

別表（第6条、第12条、第16条関係）

広告の表示内容等に関する基準

1 人材募集の広告

- (1) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあっ旋をする疑いのあるものでないこと
- (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するものでないこと

2 語学教室等の広告

次のような安易さや授業料・受講料の安価さを強調する表現を使用していないこと

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。）の広告

合格率などの実績を掲載している場合には、当該実績のあった年も併せて表示していること

4 外国大学の日本校の広告

学校教育法（昭和22年法律第26号）に基づき設置された大学でないことを明確に表示していること

5 資格講座の広告

- (1) 当該講座の受講により得られる資格が国家資格であるといった誤解を招くことのないよう次の趣旨を明確に表示していること

「この資格は国家資格ではありません」

- (2) 次のような当該講座の受講により得られる資格を有する者を置くことが必要とされているといった誤解を招く表現を使用していないこと

例：「〇〇事業所に置くことが必要とされている〇〇士の資格を得るための講座です」
等

- (3) 当該講座の受講により国家資格が得られるといった誤解を招くことのないよう次の趣旨を明確に表示していること

「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります」

- (4) 資格講座の募集に見せかけて、商品・材料及び機材の売りつけや資金集めを目的とするものでないこと

- (5) 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をしていないこと

6 病院、診療所、助産所の広告

- (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の事項を掲載していないこと

- (2) 厚生労働省が定める「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関す

る指針」(医療広告ガイドライン)、「医療広告ガイドラインに関する Q&A」の内容に従っていること

(3) 広告掲載者は、上記(1)(2)を遵守のうえ、大阪市保健所に広告内容が法令等関係規定を遵守していることの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)の広告

(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の事項を掲載していないこと

(2) 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項が掲載されていないこと

(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)の広告を掲載していないこと

(4) 広告掲載者は、上記(1)～(3)を遵守のうえ、大阪市保健所に広告内容が法令等関係規定を遵守していることの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、医療機器(健康器具、コンタクトレンズ等)の広告

(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行政庁の通知等において定められた規定に違反していないこと

(2) 医療機器の広告については、厚生労働省の承認番号を記載していること

(3) 広告掲載者が、広告掲載に係る事業を行うものの所在地を所管する地方公共団体の薬務担当課で広告内容についての了解を得ていること

9 食品の広告

(1) 健康増進法(平成14年法律第103号)第65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(昭和35年法律第145号)第68条並びに各法令の所管行政庁の通知等において定められた規定に違反していないこと

(2) 広告掲載者が、広告掲載に係る事業を行うものの所在地を所管する地方公共団体の食品担当課及び薬務担当課で広告内容についての了解を得ていること

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の広告

(1) サービス全般(介護老人保健施設を除き、サービスの紹介業を含む。)の広告

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、誤解を招くような表現を使用していないこと

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、担当者名等に限定すること

ウ その他次のような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表現を使用し

ていないこと

例：「大阪市事業受託事業者」等

(2) 有料老人ホームの広告

ア (1)のア及びイの規定に違反していないこと

イ 「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」(平成14年7月18日付け老発第0718003号都道府県知事、指定都市市長及び中核市市長あて厚生労働省老健局長通知)又は当該有料老人ホームの指導監督権限を有する地方公共団体において同指針を参考として定められた指導指針(以下これらの指針を「標準指導指針等」という。)に定められている事項が遵守されている有料老人ホームの広告であって、当該有料老人ホームに係る標準指導指針等所定の「類型」及び「表示事項」がすべて表示されていること

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)の規定に違反していないこと

(3) 有料老人ホーム等の紹介業の広告

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、担当者名等に限定すること

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をしていないこと

(4) 介護老人保健施設の広告

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の事項を掲載していないこと

11 墓地等の広告

所管する地方公共団体の許可を取得し、許可年月日、許可番号及び経営者名を明記していること

12 不動産事業の広告

(1) 広告掲載に係る事業を行うものの名称、所在地、連絡先の電話番号(固定電話に限る。)、認可免許証番号等を明記していること

(2) 不動産の売買や賃貸の広告については、取引様態、物件所在地、面積、建築年月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記していること

(3) 「不動産の表示に関する公正競争規約」(平成17年公正取引委員会告示第23号)による表示の規制に適合したものであること

(4) 次のような契約を急がせる表現を使用していないこと

例：「早い者勝ち」「残り戸数あとわずか」等

13 弁護士、税理士、公認会計士等の広告

広告掲載に係る事業を行うものの名称、所在地、連絡先の電話番号(固定電話に限る。)及び一般的な事業案内等だけを掲載しているものであること

14 旅行業の広告

- (1) 広告掲載に係る事業を行うものの名称、登録番号、所在地、連絡先の電話番号（固定電話に限る。）及び補償の内容を明記していること
- (2) 次のような不当な表示を掲載していないこと

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、週刊誌等の広告

- (1) 適正な品位を保ったものであること
- (2) 性に関する表現などについては、青少年の保護及び健全育成などの観点から適正なものであり、かつ、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、写真等）が掲載されていないこと
- (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掲載されていないこと
- (5) タレントなど有名人の個人的行動に関する表現については、プライバシーを尊重し節度を持った配慮のあるものであること
- (6) 犯罪事実の報道に関する表現については、残虐な言葉やセンセーショナルな言い回しを避け、不快感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する表現については、特段の理由のない限り、その氏名及び写真を掲載していないこと
- (8) 公の秩序や善良な風俗に反する表現が掲載されていないこと

16 映画、興業等の広告

- (1) 広告掲載に係る事業が暴力、賭博、麻薬及び売春などの行為を容認するような内容のものでないこと
- (2) 性に関する表現については、扇情的、露骨及びわいせつなものでないこと
- (3) いたずらに好奇心に訴えるような表現を使用していないこと
- (4) 広告掲載に係る事業の内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張した表現等を使用していないこと
- (5) ショッキングなデザインを使用していないこと
- (6) その他青少年に悪影響を与えるおそれのある表現を使用していないこと
- (7) 年齢制限等規制を受けるものについてはその内容を表示していること

17 古物商、リサイクルショップ等の広告

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、次のような廃棄物を処理できる旨の表示をしていないこと

例：回収、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など

18 結婚相談所、交際紹介業の広告

- (1) 特段の理由のない限り、広告掲載に係る事業を行うものの名称、所在地、連絡先の電話番号（固定電話に限る。）及び一般的な事業案内等だけを掲載しているものであること

- (2) 広告掲載に係る事業を行うものが、次のような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

例：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

19 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織の広告

- (1) 広告掲載に係る事業を行うものの名称、所在地及び一般的な事業案内等だけを掲載しているものであること
- (2) 出版物の広告については、自らの主張の展開又は他の団体に対する批判、中傷等の否定的な表現の使用をしていないこと

20 募金等の広告

- (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) 次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の広告

- (1) 次のような個々の相場、金額等の表示をしていないこと

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をしていないこと

22 トランクルーム及び貸し収納業者の広告

- (1) 「トランクルーム」と表示している場合は、倉庫業法（昭和 31 年法律 121 号）第 25 条の規定により優良トランクルームとして認定を受けた倉庫の広告であり、かつ、認定を受けている旨を表示していること
- (2) 「貸し収納業者」については、広告掲載に係る事業を行うものの名称以外に「トランクルーム」の表示をせず、次の趣旨を明確に表示していること

「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。」

23 ダイヤルサービスの広告

各種ダイヤルサービスは内容を確認のうえ判断すること

24 通信販売業の広告

- (1) 特定商取引に関する法律第 11 条及び第 12 条の規定に違反していないこと
- (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であること

25 宝石の販売の広告

次のような不当な表示を使用していないこと

例：「メーカー希望小売価格のない宝石の『メーカー希望小売価格の 50%引き』等」

26 個人輸入代行業等の個人営業広告

「個人輸入代行業の指導・取締り等について（医薬発第 0828014 号平成 14 年 8 月 28 日）厚生労働省」に規定される違反事例でないこと

27 その他

(1) 割引価格を表示している広告については、次のような割引対象となる元の価格の根拠を明確に表示していること

例：「メーカー希望小売価格の 30%引き」等

(2) 比較広告については、「比較広告に関する景品表示法上の考え方」（比較広告ガイドライン）（昭和 62 年 4 月 21 日公正取引委員会事務局）において示されている次の要件をすべて満たすほか、同ガイドラインに則ったものであること

ア 比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること

イ 実証されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること

ウ 比較の方法が公正であること

(3) 無料で参加・体験できるもので別途費用がかかる場合があるものの広告については、次のようにその旨を明確に表示していること

例：「昼食代は実費負担」「入会金は別途かかります」等

(4) 広告掲載に係る事業の問い合わせ先として事業を行う営業所その他の施設の名称、所在地及び連絡先の電話番号（固定電話に限る。）を明らかにしていること

例：「本広告に係るお問い合わせは〇〇〇〇営業所まで。

所在地：〇〇市〇〇区〇〇丁目〇番〇号

電話番号：〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇」

(5) 肖像権・著作権等については、広告掲載者において適法な権原を有していること

(6) アルコール飲料に関するものについては、次のような未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示するとともに、次のような飲酒を誘発するような表現を使用していないこと

（未成年者の飲酒禁止の文言）

例：「お酒は 20 歳を過ぎてから」等

（飲酒を誘発するような表現）

例：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等