

西東京市内連絡バス広告掲出基準

第1 趣旨

この基準は、西東京市（以下「市」という。）が、西東京市内連絡バス（以下「はなバス」という。）への広告掲出の可否等の審査を適正に行うことを目的とする。

第2 広告掲出に関する基本的な考え方

はなバスに掲出する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性のあるものでなければならない。また、具体的な表示内容等については、審査の都度、内容の訂正、削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。広告主は、正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

第3 掲出できる広告の基準

掲出できる広告は、次の各号のいずれにも該当しないと市長が認めるものとする。

- (1) 法令の規定に反するもの又はそのおそれがあるもの
- (2) 公の秩序若しくは善良の風俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- (3) 市の信用若しくは品位を害するもの又はそのおそれがあるもの
- (4) 個人の氏名を宣伝するもの
- (5) 政治、宗教、外交、社会問題等に係るもの
- (6) 暴力、脅迫その他非合法な行為に係るもの
- (7) 差別、偏見等を助長するおそれのあるもの
- (8) 美観風致を害するおそれがあるもの
- (9) 公衆に不快感又は危害を与えるおそれがあるもの
- (10) その他はなバスに掲出する広告として適当でないもの

第4 広告表示内容に関する基本的な掲出基準

第3に定めるほか、次に定めるものは掲出しない。

- (1) 消費者被害の未然予防及び拡大防止の観点から、次のいずれかに該当するもの

ア 責任の所在、内容及び目的が明確でないもの

広告主の法人格を明示し、法人名を明記するほか、広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。また、法人格を有しない団体（個人事業主）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。

イ 根拠のない表示や著しく誤認を招くような、誇大な表現（誇大広告）のもの

（例：「世界一」「一番安い」等（根拠となる資料を要する））

ウ 射幸心をあおるもの

（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）

エ 表示価格の根拠が不明確なもの

割引後の価格を表示する場合は、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）

オ 詳細の説明がなく、単に無料で参加・体験できると記載しているもの

費用発生することがある場合には、その旨を明示すること。

（例：「昼食代は実費負担あり」、「入会金は別途かかります」「初回のみ1時間無料」等）

カ 商品や価格等の比較内容の根拠が不明確なもの

（例：主張する内容が客観的に実証されていること。（根拠となる資料を要する））

キ 虚偽の内容を表示するもの

(2) 青少年保護及び健全育成の観点から、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要のないもの。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 暴力や犯罪を肯定し、助長するような表現のもの
- ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現のもの
- 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、精神又は教育に有害なもの

第5 車体広告のデザインに関する基本的な掲出基準

車体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出しない。

- (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、金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 景観と著しく違和感があるもの
- (4) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (5) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの

2 車体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出しない。

- (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・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 水着姿及び裸体姿を表示し、著しく注意を引くもの
 - ウ 絵柄や文字が過密であるもの
 - エ 第4第1号アにかかわらず、車体後部について、電話番号やホームページアドレス等が記されたもの
 - オ 広告デザインにQRコードが記されたもの

3 その他車体広告に関する取扱いについては、東京都屋外広告物条例（昭和24年条例第100号）の規定及び公益財団法人東京屋外広告協会車体利用広告デザイン審査会の基準に基づいて行うものとする。

第6 車内広告のデザインに関する基本的な掲出基準

車内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、車内の美観風致を損なう又は車内事故を誘発するおそれがあるものは掲出しない。

- (1) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
- (2) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (3) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (4) 広告デザインにQRコードが記されたもの

第7 音声広告の掲出基準について

音声広告の内容等が次の各号のいずれかに該当するものは掲出しない。

- (1) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
- (2) 意味が不明なもの等、利用者に不快感を起こさせるもの

第8 規制業種又は事業者

次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）第2条

- の規定により、風俗営業と規定される業種並びに類似の業種
- (2) 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）第2条の適用を受ける業種
 - (3) 規制対象となっていない業種においても、社会的に問題を起こしている業種や事業者
 - (4) 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
 - (5) 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
 - (6) 各種法令に違反している事業者
 - (7) 市税を滞納している事業者
 - (8) 暴力団排除条例に規定する暴力団もしくは暴力団員または暴力団関係者が所属する事業者及び暴力団又は暴力団員と社会的に非難されるような関係を有していると認められる事業者
 - (9) 西東京市契約における暴力団排除措置要綱（平成26年4月1日施行）第3に規定する入札参加排除措置に該当する事業者

第9 業種ごとの掲出基準

広告内容の審査を行う際の主な業種ごとの掲出基準は下表のとおりとする。

また、広告種類ごとに個々に判断するものとする。

各業種において関係法令があるものについては遵守するとともに、許可手続きが必要な業種については、広告掲出の際に許可番号等を記載することとする。なお、以下に定める業種のほか、本表に定めのない各業種においても関係法令があるものについては遵守することとする。

	業種	掲出基準
1	人材募集	(1) 広告主が労働関連法令を遵守しているものであること。 (2) 広告内容が労働関係法令に反していないものであること。 (3) 広告主が業務停止、又は労働紛争中である場合は、求人広告は掲出しない。 (4) 人材募集に見せかけた売春等の勧誘やあっせんの疑いのあるものは掲出しない。 (5) 人材募集に見せかけた商品・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	学習塾及び予備校等（専門学校を含む。）	(1) 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。 (2) 合格率等の実績を載せる場合は、事実や客観的根拠のほか、実績年も併せて掲出する。
3	資格講座	(1) 民間の任意の資格である場合は、それがあたかも国家資格であるような誤解を招くような表現は使用せず、国家資格ではない旨を記載していること。 (2) その講座の受講だけで国家資格を取得できるかのような紛らわしい表現は使用せず、資格取得には、別に国家試験を受ける必要がある旨を記載していること。 (3) 資格講座の募集に見せかけて商品及び材料の売り付けや資金集めを目的としているものは掲出しない。 (4) 受講費用が全て公的給付で助成されるかのように誤認される表現は使用しない。
4	病院、診療所、助産所	(1) 広告できる事項は、医療法、関連法令、厚生労働省の告示、同省の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。
5	施術所（あん摩マッサージ指圧）	(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）又は柔道整復師法（昭和45年法律第19号）の規定に違反しないこと。 (2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は掲出しない

		い。
6	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）	(1) 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）、食品衛生法並びに各法令の所管省庁の通知等に定められた規定に違反しないこと。 (2) 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。
7	健康食品、保健機能食品、特別用途食品	(1) 健康増進法（平成14年法律第103号）、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、食品衛生法（昭和22年法律第233号）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違反しないこと。 (2) 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果を表示しているものは掲出しない。 (3) 保健機能食品及び特別用途食品については、広告内容が法令等により認められている表示事項の範囲を超えていないもので、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ものとする。
8	エステティック・美容サービス	(1) 特定商取引に関する法律に基づき、契約に関わる書類等を交付していない事業者の広告は掲出しない。 (2) 美容形成等の医療と誤認される表現を使用している場合は、掲出しない。
9	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	(1) サービス全般（介護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、誤解を招く表現は使用しない。 イ 広告主に関する表示は、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表示は使用しない。 (2) 有料老人ホーム (1)のほか、次の規定に適合していること。 ア 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営指導指針」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を全て表示していること。 イ 所管都道府県の指導に基づいた広告内容であること。 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。 (3) 有料老人ホーム等の紹介業 ア 広告主に関する表示は、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著しく有利であると誤解を招くような表示はしない。 (4) 介護老人保健施設 介護保険法の規定により広告できる事項以外は掲出しない。
10	葬祭業	(1) 業界団体に加盟している事業者であること。 (2) 同業他社との料金比較を広告内容にしている場合は、掲出しない。
11	不動産事業	(1) 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。 (2) 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」による表示規制に関する基準等に基づく表示をしているものを掲出する。

		(3) 契約を急がせる表示をしているものは掲出しない。
12	弁護士、司法書士、行政書士、税理士、公認会計士等	各業に関する法令並びに各業の任意団体及び監督団体等の定める広告規制に関する基準等に基づく表示をしていること。
13	旅行業	(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。ただし、補償については、広告内に全て記載してある必要はなく、詳細内容が掲出されているホームページ等への誘導等があれば良いものとする。 (2) 天候、季節等に影響を受ける旅程であるにもかかわらず、あたかも広告内容の体験ができるかの誤解を招く表示をしている場合は掲出しない。 (3) その他広告表示について、旅行業法（昭和27年法律第239号）並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に基づく表示をしていること。
14	通信販売業	特定商取引に関する法律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）の規定に基づく表示をしていること。
15	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旨を表示すること。 (2) 一般廃棄物処理業に係る市長の許可を取得していない事業者については、廃棄物の処理ができる旨又は処理できると誤認される表示があるものは掲出しない。
16	結婚相談所、交際紹介業	(1) 業界団体に加盟している事業者であること。 (2) 特定商取引に関する法律に基づき、契約に関わる書類等を開示していない事業者の広告は掲出しない。 (3) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とすること。 (4) 公的機関に認定された個人情報の保護体制を整えていること表示すること。
17	質屋、チケット等再販売業	(1) 個々の相場、金額等を表示しているものは掲出しない。 (2) 有利さを誤認させるような表示をしているものは掲出しない。
18	トランクルーム、貸し収納業者	(1) 「トランクルーム」は、国土交通省が定める基準を満たし認定を受けた事業者であること。 (2) 「貸し収納業者」は、会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用せず、倉庫業法（昭和31年法律第121号）に基づく「トランクルーム」ではない旨を明確に表示すること。
19	金融商品	(1) 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。 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、目立つように分かりやすく表示すること。 (2) 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あおるものでないこと。 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、目立つように分かりやすく表示すること。 (3) 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。
20	自動車販売	業界団体が定める広告規制に関する基準等に基づく表示をしていること。
21	保育所、保育サービス	(1) 保育施設については、都道府県等の認可を受けている、又は指導監督基準等を満たしている事業者とする。 (2) 一時預かり保育事業については、国の実施基準を満たした事業者であること。 (3) ベビーシッター事業については、公益財団法人全国保育サービス協会に加盟している事業者であること。ただし、認定ベビーシッターであっても個人のベビーシッター事業者は掲出しない。
22	労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織	(1) 掲出内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とする。 (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。

附 則
この基準は、令和7年7月1日から施行する。