

南島原市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、南島原市広告掲載要綱（平成19年南島原市告示第102号）第3条第2項に規定する基準として定めるものであり、広告媒体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。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2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ぬため、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。

2 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。

(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、別に基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第4条 次に掲げ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
- (5) ギャンブル
- (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療類似行為を行う施設
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの

- (11) 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）に基づく市長の許可を受けず、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、作業代等を要求し、実質的に処理料金を徴収するものも該当する。）
- (12) 民事再生法（平成11年法律第125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
- (13) 各種法令に違反しているもの
- (14) 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
- (15) 市税を滞納している者。市内に本社、支店、営業所等（以下「営業所等」という。）を有しない事業者にあつては、広告掲載等を行う営業所等が存する市町村に係る市町村税を滞納している者
(掲載基準)

第5条 次に掲げるものは、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 市の広告事業の円滑な運営に支障を来たすもの
 - 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、利用者を惑わせて、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等
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 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6条 屋外広告の内容、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、商品名等を著しく繰り返すもの

(2) 彩度の高い色、原色、金銀色等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) 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7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 読ませる広告、4コマ漫画等ストーリー性のあるもの

イ ヌード、水着姿等を表示し、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 絵柄や文字が過密であるもの

(ホームページに関する基準)

第8条 ホームページへの広告に関しては、ホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているホームページの内容についてもこの基準を適用する。

2 ホームページ内のリンク機能等により、他のホームページへ誘導、あつ旋又は紹介を主な目的としているホームページの広告は、掲載しない。

(業種ごとの基準)

第9条 広告媒体主管課は、掲載の都度、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。この場合において、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のあるものについては、それぞれ関係する窓口にご相談するものとする。

1 人材募集広告

(1) 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、認めな

い。

- (2) 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箇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。）

- (1) 合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。
- (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、内容又は施設が不明確なものは、掲載しない。

4 資格講座

- (1) 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、使用しない。下記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。」

- (2) 「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、使用しない。下記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。」

- (3) 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。
- (4) 受講費用がすべ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。

5 病院、診療所、助産所

- (1) 医療法（昭和23年法律第205号）第69条又は第71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。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (4) 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。
- (5) 写真については、病院の全景や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。

- (6) 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。また、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。
- (7) 不明な点は、長崎県福祉保健部医療政策課へ確認する。
- 6 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）
- (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。
- (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。
- (3) 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。
- (4) 不明な点は、長崎県福祉保健部医療政策課へ確認する。
- 7 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、事業者の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。
- 8 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品
- 広告を掲載する事業者が、事業者の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。
- 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
- (1) 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：「南島原市事業受託事業者」等

(2) 有料老人ホーム

(1)に規定するもののほか、次に掲げる事項を遵守しなければならない。

ア 「有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年3月31日老発第0331002号厚生労働省老健局長通知）」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。

(3) 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。

10 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。

11 不動産事業

(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。

(2) 不動産売買や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。

(3) 「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。

(4) 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、税理士、公認会計士等

掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。

13 旅行業

(1) 登録番号、所在地及び補償の内容を明記する。

(2) 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

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

15 雑誌、週刊誌等

- (1) 適正な品位を保った広告であること。
- (2) 見出しや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、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）がないものであること。
- (4) 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。
- (5) タレント等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。
- (6) 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。
- (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。

16 映画、興行等

- (1) 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。
- (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) 内容を極端にゆがめて、一部分のみを誇張した表現等は、使用しない。
- (5) ショッキングなデザインは、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。
- (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。

17 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

18 結婚相談所・交際紹介業

掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。

19 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、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。

20 募金等

(1) 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。

(2) 下記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

(1) 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

(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、国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であること。

(2) 「貸し収納業者」は、会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用しない。
また、下記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

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

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

この基準第5条で定める規制業種に該当する企業による、規制業種に関連するもの以外の内容の広告は、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。

26 その他、表示について注意を要すること

(1) 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

(2) 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。

(3) 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

(4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

広告主の名称、所在地、電話番号を明示する。また、広告主が法人格を有しない場合は、責任の所在を明らかにするために、代表者名を明記する。ただし、所在地に店舗又は事務所が存することを明確に確認できる場合は、代表者名を省略することができる。

(5) 肖像権・著作権

無断使用がないか確認する。

(6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意（公正取引委員会に確認の必要あり。）すること。

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

(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

(8) 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19年7月10日から施行する。

附 則

この基準は、平成22年4月15日から施行する。

附 則

この基準は、平成29年4月10日から施行する。

附 則

この基準は、令和元年9月20日から施行する。