

2020年12月16日

## 気象庁ホームページのウェブ広告掲載一時停止に係る 調査結果と再開準備について

気象庁によるホームページへのウェブ広告掲載は、同庁の定めた運用方針に基づいて実施しましたが、一部広告掲載基準に沿わない広告が確認され、同庁要請のもと9月16日（水）より一時停止しています。

当該ウェブ広告掲載につき、このたび、当社および同庁において、一時停止に係る調査結果、および今後の対策を取りまとめましたので、別添のとおりお知らせします。今後は同様の広告が掲載されないよう、以下の対策を施した上で再開に向けて準備を進めます。

- ・掲載基準を遵守することが確実に確保できる広告掲載方法への変更
- ・当社と気象庁間の十分なコミュニケーションの確保

広告掲載方法については、当社が掲載基準に合致しているか広告主、広告内容等を掲載前に審査し、気象庁において点検した広告のみが掲載される方式とします。その上で、当社と気象庁において、広告掲載方法及びその細目について文書で確定するなどし、十分にコミュニケーションを取ってまいります。

なお、具体的な再開日程につきましては、1月上旬を予定しています。

以上

## 気象庁ホームページのウェブ広告掲載一時停止に係る調査結果等について

## 1. 事実関係概要

### 【気象庁 HP への広告掲載基準】

当社との契約では、ウェブ広告の運用にあたり、気象庁が定めた広告掲載基準に従った広告のみ掲載するよう求めており、広告掲載基準では、例えば、誇大広告に該当するおそれのある広告の掲載は認めていない。万が一、広告掲載基準に従わない広告が掲載された場合には、当社は気象庁に対する速やかな報告や適切な措置を講じることとしている。

### 【広告表示状況】

広告掲載期間：本年 9 月 15 日 14 時～16 日 10 時（20 時間）

広告表示総回数：約 1,770 万回

運用型広告のクリック回数：約 1.2 万回（広告表示総回数の 0.07%）

広告主の数：算出不可

### 【事前対策状況（広告掲載前）】（表示されず）

#### （1）広告カテゴリによるブロック設定（フィルタリング機能）

広告カテゴリ 531 分野のうち、掲載基準に沿って 118 分野のブロック設定を実施。

#### （2）当社の運用経験を踏まえた個別ブロック

掲載基準に違反するおそれ約 5,000 サイトを個別にブロック（ショッピング、海外サイト等）。

#### （3）テスト環境下における個別ブロック

9 月 11 日～15 日にかけて、掲載基準に違反するおそれ 8 サイトを個別にブロック。

### 【事後対応状況（広告掲載後）】（表示後削除）

停止サイト数：43 サイト（問題のない広告カテゴリから配信されたが、掲載基準に違反するサイト）

43 サイトの広告表示回数：約 1.5 万回（広告表示総回数の 0.09%）

43 サイトの広告クリック回数：算出不可

43 サイト内容種別 ショッピング：33 件 ヘルスケア：6 件 その他：4 件

### 【広告掲載開始以降の当社における対応】

気象庁ホームページに掲載済の広告について、ホームページの目視や広告配信管理画面上で随時確認し、掲載基準に違反すると判断したものを順次掲載停止（合計 43 サイト）。

掲載停止状況に係る当社から気象庁への報告は、最初の停止措置（9 月 15 日 18 時頃）から約 7 時間後の 9 月 16 日 01 時頃であった。

## 2. 掲載基準に違反する広告が複数掲載された原因

掲載基準に違反する広告が複数掲載された原因としては、当社と気象庁の間において以下のようなコミュニケーション不足があったと考える。

### ① 広告掲載基準に違反した広告の表示頻度

気象庁は、事前に対策を講じることによって掲載基準を遵守する運用を求めており、掲載基準に違反

した広告が表示されること自体が問題であるとの認識であり、公募前の各社ヒアリングの段階及び当社が提出した企画提案書の記載内容から、気象庁側は掲載基準に反する広告が掲載される可能性はほとんどない（あっても年数回程度）と理解していた。

一方、当社側は、広告配信事業者から配信される一般的な運用型広告においては不適切な広告を事前に全てブロックすることは困難であるとの前提の下、不適切な広告が配信される可能性は一定程度あるものの、掲載基準違反となる広告が表示された後、速やかな停止措置を講じることで、掲載方針に従った運用が可能であるとの認識であった。気象庁に対しては、掲載基準に違反する広告が表示されたとしても即時停止措置を行うことにより、適正な広告事業の運用が可能である旨伝えていたが、掲載基準に違反する広告の表示頻度については、当社と気象庁との間で互いの認識を確認することはなかった。

この結果、掲載基準違反となる広告の表示の可能性や頻度について、両者に認識に差が生じていたが、認識の差があることに気付かないまま広告掲載を開始した。

これら両者の認識や解釈の違いは、コミュニケーションをしっかりとっていれば、気付けたものであり、掲載開始前に認識等の共有が図られていれば、掲載基準に違反した広告が表示されない掲載方法により運用することで、本事案は防げたと考えられる。

## ②停止措置を執った広告の報告について

当社が気象庁に対して掲載基準違反となる広告の掲載を停止した旨の報告をするまで約7時間かかった。しかし、当社は、当社が講じた停止措置は、掲載基準に違反するおそれがあると判断し、安全サイドに立って停止措置を講じ、気象庁にその旨報告したものであり、契約上必要とされる速やかな報告義務にあたるものではないと、停止措置をした当時において認識していた。

今回、気象庁で調査した結果、ヘアケア関係の広告は医薬品・医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律等に、偽ブランド関係の広告は特定商取引法等にそれぞれ違反する可能性が高いことが判明した。

掲載基準にて掲載を禁じている広告としては、法令等に違反する「おそれ」があるものも含まれているため、今回、削除したものは掲載基準に違反するものであるといえる。しかしながら、当社としては、掲載基準に違反していないとの認識であったことから、当社の判断で広告の掲載を停止した際は、掲載基準に違反しているかどうかに関わらず報告をするなど、いかなる場合に報告すべきかを両者で予め定めていれば、掲載基準に違反した広告の表示回数の拡大を防ぐことができたと考えられる。

## 3. 今後の対策について

今回の原因を踏まえ、二度と同種の事案が発生しないためには次のような対策が必要である。

- 掲載基準を遵守することが確実に確保できる広告掲載方法への変更
- 当社と気象庁間との十分なコミュニケーションの確保

今後の対策については、前項の対策に基づき再開に向けて準備を進めていくこととする。具体的には、広告掲載方法については、当社が掲載基準に合致しているか広告主、広告内容等を掲載前に審査し、気象庁において点検した広告のみが掲載される方式とする。その上で、当社と気象庁において、広告掲載方法及びその細目について文書で確定する。