

## 豊明市ひまわりバス広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、豊明市ひまわりバス広告掲載取扱要綱第2条第2項に規定する広告掲載の可否を判断するものとして、必要な事項を定める。

(広告に関する基本的な考え方)

第2条 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てるものでなければならない。

(屋外広告物の基本的な考え方)

第3条 屋外広告の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。この場合において、屋外広告を設置する場合には、設置する地域のルールや慣習により形成されてきた景観や文化に配慮し、地域の景観に貢献するようなものであることが望ましい。

2 この基準に定める屋外広告とは、屋外広告物法(昭和24年法律第189号)第2条に定めるものをいう。

(広告媒体ごとの基準)

第4条 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、広告内容及びデザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、別途基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第5条 次の各号に定め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) 貸金業の規制等に関する法律(昭和58年法律第32号)に規定する貸金業に関するもの及び類似業種

(4) 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又は事業者

- ( 5 ) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- ( 6 ) 占い、運命判断等に関するもの
- ( 7 ) 興信所、探偵事務所等
- ( 8 ) 債権取立て、示談引受け等をうたったもの
- ( 9 ) 法令等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（昭和 4 5 年法律第 1 3 7 号）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。）等

- ( 1 0 ) 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
- ( 1 1 ) 各種法令に違反している者
- ( 1 2 ) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの（掲載基準）

第 6 条 次の各号に定めるものは、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、名誉棄損のおそれがあるもの
  - イ 法律で禁止されている商品、無許可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
  - ウ 他を誹謗、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主目的とするもの
  - キ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせ、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並びに誤認を招くような表現

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 等（掲載に際しては、根拠となる資料を要する。）

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 人材募集広告については労働基準法（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、商法及び商品

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

例：広告主の名称、所在地及び連絡先を明示されてないもの・連絡先が携帯電話、PHSのみの表示等

ク 広告の内容が明確でないもの

ケ 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、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

（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、裸体姿等で広告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 暴力又は犯罪を肯定し、助長するような表現

ウ 残酷な描写等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 青少年の人体、精神及び教育に有害なもの

（屋外広告に関する都市景観上の基準）

第7条 屋外広告の内容及び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 ) 会社名又は商品名を著しく繰り返すもの
- ( 2 ) 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの
- ( 3 ) 美観を損ねるような、著しいどぎついもの及びくどいもの
- ( 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 ) 著しくデザイン性に劣るもの
- ( 7 ) 意味が不明なもの等、公衆に不快感をを起こさせるもの
- ( 8 ) 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
- ( 9 ) 地区計画、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

( 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
- ( 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 ニード、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