

高森町広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、高森町広告掲載事業実施要綱（平成20年要綱第5号。以下「要綱」という。）に定めるもののほか、掲載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 町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。

(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、別途基準を作成することができる。

(掲載基準)

第4条 要綱に規定するもののほか、次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 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 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、労働基準法等関係法令を遵守していないもの
 - エ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
 - オ 責任の所在が明確でないもの
 - カ 広告の内容が明確でないもの
 - キ 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
- (2) 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 たばこに関するもの

カ 青少年の人体、精神、教育に有害なもの

(業種ごとの基準)

第5条 業種ごとの基準については、次の各項目に定める基準に基づき、掲載の可否及び表示内容等を審査する。

(1) 人材募集広告

ア 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。

イ 人材募集に見せかけて商品、材料及び機材の売り付けや資金集めを目的としているものは、掲載しない。

(2) 学習塾、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表現は、使用しない。

例：1箇月で確実にマスターできる 等

イ 合格率など実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。

ウ 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、施設が不明確なものは、掲載しない。

エ 外国大学の日本校については、主旨を明確に表示する。

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。」

(3) 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。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。主旨を明確に表示すること。

例えば：「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付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。

(4) 病院、診療所等

ア 医療法（昭和23年法律第205号）第6条の5から第6条の7まで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 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。

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 法律に定めのない医療行為事項は、広告できない。

(5) 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。

(6) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療用具

広告を掲載する事業者が、業者所在地を所轄する地方公共団体の薬務担当課で広告内容についての了解を得ること。

(7) 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、業者所在地を所轄する地方公共団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。

(8) 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 ア及び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できない。

例：高森町事業受託事業者 等

② 有料老人ホーム（①に規定するもののほか）

ア 厚生労働省「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、全て表示すること。

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 年度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できない。

(9) 墓地等

町長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。

(10) 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。

ウ 「不動産の表示に関する公正競争規約（平成 15 年 1 月 14 日公正取引委員会告示第 2 号）」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

(11) 弁護士・税理士・公認会計士等

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。

(12) 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

(13) 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。

(14) 興業等

ア 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。

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 アからオまでに掲げるもののほか、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。

(15) 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町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。

例： 回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など

(16) 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。

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。

(17) 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 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。」

(18) 前各号のほか、表示について注意を要する事項は、次のとおりである。

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

費用がかかる場合があるときには、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

エ 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。

(イ) 広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。

(ウ) 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。

(エ) 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。

オ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をする。

カ 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）

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 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

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

（webページに関する基準）

第6条 webページへの広告に関しては、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webページの内容についても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ページを閲覧者にあっせん又は紹介しているwebページの広告は、掲載しない。

（webページ広告表現ガイドライン）

第7条 webページの広告表現については、次に掲げる事項に留意するものとする。

(1) バナー広告の規格

ア 大きさは縦50ピクセル×横130ピクセルとする。

イ 形式はG I F、又はJ P E Gとする。

ウ データの容量は5 K B以下とする。

エ 画像の点滅、画面の切り替わり、アニメーション効果などを使用しないものであること。

(2) 禁止表現

次の表現を含んだバナー広告は、ユーザーの意思に反した動きをしたり、ユーザーに誤解を与えたりするおそれがあるため禁止とする。

ア 「閉じる」「いいえ」「キャンセル」などのボタン

イ アラートマーク

ウ ラジオボタン

エ テキストボックス（入力できるように見えるもの）

オ プルダウンメニュー（下に選択肢があるように見えるもの）

(3) 町w e bページとの区別

次の表現については、ユーザーが町w e bページのコンテンツの一部であるかのように混同するおそれがあるため、禁止とする。

ア 町w e bページと類似の色調及び字体を使用するもの

イ 「お年寄りのための施設ガイド」「教育相談」など町政を連想させる分野において一般的な表現を用いるなど、ユーザーが町の事業であると錯誤しやすいもの

(4) 色調

文字色と背景色のコントラスト（明度差）は十分にとり、また、背景に模様のある画像や写真などを使用する場合は文字の周りを縁取るなどして、文字を読みやすくするよう配慮しなければならない。

(5) 解像度

文字やイラスト等の解像度については適正な処理を行い、鮮明に見えるようにしなければならない。

(その他)

第8条 この基準に定めるもののほか、新聞社より公表されている広告掲載基準などを参考に、広告掲載の審査を行うものとする。

附 則

この基準は、公布の日から施行する。