

相続税法上の評価額等の広告等に関するガイドライン

1. 相続税評価額等の広告等規制の対象となる広告等の範囲

(1) 広告等の定義

① 広告

不動産特定共同事業法（以下「不特法」）では、「広告」に関する定義は設けられていないが、一般的に随時又は継続してある事項を広く（宣伝の意味を含めて）一般に知らせることをいう。

「広告」の媒体・方法は問われず、勧誘資料や新聞・雑誌、テレビ・ラジオ等の放送媒体、インターネット、ポスター・看板・立て看板、屋外広告物等も「広告」に含まれる。また、該当商品・取引への誘引目的のあるものに限らず、多数の者に対して同様の内容で行う情報提供も「広告」に該当する。

② 広告類似行為

厳密な意味での「広告」に該当しないものであっても、多数の者に対して同様の内容で行う情報の提供で、投資勧誘等の意図をもって行う場合には、「広告類似行為」に該当する。

③ 広告等

「広告等」は、広告及び広告類似行為をいう。

(2) 広告等への該当

国土交通省不動産・建設経済局不動産市場整備課公表事務ガイドライン「不動産特定共同事業の監督に当たっての留意事項について」（以下、「監督留意事項」という。）では「広告には、勧誘資料やインターネットのホームページ、郵便、信書便、ファックス、電子メール、ビラ、パンフレット等による多数の者に対する情報提供を含めているが、実際に広告に該当するか否かの判断は、投資家との電子メール等のやり取り、イメージCM、ロゴ等を記載した粗品の提供などの外形ではなく、実態をみて個別具体的に判断する必要がある。」との記載がある。本ガイドラインを遵守する際にも同様の判断が必要である。

2. 広告等において禁止する表示

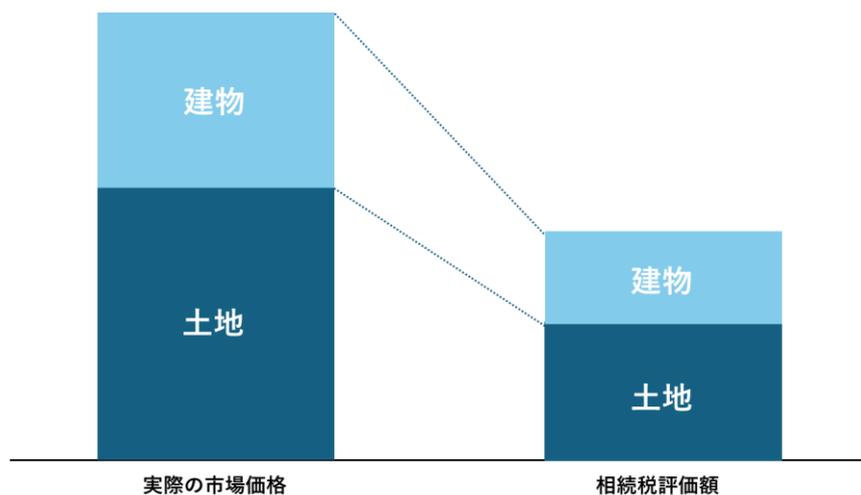
- (1) 個別の不動産の相続税法上の評価額を示す表示
- (2) 不動産の相続税法上の評価額と市場価格の差異に関する表示

例) ①市場価格（出資額）と不動産の相続税法上の評価額を並べて示す表示

不動産の価格：1,000 万円（10 口）

相続税評価額：300 万円（10 口）

②市場価格（出資額）と不動産の相続税法上の評価額をグラフで示す表示



- (3) 相続税の節税効果に関する表示

例) 相続や贈与時に「資産圧縮効果」を得られる、「節税効果」があるという表示。