

広告放送のガイドライン 2004

	目次	頁
(I)	総則	1
(II)	広告審査(考査)業務の原則	1
(III)	一般的な指針	2
(IV)	個別的なガイドライン	2
	〔I〕 広告表示全般に関する事項	2
	(1) 広告放送の識別	2
	(2) 通信・通知的な広告	2
	(3) ニュース形式の広告	2
	(4) 児童・青少年への配慮	2
	(5) 不快を与える表現	3
	(6) 不当表示などに当たる広告	3
	1. 優良誤認など	3
	2. わかりやすい表現	3
	3. 比較広告など	3
	4. おとり広告など	3
	(7) 誹謗、中傷の禁止	4
	(8) 主張が対立する場合の広告	4
	(9) 国旗や元首の尊厳に対する配慮	4
	(10) 著作物の無断使用の禁止など	4
	(11) 懸賞・景品の取り扱い	4
	(12) 特殊な映像手法	4
	(13) 許認可などを必要とする業種	5
	(14) その他	5
	1. 番組・スポット提供の独占	5
	2. 売名的な広告	5
	〔II〕 特定の業種、分野に関する事項	5
	(15) 金融・利殖に関する広告	5
	1. 貸金業などの広告	5
	2. 出資を求める広告	6
	3. 投機性の高い商品の広告	6
	(16) 不動産などに関する広告	6
	1. 宅地建物などの広告	6
	2. 有料老人ホームなどの募集広告	6

(17)	通信販売などの広告	6
(18)	マルチ商法などの広告	7
(19)	食品・健康食品の広告	7
	1. 食品全般の広告	7
	2. いわゆる健康食品の広告	7
(20)	医療・医薬品などの広告	7
	1. 薬事法関係の広告規制	7
	2. 医療法関係の広告規制	8
	3. 医薬品などの効能効果の表現	8
	4. 医師などの推薦証言	8
	5. 不安などを与える表現	8
	6. 医薬品の賞品提供	8
(21)	教育関係の広告	8
	1. 教育事業の広告	8
	2. 学校向け放送での広告	8
(22)	求人に関する広告	9
	1. 労働条件の表現など	9
	2. 募集・採用条件での差別	9
(23)	風俗営業の広告	9
(24)	寄付金募集の広告	9
(25)	個人情報にかかわる業種の広告	9
(26)	その他	9
	1. 非科学的なものなどに関する広告	9
	2. 死亡・葬儀に関する広告	9

(I) 総則

社団法人衛星放送協会は、「放送の社会的責任と影響を自覚し、良識を持って自らを律する」立場から、平成11年1月、「放送基準」を制定し、加盟各事業者に放送の実施に当たって留意することを求めてきた。同基準は、番組および広告を含むすべての放送内容に適用されるもので、その第7条には広告について5項目にわたる基本方針を掲げている。広告の場合、内容が多岐にわたり、放送事業者として留意すべき事項も多いので、今回、より詳細な「広告放送のガイドライン」を定めることになった。広告の取り扱いに当たっては、「放送基準」の各条項を踏まえるとともに、この「ガイドライン」を指針とする。

(II) 広告審査(考査)業務の原則

(1)ここに定めるガイドラインは、商品・サービス・権利等の販売、その他の宣伝を目的とする広告放送のすべての類型に適用される。各放送事業者はこれを規範とし、自ら定める基準に従って、広告の採否と表現の是非を判断し、各自が結果に対する責任を負わなければならない。

(2)広告放送の判断を誤った場合、視聴者に不測の被害を与えたり、社会的信用を失うことがあることを十分に認識し、放送責任に対する自覚に立って、万全を期す姿勢が大切である。

(3)広告に関連する法令等は多岐にわたっており、新しい商品や表現の手法が次々と現れて、判断の対象や許容できる範囲も絶えず変動している。平素から審査に必要な情報の収集と判断力の向上に努めなければならない。

(4)自由で公正な競争環境の中で、自主的な規制の成果を上げていくためには、事業者間の信頼と協力が不可欠である。広告の審査業務に関しても意見や情報の交換、事例の共同研究などが、常時行われることが望ましい。

(5)広告内容に対する苦情や指摘には適切な対応を怠らず、問題に気付いた場合には迅速に必要な措置を講じなくてはならない。そのための手順をあらかじめマニュアル化しておくことが望ましい。

(Ⅲ) 一般的な指針

広告審査の対象となる全領域をカバーする倫理基準として、下記に衛星放送協会放送基準の広告に関する条項を掲げる。次項の「個別的なガイドライン」に定めのないケースについても、この各条項に適合するよう努めなければならない。

- (1) 広告は真実を伝え、視聴者に利益をもたらし、健全な社会生活に役立つものを放送する。
- (2) 広告は内容・表現・取り扱いなどについて関係法令を遵守する。
- (3) 広告は視聴者に誤解を与えないもの、社会的常識を持ったものを扱う
- (4) 広告は広告主（もしくは商品名）を明らかにし、責任の所在を明確にする。
- (5) 広告の時間総量は、媒体特性と媒体価値を十分に考慮し、各社が自主的に基準を定める。

(Ⅳ) 個別的なガイドライン

以下に掲げる各項は、現時点で重要と思われる事項について、判断の指針を示したものである。今後、社会情勢等の変化に対応して必要に応じた見直しを行い、円滑な運用を図ることとする。

【Ⅰ】 広告表示全般に関する事項

(1) 広告放送の識別

広告放送は、広告主の名称・商品名などを明らかにすることによって、視聴者が広告放送であることを識別できるようにする。

【関係法令等】

放送法第 51 条の 2（広告放送の識別のための措置★）

★印は条文または通達・通知の内容を（V）参考資料欄に記述（以下同じ）

(2) 通信・通知的な広告

限られた人々の間でしか通じない広告は取り扱わない。

(3) ニュース形式の広告

ニュースと誤解されるおそれのある広告表現は避ける。

【関係法令等】

放送法第 51 条の 2（広告放送の識別のための措置★）

(4) 児童・青少年への配慮

広告は、児童・青少年の射幸心や購買欲を過度に刺激するなど、その健全な育成に悪影響を及ぼすことがないよう配慮する。

【関係法令等】

児童福祉法第1条（国民の責務と児童福祉の理念）、児童向けコマーシャルに関する留意事項（民放連）、東京都青少年健全育成条例、製造たばこに係る広告及び販売促進活動に関する自主基準（日本たばこ協会）、酒類の広告・宣伝に関する自主基準（飲酒に関する連絡協議会）

(5)不快を与える表現

視聴者の健全な生活感覚や生活時間を考慮し、不快感や不安な感情を与える表現は避けるよう注意する。

(6)不当表示などにあたる広告

1. **事実を偽ったり、誇張したりして、実際より優良、または有利であると誤認させる広告は避ける。**

【関係法令等】

不当景品類及び不当表示防止法（以下、景品表示法と略す）第4条1号（不当な表示の禁止＝優良誤認★）、同条2号（有利誤認★）、同条第2項（表示の根拠を示す資料の提出★）、

2. **広告はわかりやすい表現を用い、視聴者の誤解を招かないように注意する。**

3. **他の商品、サービスより優れていることを示す比較広告や、通常より安いことを示す二重価格表示、最大級の表現、推奨証言、効果・性能・評価の表示、統計・文献の引用などは、表現内容が事実に基づく適正なものかどうか**に注意する。

【関係法令等】

景品表示法第4条（不当な表示の禁止★）、同第4条第2号の運用基準（二重価格表示等＝公取委事務局長通達第4号★）、比較広告に関する景品表示法上の考え方（公取委事務局★）、比較広告の定義と審査原則（日本広告審査機構★）、テレビショッピング番組の表示に関する景品表示法上の考え方（公取委★）

4. **いわゆる「おとり広告」や、販売量が限定されていると装った広告など、顧客の不当な誘引方法の疑いがある場合は、よく確認して、不当なものは取り扱わない。**

【関係法令等】

景品表示法第4条第3号（指定不当表示★）、おとり広告に関する表示（公取委告示第17号★）、「おとり広告に関する表示」等の運用基準（公取委事務局長通達第6号★）、テレビショッピング番組の表示に関する景品表示法上の考え方（公取委★）

(7) 誹謗、中傷の禁止

広告は、たとえ事実であっても他を誹謗したり、排斥、中傷したりしてはならない。

【関係法令等】

不正競争防止法第3条（差止請求権★）、同第4条（損害賠償★）、比較広告に関する景品表示法上の考え方（公取委事務局★）、比較広告の定義と審査原則（日本広告審査機構★）、刑法第233条（信用毀損及び業務妨害★）

(8) 主張が対立する場合の広告

主張が対立する事項に関する広告は、当事者や社会への影響に注意して慎重に取り扱う。

(9) 国旗や元首の尊厳に対する配慮

国旗、国際機関の標章、皇室・王室・元首の肖像や事項は、その尊厳と国際的な慣行に配慮し、かつ、無断で使用してはならない。

【関係法令等】

不正競争防止法第9条（外国の国旗等の商業上の使用禁止★）、同第10条（国際機関の標章の商業上の使用禁止★）

※皇室関係の写真、紋章等を広告に使うときは、宮内庁の承諾が必要。「御用達」制度は廃止されている。

(10) 著作物の無断使用の禁止など

氏名、写真、談話や商標、著作物などを無断で使用した広告は扱わない。アマチュア・スポーツのチーム、選手、監督などの場合は、関係団体の承認を得ているかどうかを確かめるなど、慎重に取り扱う。

【関係法令等】

著作権法第10条（著作物の例示）、同第63条（著作物の利用の許諾★）、商標法第36条（差止請求権★）、同第37条（侵害とみなす行為★）、民法第709条（不法行為の一般的要件効果）、刑法230条（名誉毀損）、オリンピック憲章、日本体育協会スポーツ憲章、高校野球に関する広告の取り扱いについてのお願い

(11) 懸賞・景品の取り扱い

懸賞や景品の提供を伴う広告は、法令を遵守し、過度に射幸心をそそることがないように注意する。

【関係法令等】

景品表示法第3条（景品類の制限及び禁止★）、景品規制の内容（公取委事務局）

(12) 特殊な映像手法

正常な判断力を乱したり心身に悪影響を与えるおそれのある映像などの手法には、十分注意する。

【関係法令等】

製造物責任法第2条第2項（定義★）、アニメーション等の映像手法について（NHK、民放連）、民放連放送基準第59条（いわゆるサブミナル的表現手法）

(13)許認可などを必要とする業種

許可、認可、登録、届出を要する業種は、適法な手続きを済ませた広告主以外の広告は取り扱わないように努める。該当する業種の例は以下の通りである。

病院・診療所（医療法）、獣医師院（獣医師法）、あん摩・マッサージ・はり・きゅうなど（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）、薬局・医薬品販売業（薬事法、薬剤師法）、古物商（古物営業法）、不動産業（宅地建物取引業法）、建設業（建設業法）、運送業（道路運送法、貨物自動車運送事業法）、水道工事業（水道法）、電気事業（電気事業法）、職業紹介業（職業安定法）、旅行業（旅行業法）、割賦購入あっせん業（割賦販売法）、証券取引業（証券取引法）、前払式割賦販売業・前払式特定取引業（割賦販売法）など

(14)その他

1. 番組及びスポットの提供は、一部の広告主の独占とならないよう、注意する。

【関係法令等】

放送局の開設の根本的基準 第3条（国内放送を行う放送局）第1項4号（21★）

2. 個人的な売名が目的とみられる広告は取り扱わない。

【関係法令等】

公職選挙法第152条（あいさつを目的とする有料広告の禁止★）

【II】特定の業種、分野に関する事項

(15)金融・利殖に関する広告

1. 金融・利殖に関する広告は、法令に適合しない事業者、視聴者の利益に反するサービスは取り扱わないものとし、視聴者を誤解させたり安易な借り入れを助長することのないように注意する。

【関係法令等】

貸金業規制法第15条（貸付条件の広告★）、同第16条（誇大広告の禁止★）、出資法第5条（高金利の処罰★）、利息制限法第1条（利息の最高限★）

2. 不特定かつ多数の者に対して利殖を約束し、またはこれを暗示して出資を求める広告は取り扱わない。

【関係法令等】

出資法第1条（出資の受け入れの制限★）

3. 商品先物取引など投機性が高いとみられる商品の広告は、広告主の業務内容を精査したうえで取り扱いの可否を判断するとともに、その表現内容については、リスク開示を行うなど、視聴者に安易な判断を与えないように注意する。

【関係法令等】

商品投資法第15条（商品投資販売業の広告の規制★）、同第34条（商品投資顧問業の広告等の規制★）、「受託等業務に関する規則 第6条（広告）」（日本商品先物取引協会）、「広告に関する自主規制規則」（日本商品投資販売業協会）、「金売買の広告の取り扱いについて」（民放連放送基準審議会見解）

(16)不動産などに関する広告

1. 不動産の広告は、権利関係や取引の態様が不明瞭なものは取り扱わない。また、投機をあおる表現や誇大または虚偽の表現をしないよう注意する。

【関係法令等】

宅地建物取引業法 第32条（誇大広告等の禁止）、同33条（広告の開始時期の制限）、同34条（取引態様の明示）、都市計画法第7条（区域区分）、不動産の表示に関する公正競争規約

2. 有料老人ホームの入居者募集、レジャークラブの会員募集などは、視聴者の利害への影響が大きいので、募集内容に虚偽や誇張がないよう注意する。

【関係法令等】

景品表示法第4条（不当な表示の禁止★）、同6条（排除命令★）、「有料老人ホームの表示の適正化について」（公取委第234号）

(17)通信販売などの広告

通信販売、割賦販売などの広告は、事業者の実態や商品、権利、サービス等の入手条件を確認し、送料、返品の内容その他購入の選択にあたって必要な事項が視聴者にわかるようにする。

【関係法令等】

特定商取引法第11条（通信販売についての広告★）、同12条（誇大広告等の禁止★）、割賦販売法第2条（定義）、同第3条

(割賦販売条件の表示)、同 11 条 (前払式割賦販売業の許可)、テレビショッピング番組の表示に関する景品表示法上の考え方 (公取委★)

(18) マルチ商法などの広告

いわゆるマルチ商法や代理店等募集の広告は、視聴者の利益を損なうおそれもあるので、関係法令に従い細心の注意を払う。無限連鎖講は取り扱ってはならない。

【関係法令等】

特定商取引法第 35 条 (連鎖販売取引についての広告★)、同第 53 条 (業務提供誘引販売取引についての広告)、無限連鎖講防止法第 3 条 (無限連鎖講の禁止★)、景品表示法第 4 条 (不当な表示の禁止＝優良誤認・有利誤認★)

(19) 食品・健康食品の広告

1. 食品の広告は、健康を損ねるおそれのあるものや、虚偽または誇大な表現に十分注意する。

【関係法令等】

食品衛生法第 4 条 (販売を禁止される食品及び添加物★)、同第 11 条 (表示の基準の設定等)、同第 12 条 (虚偽表示等の禁止★)、健康増進法第 32 条の 2 (誇大表示の禁止★)、景品表示法第 10 条 (公正競争規約★)

2. いわゆる健康食品の広告については、医薬品と誤認されるような効能効果を表示してはならない。医師や薬剤師などの推薦を用いる場合は、医薬品と誤認されないよう、十分注意する。

【関係法令等】

薬事法第 66 条 (誇大広告等★)、同第 68 条 (承認前の医薬品等の広告の禁止★)、健康増進法第 32 条の 2 (誇大表示の禁止★)、無承認無許可医薬品の取り締まりについて (厚生労働省通知★)、瘦身効果等を標ぼうする健康食品の広告等について (厚生労働省・公取委通知★)、テレビショッピング番組の表示に関する景品表示法上の考え方 (公取委★)

(20) 医療・医薬品などの広告

1. 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具 (以下、「医薬品など」という) の広告で薬事法などに触れるおそれのあるものは取り扱わない。

【関係法令等】

薬事法第 66 条 (誇大広告等★)、同第 68 条 (承認前の医薬品等の広告の禁止★)、医薬品等適正広告基準 (厚生労働省通知★)、無承認無許可医薬品の指導取締りについて (厚生労働省通知★)、瘦身効果等を標ぼうする健康食品の広告等について (厚生労働省・公取委通知★)

2. 医師や薬剤師、病院など医療に関する広告は、医師法、医療法などに定められた事項の範囲を超えてはならない。

【関係法令等】

医療法第3条（類似名称の禁止★）、同第69条（医業等に関する広告の制限★）、同第70条（広告することができる診療科名★）、医師法第17条（非医師の医業禁止★）

3. 医薬品などの効能効果および安全性について、最大級表現は行わないほか、虚偽または誇大な広告とならないよう、十分注意する。

【関係法令等】

薬事法第14条（医薬品等の製造の承認）、同66条（誇大広告等★）、同第68条（承認前の医薬品等の広告の禁止★） 医薬品等適正広告基準（最大級表現の禁止★）

4. 医師や薬剤師などが医薬品などを推薦する広告は取り扱わない。

【関係法令等】

薬事法第66条第2項（医師等の効能効果の保証禁止★）、医薬品等適正広告基準（医薬関係者等の推薦禁止★）

5. 医療・医薬品などの広告に当たっては、著しく不安・恐怖・楽観の感じを与えるおそれのある表現はしない。

【関係法令等】

医薬品等適正広告基準（不快、不安等の感じを与える表現の制限★）

6. 懸賞の賞品として医薬品を提供する広告は、原則として取り扱わない。

【関係法令等】

医薬品等適正広告基準（懸賞、賞品等による広告の制限★）

(21)教育関係の広告

1. 教育事業の広告は、授業の効果や取得資格などについて虚偽や誇張がないかに注意する。法令により「学校」の名称を用いることの出来ない施設について、「学校」と紛らわしい表現は避ける。

【関係法令等】

学校教育法83条の2（名称の使用制限★）

2. 学校向けの教育番組に広告が含まれる場合は、教育の妨げにならないよう注意する。

【関係法令等】

放送法第52条の2（学校向け放送における広告の制限★）

(22)求人に関する広告

1. 求人者の広告は事業者の実態や労働条件などを確認し、応募者に誤解を与えないようにする。

【関係法令等】

労働基準法第 15 条（労働条件の明示）、職業安定法第 42 条（募集内容の的確な表示）

2. 募集・採用の条件で、性別や身分などにより差別する広告は取り扱わない。

【関係法令等】

雇用機会均等法第 2 条（基本的理念）、同第 5 条（募集および採用）、憲法 14 条（法の下での平等★）

(23)風俗営業の広告

「性風俗特殊営業」に属するサービスや商品を扱う広告は、ペアレンタルロックのない放送では扱わない。売（買）春に結びつくおそれのあるものを取り扱わないことは勿論、風紀上問題のある内容については取り扱いの可否を厳しく判断する。

【関係法令等】

刑法第 175 条（わいせつ物頒布等★）、風俗営業法第 2 条⑤～⑧（性風俗特殊営業）、売春防止法第 6 条第 2 項第 3 号（広告による誘引★）、出会い系サイト規制法

(24)寄付金募集の広告

寄付金募集の広告は、主体が明らかで、社会福祉事業、重要文化財修復事業など、公共の福祉を目的とし、必要な許可などを受けたもの以外は取り扱わない。

【関係法令等】

社会福祉事業法第 69 条（寄付金の募集）、文化財保護法第 43 条（修理の届出等）

(25)個人情報にかかわる業種の広告

個人情報にかかわる業種の広告は、業態や契約条件に問題がないか、人権侵害につながるおそれはないかを慎重に判断する。

【関係法令等】

憲法第 11 条（基本的人権の享有★）、同第 13 条（個人の尊重★）、同第 14 条（法の下での平等★）、刑法第 230 条第 1 項（名誉毀損★）、同第 233 条（信用毀損および業務妨害★）、民法第 723 条（名誉毀損における原状回復★）、世界人権宣言、個人情報保護法（個人の権利利益を保護）

(26)その他

1. 非科学的なものや迷信に類するものに関する広告は取り扱いに注意する。

2. 死亡や葬儀などに関する広告は取り扱いに注意する。