



広告サービス品質に関する 透明性レポート

ヤフー株式会社

2021年6月

<https://marketing.yahoo.co.jp/>

© 2021 Yahoo Japan Corporation All rights reserved.

本レポートについて

ヤフーでは、**広告サービス品質向上のための取り組み**を実施しています。

本レポートは、広告主・広告会社・広告配信パートナー、そしてヤフーをご利用のユーザーの皆様**に安心してヤフーのサービスおよび広告をご利用いただけるよう**、その取り組み内容をお伝えすることを目的としています。

広告の審査

広告の審査について

ヤフーでは不適切な広告の掲載を防ぐため、**Yahoo! JAPAN 広告掲載基準**（以下「掲載基準」と表記）を定めており、虚偽誇大広告や詐欺的な広告などの法令に違反する広告はもちろんのこと、ユーザーに不快感・不安感をあたえるような広告なども禁止しています。

この掲載基準は、法改正や社会情勢に合わせて常に見直しを行っており、2020年度も**複数の掲載基準を見直し、新基準の審査への適用を開始**しました。

この掲載基準を満たさない広告を掲載しないよう、掲載前および掲載後に審査をしています。

広告の審査は、審査スタッフとシステムの両方で、24時間365日行っています。

広告審査の新たな取り組み

違反実績をふまえた広告審査の開始

広告審査において重大な違反表現が認められた商品等は、**広告掲載のリスクが高い**と判断し、当該違反表現を修正した場合であっても、**以降の対象商品にかかる広告掲載をお断り**する方針を2021年1月に周知いたしました。

2021/01/13

違反実績をふまえた広告審査開始のお知らせ（2021/2/8適用開始）

お知らせ ガイドライン・規約 ディスプレイ広告（運用型） 検索広告

広告審査において重大な違反表現が認められた場合、当該審査対象の広告にて訴求する商品（以下「対象商品」といいます）は広告掲載のリスクが高いと判断し、当該違反表現を訂正いただいた場合であっても、以降の対象商品にかかる広告掲載のお申込みをお断りいたします。

また、実施中の対象商品にかかる広告掲載についても当社の判断において停止いたします。

「重大な違反表現」例

- 明らかな虚偽、誇大広告
- 重大な健康被害の恐れのあるもの
- その他「Yahoo! JAPAN 広告掲載基準」への重大な違反と当社が判断する表現

広告審査の新たな取り組み

ユーザーからの意見に基づく広告掲載停止の運用開始

2021年1月、掲載された広告に対する**ユーザーからのネガティブな意見**を元に一定の閾値を設け、当該閾値を超えた広告の掲載を停止※することを周知いたしました。

ヤフーでは、**ユーザーによる視点**が広告品質の向上にとって大切な要素であると考えています。

2021/01/13

ユーザーからの意見に基づく広告掲載停止の運用開始について

お知らせ

ガイドライン・規約

ディスプレイ広告（予約型）

ディスプレイ広告（運用型）

一定の閾値（入稿数やユーザーからの意見数等の複数の要素を加味して算出）を超えた広告については、Yahoo! JAPAN広告掲載基準に基づき掲載を停止いたします。

まずは、ユーザーからのネガティブな意見が多いPC版ブランドパネルから運用を開始し、2021年4月以降に対象商品を拡大予定です。

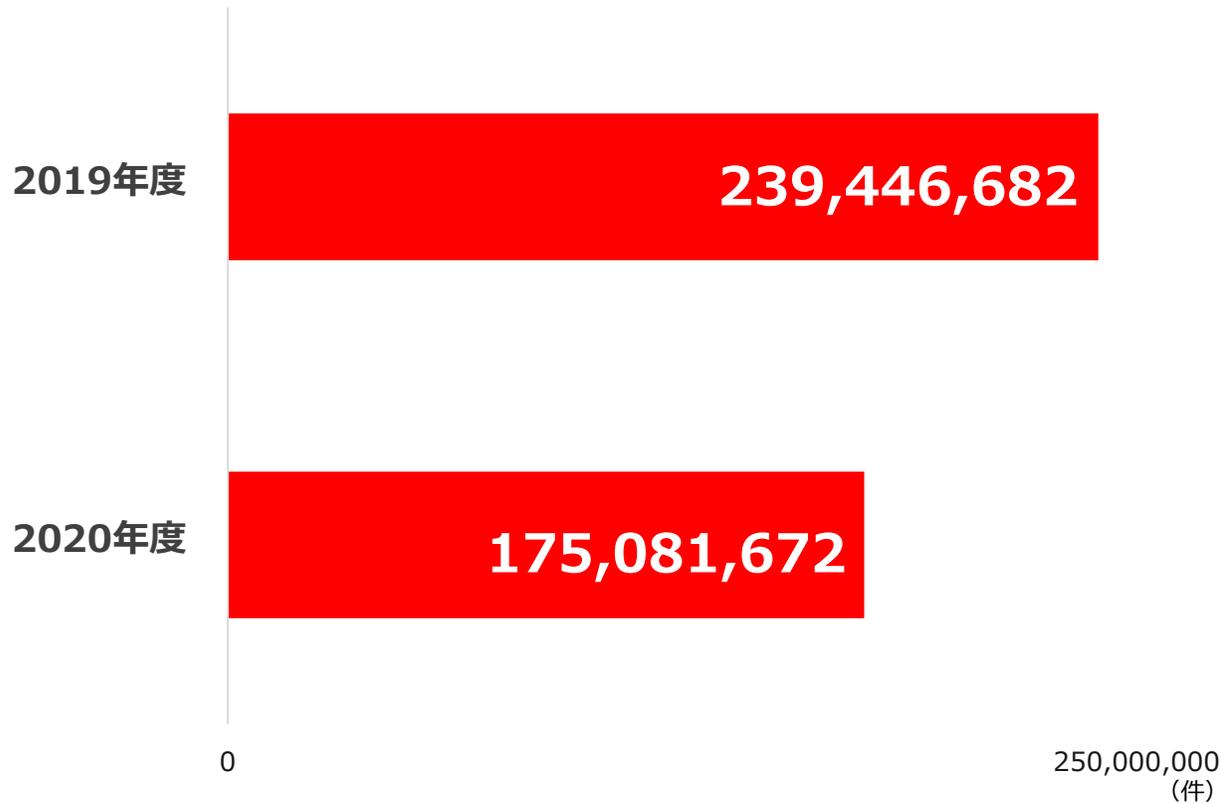
※ディスプレイ広告（予約型）の商品について

一定の閾値を超えた場合でも、掲載期間中の途中停止は予定しておりませんが、以降の同一のクリエイティブは掲載をお断りすることがあります。

※PC版ブランドパネルから運用開始

広告審査による審査結果（年度比較）

非承認数



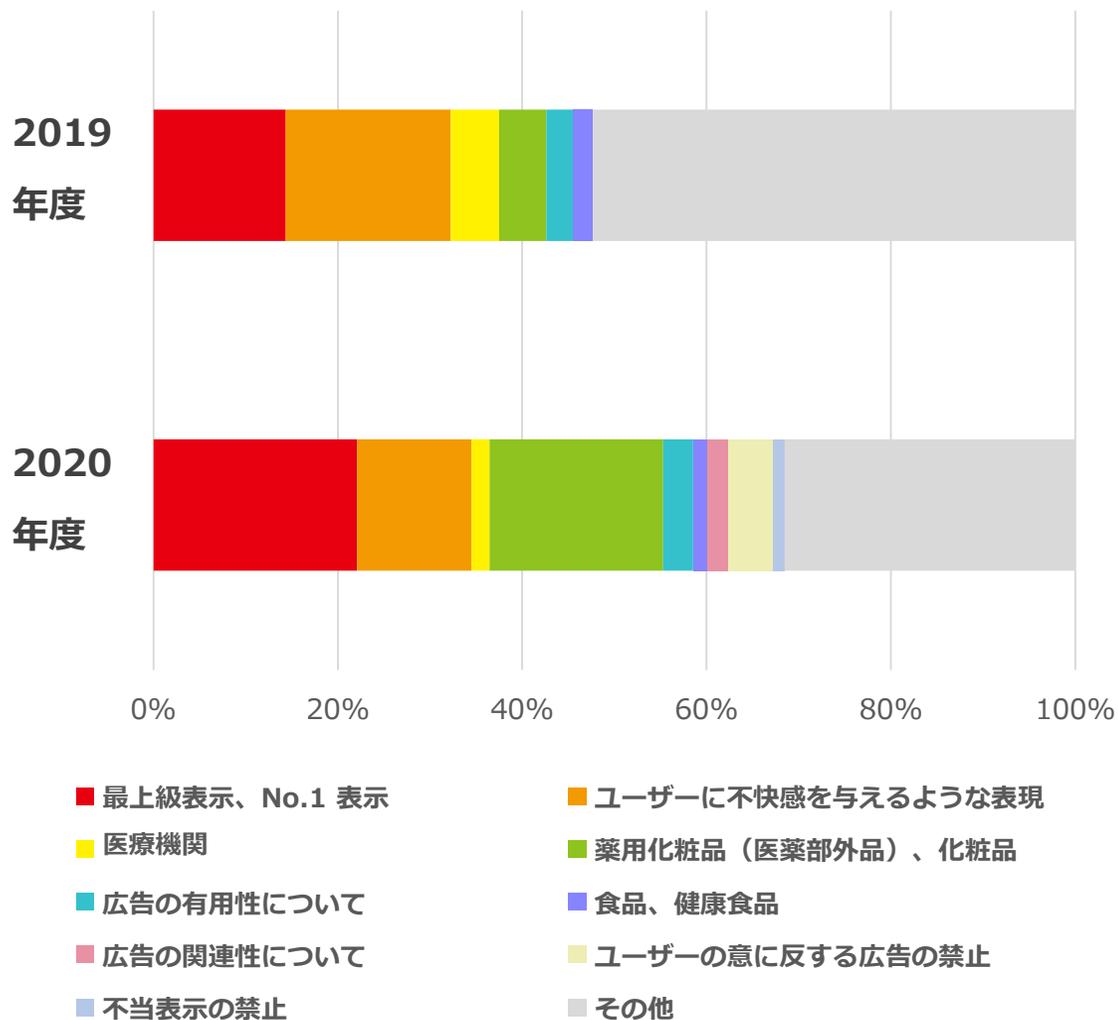
2020年度は、Yahoo!広告において、

約1億7千万件*の広告素材を非承認（掲載基準に抵触する広告として掲載をお断り）としました。

2019年度よりも非承認数が減少した要因としては、違反表現を繰り返したり、大量の非承認広告の入稿を行う広告主が減少したことがあげられます。掲載基準に抵触する広告の入稿を防止するために、広告主向けの掲載基準への理解促進のための啓発など、さまざまな対応をしています。

※Yahoo! JAPAN 広告掲載基準・広告入稿規定・広告販売ルールに抵触した広告タイトル・説明文・画像・リンク先サイト・キーワードの各非承認数を合計した件数

広告審査による非承認理由内訳（年度比較）



広告審査による非承認の理由の内訳※1です。

2020年度は、**最上級表示・No.1表示**や**薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品**の掲載基準に抵触する広告数の増加が見られました。

これらは、景品表示法や薬機法※2、日本化粧品工業連合会などの業界自主基準に基づき掲載基準を定めています。

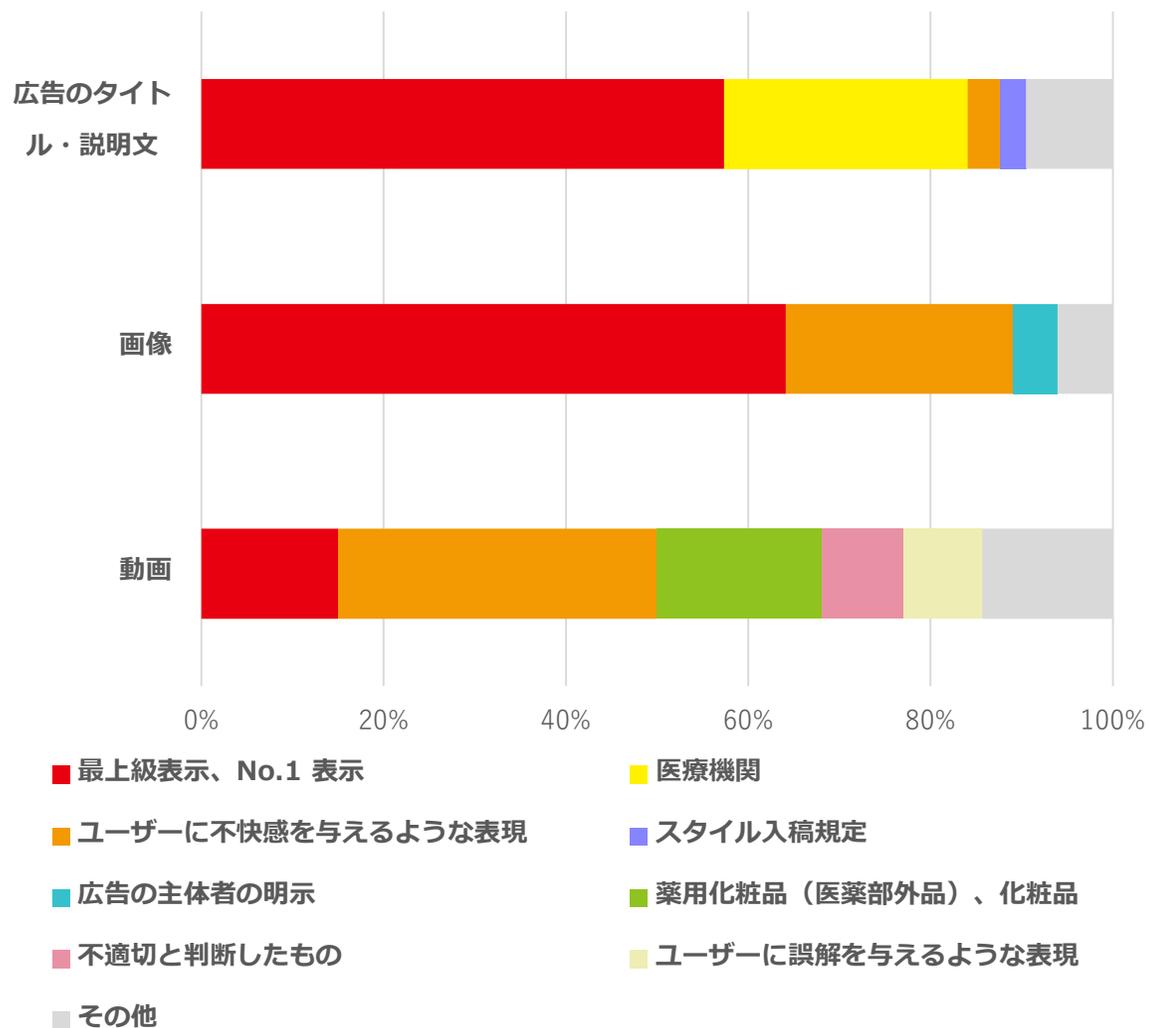
2020年度は日本化粧品工業連合会が定める化粧品等適正広告ガイドラインの改定に伴った弊社の審査基準の変更により否認数が増加いたしました。

※1 Yahoo! JAPAN 広告掲載基準・広告入稿規定に抵触した項目の内訳

※2 景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）

薬機法（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）

広告審査による広告素材別非承認理由内訳



2020年下半期の広告のタイトル・説明文、画像（静止画・アニメーション画像）、動画における非承認理由の内訳です。

広告タイトル・説明文、画像での**最上級表示、No.1 表示**の広告での非承認が目立ちました。掲載基準では、最上級表示について、1年以内の調査データのみ掲載を認めています。2021年になったことで、記載しているデータが1年以上前のデータとなり、掲載基準を満たさない広告が多くありました。

また、広告タイトル・説明文での、**医療機関**の広告の非承認数が目立ちました。医療機関の広告は、医療法、医療広告ガイドラインを遵守する必要があります。

広告審査による広告アカウント停止数

広告審査では、広告単位での対応のみでなく、広告アカウントを停止することがあります。

これは、アカウント内の広告に**多数の掲載基準への抵触**があったり、**悪意をもって審査をすり抜けようとするような不正行為や詐欺行為の恐れ**があった場合に行う対応です。

広告アカウントが停止されると、以降の広告出稿が不能になります。

また、新規アカウント開設時にも審査をしており、過去に不正行為のあった広告主との名寄せを行い、同一の不正者による広告出稿を防止しています。

2020年下半期は、この審査を強化した結果、2020年上半期に比べ停止数が増えています。

広告アカウント停止数

2020年度下半期 **2,779**件

2020年度上半期 2,436件

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準の周知啓発

広告主・広告会社の皆様への掲載基準の周知啓発のための取り組みの一環として、さまざまな学習コンテンツを用意しております。その中でも薬機法や医療法等、法律の解釈が難しいものについては、具体的な可否事例をまとめた資料集などを公開しております。

薬用化粧品・化粧品に関するお役立ち資料集
作成日：2021.03.18 最終更新日：2021.03.24

薬用化粧品・化粧品に関するお役立ち資料集

- 1. 薬用化粧品・化粧品関連の基準を知りたい
- 2. 薬用化粧品・化粧品で標ぼう可能な効能効果の範囲を知りたい
- 3. 特定の商品カテゴリ（ヘアケア、スキンケア、まつ毛、ネイル等）の掲載可否事例を知りたい
- 4. 症状・お悩み(育毛、毛穴、しわ、美白、痩身等)別の掲載不可事例を知りたい
- 5. 審査で否認となった場合の対処方法を知りたい
- 6. その他薬用化粧品・化粧品に関することを知りたい

1. 薬用化粧品・化粧品関連の基準を知りたい方はこちら

※ 資料ダウンロード

<医療広告ガイドライン項目別> 医療法関連の掲載できない表現例
作成日：2021.01.26 最終更新日：2021.02.04

医療広告は、広告内で表現できる内容が医療法・医療広告ガイドラインによって定められています。Yahoo! JAPAN広告掲載基準では、医療法・医療広告ガイドラインに基づいて基準を定めています。
<医療機関広告> 出稿に必要な4つのポイントと広告掲載可否の事例

広告を作成する際に、どんな表現を使用したらよいか迷ったことがある方もいるのではないでしょうか？
ここでは、医療機関の基準の中でも特に違反が多い項目について、項目別に掲載できない表現例をご紹介します。

医療法関連の掲載できない表現例

誇大広告、虚偽広告

よくある審査非承認理由	よくある審査非承認となる表現例
	経験豊富な医師が担当します。
	高い診断能力をもつ医師が対応します。
	この分野のスペシャリストです。

広告作成のための薬機法ポータル https://promotionalads.yahoo.co.jp/online/pmd_Act.html
<医療広告ガイドライン項目別> 医療法関連の掲載できない表現例 https://promotionalads.yahoo.co.jp/online/guideline_medical_case.html

広告掲載面の審査

広告掲載面の審査について

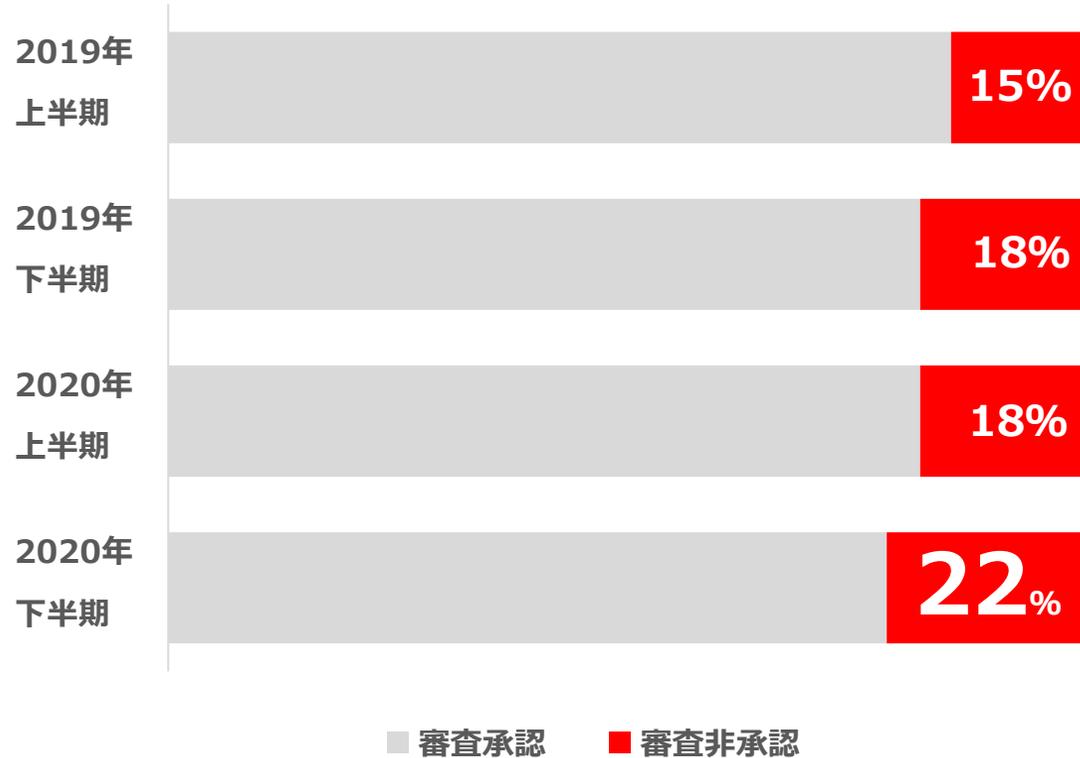
ヤフーは、Yahoo!広告をYahoo! JAPANのサイトやアプリだけでなく、提携パートナーのさまざまなサイトやアプリへも配信しています。

インターネットユーザーと広告主を適切に結び、安心してYahoo!広告をご利用いただくために、広告掲載面に対する審査・パトロールも人の目とシステムの24時間体制で監視を行っています。

広告掲載面に関しては大きく2つ、ボットなどからのアクセスやクリックにより不正に広告費をだまし取る「**アドフラウド**」の発生を検知・排除する取り組みと、違法サイトなど不適切な内容の掲載面に広告が配信されることを防ぐ「**ブランドセーフティ**」の取り組みがあります。

どちらの取り組みも、広告掲載先サイトやアプリに対する事前の審査と、広告配信開始後の継続的な事後パトロールで対策を行っています。

広告掲載面の事前審査結果



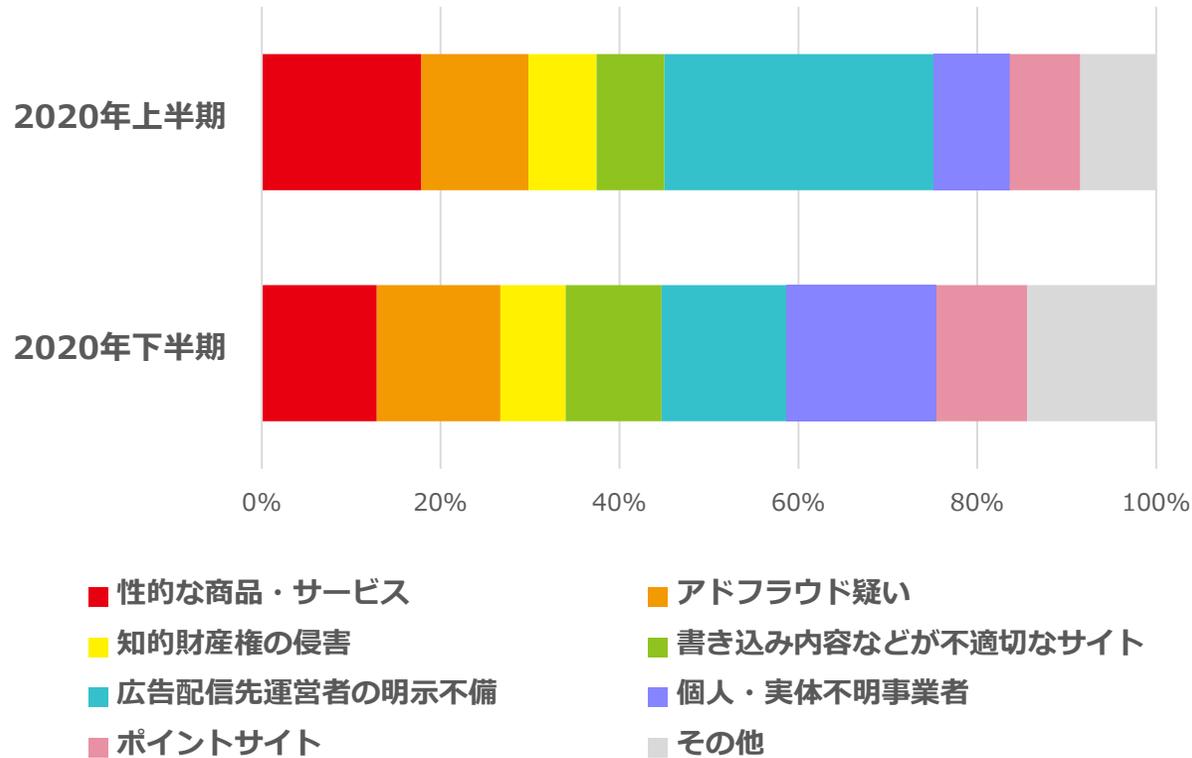
審査単位：原則サイトドメイン
申込み経路の異なる同サイトの重複カウントあり

広告掲載面の2020年下半期の事前審査非承認率は、
前回2020年上半期の18%より4ポイントあがり約**22%**
となりました。

引き続き、アプリの広告掲載面審査が増加し、「個人・
実態不明業者」に該当する非承認数が多くなりました。

Yahoo!広告では、広告配信先サイトの信頼性を担保
し、責任の所在を明確にするため、原則として**一定規
模を超える良質なトラフィック**をお持ちのサイト所
有者（法人）に限定しています。

広告掲載面の非承認理由の内訳



事前審査の非承認内訳は、前回からの傾向として、性的な表現や知的財産権侵害の疑いがあるサイトが減少しています。

また、前回多かった**広告配信先運営者の明示不備**の理由により非承認となる割合は、基準の見直しと審査の徹底により下半期においては大きく減少しています。一方で、**個人・実体不明事業者**が増加傾向となりました。

Yahoo!広告の掲載面は、日本以外の国に在住するユーザーを主たる対象としたサイトを承認していません。この基準に該当する非承認数が下半期は増え「その他」の割合が大きくなっています。

アドフラウドへの対策

アドフラウド対策について

適切なインターネットユーザーに適切な掲載面でYahoo!広告が届き、健全な広告取引が完了できるように24時間体制でトラフィックの監視を行っています。

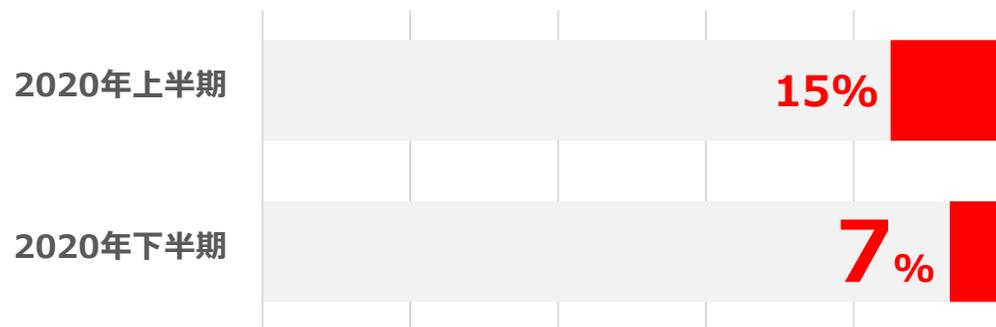
この監視は、**無効なトラフィックを排除**することを目的としています。

無効なトラフィックには悪意のないものもありますが、インターネットユーザーに見せかけたボットによる悪意のあるインプレッションやクリックなど、広告主の広告費を不当に搾取する「**アドフラウド（広告詐欺）**」も含まれます。

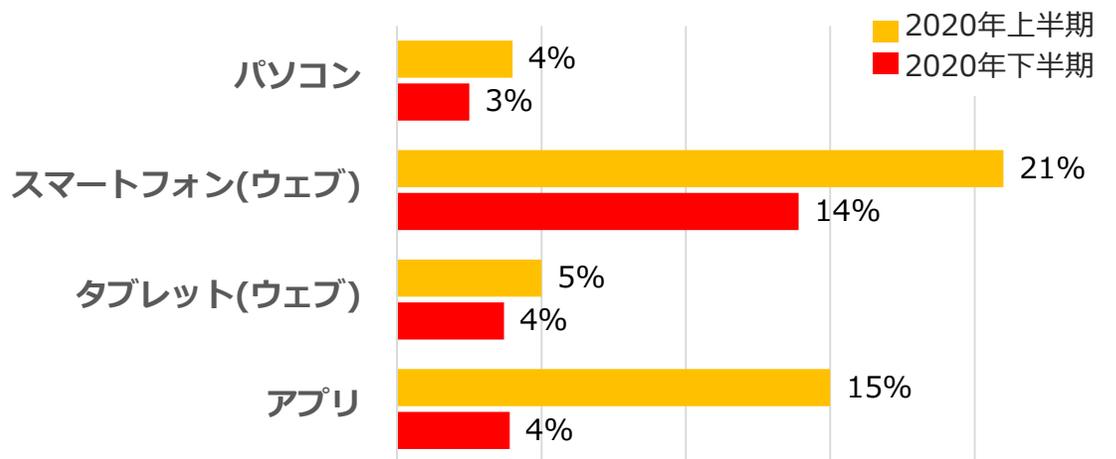
ヤフーでは、広告配信ネットワーク全体のモニタリングを定常的に行うことで、広告のトラフィッククオリティ管理を実施しています。

無効クリックの検知結果

ディスプレイ広告で検知された無効クリックの割合



デバイス別の無効クリック率



2020年下半期は、無効クリックを検知する割合が**大幅に減少**し、前回の半数以下の7%という結果でした。

これは、特にアプリとスマートフォン（ウェブ）の掲載面において顕著に発生していた、特定のクラウドサーバーからの無効トラフィックがなくなったためです。

ヤフーが「無効クリック」もしくは「無効の疑いのあるクリック」と判断したものについては、広告主の広告費として課金されないよう課金対象から除外するシステムを構築しています。また、このシステムの改善は年間を通して常に行っています。

広告配信面のその他施策

一般社団法人 デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）事業への参画

広告関係3団体（日本アドバタイザーズ協会（JAA）、日本広告業協会（JAAA）、日本インタラクティブ広告協会（JIAA））が、昨年デジタル広告取引における品質認定の業界全体の枠組みとして設立を発表した認証機構、**一般社団法人 デジタル広告品質認証機構（JICDAQ**：Japan Joint Industry Committee for Digital Advertising Quality & Qualify）が、2021年3月1日に設立され、4月1日より事業を開始しました。

ヤフーは設立のための準備委員会の一員として当初より参画していましたが、より一層、広告プラットフォームとして責任を持ち、広告サービス品質の向上に努め、業界全体へも働きかけを行ってまいります。

JICDAQ に関する情報は公式サイトよりご確認ください。

<https://www.jicdaq.or.jp/>

JIAAインフォメーションアイコンプログラムへの参画

一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）では、インターネットユーザーの行動履歴等の情報を利用したターゲティング広告をはじめ、インターネット広告全般においての情報の取り扱いに関する透明性や、利用を停止する仕組み（オプトアウト）をユーザーに分かりやすく知らせるための「JIAAインフォメーションアイコンプログラム」を設けています。

「Yahoo!広告」では、JIAAの認定を受けたインフォメーションアイコンを原則すべての広告に自動で付与しています。また、独自の機能として、表示されているクリエイティブがYahoo!広告で配信された広告であることの明記（広告表示）と、「広告に対するご意見・ご感想」をフィードバックしていただくためのアンケートページを設置し、ユーザーの利便性向上に努めています。



JIAAインフォメーションアイコンプログラムについて

https://www.jiaa.org/nintei/i-icon/i-icon_annai/

JIAAインフォメーションアイコンプログラム認定事業者（広告サービス）

https://www.jiaa.org/nintei/i-icon/i-icon_list/

YAHOO!
JAPAN