

フェイクニュースや偽情報への対策状況 ヒアリングシート (2021年3月30日)

社名	ヤフー株式会社	
1. 前提 (サービス概要)		
①	対象サービス名	Yahoo!知恵袋、Yahoo!ニュース (コメント機能含む)、Yahoo!検索 (ウェブ検索)、広告
	サービス分類	(i) コンテンツ共有サービス : Yahoo!知恵袋、Yahoo!ニュース (コメント機能) (ii) ニュース配信サービス : Yahoo!ニュース (iii) 検索サービス : Yahoo!検索 (ウェブ検索)
②	加入者数、月間アクティブユーザー数又は書き込み数	【日本の数値】
		【グローバルの数値】
		【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】
		<p>※以下を参考値として記載 :</p> <p>Yahoo!JAPAN 全体の月間アクティブユーザー スマートフォン : 6800 万 UU、PC : 2100 万 UU</p> <p>出典 : Yahoo! JAPAN 媒体資料 (2020 年 10 月 1 日更新) P. 22 より https://marketing.yahoo.co.jp/download/</p>
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	(i) Yahoo!知恵袋 偽情報に限るものではないが、パトロール部隊による違反投稿の監視などを通じて、偽情報の検知、調査、対応の検討を行っている。
		(ii) Yahoo!ニュース ニュース部門、政策企画部門、リスクマネジメント部門など部署間連携によるフェイクニュ

		<p>ース対策PJを組成し、対策にあたっている。また、海外でのフェイクニュース事例・諸問題など外部シンクタンクに協力いただき分析調査を実施している。</p>
②	日本における偽情報等の発生・拡散状況、結果公表	【①社会的混乱関係（災害等）】
③		【②健康・医療関係（コロナ関係等）】
④		【③選挙・政治関係（米国大統領選等）】
⑤		<p>【④全般・その他】</p> <p>(i) Yahoo!知恵袋</p> <p>①の調査結果は内部限りのものとし、外部への公表はない。</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース</p> <p>ヤフーが提供する情報は信頼性の高い既存メディアと契約の上で掲載しているため、偽情報等の発生・拡散は行われていない。弊社がニューストピックスなどにおいて間違った情報を掲載した場合は、適宜お詫び・訂正を公表している。</p>
⑥	研究者への情報提供、利用条件	<p>(i) Yahoo!知恵袋</p> <p>対象情報や用途を偽情報対策に限定するものではないが、投稿者のYahoo! JAPAN IDを暗号化するなど、個人を特定することができない情報に処理したうえで投稿内容、投稿日時などの投稿に関する情報を大学、独立行政法人など研究機関へ無償提供している。</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース</p> <p>偽情報の調査分析における情報提供について実施した実績はない。仮にご要望いただいた場合は、内容等を精査した上で都度、当該事業部・サービスで判断させていただく。</p>
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	産学官民の協力関係の構築	<p>特定のサービスに限定するものではないが、Zホールディングス株式会社においては、「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」を開催し、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進める有識者会議を開催。</p> <p>構成員として、マスメディアの方から学者まで、幅広い分野の専門家をお招きし検討を進めている。</p> <p>https://www.z-holdings.co.jp/pr/press-release/2021/0121/</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース</p> <p>一般社団法人セーフアーインターネット協会主催の「Disinformation 対策フォーラム」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っている。</p> <p>(参考)</p> <p>https://www.saferinternet.or.jp/anti-disinformation/</p>
②	具体的な役割	<p>(ii) Yahoo!ニュース</p> <p>前述のフォーラムを通じて、プラットフォームサービスとして、弊社が行っている対策やノウハウなどを共有している。またサービス運営において、パートナーメディアや専門家との連携を深めている。</p>
③	議論を踏まえた取組	<p>(ii) Yahoo!ニュース</p> <p>一例として ZHD グループである LINE 社ニュースサービスとの間で、Disinformation に関する情報共有や対策協議を目的とした合同会議を設置しています。</p>
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	(i) 禁止行為	<p>【①社会的混乱関係（災害等）】</p> <p>【②健康・医療関係（コロナ関係等）】</p>

		<p>【③選挙・政治関係（米国大統領選等）】</p>
		<p>【④全般・その他】</p> <p>ヤフーのサービスを利用される方すべてに適用される利用規約について (参考) https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf1st 利用規約 第1編 基本ガイドライン 第1章 総則</p> <p>7条 サービス利用にあたっての順守事項</p> <p>当社のサービスのご利用に際しては以下に定める行為（それらを誘発する行為や準備行為も含みます）を禁止いたします。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 日本国またはご利用の際にお客様が所在する国・地域の法令に違反する行為 2. 社会規範・公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または他人の迷惑となるようなものを、投稿、掲載、開示、提供または送信（以下これらを総称して「投稿など」といいます）したりする行為 3. ほかのお客様の使用するソフトウェア、ハードウェアなどの機能を破壊したり、妨害したりするようなプログラムなどの投稿などをする行為 4. 当社のサーバーまたはネットワークの機能を破壊したり、妨害したりする行為 5. 当社のサービス、当社の配信する広告、または、当社のサイト上で提供されているサービス、広告を妨害する行為 6. ほかのお客様の個人情報や履歴情報および特性情報（第2章プライバシーポリシーにて定義されます）などをお客様に無断で収集したり蓄積したりする行為 7. サービスを、提供の趣旨に照らして本来のサービス提供の目的とは異なる目的で利用する行為 8. ほかのお客様のIDを使用してサービスを利用する行為 9. 手段のいかんを問わず他人からIDやパスワードを入手したり、他人にIDやパスワードを開示したり提供したりする行為

		<p>10. 当社のサービスに関連して、反社会的勢力に直接・間接に利益を提供する行為</p> <p>以下、サービスごとの利用ルールについて</p> <p>(i) Yahoo!知恵袋 プラットフォーム事業者において、どのような情報が虚偽であるか否かを判別することは難しく、殊更「虚偽情報」のみを取り上げて禁止するものではないが、名誉毀損など真実に反する記載により、第三者の権利を侵害する場合には削除措置がなされるほか、総合考慮により、他人を不快にさせる投稿や、不適切として削除措置がなされる場合がある。 (該当する利用ルール) 禁止事項1：過度な批判、誹謗中傷など他人を攻撃したり、傷つける内容の投稿や、他人を不快にさせる内容の投稿 禁止事項11：その他 Yahoo! JAPAN が不適切だと判断するもの</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース ・Yahoo! JAPAN <u>メディアステートメント</u>では、以下の通り定めている。 「社会規範や品位を守り、良質で信頼できる情報の提供を目指します。不正確な情報や、過剰に扇動的な表現、誤解を招く情報を届けることのないよう、真摯に取り組みます。」 ・禁止事項 Yahoo!ニュースでは、契約している媒体社に対して、契約やガイドラインにて、次に該当する内容を含む配信を禁止している。(なお、直接的に偽情報等を禁止するものではない) -正確性に欠ける、名誉毀損等の権利侵害、公平性に欠ける、利用者に不利益を与えるおそれのある医療・健康情報など。</p> <p>なお、Yahoo!トップページなど情報掲載面においても、サービスごとに各種ガイドラインを設けている。また、ニュース以外の各種サービスが従う医療健康美容に関するガイドライン</p>
--	--	--

	<p>や、コンテンツ調達に関するガイドラインなどを運用し、掲載場所での情報の信頼性確保に努めている。</p>
(ii) 削除等の対応	<p>【①社会的混乱関係（災害等）】</p>
	<p>【②健康・医療関係（コロナ関係等）】</p>
	<p>【③選挙・政治関係（米国大統領選等）】</p>
	<p>【④全般・その他】</p> <p>ヤフーのサービスを利用される方すべてに適用される利用規約について (参考) https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf1st 利用規約 第1編 基本ガイドライン 第1章 総則</p> <p>12条 投稿などの削除、サービスの利用停止、ID削除について 当社は、提供するサービスを適正に運営するために、以下の場合にはあらかじめ通知することなく、データやコンテンツを削除したり、サービスの全部または一部の利用をお断りしたり、お客様のIDを削除したりするといった措置を講じることができるものとします。 また、お客様が複数のIDを登録されている場合には、それらすべてのIDに対して措置がとられる場合があります。</p> <p>1. お客様が本利用規約に定められている事項に違反した場合、もしくはそのおそれがあると当社が判断した場合 (以下、略)</p> <p>以下、個別のサービスごとのルールについて</p> <p>(i) Yahoo!知恵袋</p>

		<p>サービスごとの利用ルールにおいて、ガイドライン違反と判断した場合には、掲載・投稿の制限を行う可能性があることを定めている。また、違反投稿が繰り返され、複数回にわたり削除措置がされたアカウントについては、それ以降の投稿ができなくなるよう「投稿停止処置」が行われることがある点についても規定されている。</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース Yahoo!ニュースでは、以下のとおり、偽情報等が入り込みにくい体制を構築している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 契約前の審査記事内容や制作体制などについて審査を行ったうえで媒体社と契約を行なっている（審査の結果、契約に至らない場合も多い）。 ・ 媒体社には、契約、ガイドラインに従った配信をお願いしており、契約後も適宜、媒体社様の審査を行っている。深刻なガイドライン違反があった場合などについては、契約を終了させていただく場合がある。 ・ 配信記事について申告をいただいた場合等、記事に問題があるおそれがある場合には、媒体社に確認を行い、必要に応じて修正、削除等の対応を行っていただいている。 <p>(iii) 検索サービス フェイクという観点ではなく、当該情報がプライバシー侵害や権利侵害に該当するものに対して削除や非表示措置を実施している。</p>
<p>(2) 削除等の対応</p> <p>以下の①～⑤について、「偽情報」という切り口から対応件数をカウントしているサービスはない。</p>		
①	偽情報等に関する申告や削除要請の件数	<p>【日本の数値】</p> <hr/> <p>【グローバルの数値】</p> <hr/> <p>【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】</p>

②	(i) 偽情報等に関する申告や削除要請に対する削除件数	【日本の数値】
		【グローバルの数値】
		【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】
	(ii) アカウントの停止数	【日本の数値】
		【グローバルの数値】
		【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】
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)	【日本の数値】
		【グローバルの数値】
		【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】
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)	【日本の数値】
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	【日本の数値】 不正な申告や不正な削除要請への対応は、パトロール部隊や専門部署により人の目により確認が行われているため、不正か否かにかかわらず、一件一件、申告内容を確認している。
		【グローバルの数値】
		【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】
(3) 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	<p><u>受付窓口・受付態勢</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・偽情報等に限らず、ガイドライン違反や第三者の権利を侵害するような投稿、ニュース記事等について申告窓口を用意している。オンラインの申告フォームの他、書面でも受け付けている。 ・受付窓口はカスタマーサポートが対応し、違反申告がなされた投稿についてはパトロール部隊が24時間365日体制で確認を行っている。 <p><u>プロセス</u></p> <p>受け付けた申告については、1件1件パトロール部隊が目視により確認し、ガイドライン違反の有無について確認がなされる。</p> <p>なお、ニュース記事に関する申告については、媒体社にお伝えするとともに、ニュースサービスの担当者にも転送され、媒体社できちんと対応がされているかを確認することとしている。媒体社および弊社での確認は人が行なっている。</p> <p><u>ファクトチェック機関との連携</u></p> <p>現在のところ、偽情報等がサービス上に蔓延しているといった問題が生じていないため、ユーザーにより掲載された投稿や、入稿されたニュース記事に関するファクトチェック機関への確認依頼、依頼結果に基づく削除は実施していない。</p>

②	対応決定時における通知の内容、理由の記載の程度	<p>申告方法や申告の内容により、対応決定時の通知の有無は異なる。書面により申立書を受領した場合には、対応結果について書面にて通知を行われる場合があるが、簡便な違反申告フォームなどにおいては、返信用メールアドレスの記載などができない仕様になっているため、対応決定時の通知は行われない場合がある。</p> <p>なお、Yahoo!ニュースでは、偽情報等は確認されていないため、そのような通知は行なっていない。仮に偽情報等であることがYahoo!ニュースにて確認された場合、発信者たる媒体者に対しては、詳細に説明して、ただちに削除等の措置を行っていただくようお願いをすることとなる。</p>
③	<p>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</p> <p>その他の対応に関する部署やチームの内容・規模・人数</p>	<p>【日本の数値】 全サービス共通の数値ではあるが、パトロール部隊には数百名在籍し、24時間 365日、シフトを組んで対応にあたっている。プロバイダ責任制限法に基づく法的な判断をする部署については、7.8名程度で対応。そのほか、社外弁護士複数名に諮問して対応にあたっている。</p> <p>【グローバルの数値】</p> <p>【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】</p> <p>【日本の数値】</p> <p>【グローバルの数値】</p> <p>【(質問に答えられない場合) 参考となる数値】</p>
④	④の部署・チームに関する日本国内の拠点の有無、日本に	有り

	おける責任者の有無	
⑤	削除等への苦情や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	削除等への苦情や問い合わせについては、ご意見・ご要望フォームを通じて CS 窓口にて受付を行い、回答に当たり法的な判断が必要なものであれば、専門部署へエスカレーションが行われ、回答指示を行う。
(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策	
	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	
< 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	<u>「①社会的混乱関係（災害等）」</u> <u>「②健康・医療関係（コロナ関係等）」</u> <u>「③選挙・政治関係（米国大統領選等）」</u> Yahoo! JAPAN 広告配信ガイドラインにおいて、広告の配信先は、メディアとしての知名度・実績があることと、広告配信先サイト内の情報に信頼性があることを条件としており、偽情報等のあるようなサイトへの配信はお断りしている。
②	広告出稿制限	Yahoo! JAPAN 広告掲載基準において、下記の様に規定している。 <u>「①社会的混乱関係（災害等）」</u> 事実と異なる内容の広告は掲載をお断りしている。 <u>「②健康・医療関係（コロナ関係等）」</u>

		<p>薬機法等の広告規制に基づき、虚偽広告は掲載をお断りしている。</p> <p>「③選挙・政治関係（米国大統領選等）」</p> <p>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います。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お断りしている。</p>
③	ターゲティング技術の適用に関する規定	<p>偽情報等に関する広告は掲載を認めていませんので、ターゲティング技術の適用に関する規定は設けていない。政治広告については、ターゲティング技術の適用に関する規定を設けていませんが、今後何らかの規定を設けるべきかを検討している。</p> <p>なお、これらの広告に限らず、弊社ではYahoo! JAPAN 広告データ利用基準を定めており、広告における不適切なデータの利用を防止している。</p>
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策	<p>広告のアルゴリズムの詳細は開示していないが、政治広告等に限らずターゲティング広告が表示された理由を、広告に付帯している i アイコンからのリンク先のページで表示している。</p>
	AI 原則・ガイドライン等の参照	<p>偽情報や政治広告のターゲティングに関する方策は実施していない。</p>
⑤	出稿者の情報や資金源の公開	<p>広告出稿者の社名・団体名・個人名等および所在地、連絡先を広告サイト内に明示することをYahoo! JAPAN 広告掲載基準に規定している。特に政治広告の資金源の公開については、現状求めているが、世情に合わせ今後必要があれば検討していきたいと考えている。</p>
⑥	広告とコンテンツの分離	<p>広告には、広告であることの明示をすることを原則としており、広告とコンテンツの表示領域を明確に分けるよう規定している。</p>
⑦	その他の透明性・アカウントビリティ確保方策 ユーザへのツール提供	<p>広告審査および広告配信先の審査に関する透明性レポートを定期的に公開。実際にお断りした件数や内容の内訳をまとめている。</p> <p>(参考)</p> <p>・プレスリリース「ヤフー、2019 年度は約 2 億 3 千万件の広告素材を非承認に～ 広告サービス品質向上のための審査実績をまとめたレポートを公開 ～」</p> <p>https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/08/06m/</p>

		<p>・ 広告サービス品質に関する透明性レポート（2020年12月リリース版） https://marketing.yahoo.co.jp/strength/quality/adqualityreport/</p>
6. 「ファクトチェックの推進」関係		
①	<p>ファクトチェック結果の表示 具体的な仕組み・基準</p>	<p>(i) コンテンツ共有サービス 多くの一般ユーザーが投稿するCGMサービスにおいては、投稿内容もさまざまであって、真偽の確認も困難であることが多いため、ファクトチェック機能は導入していない。なお、ユーザーや企業による申告をきっかけに事実と反する投稿が確認できた場合、あるいは、パトロールにより検知された偽情報（公式に示されている情報に明らかに反するもの）については、既存のガイドラインに抵触する限りにおいて対応を行う。</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース Yahoo!ニュースでは、信頼性の高いメディアと契約を締結し、コンテンツを調達・掲載している。また、Yahoo!ニューストピックスにおいては、誤情報・デマに対して正しい情報を積極的に掲載している。</p> <p>（例）トピックスに掲載された主なデマを打消すトピック（コロナ関連） 「バナナ食べると感染 デマ注意」 「新型肺炎めぐる世界のデマ 検証」 「新型コロナ お湯で予防はデマ」 など。</p> <p>さらに、Yahoo!トップページを中心に、メディアサービス各所から誘導される「新型コロナ特設サイト」では、コロナ関連のデマへの注意喚起を行うコーナーを設置している。また、ファクトチェック団体FIJと情報共有連携を行い、メディアや専門家の記事を掲載。あわせて消費者庁や国民生活センターへのリンクも設置している。なお、各所への掲載にあたっては編集部が複眼的に確認をした上で掲載を行っている。</p>

(例)「新型コロナウイルス感染症まとめ」ページ内にデマ情報等への注意喚起を掲載
<https://news.yahoo.co.jp/pages/article/20200207>

デマ情報や便乗詐欺への注意


便乗詐欺や誤認させる広告にも注意を

感染が拡大するなか、ワクチンや治療薬、消毒薬などに関連した詐欺の電話や、商品を勝手に送りつける悪徳商法などが相次いでいます。正確な情報に基づいて冷静に行動するよう、消費者庁や国民生活センターが注意を呼びかけています。

[消費者庁 | 新型コロナ関連消費者向け情報](#)
便乗悪徳商法や商品表示に関する注意喚起、消費生活相談窓口の紹介など


[国民生活センター | 新型コロナウイルス感染症関連](#)
新型コロナウイルス感染症に便乗した詐欺や悪徳商法の事例や注意喚起

 **新型コロナ・ワクチン詐欺電話に注意 だまされないための対策、不安な時の相談先を解説**
多田文明 2/1(月) 8:00

 **新型コロナワクチン詐欺！「優先的に打てる」に騙されず「新型コロナワクチン詐欺ホットライン」に相談を**
高橋純子 2/19(金) 14:18

デマ情報などに惑わされないために

コロナ禍では感染への不安や混乱からデマや流言などが飛び交いました。誰もが誤った情報に惑わされる可能性があることに留意して過ごしましょう。

 **検索データをもとに振り返るコロナ禍の流言とデマの陰謀論—不確かな情報とどう向き合う？**
Yahoo!ニュース オリジナル 特集 3/10(水) 10:00

主なファクトチェックサイト

これらの団体では、国内外の不確かな情報についての検証（ファクトチェック）を行った結果を公表しています。

[FD \(ファクトチェック・イニシアティブ\) | 新型コロナウイルス特設サイト](#)
新型コロナウイルス関連の真偽の定かでない情報について検証している。情報提供も募集。

[インファクト | ファクトチェック](#)
調査報道とファクトチェックを主とする独立系メディア。

(例) Yahoo! トップページ内、コロナ関連のデマへの注意喚起を行っている

		<p>(例) オリジナル啓発コンテンツを制作し、公開 「検索データを踏まえて振り返る コロナ禍の流言とデマ・陰謀論」 https://news.yahoo.co.jp/newshack/special/newcontents/falserumor/</p>
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	なし
③	ファクトチェックを実施する人材の育成	
④	ファクトチェック機関との	(iv) トップページ特設サイトにおける取り組み

	連携	6-①の取り組みの他、連携相談や活動内容の共有などの定期的な MTG を実施している。
7. 「ICT リテラシー向上の推進」 関係		
①	普及啓発の取組・投資	FY21 において教育現場（大学）において情報リテラシー教育を実施する予定。こうしたリテラシー教育の授業・研究を通じて、啓蒙コンテンツを作成し Yahoo! を中心にグループで活用する予定。
②	他のステークホルダーとの連携・協力・投資	上記情報リテラシー教育において、企業と大学の連携により実施する。また実施にあたっては有識者や伝統メディア関係者とも協力・連携していく予定。
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策の検討」 関係		
①	信頼性の高い情報の表示	<p>主に、ニュースと検索の取り組みについて紹介する。</p> <p>(ii) Yahoo!ニュース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トピックスについて <p>Yahoo!ニュースでは、ユーザーの課題解決に資するため、公共性の高い情報をサービスの最も目立つ場所である Yahoo!ニュース トピックスやトピックス詳細ページに掲載している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オーサーコメントについて <p>特定分野の専門性を有するオーサーと契約を締結し、専門分野にかかる記事について、補足的な見解を示して、記事の内容についてのユーザーの理解を向上させることを狙いとする。なお、専門家の選定にあたっては、特定の分野における専門性、評判、知名度などを基準にした審査を行っており、また専門家による投稿は全件、担当者によるチェックを行うことで、一定の品質を保っている。</p> <p>(iii) 検索サービス</p>

		<p>①社会的混乱関係（災害等） 大規模な災害が発生した際などは、関連するワードで検索した際に、各自治体や省庁などが発信している情報等をはじめ、信頼性が高い情報をまとめ、検索結果画面の上部に掲出する取組を行っている。</p> <p>②健康・医療関係（コロナ関係等） 医療に関する信頼性の高い情報の提供を行うため、特定のワード（例えば「新型コロナウイルス」関連の主要なワードや、各種がんの病名等）で検索した際、公的機関が発信している情報等、信頼性が高い情報をまとめて、検索結果画面の上部に掲出する取組を行っている。</p> <p>同様にワクチンの情報を求めるようなワード（「ワクチン」「ワクチン反対」「ワクチン危険」等）においても、厚生労働省等と連携して、検索結果画面の上部で適切な案内や誤情報への注意喚起をするような施策を行っている。</p> <p>(iv) その他 Yahoo! トップページ（ニューストピックスおよび TOP タイムライン）の取り組み 新型コロナ等、国民の生命財産に関わる重大事項が発生している場合、Yahoo! トップページにおいて、メディアから提供を受けたコンテンツを誘導している。首相会見や都知事会見等の動画のエンベッド(埋め込み)による提供や、特設サイトへの誘導など、ユーザーが認知しやすい場所に掲載を行っている。 災害においては、地震速報やユーザーのお住まいの地域ごとにアラート情報を掲出等している。 いずれの情報もメディアや公的機関の情報源とすることで信頼性の高い情報の提供に努めている。</p>
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	<p>・トピ掲載基準の公開 Yahoo! ニュースでは、トピックスに掲載する記事の基準として、「公共性」と「社会的関心」</p>

	ィ確保方策	を2つの大きな柱としており、その他の掲載基準についても公開している。 (参考) newsHACK「1日4000本の記事と向き合う「Yahoo!ニュース トピックス編集部」のすべて」 https://news.yahoo.co.jp/newshack/newshack/how_to_yahoonews.html
③	メディアとの連携体制構築 具体的検討・取組	信頼できる質の高い情報を増やしていくため、伝統的メディアやネットメディア等と連携体制を構築している。 質の高い情報を増やすための施策は、以下の通り。 ・適宜、媒体社の配信内容に関する審査を行っており、ガイドライン等に照らして改善いただきたい点についてお伝えしている。 ・公共性・公益性が高いテーマ、社会課題について、媒体社とともに記事制作を行っている。 ・ユーザーの課題解決に資するため、公共性の高い情報をサービスの最も目立つ場所であるYahoo!ニュース トピックスやトピックス詳細ページに掲載している。
④	情報源のトレーサビリティ 確保、なりすまし防止・認証	ヤフーの多くのCGMサービスでは、ログインされたYIDにより識別され、投稿することが可能となっているため、誰でも匿名のまま投稿できるサービスや実名を利用したサービスと比べて、なりすましの問題が発生するケースが多いとは言えない。 なりすましを理由とする申告や不正アクセスについては、当事者からの申告に基づき適切に対処を行う。 Yahoo!ニュースでは、記事提供元が明確となっているため、現時点において、なりすましの問題は生じていない。
10. その他		
①	意見・補足	偽情報に限定した取り組みではないが、ヤフーでは、2020年に社内意識者会議「プラットフォームサービスの運営の在り方検討会」を開催し、個人に対する誹謗中傷への対策について

		<p>検討を行った。同検討会の提言書においては、ヤフーの投稿系サービスにおける誹謗中傷抑止・削減のための取り組みや、環境整備のための取り組み、透明化等について提言するもので、各提言に従い、ヤフー自身も検討を進めることとしている。これらの施策は、プラットフォーム事業者の取り組みの透明化を図るとともに、各取り組みについての効果測定を実施、それらの結果について有識者や世間からのフィードバックを得て改善につなげることで、健全な投稿プラットフォームサービスのエコシステムの構築につながるものと考えている。</p> <p>また、本年 2021 年より Z ホールディングス株式会社にて開催している「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」においては、現在様々な先生方のご意見を聞いた上で取り組みを進めようとしているところである。</p> <p>フェイクニュースについては、これから取りうる対策のアプローチを検討、実行している最中ではあるが、個々の情報のファクトチェックといった直接的な取組みから、プラットフォームの環境整備、エコシステムの構築といった構造的解決に至るまで多種多様なアプローチが考えられるところであり、ユーザーに安心して利用いただける健全なプラットフォームのデザインに向けて、積極的に取り組んでいきたいと考えている。</p>
--	--	---