

# 警察庁「広告、宣伝等」で再度通知

## 直ちに適正化の徹底を

営業者によるこれまでの脱法的対応を厳しく批判

警察庁は7月20日、保安課長名でホール関連5団体に対し、「ぱちんこ営業における広告、宣伝等の適正化の徹底について」と題する通知を発した。同行はすでに7月13日、都道府県警察に同内容の通達を発し、取締りの徹底を命じた。今回の通知は、昨年6月22日付けの通知「ぱちんこ営業における広告、宣伝等について」の後、依然違法な広告、宣伝を続けている営業者が見られるため、1年経って改めて見直しを行い、「直ちに適正化の徹底」を要請する「再通知」となった。今回は旧通知にさらに項目等を追加し、多数の悪質な規制逃れの事例を別添として列挙した。

5団体を集めて通知を説明した玉川達也同課課長補佐は、「本気で大衆娯楽と評価されたい」のか、それとも「利益さえ得られれば世間の見方はどうでもいい」のか、広告、設備等規制の遵守状況は、業界側の考え方を浮かび上がらせるリトマス試験紙だと考へる」と厳しく指摘した。通知の説明後、同補佐は警察庁の見解として、広告・設備の規制関係、二物一価の徹底などでさらに7項目の指導を行った。

### ぱちんこ営業における広告、宣伝等の適正化の徹底について(通知)

ぱちんこ営業における広告、宣伝等に関する規制の概要と当該規制に違反する表示例については、「ぱちんこ営業における広告、宣伝等について(通知)」(平成23年6月22日付け警察庁生活安全局保安課から関係者宛て通知。以下「旧通知」という。)により通知済みのところであるが、旧通知が、ぱちんこ営業における広告、宣伝等に係る風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和23年法律第122号。以下「風営法」という。)による規制の運用方針について明確化を行い、

もってぱちんこ営業者による風営法違反を抑制するとともに、ぱちんこ業界内部における健全化の取組を促すことを期したものであったにもかかわらず、依然として、この趣旨に反し、隠語のみならず様々な脱法的表現により善良の風俗及び清浄な風俗環境を害するおそれのある広告、宣伝等を行おうとするぱちんこ営業者が存在している状況にある。このため、当庁では、ぱちんこ営業における広告、宣伝等が、その在り方によっては、清浄な風俗環境を害するのみならず、ぱちんこ遊技に

対するのめり込みを促進しかねないものでもあることに鑑み、旧通知発出後の広告、宣伝等における悪質な規制逃れの事例を踏まえ、下記のと

記

おり、改めて広告、宣伝等に関する規制の運用方針を整理し、各都道府県警察に厳正な指導及び取締りの徹底を示達したところであるので、各位にあっても、ぱちんこ営業における広告、宣伝等の適正化を徹底するよう適法営業に努められたい。

#### 1 風営法による広告、宣伝等に関する規制の概要

(1) 広告及び宣伝の規制  
風営法第16条は、「風俗営業者は、その営業につき、営業所周辺における清浄な風俗環境を害するおそれのある方法で広告又は宣伝をしてはならない。」と定めており、広告及び宣伝の内容が、著しく射幸心をそそるおそれのある行為が行われていること又は風営法違反の疑いのある行為を行っていることをうかがわせる場合は、同条による規制の対象となる。また、視覚に訴える広告及び宣

伝のみならず、聴覚に訴える広告及び宣伝も同条による規制の対象となる（「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律等の解釈運用基準」（平成22年7月9日付け警察庁内保発第14号、丙少発第22号別添）第16中4参照）。

## (2) 営業所の構造及び設備の維持義務

風俗営業の営業所の構造及び設備については、風営法第4条第2項第1号に基づく風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律施行規則（昭和60年国家公安委員会規則第1号。以下「風営法施行規則」という。）第8条が技術上の基準を定めており、同基準中で「善良の風俗又は清浄な風俗環境を害するおそれのある写真、広告物、装飾その他の設

備を設けないこと。」（法第2条第1項第7号に掲げる営業の項第2号）とされている。さらに、風営法第12条は、「風俗営業者は、営業所の構造及び設備を、第4条第2項第1号の技術上の基準に適合するように維持しなければならない。」と定めている。

したがって、ばちんこ営業の営業所において、写真、広告物等の設備が著しく射幸心をそそるおそれがあるもの又は風営法違反の疑いのある行為を行っていることをうかがわせるものであるなど善良の風俗又は清浄な風俗環境を害するおそれがあると認められれば、風営法第12条の営業所の構造及び設備の維持義務違反に該当する。

## 2 「広告及び宣伝の規制」並びに「営業所の構造及び設備の維持義務」（以下「広告、設備等規制」という。）違反に該当する表示例

営業所の内外を問わず、看板、のぼり、ピラ、新聞折り込みチラシ等を利用して次の(1)から(7)までに該当するような内容の広告又は宣伝を行った場合には、風営法第16条にいう「清浄な風俗環境を害するおそれのある方法」で広告又は宣伝を行ったものと認められる。

また、そのような内容を表示した看板、ポスター等を営業所に設置、掲示等すれば、営業所の構造及び設備の技術上の基準である「善良の風俗又は清浄な風俗環境を害するおそれのある写真、広告物、装飾その他の設備を設けないこと。」に適合しないこととなる。

なお、営業所の所在地、遊技料金又は賞品の取りそろえの充実を単に告知するにとどまるもの（(1)から(7)までに該当しないものに限る。）については、一般的には広告、設備等規制違反に該当しないものと解される。

### (1) 入賞を容易にした遊技機の設置をうかがわせる表示

遊技機本来の性能に調整を加えるなどして入賞を容易にした遊技機が設置されていることをうかがわせる表示は、著しく射幸心をそそるおそれがあるほか、風営法第20条第10項において準用される風営法第9条第1項の規定に違反する行為（遊技機の無承認変更）への関与をうかがわせる。

ア 本来の性能に調整が加えられた遊技機の設置をうかがわせる表示は、それが、ばちんこ営業の客一般に遊技機の性能調整の実施をうかがわせるものとして通用する隠語又はこれに類する表現（記号及びイラストを含む。）によって表現されている場合であっても、規制の対象となる。このような表示の例は、別添1のとおりである。

#### 〔別添1〕

- ・「甘釘」
- ・「特選台」

- ・「天国調整」
- ・「モーニングサービス」
- ・「イブニングサービス」
- ・「赤字覚悟の熱血週間」
- ・「○○の誓い」、「○○の約束」、「○○の宣言」、「○○の力」等
- ※○は当たりを象徴する数字（「7」等）又はこれを含む数字（「17」等）
- ・「○○○日」、「○○○の月」、「○○○月間」、「○○○の年」、「○○○周年」
- ※○○○は営業所の名称、地名、記念的行事、特定の機種の種類等
- ・「○○○営業」
- ※○○○は平常の営業でないことを示唆する文言（「元氣」、「全開」等）
- ・「徹底強化」
- ・「別格」
- ・「○○○DAS（注：ふと出す）」、「○○○○DEL（注：ふと出る）」等
- ※○○○は営業所の名称又は特定の機種の種類

なお、表示中、同一フロント、同一色等により強調された文字のみ抽出すると上記の表示になる場合も、規制の対象となるものと解する（以下イ、ウ及び(2)において同じ。）。

イ 総付景品等（ばちんこ営業において客に提供される賞品を含む。以下同じ。）の提供、営業所又は遊技機の状態、有名人の招致等の事実を告知する表示は、当該表示の内容が事実か否かにかかわらず、殊更に特定の日、特定の機種、特定の遊技機等と関連付けることにより、ばちん

ご営業の客一般に遊技機の性能調整の実施をうかがわせるものである場合には、規制の対象となる。このような表示の例は、別添2のとおりである。

〈別添2〉

・「〇〇日には特選スイーツ限定提供」

※〇〇はぞろ目の数字又は大当たりを象徴する数字若しくはこれらを含む数字

・「リニューアルオープンから〇日目」、「グランドオープンから〇日目」、「新装開店から〇日目」等

・「〇日・〇日・〇日は混雑予想日」

・「〇〇〇〇を大事にします。」「〇〇〇〇〇を重視します。」

※〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

・「〇〇〇〇には特に愛を込めて徹底清掃しました。」

※〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

・特定の機種について若しくはぞろ目の日等の特定日においてライターその他の者が取材等を行う旨、又は営業所の名称、地名、記念的行事若しくは特定の機種の種類等を冠し、若しくは特定の機種の種類となつてゐる者が来店する旨の表示

ウ 入賞に伴う遊技機の諸動作又は遊技盤の盤面構成の状況を表現する

数字、文字、記号、イラスト等（ぱちんこ営業の客一般に当該動作又は状況をうかがわせるものとして通用する隠語又はこれに類する表現を含む。）は、殊更に特定の日、特定の

機種又は特定の遊技機等と関連付けることにより、営業所に設置されている遊技機の全部又は一部について本来の性能に調整を加えるなどして入賞を容易にしていることをうかがわせるものである場合には、規制の対象となる。このような表示の例は、別添3のとおりである。

〈別添3〉

・「〇月〇日パチンココーナー従業員「同」揃つて」お待ちしております。」

・「〇〇〇〇〇は、ガバツ!!」

※〇〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

・「〇〇〇〇〇、大開!!」

※〇〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

(2) 大当たり確率の設定変更が可能な遊技機について設定状況等をうかがわせる表示

大当たり確率を高く設定した遊技機を設置していることや特定の時間帯において高い設定に変更すること等をうかがわせる表示は、著しく射幸心をそそるおそれがある。

なお、当該表示の内容が事実か否かにかかわらず、大当たり確率の設定状況をうかがわせる表示は全て著しく射幸心をそそるおそれがあるものと解される。ここで、当該表示については、すべての遊技機について設定状況を表示するものに限らず、

一部の遊技機についてのみ設定状況を表示するものも、このようなおそれがあるものに該当する。

ア 営業所に設置されている遊技機の全部又は一部の設定状況を直接的又は間接的にかがわせる表示は、それが、ぱちんこ営業の客一般に設定状況をうかがわせるものとして通用する隠語又はこれに類する表現（記号及びイラストを含む。）によって表現されている場合であっても、規制の対象となる。このような表示の例は、別添4のとおりである。

〈別添4〉

・「〇大量投入」

※〇は設定を示す数字

・「ROCK」、「LOCK」

・「朝高確率スタート」

・「〇〇の誓い」、「〇〇の約束」、「〇〇の宣言」、「〇〇の力」等

※〇は設定を示す数字（「6」等）又はこれを含む数字（「16」等）

・「〇〇〇の日」、「〇〇〇〇の月」、「〇〇〇〇月間」、「〇〇〇〇の年」、「〇〇〇〇周年」

※〇〇〇〇は営業所の名称、地名、記念的行事、特定の機種の種類等

・高設定における大当たり確率のみを強調した表示

・「本日も「金」メダル!」

・「〇〇〇DAS」、「〇〇〇DEL」等

※〇〇〇〇は営業所の名称又は特定の機種の種類

イ 総付景品等の提供、営業所又は

遊技機の状況、有名人の招致等の事実を告知する表示は、当該表示の内容が事実か否かにかかわらず、殊更に特定の日、特定の機種、特定の遊技機等と関連付けることにより、ぱちんこ営業の客一般に大当たり確率の設定変更が可能な遊技機について設定状況等をうかがわせるものである場合には、規制の対象となる。このような表示の例は、別添5のとおりである。

〈別添5〉

・「〇〇日には特選スイーツ限定提供」

※〇〇はぞろ目の数字又は設定を示す数字若しくはこれらを含む数字

・「リニューアルオープンから〇日目」、「グランドオープンから〇日目」、「新装開店から〇日目」等

・「〇日・〇日・〇日は混雑予想日」

・「〇〇〇〇を大事にします。」「〇〇〇〇〇を重視します。」

※〇〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

・「〇〇〇〇には特に愛を込めて徹底清掃しました。」

※〇〇〇〇〇は特定の機種の種類又は特定の日

・特定の機種について若しくはぞろ目の日等の特定日においてライターその他の者が取材等を行う旨、又は営業所の名称、地名、記念的行事若しくは特定の機種の種類等を冠し、若しくは特定の機種の種類となつてゐる者が来店する旨の表示

ウ 入賞に伴う遊技機の諸動作を表

現する数字、文字、記号、イラスト等（ぱちんこ営業の客一般に当該動作をうかがわせるものとして通用する隠語又はこれに類する表現を含む。）は、営業所に設置されている遊技機の全部又は一部について設定状況がうかがわせるものである場合には、規制の対象となる。このような表示の例は、別添6のとおりである。

## 〔別添6〕

・大当たり時に発生する光、音等が当該営業所における遊技において頻繁に発生することを示す表示

・「〇月〇日パチスロコーナー従業員一同揃って」お待ちしております。」

## (3) 賞品買取行為への関与をうかがわせる表示

風営法第23条第1項第1号及び同項第2号は、「現金又は有価証券を賞品として提供すること」及び「客に提供した商品を買取ること」をぱちんこ営業車の禁止行為として規定している。これは、このような行為が行われれば、遊技の結果が直ちに現金の獲得につながることに、著しく客の射幸心をそそるおそれがあるからである。

ぱちんこ営業者が「等価交換」等の文言をことさらに表示することは、商品買取所において遊技球又は遊技メダル（以下「遊技球等」という。）の数量に対応する金額と等価等で賞

品が買い取られていることや風営法第23条第1項第2号が禁止している営業者による賞品買取行為が行われていることをうかがわせることから、上記風営法の趣旨に鑑み、著しく射幸心をそそるおそれがある。したがって、賞品買取所への案内

をうかがわせる表示や賞品買取所における賞品の買取価格等をうかがわせる表示は、著しく射幸心をそそるおそれがあるものと解される。このような表示の例は、別添7のとおりである。

## 〔別添7〕

賞品買取所の所在地及び賞品買取所における特定の賞品の買取価格等を直接的又は間接的にうかがわせる数字、文字、記号、イラスト等（ぱちんこ営業の客一般に賞品買取所における特定の賞品の買取価格等をうかがわせるものとして通用する隠語又はこれに類する表現を含む。）の表示であつて、具体的には次のようなものを含む。

- ・「〇円交換」
- ・「等価交換」
- ・「高価交換」
- ・「完全交換」
- ・「闘火」
- ・「好感度MAX」

(4) 遊技客が獲得した遊技球等の数を示し、これに付随して賞品買取所における買取価格等を直接的又は間接的に示す表示

獲得遊技球数又は獲得遊技メダル数（以下「獲得遊技球等数」という。）が表示された降順表等に付随して、数字（例えば「12万3000円」）、文字（例えば「等価」）等により、遊技の結果が現金の獲得と容易に結びつくことを示す表示は、上記(3)と同様の趣旨から著しく射幸心をそそるおそれがある。このような表示の例は、別添8のとおりである。

## 〔別添8〕

・出玉ランキング表等にそれぞれの出玉に応じた賞品買取所における買取価格等を併記した表示

なお、実際の獲得遊技球等数のみの表示は、直ちには、現金の獲得と容易に結びつくことを示す表示に当たるものではないと解される。しかし、著しく多くの遊技球等の獲得が容易であることをうかがわせる方法で表示される場合は、(5)に該当する。

## (5) 著しく多くの遊技球等の獲得が容易であることをうかがわせる表示

数字、文字、写真等により著しく多くの遊技球等の獲得が容易であることをうかがわせる表示は、著しく射幸心をそそるおそれがある。このような表示の例は、別添9のとおりである。

## 〔別添9〕

・「大放し〇万枚」

・「万枚オーバー」  
・玉箱を重ねるなど著しく多くの遊技球等を獲得した状況を示す表示  
・実際に獲得されたものではない遊技球等を収めた玉箱を客室エントランス部等に強調して積み上げる表示  
・獲得された遊技球等を実際以上に見せ掛ける表示

・特定の日、週、月等（以下「特定日等」という。）に客が獲得する遊技球等の数量について、当該営業所における過去の記録若しくは他の営業所の記録と競い、若しくは何らかの誓約若しくは目標を掲げるような催物を実施し、又はこれに参加していることを示す表示（当該催物の主催者が当該ぱちんこ営業者以外の第三者である場合を含む。）

・特定日等における大当たり確率の設定変更が可能な遊技機の設定状況について、当該営業所における過去の遊技機の設定状況若しくは他の営業所における遊技機の設定状況と競い、若しくは何らかの誓約若しくは目標を掲げるような催物を実施し、又はこれに参加していることを示す表示（当該催物の主催者が当該ぱちんこ営業者以外の第三者である場合を含む。）

## (6) 風営法第19条の遊技料金等の規制等に違反する行為が行われることを直接的又は間接的に示す表示

獲得遊技球等数に対応する金額を上回る賞品を提供していることや獲得遊技球等数に対応する金額と等価の賞品とは別に物品等の提供が受けられることをうかがわせる表示、市

場価格とは異なる額に基づき賞品を提供することをうかがわせる表示、同一の賞品について、遊技機の種類又は遊技料金の区分により獲得遊技球等数に対応する金額に差異があることをうかがわせる表示、遊技機の種類又は遊技料金の区分ごとに、当該種類の遊技機又は当該区分の遊技料金で遊技した客にのみ提供される専用の賞品を設け、これを提供することをうかがわせる表示は、著しく射幸心をそそるおそれがあるほか、風営法第19条又は第23条第1項第1号の規定に違反する行為への関与をうかがわせる。このような表示の例は、別添10のとおりである。

#### 〈別添10〉

- ・「大特価賞品」
- ・「無料引換券」
- ・「50% off 景品チケット」
- ・特別に無料で遊技球等の提供を受けることができることを示す表示
- ・遊技に伴って洗車、自転車修理・空気入れ等の役務の提供を受けることができることを示す表示
- ・「△△駅から徒歩で○秒、○歩、ダッシュで○秒」

※○は賞品の獲得に要する遊技球等の数量

- ・1万円を超える賞品の提供が受けられることを示す表示
- ・遊技に伴ってポイント等を付与し、当該ポイント等の蓄積数に応じて景品の提供(ポイントの提供者、ポイントの蓄積に

じた景品の提供者ともに、ばちんご営業者に限られない。)が受けられることを示す表示

なお、賞品として提供される物品以外の物品を遊技客に限らず来店者全員に対し景品として提供することを表示する場合は、著しく射幸心をそそるおそれがある方法で行われないう限り、本件表示には該当しない。ただし、この場合は、不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号)第3条及び一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限(昭和52年公正取引委員会告示第5号)第1項により、景品の価額が2000円以下とされること、及び風営法第23条第1項第1号により、ばちんご営業の営業者は、その営業に関し、現金又は有価証券を賞品として提供することが禁止されていることに留意すること。また、この場合において、全日本遊技事業協同組合連合会、社団法人日本遊技関連事業協会、一般社団法人日本遊技産業経営者同友会、一般社団法人余暇環境整備推進協議会及び一般社団法人パチンコ・チェーンストア協会が昨年10月21日付けで策定した「総付景品等の提供に関するガイドライン」の範囲内で景品を提供することを表示することについては、当該ガイド

ラインの現時点の内容がばちんご営業に係る風営法の各種規制を担保するに十分なものであると考えられ、一定の合理性も認められることに鑑み、(1)イ又は(2)イに該当しない限りにおいて、規制の対象とはならないものと解する。

(7)遊技の結果について客の技量により差異が生じる余地をなくして

遊技の結果について客の技量により差異を生じる余地をなくすことは、著しく射幸心をそそるおそれのある行為であり、これが行われていることをうかがわせる表示は、著しく射幸心をそそるおそれがある。このような表示の例は、別添11のとおりである。

#### 〈別添11〉

- ・ハンドル固定を助長するような表示
- ・目押しサービスを受けられることをうかがわせる表示

### 3 留意事項

#### (1)業界団体の自主規制について

本通知は、風営法による規制の対象となる表現等を明示したものであり、各都道府県において遊技業組合が本通知と矛盾する自主ルールを策定しているときは、直ちに、これを

是正する必要がある。他方で、地域の実情に応じて、当該地域における善良の風俗と清浄な風俗環境の保持に必要であると業界団体が判断して設けている自主規制については、その必要性が存在する以上、本通知よりも厳しい内容であっても、その有効性が否定されるものではなく、したがって、本通知の内容に矛盾しない自主規制は、本通知により影響を受けない。

#### (2)都道府県警察への質疑について

一部の都道府県においては、広告宣伝等の内容が風営法に抵触するかどうかについて、個々のばちんご営業者が都道府県警察の本部又は警察署宛てに直接質疑を行っている例がみられるところである。

しかしながら、広告、設備等規制に関しては、「パチンコ営業における広告及び宣伝について」(平成14年10月30日付け警察庁生活安全局生活環境課から関係者宛て通知)、旧通知及び本通知と三度にわたり違法な表示について当庁から具体的な指導を実施し、これに基づき各都道府県警察においても指導取締りを実施してきたことを踏まえれば、その趣旨は既にばちんご業界に十分に伝わっていると考えられるところであり、そのような前提の上でなされる質疑

は、本来存在しないグレーゾーンを追求し、地域におけるいわゆる温度差を意図的に生じさせようとすることは格別、風営法の枠内における新たな広告、宣伝等の取組についてのものであると想定されることから、当該質疑及びこれに対する回答を特定のパちんこ営業者のみの知見として留め置くことなく、同一都道府県内のパちんこ営業者の間で広く共有することとすれば、広告、設備等規制違反を抑制し、違法営業を促進する一助となり得るものと考ええる。

このため、今後、パちんこ営業における広告、宣伝等に関する質疑については、遊技業組合への加入の有無を問わず、各都道府県の遊技業組合（北海道については方面遊技事業協同組合。以下同じ。）において一元的に取りまとめた上で、必ず各都道府県警察の本部（北海道警察については方面本部を含む。）宛てに行うこととされたい。

また、各都道府県遊技業組合においては、組合への加入の有無により、質疑を拒絶することのないよう配慮されたい。

### (3) 広告、宣伝等の適正化に向けた仕組みの構築について

広告、設備等規制違反に関しては、上記のとおり、パちんこ業界に対し

て当庁及び都道府県警察から度重なる指導を実施してきたにもかかわらず、今なお同違反を行うパちんこ営業者がみられることは誠に遺憾であり、これらの者の遵法意識には強い疑念を抱かざるを得ないところ、パちんこ業界における健全化の取組の一端として、広告、宣伝等について、行き過ぎたものがないかどうかをチェックする仕組みの構築を検討されたい。

### (4) 広告及び宣伝の適正化に係る業界誌への協力要請について

2に掲げた広告、設備等規制違反

に該当する表示例の中には、業界誌の協力を得て行われる催物の内容を表示するものもあることから、パちんこ営業者関係団体においては、業界誌に対し、パちんこ営業の健全化への協力を求められたい。

また、一部の業界誌には、遊技機の無承認変更を推奨し、又は教唆・幕助等する内容の記事等を掲載するものも見受けられるところ、このような記事等を掲載することも、パちんこ営業の健全化を阻害するものである。パちんこ営業者関係団体にお

いては、業界誌に対し、このような内容の記事等により違法行為を助長し、又は教唆・幕助等することのないよう、掲載する記事等の内容の適正化についても協力を求められたい。

### (5) 本通知の施行日について

本通知は、関係法令の改正を踏まえて発出したものではなく、現行法による規制について、悪質な規制逃れの実例を踏まえて運用方針を再度明確化したものにすぎないことから、直ちに本通知の内容に沿って広告、宣伝等の適正化を徹底されたい。

## 「通知」説明会の玉川課長補佐の発言メモ

# 大衆娯楽の資格問われる 許されない警察への責任転化

### 1 会議冒頭の指導

先般、警察庁では、広告、設備等規制の運用方針について、再度、見直しを行い、各都道府県警察に7月13日付で通達を发出了したので、その内容について、ご説明します。

これまで各都道府県警察からは、広告、宣伝等の規制上問題のあるチラシが数多く報告されていますが、各位におかれましては、法令をよくご理解い

ただいて、法令違反の無いよう、会組合員のご指導に努めていただきたい。

さて、旧通知については、昨年6月22日に説明会を行いました。その席上で、私から、「広告、設備等規制の運用方針の明確化については、業界との信頼関係に基づいて措置したものであり、悪例が多発して関係が損なわれた場合には、直ちに厳しく見直しをしていく。」という趣旨のことをお話し

しました。この発言については、日遊協においてメモに起こして各団体に配布されたこと、各パちんこ営業者にまで周知されたと理解しております。その上で、この度、当庁では通知の内容を見直しました。

これが、現在進めております各種規制の運用厳格化の流れの中でどういった意味を持つか、よく理解していただきたいと思えます。

## 指導を受けても続ける

昨年6月の旧通知の発出以来、警察では、まず各都道府県警察において、数回にわたって、組合総会で具体例を挙げて指導し、また、いくつもの都道府県警察においては、寄せられた質疑を基に指導文書を組合に発出し、広告、宣伝等の適正化に配慮してきました。警察庁でも、当課長や私から5回にわたって行政講話等で悪質な広告、宣伝等について、具体的に指摘したところです。

しかしながら、残念なことに、業界側の対応はというと、事実の告知を悪用して隠語に換わる脱法的な表現を生み出しては、その都度、警察から指摘を受けてきました。しかも、指摘を受けても依然として違法な広告、宣伝等が続いている業者も見られるほか、これについて、「警察が取り締まらなから地域の温度差が生じる。」などと、責任を警察に転嫁して、他の違法業者者に右へ倣えとばかりに違法な広告、宣伝等が続いている業者も見られます。

かつて、同じことを業界にお話しした課長補佐もいたようですが、「取り締まられないなら法律を守らない。」というような業界は、大衆娯楽などと言う資格は無いのではないかと思います。「本気で大衆娯楽と評価されたい」のか、それとも「利益を得ることさえ

できれば、実は世間の見方なんかどうでもいいと考えている」のか、広告、設備等規制の遵守状況というのは、この点についての業界側の考え方を明確に浮かび上がらせるリトマス試験紙のようなものであると考えております。

## 警察に地域格差はない

念を押しておきますけれども、広告、設備等規制の運用において都道府県警察や警察署毎の地域格差というものは存在しないと認識しております。仮に「存在している。」と業界側において思われるのであれば、「警察に知らないで行われている違法広告がある状況」を、「そういった広告を警察が黙認している」と捉えるという、ご都合主義的な誤解をしているだけだと思います。

ここで、いわゆる地域の温度差というものについて若干思うところをお話しします。ばちんこ営業所は全国に約1万2000店舗ありますが、警察署の数というのはその十分の一です。加えて、ホール関係団体は5つある上、いずれにも加盟していない業者もいます。警察というのは、指揮系統が一本に絞られており、警察庁から各都道府県警察に対して2回、そして各都道府県警察からは県内各警察署に対してそれぞれ複数回にわたって広告、設備等規制に係る説明会を実施して意思統一を図っております。これらの事実

を踏まえれば、警察と業界と、どちらの方に地域格差を生じさせる土壤があるか、というのは火を見るよりも明らかであると思います。目の届かないところや、目の届きにくいところで違法広告や宣伝等を行って、「警察は黙認している」又は「警察が見逃している」と批判されるのは本末転倒であり、「法律があれば、取り締まられるか否かに関わらず、守るのが当然である。」という一般常識からも掛け離れているものと思います。

## 釘曲げは徹底的に排除

また、よく考えていただきたいのですが、いわゆる出玉系イベントというのは、回胴式遊技機を高設定にする場合以外は、違法行為を前提とするものです。遊技機の本来の性能には調整を加えられない以上、出玉系イベントの広告は、景品表示法が禁じる不当な表示、すなわち虚偽広告か、遊技機の無承認変更を告知しているか、のいずれかです。未だにこのような広告を行っている業者は、特に釘曲げに安易に手を染めているのだと考えています。そして、釘曲げは、徹底的に排除されなければなりません。広告、設備等規制を軽視する業者には、このことをよく理解してもらいたいと思っております。

※以上の指導の後、通知本文の説明が適宜行われたが、通知の3(留意事項)に関して、次のとおり補足指導があった。

以上申し上げた5つの留意点のうち、最初の自主規制と最後の施行日を除く3つの留意点については、その都度、結果について当庁までご報告をいただきたいと考えております。また、今後、広告、設備等規制違反について、営業の現場で絶無になるよう、業界団体におきまして責任をもって健全化に努めていただきますようお願いいたします。

## 関連して7点の指導

## 2 その他の指導

広告、宣伝等規制に関連して、7点について概要次のような指導があった。

①④は広告・設備の規制関係。  
(以下の7点については、担当者としての所感ではなく、警察庁としての見解である。)

## ① 営業所の名称の末尾等に

特定の数字を加える手法について  
この手口の真意は、特定の数字の付く日に営業所の名称を強調して告知すること、出玉イベントを告知することにある。余りにバカバカしいので通知の本文には記載しなかったが、悪質な規制逃れであるので、是正を会(組合)員に指導されたい。なお、このような手法は、別添1及び別添4の「〇〇DAS」「〇〇〇DEL」の一種であると認識している。

また、この様な業者に対しては、遵法意識に疑念があるので、違法広告、宣伝等に関連する違法行為の有無(釘

曲げ等)について、一層厳しく注視していく。

## 詐称ブログに指導を

②従業員等や第三者を装った  
宣伝ブログについて

「従業員」や「ファン」等を称して、お奨め台やパチスロの設定を記載しているブログやウェブサイトに非常に増加している。こうしたものは、営業者でないと知りえない情報を掲載している以上は、営業に関連して行われているものと推認される。こうした情報を掲載している場合は、著しく客の射幸心をそそるものであり、直ちにやめるよう会員に指導されたい。

なお、ウェブサイトにについては、本年一月、ピーワールドに対し、ウェブサイト上の広告についても行政処分の対象になるおそれがある旨、利用する営業者に注意喚起するよう要請し、承諾を得て、現在も注意喚起が実施されていることを申し添える。

## 調整前提の広告も違法

③メーカーの販促物について

メーカーが販促物を作成してホール営業者に配る行為自体は風営法の適用はないが、ホール営業者がこれを用いて、著しく客の射幸心をそそるおそれのある広告、宣伝等を行う場合は、風営法違反となるので注意されたい。

④違法広告と景表法の関係について

遊技機の本来の性能には調整を加えられない以上、それを前提とした広告宣伝は、遊技機の無承認変更か景表法が禁じる虚偽広告になるが、遊技機に手を加えていないのに遊技機の性能を調整してあるかのごとき広告、あるいはパチスロでも実際と異なる設定を広告することは、やはり景表法違反となる(消費者庁に確認済み)。

## 営業所の分割も注視

⑤一物一価の徹底について

最近一つの営業所であるのに、ぱちんこコーナーとパチスロコーナーを分けてそれぞれ別の営業所とした旨の相談が散見される。二物二価を存続させるための手法と推察されるので、警察としては、その場合には、それぞれで提供される賞品の市場性と市場価格についての疎明を徹底的に求めていくと共に、等価交換の実施の有無についても、当然調べることにしている。

## あくまで「市場価格」で

⑥一物一価の徹底について

一物一価に是正する中で、いわゆる交換率を全て統一すれば足りると考えているホール営業者やコンサルタントがいるが、全くの誤りである。6月の日遊協の総会の当課長の講話でも判るように、風営法における唯一適法な賞

品提供方法は、「市場価格」に基づく「一物一価」での「等価交換」であることに注意してほしい。つまり、一物一価は、適法な賞品提供方法の中の一部にすぎず、一物一価にするだけでは適法な賞品提供としないことに注意されたい。

⑦最後に

現在、ホール関係5団体から遊技機の変更手続きについての改善要望を受けているが、広告・設備等の規制を遵守しきれないのに業界側の要望を受け入れるのは、おかしいのではないかと意見も見られるところである。警察

### 全日遊連、広告宣伝で注意喚起

## 特定の日「利用」は不可 日遊協も全国の会員に通知

全日遊連は7月13日、各都府県方面遊協に宛てて、「特定の日を利用しての広告、宣伝等の禁止について」と題する文書を発した。

警察庁は昨年6月22日付で「ぱちんこ営業における広告、宣伝について」と題する通知を出したが、その後も複数回にわたり、「脱法的な表現方法を探ろうとする動きがあり、きわめて悪質性の高い広告、宣伝等が散見される」などの厳しい指摘をホール業界に発してきた。さらに警察庁は7月13日、全国の警察に対して、広告、宣伝等の規制に係る通達を再度行ったことがわか

りとしては、是々非々で対応したいと考えているが、法令遵守の姿勢に疑問がつく現状では、運用方法の見直しに懸念が伴うので、この点を勘案しながら現在検討を進めていることを申し添える。

なお、以上の7項目を含めた課長補佐の発言内容については、各都道府県警察に周知してあるとの発言があった。また、昨年6月の通知文書については、廃止するので、今後は、今回の通知に基づいて広告、宣伝等の健全化を徹底するようにとのことであった。

った。

こうした状況を踏まえて全日遊連は、「7月16日」の「海の日」等、特定の日を利用して特定の機種を宣伝したり、特定の関連商品を提供することを殊更強調するなどして、出玉イベントを想起させる広告宣伝については、警察庁の通知に反するものであり、これまでのコンプライアンスの向上に向けた業界の姿勢に逆らうものである」として、改めて参加組合員に注意喚起を要請した。

これを受けて日遊協も同日、会員に対して「7月16日」の「海の日」等、特定の日を利用して出玉イベントを想起させる広告宣伝を行わないよう通知した。