長生郡市広域市町村圏組合広告掲載基準

（趣旨）

第１条　この基準は、長生郡市広域市町村圏組合（以下「組合」という。）広告掲載要綱（平成27年長生郡市広域市町村圏組合告示第19号）第3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　組合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及び信頼性を持てるものでなければならない。

（広告掲載することができない業種又は事業者）

第３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

（２）　風俗営業に類似する業種

（３）　暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団その他反社会的団体又はそれらに関連すると認めるに足る相当の理由のある事業者

（４）　たばこその他圏域住民の健康上、好ましくないものを扱う業種

（５）　ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）に係る業種

（６）　消費者金融業

（７）　債権取立て、示談の引受等を業とする事業者

（８）　興信所・探偵事務所等の業種

（９）　占い、運勢判断に関する業種

（10）　法律の定めのない医療類似行為を行う事業者

（11）　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

（12）　特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）で、連鎖販売取引と規定される業種

（13）　民事再生法（平成11年法律第225号）又は会社更生法（平成14年法律第154号）による再生・更生手続中の事業者

（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事業者

（15）　長生郡市広域市町村圏組合建設工事請負業者等指名停止措置要領（平成24年制定）に基づく指名停止を受けている事業者

（16）　市町村税を滞納している事業者

(17)　社会問題を起こしている業種や事業者

(18)　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者

(19)　各種法令または条例に違反している事業者

(20)　その他広告として掲載することが不適当であると認めるもの

（掲載基準）

第４条　次のいずれかに該当するものは、広告媒体に掲載しないものとする。

（１）　法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの

ア　法律で禁止されている商品又は無認可商品、粗悪品及び不適切なサービスを提供するもの

イ　法令等に基づく許可等を要するにもかかわらず、許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの

（２）　公序良俗に反するもの

ア　暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の使用、売春等の行為を推奨し、肯定し、又は美化したもの

イ　醜悪、残虐、猟奇的である等公衆に不快感を与えるおそれがあるもの

ウ　性に関する表現で、露骨、わいせつなもの又は裸体を含むもの

エ　犯罪を誘発するもの又はそのおそれのあるもの

オ　その他社会的秩序を乱すおそれのあるもの

（３）　基本的人権を侵害するもの

ア　人権侵害、名誉棄損及び各種差別的なもの

イ　第三者をひぼう、中傷又は排斥するもの

ウ　第三者の氏名、写真、談話及び商標、著作権その他の財産権を無断で使用したもの又はプライバシー等を侵害するもの若しくは侵害するおそれのあるもの

（４）　政治性のあるもの

ア　公の選挙若しくは投票の事前運動に該当するもの又は該当するおそれのあるもの

イ　政党その他の政治団体による政治活動に該当するもの又は該当するおそれのあるもの

（５）　宗教性のあるもの

宗教団体による布教活動を目的とするもの

（６）　社会問題についての主義主張

ア　個人又は団体の意見広告

イ　社会問題についての主義主張や係争中の声明広告

ウ　国内世論が大きく分かれているもの

（７）　個人又は団体の名刺広告

単に個人の氏名又は法人、その他の団体の名称（代表者の氏名を含む。）を表示し、これを公衆に周知するもの

（８）　美観風致を害するおそれがあるもの

デザイン及び色彩が著しく派手で品位を欠き、広告媒体との調和を損なうと認められるもの

（９）　消費者被害の未然防止及び拡大防止の観点から適切でないもの

ア　誇大な表現（誇大広告）、根拠のない表示及び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　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　責任の所在及び内容や目的が明確でないもの

キ　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

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、不安を与えたりするおそれのあるもの

（10）　青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの

ア　水着姿や裸体姿など、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

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

（11）　その他広告として不適当であると管理者が認めるもの

（広告の表示内容に関する業種ごとの個別基準）

第５条　掲載する広告の表示内容については、次のことに留意するものとする。

（１）　人材募集

ア　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ること。

イ　人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡旋の疑いのあるものは認めない。

ウ　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こと。

（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こと。

例：「1ヶ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、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こと。

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こと。

（４） 外国大学の日本人学校

学校教育法（昭和 22 年法律第 26 号）に基づく学校ではない旨を明確に表示すること。

例：「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。」

（５） 資格講座

ア 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。国家資格ではない旨を明確に表示すること。

例：「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こと。資格取得には国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示すること。

例：「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こと。

エ 受講費用が全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こと。

（６） 病院、診療所、助産所など（イ以降の規定は（７）についても適用する。）

ア 広告できる事項は、医療法（昭和 23 年法律第 205 号）第 6 条の 5 及び 6 条の 7 及び獣医療法（平成 4 年法律第 46 号）第 17 条の規定の範囲内で表示すること。

イ 他の病院、診療所又は助産所と比較して優良である旨を広告しないこと。

ウ 誇大な広告を行わないこと。

エ 客観的事実であることを証明することができない内容の広告を行わないこと。

オ 厚生労働省「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）について（平成 19 年 3 月 30 付け医政発第 0330014 号）」に沿った広告内容であること。

（７） 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

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（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 条の規定の範囲内で表示すること。

イ　施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、表示しないこと。

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。

（８）　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（昭和 35 年法律第 145 号）第 66 条から第 68 条までの規定を遵守し、掲載すること。

イ　厚生労働省「医薬品等適正広告基準（昭和 55 年 10 月 9 日付け薬発第 1339 号）」を遵守すること。

ウ　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。

（９）　いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア　広告を掲載する事業者は、薬事法第 66 条から第 68 条まで、健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）第 32 条の 2 及び食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）第 20 条の規定を遵守した広告を行うこと。

イ　健康食品については、厚生労働省「食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽拡大広告等の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）について（平成 15 年 8 月 29 日付け薬食発第 829007 号）」等の、厚生労働省が発する基準、指針等を遵守し、消費者に誤解を招くような虚偽拡大広告を避けること。

（10）　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

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分し、誤認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、担当者名等に限ること。

（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しないこと。

例：公的事業受託事業者等

イ　介護老人保健施設

介護保険法第 98 条に規定する広告できる事項以外は広告しないこと。

ウ　有料老人ホーム

（ア）　アに規定するもの

（イ）　厚生労働省「有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成 14 年 7 月 18 日付け厚生労働省老健局長通知）」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全て表示すること。

（ウ） 所管都道府県の指導に基づいたものであること。

（エ） 「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）」及び同表示の運用基準に抵触しないこと。

エ 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、担当者名等一般的なものとすること。

（イ） その他利用に当たって著しく有利であると誤解を招くような表示はしないこと

(11) 墓地等

管理者の許可を取得し、許可年月日、認可番号及び経営者名を明記すること。

(12) 不動産事業

ア 不動産業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こと。

イ 不動産の取引に関する広告の場合は、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こと。

ウ 不動産の表示に関する公正競争規約（平成 17 年 11 月 10 日公正取引委員会告示第 23 号）」による表現規制に従うこと。

エ 契約を急がせる表示は掲載しないこと。

例：「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等

(13) 弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

ア 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。

イ 誇大又は過度な期待を抱かせる表示はしないこと。

例：「たちどころに解決します」等

(14) 旅行業

ア 広告主の旅行業者又は旅行業者代理業者は、日本旅行業協会又は全国旅行業協会の会員に限る。

イ 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。ただし、補償については、広告内に全て記載してある必要はなく、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等があればよいものとする。

ウ 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

エ その他広告表示について旅行業法（昭和 27 年法律第 239 号）第 12 条の 7 及び第 12 条の 8 並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

(15) 通信販売業

ア 会社の概要、商品カタログなどを検討し、組合が妥当と判断したものに限り掲載すること。

イ　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 年通商産業省令第 89 号）第 8 条から第 11 条までの規定に反しないこと。

ウ　返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(16)　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　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。

エ　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。

オ　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。

カ　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。

キ　未成年、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掲載しないこと。

ク　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。

(17)　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こと。

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こと。

ウ　いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しないこと。

エ　内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張したりした表現等は使用しないこと。

オ　ショッキングなデザインは使用しないこと。

カ　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こと。

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こと。

(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管理者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しないこと。

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　業界団体に加盟していること。

イ　掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とすること。

ウ　公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（財団法人日本情報処理開発協会のプライバシーマークを取得している等）。

(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こと。

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こと。

(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　アの許可を受けている旨を明確に表示すること。

例：「○○募金は、○○知事の許可を受けた募金活動です。」

(22)　質屋・チケット等再販業者

ア　個々の相場、金額等の表示はしないこと。

例：○○○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こと。

(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。

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こと。また、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ない旨を明確に表示すること。

例：「当社の○○は、倉庫業法に基づく“トランクルーム”ではありません。」

(24)　ダイヤルサービス

各種のダイヤルサービスは内容を確認のうえ判断すること。

(25)　ウィークリーマンション等

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。

(26)　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

本基準に定める規制業種に該当する企業による、規制業種に直接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。

例：たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等

(27)　金融商品

ア　投資信託等

（ア）　将来の利益が確実・保証されているような表現がないこと。また、利益について記載する場合は必ず予想に基づくものであることを明示すること。

（イ）　元本保証がない旨等のリスクを、目立つように分かりやすく表示すること。

イ　商品先物取引及び外国為替証拠品取引（FX）等

（ア） 監督行政庁等の許可・登録等の商品取扱いに必要な資格を持った事業者であること。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

（イ） 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。

（ウ） 利益保障がないこと及び損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つように分かりやすく表示すること。

ウ　その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、ア及びイの規定を準用する。

(28)　その他表示について注意を要するもの

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

費用がかかることがある場合には、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　責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

広告主の法人名、所在地及び連絡先を明示すること。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、代表名を明記すること。

オ　肖像権・著作権の無断使用がないかを確認する。

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

キ　個人輸入代行業等の個人営業広告

必要な資格の取得状況や事務所の所在地等の実態を確認する。

ク　アルコール飲料

（ア） 未成年者の飲酒禁止の表現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を使用しないこと。

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

（広告審査に関する基本的な考え方）

第６条　本基準により組合が広告を審査する場合には、本基準の文言のみに基づき一義的な解釈・適用をするのではなく、関係法令等の規定や圏域住民への影響、公共性・

公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

（広告の審査）

第７条　広告媒体となる組合所有財産等を所管する課は、掲載の都度、本基準に基づき掲載の可否及び表示内容等を審査する。

（１）各業種や商品・サービスについて、必要な許可・免許等の有無、業界団体等への加盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は、広告を掲載する事業者や広告を取扱う広告代理店等に確認をするものとする。

（２）　医療、老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法に抵触するおそれのあるものについては、直接、関連法令等を所管する課長等に対し、法令等で定めた基準に違反している事項がないか直接確認し、不適当な内容である場合は、広告主に対して内容の訂正又は削除を指示する。

（３）　広告主が（２）の指示に対して正当な理由がなく、その指示に応じないときは当該公告を掲載しない。

（広告媒体の基準）

第８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。

附　則

この基準は、平成２７年８月１２日から施行する。