

山口市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 本基準は、山口市広告掲載要綱第6条第2項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を判断するとともに、その他必要な事項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、社会的に高い信用度が求められるため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を保てるものでなければならない。

(屋外及び公共施設内の広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外及び公共施設内の広告の内容及びデザインについては、当該広告を掲載する地域の環境に配慮するとともに、街や施設内の美観風致を阻害するものであってはならない。また、その地域や施設のルール、慣習により形成されてきた景観及び文化に配慮し、周囲と調和した景観づくりに貢献できるものであることが望ましい。

(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、広告媒体として活用することを決定した資産等を所管する部署において別途基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第5条 次の各号に定める内容又は業種若しくは事業者の広告は、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) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業
- (4) たばこ（たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等は除く。）に関するもの
- (5) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）に関するもの
- (6) 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又は事業者
- (7) 法律に定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所、探偵事務所等、私的な秘密事項の調査に関するもの
- (10) 結婚相談、交際紹介に関する業種

- (11) 債権取り立て、示談引受け等をうたったもの
- (12) 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事業者
- (13) 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）による再生又は更生手続中の事業者
- (14) 各種法令に違反しているもの
- (15) 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
- (16) 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77号）第2条第2号に定める暴力団、その他反社会的団体及び特殊結社団体等又はそれらに関連すると認めるに足る相当の理由のある事業者
- (17) 法人等においては、企業の基本情報が開示されていない事業者（正式名称、本社所在地、代表者名、連絡先、従業員数、資本金、組織、経歴、業務内容等）
- (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15年法律第83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) 山口市入札参加資格者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事業者
- (20) 投機的商品に関する業種
- (21) 本市の市税を滞納している事業者
- (22) その他広告掲載が、不相当と認められるもの
（掲載基準）

第6条 次の各号に定めるものは、掲載しない。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
 - ア 性差別、性別による固定的な役割分担又は暴力的行為を助長する表現及び著しく性的感情を刺激する表現のもの
 - 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、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 個人の慶弔に関するもの
 - キ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
 - ク 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わし、又は不安を与えるおそれのあるもの
 - ケ 社会的に不適切なもの
 - コ 国内世論が大きく分かれているもの

- サ 肖像権、著作権又はパブリシティ権（有名人の氏名又は肖像を財産的に利用する権利をいう。）を侵害しているもの
- (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
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 射幸心を著しくあおる表現
例：「今が最後のチャンス(今購入しないと次はないという意味)」等
 - ウ 人材募集広告であって、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、商法又は商品
 - 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 広告の目的又は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推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの
 - コ 将来の利益を誇示したり、元本保証と認識されるような投資信託等の経済行為に関するもの
- (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のないもの。ただし、出品作品の一例、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 青少年の人体、精神又は教育に有害なもの
(広告の品位等に関する基準)
- 第7条 広告の内容、デザイン等が、次の各号のいずれかに該当し、広告媒体の品位を損ね、良好な景観の形成若しくは風致を害し、又は自動車等運転者の誤解を招き若しくは注意力を散漫にするおそれがあるものは、掲載しない。
- (1) 会社名又は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又は過度に鮮やかな模様、色彩を使用するもの
 - (3) 刊行物の配色、体裁と比べ、著しく違和感があるもの

- (4) 意味なく身体の一部を強調し、又は水着姿や裸体を表示して、著しく注意を引くもの
- (5) 著しくデザイン性の劣るもの
- (6) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (7) 地域のルール及び慣習によって形成されてきた通念や文化にそぐわないもの
- (8) デザインが分かりづらい等、判断を迷わせるもの
- (9) 絵柄や文字が過密であるもの
- (10) その他、広告媒体の品位を損ねる等のおそれがあるもの
(ウェブページに関する基準)

第8条 広告にウェブページへのリンクが指定してある場合（広告媒体へのURLの表示、検索を促すデザイン、バナー等）、そのリンク先の内容についても、この基準を適用する。

- 2 他のウェブページを集合し、情報提供することを主たる目的とするウェブページで、本基準、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ウェブページを閲覧者に斡旋又は紹介しているウェブページの広告は、掲載しない。

(業種ごとの基準)

第9条 市は、掲載の都度、次の各項目に定め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。このとき、医療、福祉施設、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、事前に主管課、消費生活センター等関係する所管に相談するものとする。

- (1) 人材募集広告

人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡旋の疑いのあるもの、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) 教育関連事業

ア 教育関連事業の生徒、受講生の募集は、教育、技術、技能等の習得が本来の目的であり、あくまでも第一義的なものであることから、広告文面についても本来の目的を主体とした表現とし、誇大・不当表示に当たる「100%」、「最高」、「最大」、「一番」、「完全」、「完璧」、「首位」、「絶対」、「永久」などの表現又は表示を行ってはならない。

イ 教育スタッフ、学校設備、進学率、就職率、国家資格などの合格率などの最高・最大級の表現又は表示については、事実の裏付け及び客観的な根拠に基づいたものでなければならない。

ウ 材料費、受講料、入学金などの経費については、その必要額と前納制

の有無を明記すること。

(3) 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、使用しないこと。

例：「1か月で確実にマスターできる。」等

(4) 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、実績年も併せて表示すること。

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。

ウ 学校の名称は、認可どおりのものを使用しなければならない。

エ 学校として認可を受けていない塾、教室、講習会などでは、「学校」の名称は使用しないこと。また「〇〇専門学校」、「〇〇専門校」など、消費者に誤認を招くおそれのある名称も使用しないこと。

(5) 外国大学の日本校

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を明確に表示すること。

(6) 資格講座

ア 講座を受講するだけで、国家資格が取れるような紛らわしい表現や本来の主旨とは異なり、商品販売や資金集めを目的としたもの、受講費用が全て公的給付でまかなえるかのように誤認される表示のものは、掲載しない。

イ 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こと。その場合、国家資格でない旨を表示すること。

(7) 病院、診療所、助産所

医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5、第6条の6、第6条の7又は第6条の8の規定により広告できる事項以外は、掲載しない。

(8) 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、掲載しない。

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。

(9) 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)

ア 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条、第67条及び第68条の規定に抵触し、又は医薬品等適正広告基準（昭和55年厚生省薬務局長薬発第1339号）に準じていない広告は、掲載しない。

イ 掲載希望者が、掲載希望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についての了解を得ること。

(10) 健康食品、保健機能食品、特定用途食品

掲載希望者が、掲載希望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についての了解を得ること。

(11) 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。）

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。又、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。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。

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、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、全て表示すること。又所管都道府県の指導に基づいたものであること。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）」に規定する事項を遵守すること。

ウ 有料老人ホーム等の紹介業

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。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現はできない。

(12) 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。

(13) 不動産業

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こと。

- 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、建築年月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記すること。
 - ウ 不動産の表示に関する公正競争規約（平成15年1月14日公正取引委員会告示第2号）及び不動産業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約（平成15年1月14日公正取引委員会告示第3号）に規定する事項を遵守すること。
 - 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
 - オ 開発許可や建築確認を受けていない物件のシリーズ広告、予告広告は、掲載しない。
- (14) 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。
- (15) 旅行業
- ア 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並びに企画旅行に関する広告の表示基準等について（平成17年2月28日国総旅振第387号）に規定する事項を遵守すること。
 - イ 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。
 - ウ 企画旅行の広告は、登録番号及び所在地等を明記する。
 - エ 不当表示に注意すること。
例：白夜でない時期の「白夜旅行」、「行程にない場所の写真」等
- (16) 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。
- (17) 雑誌、週刊誌等
- ア 適正な品位を保った広告であること。
 - イ タレントなど有名人や犯罪被害者の人権、又は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。
 - ウ 見出しや写真に性的表現があるもの、犯罪事実の報道に関連したものは、掲載しない。
 - エ 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。
 - オ 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。
- (18) 映画、興業等
- ア 暴力、賭博、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 内容を極端に歪めたり、一部分のみを誇張した表現等は使用しないこと。

オ ショッキングなデザインは、使用しないこと。

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。

(19) 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：「回収」、「引取り」、「処理」、「処分」、「廃棄」等

(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 出版物の広告について、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) 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こと。

例：「航空券 山口～東京 10,000円」、「〇〇のバッグ 50,000円」等

イ 有利さを誤認させるような表示はしないこと。

(22) 酒類

酒類は、業界基準である酒類の広告・宣伝に関する基準（平成17年飲酒に関する連絡協議会）及び昨今の飲酒運転事故を踏まえ、当分の間、広告の掲載はしないものとする。

(23) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」と表示する場合には、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。

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。

例：「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

(24) 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。」

(25) 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。

(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

本基準第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、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

(27) 第1号から前号に定めのない業種は、本基準により、掲載の可否、内容を審査する。

(28) その他、表示について注意を要すること。

ア 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

不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に基づいた公正取引委員会による告示及び運用基準を遵守し、主張する内容が、根拠となる資料に基づき客観的に実証されていること。

ウ 参加料等の無料をうたう場合、昼食代等実質的に費用がかかるものは、全て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 保証及びアフターサービス等の表現又は表示をする場合は、その対象、内容、条件、期間等を消費者が理解できるよう具体的に広告に明記しなければならない。

オ 宝石の販売

虚偽の表現がないか、公正取引委員会に確認する。

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ため）等

カ 個人輸入代行業等の個人営業広告

キ 本基準に明示した告示、通達等の日付は、直近のものに読み替える。

附 則

この基準は、平成19年11月28日から施行する。

附 則

この基準は、平成25年9月1日から施行する。