府中市有料広告掲出マニュアル

平成２７年１月

１　広告掲出基準

⑴　規制業種又は事業者

次の各号に定める業種又は事業者の広告は掲出しない。

ア　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

イ　風俗営業類似の業種

ウ　消費者金融

エ　たばこ（ただし、喫煙マナー向上のための広告を除く。）

オ　ギャンブル（ただし、公営ギャンブルを除く。）にかかるもの

カ　規制対象とはなっていないが、社会問題を起こしている業種や事業者

キ　法律の定めのない医療類似行為を行う施設

（例：カイロプラクティック、整体、骨盤矯正、気功等）

ク　占い、運勢判断に関するもの

ケ　興信所・探偵事務所等

コ　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

サ　債権取立て、示談引受けなどをうたったもの

シ　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）

ス　民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続中の事業者（ただし、再生計画・更生計画の認可があったものは除く。）

セ　各種法令に違反しているもの

ソ　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

タ　不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）に違反しているもの

チ　納期限までに広告料を納付していないもの

⑵　市の判断において掲出できない広告の内容

広告内容は、市の品位を損なわないよう十分に配慮するとともに、市民の福祉、市民生活の利便性等を考慮し、次の各号に掲げる内容は掲出することができない。

ア　公の秩序又は善良な風俗に反するもの

イ　政治活動及び宗教活動に関係するもの

ウ　社会問題、意見広告及び個人宣伝に関係するもの

エ　必要以上に市民に購買意欲をそそる内容

オ　人権侵害、差別、名誉毀損の恐れがあるもの

カ　暴力団、その他反社会的団体が関与している内容のもの

キ　法令等に違反しているもの又は公益上特に支障があるもの

ク　誇大な表現（誇大広告）

ケ　射幸心を著しくあおる表現
コ　虚偽の内容や合理的な根拠がなく製品の効果を訴えるもの
サ　広告の内容が明確でないもの
シ　市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

⑶　法令及び監督官庁による規制、業界団体による自主規制

例示している法律及びガイドライン、公正競争規約等で、広告内容が規制されている場合には、その規定を遵守する。

ア　法律による規制

・不当景品類及び不当表示防止法
・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）
・柔道整復師法（第２４条）
・介護保険法（第９８条）
・宅地建物取引業法（第３２条、第３３条、第３４条）
・ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律（第６条）
・旅行業法（第１２条の７、第１２条の８）

イ　監督官庁による規制

・医療広告ガイドライン、医療機関ホームページガイドライン（厚生労働省）
・医薬品等適正広告基準（厚生労働省）
・有料老人ホーム設置運営標準指導指針（厚生労働省）
・有料老人ホームに関する不当な表示（消費者庁）
・獣医療広告ガイドライン（農林水産省）
・企画旅行に関する広告の表示基準等について（国土交通省）

ウ　業界団体による自主規制

・有料老人ホームの広告等に関する表示ガイドライン（全国有料老人ホーム協会）
・弁護士の業務広告に関する規程（日本弁護士連合会）
・化粧品等の適正広告ガイドライン（日本化粧品工業連合会）
・不動産の表示に関する公正競争規約（不動産公正取引協議会連合会）
・銀行業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約
（全国銀行公正取引協議会）
・その他、景品表示法第１１条に基づき設定している公正競争規約

⑷　試供品の添付について

肌に触れるものや口に入るものなど、様々な試供品がある中で、市が提供するためには当該試供品の審査も行わなければならないが、個人の所感によるところが多く判断が難しいため、原則試供品の添付については認めない。

⑸　懸賞広告及びクーポン付き広告

単に商品やサービスを広告する以上に、利用を誘引する可能性があることから、懸賞及びクーポン付き広告は認めない。

２　広告掲出に当たっての注意事項

消費者庁が定める不当表示には、「優良誤認表示」、「有利誤認表示」、「その他誤解されるおそれのある表示」の３つの分類があり、これらを遵守することを本市の全ての広告掲出の原則とします。

これにより、品質や規格等が優良であると誤認させることや、価格や取引条件が有利であると誤認させること、その他法令により誤認させることを未然に防ぐため、次の事項に係る表記に特に注意するものとする。

⑴　「No.１表示」について

「No.１」や「第１位」、「トップ」、「日本一」など、商品等の内容の優良性や取引条件の有利性を表す、いわゆる「No.１表示」を記載する場合には、合理的な根拠を明確に記載すること。

【明確ではない例】
①「○○健康食品シェアＮｏ．１」（注：○○は特定の栄養成分等）
（一般消費者にとって，○○健康商品の範囲を理解することは困難なもの）
②「地域Ｎｏ．１の合格実績」
（都道府県，市町村等の行政区画に基づいて明確に表示すること）
③「オール電化住宅施工棟数　５年連続○○県下Ｎｏ．１」
（根拠となる調査の対象となった期間・時点を明確に表示すること）

⑵　価格及び数量の表示について

ア　広告の商品等を購入する際に、広告内容に表示されていない費用が別途請求されることが無いよう、購入に係る料金を全て明記すること。

イ　広告に記載された価格での取引数量が限定されている場合には、その数を明記すること。

ウ　取引数量が限定されたうえで、料金が表示されているにも関わらず、数量を超えてもなお、当該料金で商品等を提供することが無いようにすること。

⑶　限定の表示について

「限定」と表示する場合には、どの商品等が、どのように「限定」となっているか、広告の内容により十分把握できるように記載すること。

⑷　イベントや講座に係る内容について

広告に掲出する内容は、一般的な事業案内に留めることとする。

【一般的な事業案内ではない例】
①　結婚相談所やお見合いイベントに案内だけではなく、「必ず素敵な出会いが見つかります」などといった不確実な効果が記載されている。
②　資格講座の開催場所、日程、費用等の事業案内だけではなく、「１ヶ月で簡単に資格が取れる（マスターできる）」、「○○の資格を取得することで、高収入が確実」などの不確実な内容が記載されている。

⑸　責任の所在が不明確な広告

広告主が法人格の場合には、法人名、広告主の所在地、連絡先を明示する。なお、連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHS のみは原則として認めない。

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。

⑹　受託実績に係る内容を記載する場合

「府中市受託事業者」や「府中市協定事業者」など、市からの受託実績を記載する場合は、その具体的な受託内容又は協定内容を正確に記載すること。

３　個別業種における広告の制限

⑴　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旋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出しない。

⑵　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。また、受講料とは別に教材費が必要となる場合には、その旨を明記する。

⑶　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、施設が不明確なものは掲出しない。

⑷　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。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出しない。

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。

⑸　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　バナー広告の場合は、リンク先である医療機関のホームページ全般を対象としている、医療機関ホームページガイドラインに反しないこと。

⑹　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の広告は掲出できないため、業務内容の確認は必ず行う。

⑺　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。

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　広告を掲出する事業者が、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。

⑻　健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア　健康増進法第３２条の２、薬事法第６８条、食品衛生法第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。

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　広告を掲出する事業者が、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広告内容が適法であるか確認をとっていること。

⑼　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（老人保健施設を除く）

㈠ 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。

㈡　広告掲出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。

㈢　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。

イ　有料老人ホーム

アのほか、次の規定に適合していること。

㈠　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すべて表示すること。

㈡　所管都道府県の指導に基づいたものであること。

㈢　消費者庁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。

ウ　有料老人ホーム等の紹介業

㈠　広告掲出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。

㈡　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　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。

⑽　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。

⑾　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とともに、「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ものとする。

ウ　契約を急がせる表示は掲出しない。

⑿　弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

ア　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。

イ　弁護士は広告中にその氏名、所属弁護士会を表示しなければならない。

ウ　訴訟の勝訴率、顧問先又は依頼者、受任中の案件、過去に取扱い又は関与した事件については表示できない。

⒀　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、詳細内容が掲出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。

⒁　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。

⒂　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。

⑯　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は掲出しない。
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出しない。
ウ　いたずらに好奇心に訴えるものは掲出しない。
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出しない。
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。

⑰　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）

⑱　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　掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等とすること。
ウ　公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般財団法人日本情報処理開発協会のプライバシーマークを取得している等）。

⑲　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募金に限る。
イ　次の主旨を明確に表示すること。
「○○募金は、○○知事の許可を受けた募金活動です。」

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。
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、国土交通省の適正業者（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」の名称は使用せず、倉庫業法に基づくトランクルームではないことを明示する。

㉒　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。

⑵3　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有していること。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、本項ア及びイの規定を準用する。

⑵4　葬儀業者

主管課から業者に対して審査結果を伝える前に、住宅勤労課に広告内容の確認を受けること。特に聖苑葬儀取扱店については、公平性の観点から他の業者より優良・有利であると誤認されることが無いよう、審査を行うこと。

４　広告掲出の順位

複数の広告申込者があるときは、次の順位で広告主を決定する。ただし、同順位にあるものは市内のものを優先し、なお、複数あるときは抽選により決定するものとする。

【第１順位】　公益性を有する企業や事業を営むものに該当するもの

（例）　官公庁の外郭団体・公営企業、郵便局、ＮＨＫ、商工会議所、医療機関

【第２順位】　市民の日常生活に関連するものに該当するもの

（例）　第３セクター、東京電力等電気供給会社、東京ガス等ガス供給会社、
ＪＲ・京王線等鉄道会社、京王バス等バス会社、モノレール、
ＮＴＴ等通信関連会社、ケーブルテレビ等放送関連事業、デパート、
スーパーマーケット、小売店・商店会、銀行、信用金庫、信用組合、ＪＡ、
ＪＴ、ＮＰＯや本市に登録している自主グループ会員募集等

【第３順位】　市民が利用するレクリェーション施設等に該当するもの

（例）　スポーツ施設、美術館、プラネタリウム、遊園地、ホテル・旅館、
将棋・碁会所、展覧会、演劇、コンサート、その他催しの案内、公営競技

【第４順位】　その他、掲出できる条件を満たすものに該当するもの

（例）　私立学校法に基づく私立学校、人材募集関係、結婚相談業、葬儀・墓地、
通販会社、自営業者の仕事紹介、語学教室等、不動産会社等、有料行事案内