

## 太宰府市有料広告掲載基準

制定 平成 18 年 9 月 5 日（部長決裁）

改定 平成 20 年 12 月 8 日（部長決裁）

改定 平成 22 年 10 月 14 日（部長決裁）

### （趣旨）

- 1 この基準は、太宰府市有料広告掲載に関する基本要綱（平成 18 年要綱第 11 号）第 3 条に規定する広告掲載の適否を判断する基準として、必要な事項を定める。

### （基本的な考え方）

- 2 太宰府市の広告媒体に掲載する広告は、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、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。

### （広告掲載の基準）

- 3 以下に該当する広告は、広告媒体に掲載しないものとする。

#### 【1】前記 2 の趣旨に照らして適当でないもの

- ア 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
- イ 選挙、政党・政治団体等、政治活動に関連するもの
- ウ 人権侵害、差別、名誉き損のおそれがあるもの
- エ 個人、団体等の意見広告及び名刺広告
- オ 社会問題についての主義主張や係争中の声明広告
- カ 国内世論が大きく分かれているもの
- キ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- ク 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- ケ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不快を与えたりするおそれのあるもの
- コ 公衆に不快の念又は危害を与えるおそれがあるもの

#### 【2】青少年保護、取引の安全の観点から適切でない業種、事業者の広告

- ア 風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）に定める風俗営業、風俗関連営業及び福岡県青少年健全育成条例（平成 7 年条例第 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
- エ 商品先物取引

オ 法律の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条各項に規定する表示に該当すると認められる広告

【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などその構成員がその活動のために利用するなど、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又は暴力的行為を助長する表現及び著しく性的感情を刺激する表現である広告

ウ 都道府県知事又は市の許認可を受けていない、届け出をしていないなど、各種手続を行っていない社会福祉施設等の広告

エ 文部科学省・都道府県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（ただし、国などの公的機関の助成制度など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たり、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、美容整形など、医療法上の診療科目以外の施術、役務サービス業の広告

エ 法で定められた医業類似行為（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・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、肖像権の侵害にあたるもの

イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっ旋の疑いのあるものや、商品等の売りつけや資金集めを目的としているもの又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や事業者

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・更生手続中で、再生・更生計画について認可決定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 あたかも本市が推奨しているような表現のもの
- キ 広告媒体の、画面構成、主要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

(表現内容等留意事項)

4 具体的な表示内容等については、掲載の都度、次の各項目について検討し判断することとする。

【1】消費者被害未然・拡大防止の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」「一番安い」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:「今が・これが最後のチャンス」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等で出品作品の一例として提出するものは、その都度適否を検討する。

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 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現

エ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現

【3】語学教室等

ア 安易さや授業料・受講料の安価さを強調するような表現は使用しない。

例: 一か月で確実にマスターできる 等

【4】学習塾・予備校等(専門学校を含む。)

ア 合格率など実績を載せる場合は、実績年もあわせて表示し根拠を明確にする。

【5】外国大学の日本校

ア 下記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」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。下記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」などの講座には、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や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

- ア 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5及び6条の7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を広告してはならない。
- ウ 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な広告を行ってはならない。
- エ 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。
- オ 病院等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。
- 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。赤十字のマークや名称は自由に用いることができない。
- キ 不明な点は、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（太宰府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。

エ 不明な点は、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（太宰府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、医療器具（健康器具、コンタクトレンズ等）

ア 広告を掲載する業者が、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（太宰府市は筑紫保健福祉環境事務所）で広告内容についての了解を得ること。

【10】いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 広告を掲載する業者が、事業所所在地を所管する地方自治体の医務薬事担当課（太宰府市は筑紫保健福祉環境事務所）で広告内容についての了解を得ること。

【11】介護保険法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）

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。

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。

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： 太宰府市事業受託事業者 等

イ 有料老人ホーム

前項に規定するものの他、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。

所管都道府県の指導に基づいたものであること。

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号の規定に基づき策定した「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できない。

ウ 有料老人ホーム等の紹介業

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。

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する。

イ 不動産売買や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、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」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

**【13】弁護士・税理士・公認会計士等**

ア 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。

**【14】旅行業**

ア 登録番号、所在地、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

**【15】通信販売業**

ア 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

**【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などは、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・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。

オ タレントなど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、残虐な言葉や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、心神喪失者など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 公の秩序や善良な風俗に反する表現のないものであること。

**【17】映画・興行等**

ア 暴力、とばく、麻薬及び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。

**【18】 占い・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 占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。
- ウ 料金や販売について明示する。

**【19】 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内容等に限定する。

**【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。

**【21】 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。

**【22】 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)であることが必要。
- イ 「貸し収納業者」は会社名以外に「トランクルーム」の名称は使用しない。  
また、下記の主旨を明確に表示すること。  
例：「当社の 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**

ア 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。

【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

一部費用負担がある場合には、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

広告主の法人格を明示し、法人名を明示する。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHSのみは認めない。また、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有り。）

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 個人輸入代行業務の個人営業広告

ク アルコール飲料

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

お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

（個別の基準）

5 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基準が必要な場合は、別途基準を作成することができる。