

船橋市立医療センター広告掲載基準

制 定 平成25年5月21日

(趣旨)

第1条 この基準は、船橋市立医療センター広告掲載に関する要綱第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。

(一般的基準)

第2条 広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用度が高い情報であり、広告内容および表現は、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。

(広告媒体ごとの基準)

第3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、広告内容およ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。

(規制業種又は業者)

第4条 次に掲げる業種又は業者の広告は、掲載しないものとする。

- (1) 医療、医薬品、化粧品等の広告で医療法、薬事法等各種法令に抵触するおそれがあるもの
 - (2) たばこ、その他市民の健康上、好ましくないと思われるもの
 - (3) 風俗営業等の規制および業務の適正化に関する法律第2条第1項の規定により、風俗営業と規定されている業種
 - (4) 風俗営業類似の業種
 - (5) 現在または前身が暴力団若しくはこれに類する組織またはそれらの関連企業
 - (6) 占い、運勢判断に関するもの
 - (7) 貸金業法第2条第1項に規定する貸金業
 - (8) 商品先物取引に関するもの
 - (9) その他、院長が広告として掲載することが、不適当であると認める業種又は業者
- (掲載基準)

第5条 次に掲げるものは、広告媒体に掲載しないものとする。ただし、第1号クに掲げる要件にあつては、院長が必要があると認める場合は、この限りでない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 人権侵害、名誉毀損の恐れがあるもの
- イ 法律で禁止されている商品または無認可商品、粗悪品および不適切なサービスを提供するもの
- ウ 第三者を誹謗、中傷または排斥するもの
- エ 宗教団体による布教活動を目的とするもの
- オ 非科学的または迷信に類するもので、読者を惑わせたり不安を与えるおそれがあるもの
- カ 国内世論が大きく分かれているもの
- キ 市立医療センターの事業の円滑な遂行に支障をきたすもの
- ク 市税の滞納および市立医療センターの未収金がある者の広告

(2) 消費者保護の観点から、次のいずれかに該当するもの

- ア 大げさな表現や根拠のない表現（世界一、日本一、一番など）
- イ 射幸心を著しくあおる表現（今しかない、最後のチャンスなど）

(3) 青少年保護または人権の観点から、次のいずれかに該当するもの

- ア 広告の内容と無関係で必然性のない水着姿または裸体姿。ただし、表示する必然性がある場合には、その都度、適否を検討するものとする。
- イ 暴力や犯罪を肯定または助長するようなもの
- ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現
- エ 暴力またはわいせつ性を連想・想起させるもの
- オ ギャンブル性を肯定するもの
- カ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

(広告表示内容に関する個別の基準)

第6条 掲載する広告の表示内容は、次の事項に留意するものとする。

(1) 病院・診療所・助産所など（イ以降は（2）に対しても適用する。）

- ア 医療法第6条の5または第6条の7および獣医療法第17条の規定の範囲内で表示する。
- 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の表示をしてはならない。
- ウ 提供する医療により、疾病等が完全に治癒する等その効果を推測的に表示してはな

らない。

エ 写真については、当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは、広告できない。

オ マークを表示することは可能であるが、必ず文字を併記しなければならない。また、赤十字のマークや名称を自由に用いることはできない。

(2) 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条または柔道整復師法第24条の規定の範囲内で表示する。

イ 施術者の技能、施術方法または経歴に関する事項は、表示してはならない。

ウ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設（カイロプラクティック、整体院、エステティック等）の広告掲載はできない。

(3) 介護老人保健施設は、介護保険法第98条に規定する内容以外は表示してはならない。

(4) 医薬品等は、薬事法第66条から68条の規定を遵守し、掲載する。ただし、次のような表示は掲載できない。

ア 最大級およびそれに類する表示

イ 効能、効果および安心を保証する表示（使用前・後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等）

(5) 健康食品・機能性食品類は、あくまでも食品であり次のような表示は掲載できない。

医薬品的な効能、効果、成分、用法、容量などの表示

例：1日3回、毎食後3錠お飲みください。（服用に関する表示）

生活習慣病の予防に。（効果・効能の表示）

疲れ目を治します。（特定部位への効果の表示）

「延命の素〇〇」、「漢方秘伝〇〇」（医薬品と紛らわしい表示）

(6) 語学教室

1か月で確実にマスターできる等の安易さや、授業料・受講料の安価さを強調する表示は使用しない。

(7) 学習塾・予備校（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 上記実績は、確実な証拠資料に基づかなければならない。

ウ 通信教育、講習会、塾また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。

(8) 外国大学の日本校

「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」という主旨を明確に表示する。

(9) 資格講座

ア 受講する資格の内容を明記すること。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、国家資格であるといった誤解を招くような表示はしない。

イ 「行政書士講座」などの講座には、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。

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たものは掲載しない。

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解される表示はしない。

(10) 弁護士、税理士、公認会計士等の掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定し、次のような表示をしない。

ア 顧問先、または依頼者名（同意書がある場合を除く）

イ 誇大または過度な期待を抱かせるもの

例：たちどころに解決します。

(11) 旅行業

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

イ 所在地、補償の内容を明記する。

ウ 不当表示に注意する。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」や行程にない場所の写真等の掲載。

(12) 通信販売業

ア 会社の概要、商品カタログなどを検討し、妥当と判断したものに関し掲載する。

イ 特定商取引に関する法律第11条および第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。

(13) 雑誌、週刊誌等について、次のものは掲載してはならない。

- ア 公の秩序に反するような内容を掲載したもの
- イ 虚偽または表現が不正確で誤認されるおそれがある内容を掲載したもの
- ウ プライバシーの侵害、信用失墜、業務妨害のおそれがある内容を掲載したもの
- エ 有害図書と認められるもの

(14) 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 料金の表示および成功報酬の有無を表示する。

(15) 調査会社、探偵事務所の掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

(16) 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、所在地および一般的な事業案内等に限定する。
- イ 主張の展開および他の団体に対して言及（批判、中傷等）する出版物の広告は、掲載しない。

(17) 募金

厚生労働大臣または都道府県知事の許可を得たもので、そのことを明記する。

(18) 質屋、チケット等再販売業

- ア 個々の相場、金額等は表示しない。
例：〇〇〇のバッグ 30,000 円、航空券 東京～福岡 18,000 円
- イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(19) トランクルームおよび貸し収納業者

- 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。その旨を表示する。
- 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。
「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

(20) 人材募集広告

- ア 労働基準法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、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは掲載しない。
- 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。

(21) 不動産広告

- 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、建築年月日、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。

(22) その他、表示について注意を要するもの

- ア 割引価格の表示については、その根拠を明確に表示する。
例：「メーカー希望価格の10%引き」
その際、宝石の販売のようにメーカー希望価格がないものがあるので、注意する。
(公正取引委員会に確認の必要あり。)
- 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
費用が別途かかる場合には、その旨明示する。
- エ 肖像権・著作権の使用については、無断使用がないか確認する。
- オ 広告主の所在地及び連絡先を明確に表示する。特に、電話番号は固定電話とし、携帯電話やPHSのみの表示は不可とする。
- カ アルコール飲料については、未成年者の飲酒禁止の文言を必ず表示しなければならない。また、未成年者の飲酒を誘発するような文言及びデザインを表示してはならない。

附 則

この基準は、令和2年10月20日から施行する。