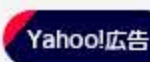


## デジタル広告分野の初回大臣評価より | Yahoo!広告の透明性と公正性とは



## デジタル広告分野の初回大臣評価

## 透明性と公正性



2021年2月に施行された「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、DPF取引透明化法）※1」において規制対象の事業者に指定されたLINEヤフーは、2023年5月に経済産業省に「2022年度報告書（※2）」を提出しました。

今回は当社が提供する「デジタル広告事業（※3）」について、2024年2月に公表された初回評価の概要および今後の取り組みを紹介します。

## 目次

はじめに

2022年度の経済産業省からの評価

2023年度に実施した取り組み内容

LINEヤフーの透明性向上のための取り組み

## はじめに

昨今、世の中におけるデジタル技術の進化は目を見張るものがありますが、これに伴うさまざまな課題も浮き彫りになってきました。中でもデジタルプラットフォームにおいては、中小企業に新規顧客を提供するなど重要な役割果たす一方で、寡占や独占などが生じる危険性もあります。

このような状況下において、デジタルプラットフォームの透明性及び公正性を高めるためDPF取引透明化法が施行されました。この法律では、特定の事業者に対して、取引の透明性・公正性を高めるための自主的な取り組み内容について、経済産業省に年に1回報告書を提出する義務があると定められています。また経済産業省は、取引先事業者、消費者、学識者などと連携しその報告書を評価し、規制対象の事業者に対してフィードバックすることが定められています。

## 評価対象の特定デジタルプラットフォーム

事業の区分	特定デジタルプラットフォーム	特定デジタルプラットフォーム提供者
総合通販 オンラインモール	Amazon.co.jp	アマゾンジャパン合同会社
	楽天市場	楽天グループ株式会社
	Yahoo!ショッピング	LINEヤフー株式会社
アプリストア	App Store	Apple Inc. 及びiTunes株式会社
	Google Play ストア	Google LLC
デジタル広告 (メディア一体型広告)	Google検索、YouTubeに広告を表示	Google LLC
	Facebook、Instagramに広告を表示	Meta Platforms, Inc.
デジタル広告 (広告仲介型)	Yahoo! JAPAN、LINE及びLINEファミリーサービスにYahoo!広告を表示	LINEヤフー株式会社
デジタル広告 (広告仲介型)	媒体主の広告枠に広告を表示	Google LLC

※LINEヤフー社が運営するデジタル広告は、LINE広告とYahoo!広告があるが、現在透明化法の指定対象はYahoo!広告のみ

## 2022年度の経済産業省からの評価

DPF取引透明化法において規制対象の事業者に指定されているLINEヤフーは、2023年5月に2022年度の報告書を経済産業省に提出しました。

今回の報告書では、LINEヤフーを含む特定デジタルプラットフォーム提供者に対し、経済産業省から以下の5点について良い評価を受けました。

評価観点	概要
①提供条件等の情報開示	約款やガイドライン変更時にメールやポータルサイトで通知し、透明性を確保等
②苦情紛争解決の継続的な対応改善	苦情専用フォームの活用による、運用改善および迅速な課題解決
③利用事業者との相互理解を促進するための手続き・体制整備	審査担当者の一貫性を保つためのKPI設定と体制の整備等
④広告審査・広告配信プロセスの運用改善	(次章を参照のこと)
⑤広告の質に関する「見える化」	(次章を参照のこと)

## | LINEヤフーへの評価

LINEヤフーの透明性向上に関する姿勢や取り組みについては、特に前述の④⑤の2点において、直接的に「LINEヤフー社」と言及される形（※4 p80、87）で前向きな評価を受けました。

具体的には、広告主への影響を考慮した積極的な通知や情報発信、真摯な苦情対応、審査に関する情報発信の充実、広告の質に関する取り組みについて高く評価され、今後も継続して取り組んでいくことが期待されています。

## ④ 広告審査・広告配信プロセスの運用改善

## 評価対象となったページ例

- ▶ [【動画でみる】医療法の広告規制について](#)
- ▶ [出稿前に確認！コンテンツチェックリスト](#)
- ▶ [5分で分かる！よくある否認事例](#)

## ⑤ 広告の質に関する「見える化」

## 評価対象となったページ例

- ▶ [広告サービス品質向上のための取り組み](#)

> 経済産業省「[特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価](#)」（令和6年2月2日公表、外部サイト）

## 2023年度に実施した取り組み内容

LINEヤフーでは、2022年度の評価も踏まえ、以下5点を中心とした取り組みの実施・継続および改善を進め、それらを2023年度の報告書にまとめて2024年5月に提出しました。

実施した取り組み内容
①類似の広告審査案件における審査結果の差異をなくすため、審査担当者間の差異発生率の軽減に向けての取り組みを強化
②問い合わせ窓口の顧客（広告主）満足度向上に加え、広告主にとってより有意義な情報を提供するため、関連するヘルプページの案内などの付加価値情報の提供や広告主アンケート結果（NPS）の分析と改善施策の継続
③お問い合わせに対して適切かつ迅速な処理・解決のための取り組みを複数実施
④広告透明性レポート公開に合わせてオウンドメディアで関連記事を公開するなど、広告の質に関する情報発信をわかりやすさの観点でさらに強化
⑤利益相反・自社優待行為管理方針の臨時見直し

## LINEヤフーの透明性向上のための取り組み

今後もLINEヤフーでは、透明性及び公正性向上のための取り組みを継続して進めます。また、広告主や代理店の皆さまとの信頼関係のさらなる強化のためにも、適切な情報開示に努めています。

LINEヤフーの本取り組みの詳細については以下のページをご確認ください。

[透明性向上のための取り組みのご紹介](#)

※1 [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](#)（外部サイト）

※2 デジタル広告のDPF透明化法対応は2022年度が初年度

※3 LINEヤフーとしては、総合通販オンラインモールの事業においても、「Yahoo!ショッピング」が特定デジタルプラットフォームとして指定されているが、本稿では「デジタル広告事業」についてのみ普及

※4 [特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価](#)（経済産業省 令和6年2月2日）（外部サイト）