

日立市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、日立市広告掲載要綱（平成20年3月4日市長決裁。以下「要綱」という。）第3条第5号に規定する基準として定めるものであり、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なければならないため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を持てるものでなければならない。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告については、日立市茨城県屋外広告物条例施行細則（平成12年規則第45号）第2条の許可を受けなければならない。

(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、広告内容、デザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、要綱第3条第6号に規定する広告掲載要領（以下「広告要領」という。）で規定することができる。

(規制業種又は事業者等)

第5条 次に掲げる業種又は事業者等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）で、風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種で、バー、酒場その他客に酒類の提供を主たる目的として行う営業（営業の常態として、通常主食と認められる食事を提供して営むものを除く。）
- (3) 貸金業
- (4) ギャンブルにかかるもの
- (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等
- (6) 法律の定めのない医療類似行為
- (7) 占い及び運勢判断に関するもの
- (8) 興信所、探偵事務所等
- (9) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (10) 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。

例として、廃棄物の処理及び清掃に関する法律（昭和45年法律

第137号)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をいう。)

(11) 民事再生法(平成11年法律第225号)及び会社更生法(平成14年法律第154号)による再生・更生手続中の事業者

(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) 市税を滞納している事業者等

(掲載基準)

第6条 次に掲げるものは、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、差別及び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、無許可商品、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。例として、以下のようなものをいう。

(ア) 公職選挙法(昭和25年法律第100号)第152条に規定するあいさつ広告

(イ) 議会議員等公職者が代表者を務める民間企業等の有料広告で、公職者本人の氏名が掲載されたもの

(ウ) 同法第146条に規定する選挙期間中の文書図版の頒布又は掲示の禁止を免れる行為としての有料広告

カ 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

キ 社会的に不適切なもの

ク 国内世論が大きく分かれているもの

ケ 社会問題についての主義主張及び意見広告

コ 肖像権及び著作権を許可なく使用しているもの

(2) 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として、次のいずれかに該当するもの

ア 誇大な表現及び根拠のない表示や誤認を招くような表現。例として、「世界一」、「一番安い」等の表現をいい、掲載に際して

は、根拠となる資料を要する。

イ 射幸心を著しくあおる表現。例として、「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）」等の表現をいう。

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、商法及び商品

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奨励、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がないもの。

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助長するような表現

ウ 残酷な描写など、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

カ 青少年の人体、精神及び教育に有害なもの

（ホームページに関する基準）

第7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だけでなく、当該広告がリンクしているホームページの内容についてもこの基準を適用する。

2 他のホームページを集合し、情報提供することを主たる目的とするホームページで、要綱、この基準、広告要領等の規定に反する内容を取り扱うホームページを閲覧者にあっせん又は紹介しているホームページの広告は掲載しない。

（業種ごとの基準）

第8条 広告媒体の所管課所は、掲載の都度、次に掲げる業種ごとの基準に基づき、掲載の可否、表示内容等を審査する。

(1) 人材募集広告

- ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっせん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、材料及び機材の売りつ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 安易さ及び授業料又は受講料の安価さを強調する表現は使用しない。例えば、「1箇月で確実にマスターできる」等の表現をいう。
- (3) 学習塾、予備校、専門学校等
- ア 合格率など実績を載せる場合は、実績年を併せて表示する。
 - 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、内容及び施設が不明確なものは掲載しない。
- (4) 外国大学の日本校については、「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」等の趣旨を明確に表示する。
- (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、各企業は当該管理士を置かなければならないというような誤解を招くような表現は使用しない。
 - イ 上記アの場合は、「この資格は国家資格ではありません」等の趣旨を明確に表示する。
 - ウ 「行政書士講座」などの講座には、当該講座だけで国家資格が取得できるというような紛らわしい表現は使用しない。
 - エ 上記ウの場合は、「資格取得には、別に国家試験を受験する必要があります」等の趣旨を明確に表示する。
 - オ 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売りつけ並びに資金集めを目的としているものは掲載しない。
 - カ 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、助産所及び老人保健施設
- 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、他の医療機関等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 写真については、病院の全景、当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは広告できない。

カ マークを用いることはできるが、当該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。なお、赤十字のマーク及び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、きゅう及び柔道整復）

ア あん摩マッサージ指圧師、はり師及び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広告できない。

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。

(8) 薬局、薬店、医療品、医療部外品、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公共団体の薬務担当課で広告内容についての了解を得ること。

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品及び特別用途食品

広告を掲載する事業者が、事業所在地を所管する地方公共団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。

(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及び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。例えば、「日立市事業受託事業者」等の表現をいう。

イ 有料老人ホーム

- (ア) 上記アのほか、次の規定に適合していること。
- (イ) 有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年7月18日老発第0718003号）に規定する事項を遵守し、別表の各類型の表示事項はすべて表示すること。
- (ウ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
- (エ) 有料老人ホーム等に関する不当な表示（平成16年4月2日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) 墓地等

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 不動産売買及び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17年11月10日公正取引委員会告示第23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。例えば、「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等の表示をいう。

(13) 弁護士、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。

(14) 旅行業

ア 登録番号、所在地及び補償の内容を明記する。

イ 不当表示に注意する。例えば、白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等の表示をいう。

(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。

(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 性犯罪を誘発及び助長するような表現（文言及び写真）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）の人権及び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。
- 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ること。

(17) 映画、興業等

- ア 暴力、とばく、麻薬、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。例えば、「回収」、「引取り」、「処理」、「処分」、「撤去」、「廃棄」等の表示をいう。

(19) 結婚相談所及び交際紹介業

- ア 結婚情報サービス協議会に加盟していること（加盟証書が必要）を明記する。

- イ 掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。
- (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、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（批判及び中傷等）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 「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」の趣旨を明確に表示する。
- (22) 質屋及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。例えば、「〇〇のバッグ 50,000円」等の表示をいう。
 - イ 有利さを誤認させるような表示はしない。
- (23) 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。例えば、「メーカー希望小売価格の30%引き」等の表現をいう。
 - 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 無料で参加及び体験できるもの
 - 費用がかかる場合がある場合には、その旨明示すること。例えば、「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等の表現をいう。
 - 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、広告主の所在地及び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、携帯電話及び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 肖像権及び著作権
 - 無断使用がないか確認をする。
 - カ 宝石の販売
 - 虚偽の表現に注意する。例えば、「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。）等の表現を

いう。

キ 個人輸入代行業等の個人営業広告

ク アルコール飲料又はたばこ

(ア) 未成年者の飲酒又は喫煙禁止の文言を明確に表示すること。例えば、「お酒は20歳を過ぎてから」又は「たばこは20歳を過ぎてから」等の表現をいう。

(イ) 飲酒又は喫煙を誘発するような表現の禁止。例えば、「お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿」又は「たばこを吸っている又は吸おうとしている姿」等の表現をいう。

附 則

この基準は、平成20年3月4日から施行する。