

デジタルプラットフォーム取引相談窓口 (デジタル広告分野) の運用状況

デジタルプラットフォーム取引相談窓口
(デジタル広告分野)

デジタルプラットフォーム取引相談窓口（デジタル広告 利用事業者向け）の運用状況（令和6年度）

- 令和6年度（令和6年4月1日から令和7年3月31日まで）にデジタルプラットフォーム取引相談窓口（デジタル広告分野）に寄せられた情報提供件数は1,274件。

大分類	小分類	件数
①取引の全部拒絶（アカウント削除等）に関する事項		36
②取引の一部拒絶（広告・広告枠の削除又は非表示、入札への参加禁止等）に関する事項		83
③プラットフォーム事業者が提供する別の有料サービスの利用要請に関する事項		1
④広告の表示順位等に関する事項		3
⑤プラットフォーム事業者によるデータの利用に関する事項		17
⑥広告主・媒体主等によるデータの利用に関する事項		5
⑦広告主・媒体主等から苦情の申出又は協議の申入れをするための方法に関する事項	⑦-1. DPFからの回答内容や返信のスピードに関する事項	76
	その他	30
⑧アドフラウドに関する問題		61
⑨ブランドセーフティに関する問題		93
⑩ビューアビリティに関する問題		19
⑪価格や取引内容の不透明さ	⑪-1 Confirming Gross Revenueに関する事項	34
	⑪-2 DPFの手数料に関する事項	50
	その他	50
⑫第三者計測ツールの受け入れ等に関する事項		16
⑬利益相反・自社優遇に関する事項		69
⑭事業活動の制限に関する事項		4
⑮取引条件によらない取引の実施の要請に関する事項		1
⑯取引条件の変更に関する事項		36
⑰提供条件等の開示方法（明確、訳文、参照）に関する事項		45
⑱その他の事項	⑱-1 検索キーワードの商標に関する事項	23
	⑱-2 審査体制に関する事項	108
	⑱-3 取引条件や手数料についての協議・交渉に関する事項	9
	その他	405
合計		1,274

相談窓口に寄せられる案件の傾向

- 令和6年度は⑱－2 広告審査の基準や体制への声が多い傾向。審査基準や審査落ちの理由が不明瞭という声が多く寄せられた。
- また、媒体社からの、⑬Googleへの利益相反・自社優遇に関する懸念の相談も多い傾向だった。Googleのアドサーバー（Googleアドマネージャー）を利用せざるを得ない状況やGoogleの自社プロダクトの優遇に関する声が多く寄せられた。

分類	相談窓口に寄せられた声の傾向
上位分類 1 ⑱－2 審査体制に関する事項	- 広告審査の基準を明確にしてほしい。また、広告審査に落ちた理由の説明が不十分。[広告主、広告代理店、媒体社]（共通） - 広告審査が甘い結果、悪質・低品質な広告が蔓延している。[媒体社、アドテク事業者]（共通）
上位分類 2 ②取引の一部拒絶（広告・広告枠の削除又は非表示、入札への参加禁止等）に関する事項	- 思い当たる節のないポリシー違反を理由にアカウントや広告枠が停止されることがあった。[媒体社]（共通） - アカウントや広告枠の停止に際して、警告やメールが来る、が停止の理由が具体的ではないことが多い。先日まで問題が無かった広告に関し急に警告が来ることが多く、基準が明確ではない。具体的な停止理由が提示されないと、再度申請が通るまで売上に大きな影響を及ぼす。[媒体社]（Google） - 審査基準は明確だが、審査に落ちた理由の説明やその後のフォローに、ついては、本社における調査も含めて時間を要する。[広告代理店]（Meta）
上位分類 3 ⑦広告主・媒体主等から苦情の申出又は協議の申入れをするための方法に関する事項	- 大規模な広告主や広告代理店でないと営業担当者が見つかず、サポート窓口だけでは問題が解決しないことがある。[広告主、広告代理店]（共通） - デジタルプラットフォームの営業担当者やサポート窓口に問い合わせた際、「管理画面に表示されていること以上のことは分からない」と返答された。[媒体社]（共通）

※利用事業者の声は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定プラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。
また、利用事業者の声は、経済産業省及びデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）に寄せられた相談や実施したヒアリングにより収集したもので、対象の利用事業者の属性は様々である。

相談窓口に寄せられる案件の傾向

分類	相談窓口に寄せられた声の傾向
上位分類 4 ⑬利益相反・自社優遇に関する事項	- GoogleのDSPの広告主がターゲティング等の機能を使う際のデータがGoogleのアドサーバーを利用している媒体社にしか提供されないため、そのGoogle DSPのデマンドを受けるためにGoogleのアドサーバーを利用せざるを得ない。[媒体社] (Google) - Googleから通常のコンテンツよりも広告のほうが画面内での表示割合が多いという指摘をされ広告配信を制約されたが、Googleが提供する広告プロダクトからの広告であればそのような広告表示割合の広告も表示されており、矛盾している。[媒体社、アドテク事業者] (Google)
上位分類 5 ⑧アドフraudに関する問題	- アドフraud対策は難しいと感じる。アドベリソリューションの導入等のプラットフォーム側の努力を感じているが、アドフraudの出現は事実であり、もう少しプラットフォーム側の審査を厳しくしてほしい。[広告主、広告代理店] (共通) - 広告メディアから対策を依頼しなくても、プラットフォーム側の能動的なアドフraud対策を徹底してもらいたい。[媒体社] (共通) - 悪質広告、低品質広告が、ファッションなどの通常のカテゴリーとして表示されており、カテゴリー分けが機能しているか疑問。[媒体社] (Google)

※利用事業者の声は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定プラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。
また、利用事業者の声は、経済産業省及びデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）に寄せられた相談や実施したヒアリングにより収集したもので、対象の利用事業者の属性は様々である。

デジタル広告分野重点テーマ別の相談案件

重点テーマ	相談窓口に寄せられた案件の傾向
国内管理人の役割を遂行するための内部での仕組み、困難や障害	• 広告枠の停止の解除を依頼した際、Googleの営業担当者とポリシー担当者間の連絡に要する時間が結構長いと感じた。[媒体社]（Google） • MetaのMessenger上のチャットによるサポートに相談した際、ヘルプに記載のあるような一般的な内容は返答をもらったが、個別の事象については本国での調査が必要になるという理由でたらい回しにされるケースがほとんどだった。[広告代理店]（Meta）
提供拒絶の措置への異議申立てなど明らかな苦情を計数計測する取組み（LY） ※ LINEヤフー52件と昨年度報告	• （DPCDコメント）相談窓口寄せられた「ネガティブ」な相談・情報提供のDPF事業者別の件数は、Google仲介型：385件、Google一体型：159件、Meta：141件、LINEヤフー：52件、となり、特にGoogle仲介型に対する媒体社の声が多い傾向。 • そのうち、仲介型は「価格や取引内容の不透明さ」に関する声、一体型では「審査体制」に関する声が多い傾向
なりすまし広告への対応状況（Meta）	• 著名人や有名企業の商標や肖像を無断で利用した詐欺広告により生活者を不安にさせている。顧客や株主からのクレームも頂いている。Metaには対策の強化をしてほしい。[広告主]（Meta） • 広告だけでなくリンク先のウェブサイトを偽装しているケースもある。広告とリンク先コンテンツの両方の審査を強化してほしい。[広告主]（Google・Meta）

※利用事業者の声は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定プラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。
また、利用事業者の声は、経済産業省及びデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）に寄せられた相談や実施したヒアリングにより収集したもので、対象の利用事業者の属性は様々である。

デジタル広告分野重点テーマ別の相談案件

重点テーマ	相談窓口寄せられた案件の傾向
不正行為の取り締まりや運営改善のための、一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用状況	- Google広告において「広告主適格性確認プログラムを1か月以内に完了させないとアカウントが一時停止される」というメールを受信して対応したが、審査落ちの理由の説明がされなかったために何度も試みたが審査が通らず、多大な労力と時間を要した。[広告主]（Google） - Meta Business Suiteのアカウント管理者が退職等で変更になった際、後任の担当者がMeta Business Suiteにアクセスできなくなったが、対応方法が開示されておらず、復旧に時間が掛かった。[広告代理店]（Meta）
広告媒体の審査における慎重な判断を行う仕組み（Google仲介型）	- Googleの「確認クリック」（注：広告をユーザーがクリックした後、広告のランディングページに遷移するかをユーザーに確認する画面を挟む。これにより、媒体社の広告収益は低下につながり得る）が適用される際、原因の説明がないため、解除されるためにどのように対応すればよいかかわからず、困っている。（Google）[媒体社] - ポリシーや著作権法違反を理由に、突然、サイト・アプリ単位で広告掲載が停止されることがあった。[媒体社]（Google）
「広告の質」向上のための取組み	- Meta広告においてアフィリエイターによる低品質な広告出稿が非常に多いが、Meta側で特に対策されていない。[広告代理店]（Meta） - Google仲介型での悪質・低品質広告の表示への対策として、管理画面でカテゴリ、ドメインのブロック設定をしているが、悪質な広告主はカテゴリやドメインを事後変更するため、ブロック設定をすり抜けて表示されている。[媒体社]（Google）

※利用事業者の声は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定プラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。
また、利用事業者の声は、経済産業省及びデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）に寄せられた相談や実施したヒアリングにより収集したもので、対象の利用事業者の属性は様々である。

その他の特筆すべき案件

下記の事案について、取引先事業者からの相談や情報提供内容を集約し、各デジタルプラットフォーム事業者の透明化法担当窓口に対し、問い合わせや情報提供を行った。

- **Google : 「広告主適格性確認プログラム」の改善について**

- Google広告の利用者が、Googleから「広告主適格性確認プログラム」（広告主の審査のプログラム）として所定の質問への回答および必要書類のアップロードを求められ、1か月以内に完了させないとアカウントが一時停止されるという内容のメールを受信して対応したが審査を通らなかったという事象に関して、次のような声が出ている。
 - 不承認の理由の説明がなかったため、不承認の理由を推測しながら多数回申請を行う必要があり、大変な時間と労力を要した。
 - 広告主の業種上で手続上必要にならない（そのために所持していない）書類の提出を求められ、対応に苦慮した。〔不承認の理由の説明がないので、認識の齟齬がその点かが明らかでなく、解決ができない。〕

- **Google : Google広告の支払い方法変更について**

- 令和6年6月、一部のGoogle広告の利用者が、「ご利用のGoogle 広告アカウントのお支払い方法に関する変更」というメールを受信し、「今後はクレジット/デビットカード払いは利用できず、口座振込の請求書払いのみになる。令和6年8月の期日までに請求書払いへ変更しないと広告アカウントが停止される恐れがあり、例外は認められない」という旨の連絡を受けた

- **Meta : Meta Business Suiteにアクセスできない事象について**

- 広告主の社内担当者（広告主の所有するMeta Business Suiteのアカウント管理者）が退職等により変更になった際、後任の担当者への管理者権限の委譲の操作をしていなかったため、後任の担当者がMeta Business Suiteにアクセスできなくなったが、本件の対応方法が開示されておらず、復旧までに時間が掛かった

※利用事業者の声は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定プラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。
また、利用事業者の声は、経済産業省及びデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）に寄せられた相談や実施したヒアリングにより収集したもので、対象の利用事業者の属性は様々である。