

---

**IAS、アドベリ主要4社と日本アドバイザーズ協会 Web 広告研究会が  
「ネット広告健全化プロジェクト」を発足****成功事例解説やセミナー実施で業界啓発し、デジタル広告市場の健全化を目指す**

～発足記念オンラインイベント「アドベリフィケーション、ビフォーアフター」を開催、7月6日15時～

<[https://www.wab.ne.jp/wab\\_sites/general-event/view/3188](https://www.wab.ne.jp/wab_sites/general-event/view/3188)>

テクノロジーとデータでデジタル広告の検証・不正対策を推進する Integral Ad Science（インテグラルアドサイエンス、本社：米国ニューヨーク、CEO：リサ・アツシュナイダー / 日本オフィス：東京都千代田区、代表：藤中 太郎、以下 IAS）は、公益社団法人日本アドバイザーズ協会（以下 JAA）Web 広告研究会（所在地：東京都中央区銀座 代表幹事：中村 俊之）内に、国内でアドベリフィケーション（アドベリ）<sup>※1</sup>を提供する主要5社、IAS、株式会社 Spider Labs、DoubleVerify Japan 株式会社、日本オラクル株式会社（Oracle Data Cloud）、モメンタム株式会社と共に、日本のデジタル広告の健全化を目的とした業界初のアドベリ啓発のための取り組み「ネット広告健全化プロジェクト（リーダー：小林 秀次）」を発足しました。

**■ プロジェクト設立の背景**

2019年、日本のインターネット広告費は6年連続で2桁成長を遂げ、前年比119.7%の2兆1048億円で、テレビメディアの1兆8612億円を上回り、市場が拡大しています。

一方、市場拡大と共に「アド Fraud」と呼ばれるネット広告配信における広告クリックの水増しや、不正クリックなどによる詐欺的な不正行為が国際的に大きな問題になっています。広告詐欺ともいわれる「アド Fraud」は、対策をしない場合10%を超える割合で存在するとされ、その被害額も決して小さいとは言えません<sup>※2</sup>。

また、ネット広告の市場拡大や影響力の高まりにより、アド Fraud 以外にも、企業のブランド毀損を防ぐブランドセーフティや、掲載された広告が実際に閲覧者が見られる状態にあるかを評価するビューアビリティといった新たな観点から、企業のデジタル広告運用において評価や検証が必要となっており、様々な問題が発生しています。

これらの問題に対応する解決策が、アド Fraud、ブランドセーフティ、ビューアビリティに配慮した、不適切な広告配信を防ぐための広告価値毀損測定の仕事を目指す「アドベリフィケーション」です。政府のデジタル市場競争本部事務局がとりまとめた中間報告では、アドベリフィケーションに必要な「情報の開示が不十分であり、検証することができない」、「広告掲載面や掲載媒体の透明性を高める必要がある」、「ビューアビリティのレベルについて、第三者による検証・測定がなされるべき」といった声が多く上がっている現状が指摘されており<sup>※3</sup>、課題解決へのさらなる取り組みが必要だと言えます。

さらに、この度「デジタルプラットフォーム取引透明化法」が成立し、通販サイトとアプリストアを対象に取引内容の開示と定期報告の義務付けが決まりましたが、次の課題は「デジタル広告」として、透明化法での規制も含めて対応を検討する方針であり、デジタル広告取引の透明性を高めるルールづくりが動き出しました。

広告主をはじめとした業界関係者が一眼となって広告の透明性の向上と健全化の取り組みを推進していくことは、ネット広告に対する生活者の不信感を払しょくし、業界全体が健全に発達していくために不可欠です。そこで、アドベリフィケーションの啓発活動を積極的に行うことで、こうした業界課題の解決を目指すために「ネット広告健全化プロジェクト」を発足しました。

※1「アドベリフィケーション」とは、「広告主が意図していない不適切なサイトに広告表示されていないか」（ブランドセーフティ）、「広告がbot などによる不正なインプレッションやクリックが発生していないか」（アドフランド）、「広告がしっかり人の目に触れているか」（ビューアビリティ）といった「広告掲載先の内容の品質確認」のことを指します。

※2「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」（2019年11月、日本アドバイザーズ協会発表）

[http://www.jaa.or.jp/wp-content/uploads/2019/11/JAA\\_proclamation.pdf](http://www.jaa.or.jp/wp-content/uploads/2019/11/JAA_proclamation.pdf)

※3「デジタル広告市場の競争評価中間報告」（2020年6月、デジタル市場競争会議）

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/kyosokaigi/dai4/siryous.pdf>

## ■ Integral Ad Science Japan マネージングダイレクター 藤中太郎 コメント



IAS はこれまでも、JAA やアドベリフィケーション企業各社と連携して啓発活動に努めてまいりました。本プロジェクトは、これまでの取り組みを強化するもので、日本市場におけるアドベリフィケーションの普及を促進させることができると期待しています。

IAS は、広告主、代理店、アドテック、パブリッシャーといったデジタル広告関係者とのパートナーシップにより、グローバルにアドベリフィケーションサービスを提供し、世界トップ広告主 100 社のうち 90 社以上にサービスをご利用いただいています。業界初のパブリッシャー/DSP 向けサービスの提供や、コネクテッド TV にいち早く対応するなど、アドベリフィケーションの発展と普及をリードしてきた企業としてこれからも Web 広告研究会及びプロジェクト参画企業の皆様とともにアドベリフィケーションの普及に努めてまいります。

## 藤中 太郎（Integral Ad Science Japan マネージングダイレクター（日本代表））

東京オフィス開設にあたり、2015年にIAS入社。広告やテクノロジー業界での15年以上の経験をいかして、IASの製品及び市場戦略を日本のデジタル広告エコシステムに合うよう立案、また日本市場でのオンライン広告へのシフトを加速させるため、国内の大手広告主、代理店、パブリッシャー、技術パートナーとの関係構築を担当しています。

IASに入社する前は、IPGメディアブランド・オーディエンス・プラットフォームのマネージング・ディレクターとして活躍。日本におけるDSP、DMP、およびPMPテクノロジー統合利用のパイオニアであるキャドレオンおよびリプライズメディアを立ち上げ、IPGのプログラマティック・バイイング部門を設立しました。その前は、検索連動型広告製品の開発をリードするヤフージャパンに7年間勤務。また、エレクトロニック・アーツ社にてリードプロダクトマネージャの経験も持ちます。

上智大学で経済学の学士号を取得。

## ■ プロジェクト設立記念イベント「アドベリフィケーション、ビフォーアフター ～やってみたらこうなった～」について

7月6日(水)15～、プロジェクト設立を記念したオンラインイベントを実施いたします。

日時：2020年7月6日(月) 15時～

場所：オンライン開催 (Zoomによるウェビナー)

内容：実際にアドベリフィケーションのツールを試験導入、運用いただいた事例をご紹介しながら、アドベリフィケーションに取り組む理由やメリット、売り上げへの貢献や、導入にあたって知っておくべきことなどをお伝えします。アドベリフィケーションをすでに導入されている方にも、まだよくご存じない方にも役立つ内容です。

スピーカー：伊藤 剛 (ロート製薬株式会社)

山口 武 (Integral Ad Science Japan 株式会社)

林 秀次 (株式会社日本経済新聞社/Web 広告研究会 ネット広告健全化推進プロジェクトリーダー)

参加申込：[https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN\\_Z2Ur7DXRRrSCYXRiyQCrijg](https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_Z2Ur7DXRRrSCYXRiyQCrijg)

## ■ プロジェクト参画 兼 イベント登壇メンバー 山口武 コメント



発足イベントでは、大手製薬会社様にご協力いただき、アドベリフィケーションでどのように広告効果を上げることができるのか、具体的な事例をご紹介する予定です。アドベリフィケーションが普及すれば、ウェブ広告業界全体の透明性とメディア品質の向上に貢献できます。また、現在の厳しい環境化では、広告主が予算を最大限に活用するためのデータとツールが求められており、IASはこうした声に応える新しいソリューションを提供することでさらなる透明性の向上に貢献してまいります。

## 山口 武 (Integral Ad Science Japan シニア アカウントエグゼクティブ / エバンジェリスト)

ニューヨーク大学ティッシュ芸術学部卒。2006年 Oddcast, Inc. 入社。2008年 Experian Marketing Solutions, Inc (ニューヨーク本社) にて大手広告主のマーケティングキャンペーンのサポートや戦略的コンサルティング業務を経験し、2011年に帰国、コムスコアジャパン株式会社にてクライアント サービス マネージャーとしてアドベリフィケーションやネット視聴率など多岐にわたるソリューションの営業サポートから実施までの実務を担当。2015年4月より現職。イベントや勉強会でアドベリフィケーションに関する公演を精力的に行っており、MarkeZine で連載していたコラムをまとめた電子書籍「アドベリフィケーション最新動向」も好評。

## ■ 「ネット広告健全化プロジェクト」今後の主な活動予定

定期的なセミナー開催や事例の発表など、アドベリフィケーションの理解を深めるための啓発活動を行ってまいります。詳しくは Web 広告研究会ウェブサイトをご覧ください。URL：<http://www.wab.ne.jp/>

- 7月6日(木) 15時～16時「アドベリフィケーション、ビフォーアフター ～やってみたらこうなった～」
- 7月下旬予定「複雑なデジタル広告、発注する側として最低限知っておくべきこと ～ネット広告の仕組み～」
- 8月～10月予定「アドベリフィケーションツール提供主要5社の何をどうしたら何ができるのか」

**【Web 広告研究会について】** <http://www.wab.ne.jp/>

Web 広告研究会は、1999 年 4 月、社団法人 日本広告主協会 デジタルメディア委員会内の研究会を母体として発足しました。（注：日本広告主協会は現在、日本アドバイザーズ協会に名称変更）

「インターネット広告に関わる全ての関係者のための情報交流の場」として、インターネット上の広告展開における様々な課題について、広告主と関連企業・団体（広告会社、メディアレップ、媒体社、調査会社、システム提供会社など）が共通の場で研究活動を行うことにより、インターネット上の広告の健全な発展を促進することを目的としています。

定期的なフォーラム・セミナーの開催のほか、各種広告手法の効果実証実験、企業サイトのプロデュースの研究とその評価、個人情報保護問題への取り組み、ブロードバンド・モバイル環境の研究、生活者のメディア接触変化の研究などの幅広い活動を 10 委員会と 4 プロジェクトで行っております。

**【IAS について】** [www.integralads.com/jp/](http://www.integralads.com/jp/)**Integral Ad Science, Inc.**

Integral Ad Science (インテグラル アド サイエンス、IAS)は、機械学習や自然言語解析などのテクノロジーで、高品質な広告メディア環境の実現をサポートする、アドベリフィケーションのグローバルリーダーです。IAS のソリューションは世界トップ広告主 100 社のうち 90 社に採用いただいています。2009 年に創業、米国ニューヨークに本社を構え、13 개국・18 都市で事業を展開しています。

代表者 : リサ・アッツシュナイダーCEO  
所在地 : 95 Morton Street, 8th floor, New York, NY 10014  
日本オフィス : 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-1-2 日比谷三井タワー12F  
マネージングダイレクター（日本代表）藤中太郎  
開設 : 2015 年 7 月  
事業内容 : デジタル広告の検証・不正対策・最適化のためのデータとソリューションの開発と提供

**【参考】これまでの IAS 調査**

- 『メディアクオリティレポート 2019 年下半期版』（アドベリ指標のグローバルベンチマーク）（2020 年 4 月 1 日）  
<https://integralads.com/jp/news/2h2019-media-quality-report/>
- 『新型コロナウイルスがデジタル広告配信環境に与える影響』（2020 年 5 月 21 日）  
[https://integralads.com/jp/news/20200521\\_japan-consumers-on-covid/](https://integralads.com/jp/news/20200521_japan-consumers-on-covid/)
- 『The Ripple Effect : 波紋効果～コンテンツの品質が消費者の広告認知に与える影響に関する調査レポート』（2019 年 11 月 13 日）  
<https://integralads.com/jp/news/20191113/>
- 『脳科学から見るブランド認知～広告閲覧環境にけるハロー効果とブランド好感度への影響に関する調査レポート』（2019 年 7 月 26 日）  
<https://integralads.com/jp/news/02190726/>
- .

**《本件に関するお問い合わせ》**

担当 : IAS 広報 吉井

Email : [jppr@integralads.com](mailto:jppr@integralads.com)