

プラットフォームサービスに関する研究会  
第三次とりまとめ

令和6年1月  
プラットフォームサービスに関する研究会

# 目次

はじめに.....	4
第1部 誹謗中傷等の違法・有害情報への対策について.....	5
第1章 誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループの開催.....	5
第2章 誹謗中傷等対策WGの検討の背景.....	7
第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律.....	9
1 措置申請窓口の明示.....	9
2 受付に係る通知.....	10
3 運用体制の整備.....	10
4 申請の処理に関する期間の定め.....	10
5 判断結果及び理由に係る通知.....	11
6 対象範囲.....	12
(1) 対象とする事業者.....	12
(2) 対象とする情報.....	12
第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律.....	14
1 削除指針.....	14
2 発信者に対する説明.....	15
3 運用状況の公表.....	15
4 運用結果に対する評価.....	16
5 取組状況の共有.....	16
6 対象範囲.....	16
(1) 対象とする事業者.....	16
(2) 対象とする情報.....	17
第5章 プラットフォーム事業者に関するその他の規律.....	18
1 個別の違法・有害情報に関する罰則付の削除義務.....	18
2 個別の違法・有害情報に関する公的機関等からの削除要請.....	18
3 違法情報の流通の監視.....	19
(1) 違法情報の流通の網羅的な監視.....	19
(2) 繰り返し多数の違法情報を投稿するアカウントの監視.....	19
(3) 繰り返し多数の違法情報を投稿するアカウントの停止・凍結等.....	19
4 権利侵害情報に係る送信防止措置請求権の明文化.....	19
5 権利侵害性の有無の判断の支援.....	20
(1) 権利侵害性の有無の判断を伴わない削除（いわゆるノーティスアンドテイクダウン） 20	
(2) プラットフォーム事業者を支援する第三者機関.....	21
(3) 裁判外紛争解決手続（ADR）.....	21
6 その他.....	21
(1) 相談対応の充実.....	21
(2) DMによる被害への対応.....	21
(3) 特に青少年にまつわる違法・有害情報の問題.....	22
(4) その他炎上事案への対応.....	22
第2部 偽情報への対策について.....	23
第1章 現状と課題.....	23
1 プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果.....	24
(1) モニタリングの概要.....	24
(2) モニタリングの結果.....	25

2	その他現状等	34
(1)	偽情報の流通状況	34
(2)	各ステークホルダーの取組状況	37
3	情報空間の健全性に関する派生的論点	40
(1)	フィルターバブル	40
(2)	エコーチェンバー	41
(3)	分極化	43
(4)	情報的健康	43
4	海外動向	44
(1)	米国	44
(2)	欧州連合（EU）	45
(3)	豪州	46
(4)	ファクトチェック団体・ファクトチェック支援団体の動向	47
第2章	今後の方向性（結論）	48
1	モニタリング	48
2	今後の更なる検討	48
第3部	利用者情報の適正な取扱いの確保について	50
第1章	プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループの議論の結果について	50
第2章	プラットフォーム事業者における利用者情報の取扱状況のモニタリング結果	53
1	モニタリングの概要	53
2	モニタリングの結果	54
(1)	取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示	54
(2)	ターゲティング広告を実施する旨及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示	55
(3)	消費者がデータの取得・利用を拒否した場合の、サービスを利用するオプション提供の可否の開示	56
(4)	データ・ポータビリティの可否・方法の開示	56
3	今後の取組の方向性	57
	おわりに	58

## はじめに

本第三次とりまとめ（案）は、第二次とりまとめ（2022年8月公表）の後に行われた検討結果を踏まえ、誹謗中傷等の違法・有害情報（第1部）、偽情報（第2部）、利用者情報（第3部）のそれぞれのテーマについて、具体的な方策の在り方や今後の検討の具体的な方向性を示すものである。

## 第1部 誹謗中傷等の違法・有害情報への対策について

### 第1章 誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループの開催

プラットフォームサービスに関する研究会（以下「本研究会」という。）では、2020年9月に総務省が公表した、「インターネット上の誹謗中傷への対応に関する政策パッケージ」に基づき、プラットフォーム事業者による誹謗中傷を含めた違法・有害情報対策の取組に関する透明性やアカウントビリティの確保方策の取組状況について、自主的な取組の報告を求めること等によりモニタリングを実施してきた。

2022年8月に本研究会が公表した「第二次とりまとめ」では、プラットフォーム事業者からの取組状況に関する質問への回答状況について、一部で前年（2021年）より進展がみられるものの、プラットフォーム事業者による削除等が過不足なく行われているかを判断するという観点からは、透明性・アカウントビリティの確保について不十分な点があったことから、透明性・アカウントビリティの確保方策に関する行動規範の策定及び遵守の求めや法的枠組みの導入等の行政からの一定の関与について、速やかに具体化することが必要であると取りまとめられた。

これを踏まえ、2022年12月に、①プラットフォーム事業者による削除等の透明性・アカウントビリティ確保のあり方、②違法・有害情報の流通を実効的に抑止する観点からのプラットフォーム事業者が果たすべき役割のあり方をはじめとした誹謗中傷等の違法・有害情報への対策を主な論点とした上で、専門的な観点から集中的に、本研究会の下の「誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループ」（以下「誹謗中傷等対策WG」という。）にて議論を開始した。

誹謗中傷等対策WGでは、本研究会における有識者からの発表や関係者からのヒアリング、アンケート調査の結果等に加え、プラットフォーム事業者、誹謗中傷等の被害者等、ユーザの声を幅広く集めながら検討するため、誹謗中傷等対策WGにおける検討アジェンダに関する意見募集を実施した上で、検討アジェンダを決定し、1. 違法・有害情報の流通状況、2. プラットフォーム事業者の責務、3. プラットフォーム事業者による削除等の透明性・アカウントビリティ確保のあり方、4. 違法・有害情報の流通を実効的に抑止する観点からのプラットフォーム事業者が果たすべき役割、5. その他について、有識者、誹謗中傷等の被害者、プラットフォーム事業者及び業界団体などの幅広い関係者からヒアリングを実施しつつ、検討を行った。

その上で、2023年9月に、引き続き議論を要するとされた項目も含む同時点での検討状況について、「今後の検討の方向性」において整理を行った。なお、「今後の検討の方向性」の取りまとめに当たっては、誹謗中傷等の違法・有害情報へ

の対策が表現の自由等に関わる論点であることから、意見募集に加えて、より慎重に多くの方々からの意見を募集し、反映させるべく、再意見募集を実施した。

2023年11月に公表された「誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループとりまとめ」においては、「今後の検討の方向性」において引き続き議論を要するとされた項目について更に検討を深めた上で、誹謗中傷等対策WGにおける議論の取りまとめを行った。本「第三次とりまとめ」の第1部は、かかる誹謗中傷等対策WGのとりまとめを受けたものである。

## 第2章 誹謗中傷等対策WGの検討の背景

誹謗中傷をはじめとするインターネット上の違法・有害情報の流通は引き続き社会問題であり、その対策は急務である。総務省の違法・有害情報相談センターに寄せられる相談件数は、令和4年度も5,745件<sup>1</sup>となっており、依然として高止まりしていることから、違法・有害情報の流通は引き続き深刻な状況であると考えられる。

これまで、その対策として、総務省では、「インターネット上の誹謗中傷への対応に関する政策パッケージ」に基づき、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（平成13年法律第137号。以下「プロバイダ責任制限法」という。）の改正による発信者情報開示請求に係る裁判手続の迅速化（令和4年10月施行）や、ICTリテラシー教育の充実、相談対応の充実等に取り組んできた。また、法務省においては、刑法改正による侮辱罪の法定刑の引き上げ（令和4年7月施行）等の取組を行ってきた。その後、発信者情報開示の裁判の受付件数<sup>2</sup>や侮辱罪の検挙件数が増加しており、これらの取組は、加害者に対する損害賠償請求や罰則の適用等を通じて、誹謗中傷等の被害の救済や抑制に貢献していると考えられる。

しかし、被害者からは、投稿の削除に関する相談が多く、相談件数全体の約3分の2を占めている状況であり<sup>3</sup>、被害者による投稿の削除を迅速に行いたいという希望への対応の検討が必要である。

投稿の削除のためには、①プラットフォーム事業者等を相手方とする裁判手続（典型的には仮処分）による削除と、②プラットフォーム事業者が定める利用規約等に基づく裁判外での削除の2つの手段が存在する。しかしながら、①裁判手続による削除は、被害者にとって金銭的、時間的に利用のハードルが高く、利用数が少ない状況となっている。一方、②事業者の利用規約等に基づく裁判外での削除は、金銭的、時間的なコストも低く、一般的に利用されている。

このため、誹謗中傷等の情報の流通による被害の発生を低減や早期回復を可能とするためには、事業者による判断が可能な情報であれば、裁判上の法的な手続

---

<sup>1</sup> 参考6 違法・有害情報相談センターへの相談件数の推移

<sup>2</sup> 発信者情報開示に関する本案訴訟によらない裁判の受付件数（東京地裁）は、2019年1月から12月までは630件（仮処分申立て）であったが、2022年10月から2023年9月までは3,019件（新たな裁判手続）であった。また、侮辱罪の検挙件数は、2021年に38件であったのに対して、2022年は52件であり、増加している。

<sup>3</sup> 参考6 違法・有害情報相談センターの相談（作業）件数の対応手段別の内訳

と比較して簡易・迅速な対応が期待できるという観点からも、プラットフォーム事業者の利用規約に基づく自主的な削除が迅速かつ適切に行われるようにすることが必要である。

一方で、プラットフォーム事業者の利用規約に基づく削除については、削除の申請窓口が分かりにくい、利用規約の内容が日本の法令や被害実態<sup>4</sup>を十分には考慮していないといった課題があり、必ずしも十分には機能していない場合があると考えられる。

誹謗中傷等対策 WG においては、このようなプラットフォーム事業者の利用規約に基づく迅速かつ適切な自主的削除を実現するため、削除に係る手続の整備や基準の策定・公表といったプラットフォーム事業者に対する規律とともに、送信防止措置請求権の明文化といったプラットフォーム事業者に対する法的請求等についても検討した。

---

<sup>4</sup> 「被害実態」は、権利侵害情報の流通によって生じる被害の実態を指す。以下同じ。



### 第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律

不特定の者が情報を発信しこれを不特定の者が閲覧できるサービス（以下、第1部においては、このようなサービスを指して「プラットフォーム」といい、このようなサービスを提供する者を「プラットフォーム事業者」という。）については、情報交換や意見交換の交流の場として有効であるものの、誰もが容易に発信し、拡散できるため、違法・有害情報の流通が起きやすく、それによる被害及び悪影響は即時かつ際限なく拡大し、甚大になりやすい。また、プラットフォーム事業者の中には削除対応等の取組が不十分である者もあるとの指摘もある。

このようなプラットフォームを提供する事業者については、誹謗中傷等を含む情報が現に流通している場を構築し広く一般にサービスを提供していること、投稿の削除を大量・迅速に実施できる立場にあること、利用者からの投稿を広く募り、それを閲覧しようとする利用者に広告を閲覧させることなどによって収入を得ていること等から、個別の情報の流通及びその違法性を知ったときやその違法性を知るに足りる相当の理由があるときは、表現の自由を過度に制限することがないように十分に配慮した上で、プラットフォーム事業者は迅速かつ適切に削除を行う等の責務があると考えるのが相当である。

しかしながら、プラットフォーム事業者による利用規約等に基づく削除については、例えば、利用者にとって削除の申請窓口や申請フォームが分かりにくい、受付や判断結果について必ずしも通知がなされていない、事業者による削除の基準が不透明といった課題が指摘されている。

このような課題に対し、プラットフォーム事業者の誹謗中傷等を含む情報の流通の低減に係る責務を踏まえ、法制上の手当てを含め、プラットフォーム事業者に対して以下の具体的措置を求めることが適当である。

#### 1 措置申請窓口の明示

プラットフォーム事業者は、現在、被害者等が削除の申請等を行うための窓口やフォームを設置し、申請等を受け付けている。しかしながら、これらの窓口については、被害者等から、所在が分かりにくいとの指摘や、日本語での申請が困難、十分な理由の説明ができないなどの指摘がある。

このため、プラットフォーム事業者に、削除申請の窓口や手続の整備を求めることが適当である。その際、被害者等が削除の申請等を行うに当たって、日本語で受け付けられるようにすること（申請等の理由を十分に説明できるようにすることを含む。）や、申請等の窓口の所在を明確かつ分かりやすく示すこと等、申請方法が申請者に過重な負担を課するものとならないようにすることが

適当である。

## 2 受付に係る通知

プラットフォーム事業者は、削除の実施に係る申請等を受けた場合、申請等を受け付けたかを当該申請等を行った者（以下「申請者」という。）に対して必ずしも通知していない。申請等が受け付けられたか否かに関する通知がないと、申請者は、プラットフォーム事業者における認識の有無を把握することができないとの指摘がある。

このようなことから、プラットフォーム事業者が申請等を受けた場合には、申請者に対して受付通知を行うことが適当である。その際、「4 申請の処理に関する期間の定め」において、原則として一定の期間内に対応が求められることを踏まえ、プラットフォーム事業者が当該申請等を受け付けた日時が申請者に対して明らかとなるようにすることが適当である。

## 3 運用体制の整備

プラットフォーム事業者における削除の実施に係る運用体制について、日本の文化・社会的背景を踏まえた対応がなされるよう整備を求めるべきとの指摘がある。これを踏まえて、プラットフォーム事業者は、自身が提供するサービスの特性を踏まえつつ、我が国の文化・社会的背景に明るい人材を配置することが適当である。

他方、運用体制については法律において詳細を定めるべきではなく、各事業者の自主的な判断に任せるべきとの意見もある。こうした意見に鑑みれば、プラットフォーム事業者の自主性や負担に配慮し、前述の人材配置は、日本の文化・社会的背景を踏まえた対応がなされるために必要最低限のもののみを求めることが適当である。

## 4 申請の処理に関する期間の定め

現在、プラットフォーム事業者の中で申請に対する標準処理期間を定めているものは確認されていないが、申請の処理に関する期間を定めることによって、迅速に審査し、対応を判断することが期待される。プラットフォーム事業者が具体的な処理期間内に対応を行うことで、違法・有害情報の拡散防止に寄与し、被害者救済に資するとの意見がある。

これに対して、サービスによって投稿内容やその分量によって判断に要する期間が異なる中で、当該期間を定めると、事業者が自ら定めた期間を遵守する

ことだけにとらわれて申請内容を十分に吟味できず、的確な判断ができなくなり、結果として発信者の表現の自由に著しい影響を及ぼしかねないといった問題が生じるとの指摘がある。

他方、プラットフォーム事業者が、申請に係る投稿が申請者の権利を侵害しているかどうかの判断に時間がかかるのであれば、その旨及びその理由について、申請者に対して説明するべきとの意見もある。

このため、基本的には、プラットフォーム事業者に対し、一定の期間内に、削除した事実又はしなかった事実及びその理由の通知を求めることが適当である。その際、事業者による的確な判断の機会を損なわないよう、発信者に対して意見等の照会を行う場合や専門的な検討を行う場合、その他やむを得ない理由がある場合には、一定の期間内に検討中である旨及びその理由を通知した上で、一定の期間を超えての検討を認めることが適当である。なお、以下「5 判断結果及び理由に係る通知」のとおり、プラットフォーム事業者が一定の期間を超えた検討の後に判断を行った際にも、申請者に対して対応結果を通知し、削除が行われなかった場合にはその理由をあわせて説明することが適当である。

「一定の期間」の具体的な日数については、アンケート結果によれば、プラットフォーム事業者による不対応が一週間より長い期間続いた場合に許容できないとする人の割合が8割超に上ること<sup>5</sup>、誹謗中傷等の権利侵害について事業者が認識した事案においては実務上一週間程度での削除が合理的であると考えられること<sup>6</sup>等を踏まえれば、一週間程度とすることが適当である。ただし、刻々と変化する情報通信の技術状況に鑑みれば、期間を定めるに当たっては、一定の余裕を持った期間設定が行われることが適当である。

## 5 判断結果及び理由に係る通知

プラットフォーム事業者は、削除の実施に係る申請等を受けた場合、その申請等に応じたかといったことを申請者に対して必ずしも通知していない。申請等に基づく対応結果に係る通知がないと、申請等に対する対応状況や削除が実施されなかった場合に、申請方法が悪かったのか、証拠が不十分だったのか等を申請者において把握することが難しく、異議申立て等が困難との指摘がある。

---

<sup>5</sup> 参考7 ○○より長い期間不対応であった場合に許容できない人の割合

<sup>6</sup> 誹謗中傷の事案ではないものの、具体的な日数を示した裁判例として、楽天チュッパチャプス事件（知財高判平成24年2月14日判タ1404号217頁）において、訴状の送達により商標権侵害の事実を知ったときから8日間での削除は合理的な期間内での是正であると判断された。

このようなことから、プラットフォーム事業者が判断を行った場合には、申請者に対して対応結果を通知し、削除を行わなかった場合にはその理由をあわせて説明することが適当である。その際、申請件数が膨大となり得ることも踏まえ、過去に同一の申請者から同一の申請が繰り返し行われていた場合等の正当な理由がある場合には、判断結果及び理由の通知を求めないことが適当である。

## 6 対象範囲

### (1) 対象とする事業者

「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」の対象とする事業者の範囲については、違法・有害情報が流通した場合の被害の大きさ（拡散の速度や到達する範囲、被害回復の困難さ等）、事業者の経済的活動（特に新興サービスや中小サービスに生じる経済的・実務的負担の問題）や表現の自由に与える影響、削除の社会への影響等を踏まえ、権利侵害情報の流通が生じやすい不特定者間の交流を目的とするサービスのうち、一定規模以上のものに対象を限定することが適当である。

定性的な要件については、権利侵害情報の流通の生じやすさから、不特定者間の交流を目的とすることに加えて、他のサービスに付随して提供されるサービスではないことも考慮することが適当である。

規模については、サービスによっては必ずしも利用者登録を要しないことを踏まえて、アクティブユーザ数や投稿数といった複数の指標を並列的に用いて捕捉することが適当である。このような指標の具体的なデータの取得に当たっては、第一次的には事業者から直接報告を求めることが適当である。しかしながら、事業者からの報告が望めない場合等においては、他の情報を基に数値を推計することが適当である。

また、内外無差別の原則を徹底する観点から、エンフォースメントも含め、海外事業者に対しても国内事業者と等しく規律が適用されるようにすることが適当である。

### (2) 対象とする情報

誹謗中傷等対策 WG において誹謗中傷等を念頭に議論が進められてきたことを踏まえれば、「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」の対象となる情報の範囲には、誹謗中傷等の権利侵害情報を含めることが適当である。

これに加えて、個別の行政法規（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安

全性の確保等に関する法律、職業安定法等)に抵触する違法情報や有害情報を対象に含めることも考えられる。

もっとも、個別の行政法規に抵触する情報については、行政法規については行政機関でなければその適用の可否の判断が困難であるとともに、個別具体的な行政法規の立法過程において保護法益と特定の情報の流通を制限する利益との衡量が図られるべきである。加えて、受信者の属性や文脈によって外延が変化する有害情報については、法律上の定義が困難であること等から、法的な枠組の中で「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」の対象として位置付けることは慎重であるべきである。

これらを踏まえ、「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」については、その対象となる情報の範囲を誹謗中傷等の権利侵害情報に限定することが適当である。なお、権利ごとに権利の性質や権利侵害の成否に係る判断の難しさに差異があることを踏まえ、具体的措置を求めるに当たっては、ガイドライン等の策定により、その運用のあり方を整理することが適当である。その際、ガイドライン等の策定は、開かれた場で、実際に運用を行うプラットフォーム事業者を含む関係者の意見を丁寧に聴取しながら進めることが適当である。

## 第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律

「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」と同様に<sup>7</sup>、「第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律」についても、プラットフォーム事業者の誹謗中傷等を含む情報の流通の低減に係る責務を踏まえ、法制上の手当てを含め、プラットフォーム事業者に対して以下の具体的措置を求めることが適当である。

### 1 削除指針

プラットフォーム事業者は、自ら利用規約及びポリシーを定めて削除やアカウントの停止・凍結（以下「削除等」という。）を実施している。

しかしながら、プラットフォーム事業者の利用規約等に基づく削除等に関する本研究会におけるヒアリング結果<sup>8</sup>や被害者等からの指摘によれば、削除等の基準が必ずしも明らかではない事業者も存在すると考えられる。特に、海外事業者については、ポリシーがグローバルに適用される前提で作成されていることもあり、削除等の基準が日本の法令や被害実態に則していない、事業者による削除等の基準が不透明であるとの指摘がある。

このため、利用者にとっての透明性、実効性の観点から、削除等の基準について、海外事業者、国内事業者を問わず、投稿の削除等に関する判断基準や手続に関する「削除指針」を策定し、公表させることが適当である。また、新しい指針や改訂した指針の運用開始に当たっては、原則として、事前に一定の周知期間を設けることが適当である。

「削除指針」の策定、公表に当たっては、日本語で、利用者にとって、明確かつ分かりやすい表現が用いられるようにするとともに、日本語の投稿に適切に対応できるものとすることが適当である。また、プラットフォーム事業者が自ら探知した場合や特定の者からの申出があった場合等、削除等の対象となった情報をプラットフォーム事業者が認知するに至る端緒の別に応じて、できる限り具体的に、投稿の削除等に関する判断基準や手続が記載されていることが適当である。

その際、削除指針をあまりに詳細に定め公表することにより、悪意ある投稿者によって、削除指針を参考に削除等の対象となることを避けながら投稿する

---

<sup>7</sup> 9 ページ「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」冒頭1段落目から3段落目を参照のこと。

<sup>8</sup> 参考8 プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果

という悪用が行われうるという指摘がある。これを踏まえ、過度に詳細な記載までは求めないことが適当である。ただし、個人情報の保護等に配慮した上で、実際に削除指針に基づき行われた削除等の具体例を公表することで、利用者に対する透明性を確保することが適当である。

## 2 発信者に対する説明

プラットフォーム事業者が投稿の削除等を講ずるとき、対象となる情報の発信者に対して、投稿の削除等を講じた事実及びその理由を説明することが、異議申立ての機会の確保等の観点から重要との指摘がある。

このため、プラットフォーム事業者が投稿の削除等を講ずるときには、対象となる情報の発信者に対して、投稿の削除等を講じた事実及びその理由を説明することが適当である。理由の粒度については、削除指針におけるどの条項等に抵触したことを理由に削除等の措置が講じられたのか、削除指針との関係を明らかにすることが適当である。また、過去に同一の発信者に対して同様の通知等の措置を講じていた場合や、被害者の二次的被害を惹起する蓋然性が高い場合等の正当な理由がある場合には、発信者に対する説明を求めないことが適当である。

## 3 運用状況の公表

プラットフォーム事業者においては、削除等の取組について、各社が独自に透明性レポートを公表しているほか、本研究会における発表を行っている。しかしながら、プラットフォーム事業者の削除等の取組状況については、2022年に本研究会において実施したヒアリング結果や被害者等からの指摘によれば、その運用状況は必ずしも明らかではないと考えられる。

このため、プラットフォーム事業者の説明責任を確保する観点から、諸外国の取組も踏まえつつ、事業者の取組や削除指針に基づく削除等の状況<sup>9</sup>を含む運用状況の公表を求めることが適当である。

公表の対象とする事項については、上記の「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」並びに「第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律」のうち「1 削除指針」及び「2 発信者に対する説明」が利用者にとって重要性が高い事項について一定の措置を求めている

---

<sup>9</sup> 「削除等の状況」は、削除の申出状況、実際の削除件数、削除を実施した具体的なケース等が考えられる。

ことを踏まえ、これらの運用状況の公表を求めることが適当である。

#### 4 運用結果に対する評価

プラットフォーム事業者各社は、削除等の取組状況に係る評価と改善について、独自に透明性レポートを公表しているほか、本研究会においても発表を行っている。

しかしながら、その評価と改善については、そもそもその運用状況に関する公表事項が限定的であるため、外部の評価が困難であるとの課題がある。他方、公表事項については、個人情報や秘匿性の高い情報を守る必要性等を踏まえて、プラットフォーム事業者における一定程度の柔軟性と裁量が保たれるべきとの意見がある。

このため、運用結果に対する評価に当たっては、個人情報や秘匿性の高い情報に対して配慮した上で、外部からの検証可能性を確保し、客観性や実効性を高めることが望ましい。

#### 5 取組状況の共有

本研究会では、これまで、個別のプラットフォーム事業者や個別のサービスのみならず、日本の利用者に関連する違法・有害情報の全体の流通状況を俯瞰するとともに、プラットフォーム事業者をはじめとする各ステークホルダーにおける取組状況の共有を行ってきた。

こうした違法・有害情報の全体の流通状況やプラットフォーム事業者をはじめとする各ステークホルダーにおける取組状況については、引き続き継続的かつ専門的に把握・共有することが望ましい。

その際、情報の取扱いについて、個々の投稿の内容を扱う場合、当該情報が個人情報保護法上の「個人情報」に該当する可能性があることや、その内容によってはプライバシーの問題が生じること等に留意する必要がある。

#### 6 対象範囲

##### (1) 対象とする事業者

「第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律」についても、上記「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規律」の「6(1) 対象とする事業者」における整理が妥当することから、その対象事業者の範囲は「第3章 プラットフォーム事業者の対応の迅速化に係る規



律」と同じ範囲に限定することが適当である。

(2) 対象とする情報

誹謗中傷等対策 WG では誹謗中傷等を念頭に議論が進められてきたことを踏まえれば、「第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律」の対象となる情報の範囲には、誹謗中傷等の権利侵害情報を含めることが適当である。

加えて、利用者のサービス選択や利用に当たっての安定性及び予見性を確保する観点からは、情報の種類如何に関わらず、プラットフォーム事業者が削除等の措置を行う対象となる情報について、プラットフォーム事業者の措置内容を明らかにすることが適当である。

以上を踏まえて、「第4章 プラットフォーム事業者の運用状況の透明化に係る規律」において対象とする情報の範囲については、削除等の対象となる全ての情報とすることが適当である。なお、権利ごとに権利の性質や権利侵害の成否に係る判断の難しさに差異があることを踏まえ、具体的措置を求めに当たっては、ガイドライン等の策定により、その運用のあり方を整理することが適当である。その際、ガイドライン等の策定は、開かれた場で、実際に運用を行うプラットフォーム事業者を含む関係者の意見を丁寧に聴取しながら進めることが適当である。

## 第5章 プラットフォーム事業者に関するその他の規律

### 1 個別の違法・有害情報に関する罰則付の削除義務

違法・有害情報の流通の低減のために、プラットフォーム事業者に対して、大量に流通する全ての情報について、包括的・一般的に監視をさせ、個別の違法・有害情報について削除等の措置を講じなかったことを理由に、罰則等を適用することを前提とする削除義務を設けることも考えられる。

しかしながら、このような個別の情報に関する罰則付の削除義務を課すことは、この義務を背景として、罰則を適用されることを回避しようとするプラットフォーム事業者によって、実際には違法・有害情報ではない疑わしい情報が全て削除されるなど、投稿の過度な削除等が行われるおそれがあることや、行政がプラットフォーム事業者に対して検閲に近い行為を強いることとなり、利用者の表現の自由に対する制約をもたらすおそれがあること等から、慎重であるべきである。

### 2 個別の違法・有害情報に関する公的機関等からの削除要請

現状、法務省の人権擁護機関や警察庁の委託事業であるインターネット・ホットラインセンター等の公的機関等から、プラットフォーム事業者に対して、違法・有害情報の削除要請が行われており、また、かかる要請を受けたプラットフォーム事業者は、自らが定めるポリシーの条項への該当性や違法性の判断に基づき投稿の削除等の対応を行っており、これには一定の実効性が認められると考えられる<sup>10</sup>。

しかしながら、この要請に応じて自動的・機械的に削除することをプラットフォーム事業者に義務付けることについては、公的機関等からの要請があれば内容を確認せず削除されることにより、利用者の表現の自由を実質的に制約するおそれがあるため、慎重であるべきである。

なお、プラットフォーム事業者が、法的な位置付けを伴わない自主的な取組として、通報に実績のある機関からの違法・有害情報の削除要請や通報を優先的に審査する手続等を設け、公的機関等からの要請をこの手続の中で取り扱うことは考えられる。その場合でも、違法・有害情報に関する公的機関等からの削除要請に関しては、その要請に強制力は伴わないとしても、事後的に要請の

---

<sup>10</sup> これらの要請に際しては、違法性について専門的かつ慎重な判断が行われた上で、要件を満たす投稿のみについて削除要請がされている。

適正性を検証可能とするために、公的機関等及びプラットフォーム事業者双方においてその透明性を確保することが求められる。

### 3 違法情報の流通の監視

#### (1) 違法情報の流通の網羅的な監視

プラットフォーム事業者に対し、違法情報の流通に関する網羅的な監視を法的に義務付けることは、違法情報の流通の低減を図る上で有効とも考えられる。

しかしながら、行政がプラットフォーム事業者に対して検閲に近い行為を強いることとなり、また、事業者によっては、実際には違法情報ではない疑わしい情報も全て削除するなど、投稿の過度な削除等が行われ、利用者の表現の自由に対する実質的な制約をもたらすおそれがあるため、慎重であるべきである。

#### (2) 繰り返し多数の違法情報を投稿するアカウントの監視

インターネット上の権利侵害は、スポット的な投稿によってなされるケースも多い一方で、そのような投稿を繰り返し行う者によってなされているケースも多く、違法情報の流通の低減のために有効との指摘がある。

しかしながら、プラットフォーム事業者に対し、特定のアカウントを監視するよう法的に義務付けることは、「(1) 違法情報の流通の網羅的な監視」と同様の懸念があるため、慎重であるべきである。

#### (3) 繰り返し多数の違法情報を投稿するアカウントの停止・凍結等

繰り返し多数の違法情報を投稿するアカウントへの対応として、アカウントの停止・凍結等を行うことを法的に義務付けることも考えられるが、このような義務付けは、ひとたびアカウントの停止・凍結等が行われると将来にわたって表現の機会が奪われる表現の事前抑制の性質を有しているため、慎重であるべきである。

### 4 権利侵害情報に係る送信防止措置請求権の明文化

人格権を侵害する投稿の削除を求める権利は、判例法理によって認められているため、一定の要件の下で、権利侵害情報の送信防止措置を請求する権利を明文化することも考えられる。

当該権利の明文化によるメリットとしては、①被害者が削除を請求できると広く認知され、請求により救済される被害者が増えること、②特に海外事業者

に対して、削除請求に応じる義務の存在が明確化され、対応の促進が図られること、③人格権以外の権利利益（例：営業上の利益）が違法に侵害された場合であっても請求が可能であることが明確化されることが指摘されている。

一方で、デメリットとして、①裁判例によれば、特定電気通信役務提供者が送信防止措置の作為義務を負う要件は、被侵害利益やサービス提供の態様などにより異なるため、請求権を明文化するとしても抽象的な規定とならざるを得ず、期待される効果は生じないのではないか、②安易な削除請求の乱発を招き、表現の自由に影響を与えるのではないかと、③安易な削除請求の乱発の結果、削除請求の裁判の実務に混乱が生じるのではないかと、④著作権法第 112 条や不正競争防止法第 3 条などの個別法における差止請求の規定との整合性に課題があるのではないかとといった点が指摘されている。

なお、かかるメリット及びデメリットを示した上で実施したアンケートによれば、法律での明文化に対する考え方として、全体の半数弱（47.7%）は「メリット・デメリットがそれぞれに複数あることから、慎重な議論が必要である」との回答であった<sup>11</sup>。

上記メリット及びデメリット並びにアンケート結果を踏まえて、権利侵害情報の送信防止措置を請求する権利を明文化することについては、引き続き慎重に議論を行うことが適当である。

## 5 権利侵害性の有無の判断の支援

### (1) 権利侵害性の有無の判断を伴わない削除（いわゆるノーティスアンドテイクダウン）

プラットフォーム事業者において権利侵害性の有無の判断が困難であることを理由に、外形的な判断基準を満たしている場合、例えば、プラットフォーム事業者において、被害を受けたとする者から申請があった場合には、原則として一旦削除する、いわゆるノーティスアンドテイクダウンを導入することが考えられる。

しかしながら、既に、プロバイダ責任制限法 3 条 2 項 2 号の規定により発信者から 7 日以内に返答がないという外形的な基準で、権利侵害性の有無の判断にかかわらず、責任を負うことなく送信防止措置を実施できることや、内容にかかわらない自動的な削除が表現の自由に与える影響等を踏まえれば、

---

<sup>11</sup> 参考 9 3. 権利侵害情報に係る送信防止措置請求権の明文化

ノーティスアンドテイクダウンの導入については、慎重であるべきである。

(2) プラットフォーム事業者を支援する第三者機関

プラットフォーム事業者の判断を支援するため、公平中立な立場からの削除要請を行う機関やプラットフォーム事業者が違法性の判断に迷った場合にその判断を支援するような第三者機関を法的に整備することが考えられる<sup>12</sup>。

これらの機関が法的拘束力や強制力を持つ要請を行うとした場合、これらの機関は慎重な判断を行うことが想定されることや、その判断については最終的に裁判上争うことが保障されていることを踏まえれば、必ずしも、裁判手続（仮処分命令申立事件）と比べて迅速になるとも言いがたいこと等から、上述のような第三者機関を法的に整備することについては、慎重であるべきである。

(3) 裁判外紛争解決手続（ADR）

裁判外紛争解決手続（ADR）については、憲法上保障される裁判を受ける権利との関係や、裁判所以外の判断には従わない事業者も存在することも踏まえれば、実効性や有効性が乏しいこと等から、ADR を法的に整備することについては、慎重であるべきである。

## 6 その他

(1) 相談対応の充実

インターネット上の違法・有害情報に関する相談対応の充実を図ることは、突然被害に遭った被害者を支援する上で、極めて重要である。特に、相談のたらい回しを防ぎ、速やかに迅速な相談を図る観点からは、違法・有害情報相談機関連絡会（各種相談機関ないし削除要請機関が参加している連絡会）等<sup>13</sup>において、引き続き、関連する相談機関間の連携を深め、相談機関間の相互理解による適切な案内を可能にすることや知名度の向上を図ることが適当である。

(2) DMによる被害への対応

プラットフォームサービスに付随するDM（Direct Message）機能においても、誹謗中傷等の権利侵害をはじめとして多くの問題が発生しており、いかにして誹謗中傷被害を防止するかという大局的な観点から、DMによる被害に

---

<sup>12</sup> 事業者団体において、削除対応等の参考とするため、関連する法令、判例等を踏まえ、ガイドラインを作成・公表している。

<sup>13</sup> 違法・有害情報相談センター、一般社団法人セーフティーインターネット協会（SIA）、インターネット・ホットラインセンター、東京都、公益社団法人全国消費生活相談員協会が参加し、法務省人権擁護局、警察庁サイバー警察局等がオブザーバーとなっている。

についても取り組むべきとの意見があった。具体的には、例えば、DM などの一対一の通信についても発信者情報開示請求を可能とすべきとの意見があった。

しかしながら、現行の発信者情報開示制度は、情報が拡散され被害が際限なく拡大するおそれがあることに着目して不特定の者に受信されることを目的とする通信を対象とする規定となっているものであり、根本的な見直しを必要とする事情等があるか否かについて、生じる被害の法的性質も考慮しながら、引き続き状況の把握に努めることが適当である。

### (3) 特に青少年にまつわる違法・有害情報の問題

違法・有害情報が未成年者に与える影響を踏まえて、未成年者のデジタルサービス利用の実態（未成年者におけるプラットフォームサービスの利用実態、青少年保護のための削除等の実施状況や機能、サービス上の工夫等）を把握した上で、必要な政策を検討すべきとの指摘があった。この点については、諸外国における取組のほか、日本における関連する機関や団体等における検討状況について、引き続き把握及びその対策の検討に努めることが適当である。

### (4) その他炎上事案への対応

個々の投稿に違法性はないものの全体として人格権を侵害している投稿群の事案（いわゆる「炎上事案」）に対応するニーズも存在しており、このような投稿は被害に甚大な影響を与えている。他方、炎上事案については、法解釈等の観点から課題が存在していることから、人格権侵害の成否を巡る議論の動向に注視しつつ、引き続きプラットフォーム事業者の自主的取組を促進することが適当である。

なお、「第5章 プラットフォーム事業者に関するその他の規律」において義務付け等をすることは慎重であるべきとされた事項についても、プラットフォーム事業者が、利用規約等に基づいて、適切な場面において自主的に行うことは、妨げられないと考えられる。

## 第2部 偽情報への対策について

### 第1章 現状と課題

SNSをはじめとするプラットフォームサービスは、経済活動や国民生活などの社会基盤になりつつあり、情報流通の基盤にもなっていること、また、プラットフォームサービスの特性が偽情報<sup>14</sup>の生成・拡散を容易にし、これらの問題を顕在化させる一因となっていると考えられることから、特にこのようなプラットフォーム上の偽情報への適切な対応が求められる。

近年、米国や欧州において偽情報が社会問題<sup>15</sup>になっていることから、我が国においても近い将来同様の問題が生じ得ることを念頭に、今後の対策を検討すべく、本研究会では、我が国における偽情報への対応の在り方について記載した2020年報告書を策定・公表した。

この2020年報告書に基づき、偽情報への対応の在り方について、多様なステークホルダーによる協力関係の構築、プラットフォーム事業者による適切な対応及び透明性・アカウントビリティの確保、ファクトチェックの推進、ICTリテラシー向上の推進など、10の方向性について、産学官民で連携を行い、取組を進めてきた。

また、インターネット上の偽情報への対策に当たっては、透明性・アカウントビリティの確保が重要である。そこで、プラットフォーム事業者等の取組が十分か、また、その透明性・アカウントビリティが十分果たされているかを検証するために、2021年以降、本研究会において、日本国内においてサービスを提供するプラットフォーム事業者等に対してモニタリングを実施し、プラットフォーム事業者等における偽情報に関する対応状況と、それらの取組に関する透明性・アカウントビリティの確保状況の把握を行ってきた。

---

<sup>14</sup> 本研究会では、「最終報告書」（2020年2月）（[https://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01kiban18\\_01000075.html](https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000075.html)）14頁脚注3において、「偽情報（disinformation）」（＝何らかの意図性を持った虚偽の情報）及び「誤情報（misinformation）」（＝単なる誤った情報）などをいずれも含める形で「偽情報」と記載しており、本第三次とりまとめにおいても同様の定義を用いている。もっとも、ヒアリングシートの回答内容を紹介する場面においては、事業者が用いている「偽情報」「disinformation」「誤情報」「misinformation」等の用語をそのまま記載することとした。

<sup>15</sup> 山口真一准教授発表（本研究会（第42回）資料2「偽・誤情報の現状とこれから求められる対策」）によれば、2020年以降、グローバルには、新型コロナウイルス感染症やウクライナ侵攻等に関する偽情報がSNS上で拡散するとともに、我が国においても、2022年9月に発生した静岡県の水害をめぐっては、AIを使って作成した偽の画像がSNSに投稿されるなど、偽情報に接触する機会が増加している。

# 1 プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果

## (1) モニタリングの概要

主要なプラットフォーム事業者に対して、偽情報への対策状況について、2021年9月の本研究会の中間とりまとめにおいて記載された今後の取組に関する10の方向性の項目に沿って、ヒアリングシートに基づく任意の回答を求め、モニタリングを行った。

### 偽情報等への対策状況ヒアリング（2023年） 質問項目

1. 前提(サービス概要) ① 対象サービス名・サービス分類 ② 加入者数、月間アクティブユーザー数又は書き込み数	5. 「利用者情報を活用した情報配信への対応」関係 ① 広告表示先の制限 ② 広告出稿制限 ③ ターゲティング技術の適用に関する規定 ④ 広告のアルゴリズムに関する透明性・アカウントビリティ確保方針、AI原則・ガイドライン等の参照 ⑤ 出稿者の情報や資金源の公開 ⑥ 広告とコンテンツの分離 ⑦ その他の透明性・アカウントビリティ確保方針 ユーザへのツール提供
2. 「我が国における実態の把握」関係 ① 偽情報等の発生・拡散状況を把握できる体制 分析・調査の有無 ② グローバル・日本における偽情報等の発生・拡散状況、結果の分析・公表 ③ 研究者への情報提供、利用条件 ④ ③についての削除の方法・仕組み(AIを用いた自動検知機能の活用等) ⑤ 不正な申告や削除要請への対策の方法・仕組み、対応件数	6. 「ファクトチェックの推進」関係 ① ファクトチェック結果の表示 具体的な仕組み・基準 ② ファクトチェックを容易にするツールの開発及び提供 ③ ファクトチェックを実施する人材の育成 ④ 日本におけるファクトチェック推進に向けた取組 ⑤ ファクトチェック機関との連携
3. 「多様なステークホルダーによる協力関係の構築」関係 ① Disinformation対策フォーラムなどの産学官民の協力関係の構築 ② 多様なステークホルダーによる協力関係の構築に向けての具体的な役割 ③ 議論を踏まえた取組	7. 「ICTリテラシー向上の推進」関係 ① 普及啓発の取組・投資 ② 他のステークホルダーとの連携・協力・投資
4. 「プラットフォーム事業者による適切な対応及び透明性・アカウントビリティの確保」関係 (1) 偽情報等に関するポリシー ① 禁止行為 (a) 削除等の対応 ② ポリシー等の見直し状況及び外部レビューの有無とそのタイミング (2) 削除要請や苦情に関する受付態勢・プロセス ① 一般ユーザからの申告・削除要請への受付窓口・受付態勢、対応プロセス ② 対応決定時における通知の内容、理由の記載の程度 ③ 一般ユーザからの申告や削除要請に対応する部署・チームの規模・人数 ④ ⑤の部署・チームに関する日本国内の拠点の有無、日本における責任者の有無 ⑤ 削除等への苦情を問い合わせに対する苦情受付態勢及び苦情処理プロセス (3) 削除等の対応 ① 偽情報等に関する申告や削除要請の件数 ② (a) 偽情報等に関する申告や削除要請に対する削除件数、(b) アカウントの停止数 ③ 偽情報等に関する主体的な削除件数(AIを用いた自動検知機能の活用等) ④ ③についての削除の方法・仕組み(AIを用いた自動検知機能の活用等) ⑤ 削除以外の取組 (i) 警告表示 (ii) 表示順位の低下 (iii) その他の取組内容 ⑥ 不正な申告や削除要請への対策の方法・仕組み、対応件数 (4) 透明性・アカウントビリティの確保 ① コンテンツモデレーションのアルゴリズムに関する透明性・アカウントビリティ確保方針、AI原則・ガイドライン等の参照 ② 透明性レポート 日本語で閲覧可能か ③ 取組の効果分析	8. 「研究開発の推進」関係 ① AI技術に関する研究開発 ② 「ディープフェイク」対策の研究開発
	9. 「情報発信者側における信頼性確保方針の検討」関係 ① 信頼性の高い情報の表示 ② ニュースの選別・編集に関する透明性・アカウントビリティ確保方針 ③ メディアとの連携体制構築 具体的検討・取組 ④ 情報源のトレーサビリティ確保、なりすまし防止・認証
	10. その他 ① 意見・補足

2023年も、2022年と同様に、ヒアリングシートに基づき、本研究会において次のとおりプラットフォーム事業者に対してモニタリングを行い、事業者団体からも取組状況についてヒアリングを実施した<sup>16</sup>。

・ 2023年2月10日 本研究会（第41回）

<sup>16</sup> ヒアリングにおいては、日本における事業者の取組状況について質問を行ったが、各社のグローバルな取組についても回答を得ている。



対象事業者：ヤフー株式会社、LINE 株式会社  
・ 2023 年 4 月 13 日 本研究会（第 43 回）  
対象事業者：Google LLC、Meta Meta Platforms, Inc.、Twitter, Inc.

## （２） モニタリングの結果

### ア 総論

モニタリングの結果、多様なステークホルダーによる協力関係の構築や、特定のトピックに関する偽情報や誤解を招く情報の流布に関するポリシーの設定、ファクトチェック推進、ICT リテラシー向上に関しては、日本ファクトチェックセンター（Japan Fact-check Center: JFC）の創設を通じた協力関係の構築や一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構（SMAJ）での行動規範策定の議論が進んでいることなど、まだ十分とは言い切れないものの我が国においても取組が進められつつある。

Twitter を除く全ての事業者において、我が国における偽情報への対応及び透明性・アカウントビリティ確保の取組の進捗は、2022 年 3 月 28 日に実施したプラットフォームサービス第 34 回におけるヒアリング（以下「前回ヒアリング」という。）と比較して、一部で進展が見られるもののほぼ同等であり、未だ限定的である。特に、Twitter からは、口頭での発表が行われたものの、ヒアリングシート及び説明資料の提出がなく（※）、透明性・アカウントビリティ確保の取組について後退があった<sup>17</sup>。

※以下「全ての事業者」と記載する場合には、ヒアリングシートの提出があった、ヤフー、Google、LINE、Meta を指す（Twitter は含まない）。なお、Twitter による取組については、第 43 回会合における発表の際に口頭で提供された情報を一部、事務局において確認のうえ掲載している。

### イ 各論

---

<sup>17</sup> 本研究会は、事務局を通じて、事業者各社に対し、2023 年初めにヒアリングシート及び発表資料の提出を依頼した。しかし、Twitter からは、いずれの会合についても会合開催日までにヒアリングシート及び発表資料の提出がなく、事務局を通じて再三依頼を行ったにもかかわらず、その後も提出がなかった。

## 主な評価項目に関する各事業者の状況は次のとおり。

### 偽情報等への対応に関する透明性・アカウントビリティ確保状況に対する評価の概要（2023年）

○ プラットフォーム事業者の偽情報への対応については、一部で進展が見られるものの、取組状況及び透明性・アカウントビリティ確保の進展は限定的*。多様なステークホルダーによる協力関係の構築、ファクトチェック推進等に関しては、まだ十分とは言えないものの、我が国においても取組が進められつつある。
<small>*Twitterからは、研究会に出席し発表が行われたものの、ヒアリングシート及び説明資料の提出がなく、透明性・アカウントビリティ確保の取組について後退があった。</small>

### 偽情報等対策に関するプラットフォーム事業者における透明性・アカウントビリティ確保状況に関する主な項目

我が国における実態の把握(2. 関係)	・前回ヒアリング(2022年)に引き続き、すべての事業者において、我が国における偽情報の実態把握及び結果の分析・公開は未実施。
多様なステークホルダーによる協力関係の構築(3. 関係)	・「Disinformation対策フォーラム」での議論や同フォーラムの報告書を受けて創設された日本ファクトチェックセンターを通じた協力関係の構築、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構(SMAI)における偽情報対策に係る行動規範策定の議論など、一定の進展がみられる。
プラットフォーム事業者による適切な対応及び透明性・アカウントビリティの確保(4. 関係)	・すでにプラットフォーム事業者では、偽情報等の不適切な情報への措置を講じる必要性が認識され、あらかじめ対応方針や基準となるポリシーを自主的に設定し、投稿の削除やアカウントの停止等を行っている。 ・プラットフォーム事業者による偽情報の削除等に関する透明性・アカウントビリティ確保の取組の進捗は、前回ヒアリング(に引き続いて、限定的であるものの、新たに公表する項目があるなど一部進展もあった。
利用者情報を活用した情報配信への対応(5. 関係)	・前回ヒアリングに引き続き、すべての事業者において、偽情報に関する広告や政治広告について、広告配信先の制限や、広告内容に関する何らかの制限を規定するなど、一定の対応を実施。
ファクトチェックの推進(6. 関係)	・日本ファクトチェックセンターの設立にあたり、ヤフー及びGoogleが、一般社団法人セーフアーカイブネットワーク協会への資金提供等を通じて寄与、日本で活動する複数のファクトチェック団体がIFCNIに加盟。 ・LINE及びMetaにおいても、国際ファクトチェックネットワーク(IFCN)加盟のファクトチェッカーとの連携を推進。
ICTリテラシー向上の推進(7. 関係)	・前回ヒアリングに引き続き、すべての事業者において、偽情報の問題に対応したリテラシー教育に関する取組が実施されている。
研究開発の推進(8. 関係)	・すべての事業者においてAI技術に関する研究開発が行われている。また、Google及びMetaにおいては、「ディープフェイク」対策の研究開発も実施されている。
情報発信者側における信頼性確保対策の検討(9. 関係)	・前回ヒアリングに引き続き、いずれの事業者も、公共性の高い情報等をユーザーの目に入りやすい位置に優先的に配置する等の取組を行っている。

### 「我が国における実態の把握」関係（2. 関係）

前回ヒアリングに引き続いて、全ての事業者において、発生拡散状況を把握できる体制や分析・調査内容、我が国における偽情報等の発生・拡散状況について記載がされている。もっとも、それらの記載は、定性的または限定的な記述にとどまり、我が国における偽情報の流通状況に関する実態把握とその結果の分析・公開が十分に行われているわけではなかった。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーはパトロールの専門チームによる違法投稿の監視などを通じて、偽情報の検知、調査及び対応を行っている。また、同社が提供する一部サービスにおいて、メディア透明性レポートの公表を通じて明らかな偽情報と判断され削除された投稿の件数の公表をしている。このほか、Yahoo!知恵袋においては、偽情報対策を含めた研究用データを、個人を特定することができない情報に処理した上で、研究機関に提供している。

Google は偽情報を含む、有害となる可能性のあるコンテンツに対応するために、専門家チームを設け、監視、分析評価、行動計画の立案を行うとともに、人間と機械によるアプローチを組み合わせ活用している。また、YouTube においては、透明性レポートを発行し、誤った情報に関するポリシー含む全世界の動画削除数を公開している。このほか、YouTube の動画メタデータに関して、API を通じて研究者に公開するなどの取組を行

っている。

LINE は①機械的なチェックや②人の目によるチェックを通じて、偽情報も含めて規約や法令に反するコンテンツが拡散されないように努めている。

Meta は知識と専門性を有する独立した専門家と連携し、コンテンツの真実性や、差し迫った危害のリスクを直接助長する可能性が高いか評価している。また、Facebook 及び Instagram において、グローバルにコミュニティ規定施行レポートを通じて取組状況を公表している。このほか、研究者やファクトチェック団体とパートナーシップを結んでいる。

### 「多様なステークホルダーによる協力関係の構築」関係（3. 関係）

前回ヒアリングと比較し、JFC の創設を通じた協力関係の構築や SMAJ での行動規範策定の議論が進んでいることなど、我が国においても取組が進められつつある。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーは「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」（主催：Zホールディングス株式会社）において、デジタルプラットフォームが民主主義に及ぼす影響やデジタルプラットフォーム事業者に期待される役割等について、フェイクニュースなどの例をもとに検討を行っている。そのほかにも「Disinformation 対策フォーラム」（主催：一般社団法人セーフティーインターネット協会（SIA））へ参加し、有効な対策について多様なプレイヤーと議論を行うとともに、特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ（FIJ）の活動に賛同し、寄付の実施・法人会員として参加している。

Google は SIA に対する支援を通じて、ファクトチェック団体の設立、日本のインターネット空間における偽・誤情報の傾向に関する調査、啓発キャンペーンやトレーニングを実施している。また、First Draft やオックスフォード大学のロイターニュース研究所などの組織で行われる研究への資金提供を通じて、ジャーナリズムにおける偽情報と信頼の問題を探求する研究者の活動を支援している。

Meta は市民社会とのパートナーシップを促進し、現地組織のソーシャルメディア監視能力を強化し、利用者の安全を守るためのポリシー、実施プロセス、製品を改善するために、信頼できるパートナープログラムを構築するとともに、社会的コミュニケーション技術に関連する misinformation や分断・分極化といった社会的課題の解決に関心を持つ

研究者との関係構築やパートナーシップを構築している。

LINE 含む複数社が参加する SMAJ の誹謗中傷／偽情報・フェイクニュース対策 WG において、行動規範の策定に向けた議論が進展している。

Twitter は、GitHub において、レコメンデーションのアルゴリズムを実装したソースコードの一部を公開するとともに、第 43 回会合時点において、引き続きアカデミア向けの Twitter API を提供している<sup>18</sup>。また、誤解を招く可能性があるツイートに、Twitter ユーザが協力して背景情報を提供することができるコミュニティノートの提供を 2023 年 3 月に開始した。

「プラットフォーム事業者による適切な対応及び透明性・アカウントビリティの確保」関係（4. 関係）

いずれの事業者においても、前回ヒアリングに引き続き、自らのサービス上で生じている我が国における偽情報の問題について適切に実態把握・公表が行われていない。

一方で、既にプラットフォーム事業者では、偽情報等の不適切な情報への措置を講じる必要性が認識され、あらかじめ対応方針や基準となるポリシーを自主的に設定し、投稿の削除やアカウントの停止等の「コンテンツモデレーション」と呼ばれる措置を行っている。プラットフォーム事業者が自主的に定めている偽情報に関連するポリシーにおいては、前回ヒアリングと同様に、次のような情報や行為がポリシーで禁止するケースがみられた。

- ・ 明らかな偽情報（特に健康情報に関するファクトチェックの結果、反真実であることが明らかな情報）
- ・ 有害な健康関連の偽情報
- ・ 投票者または国勢調査への干渉
- ・ 実際の危害や暴力を助長する偽情報や検証できない噂
- ・ 気候変動に関する不正確な主張
- ・ なりすまし
- ・ 加工されたメディア（例：実際には発言していない言葉を言ったと一般の利用者に誤解させるような編集が行われたコンテンツ等）

前回ヒアリングと同様に、誤情報は、様々な文脈で触れられ、何が誤情

---

<sup>18</sup> 第 44 回会合において、東京工業大学笹原和俊准教授から、無料版の API は廃止されたことに加え、学術研究向け API についても将来にわたって維持されるか不明であることから、今後、研究がしづらくなる可能性がある旨、指摘がなされた。

報か判断するのが難しく、事業者からは、誤情報について包括的な禁止事項を定めるのは困難であるという回答がみられた。また、誤情報全般を画一的にポリシーで禁止するのではなく、特定のトピック（COVID-19 感染症関連や選挙等）に関するポリシーを設定する例が見られた。

また、前回ヒアリングと同様に、プラットフォーム事業者が定めるポリシーについて、社内外の専門家による見直しが行われている例が見られたが、どのような基準でポリシーが設定されるかは十分明らかではなかった。

全ての事業者において、我が国におけるプラットフォーム事業者による偽情報への対応及び透明性・アカウントビリティ確保の取組の進捗は、前回ヒアリングに引き続いて、限定的であるものの、Google は日本における偽情報に関する申告や削除要請に対する削除件数における誤情報に関するポリシー違反に対する削除件数を新たに公表するなど一部で進展が見られた。一方で、ヤフー及びMeta は 2022 年のヒアリングで公表していた一部情報について 2023 年のヒアリングでは公表がなかった。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーは、偽情報等に関する主体的な削除件数における Yahoo ニュースコメントにおける削除件数を公開しているが、偽情報等に関する申告や削除要請に対する削除件数について、前回ヒアリングでは回答があったものの、「偽情報」という切り口での回答は困難であることから、2023 年のヒアリングでは回答がなかった。

Google は、前回ヒアリング同様、YouTube に関し、日本国内におけるスパム、不正行為、詐欺に関するポリシー違反の削除件数を公開するとともに、新たに誤情報に関するポリシーに違反したとして削除された件数を公開している。

LINE は、新型コロナウイルスに関連して、ガイドラインにおいて、健康に深刻な被害をもたらす誤情報や社会的混乱をもたらす情報や、政府が公式に否定する情報等について削除を実施しており、新型コロナウイルスに関するワクチン接種のデマ情報拡散に関する削除件数について、前回ヒアリングと同様に回答している。

Meta は、新型コロナウイルス関係や選挙・政治関係等に関して、グローバルのポリシーを具体的に設けており、削除・警告表示・表示順位抑制等の対応を行っている。前回ヒアリングで公開していた偽情報等に関する申告や削除要請に対する削除件数（日本）について、2023 年のヒアリングでは回答がなかった。

## 「利用者情報を活用した情報配信への対応」関係（5. 関係）

全ての事業者において、ほぼ全ての事項について、前回ヒアリングから大きな変化は見られなかった。

広告表示先（配信先）の制限：

いずれの事業者においても、一定の禁止規定や特定の基準に満たない媒体・サイトへの広告配信を制限する規定が設けられている。

広告の出稿内容に関する制限：

いずれの事業者においても、偽情報を内容とする広告について、一定の禁止規定が設けられている。加えて、ヤフーでは、選挙および政治に関する広告は、選挙管理委員会や政党、政治団体による広告のみ掲載を認めており、その他の団体や個人による政治に関する広告は、虚偽か否かに関わらず掲載を断っている。また、Google では、選挙運動の一環であるサイトを宣伝する広告を日本では表示しないようにしている。

ターゲティング技術の適用に関する規定：

上記の「広告の出稿内容に関する制限」に該当する偽情報の広告や政治広告はそもそも配信が禁止されているためターゲティング技術の対象とならない旨を説明している事業者が多い。なお、ヒアリング結果からは、（出稿が許されている）政治広告について、どのようなターゲティング技術に関する対応が行われているかについては明確になっていない（ヤフーは政治的意図をもってターゲティングを行うことを禁止する規定を 2022 年 1 月から適用、Google は広告主に対して政治的所属に基づくターゲティングを禁止）。

出稿者の情報や資金源の公開、透明性レポートの公開等：

全ての事業者において、広告に関する何らかの透明性確保方策が行われている。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーは、広告出稿者の情報の明示を広告サイト内に明示することを広告掲載基準に規定している。政治広告の資金源公開については、今後必要に応じて検討を行う。広告審査等に関する透明性レポートを公開している。

Google は、全ての広告主から身元や事業内容に関するより多くの情報を取得するため、適格性確認プログラムを導入。米国等では選挙に関する

透明性レポートを公開している（日本では選挙広告は禁止のため未提供）。

Metaは、「広告ライブラリ」において、出資者・金額・リーチした利用者層などの情報を7年間収録され検索可能となっている。

#### 「ファクトチェックの推進」関係（6. 関係）

前回ヒアリングと比較し、JFCの創設を通じた協力関係の構築が進んでいることなど、各事業者において我が国におけるファクトチェック推進団体やファクトチェック団体、諸外国のファクトチェック団体との連携が行われている。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーは、Disinformation 対策フォーラムの議論に参画し、産官学民の連携を実践。また、ファクトチェック支援団体であるFIJの活動に賛同し、寄付の実施や法人会員として支援連携している。加えてJFCの設立に当たって資金提供を行い、2022年11月より制作されたファクトチェックコンテンツをYahoo ニュースへ掲載している。

Googleは、Google.orgによるSIAに対する150万米ドルの支援を通じて、前述のJFCの設立や、日本のネット空間における偽・誤情報の傾向に関する調査、そして日本の国民が偽・誤情報を識別し拡散を阻止できるようにするための啓発キャンペーンやトレーニングの実施など、偽・誤情報対策に取り組んでいる。また、Google News Labは、日本のNews Labフェローの協力のもと、ジャーナリストや大学生を対象に、偽情報や誤った情報の識別、検索の有効活用、地図や衛星画像の活用など、ジャーナリズムにおけるデジタル技術の活用方法に関する研修を実施している。

LINEは、LINE TaiwanのLINEファクトチェックサービスでは、5つのファクトチェック機関（うち2社は国際ファクトチェックネットワーク<sup>19</sup>（IFCN）認証を取得）と連携している。また、我が国ではFIJに正会員として参加し活動を支援している。

Metaは、日本を含むグローバルにおけるファクトチェック推進に向けた取組として、コンテンツの識別、審査および措置の遂行のために、IFCNに認証された独立した第三者ファクトチェック団体やファクトチェックパートナーと連携している。また、IFCNと共同で、ファクトチェック入

---

<sup>19</sup> 世界中のファクトチェッカー及び事実に基づく情報の擁護者のコミュニティを結集させる目的で、米国において、Poynter Institute（ポインター学院）が2015年に設立した非営利組織。

門コースを無料で提供している。

#### 「ICT リテラシー向上の推進」関係（7. 関係）

全ての事業者において、引き続き、我が国において偽情報の問題に対応したリテラシー教育に関する取組が行われている。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーは、2022年2月に、ニュースを正しく理解するための学習コンテンツ「Yahoo! ニュース健診」を公開し、のべ10万人が参加した。

Googleは、引き続き、「Google News Initiative」を筆頭に、数多くのメディア・リテラシープログラムを立ち上げ、支援を行っている。また、我が国において、2022年、学生にファクトチェックと検証のスキルを学んでもらう「ファクトチェック・チャレンジ」の第二回目を実施した。加えて、ファクトチェックを含む主要なオンラインリテラシーのトピックを扱うオンライン・リテラシー・カリキュラムを中学生・高校生に提供している。その他、「Grow with Google」「ウェブレンジャー」等のプロジェクトを実施。その他研究活動やジャーナリズム人材育成に係る活動を実施している。

LINEは、GIGA スクール構想の展開にあわせ、2022年7月に新たな活用型情報モラル教材「GIGA ワークブック」を開発した。同年9月から、全国の小中学校で無償提供を開始している。

Metaは、FacebookやInstagramでオンラインいじめやハラスメント対策などのリソースを提供する「みんなのデジタル教室」を、日本で2020年12月に開始したが、引き続き取組を推進し、24,000人以上が講座を受講した。

#### 「研究開発の推進」関係（8. 関係）

前回ヒアリングと同様に、全ての事業者においてAI技術に関する研究開発が行われているとともに、Google及びMetaにおいては、「ディープフェイク」対策の研究開発も実施されている。

各社の具体的な取組は次のとおり。

ヤフーは、AI技術に関し、偽情報に関する機械学習の開発研究は行っていないが、コメント欄などUGC機能における品質観点でのAI開発は引き続き実施している。

Googleは、AI技術に関し、①有害なコンテンツを積極的に検出してフ



ラグ付けをする、②以前に削除されたコンテンツと酷似しているコンテンツは自動的に削除する、という2つの方法で機械学習を導入している。また、スパムなどポリシー違反の確度が高いコンテンツのみをシステムが自動的に削除し、残りは人間によるレビューを行うためにフラグ立てを行っている。2022年第3四半期に、日本のIPアドレスからアップロードされたもののコミュニティガイドラインに違反して削除された動画のうち、91%が自動システムによって最初にフラグが立てられた。加えて、ディープフェイク対策に関し、2019年、高性能なフェイクオーディオ検出器を開発するための国際的な取組を支援するため、合成された音声に関するデータセットの公開を発表しており、このデータセットは、取組の一環として150以上の研究機関や業界団体によってダウンロードされ、現在は自由に公開されている。

LINEは、AI技術に関し、NGセンテンス検出技術の研究開発を実施している。

Metaは、AI技術に関し、AI研究チームと協力し、学者から学び、第三者ファクトチェック団体とのパートナーシップを拡大し、他の組織（他のプラットフォームを含む）と協力する方法について話し合っている。違反コンテンツを事前に検出し、対策を講じるためのAIの機能を向上させたことで、利用者からの報告への依存度は大幅に低下した。また、ディープフェイク対策に関し、2019年には「Deep Fake Detection Challenge」を立ち上げ、世界中の人々がディープフェイクを検出するためのより多くの研究やオープンソースのツールの創出を促進している。また、ロイターと提携し、無料のオンライントレーニングコースを通じて、世界中のニュースルームがディープフェイクや操作されたメディアを識別できるよう支援する取り組みを実施するとともに、2021年、ミシガン州立大学（MSU）と共同で、ディープフェイクの検出・帰属の研究手法を新たに発表した。これは、AIが生成した1枚の画像から、その画像を生成するために使用した生成モデルをリバースエンジニアリングするものであり、この方法により、ディープフェイク画像そのものが検出器の唯一の情報であることが多い実世界でのディープフェイク検出とトレースが容易になった。

#### 「情報発信者側における信頼性確保方策の検討」関係（9. 関係）

前回ヒアリングから引き続き、いずれの事業者も、公共性の高い情報等をユーザの目に入りやすい位置に優先的に配置する等の取組を行っている。また、ニュースサービスでは、提携媒体の選定基準策定やテクノロジーの活用等により信頼性の高い情報を掲載している。

各社の具体的な取組は次のとおり。

Twitter においては、有名人や政界の要人等に与えられるブルーバッジを従前用意していたが、その仕組みを見直し、ブルーバッジ（サブスクリプションを行っている者）、ゴールドバッジ（企業）やグレーバッジ（政府）を加えて、誰が誰とのコミュニケーションをしているか明瞭化を図っている。

ヤフーは、引き続き、伝統的メディア等と連携体制を構築しているほか、LINE は影響の大きなメディアとは定期的に情報交換を実施している。前回ヒアリングと比較し、Google は検索やニュースに関連して、既存のサポートチャンネルでは解決できない問題に関して追加のサポートサービスを提供しているほか、Meta は世界中の出版社と協力し、コミュニティの構築、ニュースルームの訓練、ニュース出版社と連携して偽情報と戦い、リテラシーの促進、新しいプラットフォームへの資金提供などを行っている。

## 2 その他現状等

### (1) 偽情報の流通状況

#### ① 偽情報に関する流通状況調査（アンケート調査）の結果

総務省は、我が国や諸外国における偽情報の流通状況に関するアンケート調査を、2021年3月<sup>20</sup>、2022年2月<sup>21</sup>に続き、2023年3月にも行った<sup>22, 23</sup>。

2023年3月の調査結果によると、直近1か月の間にインターネット上のメディアで偽情報を週1回以上見かけた人の割合は、日本で4割台、諸

---

<sup>20</sup> 株式会社野村総合研究所発表（本研究会（第26回）資料1「『フェイクニュース』に関するアンケート調査結果」）。

<sup>21</sup> みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社発表（本研究会（第36回）資料1「令和3年度 国内外における偽情報に関する意識調査－フェイクニュース及び新型コロナウイルス関係の情報流通調査結果－」）。

<sup>22</sup> みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社発表（本研究会（第45回）資料4「国内外における偽・誤情報に関する意識調査－令和4年度 国内外における偽・誤情報に関する意識調査より－」）。

<sup>23</sup> グラフについては、参考12「偽情報に関する流通状況調査（アンケート調査）の結果」を参照。

外国（米、英、仏、韓）で5～6割台であった。

情報源ごとの偽情報を見かける頻度は、日本ではSNSが最も高く、それにニュース系アプリ・サイト、動画投稿・共有サービスが続いた。日本で直近1か月の間にSNSで偽情報を多く見かけたと回答した人の割合は41.4%であった。

インターネットやメディアで流れる情報全般について、日本において情報の真偽を見分ける自信を尋ねると、30代から60代にかけて、「自信がない」が「自信がある」よりも高くなった。また、具体的な情報に絞って尋ねると、「新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報」については「自信がある」（32.0%）と「自信がない」（30.5%）の差が小さくなった一方、「ウクライナ情勢に関する情報」については、「自信がない」と答えた割合（41.5%）が情報全般について尋ねた場合（34.8%）よりも高くなった。

関連して、インスタグラムを模した架空の人物のアカウント（画像）を表示し、そのアカウントが本物か偽物か尋ねたところ、日本では、「はい（本物）」が5.4%、「いいえ（偽物）」が57.1%、「わからない」が37.6%であった。米国では「はい（本物）」が21.9%、「いいえ（偽物）」が62.7%、「わからない」が15.4%であり、これと比べると、日本では「はい（本物）」と答えた人が少ない一方、「わからない」と答えた人が多かった。

日本における偽情報関連の用語の認知度は、高い方から順に、「誤情報」が92.8%、「偽情報」が91.2%、「ディープフェイク」が61.4%などであった。反対に、「アテンションエコノミー」（16.4%）、「エコーチェンバー」（18.0%）、「フィルターバブル」（21.7%）など、プラットフォームサービスや広告の仕組みに関連する用語の認知度は低かった<sup>24</sup>。これらの日本において認知度が低い用語は、他国では3～5割台の認知度があった。

新型コロナウイルスやそのワクチンに関して特に信用できる情報源を尋ねると、日本における回答は、「自国の政府機関による情報発信」（41.0%）、「世界保健機関（WHO）や専門機関、病院による情報発信」（27.7%）、「公共放送局による情報発信」（23.7%）、「該当するものはない」（23.2%）、「民間放送局による情報発信」（21.2%）、「新聞社による情報発信」（14.4%）の順に多かった。

---

<sup>24</sup> その他、「アルゴリズム」が61.0%、「おすすめ・レコメンデーション」が49.9%、「ファクトチェック」が43.7%、「確証バイアス」が41.9%であった。

インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方について、日本において「強くそう思う」又は「ある程度そう思う」という回答が多かったものとしては、下表記載のものが挙げられる。

意見・考え方	「思う」割合
インターネット上で自身が受け取る情報のうち、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい	70.1%
政府は、インターネット上の情報の真偽を見分けられるようにするために、メディア情報リテラシーを向上させる機会を提供すべき	62.4%
偽情報・誤情報対策としてファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ	61.8%
SNS 事業者や検索サービスを提供する事業者は、インターネット上の情報の真偽を見分けられるようにするために、メディア情報リテラシーを向上させる機会を提供すべき	61.3%
インターネット上で表示される検索結果やコンテンツ、広告が自身に最適化される仕組みを理解する必要がある	54.8%
SNS やポータルサイトでファクトチェックの結果をもっと表示させるべき	53.4%

## ② 偽情報に関する流通状況及び接触状況調査の結果

上記①とは別に、実際のコロナワクチンと政治関連の偽情報 12 件を使って行われた 2022 年の調査結果<sup>25</sup>によると、40.4%の人が 1 つ以上に接触していた。偽情報に接触して、その情報が誤っていることに気づいた割合は、コロナワクチン関連が 43.4%、政治関連は 20.3%にとどまった。年代別に見ると、とりわけ政治関連の偽情報において、50 代や 60 代（誤っていることに気づいた割合がそれぞれ 18.7%、14.2%）の方が、20 代から 40 代にかけての世代（同 20.9%～26.3%）よりも誤っていると気づきにくい傾向が見られた。

偽情報の拡散行動を分析した結果によると、偽情報を拡散しやすい傾向

<sup>25</sup> 山口真一准教授発表（本研究会（第 42 回）資料 2「偽・誤情報の現状とこれから求められる対策」）。なお、別の調査結果によると、2020 年には年間 2,615 件（1 日平均 7.2 件）の疑似言説が拡散しており、主に新型コロナウイルス感染症関連・米国大統領選挙関連の偽情報が拡散していた（山口真一准教授発表（本研究会（第 26 回）資料 3「わが国における誹謗中傷・フェイクニュースの実態と社会的対処」））。

にあるのは、偽情報を信じている人（コロワクチン関連の偽情報の場合、誤っていると気づいている人に比べて拡散確率が 20.7 ポイント高い）、メディアリテラシーや情報リテラシーが低い人（コロナワクチン関連の偽情報の場合、メディアリテラシーが最も低い人は、最も高い人に比べて拡散確率が 27.1%高い）である。

また、コンサバティブに不利なものトリベラルに不利なもの2つの実際の政治関連の偽情報を使った実証実験の結果によると、コンサバティブ・リベラルいずれの立場でも、偽情報を見て支持を下げの人が少なくなかった。特に弱い支持をしていた人ほど支持を下げやすい傾向が見られた<sup>26</sup>。

## （２） 各ステークホルダーの取組状況

### ① 多様なステークホルダーによる協力関係の構築

偽情報の問題に対しては、多様なステークホルダーによる多面的な議論が行われ、プラットフォーム事業者、ファクトチェック機関、メディアなど関係者間の協力が進められることが必要である。

この点、2020年6月に設立された「Disinformation 対策フォーラム」<sup>27</sup>での議論を経て、2022年10月に、我が国における新たなファクトチェック団体として、SIAにより、JFCが設立された。JFCは、インターネット上に流通する偽情報についてファクトチェックを実施し、自団体のウェブサイトのみではなく、ソーシャルメディアやニュースサイトも活用してファクトチェック記事を発信するなどの活動を行っており、2023年5月にはIFCNに加盟（認証を取得）した。

このほか、ソーシャルメディア関連事業者による業界団体である SMAJ は、2022年8月以降、透明性・アカウントビリティを確保することを主眼において、会員企業の自主的な取組として、「誹謗中傷、偽情報・フェ

---

<sup>26</sup> その他、本研究会の場で結果が共有された有識者による調査研究として、偽情報に関するニュースの生態系に関する分析（藤代裕之准教授発表（本研究会（第27回）資料4「フェイクニュース生成・拡散のメカニズム」）、SNSにおける偽情報の拡散状況や人間の認知に関する分析（鳥海不二夫教授発表（本研究会（第26回）資料2「データから見るフェイクニュース」））がある。

<sup>27</sup> 事務局：SIA。

イクニュースに対する行動規範」の策定に向けた議論を行っている。

以上のような各ステークホルダーによる取組状況を踏まえ、本研究会は、偽情報に対するコンテンツモデレーションに関する透明性・アカウントビリティ確保のあり方の具体的な検討に向けて、プラットフォーム事業者等のステークホルダーによる自主的な対応について追加的にヒアリングを実施し、関係者間で参照しやすい取組集として、「偽情報対策に係る取組集 Ver. 1.0」を取りまとめ、2023年3月に公表した。その中では、JFCの設立のほか、プラットフォーム事業者による各種対策（公共性の高い情報やデマを打ち消す情報を最も目立つ場所に掲載、ガイドラインに基づく削除等の強化・ユーザーへの啓発、偽情報に関する人々の行動を調査分析、政治的広告・投稿の透明性を高めるツールや製品の導入など）、ファクトチェックの普及活動を行うFIJによるファクトチェック支援システム（疑義言説の自動検知システム「Fact Checking Console」、疑義言説データベース「Claim Monitor」）の提供等が紹介されている。

② プラットフォーム事業者による適切な対応及び透明性・アカウントビリティの確保

モニタリング結果のとおり。

③ 利用者情報を活用した情報配信への対応

モニタリング結果のとおり。

④ ファクトチェックの推進

上記①のとおり、「Disinformation 対策フォーラム」での議論を経て、「ファクトチェック機関の創設」に取り組むことが提言されたことから、SIAが、2022年10月にJFCを創設した。2022年12月時点で累計40件の記事を配信しており、累計Page View数は217万Page Viewがあった。

⑤ 情報発信者側における信頼性確保方策の検討

モニタリング結果のとおり。

## ⑥ ICT リテラシー向上の推進

ICT リテラシーの取組に関して、「ICT 活用のためのリテラシー向上に関する検討会」（座長：山本龍彦 慶應義塾大学大学院法務研究科教授）において、2023 年 6 月、短期的又は中長期的に取り組む事項の方向性がロードマップとして整理された。

偽情報への対応については、「目指すべきゴール像」として、「情報の批判的受容」等、「デジタル社会の構成員として、他者への影響に配慮し、健全な情報空間確保のための責任ある行動を取ることができること」が設定されている。

特に短期的に取り組む事項としては、「リテラシーの全体像と指標の作成」、「世代共通課題」（インターネット上の情報流通に関する仕組み、ビジネスモデルの理解等を含む課題に対応した教材の開発など）に加え、生成 AI を念頭に「AI の活用におけるリテラシーの整理」が挙げられた。

## ⑦ 研究開発の推進

第 45 回会合において行われたみずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社の発表によれば、以下のとおりである。

偽情報検知等を目的に研究開発された ICT ツールは、目的別に、「コンテンツの検証」、「リソースの信頼性検証」、「フェイクニュース検出」、「コンテンツの検証作業支援」、「その他」に分類できる。GPT-3、GPT-4、LaMDA、PaLM、LLaMA などの大規模言語モデル（LLM）は、偽情報を含む文章生成ツールに用いられるリスクもある一方で、偽情報を検知するためのツールに用いられる可能性もある。加えて、別目的で開発されたツールを偽情報の検知等に応用できる可能性もある。

例えば日本の技術だと、AI により生成されたフェイク顔映像を自動判定するプログラムを開発した、コンテンツ検証のための「SYNTHETIQ VISION」（国立情報学研究所シンセティックメディア国際研究センター 越前センター長と山岸副センター長のグループ）や、同じくコンテンツ検証のためのディープフェイク検出 AI 「Self-Blended Images (SBIs）」（東京大学情報理工学系研究科電子情報学 山崎准教授と院生による研究）が挙げられる。また、疑似言語収集システムと疑似言説データベース、そしてファクトチェックナビから構成されるファクトチェック支援システム（FIJ が提供）がある。更に、ネット上で意見の分断が起きている、少数の人が発信しているニュース記事に対してアラートを出す仕組みを開発・

実証した「フェイクアラート」(TDAI Lab、東京大学鳥海教授、NHKの共同研究、実証)といったツールがある。

## ⑧ 国際的な対話の深化

偽情報の問題に対して、国際的な対話を深めていくことが望ましい。

この点、前述のとおり、総務省では、偽情報も含めたインターネット上の違法・有害情報対策に関する国際的な制度枠組みや対応状況を注視し、対応方針について国際的な調和(ハーモナイゼーション)を図るため、国際的な対話を実施している。

加えて、2023年4月29日及び30日に、デジタル庁・総務省・経済産業省が共同で「G7 群馬高崎デジタル・技術大臣会合」を開催した。「自由でオープンなインターネットの維持・推進」など6つのテーマについて議論が行われ、成果として「G7 デジタル・技術閣僚宣言」が採択された。同宣言の中で、偽情報対策に関する民間企業や市民団体を含む関係者によるプラクティス集(EPaD: Existing Practices against Disinformation)を作成し、国連主催のインターネット・ガバナンス・フォーラム(IGF)2023で発表することが宣言された。

## 3 情報空間の健全性に関する派生的論点

第二次とりまとめにおいて、インターネット上の言論空間には、プラットフォーム事業者によるレコメンデーションによってユーザが無意識のうちにフィルターバブルに閉じ込められることやエコーチェンバー効果が発生することで、攻撃的な傾向への誘導やフェイクニュースの拡散、社会的分断を生じ得るとの指摘があった(第二次とりまとめ97頁脚注60)。そこで、かかる指摘について、とりわけ偽情報の拡散への影響等を検証する観点から、以下のとおり、トピックごとに有識者へのヒアリングを実施した。

### (1) フィルターバブル

第44回会合において、東京工業大学笹原和俊准教授から、フィルターバブルの定義及び実態について発表が行われた。



フィルターバブルとは、インターネット上の情報が、個々のユーザの関心や過去の検索履歴、閲覧履歴などに基づいて選択的に表示される現象であるとされている。

フィルターバブルに関する研究は、プラットフォームがアルゴリズムを公開しない限り、アルゴリズムの振る舞いを正確に把握することは難しい点が指摘されつつ、リコメンデーション機能によって、特定の思想の方向に誘引されることを示す研究<sup>28</sup>や、一方で、アルゴリズムによってフィルターバブルが生じているのではなく、友人等社会的ネットワークが情報の偏りに影響を及ぼしているとする研究<sup>29</sup>も紹介された。

## (2) エコーチェンバー

第44回会合において、東京工業大学笹原和俊准教授から、エコーチェンバーの定義、実態及び仕組みについて発表が行われた。

エコーチェンバーとは、同じ意見を持つ人々が集まり、自分たちの意見を強化し合うことで、多様な視点に触れることができなくなってしまうような現象、同じ意見でハウリングが起こってしまうような現象とされており、音が反響する物理現象のメタファーとして用いられている。

エコーチェンバーが実際に発生しているかどうかを可視化した例として、2020年の米国大統領選時における、ツイートの拡散に見る「リベラル系」と「保守系」のイデオロギーの分断等を可視化した研究<sup>30</sup>が紹介された。

また、エコーチェンバーの仕組みについての分析として、数理モデルを用いたシミュレーションにより、社会的影響を強化したり、アンフォローを高頻度で行うというオンライン上での行動及びそのようなアンフォローを可能にするプラットフォームのアーキテクチャーが、エコーチェンバーの発生を加速化することを示した研究<sup>31</sup>が紹介された。

---

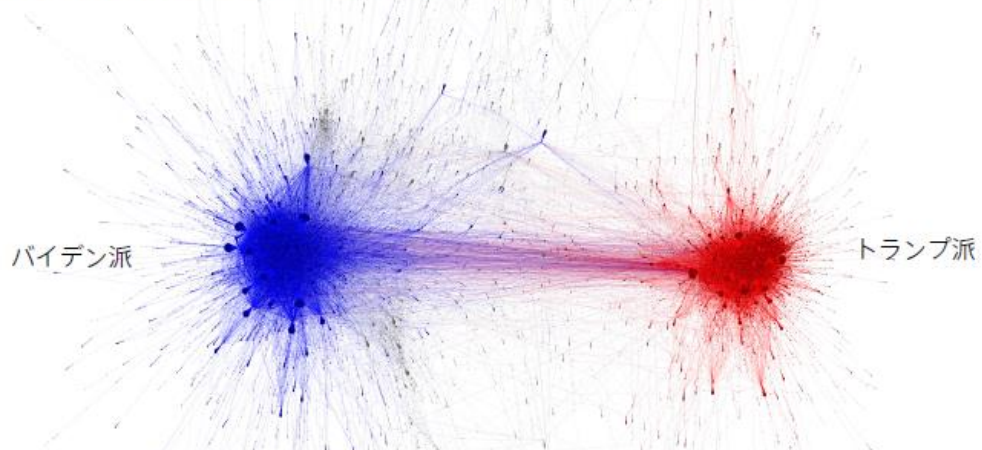
<sup>28</sup> Ribeiro, M. et al. “Auditing radicalization pathways on YouTube” (Proc. of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency) <https://doi.org/10.1145/3351095.3372879>

<sup>29</sup> Bakshy et al. “Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook” (Science (2015)) <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>

<sup>30</sup> W. Xu and K. Sasahara “Characterizing the roles of bots on Twitter during the COVID-19 infodemic” (Journal of Computational Social Science (2022) 5: 591-609) <https://doi.org/10.1007/s42001-021-00144-6>

<sup>31</sup> Sasahara, et al. “Social influence and unfollowing accelerate the emergence of echo chambers” (Journal of Computational Social Science (2021) 4: 381-402) <https://doi.org/10.1007/s42001-022-00167-7>

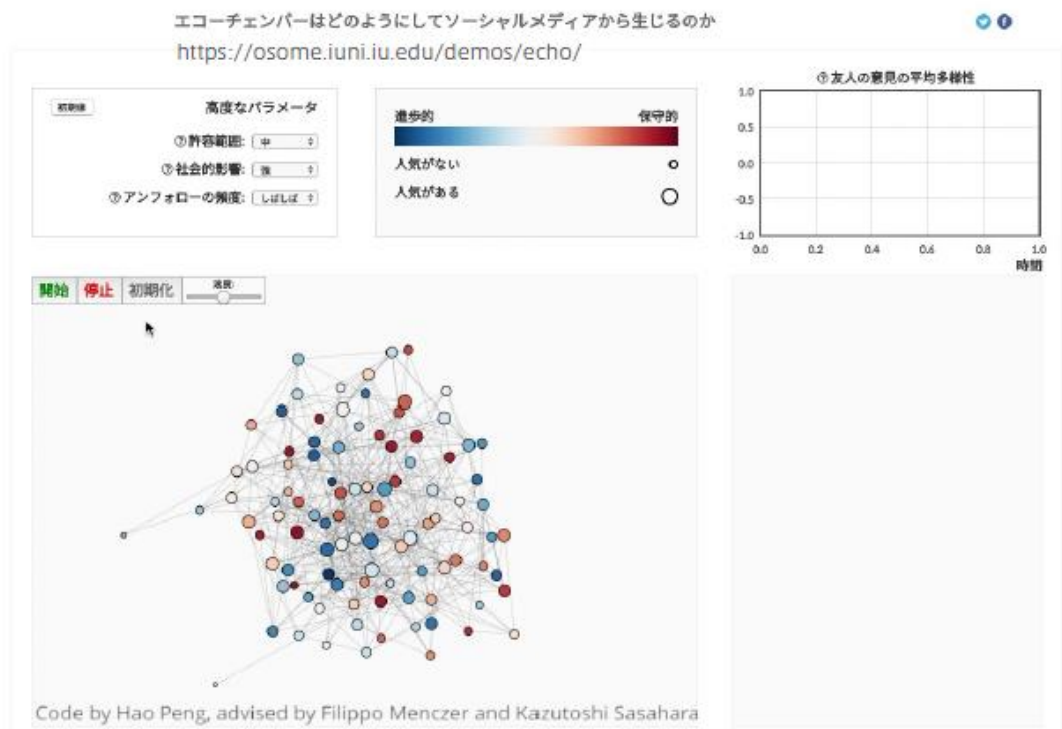
## 米大統領選2020のエコーチェンバー



ツイートの拡散に見るリベラル系（青）と保守系（赤）のイデオロギーの分断

日本経済新聞電子版（2020/10/30, 笹原作成）

7



出典：プラットフォームサービスに関する研究会（第44回）資料1「エコーチェンバーとフィルターバブル：プラットフォームが促進するフィードバックループ」

エコーチェンバーとフィルターバブルの共通点として、どちらも情報源を制限する環境（あるものは隠し、あるものはより見せるという構造）になっていること、選択的接触を加速させていることが指摘された。これらにより、情報の偏りや視野の狭窄が生じ、このような偏りが過度なものとなるこ

とで、意見の偏り、極性化、対立、分断が生じ得ることが指摘された。他方で、選択的接触が意見の偏り、極性化、対立、分断に対してどの程度影響を及ぼすかについて、定量的かつ正確には見積もられておらず、影響は小さい可能性もある点が指摘された<sup>32</sup>。

また、前述の影響を低減する方策として、レコメンデーションに関するアルゴリズムの公開等の方法により、選択的接触の状況を可視化するという方策が指摘された<sup>33</sup>。

### (3) 分極化

第44回会合において、大阪大学辻大介教授から、インターネット上の政治的分極化について発表が行われた。

米国においては、「保守」と「リベラル」の政治的分極化が顕在化しており、主要因ではないものの、インターネットの利用が一部影響を与えているのではないかとする先行研究<sup>34</sup>が紹介された。

一方で、我が国において、インターネットの利用によって、人々の態度が分極化されるかについて、イデオロギーが対立しそうな様々なトピックに対し、アンケート調査票によるサーベイデータを用いて分析したものの、一部のトピックには分極化効果は見られたものの、大半のトピックに関して分極化効果は見られなかったとする結果が紹介された。

### (4) 情報的健康

第46回会合において、山本構成員及び東京大学鳥海不二夫教授から、情報的健康について発表が行われた。

---

<sup>32</sup> この点に関し、総務省は、令和5年度調査研究において、アルゴリズムによる選択的表示及び個人の情報に対する受動的態度の実態の仮説を検討するため、シミュレーション型検証（フィルターバブル現象発生の有無についての実態把握及びデータ分析を通じたフィルターバブルの具体的把握）と、並行して大規模アンケート調査（受動的姿勢につながる①オンライン空間に対する理解状況、②情報摂食行動、③情報に対する価値観の3要素、フィルターバブルへの対処状況等に関するアンケート調査）を実施予定であり、こうした研究の実施と結果の公開は有用と考えられる。

<sup>33</sup> 情報的健康の観点からも、偽情報への接触度、情報（情報のカテゴリー）の偏り度等の指標を提示する「情報ドック」の有用性について指摘があった。

<sup>34</sup> Prior, Markus, 2007, Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections, Cambridge U.P.

2022年1月、アテンション・エコノミー<sup>35</sup>が構造的要因となって、作為的・他律的な「情報偏食」（システム1が巧妙に刺激され、反射的に「反応」してしまう世界）が生じており、それが様々な課題（フェイクニュース、誹謗中傷、エコーチェンバーetc.）を惹起している可能性について指摘し、情報の摂取行動を意識することの重要性（さまざまな情報に触れることで「免疫」を獲得すること）や、かかる行動を意識できる環境構築の重要性を主張する「健全な言論プラットフォームに向けて—デジタル・ダイエット宣言 ver. 1.0」が公表された。

2023年5月、当該文書を更新する形で公表された「健全な言論プラットフォームに向けて ver2.0 情報的健康を、実装へ」に関して、以下のとおり紹介がなされた。

まず、主な変更点は、①情報的健康の定義をより包摂的なものとする変更、②生成AIをめぐる論点の追加、③脳神経科学的観点からの検討、④リテラシー・教育に関する記述の充実、⑤広告をめぐる論点の追加、⑥通信事業者をめぐる論点の追加、⑦「不健康」がもたらす具体的害悪の抽出&基礎調査、⑧実装に向けた施策の提案、となっており、実装に向けた今後の取組として、技術的施策、社会的・制度的施策、技術と制度の双方にまたがる施策の提案がなされた。

また、デジタルプラットフォーム事業者の基本原則として、①「認知過程の自由」への配慮、②フィルターバブル対策（レコメンダー・システムに対する主体性の確保etc.）、③フェイクニュース対策（ファクトチェック機関との連携etc.）、④公共的アルゴリズムの「例外的」実装（選挙等／災害／パンデミック／未成年者保護／有事）、⑤透明性確保（レコメンダー・システムのロジック等の透明性、「情報的健康」へのスタンスの可視化）、⑥責任体制・ガバナンス（倫理委員会etc.）、⑦実態把握、がなされるべきではないかとの提言が紹介された。

## 4 海外動向

### (1) 米国

---

<sup>35</sup> 例えば、山口真一准教授発表（本研究会（第42回）資料2「偽・誤情報の現状とこれから求められる対策」）においては、「「関心経済」のことで、情報が指数関数的に増加していても人々が読み切ることができない時代において、情報の質よりも人々の関心をいかに集めるかが重視され、その関心や注目の獲得が経済的価値を持って交換財になるということを指す。システム1（速い思考）を刺激することが収入につながる。」と説明されている。

米国では、2022年に国土安全保障省（DHS）が偽情報ガバナンス委員会（Disinformation Governance Board）の創設を発表した。その目的は、偽情報の脅威に対抗するためのベストプラクティスの収集を行うことであった。しかし、当該発表はソーシャルメディア上で炎上し、メディアによる批判を受けた結果、DHSは委員会の検討を中止し、同年8月には活動を停止した。

また、ホワイトハウスは2022年9月8日に専門家や実務家とのリスニングセッションを開催し、「競争及び、技術プラットフォームの説明責任の強化」を公表した。背景にある6つの懸念事項に偽情報が含まれる。また、改革のための6つの基本原則には、通信品位法第230条によるプラットフォームの保護の撤廃が原則として記載されていた。

更に、2023年1月から2月の第118回議会の期間中に、通信品位法第230条の改正を伴う法案が4件提出された。

偽情報に関する州法やポリシーステートメントの例として、新型コロナウイルスに関して、ミネソタ州、カリフォルニア州では、医師や看護師といった専門家による情報発信行為が規制された。カリフォルニア州の場合は、医師の言論の自由に配慮して、オンライン、テレビ等のパブリックドメイン上でのコメントは対象外であったが、ミネソタ州の看護委員会のポリシーステートメントでは、看護師の情報発信が広く対象となった。また、2023年2月には、ニューヨーク州、マサチューセッツ州においてディープフェイクを規制する法案が提出された。

2022年に行われた中間選挙に関連し、米国では、州単位でオンライン上に存在する選挙関連の偽情報への対応が行われるケースが確認された。専門機関・担当者を設置して選挙活動を監視する取組や、選挙に関する誤った噂に対して、州や選挙管理部門がウェブサイト上で訂正を行う取組があった。前者はコロラド州、コネチカット州、カリフォルニア州での取組がある。また、ノースカロライナ州ではソーシャルメディア上での「月曜日の神話バスター」や、カリフォルニア州では、「カリフォルニア州選挙のうわさ」等の情報発信の取組が行われた。

## （2） 欧州連合（EU）

デジタルサービス法においては、超大規模オンラインプラットフォーム事

業者等は、違法コンテンツやシステム上のリスクが起こす悪影響の軽減策の検討が必要であるとされており（第 35 条）、リスク軽減策の 1 つとして、行動規範を通じた協力が掲げられている（同条第 1 項(h)）。加えて、このような行動規範の作成は、欧州委員会が奨励・促進するものとされている（第 45 条第 1 項）。そして、同法の前文においては、2022 年 6 月の「強化された偽情報に関する行動規範」（The Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022）も言及されている（前文（106））。

この「強化された偽情報に関する行動規範」には、幅広い関係者が署名を行っており、2023 年 5 月 25 日時点において、署名者が 34 者に増えている。同行動規範は第 II 章から第 X 章で構成されており、44 のコミットメント、128 の措置、指標が含まれている。

そして、2023 年 1 月には、同行動規範に対する初のベースラインレポートが提出された。2023 年 2 月、Google、Meta、TikTok、Microsoft が初めて EU 加盟国レベルでデータを提供し、各署名者のレポートは、同行動規範の規定に基づき「透明性センター」と呼ばれるウェブサイト上に公開された。一方、Twitter（現 X）の報告はデータ不足との指摘を受けている。

### （3） 豪州

豪州では、デジタル産業の業界団体である DIGI が、2019 年 12 月に発表された政府からの要請に応じて検討を行い、2021 年 2 月に「偽・誤情報に関するオーストラリアの行動規範」を策定・公表した。同行動規範への署名者 8 者は、2021 年 5 月 22 日、2022 年 5 月 30 日の 2 回、透明性レポートを公表している。2 回目には、全ての署名者のレポートが専門家によって事前レビューされている。

豪州における偽情報の削減量について各社が情報を公開しており、具体例として、TikTok は豪州国内で医療関連の偽情報動画の削除件数を月別に公表している。

2022 年 12 月 22 日、DIGI が更新版の行動規範を公表している。主な変更点は、より小規模なデジタルプラットフォームの参加を促進する工夫が追加された点である。また、偽情報を拡散しないように、レコメンド機能やデジタル広告に対するコミットメントを追加している。

豪州では、現在、偽情報対策を目的とした法律の制定に向けた動きがある。2023 年 1 月 20 日、政府は同年上半期に、偽情報に関する法案を公開協議にかける予定であると公表した。同時に、オーストラリア通信メディア庁（ACMA）に対して、デジタルプラットフォームへの新たな権限を付与することも公表

された。例えば、ACMAによる情報収集や、ACMAに強制力のある行動規範の作成権限を与えるということが含まれる。

豪州は2023年7月から8月にかけて、偽情報に対応するための「通信法改正案」についてパブリックコメントを実施した。

#### (4) ファクトチェック団体・ファクトチェック支援団体の動向

##### ① 海外におけるファクトチェック団体の動向

韓国ではテレビ放送局、ケーブルテレビ専門チャンネル、新聞社、インターネットニュース等がファクトチェック情報を公開している。例えば、テレビ放送では、ニュース番組内でファクトチェックコーナー<sup>36</sup>を設けたり、ファクトチェック専門番組<sup>37</sup>を制作している。一方で、運営資金難から活動を停止する機関もある。市民参加型のファクトチェック機関「ファクトチェックネット」は政府資金が2年連続で削減されたため、2023年1月末に解散した。

##### ② 海外におけるファクトチェック支援団体の動向

国際連携の動きとしては、①IFCNの取組、②ヨーロッパ域内の取組がある。①の例として、ファクトチェック活動「#UkraineFacts」では、IFCNの署名済機関120団体が参加し、ウクライナ情勢に関して共同で取り組んだ。また、②の例として、EFCSN (European Fact-Checking Standards Network) がある。2022年に欧州評議会加盟国46か国のファクトチェック及びOSINT組織<sup>38</sup>を対象に、偽情報と闘うためのプロジェクトが開始された。当該プロジェクトにおいては、ファクトチェック機関が偽情報と闘うための取組の指針、標準規範が同年8月に公表されており、当該規範に準拠することが確認されれば、EFCSNのメンバーとなる。

---

<sup>36</sup> テレビ局KBSの番組内のコーナー「ファクトチェックK」。

<sup>37</sup> テレビ局MBCの専門番組「あなたが信じていたフェイクシーズン2」。

<sup>38</sup> オープン・ソース・インテリジェンス (Open-Source Intelligence) を行う組織。

## 第2章 今後の方向性（結論）

### 1 モニタリング

本研究会では、プラットフォーム事業者による偽情報への対応の実施状況についてモニタリングを行ってきた。プラットフォーム事業者による投稿の削除やアカウントの停止等の措置に関する透明性・アカウントビリティを確保することは、当該サービスのユーザ及びユーザ以外の者による客観的な根拠に基づく批評を可能にし、こうした批評がプラットフォームサービスの運営にフィードバックされることを通じて、投稿の削除やアカウントの停止等の措置の運用の改善につながることを期待される。したがって、こうしたモニタリングの取組については、継続的に実施していくことが適当である。

なお、前述のとおり、2023年のモニタリングにおいて、Twitter（現X）からは、再三の求めにもかかわらずヒアリングシート及び発表資料が提出されなかった。任意とはいえ、資料が提出されなかったことは遺憾である。

### 2 今後の更なる検討

本研究会では、派生的論点として、フィルターバブル、エコーチェンバー及び分極化等の現象についても検討した。こうした現象が偽情報の拡散に寄与しているか否かは、計算社会科学等の学術分野における更なる研究が期待されるところであり、本研究会において結論づけることができるものではない。もっとも、第44回会合及び第46回会合において有識者から指摘された点を踏まえると、レコメンデーションに関するアルゴリズムの公開やリテラシー教育等の方法により、利用者が情報に対して選択的接触を行っていることを、当該利用者に対して認知させることが重要である。

加えて、近時は、生成AIやメタバース等の新たな技術・サービスの出現によりデジタル空間が更に拡大・深化している。このような中、インターネット上の偽情報の生成・拡散やプラットフォーム利用者の情報に対する選択的接触の問題は、アテンション・エコノミーを構造的要因とする場合を含め、プラットフォーム事業者だけでなく、生成AI事業者、仮想空間関係事業者、通信・放送事業者、利用者等の多様なステークホルダーが連携・協力して対応すべき、デジタル空間における情報流通の健全性に関わる課題の一つと言える。

総務省は、生成AI等による巧妙な偽情報の生成や拡散に伴う社会的な影響の深刻化を含む、デジタル空間における情報流通を巡る新たな課題と多様化する



ステークホルダーによる対応等の現状を分析し、デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた今後の対応方針と具体的な方策について検討するため、2023年11月より「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」（座長：宍戸常寿 東京大学大学院法学政治学研究科教授）を開催し、検討を継続している。今後、インターネット上の偽情報の生成・拡散やプラットフォーム利用者の情報に対する選択的接触の問題については、以上述べた観点を踏まえ、当該検討会において議論を深化させていくことが期待される。

なお、フィルターバブル、エコーチェンバー及び分極化等の現象を分析する研究を含むデジタル空間における情報流通に関する研究においては、実データの入手が重要であると考えられる。プラットフォーム事業者においては、APIの開放等により、研究者が情報空間に関する実データを入手しやすい環境を整備することが期待される。

### 第3部 利用者情報の適正な取扱いの確保について

#### 第1章 プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループの議論の結果について

令和4年6月に成立した電気通信事業法の一部を改正する法律（令和4年法律第70号。以下「改正法」という。）により新たに定められた外部送信規律については、その施行に向けて関係省令及びガイドライン等を整備することとされており、本研究会の第二次とりまとめにおいては、検討が必要な事項として5つの論点を提示し、それぞれ検討の方向性を示したところである。

#### 外部送信規律の施行に向けた論点及び検討の方向性

論点	検討の方向性
<b>1. 規律の対象</b>	
<b>論点1</b> 内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務 [法第27条の12柱書]	<b>【内容】</b> ○固定・携帯電話、インターネット接続サービス、利用者間のメッセージ媒介サービス ○オンライン検索サービス、SNS・電子掲示板・動画共有サービス、オンラインショッピングモール、各種情報のオンライン提供(例:ニュース配信、気象情報配信、動画配信、地図等)……等 <b>【利用者の範囲(利用状況)】</b> ○ウェブサイト又はアプリケーションを通じた電気通信役務を利用する利用者 ○利用者の利益に及ぼす影響が少なく認められる利用状況ではないこと
<b>2. 規律の内容</b>	
<b>(1) 通知又は容易に知り得る状態</b>	
<b>論点2</b> 通知又は利用者が容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件 [法第27条の12柱書]	<b>【共通事項】</b> ○日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる ○階層化等によりスクロールせずに全体が表示できる、文字が適切なサイズで表示される ○送信先ごとに送信される情報の内容及び利用目的がわかるようにする <b>【通知】</b> ○情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報(URL等)を能動的に(ポップアップ等により)する ○階層化等により追加的に表示する情報がある場合には、利用者が容易にたどり着くことができる ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する <b>【容易に知りうる状態】</b> ○ホームページ(トップページ)及び情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて表示する ○アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において表示する ○階層化等により追加的に表示する情報がある場合には、利用者が容易にたどり着くことができる ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する

2. 規律の内容(つづき)	
(1)通知又は容易に知り得る状態(つづき)	
<p>論点3 通知又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項 【法第27条の12柱書】</p>	<p>【送信されることとなる利用者に関する情報の内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○送信される利用者に関する情報の項目の一覧</li> </ul> <p>【利用者に関する情報の送信先となる電気通信設備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○当該電気通信設備を設置する者(サービスを提供するための自社サーバを使用する者)又はその機能を利用する者(サービスを提供するために他社サーバの容量等を使用する者)の氏名・名称</li> </ul> <p>【その他総務省令で定める事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○送信されることとなる利用者に関する情報の利用目的(第三者提供等を含む。)</li> <li>○オプトアウト措置その他利用者の関与の方法</li> </ul>
(2)オプトアウト	
<p>論点4 オプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項 【法第27条の12第4号ロ】</p>	<p>【オプトアウト措置(を講じていること)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報(URL等)を能動的に(ポップアップ等により)する</li> <li>○ ホームページ(トップページ)及び情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて表示する</li> <li>○アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において表示する</li> <li>○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する</li> </ul> <p>【利用者の求めを受け付ける方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○メール、専用のフォームへの入力、ダッシュボードによる操作</li> <li>○日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる、利用者が内容を容易に理解し、オプトアウト措置の手続きを容易に行うことができるようにする</li> <li>○階層化等によりスクロールせずに全体が表示できる、文字が適切なサイズで表示される、その他利用者がオプトアウト措置に関する説明等を容易に読むことができるようにする</li> </ul>
2. 規律の内容(つづき)	
(2)オプトアウト(つづき)	
<p>論点4 オプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項 【法第27条の12第4号ロ】</p>	<p>【その他総務省令で定める事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○オプトアウト措置の内容(情報の送信を停止又は送信された情報の利用の停止)</li> <li>○送信されることとなる利用者に関する情報の項目</li> <li>○利用者に関する情報の送信先となる電気通信設備を設置する者(サービスを提供するための自社サーバを使用する者)又はその機能を利用する者(サービスを提供するために他社サーバの容量等を使用する者)の氏名・名称</li> <li>○送信されることとなる利用者に関する情報の利用目的</li> </ul>
3. 措置を取ることを不要とする情報	
<p>論点5 利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報 【法第27条の12第1号】</p>	<p>【符号、音響又は影像を適正に表示するために必要な情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○OS情報、画面設定情報、言語設定情報</li> </ul> <p>【その他総務省令で定める情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○入力した情報の保持等に必要な情報</li> <li>○認証に必要な情報</li> <li>○セキュリティ対策に必要な情報(サービス提供者のセキュリティに関するものに限る。)</li> <li>○ネットワーク管理に必要な情報</li> </ul>

これを踏まえ、総務省において、電気通信事業法施行規則（昭和60年郵政省令第25号。以下「施行規則」という。）の改正案を作成の上、「プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループ」（以下「利用者情報WG」という。）において、事業者団体・消費者団体等へのヒアリングを実施し、その内容について検討を行った。構成員等より、規律の対象範囲や通知公表の事項等について明確化を行うべきとの意見が示されたことを踏まえ、外部送信規律の施行について配慮すべき事項を整理し、各事項に対する対応方針を示した。

## 外部送信規律の施行に向けて配慮すべき事項に対する対応

内容	対応
1 外部送信規律の対象について、ガイドラインやその解説、FAQ等（以下「GL等」という。）において、可能な限り、わかりやすく説明すること。	電気通信事業における個人情報保護に関するガイドラインの解説（以下「解説」という。）の1－2において、考え方等を記載。対象サービスは、今後FAQ等において随時明確化。
2 通知又は公表を行う際の方法について、GL等において、文字の色の使い方を含め、利用者の認識や理解の向上につながる好事例を随時追加すること。	解説の2－1の（3）において、視認性の高い文字色を採用することが望ましい旨言及。その他、随時事例を追加予定。
3 通知又は公表を行う事項のうち、「利用目的」について、GL等において、事例等を用いて、なるべく具体的に説明すること。	解説の3－1の（3）において、一部記載。今後、さらに追記予定。
4 通知又は公表する事項に関して、オプトアウトの有無の記載についても、GL等において、事例として記載すること。	解説の3－2において、望ましい事項として記載。
5 通知又は公表を要しない情報のうち、「電気通信役務の提供のために真に必要な情報」については、GL等において、なるべく具体的に説明すること。	解説の4－1－1の（1）において、一部記載。今後、具体的な内容等についてさらに追記予定。
6 同意取得も含め、外部送信規律の施行状況について、適切にモニタリングすること。	解説の4－2において、望ましい同意取得の方法等について、記載。施行状況は、今後適切にモニタリング。

上記対応方針を含め、規律の詳細について明確化を行うため、「電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン」（令和4年個人情報保護委員会・総務省告示第4号。以下「電気通信事業GL」という。）及びその解説において、新たに外部送信規律に係る章を設けることとし、総務省において電気通信事業GLの解説の改正案を作成の上、事業者団体・消費者団体等へのヒアリングを実施の上、その内容について検討を行った。構成員等より、通知等を行うべき事項として記載する内容や、役務提供のために真に必要な情報に係る適用除外の考え方、同意取得の方法等について意見があったことを踏まえ、改正案への反映を行った。また、意見のあった事項のうち、個別事例の記載については、電気通信事業GLの解説において網羅的に記載することには限界がある等の意見があったことを踏まえ、同解説からは削除し、総務省のホームページにおいて、FAQ<sup>39</sup>の形で公開することとなった。

これら改正後の施行規則並びに電気通信事業GL及びその解説については、令和5年6月に改正法とともに施行されたところ、前述の対応方針における指摘を踏まえ、今後、外部送信規律の施行状況をモニタリングしていくことが適当である。

<sup>39</sup> [https://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/d\\_syohi/gaibusoushin\\_kiritsu\\_00002.html](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/gaibusoushin_kiritsu_00002.html)

## 第2章 プラットフォーム事業者における利用者情報の取扱状況のモニタリング結果

### 1 モニタリングの概要

電気通信事業 GL において、同ガイドラインの遵守状況及び電気通信事業者による情報の取扱いについて、定期的にモニタリングを行うことで現状を把握し、その結果を踏まえ、電気通信事業 GL について必要な見直しを検討することとされている。

今年度の利用者情報の取扱いに関するモニタリングについては、「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」（デジタル市場競争会議 令和3年4月27日）において、経済産業省による「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」（令和2年法律第38号。以下「透明化法」という。）に係るモニタリングと連携することとされていることを踏まえ、同法の規律対象事業者である Google、Meta、LINE ヤフーの3社に対して、デジタル広告分野におけるパーソナル・データの取扱いの観点から実施した（令和5年9月19日及び26日）。

今年度のモニタリングに当たっては、令和4年度の利用者情報WGにおけるヒアリング項目を基本としながら、「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」において確認することとされていた項目等を中心にヒアリングを実施し、プラットフォーム事業者の取組を通じ、消費者の理解やオプションなどの認知・利用がどの程度進んでいるかという観点から、各事業者の取組状況の確認を行った。

### ヒアリング項目

透明化法に係る主な確認項目	ヒアリング項目
1. 取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示	① サービス提供時にどのような利用者情報を取得し、どのように利用しているか。特に、広告ビジネスにおいてどのように利用しているか。 ② 取得する利用者情報の内容やその利用目的（自社での利用だけでなく、第三者提供含む。）について利用者へ知らせるに当たり、利用者が十分に理解できるよう、どのような工夫をしているか。 ③ 自社の広告配信サービスの対応状況。
2. ターゲティング広告を実施する旨及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示	④ 利用者情報の取得について、オプトアウトの機会を設けているか。オプトアウトが可能なことや、その設定画面へどのように案内しているか。 ⑤ インターネット広告に関しては、本人同意を前提として利用者情報を分析しターゲティングを行う方向性と、個人を対象とせず集団を対象としてターゲティングを行う方向性があるが、どのように考えるか。
3. 消費者がデータの取得・利用を拒否した場合の、サービスを利用するオプション提供の可否の開示	⑥ 第三者のオプトアウトの仕組みへの案内がされているか。また、利用者が拒否した場合は、サービスの利用について影響がある場合の説明がされているか。
4. データ・ポータビリティの可否・方法の開示	⑦ データポータビリティに係る取組を実施しているか。実施している場合には、どのように利用者へ開示・説明しているか。

## ヒアリングシート

1. 利用者情報の取扱いの状況について
  - ① 取得される利用者情報と取得場面
  - ② 取得した情報の加工・分析・利用
  - ③ 利用者情報の第三者提供
  - ④ 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用
  - ⑤ 利用者情報に基づくプロファイリングセグメント化
2. 利用規約・プライバシーポリシーについて
  - (1) 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
    - ① 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
    - ② サービス開始前の通知公表・同意取得(導線・掲載)
    - ③ プライバシーポリシーの変更に係る周知・同意取得
    - ④ 利用開始後にも定期的に通知を行うなどの工夫
  - (2) 透明性確保のための工夫
    - ① 透明性確保のための工夫や対処(ユーザーテスト実施他)
    - ② 同意取得や通知に当たっての具体的な工夫(階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン等)
  - (3) オプトアウト
    - ① オプトアウトを設けているか(方法・対象範囲等)
    - ② オプトアウトをしてもサービス利用継続が可能か
    - ③ ダッシュボード等を設けているか(方法・対象範囲等)
    - ④ オプトアウトに関する通知事項、導線
  - (4) データポータビリティ
    - ① データポータビリティの取組(方法・対象範囲等)
    - ② 対象情報、方法、提供フォーマット、提供先、相互運用性等
    - ③ 電磁的開示請求への対応、開示方法、提供フォーマット等
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
  - ① 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
  - ② 他アプリ提供社やサイト運営者に対する情報提供
  - ③ 情報収集モジュールやJavaScriptによる外部送信
  - ④ ③の場合の、他アプリ提供者やサイト運営者に対する情報提供
  - ⑤ 情報収集モジュールやJavaScriptについて、送信される情報の内容や送信先の変更等
  - ⑥ 複数の他アプリやサイトから収集した情報の管理
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況
  - ① 他社に対するデータ提供の状況
  - ② 他社との連携、留意点(利用者説明、安全管理等)
5. サードパーティによる情報収集への対応
  - ① サードパーティによる情報取得に関する方針
  - ② クッキーの代替手段の情報取得の動きへの考え方
6. PIA・アウトカムについての考え方
  - ① PIAの導入状況
  - ② 利用者情報の取扱いに関するアウトカムに係る検討
  - ③ 利用者にPIAの結果やアウトカムを説明しているか
7. 個人情報保護管理者の設置
  - ① 設置状況
  - ② 名称等
  - ③ 業務内容

## 2 モニタリングの結果

今年度のモニタリング結果は、各確認項目について、以下のとおりであった。

### (1) 取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示

#### ア 事業者の説明の概要

- ・ プライバシーポリシーを策定し、取得する情報の内容、取得・使用の条件について定めている。また、各社独自のコンテンツ・ツールによって利用者にわかりやすくするための工夫を行っている。
- ・ サービス等の利用・閲覧に伴って自動的に利用者情報が取得される場合がある。
- ・ 第三者から利用者情報の提供を受ける場合がある。

#### イ モニタリング結果

- ・ アカウントを取得している利用者に対しては、利用者情報の取扱いの概要をわかりやすく説明する工夫を継続して行っている点は評価できる。
- ・ 一方、アカウントを取得していない利用者やログインしていない利用者に対しては、こうした利用者がサービスを利用する場合に利用者情報が取得され利用される場合があるにも関わらず、必ずしも利用者情報の取扱いの概要がわかりやすく説明されているとは言えず、説明方法について改善の余地があるため、今後更なる検討を要する。

- 利用者情報の取扱いの詳細を定めたプライバシーポリシーにおいては、個別の記載事項の中には一般の利用者にとってわかりにくいものもあるため、記載方法について改善の余地がある。
- 第三者から利用者情報の提供を受けている場合や第三者のウェブサイトを通じて利用者情報を取得しているものについては、利用者による情報取得の認知が困難であるため、利用者がよりよく知り得るようにした方がよいとの意見が構成員からあり、利用者への説明の在り方について今後更なる検討を要する。
- プロファイリングにより生成した情報など、対象事業者が利用者から直接取得した情報以外の情報の取扱いについても、利用者にわかりやすく説明した方がよいとの意見が構成員からあり、今後更なる検討を要する。

## (2) ターゲティング広告を実施する旨及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示

### ア 事業者の説明の概要

- 利用者から取得した利用者情報を活用し広告配信を行っている。広告表示を行うに当たって利用される情報を、ユーザがコントロールができる。
  - ヤフーは、IDの「登録情報」やプライバシーセンターの「プライバシー設定」において、アプリケーションやサービス上でのデータ利用における個別の外部企業へのデータ提供について、オプトアウトが可能。
  - Googleは、アカウントの一括管理用ダッシュボードを通じてアカウントの設定を確認し、オプトアウト等の設定が可能。
  - Metaは、ダッシュボードを通じて、利用者はプライバシー設定、セキュリティとログイン情報、広告の表示等の設定の変更が可能。

### イ モニタリング結果

- アカウントを取得している利用者に対しては、概ね広告設定に関するツールが提供されており、利用者自身で利用者情報を活用した広告の表示に関する設定を行うことができるようになっている点は評価できる。
- 一方で、アカウントを取得していない利用者やログインしていない利用者がサービスを利用する場合には、広告の表示に関する設定ができないか、限られた範囲内ではしか設定ができないため、わかりやすい説

明とともに、オプトアウト等の設定方法を示す必要がある旨の意見が構成員からあり、今後更なる検討を要する。

- ・ 利用者情報の取扱いについて、利用者が設定・コントロールできることはよいが、全てを理解して設定することは難しいため、説明方法や設定支援など工夫の余地がある。
- ・ オプトアウト等の設定画面への導線がわかりにくいため、利用者に対しわかりやすく周知がなされるとよいのではないかとの意見が構成員からあり、今後更なる検討を要する。

(3) 消費者がデータの取得・利用を拒否した場合の、サービスを利用するオプション提供の可否の開示

ア 事業者の説明の概要

- ・ 各社、オプトアウトした場合にもサービスの継続利用は可能となっている。

イ モニタリング結果

- ・ 利用者情報について、当該情報を活用した広告表示に用いない旨の設定を行った場合に、広告以外の方法には利用されないのか、削除されているのかといった点は確認が必要であるとの意見が構成員からあり、今後更なる検討を要する。

(4) データ・ポータビリティの可否・方法の開示

ア 事業者の説明の概要

- ・ ヤフーは、自身のサービス利用履歴や位置情報・アクセス情報履歴のダウンロードが可能。
- ・ Google は、データを複数のフォーマットでダウンロード可能。また、一部の他社サービスにデータを直接転送することが可能。
- ・ Meta は、利用者は、アプリで共有したデータの閲覧、ダウンロードが可能。また、一部の他社サービスにデータを直接転送することが可能。

イ モニタリング結果

- ・ 事業者によって利活用される利用者情報には、取得したデータだけでなく、その取得したデータを元に事業者が生成したデータが存在するが、こうした生成データについては利用者がダウンロードできない点について、改善の余地があるのではないかとの意見が構成員からあり、今後更なる検討を要する。



### 3 今後の取組の方向性

今年度のモニタリング結果を踏まえ、総務省による今後の利用者情報の取扱いに関するモニタリングについては、以下のとおり行っていくことが適当である。

- ・ 電気通信事業 GL 第 52 条第 2 項等に基づき、デジタル広告分野に限らず、利用者情報の取扱いについて、継続的にモニタリングを行うべきである。
- ・ 上記のモニタリングを行うに当たり、総務省において安定的なモニタリングの枠組みを作ることが必要である。
- ・ 上記のモニタリングを行うに当たり、事業者からの情報提供が十分に得られるように、総務省においては、ヒアリング項目や方法の工夫を行うとともに、必要に応じ制度的な対応も検討すべきである。
- ・ 上記のモニタリングを行うに当たっては、特に利用者保護の観点に立ち、新たなターゲティング手法の登場等の業界の動向を踏まえながら、プラットフォーム事業者における情報取得の方法等、利用者情報の取扱いについて確認していく必要がある。
- ・ 上記のモニタリングを行うに当たっては、特に、今般のモニタリング結果において要検討事項と指摘された事項について検討を深めることが必要である。その上で、プラットフォーム事業者が、アカウントを取得していない利用者やログインをしていない利用者からも情報を取得していること、第三者や、第三者のウェブサイトを通じて情報を取得していることに関し、利用者保護の観点から、対応を行うべき点がないかについて検討を行うことが必要である。

## おわりに

本第三次とりまとめ（案）は、第二次とりまとめ（2022年8月公表）の後に行われた検討結果を踏まえ、誹謗中傷等の違法・有害情報（第1部）、偽情報（第2部）、利用者情報（第3部）のそれぞれのテーマについて、具体的な方策の在り方や今後の検討の具体的な方向性を示したものである。

総務省においては、今後ともプラットフォームサービスを巡る市場動向が電気通信分野に及ぼす影響や環境変化、さらには国際動向を注視するとともに、必要に応じて、政策対応の在り方について不断の見直しを行い、利用者が安心・信頼してプラットフォームサービス及び電気通信サービスを利用できるよう努めていくことが適当である。

以上