

下関市ホームページ広告掲載基準

1 掲載方法、技術的な基準

(1) 掲載スペース

ア 広告掲載の場所は、原則として、市ホームページの「トップページ」と、各大分類ページ「暮らし・手続き」「健康・福祉」「子育て・教育」「市民活動・文化・スポーツ」「しごと・事業者」「市政」下部に指定した画面位置の12枠とし、トップページの上部に設けた広告枠1枠において、画面更新ごとにランダムに表示するものとする。

イ 同一ページにおいて、同じ広告主が掲載できる広告は2枠までとする。ただし、同じ広告主が月を跨ぎ継続して広告を掲載することは可とする。

ウ 掲載枠数を超える申し込みがあった場合は、公共性の高いもの、市内に事務所を有する法人もしくは団体又は市内の個人事業者を優先する。

(2) 禁止する表現

次の表現を含む広告は、閲覧者の意思に反した動きをしたり、閲覧者に誤解を与えたりするおそれがあるため、使用することができない。

ア 「はい」「いいえ」「開く」「閉じる」「キャンセル」などのボタン

イ アラートマーク（「警告」「注意」などあたかも警告を発しているかのような誤解を与えるもの）

ウ ラジオボタン（選択できるような誤解を与えるもの）

エ テキストボックス（入力が可能に見えるもの）

オ プルダウンメニュー（下に選択肢があるかのように見えるもの）

カ バナーの内容とリンク先の内容に関連性がないもの

キ その他市長が不相当と判断するもの

(3) 甲の掲載情報との区別

閲覧者が、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がある次の表現を含む広告は、掲載することができない。

ア 市ホームページのコンテンツと類似の色調および字体を使用するもの

イ 「施設ガイド」「生涯学習」など市政を連想させる分野において一般的な表現を用いるなど、閲覧者が市の事業と誤解しやすいもの

(4) その他

上記以外の掲載方法、技術的基準については、しものせきウェブアクセシビリティガイドラインを準用する。

2 広告掲載の目的と基本原則

(1) 広告掲載の目的

新たな財源の確保を図るとともに、市民生活の向上を図ること。

(2) 広告掲載の基本原則

上記(1)の広告掲載の目的に基づき、次に掲げる基本原則を定める。

- ア 公正で真実なものであること。
- イ 広告の受け手に不利益を与えることのないものであること。
- ウ 児童及び青少年に与える影響を考慮したものであること。
- エ 市ホームページの品位を保ち、健全な社会風紀を尊重したものであること。
- オ 広告主の事業の適正化につながるものであること。
- カ 関係諸法令と社会秩序を守るものであること。
- キ 下関市広報等広告掲載取扱要綱に反しないものであること。

3 掲載する広告の範囲

上記2の広告掲載の目的と基本原則に基づき、次に掲げるものは掲載しないものとする。また、広告からリンクする広告主のホームページにおける掲載内容が、次に掲げるものに該当するときも同様とする。

(1) 責任の所在が不明確なもの。

- ア 広告主の名称、所在地、電話番号などを表示する。
- イ 正規の団体名や会社名を使わず、通称などの別の名称を掲載する場合、その通称は通常一般の人が理解できるものでなければならない。
- ウ 知名度が高い広告主で、消費者の誰が見ても分かる有名企業のブランド名のみ表示は、例外として掲載が可能である。

(2) 内容が不明確なもの。

- ア 広告文面を読んでいても、全く意味不明、広告の目的すら分からないようなもの。それほど程度はひどくなくても、広告文中の文言が抽象的過ぎたり、ひとりよがりであるために、消費者に誤解を与え、かえって惑わす恐れのあるもの。
- イ ティーザー広告(覆面広告)は、甲と協議する。
- ウ イメージ広告は、責任の所在とイメージを明確にし、業種や職種をカモフラージュしない。

(3) 虚偽であるもの又は誤認される恐れのある次に掲げるようなもの。

- ア 統計、文献、専門用語などを引用して、実際のものより優位又は有利であるような表現のもの。
 - (ア) 統計、文献、専門用語などを引用する場合、引用する原本の社会的・専門的価値が客観的に認められるものとし、引用する箇所は社会的・専門的価値が定まっているものに限る。健康食品など、単なる流行とみなされるものは、引用をしてはいけない。

- (イ) 安全基準に合格した旨を表示する場合、それを根拠に、その製品を国や業界団体が推奨、推薦してというような文言があったり、安全基準に合格しているから他の製品より優れているかのような表現をしてはならない。
- イ 社会的に認められていない許認可、保証、賞又は資格などを使用して権威づけようとするもの。
- (ア) 許認可、保証、賞又は資格などの内容把握及び取得要件には、十分に注意を払い、社会的な評価の客観的な証明ができなければならない。
- ウ 取引などに関し、表示すべき事項を明記しないで、実際の条件よりも優位又は有利であるような表現のもの。
- (ア) 家庭電気製品など、デメリット表示を義務付けているものは、必要表示事項を表示する。不適切な表示はPL法(製造物責任法)により、広告主に責任が発生することがある。
- (4) 比較又は優位性を表現する場合、その条件の明示及び確実な事実の裏付けのないもの。また、比較広告については、客観的データに基づく比較かどうかなど、主に公正取引委員会のまとめたガイドラインに沿って乙がチェックする。
- (5) 事実でないのに、政府、政府関係機関、地方公共団体及びこれらに類するもの又は企業や団体が、広告主を支持又はその商品やサービスなどを推奨若しくは保証しているかのような表現のもの。
- (6) 投機心、射幸心を著しくあおる表現のもの。
事実であったとしても、社会通念から考えて、「もうかる」「安い」などの表現が著しいもの。また、賭博などで楽して儲けようという射幸心を著しくあおるもの。
- (7) 社会秩序、社会風紀を乱す次のような表現のもの。
ア 暴力、賭博、麻薬、売春などの行為を肯定、美化したもの。
イ 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与える恐れがあるもの。
ウ 性に関する表現で、露骨、猥褻なもの。
エ その他風紀を乱したり、犯罪を誘発する恐れのあるもの。
- (8) 債権の取立て又は示談引受けなどをうたったもの。
- (9) 非科学的又は迷信に類するもので、市民を迷わせたり、不安を与える恐れがあるもの。
- (10) 名誉棄損、プライバシーの侵害、信用棄損、業務妨害となる恐れがある表現のもの、又は基本的人権を侵害したり差別を助長する表現のもの。
- (11) 氏名、写真、談話、商標及び著作物などを無断で使用したもの。
- (12) 国内外の皇室、王室又は元首若しくは国旗又は国際機関などの尊厳を傷つける恐れがあるもの。
- (13) オリンピック、国際的な博覧会若しくは大会又は国際機関などの標章、標語及び呼称などを無断で使用したもの。
- (14) アマチュアスポーツに関する規定に反し、競技者若しくは役員の氏名又は写真

などを利用したもの。

(15) 詐欺的なもの又はいわゆる不良商法とみなされるもの。

(16) 講習会、塾又は学校類似の名称を用いたもので、その実体、内容及び施設が不明確なもの。

ア 学校の名称は認可通りのものを使用しなければならない。

イ 学校として認可を受けていない塾、教室、講習会などでは、「学校」の名称は使用しない。「〇〇専門学校」「〇〇専門校」など、消費者に誤認を招く恐れのある名称も使用しない。

(17) 会員等の募集に関するもの。

ア テニスクラブ、スポーツクラブ、カルチャーセンターなど、風営法第2条に規定する風俗営業・風俗関連営業でない各種レジャー施設の広告は、イメージ広告・営業広告とも掲載可とするが、継続的・安定的にそのサービスが提供されるか、行政上の手続きが必要な場合はその手続きが完了しているか否かの確認をとるなど、慎重に取り扱うこと。ゴルフ場の会員募集は当面掲載しない。

イ 永年市内で活動しているボランティア団体や社会教育団体の会員募集(イベント開催も)は、十分な調査のうえ、掲載可とする。

(18) 個人及び法人の名刺広告並びにこれに類するもの。

(19) 特定の政党、政治団体及び後援団体又は個人の選挙関係等のもの及び政治活動に関するもの。

(20) 特定の宗教、宗教的意図、宗教活動に関するもの。

(21) 社会問題等に関する意見及び主義主張に関するもの。

(22) 貸金業法第2条に規定する貸金業に関するもの。

ア 消費者金融(サラ金)は、お金を貸す営業広告はもちろん、イメージ広告も掲載しない。

イ 信販会社(日本信販、国内信販など)、カード会社(VISA、JCBなど)については、現金支払機などにより現金を貸す場合(いわゆるキャッシング)の広告や広告表示は、掲載しない。

ウ 信販会社(日本信販、国内信販など)、カード会社(VISA、JCBなど)の会社のイメージ広告は掲載可とする。

エ ウのイメージ広告を掲載しようとする場合は、掲載を希望する会社名を早めに甲に連絡して、協議すること。

(23) クレジットローン、マイカーローンなど割賦販売法の適用を受けるクレジットやローン、金銭消費貸借に関するもの。ただし、甲が認めるものは除く。

ア 銀行系は、広告内容によっては掲載可とする。ただし、掲載内容を早めに甲に連絡して、協議すること。

イ 生命保険会社、損害保険会社、証券会社などは、イメージ広告は掲載可とする。

ウ (23)のただし書の甲の承認を受けようとする場合は、掲載を希望する会社名

を早めに甲に連絡して、協議することとする。

- (24) 商品先物取引業、抵当証券業、投資顧問業に関するもの。
- (25) 風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律第2条または山口県風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する条例に定める風俗営業、風俗関連営業と認められるもの。ただし、一般家庭が家庭的に利用でき、青少年の健全育成を阻害しないものと認められる料飲食店関係や遊技・興行関係の広告は除く。
- (26) 不当景品類及び不当表示防止法第4条各号に規定する表示に該当すると認められるもの又は私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律に反するもの。
- (27) 個人の慶弔に関するもの。
- (28) 医療法、医師法、薬事法、医薬品適正広告基準、美容師法、老人福祉法、及び獣医療法等に抵触するもの。
- (29) 不動産の売買及び賃貸に関するもので、リンク先に具体的な事項を明示していないもの。
- (30) 寄付金又は募金を募集するもので、法律若しくは条例で認められていないもの又は許可を受けていないもの。
- (31) リンク先の広告主のホームページで、そのページそのものが別の広告主のバナー広告掲載により営業収益を得ることを主たる目的として開設したものと判断されるもの。
- (32) 関係諸法令等に違反するもの又は公序良俗に反するもの。
- (33) 次に掲げるようなもの及びその他市長が適当でないと判断したもの。
 - ア 贈収賄に関与したなど、警察に摘発された会社の広告
 - イ 企業ぐるみの犯罪と広く報道されている会社の広告
 - ウ 暴力団や暴力団関係者と深い関係(交遊関係も含む)がある会社の広告
 - エ 市内外で、マルチ商法、マルチまがい商法、キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法(催眠商法)などや、これらに類似する方法で販売された商品及びこれらを行った広告主の広告
 - オ 消費生活センターなど、市内外の公的機関に苦情があり、紛争となっていたり、マスコミ(報道機関)で問題となっている会社の広告
 - カ 広告掲載により同業競合など地域の産業に著しく好ましくない影響を及ぼす恐れがある広告

4 掲載する広告の表示

掲載する広告の表示は、市ホームページの性格上、その品性を害さないイメージ広告が望ましい。また特定の業者に不利益を与えない中立性のあるものであること。

5 広告主の責務

- (1) 広告主は、広告バナー及び広告主が指定したリンク先のホームページの内容その他広告掲載に関する全ての事項について、一切の責任を負うものとする。
- (2) 広告主は、第三者の権利の侵害、第三者に不利益を与える行為その他の不正な行為を行ってはならない。
- (3) 広告主は、広告の掲載により第三者に損害を与えた場合は、広告主の責任及び負担において解決しなければならない。
- (4) 広告主は、市ホームページへの広告掲載の権利を譲渡してはならない。

6 広告掲載の承認等

- (1) 広告取扱い業者は、下関市の指定する期日までに、広告掲載希望者の広告の原稿（電磁的記録）及びリンク先のアドレス（以下「原稿等」という。）を下関市に提出する。
- (2) 下関市は、前号の規定により提出された原稿等及び広告主について審査を行い、原稿等を承認し、若しくは修正を指示し、又は広告の掲載を不承認とすることができる。
- (3) 下関市から原稿等の修正を指示したときは、広告取扱い業者は、下関市の指定する日までに原稿等を修正し、再度、下関市に提出して、審査を受けるものとする。
- (4) 下関市から広告の掲載を不承認とされた原稿等については、広告取扱い業者が広告掲載の不承認の通知を、誠意をもって広告掲載希望者に通知するものとする。
- (5) 広告取扱い業者は、承認を受けた広告について、掲載を開始する2日前までに、広告の原稿（電磁的記録）として下関市に提出するものとする。
- (6) 甲は、広告内容を要綱等に基づき掲載の承認不承認について審査するが、広告の内容についての責任は、乙が負うものとする。

7 疑義の解決

市ホームページの性格上、影響が多大なもの、疑義があるものは、その都度、甲と協議する。