

朝倉市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、市の財産を広告媒体として活用するに当たり、掲載する広告の範囲等について、必要な事項を定めるものとする。

(判断基準)

第2条 市長は、広告掲載の可否について、この基準に基づき判断を行うものとする。

(広告媒体ごとの基準)

第3条 この基準に定めるもののほか、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、別に基準を定めることができる。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第4条 市の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。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第5条 屋外広告（福岡県屋外広告物条例（平成14年福岡県条例第35号）第5条に定める許可を要するものをいう。以下同じ。）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。

2 屋外広告は、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。

(規制業種又は事業者)

第6条 次に掲げる業種又は事業者の広告は、広告掲載してはならない。

- (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に該当する業種及びこれに類似する業種
- (2) たばこに関する業種
- (3) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。以下同じ。）に関する業種
- (4) 占い又は運勢判断に関する業種
- (5) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (6) 法律に定めのない医療類似行為を行う事業者
- (7) 興信所・探偵事務所等を営む事業者
- (8) 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・更生手続中の事業者
- (9) 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）に規定する暴力団その他反社会的団体又はそれらに関連すると認めるに足りる相当の理由のある事業者
- (10) 各種法令に違反している事業者

- (1 1) 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
- (1 2) 朝倉市指名停止等措置要綱（平成20年朝倉市告示第144号）に基づく指名停止を受けている事業者
- (1 3) 市税等を滞納している事業者
- (1 4) 前各号に掲げる規制対象となっていない業種で、社会問題を起こしている業種又は事業者
- (1 5) その他市の財産を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として適当でない認められるもの

(掲載基準)

第7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、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 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
 - エ 市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な目的とするもの
 - 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（昭和22年法律第49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然性のないもの。ただし、出品作品の一例また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、精神及び教育に有害なもの

(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等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があるものは、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
(業種ごとの基準)

第10条 掲載する広告の表示内容については、次の各号に定める業種ごとの基準に留意するものとする。なお、医療、老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法に抵触するおそれがあるものについては、関係法令等の所管行政庁に確認するものとする。

(1) 人材募集

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、掲載しない。

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

安易さ及び授業料、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、専門学校等

ア 合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する(根拠となる資料が必要)。

イ 通信教育、講習会、塾、学校その他これらに類する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

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。

例)「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。」等

(5) 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、当該資格が国家資格ではない旨を明確に表示する。

例)「この資格は国家資格ではありません。」等

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、当該資格取得には、別に国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示する。

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、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。

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をしてはならない。

(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等と比較して優良である旨の表示をしてはならない。
 - ウ 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。
 - エ マークを表示することはできるが、そのマークが示す内容を文字により併せて表記しなければならない。また、赤十字のマークや名称を自由に用いることはできない。
- (7) 施術所（あん摩マツサージ指圧、はり、きゆう、柔道整復）
- ア あん摩マツサージ指圧師、はり師、きゆ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、カイロプラクティック、エステティック等）の広告は掲載できないため、業務内容の確認は必ず行う。
- (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、事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。
- (9) 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、事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。
- (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) 介護保険法に規定する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) 事業者に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。
 - (ウ) 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。
例)「朝倉市事業受託事業者」等
 - イ 老人保健施設
 - 介護保険法第98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。
 - ウ 有料老人ホーム
 - (ア) 有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年7月18日付け厚

生労働省老健局長通知)に規定する事項を遵守し、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) 事業者所在地を所管する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。

エ 有料老人ホームの紹介業

(ア) 事業者に関する表示は、法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限る。

(イ) 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) 墓地等

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。

(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、連絡先、宅地建物取引業法(昭和27年法律第176号)に規定する免許証番号等を明記する。

イ 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15年公正取引委員会告示第2号)による表示規制に従うものとする。

ウ 契約を急がせるような表示のものは、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、公認会計士、税理士等

掲載内容は、名称、所在地、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) 旅行業

ア 企画旅行の広告は、旅行業法(昭和27年法律第239号)に規定する登録番号、事業者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」等

ウ その他広告表示について旅行業法第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定める公正競争規約に反しないこと。

(15) 通信販売業

ア 会社の概要及び商品カタログ等を検討し、本市が妥当と判断したもの限り掲載する。

イ その他広告表示について旅行業法第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定める公正競争規約に反しないこと。

(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等は、青少年保護等の点で適切なものであること

及び不快感を与えないものであること。

ウ 性犯罪を誘発及び助長するような表現（文言及び写真等）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的行動に関して、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 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであること。

(17) 映画、興業等

ア 暴力、とばく、麻薬、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。

(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市長の許可を受けていない場合は、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

ア 結婚相手紹介サービス協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、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、一般的な事業案内等に限定する。

イ 主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）する出版物の広告は、掲載しない。

(21) 募金等

ア 社会福祉法（昭和26年法律第45号）第73条に定める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ていること。

ウ 募金等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。」等
- (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～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。
- (23) トランクルーム及び貸し収納業者
- ア 「トランクルーム」倉庫業法(昭和31年法律第121号)に規定する国土交通大臣の認定を受けた業者(認定マーク付き)であることが必要。
- イ 「貸し収納業者」は、事業者以外に「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
- (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、内容を確認の上判断する。
- (25) ウィークリーマンション等
- 営業形態に応じて、法令等に基づく必要な許可等を受けていること。
- (26) 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
- 第7条で定める規制業種に該当する事業者による、規制業種に関連するもの以外の内容の広告は、基準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「喫煙マナー向上のための広告」等
- (27) その他表示について注意を要するもの
- ア 割引価格
- 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
- 主張する内容が客観的に実証されていること(根拠となる資料が必要)。
- ウ 無料で参加、体験できるもの
- 費用がかかることがある場合は、その旨を明示すること。
- 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、事業者所在地及び連絡先を明記する。連絡先については固定電話とし、携帯電話又はPHSのみは認めない。ただし、法人格を有しない団体の場合は、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 肖像権及び著作権
- 無断使用がないか確認すること。
- カ 宝石販売業
- 虚偽の表現に注意すること(公正取引委員会に確認が必要)。

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 個人輸入代行業等の個人営業広告

法令等に基づく必要な許可等の取得状況や事業者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

この基準は、平成23年12月22日から施行する。