

諸外国におけるフェイクニュース及び偽情報への対応状況

※これまでの関連資料をもとに、再構成や追記を行っている

2019年10月25日

1. EUにおけるフェイクニュースと偽情報への対策

2018年4月 欧州委員会が報告書を公表 (Tackling online disinformation : A European Approach)

<報告書概要>

- ・ 2018年7月までに、プラットフォーム事業者、広告事業者、広告主等を含むステークホルダーが集まり、**偽情報への対応のための（プラットフォーム事業者の）行動規範を策定することを求める。**
- ・ 行動規範は、スポンサードコンテンツ（特に政治広告）の透明性を確保すること、偽アカウントを特定し閉鎖すること、ファクトチェッカー等が継続的に偽情報を監視できるようにすること等を目的とする



報告書発表の会見を行うガブリエル欧州委員会委員
(デジタル経済・社会担当)(写真中央)
(出典:欧州委員会ウェブサイト)

2018年9月 行動規範を公表・プラットフォーム事業者による署名 (EU Code of Practice on Disinformation)

- ・ Google、Facebook、Twitter、Mozillaの4社と8つの事業者団体が合意

2019年1～6月 行動規範の取組状況に関するレポートの公表

- ・ 4社が提出した行動規範の取組状況をまとめたレポートを1～5月分を毎月公表。一定の評価とさらなる取組の必要性について指摘。
- ・ 2019年末には行動規範の包括的な評価を行い、仮に取組が不十分と認める場合には、法律による規制も含めた追加措置を行うことを示唆。

2019年6月 偽情報対策の成果及び欧州議会選挙の教訓に関するレポートの公表

- ・ **今回の取組は欧州議会選挙における偽情報対応に貢献したが**、偽情報が完全になくなったわけではなく、今後も取り組むべきことが多く残されている。
- ・ Facebook、Google、Twitterに関して、**行動規範を通じて、虚偽情報への取組に改善が見られた**として、継続努力を期待。

1. EU フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 概要①

- 欧州委員会（主要担当部局:情報ネットワーク・コンテンツ・技術総局（DG CONNECT））は、HLEG報告書を受け、市民が大規模な偽情報に曝されることは欧州に対する重大な挑戦であるとして、対処すべき問題の規定と政策方針の提示を行う政策文書を作成・公表した。

「偽情報」の範囲・定義

- 「偽情報（disinformation）」は、検証可能な、虚偽又は誤解を招く情報で、経済的利益を得るため又は公共を欺くことを目的として生成、表示、拡散され、それによって公共への損害が生じるものとして理解されている。
 ※公共への損害は、民主的な政治プロセス及び政策形成プロセスや公益(EU市民の健康、環境、社会の安全など)への脅威。
 ※誤報、諷刺、パロディ、明白に確認されている党派性の強いニュース及び解説は含まれない。

偽情報の背景

- 偽情報の急速な増殖は、経済的、技術的、政治的、イデオロギー的な原因と関係している。
 - ① 社会の急激な変化：経済的不安・過激主義の勃興・社会的緊張・多極化等
 - ② メディア環境の劇的な変化：メディア産業分野におけるプラットフォームの急成長
 - ③ ソーシャルメディア技術による拡散：(I)生成：偽造が容易、(II)増幅：アルゴリズム・広告配信プラットフォーム・技術（bot）による拡散、(III)ユーザ自身による拡散
- 以下の原則及び目的が、偽情報対策の指針となるべきである。

欧州の解決アプローチ

① 透明性の向上	情報の起源、生成・スポンサー・拡散・ターゲティングの方法についての <u>透明性</u> を高め、市民が、自らがアクセスしたコンテンツを評価し、また意見操作の企図を明らかにできるようにすること。
② 情報の多様性促進	情報の <u>多様性</u> を促進し、高品質なジャーナリズム、メディアリテラシー、情報の生成者と配信者のバランス再編などの支援を通じて、市民が、クリティカルシンキングを基盤とする、十分な情報を得たうえでの決定を行えるようにすること。
③ 情報の信頼性向上	情報の <u>信頼性</u> を高めるために、情報の信頼性の指標の検証（とくに、信頼された判定者の支援に基づく）や、情報のトレーサビリティ及び影響力のある情報発信者の認証についての改善を図ること。
④ 包括的解決策の形成	<u>包括的</u> な解決策を形成すること。効果的な長期的解決策には、認知度向上、メディアリテラシーの向上、幅広い利害関係者の巻き込み、公的機関・オンラインプラットフォーム・広告主・信頼された判定者・ジャーナリスト及びメディアグループの参加が必要。

行動規範の作成

- プラットフォーム事業者、広告事業者、広告主等を含むステークホルダーが集まり、偽情報への対応のための(プラットフォーム事業者の)行動規範を策定することを求める。
- 行動規範は、広告配信の透明性を確保すること、スポンサードコンテンツ(特に政治広告)の透明性を確保すること、アルゴリズムについて第三者による検証を可能とすること、利用者がコンテンツを評価したり異なるニュースソースにアクセスしやすいようにすること、偽コンテンツの露出を薄めること、botのラベリングの規則・システムを確立すること、偽アカウントを特定し閉鎖すること、ファクトチェッカー等が継続的に偽情報を監視できるようにすること等を目的とする。

1. EU フェイクニュース対策に関する欧州委員会コミュニケーション 概要②

- コミュニケーションでは、具体的な対応策として以下を定めた。

実施項目	主な取組項目
1. より高い透明性、信頼性、説明能力を持つオンライン・エコシステム	1.1. オンラインプラットフォームによる、迅速かつ効果的な、偽情報からのユーザーの保護
	1.2. 偽情報に対するファクトチェック、集合知、モニタリング能力の強化
	1.3. オンラインの説明責任の強化
	1.4. 新技術の活用
利害関係者（オンラインプラットフォーム、広告主、広告事業者等）との協力の枠組の策定、行動規範の策定とその実施状況・効果の測定、EU規則の適用可能性の検討 等	欧州におけるファクトチェッカーの独立ネットワークの形成支援、ファクトチェッカー及び学術研究者を支援するオンラインプラットフォーム（データの収集・分析ツール等）の提供 等
2. 安全かつ強靱な選挙プロセス	eIDAS協力ネットワークによるオンラインの認証の推進 等
3. 教育とメディアリテラシーの育成	新技術利用・各種ツールの開発に対するHorizen2020プログラムの最大限の活用、追加的支援策の検討、等
4. 安全かつ強靱な選挙プロセス	民主主義に関する対話イベントの開催、サイバー攻撃及び偽情報による選挙プロセスへのリスクの管理に関する加盟国との対話、NISとの連携 等
5. 教育とメディアリテラシーの育成	ファクトチェッカーや市民団体による教材提供の支援、EU関係機関やその取組との連携、デジタル人材教育との連携 等
6. 民主的社会の重要な要素としてのクオリティジャーナリズムへの支援	クオリティジャーナリズムに対する各加盟国の援助策の情報整理・データベース化、クオリティジャーナリズム活動の募集、ジャーナリスト育成や商品・サービスのイノベーションに対する支援、技術開発やプラットフォーム整備プロジェクトへの追加的支援、メディア向けツールキットの提供 等
7. 戦略的なコミュニケーションを通じた、内外の偽情報の脅威への対策	欧州対外行動庁（EEAS）との連携、EC及びEEASのもつ知見のEUの他機関への展開、外国政府による偽情報・ハイブリッド妨害に対抗するための対応や仕組を発展させるための選択肢検討、戦略コミュニケーション能力等に関する報告 等

1. EU 行動規範（Code of Practice on Disinformation）①概略

- コミュニケーションを踏まえて作成された「偽情報に関する行動規範」は、6分類21項目(実質的には5分類15項目)からなり、各事業者・団体等がそれぞれに関係する項目を選択して署名する形となっている。
- 2018年9月～10月に、最初の署名者として、Facebook、Google、Twitter、Mozillaの4事業者と、広告関係8団体が署名した。

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

分類	署名者	項目
広告配置の監視	関係する場合	1. 関連する行為に対する広告とマネタイズインセンティブを崩壊させるための方針・プロセスを設ける
	関係する場合	2. すべての広告は、編集されたコンテンツと明確に区別されることができなければならない
政治的広告及び 論点広告		3. 政治的広告に関する開示を可能にする
	関係する場合	4. 論点に関する広告を開示する方法を工夫する
サービスの完全性	関係する場合	5. 自社サービスにおける、自動化されたbotの特定と誤用に対する明確な方針を策定する
	関係する場合	6. 自動化されたシステムの使用が認められない場合における方針を策定し、EUのユーザーがアクセスできるように公表する
消費者のエン パワー	関係する場合	7. 虚偽である可能性のある情報に接したときに、十分な情報に基づいて決定を行うことを支援する製品、技術、プログラムに投資する
	関係する場合	8. 検索、フィード、その他自動的に順位付けされて配信されるチャンネルにおいて、関連性の高い、認証された、信頼すべき情報の優先順位を高める技術的手段に投資する
	関係する場合	9. 公共の利益に関する話題について、多様な視点を得やすくするためのツールや機能に投資する
		10. クリティカルシンキングの強化及びデジタルメディアリテラシーの向上に関する取組を支援するために、市民団体、政府、教育機関、その他の関係者とパートナーを組む
		11. 消費者が特定の広告が表示されている理由について理解することを助けるツールを、マーケットが取り込むことを促進する
研究コミュニティ のエンパワー	関係する場合	12. 偽情報の追跡及びその影響の理解に関する、誠意ある独立した取組を支援する
	関係する場合	13. 自社プラットフォームにおける偽情報及び政治広告に関する誠意ある研究を禁止又は抑制しない
	関係する場合	14. 偽情報及び政治広告に関する研究を促進する
	関係する場合	15. 学術機関、ファクトチェックコミュニティ、関係事業者による議論を促進するイベントを毎年開催する

1. EU 行動規範 ②プラットフォームのコミット項目

- プラットフォーマー（Facebook、Google、Twitter、Mozillaの4事業者）がコミットした内容は以下のとおり。

分類	項目		Facebook	Google	Mozilla	Twitter	
広告配置の監視	1	a.	ブランド保護・認証ツールの使用を奨励する・取り込む	●	●		●
		b.	認証を行う第三者事業者が関与できるようにする	●	●		
		c.	広告主が媒体購入戦略やオンラインでの評判リスクを評価することを支援/許容	●	●		●
		d.	広告主が、自社広告の出稿先を確認し選択できるようにする	●	●		
政治的広告及び 論点広告	2		広告と編集コンテンツを明確に区別	●	●		●
	3		政治的広告に関する情報開示	●	●		●
	4		論点に関する広告に関する情報開示方法の工夫	●	●	●	●
サービスの完全性	5		自社サービスにおける、botの特定と誤用に関する方針策定	●	●		●
	6		自動化システムの使用が認められない基準の策定と公表	●	●		●
消費者のエンパ ワー	7		虚偽の可能性のある情報に接した場合に、十分な情報に基づいて決定できるようにサポートするための製品、技術、プログラムに投資	●	●	●	
	8		適切な情報の優先順位を高める順位付け技術への投資	●	●		
	9		多様な視点を得やすくするためのツール・機能への投資	●	●	●	●
	10		クリティカルシンキングやメディアリテラシー向上に関する関係者とのパートナーシップ	●	●	●	●
	11		特定の広告が表示されている理由を消費者が理解できるツールの導入を促進	●	●	●	●
研究コミュニティ のエンパワー	12		偽情報の追跡や影響理解に関する取組を支援	●	●	●	●
	13		自社プラットフォームにおける偽情報・政治広告に関する研究を禁止・抑制しない	●	●		●
	14		偽情報や政治広告に関する研究を促進	●	●	●	●
	15		関係者による議論を行うイベントを毎年開催	●	●	●	●

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/roadmaps-implement-code-practice-disinformation> より作成

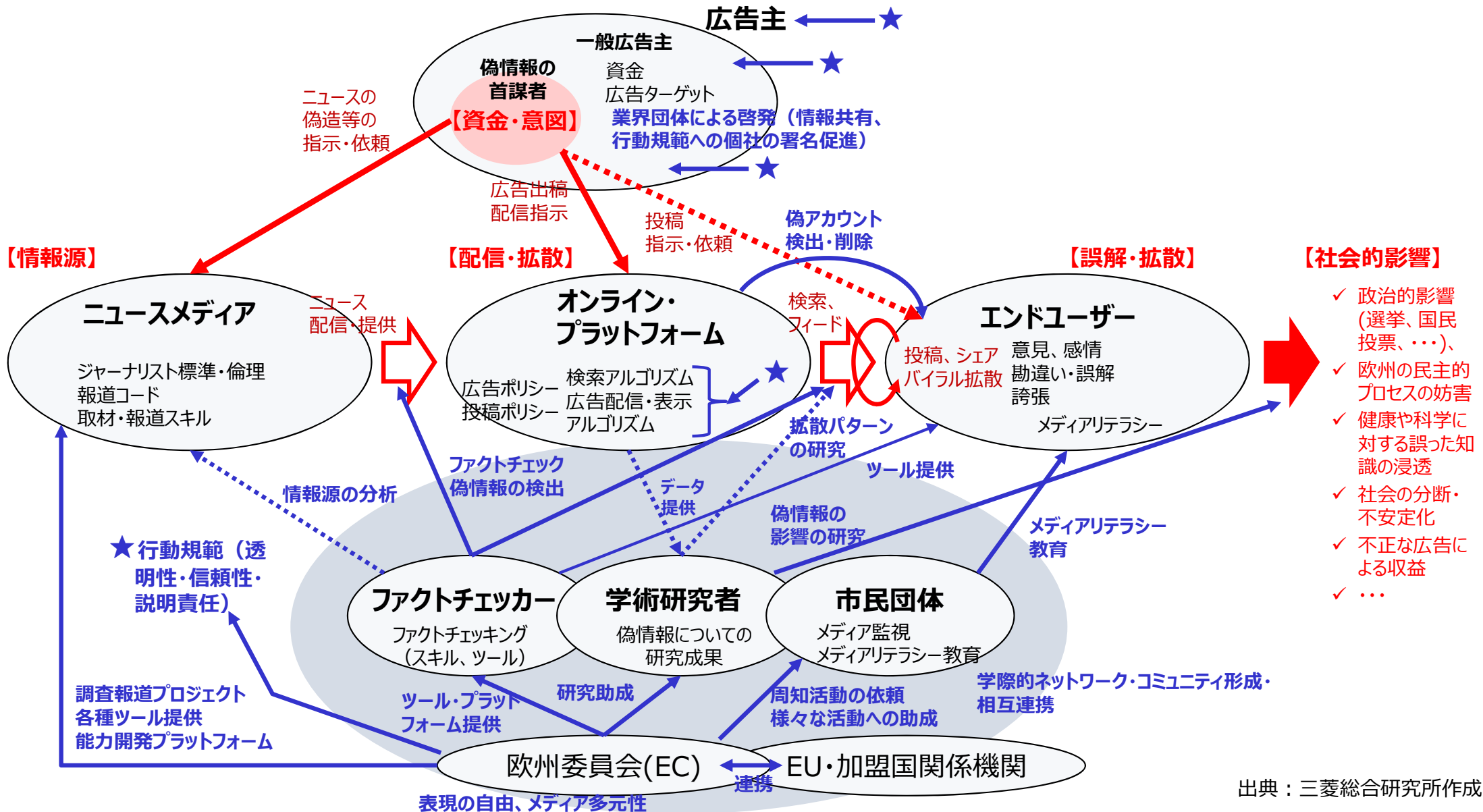
1. EU 行動規範 ③プラットフォームが提示したベストプラクティス

	Facebook	Google	Mozilla	Twitter
広告に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽ニュースに関するFacebookポリシー(アカウント・コンテンツ削除等) Facebook広告ポリシー(禁止コンテンツの例等) 	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽・詐称に関するGoogleポリシー(虚偽・詐称広告の禁止) 悪い広告に関するGoogle年次報告書 		<ul style="list-style-type: none"> Twitter広告ポリシー(Twitterにおける広告主の責任を明確化) Twitter広告品質ポリシー(広告の透明性と条件を規定)
政治的広告に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> 広告・ページ透明性表示サービス(ユーザへのより詳細な情報提示) Facebook政治広告ポリシー(政治広告が認められる条件の提示) 「なぜ私はこの広告を見ているか」サービス(広告表示理由の説明) 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者向けGoogle広告設定機能(表示される広告をユーザが設定する機能の提供) 政治広告に関するGoogleポリシー(消費者のターゲティングの禁止) 		<ul style="list-style-type: none"> Twitter広告透明性センター(広告に関する詳細情報を提供するダッシュボード) 「Twitter広告のしくみ」(特定の広告が表示されるしくみの解説、表示される広告の設定機能) Twitter政治運動ポリシー
サービスの完全性に関する方針	<ul style="list-style-type: none"> 虚偽・詐称に関するFacebookポリシー(虚偽・詐称の禁止) Facebookスパムポリシー(スパム広告の禁止) Facebook透明性レポート(偽アカウント削除の実績公表) 	<ul style="list-style-type: none"> 正式コンテンツに関するGoogleの取組(検索アルゴリズム改善) ニュースコンテンツに関するGoogleポリシー(ニュースコンテンツに対する透明性・説明性の要求) Webマスター向けガイドライン(詐欺的・情報操作的にならないためのガイドライン) 		<ul style="list-style-type: none"> 自動化及び虚偽・詐称に関するTwitter規則 Twitter詐称ポリシー(詐称アカウントの永久停止等) Twitterスパムポリシー(スパムの定義と禁止)
消費者のエンパワーのための方針・行動	<ul style="list-style-type: none"> ファクトチェックを行う第三者機関とのパートナーシップ情報の周知 消費者に対する、虚偽ニュースの判定方法・拡散防止方法の情報提供 信頼された情報源からの情報を優先する戦略 ニュースフィード透明性サイト・ブログ(ニュースフィードのしくみ・アルゴリズム変更の情報) 虚偽ニュース通報ツール 	<ul style="list-style-type: none"> Googleファクトチェックツール【開発者向け】(Googleの検索結果やニュースに含まれるコンテンツについてのファクトチェックツール) 消費者向けGoogle広告設定機能(表示される広告をユーザが設定する機能)の提供 	<ul style="list-style-type: none"> 情報・信頼性イニシアチブ Firefox 'Facebookコンテナ'拡張(サイト間追跡を困難にするツールの提供) Mozilla's lightweight Firefox Focus(プライバシーにフォーカスしたモバイルデバイス用ブラウザ) The Coral Project(ジャーナリストが偽情報を特定するための多様な方法を提供) Mozilla Fellowship Program Mozilla's Reality Redrawn 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー個人設定及びデータ設定(ユーザーデータ使用の個人設定) Twitter広告のレポート(ユーザーが広告について報告・通知する方法) Twitter透明性レポート(透明性やプライバシーに関する対応状況の隔年レポート) 「Twitter for Good」(メディア・デジタルリテラシー、オンライン安全教育、表現の自由に関する協力状況)
研究コミュニティのエンパワーのための方針・行動	<ul style="list-style-type: none"> Facebook選挙研究協議会の運営 社会科学的研究(民主主義や選挙へのソーシャルメディアの効果)へのデータ提供 	<ul style="list-style-type: none"> Datacommons.orgプロジェクト(ファクトチェックデータの共有) 	<ul style="list-style-type: none"> Mozilla Fellowship Program(技術者と政策担当者が共同で対策を検討する場) Mozilla's Reality Redrawn(偽情報の影響を複合現実感で可視化) 	<ul style="list-style-type: none"> 「Do more With data」イニシアチブ(ユーザーデータの活用事例) Twitter健康測定提案(共同研究提案) Twitter開発者ポリシー(共同研究・開発に関する規定)

https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=54455

1. EUの取組の全体像

- EUにおける、偽情報に関する問題の捉え方と取組の全体像を以下のように整理することができる。



出典：三菱総合研究所作成

2. フランスにおける「情報操作との戦いに関する法律」 (担当機関：視聴覚最高評議会 (CSA))

選挙時におけるフェイクニュース対策のための法律が議会で成立した。成立後、上院議員の有志等が憲法評議会に提訴し、一部の規定について限定解釈付きで合憲との判断が示された。

<経緯>

- 2018年1月 マクロン大統領が法案の構想を発表
- 2018年7月4日 下院にて法案可決
- 2018年7月26日 上院にて否決
- 2018年11月20日 上記を含め上院にて計2回否決されたことにより、両院協議会が開催され、下院の議決により法案成立
- 2018年11月下旬 上院議員約60名及び首相が憲法評議会へ提訴
- 2018年12月20日 憲法評議会が判断を決定

<法の対象となる情報（フェイクニュース）の定義>

- 「予定される投票の誠実性を損なうような、不正確若しくは誤解を招く主張又は非難が、オンライン公衆通信サービスを通じて、意図的に、人為的に又は自動的に、大量に伝搬された場合」

<法律の概要>

- 選挙期間内（投票日前3ヶ月）に、上記の情報が拡散されている場合、検察官、候補者等、利害関係者から求めを受けた裁判官は、プラットフォーム事業者に対して送信防止措置を命じることができる。裁判官は申立から48時間以内に停止に関する判断を行わなければならない。
- プラットフォーム事業者は、①アルゴリズムの透明性確保、②スポンサードコンテンツであること及びその資金源・発信主体の情報公開、③虚偽情報を大量に拡散する偽アカウント対策、④拡散メカニズムの情報提供、⑤メディア・情報教育、などの協力義務を負い、これらの実施方法を公表する。
- メディア規制機関であるCSA（視聴覚高等評議会）は、外国政府の支配若しくは影響を受けて放送される（外国が経営権を有する）テレビ又はラジオが意図的に投票の誠実性を損なうような偽情報を放送している場合、放送停止を命じることができる。

<主な反対意見・批判>

- 民主主義を危険にさらし、報道の検閲につながる
- 実務的に、情報内容が虚偽であるか否かを裁判官が48時間以内に判断することは不可能 等

<憲法評議会の判断>

- オンラインプラットフォーム上の送信防止は、「虚偽だと客観的に証明されるもの」のみに適用される。「意見」、「パロディ」、「部分的に不正確なもの」、「単純な誇張」は対象から除外される。送信防止は、その情報の不正確又は誤解を招く性質や投票の誠実性を毀損するリスクが明白である場合にのみ正当化される。
- 放送停止は、放送内容が不正確、誤解を招く性質又は投票の誠実性を棄損するリスクが明白である場合に限り認められる。

3. ドイツにおけるネットワーク執行法 法律の内容 (担当機関：連邦司法・消費者保護省 (BMJV))

対象事業者

- 利用者が任意のコンテンツを他の利用者と共有し、又は一般に公開可能なインターネット上のプラットフォームサービス（ソーシャルネットワーク）を営利目的で運営する事業者。ただし、ドイツ国内の登録利用者数が200万人未満の事業者は、次の報告義務及び対応義務を負わない。

報告義務

- 年間100以上の苦情を受ける対象事業者は、「違法」コンテンツに係る苦情の処理について、半年ごとに当該期間を対象とする報告書を作成し、連邦官報及び自身のウェブサイト上で公表しなければならない。

違法と申告のあったコンテンツへの対応義務

- 対象事業者は、「違法」コンテンツ申告のための手続窓口を設けた上、申告があった場合は、直ちに違法性を審査し、原則として以下の期間内に削除又はアクセスブロックをする義務を負う。
 - ① 明らかに違法なコンテンツ：申告を受けてから24時間以内
 - ② それ以外の違法コンテンツ：申告を受けてから7日以内
- 対象となる違法コンテンツは、ドイツ刑法の特定の犯罪に該当するものに限られる。

認定自主規制機関

- 対象事業者は、複数のソーシャルネットワーク提供事業者等が設立するなど、認定にあたり一定の要件を満たすことを要する自主規制機関に対し、コンテンツが違法か否かの判断を照会することができる。

過料（詳細は後掲）

- 最大500万ユーロの過料（法人・団体には最大5,000万ユーロの過料）

施行日

- 2017年10月1日

3. ドイツにおけるネットワーク執行法 法律の内容に関する議論

- ドイツネットワーク執行法に関する最大の論点は、**SNS事業者による過剰な削除やブロック**が起きることによって**表現の自由が阻害されることへの懸念**である。その理由には大きく以下の2点がある。
 - ① 削除・ブロックするのかの判断がSNS事業者にとって困難であること
 - ② 削除・ブロックしないことのリスクがSNS事業者にとって高いこと

図. 過剰な削除が懸念される理由

① 削除・ブロックするのかの判断が困難

- ネットワーク執行法における基準（「明らかに違法」等）が不明確
- コンテンツの法律上の違法性の確定が困難（裁判所でも判断が分かれる事例）
- 判断までの期間が短い（明らかに違法なコンテンツ：申告を受けてから24時間以内）

② 削除・ブロックしないことのリスクが高い

- 軽微な違反であっても過料を科される可能性がある
- 設定されている過料の最高額が高額

過剰な削除の懸念

その他の議論

- 本来司法が担うべき法律の解釈をSNS事業者に負わせることに対する批判
- ドイツネットワーク執行法の対象となる事業者が一定規模のSNS事業者のみであることについて、対象範囲の正当性が不明確

出典：鈴木秀美「ドイツの SNS 対策法と表現の自由」（『メディア・コミュニケーション』68号、2018）、神足 祐太郎「ドイツの SNS 法」（国立国会図書館 調査及び立法考査局 調査と情報—ISSUE BRIEF—第1019号、2018）を参考に三菱総合研究所作成

(参考) ドイツにおけるネットワーク執行法 削除・ブロックの対象

- 以下の犯罪に該当するコンテンツが削除・ブロックの対象である。(条文番号は、ドイツ刑法の条文番号)

表. ネットワーク執行法において削除・ブロックの対象となるコンテンツが該当するドイツ刑法上の犯罪

条文番号	条文タイトル	条文番号	条文タイトル
§86	違憲組織の宣伝資料配布	§140	犯罪行為への報酬の支払及び是認
§86a	違憲組織のシンボル使用	§166	信条冒涇
§89a	国家を危険にさらす重大な暴力行為の準備	§184b (ただし、§184dに関する範囲)	児童ポルノの頒布・取得・所持
§91	国家を危険にさらす重大な暴力行為の幫助	§185	侮辱
§100a	国家反逆的偽造	§186	悪評の流布
§111	犯罪行為への公然の扇動	§187	中傷
§126	犯行を行う旨の脅迫により公の平和を乱す罪	§201a	写真撮影によるプライバシー侵害
§129-129b	犯罪組織、テロ組織の形成、外国の犯罪組織やテロ組織に対する没収と剥奪	§241	脅迫
§130	民衆扇動、人種憎悪挑発	§269	証拠として重要なデータの偽造
§131	非人道的暴力賞賛表現		

4. 英国 Online Harms White Paper 全体概要

- デジタル・文化・メディア・スポーツ（DCMS）省と内務省が共同で作成し、公表（2019年4月8日）。英国における安全なネット環境の確保を目的とした将来の政府の対策を明示している。
- 2019年7月1日までのパブリックコメント期間を踏まえて、早々に最終案を取りまとめ、法制化を目指している。

背景・目的

- 2017年に発表されたインターネット安全戦略（グリーンペーパー）では、オンライン上の有害なコンテンツや行動に対抗するための自主的アプローチに焦点を当てたが、現状の活動内容では、英国市民をオンラインで保護するための適切な又は一貫した措置には至っていないと考えられている。
- そのため、法定の注意義務や行動規範などの規制の追加や透明性の報告が提起されるべきであるというグリーンペーパーを踏まえた政府の見解を強化し、一貫した単一の規制の枠組の中で、オンライン上の有害な行動やコンテンツに取り組む必要がある。

提言のポイント

- プラットフォーマーなどのオンライン企業による自主規制に依存せず、政府が規制（注意義務の設定など）を行い、当該規制が守られているかを監視する独立機関を設置するといった新たな規制の枠組を示す。
- 今回の枠組は、「自主規制の時代が終わった」ことを示すなどとも言及されている。主なポイントは以下のとおり。

法定の注意義務の設定

- 政府は、ユーザーを安全に保ち、サービスに対する違法で有害な行為などに対処するための合理的な措置を講じるために、新しい法定の注意義務を策定する。注意義務は、ユーザーの安全性に対する企業の責任を高め、オンライン上の有害コンテンツ及び行為に対処することを求めるものである。
- プラットフォームは、当該注意義務を遵守することが求められる。

独立した規制機関の設置

- 政府は、プラットフォームに課した注意義務が遵守されているかを監視・評価するために、独立規制機関を設置。
- 独立した規制機関は、注意義務などに違反したプラットフォームに対して罰則や罰金を課すなどの執行権限を持つ。

注意義務を果たす行動規範の作成

- 規制機関は、設定された注意義務の履行・遵守方法を概説したものを行動規範として作成し、提示する。
- プラットフォームがこれらの行動規範に規定されているガイダンスに従うことが強く期待される。従わない場合、自社の代替アプローチがどの程度効果的に同等以上の影響をもたらすかを説明し、正当化する必要がある。

自主規制を超えた
新しい規制の
枠組

主な反応

- 本白書は、フェイクニュース及び虚偽情報など、定義が曖昧な有害なものまで対象としている。問題なのは、規制機関は、違法ではないが有害であると考えられるコンテンツについてどのように規制を行うのか等、多くの課題が解決されていない。（BBCオンラインニュース）
- 政府は有害の防御と個人の基本的な権利のバランスをどのように保つか明確にすべき。（techUK）

4. 英国 Online Harms White Paper 新たな規制の枠組

新たな規制の枠組は、政府がオンライン企業に対して、有害なコンテンツ及び行為に対処することを求める法定の注意義務を策定し、当該義務などの遵守状況を独立した規制機関が監視及び評価するものである。

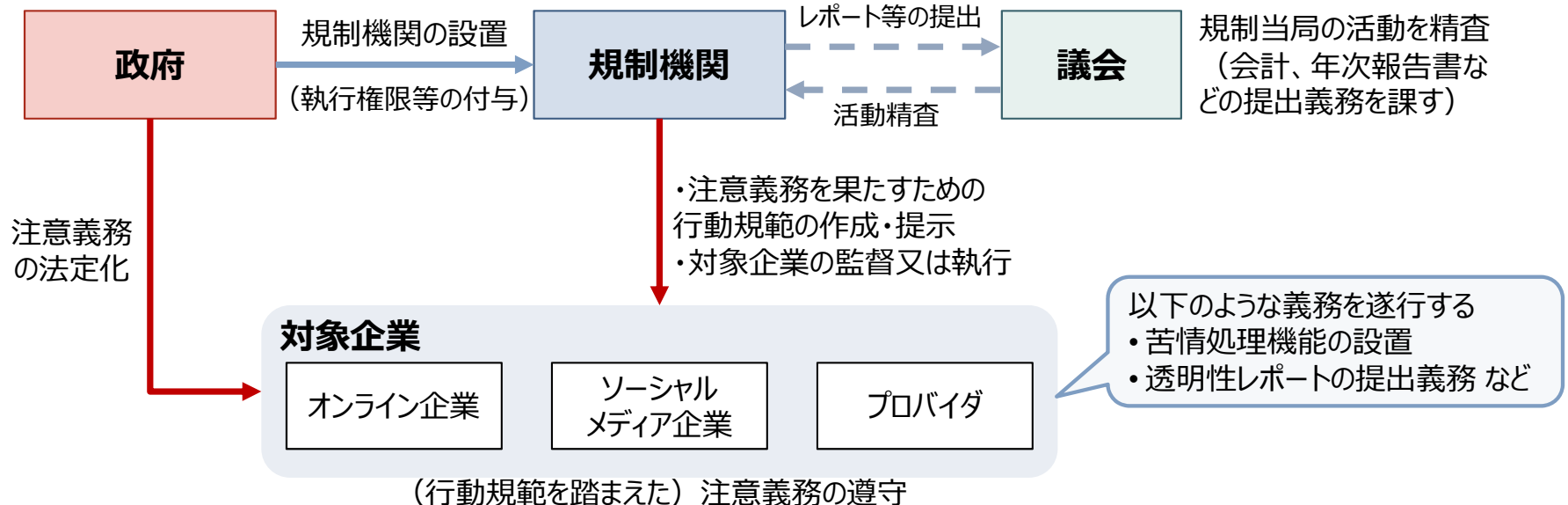
本規制の適用範囲

- ユーザーが作成したコンテンツを共有又は発見したり、オンラインで対話したりすることを許可、有効化、促進するサービス又はツールを提供する企業に適用する。（ソーシャルメディア企業、公開討論フォーラム、ユーザーがオンラインで製品をレビューできる小売業者、非営利団体、ファイル共有サイト、クラウドホスティングプロバイダなど）
- 違法コンテンツをスキャン又は監視する要件は、プライベートチャンネルには適用しない。（プライベートチャンネルの定義と該当サービスにどのような対策を適用すべきかについては、検討中）

規制対象企業に求められること

- 規制当局は、自社のプラットフォーム上で有害なコンテンツが普及していること及びこれに対処するためにどのような手段を講じているかを説明させる透明性レポートを企業に毎年要求する権限を持つ。規制当局はアルゴリズムの運用方法などの追加情報を要求することも可能である。
- 新しい注意義務の一環として、企業が効果的でアクセスが簡単なユーザーの苦情処理機能を持つことを期待する。

<新たな規制の全体像>



5. アメリカにおけるフェイクニュースと偽情報への対策

- アメリカでは、2016年の大統領選挙時におけるフェイクニュースの問題を契機として、連邦議会においてプラットフォーム事業者の取組に対する公聴会が行われるなど、フェイクニュース対策の在り方などについて調査と議論が行われてきた。
- これらの公聴会等の動きも踏まえて、プラットフォーム事業者による自主的な対応が進められている。

連邦議会の動き

- 2017年10-11月、上院司法委員会小委員会及び上下院の情報常任特別委員会がロシアによる大統領選介入について公聴会を開催し、Facebook・Google・Twitterの関係者が証言。3社から、外国勢力やテロリスト、犯罪者によるソーシャルメディアの悪用を防ぐための方針を新たに制定していると説明。
- 2018年4月、Facebookのマーク・ザッカーバーグCEOは、フェイクニュースやユーザー・データの不正利用などの問題に関して、上院商業委員会・同司法委員会の合同公聴会、下院エネルギー商業委員会で証言。データ利用の透明性義務、ユーザーによるデータの管理といった面での規制にはオープンな姿勢を示す一方、行き過ぎた規制には懸念を示した。
- 2018年9月、Twitterのジャック・ドーシーCEO、Facebookのシェリル・サンドバーグCOOは、上院情報委員会の米国選挙に対する外国からの干渉に関する公聴会に証人として出席。外国勢力の選挙干渉工作やデマの流布に対する対策を説明。
- 2019年6月、下院情報常任特別委員会がディープフェイクなどAIを用いて創作される情報が有する安全保障上の問題について公聴会を開催。AIや情報法の専門家から、ディープフェイクの作成技術が急激に発展しており、受け手が映像の真偽を見分けることが困難になりつつあり、民主政治や経済活動の脅威となる可能性を指摘。

プラットフォーム事業者の取組例

- 例えば、2019年10月、Facebookは、2020年の大統領選を前に、外国勢力が国民の分断を煽るフェイクニュースを拡散する大規模ネットワーク網・偽アカウントを削除したと発表。その他、虚偽情報の流布や投票妨害を防止するための対策を導入すると発表。
 - 身元が確認できたページ所有者の公開情報を拡大。
 - 外部のファクトチェック機関が虚偽と判断したコンテンツについて、虚偽情報であることよりはっきりと表示させることで透明性を向上。
 - 米国市民に投票の棄権を呼びかける有料広告を禁止するポリシーの策定。
 - 国営のメディアの広告へのラベル付けを明示。今後、Facebook・Instagram上の投稿に対してもラベル付けを拡大していく計画。

(参考) 各国のフェイクニュース対策の状況

	法的枠組み	ねらい	主な関係政府機関
EU	法律なし (委員会報告書・行動規範)	欧州の価値と民主的な枠組みの保護	通信ネットワーク・コンテンツ・技術総局(DG CONNECT)
フランス	法律あり (情報操作との闘いに関する法律)	フェイクニュースの拡散からの民主主義(選挙の真正性等)の保護	視聴覚最高評議会(CSA)
ドイツ	法律あり (ネットワーク執行法)	難民の増加に伴う、難民に対するSNS上のヘイトスピーチや偽情報等への対策	連邦司法・消費者保護省(BMJV)
英国	法律なし (白書で法制化を示唆)	安全なネット環境の確保	デジタル・文化・メディア・スポーツ省(DCMS)
シンガポール	法律あり (オンラインの偽情報・情報操作防止法)	安全保障、安寧な社会環境や他国との友好関係、選挙等に脅威を与える偽情報への対策	情報通信メディア開発庁(IMDA)
マレーシア	法律が廃止される見込み	主に選挙対策	通信マルチメディア省・委員会(MCMC)
台湾	法律あり (災害防止救助法等)	災害に関する噂や虚偽の情報の拡散防止等	複数の所轄省庁
米国	法律なし	———	———