

## 玉野市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、玉野市広告掲載取扱要綱第4条に規定する基準の詳細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。

(一般的基準)

第2条 本市の広告媒体に掲載(掲出を含む。以下同じ。)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。

(広告を掲載しない業種又は事業者)

第3条 次に掲げる業種又は事業者の広告は、広告掲載を行わない。

- (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。以下「風営法」という。)に規定する風俗営業に該当する業種及びこれに類似する業種
- (2) 貸金業法(昭和58年法律第32号)に規定する貸金業
- (3) たばこに関する業種
- (4) ギャンブル(公営競技及び宝くじを除く。以下同じ。)に関する業種
- (5) 投機的商品に関する業種
- (6) 占い又は運勢判断に関する業種
- (7) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (8) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律(平成15年法律第83号)に規定するインターネット異性紹介事業に関する業種
- (9) 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号。以下「特商法」という。)に違反しているおそれのある事業者
- (10) 医療、医薬品、化粧品等の広告で医療法(昭和23年法律第205号)、薬事法(昭和35年法律第145号)等に抵触する事業者
- (11) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (12) 興信所・探偵事務所等を営む事業者
- (13) 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・更生手続中の事業者
- (14) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律(平成3年法律第77号)に規定する暴力団その他反社会的団体又はそれらに関連すると認めるに足りる相当の理由のある事業者
- (15) 各種法令に違反している事業者
- (16) 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種又は事業者
- (17) 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
- (18) その他市の資産を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として適当でない

と認められるもの

(掲載基準)

第4条 次の各号のいずれかに該当する内容の広告は、広告掲載を行わない。

- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 法令等により製造、販売、提供等を行うことが禁止されている商品又はサービスを提供するもの
  - イ 法令等に基づく許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの
  - ウ その他粗悪品等広告掲載が適当でないと思われられる商品又はサービスの提供に係るもの
- (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を推奨し、又は肯定し、若しくは美化したもの
  - イ 醜悪、残虐、猟奇的である等公衆に不快感を与えるおそれがあるもの
  - ウ 性に関する表現で、露骨、わいせつなもの又は裸体を含むもの
  - エ 犯罪を誘発するもの又はそのおそれがあるもの
  - オ その他社会的秩序を乱すおそれがあるもの
- (3) 政治性のあるもの又は選挙に関係するもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれがあるもの（政党広告を含む。）
  - イ 公の選挙若しくは投票の事前運動に該当するもの又はそのおそれがあるもの（選挙広告を含む。）
- (4) 宗教性のあるもの又は迷信若しくは非科学的なものに関するもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 宗教団体による布教推進等を目的とするもの又はそのおそれがあるもの
  - イ 迷信又は非科学的なものに類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするおそれがあるもの
- (5) 社会問題についての主義主張。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 個人又は団体の意見広告
  - イ 国内世論が大きく分かれているもの
- (6) 個人又は法人の名刺広告  
単に個人の氏名又は法人その他の団体の名称（代表者の氏名を含む。）を表示し、これを公衆に周知するもの
- (7) 美観風致を害するおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 色又はデザイン等が景観と著しく違和感があるもの、意味が不明である等公衆に不快感を起こさせるもの
  - イ 地域のルール及び慣習によって形成されてきた景観や文化にそぐわないもの
  - ウ 自動車等運転者の誤解を招き、又は注意力を散漫にするおそれがある等、交通

安全を阻害するおそれがあるもの

エ その他良好な景観の形成及び風致の維持を害するおそれがあるもの

(8) 基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。

ア 他人をひぼうし、中傷し、若しくは排斥し、他人の名誉・信用を毀損し、若しくは他人の業務を妨害するもの又はそのおそれがあるもの

イ 人種、性別、心身の障害等に関する差別的な表現その他不当な差別につながる表現等を含み、基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの

ウ 第三者の氏名、写真、談話及び商標、著作権その他の財産権を無断で使用したもの若しくはプライバシー等を侵害するもの又はそのおそれがあるもの

(9) 虚偽若しくは誇大であるもの又はその疑いがあるもの、事実を誤認するおそれがあるもの等その他消費者被害の未然防止及び拡大防止の観点から適切でないもの。例えば、次のようなものをいう。

ア 誇大な表現及び根拠のない表示や誤認を招くような表現、安易さや料金の安価さを強調する表現を含むもの

例)「最高」、「日本一」、「トップ」、「一番安い」、「当社だけ」、「1か月で確実にマスターできる」等(掲載に際しては、具体的な根拠となる資料が必要)

イ 投機心又は射幸心を著しくあおる表示又は表現を含むもの

例)「今が最後のチャンス(今購入しないと次はないという意味)」等

ウ 社会的に認められていない許認可、保証、賞又は資格等を使用して権威付けようとするもの

エ 法令等に違反する業種・商法・商品

オ 国家資格等に基づかない者が行う療法等

カ 投資信託等の広告で、元本等が保証されているかのように誤認させる表現のもの

キ 自己の供給する商品等について、これと競争関係にある特定の商品等を比較対象商品等として明示し、又は暗示するもの

ク 商品等の内容又は取引条件を比較するもので、二重価格表示があるもの及び第三者が推奨し、又は保証する記述があるもの

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(国、地方公共団体その他公共の機関が別に認証等を行っている商品やサービス等に係るものを除く。)

コ 人材募集や資格講座に見せかけて、売春等の勧誘及びあっ旋や商品・材料及び機材の売りつけ、資金集めの疑いのあるもの

(10) 内容又は責任の所在が不明確なもの。例えば、次のようなものをいう。

ア 代理店募集、副業、内職、会員募集等で、その目的、内容又は責任の所在が不明確なもの

イ 通信販売で、連絡先、商品名、内容、価格、送料、数量、引渡し、支払方法、返品条件等が不明確なもの

- ウ 通信教育、講習会、塾、学校その他これらに類する名称を用いたもので、その実体、内容、施設が不明確なもの
  - エ 外国に本校又は本部のある学校の日本校等で、学校教育法（昭和22年法律第26号）に基づく学校ではないにもかかわらず、その旨表示されていないもの
  - オ 編集記事とまぎらわしい体裁・表現で、広告であることが不明確なもの
- (11) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの。例えば、次のようなものをいう。
- 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・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
- (12) 前各号に掲げるもののほか、広告媒体に掲載する広告として適当でないと市長が認めるもの。例えば、次のようなものをいう。
- ア 品位を損なう表現のもの
  - イ 詐欺的なもの又はいわゆる不良商法とみなされるもの
  - ウ 私設私書箱及び電話代行サービス等に関するもの
  - エ 債権取立て、示談引受け等に関するもの
  - オ 占い、運勢判断等に関するもの
  - カ 通貨及び郵便切手を複写したもの
  - キ 謝罪、釈明等に関するもの
  - ク 尋ね人、養子縁組等に関するもの
  - ケ 暴力団又は暴力団の構成員を賞揚し、若しくは鼓舞し、又は暴力団排除活動に異論を唱える内容を含むもの
  - コ デザイン及び色彩が広告媒体との調和を損なうと認められるもの
  - サ 市の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
  - シ その他社会的に不適切なもの

(広告の表示内容に関する個別基準)

第5条 掲載する広告の表示内容については、次の各号に定める基準及び関係法令に留意するものとする。

(1) 人材募集

ア 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守する。

(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)「1か月で確実にマスターできる」等

(3) 学習塾・予備校・専門学校等

合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する（根拠となる資料が必要）。

(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」という主旨を明記する。

(5) 資格講座

ア 民間の講習業者が「〇〇管理士」等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「〇〇管理士」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せず、当該資格が国家資格ではない旨を明記する。

例)「当協会認定の〇〇士（民間資格）」、「〇〇士（国家資格ではありません）」

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せず、当該資格取得には、別に国家試験を受ける必要がある旨を明記する。

ウ 受講費用がすべて公的給付でまかな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 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条の規定の範囲内で表示する。

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の表示はしない。

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等その効果を推測的に述べることはしない。

エ マークを表示することはできるが、そのマークが示す内容を文字により併せて表記する。なお、赤十字のマークや名称を自由に使用しない。

オ 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日付け医政発第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）

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に限る。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は掲載しない。

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）は掲載しない。

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

ア 厚生労働省「医薬品等適正広告基準（昭和55年10月9日薬発第1339号）」を遵守する。

イ 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条の規定を遵守する。

(9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 薬事法第66条から第68条、健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2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

する。

イ 健康食品については、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日付け薬食発第829007号）」等の、厚生労働省が発する基準、指針等を遵守する。

(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) 介護保険法に規定する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する。

(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) 利用に当たって有利であると誤解を招くような表示はしない。

例)「玉野市事業受託事業者」等

イ 介護老人保健施設

介護保険法第98条の規定により広告できる事項に限る。

ウ 有料老人ホーム

(ア) 有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年7月18日付け厚生労働省老健局長通知）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。

(イ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。

(ウ) 有料老人ホームに関する不当な表示（平成16年公正取引委員会告示第3号）に抵触しない。

エ 有料老人ホームの紹介業

(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) 利用に当たって有利であると誤解を招くような表示はしない。

(11) 墓地等

県知事又は市長の許可年月日、許可番号及び経営者名を明記する。

(12) 不動産事業

ア 広告掲載主体に関する表示には、名称、所在地、連絡先、認可免許証番号等を明記する。

イ 不動産の売買や賃貸の広告には、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。

ウ 不動産の表示に関する公正競争規約（平成17年公正取引委員会告示第23号）による表示規制に従う。

エ 契約を急がせるような表示のものは掲載しない。

例)「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等

(13) 弁護士・公認会計士・税理士・司法書士・行政書士等

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定し、以下のような表示はしない。

ア 顧問先又は依頼者名（顧問先又は依頼者の書面による同意がある場合を除く。）

イ 誇大又は過度な期待を抱かせるもの

(14) 旅行業

ア 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に限る。

イ 企画旅行の広告は、旅行（代理店）業者名、登録番号及び所在地等を明記する。

ウ 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

(15) 通信販売業

ア 玉野市内に本店、支店、営業所又は店舗のある事業者の広告に限る。ただし特商法に規定する通信販売協会に加盟している事業者を除く。

イ 特商法を遵守し、同法第11条に規定する表示事項はすべて表示する。

ウ 返品及び解約に関する条件を明記する。

エ 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、本市が妥当と判断したものに限る。

(16) 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・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）の人権及び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、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 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであること。

ケ その他有害図書と認めたものは掲載しない。

(17) 映画・興業等

ア 暴力、とばく、麻薬及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り、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明記する。

- (18) 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る。
  - イ 廃棄物を運搬若しくは処理できる旨の表示又はそのように誤認させるおそれがある表示のものは掲載しない。
- (19) 結婚相談所・交際紹介業
- ア 業界団体に加盟していること（加盟証明が必要）を明記する。
  - イ 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。
- (20) 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 主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）する出版物の広告は、掲載しない。
- (21) 募金等
- ア 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受ける。
  - イ 下記の主旨を明記する。  
例)「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」等
- (22) 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。
- (23) トランクルーム及び貸し収納業者
- ア 「トランクルーム」との表示には、倉庫業法（昭和31年法律第121号）第25条の規定により認定を受けた優良トランクルームであること。また、その旨を明記する。
  - 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、下記の主旨を明記する。  
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
- (24) 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。
- (25) 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る。
- (26) 宝石販売業
- 虚偽の表現に注意する。  
例)「メーカー希望価格の30%引き」(宝石には、通常、メーカー希望価格はない。)等
- (27) 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
- 第3条で定める規制業種に該当する事業者による、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。  
例) たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等
- (28) その他、表示について注意を要するもの



#### ア 割引価格

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記する。

例)「メーカー希望小売価格の50%引き」

#### イ 比較広告

(ア) 主張する内容が客観的に実証されていること。自社調べではなく、第三者機関または公的に実証されている数値や事実を入れて比較したものが必要。根拠が示せないものは虚偽の広告になる。

(イ) 比較の方法が公正であること。商品の全体に影響がないのに一部のデータだけを取り上げて他より優良である旨の表現は不当表示になる。

#### ウ 無料で参加・体験できるもの

費用がかかることがある場合、その旨を明記する。

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、法人名、所在地及び連絡先を明記する。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。

#### オ 肖像権及び著作権

肖像権・著作権の使用について、無断使用がないか確認する。

#### カ アルコール飲料

(ア) 未成年者の飲酒禁止の文言を明記する。

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

#### キ 個人輸入代行業等の個人営業広告

行政機関からの許認可が必要な事業の場合は、許認可を受けていることを明記する。また、許認可の必要がない事業の場合は、事業内容や資格取得状況等、消費者がその事業を正確に判断できるような内容を明記する。

(ウェブページに関する基準)

第6条 本市のウェブページへの広告に関しては、ウェブ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ウェブページの内容についてもこの基準を適用する。

(1) 他のウェブページを集合し、情報提供することを主たる目的とするウェブページで、玉野市広告掲載取扱要綱及びこの基準、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ウェブページを閲覧者に斡旋又は紹介しているウェブページの広告は掲載しない。

(広告媒体ごとの基準)

第7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、別に基準を定めることができる。

#### 附 則

この基準は、平成30年7月1日から施行する。