資料18-2

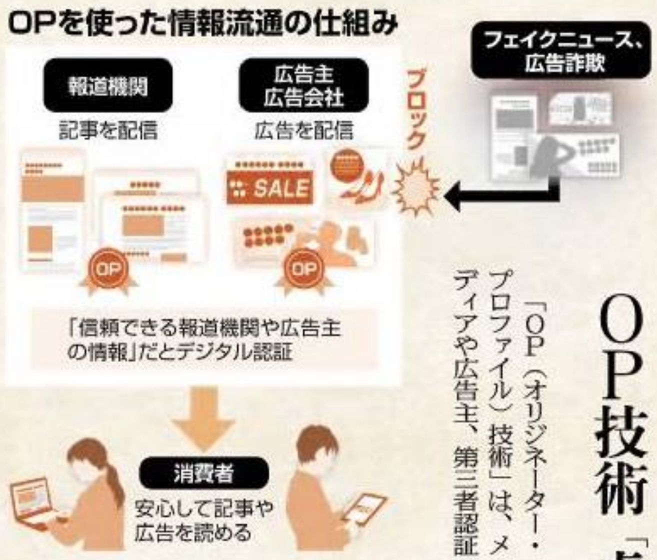
# OP – Originator Profile
# 概要説明資料

オリジネーター・プロファイル技術研究組合

Originator Profile

https://originator-profile.org/

2023年4月1日版




## OP技術「虚偽」を識別

「OP（オリジネーター・プロファイル）技術」は、メディアや広告主、第三者認証などのデータをデジタル化してネット上の記事、広告に付与し、信頼できる発信元からの情報だと表示する仕組み。フェイクニュースや虚偽広告などを広めるサイトを識別しやすくなり、広告主にとってはこうしたサイトに自社の広告が掲出されるトラブルを防ぐことにつながる。

慶応大を中心にIT事業者や広告会社、メディアなどが参加して開発を進めており、ネット上での実証実験を経て、将来の国際標準化を目指している。

2022年（令和4年）7月8日（金曜日） 読売新聞 12版 特別面 14

岐路の資本主義 特別編 デジタル時代の情報危機

# ネット記事・広告 信頼向上を

村井純氏 慶応大教授

## 仕組み作り 日本主導で

## ニュースに対価 制度化進む 国内は遅れ

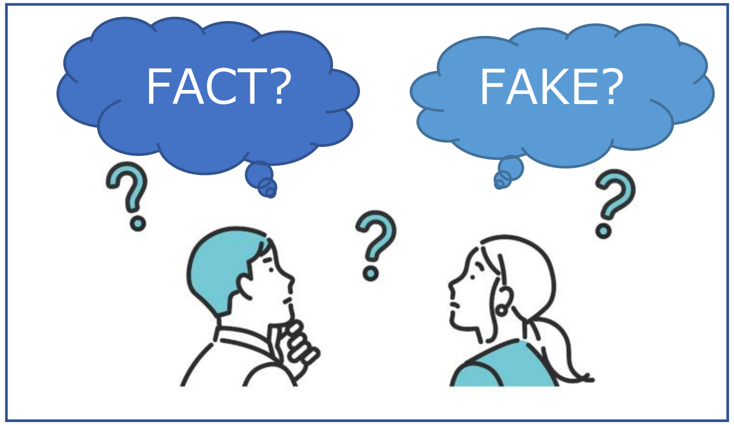
巨大IT企業の影響力を規制する動き

日本ではニュース記事の対価を巡る議論は深まっていない

2022年7月8日付朝刊

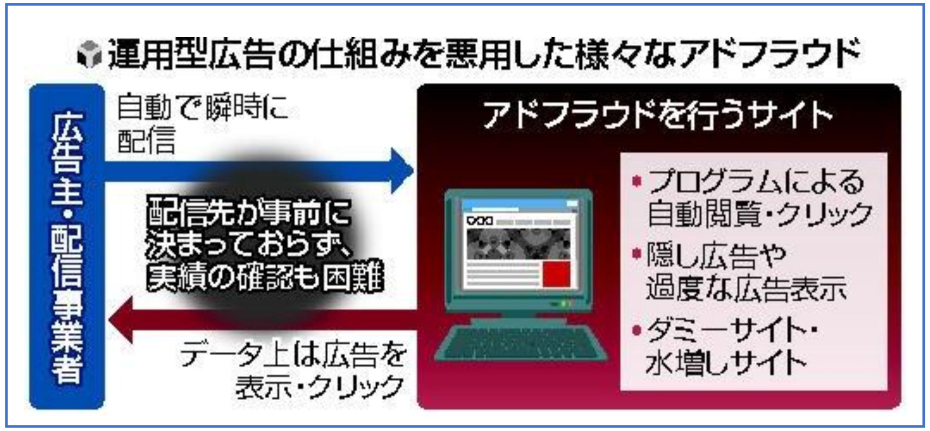
OP技術研究組合 理事長 村井純

# OPは技術によってインターネット空間の課題解決を目指します




情報の真偽

望まないサイトに
広告が掲載されてしまうリスク




広告の不正取引

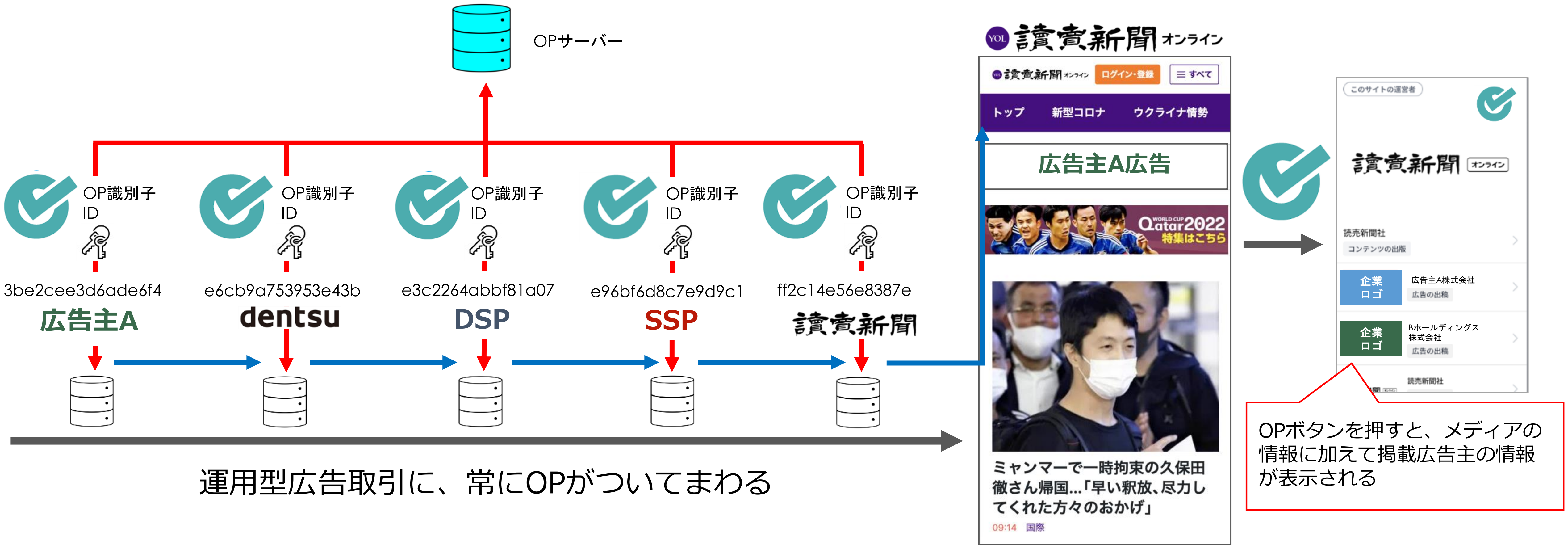
多業者介在による
広告取引の不透明性

# OP技術とは ― コンテンツ流通における利用

コンテンツを発信したメディアの証明が、コンテンツがシェアされてもついて回る技術です。
インターネットユーザーは、どのメディアが出した情報なのか確認することができます。

# OP技術とは ― 広告流通における利用

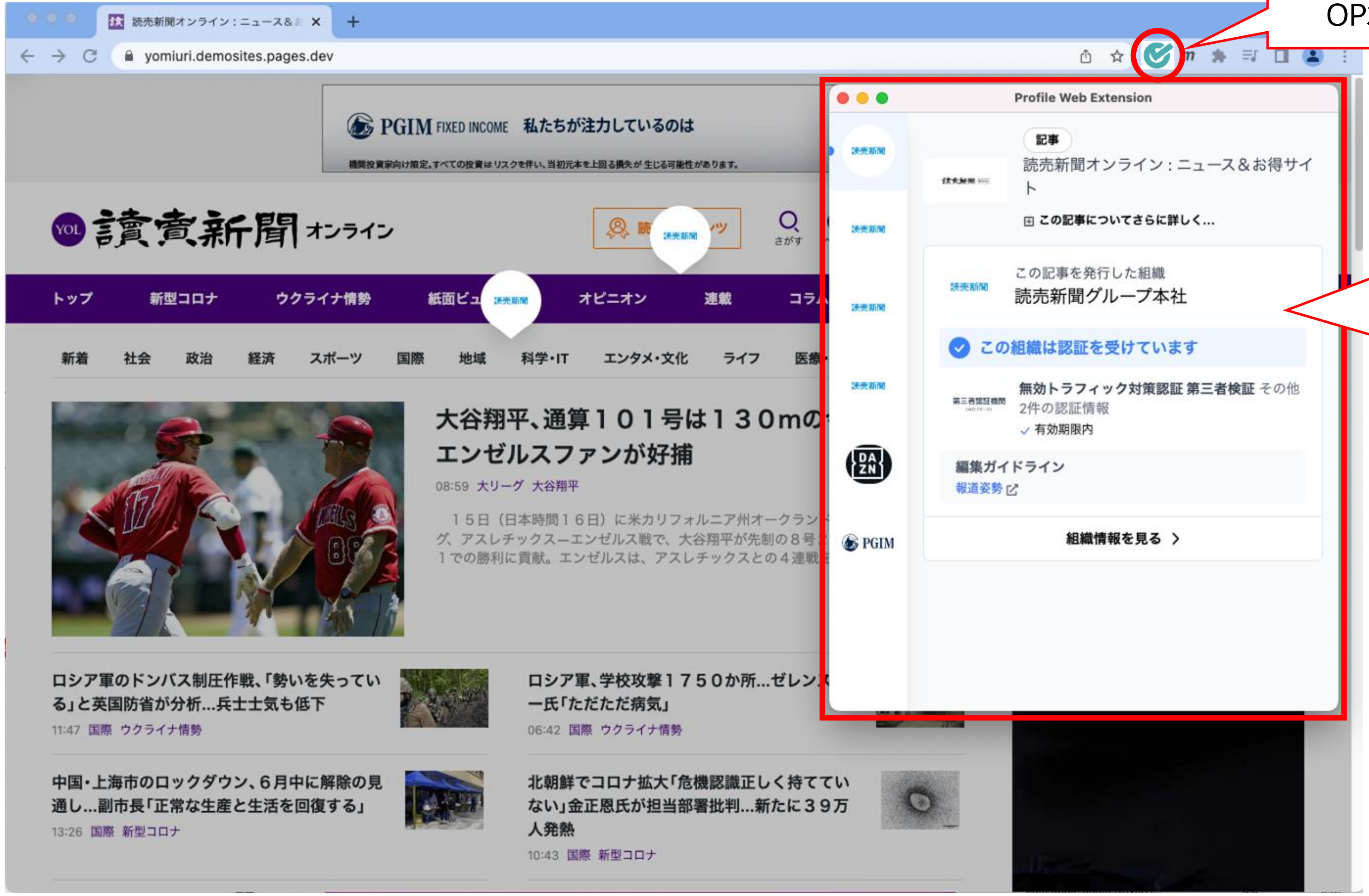
OPは広告取引でも利用できます。OPがついたメディアのみを指定することによるブランドセーフティ担保、アドフラウドの除外のほか、取引の透明性確保にも役立てていきます。



# OP技術とは ― インターフェース

ブラウザ上部のボタンを押すと、コンテンツを発信したメディアや掲載されている広告主の情報が表示されます。

①ブラウザに搭載される
OPボタンをクリック

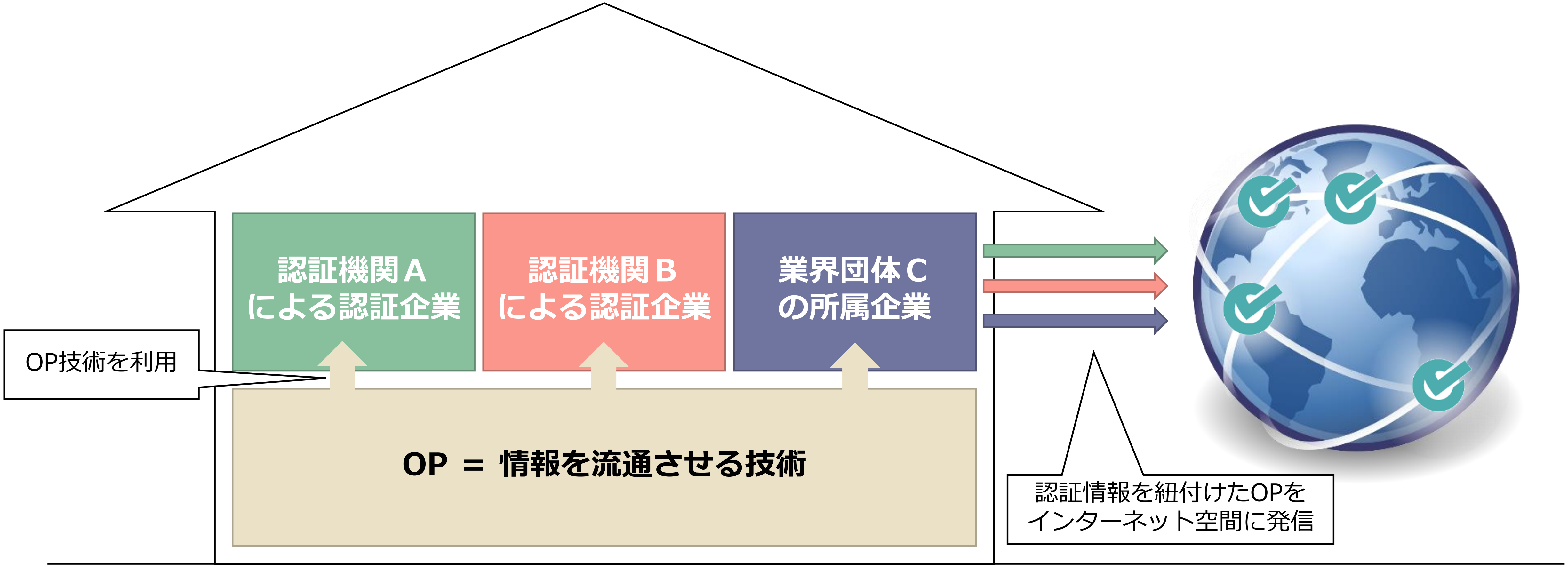



② 以下のような情報が表示される
・サイトを運営している企業情報
・第三者認証取得の有無
・広告が掲出された企業の情報
（運用型含む）

※ プロトタイプ画面

# OP技術とは ― OP技術と利用者の関係

OPは、あくまでコンテンツ発信者情報を流通させる技術です。第三者機関による認証を受けたり、主要な業界団体に属する企業などが利用することを想定しており、メディアや広告主の認証自体を行うものではありません。



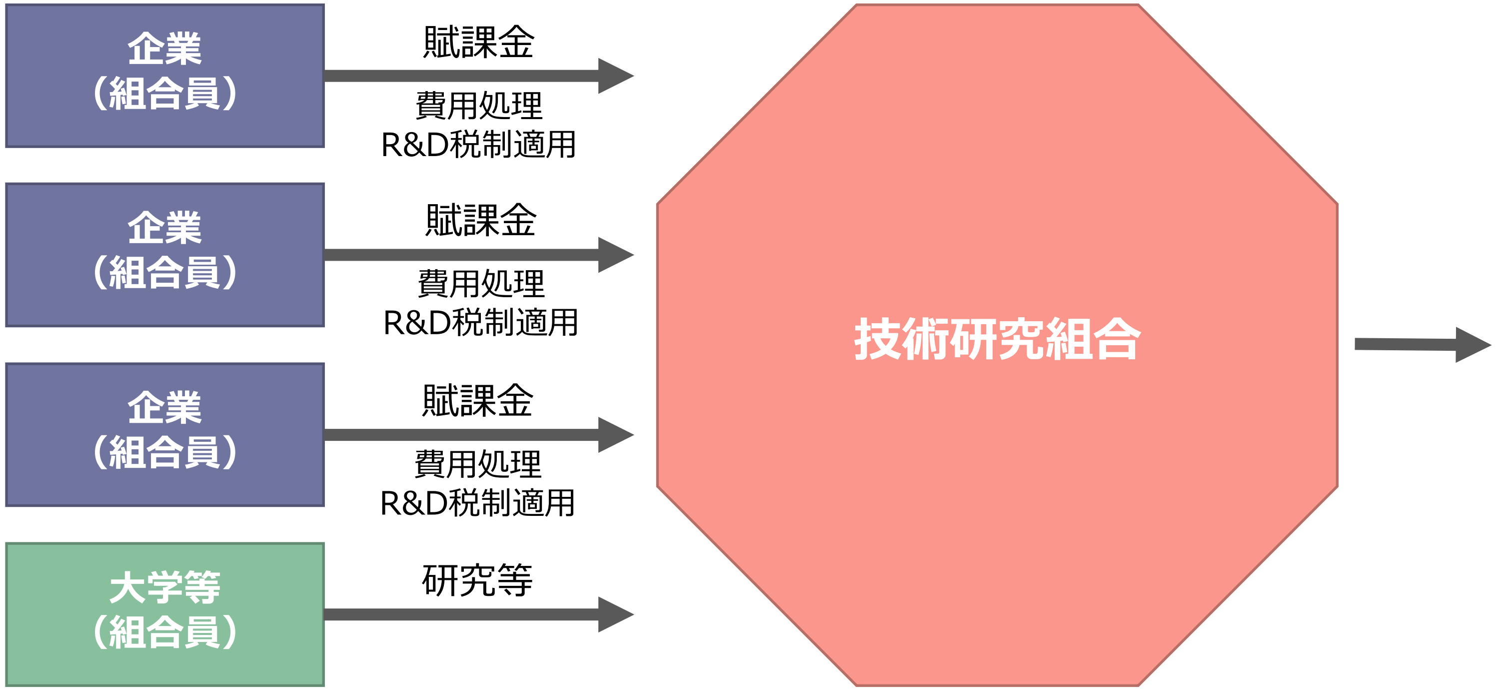
# 日本発の技術として、国際標準化・ブラウザ標準搭載を目指します

インターネットに関する仕様の国際標準化団体「World Wide Web Concortium (W3C) 」に技術提案を行い、主要ブラウザ（Safari, Chrome, FireFox等）に標準機能として搭載することを目指します。

OP開発を推進するメンバーには、W3Cのボードメンバーを務める村井純教授、W3Cで国際標準化交渉に携わった経験のあるエンジニアらが揃っています。

# 非営利共益法人「技術研究組合」で研究・開発を進めます

　技術研究組合（CIP、Collaborative Innovation Partnershipは）、「産業活動において利用される技術の向上及び実用化を図るため、これに関する試験研究を協同して行う」（技術研究組合法）ための組織です。経済産業省の所管の下で2022年12月に設立し、今後は社会実装に向けた実証実験を進めます。




研究成果が得られた後は、

・組織変更（株式会社など）

・CIPを残したまま新設分割

・CIPを解散し組合員が成果を持ち帰って活用する

などの選択肢があります。

# オリジネーター・プロファイル技術研究組合 概要

**目　的**

　信頼できる情報がインターネット上で流通される仕組みに寄与し、人々の耳目だけを集めることを狙った「アテンション・エコノミー」を抑制し、良質なジャーナリズムを支え、インターネット利用者のメディア・リテラシーを高めることを目指して、インターネット上のサイト、ページ、コンテンツ、広告などについて、発信元組織の基本情報やその信頼性に資する情報を開示する技術である「オリジネーター・プロファイル（Originator Profile=OP）」を実装するための研究・開発を行う。OPは、人々の耳目だけを集めることを狙った「アテンション・エコノミー」や、特定事業者の寡占による競争阻害の抑制を視野に、健全なデジタル情報空間の実現を期待するステークホルダーの役割分担によって情報流通の信頼性を高める仕組みであり、また関連する研究開発は内閣官房デジタル市場競争本部や賛同する産学官が推進する「Trusted Web推進協議会」等が標榜するトラストの在り方とも大きく関連する取組である。こうした目的や背景を踏まえ、その実現のため、次に掲げる事業を行う。

① OPの実用化と実装に向けた研究･開発
② OPをを活用したデジタル広告取引の研究・開発とその実用化
③ OPを実装したコンテンツの共通流通方式の研究・開発とその実用化
④ OPの実用化に向けた業界標準の策定と社会実装に向けた普及活動
⑤ OPの開発にまつわるすべての試験研究の成果のとりまとめとその管理
⑥ OPの国際標準化に向けた活動ならびにそれを実現するための交渉活動
⑦ 前各号の事業に附帯するすべての事業

**所在地**　東京都千代田区大手町1-7-1

**設　立**　2022年12月

**理事長**　村井純

**組合員**

朝日新聞社、WebDINO Japan、 ADKマーケティング･ソリューションズ、佐賀新聞社、産経新聞社、ジャパンタイムズ、スマートニュース、中日新聞社、電通、日本電信電話 (NTT)、日本テレビ放送網、News Corp、博報堂DYメディアパートナーズ、ビデオリサーチ、フジテレビジョン、fluct、毎日新聞社、Momentum、ヤフー、読売新聞社、ほか個人会員（50音順、2023年3月17日現在）

**準会員**

慶應義塾大学サイバー文明研究センター

# 広告業界の枠を超えて推進していきます

**大　　学**　慶應義塾大学サイバー文明研究センター

**メディア**　朝日、毎日、佐賀、産経、中日、The Japan Times、日本テレビ、News Corp、フジテレビ、読売

**広告会社**　ADK MS、電通、博報堂DY MP

**アドテク**　fluct（SSP）、momentum（アドベリ）

**プラットフォーマー／アグリゲーター**　スマートニュース、ヤフー

**技術・通信**　WebDINO（ブラウザ技術開発）、NTT、ビデオリサーチ

**業界団体**　JICDAQ

**広 告 主**　複数の広告主が実験協力の予定

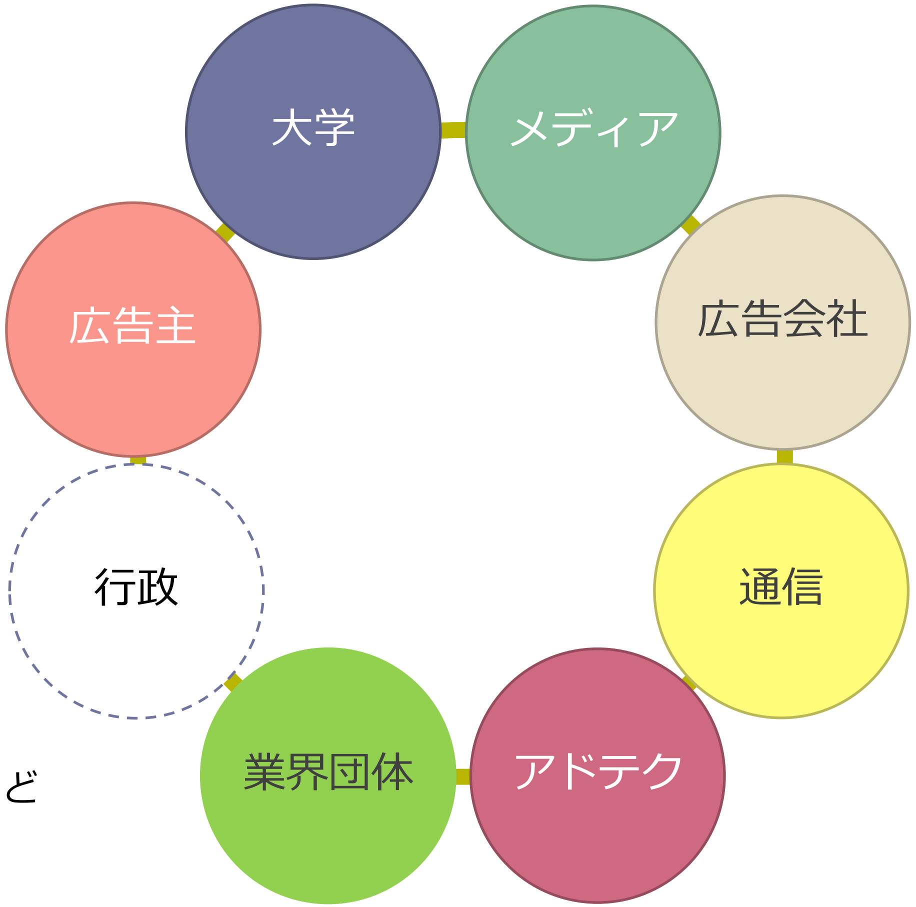
**行　　政**　経済産業省、デジタル市場競争本部

**参加検討中、説明済み企業**

- 上記以外の新聞社、出版社、放送局、ウェブメディア、大手プラットフォーマーなど多数

**今後説明予定**

- 新聞協会、雑誌協会、民放連



# スケジュール

- **ステージ0　＜　-2022年3月＞　　　　　プロトタイプ開発、CIP設立**
  - プロトタイプ開発（～2022年6月）
  - インターナルPoCによるOP挙動の具現化
  - CIP設立時の参画企業を募集
  - CIP設立（2022年12月）

- **ステージ1　＜　-2023年春/夏頃＞　　OP開発推進期、広告取引での活用を検証**
  - 広告取引におけるOP活用の検討
  - OP対応サンプルサイト制作、CMS向けリファレンス実装、サンプルサイトへの試験実装、運用型広告連携実験等

- **ステージ2　<2023年>　実装運用開始期**
  - 国内で実装し実運用を開始
  - W3C（World Wide Web Consortium）への働きかけを本格化

- **ステージ3　< 2024年以降>　　　普及推進期**
  - 国際的な普及推進
  - Chrome、Safariなどブラウザへの標準搭載