

長浜市有料広告掲載基準

（趣旨）

第1条 この基準は、長浜市有料広告掲載の取扱いに関する要綱第3条第2項に規定する掲載基準として定めるものであり、この基準に照らして、掲載の可否の判断を行うものとする。

（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。

（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。

（規制業種又は事業者）

第4条 次の各号に掲げ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）で、風俗営業と規定されるもの
- （2）風俗営業類似のもの
- （3）貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業に関するもの
- （4）たばこ（喫煙マナー向上のための広告等は除く。）
- （5）ギャンブルにかかるもの（公営競技及び宝くじを除く。）
- （6）債権取立、示談引受などをうたったもの（適法に業として行うものを除く。）
- （7）興信所・探偵事務所等
- （8）法律に定めのない医業類似行為を行う事業者
- （9）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）第2条に規定する暴力団若しくは暴力団員又はこれらと密接な関係を有するもの
- （10）市税及び国民健康保険料（税）を滞納しているもの
- （11）各種法令等に違反し、又は抵触するおそれのあるもの
- （12）行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの
- （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）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

（掲載基準）

第5条 次の各号に掲げるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 市の公共性、中立性及びその品位を損なうおそれがあるもの
- (2) 人権侵害又は名誉毀損のおそれがあるもの
- (3) 虚偽又は誇大な表現により、誤認を招くおそれのあるもの
- (4) 政治活動、宗教活動、意見広告、個人的宣伝、その他これらに類するもの
- (5) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (6) 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
- (7) 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせ、又は不安を与えるおそれのあるもの
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 商品先物取引又は投機の商品に関するもの
- (10) 不当景品類及び不当表示防止法に違反しているもの
- (11) 射幸心を著しくおこすもの
- (12) 情報の真偽又は出所が明確でないもの
- (13) 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、指定等をしているものと誤解を招くおそれのあるもの
- (14) 著しく紙面等の調和を損なうと認められるもの
- (15) その他市長が掲載することが適当でないと認めるもの

(屋外広告に関する基準)

第6条 屋外広告の内容及びデザイン等については、長浜市屋外広告物条例（平成23年長浜市条例第45号）及び長浜市屋外広告物条例施行規則（平成24年3月1日規則第6号）で定める基準を適用する。

(ホームページに関する基準)

第7条 ホームページへの広告に関しては、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。

(その他表示内容に関する個別の基準)

第8条 具体的な表示内容等については、その都度、当該広告媒体の担当所管課等が次の各項目について検討し、判断することとする。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、広告主に確認をするものとする。内容の訂正、削除等を必要と認めた場合には、広告主と協議するものとする。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっせんの疑いのあるものは認めない。

イ 人材募集に見せかけて、商品、材料又は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、受講料等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、実績年も併せて表示すること。

(4) 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。国家資格でないこと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。」等

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しない。別途試験が必要であること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。」等

ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売り付けや資金集めを目的としているものは掲載しない。

エ 受講費用が全て公的給付で賄うことができるかのように誤認される表示はしない。

(5) 病院、診療所、助産所

ア 広告できる事項は、医療法第6条の5及び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に定める広告規制等の関連規定に反しないこと。

イ 提供する医療の内容が他の医療機関等と比較して著しく優良である旨を広告してはならない。

ウ 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。

エ 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。

オ 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。

(6) 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こと。

(7) 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（介護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、担当者名等に限定すること。

（ウ）その他サービスを利用するに当たって、著しく有利であると誤解を招くような表示はできない。（例：長浜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）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、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）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。

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、担当者名等に限定すること。

（イ）その他利用に当たって著しく有利であると誤解を招くような表示はできない。

エ サービス付き高齢者向け住宅

国土交通省及び厚生労働省の「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。

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。

(8) 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こと。

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）

(9) 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。

(10) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。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こと。(例：行程にない場所の写真 等)

(11) 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第 8 条から 11 条の規定に反しないこと。

(12) 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、残虐な言葉や扇情的な言い回しを避け、不快感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 公の秩序や善良な風俗に反する表現のないものであること。

(13) 映画、興業等

ア 暴力、賭博、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りした表現等は使用しない。

オ 衝撃的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こと。

(14) 結婚相談所及び交際紹介業

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こと。

(15) 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 大阪～〇〇15,000 円等
イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(16) 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

別途費用が掛かることがある場合には、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、法人名を明記すること。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示すること。連絡先については固定電話とし、携帯電話又は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こと。

オ 肖像権、著作権

無断使用がないか確認をすること。

カ 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること（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%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

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は掲載しない。

例：お酒を飲んでいる又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）とすること。

付則

この基準は、平成18年2月13日から施行する。

この基準は、平成19年2月16日から施行する。

この基準は、平成19年9月25日から施行する。

この基準は、令和3年12月1日から施行する。