

平成 2 9 年 6 月 定例会

請 願 ・ 陳 情 参 考 資 料

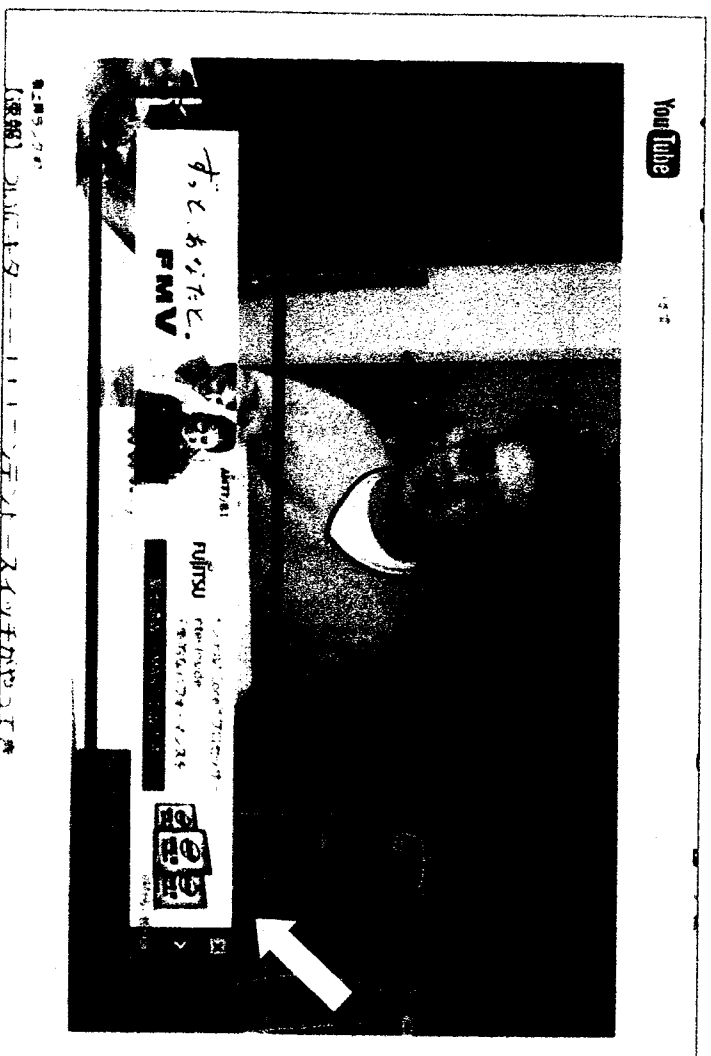
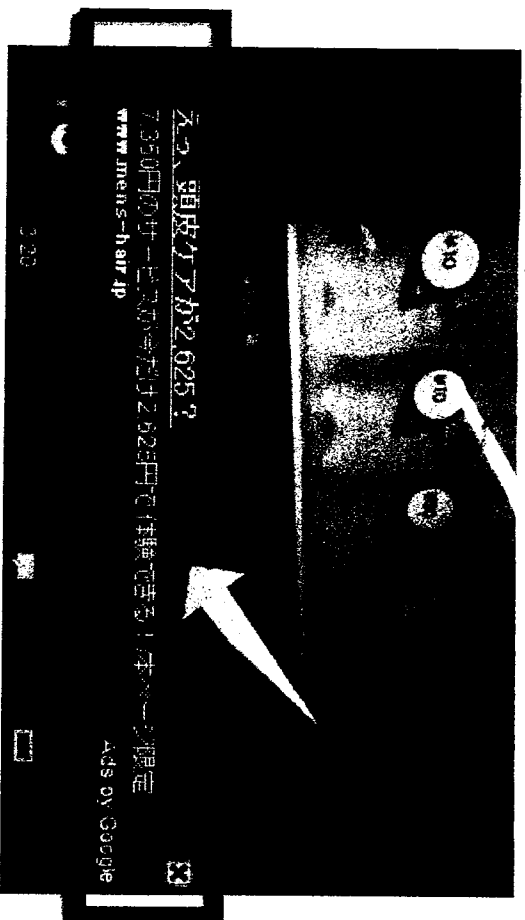
(平成 2 9 年 6 月 1 2 日)

生 活 環 境 部

受理番号 (受理年月日)	所 管	件名及び提出者	現 状 と 県 の 取 組 状 況
29年-10 (H29.3.21)	生活環境	オーバーレイ広告など、消費者の意に反する方法による広告への対策を求める意見書の提出について 倉吉市 個人	○平成28年度に、県及び各市町村の消費生活相談窓口に寄せられた、「オーバーレイ広告」に関する相談は1件のみであり、現時点で同広告に関する注意喚起等は特に行っていない。（ネット通販や偽サイトによる詐欺への注意喚起等については一般県民向け講座等の中で複数回にわたり実施している。） ○国では、現段階で法律等による広告の規制に関する具体的な動きはないが、消費者庁が警察庁、総務省、経済産業省、消費者団体、事業者団体等で構成する「インターネット消費者取引連絡会」を定期的に開催しており、インターネット広告のあり方や問題点等について情報共有等を行っている。 ○また、広告業界では、インターネット広告の健全な発展と社会的信頼の向上のため、一般社団法人インターネット広告推進協議会を設立し、協議会に参加する事業者が広告掲載基準を策定する際に参考となる業界標準の指針を定める等の対策を取っている。 <参考> インターネット広告倫理綱領及び掲載基準ガイドライン ～ 抜粋 >反社会的な広告の排除 以下のような反社会的な広告は掲載すべきではない。 ・反社会的勢力によるもの ・犯罪を肯定したり、美化したりするもの ・消費者等を騙したり、脅したり、欺もうしたり、惑わせたり、不安にさせたりするもの（以下略） >新しい広告手法や新しい端末の特性に対する配慮 最近では、携帯電話で動作するアプリケーションの表示領域の一部が広告掲載枠になっているものや、ゲームのストーリー展開の中に広告商品が配置されているもの（中略）もある。広告掲載の可否判断をする際には、それらの利用シーンをはじめ、特性、機能、システム、配信方法、配信内容等をよく理解したうえで行う必要がある。 <オーバーレイ広告> 通常のウェブ広告とは違い、ページ内部を泳ぐように移動したり、ユーザーの操作に呼応するように拡大縮小を繰り返すなど、ユーザーの関心を引き付けることができる。しかし度を越した表現を繰り返すとユーザーに悪質な不快広告と認識され、広告効果は大きく減衰し、逆効果になるため、節度のある利用が求められている。

(別紙参考資料)

オーバーレイ公告の事例



by BusinessZerc