



## 前回会合（第16回）における 構成員からの主な御意見

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17回）

令和8年7月

## <モニタリング項目に対する主な御意見>

### ○広告主の本人確認

- 広告主の本人確認について、リスクに応じて実施しているとの回答が見られるが、具体的にどのように行っているのか、実効性としてどの程度のものなのかに関しては、引き続き確認できると良い。（澁谷構成員）
- リスクに応じた本人確認と回答している事業者もいるが、「リスクに応じた」という評価が適切なのか、効果を実際上げているのかについては、引き続き注視が必要。また、リスクに応じたというよりは、より幅広く本人確認を実施するといったことも必要かと思うため、その点も引き続き重点的に確認していただきたい。（曾我部構成員）
- 「リスクに応じた」のリスクには恣意的な解釈があり得るのではないかと思うため、より詳細化していくことが必要。（クロサカ構成員）
- リスク評価に当たっては、一定の閾値を設定して判断するとも取れるが、閾値を超えていないところに悪意を持った広告出稿者がいる場合はそれを見逃してしまうし、閾値をどのレベルに設定するかによって強度が変わってくる。それを全てオープンで公開することはできないにせよ、今後も重点的に見ていく必要があるのではないか。（水谷構成員）

### ○広告関連情報の公開

- 情報公開の方法として、ライブラリーの公開だけでなく、掲載される広告上に広告主や広告に関する情報を表示することも非常に重要。（クロサカ構成員）
- 広告ライブラリーに既に削除した広告等を公開することは非常に難しいと承知しているが、どういった広告によって被害が起こるのかということを利用者や関連団体等に公開していくことは非常に大事ではないか。（澁谷構成員）

## <モニタリング項目に対する主な御意見>

### ○掲載済み広告の再審査

- 広告主の本人確認によって入り口の部分を絞ったとしても、どうしてもすり抜けは起きるため、その意味で事後的な審査も同様に重要だと思う。（水谷構成員）

### ○事後削除の実施状況の把握

- SNS型投資詐欺被害の当初接触ツール（バナー等広告）については、モニタリング対象の事業者が多数挙げられている状況であり、それを踏まえると、削除等の対応をどの程度実施しているのか、対応の増加の比較や、対応する際の困難さについても、事業者を確認する必要があるのではないか。（柿沼構成員）
- 事業者が設定したルールに基づき実際に執行されているのかという点は、今後、重点的に掘っていく必要があるのではないか。（水谷構成員）

## <今後のモニタリングの進め方>

### ○モニタリングの対象について

- モニタリングの開始から取りまとめまで時間が空いたが、実効性のあるモニタリングの仕組みとして、質問項目や聞き方も含めて検討ができるの良いのではないか。本来は自主的に各プラットフォーム事業者で公開しても良いのではないかと思われる項目もあるため、そういったものも含めて、モニタリングの運用について検討してはいかがか。  
(澁谷構成員)
- 質問の回答に当たっては、事業者もかなり大変な作業。特にポイントを絞った結果の公表でもよいのではないか。  
(柿沼構成員)
- 現在のモニタリング項目はいずれも重要であり、場合によっては拡大もあるかもしれないが、この項目は維持いただく前提のもと、効率性、継続性の観点から、毎年のモニタリングについては、重点項目のような形で項目を絞って深掘りをしていく、あるいは時々で関心のテーマを変えていくことも検討いただいた方がよいのではないか。  
(クロサカ構成員)
- 今回のモニタリングでは、事業者に負担、協力をいただいて網羅的に回答いただいたが、深掘りすべき点にメリハリをつけて、今後注視していくことが必要ではないか。(水谷構成員)

### ○関係省庁との連携について

- 他省庁と踏み込んだ情報共有や意見交換をしてほしい。問題意識をどこが持つのかということと、必要に応じた役割分担をどうしていくのか、については絶えず検討が必要。また、ヒアリング結果について、様々な省庁とも何らかの形で連携をしながら、政府一体となって取組を進めていただきたい。(クロサカ構成員)