



# デジタル広告の流通を巡る諸課題への 対応に関するモニタリング（令和7年度） 事業者回答一覧

デジタル空間における情報流通の諸課題への対応に関する検討会  
デジタル広告ワーキンググループ（第16回）

令和8年5月

# 各社回答における前提情報（対象サービス・他社広告ネットワークの利用）

Google	対象サービス	YouTube
	他社ネットワークの利用	YouTubeに表示される広告は、Googleの広告ネットワークを通じてのみ配信されます。
LINEヤフー	対象サービス	Yahoo!知恵袋、LINE VOOM
	他社ネットワークの利用	当社の媒体に掲載される広告について、広告在庫や需要が日々変動するため、自社広告ネットワークと他社広告ネットワークの比率を一意にお示しすることは困難です。なお、一般的な傾向としては、自社広告ネットワークの広告が大宗を占めており、他社広告ネットワークの広告は補完的な範囲にとどまっております。
Meta	対象サービス	Facebook、Instagram、Threads
	他社ネットワークの利用	該当なし
TikTok	対象サービス	TikTok
	他社ネットワークの利用	該当なし
X	対象サービス	X
	他社ネットワークの利用	該当なし
ドワンゴ	対象サービス	ニコニコ動画、ニコニコ生放送、ニコニコ静画、ニコニコチャンネル、ニコニコモンズ、ニコニコ立体 ※以降のご質問への回答は、対象サービス全部に共通となります。
	他社ネットワークの利用	弊社は自社広告ネットワークを運営しておらず、運用型広告を利用した広告収益化においては他社広告ネットワークを利用。そのため、本質問以降の回答においても他社広告ネットワーク欄のみ回答。 主な他社広告ネットワーク事業者はGoogle、Yahoo、TikTok、LINE等を利用。
サイバーエージェント	対象サービス	Amebaブログが対象サービスとなります。
	他社ネットワークの利用	・「他社広告ネットワーク」を通じて配信されます。 ・主な事業者はGoogle社になります。
湘南西武ホーム	対象サービス	サービス名：『爆サイ.com』 <a href="https://bakusai.com/">https://bakusai.com/</a>
	他社ネットワークの利用	他社広告ネットワークを通じての配信はございます。 主要な事業者は以下の通りです。 ・グーグル合同会社 ・アイ・モバイル株式会社 ・株式会社グッドライフ ・株式会社インサイト ・ユナイテッドマーケティングテクノロジーズ株式会社 など

# ①事前審査基準の策定・公表等の状況（事前審査基準の策定・公表）

## 【自社広告ネットワーク】

Q3. 広告の事前審査基準を策定しているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	<p>以下がGoogle 広告ポリシーです。  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=16950871309291839603-AP">https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=16950871309291839603-AP</a></p>
LINEヤフー	<p>【Yahoo!広告】            ・広告アカウント審査基準  <a href="https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-account?language=ja">https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-account?language=ja</a>            ・広告掲載基準  <a href="https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-editorial?language=ja">https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-editorial?language=ja</a>            【LINE広告】            ・LINE広告審査ガイドライン  <a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/</a></p>
Meta	<p>広告規定：<a href="https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/ad-standards/">https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/ad-standards/</a>            詐欺・不正行為及び欺瞞的行為に関するコミュニティ基準：  <a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraud-scams/fraud-scams-deceptive-practices/">https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraud-scams/fraud-scams-deceptive-practices/</a>            許容されない事業慣行ポリシー：  <a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraud-scams/unacceptable-business-practices">https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraud-scams/unacceptable-business-practices</a></p>
TikTok	<p>TikTokでは、広告として許されるコンテンツ許されないコンテンツを明確に定めた広告ポリシーを策定し、公表しています。そして、この広告ポリシーに基づいて、広告全件の審査を行い、広告ポリシーに違反する広告の停止等の対応を行なっています。            ・TikTok 広告ポリシー  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies?lang=ja</a>            ・広告フォーマットおよび機能性  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-ad-format-and-functionality?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-ad-format-and-functionality?lang=ja</a></p>
X	<p>・X広告ポリシー <a href="https://business.x.com/ja/help/ads-policies">https://business.x.com/ja/help/ads-policies</a>            ・広告品質ポリシー <a href="https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/quality-policy">https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/quality-policy</a>            ・虚偽のコンテンツや詐欺的コンテンツポリシー  <a href="https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/deceptive-and-fraudulent-content">https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/deceptive-and-fraudulent-content</a>            ・偽造品に関するポリシー  <a href="https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy">https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy</a></p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>広告の事前審査基準につきましては、当社にて策定しており、当社広告ネットワークを利用する事業者に対しては当該基準を共有のうえ運用しております。一方で一般への公表は行っておりません。</p>

# ①事前審査基準の策定・公表等の状況

(事前審査基準における、(1)なりすまし型「偽広告」、(2)商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【自社広告ネットワーク】

Q4.事前審査基準における①なりすまし型「偽広告」及び②商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告（以下「モニタリング対象となる広告」という。）の記載内容を具体的に御教示ください。

Google	<p>広告の事前審査に当たっては、Google 広告のポリシーが適用され、欺瞞的なコンテンツや不正なスキームを能動的に検知し、措置を実施するように設計されています。</p> <p>1. なりすまし型「偽広告」 なりすまし型「偽広告」については、事前審査基準において、許可されないビジネス手法として「不実表示に関するポリシー」に違反し、削除対象となり得ます。また、2024年3月に不実表示に関するポリシーをアップデートし、著名な人物、ブランド、組織と提携関係にある、又はそれらの支持を受けている人物になりすましたり、そのように偽って示唆したりすることで、金銭や個人情報に渡すようユーザーを誘導することを禁止するという記載を盛り込んでいます。</p> <p>2. 商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告 事前審査基準は、商標ポリシーおよび偽造品ポリシーを通じて、商標権を侵害する広告と偽造品を販売する広告に対処しています。商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告については、偽造品ポリシーに違反します。これは、事前審査基準において禁止コンテンツとされている「偽造品」に該当し、削除対象となり得ます。</p>
--------	--

# ①事前審査基準の策定・公表等の状況

(事前審査基準における、(1)なりすまし型「偽広告」、(2)商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【自社広告ネットワーク】

(なりすまし型「偽広告」)なりすまし型「偽広告」については、事前審査基準において、名誉毀損や肖像権・商標権侵害を禁止する基準や、「投機心、射幸心を煽るような表現」などの基準に違反し、削除対象となり得る。

(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)

【Yahoo!広告】

商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告については、広告掲載基準の「第4章 掲載できない広告」において、「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」、「偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品」等を規定しており、削除対象となり得る。

【LINE広告】

商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告については、広告審査ガイドラインの「禁止事項」において、「当社または第三者の著作権、商標権などの知的財産権、その他法令または契約上の権利を侵害する内容」等の内容や行為を含む広告の配信を禁止しており、削除対象となり得る。

(参考1) Yahoo!広告掲載基準 (抜粋)

第4章 掲載できない広告

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

(2) 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの (7) 投機心を著しくあおる表現のもの

(16) その他、当社が不適切と判断したもの (未認証のLINE公式アカウントや、個人・グループのLINEアカウントへの友だち追加を促すもの)

3. 以下のような商品、サービスの広告

(6) 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044788?language=ja>

第9章 広告表現規制

13. 投機心、射幸心を煽るような表現

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044906?language=ja>

(参考2) LINE広告審査ガイドライン (抜粋)

禁止事項

・当社または第三者の著作権、商標権などの知的財産権、その他法令または契約上の権利を侵害する内容

・投機心、射幸心を著しく煽る内容、ギャンブル性を感じる表現または内容

クリエイティブガイドライン

・第三者が権利を有するものを使用した表現：第三者の氏名、画像、またテレビ番組名や番組画像を始めとする著作権、商標権、特許権等の知的財産権、名誉権、プライバシー権、肖像権、パブリシティ権等法令上または契約上の権利を侵害するものは広告に使用することはできません。

・LINE友だち追加への誘導：未承認のLINE公式アカウント、個人・グループのLINEアカウントへのディープリンクは掲載できません。また、ランディングページ上で投資や副業を訴求し、未認証のLINE公式アカウントや、個人・グループのLINEアカウントへの友だち追加を促すものも掲載できません。

・投機心や射幸心を煽るおそれのある表現の禁止：通貨およびそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現は掲載できません。また、確実に大金が手に入る、絶対に稼げるなど、利益を保証し奨励するかのよう表現は、投機心、射幸心を煽りユーザーを惑わせる可能性があるため掲載できません。

<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/#guide06>

LINEヤフー

# ①事前審査基準の策定・公表等の状況

(事前審査基準における、(1)なりすまし型「偽広告」、(2)商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>(なりすまし型「偽広告」)          例えば、広告は、「詐欺・不正行為及び欺瞞的行為に関するコミュニティ基準」に準拠する必要があります。このポリシーに基づき、Meta は故意に欺瞞的な手段（例えば、虚偽の表示、盗用された情報、及び誇張された主張）を使用して利用者や企業を詐取したり、不正な行為を行ったり、またはエンゲージメントを誘導することを目的としたコンテンツを削除します。これには、弊社プラットフォーム上で係る行為を調整または促進するあらゆるコンテンツが含まれます  <a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraud-scams/fraudscams-deceptive-practices/">(https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraud-scams/fraudscams-deceptive-practices/)</a>          また、広告は「許容されない事業慣行」ポリシーに準拠することも義務付けられています。本ポリシーは、金銭や個人情報を騙し取ることを意図したものを含む特定の欺瞞的又は誤解を招く行為を用いた商品、サービス、計画又はオファーのプロモーションを禁止しています。  <a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraudscams/unacceptable-business-practices">https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/fraudscams/unacceptable-business-practices)</a></p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)          Meta のプラットフォーム上の全ての広告は、第三者の知的財産権侵害に関するポリシーに準拠することが義務付けられています。当該ポリシーに基づき、広告は、第三者の知的財産権（著作権、商標その他の法的権利を含む。）を侵害するコンテンツを含んではなりません。この禁止事項は、真正な製品を模倣するために他社の製品の商標（名称またはロゴ）及び／または特徴的な外観を違法に複製した商品など、模倣品の販売促進にも及びます。  <a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/intellectual-propertyinfringement/third-party-infringement/">(https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/intellectual-propertyinfringement/third-party-infringement/)</a>  <a href="https://www.facebook.com/help/507663689427413/">(https://www.facebook.com/help/507663689427413/)</a>  <a href="https://www.facebook.com/help/1020633957973118/">(https://www.facebook.com/help/1020633957973118/)</a></p>
TikTok	<p>(なりすまし型「偽広告」)          なりすまし型「偽広告」については、事前審査基準において、肖像権等を侵害する広告としてポリシー違反であり、広告停止等の対象となり得ます。</p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)          商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告については、広告ポリシーにおいて、著作権、商標権を含む他者の知的財産権を侵害する広告や、偽造品の配布や販売の広告は許可されないと定められています。</p>
X	<p>(なりすまし型「偽広告」)          なりすまし型「偽広告」については、「広告品質ポリシー」や「虚偽のコンテンツや詐欺的コンテンツポリシー」に違反し、削除対象となり得る。</p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)          Xプラットフォーム上での偽造品を販売または宣伝することは禁止されています。  <a href="https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy">https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy</a></p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>(なりすまし型「偽広告」)          ・他社のブランド名や企業名を不正に使用し、ユーザーを誤認させる広告（なりすまし型広告）          ・虚偽・誇大表現を含む広告</p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)          ・商標権や著作権を侵害し、模倣品・偽造品販売サイトへ誘導する広告（商標権等の知的財産権侵害広告）</p>

## ①事前審査基準の策定・公表等の状況

## (事前審査の実施状況 (広告をクリックまたはタップした場合の直接の遷移先の審査状況も含む))

## 【自社広告ネットワーク】

Q5.事前審査の実施状況 (利用者がデジタル広告をクリック又はタップした場合の直接の遷移先の情報に対する事前審査の実施状況も含む) を御教示ください。

事前審査においては、広告及び直接の遷移先に対して、システムと人の目を組み合わせて審査を実施しています。

・二重審査体制 (自動および人間による審査) : 最初の審査プロセスは、広告またはアセットの作成または編集時に自動的に起動されます。審査プロセスには、違反の可能性のあるコンテンツや不正利用を能動的に検出するために、AIや最先端のテクノロジーを活用することが含まれます。これには、アカウント、広告、リンク先ページのコンテンツを網羅する不実表示ポリシーと偽造品ポリシーの措置の実施が含まれます。

・リンク先ページポリシー措置の実施: 事前審査には、必須としてリンク先ページ (ウェブサイト) のコンテンツが含まれます。リンク先の要件ポリシーは、リンク先のウェブサイトが機能的で、有用で、操作が容易であり、且つ十分な独自のコンテンツを含むことを義務付けています。これにより、広告によって誤解を招く可能性のあるページ、破損したページ、または低品質のページにユーザーを誘導しないことを確実にします。

なりすまし型「偽広告」について、広告の入稿時、都度、肖像使用の許諾の有無は確認していないが、著名人になりすましGoogleのポリシーに違反した広告については、審査が却下されます。

すべての広告は、意図された遷移先にかかわらず、Google 広告ポリシーに照らした審査の対象となります。許可されないビジネス手法や信頼できない文言といった特定のポリシーについては、審査範囲にリンク先ページを含めています。なお、「ユーザーを別の場所に誘導することを目的としたリンク先」は明確に独自コンテンツの不足ポリシーによって禁止されています。

「事業者名等の記載がないページへ遷移する広告の掲載禁止」に関連するものとしては、「不適切なリンク先」などのリンク先の要件ポリシーの違反がある場合には、アカウントが強制停止される場合があります。また、「事業者名が海外法人である企業及び企業実態が確認できない企業については掲載不可」に関連するものとして、場合によっては、広告主が適格性確認の手続きを完了するまで、広告主の Google 広告アカウントが一時停止されることがあります。一時停止された Google 広告アカウントでは広告を配信できません。これには、次のような幾つかの理由が考えられます。

- 広告が広告ポリシー (例: 誤解を招く表現、信頼できない文言、不明なビジネス、ビジネス名の要件) に違反している疑いがある場合
- 広告またはビジネス手法が身体的または金銭的な危害を及ぼす疑いがある場合
- 広告主が広告主の適格性確認を回避しようとしている疑いがある場合
- 広告主の情報または広告掲載の挙動を確認できなかった場合

参照先:

1. Google 広告 ヘルプ - 広告の審査プロセスについて <https://support.google.com/google-ads/answer/1722120>
2. Google 広告ポリシー ヘルプ - リンク先の要件 <https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661>
3. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認 <https://support.google.com/adspolicy/answer/9703665>
4. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告配信の制限 <https://support.google.com/adspolicy/answer/13889491>
5. Google 広告ポリシー ヘルプ - 許可されないビジネス手法  
<https://support.google.com/adspolicy/answer/6020955?sjid=16486930441591294721-NC#368>
6. Google 広告ポリシー ヘルプ - 信頼できない文言  
<https://support.google.com/adspolicy/answer/6020955?sjid=16486930441591294721-NC#372>
7. Google 広告ポリシー ヘルプ - 独自コンテンツの不足 <https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661?hl=ja#312>
8. Google 広告ポリシー ヘルプ - 不適切なリンク先 <https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661?hl=ja#672>

Google

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Google	<p>9. Google 広告ポリシー ヘルプ - リンク先の要件 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661?sjid=7801174880317668048-NC&amp;hl=ja">https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661?sjid=7801174880317668048-NC&amp;hl=ja</a></p> <p>10. Google 広告ポリシー ヘルプ - 誤解を招く表現 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6020955#366">https://support.google.com/adspolicy/answer/6020955#366</a></p> <p>11. Google 広告ポリシー ヘルプ - 不明なビジネス <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6021546#331">https://support.google.com/adspolicy/answer/6021546#331</a></p> <p>12. Google 広告ポリシー ヘルプ - ビジネス名の要件 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6021546#335">https://support.google.com/adspolicy/answer/6021546#335</a></p>
LINEヤフー	<p>アカウント審査と広告審査については、日本拠点の審査員（日本語を理解する者100%）による「人の目」と、機械学習を活用した「システム」によって24時間365日体制で、事前及び事後に審査を実施。また、事前審査においては、広告及び直接の遷移先に対して審査を実施。</p> <p>また、以下にて、事業者名等の記載がないページへ遷移する広告の掲載禁止を規定。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Yahoo!広告 <a href="https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044818?language=ja#c02">https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044818?language=ja#c02</a></li> <li>・LINE広告クリエイティブガイドライン&gt; 広告の主体者(広告主)の明示 <a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/#guide11">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/#guide11</a></li> </ul> <p>加えて、また、なりすまし型「偽広告」の拡大を受け、2024年3月から、懸念のある広告アカウントは、全て人の目によって、新たにアカウント開設を行った時だけでなく、アカウント開設後も同様に審査を実施。併せて、同時期に、以下の基準改定も実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 【Yahoo!広告】全業種の広告において、遷移先を直に「未認証のLINE公式アカウント」登録画面としているものは非承認とした（2024年2月）。また、全業種の広告において、遷移先を直に「個人のLINEアカウント」登録画面としているものを非承認としたほか、投資・副業関連の広告において、遷移先は通常のサイトで、そこにLINE登録画面への誘導リンクがあるものは非承認とした（2024年4月）。</li> <li>- 【LINE広告】投資・副業関連の広告において、遷移先又は遷移先からの再遷移先がLINEアカウントもしくは未認証のLINE公式アカウントへの友だち追加になっている場合は非承認（2024年3月）。</li> </ul> <p>なお、なりすまし型「偽広告」について、広告の入稿時、都度、肖像使用の許諾の有無は確認していない。</p>

## 【自社広告ネットワーク】

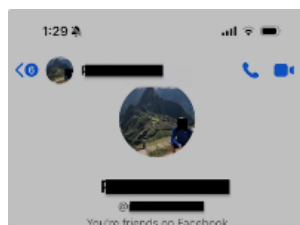
弊社の広告審査システムは、広告が公開される前にすべての広告を審査するように設計されています。この審査はほとんどが自動化されていますが、弊社のチームがこれらのシステムの構築とトレーニングを行っており、場合によっては人の目で広告を審査することもあります。広告審査は通常24時間以内完了し、広告は公開後も含め、再度審査されることがあります。Metaは、TransparencyCenterにおいて、広告ポリシーがどのように適用されるか、およびこれらのポリシーに違反しないようにする方法に関する情報を広告主に提供しています。詳細はこちらをご覧ください。( <https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/ad-standards/> )

弊社の広告ポリシーの上記3で詳しく説明されているように、広告が配信される前に、広告を弊社のポリシーに照らして自動的に審査する広告審査システムを採用しています。この審査では、弊社のシステムは、広告の画像、動画、テキスト、ターゲティング情報などの特定のコンポーネント、及び広告の遷移先などをチェックします。個々の広告を審査することに加えて、弊社は、広告主の過去の広告却下の数や、違反の種類や重大性（当社の広告審査プロセスを回避しようとする試みを含む）などの広告クライアントの行動も審査し、調査することがあります。弊社のプラットフォームにおける広告は、全て、弊社のコミュニティ規定及び広告ポリシーに準拠することが義務付けられています。( <https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/> )

弊社は、広告の内容やリンク先（ランディング）ページに記載されるURLを含む、弊社のプラットフォーム上で配信されるすべての広告をポリシーへの準拠について審査しています。弊社の審査プロセスは、不正な活動を促進する広告を特定し、削除することを目的としています。主な焦点は広告の直接的なリンク先にあります。弊社は悪質な行為者の進化する戦術も認識しており、新たなリスクに対処するために弊社のプロセスを継続的に評価しています。

広告の審査に加えて、弊社は弊社のクローズドチャットアプリケーションの利用者向けに、製品内でのサポート機能を幅広く提供しています。たとえば、利用者が接続していない人からダイレクトメッセージを受信した場合、「その場で」警告を表示し、潜在的な詐欺に関するリソースを提供する場合があります。

Meta



## (事前審査の実施状況 (広告をクリックまたはタップした場合の直接の遷移先の審査状況も含む))

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>さらに、Messengerでは高度な詐欺検出機能のパイロットテストを実施しています。この機能が有効になっている場合、新しい連絡先から詐欺と思われるメッセージが送信されたときに、利用者には警告が表示され、最近のチャットメッセージをAIベースの詐欺審査のために提出するオプションが提供されます。潜在的な詐欺が検出された場合、一般的な詐欺に関する情報と、疑わしいアカウントをブロックまたは報告するなどの推奨アクションが利用者に提供されます。このパイロットが効果的であることが証明された場合、2026年には新たな地域や追加の言語へ世界中に拡大する予定です。</p> <p>さらに、認証プロセスが必要となった企業が認証プロセス中に虚偽または誤解を招く情報を提供したり、自分たちに関連していない企業の認証を申請・取得しようしたり、またはその他の方法で弊社の認証審査システムを回避しようとした場合、弊社はその企業が認証を受けることを妨げたり、企業の認証ステータスを削除したり、アカウントに対して追加の措置を講じたりすることがあります。事業者認証プロセスおよび事業者認証プロセスの問題解決については、これらのBusiness Help Centerページをご覧ください。</p> <p><a href="https://www.facebook.com/business/help/1095661473946872?id=180505742745347">https://www.facebook.com/business/help/1095661473946872?id=180505742745347</a>  <a href="https://www.facebook.com/business/help/2342133782492969?id=180505742745347">https://www.facebook.com/business/help/2342133782492969?id=180505742745347</a></p>
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 事前審査においては、広告及び直接の遷移先に対して、自動モデレーション技術と人間の審査員による審査を実施し、広告の停止等の対応を行なっています。さらに、必要に応じてさらにその先の遷移先の確認も行い、不正の可能性がある場合には、広告主への措置を実施しています。また、従来から、広告素材と遷移先で扱われている商材が一致しているか等の審査を実施しています。</li> <li>- 禁止されているランディングページの例としては、「ランディングページのメインコンテンツにアクセスするために、追加プログラムのダウンロードや個人情報の入力が必要なランディングページ」や「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」が挙げられます。</li> <li>- 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実施しています。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TikTok広告ポリシー「広告フォーマットおよび機能性」  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-ad-format-and-functionality?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-ad-format-and-functionality?lang=ja</a></li> </ul>

**①事前審査基準の策定・公表等の状況**  
**(事前審査の実施状況 (広告をクリックまたはタップした場合の直接の遷移先の審査状況も含む) )**

**【自社広告ネットワーク】**

X	<p>事前審査においては、広告及び直接の遷移先に対して、システムと人の目を組み合わせて審査を実施。          また、特定の広告カテゴリーについては、広告主に対して追加の認証のために必要な情報の提出を求めている。          2024年3月22日から、金融商品・サービス及び賭博関連コンテンツの広告審査について、広告掲載前の目視審査を強化し、同コンテンツの目視審査の頻度が増加。          詐欺への対応として、広告における誤解を招くリンクの使用を禁止。具体的には、カスタマーエクスペリエンスに混乱や誤解を招くようなリンクをプロモコンテンツ内で使用することを、全世界で禁止。これらの要件は、X広告のカスタマーエクスペリエンスがお客様の不利益とならないことを保証するために設けられている。          Xのリンク要件には以下の内容が含まれる（これらに限定されるものではありません）。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リンクが有効であること。また、リンク先が機能していないウェブサイトやエラーページではないこと。</li> <li>・リンク先に過剰なリダイレクトが含まれないこと。</li> <li>・リンクによってポップアップやポップアンダーが発生しないこと。</li> <li>・リンク先が、ランディングページのコンテンツの表示にログインを要求するページではないこと。</li> <li>・リンクをプロモーションに含めた後は、その最終リンク先やランディングページを変更しないこと。</li> <li>・コンテンツの表示に、別のソフトウェアやプログラムの使用を必要とするリンク先ではないこと。</li> </ul> <p>肖像使用の許諾確認は事前審査の中では実施していない。</p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>国内法令に違反するような広告クリエイティブ及び、事業者名の記載がない遷移先などへは広告掲載のお申し込みができないようになっております。事業者名の記載があった場合でも、海外法人及び企業実態が確認できない企業記載については同じく掲載できないようになっております。          広告出稿に際し、原則として申請された直接の遷移先URLについて審査を実施しております。出稿可能なリンクは事前に指定・承認されたURLに限定しており、無断でのリンク差し替えは不可となります。遷移先ページ内においてSNS誘導が主目的と認められる場合や、不適切な金融勧誘の蓋然性が高いと判断される場合には、個別に掲載可否を判断しております。</p>

## ①事前審査基準の策定・公表等の状況 (事前審査後に遷移先の情報に変更があった場合の再審査の実施状況)

### 【自社広告ネットワーク】

Q6.事前審査後、遷移先の情報（広告の内容や遷移先URL等）に変更があった場合の再審査の実施状況を御教示ください。

Google	<p><b>編集後の自動再審査</b>            広告またはアセットが作成または編集された直後に、審査プロセスが自動的に開始されます。広告審査は、自動システムと人間による評価の組み合わせによって実施されます。広告ユニット自体がスキャンされ、見出し、説明文、キーワード、リンク先、画像または動画などのコンテンツの詳細が確認されます。ほとんどの広告は1営業日以内に審査が完了します。</p> <p><b>リンク先URLの再審査</b>            リンク先URLに変更が加えられた場合、リンク先ページが引き続きリンク先の要件のポリシーに準拠していることを確実にするため、変更が行われた時点で再審査が実施されます。この再審査では、リンク先のウェブサイトが機能的で、有用で、操作が容易であり、且つユーザーにとって安全であることが検証されます。リンク先の不一致（例：異なるドメインへのリダイレクト）が見つかった場合、またはサイトがGoogle AdsBotによってクロールできない場合、不承認となる可能性があります。</p> <p><b>リンク先ページのコンテンツ</b>            Googleのポリシーでは、リンク先ページが、初回提出時だけでなく、「常に」すべての要件を満たすことを求めており、リンク先URL自体に変更がない場合であっても、遷移先ページ内の実質的なコンテンツ（リンク先ページの内容）を継続的に監視および再評価します。この義務は、Google AdsBot ウェブクローラーによって実施されます。これらのクローラーによる継続的且つ自動的な活動により、ライブウェブサイトのコンテンツ（リンク先ページの内容）を確認し、初回承認後に追加されたその後のポリシー違反や新しい不正利用のパターンを検出します。リンク先ページの内容に問題があるために広告が不承認となった場合、広告主はまずウェブサイトの問題を修正する必要があります。広告主が問題を修正した後、または不承認が誤りであると考えられる場合、最終審査を求めするためにGoogle 広告アカウントから直接、ポリシーの決定に対し異議申し立てを行う必要があります。この手続きは、修正されたリンク先の再審査を開始するために必要な手順です。</p> <p>参照先：            1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告の審査プロセスについて  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/1722120?hl=ja&amp;sjid=12709304962852820218-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/1722120?hl=ja&amp;sjid=12709304962852820218-NC</a>            2. Google 広告ポリシー ヘルプ - リンク先の要件  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661?hl=ja&amp;sjid=12709304962852820218-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/6368661?hl=ja&amp;sjid=12709304962852820218-NC</a>            3. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告の審査プロセスについて (FAQ) <a href="https://support.google.com/adspolicy/faq/1308156">https://support.google.com/adspolicy/faq/1308156</a>            4. Google 広告ポリシー ヘルプ - ポリシー審査のためにキャンペーンを送信する - ポリシーに関する決定への再審査請求  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/7501932">https://support.google.com/adspolicy/answer/7501932</a>            5. Google 広告ポリシー ヘルプ - 不承認となった広告を修正する、またはポリシーに関する決定に対して再審査を請求する  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/9338593">https://support.google.com/adspolicy/answer/9338593</a></p>
LINEヤフー	<p>- 【Yahoo!広告】広告情報（画像ファイルや遷移先URLなど）の変更を伴わず、遷移先の情報のみが差替えられた場合、都度の審査は実施していないが、掲載開始後も全ての広告について、24時間365日にわたり、社内の審査システムと人の目で、事後パトロールを実施して不正を検知。さらに、不適切な広告について、社外から通報があった場合は、優先的に審査を実施。広告情報（画像ファイルや遷移先URLなど）が変更された場合、全てシステムで検知し、新規に入稿があったものとして、システムによる審査を実施し、目視確認が必要な広告に振り分けた上で、人の目による審査を実施。</p> <p>- 【LINE広告】広告情報（画像ファイルや遷移先URLなど）の変更を伴わず、遷移先のみが差替えられた場合、都度の審査は実施していないが、過去の否認実績が多い広告主を中心に、不定期で人の目による事後審査を実施。広告情報（画像ファイルや遷移先URLなど）が変更された場合、システムで検知し、新規に入稿があったものとして、全件、システムと人の目による審査を実施。</p>

①事前審査基準の策定・公表等の状況  
 (事前審査後に遷移先の情報に変更があった場合の再審査の実施状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>Meta の各プラットフォームにおいて、以前に予約済みまたはアクティブだった広告に変更（画像、テキスト、リンク、動画、または広告の遷移先URLの変更）が加えられると、新たな審査プロセスが自動的にトリガーされます。</p> <p>また、Meta は、公開済みの広告が一定のインプレッション数に達した場合にも広告審査プロセスを再度実施します。これには、広告が1回、100回、1,000回、5,000回などのインプレッション閾値に達した場合などが含まれ、最大で100万回まで含まれます。これにより、更新されたコンテンツが引き続きMetaの広告ポリシーに準拠していることが保証されます。</p> <p>新規の審査は、最初の審査と同じ厳格な手順で行われ、自動化された評価と必要な場合には手動での評価が行われます。広告は、審査に合格し、コンプライアンスが確認されるまで配信を再開しません。Metaの広告審査プロセス及び広告変更後の要件に関する詳細については、以下をご参照ください：  <a href="https://www.facebook.com/business/help/204798856225114?id=649869995454285">https://www.facebook.com/business/help/204798856225114?id=649869995454285</a>  <a href="https://www.facebook.com/business/help/133691315402558?id=434838534925385">https://www.facebook.com/business/help/133691315402558?id=434838534925385</a></p>
TikTok	<p>広告の内容や遷移先URLに変更があった場合には、再審査を実施しています。悪質な広告審査回避が確認された場合には、アカウント停止等の措置を行なっています。</p> <p>URLの変更がなく、ランディングページの内容に変更があった場合、悪質な広告審査回避と判断されたケースについては、アカウントの停止等の措置を行なっています。</p> <p>&lt;参考&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 審査プロセスのトリガーとなる変更  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/changes-trigger-review-process?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/changes-trigger-review-process?lang=ja</a>            (「審査プロセスのトリガーとなる変更」において、再審査の対象となる項目として「URLの変更」を記載)</li> <li>- TikTokの停止広告アカウントについて  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/account-suspensions?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/account-suspensions?lang=ja</a>            (「アカウント停止につながる一般的な違反」として、「キャンペーン公開後に広告のランディングページに変更があった場合」を記載)</li> </ul>
X	
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>遷移先URLの変更及び、広告クリエイティブの差し替えにつきましては都度掲載前の確認審査をしております。</p> <p>広告は事前に申請・承認された指定URLに限定して掲載しております。</p> <p>承認後に当該URL内の内容が大きく変更された場合には、広告掲載を停止する運用としております。また、案件ごとに必要に応じて遷移先の確認を実施しており、不適切な変更が認められた場合には掲載停止等の措置を講じております。</p>

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q7.外部（捜査機関、被害を受けている企業・業界団体等）との情報交換の実施状況について御教示ください。

**政府および規制当局との情報交換**

Googleは、グーグル合同会社および専門チームを通じて、政府関係者や規制当局  との正式な連絡手段を維持しています。透明化法に従い、グーグル合同会社は、政府関係者との連絡を円滑に進めるために「国内管理人」として指定されています。国内管理人は、内部チームと規制当局との間の橋渡しの役割を果たし、この経路を通じてエスカレーションされた問題が適切な内部チームによって迅速に対処されることを確実にします。

**業界団体との情報交換**

Googleは、情報を共有し、洞察を得て、業界全体の改善に向けて協力するために、一般社団法人 デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA）、公益社団法人 日本アドバイザーズ協会（JAA）などの主要な業界組織と能動的に連携しています。この点、投資詐欺を検出するためのJIAAの連携プログラムに継続して参画しています。2025年には、Googleは日本アドバイザーズ協会（JAA）と共同セミナーを開催し、最新のブランド セーフティおよび不正防止ツールについて業界関係者へのトレーニングを行いました。また、グーグル合同会社は、2021年からJICDAQの認証を受けています。

さらに、Googleは日本貿易振興機構（JETRO）が運営する国際知的財産保護フォーラム（IIPPF）とも密接に協力しており、2026年1月にIIPPFの不正広告対策ワーキンググループの会員企業向けに情報共有会を共催することを計画しています。この会では、商標権侵害広告に対するGoogleの取り組みについて説明する予定です。

Googleはまた、国際商標協会（INTA）の活動的な会員であり、INTA偽造品対策委員会などの取り組みを支援しています。INTAを通じて、Googleは定期的にブランド所有者や他の主要なステークホルダーと、プラットフォーム全体で偽造品を宣伝する広告の削除に関するベストプラクティスなどについて議論しています。

**業界内連携および「シグナル エクスチェンジ」:** Googleは、詐欺が業界全体の課題であることを認識のもと、GASA (Global Anti Scam Alliance)との連携を強化するとともに、GASAの日本国内における活動の拡大及び官民・業界横断での連携を主導しています。連携の一例として、GASA共同でグローバル シグナル エクスチェンジ（GSE）を設立いたしました。2025年3月1日時点で、当該プラットフォームは、MicrosoftやMetaなどのパートナー間で共有される7,000万件以上の詐欺シグナルを含むまでに拡大しています。これにより、Googleは他のプラットフォームですでに特定された悪意のある行為者に対して、迅速に対応することが可能になります。

**影響を受けた企業（広告主およびパブリッシャー）との情報交換**

広告主およびパブリッシャーとの情報交換は、複数のサポート、営業、意見提供チャネルを通じて維持されています。

- ・**直接的サポート:** 広告主およびパブリッシャーのサポートチームは、日本語でユーザーを支援し、さらなる検証が必要な場合には関連するグローバルチーム（技術、プロダクト、またはポリシー）にエスカレーションを行います。
- ・**連携チーム:** 営業およびパートナーシップチームは、広告主およびパブリッシャーとグローバル本社との間の連携役を果たし、プロダクトと運用の改善のために問題をエスカレーションします。プロダクトスペシャリストチームも連携役として機能し、日本の広告主およびパブリッシャーからのリクエストをグローバルチームに伝え、潜在的なプロダクトの機能変更を提案します。
- ・**フィードバックとアンケート:** Googleは、様々な満足度、苦情、フィードバックのアンケートを通じて、広告主およびパブリッシャーに積極的に働きかけています。これにより、フィードバックが収集され、ポリシーやシステムへの可能な修正または更新を判断するために評価されることを確実にします。

参照先:

1. Google Whitepaper: Tackling Scams and Fraud Together (英語版のみ) -

<https://kstatic.googleusercontent.com/files/0813261eb46c94f3d77689b8a65b0828e3139ce2cef01cb09ec91d1449fb2b7b4eda40b41c3fd2b2496fd6f33a1eb949b825379fcd67c9a9812bbefbafce8083>

Google

② 自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (外部との情報交換の実施状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

LINEヤフー	<p>従前から警察庁と情報交換を行っており、2023年11月頃から、SNS型投資詐欺について情報収集しているほか、JIAA等の業界団体で他社との情報交換も実施。加えて、報道等からの情報により、実際の詐欺事案について、当初接触ツールとしての広告の特徴を収集。</p>
Meta	<p>詐欺師は複数のプラットフォームやテクノロジーを横断して活動しているため、ソーシャルメディア、電子メール、電気通信事業者、銀行、デートアプリなど、いずれの単一の企業であっても、詐欺キャンペーンの全体像を把握し、これに対抗することは困難です。各組織は通常、より広範で調整された詐欺行為の一部しか把握できません。</p> <p>Metaは、政府、テクノロジー分野の同業者、金融機関、法執行機関と緊密に連携することで、国際的な詐欺行為に対処することに尽力しています。弊社の協力体制は、利用者の保護、洗練された詐欺ネットワークの検出・破壊、消費者教育の向上を目的として構築されています。</p> <p>主なパートナーシップとイニシアチブ：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Global Anti-Scam Alliance (GASA) 及びTech Against Scams Coalition(TASC)：</li> </ul> <p>弊社はCoinbase、Match Group、Kraken、Ripple、Geminiなどのパートナーとともに、GASA及びTASCの創設メンバーです。これらの提携を通じて、Metaは業界の同業他社と協力し、急速に進化する金融詐欺に対する消費者教育、保護、及び攪乱のための戦略を策定しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Global Signal Exchange /GSE：</li> </ul> <p>Metaは、敵対的脅威勢力に対抗するためのインテリジェンス活動のために、クロスセクターな情報共有ハブであるGSEに参加しています。GSEは、パートナー組織間で「シグナル」を共有し、協力して、プラットフォームや業界を超えてオンライン詐欺を特定し、防止することを可能にします。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 法執行機関との連携：</li> </ul> <p>Metaは、サイバー犯罪合同調整センター(Joint Cybercrime Coordinate Centre/JC3)や警察庁(National Policy Agency/NPA)などの法執行機関と連携し、詐欺に関連する問題に対処し、捜査を支援し、法執行努力を強化しています。</p>

②自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
(外部との情報交換の実施状況)

【自社広告ネットワーク】

TikTok	<p>以下の通り、捜査機関や専門機関、企業・業界団体等と情報交換を実施しています。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 捜査機関                  専門の部署において、メール等により、詐欺に関する広告のURLなどを共有いただき、社内で審査を実施しています。                  捜査機関において詐欺等の犯行に利用されたことが認められたアカウントについても、情報提供を受けています。</li> <li>2) 違法・有害情報相談センター                  「青少年案件情報提供スキーム」の協力企業として、事案情報の提供を受けています。</li> <li>3) インターネット・ホットライン・センター                  センターより、情報提供を受け付ける体制を構築しています。</li> <li>4) GASA (Global Anti Scam Alliance)                  世界中でオンライン詐欺の防止に取り組むGASAのメンバーとして、日本における投資詐欺・ロマンス詐欺を含む詐欺広告の防止に積極的に取り組んでいます。</li> <li>5) 企業・業界団体等                  広告主様より弊社の営業担当を通じて情報提供をいただくとともに、以下のとおり業界団体とも連携しています。                 <ul style="list-style-type: none"> <li>- JIAA詐欺広告対策ワーキングチームのメンバーとして詐欺広告モニタリングを実施しており、モニタリング結果について定期的に情報提供を受けた上で、削除等の対応を実施しています。</li> <li>- IIPPFのSNS詐欺広告ワーキンググループにおいて、権利侵害広告についての情報提供を受けるとともに、当社の詐欺広告対策を説明し意見交換を行うなど、さらなる権利侵害広告の防止・抑制に向けて、取り組んでいます。</li> </ul> </li> </ol>
X	ユーザーからのレポートを通じて、手口・実態に関する情報を収集。また、業界団体との連携も行っております。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	外部との情報交換の実施はありません。

②自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (外部との情報交換により把握した実態等を踏まえた事前審査強化の取組状況)

【自社広告ネットワーク】

Q8.Q7により把握した実態等を踏まえた事前審査強化の取組状況を御教示ください。

<p>Google</p>	<p>事前審査仕組みを強化する取り組みは、継続的で多岐にわたり、不実表示に対するポリシーの厳格化、広告配信前に悪意のある行為者を阻止する高度なテクノロジーの展開、エコシステムパートナーに対する優れた管理機能を与えることに焦点を当てています。なお、これらの措置の強化は、標準的な検知システムを回避すべく高精度のブランドアセットや複雑な技術的インフラストラクチャを利用する、悪意のある行為者の巧妙化を主な背景としています。</p> <p><b>1. 検証とアカウントの完全性の措置</b>                  Googleは、広告主が広告を配信する前にその身元を検証するプロセスを強化し、広告コンテンツを検証済みの法的身元に関連づけることで、事前審査の基盤を強化しています。広告主の適格性確認プログラムは多段階のプロセスであり、広告主にビジネスの詳細を提出させ、法的名称の検証、必要に応じて補足文書による事業運営の検証を求めます。広告主がこのプロセスを完了できなかった場合、そのアカウントは広告の配信が制限されます。加えて、広告配信の制限ポリシー（2023年11月導入）は、実績のない新規の広告主に対して「相互理解期間」を設けています。この期間中、特に広告主とブランドとの関係が不明瞭な場合、広告のリーチが制限され、初期のキャンペーン段階でユーザーが誤解を招く可能性のある広告を目にするリスクを低減します。なお、これらの取り組みは、悪意のある行為者が違反措置を回避して誤解を招くコンテンツを拡散するために、新しいアカウントを高速で作成している傾向に対応したものです。</p> <p><b>2. ポリシーの厳格化とAIの展開</b>                  事前審査の基準は、厳格なポリシーの更新と、欺瞞的なパターンを能動的に検出するように設計された高度なAIツールの導入により、継続的に強化されています。2024年3月に、不実表示ポリシーが更新され、著名な個人、ブランド、または組織になりすます行為、またはこれらとの提携や承認を偽って示唆する行為を明示的に禁止し、著名人詐欺に対する事前審査を直接的に強化しました。欺瞞的ななりすましは「重大な違反」として分類され、重大な違反が検知された場合、Googleは事前の予告なく直ちにアカウントを強制停止します。さらに、Googleは広告の安全性の措置において大規模言語モデル（LLM）の利用を拡大しています。これらのモデルは、複雑な検証を支援し、アカウント設定の際の疑わしい支払い情報などの不正の初期兆候を特定します。これにより、自動化された事前審査の層が悪意のある行為者を早期に特定する能力を高めています。なお、主な要因は、著名人や評判の良い組織へのなりすまし詐欺の増加にあります。これらの違反は多くの場合、精緻かつ流動的であるため、従来の固定的な機械学習モデルでは対処が困難だったという背景があります。</p> <p><b>3. パブリッシャー管理機能の強化</b>                  内部審査を補完する形で、Googleはエコシステムのパートナーが独自の品質基準を実施できるツールを提供しています。Google アド マネージャーは、「手動クリエイティブ審査」などの機能を提供することで、事前審査の管理機能を強化しました。この機能により、パブリッシャーは掲載前にクリエイティブを事前に審査し、承認することができます。これは、パブリッシャーが広告が配信される前にその視覚的な要素の詳細な検査を実行する権限を与え、エコシステムに不可欠な安全性と管理の層を加えています。Googleアドマネージャーにおけるパブリッシャー管理の強化は、デジタルエコシステムの複雑化およびプレミアムコンテンツプロバイダーの具体的なニーズに対応したものです。パブリッシャー間では、標準的なポリシーにとどまらず、自社独自の編集基準に広告配信を適合させることができる「ブランド適合性」ツールの需要が増大していたという背景があります。</p> <p>参照先：                  1. 2023 - Ads Safety Report（英語版のみ） - <a href="https://services.google.com/fh/files/misc/ads_safety_report_2023.pdf">https://services.google.com/fh/files/misc/ads_safety_report_2023.pdf</a></p>
<p>LINEヤフー</p>	<p>広告上の表現において、投資によって簡単に儲かると謳い、著名人等のLINEの偽個人アカウントや公式アカウントへの友だち登録へ誘導し、クローズドチャット内で詐欺を行う手口を把握。</p> <p>上記を踏まえ、LINEの個人アカウントや公式アカウントへの友だち登録を誘導する広告は、掲載しないこととして、審査において非承認。</p> <p>昨今の投資詐欺をはじめとする消費者トラブルの増加傾向を受け、Yahoo!広告・LINE広告各々であった「投機心、射幸心を煽るような表現」の判断基準を、厳しい水準に統一（2025年8月）。</p> <p><a href="https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/20250623/?service=yahoo-ads&amp;category=news&amp;page=2">https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/20250623/?service=yahoo-ads&amp;category=news&amp;page=2</a></p>

②自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
(外部との情報交換により把握した実態等を踏まえた事前審査強化の取組状況)

【自社広告ネットワーク】

Meta	上記、質問7 の回答も併せてご覧ください。
TikTok	広告ポリシー違反のコンテンツを自動モデレーション技術にラーニングさせたり、審査員への情報共有や継続的なトレーニングを実施することで、継続的な審査精度の向上に取り組んでいます。
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	過去掲載されている様子はありませんので通常の審査同様に対応しております。

② 自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (広告主や広告の内容に関する情報を利用者が検索できるライブラリー等の公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q9. 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。）や広告の内容に関する情報を利用者が検索・確認できることを目的としたライブラリー等の情報の公開状況を御教示ください。

<p>Google</p>	<p>Googleは、広告の透明性センターで広告主と広告コンテンツの情報を検索可能なリソースを提供しています。当該センターでは、確認済みの広告主から出稿され、Google検索、YouTube及びGoogleディスプレイに表示される全ての広告を検索可能なライブラリーを提供しています。</p> <p>このプラットフォームでは、ユーザーが広告主名またはウェブサイトを検索できます。表示される情報には、検証済みの広告主の名称と所在地、現在および過去の広告クリエイティブ（画像、動画、およびコピー）、広告が表示された日付と地域など、広告配信の詳細に関する情報が含まれます。</p> <p>削除された広告（広告主によって削除された広告）に関して、Ads Transparency Centerでは、他の広告と同様に、過去1年以内の配信実績に基づき表示を継続します。日本国内においては、当該ライブラリーは広告の削除の有無を特定することではなく、削除理由も含まれません。</p> <p>停止または非承認となった広告について、日本国内では停止や非承認に関する情報は表示されないことを明確にいたします。特定のポリシーカテゴリの開示や削除通知は、地域規制（欧州連合のデジタルサービス法）を遵守するために欧州経済領域（EEA）においてのみ導入されているローカライズ機能です。したがって、日本向けのライブラリーには、非承認となった広告や停止されたアカウントの広告に関する情報は含まれません。</p> <p>詳細については、こちらをご参照ください。 <a href="https://adstransparency.google.com/faq?region=JP">https://adstransparency.google.com/faq?region=JP</a></p> <p>このツールの公式ウェブサイトは以下のとおりです。 <a href="https://adstransparency.google.com/">https://adstransparency.google.com/</a></p> <p>なお、広告掲載されている全ての広告がライブラリーに表示されているわけではありません。Ads Transparency CenterのFAQページにある通り、特定の広告主や特定の広告が表示されない理由は、広告主が適格性確認を完了していない場合や、過去365日間に広告を配信していない場合など、さまざまです。Googleは日本において、特定の広告の停止または削除に関する情報を表示していません。現時点では、これらの情報の表示に関する検討の有無についてはご回答をすることができません。</p> <p>参照先：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告の透明性 - <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/13733850">https://support.google.com/adspolicy/answer/13733850</a></li> <li>2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告配信の制限 - <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/13889491">https://support.google.com/adspolicy/answer/13889491</a></li> <li>3. Google Ads Transparency Center (英語版のみ) - <a href="https://adstransparency.google.com/?region=JP">https://adstransparency.google.com/?region=JP</a></li> <li>4. Ads Transparency Center - FAQ- <a href="https://adstransparency.google.com/faq?region=JP">https://adstransparency.google.com/faq?region=JP</a></li> </ol>
<p>LINEヤフー</p>	<p>いわゆる広告ライブラリーについては、事業運営上の必要性を鑑み、現時点で当社において実装しておりませんが、今後、必要に応じ検討して参ります。</p>

② 自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (広告主や広告の内容に関する情報を利用者が検索できるライブラリー等の公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

<p>Meta</p>	<p>Meta は、弊社のプラットフォーム上で現在実行中のすべての広告を、Ad Library を通じて一般に公開することで、広告の透明性を実現することに努めています。  <a href="https://www.facebook.com/ads/library/">https://www.facebook.com/ads/library/</a>                  このリソースは、Meta アカウントを持たない利用者も含め、すべての利用者が利用できます。利用者は、国、広告主、プラットフォーム、広告ステータス、その他の条件で広告を絞り込み、簡単に閲覧したり、広告に関する情報にアクセスすることができます。Ad Library では、個人が直接広告を報告することも可能です。Meta は、フィード内及びAd Library からの両方で、広告の報告、非表示、ブロックなどの利用者の否定的なフィードバックの兆候を組み込んでいます。これらのフィードバックは、自動化システムのトレーニングと改善に活用され、問題のある広告が公開される前に検出し、防止する能力を高めています。                  Facebook及びInstagramの全てのアクティブな広告を広告ライブラリで公開しており、アカウントを持たない者でも数十カ国で閲覧可能。</p> <p>弊社の広告ライブラリは、利用者の安全性、広告主の公正性、および執行システムの整合性のバランスを取りながら、サービスの広告に関する透明性を提供することを目的としています。少なくとも1回のインプレッションを受けたアクティブな広告は、弊社の広告ライブラリで一般に閲覧可能です。</p> <div style="border: 2px solid red; height: 200px; width: 100%;"></div> <p>現在の私たちのアプローチは、持続可能かつ効果的になるように設計されており、透明性が最も必要な領域に焦点を当てています。弊社は引き続き、安全で実用的なアーカイブ方法を評価しており、フィードバックやご提案を歓迎いたします。</p>
<p>TikTok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- EUにおいては、広告の内容・広告主の名前・掲載期間・ターゲット条件・表示回数などを公開した、検索可能なライブラリーを公開しております。                      - <a href="https://library.tiktok.com/ads/">https://library.tiktok.com/ads/</a></li> <li>- 日本においては、広告を検索できるツールは現時点では提供の予定はありませんが、日本の社会規範も反映した真摯な広告審査により、健全な広告配信環境の実現に取り組んでいます。</li> </ul>

②自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (広告主や広告の内容に関する情報を利用者が検索できるライブラリー等の公開状況)

【自社広告ネットワーク】

X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>掲載中及び掲載後の広告についてはサイト利用者側では検索・確認できるライブラリーの用意はございません。ただし広告に関する問い合わせなどにつきましては、広告主様及びメディアレップ企業「株式会社ジオン」の問い合わせ窓口はございます。</p> <p>現時点において、第三者が閲覧可能な形式での広告ライブラリーの整備については具体的な検討段階には至っておりません。</p> <p>一方で、広告出稿履歴やクリエイティブ内容、出稿主体情報等については社内で一定期間保存・管理しており、必要に応じて確認可能な体制としております。</p> <p>広告内容の透明性については、出稿主体の明示、指定URL制限、事前審査の実施、掲載後の確認対応等を通じて担保しております。</p>

### ③ 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数の把握・公開状況 (事前審査により掲載を認めなかった広告の件数・公開状況)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q10. 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数を御教示ください。(可能であれば、モニタリング対象となる広告毎に件数を御教示ください。) また、その件数の公開状況について御教示ください。

Google

一連の偽広告に関する問題を端緒とした、審査によって広告掲載を認めなかった広告をトラッキングしているわけではないため、正確な件数は回答できません。  
※なお、日本における2024年の実績は、Google Ads Safety Report([https://services.google.com/fh/files/misc/japan\\_ads\\_safety\\_report\\_2024.pdf](https://services.google.com/fh/files/misc/japan_ads_safety_report_2024.pdf))を通じて年次で開示されているとおり、約2億350万の悪質な広告を削除、約140万の広告主のアカウントを停止しました。2024年のなりすまし広告の削除件数は144万件、広告主アカウント停止件数は6万1500件です。

参照先：

1. Google Ads Safety Report 2024 年版のハイライト - <https://blog.google/intl/ja-jp/company-news/technology/google-ads-safety-report-2024/>
2. 2024 年版 (日本語版) Google Ads Safety Report - [https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/For\\_review\\_JP\\_ads\\_safety\\_report\\_2024\\_3\\_SeyZ72m.pdf](https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/For_review_JP_ads_safety_report_2024_3_SeyZ72m.pdf)
3. 2024 Ads Safety Report Japan (英語版のみ) - [https://services.google.com/fh/files/misc/japan\\_ads\\_safety\\_report\\_2024.pdf](https://services.google.com/fh/files/misc/japan_ads_safety_report_2024.pdf)

### ③ 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数の把握・公開状況 (事前審査により掲載を認めなかった広告の件数・公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

LINEヤフー	<p>【Yahoo!広告及びLINE広告】</p> <p>①なりすまし型「偽広告」                  審査による非承認件数を事前・事後で区分することは困難ですが、2024年10月～2025年9月のなりすまし型「偽広告」が含まれる可能性のある非承認理由と非承認件数（事前+事後）は以下のとおりです。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">内容</th> <th colspan="3">否認件数</th> <th rowspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>検索広告</th> <th>ディスプレイ広告</th> <th>LINE広告</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>その他、当社が不適切と判断したもの</td> <td>3,826</td> <td>979</td> <td>-</td> <td>4,805</td> </tr> <tr> <td>Lineの未認証アカウントor個人アカウントへの誘導</td> <td>643</td> <td>62</td> <td>74</td> <td>779</td> </tr> </tbody> </table> <p>(集計期間：2024年10月～2025年9月)</p> <p>(参考) 2024年度下半期分の上記数値については、広告サービス品質に関する透明性レポートにて公開しています。  <a href="https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/strength/quality/adqualityreport/ly_ad_quality_report_2025H1.pdf">https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/strength/quality/adqualityreport/ly_ad_quality_report_2025H1.pdf</a></p> <p>②商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告                  審査による非承認件数を事前・事後で区分することは困難ですが、2024年10月～2025年9月の商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告の非承認件数は以下のとおりです。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">内容</th> <th colspan="3">否認件数</th> <th rowspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>検索広告</th> <th>ディスプレイ広告</th> <th>LINE広告</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>偽ブランド品取り扱い判断(アカウント数)</td> <td>26</td> <td></td> <td>2</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>偽ブランド品取り扱い判断(広告数)</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>-</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>(集計期間：2024年10月～2025年9月)</p>	内容	否認件数			合計	検索広告	ディスプレイ広告	LINE広告	その他、当社が不適切と判断したもの	3,826	979	-	4,805	Lineの未認証アカウントor個人アカウントへの誘導	643	62	74	779	内容	否認件数			合計	検索広告	ディスプレイ広告	LINE広告	偽ブランド品取り扱い判断(アカウント数)	26		2	28	偽ブランド品取り扱い判断(広告数)	0	0	-	0
内容	否認件数			合計																																	
	検索広告	ディスプレイ広告	LINE広告																																		
その他、当社が不適切と判断したもの	3,826	979	-	4,805																																	
Lineの未認証アカウントor個人アカウントへの誘導	643	62	74	779																																	
内容	否認件数			合計																																	
	検索広告	ディスプレイ広告	LINE広告																																		
偽ブランド品取り扱い判断(アカウント数)	26		2	28																																	
偽ブランド品取り扱い判断(広告数)	0	0	-	0																																	
Meta	<p>（この領域は非公開情報です）</p>																																				
TikTok	<p>- 事前審査・事後削除で区分することは困難ですが、グローバルで広告ポリシーの違反により削除された広告は、8,009,102件（2024年第4四半期～2025年第3四半期）です。</p> <p>&lt;参考&gt;                  - TikTokコミュニティガイドライン実施レポート  <a href="https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2025-2">https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2025-2</a>                  (「広告」において、グローバルで広告ポリシーに基づいて掲載を認めなかった広告の件数等を公表)</p>																																				

③事前審査により掲載を認めなかった広告の件数の把握・公開状況  
(事前審査により掲載を認めなかった広告の件数・公開状況)

【自社広告ネットワーク】

X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	直近1年間で3件となります。件数の公表は行っていません。 例) 情報商材の場合 掲載不可理由 ①特商法に基づく記載において、販売事業者名に記載されている法人格が判別できないため ②的中実績のエビデンスが乏しい為などが挙げられます。

## ④事前審査体制の整備状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制の整備・公開状況)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q11.日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制の整備を行っているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	<p>日本での広告審査について、トレンドに対して迅速にチームを配備しています。常に不正行為の一步先を行くため、継続的に人力での審査システムをアップデートしています。</p> <p>各担当者は、現地の法規制や文化的特性に対応するために必要な専門知識、語学力、および文化的背景への理解を兼ね備えており、極めて高い水準の正確性を確保しています。</p>
LINEヤフー	<p>独自のガイドラインに基づいてトレーニングを積んだ約170名（Yahoo!広告：約130名、LINE広告：約40名）の審査員（日本人、または日本語及び日本の文化を理解する者100%。広告審査に特化した人員）が、日本の拠点において広告の審査を実施。</p> <p>上記審査体制については、公開している。また、日本で提供しているサービスに掲載される広告については、全て上記の審査員による審査を行なっている。</p> <p>（出典） <a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/">https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/</a></p>

## ④事前審査体制の整備状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制の整備・公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

弊社は日本語を話し、文化的な背景を理解した者により構成されるチームを備えています。2025年第1 四半期から第3 四半期にかけて、弊社は、日本国内からの広告コンテンツのうち、詐欺・不正行為及び欺瞞的行為に関するポリシーや、許容されない事業慣行に関するポリシーに違反する956,000 件超の広告コンテンツを自主的に削除しました。

弊社のコンテンツモデレーション審査チームは世界規模で24 時間年中無休で業務を行っています。世界中に20 以上の拠点があり、これらのチームは80 以上の言語でコンテンツを審査することができます。これには、日本語を含む現地の言語を話し、市場動向や潜在的なリスクを理解している人材が含まれています。弊社の世界的規模を活かし、特定の国での需要の急増時、危機時、予期せぬ事象発生時に、迅速に人員を再配置することができます。これらの事態が発生した場合、弊社は適切に対応するための資源を適宜投入します。

上記で説明した通り、Metaは広告の審査および広告ポリシーの大規模な施行において、自動化された施行システムとターゲットを絞った人によるレビューを組み合わせ活用しています。

広告審査プロセスはグローバル規模で執行しており、日本固有の審査パラメータはこのグローバルプロセスの一部です。弊社は、拡張性の高い検出技術と専門家による審査を組み合わせたアプローチを採用しています。日本語と文化的なニュアンスを理解する日本市場向けの審査員も含まれ、プラットフォーム上で不正または誤解を招く行為を行っているアカウントを特定しています。すべての広告はこのプロセスによって審査されます。

Meta

## ④事前審査体制の整備状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制の整備・公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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存在。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実施しています。</li> <li>- 海外の広告主の広告についても、日本において広告掲載される場合には、日本の広告審査が実施される体制になっており、これにより広告が掲載される国の法令を遵守できる体制になっています。</li> <li>- TikTokでは、広告および一般投稿の審査の両方において、日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制を整備しています。</li> </ul>
X	<p>Xのトレンドを積極的に監視し、イベントのピーク時にエージェントを追加するなど、広告審査が急増する可能性に備えて、適切なタイミングで十分なエージェントのキャパシティとサポートを確保。広告レビューモデレーションチームには、日本人モデレーターをはじめ、様々な民族や背景を持つモデレーターが含まれる。</p> <p>具体的な体制（どのような能力を有する人材を具体的に何人配置しているのか等）については回答なし。</p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<div style="border: 2px solid red; height: 100px; width: 100%;"></div> <p>広告ネットワークの運用・管理体制は、広告出稿に関する事前審査を対象とする体制です。</p> <p>広告審査・運用担当者は日本語を母語とする者で構成されています。</p> <p>日本語や日本の文化的背景に対する理解度については、広告審査業務に従事するにあたり必要な読解力・表現理解力・社会的背景理解を有しているかを、業務経験および実務上の確認を通じて判断しております。</p> <p>日本で提供されるサービスに掲載される広告については、広告主の所在地が国内外を問わず、すべてQ11で回答した体制において事前審査を実施しております。</p> <p>海外法人において独立した審査体制を設け、日本向け広告の審査を委ねる運用は行っておりません。日本向けサービスに掲載される広告については、日本語および日本の商慣習・文化的背景を理解する担当者を含む体制において審査を行っております。</p>

## (AI等のシステムによる自動的な対応及び手動的な対応のそれぞれを含む審査体制の整備・公開状況)

## 【自社広告ネットワーク】

Q12.AI等のシステムによる自動的な対応及び手動的な対応のそれぞれを含む審査体制の整備を行っているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google

事前審査においては、広告及び直接の遷移先に対して、システムと人の目を組み合わせて審査を実施します。

また、Q5において回答した「二重審査体制」は、Google の広告ネットワークにおけるポリシー遵守を包括的に実現するために設計された、統合的なエンフォースメントのフレームワークです。当該システムは、以下の3つの段階によって運用されています。

**1. 自動審査による対応**：広告の入稿や更新が行われると、自動システムが機械学習や大規模言語モデル（LLM）を用いて、広告テキスト、ビジュアル アセット、および遷移先ページの内容をスキャンします。この段階では、悪意のあるソフトウェア、明白な詐欺、および不実表示または偽造品に関するポリシー違反といった、拡散速度の早い脅威を即座に阻止する役割を担っています。広告およびリンク先のウェブサイトの双方から得られるシグナルを分析することにより、システムは消費者への害を及ぼす可能性のある欺瞞的なパターンを検知します。

**2. 人間の審査担当者による対応**：複雑な文脈判断が必要なケースについては、人間の審査が適用されます。自動審査によって「信頼度が低い」と識別された場合や、特定の金融サービスといったハイリスク カテゴリに属する場合、広告はプログラムに従って人間の担当者へ割り当てられます。さらに、担当者は異議申し立てへの対応や、巧妙化するなりすまし型広告などの新たな詐欺トレンドに関する詳細な調査も行います。

**3. 継続的なフィードバックループ**：各段階は相互に機能します。人間の担当者による判断は、自動化されたモデルを再学習させ、精緻化するためのデータとして活用されます。これにより、将来的に同様の違反を検知する能力を継続的に向上させることが可能となります。

なお、自動的審査はすべての広告に対して行われます。非承認とした広告の大半は自動的審査によって識別されます。Google の2024年度の Ads Safety Report に記されているように、Google が2024年に措置を講じた違反ページの97%がAI搭載モデルによって検出されました。最終判断は手動的審査を通して行われる場合もあります。

参照先：

1. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google 広告のポリシー

<https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&sjid=14533086840598252167-NC>

2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告の審査プロセスについて

<https://support.google.com/adspolicy/answer/1722120?hl=ja&sjid=6045841706075372447-NC>

3. 2024 年版 (日本語版) Google Ads Safety Report - [https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/For\\_review\\_JP\\_ads\\_safety\\_report\\_2024\\_3\\_SeyZ72m.pdf](https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/For_review_JP_ads_safety_report_2024_3_SeyZ72m.pdf)

4. Ads Safety Report2024年版のハイライト <https://blog.google/intl/ja-jp/company-news/technology/google-ads-safety-report-2024/>

## (AI等のシステムによる自動的な対応及び手動的な対応のそれぞれを含む審査体制の整備・公開状況)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

LINEヤフー	<p>アカウント審査と広告審査については、日本拠点の審査員（日本語を理解する者100%）による「人の目」と、機械学習を活用した「システム」によって24時間365日体制で、事前及び事後に審査を実施。 上記審査体制については、公開している。 (出典) <a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/">https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/</a></p>
---------	---

## (AI等のシステムによる自動的な対応及び手動的な対応のそれぞれを含む審査体制の整備・公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>弊社の広告審査システムは、広告が公開される前にすべての広告を審査するように設計されています。この審査はほとんどが自動化されていますが、弊社のチームがこれらのシステムの構築とトレーニングを行っており、場合によっては人の目で広告を審査することもあります。詳細については下記サイトを御参照ください。  <a href="https://www.facebook.com/business/help/204798856225114?id=649869995454285">https://www.facebook.com/business/help/204798856225114?id=649869995454285</a>.</p> <p>2024 年末には、有名人の名前を使った詐欺広告を取り締まるために、顔認識技術を導入しました。これは、ハッキングされたアカウントの復旧にも役立てることができます。</p> <p>顔認識技術についての詳細は、以下のページをご覧ください：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <a href="https://about.fb.com/news/2024/10/testing-combat-scams-restore-compromised-accounts/">https://about.fb.com/news/2024/10/testing-combat-scams-restore-compromised-accounts/</a></li> <li>● <a href="https://www.meta.com/en-gb/help/policies/3701579170107659/">https://www.meta.com/en-gb/help/policies/3701579170107659/</a></li> <li>● <a href="https://www.meta.com/en-gb/help/policies/1958769918293906/">https://www.meta.com/en-gb/help/policies/1958769918293906/</a></li> </ul> <p>すべての広告はシステムに基づく審査を受けることとなります。</p> <p>弊社は提出期限内に、全ての広告に対する「システム」による審査の実施割合、「システム」による審査において非承認とした広告の割合、「人の目」による審査の実施割合といった、統計情報を回答することはできません。</p> <p>そのため、Metaは自動化された審査システムとターゲットを絞った人による審査を組み合わせ、広告の審査および広告ポリシーの遵守を大規模に実施しております。</p>
TikTok	自動モデレーション技術と人間の審査員による審査を24時間365日体制で実施し、広告の停止等の対応を行なっています。
X	事前審査においては、広告及び直接の遷移先に対してシステムと人の目を組み合わせて審査を実施。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	現時点では自動審査システム等は導入しておらず、すべて人の目による目視確認にて広告審査を実施しております。（体制等については公開していません。） なお、自動化・システム化については、今後の実装に向けて検討段階にあります。

## ④事前審査体制の整備状況

## (AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のために取り組んでいる内容)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q13.AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のために取り組んでいる内容（広告中に特定の映像（例えば「札束」の映像等）や不確実性の高い内容を含む音声（例えば「確実に儲かる」といった内容の音声等）等が含まれる場合の検出状況等）があれば御教示ください。

AIベースの事前審査の精度を向上させるため、審査モデルの継続的な改善に取り組んでいます。たとえば、AIと機械学習を活用して、ポリシーに違反する可能性のあるコンテンツを検出および評価しています。また、特定のコンテンツに対して措置が取られた後、そのコンテンツは類似のポリシー違反を検出するために審査モデルをトレーニングするために使用されます。このフィードバックサイクルは、システムの精度を向上させていく中核的なプロセスになっています。さらに、絶えず変化する様々な脅威に対抗するために、常にポリシーを更新し、検出技術を強化しています。

これらのAIモデルのトレーニングプロセスは、具体的には、次のような特定された脅威からのデータと人間の審査担当者の専門知識に依拠する継続的なものとなっております。

- ・高品質な事例の使用：特定された攻撃や悪意のあるアクティビティから収集されたデータが、AIモデルをトレーニングするための基盤となります。これにより、優れたデータが優れた検出につながるサイクルが生み出されます。
- ・違反措置を通じた学習：ポリシーに違反したとしてフラグが立てられ、措置が取られたコンテンツは、将来の類似の違反を検出するためにモデルをトレーニングする際の材料として用いられます。
- ・人間の専門知識とチューニング：モデルの有効性は、初期の知見を提供し、その信頼性を確保するためにモデルを微調整する人間の専門家によって強化されます。

Google

AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のための取組について、具体的なデータや数値といった機密性の高い内部データの開示については控えさせていただきますが、Googleの2024年度 Ads Safety Reportをご参照ください。同レポートでは、LLM（大規模言語モデル）に対して50以上の強化策を実施したことを報告しており、これにより大規模かつ、より効率的で正確な適用が可能となりました。その結果、2024年にグローバルで51億件の悪質な広告を削除し、3,920万件以上のアカウントを停止しました。その大部分は、広告が一度も配信されない時点で対処したものです。日本では、2024年に2億350万件以上の広告を削除し、140万件以上のアカウントを停止しました。

参照先：

1. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google 広告のポリシー  
<https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&sjid=14533086840598252167-NC>
2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告の審査プロセスについて  
<https://support.google.com/adspolicy/answer/1722120?hl=ja&sjid=6045841706075372447-NC>
3. 2024年版（日本語版）Google Ads Safety Report [https://storage.googleapis.com/qweb-uniblog-publish-prod/documents/For review JP ads safety report 2024 3 SeyZ72m.pdf](https://storage.googleapis.com/qweb-uniblog-publish-prod/documents/For%20review_JP_ads_safety_report_2024_3_SeyZ72m.pdf)
4. Ads Safety Report2024年版のハイライト <https://blog.google/intl/ja-jp/company-news/technology/google-ads-safety-report-2024/>

LINEヤフー

広告で取り扱われる商材や表現方法は入れ替わりやトレンドの変化速度が早く、統計的なデータを用いてシステムアップデートを行うだけでは追従することが難しいのが実情です。そのため、日頃から審査を実施している審査員自身が現場で得た最新情報を活かしてシステム設定変更やプロンプトのアップデートといったチューニング作業に携わることで、審査システムの一層の精度向上を実施しています。

（参考）<https://techblog.yahoo.co.jp/entry/2023012630401867/>

## ④事前審査体制の整備状況

(AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のために取り組んでいる内容)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta の自動化ツールは、ルールと機械学習モデルに基づいて動作しており、広告又は広告コンポーネントがコミュニティ基準やMeta 広告ポリシーに違反している可能性のあるシグナルや特性を探します。Meta は、過去にポリシー違反と判定された広告から共通のシグナルを抽出し、それを機械学習モデルのトレーニングに使用しています。Meta のアルゴリズムがどのように広告ポリシー違反の可能性のある広告を検出しているかについてですが、アルゴリズムは複雑かつダイナミックであり、絶えず改良されているため、完全に記述することは不可能です。一般的には、アルゴリズムは、機械学習と人間の介入を通じて、Meta のポリシーに違反する可能性のある広告や関連コンテンツを示すシグナルを検索するように訓練されています。

弊社は、最新の技術を取り入れてシステムを絶えず改善しています。

弊社の広告審査システムは、新しいデータサンプルでモデルを再トレーニングしたり、全く新しいシステムを開発するなど、さまざまな方法で継続的に改善されています。しかし、弊社は提出期限内にシステム開発やアップデートに応用する予算と人員に関する具体的なデータや数値を提供することができません。

Q12への回答で述べた通り、弊社はプラットフォーム上の詐欺広告に積極的に対応するため、顔認識技術を導入しています。

Meta

広告審査プロセスにおける顔認識技術の効果について、以前の回答で説明した通り、弊社ではすべての広告が配信前に弊社の広告基準に照らして審査されています。広告審査プロセスは非常に大規模であるため、しばしば自動化ツールが使用されています。しかし、弊社はこの審査プロセスにおいて、すべての広告に対して顔認識技術を適用しているわけではありません。

顔認識技術についての詳細は、以下のページをご覧ください：

<https://about.fb.com/news/2024/10/testing-combat-scams-restore-compromised-accounts/>  
<https://www.meta.com/en-gb/help/policies/1958769918293906/>

## ④事前審査体制の整備状況

(AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のために取り組んでいる内容)

## 【自社広告ネットワーク】

TikTok	著名人のなりすましや詐欺など日本固有の違反傾向についても、広告ポリシー違反のコンテンツを自動モデレーション技術にラーニングさせる等の対策を行い、継続的に審査制度の向上に取り組んでいます。
X	広告審査はマシンラーニングアルゴリズムと人間によるレビューの組み合わせを利用します。それ以上につきましては、現時点では該当情報をご提供することはできません。
ダウンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	AI審査未実施

⑤権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化等の状況  
(権利を侵害された者からの通報件数)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q14.権利を侵害された者からの通報件数を御教示ください。(可能であれば、モニタリング対象となる広告毎に件数を御教示ください。)

Google	<div style="border: 2px solid red; height: 100px; width: 100%;"></div> <p>なお、2024年3月、Google 広告は、不実表示に関するポリシーの「許可されないビジネス手法」の箇所を更新しました。それにより、公人、ブランド、組織になりすましたり、それらと提携または承認していると虚偽の暗示をしたりして、ユーザーを誘導し金銭や情報を聞き出そうとする行為が同ポリシーの対象となりました。2024年には、グローバル全体で違反の認められた70万件以上の広告主アカウントを即時強制停止し、不正広告の報告数を90%減少させることにつながりました。</p> <p>参照先： 1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 許可されないビジネス手法 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071?sjid=6732062922490182023-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071?sjid=6732062922490182023-NC</a></p>
LINEヤフー	<p>Q24回答をご参照ください。 なお、件数は権利を侵害されたと自称される者からの通報件数となります。</p>
Meta	<div style="border: 2px solid red; height: 100%; width: 100%;"></div>
TikTok	<p>通報件数の公表は行なっておりません。</p>
X	<p>現時点では、該当情報をご提供することはできません。</p>
ドワンゴ	<div style="background-color: #cccccc; height: 100%; width: 100%;"></div>
サイバーエージェント	<div style="background-color: #cccccc; height: 100%; width: 100%;"></div>
湘南西武ホーム	<p>過去権利侵害された方からの通報はございません。</p>

⑤権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化等の状況  
 (権利を侵害された者から通報を受けた場合の同様の広告に対する事前審査の強化の実施有無とその内容)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q15. 権利を侵害された者から通報を受けた場合、同様の広告に対する事前審査の強化等を行っているか、その内容も合わせて御教示ください。

Google	<p>はい、Googleのシステムは、権利保有者を含む外部当事者から知見が得られた後、類似の広告に対する検出および事前審査を強化するように設計されています。このプロセスは、2つの主要な仕組みを通じて実行されています。</p> <p>まず、権利保有者やPriority Flagger Program (PFP) などの信頼できる外部専門家からの知見は、エンフォースメントの適用に関して不可欠なシグナルとなります。PFPでは、信頼できる専門家に、優先的な審査と措置のためにGoogleに不正利用を報告する専用チャンネルを提供しています。この仕組みにより、信頼できる外部情報源からの知見の取り込みが可能になり、それが直ちに検出プロセスで活用されます。</p> <p>さらに、違反コンテンツが特定された場合、それが人間の判断によるエンフォースメントであっても、外部からの通報を契機としたものであっても、当該コンテンツは類似のポリシー違反を検出するためにモデルをトレーニングする材料として使用されます。このフィードバックサイクルは、自動検出および事前審査モデルの精度を直ちに向上させ、類似広告の配信を阻止する可能性を高めます。</p> <p>この絶え間ない改良は、常に変化する脅威に対抗するために、検出技術を向上させる取り組みの一部です。</p> <p>参照先：        1. Google プロダクト ポリシー センター - パートナープログラム <a href="https://transparency.google/tools-programs/partner-programs/">https://transparency.google/tools-programs/partner-programs/</a></p>
LINEヤフー	<p>なりすましによって被害を受けた方から申告があった場合、その被害を受けた方の肖像等を使用した広告を出稿した広告主について、審査を強化しています。加えて、なりすまし等の危険が高い業種を優先的にパトロールすることにより、当該広告が掲載されるリスクを軽減しています。</p> <p>商標権を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告について申告があった場合も同様に、商標権を侵害する模倣品を販売した広告主の審査を強化しています。</p> <p>移り変わりの早い不正の傾向は、権利侵害の通報から得た情報だけではなく、弊社の社内からの通報、パトロールを行った結果把握したトレンドなどから、同様の表現手法を用いた広告について一定の「類型」として整理し、審査に反映しています。</p>
Meta	<p>利用者からのレポートは、Metaの積極的な検出システムを補完する貴重なシグナルとなり、弊社のポリシー違反の可能性を特定し対処する能力の向上に役立ちます。これらのレポートは、追加の文脈を提供し、自動化ツールだけでは捉えられない問題を浮き彫りにすることができますし、さらに、広告審査プロセス中に違反コンテンツを見逃した理由を分析し、さらなる改善が必要かどうかを判断するために弊社が使用するシグナルの一部となっています。ただし、利用者からのレポートすべてが等しく有用又は信頼できるわけではないことに留意することが重要です。利用者は、たとえそのようなコンテンツがプラットフォームポリシーに違反していなくても、個人的な好みや意見の相違に基づいてコンテンツを報告する可能性があります。さらに、多くの利用者からの苦情には、実際の違反行為の十分な情報や証拠が欠けているため、確立されたグローバルな手順の下で効果的に報告を処理し、審査することが困難になっています。</p>

**⑤権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化等の状況  
(権利を侵害された者から通報を受けた場合の同様の広告に対する事前審査の強化の実施有無とその内容)**

**【自社広告ネットワーク】**

TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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。</li> <li>- 違反広告の内容に含まれるキーワードやクリエイティブについても、迅速に自動モデレーションシステムに学習させ、継続的かつ機動的な自動モデレーション技術の精度向上に取り組んでいます。</li> </ul>
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>過去掲載されている様子はありませんので通常の審査同様に対応しております。</p> <p>現時点において、広告で権利侵害に関する通報を受けた事例はございません。</p> <p>ただし、仮に広告で権利侵害が疑われる通報を受けた場合には、当該広告の掲載停止又は一時停止を行った上で、広告主への事実確認を実施する運用としております。</p> <p>また、同一広告主による他の広告の有無や、広告で類似表現を用いた事例が存在しないかについて確認を行い、必要に応じて審査基準の適用を強化いたします。さらに、悪質性が認められる場合には、当該広告主に対する審査強化又は出稿停止等の措置を講じることとしております。</p>

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

### 【自社広告ネットワーク】

Q16. 広告主に対する本人確認方法を御教示ください。その際、個人と法人の広告主に応じて確認方法に差異がある場合は、それぞれ御教示ください。

Google

・ユーザーに安全かつ信頼できるエコシステムを提供し、最新の規制を遵守するため、現在、日本では、広告主に対して1つ以上の適格性確認プログラムの完了を求める場合があります。

・安全システムの健全性を維持し、悪意のある行為者による回避行動を防ぐため、これらの要請に関する具体的な内部トリガーについては開示を控えております。内部のしきい値は機密情報扱いとなりますが、以下に規定するシナリオに該当する場合、特定の追加情報の提出が必要となります。

- **アカウントの属性**：広告主が個人、組織、代理店のいずれに該当するかにより、要件が異なる場合があります。基本要件の詳細については、「ヘルプセンターの記事」(<https://support.google.com/adspolicy/answer/15577076?hl=ja&sjid=13929567332435452139-NC>)をご参照ください。
- **規制対象の業界**：金融サービス、ヘルスケア、ギャンブルなど、法規制の厳しい業界や詐欺が発生しやすい業界で活動する広告主に対しては、より詳細な事業運営に関する文書の提出を求められます。要件の詳細については、「ヘルプセンターの記事」(<https://support.google.com/adspolicy/answer/15577076?hl=ja&sjid=13929567332435452139-NC>)をご参照ください。
- **地域ごとの要件およびロケーションターゲット**：登録地域や配信する広告の種類に基づいて、特定の文書の提出が義務付けられています。
- **認証の整合性**：システムによって、広告主が申告した身元と、実際の事業運営または過去のアカウントシグナルとの不整合が識別された場合、追加文書の提出が必要となります。

・事業者については、事業と身元に関する基本的な情報の提供を要求。確認事項として、事業者が広告代理店かどうか、広告の費用を支払っているのは誰か、宣伝している商品／サービスは自社のものか他社のものか及び関連する業種か等。他にも、以下の情報を求めることがあります。

- ビジネスモデル（例：正規販売代理店、アフィリエイト、商品やサービスの直接提供者）、ビジネスの登記情報、D-U-N-S番号、電話番号、提供している商品／サービス、ビジネス手法、宣伝しているブランド又はサードパーティとの関係（該当する場合）

・また、広告主は、組織が登録されている地域に応じ、正式名称、商標名（該当する場合）、住所を記載した公式書類、及び／又は事業運営に関する補足書類の提出を求める場合があります。

・日本の組織に対しては、広告主の身元確認のために組織の登記書類と正式な権限を有する代表者の政府機関発行の写真付き身分証明書の提出を要求している。提出書類として認められるものとして、次のものなどがあります。（※なお、必要な提出書類は、広告主の請求先住所と同じ国で発行されたものを要求しています。）

- (i) 組織の登録書類
  - 会社設立証書または登記簿、税務署からの書類の抜粋、納税証明書、政府機関のみ：全称、住所、日付を含む正式な手紙
- (ii) 政府機関が発行した正式な代表者の写真付き身分証明書
  - パスポート、身分証明カード、運転免許証、永住権カード

・個人事業主は「個人事業の開業／廃業等届出書」を提出することで、組織として適格性確認を受けることができます。

・日本の個人が広告主適格性確認の対象となった場合、日本政府発行の写真付き身分証明書（パスポート、運転免許証等）を提出する必要がある。これに加え、一部のリスクの高い個人の広告主には、写真付き身分証明書の他に、モバイル端末からライブでの自画撮りを送信することが求められる場合があります。

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

すべての広告主の身元確認を完了することを目指していますが、その実施にあたってはリスクベースのアプローチを採用しています。具体的には、インプレッション数に基づいて優先順位を決定することで、大多数のユーザーに表示される広告が身元確認済みの広告主によるものであるようにすることや、悪意のある行為者が活動しやすいリスクの高い広告カテゴリの検証に重点を置いています。Google では、初期のアカウント作成時およびその後の継続的な段階において、すべての広告アカウントに対して信頼性評価を実施します。この評価では、行動シグナルやアカウント間の関係性シグナルを分析し、最も適切な身元確認方法を決定します。主に以下の3つの段階の検証方法を活用しています。

- 低フリクション：信用情報源などの信頼できるデータベースと基本情報を照合します。
- 中フリクション：個人の身分証明書や事業関連書類の人間による審査を行います。
- 高フリクション：たとえば「ビジネス オペレーションの確認」などが該当します。これは、詳細なアンケートを用いて事業運営の実態や許容性を検証するものです。

現在、Google で表示される広告の90%以上が、身元確認済みの広告主によるものです。また、身元確認は一度限りのプロセスではありません。Google の信頼性モデルは継続的に実行されており、アカウントの行動やリスクプロファイルが変化した場合には、別の方法やより詳細な方法で再確認を求めることがあります。この動的なアプローチにより、プラットフォームへのアクセスを管理して消費者への被害を軽減すると同時に、低リスクな利用事業者のフリクションを最小限に抑えて成長を支援しています。Google は、身元確認の要件が、防止対象とする脅威と同様に効果的かつ動的であり続けるよう、検証方法を絶えず革新し、改善しています。なお、広告主の適格性確認プログラムは、これまでもご説明申し上げたように、Google が実施している悪質な広告の防止、検出、対応に向けた多角的な取り組みの一つにすぎないことを申し添えます。

Google の広告主本人認証プロセスは、すべての国で同一というわけではありません。広告主の法的身元を確認するという中心的な要件は世界共通ですが、必要書類は国や地域によって異なります。Googleは、本人確認書類を検証するために人間による審査と AI/機械学習モデルの組み合わせを活用しており、Googleのシステムは偽造、不正利用、および過去の違反者の検出に向けたトレーニングを受けています。

参照先：

1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認 <https://support.google.com/adspolicy/answer/9703665>
2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認: 適格性確認に必要なタスク <https://support.google.com/adspolicy/answer/15577076>
3. Google 広告 ヘルプ - D-U-N-S ナンバー <https://support.google.com/google-ads/answer/85961>
4. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認: 広告主様の適格性確認に必要な書類 <https://support.google.com/adspolicy/answer/9872280>

Google

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

**【Yahoo!広告】**

法人・個人アカウントの開設申し込み時、Yahoo! JAPAN ID、管理者情報（管理者名・管理者連絡先・メールアドレス）、認証情報（認証用電話番号）を登録必須としている。法人アカウントについては、会社情報（会社名・法人番号・住所・電話番号・運営サイトURL・業種）を登録必須としている。当該情報に不備や不審点がないか、過去の広告不正者との類似性がないかを確認し、懸念のある場合に所定の本人確認書類の提出を個人・法人それぞれに対して要求し、提出された本人確認書類と登録情報の一致性を目視で確認。その際、国内法人に対しては、商業・法人登記事項証明書、公共料金等の領収書等の提出を求めているほか、国内の個人事業主に対しては、運転免許証やパスポート、公共料金等の領収書等の提出書を求めている。

**【LINE広告】**

法人アカウント・個人事業主アカウント共通で、LINE公式アカウントID、担当者（個人事業主）の氏名・電話番号・メールアドレス、会社又は個人事業主の情報（会社（屋号）名、運営サイトURL）を登録必須としている。開設希望アカウントが法人である場合は、法人番号を登録必須としており、その法人番号で検索を行い、登録情報との一致性確認を実施。個人事業主のアカウントに対しては、個人事業主の住所の登録を必須としている。登録内容に不備や不審点がないか、過去の広告不正者との類似性がないか確認し、不正の懸念がある場合、所定の本人確認書類の提出を要求し、登録情報と一致しているか目視で確認。国内法人に対しては、法人登記簿の提出を求めているほか、国内の個人事業主に対しては、運転免許証の提出を求めている。オンライン申し込みの場合、広告料についてクレジットカード払いとしており、広告主に営業担当者がついている場合には広告主に対する本人確認は実施しないが、広告主に営業担当者がついていない場合で不正の懸念がある場合、本人確認を実施している。

LINEヤフー

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

LINEヤフー	
Meta	<p>Meta は、コミュニティを安全に保つために、広告主に対して厳格な基準を設けており、事業内容や身元に関する詳細を確認するためのポリシーや要件を含め、広告主の身元検証を行っています。弊社はリスク・ベースアプローチを採っております。新規の広告主は、広告を公開する前に、広告アカウントに関連付けられた電話番号の確認が求められる場合があります。</p> <p style="border: 2px solid red; background-color: #f0f0f0; padding: 2px;">[Redacted]</p> <p>このプロセスでは、アカウント管理者がMetaからSMS または音声通話で送信されたコードを確認して、電話番号を認証します。この措置により、Meta の広告サービスを利用する企業と個人の双方にとって、透明性と責任ある行動が促進されます。</p> <p style="border: 2px solid red; background-color: #f0f0f0; padding: 2px;">[Redacted]</p> <p>社会問題、選挙、政治関連広告を掲載しようとするすべての広告主は、必要な身元確認プロセスを正常に完了しなければなりません。その後、初めてこれらの広告を掲載することが許可されます。詳しくはこちらをご覧ください：  <a href="https://www.facebook.com/business/help/2992964394067299?id=288762101909005&amp;country_select=JP">https://www.facebook.com/business/help/2992964394067299?id=288762101909005&amp;country_select=JP</a></p> <p>Meta は、日本をターゲットとする広告主向けに、任意の身元確認プロセスを提供しています。このプロセスにより、広告主は、適宜この任意の機能を利用し、広告アカウントに関連付けられている個人や組織を認証できます。任意の身元確認についての詳細は、以下のサイトを参照してください。  <a href="https://www.facebook.com/business/help/554640784344221">https://www.facebook.com/business/help/554640784344221</a></p> <p>法人広告主と個人広告主では、確認方法が異なります：組織の確認：法人広告主の場合、Meta が第三者のデータベースで組織の記録を見つけられない場合、事業証明書類の提出を求めることがあります。提出された書類は、法的な名称、電話番号、住所など、提供された組織の詳細と一致している必要があります。認められる事業証明書類に関する詳しい情報は、以下をご覧ください。  <a href="https://www.facebook.com/business/help/159334372093366">https://www.facebook.com/business/help/159334372093366</a></p> <p>個人の確認：第三者のデータベースで記録を見つけられない場合、個人広告主は、政府発行の身分証を使って身元の確認を求められることがあります。</p> <p>弊社の新規広告主に対する広告主認証プロセスは国内電話番号に限定されていません。広告主は、利用可能で適切な場合は海外の電話番号を使用することができます。</p> <p>認証を国内番号に制限しても、不正対策としては効果的ではありません。不正な行為者はさまざまな手段で国内番号を取得できるからです。国内のみの要件では、国境を越えて事業を展開する正当な広告主にとって不必要なフリクション（障害）が生じる可能性もあります。たとえば、日本の広告主が他の市場の利用者に提供することができなくなったり、日本以外の広告主が日本の利用者に提供しようとすることも制限されたりする可能性があります。したがって、海外の電話番号も使用が許可されています。</p> <p>電話による認証は、広告主に通話可能な電話番号の管理権限を証明させることにより、あえて一定の手間（負荷）を発生させ、不正利用を防ぐことを意図しています。ただし、弊社はこの電話認証だけに頼っているわけではありません。電話認証は、アカウントの真正性を評価し、悪用のリスクを軽減するために設計された追加のシグナルや他の確認手続など、より広範な広告主の信頼性確保のための一連の策の一つに過ぎません。弊社は、進化し続ける詐欺集団からの攻撃やサイバーセキュリティ分野のプラクティスの変化に応じて、広告主と利用者の両方を保護するという目標のもと、これらの対策の有効性を継続的に監視し、時間の経過とともに洗練させていきます。</p>

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

### 【自社広告ネットワーク】

なお、上記の「社会問題」とは、SIEP: Social Issue, Election and Politicsの一端であり、広告カテゴリの一つを意味します。弊社が社会問題に関する広告に認可を求めている国では、「社会問題(Social issue)」とは、激しく議論されており、選挙の結果に影響を与えたり、既存または提案されている法律に関係したりする可能性のあるセンシティブなトピックを指します。

- 「なりすまし型の詐欺広告」や「商標権侵害広告」は、それ自体は「社会問題」ではありません。これらは通常、弊社の広告規定やその他のポリシー（例：誤った表現/詐欺、知的財産権侵害）に基づいて対処されます。広告が詐欺であったり、商標を侵害していたりしても、自動的にSIEPに分類されるわけではありません。
- しかし、そのような広告は、そのメッセージや内容が選挙、政治、または対象となる社会問題に関するものであれば、SIEPに該当する可能性があります（たとえば、政治候補者に代わって発言していると主張するなりすまし/詐欺広告、投票行動を促す広告、または物議を醸す公共政策問題について主張する広告）。言い換えれば、SIEPは、広告がポリシーに違反しているかどうかではなく、広告が何についてなのか（選挙/政治/社会問題）によって決まります。
- 「投資関連」の広告は、金融商品や投資機会に関するものであるため、一般的にはSIEP広告とは見なされません。投資広告は通常、商業広告として扱われ、他のポリシーや規制（例：誤った表現/詐欺ポリシー、および/または金融サービス関連の要件（商品や地域によって異なります））の対象となる場合があります。

Meta  
広告主は、自社の広告がSIEP広告であると自己申告することを選択できます。ただし、広告を実行する前に、認証要件を満たす必要があります。また、弊社は、機械学習によるクラシファイアと人の目による審査を組み合わせ、広告主がSIEP広告であると宣言していない場合でも、SIEP広告と思われる広告を特定しています。弊社のクラシファイアは、広告がSIEPに該当するかどうかを示す指標を探します。これには以下が含まれます。

- 選挙や政治に関するコンテンツ（例：候補者/政党、投票/投票率、選挙管理、国民投票/条例イニシアチブ、立法結果）
- 社会問題に関する主張（特定のセンシティブな社会政治的問題について議論したり、主張したり、反対したりする広告。トピックは国によって異なる場合があります）
- 広告のテキスト、画像/ビデオ、ランディングページ、その他の文脈的シグナルから得られるシグナル

広告がSIEPであると評価され、広告主が適切に宣言していなかったり、広告主が適切に認証/承認されていなかったりした場合、その広告は審査され、執行措置が取られます（例：制限/却下）。

詳細については、以下のサイトをご覧ください：

- <https://www.facebook.com/business/help/214754279118974?id=288762101909005>
- <https://www.facebook.com/business/help/167836590566506?id=288762101909005>
- <https://www.facebook.com/business/help/313752069181919?id=288762101909005>

弊社が社会問題に関する広告の認可を必要としない国々では、広告主はこれらの広告を社会問題に関するものとして自主的にラベル付けすることができます。

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>先述のとおり、認証作業は特定の状況において必要となります。認証作業が不要な状況では、広告主はその利点があることから任意で確認作業を行うかを選択することができます。</p> <p>弊社は、日本をターゲットとする広告主向けにオプションの身元確認プロセスを提供しています。広告主は、特定の事情により認証作業が必要となる場合を除き、認証作業を受けるかどうかを決定できます。第三者のデータベースで記録を確認できない場合は、弊社は企業確認書類の提出を求め、確認のために幅広いデータベースやレジストリを使用するMoody's、LexisNexis、Dun &amp; Bradstreet、Truliooなどの業界をリードするビジネス検証会社に拠っています。さらに、Meta VerifiedはInstagramおよびFacebook利用者が利用できるオプションの有料サブスクリプションであり、認証バッジ、不正利用保護、およびアカウントサポートの強化を提供し、企業やクリエイターが信頼性を高め、存在感を拡大できるように支援します。</p> <p>特定の広告主に対する認証方法は、その広告主のリスクプロファイルやターゲットとする広告の管轄区域に基づいて異なります。</p>
TikTok	<p>広告アカウント作成時に、広告主の法人番号を入力いただき、国税庁のTax IDと自動で突合するシステムを導入しています。</p> <p>個人の場合は、リスクに応じて本人確認できるID(パスポート、運転免許証等)の写真を提出いただいています。</p> <p>【関連リンク】</p> <p>法人：<a href="https://ads.tiktok.com/help/article/acceptable-documents-for-business-verification?aadvid=1631665799579654&amp;lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/acceptable-documents-for-business-verification?aadvid=1631665799579654&amp;lang=ja</a></p> <p>個人：<a href="https://ads.tiktok.com/help/article/acceptable-documents-for-individual-identity-verification?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/acceptable-documents-for-individual-identity-verification?lang=ja</a></p>
X	<p>一部の規制された広告ポリシー領域(賭博・政治・金融商品等)については、ID確認を実施。また、規制カテゴリに応じた会社情報等の提出が必要。</p> <p>例：<a href="https://ads.x.com/en/help/ads-pre-authorization/healthcare-products-services?ref=BTC%E3%80%80">https://ads.x.com/en/help/ads-pre-authorization/healthcare-products-services?ref=BTC%E3%80%80</a></p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>法人の場合については、原則として登記簿謄本等の書類提出を一律に求めておりませんが、社内規程に基づき、会社名・所在地・事業内容等について公式Webサイトや公開情報を用いた確認を行っております。なお、初回取引を検討する場合や、企業情報が十分に確認できない場合には、社内規程に従い、登記簿謄本の提出や外部調査(帝国データバンク等)を含む追加確認を実施しております。</p> <p>個人契約者については、別途誓約書の提出を求めており、内容としては以下の確認を行っております。</p> <p>契約者本人であることを確認するための顔写真付き身分証明書のコピーの提出</p> <p>契約にあたり、当社規定・広告掲載基準の遵守を誓約すること</p> <p>これにより、契約者本人の確認および規範遵守の意思の確認を行っております。</p> <p>法人広告主に対する本人確認については、初回取引時を原則として、登記事項証明書等の提出を求める運用としております。</p> <p>ただし、上場企業や公的機関、または社会的に実在性が客観的に確認可能な法人等については、公開情報により法人実在性を確認できる場合に限り、書類提出を省略することがあります。したがって、全広告主に対し一律に書類提出を求めるものではありませんが、法人の実在性確認自体は全広告主について実施しております。</p> <p>日本で提供されるサービスにおいて海外広告主が出稿する場合であっても、本人確認の基本的な考え方および確認水準は、日本国内の広告主と同様です。</p> <p>原則として、法人の実在性確認を行った上で、必要に応じて公的登録情報や公式ウェブサイト等の公開情報を用いて補完的確認を行っております。</p> <p>なお、提出書類の形式や公的登録制度は国により異なるため、当該国の制度実態を踏まえ、合理的に実在性を確認できる資料をもって判断しております。</p> <p>現時点において、国別に一律のリスク区分を設けた運用は行っておりませんが、確認過程において疑義が生じた場合には追加資料の提出を求める等の対応を行っております。</p>

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況

## (本人確認方法によりなりすまし等の不正申請が判明した事例の件数及び代表的な例、対応状況)

## 【自社広告ネットワーク】

Q17.Q16で回答いただいた本人確認方法により、なりすまし等の不正な申請を行っていることが判明した事例がある場合、その件数及び代表的な例並びにその対応状況について御教示ください。

Google	<p>身元確認を通じて発見された不正な申請またはなりすましの試みの件数に関しては、Googleではこの特定の指標を単独で追跡していません。これは、広告エコシステムの包括的に保護するため、このような行為者に対する措置が広範なポリシー違反の下に分類されることが多いためです。検証プロセス中に虚偽の身元情報を提出する、または他者へのなりすましを試みる行為者に対しては、主として広告掲載システムの回避に関するポリシーに基づいて措置が取られます。Googleは、これらの違反を極めて重大に受け止めています。広告掲載システムの回避に関するポリシー (<a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/15938075?hl=ja&amp;sjid=6155873155847993110-NC#Advertiserverification">https://support.google.com/adspolicy/answer/15938075?hl=ja&amp;sjid=6155873155847993110-NC#Advertiserverification</a>)に記載のとおり、Googleの検証プログラムの一環として虚偽の情報を提出することは、重大な違反と見なされます。</p> <p>措置実施の現状：広告主が検証プログラムの最中に虚偽または不正な情報を提供したことを検出した場合、以下の措置がとられます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・即時停止：広告主のアカウントは、検出され次第、事前の警告なしに即座に強制停止されます。</li> <li>・永久的な利用禁止：広告主は、再度Google 広告で広告を掲載することはできません。</li> <li>・検証済みステータスの失効：広告主は検証済みとなることはなく、またはそれ以前に取得した検証済みステータスを失います。</li> </ul> <p>これらの違反を広告掲載システムの回避に関するポリシーに基づく重大なポリシー違反として取り扱うことで、我々の検証プロセスを操作しようとする悪意のある行為者をプラットフォームから迅速かつ永久的に排除することを確実にします。</p> <p>参照先： 1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告ネットワークの不正利用：広告掲載システムの回避 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/15938075?hl=ja&amp;sjid=6155873155847993110-NC#Advertiserverification">https://support.google.com/adspolicy/answer/15938075?hl=ja&amp;sjid=6155873155847993110-NC#Advertiserverification</a></p>						
LINEヤフー	<p>本人確認によりなりすまし等の不正な申請を行っていることが判明した事例（集計期間：2024年11月1日～2025年10月31日）</p> <table border="1" data-bbox="292 843 658 958"> <thead> <tr> <th></th> <th>Yahoo!広告</th> <th>LINE広告</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>件数</td> <td>8</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>※いずれも、本人確認書類の偽装が確認できたことから、当該アカウントを停止した。</p>		Yahoo!広告	LINE広告	件数	8	0
	Yahoo!広告	LINE広告					
件数	8	0					

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況

(本人確認方法によりなりすまし等の不正申請が判明した事例の件数及び代表的な例、対応状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- なりすまし等の不正な申請は、広告主アカウントポリシーに違反する行為として禁止されています。広告主アカウントポリシー「虚偽の個人・企業情報」において、「許可されていない例」として、「著名人になりすますこと」および「改ざんまたは真正でない書類を提出すること」が明記されています。</li> <li>- そのため、なりすまし等の不正な申請を行なっていることが判明した場合や、なりすまし広告などの広告ポリシー（広告主アカウントポリシーを含む）違反の広告が判明した場合は、アカウント停止や広告停止等の対応を実施しています。（件数等については公表しておりません）</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 広告主アカウントポリシー  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/actor-policy?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/actor-policy?lang=ja</a>            （「虚偽の個人・企業情報」における「許可されていない例」）</li> </ul>

## (本人確認方法によりなりすまし等の不正申請が判明した事例の件数及び代表的な例、対応状況)

## 【自社広告ネットワーク】

X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	なりすましなどの不正申請の実態はありません。

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況

(広告代理店等の第三者が広告を出稿している場合の広告主（個人、法人で差異があればそれぞれ）への本人確認の実施状況)

## 【自社広告ネットワーク】

Q18. 広告主以外の第三者（広告代理店等）が広告を出稿している場合の広告主への本人確認の実施状況について御教示ください。その際、個人と法人の広告主に応じて確認方法に差異がある場合は、それぞれ御教示ください。

広告代理店が広告主に代わってGoogle広告の支払いをしている場合、代理店自身の確認に加えて広告主の適格性確認が必要となります。Googleの広告主の適格性確認に関するポリシーでは、自らアカウントを管理しているか、または第三者の代理店を利用しているかにかかわらず、最終広告主（製品やサービスが宣伝されている特定の主体または個人）の適格性確認が求められます。Google 広告ポリシー ヘルプ センターの「広告主様の適格性確認」(<https://support.google.com/adspolicy/answer/9703665>)に関するページに記載されているとおり、透明性に関するGoogleの取り組みの段階的ロールアウトに伴い、最終的にはすべての広告主が、広告主の適格性確認の完了を求められることとなります。広告主の適格性確認に関するポリシーに基づき、広告代理店のクライアントも適格性確認のタスクを完了しなければなりません。代理店は、適格性確認のタスク用のリンクをクライアントに送信するか、またはクライアントに代わってタスクを完了することができます。

**実施状況とポリシー**

広告主の適格性確認プログラムは、信頼を構築し、透明性を高めることを目的とした、Google 広告プラットフォーム全体で必須とされる継続的なプロセスです。広告主には要件が通知され、期限までに確認を完了できなかった場合、アカウントの強制停止または広告活動の停止につながる可能性があります。確認が成功すると、広告主の名称または組織名および所在地を含む広告開示情報が公開されます。

**第三者代理店とクライアントの確認要件**

第三者（代理店）がクライアントに代わって広告を掲載する場合、検証はクライアント（最終的な広告主）に焦点が当てられます。これは、クライアントの法的身元が、広告透明性センターにおいて広告の開示を行うために使用される主体であるためです。

・権限のある代表者：検証を完了する個人（権限のある代表者）は、アカウント管理者である必要があり、クライアントに代わって行動する権限を検証するために政府発行の写真付き身分証明書を提出することが義務付けられています。

・アカウント管理：代理店は、最終広告主ごとに個別のアカウントを使用するというポリシーを遵守しなければなりません。クライアントによる重大または継続的なポリシー違反を可能にした場合、代理店アカウントに対して措置が取られる可能性があります。

**アカウントタイプに基づく検証方法**

必要な書類は、Google 広告の支払いプロフィールに記載されている「組織」または「個人」のアカウントタイプによって決定されます。提出された書類の詳細が、支払いプロフィールの情報と完全に一致することが必須です。組織（法人）広告主は、法的実体とその権限のある代表者を検証するために、2種類の異なる書類を提供するよう求められる場合があります。1. 組織の登録書類（例：法人設立または登録証明書、税務証明書、商業登記簿謄本など）。2. 権限のある代表者の政府発行の写真付き身分証明書（例：パスポート、身分証明証、運転免許証など）。一方、個人広告主は、政府発行の写真付き身分証（例：パスポート、身分証明証、運転免許証など）を1点提出することが求められます。いずれの場合でも、提出に使用される権限のある代表者の写真付き身分証明書は、有効で（期限切れではない）、カラーで、鮮明で、適切な照明が当たっている必要があり、コピーではないものとします。

参照先：

1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認 <https://support.google.com/adspolicy/answer/9703665>

2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認: 広告主様の適格性確認に必要な書類 <https://support.google.com/adspolicy/answer/9872280>

3. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告主様の適格性確認: 適格性確認に必要なタスク <https://support.google.com/adspolicy/answer/15577076>

4. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google サードパーティ ポリシー <https://support.google.com/adspolicy/answer/6086450>

Google

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況

(広告代理店等の第三者が広告を出稿している場合の広告主（個人、法人で差異があればそれぞれ）への本人確認の実施状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

LINEヤフー	<p>【Yahoo!広告】 代理店が広告主に代わって広告を出稿する場合、代理店による広告主の確認で本人確認を担保しているため、本人確認は実施していない。代理店経由の申し込みの場合は、代理店との契約のみとなっており、広告主との直接の契約はなく、弊社と代理店との契約では、広告主の実在性含め広告内容の一切の責任を代理店に求めており、これに違反した場合は当該代理店との契約解除をする規約となっている。実際に各規約に違反した代理店とは契約解除の実績もある。</p> <p>【LINE広告】 LINE広告の出稿にあたり、代理店と直接契約していない。</p>
Meta	<p>代理店について弊社は、代理店がそのクライアントに対し、確認を完了するよう助言することを推奨していますが、場合によっては、代理店がクライアントに代わって確認を行うこともできます。クライアントが広告を実施するアカウントに関連付けられたページの管理者である場合、クライアント自身が確認を完了させることができます。代理店がクライアントに代わって確認を行う場合、広告に使用するアカウントに関連付けられたページの管理者であり、クライアントから許可を得ていることを確認する必要があります。エンフォースメント詐欺広告が検出された場合、個人又は代理店のいずれから発信されたものであっても、Meta は広告主に対して措置を講じます。広告主が広告を掲載したのが広告代理店なのか広告主本人なのかは問いません。不審な広告主の兆候が見られる場合や、過去にポリシー違反の履歴がある場合、弊社は広告を却下したり、ポリシーに違反する広告アカウントを制限又は無効にしたり、将来的に広告を掲載できないようにするなどの措置を講じます。</p> <p>組織と個人の確認方法の違いは以下の通りです： 組織の確認：第三者のデータベースに組織の登録情報が見つからない場合、広告主は事業証明書類の提出を求められることがあります。記録が見つからない場合は、公式の事業証明書類をアップロードする必要があります。アップロードする事業証明書類には、法的な名称、電話番号、住所など、提供した組織の詳細と一致する情報が記載されていなければなりません。Meta が受け付ける事業証明書類の詳細については、こちらをご覧ください <a href="https://www.facebook.com/business/help/159334372093366">https://www.facebook.com/business/help/159334372093366</a> 個人の確認：第三者のデータベースで記録を見つけれない場合、個人の身元を確認するには、政府発行の身分証による確認が必要です。</p>
TikTok	<p>Q16に同じ。 なお、広告代理店のアカウントについては、アカウント保有者である代理店に対する本人確認になります。</p>
X	<p>代理店アカウントに対する本人確認は行っていない。</p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>広告代理店経由での広告出稿の場合、本人確認は契約内容に基づき広告代理店様にて事前に行っていただいております。</p>

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主が模倣品を販売していないことを確認している場合、その確認方法)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q19. 広告主が模倣品を販売していないことを確認している場合、その確認方法について御教示ください。

Google	<p>広告主が偽造品を販売していないことを確実にするための検証方法は包括的であり、自動化されたシステム、人間による審査、および広告主とその製品の精査を組み合わせています。Googleは、重大な違反と見なされる「偽造品ポリシー」に措置を講じるために、Google AIと人間による評価の組み合わせを使用します。Googleは、コンプライアンスの判断に複数の情報源を使用します。システムは、ブランド名に言及する際にノックオフ、レプリカ、イミテーション、またはクローンなどの用語を使用して製品を本物と偽ろうとする行為を積極的に検出します。必須の広告主の適格性確認プログラムは、広告主の身元とビジネスの正当性を検証します。広告主は、Global Trade Item Number (GTIN) を含め、正確で完全な製品情報を提供することが求められます。製品にGTINが存在する場合、Googleはそれを使用して、製品を正確に特定、分類、および検証します。</p> <p>Googleは、ブランド所有者との協力を円滑にし、ブランド所有者は Google 広告の偽造品に関する苦情フォームを提出して Googleに不正利用を通知します。このポリシーへの違反は厳重に受け止められ、アカウントは検出され次第、事前警告なしに強制停止されます。正当な広告主は、公式または認定された再販業者としての関係を明確に述べ、独自のブランドを使用し、他のブランドの身元の誤解を招くような利用を避けることで、透明性を確保する必要があります。</p> <p>参照先：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Google 広告ポリシー ヘルプ - 偽造品 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/176017?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/176017?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a></li> <li>2. Google Merchant Center ヘルプ - GTIN [gtin] <a href="https://support.google.com/merchants/answer/6324461?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/merchants/answer/6324461?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a>, GTIN を調べる <a href="https://support.google.com/merchants/answer/6219078?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/merchants/answer/6219078?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a></li> <li>3. Legal ヘルプ - Google 上のコンテンツを報告 <a href="https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a></li> <li>4. Google Merchant Center ヘルプ - 偽造品 <a href="https://support.google.com/merchants/answer/6149993?hl=ja&amp;sjid=17092082481879775356-NC">https://support.google.com/merchants/answer/6149993?hl=ja&amp;sjid=17092082481879775356-NC</a></li> </ol>
LINEヤフー	<p>広告主自身を確認することは行っていませんが、個別の広告については、一定の社内基準に基づき偽ブランド品かどうかのチェックを行っています。</p>
Meta	<p>弊社は、広告主が出品している商品が模倣品であるかどうかを事前に確認することはありません。しかし、弊社のポリシーに従い、質問4 への回答で述べたように、弊社は第三者の知的財産権を侵害する広告を弊社のプラットフォーム上に掲載することを禁止しています。これには、模倣品の宣伝や販売も含まれます。そして、弊社はそうしたことを認識し次第、適切な対応をします。</p>
TikTok	<p>広告主の商品が模倣品リスクのあるブランドに該当しないか等、複数の方法で確認しています。</p>
X	<p>現時点では、該当情報をご提供することはできません。</p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>広告主に関しての審査があります。それにより模倣品販売業者は排除しております。</p>

① 事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況  
(事後的な削除等の基準の策定・公表)

【自社広告ネットワーク】

Q20. 事後的な削除等の実施に関する基準等を策定しているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	<p>事後的な削除および他の違反措置の基準は定められており、Google 広告ポリシーヘルプセンターを通じて公開されています。Googleは、事前審査後であってもポリシーに違反するコンテンツに対して措置をとります。この措置には、違反広告を不承認として配信されないようにすることや、繰り返しの違反や重大な違反に対してアカウントを強制停止することが含まれます。これらの基準は、広告のコンテンツ、リンク先ウェブサイト、および一般の広告主の行為全体に適用されます。違反は分類され、禁止されたコンテンツ（例：危険な製品やサービス、違法な物質）や禁止された行為（例：不正な行為、詐欺、またはポリシーの回避を可能にする行為）を禁止しています。なお、Googleは、ポリシー違反の違反措置に関する情報を広告主に提供しており、広告主は広告の不承認とアカウントの強制停止の両方に対して異議申し立てを行うことができます。</p> <p>参照先：          1. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google 広告のポリシー  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a>          2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 不承認となった広告を修正する、またはポリシーに関する決定に対して再審査を請求する  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/9338593?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/9338593?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a>          3. Google Ads Transparency Center (英語版のみ) <a href="https://adstransparency.google.com/?region=JP">https://adstransparency.google.com/?region=JP</a></p>
LINEヤフー	<p>事前・事後に関わらず、前述の、Yahoo!広告掲載基準及びLINE広告ガイドラインを策定・公表・適用しています。</p>
Meta	<p>前述の質問3 への回答で述べたように、Meta の各プラットフォームにおける広告はすべて、弊社のコミュニティ基準及び広告ポリシーに準拠することが義務付けられています。これらの規格は、広告のライフサイクル全体を通じて一貫したポリシー執行を保証するために、広告の事前審査と事後審査の両方のプロセスを規定しています。</p> <p><a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/">https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/</a></p>
TikTok	<p>TikTokでは、広告として許されるコンテンツ許されないコンテンツを明確に定めた広告ポリシーを策定し、公表しています。この広告ポリシーは事前・事後にかかわらず、常に審査に適用されます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・TikTok 広告ポリシー  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies?lang=ja</a></li> <li>・広告フォーマットおよび機能性  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-ad-format-and-functionality?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-advertising-policies-ad-creatives-landing-page-ad-format-and-functionality?lang=ja</a></li> </ul>
X	<p>広告主様がX広告ポリシーに違反した場合、原則としてX広告プラットフォームから排除されます。</p> <p>X広告ポリシー <a href="https://business.x.com/ja/help/ads-policies">https://business.x.com/ja/help/ads-policies</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告品質ポリシー <a href="https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/quality-policy">https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/quality-policy</a></li> <li>・虚偽のコンテンツや詐欺的コンテンツポリシー  <a href="https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/deceptive-and-fraudulent-content">https://business.x.com/ja/help/ads-policies/ads-content-policies/deceptive-and-fraudulent-content</a></li> <li>・偽造品に関するポリシー  <a href="https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy">https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy</a></li> </ul>

①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況  
(事後的な削除等の基準の策定・公表)

【自社広告ネットワーク】

ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	広告掲載後に不正または不適切な内容が判明した場合の対応として、当社では広告の停止基準を内部規程として策定しております。 広告停止基準は、当社における広告審査および運用管理を目的とした内部基準として策定しているものであり、一般への公表は行っていません。

## ①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況

(事後的な削除等の基準における、①なりすまし型「偽広告」、②商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q21. 事後的な削除等の実施に関する基準等を策定している場合、当該基準における、モニタリング対象となる広告の記載内容を具体的に御教示ください。

Google	<p>(なりすまし型「偽広告」) これらの違反は、不実表示に関するポリシーに該当します。モニタリングは、悪意のある、またはGoogleの広告審査プロセスを欺こうとしたり、回避しようとする広告、コンテンツ、またはリンク先を検出し、削除するように設計されています。</p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告) これは禁止されたコンテンツの違反として分類されます。この基準は、ブランド所有者の正規の製品であるかのように見せかけるために製品のブランドの特徴を模倣した製品である偽造品の販売または販売の促進を禁止しています。Googleの内部システムは、違反の可能性のあるコンテンツを能動的にスキャンし、利用ポリシーに違反するコンテンツに対して措置を講じています。Googleは、AIや最先端のテクノロジーを活用して、こうした禁止コンテンツを能動的に検出しています。</p> <p><b>広告主の審査：</b>悪意のある行為者が偽造品を販売することを防ぐため、Googleは広告主に対して特定の検証方法を採用しています。これらの広告主の適格性確認(<a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/9703665?hl=ja&amp;sjid=15015734661916185724-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/9703665?hl=ja&amp;sjid=15015734661916185724-NC</a>)には、信頼性を高めるために広告主の身元確認やビジネス オペレーションに関する情報の提出を行うといった手順が含まれる場合があります。</p> <p>参照先： 1. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google 広告のポリシー <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a> 2. Google 広告 ヘルプ - Google 広告アカウントの強制停止についての概要 <a href="https://support.google.com/google-ads/answer/9841640">https://support.google.com/google-ads/answer/9841640</a> 3. Google 広告ポリシー ヘルプ - 不実表示：許可されないビジネス手法 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071">https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071</a> 4. Google 広告ポリシー ヘルプ - 違反の繰り返しに対する措置のプロセスについて <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/10922738">https://support.google.com/adspolicy/answer/10922738</a></p>
LINEヤフー	Q4回答のとおりとなります。
Meta	質問4の回答をご参照ください。
TikTok	<p>(なりすまし型「偽広告」) なりすまし型「偽広告」については、事前審査基準において、肖像権等を侵害する広告としてポリシー違反であり、広告停止等の対象となり得ます。</p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告) 商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告については、広告ポリシーにおいて、著作権、商標権を含む他社の知的財産権を侵害する広告や、偽造品の配布や販売の広告は許可されないと定められています。</p>
X	<p>(なりすまし型「偽広告」) なりすまし型「偽広告」については、「広告品質ポリシー」や「虚偽のコンテンツや詐欺的コンテンツポリシー」に違反し、削除対象となり得る。</p> <p>(商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告) Xプラットフォーム上の偽造品を販売または宣伝することは禁止されています。 <a href="https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy">https://help.x.com/ja/rules-and-policies/counterfeit-goods-policy</a></p>

(事後的な削除等の基準における、①なりすまし型「偽広告」、②商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【自社広告ネットワーク】

ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>(なりすまし型「偽広告」)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他社のブランド名や企業名を不正に使用し、ユーザーを誤認させる広告 (なりすまし型広告)</li> <li>・虚偽・誇大表現を含む広告 (商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)</li> <li>・商標権や著作権を侵害し、模倣品・偽造品販売サイトへ誘導する広告 (商標権等の知的財産権侵害広告)</li> </ul>

# ①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況 (事後的な削除等の基準を踏まえた削除等の実施状況)

## 【自社広告ネットワーク】

Q22. 事後的な削除等の実施に関する基準等を策定している場合、当該基準を踏まえた削除等の実施状況について御教示ください。

著名人になりすましGoogleのポリシーに違反した広告については、削除等の対象となり得ます。

これらの基準に基づいて実施された削除措置のステータスは、違反の重大性により決定され、2つの異なる措置の結果につながります。

1. 即時の強制停止基準（重大なポリシー違反のステータス）：重大なポリシー違反とは、法令に違反しているか、またはユーザーに対して著しい損害を与えるほどに深刻な違反と定義されます。継続的な審査中にこのような違反が検出された場合、アカウントは事前の通知なしに即座に強制停止されます。当該広告主は、再度Googleで広告を掲載することはできません。

2. 段階的な警告システム基準（繰り返しの違反のステータス）：特定のポリシーに対する繰り返しの違反に関しては、違反警告数に基づくシステムを通じて削除措置が適用され、段階的に厳しくなるペナルティを通じて進行します。これは、以下のような段階的なステータス変更が生じます。

1. 事前警告（初回、違反警告は発行されない）
2. 3日間の一時停止となる1回目の違反警告
3. 7日間の一時停止となる2回目の違反警告
4. ポリシーの繰り返しの違反によるアカウントの強制停止という最終ステータスに至る3回目の違反警告

なりすまし広告は、Googleの不実表示ポリシーにおいて重大な違反に分類されます（カテゴリ1）。これらの広告は、詐欺を助長するために著名人やブランドとの提携を虚偽に主張するなど、強い欺瞞的意図を有しています。金銭的または個人的な危害を及ぼす重大なリスクがあるため、悪意のある行為者の永久的な追放を確実なものとするため、これらの違反については事前の警告なしにアカウント単位での即時強制停止措置が適用されます

（<https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071?sjid=3812947619174297553-NC&hl=ja>）。

広告主が、Google 広告の商標に関するポリシーに違反した場合、それ以降、その広告主の広告文に商標用語を含めることは制限されます。この制限はドメイン名単位で適用されます（例：商標権者が商標権を証明したすべての国において、「website.com」に対して用語「Google」の制限が適用された場合、そのウェブサイトを遷移先とする将来のすべての広告に適用されます）。こうした制限の性質上、広告主が複数の違反警告を受けることは事実上阻止されます。したがって、商標に関するポリシーは段階的な警告システムの対象外となっています（<https://support.google.com/adspolicy/answer/6118?hl=ja>）。

ただし、Google 広告の偽造品に関するポリシーに従い、商標違反が偽造品に関わるものである場合は、カテゴリ1 に引き上げられます。非正規品を正規品として宣伝することは、根本的に欺瞞的であり、なりすましと同様に危害を及ぼすためです。したがって、このようなケースでは組織的なリスクを軽減するために即時強制停止が正当化され、該当するウェブサイトを遷移先とする将来の広告もブロックされる可能性があります。このような階層的なアプローチにより、最も危害を及ぼす行為者を即座に排除する一方で、深刻度の低い違反に対しては透明性のある対応プロセスを提供し、均衡の取れた措置を確実に実施しています（参照：Google 広告ポリシー ヘルプ - 偽造品 <https://support.google.com/adspolicy/answer/176017?hl=ja&sjid=18050638230056791761-NC>）。

Google は、自動検出と手動審査からなる、現在配信中の広告を継続的に監視するシステムを構築しています。

Google

# ①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況 (事後的な削除等の基準を踏まえた削除等の実施状況)

【自社広告ネットワーク】

Google	<p>参照先：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google 広告のポリシー <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a></li> <li>2. Google 広告 ヘルプ - Google 広告アカウントの強制停止についての概要 <a href="https://support.google.com/google-ads/answer/9841640">https://support.google.com/google-ads/answer/9841640</a></li> <li>3. Google 広告ポリシー ヘルプ - 偽造品 <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/176017?hl=ja&amp;sjid=18050638230056791761-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/176017?hl=ja&amp;sjid=18050638230056791761-NC</a></li> <li>4. Google 広告ポリシー ヘルプ - 違反の繰り返しに対する措置のプロセスについて <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/10922738?sjid=11242766197232946457-NC&amp;hl=ja">https://support.google.com/adspolicy/answer/10922738?sjid=11242766197232946457-NC&amp;hl=ja</a></li> <li>5. 不実表示：許可されないビジネス手法 - <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071?hl=ja&amp;ref_topic=15937462&amp;sjid=7861208546743874575-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/15938071?hl=ja&amp;ref_topic=15937462&amp;sjid=7861208546743874575-NC</a></li> </ol>
LINEヤフー	<p>(なりすまし型「偽広告」) 権利者から肖像権侵害を理由とする掲載停止請求があり、権利者による肖像権侵害があるとする理由の説明やその根拠資料等によって、本人による許諾がないと自社が判断した広告については、広告審査基準に基づき掲載を停止。 (商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告) 模倣品、偽ブランド品に対する一定の判断基準を設け、抵触するものは掲載を停止しています。なお、偽ブランド品を扱っていることが発覚した場合は、当該広告アカウントを取引停止としています。</p> <p>なお、モニタリング対象の広告に限らず、広告の掲載後も24時間/365日体制でパトロールを実施し、基準に抵触する広告を発見した場合は、掲載停止等の措置を実施しています。その範囲や頻度については、関連諸法規に触れる恐れのある広告を中心に、継続的に行っております。</p> <p>(参考) 広告の審査体制＞掲載開始後の審査 <a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/">https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/</a></p>

① 事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況  
 (事後的な削除等の基準を踏まえた削除等の実施状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>弊社は堅牢な広告審査プロセスを維持しており、これは私たちのプラットフォーム上のすべての広告が、コミュニティ規定および広告規定に準拠することを保証するように設計されています。</p> <p><a href="https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/">https://transparency.meta.com/policies/ad-standards/</a></p>
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 広告配信後も、配信中広告のサンプリングによる継続的なモニタリングや、不適切なトレンドなどのリスクに応じたモニタリングを実施しており、事後的に広告ポリシー違反の広告を見つけた際にも、広告停止等の対応を行なっています。</li> <li>- 悪質性の高い広告や、ユーザーからの通報が多い広告については、当該広告の内容に含まれるキーワードやクリエイティブについても、迅速に自動モデレーションシステムに学習させて、モデレーション技術の向上に取り組んでいます。さらに、学習後の自動モデレーション技術が、類似の広告を検知できているかについて、モニタリングを実施しています。</li> </ul>
X	<p>肖像権を侵害しているような偽広告は様々なポリシー違反となる可能性が高く、その場合削除される。広告主がポリシーに違反した場合、広告プラットフォームから除外し、広告を出せないようにしている。</p>

①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況  
 (事後的な削除等の基準を踏まえた削除等の実施状況)

【自社広告ネットワーク】

ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>広告掲載後において、法令違反のおそれがある内容、消費者に誤認を与えるおそれのある表現、または当社の広告審査基準・契約条項に抵触すると判断される内容が判明した場合には、速やかに当該広告の掲載を停止いたします。</p> <p>あわせて、広告主に対して当該内容の是正または修正を求め、是正が確認できた場合に限り、再掲載の可否を判断する運用としております。</p> <p>なお、重大な違反または悪質性が認められる場合には、再掲載を認めない対応を行う場合もございます。</p> <p>ポリシー違反の広告に対する事後対応として、掲載広告のモニタリングを実施しております。モニタリングは日常的に行っており、掲載中の広告について順次確認を行う体制としております。特定の曜日や回数を定めた定期監査形式ではありませんが、日々の運用の中で継続的に確認を行っております。法令違反やポリシー違反が認められた場合には、原則として当該広告を停止又は削除いたします。さらに、違反の内容や悪質性の程度に応じて、同一広告主による他広告の確認を行い、必要に応じて当該広告主に対する出稿停止等の措置を講じることがあります。</p>

## ②迅速な削除対応の状況

## (削除申出を行うための窓口・ウェブページ・入力フォームの設置・公開状況)

## 【自社広告ネットワーク】

Q23.削除の申出を行うための窓口・ウェブページ・入力フォームを設置しているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	<p>法律上の申立について窓口を設置しました。</p> <p>・法的報告の申し立て先 (<a href="https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=ja&amp;sjid=10353039751154057986-NC">https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=ja&amp;sjid=10353039751154057986-NC</a>)</p>
LINEヤフー	<p>かねてより、Yahoo!広告及びLINE広告のそれぞれについて、商標権侵害を含めあらゆる違反広告を申告することができる違反申告窓口を設置しているが、総務省要請を受けて、新たに、なりすまし投資詐欺を理由とする広告停止申立を行える窓口（申告者への応答あり）を、LINE広告・Yahoo!広告ともに設置。</p> <p>(参考)</p> <p>・Yahoo!広告の違反申告窓口（下記ページ中、「掲載ガイドライン違反に関するご申告」をクリック）</p> <p>・Yahoo!広告のなりすまし専用窓口（下記ページ中、「Yahoo!広告なりすましに関するご申告（専用フォーム）」をクリック） <a href="https://www.lycbiz.com/jp/contact/support/yahoo-ads/">https://www.lycbiz.com/jp/contact/support/yahoo-ads/</a></p> <p>・LINE広告の違反申告窓口（下記ページ中、「PC&lt;LINE&lt;LINE広告&lt;(詳細)」を選択）</p> <p>・LINE広告のなりすまし専用窓口（下記ページ中、「PC&lt;LINE&lt;LINE広告&lt;LINE広告のなりすまし」を選択） <a href="https://contact-cc.line.me/category2Id/10092?continue_without_login=true">https://contact-cc.line.me/category2Id/10092?continue_without_login=true</a></p>
Meta	<p>利用者は、広告の右上隅にあるオプションメニュー（三つのドット（・・・）で表されることが多い）をクリックし、「広告を報告」を選択することで、広告から直接報告することができます。このプロセスにより、利用者は、誤解を招くコンテンツ、詐欺、なりすましなど、違反の性質を指定することができます。さらに、Meta のプラットフォームで配信中のすべての広告は、Ad Library で一般に公開されており、利用者はここでも適切なオプションを選択して広告を報告することができます。これらの報告機能は、Meta アカウントを持たない利用者も含め、すべての利用者が利用できます。 <a href="https://www.facebook.com/ads/library/">https://www.facebook.com/ads/library/</a></p>
TikTok	<p>TikTokでは、広告を長押しすることで「報告する」の画面が開き、通報することができます。また、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も通報が可能です。ウェブフォームは以下のとおりウェブサイトで公表されています。</p> <p>・著作権侵害の報告：<a href="https://www.tiktok.com/legal/report/Copyright">https://www.tiktok.com/legal/report/Copyright</a></p> <p>・商標権侵害の報告：<a href="https://www.tiktok.com/legal/report/Trademark">https://www.tiktok.com/legal/report/Trademark</a></p>
X	<p>ユーザーがポリシー違反を疑う広告を報告することができる。アカウントのなりすましに関しては、専用の報告ページを用意。 <a href="https://help.x.com/ja/forms/authenticity/impersonation">https://help.x.com/ja/forms/authenticity/impersonation</a></p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	現時点では、広告通報専用フォームは設置しておらず、本設問に該当する窓口は未設置となります。

## ②迅速な削除対応の状況 (窓口等を通じた申出の内訳・対応状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q24.Q23で回答いただいた窓口等を通じた申出の内訳を御教示ください。また、当該申出への対応状況について御教示ください。

Google														
LINEヤフー	<table border="1" data-bbox="302 379 1653 858"> <thead> <tr> <th data-bbox="312 391 464 448"></th> <th data-bbox="464 391 837 448">なりすまし専用窓口（申出件数）</th> <th data-bbox="837 391 1210 448">一般の違反申告窓口（申出件数）</th> <th data-bbox="1210 391 1653 448">当該申出への対応状況</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="312 448 464 682">Yahoo!広告</td> <td data-bbox="464 448 837 682">           14            （内訳）            著作権：2            商標権：8            名誉権：1            その他（申告時に記載なし）：3         </td> <td data-bbox="837 448 1210 682">0</td> <td data-bbox="1210 448 1653 682" rowspan="2">いずれも広告掲載基準への抵触を理由に掲載停止措置を実施（アカウント停止に至った事例なし）。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="312 682 464 858">LINE広告</td> <td data-bbox="464 682 837 858">0</td> <td data-bbox="837 682 1210 858">           2            （内訳）            肖像権、著作権侵害：1件            商標権：1件         </td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="302 886 899 919">（集計期間：2024年10月1日～2025年9月30日）</p>				なりすまし専用窓口（申出件数）	一般の違反申告窓口（申出件数）	当該申出への対応状況	Yahoo!広告	14 （内訳） 著作権：2 商標権：8 名誉権：1 その他（申告時に記載なし）：3	0	いずれも広告掲載基準への抵触を理由に掲載停止措置を実施（アカウント停止に至った事例なし）。	LINE広告	0	2 （内訳） 肖像権、著作権侵害：1件 商標権：1件
	なりすまし専用窓口（申出件数）	一般の違反申告窓口（申出件数）	当該申出への対応状況											
Yahoo!広告	14 （内訳） 著作権：2 商標権：8 名誉権：1 その他（申告時に記載なし）：3	0	いずれも広告掲載基準への抵触を理由に掲載停止措置を実施（アカウント停止に至った事例なし）。											
LINE広告	0	2 （内訳） 肖像権、著作権侵害：1件 商標権：1件												
Meta														
TikTok	申出の内訳等は公表しておりません。													
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。													
ドワンゴ														
サイバーエージェント														
湘南西武ホーム	直近1年間での件数はゼロの状況です。													

## ②迅速な削除対応の状況 (削除対応における標準処理期間の設定状況)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q25.削除対応における標準処理期間の設定状況について御教示ください。

Google	標準処理期間については、申請内容にもよるが、おおよそ48時間以内です。法的理由に基づく削除申請については、被侵害者である申出人に対して、受領通知及び対応結果の通知を実施します。
LINEヤフー	「掲載ガイドライン違反に関するご申告」窓口からの申告については、LINE広告・Yahoo!広告ともに、申出後7営業日以内を目安に対応
Meta	
TikTok	通常、24時間以内に審査が完了しますが、一部の広告においては通常よりも長く審査の時間が必要な場合があります。
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	削除対象の広告は即時停止を行っております。削除申請があり次第削除対応しております。処理時間として数分～1時間程となっております。

## ③運用状況の透明化の状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む削除等の対応に当たる体制の整備状況・公開状況)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q26.日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む削除等の対応に当たる体制の整備状況について御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	<p>日本での広告審査について、トレンドに対して迅速にチームを配備しています。常に不正行為の一步先を行くため、継続的に人力での審査システムをアップデートしています。</p> <p>各担当者は、現地の法規制や文化的特性に対応するために必要な専門知識、語学力、および文化的背景への理解を兼ね備えており、極めて高い水準の正確性を確保しています。</p>
LINEヤフー	<p>独自のガイドラインに基づいてトレーニングを積んだ約170名（Yahoo!広告：約130名、LINE広告：約40名）の審査員（日本人、または日本語及び日本の文化を理解する者100%。広告審査に特化した人員）が、日本の拠点において広告の審査を実施。</p> <p>上記審査体制については、公開している。</p> <p>また、日本で提供しているサービスに掲載される広告については、全て上記の審査員による審査を行なっている。</p> <p>（出典） <a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/">https://www.lycbiz.com/jp/service/ly/quality/adreview/</a></p>

## ③運用状況の透明化の状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む削除等の対応に当たる体制の整備状況・公開状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>前述の質問11への回答で述べたように、弊社のコンテンツモデレーション審査チームは世界規模で24時間365日業務を行っています。世界中に20カ所以上の拠点があり、これらのチームは日本語を含む80以上の言語でコンテンツを審査することができます。これには、現地の言語を理解し、市場動向や潜在的なリスクを把握している人材が含まれています。弊社の世界的規模を活かし、特定の国での需要の急増時、危機時、または予測不能な出来事が発生した際に、迅速に人員を再配置することができます。これらの事態が発生した場合、弊社は適切に対応するためのリソースを適宜投入します。</p> <p>上記で説明した通り、Metaは広告の審査および広告ポリシーの大規模な施行において、自動化された施行システムとターゲットを絞った人によるレビューを組み合わせ合わせて活用しています。</p> <div style="border: 2px solid red; height: 200px; width: 100%;"></div> <p>弊社が審査員をどのようにトレーニングしているかについての詳細は、Transparency Centreの以下の記事をご覧ください：  <a href="https://transparency.meta.com/enforcement/detecting-violations/training-review-teams/?fbclid=IwY2xjawQKY_tleHRuA2FlbQIxMQBicmlkETJoakRrYzg2VVcxQ3QwOTlvc3J0YwZhcHBfaWQBMAABHiXAimvIdDC4Pzev4Jo5q858TmIEWMI3LA5mg1ESAeNrSV6FtuWEEdmgFJzP1_aem_q9bbonIj6rRtjOrIXed9AQ">https://transparency.meta.com/enforcement/detecting-violations/training-review-teams/?fbclid=IwY2xjawQKY_tleHRuA2FlbQIxMQBicmlkETJoakRrYzg2VVcxQ3QwOTlvc3J0YwZhcHBfaWQBMAABHiXAimvIdDC4Pzev4Jo5q858TmIEWMI3LA5mg1ESAeNrSV6FtuWEEdmgFJzP1_aem_q9bbonIj6rRtjOrIXed9AQ</a></p> <p>また、Q11に対する回答をご参照ください。広告審査プロセスはグローバル規模で執行しており、日本固有の審査パラメータはこのグローバルプロセスの一部です。弊社は、スケーラブルな検出技術と、日本語のニュアンスと言語的・文化的背景を理解する審査員も組み合わせたアプローチを採用しています。プラットフォーム上で詐欺的または誤解を招く行為を行っているアカウントを特定しています。すべての広告はこのプロセスによって審査されます。</p>
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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存在。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実施しています。</li> <li>- 海外の広告主の広告についても、日本において広告掲載される場合には、日本の広告審査が実施される体制になっており、これにより広告が掲載される国の法令を遵守できる体制になっています。</li> <li>- TikTokでは、広告および一般投稿の審査の両方において、日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制を整備しています。</li> </ul>

## ③運用状況の透明化の状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む削除等の対応に当たる体制の整備状況・公開状況)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

X	Xのトレンドを積極的に監視し、イベントのピーク時にエージェントを追加するなど、広告審査が急増する可能性に備えて、適切なタイミングで十分なエージェントのカバレッジとサポートを確保。広告レビューモデレーションチームには、日本人モデレーターをはじめ、様々な民族や背景を持つモデレーターが含まれる。具体的な体制（どのような能力を有する人材を具体的に何人配置しているのか等）については回答なし。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>日本語および日本の文化的背景に対する理解度については、特定の資格要件や試験制度を設けて評価しているものではありません。</p> <p>一方で、広告審査業務に従事する担当者については、日本語での十分な読解力および表現理解力を有することを前提として配置しており、過去の業務経験や実務対応状況を踏まえて適性を判断しております。また、日々の審査業務を通じて判断の妥当性を確認し、必要に応じて上長による確認や協議を行う体制としております。</p> <p>上記回答した事後削除の体制は、広告に関する監視および対応を対象とした体制です。</p> <p>海外に設置された同一法人は存在していません。</p> <p>したがって、日本で提供されるサービスに掲載される広告の事後モニタリングおよび削除対応は、すべて上記体制において実施しております。</p> <p>なお、日本向け広告の対応については、日本語および日本の文化的背景を理解した人員を含む体制で行っております。</p>

### ③運用状況の透明化の状況 (削除申出件数及び実施件数)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q27.削除の申出件数及び実施件数を御教示ください。(可能であれば、モニタリング対象となる広告毎に件数を御教示ください。)

Google	<div style="border: 2px solid red; height: 150px; width: 100%;"></div> <p>また、日本では、2024年に2億350万件以上の広告を削除しました。</p> <p>なお、2024年3月、Google広告は、不実表示に関するポリシーの「許可されないビジネス手法」の箇所を更新しました。それにより、公人、ブランド、組織になりすぎたり、それらと提携または承認していると虚偽の暗示をしたりして、ユーザーを誘導し金銭や情報を聞き出そうとする行為が同ポリシーの対象となりました。2024年には、グローバル全体で違反の認められた70万件以上の広告主アカウントを即時強制停止し、不正広告の報告数を90%減少させることにつながりました。</p> <p>削除申出について、申出があったものの削除しなかった理由について、<a href="#">商標</a>に関するページで説明されているように、申出について、広告での商標の使用を制限するかどうかを判断するために様々な要素を検討し判断するため、理由は様々です。また、商標権侵害の申し立ては、商標権所有者が商標権を申し立てた国および業種内のURLをもとに確認された特定の広告主に対するものに限り受け付けられます。</p>
LINEヤフー	<p>Q24回答をご参照ください。</p>
Meta	<div style="border: 2px solid red; height: 100px; width: 100%;"></div> <p>弊社は、コンテンツがコミュニティ規定またはその他の適用可能なポリシーに違反していると判断した場合のみ、コンテンツを削除するかアクセスを制限します。報告されたコンテンツがこれらの規定に違反していない場合、弊社は措置を講じません。そのような場合、報告した利用者には決定が通知され、同意しない場合は別の審査を要求する機会が与えられます。このプロセスにより、確立されたルールに明らかに違反する場合にのみコンテンツが削除または制限され、安全と表現の自由のバランスが維持されます。</p> <p>弊社は、利用者が報告する前に違反コンテンツを特定して削除するために、人工知能(AI)などの積極的な検出技術に大きく拠っています。多くの場合、違反コンテンツの大部分は、利用者からの報告ではなく、積極的に検出されて削除されます。たとえば、児童の安全に関するポリシーに違反するコンテンツのかかなりの割合は、利用者からの報告が行われる前に削除されます。つまり、利用者からの報告は常に主要な執行メカニズムではなく、一部の報告はコンテンツが既に対処済みであるか介入の閾値を満たさない場合には何の措置にもつながらない可能性があります。</p> <div style="border: 2px solid red; height: 100px; width: 100%;"></div>

### ③運用状況の透明化の状況 (削除申出件数及び実施件数)

#### 【自社広告ネットワーク】

TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TikTokでは、四半期ごとに広告ポリシーに基づいて削除を実施した件数等を公表しています。</li> <li>- グローバルで広告ポリシーの違反により削除された広告は、8,009,102件（2024年第4四半期～2025年第3四半期）です。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TikTokコミュニティガイドライン実施レポート  <a href="https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2025-2">https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2025-2</a>            (「広告」において、グローバルで広告ポリシーに基づいて削除を実施した件数等を公表)</li> </ul>
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	直近3年間削除の申し出件数はございません。

### ③運用状況の透明化の状況 (広告主アカウント停止の申出件数及び実施件数)

【自社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q28. 広告主アカウント停止の申出件数及び実施件数を御教示ください。

Google	<p>申出件数については回答なし。 日本における2024年の実績として、約140万の広告主のアカウントを停止しました。2024年のなりすまし広告のアカウント停止件数は6万1500件です。</p> <div style="border: 2px solid red; height: 40px; width: 100%;"></div> <p>参照先： 1. 2024 Ads Safety Report Japan（英語版のみ） - <a href="https://services.google.com/fh/files/misc/japan_ads_safety_report_2024.pdf">https://services.google.com/fh/files/misc/japan_ads_safety_report_2024.pdf</a></p>
LINEヤフー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広告主アカウント停止の申出件数⇒掲載された広告単位での削除申告受付を行っていることから、集計不可。</li> <li>・広告主アカウント停止の実施件数⇒Q24回答記載のとおり、0件となります。</li> </ul>
Meta	広告アカウントに関連する報告メカニズムはありません。
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TikTokでは四半期ごとに、広告主アカウント停止の実施件数に代替して、アカウントへの措置の実施により停止された広告の件数を公表しており、グローバルでアカウントへの措置の実施により停止された広告の件数は、34,063,419件（2024年第4四半期～2025年第3四半期）です。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TikTokコミュニティガイドライン実施レポート <a href="https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2025-2">https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2025-2</a> （「広告」において、グローバルでアカウントへの措置の実施により停止された広告の件数等を公表）</li> </ul>
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	当社の広告ネットワークにおいては、広告主に対して個別に広告アカウントを発行する仕組みは設けておらず、個別契約に基づいて広告掲載を行っております。これまでにおいて、契約解除を行い広告配信を停止した事例はございません（広告主アカウント停止件数は0件）。

#### ④ その他必要事項 (事後的に削除された広告の削除前の流通状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q29. 事後的に削除された広告の削除前の流通状況（表示された期間、表示回数、リンク先へのアクセス数等）について把握しているか御教示ください。また、把握している場合、その流通状況について御教示ください。

Google	<p>Googleでは、事後的に削除した広告についても、表示された期間、表示回数（インプレッション）、およびリンク先へのアクセス数（クリック数）といった流通状況に関するログデータを、システム内部において把握しておりますが、これらのデータは、主に不正行為の調査や内部的な品質管理などを目的として保持しているものであり、現時点において、これらの詳細な流通状況に関するデータを、貴省が求められている「事後的に削除されたなりすまし広告」などの特定の類型に特化した、外部に開示できる正確な統計データとして持ち合わせておらず、また新しく集計し正確性を担保した上で外部開示することは、現行のシステム体制下では多大な作業とリソースを要しますことをご理解賜れば幸いです。</p> <p>Googleが、悪質な広告を事前および事後になるべくインプレッションやクリック数を最小限に留めるために継続的に行っている取り組みの詳細については、Q5, 6, 8, 13, 15, 22等に対する回答をご参照ください。</p>
LINEヤフー	削除された広告の削除前の流通状況について、必要に応じて個別に調査することは可能です。
Meta	Meta は、広告が配信を開始した日時、広告のインプレッション数、及び執行措置（ある場合）が取られた日時を追跡しています。広告がいつから配信されたかは Ad Library で確認できます。
TikTok	
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	事後的に削除された広告が発生した場合、配信時の配信数量が分かるログがございますので都度把握可能となっております。

## ④その他必要事項 (事後的な削除を行った広告が事前審査において排除できなかった要因)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q30. 事後的な削除を行った広告について、事前審査で排除できなかった要因を調査・分析しているか御教示ください。また、実施している場合は、その要因について御教示ください。

Google	<p>事前審査の失敗要因の調査と分析は、措置実施プロセスの一環として体系的に実施されます。広告が事後的に削除される際、Googleの調査チームと自動化されたフィードバックループは、コンテンツが初期フィルターを回避することを可能にした「不正使用パターン」（最新のクローキング技術、コードの難読化、または新しい欺瞞的なフレーズなど）を特定します。これらのパターンは、Googleが追跡および分析の対象とする具体的な要因です。Googleではこれらのパターンを失敗要因として扱い、大規模言語モデル（LLM）の学習およびエンフォースメントポリシーを更新するための主要な情報源としています。</p> <p>要約すると、Googleは個々の広告の「要因」を単なる過去の履歴として追跡するのではなく、動的な技術的シグナルとして特定および分析を行っています。これにより、ネットワーク全体で同様の手法に対する事前審査を事前に強化することができ、過去に特定の広告を通過させた「要因」を、将来的に無数の同様の広告が配信されるのを阻止するために活用することを可能にしています。</p> <p>参照先：          1. Google 広告ポリシー ヘルプ - Google 広告のポリシー  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a>          2. Google 広告ポリシー ヘルプ - コンテンツ管理における自動化の活用  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/13584894?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/13584894?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a></p>
LINEヤフー	<p>事前に速やかに対処できるよう日々努めていますが、偽広告で使われる広告表現の入れ替わりや手法の変化の速度が早く、事前にキャッチできない場合があります。そのような中でも、新たに発見した手法はすぐに事前審査に回るようシステム変更するなど、迅速な対応に努めています。</p>
Meta	<p>Metaは、フィードバックを真摯に受け止め、広告審査プロセスにおける不備から学ぶことに尽力しています。集計レベルでは、当初審査プロセスで見逃された理由を理解できるよう、失敗から学ぶための手順を確立しています。これには、広告コンテンツ、審査結果、及び自動化システムと手動システムの両方が使用するシグナルの分析が含まれます。</p> <div style="border: 2px solid red; height: 100px; width: 100%;"></div>
TikTok	<p>審査精度の継続的な向上のため、事後的な削除を行なった広告について、事前審査で排除できなかった要因を調査・分析することがあります。要因については公表しておりません。</p>
X	<p>現時点では、該当情報をご提供することはできません。</p>
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>事後的な削除を行った広告はございませんが、例えば、途中でのリンク変更などの可能性も考え監視モニタリングを強化しております。</p>

#### ④ その他必要事項 (広告の削除を行った広告主アカウントの停止・停止までの期間)

##### 【自社広告ネットワーク】

Q31. 広告の削除を行った広告主のアカウントは停止するのか、また、停止する場合、どの程度の期間で停止するのか御教示ください。

Google	<p>広告がポリシー違反により削除された広告主のアカウントは、強制停止の対象となります。強制停止の期間は、違反の重大性と繰り返しの状況により異なります。重大な違反（例：偽造品の宣伝やなりすましなど）に対しては、Googleは事前警告なしに即座にアカウントを強制停止し、異議申し立てによりアカウントが復元されない限り、永久的な停止と見なされます。重大ではない繰り返しの違反に対しては、Googleは段階的な警告システムを適用します。アカウントの一時停止は、1回目の違反警告（3日間）、および2回目の違反警告（7日間）に適用され、3回目の違反警告では完全なアカウント停止につながります。</p> <p>参照先：  1. Google 広告 ヘルプ - Google 広告アカウントの強制停止についての概要 <a href="https://support.google.com/google-ads/answer/9841640">https://support.google.com/google-ads/answer/9841640</a>  2. Google 広告ポリシー ヘルプ - 違反の繰り返しに対する措置のプロセスについて <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/10922738">https://support.google.com/adspolicy/answer/10922738</a>  3. Google 広告 ヘルプ - ポリシーに違反した場合 <a href="https://support.google.com/google-ads/answer/7187501">https://support.google.com/google-ads/answer/7187501</a></p>
LINEヤフー	<p>ご質問への回答に該当する内容については、Yahoo!広告分について「令和6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（デジタル広告分野：LINEヤフー株式会社）」（※）にて公開しており、LINE広告についても基本的には同様です（Q32回答も同様）。</p> <p>（※）P8 (<a href="https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_08.pdf">https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_08.pdf</a>)</p> <p>なお、同報告書中の掲載内容を改めてご紹介いたしますと、以下のとおりです。広告掲載基準に違反する広告については、広告掲載停止処分の対象となり得ますが、さらに、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、広告掲載基準第4章（掲載できない広告）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、アカウント審査基準第3章に基づき、アカウント停止処分の対象となり得ます。このように、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及び停止までに要する期間は、違反の重大性や反復継続性に依りて異なります。</p> <p>なお、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、アカウント審査基準第3章に基づき、アカウント停止処分の対象となり得ます。</p>
Meta	<p>一般的に、アカウントの制限をどのように行っているかについては、以下のサイトをご覧ください。  (<a href="https://www.facebook.com/business/help/975570072950669?id=434838534925385&amp;helpref=search&amp;sr=1&amp;query=advertising%20restrictions">https://www.facebook.com/business/help/975570072950669?id=434838534925385&amp;helpref=search&amp;sr=1&amp;query=advertising%20restrictions</a>)</p> <p>弊社は、広告主のアカウントを制限または停止することがあります。これは、弊社の広告規定、コミュニティ規定、またはその他のポリシーに対する反復的、深刻、または不正な違反があった場合に行われます。また、以前に悪用された活動に関連する真正ではないアカウントや広告の素材を使用するなど、執行を回避しようとする試みを検出した場合は、制限を適用することもあります。</p> <p>制限が適用されると、支出限度額の設定、特定の広告機能へのアクセスの喪失、または広告を実行する機能の完全な停止などが含まれる場合があります。場合によっては、異常な活動の調査中にアカウントを一時的に停止することがあります。また、利用者のフィードバックや購入体験も考慮し、著しい否定的なフィードバックはさらなる制限や広告キャンペーンの拒否につながる可能性があります。</p> <p>広告制限に関する詳細情報は、こちらをご覧ください：  <a href="https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fbusiness%2Fhelp%2F975570072950669%3Fid%3D434838534925385%26helpref%3Dsearch%26sr%3D1%26query%3Dadvertising%2Brestrictions&amp;h=AT6ZehjcSF0QXR18UhBbLbOis2dukaN-mueFjmAeK22zcixTZ4fgF8kM7A6asKeXGBWz526vCeYbxU3yK4HIPu81IMMA-TldDyvH_LZvMXCWlJOAbmB6HPXVrp5_OBP3jAiOU5c">https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fbusiness%2Fhelp%2F975570072950669%3Fid%3D434838534925385%26helpref%3Dsearch%26sr%3D1%26query%3Dadvertising%2Brestrictions&amp;h=AT6ZehjcSF0QXR18UhBbLbOis2dukaN-mueFjmAeK22zcixTZ4fgF8kM7A6asKeXGBWz526vCeYbxU3yK4HIPu81IMMA-TldDyvH_LZvMXCWlJOAbmB6HPXVrp5_OBP3jAiOU5c</a></p>

**④ その他必要事項**  
**(広告の削除を行った広告主アカウントの停止・停止までの期間)**

**【自社広告ネットワーク】**

TikTok	悪質なアカウントについては、アカウント停止の措置を行なっています。期間には一定の幅があり、詳細は公表しておりません。悪質とみなされるケースには、たとえば広告ポリシーに繰り返し違反する場合などが含まれます。
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	当社の広告ネットワークにおいては、広告主が複数の広告を掲載している場合であっても、原則として広告単位で審査および管理を行っております。そのため、ポリシー違反が確認された広告については当該広告のみを削除または掲載停止の対象とし、他の広告については、当該広告に問題が認められない限り、継続して掲載する運用としております。ただし、同一広告主による違反が繰り返される場合や、悪質性が高いと当社が判断した場合には、当該広告主が掲載する他の広告についても、内容確認や是正要請を行うなど、個別の状況に応じた対応を行うことがあります。

## ④ その他必要事項 (広告主アカウント停止の際の、他の広告や周辺アカウントへの追加審査)

### 【自社広告ネットワーク】

Q32.Q31 の回答において、すぐにアカウントの停止がされないと回答された場合、当該広告主が別に出稿している広告やその周辺アカウントに対して追加審査を行うのか御教示ください。また、実施する場合は、どのような基準で審査を行うのか御教示ください。

Google	<p>即時の永久停止には至らないポリシー違反が発生した際に、Googleは、違反アカウントに現在掲載されている広告とアカウント自体、および関連アカウントのすべてに対して審査を実施します。このポリシーは、悪意のある行為者が広告掲載のシステムを回避することを防ぐように設計された措置実施の仕組みの一部です。違反が特定されると、Googleのシステムはコンプライアンス審査を開始し、当該アカウント内で現在掲載されているすべての広告を評価して、それらが最初にフラグを立てられたコンテンツと同じ有害な「不正使用パターン」を共有していないかを確認します。同時に、そのアカウントと他の主体との関係性についても分析を行います。決済手段の共有や単一のマネージャーアカウントによる共通の管理運営、または同一の連絡先情報といった特定の技術的および財務的シグナルに基づき、関連アカウントを特定いたします。</p> <p>このプロセスは、自動スキャンとリスクが高いケースにおける人間による評価の組み合わせによって実施されます。広告主のビジネスモデルおよびすべての関連アセットを審査することにより、違反が個別の事象か、あるいはより大規模な不正ビジネスモデルの一部であるのかを判断することが可能となります。組織的な不正が確認された場合、リスクを効果的に軽減し、広告エコシステムの健全性を維持するために、一時停止や強制停止などのエンフォースメント措置が関連アカウントのネットワーク全体に適用されます。</p> <p>この体系的な審査メカニズムにより、措置実施が単一の違反広告を超えて拡大し、広告主のネットワークの他の部分に同様のコンプライアンスの問題がないかを能動的に確認することを確実にします。</p> <p>参照先：  1. Google 広告 ヘルプ - Google 広告アカウントの強制停止についての概要  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/9841640?hl=ja&amp;sjid=16025061774228873215-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/9841640?hl=ja&amp;sjid=16025061774228873215-NC</a>  2. Google 広告 ヘルプ - ポリシーに違反した場合  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/7187501?hl=ja&amp;sjid=12461229245502220198-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/7187501?hl=ja&amp;sjid=12461229245502220198-NC</a>  3. Google 広告ポリシー ヘルプ - 広告ネットワークの不正利用  <a href="https://support.google.com/adspolicy/answer/6020954?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC">https://support.google.com/adspolicy/answer/6020954?hl=ja&amp;sjid=15046124779969637084-NC</a></p>
LINEヤフー	<p>Q31回答のとおり、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及び停止までに要する期間は、違反の重大性や反復継続性に依りて異なります。当該違反の重大性が高いものや反復継続性などがあるものは、積極的に他の広告や周辺アカウント等への追加審査を行います。追加審査の結果、アカウント審査基準への抵触が確認できた場合、アカウント停止を速やかに実施しています。</p> <p>(参考) アカウント審査基準&gt; 第3章 開設後のアカウントに関する基準  <a href="https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-account?language=ja">https://ads-help.yahoo-net.jp/s/guideline-account?language=ja</a></p>
Meta	<p>Meta は、単一の広告がポリシーに違反していると特定されたという理由だけで、同一の広告主または関連アカウントからの広告について、自動的に追加の審査を開始することはありません。しかし、Meta は広告主の行動を継続的に監視しており、重大又は繰り返しの違反、執行の回避、または他の悪質な実体との強い関連性がある場合には、アカウント又はネットワークレベルで措置を講じることがあります。このような措置の根拠となる基準には、違反の深刻度と頻度、ポリシー回避の試み、及び他の違反アカウントまたは資産との関連性の有無などがあります。</p>
TikTok	<p>Q31の回答により、Q32は回答対象外であるため、回答なし</p>
X	<p>現時点では、該当情報をご提供することはできません。</p>

④その他必要事項  
(広告主アカウント停止の際の、他の広告や周辺アカウントへの追加審査)

## 【自社広告ネットワーク】

ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	<p>当社の広告ネットワークにおいては、広告主が複数の広告を掲載している場合であっても、原則として広告単位で審査および管理を行っております。そのため、ポリシー違反が確認された広告については当該広告のみを削除または掲載停止の対象とし、他の広告については、当該広告に問題が認められない限り、継続して掲載する運用としております。</p> <p>ただし、同一広告主による違反が繰り返される場合や、悪質性が高いと当社が判断した場合には、当該広告主が掲載する他の広告についても、内容確認や是正要請を行うなど、個別の状況に応じた対応を行うことがあります。</p>

## ④ その他必要事項

## (広告の削除または広告主アカウント停止に対する異議申立件数・対応状況)

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Q33. 広告の削除又は広告主アカウント停止に対する異議申立件数を御教示ください。また、当該異議申立に対する対応状況を御教示ください。

Google	<p>広告主等からの苦情及び紛争のうち、異議申立（利用事業者のアカウント、Googleのプラットフォームにアップロードしたコンテンツ、又は個々の製品若しくはサービスに係るポリシーのエンフォースメントの決定に対する異議申立）に係る件数は209,788件です。</p>						
LINEヤフー	<p>【Yahoo!広告】 ご質問への回答に該当する内容については、Yahoo!広告分について「令和6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（デジタル広告分野：LINEヤフー株式会社）」（※）にて公開しております。 （※）P5 (<a href="https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_08.pdf">https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_08.pdf</a>) なお、同報告書中の掲載内容を改めてご紹介いたしますと、以下のとおりです。 &lt;同報告書P5&gt; （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（2024年4月1日から2025年3月31日までの期間における「紛争」の件数は0件のため、「苦情」処理のみの数値となります）。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告アカウントの開設/停止について：0件</li> <li>・ 各種広告ガイドラインについて：0件</li> <li>・ 審査について：64件</li> <li>・ 代理店契約、パートナー認定について：0件</li> <li>・ サービスの仕様/機能/不具合について：0件</li> <li>・ 広告主提供データの扱いについて：0件</li> <li>・ 情報提供、サポート対応について：0件</li> <li>・ サービス提供条件について（契約条件について）：0件</li> <li>・ 広告掲載面について（ブランドセーフティ）：0件</li> <li>・ 無効トラフィック・アド Fraudについて：0件・その他：0件</li> </ul> <p>&lt;同報告書P6&gt; 苦情の類型ごとの実例とその対応状況については、次のとおりです。 （右添付図のとおり）</p> <p>【LINE広告】 異議申立件数：46件（集計期間：2024年10月1日～2025年9月30日） 対応状況：対応状況は個別の事例ごとに異なるが、例えば、広告上の記載事項の見落としにより広告を停止した例については、速やかに広告掲載を再開し当該審査員に対する指導を実施しました。</p> <table border="1" data-bbox="1017 654 2011 901"> <thead> <tr> <th>類型</th> <th>実例</th> <th>対応状況</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>審査</td> <td>・ 広告掲載基準の確認不足により 広告が停止された</td> <td>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</td> </tr> </tbody> </table>	類型	実例	対応状況	審査	・ 広告掲載基準の確認不足により 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
類型	実例	対応状況					
審査	・ 広告掲載基準の確認不足により 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					
Meta							

## (広告の削除または広告主アカウント停止に対する異議申立件数・対応状況)

## 【自社広告ネットワーク】

TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 広告の削除又は広告主アカウント停止に対する異議申立があった場合は、担当チームにおいて再度当該広告および広告主アカウントに関する審査を実施し、アカウント回復等の対応を行なっています。</li> <li>- 異議申立の方法について、広告ポリシーリソースページにおいて公表しています。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TikTokにおける広告配信  <a href="https://ads.tiktok.com/help/article/advertising-on-tiktok-first-things-to-note?lang=ja">https://ads.tiktok.com/help/article/advertising-on-tiktok-first-things-to-note?lang=ja</a>            (「2.3 広告審査で却下された場合の対応」において、異議申立の方法を公表)</li> </ul>
X	現時点では、該当情報をご提供することはできません。
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	直近3年間削除の申し出件数は0件です。

## ④ その他必要事項 (その他の取組)

### 【自社広告ネットワーク】

Q34.その他、他人の権利等を侵害する広告の流通の防止・抑制のために貴社において取り組んでいる内容があれば御教示ください。

Google

・新規広告主向けのリスク軽減：リスク管理の観点から、「広告配信の制限」の機能は、特にYouTubeなど特定の領域において、実績のない新規の広告主に對する広告のインプレッションを制限します。これにより、広告主が「相互理解期間」を経ることを可能にしつつ、ユーザーを誤解させるリスクを軽減します。インプレッション制限の目的や仕組みの詳細については、[広告配信の制限ポリシー](#)をご覧ください。

「広告配信の制限」ポリシーは、不適格な広告主が参加できる広告オークションの数に制限を設けるものです。本ポリシーの対象となる広告主は、YouTubeなどのプラットフォームにおける配信や、不正行為やユーザー エクスペリエンスの低下を招く可能性が比較的高いオークションへの参加自体は可能ですが、広告主がポリシー遵守に関する継続的な実績を構築するまでの間、配信機会のボリュームはプログラムによって制限されます。

参照：<https://support.google.com/adspolicy/answer/13889491?hl=ja&sjid=960909290755795787-NC>

Googleは、悪質な行為者が用いる手口の変化に合わせて、多層的な防御戦略の継続的な改善に取り組んでいます。Googleは、昨今のソーシャルメディアを利用した投資詐欺の急増を認識しており、直近で以下の強化された保護策を導入いたしました。

**不誠実な価格設定に関するポリシー**：詐欺の誘い込みの段階で頻繁に用いられる「おとり」手法に対抗するため、Googleは、2025年10月に不実表示に関するポリシーを正式に更新し、「不誠実な価格設定の手法」

(<https://support.google.com/adspolicy/answer/15938375?hl=ja&sjid=14590777818302278116-NC>) が追加されました。この更新により、購入の前後において「ユーザーが負担することになる全費用や支払いモデル」を、明確かつ目立つように開示することが義務付けられています。(参照：不実表示に関するポリシーの更新について (2025年9月))

[https://support.google.com/adspolicy/answer/16502634?hl=ja&ref\\_topic=16083443&sjid=4895746080278016009-NC](https://support.google.com/adspolicy/answer/16502634?hl=ja&ref_topic=16083443&sjid=4895746080278016009-NC))

**AIを活用した検知および肖像の保護**：生成AIを悪用した詐欺対策として、GoogleはGeminiを含むLLMsの強化を継続して展開しています。これらのシステムは、複雑で誤解を招くパターンをプロアクティブに特定するようにトレーニングされています。具体的には、ディープフェイクの検知（金融広告における合成または改ざんされた画像や音声の使用の特定）や「クローキング」の抑制（審査担当者と日本国内のユーザーに対して、異なるコンテンツを表示する事例の検知）などが含まれます。さらに、2026年1月に発表したとおり、YouTubeはContent ID技術を拡張し、AIによる肖像検出機能

(<https://support.google.com/youtube/answer/16440338>) を導入する予定です。本ツールは、著名人やクリエイターが、自身の顔や音声を用いた合成コンテンツを特定し、管理することを支援します。フィンガープリンティング技術により、非承認の肖像の利用を特定し、ブロックすることが可能になります。(参照：YouTube Blog (JP) <https://blog.youtube/intl/ja-jp/inside-youtube/our-priorities-2026/>)

**C2PAの統合**：2024年9月に発表したとおり、Googleは「Coalition for Content Provenance and Authenticity (C2PA)」の運営委員会メンバーを務めています。2025年を通じて、GoogleはC2PAのメタデータシグナルを我々の広告システムに統合いたしました。本メタデータにより、Googleのシステムは画像がAIによって生成または編集されたものであるかを技術的に検知できるようになります。これは、画像ごとに誤解を招くものに対処し、ポリシーエンフォースメントを確実にするためのGoogleの取り組みを支援するものです。(参照：How we're increasing transparency for gen AI content with the C2PA - 英語版のみ <https://blog.google/innovation-and-ai/products/google-gen-ai-content-transparency-c2pa/>)

技術の詳細については、当社の過去の[AI画像検知](#)、[Synth ID 検知](#)、および [C2PA](#) に関するブログポストをご参照ください。なお、これらの技術は、Google の自動審査ツールにすでに導入されています。

【自社広告ネットワーク】

Google	<p>警察庁の報告書についてはGoogle も認識しており、真摯に受け止めています。この点、本報告書で指摘されているYouTube広告も含めて、Googleでは利用者にとって安心・安全なプラットフォームの維持・構築のために不断の改善に取り組んでおります。具体的には、既にご紹介させていただいたようなポリシーのアップデートや、こうしたポリシーのエンフォースメントの強化に取り組んでおります。一方、投資詐欺が疑われる広告が表示されてから、被害者が詐欺被害を被ったことを認識し、警察に相談するまでに経過する時間、そして警察庁の報告書が発表されるまでの間にはタイムラグがあり、報告書が発表された時点ではこうした取り組みが十分に反映されていない可能性があるという点についても念の為付言させていただきます。いずれにしましても、Googleとしましては同報告書や貴省からのご指摘を深刻に受け止め常に警戒を怠らず、新しい詐欺手段を検知した場合にはグローバルで当該トレンドに関する情報を共有するとともに、検知システムを随時更新する等積極的な対策に引き続き取り組んでまいります。</p>
LINEヤフー	<p>・自社広告ネットワークにて配信する広告については、次々と変わる不正の手口に悩まされながらも、当社サービスの特徴も踏まえ、効果的と考えられる施策を工夫して実施しています。例えば、2024年には、他社広告を端緒として騙された方が当社の提供するLINEメッセージサービスに誘導され不正被害に遭うケースが多いという分析結果を基に、LINEメッセージへ誘導する広告素材を一律NGとする等の基準変更を実施しました。こうした取り組みを継続してきた結果、警察庁が毎月公表している統計においても、SNS型投資詐欺等の初期接触手段として、当社が提供する広告サービス（Yahoo!広告・LINE広告）が用いられる割合は相対的に低く推移していることが確認されています。この点は、当社施策の一定の効果を示すものと受け止めております。また、直近では、警察庁公表資料などをもとに、SNS型投資詐欺の被害件数等の増加傾向、詐欺犯罪に利用されるプラットフォームが流動的であるという点についても把握しております。当社サービスの悪用割合が相対的に低く推移している点に安住することなく、常に警戒感を持って、今後の審査・運用体制の強化に努めてまいります。</p> <p>・加えて、当社は多数のユーザーにご利用いただく自社メディアを運営していることから、広告の安全性確保が重要な責務であるとの認識が現場の審査員に至るまで浸透しています。そして、前述させていただいたとおり、広告審査に用いるAIシステムの精度向上に、現場の審査員が直接関与する仕組みを導入しており、審査員が日々の審査で得た知見をもとにモデルのチューニングに参加することで、審査員は単なる基準遵守にとどまらず、日々の実務で得られた知見を審査基盤の改善に反映させる役割も担うようになっております。審査の実施と改善が一体的に進むことで、組織全体としての審査品質の向上につながる運用体制が構築されています。</p>

#### ④ その他必要事項 (その他の取組)

##### 【自社広告ネットワーク】

詐欺師は、利用可能なあらゆるプラットフォームを使って人々を騙し、常に執行を免れるよう工夫を凝らしています。これらの有害な行為のダイナミックな性質に対応するべく、弊社における詐欺対策のアプローチは構築されています。弊社は、詐欺師の戦術や動機が絶えず変化していることを認識しており、弊社の介入戦略は、悪意ある主体が採る敵対的な戦術に適応すべきだと考えています。Meta は、詐欺や悪質な行為の増加が見られる箇所に応じて、引き続き対応を続けています。弊社のプラットフォーム上の広告の数は膨大であり、毎日世界中で大量の広告が表示されています。そのため、悪質な行為者が利用者に対して詐欺や不正行為を行うのを、人の力で手動で防ぐことは現実的ではなく、ほぼ不可能です。悪質な行為者は常に、弊社のコンテンツ執行をかいくり、弊社のプラットフォーム上で新たなネットワークを構成しようと試みています。弊社は、法執行機関や民間部門の同業者と協力して、知見の共有と協力を通じて、悪質な詐欺行為を検知・破壊する取り組みを進めています。弊社は、法執行機関と定期的に戦略的な対話や協議を行い、詐欺の傾向や洞察と言ったインテリジェンスを共有するとともに、詐欺に対処するための継続的なパートナーシップを模索しています。これらの情報に基づき、弊社はStrategic Network Disruption を実施し、悪質な行為者のネットワークを排除しています。弊社は、AI を活用して、悪質な行為者の行動パターンや所在を検知・学習し、ターゲットを一斉に弊社のプラットフォームから排除しています。最近の例としては、弊社のチームが、カンボジアに新設したと思われる詐欺グループが、日本語と中国語の利用者を標的にしようとした悪質な活動を阻止した事例があります。この活動は、OpenAI 社が、攻撃者がツールを使って詐欺コンテンツを生成・翻訳しようとした動きを検知・遮断したことから、弊社が調査を開始しました。また、弊社が発見した詐欺センターに関する脅威情報を共有し、インターネット全体でのさらなる調査が進められるようにしました。

弊社の「悪意ある行為者のネットワークの排除」に係る取組には、オンライン詐欺などのコンテンツ違反に係るアカウントのグループ網を特定するネットワークレベルの検出システムの展開があります。これらのシステムにより、個々のアカウントだけでなく、詐欺集団のネットワーク全体に対して措置を講じることができます。また、高い確度を持って犯罪集団のアカウントに関連するものとして特定できるFacebookとInstagramアカウントを無効化することで、弊社の持つプラットフォームを横断して厳正に執行しています。

また、私たちのAIシステムは詐欺行為に関連する行動パターンやシグナルを検出します。これらの判断に基づいて、弊社は過去の詐欺行為に関連していると推測される違反アカウント、コンテンツ、広告を事前に削除し、以前に執行を受けた行為者が弊社のプラットフォームで再び行為を行おうとする試みをブロックしています。

敵対的行為に関するインテリジェンスに関しては、弊社はいくつかの取り組みを行っています。これには、業界内・間でシグナル・シェアリング・パイロットの立ち上げ（例えばLinkedInと協力して「pig butchering」詐欺のシンジケートを殲滅するため）、FBIなどの法執行機関との協力、そして同業者や関連当局と犯罪集団の拠点に関する実用的なインテリジェンスの監視と共有（ドバイ、ペルー、ナミビアなどの新しい地域への犯罪集団拠点の拡大の監視、西アフリカにおける犯罪者行為の模倣・拡大の出現の監視）が含まれます。

これらの努力により、犯罪集団に対するさらなる刑事捜査とスカム作戦の殲滅が可能になりました。最近の日本語話者と中国語話者をターゲットにした犯罪集団拠点に対する措置（OpenAIの同業者が私たちと共有した情報に基づいて開始した調査）はその例です。2025年前半に、Facebook、Instagram、WhatsApp上で約1200万件のスカムセンター関連アカウントを特定し、殲滅しました。詳細は以下をご覧ください：

<https://about.fb.com/news/2025/12/scams-are-bad-for-business-metas-efforts-to-fight-fraud/>

Meta

赤枠内は非公開情報

【自社広告ネットワーク】

Meta	<p>弊社は、多角的なアプローチを通じて、犯罪活動が活動することができないプラットフォームを作ることに尽力しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•2025年1月から2025年12月にかけて、詐欺に関する報告が55%低減しました。そして、2026年を通じて同様の低減を目指しています。これは、各サービスに特化した新たな防御策の継続的な開発と導入によって達成されており、検出、報告、軽減戦略の強化を含みます。</li> <li>•2026年には、広告主への信頼を高め、詐欺に対抗するために、認証要件を大幅に拡大します。現在、広告収入の70%は認証済みの広告主から発生していますが、2026年末までにこれを90%以上に引き上げることを目指しています。</li> <li>•ブランド（企業）と個人をなりすましから保護するために、ブランド権利保護（BRP）を強化しています。これらの改良により、ブランドによる協力によって、潜在的な違反のより一層の事前検出が可能になり、有害なコンテンツのマッチング精度が向上し、報告フローの簡素化が実現し、弊社のプラットフォーム全体でのなりすましと有害なコンテンツへの対処能力が強化されます。</li> <li>•弊社は、高度な詐欺集団のネットワークの継続的な調査と殲滅に引き続き取り組んでいます。2025年前半に、犯罪者集団に関連する1200万件のアカウントを削除しました。そして、2026年にはこれらの取り組みをさらに拡大する予定です。</li> </ul> <p><a href="https://about.fb.com/ja/news/2026/02/meta-takes-legal-action-against-scam-advertisers/">https://about.fb.com/ja/news/2026/02/meta-takes-legal-action-against-scam-advertisers/</a></p>
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>海賊版など権利侵害コンテンツの防止</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 広告だけでなくコンテンツ全体に関する取り組みですが、一般社団法人ABJと連携して漫画の海賊版防止に向けた啓発キャンペーン「STOP！海賊版 + TikTok」を実施するなど、権利侵害コンテンツ防止のための啓発活動に取り組んでいます。</li> <li><a href="https://newsroom.tiktok.com/abj-stop-campaign?lang=ja-JP">https://newsroom.tiktok.com/abj-stop-campaign?lang=ja-JP</a></li> </ul> </li> <li>- <b>投資詐欺、ロマンス詐欺、闇バイト関連広告の防止</b></li> </ul> <div style="border: 2px solid red; height: 100px; margin: 10px 0;"></div> <ul style="list-style-type: none"> <li>- また、投資詐欺・ロマンス詐欺に関連する広告に含まれているキーワードなどを、重点的に自動モデレーション技術に学習させ、これらの広告を検知・配信停止する体制を強化しました。</li> <li>- <b>AI生成コンテンツを含む広告への「AI生成ラベル」の表示を義務付け</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 全体がAI生成されている、またはAIにより大部分が修正されている広告は、AIで生成されたことが明示されていない場合、配信停止等の措置を行います。</li> <li>- 広告主が当該広告がAI生成コンテンツである旨を明示することを支援するための機能として、「生成AIラベル」機能を開発し、広告主が広告作成プロセスで「この広告にはAI生成コンテンツが含まれています」と表示されたトグルにチェックするだけで、広告上にAI生成コンテンツであることを表示できるようにしています。</li> </ul> </li> </ul>
X	
ドワンゴ	
サイバーエージェント	
湘南西武ホーム	回答なし

## 【他社広告ネットワーク】

Q3. 広告の事前審査基準を策定しているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、その品質等の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があると同水準の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者の基準および判断に基づいて行われるため、弊社において事前審査は行っていないが、弊社掲載ガイドラインを他社広告ネットワーク事業者に対して共有している。掲載ガイドラインは下記URLにて公開。 <a href="https://site.nicovideo.jp/sales_ads/ad_product/#form:~:text=%E5%85%A5%E7%A8%BF%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%BC%E3%83%A0-,%E6%8E%B2%E8%BC%89%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3,-%E5%90%84%E7%A8%AE%E5%BA%83%E5%91%8A%E3%83%A1%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC">https://site.nicovideo.jp/sales_ads/ad_product/#form:~:text=%E5%85%A5%E7%A8%BF%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%BC%E3%83%A0-,%E6%8E%B2%E8%BC%89%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3,-%E5%90%84%E7%A8%AE%E5%BA%83%E5%91%8A%E3%83%A1%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC</a>
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査基準は策定していません。 なお、弊社では広告配信事業者と接続する際に社内で定義した基準に則って、審査を行っており、接続する広告配信事業者側の審査体制や広告主・商材の取扱い範囲を、接続前に確認し、問題があると判断した広告配信事業者との接続は行っておりません。 また、配信にあたって「後述の他社広告ネットワーク事後削除基準」に則って、懸念のある広告カテゴリに関しては、広告配信をブロックしています。 違反が続く場合や社会的な事案を鑑みて問題があると判断した場合は、契約解除を行います。
湘南西武ホーム	事前に自社広告の審査基準を伝え掲載前に当該基準を踏まえた各社の審査を行うようご依頼しております。基準に抵触する場合は掲載不可または修正を要請しています。なお、当社の審査基準が遵守されない、または是正対応が適切に行われないと判断される場合には、当該広告ネットワーク事業者との契約内容の見直しや、利用の継続可否について検討を行うこととしております。基準は一般への公表は行っておりません。

# ①事前審査基準の策定・公表等の状況

(事前審査基準における、(1)なりすまし型「偽広告」、(2)商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【他社広告ネットワーク】

Q4.事前審査基準における①なりすまし型「偽広告」及び②商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告（以下「モニタリング対象となる広告」という。）の記載内容を具体的に御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、その品質等の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があると同水準の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者の基準および判断に基づいて行われるため、弊社において事前審査は行っていないが、他社広告ネットワーク事業者に対して共有している弊社掲載ガイドラインにおいては、以下のように記載している。 ① なりすまし型「偽広告」：「掲載不可対象」として「法令に違反するものまたは違反するおそれのあるもの」「他人の権利を侵害しうるもの」「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」と記載。 ② 商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告：「掲載不可対象」として「法令に違反するものまたは違反するおそれのあるもの」「他人の権利を侵害しうるもの」と記載。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、事前審査は他社広告ネットワークで実施されます。 他社広告ネットワークへの契約時に、弊社の広告配信基準を明文化した資料をお渡しして対応を依頼しています。  弊社の広告配信基準の中から、該当する記載を以下に提示します。 ----- - 法律、政令、省令、条例、条約、業界規制等に違反する広告は配信しない - 広告内容に虚偽があるか、または誤認・錯誤されるおそれのある広告は配信しない - 以下に掲げる類の公序良俗に反する表現・内容のある広告は配信しない - 不良商法、詐欺的とみなされる表現・内容 - 誹謗中傷・人権侵害になる表現・内容 - 個人、団体の氏名、写真、談話及び肖像、商標、著作物等を無断で使用し、無体財産を侵害する広告は配信しない -----

# ①事前審査基準の策定・公表等の状況

(事前審査基準における、(1)なりすまし型「偽広告」、(2)商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【他社広告ネットワーク】

湘南西武ホーム	<p>事前に当社の広告審査基準を広告ネットワーク事業者に共有し、掲載前の審査において当社基準に沿った確認を行うよう依頼しており、基準に抵触する場合は掲載不可または修正を要請しています。</p> <p>禁止対象の広告の具体例は以下の通りです。</p> <p>(なりすまし型「偽広告」)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・他社のブランド名や企業名を不正に使用し、ユーザーを誤認させる広告 (なりすまし型広告)</li><li>・虚偽・誇大表現を含む広告 (商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告)</li><li>・商標権や著作権を侵害し、模倣品・偽造品販売サイトへ誘導する広告 (商標権等の知的財産権侵害広告)</li></ul>
---------	---

## ①事前審査基準の策定・公表等の状況

## (事前審査の実施状況 (広告をクリックまたはタップした場合の直接の遷移先の審査状況も含む))

## 【他社広告ネットワーク】

Q5.事前審査の実施状況 (利用者がデジタル広告をクリック又はタップした場合の直接の遷移先の情報に対する事前審査の実施状況も含む) を御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、その品質等の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があるのと同水準の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者の基準および判断に基づいて行われるため、弊社において事前審査は行っていないが、他社広告ネットワーク事業者各社に対しては取引前に弊社掲載ガイドラインを共有している。新規の他社広告ネットワーク事業者の追加の際には、知名度や実績などを鑑みて選定を行っている。また、カテゴリやドメイン単位でのブロックが可能な他社広告ネットワーク事業者に対しては、弊社もしくは他社広告ネットワーク事業者側で事前にブロックを設定。 【主にブロックしているカテゴリ】 ・アルコール、薬物乱用、 ・男性の健康、 ・下着、 ・信仰、信条、 ・ギャンブル ・美容整形 ・銃、小火器 ・センセーショナルな内容 ・ソーシャル カジノゲーム ・性と生殖に関する健康 ・性に関する内容 【ブロックしているドメイン】 ・挙動に問題のある広告なども含めて、数百単位でのドメインを登録
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。 なお、弊社では広告配信事業者と接続する際に社内で定義した基準に則って、審査を行っており、接続する広告配信事業者側の審査体制や広告主・商材の取扱い範囲を、接続前に確認し、問題があると判断した広告配信事業者との接続は行っておりません。 また、配信にあたって「後述の他社広告ネットワーク事後削除基準」に則って、懸念のある広告カテゴリに関しては、広告配信をブロックしています。
湘南西武ホーム	事前に自社広告の審査基準を伝え掲載前に各社の審査をご依頼しております。

**①事前審査基準の策定・公表等の状況**  
**(事前審査後に遷移先の情報に変更があった場合の再審査の実施状況)**

【他社広告ネットワーク】

Q6.事前審査後、遷移先の情報（広告の内容や遷移先URL等）に変更があった場合の再審査の実施状況を御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、その品質等の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があると同水準の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	再審査を含む事前審査は他社広告ネットワーク事業者の基準および判断に基づいて行われるため、弊社において行っていない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の遷移先の情報（広告の内容や遷移先URL等）に変更があった場合の再審査は行っていません。 なお、弊社では広告配信事業者と接続する際に社内で定義した基準に則って、審査を行っており、接続する広告配信事業者側の審査体制や広告主・商材の取扱い範囲を、接続前に確認し、問題があると判断した広告配信事業者との接続は行っていません。 また、配信にあたって「後述の他社広告ネットワーク事後削除基準」に則って、懸念のある広告カテゴリに関しては、広告配信をブロックしています。
湘南西武ホーム	事前に自社広告の審査基準を伝え掲載前に各社の審査をご依頼しております。遷移先URL及び広告クリエイティブの差し替えがあれば都度審査を行うよう依頼。

【他社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q7.外部（捜査機関、被害を受けている企業・業界団体等）との情報交換の実施状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	従前から警察庁と情報交換を行っており、2023年11月頃から、SNS型投資詐欺について情報収集しているほか、JIAA等の業界団体で他社との情報交換も実施。加えて、報道等からの情報により、実際の詐欺事案について、当初接触ツールとしての広告の特徴を収集。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	弊社と同様に他社広告ネットワークを利用している媒体社同士で随時実施。 業界団体主催のセミナー参加により実施。
サイバーエージェント	接続先の広告配信事業者（アドサーバー / SSP / DSP）とも定期的に情報交換を実施。 また、JIAA / モバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF) / 日本アフィリエイト協会 といった団体とも定期的に情報交換を実施。
湘南西武ホーム	過去掲載されている様子はありません。 外部（捜査機関、被害を受けている企業・業界団体等）との情報交換の実施はありません。

② 自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (外部との情報交換により把握した実態等を踏まえた事前審査強化の取組状況)

【他社広告ネットワーク】

Q8.Q7により把握した実態等を踏まえた事前審査強化の取組状況を御教示ください。

Google	
LINEヤフー	Q3回答のとおりとなりますが、入手した情報を踏まえ、必要に応じ、カテゴリブロック等の設定見直しや契約先との協議、契約解除の検討などを行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者の基準および判断に基づいて行われるため、弊社において事前審査は行っていないが、Q7.で回答した外部との情報交換の実施により、悪質な掲載ガイドライン違反が発覚した場合は、適宜、他社広告ネットワーク事業者に対して事前審査の強化の要望を出している。
サイバーエージェント	関係者へのフィードバック。(前述の通り、事前審査が行えないため、社内で情報共有を行い、後述、事後削除への取り組みとしている)
湘南西武ホーム	過去掲載されている様子はありません。事前に自社広告の審査基準を伝え掲載前に各社の審査をご依頼しております。

②自社が提供するSNS等におけるデジタル広告を端緒とする問題の実態等を踏まえた事前審査の実施状況  
 (広告主や広告の内容に関する情報を利用者が検索できるライブラリー等の公開状況)

【他社広告ネットワーク】

Q9.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。）や広告の内容に関する情報を利用者が検索・確認できることを目的としたライブラリー等の情報の公開状況を御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側でデータベース化することが困難なものです。このため、本問については、回答を差し控えさせていただきます。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	弊社側では基本的にはそのような情報を持っておらず、行っていない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、自社運営のライブラリーはありません。
湘南西武ホーム	サイト利用者側では検索・確認できるライブラリーの用意はございません。

### ③ 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数の把握・公開状況 (事前審査により掲載を認めなかった広告の件数・公開状況)

#### 【他社広告ネットワーク】

Q10. 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数を御教示ください。(可能であれば、モニタリング対象となる広告毎に件数を御教示ください。) また、その件数の公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、その品質等の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があると同水準の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。
湘南西武ホーム	ネットワーク事業者側で掲載不可とされた件数の詳細については網羅的に把握・管理しているものではありません。

## ④事前審査体制の整備状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制の整備・公開状況)

## 【他社広告ネットワーク】

Q11.日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制の整備を行っているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	Q3回答のとおりとなりますが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、審査体制の整備状況も含めて確認の上、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があるのと同様の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	自社での直接的な事前審査は行っていませんが、利用している他社広告ネットワークとの契約時や定期的に接続している事業者が公開している範囲での、審査基準・プロセス・体制に関連する情報を確認・把握しております。 ただし、接続している事業社の公開状況によるところがあるため、全ての事業者で確認・把握できているというわけではありません。
湘南西武ホーム	審査者の国籍までは把握していません。

## (AI等のシステムによる自動的な対応及び手動的な対応のそれぞれを含む審査体制の整備・公開状況)

## 【他社広告ネットワーク】

Q12.AI等のシステムによる自動的な対応及び手動的な対応のそれぞれを含む審査体制の整備を行っているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	Q3回答のとおりとなりますが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、審査体制の整備状況も含めて確認の上、当社の基準による審査結果と遜色ない品質、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があると同様の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	自社での直接的な事前審査は行っておりませんが、利用している他社広告ネットワークとの契約時や定期的に当該事業者が公開している審査基準・プロセス・AI等のシステムによる審査体制の整備に関する情報を確認し、その内容を把握しております。 ただし、接続している事業社の公開状況によるところがあるため、全ての事業者で確認・把握できているというわけではありません。
湘南西武ホーム	現時点ではAIかどうかは分かり兼ねます。

#### ④事前審査体制の整備状況 (AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のために取り組んでいる内容)

##### 【他社広告ネットワーク】

Q13.AI等のシステムによる事前審査の正確性向上のために取り組んでいる内容（広告中に特定の映像（例えば「札束」の映像等）や不確実性の高い内容を含む音声（例えば「確実に儲かる」といった内容の音声等）等が含まれる場合の検出状況等）があれば御教示ください。

Google	
LINEヤフー	Q3回答のとおりとなりますが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、審査体制の整備状況も含めて確認の上、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に事前の審査があると同様の対応を行っている状況です。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	自社での直接的な事前審査は行っておりませんが、利用している他社広告ネットワークとの契約時や定期的に当該事業者が公開している審査基準・プロセス・AI等のシステムによる審査の正確性向上に関連する情報を確認し、その内容を把握しております。ただし、接続している事業社の公開状況によるところがあるため、全ての事業者で確認・把握できているというわけではありません。
湘南西武ホーム	AI審査の実施有無の把握が出来ておりません。

⑤権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化等の状況  
(権利を侵害された者からの通報件数)

【他社広告ネットワーク】

Q14.権利を侵害された者からの通報件数を御教示ください。(可能であれば、モニタリング対象となる広告毎に件数を御教示ください。)

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、広告商流における取引構造上、配信される個別の広告に関する通報については広告ネットワーク事業者側で受領する仕組みとなっていることから、媒体事業者の側で把握することは困難である点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施しており、直接通報を受け取ることができなくとも、実質的に事前審査があるのと同水準の対応を行っています。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>他社広告ネットワーク事業者側に対してなされた通報に関しては、弊社としては認識していないが、弊社においては、直近1年間（2024年11月～2025年10月）に、広告の素材に対する権利侵害の通報を受けた事案はない。</p>
サイバーエージェント	<p>過去に弊社への直接の通報事例はありません。</p> <p>仮に通報があった場合の弊社内での対応にあたっての体制・フローは、現状の他事案（たとえば卑猥な広告）のフローと同様で以下になります。</p> <p>問合せ窓口担当者から、広告事業担当者に連絡があり、弊社基準・過去事例に則って停止判断。</p> <p>判断に迷う場合は、事業責任者および法務担当者と相談し停止判断。</p> <p>接続先の広告配信事業者のツールを利用または、広告配信事業者へ連絡して広告配信を停止します。</p> <p>ただし、接続している他社広告ネットワークへの通報については把握しきれておりません。</p>
湘南西武ホーム	<p>過去権利侵害された方からの通報はございません。</p>

**⑤権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化等の状況  
(権利を侵害された者から通報を受けた場合の同様の広告に対する事前審査の強化の実施有無とその内容)**

【他社広告ネットワーク】

Q15. 権利を侵害された者から通報を受けた場合、同様の広告に対する事前審査の強化等を行っているか、その内容も合わせて御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、広告商流における取引構造上、配信される個別の広告に関する通報については広告ネットワーク事業者側で受領する仕組みとなっていることから、媒体事業者の側で把握することは困難である点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施しており、直接通報を受け取ることができなくとも、実質的に事前審査があるのと同水準の対応を行っています。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>他社広告ネットワーク事業者側に対してなされた通報に関しては、弊社としては認識していない。</p> <p>弊社においては、Q14のとおり、かかる通報を受けた事案はないが、万一、弊社にて権利侵害の通報を受けた場合には、弊社自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に頼って当該広告の弊社媒体への配信停止を行うとともに、当該他社広告ネットワーク事業者に対して当該事案の共有を行うこととなり、また、その際、当該事案の内容や同様案件の発生頻度などに応じて、当該他社広告ネットワーク事業者に対して、要因調査や事前審査の強化など再発防止策を要請することとなる。</p>
サイバーエージェント	<p>他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査するということが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。過去に、権利を侵害された者から通報を受けたケースは無いのですが、仮に通報があった場合は、Q3の回答にある契約解除の検討や、後述の事後削除基準の取り組みに組み込む体制は整っています。</p>
湘南西武ホーム	<p>過去掲載されている様子はありません。事前に自社広告の審査基準を伝え掲載前に各社の審査をご依頼しております。</p> <p>現時点において、権利侵害等の通報を受けた場合においても、事前審査の基準や手順を強化して個別に対応する仕組みは設けておりません。当社では、通常の広告審査基準に基づき、掲載前に広告ネットワーク事業者へ審査依頼を行っており、権利侵害の疑いがある場合には、発覚した広告の掲載停止や修正要請等の対応を行う運用としております。</p>

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況 (広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)に対する本人確認方法)

### 【他社広告ネットワーク】

Q16. 広告主に対する本人確認方法を御教示ください。その際、個人と法人の広告主に応じて確認方法に差異がある場合は、それぞれ御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。そのため、弊社側で他社広告ネットワークで配信される広告の広告主の本人確認は実施していません。
湘南西武ホーム	他社の契約状況等は未把握です。

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況

## (本人確認方法によりなりすまし等の不正申請が判明した事例の件数及び代表的な例、対応状況)

## 【他社広告ネットワーク】

Q17.Q16で回答いただいた本人確認方法により、なりすまし等の不正な申請を行っていることが判明した事例がある場合、その件数及び代表的な例並びにその対応状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。そのため、弊社側で他社広告ネットワークで配信される広告の広告主の本人確認は実施していません。
湘南西武ホーム	他社の契約状況等は未把握です。

## ⑥ 広告主の本人確認等の状況

(広告代理店等の第三者が広告を出稿している場合の広告主(個人、法人で差異があればそれぞれ)への本人確認の実施状況)

## 【他社広告ネットワーク】

Q18. 広告主以外の第三者(広告代理店等)が広告を出稿している場合の広告主への本人確認の実施状況について御教示ください。その際、個人と法人の広告主に応じて確認方法に差異がある場合は、それぞれ御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。そのため、弊社側で他社広告ネットワークで配信される広告の広告主の本人確認は実施していません。
湘南西武ホーム	他社の契約状況等は未把握です。

**⑥ 広告主の本人確認等の状況**  
**(広告主が模倣品を販売していないことを確認している場合、その確認方法)**

【他社広告ネットワーク】

Q19. 広告主が模倣品を販売していないことを確認している場合、その確認方法について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	事前審査は他社広告ネットワーク事業者側で実施しているため、弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	<p>他社広告ネットワークを利用しているという性質上、他社広告ネットワークで配信される広告を弊社側で事前審査することが現実的ではないため、他社広告ネットワークで配信される広告の事前審査は実施していません。</p> <p>そのため、弊社側で他社広告ネットワークで配信される広告の広告主が模倣品を販売をしているかの確認は実施していません。</p>
湘南西武ホーム	他社の確認方法は未確認です。

①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況  
(事後的な削除等の基準の策定・公表)

【他社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q20. 事後的な削除等の実施に関する基準等を策定しているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>他社広告ネットワーク上からの削除自体は他社広告ネットワーク事業者の基準と判断に基づいて行われるため弊社として認識していないが、弊社においては、Q3の回答にある掲載ガイドラインに抵触した広告案件が発生した場合は、弊社媒体に配信されないように、当該広告に関して弊社媒体への配信停止を行っている。配信停止の方法等は以下のとおり。</p> <p>【媒体社自らが配信停止することが可能な他社広告ネットワーク事業者】</p> <p>他社広告ネットワーク事業者が提供するツールを利用して、弊社自らが配信停止を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信停止の単位：該当する特定の広告単位、広告の遷移先ページのドメイン単位など他社広告ネットワーク事業者によって異なる</li> <li>・具体的な事業者の例：<span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></li> </ul> <p>【他社広告ネットワーク事業者側でしか配信停止できない他社広告ネットワーク事業者】</p> <p>メールその他のコミュニケーションツールを利用して、弊社から他社広告ネットワーク事業者に対して配信停止を依頼する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信停止の単位：該当する特定の広告単位、広告の遷移先ページのドメイン単位など他社広告ネットワーク事業者によって異なる</li> <li>・具体的な事業者の例：<span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 100px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></li> </ul>
サイバーエージェント	<p>他社広告ネットワークで配信されている広告自体の削除に関しましては、他社広告ネットワーク事業者側で判断され実施されますが、以下を元にAmebaブログ独自の基準を策定しており、一般公開はしていません。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 当社グループの広告掲載基準</li> <li>- <a href="https://www.cyberagent.co.jp/sustainability/info/detail/id=20560">https://www.cyberagent.co.jp/sustainability/info/detail/id=20560</a></li> <li>- JIAAのインターネット広告倫理綱領及び掲載基準ガイドライン</li> <li>- <a href="https://www.jiaa.org/katudo/gdl/keisaikijun/">https://www.jiaa.org/katudo/gdl/keisaikijun/</a></li> </ul> <p>こちらの基準に抵触した広告の弊社サービスへの広告配信を停止しています。</p>
湘南西武ホーム	事前に自社広告の停止基準を伝え各社に依頼しております。公開はしていません。

(事後的な削除等の基準における、①なりすまし型「偽広告」、②商標権等を侵害する模倣品販売サイトへ誘導する広告の具体的な記載内容)

## 【他社広告ネットワーク】

Q21. 事後的な削除等の実施に関する基準等を策定している場合、当該基準における、モニタリング対象となる広告の記載内容を具体的に御教示ください。

Google	
LINEヤフー	当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク上からの削除自体は他社広告ネットワーク事業者側の基準と判断に基づいて行われるが、弊社においては、掲載ガイドラインに抵触した広告案件が発生した場合は、弊社自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に依頼して、弊社媒体への配信停止を行っており、当該掲載ガイドラインにおいて、以下のように記載している。 ① なりすまし型「偽広告」：「掲載不可対象」として「法令に違反するものまたは違反するおそれのあるもの」「他人の権利を侵害しうるもの」「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」と記載。 ② 商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告：「掲載不可対象」として「法令に違反するものまたは違反するおそれのあるもの」「他人の権利を侵害しうるもの」と記載。
サイバーエージェント	なりすまし型「偽広告」・商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告に関しましては、個人、団体の氏名、写真、談話および肖像、商標、著作物等を無断で使用し、無体財産を侵害する広告は掲載しないという審査基準を明確にしています。
湘南西武ホーム	(なりすまし型「偽広告」) ・他社のブランド名や企業名を不正に使用し、ユーザーを誤認させる広告（なりすまし型広告） ・虚偽・誇大表現を含む広告 (商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告) ・商標権や著作権を侵害し、模倣品・偽造品販売サイトへ誘導する広告（商標権等の知的財産権侵害広告）

# ①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況 (事後的な削除等の基準を踏まえた削除等の実施状況)

【他社広告ネットワーク】

赤枠内は非公開情報

Q22. 事後的な削除等の実施に関する基準等を策定している場合、当該基準を踏まえた削除等の実施状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があると同水準の対応を行っています。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>他社広告ネットワーク上からの削除自体は他社広告ネットワーク事業者側の基準と判断に基づいて行われるためその実施状況は認識していないが、弊社においては、掲載ガイドラインに抵触した広告案件が発生した場合は、弊社自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に依頼して、弊社媒体への配信停止を行っている。配信停止の方法等は以下のとおり。</p> <p>【媒体社自らが配信停止することが可能な他社広告ネットワーク事業者】 他社広告ネットワーク事業者が提供するツールを利用して、弊社自らが配信停止を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信停止の単位：該当する特定の広告単位、広告の遷移先ページのドメイン単位など他社広告ネットワーク事業者によって異なる</li> <li>・具体的な事業者の例： <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></li> </ul> <p>【他社広告ネットワーク事業者側でしか配信停止できない他社広告ネットワーク事業者】 メールその他のコミュニケーションツールを利用して、弊社から他社広告ネットワーク事業者に対して配信停止を依頼する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信停止の単位：該当する特定の広告単位、広告の遷移先ページのドメイン単位など他社広告ネットワーク事業者によって異なる</li> <li>・具体的な事業者の例： <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 150px; height: 1.2em; vertical-align: middle;"></span></li> </ul> <p>なお、モニタリング対象広告に関しては、直近1年間(2024年11月～2025年10月)の配信停止件数は0件。 また、特定の他社広告ネットワーク事業者から複数のガイドライン違反が確認された、あるいはUXに大きく影響が生じる広告案件が発生した場合は、該当の他社広告ネットワーク事業者からの全ての広告について配信停止を行うこともある。</p>

# ①事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表状況 (事後的な削除等の基準を踏まえた削除等の実施状況)

## 【他社広告ネットワーク】

サイバーエージェント	<p>接続先の広告配信事業者のツールを利用しての配信停止または、広告配信事業者へ連絡して広告配信を停止します。なりすまし型「偽広告」及び商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告については、社内監視での発見およびユーザー問合せからの指摘実績が無く、削除実績もありません。</p> <p>ツールでの広告配信停止、広告事業者へ連絡して広告配信を停止する場合、該当広告を指定して停止いたします。</p> <p>またこのとき、該当広告は弊サービスへの配信が停止されるということになり、他社広告ネットワーク上で該当広告自体が配信停止・削除されるわけではありません。</p> <p>他社広告ネットワーク上において該当広告の配信停止・削除を行うかは、他社広告ネットワーク事業社の判断・実施によるものになります。</p>
湘南西武ホーム	<p>広告掲載後において、法令違反のおそれがある内容、消費者に誤認を与えるおそれのある表現、または当社の広告審査基準・契約条項に抵触すると判断される内容が判明した場合には、速やかに当該広告の掲載を停止いたします。あわせて、広告主に対して当該内容の是正または修正を求め、是正が確認できた場合に限り、再掲載の可否を判断する運用としております。なお、重大な違反または悪質性が認められる場合には、再掲載を認めない対応を行う場合もございます。本対応方針は、Q20にてご回答した「広告掲載後に不正が発覚した場合は即時広告の停止を行う」という運用内容を具体化したものであり、当社における広告管理・審査体制の一環として内部的に定めているものです。</p> <p>接続先の他社広告ネットワーク事業者のツールを利用した広告の配信停止については、必要に応じて実施しております。ポリシー違反等が確認された場合には、当該広告について配信停止措置を講じることが可能であり、原則として該当広告単位での停止を行っております。また、必要に応じて他社広告ネットワーク事業者に対して配信停止の依頼を行うことがあります。</p> <p>なお、ここでいう配信停止とは、当社のサービス上において当該広告が配信されなくなることを指しており、他社広告ネットワーク側において当該広告そのものを削除することを意味するものではありません。</p> <p>違反の内容や悪質性の程度に応じて、同一広告主による他広告の確認や、広告主単位での停止措置を講じる場合もあります。</p>

## ②迅速な削除対応の状況

## (削除申出を行うための窓口・ウェブページ・入力フォームの設置・公開状況)

## 【他社広告ネットワーク】

Q23.削除の申出を行うための窓口・ウェブページ・入力フォームを設置しているか御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。</p> <p>なお、一般的な問い合わせ窓口については設置しております。</p> <p><a href="https://support.yahoo-net.jp/form/s/dirfrontpage">https://support.yahoo-net.jp/form/s/dirfrontpage</a>  <a href="https://contact-cc.line.me/?continue_without_login=true">https://contact-cc.line.me/?continue_without_login=true</a></p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>運用型広告における削除は他社広告ネットワーク事業者各社で行われるため、弊社においては削除申出用の窓口は用意していないが、弊社のモニタリング対象サービス上においては各種の問い合わせ窓口を設けている。</p> <p>■問い合わせ窓口(広告)  <a href="https://dwango.co.jp/contact/?ref=video_footer#contact-2:~:text=%E5%95%8F%E3%81%84%E5%90%88%E3%82%8F%E3%81%9B%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%BC%E3%83%A0%E3%81%B8-%E5%BD%93%E7%A4%BE%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%8A%E5%95%8F%E3%81%84%E5%90%88%E3%82%8F%E3%81%9B,-%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%82%B5%E3%83%BC%E3%83%93%E3%82%B9%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B">https://dwango.co.jp/contact/?ref=video_footer#contact-2:~:text=%E5%95%8F%E3%81%84%E5%90%88%E3%82%8F%E3%81%9B%E3%83%95%E3%82%A9%E3%83%BC%E3%83%A0%E3%81%B8-%E5%BD%93%E7%A4%BE%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%8A%E5%95%8F%E3%81%84%E5%90%88%E3%82%8F%E3%81%9B,-%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%82%B5%E3%83%BC%E3%83%93%E3%82%B9%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B</a></p> <p>■問合せ窓口（サービス）  サービス・使用環境から探す &gt; カテゴリから探す &gt; ご利用上の注意点 &gt; ご意見・ご要望・お問い合わせ &gt; ご意見・ご要望 &gt; お問い合わせ内容入力  <a href="https://qa.nicovideo.jp/helpdesk?category_id=977&amp;faq_id=5008&amp;site_domain=default">https://qa.nicovideo.jp/helpdesk?category_id=977&amp;faq_id=5008&amp;site_domain=default</a></p>
サイバーエージェント	<p>問合せフォーム (<a href="https://helps.ameba.jp/inquiry.html">https://helps.ameba.jp/inquiry.html</a>) の設置、およびページフッタへの問合せフォームのリンクを設定しています。</p>
湘南西武ホーム	<p>現時点では、広告通報専用フォームは設置しておらず、本設問に該当する窓口は未設置となります。</p>

## ②迅速な削除対応の状況 (窓口等を通じた申出の内訳・対応状況)

### 【他社広告ネットワーク】

Q24.Q23で回答いただいた窓口等を通じた申出の内訳を御教示ください。また、当該申出への対応状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があると同水準の対応を行っています。</p> <p>なお、一般的な問い合わせ窓口を通じたモニタリング対象の広告に関する問い合わせは0件でした。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>直近1年間（2024年11月～2025年10月）において、弊社窓口におけるモニタリング対象広告に関する問合せ件数は0件。          なお、モニタリング対象広告以外の問合せ件数は38件であり、その内30件を弊社自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に依頼して、弊社媒体への配信停止をしている。内訳は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アダルト案件が配信されており不快：14件(停止件数11件、3件は該当案件を停止するための情報が得られず)</li> <li>・特定の広告案件が配信されると不正なポップアップが表示される：3件(全件停止)</li> <li>・動画コンテンツ再生前動画広告で特定の広告が配信されると動画コンテンツが再生されない：16件(停止件数11件、5件は原因となる案件を特定するための情報が得られず)</li> <li>・特定の動画広告の音量が大きい：5件(全件停止)</li> </ul>
サイバーエージェント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・期間：2024/10/01～2025/09/30</li> <li>・問合せ件数：332件               <ul style="list-style-type: none"> <li>・なりすまし広告：0件</li> <li>・商標権を侵害する広告：0件</li> </ul> </li> <li>・問合せに対するの対応件数：51件（それ以外の問合せは広告への質問などになります）</li> </ul>
湘南西武ホーム	他社の件数は未把握です。

## ②迅速な削除対応の状況 (削除対応における標準処理期間の設定状況)

### 【他社広告ネットワーク】

Q25.削除対応における標準処理期間の設定状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。</p> <p>なお、仮に、一般的な問い合わせ窓口へモニタリング対象の広告に関する削除申出が寄せられた場合は、他社広告ネットワーク事業者へ速やかに対応を依頼することとしています（標準処理期間の設定なし）。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>他社広告ネットワーク上からの削除自体は他社広告ネットワーク事業者側の基準と判断に基づいて行われるため、弊社として認識していないが、弊社が自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に依頼して行う弊社媒体への配信停止に関しては、弊社窓口での問合せ受付が営業日(月～金)の場合は、基本的には即日、遅くとも翌営業日には配信停止をしている。</p>
サイバーエージェント	<p>提供されているツールで停止可能な場合は当日中停止。 接続先の広告配信事業者側で停止して貰う場合も当日中に広告配信事業者に連絡。ただし、実際に停止されるまでの時間は事業者次第。</p>
湘南西武ホーム	<p>削除対象の広告は即時停止を行っております。削除申請があり次第削除対応しております。処理時間として数分～1時間程となっております。</p>

## ③運用状況の透明化の状況

## (日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む削除等の対応に当たる体制の整備状況・公開状況)

## 【他社広告ネットワーク】

Q26.日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む削除等の対応に当たる体制の整備状況について御教示ください。また、その公開状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク事業者各社における状況は把握していないが、弊社の広告収益化の担当者は全員が日本人で構成されている。
サイバーエージェント	弊社内で、日本語・日本の文化的背景を理解した人員での体制を整備しています。 なお、広告配信事業者と接続する際に社内で定義した基準に則って審査を行っており、審査体制に問題があると判断した広告配信事業者との接続は行っておりません。 また、定期的に当該事業者が公開している審査体制の整備に関する情報を確認し、その内容を把握しております。 ただし、接続している事業社の公開状況によるところがあるため、全ての事業者で確認・把握できているというわけではありません。
湘南西武ホーム	他社の従業員国籍は把握しかねます。

### ③運用状況の透明化の状況 (削除申出件数及び実施件数)

#### 【他社広告ネットワーク】

Q27.削除の申出件数及び実施件数を御教示ください。(可能であれば、モニタリング対象となる広告毎に件数を御教示ください。)

Google	
LINEヤフー	当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>Q24の回答同様。</p> <p>直近1年間（2024年11月～2025年10月）において、弊社窓口におけるモニタリング対象広告に関する問合せ件数は0件。</p> <p>なお、モニタリング対象広告以外の問合せ件数は38件であり、その内30件を配信停止している。内訳は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アダルト案件が配信されており不快：14件(停止件数11件、3件は該当案件を停止するための情報が得られず)</li> <li>・特定の広告案件が配信されると不正なポップアップが表示される：3件(全件停止)</li> <li>・動画コンテンツ再生前動画広告で特定の広告が配信されると動画コンテンツが再生されない：16件(停止件数11件、5件は原因となる案件を特定するための情報が得られず)</li> <li>・特定の動画広告の音量が大きい：5件(全件停止)</li> </ul>
サイバーエージェント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・期間：2024/10/01～2025/09/30</li> <li>・広告配信停止件数：474件</li> <li>・Q24の窓口からの問合せを含めた、社内で広告を監視する中で発見した問題があると言える広告配信停止件数になります。</li> <li>・なりすまし広告：0件</li> <li>・商標権を侵害する広告：0件</li> </ul>
湘南西武ホーム	他社の件数は未把握です。

③運用状況の透明化の状況  
 (広告主アカウント停止の申出件数及び実施件数)

【他社広告ネットワーク】

Q28. 広告主アカウント停止の申出件数及び実施件数を御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。</p> <p>なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク事業者各社での対応のため弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	<p>・期間：2024/10/01 ~ 2025/09/30</p> <p>・広告主単位での広告配信停止件数：2件</p> <p>広告単位での削除が多い場合や、繰り返し発生する場合など、弊社が悪質と判断した場合は、広告主単位での広告配信停止を行います。</p>
湘南西武ホーム	他社の件数は未把握です。

**④その他必要事項  
(事後的に削除された広告の削除前の流通状況)**

**【他社広告ネットワーク】**

Q29. 事後的に削除された広告の削除前の流通状況（表示された期間、表示回数、リンク先へのアクセス数等）について把握しているか御教示ください。また、把握している場合、その流通状況について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に事後対応体制があるのと同水準の対応を行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク上からの削除に関しては他社広告ネットワーク事業者各社での対応のため弊社としては認識していないが、弊社において、弊社自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に依頼して配信停止した広告に関しては、基本的には、他社広告ネットワーク事業者各社から当該流通情報を確認できるようなツールの提供はなされていないため、把握することはできない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、把握できません。
湘南西武ホーム	事後的に削除された広告が発生した場合、配信時の配信数量が分かるログがございますので都度把握可能となっております。現時点において、当社が把握している範囲では、他社広告ネットワークを通じての広告掲載実績や具体的な流通事例は確認しておりません。

④その他必要事項  
 (事後的な削除を行った広告が事前審査において排除できなかった要因)

【他社広告ネットワーク】

Q30. 事後的な削除を行った広告について、事前審査で排除できなかった要因を調査・分析しているか御教示ください。また、実施している場合は、その要因について御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に事後対応体制があるのと同水準の対応を行っています。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク上からの削除に関しては他社広告ネットワーク事業者各社での対応のため弊社としては認識していないが、弊社において、弊社自らあるいは他社広告ネットワーク事業者に依頼して配信停止した広告に関しては、悪質な場合は、他社広告ネットワーク事業者に対して要因調査や再発防止策の提示を求める対応をしている。 場合によっては、上記2点がクリアになるまで該当事業者の全ての広告配信の停止を行い、また、掲載ガイドラインに対する悪質な違反が繰り返された場合は取引を停止することもある。なお、これまで、UXに対する悪影響のある広告が広範囲に配信された事例はあるものの、モニタリング対象広告に関するユーザーや第三者からの問い合わせは発生していないため、具体的な事例はない。
サイバーエージェント	「他社広告ネットワーク」の仕組みでは、Publisher側で事前審査で排除することは難しく、出来る限りの事後削除になるかと考えます。
湘南西武ホーム	他社の確認方法は未把握です。

④その他必要事項  
(広告の削除を行った広告主アカウントの停止・停止までの期間)

【他社広告ネットワーク】

Q31. 広告の削除を行った広告主のアカウントは停止するのか、また、停止する場合、どの程度の期間で停止するのか御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク事業者各社での対応のため弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	不適切な広告が多い場合や、繰り返し発生する場合など、弊社が悪質と判断した場合は、広告主単位での広告配信停止を行います。弊社が悪質と判断するまでの期間に関しては、頻度や内容によるため、一概には言えず個別事案によるものとなります。
湘南西武ホーム	他社の確認方法は未把握です。

④その他必要事項  
 (広告主アカウント停止の際の、他の広告や周辺アカウントへの追加審査)

【他社広告ネットワーク】

Q32.Q31 の回答において、すぐにアカウントの停止がされないと回答された場合、当該広告主が別に出稿している広告やその周辺アカウントに対して追加審査を行うのか御教示ください。また、実施する場合は、どのような基準で審査を行うのか御教示ください。

Google	
LINEヤフー	他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。なお、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や審査基準、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。そのため、実質的に広告主への対応体制があるのと同水準の対応を行っている状況となります。
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク事業者各社での対応のため弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	No.31の回答にあるように弊社が悪質と判断し広告主単位で広告配信を停止する前段で、弊社の審査基準を元に広告単位で広告配信を停止していることとなります。(こちらが多い、繰り返し発生する場合に悪質と判断し、広告主単位での広告配信停止になります。) こちらの手順の中で、類似する広告が無いかを審査し、該当する場合に広告単位で停止しています。 また、悪質と判断し、広告主単位で停止するタイミングでは、同様の広告主であり、同じような不適切な広告がある場合は停止されます。(周辺アカウントの追加審査にあたるかと思います。)
湘南西武ホーム	他社の確認方法は未把握です。

**④ その他必要事項**  
**(広告の削除または広告主アカウント停止に対する異議申立件数・対応状況)**

【他社広告ネットワーク】

Q33. 広告の削除又は広告主アカウント停止に対する異議申立件数を御教示ください。また、当該異議申立に対する対応状況を御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>他社広告ネットワーク事業者より配信を受ける広告については、当該事業者から提供いただいた機能の範囲で制御すべく取り組んでいますが、他社広告ネットワーク事業者が契約している広告主の詳細につきましては、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で実施・把握が困難なものである点をご理解いただければと思います。</p> <p>また、当社配信の基準とは別に、他社広告ネットワーク向けの独自の基準は設けておらず、従ってそのための運用体制もございませんが、他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受けるにあたっては、本人確認をはじめとした広告主への対応状況も含めて当該事業者の法令遵守や（事後も含めた）審査基準、申告受付状況、運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色ない品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めており、契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めています。加えて、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しており、チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することにより、実質的に削除対応体制があるのと同水準の対応を行っています。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	他社広告ネットワーク事業者各社での対応のため弊社としては認識していない。
サイバーエージェント	他社広告ネットワークを利用しているという性質上、弊社側で異議申立件数を把握できていません。
湘南西武ホーム	他社の件数は未把握です。

【他社広告ネットワーク】

Q34.その他、他人の権利等を侵害する広告の流通の防止・抑制のために貴社において取り組んでいる内容があれば御教示ください。

Google	
LINEヤフー	<p>これまでの回答で述べさせていただいているように、他社広告ネットワークから受け入れている広告については、広告商流における取引構造上、媒体事業者の側で取り得る施策は限られています。その中でも工夫しながら制御に努めており、具体的には、以下の取組を行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事前（契約前）の取組として、契約相手の広告ネットワーク事業者の選定を慎重に行っています。当社が他社広告ネットワーク事業者が提供するサービスを利用して広告配信を受ける際は、当該事業者の法令遵守や運用体制等を確認し、当社の基準による審査結果と遜色無い品質の、信頼性の高い事業者のみと契約するよう努めております。契約書上も、相手先事業者に対して、当社広告掲載基準に準拠した広告を配信するよう求めることとしています。</li> <li>・併せて、事後（契約後）の取組として、定期的なモニタリングにより配信される広告の品質のチェックを実施しています。チェックにより低品質と判明した広告ネットワーク事業者については、カテゴリブロック設定等の見直しのほか、当該事業者との協議、契約解除の検討等を実施することとしています。</li> </ul> <p>以上のような取組については、社会情勢等を鑑みながら必要に応じアップデートしていく予定です。今後とも、広告流通の健全性の確保のため、尽力してまいります。</p>
Meta	
TikTok	
X	
ドワンゴ	<p>他社広告ネットワーク：権権利侵害広告に限らず、再発防止策を十分に講じず、問題のある広告を弊社からの指摘を受けたにも関わらず広範囲で何度も繰り返すような、悪質あるいは重度の掲載ガイドライン違反については、改善されるまで該当事業者の全停止を行うことや、取引停止を行うことがある。</p>
サイバーエージェント	<p>他社ネットワーク：関係者での定期的な情報共有、事後削除状況の整理</p>
湘南西武ホーム	<p>回答なし</p>