2026年11月18日

各　　位

東京都新宿区西新宿五丁目1番1号
株式会社アドウェイズ
代表取締役　山田　翔
（コード番号：2489　東証スタンダード市場）
問い合わせ先:
上席執行役員　管理担当　田中　庸一
電話番号　03（6771）8512

UNICORN、広告配信プラットフォームとしての広告品質管理の取り組みをまとめた「広告品質・透明性レポート」を公開

当社の子会社であるUNICORN株式会社は、広告配信プラットフォームとしての広告品質管理の取り組みをまとめた「広告品質・透明性レポート」を公開いたしましたので、お知らせいたします。

詳細につきましては、添付のプレスリリース資料をご参照ください。

※ 添付のプレスリリース資料は、発表日現在の情報です。最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。

以　上

ADWAYS PRESS RELEASE

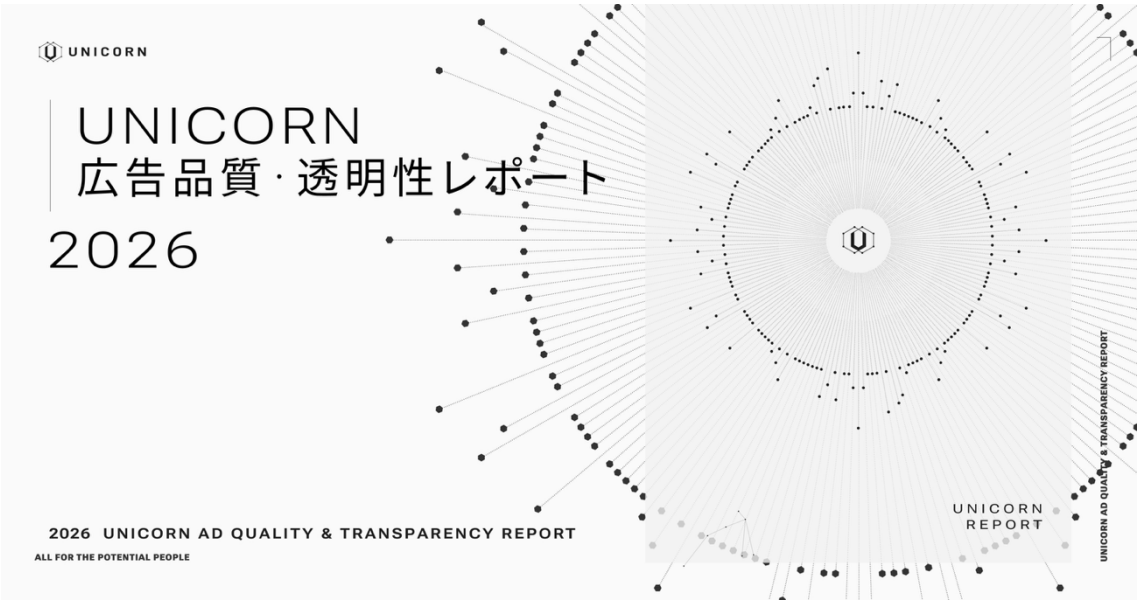
UNICORN、「広告品質・透明性レポート」を公開。広告審査から配信先の管理、無効トラフィック対策までの取り組みを開示

2026 年 11 月 18 日

株式会社アドウェイズ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：山田 翔、以下アドウェイズ）の子会社である UNICORN 株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：山田 翔、以下 UNICORN）は、広告配信プラットフォームとしての広告品質管理の取り組みをまとめた「UNICORN 広告品質・透明性レポート」を特設サイトにて公開いたしました。

本レポートは、広告審査、掲載先・配信面の品質管理、無効トラフィック（IVT）（※1）対策、取引先（広告主、広告代理店、SSP（※2））審査、体制・ガバナンス、第三者認証など、UNICORN が広告配信の健全性を守るために行っている取り組みを開示するものです。

※1 無効トラフィック（IVT：Invalid Traffic）：ボットなどの自動プログラムや、意図しない操作によって発生する、広告主にとって価値のない広告の表示やクリック
※2 SSP（Supply-Side Platform）：媒体社の広告枠の販売を支援するプラットフォーム



レポート公開の背景

デジタル広告費は、2025 年に総広告費の 50.2%（※3）を占めるまでに拡大しています。その一方で、広告主が意図しない媒体に広告が配信されてブランドが毀損されることや、無効トラフィックによって広告費が流出することなどが課題となっています。

総務省は 2025 年 6 月 9 日に、「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス」（※4）を公表しました。同ガイダンスでは、ブランドの毀損やアドフラウド（広告費の不正な詐取）をデジタル広告のリスクとして挙げ、品質認証事業者との取引や情報開示などを、広告主等が実施することが望ましい取り組みとして例示しています。

また、広告費の流出に限らず、なりすまし型偽広告（※5）や性的な表現を含む広告の表示など、広告の内容そのものをめぐる課題も、媒体や利用者にとって課題となっています。

UNICORN は、「ユーザーにとって価値のある広告とは何か」を中心に据え、広告審査から、掲載先の品質管理、無効トラフィック対策まで、広告主と、媒体や利用者の双方を守る取り組みを重ねてまいりました。本レポートは、こうした取り組みを、広告主をはじめとする関係者の皆様が確認できる形で開示するものです。

※3 株式会社電通「2025 年 日本の広告費」におけるインターネット広告費の構成比（本リリースでは「デジタル広告費」と表記）
※4 総務省「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス」（2025 年 6 月 9 日公表）
※5 著名人や企業になりすまし、投資などに誘導する偽の広告

レポートの概要

本レポートは、次の 7 つの項目で構成されています。

広告審査	広告代理店・広告主の取引先審査、広告主・プロダクトの審査（事前審査・通常審査）、クリエイティブの審査の 3 段階で、広告そのものを審査
なりすまし型偽広告への対応	取引先審査・プロダクト審査における、実在性・整合性の確認
掲載先・配信面の品質管理	「セーフリスト方式（※6）」を軸とした配信先の管理と、配信を停止している広告枠の例
無効トラフィック（IVT）対策	入札前のブロックをはじめとする、第三者ツールの活用や自社システムによる対策
取引先（SSP）審査	取引先 SSP の一覧と、JICDAQ・TAG（※7）認証の取得状況
体制・ガバナンス	経営・技術・SSP 連携・広告主対応の各担当者による役割分担
第三者認証	JICDAQ（一般社団法人デジタル広告品質認証機構）の認証の取得

※6 事前に審査して登録した掲載先にのみ、広告を配信する方式

※7 TAG（Trustworthy Accountability Group）：デジタル広告の不正対策や透明性の向上を目的とした、国際的な認証の枠組み

主な開示内容（一部抜粋）

セーフリストの登録数：Web は 1,670 件、App は 4,447 件（2026 年 9 月時点）。コンテンツとトラフィックの質を確認した配信先を、セーフリストとして管理しています。

入札前のブロック：UNICORN に届く BidRequest（入札リクエスト）のうち、約 10%を、無効トラフィックとして入札前にブロックしています（集計期間：2026 年 9 月 28 日までの直近 1 年間）。

広告審査の考え方：特にリスクが高いプロダクトは、受注前に審査を実施。出稿後も、通常審査とクリエイティブ審査により、広告主の実態から、LP（ランディングページ）、プロダクト、広告素材まで確認しています。

審査件数やリジェクト理由の内訳、取引先 SSP ごとの認証状況、配信を停止している広告枠の具体例など、詳細な内容は、特設サイトおよびレポート PDF でご覧いただけます。

レポートの閲覧・ダウンロード

本レポートは、次の特設サイトで閲覧、および PDF でのダウンロードが可能です。

「UNICORN 広告品質・透明性レポート」特設サイト	https://unicorn.inc/report/2026_adquality_transparency/
レポート PDF のダウンロード	https://unicorn.inc/report/asset/2026/other/unicorn_report2026.pdf?v=2effbbb0

慶應義塾大学 メディア・コミュニケーション研究所 准教授 / UNICORN 特別顧問 水谷瑛嗣郎氏 コメント

デジタル広告は、いまや単なるビジネスツールに留まらず、私たちの民主主義社会を支えています。しかし残念ながら、デジタル広告に後押しされた信頼性の低い情報や過激な情報の蔓延や、誤クリックを誘う「通せんぼ広告」の氾濫は、ユーザーを日々悩ませています。こうした課題を受け、総務省は、2025 年 6 月に「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス」を公表し、広告主の皆様に、様々な取組を推奨しています。そこで広告主の皆様から「信頼」を得るためには、広告事業者側の透明性は欠かすことはできません。こうした透明性は、日々デジタル空間で広告に触れているユーザーの皆様にとってもデジタル広告への「信頼」の契機になると思います。今回の透明性レポート公表は、その

ような「信頼」構築のための重要な第一歩といえます。しかし透明性レポートは、出して終わりではありません。重要なことは、外部から定点観測できるように継続することであり、ステイクホルダーの皆様からの指摘・フィードバックを受け、求められる情報をより見やすく公表できるよう、アップデートを重ねていくことです。業界の皆様におかれましても、業界全体の透明化をより一層進めることで、公正な（正直者が損をしない）デジタル空間を、共に創り上げていきましょう。

健全な広告のあり方を考えるために

UNICORN は今後、本レポートを年次で更新・公開し、掲載項目も順次拡充することで、広告品質の管理体制とその透明性を高めてまいります。

デジタル広告の健全化は、1 社の取り組みのみで実現できるものではないと、UNICORN は考えます。業界全体で健全な広告のあり方を考える一助となるよう、自社の取り組みを継続して開示いたします。

UNICORN について

デジタルマーケティング業界の指標となるべくして生まれた、月間買い付け可能トラフィック数 1.2 兆 imp を超える、国内最大級の全自動マーケティングプラットフォーム。リアルタイムにインプレッションの価値を予測し、各キャンペーンにとって最適な価格での自動入札を実現、かつ独自の不正検出アルゴリズムにより、不正な広告を排除。3D や AR、ボリュメトリックビデオを活用したリッチクリエイティブや、ゲームの世界に溶け込むネイティブ広告であるゲーム内広告「UNICORN In-Game Ad」など、デジタル広告の可能性を広げる配信メニューも提供している。

https://uni-corn.net/

UNICORN 株式会社について

2013 年、アドウェイズの 100％子会社として、アドテク領域における新サービスの開発をミッションに設立。国内最大級の全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」の提供を行っている。2024 年、モバイル計測プラットフォーム「MetricWorks」を提供する MetricWorks Inc.との合弁会社を設立。

https://uni-corn.net/

株式会社アドウェイズについて

2001 年設立。2006 年に東証マザーズ、2020 年に東証一部に上場。2022 年に東証プライム市場に移行。パーパスに、“全世界に「なにこれ すげー こんなのはじめて」を届け、すべての人の可能性をひろげる「人儲け」を実現する。”を掲げ、アプリ・Web の包括的なマーケティングを支援する広告事業、テクノロジーを駆使し新しい広告表現や広告効果最大化を実現するアドプラットフォーム事業、ライフスタイル事業、DX 事業など、領域をまたいだ事業を展開。日本を始め、アジアを中心とした海外への事業展開も行っている。

https://www.adways.net/
