取扱い注意

タウンライフ空き家解決広告出稿における個別基準

この個別基準は、タウンライフ空き家解決の広告出稿を実施する際の表現の個別基準であり、タウンライフ空き家解決の広告出稿を実施するすべての代理店（アフィリエイター含む）、および再委託先に適用されます。

出稿予定の記事、動画、静止画・バナーその他のすべての広告（以下、「審査対象物」という）について、下記項目をすべてチェックいたします。チェックが完了していないものについては、当社は出稿を認可しないものとします。

【原則】

出稿される審査対象物はこの個別基準を遵守するものとし、景表法、著作権法など各種法令に関しても遵守するものとします。また、個別基準に記載のある表現以外にも、当社のブランドイメージを損ねる、提携メーカーに迷惑となる等の場合不可とすることもございます。

【チェック項目】

1. **審査対象物で使用する写真(イラスト画像)や動画等素材に関して**

審査対象物で写真・イラスト画像・動画等の素材を使用する場合、広告パターンに合わせて以下の注釈を原則とします。

記載箇所は出稿媒体の広告枠などにかぶらず、ユーザーから視認できる箇所に配置するものとします。

また、配置箇所以外にも背景色との兼ね合い、文字の大きさなどで視認性が低いと当社が判断した場合は不可とします。

1. 静止画/バナー：「※画像はイメージです」
2. 動画：「※動画はイメージです」（固定表示）
3. 記事：「※本記事中の画像(や動画)はイメージです」（FV に表示）

また、画像購入元が「スナップマート」の場合、人物が写っている写真については一律で顔出しの使用は認めないものとします。（加工については購入元の規約に準拠してください。）画像購入元がそれ以外の場合については、原則加工する必要はありません。

なお、画像の取得元の情報は当社に必ず提示することとします。

2. その他の素材（音声、BGM など）や出演者について

個別基準 1 項で定めた写真、イラスト以外の素材についても、著作権法や購入元の規約など、各種法令や規約に従い使用することとします。こちらについても、取得元の情報は当社に提示することとします。

3. AI 素材の使用について

AI 生成の素材を使用する際、以下のルールに基づいて運用することとします。

① ※AI 生成画像（動画の場合は AI 生成動画等適宜変更）を使用しています、の注釈を付記
② 不快感、嫌悪感、違和感のあるような素材は不可とさせていただきます。
③ 著作権や肖像権など、各種法律や権利関係に問題のない素材を使用していることを当社に対して保証しているものとします。
参照：https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/pdf/94097701_01.pdf
④ 学習済み AI サービスのみ使用可とし、自身で学習させた AI は使用しないこととします。
⑤ 既存の画像や動画、写真を AI に読み込ませて生成（Image to Image 等）する手法は、人物・建物・背景等、対象を問わず一律で禁止とします。
AI 素材は、テキストプロンプトのみから生成されたもの、または各サイトの利用規約を遵守した標準機能の範囲内でのみ使用可能とします。
⑥ AI 生成の素材を使用する場合、どの画像（動画）にどのサイトの AI 素材を使用したかを当社に提示することとします。
⑦ 各サイトの利用規約については遵守することとします。

4. 個人情報の特定につながる写真の使用について

個人情報の特定につながる、または、つながる可能性のある写真（建物(家)や内装、特に表札・ナンバープレート等）の使用は、必ず細部までチェックを行い、ぼかしなどの加工を施したうえで掲載することを条件とします。

5. PR 表記および運営元表記について

広告素材における PR 表記や運営者表記について、原則以下のルールに沿って行うものとします。

《記事の場合》

① FV に一つ PR 表記
② 記事内の任意の箇所に運営者表記

《動画、バナーの場合》
記事遷移の場合→PR 表記、運営者表記ともに不要
記事に遷移しない場合→PR 表記、運営者表記ともに必要

※PR 表記例
【PR】、【PR】タウンライフ空き家解決、【広告】

※運営者表記例
【運営者】○○
○○にあたるものは法人の場合は商号、個人の場合は屋号やペンネーム等でお願いします。また、記事においては直接表記する以外にリンクを設置しリンク先に表示する方法でも認可するものとします。

6. 審査対象物内の表現・訴求内容への注釈の追加について

審査対象物内の表現において、下記注釈を記載することを原則とします。
記載箇所は出稿媒体の広告枠などにかぶらず、ユーザーから視認できる箇所に配置するものとします。
また、配置箇所以外にも背景色との兼ね合い、文字の大きさなどで視認性が低いと当社が判断した場合は不可とします。

1. 静止画/バナー：「※金額・内容は一例です」
2. 動画：「※金額・内容は一例です」（固定表示）
3. 記事：「※本記事中の金額・内容は一例です」（FV に表示）

※上記の注釈は、タウンライフのサービスの説明(無料で使える、オンラインで一括で依頼ができる等)のような事実のみの訴求の場合は不要です。
※金額に特に触れていない場合は、「※内容は一例です」の注釈で構いません。

7. 空き家売却、活用における金額表現について

空き家売却、活用における金額表現について過度な表現は不可とさせていただきます。

8. 提携社数の表記について

提携社数の表記については、「600 社以上」までの表記であれば注釈は不要とします。「650 社以上」等、600 社を超える社数表記をする場合は、何年何月時点の情報であるかを示す注釈または説明を追記するものとします。 ただし、実際の提携社数に大幅な変更があった場合は、改めて記載可能な社数を当社より周知します。

9. 申し込みの動機について

当社サービスの利用後、提携メーカーと連絡調整をする意思のある人へ当サービスを勧める表現を原則とし、利用後の連絡調整をする意思がない人に対して申込を勧めていると思われる表現については認めないものとします。

（例）
・無料の資料請求だけでも OK：NG
・その後の連絡はしなくても OK：NG
・気軽に申し込んでみて！：OK
・いいプランがなければ断っても OK！：OK

10. 最大級表現等の比較表現について

最大級表現等の比較表現について、例えば最高額という表現の場合、業界最高額、地域最高額等、当社サービス外と比較した際の最大級表現と誤認させる表現については不可とさせていただきます。
認可する文脈としては、「当社サービス内で比較できる複数のプランの中での最高額を選んでいる」ということが伝わる文脈である他、以下の注釈を使用した場合も同様の条件を満たすとして認可するものとします。

（注釈例）
※弊社サービスを利用し、各社から提案されたプラン内での比較
注）上記の注釈は記事や動画の場合、FV に近い箇所や特に目立つ箇所に 1 ヵ所を原則としますが、必要に応じて箇所の指定や、複数箇所の追記をお願いすることもございます。

11. 国、地方自治体等が行っている支援について

補助金のような国、地方自治体等が行っている支援についての文言を使用して訴求する場合、原則以下のルールに沿って行うものとします。

① 現行の制度についてのみ可
② タウンライフが直接補助金を出している、補助金の案内をしているような誤認はさせないこと。
③ ※条件あり、の注釈をつけること。

12. 引用について

著作権法に基づき、広告などの商用利用では引用は原則不可のため、他者の著作物については原則使用不可とします。
ただし、以下のルールに沿って、引用可能なものについては使用可能とします。

① 著作物に該当しないものに関しては使用可（データ、簡単なグラフなど）
② ①以外にも、著作元にて商用利用可としているものは使用可
③ ①、②に該当する場合において、先方の利用規約に詳細が定めてある場合は規約に則り使用すること
④ ①、②に該当する場合でもデータ等が信憑性の低い場合不可とすることがございます。
⑤ ①～④を満たした場合でも、出元が当社の広告として利用するのにふさわしくないと判断した場合不可とすることもございます。（競合他社や当社のイメージに悪影響となりうる会社など）
⑥ 画像の購入元等と同じように、引用等をする場合は出元について当社に提示すること

13. タウンライフ空き家解決における表現について

審査対象物にタウンライフ空き家解決の公式サイトに記載がない表現を使用している場合、または客観的に審査しコンセプトと大きく乖離すると思われる表現、誤認を与える表現をしている場合は認可しないものとします。その他 NG とする表現については、当社内で事例をまとめて管理するものとします。

＜具体例＞
① ユーザーの声などの口コミ訴求をする場合は、「※あくまで個人の感想です」等の注釈を挿入すること
② 誤った限定表現を使用しないこと
（NG 例）今だけ！申込むと特典がもらえます
→タウンライフは無期限で申込者全員に特典を送付している。
③ ○○が認めたなど、特別な認可や資格を与えたような表現は事実ではない場合不可とします。
（NG 例）国が認めた、空き家のプロが認めたなど
④ その他、誤認をさせて当社サービスを利用させるような表現は不可とします。

14. その他の訴求表現について

審査対象物内で以下のような広告として不適切な表現（文言、画像、動画、音声等）は認めないものとします。また、例に挙げていないような文言に対して不適切な表現に該当するかどうかは、文脈や動画の構成等を総合的に見て判断するものとします。

原則：「その広告をタウンライフが出している」という事実が当社のイメージを損なうと判断された場合不可となります。

① 恐怖や不快感を与えるような表現

（NG 例）

・差別的な表現

・下品な表現

② 読みにくい文字、聞き取りにくい音声等（ステマ規制法に伴い、特に PR 表記に関しては一般ユーザー目線で視認性が低いものは不可とさせていただきます。）

③ 事実とは違う表現、現実とは大きくかけ離れた表現

④ 当社提携メーカーに迷惑となってしまう表現

（NG 例）

・営業が全くないと取れる表現

⑤ その他当社サービスに全く関係しない表現や、広告としてふさわしくない表現

（NG 例）過度な露出、昆虫、爬虫類等を拡大した写真等

15. 記事に遷移しない素材について

記事に遷移しない素材において金額訴求や補助金訴求などを使用する場合、原則は当社のサービス内容の説明を必須とします。

16. その他個人情報の特定につながる可能性のある審査対象物について

代理店および再委託先は個人情報保護法の観点から法令を遵守し、審査対象物を作成することを条件とします。

法令に関しましては、個人情報保護委員会の「個人情報保護法等」のページをご参考ください。（https://www.ppc.go.jp/personalinfo/）

17. その他優良誤認を招く可能性のある表現について

当社は審査対象物内の文章および写真に優良誤認を招く可能性がある事項がないか確認することとします。

代理店および再委託先は景品表示法の観点から法令を遵守し、審査対象物を作成することを条件とします。

法令に関しましては、消費者庁の「景品表示法」のページをご参考ください。
（https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/）

アフィリエイトに関する「景品表示法」については下記資料をご参考ください。
・「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」
※改正：令和 4 年 6 月 29 日

（https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms216_220629_04.pdf）

2025 年 3 月 7 日　制定
2025 年 7 月 15 日　改訂
2025 年 7 月 25 日　改訂
2026 年 2 月 13 日　改訂
2026 年 3 月 30 日　改訂
2026 年 8 月 21 日　改訂