

## 菊川市広告掲載基準

平成25年6月26日施行

(趣旨)

第1条 この基準は、菊川市広告掲載要綱（平成25年菊川市告示第160号）第2条に規定する掲載の基準に加え、広告媒体への広告掲載の適否を審査するために必要な事項を定めるものであり、広告媒体への広告掲載に関する審査は、この基準に基づき行うものとする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 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てるものでなければならない。

(広告審査に当たっての基本的な考え方)

第3条 本基準により菊川市が広告掲載に関する審査を行う場合には、本基準の文言のみに基づき一義的な解釈・適用をするのではなく、関係法令等の規定や市民への影響、公共性・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第4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、街の美観を著しく阻害するものであってはならない。なお、屋外広告を設置する場合には、設置する地域のルールや慣習により形成されてきた景観や文化に配慮し、地域の景観に貢献するようなものであることが望ましい。

2 この基準に定める屋外広告とは、市の区域に広告物等を表示し設置するものをいう。

(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7月10日法律第122号）で、風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融
- (4) たばこ
- (5) ギャンブルにかかるもの
- (6) 規制対象と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
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 特定商取引に関する法律（昭和51年6月4日法律第57号）で、連鎖販売取引と規定される業種
- (11) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (12) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの

例：廃棄物の処理及び清掃に関する法律に基づく市長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合におい

- て、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する)
- (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もの
  - (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もの
  - (16) 不当景品類及び不当表示防止法に違反しているもの
  - (17) 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）第2条第2号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
  - (18) 菊川市暴力団排除条例（平成24年菊川市条例第25号）第2条に規定する暴力団等
  - (19) 市税等を滞納している事業者
  - (20) 前各号に掲げるもののほか、市有資産を広告媒体とする広告に係る事業者として市長が広告を掲載することがふさわしくないと認めるもの  
（広告掲載できない内容）

第6条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
  - ア 人権侵害、差別、名誉毀損等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、粗悪品等の不適切な商品
  - ウ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
  - エ 市のが実施する事業の円滑な運営に支障をきたすもの
  - オ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
  - カ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
  - キ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
  - 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) 消費者被害の予防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（根拠となる資料を要する。）
  - イ 射幸心を著しくあおる表現の禁止  
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を遵守していないもの
  - エ 虚偽の内容を表示するもの
  - オ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
  - カ 責任の所在が明確でないもの
  - キ 広告の内容が明確でないもの
  - 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規制基準)

第7条 静岡県屋外広告物条例（昭和49年静岡県条例第16号。以下「県条例」という。）第8条に規定するものに加え、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) 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

(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規則基準)

第8条 県条例第8条に規定するものに加え、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 過度に読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの

イ スード、水着姿を表示し、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 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(業種ごとの基準)

第9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、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

(1) 各業種や商品・サービスについて、必要な許可・免許等の有無、業界団体等への加

盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は、広告を掲載する事業者又は広告を取扱う広告代理店に確認をするものとする。

- (2) 医療、老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法に抵触するおそれのあるものについては、直接、関係する市の窓口又はその他の関連法令所管行政庁に相談するものとする。

ア 人材募集広告

- (ア) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡旋の疑いのあるものは認めない。  
(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。

イ 学習塾、語学教室等

- (ア) 安易さや授業料・受講料の安価さを強調するような表現は使用しない。  
例：「一か月で確実にマスターできる。」等  
(イ) 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。  
(ウ) 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。

ウ 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。

エ 資格講座

- (ア) 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。  
例：「この資格は、国家資格ではありません。」  
(イ) 「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。  
例：「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」  
(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。  
(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。

オ 病院、診療所、助産所

- (ア) 広告できる事項は、医療法(昭和23年法律第205号)第6条の5又は第6条の7、関連法令、公正労働省の告示、同省「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日医政発第0330014号)」に定める広告規制等の関連規定に反しないこと。  
(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を広告してはならない。  
(ウ) 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。  
(エ) 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。

例：手術前、手術後の写真、イラスト等の掲載

(オ) 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。

カ 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。

(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担当部署において広告内容についての了解を得たもの以外は、掲載しない。

キ 飼育動物の診療施設

獣医療法（平成4年法律第46号）第17条の規定により広告できる事項以外は、掲載しない。

ク 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) 薬事法（昭和35年8月10日法律145号）第66条から第68条の規定及び厚生労働省の医薬品等適正広告基準の規定並びに各法令所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

(イ) 医療機器については、厚生労働省の承認番号を記載すること。

(ウ) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署で広告内容についての了解を得たもの以外は、掲載しない。

ケ 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

(ア) 健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2、薬事法第68条、食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条並びに各法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

(イ) 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。

(ウ) 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表示すべき事項が記載されていること。

(エ) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課及び食品担当課並びに公正取引委員会で広告内容についての了解を得たもの以外は、掲載しない。

コ 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）

a 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。

b 広告掲載事業者に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。

- c 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。
- (イ) 有料老人ホーム（アに規定するもののほか）
  - a 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。
  - b 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市の指導に基づいたものであること。
  - c 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）及び同表示の運用基準に抵触しないこと。
- (ロ) 有料老人ホーム等の紹介業
  - a 広告掲載事業者に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。
  - b 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。
- (ハ) サービス付き高齢者向け住宅
  - 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第22条第一号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」（告示）に関する事項を遵守すること。
- (ニ) 介護老人保健施設
  - 介護保険法（平成9年法律第123号）第98条の規定により広告できる事項以外は広告できない。
- サ 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。
- シ 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) 不動産の取引に関する広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築年、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記するとともに、「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ものとする。
  - (ロ) 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
- ス 弁護士、司法書士、行政書士、税理士、公認会計士等
  - 各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規則に抵触する内容ではないこと。
- セ 旅行業
  - (ア) 広告主は一般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とし、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、広告内にすべて記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) 不当な表示は掲載できない。

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の7及び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。

#### ソ 通信販売業

(ア) 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(イ) 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条並びに同法施行規則第8条から第11条の規定に反しないこと。

#### タ 雑誌・週刊誌等

(ア) 適正な品位を保った広告であること。

(イ) 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。

#### チ 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。

#### ツ 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) 廃棄物の処理及び清掃に関する法律による廃棄物処理業に係る市長等の許可を受けていない場合は、廃棄物を処理できる旨の表示はできない。

例：回収、引き取り、処理、処分、撤去、廃棄等

#### テ 結婚相談所・交際紹介業

(ア) 業界団体に加盟していること（加盟証明書が必要）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。

(ウ) 公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般社団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）

#### ト 調査会社・探偵事務所等

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。

#### ナ 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。

#### ニ 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) 下記の主旨を明確に表示すること。

例：「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

#### ヌ 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。

ネ トランクルーム及び貸し収納業者

(ア) トランクルームは、国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であることが必要。

(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、下記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

ノ 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。

ハ 宝石の販売

虚偽の表現に注意する。（必要に応じ、公正取引委員会に確認する。）

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

ヒ 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

フ 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

ヘ 金融商品

(ア) 投資信託等

a 将来の利益が確実・保証されているような表現がないこと。また、利益について記載する場合は必ず予想に基づくものであることを明示すること。

b 元本保証がない旨等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

(イ) 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等

a 監督行政庁等の許可・登録等の商品取扱いに必要な資格を持った事業者であること。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

b 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。

c 利益保障がないこと及び損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

(ウ) その他の金融商品

当該金融商品の内容に応じ、本項ア及びイの規定を準用する。

ホ 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：「メーカー小売希望価格の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

a 広告主の法人格を明示し、法人の正式名称（例：株式会社〇〇）を明記する。  
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。ただし、広告の内容から広告主から広告主の法人名等が明らかである場合には、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。

b 原則として広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地、連絡先を記載することにより、かえって市民等の誤解を招く場合には、広告主に代えて、問合せ先の所在地、連絡先を記載することができる。

c 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。

(オ) 肖像権・著作権

無断使用がないこと。

(カ) 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。