

久万高原町広告掲載基準

1 趣旨

この基準は、久万高原町広告掲載要綱（平成19年久万高原町告示第1号）第3条に規定する広告掲載の制限のより具体的な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。

2 基本的な考え方

町の広告媒体に掲載する広告は、社会的信用度の高い情報でなければならぬため、広告の表現は、これにふさわしい信用性と信頼性を有するものでなければならない。

3 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、別途基準を作成することができる。

4 規制業種又は事業者

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) 消費者金融に関するもの
- (4) たばこに関するもの
- (5) ギャンブルに関するもの
- (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) 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) 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続中の事業者
- (10) 町税等の滞納があるもの
- (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

5 掲載基準

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、名誉き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：「日本一」「一番安い」等

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 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 ギャンブル等を肯定するもの
 - カ 青少年の身体・精神・教育に有害なもの