

CERO「Z区分」広告・印刷物等ガイドライン

プロモーション表現基準

■不特定多数の目に触れる為、視聴者に「不快感」を与えないよう留意する。

1. 「Z区分に該当する描写」等の不快感を与える表現を収録しない
2. ゲーム本編に前項で列挙した表現が含まれていることを明示する
3. 「Zアイコン」+「18歳未満の方には販売しておりません」のメッセージを表記する。

以上、3項目を遵守する。

媒体別ガイドライン

■雑誌広告

- ・「子供向け」「学年誌」の雑誌媒体に出稿を行わない(少年誌については各出版社の広告内規があることから、業界側では特に設定しない)。
- ・記事内の取り上げも遠慮するものとする。

■TVCM

- ・テレビCMについては子供の視聴が大多数を占める番組には出稿を行わない。
- ・また平日・「午前6時～午後10時」、休日・「午前5時～正午」「午後7時～午後10時」までの時間帯には出稿しないこととする。

■屋外広告

- ・屋外広告に関しては(立地上そもそも学校に面した屋外広告はないが)学校施設等に面した屋外広告は行わない。

* 但し駅張り広告は対象外とする。

■店頭掲示物

- ・ 不特定多数の来店客の目にさらされる前提で考え、「店頭試遊専用の体験版」については別途作成しないこととする。
- 1. また「Z区分作品」商品を開封し、店頭でフリープレイによる試遊も(デモ画面が上映されることなどにより)同様に禁止する。
- 2. 区分陳列ツールを使用した陳列を実施する。
- 3. 店頭放映用映像・ポスター・POP等の販促物については、既に策定した「広告等ガイドライン」を参照する。

■パッケージ

- ・ 商品パッケージ表現については、店頭で面陳列を行うことを前提として、Z区分プロモーション表現基準に基づいたデザインとする

■カタログ・チラシ類

- ・ 店舗で「折込チラシ」を作成する際、当該メーカー側として店舗へ「画面写真」等の素材提供を実施しない。
- ・ 商品パッケージ表面は、使用してよいものとする(「Z区分作品」であることを必ず明記する)。
- ・ またメーカー製の「商品カタログ」について同ページ内で展開する場合、「A～D区分作品」と区別したデザインとするか、はじめから同ページには掲載しないデザインで掲載する。

■イベント

- ・ イベント等(「東京ゲームショウ」等)で「Z区分に該当する描写」を含むタイトルを出展する際、その試遊台周囲を囲みスペースで区分けし、外から映像が見えないクロードスペースを施すこととする。試遊を求められた際には必ず年齢確認を実施する。

※体験版の配布については、必ず年齢確認を実施することを条件として可能とする。

■Web <掲載内容については、プロモーション表現基準に基づく内容とする>

- ・ 公式サイト：対象タイトルトップページに、「18才以上のみ対象商品」であることを明示し、年齢確認の選択枠を設ける。(あなたは18歳以上ですか?→Yes or No)
 - ：対象タイトルページには「18才未満の方には販売しておりません」の文言も明示
 - ：CEROレーティング紹介ページ
- ・ WEB媒体：掲載面に18才以上のみ対象商品であることを明示する。
- ・ 販売サイト:年齢確認については公式サイトの基準に準じる。