

改正

令和6年8月2日告示第106号

太子町広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、太子町広告事業実施要綱（令和2年告示第21号）第3条第2項に規定する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 広告媒体に掲出する広告の内容及び表現は、信用性と信頼性を持つものでなければならない。

(屋外広告物に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告物（屋外広告物条例（平成4年兵庫県条例第22号。以下「屋外広告物条例」という。）第10条に定める許可を要する広告物等をいう。以下同じ。）は、屋外広告物条例の規定に適合するものでなければならない。

2 屋外広告物の内容及びデザイン等については、当該広告物を掲出する地域の特性に配慮するとともに、街の景観又は風致を損なうものであってはならない。なお、屋外広告物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。

(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、合理的な範囲で別途基準を作成することができる。

(規制業種又は事業者)

第5条 別表第1に定める業種又は事業者の広告は、掲載しない。

(掲載基準)

第6条 広告の内容が次の各号のいずれかに該当するものとして別表第2に定めるものは、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
- (2) 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの

(3) その他掲載することが適切でないもの

(屋外広告物に関する基準)

第7条 屋外広告物の内容及びデザイン等が次の各号のいずれかに該当するものとして別表第3に定めるものは、掲載しない。

(1) 街の景観又は風致を損なうおそれがあるもの

(2) 自動車等運転者の誤解を因くおそれがあるもの

(3) 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

(業種ごとの基準)

第8条 広告媒体の主管課は、掲載の都度、別表第4に定める業種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。

2 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。

別表第1 (第5条関係)

規制業種又は事業者
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条に規定する風俗営業及び性風俗関連特殊営業
2 前号に定める風俗営業及び性風俗関連特殊営業類似の業種
3 兵庫県青少年愛護条例(昭和38年兵庫県条例第17号)により規制される営業行為に関するもの
4 貸金業法(昭和58年法律第32号)第2条第1項に規定する貸金業に関するもの
5 たばこの販売、喫煙の促進に関するもの
6 ギャンブルに関するもの
7 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に関するもの
8 法律の定めのない医業類似行為に関するもの
9 占い、運勢判断に関するもの
10 興信所、探偵事務所等に関するもの
11 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)第33条において連鎖販売取引と規定され

る業種若しくは催眠商法等の悪質商法又はそれらと類似のもの
12 債権取立て、示談引受け、身元保証等に関するもの
13 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 例：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）に基づく許可を取得せず、違法に廃棄物の処理を行うもの（不用品を買い取る又は無料で引き取るとしている場合において、別途輸送費・作業代などを要求し、実質的に処理料金を徴収するなど。）
14 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項に定める暴力団その他の反社会的団体及び特殊結社などの団体又はその構成員が関係するもの
15 町税を滞納している事業者
16 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生又は会社更生法（平成14年法律第154号）若しくは会社更生法（昭和27年法律第172号）に基づく更生手続中の事業者
17 行政機関からは是正命令などの不利益処分を前提とした行政指導を受け、改善がなされていない事業者
18 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
19 前各号に掲げるもののほか法令に違反しているもの
20 その他社会通念上、掲載することが不相当と認める業種又は事業者

別表第2（第6条関係）

区分	広告の内容
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	(1) 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。）
	(2) 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
	(3) 虚偽の内容を表示するもの
	(4) 法令等で認められていない業種・商法・商品
	(5) 国家資格等に基づかない者が行う療法等
	(6) 責任の所在が明確でないもの

	(7) 広告の内容が明確でないもの
	(8) 広告主が国、地方公共団体その他の公共の機関と誤解を与えるおそれがあるもの又は、国、地方公共団体、その他の公共の機関が、広告主若しく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誤解を与えるおそれがあるもの
	(9) 事実と反して無償若しくは非営利であることを連想させ、又は公共性を過度に強調しようとするもの
2 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの	(1) 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。
	(2) 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現
	(3) 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現
	(4) 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
	(5) ギャンブル等を肯定するもの
	(6) 青少年の精神・教育に有害なもの
3 その他掲載することが適切でないもの	(1) 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
	(2) 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
	(3) 他をひぼうし、中傷し、又は排斥するもの又はそのおそれがあるもの
	(4) 町の広告事業の円滑な運営に支障を来たすもの又はそのおそれがあるもの
	(5) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの又はそのおそれがあるもの（選挙広告を含む。）
	(6) 政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれがあるもの（政党広告を含む。）
	(7) 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
	(8) 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があるもの

	(9) 人材募集に関わるもの
	(10) 社会的に不適切なもの
	(11) 国内世論が大きく分かれているもの
	(12) 社会問題についての主義主張や係争中の事件に関する声明広告等に関するもの
	(13) 皇室関係の写真、紋章を使用したもの
	(14) 模倣、盗作とみなされるおそれがあるもの
	(15) 不快感、嫌悪感を持たせるもの
	(16) 男女の性差別又は性別による固定的な役割分担若しくは固定観念を助長するおそれがあるもの
	(17) 法令に基づく手続きを経ずに、第三者の保有する商標、意匠、特許等を使用するもの
	(18) 広告の趣旨が明確でないもの
	(19) 広告媒体自体の一部又は全部を、割引券、無料券、金券、商品引換券として使用するもの
	(20) その他社会通念上、掲載することが不適当と思われるもの

別表第3（第7条関係）

区分	広告の内容及びデザイン
1 街の景観又は風致を損なうおそれがあるもの	(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) 景観を損ねるような、けばけばしいもの及びくどい表現を含むもの
	(4) 周囲の景観と調和しないもの
	(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) 意味が不明なもの等、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) 景観計画等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
2 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの	(1) 過度に鮮やかな模様・色彩を使用するもの (2) 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 (3) 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
3 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	(1) 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 (2) 水着姿又は裸体姿を表示し、著しく注意を引くもの (3) デザインが分かりづらい等、判断を迷わせるもの (4) 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

別表第4（第8条関係）

業種等	基準
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：1か月で確実にマスターできる等
2 学習塾・予備校等 (専門学校を含む。)	(1) 合格率など実績を掲載する場合は、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。 (2) 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」
4 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。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」 (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。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」
	(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。
5 病院、診療所、助産所	(1) 広告事項は、医療法（昭和23年法律205号）第6条の5及び第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示並びに同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないこと。
	(2) 不明な点は、龍野健康福祉事務所へ確認する。
6 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) 法律の定めのない医業類似行為（整体、カイロプラクティック、エステティック等）に関する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）	(1) 薬事法（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の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られた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とっていること。
8 特別用途食品、保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）、一般食品（いわゆる健康食品等）	(1) 健康増進法（平成14年法律第103号）第32条の2、薬事法第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られた規定に反しないこと。
	(2) 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。ただし、特別用途食品及び保健機能食品については、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、

	<p>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場合に限り、表示できる。</p> <p>(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健康増進担当部署、薬務担当部署及び食品衛生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。</p>
9 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	<p>(1) サービス全般(老人保健施設を除く。)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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できない。</p> <p>例：太子町事業受託事業者等</p> <p>(2) 有料老人ホーム</p> <p>(1)に規定するもののほか、</p> <p>ア 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、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。</p> <p>イ 所管都道府県又は町の指導に基づいたものであること。</p> <p>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及び同表示の運用基準に抵触しないこと。</p> <p>(3) 有料老人ホーム等の紹介業</p> <p>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、担当者名等一般的なものとする。</p> <p>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できない。</p> <p>(4) 介護老人保健施設</p> <p>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。</p>
10 墓地等	<p>(1) 知事又は町長の許可を取得した者による広告であること。</p>

	(2) 広告内容は、町の経営許可方針に合致していること。
	(3) 許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。
	(4) 許可経営者以外の者による墓地又は納骨堂の紹介等を趣旨としたものでないこと。
11 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。
	(2) 不動産の取引に関する広告の場合は、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とともに、「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ものとする。
	(3) 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
12 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。
13 旅行業	(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。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よいものとする。
	(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の7及び8及び旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。
14 通信販売業	特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第11条及び第12条及び同法施行規則（昭和51年通商産業省令第89号）第8条から11条までの規定に反しないこと。
15 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。
	(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。
16 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。
	(5) ショッキングなデザインは使用しない。
	(6) その他青少年に悪影響を与えるおそれが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。
17 古物商・リサイクルショップ	(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
18 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を原則とする。
	(3) 公的機関に認められた個人情報保護体制を整えていること（財

	<p>団法人日本情報処理開発協会のプライバシーマークを取得している等)。</p>
19 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織	<p>(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。</p> <p>(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。</p>
20 質屋・チケット等再販売業	<p>(1) 個々の相場、金額等の表示はしない。 例：〇〇のバッグ5,000円、航空券東京～福岡1,000円等</p> <p>(2) 有利さを誤認させるような表示はしない。</p>
21 トランクルーム及び貸し収納業者	<p>(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。</p> <p>(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。また、下記の趣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</p>
22 ウイークリーマンション等	<p>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。</p>
23 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	<p>この基準第5条で定め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の掲載を認める。 例：たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等</p>
24 金融商品	<p>(1) 投資信託等</p> <p>ア 将来の利益が確実・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。</p> <p>イ 元本保証がない旨等のリスクを、目立つように分かりやすく表示すること。</p> <p>(2) 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等</p> <p>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</p>

	<p>とは必ず明記すること。</p> <p>イ 安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらにあおるものでないこと。</p> <p>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、目立つように分かりやすく表示すること。</p> <p>(3) その他金融商品 当該金融商品の内容に応じ、本項(1)及び(2)の規定を準用する。</p>
<p>25 その他、表示について注意を要すること</p>	<p>(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50%引き」等</p> <p>(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。</p> <p>(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</p> <p>(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。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。</p> <p>(5) 肖像権・著作権無断使用がないか確認する。</p> <p>(6) 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あり。） 例：「メーカー希望価格の60%引き」（宝石には通常、メーカー希望価格はない。）等</p> <p>(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。</p> <p>(8) アルコール飲料</p>

	<p>20歳未満の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。</p> <p>例：「お酒は20歳を過ぎてから」等</p>
--	--