

(別紙)

「広告内容ごとの個別基準」

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。
- (3) 労働基準法等関連法令を遵守すること

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。(例:「1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。)

合格率などの実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。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

当該大学は、日本の学校教育法(昭和22年法律第26号)に定める大学でない旨を明確に表示すること。

5. 資格講座

- (1) 民間の業者が「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。当該資格が国家資格ではない旨を明確に表示すること。
- (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せず、別に国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示すること。
- (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賄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

医療法(昭和23年法律第205号)第6条の5又は第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。

7. 施術所(あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復)

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条の規定に反しないこと。

(別紙)

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)
 - (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。

9. いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品
 - (1) 健康増進法第31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) 食品については、食品表示法に基づく食品表示基準に基づいて表示すること。
 - (3) 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。
 - (4) 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おいて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。
 - (5) 景品表示法上の不当表示にあたらぬこと。

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分し、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、担当者名に限る。
 - ウ その他、サービスを利用するにあたって、有利であると誤解を招くような表示はできない。(例:「松江市事業受託事業者」)
 - (2) 有料老人ホーム
 - (1)に規定するものの他
 - ア 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市の「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、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すべて表示すること
 - イ 所管都道府県、政令市、中核市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 その他利用にあたっては有利であると誤解を招くような表示はできない。

(別紙)

(4) 介護老人保健施設

介護保険法第98条規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。

(5) サービス付き高齢者向け住宅

高齢者の居住の安定確保に関する法律(平成13年法律第26号)第15条他関連法令等を遵守していること。

11. 墓地等

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。(リンク先ホームページ内でも可)

(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、建築年月、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」による表示規則に従う。

(4) 契約を急がせる表示はしない。(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

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。(リンク先ホームページ内でも可)

(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」の掲載等)

(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条から第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。

(別紙)

- (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) 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。
- (6) 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) 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。
- (4) 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) 一般廃棄物処理業に係る市長の許可を得ていない場合は、廃棄物を処理できる旨の表示はできない。

19. 結婚相談所・交際紹介業

- (1) 一般社団法人日本結婚相手紹介サービス協議会に加盟している企業(加盟証明が必要)、若しくは、松江市内において営業(結婚相談所・交際紹介業に限らない。)を開始してから10年以上を経過している法人事業者に限定する。
- (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。

20. 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。

21. 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。(例:「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

- (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～出雲 10,000 円」等)
- (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

(別紙)

23. トランクルーム及び貸し収納業者

トランクルームは国土交通省から認定を受けている(マル適マーク付き)トランクルームのみ掲載可能とする。

24. 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。

25. 金融商品

(1) 投資信託

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。

(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、投機心をいはずらに煽るものでないこと。

ウ 利益保証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。

(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。

26. 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。(リンク先ホームページ内でも可)

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、法人格を有していない団体の場合には、責任の所在を明らかにするために、代表者を明記する。(リンク先ホームページ内でも可)

(別紙)

(5)肖像権・著作権

無断使用がないか確認する。

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

(7)アルコール飲料

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)

(8)消費税表記

消費税の課税対象となる商品・サービス等の価格は、原則として、総額表示(税込み価格を表示)とする。