

新潟市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、新潟市広告掲載要綱（以下「要綱」という。）の運用の明確化を図るため、要綱第3条第2項に規定する基準として定めるものである。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 新潟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。

(個別の基準)

第3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、個別の基準が必要な場合は、別に基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第4条 次の各号に該当す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)第2条第1項に規定する風俗営業又はこれに類似する業種
- (2) 貸金業法(昭和58年法律第32号)に規定する業種
- (3) 債権取立て、示談引き受け等に関する業種
- (4) たばこ
- (5) ギャンブル等にかかるもの
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 占い、運勢判断等に関するもの
- (8) 興信所・探偵事務所等
- (9) 法令等に定められた許可等を受けることなく業を行うもの
- (10) 暴力団員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)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

(11) 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の手続中の事業者

(12) 法令等に違反しているもの

(13) 行政機関からの行政指導を受け、改善をしていないもの

(14) 前各号に掲げるもののほか、広告媒体に広告を掲載する業種又は事業者として
適当でないもの

(掲載基準)

第5条 次の各号に該当する広告は、広告媒体に掲載しない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

ア 人権侵害、差別又は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、無認可の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

ウ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの

エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

オ 宗教団体等による布教推進を主な目的とするもの

カ 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があるもの

キ 社会的に不適切なもの

ク 国内世論が大きく分かれているもの

ケ その他市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすおそれがあるもの

(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で、次のいずれかに該当するもの

ア 誇大な表現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 製品やサービスなどについての虚偽の証言や，使用した者の実際の見解ではないもの，証言者の明らかでないもの
 - エ 虚偽の内容を表示するもの
 - オ 法令等に違反する業種，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又はサービス等を推奨，保証，指定等をしているかのような表現のもの
- (3) 青少年の保護又は健全育成の観点から適切でないもので，次のいずれかに該当するもの
- ア 水着姿又は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，出品作品の一例として表示するもの又は広告内容に関連するもの等で，表示する必然性がある場合は，その都度適否を検討する。
 - イ 暴力又は犯罪を肯定し，助長するような表現
 - ウ 残酷な描写等，善良の風俗に反するような表現
 - エ 暴力又はわいせつ性を連想又は想起させるもの
 - オ ギャンブル等を肯定するもの
 - カ 青少年の人体，精神又は教育に有害なもの
- 2 前項に定めるもののほか，掲載する広告として適当でないもの
- (広告表示内容についての業種ごとの個別基準)

第6条 広告媒体を所管する課は、掲載する広告の表示内容について、次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき広告内容等を審査するものとし、可否について疑義が生じた場合は、直接、関係法令等を所管する課又は機関に協議するものとする。

(1) 人材募集広告

ア 労働基準法（昭和22年法律第49号）、雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律（昭和47年法律第113号）等関係法令を遵守すること。

イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっせんを目的とする疑いのあるものは掲載しないこと。

ウ 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するものは掲載しないこと。

(2) 語学教室等

ア 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：一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 合格率や就職率など実績を掲載する場合は、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、施設が不明確なものは掲載しないこと。

(4) 外国大学の日本校

ア 日本の学校教育法（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。

(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こと。また、国家資格ではない旨を明確に表示すること。

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こと。また、資格取得には、別に国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示すること。

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こと。

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こと。

(6) 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及び6条の7，獣医療法（平成4年法律第46号）第17条，厚生労働省の告示，同省の「医療広告ガイドライン」の規定の範囲内で表示すること。

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 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てはならない。

エ バナー広告のリンク先である病院等のホームページは、広告にはあたらないため、前号の規定は適用しない。

オ 不明な点は、保健所保健管理課へ確認すること。

(7) 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

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条の規定の範囲内で表示すること。

イ 施術者の技能，施術方法又は経歴に関する事項は表示してはならない。

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こと。

- エ 不明な点は、保健所保健管理課へ確認すること。
- (8) 薬局・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条から第68条及び厚生労働省「医薬品等適正広告基準」の規定並びに各法令所管省庁の通知等の規定の範囲内で表示すること。
 - イ 医療機器については、厚生労働省の承認番号を記載すること。
 - ウ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。
 - エ 医薬品等の効能効果等又は安全性について、具体的効能効果等又は安全性を示して、それが確実である保証をするような表現は表示できない。
- (9) 健康食品・保健機能食品・特別用途食品
- ア 健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2，薬事法第68条，食品衛生法（昭和22年法律第223号）第20条並びに各法令の所管行政庁の通知等の規定の範囲内で表示すること。
 - イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示できない。
 - ウ 保健機能食品及び特別用途食品については、広告内容が国及び法令により認められている表示事項の範囲を超えていないこと。かつ、法令等により定められている表示すべき事項が記載されていること。
 - エ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署及び食品担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。
- (10) 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 介護サービス全般（介護老人保健施設を除く）については、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。

また、 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、担当者名等に限ること。なお、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： 新潟市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホームについては、アに規定するもののほか、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、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。また、所管都道府県の指導に基づいた内容であるほか、公正取引委員会「有料老人ホーム等に関する不当な表示及び同表示の運用基準」に抵触しないこと。

ウ 有料老人ホーム等の紹介業については、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、担当者名等一般的なものとするほか、その他利用に当たって著しく有利であると誤解を招くような表示はできない。

エ 介護老人保健施設については、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。

(11) 墓地等

ア 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。

(12) 不動産事業

ア 不動産事業者の広告の場合は、事業者の名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等を明記すること。

イ 不動産の取引に関する広告の場合は、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とともに、「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こと。

ウ 契約を急がせる表示は掲載しない。

例：「早い者勝ち」、 「完売間近」 等

(13) 弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

- ア 各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規制に抵触する内容ではないこと。
- 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し、顧問先又は依頼者名は表示しないこと。

(14) 旅行業

- ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。ただし、補償については、広告内にすべて記載してある必要はなく、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等があればよいものとする。
- イ 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

- ウ その他広告表示について旅行業法（昭和27年法律第239号）第12条の7及び8並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

(15) 通信販売業

- ア 広告主の法人概要、商品カタログ等を確認し、妥当と判断したものに限り掲載すること。
- イ 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条の規定に反しないこと。

(16) 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つ

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こと。

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。

(17) 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こと。

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こと。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しないこと。

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こと。

オ ショッキングなデザインは使用しないこと。

カ 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。

キ 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こと。

(18) 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，撤去，廃棄など

(19) 結婚相談所・交際紹介業

ア 結婚相手紹介サービス協会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を原則とする。

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（一般財団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。

(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、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。

イ 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。

(21) 募金等

ア 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。

イ 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こと。

例：「〇〇募金は、〇〇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こと。

例： 〇〇〇のバッグ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こと。

(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。また、その旨表示すること。

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こと。

また、倉庫業法に基づく「トランクルーム」ではない旨を明確に表示すること。

(24) ダイアルサービス

ア 各種のダイアルサービスは内容を確認のうえ判断すること。

(25) ウィークリーマンション等

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。

(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

ア 本基準第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、本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

(27) 金融商品

ア 投資信託等については、将来の利益が確実・保証されているような表現はできないほか、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。また、元本が保証されない等のリスクを、わかりやすく明示すること。

イ 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等については、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事業者であり、名称や登録番号、業界団体会員であることを必ず明記すること。また、利益保障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、わかりやすく明示するほか、安全性や有利性等を強調し、いたずらに投機を煽るものでないこと。

ウ その他金融商品については、当該金融商品の内容に応じ、本号ア及びイの規定を準用すること。

(28) その他、表示について注意を要すること

ア 割引価格の表示については、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 比較広告については、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・体験できるものについて、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

エ 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告については、広告主の法人格を明示し、法人名を明記するほか、広告主の所在地、連絡先の両方を明示すること（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こと。

オ 肖像権・著作権については、無断使用がないか確認をすること。

カ 宝石の販売については、虚偽の表現に注意すること（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

キ 個人輸入代行業等の個人営業広告については、必要な資格の取得状況や事務所の所在地等の実態を確認すること。

ク アルコール飲料については、未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。
また、飲酒を誘発するような表現がないよう注意すること。

例：「お酒は20歳を過ぎてから」等

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

（WEBページに関する基準）

第7条 WEBページへの広告に関しては、WEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告が直接リンクしているWEBページの広告内容についてもこの基準を適用する。

附 則

この基準は、平成22年12月1日から施行する。

附 則

この基準は、平成26年3月1日から施行する。

附 則

この基準は、平成27年4月1日から施行する。

附 則

この基準は、平成30年11月1日から施行する。