福島県広告掲載基準

（趣旨）

第１条　この基準は、福島県広告事業基本要綱（平成２０年６月２日付け２０文第８３６号総務部長通知）第４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（掲出を含む。以下同じ。）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　県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。

（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、部局長等は、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。

（規制業種又は事業者）

第４条　次の各号に定め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）で、風俗営業と規定される業種
(2) 風俗営業類似の業種
(3) 消費者金融
(4) たばこ
(5) ギャンブルに関するもの
(6) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
(7) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
(8) 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
(9) 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（手続開始の決定を受けた事業者を除く。）
(10) 暴力団又は暴力団構成員、その他これらに準ずる者
(11) 各種法令に違反しているもの
(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もの
(13) その他、社会問題を起こしている業種や事業者

（掲載基準）

第５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　県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（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（昭和22年法律第41号）等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
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　国、地方公共団体、その他公共の機関が、広告を掲載する者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　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

（公用車へ掲載する広告に関する一般基準）
第６条　公用車へ掲載する広告は、次に掲げる要件を備えてなければならない。

⑴ 道路交通の安全を阻害するものでないこと。
⑵ 車両運行上の支障となるものでないこと。
⑶ 景観との調和を損なうものでないこと。
⑷ 広告を掲載する場所及び面積は、別に定めるところによること。
⑸ 広告掲載に伴う車体塗装は、車体のいかなる場所においても行わないこと。

（公用車へ掲載する広告に関する交通安全上の基準）

第７条　公用車へ掲載する広告の色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通の安全を阻害するおそれのあるときは、これを掲載することができない。

⑴ 周囲の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　信号又は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　発光、蛍光又は反射効果を有する材料を使用するもの
⑵ 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　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　デザインがわかりづらい等、見る者の判断を迷わせるもの
　ウ　絵柄や文字が過密であるもの

（公用車へ掲載する広告に関する景観上の配慮による基準）

第８条　公用車へ掲載する広告の色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、景観を損なうおそれのあるときは、これを掲載することができない。

⑴ 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用したもの
⑵ 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
⑶ 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
⑷ デザインの意図が不明なもの、著しくデザイン性が劣るなど県民に不快感を起こさせるもの

（ウェブページに関する基準）

第９条　ウェブページへの広告に関しては、ウェブ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ウェブページの内容についてもこの基準を適用する。

２　他のウェブページを集合し、情報提供することを主たる目的とするウェブページで、福島県広告事業基本要綱及びこの基準、その他県の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うウェブページを閲覧者にあっせん又は紹介しているウェブページの広告は掲載しない。

（特定業種等の基準）

第10条　具体的な表示内容等に関して審査するに当たり、次の各項目について留意するものとする。

なお、不明な点については、関係各課に確認するものとする。

(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。

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。）

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。

(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。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。

(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及び６条の７、関連法令、厚生労働省の告示､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従う。

イ　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､医療法の規制がかかる広告にあたらないため､前記アの規定は適用しない。

ウ　赤十字のマークや名称は自由に用いることができない。

(7) 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

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。

(8) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器

薬事法（昭和35年法律第145号）第66条及び第68条、厚生労働省の医薬品等適正

広告基準並びに各法令所管官庁の通知等の関連規定に従う。

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア　食品衛生法（昭和22年法律第233号）第19条第２項の規定により、表示の基準が定められた食品、添加物、器具又は容器包装は、その基準に合う表示がなければ、これを販売し、販売の用に供するために陳列し、又は営業上使用してはならない。

イ　食品衛生法第20条の規定により、食品、添加物、器具又は容器包装に関しては、公衆衛生に危害を及ぼすおそれがある虚偽の又は誇大な表示又は広告をしてはならない。

ウ　健康増進法（平成14年法律第103号）第31条の２及び第32条の２の規定により、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、栄養表示基準に従い必要な表示をするとともに、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。

エ　薬事法第68条の規定により、承認を受けてないものについて、その名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならない。

(10) 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

ア　サービス全般（ただし、介護老人保健施設はエの規定による。）

(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) 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：福島県事業受託事業者　等

イ　有料老人ホーム

ア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」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年度公正取引委員会告示第３号)」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、担当者名等に限る。

(ｲ) 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。

エ　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、一切広告できない。

(11) 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」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

(12) 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。

(13) 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

(14) 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。

(15) 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（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。

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。

(16) 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。

(17) 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ついては市町村長の許可、産業廃棄物処理業については県知事(中核市においては各市長)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。

例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など

(18) 結婚相談所・交際紹介業

ア　結婚相手紹介サービス協会に加盟又は「マル適マークＣＭＳ」を取得していること（加盟又は取得証明が必要）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。

(19) 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　出版物等の広告は、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。

(20) 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。」

(21) 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：〇〇〇のバッグ50,000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。

(22) トランクルーム及び貸し収納業者

ア　「トランクルーム」について、防火対象物定期点検報告を行っていることが必要である。

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

(23) ウイ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) 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

本基準第４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、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

(25) 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

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

エ　責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

広告を掲載する者の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告を掲載する者の所在地、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。

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

(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の禁止

例：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等

（広告の修正、削除等）

第11条　広告の全部又は一部について修正、削除等を行うことにより、広告を掲載することができると認められる場合は、広告を掲載する者に修正、削除等を求めることができる。

附　則

この基準は、平成20年6月2日から施行する。

附　則

この改正は、平成20年7月24日から適用する。

附　則

この改正は、平成24年6月26日から適用する。