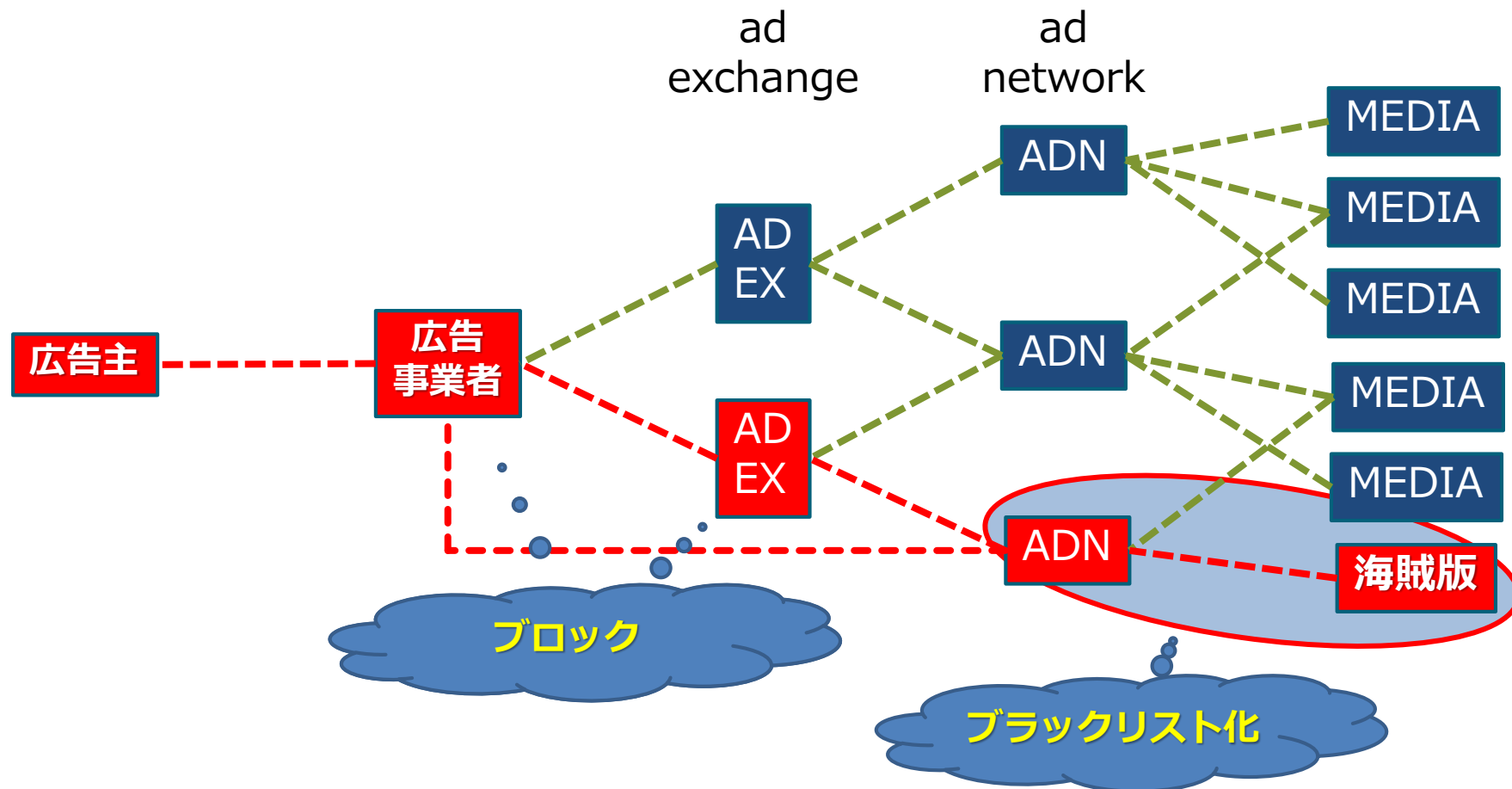


違法サイトへの広告出稿は止められるのか？



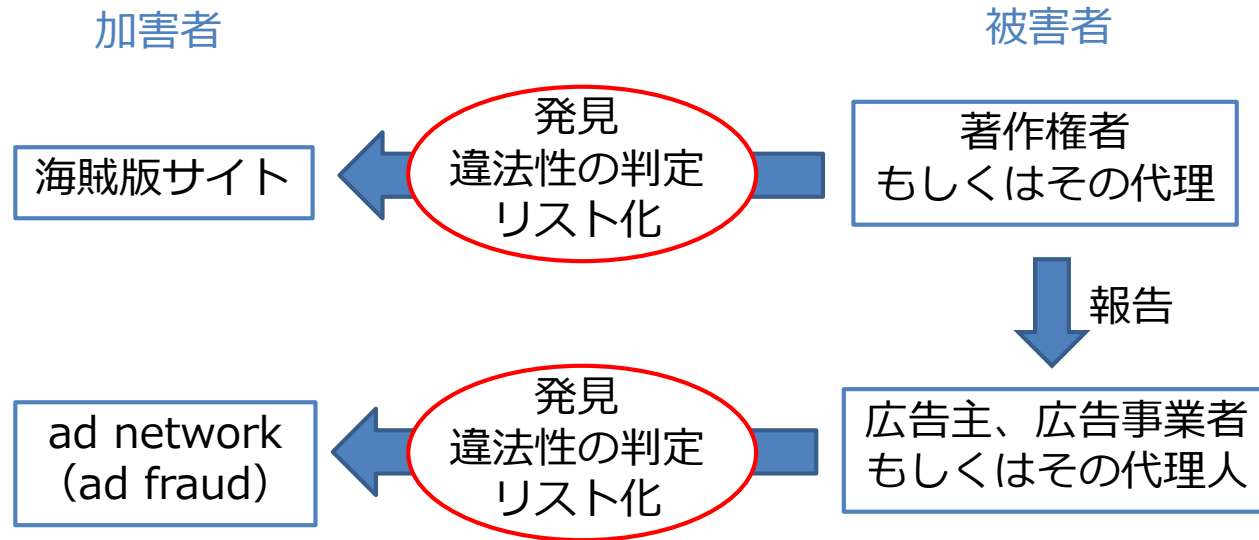
広告出稿を止めることができるポイントは複数ある
↓
下流になるほど確信犯 → ブラックリスト化して上流でブロック

- Ad Density (過度な広告領域) :** 検索スパムと組み合わせて、広告しかないページに誘導して広告アクセス増を図るもの。
- Ad Injection (不正な広告挿入) :** ユーザーが閲覧している正当な媒体ページの広告タグを、不正事業者（不正アドネットワークなど）が自社広告タグにすり換えることで、不正な収益を得るもの。
- Auto Refresh (過度に自動リロードされる広告) :** 高頻度で自動リロードを繰り返し、ごく短時間に大量の広告を表示させたりするもの。
- Cookie Stuffing (不正な成果の獲得のためのクッキー汚染) :** ユーザーブラウザにプレミアムメディアやブランド広告主のページをポップアップで表示させることで、ユーザーブラウザに優良な閲覧履歴のクッキーを生成させる手法。
- Falsely Represented (オークションの URL 偽装) :** アダルトコンテンツや違法ダウンロードの事業者が、広告オークションに対して、正当なサイトの URL を偽装して、広告の入札を受けようとする手法。
- Hidden Ads (隠し広告) :** ブログパーツの见えない領域に広告を仕込んだり、CSS 等でユーザーに见えない形で広告を配信したりすることで、広告配信数を水増しするもの。
- Imp/Click Bot, Retargeting Fraud (プログラムされたブラウザによる広告閲覧) :** ブラウザをプログラミングして、自動的に imp、クリックを発生させる手法。
- Malware, Adware, Hijacked Device (支配権を奪われた個人端末からの広告リクエスト) :** ユーザーデバイスを不正プログラムに感染させ、自社サイトの広告を閲覧させたり、クリックさせたりするもの。
- Sourced Traffic (By Traffic Exchange、トラフィックエクスチェンジ) :** ユーザーにページ内の自動リロードのコンテンツを閲覧させ、コンテンツ元にトラフィックを渡して対価を得るもの。



機械学習によりad fraudを検知するツール → ブラックリストの作成とブロックが可能

課題



主な課題	発見するためのコスト 違法性の判断基準と判定者の選定 リスト管理 インセンティブとエンフォースメント ⇔ 当事者がすべきなのか 第三者が介在すべきなのか
------	---

独自の裏社会（必ずしも違法とは限らない）に
対しては効果がない。。。

(参考) オンライン広告配信の仕組み

- ①DMPはあらゆるところから消費者の情報を取得し、メディア来訪者のcookieや広告ID、位置情報等を元にセグメント化（クラスター化）した中から広告主のリクエストに合致するターゲットを抽出。
- ②ターゲットに合致する来訪者がメディアを訪れた場合、空き枠であればSSPを通じて広告主側のDSPに通知。
- ③広告主はDSPにあらかじめ入札金額等の条件をメディア毎に設定してあり、DSPとSSPの間で、リアルタイムで条件交渉が行われ、入札金額が一番高いDSPが配信。

