

ヤフー、デジタル広告の品質確保に取り組む事業者として デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）の認証を取得

～ JICDAQが定める“アドフラウド除外” “ブランドセーフティ確保”の認証を取得 ～

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

ヤフー株式会社（以下、ヤフー）は、アドネットワーク事業者（※1）と、メディア事業者（※2）の2つの事業領域において、一般社団法人デジタル広告品質認証機構（以下、JICDAQ）が定める「アドフラウドを含む無効トラフィックの除外」と「広告掲載先品質に伴うブランドセーフティの確保」に関わる業務について、JICDAQ認証基準に適合した事業者として認証を取得しました。



JICDAQとは、公益社団法人 日本アドバイザーズ協会（JAA）と一般社団法人 日本広告業協会（JAAA）、一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）の広告関係3団体を中心となって、2021年3月に立ち上げられた認証機構です。JICDAQは、デジタル広告市場における品質課題を解決することで、デジタル広告が健全に発展し、事業者にとっても社会にとっても有益なものになることを目指しています。

JICDAQでは、デジタル広告の品質課題から、まずは「アドフラウドを含む無効トラフィックの除外」と「広告掲載先品質に伴うブランドセーフティの確保」に関わる業務プロセスの認証基準を作成し、その基準に適合している事業者を「品質認証事業者」と認証し、本日公開されまし

た。なお、JICDAQの認証には、自己宣言、海外認証の自己宣言、第三者検証が選択可能で、ヤフーは、JICDAQ認証の検証業務を担当する一般社団法人 日本ABC協会による第三者検証にて認証を取得しました。

JICDAQの活動については、内閣官房デジタル市場競争本部事務局の報告書内でもアドフラインドやブランドセーフティなどに関する問題に対して、「実効性を高めていくことが必要な取り組み」として言及されています（※3）。

ヤフーは、これまでも広告配信面を厳正に審査しており、2018年10月にアドフラインドへの対策を強化し、約5,900件の広告配信を停止しました（※4）。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）”を定義し（※5）、2020年8月からは定期的に「広告サービス品質に関する透明性レポート」を公開しており（※6）、不正広告対策において、さまざまな取り組みを実施してきました。

ヤフーは「情報技術のチカラで、日本をもっと便利に。」をミッションに掲げ、広告審査の機能拡充や改善を行い、広告配信面の審査・パトロールの強化など、不正排除と検知精度向上に取り組んでまいります。

※1：アドネットワーク事業者として認証を取得したサービス：Yahoo!広告

※2：メディア事業者として認証を取得した対象サービス：

Yahoo! JAPAN、Yahoo!ニュース、Yahoo! JAPAN クリエイターズプログラム、Yahoo!ショッピング、PayPayモール、ヤフオク!、Yahoo!ウォレット、Tポイント

(points.yahoo.co.jp)、Yahoo!ズバトク、Yahoo!プレミアム、Yahoo!メール、Yahoo!カレンダー、Yahoo!クラウドソーシング、Yahoo!きせかえ、Yahoo!リアルタイム検索、Yahoo!くらし、Yahoo!天気・災害、Yahoo!検索、Yahoo!地図、Yahoo!道路交通情報、Yahoo!カーナビ、Yahoo!路線情報、Yahoo!テレビ、Yahoo!映画、Yahoo!知恵袋、Yahoo!占い、Yahoo!トラベル、Yahoo!口コ、Yahoo!不動産、Yahoo!ファイナンス、Yahoo! toto、carview!、GYAO!、スポーツナビ

※3：[内閣官房デジタル市場競争本部事務局 デジタル広告市場の競争評価最終報告](#)

※4：[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](#)

※5：[独自の広告品質におけるスタンダードを策定](#)

※6：[広告サービス品質に関する透明性レポート](#)