不適切と考えられる広告の事例

1. 虚偽広告

■ 「必ず就職できます」

■ 「○%の満足度」（根拠・調査方法の提示がないもの）

→ データの根拠（具体的な調査の方法等）を明確にせず、データの結果と考えられるもののみを示すものについては、虚偽広告として取り扱う。

2. 誇大広告

■ 「（○割の方が）0円で利用」「無料」

→ 障害福祉サービスの利用者負担は所得に応じて負担上限額が設定され、利用者に実際に負担が生じるかどうかはその世帯所得による。また、利用者負担がない場合も、教材費その他の実費負担が生じる場合もある。利用者に負担が生じないことを、その条件や対象範囲等を明示せずにことさらに強調して広告する場合、利用者が何ら費用を負担することなくサービスを利用できるかのような誤認を与える恐れがある。

■ 「送迎無料」

→ 利用者が自ら事業所に通勤することは、就労に必要な能力の向上のための訓練の一環であり、また、送迎を行う事業所であっても、必ずしも希望する利用者全員に対応することが難しい場合もある。利用者に無料の送迎を行うことを、その条件や対象範囲等を明示せずにことさらに強調して広告する場合、利用者が無条件に送迎を利用できるかのような誤認を与える恐れがある。

■ 「○○市の指定を受けた事業所です！」

→ 障害福祉サービス事業者が指定権者の指定を受けて事業を行うことは、法における義務であり当然のことであるが、当該指定を受けたことをことさらに強調して広告する場合、あたかも特別な指定を受けた事業所であるかのような誤認を与える恐れがある。

■ 「○○は効果が高く、おすすめです」

→ 具体的な根拠を明示せずに特定のサービスの有効性をことさらに強調して広告する場合、有効性が高いと称するサービスの利用へ誘導される恐れがある。

■ 「高工賃（○万円）も目指せます」

→ 実際には目標の工賃を得ている利用者が少数であり、現在の平均工賃が相当下回っているにもかかわらず、その目標の工賃のみを、実績や達成条件等を明示せずにことさらに強調して広告する場合、あたかも通常、利用者が目標の工賃を得られるかのような誤認を与える恐れがある。