

高梁市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、高梁市広告掲載要綱第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 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及び信頼性を持てるものでなければならない。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告の内容及びデザインについては、当該広告を掲出する地域の特性に配慮し、地域の景観に貢献するよう努めるとともに、地域の美観風致を著しく阻害するものであってはならない。

2 この基準に定める屋外広告とは、岡山県屋外広告物条例(昭和41年岡山県条例第29号)第4条に定める許可を要するものをいう。

(規制業種又は事業者)

第4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)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) ギャンブルに関する業種
- (5) 占い又は運勢判断に関する業種
- (6) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (7) 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
- (8) 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)に規定する通信販売、訪問販売を行う事業者。ただし、特定商取引に関する法律に規定する通信販売協会に加盟している事業者を除く。
- (9) 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

に抵触するもの

- (10) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (11) 興信所・探偵事務所等を営む事業者
- (12) 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
- (13) 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
- (14) 各種法令に違反している事業者
- (15) 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
- (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) 高梁市建設工事等入札参加資格者に係る指名停止要領に基づく指名停止を受けている事業者
- (18) 営業の実態等を確認できないもの
- (19) 市税を滞納しているもの
- (20) 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

2 市の広告媒体所管課は、広告掲載に関する申込みを受けたときは、直ちに前項の規定に基づく事業者に関する要件の確認審査を行うものとする。

（広告内容の審査）

第5条 広告媒体所管課は、広告の掲載に先立ち、次条以下に定める基準に従い、広告内容に関する審査を行うものとする。

（掲載基準）

第6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) 法令等により禁止されている商品、無許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
- (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) 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 他人を誹謗し、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
- (4) 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。）
- (5) 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
- (6) 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
- (7) 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
- (8) 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、その旨が表示されていないもの
- (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を含むもの
例)「最高」、「日本一」、「トップ」、「一番安い」、「当社だけ」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 虚偽の内容を表示するもの
 - オ 法令等に違反する業種・商法・商品
 - カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
 - キ 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
 - ク 「比較広告に関する景品表示法上の考え方（比較広告ガイドライン）（昭和62年4月21日付け公正取引委員会事務局）」において求められている要件を満たさない広告
 - ケ 広告の目的、内容又は責任の所在が明確でないもの
 - コ 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。）
 - サ その他消費者を誤認させるおそれがある表示又は表現（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を含む。）を含むもの
- (10) 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

(11) 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 懸賞広告及びクーポン付き広告
- オ 債権取立て、示談引受け等に関するもの
- カ 占い、運勢判断等に関するもの
- キ 通貨及び郵便切手を複写したもの
- ク 謝罪、釈明等に関するもの
- ケ 尋ね人、養子縁組等に関するもの
- コ 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
- サ デザイン及び色彩が著しく派手で品位を欠き、広告媒体との調和を損なうと認められるもの
- シ 市の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
- ス その他社会的に不適切なもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第7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、地域的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) 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
- (7) 地域の景観や文化にそぐわないもの又は著しく違和感のあるもの
- (8) 地区計画や景観計画、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又は基準が定められている場合、それら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基準)

第8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 過度に読ませる広告及び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などにより視認性の悪いもの

(広告の表示内容に関する業種ごとの個別基準)

第9条 掲載する広告の表示内容については、次の各号に定める業種ごとの基準に照らして判断するものとする。この場合において、医療、介護老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ、食品等に関するもの又は消費者関連法に抵触するおそれがあるものについては、関係法令等の所管課に確認するものとする。

- (1) 人材募集
 - ア 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守していること。
 - イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは掲載しない。
 - 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こと。

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

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

イ 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

「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」という主旨を明確に表示すること。

(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確に表示すること。

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確に表示すること。

ウ 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こと。

エ 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こと。

(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、関連法令、厚生労働省の告示、同省の「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）」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こと。

イ バナー広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、厚生労働省の「医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針（医療機関ホームページガイドライン）について（平成24年9月28日付け医政発0928第1号）」等の関連規定に基づいたものとする。

- ウ 広告を掲載する事業者又は広告掲載事業を営むもの（以下「広告主等」という。）が、事業者所在地を所管する地方自治体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。
 - エ 広告主等が、事業者所在地を所管する地方自治体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。
- (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年法律第145号）第66条から第68条の規定及び厚生労働省「医薬品等適正広告基準（昭和55年10月9日薬発第1339号）」の規定並びに各法令所管省庁の通知等を遵守すること。
 - イ 広告主等が、事業者所在地を所管する地方自治体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。
- (9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品
- 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68条、健康増進法（平成14年法律第103号）第31条及び第32条の2、食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条並びに各法令所管省庁の通知等の規定を遵守すること。
 - 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、指針等を遵守し、消費者に誤解を招くような虚偽誇大広告を避けること。
 - ウ 広告主等が、事業者所在地を所管する地方自治体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。

(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及び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、担当者名等に限ること。

(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できない。

例)「高梁市事業受託事業者」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以外は、一切広告できない。

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。

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できない。

オ 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「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。

(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こと。

(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こと。
- 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）による表示規制に従うこと。
- エ 契約を急がせるような表示のものは掲載しないこと。
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、以下のような表示をしないこと。

- 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、所在地及び補償等を明記すること。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。
- ウ 不当表示に注意すること。
- エ その他広告表示について旅行業法第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。

(15) 通信販売業

- ア 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）を遵守し、同法第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。
- イ 返品及び解約に関する条件が明確に表示されていること。
- ウ 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、市が妥当と判断したものに限り掲載すること。例えば、次のようなものは掲載できない。
例）・広告主の実体があいまいで、業務の内容、方法が不当と思われるもの
・商品、価格などが不明確なもの

- ・法規に違反するもの
- ・許認可の必要な医療用具、電器、ガス器具、消化器などで、承認、許可のないもの
- ・説明書、カタログなどの請求に、不当に多額の費用を要求するもの
- ・マルチ商法、催眠商法などのおそれのあるもの
- ・犬、猫などのペット類、金魚などの魚介類、かつら、眼鏡などの通信販売にふさわしくないもの
- ・エアガンなどの危険なホビー商品
- ・ブランド商品に見せかけたもの
- ・猥褻な出版物、写真、ビデオ、大人のおもちゃなどいかがわしい商品
- ・その他、本市が不適當であると認めたもの

(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の文言又は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 タレント等著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こと。
- 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こと。

(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こと。
- 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こと。

- ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しないこと。
- 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こと。
- オ ショッキングなデザインは使用しないこと。
- 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こと。
- 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。

(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)「処理」、「処分」、「撤去」、「廃棄」等

(19) 結婚相談所・交際紹介業

- ア 結婚情報サービス協議会に加盟していること（加盟証明が必要）を明記すること。
- イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。
- ウ 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、個人情報の保護体制を整えていること。

(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こと。
- イ 主張の展開及び他の団体に対して批判、中傷等を言及する出版物の広告は、掲載しないこと。

(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ていること。
- イ 下記の主旨を明確に表示すること。
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こと。
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こと。

(23) 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

より認定を受けた優良トランクルームであること。また、その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こと。また、下記の主旨を明確に表示すること。

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ていること。

(26) 宝石販売業

虚偽の表現に注意すること。

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) 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(FX)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煽らないこと。

(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 その他金融商については、当該金融商品の内容に応じ、本項ア及びイの規定を準用する。

(28) 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条で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、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

(29) 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示すること。

例)「メーカー希望小売価格の50%引き」メーカーが最近つけた価格で既に公表され、実際に販売されている実績が必要。(メーカーカタログとして公表されているもの等。)
「定価」の表示は「再販売価格指定商品」に限る。

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となる。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、法人名、所在地及び連絡先を明確に表示すること。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こと。

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こと。

カ 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については禁止するものとする。

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こと。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示すること。

2 前条の基準により、内容の訂正や削除等が必要な場合には、広告主等に訂正や削除を依頼

するものとし、広告主等は、正当な理由がある場合以外は訂正や削除に応じなければならない。

(ホームページに関する基準)

第10条 市の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ウェブページの内容についてもこの基準を適用する。

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サイトで、高梁市広告掲載要綱及び高梁市広告掲載基準、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サイトの広告は掲載しない。

(広告媒体ごとの基準)

第11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23年3月29日から適用する。

附 則

この基準は、平成31年1月8日から適用する。