

○岩国市広告掲載基準

平成25年10月7日基準第2号

改正

平成27年11月1日基準第2号

平成29年11月1日基準第5号

令和4年4月1日基準第1号

岩国市広告掲載基準

(趣旨)

**第1条** この基準は、岩国市広告掲載要綱（平成19年1月1日制定）第3条第3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** 岩国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ぬため、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。

（個別の基準）

**第3条** この基準に定めるもののほか、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基準が必要な場合は、別途基準を作成することができる。

（規制業種及び事業者）

**第4条** 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）に規定する風俗営業に該当する業種又はこれに類似するもの
- (2) 貸金業法（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業
- (3) 債権の取立て、示談の引受け等に関する業種
- (4) たばこに関する業種
- (5) ギャンブルに関する業種
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う業種
- (7) 占い、運勢判断等に関する業種
- (8) 私的な秘密事項の調査に関する業種
- (9) 結婚相談、交際紹介等に関する業種
- (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）、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）等に抵触する業種
- (11) 商品先物取引に関する業種
- (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事業者
- (13) 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続中の事業者及び会社更生法（平成14年法律第154号）による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、特殊結社団体等又はそれらに関連すると認めるに足りる理由のある事業者

- (15) 各種法令に違反している事業者
- (16) 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
- (17) 法人等にあっては、企業の基本情報（正式名称、本社所在地、代表者名、従業員数、資本金、組織、経歴、業務内容等をいう。）が開示されていない事業者
- (18) 市税等公金を滞納している事業者
- (19) 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者
- (20) 岩国市建設工事等の請負契約に係る指名停止措置要領（平成18年3月20日制定）又は岩国市物品の調達等に係る指名停止措置要領（平成25年3月27日制定）に基づく指名停止を受けている事業者
- (21) 前各号に掲げるもののほか、社会問題を起こしている業種及び事業者  
(掲載基準)

**第5条** 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 人権侵害、差別、名誉毀損等のおそれがあるもの
  - イ 性差別、性別による固定的な役割分担又は暴力的行為を助長する表現及び著しく性的感情を刺激する表現のもの
  - ウ 法令等により製造、販売、提供等をする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
  - エ 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
  - オ 粗悪品等の広告掲載が適当でないと認められる商品又はサービスの提供に係るもの
  - カ 商標、著作権その他の財産権を無断で使用するもの
  - キ 他をひぼう、中傷、信用毀損、業務妨害又は排斥するもの
  - ク 市の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
  - ケ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
  - コ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
  - サ 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
  - シ 社会的に不適切なもの
  - ス 個人又は団体の意見広告
  - セ 国内世論が大きく分かれている社会問題等に関する主義若しくは主張を含むもの又は一方で誘導するおそれがあるもの
  - ソ 氏名、肖像など本人に無断で使用したもの、明らかに模倣、盗作などとみなされる表現のもの
- (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 誇大な表示（誇大広告）及び根拠のない表示又は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、根拠となる資料を要する。）
  - イ 射幸心を著しくあおる表示又は表現

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）」

ウ 人材募集広告については、労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守していないもの

エ 虚偽の内容を表示するもの

オ 法令等で認められていない業種・商法・商品

カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等

キ 責任の所在が明確でないもの

ク 広告の内容が明確でないもの

ケ 国、地方公共団体その他公共の機関が、広告主、商品、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

コ 投資信託等の経済行為に関するもので、将来の利益を誇示したり、元本保証と認識されたりするようなもの

サ 統計、文献、専門用語等を引用し、又は取引等に関して表示すべき事項を明記せずに、実際よりも、又は他の事業者のものよりも著しく優良若しくは有利であるかのように消費者を誤認させる表示又は表現（合理的な根拠を示す資料を求める際に当該資料が提出されない場合は、不当な表示とみなす。）

シ 社会的に認められていない許認可、保証、賞、資格等を利用して権威づけようとするもの

ス 他人名義の広告

セ 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又は暗示するもの

ソ 商品等の内容又は取引条件を比較するもので、不当な二重価格表示（不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第5条第2号の規定による不当な表示をいう。）があるもの又は第三者が推奨し、若しくは保証する記述があるもの

タ アからソまでに掲げるもののほか、消費者を誤認させるおそれのある表示又は表現（編集記事と紛らわしい体裁・表現で、広告であることが不明確なものを含む。）

(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、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、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、賭博、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を推奨し、肯定し、又は美化したもの

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

キ 酔悪、残虐、猟奇的である等公衆に不快感を与えるおそれのあるもの

ク 犯罪を誘発するもの又はそのおそれのあるもの

(都市景観上の基準)

**第6条** 屋外広告又は車両広告の内容又はデザインが次の各号のいずれかに該当する広告は掲載しない。

- (1) 会社名又は商品名を著しく繰り返すもの
- (2) 彩度の高い色、原色又は金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 美観を損ねるような、著しく派手なもの及びくどいもの
- (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) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの

(交通安全上の基準)

**第7条** 屋外広告又は車両広告の内容又は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、高輝度反射素材若しくは鏡状のもの又は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、裸体姿等を表示し、著しく注意を引くもの
  - ウ デザインが分かりづらい等判断を迷わせるもの
  - エ 絵柄又は文字が過密であるもの

(ホームページに関する基準)

**第8条** 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。

(業種ごとの基準)

**第9条** 広告媒体主管課は、掲載の都度、次の各号に定める区分に応じ、当該各号に掲げる基準に基づき掲載の可否、表示内容等を審査する。

- (1) 人材募集広告
  - ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあっせんの疑いのあるものは掲載しない。
  - イ 人材募集に見せかけて、商品・材料若しくは機材の売りつけ又は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
  - 安易さ又は授業料・受講料の安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。）
  - ア 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。
  - 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

次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、それがま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。次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。次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、商品若しくは材料の売りつけ又は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えるかのように誤認される表示はしない。

(6) 病院、診療所及び助産所

ア 医療法第6条の5及び第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示並びに同省の医療広告ガイドラインにより広告できる事項以外は、一切広告できない。

イ ホームページへの広告に関しては、当該広告のリンク先である病院、診療所及び助産所のホームページの内容は、医療法の規制がかかる広告には当たらないため、前条の規定は適用しない。

(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（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。

エ 不明な点は、保健所へ確認する。

(8) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器（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第66条から第68条まで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 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課及び食品担当課並びに公正取引委員会において、広告内容についての了解を得ること。

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品、特定用途食品

広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課及び食品担当課並びに公正取引委員会において、広告内容についての了解を得ること。

(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。

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、次のとおりとする。

(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日老発第0718003号）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全て表示すること。

(イ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。

(ウ) 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現はできない。

(11) 墓地等

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

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こと。

イ 不動産売買又は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、賃料及び取引条件の有効期限を明記すること。

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）による不動産の取引に関する表示に係る事項に従うこと。

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

オ 開発許可や建築確認を受けていない物件のシリーズ広告・予告広告は掲載しない。

(13) 弁護士・税理士・公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。

(14) 旅行業

ア 登録番号、所在地及び補償の内容を明記すること。

イ 不当表示に注意すること。

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

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(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、写真の性的表現などが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（特に性犯罪及び殺人事件の被害者）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、センセーショナルな言い回し等を避け、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 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであること。

(17) 映画・興業等

ア 暴力、賭博、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り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 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。

キ 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。

(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) 労働組合等一定の社会的立場及び主張を持った組織

ア 掲載内容は、名称、所在地、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。

(20) 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 東京～大阪 10,000円等

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(21) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」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（マル適マーク付き）であること。

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、次の主旨を明確に表示すること。

「当社の○○は、倉庫業法に基づく“トランクルーム”ではありません。」等

(22) 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ていること。

(23) 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

第4条に定める規制業種に該当する企業による、規制業種に関連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。

(24) 前各号に掲げるもののほか、表示について注意を要するもの

ア 価格の表示

不当な価格表示についての景品表示法上の考え方（平成12年6月30日公正取引委員会策定）に基づき、不当な価格表示とならないよう、表示する販売価格、通常価格、メーカー希望小売価格等の根拠を明示すること。

例：「メーカー希望小売価格の30パーセント引き」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

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、広告主の所在地及び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パーセント引き」（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

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こと。許可の必要がない事業の場合は、事業内容、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示すること。

ク アルコール飲料

(ア) 20歳未満の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25年11月1日から施行する。

附 則（平成27年11月1日基準第2号）

この基準は、平成27年11月1日から施行する。

附 則（平成29年11月1日基準第5号）

この基準は、平成29年11月1日から施行する。

**附 則（令和4年4月1日基準第1号）**

この基準は、令和4年4月1日から施行する。