

ヤフー、2022年度は約1億3千万件の広告素材を非承認に

～ 消費者トラブルが増加する、水漏れや解錠などの緊急時に事業者が駆け付ける“暮らしのレスキューサービス”の広告への対策などを強化 ～

2022年度の透明性レポート：

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

透明性レポート解説動画：

<https://youtu.be/qNBijAU8DJY>

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（2022年4月1日～2023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。2022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（グラフ1）。

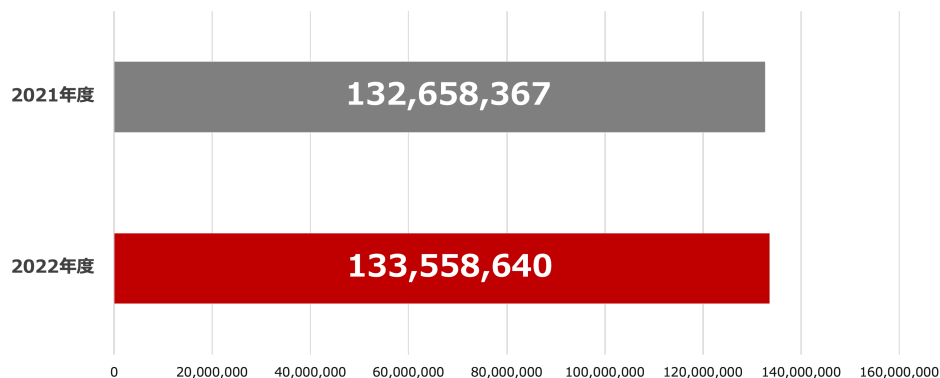
YAHOO!
JAPAN

広告サービス品質に関する 透明性レポート

2022年度



広告非承認数



【グラフ1】 広告非承認数の比較（上が2021年度、下が2022年度）

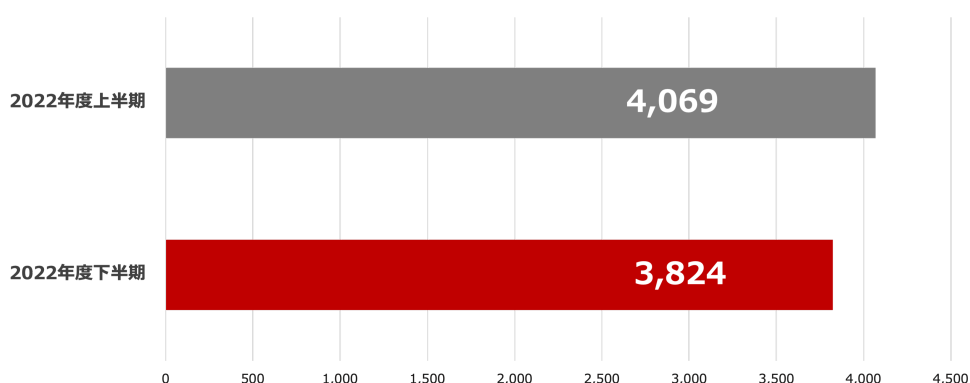
本レポートは、ユーザーや広告主、広告会社、広告配信パートナーに、Yahoo! JAPANの広告サービスを安心して利用いただくことを目的に2019年度から公開しており、今回で7回目です（※2）。

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。2022年度は昨年度（※3）と比較して広告非承認数に大きな増減はありませんでしたが（グラフ1）、入稿数自体は増えているため、非承認となった広告の割合が減少しています。

Yahoo! JAPANは、定期的な広告掲載基準の見直しや、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を継続的に実施しています。そうした取り組みの効果により、広告主による基準への理解と表現の修正につながり、広告品質が向上したものと考えられます。

また、Yahoo! JAPANの広告審査では、広告素材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年度下半期は3,824件のアカウントを非承認としました（グラフ2）。

アカウント審査非承認数



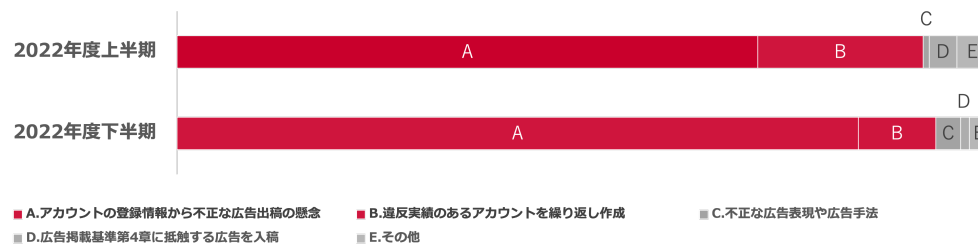
【グラフ2】 アカウント審査非承認数の比較（上が2022年度上半期、下が同下半期）

2022年度下半期におけるアカウントの開設後審査による非承認理由としては、「アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念」の基準での非承認が、同年度上半期に比べて増加しました（グラフ3）。これは、日常生活での水漏れや解錠などの緊急時に事業者が駆け付けて対処する“暮らしのレスキューサービス”の広告を出稿している一部の契約者を対象に、本人確認を強化したことが要因です。

“暮らしのレスキューサービス”においては、近年消費者トラブルが増加しており、政府も広く注意を呼びかけています（※4）。

この状況を受けてYahoo! JAPANでは2022年10月より、“暮らしのレスキューサービス”の広告

を出稿している一部の契約者を対象に本人確認の強化を実施するとともに、サービス提供に関するユーザートラブルの情報が複数確認された場合にはアカウントの停止措置を行う旨を知らせるなど、消費者保護のための対策を強化しました（※5）。



【グラフ3】アカウント審査による非承認理由内訳（開設後審査）（上が2022年度上半期、下が同下半期）

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（※6）。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（※7）。

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（※8）。

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などデジタル広告の質の問題について、対策状況の説明など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raud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。

「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年度上半期（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年度上半期（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/>

・2022年度上半期（2022年12月19日発表）：

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/12/19a/>

※3：2021年度の広告非承認数は約1億3千万件

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

※4：水漏れ、解錠、トイレ修理…緊急時の駆け付けサービスのトラブルにご注意！（政府広報オンライン）

<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201906/1.html> （外部サイト）

※5：暮らしのレスキューサービスによるトラブル防止のための審査対応について（「Yahoo!広告」、2022年10月12日）

<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/announce/30367636.html>

※6：「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）

※7：「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）

※8：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/>