

静岡市広告掲載基準

第1 趣 旨

静岡市の広告事業は、財政負担の軽減、市が保有する資産の有効活用、民間企業との連携を図ることにより、市民サービスの向上と地域経済の活性化を目指すものである。

この基準は、広告事業の目的を実現するために静岡市が掲載する広告を審査するに当たっての基準として定めるものであり、広告掲載の適否はこの基準に基づき、判断するものとする。

第2 広告審査に当たっての基本的な考え方

審査に当たっては、この基準に基づき一義的な解釈及び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上で、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈及び適用を行うものとする。

第3 広告媒体ごとの基準

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、別に基準を定めることができる。この場合においては、総務局行政管理部行政管理課と協議の上、定めることとする。

第4 規制する業種又は事業者

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) 法令等に基づく必要な許可等を受けていない事業者
- (2) 各種法令に違反している事業者
- (3) 暴力団員等、暴力団員の配偶者（暴力団員と生計を一にする配偶者で、婚姻の届出をしていないが事実上婚姻関係と同様の事情にある者を含む。）及び暴力団員等と密接な関係を有する事業者
- (4) 消費者金融又は事業者金融を営む事業者
- (5) 利殖を目的とした投資・投機のおっせん、勧誘、募集等を専ら行う事業者
- (6) 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）に規定する風俗営業又はこれに類する業種
- (7) 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）による再生若しくは更生手続中、又は手続開始の申立てがある事業者
- (8) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
- (9) 前各号に掲げるもののほか、市の資産を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として不適当であると認められるもの

第5 掲載の適否

- 1 広告内容及びデザインの適否は、別表第1に基づき、判断するものとする。
- 2 屋外に掲載する広告（車両広告を含む。）の適否は、別表第1及び別表第2に基づき、判断するものとする。

第6 留意事項

掲載する広告の表示内容は、次の各号に留意するものとする。

(1) 広告であることを原則として明示すること。

例) 広告 等

(2) 当該広告の関係法令及び業種ごとに定められている自主規制による広告掲載基準等を遵守すること。

(3) 割引価格を表示する場合、対象となる元の価格を明示すること。

第7 掲載基準の適用

この基準の適用については、広告ごとに具体的に判断し、当該広告の全部又は一部について修正、削除等が必要な場合には、広告主に依頼することとする。この場合において、広告主は、正当な理由がある場合以外は、修正、削除等に応じなければならない。

附 則

この基準は、平成23年5月11日から施行する。ただし、施行の日以前に募集した広告を審査する場合に従前の基準を適用する。

附 則

この基準は、平成24年4月1日から施行する。

附 則

この基準は、平成25年12月6日から施行する。

別表第1 (第5関係)

基 準	例 示
(1) 公の秩序又は善良の風俗に反するおそれがあるもの	ア 暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を肯定し、又は助長するもの イ 残酷な描写等善良な風俗に反するもの ウ 性的な表現で、露骨若しくはわいせつなもの又は裸体を含むもの エ その他風紀を乱したり、犯罪を誘発したりするおそれがあるもの
(2) 政治上の主義を推進し、支持し、又はこれらに反対することを主たる目的とするもの又は公職選挙法（昭和25年法律第100号）の適用を受ける選挙に関係するもの	ア 政党その他の政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれがあるもの イ 公の選挙若しくは投票の事前運動に該当するもの又はそのおそれがあるもの

<p>(3) 人権侵害となるもの又はそのおそれがあるもの</p>	<p>ア 人種、民族、言語、性別、職業、心身の障害、社会的な身分等に関する差別的な表現その他不当な差別につながる表現等を含み、基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの</p> <p>イ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの</p> <p>ウ 他の名誉若しくは信用を毀損し、又は他の業務を妨害するもの又はそのおそれがあるもの</p> <p>エ 第三者の氏名、写真、談話、商標、著作権、特許権その他の財産権を無断で使用したもの若しくはプライバシー等を侵害するもの又は類似、模倣等によりそのおそれがあるもの</p>
<p>(4) 特定の宗教の教義を広め、又は信者を強化育成することを主たる目的とするもの</p>	<p>ア 宗教団体による布教宣伝、勢力拡大等を目的とするもの又はそのおそれがあるもの</p> <p>イ 迷信又は非科学的なものに類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするおそれがあるもの</p>
<p>(5) 法令等に違反し、又はその疑いがあるもの</p>	<p>ア 法令等により製造、販売、提供等を行うことが禁止されている商品又はサービスを提供するもの</p> <p>イ 法令等に基づく必要な許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの</p> <p>ウ その他粗悪品等広告掲載が適当でないと認められる商品又はサービスを提供するもの</p>
<p>(6) 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれのあるもの</p>	<p>ア セクシャル・ハラスメント及び男女間の暴力行為を助長するもの</p>
<p>(7) 社会問題についての主義主張</p>	<p>ア 個人又は団体の意見広告</p> <p>イ 国内世論が大きく分かれているもの、又は政治問題化や係争化が予想されるもの</p>
<p>(8) 名刺広告</p>	<p>ア 目的が不明で、単なる売名行為であるもの</p>
<p>(9) 消費者被害の未然防止及び拡大防止の観点から適切でないもの</p>	<p>ア 責任の所在及び内容が不明確なもの</p> <p>イ 虚偽の内容を表示するもの</p> <p>ウ 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を含むもの（掲載する場合は、比較方法が公正で、内容が客観的に実証されている資料を必要とする。）</p> <p>例) 「世界一」「日本一」「一番安い」等の最高・最大級の表現</p> <p>「当社だけ」「確実に儲かる」「絶対」「永久」「完璧」等の事実の裏付けのない断定的な表現</p> <p>エ 投機心又は射幸心を著しくあおる表示又は表現を含むもの</p> <p>例) 「今が最後のチャンス」「超特価」「破格」「激安」「出血価格」等</p>

	<p>オ 社会的に認められていない許認可、保証、賞又は資格等を使用して権威付けようとするもの</p> <p>カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等</p> <p>キ 債権取り立て、示談引受け等をうたったもの</p> <p>ク 投資信託等の広告で、元本等が保証されているかのように誤認させる表現のもの</p> <p>ケ 自己の供給する商品等について、これと競争関係にある特定の商品等を比較対象商品等として明示し、自己の優位性を誇示し又は暗示するもの</p> <p>コ 商品等の内容又は取引条件を比較するもので、二重価格表示があるもの及び第三者が推奨し、又は保証する記述があるもの</p> <p>サ 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等を推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの（国、地方公共団体その他公共の機関が別に認証等を行っている商品やサービス等に係るものを除く。）</p> <p>シ その他市民に不利益を与える、又は消費者を誤認させるおそれがある表示又は表現を含むもの</p>
<p>(10) 青少年の保護又は健全育成の観点から適切でないもの</p>	<p>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。</p> <p>イ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの</p>
<p>(11) 前各号に掲げるもののほか、当該広告媒体に掲載又は掲出する広告として、右の理由により不適切であると市長が認めるもの</p>	<p>ア 品位を損なう表現のもの</p> <p>イ 詐欺的なもの又はいわゆる悪質商法とみなされるもの及びその類似商法とみなされるもの</p> <p>ウ 通貨、紙幣及び郵便切手の複写等で実際のものと同紛らわしいもの</p> <p>エ 個人情報利用、管理等に十分な配慮がなされていないもの</p> <p>オ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの</p> <p>カ 市の施策や事業に支障を生じるおそれがあるもの</p> <p>キ 広告媒体が有する本来の行政目的に支障を生じるおそれがあるもの</p> <p>ク 市民感情を害するおそれがあるもの</p> <p>ケ 取引に関する条件、内容等について誤信を招くおそれがあるもの</p> <p>コ その他社会的に不適切なもの</p>

別表第2（第5関係）

基準	例示
<p>(1) 都市の美観風致を損なうおそれがあるもの</p>	<p>ア 会社名、商品名等を著しく繰り返すもの イ 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの ウ 著しく美観を損ねるようなもの エ 景観と著しく違和感があるもの オ 意味なく、身体の一部を強調するようなもの カ 著しくデザイン性の劣るもの キ 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 ク 地区計画、清水港・みなと色彩計画、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 ケ その他屋外広告物法（昭和24年法律第189号）、静岡市屋外広告物条例（平成15年静岡市条例第229号）、静岡市景観条例（平成20年静岡市条例第18号）等の関係法令に適合しないもの</p>
<p>(2) 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もの</p>	<p>ア 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 イ 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のあるもの (イ) 水着姿、裸体姿等を表示し、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) 絵柄や文字が過密であるもの ウ その他道路法（昭和27年法律第180号）、静岡市道路占用規則（平成15年規則第236号）等の関係法令に適合しないもの</p>

品位を損なう広告の制限に関する運用基準

静岡市広告掲載基準（平成23年5月11日施行）別表1（11）アの規定による「品位を損なう表現のもの」については、従前のものに加え、以下のものを含めるものとして運用する。

- ア 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用又は過度に鮮やかな模様・色彩を使用するもの
- イ 媒体の配色・体裁と比べ、著しく違和感があるもの
- ウ 著しくデザイン性の劣るもの
- エ 絵柄や文字が過密であるもの
- オ その他媒体の品位を損なうもの

附 則

この基準は、平成25年12月6日から施行する。