



ads.txt

Version 1.1

Released August 2022

注意：

本ドキュメントは、Creative Commons Attribution 3.0 License に基づいて公開しているドキュメントを簡易的に翻訳したものです。正確な情報は、下記オリジナルドキュメントを参照してください。

<https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2022/04/Ads.txt-1.1.pdf>

## 目次

About ads.txt(ads.txt について)	4
About IAB Tech Lab(IAB Tech Lab について)	4
1. Abstract(要旨)	6
2. Introduction(はじめに)	6
2.1 CHANGELOG(変更履歴)	6
3. SPECIFICATION(仕様)	7
3.1 ACCESS METHOD(アクセス方法)	7
3.2 FILE FORMAT(ファイルフォーマット)	8
3.2.1 FILES WITHOUT AUTHORIZED ADVERTISING SYSTEM RECORDS(承認されたアドバタイジングシステム レコードのないファイル)	9
3.3 THE DATA RECORD(データレコード)	10
3.4 SYNTAX DEFINITION(構文定義)	11
3.4.1 COMMENTS(コメント)	11
3.4.2 THE RECORD(レコード)	11
3.4.3 EXTENSION FIELDS(拡張フィールド)	12
3.5 VARIABLE DECLARATION RECORDS(変数宣言レコード)	12
3.5.1 SUPPORTED VARIABLES(サポートされている変数)	12
3.6 EXPIRATION (有効期限)	15
4. EXAMPLES(使用例)	16
4.1 SINGLE SYSTEM DIRECT(シングルシステムダイレクト)	16
4.2 SINGLE SYSTEM RESELLER(シングルシステムリセラー)	16
4.3 MULTIPLE SYSTEMS AND RESELLERS(複数のシステムトリセラー)	16
4.4 CONTACT RECORDS(コンタクトレコード)	17
4.5 SUBDOMAIN REFERRAL(サブドメインリファラル)	17

4.6 INVENTORYPARTNERDOMAIN REFERRAL(インベントリパートナードメインリファラル) .....	17
4.7 OWNERDOMAIN usage(OWNERDOMAIN の使い方).....	19
4.8 MANAGERDOMAIN usage(MANAGERDOMAIN の使用法).....	19
4.9 FILE WITHOUT AUTHORIZED ADVERTISING SYSTEMS(公認広告システムを使用しないファイル) .....	20
IMPLEMENTER’S NOTES(実装者のメモ)	20
5.1 VERSION(バージョン) .....	20
5.2 GUIDANCE BY PARTY(情報提供).....	20
5.2.1 SSP/EXCHANGE .....	20
5.2.2 DSP .....	21
5.2.3 PUBLISHERS .....	21
5.3 INTEROPERABILITY(相互運用性).....	21
5.4 SECURITY(セキュリティ) .....	21
5.5 SUBDOMAIN DIRECTIVES(SUBDOMAIN ディレクティブ) .....	21
5.6 ADS.TXT CRAWLERS(ADS.TXT クローラー).....	22
5.7 INVENTORYPARTNERDOMAIN DIRECTIVES(INVENTORYPARTNERDOMAIN ディレクティブ)	23
5.8. OWNERDOMAIN DIRECTIVE(OWNERDOMAIN ディレクティブ) .....	23
5.9 MANAGERDOMAIN DIRECTIVE(MANAGERDOMAIN ディレクティブ) .....	24
6. SCOPE AND FUTURE DIRECTIONS(スコープと今後の方向性)	24
6.1 SCOPE(スコープ) .....	24
6.2 OPEN ISSUES(未解決の問題) .....	24
6.3 FUTURE DIRECTIONS(今後の方向性) .....	24

## About ads.txt(ads.txt について)

ads.txtの仕様は2017年春に策定されました。このドキュメントは、最終的なads.txt仕様Version1.1であり、Programmatic Supply Chain working groupの支援を受けて開発された査読済みの標準です。このドキュメントは、<https://iabtechlab.com/ads-txt>にあります。

ads.txtの仕様は、パブリッシャーが、そのインベントリの販売を誰に許可しているかを公開し、透明性を持って宣言できるようにすることで、ads.txtファイルを公開しているウェブサイトがホストしている広告インベントリを保護することに重点を置いています。モバイル・アプリストア、コネクテッド・テレビ・アプリストア、およびその他の配布チャネルを通じて配布されるソフトウェア・アプリケーションの要件を満たすには、<https://iabtechlab.com/ads-txt>で入手可能な付属のapp-ads.txtの仕様を参照してください。

## About IAB Tech Lab(IAB Tech Lab について)

IAB Technology Laboratoryは、非営利の研究開発コンソーシアムであり、グローバルな業界技術標準とソリューションの作成と企業の実装を支援する役割を担っています。Tech Labの目標は、デジタル広告とマーケティングのサプライチェーンに関連する摩擦を減らし、業界の安全な成長に貢献することです。

IAB Tech Labは、技術標準の開発を主導し、IAB標準の迅速でコスト効率の高い実装を支援するコードライブラリを作成・維持し、企業が自社の技術ソリューションとIAB標準との互換性を評価するためのテストプラットフォームを確立します。IABテクノロジーラボの詳細は、<https://iabtechlab.com>。

### License



Programmatic Supply Chain Working GroupによるAds.txtは、Creative Commons Attribution 3.0 Licenseに基づいてライセンスされています。このライセンスのコピーを表示するには、[creativecommons.org/licenses/by/3.0/](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/) にアクセスするか、Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, CA 94105, USA まで書面でご連絡ください。

### Disclaimer

規格、仕様書、測定ガイドライン、および本契約に基づき利用者に提供または利用されるその他の

資料またはサービス(以下、“製品およびサービス”)は、“現状有姿”および“利用可能な状態”で提供されるものであり、IABTECHNOLOGY LABORATORY, INC. (以下、“TECH LAB”)は、これらに関していかなる保証も行わず、商品性、特定目的への適合性、可用性、エラーフリーまたは中断されない動作、および取引過程、履行過程、または取引の使用から生じる保証を含むがこれらに限定されない、明示的、黙示的、または制定法上の保証を一切放棄するものとします。TECH LABが適用される法律の問題として黙示的保証を否認できない範囲において、かかる保証の範囲および期間は、かかる法律の下で許容される最小限のものとし、本製品およびサービスは、ビジネス上または法律上のアドバイスを構成するものではありません。TECH LABは、本契約に基づきお客様に提供される、またはお客様が使用する製品およびサービスが、お客様および/またはお客様の製品もしくはサービスを、適用される法律、規制、または自主規制の枠組みに準拠させることを保証せず、顧客は、以下を含むがこれらに準拠することに関して単独で責任を負うものとし、利用者は、THE PERSONAL INFORMATION PROTECTION、ELECTRONIC DOCUMENTS ACT (CANADA)、THE DATA PROTECTION DIRECTIVE (EU)、THE E-PRIVACY DIRECTIVE (EU)、THE GENERAL DATA PROTECTION REGULATION (EU)、THE E-PRIVACY REGULATION (EU)などのデータ保護法が発効された場合、および発効された時点において、同法の遵守に単独で責任を負うものとし、

**Significant Contributors to the 1.1 Release:**

Justin Adler-Swanberg, Director Marketplace Quality, MediaMath; Paul Bannister, Chief Strategy Officer, CafeMedia; Per Bjorke, Group Product Manager, Google; Eric Bozinny, Sr Director Marketplace Quality, Pubmatic; Katie Chang, Sales Operations & Strategy Lead, Yahoo; Zack Dugow, Founder and CEO, Insticator; Emma Fenlon, Sr. Manager Exchange Quality, Yahoo; Jeremy Grant, Sr. Product Manager, Index Exchange; Chris Kane, Founder, Jounce Media; Curt Larson, Chief Product Officer, Sharethrough; Curtis Light, Staff Software Engineer, Google; Don Marti, VP Ecosystem Innovation, CafeMedia; Kristen Moegling, Sr. Technical Solutions, Triplelift; Angie Pennington, Sales and Operations Strategy Lead, Yahoo; Neal Richter, Director, Advertising Science, Amazon DSP, Jud Spencer, Principal Lead Software Engineer, The Trade Desk; Brian Van Horne, Director of Engineering, Magnite; Jean- Luc Wasmer, VP Partnership Integrations, Triton Digital; Liam Whiteside, Head of Ad Technology, Global; Anna Wolk, Marketplace Quality, The Trade Desk;

**IAB Tech Lab Lead:**

Jill Wittkopp, Sr. Director Product, IAB Tech Lab

## 1. Abstract(要旨)

オープンなデジタル広告のエコシステムにおいて、偽造在庫から利益を得る能力を排除するための広範な取り組みの一環として、コンテンツ所有者がその在庫を販売する権限を持つ者を宣言できる仕組みを提供します。

## 2. Introduction(はじめに)

簡潔に説明するために、読者はアドテックにおける不正の問題やその膨大な規模についてすでに知っているかと仮定します [1][2][3]。不正にはさまざまな形態がありますが、ここではリアルタイムの入札プロセスにおいて、広告在庫が虚偽のラベルとアカウントでバイヤーに提供される形態に焦点を当てます。一般的に、ウェブページのドメインやモバイルアプリの ID は、販売権限のないサイトやアプリのように偽装されています。

ここでは、コンテンツ所有者が、インベントリの販売を許可された広告システムとリセラーのセットを明示的に宣言できるようにする新しい標準を提案します。これにより、バイヤーは認可されたエンティティを経由した安全なサプライチェーンを通じて広告スペースを獲得できるようになります。

### 2.1 CHANGELOG(変更履歴)

Version	Date	Changes
1.0	June 27, 2017	First Version
1.0.1	August 30, 2017	コミュニティからのフィードバックに基づくマイナーな修正。3.1の明確化、3.2、3.5、4.4、4.5、5.5のコンタクト変数とサブドメイン変数のサポートの追加。
1.0.2	March 4, 2019	コミュニティからのフィードバックに基づくマイナーな修正。3.2.1および4.7に、空のads.txtファイルの意図を示すためにプレースホルダーレコードを使用するためのガイダンスを追加し、以前の方法を廃止。  Aboutセクションにads.txtとapp-ads.txtの区別を追加。
1.0.3	December 2020 パブリ	CTV や類似のユースケースを支援するために、

	ックコメント March 2021 – final release	"inventorypartnerdomain"ディレクティブを追加(4.6 と 5.7 に詳細を追加)。
1.1	April 2022 パブリックコメント July 2022 final release	"managerdomain"および"ownerdomain"変数を追加(詳細は 3.5.1、4.7、4.8、5.8、5.9 を参照)。

### 3. SPECIFICATION(仕様)

このメモは、パブリッシャー・コンテンツディストリビューターが、公認広告システムと、それらのシステム内の識別子を公に宣言するためのメカニズムを規定します。この仕様は、OpenRTB ビッドリクエスト内の site.domain や app.bundle、または他のトランザクションメソッド内の同等の情報と連携して使用されることを意図しています。また、広告システムとその顧客によって使用される指示をエンコードするためのフォーマットを記述します。広告システムは、ウェブサイト上にある広告を売買する前に、これらの宣言を取得する必要があります。

この仕様は、特に robots.txt 標準[5][6]に触発されています。重要な属性は、ファイルがコンテンツのウェブサービングシステムに投稿され、ウェブサイトがファイルを作成したことを証明することです。IAB Tech Lab の OpenRTB [7]や Google の AdX API [8]のようなリアルタイムの広告スペース販売や、IAB Tech Lab の OpenDirect [9]のような非リアルタイムの販売のためのさまざまな他の広告 API の仕様を参照してください。

#### 3.1 ACCESS METHOD(アクセス方法)

パブリッシャーは、ルートドメインおよび必要に応じてサブドメインに"/ads.txt"ファイルを掲載する必要があります。本文書では、ルートドメインはパブリックサフィックスに名前の文字列を 1 つ加えたものと定義します。クローラーは、ルートドメインを導き出すために、パブリックサフィックスリスト [16]を組み込むべきです。

宣言は、サーバーホスト上の標準的な相対パス"/ads.txt"と"Content-Type: text/plain"を含む HTTP リクエストヘッダで、指示が適用されるウェブサイトから HTTP および/または HTTPS 経由でアクセスできなければなりません。UTF8 をサポートすることを示すために"Content-Type: text/plain; charset=utf-8"を追加で使用することが望ましいかもしれません。

また、ads.txt ファイルをクロールする際は、HTTP よりも HTTPS 接続を優先することが望ましいです。

同じ URL に対して、HTTPS 接続と HTTP 接続でデータが取得できる場合は、HTTPS 接続のデータを優先します。

便宜上、このリソースを"/ads.txt"ファイルと呼ぶことにしますが、実際にはこのリソースはファイルシステムから生成される必要はありません。

サーバーレスポンスが Success(HTTP 2xx Status Code)の場合、広告システムはコンテンツを読み、解析し、宣言を利用しなければなりません。

サーバーレスポンスが HTTP/HTTPS リダイレクト(301、302、307 ステータスコード)の場合、広告システムはリダイレクトに従い、リダイレクトが上記で定義されたオリジナルルートドメインの範囲内にある場合に限り、リダイレクト元のデータとして使用するものとします。各リダイレクト先が元のルートドメインの範囲内にある限り、複数のリダイレクトは有効です。例えば、同じルートドメイン内での HTTP から HTTPS へのリダイレクトは有効です。

サードパーティのウェブサーバードメインへのワンホップ権限委譲を容易にするために、元のルートドメイン外の宛先への単一の HTTP リダイレクトのみが許可されます。サードパーティのロケーションがリダイレクトを返す場合、広告システムはその応答をエラーとして扱うべきです。将来のバージョンでは、サードパーティのウェブサーバへの他の権限委譲に対応するかもしれません。それ以外のリダイレクトはエラーとして解釈され、無視されるべきです。

サーバーレスポンスが、リソースが制限されていることを示す場合(HTTP 401)、広告システムは認可キーまたは明確化のためにサイトに直接連絡を求めるべきです。

サーバーレスポンスが、リソースが存在しないことを示す場合(HTTP ステータスコード 404)、広告システムは、宣言が存在せず、どの広告システムもウェブサイト上で広告を売買することを許可されていないとみなせます。クローラーが以前にデータを発見した URL に対して遭遇したその他の HTTP エラーは、最後に取得に成功したデータセットを利用してください。

### 3.2 FILE FORMAT(ファイルフォーマット)

データは、ここで説明するフォーマットされたプレーンテキストオブジェクトとしてエンコードされます。HTTP の Content-type は'text/plain'でなければならず、それ以外の Content-type はエラーとして

扱われ、内容は無視されます。このフォーマットのシンタックスの説明は、以下のセクション 3.4 にあります。

フォーマットは論理的に以下のように構成されます:

- 改行で区切られた、空でないレコードの集合。レコードは以下の形式の行からなります:

<FIELD #1>, <FIELD #2>, <FIELD #3>, <FIELD #4>

または

<VARIABLE>=<VALUE>

- 記号ではじまる行はコメントとみなされ、無視されます。
- データフォーマットを含む行は、3.4 節で定義されたシンタックスを持ちます。
- 変数形式を含む行は、3.5 節で定義された構文を持ちます。

### 3.2.1 FILES WITHOUT AUTHORIZED ADVERTISING SYSTEM RECORDS(承認されたアドバタイジング システム レコードのないファイル)

パブリッシャーによっては、空の ads.txt ファイルをパブリッシュすることで、どの広告システムもウェブサイト上で広告を売買することを許可されていないことを示し、許可しないことを選択する場合があります。コンシューマーシステムが空のファイルを適切に取り組み、解釈できるように(/ads.txt URL に対してエラーページを返すウェブサーバーを区別する)、少なくとも 1 行は、適切な書式を持つ行が含まれていなければなりません。公認広告システムのレコードを含まないファイルでは、次の”placeholder”レコードを使用して、ファイルが ads.txt 仕様に準拠していることを示します。

```
placeholder.example.com, placeholder, DIRECT, placeholder
```

“example.com”というドメインには意味はありません。ここでは、実際の広告システムドメインの代替ドメインとして、適切にフォーマットされ、永続的に予約された(<https://tools.ietf.org/html/rfc6761>)ドメインで行がはじまるように使用されています。

ads.txt 仕様の以前のバージョンでは、パブリッシャーは単に空の ads.txt ファイルを使用して、ウェブサイト上で広告を売買する権限を持つ広告システムがないことを示せるとされていました。この方法は

曖昧さを生むため、現在では非推奨となっており、2020年3月1日以降のコンシューマーシステムからは無視されるべきです。

### 3.3 THE DATA RECORD(データレコード)

以下に各フィールド内の内容を定義します。必要に応じて IAB OpenRTB [7]と IAB OpenDirect [9]の仕様を参照してください。

FIELD	NAME	DESCRIPTION
Field #1	広告システムのドメイン名	(必須) 入札者が接続する、SSP、Exchange、ヘッダ・ラッパーなどのシステムの正式なドメイン名。WHOIS や IP 逆引きを容易にし、代理システムの明確な所有権を確立するため、親ドメインと異なる場合は、システムの運用ドメインとできます。理想的には、どのようなドメイン名を使用するかについて、SSP または Exchange が詳細なドキュメントを公開します。
Field #2	パブリッシャーのアカウント ID	(必須)Field #1 の広告システム内のセラーまたはリセラーのアカウントに関連付けられた識別子。これは、SSP/ Exchange によって指定されたフィールドのトランザクション(すなわち OpenRTB のビッドリクエスト)で使用されるのと同じ値を含んでいなければなりません。通常、OpenRTB では、これは publisher.id です。OpenDirect の場合、これは通常パブリッシャーの組織 ID です。
Field #3	アカウントの種類/関係	(必須)アカウントのタイプの列挙。値が”DIRECT”の場合、パブリッシャー(コンテンツ所有者)が Field #1 のシステム上で Field #2 に示されたアカウントを直接管理していることを示します。これは、パブリッシャーと広告システム間の直接的なビジネス契約を意味する傾向があります。”RESELLER”の値は、パブリッシャーが Field #2 に示されたアカウントを管理し、Field #1 のシステムを通じて広告スペースを再販することを、別のエンティティに許可したことを示します。将来、他のタイプが追加される可能性があります。データを解釈する際、このフィールドは大文字と小文字を区別しないものとして扱う必要があることに注意してください。

Field #4	認証局 ID	<p>(オプション)認証機関内で広告システムを一意に識別する ID(このIDは、フィールド#1に記載されたエンティティに対応します)。現在の認証機関はTrustworthy Accountability Group(別名TAG)であり、TAGIDはここに含まれます[11]。</p> <p>認証IDの宣言は、sellers.jsonのidentifiersオブジェクトによって置き換えられます。</p> <p>Note:このフィールドは、将来のバージョンのads.txtでは廃止される可能性があります。</p>
----------	--------	---

親会社が複数の異なる SSP/Exchange を運営している場合、Field #1 のドメインは、入札者が入札リクエストを受信している RTB 接続のドメインを参照する必要があることに注意してください。

Field #4 の認証 ID は、”広告システム”(例：SSP)に接続されており、sellers.json ファイル内で宣言することが望ましいです。

### 3.4 SYNTAX DEFINITION(構文定義)

#### 3.4.1 COMMENTS(コメント)

コメントは”#”文字で示されます。”#”を含む行は、”#”以降の行末までのデータを無視するよう、データコンシューマーに通知しなければなりません。

#### 3.4.2 THE RECORD(レコード)

核となる構文は、3 つの定義されたフィールドと 1 行に 1 レコードのカンマ区切りのフォーマットです。

コンシューマーシステムは、空白やタブの連続を無視すべきです。データが明らかに破損していたり、不正な形式であったりする場合は、ファイルの内容は無視されるべきです。いかなるフィールドもタブ、

カンマ、空白を含んではならず、そうでなければ URL エンコーディング[13]でエスケープされるべきです。

個々のレコードは行末マーカで区切られます。コンシューマーシステムは CR や CRLF などをレコード区切りとして自由に解釈すべきです。

Field #1 で許容される識別子は、定義上、RFC 1123[10]、RFC 1123 の関連エラッタ、または RFC のサブサンプリングに従う有効な DNS ドメイン名であると仮定されます。

Field #2 の識別子は文字列または整数です。参考までに OpenRTB の publisher.id [14]は文字列フィールドです。

### 3.4.3 EXTENSION FIELDS(拡張フィールド)

拡張フィールドは、各レコードに拡張データを追加する前に明確な最終区切りフィールド";"を使用する限り、実装者とそのコンシューマーによって許可されます。

## 3.5 VARIABLE DECLARATION RECORDS(変数宣言レコード)

<VARIABLE>=<VALUE>のパターンを含む行はすべて変数宣言と解釈され、クローラーはルートドメインに関連するデータを格納しなければなりません。

<VARIABLE>は内部空白のない文字列識別子です。唯一サポートされている区切り記号は等号"="です。<VALUE>は任意のデータを含めるオープンな文字列です。

宣言行は行末マーカで終了します。コンシューマーシステムは、CR や CRLF などを行区切りとして自由に解釈すべきです。

人間が読みやすいように、変数はファイルの末尾で宣言することが推奨されますが、これは厳密な要件ではなく、クローラーが想定すべきものでもありません。

### 3.5.1 SUPPORTED VARIABLES(サポートされている変数)

以下の変数が公式にサポートされています。将来、他の変数が追加されるかもしれません。クローラーが同じ変数を持つ複数の行を見つけた場合、ルートドメインに関連付けられたすべての変数を読み込んで保存する必要があります。

VARIABLE	VALUE	DESCRIPTION
CONTACT	連絡先	(オプション)ファイルの所有者の可読連絡先情報。これは、ウェブサイトの広告運用チームの連絡先である場合があります。メールアドレス、電話番号、お問い合わせフォームへのリンク、またはその他の適切な連絡手段である場合があります。
SUBDOMAIN	サブドメインファイルへのポインタ	(オプション)ads.txt が存在するルートドメイン内のサブドメインへの機械可読サブドメインポインタ。クローラーは、現在のドメインではなく、サブドメインのデータを取得し使用します。この参照は、 public suffix の切り捨て処理から除外されるべきです。ルートドメインだけが、クローラーにサブドメインを参照させるべきです。サブドメインは他のサブドメインを参照すべきではありません。
INVENTORYPARTNERDOMAIN	アプリケーションのコンテンツ内で広告を収益化することを明示的に許可されたエンティティのドメインへのポインタ。パートナーの対応する ads.txt ファイルは、このドメインでホストされます。	(関連性のある場合推奨)サイトまたはアプリが、他のパートナーによって所有されている広告インベントリを含む場合、アプリまたはサイトは、そのパートナーの下にあるすべてのリレーションシップのために別の行を維持する元の方法ではなく、このディレクティブを介してパートナーのすべてのドメインをリストできません。  INVENTORYPARTNERDOMAINの参照はads.txt ファイルにのみ続くことが期待されます(app-ads.txtではありません)。
		この機能は広告システムとの調整が必要ですので、詳細はインプリメンテーションノートを参照してください。

OWNERDOMAIN	ドメイン/サイト/アプリを所有するビジネスエンティティのビジネスドメインを指定します (例: example.com は example1.com、example2.com など所有)。	<p>(推奨)これは、参照されるsellers.jsonファイルのパブリッシャーのエントリのsellers.domainと同じ値である必要があります。</p> <p>sellers.domainと同様に、これは完全なホスト名やURLではなく、Public Suffix List+1でなければなりません。完全なOpenRTB SupplyChainオブジェクトの場合、発信元パブリッシャーを表すノード(schainオブジェクトで最初にリストされているノード)は、OWNERDOMAINと一致するsellers.domainを持つべきです。</p> <p>この変数のインスタンスが複数含まれる場合、最初のものだけが使用されるべきです。</p> <p>OWNERDOMAINがads.txtファイルが見つかったドメインと同じであっても、このフィールドを含めることを推奨します。また、バイヤーは、sellers.jsonにBOTHとしてリストされているセラーに対して、そのセラーが所有または代理するすべてのads.txtファイルにOWNERDOMAINを正しくリストすることを義務付けることを勧めます。</p>
MANAGERDOMAIN	パブリッシャーイベントのプライマリまたは独占マネタイズパートナーのビジネスド	(オプション、関連する場合のみ使用) サイトの所有者がグローバルまたは特定の国で収益化を管理していない場合、この変数には独占的な管理会社のドメインが含まれます。ドメインの構

	メインを指定します。	文は、[PSL+1 domain, required], [ <a href="#">ISO 3166-1 alpha-2 country code</a> , optional, blank=global] です。
		この変数は、パブリッシャーではありませんが、このサイトのプライマリまたは独占的なプログラマティックセラーの場合にのみ使用します。これは通常、パブリッシャーが指定されたマーケットで自社のインベントリを販売していない場合にのみ適用されます。
		MANAGERDOMAINに記載されているドメインは、完全なサプライチェーンオブジェクトにおいて、発信元パブリッシャーを表すノードのドメインでもあります。
		MANAGERDOMAIN値は1つ以上存在できますが、国ごとに1つだけです。グローバル/デフォルトのMANAGERDOMAINは、変数行に国の "extension "を持つべきではありません。デフォルトは、国拡張を含む他のエントリによって上書きされる可能性があります。国宣言の書式は例を参照してください。
		使用例とSPOへの潜在的な影響の詳細には、実装ガイドを参照してください。

### 3.6 EXPIRATION (有効期限)

/ads.txt を使用するシステムは、ファイルをキャッシュする必要がありますが、キャッシュする場合は、その内容を使用する前に、キャッシュされたコピーが最新であることを定期的を確認する必要があります。

標準的な HTTP キャッシュ制御メカニズムは、オリジンサーバーとロボットの両方が/ads.txt ファイルのキャッシュに影響を与えるために使用できます。特に、コンシューマーとレプリケーターは、オリジンサーバーによって設定された HTTP Expires ヘッダに注意する必要があります。

キャッシュ制御ディレクティブが存在しない場合、使用するシステムはデフォルトで 7 日間の有効期限を設定する必要があります。

## 4. EXAMPLES(使用例)

上記で定義したように、3つの必須フィールドがあります。オプションの認証局 ID フィールドは、いくつかの例に含まれています。

### 4.1 SINGLE SYSTEM DIRECT(シングルシステムダイレクト)

この例は、ウェブサイト所有者が直接管理/運営する、ただ 1 つの認可されたシステムを持つウェブサイトです。

`http://example.com/ads.txt`

```
greenadexchange.com, XF7342, DIRECT, 5jyx8k54
```

### 4.2 SINGLE SYSTEM RESELLER(シングルシステムリセラー)

この例は、在庫のリセールを行う別会社によって運営される 1 つの認証システムのみを有するウェブサイトです。その広告システムは認証局に登録されていないため、オプションの第 4 フィールドは省略されています。

`http://example.com/ads.txt`

```
redssp.com, 57013, RESELLER
```

### 4.3 MULTIPLE SYSTEMS AND RESELLERS(複数のシステムトリセラー)

この例は、複数の認定システムと複数のリセラーを持つウェブサイトです。公認広告システムの一部は認証局に登録され、ID が発行されています。

`http://example.com/ads.txt`

```
# ads.txt file for example.com:
```

```
greenadexchange.com, 12345, DIRECT, d75815a79
silverssp.com, 9675, RESELLER, f496211
blueadexchange.com, XF436, DIRECT
orangeexchange.com, 45678, RESELLER
silverssp.com, ABE679, RESELLER
```

#### 4.4 CONTACT RECORDS(コンタクトレコード)

この例は、複数の認証システムと複数のコンタクトレコードを持つウェブサイトです。

<http://example.com/ads.txt>

```
# ads.txt file for example.com:
greenadexchange.com, 12345, DIRECT, d75815a79
blueadexchange.com, XF436, DIRECT
contact=adops@example.com
contact=http://example.com/contact-us
```

#### 4.5 SUBDOMAIN REFERRAL(サブドメインリファラル)

この例は、異なる認証システムを持つサブドメインをクローラーに参照させるウェブサイトです。クローラーは、サブドメインを、データを取得するための別の URL とみなし、親ドメインではなくサブドメインに関連付ける必要があります。

<http://example.com/ads.txt>

```
# ads.txt file for example.com:
greenadexchange.com, 12345, DIRECT, d75815a79
blueadexchange.com, XF436, DIRECT
subdomain=divisionone.example.com
```

<http://divisionone.example.com/ads.txt>

```
# ads.txt file for divisionone.example.com:
silverssp.com, 5569, DIRECT, f496211
orangeexchange.com, AB345, RESELLER
```

#### 4.6 INVENTORYPARTNERDOMAIN REFERRAL(インベントリパートナードメインリファラル)

この例は、アプリ(またはウェブサイト)が、異なる認証システムのセットを持つ”インベントリパートナー”をクローラーに参照するものです。クローラーは、*inventorypartnerdomain* をドメインとし、パートナーの ads.txt ファイルからデータを取得し、アプリ(またはウェブサイト)の公認セラーリストに関連付けるために、ads.txt URL を構築する必要があります。

より詳細な実装情報とシナリオには、実装ガイドを参照してください：

<https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2021/03/ctv-app-ads-explainer-guide.pdf>

Note - 2 番目の ads.txt ファイル内の任意の inventorypartnerdomain エントリは処理されるべきではありません(唯一のホップに従ってください)。

<http://devsite.vMVPDB.com/app-ads.txt>

```
# app-ads.txt file for vMVPD B:  
ssp.com, vwxyz, DIRECT  
inventorypartnerdomain=programmerA.com
```

<http://programmerA.com/ads.txt>

```
# ads.txt file for Programmer A  
ssp.com, abcde, DIRECT
```

従来の ads.txt/app-ads.txt モデルから inventorypartnerdomain ディレクティブに移行する場合、ファイルの変更が反映されます：

#### BEFORE

vMVPDB は、ProgrammerA の ads.txt ファイルにすべてのセラーアカウントをリストアップし、これらのアカウントに在庫を販売する権限を与えなければなりません：

<http://devsite.vMVPDB.com/app-ads.txt>

```
# app-ads.txt file for vMVPD B:  
ssp.com, vwxyz, DIRECT  
ssp.com, abcde, DIRECT  
ssp.com, fghij, RESELLER  
ssp.com, klmno, RESELLER  
ssp.com, pqrst, RESELLER
```

<http://programmerA.com/ads.txt>

```
# ads.txt file for Programmer A:  
ssp.com, abcde, DIRECT  
ssp.com, fghij, RESELLER  
ssp.com, klmno, RESELLER  
ssp.com, pqrst, RESELLER
```

#### AFTER

vMVPDB は、ProgrammerA のドメインを指すだけで、ProgrammerA の ads.txt(app-ads.txt ではありません)

ません)ファイル上のすべてのセラーアカウントに、在庫を販売する権限を与られます:

<http://devsite.vMVPDB.com/app-ads.txt>

```
# app-ads.txt file for vMVPD B:  
ssp.com, vwxyz, DIRECT  
inventorypartnerdomain=programmerA.com
```

## 4.7 OWNERDOMAIN usage(OWNERDOMAIN の使い方)

OWNERDOMAIN 変数は、sellers.json ファイル内の sellers.domain と ads.txt ファイルが見つかるドメインを結びつけるために使用されます。OWNERDOMAIN が ads.txt ファイルがホストされているドメインと異なっていても、わかりやすくするために、この値をすべての ads.txt ファイルに含めることが推奨されます。

この変数がない場合、OWNERDOMAIN はマネタイズされるドメインと同じであり、ads.txt ファイルが見つかった場所であるとみなされます。

より詳細な実装情報とシナリオには、実装ガイドを参照してください:

<https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2022/04/Ads.txt-1.1-Implementation-Guide.pdf>

この例では、"MediaCompany.com" が "example.com" のビジネスオーナーです。従って、example.com/ads.txt ファイルには、ビジネスオーナーを指定するエントリが含まれています。

<http://example.com/ads.txt>

```
OWNERDOMAIN=mediacompany.com  
  
greenadexchange.com, XF7342, DIRECT, 5jyxf8k54
```

## 4.8 MANAGERDOMAIN usage(MANAGERDOMAIN の使用法)

MANAGERDOMAIN 変数は、パブリッシャーとプライマリまたは独占的なマネタイズパートナーとの関係を表すために使用する必要があります。このような場合、MANAGERDOMAIN はパブリッシャーのインベントリを購入するための最も直接的な経路となります。

より詳細な実装情報とシナリオには、実装ガイドを参照してください:

<https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2022/04/Ads.txt-1.1-Implementation-Guide.pdf>

<http://example.com/ads.txt>

```
OWNERDOMAIN=mediacompany.com
```

```
MANAGERDOMAIN=yellowmediamanager.com, FR  
MANAGERDOMAIN=bluemediamanager.com, US  
  
greenadexchange.com, XF7342, DIRECT, 5jyx8k54
```

## 4.9 FILE WITHOUT AUTHORIZED ADVERTISING SYSTEMS(公認広告システムを使用しないファイル)

この例は、公認広告システムを公開していないウェブサイトであり、適切にフォーマットされた ads.txt ファイル内にこの意図が反映されています。

<http://example.com/ads.txt>

```
placeholder.example.com, placeholder, DIRECT, placeholder
```

## IMPLEMENTER'S NOTES(実装者のメモ)

### 5.1 VERSION(バージョン)

これは仕様のバージョン 1.1 であり、可能な限り将来のバージョンに後方互換性を持たせるよう、あらゆる努力が払われています。

### 5.2 GUIDANCE BY PARTY(情報提供)

#### 5.2.1 SSP/EXCHANGE

SSP と Exchange は、Field #1 で使用する正規ドメインを決定すべきです。パブリッシャーと DSP はドキュメントを利用できるようにすべきです。パブリッシャー向けのドキュメントでは、パブリッシャーが Field #2 の適切な ID を取得する方法を示すべきです。DSP 向けのドキュメントでは、ビッドリクエストのどのフィールドを DSP が ads.txt ファイルと照合するために使用するかを示すべきです。OpenRTB のビッドリクエストを作成するシステムは、パブリッシャーのアカウント ID を Publisher.ID フィールドに配置することを推奨します。また、Site.Domain フィールドには、アカウント ID が公開されている ads.txt ファイルをホストするドメインが入力されていることを確認してください。

理想的には、実装する SSP/Exchange は、パブリッシャーが ads.txt ファイルに配置するための正確な行を生成するツールを提供する必要があります。また、SSP/Exchange はパブリッシャーのドメインをクロールし、ads.txt ファイルが存在しないこと、またはファイルに適切な宣言がないことをパブリッシャーに通知すること(パブリッシャーダッシュボードでの警告、電子メールなど)も検討すべきです。

### 5.2.2 DSP

DSP は、Exchange が使用するカノニカル・ドメイン(Field #1)、および ads.txt(Field #2)と照合するビットリクエストの適切なフィールドについて、SSP/Exchange が提供するドキュメントを参照すべきです。

### 5.2.3 PUBLISHERS

パブリッシャーは、Exchange が使用する正規ドメイン(Field #1)と Field #2 に配置する適切な ID について、SSP/Exchange が提供するドキュメントを参照してください。

## 5.3 INTEROPERABILITY(相互運用性)

実装者は/ads.txt ファイルの解析における堅牢性に特に注意を払うべきです。/ads.txt ファイルは、自動化されたシステムや手動でプラットフォーム固有のテキストエディタを使用して作成されることが予想されますが、データの利用者は、CRLF やさまざまな空白文字やフィールド分離文字に加えて、特に CR と LF など、異なる行末規則を持つファイルを受け入れることに寛大であるべきです。

## 5.4 SECURITY(セキュリティ)

/ads.txt の宣言は、認証されていない可能性のある別々の HTTP トランザクションで取得・適用されるため、あるサーバーが別のサーバーになりすましたり、/ads.txt へのリクエストを傍受したりして、使用するシステムに偽の情報を提供する可能性があります。

このようなことが懸念される場合、ウェブサイトのオーナーは、/ads.txt ファイルに対する安全でない http リクエストを https リクエストにリダイレクトする必要があります。

## 5.5 SUBDOMAIN DIRECTIVES(SUBDOMAIN ディレクティブ)

クローラーを作成する場合、実装者は、広告のための重要な要求を駆動するルートドメインから/ads.txt を要求する必要があります。パブリッシャーは、常にルートドメインに/ads.txt ファイルを掲載する必要があります。クローラーは、クローラーの URL リストを作成する際に、サブドメインを取り除く必要があります。サブドメインのストリッピングを実施する際には、public suffix list[12][16]を利用する必要があります。

特定のサブドメインに異なる公認広告システムがある場合、パブリッシャーは、それらのサブドメインにのみ ads.txt ファイルを掲載し、ルートドメインの ads.txt で”subdomain=”変数を使用して、サブド

メインのそれぞれを明示的に宣言する必要があります。クローラーは、ルートドメインの ads.txt で "subdomain="変数を使用してリストされているサブドメインの ads.txt ファイルのみをクロールする必要があります。

ルートドメインの ads.txt がサブドメインを宣言し、そのサブドメイン上に ads.txt が存在する場合、サブドメインの ads.txt に記載されている広告システムのみが、そのサブドメイン上でインベントリを販売する権限を有します。ルートドメインの ads.txt がサブドメインを宣言していない場合や、ads.txt がサブドメイン上に存在しない場合は、ルートドメインの ads.txt に記載されている広告システムのみが、そのサブドメイン上で在庫を販売する権限を有します。

## 5.6 ADS.TXT CRAWLERS(ADS.TXT クローラー)

ads.txt データクローラーのリファレンス実装は、github [15]にあります。

ads.txt を越えてパブリッシャーのコンテンツをクロールし、パブリッシャーのコンテンツ、広告、接続されたメタデータを読み込んで表示することを望むクローラーは、robots.txt の指示によって禁止されていない限りクロールすることが。

ads.txt ファイル仕様内の仕様バージョン番号や最終更新日の宣言は、指定された変数ではありません。実装者がコメントを使用してこれらの変数を含めることは歓迎されますが、ワーキンググループは、クローラーがこれらの情報を取得するためのより信頼性の高い方法があるため、これらを仕様の公式変数にすることを望んでいません。

最終更新日(Last Updated Date)は、クローラーが ads.txt ファイルがどのくらい最近更新されたかを判断するために使用します。この判断には、2つのデータを使用することを勧めます。

1. Last-Modified レスポンス HTTP ヘッダ
2. 最後に確認されたファイルコンテンツと新しいファイルコンテンツのチェックサムを取り、ファイルが同じかどうかを判断します。

上記の2つの方法の間で、クローラーは、パブリッシャーが lastupdateddate のような別の変数を維持することなく、ファイルのコンテンツが変更されたかどうかを判断できるはずです。

仕様のバージョンは、パブリッシャーが ads.txt 仕様のどのバージョンを使用しているかを判断するためにクローラーが使用します。2017年に ads.txt が作成されて以来、仕様に大きな変更はありません。

各バージョンの強化点は、CONTACT、SUBDOMAIN、INVENTORYPARTNERDOMAIN、そして今回のMANAGERDOMAINとOWNERDOMAINのような新しい変数を含めることです。クローラーが決定することはありません。

パブリッシャーが使用している ads.txt のバージョンに基づいてください。その代わりに、クローラーはファイル内でどの変数がサポートされているかに注目し、すべての新しい変数がサポートされていることを確認する必要があります。

## 5.7 INVENTORYPARTNERDOMAIN DIRECTIVES(INVENTORYPARTNERDOMAIN ディレクティブ)

多くの場合、特にモバイルや CTV の動画ストリーミングアプリ(別名 OTT アプリ)では、他社からコンテンツをライセンスしてキュレートし、複数の配信者アプリにコンテンツの配信／再送信を許可するのが一般的です。

これらの関係は INVENTORYPARTNERDOMAIN ディレクティブによって列挙されます。詳細は "ads.txt for CTV explainer doc"(<https://iabtechlab.com/ads-txt/>)を参照してください。

クローラーは、発信元の app/ads.txt から 1 ホップでエントリを取得する必要があります(パートナーの ads.txt ファイル内の inventorypartnerdomain エントリは使用されません)。

このディレクティブは、ビッドレベルの認証に OpenRTB 仕様を使用してビッドリクエストにドメインが渡される場合にのみ適用されます:

- app.inventorypartnerdomain または
- site.inventorypartnerdomain

## 5.8. OWNERDOMAIN DIRECTIVE(OWNERDOMAIN ディレクティブ)

ドメインやアプリの所有者を明確にするため、多くのパブリッシャーやアプリ開発者は、複数のドメイン(サイト)やアプリを所有し、収益化しています。

例: ExamplePublisher.com は example1.com と example2.com を所有しています。

より詳細な実装情報とシナリオには、実装ガイドを参照してください:

<https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2022/04/Ads.txt-1.1-Implementation-Guide.pdf>

## 5.9 MANAGERDOMAIN DIRECTIVE(MANAGERDOMAIN ディレクティブ)

エコシステムにおけるさまざまな関係を明確にするため、パブリッシャーがドメイン/アプリを所有するビジネスエンティティを指定し、マネタイズを他社に委託している場合は管理者(セールスハウスなど)を宣言できるように仕様が更新されました。

より詳細な実装情報とシナリオには、実装ガイドを参照してください:

<https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2022/04/Ads.txt-1.1-Implementation-Guide.pdf>

## 6. SCOPE AND FUTURE DIRECTIONS(スコープと今後の方向性)

### 6.1 SCOPE(スコープ)

本標準の初期バージョンのスコープは、偽造在庫に関連する詐欺シナリオのいくつかに対処する目的で、ドメイン所有者の観点からウェブコンテンツの認定セラーを定義するメカニズムを定義することです。

### 6.2 OPEN ISSUES(未解決の問題)

仕様の将来のバージョンで解決を検討すべき未解決の問題は、[support@iabtechlab.com](mailto:support@iabtechlab.com) まで。

### 6.3 FUTURE DIRECTIONS(今後の方向性)

今後の方向性としては、許可された広告フォーマット、シンジケーション、第三者への権限委譲などがあります。