

しずおかし子育てハンドブック広告掲載基準

(趣旨)

第1 この基準は、しずおかし子育てハンドブック広告掲載要綱に規定する基準として定めるものであり、しずおかし子育てハンドブック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 しずおかし子育てハンドブックに掲載する広告は、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っているものでなければならない。

(規制する業種又は事業者)

第3 次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) 静岡市暴力団排除条例（平成25年静岡市条例第11号）第2条第3号に規定する暴力団員等、暴力団員（同条第2号に規定する暴力団員をいう）の配偶者（暴力団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ものを含む。）及び暴力団員等と密接な関係を有する事業者
- (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）に規定する風俗営業又はこれに類する業種
- (5) 消費者金融又は事業者金融を営む事業者
- (6) たばこ（加熱式たばこ及び電子たばこを含む。）を販売する事業者又はこれに類する業種
- (7) ギャンブル等依存症対策基本法（平成30年法律第74号）第2条に規定するギャンブル等に関する業種（公営競技を除く）
- (8) 社会問題を起こしている業種や事業者
- (9) 主に酒類を提供する事業者
- (10) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (11) 占い、運勢判断に関する業種
- (12) 結婚相談所または交際紹介業
- (13) 興信所、探偵事務所等
- (14) 債権取立て、示談引受けなどをうたった業種

- (15) 利殖を目的とした投資又は投機のあっせん、勧誘、募集等を専ら行う事業者
 - (16) 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正手続中又は手続開始の申立がある事業者
 - (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事業者
 - (18) 行政機関から指名停止などの行政処分を受けている事業者
 - (19) 市税を滞納している事業者
 - (20) 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
- (掲載基準)

第4 次に定めるものは、掲載しない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 公の秩序又は善良の風俗に反するおそれがあるもの
- イ 法令に違反し又はその疑いがあるもの
- ウ 人権侵害、差別、名誉毀損となるもの又はそのおそれのあるもの
- エ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
- オ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- カ 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係るもの
- キ 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
- ク 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
- ケ 社会的に不適切なもの
- コ 社会問題についての主義主張
- サ 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれのあるもの
- シ 名刺広告

(2) 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を含むもの
例：「世界一」「日本一」「一番安い」等の最高・最大級の表現及び「当社だけ」「確実に」「絶対」「永久」「完璧」等断定的な表現（掲載に際しては、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。）

- イ 投機心又は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 人材募集広告のうち労働基準法等関連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 広告主が明確でなく、責任の所在が不明確なもの
- ク 広告の内容が明確でないもの
- ケ 先物取引、外国為替証拠金取引などの資金運用を行うもの
- コ 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
- サ 債権取り立て、示談引受け等をうたったもの
- シ 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
- ス 商品等の内容また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、または保証する記述があるもの
- セ 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
- ソ その他、市民に不利益を与える、又は消費者を誤認させる恐れがある表示または表現を含むもの

(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 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・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
- キ クーポン券・金券に類似するもの

- 2 広告の表示内容の基準は、業種ごとに別表に定めるところによる。
- 3 前各号に定めるものもほか、しずおかし子育てハンドブックに掲載する広告として市長が不適切であると認めるもの
(個別の基準)

第5 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、デザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、別に基準を定めるものとする。

附 則

この基準は、平成22年8月1日から施行する。

附 則

この基準は、令和2年4月1日から施行する。

附 則

この基準は、令和3年4月1日から施行する。

別表 (第4条関係)

番号	業 種	基 準
1	人材募集広告	(1) 売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは掲載しない。 (2) 商品及び材料並びに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	修得の容易さ及び授業料並びに受講料の安価さを強調するものは掲載しない。
3	学習塾・予備校等 (専門学校を含む)	(1) 合格率など実績を掲載する場合は、実績年も併せて表示する。 (2) 他の通信教育、講習会、塾又は学校類似の名称を用いたもの、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	当該大学は、学校教育法(昭和22年法律第26号)に定める大学でない主旨を明確に表示すること。
5	資格講座	(1) 民間団体による任意資格の取得を目的とする資

		<p>格講座では、国家資格であるような誤解を招く表現は使用しない。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 受講費用が全額公的給付でまかなえるかのように誤認される表現はしない。</p>
6	病院、診療所、助産所	<p>(1) 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7の規定により広告が可能な事項以外は、掲載しない。</p> <p>(2) 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主旨を広告してはならない。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 広告する治療方法について、疾病等が完全に治癒される等その効果を推測的に述べる内容のものは掲載しない。</p> <p>(5) 写真については、当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは掲載しない。</p> <p>(6) マークを用いることはできるが、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用いることができない。</p>
7	<p>施術所</p> <p>（あん摩マッサージ指 圧・はり・きゅう・柔道 整復）</p>	<p>(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（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、一切広告できない。</p> <p>(2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項</p>

		<p>は広告できない。</p> <p>(3) 法で規定する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。</p>
8	<p>薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具（健康器具及びコンタクトレンズ等）</p>	<p>広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方公共団体の薬務担当課で広告内容についての了解を得ること。</p>
9	<p>健康食品、保健機能食品、特別用途食品</p>	<p>広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方公共団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。</p>
10	<p>介護保険法に規定するサービス又は高齢者福祉サービス等</p>	<p>(1) サービス全般（老人保健施設を除く）</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>ウ その他サービスを利用するにあたって、有利であると誤解を招くような表示はできない。</p> <p>（例）「静岡市事業受託事業者」等</p> <p>(2) 有料老人ホーム</p> <p>ア (1)に規定するもののほか、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。</p> <p>イ 所管都道府県の指導に基づいたものであること。</p> <p>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</p>

		<p>示第3号)に抵触しないこと。</p> <p>(3) 有料老人ホーム等の紹介業</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
11	墓地等	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。
12	不動産事業	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 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明記する。</p> <p>(3) 「不動産の表示に関する公正競争規約」による表示規制に従う。</p> <p>(4) 契約を急がせる表示は掲載しない。</p> <p>(例) 「早い者勝ち、残り戸数あとわずか」等</p>
13	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。
14	旅行業	<p>(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。</p> <p>(2) 不当表示に注意する。</p>
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	<p>(1) 適正な品位を保った広告であること。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 犯罪被害者(特に性犯罪や殺人事件の被害者)</p>

		<p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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、不快の念を与えないものであること。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>
17	映画・興行等	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。</p> <p>(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。</p> <p>(5) ショッキングなデザインは使用しない。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>
18	古物商、リサイクルショップ等	<p>(1) 営業形態に応じて、必要な法令等に基づいて許可等を受けていること。</p> <p>(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主旨の表示はしない。</p> <p>(例)「回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄」</p>

		等
19	募金等	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 主旨を明確に表示すること。 (例) 「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」</p>
20	質屋・チケット等再販売業	<p>(1) 個々の相場、金額等の表示はしない。 (例) 「〇〇〇の腕時計50,000円」、「航空券 東京～福岡12,000円」等</p> <p>(2) 有利さを誤認させるような表示はしない。</p>
21	トランクルーム及び貸し収納業者	<p>(1) 「トランクルーム」と掲載する場合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）であることを提示すること。</p> <p>(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、主旨を明確に表示すること。 (例) 「当社の〇〇〇は、倉庫業法に基づく“トランクルーム”ではありません。」等</p>
22	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うえ判断する。
23	その他	<p>表示については、次の事項に注意を要すること</p> <p>(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示すること。 (例) 「メーカー希望小売価格の30%引き」等</p> <p>(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。</p> <p>(3) 無料で参加・体験できるもの 別途費用がかかる場合は、明示すること。 (例) 「昼食代は実費負担」、「入会金は別途必</p>

		<p>要」等</p> <p>(4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告 広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHSのみは不可とする。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、代表者名を明記する。</p> <p>(5) 肖像権・著作権 無断使用がない広告であること。</p> <p>(6) 宝石の販売 虚偽の表現を用いないこと。 (例) 「メーカー希望価格の〇〇%引き」(宝石には通常、メーカー希望価格はない)等</p> <p>(7) 距離の表示 目的地までの表示を時間表示ではなく、距離表示又は距離表示・時間表示併記すること。 (例) 「〇〇駅東へ△△m、〇〇駅東へ□分(△△m)」</p>
--	--	---