

Logicad

広告掲載基準

発行

SMN 株式会社

商品企画部

目次

I 広告掲載審査の基本	2
1 広告主の信用性.....	2
2 適切な広告表現.....	2
II 一般的な表現規制	2
1 基本的人権に関すること.....	2
2 公序良俗に関すること.....	2
3 知的財産権等に関すること.....	3
4 表示に関する共通規制.....	3
III 業種、商品ごとの表示規制	4
1 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び衛生用品の広告.....	4
2 健康食品及び美容食品の広告.....	5
3 病院、診療所の広告.....	5
4 美容・エステティックサロンの広告.....	6
5 催眠療法、宗教的治療法の広告.....	6
6 毛髪業の広告.....	6
7 動物病院の広告.....	7
8 教育関係の広告.....	7
9 ギャンブル関係の広告.....	8
10 旅行業の広告.....	8
11 金融関係（銀行、信託、貸金業等）の広告.....	8
12 古物商、古物競りあっせん業者、金券ショップ及び質屋の広告.....	9
13 アルコール飲料の広告.....	9
14 選挙関係（選挙、政党、政治団体等）の広告.....	9
15 個人広告.....	9
16 宗教及び宗教団体の広告.....	9
17 占い・運勢鑑定、加持祈祷等の広告.....	9
18 宿泊業（ホテル・旅館）の広告.....	10
19 インターネットカフェ及び漫画喫茶の広告.....	10
20 結婚紹介業、結婚情報サービス業等の広告.....	10
21 携帯電話・電気通信サービス等の広告.....	10
22 インターネット関連企業の広告.....	10
23 弁護士、司法書士及び行政書士の広告.....	11
24 出版物、映画・演劇、ビデオ、ゲームソフト等の広告.....	11
25 人材募集に関する広告.....	11
26 通信販売の広告.....	12
27 探偵業・信用調査業の広告.....	12
28 下着の広告.....	12

I 広告掲載審査の基本

1 広告主の信用性

広告掲載時点における広告主の実績、運営体制及び広告内容について、適切と判断したものを掲載する。

2 適切な広告表現

次に掲げる事項について、適切と判断したものを掲載する。

- (1) 関係法令、関連規程及び業界の自主基準等を遵守していること。
- (2) 公序良俗に反しないこと。
- (3) 社会の求める倫理観から乖離しないこと。
- (4) 消費者保護の観点から適切な内容であること。
- (5) 児童及び青少年保護の観点から適切な内容であること。

II 一般的な表現規制

1 基本的人権に関すること

次のいずれかに該当するものは掲載不可とする。

- (1) 人種、民族、国籍、出身地、言語、性、年齢、職業、学歴、身体的特徴、病気、思想信条等について、侮辱的又は差別的な表現を使用しているもの、偏見を起こさせるもの、当事者の心情を損なうもの。
- (2) 殺人、自殺、暴力、とばく、麻薬、人身売買、売春、買春等の行為を肯定、示唆、助長、美化し、人命を軽視しているもの、人間の尊厳を傷つけているもの。
- (3) プライバシーを侵害していると認められるもの。
- (4) 個人のパブリシティ権を侵害するもの。
- (5) 特定の個人や団体への誹謗中傷等により、名誉又は信用を傷つけるもの、業務妨害となるおそれがあるもの。
- (6) 性に関する表現で、次のいずれかに該当するもの。
 - ① 不快感や羞恥嫌悪の情を起こさせるもの。
 - ② 性に関する表現が、露骨、猥褻、挑発的又は品位に欠けているもの。
 - ③ 身体の局部、性交、性器具等を表現したもの。
 - ④ 性犯罪を興味本位に取り上げ、肯定、誘発、助長又は美化しているもの。
 - ⑤ 児童や未成年者を題材にしているもの。
 - ⑥ セクシャルハラスメントに該当するもの。
- (7) 個人情報の収集を主目的としているものであると判断されるもの。

2 公序良俗に関すること

次のいずれかに該当するものは掲載不可とする。

- (1) 反社会的な行為を誘発若しくは助長させるおそれのあるもの又は社会秩序を乱すおそれのあるもの。
- (2) 醜悪、残虐若しくは猟奇的な表現又は病気、事故、死等に関する表現で、不快感、恐怖心等を起こさせるもの。
- (3) 非科学的根拠や迷信に類するもので、利用者を惑わせ、不安を与えるもの。
- (4) 社会的事件を引き起こした団体又は個人及びその関連企業によるもの。
- (5) 国家間対立又は民族間対立を悪化させるおそれのあるもの。

3 知的財産権等に関すること

(1) 共通事項

次のいずれかに該当するものは掲載不可とする。

- ① 権利にかかわる事柄について、係争中又はそのおそれのあるもの。
- ② 他人の肖像や氏名、写真、談話、著作物等を使用しているもので、本人又は権利者の承諾を得ていないもの。

- ③ 他人の特許権、実用新案権、意匠権、商標権等を無断に使用しているもの。
 - ④ 模倣又は類似しているために、錯覚又は誤認を与え、紛争を引き起こすおそれのあるもの。
- (2) 皇室、王室、国旗等に関する広告
次のいずれかに該当するものは掲載不可とする。
- ① 皇室、王室、国旗等の尊厳を傷つけるおそれのあるもの。
 - ② 皇室、王室、外国の元首にかかわる肖像や紋章などを使用しているもので、当該国又は所轄官庁の許可を得ていないもの。
 - ③ 国旗、菊花紋章等を使用しているもので、当該国又は所轄官庁の許可を得ていないもの。
 - ④ 国際連合旗及び赤十字マークで、商業目的に使用しているもの。
- (3) アマチュアスポーツに関する広告
競技者、役員等の氏名、写真、談話等の使用については、アマチュアスポーツに関する規定を遵守する。
- (4) オリンピック及び博覧会に関する広告
- ① オリンピックの標章（五輪マーク）、公式エンブレム、公式マスコット等を使用する場合は、財団法人日本オリンピック委員会（JOC）の承認を得なければならない。
 - ② 博覧会のマーク、標語、呼称、公式マスコット等で使用許可を必要とするものについては、許可がないものは掲載不可とする。
- (5) 通貨、郵便切手等を使用している広告
- ① 尊厳を傷つけるおそれのあるものは掲載不可とする。
 - ② 通貨、郵便切手、商品券、有価証券等を模写して広告に使用する場合は、本物と違いがわかる程度に大きさ、色、絵柄等を変えるか、「見本」「模造」等の文字を上に表示する。

4 表示に関する共通規制

- (1) 重要表記事項及び広告内容の明瞭性
- ① 原則として、登録をしている正式な広告主名称、所在地及び電話番号を表記する。ただし、表現上の理由により省略する場合は、業種や広告内容を検討の上、次のいずれかの表記を可とする。
 - ア 広告主名の代わりに一般的に認知されている通称、商標又は商品名を表記しているもの。
 - イ 所在地として住所の代わりに URL を表記しているもの。
 - ウ 電話番号の代わりにメールアドレスを表記しているもの。
 - ② クレジット、注意文字、マナー文字及び啓発文言の表記は、大きさ、色彩等に注意し、見やすい場所に明瞭に表記する。
 - ③ 広告内容は正確でわかりやすいこととし、誤認を与えるものは掲載できない。ただし、広告表現上の理由があつて内容を抽象的にしているもの、ティザー広告等は、業種、広告内容等を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) 虚偽又は誇大な表現により、誤認期待を与える表現次のいずれかに該当するものは掲載不可とする。
- ① 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）及び特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）等の諸法令並びに業界ごとに定められている公正競争規約及び自主規制等（以下「公正競争規約等」という。）に抵触するおそれのあるもの。
 - ② 事実と異なり、著しく優良又は有利であるかのような、虚偽、不正確な表現。
 - ③ 実際に販売していないものを示すことにより顧客を誘引することを目的とする、いわゆる「おとり広告」。
 - ④ 官公庁や公的機関が公認又は推薦しているかのような表現で、事実と異なるもの。
 - ⑤ 品質、技能等について受賞しているかのような表現又は将来の利益を保証するかのような表現で、公的機関又は公正な第三者機関の客観的な根拠がないもの。
 - ⑥ 数値、率等を表記するもの、「新型」、「最新」等と表記しているもので、公的機関又は公正な第三者機関の客観的な根拠がないもの。
 - ⑦ 商品が中古品、キズ物又は不良品であるのに、その事項を表記していないもの。
- (3) 最高、最大等の断定的表現
- ※ 「最高、最大等の断定的表現」
「最高」「最大（小）」「第一位」「日本一」「チャンピオン」「業界初」「唯一の」「当社だけ」などの

表記（「最大級」「日本一へ」等の、唯一無比を表していないものは除く）。

※「断定的表現」

「確実に」「絶対に」「完全」「万能」「永久」等の表記。

- ① 公的機関又は公正で第三者機関の客観的な根拠の裏づけがない広告は掲載不可とする。
 - ② 医薬品、不動産等の広告は、公正競争規約等により全く使用できない表現もあるので注意する。
 - ③ 掲載期間が長期にわたる広告には、「〇年〇月現在」等の根拠の調査時期を表記する。
 - ④ 原則として、根拠の裏付けとなる出所を表記しなければならない。
- (4) 連鎖販売取引（いわゆる「マルチ商法」）を内容とする広告は掲載不可とする。
- (5) 価格表示、安売り表現
- ① 消費税法、景品表示法、不正競争防止法及び公正競争規約等を遵守する。
 - ② 安売り商品が中古品又は傷物である場合は、その事項を表記する。
 - ③ 「閉店セール」「倒産売り尽くし」等の表現は、事実に基づいていなければ表記を不可とする。
 - ④ 他店よりも廉価での販売を保証するという「価格保証販売」等の表示は、事実に基づいていること。また、例外商品がある場合はその事項を表記する。
- (6) 比較広告
- ① 比較広告は、次に掲げる要件をすべて満たしていること。
 - ア 比較広告で主張する内容が、公的機関又は公正な第三者機関により客観的に実証されていること。
 - イ 実証されている数値や事実が、正確かつ適正に引用されていること。
 - ウ 比較の方法が公正であること。
 - ② 他者を誹謗中傷している表現は掲載不可とする。
- (7) 景品、商品及び懸賞に関する表現
- ① 独占禁止法、景品表示法、個人情報の保護に関する法律（以下「個人情報保護法」という。）及び公正競争規約等を遵守する。
 - ② 医薬品は、景品又は賞品として提供することはできない。
 - ③ 「無料進呈」の表記は、事実に基づいていなければ不可とする。

Ⅲ 業種、商品ごとの表示規制

1 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び衛生用品の広告

【主な関係法令】

「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（以下「医薬品医療機器等法」という。）、医療法、健康増進法、医薬品等適正広告基準、化粧品の表示に関する公正競争規約

(1) 共通規制

- ① 厚生労働省の承認（製造承認、輸入承認又は外国製造承認のうち必要なもの。）を得ていない商品の広告は掲載不可とする。
- ② 名称、成分、効能効果、用法用量等についての表現は、厚生労働省が承認している範囲に限る。
- ③ 即効性、持続性等についての表現は、医学上又は薬学上認められている範囲に限る。
- ④ 承認された効能の表現について一部のみを強調し、特定の疾病に効果があるような誤認を与える表現は掲載不可とする。
- ⑤ 安全性を保証している表現や最大級に類する表現は掲載不可とする。
(例) 「副作用の心配がない」「安全性は確認済み」「最高のききめ」
- ⑥ 医薬関係者、病院、理容師、美容師、公的機関、学校、団体等が、公認、推薦、指導又は選用していることに関する表現は掲載不可とする。
(例) 「皮膚科専門医も奨める」「〇〇美容研究所推薦」「厚生労働省が認めた〇〇」「〇〇小学校選用」「〇〇医師も愛用しています」「美容師の私からもおすすめです」
- ⑦ 不安感を与えるおそれのある表現は掲載不可とする。
(例) 「〇〇病は、放っておくと大変な病です」
- ⑧ 過量消費や乱用をうながすおそれのある表現は掲載不可とする。
(例) 「毎日欠かせぬ〇〇」「予防が大切」
- ⑨ 墮胎を奨励、暗示又は肯定しているかのような表現は掲載不可とする。

- ⑩ 医薬品、化粧品又は健康食品が混在している広告は掲載不可とする。
- ⑪ 効能効果又は安全性についての使用経験又は体験談の表現、また使用感等についての過度な体験談の表現は掲載不可とする。
(例) 「一度使用したら、もう手放せません」「潤い効果に満足しています」
- ⑫ 使用前後に関わらず、図面、写真による表現については、承認等外の効能効果等を連想させるもの、効果発現までの時間及び効果持続時間の保証となるもの又は安全性の保証表現となるものは掲載不可とする。

(2) 医薬品

- ① 医師の処方せん又は指示の必要な「要指示医薬品」の広告は掲載不可とする。
- ② 懸賞や商品などを付随させて過度に購入意欲をあおるものや、医薬品を商品として提供しているものは掲載不可とする。
- ③ 用法について、化粧品又は食品であるかのような誤認を与える表現は掲載不可とする。
(例) 「お肌の美容に〇〇ビタミン」「毎日のお茶代わりに」
- ④ 商品の特性から品位に欠けるものは掲載不可とする。

(3) 医薬部外品及び化粧品

- ① 医薬品等適正広告基準により定められている効能又は効果の範囲を超えている表現は掲載不可とする。
- ② 生薬エキス、薬用植物のエキス等、「薬」の字が含まれているものは掲載不可とする。
- ③ 医薬品の印象を与える表現は掲載不可とする。

(4) 医療機器及びその類似品

- ① 医療機器の広告には、厚生労働省の承認番号を表記する。ただし、厚生労働省名を表記することは避け、承認番号のみを表記する。
- ② 医療関係者のみが使用する医療機器の広告は掲載不可とする。
- ③ 原材料、形状又は構造について、安全性を保証しているかのような誤認を与える表現は掲載不可とする。
(例) 「誤操作のない安全設計」
- ④ 使用方法において、健康器具的又は美容器具的な利用法の表記は不可とする。
(例) 「運動不足の解消に〇〇を」

(5) 衛生用品（生理用品等）の広告

- ① 使用感や性行為に関する露骨な表現は掲載不可とする。
- ② 性行為を安易に助長する表現は掲載不可とする。

2 健康食品及び美容食品の広告

【主な関係法令】

医薬品医療機器等法、医薬品等適正広告基準、食品衛生法、健康増進法

- (1) 医薬品と紛らわしい名称や表現は掲載不可とする。
(例) 「飲みやすい錠剤」「服用」「副作用」「漢方秘伝〇〇」「1日2粒」「食前に1個」
- (2) 医薬品的な効能、効果を標榜しているものは掲載不可とする。
(例) 「高血圧の人に」「老化防止」「肉体疲労の栄養補給に」
- (3) 事実と異なる製法、成分、添加物等の表現は掲載不可とする。
- (4) 医薬関係者、病院、理容師、美容師、公的機関等が、公認、推薦又は指導しているかのような表現は掲載不可とする。
(例) 「医学博士〇〇教授談」「〇〇病院でも使用」
- (5) 体験例等は、客観的な根拠の裏付けがない場合は掲載不可とする。
- (6) 医薬品又は医療機器と、健康食品又は健康用具の広告とが渾然一体となっているものは掲載不可とする。
- (7) 「特別用途食品」「特定保健用食品」「栄養機能食品」等は、厚生労働省の許可した範囲においてのみ用途や効能効果の表記を可とする。

3 病院、診療所の広告

【主な関係法令等】 医療法、医師法、

- (1) 医業、歯科医業又は病院、診療所に関する事項は、次に掲げる項目を除き掲載不可とする。
 - ① 医師又は歯科医師であること。

- ② 診療科名
- ③ 病院又は診療所の名称、電話番号、所在場所、管理者の氏名
- ④ 診療日、診療時間又は予約診療の実施の有無
- ⑤ 入院設備の有無、病床の種別ごとの数、医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他従業者数、施設、設備、従業者に関する事。
- ⑥ 従事する医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他医療従事者の氏名、年齢、性別、役職、略歴その他医療の適切な選択に資する事項
- ⑦ 患者又はその家族からの医療に関する相談に応ずるための措置、医療の安全を確保するための措置、個人情報 の適正な取扱いを確保するための措置その他管理、運営に関する事項
- ⑧ 紹介することができる他の病院、診療所又はその他の保険医療サービス、福祉サービスを提供する者の名称、これらの者との施設、設備、器具の共同利用、連携に関する事項
- ⑨ 診療録その他診療に関する諸記録に係る情報の提供、医療に関する情報の提供に関する事項
- ⑩ 提供される医療の内容に関する事項
- ⑪ 患者の平均的な入院日数、平均的な外来患者又は入院患者数その他医療の適切な選択に資する医療の提供結果

(2) 病院、診療所の広告と他の広告（出版物、店舗等）とを混在させることは不可とする。

4 美容・エステティックサロンの広告

【主な関係法令等】

景品表示法、特定商取引法、柔道整復師法、医薬品医療機器等法、美容師法、理容師法医師法、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律、エステティック業統一自主基準（日本エステティック振興協議会）

- (1) 広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) 医療行為であるかのような誤認を与える表現や、医学的な効果を得られるかのような表現は掲載不可とする。
 (例)「アトピーを治す」「腰痛改善」
- (3) あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師又は柔道整復師が行なう施術行為であるかのような誤認を与える表現は掲載不可とする。
- (4) 実際は、機器、手技、食事制限等の総合的な指導が行なわれているにもかかわらず、あたかも提供している美容サービスのみにより、効果があるかのような表現は掲載不可とする。
 (例)「寝ているだけで痩せられる」「みるみるうちにスリムに」
- (5) 施術の効果について、確実若しくは断定的な表現又は短時間で急激な効果が得られるかのような誇大表現は掲載不可とする。
 (例)「完璧」「絶対」「永久」「保証」「必ず」「〇日で〇キロ痩せられる」
- (6) 体験例又は施術前後の比較写真を使用しているもので、根拠の裏づけがないもの、架空のもの又は都合のよい部分のみを取り上げているものは掲載不可とする。また、すべての人が同じ効果を得られない場合はその事項を表記する。
- (7) モニターの募集をしている広告には、その方法、目的及び条件を表記する。
- (8) 二重価格表示で、根拠のない価格を比較対照価格としているものは掲載不可とする。
- (9) 利用者からの苦情や業務上のトラブル等、不相当と判断したものは掲載不可とする。

5 催眠療法、宗教的治療法の広告

医師の行う催眠療法を除き、掲載不可とする。

6 毛髪業の広告

【主な関係法令等】

医師法、医療法、医薬品医療機器等法

- (1) 広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) 次のいずれかに該当するものは、掲載不可とする。
 - ① 医療行為であるかのような誤認を与える表現や、医学的な効果を得られるかのような表現があるもの
 (例)「診断」「カルテ」「患者」
 - ② 発毛、増毛等の効果について、確実若しくは断定的な表現又は誤認期待を与える誇大な表現があるもの

の

(例)「必ず生える。」「発毛率 90%」

- ③ 体験例、施術前後の比較写真等を使用しているもので、根拠の裏づけがないもの、架空のもの又は都合のよい部分のみを取り上げているもの
- (3) すべての人が同じ効果を得られない場合は、その事項を表記する。
- (4) モニターを募集している広告には、その方法、目的及び条件を表記する。

7 動物病院の広告

【主な関係法令等】

獣医療法、獣医療に関する広告の制限及びその適正化のための監視指導に関する指針

- (1) 施設名称、所在地、電話番号を表記する。
- (2) 次のいずれかに該当するものは、掲載不可とする。
 - ① 他の獣医師又は施設との比較表現
 - ② 医療内容の誇大表現
 - ③ 医療に要する費用

8 教育関係の広告

【主な関係法令等】

学校教育法、私立学校法、職業安定法、特定商取引法

- (1) 共通規制
 - ① 広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決める。
 - ② 卒業又は終了後の就職や収入などについて、確約又は保証するような表現は掲載不可とする。
- (2) 学校、塾、養成所、講座等
 - ① 学校教育法の認可を受けている教育施設は、認可どおりの正式名称を表記する。
 - ② 「学校」という表記は、学校教育法により認められている教育機関以外は使用できない。
 - ③ 卒業又は終了後に得られる資格又は称号が、国家試験合格者に与えられる公的資格と誤認を与える表現は掲載不可とする。
 - ④ タレント養成機関等の広告で、客観的な根拠の裏づけがないにもかかわらず、すぐに映画やテレビなどに出演できるかのような表現又は確約若しくは保証するかのような表現は掲載不可とする。
 - ⑤ 合格者数、合格率、就職人数、就職率、最大級表現等に、客観的な根拠の裏づけがない場合は掲載不可とする。
 - ⑥ 著名人又は公的機関等が、公認又は推薦しているかのような表現は、客観的な根拠の裏づけがない場合は掲載不可とする。
 - ⑦ 合格者などの氏名、写真、成績等の表現は、本人又は保護者の承諾を得ていない場合は掲載不可とする。
 - ⑧ 著名人又は公的機関等が、公認又は推薦しているかのような表現は、客観的な根拠の裏づけがない場合は掲載不可とする。
 - ⑨ 新設、新部等が認可前又は認可申請中である場合はその事項を表記する。また、すでに確定しているかのような誤認を与える表現は掲載不可とする。
- (3) 通信教育及び通信講座の広告
 - ① 特定商取引法、通信教育に関するガイドライン（公益社団法人日本通信販売協会）を遵守する。
 - ② 次に掲げる事項を表記する。
 - ア 広告主、事業主体者の名称、所在地及び電話番号
 - イ 教育内容
 - ウ 受講期間
 - エ 受講料
 - ③ 卒業又は終了後に得られる資格や称号が、国家試験合格者に与えられる公的資格と誤認を与える表現は掲載不可とする。
 - ④ 通信教育（講座）と称して、実態は教材、学習器具等を売りつけることを目的としているものであると判断したものは掲載不可とする。
- (4) 留学の広告

次に掲げる事項を表記する。

- ① 広告主、事業主体者の名称、所在地及び電話番号
- ② 提携先の教育機関名及び教育内容
- ③ 留学等日程
- ④ 留学費用
- ⑤ その他必要な費用

9 ギャンブル関係の広告

【主な関係法令等】

刑法、競馬法、自転車競技法、モーターボート競争法、小型自動車競争法、東京都青少年の健全な育成に関する条例

(1) 公営ギャンブル

- ① 過度に射幸心、投機心を煽る内容及び表現のものは掲載不可とする。
- ② ギャンブルによって得られる利益又は享樂的な生活を保証し、奨励するかのような表現は掲載不可とする。
- ③ オッズ、配当金、勝敗の予想、換金率、設定率等賭け事にかかわる具体的な表現は掲載不可とする。
- ④ 原則として、勝敗予想ソフト等の広告は掲載できない。

(2) パチンコ又はスロットに関する広告

広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決める。

10 旅行業の広告

【主な関係法令等】

旅行業法、募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約、景品表示法

- (1) 観光庁長官又は都道府県知事の登録を受けていない広告主は取り扱わない。
- (2) 国内旅行業者は都道府県知事の登録番号、国外旅行業者は観光庁長官の登録番号を表記する。
- (3) 旅行の応募条件の表記で、身体に障害のある方を排除しているかのような表現は掲載不可とする。

11 金融関係（銀行、信託、貸金業等）の広告

【主な関係法令等】

貸金業法、金融商品取引法、保険業法、割賦販売法、出資の受入れ、預り金及び金利等の取締に関する法律（以下「出資法」という。）

(1) 共通規制

広告主に相当の組織及び実績があり、運営体制等においても問題がないと判断したものに限り、広告内容を検討の上、掲載の可否を決める。

(2) 貸金業（消費者金融業）の広告

- ① 日本貸金業協会に加入していない広告主は取り扱わない。
- ② 貸金業法第15条に基づき、次に掲げる事項を表記する。
 - ア 貸金業者の商号、名称又は氏名及び登録番号
 - イ 貸付けの利率

(3) 金融商品業（有価証券、投資信託、抵当証券等）の広告

- ① 金融商品取引法第37条に基づき、次に掲げる事項を表示する。
 - ア 金融商品取引業者等の商号、名称又は氏名。
 - イ 金融商品取引業者等である旨及び金融商品取引業者等の登録番号。

(4) 投資顧問業、未公開株取扱業、外国為替証拠金取引業（FX）、商品先物取引業及び年金担保融資業の広告

- ① 広告には次に掲げる事項を表記する。
 - ア 登録簿に登録している正式な商号名称、所在地
 - イ 問合せ先
 - ウ 金融商品取引業者である旨と登録番号
 - エ 投資顧問業の広告の場合は、（一般社団法人）日本証券投資顧問業協会の会員番号
 - オ 未公開株取扱業の広告の場合は、日本証券業協会の会員番号
 - カ FX の広告の場合は、（一般社団法人）金融先物取引業協会の会員番号

キ 「金融商品取引法」で定めるリスク表記

② 将来の利益を保証するような誇大表現や、過度に投資を煽るような表現は不可とする。

1 2 古物商、古物競りあっせん業者、金券ショップ及び質屋の広告

【主な関係法令等】

古物営業法、質屋営業法

- (1) 都道府県公安委員会の許可を得ていない広告主は取り扱わない。
- (2) 掲載時点の広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決める。

1 3 アルコール飲料の広告

【主な関係法令等】

未成年者の飲酒防止に関する表示基準、酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準

アルコール飲料の商品広告には、次のいずれかの注意文字を表記しなければならない。

- * 「飲酒は20歳になってから」
- * 「お酒は20歳になってから」
- * 「未成年者の飲酒は法律で禁じられています。」

1 4 選挙関係（選挙、政党、政治団体等）の広告

【主な関係法令等】 公職選挙法

- (1) 選挙に関する広告は、国又は各地方公共団体選挙管理委員会による選挙公示、投票啓発等に関するものに限る。
- (2) 政党又は政治団体の広告において、次のいずれかに該当するものは掲載不可とする。
 - ① 政党又は政治団体の主義主張を表明しているもの
 - ② 政党又は政治団体が主催、共催、後援又は協賛をしている集会などの告知。ただし、国又は地方公共団体から後援を受けている集会については、公共性があるものとみなし、その広告については掲載を可とする。

1 5 個人広告

原則として取り扱わない。

1 6 宗教及び宗教団体の広告

- (1) 広告主の実態及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) 原則として、催事案内、施設案内又は出版広告に限り掲載を可とする。ただし、次のいずれかに該当するものは布教宣伝活動と判断し、掲載不可とする。
 - ① 宗教団体が発行する機関紙、新聞等の広告。
 - ② 教義を表しているもの。
 - ③ 信仰による利益を強調しているもの。
 - ④ 入信勧誘、寄付金集め又は商品の販売など勢力拡大を目的としているもの。
 - ⑤ 迷信等の非科学的なことを根拠にして、恐怖心や不快感を起こさせるもの。
 - ⑥ 宗教団体名、代表者（教祖）、シンボルマーク、役職名等を突出して目立たせているもの。
 - ⑦ 宗教団体の代表者等が行う講演会の広告。ただし、一般の学識経験者などが行う歴史的、学術的な内容の講演は、広告主、広告表現等を検討の上、掲載の可否を決定する。なお、国又は地方公共団体から後援を受けている講演会については、公共性があるものとみなし、その広告については、掲載を許可する。
- (3) 伝統的な社会風俗に類するものは、広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
(例) 「学問の神様」「合格祈願」「厄除け」「七五三」「節分会」「初詣」
- (4) 他の宗教若しくは宗教団体を誹謗中傷しているもの又は名誉を傷つけるおそれのあるものは掲載不可とする。

1 7 占い・運勢鑑定、加持祈祷等の広告

【主な関係法令等】

特定商取引法、景品表示法

- (1) 広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) 虚偽又は誇大な表現により誤認を与える表現は掲載不可とする。
- (3) 迷信に類すること若しくは非科学的な根拠により人心を惑わせるもの又は恐怖心若しくは不快感を起させるものは掲載不可とする。
- (4) 医療行為にあたるものは掲載不可とする。

18 宿泊業（ホテル・旅館）の広告

【主な関連法令等】

旅館業法、社会福祉法、風適法

- (1) 広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
※政府登録、社団法人日本ホテル協会および一般社団法人日本旅館協会加盟又は各自治体観光協会会員の施設については、相当の実績があるものとみなす。
- (2) 風適法においてモーテル、ラブホテル等と定義される施設及び実態として類似施設とみられる広告は取り扱わない。

19 インターネットカフェ及び漫画喫茶の広告

【主な関連法令等】 風適法、著作権法

- (1) 掲載時点の広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) インターネットの配信サービス内容にわいせつな映像の放映等、違法性がある場合は掲載不可とする。
- (3) 年齢制限がある場合は、その事項を表記する。

20 結婚紹介業、結婚情報サービス業等の広告

【主な関連法令等】

インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（以下「出会い系サイト規制法」という。）、個人情報保護法

- (1) 次に掲げる項目及び広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
 - ① 広告主に相当の組織及び実績があり、運営体制等に問題がないこと。
 - ② 公的書類による本人確認を必要要件としていること。
 - ③ プライバシーマーク等、公的機関により個人情報の保護体制が整っていることが証明されていること。
- (2) 原則として、本社又は本部の広告に限り取り扱い、フランチャイズ店の広告は掲載不可とする。
- (3) 広告主名、所在地及び電話番号を表記する。
- (4) 詳細な利用料金を明記する。
- (5) 登録あるいは会員資格の有効期間を表記する。

21 携帯電話・電気通信サービス等の広告

【主な関連法令等】

電気通信事業法、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
広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決める。

22 インターネット関連企業の広告

【主な関連法令等】

景品表示法、特定商取引法、風俗営業法、著作権法、古物営業法、個人情報保護法

- (1) 広告主の実績、運営体制及びサービス内容並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) サービス内容については、原則として当該業種の表示規制を適用し、審査する。
- (3) サービス又は広告の内容が次のいずれかに該当する場合は、掲載不可とする。
 - ① 実態が不明瞭なもの。
 - ② 猥褻な映像等を放映しているもの。
 - ③ 利用者等からの苦情又は業務上のトラブル等が発生し、当社が不相当と判断したもの。
- (4) 年齢制限、利用規約等の重要事項を表記する。

2.3 弁護士、司法書士及び行政書士の広告

【主な関連法令等】

弁護士法、司法書士法、行政書士法

弁護士法、司法書士法及び行政書士法により定められている連合会又は会（各地域の弁護士会、司法書士会、行政書士会等）の広告については、広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。

2.4 出版物、映画・演劇、ビデオ、ゲームソフト等（以下「出版物等」という。）の広告

【主な関係法令等】

著作権法、少年法、児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律

- (1) 掲載時点の広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。
- (2) その他、業界ごとに規定された年齢区分が設定されている場合、広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。

2.5 人材募集に関する広告

【主な関係法令等】

労働基準法、職業安定法、雇用対策法、道路運送法、児童福祉法

雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律（以下「男女雇用機会均等法」という。）

労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律（以下「労働者派遣法」という）

(1) 共通規制

- ① 求人募集を装って、実態が出資金募集、物品販売、生徒募集等を行っているいわゆる悪質商法は掲載不可とする。
- ② 満15歳未満の児童を募集している広告で、映画・演劇の出演等行政官庁の許可を得ていないものは掲載不可とする。
- ③ 性風俗特殊営業に従事する者の募集広告及びこの業種の募集広告を掲載している求人情報誌並びにあつせん業者の広告は掲載不可とする。
- ④ 将来の給与、待遇、昇進等について、確約又は保証するような表現は掲載不可とする。
- ⑤ 原則として、次に掲げる事項を表記する。ただし、一般の広告の中で求人募集を併せて行う場合、ア及びオの事項を除き、広告スペース上の理由により省略することができる。その場合、「詳細はお問い合わせください」等の注意文字を表記する。
 - ア 雇用主（広告主）の名称、所在地（私書箱、局留は不可）、電話番号。
 - イ 募集している業種や職種。
 - ウ 応募資格（経験の有無、年齢制限等のある場合）。
 - エ 勤務条件（労働時間が、特殊な勤務時間帯である場合はその事項。勤務地が本社の所在地と異なる場合はその事項）。
 - オ 雇用関係（社員、パート、アルバイト、業務委託等の別がある場合はその事項）。
 - カ 給与（日給制、時給制等の別がある場合はその事項。固定給と変動する歩合給とは分けて表記。歩合給の賃金、臨時的な諸手当の金額の表記は不可）。

キ 応募方法

(2) 男女雇用機会均等法、雇用対策法等に基づく規制

- ① 合理的な理由なく、性を理由に、職種、資格、人数、年齢等の条件で差別又は排除している表現は掲載不可とする。

（例）「男性10名、女性5名」
- ② 「営業職男性募集」「女性歓迎」など、合理的な理由なく一方の性のみを募集又は優遇している表現は掲載不可とする。
- ③ 法令等の根拠なく年齢を理由に排除している表現は掲載不可とする。

（例）「男性40歳、女性30歳まで」

(3) 労働者派遣事業、有料職業紹介事業及び請負事業の広告

- ① 広告主名、所在地及び電話番号を表記する。
- ② 労働者派遣事業及び有料職業紹介事業の広告には、厚生労働省の届出受理番号又は許可番号を表記する。
- ③ 請負事業者が自社独自の業務に従事する者を募集する場合を除き、請負事業に従事することを明記す

る。

(4) 求人求職等情報サービスの広告は、次に掲げる事項を表記する。

- ① 運営者名及び問合せ先。
- ② 運営者と異なる場合は広告主名。
- ③ 当該サービスの中で運営者が労働者派遣事業、職業紹介事業及び請け負い事業を行っており、その旨の広告がある場合は(3)の事項。

26 通信販売の広告

【主な関係法令等】

特定商取引法、消費生活安心ガイド（消費者庁）、通信販売倫理綱領（公益社団法人日本通信販売協会）

(1) 危険物、ペット、アダルトグッズ等の商品の広告は掲載不可とする。

(2) 具体的な商品の広告には、次に掲げる事項を表記する。

- ① 販売業者又は役務提供事業者の名称、所在地及び固定電話番号
- ② 取扱商品名又は規格（材料、品質、サイズ、容量等）
- ③ 販売価格及び送料。
- ④ 代金を支払う時期及び方法。
- ⑤ 商品等を引き渡す時期（期間又は期限）。
- ⑥ 商品を引き渡した後の解約、返品及び交換についての特約に関する事項。
- ⑦ 返品できない場合はその理由。
- ⑧ 申込方法及び申込の有効期限がある場合はその期限。
- ⑨ 販売価格以外に買い手が負担しなければならない費用がある場合は、その内容及び金額。
（例）カタログ料金、設置料金、荷造り料金
- ⑩ 商品に隠れた瑕疵があるときの販売業者の責任。
- ⑪ 販売数量の限定等特別の販売条件がある場合はその内容。

27 探偵業・信用調査業の広告

【主な関係法令等】

探偵業の業務の適正化に関する法律、(社)日本調査業協会倫理綱領・自主規制、個人情報保護法

(1) 原則として、次に掲げる事項の要件を満たす事業者に関し、実態や運営体制に問題がないと判断したものであることについて、広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。

- ① 一般社団法人日本調査業協会に加盟していること。
 - ② 都道府県の公安委員会に届出をしていること。
- (2) 身元調査や結婚調査など個人を対象にした調査に関する内容については、掲載不可とする。
- (3) 調査結果を保証するような表現は不可とする。
- (4) 広告主名、所在地、電話番号を表記。

28 下着の広告

(1) 広告主の実績及び運営体制並びに広告内容を検討の上、掲載の可否を決定する。

(2) 次のいずれかに該当し、又は該当するおそれのあるものは掲載不可とする。

- ① 肌の露出が高いもの、扇情的なもの等、不快感や羞恥嫌悪の情を起ささせるもの。
- ② キャッチコピーや商品説明が、性について極度に官能的刺激を与える表現のもの。
- ③ 媒体の品位や美観を損なうもの。

(3) 下着（メーカー、店舗）に関する広告以外で下着姿を使用している又はそのように判断されるもので、官能的刺激を与えるものは掲載不可とする。

以上

版数	施行日	変更点
Ver. 1.0	2020年7月1日	制定
Ver. 1.1	2021年4月1日	改訂