

「広報さかい」 広告掲載基準

平成17年2月18日全部改正
平成18年4月 1日一部改正
平成20年4月 1日一部改正
平成21年4月 1日一部改正
平成24年4月 1日一部改正
平成26年3月 3日一部改正
平成30年1月10日一部改正
平成31年1月28日一部改正
令和 2年1月 7日一部改正
令和2年11月 7日一部改正
令和3年12月 8日一部改正

(趣旨)

- 1 この基準は、堺市が発行する「広報さかい」に広告を掲載するに際して必要な事項を定めるものとする。

(基本的な考え方)

- 2 「広報さかい」に掲載する広告は社会的信用度の高い情報でなければならないため、広告の表現は、これにふさわしい信用性と信頼性を有するものでなければならない。

(広告内容についての責任)

- 3 広告内容に関する一切の責任は、広告主等が負うものとし、堺市長は一切の責任及び負担を負わないものとする。
- 4 広告内容等が第三者の権利を侵害するものではないこと及び広告内容等に係る財産権のすべてにつき権利処理が完了していることを、広告主等は堺市長に対して保証しなければならない。
- 5 第三者から広告に関連して損害を被ったという請求がなされた場合は、広告主等の責任及び負担において解決するものとし、堺市長は責任及び負担を負わないものとする。

(広告の掲載可否権)

- 6 市は、すべての広告について掲載可否権を有し、可否の根拠を明示し、又は説明する義務を負わない。

(規程又は規範等の遵守)

- 7 次に掲げる規程又は規範等に違反し、又は違反するおそれのある広告は、「広報さかい」に掲載しない。
 - (1) 法律、政令、省令、条例その他の規程
 - (2) 業界・団体等の自主規制、規定

(3) その他社会的規範

(広告の範囲)

8 「広報さかい」に掲載する広告の範囲は、次のいずれにも該当しないものとする。

- (1) 公序良俗に反するおそれのあるもの
- (2) 児童又は青少年に悪影響を与えるおそれのあるもの
- (3) 政治性のあるもの又は選挙に係るもの
- (4) 宗教性のあるもの又は迷信若しくは非科学的なものに関するもの
- (5) 社会問題についての主義主張又は係争中の事件に関する声明広告
- (6) 個人又は法人の名刺広告又は意見広告
- (7) 市税を滞納している者の広告
- (8) 社会状況・情勢等により広告掲載を自粛している業種・業者等の広告
- (9) 前号に掲げるもののほか、「広報さかい」に掲載する広告として適当でないと市長が認めるもの

(規制業種又は業者)

9 次に掲げる業種、業者等の広告は、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）に規定する風俗営業又はこれに類似する業種
- (2) タバコの販売等に関するもの
- (3) ギャンブルに係るもの（公営競技及び宝くじを除く。以下同じ。）
- (4) 貸金業法（平成18年法律第115号）第2条に規定する貸金業（いわゆる消費者金融、サラリーマン金融等）
- (5) 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。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」に加盟している者を除く。
- (6) 法律に定めのない医療類似行為を行う者
- (7) 占い又は運勢判断
- (8) 調査会社、探偵事務所、興信所等
- (9) 社会的な事件又は問題を引き起こしている業種又は業者
- (10) 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、これに関連する業者若しくは個人
- (11) その事業を営むについて官公署等の免許、認可を必要とする場合は、その免許、認可等を受けていない業者（ただし、今後事業を営むことを周知する旨を目的とする場合は、必要な免許、許可を受けようとしている事実が確認でき、かつ、広告に必要な免許、許可を受けていないことを明確に表示すれば掲載できるものとする。）
- (12) 公的機関又は行政機関から悪質な行為等により、入札参加停止等を受けている企業等
- (13) 市税を滞納している業者

- (14) 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・更生手続中の業者

（広告の優先順位）

10 前記の広告の範囲内で、掲載の優先順位は別表のとおりとする。

（掲載内容）

11 具体的な掲載内容については、次の各号に掲げる項目に留意して、判断することとする。

- (1) 次のいずれかに該当する広告は掲載しない。
- ア 他者の人権侵害、名誉毀損、信用棄損若しくは業務妨害となるおそれのあるもの又は差別を助長するもの
 - イ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
 - ウ 市の広告掲載業務の円滑な運営に支障をきたすもの
 - エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
 - オ 国会、大阪府議会若しくは堺市議会の議員又は各議会への立候補予定者の氏名が記載されたもの（記載される形式を問わない。）
 - カ 詐欺的なもの、又はマルチ商法、催眠商法等の悪質商法とみなされるもの
 - キ 商品先物取引に関するもの
 - ク 将来の利益を誇示し、又は元本保証と認識させるような投資信託等の経済行為に関するもの
 - ケ 宗教団体による布教の推進を主たる目的とするもの
 - コ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を迷わせ、又は不安を与えるおそれのあるもの
 - サ 社会的に不適切なもの
 - シ 国内世論が大きく分かれているもの
- (2) 消費者保護の観点から次の点に留意し、適切でない広告は掲載しない。
- ア あたかも市が推奨しているかのような誤解を与えるおそれのあるもの
 - イ 市民その他読者が不快感をもつもの又はそのおそれのあるもの
 - ウ 紛争が発生し、又は発生するおそれがある等、本市、市民その他読者が不利益を被るおそれのあるもの
 - エ 責任の所在又は内容若しくは表現が不明確なもの
 - オ 広告の内容に虚偽・誤認等、又はそのおそれのあるもの。この場合において誤認されるおそれがあるものとは、次に掲げるものをいう。
 - (ア) 記事とまぎらわしい体裁又は表現で、広告であることが不明確なもの
 - (イ) 統計、文献、専門用語等を不正確に、又は自己に都合のよい部分だけを引用し、実際のものより優位又は有利であるような表現のもの
 - (ウ) 社会的に認められていない保証、賞又は資格等を使用して、広告内容を権威づけようとするもの
 - (エ) 取引等に関し、表示すべき事項を明記せず、実際の条件よりも優位又は有利であるような表現のもの

- (オ) 他の商品、サービス等を比較対象としたもの
 - カ 誇大な表現（誇大広告）（根拠となる資料を要する。）
 - キ 根拠のない表示又は誤認を招くような表現
 - 例：「他社より安い」、「市内で一番」、「高く買います」、「最高」、「最安」、「業界トップレベル」、「価格破壊」、「採算を度外視」、「赤字覚悟」等
 - ク 価格若しくは料金を主たる表示とするもの、又は価格若しくは料金を表示することで他者より優位又は有利であるような表現のもの
 - ケ 射幸心又は投機心を著しくあおる表現
 - 例：「今が・これが最後のチャンス」、「最終処分セール」、「残数わずか」、「高利回り」等
 - コ 氏名、写真、談話および商標、著作物等無体財産権を有するものを無断で使用したもの
- (3) 青少年保護等の観点から、次のいずれかに該当する広告は掲載しない。
- ア 広告する商品、内容等とは無関係に、単に目立たせるための裸体姿等を表示しているもの
 - イ 暴力又は犯罪を肯定し、又は助長する表現を含むもの
 - ウ 残酷な描写等、善良な風俗に反する表現を含むもの

(表示基準)

- 1 2 具体的な表示内容等については、掲載の都度、次の各号に掲げる項目について検討し、判断することとする。その結果、内容の訂正又は削除が必要な場合には、その旨を広告主に依頼することとし、依頼を受けた広告主は訂正又は削除に応じなければならない。
- (1) 語学教室等
- 安易さ又は授業料・受講料の安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
- (2) 学習塾、予備校等（専門学校を含む。）
- 合格率等実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。
- (3) 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。この場合において、次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」等の講座の場合、その講座を受講する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。次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、商品及び材料の販売や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現は、使用しない。
- (4) 病院、診療所又は助産所
- 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 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広告してはならない。

ウ 提供する医療の内容に関して、虚偽又は誇大な広告を行ってはならない。

エ 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。

オ 掲載に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。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) 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。

(6) 薬局、薬店、医薬品、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）

広告主が、その所在地を所管する地方自治体の薬務担当課において広告内容についての了解を得ること。

(7) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品等

広告主が、その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。

(8) 介護保険法（平成9年法律第123号）に規定する施設、サービス、その他高齢者福祉施設、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、ホームページアドレス、担当者名に限る。

(ウ) 開設準備中等で所管都道府県の許可、認可等を受けていない場合は、そのことを明確に表示すること。

例：「大阪府指定介護老人福祉施設申請準備中」等

(エ) その他、サービスを利用するに当たり、有利であると誤解を招くような表示はできない。

例：「堺市事業受託事業者」等

イ 有料老人ホーム

(ア) 前項アに規定するもののほか、「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」（平成18年3月31日老発第0331002号厚生労働省老健局長通知）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を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) 開設準備中等で所管都道府県の許可、認可等を受けていない場合は、そのことを明確に表示すること。

例：「大阪府指定介護保険特定施設申請準備中」等

- (エ) 「有料老人ホーム等に関する不当な表示」(平成16年4月2日公正取引委員会告示第3号)に規定する表示は掲載できない。
- 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、ホームページアドレス、担当者名に限る。
 - (イ) その他利用に当たり、有利であると誤解を招くような表示はできない。
- エ サービス付き高齢者向け住宅
 - (ア) 国土交通省及び厚生労働省「国土交通省・厚生労働省関係高齢者の居住の安定確保に関する法律施行規則第22条第一号の国土交通大臣及び厚生労働大臣が定める表示についての方法」(告示)に関する事項を遵守すること
 - (イ) 本基準12(9)不動産事業の規定を遵守すること
- (9) 不動産事業
 - ア 不動産事業者に関する広告の場合は、名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等を明記すること。
 - イ 不動産売買又は賃貸に関する広告の場合は、取引態様、物件所在地、面積、建築月日、価格、賃料及び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11月10日公正取引委員会告示第23号)による表示規制に従うこと。
 - 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
- (10) 弁護士・税理士・公認会計士等
 - ア 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。
 - イ 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。
- (11) 旅行業
 - ア 登録番号、所在地及び補償の内容を明記すること。
 - イ 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
- (12) 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等は、青少年保護等の点において適正であり、かつ、不快感を与えないこと。
 - ウ 性犯罪を誘発又は助長するような表現(文言、写真)がないこと。
 - エ 広告の表示内容に人権又はプライバシーを不当に侵害するような表現がないこと。
 - オ 公の秩序や善良な風俗に反する表現がないこと。
- (13) 映画・興業等
 - ア 暴力、とばく、麻薬、売春等の行為を広告の表示内容としているものは掲載しない。
 - イ 性に関する表現で、扇情的、露骨又はわいせつなものは掲載しない。
 - ウ 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。
 - エ 年齢制限等、一部規制を行うものは、その内容を表示すること。
- (14) 質屋・チケット等再販売業

ア 商品個々の相場、金額等の表示はしない。

例：「〇〇〇のバッグ 50,000 円」「航空券 大阪～那覇 15,000 円」等

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(15) 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、引き取り、処理、処分、撤去、廃棄など

(16) 冠婚葬祭業

ア サービスの相場、金額等から追加料金が発生する場合は、その旨をわかりやすく表示すること。

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(17) 結婚相談所・交際紹介業

ア 広告の内容については、サービス産業生産性協議会が定めた「結婚相手紹介サービス業認証制度に関するガイドライン」に基づいたものであること。

イ 掲載内容は、サービス内容、料金、解約時の精算方法を明記すること。

(18) 人材募集等

ア 人材募集に見せかけて、売春等違法行為の勧誘やあつ旋の疑いのあるものや、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。

イ 誰にでも簡単に高収入が得られるような表示はしない。

ウ 雇用主や応募資格、勤務条件、給与、業種・職種、仕事の内容等を明確に表示すること。

エ 労働基準法（昭和22年法律第49号）、雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律（昭和47年法律第113号）等関係法規を遵守していること。

(19) 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 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) 利益保障が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、本項ア及びイの規定を準用する。

(20) 通信販売業

特定商取引法第11条及び第12条並びに同法施行規則第8条から第11条の規定に反しないこと。

(21) その他、次の事項に関する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（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。

ウ 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、その旨を明示すること。

例：「昼食代は実費負担」「入会金は別途かかります」等

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、法人名を明記すること。この場合において、広告主の所在地及び連絡先の両方を明示すること。

法人格を有しない団体の場合は、責任の所在を明らかにするために、代表者名を明記する。

オ 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること

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

カ 個人輸入代行業等の個人営業広告

キ 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

（広告掲載の取り消し）

13 次の各号に該当するときは、広告の掲載を取り消すことができる。

- （1） 広告が「広報さかい」の編集又は発行上支障となるとき
- （2） 版下原稿を指定した期日までに提出しなかったとき
- （3） 前2号に掲げるもののほか、市長が必要と認めたとき

附則

この基準は、令和4年4月2日から施行する。

(別表)

10 広告の優先順位

順位	広告主の種類	備考
1	国、政府関係機関、地方公共団体及びこれらの関連団体	
2	公社、公団、公庫、日本放送協会など	
3	私企業のうち公共性の高い企業で次に掲げる事業を営むもの (1) 旅客運輸、上下水道、電気若しくはガス供給、放送に係る事業を営むもの (2) 市内に本店若しくは支店を有する銀行、信用金庫、信用組合、労働金庫又は農業協同組合	旅客運輸とは鉄道事業法、道路運送法又は航空法に基づく免許を受けて行うものに限る。
4	市の伝統産業(刃物、自転車、線香、敷物、注染・和晒、昆布)の連合体若しくは連合体に属する者、又は市内の地域産業、商店街、市場、専門店の連合体	
5	資本の額又は出資の総額が1億円以上の企業並びに常時使用する従業員の数が100人以上の企業で、市内に事業所若しくは事務所を有するもの又は市の業務若しくは事業を請け負っているもの	
6	公益法人	ここでいう公益法人とは、公益社団法人、公益財団法人、学校法人(学校教育法第1条、第82条の2又は第83条に規定する学校で監督官庁の認可を受けたものをいう。)、社会福祉法人又は医療法人をいう。
7	市のイメージアップ、観光集客又は地域福祉、地域振興に貢献するもの	
8	優先順位5に該当しない企業で、市内に事業所又は事務所を有するもの	
9	その他前記8の広告の範囲内のもの	