

◆日経WOMAN タイアップ記事広告 表記ルール変更について◆

景品表示の新たな告知が23年10月1日に施行され、「ステルスマーケティング」の規制対象が明確になった事を受け、雑誌「日経WOMAN」のタイアップ記事体広告のクレジットなどの表記ルールについて下記の通り変更させていただきます。

◆旧表記◆

- ① 金融分野以外のクレジット表記ルール：「PR」表記は不要。社名クレジット表記は必須。
 - ・ 2P：左下に「協力／社名」 & 問い合わせ先（TEL、URLなど） ・ 1P：左下に「提供／社名」 & 問い合わせ先（TEL、URLなど）
 - ・ 3P以上：見開き起こしの場合は最初の右ページ下、片起こしの場合は扉ページ下に「協力／社名」 & 問い合わせ先（TEL、URLなど）※クレジットはゴシック体で14Q（10ポイント）推奨、ミニмум12Q（8.5ポイント）以上。
- ② 金融業界の表記ルール※対象：投資、カード、保険、証券、銀行、ローンなど金融全般の商品・サービス広告
 - ・ 左肩に〈PR〉または〈広告〉と10Q（7ポイント）以上の大きさと記載
 - ・ 社名クレジットは「協力」「提供」ではなく「問合せ」を使用（14Q推奨、ミニмум12Q）
（Ex.「問合せ/社名」 & 問い合わせ先（TEL、URLなど））

◆タイアップ記事体広告◆

◆新表記◆

全業界共通で下記表記ルールに変更

◆左肩もしくは右肩に〈PR〉と10Q（7ポイント）以上の大きさ（全角ゴシック体）で記載

（見開きの場合、一見開き毎に一か所入れること。片起こし3Pの場合、1P目と2～3P目にそれぞれ一か所ずつ入れる。見開き起こし3Pの場合、1～2P目に一か所と3P目に一か所入れる。）

◆末尾に広告主のクレジット情報を入れる。（14Q（10ポイント）推奨、ミニмум12Q（8.5ポイント）、ゴシック体）

クレジットは「協力/」や「提供/」ではなく「問合せ/」を使用。併せて、電話番号やURLなどの問い合わせ先も記載。
EX.「問合せ/社名 ☎03-●●●●-●●●●」

*但し、実際の問い合わせ先が関連会社や関連部署など特殊な場合は、広告主名以外に別途「問合せ先」を表示することも可とする。

（EX. ●ABCホールディングス

問合せ先/ABCカスタマーセンター TEL：03-●●●●-●●●●）

◆タイアップ記事体広告のPR、クレジット表記イメージ◆

左肩もしくは右肩に〈PR〉と10Q（7ポイント）以上の大きさ（全角ゴシック体）で記載

⟨ P R ⟩

オンもオフも充実

企業価値は様々な要素が複合化して決まる時代です。企業理念・経営ビジョン



日経さんを支える お仕事アイテム

日経さんが働く
○○○○○○の
キャリア支援

○○○○○制度

企業価値は様々な要素が複合化して決まる時代です。企業理念・経営ビジョン株式会社日経レジデンス代表取締役兼COOの日経正雄氏の経歴をご紹介します。企業理念・経営

○○○○○○制度

企業価値は様々な要○素が
複合化して決ま○る時代です。
企業理○念・経営ビジョン株
○式会社日経レジデン○ス
代表取締役兼CO○O日経
正雄氏の経歴○をご紹介成
果を、企○業理○念・経営

○○○○○○制度

企業価値は様々な要素が
複合化して決まる時代です。
企業理念・経営ビジョン株
式会社日経レジデンス
代表取締役兼COOの日経
正雄氏の経歴をご紹介します。
企業理念・経営

○○○○○○制度

企業価値は様々な要因が複合化して決まる時代です。企業理念・経営ビジョン・株式会社日経レジデン・代表取締役兼COO日経正雄氏の経歴をご紹介します。企業理念・経営

[illegible]

問合せ/●●●ホールディングス ☎03-××××-××××

させる私らしいキャリア

株○式会社日経レジデン○代表取締役兼CO○O日経正雄氏の経歴○をご紹介成長を、企○



私らしくありたい思いで
キャリアチェンジ。
今とても充実しています。

PROFILE

日経 花子さん

企業価値は様々な要素が複合化して決まる時代です。企業理念・経営ビジョン・株式報酬レジデンの代表取締役兼COO日経正統式の経験をご紹介します。全○

[illegible]

日経さんの主なキャリア

22歳 | ○○○○○○
○○○に入社
企業価値は様々な業○業が
複合化して決ま○る時代

22. ○○○○○○
○○○○○●

企業価値は様々な要素が
複合化して決まる時代

企業価値は様々な要素が

複合化して決ま○る時代

クレジットは「問合せ/社名」で記載（14Q(10ポイント）推奨、ミニマム12Q（8.5ポイント）ゴシック体）。また、電話番号やURLなどの問い合わせ先を併記する。

その他の広告（日経BPで制作を承らない広告）については、従来通りの表記ルールで運用いたします。

◆持ち込み記事広告（1社）◆

- ※持ち込み広告のうち、文字面積が誌面の半分以上を占める記事風の広告は、記事広告と定義。
- ◆左肩もしくは右肩に「PR」を12Q以上（全角ゴシック体）で表記
（見開きの場合、一見開き毎に一か所入れること。片起こし3Pの場合、1P目と2－3P目にそれぞれ一か所ずつ入れる。
見開き起こし3Pの場合、1-2P目に一か所と3P目に一か所入れる。）
- ◆広告主名、問い合わせ先を入れる（12Q（8.5ポイント）以上）
※金融系の商品・サービス広告の場合は、末尾クレジットを「問合せ/社名&問い合わせ先（TEL、URLなど）」とする。
（Ex.「問合せ/●●銀行 <http://www.・・・>」）

※校了1週間前までに事前に原稿を確認の上、掲載可否の判断を行う。

◆持ち込み連合広告（複数社）◆

- ◆左肩もしくは右肩に全角ゴシック体で「PR」「PR特集」いずれかを表記（12Q（8.5ポイント）以上とする）
（見開きの場合、一見開き毎に一か所入れること。片起こし3Pの場合、1P目と2－3P目にそれぞれ一か所ずつ入れる。見開き起こし3Pの場合、1-2P目に一か所と3P目に一か所入れる。）
- ◆扉ページがある場合は、「広告企画」「PR特集」などの表記を16Q（11.5ポイント以上で上部に記載。
- ◆各広告主の社名、問い合わせ先を入れる。
※校了1週間前までに事前に原稿を確認の上、掲載可否の判断を行う。

◆純広告◆

- ◆広告主名を入れる（ロゴやブランド名での代用可否は、都度、媒体判断とする）
※広告商材により、上記以外の情報の記載が必要な場合も。