

北九州市上下水道局広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、北九州市上下水道局（以下「上下水道局」という。）広告掲載要綱（平成23年12月1日）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 上下水道局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。

(広告審査にあたっての基本的な考え方)

第2条の2 本基準により上下水道局が広告掲載に関する審査を行う場合には、本基準の文言のみに基づき一義的な解釈・適用をするのではなく、関係法令等の規定や市民への影響、公共性・公益性、社会通念、社会経済状況等に十分配慮したうえで、広告媒体の性質に応じて、合理的かつ柔軟な解釈・適用を行うものとする。

(屋外広告に関する基本的な考え方)

第3条 屋外広告の内容及びデザインについては、当該広告を掲載する地域の環境に配慮するとともに、街の美観風致を著しく阻害するものであってはならない。
なお、この基準に定める屋外広告とは、北九州市屋外広告物条例第6条に定める許可を要するものをいう。

(個別の基準)

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5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) 消費者金融の業種
- (4) ギャンブルに関わる業種（公営ギャンブル、宝くじ及びスポーツ振興くじは除く）
- (5) たばこ製造に関わる業種（たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等は除く）

- (6) 医療、医薬品、化粧品等の広告で、医療法、薬事法等に抵触するもの
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 民事再生法及び会社更生法による再生・更正手続中の事業者
- (9) 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
- (10) 各種法令に違反しているもの
- (11) 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
- (12) 暴力団員（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 6 号に規定する暴力団員をいう）又は暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律第 2 条第 2 号に規定する暴力団をいう）若しくは暴力団員と密接な関係を有するもの
- (13) 占い、運勢判断に関するもの
- (14) 興信所・探偵事務所等
- (15) 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）で、連鎖販売取引と規定される業種
- (16) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (17) 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
- (18) インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律（平成 15 年法律第 83 号）第 2 条第 2 号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (19) 規制対象となっていない業種においても、社会問題をおこしている業種や事業者
- (20) その他上下水道局資産を広告媒体とする広告に係る業種又は事業者として適当でないと認められるもの

2 上下水道局の広告媒体所管課は、広告掲載に関する申込みを受けたときは、直ちに前項の規定に基づく事業者に関する要件確認審査（事業者審査）を行うものとする。

（広告内容審査）

第 5 条の 2 上下水道局の広告媒体所管課は、広告の掲載に先立ち、次条以下に定める基準に従い、広告内容に関する審査（広告内容審査）を行うものとする。

（掲載基準）

第 6 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 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
 - エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの

- オ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- カ 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
- キ 市税の滞納があるものの広告
- ク 上下水道局が実施する事業の円潤な運営に支障をきたすもの
- ケ 社会的に不適切なもの

(2) 消費者被害の未然防止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）の禁止（掲載に関しては根拠となる資料を要する。）
例：「世界一」「一番安い」など
- イ 射幸心を著しくあおる表現
例：「今・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）」など
- 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、出品作品の一例また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
- カ ギャンブル等を肯定するもの

(4) 屋内・屋外広告の内容及びデザイン等が次の各号のいずれかに該当し、都市の美観風致を損なうおそれがあるもの。

- ア 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
- イ 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの
- ウ 美観を損ねるような著しくデザイン性が劣るもの

- エ 周辺の環境や景観と著しく違和感があるもの
- オ 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- カ 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- ク 交通事故を誘発する等、交通の安全を阻害するおそれのあるもの

(5) その他上下水道局資産の性質等に照らし次の各号のいずれかに該当し、広告を掲載するところが適当でないと認められるもの。

- ア ボトルウォーター、地下水利用のための設備等、水道事業経営上で競合するもの
- イ その他社会的に不適当なもの

(WEB ページに関する基準)

第6条の2 広告主の WEB ページにリンクする広告（バナー広告等）に関しては、市の WEB ページに掲載する広告だけではなく、当該広告のリンク先である広告主の WEB ページの内容についても、WEB ページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準の全部または一部を準用することができる。

(業種ごとの基準)

第7条 掲載する広告の表示内容は、次の事項に留意するものとする。

- (1) 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。

- (2) この基準又は関連法令等に抵触するおそれのあるものについては、関係法令所管行政庁等に相談するものとする。

- (3) 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。

- (4) 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、事実や客観的な根拠にもとづいたものとし、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。

- (5) 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。」

(6) 資格講座

- ア 受講する資格の内容を明記すること。あたかも、国家資格であるといった誤解を招くような表示はしない。
- イ 資格取得のためには、別に国家試験等を受験する必要があるにもかかわらず、講座受講だけで資格が取得できるといった誤解を招くような表示はしない。
- 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。

(7) 病院・診療所・助産所等

- ア 医療法（昭和 23 年法律第 205 号）第 6 条の 5 又は第 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及び獣医療法（平成 4 年法律第 46 号）第 17 条の規定の範囲内で表示すること。
- 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、厚生労働省の医療機関ホームページガイドライン等の関連規程に基づいたものとする。

(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

ア サービス全般（介護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) 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。

イ 有料老人ホーム

アのほか、次の規定に適合していること。

- (ア) 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市の「有料老人ホーム設置運営指導指針」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) 当該施設の指導監督権限を有する都道府県、政令市、中核市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及び同表示の運用基準に抵触しないこと。

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、担当者名等一般的なものとする。
- (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

い。

エ サービス付き高齢者向け住宅

国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第 22 条第一号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」（告示）に関する事項を遵守すること。

オ 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広告できない。

(9) 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 条の規定の範囲内で表示すること。

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、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。

(10) 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）

ア 医薬品・医薬部外品・化粧品・医療用具は、薬事法（昭和 35 年法律第 145 号）第 66 条から第 68 条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範囲内で掲載する。

なお、次のような表示は掲載できない。

（ア）最大級及びそれに類する表示

（イ）効能、効果及び安心を保証する表示

（使用前・後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等）

イ 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。

(11) 健康食品・保健機能食品、特別用途食品

ア 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 条並びに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。

イ 健康食品は、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。

ウ 保健機能食品及び特別用途食品については、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いないこと。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こと。

(12) 弁護士・公認会計士・税理士等

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し、顧問先又は依頼者名の表示はしない。

イ 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) 人材募集広告

ア 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ること。

イ 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは掲載しない。

ウ 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。

(14) 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、次の事項に留意すること。

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。

(15) 結婚相談所・交際紹介業

ア 業界団体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。

ウ 公的機関に認められた個人情報の保護体制を整えていること（一般社団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得している等）。

エ サービス産業生産性協議会の発行する「結婚相手紹介サービス業認証制度に関するガイドライン」に基づき、第三者機関から認証マークを付与されていることを明記する（証明する資料が必要）。

(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 主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）する出版物の広告は、掲載しない。

(17) 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。

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(18) 墓地等

都道府県知事又は市長の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明

記すること。

(19) 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、許可免許証番号等を明記する。
- イ 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。
- ウ 契約を急がせる表示は掲載しない。

(20) 旅行業

- ア 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、広告内にすべ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。
- イ 不当表示に注意する。
- ウ その他広告表示について旅行業法（昭和 27 法律第 239 号）第 12 条の 7 及び 8 並びに旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

(21) 通信販売業

特定商取引に関する法律第 11 条及び第 12 条並びに同法施行規則第 8 条から 11 条の規定に反しないこと。

(22) 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。」

(23) 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。
- 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

(24) 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。

(25) その他、表示について注意を要すること

- ア 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。
- イ 比較広告の場合、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・体験できるもので、材料費等別途費用がかかる場合には、その内容を明記すること。

エ 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。
- (イ) 飲酒を誘発するような表現の禁止

オ 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

- (ア) 原則として広告主の法人の正式名称（例：株式会社〇〇）を明記する。広告主が法人格を有しない団体である場合にあっては、代表者名を明記する。
ただし、広告の内容から広告主の法人名等が明らかである場合には、重ねて法人の正式名称等を記載することを要しない。
- (イ) 原則として広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。ただし、広告の内容に照らし、広告主の所在地、連絡先を記載することにより、かえって市民等の誤解を招く場合には、広告主に代えて、問合せ先の所在地、連絡先を記載することができる。
- (ウ) 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。

カ 肖像権・著作権

無断使用がないか確認をする。

キ 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）。

ク 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。

付則

（施行期日）

この基準は、平成 23 年 12 月 1 日から施行する。

付則

（施行期日）

この基準は、平成 24 年 4 月 1 日から施行する。

付則

（施行期日）

この基準は、平成 26 年 6 月 1 日から施行する。

付則

（施行期日）

この基準は、令和8年4月1日から施行する。