

川崎富士見球技場へのネーミングライツ導入について

1 ネーミングライツ(命名権)について

ネーミングライツとは、市有施設などに法人名や商品ブランド名等を「愛称」として付与する権利です。

市はネーミングライツ料により、長期に安定収益が得られます。一方、スポンサーは施設来場者への企業PR、様々なメディアへの露出等により、広告・宣伝効果や地域貢献の効果が期待できます。

2 導入経緯

ネーミングライツ導入については、市有財産の有効活用の取組として「川崎版PRE戦略推進委員会」等で検討してまいりましたが、川崎富士見球技場のスタンド等の整備完了にあわせて、平成27年4月から川崎富士見球技場にネーミングライツを導入することを決定いたしました。

3 導入目的

市とネーミングライツパートナーが連携・協力することにより、施設のさらなる魅力の向上を図るとともに市有財産の有効活用を目的に、川崎富士見球技場へのネーミングライツパートナーを募集します。

4 施設概要

- (1) 名称 川崎富士見球技場
- (2) 施設概要 球技場本体(約14,700㎡)
人工芝グラウンド(約10,260㎡)
地上4階、席数約3,800席
- (3) 主な利用 アメリカンフットボール、フットサル等
- (4) 完成・供用開始予定
メインスタンド 平成26年3月完成・供用開始
バックスタンド 平成26年12月完成・翌年4月供用開始



5 ネーミングライツ料・契約期間

- (1) ネーミングライツ料 年額 1,000万円以上(消費税及び地方消費税込)
 ※ 年額提案のほか、施設の魅力向上の提案のうち金額換算できるもの(製品等の提供)についてもネーミングライツ料とみなします。ただし、製品等の提供により、設置費用が発生する場合は、設置費用も負担いただくとともに、指定管理者の職務と重複しない分野での提案であることを条件とします。
- (2) 契約期間 平成27年4月から5年間以上

6 愛称付与に関する条件

- (1) 当該施設が球技場であることが分かる愛称とすること。
- (2) 愛称には、「かわさき（漢字・平仮名等は問いません）」を含めること。
- (3) 川崎市以外の地域を連想させるような愛称を付することはできません。
- (4) 利用者の混乱を避けるため、契約期間中の愛称の変更はできません。
また、正式名称である「川崎富士見球技場」の名称を併記させていただくことがあります。

7 スケジュール

募集期間：平成26年10月7日（火）～平成26年12月8日（月）
スポンサー選定：平成26年12月下旬
契約締結：平成27年1月中旬
ネーミングライツ導入開始：平成27年4月

8 その他【参考】

- (1) 施設利用者へのアンケートの実施
「川崎富士見球技場」へのネーミングライツ導入について、施設利用者へのアンケート調査を実施しました。

【アンケート結果】

新たに愛称をつけてもよい (26人)
川崎という名称を残すことでの条件付きでよい (13人)
名称を変更すべきでない (1人)

- (2) 利用実績

年度	種目	使用日数 (試合数)	入場者数
平成 25 年度	アメリカンフットボール (公式戦・交流戦)	48日 (92試合)	53,780人
	アメリカンフットボール(練習)	93日	
	サッカースクール	105日	
	フットサル	37日	
	ラクロス	32日	
	一般野球	54日	
	その他イベント(川崎市民祭り、川崎 地区メーデー、企業のイベント等)	60日	288,430人
	合計		342,210人

川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー募集要項

1 募集の趣旨

市とネーミングライツパートナーが連携・協力することにより、施設のさらなる魅力の向上を図るとともに市有財産の有効活用を目的に、川崎富士見球技場へのネーミングライツパートナーを募集します。

2 募集対象施設

「川崎富士見球技場」（所在地：川崎市川崎区富士見2丁目 富士見公園内）
※施設概要 別添資料「ネーミングライツ募集に係る施設情報」

3 ネーミングライツの範囲

- (1) 施設の愛称として、法人の名称や商品名（ブランド名）等を付することができます。施設の愛称を募集するものであり、正式名称である「川崎富士見球技場」を変更するものではありません。
- (2) 川崎富士見競技場のネーミングライツパートナーであることを自社のホームページや出版物等で広報することができます。
- (3) 愛称による施設名称看板等を設置できます。
- (4) パンフレットや川崎市のホームページ等に愛称を記載します。

4 名称変更に伴う役割と費用負担

名称変更に伴う役割と費用負担については、次表のとおりとします。

区分	市等	ネーミングライツパートナー
看板表示の変更 ※1		○
契約期間終了後の原状回復		○ } ※2
本市及び指定管理者作成のパンフレット等の印刷物、ホームページの表示変更 ※3	○	
応募にあたっての費用及び契約締結に係る費用		○

※1 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。なお、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っていただくことができます。

※2 ネーミングライツ料の他に別途ご負担いただきます。

※3 印刷物については、次の改訂時に変更します。

5 ネーミングライツ料

年額1,000万円以上（消費税及び地方消費税込）

また、年額提案のほか、施設の魅力向上提案のうち金額換算できるもの（製品等の提供）についてもネーミングライツ料とみなします。ただし、製品等の提供により、設置費用が発生する場合は、設置費用も負担いただくとともに、指定管理者の職務と重複しない分野での提案であることを条件とします。

6 契約期間

平成27年4月から5年間以上

※契約更新に際しては、優先交渉権（契約期間満了後、ネーミングライツパートナーが継続して契約する意向がある場合、他者に優先して市と交渉できる権利）があります。

7 愛称付与に関する条件

- (1) 当該施設が球技場であることが分かる愛称としてください。
- (2) 愛称には、「かわさき（漢字、平仮名等は問いません）」を含めてください。
- (3) 川崎市以外の地域を連想させるような愛称を付することはできません。
- (4) 利用者の混乱を避けるため、契約期間中の愛称変更はできません。また、正式名称である「川崎富士見球技場」を併記させていただくことがあります。

8 募集期間

平成26年10月7日（火）から平成26年12月8日（月）まで

9 応募資格

- (1) 募集の趣旨に賛同し、ネーミングライツパートナーとなることを希望する法人が対象です。
- (2) 「川崎市広告掲載要綱」及び「川崎市広告掲載基準」に規定する規制業種・事業者でないこと。

※別添資料「川崎市広告掲載要綱」、「川崎市広告掲載基準」参照

- (3) 応募者の本社・本店所在地は、川崎市内外を問いません。

10 応募書類

- (1) 川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー申込書【様式1】
- (2) 契約相手方の条件に関する確約書【様式2】
- (3) 暴力団員などに該当しないことの誓約書及び同意書【様式3】
- (4) 印鑑証明書（法人の代表者印）
- (5) 登記事項証明書【商業登記簿謄本】
- (6) 直近3カ年の決算報告
- (7) 法人納税証明書、消費税納税証明書
- (8) 会社概要（パンフレット等可）

(9) 業務上必要となる許認可証等の写し

11 応募方法

応募書類に必要事項を記入の上、持参又は郵送にて「16 お問い合わせ先」まで提出してください。募集期間中は随時受付いたします。

※持参の場合は、月曜日から金曜日（祝日を除く）の午前8時30分から午後5時15分までにお越しください。（ただし、正午から午後1時までは除く）

※郵送の場合は、平成26年12月8日（月）必着とします。

12 質問方法

応募に関して質問がある場合は、平成26年10月31日（金）までに「川崎富士見球場ネーミングライツパートナー質問書【様式4】」を「16 お問い合わせ先」までEメールで提出してください。Eメールによる質問は、タイトルを「ネーミングライツ質問」としてください。質問に対する回答は、順次、市ホームページに掲載します。

13 選定方法

募集締切り後、川崎市が設置する選定委員会において、経営状況、法人の理念、希望名称、金額、契約期間、その他市民へのメリット等を勘案し、ネーミングライツの優先交渉権を付与する法人を決定します。

その後、優先交渉権者との契約の詳細について交渉を行い、契約内容が合意に至り次第、最終的に契約を交わします。

優先交渉権者との間で契約合意の可能性がないと市が判断した場合は、交渉を打ち切り、次点候補者との契約交渉を行うものとします。

なお、選定委員会による選定結果は、応募者全員に文書で通知します。また、選定結果の公表は、優先交渉権者として選定された団体の名称及び概要並びに提案された愛称及び応募金額についてのみ市のウェブサイトに掲載して公表することとし、これ以外の事項に関するお問い合わせには応じられません。

【募集スケジュール】

募集期間	平成26年10月7日（火）～12月8日（月）
ネーミングライツパートナー選定	平成26年12月下旬
契約締結	平成27年 1月中旬
ネーミングライツ導入開始	平成27年 4月

14 その他

- (1) ネーミングライツ料の納入時期等、契約の詳細については、協議の上、決定します。
- (2) ネーミングライツパートナー決定後に、ネーミングライツパートナーが「応募資格」に掲げる要件を欠くこととなった場合、または社会的信用を著しく損なうなどネーミング

ライツパートナーとしてふさわしくないと認められるときは、市はネーミングライツパートナーの取消しまたは契約の解除をすることができるものとします。

15 様式・添付資料

- (1) 川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー申込書【様式1】
- (2) 契約相手方の条件に関する確約書【様式2】
- (3) 暴力団員などに該当しないことの誓約書及び同意書【様式3】
- (4) 川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー質問書【様式4】
- (5) ネーミングライツ募集に係る施設情報
- (6) 川崎市広告掲載要綱
- (7) 川崎市広告掲載基準

16 お問い合わせ先

川崎市建設緑政局緑政部みどりの企画管理課

〒210-0005 川崎市川崎区東田町5-4第3庁舎11階

電話：044-200-3498

FAX：044-200-3979

e-mail：53mikika@city.kawasaki.jp

平成26年10月20日（月）から、事務室移転に伴い提出先が変更になりますので御注意ください。

平成26年10月20日（月）からの提出先

〒210-0007 川崎市川崎区駅前本町12-1

川崎駅前タワーリバークビル 17階

※電話番号及びファックス番号に変更はございません。

【様式1】

平成 年 月 日

川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー募集申込書

川崎市長あて

法人の名称
所在地
代表者職・氏名

印

川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー募集要項に基づき、次のとおり応募します。
(平成 年 月現在)

団体名			
所在地	〒	電話番号	
代表者		F a x	
設立年月日	年 月		
概要			
沿革			
業務内容			
その他提案等			
提案金額（年額）	円／年 ※製品の提供等を希望する場合、その内容と金銭に換えたときの相当額を記載してください。		
提案契約期間	平成27年4月1日～平成 年 月 日		
愛称案			

財政状況 (過去 3 年間について記入してください)	年度	平成 2 3 年度	平成 2 4 年度	平成 2 5 年度
	総収入			
	総支出			
	当期損益			
	累積損益			
連絡担当者	【氏名】		【所属】	
	【電話】		【F A X】	
	【E mail】			

※申込の際には、次の書類を添付してください。

〔添付書類〕

- 契約相手方の条件に関する確約書
- 暴力団員などに該当しないことの誓約書及び同意書
- 印鑑証明書（法人の代表者印）
- 登記事項証明書（商業登記簿謄本）
- 直近 3 ヶ年の決算報告
- 法人納税証明書、消費税納税証明書
- 会社概要（パンフレット等可）、
- 業務上必要となる許認可証等の写し

※ 申込書に書ききれない場合や、この他に企業として P R する事項等がございましたら、任意の書式を追加してご提出ください。

【様式2】

平成 年 月 日

契約相手方の条件に関する確約書

川崎市長あて

法人の名称

所在地

代表者職・氏名

印

<貴応募者名> は、川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー募集要項の契約相手方の条件を満たしていることを確約します。

以上

【様式3】

暴力団員などに該当しないことの誓約書及び同意書

平成 年 月 日

川崎市長 あて

企業等の名称
所在地
代表者職・氏名

印

川崎富士見球技場ネーミングライツの応募にあたり、川崎市暴力団排除条例第2条第1号から第3号、5号に該当するもの及び暴力団員等と密接な関係を有すると認められるもの（以下「排除対象者」という。裏面参照）に該当しないことを誓約します。

また、次の者については、役員に排除対象者がいないことを確認するため、本様式に記載された情報を、必要に応じ、神奈川県警察本部に照会することについて、同意しております。

役員等氏名一覧表

平成 年 月 日現在の役員

役職名	(フリナガ) 氏名	生年月日	性別	住所
代表者	()	T、S、H ・		
	()	T、S、H ・		
	()	T、S、H ・		
	()	T、S、H ・		
	()	T、S、H ・		
	()	T、S、H ・		
	()	T、S、H ・		

(法人その他の団体においては全ての役員（業務を執行する社員、取締役、執行役又はこれらに準ずる者をいう。)に記載してください。)

川崎市暴力団排除条例

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

(1) 暴力団 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。以下「法」という。）第2条第2号に規定する暴力団をいう。

(2) 暴力団員 法第2条第6号に規定する暴力団員をいう。

(3) 暴力団員等 暴力団員又は暴力団員でなくなった日から5年を経過しない者をいう。

(4) 暴力団排除 暴力団員による不当な行為を防止し、及びこれにより市民生活又は事業活動に生じた不当な影響を排除することをいう。

(5) 暴力団経営支配法人等 法人その他の団体（以下「法人等」という。）であつてその役員（業務を執行する社員、取締役、執行役又はこれらに準ずる者をいい、相談役、顧問その他いかなる名称を有する者であるかを問わず、法人等に対し業務を業務を執行する社員、取締役、執行役又はこれらに準ずる者と同等以上の支配力を有するものと認められる者を含む。）のうちに暴力団員等に該当する者があるもの又は及び暴力団員等が出資、融資、取引その他の関係を通じてその事業活動に支配的な影響力を有するものをいう。

(市の契約事務における暴力団排除)

第7条 市は、公共工事の発注その他契約に関する事務の執行により暴力団の活動を助長し、又は暴力団の運営に資することのないよう、暴力団員等、暴力団経営支配法人等又は暴力団員等と密接な関係を有すると認められるもの(法人等にあつては、その役員(業務を執行する社員、取締役、執行役又はこれらに準ずる者をいう。)が暴力団員等と密接な関係を有するものをいう。)の市が実施する入札への参加の制限その他の必要な措置を講ずるものとする。

※ 「暴力団員等と密接な関係を有すると認められるもの」には、下記も含まれます。

- ・ 神奈川県暴力団排除条例第23条第1項に違反している事実がある
- ・ 神奈川県暴力団排除条例第23条第2項に違反している事実がある

川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー質問書

川崎市長あて

法人の名称
所在地
代表者職・氏名
担当者職・氏名
電話番号
FAX番号

印

川崎富士見球技場ネーミングライツパートナー募集要項に基づき、次のとおり質問します。

資料名	ページ	項目	質問内容

以上

ネーミングライツ募集に係る施設情報

ネーミングライツ対象施設である「川崎富士見球技場」は、アメリカンフットボールワールドカップが開催されたことを契機に、アメリカンフットボールの魅力を活かしながら、競技団体・地域・市民と連携した地域活性化の取組や青少年の健全育成の推進など、アメリカンフットボールの拠点と位置づけております。

川崎富士見球技場の魅力向上の取組

川崎富士見球技場で、より多くの方に試合を観戦してもらい、また、さまざまなスポーツを楽しむように、スタンドなどの整備を行っております。平成27年4月には、地上4階、観覧席約3,800席の球技場が完成いたします。また、球技場内には、バリアフリーに対応したエレベータやスロープの他、車椅子席なども設置し、誰もが快適に観戦できるようになります。

川崎富士見球技場完成イメージ



アメリカンフットボール観戦風景



車椅子席



各階にエレベータを完備



施設名称	川崎富士見球技場
施設所在地	川崎市川崎区富士見2丁目
施設概要	<p>・球技場概要 球技場本体（約14,700㎡） 人工芝グラウンド（約10,260㎡） スタンド（約3,800席）、芝生席（約1,041㎡）</p> <p>・主な施設 来賓室、医務室、放送室、照明施設等</p>
	<p>・利用者数 H23（42万人）H24（39万人）H25（約34万人）</p>
	<p>・管理運営 平成27年4月から指定管理者による管理 （指定期間：平成27年4月から平成32年3月）</p>
	<p>・主なイベント アメリカンフットボール 約110試合 川崎市民祭り、川崎地区メーデー等</p>

愛称名サイン



愛称名サインの掲示場所は、別途協議の上決定いたします。

川崎市広告掲載要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、市有財産に民間事業者等の広告を掲載し、又は掲出する媒体として活用することに関して、必要な事項を定めるものとする。

(広告掲載の目的)

第2条 市有財産への広告の掲載又は掲出を通じて、その広告媒体としての活用を促進することにより、本市の新たな財源を確保し、もって市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図ることを目的とする。

(定義)

第3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 土地、建物、物品その他の市有財産のうち広告掲載が可能なものをいう。
- (2) 広告掲載 広告媒体に広告を掲載又は掲出することをいう。
- (3) 広告事業 市有財産を広告媒体として活用し、民間事業者等の広告掲載を行うことをいう。
- (4) 広報印刷物等 広報を目的として、本市が発行する刊行本、パンフレット、リーフレット、ちらし、地図、ポスター及び広報紙・広報誌その他これらに類する印刷物及び一般の印刷物をいう。
- (5) 広告掲載希望者 広告媒体に広告料、貸付料又は使用料（以下「広告料等」という。）を負担して広告掲載を希望する者をいう。
- (6) 広告取扱業者 広告主の募集及び選定を行うものであって、本市の業者登録を行っている者をいう。
- (7) 局 川崎市事務分掌条例（昭和38年川崎市条例第32号）第1条に掲げる局及び同条例第2条により設置された本部並びに区役所、消防局、会計室、教育委員会事務局（学校その他の教育機関のうち教育委員会が所管するものを含む。）、選挙管理委員会事務局、監査事務局、人事委員会事務局及び議会事務局をいう。
- (8) 局長 広告掲載を行う広告媒体を所管する前号の局の長をいう。

(広告媒体の決定)

第4条 局長は、広告掲載を行う広告媒体を決定する。

(広告の範囲等)

第5条 広告媒体への広告掲載は、広告媒体の品位を損なわないものとし、次の各号のいずれかに該当するものはしない。

- (1) 法令に違反するもの又は違反するおそれのあるもの
- (2) 公序良俗に反するもの又は反するおそれのあるもの
- (3) 基本的人権を侵害するもの
- (4) 政治性、宗教性のあるもの
- (5) 社会問題についての主義主張
- (6) 個人又は団体の名刺広告
- (7) 美観風致を害するおそれがあるもの
- (8) 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
- (9) 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの
- (10) その他広告媒体に広告掲載が好ましくないと局長が認めるもの

2 広告媒体に広告掲載することができない業種又は業者、前項に規定する広告の内容その他広告掲載に関する基準は、別に定める。

(広告の内容等の審査)

第6条 広告の内容や広告主に関する審査については、この要綱に基づきそれぞれの財産を所管する局が行い、広告掲載の可否を判断することとする。

(広告の規格等)

第7条 広告の規格及び広告掲載の位置は、当該広告媒体ごとに市有財産の目的又は用途を妨げない範囲で当該財産を所管する局長が別に定める。

(広告募集方法等)

第8条 広告の募集方法、広告料、選定方法等については、関係法令に基づき当該財産を所管する局長が決定する。

(広告取扱業者による広告主の募集及び選定)

第9条 広告取扱業者は、第5条の規定に従い、広告主の募集及び選定を行うものとする。

(広告原稿の作成)

第10条 広告掲載希望者又は広告取扱業者は、広告原稿の作成に当たっては、あらかじめ広告内容について広告媒体を所管する局長と協議するものとする。

(審査機関)

第11条 広告媒体に広告掲載することに関する疑義を審査するため、広告掲載審査委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

2 委員会の委員(以下「委員」という。)は、次の各号に掲げる者をもって組織する。

- (1) 財政局管財部長
- (2) 総務局市民情報室主幹
- (3) 総務局総務部法制課長
- (4) 財政局管財部管財課長
- (5) 市民・こども局人権・男女共同参画室主幹
- (6) 市民・こども局シティセールス・広報室主幹
- (7) 市民・こども局こども本部こども青少年部青少年育成課長
- (8) 経済労働局産業政策部消費者行政センター室長

- 3 委員会の委員長（以下「委員長」という。）は、財政局管財部長とし、委員長に事故があるとき又は欠けたときは、あらかじめ委員長が指名した委員が、その職務を代行する。
- 4 委員長は、第2項に定める委員のほか、広告媒体及び審査する内容に関連する所管の課長（センターにあつては室長、課を置かない部及び室にあつては主幹、区役所支所にあつては室長、区役所出張所にあつては所長。以下同じ。）を臨時の委員として加えることができる。

（会議）

- 第12条 委員会の会議は、委員長が必要と認めたときに委員長が招集する。
- 2 委員会の会議は、委員の過半数以上が出席しなければ開くことができない。
- 3 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。
- 4 委員長は、広告掲載を行うそれぞれの広告媒体を所管する課長を委員会に出席させ、その意見又は説明を求めるものとする。
- 5 委員長は、必要があると認めたときは、委員会の会議に関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

（庶務）

- 第13条 委員会の庶務は、財政局管財部管財課において処理する。

（広告掲載報告書）

- 第14条 局長は、毎年3月31日現在における広告掲載に係る実績について、広告掲載報告書を作成して財政局長に報告するものとする。

（その他）

- 第15条 この要綱の実施に関し必要な事項は、財政局長が定める。

附 則

この要綱は、平成17年11月22日から施行する。

附 則

この要綱は、平成18年4月1日から施行する。

附 則

(施行期日)

1 この要綱は、平成20年4月1日から施行する。

(経過措置)

2 この要綱の規定は、平成20年4月1日以後に募集を行ったものについて適用し、平成20年3月31日以前に募集を行ったものについては、なお従前の例による。

川崎市広告掲載基準

(趣旨)

第1条 この基準は、川崎市広告掲載要綱第5条第2項に規定する基準として定めるものであり、局長はこれに基づき広告掲載の可否の判断を行うものとする。

(一般的基準)

第2条 本市の広告媒体に掲載（掲出を含む。以下同じ。）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。

(広告掲載することができない業種又は業者)

第3条 次に掲げる業種又は業者の広告は、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項の規定により風俗営業と規定されている業種
- (2) 風俗営業類似の業種
- (3) 川崎市暴力団排除条例(平成24年川崎市条例第5号)第2条に規定する暴力団、暴力団員等、暴力団経営支配法人等又は同条例第7条に規定する暴力団員等と密接な関係を有すると認められる者
- (4) たばこその他市民の健康上、好ましくないと思われるもの
- (5) ギャンブル(公営競技及び宝くじを除く。)に係るもの
- (6) 医療、医薬品、化粧品等の広告で医療法(昭和23年法律第205号)、薬事法(昭和35年法律第145号)等に抵触するもの
- (7) 法律の定めのない医療類似行為を行う施設
- (8) 消費者金融
- (9) 債権の取立て、示談の引受け等を業とするもの
- (10) 商品先物取引に関するもの
- (11) 占い、運勢判断に関するもの
- (12) 興信所、探偵事務所
- (13) 結婚相談、交際紹介等を業とするもの
- (14) 各種法令に違反しているもの
- (15) 民事再生法(平成11年法律第225号)、会社更生法(平成14年法律第154号)による再生又は更生の手續中の事業者
- (16) 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
- (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) 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）に規定するインターネット異性紹介事業
- (19) 医業、歯科医業、助産師の業務、あん摩業、マッサージ業、指圧業、はり業、きゅう業又は柔道整復業。ただし、本市ホームページのバナー広告に限る。
- (20) 規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種又は事業者
- (21) 川崎市競争入札参加資格者指名停止等要綱に基づく指名停止を受けている事業者
- (22) 本市の市税を滞納している事業者
- (23) その他広告として掲載することが不相当であると認められるもの

(掲載基準)

第4条 次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) 法令に違反するもの又は違反するおそれのあるもの
 - ア 法律で禁止されている商品又は無認可商品、粗悪品及び不適切なサービスを提供するもの
 - イ 法令等に基づく許可等を要するにもかかわらず、許可等を受けていない商品又はサービスを提供するもの
- (2) 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
 - ア 暴力、とばく、覚せい剤等規制薬物の乱用、売春等の行為を推奨し、又は肯定し、若しくは美化したもの
 - イ 醜悪、残虐、猟奇的である等公衆に不快感を与えるおそれがあるもの
 - ウ 性に関する表現で、露骨、わいせつなもの又は裸体を含むもの
 - エ その他社会的秩序を乱すおそれがあるもの
 - オ 社会的に不適切なもの
- (3) 基本的人権を侵害するもの
 - ア 人権侵害、名誉き損及び各種差別的なもの
 - イ 第三者をひぼう、中傷又は排斥するもの
 - ウ 第三者の氏名、写真、談話及び商標、著作権その他の財産権を無断で使用したもの若しくはプライバシー等を侵害するもの又は侵害するおそれがあるもの
- (4) 政治性、宗教性のあるもの
 - ア 公の選挙又は投票の選挙運動又は投票運動に該当するもの又は該当するおそれがあるもの
 - イ 政党その他の政治団体による政治活動に該当するもの又は該当するおそれがあるもの
 - ウ 宗教団体による布教活動を目的とするもの
- (5) 社会問題についての主義主張

- ア 個人又は団体の意見広告
 - イ 社会問題についての主義主張や係争中の声明広告
 - ウ 国内世論が大きく分かれているもの
- (6) 個人又は団体の名刺広告
- 単に個人の氏名又は法人その他の団体の名称（代表者の氏名を含む。）を表示し、これを公衆に周知するもの
- (7) 美観風致を害するおそれがあるもの
- デザイン及び色彩が著しく派手で品位を欠き、広告媒体との調和を損なうと認められるもの
- (8) 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
- ア 大げさな表現や根拠のない表現、誤認を招くような表現(世界一、日本一、一番など)
 - イ 射幸心を著しくあおる表現(今しかない、最後のチャンスなど)
 - 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 責任の所在及び内容や目的が不明確な広告
 - キ 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（国、地方公共団体その他公共の機関が別に認証等を行っている商品やサービス等に係るものを除く。）
 - ク 市の広告事業の円滑な遂行に支障を来すもの
- (9) 青少年の保護及び健全育成の観点から適切でないもの
- ア 広告の内容と無関係で必然性のない水着姿及び裸体姿。ただし、表示する必然性がある場合には、その都度、適否を検討するものとする。
 - イ 暴力や犯罪を肯定又は助長するようなもの
 - ウ 残酷な描写
 - 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
 - キ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするおそれのあるもの
- (10) その他広告媒体に広告掲載が好ましくないと局長が認めるもの

(屋外広告に関する都市景観上の基準)

第5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ものとする。

- (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、著しくどぎついもの及びくだいもの
- (4) 景観と著しく違和感があるもの
- (5) 意味なく、身体の一部を強調するようなもの
- (6) 著しくデザイン性の劣るもの
- (7) 意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
- (8) 地域のルール及び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
- (9) 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
- (10) その他屋外広告物法（昭和24年法律第189号）、川崎市屋外広告物条例（昭和46年川崎市条例第77号）等の関係法令に適合しないもの

（屋外広告に関する交通安全上の基準）

第6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ものとする。

- (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 ヌード、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
- (3) その他道路法（昭和27年法律第180号）、川崎市道路占用規則（平成3年川崎市規則第33号）等の関係法令に適合しないもの

（広告表示内容に関する個別の基準）

第7条 掲載する広告の表示内容は、次の事項に留意するものとする。

- (1) 語学教室
 - 1 か月で確実にマスターできる等の安易さや、授業料・受講料の安価さを強調する表示は使用しない。
- (2) 学習塾・予備校（専門学校を含む。）
 - ア 合格率など実績を載せる場合は、実績年も併せて表示する。
 - イ 上記実績は、確実な証拠資料に基づかなければならない。

- ウ 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
- 「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」という主旨を明確に表示すること。
- (4) 資格講座
- ア 受講する資格の内容を明記すること。あたかも、国家資格であるといった誤解を招くような表示はしない。
 - イ 講座受講だけで資格が取得できるような誤解を招かないように、「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」など、資格取得に必要な事項を表示する。
 - 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や資金集めを目的としたものは掲載しない。
 - 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示はしない。
- (5) 病院・診療所・助産所など(イ以降の規定は次号についても適用する。)
- 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及び獣医療法(平成4年法律第46号)第17条の規定の範囲内で表示すること。
 - イ 他の病院、診療所又は助産所と比較して優良である旨を広告してはならない。
 - ウ 誇大な広告を行ってはならない。
 - エ 客観的事実であることを証明することができない内容の広告を行ってはならない。
 - オ 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)について(平成19年3月30日付け医政発第0330014号)」に沿った広告内容であること。
- (6) 施術所(あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復師)
- 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条の規定の範囲内で表示すること。
 - イ 施術者の技能、施術方法又は経歴に関する事項は、表示してはならない。
 - ウ 法定の施術所以外の医療類似行為を行う施設(カイロプラクティック、整体、エステティック等)の広告掲載はできない。
- (7) 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： ○○市事業受託事業者 等

イ 介護老人保健施設

介護保険法第98条に規定する内容以外は、表示してはならない。

ウ 有料老人ホーム

(ア) アに規定するもの。

(イ) 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。

(ウ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。

(エ) 有料老人ホーム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。

エ 有料老人ホームの紹介業

(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。

(8) 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)

ア 厚生労働省「医薬品等適性広告基準(昭和55年10月9日付け薬発第1339号)」を遵守すること。

イ 薬事法(昭和35年法律第145号)第66条から第68条の規定を遵守し、掲載する。

(9) いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品

ア 広告を掲載する事業者は、薬事法第66条、第67条及び第68条、健康増進法(平成14年法律第103号)第32条の2並びに食品衛生法(昭和22年法律第233号)第20条の規定を遵守した広告を行うこと。

イ 健康食品については、厚生労働省「食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針(ガイドライン)について(平成15年8月29日付け薬食発第829007号)」等の、厚生労働省が発する基準、指針等を遵守し、消費者に誤解を招くような虚偽誇大広告を避けること。

(10) 弁護士、税理士、公認会計士の掲載内容は、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。

ア 顧問先又は依頼者名(同意書がある場合を除く。)

イ 誇大又は過度な期待を抱かせるもの

例：たちどころに解決します。

(11) 旅行業

ア 広告主の旅行者又は旅行者代理業者は、日本旅行業協会又は全国旅行業協会の会員に限る。

イ 登録番号、所在地、補償の内容を明記する。

ウ 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

(12) 通信販売業

ア 会社の概要、商品カタログなどを検討し、本市が妥当と判断したものに限り掲載する。

イ 特定商取引に関する法律第11条（昭和51年法律第57号）に規定する事項を掲載しなければならない。

ウ 返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(13) 雑誌、週刊誌等について、次のものは掲載してはならない。

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・助長するような表現（文言、写真）がないものであること。

エ 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。

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。

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。

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。

(14) 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。

イ 主張の展開及び他の団体に対して言及（批判、中傷等）する出版物の広告は、掲載しない。

(15) 募金

ア 募金内容は、社会福祉事業のための寄附金募集に限る。

イ 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を得たもので、そのことを明記する。

(16) 質屋、チケット等再販売業

ア 個々の相場、金額等は表示しない。

イ 有利さを誤認させるような表示はしない。

(17) トランクルーム及び貸し収納業者

ア 「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。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。

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

(18) 人材募集広告

ア 労働基準法（昭和22年法律第49号）等関係法令を遵守していること。

イ 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。

ウ 人材募集に見せかけて、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。

(19) 不動産広告

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、建築年月日、価格、賃料、取引条件の有効期限を明記すること。

ウ 不動産の表示に関する公正競争規約（平成15年1月14日公正取引委員会告示第2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。

(20) 映画・興業等

ア 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。

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。

ウ いたずらに好奇心に訴えるものは掲載しない。

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。

オ ショッキングなデザインは使用しない。

カ 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。

キ 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。

(21) 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、引取り、処理、処分、撤去、廃棄など

(22) ダイアルサービス

“ダイアルQ2”のほか各種のダイアルサービスは内容を確認のうえ判断する。

(23) ウイ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。

(24) 墓地等

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。

(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もの

ア 割引価格の表示

割引価格の表示については、その根拠を明確に表示すること。

例：「メーカー希望価格の10%引き」

その際、宝石の販売のようにメーカー希望価格がないものがあるので、注意すること（公正取引委員会に確認の必要あり。）。

イ 肖像権・著作権

肖像権・著作権の使用については、無断使用がないか確認すること。

ウ 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、法人名、所在地及び連絡先を明確に表示すること。連絡先の電話番号については、固定電話を原則とし、責任の所在が明らかであることの確認ができる場合には、携帯電話やPHSのみの表示を可能とする。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こと。

エ アルコール飲料

未成年者の飲酒禁止の文言を必ず表示すること。また、未成年者の飲酒を誘発するような文言及びデザインを表示しないこと。

オ 比較広告

主張する内容が客観的に実証されていること（根拠となる資料が必要）。

カ 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

キ 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること（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

ク 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。

(27) その他広告として掲載することが不相当であると認められるもの。

(個別の基準)

第8条 この基準に規定するもののほか、広報印刷物等の性質に応じて必要な場合には、広告内容およびデザイン等に関する個別の基準を設ける。

附 則

この基準は、平成17年11月22日から施行する。

附 則

この基準は、平成19年11月1日から施行する。

附 則

(施行期日)

1 この基準は、平成20年4月1日から施行する。

(経過措置)

2 この基準の規定は、平成20年4月1日以後に募集を行ったものについて適用し、平成20年3月31日以前に募集を行ったものについては、なお従前の例による。

附 則

この基準は、平成25年4月1日から施行する。