

神栖市有料広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、神栖市有料広告掲載要項第3条の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。

(個別の基準)

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）の適用を受ける業者
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融
- (4) たばこ
- (5) ギャンブルにかかるもの
- (6) 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
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 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
- (9) 占い、運勢判断に関するもの
- (10) 興信所・探偵事務所等
- (11) 結婚相談所等（国又は地方公共団体が実施又は助成するものを除く）
- (12) その他、市長がふさわしくないと判断したもの

(掲載基準)

第5条 次に定めるものは、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 第三者の著作権、財産権、プライバシー等の権利を侵害するおそれがあるもの

オ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

カ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

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、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
- ケ 社会的に不適切なもの
- コ 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 誇大な表現（誇大広告）や根拠のない表示、誤認を招くような表現
例：「世界一」「一番安い」等
 - 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 虚偽の内容を表示するもの
 - エ 法令等で認められていない業種・商法・商品
 - 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、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
 - キ インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（平成15年法律第83号）第2条第2号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (4) その他、市長がふさわしくないと判断したもの

（広告のリンクに関する基準）

第6条 市の広告媒体への広告に関しては、その掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているウェブページ及びSNS等の内容についても、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 具体的な表示内容等については、掲載の都度、当該広告媒体主管部局が次の各項目について検討し、判断することとする。医療、老人保健施設、選挙、墓地等に関する表示内容及び消費者関連法に基づく表示基準については、当該広告媒体主管課が直接、事務を担当する部局と協議の上、内容の訂正・削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。広告主は正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

1 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：一か月で確実にマスターできる 等

2 学習塾・予備校等（専門学校を含む。）

(1) 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。

(2) 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、広告掲載してはならない。

3 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。

4 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、一切広告できない。

(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。

(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。

(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) 写真やイラストについては、当該病院のものや、医療に関しないものなどは広告可能であるが、医療法の規定により広告できる事項以外は広告できない。

(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。

5 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

(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広告できない。

(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）の広告は掲載できないため、業務内容の確認は必ず行う。

6 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品広告を掲載する事業者は、公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

7 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

(1) 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： 神栖市事業受託事業者 等

(2) 有料老人ホーム

(1) に規定するもののほか、次に規定する基準を満たすこと。

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。

(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有利であると誤解を招くような表示はできない。

8 不動産事業

(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、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

9 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事業案内等に限定する。

10 旅行業

(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

(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

11 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。

- 12 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。
- 13 質屋・チケット等再販売業
 - (1) 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
 - (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。
- 14 規制業種の企業による規制業種に関するもの以外の内容の広告
本基準第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。
- 15 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、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
 - (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
 - (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、連絡先の両方を明示する。連絡先については電話番号とする。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、代表者氏名を明記する。
 - (5) 肖像権・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（公正取引委員会に確認の必要あり。）
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
 - (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 20歳未満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