

**令和4年度
特定デジタルプラットフォーム提供者による
定期報告書（抜粋）**

**ヤフー株式会社
提出資料**

（注）本資料は、「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9条第1項の規定に基づき経済産業省に提出された定期報告書から、ヤフー株式会社において現時点で对外公表可能と判断した情報を抜粋したものである。

令和4年度 定期報告書（抜粋） 目次

1. 事業の概要に関する事項

- (1) 事業の概要..... P2
- (2) 事業に関する数値
 - ① 事業の規模を示す指標に係る数値..... 【非公開】
 - ② 国内の商品等提供利用者の数..... 【非公開】
 - ◆③ その他事業に関する数値..... 【非公開】

2. 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

- (1) 利用事業者からの苦情及び紛争の件数..... P3
- (2) 当該苦情及び紛争の主な類型..... P5
- (3) 当該苦情及び紛争の処理期間の平均期間..... P5
- (4) 当該苦情及び紛争の結果の概要..... P5
- ◆(5) その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項..... P6

3. 取引条件等の開示の状況に関する事項

- (1) 開示した提供条件の内容..... P8
- ◆(2) 提供条件の開示の方法、行為時開示の状況等..... P8

4. 利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項 (具体的な内容及び当該措置が適切かつ有効なものとする理由)

- (1) 公正性を確保するために必要な体制及び手続の整備に関する事項
 - ① 告示2. 1. 2①に関する事項..... P24
 - ② 告示2. 1. 2②に関する事項..... P26
 - ③ 告示2. 1. 2③に関する事項..... P27
- (2) 苦情の処理及び紛争の解決のために必要な体制及び手続の整備に関する事項
 - ① 告示2. 2. 2①に関する事項..... P29
 - ② 告示2. 2. 2②に関する事項..... P30
- (3) 関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者の選任に関する事項
 - ① 告示2. 3①に関する事項..... P30
 - ② 告示2. 3②に関する事項..... P31
- (4) 商品等提供利用者の意見その他の事情を十分に考慮するために必要な措置に関する事項
(上記項目以外)
 - ① 告示2. 4. 2①に関する事項..... P31
 - ② 告示2. 4. 2②に関する事項..... P31
 - ③ 告示2. 4. 2③に関する事項..... 【記載なし】
- ◆(5) その他利用事業者との相互理解の促進を図るために講じた事項..... P33

5. 自ら行った評価に関する事項

- (1) 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項について自ら行った評価に関する事項..... P36
- (2) 取引条件等の開示の状況に関する事項について自ら行った評価に関する事項..... P37
- (3) 利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項について自ら行った評価に関する事項..... P40
- (4) 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価..... P42
- ◆(5) その他5.(1)から5.(3)の自己評価に関する事項..... P42

注：◆は任意的記載事項であることを意味する。

Yahoo!広告 2022年度 定期報告書（抜粋）

目次

1. 特定デジタルプラットフォームの事業の概要に関する事項	2
2. 特定デジタルプラットフォームについての苦情の処理及び紛争の解決に関する事項	3
3. 法第5条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項〔提供条件開示・行為時開示の状況〕	8
4. 法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項〔相互理解促進のための必要な措置について〕	24
5. 法第9条第1項第2号から第4号までに掲げる事項について自ら行った評価に関する事項〔苦情処理、情報開示、相互理解促進のための措置等の自己評価〕(1)苦情処理(2)情報開示(3)相互理解促進のための必要な措置(4)その他(5)評価に関する事項	36

※ この「定期報告書（抜粋）」は、経産省に提出した定期報告書から対外秘情報を削除したものです。

1. 特定デジタルプラットフォームの事業の概要に関する事項

(1) 特定デジタルプラットフォームの事業の概要

Yahoo! 広告とは、ヤフー株式会社（以下「当社」といいます。）が提供しているデジタル広告事業です。当社は、広告主および広告代理店（以下「広告主等」といいます。）が、Yahoo! 広告を通じて、当社が運営するポータルサイトYahoo! JAPANに広告を掲載するサービス（以下「当社広告事業」といいます。）を提供しています。当社広告事業には、ディスプレイ広告と検索連動型広告があります。

なお、Yahoo! 広告を通じて、掲載パートナーに広告を掲載するサービスも運営しています。

(2) 特定デジタルプラットフォームの事業に関する数値

- ① 法第4条第1項の事業の規模を示す指標に係る数値として十分に合理的なもの**
- ② 国内の商品等提供利用者の数**
- ③ その他特定デジタルプラットフォームの事業に関する数値（任意）**

2. 特定デジタルプラットフォームについての苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

(1) 商品等提供利用者からの苦情及び紛争の件数

- 問い合わせ21,458件のうち、苦情の件数は、34件（問い合わせ全体の0.16%）です¹。

- 当社広告事業における苦情の定義

当社における「苦情」は、「Yahoo!広告の利用に関して、当社の法令・契約に照らして問題のある行為（不作為を含む）により、広告主等自身に直接的かつ具体的な損害を被ったと訴えているもの」と定義しています。例えば、「当社の誤った事実認定に基づき、広告アカウントが停止された」という主張は「苦情」とし、「広告アカウント開設時の入力を簡素化してほしい」や「自分の広告が審査で却下されたのであれば、他社のあの広告も審査で却下されるべきだ」というものは、「苦情」ではない「問い合わせ・意見」（以下「問い合わせ」）として扱っています。

- 当社広告事業における問い合わせ・苦情対応フロー

当社では、次ページに示したフローに従い、広告主等からの問い合わせ・苦情に対応しています。すなわち、広告主等から見た窓口は、「お問い合わせ窓口」²、「苦情専用フォーム」³、「営業部門」となりますが、寄せられた問い合わせ・苦情のうち、マニュアルで対応できないものや、当社としての個別判断が必要なものは、その内容に応じて、社内の適切な部署にエスカレーションされます。具体的には、広告アカウント開設・停止や広告審査等に関するものについては審査、ポリシー部門、データの利活用に関するものについてはデータガバナンス部門、サービスの機能・仕様等その他一般的な問い合わせに関するものについてはプロダクト部門に振り分けられ、必要に応じて関係部署と連携して回答することとしています。

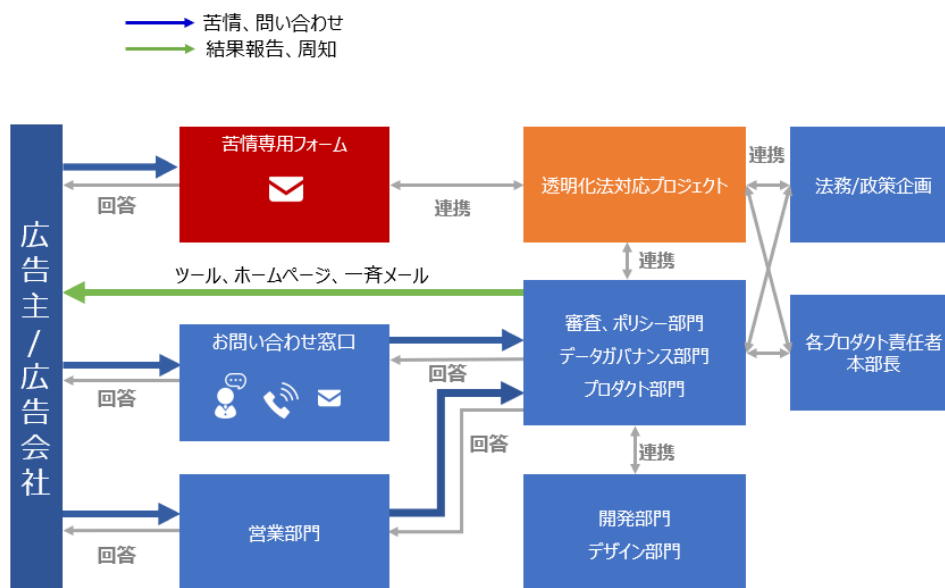
< 苦情・問い合わせ対応フロー >

¹ 透明化法に基づく当社指定日（2022年10月3日）から2023年3月31日までの件数。

² <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/>

³ https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=dpf_comp

Yahoo!広告 苦情、問い合わせ 対応フロー



<数値の取得方法に係る説明>

苦情の数値は、2（1）に記載の定義に基づき、お問い合わせ窓口及び営業部門経由の問い合わせから苦情を各対応部署で抽出し、判断に迷うものについては透明化法対応プロジェクトチーム⁴、政策企画及び法務部門で苦情に該当するかどうかを確認しています。苦情専用フォームにきたものについては、お声を寄せていただいた広告主等の「苦情」という認識を尊重して、内容にかかわらず苦情として集計しています。

- 紛争に至ったケースはありませんでした。

上記「紛争」とは、当社と広告主等の間のトラブルについて、広告主等によって訴訟提起又は調停申立がされたものをいいます。

<数値の取得方法に係る説明>

紛争の件数は、法務部門において把握しています。当社と広告主等との間の取引上のトラブルは、必要に応じて関係部署から法務部門に相談されていますが、特に、訴訟・調停等の法的手段により解決すべき状態に至ったものについては、必ず法務部門に連絡を行い、法務部門が管理・把握することとしています。

⁴ デジタル広告事業において、透明化法に適切に対応できる体制を立ち上げるために組織横断的に組成したプロジェクトチームで、広告プロダクト・営業支援・審査ポリシーの各部門長やメンバーから構成されます。

(2) 苦情及び紛争の主な類型

以下の類型、件数のとおり、集計しています。

- 広告アカウントの開設/停止について： 0件
- 各種広告ガイドラインについて： 0件
- 審査について：30件
- 代理店契約、パートナー認定について：0件
- サービスの仕様/機能/不具合について：4件
- 広告主提供データの扱いについて：0件
- 情報提供、サポート対応について：0件
- サービス提供条件について（契約条件について）：0件
- 広告掲載面について（ブランドセーフティ）：0件
- 無効トラフィック・アドフラウドについて：0件
- その他：0件

(3) 苦情及び紛争の処理期間の平均期間

- 案件クローズまでの平均処理時間は、77.8時間です。

<数値の取得方法>

外部顧客管理システムによって管理している苦情対応の起案から案件クローズまでにかかる時間⁵を抽出して平均しました。

(4) 苦情及び紛争の結果の概要

①苦情のクローズ

当社広告事業に関して寄せられた苦情について、最終的には当社の回答にご満足いただけた場合や、中長期的な課題については対応方針をお伝えするなど少なくとも追加のご連絡が不要となったと判断すれば、社内ログにおいて「クローズ」に分類しています。現在の運用上、全ての苦情が「クローズ」に至るまで対応を行っています。

②広告主等の満足度

当社では、運営改善の参考とするため、お問い合わせ窓口からご連絡をいただいた広告主等に対して、当社からの回答後に任意でアンケートをお願いしています。当該アンケー

⁵ 営業経由の苦情については、広告代理店・営業間の苦情及び回答伝達時間が計測できないため、抽出対象から除外しています。また、休日も含んで算出した時間です。

ト結果に基づき算出した2022年10月から2023年3月のNet Promoter Score (NPS)⁶の平均は、73でした。なお、当社広告事業が透明化法に基づき特定デジタルプラットフォームに指定される前の2022年6月から2022年9月までの平均NPSは73.7となっており、高水準の問い合わせ対応を安定的に提供できていると考えています。

(5) その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

①苦情の類型ごとの例と対応状況について

苦情の類型ごとの事例とその対応状況については、次のとおりです。

類型	事例	対応状況
審査	・誤った操作により広告が停止された ・広告掲載基準の誤った解釈により広告が停止された	広告掲載を速やかに再開したうえで、対応フローに則り社内関係者に周知、確認フローの見直し、担当審査官へのフィードバック等を実施
サービスの仕様/機能/不具合	・機能の利用ができないことによる広告運用の機会損失 ・データ取り込み機能の不具合による配信影響	同一原因で障害そのものが発生しないようにシステム改修済

②一般利用者からの苦情の対応について

当社広告事業では、一般利用者からのご意見については、主に、個別広告に関するアンケートページ、広告に関するご意見フォーム⁷、掲載ガイドライン違反に関するご申告窓口⁸を通じて、受け付けています。データの取扱に関する一般利用者からの主なご意見として、「パーソナルデータを用いたターゲティング広告が不快である」といったものがありました。

当社としては、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会⁹の認定を受けたiアイコン⁹を原則すべての広告に自動で付与しているところ、個別広告のiアイコンから誘導するウ

⁶ 顧客ロイヤルティを測る指標で、スコアを10点満点とし、9～10点を付けた顧客を「推奨者」、7～8点を「中立者」、0～6点を「批判者」と分類し、回答者全体に占める推奨者の割合(%)から、批判者の割合(%)を引いて算出した数値。

⁷ https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=adquestionnaire_181

⁸ https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=contact_guideline_agency_561

⁹ 一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 (JIAA) では、インターネットユーザーの

ウェブページ¹⁰において、ターゲティング広告の仕組みや利用データについての説明を行うとともに、オプトアウト機能を提供することで、ユーザー自身で広告を非表示にする機会を確保しています。引き続き、一般利用者に対するわかりやすい情報提供とユーザーエクスペリエンスの向上に努めてまいります。

行動履歴等の情報を利用したターゲティング広告をはじめ、インターネット広告全般においての情報の取り扱いに関する透明性や、利用を停止する仕組み（オプトアウト）をユーザーに分かりやすく知らせるための「JIAAインフォメーションアイコンプログラム」を設けています。

¹⁰ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022080930326479.html>

3. 法第5条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項〔提供条件開示・行為時開示の状況〕

（1）利用者に開示した提供条件の内容

添付資料1、2をご参照ください。

（2）法第5条第3項及び第4項の規定に基づき開示された事項その他同条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項〔行為時開示の状況・理由開示や事前開示の例外規定の適用状況〕

①当社における「提供の拒絶」に該当する処分について

当社においては、法第5条第3項第2号に規定される拒絶処分として、①広告掲載停止処分（個別の広告単位で、掲載を停止すること）、②アカウント停止処分（広告アカウント単位で、広告の掲載を停止すること）又は③取引停止処分（企業単位で、広告の掲載を停止すること）を実施することがあります。

また、法第5条第4項第2号に規定される全部拒絶処分として、④契約解除処分を実施することがあります。

まず、Yahoo! JAPAN広告掲載基準¹¹に違反する広告については、①広告掲載停止処分の対象となり得ます。

さらに、Yahoo! JAPAN広告掲載基準に抵触する広告を大量に、又は、繰り返し入稿している場合、Yahoo! JAPAN広告掲載基準第4章に抵触する広告を入稿している場合は、一度又は数度の広告掲載停止処分を経て、あるいは、直ちに、Yahoo!広告アカウント審査基準¹²第3章に基づき、②アカウント停止処分の対象となり得ます。このように、Yahoo! JAPAN広告掲載基準に抵触する広告の入稿に対する処分の内容は、違反の重大性や反復継続性に依りて異なります。

また、上記の他に、アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合、違反実績のあるアカウントを繰り返し作成している場合、不正な広告表現や広告手法が認められた場合等でも、Yahoo!広告アカウント審査基準第3章に基づき、②アカウント停止処分の対象となり得ます。

さらに、与信上問題が発生した場合や反社会的勢力の疑いがある場合のほか、重大な、違法行為、掲載基準に違反する行為や当社への損害行為を行った場合には、③取引停止処分又は④契約解除処分の対象となり得ます。

¹¹ <https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/koukokukeisaikijyun.pdf>

¹² <https://ads-help.yahoo.co.jp/yahoodads/middlecategory?lan=ja&cid=2141&o=JP1064>

②行為時開示の主な類型、類型ごとの開示の例

1. 提供条件によらない取引要請（第5条第3項第1号）

当社広告事業では、そのような取引要請をしていないため、該当しません。

2. 一部拒絶（第5条第3項第2号）

<開示の方法・時期について>

取引停止処分及びアカウント停止処分についてはメール、広告掲載停止処分については広告管理ツールで内容と理由を開示しています。なお、広告掲載停止処分については、メールでもその旨を通知して、詳細な理由を広告管理ツールに誘導することとしています。

	メール	広告管理ツール
取引停止	○	
アカウント停止	○	
広告掲載停止	広告管理ツールに誘導	○

このように措置内容に応じて、開示方法を使い分けていますが、それは次の理由によるものです。すなわち、広告掲載停止は、一日に何件もあり、その都度メールで詳細に理由とともにお知らせすることは、かえって広告主等の混乱を招くため、メールでは1日に2度のタイミングでまとめてお知らせを行うにとどめ、広告管理ツールで詳細を確認していただくこととしています。一方で、アカウント停止処分・取引停止処分は、頻繁に発生するものではなく、また広告掲載停止処分に比べて大きな影響を与えるものであることから、審査後迅速に個別にメールで内容と理由を開示して、改善の機会を行っていただけるようにしています。以上のように、措置の頻度や重大性に鑑み、その開示ツールを使い分けることで広告主等にわかりやすく開示を実施しています。

なお、これらの開示のメールにおいては、サポートセンターの案内や広告審査に関連するヘルプページも紹介しており、広告主等が迅速に必要な改善を行えるよう配慮しています。

それぞれ以下のとおり開示を行っています。

<一部拒絶に関する開示の主な類型や類型ごとの開示の例>

類型（1）取引停止処分

開示例：広告取扱基本規定違反を理由とする取引停止処分をした場合に使用するメール

件名：

[Yahoo!広告] 広告取扱基本規定に基づく取引停止のお知らせ

本文：

【**広告主名**】

ご担当者様

平素はYahoo!広告をご利用いただき、誠にありがとうございます。

Yahoo!広告のご契約時に広告取扱基本規定（以下「規定」）にご同意いただいておりますが、
ご利用のアカウントにおいて規定への抵触箇所が確認されたため、お客様のアカウントを
すべて停止いたしました。詳細については以下をご確認ください。
なお、本メールと行き違いですすでにお問い合わせいただいている場合はご容赦ください。

■取引停止対象

以下に結びついているアカウントが取引停止となります。

企業名：【企業名】

企業名の確認方法はヘルプをご参照ください。

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/ss/articledetail?lan=ja&aid=1203>

■取引停止理由

以下の広告取扱基本規定に抵触したため取引を停止いたしました。

第12条（契約の解除）

項番号：1

号番号：【番号】

（注）【番号】には、理由に応じて、広告取扱基本規定における号番号が挿入される。例えば、クレジットカード決済不能の場合であれば3、不正の疑義があると判断した場合であれば19等。

広告取扱基本規定

<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/terms.html>

■備考

- ・ 広告管理ツールにはログインできます。
- ・ アカウントの解約をご希望の場合は、以下のヘルプをご参照のうえサポートセンターまでお知らせください。

広告アカウント解約に伴う返金、アカウント残高の返金の手続きについて

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/ss/articledetail?lan=ja&aid=43868>

ご不明な点がございましたらお気軽にお客様サポートセンターへご連絡ください。

Yahoo!広告 お客様サポートセンター

0120-559-703（平日9:30-12:00/13:00-18:00、土日祝休）

▼お問い合わせ先一覧

<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/index.html#chat>

お電話のほか、チャットやお問い合わせフォームもご利用いただけます。

ご都合にあわせてご希望の方法でお問い合わせください。

誠に恐れ入りますがご理解のほどよろしくお願いいたします。

=====

ご注意：本メールにご返信いただきましても対応いたしかねますので、ご了承ください。

お問い合わせは上記お客様サポートセンターまでご連絡ください。

類型（２）アカウント停止処分

開示例①：アカウント審査基準違反を理由とするアカウント停止処分をした場合に、その旨をお知らせするメール文

件名：

[ディスプレイ広告] アカウント："【アカウント名】" [【ID】] 停止のお知らせ

本文：

平素はYahoo!広告をご利用いただき、誠にありがとうございます。

お申し込みいただいた、またはご利用中のアカウント："\${IO_NAME}"[\${IO_ID}]につきましては

アカウント審査基準に抵触する箇所があったため停止いたしました。

誠に恐れ入りますが、ご理解くださいますようお願いいたします。

- ・アカウント審査基準（PDF）

https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/jp_accountshinsakijyun.pdf

- ・ヘルプ

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/middlecategory?lan=ja&cid=2141>

なお、具体的な停止理由については以下の方法にてご確認ください。

- ・オンラインでのお申し込みの場合：本メールの配信後より3営業日以内に、

「[Yahoo!広告] アカウント停止理由のお知らせ」というタイトルのメールにてお知らせいたします。

- ・代理店および代理店経由でお申し込みの場合：弊社担当営業よりご連絡いたします。

本人確認前、またはお申し込み不備により停止している場合は

別途メールをお送りしておりますので、そのメールをご確認ください。

広告管理ツールでの操作自体は現在も可能です。

アカウントの再開方法につきましては、以下を参照してください。

※お客様の商材やサイトの内容によっては、配信を再開できない場合があります。

またお客様のご利用状況によっては、広告管理ツールを操作できない場合があります。

1. 広告を作成済みの場合

広告管理ツールをご確認いただき、広告掲載基準に抵触している入稿物がある場合は再審査をご依頼ください。

再審査の完了後、当メール下部に記載のサポート窓口へご連絡ください。

再審査の方法については、以下のヘルプを参照してください。

■審査で承認されませんでした。どうすればよいですか？

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/display/articledetail?lan=ja&aid=77421>

2. 広告作成前の場合

広告を作成してください。

入稿物の審査が終わり配信できる状態になりましたら、以下サポート窓口へご連絡ください。

審査の抵触箇所の確認方法などご不明な点がございましたらお気軽にサポート窓口へご連絡ください。

Yahoo!広告 お客様サポートセンター

0120-559-703（平日9:30-12:00/13:00-18:00、土日祝休）

▼お問い合わせ先一覧

<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/index.html#chat>

お電話以外にもチャットやお問い合わせフォームをご利用いただけます。

ご都合にあわせてご希望の方法でお問い合わせください。

今後ともYahoo!広告をよろしくお願いいたします。

開示例②：アカウント審査基準違反を理由とするアカウント停止処分をした場合に、理由をお知らせするメール文

件名：

[Yahoo!広告] アカウント停止理由のお知らせ

本文：

【広告主名】

ご担当者様

平素はYahoo!広告をご利用いただき、誠にありがとうございます。

ご利用中のアカウントにつきましては、アカウント審査基準に抵触する箇所があったため停止いたしました。

誠に恐れ入りますが、ご理解くださいますようお願いいたします。詳細については以下をご確認ください。

なお、本メールと行き違いですすでにお問い合わせいただいている場合はご容赦ください。

■対象アカウント

アカウント名（アカウントID）：[【アカウントID】](#)

■アカウント停止理由

以下のアカウント審査基準に抵触したため停止いたしました。

第3章 開設後のアカウントに関する基準

[【該当基準文】](#)

（注）[【該当基準文】](#)には、理由に応じて、例えば、以下のような文章が挿入される。

- [3-1 アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合](#)
- [3-2 違反実績のあるアカウントを繰り返し作成している場合](#)
- [3-5 Yahoo! JAPAN広告掲載基準第4章に抵触する広告を入稿している場合](#)

[第4章 掲載できない広告](#)

[\(2\) 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの](#)

[12. 性に関する表現が露骨なもの](#)

アカウント審査基準の詳細は以下をご参照ください。

- ・ [ヘルプ](#)

[【該当ヘルプ】](#)

- ・ [Yahoo!広告アカウント審査基準（PDF）](#)

https://s.yimg.jp/images/listing/pdfs/jp_accountshinsakijyun.pdf

ご不明な点がございましたらお気軽にお客様サポートセンターへご連絡ください。

Yahoo!広告 お客様サポートセンター

0120-559-703（平日9:30-12:00/13:00-18:00、土日祝休）

▼お問い合わせ先一覧

<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/index.html#chat>

お電話のほか、チャットやお問い合わせフォームもご利用いただけます。

ご都合にあわせてご希望の方法でお問い合わせください。

今後ともYahoo!広告をよろしくお願い申し上げます。

=====

ご注意：本メールにご返信いただきましても対応いたしかねますので、ご了承ください。

お問い合わせは上記お客様サポートセンターまでご連絡ください。

類型（３） 広告掲載停止処分

開示例①：広告掲載基準違反を理由として、検索広告について広告掲載停止処分をした場合に使用する広告管理ツール画面

広告の審査状況詳細

≪ キャンペーン管理

広告情報

広告名

審査状況 **掲載停止**

アセット（タイトル1）

アセット（タイトル2）

アセット（タイトル3）

最終リンク先URL

スマートフォン向けURL

トラッキングURL

カスタムパラメータ

キャンペーン名

広告グループ名

広告タイプ

審査申込日

審査完了日

審査否認理由と対応方法

① 薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品／使用経験や体験談的表現

② 理由 広告（リンク先サイト）においてYahoo! JAPAN 広告掲載基準の以下の項目に抵触する箇所がありました。
（薬用化粧品（医薬部外品）、化粧品）
安全性や効果効果を保証する表現がないこと
そのため、下記の保証表現が記載された広告は掲載できません。
・使用経験や体験談的表現

③ 推奨する対応方法 以下サイトをご参照ください。（遷移先に事例あり）
<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/articledetail?lan=ja&aid=1599>
https://promotionalads.yahoo.co.jp/online/pmd_Act.html
<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/articledetail?lan=ja&aid=1599&o=default#c03>

開示例②：広告掲載基準違反を理由として、ディスプレイ広告について広告掲載停止処分をした場合に使用する広告管理ツール画面



<一部拒絶開示について、例外的に理由開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例>

ア. 広告主等が反復して提供条件違反をした場合（施行規則第9条第1項第1号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

イ. 広告主等が反社関係者であった場合（施行規則第9条第1項第2号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

ウ. ほか法令等に対応するための措置であって、理由開示により特定プラットフォーム提供者等の利益を害するおそれがある場合（施行規則第9条第1項第3号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

エ. 広告主等が提供条件に違反する行為をしたかどうか又は反社関係者に該当するかどうか等を調査する場合（施行規則第9条第2項）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

3. 提供条件変更（第5条第4項第1号）

<提供条件変更に関する事前開示の日数・方法について>

規約・ガイドライン（広告取扱基本規定、アカウント審査基準、広告掲載基準、Feed 広告掲載基準、広告入稿規定、広告データ利用基準、セールスパートナーオンライン約款、セールスパートナー審査基準、ビジネスID利用規約）を変更する場合は、影響度に応じて、事前開示の期間を決定しています。原則として1ヶ月前までに通知することとしていますが、変更の影響を考慮して最低15日から重要度の高いものは3ヶ月前に行うなど広告主等へ配慮しています。なお、変更が軽微な場合は、例外的に事前の開示を行わないこともあります。その際、改定理由、改定日のほか、必要に応じて、改定前後の新旧対照表を記載し、例えば「（広告）掲載可否への影響はありません」や「18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティングが行えなくなります。」というように、広告主等への影響をできる限り分かり易く説明しています。

開示は、メール、エージェンシーポータル（広告代理店向けツール）、当社ホームページ（広告主様へのお知らせ¹³、リリースノート¹⁴、デベロッパーセンター¹⁵）においてお知らせを行っています（次ページの表参照）。大まかに分類して、広告商品自体に影響がある変更については「リリースノート」、APIに関するものや技術的な変更については「デベロッパーセンター」、それら以外で規約類の変更等については「広告主へのお知らせ」にて開示を行っており、内容に応じて適切な開示のチャンネルを使い分けつつ（内容によっては複数のチャンネルで開示することもあります。）、メールでのお知らせも行っています。

また、広告主等にとって重大な影響をおよぼす仕様変更の場合についても、15日以上前に開示することとしています。

¹³ <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/announce/>

¹⁴ <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/>

¹⁵ <https://ads-developers.yahoo.co.jp/developercenter/ja/announcement/>

	メール	エージェン シーポータル	当社ホームページ			
			広告主様 へのお知らせ	リリース ノート	デベロッ パーセン ター	その他
広告取扱基本規定	○	○	○		○	
アカウント審査基準	○	○	○		○	
広告掲載基準	○	○	○		○	
Feed広告掲載基準	○	○	○		○	
広告入稿規定	○	○	○	○	○	
広告データ利用基準	○	○	○		○	
セールspartnerオンライン約款	○	○				
セールspartnerオンライン審査基準						○ ¹⁶
重大なシステム変更	○	○	○	○	○	
ビジネスID利用規約						○ ¹⁷

¹⁶ セールspartner募集ページ

https://marketing.yahoo.co.jp/partner/sales_partner/recruitment/

¹⁷ Yahoo! ビジネスセンター

<https://business.yahoo.co.jp/information/maintenance/>

<提供条件変更に関する事前開示の主な類型や類型ごとの開示の例、日数の例>

類型（1） 広告取扱基本規定・アカウント審査基準の改定

- ・ 事前開示の日数：77日
- ・ 実際の開示画面¹⁸



[ご利用中の広告主様へ](#) - [広告管理ツール](#) - [Yahoo! JAPAN](#) - [ヘルプ](#)

[サービス概要](#) [オプション機能](#) [料金](#) [コラム](#) [事例](#)

[Yahoo!広告](#) > [ご利用中の広告主様へ](#) > [広告主様へのお知らせ](#) > 2022 > [広告掲載基準、アカウント審査基準変更のお知らせ（2023/2/21適用開始）](#)

広告主様へのお知らせ Announcements2022/12/06

広告掲載基準、アカウント審査基準変更のお知らせ（2023/2/21適用開始）

[English translation](#)

平素は弊社サービスに多大なるご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

このたび、Yahoo! JAPAN広告掲載基準、Yahoo!広告アカウント審査基準を変更いたします。

適用開始日および変更内容を以下のとおりお知らせいたしますのでご確認ください。

1. 適用開始日（予定）

2023年2月21日（火）

※日程は変更になる場合があります。

2. 変更内容

変更内容は、以下の資料をご確認ください。

- ・ [新旧対比表](#)（PDF）
- ・ [変更解説資料](#)（PDF）

広告管理ツール

[ログイン](#)

Sign in

Yahoo!広告の使い方で困ったら

お問い合わせの前に
[よくあるご質問](#)をご覧ください。

[Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口](#)

[View our FAQs in English](#)

お知らせ

リリースノート

メンテナンス情報

広告主様へのお知らせ

¹⁸ <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/announce/30383375.html>

18

- 解説資料における理由開示及び新旧対照表¹⁹（抜粋）

第4章 掲載できない広告

(15) ユーザートラブルの情報が複数確認されたもの

■現基準 以下のような広告は掲載できません。 ～省略～ 2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの ～省略～ (15) その他、当社が不適切と判断したもの
■新基準 以下のような広告は掲載できません。 ～省略～ 2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの ～省略～ (15) ユーザートラブルの情報が複数確認されたもの (16) その他、当社が不適切と判断したもの

【変更理由】

商品販売やサービス提供についてユーザートラブルの情報が複数確認された場合、これまで同章2節15項「その他、当社が不適切と判断したもの」を適用し掲載不可としていましたが、より分かりやすくするため掲載基準本文を追加します。

【変更による影響】

現行の審査判断基準にあわせて掲載基準本文を追加するため、掲載可否への影響はありません。

類型（2） データ利用基準の改定

- 事前通知の日数：93日
- 実際の開示画面²⁰：

Yahoo!広告 > ご利用中の広告主様へ > 広告主様へのお知らせ > 2022 > 広告データ利用基準変更のお知らせ（2023年2月13日適用開始）

広告主様へのお知らせ Announcements

2022/11/10

広告データ利用基準変更のお知らせ（2023年2月13日適用開始）

[English translation](#)

平素は弊社サービスに多大なるご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

このたび、Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準を変更いたします。

適用開始日および変更内容を以下のとおりお知らせいたしますのでご確認ください。

1. 適用開始日（予定）

2023年2月13日（月）

※日程は変更になる場合があります。

2. 変更内容

2-1. 未成年者への保護対応

18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティングは実施できなくなります。

2-2. 透明化法対応

直接的な影響はありません。

詳細については資料をご確認ください。

以上

広告管理ツール

ログイン >

Sign in

Yahoo!広告の使い方で困ったら

お問い合わせの前に
よくあるご質問をご覧ください。

[Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口](#)
[View our FAQs in English](#)

お知らせ

リリースノート >

メンテナンス情報 >

広告主様へのお知らせ >

お役立ちコンテンツ

[広告管理ツールの使いかた](#)

¹⁹ https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/20230221web_new_editorial_guidelines_cases.pdf

²⁰ <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/announce/30380386.html>

- 解説資料における理由開示、新旧対照表及び解説²¹（抜粋）

変更内容 ①未成年者への保護対応

■ 現基準 第3章 データの利用 1.慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止 (4) 法的、文化的に守るべきとされる事柄 ・ 13歳未満の子供 ・ 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の制限	■ 新基準 第3章 データの利用 8.未成年者への保護 (1) 13歳未満のユーザーデータ利用 子どもの保護を強化する観点から13歳未満の子どものデータ、および13歳未満と推定されるデータの利用を禁止します。 (2) 18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティング 未成年者は、知識や経験が少ないことから、情報に対する理解力や判断力が十分に備わっていない場合があります。また一方で情報への興味関心が高く、影響を受けやすいとされています。それらの特性を考慮し、安全な広告配信となるよう、上記ターゲティングを禁止します。
---	--

■ 変更理由

未成年者への保護強化のため、下記対応を行います。

- ・ 「1.慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止」内4項にある「13歳未満の子供」を削除し、新設する8節に同内容を追加
- ・ 「8.未成年者への保護」を新設

■ 変更による影響

18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティングが行えなくなります

変更内容 ①未成年者への保護対応 解説

1. 13歳未満のユーザーデータ利用の禁止

■ 利用不可となるターゲティング例

小学生向け学習サイトの閲覧データを利用し、ターゲティングする

■ 解説

利用データが13歳未満の子どものデータだと推定されるため、ターゲティング対象の年齢や訴求内容に関わらずターゲティングに利用できません

2. 18歳未満のユーザーに対する、年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティングの禁止

■ 利用不可となるターゲティング例

- ・ 年齢ターゲティング：15歳～17歳のユーザーへ年齢を指定してターゲティングする
- ・ 行動ターゲティング：アニメに興味のあるユーザーへターゲティングする際、18歳未満のユーザーを除外せずターゲティングする

■ 解説

年齢ターゲティングおよび行動ターゲティングでは、訴求内容や利用するデータの内容に関わらず、18歳未満のユーザーを含めてターゲティングすることはできません

<提供条件変更に関する例外的に理由開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例>

ア. 軽微な変更（施行規則12条第1項第1号）

広告の細かな表現や規格を規定する入稿規定については、軽微な変更として例外を適用し、適用日の15日以上前に開示しなかった変更があります。例えば、従来から、入稿規定において、半角カナは広告で使用不可と明示的に規定していましたが、入稿規定の別の条項に定めた文字数のカウント方法において「全角および半角カナ：2文字」と記載されて

²¹ https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/Advertising_Data_Usage_Standards_2302update_ja.pdf

おり、あたかも半角カナが使用できると誤認される可能性があったため、「全角：2文字
半角英数記号：1文字」という記載方法に改めました。これは、従来の規定内容（半角カナは使用不可）を実質的に変更するものではなく、単なる表現の適正化にとどまるものであることから、軽微な変更と判断しました。

このような軽微な変更についても、軽微ではない変更と同じ方法で広告主等にお知らせすることは、かえって広告主等にとって煩雑になるため、ヘルプページにおいて理由とともに適用日にお知らせすることとしています。

イ. 法令等に速やかに対応する場合（施行規則12条第1項第2号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

ウ. サイバーセキュリティ確保、詐欺等対応のため、速やかに対応する場合（施行規則12条第1項第3号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

4. 全部拒絶（第5条第4項第2号）

<全部拒絶に関する事前開示の日数・方法について>

契約解除を行う場合は、30日以上前に対象アカウントに対して、その理由とともに、契約解除を行う旨をメールにて開示することとしています。

<全部拒絶に関する事前開示の主な類型や類型ごとの開示の例、日数の例>

契約解除（休眠アカウント一斉解除）の場合に使用するメール文面

事前通知の日数：30日以上

This email contains important information about the account cancellation.
Find a message in English that follows the Japanese text.

本メールは2021年11月8日（月）までに、15カ月以上インプレッション（広告表示）が発生しなかったディスプレイ広告アカウント宛てにお送りしています。

2021年11月17日

お客様各位

平素はYahoo!広告をご愛顧賜り厚く御礼申し上げます。

先般、メールでお知らせしました以下のアカウントについて
解約手続きが完了しましたので、ご連絡いたします。

=====
<ディスプレイ広告 アカウント>

アカウント名: 【アカウント名】

アカウントID: 【アカウントID】

解約実施日: 2021年11月15日～2021年11月16日

アカウント残高: あり (※1)

=====

(※1) 「アカウント残高: あり」は2021年11月8日時点の情報です。

実際の返金額は、2021年12月上旬頃に確定いたします。

詳細は、以下のメールをご確認ください。

件名: ≪重要≫ 【Yahoo!広告】ディスプレイ広告 アカウント解約実施について事前
のお知らせ

送信日: 2021年10月15日

┌
アカウント残高の返金について
└

アカウント残高は、受取口座に返金いたします。

受取口座を登録されてない場合は、下記のページをご参照の上、

2021年11月30日(火)までにお手続きくださいますようお願いいたします。

・受取口座の登録・変更方法

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/display/articledetail?lan=ja&aid=77937>

※2021年11月30日(火)までに受取口座の登録がない場合は、弊社にて
アカウント残高をお預かりいたします。

※返金は2022年1月中旬頃を予定しております。

※解約後の一定期間は、データ、およびレポートの確認が可能です。

■現在、広告運用を行われているアカウントについて

現在、契約状況が「サービス中」と表示されているアカウントは、引き続き
ご利用いただけます。

アカウントの状況は、広告管理ツールにてご確認ください。

・広告管理ツールログイン

<https://promotionalads.business.yahoo.co.jp/>

▽ログインできない方はこちら

>> <https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/ss/articledetail?lan=ja&aid=851>

■今後、Yahoo!広告を利用される場合

今回解約となったアカウントは、再開できません。

再度Yahoo!広告を利用する場合は、お手数ですが、あらためてYahoo!広告に
お申込みください。

ご不明な点がございましたら、下記のお問い合わせ先までご連絡ください。

弊社をご利用いただき、誠にありがとうございました。

<<本件に関するお問い合わせ先>>

【電話でのお問い合わせ】

Yahoo!広告 お客様サポートセンター

電話番号：0120-559-703（平日9:30～12:00、13:00～18:00 土日祝休）

【フォームでのお問い合わせ】

以下のフォームよりお問い合わせください。

<http://promotionalads.yahoo.co.jp/form/support/>

※ビジネスIDのログインが必要です。

(C) Yahoo Japan

当メールの内容は許可なく複製、複写、転載、転送することを禁じます

<全部拒絶に関する例外的に理由開示又は事前開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例>

ア. 広告主等が反復して提供条件違反をした場合（施行規則第12条第2項第1号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

イ. 広告主等が反社関係者であった場合（施行規則第12条第2項第2号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

ウ. ほか法令等に対応するための措置であって、理由開示により特定プラットフォーム提供者当の利益を害するおそれがある場合（施行規則第12条第2項第3号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

エ. 法令等に速やかに対応する場合（施行規則第12条第2項第4号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

オ. サイバーセキュリティ確保、詐欺等対応のため、速やかに対応する場合（施行規則第12条第2項第5号）

2022年10月3日以降に該当する事案は発生していません。

4. 法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項〔相互理解促進のための必要な措置について〕

（1）特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者と間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針（令和3年経済産業省告示第16号。以下「告示」という。）2. 1に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

※ 適切かつ有効なものとする理由は、「→」マークの後に記載

① 告示2. 1①に関する事項

＜約款・ガイドライン変更、処分が広告主等に与える影響への配慮＞

ア. 約款・ガイドライン変更の前：広告主等に対する不利益の多角的な検討

当社では、約款やガイドラインの変更を決定する一連のプロセスにおいて、広告主等の利益に対する影響を検討しています。

まず、事業部において、約款・ガイドライン変更の適否を、広告主等にどの程度の利益・不利益があるのかを含めて検討・立案します。約款・ガイドライン変更検討の端緒となるのは社内の議論や法令改正だけでなく、広告主等の事業者団体、国民生活センター、日本広告審査機構等の外部団体からの情報提供であることもあり、その場合は当該外部団体と意見交換を重ねて変更の影響を検討することとなります。

その後、事業部から、事業部とは独立した法務部門や政策渉外部門に対して相談を行うこととしています。法務部門や政策渉外部門は、既存の約款・ガイドライン及び関係法令の理解を前提に、当該約款・ガイドライン変更の趣旨や変更が広告主等に及ぼす具体的な影響に照らして、変更の実施が適切であるかを共に検討します。

また、約款・ガイドラインの変更内容に応じて、事業部が、日本広告審査機構、広告主の事業者団体等の外部団体への事前相談を行うなど、当社内部のみならず、外部の視点を取り入れて、変更の影響を検討することがあります。なお、必要に応じてインターネットユーザーに対する調査等を行い、インターネットユーザーにも配慮を行います。

その後、事業部側で、相談の結果を踏まえて、実施するか否かの最終判断を行います。その際、特に法令改正に基づく変更ではなく、自社メディアのポリシーに関わる変更内容の場合は、広告事業部門だけでなく、メディア事業部門も決裁に入ることによって、広告媒体Yahoo! JAPANの運営者として、広告主・インターネットユーザー双方に配慮した決定を行えるようにしています。

当社では、こうした多角的な検討プロセスが決裁に確実に反映されることが重要であると捉え、決裁資料に上記検討結果を記載し、広告主等に与える影響に対する配慮等の一連の検討プロセスを決裁者が確認できるようにしています。

また、広告主等に影響を与えるシステム変更についても、軽微なものを除き、少なくとも15日以上前に開示することとしつつ、変更内容や広告主等への影響を類型化した内部基

準及び必要な社内手続きを定めた判断フローに則って、広告主等にとって必要な期間を検討しています。当該判断フローにおいて、必要に応じて、政策渉外部や法務部と相談を行うこととしています。

→ このように、事業部とは独立した部門において約款・ガイドライン変更及びシステム変更の影響を検討するとともに、約款・ガイドライン変更については、必要に応じて外部の意見を取り入れることで、インターネットユーザーにも配慮しつつ、広告主等の利益に十分に配慮した、より慎重かつ多角的な判断が可能となると考えています。

イ. 約款・ガイドライン変更の際：広告主等に対する十分な情報提供

約款・ガイドライン変更をする場合は、上記の事前評価を踏まえて、当該行為を実施する理由や経緯等について、広告主等に対して、メール、ホームページ²²、代理店向けポータルサイトにおいて、丁寧な情報提供を行っています。さらに、3（2）3. に記載のとおり、アカウント審査基準や広告審査基準については、新旧対照表や変更に伴う影響をわかりやすくお伝えするようにしています。また、広告主等に情報提供を行うにあたって、営業担当者、お問い合わせ窓口の担当者に対して事前に説明会を行い、広告主等からの問合せに適切に回答できるように備えています。

→ このような情報提供は、広告主等が対応を検討するために必要十分な考慮材料を提供するものであるため、広告主等の利益に配慮する上で、適切かつ有効なものと考えています。

また、情報提供をする時期は、法令の定める事前告知期間を最低限のものと捉える方針のもと、広告主等が新しい約款・ガイドラインに対応するために必要な期間の確保や、実施前に広告主等からの個別の問い合わせに一通りお答えできるかといった観点から、軽微なものを除き、事前告知は1か月前を原則としつつ、広告主等への影響度に応じて15日前から3か月前までに事前告知を行うこともあります。

→ このように広告主等に対して十分な猶予期間を与えることは、広告主等の利益に配慮する上で、適切かつ有効なものと考えています。

ウ. 処分が広告主等に与える影響への配慮

アカウント停止処分や契約解除等の処分を行う際には、その影響の大きさに配慮して定

²² <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/announce/>
<https://ads-developers.yahoo.co.jp/developercenter/ja/announcement/>

めた厳格な基準を遵守するとともに、各処分の内容に応じて、違反内容、事例、確認手順を定め、関係部署で共有しています。

→ このように、前もって定めた厳格な基準・手順のもと処分を行うことは、広告主等の利益に配慮する上で、適切かつ有効なものと考えています。

② 告示2. 1②に関する事項

＜一貫性・公平性のある判断をするための仕組み＞

2022年度第2四半期から、審査部門の重点目標として、類似の広告審査案件における審査結果の差異を無くすことを掲げ、アの仕組みに基づき審査を実施するとともに、イの仕組みの構築を検討しています。

ア. 運用における仕組み

広告掲載停止処分、アカウント停止処分及び契約解除の判断は、それぞれ公開の審査基準に従って行い、詳細な内部判断基準も参照することがあります。特に、アカウント停止処分や契約解除処分については、規約・ガイドラインに抵触する広告の入稿等違反事実を検知した場合に、当社内で広告主・広告代理店ごとにその違反の重大性や反復の程度に応じて違反回数をカウントし、内部規則に従って処分を行います。なお、全ての広告主はこの審査プロセスに従い同じルール適用を受けることとなっており、自社グループ企業の広告が優遇されることはありません。

また、審査基準の変更時は、審査担当者に対して研修を実施します。さらに、半期に複数回の頻度で、実際の広告や広告規制の解説集をもとに作成したテストを審査担当者を実施し、審査品質及び処分の公平性を維持する取組を行っています。

→ これらの措置は、審査基準の運用が審査担当者ごとに判断のばらつきが生じることのないようにするものであり、一貫性・公平性のある判断を実現する上で適切かつ有効なものと考えています。

イ. KPIの設定及びシステム構築の検討

上記の運用における仕組みに加え、2023年6月頃を目標に、同様の広告に関する審査結果について審査担当者間の差異発生率を可視化し、KPIとして設定することを検討しています。

また、現在、審査担当者が同様の過去の審査結果を手動で検索して、担当の審査案件と照らし合わせているところ、自動的に過去の審査結果を表示し、現在の審査案件との差異を知らせ、一貫性・公平性のある審査を支援するシステムを導入することを検討しています。

→ 審査結果の差異発生率をKPIとして設定することで、明確な数値目標に対して、その達成状況を定点観測することで、PDCAを回すことが可能となり、審査における一貫性・公平性を向上させる体制運営に資すると考えています。また、審査支援システムを導入することで、見落としや恣意性を排除し、より効率的かつ効果的に、一貫性・公平性のある審査が可能になると考えています。

ウ. 第三者ツールの接続について

デジタル広告の効果測定は、大きく分けて、クリックを測定するものとインプレッションを測定するものの2種類があります。

クリックを測定するものについては、日本国内の事業者であれば、どなたでも第三者ツール（広告の到達指標を測定するためのツール）を接続することが可能であり、審査は設けておりません。

インプレッションを測定するものについては、当社ホームページにおいて、申込フォーム、基準、手順を公開²³し適切に運用しています。

→ 広告主等及び効果測定者に対して、第三者ツールの審査基準等を事前に公開し、適切に運用することは、一貫性・公平性のある判断を実現する上で適切かつ有効なものと考えています。

③ 告示2. 1③に関する事項

<プラットフォームの公正性を自主的に高めるための仕組み>

ア. 広告主等の要望を改善につなげるプロセス

広告主等から届く問い合わせ・苦情は、全て専用フォームを通じて記録しています。特に、お問い合わせ窓口²⁴にいただいた全てのご意見は、関係部署にフィードバックを行い、改善の要望を求めのご意見については、当該部署において、ご意見の数や広告主等に与える影響等を総合的に勘案して、必要に応じて改善を検討しています。

特に、お問い合わせ窓口に届く問い合わせのうち約4割を占める広告審査に関する問い合わせについては、専門的な知識をもった担当者で構成している審査サポートチーム²⁵で対応することとしています。また、審査サポートチームによる適正な対応を支援するために、広告審査ポリシー部門と審査サポートの代表者が所属する組織も設置し、審査関連の問い合わせを分析し、審査の差異発生防止および不必要な問合せの削減のための取組も行っています。具体的には、2022年度において以下のような事例がありました。

²³ https://marketing.yahoo.co.jp/partner/technology_partner/application/measurement_partner/

²⁴ <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/>

²⁵ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022021530257265.html>

例1：医療広告に関する非承認理由の詳細に関する問い合わせが多という分析に基づき、以下の対策を実施しました。

- 医療広告に関する非承認理由の問い合わせが多いという分析結果に基づき、医療法に基づく広告掲載基準の解説を動画²⁶でリリースした他、出稿前のチェックリスト²⁷及び違反の多い項目²⁸を公開しました。
- ディスプレイ広告に関しては、特にお問い合わせの多い薬機法や医療法に関する審査結果について、個別にお問い合わせいただく前に、あらかじめ、具体的に広告のどこの表現が広告掲載基準に抵触したのかを通知する運用を開始しました。これは、インターネットのアドネットワーク広告の審査においては、多大なコストがかかることから広告の個別具体的な抵触箇所をお伝えしていないことが多いため、業界の中では先駆けた取組だと認識しております。

例2：アカウント停止の理由確認の問い合わせが多いという分析結果に基づき、アカウント審査基準の解説を動画²⁹でリリースをしました。

これらの他、詳細確認の問い合わせが多い審査基準についてヘルプページを充実させるなど、広告主等の問い合わせを不断の運営改善につなげています。

また、透明化法の施行に合わせて、2022年10月から開設している苦情専用フォームに届くものについては、透明化法対応プロジェクトチームが内容を確認・記録を行い、典型的な苦情類型以外のものについては、関係部署に回覧し、当該関係部署において、回答方針及び運営改善の可否を検討することとしています。

→ このように、広告主等の問い合わせ・苦情を全て記録し、関係部署にフィードバックする体制を構築するとともに、問い合わせが多い審査関係については専用のチームを設置することで、重点的に改善を検討し対応することができるため、公正性の自主的な向上を図る上で適切かつ有効なものと考えています。

イ．「利益相反及び自社優遇行為に係る管理方針」の策定・公開（2022年3月策定・公開）

広告事業における利益相反行為及び自社優遇行為に係る管理方針³⁰を策定し、公開しました。問い合わせ先も明示することで、広告主等との相互理解のきっかけとなることを目指しています。

²⁶ https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/medical_doga.html

²⁷ https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/bf_ad_checklist.html#4

²⁸ https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/denial_case.html#2

²⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=w3SK0TEMH2U>

³⁰ https://marketing.yahoo.co.jp/policy/conflict_of_interest/

→ あらかじめ、利益相反行為及び自社優遇行為に係る管理方針を定めて公開することで、当該方針に照らして自社の行為を常に省みることが可能となり、公正性の自主的な向上を図る上で適切かつ有効なものと考えています。

(2) 告示2. 2に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

① 告示2. 2①に関する事項

ア. 苦情処理体制

従来から、Yahoo!広告ご利用中の広告主等は、以下のお問い合わせ窓口を通じて、当社広告事業に対して直接苦情を申し入れることができます。

- 電話（平日9:30～12:00、13:00～18:00 土日祝休）
- チャット（平日9:30～12:00、13:00～18:00 土日祝休）
- フォーム

さらに、透明化法の施行にあわせて、苦情専用フォームを設置し、問い合わせと切り分けて、集中的に苦情を受け付ける体制を整備しました。

その他、営業担当を通じて、苦情を申し入れていただくこともできます。

これらの苦情は、2（1）に上述のとおり、苦情の類型により、広告審査については審査部門、サービスの仕様や不具合についてはプロダクトサポート部門のように、担当する部署において対応することとしており、必要に応じて、上層部にエスカレーションされます。

→ このような体制は、苦情・紛争の原因となった事象を、重要度・複雑さに応じて、必要な権限と専門性を持った部署が対応するようにするものです。そのため、苦情・紛争の原因となった事象を、重要性と複雑さに応じて、適切・迅速に処理・解決する上で、適切かつ有効なものと考えます。

イ. 処理解決方針

迅速かつ適切な苦情の解決のために、お問い合わせ窓口においては、典型的な苦情類型については一次対応マニュアルを設け、それに沿って専門の対応部署につなぐこととしております。なお、お問い合わせ窓口寄せられた苦情を含む問い合わせに関して、電話については応答率90%以上、メールについては1営業日目途に回答又は進捗状況を返信することを目標としており、2022年10月から2023年3月末までの各月において、当該目標を達成しています。半年間の平均応答率および返信率は以下のとおりです。

- コール応答率：96.1%
- チャット応答率：98.9%
- メール：1営業日以内返信率：100%

また、苦情専用フォームについては、典型的な苦情類型については透明化法対応プロジ

ェクトチームにおいて回答を行い、それ以外のものについては、関係部署に回覧し、当該関係部署において、回答方針及び運営改善の要否を検討することとしています。苦情専用フォームについては、3営業日以内を目途に回答又は進捗状況を返信することを目標としています。

→ 内部において処理方針及び目標を定め、担当部署との連携フローを確立・運用することで、可能な限り迅速かつ適切に回答することが可能です。

② 告示2. 2②に関する事項

<苦情を運営改善に生かす方法>

(2) ①アで述べたとおり、問い合わせ一般を受け付けるお問い合わせ窓口とは別に苦情専用フォームを設けて、その内容に応じて担当部署で対応しています。お問い合わせ窓口や苦情専用フォームに寄せられたご意見は、全て当社内部の管理ツールで記録して関係部署にフィードバックを行い、それに基づき必要に応じて運営改善を行っています。

2022年度の運営改善の具体的な事例として、例えば、次のようなものがあります。広告入稿前に審査した際には指摘していなかった箇所について、実際に広告入稿がされた後に広告掲載基準の誤った解釈により広告が停止されたという広告主等の苦情があり、審査担当部署が、差分が発生した原因を確認しました。その結果、薬機法の広告規制の解釈に担当者間での差異があることが判明したため、あらためて審査部門・ポリシー部門・サポート部門間で検討し、解釈の統一見解をまとめました。その内容は、その後担当審査官へのフィードバックに加え、社内用の審査用マニュアルへの追記とともに各部門内へ周知を行いました。このように広告主等の苦情を組織的に共有・蓄積を行って運営改善につなげています。

→ このような仕組みは、迅速かつ適切な回答や対応を行うことを可能にするだけでなく、広告主等の声を正しく関係部署に届け、より良い運営につなげるために必要です。そのため、苦情・紛争を端緒として、苦情・紛争に関する情報を有効に利用して特定DPFの提供に関する運営を改善する上で有効かつ適切なものと考えます。

(3) 告示2. 3に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

①告示2. 3①に関する事項

当社広告事業は日本国内に本社（ヤフー株式会社）を有し、全ての業務を国内において行っているため、本項目は該当しません。

②告示2. 3②に関する事項

当社広告事業は日本国内に本社（ヤフー株式会社）を有し、全ての業務を国内において行っているため、本項目は該当しません。

（４）告示2. 4に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

① 告示2. 4①に関する事項

<広告主等の意見・事情を聴く仕組み>

以下のような取組によって、広告主等の意見その他の事情を理解する機会を設けています。

ア. 業界団体との意見交換

当社は、（一社）日本インタラクティブ広告協会、（公社）日本広告審査機構、（公社）全日本広告連盟、（公社）東京広告協会といった広告主も参画する業界団体の会員であり、団体の構成員である広告主等と情報交換を行うとともに、団体が主催するセミナー等において、常に業界の最新情報を収集しています。

イ. 広告の質に関する苦情または問い合わせ

広告の質に関する苦情または問い合わせについては、その他の苦情・問い合わせと同様、（２）①アに記載の問い合わせ窓口・苦情専用窓口を通じていただいたものを、担当部署において適切に対応しています。

ウ. ユーザーエクスペリエンスに関する広告主等に対するフィードバック

当社は、ユーザー自身が興味のない広告を非表示にできるとともに、当該広告に関して当社にご意見を送付できる機能を提供しています。当該意見については、広告主等の求めに応じて、広告主等に対してフィードバックを行い、表示回数の増減などユーザーエクスペリエンス向上の参考にいただいています。

② 告示2. 4②に関する事項

ア. 広告主の意見に必要な対応を行うとともにそれを端緒に運営改善を行う仕組み

（１）③アに記載のとおり、苦情専用フォームやお問い合わせ窓口にいただいたご意見については、全て当社内部の管理ツールで記録されており、いただいた要望のうち、要望の数や広告主等に与える影響等を総合的に勘案して、必要に応じて関係部署において改善を検討しています。

この社内の仕組みは、透明化法に基づく指定前から構築・運用しており、例えば、広告審査で抵触理由や抵触箇所が分かりにくいといった広告主等からのご意見を受け、2021年

度から、問い合わせいただかなくとも自己解決できるようなシステム改修やサポート強化等に取り組んでいます。その効果もあり、2022年度（2022年10月～2023年3月）における広告審査の抵触理由・箇所に関する問い合わせ数を前年度同期比で約26%も減少させることができました。また、広告主からの問い合わせを端緒として、（1）③アで上述のとおり、審査に関する運営改善を行いました。

イ. 広告の質の問題に関して情報提供・運営改善等を行う仕組み

当社は、我が国の広告品質のスタンダードを構築し、業界の健全化をリードするべく、「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）」³¹を2019年に策定・発表し、アドフラウド、ブランドセーフティ、ビューアビリティ等の対策に取り組んでおります。2022年にはこれまでの運用状況を公開して、広告主等をはじめ当社広告事業のステークホルダーに情報提供を行っております。

また、「広告サービス品質に関する透明性レポート」³²を半年ごとに当社ホームページ上に公開するとともに、当社から当該レポートに関する広告出稿を行うことで、広告主等、広告配信パートナー、インターネットユーザーに対して、アドフラウドやブランドセーフティに関する対策を含めた取組と成果をお伝えしています。

この他、当社ホームページ上で、「ガイドライン・広告品質」の特集記事³³を配信して、最新の当社の取組や業界動向を広告主等にわかりやすくお伝えしています。

さらに、以上のような取組を広告サービス品質向上のための取り組み³⁴として紹介する専用のウェブページを作成し、広告主等へのわかりやすい情報提供に努めています。

上記のとおり、広告の質の問題に関して、広告主等に対して情報提供を積極的に実施しているところ、広告主等からのご意見については、苦情専用フォームやお問い合わせ窓口等を経由して、問い合わせ・苦情の対応フローの中で、関係部署にフィードバックされ、運営改善に活かすこととしています。

さらに、半年に1回、広告主等へのアンケートにおいて、ブランドセーフティやアドフラウドの観点から当社の取組についての信頼性を聞き取っており、その結果の一部について当社ホームページ³⁵において公開するとともに、運営改善のための参考としています。

また、ユーザーエクスペリエンスの観点から、こういった広告フォーマットがユーザーにとって適切か、ユーザーの意見を調査して、広告フォーマットのガイドラインを改善することとしています。

³¹ <https://marketing.yahoo.co.jp/strength/quality/diamond/>

³² <https://marketing.yahoo.co.jp/strength/quality/adqualityreport/>

³³ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/quality/>

³⁴ <https://marketing.yahoo.co.jp/strength/quality/>

³⁵ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022060730302993.html>

ウ. 広告の質の問題に関して業界全体の取組に主体的に参加する仕組み

当社は、（一社）デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)³⁶に、設立のための準備委員会の一員として当初から参画しています。同機構は、（公社）日本アドバタイザーズ協会、（一社）日本広告業協会、（一社）日本インタラクティブ広告協会によって設立され、「アドフラウドを含む無効配信の除外」と「広告掲載先品質に伴うブランドセーフティの確保」の品質認証に取り組む業界横断的な組織です。同機構においては、アドフラウドを含む無効トラフィックの除外及びブランドセーフティに関する広告媒体者等の業務プロセスについての品質保証に認証を与えることとしており、当社は認証審査を受ける事業者の立場から認証制度の確立に貢献いたしました。

また、当社は、広告の質を含むインターネット広告の問題に取り組む（一社）日本インタラクティブ広告協会（JIAA）の会員として、1999年の設立当初から参画しており、同協会の活動を通じて、広告の質に関する業界全体の取組に参加しています。

エ. オーディエンス・データに関する取組

オーディエンス・データに関する広告主等の苦情・問い合わせは、2（1）記載の苦情・問い合わせ対応のフローの中で、他の案件と同様に対応することとしています。また、当社は、透明性向上のための取組みのご紹介のページ（（5）において後述）やヘルプページにおいて、広告主等が取得できるデータに関する説明を行っています。オーディエンス・データに関しても他の案件と同様に、関係法令の遵守を前提に引き続き広告主等とコミュニケーションを行ってまいります。

（5）その他法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項

<その他広告主等との相互理解促進を図るために講じた措置>

ア. 「透明性向上のための取組みのご紹介」の公開（2022年10月-）

透明性向上のための取組みのご紹介のページ³⁷では、法の定める開示項目に沿って、透明性向上のための情報開示を集約しています。約款・ガイドラインに定めている事項は、より分かり易い表現で記載することで、広告主等に理解を深めていただくことを目指しています。

イ. 社内説明会の開催

透明化法の内容・趣旨を広告部門で実際に広告主等に接している社員に広く浸透させるため、広告部門の社員200名以上に対して全体説明会を開催し、透明化法対応プロジェクトチーム及び政策渉外部門から、透明化法の背景、目的、内容等の説明を行いました。事

³⁶ <https://www.jicdaq.or.jp/>

³⁷ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022021530257265.html>
<https://marketing.yahoo.co.jp/policy/digitalplatformer/>

後のアンケートでは、透明化法の目的、内容等を「ある程度理解することができた」と「十分理解することができた」が合わせて90%以上でした。

また、透明化法に基づき対応しなければならない事項ごとに、担当部署に対して、個別説明会の開催やメール等での周知を実施しています。例えば、広告プロダクトの企画を行う部署に対しては、企画リリース前の内容・理由開示や広告主等への影響の検討等が必要であること、カスタマーサポート部門に対しては、苦情への適切な対応や苦情件数のカウント等が必要であることを説明しました。今後も必要に応じて社内教育を実施してまいります。

→ 関係部署の社員が自身の業務に関連付けて、透明化法の内容を理解し、それを踏まえて広告主等とコミュニケーションを取ることが重要だと考えており、これらの社内教育はそれに資するものだと考えています。

<その他 広告主等向けの制度・仕組み・情報開示について>

ア. 広告代理店向けの専任サポート

広告審査の知識向上に意欲的な広告代理店については、複数の関係部署で構成した「審査サポート支援チーム」³⁸が、広告審査を通過できるように広告内容の修正提案、審査否認率や否認傾向の可視化等を行っています。さらに、広告代理店自身の理解が進むように、広告代理店向けに、広告審査に関する定期的な会議や勉強会を開催し、現状の課題についての認識をすり合わせ、課題改善のためのサポートもしています。

イ. アカウント審査や広告掲載基準に関する広告主等向けコンテンツ

広告主等に対するアカウント審査基準や広告掲載基準に関する啓発を目的として、動画やイラストを用いながら、ラーニングページ³⁹やヘルプページ⁴⁰において、アカウント審査基準や広告掲載基準の解説や事例の紹介を実施しております。特に、審査において問い合わせの多い「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」については、広告主等が情報を見つけやすくするために、ポータルページ⁴¹を設置するなど、広告主等の関心に応じて、適切に情報提供を行っております。

また、ヘルプページについては、2023年3月にリニューアルを行い⁴²、サービスやカテ

³⁸ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2022021530257265.html>

³⁹ <https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/accountreview.html>

⁴⁰ <https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/articledetail?lan=ja&aid=1503&o>
<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/articledetail?lan=ja&aid=1623&o>
<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/guideline/articledetail?lan=ja&aid=1643&o>

⁴¹ https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/pmd_Act.html

⁴² <https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30414623.html>

ゴリーから検索できるなど従来型のヘルプページと比べて視覚的にも分かりやすく改良しました。さらに、当社ホームページにおいて、広告審査に関連して、広告審査に要する期間や再審査時の対応など、広告主等が対応に迷う、または疑問に思う事例を挙げて、その場合に参照していただきたいヘルプページを紹介する特集記事⁴³も配信し、広告主等に対してヘルプページの活用を促しています。引き続き、広告主等に対して、わかりやすい情報提供に努めてまいります。

⁴³ <https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2023041830419762.html>

5. 法第9条第1項第2号から第4号までに掲げる事項について自ら行った評価に関する事項〔苦情処理、情報開示、相互理解促進のための措置等の自己評価〕

(1) 苦情処理

(2) 情報開示

(3) 相互理解促進のための必要な措置

(4) その他

(5) 評価に関する事項

当社広告事業に関しては透明化法に基づく指定の初年度であることに鑑み、2023年2月から3月にかけて、以下を重点項目として、監査部門による社内監査を実施したため、告示のほかに当該社内監査の結果を踏まえて、自己評価を行いました。

①透明化法対応

- 取引の公平性確保（提供条件開示・変更、個々の行為（広告主審査等））
- 苦情処理・紛争解決
- 取引先事業者の意見吸い上げ

②社外開示内容と実態の整合性

- 利益相反・自社優遇管理方針
- アドフラウド・ブランドセーフティ

（1）法第9条第1項第2号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項〔苦情処理・紛争解決についての自己評価〕

4（2）①イに記載のとおり、お問い合わせ窓口に寄せられた苦情を含む問い合わせに関して、電話については応答率90%以上、メールについては1営業日目途に回答又は進捗状況を返信するという目標について、2022年10月から2023年3月までの各月において達成しており、苦情を含む問い合わせへの対応の速度については、適切であったと考えています。

内部監査において、以下の事実を必要な証拠で確認しており、苦情・紛争を重要性和複雑さに応じて迅速に処理・解決する仕組みがあり、また、苦情・紛争を端緒として、運営改善を行う体制が整備できていると考えています。

<監査結果>

- 苦情・問い合わせ方法は専用フォーム、電話、チャット、営業への連絡など複数のチャネルを用意しており、容易に広告主が問い合わせできる状態になっている。
- 苦情受付部門及びエスカレーションフローの明確化、対応に必要な「苦情・問い合わせの分類判断基準」を策定しており、適切な処理が行える体制を整備している。

- 苦情受付部門、透明化法対応プロジェクトチームでは問い合わせ・苦情の処理のための目標対応期間を設定している。対応未完了の案件はSalesforceの機能によるアラート発信により、関係部署へ対応の促しが可能であり、迅速に苦情処理が行える状態である。
- 重要性・複雑性の高い案件訴訟等に発展する可能性のある案件は透明化法対応プロジェクトチーム及び法務、政策企画が連携して対応を行う体制が整備されている。
- 苦情・紛争はSalesforce及び管理表により他の問い合わせと分類管理した上で、必要に応じて関係部署で分析、改善活動が実施される。関係部署での苦情対応及び改善結果のモニタリングは今後、透明化法対応プロジェクトチームを中心に実施する予定であり、適切な苦情管理・改善体制を整備している。

また、内部監査において、以下のコメントがあったため、今後の課題として、苦情対応および改善結果の持続的なモニタリングが可能となるように、運用していくなかで、その最適な頻度や評価手順を具体化していきたいと考えています。

<監査コメント>

関係部署での苦情対応及び改善結果のモニタリングは、政策企画及び法務と連携しながら透明化法対応プロジェクトチームが中心となって実施していく計画である。現時点では透明化法対応プロジェクトとしての推進体制があるが、将来的に運用が確実に継続されるよう頻度や評価手順を具体化していくことが望ましい。

（２）法第９条第１項第３号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項〔提供条件開示・行為時開示についての自己評価〕

当社は、親会社であるZホールディングス株式会社が設置した「デジタル広告事業に関する情報開示の在り方検討会」（以下、「本検討会」といいます。）⁴⁴による提言書で示された指針に沿って、広告主からの信頼の維持・確保という観点からよい良い情報開示の在り方を検討して参りました。

本検討会は、Zホールディングス株式会社が、当社広告事業の透明化法に基づく指定に先立ち、デジタル広告事業に関係する業界の信頼維持・確保のためにデジタル広告事業における情報開示の在り方等について検討することを目的として、外部の有識者を募り設置したものです。本検討会においては、広告アカウント審査やブランドセーフティ対策および無効トラフィック対策、利益相反・自社優遇行為のリスク対策等に関する情報開示について、幅広い観点から検討が行われました。

本検討会の提言書（2022年３月）⁴⁵を踏まえ、当社は指定に先立ち、広告アカウント

⁴⁴ <https://www.z-holdings.co.jp/news/press-releases/2021/0719/>

⁴⁵ <https://www.z-holdings.co.jp/news/press-releases/2022/0307/>

審査の判断基準の公開、ブランドセーフティ対策および無効トラフィック対策に関する情報開示、利益相反・自社優遇行為を行うリスクを適切に管理するための方針を策定し、公開しております。提言書に提唱されている「プラットフォーム事業者をはじめとするデジタル広告事業に関わる関係者には、今後も、デジタル広告事業の透明性を向上させるための取組みを深化させ続けることが社会的責務として要請される」という観点から、外部有識者の意見も積極的に取り入れる形で情報開示を行うことができたと考えています。

<提供条件開示について>

3. に記載のとおり、規約・ガイドラインについては、ホームページの適切な場所において、明確かつ平易な表現で開示できていると考えています。また、医療法や薬機法に関する審査基準等、複雑なものについては、動画や専用ページにて解説を行うなど、広告主等にとってわかりやすい方法でお伝えできるよう努めています。

さらに、2022年度上期「広告サービス品質に関する透明性レポート」⁴³において、アカウントの非承認（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）の数が2021年度下期に比べて1000件以上減少したことを報告しています。これは、2022年4月にアカウント審査基準を公開したことにより、非承認となる状態を広告主等の皆様があらかじめ想定しやすいことになったことも一因と考えられ、透明性向上の効果が出ているものと考えています。

また、内部監査において、以下の事実を確認しており、開示に関する十分性・網羅性を確認する体制が整備できていると考えています。

<監査結果>

広告取扱基本規定及びその他規定・基準をホームページ上で公開している。また、開示状況の十分性・網羅性について政策企画による客観的な確認が行われており、開示漏れを防ぐ体制が整備されている。

<行為時開示について>

ア. 提供条件変更

規約・ガイドライン変更時には、ホームページやメールにて、変更内容、適用日、変更理由のほか、必要に応じて、新旧対照表や補足説明資料を用いて、わかりやすく広告主等に開示できていると考えています。

また、社内監査において、以下の事実を確認しており、法務部および政策渉外部が広告主等への影響を評価できていると考えています。

<監査結果>

- 規定・基準変更時は法務または政策企画と協議のうえ各部門の責任者が承認を行うフローとなっており、広告主への影響が客観的に検証される体制を整備している。
- 影響度に応じて事前開示の期間を以下のとおり設定しており、ホームページ及びメ

ールで告知するルールを整備している。

- 通常の変更：最低 15 日以上前、原則は約 1 か月前に告知（軽微な変更を除く）
- 重要度の高い変更：3 か月以上前に告知

一方で、社内監査において、以下の懸念・コメントがありました。今後の課題として、懸念・コメントのとおりを実施する方向で検討しています。

<監査懸念> 事前評価項目が不明瞭

- 法務・政策企画との協議が行われているため現状問題は生じていないが、広告主利益に配慮した形での事前評価が確実に実施されるよう評価項目を明確化し、事後検証可能な状態にすることが望ましい。

※現状においても、事業部と分離した法務・政策企画部門が確認する体制があり、当該部門が広告主等の利益に配慮されているかを確認しているが、事業部の中において、広告主利益に配慮した形での事前評価が確実に実施されるよう、広告主利益の事前評価を行う際の考慮事項を明確化しておき、それに沿って事前評価を実施することで、事後検証可能な状態にすることが望ましいという趣旨。

<監査コメント①> 事前評価証跡の管理

- 事前評価証跡が個人管理のメール履歴となる場合、担当者不在時や削除等が生じた際に事後検証できなくなるリスクがある。第三者検証性の確保を考慮して、協議履歴及び責任者の承認証跡は、社内システムを使用するなど、一元管理できる運用を検討いただきたい。

<監査コメント②> 事前告知時に広告主への影響が明示されていない

- （広告プロダクション本部が所管する広告取扱基本規定等や事業推進本部が所管するセールスパートナーオンライン約款等の改訂についても、）変更点について広告主が十分に（背景を理解し、）対応できるよう、トラスト&セーフティ本部（が所管するアカウント審査基準、広告掲載基準等の改訂時）と同様に広告主への影響有無及び内容を明示していくことが望ましい。

イ. 一部拒絶・全部拒絶

3（2）に記載のとおり、広告掲載停止処分、アカウント停止処分、契約解除の際は、メールや広告管理ツール上で、理由とともにその旨をわかりやすく開示できていると考えています。また、社内監査において、以下の事実を確認しており、広告主等への利益に配慮した対応ができていると考えています。

<監査結果>

- ホームページ上で開示している規定・基準にて契約解除・審査落ちとなる行為を明示しており、広告主の予見可能性は確保されている。
- 契約解除時は一方的な処置とならないように30日以上前にメール通知するルールを定めて運用している。広告掲載停止等の一部拒絶については広告管理ツールまたはメールでの通知を実施している。
- 広告主が審査結果について、容易に問い合わせができるよう広告管理ツール内及び通知メール内に窓口が明記されており、ヤフーへの連絡導線が確保されている。

2022年10月3日から2022年度末において、事前開示または理由開示の例外に該当するものとして開示を行っていない事例はありません。

(3) 法第9条第1項第4号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項〔取引関係における相互理解を促進するために必要な措置についての自己評価〕

①提供条件変更等の前に広告主等への影響を評価し、利益に配慮する仕組み

社内監査において、以下の事実を確認しており、提供条件変更時や一部拒絶・全部拒絶時には、広告主等への影響を評価し、その利益に配慮する仕組みが構築できていると考えています。

<監査結果>（再掲）

- 規定・基準変更時は法務または政策企画と協議のうえ各部門の責任者が承認を行うフローとなっており、広告主への影響が客観的に検証される体制を整備している。
- 影響度に応じて事前開示の期間を以下のとおり設定しており、ホームページ及びメールで告知するルールを整備している。
 - 通常の変更：最低15日以上前、原則は約1か月前に告知（軽微な変更を除く）
 - 重要度の高い変更：3か月以上前に告知
- ホームページ上で開示している規定・基準にて契約解除・審査落ちとなる行為を明示しており、広告主の予見可能性は確保されている。
- 契約解除時は一方的な処置とならないように30日以上前にメール通知するルールを定めて運用している。広告掲載停止等の一部拒絶については広告管理ツールまたはメールでの通知を実施している。
- 広告主が審査結果について、容易に問い合わせができるよう広告管理ツール内及び通知メール内に窓口が明記されており、ヤフーへの連絡導線が確保されている。

今後の課題は、5（2）＜行為時開示＞に記載のとおりです。

②一貫性・公平性のある判断を行う仕組み

社内監査において、以下の事実を確認しており、審査に関する一貫性・公平性のある判

断を行う仕組みが構築できていると考えています。

- 審査基準が定められており、担当者の属人的判断とはならない一貫性のある審査体制が整備されてる。また、審査部門は営業部門とは職務分離されており、恣意的な判定・救済措置を防げる状態であることから公平性は確保されている。
- 審査結果をモニタリング部門が客観的に評価し、改善を行う運用を実施している。

広告主・代理店審査

審査部内のモニタリング担当者が審査落ちの件数及び理由を客観的に確認しており、結果を週次でトラスト&セーフティ本部内で報告している。また、モニタリング担当で判断できない案件や懸念事項は都度ポリシー室へエスカレーションされ改善検討を実施している。

広告掲載審査

ポリシー室が週次で正審査率、月次でUSR・BAR（※）の確認している。また、月に2回ポリシー室・審査部・審査サポート支援での三者協議を行い、モニタリング結果に基づく改善検討を実施している。

（※）USR… 広告のiアイコンからのアンケートで「広告内容が不適切」が選択された割合

BAR… 広告掲載基準で掲載不可となる広告が掲載されてしまった割合

また、第三者効果測定者については、4（1）②ウのとおり、基準や方法等をホームページ上で開示しており、一貫性・公平性のある判断ができていると考えています。

今後の課題として、4（1）②イのとおり、同一・同類の審査案件について差異発生率の可視化及びKPIとして設定、審査支援システムの導入を検討したいと考えています。

③公正性を担保する適切な仕組み

利益相反・自社優遇管理方針については、4（1）③イにおいて記載のとおり、ホームページ上で公表しています。当該方針について、社内監査において、以下の事実を確認しており、広告主等を公正に取り扱う仕組みが構築できていると考えています。

<監査結果>

各開示事項について任意サンプル1件を受領し、統制の実在性を確認した結果、実態との大きな乖離はない。

④広告主等の問い合わせや苦情を運営改善に活かす仕組み

社内監査において、以下の事実を確認しており、問い合わせ・苦情および意見（広告の質の問題やオーディエンスデータに関するものを含む。）を適切に運営改善に活かす仕組みが構築できていると考えています。また、アドフラウド・ブランドセーフティに関する取組についても社内監査において、その統制の実在性を確認しており、引き続き、広告の質に関する取組を推進してまいります。

＜監査結果＞

- 苦情・紛争はSalesforce 及び管理表により他の問い合わせと分類管理した上で、必要に応じて関係部署で分析、改善活動が実施される。関係部署での苦情対応及び改善結果のモニタリングは今後透明化法対応プロジェクトチーム を中心に実施する予定であり、適切な苦情管理・改善体制を整備している。
- 広告の質に関する意見管理は、他の苦情・問い合わせと同様に苦情受付・対応フローに含まれており、意見を吸い上げる体制と管理・改善体制が整備されている。
- 以下の業界団体に参画し、定期的に意見交換や最新情報の収集を行っている。業界団体からの情報に基づき都度、改善を実施している。
(公社) 日本広告審査機構、(公社) 全日本広告連盟、(公社) 東京広告協会、(一社) 日本インタラクティブ広告協会
- (オーディエンスデータについて、) 広告主が取得できる情報は、Web 上で開示し、広告主へ説明が行える状態となっている。また、開示内容の充分性については、政策企画が相互理解のためのガイドラインの要請事項に照らして問題ないことを客観的に確認している。
- アドフラウド・ブランドセーフティに関する取組の各開示事項について任意サンプル1 件を受領し、統制の実在性を確認した結果、実態との大きな乖離はなかった。

今後の課題は、5 (1) に記載のとおりです。

(4) 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価

4 (5) に記載のとおり、「透明性向上のための取り組みのご紹介」の公開、アカウント審査や広告掲載基準に関する広告主等向けコンテンツ、代理店向け専任サポートなど、適切に広告主等とのコミュニケーションを実施できていると考えています。また、透明化法に関する社内説明会については、透明化法に適切に対応する社内体制を構築するために必要かつ有意義であったと考えています。

(5) その他法第9条第1項第2号から第4号までに掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

冒頭に記載のとおり、自己評価を行うにあたり、透明化法指定の初年度であることに鑑み、監査部門による社内監査を実施しました。監査部門は、透明化法対応を進めてきた広告部門、法務部門及び政策渉外部門とは異なる部署であり、社内の第三者の視点から評価を行いました。

以上

ヤフー株式会社

(メディア一体型広告デジタルプラットフォーム)

- 法第5条第1項に基づき利用者に開示した提供条件
- 同条第2項の該当部分
- 提供条件の主な変更

目次

規約類

広告取扱基本規定	1
アカウント審査基準	12
Yahoo! JAPAN 広告掲載基準	18
Feed 広告掲載基準	60
Yahoo! JAPAN Yahoo!広告入稿規定	62
掲載制限	64
セールspartner 審査基	92
セールspartner オンライン約款	102
ビジネス ID 利用規約	107
Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準	112
Yahoo!広告 API 利用約款	121
広告事業における利益相反・自社優遇行為管理方針	128
プライバシーポリシー	131

当社ホームページ

Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口	134
Yahoo!広告苦情・ご意見フォーム	137
効果測定認定パートナーお申し込み方法	140
ヘルプページ	144

提供条件の主な変更	183
-----------------	-----

<広告主等向け>

対応条文	提供条件	頁
法律第 5 条第 2 項第 1 号		
イ（提供拒絶）	広告取扱基本規定第 3 条、第 6 条 8 項、第 12 条	2,4, 7
	アカウント審査基準第 3 章	17
	Yahoo! JAPAN 広告掲載基準	18～
	Feed 広告掲載基準	60～
	Yahoo! JAPAN Yahoo!広告入稿規定	62～
	掲載制限	64～
	セールスパートナー審査基準※	92
	セールスパートナーオンライン約款第 12 条※	104
	ビジネス ID 利用規約第 10 項	108
ロ（抱き合わせ）	該当なし（透明性向上のための取り組みのご紹介（2）参照）	－
ハ（広告表示順位）	ヘルプページ「 広告配信の仕組み 」	147
	ヘルプページ「 ターゲティング設定について 」	150
	ヘルプページ「 予約について 」	153
	ヘルプページ「 検索広告サービス概要 」	154
	ヘルプページ「 広告の品質について 」	156
ニ（当社によるデータ取得）	広告取扱基本規定第 9 条第 1 項から第 3 項	6
ホ（広告主等によるデータ取得）	広告取扱基本規定第 9 条第 3 項から第 6 項、第 14 条	6, 8
	広告データ利用基準 2－1、2－3	115, 116
	ヘルプページ「 パフォーマンスレポートとは 」	158
	ヘルプページ「 パフォーマンスレポート・テンプレートの作成 」	161, 162
	ヘルプページ「 ステップ 5：広告の掲載結果を確認しましょう 」	163
	ヘルプページ「 広告運用改善のヒント 」	167
	Yahoo!広告 API 利用約款	121～
ヘ（苦情等の申し入れ方法）	Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口	134～
	苦情専用フォーム	137～
法律第 5 条第 2 項第 1 号ト（上記のほか省令で定めるもの） 省令第 6 条表令第一項の表第三号の中欄に規定する事業の下欄		

※ 特に広告代理店向け。

第 1 号 (アドフラウド)	広告取扱基本規定第 8 条第 1 項	5
	ヘルプページ「 調整金（調整額）について 」	169
	ヘルプページ「 無効なクリックの確認方法 」	170
第 2 号 (ブランドセーフティ)	ヘルプページ「 パフォーマンスレポート・テンプレートの作成 」	161
	ヘルプページ「 提携パートナーへの広告配信について 」	171
第 2 号 (ビューアビリティ)	ヘルプページ「 ビューアブルインプレッションとは 」	172
第 3 号 (第三者効果測定)	広告取扱基本規定第 9 条第 6 項	6
	広告データ利用基準 2 - 1、2 - 3	115, 116
	ヘルプページ「 トラッキング用パラメータについて 」	174
	効果測定認定パートナーお申し込み方法	140~
第 4 号 (表示決定の際の広告主等のデータ)	広告取扱基本規定第 9 条第 1 項から第 3 項	6
	ヘルプページ「 ターゲティング設定について 」	179
第 5 号 (他社利用制限)	該当なし (透明性向上のための取り組みのご紹介 (11) 参照)	-
第 6 号 (利益相反・自社優遇行為管理方針)	利益相反・自社優遇行為管理方針	128~

<一般消費者向け>

対応条文	提供条件	頁
法律第 5 条第 2 項第 2 号		
イ (広告表示順位)	ヘルプページ「 広告配信の仕組み 」	147
	ヘルプページ「 ターゲティング設定について 」	150
	ヘルプページ「 予約について 」	153
	ヘルプページ「 検索広告サービス概要 」	154
	ヘルプページ「 広告の品質について 」	156
ロ (データの取得・使用)	プライバシーポリシー (Yahoo! JAPAN 利用規約第 2 章)	131

<リンク集>

これらの提供条件については、以下のリンクから確認できます。

- 広告取扱基本規定、アカウント審査基準、広告掲載基準、Feed 広告掲載基準、Yahoo! 広告入稿規定、掲載制限、販売制限、広告データ利用基準、Yahoo! 広告 API 利用約款
<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/>

- セールスパートナー審査基準
https://s.yimg.jp/images/marketing/portal/paper/sales_partner_guide.pdf
- セールスパートナーオンライン約款
https://s.yimg.jp/images/marketing/portal/paper/promoonline_agency_terms_of_use.pdf
- ビジネス ID 利用規約
<https://login.bizmanager.yahoo.co.jp/info/guidelines>
- Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口
<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/>
- 苦情専用フォーム
https://form-business.yahoo.co.jp/claris/otp/enqueteForm?inquiry_type=dpf_comp
- 利益相反・自社優遇行為管理方針
https://marketing.yahoo.co.jp/policy/conflict_of_interest/
- プライバシーポリシー
<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf2nd>
- 効果測定認定パートナーお申し込み方法

https://marketing.yahoo.co.jp/partner/technology_partner/application/measurement_partner/

なお、上記のほか、透明性向上のための取り組みのご紹介ページを公開し、わかりやすい情報提供に努めている。

- 透明性向上のための取り組みのご紹介
<https://marketing.yahoo.co.jp/policy/digitalplatformer/>

広告取扱基本規定

この広告取扱基本規定は、お客様（以下「申込者」）がヤフー株式会社（以下「ヤフー」）に対してお申し込みいただく検索広告、ディスプレイ広告等の「Yahoo!広告」（ヤフーが指定する特定の広告商品は除くものとします）の掲載に関する契約条件となります。なお、別途書面またはウェブサイトにて、申込者とヤフーとの間で広告掲載に関する基本契約（「代理店契約」等、その表題名を問いません）が締結され、当該契約の条件とこの広告取扱基本規定との間で食い違いがある場合、当該契約の条件がこの広告取扱基本規定に優先して適用されます。

第1条（契約の成立）

1. 申込者の個別の広告（以下「本件広告」）に関する広告掲載については、申込者がヤフーのウェブサイトから、またはヤフーから別途指示ある場合は当該指示に基づき、都度この広告取扱基本規定の条件を承諾した上で、所定の申込を行うものとします。
2. 申込者は、前項に定める本件広告の掲載の申込の際に、真実かつ正確な情報をヤフーに申告し、記載漏れや不足がないことを保証するものとします。また、申込者は、次項に定める広告掲載契約の成立後も、これらの情報を最新かつ正確な状態に保つものとします。
3. 第1項に定める本件広告の掲載の申込に対して、ヤフーが承諾の意思表示をしたときに、本件広告に関して、この広告取扱基本規定を契約条件とする広告掲載契約（以下「広告掲載契約」）が成立します。
4. ヤフーは、申込者からの広告掲載の申込を受けた場合、申込者の広告アカウント（出稿管理、予算管理等の本件広告に関する広告掲載の管理を行うための識別子をいいます。広告アカウントと第5条第1項に定義するMCCアカウントとあわせて、以下「アカウント」）を開設し、予納金（第6条第1項にて定義）の入金確認、信用調査、広告審査等所定の手続を経た上で承諾すると判断した場合には、本件広告を掲載することをもって前項に定める承諾の意思表示を行うものとします。ただし、ヤフーは、当該承諾の意思表示について、申込者が申告したメールアドレス宛に電子メールを送信するか、または本件ツール（第4条第1項にて定義）上に表示することによってこれを行うこともできるものとします。また、申込者からの広告掲載の申込の対象が、Yahoo! 広告 ディスプレイ広告（予約型）（以下「予約型広告」）である場合は、申込者が申告したメールアドレス宛に電子メールを送信するか、その予約が成立した旨を本件ツール上に表示することで承諾の意思表示を行うものとします。
5. 申込者は、広告掲載契約に基づき既に掲載されている本件広告のキーワード（第2条第1項にて定義）や広告単価（第6条第6項にて定義）、予算の追加、変更等の条件変更および新たな広告の追加、変更については、申込者が都度この広告取扱基本規定の条件を承諾した上で、本件ツール上から、またはヤフーから別途指示ある場合は当該指示に基づき、ヤフーに申し込むものとします（ただし、予約型広告については、新たな広告の追加のみ行うことができます）。なお、本項に基づく申込にかかる条件変更後の広告掲載契約または新規に追加された本件広告の広告掲載契約の成立についても、第3項の規定が準用されます。
6. 申込者は、本件広告が掲載される以前のヤフーからの連絡、電子メール、案内等がいずれも申込内容の確認等の趣旨でヤフーが送信するものであることを確認します。ヤフーが第4項に基づく承諾の意思表示を明確に記載している場合は、この限りではありません。
7. 申込者は、申込者に第2項の違反がある場合、または第4項に定める信用調査、広告審査（リンク先（第2条第1項第1号にて定義）の審査を含みます）その他ヤフーが定める基準により、広告掲載が相当でないとヤフーが判断した場合（申込者が、ヤフーが提供するサービスと競合するサービスを提供している場合を含みますが、これに限りません）、ヤフーが申込者からの広告掲載の申込（第5項に定める条件変更および本件広告の新規追加に関する申込を含み、以下同様）を拒絶する場合があります。これに関してヤフーが何らの責任も負わないことを確認します。なお、ヤフーは、申込者からの広告掲載の申込を拒絶し、該当する申込者の広告アカウントを閉鎖する場合であって、既に申込者より予納金の入金がある場合、所定の手続に基づき、ヤフーが任意に指定する方法により、当該予納金を申込者に返金します。ただし、ヤフーが申込者に対し、別途設定する期限内に返金先の口座を指定するよう求めたにもかかわらず、申込者が返金先の口座を指定しない場合その他ヤフーの責によらず申込者が指定した口座に返金できない場合、ヤフーの定める方針に従い、ヤフーが当該残高を受取することができるものとします。なお、申込者の金融口座への振込みにより返金する場合、振込手数料はヤフーの負担とします（なお、振込手数料についてヤフーの負担であることこの広告取扱基本規定に明記されている場合以外は、すべて申込者の負担となります）。

第2条（申込者の責務）

1. 申込者は、ヤフーに対し、次に定める事項を保証するものとします。
 - (1) 本件広告および本件広告からのリンク先（ドメイン名、URL、同一ドメイン内のウェブサイト、リダイレクト先等を含み、以下「リンク先」）、本件広告に関連して申込者が入札するキーワード（以下「キーワード」）に関し、一切の責任を負担すること
 - (2) 本件広告の内容（タイトル、説明文およびデザイン、キーワード、画像等を含み、以下同様）およびリンク先が第三者（第3条に定める「提携先」を含み、以下同様）の著作権、産業財産権、パブリシティ権、プライバシー権その他一切の権利を侵害していないことおよび第三者の権利のすべてにつき権利処理が完了していること
 - (3) 本件広告の内容およびリンク先が医薬品、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、不当景品類及び不当表示防止法その他一切の関連する法令等（第16条にて定義。以下同様）に抵触していないこと
 - (4) 本件広告やリンク先が申込者によって適切に管理されており、ヤフーが広告掲載契約を履行するにあたり支障が生じないこと
 - (5) 本件広告の内容およびリンク先が正確かつ最新の記載であり、かつユーザー（使用端末機器を問わず、インターネットその他の通信手段を通じてウェブサイトやアプリケーションを利用する者をいい、以下「ユーザー」）に混乱を生じさせたり、コンピュータウイルスや虚偽の内容を含んだり、相互に無関係な内容となっていたりしないこと
 - (6) 本件広告のキーワードが、当該本件広告またはリンク先の内容、目的、テーマと明確かつ直接的な関連性があること（別途ヤフーが明示的に関連性を不要とする広告商品を除く）、その他ヤフーの定めるキーワードに関するガイドライン、運用方針に抵触していないこと
 - (7) 本件広告とリンク先がデッドリンクとなっていないこと
 - (8) 本件広告またはリンク先の内容が公序良俗に反し、または第三者を誹謗中傷する内容もしくは名誉を毀損する内容を含まないこと
 - (9) 本件広告およびリンク先につき、所定の広告審査を免れる行為をしていないこと
 - (10) 予約型広告に関して、別途ヤフーが指定する期日までに本件広告の入稿その他の必要な手続きを実施すること
 - (11) 前各号のほか、本件広告の内容、形式またはリンク先がヤフーの定める広告掲載基準その他ヤフーが掲載内容について定める規則、ガイドライン等（以下総称して「掲載ガイドライン等」）に抵触していないこと
 - (12) 広告掲載契約に基づき申込者が自ら取得するまたは申込者およびヤフー間で授受するデータならびに本件広告の掲載に伴い申込者が利用する申込者自らが保有または管理するデータについて、ヤフーの定める広告データ利用基準その他ヤフーがデータの利用に関して定める規則、ガイドライン等（以下総称して「データ利用ガイドライン等」）を遵守すること
2. 前項に定めるほか、申込者は、本件広告の掲載に関連してヤフーの定めるガイドラインその他の条件を遵守することを保証するものとします。
3. 申込者が前二項に定める保証に違反したことに起因して、第三者からヤフーに対し、当該第三者が損害を被ったという請求がなされた場合、申込者は、自身の責任および負担において解決するものとします。ただし、当該損害がヤフーの責に帰すべき事由に起因する場合はこの限りではありません。

第3条（掲載停止）

ヤフーは、広告掲載契約が成立した後または本件広告の掲載が開始された後においても、第2条第1項各号もしくは同条第2項に規定する保証義務その他広告掲載契約に違反しまたはヤフーの独自の裁量によりそのおそれがあると判断した場合、申込者のアカウントにおける運用上の不正（法令等もしくはこの広告取扱基本規定への違反またはヤフーもしくは第三者に対して損害を生じおそれがある行為等をいう、以下「運用上の不正」）の疑義があるとヤフーが判断した場合、または本件広告の内容やリンク先が不適切であるとヤフーもしくはヤフーに広告の掲載場所を提供する提携先（以下「提携先」）が判断した場合（提携先の掲載基準に抵触した場合を含みますが、これに限られません）、その他合理的な理由により本件広告の掲載の継続が不適当であるとヤフーが判断した場合、申込者に対して一切の法的責任を負うことなく当該本件広告の掲載を直ちに停止、中断、終了させることができるものとします。なお、この場合、申込者は、当該広告掲載契約に基づき既に発生した広告料金の支払を免れるものではありません。

第4条（本件ツールの提供）

1. ヤフーは、この広告取扱基本規定を遵守することを条件として、申込者が本件広告に関する広告掲載の申込および条件設定、管理、確認を行う目的にのみ、ヤフーが用意する広告掲載・管理用インターフェース、プログラム

(効果測定用タグ、ウェブビーコン等を含みますが、これに限られません)、ツール、システム、ウェブサイト等(以下、総称して「本件ツール」)へアクセスし、またはこれを使用する権利を申込者に付与します。

2. 申込者は、本件ツールにアクセスし、これを使用するにあたり、以下に定める事項を遵守するものとします。
 - (1) 本件ツールおよびこれに関連するID、パスワードその他本件ツールを使用するための一切の情報は、申込者の責任において適切に使用、管理し、別途申込者が本件ツールを用いて広告掲載および申込者のアカウントの設定、管理、確認を行う権限を別途ヤフーが定める条件に従い付与した者にのみ使用させること。なお、申込者は、当該権限を付与した者について、氏名、所在、連絡先、権限付与期間、在職期間等を適切に管理し、当該管理の状況を記録の上、広告掲載契約期間中保存するものとします。
 - (2) ヤフーの定める使用方法および使用目的以外で、本件ツールを使用しないこと
 - (3) 本件ツールの正常な作動を妨げず、また妨げようと試みないこと(虚偽の情報を入力する行為、ヤフーが不適切と判断した態様での大量投稿によりシステムに負荷を与える行為等を含みます)
 - (4) 本件ツールをリバースエンジニアリングし、もしくは改変、変更する行為、または本件ツールに含まれる知的財産権その他一切の権利を侵害する行為をしないこと
 - (5) 自動化されたソフトウェア等の手段(ヤフーが提供したツール等を除く)を用いて本件ツールを使用しないこと
3. ヤフーは、本件ツールを使用して実施された広告掲載の申込または掲載条件の設定、変更、追加については、申込者が実施したものとみなすものとし、これによって申込者の被った損害について責を負わないものとします。なお、申込者は、本件ツールのID、パスワード等が漏洩または不正使用された場合、直ちにヤフーに書面にて報告し、ヤフーからの指示がある場合には、これに従うものとします。

第5条 (MCCアカウントに関する特約)

1. 申込者が、ヤフーの指示に基づき所定の登録手続きを行った場合、ヤフーは、本件ツールの一部として、複数の広告アカウントを管理するための識別子(機能の詳細については別途ヤフーが定めるものとし、以下「MCCアカウント」)を使用する権利を申込者に付与します。
2. 申込者は、自らの責任において申込者のMCCアカウントを使用するものとします。申込者によるMCCアカウントの使用に関してヤフーが本件広告に関する広告主(以下「広告主」)、他の申込者その他の第三者から請求(損害賠償の請求、使用差止の請求など内容のいかんを問わず、また訴訟の係属の有無を問いません)を受けた場合、申込者は、自己の責任と費用でこれを解決し、ヤフーにいかなる迷惑もおよぼさず、またヤフーがこうむった損害(弁護士費用を含む)を補償するものとします。
3. 前条第3項第1文の定めにかかわらず、ヤフーは、広告アカウントを使用して実施された広告掲載の申込または掲載条件の設定、変更、追加については、実施時点において当該広告掲載に関するヤフーとの広告掲載契約の他方当事者となる者が実施したものとみなし、これによって申込者、当該契約当事者、広告主その他の第三者の被った損害について責を負わないものとします。
4. 本条に基づくMCCアカウントの使用に必要な限りにおいて、申込者が申込者のアカウントに関する情報を広告主および他の申込者に対して開示することについて、ヤフーはヤフーおよび申込者間の契約に定める秘密保持義務(Yahoo!JAPANビジネスID利用規約第5条および第7条第2項を含む)違反を問わないものとします。
5. 申込者がMCCアカウントを使用して他の申込者の広告アカウントの管理を行った場合または他の申込者がMCCアカウントを使用して申込者の広告アカウントの管理を行った場合において、ヤフーが当該他の申込者に対して広告掲載契約に基づき掲載停止、アカウントの停止または広告掲載契約の解除等の措置をとった場合、ヤフーは自らの判断で申込者に対しても同等の措置をとることができるものとします。

第6条 (料金)

1. 広告料金は、広告の種類や目的に応じて、掲載された本件広告がクリック、配信、視聴される等ヤフーが別途設定する条件を満たすこと(以下「クリック等」)によって発生するものとし、申込者が申込者の広告アカウントに予め払い込んだ前払金(以下「予納金」)より、ヤフーが当日発生した広告料金ならびに当該広告料金に消費税および地方消費税の税率を乗じた金額の合計額を控除することをもって、申込者よりヤフーに支払われるものとなります。なお、予納金の残額以上に広告料金等が発生した場合、ヤフーは、その不足額について次回の予納金の入金があった時点で、当該予納金より控除することができるものとします。
2. 予約型広告に関して、当該予約型広告の掲載結果が第1条第4項に定める広告アカウント上での事前のシミュレーションにおいて提示された視聴数等(広告表示回数やインプレッションをいいます)に満たなかった場合であっても、前項に定める広告料金の減免は一切行いません。ただし、第8条第5項の定めに従った補填の実施対象となる場合があります。
3. 申込者は、第1項に定める広告料金のほかに、申込者の選択によりこの広告取扱基本規定に基づき提供されるヤフーのサービスに関する対価ならびに当該対価に消費税および地方消費税の税率を乗じた金額の合計額を、ヤフーからの請求に基づき、支払うものとします。なお、当該対価等の支払方法は前払とし、ヤフーが当該サービスの実施前に、申込者の広告アカウントにおける予納金より当該対価等の金額を控除する方法によるものとします。ヤフーは、当該対価等の支払を受領するまで、当該サービスを提供する義務を負わないものとします。な

- お、予納金が当該対価等の金額に満たない場合、第1項に定める広告料金等が優先的に控除されるものとし
ます。
4. 申込者は、毎月末日をもって当月分の広告料金その他の対価が精査され、当該精査した結果、過不足が生じた場
合は、過不足金額を該当する申込者の広告アカウントに返還または追徴することによって残高が調整される場合
があることを予め確認します。
 5. 申込者による申込者の広告アカウントへの予納金の払込方法は、ヤフーの予め認めたクレジットカードによる決
済、銀行振込その他ヤフーが別途指定する方法に限られるものとします。なお、予納金の払込について、ヤフー
が広告料金その他の対価の収納を委託した第三者の代金決済サービス等を申込者が利用する場合には、申込者
は、当該第三者の定める所定の利用規約、ガイドライン等に同意するものとします。
 6. 第1項に定める広告料金の単価（クリック単価、広告視聴単価その他ヤフーが別途定める単価をいい、以下、総
称して「広告単価」）の上限は、ヤフーが別途定める入札方式により、申込者が決定するものとします。また、
広告単価の最低入札金額は、ヤフーが設定でき、かつ随時変更することができるものとします。なお、本項は予
約型広告および「Yahoo!広告 検索広告 検索連動型ブランディング広告」（以下「検索連動型ブランディング廣
告」という）には適用されません。
 7. 申込者は、申込者の広告アカウントが開設された当初、申込者の広告アカウントに別途ヤフーの定める金額以上
の予納金を予め払い込むものとします。なお、申込者の広告アカウントの管理（予納金の残高等を含みます）
は、申込者がヤフーの提供する本件ツールを利用して責任をもって行うものとします。
 8. 申込者の広告アカウントにおいて12ヶ月間継続して本件広告が掲載されない場合または予約型広告の申込がさ
れない場合、ヤフーは、申込者とヤフーとの間で成立した広告掲載契約を解除し、当該申込者の広告アカウント
を削除することができるものとします。
 9. 前項、第12条第1項または同条第3項に基づき申込者とヤフー間で成立した広告掲載契約が解除された場合、そ
の他申込者とヤフー間で成立した広告掲載契約が終了し、申込者の広告アカウントを削除する場合であって、当
該申込者の広告アカウントに予納金の残金がある場合には、ヤフーは申込者に当該残金を返金します。ヤフー
は、ヤフーが任意に指定する方法により当該残金を申込者に返金します。ただし、ヤフーが申込者に対し、別途
設定する期限内に返金先の口座を指定するよう求めたにもかかわらず、申込者が返金先の口座を指定しない場
合、その他ヤフーの責によらず返金できない場合、ヤフーの定める方針に従い、ヤフーが当該残金を収受するこ
とができるものとします。なお、第12条第1項各号の一に該当し契約解除となった場合を除き、申込者の金融口
座への振込により返金する場合、振込手数料はヤフーの負担とします。
 10. 前項に定める予納金の残金の返還は、申込者がヤフーに対して負うすべての債務（広告掲載契約に基づく広告料
金債務、違約金債務および損害賠償債務を含みますが、これらに限られません）を当該残金から控除した上で行
うものとします。
 11. 申込者がクレジットカードによる自動引落しでの支払方法を選択している場合、申込者の広告アカウントにおけ
る予納金の残高が過去の実績等に基づきヤフーが当該申込者の広告アカウントにおける本件広告の掲載を相当期
間継続して行えると判断する金額を下回った場合、申込者が別途ヤフーの定める手続により引落しの中止を選択
しない限り、申込者が自らの本件ツールで設定した1回あたりの引落し金額が自動的に予納金として引き落とさ
れます。引落しの際は、過去の実績等に基づきヤフーが当該申込者の広告アカウントにおける本件広告の掲載を
相当期間継続して行えると判断する金額を超えるまで繰り返し引落しを行うため、申込者が設定している1回あ
たりの引落し金額によっては、一度に数回引落しが発生することがあることを、申込者は予め承諾するものと
します。
 12. 第1項および第3項に定める支払条件を変更するには、別途ヤフーが審査の上これを承諾し、両者間にてヤフー
所定の書面を取り交わさなければなりません。
 13. 申込者は、申込者の広告アカウントにおける予納金の残高が無くなった時点で、本件広告を含む、当該申込者の
広告アカウントにかかるすべての広告の掲載が停止されることを予め承諾し、これに関し、ヤフーは何らの責任
も負わないものとします。
 14. 第1項、第3項および第4項に定める料金の支払に関し、ヤフーは、領収書を発行せず、金融機関で発行される指
定口座への振込依頼書の記録またはクレジットカード会社から発行される利用明細をもって領収書の発行に代え
るものとします。

第7条（ヤフーの責任の制限）

1. ヤフーは、次に定める事項について、別途ヤフーが明示的に定める場合を除いて何ら保証するものではなく、一
切の責任を負わないものとします。
 - (1) 本件広告やリンク先に関して、提携先、提携先やヤフーのウェブサイトもしくはアプリケーションのユー
ザー、リンク先のユーザーまたはヤフーの代理店等を含む一切の第三者が行う一切の行為（その方法や意
図、その他事由の如何を問わず本件広告やリンク先への不正なクリック、閲覧、アクセス等を含みます）
 - (2) 本件広告およびリンク先（これらの内容および表示する端末機器やブラウザへの対応等の技術的側面、な
らびにヤフーの指示によるか否かを問わず、各種プログラムの導入、効果測定タグの貼付等により、変
更、加工、調整された場合を含みます）
 - (3) 本件ツール、広告掲載システム、提案書、ウェブサイト、関連資料その他広告掲載契約に基づく、または
本件広告の掲載に付随するヤフーから申込者への一切の提供物、貸与物（ヤフーから申込者へ提供された
指示、アドバイス、提案、予測、本件ツールにより提供されるシミュレーション結果その他の一切の情報
を含みます）およびこれらを利用した結果
 - (4) 本件広告が掲載されるヤフーおよび提携先のウェブサイトまたはアプリケーションに関し、その内容（正
確性や違法性、本件広告との関連性等を含みます）、掲載場所、品質その他一切の事項（ヤフーまたは提
携先のウェブサイトやアプリケーションによっては、申込者が投稿した本件広告の内容の一部が表示され
ない場合があります）

- (5) 本件広告がヤフーまたは提携先のウェブサイトやアプリケーションに掲載されること、特定のウェブサイトやアプリケーション、特定の掲載場所、特定の順位にて掲載されること、および申込者が入稿した内容のとおりに表示されること（ヤフーまたは提携先による広告配信ライブテストによって、本件広告の掲載に影響を与えないことを含みます）
 - (6) 本件広告の効果、広告のマッチング機能（行動ターゲティングや地域ターゲティング等を含みます）の精度および予算管理機能の精度
 - (7) 申込者が広告掲載契約の申込の際に広告アカウント上で設定した広告掲載期間（以下「指定掲載期間」）に本件広告が掲載されない日が含まれないこと、および指定掲載期間中の各日において本件広告が均等な分量で掲載されること
2. 停電・通信回線の事故・天災等の不可抗力、戦争、内乱、暴動、テロ、感染症、停電、通信事業者の不履行、インターネットインフラその他サーバー等のシステム上の不具合、緊急メンテナンスの発生、内外法令の制定・改廃、公権力による命令・処分・指導・要請等ヤフーの責に帰すべき事由以外の原因により広告掲載契約に基づく債務の全部または一部を履行できなかった場合、ヤフーはその責を問われないものとし、当該債務については、当該原因の影響とみなされる範囲まで義務を免除されるものとします。ただし、ヤフーの故意または重大失による場合はこの限りではありません。なお、この場合、ヤフーが掲載を行わなかった部分については申込者の支払債務も生じないものとします。
 3. この広告取扱基本規定の如何なる規定にかかわらず、広告掲載契約に関連して、理由の如何を問わずヤフーが申込者に対し損害賠償責任を負った場合には、当該賠償の範囲は、直接的かつ通常の損害に限定されるものとし、逸失利益や営業機会の損失等を含む、特別の事情による損害については、ヤフーは、事前にその損害が発生するおそれがある旨通知されていたか否かにかかわらず、その責を負わないものとします。なお、ヤフーによる賠償額の総額は、申込者による損害賠償請求時より過去6ヶ月間に、該当する本件広告に係る広告掲載契約に基づき申込者がヤフーに対して実際に支払った広告料金を上限とします。
 4. 本件ツールにおける、本件広告の広告料金の上限金額を設定する予算管理機能については、実際に発生する広告料金が当該上限金額を超過する場合があります、当該超過金額についても支払義務を有することおよびヤフーが何等の責任を負わないことを、申込者は予め承諾するものとします。また、ユーザーによる検索数や閲覧数は季節やメディアの情報等に左右されやすく、本件広告の掲載頻度が常時一定とは限らないため、実際の広告料金には常に予測値との差異が生じる可能性があること、および予算の設定金額が低い場合でかつ広告単価を高額に設定しているような場合、本件広告の掲載の一時的な増加によって、設定された上限金額を超過する可能性が高くなることを、申込者は予め承諾するものとします。ただし、予約型広告および検索連動型ブランディング広告については、申込者の負担額は、当該広告に係る広告掲載契約において確定した金額とし、事前の予測値をヤフーが提示した場合において実際の広告視聴数等が当該予測値を超過した場合等であっても、ヤフーは申込者に当該超過した広告視聴数等分の金額を請求しないものとします。
 5. 申込者は、ヤフーが本件広告の掲載順位の決定方法として、本件広告のクリック率その他の適合性要素に基づく本件広告の品質や申込者の入札した広告単価の上限等をもとに独自のアルゴリズムによって掲載順位を決定する方式を採用している広告商品については、入札された広告単価の上限等のみによって掲載順位が決定されるとは限らないことを予め承諾し、ヤフーに対し掲載順位や決定方法等に関して責任を問えないものとします。なお、ヤフーは、法令で認められる場合を除き、当該掲載順位決定方式の内容について開示せず、申込者からの問い合わせに対して回答する義務を負わないものとします。
 6. 申込者は、本件ツールによる本件広告の掲載条件の設定（掲載の開始および停止の設定を含みます）、変更、追加について、ヤフーの広告掲載システムに直ちに反映されるものではないこと、および当該反映までは従前の掲載条件がなお有効であることを予め承するものとします。
 7. 広告掲載・管理用インターフェースを用いない申込者の依頼に起因してヤフーが申込者の広告アカウントを開設または更新することにより当該申込者の広告アカウントの本件広告が掲載された場合、当該申込者の広告アカウントの本件広告が掲載されたことをもって、当該申込者の広告アカウントの本件広告に関する広告掲載契約が成立するものとします。申込者は申込者の依頼と実際に掲載された本件広告が相違する等事由の如何にかかわらず当該広告掲載契約の無効、取消および解除、ならびに損害賠償請求その他一切の請求をすることができません。申込者は本件ツールを通して申込者の依頼に沿った当該申込者の広告アカウントの本件広告の掲載がなされているかを確認する義務を負い、ヤフーに対して当該申込者の広告アカウントの本件広告のクリック等により発生した広告料金の支払義務を負います。

第8条 （不課金および返金等）

1. ヤフーは、申込者に対して課金すべきではないと判断するクリック等（以下「不課金クリック」）として独自に設定した条件に合致するクリック等を自動的に検知する機能を備えたシステムを用いております。ヤフーは、広告料金を算定するにあたり、当該システムによって本件広告へのクリック等を不課金クリックと認定した場合には、当該クリック等に関する広告料金を申込者に請求しておりません。なお、不課金クリックとしてヤフーが独自に設定した条件については、同一IPアドレスから一定時間内に集中的にクリック等がなされた場合等があげられますが、その詳細はヤフーの営業秘密に該当するため一切申込者に開示されないことを、申込者は予め承諾するものとします。
2. ヤフーは、前項の規定にかかわらず、自らの判断または申込者からの申告により、特定のクリック等について独自に調査する場合があります。その結果、本件広告へのクリック等が不課金クリックであるとヤフーが判断し、かつ当該不課金クリックに基づく広告料金を申込者より受領している場合、ヤフーは、当該広告料金を上限として、ヤフーの独自の判断により申込者に返金する場合があります。
3. 前項によるクリック等に関する申込者からの申告は、該当するクリック等がなされた日から60日以内に行わなければ、ヤフーが請求した広告料金の金額が確定するものとします。
4. 申込者は、現在の技術水準はもとより、ヤフーの保有する技術やヤフーの蓄積した知見による調査をもってしても、すべてのクリック等の適正性を判別することは不可能であることを承諾するとともに、ヤフーの調査結果、

調査方法、不課金クリックの判断および返金額について異議を申し出ないこと、ならびにその報告はヤフーが独自に判断する範囲に限定されることを予め承諾するものとします。

5. ヤフーは、予約型広告について、ヤフーの責に帰すべき事由により以下に定める事象が発生したとして、申込者から別途ヤフーの定める方法により申請があった場合には、ヤフーの判断により、当該事象が発生した本件広告に係る広告掲載契約において確定した条件と同等（ただし、掲載期間については日数のみを同じとし、掲載期間はヤフーが任意に定める期間とします）の予約型広告を無償で配信する場合があります。
 - (1) 本件広告の表示上の瑕疵
 - (2) 広告のターゲティング対象に関する設定上の瑕疵
 - (3) 第1条第4項により申込者が決定した掲載期間に関する設定上の瑕疵
6. ヤフーは、検索連動型ブランディング広告について、ヤフーの責に帰すべき事由により第1号に定めるいずれかの事象が発生したとして、申込者から別途ヤフーの定める方法により申請があった場合には、ヤフーの判断により、第2号に定めるいずれかの対応を実施する場合があります。
 - (1) 事象
 - ① 本件広告の表示上の瑕疵
 - ② 広告のターゲティング対象に関する設定上の瑕疵
 - ③ 第1条第4項により申込者が決定した掲載期間に関する設定上の瑕疵
 - (2) 対応
 - ① 申込者に対してヤフーが請求する広告料金からの、当該事象が発生した本件広告の掲載の対価相当額の控除
 - ② 当該事象が発生した本件広告の掲載の対価として、申込者からヤフーに支払われた広告料金相当額の返金
 - ③ 当該事象が発生した本件広告に係る広告掲載契約において確定した条件と同等（ただし、掲載期間については日数のみを同じとし、掲載期間はヤフーが任意に定める期間とします）の検索連動型ブランディング広告の無償配信
7. 本条の規定により、一切のクリック等（第2項の規定に基づきヤフーが返金の対象とした不課金クリックを含みます）および予約型広告に関し、第7条第1項の規定が適用除外となるものと解釈されるものではありません。

第9条（ヤフーによるデータの収集）

1. 本件広告の掲載に関連して申込者がヤフーに提供する申込者の保有データ(配信情報、ログ情報、クッキー情報等その性質を問わず、以下「申込者提供データ」)については、ヤフーは、そのみでまたはヤフー収集データ(第3項にて定義)その他ヤフーが保有する各種データとの掛け合わせや組み合わせ、必要な各種データの付加、補完等を行った上で利用します。ただし、別途ヤフーおよび申込者間で合意した場合を除き、当該利用は、ヤフーがYahoo!広告を運営（ヤフーが申込者との広告掲載契約の履行をすることおよび申込者その他第三者に対してYahoo!広告の各種機能を提供することを含みますが、これに限られません）するためおよびYahoo!広告の改善を行うために必要な範囲に限られるものとします。また、ヤフーは、これらの目的のために、第三者に申込者提供データを提供することがあります。
2. 申込者は、申込者提供データを前項に従いヤフーに提供するにあたり必要な手続を自己の責任で実施するものとします。当該必要な手続には申込者提供データに個人データ（個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号、以下「個人情報保護法」)に定めるものをいう)が含まれる場合に、当該個人データの第三者への提供にあたり個人情報保護法上必要な本人の同意の取得を含みますが、これに限りません。
3. 申込者提供データを除き、ヤフーが本件広告の掲載に関連してまたは本件ツールによって自ら収集するすべてのデータ(配信情報、ログ情報、クッキー情報等その性質を問わず、また、申込者提供データを利用した広告掲載契約の履行の結果生じたデータを含む。以下総称して「ヤフー収集データ」)は、ヤフーに帰属するものとし、ヤフーは当該データをヤフーの裁量において、ヤフーが別途定めるプライバシーポリシーまたはヤフーが別途取得した同意の範囲内において利用します。
4. ヤフーは、自らの裁量により、申込者に対して、ヤフー収集データの集計結果等を、ヤフーが別途定めるプライバシーポリシーまたはヤフーが別途取得した同意の範囲内において、本件ツールを介して提供します。
5. 申込者は、前項により提供を受けたヤフー収集データの集計結果等を、ヤフーの秘密情報として第14条に従って取り扱うものとします。
6. 申込者提供データおよびヤフー収集データの集計結果の取り扱いに関して、申込者は、この広告取扱基本規定に定めるほか、ヤフーが別途定めるデータ利用ガイドライン等に従い、各種設定作業、ユーザーへの説明、ヤフーへの報告その他の必要な対応を行うものとします。

第10条（広告配信ライブテスト）

申込者は、ヤフーが、申込者の広告効果向上のため、本件広告の新しい表示方法、機能等についての一時的な広告配信ライブテストを適宜実施する場合があることを了承し、ヤフーが、本件広告のうち、広告配信ライブテスト分についても、第6条に基づく広告料金の請求の対象の範囲に含めることを承諾します。

第11条（本人確認）

ヤフーは、申込者に対して、申込者の申告情報の内容が真実であるかどうか等を確認するために、いつでも本人確認をすることができるものとし、申込者は、ヤフーの求めに応じて、当該確認に必要な情報を書面等によりヤフーに提供する義務を負うものとし、

第12条（契約の解除）

- 次の各号の一に該当した場合、ヤフーは法令に従い、申込者への該当理由の通知を行った上（なお、法令上、該当理由の通知を要しない場合は、該当理由の通知を不要とします）、申込者とヤフー間で成立した一切の広告掲載契約の全部もしくは一部につき履行を停止し、または解除することができるものとし、この場合、ヤフーは、申込者に対して損害賠償の請求ができるものとし、
 - 申込者が第1条第2項もしくは第2条第1項各号および同条第2項の保証義務に違反し、もしくはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき、または第3条に基づき本件広告の掲載が停止、中断、終了したとき
 - 申込者が第4条第2項に違反し、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - クレジットカード会社から申込者の広告料金の決済がなされないとき（ヤフーに対してチャージバックの連絡があった場合を含みます）、その他申込者が第6条に基づく広告料金の支払を怠ったとき
 - 申込者がヤフーに対し虚偽の申告を行い、または申込者に対して3日以上継続して連絡がとれなくなったとき
 - 前四号のほか、申込者が広告掲載契約またはヤフーとの他の契約に違反し、ヤフーの催告にもかかわらず速やかにこれを履行しないとき
 - 申込者が差押え、仮差押え、仮処分、強制執行もしくは競売の申し立てがなされ、または租税公課を滞納し督促を受けたとき
 - 申込者が監督官庁から行政指導、営業停止または営業免許もしくは営業登録の取消の処分を受けたとき
 - 申込者に破産手続開始、民事再生手続開始、会社更生手続開始、特別清算開始その他法的倒産手続開始の申し立てがあったとき、または解散（法令に基づく解散も含みます）、清算もしくは私的整理の手続に入ったとき
 - 申込者が資本減少、事業の廃止、休止、変更、または事業の全部もしくは重要な一部の譲渡の決議をしたとき
 - 申込者が手形または小切手を不渡としたとき、その他支払不能状態に至ったとき
 - 申込者の主要な株主または経営陣の変更がなされ、ヤフーが広告掲載契約を継続することを不適当と判断したとき
 - 申込者、申込者の代理人、代表者もしくは従業員等がヤフーの提供するサービスその他の事業活動を阻害する、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - 申込者、申込者の代理人、代表者もしくは従業員等が法令等に違反した場合（報道の有無を問いません）等で、申込者から委託を受けた広告掲載を継続することがヤフーもしくは申込者の利益や信用を阻害する、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - 申込者、申込者の代理人、代表者もしくは従業員等が、ヤフー、ヤフーの提供するサービス、ヤフーの関係会社もしくは広告業界の信用を傷つけた、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - 申込者が第17条に違反しているまたは違反していたとヤフーが判断したとき
 - 申込者の主要な取引先（広告主および業務委託先を含むものとし、それらの親会社、子会社、関連会社もしくはそれらの代理人、代表者もしくは従業員等が第17条第1項各号のいずれかに該当している、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - 申込者、申込者の代理人、代表者または従業員等が第三者のクレジットカードを不正に使用して広告掲載契約をしたとき
 - 申込者の本人確認ができないとき
 - 申込者のアカウントにおける運用上の不正の疑義があるとヤフーが判断したとき
 - その他、広告掲載契約の継続が不適当であるとヤフーが判断したとき
- 申込者が前項各号の一に該当した場合、申込者がヤフーに対して負担する一切の債務（この広告掲載契約における債務に限られません）は、当然に期限の利益を失い、申込者は、直ちに債務全額を現金にてヤフーに支払うものとし、
- 申込者は、広告掲載契約に基づく広告料金全額を支払って、いつでも該当する広告掲載契約を解除することができるものとし、ただし、ヤフーが別途指定する場合を除き、予約型広告については別紙1「予約型広告のキャンセルについて」の定めに従うものとし、検索連動型ブランディング広告については別紙2「検索連動型ブランディング広告のキャンセルについて」の定めに従うものとし、
- 申込者が第1項各号の一に該当した場合は、第1条第7項および第6条第8項の規定にかかわらず、ヤフーは予納金を違約金として収受することができるものとし、ただし、ヤフーは、申込者に対して、違約金とは別に損害賠償の請求を行うことができるものとし、

第13条（支払遅延の効果）

1. 申込者が第6条を含む広告掲載契約に定める債務の支払を遅滞した場合、ヤフーは広告掲載契約および遅滞のあった時点で成立している他の広告掲載契約に基づく広告掲載のすべてを申込者による支払がなされるまで履行しないことができるものとします。この場合、申込者は当該広告掲載がなされないことについてヤフーに対し損害賠償請求を行うことはできないものとします。
2. 申込者は、第6条を含む広告掲載契約に定める債務の支払を行わない場合、ヤフーに対し、実際に支払をした日まで、その日数に応じて年利14.6%の遅延損害金を支払うものとします。

第14条（守秘義務）

申込者は、広告掲載契約の有効期間中はもとより期間終了後も、本件広告の掲載または広告掲載契約に関して知り得たヤフーの秘密情報（この広告取扱基本規定において秘密である旨定められたものおよびヤフーが申込者に対し秘密である旨を明示したものをいう）を第三者に提供、開示、漏洩し、また広告掲載契約の履行以外の目的に使用してはならないものとします。ただし、申込者は、広告掲載の実績、効果を報告する目的に限り、本件広告の掲載実績に関するデータを広告主に開示することができるものとします。

第15条（連絡）

1. 申込者は、ヤフーに対し連絡が必要であると判断した場合には、それぞれ該当する窓口宛にメール、郵便または特にヤフーが指定している場合はその方法を用いて連絡を行うものとし、ヤフーはそれ以外の方法による連絡についてはこれに応じることを拒否できるものとします。
2. ヤフーから申込者に対する通知、連絡等（以下「通知等」）は、申込者が申告したメールアドレス宛に電子メールを送信する方法、本件ツール上に表示する方法、またはその他の方法によって行うことができるものとします。なお、ヤフーから申込者に対する通知等が、申込者が申告したメールアドレス宛に電子メールを送信する方法で行われる場合、ヤフーが当該メールアドレス宛に電子メールを発信したことをもって、申込者への通知等が到達したとみなすものとします。

第16条（法令等の遵守）

ヤフーおよび申込者は、法令等を遵守するものとします。申込者は、本件広告の掲載にあたり、公序良俗、その他法令、官公庁の公表するガイドライン、業界団体の自主規制、慣習（以下「法令等」）を遵守するものとし、法令等違反が原因でヤフーに損害が生じた場合、これを賠償するとともに、ヤフーに警察等から要請があった場合、捜査に協力するものとします。

第17条（反社会的勢力との取引拒絶）

1. 申込者は、申込者、申込者の親会社、子会社、および関連会社ならびにそれらの代理人、代表者、従業員等（以下あわせて「申込者等」）が、現在、次の各号のいずれにも該当しないことを表明し、かつ将来にわたっても該当しないことを確約するものとします。
 - (1) 暴力団
 - (2) 暴力団員および暴力団員でなくなったときから5年を経過しない者
 - (3) 暴力団準構成員
 - (4) 暴力団関係企業
 - (5) 総会屋等、社会運動等標ぼうゴロまたは特殊知能暴力集団等
 - (6) 前各号の共生者
 - (7) その他前各号に準ずる者

2. 申込者は、申込者等が自らまたは第三者を利用して、当社または第三者に対し、次の各号のいずれかの事由に該当する行為を行わないことを確約するものとします。
- (1) 暴力的な要求行為
 - (2) 法的な責任を超えた不当な要求行為
 - (3) 取引に関して脅迫的な言動をし、または暴力を用いる行為
 - (4) 風説を流布し、偽計を用いもしくは威力を用いて当社もしくは第三者の信用を毀損し、またはその業務を妨害する行為
 - (5) その他前各号に準ずる行為

第18条（準拠法）

広告掲載契約の成立、効力、履行および解釈については、日本法に準拠します。

第19条（管轄）

広告掲載契約に関する訴訟については、東京地方裁判所または東京簡易裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とします。

第20条（契約条件の変更）

1. ヤフーは、ヤフーが必要と判断した場合には、いつでもこの広告取扱基本規定の各条項を変更することができるものとします。その場合、ヤフーは、ヤフーのウェブサイトへの掲載その他の適切な方法にて、この広告取扱基本規定を変更する旨および変更後の広告取扱基本規定の内容ならびにその効力発生日を周知するものとします。
2. 申込者は、都度、本件広告の掲載の申込時点で有効な広告取扱基本規定を確認し、承諾するものとします。なお、申込者がこの広告取扱基本規定の変更後も引き続き本件広告の掲載を継続する場合、既に成立している広告掲載契約についても変更後の広告取扱基本規定の各条項が適用されるものとします。

第21条（第三者配信プラットフォームの利用に関する特約）

1. 申込者が「第三者配信プラットフォーム（第三者配信プラットフォームの利用に関する規定第1条第1項に定義）」を利用してヤフーまたはヤフーの提携パートナーが提供するサービス上に本件広告を配信する場合、「第三者配信プラットフォームの利用に関する規定（リンク）」があわせて適用されるものとします。
2. この広告取扱基本規定と「[第三者配信プラットフォームの利用に関する規定](#)」との間で食い違いがある場合、「[第三者配信プラットフォームの利用に関する規定](#)」がこの広告取扱基本規定に優先して適用されます。

2008年9月16日改定
2009年10月1日改定
2010年4月28日改定
2011年7月6日改定
2011年11月15日改定
2013年1月29日改定
2014年5月21日改定
2017年10月16日改定
2019年11月27日改定
2020年2月25日改定

【別紙1】 予約型広告のキャンセルについて（第12条第3項ただし書）

1. 予約型広告について、申込者は、別途ヤフーが指定する方法でヤフーに通知することにより、指定掲載期間の満了前いつでも当該予約型広告に係る広告掲載契約を解除することができるものとします。ただし、この場合、申込者は次項の定めに従い、キャンセル料として、広告掲載契約に基づく広告料金全額に相当する額を支払う必要があります。ただし、申込者による広告掲載契約の解除が次の各号の一に該当する場合、（第2号、第4号および第5号に定める事実については、申込者からいずれかの事由に該当する旨の申告があり、かつヤフーが当該申告を認めた場合に限りします。なお、申告の方法等については別途ヤフーが指定します。）キャンセル料の支払の必要はありません。
 - (1) 契約解除がヤフーの責に帰すべき事由による場合
 - (2) 停電・通信回線の事故・天災等の不可抗力により、申込者において広告掲載契約の継続が困難である場合
 - (3) 解除日が、当該解除の対象である予約型広告に係る広告掲載契約（以下「解除対象契約」）の申込日から3営業日以内、かつ、当該解除対象契約に係る指定掲載期間の開始前である場合
 - (4) 以下の①と②の条件をいずれも満たすこと
 - ① 解除日が解除対象契約に係る指定掲載期間の開始前である場合
 - ② 以下の(i)と(ii)の条件をいずれも満たす期間内に、当該解除対象契約と同一の指定掲載期間、かつ、当該解除対象契約に係る広告料金と同額以上の広告料金を定める新たな予約型広告契約の申込みを行った場合（ただし、解除対象契約の解除日が月の最終営業日から3営業日前以降である場合は、(i)の「解除した月の最終営業日の1営業日前まで」とあるのは、「解除した月の翌月の最終営業日の1営業日前まで」と読み替えるものとします。）
 - (i) 解除した月の最終営業日の1営業日前まで
 - (ii) 当該解除対象契約に係る指定掲載期間の開始日の2営業日前まで
 - (5) 前各号のほか、ヤフーが特別に認める場合
2. 前項の定めに関わらず、解除日が解除対象契約に係る指定掲載期間(A)開始後である場合において、当該解除日の翌日以後の指定掲載期間(A)の残期間（以下「残期間」）を指定掲載期間(B)とし、かつ、解除対象契約の広告料金を残期間の日数に応じて日割りにて計算した額と同額以上の広告料金を定める新たな予約型広告契約の申込みを、解除した月の最終営業日の1営業日前まで（ただし、解除対象契約の解除日が月の最終営業日から3営業前以降である場合は、解除した月の翌月の最終営業日の1営業日前まで）に行った場合、解除対象契約の広告料金のうち新たな予約型広告契約に基づき広告掲載のされた日数に相当する金額のキャンセル料の支払いを免除します。ただし、当該免除は、申込者から本項に該当する事実の申告があり、かつヤフーが当該申告を認めた場合に限りします（申告の方法等については別途ヤフーが指定します。）。
3. 第1項に定めるキャンセル方法の支払い方法については、以下のいずれかのうち、別途ヤフーが任意の方法で指定する方法によるものとします。
 - (1) ヤフーは、予約型広告に係る広告掲載契約を解除した月の末日を締日として当月分のキャンセル料を算出のうえ、別途ヤフーの定める方法（電子メール、郵送など）により、請求書を申込者に送付し、申込者は、当該請求書に基づき、当月分のキャンセル料に消費税および地方消費税の税率を乗じた金額の合計額を、締日の翌月末日までに、別途ヤフーの指定する銀行口座に振り込み支払うものとします。ただし、月の最終営業日から3営業日前以降に予約型広告に係る広告掲載契約を解除した場合は、当該解除にかかるキャンセル料は翌月末日を締日、翌々月末日を支払期日とします。なお、銀行振込手数料は、申込者の負担とします。
 - (2) 申込者が、予約型広告に係る広告掲載契約に基づく広告料金を予納金より控除する方法により支払っている場合に、当該支払った額を返金せずにキャンセル料として収受する方法。
4. ヤフーが別途指定する予約型広告については、前各項の定めは適用されず、第12条第3項本文の定めが適用されるものとします。

【別紙2】 検索連動型ブランディング広告のキャンセルについて（第12条第3項ただし書）

1. 検索連動型ブランディング広告について、申込者は、別途ヤフーが指定する方法でヤフーに通知することにより、第1条第3項に定めるヤフーによる承諾の意思表示前であればいつでも、当該検索連動型ブランディング広

告に係る申込を撤回することができるものとします。この場合、キャンセル料の支払の必要はありません。

2. 検索連動型ブランディング広告について、申込者は、別途ヤフーが指定する方法でヤフーに通知することにより、第1条第3項に定めるヤフーによる承諾の意思表示後から指定掲載期間の満了前までの期間中いつでも当該検索連動型ブランディング広告に係る広告掲載契約を解除することができるものとします。ただし、この場合、申込者は第3項の定めに従い、キャンセル料として、広告掲載契約に基づく広告料金全額に相当する額を支払う必要があります。ただし、申込者による広告掲載契約の解除が次の各号の一に該当する場合（第2号および第3号に定める事由については、申込者からいずれかの事由に該当する事実の申告があり、かつヤフーが当該申告を認めた場合に限ります。なお、申告の方法等については別途ヤフーが指定します。）、キャンセル料の支払の必要はありません。

- (1) 契約解除がヤフーの責に帰すべき事由による場合
- (2) 停電・通信回線の事故・天災等の不可抗力により、申込者において広告掲載契約の継続が困難である場合
- (3) 前各号のほか、ヤフーが特別に認める場合

3. ヤフーは、検索連動型ブランディング広告に係る広告掲載契約を解除した月の末日を締日として当月分のキャンセル料を算出の上、別途ヤフーの定める方法（電子メール、郵送など）により、請求書を申込者に送付し、申込者は、当該請求書に基づき、当月分のキャンセル料に消費税および地方消費税の税率を乗じた金額の合計額を、締日の翌月末日までに、別途ヤフーの指定する銀行口座に振込み支払うものとします。ただし、月の最終営業日から3営業日前以降に検索連動型ブランディング広告に係る広告掲載契約を解除した場合は、当該解除に係るキャンセル料は翌月末日を締日、翌々月末日を支払期日とします。なお、銀行振込手数料は、申込者の負担とします。

4. ヤフーが別途指定する検索連動型ブランディング広告については、前各項の定めは適用されず、第12条第3項本文の定めが適用されるものとします。

サービス

サービス一覧

Yahoo!広告

↳ 検索広告

↳ ディスプレイ広告（予約型）

↳ ディスプレイ広告（運用型）

コマースソリューション

Yahoo!セールスプロモーション

↳ PayPayギフト

データマーケティングソリューション

↳ Yahoo! JAPAN 第一想起分析

↳ Yahoo! JAPAN 予測ファネル

↳ Yahoo! JAPAN コンバージョンリフト調査

↳ Yahoo! JAPAN 来店計測

Yahoo!タグマネージャー

Yahoo! ID連携

事例

事例一覧

業種から探す

目的から探す

サービスから探す

中小ビジネスの事例

ヤフーの強み

Yahoo! JAPANのメディアカ

広告サービス品質向上のための取り組み

パートナー

出稿支援

セールspartner

↳ 認定パートナー

↳ パートナー 一覧

↳ パートナー 申し込み

運用支援

テクノロジーパートナー

↳ 認定パートナー

↳ パートナー 一覧

↳ パートナー 申し込み

広告掲載メディア

Yahoo!広告 ネットワークパートナー

↳ パートナー 一覧

↳ パートナー 申し込み

最新マーケティング情報

最新記事一覧

お知らせ

検索広告

ディスプレイ広告（予約型）

ディスプレイ広告（運用型）

セールスプロモーション

その他サービス

データマーケティング

ガイドライン・広告品質

パートナー

テクノロジーアセット

サポート

資料ダウンロード

お問い合わせ

ガイドライン・規約

特設ページ

MASS MATRIX

想像以上の成果へ届く。Yahoo!広告

Yahoo! JAPAN MARKETING DAY 2023

その他関連情報

はじめての方向け Yahoo!広告

ご利用中の広告主様へ

↳ ヘルプ

↳ 公式ラーニングポータル

↳ Yahoo!広告 キャンパス

エージェンシーポータル

Developer Center

パートナーポータル

Yahoo! JAPANが配信する広告などへの
パーソナルデータの利用

公式SNSアカウント



広告運用サポート情報

日本語

English

[プライバシー](#) - [利用規約](#) - [ガイドライン・各サービスの規約](#) - [利益相反等管理方針](#) - [透明性向上のための取り組み](#) - [会社概要](#) - [ヘルプ](#)・[お問い合わせ](#)

写真提供：アフロ



Yahoo!広告 アカウント審査基準

ヤフー株式会社
2023年2月21日

目 次

第 1 章 アカウント審査基準について	2
第 2 章 アカウント開設に関する基準.....	3
1. 登録情報.....	3
2. サイトの表示	3
3. サイトで使用される言語.....	3
4. 禁止となる表現、商品やサービス	3
5. 当社が不適切と判断するもの	4
第 3 章 開設後のアカウントに関する基準	5

第 1 章 アカウント審査基準について

本基準は **Yahoo!** 広告でご利用いただくアカウントに適用される審査基準です。
Yahoo! 広告をご利用いただく広告主は本基準を遵守する必要があります。

第 2 章 アカウント開設に関する基準

アカウント開設においては、以下基準を満たす必要があります。

1. 登録情報

アカウント申込時の登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合は、アカウントを開設できません。

2. サイトの表示

運営サイトが以下に該当する場合は、アカウントを開設できません。

- (1) 作成中など通常的环境中で表示することができないもの
- (2) ブラウザのバックボタン等で直前のページへ戻ることができないもの
- (3) 広告主以外の第三者によるポップアップ/アンダーウィンドウや別画面を表示するもの
- (4) ブラウザウィンドウの大きさや位置などを強制的に変更するもの
- (5) ユーザーの意思確認なく、ソフトウェアのダウンロードを開始したり、アプリケーションが起動されたりするもの
- (6) その他、ユーザーの意に反する動きのあるもの

3. サイトで使用される言語

運営サイトは、以下のいずれかの言語で統一して構成されている必要があります。

- (1) 日本語
- (2) 英語

4. 禁止となる表現、商品やサービス

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準第 4 章で定める以下のような内容が運営サイトに含まれている場合は、アカウントを開設できません。

- (1) 法令に違反、または違反するおそれのあるもの
- (2) 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの
 1. 誹謗中傷するもの、名誉を毀損するもの
 2. 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの、またはおそれのあるもの
 3. プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの
 4. 他人を差別するもの、人権を侵害するもの
 5. セクシュアルハラスメントとなるもの

6. 詐欺的なものまたはいわゆる悪質商法とみなされるもの
7. 投機心を著しくあおる表現のもの
8. 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えたりするもの
9. 犯罪を肯定、美化、助長するもの
10. 反社会的勢力によるもの
11. 醜悪、残虐、猟奇的等で不快感を与えるもの
12. 性に関する表現が露骨なもの
13. サービス、商品の内容が不明確なもの
14. 業界で定めるガイドラインなどに違反し、または、違反するおそれのあるもの
15. その他、当社が不適切と判断したもの

(3) 以下のような商品、サービス

1. 性的な商品、サービス
2. 児童ポルノを連想させるもの
3. 売春や援助交際のあっせんまたはこれらを正当化したり、推奨したりするもの
4. 国内で承認されていない医薬品、医療機器
5. 脱法ドラッグ、合法ハーブ等と称されるもの
6. 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品
7. 銃器、弾薬、刀剣などの刃物、催涙スプレー、スタンガンなど主に武器として使用されるもの
8. 無限連鎖講(ねずみ講)へ勧誘したり、紹介したりするもの
9. 連鎖販売取引(マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス)へ勧誘したり、紹介したりするもの
10. 超小型カメラなど、違法な盗聴、盗撮を目的とするもの
11. クレジットカードのショッピング枠現金化サービス
12. たばこ、電子たばこ
13. 広告表現において過去に重大な違反実績があるもの

5. 当社が不適切と判断するもの

- (1) 運営サイトにおいて不正な広告表現や広告手法が認められた場合は、アカウントを開設できません。
- (2) その他、当社が不適切と判断した場合は、アカウントを開設できません。

第 3 章 開設後のアカウントに関する基準

以下基準に抵触するアカウントについては、アカウントを停止します。

1. アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合
2. 違反実績のあるアカウントを繰り返し作成している場合
3. Yahoo! JAPAN 広告掲載基準に抵触する広告を大量に入稿している場合
4. Yahoo! JAPAN 広告掲載基準に抵触する広告を繰り返し入稿している場合
5. Yahoo! JAPAN 広告掲載基準第 4 章に抵触する広告を入稿している場合
6. 不正な広告表現や広告手法が認められた場合
7. その他、当社が不適切と判断した場合

発行 ヤフー株式会社





Yahoo! JAPAN 広告掲載基準

ヤフー株式会社
2023 年 2 月 21 日

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. 掲載の可否判断と広告の責任について	5
3. 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
8. カジノ	14

9. パチンコ、マージャン	14
10. オンラインゲーム	14
11. 懸賞、お小遣いサイト	14
12. 医療機関	14
13. 身体機能等検査キット	15
14. 医療機関などによる医療技術の紹介	15
15. あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復	15
16. 整体、気功、アロマテラピー、カイロプラクティックなどの民間療法	16
17. 美容、エステティック	16
18. 治験者の募集	16
19. 製薬会社などによる治療方法の紹介	16
20. 人材派遣業、職業紹介事業(人材紹介業)	16
21. 代理店募集、フランチャイズ経営者募集	17
22. 古物営業、古物商、古書買取等古物営業法が適用される事業	17
23. 探偵業	17
24. 私設私書箱、電話受付代行業、電話転送サービス事業	17
25. 連帯保証、保証人あっせん業	17
26. 教育関連事業(学校を除く)	17
27. 能力開発関連商材、情報商材(広く書店で販売されている一般書籍等を除く)	18
28. 出会い系サイト、結婚紹介(インターネット異性紹介事業)【第9章 16.関連】	18
29. 結婚紹介業、パーティー業(出会い系サイトを除く)	18
30. 開運・魔よけなどの商品、サービス	18
31. 占い	18
32. 商品の価格やサービスの内容を複数掲載し、比較ができるサービス	19
33. アプリケーションソフトウェアの提供	19
34. ナイトワーク求人	19
35. 法人名簿売買	19
36. 暗号資産交換業	20

第6章 薬機法などの広告表示規制および個別の掲載基準があるもの 21

1. 医薬品、医薬部外品、医療機器	21
2. 薬用化粧品(医薬部外品)、化粧品	22
3. 食品、健康食品	22
4. 健康器具(雑貨)	22

第7章 その他、個別の掲載基準があるもの 27

1. 宗教.....	27
2. 選挙【第9章 17.関連】.....	27
3. 政党【第9章 18.関連】.....	27
4. 意見広告【第9章 20.関連】.....	27
5. 募金、寄付金の募集.....	27
第8章 子ども向けサービス(Yahoo!きっず)への掲載基準.....	29
1. 掲載できない商品、サービス等	29
2. 掲載基準のある商品、サービス等	29
3. 表現に関する注意事項.....	30
4. リンク先のページで提供される機能や構成要素に関する注意事項.....	30
第9章 広告表現規制	32
1. 広告の主体者の明示【第2章 1.関連】.....	32
2. 広告の関連性について【第2章 2.関連】.....	33
3. ユーザーに不快感を与えるような表現【第2章 7. (1), (4), (5), (7)関連】.....	34
4. ユーザーに誤解を与えるような表現【第2章 7. (2), (3), (6)関連】.....	34
5. 音声	34
6. 不当表示の禁止【第3章 2.関連】.....	35
7. 最上級表示、No.1 表示【第3章 3.関連】.....	35
8. 比較広告【第3章 5.関連】.....	35
9. 法律で禁止されている行為を連想させる表現【第4章 1.関連】.....	35
10. 人権に対する配慮【第4章 2. (4) 関連】.....	35
11. 子どもに対する配慮.....	35
12. 宗教に対する配慮	36
13. 投機心、射幸心を煽るような表現【第4章 2. (7) 関連】.....	36
14. 個人向け貸付	36
15. アルコール飲料【第5章 6.関連】.....	36
16. 出会い系サイト、結婚紹介(インターネット異性紹介事業)【第5章 28.関連】.....	36
17. 選挙【第7章 2.関連】.....	37
18. 政党【第7章 3.関連】.....	37
19. 官公庁、政府広告	37
20. 意見広告【第7章 4.関連】.....	37
21. ターゲティング対象であると認識される表現.....	37
第10章 広告商品、広告機能ごとの掲載基準があるもの.....	38

1. 検索広告.....	38
2. ディスプレイ広告.....	38
3. クイックリンクオプション	39
4. 電話番号オプション	39
5. テキスト補足オプション	40
6. カテゴリ補足オプション	40

22

第 1 章 広告掲載基準と掲載判断(広告審査)

1. Yahoo! JAPAN 広告掲載基準について

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準は、当社が提供するすべてのサービス、および提携パートナー上に掲載される広告に適用される基準です。広告掲載を申し込む広告主はその広告について、この基準を遵守する必要があります。

2. 掲載の可否判断と広告の責任について

当社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

3. 提携パートナーによる掲載判断

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を遵守していても、提携パートナーが個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、提携パートナーによって掲載をお断りすることがあります。

第2章 ユーザーの利便性のための基準

この章は、当社のサービスを利用するユーザーが、サービス上に掲載される広告を閲覧し、広告からの情報を有意義に活用するために設けます。すべての広告はこの基準を満たしている必要があります。

1. 広告の主体者の明示【第9章 1.関連】

広告の主体者情報を不正確に表示しているサイトおよび画像形式によって表示しているサイトは掲載できません。

広告の主体者を明確にするため、リンク先のサイトに以下を表示してください。

ダブルブランドによる広告(広告主の提携企業名等を表示する必要がある広告)の場合は、ユーザーに対し混乱を招かないよう両者の関連性も明確にする必要があります。

- (1) 主体者の名称(主体者を特定できる会社名または氏名)
- (2) 主体者の住所および電話番号(海外の団体で日本に活動拠点がある場合、活動拠点に関しても同等の表示を行うこと)

2. 広告の関連性について【第9章 2.関連】

クリエイティブから関連性の低いページへリンクすることはできません。

検索広告などユーザーの検索キーワードをきっかけに広告を表示するものについては、検索キーワード、クリエイティブおよびリンク先のページの関連性も必要です。

以下のような広告は掲載できません。

- (1) 検索キーワードと関連する情報が不十分なクリエイティブ
- (2) 訴求する商品やサービスなどの情報が不十分なリンク先のページ

3. 広告の有用性について

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

4. 広告で使用される言語

広告は以下のいずれか統一された言語で構成してください。

- (1) 日本語
- (2) 英語

5. 重複掲載の禁止

当社が認めた広告を除き、同一ページに同じ広告を重複して掲載することはできません。

6. 年齢の指定ができる広告商品

以下のような商品の購入サービスの利用に年齢による制限が必要な広告は、制限されるべき年齢を広告対象の年齢に含めることはできません。

- (1) アルコール飲料
- (2) 公営競技(競馬、競輪、競艇、オートレース)
- (3) パチンコ
- (4) 出会い系サイト(インターネット異性紹介事業)、結婚紹介業
- (5) 年齢による制限が必要なゲーム、映画、雑誌、コミックなど
- (6) 貸金業
- (7) 金融商品取引業、商品先物取引業
- (8) その他、当社が年齢による制限が必要であると判断したもの

7. ユーザーに迷惑となる広告の禁止【第9章 3.4.関連】

以下のような広告でユーザーを不快にさせたり、混乱させるものを掲載することはできません。

- (1) 高速で振動したり、点滅したり、単純なループを繰り返すような画像、映像を用いたもの
- (2) OS やブラウザの機能と誤認するもの
- (3) Yahoo! JAPAN のコンテンツと混同する可能性があるもの
- (4) 人間の局部を強調したもの、コンプレックス部分を露骨に表現したもの
- (5) 過度な肌の露出があるもの、性的なもの
- (6) 訴求する商品やサービスの公式のサイトのように見えることで、ユーザーを惑わすおそれのあるもの
- (7) その他、ユーザーに迷惑となるもの

8. ユーザーの意に反する広告の禁止

以下のような広告を掲載することはできません。

- (1) 作成中など通常環境で表示することができないもの
- (2) ブラウザのバックボタン等で直前のページへ戻ることができないもの

- (3) 広告主以外の第三者によるポップアップ/アンダーウィンドウや別画面を表示するもの
- (4) ブラウザウィンドウの大きさや位置などを強制的に変更するもの
- (5) ユーザーの意思確認なく、ソフトウェアのダウンロードを開始したり、アプリケーションが起動されたりするもの
- (6) その他、ユーザーの意に反する動きのあるもの

第3章 表示に関する一般的注意

ここでは、掲載する広告について、不当景品類および不当表示防止法（景品表示法）上の不当表示として問題となりやすい表示やその他の法令で問題となりやすい表示に関する一般的な注意事項を掲載しています。ここに記載された基準だけをただ遵守すれば不当表示やその他の法令で禁止されている表示にはならないというものではありません。一般的な消費者に対し、広告全体をとおして誤認を発生させないことが重要ですので、これら以外にも十分注意する必要があります。

1. 虚偽表示の禁止

事実と異なる虚偽の情報を掲載した広告を禁止します。

2. 不当表示の禁止【第9章6.関連】

商品、サービスの内容が、事実と相違して、実際よりも優良であると誤認させたり、他のものよりも優良であると誤認させたりする優良誤認表示や、実際よりも安いと誤認させたり、他のものよりも安いと誤認させたりする有利誤認表示などの不当表示となる広告の掲載を禁止します。

3. 最上級表示、No.1 表示【第9章7.関連】

「最大」「最高」「最小」「最速」「No.1」「世界初」などの言葉を広告に表示する場合は、その表示に近接する適切な場所に以下を表示してください。

- (1) その事実が客観的な調査に基づいていることが確認できること
- (2) 最上級である範囲、領域を明確にするなどして調査結果を正確に引用していること

4. 公正競争規約の遵守

業界に公正取引協議会がある場合は、公正取引協議会が定める公正競争規約で定められた表示を遵守してください。

5. 比較広告【第9章8.関連】

比較広告を掲載する場合は、以下を満たす必要があります。なお、業界の公正競争規約で比較広告に対し制限がある場合はそれに従う必要があります。

- (1) 比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること
- (2) 比較されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること
- (3) 比較の方法が公正であること

6. 消費税に関する表示

価格表示については、消費税法で定められた表示を遵守してください。

第4章 掲載できない広告

以下のような広告は掲載できません。

1. 法令に違反し、または、違反するおそれのあるもの
2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの
 - (1) 誹謗中傷するもの、名誉を毀損するもの
 - (2) 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの、またはおそれのあるもの
 - (3) プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの
 - (4) 他人を差別するもの、人権を侵害するもの
 - (5) セクシュアルハラスメントとなるもの
 - (6) 詐欺的なものまたはいわゆる悪質商法とみなされるもの
 - (7) 投機心を著しくあおる表現のもの
 - (8) 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるもの
 - (9) 犯罪を肯定、美化、助長するもの
 - (10) 反社会的勢力によるもの
 - (11) 醜悪、残虐、猟奇的等で不快感を与えるもの
 - (12) 性に関する表現が露骨なもの
 - (13) サービス、商品の内容が不明確なもの
 - (14) 業界で定めるガイドラインなどに違反し、または、違反するおそれのあるもの
 - (15) ユーザートラブルの情報が複数確認されたもの
 - (16) その他、当社が不適切と判断したもの
3. 以下のような商品、サービスの広告
 - (1) 性的な商品、サービス
 - (2) 児童ポルノを連想させるもの
 - (3) 売春や援助交際のあっせんまたはこれらを正当化したり、推奨したりするもの
 - (4) 国内で承認されていない医薬品、医療機器
 - (5) 脱法ドラッグ、合法ハーブ等と称されるもの
 - (6) 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品
 - (7) 銃器、弾薬、刀剣などの刃物、催涙スプレー、スタンガンなど主に武器として

使用されるもの

- (8) 無限連鎖講(ねずみ講)へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (9) 連鎖販売取引(マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス)へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (10) 超小型カメラなど、違法な盗聴、盗撮を目的とするもの
- (11) クレジットカードのショッピング枠現金化サービス
- (12) たばこ、電子たばこ
- (13) 広告表現において過去に重大な違反実績があるもの

第5章 業種、商品、サービスごとの掲載基準があるもの

次の業種、商品、サービスに関する広告については、個別の掲載基準を満たす必要があります。

1. 貸金業

- (1) 貸金業に関連する法律を遵守していること
- (2) 貸金業登録番号の表示があること
- (3) 貸付利率の表示があること

2. 金融商品取引業、商品先物取引業

- (1) 監督官庁への登録等が必要な場合は、登録が確認できること
- (2) 費用、取引リスクに関する明確な表示があること
- (3) 各商品の関連団体が定める広告関連規定を遵守していること

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)

- (1) 代表者氏名、事務所住所、事務所電話番号、代表者の所属会の表示があること
- (2) 各士業の所属会の定める広告関連規定を遵守していること
- (3) 取り扱う業務における明確な料金体系の表示があること

4. 旅行、旅行業

- (1) 監督官庁に対して、旅行業に必要な登録をしていること
- (2) 日本旅行業協会が定める、「旅行のウェブ取引に関するガイドライン」に準じていること、または、日本旅行業協会または全国旅行業協会が付与する e-TBT の認定を受けていること

5. 留学サービス業

- (1) 留学先の学校と直接提携している等、事業者の実態が確かであること
- (2) 留学先等の情報、カリキュラム・プログラムの内容、料金体系等の詳細が表示されていること
- (3) 旅行業を営むものが取り扱う場合は、当社の広告掲載基準「旅行、旅行業」に準じていること

6. アルコール飲料【第9章 15.関連】

「お酒、飲酒は 20 歳になってから」など、未成年の飲酒を禁止する旨を表示すること

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)

- (1) 広告出稿元が、競技、くじの主催団体、投票券や証票の販売店、それらの上部団体、もしくは、それに準じるものであること
- (2) 必勝法等の情報提供サービス、予想ソフトの販売等ではないこと

8. カジノ

- (1) 海外のホテルに併設して営業するカジノなど、実店舗があり、合法国において合法に運営されていること
- (2) オンラインカジノではないこと

9. パチンコ、マージャン

- (1) 娯楽施設(パチンコ店、マージャン店)の場合は、風営法上の許可を受けている者であること
- (2) 遊技機(パチンコ台・スロット台)の場合は、風営法上の検定試験を通過した物であること
- (3) 風営法の広告規制に反する表現がないこと
- (4) 必勝法等の情報提供サービス、予想ソフトの販売等ではないこと

10. オンラインゲーム

- (1) 賭博に該当しないこと
- (2) 著しく反社会的なゲーム内容ではないこと
- (3) 未成年の利用、他人との交流に対し適切な配慮がされていること

11. 懸賞、お小遣いサイト

- (1) 利用規約等において、享受できるサービスの内容、果たすべきユーザーの責任が明確に表示されていること
- (2) ビジネスモデルが明確なこと
- (3) ポイントの取得や利用等が、賭博に該当しないこと
- (4) プライバシー情報を取得する場合は、プライバシー保護に関する第三者機関の認定を受けていること

12. 医療機関

- (1) 日本国内の医療機関であること

- (2) 所在地、連絡先の表示があること
- (3) 医療法および医療広告ガイドラインで規定されている内容を遵守していること

13. 身体機能等検査キット

- (1) 検体を海外に送付するものではないこと
- (2) 病気の診断や健康診断が目的の場合は、医療機関または衛生検査所で実施していること
- (3) 病気の診断や健康診断が目的の場合は、検査結果によって利用者に医師の診察が不要であると誤認させるような表示がないこと
- (4) 利用規約やウェブサイトの説明ページ、メール、書面、電話等で、取得したプライバシー情報(個人遺伝情報含む)の取り扱いに関する事柄を事前に十分理解するために必要な情報が提供されていること
- (5) 医薬品または医療機器である場合は、当社の広告掲載基準「医薬品」「医療機器」に準じていること
- (6) 医療機関以外で実施する遺伝子検査の場合は、医療行為と誤認・類推される表記を行わないこと
- (7) 医療機関以外で実施する遺伝子検査の場合は、医療行為と誤認させないための注意文言を記載していること

14. 医療機関などによる医療技術の紹介

- (1) 紹介している医療技術の内容の説明が十分で、治療を受ける際のリスクが十分に表示されていること
- (2) 公的医療保険が適用されない医療技術が紹介されている場合は、公的保険が適用されない旨、表示されていること
- (3) 医療機関以外が広告主体である場合は、広告主体の構成員、出資者、活動目的が確認できるなど、責任主体が明確であること

15. あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう、柔道整復

- (1) 施術者が施術に必要な国家資格(「あん摩マッサージ指圧師」「はり師」「きゅう師」「柔道整復師」)を取得していること
- (2) 施術所の名称、住所、電話番号の表示があること
- (3) 施術者氏名の表示があること
- (4) 医療行為に該当するような施術やそれを思わせる表示がされていないこと

16. 整体、気功、アロマテラピー、カイロプラクティックなどの民間療法

- (1) 施術者が医師やあん摩マッサージ指圧師などのような国家資格を保有しているかのような表示がされていないこと
- (2) 医療行為に該当するような施術やそれを思わせる表示がされていないこと

17. 美容、エステティック

- (1) 施術内容が医療行為(レーザー脱毛、アートメイク、ケミカルピーリング、ピアッシングなど)にあたらないこと
- (2) 医療行為に該当するような施術やそれを思わせる表示がされていないこと
- (3) 医療行為を行っている場合は、当社の広告掲載基準「医療機関」に準じていること
- (4) 「マイナス〇〇kg、あなたにも保証します。」など、効果の保証ととれる誇大表示がないこと

18. 治験者の募集

- (1) 製薬会社が広告主体者の場合は、日本製薬工業協会に加盟していること
- (2) 医療機器製造会社、医療機器関連団体が広告主体者の場合は、日本医療機器産業連合会に加盟していること
- (3) 治験受託社が広告主体者の場合は、日本 CRO 協会または日本 SMO 協会に加盟していること
- (4) 金銭の支払いを誇張するなどして応募を誘引するような表現がないこと
- (5) 治験の参加がアルバイトであると認識されるような表現がないこと

19. 製薬会社などによる治療方法の紹介

- (1) 医療用医薬品の広告ではないこと
- (2) 日本製薬工業協会に加盟する製薬会社またはそれらの子会社が主体で運営していること
- (3) 運営者の連絡先を表示すること

20. 人材派遣業、職業紹介事業(人材紹介業)

- (1) 根拠法令に基づき、厚生労働大臣から必要な許可を受けている者であること
(人材派遣業:労働者派遣法、 職業紹介事業(人材紹介業):職業安定法)
- (2) 求職者への費用負担が発生する、物品の購入、講座の受講などの義務を負わせていないこと

21. 代理店募集、フランチャイズ経営者募集

- (1) 募集者の事業体制、業務内容が明瞭であること
- (2) 応募者が行うビジネスモデルが明瞭であること
- (3) 応募者が開業、運営に必要な資金に関する事項が明瞭であること
- (4) 簡単に高収入が得られるなど、誤解を招くような表記がないこと

22. 古物営業、古物商、古書買取等古物営業法が適用される事業 古物営業法による許可番号等が表示されていること

23. 探偵業

- (1) 探偵業法による届出番号が表示されていること
- (2) 出生地、出生に関する調査を行っていないこと
- (3) 預貯金残高、ローン残高などの財産に関する調査を行っていないこと
- (4) 盗聴、盗撮など違法行為による調査を行っていないこと
- (5) 工作行為(別れさせ工作、退職に追い込む工作)などをしていないこと

24. 私設私書箱、電話受付代行業、電話転送サービス事業

- (1) 利用にあたって、書面による本人確認が義務付けられていること
- (2) 会社概要、料金体系等の情報が明瞭であること

25. 連帯保証、保証人あっせん業

- (1) 会社概要、料金体系等の情報が明瞭であること
- (2) 保証人となる側の条件が分かること
- (3) サービスの内容や手続きの流れが明瞭であること

26. 教育関連事業(学校を除く)

学校教育法上の学校を除く、教育関連事業の場合

- (1) 会社の実態に問題がないこと
- (2) 必要な資格、免許、許認可等があること
- (3) 就職、資格取得、受験合格等、サービスの利用効果について客観的な裏付けなく虚偽や誇張により利用者を誤認させるおそれがないこと
- (4) 特定継続的役務に該当する場合は、法律に規定された契約手続きがなされていること
- (5) サービスの内容、料金体系が明確であること
- (6) 料金がサービスの内容に比べて著しく高額であったり、利用者に著しく不利益な支払条件となっていないこと

- (7) 会社都合によるサービス停止に対する補償制度があること
27. 能力開発関連商材、情報商材(広く書店で販売されている一般書籍等を除く)
- (1) 利用者が冷静な判断をできるよう科学的な根拠データや客観的なデータ等を示し、一般的に効果が検証されたものであること
 - (2) 目的を達成するために必要となる費用総額の表示があること
28. 出会い系サイト、結婚紹介(インターネット異性紹介事業)【第9章 16.関連】
- (1) インターネット異性紹介事業規制法に基づき、必要な届出がされていること
 - (2) 法律で定められた方法により、利用者が18歳以上であるかの利用資格を確認していること
 - (3) 有料である場合は、料金体系が明瞭であること
 - (4) 交際により、その対価を供与、享受することがないこと
 - (5) 会社名称、住所、連絡先、代表者氏名および役職名の表示があること
 - (6) プライバシー情報を取得する場合は、プライバシー保護に関する第三者機関の認定を受けていること
29. 結婚紹介業、パーティー業(出会い系サイトを除く)
- (1) 会社名称、住所、連絡先、代表者氏名および役職名の表示があること
 - (2) 料金体系が明瞭であること
 - (3) 利用にあたり本人確認を行っていること
 - (4) 交際により、その対価を供与、享受することがないこと
30. 開運・魔よけなどの商品、サービス
- (1) 商品やサービスが娯楽性の高いもの、神事祭事等、一般的な慣習に沿ったものであること
 - (2) 商品やサービスについての説明内容が、社会通念上妥当と考えられる範囲であること
31. 占い
- (1) 利用者の生命、身体、財産に対して惑わせたり、不安を与える表現がないこと
 - (2) 以下、いずれかの基準を満たすこと
 - 1. 日本国内の株式取引市場に上場していること
 - 2. プライバシー情報を取得する場合は、プライバシー保護に関する第三者機関の認定を受けていること

3. 利用者が事前にサービス内容を理解するために必要な次の情報の提供があること

- (ア) 占い師のプロフィール、種類、占いの内容
- (イ) 占いの利用手順
- (ウ) 料金システム
- (エ) 取得した個人情報の取り扱い方法
- (オ) 登録後のメール送信の内容、頻度、退会方法

32. 商品の価格やサービスの内容を複数掲載し、比較ができるサービス

- (1) 当社の広告掲載基準と同等の基準に基づき、掲載する店舗、サービス提供元、および表示内容を審査していること
- (2) 掲載されている情報の表示内容に問題となる表現が発見された場合は、直ちに掲載を取り下げる体制が整備されていること
- (3) 掲載されている情報が恣意的ではないこと
- (4) サービス運営者により、ランキング等の順位付けをする場合は、以下の事実を明らかにし、ランキングの根拠を明確にすること
 - 1. 調査の目的(企画、意図、実施者など)
 - 2. 調査の方法(有効回答数、調査対象者や地域の選定方法、調査の実施時期など)

33. アプリケーションソフトウェアの提供

- (1) 広告主が、アプリケーションソフトウェアの正規制作元、正規販売元、正規配布元のいずれかであること、もしくは、正規製品を提供するソフトウェアライブラリの運営者であること
- (2) 提供するアプリケーションソフトウェアがマルウェア等の不正かつ有害な動作を行う意図で作成された悪意のあるソフトウェアでないこと

34. ナイトワーク求人

検索広告以外では掲載できません。検索広告で掲載する場合には、下記を満たす必要があります。

- (1) 総合求人サイトを運営していること
- (2) 全国求人情報協会に加盟していること

35. 法人名簿売買

- (1) 扱っている名簿の項目が明確であること
- (2) 名簿の項目に個人情報(代表者氏名など)が含まれていないこと

- (3) データの入手方法が明確であること
- (4) 名簿の買取を行っていないこと

36. 暗号資産交換業

- (1) 金融庁の登録が確認できること
- (2) 費用、取引リスクに関する明確な表示があること
- (3) 外国の暗号資産交換業者でないこと

第 6 章 薬機法などの広告表示規制および個別の掲載基準があるもの

次の商品に関する広告については、個別の掲載基準を満たす必要があります。

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(以下、薬機法とする)による広告表現規制については、厚生労働省による「医薬品等適正広告基準」や、以下の東京都福祉保健局の資料を参考としてください。

医薬品等の広告規制について 東京都福祉保健局

<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

健康食品の取り扱いについて 東京都福祉保健局

http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/kenko_shokuhin/ken_syoku/

1. 医薬品、医薬部外品、医療機器

- (1) 医薬品、(医薬部外品)の場合は、日本で承認されたものであり、医薬品(医薬部外品)と表示があること
- (2) 医療機器の場合は、日本で承認された医療機器であり、医療機器承認番号の表示があること
- (3) 効能効果の表示は承認された範囲とし、条件がある場合はその条件も表示すること
- (4) 安全性や効能効果を保証する表現がないこと
- (5) 安全性や効能効果について最大級またはこれに類する表現がないこと
- (6) 医療用医薬品等については、一般人を対象としないこと
- (7) 医療関係者や、研究者、一般人の認識に相当の影響を与える団体等の推薦文言がないこと
- (8) 懸賞等の景品でないこと(家庭薬を見本として提供することを除く)
- (9) 不安感を与えないこと
- (10) 要指導医薬品については対面販売をしていること
- (11) 医薬品の効能効果に関する口コミ、レビューを表示していないこと
- (12) 購入履歴等に基づき購入者の同意なく特定の医薬品のレコメンドをしていないこと

2. 薬用化粧品(医薬部外品)、化粧品

- (1) 薬用化粧品(医薬部外品)の場合は、当社の広告掲載基準「医薬品、医薬部外品、医療機器」の医薬部外品に準じること
- (2) 薬用化粧品(医薬部外品)に対する効能効果の表示は、薬用化粧品の効能または効果の範囲(別表 1)とすること
- (3) 一般化粧品に対する効能効果の表示は、一般化粧品の効能または効果の範囲(別表 2)に限定すること
- (4) 安全性や効能効果を保証する表現がないこと
- (5) 安全性や効能効果について最大級またはこれに類する表現がないこと
- (6) 医療関係者や、研究者、一般人の認識に相当の影響を与える団体等の推薦文言がないこと
- (7) 不安感を与えないこと

3. 食品、健康食品

- (1) 機能性表示食品の場合は、届出を確認でき、表示内容がその範囲内であること
- (2) 特定保健用食品の場合は、許可を確認でき、表示内容がその範囲内であること
- (3) 栄養機能食品の場合は、表示内容が規格基準で定められたものであること
- (4) 健康食品の場合は、医薬品的な効能効果(別表 3)を暗示、明示しないこと
- (5) 健康食品の場合は、医薬品的な用法用量の指定がないこと
- (6) 健康食品の場合は、医薬品的な形状のものには、食品と表示すること

4. 健康器具(雑貨)

医薬品・医療機器的な効能効果を暗示、明示しないこと

(資料) 別表 1 薬用化粧品の種類と効能、効果

薬用化粧品の種類	効能、効果
1. シャンプー	ふけ・かゆみを防ぐ。 毛髪・頭皮の汗臭を防ぐ。 毛髪・頭皮を清浄にする。 毛髪・頭皮を健やかに保つ。 毛髪・頭皮をしなやかにする。
2. リンス	ふけ・かゆみを防ぐ。 毛髪・頭皮の汗臭を防ぐ。 毛髪の水分・脂肪を補い保つ 裂毛・切毛・枝毛を防ぐ。 毛髪・頭皮を健やかに保つ。 毛髪・頭皮をしなやかにする。
3. 化粧水	肌荒れ。荒れ性。 あせも・しもやけ・ひび・あかぎれ・にきびを防ぐ。 油性肌。 剃刀まけを防ぐ。 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ。 日やけ・雪やけ後のほてり。 肌をひきしめる。肌を清浄にする。肌を整える。 皮膚を健やかに保つ。皮膚に潤いを与える。
4. クリーム、乳液、ハンドクリーム、化粧用油	肌荒れ。荒れ性。 あせも・しもやけ・ひび・あかぎれ・にきびを防ぐ。 油性肌。 剃刀まけを防ぐ。 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ。 日やけ・雪やけ後のほてり。 肌をひきしめる。肌を清浄にする。肌を整える。 皮膚を健やかに保つ。皮膚に潤いを与える。 皮膚を保護する。皮膚の乾燥を防ぐ。
5. ひげそり用剤	剃刀まけを防ぐ。 皮膚を保護し、ひげを剃りやすくする。
6. 日やけ止め剤	日やけ・雪やけによる肌荒れを防ぐ。 日やけ・雪やけを防ぐ。 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ。 皮膚を保護する。
7. パック	肌荒れ。荒れ性。 にきびを防ぐ。 油性肌。 日やけによるしみ・そばかすを防ぐ。 日やけ・雪やけ後のほてり。 肌をなめらかにする。

	皮膚を清浄にする。
8. 薬用石けん(洗顔料を含む)	<殺菌剤主剤のもの> 皮膚の清浄・殺菌・消毒。 体臭・汗臭及びにきびを防ぐ。 <消炎剤主剤のもの> 皮膚の清浄、にきび、剃刀まけ及び肌荒れを防ぐ。

(資料) 別表 2 一般化粧品の効能または効果の範囲

(1) 頭皮、毛髪を清浄にする。 (2) 香りにより毛髪、頭皮の不快臭を抑える。 (3) 頭皮、毛髪をすこやかに保つ。 (4) 毛髪にはり、こしを与える。 (5) 頭皮、毛髪にうるおいを与える。 (6) 頭皮、毛髪のうるおいを保つ。 (7) 毛髪をしなやかにする。 (8) クシどおりをよくする。 (9) 毛髪のつやを保つ。 (10) 毛髪につやを与える。 (11) フケ、カユミがとれる。 (12) フケ、カユミを抑える。 (13) 毛髪の水分、油分を補い保つ。 (14) 裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。 (15) 髪型を整え、保持する。 (16) 毛髪の帯電を防止する。 (17) (汚れをおとすことにより) 皮膚を清浄にする。 (18) (洗浄により) ニキビ、アセモを防ぐ(洗顔料)。 (19) 肌を整える。 (20) 肌のキメを整える。 (21) 皮膚をすこやかに保つ。 (22) 肌荒れを防ぐ。 (23) 肌をひきしめる。 (24) 皮膚にうるおいを与える。 (25) 皮膚の水分、油分を補い保つ。 (26) 皮膚の柔軟性を保つ。 (27) 皮膚を保護する。 (28) 皮膚の乾燥を防ぐ。 (29) 肌を柔らげる。 (30) 肌にはりを与える。	(31) 肌にツヤを与える。 (32) 肌を滑らかにする。 (33) ひげを剃りやすくする。 (34) ひげそり後の肌を整える。 (35) あせもを防ぐ(打粉)。 (36) 日やけを防ぐ。 (37) 日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。 (38) 芳香を与える。 (39) 爪を保護する。 (40) 爪をすこやかに保つ。 (41) 爪にうるおいを与える。 (42) 口唇の荒れを防ぐ。 (43) 口唇のキメを整える。 (44) 口唇にうるおいを与える。 (45) 口唇をすこやかにする。 (46) 口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。 (47) 口唇の乾燥によるカサツキを防ぐ。 (48) 口唇を滑らかにする。 (49) ムシ歯を防ぐ(使用時にブラッシングを行う歯みがき類)。 (50) 歯を白くする(使用時にブラッシングを行う歯みがき類)。 (51) 歯垢を除去する(使用時にブラッシングを行う歯みがき類)。 (52) 口中を浄化する(歯みがき類)。 (53) 口臭を防ぐ(歯みがき類)。 (54) 歯のやにを取る(使用時にブラッシングを行う歯みがき類)。 (55) 歯石の沈着を防ぐ(使用時にブラッシングを行う歯みがき類)。 (56) 乾燥による小ジワを目立たなくする。
---	---

(資料) 別表 3 明示、暗示による医薬品的な効能効果の記載例(禁止例)

効能効果の例	〇〇病の方に 疲れ気味の方に 病中、病後の栄養補給に 老化防止に 細胞の活性化 体質が改善されます 血液がさらさらに 勉強能力があがります 成長促進
暗示する場合の例	～の気になる方に ～に効果があると言われています ～と発表されました 一般に古くから～の効果があるとして使われています ～に効果があると言われている〇〇が成分です 薬ではないので眠くなりません ～を主原料として、〇〇で調合しました 薬機法により効能効果はうたえませんが、〇〇で検索してみ てください

第 7 章 その他、個別の掲載基準があるもの

次の広告については、個別の掲載基準を満たす必要があります。

1. 宗教

宗教団体による活動告知については掲載禁止とします。宗教団体の歴史的行事、伝統行事、地域文化に根ざした行事、また、宗教家や宗教団体による刊行物、著作物、映画で当社が適切と判断したものについては掲載可能とします。

2. 選挙【第 9 章 17.関連】

選挙管理委員会等による選挙開催の告知に関する広告は掲載可能とします。

3. 政党【第 9 章 18.関連】

政党等に関する広告については、下記の掲載基準を満たす必要があります。

- (1) 広告出稿元が、政治団体設立の届出が完了しており、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること
- (2) 公職選挙法およびそのガイドラインで規定されている内容を遵守していること
- (3) リンク先のサイトが政党等のサイトであること
- (4) 合理的な根拠なく一方的に主張を展開したり、他を攻撃したりしていないこと
- (5) ターゲティングを設定する場合は以下いずれかのターゲティングであること。
ただし、特定の政治的意図をもって行うターゲティングではないこと
年齢、性別、地域(半径指定は除く)、曜日・時間帯、デバイス、プレイスメント、サイトカテゴリー、コンテンツキーワード

4. 意見広告【第 9 章 20.関連】

団体、企業などが自らの意見や主張を表明する目的で作成した広告については、以下のようなものは掲載できません。(政府広報、その他官公庁による広告、政党による広告を除きます。)

- (1) 紛争や訴訟など一方的な意見であるもの
- (2) 公開質問状など反論や回答を要求するもの
- (3) 自らの意見ではないもの
- (4) その他、当社が不適切と判断したもの

5. 募金、寄付金の募集

- (1) 目的、活動内容、募金・寄付金の使途が明瞭であること

- (2) 活動に公共性があること
- (3) 収支報告の公開方法と時期が確認でき、過去の収支実績が確認できること

第 8 章 子ども向けサービス(Yahoo!きっず)への掲載基準

当社が子ども(小学生・中学生)向けに提供するサービス(Yahoo!きっず)は、子どもが自分自身で利用、活用出来る情報を厳選して掲載するサービスを提供しています。そのため、このサービスへ掲載する広告についても、子どもが自分自身でその内容を十分理解することができ、日常生活の役に立つものであることが必要です。また、サービス利用者が人格形成の未熟な子どもであることを考慮し、他のサービスへの広告掲載基準に加えて、以下の基準を満たす必要があります。

1. 掲載できない商品、サービス等

次の商品、サービスに関する広告については、掲載できません。

(1)大人(18 歳以上を含む)向けのもの

- ・ たばこ用品、アルコール飲料
- ・ 貸金業、金融商品取引業、商品先物取引業
- ・ 出会い系サイト、ソーシャルネットワークサービス(SNS)
- ・ インターネットオークション
- ・ 公営競技(競馬、競輪等)、パチンコ

(2)以下のもののうち、子どもによる利用、使用に際し、保護者の監督または同意が求められるもの(保護者が申し込む形式を除く)

- ・ 医薬品、医療機器
- ・ オンラインショッピング、通信販売
- ・ 子どもから直接個人情報等を取得するもの
- ・ オンラインでコンテンツ利用料等の課金が発生するもの
- ・ 脱毛、エステティック、化粧品類

(3)世論として賛否両論がある以下のような話題に関する広告、意見広告

- ・ 原子力発電、農薬

(4)政党、政治団体の政策や活動宣伝などの広告

(5)子どもの健全な人格育成を阻害するとして、都道府県条例等により有害指定を受けたもの

(6)Yahoo!きっずのサービスと調和しないもの

(7)当社が不適切と判断したもの

2. 掲載基準のある商品、サービス等

次の商品、サービスに関する広告の場合は、以下の基準を満たす必要があります。

(1)政治

政治の仕組みなどを偏りなく解説したものであること

(2)宗教

子ども向けの書籍であること

(3)映画、ビデオ、DVD、ビデオゲーム作品など

映画倫理委員会(映倫)、コンピュータエンターテインメントレーティング機構(CERO)、コンピュータソフトウェア倫理機構(ソフ倫)等の第三者機関において、年齢に関わらず視聴等できるものとされている作品であること

(参考)

機関	レーティング	年齢制限に関する説明	表示
映倫	G	どなたでもご覧になれます	
CERO	A	年齢区別対象となる表現・内容は含まれておらず、全年齢対象である事を表示しています	
ソフ倫	EOCS 審査済	子供から大人まで安心して楽しんで頂くことができる作品	

3. 表現に関する注意事項

広告では、以下のような表現ができません。

- (1)健全な社会通念に反し、子どもの品性を損なうような表現
- (2)子どもが模倣するおそれのある危険な行為
- (3)グロテスクな表現、子どもに恐怖感を与える表現
- (4)暴力を肯定したり、生命の尊厳を損なうような反社会的行為を暗示する表現
- (5)家庭内の話題として不適当なもの、秘密裏に使用するもの
- (6)商品を持たないと仲間外れになるというような子どもの劣等感や優越感を過度に利用する表現
- (7)親、教師、漫画・アニメの登場人物、タレント等、子どもの信頼感を不当に利用して購入を強いる表現
- (8)子どもに不適切な性的表現、暴力表現
- (9)子どもの射幸心や購買意欲を過度にあおる表現
 - ・ 商品を購入したり身につけるだけで能力や魅力を向上させることを謳うもの

4. リンク先のページで提供される機能や構成要素に関する注意事項

リンク先のページ機能や構成要素に、以下のようなものが含まれる場合は掲載できない場合があります。

- (1) 第三者が管理する動画配信サービスに掲載された動画で、広告主がコントロールできない動画への誘導があるもの(関連動画の紹介等)
- (2) SNS やコミュニケーションサービスをとおして、ダイレクトコミュニケーションの利用を促進していると判断できるもの
- (3) アンケート、応募フォーム等で個人情報を取得する際、保護者の同意が必要であることを子ども向けに十分に説明していないもの
- (4) 無料会員登録などの登録をしなければ、サービスの大部分が利用できないものの

第9章 広告表現規制

クリエイティブの形式については、以下のとおり定義いたします。

テキスト広告	画像ではない文字による広告
静止画広告	アニメーションおよび音声のない画像による広告
アニメーション広告	アニメーションによる広告
動画広告	動画ファイル形式による広告

1. 広告の主体者の明示【第2章 1.関連】

(1) 広告の主体者の名称

すべてのクリエイティブにおいて、視認可能な大きさとで主体者名を明記する必要があります。

テキスト広告の場合は、原則会社名、ブランド名、商品名、サービス名のいずれかを明記してください。文字数の関係上、明記が難しい場合は省略が可能です。

静止画広告の場合は、以下のいずれかを明記してください。

アニメーション広告の場合は、以下のいずれかをアニメーション終了後の静止画面に明記してください。

動画広告の場合は、以下のいずれかを動画の途中または終了後の静止画面に明記してください。

1. 会社名、ブランド名、商品名、サービス名のいずれかのロゴマークの表記
商品写真などでの代替はできません。また、商標登録されていないものを使用する場合は、必ず会社名も明記してください。
2. 「提供：〇〇」などの表記

広告のフォーマット上に主体者表記欄やロゴ欄があるものについては、会社名または商標登録されている商品名、ブランド名、サービス名のいずれかの名称、ロゴを表示してください。

(2) ダブルブランドによる広告

以下を満たす必要があります。なお、連合広告や広告の共同購入はできません。

1. 複数企業の主従関係が明確であり、ユーザーが混乱しない内容であること

2. 複数企業で広告をすることの必然性や関連性が明確であること
3. 訴求しているプロモーションの主体者が明確であること

2. 広告の関連性について【第2章 2.関連】

リンク先ページの内容と関連性の低いクリエイティブは掲載することができません。

検索広告などユーザーの検索キーワードをきっかけに広告を表示するものについては、検索キーワード、クリエイティブおよびリンク先ページの関連性も必要です。

クリエイティブについても、タイトル、説明文および画像のように複数の要素が同時に表示されるものについては、各要素の関連性も必要です。

なお以下のキーワードおよび訴求内容については各基準も満たしてください。

(1) キーワードが地名(エリア名)の場合

1. 訴求内容が以下のいずれかである必要があります。
 - ・ その場所で提供されている商品やサービスであること
ただし、商品やサービスの提供エリアが限定されない場合は、地名(エリア名)のみの入札は不可。
 - ・ その場所に関わる情報であること
2. タイトルまたは説明文において、以下を満たす必要があります。
 - ・ キーワードまたは当該地域の一部の地名(エリア名)を含むこと
 - ・ 地名(エリア名)と商品やサービスの関係性を明確にすること

(2) キーワードが人名・キャラクター名(グループ名)の場合

タイトルまたは説明文において、以下を満たす必要があります。

- ・ キーワードと同一と特定できる人名・キャラクター名(グループ名)を含むこと
- ・ 人名・キャラクター名(グループ名)と商品やサービスとの関係性を明確にすること

(3) キーワードが企業名(団体名)の場合

タイトルまたは説明文において、以下を満たす必要があります。

- ・ キーワードと同一と特定できる企業名(団体名)もしくは当該企業(団体)のブランド名・商品名・サービス名などを含むこと
- ・ その企業(団体)と商品やサービスとの関係性を明確にすること

(4) キーワードがギフト・プレゼント・お祝いなど贈答を表す用語の場合

訴求内容が贈答に関連するサービスや商品である必要があります。

(5) 訴求内容が検索サービスの場合

キーワードが以下のいずれかである必要があります。

- ・ 「検索」「サーチ」「探す」「サーチエンジン」など検索サービスを表す用語であること
- ・ リンク先ページで確認できるディレクトリ名であること

3. ユーザーに不快感を与えるような表現【第2章7. (1), (4), (5), (7)関連】

以下のようなクリエイティブは掲載できません。

- (1) 高速で振動したり、点滅したり、単純な動作をするもの
- (2) 人体の局部を強調した画像を使用したもの、人体のコンプレックス部分が露骨に表現されているもの
- (3) 過度な肌露出があるもの、性に関する表現が露骨なもの
- (4) 恐怖感や不安感を与えるおそれのあるもの
- (5) その他ユーザーに不快感・嫌悪感を与えるおそれのある表現

4. ユーザーに誤解を与えるような表現【第2章7. (2), (3), (6)関連】

以下のようなクリエイティブは掲載できません。

- (1) ユーザーの誤動作を誘発するおそれのあるもの
 1. 実際に機能しない検索窓やプルダウンなど
- (2) Yahoo! JAPAN のコンテンツを模したもの
 1. 「NEW!」「カメラ」のアイコンなど
 2. タイトルバーやタブを用いたカラムなど
- (3) 広告領域が不明瞭なもの
- (4) 以下のような手法でユーザーの意図しないサイトへ誘引するもの
 1. 「公式」の文言を用いるなど
 2. 訴求する商品名やサービス名を伏せる
- (5) 官公庁、公的機関の広告であると誤解を与えるおそれのあるもの
- (6) その他、ユーザーに誤解を与えるおそれのあるもの

5. 音声

音声のある広告において、訴求内容に関連性のない不快な音声を含むものは掲載できません。

字幕のない状態で、日本語もしくは英語以外の言語が終始用いられているものは掲載できません。ただし、BGM の言語は問いません。

6. 不当表示の禁止【第 3 章 2.関連】

商品、サービスの内容が事実と相違して、実際より優良または他のものよりも優良であると誤認させる優良誤認表示や、実際よりも安いまたは他のものよりも安いと誤認させる有利誤認表示などが含まれる表現は掲載できません。

7. 最上級表示、No.1 表示【第 3 章 3.関連】

「最大」「最高」「最小」「最速」「No.1」「世界初」などの最大級・絶対的表現のあるクリエイティブは、以下を満たす必要があります。

- (1) クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に第三者によるデータ出典・調査機関名および調査年が明記されていること
- (2) 調査データが最新の 1 年以内のデータであること

8. 比較広告【第 3 章 5.関連】

実証されていない事項を挙げる比較表現、不公平な基準による比較表現は掲載できません。

9. 法律で禁止されている行為を連想させる表現【第 4 章 1.関連】

掲載できません。

10. 人権に対する配慮【第 4 章 2.(4)関連】

以下のような人権侵害にあたるおそれのある表現はできません。

- (1) 人命を軽視するような表現
- (2) 個人・団体の名誉を傷つけるような表現
- (3) 個人情報の取り扱いに配慮がされていなかったり、プライバシーを侵したりするような表現
- (4) 人種・民族・国籍に関する差別的な表現
- (5) 家庭生活を尊重せず、これを乱すような思想の肯定的な表現
- (6) 結婚制度を破壊するような思想の肯定的な表現
- (7) 社会の秩序、良い風俗・習慣を乱すような言動の肯定的な表現
- (8) 公衆道徳を尊重し、社会常識に反する言動に共感を起こさせたり、模倣の気持ちを起こさせたりするような表現

11. 子どもに対する配慮

人格形成の未熟な子どもに対して悪影響を及ぼさないようにするため、以下のような表現はできません。

- (1) 下劣、卑わい、暴力的、また危険性を伴う表現で幼児や児童がまねしやすい表現
- (2) いじめを助長する表現
- (3) 懸賞などによって必要以上に児童の射幸心をあおるような表現
- (4) 幼児や児童がその商品を持っていなければ仲間はずれにされるような表現

12. 宗教に対する配慮

宗教の尊厳を傷つけるおそれがあるため、以下のような表現はできません。

- (1) 信教の自由および各宗派の立場を尊重しない、他宗・他派を中傷、誹謗する表現
- (2) 宗教の儀式を取り扱う場合、またその形式を用いる場合での、その尊厳を傷つけるような表現
- (3) 宗教を取り上げる際の客観的事実を無視したり、科学を否定したりするような表現

13. 投機心、射幸心を煽るような表現【第4章 2.(7)関連】

紙幣および通貨(またそれに類似するもの)を連想させる等、投機心、射幸心を煽るような表現は掲載できません。

14. 個人向け貸付

クリエイティブ内で以下のような表現は使用できません。

- (1) 「無審査」「即日融資」「ラクラクキャッシング」など安易な借り入れを助長もしくは過度に強調するもの
- (2) 「他店利用者大歓迎」「借入れが困難な方」など、他の個人向け貸付事業者の利用者または返済能力のない者を対象とするもの

15. アルコール飲料【第5章 6.関連】

クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「お酒、飲酒は 20 歳になってから」等の文言を明記してください。

テキスト広告の場合で、クリエイティブへの表示が難しい場合は広告のリンク先のサイトに同様の明記をしてください。

16. 出会い系サイト、結婚紹介(インターネット異性紹介事業)【第5章 28.関連】

クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「18 歳未満はご利用になれません」「18 歳未満の利用不可」等の文言を明記してください。

ただし、静止画広告、アニメーション広告、動画広告の場合は、「18 禁」「R18」等の省略した表現は使用できません。

17. 選挙【第 7 章 2.関連】

選挙運動に関わる表現は掲載できません。

18. 政党【第 7 章 3.関連】

クリエイティブ内に政党または政治団体名の表示が必要です。

なお、選挙や投票の呼びかけ等の表現は掲載できません。

19. 官公庁、政府広告

クリエイティブ内に官公庁の名称または政府広告とわかる表示が必要です。

20. 意見広告【第 7 章 4.関連】

クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「意見広告」という文言、および意見の主体者の名称を明記してください。

21. ターゲティング対象であると認識される表現

広告が表示されたユーザーが、ターゲティング対象であると認識する以下のような不快な表現はできません。

- (1) 「〇〇サイトを訪れた方へ」などの広告主サイトへの訪問履歴を示唆する表現
- (2) 「〇歳の方へ」などのユーザーの年齢を対象年齢として含む表現
- (3) 「〇キロの方へ」「髪の毛にお悩みの方へ」などのコンプレックスを抱えている人を対象とした表現
- (4) 「複数のお支払いを一本化したい方」「多重債務で困っている方へ」などの多重債務者を対象とした表現
- (5) その他ユーザーに不快感、嫌悪感を与える表現

第 10 章 広告商品、広告機能ごとの掲載基準があるもの

次の広告商品、広告機能については、個別の掲載基準を満たす必要があります。

1. 検索広告

動的検索連動型広告の場合には、本基準は適用しません。

(1) 表示 URL

以下を満たす必要があります。

1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること
2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと
3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと
4. 入稿規定に準拠した URL であること

(2) タイトルと説明文

以下を満たす必要があります。

1. タイトルと説明文はそれぞれが独立した表現であること
2. 電話番号が記載されていないこと

(3) 入稿する URL とページ内容

以下を満たす必要があります。

1. 最終リンク先 URL のページ、スマートフォン向け URL のページ、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページは、同一の内容であること
2. 表示 URL、最終リンク先 URL、スマートフォン向け URL、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページの URL のドメインは一致していること

2. ディスプレイ広告

(1) 表示 URL

以下を満たす必要があります。

1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること
2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと
3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと

(2) タイトルと説明文の独立

タイトルと説明文はそれぞれが独立した表現としてください。

(3) 入稿する URL とページ内容

以下を満たす必要があります。

1. 最終リンク先 URL のページ、スマートフォン向け URL のページ、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページは、同一の内容であること

2. 表示 URL、最終リンク先 URL、スマートフォン向け URL、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページの URL のドメインは一致していること

3. クイックリンクオプション

クイックリンクオプションについては、Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を満たしたうえで、個別の基準を適用します。

- (1) クイックリンクに設定する広告の主体者とタイトル・説明文およびリンク先サイトの広告主体者は同一でなければなりません。
- (2) クイックリンクにおいて、リンクテキスト、クイックリンク説明文 1・2 およびリンクテキストからのリンク先サイトには関連性が必要です。
- (3) クイックリンクにおいて、以下の場合は掲載できません。
 1. タイトル・説明文、リンクテキストおよびクイックリンク説明文 1・2 が同一の場合
 2. タイトル・説明文からのリンク先サイトとリンクテキストからのリンク先サイトの訴求内容が同一の場合
 3. 複数のリンクテキストが同一の場合
 4. 複数のリンクテキストからのリンク先サイトの訴求内容が同一の場合
 5. リンクテキストと他表示オプションのテキストが同一の場合

4. 電話番号オプション

電話番号オプションについては、Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を満たしたうえで、個別の基準を適用します。

- (1) 掲載できない電話番号
 1. ユーザーに断りなく連絡先を取得するもの
 2. ユーザーに断りなく返電を行うもの
 3. 発信者番号通知を行わなければ架電できないもの
 4. ユーザーに断りなく通信料金以外の課金を行うもの
 5. 社会通念上妥当と思われる金額を超えた通信料をユーザーに断りなく徴収するもの
 6. 電話番号以外の番号
 7. 海外の電話番号
 8. 海外に転送される電話番号
 9. FAX 番号
 10. その他、当社が不適切と判断したもの
- (2) タイトル・説明文からのリンク先サイト内に電話番号オプションに設定する連絡先を必ず明記してください。

- (3) タイトル・説明文およびリンク先サイトで提供される商品やサービスと関係のない電話番号は設定できません。
- (4) 営業時間内外にかかわらず、架電には確実に対応してください。対応ができない場合は、主体がわかる留守番メッセージを設定してください。
- (5) 掲載できない商品・サービス
以下の商品・サービスは電話番号オプションをご利用できません。
 - 1. アルコール飲料
 - 2. 公営競技(競馬、競輪、競艇、オートレース)、公営くじ(toto、宝くじ)
 - 3. カジノ
 - 4. パチンコ、マージャン
 - 5. 出会い系サイト、結婚紹介(インターネット異性紹介事業)
 - 6. 医薬品

5. テキスト補足オプション

テキスト補足オプションについては、**Yahoo! JAPAN** 広告掲載基準を満たしたうえで、個別の基準を適用します。

- (1) 補足用テキストに設定する広告の主体者とタイトル・説明文およびリンク先サイトの広告主体者は同一でなければなりません。
- (2) 補足用テキストにおいて、以下の場合は掲載できません。
 - 1. タイトル・説明文と補足用テキストが同一の場合
 - 2. 複数の補足用テキストが同一の場合
 - 3. クイックリンクオプションのリンクテキストと補足用テキストが同一の場合

6. カテゴリ補足オプション

カテゴリ補足オプションについては、**Yahoo! JAPAN** 広告掲載基準を満たしたうえで、個別の基準を適用します。

- (1) カテゴリ補足オプションに設定する広告の主体者とタイトル・説明文およびリンク先サイトの広告主体者は同一でなければなりません。
- (2) カテゴリ補足オプションにおいて、以下の場合は掲載できません。
 - 1. 1つの補足内容に、2つ以上の要素が含まれている場合
 - 2. 複数の補足内容が同一の場合
 - 3. 補足内容が、他表示オプションのテキストと同一の場合
 - 4. タイトル、説明文と補足内容が同一の場合
- (3) 補足内容には、各補足カテゴリごとに規定された内容以外は掲載できません。宣伝文句などは掲載できません。
 - 1. 設備

実在する建物や場所の設備のみ掲載が可能です。

2. ブランド

ブランド名のみ掲載が可能です。

3. コース

カリキュラム名のみ掲載が可能です。

4. 学位プログラム

教科名のみ掲載が可能です。

5. 到着地

地名や観光地名のみ掲載が可能です。

6. おすすめのホテル

ホテル名のみ掲載が可能です。

7. 保険の保障

保険の種類や、保険で保障しているもののみ掲載が可能です。

8. モデル

商品の具体的なモデル名のみ掲載が可能です。

9. 周辺地域

都道府県や都市より狭い範囲に収まる地域名やエリア名のみ掲載が可能です。

10. サービス

具体的なサービスのみ掲載が可能です。

11. 番組

具体的な公演名や番組名のみ掲載が可能です。

12. スタイル

商品カテゴリやサービスカテゴリに存在するスタイルのみ掲載が可能です。

13. タイプ

製品カテゴリに存在するタイプのみ掲載が可能です。

発行 ヤフー株式会社

YAHOO!
JAPAN



Yahoo! JAPAN Feed 広告掲載基準

ヤフー株式会社
2022 年 01 月 13 日

動的ディスプレイ広告 (Dynamic Ads for Display) のフィードデータについては、下記 Yahoo! JAPAN Feed 広告掲載基準が適用されます。

以下の商品・サービスの掲載はできません。

1. 広告掲載基準第 4 章 3 項に該当するもの

- (1) 性的な商品、サービス
- (2) 児童ポルノを連想させるもの
- (3) 売春や援助交際のあっせんまたはこれらを正当化したり、推奨したりするもの
- (4) 国内で承認されていない医薬品、医療機器
- (5) 脱法ドラッグ、合法ハーブ等と称されるもの
- (6) 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品
- (7) 銃器、弾薬、刀剣などの刃物、催涙スプレー、スタンガンなど主に武器として使用されるもの
- (8) 無限連鎖講(ねずみ講)へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (9) 連鎖販売取引(マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス)へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (10) 超小型カメラなど、違法な盗聴、盗撮を目的とするもの
- (11) クレジットカードのショッピング枠現金化サービス
- (12) たばこ、電子たばこ
- (13) 広告表現において過去に重大な違反実績があるもの

2. 法令により、ユーザーによる同意のないレコメンドが禁止されているもの
一般用医薬品

3. ターゲティングすることでユーザーに不快感を与えるおそれのあるもの

- (1) 過度に性的な魅力を感じさせるような下着(セクシー下着)
- (2) 過度に性的な魅力を強調したフィギュア
- (3) バストケア・デリケートゾーンケア商品
- (4) 生理用品・避妊具・失禁用品
- (5) 美容整形・美容外科・美容皮膚科
- (6) ナイトワーク求人
- (7) 性的機能強化、改善を期待させる商品
- (8) 育毛・増毛関連商品、サービス
- (9) 不妊治療関連商品、サービス
- (10) その他ユーザーに不快感を与えるおそれのあるもの

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) Japanese ディスプレイ広告（予約型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc)

ガイドライン (/s/topic/0TO5i000000t7p5GAA/ガイ…) > 【広告】入稿規定（共通）
(/s/topic/0TO5i000000t7p5GAA/ガイ…) (/s/topic/0TO5i000000t7rBGAQ/広…)

入稿および広告掲載の注意事項・禁止事項

入稿および広告掲載の注意事項・禁止事項

*ディスプレイ広告（予約型）は一部のお客様のみに提供している機能です。

- ▽ 【ディスプレイ広告（運用型、予約型）、検索広告 共通】
- ▽ 【ディスプレイ広告（運用型、予約型）共通】
- ▽ 【ディスプレイ広告（予約型）】

【ディスプレイ広告（運用型、予約型）、検索広告 共通】

免責事項

- ・ブラウザで設定したフォントの種類やサイズなどにより、表示に意図しない改行がされる場合がございますので、あらかじめご了承ください。
- ・ユーザーのアクション後に、同一掲載面にある他の広告やコンテンツによって、広告の一部が覆われることがあります。
- ・災害やサービス障害発生時等に、ユーザーに向けたお知らせの枠を掲載する場合があります。
- ・ユーザークレーム、ユーザビリティへの配慮の観点から、入稿内容の修正のご依頼、広告掲載のお断り、または広告掲載の中止を行う場合があります。
- ・アスペクト比が指定されている広告において、ピクセルサイズが最小ピクセルサイズを超える場合は、表示される端末によって掲載サイズが最適化されます。そのため、広告上に表示される各種アイコン（インフォメーションアイコンやスマートフォン動画広告の動画尺表示など）に覆われる範囲も表示される端末によって異なります。
- ・ディスプレイ広告予約型の広告掲載に関する免責事項は「表示保証環境（予約型）」もご確認ください。

禁止事項

- ・ユーザーが不快に感じる文字を使った広告
- ・意味不明な文字の羅列、装飾的な使用など、文意が不明確な広告
- ・顔文字を使用した広告
- ・機種依存文字の使用
- ・文頭・文末のスペース（Tabスペース含む）

【ディスプレイ広告（運用型、予約型）共通】

入稿原稿について

- ・同時入稿可能な原稿本数については[こちらのヘルプ](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044203?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044203?language=ja>) をご参照ください。
- ・透過効果を用いたクリエイティブの入稿は不可です。
- ・制作に使用したツールにより数値に誤差が生じ、入稿エラーとなる場合があります。規定値よりも余裕を持った数値となるように作成してください。

広告表現規制について

・「Yahoo! JAPAN 広告掲載基準」第9章 広告表現規制を確認してください。広告仕様ごとに独自の規制があるものは各広告仕様ページの「広告表現規制について」や「注意事項」の欄を確認してください。

ライセンスについて

・本入稿規定に記載されているGIF89a、JPEG、PNGその他クリエイティブの開発や、開発ツールを利用する過程、グラフィックデータの圧縮、解凍、表示等で必要なライセンスはそれぞれの開発元や制作元などで取得されていることを前提としています。

アプリ掲載のリンク先URLについて

・リンク先URLの末尾が「.」（ピリオド）にならないようにしてください。リンク先に正しく遷移しない可能性があります。

【ディスプレイ広告（予約型）】

入稿締切日について

・入稿いただいた全ての広告は、掲載開始前にヤフーにて審査を行います。

・キャンペーンの掲載開始4営業日前23:59 までに入稿いただいた広告は、3営業日以内に全て審査を行います。ブランド効果測定はこの締め切りまでに入稿必須となります。

・上記締め切り日を過ぎて入稿いただいた広告は押し込み審査の対象になります。押し込み入稿において実施される押し込み審査については、1～2営業日（目安）で対応します。キャンペーン作成時に登録した広告タイプ・アスペクト比の組み合わせに対し、入稿順に原則として1つのみを審査対象とします。ただし、1営業日前の入稿は期日通りの掲載開始を約束できるものではありません。余裕をもって入稿してください。ブランド効果測定は押し込み審査対象外です。

入稿切替について

・入稿切替の上限回数はありません。ただし切替日の指定は不可です。

・審査完了まで最大で3営業日要します。審査完了までの日程を考慮した上で入稿切替の設定をしてください。

インサイドリンクの効果測定について

弊社広告企画への誘導など、インサイドリンクするすべての商品に対して、外部の効果測定用URLへのリダイレクトは禁止です。

※RMIを使用しているストアへのインサイドリンクは除く

ガイドライン
(/s/topic/OT05i000000t7p5GA…)

【広告】入稿規定（共通）
(/s/topic/OT05i000000t7rBGA…)

関連ヘルプ

入稿規定 : もくじ (/s/article/H000044930)

レスポンス（画像）における画像入稿時のご注意 (/s/article/H000044693)

1. データ授受に関する遵守事項 (/s/article/H000044169)

入稿規定 更新履歴 (/s/article/H000045736)

プライバシーポリシーに必要な記載事項 (/s/article/H000044759)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) Japanese ディスプレイ広告（予約型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc)

ガイドライン (/s/topic/0TO5i000000t7p5GAA/ガイ…) > 【広告】掲載制限、販売制限について (/s/topic/0TO5i000000t7rAGAQ/広…)

掲載制限、販売制限について

掲載制限、販売制限について

- ▼ 1. 掲載制限、販売制限について
- ▼ 1-1. 掲載制限、販売制限とは
- ▼ 1-2. 掲載制限、販売制限が適用される広告商品、制限内容
- ▼ 1-3. 注意事項

1. 掲載制限、販売制限について

1-1. 掲載制限、販売制限とは

広告主の訴求したい商品/サービスが、『掲載枠』もしくは、『該当広告商品』のポリシーに反しないように制限する仕組みです。

◆掲載制限・・・掲載面単位で制限対象となる商品・サービスのカテゴリを設定することで、広告の掲載を制限する機能です。

◆販売制限（一部商品）・・・制限対象となる商品・サービスのカテゴリの広告は販売不可・または広告審査の段階で掲載不可（否認）となります。

1-2. 掲載制限、販売制限が適用される広告商品、制限内容

【ディスプレイ広告（運用型）】

【ディスプレイ広告（予約型）】

・ 一 部 対 象 商 品	詳細は こちらのページの表 (https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/help/2023/0331/jp_ad_placement_restrictions_and_sales_restrictions_230331.pdf) をご参照ください。 ※対象となる広告商品は一部のお客様にのみ提供しています。また、上記ページの表にないカテゴリへの制限はありません。
---------------------------------	---

*ディスプレイ広告（予約型）は一部のお客様のみに提供している機能です。

1-3. 注意事項

掲載制限、販売制限の対象となる訴求商品、サービス、掲載面（枠）は変更となる場合があります。

各カテゴリの定義は[掲載制限カテゴリ定義](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044278?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044278?language=ja>) を参照ください。

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン… 検索

… [検索広告 \(/s/topiccatalog/main-searchads\)](/s/topiccatalog/main-searchads) [ディスプレイ広告（運用型） \(/s/topiccatalog/main-displayads-auc\)](/s/topiccatalog/main-displayads-auc) [Japanese](#) [ディスプレイ広告（予算型）](#)

ガイドライン
(</s/topic/0TO5i000000t7p5GAA/ガイドライン>) > [【広告】掲載制限、販売制限について \(/s/topic/0TO5i000000t7rAGAQ/広告掲載制限、販売制限について\)](/s/topic/0TO5i000000t7rAGAQ/広告掲載制限、販売制限について)

掲載制限カテゴリー定義

カテゴリー名	カテゴリー定義
アルコール飲料	酒（醸造酒、蒸留酒、混成酒） 例）ウィスキー、カクテル、ビール、ブランデー、ワイン、吟醸、酒、酒造、焼酎、紹興酒、樽酒、日本酒、発泡酒、リキュール、ノンアルコールビール、ノンアルコールカクテル
宝くじ（国内）	宝くじ、宝くじ主催団体
公営ギャンブル	公営ギャンブル、競馬、競馬結果、競馬予想サイト、競馬情報サイト、競艇、競艇結果、競輪、競輪結果、オートレース、公営競技、投票券の電話受付サービス、スポーツくじ
ギャンブル（公営競技除く）	カジノ、海外宝くじ
パチンコ・スロット	パチンコ店の企業広告、店舗誘導広告、パチンコメーカー等によるパチンコ台のスペック情報など、パチンコ・スロットに関連する商品・サービス全般 ※パチンコゲームアプリも該当
銀行	銀行、信用金庫、ネット銀行、信託銀行、定期預金
金融サービス・情報	年金、確定拠出年金（401k / DC / iDeCo）、スマホ決済、電子マネー、QRコード決済、Yahooウォレット、ポイントプログラム、ポイントカード、カード決済、カード決済代行、決済サービス、ゴルフ会員権、リゾート会員権、節税、ファイナンシャルプランナー、ローンシュミレーション、公共料金の支払い、手形、手形割引、収納代行、集金代行、代金回収、エコポイント（住宅、復興支援住宅など） 例）マイレージポイント
クレジットカード	クレジットカード、etcカード、クレジットカード審査、デビットカード、信販会社
ローン	相応の審査等があり、用途が決まっている住宅ローン、マイカーローン、自動車ローン、ビジネスローン、フラット35、教育ローン、事業者ローン、住宅金融支援機構、不動産担保ローン ※対象外：銀行のフリーローン
消費者金融	消費者金融、キャッシング、無担保・無保証の用途自由の事業者向けローン、銀行のフリーローン、おまとめローン ※担保等が不要で自由に使えるもの

消費者向無担保貸金業者（銀行グループ・上場企業を除く）、商工ローン	消費者金融業(消費者向無担保貸金業)： 消費者金融業者による融資、発行するローンカード、クレジットカード。信販会社などが発行する融資、発行するローンカード ＜対象外＞ ※信販会社が発行するクレジットカードはキャッシング機能が付帯していても対象外。銀行によるものはいずれも対象外 ※消費者金融業者／信販会社においても、下記どちらかに該当の場合は対象外 ・銀行グループ傘下の貸金業 ・上場している貸金業 商工ローン： ノンバンクが中小企業等の法人向けに行う融資・ローン 手形割引/ファクタリング： 満期前の手形及び売上債権を第三者へ裏書譲渡し、満期日までの利息に相当する額や手数料を差し引いた金額で換金すること
保険	保険、損害保険、共済、自動車保険、個人年金保険、ペット保険、生命保険、生命保険ランキング、かんぽ、ガン保険、都道府県民共済、国民共済、ネット保険、医療保険、入院保険、持病保険、自転車保険、自賠責保険、車両保険、任意保険、バイク保険、火災保険、地震保険、ゴルフ保険、海外旅行保険、学資保険、保険ショップ、保険相談、保険比較
証券・投資	証券会社、株式取引、株式投資、証券、先物取引、投資信託、FX、FX比較、不動産投資、売りアパート、マンション投資、アパート投資、不動産運用セミナー、不動産投資セミナー、nisa/つみたてnisa/ジュニアnisa、少額投資非課税制度、デイトレード、為替、為替レート、為替取引、為替証券、外為、株価情報、株主優待、資産運用、資産運用・投資セミナー、投資セミナー、証券取引場
法務・税務	法律や会計分野を中心とした、会社等の組織とは独立して複数の顧客からの業務を引き受ける事業 法務税務士業の人や団体が直接実施するサービス等が対象 ※対象外 ・確定申告のソフト等 ・日本弁護士連合会等の各団体 例) 弁護士、司法書士、会計士、行政書士、税理士、弁理士、相続手続、相続、任意売却、破産申告、債務整理、自己破産、過払い金請求、借金減額シミュレーター、確定申告（代行含む）、特許、商標登録、遺言書作成、家賃滞納催促、会社登記、解約・クーリングオフ手続き代行、ESTA
医療（保険外治療）	保険適用されない治療全般 ※人間ドック・健康診断・予防接種・分娩は対象外 例) インプラントや歯列矯正、審美歯科などの歯科治療、出産前の検査、人工妊娠中絶、レーシック、美容整形、美容外科、美容皮膚科、保険で認められていない検査法・手術法等
レーシック・美容整形・美容外科・美容皮膚科	レーシック： 視力矯正手術の一種 美容整形・美容外科・美容皮膚科： メディカルエステ(医療機関で行うエステ含む)・医療脱毛・男性整形関連クリニック・頭髮関連クリニック等の美容を目的とした治療を行う医療。（例）医療脱毛、医療レーザー脱毛、男性形成、脂肪吸引、タトゥー除去、二重整形、ぱち整形、豊胸、ボトックス、ワキガ治療、性転換

美容エステティックサロン（医療脱毛・増毛育毛サービス除く）	痩身、脱毛、美顔等の施術を行うエステ（メンズエステを含む） ※医療機関による脱毛、増毛育毛施術サービスは対象外
発毛・育毛・増毛・かつらサービス	AGA治療、薄毛用かつら・育毛剤養毛剤（スカルプシャンプー・コンディショナーは含まない）・育毛、増毛を目的とした施術サービス・育毛、増毛関連コンテンツ
妊娠・不妊情報	妊娠および不妊に関連する治療/商品/サービス全般 例）産婦人科、婦人科、妊娠、妊娠したい、妊娠検査、妊娠中毒、不妊、不妊治療、中絶、つわり、避妊、ピル避妊、ルナルナ、生理予測日、排卵検査薬、排卵日検査薬
治験	医薬品もしくは医療機器の製造販売に関して、薬事法上の承認を得るために行われる臨床試験、その情報
性に関する薬・商品・情報	性的機能の強化・改善を期待させる経口物、治療や情報、啓蒙サイト等 例）精力増強剤、医療機関、製薬メーカー、薬局、ドラッグストア、比較サイト等による性的機能治療および治療薬(漢方薬を含む)
健康・美容食品	健康食品・飲料、サプリメント、精力剤、ダイエット食品、健康や栄養に関する物質や成分、滋養強壮、トクホ飲料・機能性表示食品(ヨーグルト等も含む)・特定保健用食品・栄養機能食品・栄養補助食品、健康補助食品、栄養調整食品、ダイエット食品、サプリメント （例）青汁、水素水、酵素ドリンク、ココナッツオイル、コラーゲン、フコイダン、プラセンタ、プロテイン、プロポリス、ラクトフェリン
健康器具・雑貨	使用することにより健康の増進、体型の維持向上、美容効果が期待できると標榜されている下記のような器具・雑貨 例）健康グッズ、健康用品、健康器具、耳ツボシール、体重計、トレーニングマシン、ピップエレキバン、フィットネス器具、万歩計、健康管理用品、健康器具メーカー、健康雑貨、磁気治療器、ルームランナー、エアロバイク、EMSを用いた運動器具、腹筋補助器具、バランスボール、足つぼマット、美顔器等、ナイトブラ、脱毛器
恋愛/結婚情報・サービス	結婚情報サービスや恋人探しなど、恋愛・結婚に関連するサービス全般
恋愛・結婚情報（出会い系サイト、結婚紹介、インターネット異性紹介業）	出会い系サイト、ネット上で完結できる婚活サイトや結婚相談 サイト上で異性会員の閲覧・検索が可能なサイトで、メール・掲示板などを使用し、個人（1対1、もしくは複数）で異性とのコミュニケーションが可能なサイト
占い	占いに関連する商品/サービス全般 ※対面で行うようなものではない占いも含む ※「占い講座」などは対象外 例）占い（インターネット含む）、開運、金運アップ、心理テスト、姓名判断、性格診断、占い師、電話占い、風水
能力開発関連商品	語学やスポーツに加え、それ以外の自身の能力(記憶力向上、暗算が早くなる方法、等)を向上させるためのCDやDVD、メールマガジン、書籍等 ※対象外 ・書店やECサイトなどで購入可能な参考書や問題集 ・情報商材(投資で儲かる方法、整骨院の集客方法、等)

探偵	依頼主からの依頼により、特定の人の所在や行動などの情報を収集することを目的として、聞き込み、尾行、張り込みなどをして調査を行い、依頼者に対し結果を報告する業務 例) 探偵、探偵社、興信所、浮気調査、不倫調査、身元調査、身辺調査、人探し、素行調査、盗聴器調査
葬祭	葬儀社、葬式、斎場、葬儀、仏壇、ペット葬儀、墓石、墓地、密葬、家族葬、直葬、法事、霊園
宗教団体	布教活動、宗教色の強い映画や書籍 ※初詣等の参拝、厄払い等の祈祷、葬祭系(葬儀・納骨・法要等)、冠婚系(結婚式等)、お祭り系(〇〇大祭等)は対象外
団体による意見広告、主観的な意見を強く伝えるもの	団体による意見広告： 団体や企業がそれぞれの立場から自分の考え方や意見を表明し、閲覧者に対してその考え方への同意を求めたり賛否を問う広告。訴求する商品やサービスがなく、主観的な意見を強く伝えようとするもの 主観的な意見を強く伝えるもの： 個人・団体、訴求サービス・モノのあるなしに拘わらず、主観的な意見を強く伝えようとするもの

ガイドライン
(/s/topic/OT05i000000t7p5GA…)

【広告】掲載制限、販売制限につ…
(/s/topic/OT05i000000t7rAGA…)

関連ヘルプ

オーディエンスカテゴリーの一覧 (/s/article/H000045402)

掲載制限、販売制限について (/s/article/H000044245)

補足カテゴリーと補足内容の入力例（カテゴリ補足オプション） (/s/article/H000044718)

6. カテゴリ補足オプション (/s/article/H000044631)

カテゴリ補足オプション (/s/article/H000044627)

ディスプレイ広告（運用型）の「オーディエンスカテゴリー」と「サイトカテゴリー」の違いは？ (/s/article/H000044499)

広告表示オプションの作成（カテゴリ補足オプション） (/s/article/H000044620)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/)

公式ラーニングポータル (https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/)

検索広告 (https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/)

Yahoo!広告 サービス案内 (http://promo.yahoo.co.jp/service/)

検索広告 (https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/spc-search/)

Yahoo! JAPANセールスパートナー契約について

69

メリットおよび一般アカウント運用との相違点について

目次

1.セールスパートナー(正規代理店)のメリット

2.セールスパートナー契約のフロー

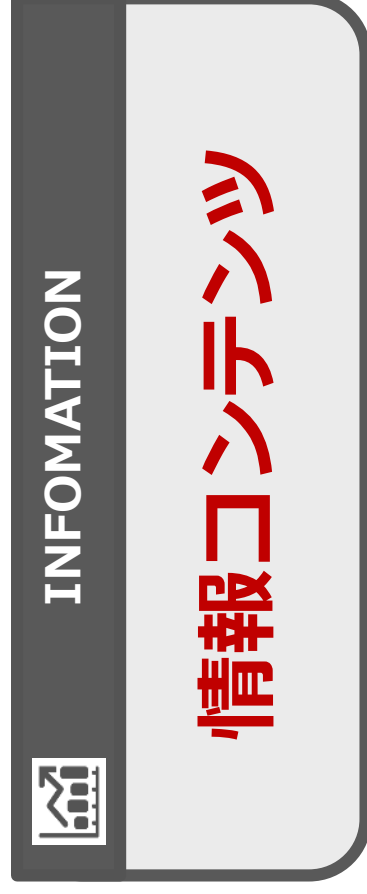
1.ゼールスパートナー(正規代理店)のメリット

セールスパートナー契約で提供される**4**つのバリュー

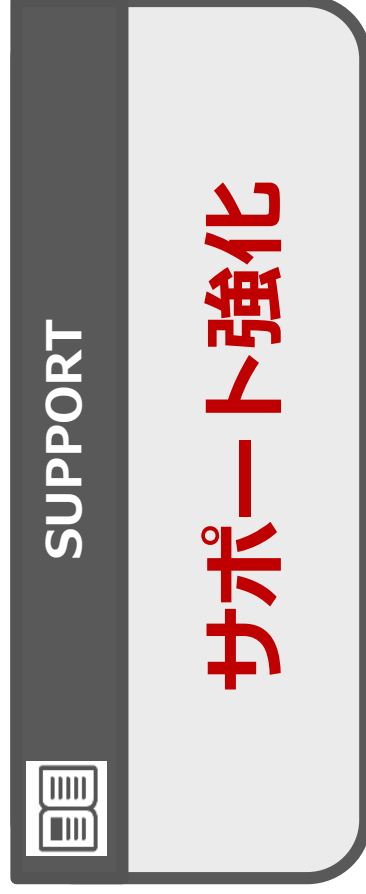
専用サポート・ツール・経済的支援等を通じて貴社のビジネスを支援いたします



専用ツール



情報コンテンツ



サポート強化



経済的支援

※一定の条件を満たした場合

専用ツール

専用サポート・ツール・経済的支援等を通じて御社のビジネスを支援いたします

 **TOOLS**

専用ツール

 **INFORMATION**

情報コンテンツ

 **SUPPORT**

サポート強化

 **PROGRAM**

経済的支援

※一定の条件を満たした場合

管理画面上のアカウント一覧で一括して広告主アカウントの管理が可能
都度ログインし直す必要がなくなります

管理画面イメージ ※

YAHOO! JAPAN 広告									
アカウント一覧									
検索広告		ディスプレイ広告		MCC					
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
▼ フィルター		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て + 追加							
+ アカウント作成		配信設定: 全て +							

Yahoo!広告 ディスプレイ広告において
代理店様は管理画面から以下の広告商材・機能をお取り扱いいただけます

※2022年9月時点

Yahoo!広告

ディスプレイ広告（予約型）

予約形式で確実な広告配信・訴求力の高いフォーマット

動的ディスプレイ広告

行動履歴をもとにパーソナライズしアイテム単位で広告配信

スマートフォン版 ブランドパネル（運用型）

安いリーチ単価と高いブランド効果

データ連携をした カスタムリスト作成

＜参考＞Yahoo!広告ディスプレイ広告（予約型）イメージ

予約型



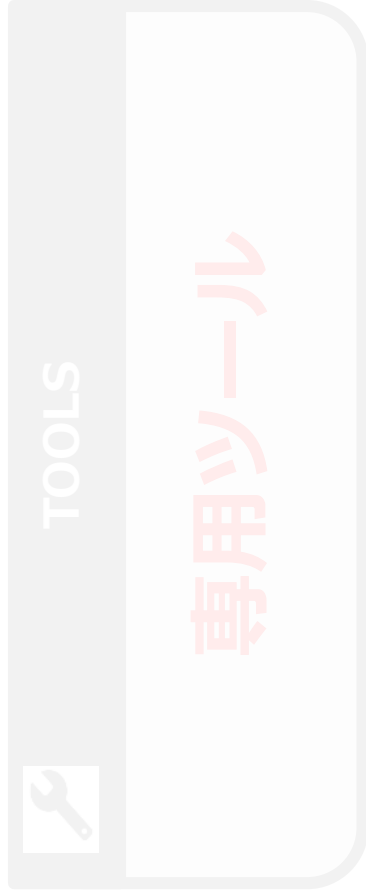
広告出稿のお支払いに関する幅も広がります

※2022年9月時点

一般アカウント	正規代理店様アカウント
<u>お支払方法</u>	・前金 ・専用クレジットカード ※売掛取引は一定のご出稿金額かつ審査通過した代理店様のみ可能となる場合がございます

※専用クレジットカードの詳細につきましては契約ご締結後に
営業担当より別途ご説明いたします

専用サポート・ツール・経済的支援等を通じて御社のビジネスを支援いたします



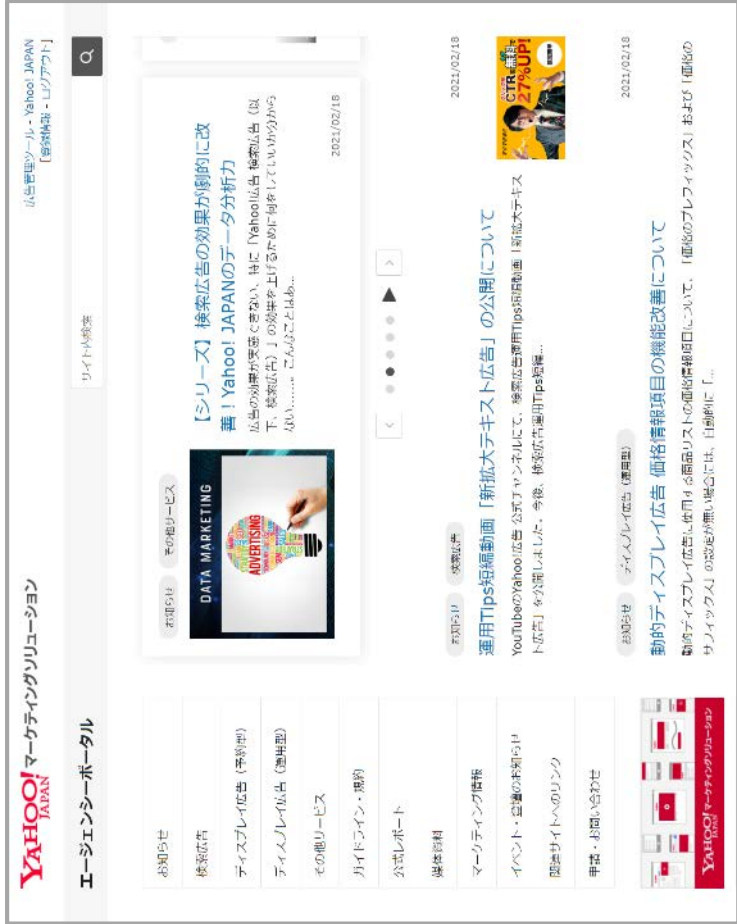
※一定の条件を満たした場合

エージェンシーポータル（セールスパートナー様向けポータルサイト）の提供

◆エージェンシーポータル（セールスパートナー様限定）

- ・最新アップデート情報の公開
- ・媒体資料や提案に利用できる販促資料のダウンロード
- ・公式レポートや提案レポートの依頼フォーム

エージェンシーポータルイメージ ※



※2022年4月時点のポータル画面イメージ（レイアウトが変更になる場合がございます）

エンジンシーポータルから依頼できる公式レポートの提供

カテゴリ	レポート例 ※	詳細
公式レポート	競合比較レポート	運用中のアカウントにおける”競合他社アカウントとパフォーマンスを比較”が可能です
	KW別競合比較レポート	運用中のアカウントの注力キーワードにおけるクリックシェアやパフォーマンスを単月で比較することが可能です
	業界ベンチマークレポート	「業界の規模感を知りたい」というご要望に対して、31業界110業種からご選択いただいた特定カテゴリーにおける過去6カ月の平均予算などのデータをご確認いただけます
	特別ベンチマークレポート	業界ベンチマークレポートよりもニッチな業界の動向をご確認いただける資料です

※2022年4月時点の提供内容です（提供レポートは変更になる場合がございます）

専用ツール

専用サポート・ツール・経済的支援等を通じて御社のビジネスを支援いたします

 TOOLS

専用ツール

 INFORMATION

情報コンテンツ

 SUPPORT

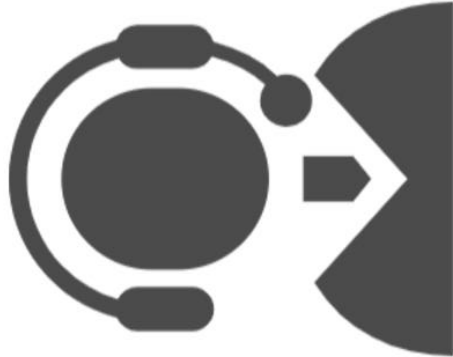
サポート強化

 PROGRAM

経済的支援

※一定の条件を満たした場合

人的リソースによるサポート強化



セールスパートナー様には弊社から 担当人員をアサインいたします

平日10：00-18：00（12-13時を除く）

対面対応は一定の認定基準を超えた代理店様のみとなります ※

サポート窓口の拡充



**セールスパートナー様
専用サポートダイヤルをご用意しております**

+ メール窓口 + 問い合わせフォーム

営業時間：平日9:30-12:00、13:00-18:00 土日祝休

広告審査関連のサポート

審査サポート一覧（一部抜粋）

サポート例	詳細	依頼先
審査否認理由確認	運用型広告にて審査否認となった広告の具体的な否認箇所 および詳細の確認	サポート窓口
優先審査	運用型広告にて特別審査を早めて欲しい案件がある場合の 優先審査依頼	専用フォーム
事前掲載可否	運用型広告にて掲載について懸念のある広告主様サイトの 掲載可否確認	専用フォーム

※2022年9月時点のサポート内容です（変更になる場合があります）

専用ツール

専用サポート・ツール・経済的支援等を通じて御社のビジネスを支援いたします



※一定の条件を満たした場合

Yahoo!広告 セールスパートナーページの掲載

セールスパートナーロゴの提供

貴社のホームページ等でご活用いただけます

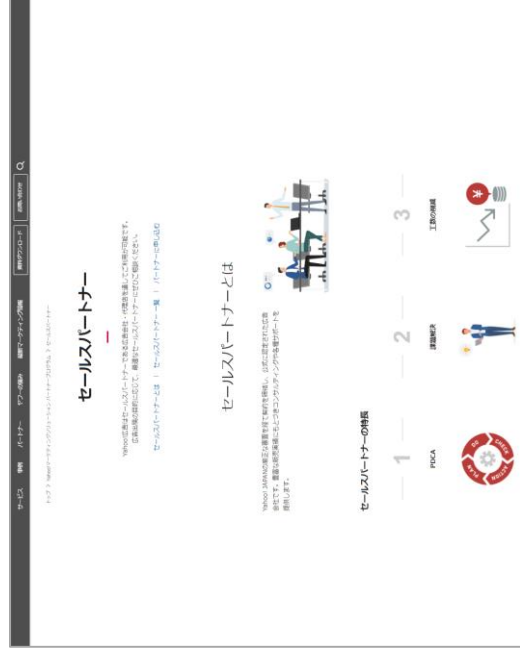


ロゴ例：セールスパートナー星なし

Yahoo!広告 セールスパートナー一覧
https://marketing.yahoo.co.jp/partner/sales_partner/

セールスパートナー一覧ページへの社名掲載

貴社の認知向上に繋がります



掲載には一定条件がございます。（※2022年9月時点）

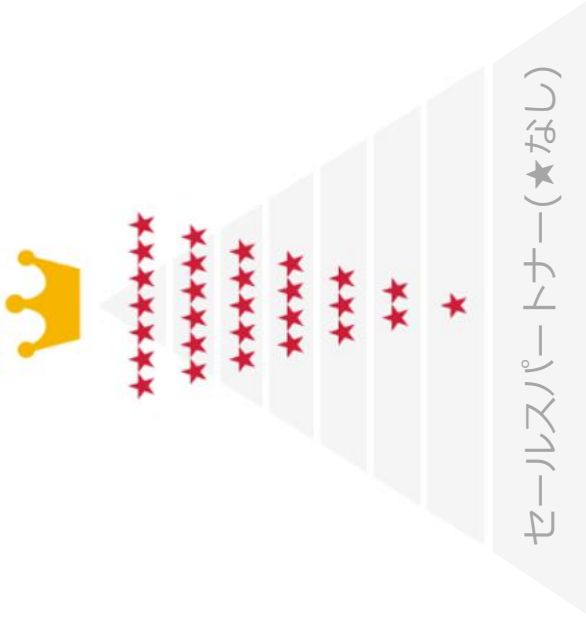
【掲載条件】

- 1) Yahoo!広告セールスパートナーオンライン約款を締結完了した広告会社・広告代理店
- 2) 前半期（4月-9月、10月-3月）にご出稿実績があるセールスパートナー
- 3) Yahoo!広告セールスパートナーオンライン約款 締結時に掲載先ホームページURLを登録済み

セールスパートナー様向けの特別な認定プログラムをご用意

セールスパートナー「★（星）」制度

一定の売上基準を満たしたセールスパートナー様に半期ごとに拡販実績に応じた「1つ星～7つ星」を進呈。



認定パートナー

ヤフーの定める領域において、実績を満たしたセールスパートナーに認定称号を進呈しています。



広告運用認定パートナー



動画広告認定パートナー



広告審査認定パートナー

※認定パートナーは2つ星以上が必要条件となります
※広告審査認定パートナーはセールスパートナー3つ星以上が対象です

認定による主なメリット

経済的支援

インセンティブ

星の数に応じたインセンティブをご用意

支援金

セールスパートナー様向けの販促支援(星数に応じて)

※2022年9月時点の提供メリットとなります。

パートナープログラムの詳細条件につきましてはセールスパートナー契約後にご担当までお問い合わせください。

その他のメリット

広告審査優遇

一部広告商材において優先的に広告審査を実施

※「広告審査認定パートナー」に限る

人的サポート

データソリューションの提供支援など(星数に応じて)

一般アカウントとの主な違い（一部抜粋）

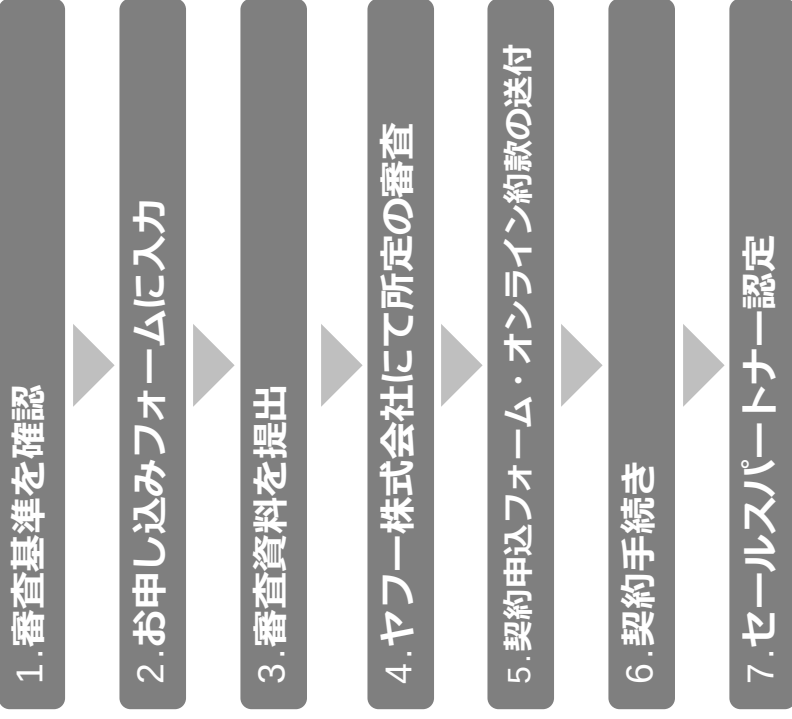
一般アカウント		代理店アカウント
<u>サポート体制</u>	ヤフーコールセンターのみ	正規代理店専用ダイヤル + 営業担当 ※対応は一定の認定基準を超えた代理店様のみとなります
<u>お支払方法</u>	前金のみ	前金・専用クレジットカード ※売掛取引は一定のご出稿金額かつ審査通過した代理店様のみ可能となる場合がございます
<u>出稿できる 広告の種類</u>	検索広告 ディスプレイ広告(運用型)	検索広告 ディスプレイ広告(運用型・予約型) アドルト広告・動的ディスプレイ広告・スマートフォン版ブランドバネルにも出稿ができます。
<u>管理画面</u>	1広告主ごと	代理店様が抱える広告主のアカウントを一括で管理可能

2.ゼールスパートナー契約のフロー

セールスパートナー認定までの流れ

この度はセールスパートナーへお申し込みいただき、誠にありがとうございます。
本資料ではセールスパートナー審査と、認定までの流れをご案内いたします。

【全体のフロー】

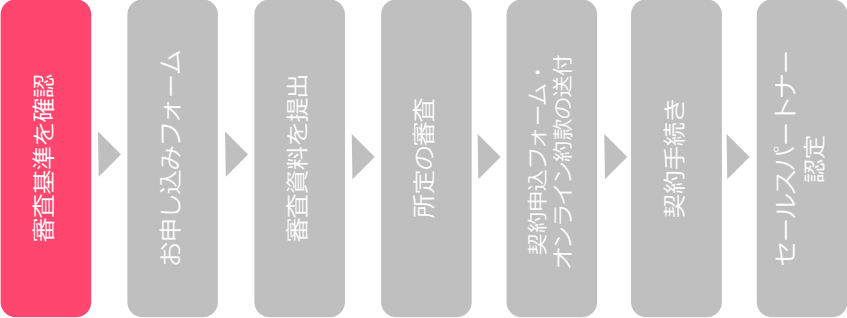


【所要時間の目安】

審査資料提出後、
3週間ほどで審査完了

審査合格後、
5営業日以内に契約申込フォーム・オンライン約款の送付

1. 審査基準の確認



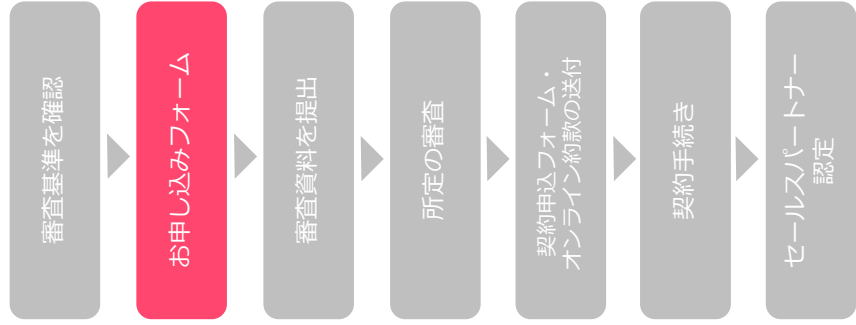
審査基準をご確認ください

■セールスパートナー審査基準

1. 法人企業であること
2. 反社会的勢力と関係がないこと
3. Yahoo! JAPANの検索結果における「[関連検索ワード](#)」や、検索入力欄の「[キーワード入力補助機能](#)」に対して、任意の語句を表示させるサービスの取り扱いがないこと*
4. 貴社や取引先企業の所有するアカウントが[各種ガイドライン](#)に準拠していること
5. 広告料金の決済においてクレジットカードを利用する場合は、自社名義のカードを利用できること
もしくは、セールスパートナー専用の企業間決済サービス**を利用する方針であること
6. 半年以内にセールスパートナーアカウントとして月額200万円以上の販売見込みがあること
7. 6の根拠として、下記の条件を1つ以上満たしていること
 - Yahoo!広告 検索広告・Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型・予約型）の販売実績として、前四半期における売上金額の月平均が100万円以上であること
 - 弊社以外のWEB広告の販売実績として、前四半期における売上金額の月平均が200万円以上であること
 - 販売ターゲットが既に20社以上あり、かつYahoo!広告 検索広告・Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型・予約型）の販売実績として、前四半期における売上金額の月平均が50万円以上であること

* 検索表示結果を人為的に操作するこれらの行為は、ユーザーの検索に対する満足度を低下させるため、弊社ではスパム行為として禁止しております
** セールスパートナー専用の企業間決済サービス：詳しくは弊社担当営業にお問い合わせください

2. お申し込み



以下のフォームより審査へのお申し込みをお願いします

セールスパートナー審査お申し込みフォーム

https://marketing.yahoo.co.jp/partner/sales_partner/recruitment/

セールスパートナー募集

Yahoo! JAPANと共にマーケットをリードするセールスパートナーを募集します。

お申し込み

資料ダウンロード

※画面はサンプルです。実際の表示とは異なることがあります。

[illegible]

3. 審査資料を提出

審査基準を確認

審査資料を提出

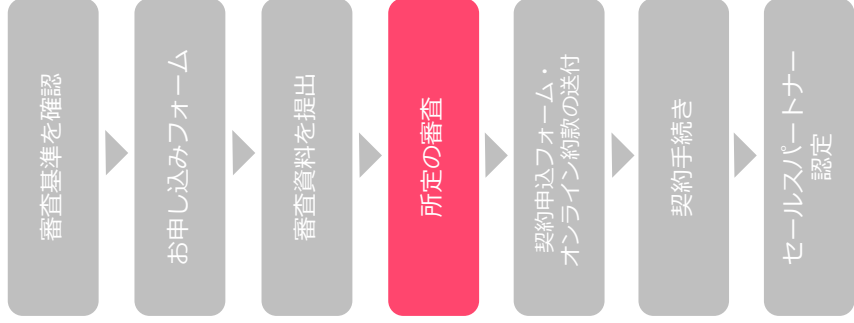
所定の審査

「セールスパートナー審査資料」を提出してください

「セールスパートナーサポート」にご記入のうえ、メール返信にてご提出をお願いいたします。

[illegible][illegible]

4. 所定の審査



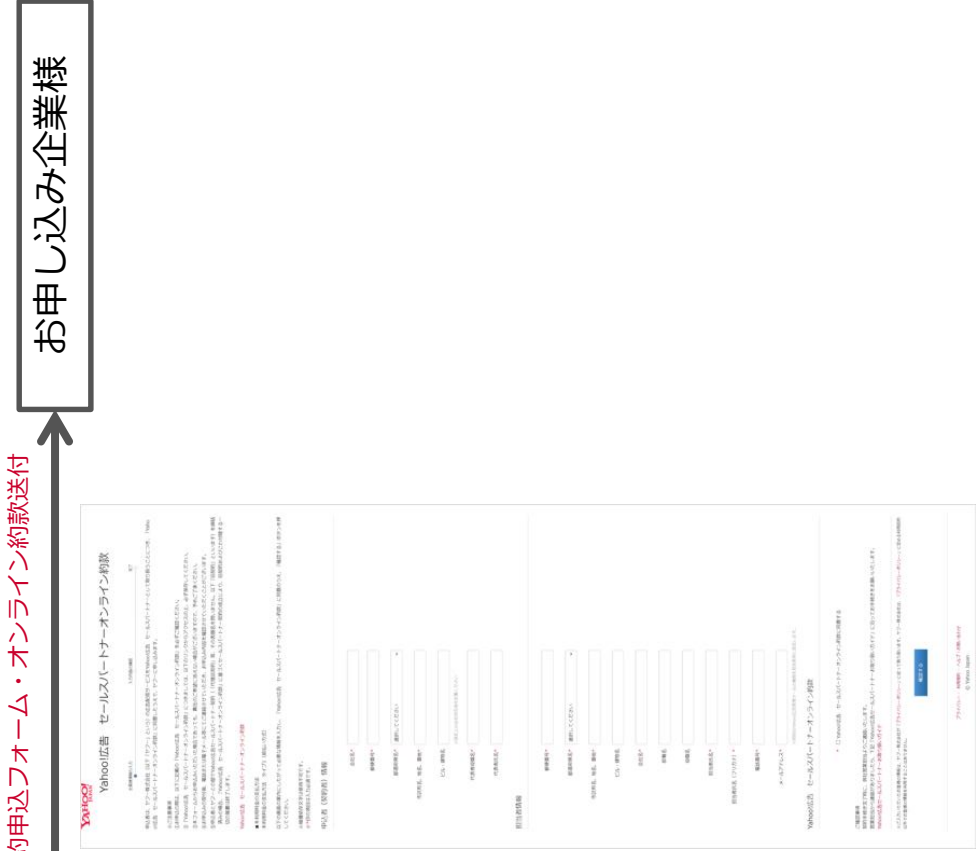
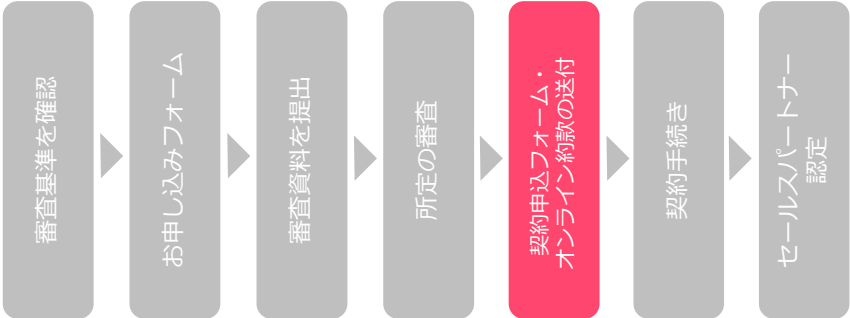
審査が行われます

ご提出いただきました「セールスパートナー審査資料」に基づき、[24ページ](#)の「セールスパートナー審査基準」を満たしているかどうかを審査いたします。

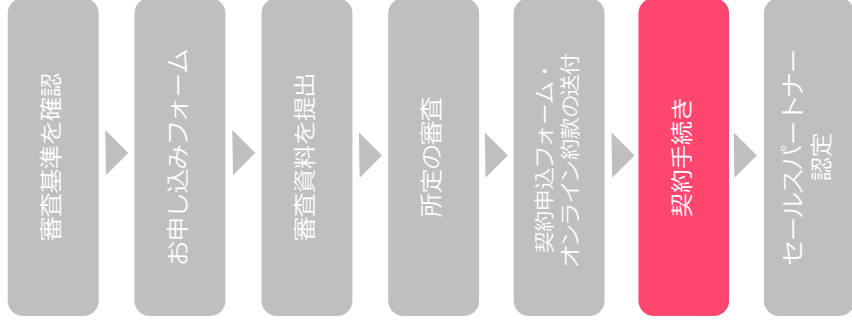
セールスパートナー審査には、3週間ほどお時間をいただいておりますので、あらかじめご了承ください。

5. 契約申込フォーム・約款の送付

セールスパートナー共通の契約申込フォーム・オンライン約款を送付します



6. 契約手続き



オンライン約款の内容をご確認の上必要な情報を入力し「お申し込み」ください

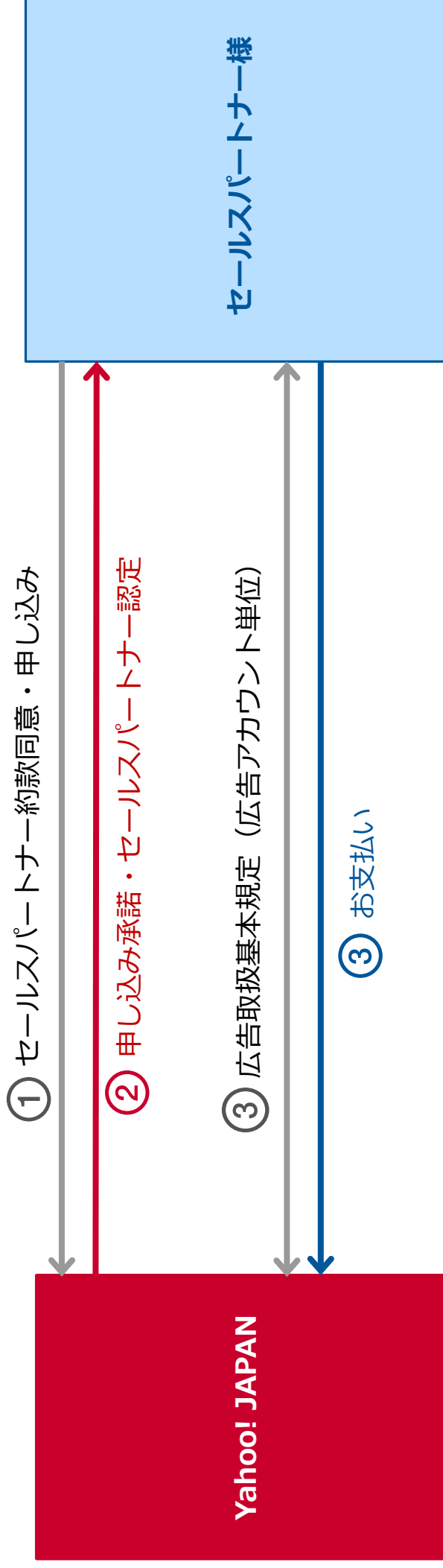


*1週間～10日を目安に契約のお申し込みをお願いいたします

【参考】セールスパートナー契約イメージ

- ① セールスパートナー認定の際に、セールスパートナー約款への同意とお申し込みが必要です。
- ② ヤフーがお申し込みを承諾することで、契約成立となります。
- ③ 広告アカウントごとに、所定のお手続きおよびお支払いをしていただきます。

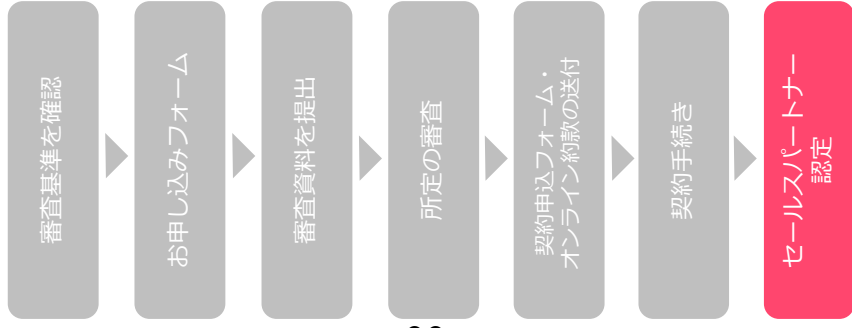
✓ 契約イメージ



※契約名は変更となる可能性もございます。あらかじめご了承ください。
※その他サービスのご利用にあたり契約の詳細につきましては、セールスパートナー認定後に弊社担当営業までお問い合わせください。

7. セールスパートナー認定

契約後、以下のサービスが付与されます



- セールスパートナー用のロゴの使用
- パートナープログラムへの参加資格
- セールスパートナー専用のサポートデスク
- セールスパートナー専用の管理画面
- 専用ポータルサイトへのアクセス権限
 - － 公式レポートの提供
 - － 商材・管理機能の拡充
 - － そのほか、運用や営業時にご活用いただける資料が盛りだくさん

お申込みの流れの詳細資料は以下のページにご用意しております

Yahoo!広告 セールスパートナーお申込みページ
https://marketing.yahoo.co.jp/partner/sales_partner/recruitment/





Yahoo!広告 ウェブサイト

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

Yahoo!広告 セールスパートナーオンライン約款

「Yahoo!広告 セールスパートナーオンライン約款」（以下「本約款」という）は、ヤフー株式会社（以下「ヤフー」という）と、セールスパートナー（第1条第2項にて定義）の登録を申し込んだ者（以下「広告会社」という）との間で適用される。

第1条（定義）

- 「本サービス」とは、以下の各号に定めるヤフーの提供する広告配信サービスのうち、広告会社が取扱うことができるサービスとして別途ヤフーが指定したものをいう。
 - Yahoo!広告 検索広告
 - Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型）
 - Yahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型）
 - 前各号のほか、ヤフーが定める方法により別途指定した広告商品（第三者が自らの事業として配信する広告商品を含むものとし、当該広告商品を提供する第三者を「広告配信事業者」という）
- 「セールスパートナー」とは、本サービスを利用した顧客広告（次項に定義）の掲載がなされるよう、ヤフーに対して本サービスの利用を申し込むことができる法人をいう。
- 「顧客」とは、セールスパートナーに対して本サービスを利用した広告掲載を希望する広告主をいい、顧客が掲載を希望する広告を「顧客広告」という。

第2条（セールスパートナー）

- 広告会社がヤフーに対し、ヤフー所定の申込画面に必要事項を入力し、本約款に同意のうえ、セールスパートナー登録の申込みを行い、ヤフーが独自の審査のうえ、ヤフー所定の方法（電子メールを含む）でこれを承諾することにより、広告会社がヤフーのセールスパートナーとして本サービスを利用することに関する広告会社およびヤフー間の契約（以下「本契約」という）が成立する。なお、本約款および申込画面の内容は、本契約の条件を構成する。
- 広告会社は、本約款に従い、日本国内において、非独占的なセールスパートナーとして、顧客広告の掲載のために本サービスを利用するものとする。
- 広告会社は、第1項の申込画面により申し込む者が、広告会社として本契約を締結する権限を有することをヤフーに保証するものとする。
- 本契約の成立をもって、申込者とヤフーとの間で締結済みのYahoo!広告正規代理店の契約（「代理店契約」等、その表題名を問わない）および付随する一切の覚書は終了する。

第3条（個別契約）

- 広告会社は、個別の顧客広告にかかる本サービスの利用について、ヤフーの指定する申込フォーム等（アカウントの管理画面を含む）に必要事項を入力し、ヤフーが自らのウェブサイト上で提示する本サービスごとの利用条件（広告取扱基本規定を含むがこれに限られず、名称の如何を問わない。以下「本サービス利用条件」という）に同意のうえ、都度ヤフーに申し込むものとする。
- ヤフーは、前項に定める申込みを広告会社から受領した場合には、ヤフーの裁量にて、かかる申込みを承諾するか否かを決定するものとする。当該広告会社からの申込みに対してヤフーが承諾の意思表示をし、または当該申込みに基づく顧客広告の掲載を開始したときに、広告会社およびヤフー間において本契約および本サービス利用条件の条件に基づく個別の顧客広告にかかる本サービスの利用契約（以下「本個別契約」という）が成立するものとする。ヤフーは、かかる申込みを拒絶したことにつき何らの責任を負うものではない。
- 前項に定める本個別契約の終了時に未履行債務がある場合、当該債務の履行時まで、本契約および本個別契約の定めが適用されるものとする。

第4条（本サービスの提供）

- 広告会社は、自らの責任において、本サービスの申込み、掲載条件の設定、変更、追加にかかる自らのアカウントを管理、運用するものとする。なお、広告会社のアカウントが利用されて本サービスの申込み、掲載条件の設定、変更、追加がなされた場合、これらの行為は広告会社が実施したものとみなされるものとし、広告会社は、当該利用の結果および当該利用によってヤフーまたは顧客に生じた損害、損失または費用につき一切の責任を負うものとする。
- 広告会社は、ヤフーが本個別契約に基づく本サービスの広告会社への提供を中止する場合（本個別契約が解除される場合を含む）があることを、顧客に対して事前に了承させるものとする。ヤフーは、かかる中止に起因して発生する広告会社または顧客の損害、損失または費用につき一切責任を負わないものとし、かかる中止に起因する顧客からの請求またはクレーム等については、広告会社の責任においてこれを処理するものとし、ヤフーにいかなる損害、損失または費用を被らせないものとする。
- 広告会社は、本サービスの利用に関する契約関係が広告会社およびヤフー間、本サービスを利用した顧客広告の掲載に関する契約関係が広告会社および顧客間で成立していることにかんがみ、本サービスの利用に関し、ヤフーに対する一切の責任を広告会社が負担することを了承するものとし、また広告会社および顧客間の契約に関する顧客の作為または不作為につき一切の責任を負い、これらに関してヤフーにいかなる損害、損失または費用を被らせないものとする。

第5条（利用料金）

1. 広告会社は、本サービスの利用に関する料金および消費税（以下「本利用料金」という）を本個別契約に基づき、ヤフーに支払うものとする。
2. 前項の定めにかかわらず、Yahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型）に関する本利用料金は、第3条第1項に定める個別契約の申込みの際に、アカウントにおいて個別のYahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型）の出稿にかかるキャンペーン予算として顧客の意向に基づき設定した金額の80%相当額（税別）とする。なお、当該アカウントの管理画面には、キャンペーン予算とは別途、ご請求金額として本利用料金の金額が表示されるものとする。
3. 本利用料金の支払方法は、別途ヤフーの定める方法（第2条第1項の申込画面での表示など）に従い、以下のとおりとする。
 - ・ タイプ1（前払い方式）：
本個別契約（本サービス利用条件）に定めるとおりとする。
 - ・ タイプ2（後払い方式）：
ヤフーは、毎月月末に締切り、当月分の本利用料金を算出のうえ、別途ヤフーの定める方法（電子メール、郵送など）により、請求書を広告会社へ送付し、広告会社はヤフーからの請求書に記載の金額を、翌月末日までに、別途ヤフーの指定する銀行口座に振り込み支払う。なお、銀行振込手数料は広告会社の負担とする。広告会社は、顧客から本サービスの提供の対価を実際に受領するか否かにかかわらず、本利用料金をヤフーに支払うものとする。
 - ・ タイプ3（併用方式）：
申込者の選択に応じて、タイプ1（前払い方式）またはタイプ2（後払い方式）とする。
4. 広告会社は、顧客に対して請求する本サービスを利用した顧客広告掲載の対価を、広告会社の裁量により決定することができる。
5. ヤフーは、広告会社に対して本サービスに関する取扱手数料、代理店手数料等、名目の如何を問わず何らの費用も支払う義務を負わない。

第6条（広告会社の遵守事項）

1. 広告会社は、セールスパートナーとして、次の各号に掲げる行為を広告会社の費用および責任において行うものとする。
 - (1) 本サービスを利用した広告掲載についての顧客への説明、および顧客からの問合せへの対応（キーワード・タイトル・サイト説明文・入札価格・掲載順位に関する提案および変更、URLの指定、広告効果の分析や予算のモニタリング、入札価格や戦略の設定や変更にかかるコンサルティング業務などの販売促進業務を含む）
 - (2) 顧客からの本サービスを利用した広告掲載の申込みの受付およびそれに伴うヤフーへの本サービスの利用の申込み
 - (3) 顧客からの苦情の受付、対応およびかかる苦情内容のヤフーへの通知
 - (4) 本サービスによる広告掲載の対価につき、顧客への請求および顧客からの回収
 - (5) プレゼンテーション、デモンストレーションなど販売活動
 - (6) 本サービスを利用して掲載する顧客広告が、ヤフーの定める広告掲載基準（掲載ガイドラインを含む）に適合しているかどうかの審査業務の実施
 - (7) その他顧客との契約主体として必要な一切の業務
2. 広告会社は、本契約の履行および本サービスのセールスパートナーとしての行為に関し、一切の法令を遵守するものとする。
3. 広告会社は、本契約によりヤフーからいかなる代理権をも取得するものではなく、第三者との間で、ヤフーを代理して行為する権限を有しないものとする。広告会社は、これに反するいかなる表示（書面によるか口頭かを問わない）をも行ってはならない。また、広告会社は、本契約でヤフーから明示的に記載された事項以外に、ヤフーから権利、保証または認可等を得ているような誤認を与えてはならない。
4. 広告会社は、本サービスを利用した広告掲載サービスを広告会社の提供するサービスとして広告する場合には、かかる広告に用いる文言につき、ヤフーの事前の承認を取得するものとする。
5. 広告会社は、ヤフーの定めるセールスパートナーの資格要件を常に満たしていなければならない。
6. 広告会社は、広告会社および顧客間の本サービスに関する一切の紛争につき自己の費用と責任において対応するものとし、万一ヤフーが損害、損失または費用（対応諸費用および合理的な弁護士費用を含む）を被った場合には、これらを賠償するものとする。

第7条（与信の設定）

1. 第5条第3項に定める本利用料金の支払方法がタイプ1（前払い方式）である場合（タイプ3（併用方式）で申込者がタイプ1（前払い方式）を選択した場合を含む。以下同じ）においてクレジットカード決済により本利用料金を支払う場合、広告会社は、クレジットカード会社よりクレジットカードおよびその番号ならびに与信限度額を付与されていなければならない。かかる与信限度額を、本契約に基づき提供する本サービスに関してヤフーが広告会社に対し認める与信限度額として設定するものとする。
2. 第5条第3項に定める本利用料金の支払方法がタイプ1（前払い方式）である場合においてクレジットカード決済により本利用料金を支払う場合、広告会社は、本利用料金が前項に定める与信限度額に至るまで、また前払いによる場合は本利用料金が前払い金額に至るまで、本サービスを利用できるものとする。

3. 第5条第3項に定める本利用料金の支払方法がタイプ2（後払い方式）である場合（タイプ3（併用方式）で申込者がタイプ2（後払い方式）を選択した場合を含む）においては、ヤフーは、ヤフーの判断により広告会社へ供する与信限度額を設定するものとする。ヤフーが広告会社に許容する与信限度額を設定するために必要な調査を行う際、広告会社はヤフーが要求する資料または情報を速やかにヤフーに対して提供するなど、ヤフーの行う調査に協力するものとする。
4. 広告会社は、本利用料金が与信限度額または前払い金額を超過した場合は本サービスの提供が中止される場合があることを承諾し、事前に顧客にも承諾させるものとする。
5. 前項に基づきヤフーが広告会社に対する本サービスの提供を中止した場合、ヤフーは、かかる中止に起因して発生する広告会社または顧客の損害、損失または費用につき一切責任を負わないものとし、かかる中止に起因する顧客からの請求またはクレーム等については、広告会社のみ責任においてこれを処理するものとし、ヤフーにいかなる損害、損失または費用を被らせないものとする。

第8条（ヤフーの権限）

広告会社の営業時間外等、広告会社、ヤフーまたは顧客の不利益その他損害の発生を防止するために緊急の必要がある場合には、ヤフーは、必要な範囲内で、広告会社のアカウントにおいて設定された掲載条件を変更または追加することができる。当該変更または追加の結果、顧客その他の第三者に損害が発生した場合、ヤフーは、故意または重過失がない限り、当該損害を賠償する責任を負わないものとする。

第9条（商標等の使用）

1. 広告会社は、本サービスを利用した広告掲載サービスの顧客への提供を目的とする範囲で、かつヤフーの承認した方法に限り、ヤフーの指定するセールスパートナーの名称およびロゴを使用することができる。ただし、その場合、広告会社は、ヤフーの代理人またはヤフー自身であるとの誤認を与えるような表示を行ってはならないものとする。
2. ヤフーの指定するセールスパートナーの名称およびロゴに変更があった場合には、広告会社は、ヤフーから変更の通知が到達した後速やかに、ヤフーの指示に従い、使用するセールスパートナーの名称およびロゴの変更の対応を行うものとする。

第10条（責任制限）

1. いかなる場合においても、本契約に関連してヤフーが広告会社に対して負担する損害賠償額および補償額の合計額は、該当する顧客広告につき本契約に基づいて広告会社がヤフーに対して直前の6ヶ月間に支払った本利用料金の総額を超えないものとする。
2. いかなる場合においても、ヤフーは、広告会社に対して、特別事情により生じた損害、逸失利益、広告会社において代替サービスを取得するために要した費用、またはデータの喪失に伴う損害について、一切責任（契約責任、不法行為責任またはその他の責任であるかを問わない）を負わないものとする（事前にかかる損害が発生するおそれがある旨広告会社から通知されていた場合でも同様とする）。
3. 広告会社は、クレジットカードが何らかの理由で決済不能となり、またはチャージバックされる場合には、直ちにヤフーに相当額の支払いを行うものとする。また、広告会社のクレジットカードの利用停止または中止に伴う支払遅滞があった場合、ヤフーが被った損害（ヤフーの料金回収にあたり発生した諸費用および合理的な弁護士費用を含む）につき一切の責任を負うものとする。

第11条（秘密保持）

1. 広告会社およびヤフーは、本契約の内容および本契約を通じて知り得た相手方の営業秘密として管理されている情報で開示にあたり秘密である旨を明示した情報（以下、あわせて「秘密情報」という）を、本契約の有効期間中および本契約終了後3年間、営業秘密として保持し、相手方の書面による事前の承諾なしに、第三者に開示、提供、漏洩し、また本契約の履行以外の目的に使用してはならない。ただし、法令上の強制力を伴う開示請求が公的機関よりなされた場合は、その請求に応じる限りにおいて、開示者への速やかな通知を行うことを条件として開示することができる。
2. 前項の規定にかかわらず、次の各号の一に該当する情報は、秘密情報に当たらないものとする。
 - (1) 開示の時点で既に被開示者が保有していた情報
 - (2) 秘密情報によらず被開示者が独自に生成した情報
 - (3) 開示の時点で公知の情報
 - (4) 開示後に被開示者の責に帰すべき事由によらずに公知となった情報
3. 広告会社およびヤフーは、相手方から開示を受けた秘密情報を、本契約の履行のために必要な範囲に限り、役員および従業員に開示することができるほか、弁護士または税理士などの職務上守秘義務を負う第三者に対して開示することができる。ただし、第三者に情報を開示する当事者は、当該第三者に本契約と同等の秘密保持義務を課し、これを遵守させなければならず、また当該第三者による秘密情報の取扱について開示者に対し一切の責任を負う。

第12条（本契約の有効期間、契約解除）

1. 本契約の有効期間は、本契約成立日から翌年3月末日までとする。ただし、期間満了の1ヶ月前までに、いずれかの当事者より期間満了日をもって本契約を終了する旨の書面による通知がなされない限り、本契約は自動的に1年間更新するものとし、以後も同様とする。
2. 広告会社またはヤフーは、相手方が次の各号の一に該当したときは、催告その他の手続を要せずに（法令の

定めにより理由の通知を要する場合はこの限りではない）、直ちに本契約または本個別契約の全部または一部を解除することができる。なお、この契約解除は損害賠償の請求を妨げない。

- (1) 本契約または本個別契約に違反し、または相手方に対する債務の全部もしくは一部を履行せず、相手方が相当の期間を定めて催告したにもかかわらず当該期間内に是正または履行しないとき
 - (2) 財産または信用状態の悪化等により、差押え、仮差押え、仮処分、強制執行もしくは競売の申立てがなされ、または租税公課を滞納し督促を受けたとき
 - (3) 破産手続開始、民事再生手続開始、会社更生手続開始、特別清算開始その他法的倒産手続開始の申立てがあったとき、または解散（法令に基づく解散も含む）、清算（特別清算も含む）もしくは私的整理の手続に入ったとき
 - (4) 資本減少、事業の廃止、休止、変更、または事業の全部もしくは重要な一部の譲渡の決議をしたとき
 - (5) 手形または小切手を不渡としたとき、その他支払停止状態に至ったとき
 - (6) 監督官庁から行政指導、営業停止または営業免許もしくは営業登録の取消の処分を受けたとき
 - (7) 主要な株主または経営陣の変更がなされ、相手方が本契約を継続することを不適当と判断したとき
 - (8) 当事者、当事者の特別利害関係者（役員、その配偶者および二親等内の血族、これらの者により議決権の過半数が所有されている会社ならびに関係会社およびその役員をいう。以下同じ）、当事者の重要な使用人、主要な株主もしくは取引先等が反社会的勢力（暴力団、暴力団員、暴力団準構成員、暴力団関係企業、総会屋、社会運動標榜ゴロ、政治活動標榜ゴロ、特殊知能暴力集団およびこれらに準じるものをいう。以下同じ）であることが判明したとき、または当事者、その特別利害関係者、その重要な使用人、主要な株主もしくは取引先等と反社会的勢力との関与が明らかになったとき
 - (9) 顧客、広告会社、これらの代理人、代表者もしくは従業員等が法令に違反し（報道の有無を問わない）、顧客が本約款、広告取扱基本規定その他ヤフーの定める約款等および本サービスに関し第三者が定める約款等の効力を争い（訴訟を含むがこれに限らない）、または広告の掲載を継続することが広告会社もしくはヤフーの利益、信用を阻害するおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - (10) 顧客、広告会社、これらの代理人、代表者もしくは従業員等がヤフーもしくは広告業界の信用を大きく傷つけたとき、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき
 - (11) 広告もしくはそこからリンクした Web ページの記載内容の全部もしくは一部が各種法令に違反し、もしくはそのおそれがあるとき、またはヤフーの定める広告掲載基準（掲載ガイドラインを含む）に抵触し、もしくは広告の記載内容が不適切であるとヤフーが判断したとき
3. 広告会社またはヤフーが前項各号の一に該当した場合、該当者が相手方に負担するすべての債務は、直ちに期限の利益を喪失するものとする。
 4. 広告会社またはヤフーは、1ヶ月前までの相手方に対する書面による通知をもって本契約を解約することができるものとする。
 5. 本契約が契約期間満了、合意解約、解除等理由の如何を問わず終了した場合、それ以後、広告会社は、第三者に対して本サービスによる広告を取り扱う旨を表示してはならない。
 6. 本契約が終了したまたは解除された場合においても、第4条（本サービスの提供）第2項および第3項、第6条（広告会社の遵守事項）第1項第3号、第3項および第6項、第7条（与信の設定）第5項、第8条（ヤフーの権限）、第9条（商標等の使用）第1項、第10条（責任制限）、第11条（秘密保持）、第12条（本契約の有効期間、契約解除）第2項、第3項、第5項および第6項、第13条（譲渡禁止）、第15条（合意管轄）、第16条（準拠法）、第18条（不可抗力）ならびに第20条（協議）の規定はその効力が存続するものとする。

第13条（譲渡禁止）

広告会社は、ヤフーの書面による事前の承諾なしに、本契約または本個別契約上の地位および本契約または本個別契約によって生じる権利義務の全部または一部を第三者に譲渡し、または担保に供してはならない。

第14条（変更・修正）

ヤフーは、必要と判断した場合には、いつでも本約款を変更することができるものとする。ただし、ヤフーは、本約款の重要な内容を変更する場合には、事前に広告会社に通知するものとする。

第15条（合意管轄）

本契約および本個別契約に関する訴訟については、訴額に応じ東京地方裁判所または東京簡易裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とする。

第16条（準拠法）

本契約および本個別契約の成立、効力、履行および解釈については日本法に準拠する。

第17条（通知）

1. 本契約に基づく一切の通知、請求または承諾は、特に別段の定めがない限り、書面（電子メールを含む）で行われるものとし、広告会社が第2条第1項の申込画面に記入した住所または電子メールアドレスに送付されるものとする。
2. 広告会社は、第2条第1項の申込画面記入の住所、担当部署、担当者氏名、連絡先電話番号または電子メールアドレスを変更した場合には、その旨を直ちにヤフーに連絡するものとする。

第 18 条（不可抗力）

広告会社およびヤフーいずれの当事者も他方当事者に対し、不可抗力による本契約上の義務の不履行または遅滞につき責任を負わないものとする。

第 19 条（その他）

広告会社およびヤフーは、本約款と本サービス利用条件との間で齟齬があった場合には、本約款に定めるところに従うことを確認する。ただし、本約款の定めにかかわらず、ヤフーは、本サービス利用条件に定める広告配信事業者の責任の範囲を超えて責任を負わないものとする。

第 20 条（協議）

本契約に関し生じた疑義については、広告会社およびヤフーが信義に則り誠実に協議して解決する。

以上

2017 年 3 月 10 日制定

2019 年 12 月 12 日改定

2022 年 4 月 1 日改定

2022 年 11 月 1 日改定

Yahoo! JAPANビジネスID利用規約

Yahoo! JAPANビジネスID 利用規約(以下「本規約」といいます)は、ヤフー株式会社(以下「当社」といいます)または当社の提携先の提供事業者向けのサービス(併せて、以下「ビジネスサービス」といいます)を利用する事業者を特定するために当社が付与するYahoo! JAPANビジネスID(以下「BID」といいます)について、事業者が順守すべき事項です。

1. 契約の成立

- (1) 事業者は、BIDの付与を希望する場合、次に定める事項を含む当社所定の手続に従い、BIDの付与を当社に申し込む必要があります。
 - i. 本規約およびBIDの運用手順等について当社が別途規則を定めた場合には当該規則(併せて、以下「本規約等」といいます)をそれぞれ確認したうえで、同意すること
 - ii. 事業者および利用者(第6項第1号に定義します)に関し当社が指定する情報を登録すること
- (2) 前号で定める申込みを受け、当社が事業者に対し、BIDの利用が可能である旨を通知したとき、本規約等に基づく、BIDの利用に関する契約(以下「本契約」といいます)が成立します。

2. 追加手続

事業者が複数の BID を使用して対象業務(第6 項第1 号に定義します)を実施させる場合、事業者は、当社所定のBIDの追加手続に従うものとします。

3. BIDに係る機能制限

事業者は、BIDごとに、当社所定の区分に応じて、当該BIDにて利用できる機能を制限することができます。

4. ビジネスサービスの利用

事業者は、ビジネスサービスを利用する場合、当該ビジネスサービスに関し当社または当社の提携先が定める利用条件(以下「サービス条件」といいます)を順守しなければなりません。

5. 秘密保持義務

- (1) 事業者は、BIDまたはビジネスサービスの利用を通じて知り得た当社の営業秘密(不正競争防止法第2条第6項に定めるもの。以下「秘密情報」といいます)を、本契約の有効期間中および本契約終了後も厳に秘密として保持し、当社の書面による事前の承諾なしに第三者に開示、提供、漏えいし、また本契約の履行ならびにBIDおよびビジネスサービスの利用以外の目的に使用してはなりません。ただし、法令上の強制力を伴う開示請求が公的機関よりなされた場合は、その請求に応じる限りにおいて、当社へのすみやかな通知を行うことを条件として開示することができるものとします。
- (2) 前号の規定にかかわらず、次の各号の一に該当する情報は、秘密情報に当たらないものとします。
 - i. 開示の時点で既に事業者が保有していた情報
 - ii. 秘密情報によらず事業者が独自に生成した情報
 - iii. 開示の時点で公知の情報
 - iv. 開示後に事業者の責に帰すべき事由によらずに公知となった情報

6. 利用者

- (1) 事業者は、BIDを利用して行う業務(ビジネスサービスに関する業務および「決済サービスの利用に関する特約」に定める決済サービスに関する業務を含み、以下「対象業務」といいます)を実施する従業者(事業者が対象業務を第三者に委託する場合には、利用者に当該委託先の従業者を含みます)を、利用者(本規約にて、「利用者」といいます)として、当社所定の方法にて指定しなければなりません。
- (2) 事業者は、対象業務を第三者に委託する場合、当該第三者と対象業務に係る契約を締結し、その他対象業務を実施するために必要な授權を行います。
- (3) 事業者は、利用者に対し、本契約の内容を確知させ、利用者が本契約に違反しないよう、利用者を管理監督しなければなりません。また、利用者が本項第1 号の委託先の従業者である場合、事業者は、当該委託先をして従業者を管理監督させなければなりません。

7. BIDおよび認証方法の管理、連携機能の提供

- (1) 事業者は、ビジネスサービスを提供する当社または当社の提携先から、当該ビジネスサービスの提供を受ける目的に限り、利用者をしてBIDを利用させることができます。
- (2) 事業者は、BIDおよび当該BIDに対応して設定した所定の認証方法(IDとパスワードの組み合わせや本項第4号の連携機能により連携されたYIDによる認証を含みますが、これらに限りません。以下同じ)を厳に秘密として管理し、当該BIDを利用する利用者に対す

る開示・提供を除き、第三者に開示・提供・譲渡してはなりません。

(3) 当社がBIDと所定の認証方法の正しい組合せによるアクセスを受けたとき、当社は、当該BIDの利用者からのアクセスであるとみなします。実際のアクセスが第三者により行われていたとしても、事業者は、当該アクセスにより生じる一切の責任を負うものとします。

(4) 当社は、事業者が付与しているBIDごとに、当該BIDに代えて、当該BIDの利用者が付与を受けているYahoo! JAPAN ID(以下「YID」といいます)を用いてビジネスサービスを利用できる連携機能(以下「連携機能」といいます)を提供します。当社は、ビジネスサービスの全部または一部について、当該ビジネスサービスを利用できる利用者を、連携機能によってビジネスサービスを利用できるように設定されたYIDの付与を受けている者に限ることができるものとします。BIDとYIDとの連携機能を利用する場合、事業者は、当該BIDの利用者を連携する当該YIDの付与を受けている利用者に限るものとし、当該YIDの付与を受けている利用者をして、当該YIDおよび当該YIDに対応して設定した所定の認証方法も、当社が定めるYahoo! JAPAN利用規約に従い、厳に秘密として管理させ、第三者に開示・提供・譲渡させてはなりません。

(5) 当社は、連携機能を利用したYIDと所定の認証方法の正しい組合せによりアクセスを受けた場合、当該YIDの付与を受けている利用者からのアクセスであるとみなします。実際のアクセスが第三者により行われていたとしても(第三者によるBIDと所定の認証方法の正しい組合せによるアクセスと併せて、以下「不正アクセス」といいます)、事業者は、当該アクセスにより生じる一切の責任を負うものとします。

(6) 事業者は、不正アクセスの発生を知った場合、直ちに当社に通知し、当社の損害を最小限にとどめるために必要な措置を自己の費用と責任をもって講じるものとします。また、当社と協議のうえ、不正アクセスの再発防止策を自己の費用と責任をもって講じるものとします。

(7) 連携機能の利用により連携されたYIDについて当社がサービスの全部または一部の利用をお断りしたりYIDを削除したりするといった措置を講じたときは、当該YIDと連携されたBIDおよび当該YIDと関連性を有すると当社が判断したBIDに対しても同様の措置がとられることがあります。YIDまたはBIDに対して当社が講じた措置により事業者のBIDまたはビジネスサービスの利用に支障が生じたとしても、当社の事業者に対する債務不履行責任は、当社の故意または重過失によらない場合には免責されるものとします。

8. 登録情報

(1) 当社は、事業者が当社に登録した情報(第1項または第2項の定めに従い登録した情報を含み、以下「登録情報」といいます)を、当社が定めるプライバシーポリシーに従い取り扱います。また、登録情報は、プライバシーポリシーに定める利用目的のほか、以下の目的に利用します。事業者は、当社による登録情報の利用について、あらかじめ利用者から同意を得るものとします。

- i. BIDの利用者がビジネスサービスを利用中であることを示すために、利用者の氏名、メールアドレス、利用者が所属する事業者名等の情報を表示する場合
- ii. 事業者内でのBIDの付与状況を管理するために、BIDの利用者の登録情報を、当該利用者が所属する事業者の他のBIDの利用者に対して表示する場合
- iii. 当社が当社以外の者の提供する事業者向けのサービスに関する最適な広告やご案内を配信したり提供したりするために、登録情報を利用する場合

(2) 登録情報に変更が生じた場合、事業者は、当社所定の方法により、変更内容をすみやかに当社に届け出なければなりません。登録情報の誤り、登録情報の変更の遅延などに起因して、ビジネスサービスを利用できないなど事業者に不利益が生じたり、事業者と利用者または第三者との間にトラブルが生じたとしても、当社は一切の責任を負わず、事業者が自己の費用と責任をもって対応するものとします。

9. 監査

(1) 当社は、事業者による本契約の履行状況の確認を目的として、事業者(委託先を含みます)の事業所の監査(システム監査を含みます)を、当該事業者の営業時間内に限り、行うことができます。

(2) 当社は、前号で定める監査を、当社に対し秘密保持義務を負う第三者に委託することができます。

10. 利用の制限等

(1) 当社は、以下の場合、何らの事前の通知または催告なしに、本契約を解除することができます。

- i. 事業者が、軽微な違反か否かにかかわらず本契約に違反した場合
- ii. 事業者の財産または信用状態の悪化等により、差押え、仮差押え、仮処分、強制執行もしくは競売の申立てがなされ、または租税公課を滞納し督促を受けた場合
- iii. 事業者が監督官庁から営業停止または営業免許もしくは営業登録の取消の処分を受けた場合
- iv. 事業者について破産手続開始、民事再生手続開始、会社更生手続開始、特別清算開始その他法的倒産手続開始の申立てがあったとき、または解散(法令に基づく解散も含む)、清算もしくは私的整理の手続に入った場合
- v. 事業者が資本減少、事業の廃止、休止または事業の全部もしくは重要な一部の譲渡の決議をした場合
- vi. 事業者が手形もしくは小切手を不渡とし、その他支払不能または支払停止となった場合
- vii. 事業者の主要な株主または経営陣の変更がなされ、当社によって本契約を継続することを不適当と判断された場合
- viii. 事業者が法令に違反した場合
- ix. 事業者によるビジネスサービスの利用がすべて終了した場合(理由のいかんを問わず、当該ビジネスサービスに係る契約の解除による終了も含みます)
- x. 事業者または事業者の特別利害関係者(役員、その配偶者および二親等内の血族、これらの者により議決権の過半数が所有されている会社ならびに関係会社およびその役員をいいます)、重要な使用人、主要な株主もしくは主要な取引先が、反社会的勢力(暴力団、暴力団員、暴力団準構成員、暴力団関係企業、総会屋、社会運動標榜ゴロ、政治活動標榜ゴロ、特殊知能暴力集団およびこれらに準じるものをいいます。以下同じ)であることまたは反社会的勢力と関与したことが判明した場合
- xi. 当社が提供するサービス(BIDの付与およびビジネスサービスの提供を含みますが、これらに限りませんが)に関し、事業者または事業者の関係者に対する利用停止、解除、ID削除等の措置を当社が過去に講じたことがある場合
- xii. 登録情報の全部または一部に虚偽の事実があることが判明した場合
- xiii. 不正アクセスが判明した場合
- xiv. その他前各号に類する事由があると当社が判断した場合

(2) 当社は、以下の場合、事業者によるBIDの利用を停止することができます。

- i. 事業者によるビジネスサービスの利用が一定期間ない場合
- ii. 当社が事業者に対し、BIDの利用停止を2週間前に通知した場合
- iii. ビジネスサービスを利用するためのシステムなど、当社のシステムについて緊急に保守が必要な場合
- iv. 前号に該当するおそれがあることが判明した場合

(3) 当社は、前各号に基づく解除または停止に伴い事業者が生じる損害については何らの責任も負いません。

11. 事業者による解除

事業者は、当社所定の方法により、本契約を解除することができます。この場合、BIDの利用を必要とするビジネスサービスを利用することはできなくなります。

12. 本規約等の変更

当社は、本規約等を民法第548条の4第1項の規定に基づき事業者との合意なく変更することができるものとし、その場合においては、本規約を変更する旨および変更後の本規約の内容ならびにその効力発生時期をインターネットの利用その他の適切な方法により周知するものとします。

13. 適用関係

本規約等に定めのない事項について、事業者は、サービス条件に従わなければなりません。本規約等の定めと、サービス条件が競合する場合、サービス条件により、明示的に本規約等の定めを変更する場合を除き、本規約等の定めが優先します。

14. 免責事項等

- (1) 当社の債務不履行責任は、当社の故意または重過失によらない場合には免責されるものとします。
- (2) サービス条件等に別段の定めのある場合を除き、当社は、当社の提携先が提供するビジネスサービスについて、一切の責任を負わないものとします。当該ビジネスサービスを提供する当社の提携先が、各ビジネスサービスの提供主体かつ契約主体として、ビジネスサービスに関する責任を負います。
- (3) 事業者と当社の提携先との間に紛争が生じた場合、事業者は、自己の費用と責任において当該提携先との間で解決するものとします。当社は、サービス条件等に別段の定めのある場合を除き、係る紛争に起因して生じた事業者の損害につき、一切の責任を負いません。

15. 通知または連絡

事業者から当社への通知または連絡は、当社が別途指定する方法に従わなければなりません。

16. 権利義務などの譲渡の禁止

事業者は、当社所定の方法による事前の承諾のない限り、本契約上の地位および本契約によって生じる権利義務の全部または一部を第三者に譲渡することはできません。

17. 準拠法、裁判管轄

本契約の成立、効力、履行および解釈については、適用される抵触法の規定にかかわらず、専ら日本法に準拠します。また、本契約に関する当社と事業者との間の訴訟については訴額に応じ東京地方裁判所または東京簡易裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とします。

18. 本規約等の適用制限

本規約等の規定が本契約に適用される関連法令に反するとされる場合、当該規定は、その限りにおいて、本契約には適用されないものとします。ただし、この場合でも、本規約等のほかの規定の効力には影響しないものとします。

決済サービスの利用に関する特約

決済サービスの利用に関する特約(以下「本特約」といいます)は、本規約の特約として、本特約第1項に定める決済サービスの利用に関する諸条件を定めるものです。本特約は、決済サービスを利用するすべての事業者に適用されます。なお、本特約において特に定めがない限り、本特約で使用される語句の定義は、本規約の定めに従うものとします。

1. 決済サービス

(1) 当社は、ビジネスサービスを利用する事業者に対し、次に定める支払サービスおよび受取サービス(併せて、以下「決済サービス」といいます)を提供します。事業者は、ビジネスサービスの利用に係る対価の支払または報酬などの受取に関して、サービス条件において別段の定めがある場合を除き、決済サービスを利用するものとします。

i. 支払サービス

当社または当社の提携先が提供するビジネスサービスを利用する事業者が、銀行振込、当社にあらかじめ登録したクレジットカードに関する情報または当社が提携する代金収納サービス提供会社(以下「代金収納サービス提供会社」といいます)が提供する代金収納サービス(以下「代金収納サービス」といいます)を用いて、当該ビジネスサービスの利用に係る対価を当社または当社の提携先に対して支払うことができるサービス

ii. 受取サービス

当社または当社の提携先から事業者に対する支払に関し、当社または当社の提携先が、あらかじめ当社に登録している事業者の銀行口座へ振り込むことにより、事業者が金銭を受け取ることができるサービス

(2) 支払サービスにおいて事業者が利用できる支払方法は、次の各号に定める方法のうち、当社が認める方法とします。

- i. 銀行振込による方法
- ii. クレジットカードを用いる方法
- iii. 代金収納サービスを用いる方法

(3) 前号のうち、事業者が代金収納サービスを用いる支払方法を希望する場合、事業者は、当社が指定する代金収納サービス提供会社と支払委託契約(契約の名称のいかんは問いません)を締結することとします。

(4) 当社は、必要と認める場合、決済サービスの利用に制限を設ける場合があります。

2. 決済情報の登録

(1) 事業者が支払サービスを利用するには、次に定める情報(以下「支払情報」といいます)を、当社または代金収納サービス提供会社所定の方法により、当社または代金収納サービス提供会社に登録する必要があります。なお、銀行振込による支払方法を希望する場合、支払情報を登録する必要はありません。

i. クレジットカードを用いる支払方法を希望する場合、次に定める利用者名義のクレジットカードに関する情報を当社に登録する必要があります。

- (a) クレジットカード番号
- (b) クレジットカード有効期限
- (c) クレジットカード名義人氏名
- (d) その他当社が指定する情報

ii. 代金収納サービスを用いる支払方法を希望する場合、代金収納サービス提供会社が指定する情報を当該代金収納サービス提供会社に登録する必要があります。

(2) 受取サービスを利用するには、次に定める金融機関の口座に関する情報(以下「受取情報」といいます)を当社に登録する必要があります。

- (a) 金融機関名
- (b) 支店名
- (c) 口座識別名
- (d) 口座番号
- (e) 口座名義人氏名(カナ)

(3) 支払情報または受取情報(併せて、以下「決済情報」といいます)の登録情報に変更が生じた場合、事業者は直ちに当社または代金収納サービス提供会社所定の方法により変更手続をとる必要があります。登録情報の誤り、登録情報の変更の遅延などに起因して、決済サービスを利用できないなど事業者に不利益が生じたり、事業者と利用者または第三者との間にトラブルが生じたとしても、当社は一切の責任を負わず、事業者が自己の費用と責任をもって対応するものとします。

3. 決済情報等の取り扱い

(1) 当社は、事業者が当社に登録した決済情報を、一般財団法人日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)が認定するISMS 適合性評価制度に準拠して整備した水準に従い取り扱います。また、当社は、当該決済情報のうち個人情報を取り扱う場合は、当社が定めるプライバシーポリシー、個人情報の保護に関する法律および関係官庁のガイドラインに従い取り扱います。

(2) 事業者が決済サービスを利用する場合、当社は、登録された決済情報および登録情報の全部または一部を決済および審査等の目的でクレジットカード会社または代金収納サービス提供会社等に対して開示または提供できるものとします。

4. 利用料

決済サービスの利用について、料金はかかりません。ただし、事業者が支払方法として銀行振込による方法を選択した場合および代金収納サービスを用いる方法を選択した場合、事業者は、銀行または代金収納サービス提供会社所定の手数料を負担する必要があります。

5. 収納の代行および支払の代行

(1) 事業者が、当社の提携先が提供するビジネスサービスの利用に係る対価を決済サービスを利用して支払う場合、当社は、当社の提携先との契約に基づき、弁済を受領する権限の付与を受け、事業者から当該対価の収納を代行します。事業者は、当社に対して当該対価の支払を完了することによりビジネスサービスの利用に係る対価の弁済を完了したものとします。

(2) 当社の提携先から事業者に対して支払われるべき報酬その他の金銭がある場合、当社は、当該提携先との契約に基づきその支払を代行します。

(3) 当社は、前二号の収納または支払の代行業務につき、秘密保持契約を締結した特定の業者に再委託できるものとします。

6. 請求および支払

(1) ビジネスサービスの利用に係る対価ならびに請求金額および請求金額の確定日は、サービス条件等の定めに従うものとします。

(2) 事業者は、ビジネスサービスごとに当社が認める支払方法から、事業者が選択した支払方法により前号に定める請求金額を支払うものとします。

(3) 事業者が、銀行振込による方法を選択した場合、事業者は、請求金額の確定日の属する月の翌月末日までに請求金額を当社所定の銀行口座に振り込み支払うものとします。ただし、当社が別途期日を指定した場合は、当該期日までに支払うものとします。

(4) 事業者が、クレジットカードを用いる支払方法を選択した場合、事業者は、各クレジットカード会社の定めに従い支払うものとします。

- (5) 事業者が、支払方法として、代金収納サービスを用いる支払方法を選択した場合、事業者は、代金収納サービス提供会社と事業者との契約の定めに従い支払うものとします。
- (6) 事業者が当社に支払うべき請求金額の支払を遅滞した場合、事業者は、当社に対し、遅滞金額に加え支払が済むまで、当該金額に年率14.6%(年365日の日割り計算)を乗じた遅延損害金を支払うものとします。
- (7) 前各号にかかわらず、サービス条件等に別段の定めがある場合は、当該定めに従うものとします。

7. 請求書および領収書等の発行

当社は、原則として、事業者に対して、請求書および領収書等は発行しません。ただし、銀行振込による支払方法の場合は、振込先口座を明記した請求書を発行します。

8. サービスの利用停止

- (1) 事業者に支払の遅滞が生じている場合、当社は、当該事業者事前に通知することなく、直ちに提供中のすべてのビジネスサービスおよびBIDの利用を停止できるものとします。
- (2) 事業者が登録したクレジットカードや事業者が利用する代金収納サービスの利用が停止された場合には、当社はその理由のいかんを問わず、当該事業者事前に通知することなく、直ちに提供中のすべてのビジネスサービスおよびBIDの利用を停止できるものとします。

9. 責任範囲

事業者がBIDの利用資格を失ったためにビジネスサービスの利用に係る対価の支払または金銭の受取を実行できなくなったことに起因して損害が生じた場合、当社は、理由のいかんを問わず、当該事業者に対して、賠償する一切の責任を負わないものとします。

10. 相殺

当社は、事業者から支払を受けるべき金銭債権を有するとき(本契約による債権に限定されません)、その履行期限の到来のいかんにかかわらず、いつでも任意に、何らの意思表示をすることなく、当該金銭債権と事業者の当社に対する金銭債権とを対当額で相殺できるものとします。

11. 債権譲渡

事業者が当社に支払うべきビジネスサービスの利用に係る対価の支払を遅滞した場合、当社はその対価の支払に係る債権を第三者に譲渡する場合があります。この場合、当該債権の譲渡に関し事業者は承諾するものとします。

(2011年9月1日 改定)
(2012年8月16日 改定)
(2014年7月1日 改定)
(2015年1月29日 改定)
(2021年11月1日 改定)



Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準

ヤフー株式会社
2023 年 2 月

目次

第1章 Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準と利用の可否判断	2
1. Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準について	2
2. 利用の可否判断と広告主の責任について	2
第2章 データの授受	3
1. データ授受に関する遵守事項	3
2. 当社へのデータ送信	3
3. 当社から取得する広告関連データ	4
第3章 データの利用	5
1. 慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止	5
2. プライバシー性の高い位置情報を利用したターゲティングの禁止	5
3. 対象ユーザー数が少ないターゲティングの禁止	6
4. 当社の成長阻害やユーザー離脱につながるデータ利用の禁止	6
5. 広告主、広告代理店の不利益につながるデータ利用の禁止	6
6. マーケティング以外を目的としたデータ利用の禁止	6
7. セグメントや行動データ作成時の留意事項	6
8. 未成年者への保護	6
用語集	7
更新履歴	8

第1章 Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準と利用の可否判断

1. Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準について

Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準（以下「本基準」といいます）は、ヤフー株式会社（以下「当社」といいます）が提供する、すべての広告プロダクトおよびマーケティングソリューション（以下「マーケティングサービス」といいます）において、データを利用するときに適用される基準です。当社のマーケティングサービスでデータを利用する広告主は、本基準を遵守する必要があります。広告代理店など広告主以外の第三者が広告主の代わりに当社マーケティングサービスの利用、運用などを行う場合、当該第三者も本基準を遵守する必要があります。

2. 利用の可否判断と広告主の責任について

当社は、本基準に基づいて個別に利用の可否を判断していますが、当社の判断は広告主の責任を軽減するものではありません。利用を申し込む際には、責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。

第2章 データの授受

1. データ授受に関する遵守事項

当社へのデータ送信、提供、または当社データの取得時に授受するデータが、個人データに該当する場合は、個人情報の保護に関する法律に従い対応を行う必要があります。

2. 当社へのデータ送信

広告主が当社へデータを送信する場合、以下を遵守する必要があります。

(1) 送信を禁止するデータ

広告主が、当社マーケティングサービスの提供するツールやアプリケーションの機能を利用し、以下のデータを当社に送信することを禁止します。

1. 広告主（広告主自身が取得しない場合は、データを取得する当該第三者）が、マーケティングに利用することをユーザーに説明していないデータ
2. 当社にデータを取得、利用させる場合、その事実をユーザーに説明していないデータ
3. メールやメッセージの本文など、通信内容に該当するデータ
4. 単体で特定の個人を識別できるデータ
5. 当社マーケティングサービスに利用しないデータ
6. ターゲティングによる利用を禁止しているデータ（第3章参照）
7. その他当社が不適切と判断したデータ

(2) ユーザーへの説明

広告主は、透明性の確保およびユーザーに対する説明責任の観点から、当社にデータを送信する場合、広告主のウェブサイトやアプリケーションなど（以下「対象ウェブサイトなど」といいます）において、プライバシーポリシーや、トップ画面から1～2回の操作で到達できる場所に、取得の事実やオプトアウトなどを以下のように説明する必要があります。

1. ヤフー株式会社をはじめとする第三者が提供する広告配信サービスを利用するため、当該第三者がクッキーなどによってユーザーの対象ウェブサイトなどの訪問・行動履歴情報を取得、利用することがある旨
2. ヤフー株式会社をはじめとする第三者が提供する広告配信サービスのオプトアウト手段により、当該第三者によって対象ウェブサイトなどで収集されたユーザーの訪問・行動履歴情報の広告配信への利用を停止することができる旨

3. 当社から取得する広告関連データ

当社マーケティングサービスの広告関連データを取得する場合、取得したデータは、当該広告の主体者である広告主の効果測定、その他当社が認めた目的以外に利用することができません。また、第三者のサービスを利用して取得する場合、原則として、当社が認定しているパートナーのサービス以外を利用することはできません。

第3章 データの利用

1. 慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止
データを利用するにあたり、データの主体者であるユーザーへの配慮は重要です。ユーザーが不快に感じる可能性が高いため、以下のデータをターゲティングに利用することを禁止します。

(1) アイデンティティ、信条

- ・性的指向
- ・トランスジェンダー
- ・宗教、信条
- ・人種、民族、門地
- ・労働組合への加入、労働運動への参加

(2) 個人の苦難、苦しみ、悩み

- ・経済的貧困、困窮
- ・犯罪歴、犯罪被害
- ・健康状態、検査結果（病気、障がい、治療、関連サービス）
- ・災害被害

(3) 知られたくない私生活

- ・人間関係
- ・性生活、性的嗜好

(4) 法的、文化的に守るべきとされる事柄

- ・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の制限

(5) その他当社が禁止する事柄

2. プライバシー性の高い位置情報を利用したターゲティングの禁止

位置情報はデータの中でもプライバシー保護の必要性が高いデータです。データ元であるユーザーのプライバシーに関するリスクを伴うため、以下のデータをターゲティングに利用することを禁止します。

(1) 慎重に扱うべき個人に関するデータ（第3章第1節参照）を推知しうる場所

(2) 自宅及び勤務先の住所（郵便番号より狭域となるデータ）

(3) 個人と遭遇できる可能性が高い場所

3. 対象ユーザー数が少ないターゲティングの禁止

個人の特定性が高まることによって、ユーザーが不快に感じる可能性があるため、対象ユーザー数の少ないターゲティングを禁止します。

4. 当社の成長阻害やユーザー離脱につながるデータ利用の禁止

当社サービスの同業に該当する広告主が、当社のページ閲覧履歴や流出 URL などのデータを利用し、当社サービスの利用者をターゲティング対象としてマーケティングを行うなどの行為は、当社の成長阻害やユーザー離脱につながるため禁止します。

5. 広告主、広告代理店の不利益につながるデータ利用の禁止

広告主が、許諾なく当該広告主以外のデータ（広告配信のために当社に送られたデータ、広告配信結果データなど）を利用するなどの行為は、他の広告主および広告代理店の不利益につながるため禁止します。

6. マーケティング以外を目的としたデータ利用の禁止

広告主のマーケティングを目的としない（当社および当社サービスの分析を行うなど）データの利用を禁止します。

7. セグメントや行動データ作成時の留意事項

セグメントや行動データ作成においては、作成するセグメント名で、セグメント条件や利用するデータがわかるようにしてください。

8. 未成年者への保護

未成年者に対する保護対応として、以下を禁止します。

(1) 13 歳未満のユーザーデータの利用

子どもの保護を強化する観点から、13 歳未満の子どものデータ、および 13 歳未満と推定されるデータの利用を禁止します。

(2) 18 歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティング

未成年者は、知識や経験が少ないことから、情報に対する理解力や判断力が十分に備わっていない場合があります。また一方で情報への興味関心が高く、影響を受けやすいとされています。それらの特性を考慮し、安全な広告配信となるよう、上記ターゲティングを禁止します。

用語集

本基準内で使用している一部の用語について、以下のとおり定義します

用語	定義
ユーザー	広告主や当社のサービス・商品の利用者
ターゲティング	広告の表示対象として、一定の条件によってユーザーグループを作成し配信すること
セグメント	ターゲティングされるユーザーグループのリスト
当社サービス	ヤフーの全サービス（メディア、イーコマース、決済、マーケティングなど）

更新履歴

日付	内容
2014 年 9 月 4 日	新規作成
2015 年 6 月 24 日	第 4 章追加
2017 年 4 月 10 日	構成変更
2018 年 8 月 31 日	基準名称変更
2018 年 9 月 20 日	第 1、2、3 章変更、第 5、6 章追加
2019 年 11 月 6 日	第 2、5、6 章変更、第 7 章追加
2021 年 10 月 1 日	構成変更、基準名称変更、第 2、3 章変更
2023 年 2 月 27 日	第 1、2、3 章変更、第 3 章 8 節追加

発行 ヤフー株式会社



Yahoo!広告API 利用約款

「Yahoo!広告API 利用約款」（以下「本約款」という）は、ヤフー株式会社（以下「ヤフー」という）と本約款の定めに基づき第1条第1号に定義する本件APIを利用する者（以下「利用者」という）との間で適用される。

第1条（定義等）

本約款に定める語句の定義は以下のとおりとする。

- 「本件API」とは、Yahoo!広告の掲載申込、広告出稿・運用およびアカウント管理等を行うために広告システム（本条第3号に定義）にアクセスする機能を提供するアプリケーション・プログラム・インターフェース（API）（そのバージョンアップ版を含む）をいう。
- 「本件アプリケーション」とは、利用者が本件APIを利用して自己の費用および責任で開発・作成する、Yahoo!広告を出稿、管理または運用するためのアプリケーション（ウェブアプリケーションを含む）をいう。
- 「広告システム」とは、ヤフーがYahoo!広告を提供するために用いる、広告管理・配信等の機能を有するシステムおよび利用者から提供を受けた広告素材データに基づく、Yahoo!広告に掲載する広告内容（画像、タイトル・URL・説明文等）のテンプレート作成、キーワードおよび広告内容の生成ならびにYahoo!広告のアカウントへの当該テンプレートならびにキーワードおよび広告内容を反映する機能を有するシステムの総称をいう。
- 「クライアントID等」とは、利用者が本件APIを通じて広告システムにアクセスするために、利用者に対してヤフーが発行する本件APIの認証情報である、クライアントID およびクライアントシークレットをいう。
- 「代理店」とは、ヤフーとYahoo!広告の取扱に関する契約（「代理店契約」「オンライン代理店契約」など、その名称を問わず、以下総称して「代理店契約等」という）を締結したYahoo!広告の取扱代理店をいう。
- 「広告主」とは、Yahoo!広告の掲載に関する契約（以下「広告掲載契約」という）をヤフーとの間で締結したヤフーの顧客をいう。
- 「本件アプリケーション提供先」とは、利用者から本件アプリケーションを提供される広告主または代理店をいう。
- 「広告素材データ」とは、利用者の商品情報、キーワード、画像または広告タイトル・説明文等、広告の出稿、管理または運用に利用される各種情報をいう。
- 「Yahoo! JAPANビジネスID」とは、ヤフーまたはヤフーの提携先の提供する事業者向けのサービスを利用する事業者を特定するためにヤフーが付与するIDをいう。

第2条（契約の成立）

- 利用者が、本約款に同意の上、所定の申込画面より本件APIの利用を申し込み、ヤフーがこれを承諾する場合、申込者に対し承諾の意思表示（メールを含む）をすることにより、当該承諾日をもって、利用者とヤフー間において本件APIの利用に関する契約（以下「本契約」という）が成立する。
- 利用者は、前項の申込画面により本件APIの利用を申し込む者が、利用者として本契約を締結する権限を有することをヤフーに保証するものとする。

第3条（本件APIの利用）

- ヤフーは、本契約の成立後、利用者に対して、本件APIのクライアントID等その他本件APIを利用するために必要な情報を、通知（ヤフーのウェブサイト上での通知を含む。以下本条において同じ）する。
- 利用者は、本件アプリケーションを開発・作成し、本件アプリケーション提供先に対してこれを提供する場合に限り、これに必要な範囲で、ヤフーが別途定める仕様に従って本件APIを利用することができる。利用者は、営利目的または金銭的利得等の有無を問わず、ヤフーの事前の明示的な書面による許諾を得ることなく、本件APIまたはそのライセンスを第三者に販売・頒布または利用許諾してはならない。
- 利用者は、本件アプリケーション提供先に対してYahoo!広告を出稿、管理または運用させる目的に限り、本件アプリケーションを利用させる。
- 利用者は、ヤフーが通知したクライアントID等をもって、前項の目的に限り、本件アプリケーションによって広告システムにアクセスし、広告システムの機能を利用することができる。
- 利用者は、ヤフーが設定した広告システムの機能のみを利用ことができ、当該機能以外の機能の追加・変更をヤフーに対して要求することはできないことを承諾する。

第4条（対価）

1. 本件APIの利用の対価は、無償とする。
2. 利用者は、本件APIを通じて広告システムにアクセスするために必要となる費用（通信費や利用環境の調達にかかる費用を含む）その他一切の費用を負担する。

第5条（本件アプリケーションの開発）

1. 利用者は、第3条第3項に定める目的以外で、本件APIを利用したアプリケーション等を開発・作成してはならない。
2. 利用者は、自己の責任の下、第18条に定める秘密保持義務と同等の契約を締結した上で、本件アプリケーションの開発を第三者に委託することができる。この場合、利用者は当該開発委託先の社名等をヤフーに対し通知するものとし、また、ヤフーが求めたときは、当該開発委託先との秘密保持に関する契約書をヤフーに対して開示するものとする。
3. 前項の場合において、第三者に委託して開発された本件アプリケーションの権利を当該開発委託先との間で共有した場合といえども、本件APIを当該開発委託先に再利用させてはならない。
4. ヤフーが本件アプリケーションや本件アプリケーションを利用した広告管理による効果に関する資料の提出や情報（利用者自身に関する情報を含む）の提供を利用者に指示した場合、利用者はその指示に従うものとする。

第6条（権利関係）

1. 本件APIに関する一切の権利は、ヤフーが保有する。また、利用者が開発した本件アプリケーションの権利は、利用者に帰属する。
2. ヤフーおよび利用者は、本契約を締結することによって、ヤフーに帰属またはヤフーが許諾を得ている知的財産権に関する権利および本件APIを、利用者に譲渡するものではないことを確認する。

第7条（クライアントID等）

1. 利用者は、クライアントID等を、第三者に開示、漏洩または提供してはならない。ただし、利用者は、ヤフーの事前の承諾を得ることにより、本件アプリケーション開発の開発委託先に対してクライアントID等を開示することができるものとする。
2. ヤフーの責に帰すべき事由による場合を除き、クライアントID等が不正に利用され、ヤフーまたは第三者が損害を被った場合は、利用者がその責を負うものとする。
3. クライアントID等を漏洩したことが発覚した場合には、利用者はその旨を直ちにヤフーに通知するものとする。

第8条（バージョンアップ）

1. ヤフーが本件APIの新規バージョンをリリースし、または、現在のバージョンに大幅な修正を行う場合（以下総称して「バージョンアップ」という）、ヤフーは、利用者に対し、合理的な期間の猶予をもって、事前にその旨を告知（ヤフーのウェブサイト上での公表を含む）する。
2. 前項の定めにかかわらず、ヤフーが緊急の対応が必要と判断した場合、ヤフーは、利用者に対する事前通知なく、本件APIの提供を停止できるものとし、この場合、ヤフーは利用者に対してその旨を速やかに報告する。
3. 利用者は、バージョンアップ前の本件APIを利用した本件アプリケーションにおいては、バージョンアップ後の本件APIが有する機能の全部または一部を利用することができなくなる場合があることを予め了承する。また、本契約に基づいて本件アプリケーション提供先に使用させる場合は、本件アプリケーション提供先に対してもその旨を予め了承させるものとする。
4. 本件APIのバージョンアップに伴って生じる本件アプリケーションの改良、改変等に要する費用は、利用者の負担とする。

第9条（本件アプリケーションを通じた広告の投稿、運用および管理）

1. 利用者が、本件アプリケーション提供先に対して本件アプリケーションを提供する場合は、利用者は本件アプリケーション提供先に対して以下の事項を確認させるものとする。

- (1) 本件アプリケーション提供先が広告主の場合は、広告の出稿、運用および管理についてはヤフーとの広告掲載契約が適用されること
- (2) 本件アプリケーション提供先が代理店の場合は、広告の出稿、運用および管理については代理店契約等が適用されること

第10条（利用上の制約）

ヤフーは、利用者による本件APIの利用を制約（広告システムへのアクセス回数やコマンド入力上限など）することができるものとし、当該制約条件は別途利用者に指示する。

第11条（遵守事項）

1. 利用者は本件APIを利用するにあたり、以下の行為を行ってはならない。
 - (1) Yahoo!広告を出稿、管理または運用する目的以外の目的で本件APIを利用し、または本件アプリケーションを提供すること。
 - (2) 本件APIについて逆アセンブル等のリバースエンジニアリングをしたり、その他の方法でソースコードを解読したりすること。
 - (3) 利用者が複数の本件APIのクライアントID等を有している場合に、利用者が自ら指定し、かつヤフーが承認したYahoo! JAPANビジネスID以外のビジネスIDにより本件APIを利用しまたは本件アプリケーションを利用すること。
 - (4) その他、本約款に反する態様またはヤフー独自の判断により不適当とみなした態様で本件APIを利用すること。
2. 利用者は、本件アプリケーションを使用して広告システムにアクセスし、または本契約に基づき本件アプリケーション提供先に本件アプリケーションを使用して広告システムにアクセスさせるにあたり、以下の事項を遵守し、または本件アプリケーション提供先に遵守させるものとする。
 - (1) 発生したセッションを都度ログアウトさせること。
 - (2) 前条に定める本件APIの利用制約条件に反して広告システムにアクセスしないこと。
 - (3) 本件アプリケーション以外から、広告システムにアクセスし、または第三者にアクセスさせないこと。
 - (4) 広告システムより取得する本件アプリケーション提供先のデータおよびそれらの広告に関するデータ（キーワードまたは広告内容等、当該データを加工したものを含む）をYahoo!広告を出稿、管理または運用する目的以外の目的で利用し、または第三者に開示、提供、利用許諾、譲渡その他利用させないこと。
3. 利用者は、本件アプリケーションを自ら使用し、または本契約に基づいて本件アプリケーション提供先に使用させるにあたり、以下の事項を遵守するものとする。
 - (1) ヤフーが指示した場合は、本件アプリケーションの使用を直ちに中止し、また、本件アプリケーション提供先に対しても本件アプリケーションの使用を中止させること。
 - (2) ヤフーが本件アプリケーションの特定の仕様、機能等に関して改修を指示した場合は、利用者の責任と費用において当該本件アプリケーションの特定の仕様、機能等を改修すること。
 - (3) 本件アプリケーション提供先に本件アプリケーションを使用させる場合は、自らの費用と責任において使用させること。
4. 前各項のほか、利用者は、本件APIの利用および実装等に関してヤフーが別途定めるガイドラインを遵守し、また、本件アプリケーション提供先に対して遵守させるものとする。
5. 利用者は、サイトリターゲティング用の本件APIを利用する場合には、以下の事項を遵守し、または本件アプリケーション提供先に遵守させるものとする。
 - (1) ヤフー所定のウェブサイトの記載[<https://support-marketing.yahoo.co.jp/promotionalads/ydn/articledetail?lan=ja&aid=1411>] にしたがって、適切な記載をすること。
 - (2) ヤフーが所定のウェブサイト[<https://support-marketing.yahoo.co.jp/promotionalads/ss/articledeail?lan=ja&aid=23651>] にて定める個人に関する情報を、ヤフーに対して送信しないこと。

第12条（利用者による保証）

1. 利用者は、本件アプリケーションが以下のすべてに該当することをヤフーに保証するものとする。
 - (1) 第三者の著作権、特許権、商標権を含む、一切の知的財産権、パブリシティ権、プライバシー権、所有権、その他一切の権利を侵害しないこと
 - (2) 虚偽の内容、第三者を混同させる内容、紛らわしい内容、公序良俗に反する内容、その他第三者の名誉を毀損したり、中傷、脅迫する内容を含まないこと
 - (3) 前各号のほか、一切の法令に違反していないこと
2. 利用者は、本件アプリケーションに起因して本件アプリケーション提供先を含む第三者との間において紛争が生じたときは、当該紛争がヤフーの責に帰すべき事由に起因する場合を除き、本契約期間中はもとより本契約終了後に発生したものであっても、自己の責任と費用でこれを解決するものとし、ヤフーが損害を被った場合は、これを賠償する。
3. 利用者は、本件アプリケーションの使用にあたり、広告素材データの提供が必要となる場合は、自らの責任において広告素材データを収集、分類した上でヤフーに提供するものとし、または本件アプリケーション提供先に提供させるものとし、またヤフーが広告システムの機能の提供のために当該広告素材データを使用することを承諾し、または本件アプリケーション提供先に承諾させるものとする。

第13条（無保証）

1. 本件APIおよび本件APIを通じて提供される広告システムの機能は、ヤフーがその提供時において保有する状態で提供するものであり、利用者は、ヤフーが本件APIまたは本件APIを通じて提供される広告システムの機能のエラーやバグ、論理的誤り、不具合、中断その他の瑕疵がないこと、利用者が予定している目的への適合性、有用性（有益性）、信頼性、正確性、完全性、継続性、セキュリティ、権限、非侵害性、広告審査において掲載拒否されないことについて一切保証せず、本件APIの修正または改良義務を負わないことを承諾する。
2. 利用者は、ヤフーが本件APIおよび本件アプリケーションに関して行ったコメント、ノウハウ、助言（ヤフーのウェブサイト上での掲載、その他方法の如何を問わない）についても、前項に定める事項を保証しないことを承諾する。

第14条（責任の制限）

1. ヤフーは、ヤフーの故意または重過失による場合を除き、本件APIの利用または利用不能、その他本契約に関連して利用者または本件アプリケーション提供先に生じた一切の損害について一切責任を負わないものとする。
2. ヤフーは、利用者に対して、特別な事情により生じた損害、逸失利益、利用者において代替のAPI等を取得するために要した費用、データの喪失に伴う損害については、一切責任を負わないものとする（事前に当該損害が発生するおそれがある旨利用者から通知されていた場合でも同様とする）。

第15条（不可抗力免責）

天災地変、戦争、内乱、暴動、停電、通信設備の事故、通信事業者の役務提供の停止または緊急メンテナンスの実施、内外法令の制定・改廃、公権力による命令・処分・指導その他ヤフーの責に帰することのできない事由により本契約の全部または一部を履行できなかった場合、ヤフーはその履行できなかった範囲で責任を負わず、本契約上の義務を免除される。

第16条（商標等の利用の禁止）

利用者は、事前にヤフーの承諾を得ない限り、ヤフーの会社名、商標、ロゴ、サービスマーク等を本件アプリケーションにおいて利用してはならない。

第17条（権利義務等の譲渡禁止）

利用者は、ヤフーの書面による事前の承諾のない限り、本契約上の地位および本契約によって生じる権利義務の全部または一部を第三者に譲渡し、または担保に供してはならない。

第18条（秘密保持）

1. 利用者およびヤフーは、本契約の履行を通じて知り得た相手方の技術上または営業上の情報で事業活動に有用なもの（相手方が秘密である旨を示したものに限り、以下「秘密情報」という）を、本契約の有効期間中および本契約終了後3年間、相手方の書面による事前の承諾のない限り、第三者に開示、提供、漏洩し、また本契約の目的外に利用してはならない。ただし、法令に基づく開示義務に従って公的機関からの開示の請求に応じる場合は、相手方にその旨を通知した上で、当該情報を開示することができる。また、ヤフーが開示する本件APIに関する情報は、公表されていないもの（開示の方式を問わない）は、ヤフーの秘密情報とする。ただし、以下に掲げる情報は秘密情報に含まない。
 - (1) 開示の時点で既に被開示者が保有していた情報
 - (2) 開示の時点で公知の情報
 - (3) 開示後に被開示者の責に帰すべき事由によらずに公知となった情報
 - (4) 相手方から開示された情報によらず、被開示者が独自に開発した情報
2. 利用者およびヤフーは、相手方から開示を受けた秘密情報を、本契約の目的遂行に必要な範囲に限り、役員および従業員に開示することができるほか、弁護士または税理士などの職務上守秘義務を負う第三者に対して開示することができる。ただし、第三者に情報を開示する当事者は、当該第三者に本契約と同等の秘密保持義務を遵守させなければならない。また当該第三者による秘密情報の取扱について一切の責任を負う。
3. 第1項の定めにかかわらず、利用者は、本契約締結の事実および本契約の内容を、本件アプリケーション提供先に開示することができるものとする。ただし、利用者は、本件アプリケーション提供先に本契約と同等の秘密保持義務を遵守させなければならない。また当該本件アプリケーション提供先による秘密情報の取扱について一切の責任を負う。

4. 利用者が、本契約締結の事実、本契約の内容、本契約の目的を遂行している事実またはその結果を公表する場合、内容、時期および方法についてヤフーの書面による事前の同意を得なければならない。
5. 利用者は、ヤフーが自らの裁量で、前項の事実および結果を公表する場合があることを承諾するものとする。

第19条（本契約の終了）

1. 利用者およびヤフーは、本契約の終了期限を定めないものとし、1ヶ月前までの相手方への通知をもって、本契約を終了することができるものとする。
2. 本契約の終了時に未履行の債務がある場合には、当該債務の履行が完了するまで、なお本契約の各条項が適用される。

第20条（本契約の解除）

1. ヤフーは、利用者が以下の各号の一に該当する場合、何らの通知、催告なしに直ちに本契約の全部または一部につき、何ら責任を負うことなく、その債務の履行を停止し、または解除することができる。
 - (1) 第5条第4項の定めに基づき利用者が提出する本件アプリケーションに関する資料または情報から、利用者が当該本件アプリケーションの使用または提供を継続することが不適当とヤフーが判断したとき。
 - (2) 第9条および第11条の定めに従反したとき。
 - (3) 本件APIを介して行う広告システムへのアクセスが6ヶ月間一度もないとき。
 - (4) 本件APIの利用頻度が著しく低いとヤフーが判断したとき。
 - (5) 前各号のほか、本契約に違反し、またはヤフーに対する債務の全部もしくは一部を履行せず、相手方が相当の期間を定めて催告したにもかかわらず当該期間内に是正または履行しないとき。
 - (6) ヤフーまたはヤフーの運営するウェブサイトの名声、信用、評判を害する行為があり、是正措置要求の日から2週間を経過しても解決しないとき。
 - (7) 財産または信用状態の悪化等により、差押え、仮差押え、仮処分、強制執行もしくは競売の申立てがあったとき、または租税公課を滞納し督促を受けたとき。
 - (8) 破産、民事再生手続開始、会社更生手続開始、特別清算開始その他法的倒産手続開始の申立てがあったとき、または清算手続もしくは任意整理に入ったとき。
 - (9) 資本減少、事業の廃止、休止、変更、全部もしくは重要な一部の譲渡の決議をしたとき、または解散（法令に基づく解散も含む）したとき。
 - (10) 支払停止もしくは支払不能の状態に陥ったとき、または不渡り処分を受けたとき。
 - (11) 関係官庁から営業停止処分または営業許可もしくは営業免許等の取消処分を受けたとき。
 - (12) 主要な株主または経営陣の変更がなされ、ヤフーが本契約を継続することを不適当と判断したとき。
 - (13) 利用者の代表者もしくは従業員等が法令に違反し（報道の有無を問わない）、本契約を継続することがヤフーの利益、信用を阻害するおそれがあるとヤフーが判断したとき。
 - (14) 利用者の代表者もしくは従業員等がヤフーもしくは広告業界の信用を大きく傷つけたとき、またはそのおそれがあるとヤフーが判断したとき。
2. 利用者が前項各号の一に該当する場合、利用者は、ヤフーに対するすべての債務（本契約による債務に限定されない）について、当然に期限の利益を失い、直ちに債務全額を現金にてヤフーに支払わなければならない。
3. 本条に基づく契約の解除は、ヤフーの利用者に対する損害賠償の請求を妨げない。

第21条（反社会的勢力の排除）

1. ヤフーは、利用者の以下に該当する者が反社会的勢力（暴力団、暴力団員、暴力団準構成員、暴力団関係企業、総会屋、社会運動標榜ゴロ、政治活動標榜ゴロ、特殊知能暴力集団およびこれらに準じるものをいう。以下同じ）であることまたは反社会的勢力と関与したことが判明した場合、何らの事前の通知、催告なしに、直ちに本契約を含む利用者とのすべての契約の全部または一部につき、何らの責任を負うことなく、その債務の履行を停止し、または解除することができる。
 - (1) 利用者
 - (2) 利用者の特別利害関係者（役員、その配偶者および二親等内の血族、これらの者により議決権の過半数が所有されている会社ならびに関係会社およびその役員をいう）
 - (3) 利用者の重要な使用人
 - (4) 利用者の主要な株主または主要な取引先
 - (5) 前各号に掲げる者のほか、利用者の経営を実質的に支配している者
2. 利用者が前項に該当する場合、利用者は、ヤフーに対するすべての債務（本契約による債務に限定されない）について、当然に期限の利益を失い、直ちに債務全額を現金にてヤフーに支払わなければならない。
3. 本条に基づく契約の解除は、ヤフーの利用者に対する損害賠償の請求を妨げない。

第22条（契約の変更・移行）

ヤフーは、本約款を変更日の15日以上前に、ヤフーのウェブサイト上に掲載して利用者へ告知することによって変更することができるものとする。利用者は、当該変更を受諾できない場合には、告知から本約款の変更までの期間中に書面にて通知することにより本契約を解除することができ、利用者が当該解除権を行使しなかった場合には、変更後の約款が本契約の条項に適用されるものとする。

第23条（協議事項）

本契約に定めのない事項および本契約の解釈について疑義を生じた事項については、利用者およびヤフーは、互いに誠意をもって協議の上、解決を図る。

第24条（準拠法）

本契約の成立、効力、履行および解釈については、日本法に準拠する。

第25条（専属的合意管轄）

本契約に関する訴訟については、訴訟に応じて東京地方裁判所または東京簡易裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とする。

2019年10月28日制定
2020年2月20日改定

サービス

サービス一覧

- Yahoo!広告
 - 検索広告
 - ディスプレイ広告（予約型）
 - ディスプレイ広告（運用型）

コマースソリューション

- Yahoo!セールスプロモーション
 - PayPayギフト

データマーケティングソリューション

- Yahoo! JAPAN 第一想起分析
- Yahoo! JAPAN 予測ファネル
- Yahoo! JAPAN コンバージョンリフト調査
- Yahoo! JAPAN 来店計測

Yahoo!タグマネージャー

事例

事例一覧

- 業種から探す
- 目的から探す
- サービスから探す
- 中小ビジネスの事例

ヤフーの強み

- Yahoo! JAPANのメディアカ
- 広告サービス品質向上のための取り組み

パートナー

出稿支援

- セールスパートナー
 - 認定パートナー
 - パートナー 一覧
 - パートナー 申し込み

運用支援

- テクノロジーパートナー
 - 認定パートナー
 - パートナー 一覧
 - パートナー 申し込み

広告掲載メディア

- Yahoo!広告 ネットワークパートナー
 - パートナー 一覧
 - パートナー 申し込み

最新マーケティング情報

最新記事一覧

- お知らせ
- 検索広告
- ディスプレイ広告（予約型）
- ディスプレイ広告（運用型）
- セールスプロモーション
- その他サービス
- データマーケティング
- ガイドライン・広告品質
- パートナー
- テクノロジーアセット

サポート

資料ダウンロード

- お問い合わせ
- ガイドライン・規約

特設ページ

MASS MATRIX

- セレンディビティマーケティング
- 想像以上の成果へ届く。Yahoo!広告
- Yahoo! JAPAN MARKETING DAY 2023
- 自治体のデジタルマーケティングを支援します

その他関連情報

- はじめての方向け Yahoo!広告
- ご利用中の広告主様へ
 - ヘルプ
 - 公式ラーニングポータル
 - Yahoo!広告 キャンパス
- エージェンシーポータル
- Developer Center
- パートナーポータル
- Yahoo! JAPANが配信する広告などへのパーソナルデータの利用

公式SNSアカウント



広告運用サポート情報

日本語

English

広告事業における利益相反・自社優遇行為管理方針

ヤフー株式会社（以下、「当社」）は、「広告事業における利益相反・自社優遇行為管理方針」を制定し、以下の通り公表いたします。

1. 目的

本管理方針は、広告主・広告代理店（以下「広告主等」）の利益を不当に害することがないように、当社における利益相反・自社優遇行為が発生しないよう適切に管理することを目的としております。

2. 利益相反・自社優遇行為の類型

当社広告事業において、管理対象とする利益相反・自社優遇行為の類型は以下の通りです。

- (1) 広告主等から受領したデータ等を、当該広告主等の利益を害するような態様で活用する行為
- (2) 広告主等の広告を、当社が契約する広告掲載パートナーよりも当社が保有するメディアへ優先的に配信する行為

3. 利益相反・自社優遇行為の管理方法の選択

当社は、以下の方法により、前項の利益相反・自社優遇行為を管理します。

- (1) データアクセスの制限ならびに関連する社内規定の制定および社員教育

広告主等の利益を害するような態様のデータ活用がされないよう、データへのアクセス等に制限を設けております。以下の行為については、４(1)に規定するデータ責任者の承認が必要です。

広告主等から受領したデータへのアクセス

特定の広告主等の広告配信実績に関するデータを利用した分析・提案資料の広告主等（当社が広告主となる場合を含む。）への提供

また、広告主等の利益を害するような態様のデータ活用を防止するための行動規範を、社内規定として制定しています。また、その内容を、社員に対して定期的に教育しています。

(2) 広告事業部門とその他の事業部門の分離

広告事業部門（営業部門および広告システムの企画開発部門）とその他の事業部門（メディア事業部門等）を組織上分離しています。

4. 利益相反・自社優遇行為の管理体制の整備

当社は、ガバナンスについて、「３ライン・モデル」（３つの防衛線）という、３線構造の管理体制を整備しております。

第１線は、リスクオーナーとしてリスクを適切に評価した上でコントロールする役割を担います。

第２線は、第１線の活動が適切であるか監視・評価し、第１線の活動に助言をする役割を担います。

第３線は、第１線及び第２線の活動が適切であるか監査し、問題があれば改善に向けた具体的助言を行う役割を担います。

利益相反・自社優遇行為についても、以下のような形でこの「３ライン・モデル」の管理体制を活用し、適切な管理を行っております。

(1) データガバナンス（第１線）

当社では、各事業部門から独立した、データに関するガバナンス部門を設置し、データに関するガバナンス方針や重要な意思決定をCDO（最高データ責任者）が管掌しています。

利益相反・自社優遇行為の管理のうち適切なデータガバナンスを通じてなされるものについては、CDOが統括する責任を負っており、ガバナンス部門およびサービスごとに設置されているデータ責任者を通じて統制管理いたします。

(2) データ活用における公平性担保（第２線）

DPO（データ保護責任者）が、社内の事業部門や経営陣との利害関係がない独立した客観的な立場において、データ活用における公平性を担保するため、助言・監視・評価を行っています。

(3) 内部監査の実施（第３線）

サービス

サービス一覧

Yahoo!広告

- ↳ 検索広告
- ↳ ディスプレイ広告（予約型）
- ↳ ディスプレイ広告（運用型）

コマースソリューション

Yahoo!セールスプロモーション

- ↳ PayPayギフト

データマーケティングソリューション

- ↳ Yahoo! JAPAN 第一想起分析
- ↳ Yahoo! JAPAN 予測ファネル
- ↳ Yahoo! JAPAN コンバージョンリフト調査
- ↳ Yahoo! JAPAN 来店計測

Yahoo!タグマネージャー

Yahoo! ID連携

事例

事例一覧

業種から探す

目的から探す

サービスから探す

中小ビジネスの事例

ヤフーの強み

Yahoo! JAPANのメディアカ

広告サービス品質向上のための取り組み

パートナー

出稿支援

セールスパートナー

- ↳ 認定パートナー
- ↳ パートナー 一覧
- ↳ パートナー 申し込み

運用支援

テクノロジーパートナー

- ↳ 認定パートナー
- ↳ パートナー 一覧
- ↳ パートナー 申し込み

広告掲載メディア

Yahoo!広告 ネットワークパートナー

- ↳ パートナー 一覧
- ↳ パートナー 申し込み

最新マーケティング情報

最新記事一覧

お知らせ

検索広告

ディスプレイ広告（予約型）

ディスプレイ広告（運用型）

セールスプロモーション

その他サービス

データマーケティング

ガイドライン・広告品質

パートナー

テクノロジーアセット

サポート

資料ダウンロード

お問い合わせ

ガイドライン・規約

特設ページ

MASS MATRIX

想像以上の成果へ届く。Yahoo!広告

Yahoo! JAPAN MARKETING DAY 2023

その他関連情報

はじめての方向け Yahoo!広告

ご利用中の広告主様へ

- ↳ ヘルプ
- ↳ 公式ラーニングポータル
- ↳ Yahoo!広告 キャンパス

エージェンシーポータル

Developer Center

パートナーポータル

Yahoo! JAPANが配信する広告などへの パーソナルデータの利用

公式SNSアカウント



広告運用サポート情報

日本語

English

第2章 プライバシーポリシー

当社は、お客様、取引先をはじめとした皆さま（以下本章で「お客様等」といいます）のプライバシーに関連する情報の重要性を認識し、その情報を正確かつ誠実に取り扱うための基本方針（プライバシーポリシー）を以下に定め、厳正に管理いたします。

注：本プライバシーポリシーに基づき、当社がプライバシーに関連する情報を具体的にどのように取り扱うかについては、[Yahoo! JAPANプライバシーセンター](#)をご参照ください。

本プライバシーポリシーは、当社が取り扱う、個人としてのお客様等を直接的または間接的に識別できるすべての情報（以下「パーソナルデータ」といいます）について適用されます。ただし、2022年7月1日付で吸収合併した株式会社カービュの運営していたサービスでのお客様等のプライバシーに関連する情報の取扱いには、本プライバシーポリシーは適用されません。[カービュサービスプライバシーポリシーおよびカービュサービスプライバシーステートメント](#)をご参照ください。

1. パーソナルデータの取得

当社は、以下の場合にパーソナルデータを適法かつ公正な方法により取得いたします。また、パーソナルデータの取得にあたっては、あらかじめその利用目的を通知または公表（次条による利用目的の公表を含みます）します。

1. 端末操作を通じてお客様等にご入力いただく場合
2. お客様等から直接または書面等の媒体を通じてご提供いただく場合
3. お客様等によるサービス、商品、広告、コンテンツ（以下これらをまとめて「サービス等」（※1）といいます）の利用・閲覧に伴って自動的に送信される場合
4. 上記の他、お客様等の同意を得た第三者から提供を受ける場合など、適法に取得する場合

※1 サービス等は、パートナー（※2）向けおよびご本人以外のお客様等向けのサービス、商品、広告、コンテンツを含みます。

※2 パートナーとは、グループ企業（※3）ならびに当社の情報提供元および広告主、広告配信先その他の提携先をいいます。

※3 グループ企業とは、Zホールディングス株式会社ならびにその親会社、子会社および関連会社（「財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」にいう「親会社」「子会社」および「関連会社」をいいます）をいいます。グループ企業については[こちら](#)をご確認ください。

2. パーソナルデータの利用目的

当社は、取得したパーソナルデータを以下の目的または個別にお客様等に通知もしくは個別のサービス等において公表する目的のためにのみ利用（※4）し、これらの利用目的以外の目的では利用いたしません。また、目的外利用をしない為の措置を講じます。パーソナルデータの具体的な活用事例については、[こちら](#)をご確認ください。

1. お客様等に適した当社のサービス等をご提供するため
2. お客様等からのお問い合わせに対応するため
3. 商品の配送、代金請求、ポイント付与等をするため
4. お客様等に当社およびパートナーのサービス等に関するお知らせをするため
5. 当社のサービス等の安全なご提供を確保するため。これには、利用規約に違反しているお客様を発見して当該お客様に通知をしたり、サービス等を悪用した詐欺や不正アクセスなどの不正行為を調査・検出・予防したり、これらに対応することが含まれます
6. 当社のサービス等の改善および当社の新たなサービス等を検討するため
7. 当社のサービス等のご利用状況等を調査、分析するため

上記にかかわらず、当社が第三者からパーソナルデータの提供を受ける際に、当該パーソナルデータの利用目的について別途定めがある場合は、その定めに従い当該パーソナルデータを利用します。

※4 本条に定める利用には、当社が取り扱うお客様等のYahoo! JAPAN ID、パートナーのID、広告ID (Advertising Identifier(IDFA)およびGoogle Advertising Identifier(AAID)を含みますがこれに限りません)、クッキーその他の各種識別子を紐づけて管理し、利用する場合を含みます。また、それに限らず、当社は、パートナーより受領するウェブページの閲覧履歴・検索履歴、パートナーが運営する店舗やショッピングサービス等での購買履歴、位置情報等の行動履歴、暗号化されたメールアドレス、クッキー、広告ID等の**個人関連情報**を、当社の保有するパーソナルデータと紐づけたうえで利用します。ただし、当該紐づけにあたり、個人情報の保護に関する法律（以下「個人情報保護法」といいます）によりお客様等の同意が必要な場合には、個人情報保護法および関連するガイドラインに従った態様で本プライバシーポリシーに同意いただいた場合にのみ紐づけを行います。

3. パーソナルデータの提供の同意

1. 法令で認められた場合のほか、お客様等の同意をいただいた場合は、当社は、パートナー等の第三者（**外国にある第三者を含みます。**以下同じ）に対してパーソナルデータを提供いたします。ただし、以下の場合においては、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を除外した上で、当社は第三者に対して、必要な範囲でパーソナルデータを提供いたします。
 1. 当社のサービス等の提供に必要な場合（当社のサービス等に関する広告、プロモーション活動等に必要な場合を含みます）
 2. 当社のサービス等の品質向上のために必要な場合
 3. 当社の新たなサービス等の検討のために必要な場合
 4. 調査・研究・分析のために研究機関に提供する場合
2. 前項の場合に加え、以下の場合においては、お客様等から別途グループ企業とのデータ連携を許可いただいていることを条件に、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を除外した上で、当社は、グループ企業に対して、必要な範囲でパーソナルデータを提供いたします。なお、当該提供にあたり、当社はグループ企業による第三者への再提供（法令上の強制力を伴う開示請求に応じる場合を除きます）を禁止します。
 1. グループ企業のサービス等の提供に必要な場合
 2. グループ企業のサービス等の品質向上のために必要な場合
 3. グループ企業の新たなサービス等の検討のために必要な場合
3. 個別のサービス等において別途の条件でご契約いただいている場合には、その契約条件が優先して適用されます。
4. 上記の定めにかかわらず、当社は、電子掲示板など、不特定または多数のお客様等がアクセスできるサービスに対してお客様等が投稿した口コミ、レビュー、コメント等の情報のうち公開された情報（投稿に紐づいて公開されたお客様等のニックネームや一部を非表示にしたYahoo! JAPAN ID等の情報を含みます）を第三者に提供することがあります。また、当社が第三者に提供した情報は、当該第三者の商品、サービス、広告等に掲載されることがあります。

4. セキュリティについて

1. 当社は、個人情報保護法および本プライバシーポリシーに従って、パーソナルデータを適切に取り扱います。また、目的外利用等の不適切な取り扱いを防ぐため、以下の安全管理措置を実施し、パーソナルデータおよびパーソナルデータを処理する情報システムの安全を確保します。
 1. パーソナルデータの取扱いに関する責任者を設置する
 2. パーソナルデータを取り扱う従業員および当該従業員が取り扱うパーソナルデータの範囲を明確化し、個人情報保護法やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程に違反している事実または兆候を把握した場合の責任者への報告連絡体制を整備する
 3. パーソナルデータの取扱いに関する留意事項について、従業員に定期的な教育を実施する
 4. パーソナルデータを取り扱う区域において、従業員の入退室管理および持ち込む機器等の制限を行うとともに、権限を有しない者によるパーソナルデータの閲覧を防止する措置を実施する

5. アクセス制御を実施して、担当者および取り扱う個人情報データベース等の範囲を限定する

また、これらの安全管理措置が適切に講じられていることを担保するため、情報セキュリティマネジメントシステム認証を取得し、定期的にマネジメントシステムの見直しを行っています。

当社がパーソナルデータの取り扱いを第三者に委託する場合は、当社が定める委託先選定基準を満たす者に委託し、委託先と契約を締結して委託先による業務を適切に管理しています。また、当社は、当社が定める基準を満たす安全管理措置を講じている第三者にのみパーソナルデータを提供します。

2. パーソナルデータの漏えい等の事故が発生した場合、当社は、個人情報保護法および関連するガイドラインに則り、監督官庁への報告を行うとともに、当該監督官庁の指示に従い、類似事案の発生防止措置および再発防止措置等の必要な対応を行います。

(2009年12月1日改定)

(2011年7月29日改定)

(2012年9月5日改定)

(2012年11月1日改定)

(2013年1月7日改定)

(2013年4月2日改定)

(2013年6月28日改定)

(2013年9月2日改定)

(2014年6月2日改定)

(2015年7月27日改定)

(2016年6月23日改定)

(2019年10月1日改定)

(2022年2月28日改定)

(2022年7月1日改定)

ヤフー株式会社
代表取締役社長 小澤 隆生

本プライバシーポリシーに関するご質問、ご相談、その他のお問い合わせにつきましては、以下のお問い合わせフォームよりオンラインでご連絡ください。

〒102-8282 東京都千代田区紀尾井町 1-3
東京ガーデンテラス紀尾井町 紀尾井タワー
ヤフー株式会社 プライバシー担当
<https://support.yahoo-net.jp/form/s/PccPrivacypolicy>

(/)

ご利用中の広告主様へ (/support/) - 広告管理ツール (<https://ads.yahoo.co.jp/>) - Yahoo! JAPAN (<http://www.yahoo.co.jp/>)
- ヘルプ (<https://ads-help.yahoo-net.jp/>)

サービス概要 (/) オプション機能 (/service/features/) 料金 (/service/price/) コラム (/service/start-articles/)

事例 (/service/case/)

Yahoo!広告 (/) ご利用中の広告主様へ (/support/) Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口

Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口

2023年3月8日より、Yahoo!広告のご利用時におけるログイン方法がYahoo! JAPANビジネスIDからYahoo! JAPAN IDでのログインに変更となりました。

諸事情によりYahoo! JAPAN IDとの連携を完了されていないお客様は、Yahoo! JAPANビジネスIDとワンタイムパスワードによるログイン (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000046064?language=ja>)を期間限定で利用可能です。

詳細はリリースノート (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30390716.html>)を参照してください。

ご不明点あれば、本ページに記載の方法でお問い合わせください。

English

ご希望の方法でお問い合わせください。

お問い合わせの際は、アカウントIDをご準備ください。

※お問合せの際には「Yahoo! JAPAN ID」は不要です。また個人情報保護の観点から、お問い合わせ窓口にもお伝えしないようお願いいたします。

アカウントIDとは (<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/ss/articledetail?lan=ja&aid=37838>)

お電話
でお問い合わせ

チャット
でお問い合わせ

フォーム
でお問い合わせ

※Yahoo!広告ご利用中の広告主様専用窓口です。

お電話でお問い合わせ

Yahoo!広告以外のお問い合わせ

以下のヘルプから各サービスを選択の上、お問い合わせをお願いいたします。

Yahoo! JAPANヘルプセンター (<https://support.yahoo-net.jp/PccHelpcenter/s/>)

Yahoo!広告に関する
お問い合わせ・相談

0120-559-703 (tel:0120-559-703)

(平日9:30~12:00、13:00~18:00 土日祝休)

折り返し電話予約 (https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=OperationSupportOB_reserve)

翌日以降（平日）のご希望日にご連絡いたします（24時間受付）

無料でアドバイザーが
ご相談にお応えします！

ご相談内容の例

広告が配信されない
インプレッション数を増やしたい
もっとクリック数を増やしたい
コンバージョン単価を改善したい
ターゲティングの設定についてアドバイスをほしい
具体的な運用のアドバイスが欲しい
広告効果を上げたい

(<https://ads-help.yahoo-net.jp/>)

Sign in

お役立ちコンテンツ

広告管理ツールの使

広告管理ツールでの操作が掲載されています。

ヘルプ

(<https://ads-help.yahoo-net.jp/>)

広告効果を高めるポ

公式ラ (<https://ads-help.yahoo-net.jp/>)

広告効果を高めるためのオ
ツを多数掲載しています。

認定資格と体系的な

広告運用を一から学びたい
用の経験者向けのコンテン
でき、また認定試験により
られます。

Yahoo!広告 キャンパス

(<https://marketing.yahoo-net.jp/>)



サポートTw

Yahoo!広告

フォロー

(https://twitter.com/YJ_support)

よくあるお問い合わせや星



Yahoo!広告
公式YouTul

チャンネル
(<https://www.youtube.com/channel/UC5jQ1cJG1d>)

運用のプロに相談したい

海外から日本語によるサポートを受けたい場合

+81-93-588-9009

(日本時間 平日9:30 ~ 12:00、13:00 ~ 18:00 土日祝休)

(<https://www.youtube.com/watch?v=...>
sub_confirmation=1)

新機能の解説動画、セミナー

※お問い合わせの際は、アカウントID（5桁～11桁の数字）をご準備ください。

アカウントIDの確認方法については、「アカウントIDとは (<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/ss/articledetail?lan=ja&aid=37838>)」をご覧ください。

アナウンスに従って該当する番号を押してください。

アナウンスの途中でも操作は可能です。

チャットでお問い合わせ

Yahoo!広告利用中の広告主様専用です。

すぐに、お問い合わせの回答をご希望の方は、チャットがおすすめです。

Yahoo!広告をインターネットで直接お申し込みいただいたお客様は、チャットでのお問い合わせが利用いただけます。お問い合わせから回答までを文字で行います。

※ご登録状況・担当者の対応状況によっては一部利用できない場合もあります。

(平日9:30~12:00、13:00~18:00 土日祝休)

ご利用手順



1. 広告管理ツールにログインし、「検索広告」タブもしくは「ディスプレイ広告」タブ右上の「チャットでお問い合わせ」ボタンを押します。
2. チャットの画面が表示されますので、こちらからお問い合わせください。

詳しくは「チャットによるサポート窓口開設のお知らせ

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/release/588083.html>)」をご確認ください。

一般広告主様のみLINEを使った相談も行えます。

 LINEで相談 (<https://lin.ee/eSxsU4bG>)

LINEでのお問い合わせは常時受け付けてますが、営業時間外のお問い合わせは、翌日以降のご連絡となりますのでご了承ください。

フォームでお問い合わせ

ご利用中の広告主様から
お問い合わせ

お問い合わせ (https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=promotion-support_82)

お問い合わせ内容の例

サービスご利用中の各種手続き
ツールの操作方法を知りたい

※Yahoo! JAPAN IDのログインが必要です。

Yahoo! JAPAN IDを忘れた (<https://support.yahoo-net.jp/PccBizmanager/s/article/H000006519>)

お振り込みいただいた入金額がアカウントに反映されていない場合

銀行振込のご連絡 (https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=promotion-bank-info)

広告料金の返金をご希望の場合

返金/解約のヘルプ (<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/ss/articledetail?lan=ja&aid=43868>)

リモートサポートをご希望の場合

リモートサポートについて (https://forms.business.yahoo.co.jp/business/webform/Inquiry/InquiryTop?inquiry_type=yahooadremotesupport_20248)

Yahoo! JAPAN Ads Contact from overseas

Our support is available exclusively to advertisers of Yahoo! JAPAN Ads.

If you have questions about other services, see the help pages for the service you are using.

From March 8, 2023 (JST), Sign-in method to Campaign Management Tool has been changed.

If you have not completed the Yahoo! JAPAN ID linkage for some reasons, login with Yahoo! JAPAN Business ID using one-time passcode is available as a temporary measure.

Please find the release note for more details.

- [Yahoo! JAPAN Ads] New sign-in methods and one-time passcodes

https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30390716.html#article_en (https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30390716.html#article_en)

If you need any support, please contact us.

Inquiry

Support Request for Yahoo! JAPAN Ads

Inquiry form in English (https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=promotion-esupport&lang=en)

To get phone support for Yahoo! JAPAN Ads, send a request. (https://form-business.yahoo.co.jp/claris/enqueteForm?inquiry_type=promotion-OBesupport_reserve&lang=en)

*You must sign in to Yahoo! JAPAN Ads.

*Phone support is available when you make an appointment.

*Depending on the account situation, we may not be able to support you on the phone.

*We don't take requests for refunds and account termination through phone calls. Contact us through the inquiry form.

* Don't enter your personal information, including your Yahoo! JAPAN ID, in the inquiry form for security reasons.

If the forms don't work:

Email us at: yads-support@mail.yahoo.co.jp

Include the following information when you email us.

[Your Yahoo! JAPAN Ads account]

- Account ID
- Account name
- Administrator's name

Yahoo!広告苦情・ご意見フォーム

お客様情報の入力 [ステップ3の1]

入力内容の確認

完了

ヤフー株式会社では、広告主・広告会社の皆さまのさまざまなお声を聞くために、各種サポート窓口にて、お問い合わせへの対応や、皆さまのご要望の集約を行なっております。

このたび、特定デジタルプラットフォームの透明性（以下、透明化法）に関する法律に対応するため、Yahoo!広告に対する苦情を受け付ける専門窓口をご用意いたしました。

■お申し立て区分について

・苦情：Yahoo!広告の利用に関して、当社の規約やガイドラインに照らし合わせて、広告運用や契約に問題があり、直接的かつ具体的な損害を被った場合を指します。

・ご意見：Yahoo!広告の利用に関して、当社の規約やガイドラインに照らし合わせて、広告運用や契約においてご意見やご要望がある場合を指します。

本フォームに発生している事象等の必要事項を記載のうえご申告をいただくことで、関係各所と調整の上、対応させていただきます。

なお、透明化法以外に関する苦情やご意見およびお問合せにつきましては、通常お問合せ窓口へお問合せくださいますようお願い申し上げます。

下記の各項目について、お間違えのないようご入力のうえ、ページ下部にある「送信」ボタンを押してください。

※機種依存文字は使用不可です。

Yahoo! JAPANビジネスIDをお持ちの方はこちらからログインしてください。

ログイン

お客様情報

お名前 **[必須]**

例：矢風 太郎

※全角60文字以内で入力してください。

会社名 例：ヤフー株式会社

※全角35文字以内で入力してください。

※個人事業主の方は「個人事業主」とご入力ください。

郵便番号 **[必須]** 例：102-0094

※半角数字で入力してください。

都道府県 **[必須]** 選択してください



市区町村 **[必須]** 例：千代田区

※全角25文字以内で入力してください。

町、字名 **[必須]** 例：紀尾井町

※全角25文字以内で入力してください。

丁目・番地・号 **[必須]** 例：1 - 3

※全角25文字以内で入力してください。

連絡先メールアドレス **[必須]** XXXXXXXX@yahoo.co.jp

※半角で入力してください。

連絡先メールアドレス（確認）

[必須]

※半角で入力してください。

Yahoo! JAPANビジネスID

※半角英数字で入力してください。

お申し立て内容

申請者区分 **[必須]** 選択してください



お申し立て区分[必須]

選択してください



お申し立て内容[必須]

選択してください



お申し立て内容詳細[必須]

※お客様のパスワードや口座番号、電話番号などの個人情報を入力しないでください。

※ご入力いただいたお客様の情報は、ヤフー株式会社が「プライバシーポリシー (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf2nd>)」に従って取り扱います。ヤフー株式会社は、「プライバシーポリシー (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf2nd>)」に定める利用目的以外でお客様の情報を利用することはありません。

確認する

Yahoo!広告 (<https://promotionalads.yahoo.co.jp/>) | Yahoo! JAPAN (<https://www.yahoo.co.jp/>)

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (<https://privacy.yahoo.co.jp/>) - [規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/>) -

[ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/>) - [会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (<https://about.yahoo.co.jp/>) -

[ヘルプ](https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/) (<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/>)

© Yahoo Japan

効果測定認定パートナー お申し込み方法

効果測定認定パートナーとは、Yahoo!広告の配信実績を利用して、効果測定レポートを提供するパートナーのことです。
当該パートナーに認定されることで、インプレッションデータのツール連携が可能になります。また、一部限定提供しているトラッキング用パラメータもご利用になれます。
なお、認定には一定の条件を満たす必要があります。「パートナー認定条件」の項目をご確認ください。

審査のお申し込み

- ☐ [メリット](#)
- ☐ [認定条件](#)
- ☐ [契約の流れ](#)
- ☐ [お申し込み](#)

契約によるメリット

1.インプレッションデータのツール連携

広告のクリックを測定対象としたトラッキングURLに加えて、インプレッションビーコンURLやビューアブルインプレッションビーコンURLに、効果測定ツールの計測URLが設定できるようになります。

2.限定提供のトラッキング用パラメータ利用

広告識別子の取得に必要な{ifa}など、一部のトラッキング用パラメータが利用できるようになります。

パートナー認定条件

最新マーケティング情報を
公式アカウントからお届け
[Facebookページを開く](#)

ツールを利用するキャンペーンの総売上が7億円以上見込めること。または、広告主数の増加等Yahoo!広告の大幅な利用拡大が見込めること。

申請対象が広告効果測定ツールであること。

ヤフーが定めるデータの管理基準を満たしていること。

具体的には、「効果測定認定パートナー登録約款」に同意し、かつヤフーが定める日本と同等の個人情報の保護が期待できる国または地域の法人であること。

契約の流れ

パートナー

ヤフー

認定条件を確認



申し込みフォームに入力

効果測定認定パートナー登録約款に同意します



ヤフーにて所定の審査

審査には約20営業日かかります



契約締結・パートナー認定

手続き完了後、各種ツールなどが使えるようになります

最新マーケティング情報を
公式アカウントからお届け
[Facebookページを開く](#)

審査のお申し込み

効果測定認定パートナー契約をご希望の方は以下の「審査のお申し込み」ボタンからお申し込みください。

審査のお申し込み

サービス

サービス一覧

- Yahoo!広告
 - 検索広告
 - ディスプレイ広告（予約型）
 - ディスプレイ広告（運用型）

コマースソリューション

- Yahoo!セールスプロモーション
 - PayPayギフト

データマーケティングソリューション

- Yahoo! JAPAN 第一想起分析
- Yahoo! JAPAN 予測ファネル
- Yahoo! JAPAN コンバージョンリフト調査
- Yahoo! JAPAN 来店計測

Yahoo!タグマネージャー

事例

事例一覧

- 業種から探す
- 目的から探す
- サービスから探す
- 中小ビジネスの事例

ヤフーの強み

- Yahoo! JAPANのメディアカ
- 広告サービス品質向上のための取り組み

パートナー

出稿支援

- セールspartner
 - 認定パートナー
 - パートナー 一覧
 - パートナー 申し込み

運用支援

- テクノロジーパートナー
 - 認定パートナー
 - パートナー 一覧
 - パートナー 申し込み

広告掲載メディア

- Yahoo!広告 ネットワークパートナー
 - パートナー 一覧
 - パートナー 申し込み

最新マーケティング情報

最新記事一覧

- お知らせ
- 検索広告
- ディスプレイ広告（予約型）
- ディスプレイ広告（運用型）
- セールスプロモーション
- その他サービス
- データマーケティング
- ガイドライン・広告品質
- パートナー
- テクノロジーアセット

サポート

資料ダウンロード

- お問い合わせ
- ガイドライン・規約

特設ページ

MASS MATRIX

- セレンディピティマーケティング

想像以上の成果へ届く。Yahoo!広告

Yahoo! JAPAN MARKETING DAY 2023

自治体のデジタルマーケティングを支援します

その他関連情報

はじめての方向け Yahoo!広告

ご利用中の広告主様へ

- ヘルプ
- 公式ラーニングポータル
- Yahoo!広告 キャンパス

エージェンシーポータル

Developer Center

パートナーポータル

Yahoo! JAPANが配信する広告などへの
パーソナルデータの利用

最新マーケティング情報を
公式アカウントからお届け
[Facebookページを開く](#)



[プライバシー](#) - [利用規約](#) - [ガイドライン](#)・[各サービスの規約](#) - [利益相反等管理方針](#) - [透明性向上のための取り組み](#) - [会社概要](#) - [ヘルプ](#)・[お問い合わせ](#)

写真提供：アフロ

©Yahoo Japan

最新マーケティング情報を
公式アカウントからお届け

[Facebookページを開く](#)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) Japanese ディスプレイ広告（予約型） (/s

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0TOSi000000t7p2GAA/ディ…

広告の種類

広告タイプとは

ディスプレイ広告（運用型）では、広告作成時に広告タイプを選択することで、テキストや画像、動画を使ったさまざまな種類の広告を作成できます。作成できる広告タイプは、以下のとおりです。

広告タイプ	説明	入稿仕様
バナー	画像または動画のみを表示する広告です。広告内に文章は入りません。  ※イメージ	画像（動画）サイズなどの詳細は以下を参照してください。 バナー（画像）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045739?language=ja) バナー（動画）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045738?language=ja)
レスポンシブ	テキストや画像、動画、「もっと見る」などのボタンで構成する広告です。広告を表示するデバイスや広告掲載面に合わせて、さまざまな形式の広告を掲載できます。  ※イメージ	画像（動画）サイズなどの詳細は以下を参照してください。 レスポンシブ（画像）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228?language=ja) レスポンシブ（動画） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044155?language=ja)

広告タイプ	説明	入稿仕様
動的ディスプレイ	CSV形式でアップロードした商品リストの情報を、掲載面に合わせて動的に表示する広告です。  ※イメージ	画像サイズなどの詳細は以下を参照してください。 動的ディスプレイ-データフィード (商品リスト) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045740?language=ja) 動的ディスプレイ (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045743?language=ja)
カルーセル	複数枚の画像を組み合わせる表示する、横長のバナー広告です。カルーセルカードごとに異なる画像やリンク先URLなどの設定が可能のため、商品やサービスの複数の機能を伝えたり、機能によって異なるランディングページを表示したりできます。  (https://adshelp.west.edge.storage-yahoo.jp/2021/07/27224945/id88637_7.jpg) ※イメージ	入力項目の詳細は以下を参照してください。 カルーセル広告仕様 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044296?language=ja)
テキスト	タイトル、説明文、URLなど、テキストのみの広告です。  ※イメージ	文字数などの詳細は以下を参照してください。 テキスト広告仕様 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044240?language=ja)

キャンペーン目的別の作成可能な広告タイプ

キャンペーン目的によって作成できる広告タイプが異なります。以下の表でご確認ください。
なお、広告タイプによってインプレッションが低くなる場合があります。

ヒント

広告タイプは2023年2月16日に変更しました。また、広告に表示するメディア形式を示す「メインメディアの形式」項目を追加しました。以前の広告タイプは、広告の一覧画面などで「広告タイプ (旧)」欄に表示されます。詳細は以下のリリースノートを参照してください。

【ディスプレイ広告】[広告タイプの名称変更と項目追加について](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406463.html) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406463.html)

キャンペーン目的	作成可能な広告タイプ	メインメディアの形式
サイト誘導 アプリ訴求 コンバージョン PayPayギフト	バナー	画像
		動画
	レスポンス	画像
		動画
	カルーセル	画像
動画再生	バナー	動画
	レスポンス	動画
	動的ディスプレイ	-
商品リスト訴求	動的ディスプレイ	-
ブランド認知	バナー	画像
		動画

※「商品リスト訴求」「PayPayギフト」は、一部のお客様のみに提供しているキャンペーン目的です。キャンペーン目的の選択画面で該当の項目が表示される場合のみ利用可能です。

ヒント

メディア（画像・動画）のフォーマットとターゲティングの組み合わせによっては広告が配信されない場合があります。

広告運用に役立つおすすめ情報

[バナー広告とは？特徴やメリットデメリット、成功させるコツも解説](https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/displayads/what-is-banner-ads/) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/displayads/what-is-banner-ads/)

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0TO5i000000t7p2GA…)

運用型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TO5i000000t7psGAA…)

関連ヘルプ

予約型の広告の種類 (/s/article/H000044147)

検索広告のターゲティングはどんな種類がありますか？ (/s/article/H000044679)

ディスプレイ広告（運用型）のターゲティングはどんな種類がありますか？ (/s/article/H000044495)

コンポーネントの種類について（任意の形式のCSVまたはTSVファイルのインポート） (/s/article/H000044882)

レスポンスディスプレイ広告について (/s/article/H000044227)

ステップ3：広告を作しましょう (/s/article/H000044535)

掲載できない広告 (/s/article/H000044788)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) **ディスプレイ広告（予約型） (/s**

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0T05i000000t7p2GAA/ディ…

広告配信の仕組み

ディスプレイ広告（運用型）では、広告を掲載する機会が発生したタイミングで「広告オークション」が行われ、「オークションランク」が算出されます。このオークションランクをもとに、広告の掲載が決定します。

広告が配信される仕組みは、以下のとおりです。

1. インターネットユーザーが広告掲載面のあるウェブサイトやアプリ（スマートフォン/タブレット）を訪れたときに、該当の広告掲載面に掲載可能な広告を選出します。
広告を選出するための主な条件は、以下のとおりです。

ターゲティング

広告グループに設定したターゲティングをもとに、広告掲載面や掲載の日時、サイトを表示しているユーザー特性などに当てはまる広告を選出します。

選出のもとになるターゲティングには、年齢や性別などのユーザー属性、オーディエンスリストターゲティングやインタレストカテゴリなどユーザーの行動や興味、広告掲載面のサイトやアプリを絞り込むプレースメント、サイトを表示しているデバイスなど、さまざまな種類があります。詳しくは「[ターゲティング設定について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044455?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044455?language=ja>)」を参照してください。

広告タイプ

ターゲティングからの選出と同時に、広告掲載面に合致する広告タイプの広告を選出します。

2. 1. で選出された広告を、オークションランクが高い順に掲載します。

オークションランクについて

オークションランクは、「入札価格」に「広告の品質」を掛け合わせて算出されます。それぞれの内容は、以下のとおりです。

入札価格

キャンペーンまたは広告グループに設定した入札価格です。

ターゲティングで入札価格調整率を設定している場合、調整率を掛け合わせた数値が入札価格となります。入札価格調整率の詳細は、以下を参照してください。

[ターゲティングごとに入札価格調整率を設定する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044531?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044531?language=ja>)

ヒント

自動入札の場合は上記とは異なり、目標とするコンバージョン単価（tCPA）を維持しながら、できるだけ多くのコンバージョンを獲得できるよう、自動的に入札価格を調整します。詳しくは以下のヘルプを参照してください。

[入札戦略について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044352?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044352?language=ja>)

広告の品質

広告の掲載実績やクリックなど、複数の要素をもとに決定されます。広告の品質に含まれる主な要素は、以下のとおりです。

広告の過去のインプレッション

該当の広告が過去に配信された（インプレッションが発生した）実績です。

広告の過去のアクション率

アクション率とは、広告に対してインターネットユーザーが反応した割合を表します。広告がクリック等された割合です。

推定アクション率

広告がどれだけクリック等される可能性があるかを示す推定値です。広告の過去のクリック率などの配信実績をもとに算出されます。

また、以下の要素も推定アクション率に利用されます。

- 地域ごとの広告の掲載実績
ターゲティングに設定した地域での掲載実績です。
- デバイスによる広告の掲載実績
ターゲティングに設定したデバイス（PC、スマートフォン、タブレット）での掲載実績です。
- 広告のタイトルや説明文の内容と広告掲載面の関連性

ヒント

・オークションランクは、広告の掲載機会ごとに入札価格と広告の品質をもとに算出される動的な値です。具体的な値として広告単体に設定されるものではありません。レポートや広告一覧などで、オークションランクを確認することはできません。また、広告の品質が低い場合は、広告が掲載されない可能性があります。

・ディスプレイ広告（運用型）の場合、さらに「サイト誘導」「コンバージョン」といったキャンペーン目的を最大化するためのアルゴリズムが追加されます。これにより、最終的なオークションランクが決定します。

各目的および最大化の対象は、以下のとおりです。

目的	最適化ポイント
動画再生	動画の再生数が最大化するように配信を最適化する
サイト誘導	サイト誘導数(広告クリック数)が最大化するように配信を最適化する
アプリ訴求	アプリのインストールや初回起動などのコンバージョン数が最大化するように配信を最適化する
コンバージョン	コンバージョン数が最大化するように配信を最適化する
商品リスト訴求	コンバージョン数が最大化するように広告クリエイティブと配信を最適化する。
ブランド認知	ビューアブルインプレッション数が最大化するように配信を最適化する。

※自動入札で「クリック数の最大化」を選択した場合は、上記の最適化指標にかかわらず「クリック数」が最大となるように最適化されます。なお、自動入札「クリック数の最大化」は一部のキャンペーン目的で設定できます。詳細は「[キャンペーン目的ごとに設定できる自動入札の種類](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044386?language=ja#c02) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044386?language=ja#c02)」を参照してください。

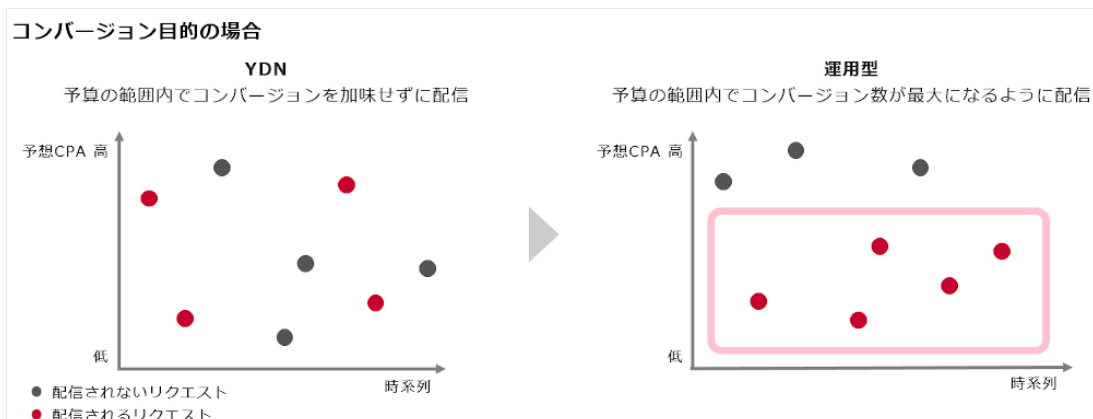
1日の予算と広告配信について

ディスプレイ広告（運用型）の場合、キャンペーンに設定する1日の予算が広告配信に影響を与えます。

配信アルゴリズムが予算の範囲内で「キャンペーンの目的」の最大化を目指して広告配信を実施します。予算が1日の上限に到達しそうな時は、目的を達成できる可能性がより高い広告を優先して配信して、効率を高めます。

予算が少なすぎる場合、また多すぎる場合、配信アルゴリズムが適切に機能できません。配信アルゴリズムを適切に機能するため、1日の予算は過不足ないように設定してください。また、定期的に配信実績を確認し、予算を見直すことも効果的です。

[ディスプレイ広告（運用型）の1日の予算と請求について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044428?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044428?language=ja)



(https://adshelp.west.edge.storage-yahoo.jp/2018/11/09152808/id27041_1.jpg)例 コンバージョン目的キャンペーンの配信イメージ (クリックすると拡大)

オークションランクの算出例

入札価格と広告の品質によってオークションランクはリアルタイムで変動します。以下の算出例をご参照ください。

※例内の広告の品質は仮に数値で表しています。実際には広告の品質、オークションランクのどちらも、数値などでの表示および確認はできません。

例1 入札価格の違い

広告A 入札価格が100円、広告の品質は5

広告B 入札価格が120円、広告の品質は5

→広告Bのオークションランクが高くなり、広告が掲載されます。

例2 広告の品質の影響

広告C 入札価格が50円、広告の品質は10

広告D 入札価格が100円、広告の品質は4

→広告Cのオークションランクが高くなり、広告が掲載されます。広告の品質が高い場合、このように入札価格を抑えて広告の掲載が可能です。

例3 入札価格調整率の影響

広告E 入札価格が100円、広告の品質は5、

ただしデバイスターゲティングでスマートフォンの場合は50パーセント引き上げ

広告F 入札価格が100円、広告の品質は5

→広告掲載面がスマートフォンの場合、広告Eのオークションランクが高くなり、広告が掲載されます。

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/OT05i000000t7p2GA…)

ディスプレイ広告（運用型）の仕…
(/s/topic/OT05i000000t7prGAA…)

関連ヘルプ

アカウント内のキーワード選出の仕組み (/s/article/H000044941)

動的検索運動型広告のメリットと仕組み (/s/article/H000044549)

1. 広告配信ガイドラインについて (/s/article/H000044317)

広告配信ガイドライン：目次 (/s/article/H000044327)

提携パートナーへの広告配信について (/s/article/H000044482)

ディスプレイ広告（運用型）でPCブランドパネルのみに広告配信する方法を教えてください。 (/s/article/H000044437)

広告アカウントの配信設定（オン/オフ）の変更 (/s/article/H000044960)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ydn/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/displayads/>)

写真提供：アフロ

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (<https://privacy.yahoo.co.jp/>) [利用規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/>) [ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/>)
[会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (<https://about.yahoo.co.jp/>)

©Yahoo Japan

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [日本語](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

ターゲティング設定について

※「ディスプレイ広告（予約型）」は、代理店契約を締結しているお客様のみに提供している広告です。

ターゲティングとは、広告グループ単位で性別や地域などの条件をあらかじめ指定しておくことで、指定した条件を満たすインターネットユーザーに広告を配信する機能です。ターゲティングは1種類のみでも、複数を組み合わせても設定できます。

- ◇ ディスプレイ広告（運用型）で設定できるターゲティング
- ◇ ディスプレイ広告（予約型）で設定できるターゲティング

ご注意

ターゲティング設定を行うことで広告の配信対象が絞り込まれるため、広告のインプレッション数が少なくなる可能性があります。すべてのターゲティングが未設定の場合、あらゆるインターネットユーザーに配信されます。

ターゲティングの精度（正確性）はYahoo! JAPANによって保証されるものではなく、選択した設定およびその他の要素によって精度が異なる場合があります。

以下のターゲティング（行動履歴を利用したターゲティング）を利用した場合、未成年（18歳未満）には広告が配信されません。

- オーディエンスリストターゲティング
- オーディエンスカテゴリターゲティング
- サーチキーワードターゲティング

ディスプレイ広告（運用型）で設定できるターゲティング

ディスプレイ広告（運用型）で設定できるターゲティングは、以下のとおりです。設定方法などの詳細は、各ターゲティングのページを参照してください。

デバイス

広告の配信先デバイスを設定します。また、OSやプラットフォーム（ウェブ/アプリ）などの項目もあわせて設定可能です。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044497?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044497?language=ja>)

性別

広告を配信するインターネットユーザーの性別を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja>)

年齢

広告を配信するインターネットユーザーの年齢を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja>)

サーチキーワード

過去にYahoo! JAPANのメイン検索などでキーワード検索したユーザーの検索履歴をもとに広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044514?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044514?language=ja>)

オーディエンスリスト

さまざまな種類のデータソース（オーディエンスソース）を基にしたオーディエンスリスト、または共通オーディエンスリストを広告グループに関連付けることで、リストに含まれるユーザーに広告を配信（または配信除外）します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja>)

オーディエンスカテゴリ

ヒント

2023年2月20日に、「オーディエンスカテゴリターゲティング」は機能刷新により「オーディエンスリストターゲティング」に統合されました。今後はオーディエンスリストターゲティングのご利用をおすすめします。

設定方法などの詳細は、「[オーディエンスリストターゲティング](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja>)」を参照してください。

また、オーディエンスカテゴリターゲティングは、2023年秋頃（予定）を目標に提供を終了します。詳細は[リリースノート](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html) (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html>)をご確認ください。

特定のカテゴリに興味・関心を持ったインターネットユーザーや、特定の属性を持つユーザー、ライフイベントを迎えるユーザー層に対して広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja)

プレイスメント

広告を配信するサイト（広告掲載面）を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044420?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044420?language=ja)

コンテンツキーワード

ウェブページやアプリのコンテンツ（記事）の内容をキーワードで指定して広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044178?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044178?language=ja)

サイトカテゴリー

広告を配信するサイト（広告掲載面）のカテゴリを設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044444?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044444?language=ja)

曜日・時間帯

広告を配信する曜日や時間帯を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja)

地域

広告を配信する地域を地域名（都道府県、市区郡単位）、または半径で設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja)

ディスプレイ広告（予約型）で設定できるターゲティング

ディスプレイ広告（予約型）で設定できるターゲティングは、以下のとおりです。設定方法などの詳細は、各ターゲティングのページを参照してください。

ご注意

商品によっては各ターゲティングの設定や設定変更ができない、または設定が可能な範囲が異なる場合があります。各商品の詳細についてはセールスシートをご確認ください。

予約型では、ターゲティングの設定時にターゲティング掛け率が設定されています。詳しくは「[ターゲティング設定時のvCPMについて](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044349?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044349?language=ja)」を参照してください。

デバイス

広告の配信先デバイスを設定します。また、OSやプラットフォーム（ウェブ/アプリ）などの項目もあわせて設定可能です。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044339?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044339?language=ja)

地域

広告を配信する地域を都道府県、および市区郡単位で設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja)

性別

広告を配信するインターネットユーザーの性別を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja)

年齢

広告を配信するインターネットユーザーの年齢を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja)

オーディエンスリスト

共通オーディエンスリストを広告グループに関連付けることで、リストに含まれるユーザーに広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja)

オーディエンスカテゴリー

ヒント

2023年2月20日に、「オーディエンスカテゴリーターゲティング」は機能刷新により「オーディエンスリストターゲティング」に統合されました。今後はオーディエンスリストターゲティングのご利用をおすすめします。

設定方法などの詳細は、「[オーディエンスリストターゲティング](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja)」を参照してください。

また、オーディエンスカテゴリーターゲティングは、2023年秋頃（予定）を目的に提供を終了します。詳細は[リリースノート](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html)をご確認ください。

特定のカテゴリに興味・関心を持ったインターネットユーザーや、特定の属性を持つユーザー、ライフイベントを迎えるユーザー層に対して広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja)

曜日・時間帯

広告を配信する曜日や時間帯を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja)

ヒント

広告管理ツールでは広告グループに設定中のターゲティングを種類別に確認できます。画面左のサイドメニューから各ターゲティングをクリックしてください。

ダッシュボード
最適化提案
キャンペーン
広告グループ
広告
曜日・時間帯
デバイス
地域
性別
年齢
オーディエンスカテゴリー
オーディエンスリスト
サーチキーワード
サイトカテゴリー
プレイスメント
コンテンツキーワード
アカウント設定

全てのキャンペーン

サービス中 アカウント：〇 オフ アカウント残高：0円 入金

☒ クリック数

+ キャンペーン作成

▼ フィルター

配信設定：全て + 追加

☐	配信設定	キャンペーン名	配信状況
	合計		
☐	☒		有効（学習中）①
☐	☒		有効（学習中）①
☐	☒		有効（学習中）①
☐	☐		配信停止（キャンペーンがオフ）①
☐	☒		有効（学習中）①

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0TOSi000000t7p2GA…)

ディスプレイ広告（予約型）
(/s/topic/0TOSi000000t7p3GA…)

運用型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TOSi000000t7psGAA…)

予約型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TOSi000000t7qaGA…)

関連ヘルプ

地域ターゲティングの設定 (/s/article/H000044554)

性別、年齢ターゲティングの設定 (/s/article/H000044715)

ターゲティングごとに入札価格調整率を設定する (/s/article/H000044531)

ターゲティング設定の編集 (/s/article/H000044929)

曜日・時間帯ターゲティングの設定 (/s/article/H000044710)

ターゲティングごとの統計値の確認とターゲティング設定の編集（キャンペーン） (/s/article/H000044957)

ターゲティング設定時のvCPMについて (/s/article/H000044349)

地域ターゲティング (/s/article/H000044379)

ターゲティングごとの統計値の確認とターゲティング設定の編集（広告グループ） (/s/article/H000044755)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) **ディスプレイ広告（予約型） (/s**

ディスプレイ広告（予約型）
(/s/topic/0T0Si000000t7p3GAA/ディ…

予約について

※「ディスプレイ広告（予約型）」は、代理店契約を締結しているお客様のみに提供している広告です。

ディスプレイ広告（予約型）（以下、予約型広告と表記）では、お客様のお申し込みにより広告枠を確保することを「予約」と呼びます。予約型広告では、広告管理ツール上でキャンペーンの作成が完了した時点で、「予約」が完了します。

ご注意

予約の完了後にキャンセルも可能ですが、キャンセルのタイミングによってはキャンセル料が発生します。詳しくは「[キャンセルについて](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044356?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044356?language=ja>)」を参照してください。

予約～掲載までの流れ



1.キャンペーン作成完了

広告管理ツールにログインし、予約型のキャンペーンを作成します。キャンペーンの作成完了をもって、予約が成立します。キャンペーンの作成について詳しくは「[予約型のキャンペーンを作成する（予約する）](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044388?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044388?language=ja>)」を参照してください。

2.広告入稿

広告は1のキャンペーン作成と同時に入稿するか、キャンペーンの作成後に入稿します。入稿された広告は掲載開始までに全件審査を実施します。審査の日程を考慮に入れ、余裕をもって入稿してください。

ご注意

広告の配信開始には、キャンペーン作成時に指定した「広告タイプ・アスペクト比」に合わせた広告の入稿が必要です。入稿内容が配信開始条件を満たさない場合、自動的に掲載が中断されます。配信開始条件は商品によって異なりますので詳細は「[「広告タイプ・アスペクト比」に関するご注意](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044329?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044329?language=ja>)」を参照してください。

3.審査

掲載開始までに全件審査を実施します。審査には約3営業日かかります。詳しくは「[予約型の審査について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044534?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044534?language=ja>)」を参照してください。

4.掲載

審査で承認された後、掲載開始日になると広告が掲載されます。

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) **ディスプレイ広告（予約型） (/s**

検索広告
(/s/topic/0TO5i000000t7p1GAA/検索…

検索広告 サービス概要

検索広告とは、検索サイトで商品やサービスを検索しているインターネットユーザーに対し、検索キーワードと関連性の高い広告を表示する検索連動型広告サービスです。

- ＜ 検索広告の特徴
- ＜ 検索広告の広告配信の仕組み
- ＜ 検索広告の広告の審査について
- ＜ 検索広告の広告料金について

検索広告の特徴

検索広告では、圧倒的な集客力を誇るYahoo! JAPANをはじめ、国内の主要提携サイトの検索結果などに広告を掲載できます。

[主要提携パートナー](http://promotionalads.yahoo.co.jp/publisher/index.html) (<http://promotionalads.yahoo.co.jp/publisher/index.html>)

また、パソコン、タブレット、スマートフォンの検索結果に広告を掲載するほか、スマートフォンやタブレットのアプリをプロモーションすることも可能です。

なお、広告を掲載する目的に応じて、以下の2種類から広告を表示する検索画面を選択できます。

<全て>

検索サイトの検索結果、キーワードからの誘導先ページに広告を表示します。

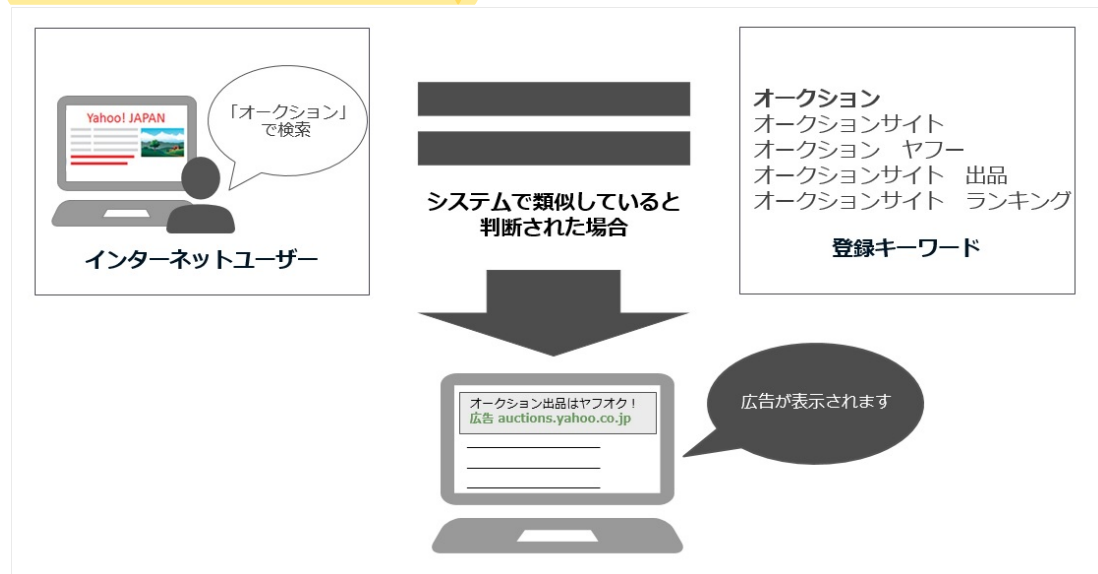
<ウェブサイト検索のみ>

検索サイトの検索結果に広告を表示します。

広告を表示する検索画面についての詳細は、「[広告を表示する検索画面について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045082?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045082?language=ja>)」を参照してください。

検索広告の広告配信の仕組み

検索広告では、Yahoo! JAPANや提携パートナーサイトの検索画面でインターネットユーザーが検索した語句（検索クエリー）と、広告主様がアカウントに登録したキーワードの類似性に基づいて、広告が表示されます。



※個別の検索結果画面には、アカウントに登録された広告のうち1つの広告のみ表示されます。

※検索結果画面に表示される広告の掲載順位は、「オークションランク」をもとに決定します。「オークションランク」は、広告主様が決めた入札価格と広告の品質をもとに、広告が掲載されるたびに算出されます。掲載順位の決定方法および広告の品質については、以下のページを参照してください。

[掲載順位の決定方法](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044983?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044983?language=ja>)

[広告の品質について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045074?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045074?language=ja>)

検索広告の広告の審査について

掲載されるすべての広告（タイトル、説明文、表示URL、最終リンク先URLなどをセットにした総称）は、Yahoo!広告のガイドラインに基づいて所定の審査が行われます。

また、各提携パートナーサイトへの広告配信においてサイトごとに掲載基準が設けられているため、特定のパートナーサイトでは広告が掲載されない場合もあります。

広告、および審査の詳細については、以下のページを参照してください。

[広告とは](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044927?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044927?language=ja)

[ガイドライン](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/topiccatalog/main-guideline?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/topiccatalog/main-guideline?language=ja)

[審査とは](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045001?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045001?language=ja)

検索広告の広告料金について

検索広告では、インターネットユーザーが広告主様の広告をクリックした際にはじめて広告費が発生します（クリック課金制）。広告の表示そのものには料金が発生しないため、余計な費用がかかりません。

※1クリックあたりの料金の上限（入札価格）は、キーワードごとに1円から80,000円の範囲で、広告主様ご自身で設定できます。なお、設定した入札価格以上のクリック料金が発生することはありません。

※発生したクリック料金は、入金済みの前払い広告料金（3,000円～）から差し引かれます。ご入金は各種クレジットカード、銀行振込で行えます。

[お支払い方法と入金手順（銀行振込/クレジットカード）](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045000?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045000?language=ja)

広告運用に役立つおすすめ情報

【ラーニングポータル】 運用の基本：広告運用は「検証」と「改善」が鉄則 (https://promotionalads.yahoo.co.jp/online/adflow_1.html)

【ラーニングポータル】 運用の基本：効果的な広告の改善例 (https://promotionalads.yahoo.co.jp/online/adflow_2.html)

【Yahoo!広告 コラム】 リスティング広告とは？初心者でもわかる仕組みや費用、運用方法を解説 (https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/listingads/what-is-search-ads/)

検索広告
(/s/topic/0TO5i000000t7p1GA…)

検索広告の仕組みとアカウントに…
(/s/topic/0TO5i000000t7pGGA…)

関連ヘルプ

Yahoo!広告 サービス概要 (/s/article/H000044976)

32. 商品の価格やサービスの内容を複数掲載し、比較ができるサービス (/s/article/H000044857)

4. 禁止となる表現、商品やサービス (/s/article/H000044205)

5. 留学サービス業 (/s/article/H000044856)

30. 開運・魔よけなどの商品、サービス (/s/article/H000044858)

子ども向けサービス（Yahoo!きっず）への掲載基準 (/s/article/H000044629)

24. 私設私書箱、電話受付代行業、電話転送サービス事業 (/s/article/H000044905)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [日本語](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-res>)

検索広告
(</s/topic/0T05i00000t7p1GAA/検索>)… > 掲載結果と品質を管理する（検索広告）
(</s/topic/0T05i00000t7p1GAQ/掲載>)…

広告の品質について

「広告の品質」とは、インターネットユーザーに対する広告の有用性、利便性を評価するものです。

- ▽ 「広告の品質」の決定要素
- ▽ 「広告の品質」が与える影響
- ▽ 「広告の品質」の確認
- ▽ 「広告の品質」を上げるには

「広告の品質」の決定要素

「広告の品質」は、広告やキーワードといった単一の要素ごとに定義されるものではなく、広告オークションに参加するたびに、以下の項目をはじめとした複数の要素を加味してリアルタイムに評価されます。

推定クリック率

当該広告（タイトル・説明文）がどれだけクリックされうかという推定の値です。広告の過去のクリック数やインプレッション数の影響を受けます。

表示URLの過去のクリック率

その表示URLがどれだけクリックされたかという実績値です。

ランディングページの利便性

広告をクリックしたインターネットユーザーにとってランディングページの利便性が高いかどうかの評価項目です。ランディングページは、最終リンク先URLに設定されたページを指します。

広告文と検索クエリーの関連性

広告が掲載される地域別の掲載実績（アカウント全体）

インターネットユーザーの検索クエリー

各種デバイス（PC、スマートフォン、タブレット）での広告の掲載実績 など

ヒント

キャンペーンの1日の予算の設定状況により広告が表示されていない状態は、「広告の品質」に影響を与えません。

「広告の品質」が与える影響

広告オークションへの参加資格

検索広告では、広告が表示されるたびに広告オークションが行われ、オークションランクが高い順に広告が掲載されます。オークションランクは広告グループやキーワードに設定した入札価格、および「広告の品質」を基に決定するため、「広告の品質」が低い場合は、広告が掲載されない可能性があります。

広告の掲載順位

広告の掲載順位は、オークションランクに基づいて決定します。オークションランクは、広告グループやキーワードに設定した入札価格、および「広告の品質」を基に決定するため、「広告の品質」を向上させることで、広告の掲載順位が上がる可能性があります。

広告オークション、オークションランク、広告の掲載順位の決定方法については、「[掲載順位の決定方法](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044983?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044983?language=ja>)」を参照してください。

広告のクリック単価（CPC）

広告のクリック単価（CPC）は、広告グループやキーワードに設定した入札価格を基に、「広告の品質」を考慮して決定します。そのため、「広告の品質」が高い状態の場合は、クリック単価をより抑えて運用することが可能です。

広告表示オプションの有無、表示方法

広告表示オプションの有無や表示方法は、「広告の品質」や広告の掲載順位を考慮して決定します。そのため、「広告の品質」が低い場合、広告表示オプションを設定したにも関わらず配信時に表示されない場合があります。

広告表示オプションについては、「[広告表示オプションとは](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045056?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045056?language=ja)」を参照してください。

「広告の品質」の確認

「広告の品質」の具体的な数値は、確認いただけません。しかし、広告管理ツールでキーワードごとに表示される「品質インデックス」を参考値として確認できます。

「品質インデックス」については、「[品質インデックス](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044956?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044956?language=ja)」を参照してください。

ヒント

以下の項目は、「広告の品質」を構成する要素の一部ですが、品質インデックスの値には加味されません。

インターネットユーザーが検索した場所（国、地域）

インターネットユーザーが検索したデバイス（PC、スマートフォン、タブレット）

（広告グループ内に複数の広告がある場合）同一広告グループ内に登録された複数の広告における「広告の品質」のばらつき

「広告の品質」を上げるには

広告の品質は推定クリック率や表示URLの過去のクリック率など複数の要素により決定します。広告のクリック率を高めることで、広告の品質が向上する可能性があります。具体的な方法は、「[広告のクリック率・コンバージョン率を上げるには](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044613?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044613?language=ja)」を参照してください。

検索広告
(/s/topic/OTO5i000000t7p1GAQ…)

掲載結果と品質を管理する（検索…
(/s/topic/OTO5i000000t7p1GAQ…)

関連ヘルプ

品質インデックス (/s/article/H000044956)

品質インデックスの値は広告の掲載順位に影響を与えますか (/s/article/H000044898)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ydn/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/displayads/>)

写真提供：アフロ

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (https://privacy.yahoo.co.jp/) [利用規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) [ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/)

[会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (https://about.yahoo.co.jp/)

©Yahoo Japan

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [日本語](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

パフォーマンスレポートとは

※「ディスプレイ広告（予約型）」は、代理店契約を締結しているお客様のみに提供している広告です。

パフォーマンスレポートでは、キャンペーン、広告グループ、広告、キーワード（検索広告のみ）などのパフォーマンスを確認できます。パフォーマンスを表示する階層や表示項目、集計期間などの設定を選択できるため、広告主様のニーズにあわせてカスタマイズすることで、キャンペーン一覧画面などのパフォーマンスデータでは確認できないデータの取得・分析が可能です。

■検索広告

パフォーマンスレポートの種類を選択してレポートを作成します。

レポートの種類は以下のページを参照してください。

[検索広告で作成できるレポートについて](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044453?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044453?language=ja>)

また、弊社が用意したお勤めの設定内容を選択し、簡単にレポートを作成できます。

■ディスプレイ広告（運用型・予約型）

ディスプレイ広告（運用型・予約型）のパフォーマンスレポートはドラッグアンドドロップで指標とする項目を選択し、カスタマイズして作成できます。

また、「基本レポート」や「配信先URLレポート」など、各レポートに適した項目があらかじめセットされた「プリセット」を適用して、簡単にテンプレート（レポート）を作成できます。

「プリセット」の詳細は「[パフォーマンスレポート・テンプレートの作成](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044392?language=ja#c03) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044392?language=ja#c03>)」の「プリセットを使用する」を参照してください。

なお、レポートではキャンペーンや広告単位での実績値の他に、ターゲティング設定単位での実績値も確認できます。

ターゲティングの実績値の確認方法は以下を参照してください。

[サイトリターゲティングの実績値を確認する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044369?language=ja#c03) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044369?language=ja#c03>)

[サーチキーワードターゲティングの実績値を確認する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044514?language=ja#c04) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044514?language=ja#c04>)

[ブレイスメントターゲティングの実績値を確認する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044420?language=ja#c04) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044420?language=ja#c04>)

[コンテンツキーワードターゲティングの実績値を確認する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044178?language=ja#c04) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044178?language=ja#c04>)

ヒント

アカウントの「管理権限」「登録更新権限」「参照権限」のいずれかを持つユーザーが、パフォーマンスレポートを作成できます。

権限についての詳細は「[権限管理機能とは](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044371?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044371?language=ja>)」を参照してください。

テンプレートの作成上限数は1アカウントにつき30個までです。

一度作成したレポートの設定をテンプレートとして保存しておくことで、定期的に同じ設定内容のレポートが作成され、作成完了のお知らせをメールで受け取れます。

パフォーマンスレポートの実績値の反映目安は以下を参照してください。

[検索広告のレポートの実績値の反映目安](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044170?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044170?language=ja>)

[ディスプレイ広告のレポートの実績値の反映目安](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044222?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044222?language=ja>)

パフォーマンスレポートの画面では、以下の操作が行えます。

■検索広告

[パフォーマンスレポートの作成](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045064?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045064?language=ja>)

[パフォーマンスレポートの作成（お勤めの設定を反映）](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044984?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044984?language=ja>)

[テンプレートの作成](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045053?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045053?language=ja>)

[レポートの表示、削除、ダウンロードについて](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045027?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045027?language=ja>)

[テンプレートの編集について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045060?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045060?language=ja>)

[レポートのテンプレートを削除する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045075?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045075?language=ja>)

■ディスプレイ広告（運用型・予約型）

パフォーマンスレポート・テンプレートの作成 (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044392?language=ja>)

テンプレート・レポートの編集と削除 (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044368?language=ja>)

検索広告
(</s/topic/0TO5i000000t7p1GA...>)

ディスプレイ広告（運用型）
(</s/topic/0TO5i000000t7p2GA...>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0TO5i000000t7p3GA...>)

掲載結果と品質を管理する（検索…
(</s/topic/0TO5i000000t7p1GAQ...>)

掲載結果を管理する（運用型）
(</s/topic/0TO5i000000t7ptGAA...>)

掲載結果を管理する（予約型）
(</s/topic/0TO5i000000t7qbGA...>)

関連ヘルプ

パフォーマンスレポートの作成 (</s/article/H000045064>)

パフォーマンスレポートの作成 (</s/article/H000044773>)

アドカスタマイザーのパフォーマンスレポートについて (</s/article/H000044598>)

パフォーマンスレポートの作成（お勤めの設定を反映） (</s/article/H000044984>)

動的検索連動型広告の配信実績の確認について（パフォーマンスレポート） (</s/article/H000044686>)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ydn/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/displayads/>)

写真提供：アフロ

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (<https://privacy.yahoo.co.jp/>) [利用規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/>) [ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/>)

[会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (<https://about.yahoo.co.jp/>)

©Yahoo Japan

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) Japanese ディスプレイ広告（予約型） (</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

パフォーマンスレポート・テンプレートの作成

※「ディスプレイ広告（予約型）」は、代理店契約を締結しているお客様のみに提供している広告です。

パフォーマンスレポートでは、指標とする項目を選択し、確認するレポートをカスタマイズして作成できます。

ヒント

パフォーマンスレポートでは削除済み入稿アイテム（広告など）のパフォーマンスデータも確認できます。
アカウントの「管理権限」「登録更新権限」「参照権限」のいずれかを持つユーザーがパフォーマンスレポートを作成できます。権限についての詳細は「[権限管理機能とは](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044371?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044371?language=ja>)」を参照してください。
過去37カ月分のパフォーマンスレポートを作成できます。ただし一部の項目においてデータの集計が可能な期間が異なります。詳細は「[▼ 項目ごとの集計可能な期間について](#)」を参照してください。
パフォーマンスレポートの実績値の反映目安について詳しくは「[ディスプレイ広告のレポートの実績値の反映目安](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044222?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044222?language=ja>)」を参照してください。

- ▼ [新規テンプレートとパフォーマンスレポートの作成](#)
- ▼ [作成済みのテンプレートから新規レポートを作成する](#)
- ▼ [プリセットを使用する](#)
- ▼ [項目ごとの集計可能な期間について](#)

新規テンプレートとパフォーマンスレポートの作成

作成したレポートの設定は「テンプレート」として保存できます。テンプレートを利用すると、同じ設定内容のレポートを簡単に作成できます。
指定した期間でテンプレートから定期的にレポートを作成し、作成完了のお知らせをメールで受け取ることも可能です。
テンプレートは30件まで作成できます。

新規テンプレートとレポートを作成する

操作手順

ヒント

テンプレートで「最終リンク先URL」または「リンク先URL」を選択した場合、それぞれの表示内容は以下のとおりです。
最終リンク先URL：広告の「最終リンク先URL」に設定している内容、および「リンク先URL」に設定している内容を表示します。
リンク先URL：広告の「リンク先URL」の項目に設定している内容のみ表示します。

作成済みのテンプレートから新規レポートを作成する

作成したテンプレートは、パフォーマンスレポート画面に一覧で表示されます。
テンプレート作成時に設定した作成スケジュールにかかわらず、一覧画面より任意のタイミングでレポートを作成できます。

テンプレートからレポートを作成する

操作手順

プリセットを使用する

テンプレートを作成する際に、レポートの種類ごとに適切な項目がセットされた「プリセット」を使用できます。プリセットで選択できるレポートの種類は、以下のとおりです。

プリセットの名称	内容
基本レポート	ビューアブルインプレッション数やクリック数、コストなど、効果測定のための基本的な指標が選択されたレポートを作成できます。キャンペーン、広告グループ、広告単位で作成できます。
配信先URLレポート	広告が配信されたURLごとのレポートを作成できます。アカウント、キャンペーン、広告グループ単位で作成できます。 ディスプレイ広告（運用型）の場合、サブドメイン、およびディレクトリの第2階層目まで取得できます。 ディスプレイ広告（予約型）の場合、取得できるのはサブドメインまでです。
最終リンク先URLレポート	最終リンク先URL、またはトラッキングURLごとのレポートを作成できます。
デバイスレポート	広告が表示されたデバイスごとのレポートを表示できます。アカウント、キャンペーン、広告グループ、広告単位で作成できます。
性別・年齢レポート	広告が表示された性別・年齢ごとのレポートを表示できます。アカウント、キャンペーン、広告グループ、広告単位で作成できます。
ラベルレポート	入稿アイテムに設定したラベルごとのレポートを作成できます。キャンペーン、広告グループ、広告単位で作成できます。
リーチレポート	リーチ（メジャーインプレッションやビューアブルインプレッションが発生したユーザー数や頻度など）に関するレポートを作成できます。キャンペーン、広告グループ、広告単位で作成できます。 ※リーチレポートの集計可能な期間は異なります。詳しくは「 ▼ 項目ごとの集計可能な期間について 」のリーチの項目をご参照ください。

プリセットを使用したテンプレートの作成方法は、以下のとおりです。

操作手順

項目ごとの集計可能な期間について

一部の項目においてデータの集計が可能な期間が異なります。対象の項目と集計可能な期間は以下をご確認ください。

数値項目

数値項目	項目名	—
基本	インプレッションシェア	2020年3月1日以降のデータを集計可能
	インプレッションシェア損失率（予算）	
	インプレッションシェア損失率（ランク）	

リー チ	リーチ数（ビューアブルインプレッション）	2019年9月1日以降のデータを 集計可能
	平均接触回数（ビューアブルインプレッション）	
	リーチ数（メジャードインプレッション）	2021年6月23日以降のデータを 集計可能
	平均接触回数（メジャードインプレッション）	

設定項目

以下の設定項目を含めてレポートを作成した場合、数値項目で集計可能な期間は以下のとおりです。

設定項目	項目名	説明
基本	オーディエンスカテゴリー名	2019年7月15日以降の 実績値を集計可能
	オーディエンスカテゴリータイプ	
	オーディエンスリスト名	2021年2月24日以降の 実績値を集計可能
	オーディエンスリストID	
	オーディエンスリスト種別	
	ブレイスメントリスト名	
	ブレイスメントリストID	
	サーチキーワードリスト名	
	サーチキーワードリストID	
	コンテンツキーワードリスト名	2021年7月29日以降の 実績値を集計可能
	コンテンツキーワードリストID	
	コンバージョングループ名	2021年9月1日以降の 実績値を集計可能
	コンバージョングループID	

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0TO5i000000t7p2GA…)

ディスプレイ広告（予約型）
(/s/topic/0TO5i000000t7p3GA…)

掲載結果を管理する（運用型）
(/s/topic/0TO5i000000t7ptGAA…)

掲載結果を管理する（予約型）
(/s/topic/0TO5i000000t7qbGA…)

関連ヘルプ

テンプレートの作成 (/s/article/H000045053)

パフォーマンスレポートの作成 (/s/article/H000045064)

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) ディスプレイ広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) **ディスプレイ広告（予約型） (/s**

検索広告 > はじめてガイド（検索広告）
(/s/topic/0T05i000000t7p1GAA/検索…) (/s/topic/0T05i000000t7pBGAQ/…)

ステップ5：広告の掲載結果を確認しましょう

広告の掲載を開始して1週間程度経過したら、広告の掲載結果を確認します。
ここでは掲載結果を確認するための基本的な指標と、確認方法について説明します。

基本的な指標

基本的な指標を広告管理ツールで確認する

基本的な指標

広告の掲載結果を確認するための基本的な指標は、以下の3つです。

1. インプレッション数
2. クリック数
3. クリック率

1. インプレッション数

インプレッション数とは、作成した広告が掲載された回数です。
インプレッション数が多いと、自社の広告文がインターネットユーザーの目に入る機会も増えます。
インプレッション数が少ないと、広告がクリックされる機会も少なくなりますので、まずはインプレッション数を増やすことから始めましょう。



インプレッション数が1件以上：作成した広告が掲載されたことを示します。
インプレッション数が0件：作成した広告が掲載されなかった状態です。

ヒント

広告を作成してから1週間経過しても広告が掲載されない場合は、何らかの原因により広告が掲載されていない可能性があります。広告が掲載されない原因の究明や、インプレッション数を増加させるためのヒントは以下のページを確認してみましょう。

[検索広告が掲載されないのはどうしてですか？](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044221?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044221?language=ja>)

[広告の表示回数（インプレッション数）を増やすには](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044645?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044645?language=ja>)

2. クリック数

クリック数とは、インターネットユーザーによって広告がクリックされた回数です。
クリック数が多いと、自社のウェブサイトへ多くのインターネットユーザーを誘導できています。
「見込み客を自社のウェブサイトへ誘導したい」「成約数をアップしたい」という広告掲載の目的に直結する数字ですので、必ず確認しましよ

う。



クリック数が1件以上：掲載された広告がクリックされたことを示します。

クリック数が0件：広告がクリックされなかった状態です。

ヒント

インプレッション数も0件の場合

広告が掲載されなければ、広告のクリックも発生しません。広告が掲載されない原因について以下のページも確認してみましょう。

[広告が掲載されていない・インプレッションが少ない時のチェックポイント](https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi2.html) ([https://ads-](https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi2.html)

[promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi2.html](https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi2.html))

インプレッション数は十分な数値が計測されている

広告が掲載されたにもかかわらず、広告がインターネットユーザーにクリックされなかった状態です。クリック数が想定よりも少ない場合は、以下の原因などが考えられます。

- 広告と検索キーワードとの関連性が低いためクリックされない。

- 広告の掲載順位が低いため広告の存在が認知されていない。

次にご説明する「クリック率」や広告掲載順位の改善策を実施することで、クリック数が増加する場合があります。掲載順位の改善については、以下のページも確認してみましょう。

[掲載順位を上げるには](https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi12.html) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi12.html)

3. クリック率

クリック率とは、掲載された広告のうち、クリックされた広告がどのくらいの割合かを示します。

「どの広告が効果をあげているか？」や「内容の見直しが必要な広告やキーワードはどれか？」などを判断する際の参考にできます。

クリック率は以下の計算式で算出します。

クリック率 (%) = クリック数 ÷ インプレッション数 × 100

例

以下の場合、クリック率は0.5% (5 ÷ 1000) になります。

広告が掲載された回数 (インプレッション数) : 1000回

クリック数 : 5回

ヒント

クリック率の値を参考にして効果の高い広告を見極めができます。広告運用の改善を進める場合は、以下のページも確認してみましょう。

[クリック率の高い広告文はどっち？答えはA/Bテストで](https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi17.html) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ss_navi17.html)

クリック率の改善については以下のヘルプもご確認ください。

[広告のクリック率・コンバージョン率を上げるには](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044613?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044613?language=ja>)

インプレッション数、クリック数の目標値について

「インプレッション数」や「クリック数」は広告主様の予算や、商材の市場ニーズ（ニーズが高い方が、検索される機会も多くインプレッション数が高いなど）によってさまざまです。

したがって、一概にどのくらいあればよいという基準はありません。

広告主様が目標とするクリック数の値を決めたら、現状のクリック率ではその目標のために何インプレッション必要かを以下の式で算出できます。

必要なインプレッション数 = 目標クリック数 ÷ 現状のクリック率 (%)

※目標クリック数 = ウェブサイトに集客したい人数

例

以下の場合、必要となるインプレッション数は2000回 (20 ÷ 0.01) です。

● 目標クリック数 : 20回

● 現状のクリック率 : 1%

算出した値を参考にして、目標となる数値に近づけるように予算や入札価格、広告内容の見直しなどを行います。

基本的な指標を広告管理ツールで確認する

「インプレッション数」「クリック数」「クリック率」の値は、以下の画面で確認できます。

The screenshot shows the 'Campaign Management' tab in the Ad Management Tool. A red callout box highlights the 'Display Content Selection' (表示内容選択) dropdown menu, which is currently set to 'Ad' (広告). The text inside the callout says: 「※各指標の表示単位（キャンペーンや広告グループ、広告）を「表示内容選択」で切り替えできます。」 (※ You can switch the display unit for each indicator (campaign, ad group, or ad) using the 'Display Content Selection' dropdown.)

Below the callout, a table displays various metrics. The columns are: Campaign Name (キャンペーン名), Budget (予算), Impressions (インプレッション数), Clicks (クリック数), Click Rate (クリック率), Average Ranking (平均掲載順位), Total Cost (合計コスト), and Average CPC (平均CPC). The 'Impressions' column is highlighted with a red box.

キャンペーン名	予算	インプレッション数	クリック数	クリック率	平均掲載順位	合計コスト	平均CPC
合計	100,000	0	0	0.00	0.0	0	0

広告の掲載結果の表示方法

操作手順

- 1 広告管理ツールの「検索広告」タブをクリックします
- 2 「キャンペーン管理」タブをクリックし、キャンペーン管理画面を表示します

The screenshot shows the 'Campaign Management' tab. The 'Display Period Selection' (表示期間選択) dropdown menu is open, showing options for selecting a date range. The selected range is '2017/11/20-2017/11/26'.

- 3 画面右上の「表示期間選択」をクリックして「過去7日間」を選択します

The screenshot shows the 'Campaign Management' tab. The 'Display Period Selection' (表示期間選択) dropdown menu is open, and the option '過去7日間' (Past 7 days) is selected. The date range '2017/11/20-2017/11/26' is displayed.

- 4 「表示内容選択」にて値の表示単位を選択します

5 「インプレッション数」「クリック数」「クリック率」の値を確認します



ヒント

広告の掲載結果はパフォーマンスレポートでも確認できます。詳しくは以下のヘルプを参照してください。
[パフォーマンスレポートとは \(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045065?language=ja\)](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045065?language=ja)

以上で、はじめてガイドの全ステップは完了です。

検索広告では、このほかにもさまざまな機能をご用意しています。

広告掲載の範囲を設定できる地域ターゲティングや、広告（タイトル・説明文）へのキーワード自動挿入機能など便利な機能の詳細は、[検索広告ヘルプ \(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/topiccatalog/main-searchads?language=ja\)](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/topiccatalog/main-searchads?language=ja)をご活用ください。

検索広告
(/s/topic/0T05i000000t7p1GA…)

はじめてガイド（検索広告）
(/s/topic/0T05i000000t7pBGA…)

関連ヘルプ

ステップ5：広告の掲載結果を確認しましょう (/s/article/H000044380)

ステップ2：事前準備をしましょう (/s/article/H000044476)

ステップ1：広告管理ツールにログインしましょう (/s/article/H000044635)

ステップ4：広告費用を入金しましょう (/s/article/H000044643)

ステップ4：広告費用を入金しましょう (/s/article/H000044395)

ステップ3：広告を作りましょう (/s/article/H000044535)

ステップ1：ディスプレイ広告をはじめる (/s/article/H000044376)

ステップ3：広告を作りましょう (/s/article/H000044561)

ステップ2：1カ月の広告予算と、広告のクリック単価を決めましょう (/s/article/H000044745)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [日本語](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-reserved>)

検索広告
(</s/topic/0T05i000000t7p1GAA/検索>) > 掲載結果と品質を管理する（検索広告）
(</s/topic/0T05i000000t7p1GAQ/掲載>)

広告運用改善のヒント

検索広告では、広告の掲載開始後も、掲載中の広告に対するインターネットユーザーの反応を把握し、その情報をもとに運用を改善することが重要です。

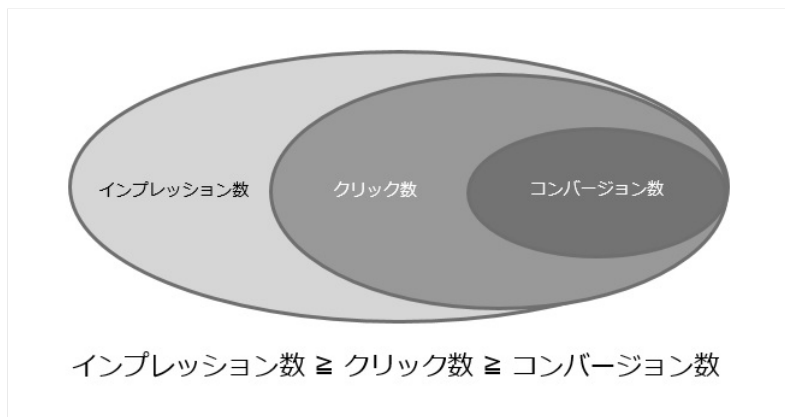
- ▽ [広告を運用するうえで確認が必要な指標](#)
- ▽ [広告の掲載結果の確認方法](#)
- ▽ [課題にもとづいた解決策](#)

広告を運用するうえで確認が必要な指標

検索広告を運用するうえで必要な指標は以下のとおりです。

指標	意味
インプレッション数	作成した広告が表示された回数
クリック数	広告掲載面に表示された広告がクリックされた回数
クリック率（CTR）	広告の表示回数に対して、広告がクリックされた割合。クリック数÷インプレッション数×100で算出します。 例 100回表示された広告のクリック数が25回の場合、CTRは25%です。
コンバージョン数	広告をクリックしてサイトに訪問したユーザーが、商品の購買や、会員登録、資料請求など、サイト上で何らかの「成果」につながった数。
コンバージョン率	クリック数に対して、コンバージョンが発生した割合。 コンバージョン数÷クリック数×100で算出します。
CPA（顧客獲得単価）	1コンバージョンあたりの獲得単価。コストをコンバージョン数で割って算出されます。
ROAS（広告費用対効果）	投資した広告費用に対して得られた効果。 コンバージョンの価値 ÷ 合計コスト ×100で算出します。

インターネットユーザーは、「表示された広告」を「クリック」して広告主様のサイトへ移動し、「成果」につながります。そのため、インプレッション数、クリック数、コンバージョン数の関係は以下の図のようになります。コンバージョンはクリック数よりも多くなることはなく、クリック数はインプレッション数よりも多くなることはありません。



広告の掲載結果の確認方法

広告の掲載結果はパフォーマンスレポート、または広告管理ツールのキャンペーン管理タブで確認可能です。詳細は、以下のページを参照してください。

[パフォーマンスレポートとは](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045065?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045065?language=ja)

[パフォーマンスレポートの作成](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045064?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045064?language=ja)

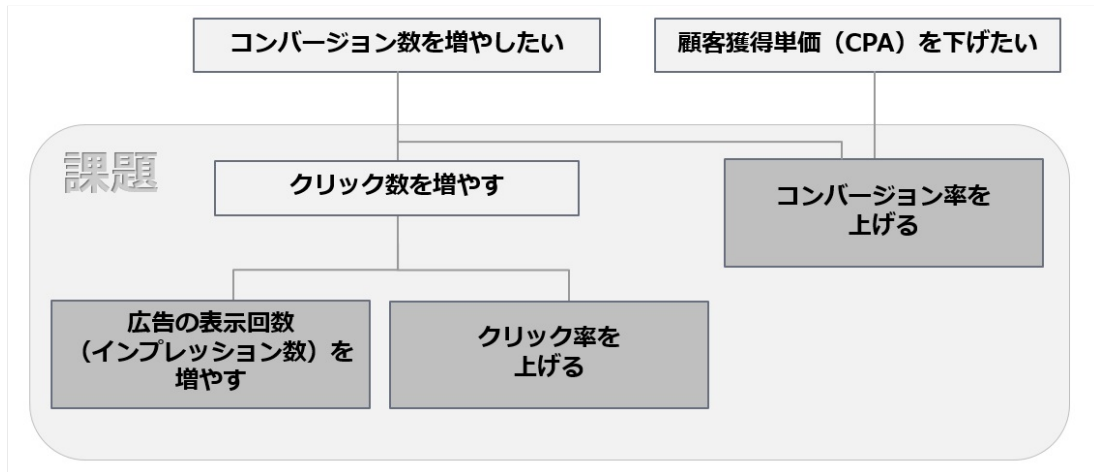
[キャンペーン管理画面の構成](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044969?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044969?language=ja)

ヒント

広告管理ツールのキャンペーン管理タブで掲載結果を確認する場合、コンバージョン関連の項目などの追加、および表示項目の並び替えが可能です。詳細は、「[一覧の「表示」について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045061?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045061?language=ja)」を参照してください。

課題にもとづいた解決策

広告の掲載結果を確認のうえ、以下の図を参考にしながら改善の方針を決定します。



それぞれの課題に応じた解決策については、以下のページを参照してください。

[広告の表示回数（インプレッション数）を増やすには](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044645?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044645?language=ja)

[広告のクリック率・コンバージョン率を上げるには](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044613?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044613?language=ja)

検索広告
(/s/topic/0T05i000000t7p1GA…)

掲載結果と品質を管理する（検索…
(/s/topic/0T05i000000t7p1GAQ…)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ydn/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/displayads/>)

写真提供：アフロ

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (https://privacy.yahoo.co.jp/) [利用規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) [ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/)

[会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (https://about.yahoo.co.jp/)

©Yahoo Japan

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 ([/s/topiccatalog/main-searchads](/topiccatalog/main-searchads)) ディスプレイ広告（運用型） ([/s/topiccatalog/main-displayads-auc](/topiccatalog/main-displayads-auc)) [日本語](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-reserved>)

アカウントとお支払い
(</s/topic/0TO5i000000t7p4GAA/>アカ…)

調整金（調整額）について

取引明細や月次利用明細に表示される調整金（調整額）には以下の種類があります。

各明細についての詳細は以下を参照してください。

月次利用明細を確認する (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044994?language=ja>)

取引明細を確認する (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044996?language=ja>)

取引明細の項目名	月次利用明細の項目名	説明
不正な広告利用による調整金	調整額	不正クリックなどにより調整した金額です。
その他調整金	その他調整額	システム不具合などにより弊社から補填した場合や不正な広告利用による調整金（調整額）以外の要因で調整した場合の金額です。
特別調整金 特別調整金（キャンペーン特典）	特別調整額	弊社のキャンペーンなどにより調整した金額です。

ご注意

キャンペーンなどで調整金が付与された場合は、アカウント残高に反映されたうえで、調整金分から配信に使われます。

なお、調整金が付与されると、設定されている予算に調整金分を上乗せして配信され、最終的に請求額から調整金分が差し引かれます。このため、最終的な請求額は予算ベースの金額で変更はありません。

調整金の予算への上乗せ分は、広告管理ツールの予算設定項目では確認できません。お手数ですが、「取引明細」または「月次ご利用明細」で、アカウントに付与された調整金をご確認ください。

検索広告
(</s/topic/0TO5i000000t7p1GA/>…)

ディスプレイ広告（運用型）
(</s/topic/0TO5i000000t7p2GA/>…)

アカウントとお支払い
(</s/topic/0TO5i000000t7p4GA/>…)

検索広告の仕組みとアカウントに…
(</s/topic/0TO5i000000t7pGGA/>…)

ディスプレイ広告（運用型）の仕…
(</s/topic/0TO5i000000t7prGAA/>…)

広告料金を支払う
(</s/topic/0TO5i000000t7qtGAA/>…)

関連ヘルプ

ターゲティングごとに入札価格調整率を設定する (</s/article/H000044531>)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [Japanese](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>)

検索広告 > 掲載結果と品質を管理する（検索広告）
(</s/topic/0TO5i000000t7p1GAA/検索>)… (</s/topic/0TO5i000000t7p1GAQ/掲載>)…

無効なクリックの確認方法

「無効なクリック数」「無効なクリック率」は以下の2カ所から確認することが可能です。

- ・ 広告管理ツールのキャンペーン一覧画面
- ・ パフォーマンスレポートの「アカウントレポート」または「キャンペーンレポート」

キャンペーン一覧画面で確認する

キャンペーン一覧画面では表示項目を変更することで「無効なクリック数」「無効なクリック率」を確認できるようになります。

操作手順（新しい広告管理ツール）

操作手順（従来の広告管理ツール）

ご注意

広告グループ、広告、キーワード階層の「表示項目」には「無効なクリック数」「無効なクリック率」は含まれません。

表示項目の編集に関しては、「[一覧の「表示」について](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045061?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045061?language=ja>)」を参照してください。

パフォーマンスレポートで確認する

パフォーマンスレポートを作成する際、「表示項目」として「無効なクリック数」「無効なクリック率」を設定できます。

操作手順

パフォーマンスレポートの作成に関しては、「[パフォーマンスレポートの作成](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045064?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045064?language=ja>)」を参照してください。

検索広告
(</s/topic/0TO5i000000t7p1GAA/検索>)…

掲載結果と品質を管理する（検索…
(</s/topic/0TO5i000000t7p1GAQ/掲載>)…

関連ヘルプ

クリックされやすい広告を作る (</s/article/H000044559>)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) Japanese ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>)

ディスプレイ広告（運用型）
(</s/topic/0T05i000000t7p2GAA/ディ…>)

提携パートナーへの広告配信について

Yahoo! JAPANが契約している提携パートナーへの広告配信について説明します。

提携パートナーへの広告配信について

Yahoo!広告 ディスプレイ広告ではYahoo! JAPANの各ページへの配信に加えて、Yahoo! JAPANと契約している提携パートナーの配信面に広告が掲載される場合があります。また、提携パートナー経由で他の媒体に広告が掲載される場合もあります。

広告配信の仕組み

ディスプレイ広告では、広告を掲載する機会が発生したタイミングで「広告オークション」が行われ、「オークションランク」が算出されます。このオークションランクをもとに、広告の掲載が決定します。詳しくは「[広告配信の仕組み](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044610?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044610?language=ja>)」を参照してください。

提携パートナーによっては、追加のオークションが発生することもあります（SSPやヘッダービディングなど）。Yahoo!広告ではオークションランクが高かった場合でも、追加のオークションによっては広告が掲載されないことがあります。その場合には広告掲載に伴う料金は発生しません。

広告掲載面の品質について

広告掲載面の品質を担保するため、「人の目」と「システム」の24時間体制で審査、パトロールを行っています。

提携パートナーの選定時は、主に広告配信ガイドラインに基づく審査を実施しています。また、広告配信の開始後は、サイトの内容や配信状況の確認、広告配信ネットワーク全体の監視を定期的に行うことにより、広告掲載面を管理しています。さらに、規定どおりの広告表示を行う設定になっているか、広告実装ガイドラインに基づく観点でも審査担当者による常時パトロールを行っています。

詳しくは以下のページを参照してください。

[広告サービス品質向上のための取り組み](https://marketing.yahoo.co.jp/service/quality.html) (<https://marketing.yahoo.co.jp/service/quality.html>)
[ガイドライン\(配信先\)](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044327?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044327?language=ja>)

ディスプレイ広告（運用型）
(</s/topic/0T05i000000t7p2GAA/ディ…>)

ディスプレイ広告（運用型）の仕…
(</s/topic/0T05i000000t7prGAA/ディ…>)

関連ヘルプ

3. 提携パートナーによる掲載判断 (</s/article/H000044805>)

効果測定 推奨パートナーが提供するスクリプトタグを使った測定 (</s/article/H000044441>)

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [Japanese](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

ビューアブルインプレッションとは

※「ディスプレイ広告（予約型）」は、代理店契約を締結しているお客様のみを提供している広告です。

ビューアブルインプレッションとは、インターネットユーザーの視認領域に広告が表示された際のインプレッションです。

ビューアブルインプレッションのあとに発生したクリックを、ビューアブルクリックと呼びます。

ビューアブルインプレッション関連の指標を利用すると、広告が「見られているがクリックされていない」のか、「見られていないからクリックされていない」のかを分析できます。

視認範囲に表示されたとみなされるのは、広告の50%以上の範囲が1秒以上連続して表示された場合です（インストリームの掲載面では、広告の50%以上の範囲が表示された状態で2秒以上連続して動画再生された場合に視認範囲に表示されたとみなされます）。

広告の掲載面によっては、ビューアブルインプレッションを計測できない場合があります。

配信から1時間以上経過した後にインターネットユーザーの視認領域に表示された広告は、ビューアブルインプレッション数として計測されません。

ビューアブルインプレッションはリアルタイムに計測されますが、お使いの環境やネットワークの状況などによっては数秒のタイムラグが発生する場合があります。そのため、広告が表示されてからビューアブルインプレッションとしてカウントされる前にクリックされた場合、ビューアブルクリックにはカウントされません。以上の理由から、ビューアブルクリック数とクリック数に差が生じることがあります。

ビューアブルインプレッション関連の測定指標

ご注意

ブラウザなど、広告が表示された環境によってはビューアブルインプレッションが正しく計測できない場合があります。

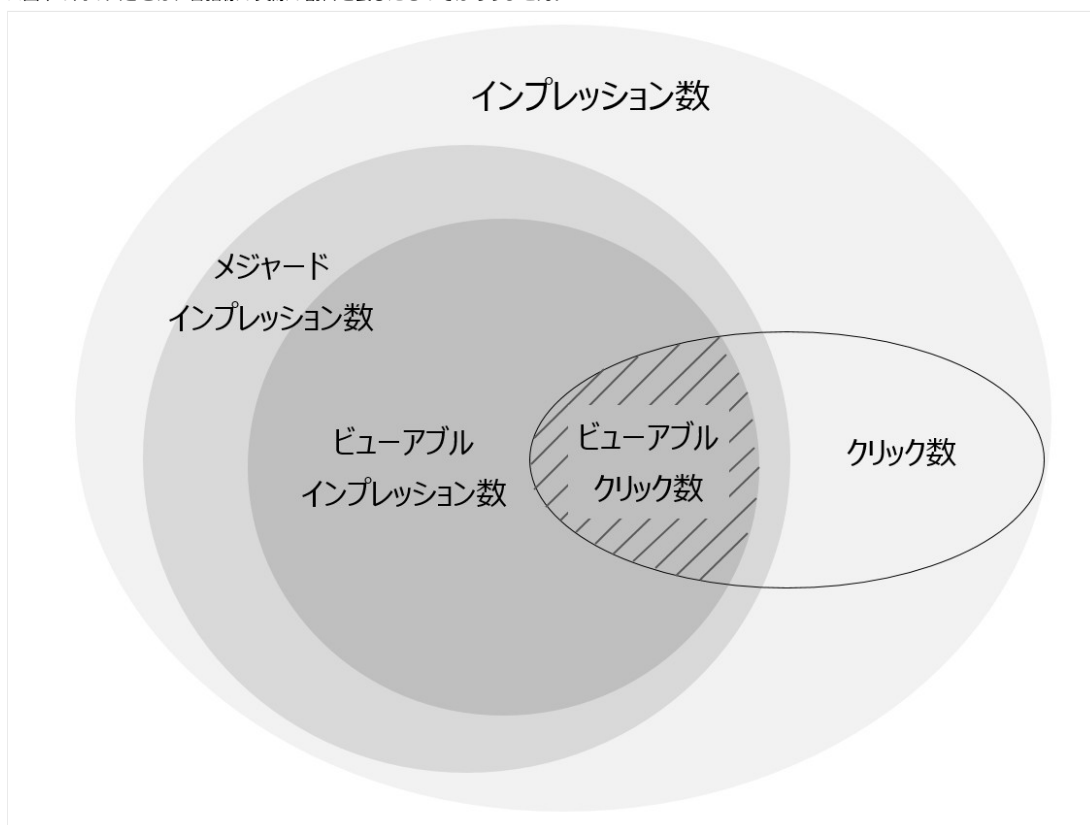
※名称に（旧）の付く指標は、YDNの終了に伴い2021年6月23日で提供および数値の取得を終了しました。

測定指標名	説明
メジャードインプレッション数	ビューアブルインプレッション数の計測が可能なインプレッション数。
メジャードインプレッション測定率	インプレッションに対するメジャードインプレッションの測定率。
ビューアブルインプレッション数	広告がインターネットユーザーの視認領域内に表示された（見られていると考えられる）回数。 ※2019年8月1日に「ビューインプレッション数」から名称変更
ビューアブルインプレッション率	ビューアブルインプレッション数の計測が可能なインプレッション率。
ビューアブルクリック数	ビューアブルインプレッションのうち、広告がクリックされた回数。
ビューアブルクリック率	ビューアブルインプレッション数のうち、広告がクリックされた割合。
リーチ数（メジャードインプレッション）	期間内に1回以上のメジャードインプレッションが発生したユニークユーザー数。 ※2021年6月23日以降のデータを取得可能

平均接触回数（メジャーードインプレッション）	ユニークユーザー単位で発生したメジャーードインプレッションの平均回数。 ※2021年6月23日以降のデータを取得可能
リーチ数（ビューアブルインプレッション）	期間内に1回以上のビューアブルインプレッションが発生したユニークユーザー数。 ※2021年6月23日に「リーチ数」から名称変更
平均接触回数（ビューアブルインプレッション）	ユニークユーザー単位で発生したビューアブルインプレッションの平均回数。 ※2021年6月23日に「平均接触回数」から名称変更

「インプレッション数」「メジャーードインプレッション数」「ビューアブルインプレッション数」の3つのインプレッション数と、「クリック数」「ビューアブルクリック数」の関係は以下の図のとおりです。

※図中の円の大きさは、各指標の実際の割合を表したものではありません。



ビューアブルインプレッション関連の各数値については、一覧画面のパフォーマンスデータやパフォーマンスレポートで確認できます。

初期設定で一覧に表示されていない項目は、表示項目の編集などから追加してください。

表示項目の追加方法は、「[一覧画面の表示をカスタマイズする](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044375?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044375?language=ja)」を参照してください。

広告運用に役立つおすすめ情報

[インプレッションとは？ 関連指標や増やす方法を紹介](https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/basic/what-is-impressions/) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/basic/what-is-impressions/)

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/OT05i000000t7p2GA...

ディスプレイ広告（予約型）
(/s/topic/OT05i000000t7p3GA...

掲載結果を管理する（運用型）
(/s/topic/OT05i000000t7ptGAA...

掲載結果を管理する（予約型）
(/s/topic/OT05i000000t7qbGA...

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [Japanese](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-res>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

トラッキング用パラメータについて

トラッキングとは、**広告主様側で広告効果測定ツールを使って**、広告配信時のクリック情報などを追跡調査することです。**広告にトラッキングを実施するためのURLやパラメータを設定して**、広告効果を測定します。

本ヘルプではトラッキングを行う場合に利用可能なトラッキング用パラメータについて説明します。

ディスプレイ広告で利用可能なトラッキング用パラメーター一覧

トラッキング用パラメータは、最終リンク先URLやトラッキングURLなどに設定できるパラメータです。カスタムパラメータとは別に設定できるため、より多様なトラッキングが可能になります。

ディスプレイ広告で利用できるトラッキング用パラメータは、以下のとおりです。

ヒント

トラッキング用パラメータは、本機能で取得したデータを、自社の効果測定機能において一次利用する場合に限り利用可能です。二次利用（取得したデータを直接顧客に提供・譲渡・転売するなど）はできません。
最終リンク先URLやトラッキングURLなど設定項目の詳細は「[最終リンク先URLとトラッキングURLなどについて](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044231?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044231?language=ja>)」を参照してください。

パラメータ	概要
{creative}	広告IDです。 URLフォーマット http://www.example.com/?creative={ (http://www.example.com/?creative={})creative}
{media}	メディアIDです。 URLフォーマット http://www.example.com/?media={ (http://www.example.com/?media={})media}
{campaignid}	キャンペーンIDです。 URLフォーマット http://www.example.com/?campaignid={ (http://www.example.com/?campaignid={})campaignid}
{adgroupid}	広告グループIDです。 URLフォーマット http://www.example.com/?adgroupid={ (http://www.example.com/?adgroupid={})adgroupid}

パラメータ	概要
{account}	アカウントIDです。 URLフォーマット http://www.example.com/?account={ http://www.example.com/?account={}account}
{device}	デバイスの種類です。 以下の内容が返却されます。 • DESKTOP • SMARTPHONE • TABLET ※識別できない場合は、NONEとなります。 URLフォーマット http://www.example.com/?device={ http://www.example.com/?device={}device}
{os}	OSの種類です。 以下の内容が返却されます。 • IOS • ANDROID ※識別できない場合は、NONEとなります。 URLフォーマット http://www.example.com/?os={ http://www.example.com/?os={}os}
{isApp}	iOSアプリ、Androidアプリに配信されたかを表示します。 • iOSアプリ、Androidアプリの場合 : true • 上記以外の場合 : false URLフォーマット http://www.example.com/?isApp={ http://www.example.com/?isApp={}isApp}
{ifa}	IFA（広告識別子）です。 • iOSの場合 : IDFA • Android OSの場合 : AdvertisingID ※ディスプレイ広告と連携済みの広告効果測定ツール（✓ ※1）をご利用の場合のみ指定できます。 URLフォーマット http://www.example.com/?ifa={ http://www.example.com/?ifa={}ifa} 使用できない項目 カスタムパラメータ

パラメータ	概要
{ifaSha1}	IFA（広告識別子）のハッシュ値（sha1）です。 ・iOSの場合：IDFA ・Android OSの場合：AdvertisingID ※ディスプレイ広告と連携済みの広告効果測定ツール（✓ ※1）をご利用の場合のみ指定できます。 URLフォーマット http://www.example.com/?ifaSha1={ ifaSha1} 使用できない項目 カスタムパラメータ
{ifaMd5}	IFA（広告識別子）のハッシュ値（md5）です。 ・iOSの場合：IDFA ・Android OSの場合：AdvertisingID ※ディスプレイ広告と連携済みの広告効果測定ツール（✓ ※1）をご利用の場合のみ指定できます。 URLフォーマット http://www.example.com/?ifaMd5={ ifaMd5} 使用できない項目 カスタムパラメータ
{ci}	コンバージョン情報です。 ※運用型でキャンペーン目的が「アプリ訴求」の場合のみ指定できます。 ※ディスプレイ広告と連携済みの広告効果測定ツール（✓ ※1）をご利用の場合のみ指定できます。 URLフォーマット http://www.example.com/?ci={ ci} 使用できない項目 カスタムパラメータ
{ifmobile:[任意の値]}	スマートフォンからアクセスした際に、任意の値を付加します。これにより、スマートフォン向けURLへの変換やパラメータの追加などが可能です（✓ ※2）。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・トラッキングURLのドメイン ・カスタムパラメータ

パラメータ	概要
{ifnotmobile:[任意の値]}	PC・タブレットなどスマートフォン以外の端末からアクセスした際に、任意の値を付加します。 これにより、PC・タブレット向けURLへの変換やパラメータの追加などが可能です（▼ ※2）。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・トラッキングURLのドメイン ・カスタムパラメータ
{deviceAppType}	広告配信面が「アプリ」か「ウェブ」かを判別できます。 ※運用型でキャンペーン目的が「アプリ訴求」の場合のみ指定できます。 ※ディスプレイ広告と連携済みの広告効果測定ツール（▼ ※1）をご利用の場合のみ指定できます。 使用できない項目 ・カスタムパラメータ
{lpurl}	最終リンク先URLまたはスマートフォン向けURLに置き換えます。 ヒント トラッキングURLの先頭でない限りエンコードされます。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・カスタムパラメータ ・動的ディスプレイ広告のフィード項目
{lpurl+2}	2回エンコードした最終リンク先URLまたはスマートフォン向けURLに置き換えます。 複数回リダイレクトする場合に有効です。 ヒント URLの先頭に記載すると、エラーになり登録できません。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・カスタムパラメータ ・動的ディスプレイ広告のフィード項目
{lpurl+3}	3回エンコードした最終リンク先URLまたはスマートフォン向けURLに置き換えます。 複数回リダイレクトする場合に有効です。 ヒント URLの先頭に記載すると、エラーになり登録できません。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・カスタムパラメータ ・動的ディスプレイ広告のフィード項目

パラメータ	概要
{unescape purl}	エンコードされていない最終リンク先URLまたはスマートフォン向けURLに置き換えます。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・カスタムパラメータ ・動的ディスプレイ広告のフィード項目
{escape purl}	エンコードされている最終リンク先URLまたはスマートフォン向けURLに置き換えます。 ヒント URLの先頭に記載すると、エラーになり登録できません。 使用できない項目 ・最終リンク先URL ・スマートフォン向けURL ・カスタムパラメータ ・動的ディスプレイ広告のフィード項目

ヒント

ifmobileやifnotmobileなどのカスタムパラメータでは使用できないトラッキング用パラメータでも、トラッキングURL内に記載することで使用が可能です。

設定例

以下のようにトラッキングURLを設定することで、「ifmobile」の使用が可能です。
[http://www.example.com?value={ \(http://www.example.com?value={}\)ifmobile:mobile}](http://www.example.com?value={ (http://www.example.com?value={})ifmobile:mobile})

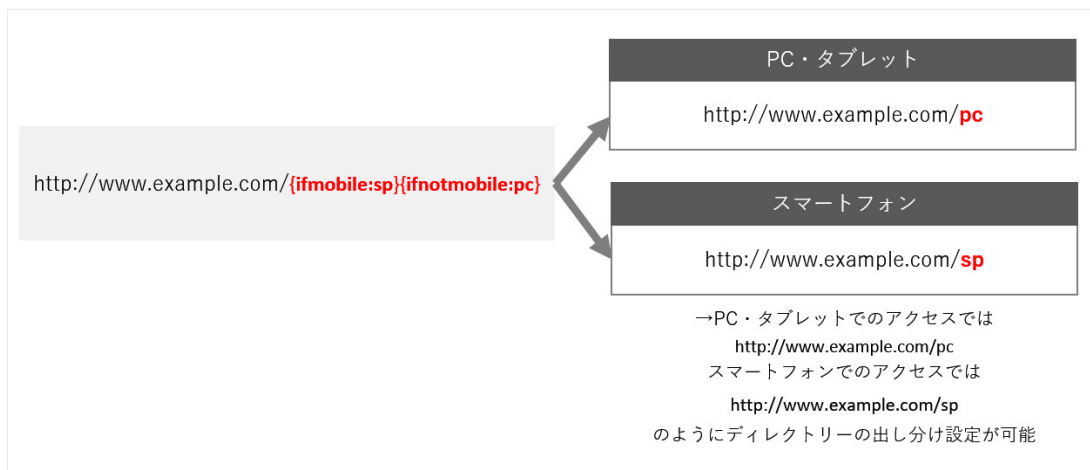
※1 ディスプレイ広告と連携済みの広告効果測定ツールについて

詳細は以下を参照してください。

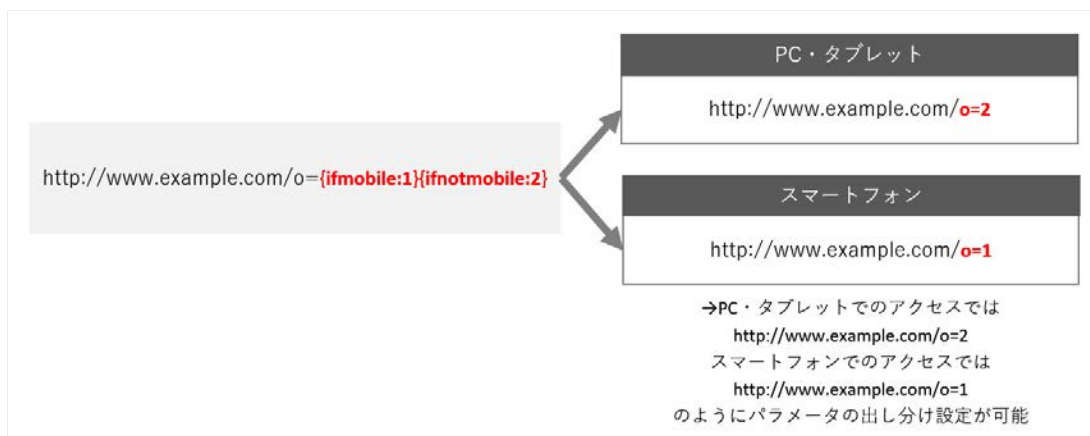
[アプリのコンバージョン測定を新規設定する](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044544?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044544?language=ja)

※2 {ifmobile:}と{ifnotmobile:}の設定例

例1 : {ifmobile:}と{ifnotmobile:}を組み合わせてディレクトリーを出し分ける



例2 : {ifmobile:}と{ifnotmobile:}を組み合わせてパラメータを出し分ける



ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0TO5i000000t7p2GA…)

ディスプレイ広告（予約型）
(/s/topic/0TO5i000000t7p3GA…)

運用型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TO5i000000t7psGAA…)

予約型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TO5i000000t7qaGA…)

関連ヘルプ

トラッキング用パラメータについて (/s/article/H000045007)

トラッキング情報の管理について（トラッキングURL、カスタムパラメータ） (/s/article/H000044782)

最終リンク先URLとトラッキングURLなどについて (/s/article/H000044231)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ydn/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/displayads/>)

写真提供：アフロ

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (<https://privacy.yahoo.co.jp/>) [利用規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/>) [ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/>)
[会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (<https://about.yahoo.co.jp/>)

©Yahoo Japan

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (</s/topiccatalog/main-searchads>) ディスプレイ広告（運用型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>) [日本語](#) ディスプレイ広告（予約型） (</s/topiccatalog/main-displayads-auc>)

ディスプレイ広告（予約型）
(</s/topic/0T05i000000t7p3GAA/ディ…>)

ターゲティング設定について

※「ディスプレイ広告（予約型）」は、代理店契約を締結しているお客様のみを提供している広告です。

ターゲティングとは、広告グループ単位で性別や地域などの条件をあらかじめ指定しておくことで、指定した条件を満たすインターネットユーザーに広告を配信する機能です。ターゲティングは1種類のみでも、複数を組み合わせても設定できます。

- ◇ ディスプレイ広告（運用型）で設定できるターゲティング
- ◇ ディスプレイ広告（予約型）で設定できるターゲティング

ご注意

ターゲティング設定を行うことで広告の配信対象が絞り込まれるため、広告のインプレッション数が少なくなる可能性があります。すべてのターゲティングが未設定の場合、あらゆるインターネットユーザーに配信されます。

ターゲティングの精度（正確性）はYahoo! JAPANによって保証されるものではなく、選択した設定およびその他の要素によって精度が異なる場合があります。

以下のターゲティング（行動履歴を利用したターゲティング）を利用した場合、未成年（18歳未満）には広告が配信されません。

- オーディエンスリストターゲティング
- オーディエンスカテゴリターゲティング
- サーチキーワードターゲティング

ディスプレイ広告（運用型）で設定できるターゲティング

ディスプレイ広告（運用型）で設定できるターゲティングは、以下のとおりです。設定方法などの詳細は、各ターゲティングのページを参照してください。

デバイス

広告の配信先デバイスを設定します。また、OSやプラットフォーム（ウェブ/アプリ）などの項目もあわせて設定可能です。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044497?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044497?language=ja>)

性別

広告を配信するインターネットユーザーの性別を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja>)

年齢

広告を配信するインターネットユーザーの年齢を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja>)

サーチキーワード

過去にYahoo! JAPANのメイン検索などでキーワード検索したユーザーの検索履歴をもとに広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044514?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044514?language=ja>)

オーディエンスリスト

さまざまな種類のデータソース（オーディエンスソース）を基にしたオーディエンスリスト、または共通オーディエンスリストを広告グループに関連付けることで、リストに含まれるユーザーに広告を配信（または配信除外）します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja>)

オーディエンスカテゴリ

ヒント

2023年2月20日に、「オーディエンスカテゴリターゲティング」は機能刷新により「オーディエンスリストターゲティング」に統合されました。今後はオーディエンスリストターゲティングのご利用をおすすめします。

設定方法などの詳細は、「[オーディエンスリストターゲティング](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja>)」を参照してください。

また、オーディエンスカテゴリターゲティングは、2023年秋頃（予定）を目途に提供を終了します。詳細は[リリースノート](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html) (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html>)をご確認ください。

特定のカテゴリに興味・関心を持ったインターネットユーザーや、特定の属性を持つユーザー、ライフイベントを迎えるユーザー層に対して広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja)

プレイスメント

広告を配信するサイト（広告掲載面）を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044420?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044420?language=ja)

コンテンツキーワード

ウェブページやアプリのコンテンツ（記事）の内容をキーワードで指定して広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044178?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044178?language=ja)

サイトカテゴリー

広告を配信するサイト（広告掲載面）のカテゴリを設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044444?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044444?language=ja)

曜日・時間帯

広告を配信する曜日や時間帯を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja)

地域

広告を配信する地域を地域名（都道府県、市区郡単位）、または半径で設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja)

ディスプレイ広告（予約型）で設定できるターゲティング

ディスプレイ広告（予約型）で設定できるターゲティングは、以下のとおりです。設定方法などの詳細は、各ターゲティングのページを参照してください。

ご注意

商品によっては各ターゲティングの設定や設定変更ができない、または設定が可能な範囲が異なる場合があります。各商品の詳細についてはセールシートをご確認ください。

予約型では、ターゲティングの設定時にターゲティング掛け率が設定されています。詳しくは「[ターゲティング設定時のvCPMについて](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044349?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044349?language=ja)」を参照してください。

デバイス

広告の配信先デバイスを設定します。また、OSやプラットフォーム（ウェブ/アプリ）などの項目もあわせて設定可能です。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044339?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044339?language=ja)

地域

広告を配信する地域を都道府県、および市区郡単位で設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044379?language=ja)

性別

広告を配信するインターネットユーザーの性別を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044475?language=ja)

年齢

広告を配信するインターネットユーザーの年齢を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044348?language=ja)

オーディエンスリスト

共通オーディエンスリストを広告グループに関連付けることで、リストに含まれるユーザーに広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja)

オーディエンスカテゴリー

ヒント

2023年2月20日に、「オーディエンスカテゴリーターゲティング」は機能刷新により「オーディエンスリストターゲティング」に統合されました。今後はオーディエンスリストターゲティングのご利用をおすすめします。

設定方法などの詳細は、「[オーディエンスリストターゲティング](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044292?language=ja)」を参照してください。

また、オーディエンスカテゴリーターゲティングは、2023年秋頃（予定）を目的に提供を終了します。詳細は[リリースノート](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html) (https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html)をご確認ください。

特定のカテゴリに興味・関心を持ったインターネットユーザーや、特定の属性を持つユーザー、ライフイベントを迎えるユーザー層に対して広告を配信します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044458?language=ja)

曜日・時間帯

広告を配信する曜日や時間帯を設定します。機能の詳細は[こちら](https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044355?language=ja)

ヒント

広告管理ツールでは広告グループに設定中のターゲティングを種類別に確認できます。画面左のサイドメニューから各ターゲティングをクリックしてください。

ダッシュボード
最適化提案
キャンペーン
広告グループ
広告
曜日・時間帯
デバイス
地域
性別
年齢
オーディエンスカテゴリー
オーディエンスリスト
サーチキーワード
サイトカテゴリー
プレイスメント
コンテンツキーワード
アカウント設定

全てのキャンペーン

サービス中 アカウント： 〇 オフ アカウント残高：0円 入金

☒ クリック数

+ キャンペーン作成

▼ フィルター

配信設定：全て + 追加

☐	配信設定	キャンペーン名	配信状況
	合計		
☐	☒		有効（学習中） ①
☐	☒		有効（学習中） ①
☐	☒		有効（学習中） ①
☐	☐		配信停止（キャンペーンがオフ） ①
☐	☒		有効（学習中） ①

ディスプレイ広告（運用型）
(/s/topic/0TOSi000000t7p2GA…)

ディスプレイ広告（予約型）
(/s/topic/0TOSi000000t7p3GA…)

運用型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TOSi000000t7psGAA…)

予約型広告を作成・管理する
(/s/topic/0TOSi000000t7qaGA…)

関連ヘルプ

地域ターゲティングの設定 (/s/article/H000044554)

性別、年齢ターゲティングの設定 (/s/article/H000044715)

ターゲティングごとに入札価格調整率を設定する (/s/article/H000044531)

ターゲティング設定の編集 (/s/article/H000044929)

曜日・時間帯ターゲティングの設定 (/s/article/H000044710)

ターゲティングごとの統計値の確認とターゲティング設定の編集（キャンペーン） (/s/article/H000044957)

ターゲティング設定時のvCPMについて (/s/article/H000044349)

地域ターゲティング (/s/article/H000044379)

ターゲティングごとの統計値の確認とターゲティング設定の編集（広告グループ） (/s/article/H000044755)

(L)

[ご利用中の広告主様へ \(/support/\)](#) - [広告管理ツール \(https://ads.yahoo.co.jp/L\)](#) - [Yahoo! JAPAN \(http://www.yahoo.co.jp/\)](#)
- [ヘルプ \(https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/top?lan=ja\)](#)

[サービス概要 \(/\)](#) [オプション機能 \(/service/features/\)](#) [料金 \(/service/price/\)](#) [コラム \(/service/start-articles/\)](#)

[事例 \(/service/case/\)](#)

[Yahoo!広告 \(L\)](#) [ご利用中の広告主様へ \(/support/\)](#) [広告主様へのお知らせ \(/support/announce/\)](#) [2022 \(/support/announce/2022/\)](#) [広告掲載基準、アカウント審査基準変更のお知らせ \(2023/2/21適用開始\)](#)

広告主様へのお知らせ Announcements

2022/12/06

広告掲載基準、アカウント審査基準変更のお知らせ (2023/2/21適用開始)

[English translation](#)

平素は弊社サービスに多大なるご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

このたび、Yahoo! JAPAN広告掲載基準、Yahoo!広告アカウント審査基準を変更いたします。
適用開始日および変更内容を以下のとおりお知らせいたしますのでご確認ください。

1. 適用開始日 (予定)

2023年2月21日 (火)
※日程は変更になる場合があります。

2. 変更内容

変更内容は、以下の資料をご確認ください。

- ・ [新旧対比表 \(https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/20230221web_new_editorial_guidelines_comparison.pdf\)](https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/20230221web_new_editorial_guidelines_comparison.pdf) (PDF)
- ・ [変更解説資料 \(https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/20230221web_new_editorial_guidelines_cases.pdf\)](https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/20230221web_new_editorial_guidelines_cases.pdf) (PDF)

Change in Advertisement Editorial Guidelines and Account Review Guidelines (Effective on February 21, 2023)

Thank you for using Yahoo! JAPAN Ads.

We will change our Advertising Editorial Guidelines and Account Review Guidelines.

1. Schedule:

February 21, 2023 (Tue)
*The date is subject to change.

広告管理ツール

(<https://ads.yahoo.co.jp/>)

[Sign in](#)

Yahoo!広告の使い方で困ったら

お問い合わせの前に
[よくあるご質問 \(https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/lan=ja&cid=1907\)](https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/lan=ja&cid=1907)をご覧ください。

[Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口 \(https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/\)](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/)

[View our FAQs in English \(https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/largecategory?lan=en&cid=1907\)](https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/largecategory?lan=en&cid=1907)

お知らせ

[リリースノート \(/support/release/\)](#)

[メンテナンス情報 \(/support/maintenance/\)](#)

[広告主様へのお知らせ \(/support/announce/\)](#)

お役立ちコンテンツ

広告管理ツールの使いかた

[広告管理ツールでの操作方法や機能の内容など、ツール掲載しています。](#)

[ヘルプ](#)

(<https://ads-help.yahoo.co.jp/>)

広告効果を高めるポイント

[公式ガイドライン \(/online/\)](#)

広告効果を高めるためのポイントやヒントなど、運用に
ツを多数掲載しています。

【広告掲載基準 新旧対比表】

※青字：削除箇所、赤字：変更箇所

章	変更前（2023年2月20日以前）	変更後（2023年2月21日以降）
第1章 広告掲載基準と掲載判断（広告審査）	～省略～ 2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について 当社の個別の判断により、この基準を満たしている場合でも掲載をお断りすることがあります。また、基準を満たさない場合でも、掲載を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合も掲載しません）。いずれの場合でもその理由について回答することはできない場合があります。 3. 掲載の可否判断と広告の責任について 当社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。 4. 提携パートナーによる掲載判断 Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を遵守していても、提携パートナーが個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、提携パートナーによって掲載をお断りすることがあります。	～省略～ 2. 掲載の可否判断と広告の責任について 当社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。 3. 提携パートナーによる掲載判断 Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を遵守していても、提携パートナーが個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、提携パートナーによって掲載をお断りすることがあります。
第4章 掲載できない広告	以下のような広告は掲載できません。 ～省略～ 2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの ～省略～ (15) その他、当社が不適切と判断したもの	以下のような広告は掲載できません。 ～省略～ 2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの ～省略～ (15) ユーザーデータの情報が複数確認されたもの (16) その他、当社が不適切と判断したもの
第7章 その他、個別の掲載基準があるもの	3. 政党（第9章 18. 関連） 政党等に関する広告については、下記の掲載基準を満たす必要があります。 (1) 広告出稿元が、政治団体設立の届出が完了しており、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること (2) 公職選挙法およびそのガイドラインで規定されている内容を遵守していること (3) リンク先のサイトが政党等のサイトであること (4) 合理的な根拠なく一方的に主張を展開したり、他を攻撃したりしていないこと (5) ターゲティングを設定する場合は以下いずれかのターゲティングであること。 ただし、特定の政治的意図をもって行うターゲティングではないこと 年齢、性別、地域、曜日・時間、デバイス、プレイスメント、サイトカテゴリ、コンテンツキーワード	3. 政党（第9章 18. 関連） 政党等に関する広告については、下記の掲載基準を満たす必要があります。 (1) 広告出稿元が、政治団体設立の届出が完了しており、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること (2) 公職選挙法およびそのガイドラインで規定されている内容を遵守していること (3) リンク先のサイトが政党等のサイトであること (4) 合理的な根拠なく一方的に主張を展開したり、他を攻撃したりしていないこと (5) ターゲティングを設定する場合は以下いずれかのターゲティングであること。 ただし、特定の政治的意図をもって行うターゲティングではないこと 年齢、性別、地域（半径指定は除く）、曜日・時間、デバイス、プレイスメント、サイトカテゴリ、コンテンツキーワード
第9章 広告表現規制	クリエイティブに関して「第9章 広告表現規制」を遵守する必要があります。成功報酬型広告契約またはアフィリエイト・プログラムで運営しているサイトを掲載する場合は、訴求する業種、商品、サービスにより個別の掲載基準も満たす必要があります。 クリエイティブの形式については、以下のとおり定義いたします。 ～省略～	クリエイティブの形式については、以下のとおり定義いたします。 ～省略～
	15. アルコール飲料【第5章 6. 関連】 クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「お酒、飲酒は 20 歳を過ぎから」等の文言を明記してください。テキスト広告の場合で、クリエイティブへの表示が難しい場合は広告のリンク先のサイトに同様の明記をしてください。	15. アルコール飲料【第5章 6. 関連】 クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「お酒、飲酒は 20 歳になっから」等の文言を明記してください。テキスト広告の場合で、クリエイティブへの表示が難しい場合は広告のリンク先のサイトに同様の明記をしてください。

章	変更前（2023年2月20日以前）	変更後（2023年2月21日以降）
第10章 広告商品、広告機能ごとの掲載基準があるもの	2.ディスプレイ広告 (1) 表示URL 以下を満たす必要があります。 1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること 2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと 3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと 4. 入稿規定に準拠したURLであること ～省略～	2.ディスプレイ広告 (1) 表示URL 以下を満たす必要があります。 1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること 2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと 3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと ～省略～

【アカウント審査基準 新旧対比表】

章	変更前（2023年2月20日以前）	変更後（2023年2月21日以降）
第1章 アカウ ント審査基準と審 査判断	第1章 アカウ ント審査基準と審査判断 1. Yahoo!広告 アカウ ント審査基準について 本基準は Yahoo!広告でご利用いただくアカウ ントに適用される審査基準です。 Yahoo!広告をご利用いただく広告主は本基準を遵守する必要があります。 2. アカウ ント審査基準と可否判断の関係について 当社の個別の判断により、本基準を満たしている場合でもアカウ ントの利用をお断りすることがあります。また、基準を 満たしていない場合でも、アカウ ントの利用を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合もアカウ ントの利用はできません）。 いずれの場合もその理由について回答することはできない場合があります。	第1章 アカウ ント審査基準について 本基準は Yahoo!広告でご利用いただくアカウ ントに適用される審査基準です。 Yahoo!広告をご利用いただく広告主は本基準を遵守する必要があります。

広告掲載基準・アカウンント審査基準変更

2023年2月21日実施予定

目次

- 本資料について
- 変更の目的
- 適用開始日
- 変更一覧
- 変更内容詳細

187

本資料について

- 本資料は2023年2月21日（火）に変更予定の広告掲載基準・アカウト審査基準に関して、変更箇所や影響などについてまとめた資料です。

- 各基準の変更箇所（P8以降）については以下のとおり色分けしています。

赤字：変更または追加箇所

青字：削除箇所

変更の目的

- 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適用に関する対応
- 法令違反リスクの回避
- 現行の審査運用への適合
- ユーザー保護の観点

適用開始日

下記日程で広告掲載基準・アカウント審査基準の変更を実施します。

■ 新基準適用開始日

2023年2月21日（火）

190 ※日程は変更になる場合があります。

変更一覧

基準種別	章	基準項目	変更内容	掲載可否への影響
広告掲載基準	第1章	2. 広告掲載基準と掲載判断 (広告審査)	「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」(令和3年2月1日施行)の趣旨に基づき「2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について」の項目を削除。	なし
	第3章	2. 不当表示の禁止【第9章6. 関連】	消費者庁からの景品表示法に基づく行政処分を受けた商品やサービスについて掲載停止運用を開始。ただし、是正が確認でき次第再開可能。	あり
	第4章	2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの	現行の判断基準である、商品販売やサービス提供についてユーザートラブルの情報が複数確認されたことによる掲載停止であることがわかりやすいよう、基準文に追加。	なし
	第7章	3. 政党【第9章18. 関連】	地域ターゲティングの「半径指定」は設定できない現行の判断基準に合わせて掲載基準本文を変更。	なし
	第9章	リード文	広告掲載基準の構成見直しのため、リード文を削除。	なし
		15. アルコール飲料【第5章6. 関連】	アルコール飲料の広告に必要な表示例をより分かりやすい例に変更。	なし
	第10章	2. ディスプレイ広告	表示URLは最終リンク先URLから自動生成され、手動入力が行わないため実 に合わせて基準文を削除。	なし
アカウント審査基準	第1章	アカウント審査基準と審査判断	「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」(令和3年2月1日施行)の趣旨に基づき「2. アカウント審査基準と掲載の可否判断の関係について」の項目を削除。	なし

広告掲載基準変更項目

第1章 広告掲載基準と掲載判断（広告審査）

■ 現基準

～省略～

2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について

当社の個別の判断により、この基準を満たしている場合でも掲載をお断りすることがあります。また、基準を満たさない場合でも、掲載を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合も掲載しません）。いずれの場合でもその理由について回答することはできない場合があります。

3. 掲載の可否判断と広告の責任について

当社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

4. 提携パートナーによる掲載判断

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を遵守していても、提携パートナーが個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、提携パートナーによって掲載をお断りすることがあります。

■ 新基準

～省略～

2. 掲載の可否判断と広告の責任について

当社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

3. 提携パートナーによる掲載判断

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を遵守していても、提携パートナーが個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、提携パートナーによって掲載をお断りすることがあります。

【変更理由】

「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」（令和3年2月1日施行）の趣旨に基づき「2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について」を削除します。

【変更による影響】

掲載可否への影響はありません。

第3章 表示に関する一般的注意

2. 不当表示の禁止【第9章 6.関連】

※広告掲載基準本文自体の変更はありません。

■現基準

2. 不当表示の禁止【第9章 6.関連】

商品、サービスの内容及、事実と相違して、実際よりも優良であると誤認させたり、他のものよりも優良であるか誤認させたりする優良誤認表示や、実際よりも安いと誤認させたり、他のものよりも安いと誤認させたりする有利誤認表示などの不当表示となる広告の掲載を禁止します。

【変更内容および理由】

消費者庁による景品表示法に基づく行政処分を受けた商品・サービスについては、広告掲載のリスクが高いと判断するため、ヤフー広告内の該当表示の有無に関わらず広告掲載をお断りします。基準文の変更はありませんが掲載停止理由を分かりやすく変更します。

194

【変更による影響】

消費者庁からの行政処分内容の是正が確認でき次第出稿の再開が可能となります。なお、その他広告掲載基準の違反がある場合は再開できません。

【是正完了連絡先】

正規代理店のお客様：弊社担当営業またはYahoo!広告 お客様サポート
自社運用のお客様：Yahoo!広告お客様サポート

Yahoo!広告お客様サポートセンター0120-559-703（平日9:30-12:00/13:00-18:00、土日祝休）

▼お問合せ先一覧

<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/index.html>

広告管理ツールに表示される掲載停止理由

■タイトル

不当表示の禁止（消費者庁からの行政処分）

■本文

当該商品、サービスについて消費者庁による景品表示法に基づく行政処分の執行を確認したため広告を停止しました。消費者庁からの行政処分内容の是正が確認でき次第出稿の再開が可能となります。

是正完了後、対応内容の詳細を以下へお知らせください。

正規代理店のお客様：弊社担当営業またはYahoo!広告 お客様サポート
自社運用のお客様：Yahoo!広告 お客様サポート

195

Yahoo!広告 お客様サポートセンター

0120-559-703（平日9:30-12:00/13:00-18:00、土日祝休）

▼お問合せ先一覧

<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/index.html>

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準の以下の項目に該当します。
第3章 表示に関する一般的注意（2. 不当表示の禁止【第9章 6.関連】）

第4章 掲載できない広告

(15) ユーザートラブルの情報が複数確認されたもの

■現基準

以下のような広告は掲載できません。

～省略～

2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの

～省略～

(15) その他、当社が不適切と判断したもの

■新基準

以下のような広告は掲載できません。

～省略～

2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの

～省略～

(15) ユーザートラブルの情報が複数確認されたもの

(16) その他、当社が不適切と判断したもの

【変更理由】

商品販売やサービス提供についてユーザートラブルの情報が複数確認された場合、これまで同章2節15項「その他、当社が不適切と判断したもの」を適用し掲載不可としていましたが、より分かりやすくするため掲載基準本文を追加します。

【変更による影響】

現行の審査判断基準にあわせて掲載基準本文を追加するため、掲載可否への影響はありません。

第7章 その他、個別の掲載基準があるもの

3. 政党【第9章18.関連】

■現基準

下記の掲載基準を満たす必要があります。

- (1) 広告出稿元が、政治団体設立の届出が完了しており、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること
- (2) 公職選挙法およびそのガイドラインで規定されている内容を遵守していること
- (3) リンク先のサイトが政党等のサイトであること
- (4) 合理的な根拠なく一方的に主張を展開したり、他を攻撃したりしていないこと
- (5) ターゲティングを設定する場合は以下いずれかのターゲティングであること。ただし、特定の政治的意図をもって行うターゲティングではないこと
年齢、性別、地域、曜日・時間帯、デバイス、プレイスメント、サイトカテゴリー、コンテンツキーワード

■新基準

下記の掲載基準を満たす必要があります。

- (1) 広告出稿元が、政治団体設立の届出が完了しており、政党助成法に定義された政党、その他政治団体、またはそれらに準じる団体であること
- (2) 公職選挙法およびそのガイドラインで規定されている内容を遵守していること
- (3) リンク先のサイトが政党等のサイトであること
- (4) 合理的な根拠なく一方的に主張を展開したり、他を攻撃したりしていないこと
- (5) ターゲティングを設定する場合は以下いずれかのターゲティングであること。ただし、特定の政治的意図をもって行うターゲティングではないこと
年齢、性別、地域（**半徑指定は除く**）、曜日・時間帯、デバイス、プレイスメント、サイトカテゴリー、コンテンツキーワード

【変更理由】

現行の判断基準では地域ターゲティングの「半徑指定」は設定できないため、審査の判断基準にあわせて掲載基準本文を変更します。

【変更による影響】

現行の審査判断基準にあわせて掲載基準本文を追加するため、掲載可否への影響はありません。

第9章 広告表現規制について

■現基準 クリエイティブに関して「第9章 広告表現規制」を遵守する必要があります。成功報酬型広告契約またはアフィリエイト・プログラムで運営しているサイトを掲載する場合は、訴求する業種、商品、サービスにより個別の掲載基準も満たす必要があります。 クリエイティブの形式については、以下のとおり定義いたします。	
テキスト広告	画像ではない文字による広告
静止画広告	アニメーションおよび音声のない画像による広告
アニメーション広告	アニメーションによる広告
動画広告	動画ファイル形式による広告

■新基準 クリエイティブの形式については、以下のとおり定義いたします。	
テキスト広告	画像ではない文字による広告
静止画広告	アニメーションおよび音声のない画像による広告
アニメーション広告	アニメーションによる広告
動画広告	動画ファイル形式による広告

【変更理由】
Yahoo! JAPAN 広告掲載基準の構成見直しのため、掲載基準本文を変更します。

【変更による影響】
掲載可否への影響はありません。

第9章 広告表現規制について

15. アルコール飲料【第5章 6.関連】

■現基準

15. アルコール飲料【第5章 6.関連】
クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「お酒、飲酒は20歳を過ぎてから」等の文言を明記してください。テキスト広告の場合、クリエイティブへの表示が難しい場合は広告のリンク先のサイトに同様の明記をしてください。

■新基準

15. アルコール飲料【第5章 6.関連】
クリエイティブ内の表示が省略されない箇所に「お酒、飲酒は20歳になってから」等の文言を明記してください。テキスト広告の場合、クリエイティブへの表示が難しい場合は広告のリンク先のサイトに同様の明記をしてください。

【変更理由】

199 酒類の広告審査委員会（公益社団法人アルコール健康医学協会内）による「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」内の文言例にあわせて基準本文内の文言例も変更します。

【変更による影響】

文言はあくまで一例のため掲載可否への影響はありません。

参照：酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準
<http://www.rcaa.jp/standard/pdf/jishukijun.pdf>

第10章 広告商品、広告機能ごとの掲載基準があるもの

2.ディスプレイ広告

■現基準

(1) 表示URL

以下を満たす必要があります。

1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること
2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと
3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと
4. [入稿規定に準拠したURL](#)であること

～省略～

■新基準

(1) 表示URL

以下を満たす必要があります。

1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること
2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと
3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと

～省略～

【変更理由】

表示URLは最終リンク先URLから自動生成され、手動入力が行わないため本号を削除します。

【変更による影響】

ディスプレイ広告の現行の仕様にあわせて削除するため、掲載可否への影響はありません。

アカウント審査基準変更項目

第1章 アカウント審査基準と審査判断

■現基準

第1章 アカウント審査基準と審査判断

1. Yahoo!広告 アカウント審査基準について

本基準は Yahoo!広告でご利用いただくアカウントに適用される審査基準です。Yahoo!広告をご利用いただく広告主は本基準を遵守する必要があります。

2. アカウント審査基準と可否判断の関係について

当社の個別の判断により、本基準を満たしている場合でもアカウントの利用をお断りすることがあります。また、基準を満たしていない場合でも、アカウントの利用を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合もアカウントの利用はできません）。いずれの場合もその理由について回答することはできない場合があります。

■新基準

第1章 アカウント審査基準について

本基準は Yahoo!広告でご利用いただくアカウントに適用される審査基準です。Yahoo!広告をご利用いただく広告主は本基準を遵守する必要があります。

【変更理由】

「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」（令和3年2月1日施行）の趣旨に基づき「2.アカウント審査基準と可否判断の関係について」の項目を削除します。

また、削除に伴い章体裁を変更します。

【変更による影響】

掲載可否への影響はありません。



Yahoo!広告 ウェブサイト
<https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahooads/>

© 2022 Yahoo Japan Corporation

(/).

[ご利用中の広告主様へ \(/support/\)](#) - [広告管理ツール \(https://ads.yahoo.co.jp/\)](#) - [Yahoo! JAPAN \(http://www.yahoo.co.jp/\)](#)
- [ヘルプ \(https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/top?lan=ja\)](#)

[サービス概要 \(/\)](#) [オプション機能 \(/service/features/\)](#) [料金 \(/service/price/\)](#) [コラム \(/service/start-articles/\)](#)

[事例 \(/service/case/\)](#)

[Yahoo!広告 \(/\)](#) [ご利用中の広告主様へ \(/support/\)](#) [リリースノート \(/support/release/\)](#) [2022 \(/support/release/2022/\)](#) 【ディスプレイ広告（運用型）】ディスプレイ広告（運用型）リンク先URL形式広告の強制変換完了と提供終了に向けた今後の予定

リリースノート Release notes

2022/11/01

【ディスプレイ広告（運用型）】ディスプレイ広告（運用型）リンク先URL形式広告の強制変換完了と提供終了に向けた今後の予定

[English translation](#)

更新履歴

2022年11月1日：2022年10月31日（月）をもちましてリンク先URL形式の提供を終了しました。提供終了時点でリンク先URL形式の広告は、順次掲載が停止されます。

2022年9月1日：記事の掲載を開始しました。

対象サービス

Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型）

概要

2022年6月より開始していたリンク先URL形式の広告の、最終リンク先URL形式への強制変換が2022年8月31日に完了いたしました。リンク先URL形式の提供終了に向けた今後の予定については以下をご確認ください。

リンク先URL形式の配信停止

2022年10月31日時点でリンク先URL形式の広告は、2022年11月以降に順次配信が停止となる予定です。引き続き配信を希望される場合は、2022年9月1日から2022年10月31日の期間内に最終リンク先URL形式への移行をお願いいたします。

強制変換によりエラーとなった広告を最終リンク先URL形式へ移行するには、「最終リンク先URL形式への変換」画面からダウンロードしたエラーファイル編集ツールを編集し、インポート機能を利用することで変換ができます。

エラーとなった広告の移行方法や、今後の予定についての詳細は以下の 料をダウンロードしてご確認ください。

[料をダウンロード \(https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/202209YDA_DestURL.pdf\)](https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/202209YDA_DestURL.pdf)

Yahoo! JAPAN 広告掲載基準の変更

リンク先URL形式の提供終了に伴い、Yahoo! JAPAN 広告掲載基準を変更いたしました。

変更の詳細は以下の 料をダウンロードしてご確認ください。

※変更の適用開始日は2022年11月1日（火）です。

[料をダウンロード \(https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/202209YDA_DestURLGL.pdf\)](https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/202209YDA_DestURLGL.pdf)

リンク先URL形式の提供終了に伴う 広告掲載基準の変更について

代理店・広告主向け

ディスプレイ広告（運用型）

ヤフー株式会社
2022年9月

© Yahoo Japan

広告掲載基準 変更箇所

第10章 2.ディスプレイ広告 ※赤字を削除します。

■現基準

(1) 表示URL

以下を満たす必要があります。

1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること
2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと
3. www.yahoo.co.jp/directory2/ などのようにドメイン以下のディレクトリは第一階層までであること
4. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと
5. 入稿規定に準拠したURLであること

(2) タイトルと説明文の独立

タイトルと説明文はそれぞれが独立した表現としてください。

(3) 入稿するURLとページ内容

最終リンク先URL形式の場合には、以下を満たす必要があります。

1. 最終リンク先URLのページ、スマートフォン向けURLのページ、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページのURLは、同一の内容であること
2. 表示URL、最終リンク先URL、スマートフォン向けURL、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページのURLのドメインは一致していること

■新基準

(1) 表示URL

以下を満たす必要があります。

1. リンク先のサイトの内容を正確に反映していること
2. サイトの所有者について誤解を招きやすい表現が使用されていないこと
3. タイトルおよび説明文の代わりやメールアドレスとして使用しないこと
4. 入稿規定に準拠したURLであること

(2) タイトルと説明文の独立

タイトルと説明文はそれぞれが独立した表現としてください。

(3) 入稿するURLとページ内容

以下を満たす必要があります。

1. 最終リンク先URLのページ、スマートフォン向けURLのページ、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページのURLは、同一の内容であること
2. 表示URL、最終リンク先URL、スマートフォン向けURL、ユーザーが広告をクリックすると表示されるページのURLのドメインは一致していること

本資料について

- ✓ 本資料は、2022年9月時点の内容です。
- ✓ 本資料で利用している画像はイメージです。
- ✓ 資料に記載されている仕様などは、今後変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。



Yahoo!広告 ウェブサイト
<https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahooads/>

© Yahoo Japan

© Yahoo Japan

リンク先URL形式の提供終了について

代理店・広告主向け

ディスプレイ広告（運用型）

目次

- 概要
- リンク先URL形式提供終了までのスケジュール
- 強制変換によりエラーとなった広告の確認方法
- 強制変換によりエラーとなった広告の最終リンク先URL形式（新形式）への移行方法

概要

概要

1) 日程

2022年10月31日（月）提供終了予定

2) 概要

上記日程でリンク先URL形式の提供を終了する予定です。

212

そのため、2021年1月から2022年5月までに実績（1インプレッション以上）があるアカウントを対象に、2022年6月15日（水）から8月31日（水）にかけて、弊社にてURLの入稿形式をリンク先URL形式から最終リンク先URL形式へ強制変換しました。

強制変換の結果、何らかの理由で変換できなかった広告も現在配信可能ですが、**2022年10月31日（月）時点でリンク先URL形式の広告は、2022年11月以降順次配信が停止します。**

リンク先URL形式の広告があるかをお客様ご自身で確認し、当該広告は、提供終了日までに最終リンク先URL形式へ移行してください。

本施策の目的

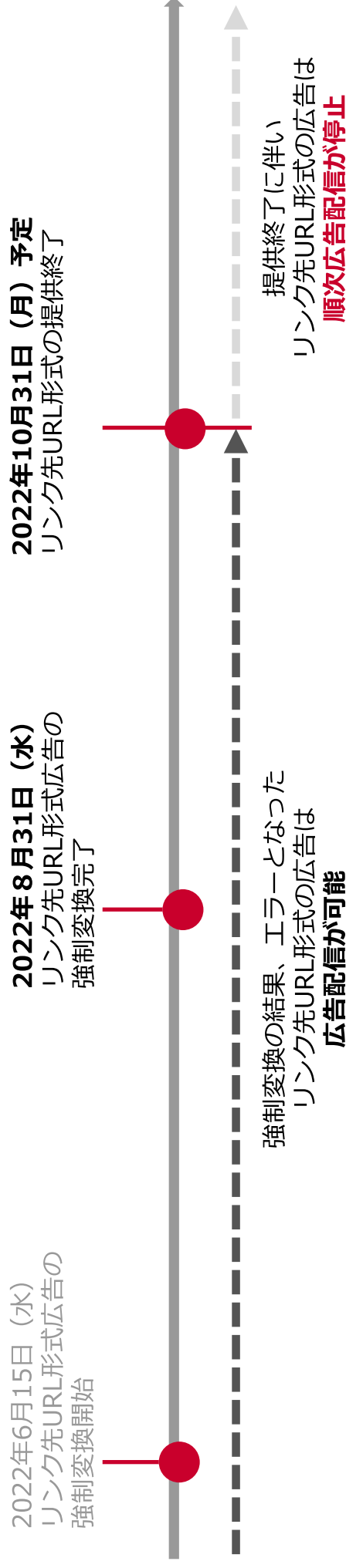
3) 本施策の目的

- 広告市場健全性向上に向けた取り組み
最終リンク先URLから表示URLが自動生成されることにより、
表示URLとリンク先URLが一致せず、**ユーザーが想定していなかったサイトに誘導されることを防止**します。
- 運用の効率化
各種計測を行う場合、トラッキング用URLを上位エンティティでまとめて設定可能になるなど、
パラメータ管理を簡単にすることで**運用者の運用工数削減**に繋がります。

リンク先URL形式提供終了までの スケジュール

リンク先URL形式提供終了までのスケジュール

2022年10月31日（月）にリンク先URL形式の提供を終了予定です。
提供終了日時点でリンク先URL形式の広告は、**2022年11月以降順次配信が停止します。**



強制変換によりエラーとなった広告の確認方法

強制変換によりエラーとなった広告の確認方法

弊社が実施した変換内容は、「ツール」＞「最終リンク先URL形式への変換」を選択した画面で確認可能です。
実行者が「ヤフー株式会社」と記載された列の「エラー数」を確認します。

共有ライブラリー

オーディエンスリスト

サーチャキワードリスト

プレイスメントリスト

コンテンツキーワードリスト

商品リスト

画像

動画

コンバージョン測定

Yahoo! JAPAN :
ビジネスID

▼ レポート ツール

アカウントと権限管理

アカウント一覧

アカウント情報ダウンロード

権限管理 (アカウント)

権限管理 (Yahoo! JAPANビジネスIDごとのアカウント参照)

関連ツール

Yahoo!ビジネスマネージャー

Yahoo!タグマネージャー

アカウント情報はアプリケーション

明細と資金管理

月次利用明細

取引明細

入金管理

企業全体の明細と資金管理

入金・返金・カード明細

受取口座情報

運用支援

自動運用ルール

在庫確認・シミュレーション (予約型)

入稿操作管理

操作履歴

コピー状況・結果

インポート状況・結果

最終リンク先URL形式に変換

217

(1)

(2)

入稿操作管理

操作履歴

コピー状況・結果

インポート状況・結果

最終リンク先URL形式に変換

開始日時

2022/07/05 13:11:50

完了

実行者

ヤフー株式会社

ステータス

完了

成功数

508

エラー数

237

エラーファイル (インポート利用可)

ダウンロード (CSV・UTF-8)

ダウンロード (CSV・Shift JIS)

表示件数

25件

1件中1~1件

複数アカウント指定の変換画面へ移動

プライバシー - 利用規約 - 広告取扱基本規定 - Yahoo! JAPANビジネスID利用規約 - 免責事項 - ヘルプ - ご意見やご要望

© Yahoo! Japan - 限定

※強制変換の履歴は「操作履歴」でも確認可能です。

※操作方法の詳細は、ヘルプ「広告を最終リンク先URL形式に変換する」ページ内の「変換結果を確認する」を参照してください。

強制変換によりエラーとなった広告の 最終リンク先URL形式への移行方法

強制変換によりエラーとなった広告の移行方法

強制変換の結果エラーが発生している場合、

当該広告を2022年10月31日（月）までに、お客様ご自身で最終リンク先URL形式へ移行してください。
2022年10月31日（月）時点でリンク先URL形式の広告は、2022年11月以降順次配信が停止します。

ステップは以下のとおりです。

(1) エラーファイルをダウンロードする

(2) ダウンロードしたエラーファイルを修正する

(3) 修正したファイルをインポート機能を利用してアップロードする

強制変換によりエラーとなった広告の移行方法（2） ～ダウンロードしたエラーファイルを修正する～

強制変換時にエラーとなった理由は、ダウンロードしたファイルの「エラーメッセージ」列に記載されていますので、内容を確認のうえ、ファイル内の以下の項目を修正します。

項目（列）名	修正内容
リンク先URL	空欄にしてください。空欄以外の場合は、インポート機能利用時にエラーとなります。
最終リンク先URL	広告がクリックされた時に最終的に表示されるウェブサイトのURLを入力します。 ※広告タイプが「動的ディスプレイ広告」の場合、ロゴ画像をクリックしたときに表示されるページのURLを設定します。
トラッキングURL	今までリダイレクトが含まれるURL（広告効果測定用URLなど）をリンク先URLに設定していた場合は、当該URLを入力します。 上記以外の場合は、特に入力は不要です。
表示URLの形式	以下のいずれかの値を入力します。 ・ドメインのみ表示する ・第一ディレクトリまで表示する ※キャンペーン目的が「アプリ訴求」の場合、「ドメインのみ表示する」を指定してください。

※その他の入力項目の詳細は、ヘルプ「インポートファイル入力仕様（キャンペーン・広告グループ・広告）」ページ内の「[広告入力仕様](#)」を参照してください。

© Yahoo Japan

強制変換によりエラーとなった広告の移行方法 (3) ～修正したファイルをインポート機能を利用してアップロードする～

インポート機能を利用して、修正したエラーファイルをアップロードします。

ダッシュボード
最適化提案 2

全てのキャンペーン

サービス中 アカウント: ● オン 予算: 円 アカウント残高: 円 予想残日数: 日

インポート

CSVファイルをインポートして広告の追加、編集、削除を一括で行います。対象のアカウントが選択されていることをご確認のうえ、「ファイルを選択」ボタンからインポート対象のファイルを選択し、「実行」ボタンを押してください。
※ファイルはダウンロードしたテンプレートやインポート用ファイルをもとに必要項目を編集して作成します。
詳細はヘルプページを参照してください。

- 広告テンプレートのダウンロード (UTF-8)
- 広告テンプレートのダウンロード (Shift JIS)

インポートファイル (CSV) を選択

ファイルを選択

実行 キャンセル

※インポート機能の操作方法の詳細は、ヘルプ「インポート機能について」ページ内の「[インポートする](#)」を参照してください。

アップロード内容の審査について

インポート機能を利用してエラーファイルをアップロードした際に審査が実施されます。審査状況のステータスは「編集内容審査中」となり、編集内容が承認された後、新しい内容に上書きされます。

本資料について

- ✓ 本資料は、2022年9月時点の内容です。
- ✓ 本資料で利用している画像はイメージです。
- ✓ 資料に記載されている仕様などは、今後変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。

YAHOO! JAPAN 広告

Yahoo!広告 ウェブサイト
<https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahooads/>

© Yahoo Japan

© Yahoo Japan

Yahoo!広告ヘルプ

入力例：キャンペーン…

検索

… 検索広告 (/s/topiccatalog/main-searchads) デ스플레이広告（運用型） (/s/topiccatalog/main-displayads-auc) Japaneseディスプレイ広告（予

ガイドライン (/s/topic/0TO5i000000t7p5GAA/ガイ… > 【広告】入稿規定（共通） (/s/topic/0TO5i000000t7rBGAQ/広…

入稿規定 更新履歴

更新履歴

更新日	対象ページ	変更内容	変更理由
2023/4/11	・ トップインパクト スクエア/ トップインパクト スクエア 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044218) ・ トップインパクト クインティ/ トップインパクト クインティ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044193) ・ トップインパクト パノラマ/ トップインパクト パノラマ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044307) ・ トップインパクト パノラマ パネルス イッチ (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044316) ・ トップインパクト パノラマ サイドス イッチ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044173) ・ トップインパクト パノラマ サイドビジョン 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044200) ・ トップインパクト ブライムディスプレイ ダブル/トップインパクト ブライムディスプレイ ダブル 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044290)	「広告挙動」資料内 右サイド画像、左サイド画像内の 文字表現例： 【NG例】ひとつのサイド画像の口 ゴマークの文字数が41文字以上 に 修正	文言の適正化のため
2023/3/20	・ (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000046061) レスポンス (画像) -予約型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000046061)	新規ページ作成	機能追加、改善のため

2023/3/2	・ インストリーム (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044260) ・ カルーセル -運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045737) ・ カルーセル -予約型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044296) ・ テキスト (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044240) ・ トップインパクト クインティ/ トップインパクト クインティ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044193) ・ トップインパクト スクエア/ トップインパクト スクエア 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044218) ・ トップインパクト パノラマ サイドス イッチ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044173) ・ トップインパクト パノラマ サイドビジョン 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044200) ・ トップインパクト パノラマ パネルス イッチ (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044316) ・ トップインパクト パノラマ/ トップインパクト パノラマ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044307) ・ トップインパクト ブライムディスプレイ ダブル/トップインパクト ブライムディスプレイ ダブル 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044290) ・ バナー (画像) -運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045739) ・ バナー (画像) -予約型 *アスペクト比 (1:1) 、 (6:5) 、 (1:2) 、 (16:5) 、 (16:9) 、 (4:1) など (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044175) ・ バナー (動画) -運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045738) ・ バナー (動画) -予約型 *アスペクト比 (1:1) 、 (16:9) 、 (1:2) 、 (4:1) (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045741) ・ ブランドパネル クインティ/ ブランドパネル クインティ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044166) ・ ブランドパネル パノラマ パネルス イッチ (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044274) ・ ブランドパネル パノラマ/ ブランドパネル パノラマ 動画 (https://ads-help-	ディープリンクの入稿を禁止する 文言の削除	機能追加、改善のため
----------	--	----------------------------------	------------

help.yahoo- net.jp/s/article/H000044332) ・レスポンス (画像) (https://ads-help.yahoo- net.jp/s/article/H000044228) ・レスポンス (動画) (https://ads- net.jp/s/article/H000044155) ・動的ディスプレイ (https://ads- net.jp/s/article/H000045743) ・動的ディスプレイ- データフィード (商品リスト) (https://ads- net.jp/s/article/H000045740) ・入稿および広告掲載の注意事項・禁 止事項 (https://ads-help.yahoo- net.jp/s/article/H000044215)		
---	--	--

2023/2/21	・検索連動型ブランディング広告仕様 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044430) ・バナー（動画）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045738) ・バナー（動画）-予約型 *アスペクト比（1 : 1）,（16 : 9）,（1 : 2）,（4 : 1） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045741) ・バナー（画像）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045739) ・バナー（画像）-予約型 *アスペクト比（1 : 1）,（6 : 5）,（1 : 2）,（16 : 5）,（16 : 9）,（4 : 1）など (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044175) ・レスポンス（動画） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044155) ・レスポンス（画像） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228) ・カルーセル -運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045737) ・カルーセル -予約型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044296) ・インストリーム (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044260) ・ブランドパネル クインティ/ ブランドパネル クインティ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044166) ・ブランドパネル パノラマ/ ブランドパネル パノラマ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044332) ・トップインパクト スクエア/ トップインパクト スクエア 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044218) ・トップインパクト クインティ/ トップインパクト クインティ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044193) ・トップインパクト パノラマ/ トップインパクト パノラマ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044307) ・トップインパクト パノラマ サイドスイッチ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044173) ・トップインパクト パノラマ サイドビジョン 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044200) ・トップインパクト プライムディスプレイ ダブル/トップインパクト プライ	広告掲載基準変更に伴う、注記/挙動資料の修正	文言の適正化のため
-----------	---	-------------------------------	------------------

	ムディスプレイ ダブル 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044290) ・入稿および広告掲載の注意事項・禁止事項 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044215)		
2023/1/10	トップインパクト プライムディスプレイダブル / トップインパクト プライムディスプレイダブル 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044290)	carview! トップのページレイアウト変更に伴う、挙動資料の修正	機能追加、改善のため
2022/12/15	検索連動型ブランディング広告仕様 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044430)	動画の自動再生変更に伴う、注記/挙動資料の修正	機能追加、改善のため
2022/12/6	・ブランドパネル パノラマ/ ブランドパネル パノラマ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044332) ・トップインパクト パノラマ/ トップインパクト パノラマ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044307) ・トップインパクト パノラマ サイドスイッチ 動画 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044173)	メイン、もしくはメイン（動画サムネイル）の最小ピクセルサイズを1200pixel x 300pixelに変更	機能追加、改善のため
2022/12/6	・バナー（動画）-予約型 *アスペクト比（1：1）,（16：9）,（1：2）,（4：1） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045741) ・バナー（画像）-予約型 *アスペクト比（1：1）,（6：5）,（1：2）,（16：5）,（16：9）,（4：1） など (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044175)	プライムディスプレイ パノラマ PCの最小ピクセルサイズを1200pixel x 300pixelに変更	機能追加、改善のため
2022/11/30	動的ディスプレイ-データフィード（商品リスト） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045740)	フィード項目> 23 Product Type のカテゴリを区切る記号について文言修正	文言の適正化のため
2022/11/21	レスポンス（画像） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228)	アスペクト比 1.91:1 の推奨ピクセルサイズを2400pixel x 1256pixelから1200pixel x 628pixelに変更	機能追加、改善のため
2022/11/8	バナー（動画）-予約型 *アスペクト比（1：1）,（16：9）,（1：2）,（4：1） (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045741)	注意事項/広告挙動（予約型） - ブランドパネル MD（スマートフォン）、ブランドパネル SP：（動画（16：9）） 挙動資料P12のリンク先ページ直遷移の注釈文言を変更	機能追加、改善のため
2022/11/2	カルーセル-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045737)	「ロゴ画像」の表示を「保証」→「可変」へ変更	文言の適正化のため

2022/11/1	・バナー（動画）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045738) ・バナー（画像）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045739) ・レスポンス（動画）(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044155) ・レスポンス（画像）(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228) ・カラーセル -運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045737) ・テキスト (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044240) ・動的ディスプレイ (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045743)	リンク先URL形式の提供終了に伴い、リンク先URL形式の箇所を削除	文言の適正化のため
2022/10/24	・レスポンス検索広告 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044241) ・アプリダウンロード用広告 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044893) ・テキスト補足オプション (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044928) ・カテゴリ補足オプション (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044627)	タイトルや表示URLなどの項目におけるカウント方法の記載を変更	文言の適正化のため
2022/10/24	レスポンス（画像）(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228)	レスポンス広告入稿タイプ：アセット（複数素材）の規定を追加	機能追加、改善のため
2022/10/24	・レスポンス（動画）(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044155) ・レスポンス（画像）(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228)	レスポンス広告における表現規制、注意事項を追記	規定追加のため
2022/10/13	バナー（画像）-運用型 (https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045739)	入稿可能な画像のアスペクト比の表示をデバイスを分けない形へ修正	見やすさの改善のため
2022/10/11	レスポンス（画像）(https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228)	入稿可能な画像サイズ（アスペクト比1：1）の追加	機能追加、改善のため

ガイドライン
(/s/topic/0TO5i000000t7p5GA…)

【広告】入稿規定（共通）
(/s/topic/0TO5i000000t7rBGA…)

関連ヘルプ

入稿規定：もくじ (</s/article/H000044930>)

入稿、変更内容の反映について (</s/article/H000044312>)

入稿および広告掲載の注意事項・禁止事項 (</s/article/H000044215>)

入稿アイテムのラベル設定を変更、解除する (</s/article/H000044465>)

Yahoo!広告 お客様サポート

お問い合わせ先一覧

(<https://promotionalads.yahoo.co.jp/support/contact/>)

公式ラーニングポータル (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/sponsored-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/ydn/>)

Yahoo!広告 サービス案内 (<http://promo.yahoo.co.jp/service/>)

検索広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/spc-search/>)

ディスプレイ広告 (<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/dis>)

写真提供：アフロ

[プライバシー](https://privacy.yahoo.co.jp/) (<https://privacy.yahoo.co.jp/>) [利用規約](https://about.yahoo.co.jp/common/terms/) (<https://about.yahoo.co.jp/common/terms/>)

[ガイドライン・各サービスの規約](https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/) (<https://marketing.yahoo.co.jp/guidelines/>) [会社概要](https://about.yahoo.co.jp/) (<https://about.yahoo.co.jp/>)

©Yahoo Japan

(/)

[ご利用中の広告主様へ \(/support/\)](#) - [広告管理ツール \(https://ads.yahoo.co.jp/\)](#) - [Yahoo! JAPAN \(http://www.yahoo.co.jp/\)](#)
- [ヘルプ \(https://ads-help.yahoo-net.jp/\)](#)

[サービス概要 \(/\)](#) [オプション機能 \(/service/features/\)](#) [料金 \(/service/price/\)](#) [コラム \(/service/start-articles/\)](#)

[事例 \(/service/case/\)](#)

[Yahoo!広告 \(/\)](#) [ご利用中の広告主様へ \(/support/\)](#) [広告主様へのお知らせ \(/support/announce/\)](#) [2023 \(/support/announce/2023/\)](#) [広告データ利用基準変更のお知らせ](#)

広告主様へのお知らせ Announcements

2023/02/24

広告データ利用基準変更のお知らせ

[English translation](#)

平素は弊社サービスに多大なるご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

このたび、Yahoo! JAPAN広告データ利用基準を変更いたします。
適用開始日および変更内容を以下のとおりお知らせいたしますのでご確認ください。

1. 適用開始日（予定）

- 「Yahoo! JAPAN広告データ利用基準」への適用開始日：2023年2月27日（月）
 - 広告サービスへの適用開始日
 - ディスプレイ広告：2023年2月27日（月）
 - 検索広告：未定
- ※検索広告への適用時期は決定次第あらためてご連絡いたします。

2. 変更内容

2-1. 未成年者への保護対応

18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティングは実施できなくなります。

2-2. 透明化法対応

直接的な影響はありません。

詳細については[資料 \(https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/Advertising_Data_Usage_Standards_2302update_ja.pdf\)](https://s.yimg.jp/images/ads-promo_edit/support/pdf/Advertising_Data_Usage_Standards_2302update_ja.pdf)をご覧ください。

変更履歴

2023年2月24日：ディスプレイ広告における適用開始日が決定したため、記事を更新しました。
2023年2月8日：システム上の問題による適用開始日の延期に伴い、記事を更新しました。
2022年11月10日：本記事の掲載を開始しました。

以上

広告管理ツール

(<https://ads.yahoo.co.jp/>)

Sign in

Yahoo!広告の使い方で困ったら

お問い合わせの前に
[よくあるご質問 \(https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/lan=ja&cid=1907\)](https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/lan=ja&cid=1907)をご覧ください。

[Yahoo!広告ご利用中のお客様専用窓口 \(https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/\)](https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/contact/)

[View our FAQs in English \(https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/largecategory?lan=en&cid=\)](https://ads-help.yahoo.co.jp/yahooads/largecategory?lan=en&cid=)

お知らせ

[リリースノート \(/support/release/\)](/support/release/)

[メンテナンス情報 \(/support/maintenance/\)](/support/maintenance/)

[広告主様へのお知らせ \(/support/announce/\)](/support/announce/)

お役立ちコンテンツ

広告管理ツールの使いかた

[広告管理ツールでの操作方法や機能の内容など、ツールの掲載しています。](#)

[ヘルプ](#)

(<https://ads-help.yahoo-net.jp/>)

広告効果を高めるポイント

[公式オンラインセミナー \(/online/\)](/online/)

広告効果を高めるためのポイントやヒントなど、運用に役立つを多数掲載しています。

広告データ利用基準変更

2023年2月13日基準適用開始予定

ヤフー株式会社
2022年11月10日

© 2022 Yahoo Japan Corporation

目次

- 変更内容

- ① 未成年者への保護対応

- ② 透明化法対応

※変更箇所については色分け（赤字：追加 / 青字：削除）をしています

スケジュール

変更内容 ①未成年者への保護対応

■ 現基準

第3章 データの利用

1. 慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止

(4) 法的、文化的に守るべきとされる事柄

・ 13歳未満の子供

・ 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の制限

■ 新基準

第3章 データの利用

8. 未成年者への保護

(1) 13歳未満のユーザーデータ利用

子どもの保護を強化する観点から13歳未満の子どものデータ、および13歳未満と推定されるデータの利用を禁止します。

(2) 18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティング

未成年者は、知識や経験が少ないことから、情報に対する理解力や判断力が十分に備わっていない場合があります。また一方で情報への興味関心が高く、影響を受けやすいとされています。それらの特性を考慮し、安全な広告配信となるよう、上記ターゲティングを禁止します。

■ 変更理由

未成年者への保護強化のため、下記対応を行います。

- ・ 「1. 慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止」内4項にある「13歳未満の子供」を削除し、新設する8節に同内容を追加
- ・ 「8. 未成年者への保護」を新設

■ 変更による影響

18歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティングおよび興味関心に基づいた行動ターゲティングが行えなくなります

変更内容 ①未成年者への保護対応 解説

1. 13歳未満のユーザーデータ利用の禁止

■ 利用不可となるターゲットディング例

小学生向け学習サイトの閲覧データを利用し、ターゲットディングする

■ 解説

利用データが13歳未満の子どものデータだと推定されるため、ターゲットディング対象の年齢や訴求内容に関わらずターゲットディングに利用できません

237

2. 18歳未満のユーザーに対する、年齢ターゲットディングおよび興味関心に基づいた行動ターゲットディングの禁止

■ 利用不可となるターゲットディング例

- ・ 年齢ターゲットディング：15歳～17歳のユーザーへ年齢を指定してターゲットディングする
- ・ 行動ターゲットディング：アニメに興味のあるユーザーへターゲットディングする際、18歳未満のユーザーを除外せずターゲットディングする

■ 解説

年齢ターゲットディングおよび行動ターゲットディングでは、訴求内容や利用するデータの内容に関わらず、18歳未満のユーザーを含めてターゲットディングすることはできません

変更内容 ①未成年者への保護対応

その他の変更箇所

■ 現基準

第2章 データの授受

2. 当社へのデータ送信

(1) 広告主が、当社マーケティングサービスの提供するツールやアプリケーションの機能を利用し、以下のデータを当社に送信することを禁止します。

1. 広告主（広告主自身が取得しない場合は、データを取得する当該第三者）が、マーケティングに利用することをユーザーに説明していないデータ
2. 当社にデータを取得、利用させる場合、その事実をユーザーに説明していないデータ
3. メールやメッセージの本文など、通信内容に該当するデータ
4. 単体で特定の個人を識別できるデータ
5. 当社マーケティングサービスに利用しないデータ
6. ターゲティングによる利用を禁止しているデータ（第3章第1節参照）
7. その他当社が不適切と判断したデータ

■ 現基準

第2章 データの授受

2. 当社へのデータ送信

(1) 広告主が、当社マーケティングサービスの提供するツールやアプリケーションの機能を利用し、以下のデータを当社に送信することを禁止します。

1. 広告主（広告主自身が取得しない場合は、データを取得する当該第三者）が、マーケティングに利用することをユーザーに説明していないデータ
2. 当社にデータを取得、利用させる場合、その事実をユーザーに説明していないデータ
3. メールやメッセージの本文など、通信内容に該当するデータ
4. 単体で特定の個人を識別できるデータ
5. 当社マーケティングサービスに利用しないデータ
6. ターゲティングによる利用を禁止しているデータ（第3章参照）
7. その他当社が不適切と判断したデータ

■ 変更理由

新設する「8. 未成年者への保護」に該当するデータも対象となるため

■ 変更による影響

直接的な影響はありません

変更内容 ②透明化法対応

■ 現基準

第1章 Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準と利用の可否判断

1. Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準について

2. Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準と利用の可否判断の関係について

3. 利用の可否判断と広告主の責任について

(本文) 当社は、本基準に基づいて個別に利用の可否を判断していただきますが、当社の判断は広告主の責任を軽減するものではありません。利用を申し込む際には、責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、利用の可否を判断した理由について回答することはできません。

■ 新基準

第1章 Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準と利用の可否判断

1. Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準について

2. 利用の可否判断と広告主の責任について

(本文) 当社は、本基準に基づいて個別に利用の可否を判断していただきますが、当社の判断は広告主の責任を軽減するものではありません。利用を申し込む際には、責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。

■ 変更理由

「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（令和3年2月1日施行）」の趣旨に基づき下記対応を行います。

- ・ 「2.Yahoo! JAPAN 広告データ利用基準と利用の可否判断の関係について」の節削除
- ・ 「3.利用の可否判断と広告主の責任について」の一部を削除
- ・ 2節削除に伴う、既存の3節の番号を繰り上げ

■ 変更による影響
直接的な影響はありません

スケジュール

基準変更適用日：2023年2月13日（月）

※ヘルプページ同日反映予定

上記日程から変更する場合は事前にお知らせいたします

YAHOO!
JAPAN 広告

YAHOO!
JAPAN 広告

Yahoo!広告 ウェブサイト

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

© 2022 Yahoo Japan Corporation

プライバシーポリシー改定のお知らせ

いつもYahoo! JAPANをご利用いただきありがとうございます。

2022年2月28日に、プライバシーポリシーの改定を行いますのでお知らせいたします。

この改定は、お客様のデータの取り扱いに関するお約束であるプライバシーポリシーの内容を、より明確化するためのものです。お客様に新たにご対応いただくことはございません。

改定内容

1. 個人関連情報の取扱いに関する説明の追加

パートナー企業から受領する個人関連情報に関して、情報の項目や取扱いについての説明を追加します。

※個人関連情報の取得・利用に関して、個人情報の保護に関する法律（以下「個人情報保護法」といいます）によりお客様等の同意が必要な場合には、個人情報保護法および関連するガイドラインに従った態様（ウェブサイト上のボタンのクリックを求める方法等）で本プライバシーポリシーに同意いただいた場合にのみ、取得・利用します。本周知をもってお客様の同意とみなすものではございません。

2. 安全管理措置の具体的な内容説明を追加

お客様のデータを適切に取り扱うための措置（安全管理措置）の具体的な内容説明を追加します。

3. 口コミ等の公開情報の取扱いの明確化

電子掲示板などの不特定または多数のお客様がアクセス可能なサービスに投稿された口コミ、レビュー等の情報の取扱いについて、これまで「Yahoo! JAPAN利用規約」の「第1章 総則」にてご説明しておりましたが、プライバシーポリシーでも重ねてご説明することで明確化します。

4. 従来の規定の明確化

パーソナルデータの提供同意に関する従来の規定を明確化するための説明を追加します。

5. お問い合わせ窓口に関する説明追加

プライバシーポリシーに関するご質問、ご相談、その他のお問い合わせをいただく際の窓口についての説明を追加します。

「新しいプライバシーポリシー」「よくあるご質問」「プライバシーポリシーの変更箇所」については、以下からご確認いただけます。今後ともYahoo! JAPANをよろしくお願いいたします。

[🔗新しいプライバシーポリシー](#)

よくあるご質問

Q. プライバシーポリシー改定で何が変わるのですか？

[^](#)

A. お客様のデータの取り扱いに関するお約束であるプライバシーポリシーの内容を、より明確化します。変更は以下の5つです。

1. 個人関連情報の取扱いに関する説明を追加します
2. お客様のデータを適切に取り扱うための措置の説明を追加します
3. 口コミ等の公開情報の取扱いを明確化します
4. 従来の規定を明確化するための説明を追加します
5. プライバシーポリシーに関するご質問、ご相談、その他のお問い合わせをいただく際の窓口についての説明を追加します

Q. 何をする必要があるのですか？

へ

A. お客様に新たにご対応いただくことはございません。

Q. なぜ今回、個人関連情報の取り扱いを明示したのですか？

へ

A. 2022年4月の個人情報保護法改正により、新たに個人関連情報の取り扱いに対して規定がなされるため、Yahoo! JAPANとしての個人関連情報の取り扱いについてのご説明を記載しました。

Q. パートナー企業から受領する個人関連情報を、具体的にどんな用途に利用しますか？

へ

A. パートナー企業から受領する個人関連情報は、サービスの改善や広告の表示など、「[パーソナルデータの活用](#)」に記載の目的のために利用させていただきます。

Q. 口コミ、レビュー、コメント等を、パートナー企業は具体的にどんな用途に利用しますか？

へ

A. パートナー企業へ提供された情報は、そのパートナー企業の商品、サービス、広告などに利用されます。

Q. 口コミ、レビュー、コメント等が発生するYahoo! JAPANのサービスとは具体的に何ですか？

へ

A. Yahoo!知恵袋のQ&Aや、Yahoo!ショッピングのレビューなどが該当します。

Q. 安全管理措置を明示した理由は何ですか？

へ

A. 2022年4月の個人情報保護法改正により、「事業者の義務、公表等事項の追加」に対して規定がなされるため、Yahoo! JAPANとしての安全管理措置などの公表事項を記載しました。

Q. データに関する設定方法はありますか？

へ

A. 「パーソナルデータの利用、提供の設定」、「グループ企業へのデータ連携」など、お客様のデータの取り扱いについては各種設定をご用意しております。

[プライバシーの設定](#)

Q. パートナー企業とは何を指していますか？



A. パートナー企業とは、グループ企業ならびに当社の情報提供元および広告主、広告配信先その他の提携先です。

プライバシーポリシーの変更箇所

(下線部が改定部分)

改定後	現行
当社は、お客様、取引先をはじめとした皆さま（以下本章で「お客様等」といいます）のプライバシーに関連する情報の<u>重要性を認識し、その情報を正確かつ誠実に扱うための基本方針（プライバシーポリシー）を以下に定め、厳正に管理いたします。</u> 注：本プライバシーポリシーに基づき、当社がプライバシーに関連する情報を具体的にどのように取り扱うかについては、Yahoo! JAPANプライバシーセンターをご参照ください。 本プライバシーポリシーは、当社が取り扱う、個人としてのお客様等を直接的または間接的に識別できるすべての情報（以下「パーソナルデータ」といいます）について適用されます。	当社がお客様、取引先をはじめとした皆さま（以下本章で「お客様等」といいます）のプライバシーに関連する情報を取り扱う際の基本方針（プライバシーポリシー）は、以下のとおりです。 注：本プライバシーポリシーに基づき、当社がプライバシーに関連する情報を具体的にどのように取り扱うかについては、Yahoo! JAPANプライバシーセンターをご参照ください。 本プライバシーポリシーは、当社が取り扱う、個人としてのお客様等を直接的または間接的に識別できるすべての情報（以下「パーソナルデータ」といいます）について適用されます。
1. パーソナルデータの取得 当社は、以下の場合にパーソナルデータを<u>適法かつ公正な方法により取得いたします。また、パーソナルデータの取得にあたっては、あらかじめその利用目的を通知または公表（次条による利用目的の公表を含みます）</u>します。 1. 端末操作を通じてお客様等にご入力いただく場合 2. お客様等から直接または書面等の媒体を通じてご提供いただく場合 3. お客様等によるサービス、商品、広告、コンテンツ（以下これらをまとめて「サービス等」（※1）といいます）の利用・閲覧に伴って自動的に送信される場合 4. 上記の他、お客様等の同意を得た第三者から提供を受ける場合など、適法に取得する場合 ※1 サービス等は、パートナー（※2）向けおよびご本人以外のお客様等向けのサービス、商品、広告、コンテンツを含みます。 ※2 パートナーとは、グループ企業（※3）ならびに当社の情報提供元および広告主、広告配信先その他の	1. パーソナルデータの取得 当社は、以下の場合にパーソナルデータを取得いたします。 1. 端末操作を通じてお客様等にご入力いただく場合 2. お客様等から直接または書面等の媒体を通じてご提供いただく場合 3. お客様等によるサービス、商品、広告、コンテンツ（以下これらをまとめて「サービス等」（※1）といいます）の利用・閲覧に伴って自動的に送信される場合 4. 上記の他、お客様等の同意を得た第三者から提供を受ける場合など、適法に取得する場合 ※1 サービス等は、パートナー（※2）向けおよびご本人以外のお客様等向けのサービス、商品、広告、コンテンツを含みます。 ※2 パートナーとは、グループ企業（※3）ならびに当社の情報提供元および広告主、広告配信先その他の提携先をいいます。 ※3 グループ企業とは、Zホールディングス株式会社ならびにその親会社、子会社および関連会社（「財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」に

提携先をいいます。

※3 グループ企業とは、Zホールディングス株式会社ならびにその親会社、子会社および関連会社（「財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」にいう「親会社」「子会社」および「関連会社」をいいます）をいいます。グループ企業については[こちら](#)をご確認ください。

う「親会社」「子会社」および「関連会社」をいいます）をいいます。グループ企業については[こちら](#)をご確認ください。

2. パーソナルデータの利用目的

当社は、取得したパーソナルデータを以下の目的または個別にお客様等に通知もしくは個別のサービス等において公表する目的のためにのみ利用（※4）し、これらの利用目的以外の目的では利用いたしません。また、目的外利用をしない為の措置を講じます。パーソナルデータの具体的な活用事例については、[こちら](#)をご確認ください。

1. お客様等に適した当社のサービス等をご提供するため
2. お客様等からのお問い合わせに対応するため
3. 商品の配送、代金請求、ポイント付与等をするため
4. お客様等に当社およびパートナーのサービス等に関するお知らせをするため
5. 当社のサービス等の安全なご提供を確保するため。これには、利用規約に違反しているお客様を発見して当該お客様に通知をしたり、サービス等を悪用した詐欺や不正アクセスなどの不正行為を調査・検出・予防したり、これらに対応することが含まれます
6. 当社のサービス等の改善および当社の新たなサービス等を検討するため
7. 当社のサービス等のご利用状況等を調査、分析するため
8. 上記にかかわらず、当社が第三者からパーソナルデータの提供を受ける際に、当該パーソナルデータの利用目的について別途定めがある場合は、その定めに従い当該パーソナルデータを利用します。

※4 本条に定める利用には、当社が取り扱うお客様等のYahoo! JAPAN ID、パートナーのID、広告ID（Advertising Identifier(IDFA)およびGoogle Advertising Identifier(AAID)を含みますがこれに限りません）、クッキーその他の各種識別子を紐づけて

2. パーソナルデータの利用目的

当社は、以下のことを行うためパーソナルデータを利用（※4）いたします。パーソナルデータの具体的な活用事例については、[こちら](#)をご確認ください。

1. お客様等に適した当社のサービス等をご提供するため
2. お客様等からのお問い合わせに対応するため
3. 商品の配送、代金請求、ポイント付与等をするため
4. お客様等に当社およびパートナーのサービス等に関するお知らせをするため
5. 当社のサービス等の安全なご提供を確保するため。これには、利用規約に違反しているお客様を発見して当該お客様に通知をしたり、サービス等を悪用した詐欺や不正アクセスなどの不正行為を調査・検出・予防したり、これらに対応することが含まれます
6. 当社のサービス等の改善および当社の新たなサービス等を検討するため
7. 当社のサービス等のご利用状況等を調査、分析するため
8. 上記にかかわらず、当社が第三者からパーソナルデータの提供を受ける際に、当該パーソナルデータの利用目的について別途定めがある場合は、その定めに従い当該パーソナルデータを利用します。

※4 本条に定める利用には、当社が取り扱うお客様等のYahoo! JAPAN ID、パートナーのID、広告ID（Advertising Identifier(IDFA)およびGoogle Advertising Identifier(AAID)を含みますがこれに限りません）、クッキーその他の各種識別子を紐づけて管理し、利用する場合を含みます。

管理し、利用する場合を含みます。また、それに限らず、当社は、パートナーより受領するウェブページの閲覧履歴・検索履歴、パートナーが運営する店舗やショッピングサービス等での購買履歴、位置情報等の行動履歴、暗号化されたメールアドレス、クッキー、広告ID等の個人関連情報を、当社の保有するパーソナルデータと紐づけたうえで利用します。ただし、当該紐づけにあたり、個人情報の保護に関する法律（以下「個人情報保護法」といいます）によりお客様等の同意が必要な場合には、個人情報保護法および関連するガイドラインに従った態様で本プライバシーポリシーに同意いただいた場合にのみ紐づけを行います。

3. パーソナルデータの提供の同意

1. 法令で認められた場合のほか、お客様等の同意をいただいた場合は、当社は、パートナー等の第三者（外国にある第三者を含みます。以下同じ）に対してパーソナルデータを提供いたします。ただし、以下の場合においては、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を除外した上で、当社は第三者に対して、必要な範囲でパーソナルデータを提供いたします。

1. 当社のサービス等の提供に必要な場合（当社のサービス等に関する広告、プロモーション活動等に必要な場合を含みます）
2. 当社のサービス等の品質向上のために必要な場合
3. 当社の新たなサービス等の検討のために必要な場合
4. 調査・研究・分析のために研究機関に提供する場合

2. 前項の場合に加え、以下の場合においては、お客様等から別途グループ企業とのデータ連携を許可いただいていることを条件に、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を除外した上で、当社は、グループ企業に対して、必要な範囲でパーソナルデータを提供いたします。なお、当該提供にあたり、当社は、グループ企業による第三者への再提供（法令上の強制力を伴う開示請求に応じる場合を除きます）を禁止します。

1. グループ企業のサービス等の提供に必要な場合
2. グループ企業のサービス等の品質向上のため

3. パーソナルデータの提供の同意

1. 法令で認められた場合のほか、お客様等の同意をいただいた場合は、当社はパートナー等の第三者（外国にある第三者を含みます。以下同じ）に対してパーソナルデータを提供いたします。ただし、以下の場合においては、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を除外した上で、当社は第三者に対して、必要な範囲でパーソナルデータを提供いたします。

1. 当社のサービス等の提供に必要な場合
2. 当社のサービス等の品質向上のために必要な場合
3. 当社の新たなサービス等の検討のために必要な場合
4. 調査・研究・分析のために研究機関に提供する場合

2. 前項の場合に加え、以下の場合においては、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を除外した上で、当社はグループ企業に対して、必要な範囲でパーソナルデータを提供いたします。なお、当該提供にあたり、当社はグループ企業による第三者への再提供（法令上の強制力を伴う開示請求に応じる場合を除きます）を禁止します。

1. グループ企業のサービス等の提供に必要な場合
2. グループ企業のサービス等の品質向上のために必要な場合
3. グループ企業の新たなサービス等の検討のために必要な場合
3. 個別のサービス等において別途の条件でご契約いただいている場合には、その契約条件が優先して

めに必要な場合 3. <u>グループ企業の新たなサービス等の検討のために必要な場合</u> 3. <u>個別のサービス等において別途の条件でご契約いただいている場合には、その契約条件が優先して適用されます。</u> 4. <u>上記の定めにかかわらず、当社は、電子掲示板など、不特定または多数のお客様等がアクセスできるサービスに対してお客様等が投稿した口コミ、レビュー、コメント等の情報のうち公開された情報（投稿に紐づいて公開されたお客様等のニックネームや一部を非表示にしたYahoo! JAPAN ID等の情報を含みます）を第三者に提供することがあります。また、当社が第三者に提供した情報は、当該第三者の商品、サービス、広告等に掲載されることがあります。</u>	適用されます。
4. セキュリティについて 1. 当社は、<u>個人情報保護法および本プライバシーポリシーに従って、パーソナルデータを適切に取り扱います。また、目的外利用等の不適切な取り扱いを防ぐため、以下の安全管理措置を実施し、パーソナルデータおよびパーソナルデータを処理する情報システムの安全を確保します。</u> 1. <u>パーソナルデータの取扱いに関する責任者を設置する</u> 2. <u>パーソナルデータを取り扱う従業員および当該従業員が取り扱うパーソナルデータの範囲を明確化し、個人情報保護法やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程に違反している事実または兆候を把握した場合の責任者への報告連絡体制を整備する</u> 3. <u>パーソナルデータの取扱いに関する留意事項について、従業員に定期的な教育を実施する</u> 4. <u>パーソナルデータを取り扱う区域において、従業員の入退室管理および持ち込む機器等の制限を行うとともに、権限を有しない者によるパーソナルデータの閲覧を防止する措置を実施する</u> 5. <u>アクセス制御を実施して、担当者および取り扱う個人情報データベース等の範囲を限定する</u>	4. セキュリティについて 1. 当社は、個人情報の保護に関する諸法令および本プライバシーポリシーに従って、パーソナルデータを適切に取り扱います。パーソナルデータを適切に取り扱うため、社内規程および組織を整備し、パーソナルデータを処理する情報システムの安全を確保します。 また、これらの安全管理措置が適切に講じられていることを担保するため、情報セキュリティマネジメントシステム認証を取得しています。 当社がパーソナルデータの取り扱いを第三者に委託する場合は、当社が定める委託先選定基準を満たす者に委託し、委託先と契約を締結して委託先による業務を適切に管理しています。また、当社は、当社が定める基準を満たす安全管理措置を講じている第三者にのみパーソナルデータを提供します。 2. パーソナルデータの漏えい等の事故が発生した場合、当社は、法令およびガイドラインに則り、監督官庁への報告を行うとともに、当該監督官庁の指示に従い、類似事案の発生防止措置および再発防止措置等の必要な対応を行います。

また、これらの安全管理措置が適切に講じられていることを担保するため、情報セキュリティマネジメントシステム認証を取得し、<u>定期的にマネジメントシステムの見直しを行っています。</u> 当社がパーソナルデータの取り扱いを第三者に委託する場合は、当社が定める委託先選定基準を満たす者に委託し、委託先と契約を締結して委託先による業務を適切に管理しています。また、当社は、当社が定める基準を満たす安全管理措置を講じている第三者にのみパーソナルデータを提供します。 2. パーソナルデータの漏えい等の事故が発生した場合、当社は、<u>個人情報保護法および関連するガイドラインに則り、監督官庁への報告を行うとともに、当該監督官庁の指示に従い、類似事案の発生防止措置および再発防止措置等の必要な対応を行います。</u>	
(2009年12月1日改定) (2011年7月29日改定) (2012年9月5日改定) (2012年11月1日改定) (2013年1月7日改定) (2013年4月2日改定) (2013年6月28日改定) (2013年9月2日改定) (2014年6月2日改定) (2015年7月27日改定) (2016年6月23日改定) (2019年10月1日改定) <u>(2022年2月28日改定)</u>	(2009年12月1日改定) (2011年7月29日改定) (2012年9月5日改定) (2012年11月1日改定) (2013年1月7日改定) (2013年4月2日改定) (2013年6月28日改定) (2013年9月2日改定) (2014年6月2日改定) (2015年7月27日改定) (2016年6月23日改定) (2019年10月1日改定)
<u>ヤフー株式会社</u> <u>代表取締役社長 川邊 健太郎</u> <u>本プライバシーポリシーに関するご質問、ご相談、その他のお問い合わせにつきましては、以下のお問い合わせフォームよりオンラインでご連絡ください。</u> <u>〒102-8282 東京都千代田区紀尾井町1-3</u> <u>東京ガーデンテラス紀尾井町 紀尾井タワー</u> <u>ヤフー株式会社 プライバシー担当</u>	(記載なし)

<https://support.yahoo-net.jp/form/s/PccPrivacypolicy>

※プライバシーポリシーの改定内容が反映されていない箇所があったため、2022年3月16日に文言を一部訂正いたしました。訂正箇所は以下の下線部です。この訂正により新たにお客様にご対応いただくことはございません。

- **2. パーソナルデータの利用目的**

当社は、取得したパーソナルデータを以下の目的または個別にお客様に通知もしくは個別のサービス等において公表する目的のためにのみ利用（※4）し、これらの利用目的以外の目的では利用いたしません。また、目的外利用をしない為の措置を講じます。パーソナルデータの具体的な活用事例については、こちらをご確認ください。

- **4. セキュリティについて**

1. 当社は、個人情報の保護に関する諸法令および本プライバシーポリシーに従って、パーソナルデータを適切に取り扱います。また、目的外利用等の不適切な取り扱いを防ぐため、以下の安全管理措置を実施し、パーソナルデータおよびパーソナルデータを処理する情報システムの安全を確保します。

[会社概要](#) [Yahoo! JAPAN](#) [プライバシーポリシー](#) [利用規約](#) [ヘルプ・お問い合わせ](#)

© Yahoo Japan