

大阪広域水道企業団広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、大阪広域水道企業団広告取扱規程（以下「規程」という。）第3条の規定に基づき、広告媒体への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、別途定めることができる。

(掲載内容)

第3条 規程第3条第1項の広告内容に関する掲載基準は、以下のとおりとする。

- (1) 規程第3条第1項第1号に該当するものとは、主に次のいずれかに該当し、又は該当するおそれのあるものをいう。
 - ア 肖像権、著作権等を侵害するもの
 - イ 法令等で禁止され、又は無認可の商品に関するもの
 - ウ 法令等で禁止され、又は悪質とされる商法に関するもの（マルチ商法、催眠商法等）
- (2) 規程第3条第1項第2号に該当するものとは、主に次のいずれかに該当し、又は該当するおそれのあるものをいう。
 - ア 人権侵害、差別等を助長するもの
 - イ 名誉棄損、信用き損、プライバシーの侵害等に当たるもの
 - ウ 性差別、性別による固定的な役割分担を助長するもの
 - エ 性的感情を刺激し、又は想起させるもの。水着姿、裸体姿や身体の一部を強調するようなもので広告内容に無関係で必然性のないものを指すが、出品作品の一例、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。
 - オ 犯罪、暴力等を肯定し、助長し、又は想起させるもの
 - カ 残酷な描写、表現等であるもの
 - キ 他を誹謗、中傷し、又は排斥するもの
 - ク 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条に規定する営業に関するもの
 - ケ 青少年の健全な発育に有害又は不適切なもの
- (3) 規程第3条第1項第3号に該当するものとは、主に次のいずれかに該当し、又は該当するおそれのあるものをいう。
 - ア 公の選挙又は投票の事前運動に当たるもの
 - イ 特定の宗教の布教推進を主目的とするもの
 - ウ 国内世論が大きく分かれているトピックスに関する意見等
- (4) 規程第3条第1項第4号に該当するものとは、企業団のほか、国、地方公共団体その他公共の機関が、広告事業の内容を推奨、保証、指定等しているかのような誤解を与え、又は与えるおそれのあるものをいう。
- (5) 規程第3条第1項第5号の企業長が適当でないと認めるものは、以下のとおりとする。
 - ア 企業団の業務を妨害し、又は広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
 - イ 広告内容が虚偽である、明確でない、又は非科学的若しくは迷信に類するもの

ウ 広告内容が誇大な表示（誇大広告）、根拠のない表示又は誤解を招く表現であるもの

例：「世界一」「一番安い」（掲載に際しては根拠となる資料を要する。）

エ 投機心又は射幸心を著しくあおる表現となっているもの

例：「今が・これが最後のチャンス（今買わないと次はないという意味）」

オ 社会一般常識に照らし不適切なもの

カ 水道水及び企業団の所管事業に関し、不適切又は不正確な表現を含むなど、企業団の資産を媒体とする広告として適当でないと認められるもの。

キ その他本条の趣旨に照らし、企業長が適切でないと判断したもの

（規制業種及び規制事業者）

第4条 次の各号に掲げる業種の広告は掲載しない。

- (1) 法令等で営業を認められていない業種
- (2) 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条に掲げる営業及びこれに類似する業種
- (3) 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
- (4) たばこの製造又は販売に係る業種
- (5) 債権の取立て、示談の引受け等に関する業種
- (6) ギャンブル性を有する業種
- (7) 企業団の所管事業と競合する業種

2 次の各号に掲げる事業者の広告は掲載しない。

- (1) 営業に必要な資格等を有さず、許可、認可等を受けず、又は届出等の手続を行っていない事業者
 - (2) 社会問題を起こしている事業者
 - (3) 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
 - (4) 行政機関から受けた行政指導等について改善していない事業者
 - (5) 大阪広域水道企業団暴力団排除条例（平成23年大阪広域水道企業団条例第34号）第2条に規定する暴力団、暴力団員又は暴力団密接関係者
 - (6) 反社会的な活動を行う団体、結社等又はそれらの関連事業者
 - (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、電話勧誘販売、連鎖販売取引及び業務提供誘因販売取引を主たる事業とする者。ただし同法第30条に規定する通信販売協会に加盟している者を除く。
 - (8) 投資顧問業、抵当証券業、商品先物取引業、金融先物取引業等、利殖を目的とした投資・投機のあつせん、勧誘、募集等を専ら行う事業者
 - (9) 大阪広域水道企業団の入札参加停止措置を受けている事業者
 - (10) 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反している事業者
- （屋外広告に関する交通安全上の基準）

第5条 屋外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広告は掲載しない。

- (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 発光、蛍光又は反射効果を有する材料を使用するもの
- (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 過度に読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
 - イ デザインがわかりづらい等、見る者の判断を迷わせるもの
 - ウ 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第6条 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が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、又は景観と著しく違和感があるもの
- (4) 著しくデザイン性の劣るもの
- (5) 公衆に不快感を起こさせるもの
- (6) 地区計画、まちづくり協議指針、その他まちづくり又は都市整備のルールにおいて景観形成の目標が定められている場合、その目標に沿った貢献が認められないもの
- (7) 屋外広告物法（昭和24年法律第189号）、大阪府屋外広告物条例（昭和24年大阪府条例第79号）等の関係法令に適合しないもの

(公用車へ掲載する広告に関する一般基準)

第7条 公用車へ掲載する広告は、次に掲げる要件を備えてなければならない。

- (1) 道路交通の安全を阻害するものでないこと。
- (2) 車両運行上の支障となるものでないこと。
- (3) 景観との調和を損なうものでないこと。
- (4) 広告を掲載する場所及び面積は、別に定めるところによること。

(公用車へ掲載する広告に関する交通安全上の基準)

第8条 公用車へ掲載する広告の色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通の安全を阻害するおそれのあるときは、これを掲載することができない。

- (1) 周囲の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 信号又は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 発光、蛍光又は反射効果を有する材料を使用するもの

(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 過度に読ませる広告及び4コマ漫画等ストーリー性のあるもの
- イ デザインがわかりづらい等、見る者の判断を迷わせるもの
- ウ 絵柄や文字が過密及び過小等により視認性が悪いもの

(公用車へ掲載する広告に関する景観上の配慮による基準)

第9条 公用車へ掲載する広告の色彩、意匠その他のデザインが次の各号のいずれかに該当し、景観を損なうおそれのあるときは、これを掲載することができない。

- (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) 著しくデザイン性の劣るもの

(4) 公衆に不快感を起こさせるもの

(ホームページに関する基準)

第10条 広告主のホームページにリンクをする広告(バナー広告)に関しては、企業団のホームページに掲載する広告だけでなく、当該広告のリンク先である広告主のホームページの内容についても、ホームページの性質上可能な範囲かつ社会通念上合理的な範囲で、広告審査の対象とする。

2 他のホームページを集合し、情報提供することを主たる目的とするホームページで、大阪広域水道企業団広告取扱規程及びこの基準、その他企業団の定める広告に関する規定に反する内容を取り扱うホームページを閲覧者にあっせん又は紹介しているホームページの広告は掲載しない。
(業種ごとの基準)

第11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) 上水道関連商品に関する業種

商品の性能や効果を載せる場合は、関係法令、通知、規格等にのっとり、かつ、客観的根拠に基づく内容を表示すること。

(2) 企業団所管事業に関連のある業種

事業内容等を企業団が保証、推奨しているように誤解されるおそれのある表示はしないこと。

例：企業団認定業者

企業団の工事検査に合格

企業団も当社を選んでいきます

(3) 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こと。

例：1か月で確実にマスターできる等

(4) 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、実績年も併せて表示すること。

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こと。

(5) 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。」

(6) 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る場合、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と。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こと。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こと。

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こと。

(7) 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 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 3 条の 2 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）の内容に従うこと。
- 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 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示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。
- カ 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。
- キ 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。
- ク 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当たらないため、前号の規定は適用しない。

(8) 飼育動物の診療施設

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。

(9) 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。

(10) 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。

(11) 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 条及び食品衛生法（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）

「延命の素〇〇」、「漢方秘伝〇〇」（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おらず、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。

(12) 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（介護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：大阪府事業受託事業者等

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、一切広告できない。

(13) 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こと。

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こと。

ウ 住宅の品質確保の促進等に関する法律（平成11年法律第81号）に規定された住宅性能表

示制度の適用を受けていない住宅の売買の広告は、掲載しないこと。

エ 不動産の表示に関する公正競争規約（平成 15 年公正取引委員会告示第 2 号）による表示規制に従うこと。

オ 契約を急がせる表示は掲載しないこと。

例：早い者勝ち、残り戸数あとわずか等

(14) 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。

(15) 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こと。

例：顧問先又は依頼者名（同意書がある場合を除く。）

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。

(16) 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、広告内に全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

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。

(17) 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こと。

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。

(18) 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こと。

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こと。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しないこと。

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こと。

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こと。

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こと。

(19) 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こと。

(20) 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こと。

(21) 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こと。

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こと。

(22) 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こと。

イ 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こと。

(23) 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こと。

例：〇〇〇のバッグ 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こと。

(24) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「トランクルーム」の表示には、国土交通省の認定を受けた業者であることが必要。また、その旨を表示すること。

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。

「当社の〇〇は、国土交通省から認定を受けた“トランクルーム”ではありません。」等

(25) 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。

(26) 人材募集広告

- ア 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘又はあっせん疑いのあるものは掲載しないこと。
- 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こと。
- ウ 労働基準法等関係法令を遵守していること。

(27) 墓地等

- ア 都道府県知事又は市長の許可を受けていること。
- イ 許可年月日、許可番号及び経営者名を明記すること。

(28) 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 一般廃棄物処理については市町村長の許可、産業廃棄物処理業については府知事（中核市においては各市長）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、廃棄等

(29) 通信販売業

- ア 会社の概要、商品カタログなどを検討し、企業団が妥当と判断したものに限り掲載すること。
- イ 特定商取引に関する法律第 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。

(30) 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

(31) 個人輸入代行業等の個人営業広告

行政機関からの許可が必要な事業の場合は、許認可を受けていることを明記すること。また、許可の必要がない事業の場合は、事業内容や資格取得状況等、消費者がその事業を正確に判断できるような内容を明示すること。

(32) 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

(33) 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。

(34) 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、法人名を明記すること。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示すること。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こと。

(広告の修正、削除等)

第12条 広告の全部又は一部について修正、削除等を行うことにより、広告を掲載することができると認められる場合は、広告を掲載する者に修正、削除等を求めることができる。

附 則

この基準は、平成24年10月1日から施行する。

附 則（平成25年企企第1322号）

この基準は、平成26年4月1日から施行する。