

○南砺市広告掲載基準

(主旨)

第1条 この基準は、南砺市広告掲載要綱（平成19年南砺市告示第31号。以下「要綱」という。）第3条第3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 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が確保されるものでなければならない。

2 市の広告媒体に掲載する広告は、法令の遵守、消費者の保護、青少年の健全育成、商取引の安全性の確保、地域の社会及び経済の健全な発展等を図るため、次のことに留意しなければならない。

- (1) 公正で誠実なものであること
- (2) 広告の受け手に不利益を与えないものであること
- (3) 青少年（18歳未満の者をいう。）に与える影響を考慮したものであること
- (4) 品位を保ち、真実を伝えるものであること
- (5) 関連法規及び社会秩序を遵守するものであること

(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。

(広告掲載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（ホームページ広告に関しては、市が所管する媒体に掲載するだけでなく当該広告が指定するリンク先のページも含む。）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）で風俗営業と規定されている業種及びその類似業種
- (2) 消費者金融業
- (3) 商品先物取引業
- (4) たばこ製造業
- (5) 規制対象となっていない業種において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もの

- (7) 占い及び運勢判断に関する業種
 - (8) 興信所及び探偵事務所
 - (9) 債権取立て、示談引受け等をうたったもの
 - (10) 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
 - (11) 民事再生法（平成11年法律第255号）及び会社更生法（平成14年法律第154号）の規定による再生・公正手続中の事業者
 - (12) 各種法令に違反しているもの
 - (13) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの
 - (14) 市内に住所を有しない法人及び個人
- (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、差別又は名誉毀損のおそれのあるもの
 - 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 他をひぼう、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（掲載に関しては、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 「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 虚偽の内容等を表示するもの
 - 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

ク 広告の内容が明確でないもの

ケ 国、地方公共団体、その他公共機関等が、広告主又はその商品、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) 青少年の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、出品作品の一例として、又は広告内容に関連して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・想起させるもの

オ ギャンブル等を肯定するもの

カ 青少年の身体、精神又は教育に有害なもの

(4) その他市長がふさわしくないと判断するもの

(ホームページに関する基準)

第6条 ホームページへの広告掲載に関しては、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、情報提供をすることを主たる目的とするホームページで、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斡旋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、次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき、掲載の可否、表示内容等について審査するものとする。

1 人材募集広告

(1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあつ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又は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 「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)

(1) 合格率等の実績を掲載する場合は、実績年も併せて表示する。

(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、内容及び施設が不明確なものは掲載しない。

4 外国大学の日本校

下記の主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。」

5 資格講座

(1) 民間の講習業者が、「〇〇管理士」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う誤解を招くような表現は使用しない。下記の主旨を明確に表示すること。

「この資格は国家資格ではありません。」

(2) 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。下記の主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) 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売りつけ又は資金集めを目的としているものは掲載しない。

(4) 受講費用すべてが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

(1) 医療法（昭和23年法律第205号）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) 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 施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復）

(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ため、事業内容の確認は必ず行う。
- 8 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、公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。
- 9 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 「〇〇市事業受託事業者」等
 - (2) 有料老人ホーム
前号に規定するもののほか、次に規定する基準を満たすこと。
 - ア 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営指導指針」（平成3年老福第72号）に規定する事項を遵守すること。
 - 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、担当者名簿等に限る。
 - 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現はできない。
- 10 墓地等
許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。
- 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、建築年月日、価格、賃料及び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

1.2 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。

1.3 旅行業

(1) 登録番号、所在地及び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等

1.4 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。

1.5 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。

1.6 雑誌、週刊誌等

(1) 品位を保った広告であること

(2) 見出し及び写真の表現等は、青少年保護等の観点から適正なものであること、及び不快の念を与えないものであること

(3) 性犯罪を誘発又は助長するような表現（文章、写真等）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）の人権及び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

(5) タレント等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。

(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。

1.7 映画、興行等

(1) 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。

(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) 内容を極端に歪めたり、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。

1 8 古物商及びリサイクルショップ

- (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市長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

1 9 結婚相談所及び交際紹介業

- (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）を明記している。
- (2) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等に限定する。

2 0 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、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。

2 1 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。

例 「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

2 2 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。

2 3 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）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

2 4 ダイヤルQ2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。

2 5 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。

2.6 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5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。

2.7 その他、表示について注意すること

(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

無断使用がないかを確認する。

(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）

(7) 個人輸入代理業等の個人営業広告

(8) 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