

牛久市広告掲載基準

牛久市市長公室広報政策課

平成30年4月12日制定

(趣旨)

第1条 この基準は、牛久市広告掲載に関する規則（平成30年規則第21号。以下「規則」という。）第5条第3項に規定する審査基準として定めるものであり、広告媒体に関する審査は、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。

(広告審査にあたっての基本的な考え方)

第3条 本基準により牛久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、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、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、茨城県屋外広告物条例等の施行に関する規則

(平成12年規則第23号) 第3条第1項に定める許可を要するものをいう。

(広告媒体ごとの基準)

第5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、別に基準を定める。

(規制業種又は事業者)

第6条 次の各号に掲げる業種又は事業者の広告は掲載しない。

(1) 各種法令に違反しているもの

ア 不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号)に違反しているもの

イ 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)第33条に規定する連鎖販売業

ウ 法律の定めのない医業類似行為を行う事業者

エ 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事業者

(2) 行政機関からの行政指導を受け、改善が見込まれない事業者

(3) 公租公課の滞納をしている事業者

(4) 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条第1項に規定する風俗営業、同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業、同条第10項に規定する無店舗型電話異性紹介営業及び同条第11項に規定する「特定遊興飲食店営業と規定される業種

(5) 前号に規定するもののほか風俗営業類似の業種

(6) 牛久市暴力団排除条例(平成23年条例第23号。この号において「条例」という。)第2条第1号に規定する暴力団(以下この号において単に「暴力団」という。)並びに法人その他の団体でその役員(業務を執行する社員、取締役、執行役又はこれに準ずる者をいい、相談役、顧問その他いかなる名称を有するかを問わず、当該団体に対し業務を執行する社員、取締役、執行役又はこれらに準ずる者と同等以上の支配力を有するものと認められる者を含む。)が条例第2条第3号に規定する暴力団員等(以下この号において単に「暴力団員」と

いう。)に該当する事業者、暴力団員等が出資、融資、取引その他の関係を通じてその事業活動に支配的な影響力を有する事業者及び暴力団若しくは暴力団員の威圧を利用し、又は暴力団の維持、運営に協力し、若しくは関与している事業者

(7) 民事再生法（平成11年法律第225号）に規定する再生手続、会社更生法（平成14年法律第154号）に規定する更生手続、破産法（平成16年法律第75号）に規定する破産手続又は会社法（平成17年法律第86号）に規定する特別清算の開始の決定を受けて完了しない事業者

(8) 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

(9) その他当市の資産に広告を掲載する業種又は事業者として不適当であると市長が認めるもの

ア 個人を対象として使途に制限を加えず、小口の現金を貸し付ける民間の金融業者（消費者金融）

イ たばこ（たばこ製造又は販売業者の喫煙に関するマナー向上を目的とする広告等は除く。）

ウ ギャンブルにかかるもの

エ 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

オ 占い、運勢判断に関するもの

カ 興信所、探偵事務所等

キ 債権取立て、示談引受け等をうたったもの

2 市の広告媒体主管課は、広告掲載に関する申込みを受けたときは、速やかに前項の規定に基づき、事業者に関する要件確認審査（事前審査）を行うものとする。

（広告内容の審査）

第7条 規則第11条に規定する牛久市広告審査委員会（以下「審査委員会」とい

う。)は、広告の掲載に先立ち、次条から第12条までに定める基準に従い、広告内容に関する審査を行うものとする。

(広告内容に関する基準)

第8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 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの

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

イ 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの

(ア) 社会的に不適切なもの

(イ) 他を誹謗、中傷又は排斥するもの

ウ 人権侵害となるもの又はそのおそれがあるもの

人権侵害、差別、名誉棄損のおそれがあるもの

エ 政治性のあるもの

公の選挙又は投票に関するもの

オ 宗教団体の布教推進活動

宗教団体による布教推進を主目的とするもの

カ 社会問題に対する主義主張

キ 個人又は法人の名刺広告

ク 美観風致を害するおそれがあるもの

ケ 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれのあるもの

非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わすおそれ及び利用者に不安を与えるおそれのあるもの

コ その他広告媒体に広告掲載する広告として不適當であると市長が認めるもの

(ア) 市が実施する事業の円滑な運営に支障をきたすもの

(イ) 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、根拠となる資料の提出及び広告内への根拠の明示を要する。）

イ 射幸心を著しくあおる表現

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で煽る広告）等

ウ 虚偽の内容を表示するもの

エ 法令等で認められていない業種・商法・商品

オ 国家資格等に基づかない者が行う療法

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のサービスなどを推奨、保証、指定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 水着姿及び裸体姿であって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し、又は想起させるもの

オ ギャンブル等を肯定するもの

カ 青少年の人体、精神及び教育に有害なもの

(屋外広告に関する都市景観上の規制基準)

第9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広告媒体に掲載しない。

- (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) 美観を著しく損ねるような、著しくどぎついもの及びくどいもの
- (4) 景観との調和が図れておらず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) 意味なく、著しくデザイン性の劣るもの
- (7) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を与えるもの
- (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制基準)

第10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 裸体姿、水着姿等を表示し、著しく注意を引くもの
 - ウ デザインが分かりづらい等、判断を迷わせるもの
 - エ 絵柄及び文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(WEBページに関する基準)

第11条 広告主のWEBページにリンクする広告（バナー広告等）に関しては、市のWEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先である広告主のWEBページの内容についても、WEBページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部又は一部を準用することができる。

2 他のWEBページを集合し、情報提供することを主たる目的とするWEBページで、要綱及びこの基準その他市の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うWEBページを閲覧者に斡旋又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

（業種ごとの基準）

第12条 広告媒体主管課は、次の各号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、売春等の勧誘やあっせん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・材料及び機材の売付けや資金集めを目的とするものは掲載しない。

(2) 語学教室等 安易さや授業料・受講料の安さを強調する表現は使用しない。

例 「一か月で確実にマスターできる」等

(3) 学習塾・予備校等

ア 合格率など実績を載せる場合は、事実や客観的な根拠に基づいたものとし、実績年も併せて表示する。

イ 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、施設が不明なものは掲載しない。

(4) 外国大学の日本校 次の趣旨を明確に表示すること。

「この大学は、日本の学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学ではありません。」

(5) 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。下記の趣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。」

イ 「行政書士」などの国家資格の講座は、それを受講するだけで国家資格が
取得できるような紛らわしい表現は使用しない。下記の趣旨を明確に表示す
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。」

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。

(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及び第6条の7、関連法
令、厚生労働省の告示、医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に關
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（医療廣
告ガイドライン）（平成19年3月30日医政発第0330014号医政局
長通知）に定める広告規制等の関連規定に反するものは広告できない。

イ バナー広告等のリンク先である病院等のホームページの内容は、医療法の
規制がかかる広告に当たらないため、前号の規定は適用しない。

(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2
4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、カイロプラクチッ
ク、エステティック等）の広告は掲載できないため、業務内容の確認は必ず

行う。

(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 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第66条から第68条までの規定及び厚生労働省の医薬品等適正広告基準（昭和55年10月9日薬発第1339号厚生省薬務局長通知）の規定並びに各法令の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、事業所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取っていること。

(9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品等

ア 健康増進法（平成14年法律第103号）第31条、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第68条及び食品衛生法（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違反しないこと。

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。

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及び食品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取っていること。

(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の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、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、担当者名簿等に限る。
- (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。

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、次の各号の規定に適合していること。

- (ア) 「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」（平成14年7月18日老発第0718003号厚生労働省老健局長通知）に規定する事項を遵守し、「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) 当該施設の指導監督権限を有する都道府県等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年公正取引委員会告示第3号）及び同表示の運用基準（平成16年6月16日公正取引委員会事務総長通達第11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、担当者名等一般的なものとする。
- (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。

エ 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省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。

オ 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広告できない。

(11) 墓地等

都道府県知事又は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。

(12) 不動産業

ア 不動産事業者の広告の場合は、名称、所在地、電話番号、不動産業を行うための国家資格に係る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、建築月日、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（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ものとする。

ウ 契約を急がせる表示は掲載しない。

例 「早い者勝ち」、「残り戸数わずか」 等

(13) 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制に抵触する内容ではないこと。

(14) 旅行業

ア 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

ウ その他広告表示について旅行業法（昭和27年法律第239号）第12条の7及び第12条の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。

(15) 通信販売業

特定商取引に関する法律第11条及び第12条並びに同法施行規則（昭和5

1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。

ウ 性犯罪を誘発し、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(特に性犯罪者や殺人事件の被害者)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。

オ タレントなど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、心神喪失者など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 公の秩序や善良な風俗に反する表現のないものであること。

(17) 映画・興行等

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 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。

エ ショッキングなデザインは使用しない。

オ 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。

カ 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。

キ 一般財団法人映画倫理機構の定める「映画の区分と審査方針(2009年4月23日制定)」及び「映画4区分の概要」に規定するG区分の映画を対象とした広告に限る。

(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表示はできない。

(19) 結婚相談所・交際紹介所

ア 業界団体に加盟していること。

イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とする。

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）。

(20) 労働組合等一定の社会的立場及び主張を持った組織

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) 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。

(22) 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「優良トランクルーム」の認定を受けた事業者であること。また、認定を受けている旨及び認定番号を表示すること。

イ 「貸し収納業者」は会社名以外に「トランクルーム」の名称を使用しない。また、下記の趣旨を明確に表示すること。

「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

(23) ウイ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。

(24) 金融商品

ア 投資信託等

(ア) 将来の利益が確実に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。

(イ) 元本保証がない旨のリスクを、目立つように分かり易く表示すること。

イ 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等

(ア) 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。

(イ) 安全・確実性や有利性等を強調し、投機意欲をいたずらに煽るものではないこと。

(ウ) 利益保証がないこと、及び損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つように分かりやすく表示すること。

ウ その他金融商品

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。

(25) 仮想通貨

ア 資金決済に関する法律（平成21年法律第59号）第63条の4第1項に規定する仮想通貨交換業者登録簿に登録された登録年月日及び登録番号を必ず明記すること。

イ 将来の利益が確実に保証されているような表現がないこと。また、仮想通貨投資による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。

ウ 安全・確実性や有利性等を強調し、投機意欲をいたずらに煽るものではないこと。

エ 電子機器その他の物に電子的方法により記録される財産的価値であり、電子情報処理組織を用いて移転する特性が仮想通貨にはあること、サイバ

一攻撃による仮想通貨の消失・価値の減少その他の損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つように分かりやすく表示すること。

オ その他資金決済に関する法律第63条の10に規定する利用者の保護等に関する措置のために必要な表示をすること。

(26) 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6条で定める業種に該当する企業による、業種に直接関連するもの以外の内容の広告は、この基準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

(27) その他、表示について注意すること

ア 割引価格の表示

割引価格を表示する場合は、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

基本的に無料であっても一部費用がかかるものがある場合は、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は次の点に注意すること。

(ア) 原則として広告主の法人の正式名称(例:株式会社〇〇)を明記する。

なお、広告主が法人格を有しない団体である場合にあっては、代表者名を明記する。ただし、広告の内容から広告主の法人名等が明らかである場合は、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。

(イ) 原則として広告主の所在地及び連絡先を明示する。ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地及び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、問い合わせ先の所在地及び連絡先を記載することができる。

(ウ) 連絡先については固定電話の番号とし、携帯電話、PHS、IP電話の番号のみ掲載することは認めない。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないかを確認する。

カ 宝石の販売

虚偽の表現に注意（公正取引委員会に確認する必要がある。）

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

キ 個人輸入代行業の個人営業広告

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。

ク 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