

加古川市広告掲載基準

平成 26 年 10 月 29 日（企画部長決定）

（趣旨）

第 1 条 この基準は、加古川市広告掲載要綱（平成 26 年 10 月 29 日）第 5 条第 2 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を持てるものでなければならない。

2 本基準により広告掲載に関する審査を行う場合には、本基準の文言のみに基づき一義的な解釈・適用をするのではなく、関係法令等の規定や市民への影響、公共性・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

（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、合理的な範囲で別途基準を作成することができる。

（掲載基準）

第 4 条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

（１）法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの。

ア 法令により製造、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 法令に基づき必要とされる許可、認可等を受けていない商品又は
サービスを提供するもの

(2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの。

ア 暴力、賭博、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を推奨し
又は肯定するもの

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) 人権を侵害し又は差別を助長するおそれがあるもの。

ア 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

イ 名誉き損、プライバシーの侵害等のおそれがあるもの

ウ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの

(4) 政治性のあるもの。

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

イ 公の選挙又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

(5) 宗教性のあるもの。

宗教団体の布教推進を目的とするもの又はそのおそれがあるもの

(6) 社会問題についての主義主張。

国内世論が大きく分かれているもの

(7) 個人の名刺広告。

ア 個人の名称、所在地、連絡先のみの周知を目的とするもの

イ 年賀、慶弔その他これに類するあいさつを目的とするもの

(8) 誇大、虚偽、誤認等のおそれがあるもの。

ア 誇大な表現や根拠のない表示、誤解を招くような表現を含むもの

イ 虚偽の表示を含むもの

(9) 美観風致を害するおそれがあるもの。

ア 色彩又はデザイン等が景観と著しく相違するもの

イ 自動車等運転者の誤解を招き又は注意力を散漫にさせるおそれがある等、交通安全を阻害するおそれのあるもの

ウ 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のあるもの

(1 0) 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの。

ア 水着姿、裸体等で広告内容に無関係で必然性のないもの

イ 犯罪、ギャンブル等を肯定し助長するようなもの

ウ 暴力やわいせつ性を連想、想起させるもの

(1 1) その他、広告媒体に掲載する広告として不適當であると市長が認めるもの。

ア 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

イ 投機、射幸心を著しくあおるもの

ウ 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があるもの

エ 風俗営業に類似するもの

オ 消費者金融に係るもの

カ たばこに係るもの（たばこ製造・販売事業者による喫煙マナー向上のための広告等は除く）

キ 法律の定めのない医療類似行為に係るもの

ク 興信所・探偵事務所等に係るもの

ケ 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの

コ 不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年 5 月 15 日法律第 134 号）に違反しているもの

（業種ごとの基準）

第 5 条 広告媒体所管課は、掲載の都度、次の各号に定める業種ごとの基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

（１）人材募集広告

ア 労働基準法（昭和 22 年 4 月 7 日法律 49 号）等関係法令を遵守すること。

イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡旋の疑いのあるものは認めない。

ウ 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・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、事実や客観的な根拠に基づいたものとし、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

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。

「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。

「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、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。

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 広告できる事項は、医療法（昭和 23 年 7 月 30 日法律第 205 号）第 6 条の 5 及び第 6 条の 7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドライン（平成 19 年 3 月 30 日付け医政発第 0330014 号）に定める広告規制等の関連規定に反しないこと。

イ 広告を掲載する事業者が、病院等の所在地を所管する行政機関の担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(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 12 月 20 日法律第 217 号）第 7 条又は柔道整復師法（昭和

45 年 4 月 14 日法律第 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。

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、医療用具（健康器具、
コンタクトレンズ等）

ア 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する
法律（昭和 35 年 8 月 10 日法律第 145 号）第 66 条から第 68 条の規
定及び厚生労働省の医薬品等適正広告基準（昭和 55 年 10 月 9 日付
け薬発第 1339 号）の規定並びに各法令所管省庁の通知等に定められ
た規定に反しないこと。

イ 医療機器については、厚生労働省の承認番号を記載すること。

ウ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の
薬務担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確
認をとっていること。

(9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 健康増進法（平成 14 年 8 月 2 日法律第 103 号）第 65 条、医薬
品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第
68 条、食品衛生法（昭和 22 年 12 月 24 日法律第 233 号）第 20 条及
び各法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示
できない。

ウ 保健機能食品及び特別用途食品については、広告内容が国及び法
令により認められている表示事項の範囲を超えていないこと。か
つ、法令等により定められている表示すべき事項が記載されている
こと。

エ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署及び食品担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(10) 介護保険法（平成9年12月17日法律第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：加古川市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、次の規定に適合していること。

（ア）当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市の「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）当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市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4月2日公正取引委員会告示第3号）」及び同表示の運用基準に抵触しないこと。

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、担当者名等一般的なものとする。

(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ない。

エ サービス付き高齢者向け住宅

(ア) 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第二十二條第一号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」(告示)に関する事項を遵守すること。

(イ) 本条第 12 号不動産事業の規定を遵守すること。

オ 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以外は広告できない。

(1 1) 墓地等

都道府県知事又は市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。

(1 2) 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 不動産の取引に関する広告の場合は、取引態様、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(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ものとする。

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

(1 3) 弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規制に抵触する内容ではないこと。

(1 4) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。ただし、補償については、広告内にすべて記載してある必要はなく、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等があればよいものとする。

イ 不当表示に注意する。

ウ その他広告表示について、旅行業法（昭和 27 年 7 月 18 日法律第 239 号）第 12 条の 7 及び第 12 条の 8 並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

（ 1 5 ） 通信販売業

特定商取引に関する法律第 11 条及び第 12 条並びに同法施行規則（昭和 51 年 11 月 24 日通商産業省令第 89 号）第 8 条から第 11 条までの規定に反しないこと。

（ 1 6 ） 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・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、心神喪失者など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。

（ 1 7 ） 映画・興業等

ア 暴力、とばく、麻薬及び売春など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表示する。

(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ていること。

イ 一般廃棄物処理業に係る県知事又は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 など

(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。

イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とする。

ウ 公的機関に認められた個人情報の保護体制（一般財団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）を整えていること。

(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 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

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。

「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

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。

(2 3) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」は国土交通省の「優良トランクルーム」の認定を受けた事業者であること。また、認定を受けている旨及び認定番号を表示すること。

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

(2 4) 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。

(2 5) 金融商品

ア 投資信託等

(ア) 将来の利益が確実・保証されているような表現がないこと。また、利益について記載する場合は必ず予想に基づくものであることを明示すること。

(イ) 元本保証がない旨等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

イ 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（F X）等

(ア) 監督行政庁等の許可・登録等の商品取扱いに必要な資格を持った事業者であること。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

(イ) 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらにあおるものでないこと。

(ウ) 利益保障がないこと及び損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

ウ その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、ア及びイの規定を準用する。

(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・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

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、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。

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：「メーカー希望小売価格の 50%引き」（宝石には通常、メーカー希望小売価格はない） 等

キ 個人輸入代行業等の個人営業広告

必要な資格の取得状況や事務所の所在地等の実態を確認すること。

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 消費税表記

消費税の課税対象となる商品・サービス等の価格は、総額表示（税込み価格を表示）とする。

附 則

（施行期日）

1 この基準は、平成 26 年 10 月 29 日から施行する。

（旧基準の廃止）

2 加古川市広告掲載基準（平成 19 年 9 月 13 日企画部長決定）は廃止する。

附 則

この基準は、平成 28 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この基準は、平成 29 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この基準は、令和 2 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この基準は、令和 3 年 10 月 1 日から施行する。