

会津若松市広告付庁用封筒における広告掲載基準

(平成 20 年 11 月 6 日決裁)

(平成 29 年 3 月 17 日決裁)

(令和 7 年 1 月 22 日決裁)

この基準は、会津若松市広告掲載等に関する要綱（平成 20 年 11 月 6 日決裁。以下「要綱」という。）第 4 条に規定する掲載の基準に加え、庁用封筒への広告掲載の適否を審査するために必要な事項を定めるものとする。

1 広告に関する基本的な考え方

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、その内容及び表現は、信用性と信頼性を保てるものでなければならない。

2 業種ごとの基準

広告内容審査を行う際の業種ごとの基準は以下のとおりとする。

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又は広告を取扱う広告代理店に確認をするものとする。

(1) 人材募集広告

- ①労働基準法等関連法令を遵守すること。
- ②人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっ旋の疑いのあるものは認めない。
- ③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。

(2) 学習塾・語学教室等

- ①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。
- ③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) 資格講座

- ①受講する資格の内容を明記すること。あたかも、国家資格であるといった誤解を招くような表示はしないこと。
- ②講座受講だけで資格が取得できるような誤解を招かないように、「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」など、資格取得に必要な事項を表示すること。
- 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、獣医療法（平成 4 年法律第 46 号）に規定する診療施設

- ①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 及び第 6 条の 7、獣医療法第 17 条、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。

(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、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。

(6) 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）

- ①医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和 35 年法律第 145 号）第 66 条から第 68 条までの規定及び厚生労働省の医薬品等適正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。
- ②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。

(7) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

- ①健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）第 65 条、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第 68 条、食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）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。
- ②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。
- ③保健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より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。

(8) 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（介護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。
- ②有料老人ホーム
 - ①のほか、次の規定に適合していること。
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 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及び同表示の運用基準に抵触しないこと。
- 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、担当者名等一般的なものとする。
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できない。
- ④サービス付き高齢者向け住宅
 - ア 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第22条第一号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方針」（告示）に関する事項を遵守すること。
イ 本基準2（9）不動産事業の規定を遵守すること。
- ⑤介護老人保健施設
 - 介護保険法第98条の規定により広告できる事項以外は広告できない。

(9) 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、取引条件の有効期限を明記するとともに、「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ものとする。
- ③契約を急がせる表示は掲載しない。

(10) 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。

(11) 旅行業

- ①旅行業登録番号、所在地、補償の内容を明記する。ただし、補償については、広告内にすべ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。
- ②不当表示に注意する。
- ③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。

(12) 通信販売業

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23条から第26条の規定に反しないこと。

(13) 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等を受けていること。

(14) 結婚相談所、交際紹介業

- ①業界団体に加盟していること。
- ②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。
- ③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（一般社団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。

(15) 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。
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。

(16) 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。
- ②有利さを誤認させるような表示はしない。

(17) トランクルーム及び貸し収納業者

- ①「トランクルーム」は国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であること。
- 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、下記の主旨を明確に表示すること。
「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

(18) 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。

(19) 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。

(20) 金融商品

①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、目立つようにわかりやすく表示すること。

②商品先物取引及び外国為替証拠金取引（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、目立つようにわかりやすく表示すること。

③その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、本項①及び②の規定を準用する。

(21) 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

要綱第4条に定める規制業種に該当する企業による規制業種に関するもの以外の内容の広告は、この基準に定める基準の範囲内で掲載を認める。

3 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

①原則として広告主の法人の正式名称（例：株式会社〇〇）を明記する。広告主が法人格を有しない団体である場合にあっては、代表者名を明記する。ただし、広告の内容から広告主の法人名等が明らかである場合には、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。

②原則として広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地、連絡先を記載することにより、かえって市民等の誤解を招く場合には、広告主に代えて、問合せ先の所在地、連絡先を記載することができる。

③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。

(5) 肖像権・著作権

無断使用がないか確認すること。

(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）

(7) 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こと。

(8) アルコール飲料

①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

②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