

# デジタル広告品質課題への 取り組み

日本アドバイザーズ協会  
専務理事 鈴木 信二

# デジタル広告の世界的課題

Ad Fraud 広告業界への詐欺行為。

Brand Safety 広告掲載面の品質管理、ブランド毀損リスク。

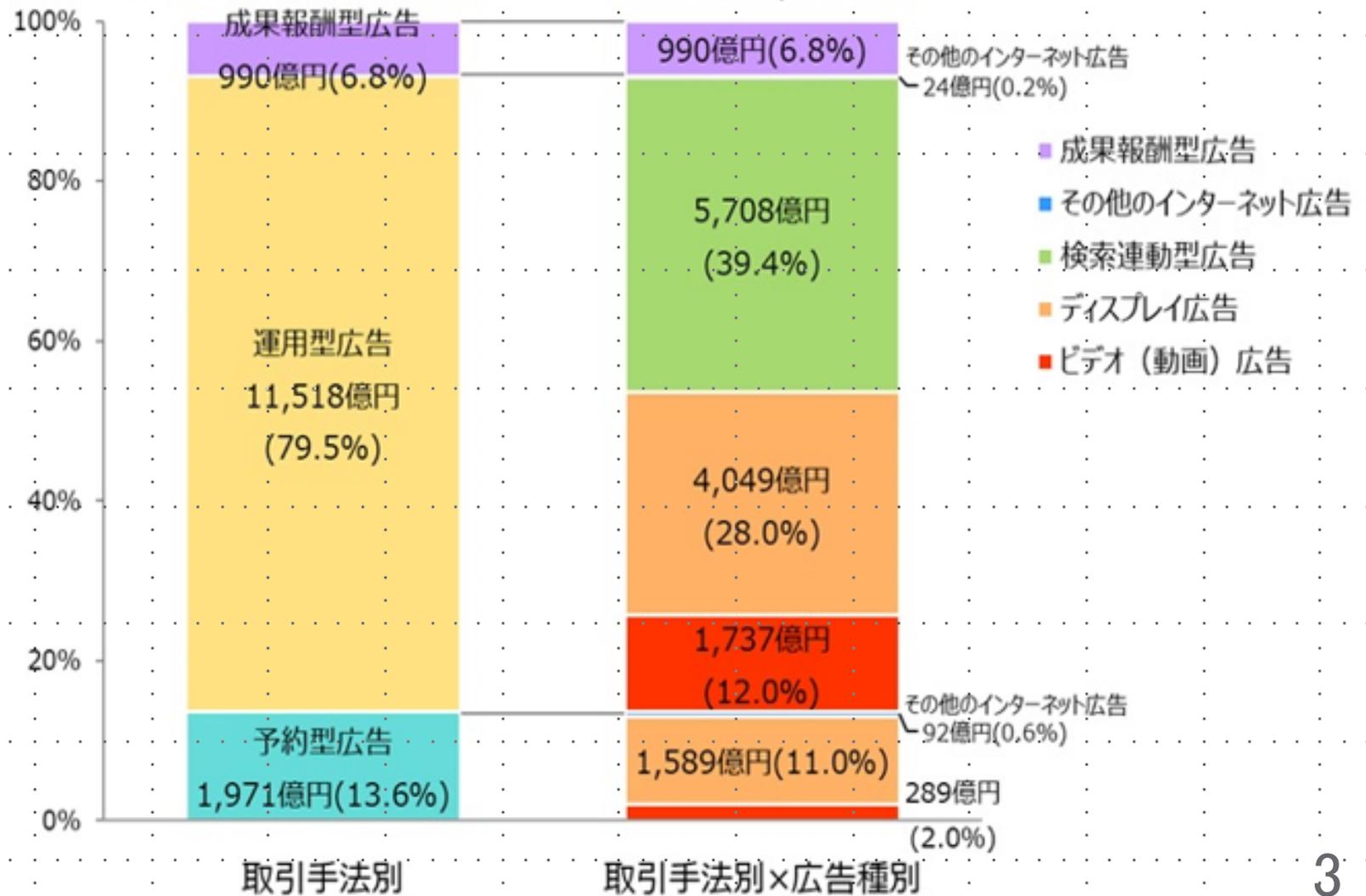
Viewability 広告配信数ではなく、視聴可能表示数

User Experience ユーザー体験を損なう広告掲載フォーマットの排除。

Privacy Policy 個人情報保護と利活用、GDPR対応。

# 日本のデジタル広告市場

2018年インターネット広告媒体費 総額 1兆4,480億円



# 先行事例としての世界の動き

2016年6月 世界広告主連盟(WFA)の調査 リリース

## Compendium of ad fraud knowledge for media investors

1. 広告詐欺は少なく見積もって、2025年までに500億ドルを超える可能性があり、対策を講じなければ、広告詐欺は1,500億ドルまで簡単に行くだろう
2. プログラマティック購入は広告詐欺にさらされる可能性があります
3. 広告詐欺はプレミアムパブリッシャーにも見られます。
4. 広告詐欺は広告出稿の1桁のパーセンタイル
5. 業界全体で行動の変更が必要であり、適切な理解なしには達成できません



Compendium of **ad fraud**  
knowledge for  
**media investors**



Co-authored by WFA &  
THE ADVERTISING FRAUD COUNCIL  
**Mike Kelle**  
Principal Analyst  
[@mikekelle](#)  
**Robert Correa Ruzic**  
Assistant Professor, USC  
[@robertcorrea](#)  
**Shahin Dhan**  
Independent Ad Fraud Consultant  
[@shahindhan](#)

# 先行事例としての世界の動き

2018年5月 WFA 世界大会@東京でリリース  
**Global Media Charter**

1. アド Fraud への断固たる対応/不正行為に対しては返金を求めます
2. 厳格なブランドセーフティー
3. 高いビューワビリティ基準
4. サプライチェーン全体の透明性
5. メディアの検証と測定は第3者が実施すべきである
6. ウォールド・ガーデンへの対応
7. データの透明性の基準向上
8. ユーザーエクスペリエンスの向上



# 先行事例としての世界の動き

2019年6月 WFAの会議@カンヌ広告祭で組織化

## Global Alliance for Responsible Media

メンバーは、広告主、広告会社、パブリッシャーやプラットフォーム  
このプロジェクトは、次の課題に対処することに焦点を当てています。

1. ヘイトスピーチ
2. いじめ
3. 偽情報
4. 個人データの使用
5. 子どもの搾取



# 欧米での課題解決への取り組み

## 1. 連携横断事業

欧米では、デジタル広告の品質課題は**業界横断（広告主＋広告会社＋媒体社等）**で取り組むべきとのコンセンサスがある

## 2. 米国

課題別に**6つの主要団体**／活動が推進されている

## 3. 英国

JICWEBSという**単独団体**でこれを推進し、2017年より法人化

# 先行事例としての世界の動き

## 米国における業界団体連携の諸活動



Association of  
National  
Advertisers



American  
Association of  
Advertising  
Agencies



Interactive  
Advertising  
Bureau



技術標準作り

Tech Lab



測定指標標準化

3MS



調査会社を監査

MRC



不正不法対策

TAG



Ad Experience

CBA



プライバシー保護

DAA

# 先行事例としての世界の動き

## イギリスにおける業界団体の取り組み



JICWEBS is changing from a part-time entity into [a full-time operating limited company](#) and, after 33 years, Richard Foan is leaving ABC, to focus on JICWEBS Ltd in a new role as executive chairman.

Former Microsoft executive, Susan Hansford, joins as senior business development manager. Hansford is responsible for supporting companies to sign up to the certification process for JICWEBS' [anti-fraud, brand safety and viewability initiatives](#).

"JICWEBS is committed to supporting trusted digital ad trading for all parties," said Foan.

"Although we've already established a strong base, tackling the issues facing digital advertising requires dedicated resource and full-time attention, which is now feasible with the extra investment and support of the key trade bodies and subscribers."

JICWEBS' recently [partnered with the US-based Trustworthy Accountability Group \(TAG\)](#) to help clean up the advertising supply chain.

# 日本での取り組み

2016年11月～JAA デジタルメディア委員会設置

(デジタル広告の効果検証、統合コミュニケーション戦略、品質課題の啓発)

2017年8月～ デジタル広告情報連絡会(JAA JIAA JAAA) 毎月

(3協会でもアドベリフィケーションの枠組み創出を合意)

2018年11月 英国JICWEBSを 3協会でも視察

2019年11月 JAA 日本版メディアチャーター リリース

「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」

**JAA**  
JAPAN ADVERTISING ASSOCIATION

デジタル広告の課題に対する  
アドバイザー宣言

生活者によりよいデジタル広告の実現と、健全な業界発展のために

2020年～2021年 JICDAQ(仮称)立ち上げに向けて

(それぞれの協会内組織合意と議論)

# デジタル広告の課題に対する アドバイザーズ宣言

1. アドフラウドへの断固たる対応
2. 厳格なブランドセーフティの担保
3. 高いビューアビリティの確保
4. 第三者によるメディアの検証と測定の推奨
5. サプライチェーンの透明化
6. ウォールドガーデンへの対応
7. データの透明性の向上
8. ユーザーエクスペリエンスの向上

