

なんば広場における 広告掲載要領

なんば広場における広告掲載要領

(趣旨)

第1条 この要領は、なんば広場における認定計画提出者が掲載する広告の取扱いについて必要な事項を定める。

(占用面積)

第2条 広告板の占用面積は以下のとおりとする。

- (1) デジタルサイネージ : 15 m²以下 (7.5 m²以下×2面×1基)
- (2) バナー : 75 m²以下 (H2.4m以下×W0.6m以下×2面×26枚)

(広告板の位置及び仕様)

第3条 広告板の設置位置及び広告面の位置及び仕様については、別図の内容を基本とし、広告板の構造や意匠を変更する場合は耐震性や耐風性等の安全性を確認し、交通管理者との調整の上、本市の了承を得た上で設置するものとする。

(屋外広告物許可)

第4条 広告板の設置については、大阪市屋外広告物条例の規定に基づき、屋外広告物許可を得た上で設置するものとする。広告板の構造を変更する場合も同様とする。

2 バナー広告の設置に当たっては、認定計画提出者は、本市建設局総務部管理課と調整の上、大阪市屋外広告物条例第7条の3の規定に係る手続きを行うものとする。

(広告板の設置)

第5条 広告板の設置については、以下のとおりとする。

- (1) 設置工事(配線及び電源の確保に必要な工事等も含む)については、本市と協議の上、認定計画提出者の負担で行うものとする。
- (2) デジタルサイネージの機器や配線など、認定計画提出者により設置した物件の所有権については認定計画提出者に帰属するものとする。
- (3) 設置に際しては、本市と協議の上、路面に負担の少ない方法で確実に固定し、地震等の際の転倒を防止するための十分な対策を講じるとともに、周辺の意匠や外観などに調和したものとするなど景観面にも配慮するものとする。
- (4) 道路施設を損傷又は汚損した場合は、本市の指示を受けて認定計画提出者の負担で原形に復旧するものとする。
- (5) デジタルサイネージには、下記の例に準じ、見やすい場所にわかりやすく認定計画提出者名及び連絡先(電話番号)を表示するものとする。

例：「この広告枠に関するお問い合わせは〇〇〇〇（認定計画提出者名）まで
電話〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇」

（デジタルサイネージの輝度）

第6条 デジタルサイネージの輝度については、昼間は最大 6000cd/m²、夜間は最大 1000cd/m²までとし、季節や天候に応じて最適な輝度となるよう調整を行うものとする。

（デジタルサイネージの放映時間）

第7条 デジタルサイネージの放映時間については、以下のとおりとする。

- (1) 放映時間は9時から24時とする。
- (2) 放映時間のうち、広告の放映時間は2面合わせた総放映時間全体の9割を上限とする。
- (3) 放映時間のうち、広告放映をしない放映時間は、認定計画提出者が作成した公益情報を放映するものとする。
- (4) 広場を活用したイベント開催時には、イベント等での一時的な広告利用も可能とする。
- (5) 放映時間の割合については、放映するコンテンツ1ロール（60分以内を想定）の中で調整し、全ての時間帯で同様の割合で放映されることをすることを基本とする。ただし、イベント等での一時的な広告利用をする場合は、認定計画提出者が本市と別途協議の上で割合の調整方法を決定するものとする。

（広告料金）

第8条 広告料金については、認定計画提出者が自由に設定できるものとする。

（デジタルサイネージによる映像放映）

第9条 デジタルサイネージによる映像放映については、放映当初は静止画及び急激な画面転換のないゆるやかな動画（以下「静止画等」という。）のみとし、周辺の道路通行空間や歩行者利便増進誘導区域内でのイベント及び周辺地域に対し、実地調査及びアンケート調査等により安全性等の検証を1か月程度行い、その検証結果（放映した広告のサンプル、周辺への影響及びアンケート結果等）をとりまとめるものとし、具体的な検証の方法については、本市と協議の上で決定するものとする。

- 2 前項の検証結果により、通常速度の動画の放映について本市が問題ないと判断した場合、本市の指示のもと、通常速度の動画の放映について、静止画等と同様に2か月程度、安全性等の検証及び検証結果のとりまとめを行うものとする。
- 3 前項の検証結果により、通常速度の動画の放映が、大阪市屋外広告物審議会において、良好な景観の形成又は風致の維持、及び公衆に対する危害の防止の観点から審査され、当

該広場で放映する妥当性が認められた場合は、それ以降において、通常速度の動画の放映を可能とする。（前項の検証終了から大阪市屋外広告審議会での審議完了までは通常速度の動画の放映はできないものとする。）

4 検証時に放映する静止画等及び通常速度の動画の内容については、公益情報のほか、広告の放映も行うものとし、詳細は歩行者利便増進計画が認定された後に本市と認定計画提出者で締結する基本協定書に定めるとともに、検証の項目や内容、期間などについても同基本協定で定めるものとする。

5 デジタルサイネージによる映像放映については、災害時等の非常時を除き、音声を発するものを使用しないものとする。

（広告板の点検及び維持管理）

第10条 広告板の点検及び維持管理については、以下のとおり認定計画提出者により実施するものとする。

- （1）広告枠等の自然損耗・経年劣化、漏水を原因とする損傷及び広告枠等に対する人為的要素を含む不慮の事故による損傷が発生した場合は、修繕するものとする。
- （2）広告枠等の壁面・広告面を清掃するものとする。
- （3）バナー広告の脱落等防止のため、広告の掲載作業時等に点検し、問題を発見したときは速やかに対応するものとする。
- （4）屋外広告物継続許可申請に当たっては、所定の点検報告書により、点検を実施すること。
- （5）その他、本市に臨時に点検を指示された場合（例：台風接近時等）は、その指示に従うものとする。

（デジタルサイネージ等で使用する電気料金の取扱い）

第11条 デジタルサイネージ等で使用する電気料金は、認定計画提出者が電力会社と契約し、費用を負担するものとする。

（バナー広告による公共的な情報発信）

第12条 バナーについては、本市を含む地方公共団体が公共的な情報発信での利用を希望した場合は、可能な限り利用枠を確保するよう配慮するものとする。（その場合の広告料金は通常の料金設定とする。）また、本市（建設局）が御堂筋全体でイベントを実施する際は、御堂筋に掲載するバナーとのデザイン調整を行うものとする。

（規制業種又は事業者）

第13条 次の各号のいずれかに該当する業種（以下「規制業種」という。）の広告掲載については、これを承認しない。

- (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）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) 貸金業法（昭和 58 年法律第 32 号）で貸金業と規定される業種のうち、主に個人を対象とした無担保の融資をおこなうもの
 - (3) 商品先物取引に関するもの
 - (4) たばこの製造及び販売に関するもの
 - (5) ギャンブルにかかるもの
 - (6) 法律の定めのない医業類似行為を行うもの
 - (7) 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（同法第 30 条に規定する通信販売協会に加入している者が行う場合を除く。）、電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引
 - (8) 探偵業
 - (9) 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ない古物商・中古品小売業
 - (10) 業界団体に加盟していない結婚相談所・交際紹介業
- 2 次の各号のいずれかに該当する事業者（広告主たる法人又は個人をいい、広告代理店等の代理人を経由する場合は、当該代理人を含む。以下同じ。）の広告掲載については、これを承認しない。
- (1) 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
 - (2) 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
 - (3) 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。以下「暴対法」という。）第 2 条第 6 号に規定する暴力団員
 - (4) 大阪市暴力団排除条例（平成 23 年大阪市条例第 10 号）第 2 条第 3 号に規定する暴力団密接関係者
 - (5) いわゆる「総会屋」「暴力団」その他の反社会的団体又は特殊結社団体、これに関連する事業者
 - (6) 公共機関又は行政機関から悪質な行為等により、指名停止等の行政処分を受けている事業者
 - (7) 市税を滞納している事業者

（広告の掲載内容の自主審査）

第 14 条 認定計画提出者は、【別添 1】「大阪市広告掲載要綱」（以下「広告掲載要綱」という。）、【別添 2】「大阪市建設局道路河川部広告掲載要領」（以下「広告掲載要領」という。）及び次の各号の基準の内容を踏まえた審査基準を作成し、事業開始の 14 日前までに本市に提出するものとし、広告を掲載しようとするときは、あらかじめ広告主等に広告内容

の提出を求め、審査基準に基づく自主審査を行い、審査基準に抵触する場合は、広告主等に修正・削除を指示するものとする。

- (1) なんば広場が目指す世界をひきつける観光拠点、上質で居心地の良い空間に合致するものとなっているか。
 - (2) 周辺の建物や広場空間のデザイン・歴史・文化などに配慮し、来街者に好感を与え且つ品格あるものとなっているか。
 - (3) なんば広場の街並み景観と調和し、街の雰囲気合致するものとなっているか。
- 2 認定計画提出者は、自主審査された掲載内容について、掲載予定の意匠データを事前に本市に提出するものとし、「広告掲載要綱」及び「広告掲載要領」に抵触する可能性のある掲載内容については、「建設局広告等審査委員会」により審議する場合があります、「広告掲載要綱」及び「広告掲載要領」に抵触すると本市が判断した場合は、認定計画提出者の都合を問わず修正・削除するものとし、これに要する費用は認定計画提出者の負担とする。
- 3 認定計画提出者は、広告の製作に際し、著作権、特許権、実用新案権、意匠権、商標権その他日本国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっている材料、履行方法を使用するときは、その使用に関する一切の責任を負うものとする。

(広告の範囲)

第 15 条 次の各号のいずれかに該当する広告は掲載しない。

- (1) 法令等に違反するもの
- (2) 公の秩序又は善良の風俗に反するもの
- (3) 人権侵害となるもの
- (4) 政治性のあるもの
- (5) 宗教性のあるもの
- (6) 社会問題についての主義主張
- (7) 個人又は法人の名刺広告
- (8) 良好な景観又は風致を害するもの
- (9) 広告内容を、本市が推奨しているかのような誤解を与えるもの
- (10) 公衆に不快の念又は危害を与えるもの
- (11) 社会問題を起こしている業種や事業者を広告するもの
- (12) 本市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (13) 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
- (14) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの
- (15) 過剰表現、その他誤解を与えかねない表現
- (16) 金額訴求が主たるデザインとなるもの
- (17) 景品表示法に違反をする恐れのあるもの
- (18) 消費者に誤解を与えかねない表現

- (19) 連合広告とみなされる内容
- (20) 他社製品との比較表現
- (21) 暴対法第2条第2号に規定する暴力団の利益になると認められる又はそのおそれがあると認められるもの
- (22) 明らかに車両の運転者に訴求するもの
- (23) 通行者の安全を阻害する恐れのあるもの
- (24) 文字情報が極端に多いもの
- (25) 赤・青・黄などの原色や高彩度の色（けばけばしい色彩）が多用されるもの（ただし、コーポレートカラー等で表現上原色や高彩度の色を使用しなければならない場合、かつ全体の面積や表示秒数などを工夫し、見る人に不快を与えないよう配慮する場合は除く。）
- (26) 道路交通の安全を損なう恐れや注意表示と誤認される可能性があるもの
- (27) 災害時等の非常時以外に音声を発するもの
- (28) 動画において、サブリミナル効果等の、通行人等が通常感知しえない方法により、メッセージ等を伝達するものやコントラストの強い画面が反転したり急激に場面転換したりするもの
- (29) 歩行者が注視することで著しく路上に滞留することにより、交通に支障を生じさせるおそれのあるもの
- (30) その他、広告掲載を行う広告として不適当であると認めるもの

（規制業種を行う企業による規制業種に関するもの以外の内容の広告）

第16条 規制業種を行う企業が、規制業種に関連するもの以外の内容の広告を行う場合においては、本要領に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

（広告の作成）

第17条 広告は、認定計画提出者の責任及び負担で作成するものとする。

（広告表示内容に関する個別の基準）

第18条 本市が、具体的な表示内容等について、内容の修正、削除等が必要と判断した場合には、その旨を認定計画提出者に指示することとし、指示を受けた認定計画提出者は、正当な理由がある場合以外は、その修正、削除等に応じなければならない。

（広告掲載の取消）

第19条 次の各号のいずれかに該当するときは、広告の掲載を取り消すことができる。

- (1) 本市が指示する修正又は削除に従わないとき。
- (2) 第13条又は第15条のいずれかに該当すると判明したとき。

(3) その他必要と認めたとき。

(掲載に係るトラブル対応)

第 20 条 広告の掲載に関するトラブルは、認定計画提出者の責任において対応するものとし、広告内容その他広告自体を原因として事故等が発生した場合には、被害者の治療費及び慰謝料等の示談並びに仮に訴訟になった場合は、認定計画提出者の責任において対応するものとする。

(強風対策)

第 21 条 認定計画提出者は、広告の落下、剥離、老朽、汚損等がないように定期的に点検等を実施するとともに、落下等が生じた場合は速やかに改修等の措置を行うものとする。

2 バナー広告の設置にあたっては、強風注意報の発令時の対応について、道路照明柱の強度等を考慮し、本市と協議の上で対応方法を定めるものとする。

(事故発生の際の連絡)

第 22 条 事故及び不慮の事故等が発生した場合は、事故発生等の帰責の如何を問わず、直ちに認定計画提出者により事故拡大の防止策を講じるとともに、本市にその旨を速やかに報告するものとし、その後も当該事故等の詳細について遅滞なく書面により本市に報告するものとする。

(広告枠等の毀損への対応)

第 23 条 広告枠等に毀損が生じた場合は、原因の如何を問わず認定計画提出者の責任において修繕するものとする。

(認定計画提出者の責務)

第 24 条 認定計画提出者は、広告の内容等、掲載された広告に関する一切の責任を負うものとする。

2 第三者から、広告に関連して損害を被った旨の賠償請求がなされた場合は、認定計画提出者の責任及び負担において解決することとする。

(事業終了時の対応)

第 25 条 認定計画提出者は、広告枠等使用期間が満了したとき及び何らかの事由により占用が解除若しくは解約により占用が終了した場合には、本市に帰責理由がある場合及び本市が認めた場合を除き、原則、広告枠等使用期間満了日の 24 時までには原状回復するものとし、これに要する費用は認定計画提出者の負担とする。

2 認定計画提出者は、広告枠等使用期間満了後に、新たな認定計画提出者が本事業を行う

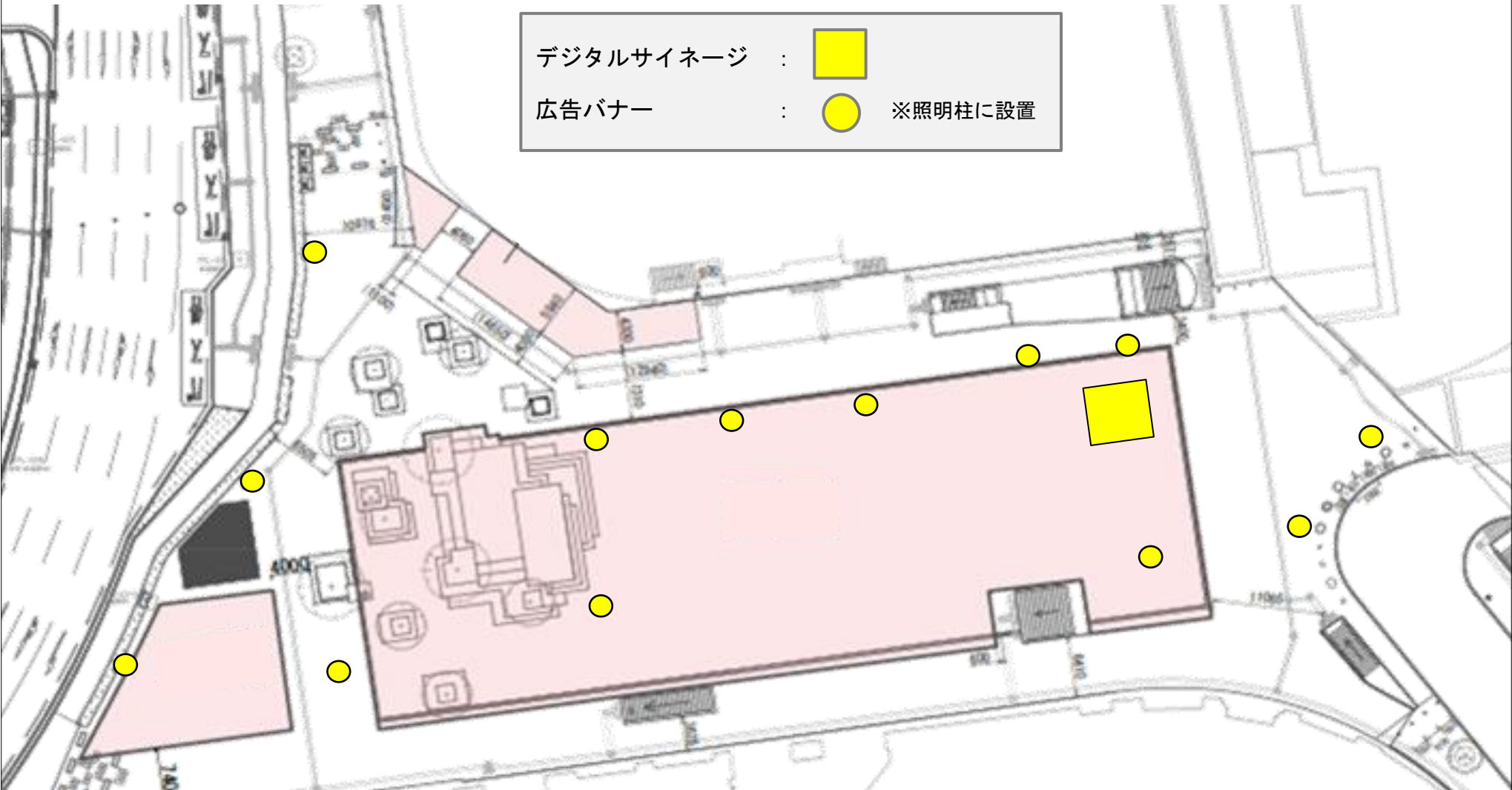
ことが決定した場合には、本市が指示する事項について、新たな認定計画提出者への引継ぎを誠実に行うものとする。

- 3 本市が新たな認定計画提出者の募集を行うにあたり、本市が必要とする場合には、認定計画提出者は、本市が指定する期限までに広告枠等の損傷状況等を書面にて報告するものとする。

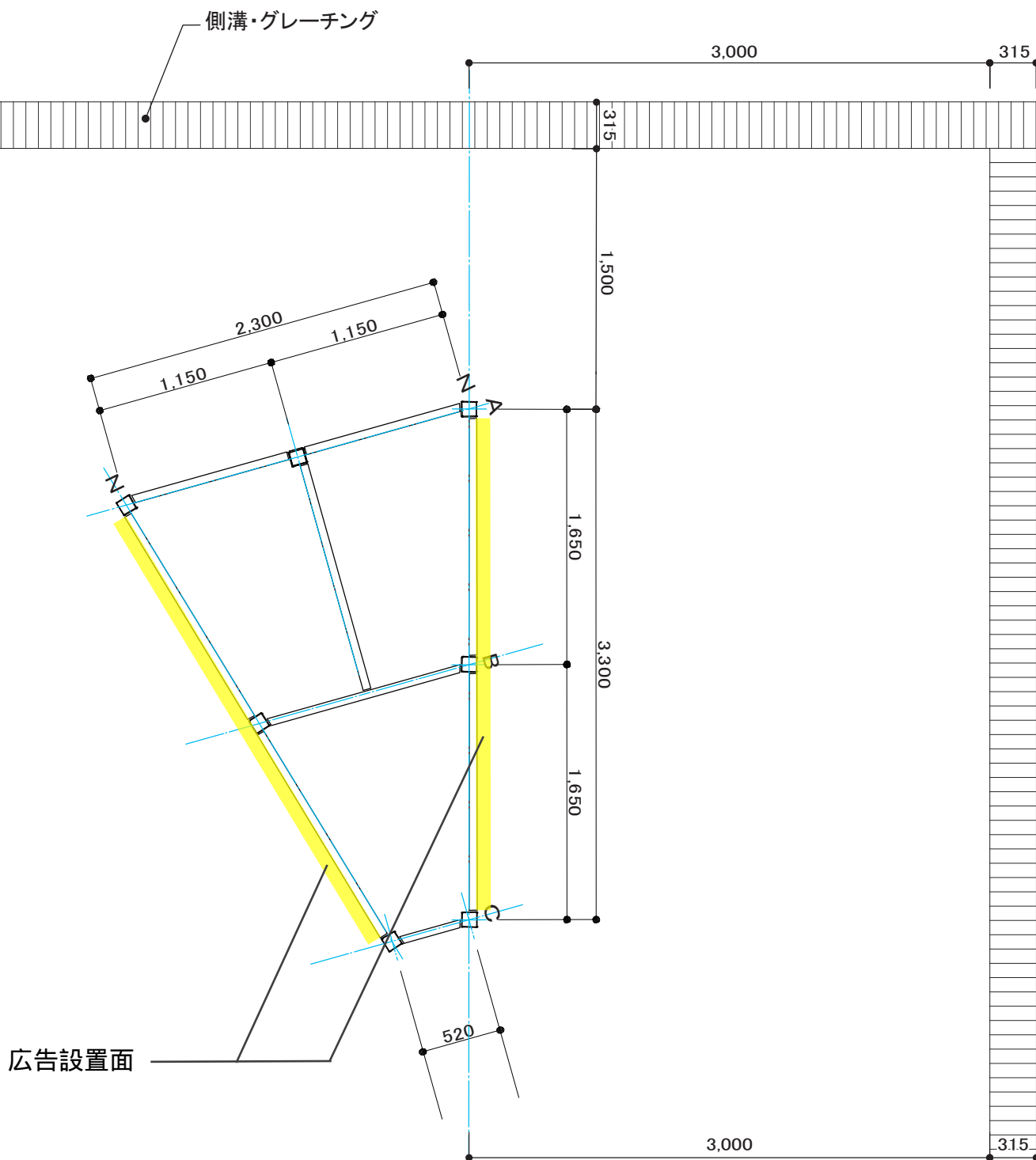
(その他)

第 26 条 この要領の施行に関し必要な事項は、本市が定める。

広告板設置位置図



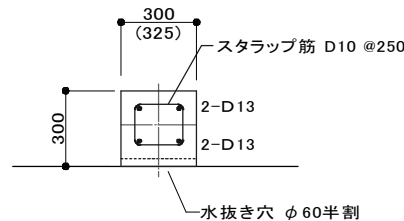
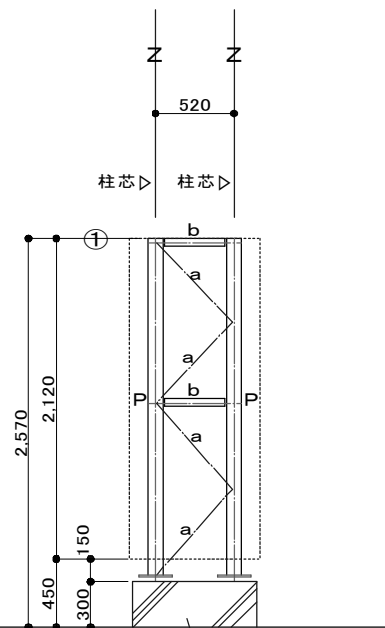
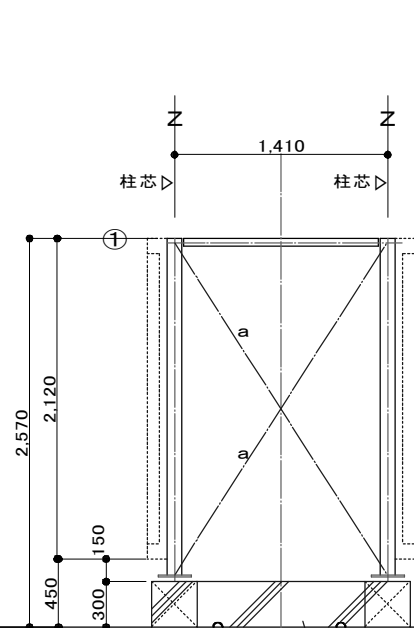
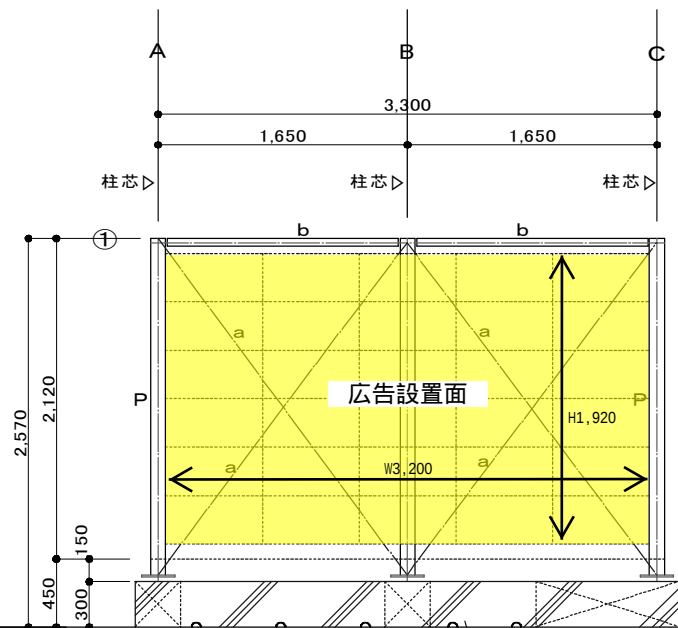
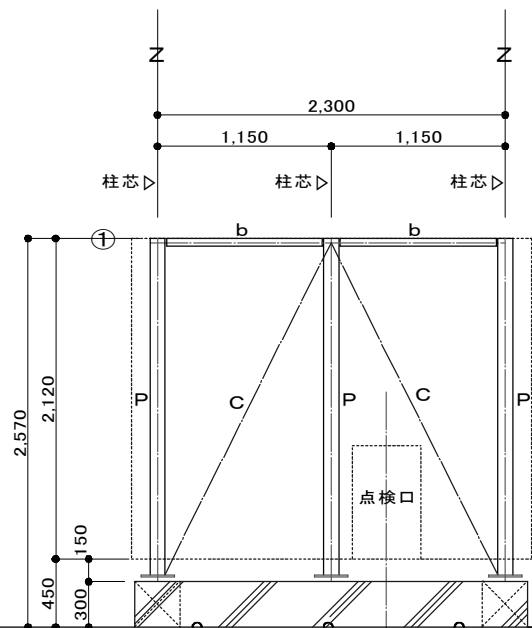
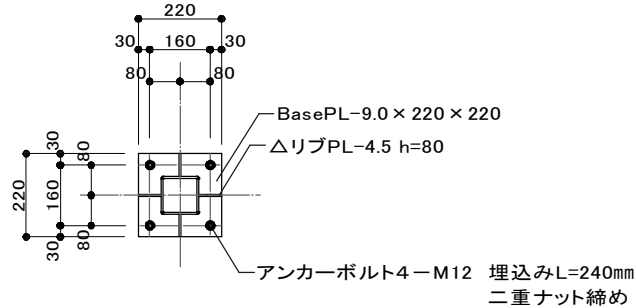
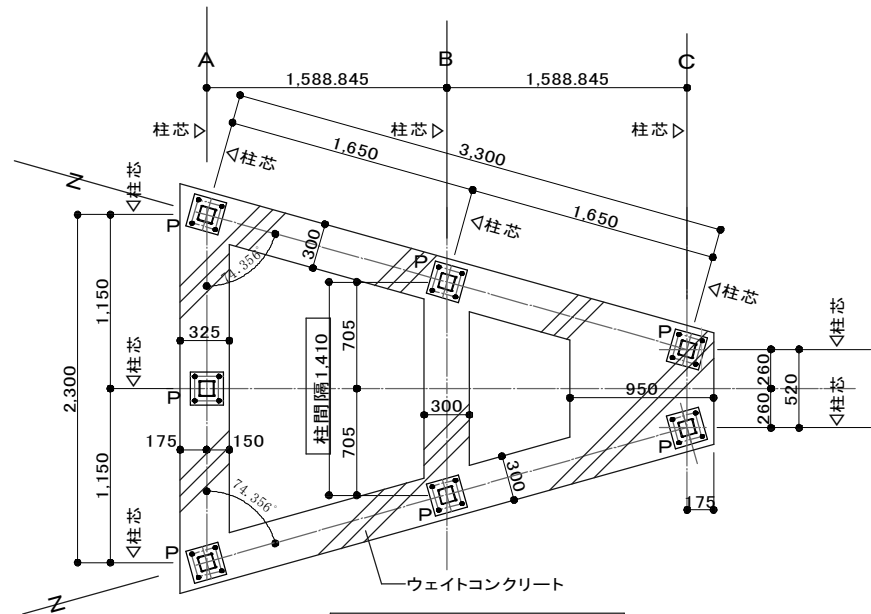
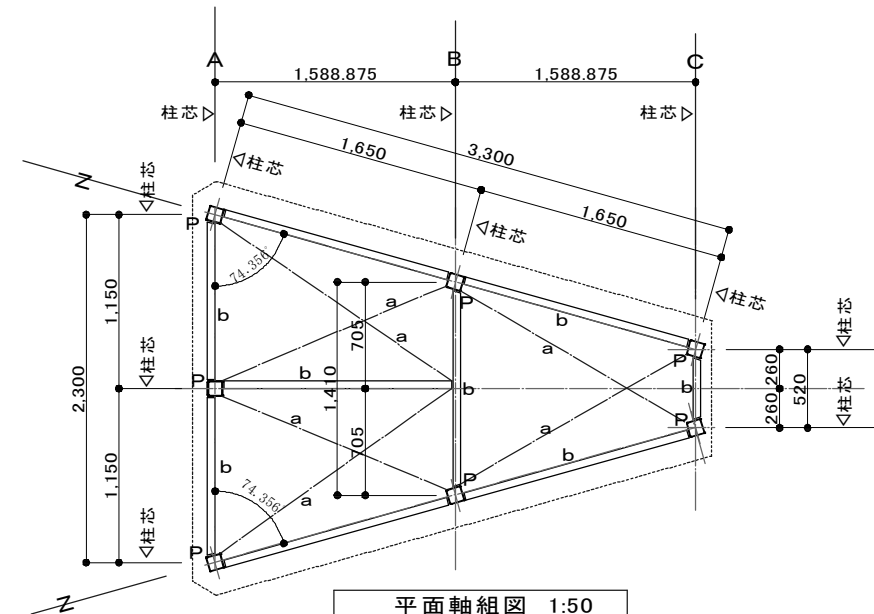
設置位置詳細図 (デジタルサイネージ設置例)



設計条件

地表面粗度区分 Ⅲ

風圧力 $V_o=34\text{m/sec}$



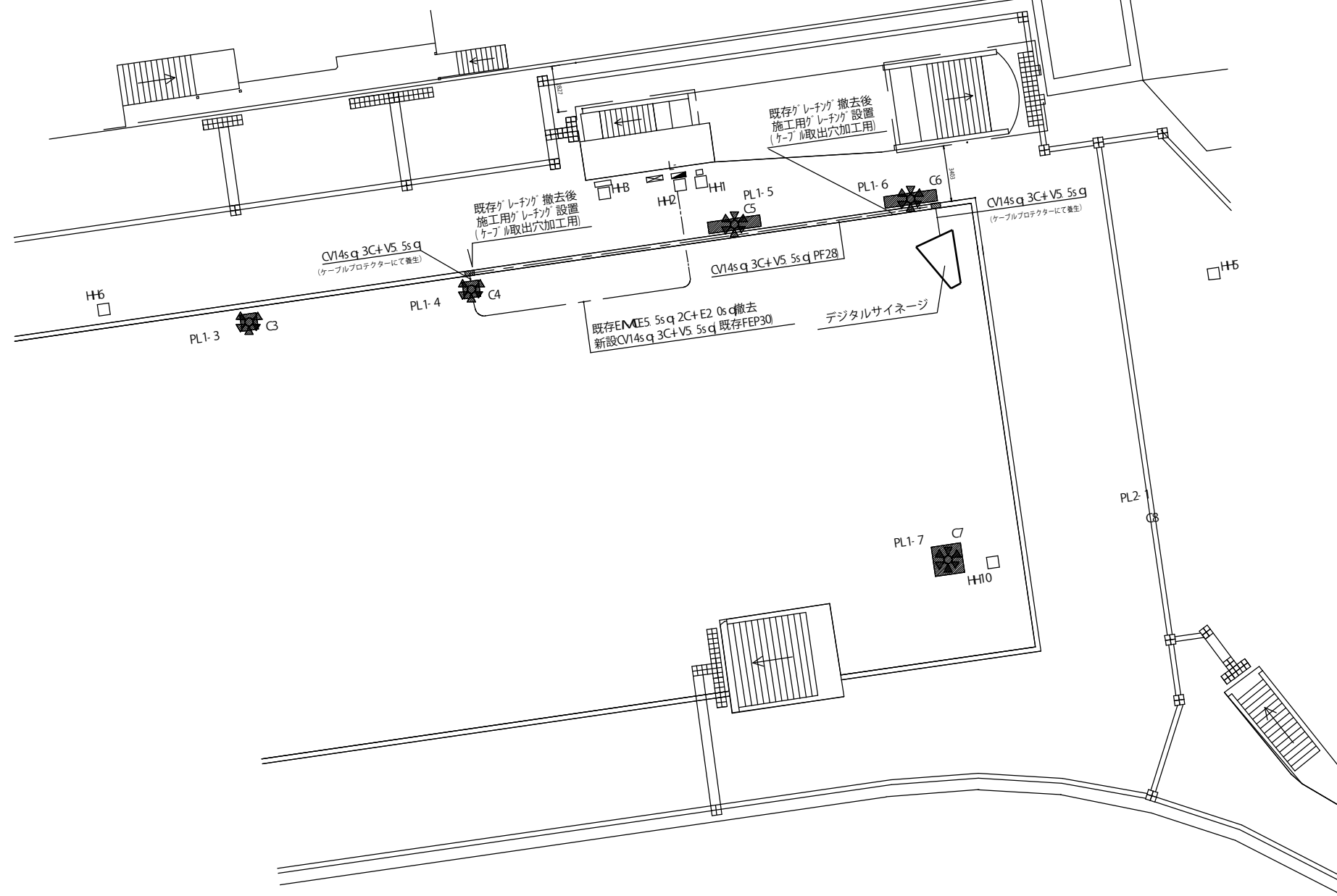
記載の内容は本件において想定される一般的な規格による例

部材リスト	
符号	断面
a	L-40×40×3
b	L-50×50×4
C	L-65×65×6
P	□-100×100×4.5

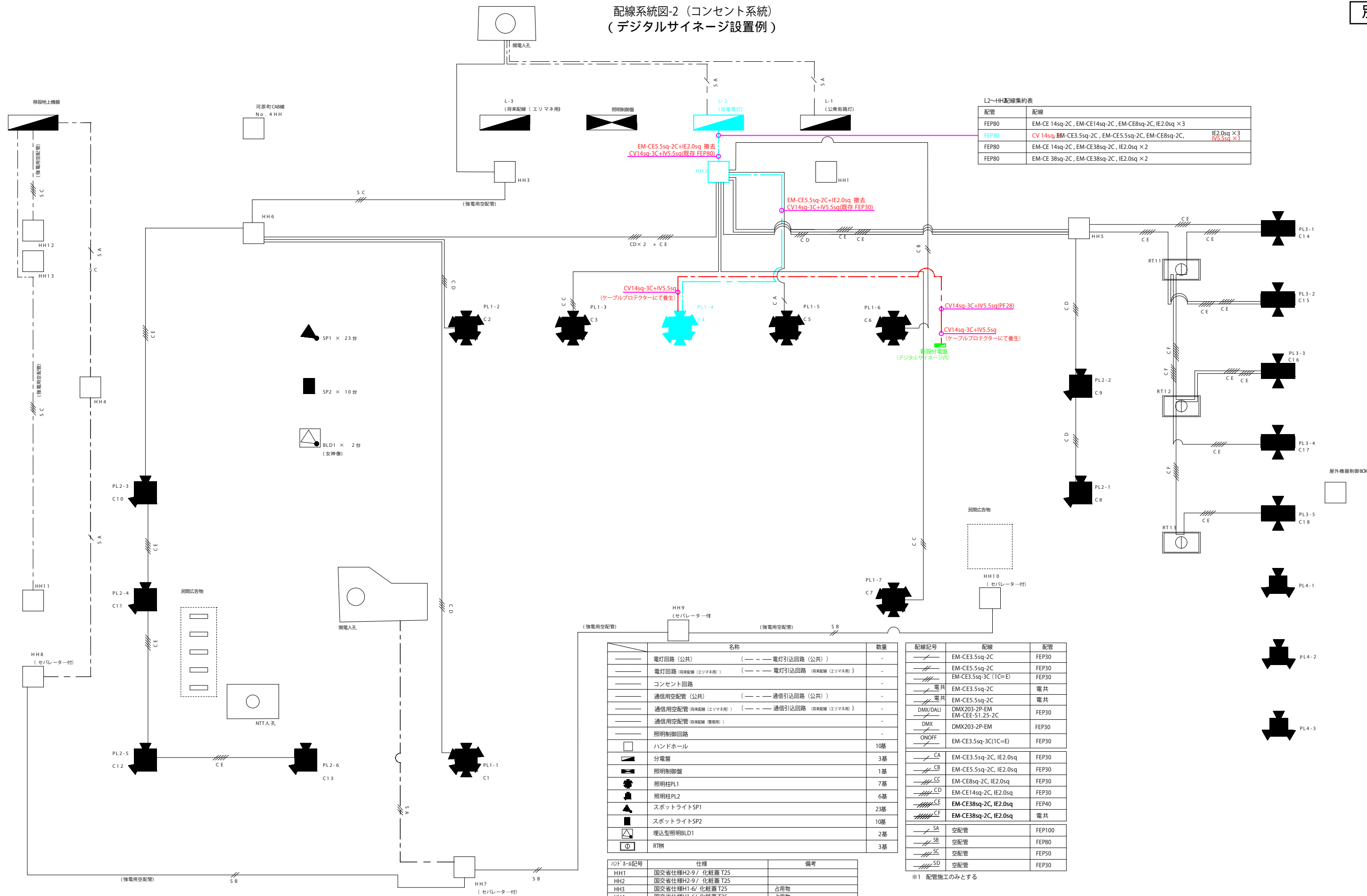
特記事項	
鋼材 SS400	L形鋼 SS400
角形鋼管 STKR400	アンカーボルト SS400
コンクリート $F_c=2.1\text{kN/cm}^2$	
鉄筋 SD295A	
パネル固定方法:ボルト固定	
使用材料はすべてJIS規格品使用	

訂正	年月日	承認	名称		作成日	SHEET NO
		担当部署	担当者名	製図	縮尺	
				図面名	1:20 1:30 1:50(A3)	

配 線 図
(デジタルサイネージ設置例)



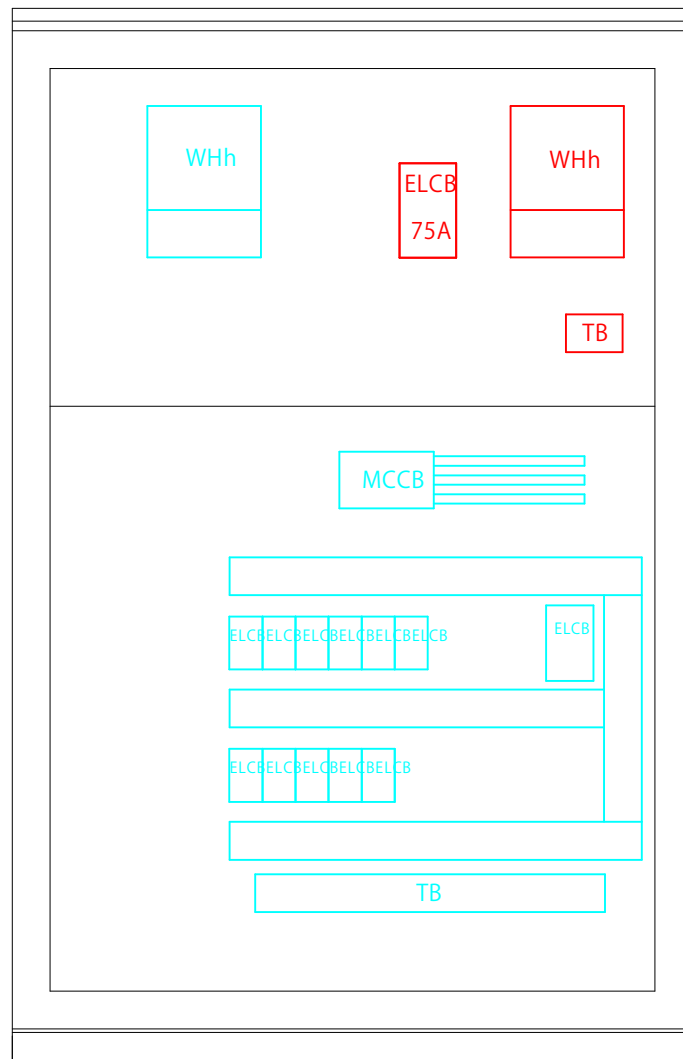
配線系統図-2（コンセント系統）
（デジタルサイネージ設置例）



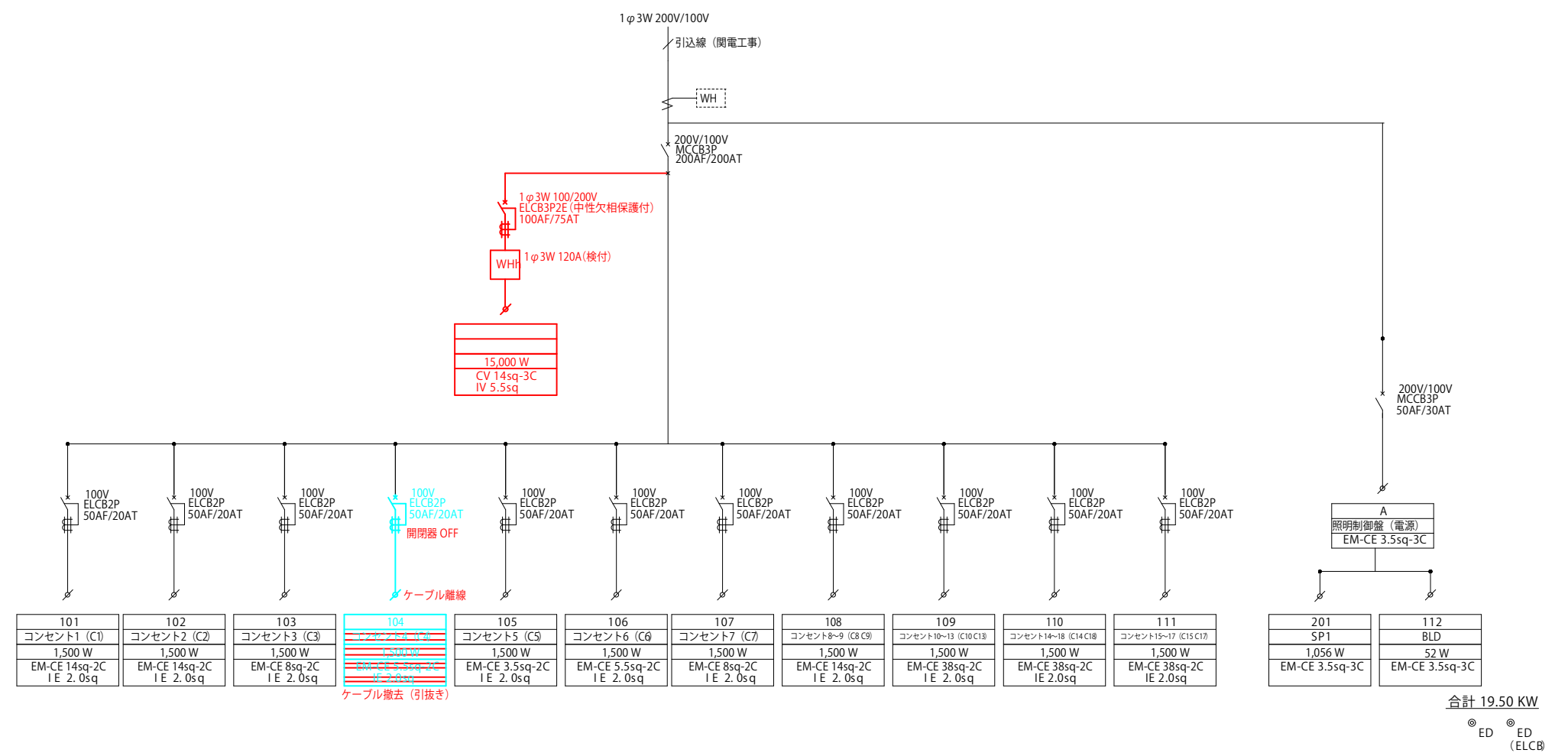
ノド 8-6記号	仕様	備考
HH1	国交省仕様H2-9 / 化粧蓋 T25	
HH2	国交省仕様H2-9 / 化粧蓋 T25	
HH3	国交省仕様H1-6/ 化粧蓋 T25	占用物
HH4	国交省仕様H1-6/ 化粧蓋 T25	占用物
HH5	国交省仕様H2-9 / 化粧蓋 T25	
HH6	国交省仕様H2-9 / 化粧蓋 T25	
HH7	国交省仕様H1-6 セ/付/ 化粧蓋 T25	占用物
HH8	国交省仕様H1-6 セ/付/ 化粧蓋 T25	占用物
HH9	国交省仕様H1-6 セ/付/ 化粧蓋 T25	占用物
HH10	国交省仕様H1-6 セ/付/ 化粧蓋 T25	占用物
HH11	国交省仕様H1-6/ 化粧蓋 T25	占用物
HH12	国交省仕様H1-6/ 化粧蓋 T25	占用物
HH13	国交省仕様H1-6/ 化粧蓋 T25	占用物

電気詳細図 (L-2)
(デジタルサイネージ設置例)

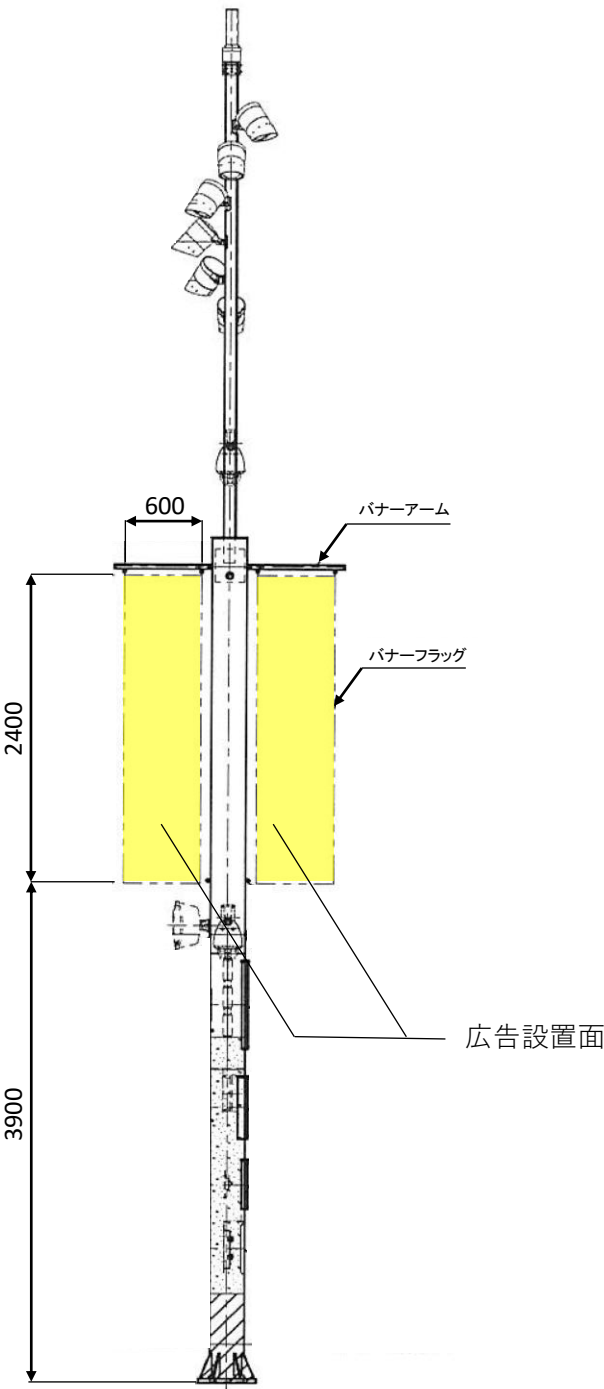
分電盤機器配置図(参考)



単線結線図



設置位置詳細図
(バナー広告設置例)



大阪市広告掲載要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、市の保有資産及び、市長が管理するその他の資産（以下「市資産」という。）を広告媒体として活用することに関して必要な事項を定める。

(目的)

第2条 市資産への広告掲載は、民間企業等との協働により市の新たな財源を確保し、市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図ることを目的とする。

(定義)

第3条 この要綱において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

(1) 広告媒体 以下に規定する市資産のうち広告掲載が可能なものをいう。

ア 市の広報印刷物

イ 市のホームページ

ウ 市の普通財産

エ その他広告媒体として活用できる資産で第5条に定めるもの

(2) 広告掲載 広告媒体に広告を掲載又は掲出することをいう。

(3) 局長等 大阪州市長直轄組織設置条例（平成24年大阪市条例第12号）第1条に掲げる組織の長、大阪市事務分掌条例（昭和38年大阪市条例第31号）第1条に掲げる組織の長、危機管理監、会計室長、消防局長、教育次長、行政委員会事務局長、市会事務局長、財政局税務総長、大阪市事業所事務分掌規則（昭和37年大阪市規則第5号）第3条に定める事業所の長及び区長をいう。

(広告の範囲)

第4条 次の各号のいずれかに該当する広告は、広告掲載を行わない。

(1) 法令等に違反するもの

(2) 公の秩序又は善良の風俗に反するもの

(3) 人権侵害となるもの

(4) 政治性のあるもの

(5) 宗教性のあるもの

(6) 社会問題についての主義主張

(7) 個人又は法人の名刺広告

(8) 良好な景観又は風致を害するもの

(9) 当該広告事業の内容を、市が推奨しているかのような誤解を与えるもの

(10) 公衆に不快の念または危害を与えるもの

(11) 社会問題を起こしている業種や事業者を広告するもの

(12) 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの

(13) 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

(14) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの

(15) その他、広告掲載を行う広告として不適当であると当該広告媒体を所管する局長等が認めるもの

(広告媒体等を特定して実施する事業)

第5条 局長等は、自ら管理する広告媒体に広告掲載を行う場合にあっては、広告媒体の種類、規格、掲載位置、募集方法、広告料及び選定方法等を別途定めるものとする。

(提案により実施する事業)

第6条 前条によるもののほか、財政局長は、広告媒体を定めることなく民間企業等からの広告事業の提案を受け付ける制度（以下「広告事業提案制度」という。）を実施することができる。

2 局長等は、前項の広告事業提案制度において提案のあった本市の施設、広報印刷物等について広告事業を実施することができる。

3 広告事業提案制度の実施については、この要綱に定めるもののほか、大阪市広告事業提案制度実施要綱の定めるところによる。

(審査機関)

第7条 掲載する広告の可否を審査するため、大阪市広告審査委員会（以下「審査会」という。）を設ける。

2 審査会の委員長は財政局税財政企画担当部長を、委員は政策企画室市民情報部広報担当課長、消費者センター所長、人権啓発・相談センター所長、財政局財務部財政調査担当課長、計画調整局計画部都市景観担当課長、建設局総務部管理課長をもって充てる。

(会議)

第8条 審査会の会議は、掲載する広告の可否について疑義が生じた場合において、委員長が必要と認めたときに、委員長が招集する。

2 審査会の会議は、委員長がその議長となる。

3 審査会の会議は、委員の過半数以上が出席しなければ開くことができない。

4 審査会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

5 委員長は、広告掲載を行うそれぞれの広告媒体及び第6条第1項に基づき提案を受け付けた本市の施設、広報印刷物等を所管する課長を審査会に出席させ、その意見又は説明を求めるものとする。

6 委員長は、必要があると認めたときは、審査会の会議に関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第9条 審査会の庶務は、財政局財務部財源課において処理する。

(調整)

第10条 財政局長は、広告掲載について必要な調整を行う。

2 調整を行うため、財政局長は、局長等に対して、広告掲載に関する報告を求め、調査を行い、又は広告掲載にかかる変更、その他の必要な措置を求めることができる。

(財政局長への報告)

第11条 局長等は、広告料収入について、毎年3月31日現在における当該年度収入額報

告書を作成し財政局長に報告するものとする。

(その他)

第 12 条 この要綱の実施に関し必要な事項は、財政局長が定める。

附 則

この要綱は、平成 18 年 1 月 26 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 18 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 19 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 20 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 22 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 23 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 24 年 4 月 2 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 25 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 27 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 27 年 7 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 28 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 29 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、平成 31 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、令和 2 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、令和 3 年 11 月 1 日から施行する。

附 則

この要綱は、令和 6 年 3 月 18 日から施行する。

大阪市建設局道路河川部における広告掲載要領

(趣旨)

第1条 この要領は、大阪市広告掲載要綱（以下「要綱」という。）に定めるもののほか、大阪市建設局道路河川部の広告事業において掲載する広告の取扱いについて必要な事項を定める。

(規制業種又は事業者)

第2条 次の各号のいずれかに該当する業種（以下「規制業種」という。）の広告掲載については、これを承認しない。

- (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）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) 消費者金融業
- (3) 商品先物取引に関するもの
- (4) たばこ（電子たばこを含む。）の製造及び販売に関するもの
- (5) ギャンブルにかかるもの
- (6) 法律の定めのない医業類似行為を行うもの
- (7) 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号。以下「特定商取引法」という。）に規定する訪問販売、通信販売（同法第 30 条に規定する通信販売協会に加入している者が行う場合を除く。）、電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引
- (8) 探偵業
- (9) 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ない古物商・中古品小売業
- (10) 業界団体に加盟していない結婚相談所・交際紹介業

2 次の各号のいずれかに該当する事業者（広告主たる法人又は個人をいい、広告代理店等の代理人を経由する場合は、当該代理人を含む。以下同じ。）の広告掲載については、これを承認しない。

- (1) 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
- (2) 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
- (3) 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。以下「暴対法」という。）第 2 条第 6 号に規定する暴力団員
- (4) 大阪市暴力団排除条例（平成 23 年大阪市条例第 10 号）第 2 条第 3 号に規定する暴力団密接関係者
- (5) いわゆる「総会屋」「暴力団」その他の反社会的団体または特殊結社団体、これに関連する事業者もしくは個人
- (6) 公共機関または行政機関から悪質な行為等により、指名停止等の行政処分を受けている企業等
- (7) 市税を滞納している事業者

(広告の範囲)

第3条 次の各号のいずれかに該当する広告は掲載しない。

(1) 要綱第4条の規定に定めるもの。

(2) 暴対法第2条第2号に規定する暴力団の利益になると認められる又はそのおそれがあると認められる場合

(規制業種を行う企業による規制業種に関するもの以外の内容の広告)

第4条 規制業種を行う企業が、規制業種に関連するもの以外の内容の広告を行う場合においては、本要領に定められた規制の範囲内でその掲載を認める。

(広告媒体の規格等)

第5条 規格、掲載位置、広告枠等使用料及び事業者の選定方法は、別途募集要項に記載する。

(事業者の募集)

第6条 事業者の募集は、市ホームページ等で公募する。

(広告の掲載)

第7条 事業者は、別途募集要項に規定する方法により広告を掲載するものとする。

(広告掲載の審査)

第8条 建設局長は、第2条の規定に基づき、広告掲載の可否を決定する。

(広告の作成)

第9条 広告は、事業者の責任及び負担で作成するものとする。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第10条 建設局長は、具体的な表示内容等について、広告の掲載の都度、別表の各項目を審査する。その結果、内容の修正、削除等が必要な場合には、その旨を事業者に指示することとし、指示を受けた事業者は、正当な理由がある場合以外は、その修正、削除等に応じなければならない。

(広告枠等使用料)

第11条 広告枠等使用料については、別途募集要項に規定する方法により決定する。

2 広告枠等使用料は、指定期日までに指定された方法で支払うものとする。

(使用料の返還)

第12条 納付済みの広告枠等使用料は返還しない。ただし、本市の責に帰すべき事由に基づく場合を除く。

(広告掲載の取消)

第13条 次の各号のいずれかに該当するときは、広告の掲載を取り消すことができる。

(1) 本市が指示する修正又は削除に従わないとき。

(2) 指定する期日までに広告枠等使用料の納付がないとき。

- (3) 指定する期日までに広告掲載内容の提出がないとき。
- (4) 第2条又は第3条のいずれかに該当すると判明したとき。
- (5) その他必要と認めたとき。

(事業者の責務)

第14条 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負うものとする。

- 2 第三者から、広告に関連して損害を被った旨の賠償請求がなされた場合は、事業者の責任及び負担において解決することとする。

(その他)

第15条 この要領の施行に関し必要な事項は、建設局長が定める。

附則

- 1 この要領は、平成30年4月1日から施行する。
- 2 大阪駅前地下道における広告掲載要領、湊町駅前東西線地下道歩行者道における広告掲載要領、朝汐橋歩道橋外3橋における広告掲載要領、大阪城京橋プロムナード広告掲載要領、阿倍野歩道橋における広告掲載基準及び阿倍野南北線公共地下通路における広告掲載要領は、廃止する。
- 3 この要領は、令和4年4月1日から施行する。

別表 第 10 条関係

1 人材募集広告

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。

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。）

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。

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) 医療法（昭和 23 年法律第 205 号）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) 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 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業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こと。
- (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。

8 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、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確認すること。

9 食品

- (1) 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）第 31 条、食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）第 20 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) 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食品担当課及び薬務担当課で広告内容について確認すること。

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：大阪市事業受託事業者 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 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。
- (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。
- (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こと。
- (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こと。
- (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こと。
- (4) 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・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。

14 旅行業

- (1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記すること。
- (2) 不当表示に注意すること。

例：白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真 等

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、青少年保護など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。

16 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こと。

17 古物商・中古品小売業等

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

18 結婚相談所・交際紹介業

- (1) 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。
- (2) 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）。

19 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。

20 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。」

21 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 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。

22 トランクルーム及び貸し収納業者

- (1) 「トランクルーム」と表示するには、倉庫業法（昭和 31 年法律 121 号）第 25 条の規定により認定を受けた優良トランクルームであることが必要。また、認定を受けている旨を表示すること。
- (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

23 ダイヤルサービス

各種ダイヤルサービスは内容を確認のうえ判断する。

24 通信販売業

- (1) 特定商取引法第 11 条及び第 12 条の規定に反しないこと。
- (2) 「通信販売協会」に加盟している者等とは、通信販売協会に加盟する者のほか、協会には加盟していないが、主たる業態が常設店舗で販売を行う事業者で、本市が妥当と判断するもの。

25 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こと。

(6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意（消費者庁に確認の必要あり。）

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

(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