

# 狛江市広告掲載基準

平成17年11月10日  
市長決裁

(趣旨)

第1条 この基準は、狛江市公共物等有料広告掲載取扱要綱(平成17年要綱第84号)第3条第2項に規定する基準を定め、公共物等への広告掲載の可否等の審査を適正に行うことを目的とする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 狛江市の公共物等に掲載する広告は、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のあ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、公共物等の性質に応じて、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)第2条の規定により、風俗営業と規定される業種並びに類似の業種

(2) 貸金業の規制等に関する法律(昭和58年法律第32号)第2条の適用を受ける業種

(3) 規制対象となっていない業種においても、社会的に問題を起こしている業種や事業者

(4) 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・更生手続中の事業者

(5) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない者

(掲載基準)

第5条 次に定めるものは、公共物等に掲載しない。

(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 他をひぼう、中傷又は排斥するもの

ウ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

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推進を主目的とするもの

カ 不当に利用者を誘引し、不安を与えるおそれのあるもの

(2) 消費者被害の未然予防及び拡大防止の観点から、次のいずれかに該当するもの

ア 誇大な表現(誇大広告)のもの(根拠となる資料を要する。)

根拠のない表示や著しく誤認を招くような表現

例:「世界一」「一番安い」等

イ 射幸心をあおるもの

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 人材募集広告については労働基準法等関係法令に違反しているもの

エ 虚偽の内容を表示するもの

オ 責任の所在が明確でないもの

(3) 青少年保護及び健全育成の観点から、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要のないもの。ただし、出品作品の一例又は広告内容に関連する等、表示する必要性がある場合は、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のもの
- ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現のもの
- 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，精神又は教育に有害なもの  
例：たばこ，アルコール

（屋外広告物に関する考え方）

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。

- （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）景観と著しく違和感があるもの
- （4）意味なく，身体の一部を強調するようなもの
- （5）意味が不明なもの等，公衆に不快感を起こさせるもの

2 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広告は掲載しない。

- （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 水着姿及び裸体姿を表示し，著しく注意を引くもの
  - ウ 絵柄や文字が過密であるもの

3 その他屋外広告物に関する取扱いについては，東京都屋外広告物条例（昭和24年条例第100号）の規定に基づいて行うものとする。

（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に関しては，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この基準を適用する。

（広告表示内容に関する個別の基準）

第8条 具体的な表示内容等については，掲載の都度，次の各項目について検討し，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。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。

（1）病院，診療所，助産所

医療法（昭和23年法律第205号）第69条から第71条まで，及び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することができる事項（厚生労働省告示第158号）の規定に基づき取り扱う。

（2）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広告できない。

（3）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)

薬事法（昭和35年法律第145号），国や都からの医薬品等の広告に関する通知等の内容に照らしながら，個別に判断する。

(4) いわゆる健康食品，保健機能食品，特別用途食品

健康増進法（平成14年法律第103号），国や都からの医薬品等の広告に関する通知等の内容に照らしながら，個別に判断する。

(5) 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 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，著しく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，著しく有利であると誤解を招くような表示はできない。

例：狛江市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか，

(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，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。

(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。

ウ 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) 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。

(6) 不動産事業

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。

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。

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。

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

(7) 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。

(8) 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。

(9) 募金等

ア 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。

イ 募金の主旨を明確に表示すること。

「 募金は、 知事の許可を受けた募金活動です。」

(10) 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

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。

(11) 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

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

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。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。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないと確認できるものを提出すること。

カ 宝石の販売

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

付 則

この基準は、市長決裁の日から施行する。