

＜参考資料1＞

「西宮市広告掲載要綱」（抜粋）

（掲載の範囲）

第2条 次の各号のいずれかに該当する広告は、広告媒体に掲載しないものとする。

- (1) 法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの
 - (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
 - (3) 政治性のあるもの
 - (4) 宗教性のあるもの
 - (5) 個人及び団体の意見広告及び名刺広告に関するもの
 - (6) 社会問題に関する主義主張及び係争中の声明広告に関するもの
 - (7) 美観風致を害するおそれのあるもの
 - (8) 公衆に不快の念又は危害を加えるおそれのあるもの
 - (9) その他広告媒体に掲載する広告として不相当であると市長が認めるもの
- 2 前項に定めるもののほか、広告媒体に掲載する広告に関する基準は、別途定める。

＜参考資料2＞

「西宮市広告掲載基準」（抜粋）

（規制業種又は事業者）

第4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に定める風俗営業及び青少年愛護条例の規定により制限される営業
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 貸金業法第2条第1項に規定する貸金業
- (4) たばこの製造・販売、喫煙の促進に関するもの
- (5) ギャンブルに関するもの
- (6) 社会問題を起こしている業種や事業者
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 占い、運勢判断に関するもの
- (9) 興信所、探偵事務所等
- (10) 結婚相談所、交際紹介業
- (11) 債権取立て、示談引受けなどをうたったもの
- (12) 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
- (13) 民事再生法及び会社更生法による再生・更生手続中の事業者
- (14) 西宮市暴力団の排除の推進に関する条例第2条第1号に規定する暴力団、同条第2号に規定する暴力団員又は同条第3号に規定する暴力団密接関係者、その他反社会的団体及び特殊結社などの構成員がその活動のために利用するもの
- (15) 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
- (16) 各種法令等に違反しているもの
- (17) 過去5年間に公的機関・行政機関から指名停止などの行政指導を受け、改善がなされていないもの
- (18) 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）
- (19) 国税及び地方税を滞納している事業者
- (20) 特定商取引に関する法律で、連鎖販売取引と規定される業種
- (21) 西宮市指名停止基準別表第1及び第2に規定する措置要件に該当する事業者
（掲載基準）

第5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、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
- 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、無認可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
- エ 他をひぼう、中傷又は排斥するもの
- オ 市の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 人事募集にかかるもの
- コ 社会的に不適切なもの
- サ 国内世論が大きく分かれているもの
- シ 皇室関係の写真、紋章を使用したもの
- ス 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
- セ アマチュアスポーツの選手や役員の氏名、写真、競技実績、推薦文を当該競技団体の許可を得ず使用したもの

- ソ 国土地理院の地図を無断で使用したもの
- (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。）3
 - イ 射幸心を著しくあおる表現の禁止
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・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
 - ケ マルチ商法、催眠商法等の悪質商法とみなされるもの
 - コ 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
 - サ 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
 - シ 不当景品類及び不当表示防止法第5条各号に規定する表示規制に抵触する恐れのあるもの
- (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 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現
 - ウ 残酷な描写など、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・教育に有害なもの

（業種ごとの基準）

第8条 広告媒体所管課は、掲載の都度、次の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審査する。

- 1 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
- 2 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。
- 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
 - (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。
- 5 病院、診療所、助産所
 - (1) 広告できる事項は、医療法第6条の5及び6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規程に従う。

(2) 不明な点は、西宮市保健所へ確認する。

6 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第7条又は柔道整復師法第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、西宮市保健所へ確認する。

7 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器（コンタクトレンズ等）、健康器具、美容器具

(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第66条、67条、68条の規定及び厚生労働省の医薬品等適正広告基準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) 医療機器については、厚生労働省の承認番号等を記載すること。

(3) 健康器具・美容器具については、医療機器と誤認されるような表現は行わないこと。

(4) 広告を掲載する事業者が、その内容について業者所在地を所管する地方自治体の薬務担当課の了解を得ること。

8 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

(1) 健康増進法第26条、31条の規定及び医薬品、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第68条の規定並びに食品衛生法第20条に定められた規定に反しないこと。

(2) 食品表示法に基づく食品表示基準を遵守すること。

(3) 広告を掲載する事業者が、その内容について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の了解を得ること。

9 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（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。

(2) 有料老人ホーム

(1) に規定するもののほか、

ア 当該施設の所管都道府県、指定都市又は中核市の「有料老人ホーム設置運営指導指針」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 当該施設の所管都道府県、指定都市又は中核市の指導に基づいたものであること。

(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現はできない。

(4) サービス付き高齢者向け住宅

ア 高齢者の居住の安全確保に関する法律第14条、15条、20条及び当該施設の所管都道府県、指定都市又は中核市の「サービス付き高齢者向け住宅運営指導指針」に規定する事項を遵守すること。

イ 本基準第11条の規定を遵守すること。

(5) 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 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。

11 不動産事業

(1) 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。

(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、建築年月日、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。

1 2 弁護士・司法書士・行政書士・税理士・公認会計士等

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。

1 3 旅行業

(1) 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

(2) 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) 広告表示について旅行業法第12条の7、12条の8及び旅行業公正取引協議会の公正競争規約に反しないこと。

1 4 通信販売業

特定商取引に関する法律第11条、12条及び同法施行規則第8条から11条の規定に反しないこと。

1 5 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。

1 6 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) ショッキング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。

1 7 古物商・リサイクルショップ・遺品整理業等

(1) 営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可（古物商、一般廃棄物処理業等）を取得し、許可年月日、許可番号等を明記すること。

(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

(3) 取扱い品の廃棄物該当性について不明な場合は、一般廃棄物担当部局に確認すること。

1 8 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。

1 9 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。

2 0 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。

「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

2 1 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。

2 2 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4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。

2 3 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」、「入会金は別途かかります」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。

連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHSのみは原則認めない。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。

(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（消費者庁に確認の必要あり。）

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：お酒を飲んでいるまたは飲もうとしている姿等

＜参考資料3＞

「西宮市ホームページ広告バナー作成ガイドライン」（抜粋）

（目的）

第1条 西宮市ホームページに掲載するバナー広告を作成するにあたって「西宮市ホームページ広告掲載基準」に規定する事項を遵守するほか、ページデザイン及びウェブアクセシビリティを保持するためのガイドラインとする。

（定義）

第2条 バナー広告とは、別記の形式の画像と画像に対するリンクタグのことを指し、リンク以外の機能（script、Java applet、Flash、GIF アニメ等）は、使用しないこととする。

（禁止表現）

第3条 ユーザーの意思に反した動きをしたり、ユーザーに誤解を与えたりするおそれがあるバナー広告は、禁止とする。

- (1) 「閉じる」「いいえ」「キャンセル」などのボタン、及びボタンの様に見えるもの
- (2) アラートマーク等OSがユーザーに対して注意喚起を促すためのイメージ又はそれに類似するもの。
- (3) ラジオボタン又はラジオボタンの様に見えるもの
- (4) テキストボックス（入力できるように見えるもの）
- (5) プルダウンメニュー（下に選択肢があるように見えるもの）
- (6) バナーの内容とリンク先の内容に関連性がないもの
- (7) いたずらに射幸心をあおるおそれのあるもの
- (8) その他市長が不相当と判断するもの

（市 web ページとの区別）

第4条 ユーザーが市ホームページのコンテンツの一部であるかのように混同するおそれのある表現や、「施設ガイド」「教育相談」など市政を連想させる分野の表現を用いるなど、ユーザーが西宮市の事業であると錯誤する恐れのある文言等は使用しないこととする。

（色調）

第5条 文字色と背景色のコントラスト（明度差）は十分にとり、背景に模様のある画像や写真などを使用する場合は文字の周りを縁取るなどして、文字を読みやすくするよう配慮しなければならない。

2 バナーの配列による不快色調緩和のため、色調の異なる2種類のバナーを用意することとする。

（解像度）

第6条 文字やイラスト等の解像度については適正な処理を行い、鮮明に見えるようにしなければならない。

以上