

佐渡市有料広告掲載基準

(趣旨)

- 1 この広告掲載基準は、佐渡市有料広告掲載取扱要綱(平成 19 年告示第 70 号)に規定する広告掲載の範囲の詳細を定めるものであり、この基準により、掲載の可否の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)

- 2 佐渡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ぬため、広告の表現は、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。

(個別の基準)

- 3 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、別途基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

- 4 次の業種又は事業者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
 - (3) 消費者金融の業種
 - (4) たばこ、その他市民の健康上、好ましくないと思われるものに係る事業者
 - (5) ギャンブルに係る事業者
 - (6) 社会問題を起こしている業種又は事業者
 - (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
 - (8) 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続中の事業者
 - (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

(掲載基準)

- 5 掲載する広告は、次のとおりとする。
 - (1) 一般的に適切でないものとして、次のいずれかに該当するものは掲載しない。
 - ア 人権侵害、名誉き損、各種差別的なもの
 - イ 法律で禁止されている商品や、無認可商品、粗悪品などの不適切な商品、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、利用者を迷わせたり、不安を与えたりするおそれのあるもの
 - ク 社会的に不適切なもの
 - ケ 国内世論が大きく分かれているもの
 - (2) 消費者被害未然・拡大防止の観点から、次の点に留意し、適切でないものは掲載しない。

ア 誇大な表現（誇大広告）の禁止（根拠となる資料を要する。）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

イ 射幸心を著しくあおる表現の禁止

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ること。

エ 法令等で認められていない業種・商法・商品

オ 虚偽の内容を表示するもの

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) 青少年保護等の観点から、次のいずれかに該当するものは掲載しない。

ア 水着姿及び裸体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

オ ギャンブル等を肯定するもの

カ その他青少年の健全育成の観点から有害と思われるもの

例：たばこ、アルコール

（市ホームページに関する基準）

6 本市が管理するホームページに掲載する広告に関しては、ホームページ内のWEBページに表示される広告だけでなく、当該広告がリンクしているWEBページの広告内容についてもこの基準を適用する。

（市ホームページの広告表現について）

7 市ホームページにバナー広告を掲載するに当たり、その広告表現について、要綱に定めるもののほか、ページデザイン及びユーザビリティを保持するために、次に定める事項を遵守しなければならない。

(1) 禁止する表現

次の表現を含んだバナー広告は、ユーザーの意思に反した動きをしたり、ユーザーに誤解を与えたりするおそれがあるため、禁止とする。

ア 「閉じる」「いいえ」「キャンセル」などのボタン

イ アラートマーク

ウ ラジオボタン

エ テキストボックス（入力できるように見えるもの）

オ プルダウンメニュー（下に選択肢があるように見えるもの）

(2) GIFアニメ等

GIFアニメ及びFLASHを用いる表現は禁止とする。

(3) 市ホームページとの区別

次の表現については、ユーザーが市ホームページのコンテンツの一部であるかのように混同する恐れがあるため、禁止とする。

ア 市ホームページと類似の色調及び字体を使用するもの

イ「法律相談」など市政を連想させる分野において一般的な表現を用いるなど、ユーザーが市の事業であると誤認しやすいもの

(4) 色調

文字色と背景色のコントラスト（明度差）は十分にとり、また、背景に模様のある画面や写真などを使用する場合は文字の周りを縁取るなどして、文字を読みやすくするように配慮しなければならない。

(5) 解像度

文字やイラスト等の解像度については適正な処理を行い、鮮明に見えるようにしなければならない。

(6) その他注意事項

ア 広告は、わかりやすい適正な言葉と文字を用いること。

イ ホームページの閲覧者に誤解や錯誤を起こさせるような表現を用いないこと。

ウ ホームページの閲覧者に不快な感情を与える表現を用いないこと。

エ リンク先はトップページを基本とし、企業名等は一般的に用いられている表現を使用すること。なお、リンク先は1枠につき1つとすること。

（広告表示内容に関する個別の基準）

8 表示内容等について、掲載の都度、広報主管課が次の項目により検討し判断することとする。不適切と判断した場合は、内容の訂正・削除等を広告主に指示することとする。広告主は、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。

(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：「1箇月で確実にマスターできる」

(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

当該大学は、日本の学校教育法に定める大学でない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。次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。次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、商品及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、助産所

ア 医療法第69条又は第71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旨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、病院の全景や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、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第7条又は柔道整復師法第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ため、業務内容の確認は必ず行う。
- (8) 薬局、薬店、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）薬事法の規定又は医薬品等適正広告基準により広告できる事項以外は、一切広告できない。
- (9) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品
- 薬事法、食品法の規定又は医薬品等適正広告基準により広告できる事項以外は、一切広告できない。
- (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：「佐渡市有料広告事業受託事業者」
 - 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、「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）」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、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
- (12) 弁護士・税理士・公認会計士等
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。
イ 不当表示に注意する。
例：「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、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、心神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 過激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) 占い・運勢判断
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 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
ウ 料金や販売について明示する。
- (18) 結婚相談所・交際紹介業
ア 業界団体に加盟していること。
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 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（財団法人日本情報処理開発協会のプライバシーマークを取得している等）。
- (19) 調査会社・探偵事務所等
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。
- (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 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。

例：「募金は、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：「のバッグ 50,000 円」、「航空券 新潟～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) 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) 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

本基準4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。

(25) 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）

ウ 主張する内容が客観的に実証されていること。

エ 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

オ 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。

カ 肖像権・著作権

無断使用がないか、確認する。

キ 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

ク 個人輸入代行業等の個人営業広告

ケ 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

この基準は、平成19年3月2日から実施する。

附 則

この基準は、平成23年3月29日から実施する。