

# 広告掲出審査ガイドライン

## I 広告掲出審査の基本

### 1 広告主の信用性

広告掲出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出する。交通局は、代理店を通し広告主に対して、会社案内、法人登記簿謄本の写し、営業等許可及び登録に関する証明書、契約書等、必要な書類の提出を求めることができる。

### 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出する。

- (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) 社会や都民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。
- (6) 公共交通機関に掲出する広告にふさわしい内容であること。
- (7) 東京都又は交通局の業務に支障又は不利益を及ぼさないこと。

## 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出不可とする。

- (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) 事件の容疑者が未成年者、心神喪失者又は心神耗弱者である場合、刑法、少年法に抵触するおそれのあるもの、事件関係者の人権やプライバシーを侵害するもの、心情を損なうもの
- (8) 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出不可とする。

- (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出不可とする。

- 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出不可とする。

- 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出不可とする。

(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出不可とする。

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。

(6) 国土地理院作成の地図を使用している広告

国土地理院作成の地図を使用しているもので、国土地理院の許可を受けていないものは掲出不可とする。

#### 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 URL 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出できない。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、ティーザー広告等は、業種、広告内容等を検討の上、掲出の可否を決定する。

\* ティーザー広告

商品、商品名、価格、広告主等を隠したり徐々に発表することで、消費者の注意を引こうとする広告

(2) 注意を要する表現

① 「祭日」及び「祝祭日」は「祝日」と表記する。

② 駅名、鉄道名称、路線図又は鉄道を利用した場合の所要時間は正確なものを表記する。

③ 駅からの所要時間を表記する場合は、実態に合った時間とし、次に掲げる事項に注意する。

ア 「徒歩」「バス」等の交通手段を併せて表記する。

イ 徒歩等で1分未満の表記については、0分とは表記せず、「すぐ」などと表記する。

④ 「フェア」「セール」「予定」「募集中」等の表記がある広告は、掲出期間中に実態にそぐわなくなった場合には、速やかに撤去又は修正を行う。

⑤ 「本日開店」「本日発売」等の「本日」の表記を数日間にわたって掲出する場合は、誤解を招かないように月日などを併せて表記する。

⑥ ピクトグラムや矢印を使用するなど、交通局の業務上の案内表示と誤認するおそれのあるものは掲出不可とする。

(3) 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出不可とする。

- 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。

(4) 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出不可とする。
- 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 掲出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。ただし、広告表現上、交通局が認めたものに限り、省略することができる。

(5) 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出不可とする。

(6) 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 価格表示は、消費税法を遵守し、消費税相当額を含んだ総額表示方式とする。  
ただし、平成25年10月1日から平成29年3月31日までは、現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じている場合に限り、税込価格を表示することを要しない。

(価格表示の例)

総額表示の場合 ○〇円（税込）、○〇円（税抜き価格●円）、○〇円（うち消費税●円）

外税表示の場合 ◎◎円（税抜き）、◎◎円+税、◎◎円+●円（税）

- ③ 実売価格と比較させるために2種類の価格を併記している二重価格表示の比較対照価格は、次のいずれかに該当し、客観的な根拠がある場合に限る。また、期間、数量等の制限が

ある場合は、その事項を併せて表記する。

ア 市価（その地域の大部分の小売店で、その商品が売られている価格）

イ 希望小売価格（メーカーや総代理店が、その商品につけている小売価格）

ウ 当店旧価格又は当店通常価格（安売りする小売店が、安売り以前の相当期間にわたり商品につけていた価格）

エ 非会員価格又は会員価格（同一商品で顧客の条件に応じて差をつけている価格）

④ 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。

⑤ 「全店〇割引」などの表記をしているもので、除外品などがある場合は、下記と同じ主旨の注意文字を表記する。

（例）「一部セール除外品があります」

⑥ 広告どおりの商品が用意できない、又はそのおそれのある場合は、誤認や期待を与えないよう、下記と同じ主旨の注意文字を表記する。

（例）「商品は豊富に取り揃えておりますが、万一品切れの場合は容赦ください」

「商品によってお取り扱い時期が異なります」

⑦ 「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。

⑧ 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。

#### （7）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出不可とする。

#### （8）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。

④ 景品を提供する広告には、次に掲げる事項を表記する。ただし、ア以外の事項については、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、「詳細はお問合わせください」などの注意文字を表記する。

ア 広告主名、所在地及び電話番号

イ 提供時期、提供場所及び提供方法

ウ 内容、数量、条件等

エ 個人情報の取扱いに関する事項

⑤ 論文等を募集する懸賞広告には次に掲げる事項を表記する。ただし、ア及びイ以外の事項については、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

合わせください」などの注意文字を表記する。

ア 広告主名、所在地及び電話番号

イ 内容

ウ 応募方法

エ 審査発表方法

オ 個人情報の取扱いに関する事項

⑥ 景品類の最高額及び総額は次に掲げる表のとおりする。

ア 一般懸賞（商品、サービスの利用者に対し、くじ等により景品類を提供すること。）

懸賞による取引価格	景品類限度額	
	最高額	総額
5,000円未満	取引価格の20倍	懸賞に係る売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	

イ 共同懸賞（一定の地域、業界の事業者が共同で実施する懸賞のこと。）

景品類限度額	
最高額	総額
取引価格にかかわらず30万円	懸賞に係る売上予定総額の3%

ウ 総付景品（商品の購入者、来店者にもれなく提供する景品のこと。）

取引価格	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引金額の2/10

※ 次のような物品は、総付景品とはみなさない。

- ・商品の販売、使用及びサービスの提供に必要な物品
- ・見本及び宣伝用の物品
- ・自店、自他共通で使用できる割引券、開店披露や創業記念などで提供される記念品

エ オープン懸賞（商品の購入、サービスの利用等の条件なく誰でも応募できる懸賞のこと。）

提供できる経済上の利益の最高額
上限なし

※ 次のような店舗に応募用紙を設置するとオープン懸賞として認められない。

- ・製造者が資本の大半を出資している店舗
- ・製造者がフランチャイズ契約をしている店舗
- ・当該店舗への入店者の大部分が製造者の商品の取引相手となる店舗

(9) クーポン（割引券、見本等請求券、資料請求券）、見本品、試供品付きの 広告

① 独占禁止法、景品表示法、個人情報保護法及び公正競争規約等を遵守する。

② 改札口付近、階段、ホーム上など、旅客の安全な通行を妨げる場所は、掲出不可とする。

- ③ 食品、身体に影響を与える化粧品等を見本品、試供品とする広告は、広告主が手渡しできる場合に限る。
- ④ 券や商品を切り取った後の広告が、安全でかつ美観を損なわないように注意する。
- ⑤ クーポンの券面には、次に掲げる事項を表記する。
  - ア 広告主名、実施店舗名称、所在地及び電話番号
  - イ 割引対象商品又は役務
  - ウ 割引額又は割引率
  - エ 使用有効期限
  - オ 使用条件その他重要事項
- ⑥ 見本品や試供品は、「見本品」又は「試供品」であること、広告主名及び問合せ先を包装面に表記する。

(10) URL等を表記する広告

- ① 猥褻なサイトへのリンクが貼られているものについては掲出不可とする。
- ② 二次元バーコード（QRコード等）の表示は、駅構内において旅客の安全な通行を妨げる場所は、掲出不可とする。また、車内広告は、ドアステッカー及びツインステッカーのみ掲出を可とする。その場合、次に掲げるマナーに関する表記を記載する。
  - \* 「車内の携帯電話のご利用マナーにご協力ください。」
- ③ 車内において、携帯電話、携帯情報サービス及び「今すぐアクセス」など携帯電話の使用を強く促す表現のある広告については、次に掲げるマナーに関する表記を記載する。
  - \* 「優先席付近では、混雑時には携帯電話の電源をお切りください。また、それ以外の場所では、マナーモードに切替え、通話をご遠慮願います。」又は「車内の携帯電話のご利用マナーにご協力ください。」

(11) タイアップ広告、連合広告

- ① 共通のテーマのもと複数の広告主が個々の広告を展開する連合広告は、原則として掲出不可とする。ただし、企画書等により必然性があると交通局が判断したものに限り、媒体、広告主数、表現等を検討の上、掲出の可否を決める。
- ② 複数企業が相互協力し、相乗効果を目的として共同で展開するタイアップ広告は、企画書等により必然性があると交通局が判断したものに限り、掲出可とする。
- ③ 車両ごとに連合内容又は広告主が異なる広告を掲出するような広告枠の使用（いわゆる小分け販売）は掲出不可とする。

### Ⅲ 業種、商品ごとの表示規制

#### 1 不動産の広告

##### 【主な関係法令】

宅地建物取引業法、公正競争規約、都市計画法、建築基準法、国土利用計画法、景品表示法、独占禁止法

- (1) 宅地建物取引業法による免許番号を得ていない広告主は取り扱わない。
- (2) 不動産業の広告には次に掲げる事項を表記する。ただし、国又は地方公共団体の出資法人（独立行政法人都市再生機構、東京都住宅供給公社等）は除く。
  - ① 広告主、事業主体者の名称、所在地及び電話番号
  - ② 宅地建物取引業法による免許証番号
- (3) 具体的な不動産の広告には、「物件名」及び「取引態様（売主、販売代理、貸主、仲介、媒介等）」を表記する。
- (4) 顧客を誘引することを目的としたいわゆる「おとり」の広告は掲出不可とする。
- (5) 投機的内容や表現又は過度な期待を与える表現の広告は掲出不可とする。
- (6) 「特選」「厳選」等、一定の基準により選別されているかのような表現は、客観的な根拠の裏付けがない場合は使用できない。
- (7) 係争中の物件は掲出不可とする。

#### 2 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出不可とする。
  - 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出不可とする。
  - 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出不可とする。  
(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出不可とする。  
(例)「〇〇病院で臨床テスト」「厚生労働省が認めた〇〇」「〇〇小学校選用」
  - ⑦ 不安感を与えるおそれのある表現は掲出不可とする。  
(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出不可とする。

(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出不可とする。

⑩ 医薬品、化粧品又は健康食品が混在している広告は掲出不可とする。

#### (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」の広告は掲出不可とする。

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出不可とする。

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出不可とする。

(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出不可とする。

#### (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出不可とする。

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出不可とする。

③ 医薬品の印象を与える表現は掲出不可とする。

#### (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出不可とする。

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出不可とする。

(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、避妊具等）の広告

① 飲食店、食品系自動販売機等、食品を扱う場所の付近には掲出不可とする。

② 商品の中身の露出は避け、不快感を起ささないように注意する。

③ 使用感や性行為に関する露骨な表現は掲出不可とする。

④ 性行為を安易に助長する表現は掲出不可とする。

⑤ 吊手広告は掲出不可とする。

### 3 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出不可とする。

(例)「飲みやすい錠剤」「服用」「副作用」「漢方秘伝〇〇」

(2) 医薬品的な効能、効果を標榜しているものは掲出不可とする。

(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出不可とする。
- (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出不可とする。  
(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出不可とする。
- (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出不可とする。
- (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。

#### 4 浄水器等の広告

##### \* 浄水器

ろ材又は逆浸透膜を用いて水道水中の溶存物質などを減少させる機能をもつ水処理器具

##### 【主な関係法令等】

##### 景品表示法

- (1) 虚偽及び誇大な表現又は非科学的な根拠などにより、誤認を与える表現は掲出不可とする。
- (2) 浄水器については、日本工業規格（J I S）に規格化された性能試験を経てその性能が実証されているものに限り取り扱う。
- (3) 「活水器」等、浄水器以外の名称を使用するもの又は効果を表示するものは掲出不可とする。

#### 5 治験の被験者募集の広告

##### 【主な関係法令等】

医薬品医療機器等法、医療法、医療広告ガイドライン、

治験に係わる被験者募集のための情報提供要領（日本製薬工業協会）

- (1) 広告主の実績や広告内容、媒体を検討の上、掲出の可否を決める。
- (2) 厚生労働大臣に治験の計画を届け出していないものの広告は掲出不可とする。
- (3) チラシを無理やり手渡すなどの強制的な方法によるものは掲出不可とする。
- (4) 次のいずれかに該当するものは掲出不可とする。
  - ① 治験薬の名称、治験記号
    - ※ 医療機関の広告の場合は可。ただし、治験の対象となる疾患名を除いた具体的な治療効果に関すること又は国内外での販売名（商品名）は不可。
  - ② 治験である旨を説明せずに、「新しい薬」「新しい治療」「新しい医療」のように表記すること。
  - ③ 予定される効能又は効果について、「〇〇の疾患に効果あり」「〇〇の症状を改善する」などの効果を暗示する表現。ただし、「抗〇〇薬」などのような一部の表現は可。
  - ④ 虚偽又は誇大な表現
  - ⑤ 他社の治験薬及び製品を誹謗するような表現
  - ⑥ 医薬、薬学の専門家などが保証や推薦したものと誤解を与える表現
  - ⑦ 不快、不安等の感じを与える表現

- ⑧ 品質が良い、効能効果がある、安全であるなどを暗示させる内容及び誤解を招く表現
- ⑨ 品位を損なうような表現
- ⑩ 金銭の支払いによって誘引するような表現
- ⑪ 金銭の標記を誇張するなど、広告の品位を損なうような表現
- ⑫ 治験の参加が高額アルバイトと認識されるような表現

(2) 原則として、次に掲げる事項を表記する。

- ① 募集主名、所在地、電話番号
- ② (募集主と異なる場合) 広告主名
- ③ 治験の被験者募集広告である旨
- ④ 治験内容
- ⑤ 対象疾患名、症状名
- ⑥ 対象基準
- ⑦ 募集期間

## 6 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出不可とする。

- 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) 助産師の業務又は助産所に関する事項は、次に掲げる項目を除き掲出不可とする。

- ① 助産師であること。
- ② 助産所の名称、電話番号、所在場所、管理者の氏名
- ③ 就業の日時又は予約業務の実施の有無

- ④ 入所施設の有無、その定員、助産師その他従業者数、施設、設備、従業者に関する事。
  - ⑤ 助産師の氏名、年齢、役職、略歴その他医療の適切な選択に資する事項。
  - ⑥ 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。
  - ⑦ 嘱託する医師の氏名、病院、診療所の名称その他業務に係る連携事項。
  - ⑧ 助産録に係る情報提供その他医療に関する情報の提供に関する事項。
- (3) 職員の募集をしている広告で、患者の誘引と判断されるものは掲出不可とする。
- (4) 病院、診療所の広告と他の広告（ビデオ、出版物、店舗等）とを混在させることは不可とする。
- (5) 出版物やビデオの広告の中で、著者や監修者などとして医師や病院名を表記する必要がある場合は、広告主名より小さく目立たないようにし、住所、電話番号等は表記不可とする。

## 7 あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師又は柔道整復師の施術所の広告

### 【主な関係法令等】

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、柔道整復師法

- (1) 都道府県知事に開設の届け出をしていない施術所は取り扱わない。
- (2) あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業若しくはきゅう業又はこれらの施術所に関する事項は、次に掲げる項目を除き掲出不可とする。
- ① 施術者であること、氏名及び住所
  - ② 業務の種類
  - ③ 施術所の名称、電話番号及び所在場所
  - ④ 施術日又は施術時間
  - ⑤ その他厚生労働大臣が指定する下記事項
    - ア もみりょうじ
    - イ やいと、えつ
    - ウ 小児鍼（はり）
    - エ 医療保険療養費支給申請ができること（医師の同意が必要なことを明示する場合）
    - オ 予約に基づく施術の実施
    - カ 休日又は夜間における施術の実施
    - キ 出張による施術の実施
    - ク 駐車設備に関する事項
- (3) 柔道整復の業務又は施術所に関する事項は、次に掲げる項目を除き掲出不可とする。
- ① 柔道整復師であること、氏名及び住所
  - ② 施術所の名称、電話番号及び所在場所
  - ③ 施術日又は施術時間
  - ④ その他厚生労働大臣が指定する下記事項
    - ア ほねつぎ（又は接骨）
    - イ 医療保険療養費支給申請ができること（脱臼又は骨折の施術に係る申請については、医師の同意がことを明示する場合）

- ウ 予約に基づく施術の実施
- エ 休日又は夜間における施術の実施
- オ 出張による施術の実施
- カ 駐車設備に関する事項

## 8 整体、カイロプラクティック等医業類似行為及び民間療法の広告

### 【主な関係法令等】

#### 医師法

- (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、掲出の可否を決定する。
- (2) 次のいずれかに該当するものは、掲出不可とする。
  - ① 医療行為を行っている広告主の広告
  - ② 非科学的な根拠に基づいている治療の広告
  - ③ 医療行為であるかのような誤認を与える表現又は医学的な効果を得られるかのような表現があるもの
  - ④ あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師又は柔道整復師が行う施術行為であるような誤認を与える表現があるもの
  - ⑤ 施術の効果について、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
  - ⑥ 利用者等からの苦情、業務上のトラブル等が発生し、当局が不相当と判断したもの

## 9 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、きゅ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、掲出の可否を決定する。
- (2) 次のいずれかに該当する医療行為に関する広告は取り扱わない。ただし、医師が行う医療行為は除く。
  - ① 高周波、電磁波、メス等の利用
  - ② レーザー治療又は施術（しみ、ほくろ等）
  - ③ 耳たぶ痩身法
  - ④ 永久脱毛
  - ⑤ アートメイク
  - ⑥ レーザー光線その他の強力なエネルギーを有する光線を使用した脱毛
  - ⑦ ケミカルピーリング（しみ、そばかす、ほくろ、あざ、しわ等の表皮剥離）
  - ⑧ その他、厚生労働省が医業に該当するとしている事項
- (3) 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出不可とする。  
(例)「アトピーを治す」「腰痛改善」

- (4) 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出不可とする。
- (5) 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出不可とする。  
(例)「寝ているだけで痩せられる」「みるみるうちにスリムに」
- (6) 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ような誇大表現は掲出不可とする。  
(例)「完璧」「絶対」「永久」「保証」「必ず」「〇日で〇キロ痩せられる」
- (7) 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出不可とする。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。  
(例)「個人差があります」
- (8) 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。
- (9) 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出不可とする。
- (10) サウナ設備がある広告主は、保健所の許可を得ていること。許可を得ていない広告主は取り扱わない。
- (11) 利用者からの苦情や業務上のトラブル等、交通局が不相当と判断したものは掲出不可とする。

## 10 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、掲出不可とする。

## 11 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、掲出の可否を決定する。
- (2) 「植毛」等の医療行為の広告は、掲出不可とする。
- (3) 次のいずれか該当するものは、掲出不可とする。
  - 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  
(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
- (4) 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。  
(例)「個人差があります。」
- (5) 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。

## 1.2 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、掲出不可とする。
  - 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

## 1.3 ペットビジネス（ペットショップ、ペットシッター、ペットカフェ、ペットタクシー、ペットホテル、ペット美容院等）の広告

### 【主な関係法令等】

動物の愛護及び管理に関する法律、医薬品医療機器等法、動物用医薬品等取締規則

- (1) 喫茶店営業、飲食店営業等を行うペットカフェ等について、飲食店営業許可を得ていない広告主は取り扱わない。
- (2) ペットタクシーについて、道路運送法に定める事業許可を得ていない広告主は取り扱わない。
- (3) 原則として、次に掲げる事項を表記する。
  - ①動物取扱業の種別(販売・保管・貸出し・訓練・展示)
  - ②登録番号、登録年月日、登録有効期間の末日
  - ③動物取扱責任者の氏名

## 1.4 有料老人ホーム、老人介護関係、高齢者向け住宅等の広告

### 【主な関係法令等】

老人福祉法、社会福祉法、介護保険法

- (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、掲出の可否を決定する。
  - ② 原則として、許可、届け出等の行政機関への法的手続きを完了していないもの、施設が完成していないものの広告は、掲出不可とする。
- (2) 有料老人ホーム
  - ① 入居者募集の広告には次に掲げる事項を表記する。ただし、カからサの事項については、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、「詳細はお問合わせください」等の注意文字を表記する。
    - ア 広告主又は事業主体者の名称、所在地及び電話番号
    - イ 施設の名称、所在地及び電話番号
    - ウ 次のいずれかの類型
      - 「介護付有料老人ホーム」（一般型又は外部サービス利用型特定施設入居者生活介護）
      - 「住宅型有料老人ホーム」「住宅型有料老人ホーム」「健康型有料老人ホーム」
  - エ 次のいずれかの居住の権利形態または入居可能期間

「賃貸方式」「終身賃貸方式」「終身利用権方式」

- オ 次のいずれかの入居時の要件及び年齢等の資格
  - 「入居時自立」「入居時要介護」「入居時自立・要介護」
- カ 募集人数
- キ 施設の規模（居室数、居室定員等）、構造及び居室面積
- ク 入居可能期間
- ケ 入居金、介護費用及び月額費用
- コ 入居金返還の規定
- サ 最寄りの交通機関と施設までの距離又は所要時間

② 「ケア付き」「介護付き」等の表記ができるのは、都道府県より「特定施設入居者生活介護事業者」又は「介護予防特定施設入居者生活介護事業者」の指定を受けていることが確認できたものに限る。

(3) 老人ホームの類似施設（グループホーム、宅老所等）の広告

- ① 有料老人ホームであるかのような誤認を与える表現は掲出不可とする。
- ② 入居者募集の広告には次に掲げる事項を表記する。ただし、カからサの事項については、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、「詳細はお問合わせください」等の注意文字を表記する。

- ア 広告主又は事業主体者の名称、所在地及び電話番号
- イ 施設の名称、所在地及び電話番号
- ウ 入居などの可能期間
- エ 入居可能期間
- オ 生活支援サービス内容及び生活支援サービスを行なう事業者の名称と事業主体者との関係
- カ 募集数
- キ 入居等の要件及び年齢等の資格
- ク 施設の規模、構造及び居室面積
- ケ 入居金及び月額費用
- コ 入居金返還の規定
- サ 最寄りの交通機関と施設までの距離又は所要時間

(4) 介護保健施設、介護サービス事業者等の広告

＊「介護保健施設」

介護老人保健施設：介護保険法に基づく開設許可。要介護者に対し、看護、医学的管理の下における介護及び機能訓練その他必要な医療並びに日常生活上の世話をを行うことを目的とした施設。介護老人福祉施設よりもスタッフ、看護師、医師の配置が多い。

介護老人福祉施設：老人福祉法に基づいて認定された特別養護老人ホームを指定。要介護者に対し、入浴、排せつ、食事等の介護その他の日常生活上の世話、機能訓練、健康管理及び療養上の世話をを行う施設。形態は、特別養護老人ホーム、老人保健施設、療養型医療施設、グループホームなどの入所型、



通所介護、通所リハビリテーション、短期入所療養介護、短期入所生活介護などの在宅型がある。

介護療養型医療施設：医療法に基づき許可された病院又は診療所の療養型病床群等を指定。療養病床等を有する病院又は診療所であって、要介護者に対し、施設サービス計画に基づいて、療養上の管理、看護、医学的管理の下における介護その他の世話及び機能訓練その他必要な医療を行うことを目的とする施設。

＊「介護サービス事業者」

介護保険法に基づいて高齢者を対象に介護サービスを行なう居宅サービス事業者（訪問介護、訪問看護、通所リハビリテーションなど）、居宅介護支援事業者等。業態により厚生労働大臣、都道府県、市町村への届出を必要とする。

- ① 広告主名、所在地及び電話番号を表記する。
- ② 介護老人保健施設は、介護保険法により定められている次に掲げる項目を除き掲出不可とする。
  - ア 施設の名称、所在地及び電話番号
  - イ 施設に勤務する医師及び看護師の氏名
  - ウ 施設及び構造設備に関する事項
  - エ 職員の配置員数
  - オ 提供されるサービスの種類（医療内容を除く）
  - カ 利用料の内容
  - キ その他都道府県知事の許可を受けた事項

(5) 高齢者向け住宅の広告

- ① 有料老人ホームであるかのような誤認を与える表現は掲出不可とする。
- ② 入居者募集の広告には次に掲げる事項を表記する。ただし、オからケの事項については、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、「詳細はお問合わせください」等の注意文字を表記する。
  - ア 広告主名、所在地及び電話番号
  - イ 施設の名称、所在地及び最寄りの交通機関と施設までの距離又は所要時間
  - ウ 居住の権利形態
  - エ 施設の規模、構造及び居室面積
  - オ 生活支援サービスの内容及びサービスを行う事業者名（業務委託の場合はその業者名）
  - カ 募集数
  - キ 入居資格又は条件
  - ク 入居可能時期
  - ケ 購入価格、賃貸料又はそれ以外に係る月額費用

## 15 保育施設の広告

### 【主な関係法令等】

児童福祉法

- (1) 認可、届出等、行政機関への法的手続きを行っていない広告主は取り扱わない。
- (2) 原則として、募集広告には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 募集数
  - ③ 入園又は入所対象者

## 16 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、掲出の可否を決める。
- 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出不可とする。

#### (2) 学校、塾、養成所、講座等

- ① 職業安定法に基づく職業紹介の許可なく、就職のあっせん、仲介を行っている広告主は取り扱わない。
- ② 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。
- ③ 「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。
- ④ 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出不可とする。
- ⑤ タレント養成機関等の広告で、客観的な根拠の裏付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出不可とする。
- ⑥ 合格者数、合格率、就職人数、就職率、最大級表現等に、客観的な根拠の裏付けがない場合は掲出不可とする。
- 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出不可とする。
- 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、客観的な根拠の裏付けがない場合は掲出不可とする。
- 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出不可とする。
- ⑩ 外国に本校又は本部のある学校の日本校の生徒募集の広告については、当該学校が、学校教育法に基づく学校ではないことを表記する。

#### (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。ただし、企業のPR広告をメインとした広告で、スペース上の理由から一部を省略する場合は、「請求によりこれらの事項を記載したカタログを遅滞なく提供する」旨を表記すること。
  - 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

④ 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出不可とする。

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出不可とする。

#### （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

### 17 レジャー施設（スポーツクラブ、リゾートクラブ、ゴルフ場等）の会員権募集の広告

#### 【主な関係法令等】

都市計画法、建築基準法、ゴルフ場等に係る会員規約の適正化に関する法律

（１）広告主の実績、事業計画、募集体制及び施設等の完成度を検討の上、掲出の可否を決める。

（２）原則として、事業が計画段階のもの、許可、届出等の行政機関への法的手続きを完了していないもの、施設が完成していないものの広告は、は掲出不可とする。

（３）区分所有権の移転を伴う広告は、宅地建物取引業法を遵守する。

（４）客観的な根拠の裏付けもなく、将来の利益を保証するような誤認期待を与える表現は掲出不可とする。

（５）原則として、次に掲げる事項を表記する。ただし、一般の広告の中で募集を併せて行う場合、

①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、「詳細はお問合わせください」等の注意文字を表記する。

① 募集主（広告主）の名称、所在地及び電話番号

② 募集している施設名称、所在地、電話番号及び交通機関（最寄り駅及び所要時間）

③ 総会員数及び今回の募集会員数（リゾートクラブの場合は収容人員及び室数）

④ 会員権の種類及びその権利内容（預託会員制又は共有会員制の別）

⑤ 入会時に必要な金額及びその内訳

⑥ 預託金の据置期間及び据置期間後の措置

⑦ 会費、利用料等その他に係る費用

⑧ 会員権の譲渡の可否及び制限

⑨ 利用開始期間

⑩ 利用制限等の特別な制約条項がある場合はその事項。（リゾートクラブの場合は、年間に利用できる日数や宿泊料金）

⑪ 施設の規模及び構造

## ⑫ 会員の業務、権利等の必要な事項

### 18 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出不可とする。
- 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出不可とする。
- 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出不可とする。
- ④ 会員の募集、投票券等の購入に関する広告には、次に掲げる主旨の注意文字を表記する。  
(例)「18歳未満の方は、ご入会できません。」

「学生、生徒または未成年者は、勝馬投票券の購入及び〇〇会へのご入会はできません。」

- ⑤ 広告付きバス停留所は、掲出不可とする。また、全ての車体広告については、イメージ広告に限ることとし、「競走馬」、「レース名」、「開催日」等を直接表記することは不可とする。
- ⑥ 原則として、勝敗予想ソフト等の広告は掲出できない。ただし、投票券売場の最寄り駅に限り、1駅につき駅貼りB1換算4枚を限度として掲出可とする。

#### (2) パチンコ又はスロットに関する広告

原則として、取り扱わない。

### 19 運輸業の広告

交通局の事業と著しく競合している広告は、広告内容、媒体及び掲出位置を検討の上、掲出の可否を決定する。

### 20 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出不可とする。

### 21 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、掲出の可否を決める。

(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
  - ウ 金銭の貸付け（手形の割引及び売渡担保を除く。）は次の事項
    - (ア) 返済の方法並びに返済期間及び返済回数
    - (イ) 賠償額の予定（違約金を含む。）に関する定めをする場合における当該賠償額の元本に対する割合（年率を百分率で小数点以下一位まで表示したもの）
    - (ウ) 担保に供することが必要な場合における当該担保に関する事項
    - (エ) 主な返済の例
  - エ 金銭の貸借の媒介  
媒介手数料（金銭の貸借の媒介を行う者が、その媒介に関し受け取る全ての金銭のこと。）の計算方法（媒介手数料の割合）
  - オ 広告に表示する営業所又は事務所の電話番号その他連絡先のいずれかを併記すること。
    - (ア) 電話番号
    - (イ) ホームページアドレス
    - (ウ) 電子メールアドレス
  - カ 多重債務者や自己破産者の増加を防止する目的で、次の例と同じ主旨の注意文字  
(例)「使い過ぎ借りすぎに注意しましょう。」「ご利用は計画的に」
- ③ 無人契約機、無人コーナー、自動契約機等の広告には、次の例と同じ主旨の注意文字を表記する。
  - (例)「自動契約機も店頭と同様の審査を行っています。」
- ④ テレホンローンや振り込みローンの広告には、次の例と同じ主旨の注意文字を表記する。
  - (例)「テレホンローン（振り込みローン）も店頭と同様の審査を行っています。」
- ⑤ 学生ローン等、未成年者を対象にしているものは掲出不可とする。
- ⑥ 貸金業法第16条により、次のいずれかに該当する表記は掲出不可とする。
  - ア 貸付利率及びその他条件について、著しく事実に相違及び実際よりも著しく有利であると誤認させる表記
  - イ 利用者を誘引することを目的とした特定の商品を当該貸金業者の中心的な商品であると誤解させるような表記
  - ウ 他の貸金業者の利用者又は返済能力がない者を対象として勧誘する旨の表記
  - エ 借入が過度に容易であることを強調し、利用者の借入意欲をそそるような表記
  - オ 公的年金及び手当等の受給者の借入意欲をそそるような表記
  - カ 利用者の利益保護に欠けるおそれのある表記
- ⑦ 媒体別の掲出制限は、次に掲げるとおりとする。
  - ア 都電、バス及び新交通の車内広告の同時掲出枚数は、広告主数及び媒体の種類に係わら

ず、1両につき4枚の掲出を限度とする。

イ 地下鉄の車内広告の同時掲出枚数は、広告主数及び媒体の種類に係わらず、1両につき6枚の掲出を限度とする。

ウ 都電停留場及び新交通の看板の同時掲出枚数は、広告主数に係わらず1停留場につき2面を限度とする。

エ 新交通及び地下鉄の駅ばりの同時掲出枚数は、広告主数に係わらず1駅につきB1換算で4枚を限度とする。なお、特殊展開については、広告内容を検討の上、掲出の可否を決定する。

オ 地下鉄の看板、構内ボードの同時掲出枚数は、広告主数に係わらず1駅につき8面を限度とする。

カ 全ての車体広告及び広告付きバス停留所は、掲出不可とする。

### (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。

ウ 金融商品取引業の内容に関する事項であって、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なこと。

(ア) 金融商品取引契約に関して顧客が支払うべき手数料、報酬その他対価の種類ごと又は合計の金額若しくは上限額又は計算方法の概要。

(イ) 金融商品取引契約に関して顧客が預託すべき委託証拠金その他報奨金。

(ウ) デリバティブ取引及び信用取引（以下「デリバティブ取引等」という。）の額が、顧客が預託すべき委託証拠金その他報奨金の額を上回る可能性がある場合は次の事項。

i デリバティブ取引等の額が保証金等の額を上回る可能性がある旨。

ii デリバティブ取引等の額に対する比率、比率が算定できない場合はその旨。

(エ) 顧客が行う金融商品取引行為について金利、通貨の価格、金融市場における相場その他指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずるおそれのある場合は次の事項。

i 指標

ii 指標に係る変動により損失が生ずるおそれのある旨及び理由

(オ) (エ) の損失の額が保証金額等の額を上回るおそれのある場合は次の事項

i (エ) の指標のうち元本超過損を生じさせる原因となるもの

ii (ア) に掲げるものに係る変動により元本超過損が生ずるおそれのある旨及び理由

(カ) 店頭デリバティブ取引で、金融商品の売付け価格と買付け価格に差がある場合はその旨。

② 金融商品取引を行うことによる利益の見込み等について、著しく事実に相違する表示又は著しく人を誤認させるような表示を行ってはならない。

### (4) 保険の広告

(3) の定めのほか、事業説明、組織変更後の事業説明、基金の募集について虚偽の記載を行ってはならない。

### (5) 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かのような誇大表現や、過度に投資を煽るような表現は不可とする。
- (6) 割賦販売に関する表現
- ① 原則として、商品先渡し方式(後払い式)でないものの広告は、掲出不可とする。ただし、前払い式で経済産業大臣の許可を受けた広告主については、この限りでない。
  - ② 包括信用購入あっせん業者(包括クレジット)又は個別信用購入あっせん業者(個別クレジットカード業者)で、経済産業省への登録又は許可を得ていない広告主は取り扱わない。
  - ③ 割賦販売の広告には、次に掲げる事項を表記する。
    - ア 商品若しくは権利の現金販売価格又は役務の現金提供価格
    - イ 商品若しくは権利の割賦販売価格又は役務の割賦提供価格
    - ウ 割賦販売に係る代金又は対価の支払期間及び回数
    - エ 割賦販売の手数料の料率
    - オ カード等を利用者に交付又は付与する場合は、前各項目に加え、利用者が弁済すべき時期及び弁済時期後との弁済額の算定方法
  - ④ ローン提携販売の広告には、次に掲げる事項を表記する。
    - ア 借入金の返還(利息の支払を含む。)の期間及び回数
    - イ 借入金の利息その他手数料の料率
    - ウ 同項⑤の事項
  - ⑤ 包括信用購入あっせんの広告には、次に掲げる事項を表記する。
    - ア 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払期間及び回数
    - イ 包括信用購入あっせんの手数料の料率
    - ウ 同項⑤の事項
  - ⑥ 個別信用購入あっせんの広告には、次に掲げる事項を表記する。
    - ア 商品若しくは権利の現金販売価格又は役務の現金提供価格
    - イ 購入者又は役務の提供を受ける者の支払総額
    - ウ 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の全部又は一部の支払期間及び回数
    - エ 個別信用購入あっせんの手数料の料率
- (7) ビットコインの広告
- ビットコインの広告は取り扱わない。または実態としてビットコインと類似サービスとみられる広告は取り扱わない。

## 2.2 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) 共通規制

- 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 掲出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、掲出の可否を決める。
- ③ 貸金業者であるかのような誤認を与える表現は掲出不可とする。
- ④ 当局が発行している乗車券類を販売していることが明らかな広告主は掲出不可とする。

#### (2) クレジットカードのショッピング枠の現金化サービスなど、業務実態が換金目的と判断した広告は取り扱わない。

## 2.3 たばこ関連の広告

### 【主な関係法令等】

たばこ事業法、健康増進法

#### (1) たばこの製品広告は取り扱わない。

#### (2) たばこ会社の企業活動に係る広告及び禁煙補助剤等たばこ成分を含む製品広告については、広告内容を検討の上、掲出の可否を決定する。その場合、喫煙を促進しているかのような誤解を招く表現は掲出不可とする。

#### (3) たばこ製品広告以外の広告（映画、漫画等）で喫煙あるいは使用している表現があるもの、未成年者に対して喫煙を促進していると判断されるもの又はたばこ事業法に規定するたばこの消費及び健康上の注意文言の主旨に反するものは掲出不可とする。

#### (4) taspo「タスポカード」の取扱いについて

未成年者喫煙防止の制度の周知を図ることを目的とした広告に限り、内容を検討の上、掲出を可とする。

## 2.4 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

#### (1) 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歳を過ぎてから」
- \* 「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。」

#### (2) 媒体別のアルコール飲料の取扱いについては、次に掲げるとおりとする。

- ① 都電の貸切広告電車及び地下鉄のメディアライナーは、掲出不可とする。
- ② 車体広告は、掲出不可とする。
- ③ 新交通及び地下鉄の自動改札ステッカー、改札内の柱巻広告は掲出不可とする。
- ④ 広告付きバス停留所については、広告付きバス停上屋広告デザイン審査統一基準及び広告付きバス停上屋広告掲出審査統一基準に基づき審査する。



## 25 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) 出版物等の広告で、選挙の事前運動にあたり、売名行為と判断されるものは掲出不可とする。
- (2) 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。
- (3) 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出不可とする。
  - ① 政党又は政治団体が発行する機関紙又は新聞等の広告
  - ② 政党又は政治団体の主義主張を表明しているもの
  - ③ 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出を可とする。

## 26 労働組合の広告

原則として、取り扱わない。

## 27 NPO法人、市民団体等の非営利事業の広告

### 【主な関係法令等】

特定非営利活動促進法（以下、「NPO法」という。）

- (1) 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、事業内容や広告内容等を検討の上、掲出の可否を決める。
- (2) NPOに関する広告は、内閣府又は都道府県より設立の認証を受けた法人に限り掲出可とし、内閣府又は都道府県の認証番号を表記する。
- (3) 広告主が実態として宗教、政治、思想団体である場合は掲出不可とする。
- (4) 弁護士会、司法書士会、行政書士会、公認会計士会、税理士会等国家資格取得者の団体が行う非営利事業については、掲出を可とする。

## 28 個人広告

原則として取り扱わない。ただし、交通局が妥当と判断したものに限り、広告内容等を検討の上、掲出の可否を決める。

## 29 意見広告

- (1) 原則として、掲出不可とする。ただし、交通局が妥当であると判断したものに限り、広告内容等を検討の上、掲出の可否を決める。
- (2) 出版物の広告において、広告表現の一部に意見にあたる文言を入れたものについては、意見広告とみなす。
- (3) その他、「27 NPO法人、市民団体等の非営利事業の広告」の判断基準を適用する。

### 30 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、掲出の可否を決定する。
- (2) 原則として、催事案内、施設案内又は出版広告に限り掲出を可とする。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、掲出不可とする。
  - 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、掲出の可否を決定する。

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、掲出を許可する。
- (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、掲出の可否を決定する。

(例)「学問の神様」「合格祈願」「厄除け」「七五三」「節分会」「初詣」
- (4) 特定の宗教の象徴や信仰の対象物、寺社仏閣、御神体、墓地・納骨堂等の表現は、尊厳を傷つけると判断される位置（床面、トイレ内等）への掲出は不可とする。
- (5) 特定の宗教の名称、シンボルマーク、教義などを無断で使用しているものや、パロディ化して尊厳を傷つけるおそれのあるものは掲出不可とする。
- (6) 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出不可とする。

### 31 墓地・納骨堂、斎場、仏壇・仏具業、葬祭業の広告

#### 【主な関係法令等】

墓地、埋葬等に関する法律、建築基準法、宗教法人法

- (1) 自治体の許可を得ていない墓地・納骨堂の広告は取り扱わない。
- (2) 掲出時点の広告主の実績、運営体制、広告内容を検討の上、掲出の可否を決定する。
- (3) 床面、トイレ内等、尊厳を傷つけると判断される位置への掲出は不可とする。
- (4) 墓地の広告は自治体の条例、指導要綱等を遵守する。
- (5) 次のいずれかに該当又は該当するおそれのあるものは、掲出不可とする。
  - ① 写真又はイラスト等により、遺影や位牌等が確認できるもの
  - ② 不快感や恐怖心を起こさせるもの
- (6) 墓地・納骨堂の募集広告には次に掲げる事項を表記する。ただし、③から⑧の事項については、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、「詳細はお問合わせください。」などの注意文字を表記する。
  - ① 広告主、事業主体者、施設の名称、所在地及び電話番号
  - ② 墓地管理事務所の名称、所在地及び電話番号
  - ③ 総区画数、今回売出しの公募数、1区画当たりの面積及び価格（永代使用料）

- ④ 墓地管理維持に必要な費用
- ⑤ 最寄りの交通機関と施設までの所要時間又は距離
- ⑥ 申込条件（宗教宗派に関する制限等）
- ⑦ 広告有効期限

### 3.2 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、掲出の可否を決定する。
- (2) 虚偽又は誇大な表現により誤認を与える表現は掲出不可とする。
- (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こさせるものは掲出不可とする。
- (4) 医療行為にあたるものは掲出不可とする。

### 3.3 風俗営業（接待飲食業、遊技場等）及び性風俗特殊営業の広告

#### 【主な関係法令等】

刑法、軽犯罪法、売春防止法

風俗営業等の規制及び適正化等に関する法律（以下「風適法」という。）

東京都青少年の健全な育成に関する条例

- (1) 風適法第2条第5項に定める性風俗関連特殊営業に該当する業種に類する広告は掲出不可とする。
- (2) 風適法第2条第1項に定める風俗営業の第1号営業及び第2号営業に該当する店舗の広告は、掲出不可とする。
- (3) 上記(1)、(2)以外の風俗営業については、営業実態、サービス内容、広告内容等を検討の上、掲出の可否を決める。ただし、パチンコ屋については、原則として取り扱わない。
- (4) 店内風景、遊戯中の様子若しくは娯楽性を強調した表現又は具体的な遊び方等は原則として掲出不可とする。
- (5) 年齢制限がある場合はその事項を表記する。
- (6) 営業時間は、所轄の警察署の許可を得ているものを表記する。
- (7) 品位や美観を損なわないように注意する。
- (8) 風適法に基づく性風俗特殊営業届出の有無に係わらず、実態として客の性的好奇心をそそる可能性が高い役務を提供するものについては取り扱わない。
- (9) 業務について、性風俗特殊営業を行っている疑いのある業者の広告は掲出不可とする。
- (10) いわゆるメイド喫茶等、コスプレ系飲食店については、実態として接待を伴う場合、掲出不可とする。

[参考] 法令に基づく風俗営業及び性風俗特殊営業の定義

- ① 風俗営業（風適法第2条第1項）

種別	営業形態	営業内容
接待飲食等営業 (第2条第41項)	キャバレー、料理店、社交飲食店等 (1号営業)	キャバレー、待合、料理店、カフェー、クラブその他設備を設けて客の接待をして客に遊興又は飲食をさせる営業
	低照度飲食店 (2号営業)	喫茶店、バーその他設備を設けて客を飲食させる営業で、国家公安委員会規則で定めるところにより計った営業所内の照度を10ルクス以下として営むもの
	区画席飲食店 (3号営業)	喫茶店、バーその他設備を設けて客に飲食をさせる営業で、他から見通すことが困難であり、かつ、その広さが5平方メートルである客席を設けて営むもの
	マージャン屋・パチンコ屋等 (4号営業)	マージャン屋、パチンコ屋その他設備を設けて客に射幸心をそそるおそれのある遊技をさせる営業
遊技場営業 (接待飲食等営業以外)	ゲームセンター・アミューズメント等 (5号営業)	喫茶店、バーその他設備を設けて客に飲食をさせる営業で、他から見通すことが困難であり、かつ、その広さが5平方メートルである客席を設けて営むもの

## ② 性風俗特殊営業

種別	営業形態	営業内容
店舗型 (第2条第6項)	ソープランド等 (1号営業)	浴場業の施設として個室を設け、当該個室において異性の客に接触する役務を提供する営業
	個室型ファッションヘルス等 (2号営業)	個室を設け、当該個室において異性の客の性的好奇心に応じてその客に接触する役務を提供する営業
	ストリップ劇場、のぞき部屋、ヌードスタジオ等 (3号営業)	性的好奇心をそそるため衣服を脱いだ人の姿態を見せる興行その他の善良の風俗又は少年の健全な育成に与える影響が著しい興行の用に供する興行場として政令で定めるものを経営する営業 ※政令で定めるもの ヌードスタジオ及びのぞき劇場その他個室並びにストリップ劇場その他客席及び舞台において、性的好奇心をそそるため衣服を脱いだ人の姿態又はその映像を見せる興行場
	ラブホテル、モーテル、レンタルルーム等 (4号営業)	専ら、異性を同伴する客の宿泊(休憩を含む)の用に供する政令で定める施設(政令で定める構造又は設備を有する個室を設けるものに限る。)を設け、当該施設を当該宿泊に利用させる営業 ※政令で定める施設 ア レンタルルームその他個室において、専ら異性を同伴する客の休憩施設して利用されるもの

		<p>イ ホテル、旅館その他客の宿泊施設で、食堂又はロビーが以下の条件に満たないもの</p> <table border="1" data-bbox="901 246 1385 504"> <thead> <tr> <th rowspan="2">収容人員（人）</th> <th colspan="2">床面積（平方メートル）</th> </tr> <tr> <th>食堂</th> <th>ロビー</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30以下</td> <td>30</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>31～50</td> <td>40</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>51以上</td> <td>50</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table> <p>※政令で定める構造</p> <p>ア 休憩料金表示があること、玄関等の遮へいがあること、フロントの遮へい措置があること、客が従業者と面接しないで個室に入れること。</p> <p>イ 客の使用する自動車の車庫と個室が近接して設けられ、個室の出入口が車庫に面する外壁面に隣接する外壁面に設置されていること。</p> <p>ウ 客が従業者と面接しないで宿泊料金を支払うことができる自動清算機等があること。</p> <p>※政令で定める設備</p> <p>ア 動力により振動又は回転するベッド、横臥している人の姿態を映すために設けられた鏡の合計面積が1平方メートル以上のものその他専ら異性を同伴する客の性的好奇心に応ずるための設備</p> <p>イ 次欄で規定する物品を提供する自動販売機その他の設備</p> <p>ウ 長いすその他設備で専ら異性を同伴する客の休憩に用いるもの</p>	収容人員（人）	床面積（平方メートル）		食堂	ロビー	30以下	30	30	31～50	40	40	51以上	50	50
収容人員（人）	床面積（平方メートル）															
	食堂	ロビー														
30以下	30	30														
31～50	40	40														
51以上	50	50														
	<p>アダルトショップ等 (5号営業)</p>	<p>店舗を設けて、性的好奇心をそそる写真、ビデオテープその他の物品で政令で定めるものを販売し、又は貸し付ける営業</p> <p>※政令で定めるもの</p> <p>ア 衣服を脱いだ人の姿態を被写体とする写真又はその複写物</p> <p>イ 前項に掲げる写真等を主たる内容とする写真集</p> <p>ウ 衣服を脱いだ人の映像を主たる内容とするフィルム又はビデオテープ、ビデオディスク、シーディーROMその他磁気的方法による記録媒体</p> <p>オ 性具その他性的な行為の用の物品、性器を模した物品、性的な行為を表す写真その他物品等</p>														

	出会い系喫茶等 (6号営業)	前各号に掲げるもののほか、(店舗を設けて営む性風俗に関する営業で、) 善良の風俗、清浄な風俗環境又は少年の健全な育成に与える影響が著しい営業として政令で定めるもの ※政令で定めるもの 店舗を設けて、専ら、面識のな異性との一時的性的好奇心を満たすための交際(会話を含む。)を希望する者に対し、店舗内で異性の姿態又は映像を見てした面会の申込みを当該異性に取次ぐこと又は店舗内に設けた個室その他施設において異性と面会する機会を提供することにより異性を紹介する営業
無店舗型 (第2条第7項)	デリバリーヘルス等 (1号営業)	人の住居又は宿泊の用に供する施設において異性の客の性的好奇心に応じてその客に接触する役務を提供する営業で、当該役務を、その客の依頼を受けて派遣することにより営むもの
	アダルトビデオ等通信販売等 (2号営業)	電話その他の方法による客の依頼を受けて、専ら、写真、ビデオテープその他の物品で政令で定めるものを販売し、又は貸し付ける営業で当該物品を配達し、又は配達させることにより営むもの ※政令で定めるもの 第2条第6項の第5号営業に定めるもの
映像送信型 (第2条第8項)	インターネット等利用アダルト画像送信(アダルトサイト)等	性的好奇心をそそるため性的な行為を表す場面又は衣服を脱いだ人の姿態の映像を見せる営業で、電気通信設備を設けてその客に当該映像を伝達すること(放送又は有線放送に該当するものを除く)

### 3.4 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、掲出の可否を決定する。

\* 政府登録、社団法人日本ホテル協会及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。

### 3.5 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) 掲出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、掲出の可否を決定する。

- (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出不可とする。
- (3) 年齢制限がある場合は、その事項を表記する。

### 3.6 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) 共通規制

- ① 次に掲げる項目及び広告内容を検討の上、掲出の可否を決定する。
  - ア 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。
  - イ 公的書類による本人確認を必要要件としていること。
  - ウ 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出不可とする。
- 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。

- (2) 出会い系サイト規制法の適用を受ける事業主又は実態として出会い系サイトであると判断される場合は、掲出不可とする。

### 3.7 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

- (1) 次に掲げる広告には、携帯電話のマナー文字を表記する。

- ① 携帯電話の商品広告
- ② 携帯電話で使用するサイトの広告
- ③ 携帯電話の利用方法又は画面を具体的に表記した広告、
- ④ 携帯電話を使用している表現のある広告

#### \*携帯電話のマナー文字

「優先席付近では、混雑時には携帯電話の電源をお切りください。また、それ以外の場所では、マナーモードに切替え、通話をご遠慮願います。」又は「車内の携帯電話のご利用マナーにご協力ください。」

- (2) マナー表記の主旨に反する表現は掲出不可とする。

### 3.8 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、掲出の可否を決定する。
- (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、掲出不可とする。
  - 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、交通局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。
- (5) インターネットサイトの広告については、携帯電話のマナー文字を表記する。

### 39 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

- (1) 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、掲出の可否を決定する。
- (2) 債務の整理、借金の整理、離婚問題の解消などの表示は、キャッチフレーズなど一連の文書の中で表示する。

（例）「あなたの債務の悩みを解消します」など
- (3) 借金、債務、離婚などの文字を強調した表現は掲出不可とする。

（例）文字の大きさを変える、文字の色を変える、文字の太さを変える、下地の色を変えるなど
- (4) 媒体別の掲出要件は、次に掲げるとおりとする。
  - ① 都電、バス及び新交通の車内広告の同時掲出枚数は、広告主数及び媒体の種類に係わらず、1両につき2枚の掲出を限度とする。
  - ② 地下鉄の車内広告の同時掲出枚数は、広告主数及び媒体の種類に係わらず、1両につき6枚の掲出を限度とする。
  - ③ 都電の停留場の看板、新交通及び地下鉄の看板、構内ボードの同時掲出枚数は、広告主数に係わらず1駅につき2面を限度とする。
  - ④ 車体広告は、掲出不可とする。
  - ⑤ 駅貼りポスターの同時掲出枚数は、広告主数に係わらず、1駅につきB1換算で2枚を限度とする。

### 40 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) 掲出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、掲出の可否を決定する。

なお、出版物等の内容については、「第Ⅱ章 一般的な表現規制」に基づき審査する。



- (2) 対象者を18歳以上としているものは、原則として取り扱わない。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、掲出の可否を決定する。
- (3) 医療機関、薬、健康、美容、発毛等に関する出版物やビデオなどの広告で次に掲げる事項に該当するおそれのあるものは掲出不可とする。
- ① 病気の治癒、健康の保持及び美容効果に関する表現並びに医薬品等、食品類の効能効果に関する表現等が、健康増進法、医療法、医薬品医療機器等法又は景品表示法に抵触するもの
  - ② 実態として、医療機関、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師又は柔道整復師の広告とみなされるもの。ただし、著者、監修者又は製作者の肩書きとして医療機関等の名称を表記する必要がある場合は、交通局が妥当と判断したものに限り、掲出を可とする。
  - ③ 医療機関、あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師又は柔道整復師の広告とリンク又は隣接させて掲出することは不可とする。

#### 4.1 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出不可とする。
- 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出不可とする。
- 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出している求人情報誌並びにあっせん業者の広告は掲出不可とする。
- 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出不可とする。
- 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出不可とする。

(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出不可とする。

- 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出不可とする。

(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

## 4.2 代理店、フランチャイズ店、内職・副業等の募集広告

### 【主な関係法令等】

特定商取引法、中小小売商業振興法

- (1) 掲出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、掲出の可否を決定する。

- (2) 募集を装って、物品販売、生徒募集、出資金募集等のいわゆる悪質商法を行っている広告主は取り扱わない。

- (3) 客観的な根拠の裏付けもなく、運営が容易であることや将来の利益を保証するような誤認を与える表現は掲出不可とする。

- (4) 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、③及び④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、「詳細はお問合わせください」等の注意文字を表記する。

- ① 募集主（広告主）の名称、所在地及び電話番号

- ② 募集している事業の内容

- ③ 加盟金、保証金、権利金、開業資金等の契約締結に必要な費用の詳細

- ④ ロイヤリティー等、定期的に徴収する費用がある場合はその事項

- ⑤ 店舗が必要な場合は、その事項と規模等の条件

- ⑥ 契約や解約にかかわる重要事項

- ⑦ 研修がある場合は、その事項と費用及び期間

- ⑧ 材料費がかかる場合は、その事項と費用及び期間

### 4.3 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) 原則として、公益社団法人日本通信販売協会（JADMA）に未加入の広告主は取り扱わない。
- (2) 原則として、商品は先渡しで、かつ、代金後払い又は引換えのものの広告に限り掲出可とする。
- (3) 危険物、ペット、医薬品、アダルトグッズ等の商品の広告は掲出不可とする。
- (4) 具体的な商品の広告には、次に掲げる事項を表記する。ただし、企業のPR広告をメインとする広告で、スペース上の理由から一部を省略する場合は、「請求によりこれらの事項を記載したカタログを遅滞なく提供する」旨を表記すること。
  - 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
- (5) 未成年者向けの商品の広告は、内容を検討の上、掲出の可否を決める。掲出する場合は、次の例と同じ主旨の注意文字を表記する。

（例）「未成年の方の購入申し込みには、保護者の署名と捺印が必要です。」

### 4.4 個人輸入代行業の広告

- (1) 掲出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、掲出の可否を決定する。
- (2) 次のいずれかに該当する広告は、掲出不可とする。
  - ① 無店舗型の事業者の広告
  - ② 厚生労働省が承認していない医薬品の広告
  - ③ 医師の処方せん又は指示の必要な医薬品の広告
  - ④ 医師などが使用する医療用具で、保健衛生上危害が発生するおそれのある商品の広告

### 4.5 寄付金募集の広告

- (1) 広告主が、特定の宗教、政治団体、思想団体等である場合は掲出不可とする。
- (2) 寄付金の使途目的が不明瞭な広告主は取り扱わない。
- (3) 一般の寄付金募集の広告は、各自治体の条例を遵守する。
- (4) 社会福祉法により、社会福祉事業のために行われる寄付金募集の場合、都道府県知事又は厚生労働大臣の許可を得ていない募集広告は掲出不可とする。
- (5) 文化財保護法により、重要文化財などを修復するために行われる寄付金募集については、文化庁長官の許可を得ていない募集広告は掲出不可とする。
- (6) 広告主名、所在地及び電話番号を表記する。

#### 4.6 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限り、実態や運営体制に問題がないと判断したものについて、広告内容を検討の上、掲出の可否を決定する。
  - 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、掲出不可とする。
- (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、電話番号を表記する。

## IV 媒体特性・設置場所に基づく規制

### 1 車体利用広告（ラッピング都電、ラッピングバス及びラッピングライナー）

#### 【主な関係法令等】

屋外広告物法、東京都屋外広告物条例

#### (1) 一般基準

- ① 道路交通の安全を阻害しないこと。
- ② 車両運行の支障とならないこと。
- ③ 都市景観の調和を損なわないこと。
- ④ 車体の塗装は行わないこと。
- ⑤ 広告物の掲出面積及び表示位置は、屋外広告物条例で定める範囲内であること。
- ⑥ 乗降口扉等の業務用表示については、ラッピング貼付の後、原則として同位置、同サイズ、同色の表示を張付けること。

#### (2) 禁止事項

次のいずれかに該当するものは掲出不可とする。

##### ① 共通事項

- ア 発光、蛍光、反射効果を有する材料を使用するもの
- イ 車体の排気口やスピーカー口をラッピングでふさぐもの
- ウ 車体の窓又はドア等のガラス部分に表示されているもの
- エ 地色に赤や黄色の派手な原色又は金銀色を使用したもの

##### ② 都電及びバス

- ア 後部の色がテールランプの色と紛らわしいもの
- イ 信号機又は道路標識等の効用を妨げるおそれのあるもの
- ウ 地色が黒色又は暗い色など、夜間走行に相応しくないもの
- エ 周囲の運転者の注意力が散漫となるもの
  - (ア) 車体側面のデザイン構成がストーリー性のある四コマ漫画や映像表示となっているもの
  - (イ) 車体側面窓上部分に文字を記載したもの。ただし、都電は掲出可とする。
  - (ウ) 車体側面の文字表記が縦書きであるもの。ただし、企業名、商品名等のロゴタイプ及びパッケージ等の商品の意匠は、この限りではない。
  - (エ) 車体後部の文字表記が多いもの又は絵柄や文字が過密であるもの
  - (オ) 車体後部に電話番号やホームページアドレス等が表示されているもの
- オ 広告物の掲出位置は、別紙－1、別紙－2の範囲内とする。

##### ③ 地下鉄

- ア 戸閉表示灯又は非常表示灯の色と紛らわしいもの
- イ 広告物の掲出位置は、別紙－3の範囲内とする。

#### (3) 留意事項

- ① 周囲の景観と違和感のないようなデザイン、色彩であること。

- ア 美観を損ねるような、くどく、どぎついデザインでないこと。
  - イ 性を意識させたり、不快感を与えるおそれのないデザインであること。
  - ウ 身体等（顔、手等）の一部を強調するようなデザインでないこと。
- ② デザインはイメージで表現し、文字を手段とする情報は必要最小限に留めること。なお、文字を使用する際は、デザインが主体となるよう大きさに留意すること。
- ③ 下地に原色又は暗い色を使用したときは、カラーサンプルを提出すること。

## 2 広告付きバス停留所の広告

### 【主な関係法令等】

屋外広告物法、東京都屋外広告物条例、広告付きバス停留所上屋広告掲出審査統一基準、  
広告付きバス停留所上屋広告デザイン審査統一基準

#### (1) 一般事項

広告のデザインは次の要件を満たさなければならない。

- ① 著しく性を意識させないこと。
- ② 人や動物などの身体の一部（目、鼻、手のひら等）を異常に強調しないこと。

#### (2) 安全上からの禁止事項

- ① 周囲の運転者及び歩行者の誤認や幻惑等を招くもの
  - ア 信号機、道路標識等の効用を妨げるおそれのあるもの
  - イ 人や商品等が車道に飛び出そうとしているように見えるもの
  - ウ 周囲の運転者及び歩行者の距離感や平衡感覚を惑わすおそれのあるもの
  - エ 反射材料を使用したもの
- ② 周囲の運転者の注意力が散漫となるもの
  - ア 四コマ漫画など、ストーリー性のあるもの
  - イ 文字表記が多いもの、絵柄や文字が過密であるもの
  - ウ チェック模様や渦巻模様など
  - エ その他、明らかに運転者に訴求するもの

#### (3) 留意事項

- ① 美観を損ねるような、くどく、どぎついデザインでないこと。
- ② 都市景観と調和するデザインであること。

## 3 フリーペーパー広告

- (1) 配布時点の広告主の実態及び運営体制並びにフリーペーパーの内容を検討の上、配布の可否を決定する。
- (2) 原則として、フリーペーパーの表紙及び内容で、当局が記事等ではないと判断した部分を広告とみなし、別に定める当該業種の表現規制を適用し、配布の可否を判断する。
- (3) 出稿期間が長期（原則として1年間）にわたり、かつ、一定期間ごとに掲載内容に変更が生じる場合は、少なくとも1年間に1回の頻度で広告主の実態及び運営体制等についての審査を行う。

#### 4 イベントブース広告

- (1) 実施時点の広告主の実態及び運営体制並びにイベント内容を検討の上、実施の可否を決定する。
- (2) 車両若しくは駅構内の安全、美観、良好な環境維持又はスムーズな通行に支障を及ぼすおそれのあるものは実施不可とする。
- (3) 強引な勧誘や呼びかけは行わない。
- (4) 掲出内容又は配付物の内容については、別に定める当該業種の判断基準を適用し、実施の可否を判断する。ただし、たばこ、アルコール飲料等、年齢制限がある商品に関するものは取り扱わない。
- (5) 公的機関への届出、許可等の必要な業種の場合、確認済みであることを明示すること。
- (6) 抽選会、景品類、クーポン券、見本品等の配布は、景品表示法及び業界ごとに定められている公正競争規約や自主規制を遵守した金額や方法で実施すること。
- (7) 音の発生するものは、音量、音質等を検証し、駅構内放送等業務に支障を及ぼさないこと
- (8) 食品、歯みがき類等、体に影響の強いものの試食や配布は、直接手渡しすること
- (9) イベント開催中は、駅構内の安全や美観を損なわないように巡回を行うとともに、イベント終了時には清潔に保たれていること。
- (10) 体験型イベント又は個人情報を扱うものは、次に掲げる事項をすべて遵守すること。
  - ① 体験の内容、問題点等を事前に説明すること。
  - ② トラブル、苦情等に対し、広告主が全責任を持って対処すること。
  - ③ 体験者に、広告主の住所、問合せ先電話番号、約款等を明記した書面を手渡すこと。

#### 5 フロア広告

- (1) 人物の写真等、尊厳を傷つけるおそれのあるものは、掲出不可とする。
- (2) 鏡のように反射する素材、蛍光色、過度にインパクトの強い色彩等、不快感を起こさせるようなものは掲出不可とする。
- (3) 文字の量が著しく多いもの又は小さいもの、クイズ等スムーズで安全な通行を妨げるおそれのあるものは掲出不可とする。

#### 6 自動改札機ステッカー広告

次のいずれかに該当するおそれのあるものは掲出不可とする。

- ① 業務案内等と混同されるもの  
(例) 「走らないでください。」「終電に遅れます。」
- ② 案内表示と誤認を与えるもの  
(例) 矢印、ピクトグラム
- ③ 旅客の安全な通行を妨げるもの  
(例) 文字の量が著しく多いもの、クイズ、応募要領、URL、メールアドレス
- ④ 不快感又は恐怖心を起こさせる刺激の強い表現

#### 7 駅名標下広告

- (1) 広告として表示する施設等が、駅から概ね徒歩5分以内にあること。
- (2) 駅勢圏に配慮した、ランドマークとなりうる著名な企業で、次の要件を満たしていること。
  - ① 一部上場企業又は同等以上の知名度が高い企業であること。
  - ② 原則として、建物が自社単独の建物又はそのグループ企業が所有していること。
  - ③ 建物入口に駅名標下広告と同様の名称が表記されていること。
  - ④ 原則として、病院、学校、博物館、展示場、遊園地、ホテルなど公共性が高い集客施設であること。
- (3) お客様サービスの向上、都営地下鉄の乗客誘致に寄与する企業等であること。
- (4) 表示する内容は、会社名、施設名とし、ロゴマークの使用を認める。ただし、会社名等の後には、原則として「前」を付記する。
- (5) その他、平成16年6月25日付「駅名標下広告の広告主選定基準の細目の設定」に基づき審査し、掲出の可否について決定する。

## 8 優先席付近に掲出する広告

- (1) 死や病気に対する恐怖心や不快感を過度に起こさせる表現は掲出不可とする。
- (2) 携帯電話の使用を促すものは掲出不可とする。

## 9 改札口付近、階段等混雑の激しい場所に掲出する広告

- (1) 3Dなど特殊加工を施した広告、クーポン券や見本品の配付、URLの表記等、旅客の安全な通行を妨げるものは、原則として掲出不可とする。
- (2) 車両の安全運行に支障を及ぼすおそれのあるものは掲出不可とする。
- (3) 携帯電話の使用を促す表現は、原則として掲出不可とする。

## 10 飲食店、食品系自動販売機等、食品を扱う場所の付近に掲出する広告

- (1) 衛生用品（生理用品、避妊具等）の広告は原則として掲出不可とする。
- (2) 害虫、汚物等の生理的嫌悪感を起こさせる表現は掲出不可とする。

## 11 集中展開する媒体

- (1) 次に掲げる媒体において、一箇所に集中的に掲出することにより不快感や恐怖心を起こさせるもの又は環境を悪化させるおそれのあるものは、掲出不可とする。
  - ① メディアライナー
  - ② ホームドアステッカー
  - ③ 特殊媒体セット（六本木スペシャル、アドリラ新橋、大アド新宿など）
  - ③ アドピラーセット
  - ④ 臨時集中貼り
  - ⑤ 吊り手
  - ⑥ その他一箇所に集中して大量に出稿する媒体
- (2) 次に掲げる業種は掲出不可とする。
  - ① 墓地・納骨堂、斎場、仏壇・仏具業、葬祭業等



- ② 弁護士、司法書士及び行政書士等
  - ③ その他掲出が適当でないと認められるもの
- (3) 公営ギャンブル、貸金業については、広告主の実績及び運営体制、広告内容、掲出場所並びに期間を検討の上、掲出の可否を決定する。

## 1.2 動画による広告

次に掲げる映像は放映不可とする。

- ①フラッシュ又は閃光映像等、視覚機能に影響を及ぼす映像
- ②恐怖感を与えるなど、人の精神状態に激しく影響を与える映像もしくは映像展開
- ②原則として、音の発生するもの