

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  
デジタル広告ワーキンググループ（第14回）

- 1 日時 令和7年11月6日 10時30分～11時05分
- 2 場所 オンライン開催
- 3 出席者
  - (1) 構成員  
音主査、クロサカ構成員、澁谷構成員、曾我部構成員、水谷構成員
  - (2) オブザーバー  
一般社団法人デジタル広告品質認証機構、一般社団法人日本広告業協会、  
一般社団法人日本新聞協会、公益社団法人日本アドバタイザーズ協会
  - (3) 関係省庁  
消費者庁、警察庁、経済産業省、金融庁
  - (4) 総務省  
藤田大臣官房総括審議官、荒井大臣官房審議官、中村情報通信政策課長、  
大澤情報流通振興課長、寺本情報流通行政局参事官、  
横山情報流通行政局参事官補佐
- 4 議事
  - (1) 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
  - (2) その他

【音主査】

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 デジタル広告ワーキンググループの第 14 回会合を始めさせていただきます。

本日はご多忙の中、会議にご出席いただきましてありがとうございます。

議事に入る前に事務局から連絡事項のご説明をお願いいたします。

【横山情報流通行政局参事官補佐】

事務局でございます。まず本日の会議は公開とさせていただきますのでご了承ください。

次に事務局より Web 会議による開催上の注意事項についてご案内いたします。

本日の会議の傍聴につきましては、Web 会議システムによる音声及び資料投影のみでの傍聴とさせていただいております。傍聴者は発言ができない設定となっておりますので、音声設定を変更しないようお願いいたします。

本日の資料は、資料 14-1 及び資料 14-2 をご用意しております。構成員の皆様におかれまして、万が一お手元に資料が届いていない等ございましたら、事務局までご一報ください。傍聴の方におかれましては、本ワーキンググループのホームページ上に資料が公開されておりますので、そちらからご覧ください。

なお、本日は柿沼構成員が御欠席と伺っており、澁谷構成員が御参加で伺っておりますところ遅れての御参加となっているようですので、お伝えをさせていただきます。

事務局からは以上でございます。

【音主査】

それでは本日の議事に入りたいと思います。本日の議事は二つです。

一つは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です。

二つ目はその他となっております。

まず、議事の（1）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、事務局よりご説明の方よろしくをお願いいたします。

事務局からの説明後に構成員の皆様よりご質問・ご意見をいただければと思います。

では事務局よりお願いいたします。

【横山情報流通行政局参事官補佐】

事務局でございます。資料 14-1、14-2 に基づきご説明をさせていただきます。

まず、投影させていただいている資料 14-1、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きまして、モニタリング指針策定の経緯、今後のモニタリングの進め方等についてご説明をさせていただきます。

1 ページ目にいきまして、これまでの経緯でございます。昨年 6 月に総務省から大規模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発出し、その後、広告ワーキンググループにおいて事業者ヒアリングを実施した後、昨年の 11 月にヒアリングの評価を「ヒアリング総括」として公表いたしました。

その後、今年の5月にフォローアップを実施しまして、これらの内容も踏まえ、今年の9月に「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」の中間取りまとめにおいて、「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」を策定したところでございます。

こちらの指針に記載しておりますモニタリングの項目につきましては、一番下に記載のとおりでございまして、大きな項目といたしましては、(1)の広告出稿時の事前審査等と、(2)事後的な削除等について確認することとしております。

具体的には、(1)の事前審査等につきましては、事前審査基準の策定・公表、自社のサービスにおける問題の実態等を踏まえた事前審査の実施、事前審査により掲載を認めなかった広告の件数の把握や公開、事前審査体制の整備、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、広告主の本人確認等といったものについて、状況を確認することとしております。

また、(2)の事後的な削除等につきましては、事後削除等の実施に関する基準等の策定・公表、迅速な削除対応、運用状況の透明化等について、対応状況を確認することとしております。

2 ページ目は、なりすまし型「偽広告」等を端緒とする SNS 型投資詐欺の現状につきまして、警察庁の公表情報をもとに記載をさせていただいております。

下のグラフにつきまして、黄色い棒グラフが今年の認知件数の推移、赤い折れ線グラフが今年の被害額の推移を示しておりますけれども、いずれも直近は増加傾向にあるというところでございます。また現状において、最新の数値であります今年9月の認知件数、被害額につきましては、いずれも単月での数字としては過去最多を更新しているというような状況でございます。

3 ページ目にいきまして、SNS 型投資詐欺の当初接触手段等について、同じく警察庁の公表情報をもとに記載をさせていただいております。

下の左側の図でございすけれども、今年の夏までは、当初接触の手段としてダイレクトメッセージがバナー等広告を上回っているところでございましたが、直近では再び広告の割合の方が高くなっているというところでございます。

また、右側のグラフですが、その内のバナー等広告の内訳及び推移について記載をさせていただいております。当初接触ツールとしては依然として大規模事業者の SNS 等の割合が高くなっており、特に直近ですと YouTube の伸びが顕著となっているというところでございます。

4 ページ目にいきまして、こちらが今年度のモニタリングの進め方等についてのご説明となります。

まず一つ目、対象事業者でございますけれども、こちらはモニタリング指針に記載しておりますとおり、SNS 等を提供する大規模なプラットフォーム事業者、具体的には平均月間アクティブユーザ数が 1,000 万人以上の SNS 等を提供するプラットフォーム事業者を対象とすることとしております。

二つ目の対象となる広告につきまして、こちらモニタリング指針に記載しておりますとおり、具体的にはなりすまし型「偽広告」と、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を対象とすることとしております。

三つ目のモニタリング内容につきましては、1 ページ目でもご説明をさせていただいた、モニタリング項目の対応状況について確認を行うこととしております。

四つ目のモニタリング形式につきましては、事業者の回答に当たっては、まずは書面回答とすることを原則とし、回答が不十分であるといったような場合等には、必要に応じてヒアリングを実施するということも想定しているところでございます。

また、資料については原則公開ではございますが、公にすることにより事業運営上の支障がある情報等につきましては、非公開であるということを明示いただいた上で、可能な限り回答いただくということを想定しております。

なお、資料の非公開の取扱いにつきましては、参考資料 14-2 のデジタル広告ワーキンググループの開催要項の 5(2)に記載しております、「本ワーキンググループで使用した資料は、原則として、公開する。ただし、公開することにより、当事者若しくは第三者の利益を害するおそれがある場合については、非公開とする」との取扱いと合致するところでございます。

この点、非公開情報につきましては、ここに記載もしておりますとおり、当事者もしくは、第三者の利益を害するおそれがある情報ということになりますので、改めて構成員の皆様におかれましては、非公開情報として回答いただいた資料をご確認いただく際には、守秘義務の遵守等についてご留意をいただければと思いますので、よろしくお願いいたします。

資料 14-1 に戻りまして、4 ページの一番下では、今後の想定スケジュールについて記載をさせていただいております。本日の会合でいただいたご意見を踏まえまして、質問項目を確定させていただいた後に、各事業者様に質問票を发出させていただき、およそ 1 か月程度でご回答いただければと考えております。

その後、来年の 1 月頃に次のワーキンググループを開催させていただき、書面回答の内容についてご説明、意見交換を行う想定としております。

その後、必要に応じてヒアリング等を実施させていただいた上で、年度末を目途に今回のモニタリングの結果を取りまとめられればと考えております。

こちらの資料 5 ページ以降につきましては、これまでの経緯についての参考資料となりますので、説明については割愛とさせていただきます。

続きまして、資料 14-2 の今年度のモニタリングの質問項目について、ご説明をさせていただきます。

まず冒頭、回答時の留意点を記載させていただいております。一つ目につきましては、定量的な数値の回答に当たっては日本におけるサービスに関する数値をご回答いただくという点、二点目につきましては、非公開情報がある場合は明示していただいた上でご回答いただくという点、三つ目につきましては、公開情報をご回答いただく場合については、URL もあわせてご回答いただきたいという点を記載しております。

それ以降が具体的な質問項目となります。

まず、モニタリング指針の項目に明示的に記載しているものではございませんが、回答に当たって前提となる情報の確認に係る質問を二つ記載させていただいております。

Q1 につきましては今回のモニタリングの対象について明確にするという質問でございます。各社が提供するサービスがアクティブユーザ数 1,000 万人以上の SNS 等かどうかにつ

いて確認をする質問でございます。こちらの質問は、昨年のヒアリングにおいても同様の質問を行ったところでございます。

その次、Q2 につきましては、今回新たに追加をさせていただく質問でございます。昨年のヒアリングにおきましては、例えば A 社のサービスや媒体においては、A 社の広告ネットワークを通じて配信される広告を念頭にヒアリングを行ったものと承知しておりますが、実態としましては、A 社の媒体に対して、B 社の広告ネットワークを通じて広告が配信されるという場合もあると承知しております。そのため、その実態を把握するため、他社の広告ネットワークを通じて配信される広告について確認させていただく質問を追加させていただいております。

また、これ以降の質問につきましては、自社の広告ネットワークを通じて配信されるものと、他社の広告ネットワークを通じて配信されるもの、それぞれについてご回答いただくことを想定しております。

次のページにいきまして、Q3 以降は、基本的には先ほどお伝えさせていただいたモニタリング指針に記載の内容をそのまま質問とさせていただいているところですので、モニタリング指針から特に追加を行った主な質問について、かいつまんでご説明をさせていただければと思います。

まずは PDF の 3 ページ、広告出稿時の事前審査等の「⑥広告主の本人確認等の状況」という項目において、Q17 を追加しているところでございます。

この質問では、広告主の本人確認において、なりすまし等の不正な申請があった場合の件数や代表例を確認することとしておりまして、実効性のある本人確認方法の確認という観点から、今回追加をさせていただいたものでございます。

続きまして、次のページ PDF の 4 ページ、事後的な削除等の「④その他必要事項」にいくつか質問を追加させていただいているところでございます。

まず Q29、Q30 につきましては、削除された広告の削除前の流通状況の確認や、その広告が事前審査で排除できなかった要因の調査分析をしているかといった点について確認する質問を追加させていただいております。これは、削除された広告に着目した上で、事前審査の実効性を確認するという観点から、今回追加をさせていただいたものでございます。

その次、Q31、Q32 につきましては、何らかのポリシー違反等により広告の削除を行った場合に、広告主のアカウントの停止まで行うか、また停止する場合の期間、アカウントがすぐに停止をされない場合には当該広告主の別の広告や関連のアカウントに対して追加の審査を行うかといった点を確認する質問を追加しているところでございます。

次ページにいきまして、Q33 につきましては広告削除ですとか、アカウント停止についての異議申立ての件数と対応状況を確認する質問を追加しております。

Q31 から Q33 につきましては、いずれも事後削除の実効性を確認するという観点から質問を追加させていただいたものでございます。

最後に、全体の項目としまして、「4. その他」を追加しておりまして、モニタリング指針において明示的に記載はしておりませんが、大きな項目である事前審査と事後削除、こちらの項目に限らない形で、他人の権利等を侵害する広告の流通の防止、抑制のために取り組んでいる内容がありましたら、各事業者から自由回答というような形でご回答いただく設問を追加させていただいた次第でございます。

駆け足にはなりましたが事務局からの説明は以上でございます。

【音主査】

ありがとうございます。 それでは、意見交換に移らせていただきます。

構成員の皆様よりご質問・ご意見をいただければと思いますので、発言の希望をされる方はチャットで発言希望の旨をご連絡ください。お願いいたします。

では、曾我部構成員よりしくお願いいたします。

【曾我部構成員】

ありがとうございます。今のところ質問項目案自体には意見等ありませんが、確認したいところがございます。事業者から質問の回答を受けた後に、この場でまた議論するということだと思いますが、どういう形で議論していくのかというイメージや、事務局の方で想定されている形式が現段階でありましたら、教えていただければと思います。よろしくお願いします。

【音主査】

では、事務局よりをお願いいたします。

【横山情報流通行政局参事官補佐】

曾我部構成員、ありがとうございます。

資料 14-1 の 4 ページにも記載させていただきましたとおり、今回のモニタリングにつきましては、原則、書面回答とすることとしてございますので、一度書面で各事業者から回答いただいたものにつきまして、事務局の方で取りまとめさせていただき、各事業者の回答につきまして、なるべく平仄等を調整させていただいた上で、1 月の本ワーキンググループにて、回答内容についてご説明をさせていただければと思っております。

【曾我部構成員】

ありがとうございます。何らかの評価のようなものをするということでしょうか。

【横山情報流通行政局参事官補佐】

回答を踏まえて、全体の評価取りまとめにつきましても 3 月末を目途にご議論いただき、公表させていただくことを想定しているところでございます。

【曾我部構成員】

分かりました。ありがとうございます。

【音主査】

他にはご質問・ご意見等いかがでございましょうか。

水谷構成員、よりしくお願いいたします。

【水谷構成員】

水谷でございます。よろしくお願いします。私から質問というよりはコメントになりますが、資料 14-1 の 3 ページ目、詐欺の被害件数について少し気になっているのが、SNS 型投資詐欺のバナー等広告の内訳の推移において、Instagram、Facebook が下がってきた一方で、今度は YouTube がすごく上がってきているという点です。

今後、プラットフォーム事業者の方で自主的に詐欺広告の取締りや対応を強化されると、当然件数は減っていくと思いますが、他方で詐欺を仕掛ける側の人間からすると、おそらくそういう取締りが厳しくなったプラットフォームから、今度は取締りが緩い、まだ穴があるプラットフォームに移っていくのではないかなというのを、このグラフを見て感じましたし、推移についても注意して見ておかねばならないと思ったところです。

またこの問題は個々の事業者の方々の対応も重要ですが、やはり事業者間の横の連携も、既にされていることとは思いますが、より一層重要になってくるのではないかというふうに改めて感じた次第です。

私からコメント以上になります。

#### 【音主査】

ありがとうございます。

水谷構成員のおっしゃるとおりで、横連携をどういうふうに業界としてやっていただけるのか、その辺りのことも含めてしっかり見ていく必要があろうかと思います。事務局からはいかがでございますか。

#### 【横山情報流通行政局参事官補佐】

ご指摘はおっしゃるとおりだと思っております。各事業者の取組の連携という観点では、今回のモニタリングにおいて各事業者の取組の内容をそれぞれが把握し、擦り合わせていくということも一つ重要なことだと思いますし、質問項目 Q7 にも記載をしておりますけれども、業界団体等と情報の連携、対応の連携をしていくということは今回のモニタリングの中でも確認をさせていただきさせていただければと考えており、その辺りの回答について我々としても注視していきたいと思います。

#### 【音主査】

大事なご指摘ありがとうございました。他にはいかがでございましょうか。

クロサカ構成員どうぞ。

#### 【クロサカ構成員】

クロサカでございます。

資料 14-2 の Q17 について、「Q16 で回答いただいた本人確認方法により、なりすまし等の不正な申請を行っていることが判明した事例がある場合、その件数及び代表的な例について」ということで、実態をまず把握するということだと思うのですが、可能であれば、不正な申請を行っていたことが判明した事例で、その後どのような対応を行ったのか、例えば広告主の登録みたいなものから外したとか、その広告出稿を取りやめたとか、何らかの対処をしている可能性が高いと思いますので、どのようなアクションをとられたのかということに

ついて、例示の中に含まれるのかもしれませんが、具体で聞けるとありがたいなと思いましたのでご検討いただければと思います。 以上です。

**【音主査】**

この点については事務局いかがでございましょうか。

**【横山情報流通行政局参事官補佐】**

質問を修正すべきかどうかについても改めて検討させていただければと思いますが、「件数及び代表的な例についてご教示ください。」の後に、「その場合についての対応状況についてもご教示いただきたい」という文言を追加するようなイメージでしょうか。

**【クロサカ構成員】**

他の質問とも重複する可能性があるかもしれないので、全体を見ていただいた上で修文いただくポイントがあれば修文いただきたいと思います。例えば Q32、これは事後的な削除ですけれども、この辺りも若干関係してくるかなと思います。

平たく言うと、この広告主おかしいぞというときの、検知や検知件数だけではなく、その次のアクションとしてどんなことをやっているのかというようなことを聞いていただきたいと思います。

実際には修文いただくか、補足的に説明いただいた上で例の中に含めて回答してもらうように言っていたか、その辺りは事務局にお任せしますので、次のアクションまで聞けるとありがたいなと思った次第です。

**【横山情報流通行政局参事官補佐】**

Q32 につきましては、どちらかというと広告主アカウントを持っていて、広告を出稿した後にそのアカウントが停止されるというような状況を想定しており、Q17 につきましては、その前段階でアカウントとして作成をする際の広告主の本人確認というところになるので、そこはやや回答の粒度は変わってくるかなというふうには思っております。「⑥広告主の本人確認等の状況」の項目の中でも同じような回答が取れるものがないかという点、改めて確認をさせていただいた上で、必要に応じて修文等させていただければと思います。

**【クロサカ構成員】**

よろしく願います。ありがとうございます。

**【音主査】**

ありがとうございます。他にはいかがでございましょうか。

よろしいでしょうか。特に追加でないようでしたら意見交換はここまでにさせていただきます。先ほどのクロサカ構成員のご指摘につきまして、今回事務局よりご説明いただきました質問項目案については、修正箇所を含めて主査にご一任いただくということでよろしいでしょうか。

**【クロサカ構成員】**



はい。私は異存ございません。

【音主査】

ありがとうございます。それではそのように進めさせていただければと思います。  
では議事の2に移ります。全体を通じて構成員の皆様から何かご意見等はございますか。  
水谷構成員お願いいたします。

【水谷構成員】

先ほどの件に追加で、全体をとおして気になっていることが一点ありまして、生成AIの普及や利用の現状を考えますと、この手の詐欺広告等を、詐欺集団が作成するときに、既にもう使われていると思いますが、生成AIの利用によって広告の内容がどんどん高度になっていくというようなことが今後予想されると思います。今回のモニタリングも非常に重要なわけですが、やはり中長期的に考えて、こういう生成AIによるリスクも踏まえ、もう少しこの会議自体も迅速に対応できるような体制をとっておいた方がいいのではないかと思います。

もちろん、生成AIが現状どこまで浸透しているのかということ自体を、モニタリングなどを通じて明らかにするべきだとは思いますが、場合によっては対策を一段階上げることにも念頭に置いておくべきかというふうに個人的には思っております。私からは以上です。

【音主査】

ありがとうございます。先ほどのデータにありましており、最近のSNS型投資詐欺の数値が増加傾向にあるというようなことも含めて水谷構成員のご意見、非常に重要なと私も感じるところです。

事務局からこの件につきまして、コメント等ございますか。

【横山情報流通行政局参事官補佐】

なりすまし型偽広告等について生成AIを活用されていくリスクの高さというのは、おっしゃるとおりかと思いつつ、悪さを企む者たちがAIを使うのであれば、審査でしたり、防衛の観点からもAIを使うということは当然想定される中で、このモニタリングにおきましても、例えばQ12において、こういったAI等のシステムによる自動的な対応も含めた審査体制というところも把握することとしており、実態を確認していくということが重要になろうかなと思っております。まずはこういったところをモニタリングの中で注視をさせていただきながら、そういった回答の中身も踏まえつつ、ご指摘いただいた点についても検討してまいりたいと思います。ありがとうございます。

【音主査】

ありがとうございます。

その他の意見なければ、最後に事務局から次回会合等につきましてご連絡お願いいたします。

【横山情報流通行政局参事官補佐】

ありがとうございます。 次回の会合につきましては、資料 14-1 で 1 月頃を目途という話をさせていただいておりますが、具体的な日程等につきましては追ってご連絡させていただければと思います。

事務局からは以上でございます。

**【音主査】**

ありがとうございます。 それでは本日予定しておりました議事は以上でございます。

以上をもちましてデジタル広告ワーキンググループ第 14 回の会合を閉会いたします。

本日はどうもありがとうございました。