

神奈川新聞 広告掲載基準

神奈川新聞社
クロスメディア営業局

2018年11月1日

目 次

神奈川新聞広倫理綱領・神奈川新聞広掲載基準 <総則>	3
<細則>	
価格の表示について	5
臨時もの広告取り扱い規定	7
求人広告について	7
代理店・業務委託・副職・内職募集広告について	10
案内広告・小型臨時2段もの広告について.....	11
尋ね人広告について.....	12
謝罪・お詫び広告について.....	12
係争中の案件の広告について.....	13
出版広告について.....	13
通信教育広告について.....	17
金融広告について.....	17
懸賞・不当景品および不当表示について	19
クーポン広告について.....	20
学校・養成所・講習会広告について.....	21
意見広告について.....	22
会員募集広告について.....	22
医療・医業類似行為の広告について.....	23
医薬品・化粧品・医療機器・健康食品・健康器具の広告について	30
酒類の広告について	37
通信販売広告について	38
割賦販売・ローン提携販売・包括信用購入あっせん広告について	40
不動産広告について	42
有料老人ホーム、老人福祉施設等の広告について.....	53
墓地、納骨堂広告について	59
冠婚葬祭に関する広告について	60
宗教に関する広告について	60
政治に関する広告について	60
弁護士、司法書士等の広告について	65
風紀・風俗の取り扱い、結婚紹介関連について	67
古物業広告について	67
旅行業広告について	68
動物関連広告について	69
寄付金募集の広告表示について	70
アマチュア規定・無体財産の広告表示について	70
イベント等の告知広告について	71
その他の規定	71
原稿作成に關しての基準	72

神奈川新聞広告倫理綱領

神奈川新聞社は新聞広告の社会的使命を認識して、常に倫理の向上に努め、読者の信頼にこたえます。

- 一．新聞広告は、真実を伝えるものでなければならない。
- 一．新聞広告は、紙面の品位を損なうものであってはならない。
- 一．新聞広告は、関係諸法規を違反するものであってはならない。

神奈川新聞広告掲載基準

神奈川新聞広告倫理綱領に基づき、神奈川新聞広告掲載基準を設け、新聞広告の社会的使命を果たすために広告主、広告会社と共にこの基準を守り、新聞広告倫理の向上に努力する。

< 総 則 >

- 1. 神奈川新聞の広告は、虚偽、誤認のおそれのあるものを排し、読者の期待に応えるもの、地域の生活文化の発展と向上に寄与しなければならない。
- 2. 神奈川新聞の広告は、各関係法規に合致しなければならない。
- 3. 神奈川新聞の広告は、その主体、内容、表現が明確で、そのすべての責任を広告主が負うものでなければならない。
- 4. 次に該当する広告は掲載しない。
 - A. 責任の所在が不明確なもの。
 - B. 内容が不明確なもの。
 - C. 虚偽または誤認されるおそれのあるもの。
 - (a) 編集記事と紛らわしいもの。
 - (b) 統計、文献、専門用語などを引用して、実際のものより有利、または優位であるような表現のもの。
 - (c) 社会的に認められていない許認可、保証、賞または資格などを使用して権威づけようとするもの。
 - (d) 取引などに関し、表示すべき事項を明記せずに、実際の条件よりも有利であるようなもの。
 - D. 事実でないのに新聞社が広告主を支持、推奨あるいは保証しているかのような表現のもの
 - E. 比較、優位性を表現する場合、その条件の明示、確実な裏付けのないもの。
 - F. 投機、射幸心を著しくあおるもの。
 - G. 社会秩序を乱すおそれのあるもの。

- (a) 暴力、賭博、麻薬、売春などを肯定、美化したもの。
 - (b) 醜悪、残虐、猟奇的な不快感を与えるおそれのあるもの。
 - (c) 性に関する表現で、露骨、わいせつなもの。
 - (d) その他、風紀を乱し、犯罪を誘発するおそれのあるもの。
- H. 債権取り立て、示談引き受けをうたったもの。
- I. 非科学的で迷信に類するもので、読者を惑わせたり不安を与えるおそれのあるもの。
- J. 名誉毀損、プライバシーの侵害、業務妨害になるおそれのあるもの。
- K. 氏名、写真、談話および商標、著作物などを無断で使用したもの。
- L. 皇室、王室、内外の国歌、国旗などの尊厳を傷つけるおそれのあるもの。
- M. アマチュアスポーツ規定に反し、競技者や役員の氏名、写真などを無断で使用したもの。
- N. オリンピックや国際的な博覧会、大会などのマーク、標語などを無断で使用したもの。
- O. 詐欺的、不良商法とみなされるもの。
- P. 代理店募集、副業、内職、会員募集などで内容が不明確なもの。
- Q. 通信販売で連絡先、商品名、価格など内容が不明確なもの。
- R. 通信教育、講習会、塾、学校類似の名称を用いたもので実態、内容、施設が不明確なもの。
- S. 謝罪、釈明などの広告で広告主の掲載承諾書のないもの。
- T. 解雇広告で、次の項目に該当するもの。
- (a) 解雇証明書の添付のないもの。
 - (b) 解雇理由を記述したもの。
 - (c) 被解雇者の写真を使用したり、住所などを記載したもの。
- U. その他、本社が不相当と認めたもの。

< 細 則 >

【価格の表示について】

I. 価格表示は本体価格と消費税を合計した「総額表示（税込み表示）」を原則とし、特に説明がない場合は総額表示とする。サービス料や入湯税など付加料金が発生する場合はその旨および税率や付加料金を必ず明示する。

II. ただし、2021（平成 33）年 3 月末日までの時限措置として「消費税転嫁対策特別措置法」が施行されており、消費税については下記の表示をこの期限まで可とする。ただし、同法第 10 条第 2 項は、消費者の利便性に配慮する観点から、2021（平成 33）年 3 月 31 日までの間であっても、同特例により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならないと規定しているので、できるだけ総額表示を心掛ける。

1. 税抜価格（本体価格）を表示するもの

- 1,000 円（税込 1,080 円）… 税抜価格だけでなく必ず税込価格を表示する
- 1,000 円（税込 1,080 円）… 税込価格部分に網掛けや強調をする
- 1,000 円（税込 1,080 円）… 税込価格に下線を引く
- 1,000 円（税込 1,080 円）… 税込価格をやや小さく表示する

2. 税抜き価格（本体価格）のみを表示するもの

- 1,000 円（税抜）、1,000 円（税抜価格）、1,000 円（税別）
…表示価格が税抜きであることを明瞭に表記
- 1,000 円＋税、1,000 円＋消費税、1,000 円＋消費税 8 %
…表示価格に消費税を加算した価格が総額であることを明瞭に表記

3. 総額表示をして税抜き価格（本体価格）を併記するもの

- 1,080 円（本体 1,000 円）、1,080 円（本体価格 1,000 円）、
- 1,080 円（税抜 1,000 円）、1,080 円（税抜価格 1,000 円）、
- 1,080 円（税別価格 1,000 円）

III. 次のような消費税込み価格が明瞭でないものは表示できない

1. 税込み価格の文字の大きさが著しく小さいもの

- 1,000 円（税込 1,080 円）

2. 文字間、行間に問題のあるもの

1,000 円（税込 1,080 円）→税込価格の文字の幅を極端に狭くしたり長体にしたりしているなど

3. 背景と文字との対照性に問題があるもの

- 1,000 円（税込 1,080 円）→税込価格の文字を極端に薄くしているなど

IV. 消費税は消費者が支払う義務のある税であるため、消費税自体を広告主が負担しているとうたう下記のような表記は不可とする

(例) 消費税は当社(店)が負担しています／消費税還元／消費税〇%分値下げ／
増税分をキャッシュバック／消費税はいただきません／増税分はいただきません

V. 二重価格表示について

実売価格とそれよりも高い別の価格を併記したり、値引率を記載する「二重価格表示」は、架空のものであったり不正確なものは有利誤認の不当表示となるので、その場合は不可とする。

商品の同一性については銘柄、品質、規格などから見て同一と判断できるか否かによる。

衣料品についてなど色やサイズの違いがあっても同一の商品と判断できるものがあるのですがその場合は内容を明記して二重価格の表示ができる場合もある。また、「中古品」「キズもの」「個数限定」「期間限定」のように確たる値引きの理由がある場合、元価格が架空でない限り二重価格の表示ができる。

生鮮食料品についてはタイムサービスなど同一性が明らかな場合を除いて同一性の判断が困難なため、原則として二重価格表示は不可とする。

1. 過去の販売価格

「自店旧価格」「当社(店)通常価格」「セール前価格」などの価格表示は、当該小売業者が、当該商品と同一の商品を最近相当期間(過去8週間のうち4週間以上にわたり少なくとも2週間前まで)にわたって販売していた事実がある場合のみ、当該商品を「通常価格」「自店(社)価格」などの名称で元の価格を表記できる。

2. 希望小売価格

「メーカー希望小売価格」など当該商品について製造業者(メーカー)など小売業者以外の者が最近付した、あらかじめ公表されている価格は、カタログやホームページで証明でき、それが事実である場合のみ表示することができる。

3. 競争事業者の販売価格

「〇〇店販売価格」など当該小売事業者が自分の販売している地域内で競争関係にある特定の小売業者の販売価格は、当該競争事業者の名称を明示し、同一商品の最近時の価格で、事実である場合のみ表示できる。

4. 市場価格

「市価」「市場価格」「参考市場価格」などの価格表示は、当該小売事業者と競争関係にある当該広告掲載エリア内の事業者の相当数の者が、実際に販売している同一商品の最近時の価格を正確に調査し、それが事実である場合のみ表示できる。

5. 他の顧客向けの販売価格

「会員価格」「初回限定価格」「タイムセールス」「個数限定価格」など、同一商品で顧客の条件(顧客の購入時期を含む)に応じて販売価格が安くなっている場合、その価格とその他顧客向けの高い販売価格は表示できる。

6. 同一ではない商品との二重価格表示

「ボリュームディスカウント」「増量割引」「セット価格」などの場合、同一の事業者が単品も組み合わせ商品も同時に販売していれば、両者の違いを正確に表記する場合のみその価格を表示できる。

【臨時ものの広告取り扱い規定】

本社の広告について下記のことを「臨時ものの広告」とし、広告掲載料について「営業ものの広告」と別体系とする。

- I. 諸官庁、公共団体の公示事項
- II. 諸会社（商店）の設立、解散、閉鎖、合併、組織または社名の変更、増減資、決算、株式名義書換停止、株主総会招集、株金払込、登記などの公告
- III. 株券、手形、小切手などの紛失、盗難広告
- IV. 解雇および謝罪広告
- V. 尋ね人
- VI. 死亡広告・会葬御礼広告（黒枠広告）
- VII. 火災広告（出火お詫び）
- VIII. 人事募集（学校および各種学校による生徒募集はこの限りではない）
- IX. 代理店募集、出資者募集など
- X. 選挙広告（政党広告含む）、または選挙に関する広告など
- XI. 諸会社、各種団体、または個人の声明および告知広告（意見広告は事前協議による）
- XII. その他、当社が臨時ものの広告の内容と認めたもの

【求人広告について】

- I. 求人広告で次の規定に反するものは掲載できない。
 1. 雇用者（広告主）の名称は原則として正式名称で表示する。
 2. 雇用者（広告主）の所在地、電話番号を表示する。案内広告で6行以下の場合は電話番号のみの表示でもかまわないが、その場合は原稿欄外に所在地を記載する。
 3. 業種、職種を正確に明示する。ただし雇用者（広告主）の名称で明らかな場合はこの限りではない。
 4. 給与表示は社会的常識上妥当な額であり、雇用後に確実に支払われる金額である限り表示できる。社会通念を超える高額表示の場合は「給与支払念書」の提出を求め、内容を

審査する場合がある。また、給与の表示については年棒、月給、週給、日給、時給等の支給単位を明確にした上で、その表示は固定給がそのうちのいくらかわかるようにする。すなわち

「固定給〇〇円」

「固定給〇〇円＋歩合給」

「固定給〇〇円＋諸手当」

「固定給〇〇円＋歩合給＋諸手当」

の4通りのいずれかとし、あいまいな表示は避ける。

5. 歩合給、能力給、出来高払いなどの予想収入額は表示できない。ただし計算基礎金額の表示はできる。

6. 完全歩合制であるものはその旨を明示し、給与金額の表示はできない。また、雇用形態として「委託販売員」「臨時事務員」等の明示をし、正規の社員と誤認を受ける表示はできない。

7. 支度金、準備金、報奨金などの明示は、その制度があることにとどめ、具体的金額の表示はできない。また、海外研修制度についても、制度がある旨にとどめる。

8. 親会社、系列グループ名の表示はよいが、企業の概要説明については雇用者のみについてしか表示できない。

9. 賞与、退職金など将来の予想に関わるものを役職、金額で表示できない「昨年実績〇カ月」程度にとどめる。

10. 新規学卒者（中学、高校、短大、大学、大学院）の募集広告は、関係省庁の取り決めに従う。

11. 商品取引員の外務営業者の求人は商品取引所の承認番号、募集人員、研修期間を表示する。

12. 官公庁、公共団体とまぎらわしい名称の私企業は、応募者に誤認をされないよう注意する。

13. 研修費用、準備金等と称して多額のお金を要求し、就労しようという段階で事務所が消えているといった詐欺が横行しているため業種や職種が不明な求人はよく確認する。就労の前に研修費などが必要であったり、負担が自前であったりする場合は金額を明記し、雇用する側の負担か、される側の負担か、を明確にする。

II. 求人広告で次のものは掲載できない。

1. 有料、無料に関わらず、厚生労働大臣の許可のない職業紹介、仲介、委託募集のもの。
2. 人員整理で労働争議中のもの。
3. 満15歳未満の児童を労働者として募集するもので、行政官庁の許可のないもの。禁止されているもの。
4. 公序良俗に反する内容の求人広告。
5. 無許可の車持ち込み、自家用車の営業使用に関するもの。
6. 年齢制限のあるもの。ただし、法律に定められた例外規定に該当するもので、事前に「年齢制限表示確認書」を提出したものは除く。定年を明記する場合、65歳より早い場合は「希望者全員を65歳まで継続雇用する制度がある」旨を明記する。

Ⅲ. 「男女雇用機会均等法」に反するものは掲載できない。

1. 募集または採用にあたって、その対象から男女のいずれかを排除すること。
2. 募集または採用にあたっての条件を男女で異なるものとする。
3. 採用選考において、能力及び資質の有無等の判断方法や基準について男女で異なる取扱いをすること。
4. 募集または採用にあたって男女のいずれかを優先すること。
5. 求人の内容の説明等募集または採用に係る情報の提供について、男女で異なる取扱いをすること。
6. 以下の場合には適用除外とする。

(1) 業務の正常な遂行上、一方の性でなければならない場合。単に一方の性に適していると考えられる以下の職業等は適用除外となる。

①芸術・芸能の分野における表現上、一方の性に従事させる必要がある職業。

②警備員など防犯上の要請から男性に従事させる必要がある職業。

③宗教、風紀、スポーツ競技などの性質上、一方の性に従事させることについて、上記と同程度の必要性があると認められる職業。

(2) 労働基準法により、坑内労働、危険有害業務など女性の労働が制限、もしくは禁止されている職業・業務について、男性と同等の機会や取り扱いを与えることが困難だと認められる場合。

(3) 風習の違いにより女性が能力を発揮し難い海外での勤務など、特別の事情で女性に男性と同等の機会や取り扱いを与えることが困難だと認められる場合。

7. 表面上は差別と無関係に見えながら、次の事項のような実際は男女の一方の不利益につながっている規定や慣行は合理的な理由がない場合は「間接差別」として禁止、掲載できないものとする。

(1) 募集・採用にあたり、身長、体重または体力を要件とすること。

(2) 総合職の募集・採用にあたり、転居を伴う転勤に応じることができることを要件とすること。

(3) 昇進にあたり、転勤の経験があることを要件とすること。

Ⅳ. 結婚、養子縁組など求婚に関するものは掲載できない。ただし、結婚サービス業の営業案内にあたるものはこの限りではない（結婚サービス業については 65P 参照）。

Ⅴ. 解雇に関するもので次のものは掲載できない。また、掲載する場合も人権やプライバシーの侵害に当たらないよう細心の注意を払い、慎重に検討する。

1. 解雇の文言および解雇理由のあるもの
2. 被解雇者の写真、住所など個人情報や人権侵害に当たる内容
3. 解雇証明書のないもの

Ⅵ. 労働者派遣業法にともなう人事募集広告については、同法を厳守することを前提とする。次のものは掲載できない。

1. 医療業務（紹介予定派遣、出産・育児・介護休業の代替要員、僻地および社会福祉施設への派遣を除く）、建設業務、警備業務、港湾業務。

2. 労働契約が30日以内の短期の派遣（日雇派遣）。ただし以下のどちらか、もしくは両方の場合は適用除外とする。

(1) 禁止の例外として認められる業務

<input type="checkbox"/> ソフトウェア開発	<input type="checkbox"/> ファイリング	<input type="checkbox"/> 添乗	<input type="checkbox"/> 書籍等の制作・編集
<input type="checkbox"/> 機械設計	<input type="checkbox"/> 調査	<input type="checkbox"/> 受付・案内	<input type="checkbox"/> 広告デザイン
<input type="checkbox"/> 事務用機器操作	<input type="checkbox"/> 財務処理	<input type="checkbox"/> 研究開発	<input type="checkbox"/> OA-インストラクション
<input type="checkbox"/> 通訳、翻訳、速記	<input type="checkbox"/> 取引文書作成	<input type="checkbox"/> 事業の実施体制の 企画、立案	<input type="checkbox"/> セールスエンジニアの 営業、金融商品の営業
<input type="checkbox"/> 秘書	<input type="checkbox"/> デモンストレーション		

(2) 禁止の例外にあたる場合（働き始めるときに、派遣会社で、年齢を確認できるもの、学生証、収入を確認できる書類の提示などが必要になる）

(ア) 60歳以上の者
(イ) 雇用保険の適用を受けない学生(いわゆる「昼間学生」)
(ウ) 副業として従事する者(生業収入が500万円以上の者に限る。)
(エ) 主たる生計者以外の者(世帯収入が500万円以上の者に限る。)

VI. 「労働基準法」「職業安定法」に定められる、求人にあたっては「労働条件を明示しなければならない」という趣旨に基づき、I～IVを勘案の上、原則として以下の事項を表示する。掲載できない項目がある場合は協議の上、掲載可否を決定する。

1. 雇用者の名称、所在地、電話番号
2. 当該企業・団体の業種と、求職者が就業する職種もしくは仕事内容
3. 学歴、職歴、経験などの応募資格
4. 労働時間（特殊な時間帯勤務の場合はその旨）、交通費負担の有無と範囲、社会保険の有無、勤務地が雇用者の所在地と異なる場合はその勤務地、などの勤務条件
5. 給与・賃金および固定給・歩合給・手当・日給・時給などの内容
6. 正社員・契約社員・パート・アルバイトなどの雇用関係
7. 応募方法

【代理店・業務委託・副職・内職募集広告について】

I. 広告主の名称・所在地・電話番号を明記する。

II. 広告主の業務内容、取扱商品を明記する。

- Ⅲ. 資本（契約金、資本金、保証金、権利金、その他必要経費など）の具体的な金額や、店舗、設備などの必要の有無の表示のないものは掲載できない。
- Ⅳ. 代理店（特約店）については、契約書、商品説明などの提出のないものは掲載できない。
- Ⅴ. 商法上、適正でないものや、資金などを不当に集めるおそれのあるものは掲載できない。
- Ⅵ. 収入・収益などの予想金額は表示できない。
- Ⅶ. 薬品、食品などを取り扱うもので「医薬品医療機器等法（薬機法）」、「食品衛生法」、「食品表示法」、「健康増進法」に違反するものは掲載できない。
- Ⅷ. 危険物を取り扱うもので「消防法」等の法令に違反するものは掲載できない。
- Ⅸ. 業務委託、内職の場合はその旨を明瞭に表示する。また、社員になれる規定がないのに「幹部候補」「部長・部員」などあたかも将来社員になれるかのような表記はできない。
- Ⅹ. 業務委託、内職、下請けで広告主は本県および近接都県以外の遠隔地にあるものは原則として掲載しない。また、局留、私書箱などの所在地表示は認めない。
- X I. 買い取り制であるのにその表示のないものは掲載できない。
- X II. マルチ商法と思われるものは掲載できない。

【案内広告・小型臨時 2 段もの広告について】

- I. 案内広告は最低 2 行とする。
- II. 7 行以上の場合は連絡先だけでなく必ず所在地を広告中に明記する。6 行以下の場合には欄外に所在地を明記する。
- III. 連絡先は固定電話番号とし、携帯電話番号のみを表記する場合は欄外に固定電話番号を明記する。
- IV. 必要に応じて「理・美容」「パート」「求人」「土地家屋」「公告」「金融」「尋ね人」「広告申込所」「その他」などの柱を立てて分類する。

V. 書体は明朝のみとし、ゴシックは使用しない。

VI. 文字サイズは1倍（9級）を基本とし、1.5倍（13.4級）、2倍（17.9級）も使用できる。英数字・（）のみ半角使用可とする。

VII. 社組みで制作する小型臨時2段もの広告は、左右1.0cm（3行）、1.2cm（4行）、1.4cm（5行）、1.7cm（6行）、2.0cm（7行）の5種類のみとし、文字サイズは1倍（9級）～4倍（35.8級）、書体は明朝・ゴシックのみとする。

【尋ね人広告について】

I. 原則として広告主、尋ね人の双方の名を明記する。

II. 原稿の欄外に広告主の住所、氏名、続柄、電話番号を記入する。

III. 写真の掲載は安易に行わない。

IV. 原稿を受け付けるにあたっては「尋ね人広告掲載申込書」を記入の上提出してもらう。親族以外の尋ね人については原則として警察に届け出ている場合のみとする。個人情報保護の観点に立ち、慎重な配慮の上、掲載を決定する。親族や夫婦、親子であったとしても虐待行為から逃避している場合もあるため十分注意する。

【謝罪・お詫び広告について】

I. 訴訟によるものは、確定判決で裁判所から謝罪広告掲載の命令が出たものに限る。その場合は確定判決によるものであることを広告内に表示する。

II. 裁判所の判示や確定判決の是非を論じることは不可とする。

III. 民事執行法による代替執行の手続きにより広告掲載を命じられた者以外の者が広告を掲載する場合は、裁判所からの代替執行の許可者であることを確認の上、原則として代替執行の手続きによる広告である旨を明記する。

IV. 訴訟以外によるもので謝罪先が特定の団体・法人・個人に対する場合、謝罪先の承諾書ならびに広告主の実印のある承諾書を受理の上、掲載を可とする。

V. 不特定多数に対する謝罪・お詫びについては、謝罪・お詫びをする団体・法人・個人が広告主である場合のみとし、広告主に間違いなく掲載の意向がある場合に限る。

【係争中の案件の広告について】

I. 係争関係の広告は、係争中には原則として掲載しない。強い要請があった場合は営業・管理両部門による慎重に内容を検討する協議を行い、相当な理由があった場合のみこれを掲載可とする。その場合にも公正さを欠くことのないように十分留意する。

II. 労働争議の広告については労使双方とも一方的にそれぞれの主張を述べることはできないが、一般市民に対する告知またはお詫びといった形式である場合、掲載を可とする。労使双方が互いの了解の下に同日・同面・同一のスペースで並べて掲載する場合は可とする。

【出版広告について】

I. 市販の単行本、雑誌を対象とするもので、出版物自体の販売促進を目的としたものを「出版広告」とする。原則として日本出版販売、トーハン等の出版取次会社を通して書店で販売され、ISBN コードおよび ISSN コードのある日本図書コードに則ったものに限る。

II. 医療の分野など法令にかかわるもの、宗教関連などについては内容をよく吟味し、出版広告の体裁をとっていながら講演会など各種会合・団体への入会の勧誘、物品の購入などに直接結び付けそれを広告の主目的とする、いわゆる「バイブル本」は不可とする。

III. 選挙立候補予定者の著作物を広告する場合は公職選挙法に十分留意し、広告掲載が投票依頼の行為とならないよう注意する。

IV. 出版物の内容に関係のない画像・イラスト・キャッチコピー等は原則使用不可。また、著作権のある画像・イラスト、商標登録のある商品名の2次使用となるような表記・体裁は無断使用とならないよう注意する。

V. 性に関する表現で露骨、わいせつなもの、残虐・猟奇的なものなど公序良俗に反するものは不可。

VI. 言論の自由があるとはいえ、差別問題に関係するもの、他者を誹謗中傷するものは内容、体裁ともよく吟味し、差別を助長したり人権を侵害したりすることにならないよう十分配慮する。判断によっては掲載しない場合もある。

VII. 1面の規格広告

1. 3段八つ割

(1)内容

- ①取次会社を通じ市販され、書籍コード (ISBN) のついた書籍広告に限る。
- ②原稿内での雑誌の併載は原稿スペース 1/3 を限度として認める。

③一つの原稿に異なる2社以上の出版社を入れることは不可。ただし、発行元と発売元が異なる場合は可とする。

④書名、税込定価・予価、著者名、出版社の社名・所在地・連絡先を明記する。

⑤映画会・講演会などの催事、懸賞などの告知の掲載は当該出版物との関係の有無にかかわらず原則不可。当該出版物を原作としたTV・Web番組、映画、舞台および当該出版物が紹介されたもしくは紹介予定のTV・Web番組等については内容・スペースを吟味した上で可とする場合がある。

⑥原稿内に資料請求券、クーポンに類するものを入れることは不可。

⑦ホームページのアドレスについては、広告主となる出版社のアドレスに限定、文字サイズを1倍(9級)までとし、「ホームページのご案内」などの表示も含め、横書き天地2行までとする。

⑧洋書など外国語による出版物であっても、すべて外国語による広告は掲載不可。日本語で、読者が内容についてわかる程度の記載をする。

⑨性に関するものは学術的なものも含め、原則不可とする。

(2)体裁

①文字

A. 使用文字は以下の新聞文字に限る。

明朝体(1倍～5倍=9級～44.7級)

※ ただし1文字の出版物名に限り5.5倍=50級まで可。

ゴシック体(1倍～3倍=9級～26.8級)

※ ただし1文字の出版物名に限り4倍=35.8級まで可。

いずれも正体のみとし、長体・平体を不可とする。

B. ロゴ(社章ほか)、絵文字、花文字、白ヌキ文字、書き文字、スクリーン版、写真などの使用は不可。

C. 白ヌキ数字は1箇所のみ使用する場合は1倍～1.5倍=9級～13.4級とし、複数個所で使用する場合は1倍(9級)とする。

D. ○☆□などの記号を使用する場合は1倍～2倍=9級～17.9級とする。縦、横に2個以上連続しての使用など、過度な意匠化と判断されるものは不可。ただし出版物名に使用される場合はこの限りとししない。

E. 電話、フリーダイヤル、郵便番号、登録商標、商標、著作権表示のマークは1倍(9級)のみ使用可。

F. 極端な文字の詰め打ちは不可。

②ケイ

A. 囲み枠は2分子持ちケイとする。

B. 原稿の中で使用するケイは2分(1mm)までとする。ただしカスミケイ・三柱ケイは全角使用可。カザリケイ(花ケイ)は使用不可。

③レイアウト

A. 書名は他より大きく扱い、単独で表記する。

B. 文字、ケイなどは極端に意匠化してレイアウトするのは不可。

- C. 斜め組み（チドリ）は2文字に限り使用可。
- D. 日本語の文字の横転、逆転、反転は著者によって意図された書名でない限り不可。
- E. 文字を1文字ずつケイで囲むのは不可。
- F. 書名全体、説明文などを囲む場合、丸囲みなど四角形以外の形に囲むのは不可。

④欧文

A. 欧文の入った書名などは横組みを原則とするが、収まらない場合は判断によって縦組みも可とする。

B. 文字は新聞文字として使用する書体に準じる。

⑤用語など

A. 書名・著者名・固有名詞・専門用語以外の漢字は原則として常用漢字を使用する。

B. 文語体の場合以外は原則として現代かなづかいとする。

C. その他、読者が誤認、混乱することのないよう平易な用字・用語を原則とする。

2. 3段六つ割

(1)内容

①取次会社を通じ市販され、雑誌コードのついた定期刊行物を限定とする。ムック、単行本も可。

②一つの原稿に異なる2社以上の出版社を入れることは不可。ただし、発行元と発売元が異なる場合は可とする。

③書名、税込定価・予価、著者名、出版社の社名・所在地・連絡先を明記する。

④映画会・講演会などの催事、懸賞などの告知の掲載は当該出版物との関係の有無にかかわらず原則不可。当該出版物を原作としたTV・Web番組、映画、舞台および当該出版物が紹介されたもしくは紹介予定のTV・Web番組等については内容・スペースを吟味した上で可とする場合がある。

⑤原稿内に資料請求券、クーポンに類するものを入れることは不可。

⑥ホームページのアドレスについては、広告主となる出版社のアドレスに限定、文字サイズを1倍(9級)までとし、「ホームページのご案内」などの表示も含め、横書き天地2行までとする。

⑦外国語による出版物であっても、すべて外国語による広告は掲載不可。日本語で、読者が内容についてわかる程度の記載をする。

⑧映像や音楽を伴う出版物（CD・DVD・ブルーレイ・ビデオなど）については取次会社を通じて市販されていれば可とする。

⑨性に関するものは学術的なものも含め、原則不可とする。

(2)体裁

①文字

A. 雑誌名(題字)のみについては白ヌキ文字、袋文字を含めたロゴタイプの使用可。ただし著しくイラスト化されたもの、イラストと一体となり題字ロゴを形成しているものは不可。雑誌名以外は新聞文字の使用を原則とする。

B. 雑誌名を含め、文字の大きさは1倍～10倍＝9級～90級とし、1字の雑誌名に

限り11倍＝100級まで可とする。

C. スクリーン版、写真のほかイラストなどの使用は不可。

D. 白ヌキ数字は1カ所のみ使用する場合は1倍～1.5倍＝9級～13.4級とし、複数箇所で使用する場合は1倍(9級)とする。

E. ○☆□などの記号を使用する場合は1倍～2倍＝9級～17.9級とする。縦、横に2個以上連続しての使用など、過度な意匠化と判断されるものは不可。ただし出版物名に使用される場合はこの限りとしなない。

F. 電話、フリーダイヤル、郵便番号〒、登録商標、商標、著作権表示のマークは1倍(9級)のみ使用可。

G. 極端な文字の詰め打ちは不可。

②ケイ

A. 囲み枠は2分無双ケイとする。

B. 原稿の中で使用するケイは2分(1mm)および全角とする。カザリケイ(花ケイ)は使用不可。

③レイアウト

A. 雑誌名・書名は他より大きく扱い、単独で表記する。

B. 文字、ケイなどは極端に意匠化してレイアウトするのは不可。

C. 斜め組み(チドリ)は2文字に限り使用可。

D. 日本語の文字の横転、逆転、反転は著者によって意図された書名でない限り不可。

E. 文字を1文字ずつケイで囲むのは不可。

F. 書名全体、説明文などを囲む場合、丸囲みなど四角形以外の形に囲むのは不可。

④欧文

A. 欧文の入った雑誌名・書名などは横組みを原則とするが、収まらない場合は判断によって縦組みも可とする。

B. 文字は記事で使用する書体に準じる。

⑤用語など

A. 書名・著者名・固有名詞・専門用語以外の漢字は原則として常用漢字を使用する。

B. 文語体の場合以外は原則として現代かなづかいとする。

C. その他、読者が誤認、混乱することのないよう平易な用字・用語を原則とする。

3. 定型規格以外の出版広告

(1)内容

①取次会社を通じ市販され、書籍コード(ISBN)、雑誌コードのついた出版物を原則とする。

②書名、税込定価(予価)、著者名、出版社の社名・所在地・連絡先を明記する。

③映画、講演会などの催事、懸賞などの告知の掲載、自費出版の勧誘などの営業案内などは当該出版物との関係の有無にかかわらず原則不可。出版物が当該広告の主体であることを前提とした上で、小スペースであったり文字級数が書名・雑誌名より小さいなど、判断によっては非出版物の内容も可とする。

④外国語による出版物であっても、すべて外国語による広告は掲載不可。日本語で、読

者が内容についてわかる程度の記載をする。

⑤映像や音楽を伴う出版物（CD・DVD・ブルーレイ・ビデオなど）については取次会社を通じて市販されているものは、判断により出版広告として扱う。

【通信教育広告について】

I. 当該通信教育を修了することによって高収入や具体的な収入額を保証したり就職を保証したりするもの、また、射幸心をあおるものは不可。修了によって得る資格は認定・認可団体を明確にし、国家資格や国家試験受験を前提とする場合はその旨を明記する。

II. 1面の規格広告として3段六つ割のスペースの使用を可とし、雑誌・書籍の3段六つ割との混在を可とする。その場合は出版広告の3段六つ割と掲載基準を同等とする。

【金融広告について】

I. 貸金業の広告

貸し金広告は知事に届出し承認をされた正規の貸金業者で、日本貸金業協会の会員者に限る。

1. 表示内容について

(1) 「貸付条件等の表示」については以下の①～⑤の事項を「明瞭かつ正確」に表示する。

① 貸金業法第15条及び施行規則で定める事項

A. 貸金業者の商号、名称又は氏名及び登録番号

商号の表示にあつては、株式会社を「(株)」、有限会社を「(有)」と省略して表示することを妨げない。

B. 貸付けの利率

貸金業法第14条第1項に規定するもの。当該貸付けの種類における年率を百分率で少なくとも小数点以下1位まで表示し、また上限の利率を表示する。なお、実質年率と表示しても差し支えないものとする。

C. 返済の方式並びに返済期間及び返済回数

「返済の方式」については、一括返済方式、元利均等返済方式、元金均等返済方式、定率リボルビング方式、定額リボルビング方式、自由返済方式およびその他の方式の別を表示する。

「返済期間」および「返済回数」については、返済の方式に応じてこれを表示する。

D. 賠償額の予定(違約金を含む。以下同じ)に関する定めをする場合における当該賠償額の元本に対する割合。

その年率を、百分率で少なくとも小数点以下1位まで表示したものに限る。

「賠償額」の表示において、期限前償還の違約金の定めがあるときはこれを別記する。

「賠償額」の割合の表示において、遅延損害金の割合が貸付利率と同率であり、かつ、資金需要者等の誤解を招くおそれがない場合は、「同率」と表示することを妨げない。

E. 担保を供することが必要な場合における当該担保に関する事項

「担保に関する事項」については、主な担保の種類および保証人の要否を表示する。

F. ホームページ又は電子メールアドレスを表示する際は、貸金業者登録簿に登録されたものを表示し、また、同登録簿に登録された電話番号も併せて表示する。

② 貸金業協会審査承認番号

③ 協会員番号

④ 貸金業協会マーク

⑤ 日本貸金業協会指定する商品の内容、契約、債務の返済等を含めた貸金業務全般の相談及び苦情窓口（掲載の際は罫線で囲む）

（2）前項で定める事項を表示するにあたっては、次の事項に留意する。

① 前項①～③および⑤の表示に際しては、文字級数を9級以上とする。

② 前項②の「貸金業協会審査承認番号」を表示する際は「日金協審査承認番号 000000」（番号は6桁）と表示するものとするが、広告スペースの関係等やむを得ない理由がある場合は「日金協承認000000」と省略しても差し支えないものとする。

③ 前項③の「協会員番号」を表示する際は、「日本貸金業協会会員 第 000000 号」（番号は6桁）と表示するものとするが、広告スペースの関係等やむを得ない理由がある場合は、「日金協000000」と省略しても差し支えないものとする。

④ 前項④の貸金業協会マークを表示する際は、視認性が確保される程度の大きさとして、縦4mm×横4mm以上とする。

⑤ 前項⑤の「協会で指定する商品の内容、契約、債務の返済等を含めた貸金業務全般の相談及び苦情窓口」の表示の記載例としては以下のとおりであるが、全ての記載要件を満たす場合は、このレイアウトに限定するものではない。

〈記載例〉※ 視認性の確保のため罫線で囲む

返済等でお悩みの方は

日本貸金業協会貸金業相談・紛争解決センター

0570-051-051

（受付時間9:00～17:30 休：土、日、祝日、年末年始）

⑥ 広告スペースが全1段相当以下の面積である広告（※1）又は雑報広告（突き出し広告、記事広告等を含む。）（※2）を出稿するにあたっては、前項②～⑤までの事項の表示は任意とする。

※1. 「広告スペースが全1段相当以下の面積である広告」とは、原稿のサイズが天地×左右で12160mm²以下のものとする。（新聞紙全1段の面積が基準）

※2. 雑報広告（突き出し広告、記事広告等を含む）とは、※1の基準を流用し、原稿のサイズが、天地×左右で12160mm²より大きければ、雑報広告とはみなさない。

（3）「啓発文言」については、過剰借入れへの注意喚起を目的とし、以下の事項に掲げる事項につき啓発文言を文字級数9級以上で表示し、この事項を踏まえた例を示す。

① 貸付条件の確認

② 使い過ぎ、借り過ぎへの注意

③ 計画的な借入れ

<文言例>「貸付条件の確認をし、借り過ぎに注意しましょう」

(4) その他、資金需要者等の利益を保護するために必要な表示事項

①審査を行う旨

②貸付の種類ごとの限度額

③礼金、割引金、手数料、調査料等の費用を請求する場合は、その名称

④「無人契約受付機」「無人契約機」「無人コーナー」等の広告を表示する場合は、「自動契約機」と併記し、自動契約機も店頭と同様の審査を行っている旨

⑤不動産担保金融等の場合、手数料(事務手数料、融資手数料等)および期限前償還の違約金を徴収する場合は、その旨および利率

⑥返済例を表示する場合は、貸付の利率の上限の率で計算した場合の返済例(貸付金額は10万円以上とし、期間については1カ月を基準とする)

2. 表現内容については、以下の事項に留意する。また、誇大広告や事実に基づかない不適切な表現を記載した広告とならないよう貸金業法および日本貸金業協会の定める「広告審査に係る審査基準」、また、不当景品類及び不当表示防止法等の法令を順守する。

(1) 安易な借入れを助長する表現、またはその疑いのある表現を排除すること。

(2) 比較広告を行わないこと。

(3) ホームページアドレスを表示する場合、当該ホームページ内に前項に規定する啓発文言の表示があること。また、当該ホームページ内に返済シミュレーションを備えること。

3. スポーツ面の内、公営競技の面には掲出できない。

4. 恩給証書、定期預金、積立貯金、相互掛金、クーポン券、クレジットカードなどを買取り、または担保とする貸し金広告はできない。

5. 回収不可能に近い売掛金、貸し金、不渡手形などの取り立て、回収、精算引き受けなど債権取立業の広告は一切掲載しない。また、これらを担保とする貸し金広告も同様とする。

II. 質店の広告で県公安委員会の「質屋営業」の許可(営業所ごとに許可)のないものは掲載できない。

III. 古物商の広告で県公安委員会の「古物商営業」の許可(営業所ごとに許可)のないものは掲載できない(66P参照)。

【懸賞・不当景品および不当表示について】

I. 「〇〇円以上お買い上げの方に抽選で●●が当たる」など、個々の店舗・企業等が行なう、商品・サービスの購入者・入店者(取引に付随)を対象とした、懸賞による景品類の提供は「一般懸賞」と言い、取引価額が5000円未満の場合は取引価額の20倍、5000円以

上の場合は10万円を提供される景品類の最高額とする。それらの総額の最高限度額は売上予定総額の2%とする。

II. 「※※商店街で年末セール期間中に△△円以上お買い上げの方に抽選で▲▲をプレゼント」など、商店街や商店組合などが共同で時期を限って行う、商品・サービスの購入者・入店者（取引に付随）を対象とした、懸賞による景品類の提供は「共同懸賞」と言い、景品類の最高額は30万円とする。その総額の最高限度額は売上予定総額の3%とする。

III. 「□□円以上お買い上げの方にもれなく■■を進呈」など懸賞によらず、全員もしくは先着順に提供される景品類は「総付け景品」と言い、取引価額が1000円未満の場合は200円、取引価額が1000円以上の場合は取引価額の10分の2、を提供される景品の最高額とする。

IV. 各業界の公正競争規約で景品類の最高額、提供方法について特にI～IIIの額より低い額を設けている場合はそちらを優先する。

V. 以上の場合の「懸賞」とは「くじ」「抽選券」「判別できない状態にして一部の商品に景品類を添付するもの」「じゃんけん、宝探し等による方法」「応募や何かの募集・競技の優劣・正誤によって定める方法」とする。

VI. 以上の場合の「景品類」は、医薬品は不可とし、賞状や表彰楯のような「物品や金銭その他の経済上の利益」と認められないものは含まない。

VII. 新聞業における景品類の提供の制限

1. 「本紙を持参の方に、○○を差し上げます、××%値引きします、△△の査定をアップします」等の表記は、「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」に基づく「新聞業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」に違反する利益供与にあたる場合が多い。これらの文言は原則として広告中に記載しない。

2. 提供するサービスが購読料6カ月分の8%（＝1530円）以内であれば新聞公正取引協議会に事前申請し認可の上、可とする。

3. 割引、見本等請求、資料の請求の場合は、クーポン広告（クーポン券の体裁のものが入った広告）にすれば可。

【クーポン広告について】

I. 内容は①割引券②見本（等）請求券③資料請求券一の3種類のみ。これ以外はクーポン券には当たらない。クーポン広告に当たらないもので、これに類似するものは内容を吟味の上、「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」、「新聞業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」に抵触しないものに関してのみ掲載を可とする。

Ⅱ. クーポン券は当該広告の一部（最大でも広告体裁の半分未満）を切り取って使用するもので、広告との境界を点線にする、ハサミのマークを入れる、「切り取り」「キリトリ」の文言を入れる、など切り取って使用することがわかる体裁にし、切り取って独立した状態で、どこがどういうサービスを提供するのかを分かるようにする。掲載紙全体や広告全体を提示することや掲載紙名を告知することを前提としない。

Ⅲ. 広告中に「新聞読者限定」「この広告をごらんの方に」とするような文面を記載して見本や資料を提供したり、割引をしたりしない。その場合は必ずクーポン広告の形式にする。

【学校・養成所・講習会広告について】

Ⅰ. 小学校、中学校、高等学校、大学、高等専門学校、盲学校、ろう学校、養護学校、幼稚園、専修学校、各種学校の広告は学校教育法による設置の認可を受けたものの名称は認可に基づく表示とする。申請中または申請予定のものは必ずその旨明記する。

Ⅱ. いわゆる「サポート校」など、学校教育法に定める学校でないものは、「在籍高等学校の卒業をサポートする」「高等学校卒業程度認定（高卒認定、高卒程度認定）試験の資格取得を目指す」など事実に基づいた教育内容を明記する。

Ⅲ. 外国大学の日本校など外国の教育機関の日本校は日本の教育機関と同等の資格が取得できると誤認させる表記はできない。日本の法令に定める教育機関でないことを明記する。また、本国の大学等への進学や編入、本国に限り得られる資格について表記する場合はその条件を明記する。当該教育機関を卒業・修了したものが日本の大学等への転編入の資格を得られる場合は事実に基づきその旨表記できる。

Ⅳ. 通信教育、講習会、塾、養成所などの広告で、その実態、内容（受講費用、受講期間、教育システム、資格授与、教師陣など）、施設の所在の有無が明確でないものや、不適当と判断されるものは掲載できない。

Ⅴ. 教育内容が主体になっていないものや、副収入を過大に期待させるものは掲載できない。その教育コースを修了することや資格を得ることにより「月額〇〇円以上稼げる」「平均●●円の副収入も」など具体的な収入額を広告内に表記することはできない

Ⅵ. 将来の社会的地位、資格、合格、就職を保証する、あるいは必要以上に誇張する表示はできない。

Ⅶ. 公的資格でもないのにあたかも公的であるような表現はできない。資格取得をうたう場合、国家資格なら「国家資格」、民間資格なら「NPO法人〇〇協議会認定」など、資格を認定する団体を明確にする。資格取得試験の受験で合格することが前提の場合はその旨

明記する。

VIII. 臨時の講習会、教室、テストなどは、主催者、費用、開催日などを表示することとし、募集要項を明記すること。

IX. タレントなどの養成所の募集はタレントの募集と誤認させる表記はできない。養成所を修了した者にタレント活動を保証する、メディアへの出演が可能となるとするなどの表記は不可とする。メディア出演の紹介・仲介・斡旋を職業紹介業としての許可なく表記はできない。

X. 自動車教習所の広告で、教習コースや期間、時間によって料金が異なる場合、その旨明瞭に表記する。途中解約時の払い戻しの有無、送迎がある場合の経路および料金の有無も表記する。「合宿」「短期集中」等、宿泊を伴う場合は①教習期間と宿泊日数②教習所までの交通費が料金に含まれるか否か③宿泊施設の名称・所在地・連絡先・1室あたりの利用人数・設備概要を明記する。

【意見広告について】

意見広告は政党や企業、各種公共団体、一般団体、個人が自己の政策や見解など主義主張を宣伝するもので、次の条件を満たしたものに限り、広告中に意見広告である旨を明記する。

- I. 内容が事実であり、資料などを使用する場合は出典が明確であるもの。
- II. 一方的に他を誹謗中傷しないもの。プライバシーの侵害や差別を助長するような人権侵害をしないもの。
- III. 目的が明確のもの。
- IV. 品位を損なわず良識のあるもの。
- V. 広告主の名称、代表者、住所、連絡先（原則として携帯電話の番号のみは不可）などが明確なもの。
- VI. 団体、企業、性格、内容がはっきりしているもの。
- VII. 掲載前に神奈川新聞社と協議の上、本社の倫理に沿ったもの。
- VIII. 紛争中の当事者の意見でないもの。ただし公共性の高いものは本社の判断により可とする場合もある。

【会員募集広告について】

- I. 次の事項を明記する。
 1. 広告主および募集する会の名称
 2. 広告主および会の所在地

3. 広告主および会の連絡先
4. 入会金の有無。入会金が必要な場合はその額
5. 会費の有無。会費が必要な場合はその額と月額、年額、一括払い等の支払い方法
6. 保証金、テキスト代等、その他必要な場合はその旨と額
7. 入会金、会費等料金の支払いが発生する場合、途中解約時の払い戻しの有無
8. 入会条件の有無。条件がある場合は必要条件
9. 会員特典

II. ゴルフ会員権の販売、売買仲介について

ゴルフ会員権販売および売買仲介の広告には次の表示をする。ゴルフ場以外のテニス場、スポーツジム、会員制リゾートクラブ等の施設の会員権についてもゴルフ場に準ずる。

1. 広告主名、所在地
2. クラブ（施設）名、所在地
3. 売買の別と仲介の場合はその旨
4. 販売会員数および総会員数
5. 会員の種別とそれぞれの権利の内容
6. 入会時に必要な料金とその内訳
7. 預託金を必要とする場合の据置期間と期間経過後の措置
8. 会員権の譲渡の可否および制限
9. 施設の規模
10. オープン（予定）年月（部分的オープンの場合その内容も）
11. 利用制限等の制約事項がある場合その内容

III. 次のものは掲載できない。

1. 会の責任者、実態、目的、内容などが不明確なもの。
2. ゴルフ場、テニス場などの会員募集で全用地が確保されていないもの、関係法令の手続き・許可がされていないもの（ゴルフ場およびゴルフ場を含む複合施設の場合は経済産業大臣等の主務大臣への届出が必要）、建設・造成中で工事計画・会員募集計画が妥当でないもの、投機をあおるもの。
3. ゴルフ場オープン前の会員権売買仲介。
4. 主催者・募集法人が外国に存し、国内に下部組織・法人がないもの。
5. その他、関係法令に抵触するもの。

【医療・医業類似行為の広告について】

病院等の医療機関の広告は「医療法」に基づく「医療広告ガイドライン」を順守する。

医療に関する広告はもともと利用者保護の観点から原則として禁止されてきたものである。それは「人の生命・身体にかかわるサービスである」からであり、不当な広告によって誘引され不適当なサービスを受けた場合の人的被害が他の分野に比べて著しく、また、

きわめて専門性の高いサービスであることから事前にサービスの質について判断することが困難であるという考え方による。

したがって、現在広告事項として認められたものに関しても患者等に正確な情報が提供されなければならない、客観性・正確性を確保しうるもののみ（＝ポジティブリスト方式）、というのが「医療広告ガイドライン」の趣旨となっているため、そこに定められた表示事項はかなり限定的であるということを念頭に置いて広告原稿の制作にあたる必要がある。

以下、特に注意すべき点を列挙する。

I. 行政に審査をゆだねないと判断が難しい場合は、政令市内のときは市の当該部署もしくは保健所、その他の市町村のときは保健所もしくは県の当該部署に持ち込み、アドバイスを求める（「医療広告ガイドライン」には「各都道府県等において、法や本指針に抵触しないか否かを確認し、違反していると判断できる広告については、広告を行う者に対して必要な指導等を行う」とあり、あくまで法律にのっとった指導は自治体の責務であるとしている）。

II. 罰則

違反による是正命令・中止命令に従わなかった場合、「6月以下の懲役又は30万円以下の罰金」「(当該)病院又は診療所の開設の許可の取り消し、又は開設者に対し、期間を定めて、その閉鎖を命ずる」という罰則が存在する。是正命令・中止命令の対象は違反実施者（広告を行う者＝当該個人、病院・診療所の開設者または管理者、広告代理店・媒体の代表のすべて）であり、命令または刑事告発等が実施された場合、原則として事例が公表されることとなっている。広告主である医療機関だけでなく、広告会社、媒体も社会的な責めを負うので注意を要する。

III. 医療を受けた患者の体験談・手記、有名人や識者による推奨等は、他の医療機関に対する優位性の保証にあたるので不可。ただし、その病院の患者ではない芸能人等が病院のイメージキャラクターとして広告中に登場したり、誰がどう見ても動かしがたい客観的説明を行ったりする場合はこの限りではない。

IV. 診療科名は以下のものは認められない。

1. 以前認められていたものが認められなくなったもの[2008（平成20）年4月1日以降]
「神経科」「呼吸器科」「循環器科」「消化器科」「胃腸科」「皮膚泌尿器科」「性病科」「こう門科」「気管食道科」

2. 法令に根拠のないもの
「女性科」「老年科」「化学療法科」「疼痛緩和科」「ペインクリニック科」「糖尿病科」「性感感染症科」「インプラント科」「審美歯科」

3. 不適切な組み合わせによるもの
「整形内科」「心療外科」「老年小児科」「心臓泌尿器科」「小児産婦人科」「循環器眼科」「消化器耳鼻いんこう科」など

V. 麻酔科についての特記事項

「麻酔科」を標榜する場合は、当該診療に従事する医師が厚生労働大臣の許可を得ていないと広告できない。「麻酔科」を診療科名として広告するときには許可を受けた医師の氏名を併せて広告しなければならない。

表示例) 麻酔科 (担当医師: 神奈川太郎)

VI. 専門外来については標榜診療科名と誤認を与える事項なので原則として広告は不可。但し保険診療や健康診断等の広告可能な範囲であれば、「糖尿病」「花粉症」「乳腺検査」等の特定の治療や検査を外来の患者に実施する旨の広告は可能。その場合、標榜診療科名と誤認を与えないよう診療科名との列記は避ける。(29P「図表」参照)

VII. 「厚生労働省によって認められた」「神奈川県で認可を受けた」などの表記は、医療機関なら自治体等の認可が当然であり、これをあえてうたうとあたかも国や自治体によって特別に認められた機関・施設と誤認されるので不可とする。

VIII. 電話番号などで語呂合わせによる表記は適切なものに限る。原則として不可とする。(29P「図表」参照)

例1) 045(471)7070(オシッコしない、なおるなおる)→泌尿器診療の保証にかかわる恐れもあるので不可とする。

例2) ×××(830)4649(ヤザワ、ヨロシク)→品位を損ねる内容にあたりかねない。「矢澤病院」などの特定医療機関の固有名詞を表現しているだけという場合であっても他機関に対する優位性に基づく不当な誘引にあたりかねない。

IX. キャッチコピー等は客観性に欠けるものが多いため不可となるものが多く、十分注意する。(29P「図表」参照)

例1) 最新式の高度な医療、先進医療

→何をもって「最新」「高度」「先進」とするのか根拠がない。客観的事実であることを証明できない。

例2) キリスト教主義にのっとった博愛の医療

→「キリスト教主義」「博愛」の概念が主観的で曖昧。

例3) アンチエイジング

→診療科名としても、診療内容としても認められていないものなので、この用語自体が使用できない。特に美容を扱う分野で一般によく使われているが、厚生労働省は認めていない用語。

※ 当該医療機関が発行・発信するあらゆるパンフレット、WEB情報、看板、広告等にその医療機関が定める「理念」等として固定化された文言で掲げられる場合は「理念」等と表示した上で認められるケースもある。ただしそれは一言一句改変してはならない。

X. パースやイラストをもって当該施設や建物、医療行為の説明を表現することはできない。施設が未完成の場合にのみ、最新のパースで「完成予想図」と明記して使用。(29P「図

表」参照)

例1) 病棟は完成しているものの、仮設の建設事務所などが写っている写真で、掲載される段階ではそれが撤去され駐車場や植え込みになっている。

→事実と異なるので不可。

例2) 抽象化されたイラストによる施設や医療機器等の掲示は不可。

X I. 医療関連の記事の下に、関連する診療分野の病院の広告を入れると、記事がその広告の病院への不当な誘引手段にあたり医療法に抵触する場合があるので注意する。医療機関の紹介記事の下、あるいは周辺に当該医療機関の広告を入れるのは不可。(29P「図表」参照)

※ 医療関連機関等を取り上げた記事下に医療機器会社が竣工祝いや付き合い等の意味あいで名刺広告を出す(営業広告は、一般消費者向けでない医療機器の営業広告自体が薬事法で禁止されている)のは、公正取引委員会が認可する医療機器業公正取引協議会の規約によって禁止されている。

X II. 医師の写真は広告掲載時の現状と異なるようなものは使用できない。現在の風貌と異なる過去の写真は不可。

→直近のものでなければならない。

X III. 医療機関の名称は自治体等に届け出て認可されたものでなければならない。開設予定で、認可が下りていない段階では「〇〇病院(申請中)」もしくは「△△病院(予定)」等とする。(29P「図表」参照)

X IV. 「センター」という名称はその地域における中核的役割を担う場合にのみ認可される名称なので、医療機関内に設置される「□□センター」なる部門および施設は、自治体に認可されていない場合、この名称で広告中に使用することはできない。(29P「図表」参照)

また、「駐車場完備」など、何をもって「完備」とするかは主観の問題なので不可(29P「図表」参照)。必ず「駐車場(××台分)有り」のような表記とし、無料なら無料と明記、有料なら金額を明記する。

X V. かつて存在した医療機器の写真に「現在は同機種の新しいバージョンのものを使用」などと表記すると、現在は使われていない、事実と異なるものを紹介していることになるので不可。

実際に使われている医療機器の写真を掲載することは可能だが、医療機器が特定可能となる販売名や型式番号は明示しない。販売名、型式番号を表記すると一般人を対象にする医療用医療機器の広告になってしまうため医薬品医療機器等法(薬機法)違反となる(薬機法は、一般人を対象としない医療機関専門の医療機器を広告してはならないと規定している)。

X VI. 医師の専門性に関する資格名を表記する際には、「医師〇〇〇〇(△△学会認定□□専門医)」のような正確な表記にしなければならない。

略歴に表記されるものは社会的な評価を受けている客観的事実でその正否について容易に確認できるものであり、研修のような実施主体や内容があいまいなものは広告内に表記してはならない。

XVII. 「インプラント治療」など自由診療のものは保険が適用されないので「自由診療」と明示した上で標準費用を併記する。「〇〇円～」のように下限だけ記載して上限を記載しないのは標準費用の明示とはいえないので不可。「〇〇円～●●円」または「約〇〇円程度」のような表記とする。

XVIII. 医業類似行為について

1. 法律に基づく医業に関する広告

(1) 法律に基づく「医業」とは「医師法」および「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（あはき法）」、「柔道整復師法」に規定されるものをいい、国家資格を有する。医師以外の国家資格を有する医業とは次のものをいい、行う行為は「施術」とする（「治療」「診療」の文言は使用不可）。

①あん摩マッサージ指圧師

②はり師

③きゅう師

④柔道整復師

(2) 広告可能事項

①施術者である旨、施術者の氏名および住所

②業務の種類（あん摩、マッサージ、指圧、はり、きゅう、もみりようじ、やいと、えつ、小児鍼、接骨、ほねつぎ）

③施術所の名称、電話番号、所在地

④施術日、施術時間

⑤医療保険療養費支給申請が可能な旨（医師の同意が必要である旨を明示する場合のみ）

⑥予約に基づく施術の実施

⑦休日または夜間における施術の実施

⑧出張による施術の実施

⑨駐車設備に関する事項

2. 法律に基づかない医業類似行為に関する広告

(1) 法律に基づかない医業類似行為とは、「カイロプラクティック」「整体」「気功」「クイックマッサージ」「足つぼマッサージ」「エステティック（エステ）」などで、国家資格を有しない民間療法をいう。行う行為は「施術」の表記にとどめ、「治療」「診療」の文言は使用不可とする。

(2) 法律に基づかない医業類似行為で、人体に危害を及ぼすおそれがある施術を行えば処罰の対象となる。

(3) 医学的有効性をうたった表記や「症状の緩和」をうたう表記は、誇大広告として景

品表示法に抵触するほか、医療法、医師法、あはき法および柔道整復師法等に抵触するので不可とする。あくまで「リラックス」「気分転換」「快適」などのための行為である表現にとどめる。店名に「マッサージ」を入れたり、病院や診療所と誤認されたりするような名称は不可。また、国家資格を有する施術が行われるものと誤認を受けるような表記は不可。

(4) エステティックサロン

①以下の医療行為またはあん摩マッサージ師等国家資格を有しなければ行えない行為は不可とする。

- A. レーザー脱毛
- B. アートメイク（針先に色素をつけて表皮に入れるいわゆる「刺青」等）
- C. ケミカルピーリング（化学薬品を皮膚に塗布して表皮剥離を行い、しわ・しみなどを取る）
- D. 耳針法による痩身法（耳のつぼにはりて刺激を与える痩身法）

②以下の表示は不当表示となる。

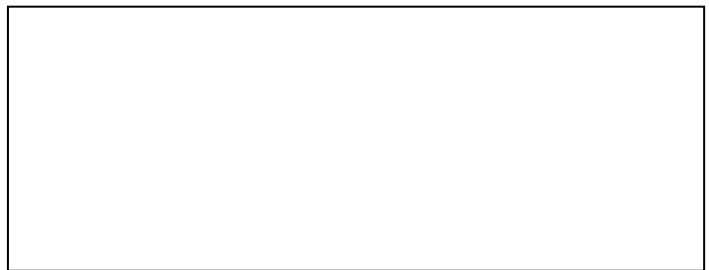
- A. あたかも当該美容サービスのみにより痩身が可能であるかのような表示
- B. あたかも当該美容サービスのみにより体質が改善され再度太ることがなくなるような表示
- C. あたかも特別な食事制限を行わずに容易に著しい痩身が可能であるかのような表示
- D. 「○日で●キロ」などの数字による表示や実行前後の比較対照写真の使用で確実な効果が得られるかのような表示
- E. 通常ではありえないような短期間で急激な痩身が可能とするような表示
- F. 利用者の体験例で架空の体験例や事業者にとって都合のよい部分のみを取り上げたもの
- G. やせたいところを細くする「部分痩身」
- H. 脱毛行為で「永久脱毛」の表示

③特定商取引法により、1カ月を超えかつ5万円を超える契約のものは「特定継続的役務提供」に指定され、契約書面の交付が義務付けられるほか、クーリングオフや中途解約を認める旨を明記する。

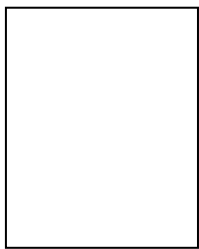
④「エステティック業界統一自主基準」で規定されているため以下の用語は表示しない。
(A、B、Cは立証できる場合は可とする)

- A. 絶対表現：「完全」「完璧」「絶対」「永久」「保証」「必ず」「万全」など
- B. 優位性表現：「世界初」「日本初」「世界一」「日本一」「超」「業界一」「当社だけ」「他に類をみない」「抜群」など
- C. 最上級表現：「最高」「最高級」「極」「一級」
- D. 法律に抵触する表現：「治す」「治る」「治療」「療法」「医学的」「医療」「診察」「診療」「診断」「効く」など

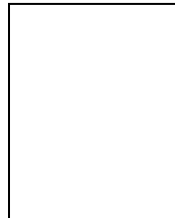
座談会「地域に貢献する医療の未来」



21 世紀の地域医療のありかたについて語り合う〇〇市長（左）と××理事
長（中央）（右端は司会・△△新聞編集長）



〇〇神奈川県長



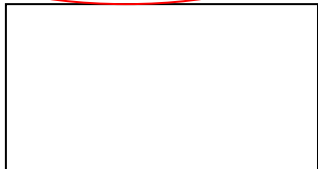
× × KANAGAWA
中央病院理事長

KANAGAW 中央病院
新病棟 概要

記事の下に当該病
院の広告は不可

博愛主義に基づき、最新設備による高度な医療で社会に奉仕

KANAGAWA 中央病院



左写真／明年 10
月開設予定のえ
びな新病院循環
器センター

横浜市中区〇田町 2-23
(駐車場完備)
☎045(117)0055

神経科・呼吸器科・消化器科・胃腸科・循環器科・糖尿病外
来・人工透析 ※新規オープンにつき 10 日間は 1000 円引!

※「イイナ、マルマルゴーゴー!」と
覚えてください

※ の箇所が医療広告ガイドラインに抵触する部分

【医薬品・化粧品・医療機器・健康食品・健康器具の広告について】

I. 医薬品・医薬部外品・化粧品・医療機器は「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」（医薬品医療機器等法＝略称・薬機法、旧・薬事法）に規定されるので、その広告の表示については薬機法に基づく「医薬品等適正広告基準」を順守する。

II. 医薬品医療機器等法に抵触する主な表現は以下の通り。

1. 「根治」「全快する」「安全性は確認済み」「副作用の心配はない」等の表現で、効能効果の確実性をうたう、または安全性を保証する表現は不可。
2. 体験者の声は効能効果に関する言及は効能効果の保証表現となり同法に抵触する恐れがある。タレントや特定の人が使用感を説明する程度まで可とする
3. 効能効果について明示・暗示問わず「必ず効く」「劇的な効果」などの誇大な表現は同法に抵触する恐れがある。あくまで厚生労働省で認可を受けた効能効果の範疇にとどめる
4. 効能効果を医師や国（厚生労働省など）・学術機関（大学・大学教授など）・海外の諸団体などの「権威」をもって保証または推奨するのは同法に抵触する恐れがある
5. 使用前・使用後の比較写真やイラスト等は当該商品の使用に関する因果関係を示すことになって効能効果の保証表現にあたり同法に抵触する恐れがある。

III. 医薬品医療機器等法の対象となるものの注意事項

1. 医薬品

医師が処方しなければならない医薬品の広告は不可。OTC医薬品といわれる薬店で販売可能な一般用医薬品には要指導医薬品（薬剤師の対面による情報の提供及び薬学的知見に基づく指導が必要なもの）、第一類医薬品（副作用で健康被害が生じるおそれのあるもので、特に注意が必要なもの）・第二類医薬品[指定第二類を含む]（副作用で健康被害が生じるおそれのあるもの）・第三類医薬品（一般用医薬品）があり、その分類を広告中の当該商品の写真の近くに大きな級数で明示し罫線で囲んで配置する。

2. 医薬部外品

医薬品と化粧品の中に分類され、医薬品よりは緩和だが人体に何らかの改善効果をもたらすもの。薬用化粧品もこの範疇に入る。医薬品医療機器等法に基づく「医薬品等適正基準」にある「医薬部外品の効能または効果の範囲」（下記）、「薬用化粧品の効能・効果」（同）を超える効能効果は不可なので、これを必ず参照のこと。

<医薬部外品の効能又は効果の範囲>

医薬部外品の種類	使用目的の範囲と原則的な剤型		効能または効果の範囲
	使用目的	主な剤型	
1. 口中清涼剤	吐き気その他の不快感の防止を目的とす	丸剤、板状の剤型、トローチ剤、	

	る内服剤である	液剤	
2. 腋臭防止剤	体臭の防止を目的とする外用剤である	液剤または軟こう剤、エアゾール剤、散剤、チック様のもの	
3. てんか粉類	あせも、ただれ等の防止を目的とする外用剤である	外用散布剤	
4. 育毛剤（養毛剤）	脱毛の防止および育毛を目的とする外用剤である	液剤、エアゾール剤	
5. 除毛剤	除毛を目的とする外用剤である	軟こう剤、エアゾール剤	
6. 染毛剤（脱色剤、脱染剤）	毛髪の色を脱色または脱染を目的とする外用剤である	粉末状、打型状、液状、クリーム状の剤型、エアゾール剤	
7. パーマネント・ウェーブ用剤	毛髪をウェーブなどを目的とする外用剤である	液状、ねり状、クリーム状、粉末状、打型状の剤型、エアゾール剤	
8. 衛生綿類	衛生上の用に供されることが目的とされている綿類（紙綿類を含む）である	綿類、ガーゼ	
9. 浴用剤	原則としてその使用方法が浴槽中に投入して用いられる外用剤である（浴用石けんは浴用剤には該当しない）	散剤、顆粒剤、錠剤、軟カプセル剤、液剤	
10. 薬用化粧品（薬用石けんを含む）	化粧品としての使用目的をあわせて有する化粧品類似の外用剤である	液状、クリーム状、ゼリー状の剤型、固型、エアゾール剤	
11. 薬用歯みがき類	化粧品としての使用目的を有する通常の歯みがきと類似の剤型の外用剤である	ペースト状、液状、粉末状の剤型、固型、潤製	

12. 忌避剤	ハエ、蚊、ノミなどの忌避を目的とする外用剤である	液状、チック様、クリーム状の剤型、エアゾール剤	蚊成虫、ブヨ、サシバエ、ノミ、イエダニ、ナンキンムシ等の忌避
13. 殺虫剤	ハエ、蚊、ノミなどの駆除または防止の目的を有するものである	マット、線香、粉剤、液剤、エアゾール剤、ペースト状の剤型	殺虫。ハエ、蚊、ノミなどの衛生害虫の駆除または防止
14. 殺そ剤	ネズミの駆除または防止の目的を有するものである		殺そ。ネズミの駆除、殺滅または防止
15. ソフトコンタクトレンズ用消毒剤	ソフトコンタクトレンズの消毒を目的とするものである		ソフトコンタクトレンズの消

<薬用化粧品の効能効果>

種類	効能・効果
1. シャンプー	ふけ・かゆみを防ぐ 毛髪・頭皮の汗臭を防ぐ 毛髪・頭皮を清浄にする 毛髪・頭皮をすこやかに保つ 毛髪をしなやかにする } 二者択一
2. リンス	ふけ・かゆみを防ぐ 毛髪・頭皮の汗臭を防ぐ 毛髪的水分・脂肪を補い保つ 裂毛・切毛・枝毛を防ぐ 毛髪・頭皮をすこやかに保つ 毛髪をしなやかにする } 二者択一
3. 化粧水	肌あれ あれ性 あせも・しもやけ・ひび・あかぎれ・にきびを防ぐ 油性肌 かみそりまけを防ぐ 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ 日やけ・雪やけ後のほてり 肌をひきしめる、肌を清浄にする、肌を整える 皮膚をすこやかに保つ、皮膚にうるおいを与える
4. クリーム、乳液、ハンドクリーム、化粧用油	肌あれ あれ性 あせも・しもやけ・ひび・あかぎれ・にきびを防ぐ 油性肌 かみそりまけを防ぐ

	日やけによるしみ・そばかすを防ぐ 日やけ・雪やけ後のほてり 肌をひきしめる、肌を清浄にする、肌を整える 皮膚をすこやかに保つ、皮膚にうるおいを与える 皮膚を保護する、皮膚の乾燥を防ぐ
5. ひげそり用剤	かみそりまけを防ぐ 皮膚を保護し、ひげをそりやすくする
6. 日やけ止め剤	日やけ・雪やけによる肌あれを防ぐ 日やけ・雪やけを防ぐ 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ 皮膚を保護する
7. パック	肌あれ あれ性 にきびを防ぐ 油性肌 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ 日やけ・雪やけ後のほてり 肌をなめらかにする 皮膚を清浄にする
8. 薬用せっけん（洗顔料を含む）	〈殺菌剤主剤のもの〉 皮膚の清浄・殺菌・消毒 体臭・汗臭及びにきびを防ぐ 〈殺菌剤主剤のもの〉 皮膚の清浄、にきび・かみそりまけ及び肌あれを防ぐ

3. 化粧品

医薬品医療機器等法に基づく「医薬品等適正広告基準」にある「承認を要しない化粧品の効能・効果の表現の範囲」（下記）を超える効能効果は不可なので、必ず参照のこと。

＜承認を要しない化粧品の効能・効果の表現の範囲＞

- (1) 頭皮、毛髪を清浄にする。
- (2) 香りにより毛髪、頭皮の不快臭を抑える。
- (3) 頭皮、毛髪をすこやかに保つ。
- (4) 毛髪にはり、こしを与える。
- (5) 頭皮、毛髪にうるおいを与える。
- (6) 頭皮、毛髪にうるおいを保つ。
- (7) 毛髪をしなやかにする。
- (8) クシどおりをよくする。
- (9) 毛髪をつやを保つ。

- (10) 毛髪につやを与える。
- (11) フケ、カユミがとれる。
- (12) フケ、カユミを抑える。
- (13) 毛髪の水分、油分を補い保つ。
- (14) 裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。
- (15) 髪型を整え、保持する。
- (16) 毛髪の帯電を防止する。
- (17) (汚れをおとすことにより) 皮膚を清浄にする。
- (18) (洗浄により) ニキビ、アセモを防ぐ(洗顔料)。
- (19) 肌を整える。
- (20) 肌のキメを整える。
- (21) 皮膚をすこやかに保つ。
- (22) 肌荒れを防ぐ。
- (23) 肌をひきしめる。
- (24) 皮膚にうるおいを与える。
- (25) 皮膚の水分、油分を補い保つ。
- (26) 皮膚の柔軟性を保つ。
- (27) 皮膚を保護する。
- (28) 皮膚の乾燥を防ぐ。
- (29) 肌を柔らかげる。
- (30) 肌にはりを与える。
- (31) 肌にツヤを与える。
- (32) 肌を滑らかにする。
- (33) ひげを剃りやすくする。
- (34) ひがそり後の肌を整える。
- (35) あせもを防ぐ(打粉)。
- (36) 日やけを防ぐ。
- (37) 日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。
- (38) 芳香を与える。
- (39) 爪を保護する。
- (40) 爪をすこやかに保つ。
- (41) 爪にうるおいを与える。
- (42) 口唇の荒れを防ぐ。
- (43) 口唇のキメを整える。
- (44) 口唇にうるおいを与える。
- (45) 口唇をすこやかにする。
- (46) 口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。

- (47) 口唇の乾燥によるカサツキを防ぐ。
- (48) 口唇を滑らかにする。
- (49) ムシ歯を防ぐ（使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
- (50) 歯を白くする（使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
- (51) 歯垢を除去する（使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
- (52) 口中を浄化する（歯みがき類）。
- (53) 口臭を防ぐ（歯みがき類）。
- (54) 歯のやにを取る（使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
- (55) 歯石の沈着を防ぐ（使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
- (56) 乾燥による小ジワを目立たなくする。

注1：例えば、「補い保つ」は「補う」あるいは「保つ」との効能でも可とする。

注2：「皮膚」と「肌」の使い分けは可とする。

注3：（ ）内は、効能には含めないが、使用形態から考慮して、限定するものである。

注3：(56)の効果について標榜できるのは、日本化粧品学会の「化粧品機能評価法ガイドライン」に基づく試験、またはこれと同等以上の適切な試験をメーカー（製造販売業者）の責任において行い、その効果を確認したうえで、試験を行なった「効能評価試験済み」の製品に限る

IV. 健康食品

1. 薬機法の範疇に入らないので、事実を反しない限り使用体験談、学術経験者や研究機関従事者等の推奨は可。

2. 使用前・使用後の写真・イラスト等での表現は、事実でなければ景品表示法違反に、また、劇的な効能効果を意味する表現のあるものは医薬品等の範疇に入り「承認されていない医薬品」という位置付けとなって薬機法等に抵触するので気をつける。

3. 健康食品は「食品」であって「医薬品」ではないので、これを摂取することでなにがしかの生理的変化が起きる表現は、後述する特別用途食品等を除いて医薬品の効能効果にあたり、薬機法等に抵触するおそれがあるので避ける。

4. 製薬メーカーが製造販売しているような健康食品で社名として入れる場合を除き、健康食品の広告中に「薬」の文字を入れてことさらに強調すると医薬品等との誤認を招くので避ける。

5. 特定の「病名」や疾病による症状の名称または説明を健康食品の広告中に入れると、それらが改善されるという暗示表現にあたり、誤認をされることに結びつき「承認前の医薬品」とみなされて薬機法等に抵触するおそれがあるので避ける。（例「メタボ」＝「メタボリック症候群」という病名を意味する）

6. 特別用途食品

(1) 病者用食品

特定の病気や疾患に適する食品として、消費者庁が許可した範囲内で表示を可とするもの。許可基準型と個別評価型のものがある。

(2) 保健機能食品

①特定保健用食品（通称「トクホ」）

特定の保健目的で摂取をする者に、保健目的が期待できることを表示できるもの。個別審査型と規格基準型があり、さらに個別審査型の中には特定保健用としての科学的根拠のレベルには届かないが、一定の有効性が確認されたものを「条件付き特定保健用食品」としている。

許可を受けた表示内容から逸脱しない範囲での保健目的の表示にとどめ、消費者庁許可のマークを明記する。国による「お墨付き」を商品に与えているかのような表現は避ける。

②栄養機能食品

栄養素（ビタミン・ミネラル）の補給のために利用される食品で、栄養素の機能を表示するもの。ミネラル5成分（亜鉛、カルシウム、鉄、銅、マグネシウム）、ビタミン12成分（ナイアシン、パントテン酸、ビオチン、ビタミンA、ビタミンB1、ビタミンB2、ビタミンB6、ビタミンB12、ビタミンC、ビタミンD、ビタミンE、葉酸）について定められている。

「栄養機能食品（カルシウム）」などのように、どの栄養成分についての栄養機能食品であるかを併記する。栄養機能を表示する場合「骨や歯の形成に必要な栄養素です」など、その栄養素に定められた機能表示から逸脱しない。

また、当該成分以外の成分の機能表示は不可とする。

1日当たりの摂取目安量、摂取の方法及び摂取する上での注意事項、調理または保存の方法に関し、注意を必要とするものはその注意事項を明記する。

また、バランスの取れた食生活の普及啓発を図る「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」の文言の表示を明記する。

栄養機能食品は、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査をしているものではないので、そうであるかのような表示（例「消費者庁長官認定規格基準適合」「国で認めた効能」等）は不可とする。

③機能性表示食品

A. 第三者機関の臨床試験もしくは機能性関与成分の研究レビューによって機能性の科学的根拠を説明でき、安全性の確認、生産・製造・品質の管理情報、表示の内容を明確にして、発売の60日前までに消費者庁に届出を行い受理されれば、「機能性表示食品」として、効く体の部位等を含む、届出の内容の機能性表示が可となる。（「目や鼻の調子を整える」「骨の健康を保つ」など）

B. 機能性表示食品は、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査をしているものではないので、そうであるかのような表示（例「消費者庁長官認定規格基準適合」「国で認めた効能」等）や特定保健用食品と誤認されるような表現は不可とする。また、届け出た内容の範疇を超える表現はできない。

C. 疾病に罹患している者・未成年者・妊産婦および妊娠を計画している者・授乳婦を対象としない。ただしこれらの人々へ当該食品を販売することを禁じるものではない。

D. アルコール飲料、および脂質・飽和脂肪酸・コレステロール・糖類・ナトリウムの過剰摂取につながる食品は機能性表示食品として認められない。

E. 機能性表示食品には広告中に以下の表示をする。

- a. 機能性表示食品である旨
- b. 届出番号と届出表示(表示しようとする機能性)の全文
- c. 特定表示食品と異なり消費者庁による個別審査を受けたものではない旨
- d. バランスの取れた食生活の普及啓発を図る「食生活は主食、主菜、副菜を基本に食事のバランスを」との文言
- e. 疾病の診断、治療、予防を目的としたものではない旨

V. 医療機器と健康器具

1. 医療の現場で使用される医療関係者向き医療機器は以下のものを除き広告不可。

- (1) 体温計
- (2) 血圧計
- (3) コンタクトレンズ
- (4) 自動体外式徐細動器 (AED)
- (5) 補聴器

2. 一般用医療機器は厚生労働省が認可したもので、必ず広告中に承認番号または認証番号を入れ、商品写真・図画の近くに「医療機器」であることを明記する。リスクの極めて低いものについては承認、認証の不要なものがあり、その場合事業所が受ける製造販売の届出番号をもって代える場合がある。

3. 医療機器は承認された効能効果についてのみ、表現の逸脱がない限り表示ができる。承認番号等のないものは類似のものでもすべて「健康器具」もしくは「雑貨」となり、医療機器で認められるような効能効果の表現は不可。

4. 突起物やてこを応用して指圧の代用となる、電動式のものを除く器具類は、以下の範囲の効能効果を標榜する場合に限り医療機器には該当しないものとする。

- (1) あんま、指圧の代用（読みかえは不可）。
- (2) 健康によい。
- (3) 血行をよくする。
- (4) 筋肉の疲れをとる。
- (5) 筋肉のこりをほぐす。

【酒類の広告について】

I. 酒類に関する広告は、酒類関連 9 団体でつくる「飲酒に関する連絡協議会」が定める「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」において新聞広告に当たり記載することになっている下記表示事項を明記する。

- 1. 「お酒は 20 歳になってから」などの未成年者飲酒防止に関する注意
- 2. 「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります」などの妊産婦の飲酒に関する注意

3. 「お酒は適量を」などの酒類の消費と健康に関する注意
4. 「飲酒運転は法律で禁止されています」などの飲酒運転に関する注意
5. 広告の大きさが100平方センチメートル未満の場合、I～IVのうち1項目以上を記載

II. Iの表示の文字の大きさは全5段以上の場合は14ポイント以上(20級以上)、半3段以上全5段未満の場合は10.5ポイント以上(15級以上)とし、明瞭に判読できる書体・色で見やすい場所に明瞭に表示する。

III. 広告の制作に当たっては下記に留意する。

1. 20歳未満の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。
2. 20歳未満を対象とした広告にしない。また、20歳未満を対象としたキャンペーンは行わない。
3. 広告内に人物が登場する場合は25歳未満の者をモデルとして使用しない。また25歳以上であっても25歳未満に見えるような表現は行わない。
4. 酒類を清涼飲料と誤認させる表現は行わない
5. 過度の飲酒につながる表現、「イッキ飲み」等飲酒の無理強いにつながる表現、飲酒への依存を誘発する表現、妊娠中や授乳期の飲酒を誘発する表現、スポーツ時や入浴時の飲酒を推奨誘発する表現、重大事故につながりやすい作業時の飲酒を誘発する表現、不適切な状況での飲酒を誘発する表現、飲酒運転につながる表現、安全性を損なうおそれのある表現、環境保全に関する表現、動物愛護の精神に反する表現等は広告で使用しない。

【通信販売広告について】

- I. 広告主名、所在地、連絡先を必ず明記し、代金は後払いを原則とするなど、金銭授受によるトラブルを回避するようつとめる。
- II. 特定商取引法に基づき、原稿内に以下の表示を必ず入れる。
 1. 商品もしくは権利の販売価格または役務の対価（販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格および商品の送料）。
 2. 商品もしくは権利の代金または役務の対価の支払の時期および方法。
 3. 商品の引き渡し時期もしくは権利の移転時期または役務の提供時期。

4. 商品もしくは指定権利の売買契約の申込みの撤回または売買契約の解除に関する事項（特定商取引法第15条の2第1項ただし書きに規定する特約がある場合には、その内容を含む）。
5. 販売業者または役務提供事業者の氏名または名称、住所および電話番号。
6. 申し込みの有効期限があるときはその期限。
7. 1以外に購入者または役務の提供を受ける者の負担すべき金銭があるときは、その内容およびその額。
8. 商品に隠れた瑕疵（かし）がある場合の販売業者の責任についての定めがあるときはその内容。
9. 磁気的方法または光学的方法によりプログラムを記録したもの（録音・録画テープ、CD、DVD等）を販売する場合、または電子計算機（パソコン等）を使用する方法により映画、演劇、音楽、スポーツ、写真もしくは絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞させ、もしくは観覧させる役務を提供する（上映等）場合、もしくはプログラムを電子計算機に備えられたファイルに記録し、もしくは記録させる役務を提供する場合には、当該商品または役務を利用するために必要な電子計算機の仕様および性能その他の必要な条件。
10. 商品の販売数量の制限その他の特別の商品もしくは権利の販売条件または役務の条件があるときは、その内容（例：生鮮食品・冷凍食品の場合、消費期限と送付方法・保存方法等）。
11. 広告スペースの関係で必要表示事項のすべてを表示することが困難な場合は「請求により、省略した事項を記載した書面を遅滞なく交付する」旨を表示する。ただし、以下の各項目は省略できない。
 - （1）販売価格・送料その他消費者の負担する金銭を全部表示した場合の商品の引渡し時期等を、遅滞なく行わない場合。
 - （2）申し込み有効期限。
 - （3）販売価格・送料その他消費者の負担する金銭を全部表示した場合、商品の隠れた瑕疵に関する販売者の責任を負わない旨。
 - （4）ソフトウェアを使用するための動作環境。
 - （5）販売数量の制限等特別の販売条件。
 - （6）請求により送付する書面の価格。
12. 必要表示事項を記載した書類を送ることをもって必要表示事項の一部を省略する場合、書類を請求した者にそのための金銭を負担させるときは、その額。

Ⅲ. 返品特約に関する表示

その有無に応じてそれぞれ以下のようにわかりやすく表示する。返品の可否に条件や制限がある場合はその内容をできるだけ詳細に表示する。

1. 返品を認める場合は「○日以内に返品してください」など返品期限や返品可能期間とともに表示する。返品に要する送料、梱包料等の費用が購入者、広告主どちらの負担かを明記する。

2. 返品を条件付きで認める場合は「きずがある場合、商品が違う場合のほかは返品できません」など条件を明示する。

3. 返品を認めない場合は「商品の性格上返品できません」（食品通販によくある表現）などと表示する。

IV. 以下の商品は掲載しない。

1. 爆発、発火性の危険物、送付する間に腐敗するおそれのあるもの。

2. わいせつな出版物や録音・録画メディア、性風俗に関する器具・玩具など、社会通念上風紀を乱すおそれのあるもの。

3. 医療用の医薬品・医療機器、対面販売を原則とし安全性評価未了の要指導医薬品など、薬機法に抵触するもの。

4. その他、生きものなど通信販売にふさわしくないもの。

※通信販売に伴う懸賞広告には注意する。

V. 銃刀法に関する注意事項

1. 銃砲刀剣類所持等取締法（銃刀法）に抵触する銃砲・刀剣類の広告は不可。

2. 銃砲類に関しては、いわゆるモデルガン・エアガン（空気銃）・トイガン（玩具）のような模造品でも弾丸等が飛び出るもの、人や動植物を傷つけたり器物を破損するおそれのあるものの広告は不可とする。音が出るだけのものに関しては騒音に関する条例等（「県生活環境の保全等に関する条例」など）の規制の範囲内のものであれば可とするが、その旨、注意喚起の文言を広告中に明記する。

3. 木の伐採のための鉋（なた）や料理用の包丁類のような特定の職業上使用目的が限定されているもの以外の「刀剣類」（刃渡り 15cm 以上の刀、やりおよびなぎなた、刃渡り 5.5cm 以上の剣、あいくち、45 度以上に自動的に開刃する装置を有する飛び出しナイフ）に関しては、「刃」が入ったものであるかどうかを明記した上で、「刃」が入ったものに関しては伝統的美術工芸品またはそれに類するものに限定し、その所持について県教育委員会に登録して「銃砲刀剣類登録証」交付を受けることを前提とするものでなければならない。その旨、注意喚起の文言を広告中に明記する。

4. 2 と 3 に関して 20 歳未満の販売は不可とし、その旨、広告中に明記する。

【割賦販売・ローン提携販売・包括信用購入あっせん広告について】

I. 割賦販売

いわゆる「月賦」「クレジット」などといわれる販売業者と購入者の二者間契約となる「割賦販売」は「割賦販売法」に基づいて以下の事項を表示する。

1. 広告主名とその所在地・電話番号
2. 取扱商品または指定役務の種類と範囲
3. 現金販売価格
4. 割賦販売価格

5. 支払期間と支払回数

6. 割賦手数料（現金販売価格と割賦販売価格の差額）の料率

実質年率で少なくとも0.1%の単位まで表示。割賦手数料が2,500円未満のときは表示しなくてもよい。また「前払式割賦販売」の場合は不要。

7. 前払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定、商品の引渡し時期と前受金保障機関名を明記。

（前払式割賦販売は「予約式」「積み立て式」とも言われ、「指定商品を引き渡すに先立って、購入者から2回以上にわたり、その代金の全部または一部を受領する割賦販売」であり、購入者が月掛けなどで積み立てた額が代金の全部またはあらかじめ決められた一定額に達した後に指定商品を渡す方式。経済産業大臣の許可を要する）。

8. その他、原則として初回支払金（頭金・申込金）・各回支払金（賦払金）・解約条件・資格・保証人や担保の必要の有無なども明記し、誤認を受けないような表示をする。

II. ローン提携販売

購入者が販売業者の保証の元に金融機関から融資を受けて商品の購入や業務の提供を受け、その後購入者が金融機関に借入金を2カ月以上の期間にわたって、かつ3回以上に分割して返済するという、販売業者、購入者、金融機関の三者間契約となる「ローン提携販売」は、販売条件について広告する場合、「割賦販売法」に基づいて以下の事項を表示する

1. 広告主名とその所在地・電話番号
2. 取扱商品または指定役務の種類と範囲
3. 現金販売価格および購入者の支払い総額
4. 借入金の返還（利息の支払を含む）の期間および回数
5. 借入金の利息、その他の手数料の料率（実質年率で少なくとも0.1%の単位まで表示）
6. 支払総額の具体的算定例
7. 極度額について定めがあるときはその金額
8. カード等の利用に関する特約があるときはその内容
9. その他、原則として初回支払金（頭金・申込金）・各回支払金（賦払金）・解約条件・資格・保証人や担保の必要の有無なども明記し、誤認を受けないような表示をする。

III. 包括信用購入あっせん

販売者と購入者の間にクレジット会社などが入り、クレジットカードなどを利用して一定額の範囲内で包括的に与信を与えて代金支払をクレジット会社などが代行する、販売業者、購入者、クレジットカード会社等の三者間契約となる「包括信用購入あっせん」は、取引条件について広告する場合、「割賦販売法」に基づいて以下の事項を表示する。包括信用購入あっせんを行うクレジット会社等は経済産業省の登録業者以外は掲載できない

1. 広告主名とその所在地・電話番号
2. 取扱商品または指定役務の種類と範囲
3. 現金販売価格および購入者の支払い総額（包括信用購入あっせんの手数料を含む）
4. 支払期間および回数
5. 包括信用購入あっせんの手数料の料率（実質年率で少なくとも0.1%の単位まで表示）

6. 支払総額の具体的算定例
7. 極度額について定めがあるときはその金額
8. カード等の利用に関する特約があるときはその内容
9. その他、原則として初回支払金（頭金・申込金）・各回支払金（賦払金）・解約条件・資格・保証人や担保の必要の有無なども明記し、誤認を受けないような表示をする。

【不動産広告について】

I. 不動産広告は、消費者庁長官および公正取引委員会が認定する不動産公正取引協議会連合会が定めた「不動産の表示に関する公正競争規約」に基づく下記分野別の表 1～10 に示された必要表示事項を明記する。同連合会に所属する首都圏不動産公正取引協議会に加盟していない不動産業者でも、原則としてこれに準じて表記する。

表 1 分譲宅地

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所の所在地	○	
3	広告主の事務所（継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む）の電話番号	○	○
4	宅建業法による免許証番号	○	
5	所属団体名および公正取引協議会加盟事業者である旨	○	
6	取引態様（売主、代理、媒介、仲介の別）	○	○
7	広告主と売主とが異なる場合は、売主の名称または商号および免許証番号	○☆	
8	物件の所在地（小規模団地および副次的表示にあつては地番を省略できる）	○	○
9	交通の利便	○	○
10	開発面積	○☆	
11	総区画数	○☆	
12	販売区画数	●	●
13	区画面積および私道負担面積（最小面積～最大面積で表示ができる）	○	○
14	地目および用途地域、並びに市街地調整区域内で都市計画法第 29 条に規定する開発許可を受けているもの、および都市計画法施行令第 36 条第 1 項第 3 号ロまたはハに該当するものについてはその旨	○	○
15	建ぺい率および容積率（容積率に制限があるときは制限の内容）	○	○
16	宅建業法第 33 条に規定する許可等の処分の番号（造成工事が完了済みの場合は省略できる）	○	

17	道路の幅員	○	
18	主たる施設の概要	●	
19	工事の完了予定年月（造成工事が完了済みの場合は省略できる）	○	○
20	①価格（最低価格～最高価格と、最多価格帯およびその区画数で表示できる） ②上下水道施設、都市ガス供給施設等以外の施設であって、共用施設または特別の施設について負担金等があるときはその旨およびその額、これらの維持・管理費を必要とするときはその旨およびその額	●	●
21	① 借地の場合はその旨その旨 ② 当該借地権の種類、内容、借地期間並びに保証金、敷金を必要とするときはその旨およびその額 ③ 1カ月当たりの借地料	○	○
22	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第 13 条に定める事項	○	○
23	取引条件の有効期限	●	

注 1) 予告広告においては①予告広告である旨（目立つ場所に 14 ポイント以上の大きさの文字で記載）②価格（入札・競り売りの方法による場合は最低売却価格）が未定である旨または予定最低価格～予定最高価格、予定最多価格帯③販売予定時期④本広告を行うまでは契約または予約の申し込みに一切応じない旨、および申し込み順位の確保に関する措置を講じない旨⑤予告広告をする時点においてすべての予定販売区画を一括して販売するかまたは数期に分けて販売するかが確定していない場合はその旨、および当該予告広告以降に行う本広告において販売区画数を明示する旨を記載する

注 2) 「●」の事項は予告広告において省略できる

注 3) 「○」に「☆」が付された事項は小規模団地および副次的表示において省略できる

表 2 現況有姿分譲地

	事項	記事下	雑報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所の所在地	○	
3	広告主の事務所（継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む）の電話番号	○	○
4	宅建業法による免許証番号	○	
5	所属団体名および公正取引協議会加盟事業者である旨	○	
6	取引態様（売主、代理、媒介、仲介の別）	○	○
7	広告主と売主とが異なる場合は、売主の名称または商号および免許証番号	○	

8	物件の所在地(小規模団地および副次的表示にあつては地番を省略できる)	○	○
9	交通の利便	○	○
10	総区画数	○	
11	販売区画数	○	○
12	総面積および販売総面積	○	○
13	区画面積または分割可能最小面積並びに通路負担があるときはその旨およびその面積	○	○
14	地目並びに市街化区域内の土地については用途地域	○	○
15	「この土地は現況有姿分譲地ですから住宅等を建築して生活するために必要とされる施設はありません」という文言	○	○
16	市街化調整区域内の土地であるときは「この土地は市街化調整区域内の土地ですから宅地の造成および建物の建築はできません」という文言	○	○
17	都市計画法その他の法令に基づく制限で宅建業法施行令第 3 条に定めるものに関する事項	○	○
18	最低価格～最高価格	○	○
19	価格以外に測量費、境界石等の費用を要するときはその旨および額	○	○
20	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第 13 条に定める事項	○	○
21	取引条件の有効期限	○	

表 3 売地・貸地

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所(継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む)の電話番号	○	○
3	取引態様(売主もしくは貸主、代理、媒介、仲介の別)	○	○
4	交通の利便	○	○
5	区画面積および私道負担面積	○	○
6	地目および用途地域	○	○
7	建ぺい率および容積率(容積率に制限があるときは制限の内容)	○	○
8	都市計画法その他の法令に基づく制限で宅建業法施行令第 3 条に定めるものに関する事項	○	○
9	①価格 ②上下水道施設、都市ガス供給施設等以外の施設であつて、共用施設または特別の施設について負担金等があるときはその旨およびその額、これらの維持・管理費を必要とするときはその旨およびその額	○ ○	○ ○

10	① 借地の場合はその旨その旨 ② 当該借地権の種類、内容、借地期間並びに保証金、敷金を必要とするときはその旨およびその額 ③ 1カ月当たりの借地料	○ ○ ○	○ ○ ○
11	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第13条に定める事項	○	○

表4 新築分譲住宅（2戸以上の分譲物件および小規模団地を含む）

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所の所在地	○	
3	広告主の事務所（継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む）の電話番号	○	○
4	宅建業法による免許証番号	○	
5	所属団体名および公正取引協議会加盟事業者である旨	○	
6	取引態様（売主、代理、媒介、仲介の別）	○	○
7	広告主と売主とが異なる場合は、売主の名称または商号および免許証番号	○☆	
8	物件の所在地（小規模団地および副次的表示にあっては地番を省略できる）	○	○
9	交通の利便	○	○
10	総戸数	○☆	
11	販売戸数	●	●
12	土地の区画面積および私道負担面積（最小面積～最大面積で表示ができる）	○	○
13	用途地域	○	○
14	建物面積（最小面積～最大面積で表示ができる）	○	○
15	建物の主たる部分の構造	○☆	
16	連棟式建物である場合はその旨	○	○
17	宅建業法第33条に規定する許可等の処分の番号（建築工事が完了済みの場合は省略できる）	○	
18	主たる設備の概要	●	
19	道路の幅員	○☆	
20	建物の建築年月（建物が完成していない場合は入居予定年月）	○	○
21	①価格（最低価格～最高価格、催行価格帯およびその戸数） ②上下水道施設、都市ガス供給施設等以外の施設であって、共用施設または特別の施設について負担金等があるときはその旨およびその額、こ	● ●	● ●

	これらの維持・管理費を必要とするときはその旨およびその額		
22	① 借地の場合はその旨その旨 ② 当該借地権の種類、内容、借地期間並びに保証金、敷金を必要とするときはその旨およびその額 ③ 1カ月当たりの借地料	○ ● ●	○ ● ●
23	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第13条に定める事項	○	○
24	取引条件の有効期限	●	

注1) 予告広告においては①予告広告である旨（目立つ場所に14ポイント以上の大きさの文字で記載）②価格（入札・競り売りの方法による場合は最低売却価格）が未定である旨または予定最低価格～予定最高価格、予定最多価格帯③販売予定時期④本広告を行うまでは契約または予約の申し込みに一切応じない旨、および申し込み順位の確保に関する措置を講じない旨⑤予告広告をする時点においてすべての予定販売区画を一括して販売するかまたは数期に分けて販売するかが確定していない場合はその旨、および当該予告広告以降に行う本広告において販売区画数を明示する旨を記載する

注2) 「●」の事項は予告広告において省略できる

注3) 「○」に「☆」が付された事項は小規模団地および副次的表示において省略できる

表5 新築住宅・中古住宅・新築分譲住宅で残戸数が1戸のもの

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所（継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む）の電話番号	○	○
3	取引態様（売主、代理、媒介、仲介の別）	○	○
4	交通の利便	○	○
5	区画面積および私道負担面積	○	○
6	建物面積	○	○
7	連棟式建物である場合はその旨	○	○
8	建物の建築年月（建物が完成してない場合は入居予定年月）	○	○
9	①価格（最低価格～最高価格、催行価格帯およびその戸数） ②上下水道施設、都市ガス供給施設等以外の施設であって、共用施設または特別の施設について負担金等があるときはその旨およびその額、これらの維持・管理費を必要とするときはその旨およびその額	○ ○	○ ○
10	① 借地の場合はその旨その旨 ② 当該借地権の種類、内容、借地期間並びに保証金、敷金を必要とするときはその旨およびその額	○ ○	○ ○

	③ 1 カ月当たりの借地料	○	○
11	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第 13 条に定める事項	○	○

表 6 新築分譲マンション（小規模団地を含み残戸数が 1 戸のみの新築分譲マンションを除く）

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所の所在地	○	
3	広告主の事務所（継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む）の電話番号	○	○
4	宅建業法による免許証番号	○	
5	所属団体名および公正取引協議会加盟事業者である旨	○	
6	取引態様（売主、代理、媒介、仲介の別）	○	○
7	広告主と売主とが異なる場合は、売主の名称または商号および免許証番号	○☆	
8	施工会社の名称または商号	○	
9	物件の所在地（小規模団地および副次的表示にあつては地番を省略できる）	○	○
10	交通の利便	○	○
11	総戸数	○☆	
12	販売戸数	●	●
13	敷地面積	○	○
14	用途地域	○	○
15	構造および階数	○	○
16	専有面積（最小面積～最大面積で表示ができる）	○	○
17	バルコニー面積	○	
18	管理形態	○	○
19	宅建業法第 33 条に規定する許可等の処分の番号（建築工事が完了済みの場合は省略できる）	○	
20	主たる設備の概要および設備の利用について条件があるときはその条件の内容（敷地外駐車場についてはその旨および将来の取り扱い）	●	
21	建物の建築年月（建築工事が完了していない場合は入居予定年月）	○	○
22	① 価格（最低価格～最高価格、催行価格帯およびその戸数） ② 上下水道施設、都市ガス供給施設等以外の施設であつて、共用施設または特別の施設について負担金等があるときはその旨およびその額	● ●	
23	① 借地の場合はその旨その旨	○	○

	②当該借地権の種類、内容、借地期間並びに保証金、敷金を必要とするときはその旨およびその額	●	●
24	管理費および修繕積立金等	●	●
25	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第 13 条に定める事項	○	○
26	取引条件の有効期限	●	

注 1) 予告広告においては①予告広告である旨（目立つ場所に 14 ポイント以上の大きさの文字で記載）②価格（入札・競り売りの方法による場合は最低売却価格）が未定である旨または予定最低価格～予定最高価格、予定最多価格帯③販売予定時期④本広告を行うまでは契約または予約の申し込みに一切応じない旨、および申し込み順位の確保に関する措置を講じない旨⑤予告広告をする時点においてすべての予定販売区画を一括して販売するかまたは数期に分けて販売するかが確定していない場合はその旨、および当該予告広告以降に行う本広告において販売区画数を明示する旨を記載する

注 2) 「●」の事項は予告広告において省略できる

注 3) 「○」に「☆」が付された事項は小規模団地および副次的表示において省略できる

注 4) 価格について、10 戸未満の場合は最多価格帯およびその戸数も省略できる（「不動産の表示に関する公正競争規約」第 5 章第 10 条(36)）

表 7 中古マンション・新築分譲マンションで残戸数が 1 戸のもの

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所（継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む）の電話番号	○	○
3	取引態様（売主、代理、媒介、仲介の別）	○	○
4	交通の利便	○	○
5	階数および当該物件が存在する階	○	○
6	専有面積	○	○
7	建物の建築年月（建築工事が完了してない場合は入居予定年月）	○	○
8	①価格（最低価格～最高価格、催行価格帯およびその戸数） ②上下水道施設、都市ガス供給施設等以外の施設であって、共用施設または特別の施設について負担金等があるときはその旨およびその額	○ ○	○ ○
9	借地の場合はその旨その旨および当該借地権の種類、内容、借地期間並びに保証金、敷金を必要とするときはその旨およびその額	○	○
10	管理費および修繕積立金等	○	○
11	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第 13 条に定める事項	○	○

表8 新築賃貸マンション・新築賃貸アパート

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所の所在地	○	
3	広告主の事務所(継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む)の電話番号	○	○
4	宅建業法による免許証番号	○	
5	所属団体名および公正取引協議会加盟事業者である旨	○	
6	取引態様(貸主、代理、媒介、仲介の別)	○	○
7	物件の所在地	○	
8	交通の利便	○	○
9	賃貸戸数	●	●
10	専有面積(最小面積～最大面積で表示ができる)	○	○
11	構造および階数(賃貸戸数が10戸未満の場合は省略できる)	○	
12	建物の建築年月(建築工事が完了していない場合は入居予定年月)	○	○
13	賃料(最低賃料～最高賃料)	●	●
14	礼金等を必要とするときはその旨および額	●	●
15	敷金、保証金等を必要とするときはその旨および額(償却をする場合はその旨および額、割合)	●	●
16	住宅総合保険等の損害保険料等を必要とするときはその旨	○	○
17	管理費または共益費等	●	●
18	駐車場、倉庫等の設備の利用条件(敷地外の駐車場についてはその旨および将来の取り扱い)	●	
19	定期建物賃貸借であるときはその旨および期間	○	○
20	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第13条に定める事項	○	○
21	取引条件の有効期限	●	

注1) 予告広告においては①予告広告である旨(目立つ場所に14ポイント以上の大きさの文字で記載)②価格(入札・競り売りの方法による場合は最低売却価格)が未定である旨または予定最低価格～予定最高価格、予定最多価格帯③販売予定時期④本広告を行うまでは契約または予約の申し込みに一切応じない旨、および申し込み順位の確保に関する措置を講じない旨⑤予告広告をする時点においてすべての予定販売区画を一括して販売するかまたは数期に分けて販売するかが確定していない場合はその旨、および当該予告広告以降に行う本広告において販売区画数を明示する旨を記載する

注2) 「●」の事項は予告広告において省略できる

表9 中古賃貸マンション・貸家・中古賃貸アパート・新築賃貸マンションまたは新築賃貸アパートで残戸数が1戸のもの

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所(継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む)の電話番号	○	○
3	取引態様(貸主、代理、媒介、仲介の別)	○	○
4	交通の利便	○	○
5	建物面積または専有面積	○	○
6	建物の建築年月(建築工事が完了していない場合は入居予定年月)	○	○
7	賃料	○	○
8	礼金等を必要とするときはその旨および額	○	○
9	敷金、保証金等を必要とするときはその旨および額(償却をする場合はその旨および額、割合)	○	○
10	住宅総合保険等の損害保険料等を必要とするときはその旨	○	○
11	管理費または共益費等	○	○
12	定期建物賃貸借であるときはその旨および期間	○	○
13	入札および競り売りの方式による場合においては、規則第13条に定める事項	○	○

表10 共有制リゾートクラブ会員権

	事 項	記 事 下	雑 報
1	広告主の名称または商号	○	○
2	広告主の事務所の所在地	○	
3	広告主の事務所(継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のものを含む)の電話番号	○	○
4	宅建業法による免許証番号	○	
5	所属団体名および公正取引協議会加盟事業者である旨	○	
6	取引態様(売主、代理、媒介、仲介の別)	○	○
7	広告主と売主とが異なる場合は、売主の名称または商号および免許証番号	○	
8	物件の所在地	○	○
9	交通の利便	○	○
10	敷地面積	○	○
11	借地の場合はその旨	○	○

12	建物面積および延床面積	○	
13	専有面積	○	○
14	構造および階数	○	○
15	宅建業法第 33 条に規定する許可等の処分の番号（建築工事が完了済みの場合は省略できる）	○	
16	会員権の種類（共有制、合有制の別等）	○	○
17	会員権の価格（入会金等を含む総額）	○	○
18	会員権の価格の内訳（預り金等返還するものについては返還条件も）	○	
19	会費・管理費等の額	○	○
20	会員資格に制限があるときはその旨	○	
21	会員権の総口数および今回の募集口数	○	○
22	総客室数および 1 室当たりの口数	○	○
23	建築年月（建築工事が完了してない場合は入居予定年月）	○	○
24	① 施設の利用開始時期	○	○
	② 施設の利用料金	○	○
	③ 施設の予約調整方法	○	
	④ 1 口当たりの年間利用可能日数	○	
25	付帯施設（譲渡対象物件以外のレストラン、売店、大浴場、レジャー施設等当該施設において会員が利用できる施設）の概要およびその利用条件（有料であることが明らかなものを除く）	○	
26	相互利用施設（譲渡対象物件および付帯施設以外で会員相互の施設相互利用契約に基づいて会員が利用できる施設）の有無	○	
27	取引条件の有効期限	○	

II. 「坪」表記は必ず「㎡」表記に変えるか併記する。また、徒歩による所要時間は道路距離 80m につき 1 分として算出する。1 分未満の端数が生じた場合は 1 分として算出することになっており、不動産広告において「約 0 分」という表示は不適切な表示となるので使用しない。

III. 「温泉付き」などの表記を行う場合は「温泉法」に基づき以下の表示をする

1. 温泉に加水したものはその旨
2. 温泉に加温したものはその旨
3. 温泉源から採取した温泉を給湯管によらずに供給する場合（運び湯など）はその旨
4. 共同浴場を設置する場合において循環装置または循環ろ過装置を使用する場合はその旨

IV. シリーズ広告と予告広告

1. シリーズ広告

「分譲宅地」「新築分譲住宅」「新築分譲マンション」「新築賃貸マンション」「新築賃貸

アパート」に関する広告で、一つの企画にもとづき 1 年以内に連続して 4 回以上、または 6 カ月以内に 3 回以上にわたって行なうものを「シリーズ広告」という。

「シリーズ広告」は次の要件を満たす場合に限りその一連の広告表示をもって一つの広告表示とみなすことが認められている。

(1) シリーズ広告である旨

(2) 広告の回数

(3) シリーズ中の順位

(4) 次回の掲載予定日(最終広告を除く)

(5) 契約・予約の申し込みに応じない旨および申し込みの順位を確保しない旨(最終広告を除く)

(6) 最終広告において、規定する必要な表示事項を表示していること

なお、シリーズ広告において最終広告は必要表示事項のすべてが記載された「本広告」であることが決められており、広告主の都合で最終回を待たずにシリーズ広告を中止することはできない。

2. 予告広告

広告表示の開始時期の制限に適合するものの価格等が確定していないため、ただちに取引ができない「分譲宅地」「新築分譲住宅」「新築分譲マンション」「新築賃貸マンション」「新築賃貸アパート」について、必要な表示事項をすべて表示している広告である「本広告」に先立ち、その取引開始時期などをあらかじめ告知する広告を「予告広告」という。

予告広告では価格等の数事項は記載されないが次の事項を記載しなければならない。表示しなくても良い事項は前出の表 1・4・6・8 末尾の「注」参照。

(1) 目立つ場所に 14 ポイント(20 級)以上の文字で予告広告である旨

(2) 本広告を行い取引を開始するまでは契約・予約(仮予約含む)の申し込みに一切応じない旨および申し込みの順位の確保に応じない旨

(3) 価格(賃料)が未定である旨または予定最低価格(賃料)、予定最高価格(賃料)および予定最多価格帯

(4) 販売予定時期または取引開始予定時期

(5) 予告広告をする時点において、すべての予定販売区画、予定販売戸数または予定賃貸戸数を一括して販売(取引)するか、または数期に分けて販売(取引)するか確定していない場合はその旨および当該予定広告以降に行う本稿国において販売区画数、販売戸数または賃貸戸数を明記する旨

(2) および(4)は(1)に近接する場所に掲載しなければならない。また、定期借地権などの借地権が設定されている場合はその旨を表示する。

予定広告を行なう場合においては当該予告広告にかかる物件の取引開始前に、当該予告広告を行なった媒体と同一媒体を用い、かつ当該予告広告を行なった地域と同一またはより広い地域において「本広告」を掲載しなければならない。

V. 国外の不動産

1. 広告主は原則として日本国内に支社・支店などを有し、国内の宅地建物取引業免許を持っている法人に限る。

2. 物件は完成済みのものに限る。
3. 価格の通貨を明瞭にし、円建ての場合は固定か円換算か、円換算の場合はいつの時点のものか明示する。
4. 当該不動産の実態が不明など、確認が取れないものは当社判断による。

【有料老人ホーム、老人福祉施設等の広告について】

I. 有料老人ホーム

1. 入居者募集を前提とした広告の場合、施設ごとに以下の事項を表示する

- (1) 広告主名、所在地、電話番号
- (2) 広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称
- (3) 事業主体者と運営主体者が異なる場合、運営主体者の名称
- (4) 施設の名称
- (5) 施設の所在地、電話番号
- (6) 最寄の交通機関と施設までの所要時間と距離（必ず時間と距離を併記する）
- (7) 事業主体者が土地・建物を所有していない場合その権利形態
- (8) 施設の開設日または開設予定日
- (9) 施設の規模・構造・概要
- (10) 施設の類型（指定居宅サービスの種類）※下記4種類のいずれかを明記
 - ①介護付有料老人ホーム（一般型特定施設入居者生活介護）
 - ②介護付有料老人ホーム（外部サービス利用型特定施設入居者生活介護）
 - ③住宅型有料老人ホーム
 - ④健康型有料老人ホーム
- (11) 居住の権利形態（介護付および住宅型有料老人ホームに限る）

※下記3種類のいずれかを明記

- ①利用権方式
- ②建物賃貸借方式
- ③終身建物賃貸借方式

- (12) 入居資格
- (13) 入居要件（介護付および住宅型有料老人ホームに限る）

※下記4種類のいずれかを明記

- ①入居時自立
- ②入居時要介護
- ③入居時要支援・要介護
- ④入居時自立・要支援・要介護

- (14) 総室数（個室・相部屋の内訳）
- (15) 募集室数（個室・相部屋の内訳および相部屋の入居人数）
- (16) 入居者が施設の規定により当初入居した居室から他の居室に住み替えることが決まっている場合は、住み替え後の居室の利用条件

(17) 入居金

- ①金額（最低金額～最高金額）
- ②支払い方法（一時金方式、月払い方式、そのいずれかの選択方式など）
- ③返還制度の有無

(18) 提供されるサービスの内容と費用

- ①月額利用料等、入居者が定期的に支払う費用。
（最低金額～最高金額、使途の内容とその内訳金額を明記）
例：月額利用料 10 万～15 万円[食費 5 万（1 日 3 食分）～10 万円、管理費 5 万円。管理費は〇〇、××、△△に充当]
- ②その他、契約上入退去時に必要な費用(退去時の原状回復費など)
- ③施設が提供するサービスで月額利用料等の定期的な費用に含まれないものを提供する場合、その内容と費用。
- ④特定施設入居者生活介護事業者が介護保険給付対象外の介護サービスを提供する場合、サービスの内容と費用およびその徴収方法。
- ⑤特定施設入居者生活介護事業者が人員過配置により介護保険給付対象外の介護サービスを提供する場合、サービスの内容およびその徴収方法、介護職員体制、人員過配置の合理的な積算根拠。
- ⑥住宅型有料老人ホームにおいて介護の説明をする場合、「介護が必要になった場合、入居者自身の選択により介護保険の在宅サービスを利用するホームである」旨の文言を明記。「介護付」「ケア付」の表示は不可。

(19) 介護保険

- ①介護付有料老人ホームの場合 a または b の事項

A. 〇〇都道府県(政令市の場合は●●市)指定介護保険特定施設(一般型特定施設)の場合

a. 〇〇都道府県(政令市の場合は●●市)指定介護保険特定施設(一般型特定施設)の旨

b. 介護にかかわる職員体制について「1.5 : 1 以上」「2 : 1 以上」「2.5 : 1 以上」「3 : 1 以上」のいずれか

c. 夜間時間帯の最少介護職員数とその時間帯

B. 〇〇都道府県(政令市の場合は●●市)指定介護保険特定施設(外部サービス利用型特定施設)の場合

a. 〇〇都道府県(政令市の場合は●●市)指定介護保険特定施設(外部サービス利用型特定施設)の旨

b. 介護職員数

c. 委託先の介護サービス事業所と介護サービスの種類

(例)訪問介護(●●社) 訪問看護(△△社) 通所介護(××社)

- ②住宅型有料老人ホームの場合、在宅サービスが利用可能な旨

(20) 協力医療機関を表示する場合、医療機関名だけではなく診療科目など協力の具体的な内容を併記すること。ただし、医療機関の広告に誤認されるような内容になると医療法に基づく「医療広告ガイドライン」に抵触する場合がありますので、そのような体裁とならないよう注意する。

(21) その他、不当表示に留意した広告表示にすること。

2. 入居者募集をする主たる施設以外の施設を表示する場合は以下の事項までとする。その場合の副次的施設でも、入居者募集を前提とする場合はAのすべてを表示すること。

- (1) 広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称
- (2) 事業主体者と運営主体者が異なる場合、運営主体者の名称
- (3) 施設の名称
- (4) 施設の所在地、電話番号
- (5) 施設の類型（指定居宅サービスの種類）※下記4種類のいずれかを明記
 - ①介護付有料老人ホーム（一般型特定施設入居者生活介護）
 - ②介護付有料老人ホーム（外部サービス利用型特定施設入居者生活介護）
 - ③住宅型有料老人ホーム
 - ④健康型有料老人ホーム
- (6) 施設の外観写真・イラストを表示する場合
 - ①事業主体者が土地・建物を所有していない場合、その権利形態
 - ②イラストの場合、完成図または完成予想図である旨

3. 施設の見学会・入居体験会の開催告知

(1) 施設ごとに以下の事項を表示する。

- ①広告主名、所在地、電話番号
- ②広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称
- ③事業主体者と運営主体者が異なる場合、運営主体者の名称
- ④施設の名称
- ⑤施設の所在地、電話番号
- ⑥最寄の交通機関と施設までの所要時間と距離（必ず時間と距離を併記する）
- ⑦施設の類型（指定居宅サービスの種類）※下記4種類のいずれかを明記
 - A. 介護付有料老人ホーム（一般型特定施設入居者生活介護）
 - B. 介護付有料老人ホーム（外部サービス利用型特定施設入居者生活介護）
 - C. 住宅型有料老人ホーム
 - D. 健康型有料老人ホーム
- ⑧開催日時
- ⑨参加費用、参加定員など募集要項
- ⑩施設の外観写真・イラストを表示する場合
 - A. 事業主体者が土地・建物を所有していない場合、その権利形態
 - B. イラストの場合、完成図または完成予想図である旨

⑩入居者募集を前提として広告する場合、①～⑩のほかにAの必要表示事項を過不足なく表示する。Aの必要表示事項を表示しない場合は必ず「開催時に入居者募集を行なわない」旨を明瞭に表示する

4. 企業広告

(1) 入居者募集を前提としない企業・施設イメージの広告は以下の事項を表示する。

- ① 広告主名、所在地、電話番号
- ② 広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称
- ③ 事業主体者と運営主体者が異なる場合、運営主体者の名称
- ④ 施設の名称
- ⑤ 施設の所在地、電話番号
- ⑥ 最寄の交通機関と施設までの所要時間と距離（必ず時間と距離を併記する）
- ⑦ 施設の類型（指定居宅サービスの種類）※下記4種類のいずれかを明記
 - A. 介護付有料老人ホーム（一般型特定施設入居者生活介護）
 - B. 介護付有料老人ホーム（外部サービス利用型特定施設入居者生活介護）
 - C. 住宅型有料老人ホーム
 - D. 健康型有料老人ホーム
- ⑧ 施設の外観写真・イラストを表示する場合
 - A. 事業主体者が土地・建物を所有していない場合、その権利形態
 - B. イラストの場合、完成図または完成予想図である旨

5. 名刺広告については原則として上記①の表示を最低条件とし、読者に誤認を与えない範囲で必要に応じて①～⑦までを表示する。

II. 高齢者専用（向け）分譲住宅（マンション）

1. 不動産公正取引協議会連合会が定める「不動産の表示に関する公正競争規約」に基づく新聞広告の表示事項（前出の【不動産について】の該当する表を参照）を、見やすい場所に原則として7ポイント(10級)以上の大きさ、色彩の文字で明瞭に表示する。広告主が不動産公正取引協議会に非加盟の個人事業主や業者であっても原則として可能な限りこの表示事項を表示する。

2. 上記Aのほかに以下の事項を表示する。

- (1) サービス内容とその費用
- (2) 入居の資格・条件

3. 有料老人ホームおよびその他の老人福祉施設と誤認させる表示は不可。

※入浴・排せつ・食事の介護、食事の提供、洗濯・掃除などの家事や健康管理の実施の提供をするものにすれば「有料老人ホーム」となり、都道府県にその届出が必要となる。それ以外はあくまで介護事業社などの外部サービスの利用に限定されるので表示に注意。「介護付」という表示は不可。

III. サービス付き高齢者向け住宅

1. 入居者募集は募集する住宅ごとに以下の事項を表示する。

- (1) 「サービス付き高齢者向け住宅」の明記
- (2) 広告主の名称と所在地(住所)、電話番号
- (3) 広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称
- (4) 事業主体者と運営主体者が異なる場合、運営主体者の名称

(5)住宅(施設)の名称と所在地(住所)、最寄りの交通機関と施設までの距離(所要時間記載の場合は距離を併記)、総戸数・募集戸数、居住面積、敷地面積、建物の規模・構造・建築年月

(6)サービス付き高齢者向け住宅の県(もしくは政令市、中核市)届出登録番号(登録手続き中の場合はその旨)

(7)事業主体者が土地・建物を所有していない場合、その権利形態(施設外観の写真・イラストを表示する場合、その近くに明確に表示)

(8)居住の権利形態

※下記3種類のいずれかを明記

①利用権方式

②建物賃貸借方式

③終身建物賃貸借方式

(9)入居要件

(10)生活支援サービスの内容

①安否確認、生活相談、食事提供、入浴、洗濯、清掃、健康管理などサービスの内容

②提供形態(自ら提供か委託の別、委託の場合の受託事業者名称)

(11)生活支援サービスの費用(介護保険給付の対象とならないサービスはその旨)

(12)敷金・家賃・管理費または共益費(権利金その他の金銭の受領はできない)

(13)家賃、生活支援サービス費用などの前払い金の有無

(14)有料老人ホームの届出もされていることを同時に表示する場合、有料老人ホームとして必要な表示事項

(15)入居者が利用する施設または設備が次のいずれかに該当する場合その旨

①事業者が設置しているものではない

②登録住宅の敷地内に設置されていない

③入居者が利用するごとに費用を払う必要がある

④特定の用途のための専用の施設または設備として設置されまたは使用されていない

(16)設備の構造または仕様の一部に異なるものがある場合その旨

(17)入居者の居住部分について、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13条各号の理由以外(または同条ただし書きの場合)で変更する場合、さらに変更が次のいずれかに該当する場合

①変更後の居住部分の床面積が当初より減少する

②他の居住部分に住み替える場合、当初の居住部分の利用に関する権利が変更するまたは消滅する

③変更後の居住部分の利用に関し、追加的な費用を払う

④当初の居住部分の利用に関する費用について、居住部分の変更による居住部分の構造・設備の変更または居住部分の床面積に応じた調整が行なわれない

(18) 終身にわたって居住または介護サービスの提供を受けることができることを表示する際、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13条各号の理由以外(または同条ただし書きの場合)により居住または介護サービスの提供が受けられない場合その旨

(19) 高齢者の居住の安定確保に関する法律第6条第1項第10号の高齢者生活支援サービスを提供する者の人数を表示する場合、次の人数を表示する

① サービスを提供する者の総人数およびサービスごとの内訳の人数

② 要介護者等以外の入居者に対してサービスを提供する場合、サービスを提供する者の総人数およびサービスごとの内訳の人数

③ 夜間におけるサービスを提供する者の総人数およびサービスごとの内訳の人数

(20) 高齢者生活支援サービスを提供する者のうち介護に関する有資格者(医師、看護師、介護福祉士、社会福祉士、介護支援専門員、ホームヘルパー1級または2級資格者)を表示する場合、その人数を常勤または非常勤の別ごとに表示

(21) 施設外観の写真やイラスト(完成図または完成予想図と表示)を表示する際に、土地・建物が事業主体者の所有でない場合、その権利形態

(22) 特定施設入居者介護事業者の指定の有無

(23) 事業者または委託・提携により提供する、介護保険法の保険給付の対象とならない介護サービスについて表示する場合、介護サービス内容及び費用

3. 登録事業者でない施設、および有料老人ホームやその他の高齢者向け賃貸・分譲住宅など他の施設を「サービス付き高齢者向け住宅」と誤認されるような表示は不可。

IV. 老人福祉施設(老人デイサービスセンター、老人短期入所施設、養護老人ホーム、特別養護老人ホーム、軽費老人ホーム、老人福祉センター及び老人介護支援センター)

1. 原則として以下の表示をする

(1) 広告主名、所在地、電話番号

(2) 広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称

(3) 施設の名称、所在地、電話番号

(4) 最寄の交通機関と施設までの所要時間と距離(必ず時間と距離を併記する)

(5) 募集数

(6) 入居資格・条件

(7) 入居費用とその内訳

(8) 入居可能期間および提供されるサービスの内容

(9) 施設の規模・構造

2. これら老人福祉施設は老人福祉法第5条の3によって規定された施設で、都道府県への届出、認可が必要。その他の施設と誤認されるような表示は不可。

V. (認知症高齢者) グループホーム

「認知症対応型老人共同生活援助事業」を行なう施設。一つの階に5～9人のグループ、最大2階建てで18人までの入居者が介護サービスを受けながら、残された能力を生かし、スタッフと共同生活を行なう。

1. 原則として以下の表示をする。

- (1) 広告主名、所在地、電話番号
- (2) 広告主と事業主体者が異なる場合、事業主体者の名称
- (3) 施設の名称、所在地、電話番号
- (4) 最寄の交通機関と施設までの所要時間と距離（必ず時間と距離を併記する）
- (5) 募集数
- (6) 入居資格・条件
- (7) 入居費用とその内訳
- (8) 入居可能期間および提供されるサービスの内容
- (9) 施設の規模・構造

2. 老人福祉法第5条の2によって規定された施設で、都道府県への届出が必要。その他の施設と誤認されるような表示は不可。

【墓地、納骨堂広告について】

I. 埋葬法により経営には県の許可が必要で地方自治体、宗教法人、公益法人に限られている。

納骨堂で建築基準法上の特殊建築物にあたるものは建物の工事が完了しても特殊建築物としての検査・確認を受けるまでは使用できないので、検査・確認を終えていないものは募集の広告はできない。

また、寺院が「宗派・宗旨を問わない」旨を広告する場合、その寺院が認証を受けた規則に檀家に限って墓地の使用を認めている場合は、規則変更後でないと募集できない。

II. 以下の表示が必要。

1. 墓地・納骨堂の名称、所在地、交通
2. 経営主体・管理者の名称、所在地、電話番号、経営許可番号（埋葬法が1948[昭和23]年制定のため、それ以前から存在する主に伝統的な寺院等が経営している場合、経営許可番号はないのでその場合は表示しなくても可）
3. 総区画数、販売区画数、1区画あたりの面積
4. 永代使用料、管理料、墓石やカロート（納骨容器）などにかかる代金
5. 「宗派・宗旨を問わない」場合はその旨を、「宗派・宗旨を問う」場合は「檀家に限る」

などの条件を明記

【冠婚葬祭に関する広告について】

I. 結婚式や各種セレモニー、葬祭業など冠婚葬祭に関する広告については、必ず経営主体・管理者の名称、所在地、電話番号を明記する。また業界団体等に加盟している場合はその旨を明記する。

II. 価格を表示する場合はそれに含まれる内容を過不足なく明記し、表示価格に含まれない内容に関して表示する場合は必ず別料金となる旨を明記する。

III. 運営を自ら行わず外部委託をする、あっせんのみを行う事業者の場合は必ずその旨を明記する。

【宗教に関する広告について】

I. 宗教に関する広告は取次会社を通じ市販される出版物（書籍、テープやCD・DVDなどの記録媒体）の広告、講演会などの告知広告のみを原則とし、そのほかについてはその内容を検討し掲載の可否を決める。

1. 布教を目的として教義を宣揚するものは掲載しない。

2. 違法なもの、煽動的なもの、不安感をあおるもの、社会秩序を乱すおそれのあるものは掲載しない。

3. 一方的な宣言、過去の奇跡、将来の予言、功德や現世利益などの表現をしない。

4. 出版物や催事告知、政党の政策・選挙広告の体裁をとりながら、入信入会や商品購入に直接結びつけるものは掲載しない。

II. 易断、姓名判断等占いに属するものは鑑定者の氏名、日時、現職肩書き、鑑定料などに限り表示し、祈祷など科学に基づかない内容は表示できない。

III. 催眠広告、いわゆるサブリミナル効果を利用した広告は掲載できない。

IV. 開運印、吉運印、その他運氣や厄除けにかかわる商品などの広告は他を誹謗せず、不安感をあおったり教義的な展開にならなかつたりする範囲であれば掲載できる。

【政治に関する広告について】

公職選挙法を順守するのが大原則。違反した場合、広告主が逮捕されることもあり選挙の

結果に重大な影響を与えるので、安易な表現や掲載時期、掲載エリア等出稿の仕方に十分気をつける。

I. 政党・政治団体広告（私費）

「選挙運動」（特定の公職の選挙につき、特定の立候補者又は立候補予定者に当選を得させるため投票を得もしくは得させる目的をもって、直接又は間接に必要なかつ有利な周旋、勧誘その他諸般の行為をすること、投票依頼）を除いた「政治活動」（もっぱら政策の普及・宣伝）に限る。

選挙期間中は広告中に候補者の氏名および写真やイラストなど氏名を類推させる内容は記載不可。ただし政党代表者（党首・代表・総裁等）は可。

いわゆる「マニフェスト」は、純粋な政策というより特定の選挙のために作られる場合があり、それは選挙運動にあたる可能性があるので注意する。

II. 選挙広告

1. 衆議院総選挙（公費）

(1) 小選挙区選挙

①候補者広告（選挙区の立候補者）：1回＝2段×1/4以下、最大5回
原則として候補者届出氏名、選挙区名を明記する。

②「新聞広告掲載証明書」（原本）を1回につき1枚、掲載日前日までに当社に提出
候補者届出政党広告（当該都道府県における候補者届出政党）：

1回＝（1段×1/4）の2以上の整数倍とし縦15段以内の寸法

県内届出候補者数	合計段数	回数
1～5人	4段	8回以内
6～10人	8段	16回以内
11～15人	12段	24回以内
16人以上	16段	32回以内

「神奈川県における衆議院小選挙区選出議員の選挙に関する広告」である旨を明記する。

「新聞広告掲載証明書」（原本）を1段×1/4ごとに1枚、掲載日前日までに当社に提出。

(2) 比例代表選挙

名簿届出政党等広告（比例代表・南関東選挙区における名簿届出政党等）：

1回＝（1段×1/4）の2以上の整数倍とし縦15段以内の寸法

南関東選挙区における名簿登録者数	合計段数	回数
1～9人	8段	16回以内
10～18人	16段	32回以内
19～27人	24段	48回以内
28人以上	32段	64回以内

原則として届出政党名、「南関東選挙区における衆議院比例代表選出議員の選挙に関する広

告」である旨を明記。

「新聞広告掲載証明書」(原本)を1段×1/4ごとに1枚、掲載日前日までに当社に提出。

2. 参議院通常選挙(公費)

(1) 選挙区選挙

候補者広告(選挙区の立候補者):1回=2段×1/4以下、最大5回

原則として候補者届出氏名、選挙区名を明記する。

「新聞広告掲載証明書」(原本)を1回につき1枚、掲載日前日までに当社に提出。

(2) 比例代表選挙

名簿届出政党等広告(比例代表・南関東選挙区における名簿届出政党等):

1回=(1段×1/4)の2以上の整数倍とし縦15段以内の寸法

神奈川選挙区における名簿 登録者数	合計段数	回数
1～8人	20段	40回以内
9～16人	28段	56回以内
17～24人	36段	72回以内
25人以上	44段	88回以内

原則として届出政党名、「神奈川選挙区における衆議院比例代表選出議員の選挙に関する広告」である旨を明記。

「新聞広告掲載証明書」(原本)を1段×1/4ごとに1枚、掲載日前日までに当社に提出。

3. 県知事選挙(公費)

1回=2段×1/4以下、最大4回

原則として候補者届出氏名、「神奈川県知事選挙候補者」である旨を明記する。

「新聞広告掲載証明書」(原本)を1回につき1枚、掲載日前日までに当社に提出。

4. 市町村長選挙(私費)

1回=2段×1/4以下、最大2回

原則として候補者届出氏名、「〇〇市(町・村)長選挙候補者」である旨を明記する。

「新聞広告掲載証明書」を1回につき1枚、掲載日前日までに当社に提出。

5. 市町村議会選挙(私費)

1回=2段×1/4以下、最大2回

原則として候補者届出氏名、「〇〇市(町・村)議会議員選挙候補者」である旨を明記する。

「新聞広告掲載証明書」(原本)を1回につき1枚、掲載日前日までに当社に提出。

6. 特別選挙

再選挙、補欠選挙等の場合はそれぞれの規定による。

Ⅲ. 選挙違反に注意すべき広告

1. 公職にある者、公職の候補者になろうとする者が広告料を支払って掲載する年賀、暑中見舞い、寒中見舞い、慶弔など含む挨拶広告、自ら喪主になった会葬御礼広告は通年禁止（これらの広告の要請をした者も処罰の対象となる）。

2. 候補者の後援会関係者の黒枠広告は、候補者が葬儀委員長となる場合、以下の事項を留意の上で社会通念上妥当と見られる場合以外は不可。

(1) 候補者と後援会関係者との関係の程度の考慮。

(2) 「〇〇選挙候補者」の肩書きをつけない。

(3) 候補者の氏名を大きくしたり太字にしたりなどのことさらの強調をしない。

3. 政党、後援会、支援団体等が候補者の推薦を決定する旨の告知広告は禁止。

4. 立候補の通知・挨拶等の文言・表現がある広告は禁止。

5. 常識以上に候補者の名前を大きくしたり強調したりするような内容の広告は不可。

6. 特定選挙区の立候補予定者であることを明示・暗示するような内容の広告は不可。

7. 特定選挙の投票日を明示・暗示した内容を盛り込んだ政党・後援会・支援団体等の広告は選挙運動にあたるので禁止。

8. 立候補辞退の広告は特定の第三者の選挙運動を有利にする内容の場合は不可、単なる辞退の声明であれば可。

9. 候補者が著者である出版物の広告は掲載時期、掲載エリア、著者名のことさらの強調、肩書きの有無、政策の披歴等、選挙運動に関わる場合があるので、内容を十分吟味する。

10. 候補者が広告主として一定期間掲出する広告で通常は氏名を記載していないのに、選挙期間またはその間近の時期に限って氏名を記載することは禁止。

11. 当選御礼・落選挨拶の広告は禁止。

12. 出火お詫び・謹告・本人や家族の黒枠広告等は選挙運動に関わらない内容である限りは可。

13. 個人の時局講演会の告知広告は選挙に直接言及したり投票依頼を行う内容でない限りは可。

Ⅱ. 選挙広告の表現上の諸注意

1. 全般

(1) 候補者広告で他の立候補者を推薦者として表記する場合、推薦者が自身の選挙運動の目的がなく、推薦者の氏名のみ、推薦者中立候補者は1名のみ、文字の大きさは当該候補者より小さいものであれば可とする。

(2) 「姓」のみの広告は当該候補者の広告と確認できない場合を除き可とする。

(3) 戸籍名で立候補し、戸籍名を小さく、ふりがなを大きく表示したものは可とする。

(4) わたる規定

衆議院総選挙の「小選挙区選挙」と「比例代表選挙」、参議院通常選挙の「選挙区選挙」と「比例代表選挙」の選挙運動の表現の「主」「従」の関係は、広告スペース、体裁、文字の大きさなどで総合的に判断する。

2. 衆議院総選挙

(1) 候補者広告および候補者届出政党広告で、当該小選挙区が含まれる比例代表区の選挙運動に「従」としてわたることができる。

(2) 候補者広告および候補者届出政党広告で、当該小選挙区が含まれない比例代表区の選挙運動

にはわたることができない。

(3) 候補者届出政党広告で、他の政党の届出候補者または当該候補者届出政党所属であっても本人届出候補者の選挙運動にわたることはできない。

(4) 候補者届出政党広告で、神奈川県以外の小選挙区選挙の選挙運動にわたることはできない。

(5) 名簿届出政党等広告で、当該比例代表区以外の選挙運動にわたることはできない。

(6) 名簿届出政党等広告で、当該名簿届出政党等が当該比例代表区に含まれる都道府県の候補者届出政党でもある場合は、小選挙区選挙の選挙運動に「従」としてわたることができる。

(7) 名簿届出政党等広告で、当該名簿届出政党等が当該比例代表区に含まれる都道府県の候補者届出政党でない場合は、小選挙区選挙の選挙運動にわたることはできない。

(8) 名簿届出政党等広告で、当該比例代表区に含まれる小選挙区選挙との重複立候補者である党の代表者(党首、総裁、代表等)の顔写真を大写することは、写真の脇に「小選挙区」などの記載があるなど、代表者個人の選挙運動となる広告にならない限り差し支えない。

3. 参議院通常選挙

選挙区候補者広告で、比例代表選挙の選挙運動に「従」としてわたることができる。

Ⅲ. 選挙広告の掲載上の諸注意

1. 掲載時期：立候補届出翌日～投票日前日

2. 「新聞広告掲載証明書」の原本と異なる内容のものは掲載できない。

3. 新聞広告は記事下に限り、カラー広告はできない。

4. 候補者届出政党広告または衆・参議院の名簿届出政党等広告で、独立性を有し、一体としての効果を発揮しなければ、同日付け同一新聞で複数掲載ができる。ただし、複数倍のスペースはできない。

5. 規定外の違反となる広告を掲載した場合、違反に同意して掲載すると新聞社など広告主以外の関係者も処罰の対象となる。

6. 選挙広告を1度に2回以上掲載する場合、それぞれ独立した体裁・表現のものでなければならない。相互に候補者名・政党名・文章がまたがっていたり並べて読んでではじめて意味がわかるものは違反となる。

7. 公職選挙法149条に基づく選挙広告と私費の政党広告を併載する場合の掲載方法の可否例を以下に明記する。

選：公職選挙法149条に基づく選挙運動用の広告

政：政治活動用の政党広告

(認められる例)

選	選	選	選
政			

選	選	政
選	選	

(認められない例)

<table border="1"> <tr> <td>選</td> </tr> </table>	選	政
選		

選	選	選
選	政	選
選		選
選	選	選

8. 選挙広告の場所指定については選挙の公平性・中立性にかんがみ、指定料の発生の有無に関わらず受けることはできない。同サイズのものは申し込み順に右から並べることを原則とする。

【弁護士、司法書士等の広告について】

I. 弁護士

弁護士およびその事務所、法人の広告は「日本弁護士会規定」に基づき、以下の表示に留意する。

1. 必要表示事項：氏名（事務所や法人の場合は代表者名）および所属弁護士会名
2. 表示できない事項
 - (1) 訴訟の勝訴率
 - (2) 顧問先または依頼者名（書面による同意がある場合を除く）
 - (3) 受任中の事件（依頼者の書面による同意がある場合および依頼者が特定されずかつ

依頼者の利益を損なうおそれがない場合を除く)

(4) 過去に取り扱いまたは関与した事件(依頼者の書面による同意がある場合および広く一般に知られている事件、または依頼者が特定されずかつ依頼者の利益を損なうおそれがない場合を除く)

(5) 事実に合致していないもの

(6) 誤導・誤認のおそれのあるもの

(7) 誇大な内容、または過度な期待を抱かせるもの

(8) 特定の弁護士・法律事務所等と比較したもの

(9) 法令または日本弁護士会連合会・所属弁護士会の会則・会規に違反するもの

(10) 弁護士の品位、信用を損なうおそれのあるもの

(11) 弁護士の選択に重要でない事項を重要であるかのように強調し、優位な印象を与えるもの

(12) 実体のない団体や休止団体の役職・経歴、役職や前歴によって有利な解決が期待できることを示唆するもの

(13) 第三者の証言や推奨文の入ったもの

(14) 「専門家」「専門分野」「スペシャリスト」「プロ」「エキスパート」などの専門表示の入ったもの(「得意分野」「取り扱い分野」「取り扱い業務」など専門の評価を伴わないものは可とする)

(15) 比較不明確、最大級・完全表現を含む、実証不能な優位性を示す、結果を保証あるいは確信させる用語を含むもの

(16) 「過払い金返還」のみに特化して取り扱うもの

II. 司法書士

司法書士およびその事務所、法人の広告は以下の表示に留意する。

1. 必要表示事項：氏名(事務所や法人の場合は名称および代表者名)および所属司法書士会名

2. 表示できない事項

(1) 違法行為を助長するもの

(2) 虚偽または過度な期待を抱かせるもの、誇大な内容のもの

(3) 誤導・誤認のおそれのあるもの

(4) 品位・信用を損なうもの

(5) 有利な解決が期待できることを示唆するもの

(6) 他の司法書士との比較や誹謗中傷を行うもの

(7) 依頼者(書面による同意がある場合を除く)

(8) 受託中の案件または過去に取り扱いもしくは関与した案件(依頼者の書面による同意がある場合を除く)

(9) 「過払い金返還」のみに特化して取り扱うもの

3. 民事紛争代行業務に関する法務大臣認定司法書士の業務に関する広告

所定の研修を修了して法務大臣が認定する司法書士は、簡易裁判所での民事に関する紛争で相談に応じ、裁判外の和解について代理関係業務を行うという弁護士業務と重複する業

務を行うことができるが、司法書士の裁判権の限度額が140万円となっているので、この業務に関して「紛争の価額が140万円以下の案件に限る」旨、限度額を必ず表示する。

【風紀・風俗の取り扱い、結婚紹介関連について】

I. 下記、社会の一般常識・風紀を損ない、法令や社会道義、秩序を乱すおそれのあるものは掲載しない。

1. 犯罪行為を助長、美化、肯定するもの
2. 脅迫的なもの、いたずらに不安感をあおるもの
3. 残酷非道、醜悪、猟奇的なもので不快感を与えるもの
4. 卑猥、露骨な性表現をするもの
5. 風紀上好ましくないもの
6. 結婚を前提にした「業」として認められていない男女交際を目的としたもの。結婚相談所の類は、電話やインターネットのみに特化した業態のものは不可とし、そうでないものは業界団体加盟の有無等、営業内容や業態を審査の上、可否を決める。
7. ストリップ劇場、ソープランドなどの性風俗を扱う風俗店の営業広告、直接その営業にかかわる者の求人募集広告は掲載しない。

II. 接待飲食業、遊技場営業、深夜酒類提供飲食店など「風俗営業などの規制及び業務の適正化などに関する法律」（風営法）に基づいて営業の許可を得ているもの（神奈川県公安委員会への届出、許可）の中で、本社が妥当と判断したものに限り掲載できる。

III. 精力剤等の広告で、明示・暗示を問わず性行為を表現するもの、連想させるものは原則として掲載しない。内容をよく吟味、また掲載面も考慮し（70P【その他の規定】参照）、慎重な協議の上、掲載の可否を決定する。

【古物業広告について】

I. 古物業法の対象となる古物（美術品・衣類・時計宝飾品・自動車およびその部品類・自動二輪車およびその部品類・原動機付自転車およびその部品類・自転車およびその部品類・撮影用機器類・事務機器類・機械工具類・家具や楽器、音楽映像等のソフト、玩具、雑貨などの道具類・皮革ゴム製品類・書籍・金券類など）を神奈川県内で取り扱う場合は神奈川県公安委員会の許可を要し、必ずその許可番号を明記すること。酒類の買取販売については、古物商の許可は必要とならないが酒類小売業の免許が必要となる。

II. いわゆるオークションを行う広告については神奈川県公安委員会への届出のあるものに限る

【旅行業広告について】

誇大な表現や根拠なく優位性を強調する表現、旅行条件について誤認のおそれのある表現は不可とした上で、分類別に下記の表示を行う。「均一」「ポッキリ」などの表記をした場合は付加料金や割増・割引料金の表示はできない。

I. 募集型企画旅行の広告

旅行業法・所管官庁の通達に基づき以下の事項を表示する。

1. 実施する業者の氏名または名称、所在地、申し込みおよび問い合わせ電話番号、旅行者登録番号、旅行業協会に加入している業者は当該旅行業協会名
2. 旅行の目的地および日程に関する事項（発着地、主たる目的地、宿泊地、出発日、旅行日数）、機中泊・車中泊の場合はその旨
3. 運送、宿泊または食事サービスの内容に関する事項（運送機関の種類または名称、宿泊施設の名称または等級、1人参加などで「相部屋不可」の場合はその旨、食事条件）
4. 旅行代金（燃油サーチャージは旅行代金に含めることを原則としているが、別途徴収する場合はその旨と額も明記）、割増料金・割引料金・付加料金など特定の条件で旅行代金が変わる場合は、旅行代金とは別に条件を含めて明瞭に表示
5. 添乗員（旅程管理業務を行う者）同行の有無
6. 契約の締結前に書面を交付して取引条件の説明を行う旨（取引条件の説明を余すところなく表示して広告する場合を除く）
7. 最少催行人員（催行が決定されている場合はその旨）
8. 旅行サービスの提供のない時間帯を利用した、別途料金を支払うことで旅行参加者が任意に参加できる「オプションツアー」を広告内に表記する場合、以下の表示を明記

(1) ツアーの主催者

(2) 主な行き先、所要時間、食事の有無、利用交通機関などの内容

(3) ツアー料金（現地通貨で表示の場合は換算レート）

(4) 申し込み方法、参加条件

(5) 最少催行人数、変更・中止の条件

(6) 取消料

9. 目的地を表示しないことを目玉とするいわゆる「ミステリーツアー」の場合は主要目的地・宿泊地・宿泊施設など目的地が特定・推測できる表示はしない

10. 温泉を主目的にし、特定の温泉施設を広告中に大きく取り上げた旅行については、以下の表示を明記

(1) 温泉に加水したものはその旨

(2) 温泉に加温したものはその旨

(3) 循環装置を使用したものはその旨

(4) 入浴剤や消毒などを行っているものはその旨

(5) 温泉の効能効果について表記する場合は、温泉法に基づいて当該温泉で認められた効能を事実通りに表記

II. 受注型企画旅行の広告

旅行者の依頼により旅行の計画を作成するものについては以下の事項を表示し、出発日・旅行日程・旅行代金など募集型企画旅行と誤認するおそれがある表示は不可とする。

1. 実施する業者の氏名または名称、所在地、申し込みおよび問い合わせ電話番号、旅行者登録番号、旅行業協会に加入している業者は当該旅行業協会名
2. 受注型企画旅行である旨の表記
3. 契約の締結前に書面を交付して取引条件の説明を行う

III. 告知広告

ツアー旅行の内容の記載を最小限にとどめ、企画旅行を行う告知のみの広告やウェブサイトで閲覧することを求める広告、将来販売する予定の旅行商品を紹介する広告、募集広告の必要表示事項を省略した旅行パンフレットの請求を促す広告は、旅行業公正取引協議会の規定に基づき、「告知広告」であることを明確にするため以下の事項を表示する。

1. 広告主の氏名または名称、所在地、申し込みおよび問い合わせ電話番号、旅行者登録番号、旅行業協会に加入している業者は当該旅行業協会名
 2. 記載された連絡先では申し込みを受け付けない旨
 3. パンフレットの請求を求めるなど、当該告知広告の趣旨を示す文言
- ただし、旅行代金を表示する場合は最低額と最高額の表示、燃油サーチャージが含まれるか否かを明記する。

【動物関連広告について】

I. 動物取扱業の種別は以下に分類される。

[販売]ペット販売、ブリーダー等

[保管]ペットホテル、ペット美容、ペットシッター等

[貸し出し]ペットレンタル、映画・ドラマなどタレント用動物派遣業

[訓練]動物の訓練、調教、出張訓練業等

[展示]動物園、水族館、動物ふれあいパーク（コーナー）、動物サーカス等

※ 動物は哺乳類・鳥類・爬虫類に属するものに限り、魚類や昆虫等、または畜産農業関連・試験研究用・生物学的製剤製造関連・その他政令で定める用途に供するために飼養し、保管しているものをこれらに含まない。

II. 動物取扱業の広告については都道府県等に登録認可されている業者のものに限る。

III. 有償譲渡であれば個人であっても動物取扱業の登録認可を得なければ広告できない。

IV. 安易な飼養または保管の助長を防止するため、動物に関して誤った理解を与えることのない内容とする。

V. 広告表示については以下を表示する。

1. 広告主の氏名または名称
2. 事業所の名称および所在地
3. 動物取扱業者の種別（販売・保管・貸し出し・訓練・展示）

4. 登録番号・登録年月日・登録有効期限の末日

5. 動物取扱責任者氏名

VI. 犬猫等販売業者（販売の用に供する犬または猫の繁殖を行う者に限る）は、出生後 56 日を経過しない犬・猫について、販売のため又は販売の用に供するために引渡しまたは展示をしてはならないので、その内容を掲載した広告はできない。

【寄付金募集の広告表示について】

I. 社会福祉事業のための寄付金の募集については、募集を開始する 1 カ月前までに県知事に募集の期間・地域・方法・使途などを明らかにした書面を提出し許可されたものでなければならない。

II. 一般の寄付金の募集については、県市町村などの許可を受けたものでなければならない。

III. 国宝など重要文化財の現状変更については文化庁長官の許可を必要とし修理については 30 日前までに届出なければならないので、その許可・届出をしたものに限る。

IV. 広告体裁、募集許可証などを確認のうえ掲載の可否を決める。広告中には必ず目的、方法、寄託先を明記し、それらが不明確なものは掲載できない。

V. 日本赤十字社を通じて寄付する旨を表記する場合、事前に所定の申請書を提出し承認を得た上でなければ、「日本赤十字社」の表記はできない。

【アマチュア規定・無体財産の広告表示について】

I. 日本体育協会のアマチュアスポーツについての規定である「スポーツ憲章」にのっとり、アマチュアスポーツの競技者または役員の氏名、写真などを使用した広告は、事前に日本体育協会加盟の各競技団体の承認なしに掲載できない。

II. オリンピックや国際的な大会・博覧会などのマーク・ロゴ・標語・呼称、その他使用承認を要するものを無断で使用した広告は掲載できない。

III. 許認可、特許権などを示す場合はその番号を明示しなければならない。

IV. 著作権、意匠権、特許権などの侵害となる広告は掲載できない。

V. 特定の人物の氏名・写真・談話・文章などを使用する場合、事前に本人または著作権・肖像権などを所有する個人・法人や団体に許可を得なければならない。

VI. 名誉毀損、プライバシーの侵害、信用棄損、業務妨害となるおそれがあるものは事実であっても掲載できない。

Ⅶ. 国旗を広告中に使用する場合は、その国の名誉を損なうような行為はつつしみ、礼を失わないようにしなければならない。

Ⅷ. 国連旗、EU旗、赤十字マークは使用できない。

Ⅸ. 皇室、王室、元首などの尊厳を傷つけるおそれのあるものは掲載できない

X. 社名・社旗などを無断で使用したものは掲載できない。

XI. 国土地理院測量の地図を使用したもので、国土地理院長の承認番号のないものは掲載できない。

XII. 通貨の複写・模写を広告中に使用する場合は「見本」のような体裁を加え、本物との違いを明確にしなければ掲載できない

【イベント等の告知広告について】

I. イベント・催事等のタイトル、日時、会場、広告主の名称と所在地・連絡先、主催者、出演者（肩書き、略歴）、募集要項、参加料・入場料の有無と額、問い合わせ連絡先（部署名、電話番号、メールアドレス、問い合わせ時間帯・曜日）、個人情報の取り扱いについての規定を明記する。

II. 参加料・入場料以外に、条件によって金銭の支払いが発生する場合はその旨と金額を明記する。

III. 事実と異なる内容、イベント・催事等の目的と異なる行為が行われるようなものは掲載できない。

IV. 選挙に立候補を表明している者が事前運動となるような催事等の出演は掲載できない。

V. 法令に抵触するような内容のイベント・催事等の掲載はできない。

【その他の規定】

I. 釈明、離婚などの広告は、広告主の実印のある掲載承諾書を受理の上、掲載する。

II. 広告主にとっての顧客を広告中に取り上げて広告主が有利になるようにする、いわゆる「広告内広告」（広告中に広告主とは別の広告主が存在するような広告）は原則として不

可とする。一つの広告中に一つのテーマに沿って複数社がコラボレーションを行う場合はこの限りではないが、すでに出稿契約が存在し、契約料金が設定されているような広告主が入っている場合など複雑なケースがあるので、掲載の可否については事前協議をして当社の承認を得たものに限る

Ⅲ. 通販広告や旅行広告、出版広告、医療広告、老人ホーム等の高齢者専用施設の広告など、法律や慣例が多く多岐にわたるものがあるので、その都度営業管理部で判断する。

Ⅳ. 神奈川新聞社名、社章、社旗、ロゴマーク、題字を使用する場合は、必ず事前に協議し、使用方法・体裁等の確認をした上で掲載を可とする

Ⅴ. 1面・社会面・テレビ面の広告については下記の基準を設ける。内容を吟味し、判断に迷うものについては慎重に協議の上、掲載の可否を決定する。以下の基準に含まれないものについても当該面にふさわしくないとされるものについては慎重に協議の上、掲載の可否を決定する。

1. 1面

記事下広告については過去の慣例から原則として出版広告の申し込みを優先とし、下記のものとは原則として記事下・雑報ともに掲載できないものとする。

(掲載できない業種)

消費者金融・政治団体・宗教団体・遊技場関連(公営競技を含む)・健康食品関連(原稿内容を確認し、ふさわしくないと判断したもの)・精力剤関連

(掲載できない広告内容)

臨時もの・記事体広告・意見広告

2. 社会面

次のものは掲載しない。

消費者金融・精力剤関連・遊技場関連(公営競技を含む)

3. テレビ面

次のものは掲載しない。

消費者金融・政治団体・精力剤関連・臨時もの・意見広告

【原稿作成に関する基準】

I. 広告主名、所在地、連絡先(電話番号)を必ず明記し当該広告の責任の所在を明確にする。インターネットのホームページURLやメールアドレスを表記することでこれらを省略するのは原則として不可とする。

Ⅱ. 難解な用語や漢字、外国語は極力避け、原則として常用漢字、新かなづかいを使用する。義務教育を受けた者なら誰でもわかる内容に心掛ける。差別用語や差別を助長する文言・イラスト・画像は使用しない。また、射幸心を極端にあおるもの、犯罪を肯定または

助長するような反社会的な内容のものは不可とする。

Ⅲ. 度量衡はメートル法の表記を原則とする。当該広告の業種の慣例で頻度の高い伝統的な度量衡でもメートル法表記にするかメートル法表記を併記する。

例：○坪→(○×3.3) 平方メートル、△㎡(○坪) など

Ⅳ. 広告中の文字の級数は、読者が読めないほど著しく小さい文字は使用しない。当該広告の業界の競争規約等で最小級数が定められたものはその級数以上で表記する。

Ⅴ. 記事体広告、または新聞記事と誤認を招きかねないような段組みの文章を使用した体裁の広告には必ず **広告**、**PR** (いずれも1段相当未満=20級以上、1~5段相当=24級以上、5段相当以上=32級以上のゴシック体文字を囲み罫の中に入れたもの) もしくは該当部署と協議の上「企画・制作=神奈川新聞社クロスメディア営業局」等のクレジットを入れる。

Ⅵ. 「企画・制作=神奈川新聞社クロスメディア営業局」等のクレジットを入れたものについては、神奈川新聞社が文章の責任を持ち、原則として記事と同等の基準の文字表記・文章表記を行う。

Ⅶ. 黒ベタ(文字等白抜き部分含む)の部分が全体の半分を超えてはならない。

Ⅷ. 広告デザインで、文字やオリジナルの画像を意図的に、上下・左右を逆にしたり、横転したり、陽画(ポジ)・陰画(ネガ)を反転させたり、縦横の比率を極端に変えたりするなどして、不自然な体裁となるものは原則不可とする。

広告主からそのようなデザインの広告の掲載を要望された場合は、所属団体や許認可に関連して付与されたマーク・ロゴの掲載にあたってのルールを破ったり、肖像権を侵害するなど人や企業・団体の尊厳を傷つけたりすることの無いよう注意を十分喚起した上で、読者に広告情報上の誤認や不快感を与えないかどうかなどを検討する事前協議を行い掲載の可否を決定する。

神奈川新聞広告掲載基準

神奈川新聞社クロスメディア営業局

2017年7月1日 発行

2018年2月5日 改訂

2018年10月3日 第二訂

2018年11月1日 第三訂

本 社	〒231-8455 横浜市中区太田町 2-23	045-227-0730
東京支社	〒104-0061 東京都中央区銀座 7-13-21 銀座初波奈ビル 3 階	03-3544-2507
大阪支社	〒530-0002 大阪市北区曽根崎新地 2-1-15 長瀧ビル 2F-20	06-6136-3034
横須賀支社	〒238-0004 横須賀市小川町 21-9	046-822-2020
川崎総局	〒210-0005 川崎市川崎区東田町 5-1 市労連会館 2 階	044-222-4455
相模原・県央総局	〒252-0231 相模原市中央区相模原 4-4-2 ウイング相模原 101	042-752-0430
湘南・西湘総局	〒254-0036 平塚市宮松町 4-18 ロイヤルコート平塚 1 階	0463-27-1400