

○越谷市広告掲載基準

令和 2 年 3 月 2 6 日 市長決裁

(趣旨)

第 1 条 この基準は、越谷市広告掲載要綱（平成 1 8 年告示第 2 4 3 号）第 3 条の 2 に規定する広告掲載基準として定めるものであり、広告媒体への広告掲載に関する審査は、この基準に基づき行うものとする。

(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。

2 本基準により広告掲載に関する審査を行う場合には、市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図ることを目的とする本事業の趣旨を踏まえ、本基準の適正運用に努めつつ、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟に対応するものとする。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第 3 条 屋外広告の内容及びデザインについては、当該広告を掲出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 この基準に定める屋外広告とは、越谷市屋外広告物条例第 8 条第 5 項に定める許可を要するものをいう。

(規制業種又は事業者)

第 4 条 次の各号に定める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 2 3 年法律第 1 2 2 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
 - (4) たばこに関する業種
 - (5) ギャンブル（宝くじを除く）に関する業種
 - (6) 投機的商品に関する業種
 - (7) 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
 - (8) 法律の定めのない医業類似行為を行う業種
 - (9) 占い、運勢判断に関する業種
 - (10) 私的な秘密事項の調査に関する業種
 - (11) 特定商取引に関する法律（昭和 5 1 年法律第 5 7 号）で、連鎖販売取引と規定される業種
 - (12) 債権の取立て、示談の引受け等に関する業種
 - (13) 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
 - (14) 民事再生法（平成 1 1 年法律第 2 2 5 号）及び会社更生法（平成 1 4 年法律第 1 5 4 号）による再生・更生手続中の事業者
 - (15) 各種法令に違反している事業者
 - (16) 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
 - (17) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和 3 7 年法律第 1 3 4 号）に違反しているもの
 - (18) 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 1 5 年法律第 8 3 号）第 2 条第 2 号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
 - (19) 暴力団員等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 7 7 号）に規定する暴力団及び特殊結社団体等又はそれらの関連事業者
 - (20) 市税を滞納している事業者
- 2 市の広告媒体所管課は、広告掲載に関する申込みを受けたときは、直

ちに前項の規定に基づく事業者に関する要件確認審査（事業者審査）を行うものとする。

（広告内容審査）

第5条 市の広告媒体所管課は、広告の掲載に先立ち、次条以下に定める基準に従い、広告内容に関する審査（広告内容審査）を行うものとする。

（掲載基準）

第6条 次の各号に定めるものは、広告掲載を行わない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

ア 法律で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの

イ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせるおそれがあるもの、及び不安を与えるおそれがあるもの

ウ 社会的に不適切なもの

エ 国内世論が大きく分かれているもの

オ 人権侵害、差別、名誉き損のおそれがあるもの

カ 他人をひぼう、中傷又は排斥するもの

キ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

ク 宗教団体による布教推進を主目的とするもの

ケ 本市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

(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）及び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」「当社だけ」等（掲載に際しては、根拠となる資料を要する。）

イ 投機心、射幸心を著しくあおる表現

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 虚偽の内容を表示するもの

エ 法令等で認められていない業種・商法・商品

オ 国家資格等に基づかない者が行う療法等

カ 責任の所在が明確でないもの

キ 広告の内容が明確でないもの

ク 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 水着姿及び裸体姿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・犯罪を肯定し、又は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 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

2 前項に定めるもののほか、掲載する広告として不適當であると認められるものは、広告掲載を行わない。

(屋外広告に関する都市景観上の規制基準)

第7条 屋外広告の内容及びデザイン等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、商品名を著しく繰り返すもの

(2) 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの

(3) 美観を損ねるような、著しくどぎついもの及びくどいもの

- (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) 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規制基準)

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) 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) 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 過度に読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
 - イ ノード、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 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(ホームページに関する基準)

第9条 広告主のWEBページにリンクをする広告（バナー広告等）に関しては、市のホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先である広告主のWEBページの内容についても、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、この基準の全部また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、越谷市広告掲載要綱及びこの基準、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又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

(表示基準)

第10条 広告掲載を行う広告の表示内容に関する共通事項は、次の各号に定めるとおりとする。

- (1) 広告であることを原則として明示すること

例：広告 等

- (2) 当該広告の関係法令及び業種ごとに定められている自主規制による広告表示基準等を遵守すること

- (3) 広告主の名称、所在地及び連絡先を原則として明示すること。また、連絡先については原則固定電話（設置場所が固定されている有線電話）とし、携帯電話やEメールアドレスのみは認めない。

- (4) 前各号に掲げるもののほか、次の表示について注意を要すること

ア 割引価格

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

主張する内容が客観的に実証されていること（根拠となる資料が必要）

ウ 無料で参加・体験できるもの

費用がかかることがある場合、その旨を明示すること

例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」 等

エ 肖像権及び著作権

無断使用がないか確認すること

(業種ごとの基準)

第 1 1 条 広告内容審査を行う際の共通事項は次の各号に定めるとおりとし、業種ごとの基準は別表のとおりとする。

- (1) 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をするものとする。
- (2) 医療、老人保健施設、墓地、選挙、古物商・リサイクルショップ等に関するもので疑義があるもの又は消費者関連法に抵触するおそれがあるものについては、必要に応じて、直接、関係法令等を所管する課又は機関に相談するものとする。

(広告媒体ごとの基準)

第 1 2 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、別に基準を定めることができる。

附 則 (令和 2 年 3 月 2 6 日市長決裁)

この基準は、令和 2 年 4 月 1 日から施行する。

別表(第 1 1 条関係)

1 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

2 学習塾・予備校等（専門学校を含む）

- (1) 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。

- (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、施設、が不明確なものは掲載しない。

3 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、日本の学校教育法に定める大学ではありません。」

4 資格講座

- (1) 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。」

- (2) 「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。」

- (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は掲載しない。
- (4) 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。

5 病院、診療所、助産所

- (1) 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、広告できない。
- (2) 「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）について」（平成19年3月30日付け厚生労働省医政局長通知）に沿った広告内容とすること。
- (3) 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はしてはならない。

- (4) 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。
- (5) マークを表示することはできるが、そのマークが示す内容を文字により併せて表記しなければならない。また、赤十字のマークや名称を自由に用いることはできない。
- (6) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の医務担当課で広告内容についての確認をとること。

6 飼育動物の診療施設

- (1) 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、広告できない。
- (2) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の家畜保健衛生担当で広告内容についての確認をとること。

7 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

- (1) 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、広告できない。
- (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。
- (3) 法定の施術所以外の医業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。
- (4) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の担当部署で広告内容についての確認をとること。

8 薬局・薬店・医薬品・医薬部外品・化粧品・医療機器（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自治体の薬務担当課で広告内容についての確認をとること。

9 健康食品・保健機能食品・特別用途食品

広告を掲載する事業者が、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消費者庁で広告内容についての確認をとること。

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

(1) サービス全般（老人保健施設を除く）

ア 介護保険法（平成9年法律第123号）に規定する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 利用にあ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：越谷市事業受託事業者 等

(2) 老人保健施設

介護保険法第98条の規定により広告できる事項以外は、広告できない。

(3) 有料老人ホーム

ア 有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年7月18日付け厚生労働省老健局長通知）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すべて表示すること。

イ 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市の指導に基づいたものであること。

ウ 有料老人ホーム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。

(4) 有料老人ホームの紹介業

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 利用にあたって有利であると誤解を招くような表示はできない。

(5) サービス付き高齢者向け住宅

高齢者の安定確保に関する法律（平成13年法律第26号）第14条、15条及び20条を遵守すること。

1.1 不動産事業

- (1) 広告掲載主体に関する表示には、名称、所在地、連絡先、認可免許証番号等を明記する。
- (2) 不動産の売買や賃貸の広告には、取引様態、物件所在地、面積、建築年月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記する。
- (3) 不動産の表示に関する公正競争規約（昭和63年公正取引委員会告示第3号）による表示規制に従う。
- (4) 新築共同住宅の売買の広告には、建設工事を請け負った建設業者名を明記する。また、建設業法（昭和24年法律第100号）第22条第3項の規定により、一括下請負をした場合は、実際に施工した建設業者名も明記する。
- (5) 契約を急がせるような表示のものは掲載しない。

例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか 等

1.2 ウィ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。

1.3 トランクルーム及び貸し収納業者

- (1) 「トランクルーム」との表示には、倉庫業法（昭和31年法律第121号）第25条の規定により認定を受けた優良トランクルームであることが必要。また、その旨を表示すること
- (2) 「貸し収納業者」は会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用しない。また、下記の主旨を明確に表示すること

「当社の、倉庫業法に基づく“トランクルーム”ではありません。」等

1 4 墓地等

都道府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。

1 5 弁護士・公認会計士・税理士等

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定し、顧問先又は依頼者名の表示はしない。

1 6 人材募集広告

- (1) 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ること
- (2) 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掲載しない。
- (3) 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。

1 7 旅行業

- (1) 社団法人日本旅行業協会又は社団法人全国旅行業協会の会員に限る。
- (2) 登録番号及び所在地等を明記する。

1 8 通信販売業

- (1) 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、本市が妥当と判断したものに限り掲載する。
- (2) 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条に規定する表示事項はすべて表示すること

1 9 雑誌・週刊誌等

- (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

- (3) 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
- (4) 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
- (5) 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。
- (6) 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

2 0 映画・興業等

- (1) 暴力、ギャンブル、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。
- (2) 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。
- (3) 前各号に掲げるもののほか、青少年に悪影響を与えるおそれがあるものは掲載しない。
- (4) 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。

2 1 古物商・リサイクルショップ等

- (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ついては、次の事項に留意すること

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）第7条に定める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、処分、撤去、廃棄 等

2 2 結婚相談所・交際紹介業

- (1) 業界団体に加盟していること（加盟を証明するものが必要）を明記する。

- (2) 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。

2 3 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

- (1) 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。
- (2) 主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）する出版物の広告は、掲載しない。

2 4 募金等

- (1) 社会福祉法（昭和26年法律第45号）第73条に定める社会福祉事業のための寄付金募集に限る。
- (2) 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けている旨を明確に表示する。

2 5 質屋・チケット等再販売業

- (1) 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 東京～福岡15,000円等

- (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

2 6 宝石販売業

虚偽の表現に注意すること

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

2 7 酒類製造販売業

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、飲酒は20歳を過ぎてから」等

2 8 ダイヤルサービス

情報提供等を目的とする各種のダイヤルサービスは、内容を確認の上判断する。

2 9 金融商品

- (1) 投資信託等

ア 将来の利益が確実・保証されているような表現がないこと。

また、利益について記載する場合は必ず予想に基づくものであることを明示すること。

イ 元本保証がない旨等、リスクを目立つようにわかりやすく表示すること。

(2) 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等

ア 監督行政庁等の許可・登録等の商品取扱いに必要な資格を持った業者であること。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

イ 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。

ウ 利益保証がないこと及び損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

(3) その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、本項前各号の規定を準用する。

30 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

第4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。

例：たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」
等