

## 岐阜市広告掲載基準

	平成20年3月21日決裁
改正	平成20年 4月 1日決裁
改正	平成20年11月 10日決裁
改正	平成28年 3月 24日決裁
改正	令和元年 7月 30日決裁
改正	令和 3年 3月 25日決裁
改正	令和 4年 3月 25日決裁
改正	令和 6年 4月 1日決裁

### (趣旨)

第1条 この基準は、岐阜市広告掲載要綱（平成20年3月21日決裁）第3条第3項に規定する審査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。

### (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と信頼性を持てるものでなければならない。

### (広告審査にあたっての基本的な考え方)

第3条 本基準により市が広告掲載に関する審査を行う場合には、本基準の文言のみに基づき一義的な解釈や適用をするのではなく、関係法令等の規定や市民への影響、公共性、公益性、社会通念及び社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈や適用を行うものとする。

### (広告媒体ごとの基準)

第4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、合理的な範囲で所管部長が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5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年法律第122号）第2条第1項に規定する風俗営業に係るもの
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業に係るもの
- (4) たばこに係るもの（たばこ製造又は販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等は除く）

- (5) ギャンブルに係るもの
  - (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) 法律に定めのない医療類似行為を行うもの
  - (8) 占い、運勢判断その他これらに類するもの
  - (9) 興信所、探偵事務所その他これらに類するもの
  - (10) 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）で連鎖販売取引と規定される業種
  - (11) 民事再生法（平成11年法律第225号）又は会社更生法（平成14年法律第154号）による再生又は更生手続中の者
  - (12) 法令に違反している者
  - (13) 行政機関から行政指導を受け、改善がなされていない者
  - (14) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反しているもの
  - (15) 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）第2条第2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
  - (16) 「岐阜市が行う事務事業からの暴力団排除に関する合意書」の第4条に規定する排除措置の対象であるもの
  - (17) 市税等を滞納している者
- 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確認審査を行うものとする。

（広告内容審査）

第6条 市の広告媒体所管課は、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。

（広告内容に関する規制基準）

第7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、名誉毀損、信用毀損、プライバシーの侵害又は業務妨害のおそれのあるものや差別を助長するもの
  - 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 非科学的なもの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
  - 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

コ 意見広告

(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）、根拠のない表示及び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、商法又は商品

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、地方自治体その他の公共の機関が、広告主又はその商品、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

(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 暴力又は犯罪を肯定し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、精神又は教育に有害なもの

(良好な景観又は風致の保護に関する規制基準)

第8条 次の各号のいずれかに該当し、良好な景観又は風致を害するおそれのある広告は掲載しない。

(1) 岐阜市風致地区条例（平成16年岐阜市条例第25号）に違反するもの

(2) 岐阜市景観条例（平成7年岐阜市条例第54号）に違反するもの

(3) 岐阜市屋外広告物条例（平成21年岐阜市条例第38号）に違反するもの

(4) 岐阜市景観基本計画に適合しないもの

(5) 岐阜都市計画地区計画で定める地区整備計画に適合しないもの

(WEBページに関する基準)

第9条 市のWEBページから広告主のWEB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WEB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WEBページの内容についても、WEB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、この基準の全部又は一部を準用することができる。

- 2 他のWEBページを集合し、情報提供することを主たる目的とするWEBページで、市の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WEBページを閲覧者に斡旋又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第10条 広告媒体所管課が広告内容審査を行う際の業種ごとの基準は、以下のとおりとする。

- (1) 各業種や商品及びサービスについて、必要な許可又は免許等の有無、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扱う広告代理店に確認するものとする。
- (2) この基準又は関連法令等に抵触するおそれのあるものについては、市における各業種の所管課又は関連法令所管行政庁に相談するものとする。

#### 1 人材募集広告

- (1) 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守すること。
- (2) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあつ旋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

安易さ又は授業料及び受講料の安価さを強調する表現は使用しない。

例：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、事実や客観的根拠に基づいたものとし、実績年も併せて表示する。
- (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

下記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

- (1) 民間の講習業者が「労務管理士」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。下記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。」

- (2) 「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。下記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。」

- (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又は資金集めを目的としているものは掲載しない。
- (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。

## 6 病院、診療所及び助産所

- (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。
- (2) 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ホームページガイドライン等の関連規程に基づいたものとする。
- (3) 広告を掲載する事業者が、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、広告が適法かつ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、きゅう及び柔道整復）

- (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）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。
- (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。
- (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ため、業務内容の確認は必ず行う。
- (4) 広告を掲載する事業者が、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、広告が適法かつ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、化粧品及び医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）

- (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）（以下「薬機法」という。）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。
- (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。
- (3) 広告を記載する事業者が、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。

## 9 健康食品、保健機能食品及び特別用途食品

- (1) 健康増進法（平成14年法律第103号）第65条、薬機法第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省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
- (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。
- (3) 食品については、食品表示法（平成25年法律第70号）に基づく食品表示基準に基づい

て表示すること。

- (4) 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。
- (5) 広告を記載する事業者が、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）に定めるサービスその他の高齢者住宅に関わるもの

### (1) 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、担当者名等に限る。

ウ ア及びイに掲げるもののほか、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。

例： 岐阜市事業受託事業者 等

### (2) 有料老人ホーム

(1)に規定するもののほか、次の規定に適合していること。

ア 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市の「有料老人ホーム設置運営指導指針」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。

イ 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市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（平成16年度公正取引委員会告示第3号）」に抵触しないこと。

### (3) 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、担当者名等一般的なものに限る。

イ アに掲げるもののほか、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。

### (4) サービス付き高齢者向け住宅

高齢者の居住の安定確保に関する法律（平成13年法律第26号）第15条及び「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」（平成23年厚生労働省・国土交通省告示第5号）に規定する事項を遵守すること。

### (5) 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。

## 11 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。

## 12 不動産事業

- (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こと。
- (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、賃料及び取引条件の有効期限を明記すること。
- (3) 公正取引委員会の「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。
- (4) 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

## 13 弁護士、司法書士、行政書士、税理士、公認会計士等

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。

## 14 旅行業

- (1) 登録番号、所在地及び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ホームページ等への誘導等があればよいものとする。
- (2) 不当表示に注意する。  
例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等
- (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条の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

特定商取引に関する法律（昭和五十一年六月四日法律第五十七号）第11条及び第12条並びに同法施行規則（昭和51年通商産業省令第89号）第23条から26条の規定に反しないこと。

## 16 雑誌・週刊誌等

- (1) 適正な品位を保った広告であること。
- (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。
- (3) 性犯罪を誘発又は助長するような表現（文言又は写真）がないものであること。
- (4) 犯罪被害者（特に性犯罪又は殺人事件の被害者）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。
- (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。
- (6) 犯罪事実の報道の見出しについて、残虐な言葉又は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。

(7) 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。

(8) 公の秩序又は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

(1) 暴力、とばく、麻薬、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。

(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。

(3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

(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。

(5) ショッキングなデザインは使用しない。

(6) 前各号に掲げるもののほか、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。

(7) 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。

#### 18 古物商、リサイクルショップ等

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。

#### 19 結婚相談所及び交際紹介業

(1) 業界団体に加盟していること。

(2) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とする。

(3) 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）

#### 20 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

(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。

(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。

#### 21 募金等

(1) 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。

(2) 下記の主旨を明確に表示すること。

「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

#### 22 質屋及びチケット等再販売業

(1) 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 東京～福岡 15,000円 等

(2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

#### 23 トランクルーム及び貸し収納業者



- (1) 「トランクルーム」は国土交通省の「優良トランクルーム」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。
- (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、下記の主旨を明確に表示すること。  
「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 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。

#### 25 金融商品

##### (1) 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。

##### (2) 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るものでないこと。

ウ 利益保証の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。

##### (3) その他金融商品

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。

#### 26 規制業種の企業による規制業種に関連するもの以外の内容の広告

本基準第5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、本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

#### 27 その他、表示について注意を要すること

##### (1) 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

##### (2) 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。

##### (3) 無料で参加又は体験できるもの

費用がかかる場合は、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

##### (4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

ア 原則として広告主の法人の正式名称（例：株式会社〇〇〇〇）を明記する。法人格を

有しない団体の場合には、代表者名を明記する。ただし、広告の内容から広告主の法人名等が明らかである場合には、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。

イ 原則として広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地、連絡先を記載することにより、かえって市民等の誤解を招く場合は、広告主に代えて、問い合わせ先の所在地、連絡先を記載することができる。

(5) 肖像権及び著作権

無断使用がないか確認をする。

(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。）

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

(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。

(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。

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、飲もうとしている姿 等

分野ごとの相談窓口

分野	相談窓口
(1) 医療関係	保健衛生部感染症・医務薬務課
(2) 高齢者福祉サービス関係	福祉部介護保険課
	福祉部高齢福祉課
(3) サービス付き高齢者向け住宅関係	まちづくり推進部住宅課
(4) 消費者関連法関係	市民生活部消費生活課
(5) 選挙関係	選挙管理委員会事務局
(6) 墓地関係	保健衛生部生活衛生課
(7) 食品関係	保健衛生部食品衛生課