

鈴鹿市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、鈴鹿市広告掲載要綱（平成20年鈴鹿市告示第77号）第3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 鈴鹿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。

(規制業種又は事業者)

第3条 次に掲げ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) 消費者金融の業種
- (4) たばこ製造又は販売の業種
- (5) ギャンブルに係るもの
- (6) 利殖を目的とした投資・投機があつせん、勧誘、募集を専ら行うものの
- (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) 暴力団関係団体
- (11) 政党、政治団体等
- (12) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (13) 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（昭和45年法律第137号）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。)等

- (14) 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
- (15) 各種法令に違反しているもの
- (16) 市税等を滞納しているもの
- (17) 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
- (18) 前各号に掲げるもののほか、この基準による規制の対象外の業種又は事業者であって、現に社会問題を起こしているもの
(掲載基準)

第4条 次に定めるものは、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 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
 - ウ 性差別、性別による固定的な役割分担または暴力的な行為を助長する表現及び著しく性的感情を刺激する表現のもの
 - エ 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
 - オ 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
 - カ 社会的に不適切なもの
 - キ 国内世論が大きく分かれているもの
 - ク 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
 - ケ 宗教団体等による布教推進を主目的とするもの又はそのおそれのあるもの
 - コ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (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誤解を招く表現のもの

(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 残酷な描写など，善良な風俗に反するようなもの

ウ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの

エ 暴力や犯罪を肯定し，又は助長するようなもの

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

(WEB ページに関する基準)

第5条 WEB ページへの広告に関しては，WEB 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 WEB ページの内容についてもこの基準を適用する。

(個別の表示基準)

第6条 掲載する広告の表示内容については，次に掲げる各事項に留意するものとする。

(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旋の疑いのあるものは

掲載しない。

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) 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。

例：一か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。）

ア 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。

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，が不明確なものは掲載しない。

(4) 外国大学の日本校

学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学ではない旨の表示が明確になされていること。

(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。下記の主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。

「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，第6条の6又は第6条の7の規定により広告できる事項以外は，表示できない。

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

表示してはならない。

ウ 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な表示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表示してはならない。

オ マークを用いる場合は、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表示することができない。

(7) 歯科技工士

歯科技工士法（昭和30年法律第168号）第26条の規定により広告できる事項以外は、表示できない。

(8) 獣医師

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、表示できない。

(9) 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、表示できない。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は表示できない。

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ため、業務内容の確認は必ず行う。

(10) 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）

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で広告内容についての了解を得ること。

(11) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

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ること。

(12) 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、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：鈴鹿市事業受託事業者 等

イ 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（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。

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。

(13) 墓地等

許可年月日、許可番号及び経営者名を表示すること。

(14) 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表示すること。

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、建築月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を表示すること。

ウ 「不動産の表示に関する公正競争規約（昭和63年公正取引委員会

告示第3号)」による表示規制に従うこと。

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

(15) 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こと。

(16) 旅行業

ア 登録番号，所在地，補償の内容を表示すること。

イ 不当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

(17) 通信販売業

返品等に関する規定が表示されていること。

(18) 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・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・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示であること。

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。

(19) 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内容のもののは掲載しない。

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。

(20) 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：回収，引取り，処理，処分，撤去，廃棄等

(21) 結婚相談所・交際紹介業

ア 結婚相手紹介サービス協会等に参加していること（加盟証明が必要）を表示すること。

イ 掲載内容は，名称，所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。

(22) 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批判，中傷するものは掲載しない。

(23) 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。

「〇〇募金は，〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

(24) 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こと。

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こと。

(25) 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（有料トランクルーム）であること。

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。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

(26) ダイヤルサービス

ダイヤルQ 2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こと。

(27) 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。

(28) 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3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。

(29) 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表示すること。

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

費用がかかる場合には，その旨を表示すること。

例：「昼食代は実費負担」，「入会金が別途必要です。」等

エ 責任の所在，内容及び目的が不明確な広告

広告主の法人名を表示すること。また，広告主の所在地，連絡先の両方を表示すること。連絡先については固定電話とし，携帯電話，PHSのみは認めないこと。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，代表者名を表示すること。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をすること。

カ 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること。（公正取引委員会に確認の必要あり。）

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 個人輸入代行業等の個人営業広告

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は認めないこと。

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

(広告媒体ごとの基準)

第7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必要な場合には、広告内容及びデザイン等に関する個別の基準を設ける。

附 則

この基準は、平成20年4月1日から施行する。

附 則

この基準は、平成20年6月3日から施行する。

附 則

この基準は、平成22年6月15日から施行する。