

デイリーポータルZ 媒体資料



2018年3月版

デイリーポータルZについて

デイリーポータルZは無料のおもしろ記事サイトです。

面白い場所を見つけたり、こんなことしたら面白いに違いないと思ったアイデアを実際に試したりしています。アイデアは身近でお金をかけないものばかりです。

- サービス名称 デイリーポータルZ
 <http://portal.nifty.com/>
- 月間PV数 約**1,000万PV**/月 ※2017年4月度実績
- 月間UU数 約**120万UU**/月 ※2017年4月度実績
- 運営会社 イッツ・コミュニケーションズ株式会社
- サービス開始 2002年 10月 7日（**16年目**）



DPZ編集長
林 雄司
(はやしゆうじ)

1971年東京生まれ。イッツ・コミュニケーションズ株式会社勤務。執筆、イラスト、事務を行う。編著書は「死ぬかと思った」（アスペクト）、「牛肉きどり」（オーエス出版）、「ビジネス書」（扶桑社）など。第7回Webクリエーション・アワードで「気になるWeb人で賞」を受賞。

サイトがもとになった本が出ています。

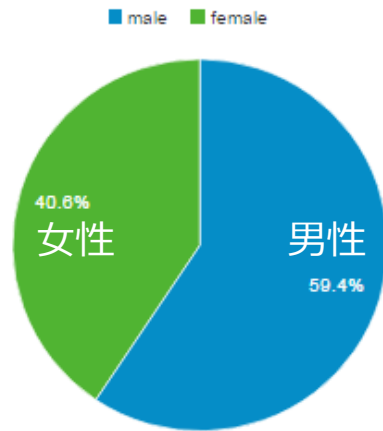


毎日3～4本の独自取材記事を公開！

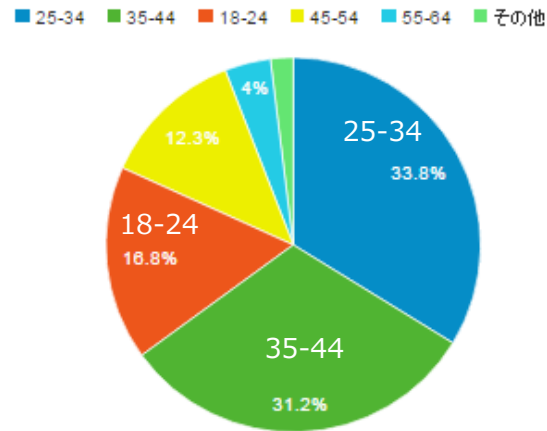


ユーザー属性

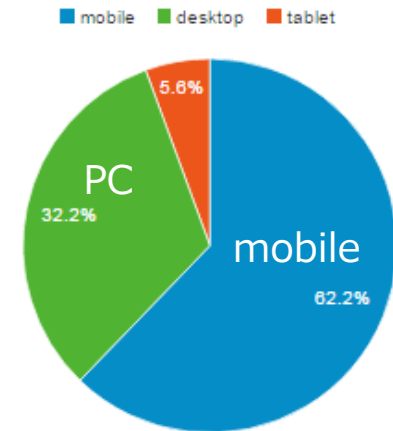
平日のお昼休み時間帯にアクセスが多く、
25～44歳の社会人が多いメディアです。



男女ともに人気



20代後半～44歳が
約65%

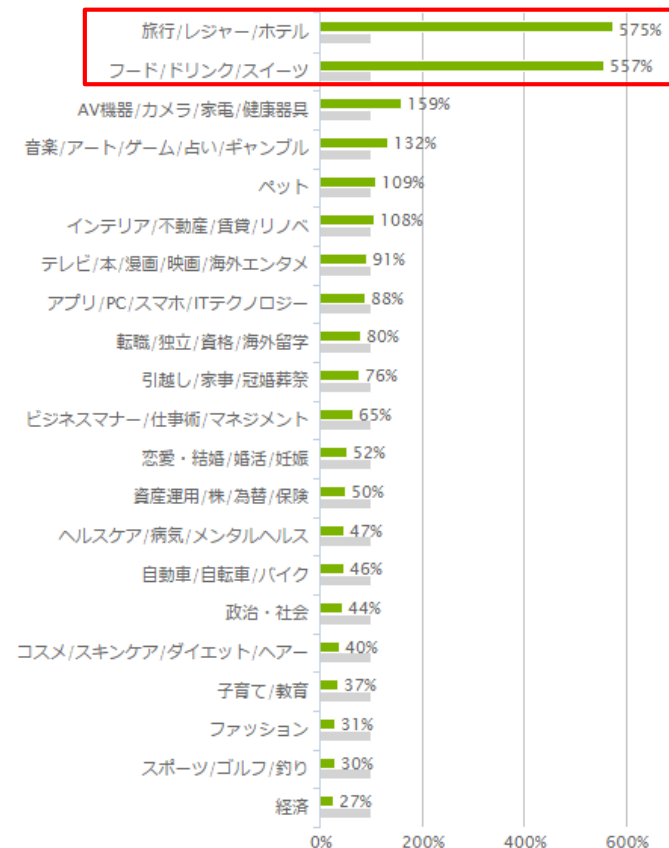
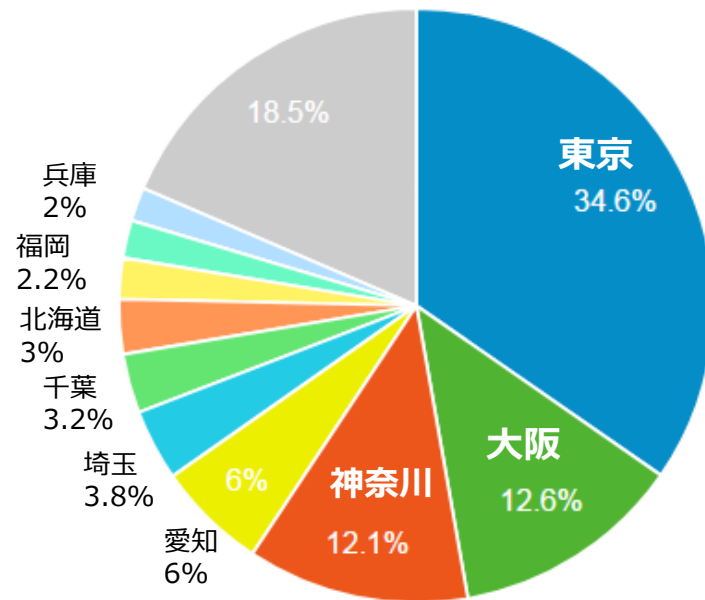


若干SP閲覧が多め

※2017年4月時点

ユーザーの興味が強いジャンル

大都市圏からのアクセスが多く
ユーザーの興味は旅と食！



※popIn4月実績

↑コンテンツタイムシェア
コンテンツの消費スタイルの分析グラフ。
ユーザーの消費時間の国内メディア全体平均が灰色、デイリーポータルZが緑で表されており、「旅行」「フード」は平均の5倍の時間閲覧されている。

こんな記事をかいています



日常のちょっとした疑問を見逃しません。



とくべつな日を爆破でよりとくべつに。



記事が小説・TVドラマ化されたことも。



エモーショナルな記事もじつは得意です。

- ・編集部6名、ライター約50名で毎日3〜4本の記事を制作しています。
- ・記事の内容は料理、旅、工作、動物など多岐に渡ります。
- ・知的好奇心を満たすタイプのおもしろ記事を心がけています。
- ・過激な下ネタや水着女性などはいっさい出てきません。
- ・企業との広告記事は月2本程度実施しています。

広告企画 1本プラン

■デイリーポータルZ・TOPページ



各ページのコンテンツヘッダ部に「広告企画」と明記します。

1記事3～4ページ構成です。記事最初と各ページ末に誘導を設置します。

コンテンツ導入部のライター紹介下部に社名か商品のロゴ配置します。

デイリーポータルZのテイストで企業の伝えたいことを伝えます。自然と読者の興味を引き、商品の訴求が可能です。

※注意事項※

デイリーポータルZでは編集部の切り口、読者が面白いと感じる視点を大切にコンテンツ制作を行っています。この視点を活かしたコラボコンテンツを制作させていただきますため、コンテンツ内容は編集部主導で制作させていただきます。

次ページの制作ステップをご確認いただき、進め方にご了承の上ご検討ください。

なお、想定数字はこれまでの結果から出した想定になります。お約束するものではありません。

同時期に同業種の訴求は行いません
お取り組みは決定優先となります。

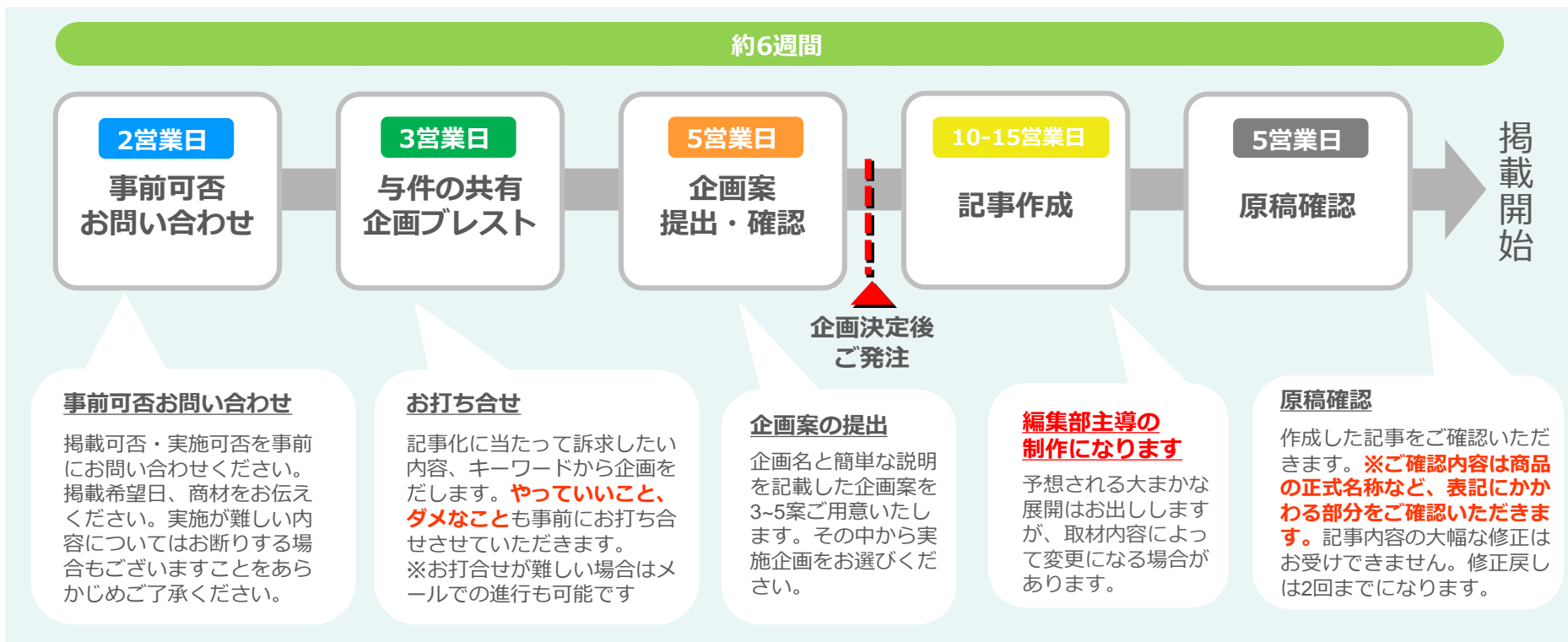


TOPからの誘導期間	2週間	掲載本数	1本
平均PV	約5万PV		
保証PV	3万PV		
想定SNS拡散	Facebook:100~200/Twitter:150~200 (公式アカウントでの投稿あり)		
想定CTR	誘導バナーのCTR:約1~2%		
制作期間	6週間		
実施料金	150万円~(グロス)		
備考	①掲載開始・終了は営業日のみ ②TOP誘導終了後も記事はアーカイブされます。		

広告企画制作ステップ

記事作成は編集部主導にて作成させていただきます。

デイリーポータルZではパブリシティや商品をただ褒める記事タイアップは行っておりません。あくまでもユーザーが面白いと感じる視点を大切にコンテンツ作成を心がけておりますので、以下の流れにて記事作成をさせていただきます。



広告企画 その他のプラン

切口の違う2企画で展開



■ 2本プラン



長期的なブランディングに

■ 新メディア作成プラン

貴社や商品に
合わせた
新メディア



内訳：新メディア企画、作成
企画記事×2本~/1ヵ月
TOPページ特設バナー設置（期間中）

月2本～ペースで更新!
新しいテーマの新メディア

TOPからの誘導期間	2週間 ×2	掲載本数	2本
想定PV	約5万PV/1本		
保証PV	3万PV/1本（計6万PV）		
制作期間	6週間		
実施料金	250万円～（グロス）		
備考	掲載開始・終了は営業日のみ 2本同時発注のみの特別価格です		

TOPからの誘導期間	3ヶ月～	掲載本数	月2本～
保証PV	3万PV/1本		
制作期間	6週間/1本		
実施料金	規模と期間でお見積り お問い合わせください		
備考	掲載開始・終了は営業日のみ 企画内容は毎月打ち合わせます		

オプション（ニコ生配信、読者投稿、動画、イベント）

【動画配信】

リアルタイム配信、記事への埋め込み、動画のアーカイブも残せます。動画のみの番組作成もご相談可能です。配信方法はコメントの有無やご要望に沿った方法をお選びいただけます。



カルチャークラブ「スコ技対決+微生物ライブ」2015年7月28日放送
 だいたい隔週木曜日に生放送中！



【リアルイベント】 50万円～

イベント企画、会場貸し出し、運営すべてお任せいただけます。弊社運営の「東京カルチャーカルチャー」では毎日イベントを実施中。



- 東京カルチャーカルチャー概要
- 場所
渋谷cocotiビルの4階（JR渋谷駅徒歩5分）
 - 収容人数
椅子と机 150席
椅子のみ・立食（スタンディング）可
 - 飲食について
ドリンク・ビュッフェ対応可能
詳細はお問い合わせください。

【まとめ動画】 +50万円～

記事を1～3分にまとめた動画を作成します。自社サイトでの使用も可。Youtubeでの拡散も見込めます。

【特設ページ】 +30万円～

キャンペーンページや連載記事のまとめとして作成します。期間中はTOPにバナーも設置するため露出が強化できるオプションです。



【巨大ガチャ】

30万円～

「いらないものガチャ」で使われていた巨大ガチャの貸し出しが可能です。送料、人件費は別途お見積りになります。お問い合わせの際は開催予定地と稼働期間を明記ください。（設営/やり方指導(1-2名)以外のスタッフは派遣できませんのでご了承ください）



広告企画 その他のメニュー

【ギネスに挑戦】 300万円～

ギネス獲得を目指して種目の選定や作成、出願、顛末のレポート化までをまとめてお手伝いします。

出願料も込みで300万円～となります。

※全力で頑張りますが獲得を約束するものではありません。



2016年
「ハイタッチでギネス世界記録を達成」
クライアント：ライフネット生命保険様

【IoTプラン】 150万円～

最新技術を使った企画記事を制作します。
社内のノウハウを駆使し、
予算に合わせた制作物を作ります。

最新技術の無駄遣いはネットで人気になりやすい傾向があります。

ハイテク過ぎて伝わりにくい商品や技術を柔らかく伝えるのに効果的です。



広告企画の目的とこれまでの実績

①商品/キャンペーンの認知拡大

⇒商材に関心のなかった層にも面白記事をキッカケに認知を広げられます。
ポジティブな気持ちの瞬間に商材を知ることによって広告の効果も増します。

②ブランドイメージの強化

⇒面白いことに取り組む理解のある企業として再認識されます。
長年の信用あるメディアで発信することで情報の信頼性を高められます。

③企業・商品理解の促進

⇒むずかしい内容も誰にでも読みやすく面白く伝えることができます。
企画を通して自然な流れで商材への理解やこだわりを印象付けることができます。

①商品・キャンペーンの認知拡大



広告企画
2017年4月13日

ボタン一つで助かる若者がいます ~ボタンを押して玄冥のチャイムを鳴らそう~

息子よ、大量の仕送りを受け取れ！

一人暮らしをしていた学生時代を思い出すと、朝からの仕送りほどうれしいものはなかった気がする。

しかしわれわれもすでに大人。今では逆に親や子どもに仕送りをする立場になってしまった。それはうれし

家の仕送りチャイムボタン、作りました

というわけで専業主婦の仕送りボタンにインスパイアされ、われわれ夫婦チームも「家の仕送りチャイムボタン」を作った。押しと押しライターの家のチャイムがリアルに鳴るしくみである。

それがこれだ。

安徳昌教 (あんど昌教のり)

1975年東京都生まれ。行く先々で「うちの会社にはないタイプだよ」と言われるが、本人はそんなこともないと思っている。
> 個人サイトもがない寂しいツイッター

赤いきつねと緑のたまき



赤いきつねくんの家のチャイムとつながっています。

←WEB上のチャイム
クリックするとライター宅のチャイムが実際に鳴る仕組み (IoT)

訴求内容	東洋水産様
時期	2017年4月

ボタンで仕送りが送られる「赤いきつねと緑のたまき」キャンペーン認知企画。

WEB上のボタンでライターの家のチャイムが鳴る装置を作成。チャイムが鳴る様子を12時間中継した。

12時間ほとんど途切れずチャイムが鳴りSNS反応も合計1000超えの好評企画となった。



↑ abeam FRESH! で生中継

合計PV : 124,662PV
 クリック : 2,930
 UU : 35,568UU
 中継再生数 : 13,895再生

- 994ツイート
- 320 いいね!
- 152はてぶ

①商品・キャンペーンの認知拡大

2017年7月19日

カレーが湧き出す「カレーファウンテン」には手打ちうどんが合う



カレーファウンテンには手打ちうどんです。

湧き出るチョコレートにマシュマロやバナナをつけて食べる「チョコレートファウンテン」は甘党人類の夢の到達点と書いていいだろう。

しかし夢には続きがあった。あれをカレーに変えた「カレーファウンテン」をKIRINが作ってキャンペーンのプレゼントにするのだという。

カレーファウンテン、実際にやってみるから宣伝してほしいと言われたので、体験してきました。

安藤昌教
(あんどうまさのり)

1975年愛知県生まれ。行く先々で「うちの会社にはいないタイプだね」と言われるが、本人はそんなこともないと思っている。

前の記事：「正しさよりも面白さを！地図は手書きにかきける理由」
人気記事：「鳥取から一番近いスタバは東京って本当か」

> 個人サイト [むかない安藤](#)
Twitter

のどごし<生>
その他の醸造酒(発泡性)①

訴求内容	KIRIN様、LION様
時期	2017年7月

KIRINのキャンペーン「カレーファウンテン」の認知拡大を狙った企画。

参加者に着てもらった白いTシャツがカレーで汚れたらLIONの洗剤を使って洗濯、という流れでKIRINとLION、デイリーポータルZの3社でのコラボを実現。

合計PV : 80,261
UU : 36,822
CLICK : 2,080

1301ツイート
 898 いいね！
 254はてぶ

②ブランドイメージの強化

広告企画 ▶ 2017年7月18日

養命酒の新パッケージが地味すぎるので爆誕してもらった

「新!」「パッケージ!」「爆!」「誕!」

先日、特撮のロケ現場で爆破結婚写真を撮る、という記事を書いた。

非常に多くの方に読んでいただけて嬉しかったのだが、その流れからちょっと妙な依頼があった。

具体的に言うと、編集安藤さんから「養命酒のパッケージが新しくなったんですが、あまり代わり映えしないんですよ。なので、爆破してやろうと思うんですが、きだてさんも行ってもらえませんか?」という連絡が来たのだ。

何を言ってるんだろう、この人は。

きだてたく
(きだてたく)

1973年京都生まれ。色物文具愛好家、文具ライター、小学生の娘、勉強も運動も見た目も普通の人間がクラスでちやほやされるにはどうすれば良いかを考え抜いた結果「面白い文具を自慢する」という結論に辿り着き、そのまま今に至る。

前の記事:「進化型三角巾で骨折ライブを快適に暮らす」
人気記事:「夏休みの宿題でやった文房具図鑑がすごい」

> 個人サイト・イロブシ
Twitter: tech_k

薬用
養命酒
YOMEISHU.

訴求内容	養命酒様
時期	2015年～

広告企画 ▶ 2018年1月10日

こたつをスキーに連れてって

スキーに連れてって!

軽い気持ちで軽たことが、のちのち自分を苦しめることになってありますよね。

これはこの冬実際に起きたことをまとめた記事です。こたつをソリにして吹雪のゲレンデを滑って来ました。その一部始終をおとけします。

安藤昌教
(あんどうまさのり)

1975年愛知県生まれ。行く先々で「うちの会社にはないタイプだよ」と言われるが、本人はそんなこともないと思っている。

前の記事:「大人の職業体験で憧れのパイロットに、おれはなる ～あいち航空ミュージアム 懸望レポート～」
人気記事:「ラーメン二郎に行ったことがない」

> 個人サイト・わからない安藤
Twitter

薬用
養命酒
YOMEISHU.



定期的 to 実施することで読者に強く印象付けます

2015年から毎年実施。広告企画なのに面白い!と読者に期待感をもって受け入れられています。

② ブランドイメージの強化

広告企画 ▶ 2018年2月15日

金沢ではニンニクたっぷりのステーキに気をつけろ! ～地元の人頼りの旅 in 石川県金沢市～



食欲ない星のニンニク!

ガイドブックに頼らずに、地元の人にお薦めの場所を聞いて回る旅はたのしい。

どんなところにたどりつくか分からないドキドキと、地元の人しか知らないような情報が得られて嬉しいからだ。

今回やってきたのは、金箔や美味しいお寿司で有名な金沢市。いったいどんな旅になるのだろうか。

※これまでいろいろな場所で取材をした記事を読めば誰もが知ったかぶりできるはず。「知ったかぶり47」は、デイリーポータルZと地元のごとくに詳しいイデアテムとのコラボ企画です。

愛知編：名鉄のナナちゃん人形の股を覗いてはいけな
鳥取編：まさか鳥取でうどんを食べるとは
滋賀編：夢根の心霊スポットが本気で怖い
宮城編：冷やし中華の元祖店では具を目分で乗せる
神奈川編：小田原にはトリックアートみたいな不思議な景色がある
佐賀編：佐賀には深夜23時から騒ぐ甘味処がある
静岡編：浜松で一番人気なのは小さな絵本屋さんだった
福岡編：福岡では70歳のおじいちゃんが作るハンバーガーを食べるべし

小堺 丸子
(ごさかいまるこ)

東京葛飾生まれ。江戸っ子はいとよく言われますが、新潟と茨城のハーフです。好物は酸っぱいもの全般とイクラ。ペットは大2匹と睡魔。土日で40時間寝てしまったりするので日々の目標は「あまり寝過ぎない」

前の記事：「福岡では70歳のおじいちゃんが作るハンバーガーを食べるべし～地元の人頼りの旅 in 福岡市～」
人気記事：「『コーラと同じ量の砂糖が入った水は飲めませんじゃない』は本当か」

> 個人サイト twitter





訴求内容	アイテム様
時期	2013年～



「これ、知ってる?」「これってホント?」
日本全国さまざまな場所の“地元ネタ”をもとに、
その都道府県の出身者と対談していくシリーズです。

トップ シモコロ 知ったかぶり47 演劇プロジェクト

トップ > 知ったかぶり47

【次回予告】 次回は栃木県を知ったかぶります。(4月19日公開予定)!

2018.3.15
知ったかぶり対談 第十回：愛媛県
落ちてるみかんは、食べていい

デイリーポータルZがいろいろな場所で取材してきた記事を読むことで、その県の出身者に負けにくいくらい知ったかぶりできるんじゃないか、それが知ったかぶり対談です。記念すべき10回目は愛媛県。今回はとくべつに愛媛県で青春時代をすごした「知ったかぶり47」の編集者であるイデアテム農品さんと、デイリーポータルZの取材で愛媛に行ってもらったライター小堺さんに登場してもらいました。

2018.2.15
知ったかぶり対談 第九回：石川県
甘えびの頭は、吸える

第九回は石川県。出身者は、靴職人の濱井ムツ美さんです。

2018.1.18
知ったかぶり対談 第八回：福岡県
うどんは宇宙から福岡にやってきた

第八回は福岡県。出身者は、カメラマンの江藤海郎さんです。

サイト間で企画を連携させることでより広がりのある展開に

デイリーポータルZに新しい取材記事を、アイテムさまの自社サイトに裏話的な対談記事を、それぞれ毎月掲載しています。

③企業・商品理解の促進

広告企画♪ 2016年6月22日

この感動をポンポンの文字で伝えたい

「へー」と言ってるところです

ニフティが入っているビルの1階には発電力を示すモニターがある。ビルの上に太陽光発電のパネルがあって発電しているのだ。

そこを通るたびに数字を気にして見ている。きょうは随分発電しているな。おや、きょうはいまいちが。数字だけが変化があるのでおもしろい。

あれが家にあったら毎日見てしまうだろう。あのエネルギーのモニタリングを家でも楽しみたい。

林雄司
(はやしゆうじ)

1971年東京生まれ。ニフティ株式会社勤務。デイリーポータルズウェブマスター。主にインターネットと新宿区で活動。編著書は「死ぬかと思った」(アスペクト)など。イカの沖揚げが世界一うまい食べものだと思っている。
> 個人サイト [webやぎの目](#)

Panasonicの
スマートHEMS®

訴求内容	スマートHEMS/PanasonicES様
時期	2016年6月

伝わりにくい商品特長を面白くして伝えた事例

家の電気使用量や発電状況を管理できる「スマートHEMS」の訴求を中年男性チアを使ったポンポンの文字で伝える企画。

電力利用状況のモニターを前に「イイネ」や「へー」「ナルホドデスネ」等をポン文字で出して堅い説明の印象を柔らかくするのが狙い。

合計PV : 約70,000PV

229ツイート
 265 いいね!

③企業・商品理解の促進

訴求内容	ライフネット生命保険様/生命保険
時期	2009年～



2009年公開
「ハトが選んだ生命保険に入る」



2011年
「納豆を10万回混ぜてみる」

「鳩が選んだ生命保険に入る」に始まり
節目ごとに企画、イベントを実施。
堅いイメージの強い保険に対して
親しみやすいブランドイメージを構築しています。



2012年
「本気で子供の夢をかなえます」



2013年
「鳥取・島根盛り上げ企画」



2016年
「ハイタッチでギネス世界記録を達成」

その他の最近の事例

TBS



あのドラマの最終回を文房具好きに嬉しい仕様に変えてみた

人多
な測
に時

立命館大学



あなたの「国丼」を食べさせてください

どんな料理でもご飯に乗せれば丼だ。留学生たちを集めて各国の「国丼」を作ってもらいました。

資生堂



六本木ヒルズが銭湯？「なんでここがこんなにおい」ツアー

街の
歩
汗

日清



カップヌードルの「謎肉」で謎の肉料理を作る

あの謎の肉が通常の10倍入ったカップヌードルが登場。食べきれない謎肉で料理してみました。

愛知県



大人の職業体験で憧れのパイロットに、おれはなる。

愛知
をく

TOYOTA



石川県の「UFOのまち」で好奇心を刺激されまくるツアー

UFOがよく目撃されるという石川県羽咋市でUFOを呼ぶイベントに参加しました。

NHK



身近な「手書き」を募集します！

街で見つけた味のある手書き文字あつめ。

ソニー・ピクチャーズ



やってみようゾンビ食べ

バイオハザードに出てくるゾンビを徹底的に研究。同じ食べ方で美味しい肉を食べてみます。

掲載事例は一部です。最新事例は以下URLからもご確認いただけます。
<http://portal.nifty.com/about/collabo/>

デイリーポータルZのイベント

リアルイベントも積極的に実施しています。巨大ガチャ、頭が大きくなる箱は貸し出しも可能。へボコン開催のご相談も承っております。

渋谷の弊社運営イベント施設「東京カルチャーカルチャー」でのイベント実施は100万円～ご相談いただけます。



★文化庁メディア芸術祭 審査委員会推薦作品に選ばれました

技術力の低い人限定ロボットコンテスト「へボコン」を実施。新しい視点のコンテストに新聞、TVなど大手メディアからとりあげられました。今夏のワールドチャンピオンシップもTV取材から海外メディアへの掲載まで幅広い反響がありました。



NHK・民放各局から取材された地味ハロウィン



SXSW、アルスエレクトロニカ等、海外のイベントでも人気のデカ顔箱

第1章 総則

第1条（約款の目的）

広告関連業務契約約款（以下「本約款」といいます）は、イツ・コミュニケーションズ株式会社（以下「当社」といいます）が取り扱う広告関連業務について諸条件を定めることを目的とします。

第2条（用語の定義）

- （1）「広告業務」とは、当社の提供する「デイリーポータルZ」（URLは<http://portal.nifty.com/>以下「デイリーポータルZ」といいます）及びこれに関連するウェブサイトにおけるPR掲載記事の作成及び掲載に関する業務及びこれらに付随する業務をいいます。
- （2）「申込者」とは、当社の広告業務を申し込む法人または個人をいいます。なお、申込者には、申込者の委託を受け申込者の代わりに当社の広告業務を申し込む広告代理店を含みます。

第2章 広告業務契約

第3条（契約の成立）

1. 申込者は、本約款の内容に承諾した上で、申し込みを行うこととします。申込者は、広告業務を申し込む際、当社指定の申込書（以下「申込書」といいます）に必要事項を記載の上、当社に申込書を発行（電子メールによる発行を含みます）するものとします。
2. 契約の成立は、前項に基づく申込者からの申し込みに対して、当社が承諾したときに広告関連業務契約が成立するものとします。

第4条（契約の変更）

1. 当社および申込者は、必要があると認められる場合、相手方と協議のうえ、申込書の再提出により契約の変更できるものとします。
2. 前項に基づく変更により委託業務履行の対価を変更する必要がある場合は、当該変更について両方で協議を行うものとします。

第5条（契約の解除・損害賠償）

当社は、申込者が次の各号のいずれかに該当した場合、申込者への催告その他何らの手続を要することなく、当社と申込者の間で成立した契約の全部もしくは一部につき履行を停止し、または解除することができるものとする。この場合、当社は、申込者に対して損害賠償の請求ができるものとします。

- （1）申込者が本約款に違反した場合
- （2）支払いを停止し、または自ら振り出し、裏書、もしくは引き受けた手形が不渡りとなった場合
- （3）差押、仮差押、仮処分、強制執行、租税滞納処分、その他これに準ずる処分を受けた場合
- （4）破産、競売、民事再生、会社整理、会社更生の申し立てがあった場合
- （5）営業の廃止、もしくは重大な変更、または解散の決議をした場合
- （6）その他財産状況が悪化し、またはその虞があると認められる相当の理由がある場合

第3章 広告業務に関する細則

第6条（成果物の納入及び引渡しに関する細則）

1. 業務の履行に関連して、当社から申込者に納入物（以下「成果物」という。）がある場合、当社は、申込書に定める納期および納入場所に当該成果物を申込者に納入するものとします。
2. 当社は、天災地変等当社の責めに帰すことができない事由により納期までに成果物を納入することができない場合、事前に申込者に対して、その理由、納期予定日等を書面により申込者に申し出るとものとします。
3. 申込者は、前二項に基づく成果物の納入後、3営業日以内に成果物の受入検査を行い、当社に当該検査の結果を報告するものとします。
4. 当社は、前項の検査に合格しない場合は、直ちに無償でこれを補修または交換し、申込者に再納入するものとします。再納入後の成果物の検査については、前項の規定を準用するものとします。
5. 成果物の当社から申込者への引渡しは、第3項に定める検査合格の意思表示として申込者が受領書の発行を行った時点（以下「検査完了」という）で、完了するものとします。なお、第3項に定める期間内に申込者から当社に何らの意思表示もなされない場合は、当該期間の満了日をもって成果物は当該検査に合格したものとします。

第7条（掲載に関する細則）

当社は、前条に基づく申込者の検査に合格した場合、DPZタイアップ広告又はその他のタイアップ広告を、デイリーポータルZ又は指定ウェブサイトに掲載するものとします。掲載場所、レイアウトその他の掲載態様については、当社の裁量で決定できるものとします。

第8条（権利帰属に関する細則）

1. 成果物の著作権は、当社又は成果物内で自己の著作物を使用することを当社に許諾した第三者に帰属するものとします。ただし、申込者、当該成果物に係る広告主、広告代理店、メディアレップ等（以下、併せて「当該関係者」といいます）が従前から保有していた著作物の著作権は、当該関係者に留保されるものとします。
2. 申込者が成果物の二次利用を希望する場合、申込者は当社までその旨を申し出るものとし、申込者当社間で別途協議の上、成果物の二次利用を許諾する場合の条件（許諾の対価、利用期間、改変の可否等）、二次利用の可否について決定するものとします。
3. 成果物の二次利用は、申込者の運営するウェブサイトへの掲載に限るものとします。
4. 申込者は、タイアップ広告の二次利用前に、必ず当社のクリエイティブチェックを受けるものとします。

第9条（第三者の権利侵害に関する細則）

1. 申込者は、当社に対して提供した資料等が、第三者の著作権・商標権等の知的財産権、名誉・信用・プライバシー等の人格的権利及び契約上の権利その他のいかなる権利をも侵害しないこと並びに虚偽の事実の記載及び改ざんがないことを当社に対して保証するものとします。
2. 当社は、個別契約に基づき自己が作成した成果物が、第三者の著作権・商標権等の知的財産権、名誉・信用・プライバシー等の人格的権利及び契約上の権利その他のいかなる権利をも侵害しないことを申込者に対して保証するものとします。
3. 前二項の定めにかかわらず、成果物が第三者の権利を侵害するものとして、または成果物の内容が差別的、反社会的、反教育的であるとして、申込者または当社に対して何らかの請求、異議申立てがなされ、もしくは訴訟が提起される等の紛争が生じた場合、両者は協力の上で問題を解決するものとします。

第4章 支払い

第10条（広告業務料）

広告業務料は、申込書に明記します。

第11条（広告業務料の支払い）

広告業務料（消費税および地方消費税を含む）を申込書記載の掲載期間が終了月末日を締め切りとし、申込者は、翌々月末日までに（末日が金融機関の休業日の場合は、その前営業日までに）当社が指定する銀行口座に振込むものとします。なお、振り込み手数料は申込者の負担とします。

第12条（遅延損害金）

1. 申込者が前条に定める支払いを遅滞した場合、当社は広告関連業務および遅滞のあった時点で成立している他の広告関連業務契約に基づく広告業務の全てを申込者による支払いがなされるまで履行しないことができるものとします。この場合、申込者は当該広告業務がなされないことについて、当社に対し損害賠償請求を行うことはできないものとします。
2. 申込者は、前条に定める支払いを行わない場合、当社に対し、支払い期限の翌日から実際の支払い完了日まで、その日数に応じて年利14.6%の遅延損害金を支払うものとします。

第5章 雑則

第13条（権利の譲渡）

申込者は、広告関連業務に基づく権利を第三者に譲渡することはできません。

第14条（守秘義務）

申込者は、広告業務の申し込みより知り得た当社の秘密情報を第三者に提供、開示、漏洩してはならないものとします。また、当社は、広告業務の履行に際し知り得た申込者の業務上の秘密を第三者に漏洩しません。

第15条（個人情報）

1. 当社は申込者の個人情報について、当社が定める「個人情報保護方針」等に基づいて適正に取り扱うものとします。
2. 申込者の個人情報の取り扱いについて必要な事項は、当社が定める「個人情報の取り扱いについて」において公表するものとします。

第16条（反社会的勢力との取引根絶）

1. 申込者は、申込者、申込者の親会社、子会社、および関連会社ならびにそれらの代理人、代表者、従業員等（以下あわせて「申込者等」）が、現在、次の各号のいずれにも該当しないことを表明し、かつ将来にわたっても該当しないことを確約するものとします。
 - (1) 暴力団
 - (2) 暴力団員および暴力団員でなくなったときから5年を経過しない者
 - (3) 暴力団準構成員
 - (4) 暴力団関係企業
 - (5) 総会屋等、社会運動等標ぼうゴロまたは特殊知能暴力集団等
 - (6) 前各号の共生者
 - (7) その他前各号に準ずる者
2. 申込者は、申込者等が自らまたは第三者を利用して、当社または第三者に対し、次の各号のいずれかの事由に該当する行為を行わないことを確約するものとします。
 - (1) 暴力的な要求行為
 - (2) 法的な責任を超えた不当な要求行為
 - (3) 取引に関して脅迫的な言動をし、または暴力を用いる行為
 - (4) 風説を流布し、偽計を用いもしくは威力を用いて当社もしくは第三者の信用を棄損し、またはその業務を妨害する行為
 - (5) その他前各号に準ずる行為

第17条（合意管轄）

広告関連業務契約に関する訴訟については、東京地方裁判所または東京簡易裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とします。

第18条（協議）

本契約に定めのない事項及び各条項の解釈に疑義が生じた場合には、その都度当社および申込者にて協議し、円満に対処、解決するものとします。

第19条（準拠法）

広告業務関連契約の成立、効力、履行および解釈については、日本法に準拠します。

第20条（約款の変更）

当社はいつでも本約款の各条項を変更することができるものとし、申込者は、都度、当該時点で有効な本約款を確認し、承諾するものとします。なお、申込者が当該変更後も引き続き広告関連業務契約を継続する場合、既に成立している広告関連業務契約についても変更後の本約款の各条項が適用されるものとします。