

平成 25 年（2013 年）3 月 12 日
政 策 室 長 決 定
平成 27 年（2015 年）2 月 20 日
一 部 改 正

中 野 区 広 告 掲 載 等 取 扱 基 準

中野区広告掲載等取扱基準（2009 年 12 月 15 日副区長決定）を廃止し、2013 年 4 月 1 日以降になされた広告掲載の申込みから本基準により審査し、広告掲載等を決定する。

（趣旨）

第 1 条 この基準は中野区広告掲載要綱第 4 条第 2 項に規定する基準として定めるものであり、各種広告媒体への広告掲載等はこの基準に基づき審査し、判断するものとする。

（広告の審査に当たっての基本的な考え方）

第 2 条 中野区がこの基準に基づいて広告掲載等の可否を判断するに当たっては、当該広告媒体のもつ公共性に鑑み、広告の内容及び表現が、その公共性に対する信用や信頼を損なわないものでなければならない。

2 次の各号に掲げる内容を含む広告は、これを掲載しない。

- （1） 公の選挙又は投票の事前運動に該当するおそれのあるもの
- （2） 宗教団体による布教推進を主な目的とするもの
- （3） 意見広告及び個人の宣伝に関するもの

3 広告の審査に当たっては、この基準の文言のみに基づき一義的に解釈又は適用をするのではなく、関係法令等の規定や区民への影響、公共性・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟に解釈又は適用をするものとする。

（掲載しない業種又は事業者）

第 3 条 次に掲げる業種又は事業者は、区の広報媒体に広告を掲載することができない。

- （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）に定める風俗営業、性風俗関連特殊営業又は接客業務受託営業
- （2） 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）による再生手続又は会社更生法による更生手続を受けている事業者
- （3） 社会問題を起こしている事業者
- （4） 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）で連鎖販売取引と規定

される取引を行うもの

- (5) 債権取立て、回収、示談引受けを業とするもの。ただし、公的な機関又は弁護士及び認定司法書士が行うものは除く。
- (6) 法令等に基づく必要な許可を受けることなく業を行う事業者
(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）に基づく区長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行う事業者（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事業者も該当する。）
- (7) 投機の商品を取り扱う業者
- (8) 法律の定めのない医療類似行為を行う業種
- (9) 中野区暴力団排除条例（平成24年条例第27号）に規定する暴力団、暴力団関係者及び暴力団関係者が関与する団体又は企業
- (10) 行政機関から指導を受け、改善がなされていない事業者
- (11) その他各種法令に違反している事業者

（広告内容に関する基準）

第4条 次の各号に掲げる内容を含む広告は、これを掲載しない。

- (1) 基本的人権を侵害するおそれのあるもの
 - ア 人権侵害や差別を助長する表現のあるもの
 - イ 他者の名誉を毀損し、又は他者を誹謗中傷するおそれのあるもの
 - ウ 他者の信用を毀損し、又は他者の業務を妨害するおそれのあるもの
 - エ 個人情報収集のみを目的とするもの
- (2) 公序良俗に反するおそれのあるもの
 - ア 暴力や犯罪を肯定し、助長するもの
 - イ 醜悪、残酷な表現で不快感を与えるおそれのあるもの
 - ウ 性に関する表現で露骨、わいせつなもの
- (3) 消費者の利益に反するもの
 - ア 誇大な表現、根拠のない表示又は誤認・錯誤を与えるおそれのあるもの
(例) 「世界一」「一番安い」「当社だけ」等（根拠となる客観的な資料を提示する必要がある）
 - イ 投機又は射幸心を著しくあおるもの
(例) 「今が・これが最後のチャンス（今購入しなくては次はないという意味）」等
 - ウ 科学的な根拠のないもの又は迷信に類するもの
 - エ 国、地方公共団体その他の公共機関が、広告主又はその商品、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
- (4) 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの

(例) 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、展覧会等の出品作品の一例又は広告内容に関連する等、表示する必然がある場合は、その都度適否を判断する。

(審査)

第5条 広告掲載事業を行う分野は、次の各号の基準に基づき広告掲載等の可否、表示内容等について審査しなければならない。

- (1) 各種商品、サービスの提供に関して必要な許可・免許等の有無、届出、業界関係団体への加盟状況、その他法令等の違反の有無については、直接広告主又は広告を取り扱う代理店に確認すること。
- (2) 医療、老人保健施設、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法に抵触する恐れのあるものは、関係法令に関する区所管分野、消費生活センター等と協議すること。
- (3) 求人広告（人事募集広告）は、労働基準法（昭和22年法律第49号）、職業安定法（昭和22年法律第191号）等の労働関連法規を順守し、虚偽、誇大、誤認を与える表示を排除し、正確な情報を提供するものでなくてはならない。

(表示の共通基準)

第6条 広告掲載を行う広告の表示内容に関し遵守すべき共通事項は、次の各号に掲げるとおりとする。

- (1) 責任の所在が明確であること。連絡先については、固定電話とし、携帯電話又はEメールアドレス等のみは認めない。
- (2) 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
- (3) 比較広告を掲載する場合は、主張する内容が客観的に実証されていること。
- (4) 無料参加・体験型広告は、費用がかかる場合は、その金額を明示すること
(例) 「昼食代は実費負担」「入会金は別途かかります。」
- (5) 知的財産権（著作権、商標権、特許権等）などの侵害がないことを確認すること。
- (6) アルコール飲料については、未成年者の飲酒禁止の文言を明記すること。

(業種ごとの基準)

第7条 業種ごとの広告審査は、次の各号に掲げる業種の区分に応じ、当該各号に定める基準に基づき行う。

(1) 人材派遣業

厚生労働大臣の許可又は届出が受理された業者に限り扱う。また許可・届出番号を広告内に必ず表示すること。

(2) 教育関連業

ア 学習塾、家庭教師派遣等、特定商取引に関する法律で定められている役務の提供業者は、契約にかかわる概要書面と契約書面を契約者に交付又は開示している業者に限る。

イ 語学教室等の広告では、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) 「1 か月で確実にマスターできる」等

ウ 学習塾、予備校、専門学校等の広告に合格率等の実績を掲載する場合は、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。

エ 通信教育、講習会、塾又は学校に類似した名称を用いた事業は、その実態、内容、施設が不明確なものは掲載しない。

オ 外国大学の日本校は、日本の学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学でない旨を明示する。

カ 資格講座の広告においては、それがあたかも国家資格であるような名称で資格講座を設け、各企業等がその資格取得者を置かねばならないといった誤解を招くような表現を使用せず、当該資格が国家資格でないことを明示する。

キ 資格講座の広告において、その講座の受講のみで国家資格が取れるような紛らわしい表現は使用せず、当該資格には別に国家試験等を受ける必要があることを明示する。

ク 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広告は掲載しない。

ケ 資格講座の受講費がすべて公的給付でまかなえるように誤認される表示はしない。

(3) 介護保険法に規定するサービス及びその他の高齢者福祉サービス等

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) 中野区事業受託事業者 等

(4) 有料老人ホーム

前号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、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。

(5) 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とする。

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。

(6) 介護老人保健施設

介護保険法（平成9年法律第123号）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。

(7) 病院、診療所、助産所

ア 病院、診療所、助産所の広告については、医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5又は第6条の7の規定により認められた事項以外は表示してはならない。

（例）「小児科医」や「外科医」、「インプラント科」、「消化器科」などは表示できない。厚生労働省の定める「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（平成19年3月30日付厚生労働省医政局長通知）に沿った広告内容とすること。

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は表示できない。

ウ 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ことはできない。

(8) 医療関連広告

ア あんま、マッサージ、指圧、はり、きゅう、柔道整復師の広告は、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 獣医師・動物病院の広告については、獣医師法（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広告できない。

ウ 医業類似行為のうち、カイロプラクティック、アロマセラピー、リフレクソロジー等国家資格を必要としない民間療法に係る広告については、原則として扱わない。ただし、医学的有効性や対象疾患を明示しない広告については掲載を認めることができる。

(9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 健康に関する効果や食品の機能などを表示して販売する食品であって、医薬品的目的性があると判断される表示は、薬事法（昭和35年法律第145号）に抵触するため認めない。

イ 薬事法等の関係法規に違反する広告は扱わない。

ウ 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はならないとともに、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。

(10) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療及び健康器具広告

ア 薬事法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。

イ 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。

(11) エステティック関連

ア 医師法（昭和23年法律201号）等の関連法令に抵触するサービスを行っていないこと。

イ 業界団体（日本エステティック連合等）に加盟していること。

(12) 害虫駆除等広告

害虫駆除業者の広告については、事前に会社概要書、サービス内容説明書、料金表等の提出を求めること。

(13) 投資信託等の金融商品

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。

(14) 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区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、廃棄など

(15) 弁護士、司法書士、行政書士広告

各業務に関する法令、連合組織体の規則・会則等に基づいた広告内容であること。

(16) 自動車等販売広告

自動車販売の広告は、自動車公正競争規約に基づき、適正な表示を行なうこと。また販売価格を表示する場合は、消費税を含めた価格を表示し、当該表示価格に、保険料、税金、登録諸費用が含まれていないことを明記すること。

(17) 不動産広告

ア 不動産事業者の広告については、名称、所在地、許認可番号等を明記すること。

イ 不動産物件の取引に関する広告の場合は、不動産の表示に関する公正競争規約及び同規約による表示規制に従うこと。

ウ 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

(18) 墓地、墓石関係広告

ア 墓地の募集広告は、市区長又は都道府県知事の経営許可を受けているものに限り掲載を可とする。

イ 宗教法人が売主の場合は、石材店等の第三者が販売代行を行なうものに限る。

(19) 宗教広告

宗教法人施設内で行なわれる祭事のうち、習俗的な行事（初詣、節分、クリスマス等）として、広く受け入れられているものは扱うことができる。

(20) 結婚相談、交際紹介業

ア 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等を原則とする。

イ 個人情報保護の管理に係る規定が公表されていること。

(21) 占い、運勢判断広告

ア 占い、運勢判断の方法に宗教的要素が強いものや、料金が社会通念上不当に高額なもの、付随して物品の購買や団体への勧誘が行われる等の場合は広告を掲載しない。

イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等を原則とする。

エ 誇大な表現は表示しない。

（例）「ズバリの的中」「必ず当たる」など

(22) 旅行業

ア 旅行業の登録業者の旅行広告のみ扱う。

イ 旅行業法及び旅行広告公正競争規約で定められた事項を表示すること。

ウ 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

(23) 通信販売業

ア 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、区が妥当と判断したものにより掲載する。

イ 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）第 11 条及び第 12 条並びに動法施行規則第 8 条から 11 条までに違反しないこと

(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。

（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。

(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（マル適マーク付き）であることが必要。

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。

「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) 宝石販売業

虚偽の表現に注意すること

(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。)

(27) 酒類販売業

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、飲酒は20歳を過ぎてから」

(28) 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。

(29) 雑誌・週刊誌等

ア 品位を保持する内容であること。

イ 見出しや写真の表現は、他者のプライバシーや人権を不当に侵すものであってはならず、不快感を与えないものであること。

ウ 過度にセンセーショナルな表現や公序良俗に反する表現は使用しないこと。

(30) 映画・興業等

ア 暴力、ギャンブル、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。

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 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。

エ 年齢制限等、一部規制を受けるものはその旨を表示する。

(31) たばこ販売広告

社団法人日本たばこ協会の「製造たばこに係る広告、販売促進活動及び包装に関する自主基準」に従って広告掲載の可否及び掲載する表示等について判断する。

(32) 探偵・興信所広告

ア 探偵業の業務の適正化に関する法律(平成18年法律第60号)に基づき都道府県の公安委員会に届け出ており、業界団体に加盟している事業者に限り掲載する。

イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等を原則とする。

ウ 個人情報保護の管理に係る規定が公表されていること。

(33) 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内容等に限定する。

イ 意見の表明及び他の団体を批判、中傷する出版物の広告は掲載しない。

(34) 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、この基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

2 前項に定める業種以外は、第6条及び前項各号の基準に準じて審査する。

(広告媒体ごとの基準)

第8条 この基準に定めるもののほか、広告媒体の性質に応じて、広告内容及びデザイン等に関し個別の基準が必要な場合は、別に基準を定める。