

北谷町有料広告掲載基準

制定 平成31年3月1日 北企30第8677号

(趣旨)

第1条 この基準は、北谷町有料広告掲載取扱要綱（平成30年北谷町告示第43号）第3条の規定に基づき、広告掲載に関する基準について定めるものとする。

(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する広告は、社会的な影響が大きいことに鑑み、広告内容及び表現は、高い信用性及び信頼性があるものでなければならない。

(広告審査にあたっての基本的な考え方)

第3条 広告掲載を審査する場合は、関係法令等の規定を遵守するとともに、町民及び町内事業者への影響、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、この基準の合理的な解釈及び適用を行うものとする。

(広告媒体ごとの基準)

第4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、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、別に基準を定めることができる。

(WEBページに関する基準)

第5条 広告主のWEBページにリンクをする広告（バナー広告等を含む。）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させることができる。

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、北谷町有料広告掲載取扱要綱及びこの基準、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。

(規制する業種又は事業者)

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）で、風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 消費者金融
- (4) たばこ（たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等は除く。）
- (5) ギャンブルに係るもの
- (6) 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

- (7) 法律の定めのない医業類似行為を行うもの
 - (8) 占い又は運勢判断に関するもの
 - (9) 興信所・探偵事務所等
 - (10) 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）で、連鎖販売取引と規定される業種
 - (11) 違法な債権取立て、示談引受け等をうたったもの
 - (12) 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もの
例： 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）に基づく町長の許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合において、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する）
 - (13) 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154号）に基づく再生・更生手続中の事業者
 - (14) 各種法令に違反しているもの
 - (15) 行政機関からの行政指導を受け、改善が見込まれないもの
 - (16) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律134号）に違反しているもの
 - (17) 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該当するもの
 - (18) 北谷町暴力団排除に関する条例（平成23年北谷町条例第11号）第2条第1号に規定する暴力団並びに暴力団若しくは暴力団員の威圧を利用し、又は暴力団の維持、運営に協力し、若しくは関与している事業者
 - (19) 町税を滞納している事業者
 - (20) 前各号に掲げるもののほか、広告媒体に掲載する業種又は事業者として不適当であると町長が認めるもの
- 2 町の広告媒体所管課は、広告掲載に関する申込みを受けたときは、直ちに前項の規定に基づく事業者に関する要件確認審査（事業者審査）を行うものとする。
- （広告内容審査）
- 第7条 町の広告媒体所管課は、広告の掲載に先立ち、次条以下に定める基準に従い、広告内容に関する審査を行うものとする。
- （広告内容に関する規制基準）
- 第8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 町が実施する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又は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、根拠のない表示及び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、根拠となる資料の提出及び広告内への根拠の明示を要する。）

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 虚偽の内容を表示するもの

エ 法令等で認められていない業種・商法・商品

オ 国家資格等を有さない者が行う療法等

カ 責任の所在が明確でないもの

キ 広告の内容が明確でないもの

ク 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 暴力又は犯罪を肯定し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・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

(業種ごとの基準)

第9条 広告媒体所管課が広告内容に関する審査を行う際の業種ごとの基準は、次のとおりとする。

- (1) 各業種又は商品・サービスについて、必要な許可・免許等の有無、業界団体等への加盟状況、広告表示関連法令等の違反の有無等について不明な点は、広告を掲載する事業者又は広告を取扱う広告代理店に確認をするものとする。
- (2) この基準又は関連法令等に抵触するおそれのあるものについては、関連法令所管行政庁に相談するものとする。

(業種ごとの広告内容の基準)

第10条 掲載する広告内容は、業種ごとに記載した別表の基準を参考にするものとする。ただし、別表に記載のない業種は、法令等を遵守した広告内容にしなければならない。

別表（第10条関係）

業種	広告内容の基準
1 人材募集広告	<p>(1) 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関連法令を遵守すること。</p> <p>(2) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあつ旋の疑いのあるものは認めない。</p> <p>(3) 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。</p>
2 語学教室等	<p>安易さや授業料・受講料の安さを強調する表現は使用しない。</p> <p>（例：1か月で確実にマスターできる等）</p>
3 学習塾・予備校等（専門学校を含む。）	<p>(1) 合格率などの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こと。</p> <p>(2) 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。</p>
4 外国大学の日本校	<p>次の主旨を明確に表示すること。</p> <p>「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。」</p>
5 資格講座	<p>(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。</p> <p>次の主旨を明確に表示すること。</p> <p>「この資格は国家資格ではありません。」</p> <p>(2) 講座受講だけで資格が取得できるような紛らわしい表現は使用せず、資格取得に必要な事項を表示すること。</p> <p>次の趣旨を明確に表示すること。</p> <p>「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 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表示はしない。</p>

<p>6 病院、診療所、助産所等</p>	<p>(1) 広告できる事項は、医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5及び第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないこと。（バナー広告のリンク先である病院等のホームページを含む。）</p> <p>(2) 広告を掲載する事業者が、病院等の所在地を所管する行政機関の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。</p>
<p>7 施術所（あん摩・マッサージ・指圧・はり・きゅう・柔道整復）</p>	<p>(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（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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 法定の施術所以外の医業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。</p> <p>(4) 広告を掲載する事業者が、施術所の所在地を所管する行政機関の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。</p>
<p>8 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具等（健康器具、コンタクトレンズ等）</p>	<p>(1) 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第66条から第68条まで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の所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 広告を掲載する事業者が、薬局等の所在地を所管する行政機関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。</p>
<p>9 健康食品、保健機能食品、特別用途食品等</p>	<p>(1) 健康増進法（平成14年法律第103号）第31条、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第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</p>

	<p>管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。</p> <p>(2) 食品については、食品表示法（平成25年法律第70号）に基づく食品表示基準に基づいて表示すること。</p> <p>(3) 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できない。</p> <p>(4) 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。</p> <p>(5) 広告を掲載する事業者が、食品会社等の所在地を所管する行政機関の薬務担当部署及び食品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。</p>
<p>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・高齢者サービス等</p>	<p>(1) サービス全般（介護老人保健施設を除く。）</p> <p>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、著しく誤解を招く表現を用いないこと。</p> <p>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。</p> <p>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：「北谷町事業受託事業者」等</p> <p>(2) 有料老人ホーム</p> <p>(1)に規定するもののほか、次の規定に適合していること。</p> <p>ア 当該施設の指導監督権限を有する行政機関の「有料老人ホーム設置運営指導指針」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全て表示すること。</p> <p>イ 当該施設の指導監督権限を有する行政機関の指導に基づいたものであること。</p> <p>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）」及び同表示の運用基準に抵触しないこと。</p> <p>(3) 有料老人ホーム等の紹介業</p>

	<p>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、担当者名等一般的なものとする。</p> <p>イ その他利用に当たって著しく有利であると誤解を招くような表示はできない。</p> <p>(4) サービス付き高齢者向け住宅</p> <p>ア 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第22条第1号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」(平成23年厚生労働省・国土交通省告示第5号)に関する事項を遵守すること。</p> <p>イ 本基準別表「12 不動産業」の規定を遵守すること。</p> <p>(5) 介護老人保健施設</p> <p>介護保険法(平成9年法律第123号)第98条の規定により広告できる事項以外は広告できない。</p>
1 1 墓地等	都道府県知事又は町長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。
1 2 不動産業	<p>(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こと。</p> <p>(2) 不動産の取引に関する広告の場合は、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とともに、「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ものとする。</p> <p>(4) 契約を急がせる表示は掲載しない。</p> <p>例：「早い者勝ち」、「残り戸数あとわずか」等</p>
1 3 弁護士、司法書士、行政書士、税理士、公認会計士等	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ないこと。
1 4 旅行業	<p>(1) 登録番号、所在地及び補償の内容を明記すること。ただし、補償については、広告内に全て記載する必要はなく、詳細内容が掲載されているホームページ等への誘導等があればよいものとする。</p> <p>(2) 不当表示に注意すること。</p> <p>例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等</p> <p>(3) その他広告表示について旅行業法(昭和27年法</p>

	<p>律第239号)第12条の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。</p>
15 通信販売業	<p>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条並びに特定商取引に関する法律施行規則(昭和51年通商産業省令第89号)第8条から第11条の規定に反しないこと。</p>
16 雑誌、週刊誌等	<p>(1) 適正な品位を保った広告であること。 (2) 見出し又は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、写真等)がないものであること。 (4) 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。 (5) タレントなど有名人の個人的行動に関しては、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。 (7) 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。 (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。</p>
17 映画、興行等	<p>(1) 暴力、賭博、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。 (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) 内容を極端に歪めたり、一部のみを誇張した表現等は使用しない。 (5) 衝撃的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。</p>

	(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こと。
18 古物商・リサイクルショップ等	(1) 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。 (2) 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
19 結婚相談所・交際紹介業	(1) 業界団体に加盟していること。 (2) 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等を原則とする。 (3) 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（一般財団法人 日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを所得している等）。
20 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。
21 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：〇〇のバッグ50,000円、航空券 東京～福岡15,000円等 (2) 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	(1) 「トランクルーム」は国土交通省の「優良トランクルーム」の認定を受けた事業者であること。また、認定を受けている旨及び認定番号を表示すること (2) 「貸し収納業者」は会社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 ウィ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 金融商品	(1) 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

	<p>りやすく表示すること。</p> <p>(2) 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等</p> <p>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。</p> <p>イ 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。</p> <p>ウ 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらにあおるものでないこと。</p> <p>エ 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。</p> <p>(3) その他金融商品</p> <p>当該金融商品の内容に応じ、(1)及び(2)の規定を準用する。</p>
25 宝石販売	<p>虚偽の表現に注意すること。（公正取引委員会に確認をとること。）</p> <p>例：「メーカー希望価格の50%引き」等</p> <p>※宝石には通常、メーカー希望価格はない</p>
26 個人輸入代行業者等の個人営業広告	<p>必要な資格の取得状況及び事務所の所在地等の実態を確認すること。</p>
27 アルコール飲料	<p>(1) 未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。</p> <p>例：「お酒は20歳を過ぎてから」等</p> <p>(2) 飲酒を誘発するような表現の禁止</p> <p>例：「お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿」等</p>
28 その他表示について注意すること	<p>(1) 割引価格の表示</p> <p>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。</p> <p>例：「メーカー希望小売価格の30%引き」等</p> <p>(2) 比較広告（根拠となる資料が必要）</p> <p>主張する内容が客観的に実証されていること。</p> <p>(3) 無料で参加・体験できるもの</p> <p>費用がかかる場合には、その旨明示すること。</p> <p>例：「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります」等</p> <p>(4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告</p> <p>ア 原則として広告主の法人の正式名称（例：株式会社</p>

〇〇)を明記する。広告主が法人格を有しない団体である場合にあっては、代表者名を明記する。ただし、広告の内容から広告主の法人名等が明らかである場合には、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。

イ 原則として広告主の所在地及び連絡先を明示する。ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地、連絡先を記載することにより、かえって町民等の誤解を招く場合には、広告主に代えて、問合せ先の所在地及び連絡先を記載することができる。

ウ 連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHS又はIP電話のみは認めない。

(5) 肖像権・著作権の使用

無断使用がないか確認をする。

(6) 消費税表記

消費税の課税対象となる商品・サービス等の価格は、原則として、総額表示(税込み価格を表示)とする。ただし、国税庁「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法(平成25年法律第41号)」の適用期限内で、「現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置」を講じていれば税込価格を表示することを要しないものとする。

誤認されないための措置例：「10,000円(税抜)」
「10,000円(本体価格)」等