

2024 年版 (日本語版)

Google Ads Safety Report

Google の広告プラットフォームの
不正利用を防ぐための取り組み



Google Ads Safety Report

Google は、広告主およびパブリッシャー向けポリシーの施行における 2024 年の進捗状況をご報告し、広告収益で支えられる健全なインターネットエコシステムの維持に向けた責任ある取り組みについてお伝えするため、年次レポート「Google Ads Safety Report 2024 年版」を発表します。

2023 年版のレポートでは、生成 AI によってコンテンツの審査とポリシー違反への対応が加速し、違反措置が強化された点についてお伝えしました。2024 年版では、AI が不正広告への対策をさらに強化しただけでなく、悪意のある行為者が Google のエコシステムに侵入するのを防ぐ能力も向上させた点が重要なポイントです。

さらに先進的なモデルで違反に対する措置を強化

悪意のある第三者は検知を逃れるために常に手口を変えており、ポリシー違反の取り締まりにはたゆまぬ努力が求められます。Google が開発した初期の機械学習モデルには膨大な訓練データが必要でしたが、最新の大規模言語モデル(LLM)ははるかに効率的に動作します。以前のモデルが必要とした情報のごく一部だけで、新たな脅威を素早く認識し、不正利用のパターンを特定し、正規のビジネスと詐欺を見分けられるようになりました。急速に進化している多様な脅威に大規模に対処するには、このような敏捷性が重要です。

昨年はこの LLM をかつてないレベルまで進化させるために積極的な取り組みを続け、モデルに 50 以上の改良を加えました。これにより、今までよりも効率的かつ正確でありながら大規模にポリシー違反に対処できるようになりました。これらの技術的進歩を優先させたことで、Google は今までよりも複雑で判断が難しい問題に集中して取り組み、細かなニュアンスも反映された訓練データを LLM に学習させ、将来的に該当するケースが発生した際にはより適切に対処できるようになっています。

例えば、パブリッシャーが広告を通じてコンテンツを安全に収益化できるよう支援する Google のパブリッシャー向けポリシーの施行においては、昨年 Google が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。AI を取り入れることでサイト審査が大幅に加速されたため、違反ページへの広告表示は抑制しつつ、パブリッシャーはより迅速にコンテンツを収益化できるようになっています。



何十億件もの悪質な広告を削除

LLM によって違反措置が強化されただけでなく、これまで以上に積極的に不正を防止できるようになりました。このような LLM を搭載した AI ツールによって複雑な調査が加速し、悪意のある第三者や常習的違反者のネットワークを発見し阻止する能力が向上しているのです。こうした予防的な取り組みにより、何十億ものポリシー違反広告がユーザーの目に触れるのを防ぎます。

例えば Google では、広告主による不正行為を大規模に防ぐためユーザーに害を及ぼす可能性のある兆候(ビジネスのなりすましや不正な支払い情報など)を早期に検出する仕組みを活用しています。アカウント作成プロセスの早い段階でこのタイプの不正を阻止できるよう、2024年を通して継続的に取り組み、無数の有害な広告の配信を阻止することができました。合計で 3,920 万件以上のアカウントを停止しましたが、その大部分は広告が配信される前に停止されました。

また、[広告主様の適格性確認](#)も重要な予防策です。これにより、広告の背後にいる人物や企業などを透明化すると同時に、アカウントを停止された悪質な行為者が再び Google プラットフォームを利用することを防いでいます。現在、このプログラムは200 以上の国と地域を対象としており、Google プラットフォームでユーザーが目にする広告の平均 90% 以上が、適格性が確認された広告主からのものです。Google は、プラットフォームに参加する新しい広告主のアカウントを日々確認し、この割合をさらに高めていきます。

広告主向けポリシーの実施状況

Google のポリシーは、ユーザーにとって安全で有益な体験をサポートするために設計されています。そのため Google では、ユーザーや全体的な広告エコシステムにとって有害であると考えられるコンテンツを禁止しています。

2024 年中に削除された悪質な広告: 51 億件

2024 年中に措置を講じた広告主向けポリシー違反のうち、最も多く適用された広告主向けポリシーは以下のとおりです。

ブロックまたは削除した広告の数

広告ネットワークの不正利用	7 億 9,310 万
商標*	5 億 310 万
パーソナライズド広告	4 億 9,130 万
法的要件	2 億 8,030 万
金融商品およびサービス	1 億 9,370 万
不実表示	1 億 4,690 万
ギャンブル、ゲーム	1 億 4,600 万
性的なコンテンツ	1 億 2,250 万
ヘルスケア、医薬品	1 億 480 万
著作権	7,140 万
不適切なコンテンツ	4,200 万

アルコール	1,090 万
不正行為を助長する商品やサービス	880 万
危険な商品やサービス	720 万
偽造品	89万

* Google のポリシーでは、たとえ適用法の下で許可されている場合でも、商標権者は第三者による商標権者の商標を含む広告の配信を制限することを認めています。

進化し続ける詐欺への対抗策の変化

Google はインターネットの黎明期から、絶えず手口を変えてシステムを悪用しようとする巧妙な詐欺師たちと戦い続けてきましたが、2024 年もその例外ではありませんでした。昨年は、Google はこれらの悪質な行為者に対する防御を強化するため、ポリシーの強化と拡大、迅速な対応チームの配備、検知手法の改善による詐欺の影響の抑制などに取り組んできました。また、これが業界全体の課題であると認識し、Global Anti-Scam Alliance (GASA) と共同で新たに [Global Signal Exchange](#) を設立し、業界横断的な情報共有体制を強化しました。

業界全体で見られた傾向の一つに、著名人のなりすまし広告の増加があります。なりすまし広告とは、AI で生成した画像や音声を使って有名人との提携を示唆し、詐欺を助長する悪質な広告のことです。この種の詐欺広告に対抗するため、Google は 100 名を超える専門家からなる専任チームを迅速に編成し、これらの詐欺を分析の上、詐欺広告を配信している広告主アカウントを停止するように[不実表示に関するポリシーを更新](#)するといった効果的な対抗策を講じてきました。その結果、70 万を超えるポリシー違反のある広告主アカウントを永久停止し、昨年はこのような詐欺広告の報告件数を 90% 減少させることができました。私たちは、引き続きこれらの詐欺行為の防止に取り組んでいます。

これは、世界中のあらゆるタイプの広告詐欺と戦うために Google が継続的に取り組んでいる活動のほんの一例にすぎません。2024 年は 4 億 1,500 万件の広告をブロックまたは削除したほか、主に詐欺関連の Google 広告ポリシーに違反しているアカウントを 500 万件以上停止しました。

制限付き広告に関するポリシーの実施状況

制限付き広告に関するポリシーは、時として法的または文化的にデリケートなコンテンツに適用されるものです。オンライン広告は顧客にリーチするための強力な手段ですが、デリケートな分野の広告が不適切なタイミングや場所に表示されることがないように努めています。そのため以下のコンテンツの宣伝については、掲載は認めるものの、その範囲を制限しています。これらはすべての場所のすべてのユーザーに表示されるとは限らず、またそのような広告の掲載を希望する広告主は追加要件を満たす必要がある場合があります。

2024 年中に制限付きで配信された広告: 91 億件

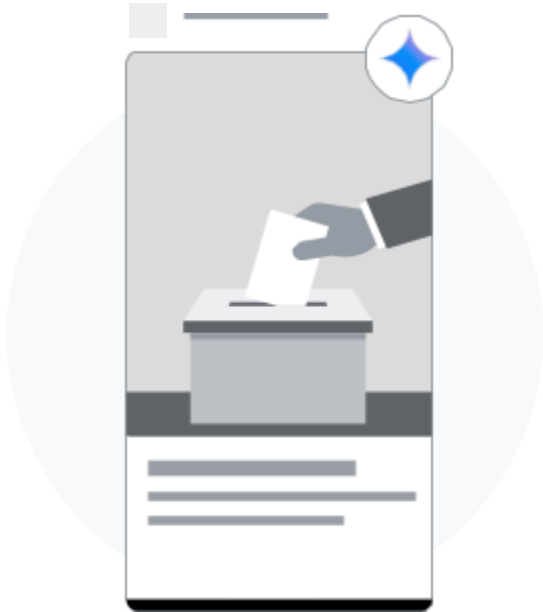
法的要件	4 億 2,880 万
金融サービス	2 億 6,830 万
ギャンブルとゲーム	1 億 890 万
成人向けコンテンツ	9,600 万
著作権侵害	1 億 1,510 万
ヘルスケアと医薬品	1 億 660 万
アルコール	3,420 万



世界中の選挙の完全性を守るための取り組み

2024 年は世界的に選挙の多い年であり、世界人口の半数が選挙の行われた国に住んでいました。選挙の完全性をサポートする Google の取り組みは、かつてないほど重要になっています。その取り組みの一環として、Google は、選挙広告主向け適格性確認と透明性の要件を課す国を継続的に拡大してきました。例えば、すべての選挙広告に支払主の開示と透明性レポートの公開を義務付けており、これらの対策によって世界中のユーザーは選挙広告を見分け、そしてその広告費用を誰が支払ったのかを把握できるようになっています。さらに Google は、選挙広告における AI 生成コンテンツに関する開示要件を導入した最初の企業でもあります。このように、私たちは選挙周りの透明性をさらに強化するべく取り組んでいます。

昨年 1 年間だけで、8,900 以上の新しい選挙広告主に適格性確認を行い、未確認アカウントから配信される 1,070 万件の選挙広告を削除しました。また世界中で、明らかに虚偽であることが示されている選挙関連の主張に対して措置を講じる取り組みを続けています。



パブリッシャー向けポリシーの実施状況

Google は、パブリッシャーがコンテンツを収益化できるよう支援することでオープンなウェブを支えています。収益化するコンテンツには、特定のパブリッシャー向けポリシーや制限が適用されます。

2024 年中に対処した違反コンテンツ: 13 億ページ

2024 年中に措置を講じたパブリッシャー向けポリシー違反のうち、最も多かったタイプは以下のとおりです。

性的なコンテンツ	12 億
危険または中傷的なコンテンツ	2,480 万
マルウェアまたは望ましくないソフトウェア	1,930 万
衝撃的なコンテンツ	1,360 万
武器の宣伝や販売	1,280 万
オンラインギャンブル	880 万
タバコ	500 万
アルコールの販売 / 不正利用	360 万
知的財産権の侵害	270 万
性的描写が露骨なコンテンツ	110 万

2024 年度の違反措置件数: AI の効果を証明するデータ

2024 年 51億 削除した広告	91億 制限した広告	3,920万 停止した広告主アカウント
-------------------------	---------------	------------------------

13 億ページのパブリッシャーで広告をブロックまたは制限したほか、22 万以上のパブリッシャーサイトに対し、今までよりも広範なサイト単位の違反措置を実施	ポリシーの継続的な改善に努め、過去 1 年間で広告主向けおよびパブリッシャー向けポリシーを30 回以上更新
--	---

広告の安全性を取り巻く状況は、AI の進歩のような飛躍的な技術的ブレイクスルー、新たな不正利用の手法、世界的な出来事によって形を変えながら絶えず変化しており業界全体として継続的で迅速な対策が求められています。このようなダイナミックな環境下において、Google はこれらの課題に正面から向き合い、最先端のテクノロジーを導入し、パートナーと協力することで、インターネットをすべての人にとってより安全なものにするよう努めています。

Google ポリシーの詳細	広告主向け	パブリッシャー向け
----------------	-----------------------	---------------------------