

大崎市病院事業広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、大崎市病院事業広告掲載要綱第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 病院事業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。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告物を掲載する事業者は、屋外広告物法(昭和24年法律第189号)及び屋外広告物条例(昭和49年宮城県条例第16号)を遵守しなければならない。屋外広告の内容及びデザインについては、当該広告を掲出する地域の特性に配慮するとともに、街の美観風致を著しく阻害するものであってはならない。なお、屋外広告を設置する場合には、設置する地域のルールや習慣により形成されてきた景観や文化に配慮し、地域の景観に貢献するようなものであることが望ましい。

(広告媒体ごとの基準)

第4条 この基準に定めるもののほか、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5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(昭和23年7月10日法律第122号)で、風俗営業と規定される業種に関するもの
- (2) 風俗営業類似の業種に関するもの
- (3) 消費者金融に関するもの

- (4) たばこの製造に関するもの
- (5) ギャンブルに関するもの
- (6) 規制対象となっていない業種で、社会的問題を起こしている業種及び事業者に関するもの
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設に関するもの
- (8) 占い、運勢判断等に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等に関するもの
- (10) 債権取立て、示談引受け等に関するもの
- (11) 法令等に基づく必要な許可等を受けることがなく業を行うもの

例： 廃棄物の処理及び清掃に関する法律に基づく市長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合において、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する。）

- (12) 民事再生法及び会社更生法による再生・更正手続中の事業者に関するもの
- (13) 各種法令に違反しているもの
- (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に関するもの
(掲載基準)

第6条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 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

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 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
 - エ 虚偽の内容を表示するもの
 - オ 法令等で認められていない業種・商法・商品
 - カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
 - キ 責任の所在が明確でないもの
 - ク 広告の内容が明確でないもの
 - ケ 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
- (2) 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

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第7条 屋外広告の内容及びデザイン等が次の各号のいずれかに該当し，都市の美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

- (1) 会社名，商品名を著しく繰り返すもの
- (2) 彩度の高い色，原色，金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 美観を損ねるような，著しくどぎついもの及びくどいもの

- (4) 景観と著しく違和感があるもの
- (5) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (6) 著しくデザイン性の劣るもの
- (7) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (8) 地域のルール及び習慣によって形成されてきた景観や文化とそぐわないもの
- (9) 地区計画、まちづくり協議指針、その他まちづくり又は都市整備のルールにおいて景観形成の目標が定められている場合、その目標に沿った貢献が認められないもの
(屋外広告に関する交通安全上の基準)

第8条 屋外広告の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通事故を誘発する等、交通の安全を阻害するおそれのある広告は掲載しない。

- (1) 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの
 - ア 過度に鮮やかな模様・色彩を使用するもの
 - イ 信号、交通標識等と類似するもの又はこれらの効用を妨げるおそれがあるもの
 - ウ ヌード、水着姿を表示し、著しく注意を引くもの
 - エ 絵柄や文字が過密であるもの
- (WEBページに関する基準)

第9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WEBページの内容についてもこの基準を適用する。

- 2 他のWEBページを集合し、情報提供することを主たる目的とするWEBページで、大崎市病院事業広告掲載要綱及びこの基準、その他市の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うWEBページを閲覧者に斡旋又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。
(業種ごとの基準)

第10条 広告掲載主管課は、掲載の都度、次の各号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。このとき、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、関係機関に相談するものとする。

(1) 人材募集広告

ア 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。

イ 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。）

ア 合格率など実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。

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。

(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

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ような誤解を招くような表現は使用しない。また、下記の趣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。」

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。また、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。」

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。

エ 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

ア 医療法の規定により広告できる事項以外は, 一切広告できない。

イ 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。

ウ 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。

エ 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

オ 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。

カ 広告を掲載する事業者は, 関係法令を遵守し, 広告内容については宮城県大崎保健所で事前指導を受けること。

(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。

イ 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。

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ため, 業務内容の確認は必ず行う。

エ 広告を掲載する事業者は, 関係法令を遵守し, 広告内容については宮城県大崎保健所で事前指導を受けること。

(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)

広告を掲載する事業者は、関係法令を遵守し、広告内容については宮城県大崎保健所で事前指導を受けること。

(9) 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、関係法令を遵守し、広告内容については宮城県大崎保健所で事前指導を受けること。

(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

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：大崎市事業受託事業者等

イ 有料老人ホーム

上記ア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) 宮城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。

ウ 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。

(11) 墓地等

管理者の許可を取得し，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

ア 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。

イ 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。

ウ 「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。

エ 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

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。

(14) 旅行業

ア 登録番号，所在地，補償の内容を明記する。

イ 不当表示に注意

例：白夜でない時期の「白夜旅行」，行程にない場所の写真等

(15) 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。

(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、残酷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表示しない。
- 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、麻薬及び売春等の行為を容認するような内容のものは掲載しない。
- 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。
- ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。
- エ 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。
- オ ショッキングなデザインは使用しない。
- 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。
- 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。

(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市長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できない。

例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄等

(19) 結婚相談所・交際紹介業

ア 結婚情報サービス協議会に加盟していること（加盟証明が必要）を明記する。

イ 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

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。

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。

(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 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。」

(22) 質屋・チケット等再販売業

ア 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

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(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）であることが必要。

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。また、下記の主旨を明確に表示すること。

「当社の〇〇は、倉庫業方に基づく“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は内容を確認のうえ判断する。

(25) ウイ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

本基準第5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。

(27) その他 表示について注意を要すること

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。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をする。

カ 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

キ 個人輸入代行業等の個人営業広告

ク 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

附 則

この基準は、平成22年1月4日から実施する。

この基準は、平成22年6月21日から実施する。