

牧之原市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、牧之原市広告掲載要綱(平成18年牧之原市告示第141号)第4条第2項に規定する基準として定めるものであり、原則として広告媒体への広告掲載の可否は、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 牧之原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。

(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、街の美観風致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、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、静岡県屋外広告物条例(昭和49年条例第16号)第5条又は第6条第4項若しくは第5項の規定によ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
- (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) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (11) 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
- (12) 民事再生法及び会社更生法による再生・更正手続中の事業者
- (13) 各種法令に違反しているもの
- (14) 行政機関から行政指導を受け、改善がなされていないもの
(掲載基準)

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など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 市の広告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) 消費者被害の未然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（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（昭和22年法律第49号）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、善良な風俗を反するような表現

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、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があるもの

- イ ニード、水着姿を表示し、著しく注意を引くもの
- ウ デザインがわかりにくい等、判断を迷わせるもの
- エ 絵柄や文字が過密であるもの

(ホームページ等に関する基準)

第9条 ホームページ等への広告に関しては、ホームページ等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等の内容についても、この基準を適用する。

- 2 他のホームページ等を集合し、情報提供することを主たる目的とするホームページで、牧之原市広告掲載要綱及びこの基準、その他市が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10条 広告媒体主管部局は、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) 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。

(2) 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：「一箇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、実績年も併せて表示する。

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。

(3) 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。下記の主旨を明確に表示すること。

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。

(4) 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 第 1 項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 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。

オ 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。

カ 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。赤十字のマークや名称は、自由に用いることができない。

(5) 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。

(6) 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：「牧之原市事業受託事業者」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すること。

- (イ) 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有利であると誤解を招くような表示はできない。
- (7) 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。
- (8) 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、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
- (9) 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。
- (10) 旅行業
 - ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。
 - 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
- (11) 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。
- (12) 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。
- (13) 映画・興業等
 - 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。
- (14) 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。
- (15) 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。
- (16) 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。
- (17) 募金等
 - ア 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を得ていること。
 - イ 下記の主旨を明確に表示すること。
 - 例：「 募金は、 知事の許可を受けた募金活動です。」
- (18) 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：「 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。
- (19) 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 は、倉庫業法に基づく"トランクルーム"ではありません。」等
- (20) 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。
- (21) 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 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