

ヤフー、2020年度は約1億7千万件の広告素材を非承認に

～ 最も多い非承認理由は「最上級表示、No.1表示」に抵触 ～

<https://yahoo.jp/PqPX7M>

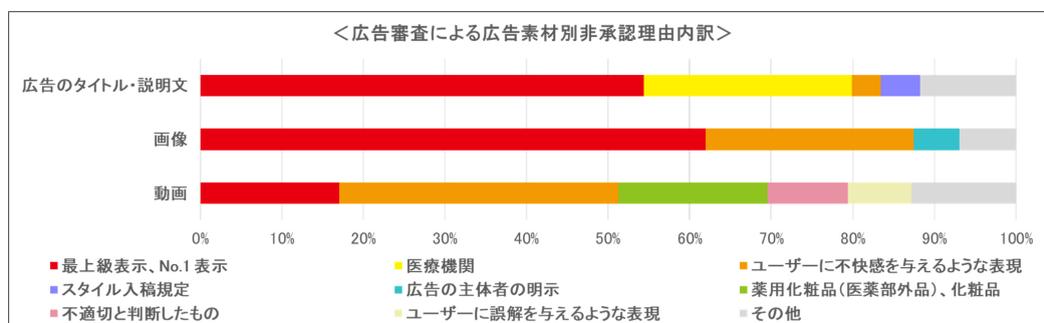
ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は本日、広告サービス品質向上のための審査実績をまとめた2020年度（2020年4月1日～2021年3月31日）の「広告サービス品質に関する透明性レポート」（以下、本レポート）を公開しました。2020年度は約1億7千万件（※1）の広告素材を、Yahoo! JAPANが定めた基準に抵触する素材として非承認にしました（2019年度実績：約2億3千万件の非承認）。

※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で、広告単体の件数ではございません。

Yahoo! JAPANの広告審査では、広告単位の対応だけでなく、違反表現を繰り返したり、大量の非承認広告の入稿を行ったりする広告アカウント自体の停止措置を行っており、2020年度には5215件のアカウントを停止しました。これにより、非承認となる広告素材を入稿する広告主が減少したため、2019年度よりも非承認数が減少しました。

本レポートは、広告主や広告会社、広告配信パートナーに、Yahoo! JAPANの広告サービスを安心して利用いただくことを目的に2019年度から公開を開始し、2020年度上半期に次ぐ今回で3回目となります。Yahoo! JAPANの広告掲載基準では、「最上級表示、No.1表示」をする際は、1年以内の調査データで実証されている場合のみ掲載を認めています（※2）が、2020年度は、その基準に抵触する広告素材が最も多くありました。

※2： [広告掲載基準：最上級表示、No.1表示](#)



虚偽・誇大広告については、東京都でも厳しく監視しています。特に健康食品や化粧品の広告において、誇大な効果をうたう表示が多くあり、その中には「満足度第1位」や「人気No.1」など、客観的に実証されていない優良誤認のおそれがある事例もありました。そのため、東京都が

らは、関連の業界団体やインターネット関係事業者に対し、客観的な事実を確認した上で広告・表示を行うことや景品表示法および関係法令の遵守についてより一層の周知を図るよう要望が出されています（※3）。

※3：[インターネット上の不当表示等329事業者に改善指導（東京都）](#)

また、Yahoo! JAPANは、広告品質の向上を目的にユーザーからの意見に基づいた新たな取り組みも行っています。2021年1月に、ユーザーに不快感や嫌悪感を与えるおそれのある表現が掲載された広告に対して、広告の入稿数やユーザーからの意見数など複数の要素を加味して算出し、一定の閾値を設け、それを超えた広告の掲載を停止することを周知しました（※4）。

※4：[ユーザーからの意見に基づく広告掲載停止の運用開始](#)

Yahoo! JAPANは、以前より広告配信面（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。（※5）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（※6）など、さまざまな取り組みを実施しています。

※5：[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](#)

※6：[独自の広告品質におけるスタンダードを策定](#)

また、内閣官房デジタル市場競争本部事務局が公開したアドフラウド対策などが盛り込まれた「デジタル広告市場の競争評価最終報告（案）」について、記載されている各課題に対して、Yahoo! JAPANが実施している取り組みも公開しています（※7）。

※7：[「デジタル広告市場の競争評価最終報告（案）」の課題に対するヤフーの取り組みについて](#)

Yahoo! JAPANは、今後も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。

<ご参考：これまでの「広告サービス品質に関する透明性レポート」発表>

[2020年8月6日発表](#)

[2020年12月15日発表](#)