



デジタル広告の流通を巡る諸課題への対応に関する モニタリングについて

デジタル空間における情報流通の諸課題への対応に関する検討会
デジタル広告ワーキンググループ（第14回）

令和7年11月

- デジタル広告市場では、広告主側において、著名人等のなりすまし型「偽広告」を端緒とした投資詐欺等が問題となり、2024年6月21日に総務省から大規模プラットフォーム事業者に対して対応要請を実施。同年10月に事業者ヒアリングを実施し、同年11月にヒアリングの評価を「ヒアリング総括」として公表。
- 「ヒアリング総括」においては、ヒアリング等の評価を踏まえ、事業者に更なる改善を求めるとともに、その対応状況を総務省としてモニタリングすることを通じ、SNS等のサービスの利用者の保護の観点から必要な対応を検討することとした。
- なお、「ヒアリング総括」後の各事業者の対応状況について、令和7年5月にフォローアップを実施したが、「ヒアリング総括」において「非公開」又は「回答なし」とされた事項については更新が無かった。
- 以上を踏まえ、「デジタル空間における情報流通の諸課題への対応に関する検討会」中間とりまとめ（令和7年9月17日公表）において、SNS等のサービスの利用者の保護の観点から、デジタル広告の事前審査や事後的な削除等に関するプラットフォーム事業者の対応状況を継続的に把握するため、「デジタル広告の流通を巡る諸課題への対応に関するモニタリング指針」を策定。

主なモニタリング項目（モニタリング指針4.に記載）

(1) 広告出稿時の事前審査等

- ① 事前審査基準の策定・公表等
- ② 事前審査の実施
- ③ 事前審査により掲載を認めなかった広告の件数把握・公開
- ④ 事前審査体制の整備（日本語や文化背景が理解できる審査担当者）
- ⑤ 権利を侵害された者から通報があった場合の事前審査の強化
- ⑥ 広告主の本人確認等（本人確認書類の提示等）
- ⑦ その他必要事項

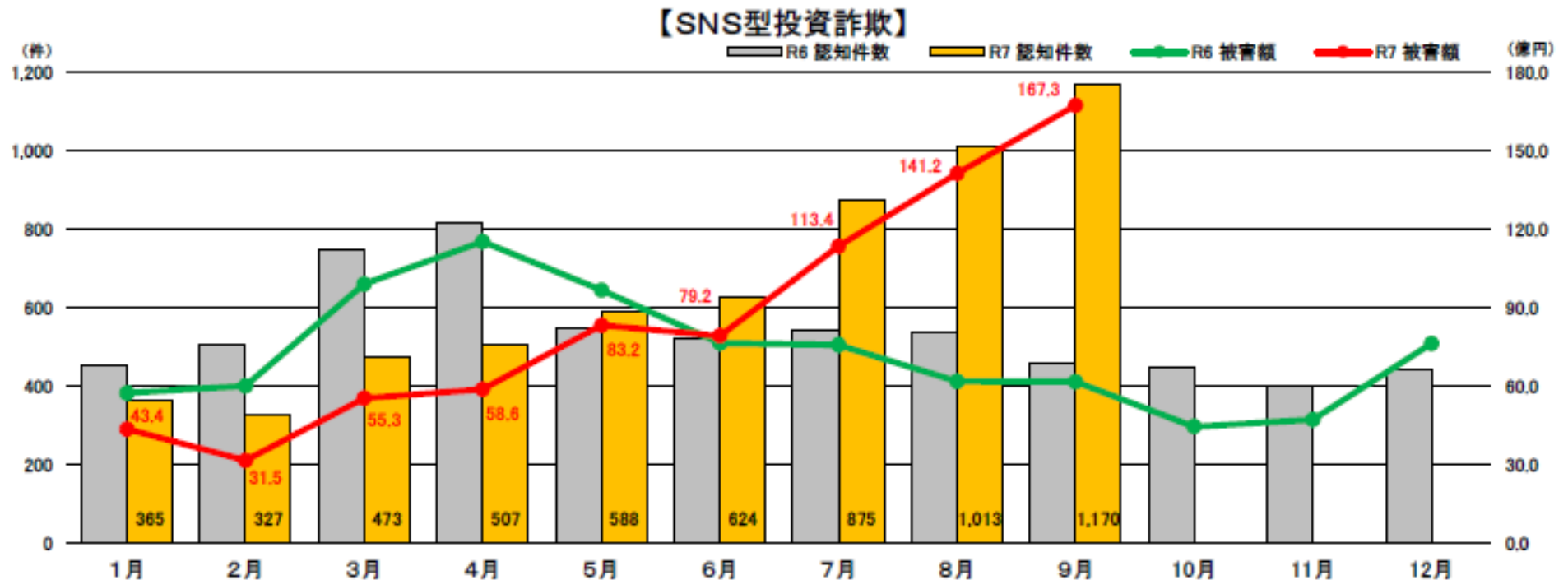
(2) 事後的な削除等

- ① 事後的な削除等の実施に関する基準等の策定・公表
- ② 迅速な削除対応（窓口の公表、結果通知、処理期間の設定）
- ③ 運用状況の透明化（削除体制、削除件数の公開等）
- ④ その他必要事項

- **SNS型投資詐欺（※）の認知件数及び被害額は、直近増加傾向にあり、依然として高い水準にある。**

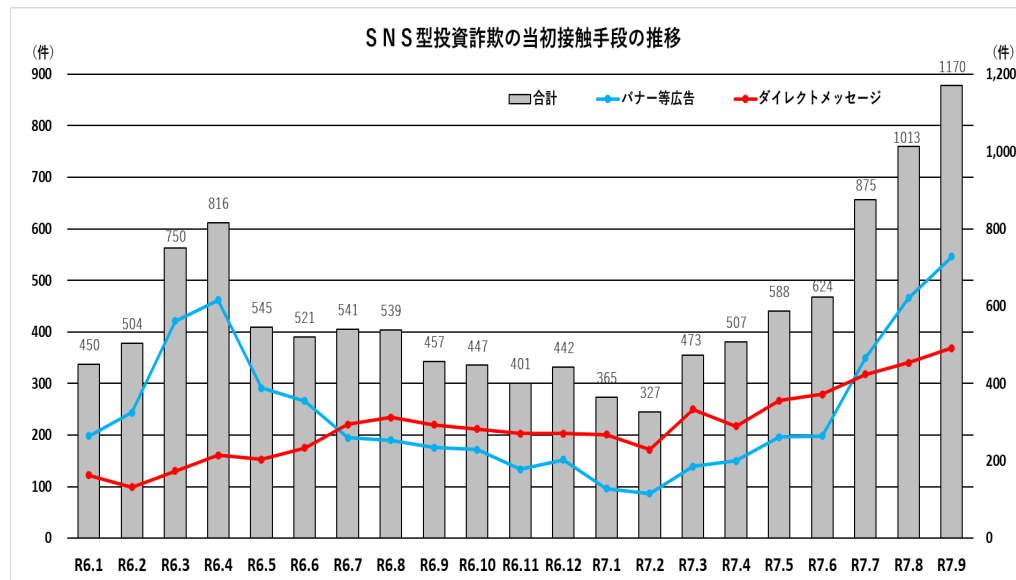
（※）SNS等を通じて対面することなく、交信を重ねるなどして関係を深めて信用させ、投資金名目やその利益の出金手数料名目などで金銭等をだまし取る詐欺（SNS型ロマンス詐欺に該当するものを除く。）

- また、**令和7年9月の認知件数、被害額**については、**単月での数字として、ともに過去最多を更新。**



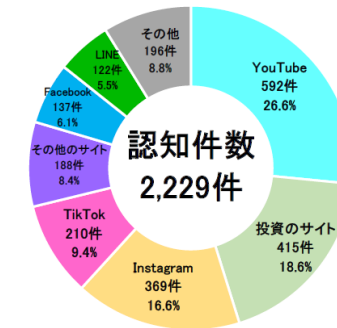
- **SNS型投資詐欺の被害者との当初接触手段**として、令和6年7月以降はダイレクトメッセージがバナー等広告を上回っていたものの、**令和7年7月以降、再びバナー等広告の方が高くなっている。**
- **当初接触ツール（バナー等広告）**としては、**大規模事業者が提供するSNS等が高い割合を占める。**

SNS型投資詐欺の当初接触手段の内訳及び推移

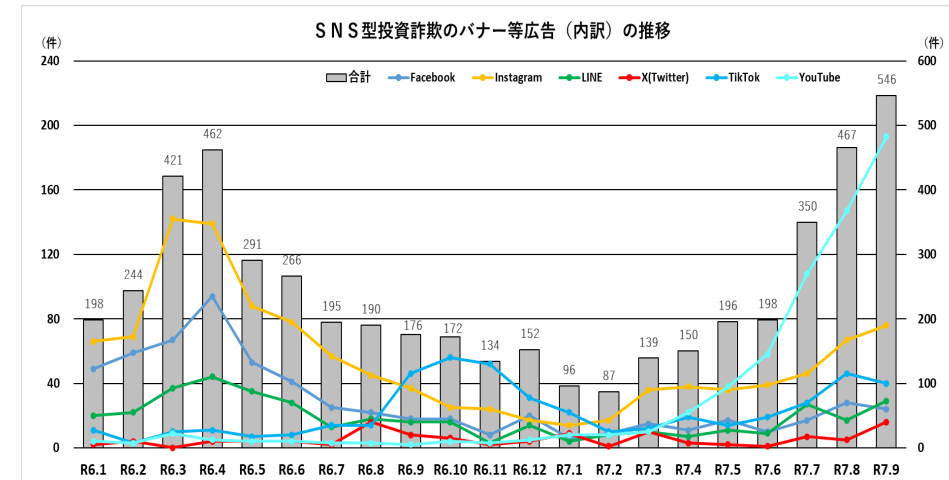


当初接触ツールにおけるバナー等広告の内訳及び推移

【バナー等広告の内訳】



(※) 令和7年1月から9月の認知件数の合計



対象事業者（モニタリング指針2．に記載）

SNS等を提供する大規模なプラットフォーム事業者

（※）日本国内における平均月間アクティブユーザ数が1,000万人以上であるSNS等を提供する企業を想定

対象となる広告（モニタリング指針3．に記載）

- ・ なりすまし型「偽広告」
- ・ 商標権等を侵害し模倣品を販売するサイトに誘導する広告

（※）他人の権利等を侵害しており、プラットフォーム事業者において、規約等により事前審査の不承認や事後的な削除等の対応の判断を行うことが可能な広告

モニタリング内容（モニタリング指針4．に記載）

「デジタル広告の流通を巡る諸課題への対応に関するモニタリング指針」に記載のモニタリング項目の対応状況

モニタリング形式

- ・ 書面回答（必要に応じてヒアリングを実施）
- ・ 資料は原則公開（公にすることにより事業運営上の支障がある情報等、事業者において非公開とすべき情報がある場合は、その部分については非公開）

【今後の想定スケジュール】

10月	11月	12月	1月	2月	3月
	▲ 11/6 広告WG (モニタリング項目案議論)	● ← 質問回答期間 (11月中旬～12月中旬) → ●	▲ 1月中下旬 広告WG (事業者回答)	← 必要に応じ更問やヒアリング →	▲ 3月末 広告WG (モニタリング結果)

- **総務省では**、「国民を詐欺から守るための総合対策」(令和6年6月18日犯罪対策閣僚会議決定)を踏まえ、令和6年6月21日に、**SNS等を提供するプラットフォーム事業者**(※) **に対して**、SNS等における**なりすまし型「偽広告」への対応について要請**を実施。

※ Meta Platforms, Inc.に対して、対応の実施を要請するとともに、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構(SMAJ)を通じて、SNS等を提供する大規模事業者に対して、対応の実施を要請。

広告出稿時の事前審査等に関する対応

① 審査基準の策定・公表等

- ・ 広告の事前審査基準を策定・公表するとともに、当該基準を含め、利用規約等を踏まえた適正な対応を行うこと。

② 自社が提供するSNS等におけるなりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態等を踏まえた審査の実施

③ 事前審査体制の整備

- ・ 特に、日本語並びに日本の社会、文化及び法令を理解する者を十分に配置するなど、事前審査体制を整備し、その整備状況を公表すること。

④ 被害者から通報があった場合の事前審査の強化

⑤ 広告主の本人確認のプロセスや実効性の検証・強化

なりすまし型「偽広告」の事後的な削除等

(1) 利用規約等を踏まえた適正な削除対応

(2) 削除対応の迅速化及び運用状況の透明化

- ① 削除申出を受け付ける方法の整備・公表
- ② 削除等の対応に当たる人材として、日本語並びに日本の社会、文化及び法令を理解する者の十分な配置
- ③ 被害者の申出を受けてからの遅滞ない判断・通知
- ④ 削除等の実施に関する基準の策定・公表
- ⑤ 削除の申出件数及び実施件数、アカウント停止の申出件数及び実施件数並びに削除等の対応に当たる人的・技術的体制(特に、削除等の対応に当たる人材のうち日本語を理解する者の人数)の公表

- 令和6年10月、デジタル広告ワーキンググループにおいて、要請を行った**プラットフォーム事業者（Google、LINEやフー、Meta、TikTok、X）に対してヒアリングを実施**。同年11月にヒアリングの評価を「ヒアリング総括」として公表。
- 「ヒアリング総括」においては、ヒアリング等の評価を踏まえ、**事業者に更なる改善を求めるとともに、その対応状況を総務省としてモニタリングする**ことを通じ、SNS等のサービスの利用者の保護の観点から必要な対応を検討することとした。

1 広告出稿時の事前審査等に関する評価（ポイント）

【事前審査の実効性向上】

- 遷移先の情報変更を発見した場合の再審査など、事前審査基準に基づく審査の実効性を向上させる対応の適切かつ不断の実施が重要。

【詐欺の手口・実態等を踏まえた事前審査の実施】

- 捜査機関との情報交換による手口等の最新動向の把握、業界団体を通じた企業横断的な調査・情報共有などの取組など、体制整備が重要。

【事前審査体制の整備・公開】

- 日本語や日本の文化的背景を理解した人員を含む事前審査体制を構築した上で、どのような能力を有する人材を具体的に何人配置しているのか等に関する情報を公開し、利用者や広告主が確認できるようにすることが重要。

【広告主の本人確認の実施】

- メールアドレスや電話番号の認証のみならず、本人・法人確認書類の提出などの対応の有効性・必要性についても考慮することが重要。

2 SNS等に掲載されたなりすまし型「偽広告」の事後的な削除等に関する評価（ポイント）

【削除対応の迅速化】

- プラットフォーム事業者が削除等の対応要否を期限を区切って速やかに判断すること、判断結果を被害者等に通知すること、これらを着実に実施するための体制を整備することなど、削除等の申出に迅速に対応するための取組が更に進められることが重要。

【運用状況の透明化】

- 削除の申出件数及び実施件数、アカウント停止の申出件数及び実施件数、削除等の対応に当たる人的・技術的体制について公開されていないことは、透明性確保の観点から不十分であり、今後の公開が進められることが重要。

- **「ヒアリング総括」後の各事業者の対応状況**について、令和7年4月に事務局において聞き取りを行い、**令和7年5月にフォローアップを実施**した。
- フォローアップでは、対応状況について**一部事業者から新たな取組や更新事項の回答があった一方**、「ヒアリング総括」において**「非公開」又は「回答なし」とされた事項については更新が無かった**。

なりすまし型「偽広告」への対応に関する要請

1 広告出稿時の事前審査等に関する対応

- (1) 審査基準の策定・公表等
- (2) 自社が提供するSNS等におけるなりすまし型「偽広告」を端緒とした詐欺の手口・実態等を踏まえた審査の実施
- (3) 事前審査体制の整備
- (4) 被害者から通報があった場合の事前審査の強化
- (5) 広告主の本人確認のプロセスや実効性の検証・強化

2 なりすまし型「偽広告」の事後的な削除等

- (1) 利用規約等を踏まえた適正な削除対応
- (2) 削除対応の迅速化及び運用状況の透明化



- ・ 各事業者の対応状況について、ヒアリングを実施
(令和6年10月)
- ・ ヒアリング結果の評価を「ヒアリング総括」として公表
(令和6年11月)

「ヒアリング総括」のフォローアップに関する事務局聞き取り

【対象事業者（5社）】

- Google
- LINEヤフー
- Meta
- TikTok Japan
- X

【聞き取り実施期間】

令和7年4月21日（月）～4月28日（月）

【項目】

- ・ なりすまし型「偽広告」への対応に関する更新事項
 - 新たに実施した取組
 - 直近の定量的数値 等