

インターネット広告サービス規約

広告主（以下「甲」）は、株式会社朝日広告社（以下「乙」）に対し、インターネット広告に関する本規約に合意の上、インターネット広告の掲載、運用その他の付随サービス（以下総称して「本件業務」）の発注を行うものとします。

本規約は甲乙間の他の契約書に優先して適用されるものとします。但し、本規約の適用を個別的に排除する甲乙間の別途の書面による合意が存在する場合、当該書面による合意が本規約に優先して適用されます。

本規約は、媒体社の規定改訂等に合わせ、予告なく変更されることがあります。

1. インターネット広告の発注にあたって

- (1) 本件業務に係る発注は、事前に乙より別途提示するスケジュールに則っていただくものといたします。当該スケジュールに沿わない発注につきましては、お引受け又は履行できない場合がございます。
- (2) 乙の営業時間(平日営業日9:30~17:30)外における本件業務の履行のご要望には、別途当該業務の対価等の条件について合意した場合を除き、対応いたしかねます。
- (3) 甲は、甲乙間で同意した乙所定の方法により、本件業務の発注を行うものとします。
- (4) 甲の都合によるキャンセルには、対応いたしかねます。
- (5) 甲には、甲から乙に対してご提供いただく一切の素材（タイトル、説明文、デザイン、キーワード、画像等を含み、以下同様とします。）及びリンク先が、第三者の肖像権、著作権、産業財産権、パブリシティ権、プライバシー権その他一切の権利を侵害していないこと、及び一切の関連法規に抵触していないことを保証していただきます。なお、当該保証に違反したことに起因する乙の債務不履行、第三者からの請求、訴え等 について乙は一切責任を負わず、甲が自己の責任と費用負担により解決することに甲は同意します。
- (6) 乙は、本件業務の発注又は確認に関して、媒体社、その他第三者又は乙が保有するプログラム、ツール、システム、Web サイト等でログインが必要なもの（以下総称して「本件プログラム等」）を、定められた方法にて使用する権利を甲に付与することがあります。甲は本件プログラム等に関連する一切の情報（ID、パスワード等）を、適切に使用、管理するものとします。
- (7) 乙が本件業務に係り甲の ID を用いて媒体 社に発注する場合は、甲の発注権限を有する者による当該媒体社への発注として取り扱われます。
- (8) 甲は、現在及び将来にわたり自己が暴力団等ではないこと、暴力団等の支配・影響を受けていないこと、自己の主要な株主又は役職員が暴力団等の構成員ではないこと、並びに力団等の排除に関して各都道府県が制定する条例を遵守することを表明、保証するものとします。甲が当該表明、保証に違反した場合、乙は甲との間で締結した一切の契約を催告することなく解除することができます。

- (9) インターネット広告においては、ビューアビリティ、アド フラウド、ブランドセーフティ 等のリスクがあり得ることを前提に、乙は甲に対し、甲 のニーズに応じて、Private Market Place に対する 広告出稿、一定のリストに基づく広告出稿等、リスクを低減する手段を提案するよう努めるものとします。なお、乙は、アドフラウドを含む 無効トラフィックの排除に関する取り組み、および ブランドセーフティ 観点での 広告掲載先品質 確保 に関する取り組み について、一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会 以下「 JIAA 」のガイドライン を 遵守する よう努めるものとします。

2. 掲載に関する事項

- (1) 上記 1 (9) 記載のとおり、乙はJIAAが定めるガイドライン（「広告トラフィックの品質確保に関するガイドライン（無効なトラフィック対策ガイドライン）」「広告掲出先の品質確保に関するガイドライン（ブランドセーフティガイドライン）」を含む）の遵守に努めます。
- (2) インターネット広告の掲載にあたっては、本規約を適用するものとし、本規約に既定がない事項については媒体社の掲載ガイドライン等が適用されます。なお、当該掲載ガイドライン等は予告なく変更されることがございます。
- (3) 特に、運用型広告の掲載に関する事項については、以下の通りとします。予約型広告の掲載とは異なります。
- ① 競合・同載の調整は一切お受けできません。
 - ② 発注書に記載する金額は、予算上限金額として扱います。なお、予算額と同一額での消化は保証されません。
 - ③ 広告掲載期間終了後、媒体社の裁量により調整額（返金額など）が発生する場合があります。
 - ④ 入札型の媒体の特性上、掲載開始日・時間、掲載期間、配信ボリューム、インプレッション数、広告効果（クリック回数やコンバージョン広告効果等）、広告効率（クリック単価やコンバージョン単価等）、掲載順位等については、保証はされません。なお、下記⑥でいう業務完了報告には掲載画面のキャプチャは含まれません。
 - ⑤ 入札状況などにより、配信途中に本件広告の掲載が停止される場合があります。
 - ⑥ 成果物（別途規定されている場合）及び乙からの業務完了報告を受領した場合、甲はこれを検収の上、業務完了確認を行うものとします。乙による提出、報告から3営業日以内にご連絡がない場合、本件業務が完了したものと見做します。
- (4) 特に、アフィリエイト広告の掲載に関する事項については、以下の通りとします。
- ① 本件広告の掲載によるコンバージョンの獲得については保証されません。
 - ② 本件広告の掲載位置のご指定はできません。
 - ③ アフィリエイト運営者のサイトのリンク・文章等について乙は関与いたしません。
 - ④ 甲が一度承認及び承認拒否を確定させた注文については変更できません。従いまして、甲が承認条件を「全承認」とした場合、すべてのコンバージョンに対して請求が発生しま

す。

- ⑤ 請求書記載の請求金額が、お支払いいただく金額となります。お申込金額は概算で記載しており、請求金額と必ずしも一致しません。

3. 免責事項

甲は、乙に対し本件業務を委託するに際し、以下の事項につき予め了承するものとします。

- (1) 停電・通信回線の事故・天災等の不可抗力、通信事業者の不履行、インターネットインフラその他サーバー等のシステム上の不具合、ユーザーの意図によるものではないクリックや、不正なソフトウェアによって発生したクリック、緊急メンテナンスの発生など、乙の責に帰すべき事由以外の原因により本件業務の全部又は一部を履行できなかった場合、乙はその責を負わないものとします。
- (2) 甲による本件広告の掲載に必要な素材や情報の提供が遅れた場合には、合意された掲載開始日時までに掲載を行えないことについて、乙は責任を負いません。
- (3) 本件業務の履行に関連して、乙が甲に対し債務不履行責任、損害賠償責任を負った場合、乙による賠償額の総額は該当する本件広告に係る申込金額を上限とします。なお、当該責任に基づく乙の賠償の範囲は、直接的かつ通常の損害に限定されるものとし、逸失利益や営業機会の損失、風評被害その他特別の事情による損害等については、いかなる場合においてもその責を負わないものとします。
- (4) 前項の規定により乙が甲に対して責任を負う場合、乙による賠償額の総額は、損害を生じさせる原因となった広告メニューについての、広告メニューごとに設定される本件業務の対価相当額を上限とします。
- (5) 前項の規定にかかわらず、本件業務の対価が広告掲載期間に応じて設定されている場合には、乙による賠償額の総額は、損害を生じさせる乙の行為に起因して掲載に不備のあった広告掲載期間に相当する広告メニューごとに設定される本件業務の対価相当額（日割り計算により算出する）を上限とします。

用語定義

本規約で用いられる用語は以下の意味を有するものとします。

- ① 「運用型広告」とは、アドテクノロジーを活用したプラットフォームにより、広告の最適化を自動的に若しくは即時的に支援するような広告手法のことをいい、検索連動広告（リスティング広告）のほか、ソーシャルメディア、アドエクスチェンジ、SSP、DSP、一部のアドネットワークを使った広告を含みます。タイアップ広告は含まれません。
- ② 「アフィリエイト広告」とは、Web サイトなどに広告主の指定するサイトへのリンクを張り、そのサイトでコンバージョン（会員登録、商品購入や資料請求等）が行われた場合、そのサイトの運営者に報酬（定額又は定率の報酬）を支払う仕組みを活用する広告をいいます。
- ③ 「アフィリエイトサイト運営者」とは、アフィリエイト・サービスプロバイダが運営するアフィリエイトプログラムへ登録されたアフィリエイトサイトを運営する者をいいます。

- ④ 「アフィリエイト・サービスプロバイダ」とは、アフィリエイトサイトに広告を配信する事業者をいいます。
- ⑤ 「媒体社」とは、Web サイトやアプリケーションなどのメディアを所有若しくは運営し、又はメディアの所有・運営者を仲介し、それらの中に設けた広告枠を、広告主に販売して、広告を掲載する事業者のことをいい、アフィリエイト・サービスプロバイダ、アフィリエイトサイト運営者を含みます。
- ⑥ 「本件広告」とは、甲が本件業務を乙に発注する広告をいいます。
- ⑦ 「ユーザー」とは、使用端末機器を問わず、インターネットその他の通信手段を通じて Web サイトやアプリケーションを利用する者をいいます。
- ⑧ 「掲載ガイドライン等」とは、媒体社の定める掲載ガイドライン、広告審査基準又はこれらに付帯する規則、ガイドライン等をいいます。
- ⑨ 「暴力団等」とは、暴力団、暴力団員、暴力団準構成員、暴力団関係企業、総会屋、社会運動等標ぼうゴロ又は特殊知能暴力集団等、その他の反社会的勢力及びこれらに準ずる者、また過去に暴力団であった者をいいます。
- ⑩ 「ビューアビリティ」とは、広告の視認可能性のことをいい、掲載された広告のうち、実際にユーザーが閲覧できる状態にあったインプレッション（ビューアブルインプレッション）の比率をいいます。
- ⑪ 「アドフラウド」とは、自動化プログラム（bot）を利用したり、スパムコンテンツを大量に生成したりすることで、インプレッションやクリックを稼ぎ、不正に広告収入を得る悪質な手法をいいます。
- ⑫ 「ブランドセーフティ」とは、広告掲載先の品質確保による広告主ブランドの安全性のことをいう。
- ⑬ 「Private Market Place」とは、媒体社と広告主を限定したクローズドな広告の取引市場をいい、媒体社は安定した広告枠の単価を担保し、広告主はブランドイメージを毀損することなく、プレミアム広告枠を確保できるといったメリットがあります。
- ⑭ 「無効トラフィック」とは、広告配信の品質の観点で広告の成果の測定値に含めるべきではないトラフィックをいい、検索エンジンのクローラーのようなプログラムによる悪意のないトラフィックと、作為的にインプレッションやクリックを発生させる悪意のある不正なトラフィックを含みます。

以上

2022年6月30日制定

規約は2018年3月1日に一般社団法人日本広告業協会が発表した「JAAA インターネット広告サービス規約モデル案」（2018年3月）の一部に修正を加えたものです。

※参考 URL : <https://www.jaaa.ne.jp/2018/03/news-112/>