

## 大阪市立平野区民センター（コミュニティプラザ平野）広告媒体への広告掲載要領

### （目的）

第1条 この要領は、大阪市立平野区民センター（コミュニティプラザ平野）における別表1に定める広告媒体に掲載する広告の取扱いについて、大阪市広告掲載要綱（平成18年1月26日施行）及び大阪市行政財産広告取扱規則（平成19年4月1日施行）に定めるもののほか、必要な事項について定め、市民協働によるまちづくりの推進、企業・商店等の振興、本市の新たな財源確保に寄与することを目的とする。

### （広告の規格等）

第2条 広告の規格、数量、掲載位置・期間、広告料、募集方法、応募資格その他必要事項は区長が定める。

2 募集要項の掲出は、平野区役所のホームページ等で行う。

### （広告掲載事業者）

第3条 広告掲載事業者とは、広告主たる法人または個人を指し、広告代理店等の代理人を経由する場合は、当該代理人も含むものとする。

2 広告掲載事業者は、広告の内容等、掲載された広告に関する一切の責任を連帯して負うものとする。

3 広告掲載事業者は、第三者の権利の侵害、財産権の不適正な処理、第三者に不利益を与える行為、その他不正な行為を行ってはならない。

4 広告掲載事業者は、広告の掲載により第三者に損害を与えたときは、自らの責任及び負担において解決しなければならない。

(規制事業者)

第4条 次の各号に定める事業者は広告掲載事業者になることができない。

(1) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設

(2) 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続き中の事業者

(3) 行政機関から行政指導を受け、改善がなされていない事業者

(4) 特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）に規定する訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引等を行う事業者。ただし、通信販売に関しては、特定商取引法第30条に規定する「通信販売協会」に加盟しているもの等を除く。

- (5) 結婚相談所または交際紹介業者
  
- (6) 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者
  
- (7) 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）で規定する暴力団及び暴力団員、その他公共の安全及び福祉を脅かすおそれのある団体、又は、これに関連する事業者もしくは個人
  
- (8) 悪質な法令違反等により、大阪市から、営業許可の取消し等の重大な行政処分や、指名停止措置、暴力団排除措置要綱に基づく入札等除外措置を受けている事業者
  
- (9)規制対象になっていない場合においても、社会問題を起こしている事業者
  
- (10)市税を滞納している事業者
  
- (11)その他当区の公共機関としての社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれのある事業者
  
- (12)その他区長が不相当と判断した事業者

（規制業種）

第 5 条 次の各号に定める業種の広告掲載については、これを承認しない。但し、規

制業種に該当する事業者による、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。

(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 7 月 10 日法律第 122 号）で、風俗営業と規定される業種及びそれに類似する業種

(2) 消費者金融

(3) 商品先物取引に関するもの

(4) たばこ

(5) ギャンブルにかかるもの（宝くじにかかるものを除く）

(6) 探偵事務所、興信所等の調査事業

(7) 規制対象に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

(8) その他当区の公共機関としての社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれのある業種

(9) その他区長が不相当と判断した業種

(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) 差別、名誉毀損のおそれがあるもの
- (2) 法律で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
- (3) 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
- (4) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (5) 非科学的事象又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするおそれのあるもの
- (6) 国内世論が大きく分かれているもの
- (7) 社員等の人材募集を主たる内容とするもの
- (8) 学校教育法に規定する教育内容に反するなど、学校教育活動に支障を来たすおそれのあるもの
- (9) 特定の業者に不利益を与えるもの
- (10) 国、地方公共団体、その他の公共機関が、広告主またはその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

(11)債権取立て、示談引受けなどをうたったもの

(12)加重・多重債務を助長するものまたはそのおそれがあるもの

(13)投機、射幸心を著しくあおるもの

(14)色彩またはデザインが著しくけばけばしく、広告媒体との調和を損なうおそれがあるもの

(15)各業種の特徴を考慮し、消費者保護の観点からふさわしくない表現となっているもの

(16)その他公共機関としての社会的な信頼性及び公平性を損なうおそれのある内容及び表現を含むもの

(17)その他、区長が不適當と認めるもの

(広告の優先順位)

第7条 予定数量を超えて適正な申し込みがあった場合は、次の各号に掲げる事項に適合するものを優先して掲載するものとする。ただし要項に基づき、抽選または申請順により広告掲載者を決定した場合は除く。

(1) 掲載する広告媒体のテーマ等を勘案して、相応しいもの

(2) 公的機関に関するもの（独立行政法人、特別法により設置される特殊会社を含む。）及び私企業のうち公共的インフラ性の強いもの（電気、ガス、電信会社、鉄道、石油備蓄にかかる事業を行うもの）。ただし、本市監理団体、報告団体、事業関連団体は除く。

(3) 区内に主たる事業所、営業所、店舗等を有するもの

(4) 広告の掲載回数の少ないもの

(5) 直近に広告掲載をしていないもの

（広告表示内容に関する個別の基準）

第8条 具体的な表示内容等については、掲載の都度、広報媒体を所管する担当が別表第2の各項目について検討し、判断することとする。その結果、内容の訂正・削除等が必要な場合には、その旨を広告掲載申請者に依頼することとし、依頼を受けた広告掲載申請者は、正当な理由がある場合以外は訂正・削除に応じなければならない。

（広告掲載の承認及び決定）

第9条 区長は、広告掲載申請書により掲載申請を受けたときは、大阪市広告掲載要

綱及び本要領に基づき必要な事項を審査し、広告掲載の可否を決定する。

2 区長は、広告掲載の可否決定に際し、平野区役所広告掲載審査委員会に必要な事項の審査などを付託することができる。

3 前2項の規定により掲載の可否を決定したときは、区長は広告掲載申請者に広告掲載可否決定通知書を交付しなければならない。

(承認の取消しなど)

第10条 区長は、広告主が次の各号の1に該当するときは広告の掲載期間中であっても、その掲載の承認を取り消すことができる。

(1) 本市の名誉又は信用を失墜し、業務を妨害し、若しくは事務を停滞させるような行為があったとき

(2) 倒産、破産等により広告を掲載する必要がなくなったとき。または社会的信用を著しく損なうような不祥事を起こしたとき

(3) その他、区長が特に必要と認めるとき

## 附則

- 1 この要領は、平成 25 年 12 月 9 日から施行する。

別表第 1（第 1 条関係）

- 1 区広報事業による広告
- 2 庁内備品・配付物等による広告
- 3 行政財産を使用する広告

## 別表第2（第8条関係）

### 1 語学教室等

(1) 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：一ヶ月で確実にマスターできる 等

(2) 料金体系やレッスンレベルについてすべて表記できない場合は、その旨を明確にするとともに、問い合わせる旨を明記すること。

### 2 学習塾・予備校等（専門学校を含む）

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。

### 3 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学校ではありません。」

#### 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。

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に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解される表示はしない。

#### 5 病院、診療所、助産所

(1) 医療法第6条の5又は第6条の7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) 掲載する広告の方法及び内容の基準については、医療法施行規則（昭和 23 年厚生省令第 50 号）第 1 条の 9 の規定および厚生労働省「医療若しくは歯科医業または病院若しくは診療所に関して広告し得る事項等及び広告適正化のための指導等に関する指針（医療広告ガイドライン）に従う。

(3) 広告する治療方法について、疾病等が完全に治癒される旨等、その効果を推測的に延べることはできない。

(4) マークを用いることはできるが、そのマークは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。

(5) 広告を掲載する事業者が、大阪市保健所で広告内容についての了解を得ること。

## 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第 7 条又は柔道整復師法第 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、大阪市保健所で広告内容についての了解を得ること。

## 7 薬局、薬品、医療品、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、第 67 条又は第 68 条の規定に抵触していないこと。また、「医薬品等適正広告基準」（昭和 55 年厚生省通知）によって厚生労働省が承認した範囲内ではか広告できない。

例：「この薬は、使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。」「コンタクトレンズは医療器具です。必ず眼科医の処方により、正しくお使いください。」等の主旨の表記が必要。

(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、特別用途食品

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消費者庁で広告内容について了解を得ること。

## 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（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分し、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あたって、有利であると誤解を招くような表示はできない。

例：大阪市事業受託事業者等

### (2) 有料老人ホーム

9- (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 年度公正取引委員会告示第

3号)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、担当者名等に限る。

イ その他利用にあたって有利であると誤解を招くような表示はできない。

10 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) 不動産売買や賃貸の広告の場合は、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。

(3) 「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。

(4) 契約を急がせるような表示は掲載しない。

例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか 等

## 11 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。

## 12 旅行業

(1) 登録番号、所在地、保障の内容を明記する。

(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

## 13 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ようなものであること。

(7) 未成年、心身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。

#### 14 映画・興行等

(1) 暴力、賭博、麻薬及び売春等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恐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こと。

## 15 募金等

(1) 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けること。

(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。」

## 16 質屋・チケット等再販売業

(1) 個々の相場、金額等は表示しない。

例：〇〇のバッグ 50,000 円、航空券 〇〇～〇〇 15,000 円 等

(2) 有利さを誤認させるような表示はしない。

## 17 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。」

## 18 ダイヤルサービス

“ダイヤル Q2”のほか各種ダイヤルサービスは内容を確認のうえ判断する

## 19 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を受けていること。
- (2) 一般廃棄物処理業にかか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

## 20 その他、表示についての注意を要すること

- (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示すこと。

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ときには、その旨を明示すること。

例：「昼食代は実費負担」、「入学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する。

(6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意（消費者庁に確認）

例：「メーカー希望小売価格の 50%引き」（宝石には通常、メーカー希望小売価格はない）等

(7) 個人輸入代行業者等の個人営業広告

(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

ウ 飲酒運転の禁止の文言を明確に表示すること

例：「飲酒運転は法律で禁止されています」等