

ヤフー、2022年度上半期は約6,700万件の広告素材を非承認に

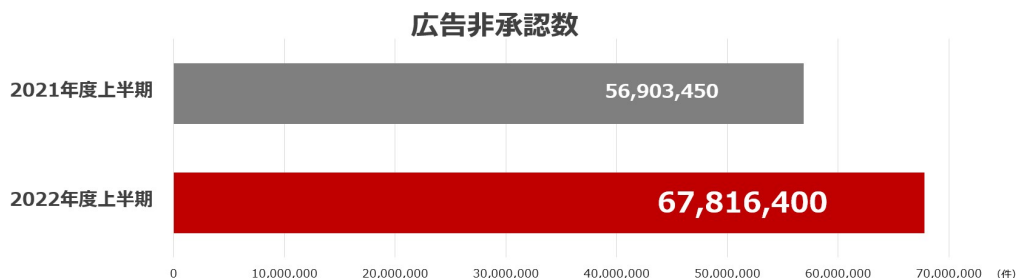
～ 非承認理由は「最上級表示、No.1表示」や
「薬用化粧品・化粧品」が常に上位、
2022年度上半期は「医療機関」が増加 ～

<https://yahoo.jp/cAhGwb>

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2022年度上半期（2022年4月1日～9月30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。2022年度上半期は、約6,700万件の広告素材（※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。



広告サービス品質に関する 透明性レポート 2022年度上半期



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6回目です（※2）。

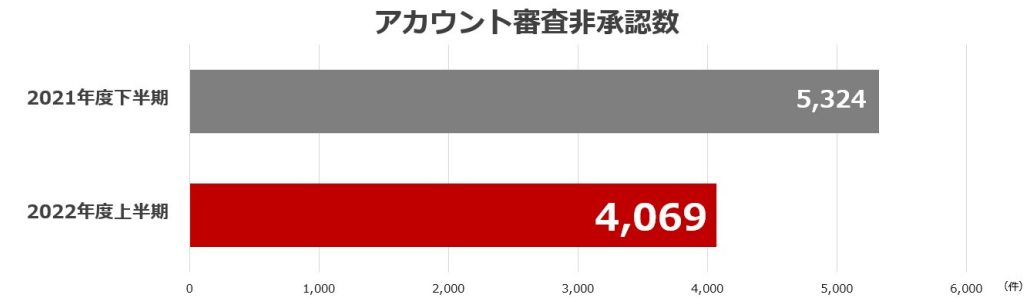
下記の表は、広告審査による非承認理由ごとの割合において、本レポート公開を開始した2019年以降の上半期の上位を示したものです。非承認理由については、「最上級表示、No.1表示」

(※3)や「薬用化粧品・化粧品」(※4)が常に上位を占めていますが、2022年度上半期は「医療機関」(※5)の割合が上昇しました。Yahoo! JAPANでは、景品表示法・薬機法(※6)、医療法に基づき広告掲載基準を定めており、ユーザーの財産・身体へのリスクの排除を重視したうえで、法令に違反するおそれのあるものについて厳格に審査を実施しています。

	2019年度上半期	2020年度上半期	2021年度上半期	2022年度上半期
1位	最上級表示	最上級表示	化粧品	最上級表示
2位	不快感を与える表現	化粧品	最上級表示	化粧品
3位	医療機関	不快感を与える表現	ユーザーの意に反するもの※2	広告の関連性※3
4位	化粧品	ユーザーの意に反するもの※2	広告の関連性※3	医療機関

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、2022年度上半期は4,069件のアカウントを非承認としました。2021年下半期と比較してアカウント審査非承認数が減少した理由は、2022年4月に「広告アカウント審査基準」を公開したことにより(※7)、非承認となるものを広告主があらかじめ想定しやすい環境となったことが影響したものと推察できます。



なお、政府は2022年7月に、「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」(以下、透明化法)の規制対象へ新たにデジタル広告分野を追加しました(※8)。2022年10月3日に、Yahoo! JAPANを含む複数のデジタルプラットフォーム事業者が規制対象として指定されました(※9)。

Yahoo! JAPANでは事業者指定日に、デジタル広告事業の透明性向上のため審査基準やデータの取り扱いなどの情報を集約した特設サイトを公開し、透明化法の情報開示項目に沿って、平易な表現を用いて記載することで、わかりやすい情報開示を行いました(※10)。

透明化法は、デジタルプラットフォーム事業者に対して、広告主などの声に耳を傾けるとともに、アドフraud等デジタル広告の質の問題について、対策状況の説明等を通じて広告主の理解を促進することを求めています。本レポートでは、アドフraidやブランドセーフティの対策状況についても公開しており、広告主の理解促進に役立つと考えています。

Yahoo! JAPANでは透明化法の施行に先駆けて、広告サービス品質維持向上のための取り組みを客観的に評価するために、定期的に広告主を対象としたアンケート調査を実施してきました(※11)。

広告審査・ブランドセーフティ・アドフraid対策などの分野における、各ガイドラインの内容の適切度や広告主からの信頼度、広告審査における非承認理由の分かりやすさなどについて評価をもらい、それらを分析して改善につなげています。

さらに2022年12月には、多角的な視点を取り入れることを目的に、インターネットユーザー約3,000人を対象としたインターネット広告の品質に関する調査も実施し、ユーザーがストレスなく広告に接触できる状態の分析も行いました(※12)。

「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/>

・2021年度（2022年6月21日発表）：

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/06/21a/>

※3：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/articledetail?lan=ja&aid=1629>

※4：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/articledetail?lan=ja&aid=1599>

※5：医療機関（「Yahoo!広告」ガイドライン）

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/articledetail?lan=ja&aid=1551>

※6：

・景品表示法：不当景品類及び不当表示防止法

・薬機法：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

※7：「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

※8：「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律第四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令の一部を改正する政令」が閣議決定されました（経済産業省、2022年7月5日）

<https://www.meti.go.jp/press/2022/07/20220705002/20220705002.html> （外部サイト）

※9：「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」の規制対象となる事業者を指定しました（経済産業省、2022年10月3日）

<https://www.meti.go.jp/press/2022/10/20221003006/20221003006.html> （外部サイト）

※10：Yahoo! JAPAN、デジタル広告事業の透明性向上のため審査基準やデータの取り扱いなどの情報を集約した特設サイトを公開（プレスリリース、2022年10月3日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/10/03a/>

※11：「出稿の判断基準に影響大！ 7割以上の広告主が意識していること」（Yahoo!マーケティングソリューション ブログ）

<https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022060730302993.html>

※12：「7割のユーザーが感じている！ 広告ストレスをなくすためのヤフーの取り組み」（Yahoo!マーケティングソリューション ブログ）

<https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022083030335386.html>

上記ブログに記載されている「全国の18～69歳の男女1,545名」に加えて、学生1,500名を対象とした調査も実施しました。