

デジタル市場競争本部事務局 御中

一般社団法人 電子情報技術産業協会
法務・知的財産部会
データ利活用検討TF

デジタル広告市場の競争評価に関する論点と今後の取組に対する意見

(1) 「論点」に関する提案

① デジタル広告市場の構造について、

イ 記載された項目に対する情報・提案・意見

プラットフォームの「力の源泉」は、多くのデータの収集力と IT を駆使した圧倒的な分析力にあると考えられる。

上記「力の源泉」をプラットフォームが持つ以上、今後、市場支配力がさらに高まっていく可能性はあるものの、広告主の立場からは、プラットフォームが力を持つこと自体について、現時点では大きな問題は感じていない。

ロ 記載された項目の他に、考慮すべき視点とそれに対する情報・提案・意見

今後もデジタル広告へのシフトは進むと想定されるが、ブランディングの観点からは細分化されたターゲティング広告だけでなくマス広告のニーズもある。

② デジタル広告市場の透明性・公正性について、

イ 記載された項目に対する情報・提案・意見

マス広告も決して透明性が高いわけではないが、デジタル広告では、市場構造がより複雑になったこと、新規参入業者が増えたこと、ターゲティングのために広告自体が細分化されたこと等から、広告主側からはモニタリングや検証が困難になっている。そのため、伝えたいメッセージが本当に必要なターゲットに届いているのか等、ビューアビリティの観点や、広告費が反社会的な活動に繋がっていないか等、ブランドセーフティの観点、データの囲い込み等、ウォールド・ガーデンの観点で、課題認識を持っている。

ロ 記載された項目の他に、考慮すべき視点とそれに対する情報・提案・意見

透明性・公正性の改善には、プラットフォームだけでなく、広告主、代理店、メディアも含めたステークホルダー全体での、倫理観や規範の確立が必要。

法制度等のハードローによるガバナンスよりも、基準・ガイドラインの策定や認定制度の導入等、ソフトローによる規範向上が適している。

③ デジタル広告市場における競争阻害行為の懸念について、

イ 記載された項目に対する情報・提案・意見

(特になし)

ロ 記載された項目の他に、考慮すべき視点とそれに対する情報・提案・意見

広告主の立場からはデジタル広告市場における競争阻害行為の懸念は、現時点では明確には感じていない。

④ パーソナル・データの取得・利用の透明性について、

イ 記載された項目に対する情報・提案・意見

(特になし)

ロ 記載された項目の他に、考慮すべき視点とそれに対する情報・提案・意見

広告主側でも、プラットフォームから提供される機能を使うことで、意図せず問題を引き起こす可能性もある中、ユーザーエクスペリエンスの向上を目的とする限りにおいては、新たなサービス提供等のため一定の自由度を確保すべきであり、過度な規制による委縮効果を懸念する。

(2) その他の提案

(特になし)

(以上)