

千歳市広告掲載基準

平成 18 年 8 月 4 日市長決裁

平成 23 年 11 月 28 日市長決裁

(趣旨)

第 1 条 この基準は、千歳市広告掲載要綱（平成 18 年 8 月 4 日市長決裁）第 3 条第 2 項の規定に基づき定めるものであり、広告媒体への広告掲載の可否は、この基準に基づき判断を行うものとする。

(広告に関する基本的な考え方)

第 2 条 広告媒体に掲載する広告は、信用性と信頼性をもてるものでなければならない。

2 広告の内容、デザイン等については、当該広告を掲載する市の資産の特性に配慮するとともに、美観風致を著しく阻害するものであってはならない。

(広告媒体ごとの基準)

第 3 条 この基準に規定するもののほか、広告媒体の性質に応じて、広告の内容、デザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、別途基準を作成することができる。

(規制業種及び規制事業者)

第 4 条 次に掲げる業種及び事業者の広告は掲載しない。

- (1) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）において風俗営業と規定する業種
- (2) 前号に類似する業種
- (3) 消費者金融
- (4) たばこ
- (5) ギャンブル等に関するもの
- (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) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (11) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの

例：廃棄物の処理及び清掃に関する法律に基づく市長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合において、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものなど）

- (12) 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
- (13) 各種法令に違反しているもの
- (14) 行政指導を受けたにも関わらず、改善がなされていないもの
- (15) その他市長が不相当と認める業種又は事業者

(掲載基準)

第5条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
- イ 法令で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
- ウ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- エ 市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な目的とするもの
- 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）及び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（掲載に際しては、根拠となる資料を要する。）
- イ 投機心及び射幸心を著しくあおる表現
例：「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（昭和 22 年法律第 49 号）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
- ク 広告の内容が明確でないもの
- ケ 国、地方公共団体、その他公共の機関が広告主又はその商品やサービスなどを推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの

(3) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの

- ア 水着姿、裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの。ただし、出品作品の一例又は広告内容に関連する等、表示する必然性がある場合は、その都度適否を検討するものとする
- イ 暴力や犯罪を肯定し、又は助長するような表現
- ウ 残酷な描写等善良な風俗に反するような表現
- エ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
- オ ギャンブル等を肯定するもの
- カ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

(広告に関する景観上の基準)

第6条 広告の内容、デザイン等が次の各号のいずれかに該当し、美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

- (1) 会社名、商品名等を著しく繰り返すもの
- (2) 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 景観と著しく違和感があるもの
- (4) 意味なく身体の一部を強調するようなもの
- (5) 著しくデザイン性の劣るもの
- (6) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (7) 地域のルール及び慣習によって形成されてきた景観や文化にそぐわないもの

(広告に関する交通安全上の基準)

第7条 広告の内容、デザイン等が次の各号のいずれかに該当し、事故の誘発の可能性のある等交通安全を阻害するおそれのある広告は掲載しない。

- (1) 自動車等運転者及び歩行者等の誤解を招くおそれがあるもの
 - ア 過度に鮮やかな模様又は色彩を使用するもの
 - イ 矢印などの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
 - ウ 蛍光塗料、高輝度反射素材、鏡状のもの及びこれらに類するものを使用するもの
- (2) 自動車等運転者、歩行者等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 水着姿、裸体姿等を表示し、著しく注意を引くもの
 - ウ デザインがわかりづらい等、判断を迷わせるもの
 - エ 絵柄や文字が過密であるもの

(ホームページに関する基準)

第8条 ホームページへの広告に関しては、ホームページに掲載する広告のほか、当該広

告がリンクしているウェブページの内容についてもこの基準を適用する。

(業種ごとの基準)

第9条 各部等の広告審査委員会は、次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき、掲載の可否及び広告内容等を審査する。また、医療、老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関する内容表示及び消費者関連法に抵触するおそれのあるものについては、各当該広告媒体所管課が直接、担当所管課に相談し判断した上で、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。この場合において、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載しない。

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。

例：「一か月で確実にマスターできる」等

3 専修学校及び学習塾等

- (1) 合格率など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。

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しない。「この資格は国家資格ではありません。」という主旨の文章を明確に表示すること。
- (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しない。「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」という主旨の文章を明確に表示すること。
- (3) 資格講座の募集に見せかけて、商品・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。

5 病院、診療所及び助産所

- (1) 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7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) 医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告

適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）に沿った内容であること。

6 あん摩マッサージ指圧、はり・きゅう、柔道整復等の施術所

- (1) あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律（昭和 22 年法律第 217 号）第 7 条又は柔道整復師法（昭和 45 年法律第 19 号）第 24 条の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。
- (2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は広告できない。
- (3) 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設（整体院、カイロプラクティック、エステティック等）の広告は掲載できないため、業務内容の確認は必ず行うこと。

7 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）

広告を掲載する事業者が、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こと。

8 健康食品、保健機能食品、特別用途食品等

広告を掲載する事業者が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こと。

9 介護保険法（平成 9 年法律第 123 号）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：「千歳市指定事業者」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。

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こと。
- (2) 不動産売買や賃貸の広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、価格、賃料、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。
- (4) 契約を急がせる表示は掲載しないこと。

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

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。

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。

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、残虐な言葉や衝動的な言い回しを避け、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表示しないこと。
- (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載しない。
- (2) 性に関する表現で、扇情的、露骨及びわいせつなものは掲載しない。

- (3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。
- (4) 内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張した表現等は使用しない。
- (5) ショッキングなデザインは使用しない。
- (6) その他青少年に悪影響を与えるおそれのあるものは掲載しない。
- (7) 年齢制限等、一部規制を受けるものはその内容を表示すること。

16 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、回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など廃棄物を処理できる旨の表示はできない。

17 結婚相談所・交際紹介業等

- (1) 結婚相手紹介サービス協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) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。

18 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

- (1) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。
- (2) 出版物の広告は、主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）するものは掲載しない。

19 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) 次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。」

20 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 新千歳～東京 20,000 円」等
- (2) 有利さを誤認させるような表示はしないこと。

21 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。
- (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、次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

22 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。

23 ウイークリーマンション等

営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可等を受けていること。

24 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

本基準の第4条で定める規制業種に該当する企業による規制業種に関連するもの以外の内容の広告は、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

25 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、法人名を明記すること。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示すること。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こと。

(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。）すること。

例：「メーカー希望価格の50%引き(宝石には通常、メーカー希望価格はない)」等

(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

(8) アルコール飲料

ア 未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。

例：「お酒は20歳を過ぎてから」等

イ 飲酒を誘発するような表現は禁止する。

例：「お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿」等