

## 高槻市広告掲載基準

制定 平成 24 年 4 月 20 日

改正 平成 25 年 9 月 20 日

平成 28 年 9 月 28 日

令和 3 年 4 月 27 日

### (趣旨)

第 1 条 この基準は、高槻市広告事業実施要綱第 4 条第 2 項に規定する広告の範囲、その他必要な事項につい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。

### (規制業種又は事業者)

第 2 条 次の各号に掲げる業種又は事業者の広告は掲載しない。なお、広告を掲載中であっても、次の各号に該当するに至った場合は同様とする。

- (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）に規定する風俗営業に該当する業種及びこれに類似する業種
- (2) 消費者金融・貸金業法（昭和 58 年法律第 32 号）に規定する貸金業
- (3) たばこに関する業種
- (4) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。以下同じ。）に関する業種
- (5) 投機的商品に関する業種
- (6) 占い又は運勢判断に関する業種
- (7) 債権取立て、示談引受け等に関する業種
- (8) 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）に規定するインターネット異性紹介事業
- (9) 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
- (10) 法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
- (11) 興信所・探偵事務所等を営む事業者
- (12) 前各号に掲げる業種又は事業者をあっせん又は紹介する業種又は事業者
- (13) 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）及び会社更生法（平成 14 年法律第 154 号）による再生・更生手続中の事業者
- (14) 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）に規定する暴力団又は大阪府暴力団排除条例（平成 22 年大阪府条例第 58 号）に規定する暴力団密接関係者である事業者
- (15) 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事業者
- (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事業者
- (17) 本市の指名停止を受けている事業者
- (18) 本市の市税を滞納している事業者
- (19) その他市の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

### (掲載基準)

第 3 条 次の各号のいずれかに該当する内容の広告は、広告掲載を行わない。

- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 法令等により製造、販売、提供等を行うことが禁止されている商品又はサービスを提供するもの
  - イ 法令等に基づく許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの
  - ウ その他粗悪品等広告掲載が適当でないと認められる商品又はサービスの提供に係るもの
- (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を推奨し、又は肯定し、若しくは美化したもの
  - イ 反社会的な行為を誘発又は助長するおそれがあるもの
  - ウ その他社会的秩序を乱すおそれがあるもの
- (3) 基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 他人をひぼうし、中傷し、若しくは排斥し、他人の名誉・信用を毀損し、若しくは他人の業務を妨害するもの又はそのおそれがあるもの
  - イ 人種、性別、心身の障がい等に関する差別的な表現その他不当な差別につながる表現等を含み、基本的人権を侵害するもの又はそのおそれがあるもの
  - ウ 第三者の氏名、写真、談話及び商標、著作権その他の財産権を無断で使用したもの若しくはプライバシー等を侵害するもの又はそのおそれがあるもの
- (4) 政治性のあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 政治団体による政治活動を目的とするもの又はそのおそれがあるもの（政党広告を含む。）
  - イ 公の選挙若しくは投票の事前運動に該当するもの又はそのおそれがあるもの（選挙広告を含む。）
- (5) 宗教性のあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 宗教団体による布教推進等を目的とするもの又はそのおそれがあるもの
  - イ 迷信又は非科学的なものに類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするおそれがあるもの
- (6) 青少年保護、健全育成の観点から不適切なもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 水着姿、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、又は助長するような表現
  - ウ 残酷な描写等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
- (7) 虚偽若しくは誇大であるもの又はその疑いがあるもの、事実を誤認するおそれがあるもの等その他消費者保護の観点から適切でないもの。例えば、次のようなものをいう。

- ア 誇大な表現及び根拠のない表示や誤認を招くような表現を含むもの  
例：「世界一」、「一番安い」、「当社だけ」等（掲載に際しては、根拠となる資料が必要）
- イ 投機心又は射幸心を著しくあおる表示又は表現を含むもの  
例：「今が最後のチャンス（今購入しないと次はないという意味）」等
- ウ 社会的に認められていない許認可、保証、賞又は資格等を使用して権威付けようとするもの
- エ 虚偽の内容を表示するもの
- オ 法令等に違反する業種・商法・商品
- カ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- キ 投資信託等の広告で、元本等が保証されているかのように誤認させる表現のもの
- ク 自己の供給する商品等について、これと競争関係にある特定の商品等を比較対象商品等として明示し、又は暗示するもの
- ケ 商品等の内容又は取引条件を比較するもので、二重価格表示があるもの及び第三者が推奨し、又は保証する記述があるもの
- コ 他人名義の広告
- サ 責任の所在が明確でないもの
- シ 広告の内容が明確でないもの
- ス 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等を推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの（国、地方公共団体その他公共の機関が別に認証等を行っている商品やサービス等に係るものを除く。）
- セ その他消費者を誤認させるおそれがある表示又は表現（編集記事とまぎらわしい体裁・表現で、広告であることが不明確なものを含む。）を含むもの
- (8) 社会問題についての主義主張。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 個人又は団体の意見広告
  - イ 国内世論が大きく分かれているもの
- (9) 個人又は法人の名刺広告
- (10) 美観風致を害するおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 色又はデザイン等が景観と著しく違和感があるもの、意味が不明である等公衆に不快感を起こさせるもの
  - イ 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
  - ウ 自動車等運転者の誤解を招き、又は注意力を散漫にするおそれがある等、交通安全を阻害するおそれがあるもの
  - エ その他良好な景観の形成及び風致の維持を害するおそれがあるもの
- (11) 公衆に不快の念を抱かせ、又は危害を加えるおそれがあるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 醜悪、残虐、猟奇的である等公衆に不快感を与えるおそれがあるもの
  - イ 性に関する表現で、露骨、わいせつなもの又は裸体を含むもの
- (12) 前各号に掲げるもののほか、広告媒体に掲載する広告として不適當であると市長が認めるもの。例えば、次のようなものをいう。
  - ア 品位を損なう表現のもの
  - イ 詐欺的なもの又はいわゆる不良商法とみなされるもの

- ウ 私設私書箱及び電話代行サービス等に関するもの
- エ 債権取立て、示談引受け等に関するもの
- オ 占い、運勢判断等に関するもの
- カ 通貨及び郵便切手を複写したもの
- キ 謝罪、釈明等に関するもの
- ク 尋ね人、養子縁組等に関するもの
- ケ 暴力団又は暴力団の構成員を賞揚し、若しくは鼓舞し、又は暴力団排除活動に異論を唱える内容を含むもの
- コ デザイン及び色彩が著しく派手で品位を欠き、広告媒体との調和を損なうと認められるもの
- サ 市の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
- シ その他社会的に不適切なもの

(業種ごとの基準)

第4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。このとき、医療、介護老人保健施設、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、関連法令等の所管課に確認するものとする。

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、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。（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）
- (2) 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。

## 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。
- (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。

## 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) 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65条、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（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

- (1) 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。  
例：「〇〇市事業受託事業者」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」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 有料老人ホーム等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）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」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（昭和27年法律第239号）第12条の

7 及び第 1 2 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 5 1 年法律第 5 7 号）第 1 1 条及び第 1 2 条並びに同法施行規則第 8 条から第 1 1 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（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

- (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。

#### 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。  
「〇〇募金は、〇〇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：「〇〇〇のバッグ 50,000 円」、「航空券 東京～福岡 15,000 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 ダイヤルサービス
- 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。
- 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
- 本基準第2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：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

(Webページに関する基準)

第5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、この基準の全部また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、高槻市広告掲載要綱及びこの基準、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ページを閲覧者に斡旋又は紹介しているWebページの広告は掲載しない。

(広告媒体ごとの基準)

第6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。