

スポンサーブランド広告

広告掲載基準 クリエイティブガイドライン

Ver. 5.2 リリース : 2018 年 12 月

適用開始日 : 2018 年 12 月

目次

■広告掲載基準

- [1. 総則](#)
- [2. 広告掲載可能商品・サービス](#)
- [3. 個別に広告掲載可否が判断される商品](#)
- [4. 広告掲載禁止内容](#)
- [5. 注意点](#)

■クリエイティブガイドライン

- [1. 広告表現について](#)
 - [1-1. 禁止事項](#)
 - [1-2. 注意点](#)
 - [1-3. アルコール類（ノンアルコール飲料を含む）の広告に関する注意点](#)
- [2. キーワード設定について](#)
 - [2-1. 関連性が高いと判断されるケース](#)
 - [2-2. 不適切であると判断されるケース](#)
 - [2-3. 注意点](#)

広告掲載基準

1. 総則

1. この広告掲載基準は Amazon.co.jp（以下 Amazon）が管理・運用する広告サービス（Amazon.co.jp の PC サイト、Amazon Mobile ウェブサイトおよび Amazon Shopping App、Amazon Clicks など）への広告掲載を希望する出品者を対象とします。
2. 本書の基準を満たさないと判断した場合、Amazon は、随時広告掲載を拒否するか中止することができるものとします。
3. 本書の基準を満たしていても、Amazon が自らの裁量により不適切と判断した場合、広告掲載を拒否することがあります。
4. Amazon は、本書を随時改定する権利を有し、広告掲載には、Amazon が提示する最新の基準が適用されるものとします。
5. 出品者は、広告、広告掲載により紹介されるサービスまたは商品及びリンク先サイト等について、一切の責任を負うものとします。

2. 広告掲載可能商品・サービス

Amazon.co.jp で出品が認められている場合であっても、以下に該当する商品・サービスについては広告を掲載することはできません。

1. Amazon が製造・開発するデバイス、商品、サービス、およびそれらに付属するコンテンツと競合すると判断されるもの
2. 中古品
3. アダルト関連商品
4. タバコ関連商品（電子タバコ含む）
5. 入れ歯関連商品
6. コンタクトレンズ
7. 避妊具
8. 医薬品・医療機器・医療サービス
9. 銃刀類・その他危険物
10. 金融商品
11. 消費者金融・カードローン
12. エステティックサロン
13. 賭博・カジノ
14. 公営ギャンブル
15. 結婚情報サービス、結婚仲介サービス
16. 募金、物資募集、人員サポート、フォスタープログラム、動物愛護
17. マルチ商法、ねずみ講等に関わる商品・サービス
18. 個人情報の取得を目的としたもの
19. 政党、宗教など特定団体への勧誘やその活動を正当化するもの
20. 違法または違法性があり、反社会的と判断されるもの

21. その他 Amazon が不適切と判断したもの

3. 個別に広告掲載可否が判断される商品

1. 化粧品、医薬部外品、健康食品、及びそれらに類するもの
2. 下着、水着、及びそれらに類するもの

4. 広告掲載禁止内容

1. 広告主が不明で、その他責任の所在が不明なもの
2. 第三者の名誉、信用、プライバシー、知的財産（著作権、商標、肖像権等）を侵害するおそれがあるもの
3. 第三者に対して不法、または不当に不利益を与える恐れがあるもの
4. 他社との比較広告または業務妨害となる恐れがあるもの
5. 虚偽、誇大その他真偽が疑われると判断される表現を含んでいるもの
6. 暴力的表現、わいせつ表現、誹謗中傷、精神的圧力、差別、欠点の訴求、犯罪行為の助長など、ユーザーに不快感を及ぼす恐れがある表現を含むもの
7. ユーザーのコンプレックスを助長するもの
8. 投機、射幸心を著しくあおるもの
9. 非科学的または迷信に類するもの等ユーザーを混乱させる恐れがあるもの
10. インターネット、オンラインショッピング等の安全性を疑問視するもの
11. 商品・サービス使用前後の比較表現があるもの
12. 第三者による意見（体験談、伝聞等）があるもの
13. その他 Amazon が不適切と判断したもの

5. 注意点

1. Amazon サイトのレイアウトは予告なく変更されることがあります。
2. Amazon の広告審査基準に基づき、クリエイティブ審査を行います。審査の結果、広告掲載を拒否する場合や広告内容の変更・修正を求める場合があります。あらかじめご了承ください。
3. 広告掲載可否を判断する権限は、Amazon が保有します。
4. 広告掲載期間中、広告、及びリンク先に不備が発覚した際、問題が解決されるまで配信を停止させる場合があります。
5. 同一掲載面に競合他社の広告原稿及び情報が記載される場合があります。
6. フルブラウザなどの携帯端末からの閲覧や、ユーザーのブラウザ設定、ファイアウォール、セキュリティソフトその他の設定や環境によっては、広告が掲載されない場合や、リンク先に飛ばない場合がございます。
7. JASRAC を含む、著作権等管理事業者の管理楽曲、その楽譜、および／または歌詞について、万一本規定に違反して著作権管理団体の楽曲が利用され、Amazon.co.jp に使用料等が発生した場合には、Amazon.co.jp は取引会社または出品者に対してこれにより発生した料金・費用等を求償できるものとしします。

8. 広告のリンクページに在庫がない場合は、掲載不可とさせていただきます。
広告掲載開始後、在庫が切れていることが発覚した場合は、掲載を停止させていただく場合がございますので予めご注意ください。

クリエイティブガイドライン

1. 広告表現について

1-1. 禁止事項

- A) Amazon による事前の許諾なしに広告素材及びリンク先サイト等に Amazon および Amazon ギフト券の商標（テキスト・ロゴ）を使用することを禁止します。
- B) Amazon.co.jp の Amazon ランキング・カスタマーレビューの広告内掲載およびリンク先での引用は禁じられています。
- C) 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律、不当景品類及び不当表示防止法、その他広告等表示に関する法令に抵触する広告表現、法律で禁止されている行為を連想させる表現を禁止します。
- D) Amazon による事前の許諾なしに、（個人の特定が可能かどうかを問わず）ユーザーの個人情報を集めることを禁止します。
- E) ユーザーのコンピュータの設定や環境に変更を加えるなど、Amazon に対するユーザービリティを侵害する広告および広告表現を禁止します。
- F) 広告、及びリンク先ファーストビュー（縦 550px 以内）において商品使用前後の比較表現（Before & After）を禁止します。
- G) 広告、及びリンク先ファーストビュー（縦 550px 以内）において第三者による意見（体験談、伝聞等）と判断される表現を禁止します。
- H) ユーザーに不快感・嫌悪感を与える恐れのある表現を禁止します。
 - ・ 過度な肌の露出、性的な表現
 - ・ 害虫の名前や画像
 - ・ 排泄物を直接連想させる表現
 - ・ コンプレックスを刺激する表現等
- I) 氏名、写真、談話および商標、著作物などを無断使用したものは掲載できません。
- J) 「永久」「いつまでも」「完璧」「完全」「究極」等の絶対的表現、根拠のない表現は禁止です。
- K) 割引「例：50%オフ、300円オフ」、価格「例：今なら1,980円以下」の表示、キャンペーンの告知「例：クリスマスセール実施中」は掲載できません。
- L) 「大特価」「超特価」「激安」等の強調表示は原則禁止します。
- M) 「残りわずか」等、在庫状態についての言及は不可とします。
- N) 「数量限定」等、商品の供給量が著しく限定される表現は不可とします。
- O) サイトの提供サービスに負荷を与えるもののほか、以下の広告表現を禁止します。
 - ・ Amazon とそのサイト、ブランドを想起させるような広告表現、他のコンテンツと広告の見分けをあいまいにする表現
 - ・ Amazon サイト内のナビゲーションを妨げる、他社広告を妨害する表現
 - ・ 当選を連想させる過剰な広告表現
 - ・ 紙幣、通貨（またはそれに類似するもの）を連想させる表現

- ・ ネットショッピングの安全性・利便性について不安を煽る表現
 - ・ ユーザーの同情心に訴えかける、罪悪感を与える表現
 - ・ 選挙の事前運動、選挙運動（またはこれらに類似する行為）および公職選挙法に抵触する恐れのある表現
- P) JASRAC を含む、著作権等管理事業者の管理楽曲、その楽譜、及び／又は歌詞の掲載を禁止します。

1-2. 注意点

- A) 「最大」「最高」「No. 1」等の最大級表現を使用する場合は、ランディングページもしくは商品詳細ページに出典および第三者機関による過去 1 年以内の調査データが必要となります。（調査対象期間が過去 1 年以内）
- B) 根拠のない見出し・商品説明は掲載できません。広告内で謳っている効果効能、優位的データ等については、複数商品ページもしくは商品詳細ページに、事実に基づく十分な説明が記載されている必要があります。
- C) 広告のメッセージが不明瞭（宣伝商品やリンク先サイトとの関連性がはっきりしない、疑問形で終わる等）と判断される場合、該当部分を修正いただくことがあります。
- D) 見出しは、単語やフレーズの羅列ではなく、文章でご記載ください。なお、見出しは最大 35 文字まで設定いただけます。
- E) 「今すぐ購入」など強い表現や、「ここをクリック」などユーザーがリンク先で享受できるものがあいまいな表現は使用できません。また広告クリエイティブ上で重複するため「今すぐチェック」という表現は使用できません。
- F) 発売日から 6 か月以内の商品に対しては「新」「新製品」「New」等、時間的優位性表現を広告上で使用することが可能です。その場合、見出しに発売年月を明記してください。
例：ブランド Y 新ノート PC 15.5 型ワイド(〇〇〇〇年〇〇月発売)
- G) 画像の解像度が極端に低い、または文字が視認不可と判断される場合、該当部分を修正いただくことがあります。
- H) 「送料無料」「配送料無料」等、配送に関する表現は使用できません。
- I) 見出しでの「！」や疑問符「？」の使用は、それぞれ一つまでです。
- J) 見出しで「♪」「★」等の記号や顔文字の使用はできません。
- K) 見出しで連続してスペースを使用することはできません。
(改行の位置はスマートフォン・PC・ブラウザ等ユーザーの環境に依存するため、改行位置を調整するためのスペース使用は不可)
- L) 「〇日間保証」などの保証に関する表現は製造元の保証である場合に限り、ご使用いただけます。また、ランディングページにて根拠を記載いただく必要がございます。
- M) お正月、お盆、おせち、お歳暮、入学式等、季節性のあるイベントや訴求内容について、妥当と判断される日にちでキャンペーン期間を設定ください。

- N) 指定医薬部外品、もしくは医薬部外品を掲載する場合は見出しの文頭に区分表示を明示し、広告クリエイティブ上ではかかる区分表示と同一の広告商品のみを掲載してください。

区分表示の例)【指定医薬部外品】、【医薬部外品】 ※【】含む

1-3. アルコール類（ノンアルコール飲料を含む）の広告に関する注意点

※「ノンアルコール飲料」とは、一般的には、[酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準](#)に従い、アルコール度数 0.00%で、味わいが酒類に類似しており、満 20 歳以上の成人の飲用を想定・推奨しているものをいいますが、本書においては、アルコールを含有するものの度数が 1%未満の(i)同種の飲料及び(ii)甘酒についても、「ノンアルコール飲料」に含めるものとします。

- A) アルコール類広告に指定できるキーワードは、アルコール類と直接関係のあるもののみです。
- 許可されるキーワード) アルコール類ブランド、アルコール類商品名（自社および他社）、アルコールのカテゴリー
- 禁止されるキーワード) その他（例：ソフトドリンク、食料品、未成年、高校生など）
- B) アルコール類の広告は、広告クリエイティブ上に「お酒は 20 歳から」などの未成年者の飲酒防止に関する文言を、明瞭に判読できる態様で記載してください。
- 例) ○○ビール「お酒は 20 歳から」
- C) アルコール類のスポンサーブランド広告の見出し/画像に、下記の表現は使用できません。
- ・ 未成年、妊産婦及び健康上の理由で禁酒・断酒している人をモデルとしたまたは想起させるおそれがある広告
 - ・ 未成年、妊産婦、及び健康上の理由で禁酒・断酒している人の飲用を推奨、連想、誘引するおそれがある表現
 - ・ 未成年、妊産婦、及び健康上の理由で禁酒・断酒している人を対象としたまたは対象としていると思わせるおそれがある広告訴求
 - ・ 主として未成年者、妊産婦及び健康上の理由で禁酒・断酒している人にアピールするキャラクター、タレントなどをモデルとした広告
 - ・ 過度の飲酒につながるおそれがある表現
 - ・ 「イッキ飲み」等飲酒の無理強いにつながるおそれがある表現
 - ・ 飲酒への依存を誘発するおそれがある表現
 - ・ 妊娠中や授乳期の飲酒を誘発するおそれがある表現
 - ・ スポーツまたは運動の直前、最中または直後や、入浴の直前または最中の、飲酒を推奨誘発するおそれがある表現

- ・ 重大事故につながる可能性がある作業時の飲酒を誘発するおそれがある表現
- ・ 危険な場所など不適切な状況での飲酒を誘発するおそれがある表現
- ・ 飲酒運転につながるおそれがある表現
- ・ 製造物責任法（PL法）の精神に則り、安全性を損なうおそれのある表現
- ・ リサイクルを始めとする環境保全に反するおそれがある表現
- ・ 動物愛護の精神に反するおそれがある表現
- ・ 酒類を清涼飲料と誤認させるおそれがある表現
- ・ 酒類と誤認させるおそれがある表現（ノンアルコール飲料のみ）
- ・ 禁酒を軽視したり非難するような表現
- ・ 過度の消費を促進する表現、飲酒することで治療になったり、その他利点があるような表現（例えば、アルコールはパフォーマンスを改善し、成功に導く、問題を解決する）、またはアルコール度数を強調する表現

2. キーワード設定について

広告掲載商品と関連性の高いキーワードを設定してください。Amazonが不適切と判断したキーワードは掲載不可とさせていただきます。

2-1. 関連性が高いと判断されるケース

- ・ 広告掲載商品そのものに関するキーワード（商品名、ブランド名、企業名等、カテゴリ名）
- ・ 商品の機能・効果効能・用途・使用されるシーン等に関するキーワード（例：防水、保温等）
- ・ 商品の特徴等のキーワード（例：ピンク ドレス、32型 テレビ）
※色のみ、数字のみ、など汎用性の高い用語のみは不可
- ・ 関連商品に関するキーワード（例：スマートフォンケースとスマートフォン用の保護フィルム）
※一緒に購入されるケースの多い商品等
- ・ 類似商品および代替品に関するキーワード（例：サンダルとスニーカー）
※関連性が高いと判断されるものでも、汎用性の高いキーワードのみでは使用できません。他のキーワードと組み合わせて設定してください。

2-2. 不適切であると判断されるケース

- ・ 関連性が低いキーワード
- ・ Amazon デバイス (Kindle, Fire など) 名や Amazon 独自の商品やサービス名
- ・ ユーザーに不快感を与える恐れのあるキーワード（例：尿漏れ等）
- ・ 汎用性の高いキーワード（例：人気、話題、日本製、男性、女性、安い、かわいい等）
※組み合わせで使用すれば設定可

- ・ 事実と異なるキーワード（例：送料無料でない商品に「送料無料」と設定等）
- ・ 医療用医薬品、要指導医薬品又は第一類医薬品にのみ含まれる成分名や、それらの医薬品の名称

2-3. 注意点

- ・ 不適切なキーワードを多数設定している広告キャンペーンは、広告キャンペーン自体を掲載不可とさせていただく場合があります。
また、一度承認したキーワードでも、再審査の結果、後日掲載不可とさせていただく場合があります。