

# 相模原市コミュニティバス 車両広告掲出審査基準

相 模 原 市

## 相模原市コミュニティバス車体広告掲出審査基準

(趣旨)

第1条 この基準は、相模原市コミュニティバス車両広告掲出取扱要綱第12条第1項第2号に規定する基準として定めるものであり、相模原市コミュニティバスへの広告掲出の決定に当たっては、この基準に基づき判断を行うものとする。

(広告に関する基本的な考え方)

第2条 路線バスは、公共交通機関であることから、車両に掲出する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告の内容及び表現は、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。また、本基準により広告を審査する場合には、本基準の文言のみに基づき一義的な解釈・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うえで、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

(規制業種又は事業者)

第3条 次の各号に定める業種又は事業者の広告は、掲出しない。

- (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
- (4) たばこ
- (5) ギャンブルにかかわるもの
- (6) 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や事業者
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (8) 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
- (9) 各種法令に違反している事業者
- (10) 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

(掲出基準)

第4条 次の各号に定めるものは、掲出しない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 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
- イ 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があるもの
- ウ 社会的に不適切なもの
- エ 国内世論が大きく分かれているもの
- オ 人権侵害、差別、名誉き損のおそれがあるもの
- カ 他人をひぼう、中傷又は排斥するもの
- キ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

- ク 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
  - ケ 本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（誇大広告）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」、「当社だけ」等（根拠となる資料を要する。）
  - イ 投機心、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」等
  - ウ 虚偽の内容を表示するもの
  - エ 法令等で認められていない業種・商法・商品
  - オ 国家資格等に基づかない者が行う療法
  - カ 責任の所在が明確でないもの
  - キ 広告の内容が明確でないもの
  - ク 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
- (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 暴力や犯罪を肯定し、又は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

(掲出する広告に関する交通安全上の基準)

第5条 車体に掲出する広告の色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、道路交通の安全を阻害するおそれのあるとき、又は車両運行上の支障となるときは、掲出しない。

- (1) 周囲の運転者の誤認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 発光、蛍光、蓄光、反射効果を有する材料を使用するもの
  - ウ 自動車の方向指示器や制動灯と紛らわしいもの
  - エ 信号機又は交通標識等と類似するもの又はこれらの効果を妨げるおそれのあるもの
- (2) 周囲の運転者の注意力を散漫にするおそれがあるもの
- ア デザイン構成が四コマ漫画等ストーリー性のあるもの
  - イ デザインがわかりづらい等、見る者の判断を迷わせるもの
  - ウ 絵柄や文字が過密であるもの

(掲出する広告に関する景観上の配慮による基準)

第6条 車体に掲出する広告の審査にあたり、色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、景観を損なうおそれのあるときは、掲出しない。

- (1) 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用したもの

- (2) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
  - (3) 意味なく、身体の一部（顔、手等）を強調するようなもの
  - (4) 著しくデザイン性の劣るもの
- （広告表示内容に関する業種ごとの基準）

第7条 広告の具体的な業種ごとの基準については、別記個別基準例によるものとする。

別記（第7条関係）

個別基準例

#### 1 人材募集広告

- (1) 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守していること
- (2) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは掲出しない。
- (3) 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出しない。

#### 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：「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

- (1) 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（確実な証拠資料が必要）。
- (2) 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出しない。

#### 4 外国大学の日本校

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確に表示する。

#### 5 資格講座

- (1) 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せず、当該資格が国家資格ではない旨を明確に表示する。
- (2) 「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せず、下記の主旨を明確に表示する。  
「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」
- (3) 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出しない。
- (4) 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

- (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の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。
- (2) 「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等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）について」（平成30年5月8日付け厚生労働省医政局長通知）に沿った広告内容とする。
- (3) 広告の掲出を希望する者が、業者所在地を所管する地方自治体の医務担当課で広告内容についての了解を得る。

## 7 飼育動物の診療施設

- (1) 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、一切広告できない。
- (2) 「獣医療に関する広告の制限及びその適正化のための監視指導に関する指針（獣医療広告ガイドライン）等について」（平成26年11月25日26消安第4083号）に沿った広告内容とする。
- (3) 広告の掲出を希望する者が、業者所在地を所管する地方自治体の家畜保健衛生担当で広告内容についての了解を得る。

## 8 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

- (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。
- (2) 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。
- (3) 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）の広告は掲出できないため、業務内容の確認は必ず行う。

## 9 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）

広告の掲出を希望する者が、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。

## 10 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

広告の掲出を希望する者が、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。

## 11 介護保険法に規定するサービス、その他高齢者福祉サービス等

### (1) サービス全般（老人保健施設を除く）

ア 介護保険法（平成9年法律第123号）に規定する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。

イ 広告掲出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、利用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。

例：相模原市事業受託事業者 等

### (2) 老人保健施設

ア 介護保険法第98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。

### (3) 有料老人ホーム

ア 有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成30年4月2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。

イ 所管都道府県の指導に基づいたものでなければならない。

ウ 有料老人ホームに関する不当な表示（平成16年公正取引委員会告示第3号）に抵触してはならない。

### (4) 有料老人ホームの紹介業

ア 広告掲出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 利用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。

(5) 広告の掲出を希望する者が、業者所在地を所管する地方自治体の業務担当課で広告内容についての了解を得る。

## 12 不動産事業

(1) 広告掲出主体に関する表示には、名称、所在地、連絡先、認可免許証番号等を明記する。

(2) 不動産の売買や賃貸の広告には、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。

(3) 住宅の品質確保の促進等に関する法律（平成 11 年法律第 81 号）に規定された住宅性能表示制度の適用を受けていない住宅の売買の広告は、掲出しない。

(4) 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。

(5) 新築共同住宅の売買の広告には、建設工事を請け負った建設業者名を明記する。また、建設業法（昭和 24 年法律第 100 号）第 22 条第 3 項の規定により、一括下請負をした場合は、実際に施工した建設業者名も明記する。

(6) 契約を急がせるような表示のものは掲出しない。

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

掲出内容は、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

(1) 社団法人日本旅行業協会又は社団法人全国旅行業協会の会員に限る。

(2) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

## 15 通信販売業

(1) 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、本市が妥当と判断したものに限り掲出する。

(2) 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）第 11 条に規定する表示事項はすべて表示すること

## 16 雑誌・週刊誌等

(1) 適正な品位を保った広告であること

(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

(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

(4) 犯罪被害者の人権・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

(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。

(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

(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。

(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

## 17 映画・興業等

(1) 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、掲出しない。

(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出しない。

- (3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲出しない。
- (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。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、青少年に悪影響を与えるおそれがあるものは掲出しない。
- (6) 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。

#### 18 占い・運勢判断

- (1) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。
- (2) 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
- (3) 料金や販売について明示する。

#### 19 結婚相談所・交際紹介業

- (1) 結婚情報サービス協議会に加盟していること（加盟証明が必要）を明記する。
- (2) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。

#### 20 調査会社・探偵事務所等

掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。

#### 21 労働組合等一定の社会的立場と出張を持った組織

- (1) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。
- (2) 出版物の広告は、主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）するものは掲出しない。

#### 22 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旨を明確に表示する。

#### 23 質屋・チケット等再販売業

- (1) 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
- (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

#### 24 トランクルーム及び貸し収納業者

- (1) 「トランクルーム」との表示には、倉庫業法（昭和 31 年法律第 121 号）第 25 条の規定により認定を受けた優良トランクルームであることが必要。また、その旨を表示すること
- (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、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

#### 25 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。

#### 26 古物商・リサイクルショップ等

- (1) 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
- (2) 一般廃棄物処理業については、次の事項に留意する。また、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）第 7 条に定める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

#### 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 3 条で定める規制業種又は事業者に該当する者による、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出を認める。

## 28 その他、表示について注意を要すること

### (1) 割引価格の表示

割引価格を表示する場合、対照となるもとの価格の根拠を明示する。

例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等

### (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。

### (3) 無料で参加・体験できるもの

費用がかかる場合があるときは、その旨を表示すること。

例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等

### (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、代表者名を明記すること。

### (5) 肖像権・著作権

無断使用がないか、確認をする。

### (6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意する。

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

### (7) 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の禁止

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

相模原市コミュニティバス車両広告掲出審査基準

発行日 令和3年4月

発行者 相模原市

編集 まちづくり推進部交通政策課