

秩父市公共施設広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、秩父市公共施設広告掲載要綱(以下「要綱」という。)第4条第2項に規定する基準として定めるものであり、公共施設を広告媒体とする広告掲載の可否は、要綱及び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 市の公共施設を広告媒体とし掲載する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告の内容及び表現は、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。なお、屋外広告を設置する場合には、設置する地域のルールや慣習により形成されてきた景観や文化に配慮し、地域の景観に貢献するようなものであることが望ましい。

2 この基準に定める屋外広告とは、埼玉県屋外広告物条例(昭和50年3月18日条例第42号)第2条第1項に定めるものをいう。

(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
- (4) たばこ
- (5) 公営を除くギャンブルに関する業種
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う業種
- (7) 占い、運勢判断に関する業種
- (8) 興信所、探偵事務所等、私的な秘密事項の調査に関する業種
- (9) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (10) 特定商取引に関する法律(昭和51年6月4日法律第57号)で連鎖販売取引と規定される業種
- (11) 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)第2条第2号でインターネット異

性紹介事業と規定される業種

- (12) 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
- (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) 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77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
- (15) 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
- (16) 各種法令に違反している事業者
- (17) 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
- (18) その他市の公共機関としての社会的な信頼性又は公平性を損なうおそれのある業種及び事業者

(掲載基準)

第5条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
- (2) 法令等で禁止されている商品及び商法
- (3) 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- (4) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (5) 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- (6) 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
- (7) 社会的に不適切なもの
- (8) 国内世論が大きく分かれているもの
- (9) 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (10) 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」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・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 無認可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービス
 - 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
- (11) 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
 - 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 公営を除く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相当であると認められるものは、広告掲載は行わない。

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第6条 屋外広告の内容及びデザイン等が要綱第4条第1項第6号の規定に該当する基準は、次の各号に定めるとおりとする。

- (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) 景観に対し著しく違和感があるもの
- (4) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (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景観や文化にそぐわないもの
- (8) 地区計画等の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基準)

第7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 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 ヌード、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 絵柄や文字が過密であるもの

(表示基準)

第8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。
- (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、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、代表者名を表示すること。連絡先については固定電話とし、携帯電話や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表示すること。

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)

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・体験できるもの

費用がかかる場合がある場合には、その旨表示すること。

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、著作権

他者の肖像、著作物を無断使用しないこと。

(業種ごとの基準)

第9条 広告内容審査を行う際の業種ごとの基準は以下のとおりとする。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ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。

ウ 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) 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か月で確実にマスターできる 等

(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、実績年も併せて表示する(確実な証拠資料が必要)。

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、施設が不明確なものは掲載しない。

(4) 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せず、当該資格が国家資格ではない旨を明確に明記する。

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せず、当該資格取得には、別に国家試験を受ける必要があることを明記する。

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賄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

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の表示はしてはならない。

ウ 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な表示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 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を自由に用いることはできない。

カ 「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関する指針（医療広告ガイドライン）」に沿った広告内容とすること。

キ 広告を掲載する事業者が、事業所所在地を所管する地方公共団体の担当部署（保健所等）に広告内容についての確認をとること。

(6) 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、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。

エ 広告を掲載する事業者が、事業所所在地を所管する地方公共団体の担当部署（保健所等）に広告内容についての確認をとること。

(7) 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）

広告を掲載する事業者が、事業所所在地を所管する地方公共団体の薬務担当課に広告内容についての確認をとること。

(8) 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、事業所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。

(9) 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（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を明確に区別し、誤解を招く表現はしない。

（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） サービスの利用にあたって有利であると誤解を招くような表示はしない。

例：秩父市事業受託事業者 等

イ 介護老人保健施設

介護保険法第98条の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。

ウ 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」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を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)」に抵触しないこと。

エ サービス付き高齢者向け住宅

高齢者の居住の安定確保に関する法律(平成13年法律第26号)第15条を遵守すること。

オ 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) サービスの利用にあたって有利であると誤解を招くような表示はしない。

(10) 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表示すること。

(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表示すること。

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表示すること。

ウ 「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こと。

エ 契約を急がせるような表示はしない。

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

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し、顧問先又

は依頼者名の表示はしない。

イ 監督団体等の定める広告規制に基づいたものであること。

(13) 旅行業

ア 一般社団法人日本旅行業協会又は一般社団法人全国旅行業協会の会員に限る。

イ 登録番号、所在地等を表示すること。

ウ 不当表示はしない。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

(14) 通信販売業

ア 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12条の規定に反しないこと。

イ 返品等に関する規定を明確に表示すること。

(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、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こと。
- (17) 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しない。
例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄 等
- (18) 結婚相談所・交際紹介業
 - ア 一般社団法人日本結婚相手紹介サービス協議会に加盟している旨(加盟証明が必要)を表示すること。
 - 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。
- (19) 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 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。
- (20) 募金等
 - ア 社会福祉事業のための寄附金募集に限る。
 - イ 社会福祉法(昭和26年法律第45号)第122条の規定に反しないこと。
- (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。
 - イ 有利さを誤認させるような表示はしない。
- (22) トランクルーム及び貸し収納業者
 - 国土交通省から認定を受けた優良トランクルームであること。また、その旨を表示すること。
- (24) ウイ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。
- (25) 宝石販売業
 - 虚偽の表現があるものは掲載しない。
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
- (26) 酒類製造販売業
 - ア 未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。

イ 飲酒を誘発するような表示はしない

- 2 第4条で定める規制業種に該当する事業者による、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。
- 3 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するものとする。
- 4 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、関連法令等を所管する課又は機関に相談するものとする。

附 則

この掲載基準は、令和8年7月1日から施行する。