

ヤフー、2021年度は約1億3千万件の広告素材を非承認に

～ アカウント審査基準公開などの対策強化で、 広告品質の確保や透明性の向上を実現 ～

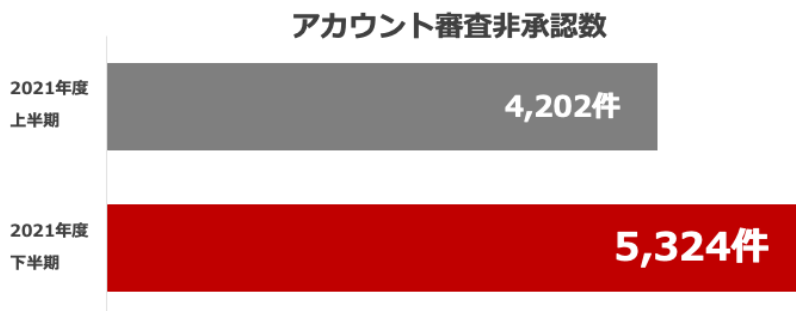
<https://yahoo.jp/PqPX7M>

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2021年度（2021年4月1日～2022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。2021年度は、約1億3千万件の広告素材（※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。



本レポートは、ユーザーや広告主、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年から公開しており、今回で5回目です（※2）。

Yahoo! JAPANでは、広告の品質を担保するために日々審査を行っています。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を停止しています。その結果、2021年度下半期は5,324件のアカウントを非承認としました。



Yahoo! JAPANでは、定期的に広告掲載基準の見直しを行っています。加えて、広告主の広告掲載基準への理解を促進するための啓発活動なども行っているため、広告主による基準への理解と表現の修正につながっています。2021年度は、非承認となる広告素材を入稿する広告主が減少するとともに、広告の非承認数は昨年度比で4,200万件以上減少しました（※3）。

また、2021年度は「最上級表示、No.1表示」「薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品」の掲載基準での非承認割合が昨年よりも増加しました。



Yahoo! JAPAN 広告掲載基準の「最上級表示、No.1表示」においては、クリエイティブ内に第三者によるデータ出典・調査機関名および調査年の明記や、調査データが1年以内のデータであることなどを定めています（※4）。「薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品」においては、「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）」に関して満たすべき基準や注意点を示しています（※5）。

さらに、Yahoo! JAPANの親会社であるZホールディングス（以下、ZHD）では、2021年7月に「デジタル広告事業に関する情報開示の在り方検討会」を設置し（※6）、デジタルプラットフォーム事業者としての情報開示の在り方や、透明性を向上させるために必要な体制などについて、外部の有識者と共に検討しました。2022年3月4日に受領した提言書（※7）を踏まえて、Yahoo! JAPANでは4月に「広告アカウント審査基準」を初めて公表するなど（※8）、広告品質の確保や透明化の向上をさらに推進しています。

なお、Yahoo! JAPANではアドフraud排除やブランドセーフティ確保のために、さまざまな不正広告対策の取り組みを継続的に推進しています（※9）。

また、2019年5月には“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）”を定義しました（※10）。Yahoo! JAPANが広告に関する社会課題を率先して取り上げ、対策を講じることで、広告品質のスタンダードを構築し、業界全体の健全化に貢献していきます。

「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るYahoo! JAPANは、今後も本レポートの定期的な公開や、審査・パトロールの強化、審査の透明性の担保や機能拡充・改善を行い、ユーザーや広告主、広告会社、広告配信パートナーなどが安心して活用できるプラットフォームを目指します。

※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ありません。

※2：これまでの「広告サービス品質に関する透明性レポート」

・2019年度（2020年8月6日発表）：

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/08/06m/>

・2020年上半期（2020年12月15日発表）：

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/12/15m/>

・2020年度（2021年6月8日発表）：

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/06/08b/>

・2021年上半期（2021年12月7日発表）：

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/12/07a/>

※3：2020年度の広告非承認数は約1億7千万件

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/06/08b/>

※4：最上級表示、No.1表示（「Yahoo!広告」ガイドライン）

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/article/detail?lan=ja&aid=1629>

※5：薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品（「Yahoo!広告」ガイドライン）

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/article/detail?lan=ja&aid=1599>

※6：「デジタル広告事業に関する情報開示の在り方検討会」を設置（ZHDプレスリリース、2021年7月19日）

<https://www.z-holdings.co.jp/news/press-releases/2021/0719/>

※7：Zホールディングス設置の有識者検討会、デジタル広告事業に関する情報開示の在り方を提言（ZHDプレスリリース、2022年3月7日）

<https://www.z-holdings.co.jp/pr/press-release/2022/0307>

※8：「Yahoo!広告 アカウント審査基準」（2022年4月11日公開）

https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/jp_accountshinsakijyun.pdf

※9：アドフラウド排除やブランドセーフティ確保に関する主な取り組み（抜粋）

- ・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（プレスリリース、2019年4月19日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2019/04/19m/>

- ・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（プレスリリース、2021年11月1日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/11/01c/>

- ・アドフラウド排除とブランドセーフティ確保を強化するリアルタイム不正解析機能を導入開始（プレスリリース、2021年12月2日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/12/02b/>

※10：“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）”について

- ・広告品質のダイヤモンドの取り組み（Yahoo!マーケティングソリューション）

<https://marketing.yahoo.co.jp/strength/quality/diamond/>

- ・独自の広告品質におけるスタンダードを策定（プレスリリース、2019年5月9日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2019/05/09m/>