



アフィリエイトによる 不適切な広告掲載への対策

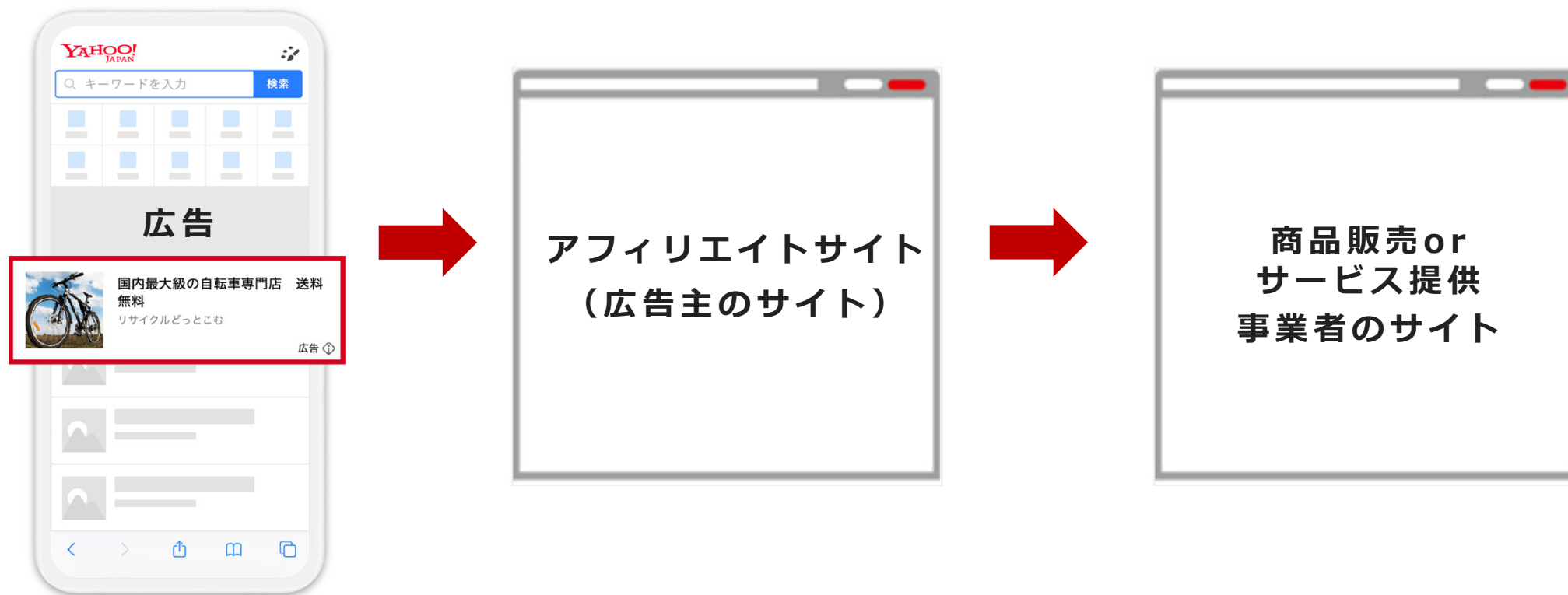
ヤフー株式会社
2021年8月30日

<https://marketing.yahoo.co.jp/>

広告の構造および審査

アフィリエイトによるYahoo!広告への出稿

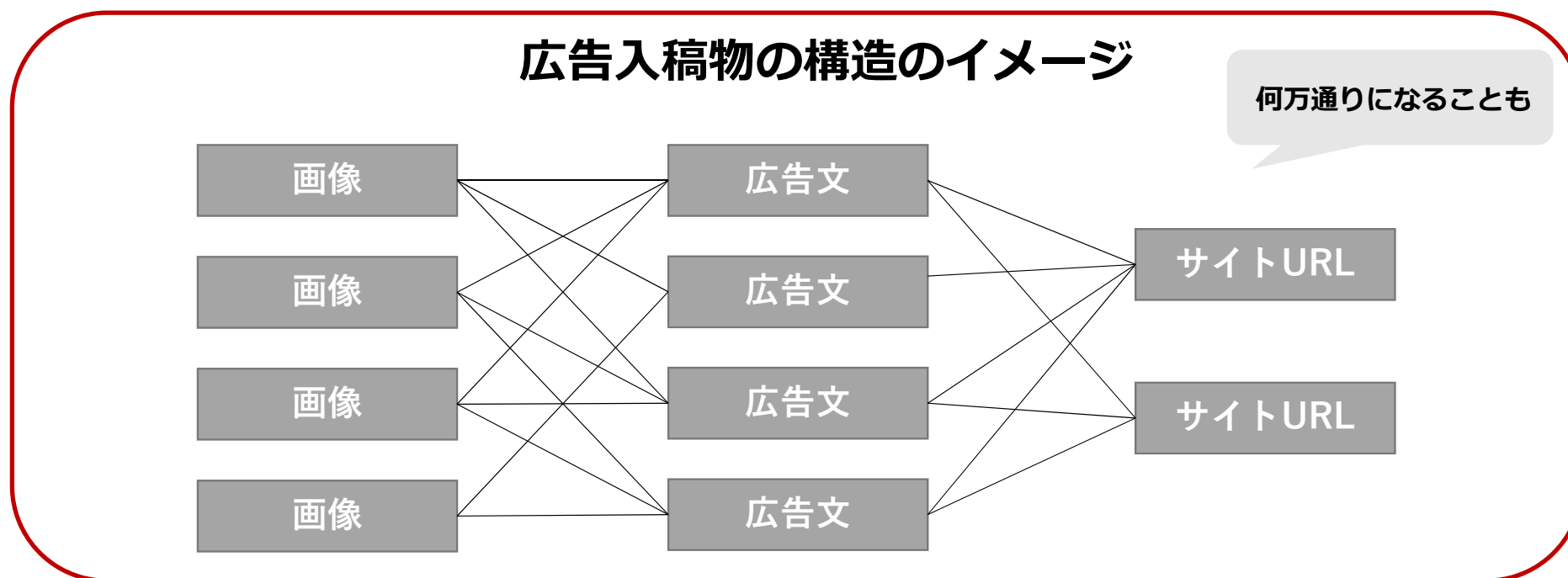
消費者庁検討会用



ヤフーと広告掲載契約をしている**広告主**は、**アフィリエイトサイト運営者**であり商品販売orサービス提供事業者との直接的な契約関係はありません。

広告入稿の仕組み

広告掲載にあたり、広告申込者が画像、広告文、サイトURL等を入稿します。各素材を複数入稿し、様々な組合せで掲載することができます。



同じ商品・サービスの広告を、複数のアフィリエイトや広告代理店から入稿いただくこともあります。

広告掲載基準

Yahoo! JAPAN広告掲載基準を定め、違法広告のみならず、ユーザーに不快感や誤解を与えるような広告も掲載をお断りしています。

広告掲載基準の概要

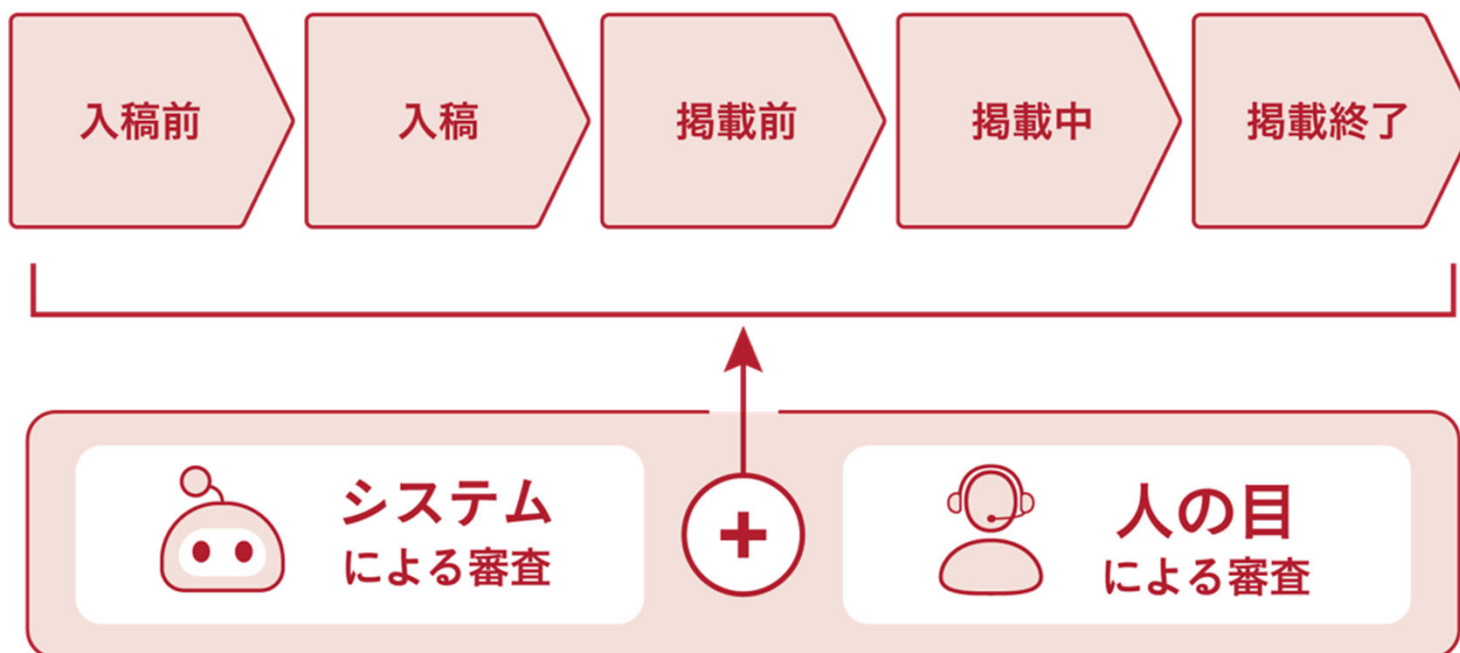
概念・考え方	第1章	第2章	第3章		
広告全体の規定	第4章	第5章	第6章	第7章	第8章
広告クリエイティブの規定	第9章				
広告商品特有の規定	第10章				

目次	
第1章 広告掲載基準と掲載判断(広告審査)	5
1. Yahoo! JAPAN 広告掲載基準について	5
2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について	5
3. 掲載の可否判断と広告の責任について	5
4. 提携パートナーによる掲載判断	5
第2章 ユーザーの利便性のための基準	6
1. 広告の主体者の明示【第9章1.関連】	6
2. 広告の関連性について【第9章2.関連】	6
3. 広告の有用性について	6
4. 広告で使用される言語	6
5. 重複掲載の禁止	7
6. 年齢の指定ができる広告商品	7
7. ユーザーに迷惑となる広告の禁止【第9章3.4.関連】	7
8. ユーザーの意に反する広告の禁止	7
第3章 表示に関する一般的注意	9
1. 虚偽表示の禁止	9
2. 不当表示の禁止【第9章6.関連】	9
3. 最上級表示、No.1表示【第9章7.関連】	9
4. 公正競争規約の遵守	9
5. 比較広告【第9章8.関連】	9
6. 消費税に関する表示	10
第4章 掲載できない広告	11
第5章 業種、商品、サービスごとの掲載基準があるもの	13
1. 貸金業	13
2. 金融商品取引業、商品先物取引業	13
3. 国家資格を有する業種(弁護士、司法書士、行政書士、弁理士、公認会計士、税理士)	13
4. 旅行、旅行業	13
5. 留学サービス業	13
6. アルコール飲料【第9章15.関連】	14
7. 公営競技(競馬、競輪、競艇、オートレース)、公営くじ(toto、宝くじ)	14

※目次の一部を抜粋しています。
全文は下記URLからご確認ください。
<https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/koukokukeisaikijyun.pdf>

審査体制

入稿前から掲載終了まで、常時システムと人の目による広告掲載基準に基づいた広告審査を実施しています。
広告だけでなく、リンク先サイトも審査対象としています。



課題および対策

アフィリエイトサイトによる広告出稿の課題

2019年頃

アフィリエイトターによる広告出稿において、下記のような不適切な広告入稿が多数発生したため広告審査を強化しました。

<不適切事例>

- ・ 薬機法違反など掲載基準に明らかに抵触するような表現のあるもの
- ・ サイト内の情報が乏しく、広告する商材の企業サイトの画像を貼り付けて、公式サイトと誤解をまねくもの
- ・ サイト運営者の情報の記載はあるが連絡がとれないもの

アフィリエイトサイトによる広告出稿の課題

課題① 違反表現の繰り返し

薬機法などの不適切表現に対して、広告審査でお断りするも改善の意思が見えず、繰り返し同様の入稿があり、審査に膨大な時間と工数を要していました。

課題② 広告収入を優先

いかにユーザーに広告をクリックしてもらい広告の収入をあげるかということが優先され、ユーザーに誤解を与える過度な表現になり広告の品質が低下していました。

課題③ 連絡のとれない状況

主体者の表記は求めているが、電話をしても連絡が取れない広告主が発生し、広告主責任を果たしていないと判断しました。

2019年に実施した取り組み

対応方針

アフィリエイトによる広告出稿を**原則禁止**としました。

ただし、アフィリエイトビジネス（成果報酬型広告）自体が問題というものではないため、下記を満たすものは掲載を継続

- ・ 主体者の所在が明らかであるもの（原則法人）
- ・ サイト内容が有用性があるもの
※具体的な広告掲載基準は次ページ

広告掲載基準の見直し

第2章 ユーザーの利便性のための基準

ユーザーにとって有用性の低い、以下のような広告は掲載できません。

- (1) 広告主による独自のコンテンツが乏しいもの
- (2) アービトラージサイト等、第三者のサイトへのリンクや広告が多数掲載されているものや、広告のクリック等をさせることを主目的としているようなもの
- (3) 正確性・信憑性に欠けるもの
- (4) その他、ユーザーにとって有用性の低いもの

リンク先ページには、単に付随情報や参照項目だけではなく、**自社による十分なコンテンツ、また広告する商品、サービスについての独自の有用な情報**があり、ユーザーにとってそのサイトを介す価値があること求めました。

参照) Yahoo!広告ヘルプ「3.広告の有用性について」

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/article/detail?lan=ja&aid=13422&o=default>

現状の課題

2019年より実施している施策により、一定の効果はありましたが現在も掲載している広告における課題はあります。

課題① 違反表現の繰り返し

法人による広告出稿においても、違反表現は後を絶たない
↳薬機法・景表法などに抵触する恐れのあるもの

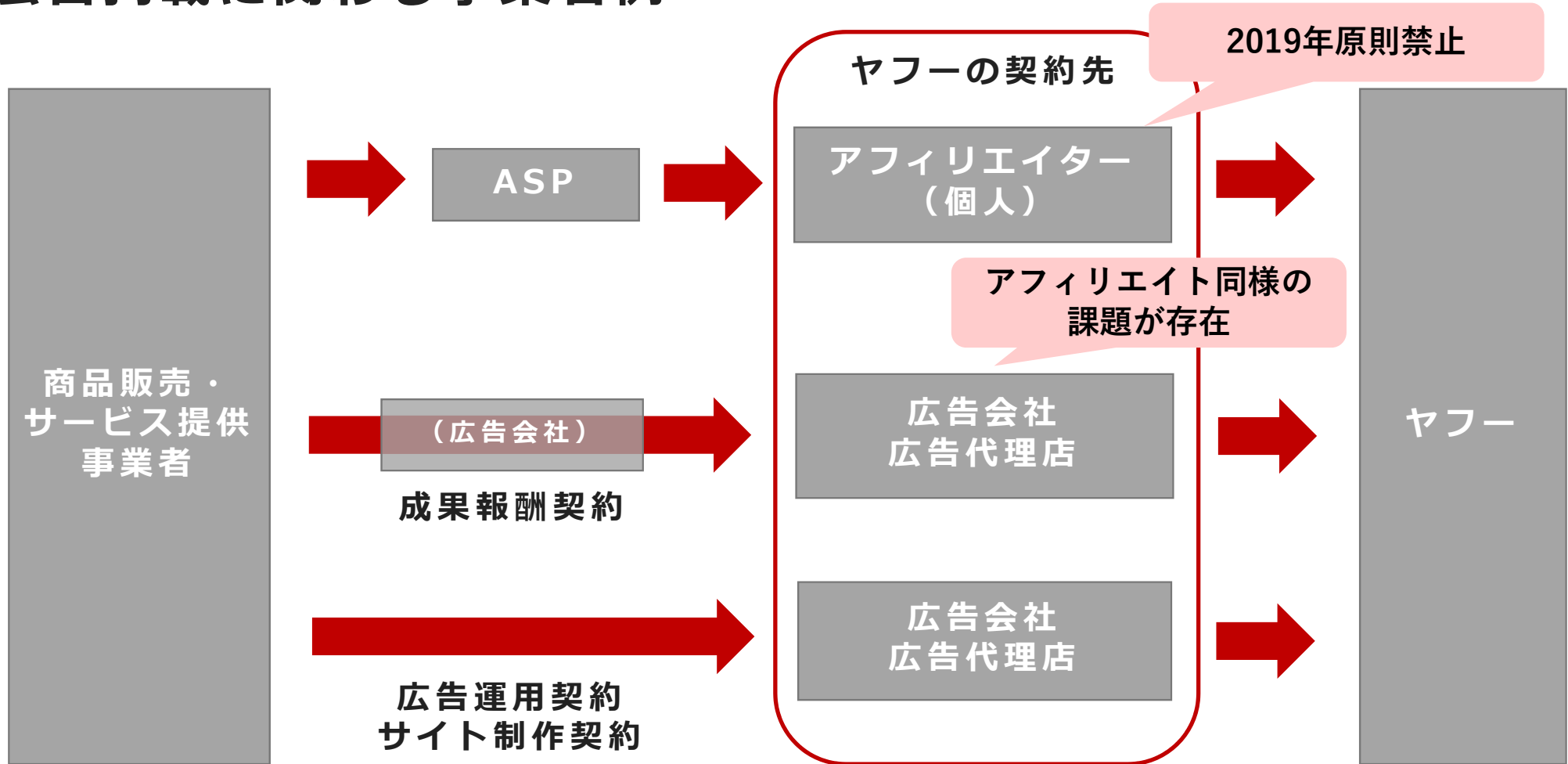
課題② 広告の責任者が不明瞭

アフィリエイト（成果報酬型）であるかは媒体社からは不明
↳広告会社がオウンドメディアの制作を受託しているケースもあり

広告のリンク先サイトの制作者が、商品販売・サービス提供事業者、広告会社のどちらであろうとも、媒体社として契約のある当事者に対し広告の責任を求めています。

広告掲載に関わる事業者例

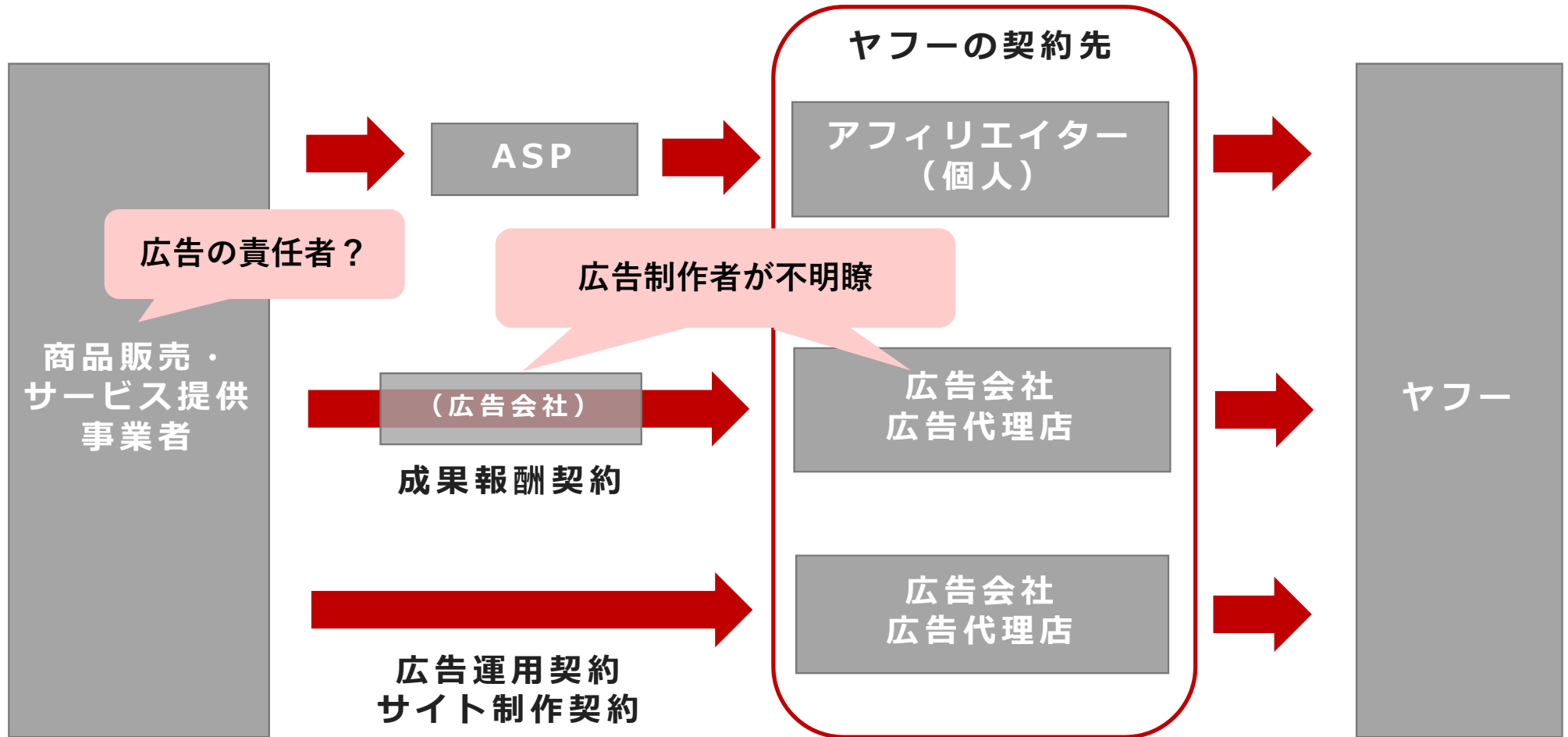
消費者庁検討会用



ASP・・・アフィリエイトサービスプロバイダー

広告掲載に関わる事業者例

消費者庁検討会用

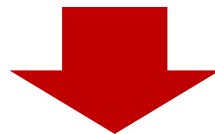


ASP・・・アフィリエイトサービスプロバイダー

2019年

アフィリエイトサイトの広告出稿の禁止によって下記を実現

- ↳ 連絡の取れないような責任逃れをする広告主の排除
- ↳ 広告内容に有用性のない広告の排除



現状

アフィリエイトサイトに限らず、違法な表現を繰り返すような不適切な広告(事業者)の排除の対策は継続が必要

行政・業界の皆様をお願いしたいこと

媒体社として広告審査を強化しても、業界全体の品質維持・向上への効果には限界があることを感じています。

そのため、下記のような取り組みによって、不適切な広告または事業者の排除のための取り組みができることを期待しています。

- ・ **捜査機関、行政機関による取り締まりの強化**
- ・ **各種団体（広告主の各事業団体、広告関連団体等）からの啓発**
- ・ **不適切な広告掲載を行う企業や商品・サービス情報の共有体制構築**