

## 「広報かつしか」等広告掲載にかかわる基準

### (趣旨)

第1条 この基準は、「広報かつしか」等広告掲載実施要領第5条に規定する基準として定めるものであり、「広報かつしか」等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 区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備えるものでなければならない。

### (広告審査にあたっての基本的な考え方)

第3条 本基準により葛飾区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市民への影響、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。

### (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
- (4) たばこ
- (5) ギャンブルにかかるもの（公営競技又は宝くじに係るものを除く。）
- (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) 占い、運勢判断、人生相談に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 特定商取引に関する法律で、連鎖販売取引と規定される業種
- (11) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (12) 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
- (13) 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
- (14) 各種法令に違反しているもの
- (15) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの

### (掲載基準)

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) 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 不当景品類及び不当表示防止法に違反しているもの
  - エ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
  - オ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの及び政治活動
  - 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
  - コ 区の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (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（根拠となる資料を要する。）  
例：「世界一」「一番安い」「最高級」「絶対」「抜群」「無類」「有名な〇〇店」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 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、実際よりも著しく優良と誤認させる表現
  - エ 商品又は役務の価値その他の取引条件について、実際よりも著しく有利と誤認させる表現
  - オ 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
  - カ 虚偽の内容を表示するもの
  - キ 法令等で認められていない業種・商法・商品
  - ク 国家資格等に基づかない者が行う療法等
  - ケ 責任の所在、広告の内容及び目的が明確でないもの
  - コ 消費生活センターにおいてトラブルが発生している業務、商品を取り扱う事業者
  - サ 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

#### (WEB ページに関する基準)

第6条 WEB ページへの広告に関しては、WEB 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広告主の WEB ページの内容についても、WEB ページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部または一部を準用することができる。

#### (広告の掲載順位)

第7条 広告の掲載順位に関しては次に掲げるとおりとする。

- (1) 第1順位 国、地方公共団体及び公共的団体
- (2) 第2順位 私企業のうち、公共的性格のある企業で区内に事業所等を有するもの

(3) 第3順位 第1順位及び第2順位に掲げるもの以外の私企業及び自営業

2 前項の(3)に掲げる企業等の掲載順位は次のとおりとする。

- (1) 申し込みの先着したもの
- (2) 区内に事業所を有するもの
- (3) 掲載希望回数の多いもの

(個別の基準)

第8条 掲載の都度、次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

1 人材募集広告

- (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。

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。

例：一か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。）

- (1) 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掲載しない。

4 外国大学の日本校

下記の主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。」

5 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。

6 病院、診療所、助産所

- (1) 医療法第6条の5から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。
- (2) 病院等のホームページの内容は医療法の規制がかかる広告にはあたらないが、日本医

師会が定める「医療施設ホームページのあり方 ―会員医療施設 HP および医療情報提供のガイドライン―」に基づいたものであること。

(3) 疑義が生じた場合は、保健所生活衛生課へ確認し判断する。

## 7 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。

(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。

(4) 疑義が生じた場合は、保健所生活衛生課へ確認し判断する。

## 8 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器（健康器具、コンタクトレンズ等）

(1) 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正広告基準の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。

(3) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課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。

(4) 疑義が生じた場合は、保健所生活衛生課へ確認し判断する。

## 9 保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）、特別用途食品

(1) 健康増進法第32条の2、食品衛生法第20条に定められた規定に反しないこと。

(2) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課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。

(3) 保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）及び特別用途食品以外の健康食品は、表現のいかんに関わらず掲載を認めない。

(4) 疑義が生じた場合は、保健所生活衛生課へ確認し判断する。

## 10 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

(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： 葛飾区事業受託事業者等

(2) 有料老人ホーム

(1)に規定するもののほか、

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及び同表示の運用基準に抵触しないこと。

例：入居者の状態によっては、終身にわたって居住し、又は介護サービスの提供を受けられない場合があるにも関わらず、「終身介護」「最後までお世話します」等表示

するもの

(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。

(4) 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。

(5) 疑義が生じた場合は、介護保険課及び福祉管理課に確認をとり判断する。

11 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。

12 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、許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。

(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

13 弁護士・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。

14 旅行業

(1) 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。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等

(3) その他広告表示について旅行業法第 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。

15 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。

16 雑誌・週刊誌等

(1) 適正な品位を保った広告であること。

(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。

(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。

(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。

(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。

- (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あること。
- (7) 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表示しない。
- (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。

## 17 映画・興行等

- (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。
- (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。
- (3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。
- (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。
- (5) ショッキングなデザインは使用しない。
- (6) 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。
- (7) 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。

## 18 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。
- (2) 廃棄物の処理及び清掃に関する法律に定める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

- (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に限定する。
- (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（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 心理カウンセリング

- (1) 相談に要する料金を表示し、保有する資格（臨床心理士など）も記載すること。
- (2) 医療行為と誤認される表現や効果に関する断定的な保証表現はできない。また、下記の主旨を明確に表示すること。  
「この〇〇は、医療法に基づくものではありません。」等

## 21 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。

## 22 募金等

- (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。
- (2) 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。」

## 23 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現はしない。

## 24 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）であることが必要。

(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

## 24 ダイヤルサービス

“ダイヤルQ2”のほか各種のダイヤルサービスについて、そのサービス内容が本基準に反する場合は、掲載を認めない。

## 25 ウイークリーマンション等

(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。

(2) 周辺住民との間に紛争等が生じていないことを住環境整備課へ確認する。

## 26 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の内容

広告掲載を認めない業種または事業者による、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。

## 27 金融商品

### (1) 投資信託等

ア 将来の利益が确实・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。

ウ この他、金融商品取引法に定める記載事項を表示すること。

### (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を明記すること。

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。

エ この他、金融商品取引法に定める記載事項を表示すること。

### (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。

## 28 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。連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHS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。

(5) 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をすること。

(6) 宝石の販売

虚偽の表現について、公正取引委員会に確認すること。

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

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

ア 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

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

付 則

この基準は、平成24年12月18日から施行する。