

## 米原市広告掲載ガイドライン

### 1 趣旨

このガイドラインは、米原市の広告媒体に掲載する広告として、情報の品質および信頼性を確保し、社会的に認知される情報を掲載するため、米原市広告掲載要綱（平成 18 年米原市告示第 119 号。以下「要綱」という。）第 4 条に規定する広告の範囲について定める。

### 2 広告全般に関する基本的な考え方

米原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、広告内容および表現は、それにふさわしい信頼性を持てるものでなければならない。

### 3 屋外広告に関する基本的な考え方

屋外広告の内容およびデザインについては、当該広告を掲出する地域の特性に配慮するとともに、地域の美観風致を著しく阻害するものであってはならない。

### 4 個別の広告掲載可否の決定

広告媒体の性質に応じて、広告内容、デザイン等に関する個別の広告掲載の可否の決定は、要綱第 3 条の規定による広告掲載物取扱基準を定めた課等の所属長が行うものとする。

### 5 規制する事業者

次に掲げる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）で、風俗営業を営む事業者
- (2) 風俗営業類似の業種を営む事業者
- (3) 貸金業事業者
- (4) ギャンブルに関する業種（公営競技および宝くじを除く。）を営む事業者
- (5) 現に、社会問題を起こしている事業者
- (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（平成 11 年法律第 225 号）および会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による再生・更生手続中の事業者
- (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

## 6 掲載基準

次に掲げるものは、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、無認可商品および粗悪品等の不適切な商品またはサービスを提供するもの
- ウ 他をひぼう、中傷または排斥するもの
- エ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- オ 公の選挙また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たる目的とするもの
- キ 非科学的また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
- コ 法令等で認められていない業種、商法または商品
- サ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- シ 責任の所在が明確でないもの

### (2) 消費者被害の未然予防およ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表現

- ア 誇大なもの（誇大広告）や根拠のない表示、誤認を招くような表現（根拠となる資料を要する。）  
例：「世界一」、「一番安い」等
- 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労働基準法等関係法令に違反している表現
- エ 虚偽の内容を表示する表現

### (3) 青少年保護およ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表現

- ア 水着姿およ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、出品作品の一例または広告内容に関連するなど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 暴力またはわいせつ性を連想、想起させる表現
- オ ギャンブル等を肯定する表現
- カ 青少年の人体、精神または教育に有害な表現

## 7 屋外広告に関する基準

屋外広告の内容およびデザイン等が次の各号のいずれかに該当し、地域的美観風致を損なうおそれがあるものや交通事故を誘発するなど交通の安全を阻害するおそれのある広告は掲載しない。

- (1) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
- (2) 彩度の高い色、原色または金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 景観を著しく損ねるもの
- (4) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (5) 著しくデザイン性の劣るもの
- (6) 意味が不明なものなど公衆に不快感を起こさせるもの
- (7) 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの
  - ア 信号、交通標識等と類似するものまたはこれらの効用を妨げるおそれがあるもの
  - イ 蛍光塗料、高輝度反射素材、鏡状のものおよびこれらに類するものを使用するもの
- (8) 自動車等運転者の注意力を散漫にするおそれがあるもの
  - ア 読ませる広告および4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
  - イ 水着姿および裸体姿等を表示し、著しく注意を引くもの
  - ウ 絵柄や文字が過密であるもの

## 8 WEBサイトに関する基準

WEBサイトへの広告に関しては、掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているWEBサイトの内容についてもこのガイドラインを適用する。

## 9 その他表示内容に関する個別の基準

具体的な表示内容等については、その都度、当該広告媒体の主管課等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および消費者関連法に基づく表示基準については、当該広告掲載物取扱基準を定めた主管課等の所属長が直接該当機関に相談する。内容の訂正、削除等を必要と認めた場合には、広告主と協議するものとする。

- (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、材料または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、受講料等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、実績年も併せて表示する。
- (4) 外国大学の日本校  
学校教育法に定める大学でないことを明確に表示すること。  
例：「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。」等
- (5) 資格講座  
ア 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。国家資格でないことを明確に表示すること。  
例：「この資格は国家資格ではありません。」等  
イ 「行政書士講座」等の講座には、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。別途試験が必要であることを明確に表示すること。  
例：「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」等  
ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品および材料の売り付けや資金集めを目的としているものは掲載しない。  
エ 受講費用が全て公的給付で賄うことができ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  
ア 医療法第6条の5、第6条の6および第6条の7の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。  
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また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。  
オ 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、柔道整復）  
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第7条または柔道整復師法第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。  
イ 施術者の技能、施術方法また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ため、業務内容の確認は必ず行う。
- (8) 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  
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： 米原市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、留意すべき事項

(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、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全て表示すること。

(イ) 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。

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。

(9) 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を明記する。

ウ 「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。

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

(10) 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

(11) 旅行業

ア 登録番号、所在地、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

(12) 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。

(13) 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などは、青少年保護等の点で適正なものであることおよび不快感を与えないものであること。

ウ 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。

エ 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。

オ 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。

カ 犯罪事実の報道の見出しについて、残虐な言葉や扇情的な言い回しを避け、不快感を与えないものであること。

キ 未成年、心神喪失者等の犯罪に関連した広告では、氏名およ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。

(14) 映画、興業等

ア 暴力、賭博、麻薬および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、露骨およ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り、一部分のみを誇張した表現等は使用しない。

オ 衝撃的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。

(15) 結婚相談所および交際紹介業

掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

(16) 調査会社、探偵事務所等

掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

(17) 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、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

イ 出版物の広告は、主張の展開およ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。

(18) 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：○○○のバッグ 50,000 円、航空券 大阪～○○○15,000 円等

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(19) トランクルームおよび貸し収納業者

ア 「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

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、倉庫業法に基づくトランクルームではないこと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

(20) 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上、判断する。

(21) 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、体験できるもの

別途費用が掛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、内容およ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、携帯電話または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、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：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

ケ たばこ広告