

足立区バス等広告掲載取扱要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、足立区と交通事業者が共同事業として実施するバス等の交通移動手段（以下「バス等」という。）に広告を掲載するための手続、掲載基準その他必要な事項について定めるものとする。

(掲載の範囲)

第2条 バス等に掲載できる広告は、事業の公共性を踏まえ、次の各号のいずれにも該当しないものとする。

- (1) バス等の公共性及びその品位を損なうおそれのあるもの
- (2) 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及び性風俗関連特殊営業等に係るもの
- (3) 政治活動、宗教活動及び個人的宣伝等に係るもの
- (4) 法令で禁止されているもの
- (5) 公序良俗に反するもの
- (6) その他、バス等に掲載する広告として適当でないと認められるもの

2 前項に定めるもののほか、バス等に掲載できる広告に関する基準は、次条のとおりとし、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。

(掲載基準)

第3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、風俗営業及び性風俗関連特殊営業等と規定される業種
- (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（公営競技及び宝くじを除く。）
- (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に関するもの
- (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年法律第57号）で、連鎖販売取引と規定される業種
 - (11) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
 - (12) 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含む。）

- (13) 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）による民事再生又は会社更生手続中の事業者
- (14) 暴力団員等による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）に規定する暴力団及び反社会的団体又はそれらの関連事業者
- (15) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反しているもの（そのおそれがあると認められるものを含む。）
- (16) 区と係争中のもので、区の事業の円滑な運営に支障をきたすと判断されるもの
- (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もの
- (18) 営業の実態等を確認できないもの
- (19) 前各号に掲げるもののほか、各種法令に違反し、又はそのおそれがあると認められるもの

2 次の各号に定める内容の広告は、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、名誉き損のおそれがあるもの
 - イ 法律で禁止されている商品、無認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 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
 - エ 区が行おうとしている施策及び計画を阻害するおそれがあるものや、区が実施する事業の円滑な運営に支障をきたすもの
 - オ デザイン、表現が区のイメージを損ない、区の事業の円滑な運営に支障をきたすと判断されるもの
 - カ 公の選挙又は投票の事前運動、政治活動に該当するもの
 - キ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
 - 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 意見広告などで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（誇大広告）及び根拠のない表示や誤認を招くような表現
 - 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、商品
 - カ 国家資格等に基づかない者が行う療法、施術等
 - キ 責任の所在が明確でないもの
 - 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、サービスなどを推奨、保証、指定等をしているかのような表現内容を含むもの
- (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、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ものについては、その都度適否を検討するものとする。

イ 暴力、犯罪を肯定し、助長するような表現

ウ 陰惨、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 違法賭博、ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）等を肯定するもの

カ 青少年の健全な心身の成長に有害なもの

- 3 広告の具体的な表示内容等については、次の各号に掲げる業種ごとに当該各号に定める基準に照らして掲載の可否を検討の上判断する。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘、あっせんの疑いのあるものは認めない。

イ 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載しないこと。

ウ 労働条件が事実と異なる、又は著しく優良であると誤認を招く恐れのあるものは認めない。賃金額を掲載する場合は、最低支給額を併記すること。また、掲載されている賃金額に支給条件があるときは、その詳細な情報についても記載すること。

支給条件の例：月●●円の売り上げを達成した場合、月●●時間以上勤務した場合、試用期間は●%減額する 等

(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こと。

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。）

ア 合格率など実績を載せる場合は、事実、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こと。

イ 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載しないこと。

(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こと。その場合は、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、その講座を受講する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こと。その場合は、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こと。

エ 受講費用がすべて公的給付で賄えるかのように誤認される表示はしないこと。

(6) 病院、診療所、助産所

広告できる事項は、医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5及び第6条の7、関連法令、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。

(7) 飼育動物の診療施設

ア 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。

イ 「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）」（平成26年11月25日最終改正）に沿った広告内容とすること。

(8) 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こと。

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ため、業務内容の確認は必ず行うこと。

(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）

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（昭和35年法律第145号）第66条から第68条まで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、事業者所在地を所管する地方公共団体の薬務担当部署において広告内容が適法・適正であることの確認をとっていること。

(10) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2、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（昭

和22年法律第233号)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 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果を表示できないこと。

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。

エ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方公共団体の業務担当部署及び食品担当部署において広告内容が適法・適正であることの確認をとっていること。

(11) 介護保険法(平成9年法律第123号)に規定するサービス、その他高齢者福祉サービス等

ア 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、担当者名等に限ること。

(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こと。

例：足立区事業受託事業者等

イ 有料老人ホーム アに規定するもののほか、次の基準を満たすこと。

(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。

ウ 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。

エ 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こと。

(12) 墓地等

都道府県知事又は指定都市等の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こと。

(13) 不動産事業

ア 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

を明記すること。

イ 不動産の取引に関する広告の場合は、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とともに、「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ものとする。

ウ 契約を急がせる表示は掲載しないこと。

例：「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等

(14) 弁護士、司法書士、行政書士、税理士、公認会計士等

各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規制に抵触する内容ではないこと。

(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

ウ その他広告表示については、旅行業法（昭和27年法律第239号）第12の7及び第12条の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

特定商取引に関する法律第11条及び第12条並びに特定商取引に関する法律施行規則（昭和51年通商産業省令第89号）第8条から第11条までの規定に反しないこと。

(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。

ウ 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。

エ 犯罪被害者（特に性犯罪や殺人事件の被害者）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。

オ 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。

カ 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。

キ 未成年、心神喪失者などの犯罪に関連した広告では、氏名及び写真を表示しないこと。

ク 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。

(18) 映画・興業等

ア 暴力、と博、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

ないこと。

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こと。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しないこと。

エ 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こと。

オ ショッキングなデザインは使用しないこと。

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こと。

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こと。

(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こと。

例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など

(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。

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こと。

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）又はそれに準じる体制を整えていると認められること。

(21) 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こと。

イ 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）するものは掲載しないこと。

(22) 募金等

ア 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。

イ 下記の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。」

(23) 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こと。

(24) トランクルーム、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）であることが必要であること。

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こと及び下記の主旨を明確に表示すること。

例：「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) ダイアルサービス

“ダイアルQ2”のほか各種のダイアルサービスは内容を確認のうえ判断する

こと。

(26) 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。

(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1項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、本基準に定められた基準の範囲内でその掲載を認めること。

例：たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等

(28) 金融商品

ア 投資信託等

(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及び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。

イ 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及び名称や登録番号、業界団体会員であることを必ず明記すること。

(イ) 安全・確実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) 利益保証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。

ウ その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、ア及びイの規定を準用する。

(29) その他、表示について注意を要すること

ア 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。その場合の価格は架空のものでなく、明確な根拠があるものに限ること。

例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等

イ 最大級表現（根拠となる資料の提示が必要）

世界一の品質、一番安い、最高級、世界初など最大級表現を用いる場合は、自社調べではなく、客観的に実証されているものに限ること及び根拠となる最新の調査時期と調査機関名を併記すること。

例：XXXX年X月〇〇調べ

ウ 比較広告（根拠となる資料の提示が必要）

主張する内容が客観的に実証されていること。

エ 無料で参加・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

オ 責任の所在

広告主の法人格を明示し、法人名（法人格を有しない団体は代表者名）、所在地、連絡先を明記すること。

カ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認すること。

キ テレビ、新聞、雑誌等の媒体に掲載された旨の引用

掲載の事実を確認すること。

ク 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること（公正取引委員会に確認の必要あり。）。

例：「メーカー希望価格の50%引き」等（宝石には通常メーカー希望価格はない。）

ケ アルコール飲料

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

コ 個人輸入代行業等の個人営業広告

必要な資格の取得状況や事務所の所在地等の実態が確認できること。

4 車体ラッピング広告については、公益社団法人東京屋外広告協会の定める「車体利用広告デザイン審査基準」に基づき、以下の内容での審査を併せて行う。

(1) 車体ラッピング広告は、次の要件を満たすものでなければならない。

ア 道路交通の安全を阻害するおそれがないもの。特に、高速道路を走行するものについては、安全面に十分配慮したデザインであること。

イ 車両運行上の支障となるものでないこと。

ウ 都市景観との調和を損なうものでないこと。

エ 東京都屋外広告物条例及び施行規則を遵守すること。

オ 公序良俗に反しないこと。

(2) 車体ラッピング広告は、その広告物の色彩、意匠その他のデザインが、次の各号いずれかに該当するものは、これを掲載しない。

ア 運転者の誤認を招くような広告物

(ア) 発光、蛍光、蓄光、反射効果を有する材料を使用するもの。

(イ) 自動車の方向指示器や制動灯と紛らわしいもの。

(ウ) 信号機又は道路標識等の効果を妨げるおそれのあるもの。

イ 運転手の注意力が散漫となる広告物

(ア) デザイン校正がストーリー性のある四コマ漫画や映像表示となっているもの。

(イ) 文字表記が縦書きであるもの。

(ウ) 車体後部の文字表記が多いもの、又は絵柄や文字が過密であるもの。

(エ) 車体後部に電話番号やホームページアドレス等が記されているもの。

ウ 広告物が車体の窓又はドア等のガラス部分に表示されているもの。

エ 車両運行上の支障となる広告物

- (ア) 窓上部分に文字を記載するなど利用者から見てバス会社の識別を低下させるもの。
- (イ) 車体の排気口やスピーカー口をラッピングで塞ぐデザインとなっているもの。
- オ 各広告面の下地又は過半に赤色、黄色、金銀色又は夜間運行にふさわしくない暗い色は使用しないこと。
- (3) デザイン審査に当たっては、次の各号に留意し、都市景観との調和を損なわないようなトータルデザインを実現するものとする。
 - ア 周囲の景観を違和感のないような色彩やデザインであること。
 - (ア) 景観を損ねるようなくどく、どぎつい色彩やデザインでないこと。
 - (イ) 性を意識させたり、不快感を与える恐れのあるデザインでないこと。
 - (ウ) 身体等の一部を強調するようなデザインでないこと。
 - イ デザインはイメージで表現し、文字を手段とするような情報は必要最小限にとどめること。
 - (ア) 文字を使用する際は、デザインが主体となるように大きさに留意すること。
 - (イ) 判読に時間のかかる多数の文字や大きな文字で車体の広い範囲を覆う表現でないこと。

(広告等の種類及び掲載順位)

第4条 広告掲載希望者の応募が予定数を越えた場合の掲載順位は、交通事業者が定める。

(広告の掲載規格及び掲載料金)

第5条 広告掲載場所、規格及び掲載料金は、掲載する車両により異なることから、区と交通事業者との広告に関する覚書等により別に定める。

(広告掲載の申込方法)

第6条 広告掲載の申込方法及び手順については、別に定める。

(広告主の責任等)

第7条 広告の内容に関する責任は、広告主が負うものとする。

2 版下原稿の作成経費は、広告主の負担とする。

(広告掲載の取り消し)

第8条 区長は、広告主が次の各号のいずれかに該当するときは、当該広告の掲載の決定を取り消すことができる。

(1) 広告掲載決定後に、第2条第1項各号のいずれかに該当すること又は第3条に規定する基準に抵触することが判明したとき。

(2) その他、区長が必要と認めたとき。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は都市建設部長が別に定める。

付 則 (3足都交発第1110号 令和3年9月10日 都市建設部長決定)

この要綱は、決定の日から施行する。