

大阪市水道局広告掲載基準

(平成 21 年 9 月 9 日制定)

(平成 24 年 1 月 20 日改訂)

(趣旨)

第 1 条 この基準は、大阪市水道局広告取扱要綱(平成 15 年 6 月 19 日局長決)第 3 条第 2 項の規定に基づき、広告掲載の可否を判断する基準について必要な事項を定めるものとする。

(個別の基準)

第 2 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、大阪市水道局長(以下「局長」という。)が別途定めることができる。

(規制業種又は事業者)

第 3 条 次の各号に定める業種又は事業者の広告は掲載しない。

- (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)第 2 条第 1 項に規定する風俗営業及びこれに類似する業種
- (2) 貸金業の規制等に関する法律(昭和 58 年法律第 32 号)第 2 条第 1 項に規定する貸金業
- (3) たばこ製造・販売に係る業種
- (4) ギャンブル性を有するもの
- (5) 社会問題を起こしている業種や事業者
- (6) 法律に定めのない医療類似行為を行う事業者
- (7) 債権の取立て、示談の引受け等に関する業種
- (8) 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
- (9) 民事再生法(平成 11 年法律第 225 号)又は会社更生法(平成 14 年法律 154 号)による再生又は更正手続中の事業者
- (10) 暴力団員等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)第 2 条第 2 号に規定する暴力団、その他反社会的団体及び特殊結社等又はそれらの関連事業者
- (11) 都道府県知事又は市の許認可を受けていない、届出をしていないなど各種手続きを行っていない社会福祉施設等
- (12) 各種法令に違反している事業者
- (13) 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
- (14) 大阪市水道局(以下「局」という。)の所管事業と競合する業種
- (15) 上下水道等工事関連業者又は上下水道関連商品に関する業種。ただし、局の所管事業と関連のない広告を行う業者を除く。
- (16) 本市の水道料金・下水道使用料を滞納している者

- (17) 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）に規定される訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引を主たる事業とする者。ただし、特定商取引に関する法律第 30 条に規定する通信販売協会に加盟している者を除く。
- (18) 利殖を目的とした投資・投機のある、勧誘、募集等を専ら行う事業者
- (19) 局の指名停止措置を受けている事業者
- (20) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）に違反しているもの
- ただし、上記(2)・(13)・(16)については、申請書にて確認を行うものとする。

（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。

(1) 次のいずれかに該当するもの

- ア 人権侵害、名誉毀損、信用毀損、プライバシーの侵害又は業務妨害のおそれがあるものや差別を助長するもの
- イ 性差別、性別による固定的な役割分担又は暴力的行為を助長する表現及び著しく性的感情を刺激する表現のもの
- ウ 法律で禁止されている商品、無認可商品若しくは粗悪品又は不適切なサービスを提供するもの
- エ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
- オ 局の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- カ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- キ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- ク 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
- ケ 社会的に不適切なもの
- コ 国内世論が大きく分かれているもの
- サ 肖像権、著作権等を侵害するおそれのあるもの

(2) 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として、次のいずれかに該当するもの

- ア 誇大な表示（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 投機心又は射幸心を著しくあおる表現
例：「今が・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 虚偽の内容を表示するもの
- エ 法令等で認められていない業種、商法又は商品
- オ 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- カ 責任の所在が明確でないもの
- キ 広告の内容が明確でないもの
- ク 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
- ケ マルチ商法、催眠商法等の悪質商法とみなされるもの
- (3) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの
- ア 水着姿及び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、出品作品の一例また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 暴力又は犯罪を肯定し、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、精神又は教育に有害なもの
- (業種ごとの基準)

第5条 次の各号に定める業種ごとの基準に基づき、広告掲載の可否を判断する。

- (1) 語学教室等
- 安易さ又は授業料及び受講料の安さを強調する表現は使用しない。
- 例：1か月で確実にマスターできる 等
- (2) 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、事実や客観的根拠に基づいたものとし、実績年もあわせて表示する。
- 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、内容及び施設が不明確なものは掲載しない。
- (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大学ではありません。」
- (4) 資格講座
- ア 民間の講習業者が「労務管理士」等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。」
- イ 「行政書士講座」等の講座には、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。」
- 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又は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。
- (5) 病院、診療所及び助産所
- ア 医療法(昭和23年法律第205号)第6条の5又は第6条の7及び獣医療法(平成

- 4 年法律第 46 号)第 17 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。
- イ 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 の規定及び医業若しくは歯科医業又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）の内容に従う。
- ウ 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述べることはできない。
- エ マークを用いることはできるが、そのマークが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。また、赤十字のマークや名称を自由に用いることができない。
- オ 写真については、病院の全景や当該医療機関が保有している医療設備、機器の写真等、医療に密接に関わるものは広告できない。
- カ 提供する医療の内容が他の医療機関等と比較して優良である旨を表示してはならない。
- キ バナー広告のリンク先である病院等のホームページの内容は、医療法の規制がかかる広告にはあたらないため、前号の規定は適用しない。
- (6) 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 条の規定により広告できる事項以外は、一切広告できない。
- イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は広告できない。
- 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ため、業務内容の確認は必ず行う。
- (7) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器（健康器具、コンタクトレンズ等）
- ア 薬事法（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の所管省庁の通知等に定められた規定に反しないこととし、次のような表示は掲載できない。
- 例：最大級及びそれに類する表示
- 効能、効果及び安心を保証する表示（使用前・後の写真、使用者の体験談、感謝の言葉等）
- 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、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署において広告の内容が適法・適性であることについて確認をとっていること。
- (8) 健康食品、保健機能食品及び特定用途食品
- ア 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）第 32 条の 2、薬事法第 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・効果等について表示できない。

例：「1日3回、毎食後3錠お飲みください。」(服用に関する表示)

「生活習慣病の予防に」(効果効能の表示)

「疲れ目を治します。」(特定部位への効果の表示)

「延命の素」、「漢方秘伝」(医薬品と紛らわしい表示)

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、事業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当部署及び食品担当部署並びに公正取引委員会において広告の内容が適法・適性であることについて確認をとっていること。

(9) 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。)

(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

イ 有料老人ホーム

ア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年公正取引委員会告示第3号)及び同表示の適用基準に抵触しないこと。

ウ 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。

エ 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。

(10) 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記する。

イ 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。

ウ 「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)による表示規制に従う。

エ 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

(11) 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。

(12) 弁護士・税理士・公認会計士等

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し、次のような表示をしない。

例：顧問先又は依頼者名(同意書がある場合を除く。)

誇大又は過度な期待を抱かせるもの

「たちどころに解決します。」 等

イ 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。

(13) 旅行業

ア 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。

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。

(14) 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 性犯罪を誘発又は助長するような表現(文言又は写真)がないものであること。

エ 犯罪被害者(特に性犯罪又は殺人事件の被害者)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、残虐な言葉又は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。

(15) 映画・興業等

- ア 暴力、とばく、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。
 - 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 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。
 - カ 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。
- (16) 結婚相談所及び交際紹介業
- ア 業界団体に加盟していること。(加盟証明が必要)
 - 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)。
 - エ 料金の表示及び成功報酬の有無を表示する。
- (17) 興信所、探偵事務所等
- 掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。
- (18) 占い、運勢判断等
- ア 掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。
 - イ 実績又は被鑑定者の表示はしてはならない。
 - ウ 料金又は販売価格を表示する。
- (19) 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 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
- ア 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。
 - イ 下記の趣旨を明確に表示すること。
「 募金は、 知事の許可を受けた募金活動です。」
 - ウ 募金内容は、社会福祉事業のための寄附金募集に限る。
- (21) 質屋及び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。
例： のバッグ 50,000 円、航空券東京～大阪 10,000 円 等
 - 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」は国土交通省の規制に基づく適正業者(マル適マーク付き)であること。
 - 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。
「当社の 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

「ダイヤルQ 2」その他各種のダイヤルサービスは、内容を確認のうえ判断する。

(24) 金融商品

ア 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。

イ 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) 利益保証の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。

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。

(25) 人材募集広告

ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又は斡旋の疑いのあるものは認めない。

イ 人材募集に見せかけて、商品、材料及び機材の売りつけ又は資金集めを目的としているものは掲載しない。

ウ 労働基準法等関係法令を遵守していること。

(26) 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。

(27) 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

(28) 通信販売業

ア 会社の概要、商品カタログなどを検討し、当局が妥当と判断したものにより掲載する。

イ 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 条並びに特定商取引に関する法律施行規則（昭和 51 年通商産業省令第 89 号）第 8 条から第 11 条までの規定に反しないこと。

(29) 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

(30) 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。

(31) アルコール飲料

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

(32) 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 3 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。

(33) 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 30%引き」 等

イ 比較広告

主張する内容が客観的に実証されていること。（根拠資料が必要）

ウ 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、その旨を明確に表示すること。

例：「昼食代は実費負担」、「入学金は別途かかります」 等

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。