

## 高知県立図書館バス広告掲出基準

(趣旨)

**第1条** この基準は、高知県立図書館バス広告掲出要綱（平成19年12月21日 第1号）第5条第2項に規定する基準として、定めるものであり、高知県立図書館バスへの広告掲出の可否は、この基準に基づき判断を行うものとする。

(規制業種又は事業者)

**第2条** 次の各号に定める業種又は事業者の広告は掲出しない。

- (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7月10日法律第122号)で、風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融
- (4) たばこ
- (5) ギャンブルにかかるもの
- (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) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 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
- (9) 各種法令に違反しているもの
- (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) 学習塾、私立学校等（幼稚園・小・中・高・大学）各種専門学校等の教育関係者  
(掲出基準)

**第3条** 次の各号に定めるものは、掲出しない。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
  - ア 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
  - 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 県の広告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
- (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）の禁止（根拠となる資料を要する。）  
根拠のない表示や誤認を招くような表現  
例：「世界一」「一番安い」等
  - 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 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ないもの
  - エ 虚偽の内容を表示するもの
  - オ 法令等で認められていない業種・商法・商品
  - カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
  - キ 責任の所在が明確でないもの

- (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、出品作品の一例また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助長するような表現
  - ウ 残酷な描写など、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

(掲出する広告に関する一般基準)

**第4条** 掲出する広告は次に掲げる要件を備えていなければならない。

- (1) 道路交通の安全を阻害するおそれがないものであること
- (2) 車両運行上の支障となるものでないこと
- (3) 景観との調和を損なうものでないこと
- (4) 広告を掲出する場所及び面積は、別に定めるところによること
- (5) 広告掲出に伴う車体塗装は、いかなる場所においても行わないこと

(掲出する広告に関する交通安全上の基準)

**第5条** 掲出する広告の色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通の安全を阻害するおそれのあるときは、掲出することができない。

- (1) 周囲の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 発光、蛍光又は反射効果を有する材料を使用するもの
  - ウ 信号又は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
- (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 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 デザインがわかりづらい等、見る者の判断を迷わせるもの
  - ウ 絵柄や文字が過密であるもの

(掲出する広告に関する景観上の配慮による基準)

**第6条** 掲出する広告の審査にあたり、色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、景観を損なうおそれのあるときは、これを承認しないものとする。

- (1) 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用したもの
- (2) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
- (3) 意味なく、身体の一部(顔、手等)を強調するようなもの
- (4) 著しくデザイン性の劣るもの

(広告表示内容に関する個別の基準)

**第7条** 具体的な表示内容等については、次の各項目について検討し、判断することとする。判断した上で、内容の訂正・削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。広告主は正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

#### 1 人材募集広告

- (1) 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認めない。
- (2) 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。

#### 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：一か月で確実にマスターできる等

#### 3 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。」

#### 4 資格講座

- (1) 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せず、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」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せず、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や資金集めを目的としているものは掲出しない。
- (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こと。

#### 5 病院、診療所、助産所

- (1) 医療法第 69 条又は第 71 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) 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。
- (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。
- (7) 不明な点は、健康福祉部へ確認すること。

#### 6 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・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。
- (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）の広告は掲出できないため、業務内容の確認は必ず行うこと。
- (4) 不明な点は、健康福祉部へ確認すること。

#### 7 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）の 広告内容についての不明な点は健康政策部へ確認すること。

#### 8 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

広告内容について不明な点は健康福祉部へ確認すること。

#### 9 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) 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、誤解を招く表現を用いないこと。

イ 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。

ウ その他、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： 高知県事業受託事業者 等

- (2) 有料老人ホーム

(1) に規定するもののほか、

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、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 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。

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。

(4) 不明な点は地域福祉部へ確認すること。

## 10 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。

(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、取引条件の有効期限を明記すること。

(3) 「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

例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか 等

## 11 弁護士・税理士・公認会計士等

掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。

## 12 旅行業

(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。

(2) 不当表示に注意すること。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

## 13 通信販売業

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

## 14 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・助長するような表現（文言、写真）がないものであること。

(4) 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。

(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。

(7) 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掲出しない。

(8) 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。

## 15 映画・興業等

(1) 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のものは、掲出しない。

(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出しない。

(3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲出しない。

(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こと。

(5) ショッキングなデザインは使用しないこと。

(6) 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。

(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こと。

## 16 占い・運勢判断

- (1) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。
  - (2) 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
  - (3) 料金や販売について明示すること。
- 1 7 結婚相談所・交際紹介業
- (1) 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。
  - (2) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。
- 1 8 調査会社・探偵事務所等
- 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。
- 1 9 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織
- (1) 掲出内容は、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）するものは掲出しない。
- 2 0 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。」
- 2 1 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こと。  
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。
- 2 2 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
- 2 3 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うえ判断する。
- 2 4 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
- 本基準第2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出を認める。
- 2 5 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  
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こと。
  - (5) 肖像権・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) 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：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等