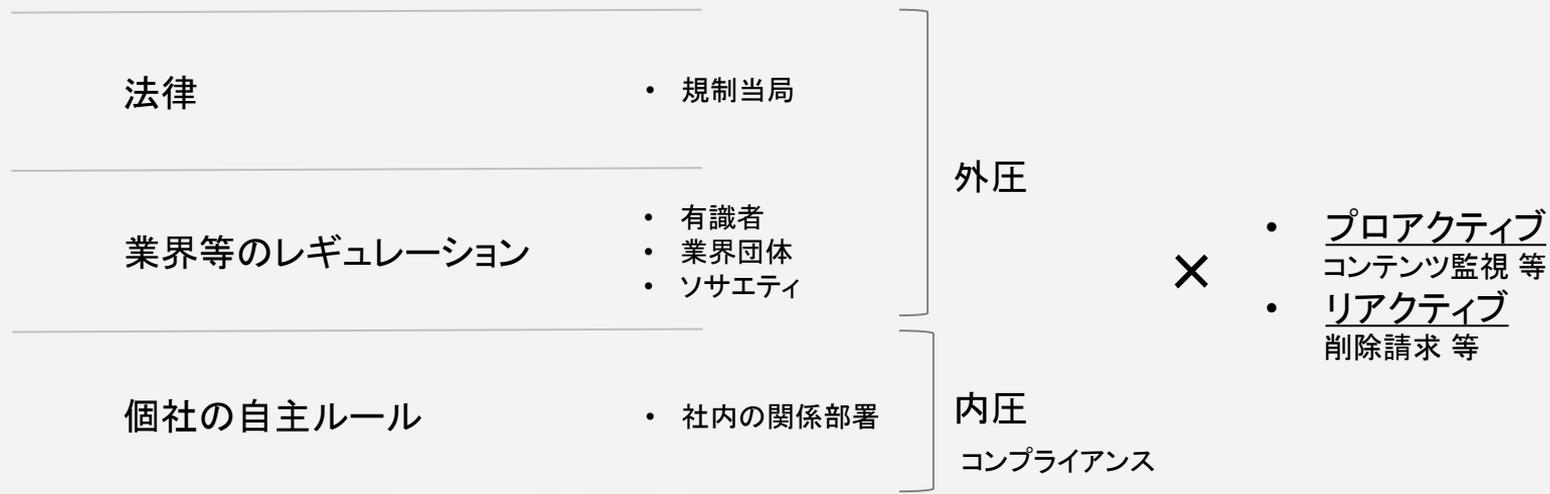


LINE

Fake News対策に関する LINE としての提言

1. 一般的なコンテンツの監視基準について
2. 日本のFake News対策の状態
3. 国内事例
4. 経験則から考えられるFake Newsの形と問題提起
5. 政府への提言

基本は3層構造 → サービス各社がすべての基準をクリアするようにTake Downする



日本のFake News対策の状態



現状を誰も評価ができていないのではないか

日本では、①災害時、②選挙時、③キュレーションサイト等において問題となった事例が存在。

各ステークホルダーが、(十分か/不足しているかも含め)説明と対策を求められているが、明確な答えが無い状態。

これは、安易にステークホルダーの倫理観の低下や欠如と捉えず、エビデンスの欠如と捉えるべき。

エビデンス例

「Fake Newsの実態」「定義」「対策の射程(対策するとして、すべからく規制するのか、分野を限定するのか)」「守られるべき利益(=法益)」「侵害される可能性のある利益(表現の自由、言論の自由など)」

①の例

2016年4月 熊本地震に際して「動物園からライオンが放たれた」というデマがSNSで拡散

②の例

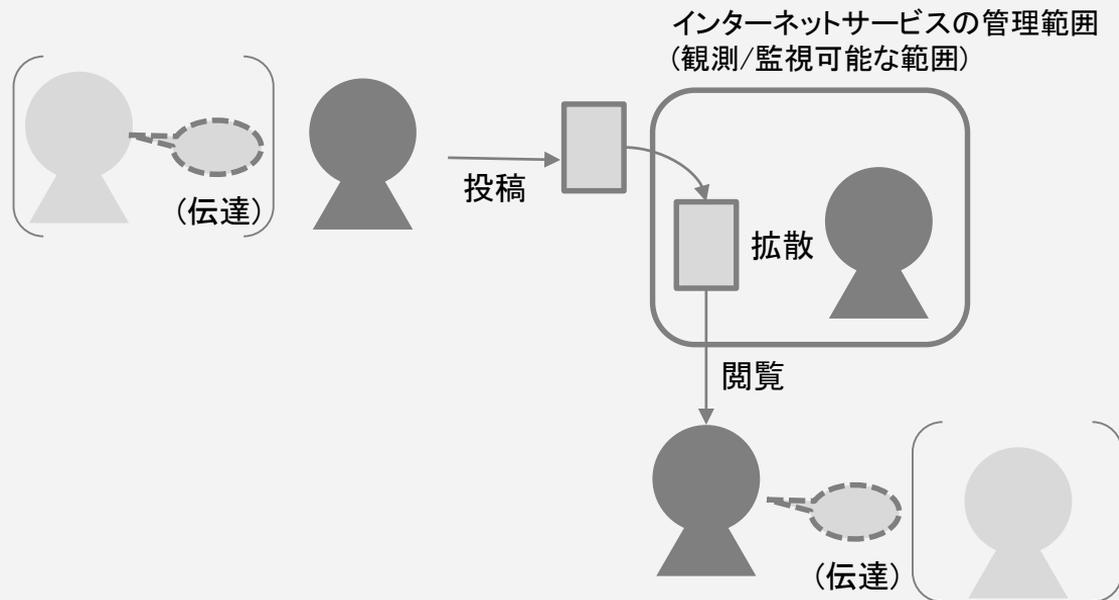
2018年 沖縄県知事選に際し、玉城デニー候補(当時)を批判する出所不明の情報・動画、同候補が発言していない内容を前提とした批判などがSNSで拡散

③の例

2016年 医療・健康系キュレーションサイトにて、専門家の監修を経ていない虚偽内容を含む記事、著作権法や健康増進法等の法令に違反すると認められる記事が掲載

(参考)経験則から考えられるFake Newsの形と問題提起

- ・どこを止めるのが効果的なのか。
- ・インターネットに閉じた対策でよいのか。
→それぞれ程度、分野によって異なるのか。



政府への提言

このようにFake Newsは言葉が先行するばかりで実態がよくわかっておらず、現状は規制や立法を考える段階に至っていないと思われる。政府は引き続き現状を把握する事が必要ではないか。

1: Fake Newsに関しては実態を把握すべきではないか。

特にTake Downすべきケースやその構造について情報収集・調査する事が必要。

2: Take Downに関する実態を各ステークホルダーから可能な限り求め集めるべき。

この際に、企業だけでなく政府(警察・法務省・消費者庁等)が民間にTake Downの要求を出したのなら、それらも透明性を保ち実態を公開するべき。

3: 実態を把握したうえで、マルチステークホルダー(国内外)において議論を実施すべきである。

なお、そのような議論においては、表現の自由や国家権力による監視・言論弾圧の危険性に十分に注意を払う必要がある。

4: また、このような議論を経ても、技術的な方法だけでは解決が難しい可能性がある。利用者リテラシーの向上はいち早く取り掛かるべきであり、民間だけでなく、国も自ら積極的に行う事が望ましい。

(参考) LINE's Response to Disinformation

1. LINE株式会社におけるFake News対策 1) SNSとして①～③
LINE株式会社におけるFake News対策 2) メディアプラットフォームとして①～②
LINE株式会社におけるFake News対策 3) 広告配信主体として①～⑦
2. 災害時のFake News対策
3. 透明性報告書
4. 情報リテラシー教育①～②
5. NAVERまとめの対策①～③

✓ フェイクニュース等の迷惑メッセージに対する通報／ブロック

Closed SNSであることから、Open SNSより情報が拡散しにくいという特徴はあるものの、信憑性の確かでない情報が流通することはありうる。

フェイクニュースのほか、アダルト・マルチ商法などを含む迷惑メッセージに対しては、**LINE社へ通報し、かつ当該アカウントをブロックする機能**を備えている。



※迷惑メッセージの配信については、
①ユーザーのLINE IDまたは電話番号を入手して勝手に友達追加してくるタイプ
②掲示板などにアカウント情報を載せて待つタイプがある。

※諸外国とは異なり、日本においては政治的内容のフェイクニュースはあまり見られず、災害時に発生するものなどがある。

✓ フェイクアカウント対策

人や団体の名前を勝手に用いて、偽情報の発信を行う。

→フェイクアカウント対策として、公式アカウントのバッジの色によって区別を行っている。

認証取得を希望する場合には、**真正性の確認(担当者の存在確認等)**を実施。

※地方公共団体などの公共系アカウントについては、あわせて

運営主体の公益性の確認(+LINE相談を行う場合、対応体制の確認等)を公共政策室において実施。



- ユーザーが簡単に見分けることができる認証済みアカウントのバッジを2012年より導入（認証を受けていない場合、グレーバッジとなる）
- 芸能事務所や本人からの通報の他、ユーザーからの通報で発覚するケースもある

✓ **アカウント乗っ取り対策**

乗っ取り対策として、以下を実施。

- ・PC等の別端末によりログインが行われた際の通知
—心当たりがない場合には、通知に記載されているリンクからログアウトが可能。

- ・LINEアカウントの引継ぎフローの強化

—引き継ぐ前のスマートフォンで「引き継ぎの許可」をONにする操作を行い、36時間以内に新しいスマートフォンで引き継ぎの設定を行う必要がある。

このほか、「サイバー防災の日」「サイバー防災訓練」など意識向上キャンペーンの実施、公式ブログなどを通じたユーザー教育を実施。



- ✓ LINE NEWSは、6500万MAUが利用する国内最大のニュースサービス
=多くのユーザーを抱えるプラットフォームとして、責任を認識
- ✓ LINE NEWSの特徴として、LINEのメッセージ機能を活用して、
直接メディアのアカウントと友だちになったユーザーに記事をPush配信(約300媒体)
- ✓ 提携メディアの記事をニュースタブに掲載している編集部のほか、
各メディアとのコミュニケーションを行う専任チームを組織
- ✓ 提携前のみならず、提携後も常にメディアとコミュニケーションを取り、
ユーザーに価値のある情報を届ける仕組みを構築

コンテンツ運用の仕組み

- ✓ 編集者による手動ピックアップ・校正フロー
 - 各種ページやアカウントへの記事配信など、LINE NEWSの大部分の掲出面で、**編集者により手動でピックアップ(24時間体制)**
 - 手動ピックアップ時には、**記事内容(妥当性・信憑性など)を一定確認した上で掲出**
 - 記事掲出にあたっては**編集部内の校正担当者によりダブルチェック**
 - 一部、**レコメンドで掲出している記事**については、**より厳しい基準で媒体を選定**するとともに、**アルゴリズムを継続的にチューニング**
 - 万が一、**誤報・誤った掲載**があった場合に備え、**訂正フローなどガイドラインを準備**
- ✓ 各メディアが直接、提供する記事を設定する部分(ダイジェスト・OpenCast枠)のチェック
 - 配信・公開前にはLINE NEWS側でも**ガイドラインに抵触していないかチェック**
(PR記事禁止など、Fake Newsよりも厳しい基準でチェック)
 - **定期的な確認、媒体とのコミュニケーション**を実施
- ✓ 校閲の専門チームの組織
 - 編集部内のチェックフローとは別に、**独立した校正・校閲の専門チーム**を組織
 - 誤字・脱字といった確認だけでなく、**必要に応じて1次ソースの確認**を実施し、**事実誤認やミスリードを排除**するよう努めている

LINE公式アカウント ※LINE@は2019年4月よりLINE公式アカウントへサービス統合



- 法人・団体・個人を問わず利用できる「未認証アカウント」
- LINE社所定の審査を通過したユーザーのみが利用できる「認証済アカウント」

上記2種類があり、「認証済アカウント」の場合には審査を実施するが、「未認証アカウント」の場合は当社の審査なしに自由に開設可能。

LINE公式アカウントを利用できないユーザーや業種・業態、商品・サービスについて
ガイドラインにて明確化。

上記に該当する場合、アカウントの提供不可、またはアカウントの提供停止の措置を実施。

https://terms2.line.me/official_account_guideline_jp

＜アカウントの開設基準＞

認証済アカウントの開設にあたっては、以下の基準に基づき審査を実施します。

1. LINEユーザーの不利益につながる可能性がないか
2. 法令における規制の有無と規制内容に抵触するものでないか
3. 利用規約第18条「禁止行為」各号に該当するおそれがないか
4. 当社が独自に定める審査基準を満たすか否か
5. 当社の事業へ悪影響を及ぼす、あるいは当社の信用を損なうものでないか

なお、当社はお客様に対し、審査結果およびその理由について説明する義務を負わないものとします。

＜LINE公式アカウントを利用できないユーザー＞

- ・ 犯罪に使用されるおそれのある商品またはサービスの提供を行っている法人・団体・個人
- ・ 不法行為または犯罪行為を構成または助長するおそれのある法人・団体・個人
- ・ 他人の個人情報、登録情報、利用履歴情報などの違法または不正な売買・仲介・斡旋等を行っている法人・団体・個人
- ・ 法令または公序良俗に反する行為を行っている若しくは行おうおそれのある法人・団体・個人
- ・ 利用規約第18条に定める禁止行為を行っている当社が判断する法人・団体・個人
- ・ その他当社が本サービスの利用が不適当であると判断する法人・団体・個人
(LINEユーザーに不利益を被らせる可能性のある法人・団体・個人、当社の信用若しくは評判に悪影響を与える可能性のある法人・団体・個人、当社をクレームや紛争等に巻き込む可能性のある法人・団体・個人などが含まれますが、これらに限られません)

https://terms2.line.me/official_account_guideline_jp

＜利用できない業種・業態、商品・サービスの例＞

医療

- ・日本国内で未承認の医薬品等
- ・医薬品等の個人輸入代行

連鎖販売取引

- ・無限連鎖講(いわゆるねずみ講)へ勧誘
- ・靈感商法、モニター商法等

出会い

- ・街コンイベント会社
- ・相席居酒屋・相席ラウンジ
- ・インターネット異性紹介事業
(出会い系サイト・アプリを含む)

クレジットカード現金化

- ・商品やサービスの代金を後払いするために設定されているクレジットカードのショッピング利用可能枠を換金する目的で利用するサービス

アダルト

- ・性風俗店
- ・アダルトショップ
- ・その他店舗・サービス

ギャンブル

- ・カジノ

個人情報

- ・個人情報販売

ネット関連ビジネス

- ・情報商材
- ・能力開発商材

模倣品・海賊版

- ・芸能人・キャラクター等の模倣品・海賊版・非公式グッズ販売

<ディスプレイ広告のNG業種・商材>

- 宗教関連(魔除け関連、靈感商法霊視商法、神社仏閣等)
- エステ(一部除く)
- ギャンブル関連、パチンコ等(一部公営くじ除く)
- アダルト(成人対象の性的な商品サービス等のアダルト全般、性的表現が扱われている作品サービス、児童ポルノを連想させるもの等の青少年保護育成上好ましくない商品サービス(精力剤、合法ドラッグ等))
- 出会い系(インターネット異性紹介事業、結婚相談、お見合いパーティー等)
- 無限連鎖講、MLM
- 探偵業
- たばこ、電子タバコ
- 産経用品(避妊具、女性用体温計等)
- 武器全般、毒物劇物
- **政党**
- 公益法人、NPO/NGO、社団法人(一部除く)
- 生体販売
- 医療系、美容整形系、ホワイトニング、病院・クリニック、特定疾患の啓蒙サイト
- 整骨院、接骨院、鍼灸院等
- 医薬品、医療機器の場合で、LINE公式アカウントのNG商材にあたるもの
- 消費者金融(一部除く)
- 質屋
- オークション、入札権購入型オークション
- マッチングサイト(一部除く)
- ポータルサイト、掲示板
- アフィリエイトサイト
- 情報商材
- 投資型クラウドファンディング、寄付型クラウドファンディング
- ポイントサイト(ポイントサービスを主体としたサイト)
- 弊社競合サービス(メッセージングアプリ、SNSアプリ、ニュースキュレーション、ゲーム、投資型/寄付型クラウドファンディング等)

<表現上の注意、制限事項①>

常に広告の主体を明示し、画像の場合は視認可能な大きさで表示してください。また、広告主様が権利を保有しない素材を利用する場合は、必ず権利者名を明記し、当該権利者との関係性を明確にしてください。

■ 当社コンテンツと誤認または混合する可能性のある表現の禁止

当社が提供・保有しているロゴやキャラクター、サービス等を用いることで、ユーザーが当社(が認定する)コンテンツと誤認または混同する可能性のある表現を禁止いたします。

～中略～

■ ユーザーが不快と感じる可能性がある表現の禁止

人体のコンプレックス部分の露骨表現や、過度な肌露出(※1)、性に関する表現が露骨である等、ユーザーが不快と感じる可能性がある表現(※2)を禁止致します。※1. 水着や下着においても訴求内容とは関係のない不必要な画像は禁止です。※2. 暴力、反社会的勢力を連想させる表現は禁止です。

■ 不当表示に該当する可能性がある表現

紹介する商品サービスの内容が事実より良いと誤認させる「優良誤認表示」や、実際よりも安いと誤認させる「有利誤認表示」が含まれる表現は掲載できません。

■ 最大級・NO.1表現またはそれらに類似する表現

「世界初」「業界ナンバー1」等の最大級表現を使用される場合は、遷移先及びクリエイティブ内にデータの出典元調査機関名および調査年が明記され、正確な引用であることが条件となります。

■ 投機心や射幸心をあおる可能性のある表現

通貨およびそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現は禁止致します。

■ 業界の自主基準、公正競争規約等の遵守

業界の自主基準・公正競争規約がある場合は、その基準、規約に従った表現、表記を行ってください。

<表現上の注意、制限事項②>

■ 会員登録等による個人情報の取り扱いに関する表現

広告主様のサイトへ遷移させサービスや商品への登録を促す内容を訴求する場合、遷移先がLINEと無関係である旨が視覚的にわかるようご配慮ください。なお、ユーザーの個人情報を取得する場合、遷移先での情報の取り扱いが個人情報保護法に準拠していることを前提と致します。また、過度もしくは露骨な会員登録訴求は、ユーザー利益保護の観点からご遠慮いただいております。

■ 「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」の遵守

医薬品、医薬部外品、医療機器、化粧品等に関しては、厚生労働省の定める「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」および、「医薬品等適正広告基準」に基づきます。効能効果の表示はそれぞれ認められた範囲内とし、条件がある場合は当社サービス内で条件を明示・記載、且つ安全性や効能効果を保証する表現がないようにしてください。表現規制については、東京都福祉保険局の各資料を参考としてください。医薬品等適正広告基準(東京都福祉保険局)

http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/iya_cos_ki/kijun/

医薬品等の広告規制について(東京都福祉保険局)

<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

■ 一般医薬品のオンライン販売

第1～3類に該当する一般用医薬品を販売するサイト等へ誘導する場合は、薬機法の定めに従って、サイト内に店舗の名称、勤務中の薬剤師・登録販売者の氏名、許可証の内容、営業時間を含めた連絡先等、適切な表示を行ってください。また、医薬品の口コミ、レビューの表示、購入履歴に基づいた特定の医薬品のレコメンド等を行うことがないようにしてください。

< 広告申請フロー >

申し込みフローについては、右の図のとおり。



LINE Ads Platform 配信面の例

お申し込みフロー

ログイン
アカウント発行

担当営業に初期ログイン時に必要となるメールアドレスをご連絡ください。
指定のメールアドレスに管理画面への招待メールをお送りします。

グループの作成
請求先情報の登録

管理画面にログイン後、グループ作成と請求先情報の登録をお願いします。

広告アカウントの
作成と申請

グループに紐づく広告アカウントの作成をお願いします。
(請求先情報の審査通過後、広告アカウントの審査が開始します。)

メディアの
登録と申請

「広告アカウント」作成後にメディアの登録をお願いします。
「広告アカウント」審査中でもメディアの登録は可能です。

アカウント/
メディア
広告の審査

LINE社にて「広告アカウント」「メディア(画像・動画・アプリ)」「広告」の審査を行います。

配信開始

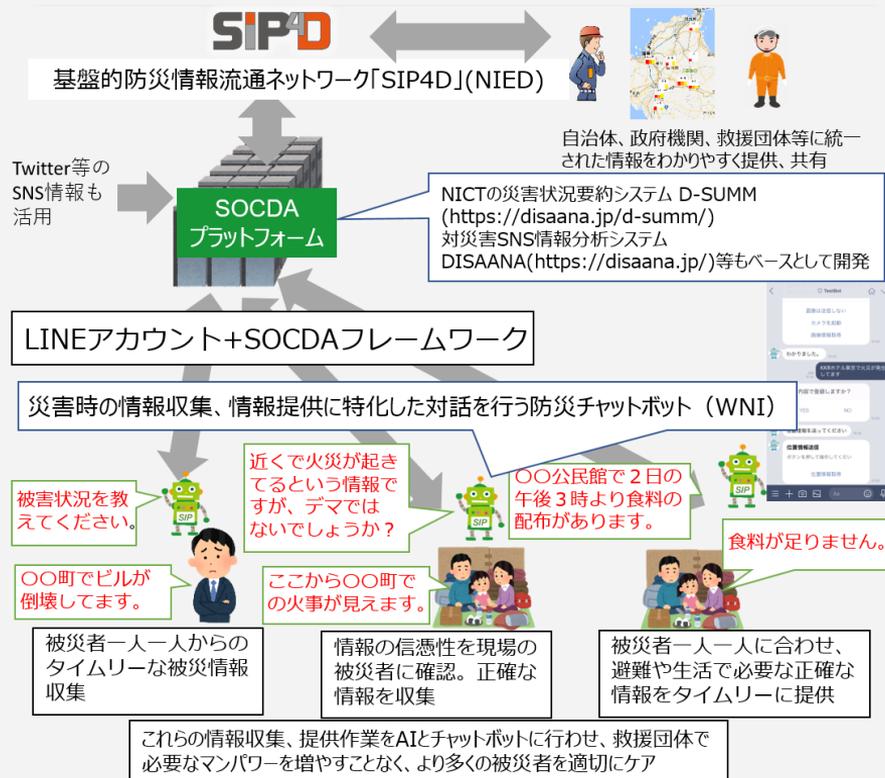
審査中のものは「未配信」、承認済みのものは「利用可能」と表示されます。
「利用可能」になりましたら、配信が可能になります。

防滅災に対しSIPと取り組んでいるFake News対策

巨大災害時の避難・被災者支援において、AIとチャットボットが国民一人ひとりに寄り添い、助ける社会を目指します

- 被災者一人一人から正確な情報を収集し、被災状況や支援ニーズをマイクロレベルで把握し、政府機関、救援団体等で共有
- 被災者一人一人にそれぞれに合わせた正確な情報を提供し、避難や生活支援をマイクロレベルで適正化、効率化
- 自治体、救援団体で常にリソースが不足する救援活動の効率化

NICTで研究開発を進めてきたツイッター上の災害関連情報を整理するAIシステムであるDISAANA・D-SUMMで、用いられた技術を活用します。具体的には、SNS上に発信された情報について、それがデマやフェイクニュースであると気がついた人が発信した情報を自動的に検出することで、デマやフェイクニュースであることの可能性を検知します。具体的には、ある情報と矛盾する情報を同時に検索し、双方が見つかった場合には、両論併記する(例:「～市では*日*時より断水します。」⇔「～市で*日は断水は起きません。」または「～市で*日に断水があるというのはデマです。」)ことで、ユーザがデマやフェイクニュースの可能性を判断する為の判断材料を提供します。



<https://disaana.jp/SOCDA/>

LINEはユーザーの許可なく第三者にユーザーの情報を提供することは原則ありませんが、例外として捜査機関による犯罪捜査のため、情報開示請求に応じることがあります。捜査機関から情報開示の要請を受領した場合、関係法令に基づいて開示することが適切と判断される状況と範囲に限り、当社では捜査に必要な情報を提供することがあります。当社では2016年7月以降、捜査機関の開示請求に応じた件数を公開しております。

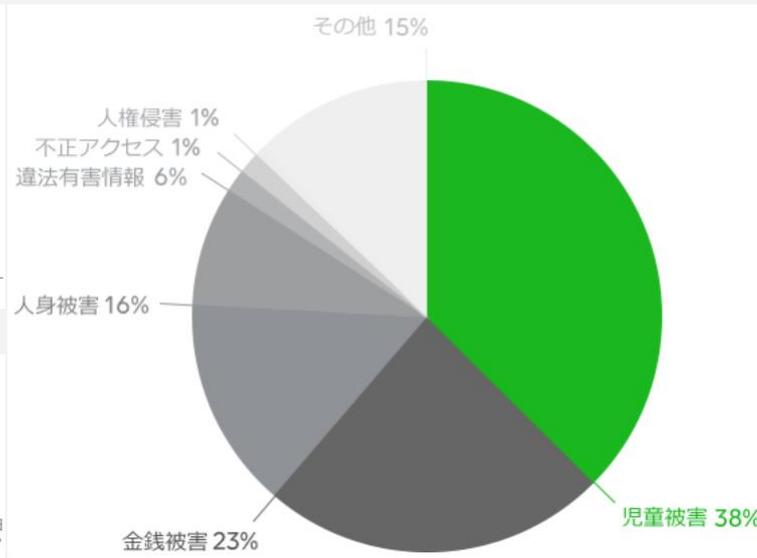
情報開示-対応件数



2018年7-12月の要約



対応の内訳

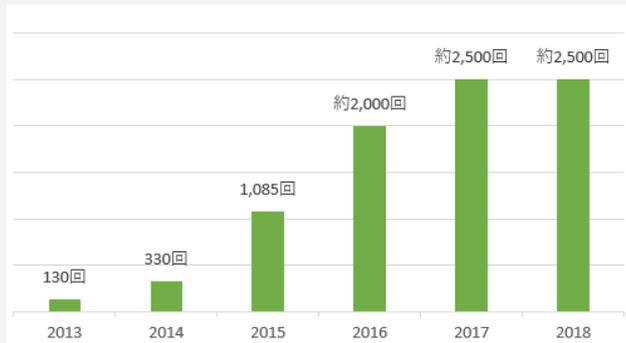


情報リテラシー教育①

青少年の健全なインターネット利用を啓発する講演活動を無料で実施しています。専門講師を派遣し、子どもたちにはインターネットやSNSにおけるコミュニケーションの特徴や利用時の注意点を、保護者・教職員の皆さまには子どもたちをトラブルから守るためのポイントを伝えています。



日本での活動実績



海外へも活動を拡大し、2018年5月にはタイの政府系機関と情報モラル教育に関する覚書を締結

情報リテラシー教育②

教材開発

インターネット上でのコミュニケーションを題材にしたワークショップ教材を教育の専門家とともに開発。
学校独自でも活用いただけるよう、全国の先生を対象に無償で配布。
→情報モラル教材「SNS東京ノート」を東京都教育委員会と共同開発。都内公立学校の全児童・生徒向けに配布。



調査・研究

神奈川県教育委員会、東京都教育委員会と連携し、青少年のネット利用の啓発活動の強化、ネット利用の問題防止に向けた研究を実施。



ネット利用実態の把握のための大規模調査
(平成28年度から実施)

Thank you

LINE