

エフエム長崎放送番組基準

前 文

株式会社エフエム長崎は、放送事業を通じて、平和な社会の実現と、公共の福祉、文化の向上に寄与し、産業と経済の繁栄に貢献する。この自覚に基づき、民主主義の精神に従い、基本的人権と世論を尊重し、言論と表現の自由を守り、品位ある放送で社会の信頼にこたえる。

綱 領

- 1 人権を守り、法と秩序を尊重し、国民生活の安定に寄与する。
- 2 放送を通じて、すぐれた文化の普及と健全な家庭の育成に寄与する。
- 3 教育・教養を高め、人格と社会道徳の向上をはかる。
- 4 社会生活に役立つ情報と、健全な娯楽を提供し、生活内容を豊かなものにする。
- 5 広告は真実を伝え、聴取者に利益をもたらすように努める。

基 準

この基準は、エフエム長崎の番組および広告など、すべての放送に適用する。

第1章 人権の尊重

- 1 人命を軽視するような取り扱いはしない。
- 2 個人や団体の名誉を傷つけるような取り扱いはしない。
- 3 個人情報取り扱いには十分注意し、プライバシーを犯すような取り扱いはしない。
- 4 人身売買および売春・買春を肯定的に取り扱わない。
- 5 人種、性別、職業、境遇、信条などによって取り扱いを差別しない。

(関係法令)

憲法、民法、刑法、心身障害者対策基本法、児童福祉法、売春禁止法、人権世界宣言

第2章 法と政治

- 6 法令を尊重し、その執行を妨げる言動の是認するような取り扱いはしない。
- 7 国および国の機関の権威を傷つけるような取り扱いはしない。

8 国の機関が審理している問題については慎重に取り扱い、係争中の問題は、その審理を妨げないように注意する。

9 国際親善を害するおそれのある問題は、その取り扱いに注意する。

10 人権、民族、国民に関することを取り扱うときは、その感情を尊重しなければならない。

11 政治に関しては、公正な立場を守り、一党一派に偏しないように注意する。

12 選挙事前運動の疑いがあるものは取り扱わない。

13 政治、経済問題等に関する意見は、その責任の所在を明らかにする必要がある。

14 政治、経済に混乱を与えるおそれのある問題は慎重に取り扱う。

(関係法令)

憲法、公職選挙法、放送法

第3章 児童と青少年への配慮

15 児童および青少年の人格形成に貢献し、良い習慣、責任感、正しい勇気などの精神を尊重させるように配慮する。

16 児童向け番組は、健全な社会通念に基づき、児童の品性を損うような言葉や表現は避けなければならない。

17 児童向け番組で、悪徳行為・残忍・陰惨などの場面を取り扱う時は、児童の気持ちを過度に刺激したり傷つけたりしないように配慮する。

18 放送時間帯に応じ、児童および青少年の視聴に十分、配慮する。

19 武力や暴力を表現する時は、青少年に対する影響を考慮しなければならない。

20 催眠術、心霊術などを取り扱う場合は、児童や青少年に安易な模倣をさせないよう特に注意する。

21 児童を出演させる場合は、児童としてふさわしくないことはさせない。特に報酬または賞品を伴う児童参加番組においては、過度の射幸心を起こさせてはならない。

22 未成年者の喫煙、飲酒を肯定するような取り扱いはしない。

(関係法令)

児童福祉法、児童憲章、未成年者喫煙禁止法、未成年者飲酒禁止法

第4章 家庭と社会

23 家庭生活を尊重し、これを乱すような思想を肯定的に取り扱わない。

24 結婚生活を破壊するような思想を肯定的に取り扱わない。

- 25 社会の秩序、良い風俗、習慣を乱すような言動は肯定的に取り扱わない。
- 26 公衆道徳を尊重し、社会常識に反する言動に共感を起こさせたり、模倣の気持ちを起こさせたりするような取り扱いはしない。

(関係法令)

憲法、民法、放送法、軽犯罪法、道路交通法

第5章 教育・教養の向上

- 27 教育番組は、学校向け、社会向けを問わず、社会人として役立つ知識や資料などを系統的に放送する。
- 28 学校向けの教育番組は、広く意見を聞いて学校に協力し、聴覚的特性を生かして、教育的効果をあげるように努める。
- 29 社会向け教育番組は、学問・芸術・技術・技芸・職業など、専門的な事柄を聴取者が興味深く習得できるように考慮する。
- 30 教育番組の企画と内容は、教育関係法規に準拠してあらかじめ適当な方法によって、聴取対象が知ることができるよう考慮する。
- 31 教養番組は、形式や表現にとらわれず、聴取者が生活の知識を深め、円満な常識と豊かな情操を養うのに役立つように努める。

(関係法令)

教育基本法、学校教育法、社会教育法、放送法

第6章 報道の責任

- 32 ニュースは市民の知る権利へ奉仕するものであり、事実に基づいて報道し公正でなければならない。
- 33 ニュースの報道にあたっては、個人のプライバシーや自由を不当に侵したり、名誉を傷つけたりしないように注意する。
- 34 取材・編集に当っては、一方に偏るなど、聴取者に誤解を与えないよう注意する。
- 35 ニュースの中で意見を取り扱う時は、その出所を明らかにする。
- 36 事実の報道であっても、陰惨な場面の細かい表現は避けなければならない。
- 37 ニュース、ニュース解説および実況中継などは、不当な目的や宣伝に利用されないように注意する。
- 38 ニュースの誤報は、速やかに取り消しまたは訂正する。

(関係法令)

放送法、公職選挙法、刑法、民法、少年法

第7章 宗教

- 39 信教の自由および各宗派の立場を尊重し、他宗・他派を中傷、ひぼうする言動は取り扱わない。
- 40 宗教の儀式を取り扱う場合、またはその形式を用いる場合は、尊厳を傷つけないように注意する。
- 41 宗教を取り上げる際は、客観的事実を無視したり、科学を否定する内容にならないよう留意する。
- 42 特定宗教のための寄付の募集などは取り扱わない。

(関係法令)

憲法、社会福祉事業法

第8章 表現上の配慮

- 43 放送内容は、放送時間に応じて聴取者の生活状態を考慮し、不快感を与えないようにする。
- 44 わかりやすく、適当な言葉を用いるように努める。
- 45 方言を使う時は、その方言を日常使っている人々に不快感を与えないように注意する。
- 46 人心に動揺や、不安を与えるおそれのある内容のものは、慎重に取り扱う。
- 47 社会・公共の問題で意見が対立しているものについては、できるだけ多くの角度から論じなければならない。
- 48 不快な感じを与えるような下品、卑わいな表現は避ける。
- 49 心中、自殺は、古典または芸術作品であってもその取り扱いを慎重にする。
- 50 外国作品を取り上げる時や海外取材にあたっては、時代・国情・伝統・習慣などの相違を考慮しなければならない。
- 51 劇的効果のためにニュース形式などを用いる場合は、事実と混同され易い表現をしてはならない。
- 52 特定の対象に呼びかける通信・通知およびこれに類するものは取り扱わない。ただし人命にかかわる場合その他、社会的影響のある場合は除く。
- 53 迷信は肯定的に取り扱わない。
- 54 占い、運勢判断およびこれに類するものは、断定したり、無理に信じさせたりするような取り扱いはしない。

- 55 病的、残虐、悲惨、虐待などの情景を表現するときは、聴取者に嫌悪感を与えないようにする。
- 56 精神的、肉体的障害に触れるときは、同じ障害に悩む人々の感情に配慮しなければならない。
- 57 医療や薬品の知識および健康情報に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないように注意する。
- 58 放送局の関知しない私的な証言・勧誘は取り扱わない。
- 59 いわゆるショッピング番組は、関係法令を順守するとともに、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、聴取者の利益を損なうものであってはならない。
- 60 聴取者が通常、感知し得ない方法によって、なんらかのメッセージの伝達を意図する手法（いわゆるサブリミナル的表現手法）は、公正とはいえず、放送に適しない。
- 61 細かく点滅する映像や急激に変化する映像手法などについては、聴取者の身体への影響に十分、配慮する。
- 62 放送音楽の取り扱いは、別に定める「音楽放送などの取り扱い内規」による。
（関係法令）
電波法、放送法、身体障害者福祉法、民放連生活情報を提供する番組におけるラジオ・ショップの取り扱いに関する留意事項、民放連放送音楽などの取り扱い内規

第9章 暴力表現

- 63 暴力行為は、その目的のいかんを問わず、否定的に取り扱う。
- 64 暴力行為の表現は、必要最小限にとどめる。
- 65 殺人・拷問・暴行・私刑などの残虐な感じを与える行為、その他、精神的・肉体的苦痛を、誇大または刺激的に表現しない。

第10章 犯罪表現

- 66 犯罪を肯定したり、犯罪者を英雄扱いにしてはならない。
- 67 犯罪の手口を表現するときは、模倣の気持ちを起こさせないように注意する。
- 68 とばくおよびこれに類するものの扱いは控え目にし、魅力的に表現しない。
- 69 麻薬や覚せい剤などを使用する場面は控え目にし、魅力的に取り扱ってはならない。
- 70 鉄砲、刀剣類の使用は慎重にし、殺傷の手段については模倣の動機を与えないように注意する。

- 71 誘拐などを取り扱う時は、その手口を詳しく表現してはならない。
- 72 犯罪容疑者の逮捕や尋問の方法、および訴訟の手続きや法廷の場面などを取り扱う時は、正しく表現するように注意する。

(関係法令)

憲法、刑法、麻薬取締法、覚せい剤取締法、あへん法、大麻取締法、毒物及び劇物取締法、軽犯罪法、銃砲刀剣類取締法

第11章 性表現

- 73 性に関する事項は、聴取者に困惑、嫌悪感を与えないよう注意する。
- 74 性感染症や生理衛生に関する事柄は、医学上、衛生学上、正しい知識に基づいて取り扱わなければならない。
- 75 一般作品はもちろんのこと、たとえ芸術作品でも過度に官能的刺激を与えないよう注意する。
- 76 性的犯罪や変態性欲・性的倒錯を表現する場合は、過度に刺激的であってはならない。
- 77 性的少数者を取り上げる場合は、その人権に十分配慮する。
- 78 全裸は原則として取り扱わない。肉体の一部を表現する時は、下品・卑わいの感じを与えないように特に注意する。
- 79 出演者の言葉・動作・姿勢・衣装などによって、卑わいな感じを与えないよう注意する。

(関係法令)

電波法、放送法、刑法、軽犯罪法

第12章 聴取者参加と懸賞・景品の取り扱い

- 80 聴取者に参加の機会を広く均等に与えるように努める。
- 81 報酬または賞品を伴う聴取者参加番組においては、当該放送関係者であると誤解されるおそれのある者の参加は避ける。
- 82 審査は、出演者の技能などに応じて公正を期する。
- 83 賞金および賞品などは、過度に射幸心をそらさないように注意し、社会常識の範囲にとどめる。
- 84 企画や演出、司会者の言葉などで、出演者や聴取者に対し、礼を失したり、不快な感じを与えてはならない。

- 85 出演者の個人的な問題を取り扱う場合は、本人および関係者のプライバシーを侵してはならない。
- 86 懸賞募集では、応募の条件、締め切り日、選考方法、賞の内容、結果の発表方法、期日などを明らかにする。ただし、放送以外の媒体で明らかな場合は一部を省略することができる。
- 87 景品などを贈与する場合、その価値の誇大表現、あるいは虚偽の表現をしてはならない。
- 88 懸賞に応募あるいは賞品を贈与した聴取者の個人情報を、当該目的以外で利用してはならず、厳重な管理が求められる。

(関係法令)

不当景品類および不当表示防止法、独占禁止法

第13章 広告の責任

- 89 広告は、真実を伝え、聴取者に利益をもたらすものでなければならない。
- 90 広告は、関係法令などに反するものであってはならない。
- 91 広告は、健全な社会生活や、良い習慣を害するものであってはならない。

第14章 広告の取り扱い

- 92 広告放送はコマーシャルによって、広告放送であることを明らかにしなければならない。
- 93 コマーシャルの内容は、広告主の名称・商品・商品名・商標・標語、企業形態・企業内容（サービス・販売網・施設など）とする。
- 94 広告は、児童の射幸心や購買欲を過度にそそらないようにする。
- 95 学校向けの教育番組の広告は、学校教育の妨げにならないようにする。
- 96 広告主が明らかでなく、責任の所在が不明のものは取り扱わない。
- 97 番組およびスポットの提供については、公正な自由競争に反する独占的利用を認めない。
- 98 権利関係や取り引きの実態が不明確なものは取り扱わない。
- 99 契約以外の広告主の広告は取り扱わない。
- 100 事実を誇張して聴取者に過大評価させるものは取り扱わない。
- 101 広告はたとえ事実であっても、他をひぼうし、または排斥、中傷してはならない。
- 102 製品やサービスなどについての虚偽の証言や、使用した者の実際の見解でないもの、証言者の明らかでないものは取り扱わない。

- 103 係争中の問題に関する一方的主張または通信・通知の類は取り扱わない。
- 104 暗号と認められるものは取り扱わない。
- 105 許可・認可を要する業種で、許可・認可のない広告主の広告は取り扱わない。
- 106 食品の広告は、健康を損なうおそれのあるものや、その内容に虚偽や誇張のあるものは取り扱わない。
- 107 教育施設または教育事業の広告で、進学・就職・資格などについて虚偽や誇張のおそれのあるものは取り扱わない。
- 108 占い、心霊術、骨相・手相・人相の鑑定その他、迷信を肯定したり科学を否定したりするものは取り扱わない。
- 109 私的な秘密事項の調査を業とするものは取り扱わない。
- 110 風紀上好ましくない商品やサービス、および性具に関する広告は取り扱わない。
- 111 秘密裏に使用するものや、家庭内の話題として不適当なものは取り扱いに注意する。
- 112 死亡、葬儀に関するもの、および葬儀業は取り扱いに注意する。
- 113 アマチュア・スポーツの団体および選手を広告に利用する場合は、関係団体と連絡をとるなど、慎重に取り扱う。
- 114 寄付金募集の取扱いは、主体が明らかで、目的が公共の福祉に適い、必要な場合は許可を得たものでなければならない。
- 115 個人的な売名を目的としたような広告は取り扱わない。
- 116 皇室の写真、紋章や、その他皇室関係のものを無断で利用した広告は取り扱わない。
- 117 求人に関する広告は、求人事業者および従事すべき業務の内容が明らかなものでなければ取り扱わない。
- 118 テレビショッピング、ラジオショッピングは、関係法令を順守するとともに、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、聴取者の利益を損なうものであってはならない。
- 119 ヒッチハイクなどの特殊な挿入方法は、原則としての放送局の企画によるものとする。

(関係法令)

放送法、訪問販売法、無限連鎖講防止法、割賦販売法、不当景品類及び不当表示防止法、不当競争防止法、食品衛生法、栄養改善法、学校教育法、社会福祉事業法、職業安定法、労働基準法、金銭物品等寄付募集条例、オリンピック憲章、皇室典範
(100条関連・上記のほか関係法令)

医療法、獣医師法、柔道整復師法、薬事法、薬剤師法、古物営業法、宅地建物取引業法、建築業法、道路運送法、水道法、電気事業法、旅行業法、証券取引法

第15章 広告の表現

- 120 広告は、放送時間を考慮して、不快な感じを与えないように注意する。
- 121 広告は、わかりやすい適正な言葉を用いるようにする。
- 122 聴取者に錯誤を起こさせるような表現をしてはならない。
- 123 聴取者に不快な感情を与える表現は避ける。
- 124 原則として、最大級またはこれに類する表現をしてはならない。
- 125 ニュースで報道された事実を否定してはならない。
- 126 ニュースと混同されやすい表現をしてはならない。特に報道番組のコマーシャルは、番組内容と混同されないようにする。
- 127 統計・専門術語・文献などを引用して、実際以上に科学的と思われるおそれのある表現をしてはならない。

(関係法令)

不当景品類及び不当表示防止法、不当競争防止法、放送法

第16章 医療・医薬品・化粧品などの広告

- 128 医療・医薬品・医薬部外品・医療用具・化粧品・いわゆる健康食品などの広告で医師法・医療法・薬事法などに触れるおそれのあるものは取り扱わない。
- 129 治験の被験者募集CMについては慎重に取り扱う。
- 130 医業に関する広告は、医療法などに定められた事項の範囲を超えてはならない。
- 131 医薬品・化粧品などの効能効果および安全性について、最大級またはこれに類する表現をしてはならない。
- 132 医薬品・化粧品などの効能効果についての表現は、法令によって認められた範囲を超えてはならない。
- 133 医療・医薬品の広告にあたっては、著しく不安・恐怖・楽観の感じを与えるおそれのある表現をしてはならない。
- 134 医師、薬剤師、美容師などが医薬品・医薬部外品・医療用具・化粧品を推薦する広告は取り扱わない。
- 135 懸賞の賞品として医薬品を提供する広告は、原則として取り扱わない。
- 136 いわゆる健康食品の広告で、医薬品的な効能・効果を表現してはならない。

(関係法令)

医療法、医師法、柔道整復師法、獣医師法、薬事法

第17章 金融・不動産の広告

- 137 金融の広告で、業者の実態・サービス内容が聴取者の利益に反するものは取り扱わない。
- 138 消費者金融のCMは、安易な借入れを助長する表現であってはならない。特に、青少年への影響を十分考慮しなければならない。
- 139 不特定かつ多数の者に対して、利殖を約束し、またはこれを暗示して出資を求める広告は取り扱わない。
- 140 投機性のある商品・サービスの広告は慎重な判断を要する。
- 141 宅地建物取引業法、建設業法により、登録された業者以外の広告は取り扱わない。
- 142 不動産の広告は、投機をあおる表現および誇大または虚偽の表現を用いてはならない。
- 143 法令に違反したものや、権利関係などを確認できない不動産などの広告は取り扱わない。

(関係法令)

貸金業規制業、利息制限法、手形法、小切手法、出資受け入れ金・預り金及び金利等の取締等に関する法律、宅地建物取引業法、建設業法

(注)

庶民金融（通称サラ金）の広告の取り扱いについては、「FM長崎社内取り扱い内規」にもよるものとする。

第18章 広告の時間基準

- 144 コマーシャルの種類はタイムCM、スポットCMとする。

<ラジオ>

- 145 タイムCMは、次の限度を超えないものとする。ニュース番組および5分未満の番組の場合は各放送局の定めるところによる。

5分番組	1分00秒
10分番組	2分00秒
15分番組	2分30秒
20分番組	2分40秒
25分番組	2分50秒
30分番組	3分00秒
30分以上の番組	10%

- (1) 番組内で広告を目的とする言葉、音楽、効果、シンギング・コマーシャル

(メロディだけの場合も含む)、その他お知らせなどは、コマーシャルとする。

(2) 共同提供、タイアップ広告などは、タイム CM の秒数に算入する。

146 PT の 1 番組に含まれる秒数の標準は次のとおりとする。

10分番組 2分00秒

15分番組 2分40秒

20分番組 3分20秒

25分番組 3分40秒

30分番組 4分00秒

上記以上の番組は各放送局の定めるところによる。

147 ガイドは各放送局の定めるところによる。

第19章 ステレオ CM の基準

148 ステレオ放送番組のコマーシャルは、原則として2チャンネル・ステレオで放送する。

昭和57年9月16日 制定

昭和60年11月21日 改正

平成5年7月15日 改正

平成6年12月1日 改正

平成16年4月1日 改正

平成25年7月1日 改正