



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
2020年8月

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

© 2020 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**を定めています。

この基準では、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。

ヤフーは、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。

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準と審査

広告掲載基準は、法改正や社会情勢に合わせて常に見直しを行っています。2019年度は、2020年2月に複数の項目を変更し、適用開始をしました。

また、2019年6月には、広告掲載基準の本文の変更はありませんでしたが、判断基準を大きく変更しました。変更点としては、広告のリンク先サイトとして、サイト内にコンテンツが十分でない一部の成果報酬型サイト（アフィリエイトサイトを含む）を利用した広告を、有用性の低い広告として禁止しました。

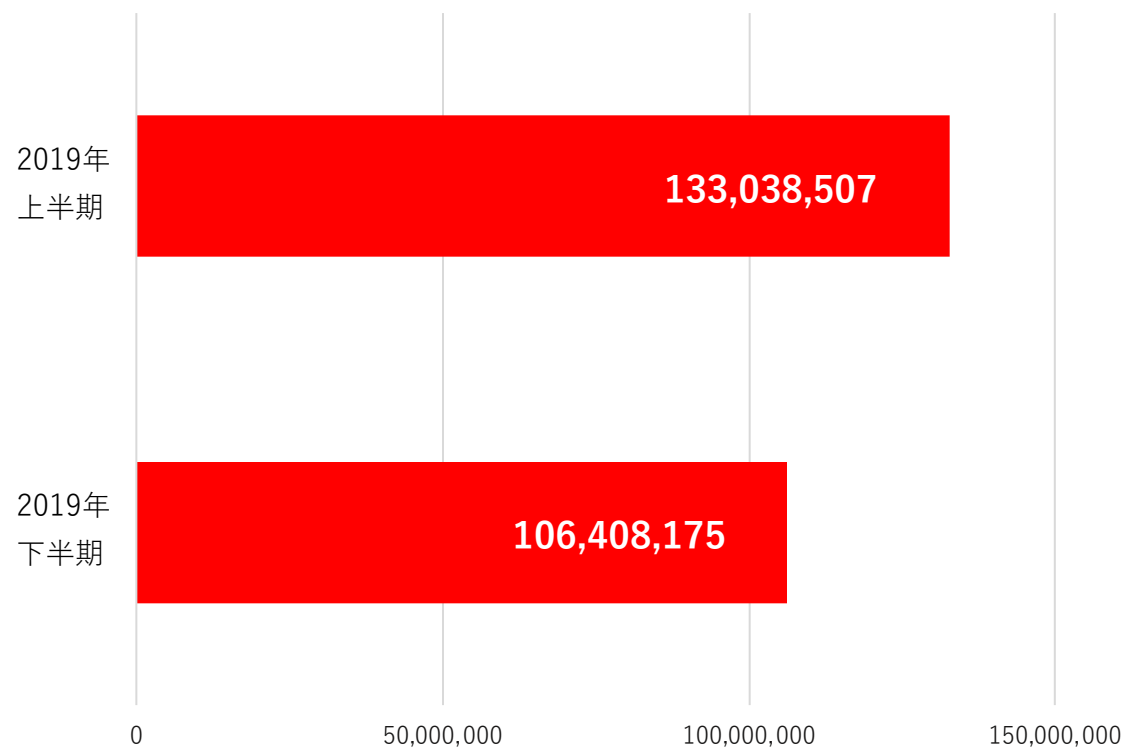
この変更により影響を受ける広告が多数ありましたが、広告品質の向上につなげ、ユーザーの広告への期待により応えていくことを目指しました。

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準の変更

2019年度 **14** 件

広告審査による審査結果

非承認数

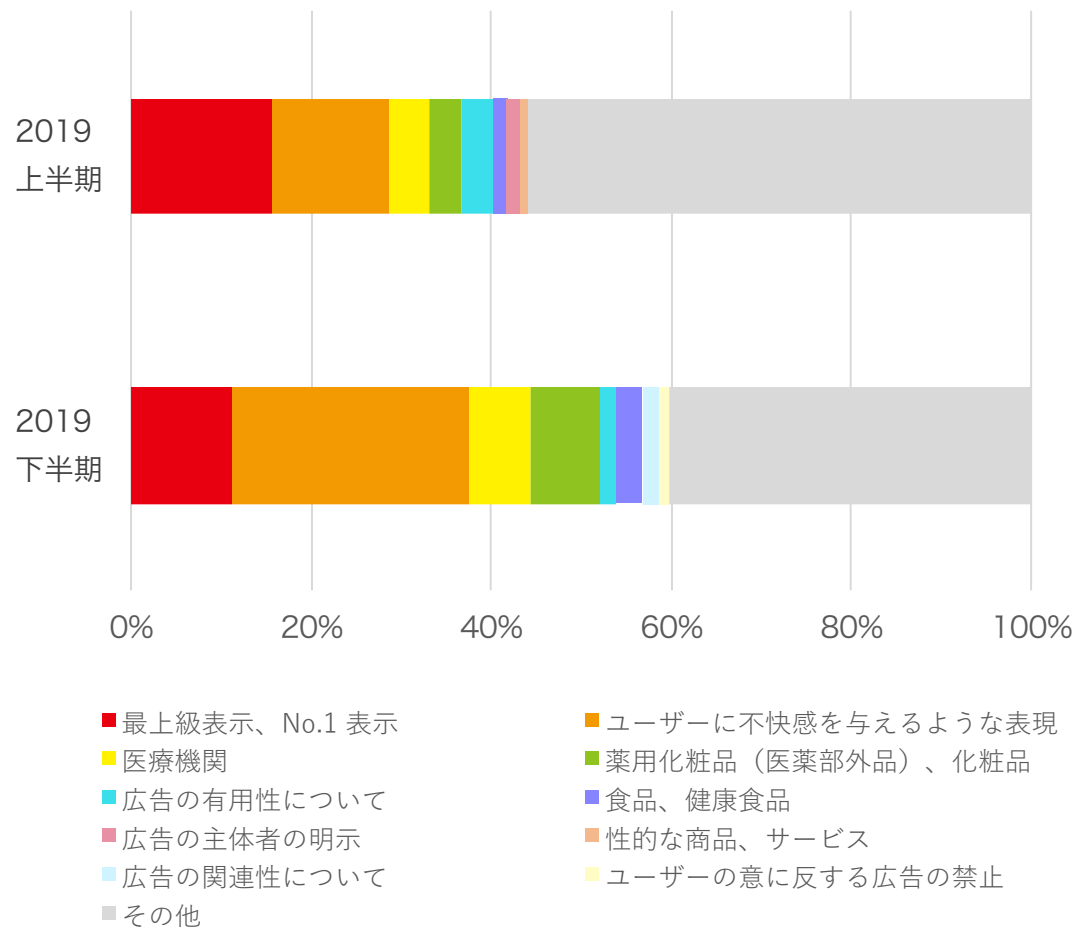


2019年度は、Yahoo!広告において**約2億3千万件**※の広告素材を非承認（基準に抵触する広告）としました。

2019年6月に適用を開始した基準によって、ユーザーにとって**有用性の低い広告**による非承認が増加したため、下半期よりも上半期の非承認数が多い結果となりました。

※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



広告審査による非承認の理由の内訳※です。

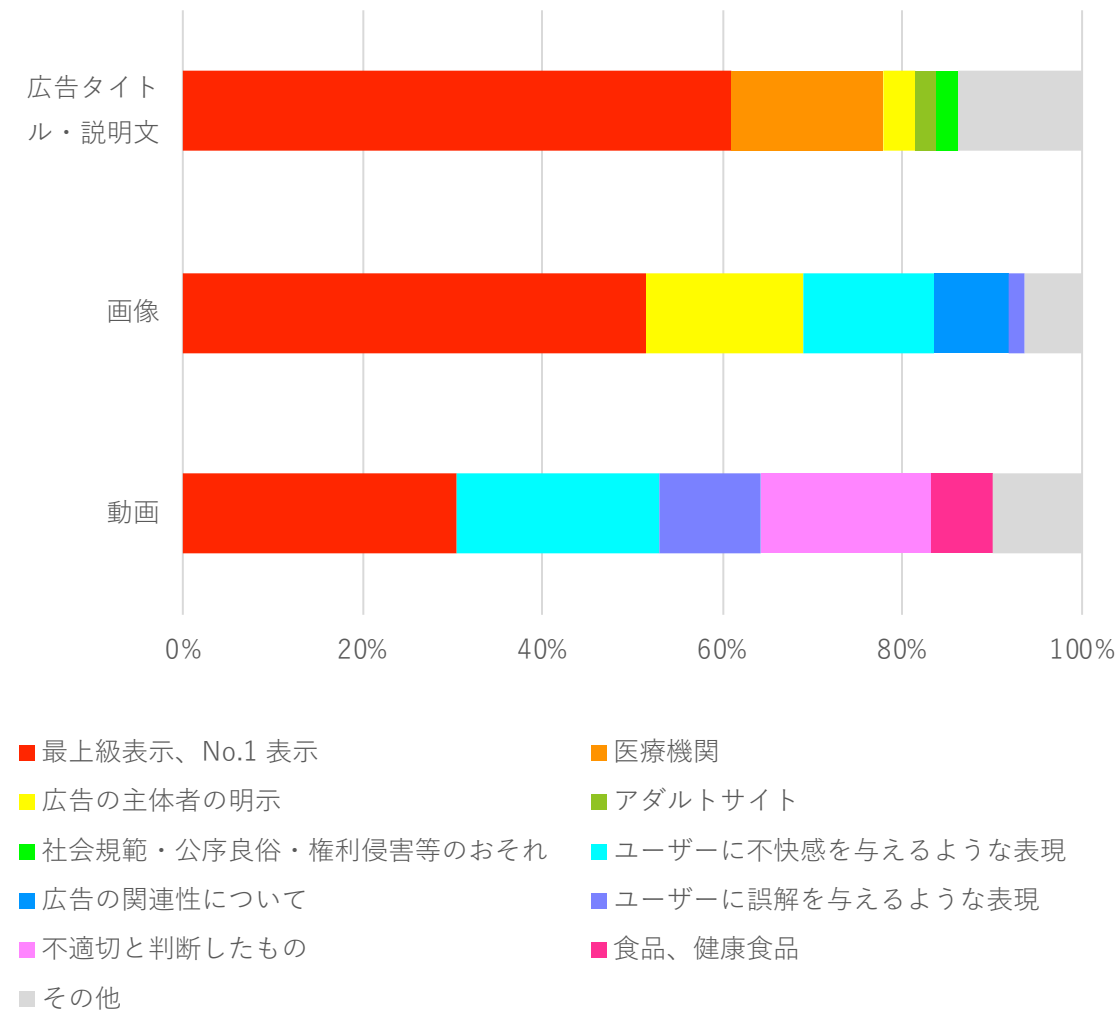
ユーザーに誤解や不快感を与える広告は、Yahoo! JAPANを利用するユーザーの皆様にとって不利益となるため禁止しています。

例えば、根拠のないNo.1表現、肌の露出が多い画像や胸・腹部など身体の一部を拡大して強調した画像などが含まれます。

また、**医療や化粧品・健康食品による虚偽・誇大広告**に対しても、ユーザーの皆様への被害を防止すべく、厳格な対応をしています。

※Yahoo! JAPAN 広告掲載基準・広告入稿規定に抵触した項目の内訳

広告審査による広告素材別非承認理由内訳



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。

ユーザーによる誤解を防ぐための「売上No.1」などの**最上級表示**のルールや、広告の責任の所在を明確にするための**広告主体者の明示**のルールに抵触しているものが目立ちました。

広告のリンク先に誘導する前の広告クリエイティブ（タイトル・説明文・画像・動画）については、リンク先サイトの内容と**関連のない表現**でユーザーをリンク先サイトに誘導し、期待に反するようなものも禁止しています。

広告審査による非承認の多い広告掲載基準

化粧品、健康食品、健康雑貨による非承認理由として多いのは、医薬品のような効能効果を表現している広告です。これらの広告において、下記のような表現をすることは、「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（薬機法）」によって認められていません。

例) **「化粧品を塗るだけでシミがとれる」「健康食品を食べるだけで痩せる」**

このような表現によって、ユーザーの皆様に誤解を与えることは、許容されるべきことではなく、ヤフーでは審査を強化しています。

化粧品・健康食品・健康雑貨の
薬機法関連の非承認広告数



2019年度

9,775,046 件

※非承認数は、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数です。

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準 解説コンテンツ

本レポートでご紹介した非承認数の多い広告掲載基準の内容は、[Yahoo!広告 ヘルプページ](#)で確認できます。

広告主・広告会社の皆様への広告掲載基準の周知啓発のための取り組みも行っています。

第2章 ユーザーの利便性のための基準

- ・ 広告の関連性について
- ・ 広告の有用性について
- ・ ユーザーに迷惑となる広告の禁止

第6章 薬機法などの広告表示規制および個別の掲載基準があるもの

- ・ 薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品
- ・ 食品、健康食品

第9章 広告表現規制

- ・ 最上級表示、No.1表示



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広告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。

広告アカウント停止数

2019年度下半期 **2,005**件

広告掲載面の審査

広告掲載面の審査について

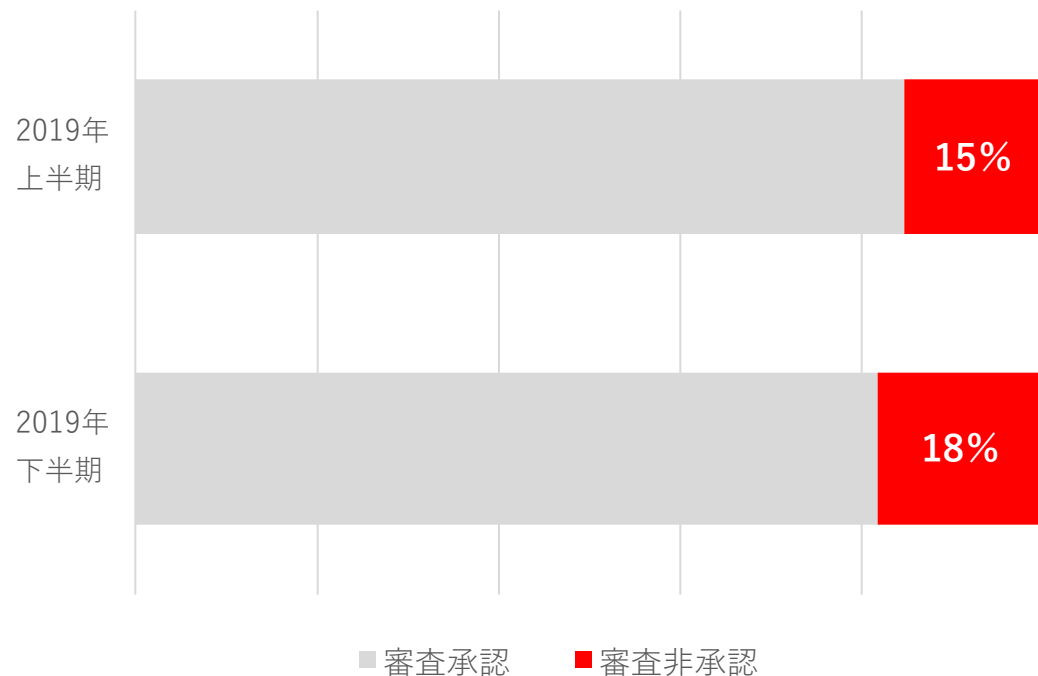
インターネットユーザーと広告主を適切に結び、安心してYahoo!広告をご利用いただくために、広告掲載面に対する審査・パトロールも人の目とシステムの24時間体制で監視を行っています。

広告掲載面に関しては大きく2つ、ボット等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、提携パートナーや広告掲載先サイト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。

本レポートでは、2019年の事前審査の取り組み結果と、アドフラウドの対策結果についてご説明します。

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

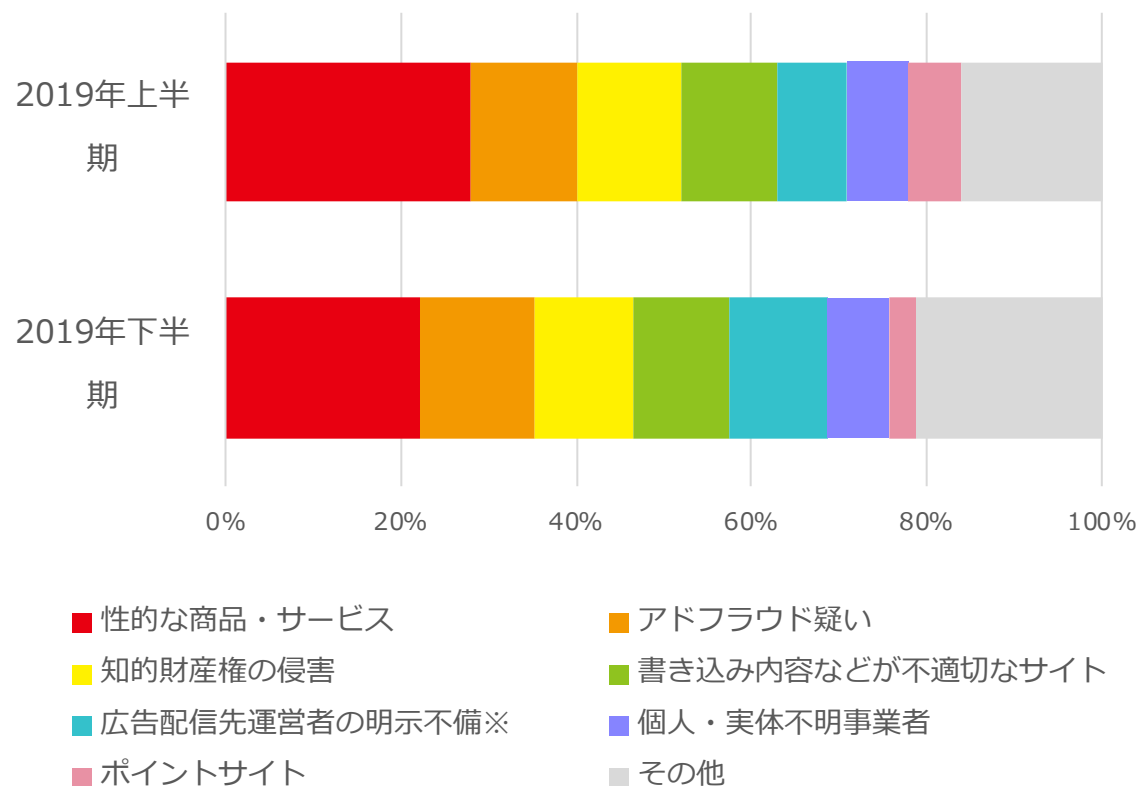
事前審査では、ブランドセーフティとアドフラウドの両方の観点で審査を行っており、2019年度は約15%から18%のサイトが非承認となっています。上半期と下半期では大きな変動はありませんでした。

ブランドセーフティ観点では、一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）※との連携により、インターネット・ホットラインセンター（IHC）の「違法・有害情報掲載サイト」および、コンテンツ海外流通促進機構（CODA）の「著作権侵害に関する要警戒リスト」に該当した掲載面についても、事前にブロックする取り組みを行っています。

また、アドフラウド観点では、ブラックリストを用いて事前審査の対応を行っています。

※[一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）の公式サイト](#)

広告掲載面の非承認理由の内訳



非承認の理由としては、性的な表現があるサイトの割合が最も多く、次いでアドフラウドや知的財産権の侵害が疑われるサイト、また誹謗中傷などの書き込みが顕著なユーザー投稿型のサイトが一定の割合を占めています。

2019年下半期に非承認の割合が増えた「その他」には、多くのゲームで規約違反とされているリアルマネートレードが含まれており、下半期に増加傾向にありました。

また、本来の広告の意図に関係なくユーザーにバナークリックを促すような悪質なポイントサイトに関しても取り締まりを行っており、その割合は下半期に減少傾向となりました。

※広告配信先運営者の明示不備は、
「[広告配信先運営者に関するポリシー](#)」違反のサイトが該当します

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。

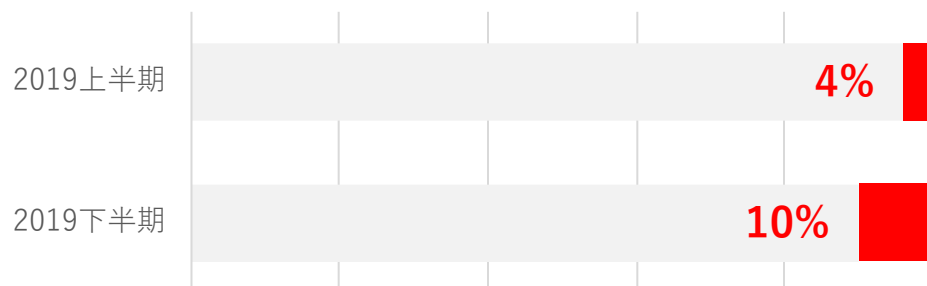
この監視は、不正を行う事業者が無効なトラフィックを発生させ、広告主の費用を不当に搾取する「アドフラウド（広告詐欺）」を阻止することが目的です。

インターネットユーザーに見せかけたボット等からのアクセスをシステムにより検知・排除し、また人の目による審査も加えて、意図的に誘発された誤クリックや誤タップ、悪意があると判断されるクリックを無効クリックとして排除しています。

この様にヤフーでは、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

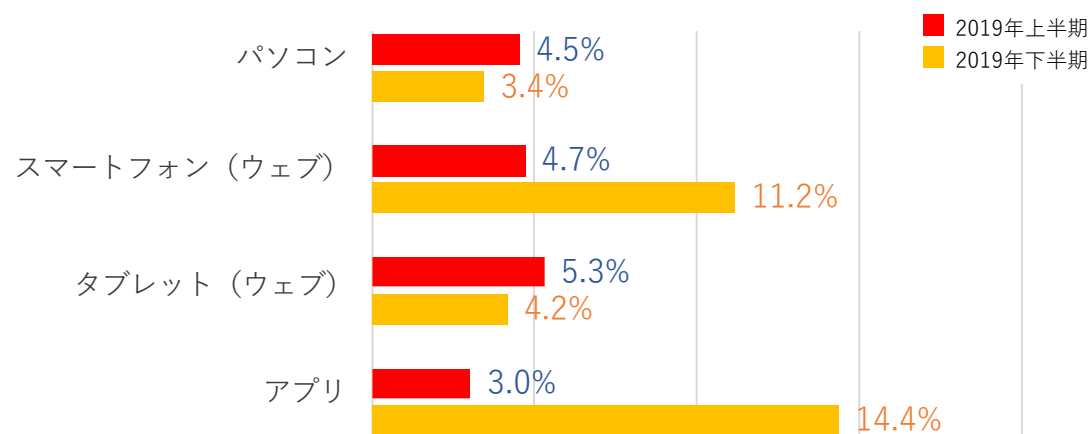
ディスプレイ広告で検知された無効クリックの割合



ディスプレイ広告で検知された無効クリックの割合は 2019年下半期は10%となり、上半期に比べ倍以上に増えました。

2019年の年末頃より特定のクラウドサーバーからの不正アクセスが急増した動きを捉え、継続的にフィルターをかけた結果です。大幅なブロック対応となりましたが、各種指標に異常値を出すことなく安定的な稼働をモニターできています。

デバイス別の無効クリック率



前述の不正アクセスは、主にスマートフォンとアプリにおいて顕著で、特にアプリの無効クリック割合は約5倍もの増加を見せていますが、これは下半期に向けてアプリの広告掲載割合が全体として大幅に増えたことも影響しています。

これらの無効クリックに関して、リアルタイムでの検知やオフラインでの検知を含め、広告費用への影響はありません。

広告配信面のその他施策

「広告品質のダイヤモンド」

2019年5月にインターネット広告業界が抱える課題解決を目的として、広告品質のための3つの価値と6つの対策項目を策定し、「広告品質のダイヤモンド」と定義しました。

これは、広告主やユーザーの皆様がインターネット広告を利用する際の安心安全の基準となるものです。

ヤフーは、これらの対策を行うことにより、透明性のある安全な広告配信プラットフォームを提供していきます。

この取り組みの詳細は下記サイトにてご確認ください。

広告品質のダイヤモンドの取り組み

https://marketing.yahoo.co.jp/service/quality_diamond.html



第三者計測の提供開始

2019年10月より、Yahoo!プレミアム広告、Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型）において、Integral Ad Science社 および Oracle社 のアドベリフィケーション測定ツールへの対応を開始し、より透明性の高い計測が可能になっています。

Integral Ad Science社 および Oracle社は、アドフラウド、ブランドセーフティ、ビューアビリティに関する広告効果検証ツールを提供するグローバル企業です。



「キャンペーンモニタリング計測」



「Moat Analytics」

※関連記事： Yahoo!マーケティングソリューション公式サイト [「IASおよびMOATによる第三者計測（Web版）提供開始のお知らせ」](#)（2019年11月21日）

YAHOO!
JAPAN