

## ○芝山町有料広告の掲載に関する基準

平成26年3月31日

訓令第4号

(趣旨)

第1条 この基準は、芝山町有料広告の掲載に関する要綱(平成26年芝山町告示第19号。以下「要綱」という。)第3条第2項に規定する芝山町の資産に掲載できる広告の基準について定めるもので、広告媒体への広告掲載の可否の判断を行う基準となるものとする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 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ぬため、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。

(広告掲載審査の考え方)

第3条 要綱第8条に規定する芝山町有料広告掲載審査委員会(以下「委員会」という。)が広告掲載の可否について審査する場合には、この基準のみにとらわれて判断するのではなく、法令等や町民への影響、公共性及び公益性、社会通念、社会経済状況等を十分配慮した上で、広告媒体の性質に応じて判断を行うものとする。

(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、広告内容、デザイン等に関して広告媒体ごとに基準が必要な場合には、別途基準を作成することができるものとする。

(規制業種又は事業者)

第5条 次に掲げる業種又は事業者に関する広告は、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)に基づく風俗営業に該当する業種
- (2) 消費者金融の業種

- (3) たばこの製造に係る業種
  - (4) ギャンブルに係る業種(当せん金付証票法(昭和23年法律第144号)に基づく当せん金付証票の発売に関するものは除く。)
  - (5) 社会問題を起こしている業種又は事業者
  - (6) 法令等の定めのない医療類似行為を行う事業者
  - (7) 民事再生法(平成11年法律第225号)に基づく再生又は会社更生法(平成14年法律第154号)に基づく更生手続中の事業者
  - (8) 各種法令等に違反している事業者
  - (9) 行政機関から行政指導を受けたにもかかわらず、改善がなされていない事業者
  - (10) その他町の広告媒体に広告掲載することが適当でないと認められる業種又は事業者
- (掲載基準)

第6条 次に定める広告は、広告媒体に掲載しない。

- (1) 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
- (2) 法律で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
- (3) 他を誹謗し、中傷し、又は排斥するもの
- (4) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (5) 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- (6) 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
- (7) 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 誇大広告(著しく事実に相違する表示又は実際のものより著しく優良若しくは有利であると誤認させるような表示)及び根拠のない表示や誤認を招くような表現のあるもの

例：「世界一」「一番安い」等

イ 射幸心を著しくあおる表現のあるもの

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

ウ 人材募集広告で、その内容が労働基準法(昭和22年法律第49号)その他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、商法又は商品に関するもの

カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等に関するもの

キ 責任の所在が明確でないもの

(8) 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 性に関する表現で、露骨又はわいせつなもの

イ 暴力若しくは犯罪を肯定し、又は助長するような表現のあるもの

ウ 残酷な描写その他の善良な風俗に反するおそれのあるもの

エ 暴力又はわいせつ性を連想させるもの

オ 青少年の人体、精神又は教育に有害なもの

(町ホームページに関する基準)

第7条 町ホームページに掲載する広告に関しては、ホームページ内のWEBページに表示される広告だけでなく、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8条 広告の表示内容の基準は、業種ごとに別表に定めるところによるものとする。

(規制業種に関するもの以外の内容の広告)

第9条 第5条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、この基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認

めることができる。

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

附 則

この訓令は、公示の日から施行する。

別表(第8条関係)

区分	基準
人材募集広告	(1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっせんの疑いのあるものは掲載しない。 (2) 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。
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か月で確実にマスターできる。」等
学習塾、予備校等(専門学校を含む。)	(1) 合格率等の実績を掲載する場合は、事実や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。 (2) 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、内容及び施設が不明確なものは掲載しない。
外国大学の日本校	当該大学は、日本の学校教育法(昭和22年法律第26号)に定める大学でない旨を明確に表示する。
資格講座	(1) 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。この場合、当該資格が国家資格ではない旨を明確に表示すること。 (2) 「行政書士講座」などの講座には、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は使用しない。この場合、当該資格取得には、別に国家試験を受ける必要がある

	<p>旨を明確に表示すること。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 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。</p>
病院、診療所及び助産所	<p>(1) 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以外は、一切広告できない。</p> <p>(2) 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を広告してはならない。</p> <p>(3) 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な広告を行ってはならない。</p> <p>(4) 提供する医療に関して客観的事実であることを証明できない内容は、広告してはならない。</p>
施術所(あん摩マツサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復)	<p>(1) あん摩マツサージ指圧師、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。</p> <p>(2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、表示してはならない。</p> <p>(3) 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)の広告は掲載しない。</p>
薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具(健康器具、コンタクト	<p>広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署において広告内容が適法かつ適正であることについて確認をとっていること。</p>

レンズ等)	
健康食品、保健機能食品及び特別用途食品	広告を掲載する事業者が、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署及び食品担当部署において広告内容が適法かつ適正であることについて確認をとっていること。
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	<p>(1) サービス全般(老人保健施設を除く。)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。 例：「芝山町事業受託事業者」等</p> <p>(2) 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載しない。</p> <p>(3) 有料老人ホーム((1)に規定するものを除く。)</p> <p>ア 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」(平成14年7月18日老発第0718003号厚生労働省老健局長通知)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。</p> <p>イ 所管都道府県の指導に基づいたものであること。</p> <p>ウ 有料老人ホーム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)に抵触しないこと。</p> <p>(4) 有料老人ホーム等の紹介業</p> <p>ア 広告掲載主体に関する表示は、法人名、代表者名、所在</p>

	<p>地、連絡先、担当者名等に限る。</p> <p>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できない。</p>
不動産事業	<p>(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。</p> <p>(2) 不動産売買又は賃貸の広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、価格、賃料及び取引条件の有効期限を明記する。</p> <p>(3) 不動産の表示に関する公正競争規約(平成17年公正取引委員会告示第23号)による表示規制に従う。</p> <p>(4) 契約を急がせる表示は、掲載しない。</p> <p>例：「早い者勝ち、残り戸数あとわずか」等</p>
弁護士、税理士、公認会計士等	<p>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。</p>
旅行業	<p>(1) 登録番号、所在地及び補償の内容を明記する。</p> <p>(2) 行程にない場所の「写真」の掲載等の不当表示に注意する。</p>
通信販売業	<p>返品等に関する規定が明確に表示されていること。</p>
雑誌、週刊誌等	<p>(1) 適正な品位を保った広告であること。</p> <p>(2) 見出し及び写真の表現等は、青少年保護等の観点から適正なもので不快感を与えないものであること。</p> <p>(3) 犯罪被害者(特に性犯罪及び殺人事件の被害者)の人権及び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。</p> <p>(4) 犯罪事実の報道の見出しについて、残虐な言葉及び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。</p> <p>(5) 未成年、心神喪失者等の犯罪に関連した広告では、氏名及</p>

	<p>び写真は、原則として表示しない。</p> <p>(6) 公の秩序や善良な風俗に反する表現がないものであること。</p>
映画、興業等	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 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。</p>
占い、運勢判断等	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 占い及び運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。</p> <p>(3) 料金及び販売について明示する。</p>
結婚相談所及び交際紹介業	<p>(1) 結婚情報サービス協議会に加盟し、その旨を明記すること。この場合、加盟証明を提出すること。</p> <p>(2) 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。</p>
調査会社、探偵事務所等	<p>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。</p>
労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 出版物の広告は、主張の展開及び他の団体に対する言及(批判、中傷等)をするものは、掲載しない。</p>
募金等	<p>厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受け、かつ、その旨を明確に表示していること。</p>

	例：「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」 等
質屋及びチケット等再販売業	(1) 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 (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。
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こと。 (2) 一般廃棄物処理業に係る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。 例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄等
トランクルーム及び貸収納業者	(1) 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 (2) 貸収納業者は、会社名以外にトランクルームの名称を使用せず、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。
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、内容を確認の上判断する。
その他表示について注意を要すること。	(1) 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 (2) 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。 (3) 無料で参加又は体験ができるもの 費用がかかるときがある場合には、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

(4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

広告主の法人格を明示し、法人名、その所在地及び連絡先を明示する。

ただし、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、代表者名も明記するものとする。この場合、連絡先は、固定電話とし、携帯電話又はPHSのみは認めない。

(5) 肖像権・著作権

無断使用がないこと。

(6) 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を要するものとする。)

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