

ネーミングライツ事業を導入します

平成30年5月30日

総務部経営改革推進課

富津市では、新たな財源の確保等を図るため、市の施設等に愛称を付与する権利の代わりに、その対価を得るネーミングライツ事業を導入します。

1. ネーミングライツとは

市の施設等の名称に企業名等を冠した愛称を付与する権利の代わりに、企業等から対価を得ることで、新たな財源の獲得による施設の適正な運営維持や民間資源・ノウハウを活用した施設の魅力向上等を図るものです。

対価は金銭だけではなく、施設で利用可能な製品等や役務(サービス)の提供なども対象とします。

2. 対象施設及び実施方法

対象施設は、公民館などの文化施設、スポーツ施設、道路、公園、また、ロビーや会議室などの施設内の一部への導入も想定しています。

実施方法は、公募型と企画提案型の二つです。

公募型 …富津市が事前に対象施設と条件を設定した上で公募します。

企画提案型 …対象施設や条件を特定せず、企業等の自由な提案を随時受け付けます。

3. 今後の予定

今後、庁内調整を実施し、7月以降に公募を開始していく予定です。

4. その他

ネーミングライツ事業に関する基本的事項を定める「富津市ネーミングライツ導入ガイドライン」を策定するとともに、富津市が取り扱う広告事業全体に関する基本事項を定める「富津市広告事業実施要綱」及び「富津市広告事業実施基準」を併せて整備しました。

問い合わせ先

総務部経営改革推進課

0439-80-1213

富津市ネーミングライツ導入ガイドライン

平成30年5月

富津市

1 趣旨

このガイドラインは、富津市広告事業実施要綱(以下、「実施要綱」という。)の第2条で定義されている、市の構築物に愛称等を付与する事業(以下「ネーミングライツ」という。)の適切な導入を図るために、対象施設や募集の方法、応募者の選定方法等について、基本的な考え方をまとめたものです。

2 ネーミングライツ導入の目的

(1)財源を確保することにより、適正な施設の運営に努めます。

(2)民間の資源やノウハウ等を活用することにより、施設の魅力や、市民サービスの向上を図ります。

3 ネーミングライツの概要

(1)ネーミングライツとは、契約により施設等の名称に企業名や商品名等を冠した愛称を付与させる代わりに、ネーミングライツを取得した企業等(以下「ネーミングライツパートナー」という。)から対価を得て、施設の運営維持と利用者のサービス向上を図るものです。

(2)ネーミングライツ導入後、市は愛称を積極的に使用することとしますが、条例等で定める施設の名称の変更は行いません。

4 導入方式

導入方式として「公募型」と「企画提案型」による二つの方式により実施することとします。

(1)公募型

富津市が対象となる施設を選定し、条件を付した上で、公募を行い、優先交渉権者※を決定します。公募にあたっては市のホームページ等に掲載するほか、報道機関への情報提供を行います。

(2)企画提案型

対象施設を特定せず、民間事業者等からの随時の企画提案を受け付けできるものとします。ただし、企画提案する時点で公募していない施設に限ります。

※ 優先交渉権者とは…応募者のうち、ネーミングライツパートナーとして適格であり、かつ有利な条件で契約を締結することができる者として、他の応募者に優先して市が契約交渉を行う団体のことをいいます。

5 導入の手続き

ネーミングライツ導入の手続きは以下のとおりです。(括弧内は事務局管課)

(公…公募型 企…企画提案型 ③…経営改革推進課 ④…対象施設担当課)

- ① 対象施設の選定(公→④ 企→③)
- ② 募集要項案の作成(公→④ 企→③)
- ③ 審査委員会の開催(庁議メンバー)(導入の可否・募集要項等の決定)(公・企→③)
- ④ ネーミングライツパートナーの募集(公→④ 企→③)
- ⑤ 審査委員会の開催(応募者の審査・優先交渉権者の決定)(公・企→③)
- ⑥ 市長決裁(公・企→④)
- ⑦ 優先交渉権者との協議(公・企→④③)
- ⑧ ネーミングライツパートナーの決定(公・企→④)
- ⑨ 契約の締結(公・企→④)
- ⑩ 施設表示等の変更(公・企→④)
- ⑪ 愛称の使用開始

※ 導入手続きのフロー図は「別紙1」のとおり。

6 導入対象施設

(1)ネーミングライツを導入する対象施設(以下「導入対象施設」という。)として、文化施設、スポーツ施設、道路、公園などの市有施設(及びそれらの一部)を想定しています。

(2)導入対象施設は、施設の性格、利用者数やメディア等に取り上げられる頻度などを考慮して決定するものとし、施設の名称の設定に特段の経緯があるものや施設の性格上、愛称を付するのが適当でないとは判断するものは対象外とします。
(例:学校等)

(3) 導入対象施設は、事前に屋外広告物所管課と協議を行うこととします。

7 ネーミングライツ付与の対価について

対象施設の利用状況、市内外への訴求効果等、広告価値を見定めた上で、応募者が希望するネーミングライツ料(対価)を提案することとします。

市は、応募者が提案するネーミングライツ料(対価)の妥当性について審査会で検討します。

なお、企画提案型の場合、ネーミングライツ付与の対価は金銭ばかりでなく、施設で利用可能な製品等の提供や役務(サービス)の提供なども対象とできることとします。

8 特典(付帯権利)

ネーミングライツパートナーに対し、施設内での商品PR、自社のホームページ等でネーミングライツパートナーであることをPRできる等の特典を与えることができます。

(詳細は募集要項に定めるほか、双方協議のうえ、契約書等において定めます。)

※指定管理者制度導入施設については、対象施設担当課・現指定管理者と特典内容について協議を行うものとします。

9 契約期間

原則1年以上とし、応募者が提案することとします。

※指定管理者制度導入施設については、現指定管理の期間を考慮し、適切な期間設定に配慮するものとします。

10 愛称

(1) 市民等の理解

親しみやすさや呼びやすさなど、市民等の理解が得られる愛称とします。

(2) 使用を禁止する愛称

愛称が、次のいずれかに該当するものは、ネーミングライツの対象としません。

ア 法律、法律に基づく命令、条例及び規則に違反するもの

イ 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの

ウ 人権侵害となるもの又はそのおそれのあるもの

エ 政治性又は宗教性のあるもの

オ 社会問題その他についての主義又は主張に当たるもの

カ その他、愛称として使用することが適当でないと認められるもの

(3) 愛称の変更

利用者の混乱を避けるため、原則として契約期間内の愛称の変更はできません。

11 ネーミングライツパートナーの募集方法等

(1) 募集方法

- ア 募集は、原則公募とし、市ホームページ、広報ふつつ等に掲載することにより行うこととします。
- イ 募集は、施設ごとに行うこととします。(施設によっては、施設の一部ごとに行うこともできることとします。)
- ウ 対象施設を特定せずに、民間事業者等から企画提案を募集することもできることとします。(対象は企画提案する時点で公募していない施設とします。)

(2) 応募資格

応募資格を有する者は、法人格を有するものとします。ただし、次の事項に該当する場合は、応募することが出来ません。

- ア 富津市広告事業実施基準第2条第1項に規定される規制業種又は事業者
- イ 地方自治法施行令第167条の4に規定する者に該当するもの
- ウ 富津市建設工事請負業者等指名停止措置要領に基づく指名停止措置を受けているもの
- エ 法人税、法人事業税、法人住民税、消費税又は地方消費税を滞納しているもの
- オ 公序良俗に反する事業を行うもの
- カ 政治性又は宗教性のある事業を行うもの
- キ その他、本市のネーミングライツパートナーとして不相当と認められるもの

(3) 費用負担

応募に要する経費は、すべて応募者の負担とします。

(4) 募集要項

- ア 募集に関しては、応募に必要な事項を記載した募集要項等を対象施設担当課が作成します。(公募型のみ。企画提案型については、経営改革推進課が作成)
- イ 申請方法や選定手続き等をあらかじめ公表し、選定の透明性の確保に努めます。

(5) 募集期間

公募型については、原則として30日以上とします。

企画提案型については原則として1年間としますが、募集期間中に新たに公募型を実施し、それにより対象施設の見直しが必要となる場合は、募集を一度締め切り、

再度条件を見直した上で募集を行うこととします。

(6) 応募がなかった場合の取扱い

公募型において募集期間を経過しても応募がなかった場合は、募集要項に定める条件を見直し、再度の公募を実施するか又は募集を取りやめます。

企画提案型については、募集期間の1年が経過しても応募が無かった場合、期間を1年間更新することができることとします。ただし、前項の規定どおり、新たに公募型を実施し、それにより対象施設の見直しが必要となる場合は、募集を一度締め切り、再度条件を見直した上で募集を行うこととします。

12 選定方法

(1) 審査委員会の設置

ネーミングライツの導入に際し、庁議構成員で組織されるネーミングライツ導入審査委員会(以下「審査委員会」という。)を設置し、導入の可否、募集要項等の決定、応募者の審査、優先交渉権者の決定等について審査を行います。また、審査に当たっては、必要に応じて関係者の出席を求めることができることとします。審査委員会の事務局は、総務部経営改革推進課が行います。

(2) 審査項目及び審査ポイント

次の視点で審査項目を定め、総合的に判断します。

なお、応募者が1者の場合でも、審査委員会においてネーミングライツパートナーとしてふさわしいか否かについて審査・選定を行います。

ア 愛称案

《審査ポイント》

- ① 市民にとっての親しみやすさ、わかりやすさ
- ② 施設の設置目的やイメージとの整合など

イ ネーミングライツ料及び契約期間

《審査ポイント》

- ① 応募金額の妥当性、相対評価など

※対象施設の維持管理費、事業等の必要経費や利用者数、広告価値等を参考に、他自治体における類似事例などを考慮し、施設ごとにネーミングライツ料(対価)を算定し、提案されたネーミングライツ料(対価)と合致するか検討します。

なお、市によるネーミングライツ料の算定は、「富津市公共施設白書」に掲載された直近のハード支出額を参考とします。施設の一部への導入の場合は、導入面積割合を考慮した上で算定するものとします。

- ② 契約期間の妥当性

ウ 経営の安定性

《審査ポイント》

- ① 財務状況から見た経営の安定性
- ② ネーミングライツ料の支払い能力など

エ その他

《審査ポイント》

- ① 応募者からの付帯提案があればその内容について

13 審査結果の通知

審査後、全ての応募者・提案者に文書で通知するとともに、優先交渉権者を広報ふっつ、市のホームページなどで発表します。

14 ネーミングライツパートナーの決定及び公表等

(1) ネーミングライツパートナーの決定と契約の締結

優先交渉権者との協議が整った場合は当該団体をネーミングライツパートナーとして決定し、ネーミングライツに関する契約を締結します。

(2) ネーミングライツパートナーの公表

ネーミングライツパートナー決定後、すみやかに当該団体の名称、施設の愛称、ネーミングライツ料、契約期間等を広報ふっつ、市ホームページ等により公表します。

15 ネーミングライツ導入に伴う費用負担

市とネーミングライツパートナーの費用負担は、次によるものとします。

(詳細は募集要項に定めるほか、双方協議のうえ、契約書等において定めます。)

区分	市(指定管理者含む)	ネーミングライツパートナー
敷地内外の看板表示等の変更(施設看板、道路標識、バス停、バス経由地案内) ※1		○
契約期間終了後の原状回復		○
市(指定管理者含む)のパンフレット、封筒等の印刷物やホームページの表示変更※2	○	

※1 敷地外、道路標識等の表示変更は、市や関係機関と協議の上、変更可能な表示について行います。また新規看板等の設置については、設置の可否も含めて協議します。

※2 残部数や切り替え時期などを考慮し、協議のうえ決定します。

16 愛称の使用

愛称については、市が積極的に使用するとともに、関係機関への周知と使用を促します。

17 契約の解除

災害その他の不可抗力等、双方の責めに帰し得ない事由により契約に定める義務を履行できない場合、市は既に支払われたネーミングライツ料のうち未履行分について、日割りによる計算の上、ネーミングライツパートナーに速やかに返還することとします。(原状回復に必要な費用はネーミングライツパートナーが負担するものとします。)

ネーミングライツパートナーの信用失墜行為等に伴い、当該施設のイメージが損なわれるおそれが生じた場合、市は契約満了を待たず契約を解除できることとします。

その場合における、原状回復に必要な費用はネーミングライツパートナーが負担するものとし、ネーミングライツ料も返還しません。

18 契約期間の満了

市は契約期間満了までに、当該施設について、ネーミングライツの継続実施を判断します。なお、愛称が頻繁に変更となることを避けるため、ネーミングライツの契約更新施設においては、現ネーミングライツパートナーは優先的に交渉する候補者となることが出来ます。(更新時においても審査委員会での審査を実施します。)

19 指定管理者制度導入施設にかかる留意点

対象施設が指定管理者制度導入施設の場合は、指定管理者制度の趣旨に鑑みながら、指定管理者の不利益とならないよう、次のような観点に留意するものとします。

(1) 優先交渉権者について

現指定管理者と事前協議を行い、応募の意思がある場合には、優先交渉権者として決定できるものとします。応募の意思がない場合又は協議がまとまらなかった場合に公募に切り替えるものとします。

(2) 契約期間について

現指定管理の期間を考慮し、適切な期間設定に配慮するものとします。

(3) 特典(付帯権利)について

指定管理者制度導入施設については、対象施設担当課・現指定管理者と特典内容について協議を行うものとします。

20 事務所管課

(1) ネーミングライツ導入に係る庶務について

ネーミングライツ導入に係る庶務については、経営改革推進課において処理することとします。

(2) ネーミングライツに係る事務処理における合議先について

対象施設担当課がネーミングライツに関する事務処理をする際には、経営改革推進課を合議先として事務処理を進め、情報提供するものとします。

(3) 屋外広告物関係について

ネーミングライツ導入に関して、施設や敷地等に看板等を設置する際には、屋外広告物所管課と協議を行うこととします。

(4) 予算関係について

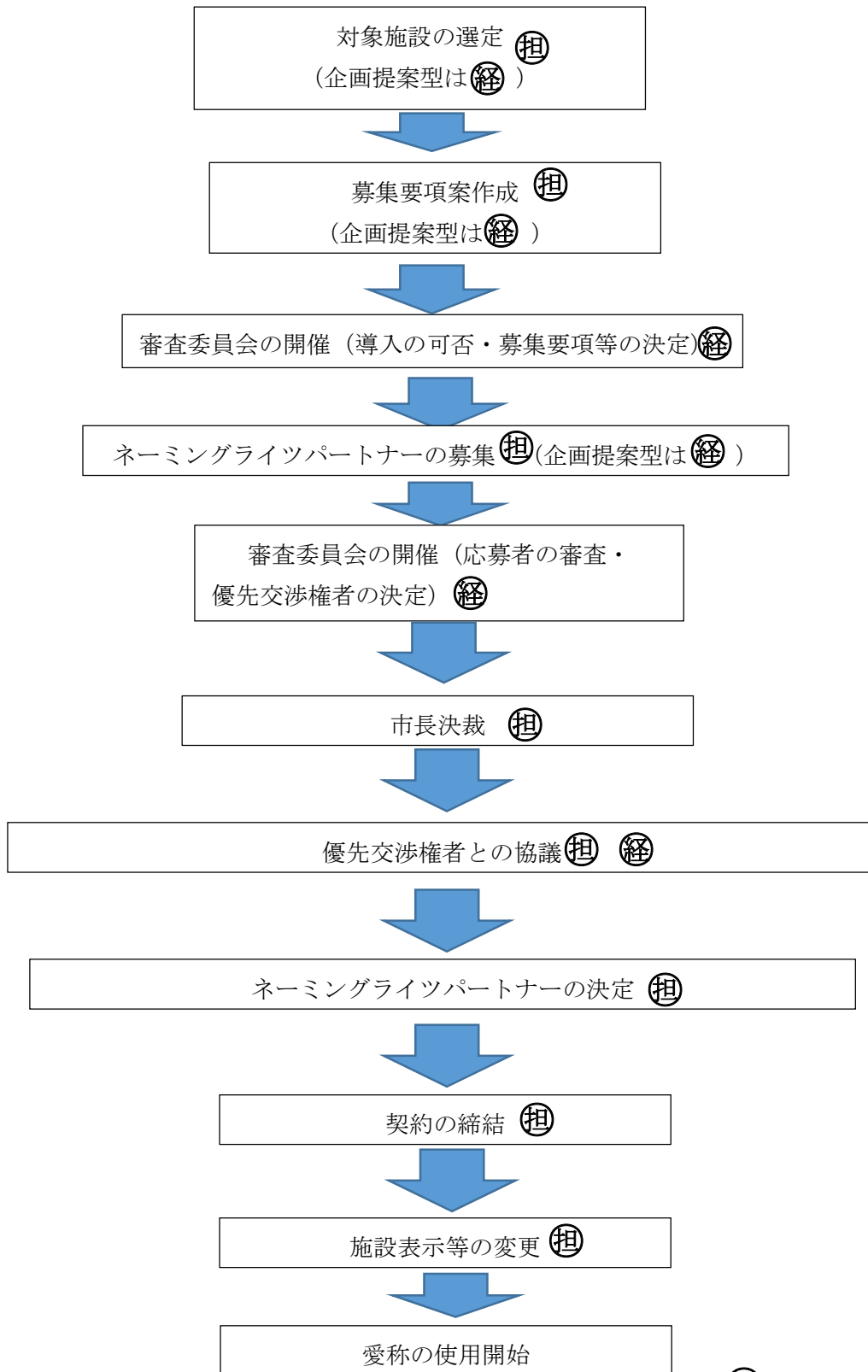
審査委員会開催に係る歳出は経営改革推進課、ネーミングライツ料の歳入に関する予算措置は対象施設担当課において行います。

歳入として受けたネーミングライツ料は、台帳管理の上、対象施設の維持管理費や備品等、施設の効用を高めることに活用することとします。

(5) 企画提案型における事務所管について

企画提案型における事務所管については、募集要項の作成・審査委員会の開催までは経営改革推進課で行い、その後の市長決裁以降のプロセスを対象施設担当課にて行うこととします。(但し、優先交渉権者との協議については経営改革推進課も同席します。)

ネーミングライツ導入手続きフロー



担・・・対象施設担当課
経・・・経営改革推進課

富津市広告事業実施要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、民間事業者等（以下「事業者等」という。）との連携により、市の自主財源の確保、経費の縮減及び市民サービスの向上を図るため、市が実施する広告事業について必要な事項を定めるものとする。

(定義)

第2条 この要綱において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 広告媒体 次に掲げる市の資産のうち、広告掲載が可能なものをいう。
 - ア 市の広報印刷物、封筒等
 - イ 市の管理するホームページ
 - ウ 市の構築物
 - エ その他広告掲載が可能なもの
- (2) 広告掲載 広告媒体に事業者等の広告を掲載若しくは掲出し、又は愛称等を付与することをいう。
- (3) 広告事業 次に掲げる事業をいう。
 - ア 広告掲載により、広告掲載料を徴収する事業
 - イ 広告掲載により、物品又は役務の提供を受ける事業
 - ウ その他広告媒体を活用した事業
- (4) 所管部局等 富津市行政組織条例（昭和46年富津市条例第10号）第1条の部、消防本部、水道部、教育部、会計課、選挙管理委員会事務局、監査委員事務局、農業委員会事務局及び議会事務局のうち、広告事業を実施しようとする部局等をいう。

(広告事業の範囲)

第3条 市長は、広告事業の実施に当たっては、その内容及び表現が社会的に信用度の高いものでなければならないことに留意した上で、次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、広告事業の対象としないものとする。

- (1) 公序良俗に反するおそれのあるもの
- (2) 政治活動又は宗教活動に関するもの
- (3) 各種法令に違反している事業者が行うもの

- (4) 誇大表示、不当表示その他表現等が不適切なもの
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市長が不相当であると認めるもの

2 広告事業に関する基準は、市長が別に定める。

(広告事業の実施)

第4条 所管部局等は、広告事業の実施に当たっては、当該事業の内容に応じ次に掲げる事項を別に定めるものとする。

- (1) 広告媒体の名称及び内容
- (2) 広告媒体の規格及び数量
- (3) 広告を掲載する位置及び期間
- (4) 事業者等の募集及び選定方法
- (5) 広告掲載に係る申込みの時期及び方法
- (6) 広告掲載料
- (7) 前各号に掲げるもののほか、必要となる事項

(審査委員会)

第5条 広告事業の内容等に疑義が生じた場合その他広告事業について重要な事項を決定する場合は、庁議構成員（富津市庁議に関する規則（昭和46年富津市規則第42号）第2条第1項に規定する庁議を組織する者をいう。以下この条において同じ。）で構成する広告事業審査委員会（以下「審査委員会」という。）において審査を行うものとする。

2 審査委員会の決定は、庁議構成員の過半数が出席する会議において、出席者の過半数をもって行い、可否同数のときは、市長の決定するところによる。

3 審査委員会の庶務は、所管部局等において行うものとする。ただし、市長が特に必要があると認めた場合は、この限りでない。

(補則)

第6条 この要綱に定めるほか、広告事業について必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この告示は、公示の日から施行する。

富津市広告事業実施基準

(趣旨)

第1条 この告示は、富津市広告事業実施要綱（平成30年富津市告示第 号）第3条第2項の広告事業に関する基準について定めるものとする。

(広告事業の対象外となる業種、事業者等)

第2条 次に掲げる業種、事業者等は、広告事業の対象としないものとする。

- (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）で規制される業種その他これに類するもの
 - (2) たばこ製品に係るもの
 - (3) 公営を除くギャンブルに係るもの
 - (4) 貸金業、投資業又は商品先物取引業に係るもの
 - (5) 法律の定めがない医療類似行為（整体、カイロプラクティック、エステティック等をいう。）を行うもの
 - (6) 社会問題を起こしている業種又は事業者
 - (7) 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続中又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中である事業者
 - (8) 各種法令に違反している事業者
 - (9) 行政指導を受けたにもかかわらず、改善がなされていない事業者
 - (10) 暴力団員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条に掲げる暴力団及び暴力団員並びにこれらと関係を有している事業者
- (広告事業の基本的審査基準)

第3条 前条各号に掲げる業種、事業者等以外の業種又は事業者であっても、広告の内容等が次の各号のいずれかに該当する場合は、当該広告は、広告事業の対象としないものとする。

- (1) 市が行政活動として行う広告事業の趣旨に反するものとして、次のいずれかに該当するもの
 - ア 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
 - イ 法令等で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - ウ 他を誹謗、中傷又は排斥するもの

- エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
 - オ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
 - カ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせ、又は不安を与えるおそれがあるもの
 - キ 世論が大きく分かれているもの
 - ク 市の広告事業の円滑な運営に支障を来すもの
 - ケ 市の業務に不利益を及ぼすおそれがあるもの
- (2) 消費者被害の未然防止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、又は他と比較して優良であるとの表現をしているもの
 - イ 射幸心を著しくあおる表現をしているもの
 - ウ 根拠のない表示又は誤認を招くような表現をしているもの
 - エ 商品、材料及び機材の売付けや資金集めを目的としている疑いのあるもの
 - オ 市が商品、企業等を推奨していると明らかに誤認させるもの
- (3) 青少年の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 売春等の勧誘又はあつ旋の疑いのあるもの
 - イ 水着姿、裸体等の写真、イラスト等、性に関する表現をしているもの
 - ウ 暴力又は犯罪を肯定し、又は助長するような表現をしているもの
 - エ 残酷な描写等善良の風俗に反するような表現をしているもの
 - 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

(広告事業の個別的審査基準)

第4条 広告事業における業種等の個別的審査基準は、別表によるものとし、所管部局等の長が広告事業ごとにその内容等を審査するものとする。

2 第2条に規定する業種の事業者による、当該業種に関連するもの以外の内容の広告については、この告示に定める審査基準に基づき、審査するものとする。

附 則

この告示は、公示の日から施行する。

別表 (第4条関係)

業種等	審査基準
人材募集広告	<p>(1) 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掲載しない。</p> <p>(2) 人材募集に見せかけて、商品、材料及び機材の売付けや資金集めを目的としているものは掲載しない。</p>
語学教室等	<p>安易さ又は授業料若しくは受講料の安価さを強調する表現は使用しない。</p>
学習塾、予備校等（専門学校を含む。）	<p>(1) 合格率等の実績を掲載する場合は、実績年も併せて表示する。</p> <p>(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、内容又は実施施設が不明確なものは掲載しない。</p>
外国大学の日本校	<p>学校教育法（昭和22年法律第26号）に定める大学でない旨を明確に表示する。</p>
資格講座	<p>(1) 講座に係る民間資格が国家資格でない旨を明確に表示し、当該民間資格を国家資格であるかのように誤認させ、又は特定の事業において当該民間資格の取得者を置かなければならないという誤解を招くような表現を使用しない。</p> <p>(2) 講座を受講さえすれば国家資格を取得できるといった誤解を招くような表現は使用しない。この場合において、当該国家資格の取得には、別に国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示する。</p> <p>(3) 資格講座の募集に見せかけて、商品又は材料の売付けや資金集めを目的としているものは掲載しない。</p> <p>(4) 受講費用が全て公的給付で賄えるかのように誤認される表示はしない。</p>
病院、診療所及び助産所	<p>(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。</p>

	<p>(2) 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。</p> <p>(3) 提供する医療により疾病等が完全に治癒する等その効果を断定的又は推測的に表示してはならない。</p>
<p>施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復）</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 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）の広告を掲載することはできない。</p>
<p>薬局、薬品、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）</p>	<p>広告を掲載する事業者が、事業所の所在地を管轄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ている。</p>
<p>健康食品、保健機能食品及び特別用途食品</p>	<p>広告を掲載する事業者が、事業所の所在地を管轄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において広告内容についての了解を得ている。</p>
<p>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全般</p>	<p>(1) 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、誤解を招く表現は使用しない。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 前2号に掲げるもののほか、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。</p>

(老人保健施設を除く。)	
有料老人ホーム	<p>(1) 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、誤解を招く表現を使用しない。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 前2号に掲げるもののほか、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。</p> <p>(4) 有料老人ホーム設置運営標準指導指針（平成14年7月18日付け老発第0718003号厚生労働省老健局長通知）に規定する事項を遵守し、同指針別表「有料老人ホームの類型・有料老人ホームの表示事項」の各類型及び表示事項は全て表示する。</p> <p>(5) 所管都道府県の指導に基づいたものである。</p> <p>(6) 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）の規定に抵触しない。</p>
有料老人ホーム等の紹介業	<p>(1) 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。</p> <p>(2) 前号に掲げるもののほか、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。</p>
不動産事業	<p>(1) 不動産事業者の名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等を明記する。</p> <p>(2) 不動産売買又は賃貸の広告は、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。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 契約を急がせる表示は掲載しない。</p>
弁護士、税理	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

士、公認会計士等	る。
旅行業	(1) 登録番号、所在地及び補償の内容を明記する。 (2) 行程にない場所の写真の掲載等の不当表示に注意する。
雑誌、週刊誌等	(1) 適正な品位を保った広告である。 (2) 公の秩序又は善良の風俗に反する表現のないものである。
映画、興業等	(1) 暴力、賭博、麻薬、売春等の行為等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、露骨又はわいせつなものは掲載しない。 (3) 前2号に掲げるもののほか、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。 (4) 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。
占い、運勢判断等	(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) 料金、販売方法等について明示する。
結婚相談所及び交際紹介業	(1) 事業者は、業界団体に加盟しており、かつ、広告においてその旨を明記する。この場合において、事業者は、当該業界団体に係る加盟証明を提出するものとする。 (2) 掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。
調査会社、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。
労働組合等一定の社会的立場と主張を持つ	(1) 掲載内容は、名称、所在地、一般的な事業案内等に限定する。 (2) 出版物の広告においては、主張の展開及び他の団体に

った組織	対して言及（批判、中傷等）するものは掲載しない。
募金等	厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受け、かつ、その旨を明確に表示している。
質屋、チケット等の再販売業	(1) 個々の相場、金額等の表示はしない。 (2) 有利さを誤認させるような表示はしない。
トランクルーム業	事業者が倉庫業法（昭和31年法律第121号）第25条に規定する認定を受けている。
貸し収納業	倉庫業法に基づくトランクルームでない旨を明確に表示する。
アルコール飲料提供	未成年の飲酒禁止の文言を明確に表示する。

備考（各項の主な共通基準）

- 1 割引価格を表示する場合は、対象となる元の価格の根拠を明示する。
- 2 比較広告については、根拠となる資料が必要であり、主張する内容が客観的に実証されていなければならない。
- 3 無料で参加又は体験ができるものについては、費用がかかる場合があるときにはその旨を明示する。
- 4 広告得掲載主体の法人格を明示し、法人名、所在地及び連絡先を明記する。ただし、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、代表者名も明記する。
- 5 肖像権及び著作権については、無断使用しない。
- 6 連絡先電話番号は、市外局番を含む固定電話番号とし、携帯電話、PHS及びIP電話のみでは認めない。通話料が発信者負担の統一番号等の場合は、着信地、通話料金等を明示させる。携帯電話は、プリペイド方式の契約のものであってはならない。