

宇美町広告掲載基準

[平成19年5月21日19宇総第477町長決定]

第1 趣旨

宇美町の印刷物等に掲載する有料広告取扱いに関する要綱（平成19年宇美町告示第57号）第3条第2項の規定に基づき、宇美町の広告媒体に掲載できる広告に関する基準を定めるものとする。

第2 共通事項

1 基本的な考え方

宇美町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。

2 広告の制限

次に掲げる広告は、掲載しない。

（1）次のいずれかに該当する広告

- ア 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
- イ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
- ウ 宗教団体の布教推進を主目的とするもの
- エ 科学的な根拠のないもので、誤解を招き、又は不安を与えるおそれのあるもの
- オ 国内世論が大きく分かれているもの
- カ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- キ 社会問題を起している業種又は事業者に関するもの
- ク 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続中の事業者又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中の事業者に関するもの
- ケ 行政機関から指導、勧告等を受け、その改善がなされていない事業者に関するもの
- コ たばこの製造又は販売に関するもの
- サ 法令に違反するもの又はそのおそれがあるもの
- シ その他社会的に不適切なもの

（2）消費者保護の観点から広告媒体に掲出することが不適切な広告

- ア 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業に関するもの
- イ 誇大な表現をしているもの又は根拠のない表示や誤認を招くような表現をしているもの。ただし、根拠となる資料があるものについては、この限りでない。
例：「世界一」「一番安い」等
- ウ 射幸心を著しくあおる表現をしているもの
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 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、商品又はサービス
 - カ 国家資格等を持たない者が行う療法等
 - 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やサービス等を推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの
- (3) 青少年の保護及び健全育成の観点から、広告媒体に掲出することが適切でない広告
- ア 風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律（昭和23年法律第122号）第2条に規定する営業に関するもの
 - イ 水着姿及び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もので、これらを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
 - ウ 暴力や犯罪を肯定し、又は助長するような表現
 - エ 残酷な描写など善良な風俗に反する表現
 - オ 暴力又はわいせつ性を連想させるもの
 - カ ギャンブル等を肯定するもの
 - キ その他青少年の人体、精神又は教育に有害と認められるもの
- 3 広告の表示内容に関する個別の基準
- 具体的な表示内容等については、有料広告掲載検討委員会が次の各号に掲げる項目に応じ、当該各号に定める事項について審査し、判断することとする。審査の結果、内容の訂正、削除等が必要な場合は、広告主に必要な措置を講ずるよう求めることとする。広告主は、正当な理由がある場合を除き、これに応じなければならない。
- (1) 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。
- 例：1ヶ月で確実にマスターできる 等
- (2) 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。
- (3) 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。」
- (4) 資格講座
- ア 民間の講座業者が「〇〇士」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、各企業に「〇〇士」の資格を持つ者を置かなければならない等の誤解を招くことのないよう、下記の主旨を明確に表示すること。
- 例：「この資格は国家資格ではありません。」
- イ 実務経験、国家試験等が必要な資格の講座には、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でないこと。
- 例：「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。

エ 受講費用がすべて公的給付で賄えると誤解されるような表現でないこと。

(5) 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又は第6条の7の規定により広告できる事項であること。

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の表現でないこと。

ウ 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な表現でないこと。

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等その効果について推測的な表現でないこと。

オ アからエに掲げるもののほか、「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）」に沿ったものであること。

(6) 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であること。

イ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設（整体院、カイロプラティック、エステティック等）の広告は、掲載できない。

(7) 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）

薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条まで及び医薬品等適正広告基準（昭和55年10月9日薬発第1339号厚生省薬務局長通知）の規定により広告できる事項であること。また、広告を掲載する事業者が業者所在地を所管する地方公共団体の薬務担当課で広告内容についての了解を得ていること。

(8) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

あくまで食品であるので、食品衛生法（昭和22年法律第233号）、健康増進法（平成14年法律第103号）、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号）などに抵触していないものであること。なお、医薬品に該当する健康食品（無承認無許可医薬品）の広告は、掲載しない。また、広告を掲載する事業者が業者所在地を所管する地方公共団体の薬務担当課及び食品担当課で広告内容についての了解を得ていること。

(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

ア サービス全般（老人保健施設を除く）

① 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、誤解を招く表現でないこと。

② 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

等に限定したものであること。

- ③ 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現でないこと。

例：宇美町事業受託事業者 等

イ 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内容であること。

ウ 有料老人ホーム

前号に規定するもののほか、次の事項に留意すること。

- ① 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」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。
- ② 所管都道府県が定めた「設置運営指導指針」等に基づいたものであること。
- ③ 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年公正取引委員会告示第3号）」に抵触していないこと。

エ 有料老人ホーム等の紹介業

- ① 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、担当者名等に限定したものであること。
- ② 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現でないこと。

(10) 不動産事業

- ア 不動産事業者の名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等を明記すること。
- イ 「不動産の表示に関する公正競争規約」による表示規制に従ったものであること。
- ウ 契約を急がせる表現でないこと。

例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか 等

(11) 弁護士・税理士・公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等に限定したものであること。

(12) 旅行業

- ア 旅行業者の登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。
- イ 不当な表示をしていないこと。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

(13) 通信販売業

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(14) 雑誌、週刊紙等

- 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 性犯罪を誘発し、助言するような表現（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は、プライバシーを尊重し節度を持った表現であること。

- カ 犯罪事実の報道の見出しについて、残酷な言葉や興味本位な言い回しを避け、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、氏名及び写真は原則として表示していないこと。
- ク その他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。
- (15) 映画・興業等
 - ア 暴力、とばく、麻薬、売春その他の違法行為を容認するような内容のものでないこと。
 - イ 性に関する表現については、扇情的、露骨及びわいせつなものでないこと。
 - ウ 内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張した表現でないこと。
 - エ ショッキングなデザインは、使用しないこと。
 - オ 年齢等の規制があるものについては、その旨を表示すること。
 - カ その他青少年に悪影響を与えるおそれのある内容でないこと。
- (16) 占い・運勢判断
 - 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 占いや運勢判断に関する出版物は、個別に判断する。
 - ウ 鑑定料や商品の販売については、明示すること。
- (17) 結婚相談所・交際紹介業
 - ア 結婚情報サービス協議会に加盟している旨（加盟証明が必要）又は、第三者機関から認証を受けている旨（認証マーク）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。
- (18) 調査会社、探偵事務所等
 - 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等に限定すること。
- (19) 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内容等に限定すること。
 - 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）するものでないこと。
- (20) 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。
「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」
- (21) 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。
- (22) 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

(23) 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、個別に内容を確認のうえ判断すること。

(24) 宝石の販売

虚偽の表現でないこと。(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。)

(25) アルコール飲料

ア 未成年者の飲酒禁止の文言を表示していること。

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でないこと。

例：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

(26) 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、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

別途費用を要する場合は、その旨を明示すること。

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、内容及び目的の明示

広告主の法人格を明示すること。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、代表者名を明示すること。

ただし、広く一般に周知されている事業者等が法人格や代表者名を明示することで混乱を招く場合や、法人格や代表者名を明示することで広告の意図が伝わらない場合は明示の必要はないものとする。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をすること。

第3 屋外広告

1 基本的な考え方

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。

なお、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)第5条及び第10条第3項並びに第11条第1項に定める許可を要するものをいう。

2 都市景観上の基準

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のある広告は、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
- (8) その他公衆に不快感を起こさせるもの

3 交通安全上の基準

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、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 ノード、水着姿を表示したもの
 - ウ デザインが分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

第4 町ホームページに関する基準

町ホームページへの広告に関しては、町ホーム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ホームページのトップページの内容についてもこの基準を適用する。

第5 個別の基準

広告媒体の性質により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、別途基準を設けることができる。

第6 その他

この基準に定めるもののほか必要な事項は、別に定める。