

## 香取市広告掲載基準

制定 平成 20 年 10 月 1 日

(趣旨)

第 1 条 この基準は、香取市広告掲載要綱第 4 条第 2 項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。

(広告全般に関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、消費者の誤解を招かないもの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てる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 次に掲げ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)で、風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融の業種
- (4) たばこ製造に関わる業種
- (5) 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や事業者
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (7) 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続中の事業者
- (8) 各種法令に違反している事業者
- (9) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
- (10) 前各号に掲げるもののほか、広告を掲載することが不相当と市長が認める業種又は事業者

(掲載基準)

第 5 条 次に掲げるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
  - ア 人権侵害、差別、名誉毀損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などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
  - ウ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
  - エ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

- オ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- カ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- キ 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のあるもの
- ク 社会的に不適切なもの
- ケ 国内世論が大きく分かれているもの

(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 大げさな表現や根拠のない表現（世界一、日本一、一番など）
- イ 射幸心を著しくあおる表現（今しかない、最後のチャンスなど）
- ウ 人材募集広告については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
- カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- 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、出品作品の一例また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
- ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現
- エ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
- オ ギャンブル等を肯定するもの
- カ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

(市ホームページに関する基準)

第6条 市ホームページへの広告に関しては、ホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているWEBページの内容についてもこの基準を適用する。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第7条 掲載する広告の表示内容は、次の事項に留意するものとする。

(1) 語学教室等

1か月で確実にマスターできるなどの安易さや授業料・受講料の安価さを強調する表現は使用しない。

- (2) 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、事実や客観的な根拠に基づいたものとし、実績年も併せて表示する。
  - 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、施設が不明確なものは掲載しない。
- (3) 外国大学の日本校
- 「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。」の主旨を明確に表示する。
- (4) 資格講座
- ア 受講する資格の内容を明記すること。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。」
  - イ 「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。」
  - ウ 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。
  - エ 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。
- (5) 病院、診療所、助産所
- 広告できる事項は、医療法第6条の5及び第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないこと。
- (6) 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）
- ア 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第7条又は柔道整復師法第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。
  - イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は広告できない。
  - ウ 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）の広告は掲載できない。
- (7) 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）
- ア 薬事法第66条から第68条の規定及び厚生労働省の医薬品等適性広告基準の規定並びに各法令所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
  - イ 医療機器については、厚生労働省の承認番号を記載すること。

ウ 広告を掲載する事業者が、事業所所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(8) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 健康増進法第32条の2、薬事法第68条、食品衛生法第20条並びに各法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示できない。

ウ 健康機能食品及び特別用途食品については、広告内容が国及び法令に認められている表示事項の範囲を超えていないこと。かつ、法令等により定められている表示すべき事項が記載されていること。

エ 広告を掲載する事業者が、事業所所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署及び食品担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(9) 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

ア サービス全般（老人保健施設を除く）

(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：香取市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム

アに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、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。

ウ 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有利であると誤解を招くような表示はできない。

(10) 墓地等

都道府県知事又は市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を

明記すること。

(11) 不動産事業

ア 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。

イ 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、取引条件の有効期限を明記する。

ウ 「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。

エ 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・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規制に抵触する内容ではないこと。

(13) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

イ 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 など

(14) 通信販売業

特定商取引に関する法律第11条及び第12条並びに同法施行規則第8条から11条の規定に反しないこと。

(15) 雑誌・週刊誌等

ア 適正な品位を保った広告であること

イ 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。

ウ 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。

エ 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。

(16) 映画・興業等

ア 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。

イ 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。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

エ 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。

オ ショッキングなデザインは使用しない。

カ アからオまでに掲げるもののほか、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。

キ 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) 人材募集広告
- ア 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。
  - イ 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。
- (18) 古物商・リサイクルショップ等
- ア 営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可等を受けていること。
  - イ 一般廃棄物処理業に係る市長等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：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など
- (19) 結婚相談所・交際紹介業
- ア 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。
  - イ 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。
- (20) 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織
- ア 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。
  - イ 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。
- (21) 募金等
- ア 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。
  - イ 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。」
- (22) 質屋・チケット等再販売業
- ア 個々の相場、金額等の表示はしない。  
例：〇〇〇のバッグ 50,000円、航空券 東京～福岡 15,000円 等
  - イ 有利さを誤認させるような表示はしない。
- (23) トランクルーム及び貸し収納業者
- ア 「トランクルーム」は国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であることが必要。その旨を表示する。
  - イ 「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、下記の主旨を明確に表示する。  
「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
- (24) その他、表示について注意を要すること
- ア 割引価格の表示  
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。  
例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等

イ 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。

ウ 無料で参加・体験できるもの

費用がかかる場合がある場合には、その旨明示すること。

例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等

エ 広告主の所在地及び連絡先を明確に表示する。特に、電話番号は固定電話とし、携帯電話やPHSのみの表示は認めない。

オ 肖像権・著作権の使用については、無断使用がないか確認する。

カ アルコール飲料については、未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示しなければならない。また、未成年の飲酒を誘発するような文言及びデザインを表示してはならない。