

千葉市住宅供給公社広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、千葉市住宅供給公社広告掲載要綱（平成19年7月19日施行）第5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 千葉市住宅供給公社（以下「公社」という。）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ぬため、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。

(個別の基準)

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（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
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融の業種
- (4) たばこ製造に関わる業種
- (5) 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
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (7) 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
- (8) 各種法令に違反している事業者
- (9) 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
- (10) 暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年5月15日法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団員をいう）及び暴力団員（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第2条第6号に規定する暴力団員をいう）並びにこれらと関係を有している事業者

(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 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
 - エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

- オ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
 - カ 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
- (2) 消費者被害の未然防止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）の禁止（根拠となる資料を要する。）
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
 - イ 射幸心を著しくあおる表現の禁止
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
- (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

(公社ホームページに関する基準)

第6条 公社が管理するホームページに掲載する広告に関しては、ホームページ内のWEBページに表示される広告だけでなく、当該広告がリンクしているWEBページの広告内容についてもこの基準を適用する。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第7条 具体的な表示内容等については、掲載の都度、当該広告を所管するグループ長が次の各項目について検討し、判断することとする。医療、老人保健施設、選挙、墓地等に関する表示内容及び消費者関連法に基づく表示基準については、関係行政機関に対し、法令等で定めた内容に違反している事項がないか直接確認する。判断した上で、内容の訂正・削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。広告主は正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

1 人材募集広告

- (1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっ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)「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。）
合格率など実績を載せる場合は、実績年もあわせて表示する。
- 4 外国大学の日本校
当該大学は、日本の学校教育法に定める大学でない主旨を明確に表示すること
- 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せず、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、当該資格取得には、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集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 69 条又は第 71 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) 不明な点は、千葉市保健福祉局健康部健康企画課へ確認する。
- 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) 不明な点は、千葉市保健福祉局健康部健康企画課へ確認する。
- 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）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で広告内容についての了解を得ること
- 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課並びに公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること
- 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：「千葉市事業受託事業者」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、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

(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有利であると誤解を招くような表示はできない。

11 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。

(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

12 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。

13 旅行業

(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

(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」の掲載等

14 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。

15 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) 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。
- (4) 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。
- (5) 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。
- (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。

16 映画・興業等

- (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。

17 占い・運勢判断

- (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) 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
- (3) 料金や販売について明示する。

18 結婚相談所・交際紹介業

- (1) 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。
- (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) 個人情報の保護体制を整えていること。（一般財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）

19 調査会社・探偵事務所等

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。

20 労働組合等一定の会社の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。」等

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～福岡 15,000 円」等

- (2) 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

- (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。

例：「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は内容を確認のうえ判断する。

25 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4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。

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。

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。

(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。）
等

(7) 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