

「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価（案）」 に対する意見

一般社団法人日本新聞協会

当協会は「デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合」での議論を踏まえ、「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価（案）」（デジタル広告分野）に対し、以下の意見を述べる。

＜ブランドセーフティー＞

- ・ 広告の審査について、「利用事業者の予見可能性を高める観点から、①広告主や媒体主向けの審査基準を具体化する、審査基準をわかりやすく説明する、審査時の着目点や留意点を説明するなど、審査に関する情報提供を充実させる、②利用事業者が再審査に出す際に参考になるか否かという観点から違反の具体的な内容を示す、違反箇所を特定するなど、違反内容の通知文を見直す、③審査後の問い合わせにおいて利用事業者が簡易かつ迅速に審査結果の補足説明を受けられる仕組みを構築することなどが求められる」（評価案 71 ページ）としたが、問題のある広告はたびたび確認できる。審査基準を日本国内の法令や文化的背景に見合ったものにするのを併せて求めるべきだ。
- ・ 今回の評価（案）は、広告主・広告原稿の審査について触れているが、広告ネットワークを通じて広告を掲載するメディアの審査については触れていない。ブランドセーフティーの観点からは、悪質・低質なサイトに広告が表示されないことが重要である。昨今、MFA（Made for Advertising）と呼ばれる、広告収入を得ることだけを目的としたウェブサイトが次々に現れ、生成 AI を活用して事実を確認しないコンテンツや、過度に刺激的なコンテンツを表示することは、広告分野のみならず、情報空間の健全性にも悪影響を与える。SSP（Supply Side Platform）が悪質・低質なサイトと取引することを防ぐ、または気づいた段階で排除できるような仕組みの構築などについて、今回の大臣評価でも何らかの言及を要望したい。

＜価格の透明性＞

- ・ 「広告主・媒体主やその事業者団体の求めに応じて、手数料の水準や決定方法の妥当性についての考え方を丁寧に説明するなど、利用事業者との相互理解に向けて、継続的に取り組んでいくことが求められる」（評価案 75 ページ）としたが、相互理解がない状況が続いている。「継続的な取り組み」で改善できるとは考え難い。プラットフォーム事業者が圧倒的に優位な立場にあるデジタル広告市場において、価格の不透明性の問題は独占禁止法上における大きな課題ではないか。プラットフォーム事業者に対し、具体的な改善策の提示の必要性を大臣評価でも言及していただきたい。
- ・ Google の「Confirming Gross Revenue（総収益の確認）」機能で確認できる部分はデジタル広告取引の一部であり、事業者が複雑に絡む全体がブラックボックスである状況は

変わらない。同社は業界のリーダーとして、デジタル広告全体の健全化を主導する責務があり、実効性のある取り組みを求めたい。

<情報開示>

- ・プラットフォームに依存せざるを得ない状況で、プラットフォームのルール変更は媒体社の収益に大きな影響を及ぼす。一方的な通知でルールが変更され、プラットフォーム側が一部のルール変更の通知を媒体社にする必要はない（第9回モニタリング会合議事録〈デジタル広告分野に関する Google ヒアリング〉別紙 12 ページ）と判断するのは、早計だ。評価案（13 ページ）の通り、事前の説明や協議が必要である。

<問い合わせ・苦情処理>

- ・「本社の担当部門と連携した国内管理人における利用事業者の苦情処理・紛争解決への支援、本社の担当部門も含めたエスカレーション・フローを機能させること、苦情対応部門と連携する他部門における苦情対応フローやルールを見直す、PDCA サイクルを回す仕組みを構築する等の取組・工夫が求められる」（評価案 72～73 ページ）、「また、苦情対応部門と事業部門・審査部門等の部門間での連携を強化するなど、国内管理人に寄せられた様々な声や苦情が、本社の意思決定やサービスの在り方に対してしっかりと影響力を持つような仕組みづくりや工夫を検討することが求められる」（同 73 ページ）としたが、広告に関して国内の媒体社から 1 年間で 10 万件以上の苦情が寄せられていること自体を問題視すべきだ。苦情の処理だけでなく、減らす取り組みについても言及を求めたい。
- ・国内管理人の役割について、「次回の定期報告書並びに対外説明等において、i) 定量的な実績、課題への対処に至った具体例、改善を実効的に進めるための工夫等、各種取組の実効性をその根拠資料とともに示すこと、その際、独立した部署による内部監査や外部機関による監査結果があるものについては、これを添付すること」（評価案 21 ページ）と記載のとおり、具体的な資料の提出は確実に実施してもらいたい。その内容にも注視したい。
- ・問い合わせ先が明示されていないことが最大の問題である。常にコミュニケーションを円滑にできる状態でない限り、対等な関係とは言い難い。その点で国内管理人がほとんど機能していないように見受けられるので、今後の対応を注視したい。

<自社優遇>

- ・「利益相反・自社優遇となる取引は存在しないと報告された。その上で、Google 及び LINE ヤフーにおいては、上記指針の趣旨を踏まえ、利益相反・自社優遇のおそれがある取引を類型化し、これらの管理方針を策定・公表する等の取組が報告された。しかしながら、これまでの説明では、客観的な検証が可能な形での説明が尽くされたとは言えない」（評価案 79 ページ）との指摘はその通りである。客観的な検証が可能な形での説明がされるよう、継続的に求めてほしい。

以 上