

## 広川町広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、広川町広告掲載取扱要綱第4条第2項の規定に基づく広告媒体への広告掲載の可否の判断を行うために必要な事項を定めるものとする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 町の広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用頻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。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告の内容及びデザインについては、当該広告を提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。なお、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、福岡県屋外広告物条例（平成14年福岡県条例第35号）に定める区域内に設置するものをいう。

(広告媒体ごとの基準)

第4条 この基準に定めるもののほか、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、広告媒体の性質に応じて、別途基準を作成するものとする。

(規制業種又は事業者)

第5条 次に掲げ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)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) 消費者金融業者
- (4) たばこに関するもの（たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」は除く。）
- (5) ギャンブルに関するもの
- (6) 規制対象となっていない業種であっても、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者
- (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、示談引受け等をうたったもの
- (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者  
例：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）に基づく町長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行う者（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・作業代等を要求し、実質的に処理料金を徴収するものを含む。） 等
- (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）による再生・更生手続中の事業者
- (14) 各種法令に違反しているもの
- (15) 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
- (16) 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
- (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）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) 暴力団員による不当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、暴力団員又は暴力団若しくは暴力団員と密接な関係を有する者

(19) 町税等の滞納がある者

(20) 前各号に掲げるもののほか、広告を掲載する業種又は業者として適当でないと認められる者

（掲載基準）

第6条 次に掲げるものは、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

ウ 他を誹謗中傷又は排斥するもの

エ 町の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの

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な目的とするもの

キ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、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るもの

コ 肖像権、著作権を侵害するおそれのあるもの

(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

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 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等

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、その他公共の期間が、広告主又はその商品やサービス等を推奨、保証、指定等を指定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要性のないもの（出品作品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する・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

(屋内・屋外広告に関する基準)

第7条 前条に定める掲載基準に加え、屋内・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する広告は掲載しない。

(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、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) 著しくデザイン性の劣るもの
- (7) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (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

(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にいずれかに該当し、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・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 WEBページへの広告に関しては、WEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているWEBページの内容についてもこの基準を適用する。

(業種ごとの基準)

第10条 広告媒体主管課は、次の各号に定める業種ごとの基準に基づき、その都度掲載の可否及び表示内容等を審査する。

- (1) 人材募集広告

- ア 労働基準法(昭和22年法律第49号)等関連法令を遵守すること。
- イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡旋の疑いのあるものは掲載しないこと。
- ウ 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。

(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：1箇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 合格率等の実績を載せる場合は、実績年も伏せて表示すること。
- 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、施設の場所等が不明確なものは、掲載しないこと。

(4) 外国大学の日本校

当該大学が、日本の学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学ではない旨を明確に表示すること。

(5) 資格講座

- ア 民間の講習業者が「労務管理士」等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、当該資格が、国家資格ではない旨を明確に表示すること。
- イ 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。また、当該資格を取得するためには、別に国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示すること。
- 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 受講費用が全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

ア 広告できる事項は、医療法第（昭和23年法律第205号）、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。

イ WEBページの広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、厚生労働省の医療機関ホームページガイドライン等の関連規程に基づいたものとする。

(7) 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）又は柔道整復師法（昭和45年法律第19号）により広告できる事項以外は、広告しないこと。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、広告しないこと。

ウ 法定の施術所以外での医療類似行為を行う者（整体師、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。

(8) 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）

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）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。

(9) 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）、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）及び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機能・効果について表示しないこと。

ウ 保健機能食品及び特別用途食品については、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おり、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越えていないこと。

エ 広告を掲載する事業者は、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こと。

(10) 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しないこと。

例：広川町事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム（前号に規定する以外のもの）

（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、全て表示すること。

（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）」の規定に抵触しないこと。

（エ） 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しないこと。



例：広川町事業受託事業者 等

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、担当者名等に限ること。

(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しないこと。

エ サービス付き高齢者向け住宅

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方法」（告示）に関する事項を遵守すること。

オ 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、広告しないこと。

(11) 墓地等

町長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。

(12) 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 不動産売買や賃貸の広告の場合は、取引形態、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こと。

エ 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

(13) 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。

(14) 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、広告内容に全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旅行業法（昭和27年法律第239号）及  
び旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

(15) 通信販売業

特定商取引に関する法律及び同法施行規則（昭和51年通商産業  
省令第89号）の規定に反しないこと。

(16) 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等は、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 タレント等の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、心神喪失者等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。

(17) 映画・興行等

ア 暴力、賭博、麻薬及び売春等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。

(18) 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町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しないこと。

例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄物等

(19) 結婚相談所・交際紹介業

ア 業界団体に加盟していること（加盟証明が必要）を明記すること。

イ 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定すること。

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。

（一般社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）

(20) 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。

(21) 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 許可を受けた募金活動であることを、明確に表示すること。

(22) 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こと。

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。

(23) 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。

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、下記の趣旨を明確に表示すること。

例：「当初の〇〇〇は、倉庫業法に基づくトランクルームではありません。」等

(24) ダイヤルサービス

各種のダイヤルサービスは、内容確認を行い、判断すること。

(25) 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。

(26) 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。

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。

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・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、目立つように分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、前号の規定を準用すること。

(27) その他表示についての注意事項

ア 割引価格の表示

割引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

イ 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。

ウ 無料で参加・体験できるもの

費用に係る場合には、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

エ 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

（ア） 原則として広告主の法人の正式名称（例：株式会社〇〇）を明記すること。広告主が法人格を有していない団体である場合にあつては、代表者名を明記すること。ただし、広告の内容から広告主の法人名等が明らかである場合には、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。

（イ） 原則として広告主の所在地、連絡先の両方を明示すること。

ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地、連絡先を掲載することにより、かえって町民等の誤解を招く場合には、広告主に代えて、問い合わせ先の所在地、連絡先を記載することができる。

(ウ) 連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHSのみは認めないこと。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をすること。

カ 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（宝石には通常、メーカー希望価格はない）」等

キ 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を確認すること。

ク アルコール飲料

(ア) 20歳未満の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は禁止すること。

例：お酒を飲んでいる、又は飲もうとしている姿 等

附 則

この基準は、公布の日から施行する。