

広告サービス品質向上のための取り組み

2024年7月

LINEヤフー

LINEヤフーの取り組み

LINEヤフーの取り組み

LINEヤフー株式会社（以下「LINEヤフー」と表記）では、広告サービス品質向上のための取り組みを実施しています。

近年、デジタルプラットフォーム上での取引の透明性や公平性が求められています。

また、広告上の不当表示や、SNSを悪用した様々な手法の詐欺広告などが問題となっている社会情勢の中、LINEヤフーでは、ユーザーの皆様が安心・安全にご利用いただけるサービスを提供するためにこれまでも様々な対策を実施してきました。

今後もより一層、透明性や公平性、品質の向上のための取り組みを継続していきます。

本資料は、広告主・広告会社・広告配信パートナー、そしてLINEヤフーをご利用のユーザーの皆様**に安心して弊社のサービスおよび広告をご利用いただけるよう**、その取り組み内容を要約しまとめられています。

広告品質のダイヤモンド

LINEヤフーでは、日本のインターネット広告業界が抱えるアドフラウドやブランドセーフティなどの課題に向き合い、広告品質に関するグローバルスタンダードを参考に、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、これらの対策に取り組んでいます。

3つの価値

- 適正な広告効果の可視化
- ブランド価値とメディアの信頼性の担保（不正の排除）
- ストレスのない広告体験の提供

6つの対策

- ビューアビリティ（視認性）
- アドフラウド対策
- ブランドセーフティ（適切な配信面）
- プライバシーへの配慮
- 最適な広告フォーマット
- アドクラッター対策

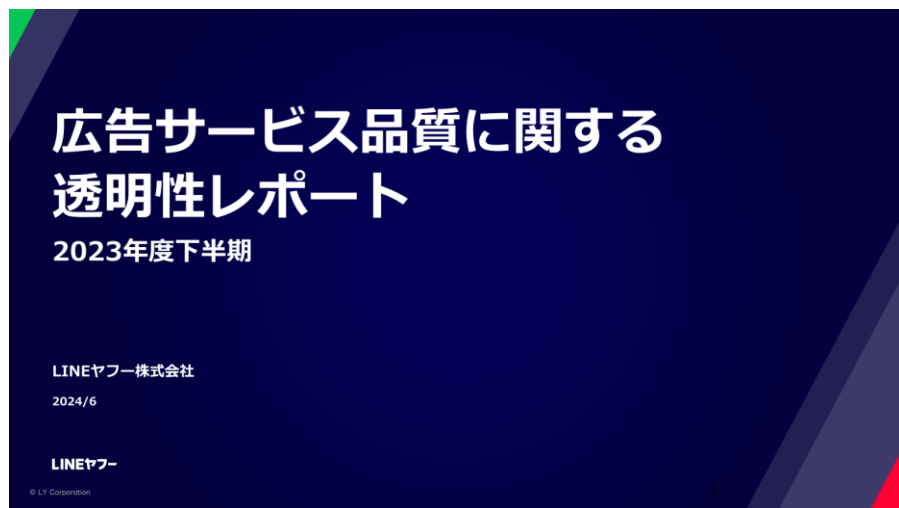


広告サービス品質に関する透明性レポート

LINEヤフーでは、広告・広告掲載面・トラフィックの審査の実績や取り組みを掲載した**広告サービス品質に関する透明性レポート**を公開しています。

本レポートは、Yahoo!広告では**2019年度から半期ごとに公開**しており、2024年6月で**7回目**となります。

2023年度下半期より、Yahoo!広告に加えて**LINE広告の広告審査実績も公開**しており、今後も順次レポート内容を拡充させていく予定です。



最新レポートの主なトピックス

- 2023年度、Yahoo!広告で**約9,600万件**※の広告素材を非承認
- LINE広告の非承認件数、内訳のレポートを公開
- 2023年度下半期、LINE広告で**約10万件**※の広告素材を非承認
- アドフラウド対策で無効クリック約302億円（年間）の非課金化

※Yahoo!広告とLINE広告では、非承認数のカウント対象や方法が異なります。

詳細な実績については、本資料のP6,P7,P14,P15でもご紹介します。

広告サービス品質に関する透明性レポート

<https://www.lycbiz.com/jp/strength/quality/adqualityreport/>

ブランドセーフティの対策（掲載面審査）

広告主のブランドを毀損（きそん）する恐れがある不適切なサイトやコンテンツ上に広告が表示されることを防ぎ、広告主のブランドを守り、安全性を確保する取り組みを「ブランドセーフティ」と言います。

Yahoo!広告の取り組み

Yahoo!広告では広告掲載面の品質基準として『**広告配信ガイドライン**』を設け、配信先の掲載面ネットワークから違法サイトや、社会規範・公序良俗に反するコンテンツを排除する基準を定めています。

ガイドラインに則り、広告を掲載する前に専門審査チームで申請のあった全てのサイトを人の目で審査しています。また、審査をとおし広告掲載がスタートした後も、専門審査チームのパトロールに加え、グローバル水準のアドベリフィケーション対策ベンダーであるDoubleVerify（ダブルベリファイ）の**Pre-bidシステム**と連携し、リアルタイム性の高い制御を導入しています。これによりユーザーによる誹謗中傷などの書き込みも24時間常時検知し、不適切と判断されたコンテンツは即座に広告配信をブロックしています。

広告掲載面の事前審査結果（2023年下半期）

非承認割合	約22%
-------	------

広告掲載後のパトロール結果（2023年下半期）

URL単位ブロック	約32,000件
サイト停止	約2,100件

（2024年3月単月）

リアルタイムURLブロック (Pre-bidシステム)	約5,400件
--------------------------------	---------

アドフラウド対策（トラフィック審査）

アドフラウドとは、悪質なボット等のプログラムによって発生されたインプレッションやクリックにより、不正に広告費を搾取する広告詐欺のことをいいます。それに加え、検索エンジンのクローラーなど悪意のないプログラムによって発生するインプレッションやクリック等も含め、実際にはユーザーが広告を見ていない、クリックしていないトラフィックを「無効トラフィック」として制御しています。

Yahoo!広告の取り組み

Yahoo!広告では、「**トラフィックオリティガイドライン**」を定め、広告配信ネットワーク全体のモニタリングを24時間体制で行うことで、広告トラフィックの品質を管理しています。トラフィックの監視は、オンラインとオフラインの2つの検出タイミングで、ボット等による広告インプレッションや広告クリックを検知し、広告主の費用として課金されないよう対象から除外するシステムを構築しています。

また、DoubleVerifyとの連携により実現した配信制御システムでは、DoubleVerifyの解析結果をもとに広告リクエストが発生する瞬間に不正有無を判定し、不正が検知された場合は、広告を出さない制御を行っています。

ディスプレイ広告での無効検知（2023年下半期）

無効トラフィック	約1.4%
無効クリック	約12.4%
無効クリック広告費換算	約100億円

検索広告での無効検知（2023年下半期）

無効トラフィック	約2.1%
無効クリック	約3.7%
無効クリック広告費換算	約61億円

「マーケティング事業におけるDE&Iの考え方」



2024年6月に「マーケティング事業におけるDE&Iの考え方」を発表しました。これまでもLINEヤフー全社でDE&I推進に取り組んできていましたが、あらためてマーケティング事業にフォーカスして考え方を示したものです。

マーケティング事業におけるDE&Iの考え方

LINEヤフー株式会社はマーケティング事業において、広告主・広告会社・広告配信パートナー、そしてユーザーの皆様など、誰もが安心して利用できる広告プラットフォームを目指しています。

人は一人ひとりが異なる多様な特性や価値観を持った存在です。

マーケティング活動において広告は、社会に大きな影響を与える力を持っていますが、ときに無意識の偏見・思い込み（アンコンシャス・バイアス）を含んだ表現や配信で意図せず不快感や疎外感を与えたり、新たな偏見や差別を作りだしたりする可能性があります。

マーケティングに携わる全ての人々がアンコンシャス・バイアスを自覚することは、多様性を尊重して制作された広告があふれ、誰もが居心地がよい社会をつくる第一歩になると考えます。

広告主・広告会社の皆様がマーケティング活動において自由な表現と多様性を尊重できるよう、LINEヤフーが持つユーザーのデータなどさまざまな情報を分析して、アンコンシャス・バイアスを自覚するきっかけづくりになるような情報の発信や環境の整備など、私たちにできることを考えながら、皆様と一緒にDE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）を推進していきます。

プレスリリース

<https://www.lycorp.co.jp/ja/news/release/008686/>

LINEヤフーのマーケティング事業としてのDE&I推進

－ マーケティング事業におけるDE&Iの考え方 －

LINEヤフー株式会社はマーケティング事業において、広告主・広告会社・広告配信パートナー、そしてユーザーの皆様など、誰もが安心して利用できる広告プラットフォームを目指しています。



人は一人ひとりが異なる多様な特性や価値観を持った存在です。マーケティング活動において広告は、社会に大きな影響を与える力を持っていますが、ときに無意識の偏見・思い込み（アンコンシャス・バイアス）を含んだ表現や配慮で意図せず不快感や疎外感を与えたり、新たな偏見や差別を作りだしたりする可能性があります。

マーケティングに携わる全ての人がアンコンシャス・バイアスを自覚することは、多様性を尊重して制作された広告があふれ、誰もが居心地がよい社会をつくる第一歩になると考えます。

広告主・広告会社の皆様はマーケティング活動において自由な表現と多様性を尊重できるよう、LINEヤフーが持つユーザーのデータなどさまざまな情報を分析して、アンコンシャス・バイアスを自覚するきっかけづくりになるような情報の発信や、環境の整備など私たちにできることを考えながら、皆様と一緒にDE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）を推進していきます。

Improving Service Quality ~Deepening DE&I in Marketing Business~

－ DE&Iについて知る －

DE&Iとは？ 概念や重要性を解説

本記事は、企業がDE&Iを推進する重要性と取り組む際に意識したいポイント、企業事例などについて解説します。

詳細を見る

DE&Iとは？ 概念や重要性を解説



アンコンシャス・バイアスとは 広告における影響や対策



アンコンシャス・バイアスとは？ 影響や対策について

本記事は、アンコンシャス・バイアスについて作用や影響、そして対策の仕方などを解説します。

詳細を見る

広告業界のDE&I推進にも貢献できるように、皆様と一緒にDE&Iを推進していくことを目指し、「マーケティング事業におけるDE&I推進」サイト内で、下記のようなDE&Iに関連した情報を発信しています。

- DE&Iに関する基本の情報
- ユーザー調査の結果
- 実際の広告に寄せられたユーザーボイス

今後も、広告主や広告会社の皆さまが広告制作において参考になるような情報を発信していきますので、是非お役立てください。なお、各プロダクトにおいてDE&I観点の広告審査基準やデータ利用等の制限を設けるものではありません。

マーケティング事業におけるDE&I推進

<https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/dei>

LINEヤフーの広告審査

広告審査とガイドライン

LINEヤフーでは、不適切な広告の掲載を防ぐため、広告掲載の申込時に開設いただく「**広告アカウント**」単位での審査と、その後入稿いただく「**広告素材**」単位での審査を行っています。

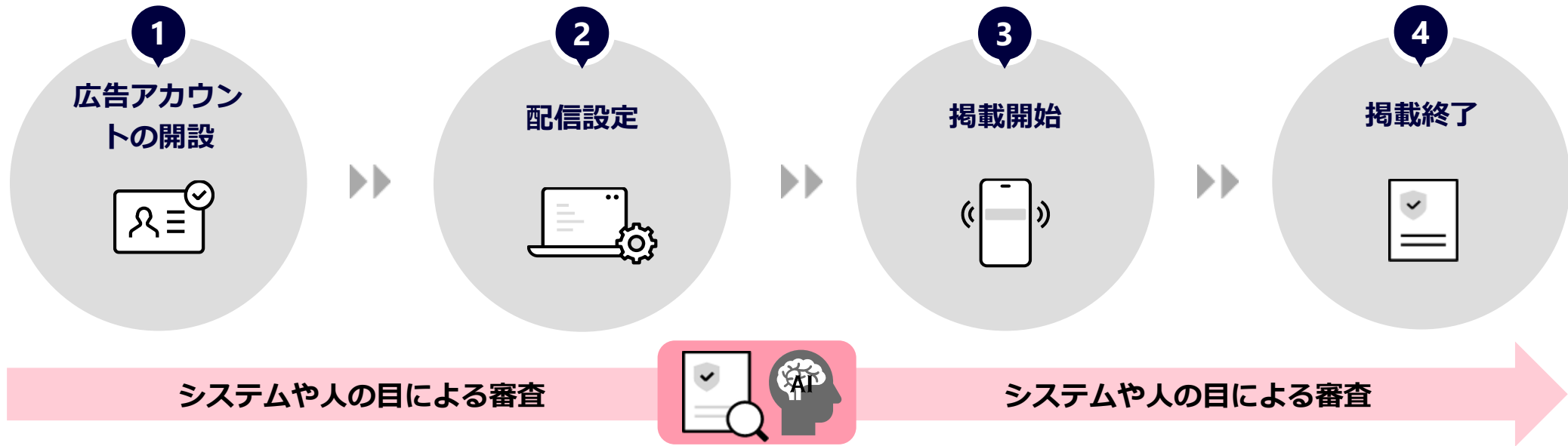
これらの審査は、各サービスの「**基準やガイドライン**」に基づき行っており、虚偽・誇大広告や詐欺的な広告などの法令に違反する広告はもちろんのこと、ユーザーに不快感・不安感をあたえるような広告などの掲載も制限しています。

また、これらの基準は法改正や社会情勢に合わせて常に見直しを行っています。

サービス	広告アカウント	広告素材
Yahoo!広告	アカウント審査基準	広告掲載基準
LINE広告	広告審査ガイドライン	

※各種基準、ガイドライン等のURLは、P.17に記載

広告の審査体制



広告審査は、機械学習を活用した「システム」や「人の目」により、**24時間365日**実施しています。

「システム」と「人の目」の審査を組み合わせることにより、ユーザーの意図に一致した有益な広告を迅速に掲載することを目指しています。

また、お申込みいただいたお客様が実在し、かつ現在有効な住所等で申し込まれたことを確認する目的で、広告掲載前、掲載後にかかわらず必要に応じて**本人確認を実施**しています。さらに、ユーザーから寄せられた広告に対するご意見をもとにパトロールを行ったり、ユーザーの声を積極的に取り入れています。

AIを活用したシステムによる審査

システムによる審査では、非常に複雑で大規模なシステムを用いて、大量の広告の審査を実現しています。また、広告主とユーザーの両方のニーズを満たすよう、人間の感覚による審査も重要視し、ガイドラインに関するトレーニングを積んだ担当者が実際の端末を用いて行っています。その人間による審査結果を正解データとして、システムに反映しています。



画像や動画の審査

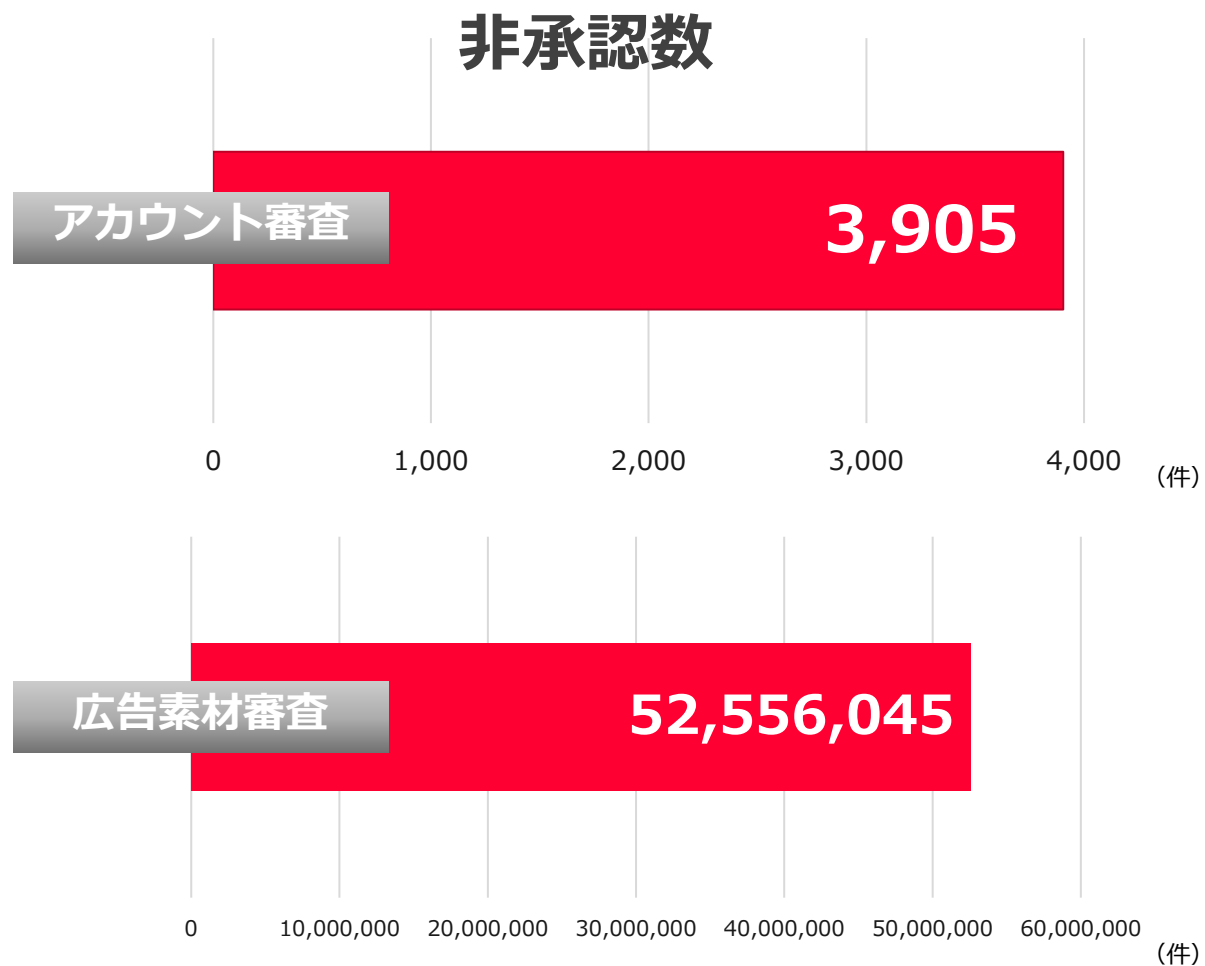
入稿頂いた画像や動画はAIによって審査を行うことに加えて、テキストデータに変換され、AI/システム審査を行っています。



ランディングページのクロール審査

広告入稿時、広告配信後に不定期でランディングページのWebクロールを実施し、ランディングページの内容をAI/システム審査を行っています。

Yahoo!広告 アカウント・広告素材審査結果



2023年度下半期は、**3,905件**※1のアカウントを非承認（アカウント審査基準に抵触するアカウントとして開設のお断りおよび利用停止）、**約5,200万件**※2の広告素材を非承認（掲載基準等に抵触する広告として掲載をお断り）としました。

アカウント審査では「**不正な広告表現や広告手法**」や「**アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念**」の基準での非承認数の減少が若干見られました。

広告審査では、上半期に比べて非承認数が増加しましたが、2024年1月に新商品「検索連動型ショッピング広告」※3のリリースによる入稿数の増加が要因の一つです。

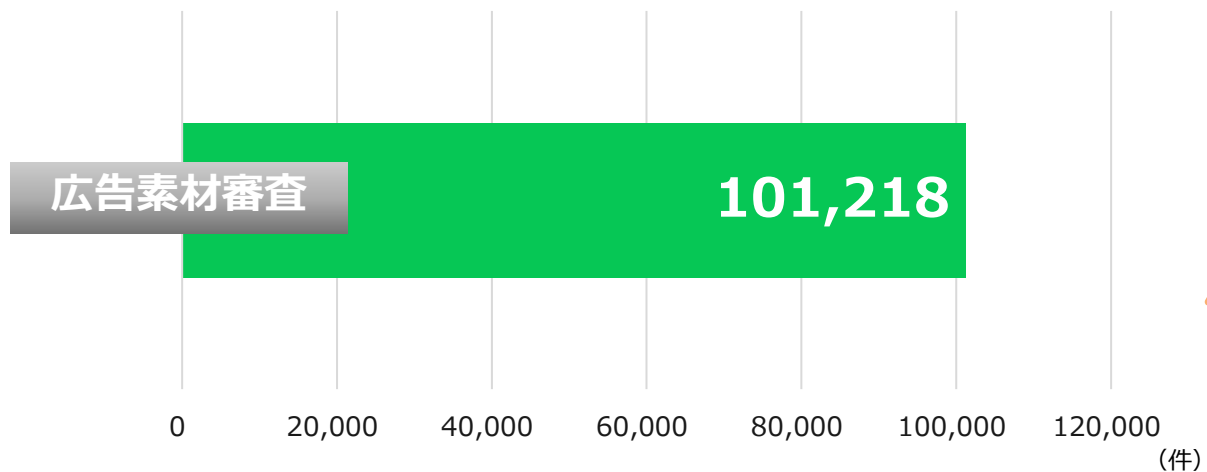
※1 アカウント審査基準に抵触した非承認数を合計した件数

※2 広告掲載基準・広告入稿規定・広告販売ルールに抵触した広告タイトル・説明文・画像・リンク先サイト・キーワードの各非承認数を合計した件数

※3 検索連動型ショッピング広告の提供開始：<https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20231204/>

LINE広告 アカウント・広告素材審査結果

非承認数



2023年度下半期は、**1,632件**のアカウントを非承認

（「LINE広告審査ガイドライン」に抵触するアカウントとして開設のお断りおよび利用停止）としました。

アカウント開設時の審査に加え、開設後のパトロールの強化も行っており、悪質性の高い広告入稿が見受けられた場合に、アカウントの「利用停止」を行っています。

広告素材審査では、**約10万件**の広告素材を非承認としました。素材の非承認割合としては、**約9割がクリエイティブ（主に画像や動画）の非承認**となりました。



なお、Yahoo!広告の非承認数（P.8）とはカウント対象や方法が異なります。LINE広告の非承認数の集計内容は、下記の通りとなります。

- ・LINE広告はディスプレイ広告のみとなり、Yahoo!広告で提供している検索広告や動的ディスプレイ広告はありません。
- ・同じ内容の広告素材は、複数入稿された場合であっても1カウントとしています。
- ・各広告サービスの「広告審査ガイドライン」に抵触する広告のみ対象としており、「広告入稿規定※1」による非承認数は含んでいません。

※1
LINE広告入稿規定
https://www.lycbiz.com/jp/manual/line-ads/policy_009/
Talk Head View入稿規定（媒体資料 P.175） / LINE NEWS TOP AD入稿規定（P.224）
https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/download/LINE%20Business%20Guide_202404-09.pdf

デジタルプラットフォーム取引透明化法※への対応

※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、透明化法と表記）

透明化法とは

透明化法は、デジタルプラットフォームの透明性と公正性を高めるための法律です。近年の情報通信技術の進歩により、データを活用した新しい産業が生まれ、デジタルプラットフォームの役割がますます重要になっています。この法律は、デジタルプラットフォームの運営者の自主性と自律性を尊重しながら、サービスを利用する人々の利益を守ることを目的としています。具体的には、提供条件の情報開示、苦情対応の改善、利用者との相互理解の促進などが求められます。

LINEヤフーは透明化法に基づき、経済産業大臣から良い評価を得ています。

LINEヤフーは、以前より透明性を重視した取り組みとして、**広告審査と広告配信プロセスの透明化、広告の質に関する「見える化」**を推進してきており、2022年度の報告の評価として特に利益相反の方針を見直し、高評価をいただきました。今後もこれらの取り組みを通じて、広告主や広告会社の皆さまとの信頼関係を強化し、公正で透明な取引環境を築き、ユーザーに安心して利用できるサービスを提供していきたいと考えています。



※社名等は2022年10月時点のもの

透明性向上のための取り組みのご紹介

<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/yahoo/digitalplatformer/>

各種基準・ガイドライン・その他関連コンテンツ

YAHOO! JAPAN 広告

アカウント審査基準	https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/jp_accountshinsakijyun.pdf
ヘルプページ	https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-account?language=ja
説明動画	https://www.lycbiz.com/jp/column/yahoo-ads/policy/accountreview
広告掲載基準	https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/koukokukeisaiijyun.pdf
ヘルプページ	https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-editorial?language=ja

LINE 広告

LINE広告審査ガイドライン	https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/
Talk Head View 審査ガイドライン	https://www.lycbiz.com/jp/service/talk-head-view/guideline/
LINE NEWS TOP AD 審査ガイドライン	https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/download/LINE_NEWS_TOP_AD_guideline.pdf
LINEで応募 審査ガイドライン	https://www.lycbiz.com/jp/service/line-de-oubo/guideline/
LINEポイントAD 審査ガイドライン	https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/

LINEヤフー

ガイドライン・広告品質コラム	https://www.lycbiz.com/jp/column/guideline/
広告サービス品質向上のための取り組み	https://www.lycbiz.com/jp/strength/yahoo/quality/
マーケティング事業におけるDE&Iの考え方	https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/dei

LINEヤフー