

糸島市広告掲載事業広告掲載基準

(趣旨)

- 1 この基準は、糸島市広告掲載事業実施規程第4条に規定する広告掲載の適否を判断する基準として、必要な事項を定める。

(基本的な考え方)

- 2 広告掲載事業において掲載する広告は、社会的に信用度が高く、公序良俗や市民福祉の理念に沿うもの、市民に不利益を与えない中立性のあるものとする。併せて、広告の表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を持てるものとする。

(掲載を承認しない広告)

- 3 以下に相当する広告は、掲載を承認しないものとする。

(1) 前条の趣旨に鑑みて適当でないもの

- ア) 公序良俗に反するおそれのあるもの
- イ) 選挙、政党・政治団体等、政治活動に関連する広告
- ウ) 個人、団体等の意見広告及び名刺広告
- エ) 社会問題についての主義主張や係争中の声明広告
- オ) 国内世論が大きく分かれているもの
- カ) 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- キ) 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- ク) 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を迷わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
- ケ) 広告掲載媒体の紙面、画面構成、主要使用目的等を著しく損なうおそれがあると認められるもの

- (2) 青少年保護、取引の安全の観点から、以下の業種、業者については、広告掲載を規制する。

- ア) 風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律に定める風俗営業、風俗関連営業及び福岡県青少年育成条例で規制される営業行為等

- イ) 風俗営業類似の業種

- ウ) 貸金業の規制等に関する法律第2条に規定する貸金業（消費者金融）

- エ) 商品先物取引

- オ) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設

- カ) 民事再生法及び会社更生法による更生・更生手続き中の業者

- キ) 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や業者

- (3) 法令等に違反するもの

- ア) 不当景品類及び不当表示防止法第4条各号に規定する表示に該当すると認められる広告

- イ) 薬事法第66条各項に規定する表示に該当すると認められる広告

- ウ) 独占禁止法に違反する建築条件付き宅地の販売

- エ) 開発許可や建築確認を受けていない物件のシリーズ広告・予告広告
- オ) 名誉毀損、信用毀損、プライバシーの侵害、業務妨害のおそれのあるものや、差別を助長するもの

(4) 社会的な観点から適切でないもの

- ア) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第2条に定める暴力団その他反社会的団体及び特殊結社団体など、その構成員がその活動のために利用するなど、公序良俗に反する広告
- イ) 性差別、性別による固定的な役割分担又は暴力的行為を助長する表現及び著しく性的感情を刺激する表現である広告
- ウ) 都道府県知事又は市の許可を受けていない、届け出をしていないなど、各種手続を行っていない社会福祉施設等の広告
- エ) 文部科学省・都道府県の認可を受けていない学校、専修学校及び各種学校の広告（ただし、国などの公的機関の助成制度などの適用を受けている団体は除く。）

(5) 消費者保護の観点から適切でないもの

- ア) マルチまがい商法、催眠商法等、悪質商法とみなされるもの
- イ) 将来の利益を誇示したり、元本保証と認識させるような投資信託等の経済行為に関する広告
- ウ) 投機、射幸心をあおったり、内容が虚偽誇大など、過度の宣伝になるもの
- エ) 過去1年間に公的機関、行政機関から、悪質な行為などにより指名停止、許可取消しなどの行政指導を受け、その後当該行政指導内容について改善を見ない企業の広告

(6) その他

- ア) 皇室関係の写真、紋章を使用した広告
- イ) 氏名、肖像など本人に無断で使用したもの、明らかに模倣、盗作などとみなされる表現のもの
- ウ) アマチュアスポーツの選手や役員の氏名、写真、推薦文を使用したもの
- エ) 国土地理院の地図を無断で使用したもの
- オ) あたかも糸島市が推奨しているような表現のもの

(広告内容、表示等の基準)

4 広告内容、表示等に関する基準は、別に定める。

(例外事項)

5 この基準の適用について、以下のとおり例外を設ける。

- (1) 不動産取引の広告については、掲載を希望する広告主又は広告取扱者は、その内容を十分に協議する時間をもって届け出て、市と掲載の可否を協議するものとする。なお、掲載にあたっては、不動産の表示に関する公正競争規約などの関係法令を遵守することとする。

- (2) この基準に規定のない広告、市長が自ら働きかけて市政への協賛広告主を募集

する広告など、特殊な事例については、広告主の事業者に関する情報等を考慮して、市長が掲載の適否を決定する。

広告内容、表示等に関する基準

具体的な表示内容等については、掲載の都度、次の各項目について検討し判断することとする。

1 消費者被害未然・拡大防止の観点から、次の点に留意し、適切でないものは掲載しない。

(1) 誇大な表現（誇大広告）、根拠のない表示及び誤認を招くような表現は禁止する。

例：「世界一」「一番安い」等の表現を使用するときは、根拠となる資料を要する。

(2) 射幸心を著しくあおる表現は禁止する。

例：「今が・これが最後のチャンス」等

(3) 人材募集広告については、労働基準法等関係法規を遵守していること。

2 青少年保護等の観点から、次のいずれかに該当するものは掲載しない。ただし、告知広告における裸体等で出品作品の一例として提出するものは、その都度適否を検討する。

(1) 一般的告知広告における裸体姿等。

(2) 広告する商品等とは無関係に、単に目立たせるための裸体姿等必然性のないもの。

(3) 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現。

(4) 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現。

3 人材募集広告

(1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは認めない。

(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。

4 語学教室等

(1) 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

5 学習塾・予備校等（専門学校を含む。）

(1) 合格率など実績を載せる場合は、実績年もあわせて表示し根拠を明確にする。

6 外国大学の日本校

(1) 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。」

7 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。

下記の主旨を明確に表現すること。

「この資格は国家資格ではありません。」

- (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。下記の主旨を明確に表示すること。

「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」

- (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。
- (4) 受講費用がすべて公的給付でまかなえるかのように誤認される表示はしない。

8 病院、診療所、助産所

- (1) 医療法第6条の5、第6条の6、及び第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。
- (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。
- (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。
- (4) 広告する治療方法について、疾病等が完全に治癒される旨等、その効果を推測的に述べることはできない。
- (5) 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。赤十字のマークや名称は、自由に用いることができない。
- (6) 不明な点は、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（保健所各担当課）に確認すること。

9 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

- (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第7条又は柔道整復師法第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。
- (2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は広告できない。
- (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）の広告は掲載できないため、業務内容の確認は必ず行う。
- (4) 不明な点は、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（保健所各担当課）に確認すること。

10 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) 広告を掲載する業者が、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（保健所各担当課）で広告内容についての了解を得ること。

11 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

- (1) 広告を掲載する業者が、事業所所在地を所管する地方自治体の食品担当課（保健所の各担当課）及び公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

12 介護保険法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（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、誤解を招く表現を用いないこと。

- 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、担当者名等に限る。
- 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示はできない。

例：糸島市事業受託事業者等

(2) 有料老人ホーム

- ① 前項に規定するものの他、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すべて表示すること。
- ② 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
- ③ 公正取引委員会が景品表示法第4条第1項第3号の規定に基づき策定した「有料老人ホーム等に関する不当な表示」に規定した表示は掲載できない。

(3) 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、担当者名等に限る。
- 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示はできない。

13 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) 不動産売買や賃貸の広告の場合は、取引様態、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。
- (3) 「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。
- (4) 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

14 弁護士・税理士・公認会計士等

- (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。

15 旅行業

- (1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。
- (2) 不当表示に注意する。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等

16 通信販売業

- (1) 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

17 雑誌・週刊誌等

- (1) 適正な品位を保った広告であること。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 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。

- (5) タレントなど、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。
- (6) 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。
- (7) 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ない。
- (8) 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。

18 映画・興業等

- (1) 暴力、とばく、麻薬及び売春などの行為を容認するような内容のものは、掲載しない。
- (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。
- (3) いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。
- (4) 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。
- (5) ショッキングなデザインは使用しない。
- (6) 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。
- (7) 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。

19 占い・運勢判断

- (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。
- (2) 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
- (3) 料金や販売について明示する。

20 結婚相談所・交際紹介業

- (1) 一般社団法人日本結婚相手紹介サービス協議会に加盟していること（加盟証明が必要）を明記する。
- (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。

21 調査会社・探偵事務所等

- (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。

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。
- (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）するものは掲載しない。

23 募金等

- (1) 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。
- (2) 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。」

24 質屋・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～大分 17,000 円

- (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

25 トランクルーム及び貸し収納業者

- (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。

例：「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。」

26 ダイヤルサービス

- (1) 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うえ判断する。

27 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

- ① 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

- (2) 比較広告（根拠となる資料が必要）

- ① 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・体験できるもの

- ① 一部費用負担がある場合には、その旨明示すること。

例：「昼食代は実費負担です」、「入会金が別途必要です」等

- (4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

- ① 広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。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。

- (5) 肖像権・著作権

- ① 無断使用がないか、確認する。

- (6) 宝石の販売

- ① 虚偽の表現に注意する（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

- (7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

- (8) アルコール飲料

- ① 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

- ② 飲酒を誘発するような表現は禁止する。

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等