

デジタル空間における情報流通の全体像（案）

2024年2月5日

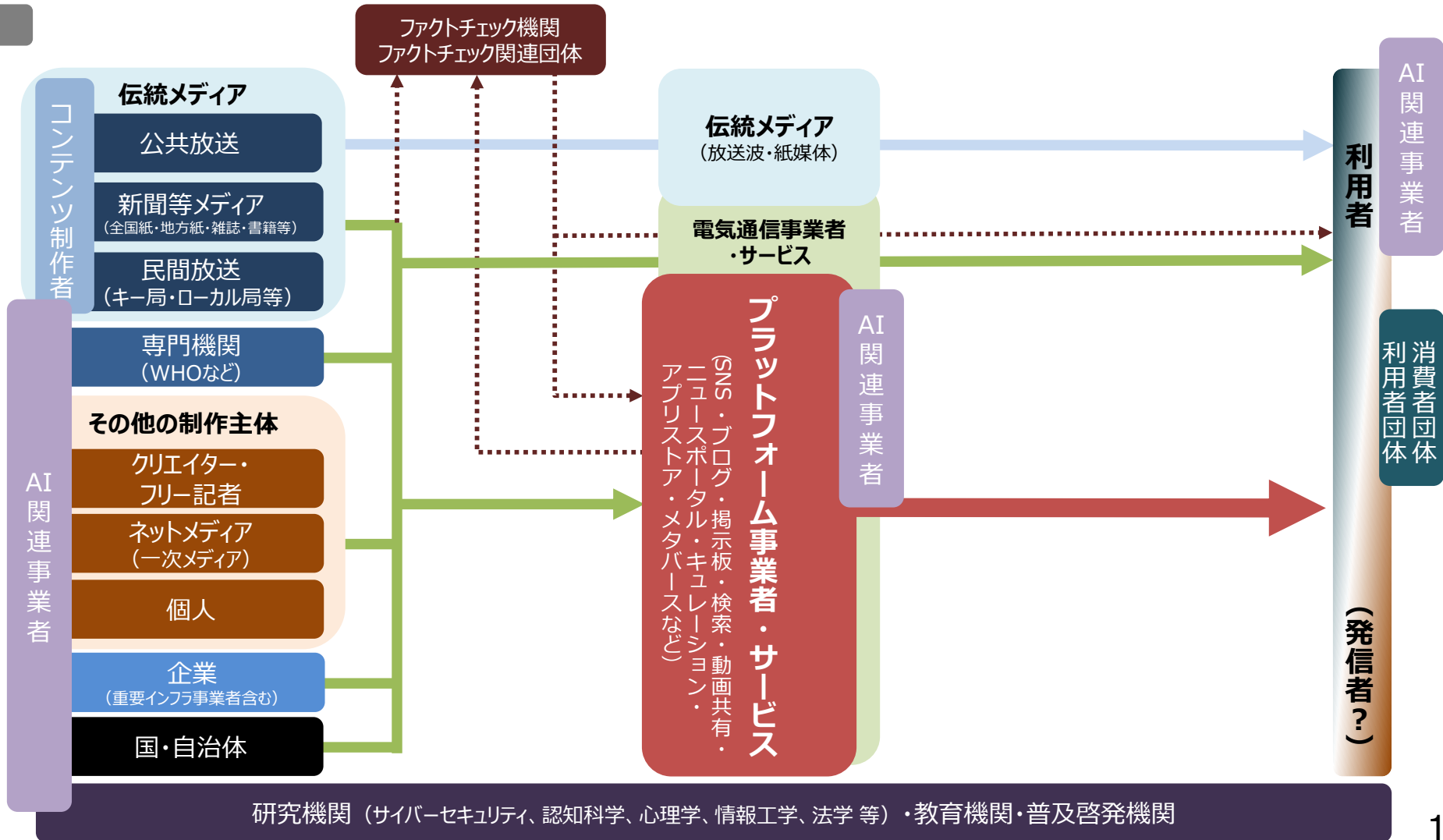
デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会
事務局

全体像（案）①：デジタル空間における情報流通の現状

【発信】 → 【伝送】 → 【受信】

外国政府

国際機関

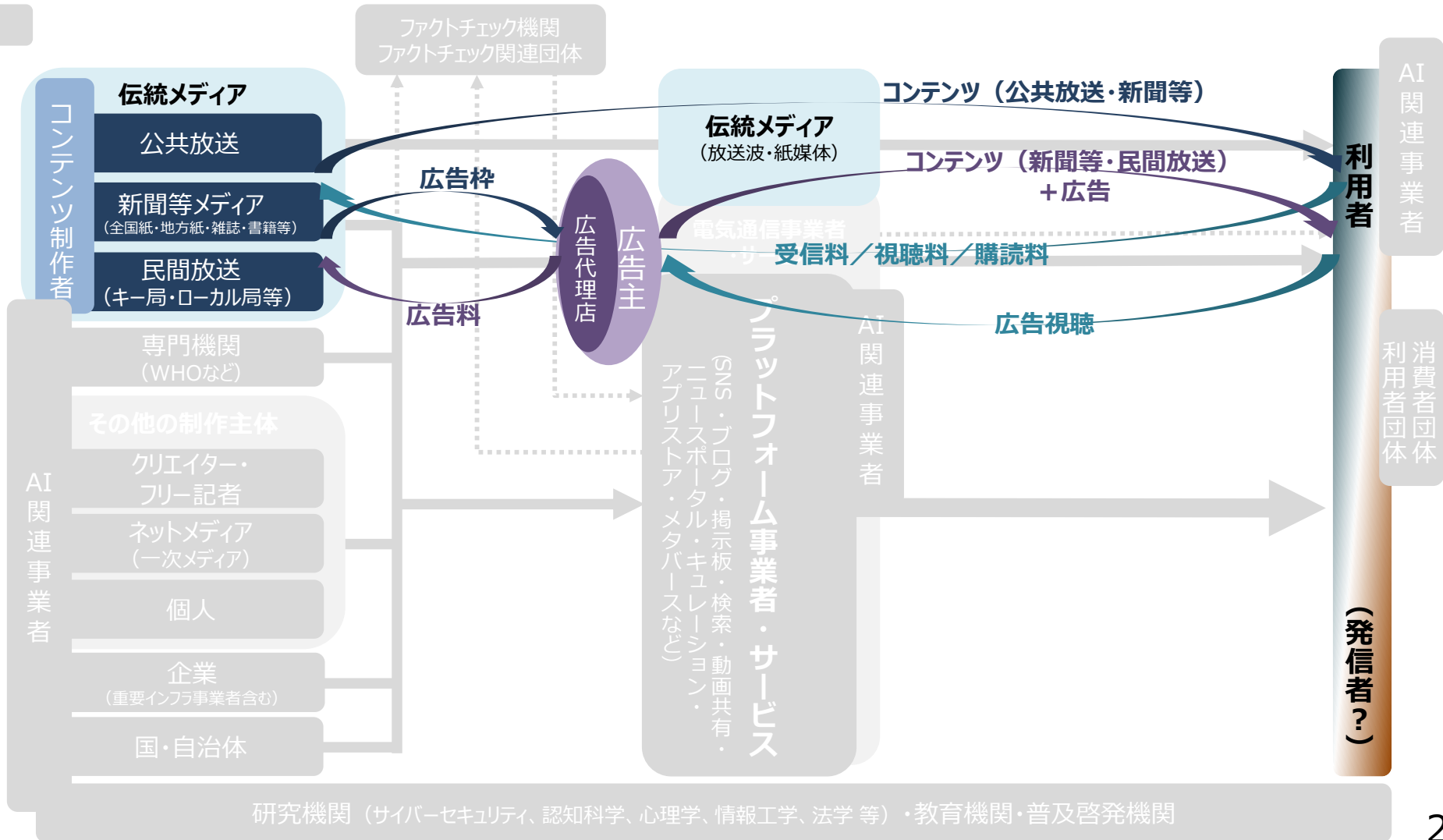


全体像（案）②：伝統メディアを通じた情報流通に関するエコシステム

【発信】 → 【伝送】 → 【受信】

外国政府

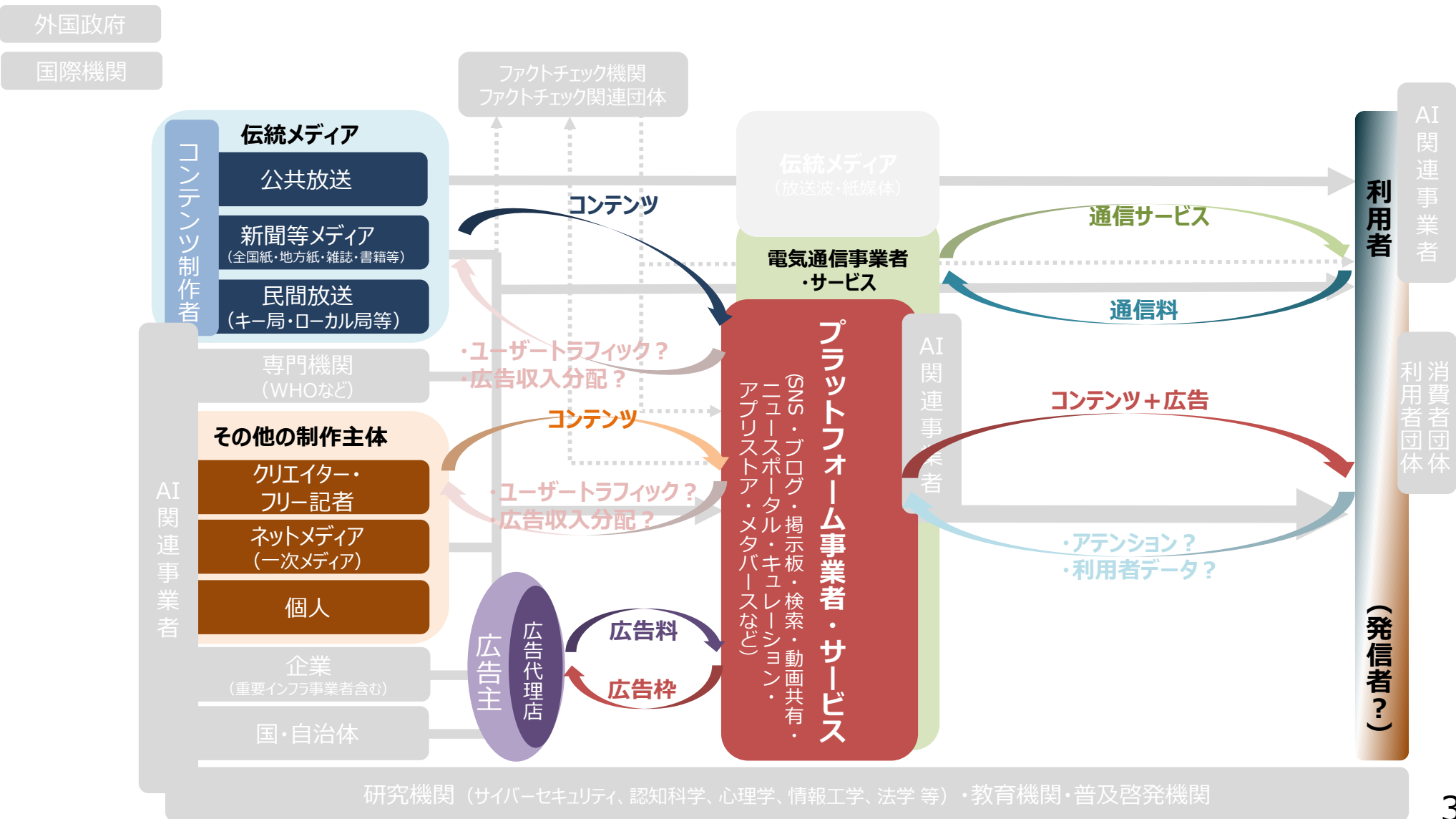
国際機関



全体像（案）③：

自社サービス上に広告を配信するプラットフォームを通じた情報流通に関わるエコシステム

【発信】 → 【伝送】 → 【受信】



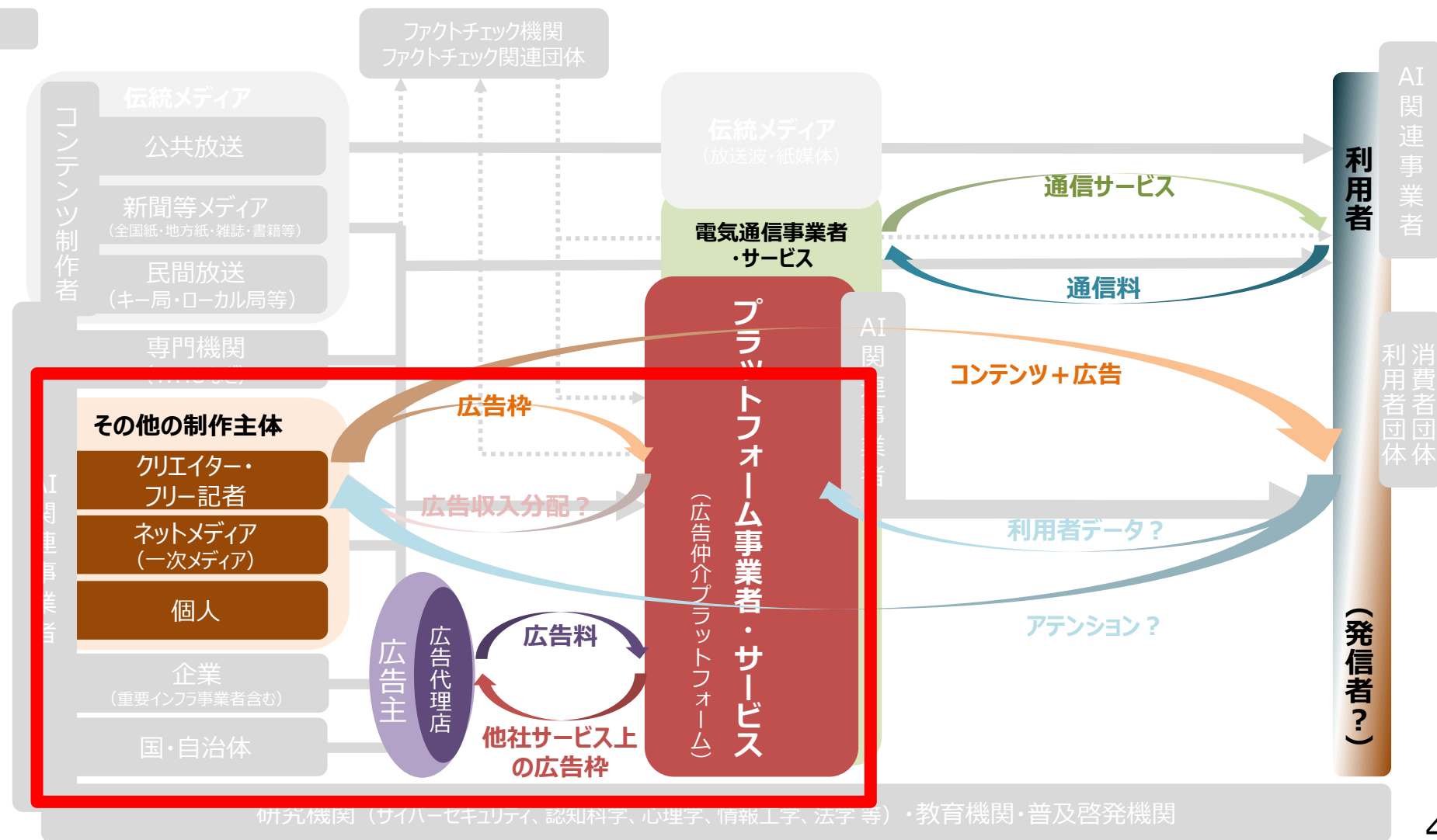
全体像（案）④：

他社サービス上に広告を配信するプラットフォームを通じた情報流通に関わるエコシステム

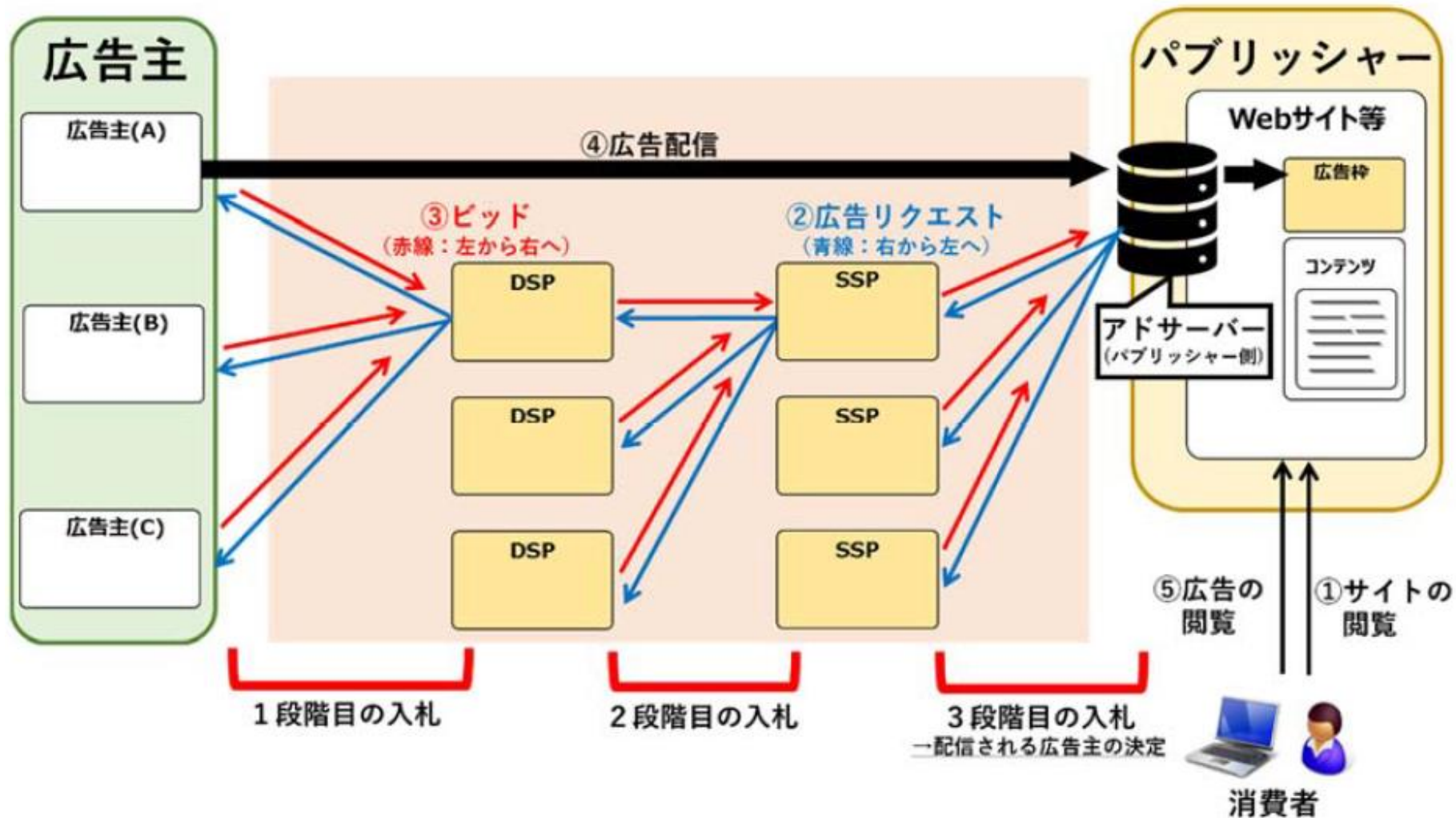
【発信】 → 【伝送】 → 【受信】

外国政府

国際機関



【参考】 デジタル広告の仕組みの一例（前スライド赤枠部分）



DSP (Demand Side Platform) :
広告主の広告目的や消費者に関するデータ等に基づいて広告出稿の管理・最適化を行うためのツール又はそのツールを提供する事業者

SSP (Supply Side Platform) :
パブリッシャーが広告枠の販売の効率化や収益の最大化を図るためのツール又はそのツールを提供する事業者

アドサーバ :
パブリッシャーのウェブページ上に広告を配信するに当たり、入稿・配信・広告枠管理・効果測定・販売・データマネジメント等を行うためのサーバ

全体像（案）⑤：デジタル空間における情報流通の健全性を巡る課題（例）

【発信】

【伝送】

【受信】

健全性確保に向けた基本理念や各ステークホルダーに期待される役割・責務の在り方

