

八代市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、八代市広告掲載要領（以下「掲載要領」という。）第3条第2項の規定に基づき、広告媒体に掲載できる広告に関する基準を定めるものとする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 市の広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用度の高い情報であることが求められるため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性のあるものでなければならない。

(広告審査に当たっての基本的な考え方)

第2条の2 この基準により八代市が広告を審査する場合には、この基準の文言のみに基づき一義的な解釈・適用をするのではなく、関係法令等の規定や市民への影響、公共性・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告（熊本県屋外広告物条例第1条（昭和33年熊本県条例第66号）に定めるものをいう。この基準において以下同じ。）の内容及びデザインについては、当該広告を掲出又は表示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。

2 屋外広告を設置する場合には、設置する地域のルールや慣習により形成されてきた景観や文化に配慮し、地域の景観に調和するようなものであることが望ましい。

(広告媒体ごとの基準)

第4条 市長は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、合理的な範囲で別途基準を設けることができる。

(規制業種又は事業者)

第5条 次に定める業種、事業者又は商品の広告は掲載できない。

- (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）第2条第1項に規定する風俗営業及び同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業に係る業種並びに風俗営業類似の業種のうち、善良な風俗を逸脱するおそれのあるもの
- (2) 消費者金融業
- (3) たばこ
- (4) 公営を除くギャンブルに係るもの
- (5) 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
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 占い、運勢判断等に係るもの
- (8) 興信所、探偵事務所等
- (9) 債権取立て、示談引受け等に係るもの
- (10) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく事業を行うもの
- (11) 民事再生法及び会社更生法による再生・更正手続中の事業者
- (12) 各種法令に違反しているもの
- (13) 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

- (14) 暴力団又は暴力団の構成員が経営に関与していると認めるに足りる相当の理由のあるもの
- (15) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（平成15年法律第83号）第2条第3号に規定するインターネット異性紹介事業者に該当するもの
- (16) 八代市工事等請負・委託契約に係る指名停止等措置要領に基づく指名停止を受けている者
- (17) 本市の市税を滞納している事業者及びその代表者
- (18) 先物取引業者
- (19) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反しているもの
- (20) その他市有資産等を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として適当でないと認められるもの

（掲載基準）

第6条 次に定めるものは、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 法律で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - ウ 他をひぼうし、中傷し又は排斥するもの
 - 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、不安を与えたりするおそれのあるもの
 - ク 国内世論が大きく分かれているもの
 - ケ その他社会的に不適切なもの
- (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）、根拠のない表示又は誤認を招くような表現を使用しているもの
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 射倖心を著しくあおる表現を使用しているもの
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 人材募集の広告をする場合において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・商品に係るもの
 - カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等に係るもの
 - 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、広告主となり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 広告内容に無関係な水着姿、裸体姿等を使用しているもの。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、助長するような表現を使用しているもの

- ウ 残酷な描写等善良な風俗に反する表現を使用しているもの
- エ 暴力又はわいせつ性を連想させるもの
- オ ギャンブル等を肯定するもの
- カ 青少年の身体・精神・教育に有害なもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第7条 屋外広告の内容及びデザイン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、商品名を執拗に繰り返すもの
- (2) 彩度の高い色、原色、金銀色等を広範囲に使用するもの
- (3) 美観を損ねるような、著しく派手なもの及びくだいもの
- (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、公衆に不快感を起こさせるもの
- (8) 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
- (9) 地区計画、まちづくり協議指針、その他まちづくり又は都市整備のルールにおいて景観形成の目標が定められている場合、その目標に沿った貢献が認められないもの

(屋外広告に関する交通安全上の基準)

第8条 屋外広告の内容及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) 次に掲げる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、鏡状のもの及びこれらに類するものを使用するもの
- (2) 次に掲げる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 スード、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

(WEBページに関する基準)

第9条 WEBページへの広告に関しては、市のWEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告が直接リンクしているWEBページ内の内容についても、WEBページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部又は一部を準用することができる。

- 2 他のWEBページを集合し、情報提供することを主たる目的とするWEBページで、掲載要領、この基準、その他市の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うWEBページを閲覧者に斡旋し、又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第10条 広告媒体の主管課及び企画戦略部行政改革課(以下「主管課等」という。)は、掲載の都度、第5項に定める基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

- 2 主管課等は、各業種や商品・サービスについて、必要な許可・免許等の有無、業界団体等への加盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は、広告を掲載する事業者又は広告を取扱う広告代理店に確認するものとする。

- 3 主管課等は、医療、介護老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法に抵触するおそれのあるものについては、直接、担当する相談窓口にご相談するものとする。
- 4 主管課等は、内容の訂正・削除等が必要な場合には広告を掲載する事業者又は広告を取扱う広告代理店に依頼することとし、広告を掲載する事業者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。
- 5 掲載する広告の表示内容については、次に掲げる広告の種別ごとに定める事項に留意するものとする。
 - (1) 人材募集
 - ア 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。
 - イ 人材募集に見せかけて、商品・材料及び機材の売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
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。）
 - ア 合格率など実績を載せる場合は、事実や客観的な根拠に基づいたものとし、実績年も併せて表示する。
 - 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、施設等が不明確なものは掲載しない。
 - (4) 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、学校教育法（昭和22年法律第26号）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。
「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。
「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、助産所
 - ア 広告できる事項は、医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5及び第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないこと。
 - イ バナー広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、医療法の規制がかかる広告にはあたらないため、前号の規定は適用しない。
 - ウ 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) 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）
 - ア 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 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は掲載できない。
 - ウ 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。

(8) 薬局、薬店、医療品、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 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課で広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

イ 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条まで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の所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこととし、次のような表示は掲載できない。

(ア) 最大級及びそれに類する表示

(イ) 効能、効果及び安心を保証する表示（使用前・後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等）

ウ 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。

(9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 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課及び食品担当課並びに公正取引委員会で広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

イ 健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2、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省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

ウ 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。

エ 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（介護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：八代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、

(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）及び同表示の運用基準に抵触しないこと。

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条の規定により広告できる事項以外は広告できない。

- (11) 墓地等
 県知事又は市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。
- (12) 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 不動産の取引に関する広告の場合は、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」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
- (13) 弁護士・不動産鑑定士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等
 各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規制等に抵触する内容ではないこと。
- (14) 旅行業
 ア 登録番号、所在地及び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、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等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
 ウ 広告を掲載する事業者の旅行業者又は旅行業者代理業者は、日本旅行業協会または全国旅行業協会の会員に限る（登録番号を明記すること。）
 エ その他広告表示について旅行業法（昭和27年法律第239号）第12の7及び8並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。
- (15) 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。
 (ア) 会社の概要、商品カタログなどを検討し、本市が妥当と判断したものに限り掲載する。
 (イ) 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（昭和51年政令第89号）第8条から第11条までの規定に反しないこと。
- (16) 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り、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、残虐な言葉及び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 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであり、以下のものは掲載してはならない。
 (ア) 社会秩序を乱すような内容を掲載したもの
 (イ) 虚偽又は表現が不正確で誤認されるおそれがある内容を掲載したもの
 (ウ) プライバシーの侵害、信用失墜、業務妨害等のおそれがある内容を掲載したもの
 (エ) 有害図書と認められるもの

- (17) 映画・興行等
- ア 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。
 - 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り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。
- (18) 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。
例：改修、引取り、処理、処分、撤去、廃棄等
- (19) 結婚相談所・交際紹介業
- ア 地方自治体又は公的機関に認められた団体であること、若しくは業界団体に加盟していることとし、その旨を明記する。
 - イ 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。
 - ウ 個人情報保護に関する法律（平成15年法律第57号）等の法令等を遵守する旨の記載があること。
- (20) 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、所在地及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。
- (21) 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。
「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」
- (22) 質屋・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：〇〇〇のバッグ 50,000 円、航空券 東京～福岡 15,000 円等
 - イ 有利さを誤認させるような表示はしない。
- (23) 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。
「当社の〇〇は、倉庫業法（昭和31年法律第121号）に基づく“トランクルーム”ではありません。」等
- (24) ダイアルサービス
- “ダイアルQ2”のほか各種のダイアルサービスは内容を確認の上判断する。
- (25) 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。
- (26) 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
- この基準第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、この基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。
- (27) 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 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・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
- エ 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。
- オ 肖像権・著作権
無断使用がないか確認をする。
- カ 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
- キ 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や事務所の所在地等の実態を確認する。
- 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：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

附 則（平成19年8月6日企画振興部長専決）

この基準は、企画振興部長専決の日から施行する。

附 則（平成19年10月26日企画振興部長専決）

（施行期日）

- 1 この基準は、企画振興部長専決の日から施行する。
（経過措置）
- 2 この基準の施行の際、現に申込書を受理しているものに係る審査基準については、なお従前の例による。

附 則（平成21年7月23日企画振興部長専決）

（施行期日）

- 1 この基準は、企画振興部長専決の日から施行する。
（経過措置）
- 2 この基準の施行の際、現に申込書を受理しているものに係る審査基準については、なお従前の例による。

附 則（平成23年4月1日企画戦略部長専決）

（施行期日）

- 1 この基準は、企画戦略部長専決の日から施行する。
（経過措置）
- 2 この基準の施行の際、現に申込書を受理しているものに係る審査基準については、なお従前の例による。

附 則（平成24年4月1日企画戦略部長専決）

（施行期日）

- 1 この基準は、企画戦略部長専決の日から施行する。

(経過措置)

- 2 この基準の施行の際、現に申込書を受理しているものに係る審査基準については、なお従前の例による。