

八尾市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、八尾市広告掲載要綱（平成18年11月13日制定）第5条に規定する基準として定めるものであり、この基準に基づき広告掲載の可否の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。

2 本基準により八尾市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。

(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、広告媒体の性質に応じて、広告の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、別に基準を定めるものとする。

(掲載基準)

第4条 次の各号に定めるものは、広告媒体に掲載しないものとする。

(1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 人権侵害、差別、名誉毀損となるもの又はおそれがあるもの
- 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 あたかも市が支持、推奨又は保証しているかのような誤解を与えるおそれがあるもの
- コ 国内世論が大きく分かれているもの
- サ 市税の滞納がある者の広告

(2) 消費者被害の未然予防及び拡大防止の観点から、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（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、次のいずれかに該当するもの
- ア 広告の内容と無関係で必然性のない水着姿及び裸体姿（表示する必然性がある場合には、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
- (4) 次に掲げる美観風致を害するおそれがあるもの
- 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 著しくどぎつい、くどい等、デザイン性の劣るもの
 - エ 景観と著しく違和感があるもの、又は意味が不明なもの
 - オ 身体の一部を強調するようなもの
 - カ その他美観風致を害するおそれがあるもの

(WEBページに関する基準)

第5条 WEBページへの広告に関しては、WEB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WEB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6条 市の広告媒体に広告を掲載するときは、次の各号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) 人材募集広告

- ア 労働基準法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。

(2) 語学教室等

1か月で確実にマスターできる等の安易さや、授業料、受講料の安価さを強調する表示は使用しない。

(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、実績年も併せて根拠を明確に表示すること。
- 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

「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。」という主旨を明確に表示すること。

(5) 資格講座

ア 受講する資格の内容を明確に表示すること。国家資格でないものが、あたかも国家資格であるかのような誤解を招くような表示はしない。下記の主旨を明確に表示すること。

例：「この資格は国家資格ではありません。」

イ 講座受講だけで資格が取得できるような誤解を招くような表示はしない。下記の主旨を明確に表示すること。

例：「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

医療法（昭和 23 年法律第 205 号）第 6 条の 5 及び第 6 条の 7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の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。（バナー広告のリンク先である病院等のホームページを含む）

(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 条の規定による事項以外は広告できない。

イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、表示してはならない。

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。

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

ア 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 条から第 68 条までの規定及び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。

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。

ウ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を管轄する地方公共団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

ア 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第 66 条から第 68 条まで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。

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。

エ 広告を掲載する事業者が、事業者所在地を管轄する地方公共団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（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（老人保健施設を除く）

- (7) 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。
- (4) 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。
- (7) 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：八尾市事業受託事業者等

イ 有料老人ホーム

アに規定するもののほか、

- (7) 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。
- (4) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。
- (7) 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

- (7) 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。
- (4) 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。

エ 介護老人保健施設

介護保険法第 98 条の規定による事項以外は広告できない。

(11) 墓地等

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確に表示すること。

(12) 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確に表示すること。
- 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確に表示するとともに、「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こと。
- ウ 契約を急がせる表示は掲載しない。

例：「早いもの勝ち」「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ないこと。

(14) 旅行業

ア 登録番号、所在地、補償の内容を明確に表示すること。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、詳細内容が記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。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真等

ウ その他広告表示について旅行業法（昭和 27 年法律第 239 号）第 12 条の 7 及び第 12 条の 8 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第 8 条から第 11 条までの規定に反しないこと。

(16) 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 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。
- (17) 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、その内容を明確に表示すること。
- (18) 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、廃棄等
- (19) 結婚相談所、交際紹介業
- ア 業界団体に加盟していること。
 - イ 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。
 - 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（一般財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）。
- (20) 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）するものは掲載しない。
- (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。
 - 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」は国土交通省の「優良トランクルーム」の認定を受けた事業者であること。また、認定を受けている旨及び認定番号を表示すること。
 - 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。

例：「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) ウィ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

八尾市広告掲載要綱第4条に定める規制業種に該当する企業による、規制業種に直接関連するもの以外の内容の広告は、本基準に定める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

(25) 金融商品

ア 投資信託等

(7) 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確に表示すること。

(4) 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。

イ 商品先物取引及び外国為替証拠金取引（FX）等

(7) 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、登録番号、業界団体会員であることは必ず明確に表示すること。

(4) 安全性、確実性、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。

(7) 利益保証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。

ウ その他金融商品

当該金融商品の内容に応じ、ア及びイの規定を準用する。

(26) 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確に表示すること。

例：「メーカー希望小売価格の〇〇%引き」

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

費用が必要となることがある場合には、その旨表示すること。

エ 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確に表示し、法人名を表示すること。また、広告主の所在地、連絡先（固定電話とし、携帯電話又はPHSのみの表示は認めない。）の両方を明確に表示すること。なお、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、代表者名を明確に表示すること。

オ 肖像権、著作権

無断使用がないか確認をすること。

カ 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること（公正取引委員会に確認の必要あり）。

例：「メーカー希望小売価格の〇〇%引き」（宝石には通常、メーカー希望小売価格はない）

キ 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。

ク アルコール飲料

(7) 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：「お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿」等

附 則

(施行期日)

1 この基準は、平成24年11月1日から施行する。

(経過措置)

2 この基準の規定は、平成24年11月1日以後の許可等について適用し、同日前の許可等については、なお従前の例による。

附 則

この基準は、平成30年4月1日から施行する。