ステルスマーケティング規制ガイドライン

TikTokのミッションは、すべてのユーザーの創造性を刺激し、喜びをもたらすことです！
これを達成するために、TikTokに掲載されるすべての広告は、倫理的で法律に準拠したものであるとともに、
私たちのコミュニティにふさわしいものでなければなりません。
今回は、ステルスマーケティングに関するガイドラインをご紹介します！

ステルスマーケティング規制について

広告であるにもかかわらず、広告であることを隠すことをステルスマーケティング（通称：ステマ）と言います。
景品表示法では、消費者がより良い商品・サービスを自主的かつ合理的に選べる環境を確保するため、うそや大げさな表示など消費者をだますような表示を規制していますが、2023年10月1日より、ステマは景表法違反に該当することになりました。この規制に従い、広告を掲載する際の特定の表記ルールに従うことが必要となります。広告であることが 明確に伝わるように、これらのルールを守り、投稿内容に適切な表記を行うことを心がけていただきますようお願いいたします。

*投稿する際に遵守していただきたいこと

広告主と投稿者との間に「関係性がある」場合は、
「広告主」と「関係の内容」の両方を、情報受信者が容易に認識かつ理解できる方法で示すこと。

ア. 次のいずれかに当てはまる場合、広告主と投稿者との間には「関係性がある」とする。

a. 金銭・物品・サービス提供がある場合

b. 情報発信者の情報内容に関与がある場合

c. 契約関係や取引関係が情報内容に影響を与える場合

d. 自己または利害関係組織に関する情報を発信する場合

イ. 関係がある場合は、「広告主」と「関係の内容」の両方を、情報受信者が容易に認識かつ理解できる方法で示すこと。

a) 広告主主体の明示

マーケティング主体の名称 (企業名・ブランド名)を明記

b) 関係内容の明示

広告主主体と情報発信者との間に、どのような関係性があるのかを明らかにすること。関係性の具体的内容を言葉で説明または「関係タグ」(**#プロモーション、#PR、#宣伝、#広告**)で明記すること。

*上記ガイドラインの詳細につきましては消費者庁の定める景表法、WOMJIガイドラインをご参照ください。

ステマと判断される具体例

自身のアカウントで宣伝し、**広告であることを開示しない。**

広告主の明示をハッシュタグで行う場合には、**関係タグを先に記載する。**

関係タグとして**#プロモーション、#PR、#宣伝、#広告**以外のタグは認められない。

大量のハッシュタグの中に**関係タグが埋もれている。**

いいね！やフォローなどの投票行動に対価を支払い、**評価を不正に操作する偽装行為。**

免責事項：本配布資料に記載されている内容は、発行時点の情報に基づいており、情報の正確性等に関しては、お客様の責任でご確認ください。当社は本配布資料記載の内容について一切の責任を負わないものとします。最新のポリシーはビジネスヘルプセンターでご確認ください。
その他のポリシーについては、TikTok (@tiktokadpolicy) をフォローしてください！

TikTok for Business