

○須賀川市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、須賀川市広告掲載要綱（以下「要綱」という。）第4条第2項の規定に基づき、広告を掲載する場合の基準について必要な事項を定めるものとする。

(広告に関する基本的な考え方)

第2条 市の広告媒体に掲載又は掲出する広告は、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）などの各法令に適合するものであるとともに信頼性を持てる社会的に信用度の高い情報でなければならない。

(規制業種又は事業者)

第3条 次の各号のいずれかに掲げる業種又は事業者の広告は、広告掲載をしないものとする。

- (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）に規定する風俗営業とされる業種及びこれに類する業種
- (2) 貸金業法（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業とされる業種
- (3) ギャンブルに関する業種
- (4) 債権の取立て、示談の引受け等に関する業種
- (5) 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業種
- (6) 民事再生法（平成11年法律第225号）に基づく再生手続又は会社更生法（平成14年法律第154号）に基づく更生手続を開始している事業者
- (7) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）に規定する暴力団及びそれらに準ずる業者
- (8) 各種法令に違反している事業者
- (9) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
- (10) 本市の市税を滞納している事業者
- (11) その他社会問題を起こしている業種及び事業者

(掲載基準)

第4条 次の各号のいずれかに掲げるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの
 - ア 景品表示法第5条において禁止されている不当表示に該当するもの
 - イ 法令等により製造、販売、提供等を行うことが禁止されている商品又はサービスを提供するもの
 - ウ 法令等に基づく許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの
 - エ 粗悪品等広告を掲載することが適当でないと認められる商品又はサービスの提供に関するもの
 - オ 商標、著作権その他の財産権を無断で使用するもの
- (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
 - ア 暴力、賭博、覚せい剤等規制薬物の乱用若しくは売春等の行為を推奨し、肯定し、又は美化したもの
 - イ 内容が醜悪、残虐、猟奇的であるもの等公衆に不快感を与えるおそれのあるもの
 - ウ 性に関する表現で、露骨若しくはわいせつであるもの又は裸体を含むもの
 - エ 犯罪を誘発するもの又はそのおそれのあるもの
 - オ 他人の名誉若しくは信用を毀損するもの若しくは業務を妨害するもの又はそのおそれ

- のあるもの
- カ 人種、性別、心身の障害等に関する差別的な表現その他不当な差別につながる表現を含み、基本的人権を侵害するもの又はそのおそれのあるもの
 - キ 第三者の氏名、写真等を無断で使用するもの若しくはプライバシーを侵害するもの又はそのおそれのあるもの
 - ク その他社会的秩序を乱すおそれのあるもの
- (3) 政治性又は宗教性のあるもの
- ア 公の選挙若しくは投票における事前運動に該当するもの又はそのおそれのあるもの
 - イ 政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれのあるもの（政党広告を含む。）
 - ウ 宗教団体による布教推進等を目的とするもの又はそのおそれのあるもの（宗教団体の広告を含む。）
- (4) 個人の名刺広告又は個人若しくは団体の意見広告に関するもの
- ア 個人又は団体の名刺広告
 - イ 個人又は団体の意見広告
 - ウ 国内世論が大きく分かれている社会問題等に関する主義若しくは主張又はこれらを含むもの
- (5) 消費者被害の未然防止及び拡大防止の観点から適切でないもの
- ア 統計、文献、専門用語等の引用、取引等に関して表示すべき事項を明記しないことにより、実際のもの又は他の事業者のものよりも著しく優良若しくは有利であるかのように消費者を誤認させる表示及び表現（合理的な根拠を示す資料を提出しない場合を含む。）
 - イ 副業、内職、会員等の募集に関するもの
 - ウ 自己の供給する商品等と競争関係にある特定の商品等を比較対象商品等として明示し、又は暗示するもの
 - エ 商品等の内容又は取引条件を比較するもので、二重価格表示があるもの又は第三者が奨励し、若しくは保証する記述があるもの
 - オ 射幸心をあおる表示及び表現
 - カ 誇大な表現を含むもの
 - キ 社会的に認められていない許認可、保証、賞、資格等を使用して優れていることを誤認させるもの
 - ク 投資信託等の広告で、元本等が保証されているかのように誤認させる表現のあるもの
 - ケ 他人名義の広告
 - コ 通信販売で、連絡先、商品名、内容、価格、送料、数量、引渡し、支払方法、返品条件等が不明確なもの
 - サ 通信教育、講習会、塾又は学校に類似した名称を用いたもので、その実体、内容及び施設が不明確なもの
 - シ 本市が広告掲載をする者（以下「広告主」という。）を指示し、又はその商品、サービス等を推奨し、若しくは保証しているかのような表現のあるもの（本市が別に認証等を行っている商品又はサービス等に関するものを除く。）
 - ス その他消費者を誤認させるおそれのある表示及び表現（編集記事とまぎらわしい体裁又は表現で、広告であることが不明確なものを含む。）

- (6) 青少年の保護又は健全育成の観点から適切でないもの
 - ア 水着姿、裸体等で広告内容に無関係で必要性のないもの。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、その都度可否を検討するものとする。
 - イ 犯罪、ギャンブル等を肯定し助長するようなもの
 - ウ 暴力やわいせつ性を連想、想起させるもの
 - エ 青少年の人体、精神及び教育に有害なもの
- (7) 良好な景観の形成、風致の維持等を害するおそれのあるもの
 - ア 色又はデザインが景観と著しく違和感があり、公衆に不快感を起こさせるもの
 - イ 自動車等の運転者の誤解を招いたり、注意力を散漫にする等交通安全を阻害するおそれのあるもの
- (8) 市有資産の性質等に照らし、広告掲載することが適当でないと認められるもの
 - ア 品位を損なう表現のもの
 - イ 投機を著しくあおる表現のもの
 - ウ 謝罪、釈明等のもの
 - エ 尋ね人、養子縁組等のもの
 - オ 詐欺的なもの又はいわゆる悪質商法と認められるもの
 - カ 占い、運勢判断等に関するもの
 - 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 その他社会的に不適切なもの

(広告表示内容に関する業種ごとの個別の基準)

第5条 掲載する広告の表示内容等については、次に掲げる業種ごとの基準を考慮し審査する。

- (1) 人材募集広告
 - ア 人材募集広告に見せかけて、売春等の勧誘やあっせん疑いのものがあるものは掲載しない。
 - イ 人材募集に見せかけて商品、材料及び機材の売り付け並びに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
 - ア 安易さ又は授業料及び受講料の安価さを強調する表現は使用しない。
例：1か月で確実にマスターできる等
- (3) 学習塾、予備校、専門学校等
 - ア 合格率などを載せる場合は、実績も併せて表示する（確実な証拠資料が必要）。
 - イ 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) 学校教育法（昭和22年法律第26号）に基づかない、外国に本校又は本部のある学校の日本校等
 - 日本の学校教育法に定める学校でない旨を明示すること。
- (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。次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。」
 - 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とれるような紛らわし

- い表現は使用しない。次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。」
- ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売り付け並びに資金集めを目的としているものは掲載しない。
- エ 受講費用が全て公的給付でまかなえるかのように誤解される表示はしない。
- (6) 病院、診療所、助産所
- ア 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7及び厚生労働省の医療広告ガイドライン並びに獣医療法（平成4年法律第46号）第17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。
- イ 提供する医療の内容が他の医療機関と比較して優良である旨を広告してはならない。
- ウ 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。
- エ 広告する治療方法について、疾病等が完全に治癒される等その効果を推測的に述べることはできない。
- オ 当該医療機関が保有している医療施設、機器の写真等、医療に密接に関わるものは表示できない。
- カ 赤十字マークや名称は日本赤十字社の許可を得た場合に表示することができる。
- (7) 医療類似行為
- ア あん摩マッサージ指圧師、はり、きゅう及び柔道整復については、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。
- イ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う事業者（整体院、カイロプラクテック、エステティック等）の広告は医療効果をうたうなど景品表示法第5条に該当していないか確認を行う。
- (8) 薬局、薬品、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）
- ア 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（昭和35年法律第145号。以下「薬事法」という。）第66条から第68条の規定及び厚生労働省の医薬品等適正広告基準の規定並びに各法令所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
- イ 医療機器については、厚生労働省の承認番号を記載すること。
- ウ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署において広告内容が適法及び適正であることについて確認をとっていること。
- (9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品
- ア 健康増進法（平成14年法律第103号）第65条、薬事法第68条、食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条並びに各法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
- イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能、効果について表示できない。
- ウ 保健機能食品及び特別用途食品については、広告内容が国及び法令により認められている表示事項の範囲を超えていないこと、かつ、法令等により定められている表示すべき事項が記載されていること。
- (10) 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

- ア 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 「須賀川市事業受託者」等
- イ 有料老人ホーム
 - (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全て表示すること。
 - (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。
- (11) 不動産業
 - 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、建築年月日、価格、賃料及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15年公正取引委員会告示第2号）による表示規制に従う。
 - 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
 - ア 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。
- (13) 旅行業
 - ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。（ただし、補償については、広告内に全て記載してある必要はなく、詳細内容が記載されているホームページ等への誘導があればよいものとする。）
 - イ 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
- (14) 通信販売業
 - 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条及び第12条並びに同法施行規則第8条から第11条までの規定に反しないこと。
- (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、写真の性的表現等は、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。
- 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（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。
 - 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、心身喪失者等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。
 - ク 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、賭博、麻薬、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。
 - イ 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。
 - 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。
- 例 「回収、引取り、処理、撤去、廃棄」等
- (18) 結婚相談所、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、一般的な事業内容等に限定する。
 - ウ 公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般社団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。
- (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、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。
- (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 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。」
- (21) 質屋、チケット等販売事業
- ア 個々の相場、金額等の表示はしない。
 - イ 有利さを誤認させるような表示はしない。
- (22) トランクルーム及び貸し収納業者
- 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。

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、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。」

(23) 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

ア 第3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でその掲載を認める。

例 たばこ製造、販売事業者の「禁煙マナー向上のための広告」等

(24) その他、表示について注意を要すること。

ア 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

イ 無料で参加、体験できるもの

参加等にあたって費用が必要となる場合には、その旨を明示すること。

例 「昼食代は実費負担」、「入会金は別途掛かります」等

ウ 責任の所在の明確化

広告主の法人格、法人名（法人格を有しない場合は代表者名）、所在地及び連絡先電話番号を明記する。

エ 肖像権、著作権

無断使用がないか確認をする。

オ 宝石の販売

虚偽の表現に注意する。（公正取引委員会の確認の必要あり。）

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

カ 個人輸入代行業等の個人営業広告

必要な資格の取得状況、事務所の所在地等の実態を確認すること。

キ 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 お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

(広告媒体ごとの基準)

第6条 この基準に定めるもののほか、広告媒体の性質に応じて、広告内容及びデザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、別に基準を作成することができる。

附 則

この基準は、平成26年7月1日から施行する。

附 則 (平成30年3月29日基準)

この基準は、平成30年4月1日から施行する。

附 則

この基準は、令和2年4月1日から施行する。