

## 筑紫野市刊行物等広告掲載指針

平成22年2月3日制定

### (趣旨)

第1条 この指針は、筑紫野市刊行物等広告掲載取扱要綱（平成22年筑紫野市要綱第1号）及び筑紫野市ホームページ広告掲載取扱要領（平成22年筑紫野市要領第2号）に定めるもののほか、掲載広告の基準及び掲載広告の表示内容等について必要な事項を定めるものとする。

### (基本的な考え方)

第2条 筑紫野市の刊行物等に掲載する広告は、社会的に信用度が高く、かつ、公序良俗に反せず市民に不利益を与えない中立性のある情報でなければならない。また、当該広告の内容及び表現は、これにふさわしい信用性及び信頼性を持てるものでなければならない。

### (掲載広告の基準)

第3条 掲載広告として適当でないと認められるものは、次のとおりとする。

#### (1) 前条の趣旨に照らして適当でないもの

- ア 刊行物等の公共性又はその品位を損なうおそれのあるもの
- イ 政治活動、宗教活動、意見広告又は個人の宣伝に係るもの
- ウ 個人、団体等の名刺広告
- エ 社会問題についての主義主張又は係争中の声明広告
- オ 公序良俗に反するもの
- カ 人権侵害、差別又は名誉き損のおそれがあるもの
- キ 他をひぼうし、中傷し、又は排斥するもの
- ク 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせ、又は不快を与えるおそれのあるもの
- ケ 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれがあるもの
- コ 国内世論が大きく分かれているもの

#### (2) 青少年保護又は取引の安全の観点から適切でない業種又は事業者の広告

- ア 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及び福岡県青少年健全育成条例（平成7年福岡県条例第46号）で規制される営業行為等
- イ 風俗営業類似の業種
- ウ 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業（消費者金融）
- エ 商品先物取引
- オ 法律に定めのない医療類似行為を行うもの

#### (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（昭和37年法律第134号）第4条第1項

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（昭和35年法律第145号）第66条から第68条までの規定に違反するもの

ウ その他広告に関する法令等の規定に違反するもの

(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（平成3年法律第77号）第2条第2号に定める暴力団その他反社会的団体及び特殊結社団体等その構成員がその活動のために利用する等、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若しくは暴力的行為を助長する表現又は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、市長等の許認可を受けていない、届出をしていない等、各種手続を行っていない社会福祉施設等の広告

エ 文部科学大臣又は都道府県知事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（国等の公的機関の助成制度等の適用を受けている団体は除く）

オ たばこに関する広告

カ 調査会社、探偵事務所等の広告

(5) 消費者保護の観点から適切でないもの

ア マルチ商法、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、又は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 エステティックサロン、美顔、痩身、脱毛、植毛、美容整形等、医療法上の診療科目以外の施術又は役務サービス業の広告

エ 法律に定めのある医業類似行為（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復）以外の広告

(6) その他掲載を不可とするもの

ア 著作権又は肖像権の侵害に当たるもの

イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘若しくはあつ旋の疑いがあるもの又は商品等の売りつけ若しくは資金集めを目的としているもの若しくはそのおそれがあるもの

ウ 社会問題を起こしている業種又は事業者

エ 民事再生法（平成11年法律第225号）又は会社更生法（平成14年法律第154号）による再生又は更生の途中で、再生又は更生の計画について認可の決定がされていない事業者

オ 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

カ あたかも市が推奨しているような表現のもの

キ 刊行物等の画面構成、主要な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

ク ギャンブルに関するもの（公営ギャンブル、宝くじ及びスポーツ振興くじは除く）

（掲載広告の表示内容等）

第4条 掲載広告の表示内容等については、掲載のつど次の項目について検討し判断するものとする。

(1) 消費者被害を未然に防止し、又は拡大防止する観点から次の点に留意し、適切でないものは、掲載しない。

ア 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」、「最上級」、「一番安い」、「永遠」、「完ぺき」等の表現を使用するときは、根拠となる資料を要する。

イ 射幸心を著しくあおる表現は、禁止する。

例：「これが最後のチャンス」、「今だけ」等

(2) 青少年保護の観点から、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姿等で出品作品の一例として提出するものは、そのつど適否を検討する。

ア 一般的告知広告における裸体姿等

イ 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

ウ 暴力又は犯罪を肯定し、助長するような表現

エ 残酷な描写等、善良な風俗に反するような表現

(3) 語学教室等 安易さ又は授業料若しくは受講料の安価さを強調するような表現は、使用しない。

例：「1箇月で確実にマスターできる」、「一番授業料が安い」等

(4) 学習塾、予備校等（専門学校を含む。）

ア 合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示し根拠を明確にする。

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、内容及び施設が不明確なものは、掲載しない。

(5) 外国大学の日本校 次の趣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」

(6) 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、次の趣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」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、次の趣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及び資金集めを目的としているものは、掲載しない。

エ 受験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。

(7) 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の規定により広告することができる事項以外は、一切広告することができない。

イ 獣医療法（平成4年法律第46号）第17条の規定の範囲内で表示すること。

ウ 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。

エ 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。

オ 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。

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。ただし、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。

キ その他不明な点は、事業所所在地を所管する地方公共団体の医務薬事担当課（筑紫野市は筑紫保健福祉環境事務所）に確認すること。

(8) 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することができる事項以外は、一切広告することができない。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、広告することができない。

ウ 法律に定めのある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、掲載することができない。

エ その他不明な点は、事業所所在地を所管する地方公共団体の医務薬事担当課（筑紫野市は筑紫保健福祉環境事務所）に確認すること。

(9) 薬局、薬店、医薬品、医療部外品、化粧品及び医療器具（健康器具、コンタクトレンズ等）

ア 医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療器具は、薬事法第66条から第68条までの規定の範囲内で掲載する。なお、次のような表示は掲載することができない。

(ア) 最大級及びそれに類似する表示

(イ) 効能、効果及び安心を保証する表示（使用前及び使用後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等）

イ 広告を掲載する業者が、事業所所在地を所管する地方公共団体の医務薬事担当課（筑紫野市は筑紫保健福祉環境事務所）で広告の内容についての了解を得ること。

(10) 健康食品、保健機能食品類及び特別用途食品

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条及び食品衛生法（昭和22年法律第233号）第20条に反しないこと。

イ 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能及び効果について表示することができない。

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。

エ 広告を掲載する業者が、事業所所在地を所管する地方公共団体の医務薬事担当課（筑紫野市は筑紫保健福祉環境事務所）で広告の内容についての了解を得ること。

(11) 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：筑紫野市事業受託事業者等

イ 介護老人保健施設 介護保険法第98条の規定により次に掲げる事項以外は、一切広告することができない。なお、(ウ)については福岡県高齢者福祉担当課に確認すること。

(ア) 施設の名称、電話番号、所在地、勤務する医師及び看護師の氏名

(イ) (ア)に掲げる事項のほか、厚生労働大臣の定める事項

(ウ) その他都道府県知事の許可を受けた事項

ウ 有料老人ホーム (イ)については福岡県高齢者福祉担当課に確認する

こと。

(ア) 2(11)アに規定するもののほか、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) 公正取引委員会が不当景品類及び不当表示防止法第4条第1項第3号の規定により策定した「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、掲載することができない。

## エ 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。

## (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、認可免許証番号等を明記し、不動産の売買又は賃貸の広告の場合は取引態様、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。

イ 全国公正取引協議会連合会が定める「不動産の表示に関する公正競争規約」による表示規制を遵守すること。

ウ 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、税理士、公認会計士、行政書士、司法書士等 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定し、顧問先又は依頼者名の表示はしない。

(14) 墓地、霊園等 県知事又は市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。

## (15) 銀行

ア 広告内容については、全国銀行公正取引協議会が定める「銀行業における表示に関する公正競争規約」に基づいたものであること。

イ 金銭の貸付けに関する広告は、掲載しない。

## (16) 証券会社

ア 広告の内容については、日本証券業協会が定める「広告及び景品類の提供に関する規則」公正慣習規則第7号に基づいたものであること。

イ 商品及びサービスに関して有利な表示だけでなく、リスク及び取引ルールについても表示すること。

ウ 金銭の貸付けに関する広告は、掲載しない。

(17) 保険会社

ア 広告の内容については、保険業法（平成7年法律第105号）第300条第1項第6号及び第7号並びに金融庁が示す「保険会社向けの総合的な監督指針」に基づいたものであること。

イ 保障対象にならない病気、時期等、契約者に不利な条件もわかりやすく表示すること。

(18) 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。

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 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。

(19) 通信販売業

ア 広告の内容については、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条の規定を遵守し、次に掲げる事項を明確に表示すること。

(ア) 連絡先、商品名、内容（何らかの条件、制限等がある場合はその内容を含む）、価格、送料、返品等に関する事項

(イ) 申込方法及び期限

(ウ) 引渡し方法及び時期

(エ) 支払方法及び時期

イ 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(20) 雑誌、週刊誌等

ア 適正な品位を保った広告であること。

イ 見出し又は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ること。

ウ 性犯罪を誘発し、又は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（特に性犯罪又は殺人事件の被害者）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、残虐な言葉又は扇情的な言い回しを避け、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 公の秩序又は善良な風俗に反する表現のないものであること。

(21) 映画、興行等

ア 暴力、とばく、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、一部分を誇張した表現等は、使用しない。

オ 衝撃的なデザインは、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。

(22) 占い及び運勢判断

ア 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容等に限定する。

イ 占い又は運勢判断に関する出版物は、そのつど判断する。

ウ 料金及び販売について明示する。

(23) 古物商、リサイクルショップ等

ア 営業形態に応じて、古物営業、廃棄物処理業等、必要な法令等に基づく許可を受けていること。

イ 一般廃棄物処理業に係る市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、引き取り、処理、処分、撤去、廃棄等

(24) 結婚相談所及び交際紹介業

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内容等に限定する。

(25) 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内容等に限定する。

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。

(26) 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： 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。

(27) 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」の名称を使用

せず、次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」  
等

(28) ダイヤルサービス ダイヤルQ 2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。

(29) クレジット 掲載内容については、貸金業法第15条及び第16条並びに割賦販売法（昭和36年法律第159号）第3条、第29条の2及び第30条を遵守すること。ただし、金銭の貸付けに関する内容は、掲載しない。

(30) 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 次の趣旨を明確に表示すること。

「 〇〇 募金は、 〇〇 知事（厚生労働大臣）許可を受けた募金活動です」

(31) 金融商品

ア 投資信託等

(ア) 将来の利益が確実であるような、又は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、登録番号及び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、有利性等を強調し、投機心をいたずらにあおるものではないこと。

(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。

(32) ウィークリーマンション 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。

例：共同住宅の場合は建築基準法に基づく確認等、ホテル形式の場合は旅館業法に基づく許可

(33) 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は、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（根拠となる資料を必要とする） 主張する内容が客観的に実証されていること。

ウ 無料で参加及び体験ができるもの 一部費用負担がある場合は、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

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、法人名を明示する。

(イ) 広告主の所在地及び連絡先の両方を明示する。この場合において、連絡先については固定電話とし、携帯電話及びPHSのみは認めない。

オ 肖像権及び著作権 無断使用がないか、確認する。

カ 宝石の販売 虚偽の表現に注意する（公正取引委員会に確認する必要がある）。

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 個人輸入代行業務の個人営業広告

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) お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

(ウ) 飲酒運転禁止の文言を表示すること。

例：「飲酒運転は、法律で禁止されています」等

（リンク先ホームページへの準用）

第5条 広告主が指定するホームページにリンクする広告に関しては、市ホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先ホームページの内容についても、ホーム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、この指針の全部又は一部を準用することができる。

（補則）

第6条 この指針に定めるもののほか必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この指針は、平成22年2月3日から施行する。