



質の高いオンラインメディアへの広告配信に向けた 諸課題への対処の在り方について (事務局資料)

令和6年11月

- **偽・誤情報等**をはじめ、違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツを掲載するメディアにデジタル広告が配信されることによる課題に対応するため、**広告主やその経営陣及び広告代理店に求められる取組に関するガイドライン、ガイドブック等の策定に向けた検討**を進める。

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とりまとめ（令和6年9月10日）（抄）

第7章 総合的な対策－制度的な対応

V 質の高いメディアへの広告配信に資する取組を通じた情報流通の健全性確保の在り方







1. 質の高いメディアへの広告配信の確保に向けた広告主（及び広告代理店）による取組の促進方策

広告主やその経営陣及び広告代理店による主体的な取組（その前提としてのブランドセーフティやアドフラウド対策等に関する意識の醸成を含む。）を促進するための方策として、**マルチステークホルダーによる連携・協力の下、広告主やその経営陣及び広告代理店に求められる取組に関するガイドライン、ガイドブック等を策定・公表することが適当**である。

既に広告関係団体が策定・公表しているガイドライン等の内容を踏まえると、ガイドライン、ガイドブック等に盛り込むべき取組について、次のようなものを中心に具体化を進めることが適当である。

- ① ブロックリスト（掲載したくない配信先をリストアップ）
- ② セーフリスト（掲載したい配信先をリストアップ）
- ③ 媒体社（パブリッシャー）と広告主を限定したクローズな広告の取引市場であるPMP（Private Marketplace）の活用
- ④ アドベリフィケーションツールの導入
- ⑤ 業界ガイドラインの遵守やそれについての第三者機関による認証の取得等の客観的な指標により、広告掲載品質の確保を適切に行っていることが担保された広告仲介PF 事業者その他の広告関係事業者の利用
- ⑥ 広告掲載品質の確保のための質の高いメディア（パブリッシャー）の真正性・信頼性確保技術の活用

- デジタル広告の出稿に当たり、広告主やその経営陣が考慮する必要があるリスクとして、どのようなものがあるか。
- デジタル広告を閲覧する消費者の反応の観点から、広告主やその経営陣はどのような点に留意すべきか。
- 質の高いオンラインメディアへの広告配信に向けた諸外国等における取組として、どのようなものがあるか。
- 広告関係団体等において現在進められている取組として、どのようなものがあるのか。
- デジタル広告の出稿に当たり、広告主やその経営陣がリスク等を低減するための具体的取組として、どのようなものが考えられるか。
- 広告主及びその経営陣が自らのオンラインメディアへの広告配信に関する取組の実効性等を検証する指標等として、どのようなものが考えられるか。

1 1月	1 2月	1 月	2 月	3 月
<p>11/11</p>  <p>第 3 回</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 広告関連団体ヒアリング • 広告主等ガイドライン等骨子案 	 <ul style="list-style-type: none"> • 広告関連団体ヒアリング 	 <ul style="list-style-type: none"> • 国内外の状況 • 広告主・消費者の意識調査 	<p>上中旬</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 広告主等ガイドライン等案 <p>→</p>  <p>末頃</p> <ul style="list-style-type: none"> • 広告主等ガイドライン等公表