

知的財産戦略本部 インターネット上の海賊版対策に関する検討会議（タスクフォース）（第2回）資料
2018年（平成30年）年6月26日

広告業界の海賊版サイトへの対応について

公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会（JAA）
一般社団法人 日本広告業協会（JAAA）
一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）

団体概要

■公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会（JAA）

URL： <http://www.jaa.or.jp/>

[創立] 1957年（昭和32年）2月26日

[目的] 広告主たる法人及び団体が共同して、広告に関する人材育成、調査研究、情報提供等を通じて、広告活動の健全な発展に寄与することを目的とする

[会員] （正会員）広告を出稿する者として、わが国において広告活動を継続的に行う法人又は団体で、この法人の事業に賛同するものとする

[会員数] 288社（2018年3月現在）

■一般社団法人 日本広告業協会（JAAA）

URL： <http://www.jaaa.ne.jp/>

[創立] 1950年（昭和25年）年5月1日

[目的] 会員に共通する利益を図るため、広告業の健全な発達と広告活動の改善向上に関する事業を行い、併せてわが国経済の発展と国民生活の向上に寄与することを目的とする

[会員] わが国において広告業を営む法人であって、本協会の事業に賛同し次条（略）の規定により本協会の会員となったものをもって構成する

[会員数] 149社（2018年3月現在）

■一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）

URL： <http://www.jiaa.org/>

[創立] 1999年（平成11年）年5月12日

[目的] インターネットを利用して行われる広告活動が、デジタルコンテンツやネットワークコミュニケーションを支える経済的基盤である、という社会的責任を認識しながら、インターネット広告ビジネス活動の環境整備、改善、向上をもって、広告主と消費者からの社会的信頼を得て健全に発展し、その市場を拡大していくことを目的とする

[会員] 日本においてインターネット広告事業及び関連事業を継続的に営む法人又は団体で、当法人の目的に賛同し、入会した者を会員とする（正会員）媒体社、広告会社等のインターネット広告事業を主に営む法人又は団体

[会員数] 261社（2018年6月現在）

目次

- 現状 〈3ページ〉
- 背景 〈4ページ〉
- 課題 〈5ページ〉
- 対応策 - CODAとの連携 〈6ページ〉
- 対応策 - CODA提供リストを活用した対策 〈7ページ〉
- 対応策 - 広告業界団体の取り組み 〈8ページ〉
- 対応策 - 事業者各社による対策 〈9ページ〉
- まとめ 〈10ページ〉
- 参考1：自主的な対策例 〈11ページ〉

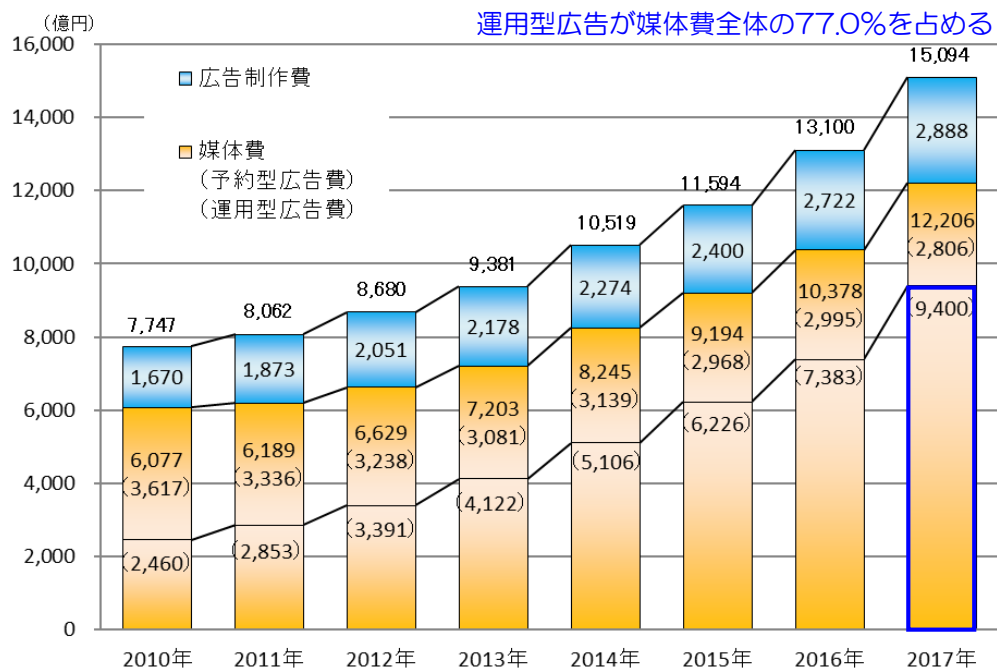
現状

- インターネット上に、映像、音楽、出版物などの違法コピーを掲載する海賊版サイトや、それらの侵害コンテンツへの誘導を目的とするいわゆるリーチサイトが多数存在している
- 海賊版サイトやリーチサイトが広告を掲載し、その広告費収入が運営の資金源の一つになっている
- 正当な広告関係者が気付かずに違法・不当サイトに広告を出稿・配信している現状があり、対策が急務となっている

背景

- 近年、インターネット広告の出稿・配信において効率化・自動化が進み、多数の広告事業者が参入・連携してエコシステムを形成し、運用型広告市場が拡大している
- 効率的である一方、違法・不当なサイトが紛れ込み、正当なビジネスを行う企業の広告が意に反して掲載されてしまうことが、国内外を問わず課題となっている

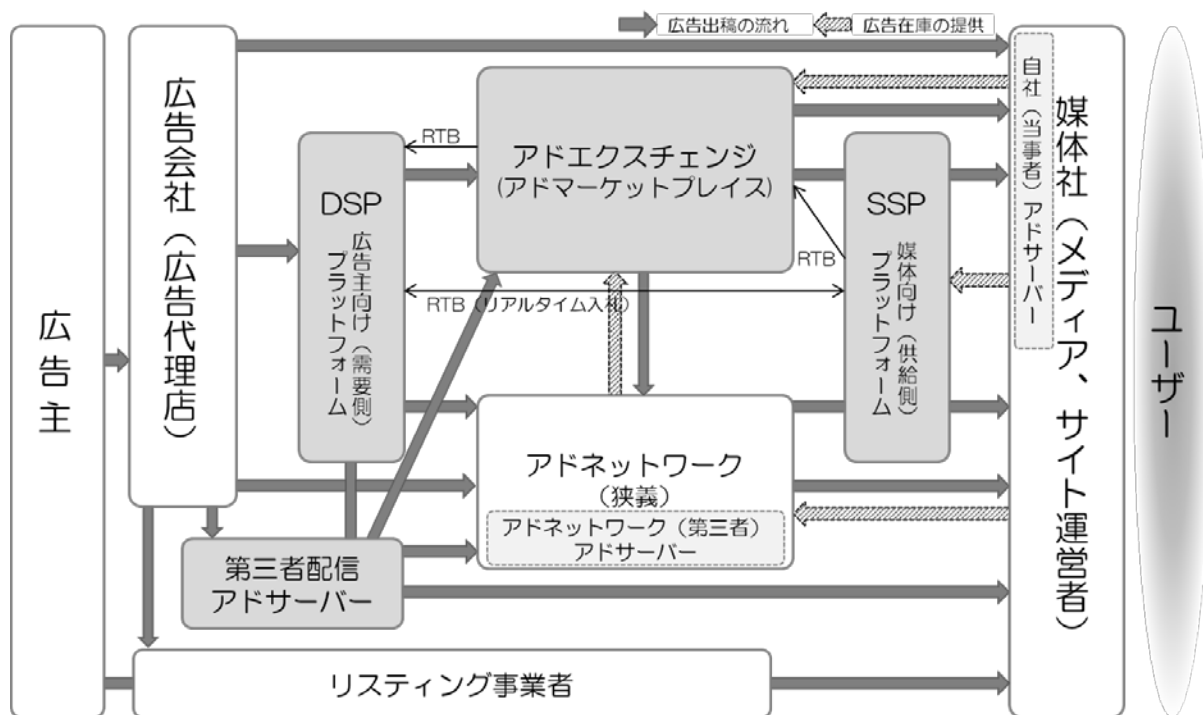
インターネット広告の市場規模（推移）



「2017年 日本の広告費」(電通)

インターネット広告費：インターネットサイトやアプリ上の広告掲載費および広告制作費

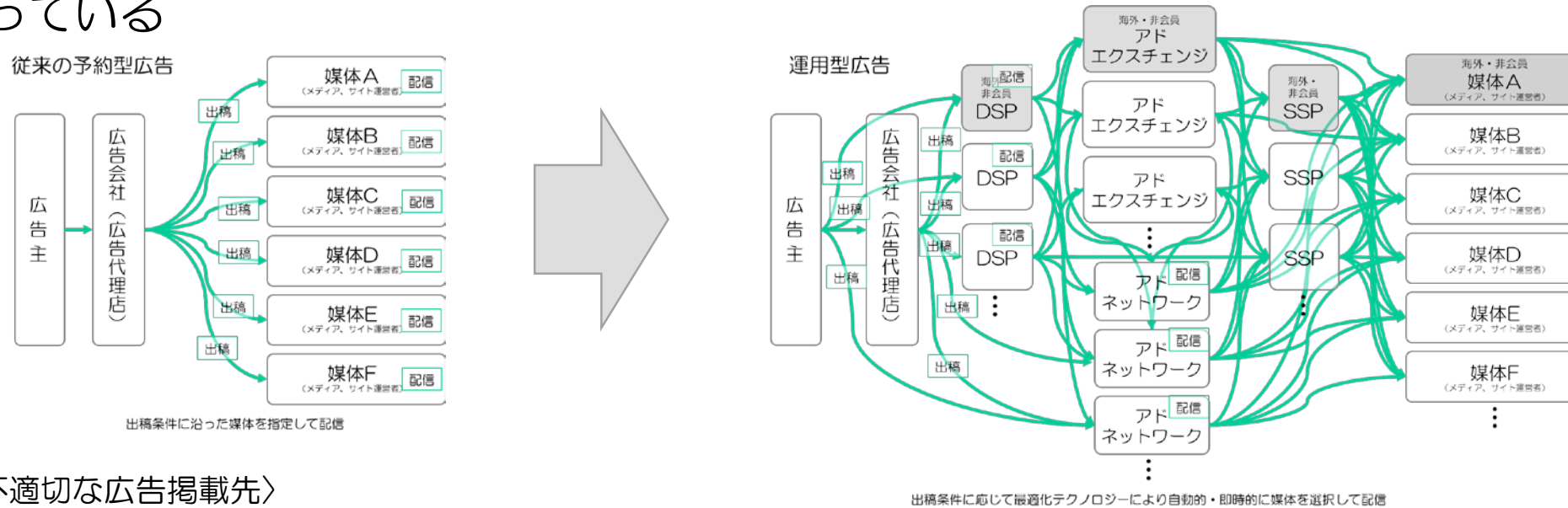
インターネット広告取引のフロー概念図



媒体社への広告掲載までのフローには、国内・海外の多数のプレイヤーが複雑・多様に関連している

課題

- 運用型広告が拡大し、優良なメディアからニッチなサイトまで束ねて取引され、広告配信の経路が複雑化・多様化する中で、広告掲載先として不適切なサイトやページ、コンテンツの排除が課題となっている



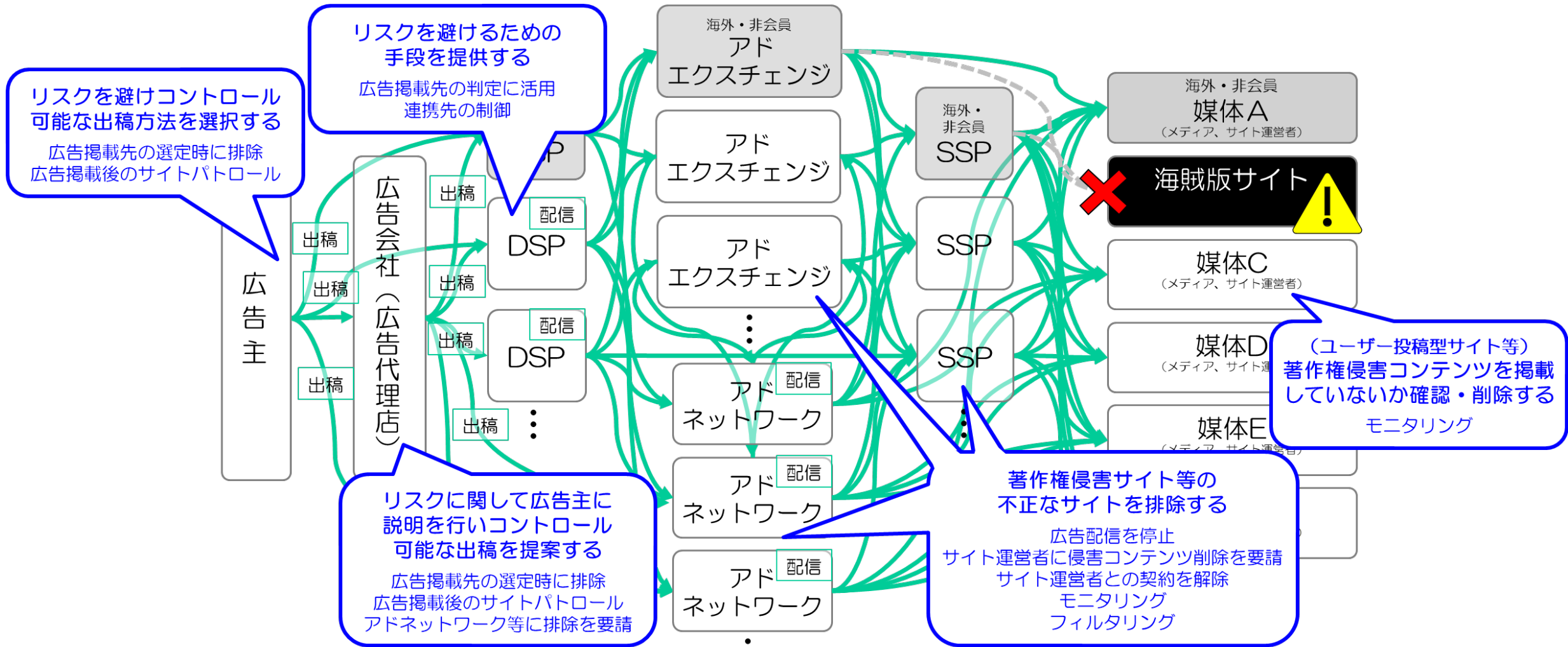
〈不適切な広告掲載先〉

- 法令に違反、または違反するおそれのあるもの
- 犯罪を肯定したり、美化したりするもの
- 性に関する表現が露骨なもの
- 醜悪、残虐な表現で不快感を与えるもの
- 消費者等を騙したり、脅したり、欺もうしたり、惑わせたり、不安にさせたりするもの
- 他者を一方的に攻撃したり、差別したり、嘲笑するようなもの
- その他、ブランドへの広告主の考え方によっては、リスクとなりうるもの 等

対応策 - CODAとの連携

- 広告業界及び各社は、これまでも違法・不当サイトに対して広告掲載を回避する手段の導入を進め、行政機関や民間団体等と連携するなど、自主的な対策〈参考1〉に継続して取り組んできた
 - 対策の一つとして、警察庁/インターネット・ホットラインセンター（IHC）と連携し、違法・有害サイトへの広告配信停止等の措置を講じている（著作権侵害は対象外）
- 海賊版サイトについて、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）から提供されるリストを広告関係3団体（JAA、JAAA、JIAA）から会員各社に共有。各社はリストに基づいて、悪質性の高い著作権侵害サイト等に広告を掲載しないよう具体的対策を実施している
 - 本年2月より本格的にリストの運用を開始。今後、四半期に一度更新したリストが提供されることとなった
- さらに、広告関係3団体と権利者団体（CODA）が定期的に情報共有を行う協議の場を設けることとし、より実質的な対応策の強化・改善を図っていく
 - 著作権侵害サイト等の状況や傾向、提供リストに基づいた対策の有効性や改善策等について協議を行う予定

対応策 - CODA提供リストを活用した対策



- ※ アドネットワーク、SSP：広告枠の仕入れ販売事業を行う事業者
- ※ DSP：広告枠の買い付け事業を行う事業者
- ※ アドエクスチェンジ：広告枠の仕入れ販売と買い付けの需給を調整する事業者

対応策 - 広告業界団体の取り組み

- CODAとの海賊版サイトへの取り組みや、アドベリフィケーションを扱うベンダー各社のツール紹介等の啓発セミナー（デジタルメディア委員会セミナー）を7月上旬に開催予定 [JAA]
- インターネット広告が正当なデジタルコンテンツを支える経済的基盤であるという社会的責任と役割を認識し、不正行為の排除に努め、健全性の維持に取り組むことを宣言した [JIAA]
 - － 会員事業者の問題認識や対策の実態等を調査中。今後、改善の必要性や課題、有効な対応策等を検討していく
- 専門部会を改組し、恒常的な委員会（デジタルプラットフォーム委員会）を設置。違法・不当サイトの問題に対応する [JIAA]
- 同委員会で、広告配信プラットフォーム事業者が適切な広告掲載先の選定を行うための「広告配信ガイドライン（仮称）」の策定を検討する予定 [JIAA]
- 諸外国（米国、英国等）と同様に、業界横断で広告エコシステムの健全性を維持・担保する枠組みを構想中 [JAA、JAAA、JIAA]

※ アドベリフィケーション：DSPやアドエクスチェンジを通じて配信される広告が、広告主の意図・条件に沿ったサイトや場所に掲載されているかを検証する機能。条件に基づき不適当な掲載先を除外することができる

対応策 - 事業者各社による対策

- 広告主、広告会社、DSP等、広告枠の買い付け側による広告掲載先の指定やコントロール可能な広告商品・サービスの選択
 - 予約型広告やPMPの利用
 - アドベリフィケーションを扱うベンダー事業者との接続
 - ホワイトリスト/ブラックリストの活用
 - 買い付け時に広告掲載先の判定を行う3PAS配信やPre-bidソリューションの活用
- 媒体社、アドネットワーク、SSP等、広告枠の提供側による広告掲載先の品質管理
 - コンテンツ（自社）や広告掲載先（パートナー）のモニタリング、問題があれば排除
 - 新規の広告掲載先（パートナー）の審査、フィルタリング
 - ホワイトリスト/ブラックリストの活用
 - 品質基準や対応内容の開示

※ PMP：媒体社と広告主を限定したクローズドな広告の取引市場（プライベートマーケットプレイス）

※ 3PAS配信：買い付け後に、広告掲載先の判定を行い、不適切な場合にフィラー（代替広告）を配信する方式

※ Pre-bid：買い付け前に、入札リクエストに対し、応札してよいか広告掲載先を判定してから入札する方式

まとめ

- 海賊版サイトは運営者が不明なもの、違法性が明らかでないものも多いと思われる。周辺施策である広告掲載抑止等の対応を広告関係団体と権利者団体の連携により改善・向上させながら、柔軟かつ機動的に広告業界の自主的な取り組みとして遂行していく
- 違法・不正サイト対策は、実態を十分調査の上、複合的で実効性のある対策を継続的に行っていく必要があるといえ、事業者等がそれぞれの状況や立場に応じて有効な対策が取れるよう関係者間で協調・協力関係を築くことが望ましい
- 一部の海賊版サイトで行われていたアドフラウドは、海賊版サイトに限らず、巧妙かつ悪質な手口で広告費を詐取する悪意ある第三者による詐欺行為であり、グローバルな問題である。国際協調（世界広告主連盟：WFA、インタラクティブ・アドバタイジング・ビューロー：IAB 等）のもと、アドフラウドの排除・監視対策を引き続き推進する

※ アドフラウド：自動化プログラム（Bot）を利用したり、スパムコンテンツを大量に生成したりすることで、インプレッションやクリックを稼ぎ、不正に広告収入を得る悪質な手法

参考1：自主的な対策例

- アドネットワークやSSP事業者等各社は、不適切なサイトへの広告掲載を回避し信頼性を確保するために、それぞれの広告サービスの特性や規模に応じた運営基準を定め、種々の対応策を実施している

〈例〉

- 参加するメディア（サイト運営者）との契約（書面もしくはオンライン）を必ず行い、契約に基づいて広告配信を開始
 - 運営基準に沿って参加の可否を審査・判定
 - 基準外のコンテンツや禁止事項を運営基準に明記
（例：違法行為、賭博、麻薬、わいせつ、暴力、反社会的、詐欺的行為、誹謗中傷、プライバシー侵害、**著作権侵害**、その他公序良俗に反する表現・内容）
- 広告配信開始後も継続的に広告掲載サイトのコンテンツチェックを行い、運営基準に基づいて管理
 - システムによる自動チェック（サイトを定期的に巡回するクローリングなど）や、人的な目視による手動チェックを実施
 - 広告主（広告会社）やユーザーなど第三者からの指摘・通報に対応 等
- 運営基準や契約に違反している事実が判明した場合には、契約に基づき、広告配信の即時停止、契約の解除、再契約の禁止などの措置を取る
 - 法人契約のソーシャルメディア（ブログ、コンテンツ投稿サイト、SNS、掲示板など）で、ユーザーによる書き込み・投稿に違反が確認された場合、サイト運営者に対して広告掲載の即時停止、及び当該コンテンツの削除などの是正を求める
 - 個人契約のサイトやブログで違反が確認された場合、即時に広告配信を停止する（再開するには改善・再審査を必要とする）
 - 契約時と異なる基準外のコンテンツへの無断変更などが確認された場合、即時に広告配信を停止し、是正を求め、改善されない場合は契約を解除、悪質な場合は再契約を禁止する
 - 不適切な言葉が含まれているなど基準外のコンテンツと判定した場合、広告配信をブロックし、フィラー（自社広告など）を配信する（サイト運営者への広告掲載料の支払いは発生しない）
 - 事前に、違反行為により損害を被った場合の賠償請求や広告掲載料の返還請求などの契約を結んでおく
- ブランドの保護を優先する広告主に対しては、あらかじめ良質な媒体に限定したネットワーク広告商品や、掲載を望まないサイト（カテゴリーや条件）を除外するサービスを提供