

Trusted web advertising system with OP (Originator Profile 技術研究組合)

Web上に流通するコンテンツに、検証可能なデータとしてコンテンツ発信者情報を付与することで、取引相手の検証をした上での広告取引が可能となる。

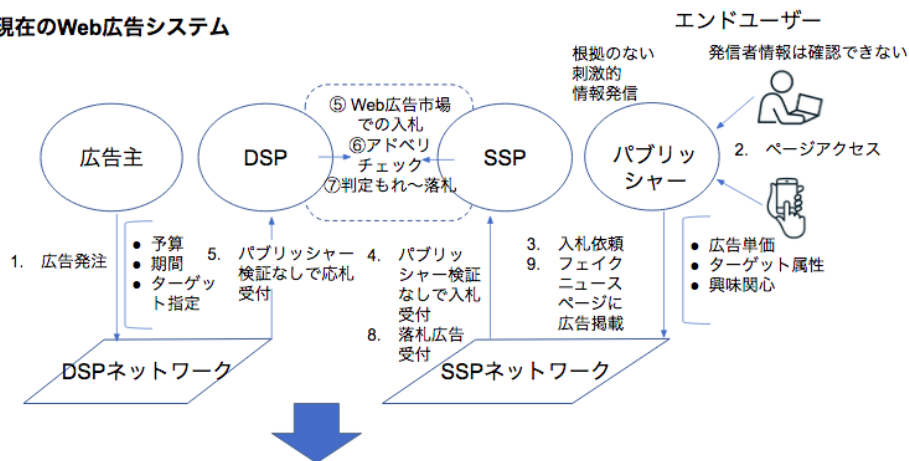
現在の課題 (ペインポイント)

- Web広告市場では、ブランドセーフティ違反、アドフラウドなどの問題が生じており、市場（運用型広告市場）の信頼性が揺らいでいる。
- Web広告市場は悪質なパブリッシャーと、良質パブリッシャーが混在し、機械的に両者の識別をすることが難しいため、前者の広告収益が増加する一方、後者の広告収益が激減している。デジタル広告のビジネスモデルが、虚偽のニュースの拡散を促しているとも言え、フェイクニュースが蔓延し、情報空間の歪みの一因となっている。

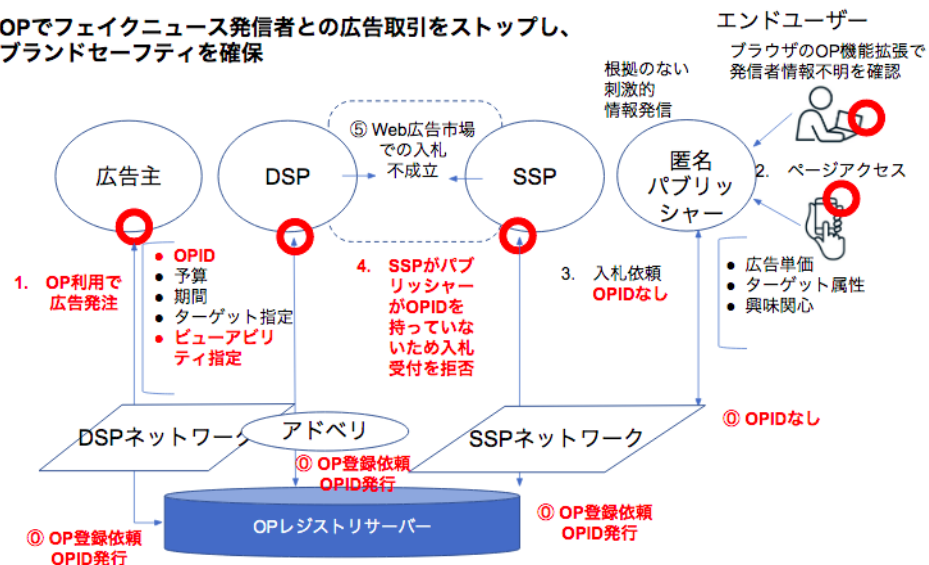
Trusted Webの実現により解決する内容

- OPは、ウェブ上で**コンテンツの発信者とその信頼性の判断に資する情報を検証可能なデータとして付与**する技術で、Web広告市場に参加する事業者がOPを利用して取引相手の検証をしたうえで広告取引をすることで、現在のWeb広告のビジネスモデルが改善できる。広告主は、①OPで**フェイクニュース発信者との広告取引を回避**でき、②**良質パブリッシャーでの広告掲載を保証**できるため、**ブランドセーフティ確保やアドフラウドの防止が可能**となる。

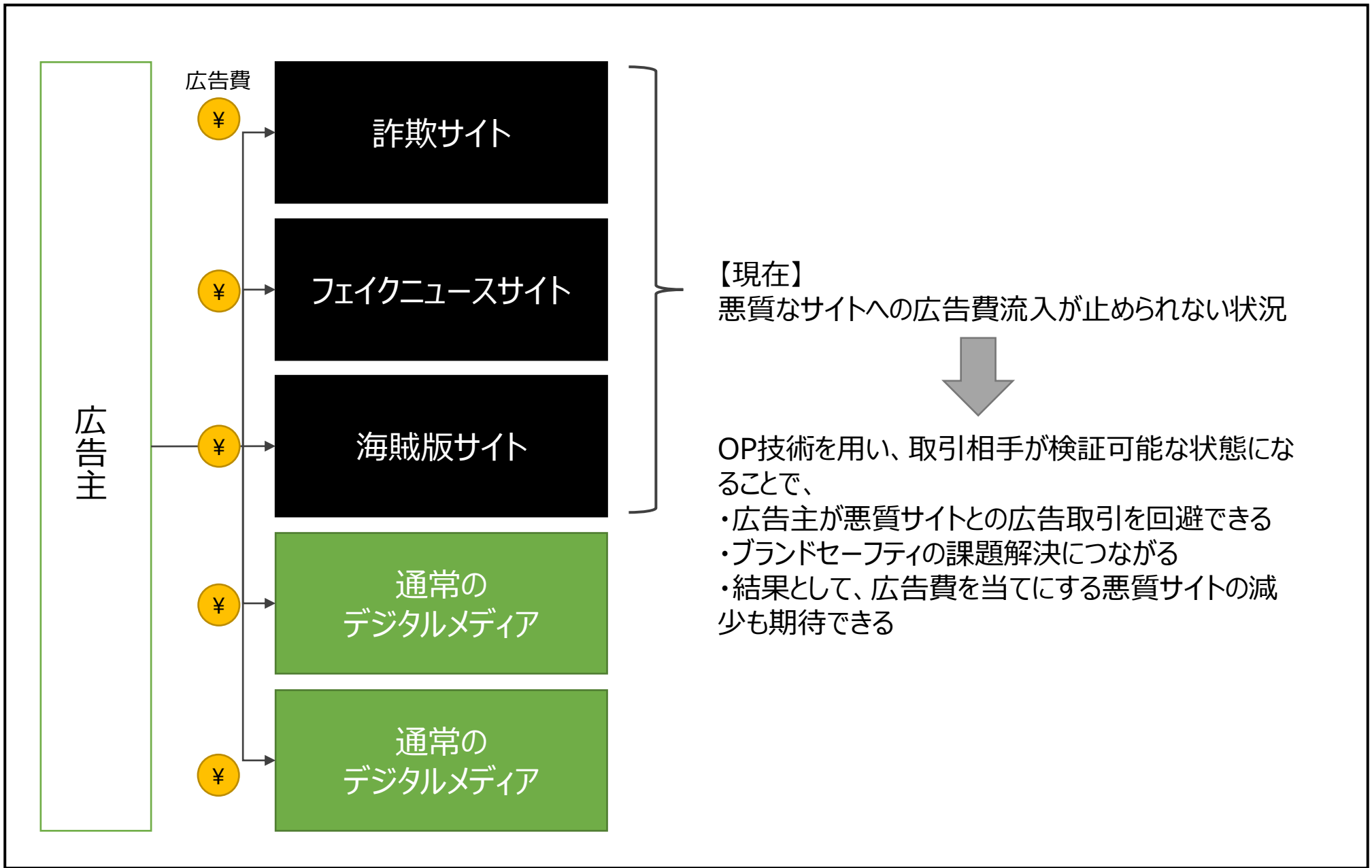
現在のWeb広告システム



OPでフェイクニュース発信者との広告取引をストップし、ブランドセーフティを確保



事業内容、社会的・経済的な価値



広告主

広告費

¥

詐欺サイト

¥

フェイクニュースサイト

¥

海賊版サイト

¥

通常の
デジタルメディア

¥

通常の
デジタルメディア

【現在】
悪質なサイトへの広告費流入が止められない状況



OP技術を用い、取引相手が検証可能な状態になることで、

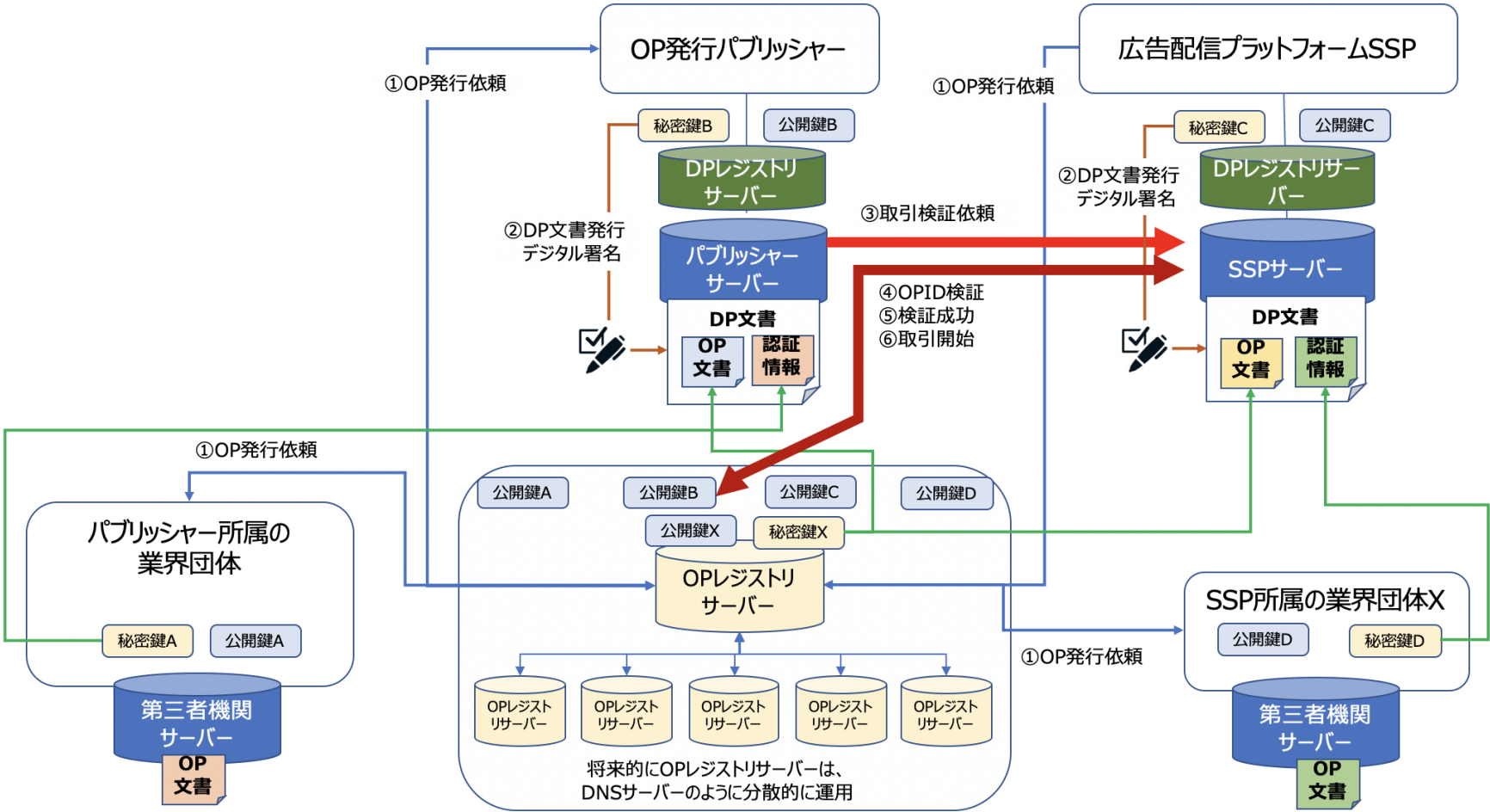
- ・広告主が悪質サイトとの広告取引を回避できる
- ・ブランドセーフティの課題解決につながる
- ・結果として、広告費を当てにする悪質サイトの減少も期待できる

本実証事業における検証ポイント

No.	検証する課題・論点	初期仮説	論点解決に向けて検証・実施する内容
①	OP/DP登録発行の自動化	パブリッシャーや広告主がサイト運用で利用するCMSにOP/DP文書発行を自動化するプラグインアプリケーションを開発・提供することで、OP/DPを発行するパブリッシャーが増える。	日々のページ制作公開と同時にスムーズなOP/DP文書発行が行えるCMSプラグインないしSSG（Statistic Site Generator）などを開発する。
②	OPの第三者認証機関を拡大する	認証機関や広告主／メディア等の業界団体をOPの第三者認証機関とし、この取り組みの成功を広報発信することで、OP利用する第三者機関、OP利用するパブリッシャー、アドテク事業者を拡大させれば、業界全体へのOP利用が促進される。	認証機関や広告主／メディア等の業界団体が第三者機関としてOPに登録し、それぞれの団体の所属企業に対し、第三者認証されたOP文書を発行する。
③	Web広告取引におけるOP検証ルールの設定	「リアルタイム」「高頻度」「高速」「自動」取引を特徴とするWeb広告取引（運用型広告取引）でOPID/DPID検証をそのまま摘要することは、取引システムに負荷をかける可能性があるため、OP/DP検証は一定期間ごとのバッチ処理で検証するルールを設定することで対処が可能。	実証実験で、DSP/SSPなどプラットフォームが求める処理時間を把握し、OPID/DPIDによる取引相手検証をバッチ処理とすることで対応が可能であることを実証実験で検証する。また、バッチ処理の有効期間を設定し、定期的な処理方法をどうするか、その有効期間が無効となっている場合の取引処理について検討する。

実装するシステムアーキテクチャ・アプリ概要

①パブリッシャー、パブリッシャーの所属する業界団体（＝第三者機関）、広告配信プラットフォームのSSP、SSP所属の業界団体（＝第三者機関）の4者は、OPLレジストリサーバーで鍵ペアを生成し保管、OP発行を依頼する。②OPLレジストリサーバーはOPIDとOP文書を発行し、各社は発行されたOPID入りのOP文書を自社サーバーに配置する。③パブリッシャーはエンドユーザーが閲覧するWebページが自身のものであることを検証可能とするDP文書を自社のDPLレジストリサーバーでOP文書を埋め込んで発行し、自身の秘密鍵でデジタル署名する。④パブリッシャーは、ユーザーがページを訪問すると、SSPに広告入札の取引依頼をする。⑤SSPはOPIDの検証を行い⑥検証成功すると⑦広告配信の取引が開始される。この枠組みは、広告主とDSP間の取引、DSPとSSP間の取引においても同様であるため割愛した。



実施体制

