

## 串間市有料広告掲載基準

### (趣旨)

第1条 この基準は、串間市有料広告掲載要綱（平成20年串間市告示第 号）第5条に規定する基準として定めるものであり、広告媒体への広告掲載の可否は、この基準に基づき判断を行うものとする。

### (基本的な考え方)

第2条 市の広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を持つものでなければならない。

### (広告媒体ごとの基準)

第3条 この基準に規定するもののほか、広告媒体の性質に応じて、広告内容及びデザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、別途基準を作成することができる。

### (規制業種又は事業者)

第4条 次の各号に定める業種又は事業者の広告は掲載しない。

- (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）第2条第1項に規定する風俗営業及び風俗営業類似の業種
- (2) 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業
- (3) たばこに関するもの
- (4) ギャンブルに関するもの
- (5) 社会問題を起こしている業種又は事業者
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 占い、運勢判断に関するもの
- (8) 興信所・探偵事務所等
- (9) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (10) 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受けず、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、作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する。）
- (11) 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・更生手続中の事業者
- (12) 法令等に違反しているもの
- (13) 行政機関から行政指導を受け、改善がなされていないもの
- (14) 市税を滞納している事業者

(掲載を承認しない広告)

第5条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

(1) 第2条の趣旨に鑑みて適切ではないものとして、次のいずれかに該当するもの

- ア 法令及び本市の条例、規則等に違反するもの又はそのおそれがあるもの
- イ 法律で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品等の不適切な商品又はサービス
- ウ 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- エ 選挙、政党・政治団体等又は政治活動に関連するもの
- オ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- カ 社会問題についての主義主張や係争中の声明広告
- キ 国内世論が大きく分かれているもの
- ク 個人、団体等の意見広告及び名刺広告
- ケ 広告媒体の紙面、画面構成、主要使用目的等を著しく損なうおそれがあると認められるもの
- コ 公衆に不快の念又は危害を加えるおそれがあるもの
- サ 人権侵害、差別、名誉き損のおそれがあるもの
- シ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- ス 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれがあるもの

(2) 消費者被害の未然予防及び拡大防止の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの

- ア 誇大な表現（誇大広告）及び根拠のない表示や誤認を招くような表現  
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  
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 人材募集広告については労働基準法（昭和22年法律第49号）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 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- カ 責任の所在が明確でないもの

(3) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの

- ア 水着姿及び裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの。ただし、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のもの
- ウ 残酷な描写等、善良な風俗に反するような表現のもの
- エ ギャンブルを肯定するもの
- オ 青少年の健康・精神・教育に有害なもの

(広告内容、表示等の基準)

第6条 広告の具体的な表示内容等については、掲載の都度、別表の各項目について検討し判断することとする。

(規制業種の企業による規制業種に関するもの以外の広告)

第7条 第4条で定める規制業種に該当する企業による、規制業種に関連するもの以外の内容の広告は、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

#### 附 則

この基準は、公表の日から施行する。

#### (別表)

業種、商法、商品	表示内容等の制限
人材募集	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認めない。 2 人材募集に見せかけて、商品・材料及び機材の売りつけや資金集めを目的としているものは掲載しない。
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
学習塾・予備校等 (専門学校を含む)	合格率など実績を載せる場合は、実績年も併せて示し根拠を明確にする。
外国大学の日本校	下記の趣旨を明確に表示すること。 「この大学は、日本の学校教育法に定める大学ではありません。」
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。下記の趣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。」等 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表現は使用しない。下記の趣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。」等 3 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売りつけや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。
病院、診療所、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、一切広告する

	<p>ことができない。</p> <p>2 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。</p> <p>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ってはならない。</p> <p>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。</p> <p>5 写真については、病院の全景や当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは広告することができない。</p> <p>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なければならない。赤十字のマークや名称は自由に用いることができない。</p>
<p>施術所(あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復)</p>	<p>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、一切広告することができない。</p> <p>2 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は広告することができない。</p> <p>3 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設(整体院、カイロプラクティック、エステティック等)の広告は掲載することができないため、業務内容の確認は必ず行う。</p>
<p>薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具(健康器具、コンタクトレンズ等)</p>	<p>広告を掲載する業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の医務薬務担当課(保健所担当課)で広告内容についての了解を得ること。</p>
<p>いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品</p>	<p>広告を掲載する業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の食品担当課(保健所各担当課)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。</p>
<p>介護保険法(平成9年法律第123号)に規定するサービス・その他高齢者福祉サービス等</p>	<p>1 サービス全般(老人保健施設を除く。)</p> <p>(1) 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。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) その他、サービスを利用するにあたって、有利であると誤解を招くような表示はできない。</p> <p>例：串間市事業受託事業者等</p> <p>2 有料老人ホーム</p> <p>(1) 前項に規定するもののほか、厚生労働省「有料老人ホ</p>

	<p>ーム設置運営標準指導指針」に規定する事項を遵守し、同指針別表「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。</p> <p>(2) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。</p> <p>(3) 公正取引委員会が景品表示法第4条第1項第3号規定に基づき策定した「有料老人ホーム等に関する不当な表示(平成16年公正取引委員会告示第3号)」に規定した表示は掲載できない。</p> <p>3 有料老人ホーム等の紹介業</p> <p>(1) 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。</p> <p>(2) その他利用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。</p>
不動産事業	<p>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。</p> <p>2 不動産売買や賃貸の広告の場合は、取引形態、物件所在地、面積、建築年月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記する。</p> <p>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。</p> <p>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</p>
旅行業	<p>1 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。</p> <p>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</p>
通信販売業	<p>返品等に関する規定が明確に表示されていること。</p>
雑誌・週刊誌等	<p>1 適正な品位を保った広告であること。</p> <p>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。</p> <p>3 性犯罪を誘発・助長するような表現(文言、写真)がないものであること。</p> <p>4 犯罪被害者(特に性犯罪や殺人事件の被害者)の人権・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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>

	<p>あること。</p> <p>7 未成年者、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として表示しない。</p> <p>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。</p>
映画・興行等	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>3 いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。</p> <p>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。</p> <p>5 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。</p> <p>6 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。</p>
占い・運勢判断	<p>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。</p> <p>2 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。</p> <p>3 料金や販売について明示する。</p>
結婚相談所・交際紹介業	<p>1 結婚情報サービス協議会に加盟していること（加盟証明が必要）を明記する。</p> <p>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。</p>
調査会社・探偵事務所等	<p>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。</p>
労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織	<p>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。</p> <p>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。</p>
募金等	<p>1 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けていること。</p> <p>2 下記の趣旨を明確に表示すること。 例：「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」等</p>
質屋・チケット等再販売業	<p>1 個々の相場、金額等の表示はしない。 例：〇〇のバッグ〇〇〇円、航空券 東京～宮崎 〇〇〇円等</p> <p>2 有利さを誤認させるような表示はしない。</p>
トランクルーム及び貸し	<p>1 「トランクルーム」は国土交通省の規制に基づく適正業</p>

<p>収納業者</p>	<p>者（マル適マーク付き）であることが必要。</p> <p>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、下記の趣旨を明確に表示すること。</p> <p>例：「当社の〇〇は、倉庫業法に基づくトランクルームではありません」等</p>
<p>ダイヤルサービス</p>	<p>“ダイヤルQ2”のほか各種のダイヤルサービスは内容を確認のうえ判断する。</p>
<p>その他、表示内容について注意を要すること。</p> <p>1 割引価格を表示する場合、対象となる元の価格の根拠を明示すること。</p> <p>例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等</p> <p>2 比較広告の場合、主張する内容が客観的に実証されていること。</p> <p>（根拠となる資料が必要）</p> <p>3 無料で参加・体験できるもの</p> <p>一部負担がある場合には、その旨を明示すること。</p> <p>例：「昼食代は実費負担です」、「入会金は別途必要です」等</p> <p>4 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告</p> <p>広告主等の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告主等の所在地、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、携帯電話のみは認めない。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。</p> <p>5 肖像権・著作権</p> <p>無断使用がないか確認をする。</p> <p>6 宝石の販売</p> <p>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。）</p> <p>例：「メーカー希望価格の50%引き」（宝石には通常、メーカー希望価格はない）等</p> <p>7 個人輸入代行業等の個人営業広告</p> <p>8 アルコール飲料</p> <p>（1）未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。</p> <p>例：「お酒は20歳を過ぎてから」等</p> <p>（2）飲酒を誘発するような表現の禁止</p> <p>例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等</p> <p>（3）飲酒運転禁止の文言を表示すること。</p> <p>例：「飲酒運転は法律で禁止されています。」等</p>	