

# JTBパブリッシング

## 広告ガイドライン

- P2 セールスガイドライン –当社媒体セールス時のお願い–
- P5 入稿ガイドライン –ご入稿にあたってのお願い–
- 補足資料 原稿サイズに関する注意事項
  - P11 原稿サイズ
  - P14 超ちいサイズ
- P15 ガイドブック掲載時の総額表示について
- P16 天然温泉表記基準について
- P19 景表法に基づく値引き・プレゼント提供に関する記載方について
- P22 入稿データ仕様書

株式会社JTB パブリッシング  
地域交流プロデュース部  
2021年7月改定

## セールスガイドライン -当社媒体セールス時のお願い-

### 【全図書共通】

#### 1 【広告のお申し込み】

- ① 広告のご出稿は、図書毎に定める期間中にお申し込み下さい。図書毎に設定するお申し込み受付開始前にはお申し込みを受け付けられない場合がございます。
- ② 図書によっては、お申込期間中であっても、広告スペースの関係からお申し込みを受け付けられない場合がございます。
- ③ 広告主様は、お申し込み受付期間内においては、取扱い代理店を変更することができます。

#### 2 【特殊枠の取扱いについて】

- ① 特殊枠とは、同一図書内において物理的に代替が不可能な広告枠のことで、図書毎に別途定めない限り、表2・表3・表4・表2 対向・目次対向・表3 対向を指します。
- ② 特殊枠へのお申込みは、次の③に定める優先権が発生する場合を除き、原則としてお申し込み順とします。
- ③ 特殊枠にご出稿いただいた広告主様には、ご出稿いただいた図書の次回発行版の同スペースに対して一定期間内優先的にお申し込みいただける権利を設定します。なお、この優先権は広告主様に対するもので、代理店様に対しての優先権ではありません。

#### 3 【掲載をお断りしている広告】

- ① パブリシティの掲載を前提とした広告。
- ② 当社が不適当と判断する意見広告。
- ③ 当社が不適当と判断する比較広告。

#### 4 【掲載をお断りしている業種・業態】

- ① 当社発行図書や当社が運営するインターネットサイト及びサービス等、当社の営業活動と著しく競合すると当社が判断するもの（当社営業活動と競合する商品・サービスの詳細は当社担当者までお問合せ下さい）。
- ② JTBグループの営業活動と著しく競合すると当社が判断するもの（旅行商品開発・販売、発行クレジットカード等）。

- ③ 特定の政党や宗教団体等に関わる勧誘・斡旋・募集等。
- ④ 利殖を目的とした各種投資及び投資サービスの勧誘・斡旋・募集等。
- ⑤ 射撃体験及び射撃体験ツアーを含む各種ツアー。
- ⑥ 貸金業（消費者金融）。ただし各都道府県の貸金業協会や全国信販協会に加入している事業者様は掲載可と判断する場合があります。また、外資系・銀行系・百貨店系・量販店系・割賦販売系業者様については、各社の営業実績の中で利息制限法に反する行為がないことを条件に掲載可と判断する場合があります。  
なお、いずれの場合も表4での掲載はお断りします。また図書毎に業種による掲載件数・スペースの上限を設けている場合がありますので事前にお問合せください。
- ⑦ ギャンブルもしくはギャンブルに類すると当社が判断するもの。ただし、宝くじ・競馬・競輪・競艇・toto は原則として掲載可としますが、ギャンブル性を強調したり射幸心を煽ったりするような告知内容と判断される場合は掲載をお断りいたします。  
なお、種類の如何を問わず、図書毎に業種による掲載件数・スペースの制限を設けている場合がありますので事前にお問合せください。
- ⑧ 各種学校・タレント事務所・劇団等。ただし、事業者様の所在地・連絡先・事業内容・監督機関への届出状況等について事前にご提出いただき、その内容によって掲載可と判断する場合があります。なお、広告内容が募集告知である場合は、各種募集要項及び受験並びに合格後に必要な全費用の明示が必須となります。
- ⑨ 出会い系サイト・アダルトサイト、各種風俗営業やそれに関連または類する商品・サービスと当社が判断する広告。
- ⑩ 接客を目的とする飲食業で、当社出版物に掲載する広告として相応しくないと当社が判断するもの。
- ⑪ 弁護士事務所・司法書士事務所。
- ⑫ 違法な営業活動を行っている事業者及び、都道府県及び市町村が制定している暴力団排除条例に抵触する事業者の広告。
- ⑬ 期間を設けた各種キャンペーン、または短期限定販売商品等に関する告知等のうち、掲載図書の販売期間と告知内容の対象期間とに著しい差があるもの。ただし、広告表現の主眼が上記告知に置かれていないと事前に判断される場合は、掲載可とさせていただきます。
- ⑭ 公序良俗に反する等、当社出版物に掲載する広告として相応しくないと、当社が判断する商品・サービスの広告。
- ⑮ 上記の他に、(社)日本雑誌広告協会の雑誌広告掲載基準に基づき不適当と判断されるもの。

## 5 【広告入稿ガイドラインの遵守】

別途定める入稿ガイドライン（P5参照）に即した原稿内容としてください。

## 6 【著作権の帰属】

当社で制作するタイアップ広告をお申し込みいただいた場合、広告主様及び代理店様からご提供をいただいた著作物を除き、当該タイアップページの編集著作権及び図版・写真・テキスト・デザイン等についての一切の著作権（著作権法第27条、同第28条に定める権利を含む）は当社に帰属します。

**※ オーダーをいただいた後でも、上記基準に反すると判断する場合は、お断りする場合がございます。**

## 入稿ガイドライン – ご入稿にあたってのお願い –

### 【全図書共通】

#### 1 【掲載をお断りしている広告表現・広告表記・広告内容】

- ① 実際の施設及び提供される料理・サービス内容・価格（料金）と異なる文字表現及び写真表現。
- ② 当社が不適当と判断する意見広告、もしくはそれに類する表現の全て。
- ③ 当社が不適当と判断する比較広告、もしくはそれに類する表現の全て。
- ④ 製造元による希望小売価格変更の場合を除く、全ての二重価格表示。利用料金を安く見せるために、実際の料金と異なる、根拠のない料金を比較対照として記載する二重価格表示。
- ⑤ 温泉・美容関連全般（脱毛・痩身・植毛・伸長・アートメイク、エステティックサロン、及びそれらに関する通信販売等）における、効果・効能等の断定的な記述。
- ⑥ 編集記事や宿泊カタログ等、特定のページを参照する旨の記述をすること（「巻頭」「巻中」「巻末」などの表現も含む）。
- ⑦ 「日本一」・「世界一」・「最高」・「唯一」等の最大級の表現を、客観的な基準や出典を広告内で明示をせずに表記をすること。また、「客観的基準」については、JTBグループの営業活動と著しく競合すると当社が判断するものについてはお断りする場合があります。
- ⑧ 過去のTV や雑誌などでの紹介内容について表記すること。ただし、その正式番組名と放送年月、または正式雑誌名と発行年月を明示いただく場合には表記可能です。なお、当社媒体と著しく競合すると思われる媒体での紹介についてはお断りをする場合があります。また、TV や雑誌等での広告掲載は各媒体で紹介されたことにはなりませんのでご注意ください。
- ⑨ 使用する図版・写真・テキスト・デザイン等において、著作権などの知的財産権の処理が適切になされていないもの。「JTB」・「るるぶ」などの当社商標を含む、「東京ディズニーリゾート」・「ユニバーサルスタジオジャパン」・「東京スカイツリー」・「ムーミンバレーパーク」・「フリーダイアル」等、広告主以外の第三者の商標等を使用する場合で、予め権利者からの使用許諾を得ていないもの。また、写真に関しては肖像権使用許諾が得られていないもの。なお、権利関係が適切に処理されていない原稿が原因で事故・紛争が発生した場合は、広告主様の責任と費用において解決をしていただきます。
- ⑩ SNS(ソーシャル・ネットワークキング・サービス)各社の規約に則っていないアイコンやロゴを使用すること。1-⑨同様に、権利関係が適切に処理されていない原稿が原因となる事故・紛争においては、広告主様の責任と費用において解決をしていただきます。

⑪ 以下の業種・業態・内容の広告については(社)日本雑誌広告協会の雑誌広告掲載基準に基づいて判断させていただきます。

- ・医薬品・医薬部外品・化粧品・医療用具等に関する広告
- ・健康食品に関する広告
- ・ダイエット食品に関する広告
- ・痩身効果を標榜する衣料品・食品等に関する広告
- ・エステティックサロンに関する広告
- ・病院等医療に関する広告
- ・通信販売に関する広告
- ・各種通信講座に関する広告
- ・景品類の提供等に関する広告
- ・経済に関する広告
- ・政治・選挙に関する広告
- ・宗教に関する広告
- ・加持・祈とう・易断・催眠・迷信等に関する広告
- ・人事募集に関する広告
- ・風紀に関する広告
- ・会員募集に関する広告
- ・代理店等募集に関する広告
- ・出版物等に関する広告
- ・不動産に関する広告
- ・ギャンブルに関する広告
- ・教育に関する広告
- ・無体財産及びアマチュア規定等に関する広告
- ・ワシントン条約に抵触する広告
- ・証言・推奨体験談等の広告
- ・海外の宝くじの広告
- ・タバコに関する広告
- ・動物取扱業の広告
- ・酒類に関する広告

⑫ 温泉の表記において、源泉に加水・加温・循環ろ過装置の利用を行っている場合で「源泉100%」「天然温泉100%」および「それに類する事項」の強調表記を行うこと。  
・別途定める天然温泉表記基準（P16参照）に即した表現としてください。

⑬ 天地がさかさまの写真や逆版指定、横位置のデザインを縦位置に配置するなど、読者に印刷事故と思われる可能性のある広告。

## 2 【注意が必要な広告表現】

- ① 編集記事と誤認される恐れのある広告（記事風広告）。本誌編集頁のデザイン・仕様様・体裁等に類似していないと判断して掲載可にした場合でも、当該ページ内に、天地3mm以上・左右5mm以上（およそ13Q）、視認できる色・書体（ゴシック系ミディアム以上）でわかりやすく「PR」と明記していただきます。
- ② 1ページに複数のクライアントを掲載する広告（連合広告）には、当該ページ内に、視認できる大きさ・色でわかりやすく、「広告企画」または「PR」と明記していただきます。
- ③ フリーペーパーを除き、景品類の提供等を行なう広告については以下の点にご注意ください。
  - ・景品類の提供等を行なう広告とは、懸賞等の情報が記載された広告やクーポン付広告、雑誌提示による値引・雑誌名告知によるプレゼントや値引の情報が記載された広告。
  - ・景品類の提供等を行なう広告については景品表示法及び(社)日本雑誌広告協会の雑誌広告掲載基準に則している場合は掲載可とします。なお、クーポン付広告（切り取り線やハサミのマークを用い、切り取って使用することを前提としているものや、クーポンという表現や地色を変えるなどしてクーポンと類推される表現をしているもの）に関しては、その他に、以下の条件を満たす場合には掲載可としますので、図書毎にご確認ください。
    - i：裏面が編集ページの場合
    - ii：裏面が広告ページであっても、裏面の広告主様の了承が得られた場合
    - iii：図書の販売期間と連動する有効期間を設定すること例) 1月発行1年間販売予定図書の場合、翌年3月末までの有効期間を設定
  - ・フリーペーパーでのクーポン付広告は上記i～iiiの条件に照らし判断を致しますので、図書毎にご確認ください。
  - ・別途定める景表法に基づく値引き・プレゼント提供に関する記載方（P19 参照）に即した表記としてください。
- ④ 施設の新改築などにより、写真がなく完成予想図等のイラストを使用する場合は「完成イメージ」等の文言を付すること。
- ⑤ 「新築」及び「リニューアル」という表記を使用する際には、その時期を合わせて明記すること。

## 3 【原稿のサイズ】

- ① 各図書の原稿サイズは、図書毎の媒体資料に記載しています。基本サイズに基づき、正確な原稿サイズで作成ください。
- ② 天地×左右のサイズにご注意の上、デザインが縦位置か横位置かをご確認ください。

- ③ 内トンボと外トンボの間隔は3mm 又は5mm で設定し、地紋・写真データ等は切れないうように外トンボまで伸ばしてください。図書毎の仕様によっては、間隔の調整をお願いする場合があります。
- ④ 製本時の断裁にズレが生じる可能性がありますので、文字や断ち切りにしない写真は仕上がりサイズより内側10mmには配置しないようにご注意ください。特に無線綴じの場合、ノド側にくいこみが生じるため、ノド側には10mm以上のセーフティを取ってください。
- ⑤ 1/3 広告には、必ず太さ0.3mm以上の囲み罫をつけてください。また、基本的にスペースを分割して使用することはできません。
  - ・補足資料 原稿サイズ (P11参照) もあわせてご確認ください。

#### 4 【原稿入稿】

- ① データ入稿時には、入稿データ仕様書 (P22参照) と、原寸で印刷したトンボ付のカラー出力見本を必ず添付してください。データ内容とカラー出力見本は完全に同一のものをご用意ください (縮小拡大は厳禁です)。なお、データ内容とカラー出力見本が不一致の場合にはデータ内容を優先して印刷をいたします。その不一致に起因して発生する全ての損害の補償は致しかねます。
- ② 原則として、一枚の媒体 (CD-R もしくはDVD-R) には、一広告主 (1 ページ及び見開き2 ページ) のデータを入れてください。
- ③ 写真等に対する指定はカラー出力見本にご記入ください。
- ④ データ内の文字は、すべてアウトライン化した上でご入稿ください。
- ⑤ 雑誌広告基準カラー (JMPA カラー) に拠って作成されたJ-PDF 形式のデータにてご入稿いただく場合は、1 : 原稿データ、2 : フリフライトレポートのプリントアウト、3 : JMPAカラーに対応したプリンタ等により出力された出力見本、4 : JTB パブリッシング入稿データ仕様書の4 点をセットの上でご入稿ください。なお、この場合原則として色校正はお出しいたしません。
- ⑥ インキ総量(TAC 値)は320%を限度としますが、デザインによっては印刷の技術的な理由から300%以下への修正をお願いする場合がありますことを予めご了解願います。
- ⑦ QR コードはスミ100%での作成をお願いします。約10mm四方以上のサイズを推奨しています。

#### 5 【原稿流用】

- ① 同じ月に発行する複数の媒体において原稿を流用することは、事故の要因になりますので、図書毎に原稿をご用意ください。
- ② 発行済み図書からの流用の際は、事故を避けるため、切り抜きもしくはコピーを添付

の上、流用元の図書名を明記し郵送してください。なお、メールにて入稿の際は、流用誌面をPDF化し、流用元の図書名を明記の上、送付してください。

③ 原則として前回版からの流用は可能ですが、定期刊行物においては図書毎に流用可能時期が異なりますので別途お問合せください。

④ 原稿内の写真・文章・ロゴ等を一部流用することは、事故防止のためお受けできません。

## 6 【色校の戻し】

① 校正による修正が無い場合でも、校正紙は「校了」と記入の上必ずお戻しください。

② 校正紙には、「要再校」・「責了」・「校了」等の指示を明確にご記入ください。指示のない場合は校了と見なす場合がありますので、ご注意ください。

③ 校正戻しの際には、一枚の校正紙に校正指示をまとめて記載ください。校正指示が二枚に亘っている場合や、FAX・メール・口頭でのご指示は事故の原因になりかねませんのでお断りします。

④ 校正戻しの際に、原稿に修正が発生した場合は、校正紙に修正箇所を赤字で記入の上、修正済データ・入稿データ仕様書・修正済カラー出力見本を必ず添付してください。

⑤ 校了、責了した校正に対して追加訂正を加えることは、事故の原因になりかねませんのでお断りします。

## 7 【「るるぶ」の使用】

① ロゴデザインを含め「るるぶ」を広告内に使用することはできません。ただし、雑誌名告知による値引き・プレゼントを実施する広告の場合は除きます。

② 当社が主催する広告企画（宿カタログ）を除き、広告主様が設定する宿泊プラン名の中に「るるぶ」という表記を用いることはできません。

## 8 【当社が主催する広告企画（宿泊カタログ・おでかけカタログ）】

① 当社が主催する広告企画では以下の原稿内容はお断りしています。

- ・同一カセット内での複数施設の掲載
- ・実際とは異なるエリア名称の使用
- ・写真スペースを、ホームページの画像など写真以外に使用すること
- ・合成写真や複数枚の写真を1つのスペースに使用すること
- ・文字が載った写真の使用（特に日付記録撮影の写真原稿や印刷物を原稿とする場合）
- ・ロゴやイラストの使用

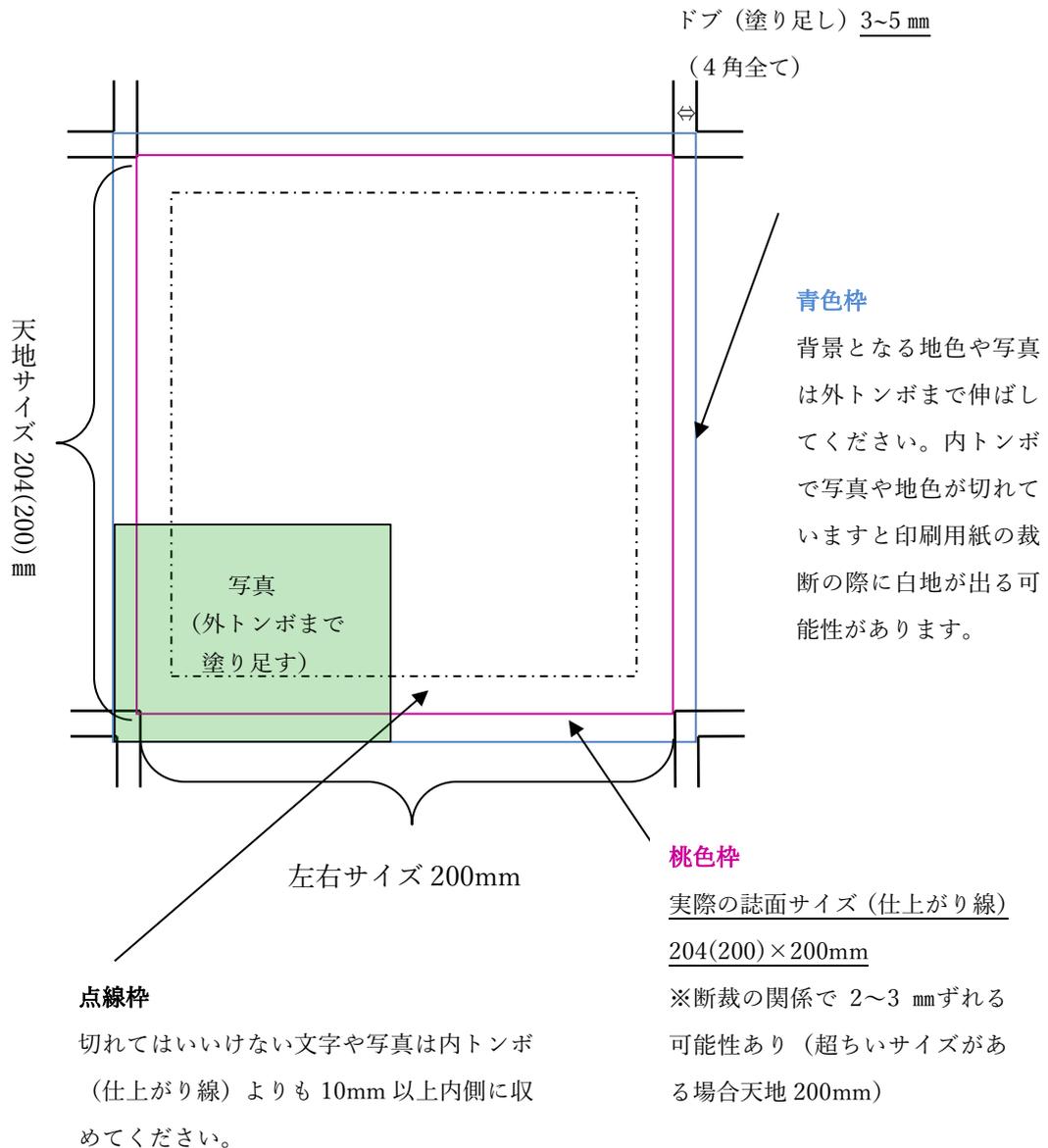
- ② 当社が主催する広告企画で使用した写真データの保存期間は1年間です（「るるぶ情報版」の場合は前回版まで）
- ③ 写真をデータ入稿する際には、解像度350dpi（原寸）、保存形式はCMYKとします。また、必ず出力見本と写真入稿シートを添付してください。
- ④ 入稿システムでの校了後の修正は事故の原因となりますので、原稿内容を確定の上、校了ください。万が一、入稿システムでの校了後に修正が発生した場合は、文字・写真を問わず、ご確認をいただくことはできません。また、その修正に関して当方は責任を負いかねる場合があります。
- ⑤ 誌面はデザイン・広告サイズ・フォント・地区名称等に制約があることを予めご了承ください。
- ⑥ 校正時に使用する、入稿システムから出力されるPDFと実際の印刷物とでは色味が異なる場合がありますので、予めご了承ください。

※オーダーをいただいた後でも、上記基準に反すると判断する場合は、お断りする場合がございます。

## 補足資料 原稿サイズに関する注意事項

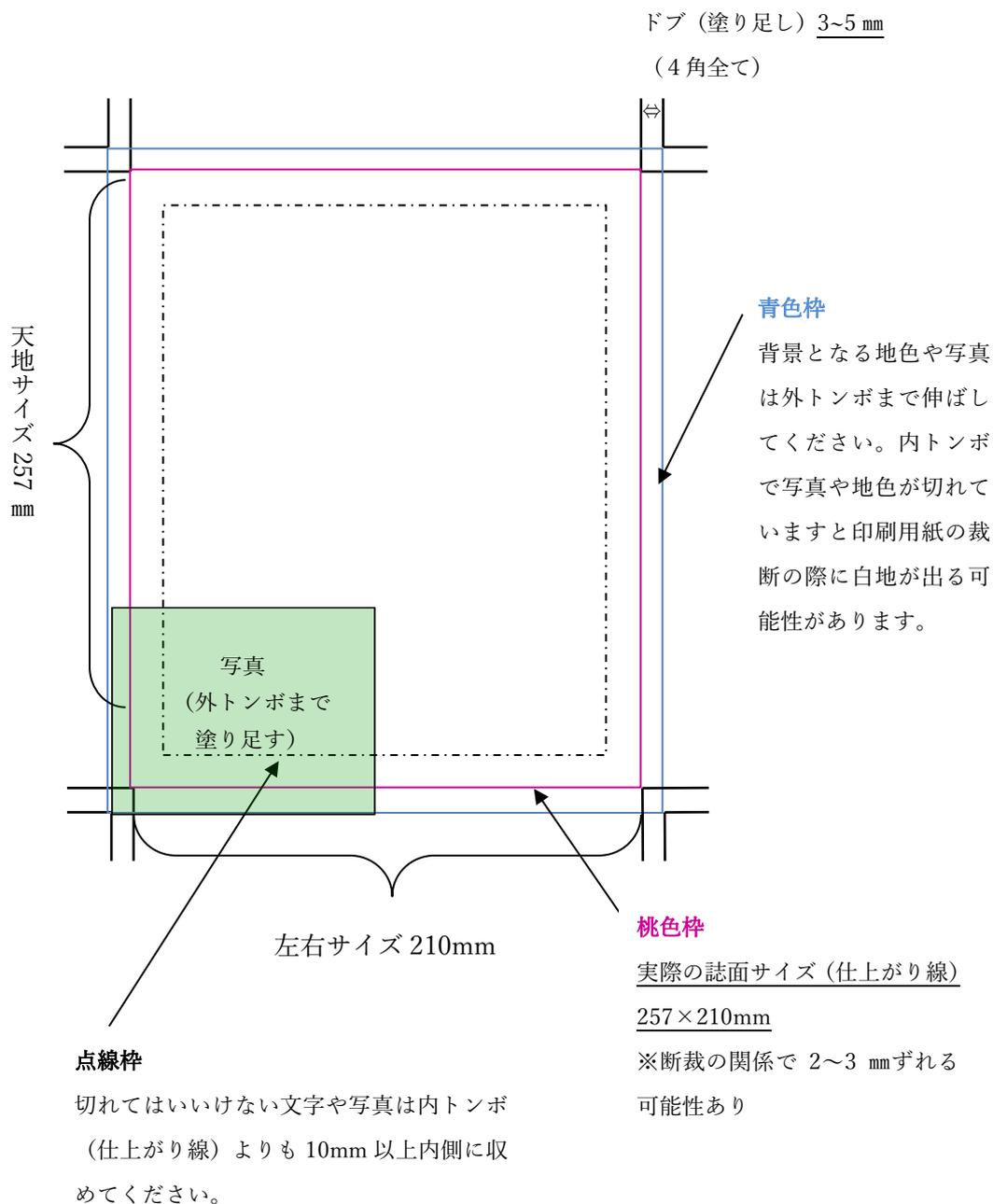
### 1【原稿サイズ】

#### ① るるぶ情報版（AB判）／ 表4



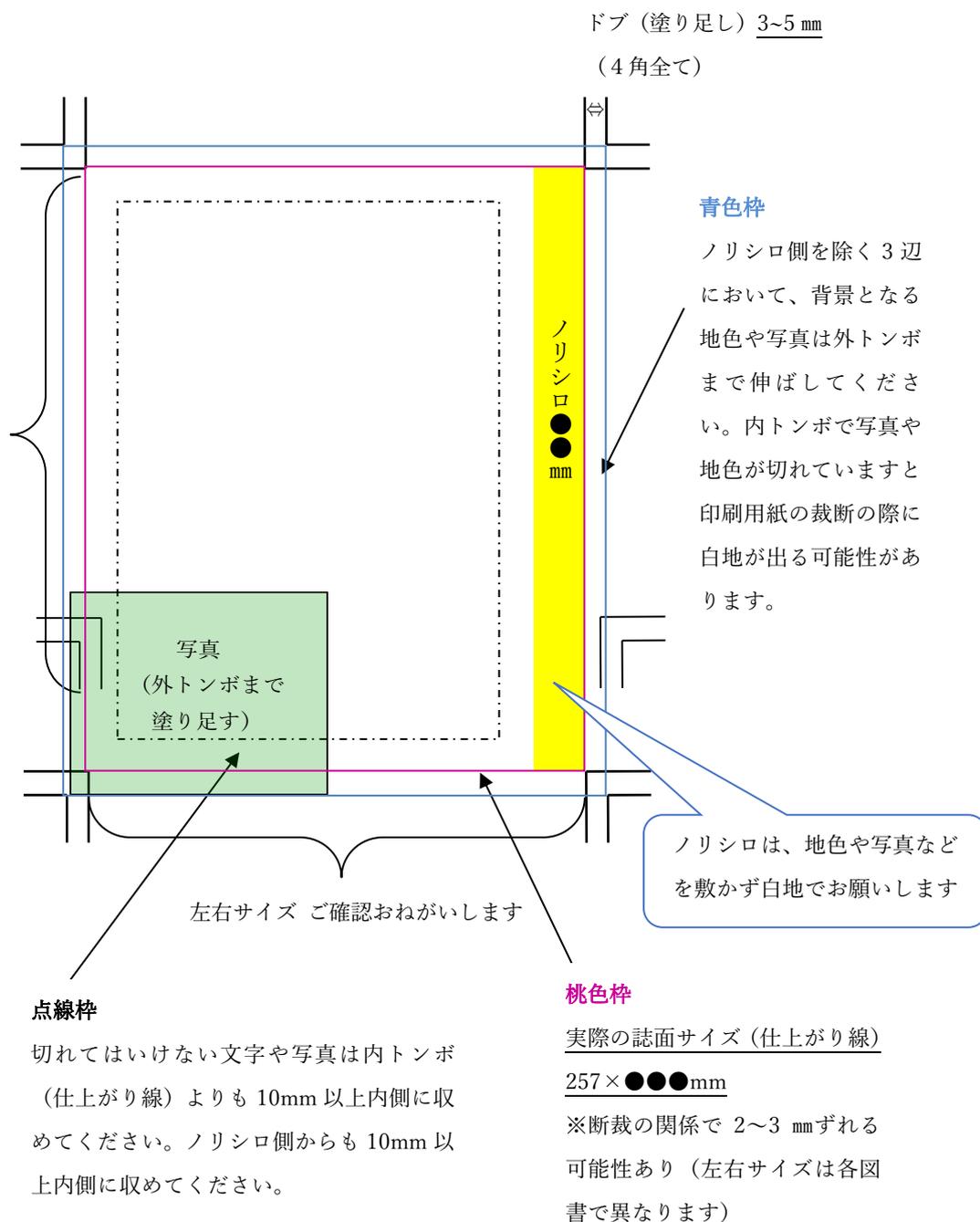
※ 無線綴じの場合、ノド側にくいこみが生じるため、ノド側には 10 mm 以上のセーフティを取ってください。

② るるぶ情報版 (AB判) / 表2・表3・中面 1P など



※ 無線綴じの場合、ノド側にくいこみが生じるため、ノド側には 10 mm以上のセーフティを取ってください。

③ るるぶ情報版 (AB判) / 表2対向 (ノリシロが必要なスペース・右綴じの場合)



- ※ 別冊表4の場合、ノリシロは反対側になります。
- ※ 綴じにより、ノリシロ位置が逆になる場合があります。
- ※ 無線綴じの場合、ノド側にくいこみが生じるため、ノド側には 10 mm 以上のセーフティを取ってください。

## 2【超ちいサイズ】

るるぶ情報版シリーズの一部図書において、通常版（AB判）を縮小した「超ちいサイズ（A5変型判）」（約70%縮小）を発行する場合がございます。その際は、通常版でご入稿いただいた広告原稿を「超ちいサイズ」用にそのまま縮小し掲載させていただきますので、「超ちいサイズ」版専用の広告原稿は不要です。

ただし、原稿制作をいただく上で「超ちいサイズ」への縮小を想定した注意事項について、事前にご確認ください。

### ① 通常版（AB判）広告原稿サイズ

表4	天地 <u>200 ミリ</u> × 左右 200 ミリ
表2／表3／4C1P	天地 257 ミリ × 左右 210 ミリ
4C1/3P	天地 235 ミリ × 左右 60 ミリ

### ② 超ちいサイズ（A5変型判）広告原稿サイズ

表4	天地 134 ミリ × 左右 134 ミリ
表2／表3／4C1P	天地 180 ミリ × 左右 147 ミリ
4C1/3P	天地 164 ミリ × 左右 42 ミリ

・文字は 10 級以上、太すぎないフォントを推奨いたします。（文字がつぶれて読みにくい場合があります）

・QRコードを記載する場合、スミ1色で作成してください。また、14.5 mm四方以上で作成していただくことを推奨いたします（小型版では約10mm四方になります）。

・色校については出稿がありませんので、通常版にてご確認をお願い致します。

## ガイドブック掲載時の総額表示について

2021年7月

株式会社 JTB パブリッシング  
地域交流プロデュース部

拝啓 弊社業務につきましては、平素より格別のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。

さて、消費税における「総額表示消費税における「総額表示義務」については、その義務免除が令和3年3月31日で終了いたします。令和3年4月以降に発行する当社出版物におきましては、支払総額がわかる形での表示を徹底してまいりますので、ご対応のほどお願い申し上げます。

なお本状は、弊社営業情報に係る内容となっております。お取り扱いにはご注意ください。

敬具

<参考>財務省のガイドラインによる総額表示に《該当する》表示の例

※ 税込価格 10,780 円（税率 10%）の商品の例

10,780 円

10,780 円（税込）

10,780 円（うち税 980 円）

10,780 円（税抜価格 9,800 円）

10,780 円（税抜価格 9,800 円、税 980 円）

9,800 円（税込 10,780 円）

なお、税抜価格を記載する場合、文字の大きさは、総額を大きく、税抜きは小さくする、または、総額・税抜きとも同等サイズのいずれかとします。

また、総額表示に伴い税込価格の設定を行う場合において、1円未満の端数が生じるときには、その端数を四捨五入、切捨て又は切上げのいずれの方法により処理しても差し支えありません。

※ 参考

財務省 HP 内 「消費税の総額表示義務と転嫁対策に関する資料」ページ

[https://www.mof.go.jp/tax\\_policy/summary/consumption/d03.htm](https://www.mof.go.jp/tax_policy/summary/consumption/d03.htm)

## 天然温泉表記基準について

2021年7月

株式会社 JTB パブリッシング  
地域交流プロデュース部

拝啓 弊社業務につきましては、平素より格別のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。

当社「入稿ガイドライン」では、温泉の表記において、源泉に加水・加温・循環ろ過装置の利用を行っている場合で、「源泉100%」「天然温泉100%」および「それに類する事項」の強調表現を行うことをお断わりしています。主旨をご理解の上、ご協力賜りますようお願い申し上げます。

敬具

①キャッチ・本文・キャプション・情報欄内（純広においては純広内）で、「天然温泉100%」「源泉100%」および「それに類する事項」を記述する場合には、キャッチ・本文・キャプション・情報欄内（純広においては純広内）のどこかに、併せて「加水なし、加温なし、放流式である（循環ろ過式でない）」旨を記述願います。

②キャッチ・本文・キャプション・情報欄内（純広においては純広内）で、「天然温泉」・「それに類する事項」を記述する場合には、キャッチ・本文・キャプション・情報欄内（純広においては純広内）のどこかに、以下「i：加水・加温に関する情報」と「ii：形態に関する情報」を必ずセットで記述する必要があります。

< i：加水・加温に関する情報 >

- ・加水
- ・加温
- ・加水・加温
- ・加水なし
- ・加温なし
- ・加水・加温なし

< ii：形態に関する情報 >

- ・放流式
- ・循環ろ過式
- ・放流・循環併用式

<基本的な記載パターン>

- ・源泉100%（加水なし・加温なし、放流式）
- ・天然温泉100%（加水なし・加温なし、放流式）
- ・天然温泉（加水・加温、循環ろ過式）
- ・天然温泉（加水・加温、放流式）
- ・天然温泉（加水・加温、放流・循環併用式）
- ・天然温泉（加温、循環ろ過式）
- ・天然温泉（加温、放流式）
- ・天然温泉（加温、放流・循環併用式）
- ・天然温泉（加水・循環ろ過式）
- ・天然温泉（加水・放流式）
- ・天然温泉（加水・放流・循環併用式）

<良い例>

キャッチ：古代檜風呂の大浴場が自慢！

└ ii：形態に関する情報

本文：9つあるお風呂は全て天然温泉（加温・循環ろ過式）を利用しています。

└ i：加水・加温に関する情報

<悪い例>

キャッチ：天然温泉の貸切風呂が無料

本文：ご宿泊の場合、加温している温泉の貸切風呂を無料でご利用いただけます。

└ i：加水・加温に関する情報

※ i：加水・加温に関する情報のみのため、ii：形態に関する情報の記述が必要です。

③ 屋号として「天然温泉」・「天然温泉100%」・「源泉100%」及び「それに類する事項」を表示する場合、その屋号が登記簿上の名称、あるいは営業許可証上の名称である場合に限りご利用できます。

参考

景品表示法の一部改正に伴い、公正取引委員会は、商品の内容（効果・効能等）について著しく優良であると示す表示につき、期間を定めて、事業者の表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができ、当該事業者が当該資料を提出しない場合

には不当表示として規制するようになりました（2003年11月23日より施行）。

温泉の特徴をあえて強調表示をして載せる場合には、旅館等に確認のうえ事実に基づいた合理的な根拠を頂くようお願い申し上げます。

<公正取引委員会による景品表示法上の考え方>

- ① 源泉に加水、加温、循環ろ過などを行っているにもかかわらず、パンフレット等において「源泉100%」、「天然温泉100%」などと、源泉をそのまま利用していることを強調するような表示を行うことは、消費者の誤解を招くおそれがある。
- ② 「天然温泉」との表示についても、加水、加温、循環ろ過などを行っていない温泉であると認識している消費者は少なくないと考えられることから、消費者に対する適切な情報提供の観点からは、パンフレット等において「天然温泉」との表示を行う場合には、あわせて、加水、加温、循環ろ過装置の利用の有無に関する情報が提供される必要がある。
- ③ パンフレット等において療養泉としての適応症表示を行う場合には、同適応症が源泉を基準に判断したものである場合はその旨を明瞭に表示し、浴槽内の湯を基準に判断したものであるとの誤認を消費者に抱かせないようにする必要がある。
- ④ また、パンフレット等において浴槽内の湯について適応症表示を行う場合には、消費者が実際に利用する浴槽内の湯が療養泉としての基準値を維持していることを確認する必要がある。

## 景表法に基づく値引き・プレゼント提供に関する記載方について

2021年7月

株式会社JTBパブリッシング  
地域交流プロデュース部

拝啓 弊社業務につきましては、平素より格別のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。

当社の市販媒体に、クーポン付広告等の景品類の提供を伴う広告の原稿内容が、日本雑誌広告協会が定める掲載基準に則していない場合、原稿の修正をお願いする場合があります。主旨ご理解の上、ご協力賜りますようお願い申し上げます。 敬具

### 1 【該当する広告の形態】

#### ①クーポン付広告

#### ②雑誌提示による値引きを実施する広告（本誌1冊を持参のうえ提示させる広告）

例）るるぶご持参の方は、@%値引きします

#### ③雑誌名告知による値引き・プレゼントを実施する広告（「本誌を見た」と言わせる広告）

例1）るるぶを見た、で@%値引きします

例2）るるぶを見た、で●●●をプレゼント

### 2 【①～③に共通する注意事項】

- ・対象者を読者に限定できない  
禁止される表現…「読者限定」「読者特典」「るるぶ読者にプレゼント」
- ・有効期間を明示する
- ・提供される割引率、プレゼントとして提供される景品（複数の場合はすべて）を明示する  
禁止される表現…「プレゼントは来てのお楽しみ」
- ・予告できない  
禁止される表現…「第1回」「連続」

#### ①クーポン付き広告に関する注意事項

- ・対象者を読者に限定できない
- ・有効期間を明示する
- ・クーポン内に、利用できる店舗、場所または事業所などを明示する

- ・ 広告であることを明確にする（誌面の1カ所に[広告企画]または[PR]と明記する）

## ②雑誌提示による値引きを実施する広告に関する注意事項

- ・ 対象者を読者に限定できない
- ・ 有効期間を明示する
- ・ 値引きだけができ、プレゼントの無料提供はできない
- ・ 値引き率や値引き額が、わかりやすく表示されていなくてはならない

禁止される表現…「るるぶ持参の読者に限り、●●●をプレゼント」

↓

訂正例①……………「るるぶ持参の方に、飲食代金●%オフ」

対象を読者限定と記載せず、プレゼントを割引に変更する

訂正例②……………「るるぶを見た、で、●●●をプレゼント」

対象を読者限定と記載せず、雑誌提示を雑誌名告知に変更する

禁止される表現…「るるぶ読者特典 本誌持参で(秘)プレゼント」

↓

訂正例①……………「特典本誌持参で飲食代金●%オフ」

プレゼントを割引に変更する

訂正例②……………「るるぶを見た、で、●●●をプレゼント」

雑誌提示を雑誌名告知に変更する

## ③雑誌名告知による値引き・プレゼントを実施する広告に関する注意事項

- ・ 対象者を読者に限定できない
- ・ 有効期間を明示する
- ・ 値引きかプレゼントの無料提供ができる
- ・ 値引き率や値引き額、雑誌名をどこでどのように告知するかが、わかりやすく表示されていなくてはならない

禁止される表現…「るるぶを見た、という読者に限り、●●●をサービス」

↓

訂正例……………「るるぶを見た、で、●●●をサービス」

対象を読者限定と記載しない

禁止される表現…「読者特典本誌を見た、で(秘)プレゼント」

↓

訂正例……………「特典本誌を見た、で●●●をプレゼント」

プレゼント内容を明記する

※より詳細なルールについては、下記をご参照ください。

書籍 社団法人日本雑誌広告協会刊『雑誌広告掲載基準<第8次改訂版>』

P135～「景品類の提供等に関する広告」

以上

# JTBパブリッシング 入稿データ仕様書

2021年4月1日改訂  
フルデータ 兼 J-PDF

媒体名		掲載位置 【ノブル】
広告主名		
原稿サイズ ※該当の掲載サイズに ☑を入れてください。	<input type="checkbox"/> 4 C 1 P : 257mm×210mm／天地×左右（タチキリ）	
	<input type="checkbox"/> 表 4 : 204mm×200mm／天地×左右（タチキリ）	
	<input type="checkbox"/> 4Cタテ1/3P : 235mm×60mm／天地×左右（枠 付）	
	<input type="checkbox"/> 上記ほか（掲載サイズを明記ください） :	
色校正の要不要	<input type="checkbox"/> 要	<input type="checkbox"/> 不要

作業の安全上、出力ファイル名は略さず正確にご記入ください。

ファイル名	
使用システム、使用アプリケーション、バージョンをご記入ください。	
使用OS	
Illustrator	
In Design	
PDF	<input type="checkbox"/> X1a <input type="checkbox"/> X4    ※X3は未対応

下記項目を確認し、チェックを入れて入稿してください。

チェック欄

入稿データは仕上がりサイズ・原寸で作成されています。	<input type="checkbox"/> OK
トンボが設定され、塗り足しや追い込みサイズが正しく作成されています。 注：中綴じの場合は、字切れが予想されます。字切れしないよう仕上がりサイズは天地左右少なくとも10mm以上内側にデザインしてください。	<input type="checkbox"/> OK
色設定はCMYK・グレースケールで作成されています。 ※RGB・スポットカラー・特色は使用不可 注：TAC値は320%以下にご調整ください。QRコードを付ける場合は、基本的に1色（例：K100%）をお願いします。	<input type="checkbox"/> OK
フォントは全てアウトライン化がされています。 ※フォント情報を含む孤立点・オブジェクトも使用不可	<input type="checkbox"/> OK
全てのオーバープリント設定が、原稿データ内に設定されています。墨ベタのヌキ、色網のノセの設定がある場合はデータ内のオーバープリント設定に加えて、仕様書および出力見本にノセヌキ指示が明記されています。	<input type="checkbox"/> OK
画像データは全て埋め込み配置、もしくはリンク配置されています。 ※色校正の際、画像データが埋め込まれている場合は、印刷所での色調整は不可となります。	<input type="checkbox"/> OK
画像解像度が300～350dpiで作成されています。	<input type="checkbox"/> OK
使用画像がEPS・TIFFまたはPSD（Photoshopネイティブ）形式で保存されています。 注：PNG・GIFなどは使用不可	<input type="checkbox"/> OK
最終データの出力見本を原寸で出力し、添付しています。 JMPAカラー準拠PDFの場合は、色見本を兼ねたDDCP（色管理された出力機から出力されたもの）を添付しています。	<input type="checkbox"/> OK
JMPAカラー準拠PDFの場合、プリフライトレポートを添付しています。	<input type="checkbox"/> OK
オリジナルデータはバックアップしてあります。	<input type="checkbox"/> OK
備考	

媒体扱い広告会社 記入欄		制作会社 記入欄	
広告会社名		会社名	
部署名		部署名	
担当者名		担当者名	
TEL		TEL	