

2025年4月30日

「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス（案）」
に対する意見

一般社団法人日本新聞協会

当協会は、総務省「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会」下部組織「デジタル広告ワーキンググループ」が公表した「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス（案）」に対し、デジタル広告市場のあり方の観点から以下の意見を述べる。

ガイダンス案は、違法にアップロードされたコンテンツに意図せず広告が配信されることや、偽・誤情報を拡散しているコンテンツによるブランドの毀損、広告費の不正詐取などのリスクを指摘している。

これらの問題への対策として、ガイダンス案が挙げる「品質認証事業者との取引」、アドベリフィケーションツールの導入などの「技術的対策」、セーフリストやブロックリストを活用する「配信先の取捨・選択」などは、いずれも有効だと考えられる。

現状では、違法なメディアや、コンテンツに問題のあるメディアにも広告が掲載されている。中・長期的なブランド価値向上やレピュテーションリスクが重視される健全なデジタル広告市場の拡大を期待したい。

アドベリフィケーションツールについては、メディア側に導入コストがかかる問題がある。広告主、プラットフォームを含む広告市場のプレーヤー全体で技術的対策を検討してほしいと考える。さまざまな社会問題が指摘される運用型広告ビジネスは、プラットフォームの利益の源泉となっているため、この問題の解決に向けてプラットフォームが今以上に人や資金を投入して対応すべきである。

ガイダンス案は広告主を主たる対象としているが、本来はプラットフォームを含めた根本的な対応が必要である。

以 上