

能美市有料広告掲載基準

この基準は、能美市有料広告掲載要綱（平成20年能美市告示第4号）第3条第2項の規定に基づき必要な事項を定める。

1. 広告全般に関する基本的な考え方

本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を持てるものでなければならない。

2. 屋外広告物に関する基本的な考え方

屋外広告物の内容及びデザインについては、当該広告を掲載する地域の特性に配慮しなければならない。

この基準に定める「屋外広告物」とは、いしかわ景観総合条例（平成20年石川県条例第29号）第2条第5号に規定する広告物で知事の許可を要するものをいう。

3. 個別の基準

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。

4. 規制業種又は事業者

次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）の適用を受ける業者
- (2) 消費者金融業者
- (3) たばこ業者
- (4) ギャンブルに係るもの
- (5) 法律に定めのない医療類似行為に係わる事業者
- (6) 債権取立て、示談引受け等に係るもの
- (7) 民事再生法及び会社更生法による手続中の事業者
- (8) 各種法令に違反しているもの
- (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者

(10) 規制対象となっていない業種においても、社会的問題を起こしている業種や事業者

(11) 前各号に定めるもののほか、市長が適当でない判断したもの

5. 掲載基準

次に定めるものは、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 法令等で製造、販売等が禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの

イ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるもの又はそのおそれのあるもの

ウ 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの

エ 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）や根拠のない表示、誤認を招くような表現

例：「世界一」「一番安い」等

イ 射幸心を著しくあおる表現

ウ 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

エ 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

オ 虚偽の内容を表示するもの

カ 法令等で認められていない業種・商法・商品

キ 国家資格等に基づかない者が行う療法等

ク 責任の所在が明確でないもの

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

ア 水着姿及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 暴力や犯罪行為を肯定し助長するような表現
- ウ 残酷な描写など、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 青少年の人体・精神・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したもの

6. 屋外広告に関する都市景観上の基準

屋外広告の内容及びデザイン等が次の各号のいずれかに該当し、都市の美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

- (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、金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 美観を損ねるような、著しくどぎついもの及びくどいもの
- (4) 景観と著しく違和感があるもの
- (5) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (6) 著しくデザイン性の劣るもの
- (7) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (8) その他、市長が都市の美観風致を損なう恐れがあると判断したもの

7. 屋外広告に関する交通安全上の基準

屋外広告の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通事故を誘発する等、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) 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの
 - ア 過度に鮮やかな模様・色彩を使用するもの
 - イ 信号、交通標識等と類似するもの又はこれらの効用を妨げるおそれがあるもの
 - ウ 蛍光塗料、高輝度反射素材、鏡状のもの及びこれらに類するものを使用するもの
- (2) 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 読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
 - イ ヌード、水着姿等を表示し、著しく注意を引くもの
 - ウ デザインがわかりづらい等、判断を迷わせるもの

エ 絵柄や文字が過密であるもの

(3) その他、市長が交通の安全を阻害する恐れがあると判断したもの

8. ホームページに関する基準

ホームページへの広告に関しては、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。

9. 業種ごとの基準

表示内容等については、掲載の都度、当該広告媒体を主管する部局が次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき検討を行い、適切でないと判断した場合は、内容の訂正・削除等を広告主に指示することとする。広告主は正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけた、売春等の勧誘やあっ旋の疑いのあるものは認めない。

イ 人材募集に見せかけた、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・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) 外国大学の日本校

下記の主旨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。」

(4) 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、実績年もあわせて表示する。

(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。下記の主旨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。」

イ 「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。下記の主旨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。」

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

ア 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。

イ 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。

ウ 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。

エ 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。

オ 法律に定めのない医療行為事項（インプラント、視力回復、植毛等）は広告できない。

(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条又は柔道整復師法第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ため、業務内容の確認は必ず行う。

(8) いわゆる健康食品、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

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。

例：能美市事業受託事業者 等

イ 介護老人保健施設

介護保険法第98条の規定により下記の事項以外は広告できない。

(ア) 施設の名称、電話番号、所在地、勤務する医師及び看護師の氏名

(イ) 前号に掲げる事項のほか、厚生労働大臣の定める事項

(ウ) その他都道府県知事の許可を受けた事項

ウ 有料老人ホーム

ア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標準指導指針」に規定する事項を遵守し、同別表「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) 公正取引委員会の「有料老人ホーム等に関する不当な表示」に抵触しないこと。

エ 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。

(10) 不動産業

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。

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

(11) 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地、所属団体名及び一般的な事業案内等に限定する。

(12) 旅行業

広告主は、広告の表示内容について、旅行業公正取引協議会に広告表示に関する指導事項を確認するとともに、旅行業法第12条の7及び第12条の8の規定並びに下記の事項を遵守すること。

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

(13) 通信販売業

広告主は、特定商取引に関する法律第11条及び第12条の規定を遵守し、下記の事項を明確に表示すること。

ア 連絡先、商品名、内容（条件や制限等がある場合はその内容を含む。）、価格、送料、返品等に関する事項

イ 申込方法及び期限

ウ 引渡し方法及び時期

エ 支払方法及び時期

(14) 興信所、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。

(15) 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、所在地及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。

(16) 募金等

ア 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。

イ 下記の主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。」

(17) 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。

(18) 規制業種の事業者による規制業種に関するもの以外の内容の広告

本基準4に定める規制業種に該当する事業者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。

10. その他、広告表示について注意を要すること

(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

費用負担がある場合には、その旨を明示すること。

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、広告主の所在地及び連絡先を明示する。連絡先は固定電話または携帯電話とする。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（公正取引委員会の確認が必要）。

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

(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

資格取得状況や事務所の設置等の実態の確認

(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

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20年2月1日から施行する。

附 則

この基準は、令和5年1月31日から施行する。