

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 17 回）

1 日時 令和 8 年 7 月 17 日（金）10 時 00 分～10 時 30 分

2 場所 オンライン開催

3 出席者

（1）構成員

音主査、柿沼構成員、クロサカ構成員、曾我部構成員

（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、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会、一般社団法人日本新聞協会、一般社団法人日本民間放送連盟、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

（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、寺本国際戦略局参事官、相川情報流通適正化推進室長、横山情報流通振興課課長補佐

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総括（案）等について

（2）その他

【音主査】

時間になりましたので、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の第 17 回の会合を開催いたします。

本日はご多忙の中、当会合にお集まりいただきまして誠に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説明をよろしくお願いいたします。

【横山情報流通振興課課長補佐】

事務局でございます。Web 会議の設定トラブルにより、開始時間が遅れまして恐縮でございます。本日の会議につきまして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させていただきます。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ので、傍聴者の皆様は発言ができない設定となっております。音声設定を変更しないようお願いいたします。また、パネリストの皆様もご発言の時以外は、カメラをオフにさせていただきますようお願いいたします。

本日の資料は、資料 17-1、17-2 及び資料 17-3 並びに参考資料 17-1 をご用意しております。構成員の皆様におかれましては、万が一お手元に資料が届いていない等ございましたら、事務局まで一報いただければと思います。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、本日は澁谷構成員、水谷構成員がご欠席と伺っております。

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。それでは本日の議事に入りたいと思います。本日の議事は、  
(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総括（案）等について、(2) その他です。まずは議事の(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総括（案）について、事務局よりご説明をお願いいたします。事務局からの説明の後に、構成員の皆様からご質問、ご意見をいただければと思います。

それでは事務局から、よろしくお願いいたします。

【横山情報流通振興課課長補佐】

事務局より、資料に基づきご説明をさせていただきます。まず資料 17-1 につきまして、こちらは前会合における構成員からの主なご意見をまとめさせていただいたものでございます。1 ページ目にいきまして、まずモニタリング項目に対する主なご意見をまとめしております。1 つ目の白丸、広告主の本人確認につきまして、特に自社広告ネットワークを有する事業者からは、リスクに応じた本人確認を実施しているといったような回答が、

なされていたところでございますが、この点、複数の構成員から、リスクをどのように考え、どのような場合に、どのような本人確認を実施しているのか、それは実効性や有効性のあるものなのか、そういった点を引き続き重点的に確認することが重要であるといったご意見をいただいております。

また、2つ目の黒丸、曾我部構成員からのご意見の2行目、「また」以降でございますが、リスクに応じた本人確認というよりは、より幅広くに本人確認を実施するといったことも必要とのご意見も頂戴しているところでございます。

2つ目の白丸、広告関連情報の公開について、今回のモニタリングでは、広告ライブラリーの公開状況を確認したところですが、特にクロサカ構成員からは、それだけでなく、掲載される広告から広告主に関する情報を確認できるようにすることも非常に重要といったご意見をいただいております。

次のページにいきまして、1つ目の白丸、掲載済み広告の再審査につきまして、水谷構成員から、広告主の本人確認を実施したとしても、すり抜けは起きてしまうため、事後的な審査も重要というような意見をいただいております。

4つ目の項目、白丸の事後削除の実施状況の把握につきまして、柿沼構成員からは、削除等の対応をどの程度実施しているのか確認をすることが必要であるといったご意見、また水谷構成員からは、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を重点的に確認する必要があるのではないかとといったご意見をいただいております。

3ページ目にいきまして、前回の会合では今後のモニタリングの進め方につきましても一定のご意見をいただいております。複数の構成員から、効率的、実効的なモニタリングの実施の観点から、モニタリング指針に記載の確認項目を網羅的に確認するというよりも、重点的な項目に絞ってモニタリングを実施するといったことが望ましいとのご意見を頂戴しているところでございます。なお、クロサカ構成員からは、3つ目の黒丸のとおり、現在のモニタリング指針に記載の項目はいずれも重要なものであり、その項目については維持、場合によっては拡大をしていくことが重要といったご意見もいただいております。

最後に一番下の白丸、関係省庁との連携について、クロサカ構成員から、他省庁と踏み込んだ意見交換等を行い、必要に応じた役割分担等について関係省庁間で絶えず検討することが必要、今回のモニタリングの結果について各省とも連携をし、政府一体となって取組を進めていただきたいといったような意見を頂戴しております。資料17-1につきましては以上でございます。

次に資料17-2にいきまして、今ほどご説明をさせていただいた前会合での構成員の皆様からのご意見も踏まえまして、改めて今回のモニタリングにつきまして、その評価等をモニタリング総括案としてまとめておりますので、ご説明させていただきます。

前文はこれまでの経緯等ですので割愛をさせていただきます。まず、(1) モニタリングを踏まえた評価（特に引き続きの注視が求められる事項）についてまとめております。

まず広告主の本人確認につきまして、令和6年ヒアリング総括では、実効性のある本人確認の重要性、また電話番号等の認証だけでなく本人確認書類の提出などの有効性についても考慮することが重要と評価をされていたところですが、この点、2つ目の四角のとおり、今回のモニタリングでは、自社広告ネットワークを有する事業者からは、主にリスクに応じて本人確認を実施しているというような回答があったところでございます。ただ、3つ目の四角にありますとおり、具体的な本人確認の実施の内容につきましては、十分な回答が得られなかったところ、これを踏まえ、次のページの1つ目の四角に記載のとおり、より幅広い確認書類の提出等の対応をとることの有効性等についても考慮した上で、本人確認の有効性の観点から、各社が実施する本人確認の詳細を確認することが重要と整理しております。また、その次の四角において、不正申請の抑止といったような観点から、電子的な認証手段の活用状況についても確認することが望ましいと整理させていただいております。

次に2つ目の項目、広告関連情報の公開につきまして、まず令和6年のヒアリング総括においては、広告主や広告の信頼性を確認できるような情報公開を進めていくことも重要と評価されておりましたところ、今回のモニタリングでは広告ライブラリーの公開状況について確認を行い、Google、Metaにおいてはライブラリーの公開について回答があったところでございます。この点、3つ目の四角のところ、前回クロサカ構成員からご指摘がありましたとおり、掲載される広告において、広告主等の関連情報を公開することができるようになるといったことも有効と考えられますので、広告ライブラリーの公開と合わせて、この点についても確認を行うことが重要と整理させていただいております。

3つ目の項目にいきまして、掲載済み広告の再審査につきまして、令和6年のヒアリング総括におきましては、クローズドチャットに遷移させる投資詐欺手法について言及をさせていただいた上で、こうした手法への対応として、遷移先の情報が変更されたことを発見した場合には、速やかに再度審査を実施すること等、策定・公表した事前審査基準に基づく審査の実効性を向上する観点からの対応を適切かつ不断に講じていくことが重要と評価されていたところでございます。この点、今回のモニタリングでは、2つ目の四角のとおり、Google、LINE ヤフー、湘南西武ホームにつきましては、広告素材等の変更を伴わず遷移先ページのコンテンツ内容のみが変更される場合であっても、必要に応じて監視、再審査を実施しているというような回答があったところでございます。

さらにその次の四角の部分でございますが、一部の事業者におきましては遷移先を直にLINE アカウントの登録画面とすることを禁止する等、クローズドチャットへの誘導に対する一定の対策が見られる事業者もあったところでございます。この点、その次の四角のとおり、掲載済み広告につきましては審査の実効性を向上させる観点から、引き続き遷移先ページのコンテンツの内容のみが変更される場合の再審査の有無、遷移先でのクローズドチャットへの誘導に対する対策の実施、また事前審査のすり抜けの対策について確認することが重要と整理させていただいております。

最後、4つ目の項目の事後削除の実施状況の把握につきまして、令和6年のヒアリング総括におきましては、削除申出件数、削除件数等の事後削除の実施状況にかかる情報が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と評価されていたところでございます。この点、その下の2つ目の四角のとおり、今回のモニタリングでは、LINE ヤフーからは申請理由ごとの削除申出件数、実施件数の回答がありましたが、透明性の確保の観点から回答が十分とは言えない事業者も多くあったところと承知しております。そこで、3つ目の四角のとおり、引き続き事後削除の実施状況につきまして、適時適切に公開されることが重要とした上で、回答にあたっては、例えば件数については総数ではなくモニタリング対象となる広告ごとに区分して回答することが望ましいというふうに整理をしております。

最後に、次のページにいきまして、(2) 今後のモニタリングの進め方についてもまとめさせていただいております。今回のモニタリングにおきましては、モニタリング指針を策定して初めてのモニタリングであったということもあり、指針に記載されている全ての確認項目について、モニタリングを実施させていただいたところでございます。この点、

(1) でまとめた各項目につきましては令和6年ヒアリング総括の評価において、対応の重要性等について指摘をしたものの、今回のモニタリングにおいても十分な対応を確認することができなかった部分も多くあり、特に引き続きの注視が必要というふうに考えております。前回会合で各構成員からご意見があったことも踏まえ、今後のモニタリングにつきましては、状況を踏まえ、重点的に確認すべき項目、対象事業者等に絞って実施することが望ましいというふうに整理をさせていただいております。これも踏まえまして、次回のモニタリングにつきましては、(1) に記載されておりました項目について重点的にモニタリングを行うことができると考えております。

また、一番下の四角の部分、前回クロサカ構成員からいただいたご意見も踏まえまして、デジタル広告を巡る諸課題への対策については、その射程や対象の問題も含め、総務省のみで完結できるものではなく、関係省庁との情報共有や意見交換を実施し、必要に応じた役割分担の検討が必要といったふうに整理をさせていただいております。資料17-2のご説明につきましては以上でございます。

最後に資料17-3につきましてご説明をさせていただきます。

先ほど資料17-2のモニタリング総括(案)におきまして、今後のモニタリングの進め方につきましても整理させていただいておりました。この点、実際のモニタリングの実施にあたってモニタリング指針も改正をさせていただければと考えております。ただ、指針の内容を大きく変えるのではなく、年に1回程度実施する個別のモニタリングの際に、重点的な項目に絞って確認することが読めるように、文章の技術的な改正を行わせていただければと考えております。

具体的には、2ページ目の真ん中あたりのとおり、モニタリングの実施にあたっては本指針に記載の各項目を基本としつつ、状況等を踏まえ重点的に確認する対象や事項を随時

検討するという文言を追記させていただくといった修正をさせていただいております。

以上、説明資料につきましては、駆け足で恐縮ではございますが、事務局の説明とさせていただきます。よろしくお願いいたします。

【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。構成員の皆様からご質問、ご意見をいただければと思いますので、発言希望の方はチャットで発言希望の旨をご連絡ください。

発言希望をお待ちしている間に、構成員の方から事前にいただいているご質問、ご意見につきまして、事務局から読み上げをお願いいたします。

【横山情報流通振興課課長補佐】

まず、本日欠席のご連絡をいただきました水谷構成員からコメントをいただいておりますので、読み上げをさせていただきます。

総括案のおとりまとめ、誠にありがとうございます。前回までのコメントを丁寧におまとめいただいております、基本的に異議はありません。一点、コメントを申し上げたく思います。

総括案（２）にある「今後のモニタリングの進め方」についてです。この４ポツ目、「また、デジタル広告を巡る諸課題への対策については、その射程や対象の問題を含め、総務省のみで完結できるものではないと考えるため、関係省庁との情報共有や意見交換を実施し、必要に応じた役割分担の検討が必要である」との記載は、非常に重要である、と考えています。

と言いますのも、ついに生成 AI チャットにも広告が入りはじめており、デジタル広告を取り巻く環境がまた大きく変わろうとしています。私としては、本モニタリングで念頭に置いていた、詐欺広告や模造品広告の問題が、ソーシャルメディア等の広告の領域を超えて広がっていき、これまで以上の被害やリスクをもたらす可能性について危惧しています。これは同時に、社会的責任を負うべきサービス提供事業者・アクターも変化していくことも意味しています。こうした新しい情報技術の発展とその悪用に、対処する側も追いついていく必要があります。そのため、所管的な意味にとどまらず、機能的にも総務省のみで対応できる問題ではありません。ぜひこの点を意識して、現在のデジタルメディア環境の動向を注視して、関係省庁との密な連携をお願いしたいと思います。

このようなコメントをいただいております。いただいた意見を踏まえまして、関係省庁との役割分担の検討を行っていきながら、政府一体となって対応できるよう調整をしていきたいというふうに事務局としては考えているところでございます。

また本日ご欠席のご連絡をいただきます澁谷構成員からも、今回の取りまとめ方針に異存ないという旨、コメントをいただいております。

なお、本日まで出席の柿沼構成員につきまして、音声のトラブルでなかなか発言ができる状況ではないところ、従前よりそのような可能性があるということでコメントをいただいておりますので、こちらについても代読をさせていただきます。

まず資料 17-2 の、(1) モニタリングを踏まえた評価①広告主の本人確認について、プラットフォーム事業者における本人確認は、より実効性のある本人確認が行われることが重要です。賭博・政治・金融商品など、社会的影響が大きく規制対象となり得る広告領域では、本人確認を回避するために闇バイト等で雇われた第三者が広告主として登録するケースも想定されます。代表者の電子認証や、事業者情報の真正性を担保する追加的な認証プロセスを導入することは不可欠と考えます。

②の広告関連情報の公開につきまして、利用者が広告主を容易に確認できる環境整備は、透明性確保の観点から必須です。広告ライブラリーの整備はその中心的役割を担いますが、現状の多くのライブラリーは検索性・視認性・体系性の面で十分とは言えません。特定商取引法では通信販売事業者に対し事業者情報の表示を義務付けており、制度設計の参考となると思います。広告領域でも同様に、事業者情報の標準化・必須化を進めることで、利用者が広告主を把握しやすくなり、悪質広告の抑止にも直結すると思います。

③掲載済み広告の再審査と④事後削除の把握の部分につきまして、広告の再審査や事後削除の実施状況を把握することは、透明性確保のために極めて重要です。プラットフォーム事業者が自主的に削除した件数や理由を公開することは、外部からの監視を可能にし、事業者の説明責任を強化することになると思います。

また、(2) 今後のモニタリングの進め方につきまして、重点的に確認すべき項目や対象事業者を絞り、その時々課題に応じて機動的にモニタリングを行う方針には賛成します。広告領域は技術革新のスピードが極めて速く、固定的な監視項目だけでは実態に追いつきません。AI 生成広告、ステルスマーケティング、新たな違法ビジネスの出現など、常に変化しています。モニタリングには「柔軟性」と「即応性」を兼ね備えた仕組みを構築することが不可欠だと考えます。また、デジタル広告は国境を越えて展開されるため、海外の規制やガイドラインとの整合性を図ることも必要と考えます。さらに、各プラットフォーム事業者の優れた取組は他の事業者にとって参考となり得るため、こうした事例を整理・共有する調査を実施することも有益であると考えます。関係省庁間の情報共有や意見交換については、広告に関わる規制が複数の法領域にまたがることから、個別の省庁が単独で対応するには限界があるため、省庁横断の連携体制を整備し、必要な情報をリアルタイムで共有できる仕組みを構築することが重要と考えます。

また資料 17-3 につきまして、デジタル広告市場は変化が速く、固定的な監視項目だけでは実態を十分に把握できないため、状況に応じて重点的に確認する事項を見直し、必要に応じて指針自体も更新していく方針は、利用者保護や公正な競争環境の確保、指針の実効性向上などの観点から賛成です。

以上のご意見をいただいているところでございます。

事務局としましては、柿沼構成員からのご意見も踏まえながら、特に関係省庁との連携の部分も意識しながら、今後検討していければというふうに考えております。

事務局から、欠席等の構成員のご意見については以上となります。

【音主査】

ありがとうございます。

それでは曾我部構成員、よろしくお願いいたします。

【曾我部構成員】

今回の取りまとめにつきましては異存がありません。1点だけご質問させていただきたいのは、この結果の取扱いについて、公表するという事はそうだと思いますが、各事業者との関係で、この結果を用いて何かやり取りが予定されているのか、どういう形で各社の取組改善に生かされていくのかということについて、もし見通しがあれば教えていただければと思います。

よろしくお願いします。

【横山情報流通振興課課長補佐】

今いただいたご意見のところ、今後の事業者との関係につきましては、まさに今回とりまとめさせていただいたこの総括に基づき、年に1回程度実施していくとしているモニタリングの、次回の項目として確認させていただき、引き続き取組を進めていければと思っています。また、この総括案の内容につきましては、事業者にもきちんと共有をした上で、答えをいただけるよう、総務省としても協力をお願いしていきたいと思っているところでございます。

【曾我部構成員】

個別に伝達はするということでよろしいでしょうか。

【横山情報流通振興課課長補佐】

はい。正式には行政指導のような要請の形にはならないかもしれませんが、個別にこの内容についても共有をしていくつもりでございます。

【音主査】

この情報共有が非常に重要ですね。他にはご意見、ご質問いかがでございましょうか。  
クロサカ構成員いかがですか。

【クロサカ構成員】



今ご説明いただいた内容につきましては、私としても異存ございません。これまでの議論を丁寧にとまめていただいているかと思しますので、このままお進めいただければと思っております。繰り返しに近いかと思いますが、我が国において、広告をストレートに規律する法的なものがほぼ存在しない状態の中、デジタル広告についてどのようにアプローチをしていくか非常に難しいところ、まずはちゃんと話を聞き、実態把握をしながら、できることをやっていくというアプローチをこれまで取っていただいているかと思っております。このアプローチは大変重要ですので、ぜひその後も続けていただくことが肝要で、適正な緊張関係を構築するという意味でも重要だと私は思っています。続けるために、努力する、メリハリをつけることにも留意いただくことも重要だと思っています。

その上で実態が見えてくれば、何らか立法事実が見えてくる、ないしは立法が公益に資する、期待されるようになってくる可能性もあるかと思っております。その際に、ここまでの検討や調査は、実際に権利利益侵害に近いような状態が発生し得る人たちは、一義的には消費者であるという観点から、様々な検討を進めていただいておりますが、これは全くこの後も変わらないと思うものの、例えば競争政策上の現状はどうなのか、場合によっては個人情報保護、データ保護の観点からどうなのかといったことが議論されるべきだろうと思えます。先立って欧州の議論では、直接デジタル広告にまだ結びついていませんが、生成 AI 事業者のスクレイピングが色々な課題を伴ってきており、当初は著作権的な観点から議論されていましたが、GDPR に抵触しているのではないかといった議論も出てきているという話があります。水谷構成員のコメントにもあったとおり、局面が大きく変わっていく中で、最初は違うと思っていたものも、常に検証し直すことによって、別の視点からの課題や影響等も出てくるかと思っております。一旦決めたからとりあえずこれで進むというだけではなく、あまり頻繁にやるものではないものの、比較的短いサイクルで、これまでのフレームワークは合っているか、もっと使える手段があるのではないかということを連続的に考え、こういった場所での議論を続けていくことが重要ではないかと思っております。

長くなりましたが、私からは以上です。

#### 【横山情報流通振興課課長補佐】

まさに、前回もクロサカ構成員からご意見いただいたところと通底するようなご意見だというふうに承知しております。今回、改めてこのモニタリング総括（案）の最後のところに記載させていただきましたが、きちんと関係省庁との連携を深めながら検討を進めていけるように、我々としても調整をしていきたいと思っております。

#### 【音主査】

いくつか貴重なご意見をいただいたかと思っております。特に各省庁との連携を取りながら、スピード感を持った形で展開をすることが重要というようなご意見が非常に多かったかと思っております。ぜひともそのことを踏まえて、展開していただければと思っております。

本日事務局にご説明いただいたモニタリング総括（案）及びモニタリング指針（改正案）に関して、この案のとおりの内容で親会にご報告をさせていただこうかと思います  
が、よろしいでしょうか。

ではこのような形で進めさせていただければと思います。別途、親会のほうに報告をさせていただきます。

続きまして、その他、全体を通じて構成員の皆様からご意見等ございますでしょうか。  
よろしいでしょうか。

では最後に事務局から何かございますか。

#### 【寺本国際戦略局参事官】

本日もご議論いただきましてありがとうございました。本件モニタリングは、昨年  
の11月に開始いたしまして、それから少しお時間をいただいてしまい大変お待たせ  
をいたしました。今回、事業者さんにもご協力をいただき、何とか構成員の  
皆様にご議論をいただける形にまとめられたかなと思っております。

また今回、モニタリング指針についても改正をいただき、今後モニタリングを進めるに  
あたっては、より絞り込んだ機動的な形で確認できるようなものになったかと思  
います。

このデジタル広告を巡る問題については、再三、構成員の方からご指摘いただきました  
とおり、スピード感ですとか、関係省庁との連携といったものがこれからの大きな課題に  
なってくるというふうに思っております。オブザーバーとして関係省庁にも参加をいた  
だいておりますが、そういった皆様とも連携して、引き続き取り組んでまいりたいと思  
いますので、今後ともよろしくお願いいたします。

今期もありがとうございました。

#### 【横山情報流通振興課課長補佐】

次回の日程につきましては追ってご連絡とさせていただきますので、よろしくお願  
いいたします。

事務局からは以上でございます。

#### 【音主査】

それでは以上を持ちまして、デジタル広告ワーキンググループの第17回の会合を閉  
会いたします。本日はありがとうございました。