

## (TikTok Japan) ヒアリングシート回答

## 1 前提:対象サービス・サービス規模について

## Q1

貴社又は貴社の関連会社が直近で把握している日本国内における平均月間アクティブユーザー数が 1,000 万人以上であるソーシャルネットワーキングサービスその他交流型のプラットフォームサービス(以下「SNS 等」という。)(他のサービスに付随して提供され SNS 等を除く。)のサービス名(以下「対象サービス」という。)について、御教示下さい。

## 【ご回答】

- TikTok

◆ 以下の質問については、Q1 で御回答頂いたサービス(以下「対象サービス」という。)について御 回答下さい。

◆ 各質問に対しては、原則としてそれぞれの対象サービスごとに分けて御回答下さい。ただし、対象サービスの全部又は一部に共通の御回答内容となる場合は、その旨を付記して御回答下さい。

◆ 各質問にある取組を現時点で実施していない場合でも、実施する予定があるときは、可能な限り当該予定の内容(実施予定時期を含む。)について、御回答内容に含めて記載下さい。なお、その際は、既に実施済の取組なのか、実施予定の取組なのかが明確になるよう記載下さい。

## 2 広告出稿時の事前審査等について(総務省要請記1関係)

## Q2-1

総務省要請の記1①を踏まえ、広告の事前審査基準を新たに策定した場合、次の3点を御教示下さい。

なお、当該要請前に、既に当該基準を策定していた場合は、Q2-2を御回答下さい。

- (1) 広告の事前審査基準の名称及び当該基準の公表 URL
- (2) 広告の事前審査基準の内容の概要(当該基準により広告の掲載を認めない内容等)
- (3) 広告の事前審査基準の見直しの時期

## 【ご回答】

- 当該要請前に、既に当該基準を策定しておりましたので、Q2-2への回答をご参照ください。

## Q2-2

総務省要請前に、既に広告の事前審査基準を策定していた場合、当該要請の記1①を踏まえた対応について、次の3点を御教示下さい。

## 【ご回答】

(1) 広告の事前審査基準の名称及び当該基準の公表 URL

- 広告の事前審査基準の名称: TikTok 広告ポリシー
- 公表 URL
  - TikTok 広告ポリシー「広告クリエイティブおよびランディングページ」
    - <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page?redirected=1&lang=ja>
  - 広告フォーマットおよび機能性
    - <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-ad-format-and-functionality?lang=ja>
  - 禁止コンテンツ
    - <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-prohibited-content?lang=ja>
  - 制限コンテンツ
    - <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-restricted-content?lang=ja>
- なお、TikTok 広告ポリシーは、グローバル共通の大原則です。これを、日本の文化・社会的背景や日本法を反映した、より詳細な広告審査基準に専門チームが落とし込んでいます。

(2) 既存の広告の事前審査基準の実効性を確認し、対応が不十分な点を踏まえた当該基準の改訂内容

- 弊社では従前より実効性の高い事前審査基準を運営していたところ、要請を受けて、改めて事前審査基準の実効性を確認いたしました。その後も継続して、以下のような特徴のある、事前審査基準を適正に運営しています。
  - 広告クリエイティブだけでなく、そのランディングページ(遷移先)も確認し、ランディングページにおいて扱われている商材が広告クリエイティブと一致しているか等の審査を行なっています。
    - この点、Q2-2(1)ご回答に記載した、弊社広告ポリシー「広告フォーマットおよび機能性」の「1.0 ランディングページ要件」において、「広告は、機能していないランディングページにユーザーを誘導するものであってはならない。」と定めています。
    - また、広告クリエイティブからの誘導が禁止されているランディングページの例として、以下を挙げています。
      - 期限切れ、エラーがある、または作成中のランディングページ。
      - 不完全なコンテンツまたは情報があるランディングページ。
      - モバイルに対応していないランディングページ。
      - ユーザーの携帯電話にファイルが自動的にダウンロードされる

ランディングページ。

- ランディングページ上のメインコンテンツ表示のために、追加プログラムのダウンロードまたは個人情報の入力を要求するランディングページ。

(3) 広告の事前審査基準の見直しの時期

- 柔軟かつ迅速に対応するために見直し時期は定めていませんが、違法・不適切な広告のトレンドは常に新しいものが生まれるため、常にトレンドを監視し、日本における審査基準に反映しています。

**Q2-3**

総務省要請の記1②を踏まえた対応について、次の6点を御教示下さい。

**【ご回答】**

(1) なりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態の把握方法

- 日々の広告審査活動を通じて、広告審査チームが、なりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態の把握に努めています。
- TikTok では、ユーザーが広告動画を長押しするだけで、通報することもできます。通報の際に選択できる項目には、「詐欺行為」や「誤解を招く」も含まれているため、これらの通報を端緒として詐欺の手口・実態を把握することも可能です。
- 報道機関により、なりすまし型「偽広告」に関するニュースが発信された際には、その報道を端緒として、TikTok にそのような広告がないかを確認することもあります。また、広告に限りませんが、仮に詐欺等に関する報道においてTikTokに言及があった場合には、当該事件を所管する警察組織などと連携の上、以降の審査活動に反映すべく、社内で情報共有を行うこともあります。

(2) (1)により把握した、なりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態の概要

- ヒアリングにおいて、ご回答させていただきます。

(3) なりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態を踏まえ、当該手口・実態に応じた審査を実施するための対応の内容(例えば、「クローズドチャットを遷移先としたなりすまし型「偽広告」など特定の手法が多発している場合は、審査において取り扱わないこととしている」といった内容等)

※詐欺の手口・実態等を踏まえた広告の事前審査について、要請において例示した「クローズドチャットを遷移先として設定した広告を原則として取り扱わない」方法を採用しなかった場合には、その理由を併せて御教示下さい。

- ヒアリングにおいて、ご回答させていただきます。

(4)なりすまし型「偽広告」では、著名人の画像が用いられているものが多いところ、審査の中で、肖像使用の許諾を確認している場合は、その内容

- 肖像権を侵害する広告は、ポリシー違反であり、審査にて見つけた場合は、広告の停止等の対応を行なっています。詳細は、ヒアリングにおいて、ご回答させていただきます。

(5)なりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態を踏まえた審査により、掲載を認めなかった広告の件数(件数の回答に当たっては、例えば、「クローズドチャットが遷移先として設定されていたため、●件の広告の掲載を認めなかった」など、可能な限り、理由とともに件数を御回答ください。)

- ヒアリングにおいて、ご回答させていただきます。

(6)今後、なりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態を踏まえ、審査方法の見直しを行う際の契機や基本的な考え方

- なりすまし型「偽広告」をはじめとする詐欺広告のトレンドは常に新しいものが生まれるため、柔軟かつ迅速に対応するために審査方法の見直し時期は定めていませんが、そのような詐欺広告のトレンドを常に監視し、日本における審査基準に反映してまいります。

#### Q2-4

総務省要請の記1③を踏まえた対応について、次の2点を御教示下さい。

#### 【ご回答】

(1)総務省要請の記1①の対応を確実に実施するための事前審査体制の整備状況(日本語並びに日本の社会、文化及び法令を理解する者の配置状況やAI等技術の利用状況など)とその公表URL

- 事前審査体制の整備状況
  - TikTok では世界各国・地域に広告審査チームが存在しており、日本にも広告審査チームがあります。
  - 広告審査は24時間365日体制で実施しており、日本の文化的背景も理解した、日本語を主要言語とする審査員が審査を行っています。
  - 広告審査は、自動モデレーション技術と、人間の両方によって、行われています。
- 公表URL
  - 特にございませぬ。

(2)上記(1)の体制において、なりすまし型「偽広告」など問題のある特定の種類の広告が今以上に増加した場合にも適正な対応が可能となるよう実施している工夫(例えば、対応人員を迅速に増加させられるような人事制度上の工夫、AI等技術の迅速なチューニングを可能にするような技術上の工夫など)があれば、その具体的内容

- たとえば、なりすまし型「偽広告」において特定の種類の広告が増加した場合、それらの

情報を自動モデレーションシステムに反映することで、精度の高い審査になるよう、工夫しています。

#### Q2-5

総務省要請の記1④を踏まえた対応について、次の3点を御教示下さい。

##### 【ご回答】

(1)当該要請以降に、なりすまし型「偽広告」によってなりすまされた被害者(その法定代理人を含む。以下同じ。)から通報があった場合における当該被害者の人数

- ヒアリングにおいて、ご回答させていただきます。

(2)当該通報以降、なりすまし型「偽広告」の事前審査で強化した内容

- 通報の有無に限らず、なりすまし型「偽広告」の被害者として報道された著名人の方については、広告審査チーム内で情報共有を行い、その情報を審査過程に反映しています。

(3)当該通報以降、当該被害者に関するなりすまし型「偽広告」として掲載しなかった広告の件数

- 被害者ごとに、通報以降になりすまし型「偽広告」として掲載しなかった件数は記録しておりません。

#### Q2-6

総務省要請の記1⑤を踏まえた対応について、次の3点を御教示下さい。

##### 【ご回答】

(1)総務省要請前に実施していた事前審査における広告主(出稿する広告の内容を最終的に決定する権限を有する主体をいう。以下同じ。)の本人確認(本人確認書類の確認等を通じた身元確認と、当該身元確認済みの本人による広告出稿であることについての当人認証の双方を含む。以下同じ。)の方法(広告主の属性や出稿内容により、通常よりも厳格な本人確認を行う場合があったときは、当該厳格な本人確認の方法及びその適用条件を含む。また、身元確認の際に本人確認書類の提出を求めていた場合は、その内容を含む。)

なお、広告主以外の第三者(広告代理店など)による広告出稿に関し、広告主の本人確認とは別途、当該第三者の本人確認を行っていたときは、当該第三者の本人確認の方法もご回答ください。また、広告主の本人確認を当該第三者に委ね、貴社として独自に広告主の本人確認を行っていなかった場合は、当該第三者による広告主の本人確認が十分であることの確認方法を御回答ください。

- ヒアリングにおいて、ご回答させていただきます。

(2)総務省要請後、上記(1)の方法やその実効性を検証し、対応が不十分な点を踏まえた改善を行った場合、当該改善の具体的内容

- 要請後に上記(1)の方法やその実効性を検証するとともに、常により実効性のある本人確認の方法について、検討・導入を行っています。

(3)上記(2)の改善の結果、改善後に掲載を認めなかった広告のうち、改善前の本人確認方法であれば掲載を認めていたと思われるものの件数

- 本人確認方法を変更する場合でも、変更前の本人確認方法であれば掲載を認めていたと思われるものの件数は把握しておりません。

### 3 なりすまし型「偽広告」の削除等について(総務省要請記2関係)

総務省要請の記2を踏まえた対応について、次の点を御教示下さい。

#### Q3-1

自らが提供する SNS 等において流通するおけるなりすまし型「偽広告」に関する、利用規約等を踏まえた対応状況

#### 【ご回答】

[TikTok サービス規約](#)においても、以下の通り、なりすまし型「偽広告」を禁止しています。

＜TikTok サービス規約＞

#### 5.お客様による本サービスのご利用

お客様が本サービスにアクセスまたは本サービスを利用するにあたり、本規約および適用されるすべての法令を遵守してください。お客様は、以下の事項を行うことはできません。

- お客様がアップロード、掲載、転送、配信、その他利用可能にしたコンテンツが本サービスから発信されたという印象を与える行為を含め、他者もしくは他の団体に成りすますこと、または、自己または他者もしくは団体との関係性について虚偽の事実を述べることもしくは偽ること
- TikTok からの許可なく他者のアカウント、サービスまたはシステムを使用することまたはかかる使用を試みること、本サービスにおいて虚偽の身元を作成すること
- 本サービスを、以下に列挙するものをアップロード、送信、頒布、保存、その他利用可能にするために 使用すること
  - 他者の著作権や商標およびその他の知的財産権やプライバシー上の権利を侵害するまたは侵害するおそれのある内容

#### Q3-2

なりすまされた被害者からの削除申出を受け付ける方法の具体的内容及び当該方法を公表しているページの URL

#### 【ご回答】

- なりすまし広告に、無断で映像や写真が使われている場合は著作権侵害コンテンツとして、また広告にロゴなどが含まれている場合は商標権侵害コンテンツとして、ウェブフォームから通報できます。また、この通報窓口は、Web ページにて公表されています。
- <https://www.tiktok.com/legal/page/global/copyright-policy/ja>

### Q3-3

なりすまし型「偽広告」について、なりすまされた被害者から削除申出を受けた際の対応状況（申出を受けてから判断を行うまでの期間や、判断を行った申出者に対する通知の実施状況を含む。）

#### 【ご回答】

- 削除申出を受け付けるチームが対応し、削除申出を受け付けるチームが対応し、広告審査チームに照会して、連携しながら配信停止などの対応を実施します。
- 申出者に対する通知の実施状況は、ヒアリングにおいてご回答させていただきます。

### Q3-4

削除等の実施に関する基準のうち、なりすまし型「偽広告」に係る基準及び当該基準を公表しているページの URL

#### 【ご回答】

- 著名人や有名企業になりすました広告は、「誤解を招くコンテンツおよび虚偽のコンテンツ」ポリシーにおいて、禁止されています。
  - 当該ポリシーのリンク：<https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-misleading-and-false-content?lang=ja> のうち、「合成および改変されたコンテンツ」ポリシー
- そのなりすまし広告が、企業のロゴなどを無断使用している場合は、知的財産権（商標権・著作権）の侵害を禁止する「著作権と商標権」ポリシーに違反します。
  - 当該ポリシーのリンク：<https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-intellectual-property-infringement?lang=ja> のうち、「著作権と商標権」ポリシー
- そのなりすまし広告が、人の肖像権などを侵害している場合は、個人のプライバシーの侵害を禁止した「欺瞞的行為」ポリシーに違反します。
  - 当該ポリシーのリンク：<https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-deceptive-practices?lang=ja>

### Q3-5

なりすまし型「偽広告」に係る削除の申出件数及び実施件数

#### 【ご回答】

- なりすまし型「偽広告」に係る削除の申出件数及び実施件数については、公表しておりません。

### Q3-6

なりすまし型「偽広告」に係るアカウント停止の申出件数及び実施件数

**【ご回答】**

- なりすまし型「偽広告」に係るアカウント停止の申出件数及び実施件数については、記録しておりません。

**Q3-7**

削除等の対応に当たる人的・技術的体制(特に、削除等の対応に当たる人材のうち日本語を理解する者の人数)

**【ご回答】**

- 日本語を主要言語とする審査員からなる広告審査チームが、日本に存在しています。
- 広告審査は 24 時間 365 日体制で実施しており、日本の文化的背景も理解した、日本語を主要言語とする審査員が審査を行っています。
- 新たな違反広告の傾向について、継続的に審査員のトレーニングを行い、審査チーム内で最新情報の共有を行なうことで、精度の高い審査を実施しています。
- 削除等の対応に当たる人数については、公表しておりません。

**4 その他**

**Q4-1**

以上の御回答のほか、なりすまし型「偽広告」の流通を防止するために、貴社が実施している取組や今後実施予定の取組等(例えば、詐欺と疑わしいリンクが表示されている場合は、ポップアップで警告を表示させるようにした等)がございましたら、その内容をご回答ください。

**【ご回答】**

TikTok の広告審査は事前審査・通常審査・事後審査と 3 段階にわたって広告審査を行うことで、なりすまし型「偽広告」を含む不適切な広告の流通の防止に取り組んでいます。