吹田市広告掲載基準

制定　平成２３年１０月１２日

（趣旨）

第１条　この基準は、吹田市広告掲載要領（平成１９年９月１３日制定。以下「要領」という。）の施行に関し必要な事項を定めるものとする。

（広告審査に当たっての基本的な考え方）

第２条　要領第６条第１項に規定する吹田市広告審査委員会が広告を審査する場合には、この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上で、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。

（屋外広告物に関する基本的な考え方）

第３条　屋外広告物（吹田市環境美化に関する条例（平成１１年吹田市条例第５号）第２条第４号に規定する屋外広告物をいう。以下同じ。）の内容及びデザインについては、当該広告を掲出する地域の特性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、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　次の各号に掲げる事項に係る広告は、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）において、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）ギャンブルに係るもの

（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又は事業者

（７）法律の定めのない医療類似行為を行う施設

（８）占い、運勢判断に関するもの

（９）興信所・探偵事務所等

（１０）特定商取引に関する法律で、連鎖販売取引と規定される業種

（１１）債権取立て、示談引受けなどをうたったもの

（１２）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）に基づく市長の許可を取得せず、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ものも該当する。）

（１３）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
（１４）各種法令に違反しているもの
（１５）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
（１６）不当景品類及び不当表示防止法に違反しているもの
（１７）市税等を滞納している者

（掲載基準）

第６条　次の各号に掲げるものは、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、差別又は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　市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
コ　意見広告又は個人の名刺広告に関するもの

（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
　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、商法及び商品
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　青少年の人体・精神・教育に有害なもの

（屋外広告物に関する都市景観上の基準）

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し、都市の美観風致を損なうおそれがあるものは掲載しない。

（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）美観を損ねるような、著しくどぎついもの及びくどいもの

（４）景観と著しく違和感があるもの

（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）地区計画、まちづくり協議指針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で、その目標に沿った貢献が認められないもの

（屋外広告物に関する交通安全上の基準）

第８条　屋外広告物の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、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広告は掲載しない。

（１）自動車等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、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　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

（２）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　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

イ　ヌード、水着姿を表示し、著しく注意を引くもの

ウ　デザインがわかりづらい等判断を迷わせるもの

エ　絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

（WEB ページに関する基準）

第９条　広告主のＷＥＢページにリンクをする広告（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、この基準の全部又は一部を準用することができる。

２　他のＷＥＢページを集合し、情報提供することを主たる目的とするＷＥＢページで、要領及びこの基準その他市の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うＷＥＢページを閲覧者にあっせん又は紹介しているＷＥＢページの広告は掲載しない。

（業種ごとの基準）

第１０条　広告媒体主管課は、掲載の都度、次の各項目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。

（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）医療、老人保健施設、選挙、墓地、古物商・リサイクルショップ等に関するもの又は消費者関連法に抵触するおそれのあるものについては、直接、関連法令所管行政庁に相談するものとする。

（３）前号に定めるもののほか、業種ごとの基準については、別表のとおりとする。

附　則

この基準は、平成２３年１０月１２日から施行する。

別表

１　人材募集広告	（１）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。 （２）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：一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。）	（１）合格率など実績を載せる場合は、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。
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	（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。」 （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。」 （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	（１）広告できる事項は、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反しないこと。 （２）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はあたらないため、前号の規定は適用しない。
7　施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）	（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。
9　健康食品、保健機能食品、特別用途食品	（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。 （2）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。 （3）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。 （4）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及び食品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。
１０　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	（1）サービス全般（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。 例：吹田市事業受託事業者　等 （2）有料老人ホーム

	（1）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（平成１４年７月１８日厚生労働省老健局長通知)」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及び同表示の運用基準に抵触しないこと。 （3）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。 （4）介護老人保健施設 介護保険法（平成９年法律第１２３号）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。
１１　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。
１２　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（平成１５年１月１４日公正取引委員会告示)」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
１３　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。
１４　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。 （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第１２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。
１５　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条並びに同法施行規則（昭和５１年通商産業省令第８９号）第８

	条から１１条の規定に反しないこと。
１６　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。
１７　映画・興業等	（1）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。 （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の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。
１８　古物商・リサイクルショップ等	（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
１９　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の保護体制を整えていること（財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）。
２０　労働組合等一定の社会的立場と主張を持	（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。 （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、

った組織	中傷等）するものは掲載しない。
２１　募金等	（１）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。 （２）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。」
２２　質屋・チケット等再販売業	（１）個々の相場、金額等の表示はしない。 例：○○のバッグ５万円、航空券　東京～福岡　１万円等 （２）有利さを誤認させるような表示はしない。
２３　トランクルーム及び貸し収納業者	（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）であることが必要。 （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
２４　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。
２５　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。
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	この基準第６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。 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
２７　金融商品	（１）投資信託等 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。 イ　元本保証がない旨等のリスクを、目立つようにわかりやすく表示すること。 （２）商品先物取引及び外国為替証拠金取引（ＦＸ）等 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とは必ず明記すること。 イ　安全・確実性や有利性等を強調し、投機心をいたずらに煽るものでないこと。 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、目立つようにわかりやすく表示すること。 （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。
２８　その他表示につい	（１）割引価格の表示

て注意を要すること	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 （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。 （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 （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。 （５）肖像権・著作権 無断使用がないか確認をする。 （６）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。） 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 （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。 （８）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