

○多賀城市広告掲載基準の細目に関する要領

平成18年5月31日
部長決裁

(趣旨)

第1条 この要領は、[多賀城市広告掲載基準](#)(平成18年5月31日市長決裁。以下「広告掲載基準」という。)第10条の規定により広告掲載の基準に係る細目について定めるものとする。

(屋外広告に関する交通安全上の基準)

第2条 広告掲載基準第8条第1号の自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもので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とは、次に掲げるものとする。

- (1) 過度に鮮やかな模様又は色彩を使用するもの
- (2) 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
- (3) 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 広告掲載基準第8条第2号の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で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とは、次に掲げるものとする。

- (1) 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
- (2) ノードや水着姿を表示し、著しく注意を引くもの
- (3) デザインがわかりづらい等判断を迷わせるもの
- (4) 絵柄や文字が過密であるもの

(広告内容に関する特別の配慮)

第3条 [次の表](#)の左欄に掲げる広告に関して行う広告掲載に係る可否の審査に際しては、当該広告の区分に応じ、それぞれ[同表](#)の右欄に定める事項について、特別の配慮をしなければならない。

広告区分	特別の配慮を要する事項
人材募集に関する広告	(1) 人材募集に見せかけた売春等の勧誘又はあっせんの疑いのないこと。 (2) 人材募集に見せかけた商品、材料又は機材の売りつけ又は資金集めの疑いのないこと。
語学教室等に関する広告	修得の手軽さや授業料、受講料等の安さを強調する表現が用いられていないこと。 例：「1月で確実にマスターできる」等
学習塾、予備校等(専門学校を含む。)に関する広告	(1) 合格率など実績を掲載する場合は、事実や客観的な根拠に基づく実績及び実績年の表示がなされていること。 (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、内容又は施設が不明確でないこと。
外国大学の日本校に関する広告	学校教育法(昭和22年法律第26号) に定める大学ではない旨の表示が明確になされていること。
資格講座に関する広告	(1) 民間の事業者が設定する資格であるにも関わらず、当該資格に関する講座を受講することで、国家試験が免ぜられ、又は国家資格を得られるような誤解を招く表現が用いられていないこと。 (2) 国家試験を受ける必要がある資格であるにもかかわらず、民間の事業者が開催する講座を受講することで、国家試験が免ぜられ、又は国家資格を得られるような誤解を招く表現が用いられていないこと。 (3) 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売りつけや資金集めを目的としているものでないこと。 (4) 受講費用がすべて公的給付で賄えるかのような誤解を招く表現が用いられていないこと。
病院、診療所、助産所等に関する広告	(1) 医療法(昭和23年法律第205号)第6条の5 及び6条の7、 獣医療法(平成4年法律第46号)第17条 、関係法令、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。 (2) 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の表示がなされていないこと。 (3) 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な表現が用いられていないこと。 (4) 治療方法について、疾病等が完全に治癒される旨等その効果を推測的に述べていないこと。 (5) マークを用いた場合に、そのマークが示す内容を文字等により併せて表記しているものであること。この場合において、 赤十字の標章及び名称等の使用の制限に関する法律(昭和22年法律第159号) の規定により、赤十字等のマーク及び名称はみだりに用いることができないものであること。

<p>あん摩業、マツサージ業、指圧業、はり業、きゅう業若しくは柔道整復の業務又はこれらの施術に関する広告</p>	<p>(1) あん摩マツサージ指圧師、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<u>柔道整復師法(昭和45年法律第19号)第24条</u>の規定により広告できる事項(施術者である旨、施術者の氏名及び住所、業種の種類、施術所の名称、電話番号及び所在場所、施術日又は施術時間等)以外は、一切広告できないものであること。</p> <p>(2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、広告できないものであること。</p> <p>(3) 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設(整体、カイロプラクティック、エステティック等)に関する広告はできないものであること。</p>
<p>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)に関する広告</p>	<p>(1) <u>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)第66条から第68条</u>までの規定、厚生労働省の医薬品等適正広告基準の規定及び各法令所管省庁の通知等に定められた事項に反しないこと。</p> <p>(2) 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する行政機関の薬務担当部署において広告内容が適法かつ適正であることについて確認をとっていること。</p>
<p>健康食品、保健機能食品及び特別用途食品に関する広告</p>	<p>(1) <u>健康増進法(平成14年法律第103号)第31条、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第68条、食品衛生法(昭和22年法律第233号)第20条</u>の規定及び各法令の所管行政庁の通知等に定められた事項に反しないこと。</p> <p>(2) 食品については、<u>食品表示法(平成25年法律第70号)</u>の規定に基づく<u>食品表示基準</u>に基づいて表示すること。</p> <p>(3) 医薬品と誤認されるような効能・効果について表示がされていないこと。</p> <p>(4) 虚偽又は誇大な表現を用いることにより購入意欲を高進させ、健康増進効果等について誤認させるものでないこと。</p> <p>例：ア 厚生労働省から輸入許可を受けたダイエット用健康食品です。(厚生労働省では個別に輸入を許可する制度はない。) イ 医者に行かずともガンが治る。 ウ 最高のダイエット食品(最上級の表現は誇大) エ 「〇〇に効くと言われます。」といった伝聞調の表現等</p> <p>(5) 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する行政の薬務担当部署及び食品担当部署において広告内容が適法かつ適正であることについて確認していること。</p>
<p><u>介護保険法(平成9年法律第123号)</u>に規定するサービスその他高齢者福祉サービス等に関する広告</p>	<p>(1) 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が明確に区別され、誤解を招く表現が用いられていないこと。 イ 広告掲載の主体となるものに関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先及び担当者名等に限ること。 ウ サービスを利用するに当たって有利であるかのような誤解を招く表現が用いられていないこと。 例：「多賀城市事業受託事業者」等</p> <p>(2) 介護老人保健施設 <u>介護保険法第98条</u>の規定の広告できる事項に限ること。</p> <p>(3) 有料老人ホーム ア 厚生労働省の有料老人ホーム設置運営標準指導指針に規定する事項が遵守され、同指針別表の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がすべて表示されていること。 イ 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年公正取引委員会告示第3号)及び同表示の運用基準(平成16年事務総長通達第11号)に抵触しないものであること。</p> <p>(4) 有料老人ホーム等の紹介業 ア 広告掲載の主体となるものに関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先及び担当者名等に限るものであること。 イ 利用に当たって有利であるかのような誤解を招く表現が用いられていないこと。</p>
<p>不動産事業に関する広告</p>	<p>(1) 不動産事業者の広告の場合は、名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等が明記されていること。</p> <p>(2) 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、価格又は賃料及び取引条件の有効期限が明記されていること。</p> <p>(3) 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)による表示規制に適合していること。</p> <p>(4) 契約を急がせる表示がなされていないこと。 例：「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等</p>

弁護士、税理士、公認会計士等に関する広告	掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限るものであること。
旅行業に関する広告	(1) 登録番号、所在地及び補償の内容が明記されていること。 (2) 旅行の内容について、誤解を招き、不当に顧客を誘引するおそれのある表示がなされていないこと。 例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等 (3) 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条の7及び第12条の8 の規定に反しないこと。
通信販売業に関する広告	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年通商産業省令第89号)第8条から第11条までの規定に反しないこと。
雑誌、週刊誌等に関する広告	(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、青少年保護等の観点から適切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) 性犯罪を誘発し、又は助長するような表現(写真等の表示を含む。)が用いられていないこと。 (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用いられていないこと。 (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が用いられていること。 (6) 犯罪事実の報道の見出し等については、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よう配慮のある表現が用いられていること。 (7) 未成年、心神喪失者等の犯罪に関連した広告においては、氏名及び写真が表示されていないこと。
映画、興業等に関する広告	(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表現が用いられていないこと。 (2) 性に関する表現で、扇情的、露骨又はわいせつなものが用いられていないこと。 (3) いたずらに好奇心に訴えるものの表示がなされていないこと。 (4) 内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張した表現が用いられていないこと。 (5) 刺激的なデザインが用いられていないこと。 (6) 年齢制限等の一部規制を受けるものについては、その旨の表示がなされていること。 (7) 青少年に悪影響を与えるおそれのないものであること。
古物商、リサイクルショップ等に関する広告	(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許可を受けていない場合は、一般廃棄物を処理できるような誤解を招く表現が用いられていないこと。 例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄等
結婚相談所及び交際紹介業に関する広告	(1) 結婚情報サービス協議会に加盟している旨が明記されていること。(加盟証明書により確認すること。) (2) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限るものであること。 (3) 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(一般財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)。
労働組合等の一定の社会的立場と主張を持った組織に関する広告	(1) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限るものであること。 (2) 出版物の広告については、当該出版物において、組織の主張の展開、他の団体に対する批判、中傷等がなされていないこと。
募金に関する広告	(1) 寄附金の使途の表示が明確になされていること。 (2) 募金詐欺の疑いのないこと。
質屋、チケット等の再販売業に関する広告	(1) 個々の相場、金額等の表示がなされていないこと。 例：「〇〇〇のバッグ50,000円」、「航空券仙台～福岡40,000円」等 (2) 有利さを誤認させるような表示がなされていないこと。
トランクルーム及び貸し収納業者に関する広告	(1) 「トランクルーム」の表示は、 倉庫業法(昭和31年法律第121号)第25条 に規定する認定トランクルーム事業者の認定トランクルームに限るものであること。 (2) 貸し収納業者は、会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用すること

	<p>ができないものであること。</p> <p>(3) 貸し収納業者の広告においては、次の旨の表示が明確になされていること。 「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</p>
ダイヤルサービスに関する広告	各種のダイヤルサービスについては内容を確認の上、判断すること。
ウイークリーマンション等に関する広告	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。
宝石の販売に関する広告	<p>(1) 虚偽又は誇大な表示がなされていないこと。 例：「メーカー希望価格の50%引き」等(宝石には通常、メーカー希望価格はない。)</p> <p>(2) 詳細につき不明な点は、公正取引委員会に確認すること。</p>
アルコール飲料に関する広告	<p>(1) 未成年者の飲酒禁止の旨の表示が明確になされていること。 例：「お酒は20歳を過ぎてから」等</p> <p>(2) 未成年者の飲酒を誘発するような表示がなされていないこと。 例：お酒を飲み、又は飲もうとしている姿等</p>
その他表示について注意を要すること	<p>(1) 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</p> <p>(2) 比較広告については、主張する内容が客観的に実証されていること。</p> <p>(3) 無料で参加・体験できるものについては、費用がかかる場合がある場合には、その旨を表示すること。</p> <p>(4) 肖像権・著作権については、無断使用がないか確認をすること。</p> <p>(5) 原則として広告主の所在地及び連絡先(電話番号については固定電話とし、携帯電話、PHS、IP電話のみは不可とする。)を明示すること。</p>

(一部改正〔平成29年7月31日部長決裁〕)

附 則

この要領は、平成18年6月1日から施行する。