

カテゴリ	マスト条件	詳細
法令遵守	18歳未満は利用できないことを広告上で表示してください。	<b>グイェル広告・OOHなど動画広告など全ての広告で、記載が必要です。</b> <b>文書は基本「18歳未満の方はご利用いただけません」で統一し、表記統一NGです。</b>  ※18歳未満の方はご利用いただけません  ・ストアについてはスクショ1枚目のみの記載でOK ・サイズの小さい静止画・短いテキストの場合は「18」の記載にする ・LAPはR18と標榜れるので、18歳未満への注釈をできるかぎり確認し担保し入れる 注釈の大きさは20%にしてください。ACで標榜してしまっても ・広告掲載者が、18禁表示を必ず記載し、認識できる必要があるため、その条件を満たすサイズ・表示方法で行う  ▼動画広告の場合は以下を必ず確認してください。 動画広告の場合、18禁表示は動画の一部でなく、固定常時表示を行う ・音声を用いた動画広告の場合、 <b>音声での18禁表示と画面上の文字での注釈表記の2点がマストになります。</b> ▽18歳未満 ▽18禁表記あり・音声はなしでOK ▽10秒以上 ・原稿に18禁表記・音声ともに入れる ・音無しで静止動画場合は音は入れなくていい（BGMは音より低い） ・動画カッターの場合はエンドカットに18禁音声を入れる
法令遵守	以下の条件の広告の場合、「PR」の表記を必ず入れてください。 ●著名人・インフルエンサー・SNS等で自社商品やサービス等の紹介をしてもらう ●無料サンプルリング ●生薬タイアップ案件の広告	表記方法 ●YouTube 「ライブ」機能を含みます。のチェックboxをONに ・提供表示（動画）：冒頭から3秒以上、「提供：クライアント名 or 協賛企業ロゴ」を表示 ・提供表示（概要欄）：1行目に「提供：クライアント名 or 商品名等」を記載  ●その他の媒体（Twitter、TikTok、Instagram、・・・etc） ・フォーストビューで4秒以上見られる形を確保してください ※クリエイティブ内への表示は不要です。投稿文・動画などの掲載文に記載でOK ※クリエイティブないとき表記は見えない、小さすぎて見えない等はNGです ・表記は「PR」で統一してください（Red）などでの表記はNGです。広告だと判断できない可能性があるため ・その他、各媒体指定の表記ルールに従ってください。  代理店各社に展開済の数字請求全体マストシートで、「利用OK」の請求のみ広告で利用可能です。  注釈記載については、必ず <b>数字請求を見た人が閲覧・理解できるように形にしてください</b> 。視認できない文字色・文字サイズでの表示はNGです。  ■以下タップルメンバー向けの記載です。 数字請求全体マスト <a href="https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Zh-mF4ne9F9NCpGBR2dpl1nc-DnSN3NzXJLJN8gPY/edit#gid=0">https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Zh-mF4ne9F9NCpGBR2dpl1nc-DnSN3NzXJLJN8gPY/edit#gid=0</a>  マスタが更新された際には、各代理店に更新箇所共有をお願いいたします。  数字請求管理周りのマニュアルはこちらです。新規に使用したい請求がある場合は、ファクトのエビデンスを取ることからお願いいたします。 <a href="https://www.mcdonalds.jp/2024/07/19/milk-sekken-arainagaso_n_1776230.html">https://www.mcdonalds.jp/2024/07/19/milk-sekken-arainagaso_n_1776230.html</a>  法令遵守
法令遵守	根拠のない肯定表現・肯定表現はNG	必ず記入するべき・根拠にマッチする などの根拠のない肯定表現・否定表現はNGです。 根拠がない場合は、「他人ができるかも」「マッチするかも？」などのあいまい表現を行うようにしてください。  ・モデルの名前、職業、年齢はモデルリストの通りにする ・モデルの使用期限は切れていないか確認する ・男女ペア使用の場合、リストの列に記載されている組み合わせにする ・商品とペアで使用する場合は、ペアの相手の名前を必ずモデルリストの列に記載。 ・リストに載っていないモデルは使わない もし新用のモデルがいる場合は、リストに追加してから使う
契約遵守	広告モデル使用の際は右記の内容を必ず守ってください。	差別表現、モデル違反表現、エロ・グロ表現、政治や宗教関連発言などはNGです。  NG事例 ・連立関係が一方的に女性を応援・共感する内容と考えている内容 <b>例：西沢「ははわたし」</b> <a href="https://wedge.ismedia.jp/articles/414969">https://wedge.ismedia.jp/articles/414969</a>  ・一方的に性別の役割を決めつける表現 <b>例：生乳石鹸、ファミマお母さん音楽</b> <a href="https://www.huffingtonpost.jp/2017/08/19/milk-sekken-arainagaso_n_1776230.html">https://www.huffingtonpost.jp/2017/08/19/milk-sekken-arainagaso_n_1776230.html</a> <a href="https://resident.jp/articles/53167?page=1">https://resident.jp/articles/53167?page=1</a>  ・アダルな表現のNG例は、クリエイティブレギュレーションを参照ください（※シート名変更NG【Ta→代理店共有3】NGリスト）  ・競合他社を意図した広告については、実施の判断を法務担当とすり合わせをお願いします。例：ファミマ「Notを入れますよう」 <a href="https://toyokeizai.net/articles/466239">https://toyokeizai.net/articles/466239</a>
法令遵守	知財関連の侵害NG	著作権、肖像権、商標権などの侵害をしない。無許可利用NGな画像・素材を無許可で利用しないようにお願いします。 例：ディズニー画像の使用はNGなど また、業務提携など関係のない企業のロゴを大目玉になった画像を使用することはリスクがあるためNGです。 例：特定の企業のロゴが不自然に大きく表示される画像を使用すること  その他有名な作品のパロディなど元ネタが存在する表現の実施判断は法務担当とすり合わせをお願いします。  景表法で定められる不当表示全般（優良誤認・有利誤認・おとり広告・誤認を招く恐れのある表現など）は使用しないこと。  【不当表示事例】 ・おとり広告：スシローの事例など。永久無料CPをXで実施したが、実際には当選者の抽選をしない。などはおとり広告になる。 ・有利誤認：他社もやっていることを、タップルだけ！と謳って販売するのは有利誤認につながります（例：初月半額はタップルだけ！（実はpairsもやっている）など） ・優良誤認：調査根拠のないNo.1表記・ファクトのないマッチ成立数・悪人できた会員数などを広告に使用すると有利誤認につながります ・誤解を招く表現：確実にマッチする・絶対に恋人できる などの表現は利用者が誤解するので、根拠のない言い切り表現はNG ・二重価格表示：販売した実績のない価格を根拠にした割引率の記載はNG（例：1万円で販売したことがないものを、70%OFFとして3000円で販売するのはNG）
コンプライアンス対策	リアルカップルでないモデルが出演しているCRの場合、※イメージでの注釈を入れる。	※例 ・モデルがアプリに載っている ・モデル同士がカップルが出演している・モデル同士がデート・持ち合わせなどしている描写がある ・女性モデルが明らかにデートしていることと判断できる描写がある ・モデル同士がマッチングをしている・メッセージのやり取りをしている描写がある ・モデルのメンション画像・自己紹介が使用されているか確認されている描写がある ・動画：静止画でも同様のレギュレーションに対応する ・アプリが実際のユーザーのようにインタラクションなどに回答している描写がある ・実際にアプリを使用していない方が、アプリを使っているか想像などを描写するとき  ※例 ・リアルカップルを採用したCRの場合、※イメージですとの注釈不要 ・インフルエンサーマッチなどタレント起用した広告の場合は不要 「タップルは婚活ではない」、「結婚を前提としない出会いの場である」と認識される表現はNG  NG例 ・ガチ婚活じゃないから気軽 ・婚活に疲れたらタップルで恋しよう ・結婚目的でなくても大歓迎 ・結婚目的でない女性の方がたくさんいるよ  OK例 ・まずは恋からほじめたいならタップル  背景 IMS認証基準と矛盾してしまい、良放逐から指摘が来ることがあるため。 最悪のケースはIMS認証が別働隊で、CMができないリスクがある。  事例) <a href="https://toyokeizai.net/articles/-/693440?page=3">https://toyokeizai.net/articles/-/693440?page=3</a> エンタメ情報さんが「良初会出会い」を前提として、結婚を最終ゴールにしない利用者を今後は取り込んでいくと記載があった際に、良放逐から指摘がきた事例あり。
IMS認証	「結婚相手探し・結婚を前提とした交際相手探し」と矛盾するような訴求LING	NG例 ・ガチ婚活じゃないから気軽 ・婚活に疲れたらタップルで恋しよう ・結婚目的でなくても大歓迎 ・結婚目的でない女性の方がたくさんいるよ  OK例 ・まずは恋からほじめたいならタップル  背景 IMS認証基準と矛盾してしまい、良放逐から指摘が来ることがあるため。 最悪のケースはIMS認証が別働隊で、CMができないリスクがある。  事例) <a href="https://toyokeizai.net/articles/-/693440?page=3">https://toyokeizai.net/articles/-/693440?page=3</a> エンタメ情報さんが「良初会出会い」を前提として、結婚を最終ゴールにしない利用者を今後は取り込んでいくと記載があった際に、良放逐から指摘がきた事例あり。
コンプライアンス対策	趣味タグの参加者請求を行う場合、正確な表記を行う。	特定の趣味を持っている人の人数を記載する際に、実数以外の参加人数を記載する場合「以上」の表記をつける。 OK例：10001人の参加の趣味タグに対して、「1万人以上参加」と記載する  テキストで「以上」が入っている場合は音声では「以上」をつけなくても可  ※実数以外=1の単位まで正確に記載していない大数の数値