

制定 平成18年10月1日

改正 平成31年4月1日

改正 令和元年5月22日

改正 令和7年1月10日

[令和元年度より改正履歴を注記した。]

四日市市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、四日市市広告掲載要綱(平成18年10月1日)第4条第2項の規定に基づき、広告媒体に掲載する広告の可否を審査するため必要な事項を定めるものである。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 四日市市の広告媒体に掲載する広告は、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つものでなければならない。

(広告審査にあたっての基本的な考え方)

第2条の2 この基準により四日市市が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上で、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告物法(昭和24年法律第189号)第2条第1項に規定する屋外広告物に係る内容及びデザインについては、当該広告を掲出する地域の特性に配慮するとともに、街の美観風致を著しく阻害するものであってはならない。

(規制業種又は事業者)

第4条 次の各号のいずれかに該当する業種又は事業者の広告は掲載しない。

- (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7月10日法律第122号)の規定により、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) ギャンブルにかかるもの
- (6) 規制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業類似行為を行うもの
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 特定商取引に関する法律（昭和51年6月4日法律第57号）で、連鎖販売取引と規定される業種
- (11) 債権取り立て、示談引受けなどをうたったもの
- (12) 法令に基づく必要な許可等を受けることなく業を行うもの
例：廃棄物の処理及び清掃に関する法律に基づく、市長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（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ものも該当する）
- (13) 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続き中又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続き中の事業者
- (14) 法令に違反しているもの
- (15) 行政機関から行政指導を受け、改善が見込まれないもの
- (16) 不当景品類及び不当表示法（昭和37年法律第134号）に違反しているもの
- (17) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（平成15年法律第83号）第2条第2号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (18) 四日市市暴力団排除条例（平成23年四日市市条例第9号）第2条に規定する暴力団、暴力団員（以下「暴力団」）及び暴力団の威圧を利用し、又は暴力団の維持、運営に協力し、若しくは関与している事業者
- (19) 四日市市建設工事等入札参加資格停止基準に基づく入札参加資格停止等の措置を受けている事業者
- (20) 市税を滞納しているもの
（広告掲載の優先順位）

第5条 広告を掲載する優先順位は、次の各号の順序とする。

- (1) 私企業のうち市内に事業所等を有するもの、国、地方公共団体、公益法人及びこれらに類するものの広告

(2) 前号に該当しないものの広告

(掲載基準)

第6条 次の各号のいずれかに該当するものは、広告媒体に掲載しない。

(1) 次のいずれかに該当するもの

ア 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの

イ 法令等により必要な許認可を受けていない商品の販売又はサービスの提供を行うもの

ウ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの

エ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

オ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

カ 宗教団体による布教推進を目的とするもの

キ 非科学的又は迷信に類するもので、他人を惑わせ、又は不安を与えるおそれのあるもの

ク 社会的に不適切なもの

ケ 国内世論が大きく分かれているもの

(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 誇大な表現又は誤認を招く表現。ただし、根拠となる資料がある場合はこの限りでない。

例：「世界一」「一番安い」等

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 労働基準法等関係法令に違反する人材募集

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 文字の大きさが、見やすい大きさにないもの

（掲示物については、原則16ポイントより小さいもの。ただし、16ポイントより小さいものについても、広告内容によってはこの限りではない。

例：登録番号、社員名、ふりがな、注釈、などの付加的な情報）

ケ 消費者にとって分かりやすい表現でないもの

コ 国、地方公共団体、その他の公共の機関が、広告主又はその商品やサービスを推奨、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、裸体姿等広告内容に無関係又は必然性のないもの。ただし、出品作品の一例その他広告内容に関連するために表示する必要がある場合は、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 残酷な描写その他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 青少年の心身、教育に有害なもの

キ その他三重県青少年健全育成条例で規制するもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第7条 屋外広告の内容、デザイン等が次の各号のいずれかに該当し、都市の美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

(1) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの

(2) 彩度の高い色、原色及び金銀色を広範囲に使用するもの

(3) 美観を損ねるような、著しくデザイン性の劣るもの

(4) 景観と著しく違和感があるもの

(5) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの

(6) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの

(屋外広告に関する交通安全上の基準)

第8条 屋外広告の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、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広告は掲載しない。

(1) 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及び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

- (2) 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 ヌード、水着姿を表示し、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

(WEBページに関する基準)

第9条 広告主のWEBページにリンクをする広告（バナー広告等）に関しては、市のWEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先である広告主のWEBページの内容についても、WEBページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部または一部を準用することができる。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第10条 広告の具体的な表示内容等については、次の各号に掲げる事項について審査し、掲載の可否を判断するものとする。この場合において、広告媒体の性質に応じて、広告内容及びデザイン等に関する個別の審査が必要な場合は、別に基準を定めるものとする。

2 各業種や商品・サービスについて、必要な許可・免許等の有無、業界団体等への加盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は、広告を掲載する事業者又は広告を取扱う広告代理店に確認をするものとする。

(1) 人材募集広告

- ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっ旋の疑いのあるものは掲載しない。
- イ 人材募集に見せかけて、商品、材料及び機材の販売又は資金集めを目的としているものは掲載しない。
- ウ 労働基準法等関連法令を遵守すること。

(2) 語学教室等

- ア 授業料及び受講料の安価さを強調する表現は使用しない。
- イ 語学習得の安易さを強調する表現は使用しない。
例：一か月で確実にマスターできる 等

(3) 学習塾、予備校等（専門学校を含む。）

合格率など実績を載せる場合は、実績年もあわせて表示する。

(4) 外国大学の日本校

下記の主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」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しない。また、下記の主旨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」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しない。また、下記の主旨を明確に表示する
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、材料及び機材の販売又は資金集めを
目的としているものは掲載しない。

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はし
ない。

(6) 病院、診療所、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、関係法令
、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関
連規定に反しないこと。（バナー広告のリンク先である病院等のホームペー
ジを含む）

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を広告し
てはならない。

ウ 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。

エ 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。

オ マークを用いる場合は、当該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。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。

カ 広告を掲載する事業者が、病院等の所在地を所管する行政機関の担当部署
において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(7) 歯科技工所

歯科技工士法（昭和30年法律第168号）第26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。

(8) 獣医師、診療所

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。

(9) 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、一切広告できない。

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）の広告は掲載できない。

エ 広告を掲載する事業者が、施術所の所在地を所管する行政機関の担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(10) 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）等

ア 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第66条から第68条の規定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。

ウ 広告を掲載する事業者が、薬局等の所在地を所管する行政機関の担当部署において広告内容が適法・適正であることについて確認をとっていること。

(11) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 健康増進法第31条、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第68条、食品衛生法第20条並びに各法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

イ 食品については、食品表示法に基づく食品表示基準に基づいて表示すること。

ウ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示できない。

エ 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いないこと。かつ、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。

オ 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する行政機関の担当部署及び公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

(12) 介護保険法に規定するサービスその他の高齢者福祉サービス等

(一) サービス全般（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について、その他のサービスと明確に区別し、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 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： 四日市市事業受託事業者 等

(二) 有料老人ホーム

(一)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、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（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。

(三) 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。

(四) サービス付高齢者向け住宅

ア 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第22条第一号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」（告示）に関する事項を遵守すること。

イ 本基準(13) 不動産事業の規定を遵守すること。

(五) 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。

(13) 不動産事業

- ア 不動産事業者の広告は、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 不動産売買や賃貸の広告は、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こと。
- ウ 「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。
- エ 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

(14) 弁護士・税理士・公認会計士等

- ア 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限る。
- イ 顧問先、依頼先は表示しない。
- ウ 誇大又は過度な期待を抱かせる表示はしない。

(15) 旅行業

- ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。ただし、補償については広告内にすべて記載してある必要はなく、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等があればよいものとする。
- イ 不当表示に該当するおそれのあるものは掲載しない。
例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等
- ウ その他広告表示について旅行業法第12の7及び8並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

(16) 通信販売業

- ア 特定商取引に関する法律第11条及び第12条並びに同法施行規則第8条から11条の規定に反しないこと。
- イ 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(17) 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、写真の性的表現等は、青少年保護等の点で適正かつ、公衆に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）がないものであること。
- エ 犯罪被害者（特に性犯罪や殺人事件の被害者）の人権及びプライバシーを不当に侵害するような表現がないものであること。

オ タレント等有名人の個人的行動に関して、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、心神喪失者などの犯罪に関連した広告は、氏名及び写真は原則として表示しない。

ク 公の秩序又は善良な風俗に反する表現のないものであること。

(18) 映画、興業等

ア 暴力、とばく、麻薬、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 いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

エ 内容を極端に歪め、又は一部分のみを誇張した表現等は使用しない。

オ ショッキングなデザインは使用しない。

カ 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。

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。

(19) 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

(20) 結婚相談所、交際紹介業

ア 業界団体に加盟していること。（一般社団法人日本結婚相手紹介サービス協議会、日本ライフデザインカウンセラー協会等）

イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とする。

ウ 公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般財団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。

(21) 墓地等

都道府県知事又は市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号を明記すること。

(22) 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案内等に限定する。

イ 出版物の広告は、主張の展開及び他の団体に対して批判、中傷等言及する

ものは掲載しない。

(23) 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。

下記の主旨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。」

(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) 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。

(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条に規定す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、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

(28) 金融商品

(一) 投資信託等

ア 将来の利益が确实・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。

(二) 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等

ア 監督行政庁等の許可・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。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

イ 安全・确实性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。

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。

(三) その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、本項(1)及び(2)の規定を準用する。

(29) その他の事項

(一) 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

(二) 比較広告

比較広告を掲載する場合、主張する内容が資料等により客観的に証明すること。

(三) 無料で参加又は体験できるもの

費用がかかる場合がある場合には、その旨明示すること。

例： 「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等

(四) 責任の所在が不明確な広告

ア 広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。ただし、法人格を有しない団体の場合は、責任の所在を明らかにするために、代表者名を明記する。

イ 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。

(五) 肖像権、著作権

権利者から適正に使用許可を得ていること。

(六) 宝石の販売

虚偽の表現でないことについて、公正取引委員会の確認を得ていること。

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)等

(七) アルコール飲料及びアルコール飲料を提供する表現を含むもの

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 飲酒運転の禁止の文言を明確に表示すること。

例： 「飲酒運転はやめましょう」等

ウ 飲酒を誘発するような表現の禁止。

例： 「お酒を飲んでいたりまたは飲もうとしている姿等」

(八) その他価格に関する表示

価格を表示する場合には、原則消費税込の価格を表示すること。ただし、やむを得ず本体価格（税抜の価格）を表示しなければならない場合には、別途消費税がかかる旨を明示すること。