

ヤフーリスティング広告

PC版スポンサードサーチ  
掲載ガイドライン解説書

見本

## 目次

はじめに .....	3
掲載に関するポリシー .....	4
■ 公序良俗 .....	5
■ 名誉毀損、誹謗中傷 .....	6
■ 関係諸法規、条例 .....	7
■ 著作権、肖像権 .....	8
■ 景品表示法 .....	9
■ 登録商標 .....	11
■ アフィリエイトサイト .....	13
■ サイトの所有者情報 .....	15
■ サイトの言語 .....	17
■ 掲載できない商品／サービス .....	18
掲載 URL に関するガイドライン .....	20
■ バックボタン(「戻る」ボタン) .....	21
■ ポップアップ .....	22
■ 表示できないサイト .....	23
掲載内容に関するガイドライン .....	24
■ ギャンブルサイト .....	25
■ 貸金業 .....	27
■ 投機性のある商品を扱うサービス .....	28
■ インターネット異性紹介事業、結婚紹介業 .....	29
■ 医療機関 .....	34
■ 法律に基づく医業類似行為 .....	35
■ 法律に基づかない医業類似行為、エステティックサロン .....	36
■ 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器 .....	38
■ 健康食品、健康器具、美容器具、健康雑貨 .....	42
■ 国家資格を有する業種(弁護士/司法書士/税理士/弁理士/行政書士) .....	47
■ 懸賞/お小遣いサイト .....	48
■ 人材 .....	50
■ 治験 .....	51
■ 特定商取引法の対象となるサービス .....	52
■ 旅行、旅行業 .....	54
■ 留学あっせん .....	57
■ 医療系専門学校 .....	58
■ 代理店募集、フランチャイズ経営者募集 .....	59
■ 探偵業 .....	60

■私設私書箱.....	61
■連帯保証、保証人あつせん業.....	62
■教育関連事業(学校を除く).....	63
■医療技術啓蒙サイト.....	65
■疾患治療啓蒙サイト.....	66
■クーポン共同購入サイト.....	67
■選挙.....	68
■政党.....	69
■募金、寄付金の募集.....	70
広告表現に関するガイドライン.....	71
■タイトルと説明文.....	72
■表示 URL.....	74
適合性に関するガイドライン.....	76
■キーワードとサイトの適合性.....	77
■タイトルおよび説明文の適合性.....	79
■代替テキストの適合性.....	80
■キーワードに関するガイドライン.....	81
ー キーワード:地名(エリア名).....	82
ー キーワード:キーワード:エリアを限定しないサービスの地名への入札.....	84
ー キーワード:人名・キャラクター名.....	85
ー キーワード:企業名(団体名).....	87
ー キーワード:ギフト.....	88
ー キーワード:検索サービスサイトの入札.....	89
スタイルガイドライン.....	90
■URL/表示 URL.....	91
■文字数.....	92
■ひらがな、カタカナ.....	93
■英数字.....	93
■スペース.....	93
■使用できる記号.....	94
■記号を使用する際のルール.....	95
サポートについて.....	96

## はじめに

本書はヤフーリスティング広告の PC 版スポンサーサーチの掲載ガイドラインについて吉田高司が解説をしています。

掲載ガイドラインとは、広告を出稿する際に、守らなければならないルールであり、この掲載ガイドラインに違反していると、広告を表示できなくなってしまう。

ただ、ヤフーリスティング広告を活用していると、掲載ガイドラインに違反しているのに、掲載できている広告があり、矛盾を感じる事があるかも知れませんが、これは独自の審査システムに理由があります。

実は、審査の仕方には大きく分けて以下の 2 種類があります。

- ・プログラムによる自動審査
- ・審査担当者による審査

「プログラムによる自動審査」とは、広告作成後に必ず行われる審査で、その広告が掲載ガイドラインの薬事法や、掲載できないサイトに該当していないかを、自動的に審査されます。

ここで自動審査に通過すれば、すぐに掲載を開始できるのですが、この自動審査に通過しなかった時、審査担当者による審査の順番待ちとなり、3 営業日以内に掲載ガイドラインに違反していないか、厳密にチェックされます。

また、ヤフーリスティング広告では、定期的に、表示されている広告についても、審査担当者による審査が行われています。

広告出稿のルールとして、掲載ガイドラインが定められている訳ですから、ヤフーリスティング広告を活用するにあたっては、この掲載ガイドラインの内容を良く理解し、基準に準じる事が、安定して広告を掲載するポイントになるでしょう。

掲載ガイドラインは以下より閲覧する事ができます。

<http://listing.yahoo.co.jp/support/editorial/ss/index.html>

それでは、この掲載ガイドラインを元に、解説をしていきます。

## 掲載に関するポリシー

スポンサーサーチ掲載ガイドラインには、掲載に関するポリシーとして以下の各項目が記されています。

- ・公序良俗
- ・名誉毀損、誹謗中傷
- ・関係諸法規、条例
- ・著作権、肖像権
- ・景品表示法
- ・登録商標
- ・アフィリエイトサイト
- ・サイトの所有者情報
- ・サイトの言語
- ・広告の重複掲載
- ・掲載できない商品／サービス
- ・アダルトサイト

“掲載に関するポリシー”とは、Yahoo!Japan 検索エンジンの検索結果に自分の広告を掲載するにあたっての総合的なルールの事です。

関係諸法規違反や公序良俗に反しないようにし、広告を閲覧するユーザーの利便性の向上を目的としています。

どんなジャンルの広告を出稿するにしても、関係してくる項目です。

## ■公序良俗

スポンサーサーチ掲載ガイドラインには以下のように記述されています。

不良商法、詐欺的と思われるもの、また、第三者に不利益を与える恐れがあるものは掲載できません。インターネットユーザーに不快な感じを与えるような下品、卑わいな内容についても掲載をお断りすることがあります。

広告を出稿する最終目的は、収益を上げるためや、ユーザーの満足を得るためである事がほとんどだと思いますが、そもそも公序良俗に反しては、本末転倒です。

そして、ヤフーリスティング広告としても、ユーザーに不快感を与える広告の表示を許しては、利便性を損ねてしまいます。

## ■名誉毀損、誹謗中傷

スポンサーサーチ掲載ガイドラインには以下のように記述されています。

他者の誹謗中傷行為や名誉を傷つけるもの、また、恐喝、暴力行為を促すような内容を含む広告は掲載できません。特に、人種差別や宗教に関する問題を扱う内容、明らかに個人や団体を否定、抗議、非難するものについては掲載をお断りすることがあります。

人それぞれ思う事はあるかと思いますが、「他人に迷惑をかけない」というのは一般常識の範囲内だと思います。

ヤフーリスティング広告としても、このような活動に協力しては全てのユーザーにおいて利便性を損ねる可能性がありますので、掲載できないというの理解できますね。

## ■関係諸法規、条例

スポンサーサーチ掲載ガイドラインには以下のように記述されています。

関係諸法規、条例などに違反、または違反の恐れがある内容を含むものは掲載できません。

これも常識と言っていいでしょう。

法律に違反した広告の表示をしたら処罰を与えられる可能性もあります。

これについては、ヤフーリスティング広告側でしっかり監視する事は当たり前ですし、法律に違反する広告の出稿なんてしてはいけません。

## ■著作権、肖像権

スポンサーサーチ掲載ガイドラインには以下のように記述されています。

サイト上で使用されている商品、画像、引用文、タイトルまたは説明文で使用されている商品または名称などについては、権利者の許諾を得たものである必要があります。

[承認できない例]

- ・著名人を含む他人の氏名、写真、および肖像、著作物などを無断で使用するもの
- ・オリンピックなどにおけるマーク、呼称などを正当な許可なく無断で使用するもの

日本の法律では、国民にいろいろな権利が与えられていますが、著作権もその一部です。

著作権は制作物だけでなく、文章や音楽など人が作ったものに自動的に生じるもので、許可なく、著作権を侵害する画像や写真、コンテンツをサイトで公開すると著作権の侵害になる可能性があります。

ただし、著作権法では、「引用」についてルールが定められており、引用であれば著作権の侵害になりません。

引用なら、元の著作物の一部を引用元を明らかにする事で掲載できます。引用する際の注意点は、引用し過ぎないという事です。

引用については以下をご参照ください。

<http://homepage1.nifty.com/samito/copyright2.htm>

<http://d.hatena.ne.jp/keyword/%B0%FA%CD%D1>

肖像権は、人の顔を使用する事に対する権利で、無断で顔写真をサイトに掲載すると肖像権の侵害になる事があります。

ただ、素材サイトなどで使用 OK とされている顔写真などは、使用の許可を得ていることになりますので肖像権の侵害にはなりません。

## ■景品表示法

スポンサーサーチ掲載ガイドラインには以下のように記述されています。

商品・サービスの品質、規格などの内容についてインターネットユーザーに対して実際のものまたは競争事業者のものよりも著しく優良であると示す表示、または商品・サービスの価格その他の取引条件について実際のものまたは競争事業者のものよりも著しく有利であるとインターネットユーザーに誤認される恐れのあるような、いわゆる不当表示のあるサイト、タイトルまたは説明文は掲載できません。

[不当表示の例]

- ・大げさにその内容や効果を誇張する表現
- ・自己の優位性を客観性なしに強調する表現
- ・将来や効果を確約、保証するかのような断定的表現
- ・インターネットユーザーの不安をあおる表現

景品表示法は、広告を出稿するにあたって引かかる事が多い項目です。

・・・続きは本編で！