

郡山市番号案内表示モニター広告放映基準

平成24年3月8日制定

〔市民部市民課〕

(趣旨)

第1条 この基準は、郡山市番号案内表示モニター広告放映要綱第3条第2項に規定する基準として定めるものであり、郡山市番号案内表示モニター(以下「モニター」という。)への広告放映の可否は、この基準に基づき判断するものとする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 市民課のモニターで放映する広告は、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及び信頼性を持てるものでなければならない。

(放映順位)

第3条 広告は、市内に本社、支社、営業所等を有するものを優先し、放映するものとする。

(規制業種又は事業者)

第4条 次に掲げる業種又は事業者の広告は、放映しない。

- (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)第2条第1項の規定する風俗営業、同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業を営む業種及びこれらに類似する業種
- (2) 貸金業法(昭和58年法律第32条)第2条第1項に規定する貸金業のうち、専ら消費者金融業及び事業者金融業を営む者
- (3) たばこに関するもの
- (4) ギャンブル(公営競技及び宝くじを除く。)に関するもの
- (5) 法律の定めのない医療類似行為を行うもの
- (6) 債権取立て、示談の引受け等を業とするもの
- (7) 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
- (8) 民事再生法(平成11年法律第225号)又は会社更生法(平成14年法律第154号)による再生又は更生の手續中の事業者
- (9) 暴力団員等による不当な行為の防止等に関する法律(平成3年法律第77号)第2条第2項に規定する暴力団、同条第6項に規定する暴力団構成員及びこれらに準ずる者
- (10) 各種法令に違反しているもの
- (11) 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
- (12) 社会問題を起こしている業種又は事業者
- (13) その他市長が広告を放映することが不適切と認めるもの

(掲載基準)

第5条 次の各号のいずれかに該当するものは、広告として放映しない。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
 - ア 人権侵害、差別又は名誉き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等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - ウ 第三者をひぼうし、中傷し、又は排斥するもの
 - エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
 - オ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
 - カ 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

キ 国内世論が大きく分かれているもの

(2) 消費者被害の防止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）、根拠のない表示及び誤認を招くような表現。ただし、放映する場合は、根拠となる資料の提出を受けること。

例：「世界一」「一番安い」等（放映に際しては、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（昭和22年法律第41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 法令等で認められていない業種、商法又は商品

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、広告を放映する者又はその商品若しくはサービス等を推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの

(3) 青少年の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 暴力及び犯罪を肯定し、又は助長するような表現

ウ 残酷な描写等、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 青少年の人体若しくは精神又は教育に有害なもの

（表示内容に関する個別の基準）

第6条 具体的な広告内容等に関して審査するに当たり、次の事項に留意するものとする。この場合によっても不明な点については、関係各課に確認するものとする。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあっせんの疑いのあるものは放映しない。

イ 人材募集に見せかけて、商品、材料若しくは機材の売りつけ又は資金集めを目的としているものは放映しない。

(2) 語学教室等

安易さ又は授業料、受講料の安価さを強調する表現は使用しない。

例：「1か月で確実にマスターできる」等

(3) 学習塾、予備校、専門学校等

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、内容及び施設が不明確なものは放映しない。

(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場合は、その旨を、明確に表示すること。

「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。」

(5) 資格講座

ア 民間の講習業者が労務管理士等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こと。また、取得する資格が国家資格でないこと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 行政書士講座等の講座には、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こととし、別に試験を受ける必要があること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、商品若しくは材料の売りつけ又は資金集めを目的としているものは放映しない。

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をしているものは、放映しない。

(6) 病院、診療所及び助産所

ア 医療法(昭和23年法律第205号)第6条の5及び6条の7の規定により広告できる事項以外は、放映しない。

イ 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)(厚生労働省平成19年3月30日付け医政発第0330014号)に沿った広告内容であること。

ウ 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。

エ 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。

オ 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。

カ マークを用いることはできるが、内容が正しく伝わるものであること。ただし、赤十字のマーク及び名称は、自由に用いることができない。

(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24条の規定により広告できる事項以外は、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)の広告はできないため、業務内容の確認には特に注意する。

(8) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具(健康器具、コンタクトレンズ等)

ア 医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療機器の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告してはならない。

イ 医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療機器の効能、効果又は性能について、医師その他の者がこれを保証したものと誤解されるおそれがある記事を広告してはならない。

ウ 医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療機器に関して墮胎を暗示し、又はわいせつに当たる文書若しくは図画を用いてはならない。

エ 承認前の医薬品等について、その名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならない。

(9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

健康増進法(平成14年法律第103号)第32条の2、食品衛生法(昭和22年法律第233号)第20条その他関係法令等に反した表現をしてはならない。

(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高齢者福祉サービス等

ア サービス全般（介護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) 広告放映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：郡山市事業受託事業者 等

イ 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。

ウ 有料老人ホーム

アの規定を適用するほか、次に定めるところによる。

(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日付厚生労働省老健局長通知)に規定する事項を遵守し、同指針別表の有料老人ホームの類型及び表示事項に規定する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) 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。

エ 有料老人ホーム等の紹介業

(ア) 広告放映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。

(11) 墓地等

墓地埋葬等に関する法律（昭和23年法律第48号）第10条の規定に基づき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こと。

イ 不動産売買又は賃貸の広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築年月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記すること。

ウ 不動産の表示に関する公正競争規約(平成17年11月10日公正取引委員会告示第23号)による表示規制に従うこと。

エ 契約を急がせる表示はしないこと。

例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか 等

(13) 弁護士、税理士、公認会計士等

放映内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定し、次のような表示をしない。

ア 顧問先又は依頼者名(同意書がある場合を除く)

イ 誇大又は過度な期待を抱かせるもの

例：「たちどころに解決します。」

(14) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明らかにすること。

イ 不当表示に注意すること。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

(15) 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。

(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 見出し又は写真の性的表現等は、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 性犯罪を誘発又は助長するような表現（文言、写真）をしていないこと。
- エ 犯罪被害者（特に性犯罪及び殺人事件の被害者）の人権及びプライバシーを不当に侵害するような表現をしていないこと。
- オ タレント等の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、残虐な言葉又は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、心神喪失者等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こと。
- 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、興業等

- 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放映しないこと。
- イ 性に関する表現で、扇情的、露骨及びわいせつなものは放映しないこと。
- ウ いたずらに好奇心に訴えるものは放映しないこと。
- 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こと。
- オ ショッキングなデザインは使用しないこと。
- カ その他青少年に悪影響を与えるおそれのあるものは放映しないこと。
- 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こと。

(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ついては市町村長の許可、産業廃棄物処理業については県知事（中核市においては市長）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

(19) 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を明記する（加盟証明を確認すること。）。
- イ 放映内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限る。

(20) 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

- ア 放映内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限る。
- イ 出版物等の広告は、主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）するものは放映しない。

(21) 募金等

- 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とし、そのこと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。」

(22) 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。

(23) トランクルーム及び貸し収納業者

- ア トランクルームについて、防火対象物定期点検報告を行っていることが必要である。
- 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こととし、倉庫業法（昭和31年法律第121号）に基づくトランクルームではないことを明確に表示すること。

「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

(24) 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上判断すること。

(25) 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。

(26) 金融商品

ア 投資信託等

(ア) 将来の利益が確実である又は保証されているような表現がないこと。また、利益について放映する場合は、必ず予想に基づくものであることを明確に表示すること。

(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。

イ 商品先物取引及び外国為替証拠金取引(FX)等

(ア) 監督行政官庁等の許可、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。また、名称、登録番号及び業界団体会員であることは必ず明らかにすること。

(イ) 安全性、確実性、有利性等を強調し、投機心をいたずらにあおるものでないこと。

(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。

ウ その他の金融商品

当該金融商品の内容に応じ、ア及びイの規定を準用する。

(27) 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4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、この基準に定められた基準の範囲内でその放映を認める。

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

(28) 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 無料で参加及び体験ができるもの

費用がかかるものがある場合には、その旨明確に表示すること。

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

広告を放映する者の法人格を明示し、法人名を明記すること。また、広告を放映する者の所在地、連絡先の両方を明示すること。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。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、代表者名を明らかにすること。

オ 著作権等

著作権、肖像権、特許権、実用新案件、意匠権、商標権その他日本国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている材料、履行方法等を使用するときは、その使用に関する一切の責任を負うものとする。

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」（通常、宝石にはメーカー希望価格はないので注意

すること。) 等

キ 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) 未成年者に飲酒を誘発するような表現をしないこと。

例：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

(広告の修正、削除等)

第7条 市長は、広告の全部又は一部について修正、削除等を行うことにより、広告を放映することができる」と認められる場合は、広告を放映する者に修正、削除等を求めることができる。

(委任)

第8条 この基準に定めるもののほか、モニターの広告放映に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この基準は、平成24年3月8日から施行する。