

デジタル市場競争本部ワーキンググループとの 会議向けご説明資料

デジタル市場競争本部

2021年3月15日

本日のアジェンダ

1. はじめに
2. 広告の品質についての透明性
3. データの利用、商品の統合及び相互運用性
4. システム及びルールの変更
5. 個人データの利用

1. はじめに

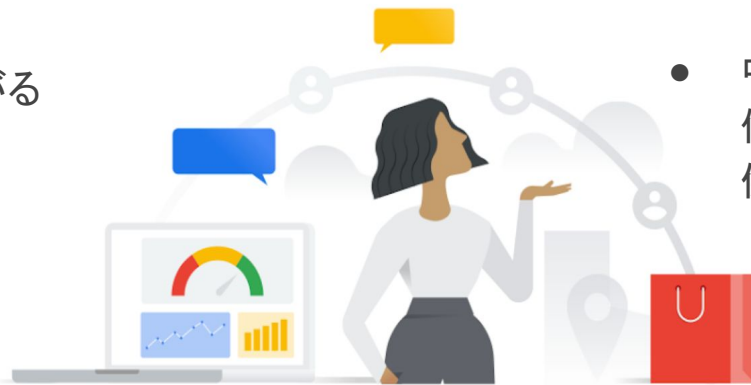
デジタル広告のメリット

自由でオープンなウェブのサポート

- デジタル広告は、インターネット上の質の高い情報へのアクセスを可能にします。
- デジタル広告は、ユーザーが無料で利用できる優れたコンテンツやサービスを支え、企業が提供する商品に興味を持つ顧客とつながることを可能にします。

中小企業のビジネスのサポート

- デジタル広告は、あらゆる企業の広告戦略の多様化を後押しします。
- テレビや紙媒体の広告に比べて格段に低コストです。
- 中小企業に対して、低コストで広告活用を提供します。



デジタル広告市場の透明性および公正性の向上

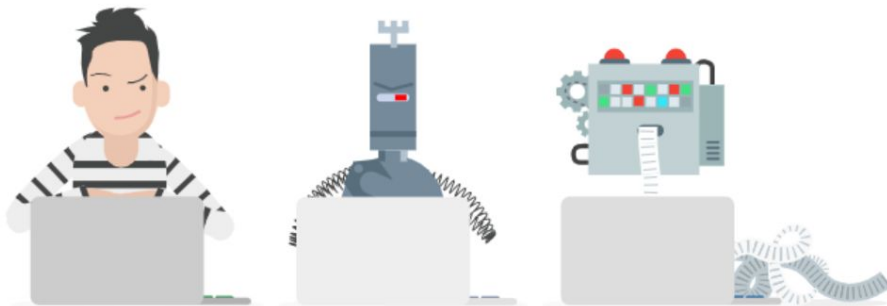
- デジタル広告のエコシステムは、公正性、透明性および利用者の選択が確保されてこそ最もよく機能します。
- Googleは、デジタル市場競争本部および業界と協力して、ユーザーやパートナーとの信頼関係を深め、ユーザーのプライバシーを保護する仕組みを構築したいと考えています。
- 規制はイノベーションを促進するものであるべきです。柔軟性があり、原則に基づき、かつ業界と協力した段階的なアプローチの採用が重要です。



2. 広告の品質についての透明性

広告の品質についての透明性: アドフラウド

- Google の製品には、アドフラウドに対する防御システムが組み込まれており、ビジネスユーザーがアドフラウド防止の措置を講ずるために多くのリソース(人員のトレーニング、専用のウェブサイト、ブログ投稿など)を提供しています。Googleは、業界主導の取組にも積極的に参加しています。
- アドフラウドに関する透明性の向上は、アドフラウドに対する防御システムの保護の必要性とのバランスを取る必要があります。アドフラウドを検知する仕組みを開示することは、意図せぬ悪影響を及ぼし、状況の悪化につながります。
- 問題に対処するための最善な方法は、JICDAQ などの業界主導の取組です。業界の取組と重複する領域においてさらに規制を追加することは、効果的ではありません。



広告の品質についての透明性: ブランドセーフティ

- パブリッシャーや広告主はそれぞれ、ブランド適合性と安全性(セーフティ)に関して異なる見解を持っています。
- Google の製品は、パブリッシャーと広告主に、ブランド適合性と安全性に関するニーズを管理するためのツールや管理設定を提供しています。
- 規制においてはこれらの要素を考慮し、顧客がそれぞれのニーズに基づいて基準を設定できるようにするなど、プラットフォームが柔軟な措置を取れるようにすべきです。
- この問題に対処するための最善な方法は、JICDAQ などの業界主導の取組です。



広告の品質についての透明性: 視認可能性

- Google 広告およびディスプレイ&ビデオ360 は、多くの視認可能性に関する統計情報を広告主に提供し、その指標についての分かりやすい説明を行っています。
- Google は、米国メディア測定評議会が策定したガイドラインに沿って、視認可能性を測定するための指標を設定しています。
- Google はまた、JICDAQ の取組にも協力しています。この問題に対処するための最善な方法は、JICDAQ などの業界主導の取組です。



3. データの利用、商品の統合及び相互運用性

データの利用、商品の統合及び相互運用性

- Googleは、パブリッシャー及び広告主から Google の運営に対する信頼を得る必要性を認識しています。Google の購入サイドと販売サイドの運営は分離しており、まったく独立したサービスとしても、また他のツールと組み合わせても使うことができます。
- アドテク「スタック」(分野)の様々な部分において商品を提供することは、広告主、パブリッシャー、及び関連性の高い有用な広告を目にするユーザーにとって有益です。Google は、第三者ツールとの統合手段も提供しており、あらゆるプロセスで選択肢が提供されています。誤った判断に基づく介入は、パブリッシャー、広告主及びユーザーに意図せぬ損害を与えることとなります。
- 利益相反が生じることを防ぐための対策は、技術的に実行可能かつバランスの取れたであるべきであり、各企業の内部プロセス及び技術的製品設計を尊重するものであるべきです。



4. システム及びルールの変更

システム及びルールの変更

- Google は、システムやルールの変更に関する公正性及び透明性の重要性を認識しています。Google は、システム及びルールの重要な変更予定について、可能な限り事前通知を行い、その理由を説明しています。
- 不正行為への対応など、一部の変更は、通知をほとんど又は全く行わずに実施する必要があります。
- システムの変更すべてに通知を義務付けることは、イノベーション及びセキュリティやアドフラウドの問題に対応する Google の能力を抑制することになります。



5. 個人データの利用

個人データの利用

- ユーザープライバシーの保護は、Googleのビジネスの中核となるものです。Googleは、広告に対するコントロールをユーザー及び広告主に提供しています。Googleはまた、個人データを利用する方法をユーザーに明らかにし、ユーザーが自らのデータについてコントロールをするためのツールを提供しています。
- 既存のデータ保護関連法に加えて、新たなルールを重ねて規定することは、正しい対応ではありません。これにより意図せぬ悪影響を引き起こしたり、不正行為を促すことにもなりかねません。
- 既存の法律上及び規制上の枠組みが懸念に対応する上で不十分であると考えられる場合、その解決策は、少なくとも業界全体で検討・対応すべきであり、かつ規制当局との協議に基づき決定されるべきです。



ご清聴ありがとうございました。