

泉南市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、泉南市広告掲載要綱第4条第2項に規定する基準として定めるものであり、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 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 市の広告媒体に掲載する広告を審査する場合、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、社会経済状況等を十分に配慮したうえで、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ないものとする。
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等に配慮し、地域の景観に貢献するよう努めるものとする。

(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、広告の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6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。なお、広告掲載中において、これらに該当するに至った場合も同様とする。

- (1) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律で、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) たばこに関するもの
- (5) ギャンブルに関するもの
- (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又は更生手続中の事業者
- (13) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律に規定する暴力団又は暴力団の構成員であると認められる事業者
- (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) 泉南市建設工事等指名停止要綱に基づく指名停止を受けているもの
- (18) 本市の市税等を滞納しているもの
- (19) その他広告として掲載することが不適当であると認められるもの

(掲載基準)

第7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
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 法令等で認められていない業種・商法・商品
 - カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
 - キ 責任の所在が明確でないもの
 - ク 広告の内容が明確でないもの
 - ケ 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、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、出品作品の一例また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のもの
 - ウ 残虐な描写など、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・教育に有害なもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第8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) 美観を損ねるような、著しく派手なものの及びくどいもの
- (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

(屋外広告に関する交通安全上の基準)

第9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 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 水着姿・裸体姿を表示し、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

(ウェブページに関する基準)

第10条 広告主のウェブページにリンクする広告(バナー広告等)に関しては、

市のウェブ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ウェブページの内容についても、ウェブ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 他のウェブページを集合し、情報提供することを主たる目的とするウェブページで、泉南市広告掲載要綱及びこの基準、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ウェブページを閲覧者にあっせん又は紹介しているウェブページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第11条 掲載する広告の表示内容は、次の事項に留意するものとする。

1 人材募集広告

- (1) 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。
- (2) 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 語学教室等

習得の安易さや授業料・受講料の安価さを強調する表現は使用しない。

例：一ヶ月で確実にマスターできる等

3 学習塾・予備校等(専門学校を含む)

- (1) 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。
- (2) 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。

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

- (1) 受講する資格の内容を明記すること。あたかも、国家資格であるといった誤解を招くような表示はしない。
- (2) 講座受講だけで資格が取得できるような誤解を招かないように、「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」など資格取得に必要な事項を表示すること。
- (3) 資格講座の募集に見せかけて、商品や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。
- (4) 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

- (1) 広告できる事項は、医療法第6条の5又は第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないこと。
- (2) バナー広告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はあたらないため、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）
 - （１） 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第7条又は柔道整復師法第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。
 - （２） 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） 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ため、業務内容の確認は必ず行う。
- 8 介護保険法に規定するサービス・その他高齢者福祉サービス等
 - （１） 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：泉南市事業受託事業者等
 - （２） 有料老人ホーム
 - （１）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及び同表示の運用基準に抵触しないこと。
 - （３） 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。
 - （４） 介護老人保健施設
介護保険法第98条に規定により広告できる事項以外は広告できない。
- 9 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）
 - （１） 薬事法第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。
 - （２） 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。
- 10 健康食品、保健機能食品、特別用途食品
 - （１） 健康増進法第32条第2項、薬事法第66条から第68条及び食品衛生法第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。

- (2) 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。
- (3) 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。
- 1 1 弁護士・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。
- 1 2 旅行業
 - (1) 登録番号、所在地、補償内容を明記する。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。
 - (2) 不当表示に注意する。
例：白夜でない時期の「白夜旅行」や、行程にない場所の写真等の掲載等
 - (3) 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。
- 1 3 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第8条から11条の規定に反しないこと。
- 1 4 雑誌・週刊誌等
 - (1) 適正な品位を保った広告であること。
 - (2) 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
 - (3) 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。
 - (4) 犯罪被害者（特に性犯罪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。
 - (5) 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
 - (6) 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、不快の念をあたえないものであること。
 - (7) 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。
 - (8) 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。
- 1 5 結婚相談所・交際紹介業
 - (1) 業界団体に加盟していること。
 - (2) 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。
- 1 6 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織
 - (1) 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。
 - (2) 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。
- 1 7 募金等

- (1) 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を得たもので、そのことを明記すること。
- (2) 募金内容は、社会福祉事業のための寄附金募集に限る。
「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」
- 1 8 質屋・チケット等再販売業
 - (1) 個々の相場、金額等は表示しない。
例：〇〇のバッグ 50,000円、航空券 東京～福岡 15,000円等
 - (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。
- 1 9 トランクルーム及び貸し収納業者
 - (1) 「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。
 - (2) 「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。
「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
- 2 0 不動産事業
宅地建物取引業法並びに不動産の表示に関する公正競争規約及び不動産業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約による表示規制に反しないこと。
- 2 1 古物商・リサイクルショップ等
 - (1) 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。
 - (2) 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：回収、引き取り、処理、処分、撤去、廃棄等
- 2 2 ダイヤルサービス
ダイヤルQ 2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。
- 2 3 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。
- 2 4 映画・興行等
 - (1) 暴力、とばく、麻薬及び売春などの行為を容認するような内容のものは掲載しない。
 - (2) 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。
 - (3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。
 - (4) 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。
 - (5) ショッキングなデザインは使用しない。
 - (6) 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。
 - (7) 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。
- 2 5 金融商品
 - (1) 投資信託等
ア 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。

- イ 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。
- (2) 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、投機心をいたずらに煽るものでないこと。
 - ウ 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。
- (3) その他金融商品
当該金融商品の内容に応じ、本項（１）及び（２）の規定を準用する。
- 26 墓地等
墓地、埋葬に関する法律第10条に規定する許可を受けており、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。
- 27 その他、表示について注意を要するもの
 - (1) 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確に表示すること。
例：「メーカー希望価格の20%引き」等
その際、宝石販売のようにメーカー希望小売価格がないものがあるので、注意すること。
 - (2) 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。
 - (3) 無料で参加・体験できるもの
費用が別途かかる場合には、その旨明示すること。
例：昼食代は実費負担、入会金等は別途かかります等
 - (4) 肖像権・著作権
無断使用がないか確認する。
 - (5) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告
広告主の所在地及び連絡先を明確に表示する。特に、電話番号は固定電話とし、携帯番号やPHSのみの表示は不可とする。
 - (6) 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。
 - (7) アルコール飲料
未成年の飲酒禁止の文言を必ず表示すること。また、未成年の飲酒を誘発するような文言及びデザインを表示しないこと。
- 28 その他、広告として掲載することが不相当であると認められるもの

附 則

この基準は、平成20年9月1日から施行する。