

寄居町広告選定委員会審査基準

1 趣旨

この基準は、寄居町有料広告掲載取扱要綱第9条第1項の規定に基づき設置する寄居町広告選定委員会（以下「委員会」という。）が、広告内容の審査を行う際に必要な事項を定めるものとする。

2 広告審査に関する基本的な考え方

町が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。

3 規制業種又は事業者

次に定める業種又は事業者の広告は、掲載、掲示又は展示（以下「掲載」という。）しないものとする。

- (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条で風俗営業と規定される業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 貸金業の規制等に関する法律（昭和58年法律第32号）第2条に規定する貸金業
- (4) たばこに関する業種
- (5) ギャンブルに関する業種
- (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業種
- (8) 占い、運勢判断に関する業種
- (9) 興信所・探偵事務所等
- (10) 民事再生法（平成11年法律第225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
- (11) 各種法令に違反している事業者
- (12) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者

4 審査基準

次に定めるものは、広告媒体に掲載しないものとする。

- (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 町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
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」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や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
 - エ 虚偽の内容を表示するもの
 - 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
- (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 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

5 業種別審査項目

委員会は、次の審査項目に基づき、広告の内容等を審査するものとする。

(1) 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：一か月で確実にマスターできる等

(2) 学習塾・予備校・専門学校等

ア 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。

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、施設が不明確なものは掲載しない。

(3) 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。」

(4) 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。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まかな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

ア 医療法（昭和23年法律第205号）第69条又は第71条及び獣医療法（平成4年法律第46号）第17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 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。

(6) 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。

(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、業者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) 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。

(9) 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）

介護保険法（平成9年法律第123号）に規定する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：寄居町事業受託事業者等

イ 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、一切広告できない。

ウ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年7月18日付け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。

所管都道府県の指導に基づいたものであること。

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。

エ 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。

(10) 不動産事業

- ア 広告掲載主体に関する表示には、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（昭和63年公正取引委員会告示第3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 登録番号及び所在地等を明記する。
- イ 不当表示に注意する。
例：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) 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、及び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）がないものであること。
- エ 犯罪被害者の人権・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。
- 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。

(15) 映画・興業等

- 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 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。

(16) 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 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）第7条に定める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、廃棄等

(17) 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案内等に限定する。

(18) 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。

(19) 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。

「 募金は、 知事の許可を受けた募金活動です。 」

(20) 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： の時計 30,000 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。

(21) 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。

「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

(22) 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うえ判断する。

(23) 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。

(24) 宝石販売業

虚偽の表現に注意

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

(25) 酒類製造販売業

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

(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

本基準「3 規制業種又は事業者」で定める規制業種等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、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

(27) 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」、「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、法人名を明記する。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。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。

6 広告媒体ごとの基準

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、別に基準を定めることができる。

附 則

この基準は、平成19年2月6日から施行する。