

デジタル空間における情報流通の全体像（案）

2024年2月5日

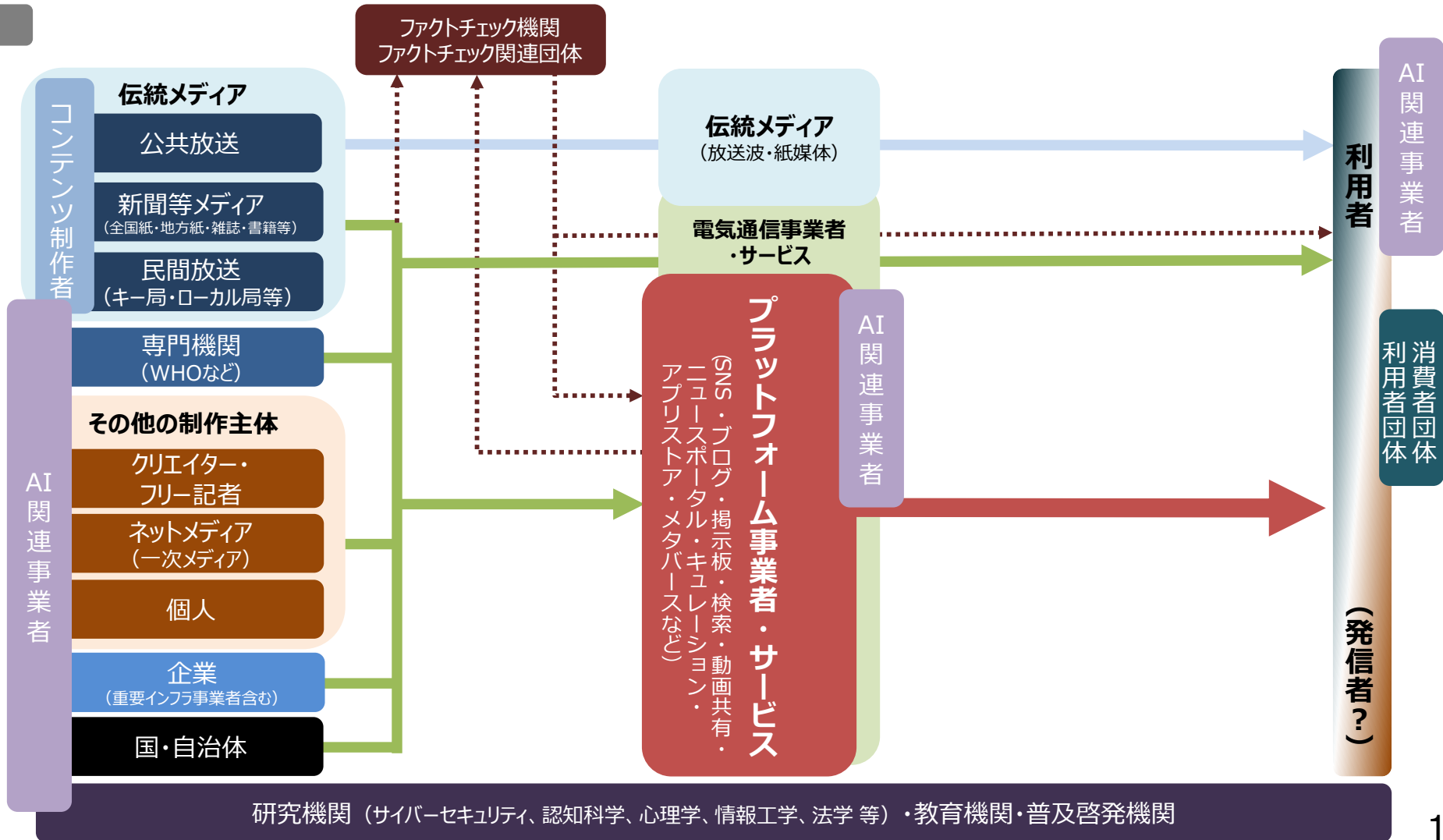
デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会
事務局

全体像（案）①：デジタル空間における情報流通の現状

【発信】 → 【伝送】 → 【受信】

外国政府

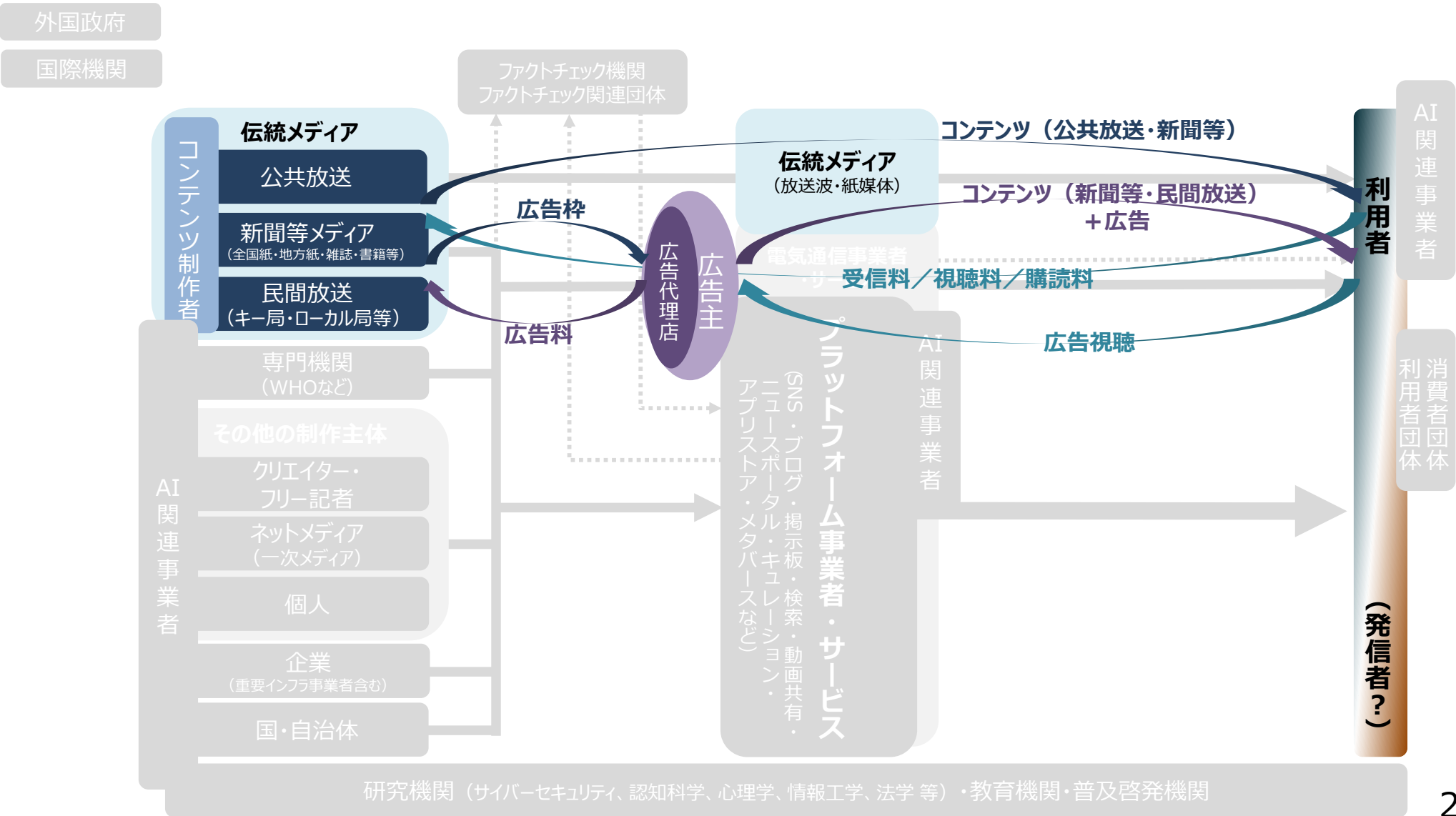
国際機関



研究機関（サイバーセキュリティ、認知科学、心理学、情報工学、法学等）・教育機関・普及啓発機関

全体像（案）②：伝統メディアを通じた情報流通に関するエコシステム

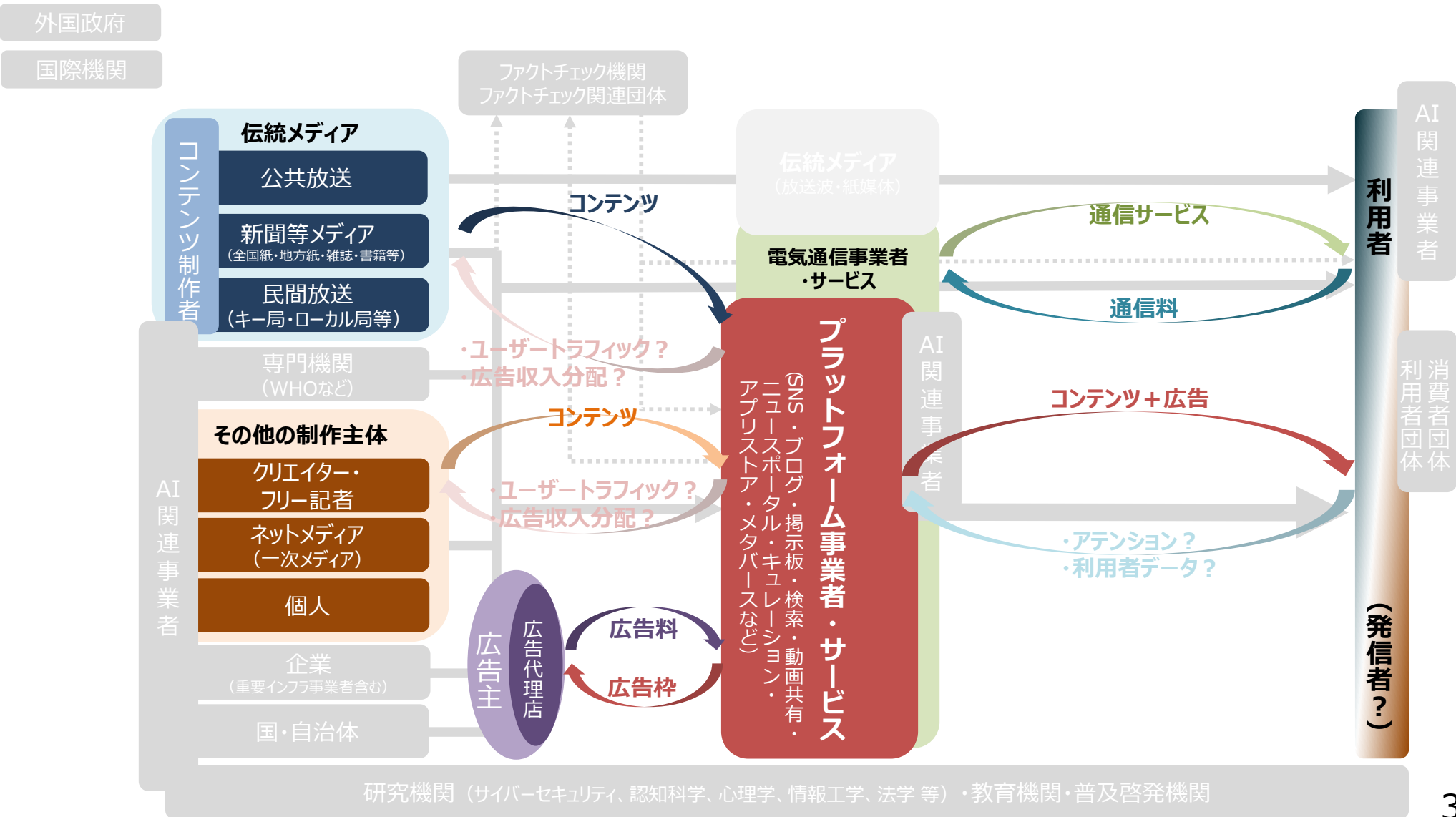
【発信】 → 【伝送】 → 【受信】



全体像（案）③：

自社サービス上に広告を配信するプラットフォームを通じた情報流通に関わるエコシステム

【発信】 → 【伝送】 → 【受信】



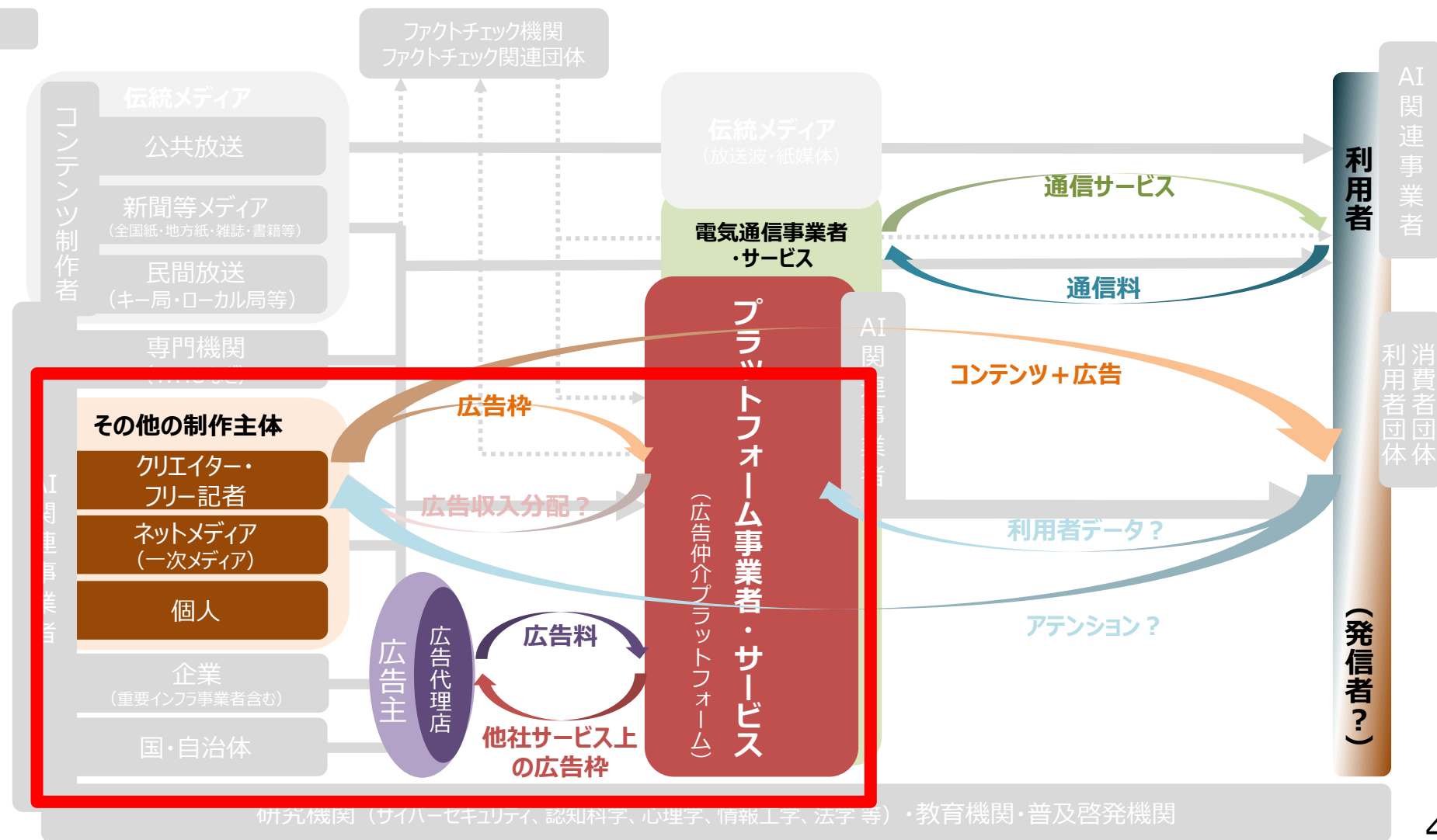
全体像（案）④：

他社サービス上に広告を配信するプラットフォームを通じた情報流通に関わるエコシステム

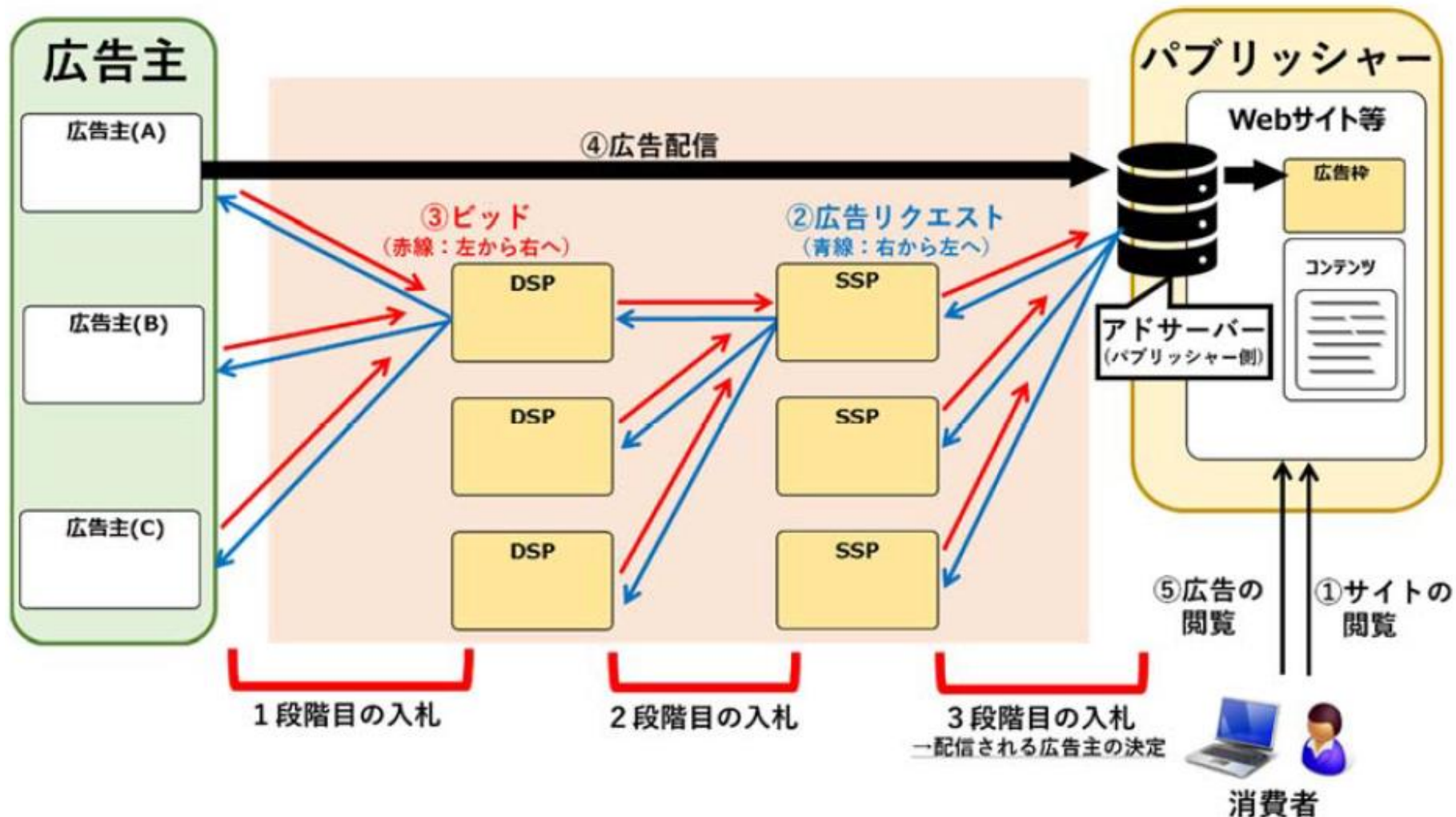
【発信】 → 【伝送】 → 【受信】

外国政府

国際機関



【参考】 デジタル広告の仕組みの一例（前スライド赤枠部分）



DSP (Demand Side Platform) :
広告主の広告目的や消費者に関するデータ等に基づいて広告出稿の管理・最適化を行うためのツール又はそのツールを提供する事業者

SSP (Supply Side Platform) :
パブリッシャーが広告枠の販売の効率化や収益の最大化を図るためのツール又はそのツールを提供する事業者

アドサーバ :
パブリッシャーのウェブページ上に広告を配信するに当たり、入稿・配信・広告枠管理・効果測定・販売・データマネジメント等を行うためのサーバ

全体像（案）⑤：デジタル空間における情報流通の健全性を巡る課題（例）

【発信】

【伝送】

【受信】

健全性確保に向けた基本理念や各ステークホルダーに期待される役割・責務の在り方

外国政府

国際機関

デジタル空間の情報流通に関するガバナンスの在り方

ステークホルダー同士の連携・協力の在り方

国際連携・協力の在り方

持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方

伝統メディア

生成AI・ディープフェイク技術の進展に伴うリスクへの対応の在り方

発信情報の信頼性を得るためのコスト増への対応の在り方

発信力強化のためのガバナンスの在り方

生成AI・ディープフェイク技術の進展に伴うリスクへの対応の在り方

事業者の取組（コンテンツモデレーションの方針・体制・実施状況、プロミネンスなど）の透明性・アカウントビリティ確保の在り方

広告を巡る課題への対応の在り方

アテンション・エコノミーが引き起こす課題（フィルターバブル、エコーチェンバーを含む）への対応の在り方

偽・誤情報の拡散への対応の在り方

事業者の取組（レコメンド、データ取扱い、広告収入の発信者への分配など）の透明性・アカウントビリティ確保の在り方

プライバシー保護・利用者データの保護の在り方

緊急事態（災害、サイバー攻撃など）への対応の在り方

研究機関等との連携・協力の在り方

技術・研究開発の在り方

AI関連事業者
消費者団体
発信・拡散主体となり得る受信者側のガバナンス・リテラシー向上策の在り方