

## 廿日市市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、廿日市市広告掲載要綱（平成19年告示第45号）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 市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ず、広告の内容及び表現は、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。

(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、広告の内容、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年法律第122号）第2条の適用を受ける業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条の適用を受ける業種
- (4) たばこに関するもの
- (5) ギャンブルに関するもの
- (6) 規制対象で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
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 占い、運勢判断等に関するもの
- (9) 興信所、探偵事務所等
- (10) 債権取立て、示談引受け等をうたったもの
- (11) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの  
例：廃棄物の処理及び清掃に関する法律（昭和45年法律第137号）に基づく市長の許可を受けず、違法に一般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、作業代等を要求し、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（平成11年法律第225号）及び会社更生法（平成14年法律第154号）による再生又は更生手続中の事業者
- (13) 各種法令に違反しているもの
- (14) 行政機関からの行政処分、指名停止措置又は行政指導を受け、処分の執行、解除又は改善がなされていないもの
- (15) 本市の税等を滞納しているもの

(掲載基準)

第5条 次の各号に定める内容を有する広告は、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、名誉毀損等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、粗悪品等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 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- オ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- カ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- キ 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
- ク 社会的に不適切なもの
- ケ 国内世論が大きく分かれているもの

(2) 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（昭和22年法律第49号）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、商法及び商品
- 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等を推奨、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、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、又は助長するような表現

ウ 残酷な描写等、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又は想起させるもの

オ ギャンブル等を肯定するもの

カ 青少年の人体、精神又は教育に有害なもの

(市のホームページに関する基準)

第6条 市のホームページへの広告に関しては、市のホーム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ホームページの内容についてもこの基準を適用する。

2 他のホームページを集合し、情報提供することを主たる目的とするホームページで、廿日市市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ホームページを閲覧者にあっせん又は紹介しているホームページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第7条 広告媒体主管課は、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、表示内容等を審査する。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっせん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

安易さや授業料又は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、施設等が不明確なものは掲載しない。

(4) 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こと。

(5) 資格講座

ア 受講する資格の内容を明記すること。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 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こと。

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賄えるかのように誤認される表示はしない。

(6) 病院、診療所、助産所等

ア 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7及び獣医療法（平成4年法律第46号）第17条の規定の範囲内の広告とすること。

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。

例：手術前、手術後の写真、イラスト等の掲載

オ 他法令又は他法令に関するガイドラインで禁止される内容の広告は行ってはならない。

カ 厚生労働省「医業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日医政発第0330014号）」に沿った広告内容であること。

(7) 施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復等）

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（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。

(8) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）

ア 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条の規定を遵守し、掲載する。

イ 厚生労働省「医薬品等適性広告基準（昭和55年10月9日薬発第1339号）」を遵守すること。

ウ 次のような表示は掲載できない。

(ア) 最大級及びそれに類する表示をしない。

(イ) 効能、効果及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）

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品及び特別用途食品

ア 薬事法第66条、第67条及び第68条、健康増進法（平成14年法律第103号）第32条第2項並びに食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20

条の規定を遵守した広告を行うこと。

イ 厚生労働省「食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）について（平成15年8月29日薬食発第829007号）」等の、厚生労働省が発する基準、指針等を遵守し、医薬品的な効能、効果、成分、用法、容量等について、消費者に誤解を招くような虚偽誇大広告を避けること。

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）

(10) 介護保険法（平成9年法律第123号）に規定するサービスその他高齢者福祉サービス等

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：廿日市市事業受託事業者等

イ 有料老人ホーム

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（平成14年7月18日老発第0718003号）」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「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) 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等を明記する。

ウ 「不動産の表示に関する公正競争規約（平成15年1月14日公正取引委員会告示第2号）」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

(12) 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。

(13) 旅行業

ア 広告主は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とし、登録番号、所在地及び補償の内容を明記する。

イ 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

(14) 通信販売業

ア 会社の概要、取扱商品等を検討し、掲載が妥当と判断した業者に限り掲載する。

イ 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条の規定に基づく広告であること。

(15) 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等は、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 性犯罪を誘発又は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）の人権又は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。

キ 未成年者、心神喪失者等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。

(16) 映画、興業等

ア 暴力、とばく、麻薬、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もの、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。

(17) 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 廃棄物の処理及び清掃に関する法律による廃棄物処理業に係る市長等の許可を受けていない場合は、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

(18) 結婚相談所、交際紹介業等

ア 特定非営利活動法人日本ライフデザインカウンセラー協会から付与された「マル適マーク」又は特定非営利活動法人結婚相手紹介サービス業認証機構から付与された「認証マーク」を表示する。

イ 掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。

(19) 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、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。

(20) 募金等

ア 募金内容は、社会福祉事業のための寄付金募集に限る。

イ 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けたもので、その旨を明確に表示すること。

(21) 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。

(22) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」とは、倉庫業法（昭和31年法律第121号）により国土交通大臣の許可を受けた事業者による一定の性能を有する等の基準に適合する倉庫で非売品の保管を行う施設であるため、その旨（認定マーク等）を明確に表示すること。

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、倉庫業法に基づく“トランクルーム”ではありません。」等

(23) 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。

(24) 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。

(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

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、この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。

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 無料で参加又は体験できるもの

費用がかかることがある場合には、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

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、広告主の所在地及び連絡先の両方を明示する。連絡先については原則として固定電話とし、店舗等施設の連絡先については携帯電話及び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 肖像権及び著作権

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：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

附 則

この基準は、平成19年3月28日から施行する。

附 則

この基準は、平成19年11月15日から施行する。

附 則

この基準は、平成20年1月15日から施行する。

附 則

この基準は、平成20年6月10日から施行する。

附 則

この基準は、平成23年8月26日から施行する。