

北洋銀行広告掲載基準

株式会社北洋銀行

1. (目的)

『北洋銀行広告掲載基準（以下「本基準」という。）は、株式会社北洋銀行（以下「当行」という。）が取り扱う広告に関連するサービス（以下「本サービス」という。）に適用される基準である。本サービスの利用を申し込む者（以下「申込者」という。）は、本基準を遵守する必要がある。また、申込者が代理店（メディアレップを含む。以下同じ。）を通じて本サービスを利用する場合、代理店も本基準を遵守する必要がある。

2. (広告審査について)

本基準は、掲載基準の全てを明記したものではない。当行は申し込まれたすべての広告について、掲載するか否かを判断する権利を持っており、掲載実績の有無や本基準の準拠如何に関わらず当行が不適切と判断した場合には掲載を認めない。また、本基準に準拠していない場合であっても、掲載を認めることがある。いずれの場合においても、当行はその理由を説明する義務を負わない。

3. (申込者の責任)

当行の審査では、最善の注意を払っているが、各関係法令の解釈や運用等が完全であることを保証するものではない。申込者は、解釈や運用等については、必ず弁護士等の専門家又は監督官庁に確認をする必要がある。また、当行の審査結果により、本サービスの利用に関する申込者の責任が軽減されるものではない。申込者は、本サービスの利用を申し込むことにより、本サービスの利用に関する責任を申込者自身が負うことについて承諾したものとする。

4. (本基準の変更)

本基準は、申込者への事前の通知や承諾なく変更または修正される場合がある。

5. (確認項目)

(1) 当行では下記について確認をする。

- 企業サイト
- 広告原稿
- 放映データ

(2) 入稿締切日

希望配信日、又は放映日の 10 営業日前午後 17 時まで

(3) 必要条件

- a. サイトは、審査時点で各広告商品に沿った端末からの遷移、内容の確認ができる状態である必要がある。
- b. 掲載するサイトは、申込者が所有し、管理している必要がある。
- c. 責任の所在を明確にするため、サイト内に以下の情報を明示する必要がある。
 - サイトを所有している会社名、または所有者名
 - サイトを所有している会社または所有者の問い合わせ先（メールアドレス、電話番号、問い合わせフォーム等）
- d. 掲載するクリエイティブ、LP の内容はそれぞれが十分な関連性を持っている必要がある。

6. (禁止事項)

- (1) 申込者は、本サービスの利用に際して、以下に定める行為及びこれらに該当するおそれのある行為を行ってはならない。
- a. 当行又は第三者を中傷、脅迫し、不利益を与え、又は不快に感じさせる行為
 - b. 当行又は第三者の名誉、社会的信用、プライバシー、肖像権、パブリシティ権、著作権その他の知的財産権、その他一切の権利を侵害する行為
 - c. 法令に違反する行為（犯罪行為を含みますが、これに限られません。）
 - d. 公序良俗に反し、又は社会的に不相当な行為
 - e. 他の申込者を不快・不安にさせる行為又は他の申込者による本サービスの利用を妨げる行為
 - f. 自らの身分や出所を偽る、あるいは不明にするなど、広告の責任の所在を不明瞭にする行為
 - g. 通常利用の範囲を超えたサーバー負担を生じさせる全ての行為
 - h. 当行による本サービスの提供を妨げる行為又は本サービスの利用目的に反する行為
 - i. 民族・人種・性別・年齢等に関する差別的行為
 - j. 性的、わいせつ的、暴力的な行為
 - k. 自殺、薬物の不適切な使用、性交、わいせつ行為その他社会的に不相当な行為を助長、強制、幫助若しくは勧誘する行為
 - l. 広告表示内容とリンク先の内容を著しく異ならせる行為
 - m. 虚偽の内容を広告する行為
 - n. 誇大な表示、根拠のない表示、及び誤認を招く表示を行う行為
 - o. 個人情報適切に取り扱わない行為
 - p. 青少年の健全な育成に悪影響を及ぼす行為
 - q. 過度にタバコ、アルコール、パチンコ、公営競技等を宣伝する行為
 - r. 投機・射幸心をあおる行為

- s. 視聴覚に悪影響を及ぼす行為
- t. 同一ページに同一内容の広告を重複して掲載する行為
- u. その他当行が禁止し、又は不適当と判断する行為

(2) 申込者は、以下のような商品・サービスを広告するために、当行の事前承諾なく、本サービスを利用してはならない。

- a. 当行又は当行のグループ会社の商品・サービスと競合するもの
- b. 性的な商品、サービス
- c. 児童ポルノを連想させるもの
- d. 売春や援助交際のあっせん又はこれらを正当化したり、推奨したりするもの
- e. 国内で承認されていない医薬品等
- f. 脱法ドラッグ、合法ハーブ等と称されるもの
- g. 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品
- h. 銃器、弾薬、刀剣などの刃物、催涙スプレー、スタンガンなど主に武器として使用されるもの
- i. 無限連鎖講（ねずみ講）へ勧誘したり、紹介したりするもの
- j. 連鎖販売取引（マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス）へ勧誘したり、紹介したりするもの
- k. 超小型カメラなど、違法な盗聴、盗撮を目的とするもの
- l. クレジットカードのショッピング枠現金化サービス
- m. 個人輸入代行業
- n. 消費者金融
- o. その他当行が禁止し、又は不適当と判断する商品・サービス

(3) 申込者は、以下のような広告クリエイティブを入稿してはならない。

- a. 当行の許諾なく、当行又は当行のグループ会社の商標、ロゴ等を模倣し、誤認を与えるもの
- b. 消費者の意図にそぐわないクリックを誘発するようなもの
- c. 短い間隔で展開される点滅や、短時間で反復するアニメーションなど、視覚的刺激の強いもの
- d. 背景色が透過になっているもの
- e. 背景色が白く、ページと同化のおそれがあるもの
- f. 申込者の社名等、広告の責任の所在が不明瞭なもの
- g. オンマウスの際にマウスカーソルが変形・変色するもの
- h. 全角（2 バイト文字）を含む URL を含むもの
- i. その他当行が不適当と判断するもの。

7. (景品類の規制)

申込者は、過大景品による不健全な競争を防止ため、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）その他の法令を遵守する必要がある。

[消費者庁：景品規制の概要](#)

8. (表示に関する規制および注意事項)

(1) 虚偽、誇大等の不当表示

商品・サービスの内容が、事実と相違して、実際よりも優良であると誤認させたり、他のものよりも優良であると誤認させたりする優良誤認表示や、商品・サービスの価格その他取引条件が実際よりも安いと誤認させたり、他のものよりも安いと誤認させたりする有利誤認表示などの不当表示となる広告の掲載を禁止する。

[参考情報：消費者庁ウェブサイト（景品表示法）](#)

(2) 比較広告に関する表示

比較広告を掲載する場合は、以下の要件を満たす必要がある。

- a. 比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること。
- b. 比較されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること。
- c. 比較の方法が公正であること。

[参考情報：消費者庁ウェブサイト（比較広告）](#)

(3) 最大級表現、No.1 表示

商品等の内容の優良性や取引条件の有利性を表す表現（「最大」「最高」「最小」「最速」「No.1」「日本初」「世界初」などの言葉）を広告に表示する場合は、以下の要件を満たす必要がある。

- a. 表示の内容が客観的な調査に基づいていること。
- b. 調査結果を正確かつ適正に引用していること。

[参考情報：公正取引委員会ウェブサイト（\(平成 20 年 6 月 13 日\) No. 1 表示に関する実態調査について（概要））](#)

(4) 打消し表示

消費者に対して、商品・サービスの内容や取引条件について訴求するいわゆる強調表示は、対象商品・サービスの全てについて、無条件、無制約 に当てはまるものと消費者に受け止められるため、仮に例外などがあるときは、その旨の表示（いわゆる打消し表示）を分かりやすく適切に行う必要がある。

打消し表示がなくても商品・サービスの内容や取引条件の実際を消費者が認識できるような強調表示の内容とすることが求められるが、やむを得ず、強調表示とと

もに打消し表示を行う場合には、打消し表示の文字の大きさ、バランス、配置箇所等について、十分注意する。

参考情報：

[消費者庁「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」\(平成 30 年 6 月\)](#)

(5) 不実証広告規制

商品・サービスの有する「性能」やその結果消費者が期待できる「効果」に関する優良性を強調した表示については、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料を準備する。資料について、以下の要件を満たす必要がある。

- a. 資料が客観的に実証された内容のものであること。
- b. 表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること。

[参考情報：消費者庁ウェブサイト（不実証広告規制）](#)

(6) 期間限定表示

商品・サービスの価格その他取引条件について、期間限定である旨の表示を行ったにもかかわらず、当該期間を経過した後も同様の取引条件で取引を行った場合、有利誤認表示に該当するおそれがある。

なお、故意に偽って表示する場合だけでなく、誤って表示してしまった場合であっても、有利誤認表示に該当する場合は、景品表示法により規制される。

キャンペーンを実施する際は、過去又は将来のキャンペーンについて注意する。

[参考情報：消費者庁ウェブサイト（有利誤認とは）](#)

(7) 二重価格表示その他の価格表示

価格表示は、消費者にとって商品・サービスの選択上最も重要な情報の一つである。したがって、価格表示が適正に行われない場合には、消費者の選択を誤らせ、消費者からの信頼や期待を大きく損なうおそれがある。

特に、商品の販売価格とは別に、比較対象となる別の価格を同時に表示すること（いわゆる二重価格表示）は、消費者の選択に強い影響を及ぼす。

二重価格表示その他の価格表示を行うに当たっては、法令等を十分注意する。

[参考情報：消費者庁ウェブサイト（二重価格表示）](#)

(8) 公正競争規約において規制される表示

公正競争規約（景品表示法第 31 条に基づく協定又は規約）とは、景品表示法第 31 条の規定により、公正取引委員会及び消費者庁長官の認定を受けて、事業者又は

事業者団体が表示又は景品類に関する事項について自主的に設定する業界のルールである。

公正競争規約が設定されている業界の商品・サービスを対象として広告を行う場合は、当該公正競争規約に定められた内容を遵守する。

[参考情報：消費者庁ウェブサイト（公正競争規約）](#)

（９）医薬品等の表示、医薬品的な効能効果等を標ぼうする表示

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「薬機法」という。）では、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品（以下「医薬品等」という。）に関する広告規制等に加え、医薬品等に該当しない商品に関して、医薬品的な効能効果等を標ぼうする表示を禁止している。

特に、健康食品において、薬機法違反に十分に注意する。

なお、特定保健用食品・栄養機能食品に認められている効能効果等は、医薬品的とはみなされない。

[参考情報：厚生労働省ウェブサイト（医薬品等の広告規制について）](#)

（１０）個人情報の取得に関する表示

サイト内でユーザーの個人情報を取得する項目（商品の販売、サービスの申込、資料請求等）が存在する場合、以下の記載が必要となる。

- a. プライバシーポリシー（個人情報保護方針）
- b. 個人情報利用目的

９．（業種別の基準）

申込者は、以下の商品・サービスについて、それぞれ規定する基準を満たす必要がある。

（１）古物営業等

- ・古物営業法による許可番号等が表示されていること
- ・盗品や第三者の権利を侵害する商品の販売、社会的に不適切な転売等が行われていないこと

（２）医薬品

- ・日本で承認されたものであること
- ・効能効果等に関する表現は、承認を受けた効能効果等の範囲内であること。ただし、承認を要しない化粧品の効能効果等に関する表現については、医薬品等適正広告基準に定める範囲とすること
- ・過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告ではないこと

- ・ 効能効果等又は安全性について、保証する表現及び最大級の表現又はこれに類する表現を行わないこと。なお、口コミやレビューも広告表現に含まれます。
- ・ 品質、効能効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告を行わないこと
- ・ 明示的、暗示的を問わず他社製品との比較広告を行わないこと
- ・ 医療用医薬品については、広告を行わないこと
- ・ 医薬関係者等（消費者に相当の影響を与える団体を含みます。）の推せんに関する表現がないこと
- ・ 過剰な懸賞、賞品等射こう心を煽る方法による広告を行わないこと
- ・ 懸賞、賞品として医薬品を授与する旨の広告を行わないこと（家庭薬を見本に提供する程度の広告を行うことを除きます。）
- ・ 不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある広告ではないこと
- ・ 医薬品の購入履歴等に基づき、購入者の同意なく、特定の医薬品の購入を勧めるような広告（いわゆるレコメンド）を行わないこと
- ・ 医薬品等適正広告基準その他の関連団体が定める広告関連規定を遵守していること

（３）医薬部外品（薬用化粧品を含みます。）

- ・ 日本で承認されたものであること
- ・ 効能効果等に関する表現は、承認を受けた効能効果等の範囲内であること。なお、薬用化粧品における効能効果等に関する表現については、化粧品と異なることにご注意ください。
- ・ 過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告ではないこと
- ・ 効能効果等又は安全性について、保証する表現及び最大級の表現又はこれに類する表現を行わないこと。なお、口コミやレビューも広告表現に含まれます。
- ・ 品質、効能効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告を行わないこと
- ・ 明示的、暗示的を問わず他社製品との比較広告を行わないこと
- ・ 医薬関係者等（消費者に相当の影響を与える団体を含みます。）の推せんに関する表現がないこと
- ・ 過剰な懸賞、賞品等射こう心を煽る方法による広告を行わないこと
- ・ 不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある広告ではないこと
- ・ 医薬品等適正広告基準その他の関連団体が定める広告関連規定を遵守していること

（４）化粧品

・効能効果等に関する表現については、医薬品等適正広告基準に定める範囲（いわゆる 56 表現）とすること。なお、薬用化粧品については医薬部外品の項目を参照してください。

- ・過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告ではないこと
- ・効能効果等又は安全性について、保証する表現及び最大級の表現又はこれに類する表現を行わないこと
- ・品質、効能効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告を行わないこと
- ・明示的、暗示的を問わず他社製品との比較広告は行わないこと
- ・医薬関係者等（消費者に相当の影響を与える団体を含みます。）の推せんに関する表現がないこと
- ・過剰な懸賞、賞品等射幸心を煽る方法による広告を行わないこと
- ・不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある広告ではないこと
- ・医薬品等適正広告基準その他の関連団体が定める広告関連規定を遵守していること

（５）医療機器

- ・日本で承認されたものであること
- ・医療機器承認番号の表示があること
- ・効能効果等に関する表現は、承認を受けた効能効果等の範囲内であること。ただし、承認を要しない化粧品の効能効果等に関する表現については、医薬品等適正広告基準に定める範囲とすること。なお、口コミやレビューも広告表現に含まれます。
- ・過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告ではないこと
- ・効能効果等又は安全性について、保証する表現及び最大級の表現又はこれに類する表現を行わないこと
- ・品質、効能効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告を行わないこと
- ・明示的、暗示的を問わず他社製品との比較広告は行わないこと
- ・医療用医療機器については、広告を行わないこと
- ・医薬関係者等（消費者に相当の影響を与える団体を含みます。）の推せんに関する表現がないこと
- ・過剰な懸賞、賞品等射幸心を煽る方法による広告を行わないこと
- ・不快、迷惑、不安又は恐怖を与えるおそれのある広告ではないこと
- ・医薬品等適正広告基準その他の関連団体が定める広告関連規定を遵守していること

（６）健康食品（特定保健用食品・栄養機能食品・機能性表示食品）

- ・医薬品的な効能効果等の表現を行わないこと
- ・医薬品的な用法用量の指定がないこと
- ・特定保健用食品の場合は、許可を確認でき、表示内容がその範囲内であること
- ・栄養機能食品の場合は、表示内容が規格基準で定められたものであること
- ・機能性表示食品の場合は、届出を確認でき、表示内容がその範囲内であること
- ・薬機法、健康増進法、食品表示法等の法律及び消費者庁等から出される通知等を遵守すること

（７）健康器具

- ・製品が安全であることを保証するために、適切な試験や認証を受けていること。
- ・身体 of 構造や機能に影響を及ぼすなどの医療機器的な効能効果等の表現を行わないこと
- ・誤解を招くような誇張表現や誤った情報は避けること。
- ・薬機法等を遵守すること

（８）アルコール飲料

- ・20歳未満の者を対象としたメディアにおいて広告を行わないこと
- ・「お酒は20歳を過ぎてから」等の表示を行うこと

（９）医療機関、美容外科、美容整形

- ・所在地、連絡先等の表示を行うこと
- ・日本国内の医療機関等であること
- ・医療法、医療広告ガイドライン等を遵守すること

（１０）エステティックサロン

- ・施術内容が医療行為並びにあん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復に該当しないこと
- ・医療行為並びにあん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復に該当すると誤認される又は誤認されるおそれのある表示を行わないこと

（１１）あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復

- ・施術者が施術に必要な国家資格を保有していること
- ・所在地、連絡先、施術者の氏名等の表示を行うこと
- ・施術内容が医療行為に該当しないこと

- ・医療行為に該当すると誤認される又は誤認されるおそれのある表示を行わないこと

（１２）整体・気功・アロマテラピー・カイロプラクティック等民間療法

- ・施術者が医師やあん摩マッサージ指圧師などの国家資格を保有していると誤認される又は誤認されるおそれのある表示を行わないこと

- ・施術内容が医療行為並びにあん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復に該当しないこと

- ・医療行為並びにあん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復に該当すると誤認される又は誤認されるおそれのある表示を行わないこと

（１３）結婚紹介業・パーティー業・インターネット異性紹介事業

- ・法令等により届出等が必要な場合は、届出等を行っていること

- ・18歳以上の者のみが利用できるサービスであること

- ・本人確認等が行われていること

- ・有料である場合は、料金体系が明瞭であること

- ・交際の結果等により、その対価を供与、享受することがないこと

- ・申込者が信頼性のあると判断されたプライバシー保護に関する第三者機関の認定を取得していること

（１４）その他

上記の業種に限らず、法令・業界慣習・社会通念に照らして適切な表現であること

以 上

(2024年12月5日現在)