

嘉島町広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、嘉島町広告掲載要領（以下「掲載要領」という。）第3条第2項の規定に基づき、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。

(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、社会的に信用度の高い情報であることが求められるため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性及び信頼性のあるものでなければならない。

2 この基準により嘉島町が広告を審査する場合には、この基準の文言のみに基づき一義的な解釈・適用をするのではなく、関係法令等の規定や町民への影響、公共性及び公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈及び適用を行うものとする。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告（熊本県屋外広告物条例第1条（昭和33年熊本県条例第66号）に定めるものをいう。以下同じ。）の内容及びデザインについては、当該広告を掲出又は表示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。

2 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、地域の景観に調和するようなものであることが望ましい。

(広告媒体ごとの基準)

第4条 町長はこの基準に規定するもののほか、広告媒体の性質に応じて、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、合理的な範囲で別に定める。

(規制業種又は事業者)

第5条 次に掲げる業種、事業者又は商品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）第2条第1項に規定する風俗営業及び同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業に係る業種並びに風俗営業類似の業種のうち、善良な風俗を逸脱するおそれのあるもの

(2) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業

(3) たばこ

(4) 公営を除くギャンブルに係るもの

(5) 社会問題を起こしている業種や事業者

(6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設

(7) 占い、運勢判断等に係るもの

(8) 興信所、探偵事務所等

(9) 債権取立て、示談引受け等に係るもの

- (10) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく事業を行うもの
- (11) 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）による再生又は更正手続中の事業者
- (12) 各種法令に違反しているもの
- (13) 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
- (14) 暴力団又は暴力団の構成員が経営に関与していると認めるに足りる相当の理由のあるもの
- (15) 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）第2条第3号に規定するインターネット異性紹介事業者に該当するもの
- (16) 嘉島町工事等請負・委託契約に係る指名停止等措置要領（平成11年嘉島町要領第1号）に基づく指名停止を受けている者
- (17) 本町の町税を滞納している事業者及びその代表者
- (18) 先物取引業者
- (19) 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
- (20) 前各号に掲げるもののほか、町有資産等を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として適当でないと認められるもの

（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、差別又は名誉毀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、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 他をひぼうし、中傷し、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きたすもの
- 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、不安を与えたりするおそれのあるもの
- ク 国内世論が大きく分かれているもの
- ケ その他社会的に不適切なもの

（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（若しくは広告）、根拠のない表示又は誤認を招くような表現を使用しているもの
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 射倖心を著しくあおる表現を使用しているもの
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

- ウ 人材募集の広告をする場合において労働基準法（昭和22年法律第49号）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、商法又は商品に係るもの
 - カ 国家資格を有しない者が行う療法等に係るもの
 - 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となり、又はその商品や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 広告内容に無関係な水着姿、裸体姿等を使用しているもの。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を使用しているもの
 - ウ 残酷な描写等善良な風俗に反する表現を使用している
 - エ 暴力又はわいせつ性を連想させるもの
 - オ ギャンブル等を肯定するもの
 - カ 青少年の身体、精神及び教育に有害なもの

(屋外広告に関する基準)

第7条 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するものは掲載しない。

- (1) 地域の美観風致を損なうおそれがあるもの
- ア 会社名、商品名を執拗に繰り返すもの
 - イ 彩度の高い色、原色、金銀色等を広範囲に使用するもの
 - ウ 美観を損ねるような、著しく派手なもの及びくどいもの
 - エ 景観と著しく違和感があるもの
 - オ 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
 - カ 著しくデザイン性の劣るもの
 - キ 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
 - ク 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
 - ケ 地区計画、まちづくり協議指針、その他まちづくりにおいて景観形成の目標が定められている場合、その目標に沿った貢献が認められないもの
- (2) 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もの
- ア 次に掲げる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

- イ 次に掲げる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) ヌード及び水着姿を表示し、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8条 WEBページへの広告に関しては、町のWEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告が直接リンクしているWEBページ内の内容についても、WEBページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部又は一部を準用することができる。

- 2 他のWEBページを集合し、情報提供することを主たる目的とするWEBページで、掲載要領、この基準、その他町の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うWEBページを閲覧者にあっせんし、又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第9条 広告媒体の主管課（以下「主管課等」という。）は、掲載の都度、第5項に定める基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

- 2 主管課等は、各業種、商品及びサービスについて、必要な許可及び免許等の有無業界団体等への加盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は広告を掲載する事業者又は広告を取り扱う広告代理店に確認するものとする。
- 3 主管課等は、医療、介護老人保健施設、選挙、墓地、古物商及びリサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法令に抵触するおそれのあるものについては、直接、担当する相談窓口にご相談するものとする。
- 4 主管課等は、内容の訂正若しくは削除等が必要な場合には広告を掲載する事業者又は広告を取り扱う広告代理店に依頼することとし、広告を掲載する事業者は正当な理由がある場合以外は訂正若しくは削除等に応じなければならない。
- 5 掲載する広告の表示内容については、次に掲げる広告の種別ごとに定める事項に留意するものとする。

(1) 人材募集

ア 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、材料及び機材の売付け並びに資金集めを目的としているものは掲載しない。

- (2) 語学教室等 語学習得の安易さ又は授業料及び受講料の安価さを強調する表現は使用しない。

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 合格率等の実績を載せる場合は、事実又は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。

- 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、施設等が不明確なものは掲載しない。
- (4) 外国大学の日本校 学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学でないこと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せず当該資格は国家資格ではないことを明確に表示すること。
 - イ 行政書士講座等の講座には、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せず当該資格取得には、別に国家試験を受ける必要があることを明確に表示すること。
 - ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売付け並びに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。
- (6) 病院、診療所及び助産所
- ア 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、厚生労働省の告示並びに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 バナー広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、医療法の規制がかかる広告には当たらないため、アの規定は適用しない。
 - ウ マークを用いることはできるが、そのマークが示す内容を文字等により併せて表記しなければならない。なお、赤十字のマーク及び名称は自由に用いることができない。
- (7) あん摩マッサージ指圧、はり及びきゅう並びに柔道整復の業務を行う施術所
- 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条及び柔道整復師法（昭和45年法律第19号）第24条に規定する広告できる事項以外は、一切広告できない。
 - イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は掲載できない。
 - ウ 整体院、カイロプラクティック、エステティック等法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設の広告は掲載できないため、業務内容の確認を必ず行う。
- (8) 薬局、薬店、医療品、医薬部外品、化粧品及び医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）
- ア 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課で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。
 - イ 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の所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこととし、次のような表示は掲載できない。
 - (ア) 最大級及びそれに類する表示
 - (イ) 使用前又は使用後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等効能、効果及び安心を保証する表示
 - ウ 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。

(9) 健康食品、保健機能食品及び特別用途食品

ア 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課及び食品担当課並びに公正取引委員会で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。

イ 健康増進法（平成14年法律第103号）第65条、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条及び食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条並びに各法令の所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。

ウ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能又は効果について表示できない

エ 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。

(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（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、連絡先及び担当者名等に限る。

（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ような表示はできない。

例：嘉島町事業受託事業者等

イ 有料老人ホーム

（ア）厚生労働省の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に限定する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）及び同告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、連絡先及び担当者名等に限る。

（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。

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。

(11) 墓地等 県知事又は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、電話番号及び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、賃料及び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（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こと。
- エ 契約を急がせる表示は掲載しない。
 - 例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか等
- (13) 弁護士、不動産鑑定士、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等に抵触する内容ではないこと。
- (14) 旅行業
 - ア 登録番号、所在地及び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 広告を掲載する事業者の旅行業者又は旅行業者代理業者は、登録番号を明記することとし、日本旅行業協会又は全国旅行業協会の会員に限る。
 - エ その他広告表示について旅行業法（昭和27年法律第239号）第12条の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。
- (15) 通信販売業
 - ア 返品等に関する規定が明確に表示されていること。
 - イ 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、本町が妥当と判断したものに限り掲載する。
 - ウ 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条及び第12条並びに同法施行規則（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。
- (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 見出し及び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り、不快感を与えないものであること。
 - ウ 性犯罪を誘発又は助長するような表現（文言及び写真等を含む。）がないものであること。
 - エ 犯罪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。
 - オ タレント等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。
 - キ 未成年者、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。
 - ク 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであり、次に掲げるものは掲載してはならない。

- (ア) 社会秩序を乱すような内容を掲載したもの
- (イ) 虚偽又は表現が不正確で誤認されるおそれがある内容を掲載したもの
- (ウ) プライバシーの侵害、信用失墜、業務妨害等のおそれがある内容を掲載したもの
- (エ) 有害図書と認められるもの

(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。
- 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。
- ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。
- 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。
- オ ショッキングなデザインは使用しない。
- 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。
- 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できない。
- 例：改修、引取り、処理、処分、撤去、廃棄等

(19) 結婚相談所及び交際紹介業

- ア 地方自治体又は公的機関に認められた団体であること若しくは業界団体に加盟していることとし、その旨を明記すること。
- 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。
- ウ 個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）等の法令等を遵守する旨の記載があること。

(20) 労働組合等一定の社会的立場及び主張を持った組織

- 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。
- 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するものは掲載しない。

(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) 質屋及び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。

(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。

ウ 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ことを明確に表示すること。

(24) ダイヤルサービス ダイヤルサービスは内容を確認の上判断する。

(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) 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5条に規定す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。

(27) 前各号に規定するもののほか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。

例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等

イ 比較広告 主張する内容が根拠となる資料により客観的に実証されていること。

ウ 無料で参加及び体験できるもの 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

エ 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

(ア) 広告主の法人格を明示し、法人名を明記すること。

(イ) 広告主の所在地及び連絡先の両方を明示すること。

(ウ) 連絡先については固定電話とし、携帯電話のみは認めない。

(エ) 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、代表者名を明記すること。

オ 肖像権及び著作権 無断使用がないか確認をする。

カ 宝石の販売 虚偽の表現がないか公正取引委員会に確認する。

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

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及び事務所の所在地等の実態を確認する。

ク アルコール飲料

(ア) 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

(イ) 飲酒を誘発するような表現の禁止

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。