

国立大学法人熊本大学広告掲載等の基準について

平成31年3月6日

学 長 裁 定

令和5年3月31日改正

令和6年4月1日改正

(趣旨)

第1 この基準は、国立大学法人熊本大学における広告掲載及びデジタルサイネージ広告に関する取扱規則（以下「規則」という。）第3条第2項の規定に基づき、広告掲載及びデジタルサイネージ広告の実施に関し必要な事項を定める。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2 国立大学法人熊本大学（以下「本学」という。）の広告媒体に掲載する広告及びデジタルサイネージ機器で放映する広告映像は、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。

(事業者に関する規制)

第3 広告媒体への掲載及びデジタルサイネージ機器での広告映像の放映（以下「広告掲載等」という。）ができる事業者は、次のいずれにも該当しないものとする。デジタルサイネージ広告の実施企業に応募できる事業者についても同様とする。ただし、第10号に掲げる者のうち、部局等の長が特に認める者についてはこの限りではない。

- (1) 法令等に違反している者
- (2) 暴力団又は暴力団の構成員であると認めるに足りる相当の理由がある者
- (3) 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年法律第122号）に定める風俗営業又は類似した事業を営む者
- (4) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業を営む者（以下「消費者金融」という。）
- (5) 興信所・探偵事務所等を営む者
- (6) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（平成15年法律第83号）に定めるインターネット異性紹介事業を営む者
- (7) 本学から建設工事、物品の購入及び製造、役務その他の契約に関する取引停止の措置を受けている期間中の者
- (8) 国、自治体等から違法又は不適当な行為により営業停止その他の処分を受けている期間中の者
- (9) 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続中の者、会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中の者及び破産法（平成16年法律第75号）による破産手続中の者
- (10) その他次に掲げる商品又はサービスを取り扱う者
 - ア 消費者金融に関するもの
 - イ たばこに関するもの
 - ウ 賭博に関するもの
 - エ 医療行為に類似したサービス又は医療用器具に類似した商品に関するもの
 - オ 占い、運勢判断に関するもの
 - カ 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの

- キ 銃砲刀剣類その他の危険物に関するもの
- ク 連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引又はこれに類する取引に関するもの
- ケ 前払式割賦販売等（許可業者を除く。）に関するもの
- コ 商品先物取引に関するもの
- サ その他社会的に問題となっているもの

（広告内容に関する規制基準）

第４ 次の各号に定めるものは、広告掲載等しない。

- (1) 第2の考え方を鑑みて適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの、又はそのおそれがあるもの
 - ア 法令等に違反するもの
 - イ 公の秩序又は善良の風俗を害するもの
 - ウ 人権侵害、差別、名誉毀損となるもの
 - エ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
 - オ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするもの
 - カ 政治性又は宗教性があるもの
 - キ 社会問題についての特定の主義又は主張に当たるもの
 - ク 個人又は法人の名刺広告
 - ケ 内容又は責任の所在が不明確なもの
 - コ 虚偽若しくは事実と異なる内容を含む、又は事実を誤認させるもの
 - サ 比較広告
 - シ 社会的に不適切なもの
 - ス デザイン及び色彩が著しく派手で品位を欠き、広告媒体又はデジタルサイネージ機器の設置先となる本学施設との調和を損なうと認められるもの
 - セ 第三者に不快の念又は危害を与えるもの
 - ソ 入試、採用情報等、閲覧者が本学に関する情報であると錯誤するもの
 - タ その他部局等の長が不適當であると認めるもの
- (2) 消費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）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、根拠となる資料の提出及び広告内容への根拠の明示を要する。）
 - 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 国家資格等に基づかない者が行う療法等
 - エ 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、その都度適否を判断するものとする。
 - イ 暴力や犯罪を肯定し、助長するような表現のもの
 - ウ 残酷な描写等、善良な風俗に反するような表現のもの
 - エ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
 - オ ギャンブルを肯定するもの
 - カ 青少年の健康、精神、教育に有害なもの

(業種ごとの広告掲載等の基準)

第5 業種ごとの広告掲載等の基準は、次の表に掲げるとおりとする。

業種、商法、商品	表示内容等の制限
人材募集	1 労働基準法等関連法令を遵守していること 2 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。 3 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。 4 学生を対象としたアルバイト等の求人に関するものは掲載しない。
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
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、実績年も合わせて示し根拠を明確にする。 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。
外国大学の日本校	下記の趣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。」
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。下記の趣旨を明確に表現すること。 「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。」 3 資金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。

病院、診療所、助産所	1 医療法第 6 条の5及び第 6条の7の規定より広告できる事項以外は、一切広告できない。 2 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。 3 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。 4 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。 5 写真については、病院の全景や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。 6 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。 7 「医療若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）について」（平成19年3月30日付け厚生労働省医政局長通知）に沿った広告内容とすること。 8 広告を掲載する事業者が、病院等の所在地を所管する行政機関の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。
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（昭和 22 年法律第 217 号）第 7 条又は柔道整復師法（昭和 45 年法律第 19 号）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。 4 広告を掲載する事業者が、施術所の所在地を所管する行政機関の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。
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。 3 広告を掲載する事業者は、薬局等の所在地を所管する行政機関の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すること。

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65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より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 広告を掲載する事業者は、食品会社等を所管する行政機関の担当部署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すること。
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。） (1) 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。 (2) 広告掲載等の主体及びデジタルサイネージ広告の実施企業に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。 (3) 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。 2 有料老人ホーム (1) 前項に規定するもののほか、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。 (2) 所管都道府県の指導に基づいたものあること。 (3) 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）」及び同表示の運用基準に抵触しないこと。 3 有料老人ホーム等の紹介業 (1) 広告掲載等の主体及びデジタルサイネージ広告の実施企業に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。 (2) 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 サービス付き高齢者向け住宅 (1) 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第22条第一号の国土交通省大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」（告示）に関する事項を遵守すること。 (2) 本表「不動産事業」の規定を遵守すること。 5 介護老人保健施設 介護保健法第98条の規定により広告できる事項以外は広告できない。

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。
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、取引形態、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。 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
弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等	関係法令及び各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。
旅行業	1 一般社団法人日本旅行業協会又は社団法人全国旅行業協会の会員であること。 2 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。 3 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 4 その他広告表示について旅行業法第12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違反しないこと。
通信販売業	特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）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。
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。
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 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。
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地方公共団体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
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 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。（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）
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。
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 下記の趣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。」
質屋・チケット等再販売業	1 個々の相場、金額等は表示しない。 例：〇〇〇のバッグ 50,000 円、航空券、東京～熊本 16,000 円等 2 有利さを誤認させるような表示はしない。

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「優良トランクルーム」の認定を受けた事業者であること。また、認定を受けている旨及び認定番号を表示すること。 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、下記の趣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
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。

その他、表示内容について注意を要すること

- 1 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 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：「昼食代は実費負担です」、「入会金が別途必要です」等
- 3 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。法令等により認可を受けなければならない事業者については、認可番号又は登録番号を明記する。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。
- 4 肖像権・著作権
無断使用がないか確認する。
- 5 宝石の販売
虚偽の表現に注意する。（公正取引委員会に確認する必要あり）
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
- 6 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。
- 7 アルコール飲料
 - (1) 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
 - (2) 飲酒を誘発するような表現の禁止
例：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている等
- 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、総額表示（税込み価格を表示）とする。

（ウェブサイトに関する基準）

第 6 本学のウェブサイトに掲載する広告は、バナー広告（ウェブサイト上に表示される帯状又はのぼり状の広告をいう。）とする。

2 ウェブサイトへの広告に関しては、ウェブサイトに掲載する広告だけでなく、当該広告のリ

リンク先である広告主のウェブサイトの内容についても、ウェブサイトの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部又は一部を準用することができる。

- 3 他のウェブサイトを集合し、情報提供することを主たる目的とするウェブサイトで、規則及びこの基準、その他本学の定める広告に関する規程に反する内容を取り扱うウェブサイトを閲覧者に斡旋又は紹介しているウェブサイトの広告は掲載しない。

(広告媒体及びデジタルサイネージ機器ごとの基準)

- 第 7 この基準に関するもののほか、広告媒体及びデジタルサイネージ機器の性質に応じて、広告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。