



—

**これを知らないと超危険！**

**ヤフー審査を通すために避けては通れない**

**薬事法対策マニュアル**

華(hana)

これを知らないと超危険！  
ヤフー審査を通すために避けては通れない  
薬事法対策マニュアル

・著作権について

本冊子並びに本冊子の表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は発行者にあります。

本冊子の使用に関して、以下の点を十分ご留意ください。

・使用承諾に関する契約

本契約は、本冊子を持つ個人・法人（以下甲）と発行者（以下乙）との間での契約です。

本冊子を甲が受理し開封したことにより、以下の契約に同意したことになります。

第一条 本契約の目的

乙が本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲がしようする権利を承諾するものです。

ただし、使用は非独占的なものに限られます。

第二条 禁止事項

本冊子に含まれる一切の情報は、著作権法によって保護されます。本冊子に含まれる情報を、甲は乙の書面による事前許可なくして出版・講演活動およびメディア配信などによって一般公開することを禁じます。また、電子メディアによる配信等によって一般公開することを禁じています。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は自らの所属する会社や組織においてのみ、本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第三条 損害賠償

甲が本契約の二条に反し、乙に損害が生じた場合には、乙は甲に対し違約金を請求する権利を有するものとします。

第四条 契約の解除

甲が本契約に反したと乙が判断した場合は、乙は使用承諾に関する契約を解除することができるものとします。

第五条 免責事項

本冊子に含まれる情報の使用責任の一切は甲にあり、この情報により甲に損害が生じても、乙は一切の責任を問われません。

## 目次

第1章	入稿規定とは	3
第2章	広告を掲載する際の注意点	4
第3章	薬事法に引っかかる表現とは	4
第4章	掲載できない表現	6
	1. 効能効果の表現	
	2. 成分表示	
	3. 用法用量の表示	
	4. 最大表現	
第5章	ターゲット表記の注意点	8
第6章	広告文の注意点	9
第7章	関連性のないサイトとは	10
第8章	審査に通らなかった場合の対処法	12

## 第1章 入稿規定とは

Yahoo!プロモーション広告では、広告入稿規定があります。

「入稿規定」というのは、広告審査のルールのことです。

広告を出稿するには、Yahoo!の審査を通過しないと、出稿が出来ません。ただ、広告を出稿したての場合は、ほとんどが自動審査ですので、運よく出稿できる場合があります。

ですが、その後、目視で審査が入り、規定に沿わない広告は、停止されてしまいます。そうすると、その広告がとても売れていた広告だった場合、当然、掲載停止になるので、せっかくの売上がストップしてしまいます。これでは、次の審査に通るまで、広告が出せないの  
で報酬が上がらなくなってしまい、非常に勿体無いです。

そうならない為にも、どのような原因で停止になってしまうのか。

このあたりをわかりやすくまとめていますので、サイトや広告を作成する際、このマニュアルを確認しながら、やっていくといいでしょう。

また、入稿規定は定期的に変更になる場合がありますので、

必ずチェックしておく必要があります。

## 第2章 広告を掲載する際の注意点

上記でも説明の通り、YAHOO!プロモーション広告の審査に  
通過しなければ広告は掲載することができません。

掲載できない原因はいくつかありますが、中でも特に多い原因が  
薬事法表記についてです。

表記方法が薬事法にふれると掲載されませんので、事前に確認しておか  
なければなりません。

薬事法の対象商品は主に、サプリメントなどの健康食品、  
化粧品・ダイエット商品などが当てはまります。

これらの案件を扱う場合は、特に注意が必要です。

## 第3章 薬事法に引っかかる表現とは

広告文などを作る際、やりがちなのが広告主サイトにある

説明文をそのまま使用してしまうことです。

広告主の説明文に薬事法に引っかかるような表現が入っていなければ

問題ないのですが、入っていた場合はその文章をそのまま使用すると  
掲載停止になってしまいます。

また、最近では、あなたのサイトに薬事法にひっかかる表現がなくとも、  
広告主サイトにあった場合、広告が停止してしまうケースも  
増えてきています。

例えば、

「絶対に痩せる！酵素ドリンクで簡単ダイエット！」

「これでお悩み解消！ニキビケアなら〇〇」

このような表記はストップがかかります。

この広告文では、「絶対」「痩せる」「ダイエット」「お悩み解消」・  
「ニキビケア」これらの表現が審査に引っかかってしまうのです。

商品の効能や効果、また、成分や用法用量、最大表現などは  
使わないようにしましょう。

また、ビフォーアフターの表記も規約にひっかかるようになりました。

例えば、「これを飲むだけで10kg痩せました」などと言った表記です。

このようなビフォーアフター画像もよく見かけますが、

公式サイトでも、よく使われています。

今後は、広告主も改善していかなければいけませんし、

すでに、改善している広告主サイトもありますので、

案件を選ぶ際に、チェックすることも必要になってきます。

では、具体的にどのような表現がダメなのかを解説していきます。

## 第4章 掲載できない表現

### 1、効能効果の表現

「痩せる」 「若返る」 「治る」 「防ぐ」 「予防」 「防止」

「効果」 「効果的」 「回復」 「作用」 「効く」 「完治」

「促進」 「痩せる」 「太らない」 「太りにくい」 「抑える」 「対策」

「綺麗になる」 「与える」 「取り除く」 「セラピー」 「ひきしめ」

など

### 2、成分表示

「配合」 「成分」 「エキス」 「添加」 「〇〇100%」 など

### 3、用法用量の表示

「1日〇回服用」 「1日〇粒服用」 など

### 4、最大表現

「世界第一位」 「NO.1」 「業界1」 など

また、上記以外にも 広告停止となる可能性が高い表現があります。

「〇〇ケア」 「はえる」 「しわやたるみ」 「ホワイトニング」

「美白」 「美肌」 などです。

つまり、美容系や育毛などのお悩み系に多い表記なので

この辺りの商品を掲載する場合は注意する必要があります。

微妙な表現も、引っかかり易くなりますので、

不安な場合は使わない方がいいでしょう。

曖昧な表現を使うのではなく、ユーザーが購入する際に

何かメリットがあるような表記をする方が安全です。

## 第5章 ターゲット表記の注意点

ターゲティング対象であると認識する以下のような  
不快な表現はできません。

(1) 「〇〇サイトを訪れた方へ」などの

広告主サイトへの訪問履歴を示唆する表現

(2) 「〇歳の方へ」などのユーザーの年齢を対象年齢として

含む表現

(3) 「〇キロの方へ」「髪の毛にお悩みの方へ」などの

コンプレックスを抱えている人を対象とした表現

(4) 「ローンの審査に通らない方向け」「多重債務で困っている方」

などの多重債務者を対象とした表現

(5) その他ユーザーに不快感、嫌悪感を与える表現

以上の5項目が当てはまります。

つまり、ターゲットを絞った表現や、記載された言葉によって不快に感じるような表現があった場合は、広告が審査に通らない、もしくは停止してしまうということです。

今まで作成したサイトにこのような表現がある場合は、今までは掲載されていても、目視審査が入ることで今後、掲載停止になってしまう場合がありますので、再度確認をし、ひっかかる表現がある場合は、すぐに修正しておく必要があります。

## 第6章 広告文の注意点

広告を出す場合に広告タイトルの下に広告文が入ります。

広告文の文字数には制限があります。

また、スタイルガイドラインに反する、記号や文字は入力できません。

もし、スタイルガイドラインに反する文字等を入力した場合は、

当然、審査に落ちますので、しっかりとスタイルガイドラインを

確認して、広告文を作成する必要があります。

また、スタイルガイドラインに反しない記号でも、たくさん入れると掲載が

出来ません。

最大で3つまでですので、目立たせたいからといくつも入れないように  
しましょう。

更に、広告文には必ず、「／提携」という文字を入れなければなりません。

これが入っていないと審査に落ちる可能性が高く、  
もし審査に通ったとしても、後日掲載不可になってしまう場合があります  
ので、必ず忘れてはいけない表示です。

広告文の最後に意識しなくても入れる癖が付くようにしましょう。

## 第7章 関連性のないサイトとは

広告掲載において、関連性のないサイトは、掲載停止となるか、  
または掲載されても、品質が下がってしまいます。

例えばダイエットサプリメントを購入したいユーザーが  
あなたのサイトを訪れた際、開いたページがドリンクの商品ページ  
であれば、これは全く関連性がないわけです。

サプリメントを購入する人はドリンクを求めています。

ですので、これでは品質が下がってしまいますし、

審査に落ちる可能性もあります。

また、品質が下がると、入札単価も上がってしまいます。

ですので、広告にも関連性を意識して、品質が上がるような広告を出さなければなりません。

また、広告だけでなくランディングページ(広告出稿サイト)もしっかりと関連性を持たせる必要があります。

関連性は下記の全てに持たせると高くなります。

- ・キャンペーン
- ・広告グループ
- ・タイトル
- ・キーワード
- ・広告文
- ・ランディングページ(広告出稿サイト)

これらがきっちり関連性があると、あるキーワードで検索してきたユーザーが、ひと目で求めているサイトだとわかるようにアピールできますし、品質インデックスも高くなる要素となります。

広告やサイトは必ずチェックし、1回で掲載可能になるように表記方法に注意して作成すれば、やり直す必要もありません。

広告を出すには、その場所を借りているわけですから、規定に従い、ユーザーからクリックしてもらいやすい品質の高いサイトにしていきましょう。

## **第8章 審査に通らなかった場合の対処法**

審査に通らなかった場合は、ヤフープロモーション広告の掲載不可と表示された部分を確認すると、おおまかな理由が書かれていますので、表現等に問題がある場合は、これまで解説してきたような表記がどこかにある場合がほとんどです。

ですので、再度、出稿したサイトを確認し、「これかな？」と思う箇所が

見つかった場合は、その部分の表記を修正し、再度出稿してみてください。

その原因となる箇所が問題ないと判断されれば、広告は稼働します。

また、修正して再審査に出しても、再度掲載不可になる場合もあります。

「問題となる部分がなさそうなのに」と思う場合は、

あなたのサイトに問題があるのではなく、そもそも広告主サイトに問題がある場合です。これは、広告主側に修正してもらうしかありません。

最近では、このような審査基準が厳しくなっている部分がありますので、もし、どうしても原因が分からない場合は、ヤフーに直接どこに原因があるか質問してみるといいでしょう。

担当者にもよりますが、丁寧に教えてくれる人もいます。

いかがでしたか？

もし、あなたのサイトの広告が掲載不可になっている場合は

どこかに引っかかる原因があるはずなので、

このマニュアルに書かれている内容をチェックしてみてください。

掲載停止理由のほとんどがどれかに当てはまるはずですよ。

審査に落ちたからといって二度と広告を出せないということはありません  
ので、掲載不可の広告は原因となる表記を修正して再度審査に出せば、  
掲載可能となります。

二度の審査は時間の無駄にもなりますので、最初からよく確認して  
ガイドラインに沿った広告を作成していきましょう。

これまで、解説した内容をしっかりと何度も読み返し、無駄な時間を  
できるだけ費やさないう表記や表現に注意しながら、  
広告を出稿していきましょう。



これを知らないと超危険！  
ヤフー審査を通すために避けては通れない  
薬事法対策マニュアル

Copyright (C) hana All Rights Reserved.