理手続及び紛争解決手続等の実施に関する運営要領」（運営要領）を制定 ・これら業務規程、運営要領は全銀協ウェブサイトで公表	令和2年度 【相談室】 相談件数：14,645件 苦情件数：3,822件 【あっせん委員会】 新規申立件数：148件 紛争解決手続結案件数：160件	
		貸金業	5	貸金業法（登録制、行為規制、処分・監督（免許取消し、業務改善命令、報告徴収・検査等）、罰則）	・貸金業者向けの総合的な監督指針（金融庁） ・金融庁所管事業分野における障害を理由とする差別の解消の推進に関する対応指針、マネー・ロンダリング及びびテロ資金供与対策に関するガイドライン等	日本貸金業協会	貸金業法第26条に基づき設立される認可法人	会員資格：貸金業者 組織率：貸金業法施行令第4条により、すべての貸金業者の50%以上の貸金業者をその協会員としなければならないと定められている 令和3年3月末現在 登録貸金業者数1,638 協会員数1,044 協会加入率63.7% 令和3年3月末現在 人的体制：従業員142名	①貸金業の業務運営に関する自主規制基本規則 ②業務の適正な運営に関する社内規則策定にあたっての細則 ③個人情報保護指針	①・②貸金業協会の定款・業務規程の必要記載事項が法定（貸金業法第31条、第32条） ③個人情報保護法第53条	協会員が貸金業の業務運営に関し遵守すべき事項及びこれに関連する事項等	①・②貸金業法第12条の6に定める禁止行為、不正または不当な行為の具体化 貸金業法第21条の取立て行為規制の具体化。3人以上で取り立て、不適当な時期の取り立て ・利息及び保証料等について利息制限法などを遵守するための社内態勢整備義務（努力義務）。※登録拒否事由として「貸金業を的確に遂行するための必要な体制整備」は要求されているが、利息等制限規制に特化した態勢整備は法定されていない ・過剰借入れに対する啓発文言の表示（過剰貸し付けの禁止（貸金業法第13条の2の上乗せ）） ・テレビCMの放送時間帯の配慮、キャンペーンを主体とした番組のスポンサーとならない、キャンペーン専門誌に広告を出さない、CMの放送総量規制 ③個人情報に係る利用目的の特定、安全管理のための措置、開示等の請求等に応じる手続その他の事項又は匿名加工情報に係る作成の方法、その情報の安全管理のための措置その他の事項	・日本貸金業協会の自主規制基本規則の制定・改廃は、内閣総理大臣の認可事項とされ（貸金業法第33条第2項）、認可にあたっては、資金需要者などの利益の保護と貸金業の適正な運営の観点から、適当かどうかを審査される ・「自主規制会議」が設置されている ・公益理事・公益委員の参加あり	・関係省庁、団体との連携 ・公益理事として、大学教授、弁護士、消費者団体代表等が役員となっている。このうちの1名が自主規制会議議長を担当 ・パブリックコメント	・日本貸金業協会には、協会員に対する調査・監査権限、自主規制基本規則を遵守しない協会員に対する制裁権限が与えられている（貸金業法第38条）。また、その制裁権限の行使を怠った場合、内閣総理大臣が貸金業協会を処分できる（貸金業法第41条の4）	・法令違反に対して、協会への届出を義務化 ・当該違反事案に対しては「規律委員会」で審議し、「自主規制会議」あるいは「理事会」を経て処分実施 ・処分概要は、協会員へ注意喚起として通知 ・概要を公表	・相談・苦情・紛争解決センター（指定紛争解決機関（金融ADR）の活動も含む）

分野	業種	No	行政規制等		自主規制										策定手続		実効性確保手段		紛争解決機能	
			主な規制法令	規制当局による主な指針・GL等	策定主体		自主規制（消費者取引に関わる主なもの）						手続	消費者・第三者の関与	想定されている手段	運用状況	紛争解決手段	運用状況（自主規制の活用例等）		
					名称	法的位置付け	名称	法的位置付け	趣旨	主な内容										
決済等	クレジット	6	割賦販売法（登録制、行為規制、処分・監督（登録取消し、改善命令、カード等交付等禁止命令、報告徴収・検査等）、罰則等）	・割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針 ・割賦販売法に基づく経済産業大臣の処分に係る審査基準等について	一般社団法人日本クレジット協会	割賦販売法第35条の18第1項の規定に基づく「認定割賦販売協会」	第1種正会員 割賦販売法第35条の18第1項に定める割賦販売業者等 第2種正会員 クレジット取引に密接に関連する事業を営む事業者及びそれらを構成員とする団体 準会員 本会の目的に賛同し、その事業に協力しようとする者 登録制度のある事業者の組織率100% スタッフ数64名（令和3年1月31日時点）	①個別信用購入あつせんに係る自主規制規則 ②包括信用購入あつせんに係る自主規制規則 ③クレジットカード番号等クレジットカード番号等取扱契約締結事業者による加盟店調査等に係る自主規制規則 ④調査に関する規則 ⑤処分に関する規則 ⑥苦情等の処理に関する規則関係 ⑦個人情報保護指針 等	①～⑥割賦販売法第35条の18第2項第1号 ⑦個人情報保護法第53条	消費者被害の発生及びその拡大を最大限防止し、健全なクレジット取引の発展を図るため、関係者の連携のもと、業界等の自主的取り組みと法令に基づく行為規制、行政措置及び罰則並びに民事ルール等のベストミックスの実現を目指す	①体制整備に関する事項 ・行為規制（情報提供、過剰与信防止など）の具体的な方法など ・適切な業務運営に係る事項（業務委託、個人情報の取扱い、取立て行為、苦情処理、信用情報など） ・関連する法律：割賦販売法第35条の3の2～35（個別信用購入あつせん）等 ②体制整備に関する事項 ・行為規制（情報提供、過剰与信防止など）の具体的な方法など ・適切な業務運営に係る事項（業務委託、個人情報の取扱い、取立て行為、苦情処理、信用情報など） ・関連する法律：割賦販売法第30条～第35条の3の1（包括信用購入あつせん）等 ③ ・カード番号等の適切な管理のための対策基準 ・体制整備に関する事項 ・行為規制（加盟店調査など）の具体的な方法等 ・適切な業務運営に係る事項（業務委託、個人情報の取扱い、苦情処理など） ・関連する法律：割賦販売法第35条の16（クレジットカード等の適切な管理）、第35条17の2（クレジットカード番号等取扱契約締結事業者の登録） ④ ・調査対象の会員の範囲・調査の種類・各調査の実施方法 ・調査担当者の任命と義務 ⑤ ・処分の種類、処分の対象となる行為 ・処分の審査手続き、処分決定機関 ・処分の内容、処分の目安 ⑥ ・利用者等の申し出の対応範囲 ・協会の義務、担当者の任命、苦情処理手順 ・会員への調査・処理依頼、及び会員からの報告 ⑦ ・個人情報に係る利用目的の特定、安全管理のための措置、開示等の請求等に応じる手続その他の事項又は匿名加工情報に係る作成の方法、その情報の安全管理のための措置その他の事項	・担当部会でルール案を検討（部会は会員企業で構成。ただし、消費者部会は学識者・弁護士・消費者代表、人材育成部会は学識者・弁護士が各1名参加） ・部会案をもとにルール案を決定し、企画調整部会（原則会員企業の役員で構成）で最終調整 ・自主規制委員会において、業界以外の公益委員を含めて、自主規制規則（規則）及び処分について理事会提出案を審議。また、自主規制規則（細則）及び運用指針等について決議 ・理事会で、自主規制規則（規則）及び処分を決議	以下会合については、学識者等の参加がある ・理事会 ・自主規制委員会 ・審査委員会 ・消費者部会	・「調査に関する規則」に準拠した遵守状況調査の実施 ・「処分に関する規則」に準拠した処分（指導・勧告、会員の権利の停止・制限、除名）	・平成27年度から令和元年度までに、順に94.87.81.43.57社に対して、遵守状況調査を実施 ・処分は、平成21年12月以降、行政処分を契機として8会員に対して実施	・消費者相談室が、割賦販売法第35条の18第2項第5号に基づいて、消費者の苦情の処理にあたる。 実際の苦情等の処理においては、消費者や消費者相談関連機関と会員企業とのハイフとしての役割。ADRではない	・毎年3,000件前後の相談を受け付けている ・消費者相談の実施状況を公表している			
電気通信	携帯電話、情報通信、ケーブルテレビ	7	電気通信事業法（登録・免許制、行為規制、処分・監督（登録取消し、業務改善命令、報告徴収・検査等）、罰則等）	電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン	電気通信サービス向上推進協議会	業法による位置付けはなし	下記4団体により構成 ・一般社団法人電気通信事業者協会 ・一般社団法人テレコムサービス協会 ・一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 ・一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟	①電気通信事業者の営業活動に関する自主基準及びガイドライン ②携帯電話サービスに関する高齢者等に対する対応について ③電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン	なし	①電気通信事業者及びその代理店が適正な営業活動を行うための指針 ②65歳以上の契約者を対象に、サービスの内容及が十分に理解されるよう、対象となる利用者の知識や経験並びに契約目的等に配慮した説明を行う ③業界全体として電気通信サービスの広告表示の適正性を確保する	①名称等の明示、利用者への説明、適合性を考慮した説明（関連する規定として電気通信事業法施行規則第22条の2の3第4項）、再勧誘の禁止、禁止行為（断定的、威迫、迷惑を覚えさせる仕方、判断力不足に乗じる、解除妨害など。関連する規定として電気通信事業法第27条の2）、申込みの撤回等 ②適合性原則を踏まえ特に高齢者を主な対象に、より丁寧で確実な対応に努める内容 ③広告表示の適正性を確保するための指針（関連する規定として景品表示法第5条第1号の優良誤認表示の禁止）	各WGにおいて原案を策定し、構成員である4団体事業者意見照会後、パブリックコメントに付する	パブリックコメント	広告表示アドバイザー委員会 ・ガイドライン改定の確認 ・店頭広告事後チェック ・消費者モニターの進捗確認 ・アドバイザー委員会からの通知に対する事業者からの対応状況確認	広告表示に関しては、四半期ごとに自主基準ガイドラインに照らしてチェック（テレビ広告は15社100本程度、新聞広告は5社前後10面程度 実効速度に関して、全国1,500カ所をランダムに測定場所とし、ガイドラインに照らしてチェック	電気通信サービス向上推進協議会に紛争解決機能はない。 構成団体のうち、電気通信事業者協会には、消費者の相談窓口がある				

分野	業種	No	行政規制等		自主規制				策定手続	実効性確保手段			紛争解決機能				
			主な規制法令	規制当局による主な指針・GL等	策定主体		自主規制（消費者取引に関わる主なもの）				消費者・第三者の関与	想定されている手段	運用状況	紛争解決手段	運用状況（自主規制の活用例等）		
					名称	法的位置付け	名称	法的位置付け		趣旨						主な内容	
（以下、分野横断）																	
特商法	訪問販売	8	特定商取引法（行為規制、業務改善の指示、業務停止命令、業務禁止命令、罰則等）		公益社団法人日本訪問販売協会	特定商取引法第27条に規定された自主規制団体	・会員資格：訪問販売を行う者等（正会員）、協会の目的に賛同するもの（賛助会員） ・正会員117社、賛助会員32社・団体 ・職員：約10名	①倫理綱領 ②訪問販売企業の自主行動基準 ③商品別禁止事項（自主行動基準細則） ④通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安（自主行動基準細則） ⑤連鎖販売取引に係る自主行動基準	なし	①消費者の利益を保護し、訪問販売取引の健全な発展を期するため、会員が遵守すべき基本的事項を定めたもの ②「商品別禁止事項」に抵触しない販売活動を行うこととして、訪問販売事業の健全な発展のため事業者が遵守すべき行動基準を定めたもの ③典型的な禁止事項を取扱商品ごとに具体的に例示するもの ④「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」を作成・提示し、消費者との信頼関係に基づく訪問販売の適正な取引の推進と業界の健全な発展を目指すもの ⑤連鎖販売業について、その取引を適正にし、業の健全な発展を期すことにより消費者等の正しい理解と認識を得て、当該ビジネスに対する社会的評価を高めることを目的として定めたもの	①・会員企業及び訪問販売員が守らなければならない基本的な事項 ②・「商品別禁止事項」に抵触しない販売活動を行うこと ③・「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」に照らし適切な確認等 ④・判断力不足の懸念ある消費者との契約時の親族等の立会いを求めること等（関連する規定として特定商取引法施行規則第7条第2号） ⑤・商品等の特性等や取引条件などについて正確に伝えること（関連する規定として同第7条第3号） ⑥・協会相談室に相談が多く寄せられた品目（学習教材、寝具、下着、化粧品、健康食品、掃除機、美顔器、美容器具、浄水器、健康器具、住宅リフォーム・耐震補強・駆除防除等）についての典型的な禁止事項（勧誘目的の明示、不実告知等）の例示 ⑦・過量販売（特定商取引法第9条の2）に当たらないと考えられる分量の目安（10品目） ⑧・情報開示（相手方の理解に合わせた情報の提供等。関連する規定として、特定商取引法施行規則第31条第6号） ⑨・法定書面への注意喚起文付記 ⑩・組織加入者に対する指導教育（禁止すべき事項として、借金をすすめること、仕事の為に当然購入が必要であるとして不要不急のものを購入させることなど） ⑪・返品（買戻し）ができる期間は1年（特定商取引法第40条の2の規定による90日より長く設定）	通常、総務委員会、理事会で検討し、策定する（左記④については、特定商取引法への過量販売規制導入の改正後、検討を開始し、会員への分量の調査等を実施し、委員会での検討を経て策定）	左記④の検討委員会に第三者が関与	・会員の自己点検結果の分析、フィードバック ・改善勧告 ・公表 ・正会員の権利の停止・制限 ・除名 ・研修の実施 法令・法令に基づく処分に違反した場合は、会員に対し過怠金等の処分をしなければならない（特定商取引法第29条の3）	消費者団体や弁護士、研究者で構成された倫理審査委員会にて、会員及び会員の系列にある者が行った不当な訪問販売に係る措置等について審査	・協内に「消費者取引紛争処理機構（消費者相談室、消費者苦情検討会、消費者取引紛争処理委員会）」（ADR）を持つ ・事業者（会員）からの申出は消費者の同意が必要	・令和2年度の相談受付件数：323件 ・解決判断に、自主規制を法令等と併せて利用
	通信販売	9	特定商取引法（行為規制、業務改善の指示、業務停止命令、業務禁止命令、罰則等）	・インターネット通販における「意に反して契約の申込みをさせようとする行為」に係るガイドライン ・インターネット・オークションにおける「販売業者」に係るガイドライン ・電子メールに広告をすることの承諾・請求の取得等に係る『容易に認識できるような表示していないこと』に係るガイドライン ・通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン	公益社団法人日本通信販売協会	特定商取引法第30条に規定された自主規制機関	1年以上の通販営業経験及び通販売上1,000万円以上、組織率は、大規模ECモールの出店者数は数十万点にも及ぶため会員数と比べるとシェアは小さい。なお、売上規模は令和元年度物販中心で8兆8,300億円、そのうち協会会員のシェアは約4割。体制、役員2名を含み職員は10名、消費者相談室4名（消費生活アドバイザー）、景表法相談1名（公取OB）、アルバイト2名、総計16名、出向なし	①通信販売倫理綱領 ②通信販売倫理綱領実施基準 ③返品特約の表示に関するJADMA指針 ④通信販売における電子商取引のガイドライン ⑤テレビショッピングに関するガイドライン ⑥通信教育に関するガイドライン ⑦サプリメントの取り扱いに関するガイドライン等 ⑧製品事故の対応に関するガイドライン ⑨機能性表示食品の適正広告自主基準 ⑩サプリメント摂取による体調変化に関する申し出マニュアル ⑪個人情報保護指針	①～⑩なし ⑪個人情報保護法第53条	①・②会員が遵守すべき基本的事項 ③特定商取引法第11条、同法施行規則第9条、第16条の2等を踏まえた、消費者が返品できるか否かを認識しやすい表示とするために、主な広告媒体ごとに事業者が具体的に取組むべき事例 ④～⑦インターネットを用いた通信販売、テレビ媒体（地上波、BS、CS、CATV）を使用した通信販売、通信教育、サブスクリプションを取り扱う事業者において、遵守すべき基本的方針・事項（表示の基準等） ⑧PB商品の販売はメーカーと同様の法的責任を負うこと、仕入れ商品の場合はメーカー、卸と連携協力し対応することを努力義務とする ⑨機能性表示食品制度に基づき、広告表示について関連団体と共同の自主規制 ⑩食品衛生法等の規定を参考に自主的に策定、体制整備、申し出者対応、返品返金対応、自主評価チェックリストを策定 ⑪個人情報に係る利用目的の特定、安全管理のための措置、開示等の請求等に応じる手続その他の事項又は匿名加工情報に係る作成の方法、その情報の安全管理のための措置その他の事項 特徴的な規定 ・返品特約の消極要件としての表示（特定商取引法第15条の3第1項後段）の具体化 ・機能性表示食品についての表示・広告規制 ・問い合わせ窓口の明示、放送終了後6か月間電話番号を閉じてはいけない ・商品発送以前のキャンセルは原則として受け入れる ・製品事故対応の体制整備義務	委員会にて策定。設立当初の倫理綱領、同実施基準などは有識者、弁護士、消費者団体等からなる第三者委員会にて策定。その後のガイドラインは、それぞれの会員代表からなるプロジェクトチームで作成、倫理委員会理事を経て策定。重要なものについては、関係行政機関に確認をとりつつ策定	ガイドライン策定が目的ではないが、有識者、消費者団体、弁護士からなる第三者委員会として広告適正化委員会を設置、会員非会員を問わず広告のチェックを行い、不適正な広告の是正に努めている	除名・指導等。会員に対しては、不適正広告の場合、発見の都度是正指導、また、行政処分を受けた場合改善勧告や最も厳しい措置としては除名。非会員に対しては是正を要請	・チラシ等を収集して広告適正化委員会が個別指導10%前後が対象（ジャドマニュース令和2/5-6月号）、令和2年、会員に対しては改善勧告4件 ・FY令和元と会員の除名等なし	令和元年度の受付件数4,230件、令和2年度は受付件数3,978件		

分野	業種	No	行政規制等		自主規制		自主規制（消費者取引に関わる主なもの）				策定手続		実効性確保手段		紛争解決機能		
			主な規制法令	規制当局による主な指針・GL等	策定主体		自主規制（消費者取引に関わる主なもの）				手続	消費者・第三者の関与	想定されている手段	運用状況	紛争解決手段	運用状況（自主規制の活用例等）	
					名称	法的位置付け	名称	法的位置付け	趣旨	主な内容							
景表法	全般	10	景品表示法	・事業者が購す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 ・不当景品類及び不当表示防止法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）に関する考え方 ・不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の運用指針-不実証広告規制に関する指針 ・不当な価格表示についての景品表示法上の考え方 ・比較広告に関する景品表示法上の考え方 等	・マーガリン公正取引協議会 ・全国トマト加工品公正取引協議会 ・日本即席食品工業公正取引協議会等 （全78団体 令和3年5月10日時点）	内閣総理大臣及び公正取引委員会から、景品類又は表示に関する協定又は規約について、公正競争規約として認定を受けた事業者又は事業者団体（景品表示法第31条）	各団体により異なる	各公正取引協議会毎に作成され、名称はそれぞれ異なる	消費者庁長官及び公正取引委員会は、法定の要件を満たす場合、公正競争規約（景品表示法第31条）に基づく協定又は規約の認定をしなければならない。	不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保すること（景品表示法第31条第1項）	・特定の商品・役務の取引における必要表示事項 ・特定の商品・役務の取引における表示の基準 ・不当表示の禁止 ・特定の業種における景品類の提供の制限に関する事項 ・構成事業者が公正競争規約に違反した場合にわたる調査の手続 ・違反者に対する措置の内容	業界における実態や問題点を把握した上で、事業者又は事業者団体が規約案を作成し、表示連絡会を開催する。表示連絡会では、規約案の内容について、消費者団体、学識経験者等との意見交換を行う。表示連絡会が出た意見を反映するなどして規約案を修正後、消費者庁長官及び公正取引委員会に対して規約の認定申請を行う。その後、パブリックコメントを実施し、消費者庁長官及び公正取引委員会による規約の認定・官報告示	・表示連絡会等を開催し、当該業界のほか、消費者団体、学識経験者等を交えて意見交換 ・パブリックコメント	・構成員に対する調査 ・警告 ・違約金の賦課 ・除名 ・消費者庁長官への措置請求等	各団体により異なる	各協議会において、一般消費者からの苦情処理に対応するため相談窓口等を設置し、トラブル等の相談を受け、アドバンス等のためのアドバイス等を行っている	各団体により異なる
個人情報保護	全般	11	個人情報保護法	・「個人情報の保護に関する基本方針」 ・「個人情報の保護に関する法律」についてのガイドラインやこれに関するQ&A等。なお、当該ガイドラインには「匿名加工情報編」等がある。 ・特定分野ガイドライン（金融関連分野や医療関連分野等） ・認定個人情報保護団体に期待される具体的な業務や活動の指針等を示したガイドラインはこれまで存在しなかったため、現在、上記の「通則編」等のガイドラインとは別に「認定団体編」を策定する予定	認定個人情報保護団体（以下「認定団体」という）	個人情報保護法第47条に基づき個人情報保護委員会の認定を受けた民間団体	認定の基準（個人情報保護法第49条） ①法定の業務（※）を適正かつ確実に履行に必要の業務の実施方法が定められていること ②法定の業務を適正かつ確実に履行に足る知識及び能力並びに経理的基礎を有すること ③法定の業務以外の業務を行っている場合には、それにより法定の業務が不公正になるおそれがないこと ※法定の業務：苦情処理、対象事業者に対する情報提供、その他の必要な業務（個人情報保護法第47条第1項各号） ・認定団体数：41団体（令和3年2月17日現在） ・概ね主要な業種はカバーできていると考えているが、新しい事業分野にアプローチしている	個人情報保護法上の名称は「個人情報保護指針」である。実際の名称は認定団体により様々	対象事業者の個人情報等の適正な取扱いの確保のため（個人情報保護法第53条第1項）	・対象事業者の業種等に依じた個人情報に係る利用目的の特定、安全管理のための措置、開示等の請求等に応じる手続その他の事項又は匿名加工情報に係る作成の方法、その情報の安全管理のための措置その他の事項（個人情報保護法第53条第1項） ・指針を作成した認定団体は、対象事業者に、指針を遵守させるために必要な指導、勧告その他の措置をとる必要がある ・対象分野における個人情報等の取扱いの促進のみならず、消費者の不安解消や対象事業者の信頼確保に資することが期待できる ・単に法令の内容を落とし込むだけでなく、事業者分野の実態に応じた自主ルールとして、細目や事例を盛り込むことが重要 ・法の上乗せ規定を設けている認定団体は多く、約半分以上の認定団体は上乗せ規定を設けている ・上乗せ規定の例として、個人情報を入力する際に本人通知で足りるところを、認定団体によっては本人同意を必須としている。金融業界においては、要配慮個人情報センシティブ情報と定義し、より厳しい要件を定める	作成及び変更の際には、個人情報保護委員会に当該指針を届け出なければならない（個人情報保護法第53条第2項）	・個人情報保護指針の作成に当たっては、消費者の意見を代表する者その他の関係者の意見を聴くよう努めることが規定されている（個人情報保護法第53条第1項） ・41団体中8割の33団体が意見聴取を実施している	①認定団体による手段 ・対象事業者に対する、当該指針を遵守させるために必要な指導、勧告その他の措置（個人情報保護法第53条第4項） ②個人情報保護委員会による手段 ・認定団体に対する報告の徴収（個人情報保護法第56条） ・認定団体に対する改善命令等（個人情報保護法第57条） ・認定の取消し（個人情報保護法第58条）	・例えば、日本損害保険協会においては、協会内の規定として「認定個人情報保護団体が対象事業者に行う指導、勧告に関する細則」を制定。漏えい等事案について、同細則下部の要領において、詳細な判定基準を規定。令和元年度については、認定取消事案1件（令和元年9月3日）	・苦情処理が、認定団体の法定業務として規定されており（個人情報保護法第47条第1項）、認定団体は、苦情の申出人への必要な助言、事情調査、対象事業者への通知等をしてなければならないとされている（個人情報保護法第52条） ・認定団体による対象事業者に対する指導、勧告その他の措置（個人情報保護法第53条第4項）	個人情報保護法第52条及び第53条に基づく措置 苦情受付 489件 説明要求 71件 資料要求 44件 指導 79件 勧告 0件 その他措置49件 ※「令和元年度年次報告」（個人情報保護委員会）より	
広告	全般	12	・景品表示法 ・業機法 ・特定商取引法 ・健康増進法等	左記法令に関するガイドライン等	公益社団法人日本広告審査機構（略称JARO）	業法による位置付けはなし	会員資格：正会員…法人の目的に賛同して入会する法人及び個人並びにこれらの者を構成員とする団体 構成員： 広告主380社 媒体社324社 広告業162社 広告関連23社 合計689社（令和3年3月31日現在）	JAROが自ら自主規制基準を作成するのではなく、広告・表示に関して、①法律、②公正競争規約、③業界団体や企業などの自主基準、倫理綱領・ガイドライン、掲載基準、放送基準などに適合しているかを審査する。但し、JAROに寄せられた苦情等が起点となって、各自主規制団体の自主基準等が作成されたケースはある					・広告・表示に関する指導、相談（照会） …会員からの相談を受けて法令、自主基準、過去の事例等に照らして指導。「照会」は会員以外でも対応 ・広告・表示に関する審査 …消費者・事業者等からの苦情・意見を受け、必要に応じ審査、会員へのフィードバック等を実施。審査の結果、必要に応じ厳重警告、警告、要望、助言の4段階からなる「見解」を発信 ・セミナーの開催、講師派遣等	・照会 2,519件（令和2年度） ・苦情 11,560件（令和2年度） ・見解27件（厳重警告15件、警告9件、要望1件、助言2件）			

分野	業種	No	行政規制等		自主規制										策定手続		実効性確保手段		紛争解決機能	
			主な規制法令	規制当局による主な指針・GL等	策定主体			自主規制（消費者取引に関わる主なもの）				手続	消費者・第三者の関与	想定されている手段	運用状況	紛争解決手段	運用状況（自主規制の活用例等）			
					名称	法的位置付け	会員資格／組織率／人的体制	名称	法的位置付け	趣旨	主な内容									
広告	アフィリエイト	13	アフィリエイト広告に特化した法令はない。一般的な広告規制の法令としては以下が挙げられる ・景品表示法 ・特定商取引法 ・薬機法 ・健康増進法	アフィリエイト広告に言及した指針としては、例えば以下が挙げられる ・「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」（消費者庁／令和2年4月1日一部改訂）	一般社団法人日本アフィリエイト協議会	業法による位置付けはなし	会員資格：アフィリエイト・ビジネスに関わる法人・個人（参加不可要件に抵触していない限り参加可能） 総会員数386名 ・広告主 73名（40社） ・ASP&代理店 32名（14社） ・アフィリエイト 281名 ※令和2年12月1日時点 ・ASP（アフィリエイト・サービス・プロバイダー）の大手12社のうち8社が正会員。アフィリエイトの約90%にリーテ 人的体制：非専属のスタッフ7名程度	なし	①～③アフィリエイトに取り組むアフィリエイターや広告主が守る指針、取り組み方、活用のルール、ガイドをまとめたもの	①アフィリエイトサイト運営者のNG行為をまとめたもの ・無許可の画像、文章コピー ・著しい誇大表現、虚偽表記 ・根拠のない情報の表示、ランキング付け 等 ②アフィリエイトサイト運営者（アフィリエイター、プロバイダー）に向けた、定期購入のアフィリエイト・プログラムに取り組む際の記載・確認事項。一例は下記の通り ・定期購入であることを明記 ・「おためし」「無料」「モニター」といった単語は利用しない ③ランキング・比較コンテンツ作成の注意点 ・アフィリエイター向け 企業からの特別報酬、固定費を自当てにした根拠ないランキング・比較コンテンツを作成しない ・広告主・広告代理店・ASP向け アフィリエイターにランキングコンテンツでの上位掲載、比較ページで競合他社より優良だと書かせる行為を、特別報酬・固定費を絡めて提案しない ・不正競争防止法違反、景表法の不当表示の可能性があることへの注意喚起	①～③景品表示法と特定商取引法を基に、消費者庁の留意事項や行政処分事例についての表示の問題点を参考にした ④策定中のガイドラインについては、現在、ガイドライン委員会を立ち上げている	①～③消費生活相談員や弁護士の方、他の団体の方からの意見や要望も取り入れている インターネット消費者取引連絡会（消費者庁）、総合セキュリティ対策会議（警察庁）、越境電子商取引連絡会（経済産業省）等に参加し、連携等は行われている ④上記①～③と同様の手続を予定	策定中の④については、広告主側がガイドラインに反する場合は是正を求める通達を行い、これにも従わない場合はASPやアフィリエイトサイト側に対話を促す内容にする予定 ・是正されない場合は、広告主やASPへ情報提供。ASPにおいて、アフィリエイターとの提携解除、報酬の没収、広告主の強制退会の措置をとることとする予定 なお、改善しない業者の情報を行政や適格消費者団体に提供することは既に実施している	左記④は作成中のため運用実績はまだない	消費生活相談センターからの問い合わせ窓口をHPにて設置	・消費者センターからの相談に対応 ・協議会から広告主又はアフィリエイトサイト運営者に確認の連絡をする。修正や是正をしない場合、広告主やサイト運営者が登録をしているASPに情報提供を行い、是正措置を促す				