

練馬区有料広告掲載・掲出基準

1 基準の趣旨

この基準は、区が有する広告媒体への有料広告掲載にあたり、広告主および広告内容の範囲に係る考え方を明らかにし、区民の理解を得て有料広告事業を実施するために必要な事項を定めるものであり、広告媒体への広告掲載の可否は、この基準に基づき判断を行う。

2 広告全般に関する基本的な考え方

区の広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告内容および表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を持てるものでなければならない。

3 広告審査にあたっての基本的な考え方

本基準に基づき、区が広告掲載の可否を判断する場合には、関係法令等の規定および区民への影響、公共性・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて解釈、適用を行う。

4 広告媒体ごとの基準

本基準に規定するもののほか、広告媒体の性質に応じて、広告事業者および広告内容等に関する個別の基準が必要な場合は、別途基準を作成することができる。

5 規制業種または事業者

つぎの各号に定める団体の広告は、掲載しない。

法人税、法人事業税、消費税、地方消費税、所得税、個人事業税、特別区民税等を滞納している団体

区から指名停止措置を受けている団体

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）で、風俗営業と規定されるものおよびこれに類似すると区が認めたものを業とする団体

貸金業法（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業と規定されるものおよびこれに類似すると区が認めたものを業とする団体

たばこ製造業者ならびにたばこ製品の卸売業者および輸入業者（たばこ製造・販売

事業者の「喫煙マナーの向上のための広告」等は除く。）

ギャンブルに係るものを業とする団体（区が出資しているものを除く。）

規制対象となっていない団体であっても、社会問題を起こしている団体

法律の定めのない医療類似行為を行う団体

占いまたは運勢判断に関するものを業とする団体

探偵業の業務の適正化に関する法律（平成18年法律第60号）に規定する探偵業を行う団体およびこれに類似すると区が認めたものを業とする団体

特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）で、連鎖販売取引と規定されるものを業とする団体

債権の取立て、示談の引受け等を業とする団体およびこれに類似すると区が認めたものを業とする団体

法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行う団体

例：廃棄物の処理及び清掃に関する法律（昭和45年法律第137号）に基づく許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合において、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものも含む。）

民事再生法（平成11年法律第225号）および会社更生法（平成14年法律第154号）等により更正または再生手続を開始している団体

不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反している団体およびそのおそれがあると区が認めた団体

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（平成15年法律第83号）でインターネット異性紹介事業と規定されるものを業とする団体

暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）で暴力団および暴力団員と規定されるものまたはこれらのものの威圧を利用し、または維持、運営等に協力し、もしくはこれらに関与している団体

区の事業の円滑な運営に支障をきたすと判断される団体

国、地方公共団体等行政機関からの行政指導を受け、その指導内容について改善がなされていない団体

(21) 営業の実態等を確認することができない団体

(22) 前各号に掲げるもののほか、各種法令に違反し、またはそのおそれがあると区が認めた団体

6 広告内容に関する基準

つぎの各号に定める内容の広告は、掲載しない。

つぎのいずれかに該当するもの

- ア 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれや、不必要な区別を助長するおそれがあるもの
- イ 法律で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等不適切な商品またはサービスを提供するもの
- ウ 他をひぼう、中傷または排斥するもの
- エ 区が行おうとしている施策および計画を阻害するおそれがあるものや、区が実施する事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- オ 政治活動、宗教活動、意見広告、個人的宣伝および求人広告に関するもの
- カ 肖像権および著作権を侵害するおそれのあるもの
- キ 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするおそれのあるもの
- ク 社会的に不適切なもの
消費者被害の未然予防および拡大防止の観点から適切でないものとして、つぎのいずれかに該当するもの
- ア 誇大な表現ならびに根拠のない表示および誤認を招くような表現
例：「世界一」「一番安い」等（掲載に際しては、根拠となる資料を要する。）
- イ 射幸心を著しくあおる表現
例：「今が・これが最後のチャンス（今購入しないと次はないという意味）」等
- ウ 虚偽の内容を表示するもの
- エ 法令等で認められていない業種、商法および商品
- オ 国家資格等に基づかない者が行う療法、施術等
- カ 責任の所在が明確でないもの
- キ 広告の内容が明確でないもの
- ク 国、地方公共団体その他の公共の機関が、広告主またはその商品、サービス等を推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの
青少年保護および健全育成の観点から適切でないものとして、つぎのいずれかに該当するもの
- ア 水着姿、裸体姿等広告内容に無関係で必然性のないもの。ただし、出品作品の一例または広告内容に関連する等表示する必然性がある場合は、その都度適否を検討するものとする。
- イ 暴力または犯罪を肯定し助長するような表現
- ウ 残酷な描写等善良な風俗に反するような表現
- エ 暴力またはわいせつ性を連想、想起させるもの
- オ 違法賭博、ギャンブル等を肯定するもの
- カ 青少年の健全な心身の成長に有害なもの

7 WEBページに関する基準

広告主のWEBページにリンクをする広告（以下「バナー広告等」という。）については、区のWEBページに掲載する広告のほか、当該広告のリンク先である広告主のWEBページの内容についても、当該WEBページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部または一部を準用することができる。

他のWEBページを集合し、または情報提供することを主たる目的とするWEBページで、この基準に反する内容を取り扱うWEBページを閲覧者に斡旋または紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

バナー広告等に表示されている内容と当該広告のリンク先である広告主のWEBページの内容に十分な関連性があること。

バナー広告等から当該広告のリンク先へ遷移する際に、ユーザーの意図しない動作を行う広告は掲載しない。

例：広告主のリンク先に遷移した際にポップアップ広告が表示されるもの、WEBページを表示しているブラウザの大きさ等を強制的に変更するもの、ユーザーの意図しないソフトウェア等をダウンロードするもの等

8 責任の所在

広告には、広告主の法人格および法人名（法人格を有しない団体は代表者名）を明記するとともに、原則として所在地および連絡先を明記すること。

9 個人情報の保護

個人情報の取得を伴う業務またはサービス形態の場合は、プライバシーポリシーまたは個人情報保護に関する体制が確認できること。

10 業種ごとの基準

広告の具体的な表示内容等については、つぎの各号に掲げる業種ごとに当該各号に定める基準に照らして掲載の可否を検討のうえ判断する。

語学教室等

安易さや授業料・受講料の安価さを強調する表現は使用しないこと。

例：「一か月で確実にマスターできる」等

学習塾、予備校等（専門学校を含む。）

ア 合格率など実績を載せる場合は、事実や客観的な根拠に基づいたものとし、実績年も併せて表示すること。

イ 通信教育、講習会、塾又は学校類似の名称を用いたもので、その実態、内容、施設が不明確なものは掲載しない。

外国大学の日本校

下記の主旨を明確に表示すること。

例：「この大学は、日本の学校教育法に定める大学ではありません。」

資格講座

ア 民間の講習業者が「労務管理士」などの名称で資格講座を設け、それがあたかも国家資格であり、各企業は労務管理士を置かなければならないという誤解を招くような表現は使用しないこと。その場合は、下記の主旨を明確に表示すること。

例：「この資格は国家資格ではありません。」

イ 「行政書士講座」などの講座には、その講座だけで国家資格が取れるというような紛らわしい表現は使用しないこと。その場合は、下記の主旨を明確に表示すること。

例：「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」

ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品および材料の売りつけや資金集めを目的としているものは掲載しない。

エ 受講費用がすべて公的給付で賄えるかのように誤認される表示はしないこと。

病院、診療所、助産所

ア 広告できる事項は、医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5および6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないこと。

イ バナー広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、厚生労働省の医療機関ホームページガイドライン等の関連規程に基づいたものとする。

飼育動物の診療施設

ア 獣医療法（平成23年法律第105号）第17条の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。

イ 「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（獣医療広告ガイドライン）」（平成20年12月1日最終改正）に沿った広告内容とすること。

施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復）

ア あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律（昭和22年法律第217号）第7条又は柔道整復師法（昭和45年法律第19号）第24条の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は広告できない。

ウ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設（整体院、カイロプラクティック、エステティック等）の広告は掲載できない。

薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）

ア 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条の規定および厚生労働省の医

薬品等適正広告基準の規定ならびに各法令所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

イ 医療機器については、厚生労働省の承認番号を記載すること。

健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2、薬事法第68条、食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条、各法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示できない。

ウ 保健機能食品および特別用途食品については、広告内容が国および法令により認められている表示事項の範囲を超えていないこと。また、法令等により定められている表示すべき事項が記載されていること。

介護保険法（平成9年法律第123号）に規定するサービス、その他高齢者福祉サービス等

ア サービス全般（介護老人保健施設を除く）

(7) 介護保険の保険給付対象となるサービスとそれ以外のサービスを明確に区別し、誤解を招く表現を用いないこと。

(1) 広告掲載主体に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。

(2) その他、サービスを利用するに当たって、有利であると誤解を招くような表示はしないこと。

例：「練馬区事業受託事業者」等

イ 有料老人ホーム

アのほか、つぎの規定に適合していること。

(7) 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」に規定する事項を遵守し、別表「有料老人ホームの類型及び表示事項」の各類型の表示事項を全て表示すること。

(1) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。

(2) 公正取引委員会の有料老人ホーム等に関する不当な表示および同表示の運用基準に抵触しないこと。

ウ 有料老人ホーム等の紹介業

(7) 広告掲載主体に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等一般的なものとする。

(1) その他利用に当たって著しく有利であると誤解を招くような表示はできない。

エ 介護老人保健施設

介護保険法第98条の規定により広告できる事項以外は広告できない。

墓地等

都道府県知事または市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号および経営者名を明記すること。

不動産事業

ア 不動産事業者の広告の場合は、名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等を明記すること。

イ 不動産の取引に関する広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記するとともに、「不動産の表示に関する公正競争規約」による表示規制に従うものとする。

ウ 契約を急がせるような表示は掲載できない。

例：「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等

弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

各業に関する法令および監督団体等の定める広告規制に抵触する内容でないこと。

旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。ただし、補償については、広告内に全て記載してある必要はなく、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等があればよいものとする。

イ 不当表示に注意すること。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等

ウ その他広告表示について旅行業法（昭和27年法律第239号）第12の7および8ならびに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

通信販売業

ア 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条および第12条ならびに同法施行規則第8条から第11条までの規定に反しないこと。

イ 公益社団法人「日本通信販売協会」への加入が確認できること。

雑誌・週刊誌等

ア 適正な品位を保った広告であること。

イ 見出しや写真の性的表現などは、青少年保護等の点で適正なものであることおよび不快感を与えないものであること。

ウ 性犯罪を誘発、助長するような表現（文言、写真）がないものであること。

エ 犯罪被害者（特に性犯罪や殺人事件の被害者）の人権・プライバシーを不当に侵害するような表現がないものであること。

オ タレントなど有名人の個人的行動に関して、プライバシーを尊重し節度を持った配慮のある表現であること。

カ 犯罪事実の報道の見出しについて、残虐な言葉やセンセーショナルな言い回しを避け、不快の念を与えないものであること。

キ 未成年、心神喪失者などの犯罪に関連した広告では、氏名および写真を表示しな

いこと。

ク 公の秩序や善良な風俗に反する表現のないものであること。

映画・興業等

ア 暴力、賭博、麻薬および売春などの行為を容認するような内容のものは掲載しない。

イ 性に関する表現で、扇情的、露骨およびわいせつなものは掲載しない。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

エ 内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張した表現等は使用しないこと。

オ ショッキングなデザインは使用しないこと。

カ その他青少年に悪影響を与えるおそれのあるものは掲載しない。

キ 年齢制限等、一部規制を受けるものはその内容を表示すること。

古物商・リサイクルショップ等

ア 営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可等を受けていること。

イ 一般廃棄物処理業に係る区長の許可を取得していない場合は、廃棄物を処理できる旨の表示はできない。

例：「回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄」等

結婚相談所・交際紹介業

ア 業界団体に加盟していること。

イ 掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等を原則とすること。

ウ 公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般財団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。

労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

ア 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。

イ 出版物の広告は、主張の展開および他の団体に対して言及（批判、中傷等）するものは掲載しない。

(21) 募金等

ア 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けていること。

イ 下記の主旨を明確に表示すること。

例：「 募金は、 知事の許可を受けた募金活動です。」

(22) 質屋・チケット等再販売業

ア 個々の相場、金額等の表示はしないこと。

例： のバッグ50,000円、航空券 東京～福岡15,000円等

イ 有利さを誤認させるような表示はしないこと。

(23) トランクルームおよび貸し収納業者

ア 「トランクルーム」は国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であること。

イ 「貸し収納業者」は会社名以外に「トランクルーム」の名称を使用しないこと。
また、下記の主旨を明確に表示すること。

例：「当社の は、倉庫業法に基づくトランクルームではありません。」等

(24) ダイヤルサービス

各種ダイヤルサービスについては、サービスの内容を確認のうえ判断する。

(25) ウィークリーマンション等

営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可等を受けていること。

(26) 金融商品

ア 投資信託等

(7) 将来の利益が確実、保証されているような表現がないこと。また、利益について記載する場合は必ず予想に基づくものであることを明示すること。

(4) 元本保証がない旨等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

イ 商品先物取引および外国為替証拠金取引（FX）等

(7) 監督行政庁等の許可・登録等の商品取扱いに必要な資格を持った事業者であること。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

(4) 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。

(9) 利益保障がないことおよび損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

ウ その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、本項アおよびイの規定を準用する。

(27) その他、表示について注意を要すること

ア 割引価格の表示

割引価格を表示する場合、対象となる元の価格の根拠を明示すること。

例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等

イ 最大級表現

世界一の品質、一番安い、最高級、世界初などの最大級表現を用いる場合は、自社調べではなく、客観的に実証されているものに限ること。また、根拠となる最新の調査時期と調査機関名を併記すること。

例： 年 月 調べ

ウ 比較広告

主張する内容が客観的に実証されており、根拠となる資料の提示が可能であること。

エ 無料で参加・体験できるもの

費用がかかる場合がある場合には、その旨明示すること。

例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等

また、無料体験、無料参加以外の主体となるサービスが無いなど、ビジネスモデ

ルが不明瞭でないこと。

オ テレビ、新聞、雑誌等の媒体に掲載された旨の引用
掲載の事実を確認できる資料を提示できること。

カ 宝石の販売
虚偽の表現に注意すること。

例：「メーカー希望価格の50%引き」（宝石には通常、メーカー希望価格はない。）

キ 個人輸入代行業等の個人営業広告
必要な資格の取得状況や事務所の所在地等の実態が確認できること。

ク アルコール飲料
未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。
例：「お酒は20歳を過ぎてから」等

11 基準の施行日

この基準は平成26年4月1日より施行し、同日以降に募集を行う有料広告事業に対し適用する。