

山鹿市有料広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、山鹿市有料広告掲載要（以下「掲載要綱」）第2条第2項の規定に基づき、広告の内容の適否を判断する基準として必要な事項を定める。

(基本的な考え方)

第2条 山鹿市の広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用が高く、かつ公序良俗に反せず市民に不利益を与えない中立性のある情報でなければならない。また、広告の内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性をもてるものでなければならない。

(規制業種又は事業者)

第3条 次に定める業種、事業者又は商品の広告は広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 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)に規定する風俗営業又はこれに類似する業種
- (2) 消費者金融
- (3) たばこ製造業種
- (4) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）に係るもの
- (5) 規制対象でない業種であっても、社会問題を起こしている業種や事業者
- (6) 法令等の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 占い、運勢判断等に関するもの
- (8) 興信所、探偵事務所等
- (9) 債権取立て、示談引受け等をうたったもの
- (10) 先物取引業者
- (11) 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もの
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)に基づく市長の許可を取得せず、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・作業代等を要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する。)
- (12) 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）及び会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による再生・更正手続中の事業者
- (13) 各種法令等に違反しているもの
- (14) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの

(広告掲載の基準)

第4条 以下に該当する広告は、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
 - ア 選挙、政党・政治団体等、政治活動に関連するもの
 - イ 人権侵害、差別、名誉き損のおそれがあるもの
 - ウ 法律で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの

- エ 他をひぼうし、中傷し又は排斥するもの
- オ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- カ 国内世論が大きく分かれているもの
- キ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- ク 非科学的又は迷信に類するもので、利用を惑わせたり、不快を与えたりするおそれのあるもの
- ケ その他社会的に不適切なもの

(2) 消費者保護の観点から適切でないもの

- ア 誇大な表現(誇大広告)、根拠のない表示又は誤認を招くような表現を使用しているもの
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を使用しているもの
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 人材募集の広告をする場合において労働基準法等関係法令を遵守していないもの
- エ 虚偽の内容を表示するもの
- オ 法令等で認められていない業種・商法・商品に係るもの
- カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等に係るもの
- キ 責任の所在が明確でないもの
- ク 広告の内容が明確でないもの
- ケ 国、地方公共団体、その他公共の機関が、広告主となり又はその商品やサービスなどを推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの

(3) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの

- ア 広告内容に無関係な水着姿、裸体姿等を使用しているもの。ただし、出品作品の一例又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 暴力や犯罪を肯定し、助長するような表現を使用しているもの
- ウ 残酷な描写等善良な風俗に反する表現を使用しているもの
- エ 暴力又はわいせつ性を連想させるもの
- オ ギャンブル等を肯定するもの
- カ 青少年の身体・精神・教育に有害なもの

(4) バナー広告に関しては、市のWEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告が直接リンクしているWEBページ内の内容についても、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、この基準の全部又は一部を準用することができる。

(5) 他のWEBページを集合し、情報提供することを主たる目的とするWEBページで、掲載要綱、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し、又は紹介しているWEBページ。

(個別基準)

1. 人材募集広告

(1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは掲載しない。

(2) 人材募集に見せかけて、商品、材料及び機材の売付け又は資金集めを目的としているものは掲載しない。

2. 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。

例：「1か月で確実にマスターできる」等

3. 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、実績年もあわせて表示する。

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、施設等が不明確なものは掲載しない。

4. 外国大学の日本校

下記の主旨を明確に表示すること。

「この大学は、学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学ではありません」

5. 資格講座

(1) 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。下記の主旨を明確に表示すること。

「この資格は、国家資格ではありません」

(2) 「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。下記の主旨を明確に表示すること。

「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります」

(3) 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売付け又は資金集めを目的としているものは掲載しない。

(4) 受講費用がすべて公的給付でまかなえるかのように誤認される表示はしない。

6. 病院、診療所及び助産所

(1) 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。（医療広告ガイドラインに準じる）

(3) 提供する医療の内容が他の医療機関等と比較して優良である旨を広告してはならない。

(3) 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な広告を行なってはならない。

(4) 広告する治療方法について、疾病等が完全に治癒される旨等その効果を推測的に述べることはできない。

(5) 写真については、他の病院のものは広告できない。また、病人が回復して元気になるイラスト効果に関するものも広告できない。

(6) マークを用いることはできるが、そのマークが示す内容を文字等により併せて表記してはならない。赤十字のマークや名称は自由に用いることができない。

(7) 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、医療法の規制がかかる広告には

あたらないため、前号の規定を適用しない。なお、リンク先のホームページの内容については、「医療機関ホームページガイドライン」に定める規定に反しないこと。

7. 施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復等）

- (1) 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。
- (2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は掲載できない。
- (3) 法定の施術所以外の医療類似行為を行なう施設（整体院、カイロプラティック、エステティック等）の広告は掲載できないため、業務内容の確認は必ず行う。

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

- ア 広告を掲載する事業者は、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課で広告内容についての了解を得ること。
- イ 医薬品等は、薬事法（昭和 35 年法律第 145 号）第 66 条から 68 条までの規定の範囲内で掲載するものとし、次のような表示は掲載できない。
 - (ア) 最大級及びそれに類似する表示
 - (イ) 効能、効果及び安心を保証する表示（使用前・後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等）

9. 健康食品、保健機能食品、特別用途食品等

- ア 広告を掲載する事業者は、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課及び食品担当課並びに公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。
- イ 健康食品・機能性食品は、あくまでも食品であり、医薬品的な効能、効果、成分、用法、容量等の表示はできない。

10. 介護保険法に規定するサービス、その他高齢者福祉サービス等

(1) サービス全般

ア 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。

イ 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。

ウ 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できない。

例：「山鹿市有料広告事業受託事業者」

(2) 有料老人ホーム

前項で規定するもののほか

ア 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、当該指針別表「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はすべて表示すること。

イ 所管都道府県の指導指針に基づいたものであること。

ウ 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（平成16年度公正取引委員会告示第3号）に抵触しないこと。

(3) 有料老人ホーム等の紹介業

ア 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。

イ その他利用に当たっては有利であると誤解を招く表名表示はできない。

11. 不動産業

(1) 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。

(2) 不動産売買や賃貸の広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、価格、賃料及び取引条件の有効期限を明記する。

(3) 「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。

(4) 契約を急がせる表示は掲載しない。

例：「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等

12. 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な業務案内等に限定する。

13. 旅行業

(1) 登録番号、所在地及び補償内容を明記する。

(2) 不当表示に注意する。

例：「白夜でない時期の「白夜旅行」」、「行程にない場所の写真」等

また、広告主の旅行業者又は旅行業者代理業者は、日本旅行業協会または全国旅行業協会の会員に限る（登録番号を明記すること）

14. 通信販売業

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(1) 会社の概要、商品カタログなどを検討し、妥当と判断したものに限り掲載する。

(2) 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条及び第12条並びに同法施行規則（昭和51年政令第89号）第8条から第11条までの規定に反しないこと。

15. 雑誌、週刊誌等

(1) 適正な品位を保った広告であること。

(2) 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及び不快感を与えないものであること。

(3) 性犯罪を誘発または助長するような表現（文言、写真）がないものであること。

(4) 犯罪被害者（特に性犯罪や殺人事件の被害者）の人権及び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。

(5) タレントなど有名人の個人的行動に関しても、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。

(6) 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。

(7) 未成年者及び心神喪失者などの犯罪に関連した広告では、氏名及び写真は原則表示しない。

(8) 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。

また、雑誌、週刊誌等について、以下のものは掲載してはならない。

ア 社会秩序を乱すような内容を掲載したもの

イ 虚偽又は表現が不正確で誤認されるおそれがある内容を掲載したもの

ウ プライバシーの侵害、信用失墜、業務妨害等のおそれがある内容を掲載したもの

エ 有害図書と認められるもの

16. 映画、興行等

(1) 暴力、とばく、麻薬及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。

(2) 性に関する表現で、扇情的、露骨及びわいせつなものは掲載しない。

(3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

(4) 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。

(5) ショッキングなデザインは使用しない。

(6) 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。

(7) 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。

17. 古物商・リサイクルショップ等

(1) 営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可を受けていること。

(2) 一般廃棄物処理業に係る市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：改修、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など

18. 占い及び運勢判断

(1) 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。

(2) 占いや運勢判断に関する出版物はその都度判断する。

(3) 料金や販売について明示する。

19. 結婚相談所及び交際紹介業

(1) 地方自治体又は公的機関に認められた団体であること、若しくは業界団体に加盟していることとし、その旨を明記する。

(2) 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。

(3) 個人情報保護に関する法律（平成15年法律第57号）等の法令等を遵守する旨の記載があること。

20. 調査会社、探偵事務所等

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。

21. 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

- (1) 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。
- (2) 出版物の広告は、主張の展開及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。

22. 募金等

- (1) 厚生労働大臣又は都道府県知事の認可を受けていること。
- (2) 下記の主旨を明確に表示すること。
「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です」

23. 質屋、チケット等再販売業等

- (1) 個々の相場、金額等の表示はしない。
例：「〇〇のバッグ 50,000 円」、「航空券 東京～熊本 15,000 円」等
- (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

24. トランクルーム及び貸し収納業者

- (1) 「トランクルーム」は国土交通省の規則に基づく適正業者（マル敵マーク付き）であることが必要。
- (2) 「貸し収納業者」は会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用しない。
また、次の主旨を明確に表示すること。「当社の〇〇は、倉庫業法（昭和 31 年法律第 121 号）に基づくトランクルームではありません」等

25. ダイヤルサービス

ダイヤルQ2のほか各種ダイヤルサービスは内容を確認のうえ判断する。

26. その他表示について注意を要すること

- (1) 割引価格の表示
割引価格を表示する場合は、対象となる元の価格の根拠を明確にすること。
例：「メーカー希望小売価格の 30%引き」等
- (2) 比較広告（根拠となる資料が必要）
主張する内容が客観的に実証されていること。
- (3) 無料で参加・体験できるもの
費用がかかる場合には、その旨表示すること。
例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等
- (4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告
広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告主の所在地及び連絡先の両方を明示する。連絡先については固定電話とし、携帯電話及び PHS のみの明記は認めない。また、法人格を有しない団体の場合には、責任の所在を明らかにするために、代表者名を明記する。
- (5) 肖像権及び著作権
無断使用がないか確認をする。
- (6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意する。（公正取引委員会に確認の必要あり）

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

(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

(8) アルコール飲料

ア 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

イ 飲酒を誘発するような表現の禁止

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

附則（平成 26 年 1 1 月 2 5 日総務部長専決）

（施行期日）

1 この基準は、総務部長専決の日から施行する。

（経過措置）

2 この基準の施行の際、現に申込書を受理しているものに係る審査基準については、なお従前の例による。