

## 大牟田市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、大牟田市広告掲載要綱(平成19年4月1日施行。以下「要綱」という。)第3条第2項の規定に基づき、広告掲載をすることが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 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。

2 この基準に定めるもののほか、市の広告媒体に掲載する広告は、公正取引協議会及びその他各種の業界における広告に関する自主基準等で、広告内容の表示等に関する規制のあるものについては、それらの基準等を遵守す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 屋外広告を設置する場合には、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。

3 この基準に定める屋外広告とは、大牟田市屋外広告物条例(平成26年条例第1号)第5条に定める許可を要するものをいう。

(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、各部局の長が合理的な範囲で別途基準を作成することができる。

(規制業種及び事業者)

第5条 次の各号に掲げる業種及び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)に規定する風俗営業及びそれに類似する業種
- (2) 消費者金融
- (3) たばこ
- (4) 賭博(宝くじに係るものを除く。以下同じ。)に係るもの
- (5) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (6) 占い、運勢判断に関するもの
- (7) 興信所、探偵事務所
- (8) 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)第33条第1項に規定する連鎖販売取引を行っているもの
- (9) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (10) 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
- (11) 民事再生法(平成11年法律第225号)による再生手続開始の申立てを行っているもの
- (12) 会社更生法(平成14年法律第154号)による更生手続開始の申立てを行っているもの
- (13) 暴力団(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号に規定する暴力団をいう。以下同じ。)又は暴力団若しくは暴力団員(暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第2条第6号に規定する暴力団をいう。以下同じ。)の統制の下にあるもの
- (14) 暴力団又は暴力団員に対して経済上の利益又は便宜を供与しているもの
- (15) 法人等の役員及び構成員に、暴力団員及び暴力団又は暴力団員に対して経済上の利益又は便宜を供与している者が含まれているもの
- (16) 暴力団又は暴力団員と社会的に非難されるような関係を有しているもの
- (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) 各種法令に違反しているもの
- (19) 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
- (20) 市税の滞納があるもの
- (21) 大牟田市指名停止等措置要綱(平成8年3月1日施行)の定めるところにより、本市から指名競争入札に係る指名停止の措置を受けているもの
- (22) 前各号に掲げるもののほか、社会問題を起こすなど広告掲載が適切でないと市長が認める業種又は事業者

(掲載基準)

第6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、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、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
  - イ 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
  - ウ 射幸心を著しくあおる表現
  - 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 先物取引、外国為替証拠金取引などの資金運用を行うもの
  - コ 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 賭博を肯定するもの
  - 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) 著しく汚れ、退色し、又は塗料等が剥離したもの
- (8) 著しく破損し、又は老朽化したもの
- (9) 倒壊又は落下のおそれがあるもの
- (10) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (11) 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
- (12) 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し、交通事故を誘発する等、交通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 信号機又は交通標識等に類似し、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 ノード、水着姿を表示し、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、過小等により視認性が悪いもの
- (3) 道路の見通しを妨げ、又は交通安全を阻害するおそれがあるもの

(WEBページに関する基準)

第9条 市のWEBページに掲載する広告については、WEB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広告主のWEBページの内容についても、社会通念上合理的な範囲でこの基準を適用する。

- 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、要綱及びこの基準の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。

(業種ごとの表示内容の基準)

第10条 広告媒体を所管する各部局の長は、掲載の都度、次の各号に掲げる商品、製品、事業、業種、事業者及び組織に係る広告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。

- (1) 人材募集
  - ア 労働基準法(昭和22年法律第49号)や雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律(昭和47年法律第113号)等関係法令を遵守すること。
  - イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘や斡旋の疑いのあるものは掲載しない。
  - ウ 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。
  - エ 雇用主、応募資格、勤務条件、給与、業種、職種及び仕事の内容を明確に表示すること。
- (2) 語学教室
  - 安易さや授業料及び受講料の安価さを強調する表現は使用しないこと。
- (3) 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、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。
  - イ 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、内容及び施設が不明確な

ものは掲載しない。

- ウ 広告の内容については社団法人全国学習塾協会が定める「学習塾業界における事業活動の適正化に関する自主基準(平成11年11月22日施行)」に基づいたものであること。
- (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
  - 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。」
  - イ 「行政書士講座」などの資格講座には、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。」
  - 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こと。
- (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 厚生労働省「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針(医療広告ガイドライン)について」(平成19年3月30日付け医政発第0330014号)に沿った広告内容であること。
  - ウ バナー広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、厚生労働省の医療機関ホームページガイドライン等の関係規定に基づいたものとする。
  - エ 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。
- (7) 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)の広告は掲載しない。
  - エ 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。
- (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)
  - ア 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条の規定及び厚生労働省の「医薬品等適正広告基準」(昭和55年10月9日薬発第1339号)の規定並びに関係法令所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
  - イ 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。
  - ウ 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。
- (9) 健康食品、保健機能食品、特別用途食品
  - ア 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条並びに関係法令の所管行政庁の通知等に定められた規定に反しないこと。
  - イ 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。
  - ウ 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。

- エ 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。
- オ 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。
- (10) 介護保険法(平成9年法律第123号)に規定するサービス及び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、担当者名とする。
    - (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しないこと。
  - イ 有料老人ホーム
    - ア に規定するもののほか、次の規定に適合していること。
      - (ア) 厚生労働省「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日老発第0718003号)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) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
      - (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。
  - ウ 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、担当者名とする。
    - (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しないこと。
  - エ サービス付き高齢者向け住宅
    - 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条第一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」(告示)に関する事項を遵守すること。
  - オ 介護老人保健施設
    - 介護保険法第98条の規定により広告できる事項以外は広告できない。
- (11) 墓地等
  - ア 広告掲載内容については次の事項を表示すること。
    - (ア) 墓地等の名称、所在地、交通アクセス
    - (イ) 経営主体、管理者の名称、所在地、電話番号、許可年月日、許可番号
- (12) 不動産事業
  - ア 不動産事業者の広告は、名称、所在地、電話番号、認可免許証番号を明記すること。
  - イ 不動産売買や賃貸の広告は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記すること。
  - 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こと。
  - エ 契約を急がせる表示はしないこと。
- (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はないこと。
- (14) 旅行業
  - ア 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。ただし、補償については、広告内にすべ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。
  - イ 不当表示がないこと。
  - ウ 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11条の規定に反しないこと。
- (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などは、青少年保護等の点で適正なものであること。また、不快感を与えないものであること。
  - 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こと。
  - オ 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。
  - 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。
  - 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、興業等
- ア 暴力、賭博、麻薬、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、露骨又は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こと。
  - オ ショッキングなデザインは使用しないこと。
  - 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こと。
- (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。
- (19) 結婚相談所、交際紹介業
- ア 業界団体に加盟していること。(加盟証明が必要)
  - イ 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。
  - ウ 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。
- (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案内等に限定すること。
  - 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) 募金等
- ア 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。
  - イ 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
- ア 掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業内容とし、個々の相場、金額等の表示はしないこと。
  - イ 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
- ア 「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。
  - 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) ダイアルサービス
- 各種のダイアルサービスは、内容を確認のうえ、次に掲げるものについては掲載しない。
  - ア 暴力、賭博、麻薬、売春などの行為を容認するような内容のもの
  - イ 性に関する表現で、扇情的、露骨又はわいせつなもの

- ウ その他青少年に悪影響を与えるおそれのあるもの
- (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。

2 前項に掲げるもののほか、次の各号に掲げる基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

- (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。
- (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  
費用がかかる場合には、その旨明示すること。
- (4) 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、法人名を明記すること。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示すること。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こと。
- (5) 肖像権、著作権、商標等  
無断使用がないこと。
- (6) 宝石の販売の広告  
虚偽の表現がないこと。
- (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) アルコール飲料の広告  
ア 未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。  
イ 飲酒を誘発するような表現の禁止。  
ウ 飲酒運転防止の広告を表示すること。
- (9) 規制業種の事業者による規制業種に関するもの以外の内容の広告  
第5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、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。

(関係機関への確認等)

第11条 広告媒体を所管する各部局の長は、前条の規定による審査を行うときは、次の各号に掲げる確認等を行うものとする。

- (1) 各業種や商品・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) 医療、老人保健施設、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基本法(昭和43年法律第78号)、消費者契約法(平成12年法律第61号)及び消費者安全法(平成21年法律第50号)に抵触するおそれのあるものについては、担当部署若しくは行政官庁等が設置する相談窓口又はその他の関連法令所管行政庁に相談するものとする。
- (3) 前項に規定するもののほか、この基準等に沿って審査を行う上で広告内容について疑義が生じた場合には、直接、行政官庁等が設置する相談窓口又はその他の関係法令所管行政庁に相談するものとする。

付 則

この基準は、平成19年4月1日から施行する。

付 則

この基準は、平成21年3月31日から施行する。

付 則

この基準は、平成26年3月26日から施行する。

付 則

この基準は、平成27年12月11日から施行する。