

ADJUSTクリエイティブ表現規定

2011年3月1日改定

株式会社サイバー・コミュニケーションズ

I .ADJUSTクリエイティブ表現規定

以下の表現を含んだバナー、テキスト、および動画広告は掲載をお断りします。

1. クリエイティブとランディングページの内容に相違があるもの

クリエイティブとランディングページの内容に相違がある場合は掲載不可とします。

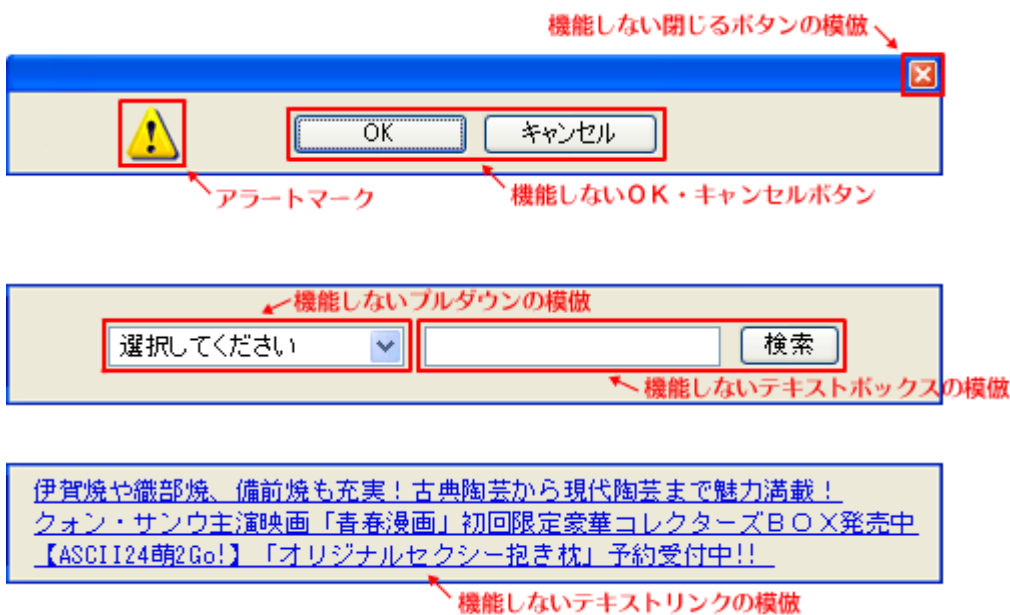
2. 適切な日本語・外国語を使用していない広告表現

「ら」抜き言葉や略語など一般的でない表現や外国語を過度に使用している場合、掲載不可となる場合があります。

3. OS やウェブブラウザ機能の模倣、クリックアクション以外の操作を要求する広告表現

OS やブラウザの機能などを模倣する表現など、ユーザーに誤解を与える可能性がある広告表現は一律掲載不可とします。

また、掲載面の背景と同化する可能性がある外枠線の無い広告表現についても掲載不可となる場合があります。



4. ユーザーに不快感を与えるようなバナーイメージ

① 高速振動イメージ、点滅イメージなど。社名/商品名/キャッチフレーズなど特定の商品情報を連呼するような広告表現は掲載不可とします。

※ 原則として、点滅の間隔が0.4秒より短いもの、点滅・振動の継続時間が2秒を超えるもの、点滅・振動の領域がバナーの大部分を占めるもの、コントラストの強い画像の反転表示が継続するもの、を基準とし、掲載判断をします。

② 人体の局部を強調した画像を使用したもの、人体のコンプレックス部分が露骨に表現されているものは掲載不可とします。

③ 過度な肌露出があるもの、性に関する表現が露骨なものは掲載不可とします。

5. アニメーションが単純ループを繰り返すもの

アニメーションが規定秒数以内であっても、単純ループを繰り返す場合は掲載不可とします。

6. 紙幣および通貨(またはそれに類似するもの)を連想させる広告表現

紙幣、および通貨(またはそれに類似するもの)を連想させるイメージを用いた投機心・射幸心を煽るような表現は不可とします。

7. 誇大表現のおそれがある広告表現

① 「No.1」「世界初」「弊社だけ」「日本最大級」などの最大級・絶対的表現は、原則として第三者機関による直近の調査資料などの客観的裏付けが必要であり、その際は必ずクリエイティブにデータ・出典および調査機関名の明記が必須となりま

- ② 使用する調査データは、最新のデータを使用し、1年以内のデータであることを条件とします。
- ③ ただし、すでに衆目の一致する周知の事実と個別判断された場合には、根拠の明記なしに掲載可能となる場合があります。

8. 比喩表現を用いている広告表現

明示的もしくは暗示的に特定競合を示す比較表現、根拠のない事項を挙げる比較表現、その他明確でない基準による比較表現など、他者を排斥するような表現を含む広告は掲載不可とします。

9. 選挙運動に関わる広告表現

- ① 選挙運動に関わる表現がある場合は掲載を不可とします。
- ② 掲載可能な広告表現は選挙期間を除いた時期での「政党の政策」「通常の政治活動の宣伝」のみの政党広告であることを条件とします。

10. アルコール飲料に関連する表記について

アルコール飲料の広告表現内には、必ず「お酒、飲酒は20歳になってから」の文言の明記が必要です。

- ※ ランディングページには「飲酒は20歳になってから。」「飲酒運転は法律で禁止されています。」「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。」「お酒は適量で。」「のんだあとはリサイクル。」といった文言の明記を推奨します。
- ※ 低アルコール飲料(アルコール度数1%未満)に関しては、リンク先にアルコール分を有する飲料である旨の表記があれば広告内への表記は不要です。

11. インターネット異性紹介事業関係の広告表現

「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」に基づき、インターネット上の異性会員情報の閲覧、異性へのメールの送受信、書き込みなどのサービスの広告および宣伝は「18歳未満はご利用になれません」「18未満の利用不可」の文言の表記を推奨します。

それ以外の文言は、本件管轄の警察署少年課に、表現内容ごとに個別に問い合わせ確認してから記載してください。

- ※ 表記に関しては、ユーザーが目視確認できる方法にて記載すること。

12. 法律で禁止されている行為を連想させる広告表現

法律で禁止されている行為を連想させる広告表現の使用は不可とします。

13. ユーザーに錯誤を起こさせる恐れのある広告表現

- ① 二重価格の表示などユーザーに錯誤を起こさせるような表現や、人によって捉え方の異なる主観的な表現を使用した場合、掲載不可となる場合があります。
- ② 何らかの賞品が当たるといったキャンペーン告知の場合など、応募期間や当選数の明記がない場合は掲載不可となる場合があります。
- ③ その他表現において、景品表示法に定める不当表示にあたる広告表現(内容および、その目的が不明確な表現・大げさにその内容や効果を誇張する表現・自己の優位性を客観性なしに強調する表現・将来や効果を確約、保証するかのような断定的表現・消費者の不安をあおる表現等)を使用した場合は掲載不可とします。

14. 広告主体者の明確化について

広告の主体者を明確にするため、下記項目のいずれかを必須とします。ただし、テキスト商品などにおいてはその限りではありません。

- (1) 画像にロゴマークを表記してください。会社名、ブランド名、サービス名、商品名、のいずれかのロゴマークで、広告主体者が明確になるように表記してください。
- (2) ロゴマークを使用しない場合は、画像、もしくはテキスト部分に「提供:○○」など、広告主体者が明確になるように表記してください。
- ※ いずれの場合も、視認可能な大きさで、常時もしくはアニメーション終了後の静止画面には必ず明記し、広告主体者を明確にしてください。

- ※ ブランド名、商品名、ロゴ、等の表記は、商品写真で代替することは不可とします。
- ※ ブランド名、商品名等は、商標登録された名称をご使用ください。商標登録がない場合は必ず会社名等も明記してください。
- ※ リンク先に関しても、同様の表記を必ず明記し、広告主体者の会社概要が確認可能な状態にすること。

15. ダブルブランドに関する表記について

以下の条件に沿った表記でない場合は掲載不可とします。

- (1) 同時掲出されている複数企業の必然性や関連性・主従関係が明確であり、ユーザーが混乱しない内容であること。
- (2) アニメーション終了後の静止画面において、訴求しているプロモーション主体者が明確であること。
- (3) 連合広告や共同購入でないこと。

16. 統計・専門術語・文献などを引用した広告表現

統計・専門術語・文献などを引用する広告表現を使用し、ユーザーに実際以上に科学的であると誤認される恐れがある場合は掲載不可となる場合があります。

17. 医療・医薬品・化粧品に関わる広告表現

医薬品以外の商品において、効能効果などに関する広告表現が使用されている場合は掲載不可とします。

18. 金融・不動産業に関わる広告表現

安易な借入りを助長する表現、また青少年への影響を十分考慮していない表現は掲載不可とします。

19. ニュースなどで報道された事実を否定する広告表現

ニュース(局のニュース、新聞報道などを含む)で報道された事実を否定した広告表現は不可とします。

20. 連絡先情報などの記載について

クリエイティブ内へのお客様の連絡先情報(Eメールアドレス、電話番号など)の記載は不可とします。
また、QRコードに代表される二次元バーコードなどの文字情報の記載についても、掲載不可とします。

21. 音声の使用について

クリエイティブおよびランディングページ内での音声の使用は、初期設定でOFFとなっている場合に限り掲載可とします。

※クリエイティブ表現規定により掲載可能となった場合であっても、ADJUST 参画媒体社の判断によって予告なく掲載停止となることがございますので、予めご了承ください。掲載開始後であっても、クリエイティブ内容の変更等を行い、クリエイティブ表現規定を満たさなくなった場合、予告なく掲載停止となることがございますのでご注意ください。

なお、クリエイティブ内容を変更した場合は、新たに審査を行う必要がございますので、早急にご連絡ください。

クリエイティブ表現規定は随時見直しを行います。ご不明な点がございましたら、お問い合わせください。