

鏡石町広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、鏡石町広告掲載要綱（以下「要綱」という。）第4条第2項の規定に基づき、広告を掲載する場合の基準について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 町の広告媒体に掲載又は掲出する広告は、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。

(広告審査に関する基本的な考え方)

第3条 本基準により町が広告を審査する場合には、本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・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮した上で、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・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4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、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、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ようなものであることが望ましい。

2 この基準に定める屋外広告が、屋外広告物法（昭和24年法律第189号）、福島県屋外広告物条例（昭和61年3月25日福島県条例第23号）、福島県屋外広告物条例施行規則（昭和61年7月4日福島県規則第56号）、鏡石町屋外広告物許可申請手数料条例（平成12年3月21日鏡石町条例第5号）に該当する場合は、事前に許可（許可の更新及び変更、並びに手数料の納付を含む。）を受けなければならない。

(広告媒体ごとの基準)

第5条 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、合理的な範囲で別途基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第6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）に規定する風俗営業とされる業種及びこれに類する業種
- (2) 貸金業法（昭和58年法律第32号）に規定する貸金業とされる業種
- (3) ギャンブルに関する業種
- (4) 法律に定めのない医療類似行為を行う業種
- (5) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (6) 法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行う業種
- (7) 民事再生法（平成11年法律第225号）に基づく再生手続又は会社更生法（平成14年法律第154号）に基づく更生手続を開始している事業者

- (8) 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律(平成3年法律第77号)に規定する暴力団及びそれらに準ずる業者
 - (9) 各種法令に違反している事業者
 - (10) 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
 - (11) 本町の町税を滞納している事業者
 - (12) その他社会問題を起こしている業種及び事業者
- (掲載基準)

第7条 次の各号に定めるものは、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、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、無認可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - ウ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
 - 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、不安を与えるおそれのあるもの
 - ク 社会的に不適切なもの
 - ケ 国内世論が大きく分かれているもの
- (2) 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 誇大な表現(誇大広告)及び根拠のない表示や誤認を招くような表現
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 射幸心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 人材募集広告については労働基準法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 国家資格等に基づか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 水着姿及び裸体姿等で広告内容に無関係で必要性のないもの。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
- ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現
- エ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
- オ ギャンブル等を肯定するもの
- カ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第8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、都市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、まちづくり協議指針、その他まちづくり又は都市整備のルール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9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) 自動車等運転者の注意力を散漫にするおそれがあるもの
 - ア 過度に読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
 - イ 水着姿及び裸体姿等を表示し、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 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(WEBページに関する基準)

第10条 広告主のWEBページにリンクをする広告(バナー広告等)に関しては、町のWEBページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先である広告主のWEBページの内容についても、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、鏡石町広告掲載要綱及びこの基準、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ページを閲覧者に斡旋又は紹介しているWEBページの広告は掲載しない。

(業種ごとの基準)

第11条 掲載する広告の表示内容等については、次に掲げる業種ごとの基準を考慮し審査する。

(1) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡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

ア 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)

ア 合格率など実績を載せる場合は、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。

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、施設が不明確なものは掲載しない。

(1) 外国大学の日本校

ア 次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。」

(2) 資格講座

ア 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。次の主旨を明確に表示すること。

「この資格は、国家資格ではありません。」

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しない。次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。」

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又は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まかなえるかのように誤認される表示はしない。

(3) 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及び獣医療法(平成4年法律第46号)第17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 提供する医療の内容が他の医療機関と比較して優良である旨を広告してはならない。

ウ 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。

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を推測的に述べることはできない。

オ 写真については、病院の全景又は当該医療機関が保有している医療設備、機器の写

- 真等、医療に密接に関わるものは広告できない。
- カ 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。赤十字のマーク及び名称は自由に用いることができない。
- (4) 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広告できない。
- ウ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設（整体院、カイロプラクテック、エステティック等）の広告は掲載できない。
- (5) 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）
- ア 薬事法（昭和 35 年法律第 145 号）第 66 条から第 68 条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所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
- イ 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。
- ウ 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・適正であることについて確認をとっていること。
- (6) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品
- ア 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）第 32 条の 2、薬事法第 68 条、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行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
- イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示できない。
- ウ 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（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、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)「鏡石町事業受託事業者」等
- イ 有料老人ホーム
- (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) 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。

(11) 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 不動産売買又は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、賃料及び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（平成15年公正取引委員会告示第2号）による表示規制に従う。

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

(12) 弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

ア 各業に関する法令及び監督団体等の定める広告規制に抵触する内容ではないこと。

(13) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。ただし、補償については、広告内にすべて記載してある必要はなく、詳細内容が記載されているホームページ等への誘導があればよいものとする。

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 等

(14) 通信販売業

ア 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第8条から第11条までの規定に反しないこと。

(15) 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 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。

カ 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。

キ 未成年、心身喪失者などの犯罪に関連した広告は、氏名及び写真は原則として表示しない。

ク 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。

(16) 映画・興業等

ア 暴力、賭博、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、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。

(17) 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)「回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄」等

(18) 結婚相談所・交際紹介業

ア 業界団体に加盟していること。

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 公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般社団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。

(19) 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（批判、中傷等）するものは掲載しない。

(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 次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。

例) 〇〇のバック 50,000 円、航空券 東京～大阪 10,000 円 等

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(22) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」については、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」については、会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用しない。また、次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

ア “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。

(24) ウィークリーマンション等

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。

(25) 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

ア 第6条で定める規制業種に該当する企業による、規制業種に関するもの以外の内容の広告は、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

例) たばこ製造・販売事業者の「禁煙マナー向上のための広告」等

(26) 金融商品

ア 投資信託等

(ア) 将来の利益が確実・保証されているような表現がないこと。また、利益について記載する場合は必ず予想に基づくものであることを明示すること。

(イ) 元本保証がない旨等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

イ 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等

(ア) 監督行政庁等の許可・登録等の商品取扱いに必要な資格を持った事業者であること。なお、名称や登録番号、業界団体会員であることは必ず明記すること。

(イ) 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。

(ウ) 利益保障がないこと及び損失が生じる可能性があること等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。

ウ その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、本項ア及びイの規定を準用する。

(27) 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

一部費用負担がある場合には、その旨を明示すること。

例) 「昼食代は実費負担」、「入会金が別途必要です」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、携帯電話のみは認めない。法人格を有しない団体の場合には、責任の所在を明らかにするために、代表者名を明記する。

オ 肖像権・著作権

無断使用でないか確認をする。

カ 宝石の販売

虚偽の表現に注意する。(公正取引委員会の確認の必要あり)

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)

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や事務所の所在地等の実態を確認すること。

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

- 1 この基準は、平成30年2月1日から施行する。
- 2 この基準の施行日前に掲載が決定された広告は、この基準に基づき決定されたものとみなす。