

各務原市広告掲載に関する基準

(令和元年10月1日決裁)

(趣旨)

第1条 この基準は、各務原市広告掲載要綱（平成18年1月17日決裁）第6条第2項に規定する広告掲載に係る基準として定めるものであり、広告媒体への広告掲載に関する審査は、この基準に基づき行うものとする。

(規制業種又は事業者)

第2条 次の各号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7月10日法律第122号）で、風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融
- (4) たばこ（たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等は除く）
- (5) ギャンブル（宝くじに係るものを除く）にかかるもの
- (6) 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や事業者
- (7) 法律の定めのない医業類似行為を行うもの
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 特定商取引に関する法律（昭和51年6月4日法律第57号）で、連鎖販売取引と規定される業種
- (11) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (12) 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
例：廃棄物の処理及び清掃に関する法律に基づく市長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合において、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する）
- (13) 民事再生法（平成11年12月22日法律第225号）及び会社更生法（平成14年12月13日法律第154号）による再生・更生手続中の事業者
- (14) 各種法令に違反しているもの
- (15) 行政機関からの行政指導を受け、改善が見込まれないもの
- (16) 不当景品類及び不当表示防止法に違反しているもの
- (17) 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6月3日法律第83号）に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (18) 各務原市が行う契約からの暴力団排除に関する措置要綱（平成22年7月23日決裁）第3条に規定する排除措置の対象となる個人又は法人等
- (19) 各務原市税を滞納している事業者
- (20) 前各号に掲げるもののほか、広告を掲載しようとする事業者又は事業者の代表が

控訴を提起され、又は禁錮以上の刑又は罰金刑を宣告され、広告を掲載することを不
適当であると市長が認めるときは、当該公訴を提起されている期間及び当該系を宣告
された日から1年以内の期間（禁錮刑以上の刑にあつては、当該刑期）で市長が定め
る期間は、当該広告を掲載しないものとする。

2 その他広告を掲載する業種又は事業者として適当でないと認めるもの
（広告内容に関する規制基準）

第3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、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、無認可商品及び粗悪品など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 市が実施する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（掲載に際しては、根拠となる資料の提出及び広告内
への根拠の明示を要する。）
- イ 射幸心を著しくあおる表現
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
- ウ 虚偽の内容を表示するもの
- エ 法令等で認められていない業種・商法・商品
- オ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- カ 責任の所在が明確でないもの
- キ 広告の内容が明確でないもの
- ク 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として、次のいずれかに該当す
るもの

- 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) その他広告媒体に適さないとおもわれるもの

(屋外広告に関する都市景観上の規制基準)

第4条 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) 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
- (9) 地区計画、まちづくり協議指針、その他まちづくり又は都市整備のルールにおいて景観形成の目標が定められている場合、その目標に沿った貢献が認められないもの

(屋外広告に関する交通安全上の規制基準)

第5条 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 水着姿及び裸体等を表示し、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 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(ウェブページに関する基準)

第6条 広告主のウェブページにリンクをする広告（バナー広告等）に関しては、市のウェブページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先である広告主のウェブペー

ジの内容についても、ウェブページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部または一部を準用することができる。

- 2 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、各務原市広告掲載要綱及びこの基準、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あっせん又は紹介しているウェブページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第7条 市長公室広報課が、広告内容審査を行う際の業種ごとの基準は、別表のとおりとする。

- (1) 各業種や商品・サービスについて、必要な許可・免許等の有無、業界団体等への加盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は、広告を掲載する事業者又は広告を取扱う広告代理店に確認をするものとする。

附 則 (令和6年3月19日決裁)

この基準は、決裁の日から施行する。

(別表：業種ごとの広告内容審査の基準)

項 目 名	内 容	例 示 ○良い例 ×悪い例
1 人材募集 広告	(1)労働基準法等関連法令を遵守していること。 (2)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。 (3)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	(1)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。	×：「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）	(1)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。 (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、施設が不明確なも	

	のは掲載しない。	
4 外国大学の日本校	(1)右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。」
5 資格講座	<p>(1)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。右記の主旨を明確に表示すること。</p> <p>(2)「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。右記の主旨を明確に表示すること。</p> <p>(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や資金集めを目的としているものは掲載しない。</p> <p>(4)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。</p>	<p>例：「この資格は国家資格ではありません。」</p> <p>例：「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」</p>
6 病院、診療所、助産所	<p>(1)広告できる事項は、医療法（昭和 23 年法律第 205 号）第 6 条の 5 又は第 6 条の 7、関係法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドライン等に定める広告規制等の関連規定に反しないこと。（バナー広告のリンク先である病院等のウェブサイトを含む）</p> <p>(2)不明な点は、広告を掲載する事業者が、県医療担当課へ確認する。</p>	
7 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・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）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。	

	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 不明な点は、広告を掲載する事業者が、県医療担当課へ確認する。</p>	
8 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療器具（健康器具、コンタクトレンズ等）	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 不明な点は、広告を掲載する事業者が、薬局等の所在地を所管する行政機関の薬務担当部署へ広告内容が適法・適正であることについて確認する。</p>	
9 健康食品、保健機能食品、特別用途食品	<p>(1) 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）第 31 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（昭和 35 年法律第 145 号）第 68 条、食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）第 20 条並びに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。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 不明な点は、広告を掲載する事業者が、食品会社等の所在地を所管する行政機関の薬務担当部署</p>	

	及び食品担当部署へ広告内容が適法・適正である ことについて確認する。	
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	<p>(1) サービス全般（介護老人保健施設除く）</p> <p>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分し、誤解を招く 表現を用いないこと。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(2) 有料老人ホーム</p> <p>(1)に規定するもののほか、次の規定に適合してい ること。</p> <p>ア 厚生労働省「有料老人ホームの設置運営標準 指導指針」（平成 14 年 7 月 18 日老発第 0718003 号厚生労働省老健局長通知）に規定する事項を遵 守すること。</p> <p>イ 当該施設の指導監督権限を有する所管都道府 県の指導に基づいたものであること。</p> <p>ウ 公正取引委員会の「有料老人ホーム等に関す る不当な表示及び同表示の運用基準」に抵触しな いこと。</p> <p>(3) 有料老人ホーム等の紹介業</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(4) サービス付き高齢者向け住宅</p> <p>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 22 条第一号の国土交通大臣及び厚</p>	×：「各務原市事業 受託事業者」等

	<p>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。</p> <p>イ 本基準第7条「12 不動産事業」の規定を遵守すること。</p> <p>(5)介護老人保健施設</p> <p>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。</p>	
11 墓地等	(1)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。	
12 不動産事業	<p>(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。</p> <p>(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、建築月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記する。</p> <p>(3)「不動産の表示に関する公正競争規約」(平成17年11月10日公正取引委員会告示第23号)による表示規制に従う。</p> <p>(4)契約を急がせる表示は掲載しない。</p>	×:「早い者勝ち、残り戸数あとわずか」等
13 弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等	<p>(1)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。</p> <p>(2)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ものではないこと。</p>	
14 旅行業	<p>(1)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ウェブサイト等への誘導があればよいものとする。</p> <p>(2)不当表示に注意する。</p> <p>(3)その他広告表示について旅行業法(昭和27年法律第239号)第12の7及び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。</p>	×: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	(1)特定商取引に関する法律(昭和51年6月4日	

業	法律第 57 号) 第 11 条及び第 12 条並びに同法施行規則第 8 条から 11 条の規定に反しないこと。	
16 雑誌・週刊誌等	<p>(1)適正な品位を保った広告であること。</p> <p>(2)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。</p> <p>(3)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。</p> <p>(4)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。</p> <p>(5)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。</p> <p>(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。</p> <p>(7)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。</p> <p>(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。</p>	
17 映画・興業等	<p>(1)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。</p> <p>(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。</p> <p>(3)いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。</p> <p>(4)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。</p> <p>(5)ショッキングなデザインは使用しない。</p> <p>(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。</p> <p>(7)年齢制限等、一部規制を受けるものはその内容</p>	

	を表示する。	
18 古物商・リサイクルショップ等	<p>(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。</p> <p>(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。</p>	×：「回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄」等
19 結婚相談所・交際紹介業	<p>(1) 日本結婚相手紹介サービス協会に加盟または「マル適マーク CMS」を取得していること（加盟または取得証明が必要）を明記する。</p> <p>(2)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。</p>	
20 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織	<p>(1)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。</p> <p>(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。</p>	
21 質屋・チケット等再販売業	<p>(1)個々の相場、金額等の表示はしない。</p> <p>(2)有利さを誤認させるような表示はしない。</p>	×：「〇〇〇のバッグ 50,000 円」、「航空券 東京～福岡 15,000 円」等
22 トランクルーム及び貸し収納業者	<p>(1)「トランクルーム」は国土交通省の「有料トランクルーム」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。</p> <p>(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、右記の主旨を明確に表示すること。</p>	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
23 ウィークリーマンション等	(1)営業形態に応じて、必要な法令に基づく許可等を受けていること。	
24 金融商品	<p>(1)投資信託等</p> <p>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</p>	

	<p>は必ず予想に基づくものであることを明示すること。</p> <p>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。</p> <p>(2) 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（F X）等</p> <p>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。</p> <p>イ 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。</p> <p>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。</p> <p>(3) その他金融商品</p> <p>当該金融商品の内容に応じ、本項(1)及び(2)の規定を準用する。</p>	
25 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	<p>(1) 各務原市広告掲載に関する基準（令和元年10月1日決裁）第2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、各務原市広告掲載要綱及び当該基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。</p>	<p>例：たばこの製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等</p>
26 その他、表示について注意を要すること	<p>(1) 割引価格の表示</p> <p>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。</p> <p>(2) 比較広告（根拠となる資料が必要）</p> <p>主張する内容が客観的に実証されていること。</p> <p>(3) 無料で参加・体験できるもの</p> <p>費用がかかる場合がある場合には、その旨明示すること。</p> <p>(4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告</p>	<p>例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等</p> <p>例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等</p>

	<p>ア 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。 連絡先については確実に連絡のとれる電話番号を記載する。また、法人格を有しない団体の場合には代表者名を明記するなど、責任の所在を明らかにする。</p> <p>イ 連絡先については原則、固定電話とする。</p> <p>(5) 肖像権・著作権 無断使用がないか確認をする。</p> <p>(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）。</p> <p>(7) 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。</p> <p>(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 イ 飲酒を誘発するような表現の禁止</p> <p>(9) 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、原則として、総額表示（税込み価格を表示）とする。ただし、国税庁「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」の適用期限内であれば、「現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置」を講じていれば、税込価格を表示することを要しないものとする。</p>	<p>× 「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</p> <p>例：「お酒は 20 歳を過ぎてから」等</p> <p>×：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿</p> <p>誤認されないための措置例：「10,000 円（税抜）」、「10,000 円（本体価格）」等</p>
--	--	---