

秋田市広告掲載基準

平成19年10月31日

市長 決 裁

（趣 旨）

第1条 この基準は、秋田市広告掲載要綱（平成19年10月31日市長決裁）

第4条第2項の規定に基づき、広告掲載等の適否を判断するための基準について定めるものとする。

（広告全般に関する基本的な考え方）

第2条 本市の広告媒体に掲載し、又は掲出する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、その内容および表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を有するものでなければならない。

（屋外広告物に関する基本的な考え方）

第3条 屋外広告物（秋田市屋外広告物条例（平成8年秋田市条例第42号）第5条の規定による許可を要する同条例第1条に規定する広告物および掲出物件をいう。以下同じ。）の内容およびデザインについては、当該広告を掲出する地域の特性に配慮するとともに、街の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4条 この基準に規定するもののほか、広告媒体の性質に応じて、当該広告媒体に掲載し、又は掲出する広告の内容、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。

（規制営業又は事業者）

第5条 次に掲げる営業、施設又は事業者の広告は、掲載し、および掲出しない。

(1) 風俗営業等の規制および業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）に規定する風俗営業

(2) 風俗営業に類似する営業

(3) 消費者金融

(4) たばこ

(5) ギャンブルに係るもの

- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 占いおよび運勢判断に関するもの
- (8) 興信所、探偵事務所等
- (9) 民事再生法（平成11年法律第225号）又は会社更生法（平成14年法律第154号）の規定による再生手続中又は更生手続中の事業者
- (10) 法律、法律に基づく命令、条例又は規則に違反しているもの
- (11) 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
- (12) 市から指名停止の措置を受けている者又は市から許可の取消しその他の不利益処分を受けている者
- (13) 社会問題を起こしている営業、施設又は事業者
（掲載基準）

第6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、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、無認可商品およ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 公序良俗を害するおそれがあるなど社会一般の良識に反するもの
 - 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およ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）およ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（根拠となる資料を要する。）
 - イ 射幸心を著しくあおる表現

(例)「今が・これが最後のチャンス(今購入しないと次はないという意味)」等

ウ 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) 青少年保護およ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 水着姿およ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、善良な風俗を害するような表現

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

(屋外広告物に関する都市景観上の基準)

第7条 屋外広告物の内容およびデザイン等が次の各号のいずれかに該当し、都市の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) 美観を損ねるような、著しくどぎついものおよびくどいもの

(4) 景観と著しく違和感があるもの

(5) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの

(6) 著しくデザイン性の劣るもの

(7) 意味が不明なもの等、公衆に不安感や不快感を起こさせるもの

(屋外広告物に関する交通安全上の基準)

第8条 屋外広告物の内容およびデザインが次の各号のいずれかに該当

し、交通事故を誘発する等、交通の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 信号、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
- ウ 蛍光塗料、高輝度反射素材、鏡状のものおよ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 読ませる広告および4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
- イ ノード、水着姿を表示し、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

(広告の内容および表示に関する個別の基準)

第9条 広告媒体に掲載し、又は掲出する広告の具体的な表示内容等については、掲載の都度、広告媒体の大きさやデザイン等を考慮のうえ、当該広告媒体所管課所室が次の各項目について、検討（医療・薬事、食品、老人福祉施設、選挙に関する表示内容および消費者関連法に基づく表示基準については、後記「参考資料（広告表示の相談窓口）」に掲げる担当課に協議するものとする。）し、審査することとする。

(1) 人材募集広告

- ア 人材募集に見せかけて、違法行為の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは認めない。
- イ 人材募集に見せかけて、商品・材料およ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) 学習塾・予備校等（専門学校を含む。）

合格率など実績を載せる場合は、実績年もあわせて表示する。

(4) 外国大学の日本校

下記の主旨を明確に表示すること。

(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

ア 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。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。」

イ 「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。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。」

ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品およ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。

エ 受講費用がすべて公的給付でまかなえるかのように誤認される表示はしない。

(6) 病院、診療所又は助産所

医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7に規定する事項以外は、掲載してはならない。

(7) あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業もしくはきゆう業又はこれらの施術所あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律（昭和22年法律第217号）第7条に規定する事項以外は、掲載してはならない。

(8) 柔道整復の業務又は施術所

柔道整復師法（昭和45年法律第19号）第24条に規定する事項以外は掲載してはならない。

(9) 一般食品（いわゆる健康食品を含む）、保健機能食品、特別用途食品の広告については、薬事法（昭和35年法律第145号）、食品衛生法（昭和22年法律第233号）および健康増進法（平成14年法律第103号）

の規定に違反しないこと。

(10) 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

ア サービス全般（老人福祉施設を除く。）

(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）秋田市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、下記の事項に適合していること。

(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、別表「有料老人ホームの類型および表示事項」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) 「有料老人ホーム等に関する不当な表示」（平成16年公正取引委員会告示第3号）に抵触しないこと。

ウ 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。

エ 介護老人保健施設

介護保険法（平成9年法律第123号）第98条に規定する事項以外は、掲載してはならない。

(11) 不動産事業

ア 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。

イ 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、賃料および取引条件の有効期限を明記する。

ウ 「不動産の表示に関する公正競争規約」（平成17年公正取引委員会告示第23号）に従ったものであること。

エ 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

(12) 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

(13) 旅行業

ア 登録番号、所在地および補償の内容を明記する。

イ 不当表示の疑いがある表示は掲載してはならない。

（例）白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

(14) 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。

(15) 雑誌、週刊誌等

ア 適正な品位を保った広告であること。

イ 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および不快感を与えないものであること。

ウ 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。

エ 犯罪被害者の人権・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。

オ 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。

カ 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。

キ 未成年、心神喪失者などの犯罪に関連した広告では、氏名および写真は原則として表示しない。

ク その他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。

(16) 映画・興業等

ア 暴力、とばく、麻薬、売春などの違法行為を容認するような内容のものは掲載しない。

イ 性に関する表現で、扇情的、露骨およびわいせつなものは掲載しない。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

エ 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。

オ ショッキングなデザインは使用しない。

カ 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。

キ 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。

(17) 古物商、リサイクルショップ等

ア 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。

イ 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。

(18) 結婚相談所および交際紹介業

ア 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。

イ 掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

(19) 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

ア 掲載内容は、名称、所在地および一般的な事業案内等に限定する。

イ 出版物の広告は、主張の展開およ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。

(20) 募金等

ア 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。

イ 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。」等

(21) 質屋およびチケット等再販売業

ア 個々の相場、金額等の表示はしない。

（例）「〇〇のバッグ50,000円」、「航空券 東京～秋田 15,000円」等

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(22) トランクルームおよび貸し収納業者

ア 「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。

イ 「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。

（例）「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

(23) 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。

(24) ウイークリーマンション等

営業形態に応じて、必要な法令に基づく許可等を受けていること。

(25) 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

第５条で定める規制業種に該当する企業による、規制業種に関連するもの以外の内容の広告は、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

(26) その他表示に関する注意事項

ア 割引価格の表示

割引価格を表示する場合は、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

イ 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。

ウ 無料で参加又は体験できるもの

費用が必要な場合があるときには、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

エ 責任の所在、内容および目的の明確化

(ア) 広告主の法人格の種類、法人名、免許番号等を明記する。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明記する。

(イ) 連絡先については固定電話とし、携帯電話又はＰＨＳのみの

表示は認めない。

(ウ) 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。

オ 肖像権および著作権

使用許諾があることの確認ができないものは掲載しない。

カ 宝石の販売

表現に虚偽の記載があるものは掲載しない。(公正取引委員会に確認する場合がある。)

(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

キ 個人輸入代行業等の個人営業広告

輸入販売業の許可を取得していること。

ク 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

参 考 資 料

(広告表示の相談窓口)

(1) 医療・薬事関係

窓口：保健所 保健総務課

(2) 食品関係

窓口：保健所 衛生検査課

(3) 老人福祉施設関係

窓口：福祉保健部 長寿福祉課、介護保険課

(4) 消費者関連法関係

窓口：市民生活部 市民相談センター

(5) 選挙関係

窓口：選挙管理委員会 事務局

附 則

(施行期日)

- 1 この基準は、平成19年11月1日から施行する。

(経過措置)

- 2 この基準は、この基準の施行日以降に行う市の資産への広告の掲載又は掲出について適用する。

(施行期日)

この基準は、平成24年4月2日から施行する。