

ヤフー、2019年度は約2億3千万件の広告素材を非承認に

～ 広告サービス品質向上のための審査実績をまとめたレポートを公開 ～

「[広告サービス品質向上のための取り組み](#)」

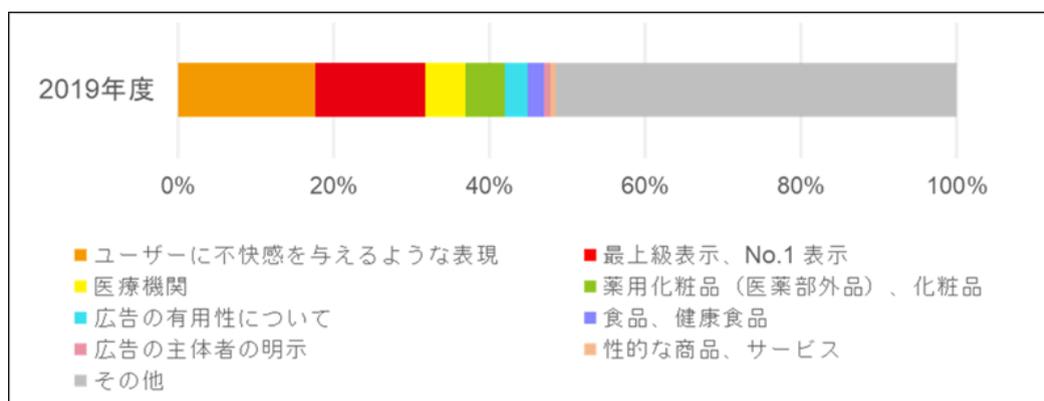
ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は本日、広告主や広告会社、広告配信パートナーに、Yahoo! JAPANのサービスおよび広告を安心してご利用いただけるよう、広告サービス品質向上のための審査実績をまとめた「[広告サービス品質に関する透明性レポート](#)」（以下、本レポート）を初めて公開しました。2019年度に約2億3千万件の広告素材（※1）を、Yahoo! JAPANが定めた基準に抵触する素材として非承認にしました。

※1：Yahoo! JAPAN 広告掲載基準や広告入稿規定、広告販売ルールに抵触した広告のタイトルや説明文、画像、リンク先のウェブサイト、キーワードなどの各非承認数を合計した件数。広告単体の件数ではございません。

Yahoo! JAPANは、これまで広告配信面（広告掲載メディア）においても厳正に審査しており、2018年10月にアドフラウド（広告詐欺）への対策を強化し、約5,900件の広告配信を停止しました。（※2）また2019年5月には、独自の“広告品質における3つの価値と6つの対策項目（広告品質のダイヤモンド）”を定義する（※3）など、さまざまな取り組みを公表してきました。このたび、広告配信面に加えて、配信されるタイトルや画像など広告素材の審査についても広くお知らせすることを目的として、本レポートを公開しました。

※2：[ガイドラインの厳格化により約5,900件の広告配信を停止](#)

※3：[独自の広告品質におけるスタンダードを策定](#)



広告審査による非承認の最も多い広告素材は、肌の露出が多い画像や胸・腹部など身体の一部を強調した画像などを含むもので、「ユーザーに不快感を与えるような表現」のため非承認にしています。

また、非承認の多い商品ジャンルでは、化粧品や健康食品、健康雑貨が最も多く、2019年度で約978万件の広告素材を非承認としました。非承認の理由として多い広告素材は、「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」など、医薬品のような効能効果を表現しているものです。このような広告表現は、「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）」において違反であり、Yahoo! JAPANでも特に審査を強化しています。

その他、ユーザーの誤解を防ぐために「売上No.1」などの最上級表示のルールや、広告の主体者の明示ルール（広告主が誰であるか）に抵触しているもの、広告の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。

さらに、昨今の新型コロナウイルス感染拡大により、ユーザーに誤解や不安感を与えるような不適切な広告が増加したことに伴い、広告掲載基準に則り、2020年1月31日から6月30日までに、約57,000件の広告素材を非承認としました。

Yahoo! JAPANは、今後、本レポートの定期的な公開を通じて、広告主や広告会社、広告配信パートナーの皆さまに安心してご利用いただけるプラットフォームを目指してまいります。