

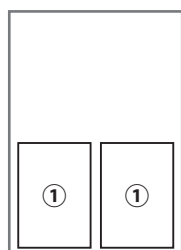
令和7年度広報とちぎ 有料広告募集

令和7年度の広報とちぎに掲載する有料広告を募集します。
企業のPR等広告媒体としてご活用ください。

募集期間 令和7年2月3日（月）～28日（金）※必着
掲載号 広報とちぎ令和7年5月号～令和8年4月号
発行部数 約52,500部（月1回発行）

掲載枠イメージ（A4判）

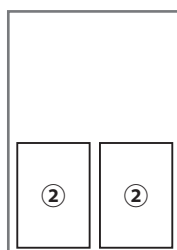
①裏表紙カラー広告



（約）横 94mm × 縦 135mm
※ 2 枠分の場合
（約）横 190mm × 縦 135mm

1 枠・1 号あたり 8 万円

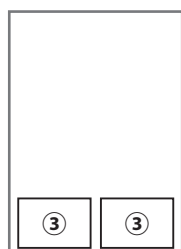
②表紙裏カラー広告



（約）横 94mm × 縦 135mm
※ 2 枠分の場合
（約）横 190mm × 縦 135mm

1 枠・1 号あたり 7 万円

③裏表紙裏カラー広告



（約）横 94mm × 縦 65mm
※ 2 枠分の場合
（約）横 190mm × 縦 65mm

1 枠・1 号あたり 3 万 5 千円

④白黒広告



（約）横 89mm × 縦 45mm
※インフォメーションなど
市が指定するページに掲載

1 枠・1 号あたり 1 万 8 千円

※予定枠数を越えた場合、募集期間内の申込は次の順位で掲載

- 1 同一枠を 12 号分一括申込み
- 2 複数号分申し込み（広告掲載料の金額が多い方を優先、広告掲載料が同額の場合は枠サイズが大きいほうを優先）
- 3 1 号分申し込み

※「1」について、「一括前納（1 回分無料）」と「各号ごと払い」は同順位とします。

※「2」の「広告掲載料」および「枠サイズ」は、掲載決定の可否にかかわらず、それぞれの申込内容を基準とします（例えば、優先順位により 5 月号分が不掲載になる場合でも、他の号の優先順位の判定の際には、5 月号分の掲載料・枠サイズを加味します）。

※「2」の「枠」サイズは、1 号の同一ページの 2 枠分の申込は、複数号の 2 枠分よりもサイズが大きいものとします（例えば「5・6 月号に 2 枠ずつ計 4 枠」の申込と、「5・6・7・8 号に 1 枠ずつ計 4 枠」の申込が競合した場合、前者のほうが掲載順位が高くなります）。

※それぞれ同順位となった場合は、栃木市内の事業者（市内に事業所を有する個人・法人・団体など）を優先とし、それでも同順位であった場合は抽選を行って決定します。

※募集期間経過後空きがある場合は、申込順とします。

注意事項

- ・ 広告の内容等は、「広報とちぎ」広告掲載仕様書を厳守してください
- ・ カラー広告の左右や、白黒広告の掲載頁・場所は指定できません

申込・問合せ先

申込書（市ホームページからダウンロード可）に広告原案を添えて、下記に直接または郵送にてお申し込みください（メールによる申し込み受け付けはできません）。

〒328-8686（住所不要）

栃木市 広報課 広報広聴係 あて（本庁舎 3 階 3B-7 番窓口）

☎0282-21-2318

E-mail tochigi@city.tochigi.lg.jp

令和7年度 広報とちぎ広告掲載仕様書

1. 令和7年度「広報とちぎ」の概要

発行日 毎月20日頃発行

発行部数 1回 52,500部

規格 A4版32頁フルカラー

配布対象 栃木市民 ほか

配布方法 自治会を通じて市内各世帯に配布のほか、市内の公共施設、配置協力店等

2. 主な仕様

広報掲載回数 令和7年5月号～令和8年4月号(12回)

(発行日は別紙「令和7年度広報とちぎ年間予定表」のとおり)

広告掲載箇所 以下のページの最下段とする

- ・カラー広告 裏表紙、表紙裏 2段の2分の1 (縦に分割)
裏表紙裏 1段の2分の1 (縦に分割)

- ・白黒広告 市が指定するページの1段枠の2分の1 (縦に分割)

広告サイズ ・カラー広告 (裏表紙、表紙裏) (約) 横94mm×縦135mm

(予定) ※2枠分の場合 (約) 横190mm×縦135mm

- ・カラー広告 (裏表紙裏) (約) 横94mm×縦65mm

※2枠分の場合 (約) 横190mm×縦65mm

- ・白黒広告 (約) 横89mm×縦45mm

広告料 ・カラー広告 裏表紙 80,000円

(各号ごと・1枠あたり) 表紙裏 70,000円

裏表紙裏 35,000円

- ・白黒広告 18,000円

※12月申し込みかつ広告料一括前納の場合、1回分の広告料を無料とする。

※広告掲載上限数は、各事業者1号につき、カラー広告の場合は同一ページの2枠まで、白黒広告の場合は1枠までとする。各事業者は、掲載上限数を超過して申し込むことはできない。

3. 業務基準

仕様書に定めるもののほか、栃木市広告掲載要綱、広報とちぎ広告掲載取扱要領に基づいて行う。また、日本新聞協会の「新聞広告倫理綱領」に準じて行うこと。これらに定めのない事項等疑義が生じた場合は、市と協議の上、市の指示によりこれを行う。

4. 広告の選定

募集期間を令和7年2月3日(月)～2月28日(金)とする。

申込多数のため予定枠数を超えた場合は、次の順位で掲載する。

- 1 同一枠を12号分一括申込み
- 2 複数号分申し込み(広告掲載料の金額が多い方を優先、広告掲載料が同額の場合は枠サイズが大きいほうを優先)
- 3 1号分申し込み

※「1」について「一括前納(1回分無料)」と「各号ごと払い」は同順位とする。

※「2」の「広告掲載料」および「枠サイズ」は、各申込内容を基準とする(選定結果にはよらない)。

※「2」の「枠サイズ」について、1号の同一ページの2枠分の申込は、複数号の2枠分よりもサイズが大きいものとする。

※それぞれ同順位となった場合は栃木市内事業者(市内の個人事業者、市内に事業所を有する法人・団体・個人)を優先とし、なお同順位の場合は抽選を実施して決定する。

※募集期間経過後、空きがある場合は申込順とする。

5. 広告原稿(版下データ)の提出

「広報とちぎ」各号の原稿締切日(別紙令和7年度広報とちぎ年間予定表のとおり)までに、申込書と広告原稿を市に提出し、市の承認を得るものとする。

6. 掲載条件

広告掲載要件(別紙)を遵守すること。

8. 広告結果の責任

掲載する広告の内容についての責任は、すべて広告主が負うものとし、万一この掲載した広告により市が損害を受けた場合は、その損害に相当する金額を市に賠償するものとする。

9. 広告料の納入

広告料は市が指定した期日までに納入するものとする。

広告掲載要件

社会通念上市民の理解を得られるものとし、かつ、市民に不利益を及ぼさないもの。

- (1) 法令等に違反しないもの又はそのおそれのないものであること。
- (2) 広報の公共性及び品位を損なうおそれのないものであること。
 - ・ あたかも市が推奨しているかのような誤解を与えるおそれのないものであること
 - ・ 社会的批判を招くおそれのないものであること
(過剰な利潤追求を内容とするマルチ商法、消費者金融等)
- (3) 政治活動又は宗教活動に係るものでないこと。
- (4) 個人、団体等の意見広告を内容とするものでないこと。
 - ・ 社会問題についての主義主張等でないもの
- (5) 個人の氏名広告を内容とするものでないこと。
- (6) 公序良俗に反するものでないこと。
- (7) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条に掲げる営業に該当するものでないこと
- (8) 誇大表示、不当表示のおそれのあるものでないこと
- (9) 表現方法が不適切なものでないこと。
 - ・ いかがわしい表現や乱暴な文言を用いたもの、個人や企業を誹謗中傷するものでないこと。
- (10) 広報とちぎの発行に支障をきたすものでないこと
- (11) その他、具体的な表示内容等については、申込みの際に別表に掲げる各項目について検討、判断し、その上で内容の訂正・削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。この場合において、広告主は正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

別表(広告掲載の要件(11)関係)

1 人材募集広告

- (1) 人材募集の広告は、労働基準法・職業安定法・男女雇用機会均等法・雇用対策法を遵守する。
- (2) 求人者の名称・住所・電話番号、募集する職種または仕事内容、応募資格(ある場合)、勤務条件(勤務時間、交通費・社会保険の有無など)、給与(賃金)、雇用関係、応募方法を明記する。
- (3) 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。また、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 教育に関する広告

- (1) 学校の名称は、学校教育法で認可されたもの以外掲載しない。
- (2) 通信教育・講習会・塾・養成所などの広告は、その実態・内容・施設が明確でないものは掲載しない。
- (3) 学習塾・予備校等(専門学校を含む)の広告は、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こと。
- (4) 語学教室等の広告は、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
- (5) 外国大学の日本校の広告は、下記の趣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。」
- (6) 資格講座の広告は、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ね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、次の趣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。」

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。「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」

資格講座の募集に見せかけて、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。受講費用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。

3 病院、診療所、助産所（美容医療含む）

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 赤十字のマークや名称は自由に用いることができない。
- (5) 前号に規定するもののほか、医療法（昭和23年7月30日法律205号）に規定する事項を遵守すること。

4 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、一切広告できない。
- (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) 電気・光線・放射線法などに関する広告で関係法規による免許・厚生労働大臣の許可のない医療類似行為を行う施設その他医業類似行為となるおそれのある広告は掲載しない。

5 医薬品等に関する広告

- (1) 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)の広告は、薬事法・食品衛生法・医薬品等適正広告基準等を厳守する。また広告を掲載する事業者が、事業者の所在地を所管する地方公共団体の医薬担当課及び食品担当課ならびに公正取引委員会で広告内容についての下承を得ること。
- (2) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品の広告は、薬事法・食品衛生法・医薬品等適正広告基準等を厳守する。広告を掲載する事業者が、事業者の所在地を所管する地方公共団体の薬務担当課及び食品担当課ならびに公正取引委員会で広告内容についての下承を得ること。

6 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、誤解を招くような表現をしないこと。
 - 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 ア又はイに掲げるもののほか、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しない。
例： 栃木市事業受託事業者 等
- (2) 有料老人ホーム 前号に規定するもののほか、次のアからウまでに掲げる事項を遵守すること。
 - ア 厚生労働省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すること。
 - イ 所管都道府県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年度公正取引委員会告示第3号)に抵触しないこと。

(3) 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 アに掲げるもののほか、利用に当たって有利であると誤解を招くような表示はしないこと。

7 不動産事業

- (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こと。
- (2) 不動産売買や賃貸の広告の場合は、取引機能、物件所在地、面積、建

築日、価格、賃料、取引条件等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」による表示規制に従う。

(4) 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

8 旅行業

(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

(2) 不当表示に注意する。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

9 通信販売業

購入者が商品を直接確認できないので、虚偽・誇大表現など広告表示にならないよう注意すること。

10 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) 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。

(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。

(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ある表現であること。

(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。

(7) 未成年、心身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。

(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。

11 映画・興行等

(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。

(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) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

(4) 内容を極端にゆがめたり、一部のみを誇張したりした表現等は使用しない。

(5) ショッキングなデザインは使用しない

(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。

(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。

12 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

13 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び(批判、中傷等)するものは掲載しない。

14 質屋・チケット等再販売業

- (1) 有利さを誤認させるような表示はしない。

15 景品・懸賞に関する広告

- (1) 民法・景品表示法・独占禁止法・公正取引委員会告示等を厳守する。
- (2) 広告に掲載できる景品の額には、取引の形態によって制限があるので注意する。 例：一般懸賞「取引価額 5,000 円未満は取引価額の 20 倍（景品類の総額売上予定総額の 2%）」
- (3) クーポン広告は、広告主名または使える実施店舗（住所）、使える対象商品またはサービスの内容、割引額または率・もととなる商品またはサービスの額、使用有効期限、対象商品またはサービスの数量・重量・形状などを明示する。

16 代理店・内職などに関する広告

- (1) 代理店・特約店・内職・下請け・サイドビジネス・フランチャイズチェーン店などに関する広告は、家内労働法、訪問販売等に関する法律を順守する。
- (2) 初心者が簡単に、高収益をあげられるような表現はしない。

17 会員募集に関する広告

- (1) レジャー産業などの会員募集の広告は、農地法・都市計画法・建築基準法・ゴルフ場等の係わる会員契約の適正化に関する法律を順守する。
- (2) 会の責任者・実態・目的・内容、会の名称・所在地、入会金・会費・保証金・テキスト代などの費用明記する。

18 その他、表示について注意を要すること

- (1) 割引表示
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。
例：「メーカー希望小売価格の 30%引き」等
- (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。

(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。

例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等

(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。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。

(5) **肖像権・著作権**

無断使用がないか確認をする。

(6) **宝石販売**

虚偽の表現に注意(公正取引委員会に確認の必要あり。)

例：「メーカー希望小売価格の50%引き」(宝石には通常、メーカー希望価格はない等)

(7) **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

例：「お酒は20歳を過ぎてから」等

イ 飲酒を誘発するような表現の禁止

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

(8) **2次元コードの使用**

2次元コードを使用する場合、リンク先についても本要件に適合したものにすること。

令和5年1月10日改定