

デジタル広告市場の健全な発展のためのルール整備（提言案）

○ 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（透明化法）（昨年通常国会で成立）

- デジタル化する市場においてデジタルプラットフォームの果たす役割の重要性が増す中、**プラットフォームを利用する事業者の利益を保護**すべく、**デジタルプラットフォームの透明性及び公正性を向上**させ、**市場の健全な発展**を目指すことを目的

⇒ **大規模なアプリストア及びオンラインモールを規制対象として本年2月施行**

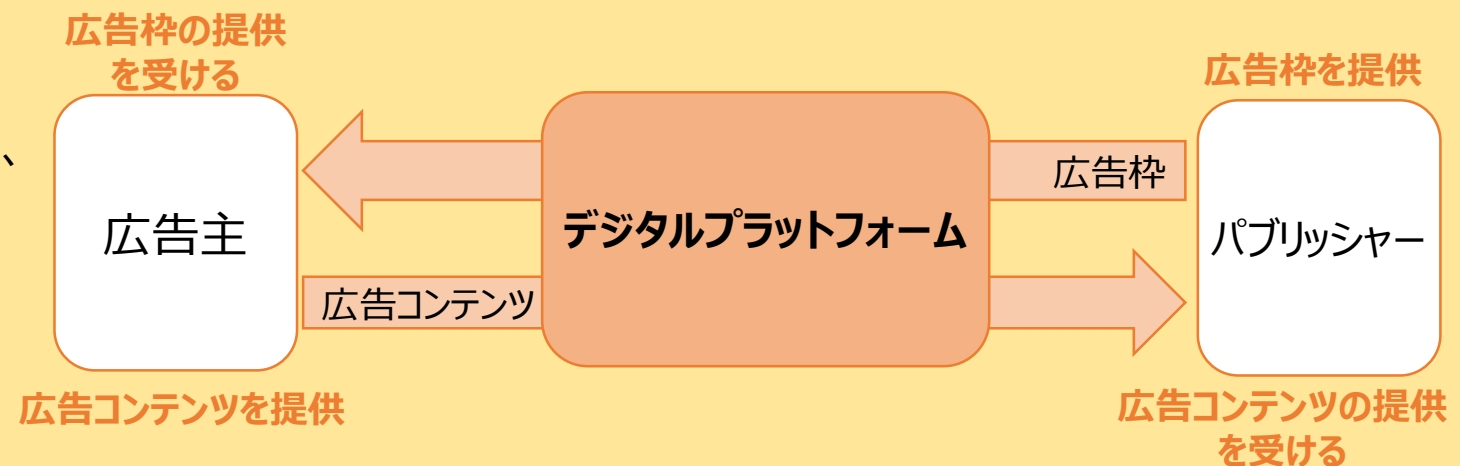
デジタル広告市場

○ デジタル広告市場の意義

- 中小企業や個人事業主**に対して、これまでリーチできなかった**顧客へのリーチを可能**にするもの
- 様々なインターネットサービスが無料で提供されるために必要となる**収益**をもたらす**デジタル市場全般の下支え**としての役割

○ デジタルプラットフォームの役割

- ウェブサイト上で**広告枠を販売するパブリッシャー**と、**広告枠を買って広告を出稿する広告主**を、**プラットフォーム事業者**（Googleなど）が**仲介**



○ デジタル広告市場における課題

- 競争環境上の課題**
 - ✓ デジタル広告を仲介する事業において、特定のプラットフォーム事業者による**寡占化が進展、市場自体を自ら設計**
⇒ **プラットフォーム事業者**による**一方的なルール変更への懸念**
- 透明性の課題**
 - ✓ マッチングを行うシステムが複雑、アルゴリズム上で処理されて**ブラックボックス化**
⇒ **プラットフォーム事業者**による**利益相反や自社優遇に対する懸念**
- サービスの質の課題**
 - ✓ 悪意の者による閲覧数の**水増し**（**アドフラウド**）、**ブランドを棄損しかねない**サイトに広告が配信されるリスク（**ブランドセーフティ**）、消費者に**見られているかどうか分からない**（**ビューワビリティ**）

○ 透明化法の積極的活用

- 透明化法は、**政府が大枠を示しながら事業者の創意工夫を活かす共同規制**であり、**デジタル広告市場の課題解決に適した枠組み**
⇒ **デジタル広告市場を透明化法の対象に追加**するなど、**必要なルール整備を実施すべき**