

守谷市広告掲載基準

平成21年7月1日

(趣旨)

第1条 この基準は、守谷市広告掲載要綱に定めるもののほか、掲載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は、この基準に基づき判断するものとする。

(広告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、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、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つるものでなければならない。

(広告媒体ごとの基準)

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、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、別途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 次の各号に定める業種又は事業者の広告は、掲載しないものとする。

- (1) 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条第1項の規定により風俗営業と規定されている業種又はこれに類似する業種
- (2) 消費者金融
- (3) たばこの製造及び販売に関するもの
- (4) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）に関するもの
- (5) 法律の定めのない医療類似行為を行うもの
- (6) 占い、運勢判断に関するもの
- (7) 興信所、探偵事務所等
- (8) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (9) 規制対象に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
- (10) 民事再生法及び会社更生法による再生、更新手続き中の事業者
- (11) 各種法令に違反しているもの
- (12) 行政機関から行政指導を受け、改善されていないもの
- (13) 守谷市工事等の契約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
- (14) 本市の市税等を滞納している事業者
- (15) その他広告として掲載することが不相当であると認められるもの

(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ものとする。

- (1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 人権侵害，差別又は名誉き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 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの又は該当するおそれがあるもの
 - オ 宗教団体による布教推進を目的とするもの
 - 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，不安を与えたりするおそれがあるもの
 - キ 国内世論が大きく分かれているもの
 - ク 市の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
 - ケ 懸賞広告及びクーポン付き広告
- (2) 消費者被害の未然防止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 誇大な表現及び根拠のない表示や誤認を招くような表現
例：世界一，日本一，一番 等
 - イ 射幸心を著しくあおる表現
例：今しかない，最後のチャンス 等
 - 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
 - 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・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 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
- (3) 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの
- 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。ただし，広告内容に関連し表示する必然性がある場合には，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 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
(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次の各号のいずれかに該当し，都市の美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しないものとする。

- (1) 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) 美観を損ねるような，著しくどぎついもの及びくどいもの
 - (4) 景観と著しく違和感があるもの
 - (5) 意味なく体の一部を強調するようなもの
 - (6) 著しくデザイン性の劣るもの
 - (7) 意味が不明なもの等，公衆に不快感を与えるおそれがあるもの
 - (8) 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
 - (9) 地区計画，まちづくり協議指針，その他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がある広告は掲載しないものとする。

- (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コマ漫画などストーリー性のあるもの
 - イ 水着姿，裸体姿等を表示し，著しく注意を引くもの
 - ウ 絵柄や文字が過密であるもの
- (ホームページに関する基準)

第8条 広告主のホームページにリンクをする広告(バナー広告等)に関しては，市のホームページに掲載する広告だけでなく，当該広告のリンク先である広告主のホームページの内容についても，ホームページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で，この基準の全部または一部を準用することができる。

2 他のホームページを集合し，情報提供することを主たる目的とするホームページで，守谷市広告掲載要綱及びこの基準，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ホームページを閲覧者に斡旋又は紹介しているホームページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第9条 掲載する広告の表示内容は，次の各号に定める事項に留意するものとする

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掲載しない。

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。

(2) 語学教室

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・予備校等（専門学校を含む。）

ア 合格率など実績を載せる場合は、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。

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) 外国大学の日本校

日本の学校教育法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 受講する資格の内容を明記する。あたかも国家資格であるといった誤解を招くような表示はしない。

イ 講座受講だけで資格が取得できるような誤解を招かないように、「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」など、資格取得に必要な事項を表示する。

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たものは掲載しない。

エ 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。

(6) 病院・診療所・助産所等

ア 医療法第6条の5、同法第6条の7及び獣医療法第17条の規定に反しないこと。

イ 厚生労働省「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）」に沿った広告内容であること。

(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第7条又は柔道整復師法第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、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）の広告掲載はできない。
- (8) 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 薬事法第66条から第68条の規定及び厚生労働省「医薬品等適性広告基準」に反しないこと。
 - イ 医療機器については、厚生労働省の承認番号を表示すること。
- (9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品
 - ア 健康増進法第32条の2、薬事法第66条から第68条及び食品衛生法第20条の規定に反しないこと。
 - イ 健康食品については、「食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための視指導等に関する指針（ガイドライン）」等の、厚生労働省が発する指針、基準等を遵守し、消費者に誤解を招くような虚偽誇大広告を避けること。
- (10) 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
 - 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、誤解を招く表現を用いないこと。
 - (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) 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：〇〇市事業受託事業者 等
 - イ 介護老人保健施設
介護保険法第98条に規定する内容以外は、表示してはならない。
 - ウ 有料老人ホーム
 - (ア) アに規定するもの。
 - (イ) 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。
 - (ウ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
 - (エ) 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の基準に抵触しないこと。
 - エ 有料老人ホームの紹介業
 - (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) 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。

(11) 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。

(12) 不動産広告

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」による表示規制に従うこと。

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

(13) 弁護士・司法書士・行政書士税理士・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する。

イ 誇大又は過度な期待を抱かせるような表示はしない。

例：「たちどころに解決します」等

(14) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。ただし、補償については、広告内にすべて掲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。

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第12条の7及び第12条の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

特定商取引に関する法律第11条及び第12条並びに同法施行規則第8条から第11条まで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 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。

カ 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。

キ 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・興行等

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。

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。

(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，撤去，廃棄 等

(19) 結婚相談所・交際紹介業

ア 業界団体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に限定する。

ウ 公的機関に認められた個人情報保護体制を整えていること（財団法人日本情報処理開発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 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。

(21) 募金等

ア 募金内容は、社会福祉事業のための寄附金募集に限る。

イ 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けたもので、そのことを明記すること。

(22) 質屋，チケット等販売業

ア 個々の相場，金額等は表示しない。

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(23) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」は、倉庫業法第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り、その旨を表示すること。

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。また、倉庫業法に基づく「トランクルーム」ではないことを明確に

表示すること。

(24) ダイヤルサービス

“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。

(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) 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

割引価格の表示については、その根拠を明確に表示すること。

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、その旨を表示すること。

例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等

エ 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、法人名、所在地及び連絡先を明確に表示すること。

連絡先の電話番号は固定電話とし、携帯電話のみの表示は不可とする。

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こと。

オ 肖像権・著作権

肖像権・著作権の使用については、無断使用がないか確認すること。

カ 宝石の販売

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

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

未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。また、未成年者の飲酒を誘発するような文言及びデザインを表示しないこと。