

# Disinformation 対策フォーラム 中間とりまとめ

Disinformation 対策フォーラム

## 目次

はじめに .....	3
第1章 「Disinformation（偽情報）」の定義と議論の範囲・	5
Disinformation（偽情報）の定義 .....	5
本フォーラムの議論の範囲 .....	5
第2章 フェイクニュースを巡る実態・最新の研究成果 .....	7
フェイクニュースに関する調査結果 .....	7
最新の研究（山口構成員の研究） .....	9
第3章 事業者における取組 .....	12
SNSプラットフォーム事業者の取組 .....	12
ニュースプラットフォームの取組 .....	18
第4章 関連団体における取組 .....	20
メディア関連団体の取組 .....	20
ファクトチェック推進団体の取組 .....	22
第5章 今後の取組の方向性 .....	25
ファクトチェックの取組 .....	25
リテラシー向上の取組 .....	26
Disinformation 対策シンポジウム（仮）の開催 .....	27
おわりに .....	29
(別紙) Disinformation 対策フォーラムの構成員・オブザーバー一覧	

## はじめに

### ▶ Disinformation 対策フォーラム設立の経緯

インターネット上の情報流通、とりわけ個人による情報発信の拡大により、インターネット上の言論空間における Disinformation（偽情報）の害も同時に日々深刻の度合を増している。そのような状況の下、総務省において開催された「プラットフォームサービスに関する研究会」（以下「PF 研」）の最終報告書（2020年2月7日公表）において、「我が国における偽情報への対応の在り方の基本的な方向性としては、まずはプラットフォーム事業者を始めとする民間部門における関係者による自主的な取組を基本とした対策を進めていくことが適当である。」との方針が示された。この方針を受け、民間部門における自主的な取組について議論し、実効的な対策を提示することを目的として、「Disinformation 対策フォーラム（以下「本フォーラム」）」を開催することとなった。

### ▶ 新型コロナや米国大統領選挙含む最近の動向

「プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書」が発表された2020年2月以降においても、インターネット上の言論空間を取り巻く環境は刻々と変化を続け、新たな事象に直面している。

新型コロナウイルスに関する偽情報・誤情報の流通がみられたことは記憶に新しいところであり、今なお十分な注意を要する状況が続いている。総務省において実施された調査（「新型コロナウイルス感染症に関する情報流通調査」（2020年6月））においても、調査において提示された17のデマやフェイクニュースのうち少なくとも1つに接触した割合は約72%という結果が出ている。

また、米国においては、11月に行われた大統領選挙において SNS 上で真偽不明の「選挙で不正があった」旨の書き込みが続出し、現職大統領であり候補者である本人のアカウントへの書き込みに対して「事実確認を要する」旨の警告文を表示、後にアカウント停止に至り、当該プラットフォーム事業者の対応について賛否双方の議論が噴出したことは記憶に新しい。

これらの事象は、本フォーラムにおける議論の重要性がかつてない水準にまで高まっており、今なお増し続けていることを示している。

幸い、日本においては、現在のところ米国大統領選挙を巡る一連の出来事のような民主主義の根幹に甚大な悪影響を及ぼすに至った事例は見られない。しかし、インターネット上で流通する情報、とりわけ個人による大量の情報発

信及びその選択的な接触と受容が個人や集団の行動に影響を与え、市民社会に対して害を与える構造は、その本質的な部分において共通すると考えられ、一連の出来事から教訓を得ることは、プラットフォーム事業者の取組を検討する際に極めて重要となる。

▶ フォーラムの構成と成果

本フォーラムは、法律、経済、情報等を専門とする学識経験者やプラットフォーム事業者を構成員とし、また、総務省をはじめとする関係官庁やメディア関係団体にオブザーバーとして参画していただいた。

計6回の会合（非公開）を重ね、関連する学問や現場の最前線で活躍する構成員が、それぞれ最新の研究成果やプラットフォーム事業者の取組、ファクトチェック団体の展開等について情報を共有、活発な議論が行われ、民間部門の自主的かつ実効的な取組が立案された。本中間取りまとめは、本フォーラムにおける議論の要素及び今後の取組に関する議論の方向性について取りまとめたものである。

## 第1章 「Disinformation（偽情報）の定義と議論の範囲」

### ▶ Disinformation（偽情報）の定義

「Disinformation（偽情報）」の定義については、国際的に広く共有された確たる定義はないことに留意が必要である。頻繁に参照される定義としては、例えば、欧州委員会が2018年に公表したEU Code of Practice on Disinformationにおいて、①検証により虚偽である又は誤解を誘発する情報と証明可能であり（“verifiably false or misleading information” which, cumulatively, “）、②経済的利益又は意図的に公衆を欺くことを目的として作成、提示及び頒布され（“Is created, presented and disseminated for economic gain or to intentionally deceive the public”）、③公衆の利益を害する恐れがあるもの（“May cause public harm”）と定義されたものがある。

前述の経緯を踏まえれば、本フォーラムにおいても基本的にはこの定義を踏襲しつつ、より広範にインターネットを通じて流通する情報による社会的・経済的・公共的利益が損なわれる事態を議論の対象とすることが適切である。即ち、経済的利益や公衆を欺く意図の無い誤った情報（Misinformation＝誤情報）や、事実を基にした情報であるが個人や集団に害を与える意図をもって発出される情報（Mal-Information）についても対象とすべく、本フォーラムにおいては、Disinformationを「あらゆる形態における虚偽の、不正確な、または誤解を招くような情報で、設計・表示・宣伝される等を通して、公共に危害が与えられた、又は、与える可能性が高いもの」と定義する。

また、より一般的に報道等で使用される「Fake News（フェイクニュース）」という表現についても定まった定義はないが、本フォーラムにおける議論においては、上述の「Disinformation」の定義との差異を考慮する実益は小さいため、特段区別することなく使用するものとする。

### ▶ 本フォーラムの議論の範囲

Disinformation（偽情報）の定義を広くとることとは対照的に、本フォーラムは、偽情報に対するプラットフォーム事業者による自主的な取組を検討することを目的としていること、信頼できるメディアが担う報道の自由<sup>1</sup>にまで議

---

<sup>1</sup> 本フォーラムにはオブザーバーとして日本新聞協会と日本民間放送連盟も参画している

論を発散させることは避けるべきこと、議論の粒度を上げて実効的な対策をアウトプットとして打ち出すことが求められることから、議論の範囲を絞ることが望ましい。従って、インターネット上の SNS 等で個人のユーザが発信する「デマ」の類を対象として、情報そのものや情報がやり取りされる情報環境の信頼性が損なわれる問題、さらには結果としてプラットフォーム事業者そのものの信頼が棄損される問題について、集中して議論するものとする（従って、公職者の発言や公的機関による発表、メディアによる報道については直接の対象としない。）。

また、本フォーラムにおける議論の大前提として、言論・表現の自由、インターネットを通じて SNS を含む多様なサービスが提供される情報環境、それらを通じて個人が情報を自由に発信及び受信する権利は最大限尊重されるべきものである。Disinformation 対策を検討するに当たっては、個人の言論・表現活動に対する委縮効果に留意し、個人の情報発信を監視するかのような事態を招来することのないよう、十分に配慮するものとする。

---

ところ、それぞれの団体から、業界独自の自浄スキームが機能しているとの報告があった。

## 第2章 フェイクニュースを巡る実態・最新の研究成果

### ▶ フェイクニュースに関する調査結果

インターネット上の情報やニュースに関する情報流通に関して、いくつかの調査に富んだ調査が行われている。以下、本フォーラムの議論において参照されたフェイクニュースに関する調査を3件紹介する。

#### ○「新型コロナウイルス感染症に情報流通調査」(2020年6月、総務省)

この調査は、総務省により、新型コロナウイルス感染症に関する情報流通について調査し、関連するフェイクニュースやデマの実態把握を目的として、2020年5月に実施された。結果の詳細については総務省ホームページに公表されており、本フォーラムにおける議論に関する重要な結果が示されている。特に注目すべき結果に、下記のものがある。

(参照 URL)

[https://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01kiban18\\_01000082.html](https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000082.html)

- ・新型コロナウイルスの情報やニュースを見聞きした情報媒体については、インターネット上のニュースポータルサイトの「Yahoo!ニュース」(62.6%)が「民間放送」(71.6%)に次いで多く、「NHK」(50.5%)を上回った。情報を知りたいと思った際に利用する情報源はメディア・サービスについても同様の傾向であった。
- ・新型コロナウイルスの情報やニュースを見聞きした情報媒体については「ニュース系アプリ・サイト」全体では83.2%、TwitterやFacebook等の「SNS」全体では30.7%、「家族や友人、同僚」は25.9%となった。
- ・新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報について、17の具体的な例を提示して接触状況を調査したところ、全年代に亘って接触しており、比較的低かった50代-60代でもそれぞれ66.0%、67.5%であった。
- ・提示された17の具体例のうち1つでも信じた人は28.8%であり、若い年代ほど情報を信じてしまった割合が高くなる傾向があった。また、正しいと信じた又は正しいかどうか分からなかった人の割合は76.7%であり、多くの人

が真偽を判断出来ない傾向であった。

- ・誤った情報を信じた又は真偽を判断出来ない状態で、それを共有・拡散した人の割合は 35.5%であり、若い年代ほど高い傾向であった。
- ・間違った情報や誤解を招く情報であると気付いたきっかけについては、「テレビ放送局の報道で知った」(33.2%)が最も多く、「ファクトチェック結果を見て知った」(3.2%)は少なかった。
- ・情報を見て怪しいと感じた場合の真偽確認経験については、「真偽を調べるが多かった」(30.5%)に対して、「真偽を調べない方が多かった」(49.1%)の方が高かった。また、年代が若いほど真偽を調べる割合が高い傾向がみられた。

○日本におけるフェイクニュースの実態等に関する調査研究（2020年3月、みずほ情報総研）

上記調査に加えて、みずほ総合研究所が総務省の委託を受けて、日本におけるフェイクニュースの実態等に関する調査を実施している。以下、特に本フォーラムにおける議論にとって重要と思われる結果を抽出する。

(参照 URL)

[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000693284.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000693284.pdf)

- ・メディアに対する信頼度に関して「信頼できる」と回答した人の割合が多いメディアは「テレビ」(64.3%)、「新聞」(63.1%)、「ラジオ」(54.3%)であった。他方、「ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信」(35.7%)、「SNS」(14.6%)、「動画投稿・共有サイト」(11.1%)は相対的に低い傾向であった。
- ・情報が怪しいと思った場合に、その情報について「調べる」と答えた人の割合は、「インターネット上のメディア (SNS やブログなど)」については 56.3%、「インターネット以外のメディア (テレビや新聞など)」については 51.1%であった。いずれの場合も、若い世代の方が「調べる」と答えた割合が高い傾向が見られた。

- ・フェイクニュースに接することが多いと思う情報源については「SNS」(62.0%)が最も多かった。
- ・インターネット上のフェイクニュースを見分けるために有効な対策については、「個人のリテラシーの向上」(64.7%)が最も高かった。

▶ 最新の研究（山口構成員の研究）

○日本におけるフェイクニュースの実態と対処策  
(Innovation Nippon 2019 報告書)

より踏み込んだ詳細な調査が、「日本におけるフェイクニュースの実態と対処策」として Innovation Nippon 2019 報告書として公表されている。この調査は前掲の総務省による調査と同様にファクトチェック済のフェイクニュース9件を提示し、フェイクニュースの接触や拡散等について検証している（社会的関心が集中していた新型コロナウイルス感染症関連のニュースではなく、より一般的な多分野のフェイクニュースを提示した点に留意が必要。）。調査結果の中でも、以下のポイントは、本フォーラムの議論において特に重要と思われる。

(参照 URL)

[http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN\\_report\\_full.pdf](http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN_report_full.pdf)

[http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN\\_report\\_digest.pdf](http://www.innovation-nippon.jp/reports/2019IN_report_digest.pdf)

- ・提示した9件のフェイクニュースのうち少なくとも1件に接触している割合は33.2%であった。
- ・提示した9件のフェイクニュースに接触した者のうち、全体的に約75%が信じていた。信じていた者に年代別傾向はなく、どちらかというとなり代・60代で信じている割合が高かった。
- ・「メディア」「ニュース」「デジタル」「情報」の4つのリテラシーのうち、情報リテラシー（情報を適切に判断し、情報を通じて決定を下す能力）のみが、拡散行動を減らす傾向があった。
- ・リテラシー項目を細分化して分析した結果、他者とニュース情報を共有してい

る程度が高い（メディアリテラシーが高い）ほど、フェイクニュースを拡散する傾向が高かった。また、「メディアの負の影響を周囲の人間に注意」する人は、むしろフェイクニュースを信じて拡散する傾向が見られた。

- ・現状の教育/研修は情報リテラシーに対しては効果が薄いと思われる。SNS やネットの使い方に関する教育/研修の内容については、リスクやセキュリティに関するものが多く、SNS/ネット上の投稿やニュースに関するものはあまり扱われていない。
- ・「SNS・ネット上の投稿内容について」研修を受けていると、フェイクニュースを拡散しにくくなる傾向がある。

以上 3 つの調査から、Disinformation 対策において、どのような取組が有効であるか、重要な示唆が得られる。

第一に、フェイクニュースへの接触は全年齢層に満遍なく存在し、接触自体を避けることは困難であること。また、偽情報を正しいと信じる又は真偽を判断出来なかった人の割合についても、若い年代ほど情報を信じた人の比率が高い傾向があるものの、全年齢層に亘って存在している。これは、年代によって主に利用するメディアに差異があっても、いずれかのメディアを通じてフェイクニュースに触れざるを得ず、またファクトチェック済の情報であっても誤りと判断出来ない実態があり、年齢層を問わず、情報の受け手が正しく情報の真偽を判断出来る環境を構築するための取組が求められていると考えられる。

第二に、フェイクニュースの内容について、情報の誤りに気付くきっかけは、報道で正しい情報を得ることが多く、ファクトチェック結果により気付いたと回答した割合は少数に留まっていることから、ファクトチェック結果を効果的に利用者に届けられていない、又はファクトチェックの内容や形式が利用者に効果的に受容されるものとなっていない可能性がある。

第三に、ニュースや情報を入手するメディアは新聞やテレビ等の伝統的なメディアが多く、メディアの信頼度についても伝統的なメディアの方が高くなっている一方で、人々がフェイクニュースであると思われる情報に接触していると考えている情報源として SNS が最も多く挙げられており、情報源としての信頼性が低いという結果が得られている。これは、SNS の投稿の内容や SNS を情報源とする者を対象とする対策が期待されていることを示唆している。

第四に、自分は騙されないと思っている者の方が騙されて拡散する傾向が強いことから、自ら希望する者に対してのみリテラシー教育を提供するだけでは十分ではなく、自分にリテラシー教育は必要無いと考えている者にもファクト

チェック結果や正しい情報が伝わるよう、フェイクニュースに接触するメディアでそれらの情報に触れられるような仕組みが望ましい。

以上4つの観点から、Disinformation対策の取組として、SNSでの個人の投稿を主たる対象としたファクトチェックの実施（検証結果の効果的な伝達を含む）及びSNSの利用に焦点を当てた情報リテラシー教育が効果的であると考えられる。一方で、SNSでの個人の投稿を対象としたファクトチェックや情報リテラシー教育の手法、担い手となる団体や人材の育成カリキュラムや教材については、日本において十分に確立されているとは言えず、中長期的な取組について、官民が協力して検討を進める必要がある。

### 第3章 事業者における取組

Disinformation 対策において、多様な言論が共有される場を提供すること、また、正しい情報を正確かつ迅速に利用者に届けるということは、最も基本的な要素である。本章においては、インターネット上でそれらのサービスを提供している SNS プラットフォーム事業者及びオンラインニュースポータル事業者の取組について記述する。

#### ▶ SNSプラットフォーム事業者の取組

SNS プラットフォーム事業者、特に主要グローバル SNS 事業者は、数億人又はそれ以上の日次アクティブユーザが存在する巨大な情報流通・コミュニケーションの場を形成している。そこでやり取りされるコンテンツには、悪意があるもの、悪意は無いがデマの拡散など社会経済に悪影響を生じるものなどがあり、各事業者は Disinformation 対策として様々な取組を行っている。概ね共通する取組の在り方として、言論・表現の自由を尊重し、開かれた言論、表現、情報流通の基盤であることを目指していることが挙げられる。即ち、アカウント停止やコンテンツ削除のみならず、検索アルゴリズムの改善による結果の悪意ある操作の排除、表示順位低下、信頼性の高い公共機関等が発信する情報への誘導などの施策により、安易なコンテンツの削除に頼らない情報流通・コミュニケーション環境の構築を目指している。

以下、主要グローバル SNS 事業者の取組について概観する。

#### ○ ポリシー、ルールの公開と、違反するコンテンツ・ユーザの排除

各プラットフォーム事業者は、自らのサービスに関するポリシー、ガイドライン、ルール等を公開しており、それらに沿った対応を行っている。違法なコンテンツへの対応に加えて、各事業者において、自社サービスのポリシーに反するコンテンツやユーザについて検出し、必要と判断した場合は排除を行っている。

常に膨大な量の新規コンテンツが流通していることから、AI や巡回プログラムを活用した網羅的なチェックを行い対応がなされている。一例として、動画投稿プラットフォームである YouTube が公表しているデータによると、2020 年第四四半期（10 月～12 月）において 2,055,515 のチャンネル、9,321,948 本の動画が削除されている。チャンネルの停止の多くはガイドラインに反することが理由であり、最も多いのが「スパム、誤解を招く表現、詐欺」（77.3%）、

次いで「悪意のある表現、嫌がらせ」(8.3%)となっている。

(参照 URL)

<https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals?hl=ja>

YouTube においては、チャンネル停止の他、個々の動画の審査・削除も行っており、同期間に削除された動画の総数は9,321,948本となっている。削除された動画のうち94.4%が自動システムによる報告となっている。自動システムの外、一般ユーザやYouTube公認報告者プログラムにより報告されている。このうち、動画がアップロードされた時点のIPアドレスを基にした分析によると、日本からアップロードされた動画は49,180本(多い順から30番目)となっている。

また、Google においては、著作権問題、政府からの削除リクエスト、欧州のプライバシー法に基づくコンテンツ除外リクエスト等、その種類別にコンテンツの削除実績を公表しており、政府からの削除リクエストについては、サービス別に (YouTube、ウェブ検索等)、削除リクエストの理由を国別また期間別に公表している。

(参照 URL)

<https://transparencyreport.google.com/?hl=ja>

Twitter においては、利用規約の違反に対してアカウントの永久凍結を含む段階的な措置をとっている。国家権力による情報操作に関しては、そうした活動を特定してTwitterから削除した後であっても、研究者やジャーナリストがそれらの情報を記録として利用できるようアーカイブ化した上で公開しており、現在まで約83,000件のアカウント、2億を超えるツイートを含む、データサイズにして9テラバイト以上となるメディアとなっている。

利用規約の違反に対する強制的対応や、捜査機関・政府機関からの法的請求への対応についても併せて透明性センターで公開している。

(参照 URL)

<https://transparency.twitter.com/ja.html>

また、Twitter においては、2019年11月に政治広告を全面的に禁止し、候補者、政党、政府関係者、選挙、法律、裁判等の政治に関するコンテンツを広告に掲載することを禁止している他、候補者、政党、選出または任命された政

府関係者による広告も禁止している。

○ 信頼性が高い情報源の表示、誘導

Twitter においては、誤解を与える情報や議論の余地があるコンテンツに対しては、ラベルを付けることによって、ユーザが安易に信用し、拡散する事態を抑止している。この取組は、新型コロナウイルス感染症や 2020 年 11 月に行われた米国大統領選挙に関連するコンテンツについても実施された。これらの取組は、疑わしいコンテンツであっても安易に削除することは避け、可能な限りユーザ間の議論や信頼性の高い情報源への誘導を通じて、誤った情報の拡散を防止することに寄与していると考えられる。なお、ラベル付けやコンテンツ削除の対象となる条件については、市民活動の阻害に関するポリシー、COVID-19 について誤解を招く情報に関するポリシー、合成または操作されたメディアに関するポリシー等に明記されている。

また、新型コロナウイルスやワクチンに関する語句の検索結果トップに現地の保健当局や国際機関（日本では厚生労働省の「新型コロナウイルス感染症について」と「予防接種情報」ページ）を表示させ、利用者を信頼性の高い情報源に誘導する取組も実施している。

さらに、Twitter モーメントやトレンドの説明コンテンツを作成するキュレーションチームでは、正確性・公平性・公正性を担保するため、キュレーションに関するポリシーやガイドラインを策定している。Twitter においては、現在、日本語を含む 5 つの言語で 16 の市場に向けてキュレーションサービスを提供しており、担当者に対して高品質のコンテンツを見つけるためのトレーニングを定期的実施している。

Google においては、毎日処理する検索の 15%は以前に検索されたことがないものであり、新たなコンテンツが絶え間なく公開されていることも踏まえて、常にアルゴリズムに改善を加え、個別の検索結果に対してのみならず、膨大なコンテンツとユーザが実施する検索に対して精度が高い情報を表示すべく、例えば、2019 年には、外部評価者によるテストを含め 46 万件以上のテストを実施し、3,600 件以上の改善を加えた旨が公表されている。

(参照 URL)

<https://www.google.com/intl/ja/search/howsearchworks/mission/open-web/>  
<https://www.google.com/intl/ja/search/howsearchworks/mission/users/>

また、Google においては、ユーザが有用な情報を見つけられるような取組を行っており、例えば、日本ユーザ向けに、Google 検索の SOS アラートで、最新のニュースに加えて内閣官房新型インフルエンザ等対策室や厚生労働省、世界保健機関（WHO）が提供する信頼性の高い情報へのリンクを表示しているほか、2021 年 2 月には、新型コロナウイルス感染症のワクチンに関する情報を検索した場合、その国や地域で認可されたワクチンのリストと個別のワクチンに関する情報パネルの表示を開始した。

（参照 URL）

<https://japan.googleblog.com/2021/02/accurate-timely-information-covid-19-vaccines.html>

さらに、フィッシング、マルウェア、明らかに間違った情報などからユーザを守るために、国境を超え 24 時間体制で監視する Trust and Safety チームを設置している。Google 広告では、COVID-19 を取り巻く状況を利用しようとする広告をすべてブロックしているほか、WHO や政府機関による公共広告への支援も行っている。また、Google Play では、「配慮が求められる事象」を利用するアプリを開発者に対して禁止しており、Google のコンテンツポリシーでは、「医療や健康に関連する機能を備えたアプリのうち、誤解を招くものまたは有害な可能性のあるもの」も禁止している

（参照 URL）

<https://japan.googleblog.com/2020/03/blog-post.html>

また、信頼性向上策として、政府が支援する団体の活動をモニタリングする Threat Analysis Group (TAG) により、特定の政府による影響を受けた活動をした YouTube チャンネルの削除を行っている。その結果は、国名まで含む詳細が公開されている。

（参照 URL）

<https://blog.google/threat-analysis-group/tag-bulletin-q4-2020/>

YouTube においては、ニュースや政治、医療、科学情報など、正確さと信頼性が特に重要な分野については、信頼できる情報源からのコンテンツを見つけやすくするため、例えば、日本も含め、重大なニュースがあると、ニュース速報を提供する情報パネルが表示されることがある。この新着ニュースは、

Google ニュースのコンテンツポリシーに準拠しているニュース提供元から提供され、情報パネルはニュースウェブサイトに直接リンクしているため、ニュースの全文記事に簡単にアクセスして読むことができる。

(参照 URL)

<https://support.google.com/youtube/answer/9057101?hl=ja>

特に、ワクチンに関する情報流通の信頼性を高めるため、公衆衛生機関などの専門家からの動画を検索結果に表示している。COVID-19 に関連する検索では、世界保健機関や保健医療を管轄する省庁などの信頼できる情報源からの健康に関する情報が掲載された情報パネルが表示される。日本においては、内閣官房新型コロナ対策室へのリンクが表示され、ユーザが常に最新の公的情報にアクセスできるようにしている。

そのほか YouTube が誤情報の拡散防止のために実施している具体的な取組は、「YouTube のしくみ」という昨年公開されたウェブサイトなどで、日本のユーザに向けて紹介されている。

(参照 URL)

[https://www.youtube.com/intl/ALL\\_jp/howyoutubeworks/our-commitments/fighting-misinformation/](https://www.youtube.com/intl/ALL_jp/howyoutubeworks/our-commitments/fighting-misinformation/)

Facebook においては、コミュニティ規定に違反はしないが問題のあるコンテンツに対して、ニュースフィード上の配信を減らし、また利用者に対して、クリック、閲覧またはシェアをするコンテンツを判断するための追加情報を提供する取組を行っている。国際ファクトチェックネットワーク (International Fact-Checking Network, IFCN) に加盟するファクトチェック団体とパートナーシップを結び、それらの団体に虚偽と判断されたコンテンツを繰り返し投稿するグループに対して、その投稿をニュースフィード上の表示の優先順位を低下させることなどにより、削除することなく、利用者がそのような投稿を目にする機会を減らすよう努めている。

(参照 URL)

<https://about.fb.com/ja/news/2019/05/remove-reduce-inform-new-steps-remove/>

こうした取組は他のプラットフォームでも見られ、例えば YouTube でも同様のコンテンツをボーダーライン上のコンテンツと呼び、YouTube のシステムが、同コンテンツを積極的におすすめしないことで、誤情報によってユーザに害が及ぶ可能性を低減するよう努めている。この取組によって YouTube 上の同コンテンツなどが、登録していないチャンネルからおすすめされて視聴する動画の再生時間を 70%削減（米国）することに成功したとしている。なお、Google はこの様なシステムの拡充を進めていく中で、日本を含む他の地域へのインパクトについても、より多くの情報を共有できるようにしていきたいと、総務省のプラットフォームサービスに関する研究会（第 23 回）でも述べている。

上記のように、フェイクニュース対策や情報の質の向上等の取組については、それぞれの取組が個社ごとのポリシーに基づく注意の表示やコンテンツの削除、アカウント停止などが中心となっている。これは、各事業者の考え方の違いの他、それぞれのサービスの違いにも起因すると考えられ、多様なインターネット上の言論空間の発展にも寄与するものであり、評価されるべきものである。個社の取組の集合とその影響について考察する上で参考となる顕著な事例として、2020 年 11 月に実施された米国大統領選挙を巡る対応が挙げられる。選挙結果を巡る議論が過熱した結果、現職大統領のアカウントが様々なサービスで一斉に削除/凍結 (Suspend) され、インターネット上の発言の場が実質的に失われてしまう事態も生じており、一律に横断的な対応を取ることの危険性も明らかとなった。事業者の自律性、インターネット上の言論の自由と多様性を担保するためには、米国大統領選挙の例のように業界が集合的にアクションを起こしたように見える場合であっても、事業者の個別の判断として尊重されると同時に、個々の事業者が自らの責任で自社の判断について説明することが重要であると考えられる。

他方、これらの取組については、次のような課題もある。

1 つ目は、具体的な審査基準や手順が公開されていない点である。確かに、審査基準や手順が公開されると、その隙間を突く手法が発見され、結果として本来なら削除やラベル付をされるべきコンテンツが審査をすり抜けてしまう事態が生じることが想定されることから、一定の配慮は必要である。しかし、基準を明確に示さないことが、1 つ目で挙げた個社に対する批判、ひいては「SNS 事業者は真実を隠している」「政治的に偏向している」という不信に繋がっている可能性があり、個社の基準の詳細を開示することは困難であっても、公開された基準・手順による検証を行う者の検証結果や対応方針を引用するなど、より透明性の高い手法について、引き続き検討することが有益である。こ

の点、おおまかに公開に弊害がある旨を指摘するのではなく、何をどこまで開示するとバランスがとれるかを、丁寧に検討していくことが必要である。

2つ目は、全てのユーザが公平に表現の自由を享受し安心して使える場の提供を目指すため、各社のポリシーの執行などはグローバルな視点で行われており、それに対しては必要性が認められるものの、日本の文化的背景や言語などのコンテキストも配慮して審査がされているかどうかは必ずしも明らかではない点である。一例として、削除結果等に関するレポートについては、グローバル市場全体の統計を中心に公開されている。日本における対策検討の前提となる、日本国内で現に発生している事象を客観的に把握するためには、日本市場に関するローカルデータの開示が有効であると考えられ、今後の取組が期待される。もっとも、削除数と対策の充実が相関関係にあるわけではない（例えば、国によって問題となる情報の総数がそもそも異なるうえ、対策が進んだことによって問題となる情報がそもそも投稿されなくなる事態も想定できる）点には留意が必要である。また、グローバルな取組についても、英語のみならず日本の利用者向けに分かりやすく説明がなされることで、各社の取組に対する理解を深め、取組の有効性をより高めることが出来ると考えられる。無論、グローバル SNS 事業者にとって、日本市場に対して個別の対応をとることのコストの問題もあり、またプラットフォームとして公平かつ中立な立場をとることがユーザとの信頼関係で非常に重要であるとの意見もあることから、日本の実情に即した個別の対策を検討する際には、グローバル市場と異なる日本の特徴やその具体的な対策の在り方について議論を深めることが必要である。

3つ目は、Disinformation の現状の正確な理解、及び、有効な対策への理解の向上に資するデータや分析が何であるかについて、検討を深め共通認識を醸成する必要がある点である。上述のとおり、グローバル SNS 事業者によるローカルデータの開示が有効であると考えられるが、削除に関連するデータが全てではないこともまた上述の通りであり、日本の社会、経済、文化、生活様式等、日本に特有な事情とは具体的に何か、どのようなアプローチやデータ開示が日本にとって適切か等について、プラットフォーム事業者のみならず関係者で今後検討を深める必要がある。それらの議論を進めるためにも、多様な関係者が集う本フォーラムにおいて、参加者が可能な範囲で情報を持ち寄り、課題の所在を探り、対策を検討することが期待される。その際には、削除等の執行は表現の自由との観点で慎重に行われるべき側面も有していること、インターネット上に流通する情報を網羅的に把握することは、プラットフォーム事業者にとっても不可能であることを踏まえる必要がある。

#### ▶ ニュースプラットフォームの取組

現在、新聞やテレビ等のメディアによりニュースがオンライン配信されている一方で、多くの利用者がオンライン上のニュースポータルサイトを通じて情報を受容している。オンラインニュースポータルサイトの日本における最大手であるヤフーニュースでは、掲載される情報の質の向上のため、迅速かつ正確な情報の提供及びファクトチェック関連の支援・貢献活動について、下記のような取組を行っている。

ヤフーニュースに掲載される記事は、新聞をはじめとする外部のニュース作成媒体から配信されることから、記事そのものの選定は勿論であるが、記事の配信を受ける媒体社も時間をかけて編集者を中心に一か月程度の活動実績を観察した上で審査・選定・配信契約をしている。また、誤情報対策の一環として、拡散されたデマを検証し打ち消す内容の記事を、アクセスが多い「トピックス」に積極的に掲載し、ユーザの理解を深める情報も付加することで利用者に対して注意を促し、情報の適切なアップデートを促している。新型コロナウイルス対策に当たっては、特設サイトの設置のみならず、ファクトチェック推進団体であるファクトチェックイニシアチブ（FIJ）と連携して特設サイト内にファクトチェック関連記事を掲載し、専用のコーナーも設置した。FIJには継続的な活動のための支援として寄付を行うことで、ファクトチェックの振興にも寄与している。誤情報対策のため、ファクトチェック団体である InFact やファクトチェックを積極的に行っているニュース媒体及び専門性を有する個人オーサーからファクトチェック記事の配信を受け、関連情報として元となる記事と併せて表示し、ユーザが正しい情報によりアクセスしやすい環境を構築している。

機能面においても、文中のキーワードに下線を引きワンクリックで当該用語の検索結果を表示することで正しい情報へのアクセス及び調べる行為を容易にする、利用者が個別にフォロー出来るテーマの中に「デマ・流言」を設定し誤情報やファクトチェックに特化した内容を選択して表示可能とする、例えばニュースを見て関心を持った利用者が検索機能を用いて新型コロナウイルス等の特定の病名に関して検索した場合に医療機関や公的機関の情報を優先的に検索結果の上位に表示する等により、利用者がより質の高い、正確な情報を得ることが可能となるサービスの提供を目指している。

また 21 年度の予定として、教育現場におけるフェイクニュース対策として、大学でリテラシー講座の開設およびゼミ研究を計画しており、フェイクニュース対策の啓蒙啓発に繋がるコンテンツ制作を行う予定としている。そのほかにもシンクタンクと協働し、国際情勢と連動したフェイクニュース事例の調査を実施し、ニュースサービスの運用に役立てる取り組みを行っている。

## 第4章 関連団体における取組

### ▶ メディア関連団体の取組

新聞やテレビをはじめとする伝統的なメディアは、報道の担い手として、情報の収集、記事の作成、編集、発信まで行うノウハウを蓄積し、訓練された人材が日々世の中に発信する情報を作成している中心的な存在である。

新聞は、信頼できる情報源として最も評価されている媒体であり、インターネットを経由したニュースについても、記事の提供元として新聞社が最も信頼できるとの調査結果がある。これは、インターネットを通じた情報の受容が進んだ現在においても、新聞が最も重要な情報源であり続けていることを示している。2万人近い記者が全国に取材網を整備し、行政機関等にも記者クラブ等の形で取材拠点を有しており、記事を発信する前に社内で何重にもチェックが行われている。不確かな情報に対しては、取材や検証を行い、デマを打ち消す記事を発信するとともに、誤った情報によって引き起こされた差別や偏見に対しても、対応する記事を発信することで是正に貢献するなど、自ら発信する情報にファクトチェックを行うとともに、ファクトチェックの基盤を提供していると言える。また、教育界と協力してNIE(Newspaper in Education)という取組を進めており、教育現場で新聞を活用して情報リテラシーの向上を推進している。今後、この取組がインターネットや SNS 等における偽情報対策としての側面を持つことも期待される。

(参照 URL)

[https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/audience/files/COVID\\_19.pdf](https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/audience/files/COVID_19.pdf)

<https://www.pressnet.or.jp/data/employment/employment03.php>

放送事業者においては、放送法の規律に加え、放送基準を定める等の自律的な取組を行うことで、放送する番組の内容を規律し、事実に基づいた根拠ある報道をしている。民間放送事業者においては、日本民間放送連盟において放送倫理基本綱領<sup>2</sup>、放送基準、報道指針等を定めており、例えば「日本民間放送連盟 報道指針」においては「予断を排し、事実をありのまま伝える。未確認の情報は未確認であることを明示する。」(2. (2))「誤報や訂正すべき情報は、すみやかに取り消しまたは訂正する。」(5. (2))と明示している。また、SNS で流れた情報についても、投稿者の意図を見極めるため、プロフィールを確認す

---

<sup>2</sup> (社)日本民間放送連盟と日本放送協会とが共同し制定したもの。

る他、使われている画像の初出を確認する、投稿者に実際に電話等でコンタクトを試みる等の手段により、事実かどうか確認の上での報道を行う等の対応が進められている。

加えて、公共放送である日本放送協会（NHK）における特筆すべき取組として、SoLT（Social Listening Team）と呼ばれるチームの立ち上げがある。この取組は、東日本大震災発生時に、被災地の多くの通信網がダウンした中で、残されたネットワークを通じて現地から周囲の状況や接触した情報などがSNSで発信されており、その中の信憑性が高いもの、公的機関により発信されたものが迅速かつ正確な報道に繋がったという事例をきっかけにして発足した。そこでは、SNSの情報を専門的に取扱い、Twitterのタイムライン等をリアルタイムで観察し、そこから事件事故の最新の状況や変化をいち早く捉え、インターネット上でキャッチした一次情報を報道に繋げる取組が行われている。

また、番組制作では、特にファクトチェックを取り上げる「フェイク・バスターズ」という番組を放送することで、積極的にファクトチェック情報を発信する試みも行われている。

これらの取組の指針は、「NHK 放送ガイドライン 2020（インターネットガイドライン統合版）」において公表されており、インターネットの特性を踏まえつつ、放送同様の品質管理を行うこととされている。「信頼される『情報の社会的基盤』としての役割を果たしていく」とされているところである。

（参照 URL）

[https://www.bpo.gr.jp/?page\\_id=1299](https://www.bpo.gr.jp/?page_id=1299)

<https://www.j-ba.or.jp/category/broadcasting/jba101035>

<https://j-ba.or.jp/category/topics/jba103853>

<https://www.nhk.jp/p/ts/XKNJM21974/https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/bc-guideline/pdf/guideline2020.pdf>

以上のように、広く流通する情報の作成・発信の主要な担い手であるこれらのメディアにおいては、ファクトチェックに相当する情報の精査が取材や自己検証を通じて従来から行われていると考えられる。インターネット上のフェイクニュース対策に取り組むに当たっては、これら伝統的なメディアの活動と SNS やニュースポータル事業者の活動が、相互に連携し合うことで、より実効性を高めることが出来ると考えられる。

## ▶ ファクトチェック推進団体の取組

ファクトチェックの取組に関しては、ファクトチェックイニシアチブ(FIJ)が広く知られている。FIJ は自らがファクトチェックを実施するのではなく、ファクトチェックが必要と考えられる「疑義言説」のリストをファクトチェックを実施するメディアパートナーに共有し、各メディアパートナーがチェックすべき「疑義言説」を選択し、ファクトチェック結果を記事にしたものを、FIJが一覧にして利用者に発信するという流れとなっている。メディアパートナーは、新聞社やテレビ放送事業者の他、Web ニュースメディアや、ファクトチェック団体である InFact などで構成されている。

(参照 URL)

<https://fij.info/about/media-partners>

メディアやメディア関連団体、ファクトチェック推進団体における取組の現状を踏まえると、今後の取組を検討する上で、以下の点を踏まえておく必要があると考えられる。

第一に、テレビや新聞を中心とする伝統的なメディアにおいては、ジャーナリストの育成が継続的に行われており、取材、調査、事実確認、記事執筆などが専門家の手で実施されていることに加え、放送倫理・番組向上機構 (BPO) における第三者による検証や、検証報道・調査報道なども行っており、発信する内容について自己検証作用が機能している点である。上述した FIJ においても、実際にファクトチェックを実施しているのは伝統的なメディアや Web ニュースメディアを中心とするメディアパートナーであり、メディアの人材が実質的にファクトチェックも担っているという構造となっている。

第二に、SNS 等における個人の投稿を対象としたファクトチェックについては、従来から取り組まれているものの、昨今の加速度的な情報流通量や影響の増大に対して、対策が追いついていないことが懸念される点である。また、影響力が大きく信頼性も高い伝統的なメディアによる報道や政治家・著名人の発言について、正しい記事や議事録が広く公開されている場合であっても、その恣意的な引用や悪質な曲解、元来全く異なる場面を撮影した映像の流用などにより、事実や元の報道が歪められて拡散されることも状況を複雑にしている。オンラインとオフライン、伝統的なメディアと比較的新しい SNS 等の相互作用を俯瞰しながら、SNS 等が持つ特性に応じた取組の充実が必要であると考えられる。加えて、日本においては、国際ファクトチェックネットワークの認定団体が無いことで、グローバルな SNS プラットフォーム事業者との協力が十

分効果的に進められていないという課題もあることから、これらの事業者との提携を視野に入れた、国際標準を満たすファクトチェック団体の育成に向けた取組が期待される。

(参照 URL)

<https://www.buzzfeed.com/jp/kotahatachi/vaccine-debunk>

第三に、ファクトチェックを行う人材を体系的に育成するシステムが、十分に整備されていない状況にある点である。ファクトチェックを持続的かつ効果的に実施するためには、情報リテラシー向上の一環として、広く一般に自ら情報の正誤を正しく判断し、場合によっては自らファクトチェックを行うノウハウが広く浸透していることが望ましい。また、ファクトチェック団体においてファクトチェックの専門家として活動する「プロのファクトチェッカー」の存在も不可欠である。これは、ファクトチェック人材の育成も多層的であり、例えばインターネット経由で簡単に動画で学べるコンテンツ、一般向けの簡易な書籍、ウェブサイト等による広く一般向けの啓発から、大学におけるプロフェッショナルの養成プログラムに至るまで、様々な水準のものが存在することが望ましいと考えられる。また、上記2点目で述べたファクトチェック団体において実践経験を積むことで、将来的にプロとして活躍する者のみならず、一般にも同様の経験を持った者が多数存在する環境を作ることが可能となる。

第四に、情報の受け手である利用者側のリテラシー向上の取組において、SNS等の個人の投稿に対するノウハウについて、より研究と開発を進めていく必要がある点である。調査結果からも伺われるように、従来のリテラシー教育は、特殊詐欺などの犯罪被害の防止、違法有害コンテンツからの青少年保護、アカウント乗っ取りやなりすまし防止などのセキュリティ対策が主であり、流通する情報の正誤を正しく判断し、場合によっては自らチェックを行うなどの情報リテラシーについては、取組が遅れていると考えられる。

また、これらの取組は一樣ではなく、科学的な思考が求められる医療健康情報、政治的立場にも影響される政治情報、混乱の最中に迅速さと正確さが求められる災害関連情報など、情報の種類によって社会的な影響力が大きく異なるとともに、アプローチすべき対象や適切な対処方法も様々である。他にも、利用者の属性（年齢層、政治的立場、職業、普段の情報接触媒体など）や発信媒体の違い（メディア、SNS、家族・友人から聞いた、それらの複合など）によっても必要な情報リテラシーの内容は異なり得ることから、より詳細な調査・研究の進展が期待される。特に、ファクトチェックが仕組みとして実施されやすいメディアや SNS に加えて、フェイクニュースを家族や友人から聞いて信

じてしまい、また自ら拡散することも多く見られることから、個々人が情報を自ら正しく判断することが出来るようなリテラシー向上の取組が求められていると言える。

## 第5章 今後の取組の方向性

第4章までの検討を踏まえ、民間部門による自主的な取組について、ファクトチェックとリテラシー向上が対策の両輪であるとの認識の下、下記のような方向性で具体化を進めていくことが有効であると考えられる。本フォーラムが、「プラットフォーム事業者を始めとする民間部門における関係者による自主的な取組を基本とした対策を進めていく」ための議論を行うことを目的に設立されたことも踏まえ、早急に取組を進めなければならないという危機感を共通認識として、本中間取りまとめの後、下記で挙げた諸点を中心に、本フォーラムにおいて関係者の具体的な取組の在り方についても、更に議論を進めていく。

### ▶ ファクトチェックの取組

ファクトチェックの取組としては、従来のファクトチェック活動を、サービスの様態や利用実態の変化、オフラインや伝統的なメディアも含めた社会全体における情報流通の在り方、最新の研究成果等を踏まえて質量ともに拡充するため、SNS等を通じた個人による情報発信を主な対象としたファクトチェックが実効的に機能するための取組について、具体的検討を行う。対象としては、本フォーラムにおいて主に議論した SNS での個人の投稿のみならず、オンライン掲示板や口コミ、個人ブログなど、メディアを通さず個人が直接行う情報発信を幅広く含むことで、より実効性が高まると考えられ、安心・安全なインターネット言論空間の構築を通じて、事業者の信頼性向上等にも貢献するものとなることが期待される。その際、以下の点に留意する。

第一に、SNS等を通じた個人による情報発信を対象とした対策を検討する際、個人の投稿を監視することで個人の情報発信が委縮するような結果を招くべきではなく、個人の情報発信を通じて正確でない内容が事実と誤認され、それが拡散されることで悪影響が生じる恐れがある場合を対象として取組を検討すべきである。また、個人を特定して誤りを指摘等した場合、「ネットリンチ」と呼ばれる不特定多数からの非難が集中することもあり得ることにも、十分な配慮が必要である。

第二に、そのような情報に対するファクトチェックを持続的に行い、情報収集、チェック対象の選別、検証及び結果の発信までを総合的に行う主体について、具体的検討を進めることが期待される。この取組の担い手としては、既存のファクトチェック団体に加え、伝統的なメディア、インターネット関連業界団体などが想定される。また、グローバル SNS 事業者を含む主要なプレーヤの参画・協力を得る形で取組を進めることにより、各事業者のサービスや利用の

実態を踏まえた、事業者にとっても便益が大きな取組の在り方について議論を深めることが望ましい。従前から課題とされている安定的な人材と財源の確保についても、ファクトチェック団体に求められる非党派性や財源・情報源・方法論の透明性を確保しながら、多様な主体が参画する中で、検討が進められることが期待される。

第三に、SNSでの個人の投稿を主な対象としたファクトチェックを実施する際は、新聞・テレビ等の伝統的なメディアとの協力が不可欠である。フェイクニュースの検証には、ジャーナリズムの視点・ノウハウが不可欠であり、SNSを通じて広まったデマについても、社会的影響が大きな事案についてはメディアにおいて検証がなされることも多い。また、フェイクニュースは、メディア報道の恣意的な切り取りや歪曲により、伝統的なメディアの信用を背景として、あたかもメディアで報道があったかのような形で広がるケースがある。そのようなケースにおいては、拡散した情報と参照されたメディア報道とのギャップをファクトチェック団体においてチェックし、検証結果をメディアと協力して拡散することで、フェイクニュースに対抗する有効な取組となることが期待できる。また、インターネットメディアとの連携の在り方についても検討を進めることで、取組の有効性をより高めることが期待される。

第四に、フェイクニュースの生成過程においては、個人や伝統的なメディアのほか、まとめサイト等の「ミドルメディア」が介在して影響力を増しているとの指摘<sup>3</sup>もあった。伝統的なメディアのニュースや個人の投稿が「ミドルメディア」を通じてフェイクニュースを含む新たなニュースを生成する「オンラインニュースの生態系」について分析を深め、実態の把握や、それらの「ミドルメディア」を運営する事業者との連携可能性等も含め、検討を進めることが考えられる。

第五に、第二で触れたファクトチェックを持続的かつ総合的に行う主体と、学術研究機関との協力が必要不可欠である。フェイクニュースについては、その内容、生成、伝搬、拡散、受容者への影響等について日々研究が行われ、新たな知見が得られているところである。SNS等を通じた個人による情報発信を主な対象としてファクトチェックを行う団体は、研究で得られた最新の知見を実践に応用するとともに、仮説検証の場としても機能することが活動の一部として期待される。また、ファクトチェック団体において得られたデータや知見

---

<sup>3</sup> フェイクニュース生成過程におけるミドルメディアの役割 ～2017年衆議院選挙を事例として～ How the Middle Media Played a Role in Generating Fake News in the 2017 Lower House Election in Japan 藤代 裕之\*

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsicr/37/2/37\\_93/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsicr/37/2/37_93/_pdf/-char/ja)

を研究機関と共有することで、更なる研究の進展にも貢献することが可能となる。

第六に、ファクトチェック活動を通じて、担い手となるファクトチェッカー養成の場として機能し、実践経験を得る機会を提供することである。ファクトチェッカーの養成とは、高度で専門的なファクトチェック技能の習得に限定されるものではなく、より一般向けの情報リテラシー教育の一環としても、ファクトチェックの現場を経験することは意義があると考えられる。

#### ▶ リテラシー向上の取組

SNS での個人の投稿などを通じて拡散されるフェイクニュースに対する対策として、情報受容者のリテラシー向上は不可欠かつ基本的な対策となる。

第一に、リテラシーの中でも、接触した情報の正誤を判断し、その情報を自ら適切に利用することが出来るよう、情報受容者としての情報リテラシーの向上を主たる目的とすることが有効である。従来のリテラシー教育は、詐欺や性犯罪等の犯罪被害の防止、セキュリティ対策、最新の機器・機能の紹介などが中心であり、流通する情報そのものに対するリテラシーは対策が遅れていたと考えられる。新たな取組は、そこに焦点を当てることにより、従来の取組と補完的に機能し、社会全体の情報リテラシーを向上させることが期待される。

第二に、情報リテラシー向上には、情報の正誤を自ら判断するノウハウ、ファクトチェック能力が不可欠である。その際、ファクトチェック能力には、一般的な情報受容者としてのリテラシーの向上を目指すものから、専門的な知識と技能を身に着けた職業的ファクトチェッカーの育成に至るまで、その内容と程度に大きな幅があることに留意が必要となる。一般的な内容と手法については、数十分程度の動画や Web 記事、簡潔なオンライン講習など、アクセスが容易かつ実践が可能なコンテンツを作成することが有効である。一方で職業的ファクトチェッカー育成の際は、大学院等の教育研究機関による専門的プログラムやメディア関係者の協力を得た育成プログラムによる訓練が求められる。

第三に、上述の情報リテラシー向上のためのコンテンツは、多様な主体により複数作成されることで、多様な利用者に効果的にアプローチすることが期待される。個人による発信媒体にもサービスごとに内容や利用者属性に違いがあり、その違いに応じたリテラシー教育の内容となることが望ましい。また、対象が同じであっても、SNS 事業者と、伝統的メディアや教育機関では異なる視点での対策が考えられる。利用者にとっても、多様なコンテンツの中から自らに合ったものを選択出来る方が、多数の者にアプローチが可能となる。

第四に、多様なリテラシー向上のためのコンテンツをバラバラに発信するの

みならず、行政機関や関連団体とも協力して、総合的な普及啓発の取組を促進することが望ましい。フェイクニュースがメディアやインターネットのみならず、家族や友人間における口コミで接触拡散されることも多いことから、簡易に実践可能な内容が広く一般に普及するよう努めることが必要であり、多くの機関との協力を推進し、可能な限り多くの利用者にアプローチすることが肝要である。

▶ Disinformation 対策シンポジウム（仮）の開催

本フォーラムは、最先端の研究者や自らサービスを提供する事業者の実務担当者が自由に議論する場とするため、非公開で議論が行われてきた。そのため、議論の内容について個別にフォローすることが出来ないことから、本中間取りまとめで記述しきれない個別具体的な研究や実務について、より多くの関心ある者と共有する場を設けることが、本フォーラムの議論の成果を効果的に発信し、具体的な取組を進めていく上で重要であると考えられる。そのため、シンポジウム等の公開のイベントを開催することを検討し、準備を進めることとする。

## おわりに

本フォーラムの議論を開始して以来、計 6 回の会合を開催し、主として本中間取りまとめの第 2 章から第 4 章までに紹介した調査や研究、事業者や関連団体の取組について共有し、議論が交わされた。第 5 章は、それらの議論の中で出された調査結果や問題意識、対策の方向性の示唆などを踏まえ、今後の具体的な取組に関する議論の方向性について、記述したものである。

また、本フォーラム設立の端緒となった「プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書」が公表された 2020 年 2 月から約 1 年が経過したが、その間にも Disinformation を巡る状況は刻々と変化しており、今後も変化を続けることは確実である。本フォーラムにおいて今後議論を深めていくに当たっては、最新の出来事を遅滞なく反映することが不可欠である。

幾度となく言及した通り、同じ SNS という括りであっても、インターネット上で提供されるサービスは多様であり、問題への対処も個社ごとに異なることが、自由で多様な言論空間の創出に寄与している。それら多様なサービスを提供する事業者、伝統的なメディア、学術研究者等が一同に会する場として、本フォーラムはその重要性をより一層増している。民間事業者の自主的な取組について深く議論する場であるという本フォーラムの特徴を活かし、更には本フォーラムへの参加者に限定することなく、幅広く多様な関係者と柔軟に連携しながら引き続き議論を深め、質の高い言論空間の発展に貢献していく所存である。

Disinformation 対策フォーラムの構成員・オブザーバー一覧

■構成員（有識者） ※敬称略/順不同

沢田登志子	一般社団法人 EC ネットワーク 理事
宍戸常寿（座長）	東京大学大学院法学政治学研究科 教授
瀬尾傑	スマートニュース メディア研究所 所長
西田亮介	東京工業大学リベラルアーツ研究教育院 准教授
藤代裕之	法政大学社会学部 教授
安野智子	中央大学 文学部 教授
山口真一	国際大学 GLOCOM 准教授

■構成員（事業者） ※順不同

Facebook Japan 株式会社  
Google 合同会社  
ヤフー株式会社  
Twitter Japan 株式会社

■オブザーバー ※順不同

一般社団法人 日本新聞協会  
日本放送協会  
一般社団法人 日本民間放送連盟  
総務省  
消費者庁