

(公印・契印省略)

警察庁丙組二発第 10 号
金 銀 証 第 35 号
金 資 保 第 35 号
消 総 総 第 221 号
デ 戦 第 3043 号
総 情 振 第 57 号
法務省民商第 155 号
20260804情局第2号
令和 8 年 8 月 7 日

Google LLC

日本における代表者 グーグル・テクノロジー・ジャパン株式会社

同代表者 代表取締役 ケネス・イ 殿

警察庁 刑事局長

金融庁 銀行・証券監督局長

金融庁 資産運用・保険監督局長

消費者庁 次長

デジタル庁 国民向けサービスグループ統括官

総務省 大臣官房総括審議官（情報通信担当）

法務省 民事局長

経済産業省 商務情報政策局長

(取りまとめ担当)

デジタル庁 戦略・組織グループ統括官

SNS等におけるなりすまし詐欺広告に関する対策の強化について（要請）

ソーシャルネットワーキングサービスその他交流型のプラットフォーム（以下「SNS等」といいます。）において、ディープフェイクを用いて著名人の肖像や音声を無断で利用したなりすまし広告を含む詐欺広告（以下「なりすまし詐欺広告」といいます。）が広く流通し、当該なりすまし詐欺広告を端緒とするSNS型投資詐欺等の被害が拡大している状況にあります。

これらは、広告を閲覧した消費者・利用者に財産上の被害をもたらすおそれがあるのみならず、なりすまされた者の社会的信頼を著しく損なうおそれもあるところ、消費者・利用者

等の保護の観点から看過できるものではなく、関係省庁において対策の検討を進めているところです。

つきましては、消費者・利用者等の被害の未然防止の観点から、なりすまし詐欺広告に対する更なる自主的取組の強化が重要であることを踏まえ、特に詐欺の入口として利用されている SNS 等※¹のうち、貴社のサービスにおいて、下記事項による対策の実施等に取り組んでいただきますようお願い申し上げます※²。

※1 「警察庁「令和7年における特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等について（確定値）」において、SNS 型投資詐欺の当初接触手段のうちバナー等広告の接触ツールとして割合が大きい YouTube（27.1%）、Instagram（16.3%）、TikTok（10.4%）、Facebook（6.5%）、LINE（4.8%）、X（2.1%）

※2 本要請は、行政手続法（平成5年法律第88号）第2条第6号に規定する行政指導に該当するものであり、処分（同条第2号）に該当するものではありません。

記

1 広告主への本人確認の確実な実施

広告主の特定と追跡を可能とすることで、なりすまし詐欺広告の流通を抑止する観点から、広告主への本人確認について、以下の対応を実施すること。

- ① 電子的な認証手段の活用を含む広告主への本人確認※¹を確実に実施すること。
- ② ①の広告主への本人確認について、具体的な実施内容（本人確認を行う場合及びその手段を含む。）を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁戦略・組織グループ（以下「デジタル庁」という。）に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（本人確認の手段ごと及び国内外別の実施件数及び割合、手段ごとの本人確認の不備を理由とした掲載却下の件数及び割合等）について、令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

※1 電子的な認証手段である個人の確実な本人確認の手段の一つとして、マイナンバーカードがあり、また、法人の確実な本人確認の手段の一つとして商業登記電子証明書がある。

2 広告の透明性向上に係る措置の実施

広告主や広告の信頼性を消費者・利用者等が自ら確認することを可能とする観点から、広告の透明性向上に係る措置について、以下の対応を実施すること。

- ① 掲載される広告において、1 ①で確認を行った広告主に関する情報（広告主の名称、所在地及び身元確認の有無等）や広告の情報（広告である旨や主に生成 AI 技術を用いて作成された広告である旨、広告表示理由等）を確認することができるようするなど、広告の透明性向上に係る措置を講ずること。
- ② ①の広告の透明性向上に係る措置について、具体的な実施内容を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施

した取組の結果（具体的に広告上に表示した情報の内容、表示した情報の内容ごとの広告の件数及び割合等）について、令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

3 削除要請への対応の徹底

なりすまし詐欺広告による消費者・利用者等の被害拡大を抑止する観点から、なりすまし詐欺広告の削除について、以下の対応を実施すること。

- ① 刑法（明治40年法律第45号）※²や金融商品取引法（昭和23年法律第25号）※³等の各種法令等に違反するおそれがあるなりすまし詐欺広告について、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口等や法令所管省庁から削除要請を受けた際には遅滞なく判断を行い、迅速かつ適切に削除等の対応を行うこと。
- ② 刑法や金融商品取引法等の各種法令等の規定も踏まえ、貴社の広告の審査基準等において、なりすまし詐欺広告に関連する内容をどのように記載しているかについて、令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ 令和8年10月1日から令和9年2月28日までに貴社において削除したなりすまし詐欺広告について、その理由（刑法違反、金融商品取引法違反、その他の理由等）及び契機（インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請、自主的な削除、一般利用者からの通報等）ごとの削除件数を令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。また、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請については、要請があった主体ごとに、要請件数に対する削除件数の割合、平均対応所要時間、未削除件数の理由別内訳等についても同様に報告すること。

※2 著名人の名義を無断で使用して虚偽の投資実績を紹介する内容を表示するなどして偽造された事実証明に関する電磁的記録文書等をインターネット上に流通させるなどして行使した場合、刑法第161条第1項（偽造私電磁的記録文書等行使の罪）等に違反し得る。なお、その旨、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」を令和8年8月7日に、総務省の「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第26条に関するガイドライン」を令和8年8月6日に改定し、新たに違法情報として明記

※3 無登録業者等が、一見してそれ自体では金融商品取引業に該当しないかのような広告等を入口として、その閲覧者を誘導した先のウェブサイトやSNS等において金融商品取引業に該当する行為等を行う場合には、これらの一連の行為は、金融商品取引法第29条等に違反し得る。

【連絡先】

デジタル庁 戦略・組織グループ

調査・企画担当

E-mail: impostor-ad@digital.go.jp

(公印・契印省略)

警察庁丙組二発第 10 号
金 銀 証 第 35 号
金 資 保 第 35 号
消 総 総 第 221 号
デ 戦 第 3043 号
総 情 振 第 57 号
法務省民商第 155 号
20260804情局第2号
令和 8 年 8 月 7 日

LINE ヤフー株式会社
代表取締役社長 CEO 出澤剛 殿

警察庁 刑事局長
金融庁 銀行・証券監督局長
金融庁 資産運用・保険監督局長
消費者庁 次長
デジタル庁 国民向けサービスグループ統括官
総務省 大臣官房総括審議官（情報通信担当）
法務省 民事局長
経済産業省 商務情報政策局長

(取りまとめ担当)
デジタル庁 戦略・組織グループ統括官

SNS等におけるなりすまし詐欺広告に関する対策の強化について（要請）

ソーシャルネットワーキングサービスその他交流型のプラットフォーム（以下「SNS等」といいます。）において、ディープフェイクを用いて著名人の肖像や音声を無断で利用したなりすまし広告を含む詐欺広告（以下「なりすまし詐欺広告」といいます。）が広く流通し、当該なりすまし詐欺広告を端緒とするSNS型投資詐欺等の被害が拡大している状況にあります。

これらは、広告を閲覧した消費者・利用者に財産上の被害をもたらすおそれがあるのみならず、なりすまされた者の社会的信頼を著しく損なうおそれもあるところ、消費者・利用者等の保護の観点から看過できるものではなく、関係省庁において対策の検討を進めている

ところです。

つきましては、消費者・利用者等の被害の未然防止の観点から、なりすまし詐欺広告に対する更なる自主的取組の強化が重要であることを踏まえ、特に詐欺の入口として利用されている SNS 等※¹のうち、貴社のサービスにおいて、下記事項による対策の実施等に取り組んでいただきますようお願い申し上げます※²。

※1 「警察庁「令和7年における特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等について（確定値）」において、SNS 型投資詐欺の当初接触手段のうちバナー等広告の接触ツールとして割合が大きい YouTube（27.1%）、Instagram（16.3%）、TikTok（10.4%）、Facebook（6.5%）、LINE（4.8%）、X（2.1%）

※2 本要請は、行政手続法（平成5年法律第88号）第2条第6号に規定する行政指導に該当するものであり、処分（同条第2号）に該当するものではありません。

記

1 広告主への本人確認の確実な実施

広告主の特定と追跡を可能とすることで、なりすまし詐欺広告の流通を抑止する観点から、広告主への本人確認について、以下の対応を実施すること。

- ① 電子的な認証手段の活用を含む広告主への本人確認※¹を確実に実施すること。
- ② ①の広告主への本人確認について、具体的な実施内容（本人確認を行う場合及びその手段を含む。）を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁戦略・組織グループ（以下「デジタル庁」という。）に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（本人確認の手段ごと及び国内外別の実施件数及び割合、手段ごとの本人確認の不備を理由とした掲載却下の件数及び割合等）について、令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

※1 電子的な認証手段である個人の確実な本人確認の手段の一つとして、マイナンバーカードがあり、また、法人の確実な本人確認の手段の一つとして商業登記電子証明書がある。

2 広告の透明性向上に係る措置の実施

広告主や広告の信頼性を消費者・利用者等が自ら確認することを可能とする観点から、広告の透明性向上に係る措置について、以下の対応を実施すること。

- ① 掲載される広告において、1 ①で確認を行った広告主に関する情報（広告主の名称、所在地及び身元確認の有無等）や広告の情報（広告である旨や主に生成 AI 技術を用いて作成された広告である旨、広告表示理由等）を確認することができるようにするなど、広告の透明性向上に係る措置を講ずること。
- ② ①の広告の透明性向上に係る措置について、具体的な実施内容を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（具体的に広告上に表示した情報の内容、表示した情報の内容ごと

の広告の件数及び割合等) について、令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

3 削除要請への対応の徹底

なりすまし詐欺広告による消費者・利用者等の被害拡大を抑止する観点から、なりすまし詐欺広告の削除について、以下の対応を実施すること。

- ① 刑法（明治 40 年法律第 45 号）※²や金融商品取引法（昭和 23 年法律第 25 号）※³等の各種法令等に違反するおそれがあるなりすまし詐欺広告について、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口等や法令所管省庁から削除要請を受けた際には遅滞なく判断を行い、迅速かつ適切に削除等の対応を行うこと。
- ② 刑法や金融商品取引法等の各種法令等の規定も踏まえ、貴社の広告の審査基準等において、なりすまし詐欺広告に関連する内容をどのように記載しているかについて、令和 8 年 10 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ 令和 8 年 10 月 1 日から令和 9 年 2 月 28 日までに貴社において削除したなりすまし詐欺広告について、その理由（刑法違反、金融商品取引法違反、その他の理由等）及び契機（インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請、自主的な削除、一般利用者からの通報等）ごとの削除件数を令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。また、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請については、要請があった主体ごとに、要請件数に対する削除件数の割合、平均対応所要時間、未削除件数の理由別内訳等についても同様に報告すること。

※ 2 著名人の名義を無断で使用して虚偽の投資実績を紹介する内容を表示するなどして偽造された事実証明に関する電磁的記録文書等をインターネット上に流通させるなどして行使した場合、刑法第 161 条第 1 項（偽造私電磁的記録文書等行使の罪）等に違反し得る。なお、その旨、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」を令和 8 年 8 月 7 日に、総務省の「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第 26 条に関するガイドライン」を令和 8 年 8 月 6 日に改定し、新たに違法情報として明記

※ 3 無登録業者等が、一見してそれ自体では金融商品取引業に該当しないかのような広告等を入口として、その閲覧者を誘導した先のウェブサイトや SNS 等において金融商品取引業に該当する行為等を行う場合には、これらの一連の行為は、金融商品取引法第 29 条等に違反し得る。

【連絡先】

デジタル庁 戦略・組織グループ

調査・企画担当

E-mail : impostor-ad@digital.go.jp

(公印・契印省略)

警察庁丙組二発第 10 号
金 銀 証 第 35 号
金 資 保 第 35 号
消 総 総 第 221 号
デ 戦 第 3043 号
総 情 振 第 57 号
法務省民商第 155 号
20260804情局第2号
令和 8 年 8 月 7 日

Meta Platforms, Inc.

CEO マーク・ザッカーバーグ 殿

警察庁 刑事局長
金融庁 銀行・証券監督局長
金融庁 資産運用・保険監督局長
消費者庁 次長
デジタル庁 国民向けサービスグループ統括官
総務省 大臣官房総括審議官（情報通信担当）
法務省 民事局長
経済産業省 商務情報政策局長

(取りまとめ担当)
デジタル庁 戦略・組織グループ統括官

SNS等におけるなりすまし詐欺広告に関する対策の強化について（要請）

ソーシャルネットワーキングサービスその他交流型のプラットフォーム（以下「SNS等」といいます。）において、ディープフェイクを用いて著名人の肖像や音声を無断で利用したなりすまし広告を含む詐欺広告（以下「なりすまし詐欺広告」といいます。）が広く流通し、当該なりすまし詐欺広告を端緒とするSNS型投資詐欺等の被害が拡大している状況にあります。

これらは、広告を閲覧した消費者・利用者に財産上の被害をもたらすおそれがあるのみならず、なりすまされた者の社会的信頼を著しく損なうおそれもあるところ、消費者・利用者等の保護の観点から看過できるものではなく、関係省庁において対策の検討を進めている

ところです。

つきましては、消費者・利用者等の被害の未然防止の観点から、なりすまし詐欺広告に対する更なる自主的取組の強化が重要であることを踏まえ、特に詐欺の入口として利用されている SNS 等※¹のうち、貴社のサービスにおいて、下記事項による対策の実施等に取り組んでいただきますようお願い申し上げます※²。

※1 「警察庁「令和7年における特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等について（確定値）」において、SNS 型投資詐欺の当初接触手段のうちバナー等広告の接触ツールとして割合が大きい YouTube（27.1%）、Instagram（16.3%）、TikTok（10.4%）、Facebook（6.5%）、LINE（4.8%）、X（2.1%）

※2 本要請は、行政手続法（平成5年法律第88号）第2条第6号に規定する行政指導に該当するものであり、処分（同条第2号）に該当するものではありません。

記

1 広告主への本人確認の確実な実施

広告主の特定と追跡を可能とすることで、なりすまし詐欺広告の流通を抑止する観点から、広告主への本人確認について、以下の対応を実施すること。

- ① 電子的な認証手段の活用を含む広告主への本人確認※¹を確実に実施すること。
- ② ①の広告主への本人確認について、具体的な実施内容（本人確認を行う場合及びその手段を含む。）を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁戦略・組織グループ（以下「デジタル庁」という。）に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（本人確認の手段ごと及び国内外別の実施件数及び割合、手段ごとの本人確認の不備を理由とした掲載却下の件数及び割合等）について、令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

※1 電子的な認証手段である個人の確実な本人確認の手段の一つとして、マイナンバーカードがあり、また、法人の確実な本人確認の手段の一つとして商業登記電子証明書がある。

2 広告の透明性向上に係る措置の実施

広告主や広告の信頼性を消費者・利用者等が自ら確認することを可能とする観点から、広告の透明性向上に係る措置について、以下の対応を実施すること。

- ① 掲載される広告において、1 ①で確認を行った広告主に関する情報（広告主の名称、所在地及び身元確認の有無等）や広告の情報（広告である旨や主に生成 AI 技術を用いて作成された広告である旨、広告表示理由等）を確認することができるようにするなど、広告の透明性向上に係る措置を講ずること。
- ② ①の広告の透明性向上に係る措置について、具体的な実施内容を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（具体的に広告上に表示した情報の内容、表示した情報の内容ごと

の広告の件数及び割合等) について、令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

3 削除要請への対応の徹底

なりすまし詐欺広告による消費者・利用者等の被害拡大を抑止する観点から、なりすまし詐欺広告の削除について、以下の対応を実施すること。

- ① 刑法（明治 40 年法律第 45 号）※²や金融商品取引法（昭和 23 年法律第 25 号）※³等の各種法令等に違反するおそれがあるなりすまし詐欺広告について、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口等や法令所管省庁から削除要請を受けた際には遅滞なく判断を行い、迅速かつ適切に削除等の対応を行うこと。
- ② 刑法や金融商品取引法等の各種法令等の規定も踏まえ、貴社の広告の審査基準等において、なりすまし詐欺広告に関連する内容をどのように記載しているかについて、令和 8 年 10 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ 令和 8 年 10 月 1 日から令和 9 年 2 月 28 日までに貴社において削除したなりすまし詐欺広告について、その理由（刑法違反、金融商品取引法違反、その他の理由等）及び契機（インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請、自主的な削除、一般利用者からの通報等）ごとの削除件数を令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。また、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請については、要請があった主体ごとに、要請件数に対する削除件数の割合、平均対応所要時間、未削除件数の理由別内訳等についても同様に報告すること。

※ 2 著名人の名義を無断で使用して虚偽の投資実績を紹介する内容を表示するなどして偽造された事実証明に関する電磁的記録文書等をインターネット上に流通させるなどして行使した場合、刑法第 161 条第 1 項（偽造私電磁的記録文書等行使の罪）等に違反し得る。なお、その旨、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」を令和 8 年 8 月 7 日に、総務省の「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第 26 条に関するガイドライン」を令和 8 年 8 月 6 日に改定し、新たに違法情報として明記

※ 3 無登録業者等が、一見してそれ自体では金融商品取引業に該当しないかのような広告等を入口として、その閲覧者を誘導した先のウェブサイトや SNS 等において金融商品取引業に該当する行為等を行う場合には、これらの一連の行為は、金融商品取引法第 29 条等に違反し得る。

【連絡先】

デジタル庁 戦略・組織グループ

調査・企画担当

E-mail : impostor-ad@digital.go.jp

(公印・契印省略)

警察庁丙組二発第 10 号
金 銀 証 第 35 号
金 資 保 第 35 号
消 総 第 221 号
デ 戦 第 3043 号
総 情 振 第 57 号
法務省民商第 155 号
20260804情局第2号
令和 8 年 8 月 7 日

TikTok Japan

ゼネラルマネージャー 佐藤陽一 殿

警察庁 刑事局長
金融庁 銀行・証券監督局長
金融庁 資産運用・保険監督局長
消費者庁 次長
デジタル庁 国民向けサービスグループ統括官
総務省 大臣官房総括審議官（情報通信担当）
法務省 民事局長
経済産業省 商務情報政策局長

(取りまとめ担当)
デジタル庁 戦略・組織グループ統括官

SNS等におけるなりすまし詐欺広告に関する対策の強化について（要請）

ソーシャルネットワーキングサービスその他交流型のプラットフォーム（以下「SNS等」といいます。）において、ディープフェイクを用いて著名人の肖像や音声を無断で利用したなりすまし広告を含む詐欺広告（以下「なりすまし詐欺広告」といいます。）が広く流通し、当該なりすまし詐欺広告を端緒とするSNS型投資詐欺等の被害が拡大している状況にあります。

これらは、広告を閲覧した消費者・利用者に財産上の被害をもたらすおそれがあるのみならず、なりすまされた者の社会的信頼を著しく損なうおそれもあるところ、消費者・利用者等の保護の観点から看過できるものではなく、関係省庁において対策の検討を進めている

ところです。

つきましては、消費者・利用者等の被害の未然防止の観点から、なりすまし詐欺広告に対する更なる自主的取組の強化が重要であることを踏まえ、特に詐欺の入口として利用されている SNS 等※¹のうち、貴社のサービスにおいて、下記事項による対策の実施等に取り組んでいただきますようお願い申し上げます※²。

※1 「警察庁「令和7年における特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等について（確定値）」において、SNS 型投資詐欺の当初接触手段のうちバナー等広告の接触ツールとして割合が大きい YouTube（27.1%）、Instagram（16.3%）、TikTok（10.4%）、Facebook（6.5%）、LINE（4.8%）、X（2.1%）

※2 本要請は、行政手続法（平成5年法律第88号）第2条第6号に規定する行政指導に該当するものであり、処分（同条第2号）に該当するものではありません。

記

1 広告主への本人確認の確実な実施

広告主の特定と追跡を可能とすることで、なりすまし詐欺広告の流通を抑止する観点から、広告主への本人確認について、以下の対応を実施すること。

- ① 電子的な認証手段の活用を含む広告主への本人確認※¹を確実に実施すること。
- ② ①の広告主への本人確認について、具体的な実施内容（本人確認を行う場合及びその手段を含む。）を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁戦略・組織グループ（以下「デジタル庁」という。）に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（本人確認の手段ごと及び国内外別の実施件数及び割合、手段ごとの本人確認の不備を理由とした掲載却下の件数及び割合等）について、令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

※1 電子的な認証手段である個人の確実な本人確認の手段の一つとして、マイナンバーカードがあり、また、法人の確実な本人確認の手段の一つとして商業登記電子証明書がある。

2 広告の透明性向上に係る措置の実施

広告主や広告の信頼性を消費者・利用者等が自ら確認することを可能とする観点から、広告の透明性向上に係る措置について、以下の対応を実施すること。

- ① 掲載される広告において、1 ①で確認を行った広告主に関する情報（広告主の名称、所在地及び身元確認の有無等）や広告の情報（広告である旨や主に生成 AI 技術を用いて作成された広告である旨、広告表示理由等）を確認することができるようにするなど、広告の透明性向上に係る措置を講ずること。
- ② ①の広告の透明性向上に係る措置について、具体的な実施内容を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（具体的に広告上に表示した情報の内容、表示した情報の内容ごと

の広告の件数及び割合等) について、令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

3 削除要請への対応の徹底

なりすまし詐欺広告による消費者・利用者等の被害拡大を抑止する観点から、なりすまし詐欺広告の削除について、以下の対応を実施すること。

- ① 刑法（明治 40 年法律第 45 号）※²や金融商品取引法（昭和 23 年法律第 25 号）※³等の各種法令等に違反するおそれがあるなりすまし詐欺広告について、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口等や法令所管省庁から削除要請を受けた際には遅滞なく判断を行い、迅速かつ適切に削除等の対応を行うこと。
- ② 刑法や金融商品取引法等の各種法令等の規定も踏まえ、貴社の広告の審査基準等において、なりすまし詐欺広告に関連する内容をどのように記載しているかについて、令和 8 年 10 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ 令和 8 年 10 月 1 日から令和 9 年 2 月 28 日までに貴社において削除したなりすまし詐欺広告について、その理由（刑法違反、金融商品取引法違反、その他の理由等）及び契機（インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請、自主的な削除、一般利用者からの通報等）ごとの削除件数を令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。また、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請については、要請があった主体ごとに、要請件数に対する削除件数の割合、平均対応所要時間、未削除件数の理由別内訳等についても同様に報告すること。

※ 2 著名人の名義を無断で使用して虚偽の投資実績を紹介する内容を表示するなどして偽造された事実証明に関する電磁的記録文書等をインターネット上に流通させるなどして行使した場合、刑法第 161 条第 1 項（偽造私電磁的記録文書等行使の罪）等に違反し得る。なお、その旨、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」を令和 8 年 8 月 7 日に、総務省の「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第 26 条に関するガイドライン」を令和 8 年 8 月 6 日に改定し、新たに違法情報として明記

※ 3 無登録業者等が、一見してそれ自体では金融商品取引業に該当しないかのような広告等を入口として、その閲覧者を誘導した先のウェブサイトや SNS 等において金融商品取引業に該当する行為等を行う場合には、これらの一連の行為は、金融商品取引法第 29 条等に違反し得る。

【連絡先】

デジタル庁 戦略・組織グループ

調査・企画担当

E-mail : impostor-ad@digital.go.jp

(公印・契印省略)

警察庁丙組二発第 10 号
金 銀 証 第 35 号
金 資 保 第 35 号
消 総 総 第 221 号
デ 戦 第 3043 号
総 情 振 第 57 号
法務省民商第 155 号
20260804情局第2号
令和 8 年 8 月 7 日

X Corp.

プレジデント、セクレタリーおよびトレジャラー イーロン・リーヴ・マスク 殿

警察庁 刑事局長
金融庁 銀行・証券監督局長
金融庁 資産運用・保険監督局長
消費者庁 次長
デジタル庁 国民向けサービスグループ統括官
総務省 大臣官房総括審議官（情報通信担当）
法務省 民事局長
経済産業省 商務情報政策局長

(取りまとめ担当)
デジタル庁 戦略・組織グループ統括官

SNS等におけるなりすまし詐欺広告に関する対策の強化について（要請）

ソーシャルネットワーキングサービスその他交流型のプラットフォーム（以下「SNS等」といいます。）において、ディープフェイクを用いて著名人の肖像や音声を無断で利用したなりすまし広告を含む詐欺広告（以下「なりすまし詐欺広告」といいます。）が広く流通し、当該なりすまし詐欺広告を端緒とするSNS型投資詐欺等の被害が拡大している状況にあります。

これらは、広告を閲覧した消費者・利用者に財産上の被害をもたらすおそれがあるのみならず、なりすまされた者の社会的信頼を著しく損なうおそれもあるところ、消費者・利用者等の保護の観点から看過できるものではなく、関係省庁において対策の検討を進めている

ところです。

つきましては、消費者・利用者等の被害の未然防止の観点から、なりすまし詐欺広告に対する更なる自主的取組の強化が重要であることを踏まえ、特に詐欺の入口として利用されている SNS 等※¹のうち、貴社のサービスにおいて、下記事項による対策の実施等に取り組んでいただきますようお願い申し上げます※²。

※1 「警察庁「令和7年における特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等について（確定値）」において、SNS 型投資詐欺の当初接触手段のうちバナー等広告の接触ツールとして割合が大きい YouTube（27.1%）、Instagram（16.3%）、TikTok（10.4%）、Facebook（6.5%）、LINE（4.8%）、X（2.1%）

※2 本要請は、行政手続法（平成5年法律第88号）第2条第6号に規定する行政指導に該当するものであり、処分（同条第2号）に該当するものではありません。

記

1 広告主への本人確認の確実な実施

広告主の特定と追跡を可能とすることで、なりすまし詐欺広告の流通を抑止する観点から、広告主への本人確認について、以下の対応を実施すること。

- ① 電子的な認証手段の活用を含む広告主への本人確認※¹を確実に実施すること。
- ② ①の広告主への本人確認について、具体的な実施内容（本人確認を行う場合及びその手段を含む。）を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁戦略・組織グループ（以下「デジタル庁」という。）に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（本人確認の手段ごと及び国内外別の実施件数及び割合、手段ごとの本人確認の不備を理由とした掲載却下の件数及び割合等）について、令和9年3月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

※1 電子的な認証手段である個人の確実な本人確認の手段の一つとして、マイナンバーカードがあり、また、法人の確実な本人確認の手段の一つとして商業登記電子証明書がある。

2 広告の透明性向上に係る措置の実施

広告主や広告の信頼性を消費者・利用者等が自ら確認することを可能とする観点から、広告の透明性向上に係る措置について、以下の対応を実施すること。

- ① 掲載される広告において、1 ①で確認を行った広告主に関する情報（広告主の名称、所在地及び身元確認の有無等）や広告の情報（広告である旨や主に生成 AI 技術を用いて作成された広告である旨、広告表示理由等）を確認することができるようにするなど、広告の透明性向上に係る措置を講ずること。
- ② ①の広告の透明性向上に係る措置について、具体的な実施内容を令和8年10月16日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ ②で報告した取組について、令和8年10月1日から令和9年2月28日までに実施した取組の結果（具体的に広告上に表示した情報の内容、表示した情報の内容ごと

の広告の件数及び割合等) について、令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。

3 削除要請への対応の徹底

なりすまし詐欺広告による消費者・利用者等の被害拡大を抑止する観点から、なりすまし詐欺広告の削除について、以下の対応を実施すること。

- ① 刑法（明治 40 年法律第 45 号）※²や金融商品取引法（昭和 23 年法律第 25 号）※³等の各種法令等に違反するおそれがあるなりすまし詐欺広告について、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口等や法令所管省庁から削除要請を受けた際には遅滞なく判断を行い、迅速かつ適切に削除等の対応を行うこと。
- ② 刑法や金融商品取引法等の各種法令等の規定も踏まえ、貴社の広告の審査基準等において、なりすまし詐欺広告に関連する内容をどのように記載しているかについて、令和 8 年 10 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。
- ③ 令和 8 年 10 月 1 日から令和 9 年 2 月 28 日までに貴社において削除したなりすまし詐欺広告について、その理由（刑法違反、金融商品取引法違反、その他の理由等）及び契機（インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請、自主的な削除、一般利用者からの通報等）ごとの削除件数を令和 9 年 3 月 16 日までに文書にてデジタル庁に報告すること。また、インターネット・ホットラインセンター等の既存の窓口や法令所管省庁等からの削除要請については、要請があった主体ごとに、要請件数に対する削除件数の割合、平均対応所要時間、未削除件数の理由別内訳等についても同様に報告すること。

※ 2 著名人の名義を無断で使用して虚偽の投資実績を紹介する内容を表示するなどして偽造された事実証明に関する電磁的記録文書等をインターネット上に流通させるなどして行使した場合、刑法第 161 条第 1 項（偽造私電磁的記録文書等行使の罪）等に違反し得る。なお、その旨、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」を令和 8 年 8 月 7 日に、総務省の「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第 26 条に関するガイドライン」を令和 8 年 8 月 6 日に改定し、新たに違法情報として明記

※ 3 無登録業者等が、一見してそれ自体では金融商品取引業に該当しないかのような広告等を入口として、その閲覧者を誘導した先のウェブサイトや SNS 等において金融商品取引業に該当する行為等を行う場合には、これらの一連の行為は、金融商品取引法第 29 条等に違反し得る。

【連絡先】

デジタル庁 戦略・組織グループ

調査・企画担当

E-mail: impostor-ad@digital.go.jp