

2026年10月16日

No. SME_006

【スポーツ法・スポーツビジネス概説④】 スポーツにおける広告・マーケティング②

執筆者：弁護士 野邊健太／弁護士 長内陸

本コラムでは、前回に引き続き、日本においてスポーツにおける広告やマーケティングがどのように規制されているか、その概要を説明します。

1. スポーツ施設・ユニフォーム・スポンサー

(1) 一般的な法規制

スポーツ分野における広告・マーケティング活動は、一般的な法規制として不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」といいます。）、及び不正競争防止法の適用を受けます。景品表示法は、誇大表示や虚偽表示等、消費者に誤認を与える表示を禁止しており、スポンサー表記や効果・性能の訴求においても適正性が求められます。他方、不正競争防止法は、他者の周知表示との混同惹起や信用毀損、原産地・品質に関する誤認表示等を禁止しており、いわゆるアンブッシュ・マーケティング等の文脈でも問題となる場合があります。

(2) 競技団体規則

もっとも、景品表示法や不正競争防止法等の一般的な法規制のみでスポーツにおける広告を規律することは困難であることから、一定の規模を有する競技団体（国内競技連盟（NF）やリーグ等の競技主催者）においては、広告やユニフォームについて、独自の規制を設けています。

例えば、公益財団法人日本陸上競技連盟の規程¹では、スポーツの価値観や公序良俗に反する広告を厳しく制限しています（競技会における広告および展示物に関する規程（C7.1 1.7））。基本的に同規程は、陸上競技の国際競技連盟（International Federation (IF)）である、世界陸連（World Athletics）の広告規定²に準拠して作成されており、日本の国内大会向けに適用されるルールについては、追記や特例が加えられる形で構成されています。日本陸上競技連盟の規程に含まれる主な広告規制は以下の通りです。

a. 広告の禁止等

- 全面禁止される広告：たばこ（電子たばこ含む）、武器・兵器の製造、政治的・宗教的なプロモーションは一切禁止されています。また、製薬会社が扱うCBD（カンナビジオール）製品も禁止の対象です。
- 事前承認が必要な広告：食品サプリメント、栄養補助食品、エナジードリンク（刺激物を含むもの）、製薬会社及びスポーツベッティング等の賭博に関連するサービスは、World Athleticsの関連部署との協議の上、書面による特別な承認がない限り禁止されています。
- 許可されている広告：アルコール度数20%未満のアルコール飲料や、国・地方自治体の宝くじは許可されています。

b. アスリートウェアにおけるロゴ掲出のルール³

アスリートのユニフォームは最大の広告媒体ですが、掲出できる数とサイズは細かく決められています。

- 表示可能な数：トップス（上衣）及びボトムス（下衣）のそれぞれにおいて、製造会社（スポーツメーカー）のロゴを含めて最大3つ（社）までしか表示できません。
- サイズ制限：スポンサーロゴ1つにつき、高さ5cm以内、長さ10cm以内の面積40cm²以内という厳格なサイズ制限があります。

¹ 日本陸上競技連盟「競技会における広告および展示物に関する規程」：

<https://www.jaaf.or.jp/pdf/about/rule/2026/28.pdf>

² WORLD ATHLETICS「MARKETING AND ADVERTISING RULES」：

https://www.jaaf.or.jp/files/upload/202504/09_110452.pdf

³ 日本陸上競技連盟「広告規程に関する Q&A」：https://www.jaaf.or.jp/files/upload/202504/09_110513.pdf

- 国内外でのルールの違い：国内大会においては、同一企業のロゴであってもデザインが異なれば2つ表示することが可能（ただし全く同じデザインを2つ表示することは不可）ですが、国際大会では同じ企業のロゴを2つ以上表示することは認められません。
- アクセサリー類の制限：アームウォーマー、ソックス、ヘッドバンド等には、スポンサーロゴの表示は認められておらず、メーカーロゴ（1個、高さ4cm以内等）のみが許可されています。
- ビブス（ゼッケン）：企業名だけでなく、特定のサービス名を表示することも認められています。

c. デジタル時代の新たな広告手法「バーチャル広告」の取り扱い

放送技術の進化により、映像に広告を直接合成するバーチャル広告の活用が進んでいますが、このようなバーチャル広告に関しても、以下のようなルールが定められています。（競技会における広告および展示物に関する規程⁴ C1.4付録2 10.デジタル技術の使用）

- バーチャル広告の挿入は認められていますが、競技の誠実性や放送視聴者の妨げにならない適切な方法で行われなければなりません。
- 競技会会場にいる人物（観客、競技者、競技役員）の身体にバーチャル広告を重ねて表示することは、ビブス（ゼッケン）への適用を除き、禁止されています。

2. ステルスマーケティング・SNS

2023年10月1日以降、景品表示法はステルスマーケティング（広告であることを明示しない表示）を明確に禁止しています。法令上の解釈として、景品表示法第5条第3号及び同号の解釈を指定する内閣府公示⁵により、「事業者が自己の供給する商品・役務の取引について行う表示であって、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」が不当表示として禁止されています。

⁴ 日本陸上競技連盟「マーケティングおよび広告のルール」：https://www.jaaf.or.jp/files/upload/202604/01_175742.pdf

⁵ 令和5年3月28日内閣府告示第19号「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」：https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/public_notice/assets/representation_cms216_230328_07.pdf

事業者がステルスマーケティングとならないよう特に留意すべき判断のポイントは以下の2点です。⁶

(1) 「事業者の表示」に該当するか（事業者の関与）

事業者以外の第三者が行った表示について、事業者が明示的にSNS等への投稿を依頼した場合はもちろん、明示的な依頼・指示がなくても、客観的な状況から第三者（アスリートやインフルエンサー）の自主的な意思による表示とは認められない場合は事業者の表示とみなされます。例えば、特定のスポーツ用品を無償で提供し、言外に今後のスポンサー契約等の経済的利益の可能性を匂わせて投稿を促した場合や、対価（金銭や物品のほか、イベントへの招待等）を提供して事業者の方針に沿った投稿を行わせた場合に該当する可能性があります。

(2) 「一般消費者が当該事業者の広告と認識しにくい」表示になっていないか

事業者は、自己の広告（表示）であることが一般消費者に分かるようにする必要がありますが、ただ「広告」と書けば良いわけではなく、当該事業者の表示であることを一般消費者が一目で判別できるよう明瞭に表示する必要があります。以下のような表示は、広告と判別しにくいとして不当表示となります。

- 事業者の表示であることを他の情報に紛れ込ませる場合（例えば、大量のハッシュタグ（SNSにおいて特定の話題を示すための記号）の中に「#PR」等の表記を埋もれさせる場合）
- 事業者の表示である旨を、文章で表示しているものの、一般消費者が認識しにくいような表示（例えば、長文による表示、周囲の文字の大きさよりも小さい表示、他の文字より薄い色を使用した結果、一般消費者が認識しにくい表示）となる場合。
- 動画において事業者の表示である旨の表示を行う際に、一般消費者が認識できないほど短い時間において当該事業者の表示であることを示す場合（長時間の動画においては、例えば、冒頭以外（動画の中間、末尾）にのみ同表示をする等、一般消費者が認識しにくい箇所のみに表示を行う場合も含む。）。

⁶ 消費者庁「「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」の運用基準」：

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/assets/representation_cms216_230328_03.pdf

©Atsumi & Sakai 2026

違反した際のリスクと、事業者求められる体制整備

ステルスマーケティング規制の対象となるのは、原則として、投稿を行ったアスリートやインフルエンサーではなく、商品やサービスを提供する広告主（事業者）です⁷。ただし、アスリート等が、広告主と共同して商品等を供給しているという例外的な場合には、当該アスリート等も規制の対象となり得ます。

ステルスマーケティング規制に違反すると、以下の処分を課されるリスクがあります。

- 行政処分（措置命令）：不当表示により一般消費者に与えた誤認の排除、再発防止策の実施、今後同様の違反行為を行わないこと等が命じられる場合があります（景品表示法第7条第1項）。
- 課徴金：ステルスマーケティング規制の違反単独では課徴金の対象にはなりませんが、投稿内容に優良誤認表示（実際より著しく良いと見せかける）や有利誤認表示（実際より著しく安いと見せかける）が含まれている場合は、課徴金納付命令の対象となることがあります（景品表示法第8条第1項）。

また、景品表示法上、事業者には不当表示の未然防止のための「管理上の措置」を講じることが求められています（景品表示法第22条）。事業者がこの措置を講じていないと認められる場合は、消費者庁から勧告を受け、それに従わない場合はその旨が公表される場合があります（景品表示法第24条）。起用するアスリートやインフルエンサーに対して事前に法令遵守を周知・啓発し、投稿される前に事業者が表示内容を確認できる体制を整えておくことが重要です⁸。

3. まとめ

このように、日本では、スポーツにおける広告やマーケティングに対し、法令だけでなく、競技団体独自の規制が適用されています。

スポーツ選手・スポーツイベントにおける広告・マーケティングを検討される事業者の方は、適用される競技団体の規制を精査した上で広告物を用意する必要があります。

⁷ 消費者庁「ステルスマーケティングに関する Q&A」：

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/stealth_marketing/

⁸ 消費者庁「事業者が講ず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」：

https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_220629_04.pdf

事業者からスポンサーを受け、又はSNS広告の依頼を受けるアスリート・インフルエンサーとしても、受ける広告の内容がルールに違反していないか、依頼に基づくSNS投稿が法令に違反していないかに十分に注意いただくことが肝要となります。

執筆者

弁護士 野邊健太（パートナー、第一東京弁護士会）

Email: kenta.nobe@aplaw.jp

弁護士 長内陸（アソシエイト、第一東京弁護士会）

Email: riku.osanai@aplaw.jp

お問い合わせ先

本ニュースレターに関する一般的なお問い合わせは、下記までご連絡ください。

渥美坂井法律事務所・外国法共同事業

スポーツ、メディア&エンターテインメントプラクティスチーム

Email: cpg_sports_entertainment@aplaw.jp

当事務所のニュースレターをご希望の方は[ニュースレター配信申込フォーム](#)よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは[こちら](#)よりご覧いただけます。

このニュースレターは、現行の又は予想される規制を網羅的に解説したものではありません。著者が重要だと考える部分に限って、その概要を記載したものです。このニュースレターに記載されている意見は著者個人の意見であり、渥美坂井法律事務所・外国法共同事業（「渥美坂井」）の見解を示すものではありません。著者は明白な誤りを避けるよう合理的な努力は行いましたが、著者も渥美坂井もこのニュースレターの正確性を保証するものではありません。著者も渥美坂井も読者がこのニュースレターに依拠することによって生じる損害を賠償する責任を負いません。取引を行う場合には、このニュースレターに依拠せずに渥美坂井の弁護士にご相談ください。

東京オフィス | Tokyo Head Office

〒100-0011 東京都千代田区
内幸町 2-2-2
富国生命ビル（総合受付：16F）



大阪提携オフィス | Osaka Affiliate Office

（A&S 大阪法律事務所）
〒530-0005 大阪府大阪市北区
中之島 2-3-18
中之島フェスティバルタワー16階

福岡提携オフィス | Fukuoka Affiliate Office

（A&S 福岡法律事務所）
〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神
2丁目 12-1 天神ビル 10階



ニューヨーク提携オフィス | New York Affiliate Office

1120 Avenue of the Americas,
4th Floor
New York, New York 10036



ロンドンオフィス | London Office

85 Gresham Street,
London EC2V 7NQ, United Kingdom



フランクフルト提携オフィス | Frankfurt Affiliate Office

Barckhausstraße 1 (8th Floor), 60325
Frankfurt am Main, Germany



ブリュッセルオフィス | Brussels Office

CBR Building, Chaussée de la Hulpe
185, 1170, Brussels, Belgium



ホーチミンオフィス | Ho Chi Minh Office

10F, The NEXUS building, 3A-3B Ton
Duc Thang Street, Sai Gon Ward, Ho
Chi Minh City, Vietnam

