

剣淵町ホームページ広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、剣淵町ホームページバナー広告掲載要綱第2条第2項に規定する基準として定めるものであり、剣淵町のホームページの広告媒体（以下「広告媒体」という。）への広告掲載の可否は、この基準に基づき判断を行うものとする。

(広告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ないため、広告の内容及び表現は、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。

(広告媒体ごとの基準)

第3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、広告の内容、デザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、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4条 次に定める業種の広告は、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条に規定する風俗営業及び性風俗関連特殊営業並びにこれらに類似する業種
- (2) 消費者金融に係わる業種
- (3) たばこに係わる業種
- (4) 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2号に規定するインターネット異性紹介事業に関する業種
- (5) ギャンブルに係わる業種
- (6) 占い又は運勢判断等に係わる業種
- (7) 興信所、探偵事務所等に係わる業種
- (8) 法律の定めのない医療類似行為を行う業種
- (9) その他町長が広告を掲載することを不適切と認める業種

2 次に定める事業者の広告は、掲載しない。

- (1) 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）第2条第2号に規定する暴力団又は暴力団の構成員であると認められる事業者
- (2) 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）による再生又は更生手続中の事業者
- (3) 各種法令に違反している事業者
- (4) 法令等に基づく必要な許可等を受けていない事業者
- (5) 社会的信用を著しく損なうような問題を現に起こしている事業者
- (6) 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
- (7) その他町長が広告を掲載することを不適切と認める事業者

3 第1項に定める業種を含む複数の業種に携わる事業者については、同項に定める業種に関連しない内容の広告に限り、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ものとする。

(掲載基準)

第5条 次に定めるものは、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、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) 消費者被害の未然予防又は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又は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」等
 - ウ 人材募集広告については労働基準法（昭和22年法律第49号）等労働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又は商品
 - 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若しくは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、裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの。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、又は助長するような表現
 - ウ 残酷な描写等、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させ、又は想起させるもの
 - オ ギャンブル等を肯定するもの
 - カ 青少年の人体、精神又は教育に有害なもの

(業種ごとの基準)

第6条 広告媒体主管課は、次の各項目に定める業種ごとの基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

(1) 人材募集

- ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあっせんの疑いのあるものは掲載しない。
- イ 人材募集に見せかけて、商品、材料若しくは機材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。

(2) 語学教室等

安易さ又は授業料・受講料の安価さを強調する表現は掲載しない。

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 合格率等の実績を載せる場合は、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) 資格講座

ア 受講する資格講座の内容を明記すること。あたかも、国家資格であるといった誤解を招くような内容は掲載しない。

イ 講座受講だけで国家資格が取得できるような誤解を招かないように、資格取得に必要な事項を表示する。

例：「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」等

ウ 資格講座の募集に見せかけて、商品若しくは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 受講費用が全て公的給付で賄えるかのように誤認される内容は掲載しない。

(5) 病院、診療所、助産所等

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掲載しない。

イ 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等の広告は掲載しない。

ウ 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な広告は掲載しない。

エ 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治療方法については掲載しない。

オ 写真について、病院の全景又は当該医療機関が保有している医療設備、機器等、医療に密接に関わるものは掲載しない。

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示しなければならない。赤十字のマーク又は名称は自由に用いることができない。

(6) 施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復等）

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掲載しない。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は掲載しない。

ウ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設（整体院、カイロプラクティック、エステティック等）の広告は掲載しない。

(7) 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、コンタクトレンズ等）

ア 広告を掲載する事業者が、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についての了解を得ること。

イ 薬事法（昭和35年法律第145号）第66条から第68条までの規定に基づき掲載する。

ウ 次のような表示はしない。

（ア）最大級及びそれに類する表示

（イ）効能、効果又は安心を保証する表示

- 例：使用前後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等
- (8) いわゆる健康食品、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、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についての了解を得ること。
- イ 医薬品的な効能、効果、成分、用法、容量等について次のような表示はしない。
- 例：「1日3回、毎食後3錠お飲みください。」（服用に関する表示）「生活習慣病の予防に。」（効果効能の表示）「疲れ目を治します。」（特定部位への効果の表示）等
- (9) 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しない。
- イ 有料老人ホーム
- アに規定するもののほか、次の基準を満たすこと。
- (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3年3月28日老福第72号老人保健福祉部長通知）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似及び表示事項」の各類型の表示事項を全て表示すること。
- (イ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
- (ウ) 公正取引委員会の定める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しない。
- (10) 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、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、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17年公正取引委員会告示第23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
- (11) 弁護士・税理士・公認会計士等
- 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限る。
- (12) 旅行業
- ア 登録番号、所在地及び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

(13) 通信販売業

ア 会社の概要、取扱商品等を検討し、掲載が妥当と判断したものに限り掲載する。

イ 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条の規定に基づく広告であること。

(14) 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、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 性犯罪を誘発し、又は助長するような表現（文言又は写真）がないものであること。

エ 犯罪被害者（特に性犯罪又は殺人事件の被害者）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、残虐な言葉又は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、心神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 公の秩序又は善良な風俗に反する表現のないものであること。

(15) 映画・興業等

ア 暴力、賭博、麻薬又は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掲載しない。

オ ショッキングなデザインは掲載しない。

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。

(16) 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 廃棄物の処理及び清掃に関する法律（昭和45年法律第137号）第7条に規定する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掲載はできない。

例：「回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄」等

(17) 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る。

(18) 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）するものは掲載できない。

(19) 募金等

ア 募金内容は、社会福祉事業のための寄附金募集に限る。

- イ 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けたもので、その旨を明確に表示すること。
- (20) 質屋・チケット等再販売業
- ア 個々の相場、金額等の掲載はしない。
- 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掲載はしない。
- (21) 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）であり、その旨を明記する。
- イ 「貸し収納業者」は会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用せず、その旨を明記する。
- 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。」等
- (22) 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。
- (23) 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。
- (24) 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
- (ア) 広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。
- (イ) 広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。この場合において、連絡先は固定電話とし、携帯電話、PHSのみは認めない。
- (エ) 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
- 無断使用がないか確認をする。
- 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
- キ 個人輸入代行業等の個人営業広告
- 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、平成25年7月1日から施行する。