

## ○高山市広告掲載要綱

平成20年1月4日

決裁

改正 平成20年5月28日決裁

平成22年3月15日決裁

平成29年3月31日決裁

平成30年3月30日決裁

令和2年3月31日決裁

令和3年3月31日決裁

(目的)

第1条 この要綱は、市の資産を広告媒体として活用し新たな財源を確保するとともに、民間企業等との協働により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。

(定義)

第2条 この要綱において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

(1) 広告媒体 次に掲げる市の資産のうち広告掲載が可能なものをいう。

ア 市の印刷物

イ 市のホームページ

ウ 市の施設及び物品

エ その他広告媒体として活用できる資産で市長が個別に定めるもの

(2) 広告掲載 広告媒体に民間企業等の広告を掲載又は掲出することをいう。

(基本的な考え方)

第3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とし、その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もつものとする。

(広告の範囲)

第4条 次のいずれかに該当する広告は、広告媒体には掲載しない。

(1) 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの

(2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの

(3) 政治性のあるもの

(4) 宗教性のあるもの

(5) 社会問題についての主義主張

(6) 個人の名刺広告

(7) 美観風致を害するおそれがあるもの

(8) 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれがあるもの

(9) その他広告媒体に掲載する広告として不相当であると市長が認めるもの

2 前項に定めるもののほか、広告の範囲に関する基準は別表第1のとおりとし、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、別に基準を定めるものとする。

(規制業種又は事業者)

第5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及び類似の業種
- (2) 消費者金融業
- (3) たばこの製造及び販売業
- (4) ギャンブルにかかるもの
- (5) 社会問題を起こしている業種及び事業者
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 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）による再生手続中又は更生手続中の事業者
- (8) 政治団体
- (9) 宗教団体
- (10) 各種法令に違反しているもの
- (11) 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
- (12) その他市長が不相当であると認めるもの

2 前項に定めるもののほか、業種ごとの基準は別表第2のとおりとする。

(屋外広告に関する基準)

第6条 屋外広告の内容及びデザイン等に関する基準は、別表第3のとおりとする。

(ホームページに関する基準)

第7条 ホームページへの広告は、ホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているホームページの内容についても第4条及び第5条の規定を適用する。

(広告の責任等)

第8条 広告の内容に関する一切の責任は、広告主が負うものとし、広告掲載が適切でない場合は、市は広告の掲載を取り消すことができる。

2 広告掲載に必要な費用は、広告主又は広告代理店が負担するものとする。

(損害賠償)

第9条 広告主がその責めに帰すべき理由により市に損害を与えた場合は、市は広告主に対して損害額の賠償を求めるものとする。

(審査機関)

第10条 広告媒体に掲載する広告の可否等を審査するため、高山市広告審査委員会（以下「審査会」という。）を設置する。

- 2 審査会は、委員長、副委員長及び委員をもって構成する。
- 3 委員長は、総務部長の職にある者をもって充て、審査会を統括する。
- 4 副委員長は、行政経営課長の職にある者をもって充て、委員長を補佐するとともに、委員長に事故あるとき又は欠けたときは、その職を代理する。
- 5 審査会の委員は、次の職にある者をもって充てる。

広報公聴課長

財政課長

契約管財課長

協働推進課長

商工振興課長

建築住宅課長

教育総務課長

(平20. 5. 28・平29. 3. 31・平30. 3. 30・令2. 3. 31・令3. 3. 31・一部改正)

(会議)

第11条 審査会の会議は、広告内容等、広告の掲載又は掲出に関して、委員長が必要と認めたときに、委員長が招集する。

- 2 審査会の会議は、委員長がその議長となる。
- 3 審査会の会議は、委員の過半数以上が出席しなければ開くことができない。
- 4 審査会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。
- 5 委員長は、広告媒体及び審査する内容に関連する所管の課長を審査会の会議に出席させ、その意見又は説明を求めるものとする。
- 6 委員長は、必要があると認めたときは、審査会の会議に関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第12条 審査会の庶務は、総務部行政経営課において処理する。

(平29. 3. 31・一部改正)

(広告掲載の手続き)

第13条 広告掲載を行おうとする課長は、あらかじめ次に掲げる事項について審査会の審査を受

けなければならない。

- (1) 広告媒体の種類及び内容
- (2) 広告の規格・期間等及び広告掲載位置等
- (3) 広告募集方法、基準料金及び選定方法
- (4) 広告主
- (その他)

第14条 この要綱の実施に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則（平成20年1月4日決裁）

この要綱は、決裁の日から施行する。

附 則（平成20年5月28日決裁）

この要綱は、決裁の日から施行する。

附 則（平成22年3月15日決裁）

この要綱は、決裁の日から施行する。

附 則（平成29年3月31日決裁）

この要綱は、平成29年4月1日から施行する。

附 則（平成30年3月30日決裁）

この要綱は、平成30年4月1日から施行する。

附 則（令和2年3月31日決裁）

この要綱は、令和2年4月1日から施行する。

附 則（令和3年3月31日決裁）

この要綱は、令和3年4月1日から施行する。

別表第1（第4条関係） 広告の範囲に関する基準

内容	例示 ○良い例 ×悪い例
1 広告媒体に掲載しないもの (1) 次のいずれかに該当するもの ア 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの イ 法律で禁止されている商品、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	

<p>キ 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</p> <p>ク 社会的に不適切なもの</p> <p>ケ 国内世論が大きく分かれているもの</p> <p>(2) 消費者被害の未然防止予防及び拡大防止の観点から適切でないもの</p> <p>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</p> <p>イ 射幸心を著しくあおる表現</p> <p>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ないもの</p> <p>エ 虚偽の内容を表示するもの</p> <p>オ 法令等で認められていない業種・商法・商品</p> <p>カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等</p> <p>キ 責任の所在が明確でないもの</p> <p>ク 広告の内容が明確でないもの</p> <p>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</p> <p>(3) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの</p> <p>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。</p> <p>イ 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現</p> <p>ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現</p> <p>エ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの</p> <p>オ ギャンブル等を肯定するもの</p> <p>カ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの</p>	<p>×「世界一」「一番安い」等（掲載に関しては、根拠となる資料を要する。）</p> <p>×「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</p>
---	---

別表第2（第5条関係） 業種ごとの基準

（平22.3.15・一部改正）

項目名	内容	例示
		○良い例×悪い例

1 人材募集広告	(1) 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は認めない。 (2) 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	(1) 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。	×「1か月で確実にマスターできる」等
3 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、実績年もあわせて表示する。	
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。右記の主旨を明確に表示すること。 (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。右記の主旨を明確に表示すること。 (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。	○「この資格は国家資格ではありません。」  ○「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」
5 病院、診療所、助産所	(1) 医療法（昭和23年法律第205号）の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。 (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を広告してはならない。 (3) 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。 (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旨等その効果を推測的に述べることはできない。 (5) 患者や医療従事者の主観によるものや客観的な事実であることを証明できない事項については、広告してはならない。 (6) マークを用いることはできるが、そのマークが示	×患者の体験談の紹介 ×「理想的な医療提供環境です」等

	<p>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。</p> <p>(7) 不明な点は、県の医療担当課へ確認する。</p>	
6 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）	<p>(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）又は柔道整復師法（昭和45年法律第19号）の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。</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。</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。</p> <p>(4) 不明な点は、県の医療担当課へ確認する。</p>	
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）	<p>(1) 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へ広告内容について確認する。</p>	
8 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品	<p>(1) 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へ広告内容について確認する。</p>	
9 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	<p>(1) サービス全般（老人保健施設除く。）</p> <p>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分し、誤解を招く表現を用いないこと。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(2) 有料老人ホーム</p> <p>(1) に規定するもののほか、</p>	×高山市事業受託事業者等

	<p>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すること。</p> <p>イ 所管都道府県の指導に基づいたものであること。</p> <p>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。</p> <p>(3) 有料老人ホーム等の紹介業</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	
10 不動産事業	<p>(1) 不動産事業者の広告の場合は、名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等を明記する。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 「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。</p> <p>(4) 契約を急がせる表示は掲載しない。</p>	×「早い者勝ち、残り戸数あとわずか」等
11 弁護士・税理士・公認会計士等	<p>(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。</p>	
12 旅行業	<p>(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。</p> <p>(2) 不当表示に注意する。</p>	×白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等
13 通信販売業	<p>(1) 返品等に関する規定が明確に表示されていること。</p>	
14 雑誌・週刊誌等	<p>(1) 適正な品位を保った広告であること。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 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。</p>	



	<p>(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ないものであること。</p> <p>(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であること。</p> <p>(6) 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。</p> <p>(7) 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。</p> <p>(8) 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。</p>	
15 映画・興業等	<p>(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内容のものは、掲載しない。</p> <p>(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。</p> <p>(3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。</p> <p>(4) 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。</p> <p>(5) ショッキングなデザインは使用しない。</p> <p>(6) 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。</p> <p>(7) 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。</p>	
16 古物商・リサイクルショップ等	<p>(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。</p> <p>(2) 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。</p>	
17 結婚相談所・交際紹介業	<p>(1) 結婚情報サービス協議会に加盟していること（加盟証明が必要）を明記する。</p> <p>(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。</p>	

18 調査会社・探偵事務所等	(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。	
19 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) 出版物の広告は、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。	
20 募金等	(1) 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。 (2) 右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。」
21 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。 (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。	×「〇〇〇のバッグ50,000円、航空券東京～福岡15,000円等
22 トランクルーム及び貸し収納業者	(1) 「トランクルーム」は国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であることが必要 (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、右記の主旨を明確に表示すること。	○「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
23 ダイヤルサービス	(1) “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 ウイークリーマンション等	(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。	
25 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	(1) 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、本基準に定める規制の範囲内でその掲載を認める。	
26 その他、表示について注意を要すること。	(1) 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。	○「メーカー希望小売価格の30%引き」等

	<p>(2) 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。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 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。 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。</p> <p>(5) 肖像権・著作権 無断使用がないか確認をする。</p> <p>(6) 宝石の販売 虚偽の表現に注意する。（消費者庁に確認が必要）</p> <p>(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告</p> <p>(8) 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。 イ 飲酒を誘発するような表現の禁止</p>	<p>○「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等</p> <p>×「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</p> <p>○「お酒は20歳を過ぎてから」等</p> <p>×お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿</p>
--	---	--

別表第3（第6条関係） 屋外広告に関する基準

内容	例示
<p>1 広告媒体に掲載しないもの</p> <p>(1) 高山市屋外広告物条例（平成18年高山市条例第40号）及び高山市屋外広告物条例施行規則（平成18年高山市規則第88号）並びに高山市景観計画に定める基準に反するもの</p> <p>(2) 都市の美観風致を損なうおそれがあるもの</p> <p>ア 会社名、商品名等を著しく繰り返すもの</p> <p>イ 彩度の高い色、金銀色を使用するもの</p> <p>ウ 美観を損ねるような表現のもの</p> <p>エ 景観と調和しないもの</p>	

- オ 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- カ デザイン性の劣るもの
- キ 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- ク その他高山市景観計画に定める景観形成の目標に沿った貢献が認められないもの
- (3) 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もの
  - ア 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの
    - (ア) 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
  - イ 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) 水着姿及び裸体姿等を表示し、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