

改正

平成22年 3月 1日

平成26年11月25日要綱第88号

平成27年 3月19日要綱第 7号

滝川市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、滝川市広告掲載に関する要綱（平成17年滝川市要綱第48号の1）第4条第2項の規定により広告媒体に掲載できる広告に関する基準を定めるものとする。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2条 滝川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。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告（北海道屋外広告物条例（昭和25年北海道条例第70号）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。

(個別の基準)

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て、広告の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5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）第2条第1項各号に掲げる営業に該当するもの又はこれに類する業種
- (2) 消費者金融
- (3) たばこ
- (4) ギャンブルに係るもの
- (5) 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又は事業者
- (6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (7) 占い又は運勢判断に関するもの

- (8) 興信所、探偵事務所等
- (9) 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第33条に規定する連鎖販売取引をする業種
- (10) 債権取立て、示談引受け等をうたったもの
- (11) 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に違法に廃棄物の処理を行うものその他の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
- (12) 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) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反しているもの
(掲載基準)

第6条 次に掲げるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 次のアからケまでのいずれかに該当するもの
 - ア 人権侵害、差別又は名誉毀(き)損のおそれがあるもの
 - イ 法律で禁止されている商品、無認可商品又は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 他をひぼうし、中傷し、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、次のアからケまでのいずれかに該当するもの
 - ア 誇大な表現（誇大広告）（根拠のない表示や誤認を招くような表現）（例：「世界一」「一番安い」等）（根拠となる資料がある場合に限る。）

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 人材募集に係る広告であって、労働基準法（昭和22年法律第49号）その他の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・商品に係るもの

カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等に係るもの

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、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) 青少年保護又は健全育成の観点から適切でないものとして、次のアからカまで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、出品作品の一例である場合、広告内容に関連する場合その他の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のもの

ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現のもの

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

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第7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) 意味が不明なものその他の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
- (9) 地区計画、まちづくり協議指針その他の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において、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8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するものであって、交通事故の誘発その他の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として、次のアからウまでのいずれかに該当するもの
 - 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、高輝度反射素材若しくは鏡状のもの又は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として、次のアからエまでのいずれかに該当するもの
 - ア 読ませる広告、4コマ漫画その他の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ものその他の判断を迷わせるもの
 - エ 絵柄や文字が過密、過小等であることにより視認性が悪いもの
- (市のホームページに関する基準)

第9条 市の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。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第10条 具体的な表示内容等については、掲載の都度、当該広告媒体主管課が別表に掲げる各項目について検討し、判断することとし、その上で、内容の訂正・削除等が必要な場合には広告主に依頼することとする。この場合において、広告主は正当な理由がある場合以外は訂正・削除等に応じなければならない。

附 則

この基準は、平成17年9月26日から施行する。

附 則 (平成22年3月1日)

この基準は、平成22年3月1日から施行する。

附 則（平成26年11月25日要綱第88号）

この基準は、平成26年11月25日から施行する。

附 則（平成27年3月19日要綱第7号）

この基準は、平成27年4月1日から施行する。

別表（第10条関係）

1 人材募集広告

- (1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっせん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こと。

例：1か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。
- (2) 通信教育、講習会、塾その他の学校類似の名称を用いたもので、その実態、内容、施設等が不明確なものは掲載しない。

4 外国大学の日本校

下記の主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。」

5 資格講座

- (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こと。また、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」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こと。また、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や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こと。

6 病院、診療所、助産所

(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、厚生労働省告示、厚生労働省が定める医療広告ガイドラインに規定された広告規制等の関連規定に反しないこと。

(2) バナー広告のリンク先である病院、診療所及び助産所のホームページの内容は、医療法の規制がかかる広告には当たらないため、前号の規定は、適用しない。

7 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こと。

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）

(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が定める医薬品等適正広告基準の規定並びに各法令所管省庁の通知等に定める規定に反しないこと。

(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。

(3) 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受けていること。

9 健康食品、保健機能食品、特別用途食品

(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条及び各法令の所管行政庁の通知等に定める規定に反しないこと。

(2) 健康食品は、医薬品と誤認されるような効能・効果について表示できない。

(3) 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おらず、かつ、法令等の規定による表示すべき事項が記載されていること。

- (4) 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受けていること。

10 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

- (1) サービス全般（介護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 ア又はイに掲げるもののほか、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しないこと。

例： 滝川市事業受託事業者 等

- (2) 有料老人ホーム 前号に規定するもののほか、次のアからウまでに掲げる事項を遵守すること。

ア 有料老人ホームの設置運営標準指導指針について（平成14年7月18日付け老発第0718003号厚生労働省老健局長通知）に規定する事項を遵守すること。

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 アに掲げるもののほか、利用に当たって有利であると誤解を招くような表示はしないこと。

- (4) 介護老人保健施設

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。

11 墓地等

都道府県知事又は市長の許可を受け、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

- (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。

- (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、建築月日、価格、賃料、取引条件等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こと。

(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

13 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。

14 旅行業

(1) 登録番号、所在地、補償等の内容を明記すること。ただし、補償については、広告内に全て記載してある必要はなく、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足りる。

(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

(3) 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

特定商取引に関する法律第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条までの規定に反しないこと。

16 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）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) タレントなど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こと。

(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。

17 映画・興業等

- (1) 暴力、賭博、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。
- (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たり、一部分のみを誇張した表現等は使用しないこと。
- (5) ショッキングなデザインは使用しないこと。
- (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

- (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に限定する。
- (3) 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取得していることその他の公的機関に認められた個人情報保護の保護体制を整えていること。

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 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。」

22 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こと。

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こと。

23 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こと。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

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こと。

25 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。

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5条に規定す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こと。

27 金融商品

(1) 投資信託等

ア 将来の利益が確実であるか、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。

(2) 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。

イ 安全性、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。

(3) その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、前2号の規定の例によること。

28 前各項に掲げるもののほか、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、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には、その旨明示すること。

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

ア 広告主の法人格を明示し、法人名を明記すること。

イ 広告主の所在地・連絡先の両方を明示すること。なお、連絡先については固定電話の番号とし、携帯電話又はPHSの番号のみの場合は認めないこと。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こと。

(5) 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をすること。

(6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること。（公正取引委員会に確認の必要あり。）

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

(7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

必要な資格の取得状況や事務所の所在地等の実態を確認すること。

(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をしないこと。

例： お酒を飲んでいる、又は飲もうとしている姿等