

○美郷町広告掲載基準

平成19年3月28日

告示第13号

(趣旨)

第1条 この告示は、美郷町広告掲載要綱（平成19年美郷町告示第12号）第3条第2項の規定に基づき、広告掲載に関し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 美郷町（以下「町」という。）の広告媒体に掲載する広告の内容及び表現は、社会的に信用度及び信頼度が高く、かつ、他者に不利益を与えない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、当該広告を掲出する地域の特性に配慮するとともに、良好な景観の形成に寄与し、風致を維持するものでなければならない。

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ものでなければならない。

2 この告示に定める屋外広告とは、島根県屋外広告物条例（昭和49年島根県条例第21号）第4条に定める許可を要するものをいう。

(個別の基準)

第4条 この告示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、別に基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第5条 次の各号に定め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)第2条に掲げる営業に該当するもの又はこれに類するもの
- (2) 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
  - (3) 医療、医薬品、化粧品等の広告で医療法(昭和23年法律第205号)、薬事法(昭和35年法律第145号)等に抵触するもの
  - (4) タバコに関するもの
  - (5) 占い、運勢判断等に関するもの
  - (6) 興信所、探偵事務所等
  - (7) 法律に定めのない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)
  - (8) 民事再生法(平成11年法律第225号)に規定する再生手続き中又は会社更生法(平成14年法律第154号)による更生手続き中の事業者
  - (9) 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事業者
  - (10) 不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号)その他の法令等に違反している事業者
  - (11) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
  - (12) 町税等の滞納がある事業者
- (掲載基準)

第6条 次の各号に定めのあるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 責任の所在が明確でないもの
- (2) 虚偽のおそれのあるもの
- (3) 他人の人権を侵害するもの
- (4) 人種・信条・性別・職業・境遇等による差別的な表現があるもの
- (5) 名誉毀損、プライバシーの侵害となる表現があるもの
- (6) 他人を誹謗し、中傷し又は排斥するもの
- (7) 誤認、錯誤させるおそれがあるもの

- (8) 暴力、賭博（公営ギャンブルを除く。）、麻薬、売春等の犯罪を肯定し、又は美化するような表現があるもの
- (9) 商標、著作物等が無断で使用したもの
- (10) 社会秩序を乱す表現があるもの
- (11) 宗教団体の勧誘又は布教活動に関連するもの
- (12) 政党及び政治団体の運動に関するもの
- (13) 法律で禁止されている商品、無許可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
- (14) 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
- (15) 町の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (16) 消費者保護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並びに誤認を招くような表現。ただし、根拠となる資料があるものは別とする。
    - 例：「世界一」「一番安い」等
  - イ 偶然の利益を労せずを得ようとする心情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 人材募集に係る広告については、労働基準法（昭和22年法律第29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・商品
  - カ 国家資格に基づかない者が行う療法等
- (17) 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、裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの

- イ 性的感情を著しく刺激するもの
  - ウ 犯罪を著しく誘発するおそれのあるもの
  - エ 粗暴性、残虐性を著しく助長するもの
- (18) その他町長が不適切であると判断したもの  
(屋外広告に関する自然景観上の基準)

第7条 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、自然の美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

- (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
  - (9) 地区計画等の各種計画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
- (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) 自動車等運転手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 水着姿、裸体姿等を表示し、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

(町のホームページに関する基準)

第9条 町が管理するホームページに掲載する広告に関しては、ホームページに掲載される広告だけでなく、当該広告がリンクしているホームページの広告内容についてもこの基準を適用する。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第10条 広告媒体の主管課長は、掲載の都度、具体的な表示内容等について、次の各項目に定める基準に基づき、掲載の可否を判断することとし、内容の訂正・削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。この場合において、広告主は正当な理由がある場合を除き、訂正・削除に応じなければならない。

(1) 人材募集広告

ア 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。

イ 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。

(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。

例：「1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。）

合格率などの実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。

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、施設が不明確なものは掲載しない。

(4) 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こと。

(5) 資格講座

ア 民間の業者が「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。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 「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せず、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。

エ 受講費用がすべ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、助産所

ア 医療法（昭和23年法律第205号）第69条又は第71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。

イ 不明な点は、島根県医療対策課又は県央保健所に確認する。

(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。

イ 不明な点は、島根県医療対策課又は県央保健所に確認する。

(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）

広告を掲載する事業者が、島根県薬事衛生課又は県央保健所で広告内容

についての了解を得ること。

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

広告を掲載する事業者が、島根県薬事衛生課又は県央保健所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) 障害者自立支援法（平成17年法律第123号）・介護保険法（平成9年法律第123号）に規定するサービス・その他高齢者サービス等

ア サービス全般（老人保健施設を除く・老人保健施設は医療法で規定）

(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分し、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、担当者名に限る。

(ウ) その他、サービスを利用するにあたって、有利であると誤解を招くような表示はできない。

例：「〇〇町事業受託事業者」

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、

(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すべて表示すること。

(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年公正取引委員会告示第3号）」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、担当者名等に限る。

(イ) その他利用にあたっては有利であると誤解を招くような表示はできない。

(11) 墓地等

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。

イ 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、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記する。

ウ 「不動産の表示に関する公正競争規約」による表示規則に従う。

エ 契約を急がせる表示はしない。

例：「早い者勝ち、残り戸数あとわずか」等

(13) 弁護士・税理士・公認会計士

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。

(14) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

イ 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」の掲載等

(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、カタログ等で本町が妥当と判断したもの

(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・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 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。

カ 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、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。

イ 性に関する表現で、露骨及びわいせつで感情や情欲をあおりたてるようなものは掲載しない。

ウ 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。

エ 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。

(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得ていない場合は、廃棄物を処理できる旨の表示はできない。

(19) 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こと（加盟証明が必要）を明記する。

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。

(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。

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 下記の主旨を明確に表示すること。

例：「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

(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。

例：「〇〇〇のバッグ50,000円」、「航空券 東京～出雲 10,000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

トランクルームは国土交通省から認定を受けている(マル適マーク付き)

トランクルームのみ掲載可能とする。

(24) 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うえ、判断する。

(25) その他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(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

広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。

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。また、法人格を有していない団体の場合には、責任の所在を明らかにするために、代表者を明記する。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認する。

カ 宝石の販売

虚偽の表現に注意（公正取引委員会に確認の必要あり。）

例：「メーカー希望小売価格の50%引き」（宝石には通常、メーカー希望小売価格はない。）等

キ アルコール飲料

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

附 則

この告示は、平成19年4月1日から施行する。