

21.07.19

Zホールディングス株式会社

「デジタル広告事業に関する情報開示の在り方検討会」を 設置

～ 広告サービスの品質向上に向けて広告審査やアドフraud、 ブランドセーフティ対策などに関する情報開示について外部の有識者と検討 ～

Zホールディングス株式会社（以下、ZHD）は、広告主、広告代理店、広告パートナーが安心して広告サービスを利用するため、広告審査やアドフraud（※1）対策、ブランドセーフティ対策（※2）などに関する情報開示について、外部の有識者と共に検討する「デジタル広告事業に関する情報開示の在り方検討会」（以下、有識者会議）を設置しました。第1回の有識者会議は2021年7月の開催を予定しています。それ以降は、月1回程度会議を開催し、年内をめどに検討内容を取りまとめて公表する予定です。

今般、デジタル広告市場は急速な発展・成長を遂げています。デジタル広告費は、2019年以降、テレビメディア広告費を抜き、2020年には約2.2兆円となり、日本の広告費全体（2020年は約6.2兆円）の3割超を占めるようになりました。（※3）このような急速な発展・成長の一方で、広告システムが複雑かつ極めて変化が速いため、消費者はもちろん、広告主、広告代理店、広告配信パートナーでも実態を理解することが困難な側面があります。また、サービスの質においても、近年、アドフraudやブランドセーフティなど様々な課題が顕在化してきています。

以上の背景を踏まえ、デジタル広告市場においては、広告審査やアドフraud対策、ブランドセーフティ対策に関する情報開示や、利益相反や自社優遇への懸念を踏まえた透明性の更なる向上が喫緊の課題となっています。これらの点については、公正取引委員会や内閣官房からも報告書（※4、※5）が発表されていますが、ZHDは、今後の法規制などの整備を待たず、プラットフォーム事業者として、率先して自主的な取り組みを推進することは、今後のデジタル広告市場の健全な発展に資するものであると考えます。

そこで、ZHDでは、プラットフォーム事業者が講ずべき対策や情報開示の在り方、透明性を向上させるために必要な体制などについて、幅広い観点から検討を行うことを目的として、さまざまな分野の有識者を募り議論を行う有識者会議を開催することといたしました。

ZHDは、プラットフォーム事業者の社会的責務を果たすため、広告サービスの品質向上と透明性を高め、広告主や広告会社、広告配信パートナーの皆さまに安心してご利用いただける環境作りのため、継続的な改善を行っていきます。

※1：無効なインプレッションやクリックによって広告費用に対する成約件数や効果を不正に水増しする不正

※2：掲載先に紛れ込む違法・不当なサイト、ブランド価値を毀損する不適切なページやコンテンツに配信されるリスク

※3：株式会社電通 2020年 日本の広告費

※4：公正取引委員会「デジタル・プラットフォーム事業者の取引慣行等に関する実態調査（デジタル広告分野）について（最終報告）」

※5：内閣官房デジタル市場競争本部事務局「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」

1. 会議体名

「デジタル広告事業に関する情報開示の在り方検討会」

2. 検討事項

- ・ 広告主アカウントの審査や広告審査に関する情報開示の在り方
- ・ アドフラウド対策、ブランドセーフティ対策に関する情報開示の在り方
- ・ 利益相反や自社優遇への懸念を踏まえた、透明性向上のための体制整備の在り方 など

3. 委員の構成（敬称略）

座長

大橋 弘（東京大学公共政策大学院 院長）

委員

井本 吉俊（長島・大野・常松法律事務所 パートナー弁護士）

岩本 隆（慶應義塾大学大学院経営管理研究科 特任教授）

柿沼 由佳（公益社団法人全国消費生活相談員協会IT研究会 研究員）

渡部 俊也（東京大学未来ビジョン研究センター 教授）

※第1回は、2021年7月に開催、以降月1回程度会議を開催予定。

内閣官房、経済産業省、総務省の担当部署がオブザーバーとして参加予定。

ご参考：

「デジタル広告市場の競争評価最終報告（案）」の課題に対するヤフーの取り組みについて（2021年4月27日発表）

広告サービス品質向上のための取り組み

広告品質のダイヤモンドの取り組み

広告サービス品質に関する透明性レポート

以上