

○狛江市広告掲載基準

平成17年11月10日市長決裁

改正

平成23年5月9日市長決裁

狛江市広告掲載基準

(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) 貸金業法(昭和58年法律第32号)第2条の適用を受ける業種
- (3) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (4) たばこ製造に関わる業種
- (5) ギャンブルに関する業種。ただし、当せん金付証票法(昭和23年法律第144号)に規定する宝くじに係るものを除く。
- (6) 投機的商品に関する業種
- (7) 占い又は運勢判断に関する業種
- (8) 探偵業の業務の適正化に関する法律(平成18年法律第60号)に規定する探偵業とされる業種及びこれに類する業種
- (9) 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
- (10) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律(平成15年法律第83号)に規定するインターネット異性紹介事業者
- (11) エステティックサロン、美容整形等法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (12) 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)に規定する暴力団その他反社会的団体又はそれらに関連すると認めるに足りる相当の理由のある事業者
- (13) 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
- (14) 各種法令に違反している事業者
- (15) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
- (16) 狛江市指名停止基準(平成10年7月27日市長決裁)に基づく指名停止を受けている事業者
- (17) 市の市税を滞納している事業者
- (18) その他市の資産を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として適当でないと認められるもの

(掲載基準)

第5条 広告の内容が次の各号のいずれかに該当するときは、公共物等に掲載しない。

- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの 例えば、次のようなものをいう。
 - ア 法令等により製造、販売、提供等をすることが禁止されている商品又はサービスを提供するもの
 - イ 法令等に基づく許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの
 - ウ 粗悪品等広告を掲載することが適当でないと認められる商品又はサービスの提供に係るもの
 - エ 商標、著作権その他の財産権を無断で使用するもの
- (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの 例えば、次のようなものをいう。

- ア 暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を推奨し、肯定し、又は美化したものの
 - イ 内容が醜悪又は残虐であるもの、猟奇的であるもの等公衆に不快感を与えるおそれのあるもの
 - ウ 性に関する表現で、露骨、わいせつであるもの又は裸体を含むもの
 - エ 犯罪を誘発するもの又はそのおそれがあるもの
 - オ その他社会的秩序を乱すおそれがあるもの
- (3) 基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの 例えば、次のようなものをいう。
- ア 人種、性別、心身の障がい等に関する差別的な表現その他不当な差別につながる表現等を含むもの
 - イ 他人をひぼうし、中傷し、若しくは排斥し、他人の名誉・信用を毀損し、若しくは他人の業務を妨害するもの又はそのおそれがあるもの
 - ウ 第三者の氏名、写真、談話及び商標、著作権その他の財産権を無断で使用したもの若しくはプライバシー等を侵害するもの又はそのおそれのあるもの
- (4) 政治性又は宗教性のあるもの 例えば、次のようなものをいう。
- ア 公の選挙若しくは投票における事前運動に該当するもの又はそのおそれのあるもの（選挙広告を含む。）
 - イ 政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれのあるもの（政党広告を含む。）
 - ウ 宗教団体による布教推進等を目的とするもの又はそのおそれのあるもの（宗教団体の広告を含む。）
- (5) 個人又は団体の名刺広告又は意見広告 例えば、次のようなものをいう。
- ア 個人又は団体の名刺広告
 - イ 個人又は団体の意見広告
 - ウ 国内世論が大きく分かれている社会問題等に関する主義若しくは主張又はこれらを含むもの
- (6) 内容が不明確なもの 例えば、次のようなものをいう。
- ア 代理店募集、副業、内職、会員募集等で、その目的、内容又は責任の所在が不明確なもの
 - イ 通信販売で、連絡先、商品名、内容、価格、送料、数量、引渡し、支払方法、返品条件等が不明確なもの
 - ウ 通信教育、講習会、塾又は学校その他これらに類似した名称を用いたもので、その実体、内容、施設等が不明確なもの
 - エ 外国に本校又は本部のある学校の日本校等で、学校教育法（昭和22年法律第26号）に基づく学校ではないにもかかわらず、その旨表示されていないもの
- (7) 虚偽の内容若しくは事実と異なる内容を含むもの又は事実を誤認するおそれがあるもの 例えば、次のようなものをいう。
- ア 編集記事とまぎらわしい体裁又は表現で、広告であることが不明確なもの
 - イ 統計、文献、専門用語等を引用して、実際のものより優良又は有利であるような表現のもの
 - ウ 取引などに関し、表示すべき事項を明記しないで、実際の条件よりも優良又は有利であるような表現のもの
 - エ 誇大な表現（誇大広告）及び根拠のない表示並びに著しく誤認を招くような表現のもの
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。）
 - オ 投機又は射幸心を著しくあおる表現のもの
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
 - カ 社会的に認められていない許認可、保証、賞、資格等を使用して優れていることを誤認させるもの
 - キ 投資信託等の広告で、元本等が保証されているかのように誤認させる表現のもの
 - ク 他人名義の広告
 - ケ 国、地方公共団体その他の公共の機関が広告主を支持し、その商品、サービス等を推奨し、又は保証しているかのような表現のもの（国、地方公共団体その他の公共の機関が別に認証等を行っているその商品、サービス等に係るものを除く。）
- (8) 前各号に掲げるもののほか、広告媒体に掲載する広告として適当でないと市長が認めるもの

例えば、次のようなものをいう。

- ア 品位を損なう表現のもの
- イ 詐欺的なもの又はいわゆる不良商法とみなされるもの
- ウ 私設私書箱及び電話代行サービス等に関するもの
- エ 懸賞広告及びクーポン付き広告
- オ 通貨及び郵便切手の複写使用
- カ 謝罪，釈明等に関するもの
- キ 尋ね人，養子縁組などの広告
- ク 銃砲刀剣類その他の危険物に関する犯罪を誘発させるおそれのある広告
- ケ 連鎖販売取引（特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第33条第1項に規定する連鎖販売取引をいう。），業務提供誘引販売取引（同法第51条第1項に規定する業務提供誘引販売取引をいう。）又はこれらに類似する取引に関するもの
例：内職商法，モニター商法，資格商法等
- コ 前払式割賦販売（割賦販売法（昭和36年法律第159号）第11条に規定する前払式割賦販売をいう。）等に関するもの（経済産業大臣の許可を受けた者に係るものを除く。）
- サ 暴力団又は暴力団の構成員を賞揚し，若しくは鼓舞し，又は暴力排除活動に異論を唱える内容を含むもの

（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) 人材募集
 - ア 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守していること。
 - イ 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しているものは掲載しないこと。
- (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こと。

例：「1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 合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示すること（根拠となる資料が必要）。

イ 通信教育、講習会、塾、学校その他これらに類する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

「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」という主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「〇〇管理士」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「〇〇管理士」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せず、当該資格が国家資格ではない旨を明確に表示すること。

例：「当協会認定の〇〇士（民間資格）」、「〇〇士（国家資格ではありません）」

イ 「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せず、当該資格取得には、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まかな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又は第6条の7及び獣医療法（平成4年法律第46号）第17条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ることはできない。

エ マークを表示することはできるが、そのマークが示す内容を文字により併せて表記しなければならない。また、赤十字のマークや名称を自由に用いることはできない。

オ 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）について（平成19年3月30日付け医政発第0330014号）」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（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。

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。

(8) 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）

ア 厚生労働省「医薬品等適正広告基準（昭和55年10月9日薬発第1339号）」を遵守すること。

イ 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条までの規定を遵守すること。

ウ 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。

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。

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 薬事法第66条から第68条まで、健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2及び食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条の規定を遵守すること。

イ 健康食品については、厚生労働省「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監視指導等に関する指針（ガイドライン）について（平成15年8月29日付け薬食発第829007号）」等の厚生労働省が発する基

準、指針等を遵守し、消費者に誤解を招くような虚偽誇大広告を避けること。

ウ 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こと。

エ 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。

(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 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 介護老人保健施設

介護保険法第98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。

ウ 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（平成14年7月18日付け厚生労働省老健局長通知）」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。

エ 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。

(11) 墓地等

都道府県知事又は市長の許可年月日、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、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（平成17年公正取引委員会告示第23号）」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

(13) 弁護士・公認会計士・税理士・司法書士・行政書士等

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定し、以下のような表示をしないこと。

ア 顧問先又は依頼者名（顧問先又は依頼者の書面による同意がある場合を除く。）

イ 誇大又は過度な期待を抱かせるもの

(14) 旅行業

ア 社団法人日本旅行業協会又は社団法人全国旅行業協会の会員に限る。

イ 企画旅行の広告は、旅行（代理店）業者名、登録番号及び所在地等を明記する。

ウ 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

(15) 通信販売業

特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条及び第12条並びに特定商取引に関する法律施行規則（昭和51年通商産業省令第89号）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等は、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）の人権及び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。
 - 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。
 - ク 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであること。
 - ケ その他有害図書と認めたものは掲載しない。
- (17) 映画・興業等
- ア 暴力、とばく、麻薬及び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。
 - 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：「処理」、「処分」、「撤去」、「廃棄」等
- (19) 結婚相談所・交際紹介業
- ア 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。
 - 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。
- (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 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。
「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。
例：「〇〇〇のバッグ50,000円」、「航空券東京～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。
- (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及びその主旨を表示すること。
 - 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こと及びその主旨を明確に表示すること。
例：「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
- (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上判断する。
- (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) 宝石販売業（公正取引委員会に確認の必要あり。）
虚偽の表現に注意すること。
例：「メーカー希望価格の30%引き」（宝石には、通常、メーカー希望価格はない。）等
- (27) 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。
- (28) 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：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等
- (29) 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。
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
- (30) 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。
- 付 則
この基準は、市長決裁の日から施行する。
付 則（平成23年5月9日市長決裁）
- 1 この基準は、市長決裁の日から施行する。
 - 2 この基準の施行の際現に改正前の狛江市広告掲載基準第4条、第5条又は第8条に規定する基準により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。以下「要綱」という。）第9条第2項の規定による決定を受けている者は、改正後の狛江市広告掲載基準第4条、第5条又は第8条に規定する基準により要綱第9条第2項の規定による決定を受けた者とみなす。