

柏原市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、柏原市有料広告掲載に関する取扱要綱第14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 市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。

(個別の基準)

第3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、別途運用基準等で定めることができる。

(規制業種又は事業者)

第4条 次の各号に掲げる営業又は業種若しくは事業者の広告は掲載しないものとする。

- (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条第1項に規定する風俗営業、同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業、同条第11項に規定する特定遊興飲食店営業、及び同条第13項に規定する接客業務受託営業
- (2) 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
- (3) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (4) 占い、運勢判断に関するもの
- (5) 興信所、探偵事務所等
- (6) 結婚相談所・交際紹介業(経済産業大臣認定個人情報保護団体の構成員である個人情報取扱事業者又は大阪府消費者保護条例に準拠する場合を除く。)
- (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) 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号に定める暴力団、その他反社会的団体及び特殊結社などの構成員がその活動のために利用するもの
- (10) 都道府県知事又は市の許認可等を受けていない社会福祉施設等
- (11) 民事再生法(平成11年法律第225号)第2条第2号に規定する再生債務者等又は会社更生法(平成14年法律第154号)第2条第6項に規定する開始前会社及び同条第

7 項に規定する更生会社

- (12)社会問題を起こしている業種や事業者
- (13)人権侵犯事件を起こした事業者
- (14)各種法令に違反しているもの
- (15)本市の指名停止を受けているもの又は、指名停止期間満了後1年に満たないもの
- (16)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
- (17)違法又は不適当な行為により営業停止その他の不利益処分を受けているもの

(掲載内容の一般基準)

第5条 次の各号に掲げる掲載内容のいずれかに該当するものは、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
- (2) 性差別、性別による固定的な役割分担、暴力的行為を助長する表現又は著しく性的感情を刺激する表現のもの
- (3) 法律で禁止されている商品若しくはサービス、無認可の商品若しくはサービス又は粗悪品などの不適切な商品若しくはサービスを提供するもの
- (4) 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- (5) 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (6) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (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のあるもの
- (9) 社会的に不適切なもの
- (10)国内世論が大きく分かれているもの
- (11)懸賞広告、クーポン広告
- (12)解雇広告
- (13)皇室関係の写真、紋章を使用したもの
- (14)氏名、肖像など本人に無断で使用したもの、明らかに模倣、盗作などとみなされる表現のもの
- (15)アマチュアスポーツ選手や役員の氏名、写真、推薦文を使用したもの
- (16)国土地理院の地図を無断で使用したもの

(消費者保護の基準)

第6条 次の各号に掲げる内容のいずれかに該当するものは、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、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 誇大な表示（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：「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) 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
- (4) 虚偽の内容を表示するもの
- (5) 法令等で認められていない業種・商法・商品
- (6) 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- (7) 責任の所在が明確でないもの
- (8) 広告の内容が明確でないもの
- (9) 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
- (10) マルチ商法、催眠商法等の悪質商法とみなされるもの
- (11) 将来の利益を誇示したり、元本保証と認識されるような投資信託等の経済行為に関するもの
- (12) 自己の優位を強調するため、他の商品と比較する表現のもの

（青少年保護の基準）

第7条 次の各号に掲げる内容のいずれかに該当するものは、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、広告媒体に掲載しないものとする。

- (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
- (2) 暴力や犯罪など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) 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

（屋外広告物に関連する基準）

第8条 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の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、著しく派手なもの
- (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) 立体的な装飾など壁面から突出したもの
- (7) 可動式のもの
- (8) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (9) 地域の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
- (10) 大阪府景観条例に定められた都市景観の形成に大きな影響を及ぼすおそれがあると認めるもの

(公用車を利用した広告に関する基準)

第9条 公用車を利用した広告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) 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) 絵柄や文字が過密であるもの
 - (オ) 立体的な装飾など車体から突出したもの
 - (カ) 可動式のもの

(ウェブサイトに関する基準)

第10条 ウェブサイトへの広告に関しては、ウェブサイト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。

(業種ごとの基準)

第11条 個別の広告の掲載内容については、次に掲げる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検討し、判断する。

1 人材募集広告

- (1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは認めない。
- (2) 人材募集に見せかけて、生徒募集、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。）

- (1) 合格率など実績を載せる場合は、実績年もあわせて表示する。
- (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 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。
- (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。
- (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。

５ 病院、診療所、助産所

- (1) 医療法（昭和２３年法律第２０５号）第６条の５第３項又は第６条の７第３項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) 提供する医療の内容が他の医療機関等と比較して優良である旨を広告してはならない。
- (3) 提供する医療の内容に関して虚偽又は誇大な広告を行ってはならない。
- (4) 広告する医療方法について、疾病等が完全に治癒される旨等その効果を推測的に述べることはできない。
- (5) 写真については、当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは広告できない。
- (6) マークを用いることはできるが、そのマークが示す内容を文字等により併せて表記しなければならない。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) 不明な点は、藤井寺保健所へ確認するものとする。

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。

- (4) 不明な点は、藤井寺保健所へ確認するものとする。

7 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器(健康器具、コンタクトレンズ等)

- (1) 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和35年法律第145号)第66条、67条及び68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) 広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課及び食品担当課並びに公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

8 いわゆる健康食品、保健機能食品、特定用途食品

広告を掲載する事業者が、業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課及び食品担当課並びに公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

9 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

(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) 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。

- (2) 介護老人保健施設

(1) に規定するもののほか、介護保険法(平成9年法律第123号)第98条、「厚生労働大臣の定める介護老人保健施設が広告し得る事項(平成11年厚生省告示第97号)」及び「介護老人保健施設に関して広告できる事項について(平成13年2月22日老振発第10号厚生労働省老健局振興課長通知)」の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。

- (3) 介護医療院

(1) に規定するもののほか、介護保険法(平成9年法律第123号)第112条、「厚生労働大臣の定める介護医療院が広告し得る事項(平成30年厚生労働省告示第185号)」及び「介護医療院に関して広告できる事項について(平成30年3月30日老老発0330第1号厚生労働省老健局老人保健課長通知)」の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。

- (4) 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」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を必要に応じて表示

すること。

(イ)所轄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「有料老人ホームに関する不当な表示（平成１６年公正取引委員会告示第３号）」に抵触しないこと。

１０ 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。

１１ 不動産事業

- (1) 宅地建物取引業法（昭和２７年法律第１７６号）第３２条、第３３条及び第３４条の規定を遵守すること。
- (2) 「不動産の表示に関する公正競争規約（平成１７年１１月１０日公正取引委員会告示第２３号）」による表示規制に従う。
- (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・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

- (1) 旅行業法（昭和２７年法律第２３９号）第１２条の７及び第１２条の８の規定を遵守すること。
- (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

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条の規定を遵守すること。

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) 未成年者、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。

1 6 映画・興行等

- (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) 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。
- (4) 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。
- (5) 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。

1 7 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町村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

1 8 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織

- (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、中傷等）するものは掲載しない。

1 9 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：〇〇〇のバッグ 50,000 円、航空券 東京～大阪 10,000 円等
- (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。
- (3) 特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律（平成30年法律第103号）第2条第4項に規定する特定興行入場券の不正転売に該当するものは掲載しない。

2 0 トランクルーム

「トランクルーム」は、倉庫業法（昭和31年法律第121号）第25条の認定を受けていること。

2.1 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

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、本基準に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

2.2 その他、表示について注意を要すること

(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」、「入会金は別途必要」等

(4) 肖像権・著作権

無断使用がないか確認する

(5) 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

(6) アルコール飲料

(ア) 未成年者の飲酒禁止の文言を明確にすること。

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

(7) たばこに関するもの

たばこを誘発するような表現の禁止

例：「たばこ」という文言等

附 則

この基準は、平成19年10月1日から施行する。

附 則

この基準は、平成25年8月1日から施行する。

附 則

この基準は、令和2年4月1日から施行する。

附 則

この基準は、令和 7 年 4 月 1 日から施行する。