

愛西市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、愛西市広告掲載要綱（平成19年愛西市告示第19号）第3条第3項に規定する基準として定めるものであり、広告媒体への広告掲載の適否は、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 愛西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頼性と信用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、まちの美観風致及び交通の安全を著しく阻害するものであってはならない。

2 この基準に定める屋外広告物とは、愛知県屋外広告物条例（昭和39年愛知県条例第56号）に規定する許可を要するものをいう。

(広告媒体ごとの基準)

第4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) 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業に関するもの及び類似の業種
- (3) たばこに関するもの
- (4) ギャンブルに関するもの
- (5) 規制対象となっていない業種においても、社会問題をおこしている業種や事業者
- (6) 法律に定めのない医療類似行為を行う施設や事業者
- (7) 興信所、探偵事務所等
- (8) 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、更正手続中の事業者
- (9) 各種法令に違反しているもの及び当該広告に関する法律等に反する事業者
- (10) 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

(11) 市税等を滞納している事業者等

(掲載基準)

第6条 次の各号に定めるものは、広告媒体には掲載しない。

(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 他を誹謗、中傷又は排斥するもの

ウ 法律で禁止されている商品、無許可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの

エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

オ 宗教団体による布教活動を目的とするもの

カ 非科学的又は迷信に類するもので利用者を迷わせたり、不安を与えるおそれのあるもの

キ 市の広告掲載事業の円滑な運営に支障をきたすもの

ク 社会的に不適切なもの

ケ 国内世論が大きく分かれているもの

(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（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：「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 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。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、その都度適否を協議するものとする。

イ 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現

ウ 残酷な描写等、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

(屋外広告に関する景観上の基準)

第7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、まちの美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

(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) 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、身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、公衆に不快感を起こさせるもの

(屋外広告に関する交通安全上の基準)

第8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ものは掲載しない。

(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 水着姿、裸体姿を表示し、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

(WEBページに関する基準)

第9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、当該広告がリンクしているWEBページの内容についてもこの基準を適用する。

(業種ごとの基準)

第10条 広告媒体主管課は、掲載の都度、次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき、表示内容等を審査する。

1 人材募集広告

(1) 人材募集に見せかけて、売春等のあつ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認めない。

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、予備校等（専門学校を含む。）

合格率等の実績を掲載する場合は、実績年も併せて表示する。

4 資格講座

(1) 民間の講習業者が「労務管理士」等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。

下記の主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。」

(2) 「行政書士講座」等の講座には、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。

下記の主旨を明確に表示すること。

「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」

(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。

5 病院、診療所、助産所

(1) 医療法（昭和23年法第205号）第69条又は第71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) 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等その効果を推測的に述べることはできない。

(5) 写真については、病院の全景や当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは広告できない。

(6) 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。なお、赤十字のマークや名称は自由に用いることができない。

(7) 不明な点は、愛知県健康福祉部医務国保課へ確認する。

- 6 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第7条（昭和22年法第217号）又は柔道整復師法（昭和45年法第19号）第24条の規定により広告できる事項以外は広告できない。
 - (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) 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、業務内容の確認を行う。
 - (4) 不明な点は、愛知県健康福祉部医務国保課へ確認する。
- 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、業者所在地を所管する県庁薬務担当課で広告内容について了解を得ること。
- 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、業者所在地を所管する県庁薬務担当課で広告内容について了解を得ること。
- 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
 - (1) サービス全般（介護療養型医療施設を除く。）
 - 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分し、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：「愛西市事業受託事業者」 等
 - (2) 有料老人ホーム
前号に定めるもののほか、次の規定に適合していること。
 - ア 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」に規定する事項を遵守し、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。
 - イ 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
 - ウ 公正取引委員会の「有料老人ホーム等の不当な表示（平成16年公平取引委員会告示第3号）」に抵触しないこと。
- 10 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。

- (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。
- (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

1 1 弁護士、税理士、公認会計士等

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。

1 2 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

1 3 通信販売業

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

1 4 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) タレント等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。
- (6) 犯罪事実の見出しについて、残酷な言葉や関心をあおりたてるような言い回しを避け、不快の念を与えないものであること。
- (7) 未成年、心神喪失者等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。

1 5 映画、興行等

- (1) 暴力、とばく、麻薬、売春等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、一部分のみを誇張した表現は使用しない。
- (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。

1.6 古物商、リサイクルショップ等

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。

1.7 結婚相談所、交際紹介業

(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。

(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。

1.8 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。

1.9 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) 下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。」

2.0 質屋、チケット等再販業者

(1) 個々の相場、金額等の表示はしない。

例：「バック50,000円」「航空券 東京～福岡15,000円」 等

(2) 有利さを認識させるような表示はしない。

2.1 トランクルーム及び貸し収納業者

(1) 「トランクルーム」については、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。

(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、下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

2.2 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。

2.3 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、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

2.4 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。

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

(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。なお、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、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) 宝石の販売

虚偽の表現に注意（公正取引委員会に確認をする。）

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

(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

(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。

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

第11条 この基準に定めるもののほか、広告掲載基準に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

この基準は、平成19年3月1日から施行する。