

茨木市広告掲載基準

制定 平成18年12月 1 日
改定 平成20年10月 1 日
改定 平成23年 4 月20日
改定 平成26年 4 月 1 日
改定 令和 5 年 1 月17日
改定 令和 7 年 1 月 1 日

(趣旨)

第1 この基準は、茨木市広告事業実施要綱第3第2項に規定する基準とし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。

(広告全般に関する基本的な考え方)

第2 市の広告媒体に掲載する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を持てるものでなければならない。

(個別の基準)

第3 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、別途運用基準で定めることができる。

(規制業種又は事業者)

第4 次の各号に掲げる営業又は業種若しくは事業者の広告は掲載しないものとする。

- (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）第2条第1項に規定する風俗営業、同条第5項に規定する性風俗関連特殊営業及び同条第13項に規定する接客業務受託営業
- (2) 貸金業法（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（たばこ製造・販売事業者の「喫煙マナー向上のための広告」等を除く。）に関すること
- (4) ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く。）に関すること
- (5) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (6) 占い、運勢判断に関するもの
- (7) 興信所、探偵事務所等
- (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）第2条第2号に規定するインターネット異性紹介事業に該当するもの
- (9) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (10) 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もの
- (11) 茨木市暴力団排除条例（平成24年茨木市条例第31号）第2条第1号に定める暴力団、

同条第2号に定める暴力団員又は同条第3号に定める暴力団密接関係者であるもの。

- (12) 民事再生法（平成11年法律第225号）第2条第2号に規定する再生債務者等又は会社更生法（平成14年法律第154号）第2条第6項に規定する開始前会社及び同条第7項に規定する更生会社
- (13) 社会問題を起こしている業種や事業者
- (14) 人権侵害事件を起こした事業者
- (15) 各種法令に違反しているもの
- (16) 本市の指名停止を受けているもの
- (17) 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
- (18) 違法又は不適当な行為により営業停止その他の不利益処分を受けているもの
- (19) 茨木市税を滞納しているもの
- (20) 法人等においては、企業の基本情報が開示されていないもの（正式名称、本社所在地、代表者名、従業員数、資本金、組織、経歴、業務内容等）

（掲載内容の一般基準）

第5 次の各号に掲げる掲載内容のいずれかに該当するものは、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
- (2) 性差別、性別による固定的な役割分担、暴力的行為を助長する表現又は著しく性的感情を刺激する表現のもの
- (3) 法律で禁止されている商品若しくはサービス、無認可の商品若しくはサービス又は粗悪品などの不適切な商品若しくはサービスを提供するもの
- (4) 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- (5) 市の事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (6) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (7) 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- (8) 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
- (9) 社会的に不適切なもの
- (10) 国内世論が大きく分かれているもの
- (11) 解雇広告
- (12) 皇室関係の写真、紋章を使用したもの
- (13) 氏名、肖像など本人に無断で使用したもの、明らかに模倣、盗作などとみなされる表現のもの
- (14) 国土地理院の地図を無断で使用したもの

（消費者保護の基準）

第6 次の各号に掲げる内容のいずれかに該当するものは、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、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 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。）
- (2) 射幸心を著しくあおる表現
例：「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
- (3) 虚偽の内容を表示するもの
- (4) 法令等で認められていない業種・商法・商品
- (5) 国家資格等に基づかない者が行う療法等
- (6) 責任の所在が明確でないもの
- (7) 広告の内容が明確でないもの
- (8) 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
- (9) マルチ商法、催眠商法等の悪質商法とみなされるもの
- (10) 将来の利益を誇示したり、元本保証と認識されるような投資信託等の経済行為に関するもの
- (11) 自己の優位を強調するため、他の商品と比較する表現のもの

（青少年保護の基準）

第7 次の各号に掲げる内容のいずれかに該当するものは、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、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 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
- (2) 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現
- (3) 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現
- (4) 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
- (5) ギャンブル等を肯定するもの
- (6) 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

（屋外広告物に関する基準）

第8 屋外広告の内容及びデザイン等が次の各号のいずれかに該当し、都市の美観風致を損なうおそれのあるものは掲載しない。

- (1) 会社名、商品名を著しく繰り返すもの
- (2) 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの
- (3) 美観を損ねるような、著しく派手なもの
- (4) 周囲の景観に調和していないもの
- (5) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (6) 立体的な装飾など壁面から突出したもの
- (7) 可動式のもの
- (8) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの

- (9) 地域の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
- (10) 茨木市屋外広告物条例（令和6年茨木市条例第15号）及び茨木市屋外広告物条例施行規則（令和6年茨木市規則第24号）の規定に違反しているもの
- (11) 茨木市景観計画（平成24年3月策定）及び茨木市屋外広告物ガイドライン（令和6年3月策定）に定められた事項に反し、良好な景観の形成に影響を及ぼすおそれがあると認めるもの

（公用車を利用した広告に関する基準）

第9 公用車を利用した広告の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通事故を誘発する等、交通の安全を阻害するおそれのあるものは掲載しない。

- (1) 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの

- ア 過度に鮮やかな模様・色彩を使用するもの
- イ 信号、交通標識等と類似するもの又はこれらの効用を妨げるおそれがあるもの
- ウ 蛍光塗料、高輝度反射素材、鏡状のもの及びこれらに類するものを使用するもの

- (2) 自動車等運転者の注意力を散漫にするおそれがあるもの

- ア 読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
- イ ノード、水着姿を表示し、著しく注意を引くもの
- ウ デザインがわかりづらい等判断を迷わせるもの
- エ 絵柄や文字が過密であるもの
- オ 立体的な装飾など車体から突出したもの
- カ 可動式のもの

- (3) 1車両当たりの広告物の表示面積の合計面積が4㎡以上のもので、次のいずれかに該当し、景観に対する配慮がないもの

- ア 車体のランプ等の周辺に、文字や見間違えるおそれのある色彩等を配置するもの
- イ 映像を使用したもの
- ウ 開口部などによりデザインの入り部が切り取られることによってデザインが不自然となるもの
- エ 色数が多く使用され全体が雑然とした印象となるもの
- オ 文字・イラスト・写真部分が概ね25パーセント以上となるもの

- (4) 消防自動車又は救急自動車以外の公用車で、広告等により消防自動車又は救急自動車と紛らわしい見た目となるもの

（ホームページに関する基準）

第10 ホームページへの広告に関しては、ホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしているホームページの内容についてもこの基準を適用する。

（業種ごとの基準）

第11 個別の広告の掲載内容については、次に掲げる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検討し、判断する。

1 人材募集広告

- (1) 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守すること。
- (2) 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。
- (3) 人材募集に見せかけて、生徒募集、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

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、実績年もあわせて表示する。
- (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) 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) 厚生労働省「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）」及び「医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針（医療機関ホームページガイドライン）」に沿った内容であること。
- (3) 不明な点は、茨木保健所へ確認するものとする。

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) 不明な点は、茨木保健所へ確認するものとする。

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、67条、68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) 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公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

9 いわゆる健康食品、保健機能食品、特定用途食品

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公正取引委員会で広告内容についての了解を得ること。

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。

(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」の各類型の表示事項はすべて表示すること。
- イ 当該施設の指導監督権限を有する地方公共団体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）」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。

11 墓地等

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、認可免許証番号を明記する。
- (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) 契約を急がせる表示は掲載しない。
例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか等
- (5) 開発許可や建築確認を受けていない物件のシリーズ広告・予告広告は掲載しない。

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) 旅行業者等の広告の場合は、登録番号を明記する。
- (2) 企画旅行の広告の場合は、内容及び代金について明確に表示するとともに、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12条の8、旅行業者等が旅行者と締結する契約等に関する規則（平成21年内閣府・国土交通省令第1号）第12条、第13条及び第14条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51年法律第57号）第11条及び第12条並びに同法施行規則（昭和51年通商産業省令第89号）第23条から第26条まで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) 多くの人が嫌悪感を抱くよう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、許可番号及びその年月日を明記すること。
- (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～大阪 10,000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。

例：「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 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。

25 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5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。

26 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」、「入会金は別途必要」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。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（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：お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿等