

2019年2月6日

電通と電通デジタル、デジタル広告におけるアドベリフィケーション問題への対応強化に向け、「テラードホワイトリスト」と「エージェンシーブラックリスト」の正式運用を開始

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）と株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、社長：鈴木 禎久）は、デジタル広告におけるアドベリフィケーション問題への対応を更に強化していくため、「Tailored Whitelist（テラードホワイトリスト）」と「Agency Blacklist（エージェンシーブラックリスト）」という2つの施策の正式運用を本日より開始します。

2つの施策の概要は次のとおりです。

1. Tailored Whitelist :

個々の広告主ごとにブランドセーフティ、アドフラウド、ビューアビリティなどのスコアを設定した広告配信が行える施策です。

当社グループでは、広告主・ブランドごとにアドベリフィケーションの基準が異なると考え、画一的に配信先の良し悪しをランク分けする単純なホワイトリスト方式は採用しませんでした。

この施策では、配信候補先の膨大なドメインに電通独自の情報を付与した「スコアードリスト」の中から、広告主・ブランドごとの配信先条件やリスク管理基準を満たすものだけを選択できるようになり、価格面においても予算規模に合わせて柔軟にプランニングが行えるようになります。なお、「スコアードリスト」の作成においては、世界大手のアドベリフィケーションベンダーである MOAT（オラクル社）や国内大手の Momentum 社*等のスコアを活用しています。

2. Agency Blacklist :

当社グループは Momentum 社と共同で「Agency Blacklist Dashboard」を開発しました。本ダッシュボードでは、24時間365日体制で、違法性や悪質性の高いドメインを監視・検知することができ、広告配信先から自動的に該当ドメインを除外していくことができます。

ドメインの除外は全6種（R指定、悪質CGM、著作権侵害、ヘイトスピーチ、ポイントサイト、アドフラウド）のカテゴリで判別され、ダッシュボード上でもリアルタイムに確認できます。

これら2つの施策を原則すべての案件で適用することにより、従来は困難であった広告主のブランドリスクに対する基礎的な安全性のコントロールと、広告主のニーズに合わせた最適なデジタル広告の運用が実現します。

なお、当社グループはこれらの施策を「リスクを把握し、最大限リスクをコントロールする施策を広告主に提案していく」というデジタル広告における当社グループの行動指針「Clear Code（クリア・コード）」（商標出願中）に基づき運用していきます。

※電通グループは Momentum 社が認定する「Agency Certification Program (ACP)」(2019年1月31日発表)において、その第1弾の代理店として認定されました。これは、広告主への信頼性の高いデジタル広告配信サービスの提供と、デジタル広告の効果改善に向けたアドベリフィケーションの取り組みを積極的に行っている広告代理店事業者を、信頼と実績のある ACP パートナーとして Momentum 社が認定するものです。

<参考：電通グループの「Clear Code（クリア・コード）」とそのフレームワーク>

電通グループでは、デジタル広告における「リスクを把握し、最大限リスクをコントロールする施策を広告主に提案していく」という明快な行動指針を「Clear Code（クリア・コード）」として提唱し、アドベリフィケーション諸問題に対する対応戦略を、市場把握／ソリューション開発／メディアプランニング／効果検証の4段階に分けてフレームワーク化しています。



以 上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレートコミュニケーション局 広報部
 湊、竹村 TEL：03-6216-8041

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部
 竜野、島津 TEL：03-6217-6036