
豊中市有料広告掲載基準

平成19年(2007 年) 1月
平成25年(2013 年) 8月改正
平成26年(2014 年) 7月改正
平成27年(2015 年)10月改正

財務部財政課

はじめに

豊中市では、市の発行物、所有財産又は市の主催するイベント機会等への民間企業等の広告掲載に関して考慮すべき基本的な方向性を示すため、平成１８年１０月に「豊中市広告掲載等に関する基本方針」を策定しました。

これから広告掲載にチャレンジする部局にとりましては、この基本方針を踏まえて事業を展開していただくことになります。

ところで、基本方針では広告の掲載基準を示していますが、各部局が選定（審査）委員会において広告主から提示された広告を掲載するかどうかを判断するには具体的な内容とはいえません。

そこで今回、本市の広告掲載事業の拡大に資するため、多くの広告を日々掲載している新聞社の掲載基準や他の自治体の基準を整理した「豊中市有料広告掲載基準」を取りまとめたところです。

この基準が、新たに広告掲載を検討している部局に限らず、既に取り組みを始めている所属においても今後活用していただければ幸いです。

なお、この基準により豊中市が広告掲載に関する審査を行う場合には、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、社会経済状況、広告媒体の性質等に十分配慮したうえで、判断するものとします。

平成２７年(2015年)１０月

財務部財政課

目 次

1. 規制業種又は事業者	1
2. 掲載基準	1
(1) 広告内容によって掲載できないもの	1
(2) 消費者被害未然予防の観点から適切でないもの	2
(3) 青少年保護の観点から適切でないもの	3
(4) 著作権、商標権、肖像権、特許権等に係る注意事項	3
(5) 国旗等の使用	4
(6) 通貨、郵便切手等の使用	4
(7) オリンピック、国際的な大会・催事等	4
(8) アマチュアスポーツ	4
(9) 個人情報の保護	5
3. 広告表示内容に関する個別の基準	5
(1) 語学教室等	5
(2) 学習塾・予備校等(専門学校含む)	5
(3) 外国への留学、研修、ホームステイ等	6
(4) 外国大学の日本校	6
(5) 資格講座	6
(6) 劇団、タレントスクール等	7
(7) 病院・診療所・助産所	7
(8) エステティック、植毛等	8
(9) マッサージ、指圧、はり、きゅう、柔道整復師	8
(10) カイロプラクティック、気功等	9
(11) 獣医師	9
(12) 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器	10
(13) 薬局、薬店	11
(14) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品	11
(15) 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	12
(16) 不動産事業	14
(17) 銀行	21
(18) 保険	21
(19) 割賦販売等	21
(20) 前払い式特定取引	22
(21) 通信販売	22

(22)代理店・フランチャイズチェーン店募集	23
(23)会員募集	24
(24)弁護士・税理士・公認会計士等	25
(25)懸賞・景品類に関するもの	25
(26)自動車の広告	27
(27)旅行業	28
(28)映画・興業等	29
(29)占い・運勢判断	29
(30)出版広告	30
(31)紛失(ペット)・盗難等の広告	30
(32)募金等	30
(33)墓地等	30
(34)古物商・リサイクルショップ等	31
(35)質屋・チケット等再販売業	31
(36)トランクルーム及び貸し収納業者	31
(37)ウィークリーマンション等	31
(38)その他、表示について注意を要すること	31
(39)社会問題等についての主義主張等の意見広告であると認められるもの	32
(40)web ページに関する基準	32

参考； 北海道新聞広告掲載基準

横浜市広告掲載基準

1. 規制業種又は事業者

- 1 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律で、風俗営業と規定される業種
- 2 風俗営業類似の業種
- 3 貸金業の規制等に関する法律第 2 条の適用を受ける業種
- 4 たばこ
- 5 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
- 6 法律の定めのない医療類似を行う施設
- 7 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続きの中の事業者
- 8 各種法令に違反しているもの
- 9 悪質な行為等により、過去 5 年間に行政機関又は公的機関から指名停止等の行政指導を受けた事業
- 10 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
- 11 債権取立て、示談引き受け等をうたったもの
- 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もの
- 13 いわゆるマルチ商法等、連鎖販売取引を行う内容の広告
- 14 政治活動、宗教活動及び個人の宣伝に関するもの
- 15 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律に規定する暴力団及び暴力団員が役員となっているもの

2. 掲載基準

(1) 広告の内容によって掲載できないもの

- ① 人権侵害、差別、名誉毀損の恐れがあるもの
- ② 法律で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
- ③ 他を誹謗中傷又は排斥するもの
- ④ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- ⑤ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- ⑥ 広告等の記事を訂正又は否定するもの
- ⑦ 著しく広告媒体の品位を損なう広告及び誌面の調和を破る広告
- ⑧ 広告の主体又は責任の所在の不明確な広告
- ⑨ 広告の目的が不明及び内容説明のあいまいな広告、また暗号と思われる表現、記号、符号のみで表示した広告
- ⑩ 本市が推奨しているかのような広告

- ⑪ 業務（行政執行）に不利益を及ぼす広告
- ⑫ 係争中の問題についての広告
- ⑬ 最高、最大級の表現、他と比較、引用して優位、真実性を表現するものは、それを証明する科学的根拠を明らかにしなければ掲載しない。
- ⑭ 宗教団体による布教推進を主目的にするもの
- ⑮ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与える恐れのあるもの
- ⑯ 社会的に不適切なもの
- ⑰ 国内世論が大きく分かれているもの
- ⑱ 広告主の代表者等の写真を含む広告
- ⑲ 社会問題についての主義主張や係争中の声明広告
- ⑳ 国内外の皇室、王室又は元首若しくは大会、又は国際機関等の尊厳を傷つける恐れがある広告
- ㉑ 不当景品類及び不当表示防止法第4条第1項各号に規定する表示に該当すると認められるもの
- ㉒ 酒類等の嗜好品への依存あるいはそれらの過剰な摂取を誘発するような表現を伴うもの

(2) 消費者被害未然予防の観点から適切でないもの

- ① 誇大な表現（誇大広告）の禁止

例)「世界一」、「一番安い」、「最大」、「最高」、「絶対」、「完全」等

「不当景品類及び不当表示防止法第4条第2項(不実証広告規制)」

「不当景品類及び不当表示防止法第4条第2項の運用について(公正取引委員会)」

- ② 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

- ③ 人材募集広告については労働基準法等関係法令を遵守していること

- ④ 虚偽の内容を表示するもの

- ⑤ 二重価格表示をする場合は、正しい根拠を持った比較対照価格を表示する。

例) メーカー（輸入元）希望価格、自店通常（平常・旧）等

「不当な価格表示についての景表法上の考え方(平成14年公正取引委員会)」

- ⑥ 法令等で認められていない業種・商法・商品

- ⑦ 国家資格等に基づかない者が行う療法等

- ⑧ 過去一年間に公的機関、行政機関から、悪質な行為等により指名停止、許可取消し等の行政指導を受け、その後当該行政指導内容について改善を見ない企業の広告

(3) 青少年保護の観点から適切でないもの

- ① 水着及び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。
- ② 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現
- ③ 残酷な描写等、善良な風俗に反するような表現
- ④ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
- ⑤ ギャンブル等を肯定するもの
- ⑥ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの
- ⑦ 風俗営業類似の業種

(4) 著作権、商標権、肖像権、特許権等に係る注意事項

- ① 他者の模倣、盗作と思われるような著作権を侵害する恐れがあるものは表示できない。

「著作権法第48条(出所の明示)、同法第63条(著作物の利用の許諾)」

- ② 人の名前、写真、談話等肖像権にかかわるものを広告中で使用する場合は、事前に本人あるいは著作権所有者の承諾を得る。
- ③ 商標権のあるものは無断で使用できない。登録された商標を使用する場合は所有者の許可を得る。

登録商標の例) ウォークマン、エレクトーン、ゼロックス、宅急便、アートフラワー、ジープ、ワンカップ、マジック等

「商標法第37条(侵害とみなす行為)、同法第73条(商標登録表示)」

- ④ 特許権、実用新案権、意匠権で登録されていないものを、あたかも登録されているような表示はできない。出願中のものは「出願中」と表示する。

「特許法第188条(虚偽表示の禁止)」

「実用新案法第52条(同条)」

「意匠法第65条(同条)」

- ⑤ 権利に関して裁判中・係争中のもの又は係争を誘発する恐れのあるものは掲載できない。

(5) 国旗等の使用

- ① 国旗を商品そのもの及び商標として使用したものは掲載できない。また、国旗の意匠を広告に使用する場合は、その尊厳を損なうことのないように注意する。
- ② 国際連合旗は国連の規定により、商業目的では使用できない。また、赤十字マークも商業目的又は商品と関連して使用することはできない。

「不正競争防止法第9条(外国の国旗等の商業上の使用禁止)、第10条(国際機関の標章の商業上の使用禁止)」

「赤十字の標章及び名称等の使用の制限に関する法律第1条」

(6) 通貨、郵便切手等の使用

本物と紛らわしいものは掲載できない。使用する際は、本物と区別するために大きさを変えたり、「見本」等と表示する。

「刑法第148条(通貨偽造及び行使等)」、「通貨模造取締法第1条」

「郵便切手類模造取締法第1条」

(7) オリンピック、国際的な大会・催事等

オリンピックの標章（五輪のマーク）、標語（より速く、より高く、より強く）、公式エンブレム、マスコットキャラクターは許可なく使用できない。使用する際は、JOC（日本オリンピック委員会）の許可を得ること。その他、国際的な催事・大会等でマーク、標語等を使用する場合も許可を得る必要がある。

「オリンピック憲章第1条17(オリンピックシンボル、旗、モットー、讃歌に関する権利)」

(8) アマチュアスポーツ

- ① 競技者、役員の氏名・写真・談話等を無断で広告に使用した場合、アマチュア資格を失う恐れがある。事前に当該競技団体の許可を得ること。

「日本体育協会スポーツ憲章」

- ② 高校野球では次のものは、表示できない。
- ア 出場選手、役員の氏名、写真、談話等を用いたもの
 - イ 大会に関わる予想を懸賞・クイズに使用したもの
 - ウ 校旗や校章等を使用する場合は、学校の許可を得ること
 - エ 広告の中で「寄付金を贈る」等の表示はできない。

「日本学生野球協会アマチュア問答集」

(9) 個人情報の保護

広告中で個人情報を取得する際、応募や商品の発送以外で個人データを利用する場合は、広告中に利用目的を明示するか本人に通知する必要がある。明示した目的以外に個人情報の利用はできない。取得した個人データを第三者に提供する場合は、その旨の明示をする他、本人の同意を得る必要がある。

「個人情報保護法第15条(利用目的の特定)、同第16条(利用目的の制限)、同法第17条(適正な取得)、同法第18条(取得に関しての利用目的の通知等)、同法第23条(第三者提供の制限)」

「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象としたガイドライン(平成16年経済産業省)」

3. 広告表示内容に関する個別の基準

(1) 語学教室等

- ① 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。
例) 1ヶ月で確実にマスターできる
- ② 合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。
- ③ 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載しない。

(2) 学習塾・予備校等(専門学校含む)

- ① 合格率等実績を載せる場合は、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、施設が不明確なものは掲載しない。
- ③ 教育や技術等の習得を主な目的とせず、習得後の収入を強調するようなものは掲載できない。
- ④ 卒業や終了後に就職や高い収入等を保証、確約するような表現はできない。

- ⑤ 学校、講習会、講座（通信講座を含む）、任意団体等が与える国家公認以外の称号については、国家公認のものと誤認されない表示をする。なお、これらの広告については次の事項を表示する。
- ア 広告主名称、所在地
 - イ 講習、講座の内容
 - ウ 講習、講座の期間
 - エ 受講料、テキスト代等の費用
 - オ 講習、講座会場
 - カ 資格取得に要する費用、条件等
- ⑥ 講習、講座の期間、内容、費用が不相当と思われるものや、権威づけのための表示、誇大、希望期待の特典、将来の収入、身分を確約するようなものは掲載しない。

(3) 外国への留学、研修、ホームステイ等

実体が確かで相当の実績があると判断したものに限り掲載できる。外国への留学は、留学先の学校と正式に提携しているものを条件とする。また、旅行の募集を伴う場合は、旅行の広告の必要事項を表示する。

(4) 外国大学の日本校

- ① 日本の大学卒業と同等の資格を得られると誤認されるものは掲載できない。
下記の主旨を明確に表示し、日本の学校教育法（昭和 22 年法律第 26 号）に定める大学でない旨を明確に表示する。
- 例）「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。
- 例）「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。
- 例）「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」
- ③ 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。
- ④ 受講費用が全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) 劇団、タレントスクール等

実体が確かで相当の実績があると判断したものに限り掲載できる。養成を目的とすることを明示せず、すぐに映画・テレビに出演できるような表現ができない。就職をあっせんする表示を行う際には、有料職業紹介事業の許可が必要。その場合は紹介事業の許可番号を広告中表示する。また、未成年者が参加する場合には、親の承諾書が必要である旨を表示する。

(7) 病院・診療所・助産所

- ① 医療法の規定により、広告できる事項以外は、一切広告できない。
- ② 提供する医療の内容が、他の医療機関等と比較して優良である旨を広告してはならない。
- ③ 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。
- ④ 広告する治療法について、疾病など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。
- ⑤ 写真については、病院の全景や当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは広告できない。
- ⑥ 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。

病院・診療所

医業及び歯科医業の広告は、医療法によって定められた項目以外表示できない。また、医師の技能、設備の優位性、医療費用等を表現することも禁止されている。次の項目の表示が認められている。

- ・ 医師又は歯科医師である旨
- ・ 病院又は診療所の名称、電話番号、所在地を示すもの
- ・ 下記の診療項目

【表示できる項目】

内科 心療内科 精神科 神経科（又は神経内科） 呼吸器科 消化器科 胃腸科 循環器科 アレルギー科 リウマチ科 小児科 外科 整形外科 形成外科 美容外科 脳神経外科 呼吸器外科 心臓血管外科 小児外科 皮膚泌尿器科（又は皮膚科、泌尿器科） 性病科 肛門科 産婦人科（又は産科、婦人科） 眼科 耳鼻咽喉科 気管食道科 リハビリテーション科 放射線科 歯科、矯正歯科、小児歯科及び歯科口腔外科 麻酔科（ただし、許可を受けた医師の氏名の併記が必要）

- ・ 常時診療に従事する医師又は歯科医師の氏名
- ・ 診療日と診療時間

- ・ 入院設備の有無
 - ・ 紹介をすることができる、他の病院又は診療所の名称
 - ・ カルテその他診療に関する記録を提供できる旨
 - ・ 建物の内部に関する案内（病院に限る）
 - ・ その他厚生労働大臣の定める事項
- 専門医の呼称や人間ドック、脳ドック等の健康診断に関する事項、血液透析等の治療方法（保険が効くものに限る）等の項目がある。

「医療法第69条～70条、医療法施行令第5条の11(広告することのできる診療科目)、同施行規則第42条の3(広告方法及び内容に関する基準)」

助産師

助産師は広告できる項目が、次のものに制限されている。

- ・ 助産師である旨
- ・ 助産所の名称、電話番号及び所在を示す事項
- ・ 助産所の氏名
- ・ 就業の日時
- ・ 入所施設の有無
- ・ 助産録の情報を提供できる旨
- ・ 助産所に置かれた嘱託医師の氏名

「医療法第71条(助産師の業務等の広告)」

(8) エステティック、植毛等

脱毛やアートメイキング等高周波や針を使用するものや植毛等は医療行為と見なされるため医師でなければ行うことはできない。

また、永久脱毛や、「○日で○kgやせる」といったものや部分痩身をうたう表示は不当表示になる。実行前と実行後の比較対照写真の表示も掲載できない。

「特定商取引法第43条(誇大広告の禁止)、同施行規則第37条(誇大広告の禁止)」

(9) マッサージ、指圧、はり、きゅう、柔道整復師

マッサージ等の法律に基づく広告行為は、次の項目しかできない。

- ① 施術者であること及び施術者の氏名、住所
- ② 業務の種類（マッサージ、指圧、はり、きゅう、柔道整復等）
- ③ 施術所の名称、所在の場所を表示する事項、電話番号

- ④ 施術日又は施術時間
- ⑤ 医療保険療養費支給申請ができる旨（医師の同意が必要なことの明示が条件）
- ⑥ 予約に基づく施術の実施
- ⑦ 休日又は夜間における施術の実施
- ⑧ 出張による施術の実施
- ⑨ 駐車場設備に関する事項
- ⑩ その他厚生労働大臣が定める事項
- ⑪ 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。
- ⑫ あん摩マッサージ指圧士、はり師、きゅう師等に関する法律又は柔道整復師法 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。

「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(広告の制限)、柔道整復師法第 2 4 条(広告の制限)」

(10) カイロプラクティック、気功等

カイロプラクティックや気功等、法律に基づかない医業類似行為はそれ自体違法ではないが、医療行為を行うような表現はできない。気分転換やリラックスする等の表現にとどめる。

「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 1 2 条(医療類似行為の制限)」

(11) 獣医師

獣医師の広告は、獣医療法第 1 7 条の規定によって表示できる内容に制限がある。

① 表示できるもの

ア 獣医師名及び学位又は称号

なお、〇〇大卒、留学経験、〇〇指定獣医師、〇〇認定病院、〇月〇日開院（開院後に表示する場合）等経歴に当たるとされるものの表示はできない。

イ 診療施設の専門科目

例）外科、放射線科、眼科、歯科、皮膚科、腫瘍科等、大学の講座名に使われている、一般的なものに限られる。

ウ 家畜体内受精卵の採取を行うこと

エ 都道府県家畜畜産物衛生協会の指定獣医師であること

オ 農業共済組合連合会の嘱託獣医師又は当該組合等の指定獣医師であること

カ その他認められるもの

例) 健康相談の受付 診療時間 駐車場 入院設備 診療施設の写真 休日
診療可 急患随時受付

② 表示できないもの

ア 注射	カ 画像診断
イ 手術	キ ワクチン接種
ウ 採血	ク 放射線治療
エ 投薬	ケ しんきゅう療法
オ X線診断	コ 避妊

「獣医療法第17条(広告の制限)、同施行規則第24条(広告制限の特例)」

(12) 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器

医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器は、薬事法及び医薬品等適正広告基準等により、表示できる効能・効果の範囲がそれぞれ決められている。次にあげるような規制がある。

- ① 効能・効果、安全性等について、承認を受けた効能・効果の範囲を超える表現はできない。
- ② 『効き目抜群』等の最大級の表現、また、『絶対安全』等のような安全性を保証するような表現はできない。
- ③ たくさん飲めば治る等、過剰消費や乱用を促すような表現はできない。
- ④ 医師等の処方によって使用する、いわゆる医家向けの医薬品を具体的に商品名を挙げての広告はできない。
- ⑤ 医師の指導・治療を受けなければ治らない病気を、医薬品等のみで治るような表現はできない。
- ⑥ 使用上の注意がある場合は、その旨を広告中に表示しなければならない。
- ⑦ 品質、効能・効果、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような表現はできない。
- ⑧ 医薬関係者や官庁及び学校・団体等が、公認したり、推薦したりするような表現は認められない。ただし、公衆衛生の維持増進等の目的の場合はこの限りではない。
- ⑨ 不快又は不安、恐怖の感じを与える恐れのある表現はできない。
- ⑩ 医療機器
医療機器は承認を受けた効能・効果の範囲を超えた表現はできない。
広告中に承認番号あるいは許可番号を表示する。
- ⑪ 治験広告

承認前等の医薬品を治療試験するための被験者を募集する広告で治験薬の名称、実施する医師名等表示できない項目があるため注意する。

「薬事法第66条(誇大広告等)、同法第67条(特定疾病用の医薬品の広告の制限)、医薬品等広告適正基準について(厚生労働省)」

「医療用具の効能の範囲について(昭和47年厚生省)」

「治験に係わる被験者募集のための情報提供要領(平成12年日本製薬工業協会)」

(13) 薬局、薬店

- ① 広告を掲載する事業者は、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課で広告内容についての了解を得る必要がある。
- ② 乱用を助長したり、不安、不快を与えるような表現はしない。
- ③ 医薬品と医薬品以外のものを同一面で広告する場合は、両者を明確に区別する。

(14) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

① 健康食品

いわゆる健康食品は、健康の保持・増進に資する食品として販売されているものに過ぎないため、効能・効果は表示できない。

例)「栄養補給」「健康維持」

ア 広告を掲載する事業者は、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で広告内容についての了解を得る必要がある。

イ 栄養機能食品は、特に許可等必要とするものではないが、ビタミンやカルシウム等、体に良いといわれる特定の栄養成分が一定量以上含まれる食品のことで、栄養素の機能に限って表示できる。

② 保健機能食品

保健機能食品には、特定保健用食品、栄養機能食品等がある。特定保健用食品には、個別許可型、規格基準型と条件付き特定保健用食品があり、厚生労働省によって許可され、認められた範囲内で健康保持・増進効果等をうたうことができる。

栄養機能食品は、特に許可等必要とされるものではないが、ビタミンやカルシウム等、体に良いといわれる特定の栄養成分が一定量以上含まれる食品のことで、栄養素の機能に限って表示できる。

「健康増進法第32条の2(誇大表示の禁止)、同法第26条(特定用途表示の許可)」

(15) 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

- ① 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すること。
- ② 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
- ③ 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
- ④ 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、誤解を招くような表示はできない。
 - 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あたって、有利であると誤解を招くような表示はできない。
- ⑤ 介護老人保健施設

介護老人保健施設は、介護保険法第98条の規定によって、広告できる項目が次のものに制限されている。

 - ア 名称、電話番号、住所
 - イ 勤務する医師・看護師の氏名
 - ウ 施設及び構造設備に関する事項
 - ・ 療養室（広さ、個人用ロッカー、洗面所などの設備）
 - ・ 機能訓練室（広さ、機械、器具等の設備）
 - ・ 認知症専門棟を有する介護老人保健施設は、その旨及び定員、施設設備
 - ・ 食堂（広さ、設備等）
 - ・ 談話室、レクリエーション・ルーム（広さ、テレビ・ソファ等の設備）
 - ・ 浴室（特別浴槽等の設備）
 - ・ 当該介護老人保健施設の協力病院及び協力歯科医療機関
 - ・ 当該介護老人保健施設に在宅介護支援センターを設置している場合は、その旨及びその事業内容等
 - ・ 当該介護老人保健施設に訪問介護ステーション又は特別養護老人ホーム等を併設している場合は、その旨、及びその事業内容等
 - ・ その他特色ある施設（ボランティア・ルーム、家族介護教室等の設置状況）
 - エ 職員の配置員数
 - ・ 常勤職員の職種ごとの員数
 - ・ 医師又は看護師の技能、経験、年齢又は性別に関する事項
 - オ 提供されるサービスの種類及び内容（医療の内容に関するものを除く）
 - ・ レクリエーション、理美容その他日常生活上のサービスの内容
 - ・ 指定通所リハビリテーション又は指定短期入所療養介護を実施している介護

老人保健施設は、その旨。指定通所リハビリテーションについては、その定員及び実施時間

- ・ 利用料の徴収できる「特別な療養室」を有する施設は、その旨及び室数
- ・ 紹介することができる、他の指定居宅サービス事業者、指定居宅介護支援事業者、指定介護老人福祉施設、介護老人保健施設、指定介護療養型医療施設、病院又は診療所の名称
- ・ 当該介護老人保健施設によるサービスの提供に関する諸記録に関わる情報を開示することができる旨

⑥ 有料老人ホーム

有料老人ホームは、介護付、住宅型、健康型の 3 つの類型がある。介護付有料老人ホームの広告は、次の項目を広告中に表示する。また、表示の際に注意すべき表現がある。

ア 必要表示事項

- ・ 賃貸方式、終身賃貸方式、終身利用権方式の居住の権利形態
- ・ 入居時自立、入居時要介護、入居時自立・要介護の入居時の要件
- ・ 個室、相部屋（○人部屋～○人部屋）の介護居室区分
- ・ 介護にかかわる職員態勢の要介護者と介護に当たる、現在及び将来にわたる職員の割合
- ・ 老人保健施設、病院、診療所、特別養護老人ホーム以外の有料老人ホームと提携している場合、提携ホームの名称と利用が可能である表示

イ 注意を要する表示

- ・ ホームまでの交通の便を表示する場合は、最寄り駅又は停留所からの距離を表示する。時間表示をする際でも距離を併記する。
- ・ 施設内に設置していない設備や自己所有していない施設等について表示する場合は、ホームからの距離・時間・設備の設置者名を表示する必要がある。また、施設内に設置及び所有しているものでも利用に際して費用が必要なものはその旨を表示する。
- ・ 費用について表示する場合は、入居一時金、年払い入居金、月額払い入居金等徴収形態や金額、入会金、保証金、権利金、一時金等の内訳の費目を表示する。
- ・ 居住費用や介護費用以外に、管理費や利用料といった名称で徴収する費用はその内訳となる費目を表示する。
- ・ 類型及び表示事項で使う表現を除き、居住や介護について「終身」等と表示する場合は、ホームからの退去や提携施設等への住み替え条件があることについて表示する。
- ・ ホームは医療機関でないため、「看護施設」「医療施設」等医療機関と誤認さ

れる恐れのある表示はできない。

- ・ 医療機関について表示する場合は医療法に基づいた表示に留意する。協力医療機関を表示する場合は、具体的な協力内容と健康保険の自己負担分以外に入居者が負担しなければならない費用があれば必ず表示する。

⑦ その他の老人福祉施設等

- ア 養護老人ホーム・特別養護老人ホーム・軽費老人ホーム（ケアハウス）グループホーム・老人デイサービスセンター等の老人福祉施設は、表示に関する制限は特に設けられていない。
- イ 老人向け賃貸マンションは、老人福祉施設と誤解されるような表現は避ける。また、不動産広告として、賃貸マンションの必要表示事項を表示する。

⑧ 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示はできない。

「介護保険法第98条(広告制限)、厚生労働大臣の定める介護保険施設が広告し得る事項(平成11年厚生労働省告示)」

「有料老人ホーム等に関する不当な表示(平成16年公正取引委員会)」

「有料老人ホームの広告等に関する表示ガイドライン(平成16年全国有料老人ホーム協会)」

(16) 不動産事業

① 必要表示事項

- ア 広告主の事務所は、本社・支社・営業所等の継続的な営業拠点の住所を表示する。現地案内所等の臨時的な住所や電話番号のみの表示は認められない。
- イ 「売主」「貸主」「代理」「媒介（仲人）」のいずれかを広告中に表示する。
- ウ 物件の所在地は、登録簿に登録された住所を表示する。都道府県（県庁所在地、政令指定都市等は省略可）、郡、市区町村、字及び地番まで表示することが必要。ただし、売地・貸地、中古住宅・残1戸の新築住宅、中古マンション・残1戸の新築分譲マンション・貸家・アパートは地番を省略できる。
- エ 宅建建物取引業者の広告は、「宅建建物取引業法」「宅建建物取引の表示に関する公正競争規約」による。
- オ 遠隔地物件の広告、投機を目的とした広告は、必要書類を審査のうえ掲載する。
- カ 不動産事業者の広告の場合は、名称、所在地、電話番号、許可免許証番号等を明記する。
- キ 不動産売買に関する賃貸の広告の場合は、取引様態、部権所在地、面積、建築月

日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記する。

ク 「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。

ケ 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

② 地目

地目には、次の 21 種類がある。現に登記簿に記載されているものを表示する。登記簿に記載されている地目と異なる場合は、現況地目を併記する。

ア田 畑 イ宅地 ウ塩田 エ鉱泉地 オ池沼 カ山林 キ牧場 ク原野 ケ墓地
コ境内地 サ運河用地 シ水道用地 ス用悪水路 セため池 ソ堤 タ井溝
チ保安林 ツ公衆用道路 テ園 ト種地

農地は宅地転用の届出を行った後、受理通知が出る前に広告できない。届出を受けて広告する場合は「農地転用済み」の旨を表示する。

③ 用途地域

用途地域には次の 12 種類がある。各自治体により用途地域の指定が異なるので確認のうえ、表示する。

ア第 1 種低層住居専用地域 イ第 2 種低層住居専用地域 ウ第 1 種中高層住居専用地域
エ第 2 種中高層住居専用地域 オ第 1 種住居地域 カ第 2 種住居地域 キ
準住居地域 ク準工業地域 ケ工業地域 コ工業専用地域 サ近隣商業地域 シ
商業地域

④ 交通の利便

ア 最寄りの公共交通機関

公共交通機関は、現に利用できるものを表示する。利用に制限があるものや新設予定のものは、その内容や時期等を明らかにして表示する。

イ 徒歩所要時間

徒歩による場合は、80mに 1 分かかるものとして計算する。1 分未満の端数は 1 分とする。

⑤ 面積

ア 物件の面積表示

面積は、メートル法によって表示する。1 平方 m 未満は切り捨てて表示することができる。坪数を表記する場合は、メートル法との併記に限り認められる。

イ 畳数での表示

間取りを畳数で表示する場合は、畳 1 枚辺りが 1.62 平方以上とする。ただし、中古住宅で 1 畳がそれ以下の場合は、その旨を明らかにした上で畳数表示ができる。

⑥ 生活関連施設

ア 公共施設

学校、病院、官公署、公園等の公共・公益施設は、現に利用できるもので、その名称を表示の上、物件からの道路距離を表示する。ただし、公立の学校、官公署に限って、その固有の名称を省略できる。

また、設置が予定されているものは、現に利用できるものと併せて表示し、その予定時期を明らかにすれば表示できる。

イ デパート、スーパー、商店等の商業施設

現に利用できるものしか表示できない。ただし、工事中である等、その施設が将来確実に利用できると認められるものに限りその整備予定時期を明らかにして表示することができる。また、物件からの道路距離を教示する。

⑦ 価格

ア 土地の価格

- ・ 1区画当たりの価格を表示する。ただし、1区画当たりの敷地面積を明らかにした上で算出した場合に限り、1平方mあたりの価格を表示することができる。
- ・ 宅地の価格は、上下水道・都市ガス供給施設の設置の費用、その他の宅地造成に掛かる費用及びそれらに掛かる消費税を含めた表示をしなければならない。
- ・ 現況有姿分譲地の価格は、分割可能な最小の面積を明示した上で、1平方当たりの価格を表示する。その中に1平方m当たりの価格が異なる土地がある場合は、それぞれの面積を明示した上で最低価格及び最高価格を表示する。

イ 住宅の価格

住宅の価格は、土地を含む一戸当たりの価格を表示する。価格には、電気、上下水道及び都市ガス供給施設のための費用や消費税も含む。

ウ 土地・住宅の価格略記法

すべての物件の価格を表示することが難しい場合は、物件の最低価格と最高価格とそれぞれの物件数及び最多価格帯と物件数を表示することができる。物件数が10未満の場合は、最多価格帯の表示を省略することができる。

エ 賃料

賃貸住宅は、1ヶ月当たりの賃料を表示する。全ての表示が難しい場合は、最低及び最高の賃料のみの表示ができる。

オ 管理費・共益費等

管理費（マンションの事務経費及び共用部分の維持管理費）、共益費（賃貸住宅の共用部分の運営・維持費）及び修繕積立金は、1戸当たりの月額をそれぞれ別個に表示する。全ての費用の表示が難しい場合は、最低及び最高の額のみの表示ができる。

⑧ 二重価格表示及び割引表示

ア 二重価格表示

二重価格表示をする場合は、値下げの 3 ヶ月以上前に公表された価格で、値下げ前 3 ヶ月以上にわたって実際に販売していたものを比較対照として、

- ・ 旧価格の公表時期及び値下げの時期を明示
 - ・ 値下げの時期から 6 ヶ月以内に表示するものであること
 - ・ 建築後 2 年以内の建物で、未居住の住宅であること
- について行うものに限り表示できる。

土地、中古住宅は二重価格表示ができない。

イ 割引表示

割引の表示を行う場合は、現金で一括して支払うなど、割引の一定の条件がある場合に表示できる。

⑨ 写真・絵図

ア 宅地又は建物の写真は、実際に取引するものを使用する。ただし、建物が完成前等、その建物の写真を使用することができない事情がある場合は、その建物と概観や内部が同一の写真を使用することができる。

イ 宅地又は建物の見取り図、完成予想図を使用する場合はその旨を表示する。

⑩ 温泉の表示

温泉付きの物件を表示する際は、温泉法に基づき、次の旨を表示する。温泉でないのに温泉のように認識させるものや、温泉でも加温、加水、ろ過装置の使用、給湯管を使用するのにも関わらず、そうでないように誤認させる表示はできない。

ア 温泉に加温するものについてはその旨

イ 温泉に加水したものについてはその旨

ウ 温泉源から採取した温泉を給湯管によらずに供給する（いわゆる運び湯）場合はその旨

エ 共同浴場で、循環装置又は循環ろ過装置を使用する場合はその旨

⑪ 広告表示の開始時期の制限

宅地若しくは建物の内容、取引条件についての広告は、都市計画法に基づく開発許可や建築基準法による建築確認等、法令に関わる許可を受けた後でなければ掲載できない。

⑫ 建築条件付き土地

建築条件がついている土地を広告する場合は、次の事項を表示する。

ア 建築条件がついている旨

イ 建築請負契約を締結するまでの期限

ウ 建築請負契約が成立しなかった場合は、売買契約が解除され、受領した金銭はすべて遅滞なく返還する旨

エ 建築条件付き土地の広告中に建物の設計プランを例示する場合は次の項目

- ・ 建築プランが、参考のための一例であって、そのプランを採用するかどうか

は購入者に委ねられている旨

- ・ 建築プランにかかる建物の費用とそれ以外に必要な費用の内容とその額

⑬ 特定用語の使用基準

不動産広告で次の用語を使用する場合は、それぞれに規定された意味に基づいて使用しなければならない。また、合理的な根拠を示す資料がなければ使用できない用語があるため注意すること。

ア 『新築』

不動産という新築とは、建築後 1 年未満で未使用の住宅をいう。建築後 1 年未満で使用された場合は新築でなくなる。

イ 『新発売』

新たに造成された宅地や新築の住宅について、初めて購入の勧誘を行う場合で、その一連の勧誘活動の期間内でしか使用できない。

ウ 『根拠を必要とする用語』

次の用語を使用する際には、その内容を裏付ける合理的な根拠を示す資料がない限り使用できない。

- ・ 完全、完璧、絶対、万全等まったくかけることがないことを意味するもの
- ・ 日本一、日本初、業界一、超、当社だけ、他には類を見ない、抜群等他より優位であることを示すもの
- ・ 特選、厳選等一定の基準で選別されたことを意味するもの
- ・ 最高、最高級、極、特急等の最上級を示すもの
- ・ お買い得、掘り出し物、土地値、格安、投売り、破格、特安、激安、バーゲンセール、安値等著しく安いという印象を与えるもの
- ・ 物件について「完売」等著しく人気が高く、売れ行きがよいという印象を与えるもの

⑭ 必要な表示事項の適用除外

次の場合では、必要表示事項を省略できる。ただし、物件の内容や価格等の取引条件を表示する場合は省略できない。

ア ネーミング募集

不動産物件の名称や、名称を考える手がかりを募集する広告で、その物件の所在地（都道府県、郡、市町村、字または街区番号まで）、物件種別、おおむねの規模、開発理念のみを表示するもの。

イ 催事の告知等

住宅展示会やその他の催事の開催場所、開催時期、又は常設の営業所の場所を案内する広告で、展示している物件数、物件の種類と価格の幅のみを表示するもの。

ウ 企業広告の中の物件広告

企業広告の中の一部に、取引しているか、あるいは予定している物件の種類及び販売中か販売予定かの別、また最寄り駅のみを表示するもの。ただし、特定の物件の広告と見なされるような表示はできない。

⑮ 予告広告・シリーズ広告・副次的表示の特例

ア 予告広告

予告広告とは、価格等が確定していないため、直ちに取引できない物件について、その販売時期をあらかじめ告知する広告で、必要表示事項の一部を省略できる。ただし、予告広告であるためには、次の条件を満たさなければならない。

- ・ 予告広告を行った同一の媒体及び同一又はより広域の掲載範囲で本広告を掲載すること。
- ・ 次の項目を近接した場所に見やすい文字で明示すること
 - ・ 予告広告である旨
 - ・ 価格又は資料（入札、競り売りの方法による場合は最低売却価格あるいは最低取引価格）が未定である旨、又は予定最低価格（賃料）、予定最高価格（賃料）及び予定最高価格（賃料）及び予定最多価格帯
 - ・ 販売予定時期又は取引開始予定時期
 - ・ 本広告を行うまでは、契約又は予約の申込みに一切応じない旨及び申込みの順位の確保に関する措置を講じない旨
 - ・ 予告広告をする時点において、全ての予定販売区画（戸数）又は予定賃貸戸数を一括して販売（取引）するか、又は数期に分けて販売（販売）するか決まっていない場合は、その旨と当該予告広告以降に行う本広告において販売区画数（戸数）又は賃貸戸数を明示する旨

イ シリーズ広告

シリーズ広告では、最終広告で必要表示事項を表示すれば、各回の広告で必要表示事項が省略できる。ただし、各回の広告については、次の事項を明示する。

- ・ シリーズ広告である旨
- ・ シリーズ広告の回数
- ・ シリーズ広告の中の順位
- ・ 契約、予約の申込みや、申込みの順位の確保等の措置を行わない旨（最終広告は除く）

ウ 副次的表示

分譲宅地、新築分譲住宅、新築分譲マンションにおいては、広告中にメインの物件の他に副次的に表示されるものは、省略できる表示事項がある。

⑯ 住宅ローン等の表示

住宅ローンや割賦販売等については、次の各項を表示する。

ア 住宅ローン

- ・ 金融機関の名称
- ・ 提携ローン又は紹介ローンの別
- ・ 融資限度額
- ・ 借入金の利率及び固定金利型、固定金利指定型、変動金利型、上限金利付変動金利型等の利息を取る方式の種類又は返済例
※返済例を表示する場合、ボーナス時に加算される返済額を表示する。

イ 割賦販売

- ・ 割賦販売である旨
- ・ 割賦限度額
- ・ 利息の料率（実質年率）
- ・ 支払い期間及び回数
- ・ 割賦販売に掛かる信用調査費、その他の費用を必要とする場合はその旨とその額

ウ 住宅金融公庫

住宅金融公庫の取り扱う融資を表示する場合は、公庫の定めるところによって表示する。

⑰ 節税効果等の表示

ア 節税効果

リース方式によるマンション等によって、節税効果をうたう場合は次の項目を表示する。

- ・ 節税になるのは不動産所得が赤字になる場合であり、黒字の場合は納税額が増加すること
- ・ 不動産所得に掛かる必要経費が減少した場合は節税効果も減少すること
- ・ 具体的な計算例を表示する場合は、その物件を購入した次の年度での例を表示する。次年度のものと同記する場合は、初年度の計算例も表示できる。

イ 賃料収入

賃貸用マンションを取得した場合の賃料収入の表示には、次の点に注意すること。

- ・ 売主又は媒介者が販売したマンションの賃料収入を保証することを表示する場合は、保証をする主体、保障する内容、保障期間その他の件を表示する。
- ・ 購入者の希望で、売主等がそのマンションの賃貸を行い、賃料を購入者に支払うような場合は、次の事項を表示する。
 - ・ 権利金、礼金、敷金、保証金等の支払いの有無。支払う場合はその額
 - ・ 賃料（月額）
 - ・ 賃料の他に管理費を支払うかどうかの別
 - ・ 賃借期間

- ・ 賃貸借契約の更新と賃料の改定に関する事項
- ・ 賃貸用マンションの収入例や利回り等を表示する場合は、満室時の場合の収入例であること等、その前提条件を表示する。
- ・ 次のような表示はできない。
 - ・ 将来にわたり当該物件が賃貸市場における商品価値を確実に保持するかの
ようなもの
 - ・ 将来にわたり確実に安定した賃料収入が確保されるかのようなもの
 - ・ 将来において当該物件の資産価値が確実に増大するかのようなもの

「宅建業法第34条(取引態様の明示)、同法第35条(重要事項の説明等)、不動産の表示に関する公正競争規約第8条(必要な表示事項)」

「農地法第4条(農地の転用の制限)」

「都市計画法第7条(区域区分)、同法第29条(開発行為の許可)、同法第43条(開発許可を受けた土地以外の土地における建築等の制限)」

「不動産公正競争規約」

「不動産厚生競争規約施行規則」

「温泉法第14条(温泉の成分等の表示)」

「宅建業法第32条(誇大広告の禁止)、同法第33条(広告開始時期の制限)」

(17) 銀行

銀行の広告で預貯金、ローン等の金利を表示する場合には、貸金業とは別に、銀行業の公正競争規約で定められた必用表示事項がある。ただし、カードローン等の消費者ローンについては、貸金業の規定に準じる。

「銀行業の表示に関する公正競争規約(全国銀行公正取引協議会)」

(18) 保険

保険の内容を広告中で説明する場合は、著しく優良だとの誤認を与えないよう、内容や条件を明示する。また、将来における利益の配当、又は剰余金の分配について予想の表示はできない。

「保険業法第300条第7号(保険契約の締結又は保険募集に関する禁止行為)」

(19) 割賦販売等

① 割賦販売を行う場合は、広告中に次の項目を表示する。

ア 広告主名、所在地、電話番号

イ 現金販売価格及び購入者の支払い総額

ウ 支払い期間及び支払い回数

エ 実質年率

② 前払い式割賦販売

前払い式割賦販売の場合は、経済産業大臣の許可を得た業者に限り掲載ができる。
必用表示事項の他、商品の引渡し時期を明示する。

③ ローン提携販売

金融機関と提携するローン提携販売の場合も必要表示事項の各項目を表示する。

④ クレジットカード（割賦購入あっせん）等

クレジットカード等の割賦購入あっせんは、必要表示事項の他、購入限度額（ある場合）、その他保証人等の特約がある場合は、その内容を表示する。

「割賦販売法第11条、第29条の2、第230条」

「割賦販売法施行規則」

(20) 前払い式特定取引

冠婚葬祭等「互助会」や「友の会」等の名称で、事前に支払い金額を取り決め、分割して支払う方式。利用者がサービスの提供を受ける前に業者に支払うため、経済産業大臣の許可を受けたもので、審査会が妥当と認めたものに限り掲載できる。広告中に次の項目を表示する。

① 広告主名、所在地、電話番号

② 支払い金額と支払い回数

③ 支払い時期と支払い方法

④ 商品の引渡し時期、又はサービスの提供時期

⑤ 解約についての条件

「割賦販売法第35条の3の2(前払式特定取引の許可)」

(21) 通信販売

通信販売は、特定商取引法に必用表示事項が規定されている。商品は先渡しを原則とし、実体があいまいなものは掲載できない。

① 掲載できないもの

ア 法規に反するもの

イ 危険物（爆発、発火の恐れのあるもの）

ウ 許認可が必要な商品・器具で、承認・許可のないもの（医療機器、電気、ガス器具、消火器等）

エ わいせつな出版物、写真、ビデオ、その他いかがわしい商品

オ その他通信販売にふさわしくないと判断したもの

② 必用表示事項

ア 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

イ 広告主の実体、内容、商品、販売方法、実物見本、カタログ、説明書等を委員会で検討のうえ、掲載の可否を決める。

ウ 広告主名、所在地、電話番号（商品の申込み先と所在地が異なる場合はその旨）

エ 商品名、内容（材質、品質、サイズ等）

オ 販売価格（それ以外に購入者が負担する費用がある場合は、その内容と金額）

カ 送料（地域により差があるときは、最低額と最高額、価格に含まれる場合はその旨）

キ 代金の支払い時期と方法

ク 商品の引渡し時期（期間又は期限をもって表示）

ケ 返品、交換の条件（期間、費用、返品に制限がある場合は、その内容。返品を認めない場合は、返品不可又は瑕疵がある場合以外の返品、交換はできない 等と表示する。）

コ 申込みの有効期間があるときはその期限

サ その他特記事項

- ・ 商品の販売数量の制限等特別の販売条件があればその内容
- ・ 隠れた瑕疵の責任について、特に定めがある場合はその旨
- ・ 児童、未成年者向けの商品広告には、「保護者の署名・押印のある購入申込書が必要」の旨を広告中に表示する。
- ・ 個人情報保護法に基づき、商品の発送等以外に個人情報を利用する目的があれば、広告中に明示、あるいは本人に通知する等の手順を踏む。

「特定商取引法第11条、第12条、第12条の2」

「特定取引法施行規則」

「個人情報保護法第15条(利用目的の特定)」

(22) 代理店・フランチャイズチェーン店募集

① 掲載できないもの

ア 広告主の実態、仕事の内容があいまいなもの

イ 利益、歩合率等を誇大に表現したもの

ウ 初心者でもすぐに高収入が得られるような表現のもの

エ 入会金、契約金を集めたり、機械、材料等を売りつけるのが目的と見なされるもの

オ 応募者に著しく契約内容が不利なもの

カ 動物・植物等の飼育・栽培については審査の上、掲載の可否を決定する。繁殖・利殖を強調したり、買い入れを確約する表現はできない。

キ その他事業主の実態などが確認できないもの

② 必用表示事項

加盟者を募集、又は説明会の告知広告を行う場合は、次の各項目を表示する。

ア 広告主名、所在地、電話番号

イ 営業内容、取引態様（代理店、FC等）

ウ 店舗必要の有無（必要な場合はその規模）

エ 保証金、権利金、加盟金等の額（不要の場合はその旨）

オ 開店資金の額（仕入れ代金等；不要の場合はその旨）

カ 商品買取り制やノルマ制の場合、又は解約上の条件等契約上の重要事項

キ ロイヤルティー等定期的に撤収する金銭がある場合はその旨

ク その他必要と判断した事項

「中小小売商業振興法第11条(特定連鎖化事業の運営の適正化)」

「中小小売商業振興法施行規則第10条(特定連鎖化事業の運営の適正化)」

(23) 会員募集

ゴルフ場やリゾートクラブ、スポーツクラブ等の会員募集の広告は、実体が確かで、内容が妥当だと認めたものに限り掲載できる。

① 掲載できないもの

ア 会員募集の態勢が整っていないもの

イ 施設の完成度が不明確なもの

ウ 施設の収容能力を超え、不当に多数の会員を募集するもの

エ 投機、射幸心をあおる表現のもの

② 必要表示事項

ア 広告主名、所在地、電話番号

イ 施設名、所在地、交通機関

ウ 総募集会員数と広告掲載時の募集会員数

エ 会員の種別（正社員・平日会員・個人会員・法人会員等の別）とそれぞれの権利内容

オ 入会時に必要な金額とその内訳（入会金等。預託金の場合は、その据え置き期間と据え置き期間経過後の措置）

カ 会員権の譲渡の可否及び制限

キ 使用開始時期（一部オープンの場合は、その旨と内容）

ク 施設の規模、構造

③ 共有制リゾートクラブ

不動産売買を伴う共有制リゾートクラブの場合は、会員募集の必要表示事項の他、不動産公正取引規約で決められた必要事項も併せて表示する。

④ 海外の会員権募集

海外の預託制リゾートクラブ等の会員権募集の広告は、問い合わせ窓口が日本国内にあるものに限る。

「ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法第5条(書面の公布)、第6条(誇大広告の禁止)」

(24) 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内容を明記する。

下記に該当するものは掲載できない。

- ① 事実に合致していないもの
- ② 誘導又は誤認の恐れのあるもの
- ③ 誇大又は過度な期待を抱かせるもの
- ④ 特定の弁護士又は法律事務所と比較したもの
- ⑤ 法令又は日本弁護士会もしくは所属弁護士会の会則等に違反するもの
- ⑥ 弁護士の品位又は信用を損なう恐れのあるもの
- ⑦ 勝訴率
- ⑧ 顧問先又は依頼者。
- ⑨ 受任中の事件。
- ⑩ 過去に取扱い、又は関与した事件。

「弁護士の業務広告に関する規定(日本弁護士連合会)」

(25) 懸賞、景品類に関するもの

- ① 懸賞など景品類を提供する広告は、懸賞金額、提供商品の価格、景品総額の上限が法令又は各業種の公正競争規約で決められており、それを超えたものは掲載できない。
- ② 広告には、応募方法、応募締切日、賞、景品の内容、抽選方法、当選発表日、発表方法等を明記する。
- ③ 懸賞の種類

ア 一般懸賞

購入や、購入を前提にしなくとも来店しなければならない場合（取引付随となる）を含め、取引を前提として、くじや抽選等で懸賞で景品が当たる。

イ 共同懸賞

一定地域の小売業者の相当数や、同業種の事業者の相当数、あるいは商店街等で相当多数の商店（ただし年3回を限度として、かつ年間70日以内）が共同で行うもののことをいう。

ウ 総付景品（べた付き景品）

懸賞によらないで、購入者や来店者全員に景品を渡すものをいう。取引価格は原則100円とみなされるが、その店で購入できる最低額が明らかに100円を超える場合は、その商品の額を引き取り価格とする。

エ オープン懸賞

購入を条件とせず、はがきや電話、ファクス、インターネット等で自由に応募できる懸賞のことをいう。ただし、応募者が店頭に行かなければならない場合は、取引付随とみなされ、一般懸賞になる。また、メーカーが店頭などに応募用紙を置くことは認められているが、系列店等特定の取引関係がある店に置く場合は、オープン懸賞とは認められない。

オ オープン懸賞に当たらないもの

高度の知識、技能等を必要とする論文、小説、図案等の精神的労作を募集する場合は、オープン懸賞に当たらず、最高額の制限がない。ただし、内容の優劣の判断を、社会的に信用のある機関、学者、評論家、芸術家等によることが条件となる。

カ 景品に該当しないもの

- ・ 正当な商習慣からみて、値引き又は商品に付属するもの、アフターサービスとみとめられるものは、景品類から除外される。
- ・ キャッシュバック及び実質的に同一とみられる商品の付加（いずれも複数回の購入を条件とする場合を含む）は、値引きとして景品類から除外される。
- ・ 次のものは総付景品とならない
 - ・ 商品の販売・使用又は役務の提供で必要な物品やサービス
 - ・ 見本その他宣伝用の物品
 - ・ 自店及び自他共通で使用できる商品又は役務の取引に用いられる割引券・金額証
 - ・ 開店披露、創業記念で提供される物品又はサービス

「不当景品類及び不当表示防止法第3条(景品類の制限及び禁止)」

「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限(公正取引委員会告示)、
広告においてくじの方法等による経済上の利益の提供を申し出る場合の不正な取引方法(公正取引委員会告示)」

「独占禁止法第2条(公正な取引方法)」

(26) 自動車の広告

自動車の広告で価格を表示する場合は、次の項目の表示が必要になる。

① 新車

ア 価格を表示する場合の必要表示事項

- ・ ディーラーの広告では、価格を車両本体価格の名称で表示する。また、特別仕様や付属品等を付ける場合は、それぞれの付属品、特別仕様の名称と価格を表示する。メーカーが投稿する場合は、価格はメーカー希望小売価格とし、「価格は参考価格であり、販売事業者は価格を独自に定めているので、価格は各販売店にお問い合わせください」との趣旨の説明を付記する。
- ・ 保険料、税金（消費税を除く）、登録料及びリサイクル料金等は価格に含まれていない旨。ただし、スペースの関係で表示が困難な場合は省略できる。
- ・ 車名及び主な仕様区分（グレード、排気量、ミッションタイプ等車両を特定するために必要な事項）

イ その他注意事項

- ・ 「値引き」、「特価」等価格が有利である旨及び値引き額、値引率を表示する場合は、その根拠となる販売価格を表示する。
- ・ 「首位」「No.1」「最高」等の最上級表現を使用する場合は、その裏づけとなる客観的数値又は根拠を表示する。

② 中古車

ア 価格を表示する場合の必要表示事項

- ・ 車名、主な仕様区分
- ・ 初年度登録年月
- ・ 走行距離数
- ・ 自家用（省略可）、営業用、レンタカー、その他の別
- ・ 車検の有効期限
- ・ 保証の有無
- ・ 定期点検実施状況
- ・ 修復歴の有無
- ・ 車体の色

イ その他注意事項

- ・ 「市価」「自店旧価格」等を比較対照価格とした二重価格表示はできない。
- ・ 「超激安」「超特価」等著しく安いという印象を与える表示はできない。
- ・ 「首位」「No.1」「最高」等の最上級表現を使用する場合は、その裏づけとなる客観的数値又は根拠を表示する。

(27) 旅行業

旅行のあっせん（国外留学、研修等も含む）、旅行会及びこの会員募集等の広告は、「旅行業法」による登録を受けたもの又は旅行業務をこれらに委託しているもののみの掲載する。

① 旅行募集広告の必要表示事項

企画旅行（パッケージツアー）を募集する際には、次の項目の表示が必要となる。

- ア 「旅行企画・実施」の旅行業者名、所在地、補償の内容
- イ 旅行業の登録番号、所属団体名（所属している場合）
- ウ 「旅行企画・実施」の旅行業者の代理、あるいは受託旅行業者が広告する場合は、「代理」「受託販売」の別と旅行業者名、所在地及び登録番号
- エ 旅行の発着地、主な目的地、宿泊地
- オ 出発日、旅行日数、また機中泊、車中泊の場合はその旨
- カ 運送機関の種類又は名称
- キ 宿泊施設の種類又は名称
- ク 食事回数（朝、昼、夕食の別）
- ケ 旅行代金
- コ 添乗員同行の有無
- サ 最小催行人員
- シ 取引条件の説明を行う旨（詳しくは旅行条件を記載した書面をお渡ししますので事前にご確認下さい等の表示）

② ミステリーツアー

ミステリーツアーでは、必要表示事項のうち、目的地、宿泊地、観光場所及び宿泊サービスについて省略ができる。

③ 二重価格表示

二重価格表示を行う場合は、比較対照価格として値下げ前の旅行代金と、実際にその料金を掲載したときの媒体名と日付を表示する必要がある。

④ 旅行業者以外の企画旅行

業務として、旅行の参加者を募集、あっせんできるのは旅行業者の登録を受けたものに限られる。旅行業者以外のものによる企画旅行は、必ず旅行業者を参画させ、「イベント（事業）実施（イベント事業者）」、「旅行企画・実施（旅行業者）」のように表示する。

⑤ 優待・招待旅行

優待・招待旅行は、旅行を景品として提供するものである。法令等で決められ

ている景品の制限額に注意する。

優待旅行

旅行代金の一部を業者が負担する。優待旅行を広告に表示する際には、次の項目を表示する。

- ・ 優待旅行の当事者である業者名
- ・ 業者の負担額
- ・ その他旅行の必要表示事項

招待旅行

参加者に旅行代金の負担が掛からない。企画旅行の募集とは違い、必要表示事項はないが、目的地、期間、実施時期、招待者数、選考及び実施方法等、できるだけ表示する。

- ⑥ 行程にない場所の写真はできない。

「旅行業法第3条、第12条の7、第12条の8」

「旅行業法施行規則第28条の2、第29条、第30条」

「旅行業法施行要領(国土交通省)」

「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)」

「募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約・施行規則」

(28) 映画・興行等

- ① 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。
- 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 内容を極端に歪めたり、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 その他青少年に悪影響を与える恐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。

(29) 占い・運勢判断

- ① 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等に限定する。
- ② 料金や販売について明示する。
- ③ 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
- ④ 実証不能な迷信等に基づいて、過度に読者に不安感をあおる、あるいは安易に利益が得られる等誤認を与えるような表現はできない。

(30) 出版広告

出版広告は、原則として市販されている書籍・雑誌・デジタル出版物等を対象とする。次のものは掲載できない。

- ① 性、人種、民族、身分・地位、地域、職業、病気・障害等で差別を助長する恐れがあるもの
- ② 信用・名誉毀損、業務妨害、プライバシー侵害、セクシャルハラスメントになる恐れがあるもの
- ③ 未成年者、心身障害者の犯罪に関連して、該当者を特定する恐れがあるもの
- ④ 露骨な性表現のものや、暴力や脱法行為を肯定するもの
- ⑤ 確実な根拠がないものや、虚偽、誇大な表現で誤認される恐れがあるもの
- ⑥ 健康食品や代替等に関して商品やサービスの販売を目的とした、いわゆるバイブル商法の恐れがあるもの
- ⑦ 宗教に関するもので独断的な表現のものや過激な表現で不安をあおる恐れがあるもの
- ⑧ 選挙の事前運動に当たる恐れがあるもの
- ⑨ 法規に触れる恐れがあるもの
- ⑩ 第3者から異議を申し入れられる恐れがあり、係争に発展する可能性があるもの
- ⑪ 広告媒体の品位を損なう恐れがあるもの
- ⑫ その他不適当と認めたもの

「刑法第230条(名誉毀損)、第233条、」

「少年法第61条(記事等の記載の禁止)」

(31) 紛失(ペット含)、盗難等の広告

警察への届け出書の提出を求める場合がある。

(32) 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。
例)「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

(33) 墓地等

府等の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。下記の項目を表示すること。

- ① 墓地、納骨堂の名称及び行政区画上の住所

- ② 最寄りの交通機関と、そこからの距離又は所要時間
- ③ 経営主体、管理者の名称、所在地、電話番号
- ④ 募集人数と、1区画あたりの面積と価格（永代使用料）
- ⑤ 年間管理費等、管理・維持に必要な費用

「墓地埋葬法第10条(墓地、納骨堂及び火葬場)」

(34) 古物商・リサイクルショップ等

- ① 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。
- ② 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、引き取り、処理、処分、撤去、廃棄 等

(35) 質屋・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) ○○○のバッグ 50,000 円、航空券、東京～福岡 15,000 円 等
- ② 有利さを認識させるような表示はしない。

(36) トランクルーム及び貸し収納業者

- ① トランクルームは、国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であることが必要。
- 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○○は、倉庫業者法に基づく『トランクルーム』ではありません。」等

(37) 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。

(38) 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・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」、「入学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

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、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、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。

⑤ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認する

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

(39) 社会問題等についての主義主張等の意見広告であると認められるもの

個人、団体等の主義主張に関するもの

(40) web ページに関する基準

web ページへの広告に関しても、この参考基準を基本とする。