

プラットフォームサービスに関する研究会（第27回）

- 1 日時 令和3年5月13日（木）13時00分～15時00分
- 2 開催場所 総務省第1特別会議室（8階）
- 3 出席者
 - （1） 構成員
宍戸座長、新保座長代理、生貝構成員、大谷構成員、木村構成員、崎村構成員、手塚構成員、寺田構成員、森構成員、山口構成員、山本構成員
 - （2） オブザーバ・発表者
個人情報保護委員会事務局 参事官 赤阪 晋介
（一財）マルチメディア振興センター プロジェクト企画部長 木曾 希
法務省人権擁護局参事官 参事官 唐澤 英城
LINE株式会社 公共政策室副室長 青木 幸太郎
みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社 中 志津馬
法政大学 社会学部准教授 藤代 裕之
ファクトチェック・イニシアティブ 理事兼事務局長 楊井 人文
 - （3） 総務省
竹内総合通信基盤局長、今川電気通信事業部長、吉田正彦総合通信基盤局総務課長、大村事業政策課長、梅村データ通信課長、小川消費者行政第二課長、丸山消費者行政第二課課長補佐、中川消費者行政第二課課長補佐、萩原消費者行政第一課課長補佐
- 4 議事
 - （1） フェイクニュースへの対応に関する事業者ヒアリング
 - （2） 日本や海外におけるファクトチェックの取組について
 - （3） 諸外国におけるファクトチェックの取組について
 - （4） フェイクニュース生成・拡散のメカニズム
 - （5） 自由討議

【宋戸座長】 本日は皆様、お忙しいところお集まりをいただきまして、誠にありがとうございます。定刻となりましたので、プラットフォームサービスに関する研究会第27回会合を開催させていただきます。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、構成員及び傍聴は、ウェブ会議システムにて実施させていただいております。

まず、本研究会の開催要項に基づきまして、今回よりオブザーバとして、法務省人権擁護局に御参加いただくことになりました。一言御挨拶をお願いできますでしょうか。

【唐澤参事官】 法務省人権擁護局の唐澤でございます。今回オブザーバとして参加させていただくことになりました。非常に注目が集まるテーマが目白押しとなっています。協力をさせていただきたいと思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

以上でございます。

【宋戸座長】 ありがとうございます。どうぞよろしく願いいたします。とても心強いです。

それでは、事務局よりウェブ会議による開催上の注意事項について御案内がございます。よろしく願いいたします。

【中川消費者行政第二課課長補佐】 事務局を務めます、総務省消費者行政第二課の中川でございます。本日のウェブ開催に関する注意事項を御案内させていただきます。

本日の会合の傍聴者につきましては、ウェブ会議システムによる音声のみでの傍聴とさせていただきます。このため、構成員の方々におかれましては、御発言に当たっては、冒頭にお名前を必ず言及いただきますようお願いいたします。ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外にはマイクをミュートにして、映像もオフにさせていただきますようお願いいたします。

御発言を希望される際には、事前にチャット欄に発言したい旨を書き込んでいただきますようお願いいたします。それを見て、座長のほうから発言者を指名させていただきます。発言する際にはマイクをオンにして、映像もオンにして御発言をお願いいたします。発言が終わりましたら、いずれもオフに戻してください。

接続に不具合がある場合には、大変申し訳ないですが、速やかに再接続を試していただくようお願いいたします。その他、チャット機能で随時事務局や座長宛てに連絡をいただければ、随時対応させていただきます。

続きまして、配付資料の御案内でございます。本日の資料は、本体資料が1から4まで、

また、参考資料については1から7までを御用意しております。なお、資料3-2のみずほりサーチ&テクノロジーズ様の資料につきましては、一部構成員限りの情報が含まれております。構成員の方々には、別途構成員限りのバージョンの資料を御用意しております。

注意事項は以上となります。なお、本日、宮内構成員と松村構成員が御欠席の予定となっております。

それでは、これ以降の議事進行は、宍戸座長にお願いしたいと存じます。宍戸座長、よろしくお願いたします。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

本日の議事の進め方でございますけれども、まずは、第25回の会合で行ったフェイクニュースや偽情報への対応に関するフォローアップにつきまして、LINE株式会社様からの御発表が積み残しとなっております。そこで、本日御発表いただける準備が整いましたので、御発表、御質疑をまず行いたいと思います。その次に、ファクトチェック・イニシアティブ様から、日本や海外におけるファクトチェックの取組について御発表いただきます。その次に、みずほりサーチ&テクノロジーズ様から、諸外国におけるファクトチェックの取組について御発表いただきます。さらに、藤代裕之法政大学社会学部准教授様から、フェイクニュース生成・拡散のメカニズムについて御発表いただきます。その後、全体を通じた自由討議として、構成員の皆様から御意見をいただきたいと思っております。

なお、本日御発表ではございませんが、Googleジャパン様より、ファクトチェックや公認報告者プログラムの取組につき、資料提供をいただいております。御参考までに御参照のほどよろしくお願いたします。

それでは、まず資料1について、LINE株式会社、青木様より御説明をお願いいたします。

【青木氏】 今、宍戸座長より御紹介あずかりました、LINE株式会社、青木でございます。まず初めに一言、今座長からもございましたように、本来弊社は3月の研究会におきまして発表させていただく予定でございましたところ、勝手ながらスケジュールの変更をお願いしていた経緯がございます。こういった中で、座長、構成員の先生方、そして総務省の事務局の皆様をはじめとして、関係の皆様非常に御面倒をおかけしましたこと、改めてこの場をお借りしておわび申し上げたいと存じます。

そうした中で、本日改めてこのような機会を頂戴しまして、ありがとうございます。本日改めて、弊社LINEの偽情報対策に向けた取組ということで、発表をさせていただきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いたします。

それでは、資料をおめくりいただけますでしょうか。目次のページを挟みまして、スライドの3でございます。こちら、こういった機会には毎回御説明させていただいているところでございますけれども、私どもLINEでは、従来から安心安全な利用環境の整備、これこそが最大の責務であるといった認識の下、様々な施策を手がけてまいっております。その際に大切にしておりますのが、こちらにありますようなヒト、それから社会、そしてシステム、3つの要素について、バランスよく対策を講じることでありたいと考えてまいりましたところでございます。

次以降のスライドから、それぞれの取組につきまして具体的な御紹介をさせていただきたいと思っております。

それではまたおめくりいただきまして、スライドの4、こちらヒトに関する1点目となります。私どもリテラシー向上のための啓発、これを一丁目一番地の施策と位置づけまして、従来から、全国の学校様等をはじめとした講演活動でありますとか、自治体様等との連携に基づいた調査研究、こういった活動に積極的に取り組んでまいりました。こちらコロナ禍前の2019年時点のデータとなりますけれども、特に注力してまいりました講演活動、これに関しましては、過去の累計で1万回を超えるまでに、回数積み重ねてまいりました実績がございます。

続きまして、スライドの5になります。ヒトの2点目としまして、こちらにあります「LINEの安心安全ガイド」、こういった御案内をまとめてございます。こちらの中では、いわゆる禁止行為など投稿に関するルールでありますとか、広く利用上の注意点、こういったものを平易な形といいますか、どなたにも分かりやすくまとめて御提供しているものになっております。こちらに関しては、現在も広く周知を継続しているところであります。

変わりますスライドの6、社会の1点目になります。削除に関するポリシーの明示ということで、こちらもすべからず弊社の提供するサービスに関するポリシーの明示というものをさせていただいております。特に今回のテーマになります偽情報、いわゆるフェイクニュースといったものに関しましても、サービス上の禁止行為でありますとか、あるいは、その禁止行為が行われた場合の対応などにつきまして、利用規約において明確に定めまして、周知を行っているところでございます。

併せましてスライド7をおめくりいただきまして、透明性レポートの公開になります。LINEでは遡ること5年前、2016年からLINE Transparency Reportと称しまして、透明性レポートの公表をしております。この中では、具体的には、違反投稿への対応としまして、

偽情報への対応を含めました弊社におけるコンテンツモニタリングの仕組みでありますとか、その対応の実績、こういったものを公開してございます。この透明性レポートに関しましては、今後とも引き続きその透明性、説明責任の観点から高めながら、今後ともしっかり対応してまいらなければならないというように考えているところでございます。

では変わりました、スライドの8になります。ここで少し変わりました、視点を変えて、弊社グループの海外における取組、勝手ながら先進事例と書いてございますけれども、取組を御紹介させていただければと思います。こちら、まさに冒頭申し上げました、ヒト、社会、それからシステム、3つの要素を総合した取組ともいえるべき事例として考えてございまして、LINE Taiwanという台湾の拠点、現地法人におきまして、偽情報等を抑制するための初めての官民パートナーシップ、これを2019年に締結いたしました。台湾の行政院、それから4つの、いわゆるファクトチェック機関、皆様と協力しているところでございます。その取組の内容としましては、具体的には大きく2点ございまして、1つは、現地台湾におけるニュース配信プラットフォーム、これをLINE TODAYと称しておりますけれども、このLINE TODAY上に偽情報等のファクトチェック、この検証結果を表示するといった機能を実装してございます。2点目、ユーザー様が疑わしい投稿等を検知した場合に、これをLINEの機能を通じて送信していただきまして、その検証結果をユーザー様にまたフィードバックする、ユーザー様が得ていただくことができるチャットボットを提供してございます。こういった取組を中心に、台湾における取組を進めております。

併せましてスライドの9です。1枚おめくりいただきますと、こちらにありますのは、いわゆるウェブ版についても、先ほど申し上げたようなファクトチェックされたこの情報が掲載されているといったページになってございまして、こういった情報を通じて、ユーザーの皆様が最新のトピック、あるいはカテゴリ別にこういった情報が流通しているのか、こういったことを調べていただくことが可能になっているといったような取組になってございます。

簡単でございますが、以上、台湾における事例の御紹介でございました。

また最後変わりました、スライド10以降の御説明に移らせていただきたいと思います。

こちらスライドの10です。ユーザー様からの通報への対応ということでございまして、今申し上げたような偽情報をはじめとする迷惑コンテンツに対しましては、LINEのサービス上、いわゆる通報といったボタン、機能を使っていただきまして、弊社LINE運営サイドに通報いただくことが可能になっております。こちらユーザーの皆様からの通報に基づい

て、ガイドラインに違反の可能性があるコンテンツ、これを確認・判断し、個々の内容に応じて必要な措置、適切な対処を行ってございます。

変わりましたスライドの11、最後に広告に関する取組につきまして御紹介させていただきます。このスライドの11に関しましては、まず広告に関する配信の前後のダブルチェックといった内容になっております。LINE広告と称してはありますが、LINE社のサービスにおける広告の機能提供に関しましては、まずガイドライン上、いわゆる政治広告、この出稿については認めてございません。一方虚偽広告の出稿につきましては、配信前の段階の審査におきまして、これを配信不可という形の対応をさせていただいておりますほか、また、審査を経た配信後につきましても、仮に虚偽広告であると認められた場合、事後的に確認されました場合には、広告の配信の停止、場合によりましてアカウント停止といった措置を、その内容に応じまして適宜に取らせていただいているといった取組になってございます。

最後のスライド12になります。以上の広告に関するお話のまとめとしまして、メディアプラットフォームとしての信頼性の確保、こちらにつきましても非常に取組を強化しているところでございます。まずLINE NEWSにおきましては、配信前に、その配信記事がガイドラインに抵触していないかといった確認でありますほか、いわゆるファクトチェックも含む校正・校閲といったものを実施してございます。そして配信時には、公共性あるいは公益性の高い情報をサービスの上部に掲載するといった取組を行ってございます。併せまして、提携先の媒体の皆様に対しましては、いわゆるアライアンスの専門組織、これを設置しまして、日頃から密に連携を取らせていただいております。これと同時に、ユーザーの皆様に対しましては、ニュースの選定基準ですとか、レコメンドエンジンによる記事掲出の仕組み、こういったものについて、弊社の公式ブログを通じて分かりやすく発信をさせていただいているところでございます。

本日、弊社からの御説明は以上となります。御清聴ありがとうございました。

【宋戸座長】 プレゼンテーションありがとうございました。それでは、今の御説明を踏まえて、10分程度、皆様から自由に御質問、御意見等いただければと思います。御質問、御意見のある方はチャットで私にお知らせいただければと思いますが、いかがでございましょうか。

森構成員、お願いします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。政治広告の掲出をされていないという

ことで、個人的には非常に素晴らしいと思うんですけども、政治広告を出しておられないことの理由について教えていただいてもよろしいでしょうか。よろしくお願いします。

【青木氏】 承知しました。森構成員、ありがとうございます。現状政治広告、出稿をガイドライン上禁止ということで定めておまして、では、その理由は何なのかといったことに関しましては、少し言い換えてみますと、何かプロアクティブというか、能動的に何かこれを禁止したい、あるいは禁止するべきであるというよりは、やはりなかなかまだサービスの実態、あるいはその日本の社会の情勢を踏まえた場合に、私どもとして、言わばこれを解禁するに足るその材料でありますとか、考え方を今現在検討中であるというのが実態であるかなと思っております。したがって、現時点では特段決まったもの、定まったところがあるわけではないんですけども、また今後、今申し上げたような環境の変化でありますとか、場合によりますと、各方面のニーズなんかに基づきながら、例えば、じゃあこういうポリシー、こういう考え方に基づいてであれば広告を行うこともできるのではないかと、こういったことも、何というんでしょうか、いわゆる土俵にのせた上で、あるいは皆様、先生方の御意見も場合によればいろいろお聞きをしながら、検討を今後進めていきたいなというふうに考えているところでございます。

【森構成員】 分かりました。ありがとうございました。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、次に手塚構成員、お願いいたします。

【手塚構成員】 どうも御説明ありがとうございます。いろいろな取組をされていて、本当にそういう点では敬服しています。

ここでLINE Taiwanの例を今お聞きしたんですけども、こういうものは、いいものは日本側でも取り込んでやるとか、その辺のLINEの中でのポリシーの考え方はどんなふうになっているのかを含めて、ちょっとお教えいただけますでしょうか。

【青木氏】 ありがとうございます。まさに今御指摘をいただいた点につきましては、これまた現状御案内のとおりというか、日本国内では、LINE社として特段取組、これはしてございませんけれども、今後私どもとして、当然その海外のグループにおけるその取組が先進事例としてありますので、逆輸入ともいいましょうか、国内に当然入れるべきサービス、機能については、ぜひ積極的に検討していきたいなというふうにまずは考えております。そういった中で、これまたまだ対応が追いついていないというところもあるのと同様に、これはまたその社としての、あるいは幾分私個人の見解にもよるところもあります

けれども、まだここまで機能を実装するための環境が、いろいろな面でまだ日本国内においてはこれからの途上の段階にあるのかなというふうに考えてございまして、これは例えばですが、先ほど台湾の例で申し上げたような、いわゆるファクトチェック機関、これが聞くとところによりますと、やはり台湾では、いわゆる官民連携でありますとか、あるいはNPOさん、NGOさんというんでしょうか、こういった幾分公的な性質も帯びたところで、そのノウハウを蓄積しながら御対応されているというところを聞いてございまして、片や日本国内におきましては、今日も関連の御発表がおありになると伺っておりますけれども、よりその専門性を持った取組については、またこれからいろいろな協力、あるいは知見の結集というようなものが必要になっているのかなと思っております、まさに私どもとしても、今後の検討課題、場合によれば喫緊の重要な課題の1つとして取り組んでいければなどというように考えているところでございます。

以上になります。

【手塚構成員】 どうもありがとうございました。

【宍戸座長】 それでは、次に大谷構成員、お願いいたします。

【大谷構成員】 日本総研の大谷でございます。

手塚構成員からも、この台湾のファクトチェックの状況について御質問があったのですが、関連して御質問させていただければと思います。

なぜ台湾なのかといったことについては、環境が整っているからということがあるのではないかと思いますけれども、イニシアチブは誰が取られたのかということをし差し支えなければ教えていただきたいのと、関係する協力者として、台湾の行政院が含まれているということなんです、こういった公的機関が、このファクトチェックということにどういった協力をされているのか、位置づけはどのようになっているのかというのを教えていただければと思っております。また、こういった先進的な取組につきまして、台湾の国内においての受容の在り方というか、国民の皆さんにとってはどのように受け止められているのかについても、分かる範囲で教えていただければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

【青木氏】 承知しました。御質問ありがとうございます。

順を追ってお答えを差し上げますと、まず、現地におけるイニシアチブにつきましては、やはりおおよそLINE Taiwan、手前どものグループ自身が、ある程度そういったファクトチェックの機能、こういったものの御提供が必要ではないかというところから、ある程度取

組を進めさせていただいたというふうに聞いてございます。すなわち台湾現地におけるLINEのサービスの、いわゆる普及度、あるいは台湾現地におけるユーザーの皆様の数、規模というものが、感覚的に例えて申し上げると、日本でも数多くのユーザー様にLINEを御利用いただいているわけですが、これと同等ないしはそれ以上に、台湾現地においてはLINEのサービスというものが、皆様の生活にある意味根差していると、根づいているというように、まず聞いてございます。こういった中で、事業者としてその責任の観点から、こういった機能を御提供しようというところがまず1つございました。

そういった中で、これは幾分また付随的なお話になるかもしれませんが、恐らくは、いわゆるその各地域、国における様々な政治情勢といったものがあるかと思えます。そういった中で、やはり台湾現地では、いわゆるファクトチェック、あるいはフェイクニュースといったものの社会的な課題感、これが非常に大きくなっていったということが、先ほどの要素とある種相まってと申しますか、よりニーズとしても高まっておったと。したがって、一定程度、やはり実際の政府機関としても、こういったものに対する対策、これを講ずることがより重要性の高い、あるいは喫緊の課題になっていったというのが2点目に挙げられようかと思えます。

こうした状況の中で、先ほど少し触れたところでございますけれども、今かなり多くのユーザー様が、日常的にそのLINEのサービスを通じたファクトチェック、この機能を御利用いただいているということでございまして、またそこで蓄積された情報が、先ほどウェブのバージョンを御紹介申し上げましたけれども、1つの蓄積されたデータベースとなって皆様に御活用いただいているといったサイクルと申しますか、循環を生み出しているというように今なっているところでございます。

【大谷構成員】 御回答ありがとうございます。好循環があるということ、大変好ましいものだと思いますが、御質問した、その台湾行政院の位置づけとしましては、表現そのものに対する、何かチェックそのものに関わるというよりは、そういった仕組みを何とか、モニタリングするというような立場での関与というふうに受け止めていいですか。

【青木氏】 およそおっしゃったとおりでございまして、行政院さんが内容について関知はしておられないというように聞いておりまして、そこはあくまでもと申しますか、4つのファクトチェック機関さんと提携させていただいているんですけれども、ここに、その各4つの機関に、いわゆる専門家の方々がいらっしゃいまして、こちらで中身についての検証は行われているといった役割分担になってございます。

【大谷構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは木村構成員、お願いいたします。

【木村構成員】 木村でございます。私も台湾のあれが、もう日本にどういうふうにかかしていただけるのかなというのは楽しみにしております。

質問なんですけれども、スライドの10のところでユーザーからの通報への対応というところで、ユーザーから通報してモニタリングチームさんが24時間365日、判断・対処してくださるということなんです、実際に通報してから対応されるまでのタイムラグというか、どのくらいの時間、平均としてかかっているのかというのをちょっと教えていただけますでしょうか。

【青木氏】 承知いたしました。御質問ありがとうございます。

1点、私の御説明がちょっと連続してしまいました関係で、念のためまず申し添えますと、今、関連の御質問もいただいておりました台湾における取組、この御紹介がスライドの8と9の2スライドになってございまして、スライドの10につきましては、1点、1点と申しますか、日本国内における、先ほどのファクトチェックとはまた別の、日本国内における取組としてのいわゆる通報、こういった機能の御説明にまずなってございました。

その上で、御質問いただきました所要の時間、タイムラグのところにつきましては、これまたその通報の内容等に応じまして、いわゆるAIと申しますか、機械による検知でありますとか、オペレーターと言っていますけれども、人の目を介したモニタリング、対応というのがそれぞれございまして、そういった意味では、一口にちょっとどの程度のお時間というのが幾分申し上げづらいところなんです、その内容に応じた、今申し上げた機械、あるいは人のモニタリング、これを組合せして対応しているといった内容になってございます。

【木村構成員】 ありがとうございます。ということは、一概に言えないということなんですけれども、その間はちょっと誤った情報かもしれないものが掲載されているという理解でよろしいでしょうか。

【青木氏】 さようですね。そういった可能性を排除できない、否定できないという意味では、今先生おっしゃっていただいたような間の時間につきましては、その状態が存置されているということにはなっております。

【木村構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、このラウンド最後になります、山本構成員、お願いいたします。

【山本構成員】 山本です。ありがとうございます。ちょっとフェイクニュースの絡みとは異なって、森構成員の御質問とちょっと重複するところがあるんですけども、もしかしたらちょっと私が聞き逃していた可能性があるんですけど、この政治広告の定義というところなんですけれども、広告の審査ガイドラインを拝見しても、政治広告というワードが何かそこにあって、提示されているわけではないと思うんですが、どういったものを政治広告としてお考えになられているのかということについて伺えればと思います。実際こういう、それに当たるんだということで、落ちたというか、審査に落ちたような事例というのがあったかどうかというところ、もしお分かりであれば教えていただければと思います。すみません。

【青木氏】 承知いたしました。山本構成員、ありがとうございます。

まず後者と申しますか、実際の審査の事例については、ちょっと今手元で把握できてございませんで、ちょっと聞いている中では、実績として特に落ちたものがあるというのは聞いたことがないんですけども、ちょっとこちらについては、実績としては把握、今できておりません。申し訳ありません。

一方広告の定義につきましては、ちょっとここも実際に今お認めしていない中で、じゃあ何を禁じているのかということにもなるかと思うんですけども、いわゆる政治広告といった場合に、政党広告というんでしょうか、これもまた、じゃあ何を以てその政党として定めるかということにもなるかと思うんですが、政党さんの広告についてと申しますか、これも含めた形で、これまでのところではLINEの、いわゆる広告の媒体においては、出稿を禁止させていただいているというのが今の実際のポリシーと申しますか、実績というふうになっております。ですので、先ほど森構成員の御質問のところでも少し申し上げましたように、裏返しますと、そこで何かその可能性を含んでいるということでも全くないんですけども、今後そういった政党の広告でありますとか、また選挙の際にみたいなお話が、今後の検討課題というか、私どもとしてもまたその一歩、次の検討をしていかなければいけない、このような課題認識をしているところでございます。

【山本構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。まだまだ御質問等あろうかと思いますが、最後の自由討議でも、また御質問を受けられるということでございますので、次のアジェンダ

に進ませていただきます。

アジェンダの2番目でございますが、日本や海外におけるファクトチェックの取組につきまして、ファクトチェック・イニシアティブ、楊井様より御説明をお願いいたします。

【楊井氏】 どうも、楊井と申します。今御紹介いただきましたNPO法人ファクトチェック・イニシアティブ、FIJの事務局長の楊井と申します。日本や海外におけるファクトチェックの取組についてということでお話を御説明させていただきます。

私のファクトチェック・イニシアティブという団体は、2017年に発足をしまして4年目になっております。日本でファクトチェックという活動、これを少しでも普及させていくために、様々な業界横断的に協力体制をつくって、様々なメディア、ファクトチェックを行うメディアや担い手に対して支援をするという、そういった取組をしてみたいです。日本についてちょっと後半お話をすると、まずそもそも、皆さんは御存じの方は多いと思いますが、ごく軽くファクトチェックの背景と基本的な考え方、そして海外の現在の、特に最近の取組について御説明をまずしたいと思います。次お願いします。

まず、最近インフォデミックという表現がよく使われるようになってきましたけれども、最近の事象、直近の情報が、誤情報が非常に拡散しやすくなってきた情報環境の前から、当然こういった要素というのは古今東西あったわけです。まず、人間のやっぱり特性として、心理的な要因として、もともと確証バイアスや、そして、何かこう大きな脅威となる事件とか、事故が発生した場合に、その原因を特定の人物や団体に転嫁したくなる、スケープゴートィングといいます。それから善意のパラドックス、これは悪気があってではなくて、これは大事な情報だと伝えたいという、そういう善意から来る情報を人に伝えようという、そういう人の特性です。そういった誰しも持っている心理的な要因というものがもともとあるというところを背景に、起きている現象だと思います。

その中において、情報環境の変化として、誰でも世界中に情報発信ができる時代、拡散できるような時代になったという情報技術の発展、そして様々なメディアも出てくる中で、伝統的なメディアの影響力は相対的に低下するという環境の変化があったと思います。

そしてさらに、ここ最近言われているのは、エコチェンバー現象と言われるように、非常に互いの感情や意見というものが共鳴し合って、さらに信念が強化されていくという、そういった現象、ネット上でそういった現象は起きやすくなっていると言われています。さらに、これは新型コロナ以後特に顕著になってきていますが、国境や言語の壁を越えた真偽不明情報が拡散するようになってきた。今まで情報というのは非常に、ニュースにせ

よ、基本的にローカルで、物すごく身近なものに人々は関心を持つので、そんな遠い海外の情報というのは、それほど関心を持つという事はあまりなかったと思うんです。それが今、このコロナという問題で、グローバルな問題関心というものが一挙に、同じように国を越えて、言語の壁を越えて、その情報が拡散するようになってきた。ですので、海外から誤情報が日本に流入してくる、あるいは日本から、逆に海外のほうに誤情報が出ていく、両方あり得るわけですけども、そういった現象がこの新型コロナ以降特に顕著に現れてきているのかなと思います。

そういった中で風評被害や健康被害、それから差別や偏見の助長、あるいは憎悪や対立の激化、そして様々な信頼や権威の低下というような、そういった問題が引き起こされてくるというのが大きなインフォデミック現象の状況にあるのかなと思います。次お願いします。

そうした中において、ではファクトチェックとは何かといいますと、社会に広がった真偽不明の情報・言説について、事実に基づいているかどうかを調べて、根拠・証拠を示して、その真実性・正確性の検証結果を発表することという、そういう営みになります。一言で言うと、誤った情報というものを、これは人々に可視化をするというところに大きな役割があるわけです。事実確認というのはいろいろなところで行われていると思うんですけども、その検証した結果を分かりやすく判定をして、そして人々にある種警鐘を鳴らすというようなところがファクトチェックの1つの特徴になってくるかと思います。そういった活動は、もう1994年、1995年頃から、実はアメリカからそういった活動が広がっておりまして、今出ているのは1996年に広がった、いわゆるフェイクニュースの典型例なんですが、それファクトチェックした、このsnopes.comという団体は、もう1994年から、つまりもう四半世紀前ぐらいから活動している、そういう団体です。そういった団体はたくさん、アメリカをはじめ世界中に広がって活動しているということです。次行ってください。

このファクトチェックというのは、1つは何が正しいのか誤りなのか、ミスリーディングなものとか、根拠不明なものとか、そういったものを、いろいろな情報というのは多様な情報がありますので、それを総体的に評価していくというのは、1つファクトチェックの特徴になっています。そういった誤情報を可視化していくことで、誤情報が持つ影響力が低くなっていく、こういうふうを考えていくわけです。はい、次お願いします。

プラットフォームとの連携というものが近年進んでいまして、ここに挙げているのは

フェイスブックですけれども、フェイスブックが提携しているサードパーティー、ファクトチェック団体が、フェイスブックの投稿に対してある種ファクトチェックをした場合は、こういった形で投稿に上書きされる形で警告表示が出ると、こういうようなことが数年前からフェイスブックの取組として行われています。次お願いします。

こういった、世界中でファクトチェック団体というのは広がってきていますけれども、私がこのファクトチェックの活動に携わったのが2016、2017年ぐらいからなんですけど、世界中でそれ以来どんどん増えていっている。今現在300以上の団体が、これはアメリカのデューク大学が調べた結果なんですけれども、300以上のファクトチェック団体が活動していると言われてます。その中において、アジアでもインドが22、インドネシアが9の団体が活動しているということで、かなりアジアの各国でも、たくさんファクトチェック団体が生まれているということです。次、お願いします。

そういった300ぐらいの活動をしているファクトチェック団体があるんですが、もう一つ重要なのは、ファクトチェックの国際団体ができているということです。この国際ファクトチェックネットワーク、IFCNという団体は、2015年に発足をして、翌年に1つの重要な基本原則を定めました。5つの基本原則を定めて、党派的な活動はしないとか、情報源を透明にする、透明性の原則等々が定められました。これに基づいてIFCNのほうで審査を行って、そこに加盟が認められた団体というのが、よりフェイスブック等プラットフォームと一緒に活動するということが、近年の傾向になっています。次、お願いします。

そういった中でアジアのファクトチェックについても紹介したいと思いますけど、お隣の韓国では、国立ソウル大学のファクトチェックセンターというのができまして、新聞社、放送局、ネットメディア、今計30社が加盟をして、ファクトチェックを恒常的に行っています。その結果は、右側のちょっと小さいスライドになっていますけれども、NAVERという韓国の最も規模の大きなニュースサイト、Yahoo!に相当すると思いますが、こちらでファクトチェック一覧ページというのを設置して、各社のファクトチェックの結果が、ニュースと一緒にファクトチェックの結果も出てくるようになっています。あと韓国の特徴は、物すごくテレビのファクトチェック番組も人気だというふうに聞いております。実際にJTBCという韓国のテレビ局は、定期的なファクトチェック番組を放送してまして、先ほど紹介したIFCNという団体にも正式に加盟している、そういうファクトチェック活動になります。テレビを通じてかなり多くの国民がファクトチェックというものに興味を持って、情報を精査することの大切さというのを感じ取ったんだと思うんですけども、そう

いった中において、ファクトチェックのコンテストというものが行われています。これは放送記者協会、日本にはそういうものはないんですが、放送業界の重要な業界団体、そこが主催するもので、多数の市民や学生が、自分たちがやったファクトチェックの結果をコンテンツ、例えば動画にしてみたり、様々な形で自分たちのファクトチェックの結果を発表する。そこに大勢の、本当に私も参加させていただいたんですが、もうテレビ局の社長クラスの人がみんなそのコンテストに参加して表彰するというような、そういう一大イベントになっている。年1回行われているということです。はい、次、お願いします。

その次の台湾のケース、これは先ほどLINE Taiwanの説明が詳しくなされましたので、そこは省略したいと思いますけれども、1つ特徴としては、台湾でも2018年ぐらいからファクトチェック団体が、今2つの団体がIFCNに加盟していますが、主に活動しているところは4つです。そしてさらにLINEを使ったファクトチェックのチャットボットサービス、これはCofactsと読むんですけども、そういったものが非常に普及しています。あとGoogle検索にも台湾のファクトチェック結果が出るような、そういう形でいろいろと連携が進んでいるというふうに聞いています。はい、次、お願いします。

そうやって、そこで日本の話、残り時間少ないんですけども、FIJでは先ほど申し上げたような形で、様々なメディア、ジャーナリスト、研究者と協力して、ファクトチェックの担い手を広げるための団体として設立されました。次、お願いします。

この活動で、最近では新型コロナに関しては、やはりそれぞれのファクトチェック団体が様々な検証を行って、それをFIJの特設サイトで載せる、それをまたYahoo! ニュースさんやLINEニュースさんにもこの特設サイトを紹介していただくということで、かなり多くの方がアクセスを、こちらのサイトには来ておりました。一覧できるようになっていますので、様々な新型コロナに関する怪しい情報というものをチェックできるという、そういうサイトになっております。次お願いします。

それから先ほど申し上げたように、国際的に広がっていくのがこのコロナに関する誤情報の特徴でしたので、この国際協力というのがIFCNを通じて、非常に各国で行われました。次お願いします。

FIJでも、正式にIFCNに加盟している団体ではないんですが、やはりコロナという、こういう緊急事態ということもあって、FIJもこのプロジェクトに協力をさせていただくことになりました。で、台湾のファクトチェックセンターやインドの団体から、自分の国で日本に関する怪しい情報が広まっているということで協力を求められまして、FIJあるい

はFIJのメディアパートナーが調査に協力して、現地のファクトチェックに生かされると
いうケースが幾つかございました。次お願いします。

そういった各国の、世界中の新型コロナに関するファクトチェックはデータベース化さ
れていまして、誰でも、こういった誤情報が広がったのか、検索したりできるようになっ
ています。これもIFCNのサイトに載っているものです。日本からも、日本のファクトチェ
ックの結果を英訳してこちらのデータベースに登録すると、そういったこともFIJのほう
でさせていただきます。次お願いします。

韓国や台湾の団体とも、特に密接に協力や連携をしております。つい先日も台湾のファ
クトチェックセンターから、日本の関連するある誤情報についての調査がしたいというこ
とで調査協力がありまして、協力をしたということもありますけれども、それぞれの活動
の知見を共有するというのも、こういったセミナーイベントを通じてやっております。
次お願いします。

もう時間も限られてきましたが、FIJでは特徴的なのは、ある種のモニタリングをして
おります。モニタリングをしてファクトチェックをするメディア、担い手であるメディア
パートナーに対して情報提供をするということをやっています。それを通じて、メディア
パートナーはファクトチェックの質や量が向上するような、そういう支援活動というもの
を現在やっております。簡単にちょっと説明しますと、まず機械が収集してきた怪しい情
報をスクリーニングして、スタッフがそれClaimMonitorというデータベースに登録して情
報を提供する形になります。次お願いします。

こちらちょっと省略をいたします。すみません。次お願いします。

で、そのClaimMonitorというデータベースに登録された情報というのは、メディアの記
者さん、ファクトチェックをするメディアの記者さんに通知をされる形になっています。
次お願いします。

通知された情報を基に、例えばこれは一例なんですけれども、トランプさんの票が大量
に廃棄されて埋められていたと。画像付きのツイートが拡散した事例なんですけれども、
それがClaimMonitorに登録されると、それを見たメディアパートナーの記者さんが、これ
は結構拡散しているので、ちゃんとファクトチェックしたほうがいと判断をされて、実
際にいろいろ調べた結果をBuzzFeedさんの御自身のニュースサイトに掲載をして発表する
と。こういう流れで活用をされているということでございます。はい、次お願いします。

そういったファクトチェックの結果をFIJが運営するファクトチェック・ナビというサ

イトで、ウェブアプリで一覧できるようになっています。ですので、皆さんもぜひ一度、ちょっとファクトチェック・ナビというものを検索していただければ、今日本で行われているファクトチェックがどれぐらいの量があって、どれぐらいのどういったものが検証されているのか、そういったものが一目瞭然になっておりますので、こういったものを通じて、一般の人にも少しでもファクトチェックというものを知ってもらい、そういう活動も同時に行っております。はい、次お願いします。

こういったモニタリングの作業で大体1日平均7件、1か月で200件前後の、その真偽不明な情報というものを捕捉して、そしてメディアパートナーに提供しているということになっています。はい、次お願いします。

そしてその結果として、今FIJのメディアパートナーは、主な活動をしているところは今BuzzFeedジャパン、それから毎日新聞、それからInFactという、主に3つのメディア・団体が恒常的にファクトチェックをしていますけれども、FIJが活動を開始した2017年当初は、どこも事実上やっていませんでした。そういった中で、例えば衆議院の総選挙とか、沖縄県知事選挙という重要なイベントの機会だけ、メディアと連携してファクトチェックをするというプロジェクトを行ったりしていたんですけれども、2019年頃から、恒常的にもっともっとやっついこうということになりまして、2019年はまだ月に、それでも五、六本ぐらい平均してファクトチェックの記事は出ていた時期だったんですが、2020年、コロナの後ですけれども、1か月平均大体13.7本ですか、ぐらいのファクトチェック記事が今出るようになってきていると。かなり月によってまだむらがありますね。これはかなり多い月もあれば、非常に少ない月もあったりして、ちょっとばらつきが大きいんですけども、以前に比べれば、少しずつ日本でもファクトチェック記事を出すメディアが増えてきたのかなと思います。次お願いします。

最後になりますけれども、FIJの今後のファクトチェックの普及のための活動の方向性なんですけど、1つは今言ったようなモニタリングをして情報提供するというに加えて、担い手を増やしていくということに、より尽力をしていきたいと思っています。1つはよりファクトチェックをするメディア・団体が増えていくようにする、そして連携をしていくということも1つですけれども、一般の市民や学生さんも非常に興味を持っていらっしゃる方は多いです。ですので、そういった方々に専門的なファクトチェック、プロフェッショナルとしてやる場所までは、すぐにはもちろんできないわけですが、その前段階の、いわゆるモニタリングですとか、簡単な予備的な調査、そういったものを行って、

先ほどお見せしたようなデータベース、情報を登録するデータベースに共有して、メディアのファクトチェックに活用していただくというような、そういう個人の担い手と専門的なメディア団体との連携、こういったものができるような形をつくっていきたいと思っています。そのための個人の担い手、我々ファクトチェックアソシエイトと呼んでいますけれども、そういった人たちもどんどん増やして育成していくということを今後やっていきたいと思っています。

私の発表は以上になります。どうもありがとうございました。

【宋戸座長】 楊井先生、ありがとうございました。

それでは、次に資料3について、みずほリサーチ&テクノロジーズ、中様より御説明をお願いいたします。

【中氏】 それでは、資料3-1に基づきまして、みずほリサーチ&テクノロジーズの中より御説明させていただきます。諸外国におけるファクトチェックの取組について、ポイントを説明させていただきたいと思います。2ページ目に飛んでいただけますでしょうか。ありがとうございます。

調査の方針でございます。諸外国の主要なファクトチェック団体等の、ファクトチェックの実施方法や体制について調査を行いました。調査の方法でございますけれども、公表されている文献を基に行っております。調査の対象の団体でございますけれども、下の表に書いてございますファクトチェック団体を5団体、あと自らはファクトチェックを行っていないということだったので、ファクトチェック関連団体というふうにさせていただいております。ファクトチェック5団体に関しては、フルファクト、ファクトチェックNI、ポインター、スノープス、台湾ファクトチェックセンター、また、ファクトチェック関連団体については、ソウル大学ファクトチェックセンターとなっております。組織の特徴、右見ていただくとお分かりなんですけれども、非営利の団体が多くございまして、営利団体はスノープス、今回は1団体が対象となっております。

3ページ目をお願いいたします。こちらからは表を横に説明をしていきたいと思っております。3ページは団体の概要でございます。表の中の人員数を御覧いただければと思っておりますけれども、今回対象にした団体では、全体で10名から大体30名規模の人数がいらっしゃいます。設立の時期や活動開始年については、2010年代の団体さんが多くなっております。最も古いのは、先ほどFIJ様でも御説明ありましたが、米国のスノープス、こちらが1994年設立となっております。

4 ページ目をお願いいたします。団体概要の続きですけれども、活動資金源についてもお調べしております。こちらは後ほど改めて御説明させていただければと思います。外部からの評価ということで、いろいろな受賞歴を皆様お持ちです。IFCN、先ほど来御説明があるIFCNでの署名をされている団体様が多くあります。あとは、真ん中のポインターインスティテュート等についてはピューリッツァー賞、あとはスノープスメディアグループに関してはウェビー賞を受賞されていました。

5 ページ目をお願いいたします。5 ページ目はファクトチェックの活動の内容についてお調べしております。1 つ目、ファクトチェックの対象とする情報についてでございますけれども、横並びに見ますと、共通するのは大体政治、経済、医療、食品、科学のような分野、変わったものとしてはスノープス様の都市伝説、その中にはユーモアや風刺なども対象にするということで、こちらかなりユニークなケースというふうになっております。続きまして、ファクトチェックの体制についてでございます。こちら、実際組織の中でファクトチェックをしている方の人数を見ておりますけれども、大体こちらが少ないところで5名、多いところで26名、このような規模でされているようなことでした。あとはファクトチェックの実績、その下でございますけれども、こちら実際の件数を書いておりますが、平均というか、横並びに見ていくと、年間数十件から数千件というような結果になっておりまして、これはやはりその体制によるものというものもあるのかなと思います。最後の行、ファクトチェック団体の方の外部のメディアやSNSさんとの連携の状況ですけれども、多くはフェイスブックのコンテンツを対象にファクトチェックを行うフェイスブックのサードパーティーチェックプログラム、こういったものに加盟されています。で、あとはポインターインスティテュート様などを見ると、TikTokとパートナーシップを結んでいるとか、あとはスノープスのほうを見ていただくと、BBCニュースやワシントンタイムスのような大手メディアに参照されるようなことがあります。あと一番右側の台湾ファクトチェックセンターにおいては、台湾Yahoo! ですか、中華電視、こちらテレビ局になります。こういったところと連携をされて、コンテンツを提供されていました。

6 ページ目をお願いいたします。ファクトチェック活動を行うに当たって、そのファクトチェックのツール、ICTツールを使っているかどうかというのを調べた結果でございます。こちらは自らツールを開発している団体というのは、フルファクトと、あとスノープス様のほうで行われているということが分かっております。

7 ページ目をお願いいたします。ファクトチェック能力の向上の取組を調べた結果です。

こちらは自らのファクトチェッカーの育成と、あとファクトチェッカー以外の一般の方の育成のための取組というのをやられていることが分かっております。例えばとして紹介させていただくと、ファクトチェッカーの育成については、フルファクト様では6週間のトレーニングということを行われておりました。あと一般の方に対する取組としては、一番右端の台湾ファクトチェックセンターでは、チェックツールという名前で自らのセンターのウェブサイト上に教育コンテンツを公表して、自分で学習することができるようなことをやっておりました。

8ページをお願いいたします。ファクトチェック団体の収入パターン、先ほど収入源のところは飛ばすということでやっていたんですが、こちらにまとめて図示したものでございます。大きくは収入パターンとして5つあるなと思っておりまして、1つ目は寄附や助成金を受け付ける方法、②番としては、ポインターが運営しているIFCN、そちらの署名済み団体となって、フェイスブックから資金を獲得するような方法がありました。作業委託費として、年間数百万から数千万円受け取っていらっしゃいました。3つ目としては、ファクトチェックコンテンツ、ファクトチェック済みコンテンツをマスメディアやSNS等の外部に向けて販売したり、あとは広告掲載をするようなケースというのが見受けられます。こちらはポインター、広告についてはポインターやスノープスさんというところがされておりました。④番目ですけれども、一番下の枠組みですが、ジャーナリストや一般人の方に研修事業を行うと、そういったことで収入を得るようなパターンもあります。最後⑤番、他のファクトチェック団体から活動支援を受けるというようなケースもございます。こちらは今回のケースだとポインターさんのほうで、そういった他のファクトチェック団体さんを支援するようなことを行っていたらしくございました。

9ページ目をお願いいたします。ここからは2番目のファクトチェック関連団体、先ほどFIJ様でも御発言ありましたけれども、ソウル大学のファクトチェックセンターについて御紹介させていただければと思います。活動内容、こちらについては、SNUさんでは韓国内の新聞・放送・通信・オンラインメディア30社の方々が登録されていて、こちら登録されたメディアの方々がファクトチェックを行います。その結果を集めて、大手SNS事業者NAVERを通じて公表するというようなことを行われています。メディア各社が同じフォーマットで、同じ様式でファクトチェック結果を登録して公表されるということが特徴だというふうに思っております。SNU様では、その登録用のウェブプラットフォーム、ファクトチェックプラットフォームというふうに称されていますけれども、そちらを用意して

提供するという于行われていました。活動資金源、一番下ですけれども、こちらNAVERから資金を受けているということでございます。年間1億円というふうなことが書いてありました。

10ページに参ります。ファクトチェック公表実績のところでございますけれども、ファクトチェックの公表は、大体年間700件程度行われておりました。

続きまして、11ページをお願いいたします。こちらはファクトチェック支援活動の内容をまとめたものです。こちら後ほど図の形で説明したいと思いますので、12ページをお願いいたします。

これはイメージでございまして、先ほど来出てきているアフィリエイトメディアさんに提供している公表システム、ファクトチェックプラットフォームの入力画面となります。ちょっと韓国語なんですけれども、こういったようなフォーマットに従って記入していくと、同じような体裁で公表ができるということになります。

資料番号15番のほうをお願いいたします。先ほど飛ばしましたファクトチェックの支援活動を図示いたしております。一番上の四角枠、アフィリエイトメディア様のほうが30社現在登録されていて、その方々がファクトチェックをします。その結果をSNUファクトチェックセンターの公表システムの中に登録して、それをNAVERですとか、あとは現在ですと、COVID-19に関しては、ソウル特別市さんのウェブサイトの上で公表するような形で、ファクトチェック結果というのが表に出ているというような状況です。

2つ目として、またSNUファクトチェックセンターでは、学会さんと組んで4つの事業を行っています。こちらでそのファクトチェック活動を行っている方々の支援を行うということをされていまして、1つ目はインターンシップ事業でございます。こちらは大学生を半年間メディアに派遣しています。この中には就職する人もいるということを書かれています。②番、これは現在計画中だということなんですけれども、ジャーナリスト向けの、ファクトチェックの研修事業というのも、計画されております。あと③番としては表彰事業でございます。こちらは韓国ファクトチェック大賞という名称で、大賞1,000万ウォン、100万円ですね。優秀賞500万ウォンというものが授与されます。最後、④番目としては、ファクトチェックを行う方々、取材をされる方々への支援事業を行っております。企画取材支援事業、こちらファクトチェック活動を支援する内容で、こちらは1件当たり3,000万ウォンの支援を行われています。あとは情報システムの開発に関しても支援を行われているようで、こちらは1件当たり最大1億ウォンの支援を行っているということでございます。

ました。様々な支援活動も行われているということです。

16ページをお願いいたします。改めて特徴をまとめております。こちらのページでは人や体制について、今回お調べした中で人や体制についてのまとめを行っております。ポイントの①番のところに書いていますけれども、メンバーになられている方はジャーナリストの方を中心に、多様な経歴の人材が参加されているということが分かりました。括弧内に書いてある公的機関のスタッフだった方だったりとか、市民活動家、あと研究者、またはICTの技術者の方などもメンバーになっておりました。

17ページをお願いいたします。資金の獲得の方法でございます。こちら先ほど図の中で御説明させていただいた、5つの方法があるようだというを書かせていただいている内容でございます。説明は割愛させていただきます。

18ページになります。ファクトチェック団体様のファクトチェックの方法とか手順についてお調べをまとめたものでございまして、①番を御覧ください。多くの団体においては、全体的にどのような方法でファクトチェックを進めていくのかという流れというものを公表されています。右側の内容の一番上のところに書いておりますけれども、プロセスとして、大体情報をまず収集して、その対象情報を選定すると。調査を行って、その結果を判定、判定が終わったら公表して、もし間違いがあった場合に訂正をするというような、このようなプロセスで作業しているということを多くの団体様では公表されております。このうち非常に詳しくというか、力を入れて説明されているなというふうに感じられたのは、ポイントの②番の対象情報の選定の方法だったりですとか、あと③番の判定、レーティングをする方法についてでした。例えば判定の方法については、ファクトチェックの判定については、ファクトチェッカー1名では行わないと。複数名でレビューをした上でその判定をするということが、多くの団体で行われているなというふうに感じたことでございます。

最後、ファクトチェックの支援ツールについては、①番を御覧いただければと思うんですが、単体では、まず外部資金を活用してファクトチェックツールを活用しているケースがありました。例えばということで、②番の内容のところの一番上に書いてあるんですけども、英国フルファクトでは、Automated Fact Checkingという名前で、こちらGoogleさんのお持ちの言語モデル、BERTというものがあるんですが、これを用いたAI分析ツールに発展させて運用を、実運用されているということでした。この内容については、ファクトチェッカーさんがそのファクトチェックの対象とするべき文書の特定をするときに、このツールを役立てているということでございます。次のポチの「一方」と書いてあるんで

すが、世の中にあるツールをうまく使っているというところもかなりございまして、括弧で書いているのはGoogleのフォームを使ったりとか、あとはウェブのキャッシュ、あとWayback Machineのようなものを活用されているようなところもございました。

以上が今回ファクトチェック団体様を調査させていただいた中を横目に見た結果でございます。

引き続きまして、資料3-2をお願いいたします。テーマは変わるんですけども、今回ディープフェイクの現状について、御紹介もさせていただければと思います。

資料1 ページ目をおめぐりください。「ディープフェイクとは」というふうに書いてございます。ディープフェイクとは、ディープラーニングとフェイクを組み合わせた造語となっております。現在では人工知能を用いて、実際には存在しないリアルで高精細な人物の映像・画像を制作する行為や、また、それらで制作した映像・動画について指すことが多くなっております。本来は、またちょっと違うということを3行目に書いてございます。説明ははしょらせていただきますが、下の図、今回URLを書いておりますけれども、最近ですと俳優のトム・クルーズさんのディープフェイクの動画というのがTikTok上で出回って、非常によくできているということで話題になっております。左側が素材になった画像で、右側には実際に合成したトム・クルーズのディープフェイクの映像というのができているようなことになっております。お時間のある方は、このURLをクリックしていただければと思います。

2 ページ目に参ります。2 ページ目はディープフェイクの対義語として、チープフェイクというような言葉が使われることもございます。下の表、これはちょっと小さいんですけども、下に表を書いておりますが、こちらの事例、一番下が事例ですね。実際こんなチープフェイク、ディープフェイクがありましたということで、その事例ごとにどの技術が用いられたかみたいなことも整理しているようなことも行われております。参考までにお示しします。

3 ページ目でございます。ディープフェイクの例ということで、こちらはディープフェイクに関連した主な事案について、時系列で示させていただいております。ディープフェイク自体は2017年からということがよく言われておりまして、それから時系列にまとめたものでございます。海外の事案が非常に多いんですけども、日本においても、2020年10月には、男性がディープフェイクポルノの画像で逮捕されているようなケースというのがございます。

4 ページ目です。ディープフェイクの発生件数、どれくらいの件数があるのかというものをみたもので、ディープフェイクで作成された動画自体は非常に増加している傾向にあるということです。オランダのSensityという会社様がその情報をまとめておきまして、2020年12月には8.5万件の動画の検出が行われているということです。また、ディープフェイクの分野です。どういう分野なのかというと、エンターテインメント、ファッション、政治の分野で多くなるということになっておきまして、動画の内容はポルノが多いと言われておきまして、対象者のプライバシーや肖像権保護の観点から、問題視されているような状況でございます。

5 ページ目をお願いいたします。ディープフェイクの対策例ということで、こちらでは対策ツールについてまとめました。ディープフェイクの検出をするためのツールとしては、ここですと、例えばマイクロソフトのVideo Authenticator等、こういったものはもう既に実用化されているそうです。あとディープフェイクの脅威に対抗するための専門組織というものが立ち上げられておきまして、米国のマカフィーでは、ディープフェイクラボというのを2020年10月に設立して、AIを用いたディープフェイクの検出を行うことをやられています。

6 ページに参ります。6 ページは自習用の教材ということで、ディープフェイクに特化した自習教材の御紹介ですけれども、マイクロソフト等がまとめられたSpot the Deepfakeという取組ですが、こちらはウェブ上で公表されています。学習者の方は10問のクイズに答えながら、ディープフェイクの特徴を学ぶことができます。これ下はサンプルで、絵を見ながら、またはヒントを見ながら答えていくような形になっておりました。

7 ページに参ります。ディープフェイクの対策に向けた研究開発の例を、こちら2ページにわたって御説明させていただいています。1つ目はdeepfake detection challengeでございまして、こちらはフェイスブック様等が立ち上げられています。この取組はディープフェイクの動画と本物の動画を混在させた状態で、AIで識別を行おうというふうなチャレンジでした。2020年の5月まで開催されて、世界全体で2,114チームが参加されています。この取組の結果ですけれども、あらかじめ公開、こういった主催者側が公開した動画についての認識率は82%でございます。一方、あらかじめ提供されていなかった動画を使って識別をチャレンジしてもらおうと、そちらになると65.1%になります。このプロジェクトの結果、既知のデータから新たなディープフェイクの事例というものを見つけよう、検知しよう等の対応をすることの困難さというのも明らかになっておきます。分かっている

ものであれば、検知はできるということのようです。

8 ページに参ります。今回こちらは日本の取組、ディープフェイク検知の取組でございます。こちらはJST様のほうでプロジェクトが走っております。そのうちの1つ、国立情報学研究所の越前功先生が取り組まれている内容は、インフォデミックを克服するソーシャル情報基盤技術というものが取り組まれておまして、こちらではフェイク映像、フェイク音声、フェイク文書などの攻撃を検知・予防するような研究というのが行われているそうです。

最後9 ページ目に本日時点のまとめを書いておられますけれども、①番、ディープフェイクの動画については、増えてはいますが、まだたくさん世の中に出回っているのかということ、ちょっとそうではないということになります。中に書いてありますが、その理由として、高精細な動画を制作しようとした場合には、現状では一定のスキルが求められ、かつ手間暇がかかります。前述したようなトム・クルーズさんの動画においては、制作者の方は、AIの学習に2か月、撮影に2日、編集に24時間かかるというような状況でございました。2020年の米大統領選が行われましたけれども、その際に懸念されていたような、ディープフェイクの動画が出るんじゃないかという懸念があったんですが、それは多く出回るような状況にはなりません。こちらも理由としては、簡単で安価なツールというのをを用いて、画像やテキストなどを用いたディープフェイク以外の効果的な偽情報を生成できたということが理由になります。

②番、ディープフェイクの制作技術というのは、一方で進化し続けています。ディープフェイクで作った静止画の画像であると、人目ではもう真偽の判定が難しいようなレベルにはなっているそうです。前述したようなディープフェイクのdetection challengeでも、未知のデータを使うと、トップチームが識別できた精度というのは65%でございますので、検出精度がまだ完璧というような状況にはございません。今後、新たなディープフェイクの画像・動画等はまだまだ出てくる可能性があり、検出技術の開発も進めていく必要があると思います。

以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、次に資料4について、藤代先生から御説明をお願いしたいと思います。

【藤代氏】 はい、藤代です。よろしくお願いたします。

今日は私のほうから、「フェイクニュースの生成・拡散のメカニズム」という形のタイ

トルでプレゼンさせてもらいたいと思います。

フェイクニュースの問題というのはいろいろ議論されていて、2016年のアメリカ大統領選挙ぐらいから、ずっと非常に大きな注目をされている。もちろんフェイクニュースはそれ以前からいろいろあったものであって、新しいものではないと思いますが、ソーシャルメディア、インターネットの非常に大きな普及とともに、社会的な問題になったということは、もうここで話すまでもないというところだと思います。

最近の傾向としては、私自身も3年ぐらい前からこの研究をいろいろやってきていて、今日の結論としては、フェイクニュースというのはインターネットにおけるニュースの生態系、ニュースがつくられて、そして広がっていくそういう構造、そのものの問題であるというふうに今日結論から先にお話しして進めていきたいと思います。次お願いします。

海外ではこういうニュースの生態系というか、情報の生態系的な問題としてフェイクニュースを捉えるべきだというような指摘はいろいろな人から上がっていますが、代表的な人として、ハーバードのヨハイ・ベンクラーによる『NETWORK PROPAGANDA』、最近また新しい郵便不正に関する調査をベンクラーらはやっているんですけども、それでも同じように、フェイクニュースというのは既存メディアとの関係性がある。既存メディア等がフェイクニュースの拡散を助けて分断をあおる役割を担っていると。既存メディアだけが悪いという話を別にしているわけではなくて、フェイクニュースというのは、そういう既存メディアも含めた情報の生態系、ニュースの生態系の問題だということをベンクラーらは指摘しているところです。それからファーストドラフト、これはフェイクニュースに対して様々な活動に取り組まれている団体です。クレア・ウォードルというのは有名なフェイクニュースの分類とかをつくっている人ですけども、フェイクニュースは情報汚染だというふうに表現して、情報生態系全体の問題だと指摘していると。ベンクラーとクレア・ウォードル、どちらもフェイクニュースとかプロパガンダに非常に重要な位置を占めている研究者であり、実務者であるわけですが、その2人ともが同じような指摘をしているところに注目していきたいと思っています。次お願いします。

これはクレア・ウォードルがつくっている拡散のトランペットですが、それを邦訳したものです。既存メディアのようなプロフェッショナルなメディアが、フェイクニュースに対抗するために、記事を書く際にうわさを権威づけたり、より拡散したりしないようにしなきゃいけないと。この流れとしては、匿名のウェブから、それからネットワークに入って、そしてソーシャルメディアに広がって、最後にプロフェッショナルメディアがお墨つ

きを与えてしまったり、より拡散してしまうと、そういうようなトランペット構造、拡散のトランペットというのがあるんだと。なので、単にそれはファクトチェック活動とか、フェイクニュースのデバンクというのをやっていいというものではないと。非常に注意して不確実な情報とかフェイクニュースを扱っていかなければ、フェイクニュース側の思うつぼだというようなことを指摘しているわけです。これは非常に重要な視点だと思っています。次お願いします。

ただし、このニュースの生態系的なものというのを考えていくに当たって、これは国によっていろいろなニュースの形とか、どのメディアが強いのかというのは異なります。ロイターとかが毎年レポートを出したりとかしています。向こうだとピュー・リサーチ・センターとかが毎年のように調査していますが、アメリカとかだとソーシャルメディア、特にフェイスブックのパワー結構ありますけれども、日本だとやっぱりテレビと新聞が全国にネットワークしていて、アメリカだと全国ネットワーク的なものというのは非常に乏しいわけですが、日本ではこういうキー局とか、全国紙というのが存在している。それからインターネットでは、ポータルサイトのYahoo!というのは非常に大きな影響力を持っていて、ある種独自のニュースの生態系というのを国内は維持している。これがよい悪いかというのは別として、そういう独自のニュースの生態系、そういうものを加味しながら、フェイクニュースの議論というのをしていく必要があるんだろうと思っています。この中では、私は特にミドルメディア、これ自分自身が10年ぐらい前に考えた概念なんですけれども、それがインターネットのニュースに非常に大きな影響を与えている。そこに注目して、今回いろいろなフェイクニュースとの関わりを確認してきました。次お願いします。

ミドルメディアというのは何かというのは書いてあるとおりなので、こういうものでございませう。次お願いします。

ミドルメディアとニュースの生態系って、これフェイクニュースと関係ない状態のことです。基本的にはソーシャルメディアからネットの話題を取り上げる。典型的なのが炎上で、丸々で炎上しているみたいなことをミドルメディアが書く、ニュースサイトが書く、まとめサイトが書く、それをマスメディア、マスメディアといってもニュースではなくて、大体ワイドショーとか情報番組が取り上げることが多いんですけれども、それでマスメディアに上がって広がっていくと。まさにウォードルが言う拡散のトランペットのような構造というのが、ミドルメディアを中心に国内では以前から存在していて、テレビ局さんの研修とかを引き受けた場合、こういうミドルメディア、怪しいミドルメディア、まとめサ

イトから検索で出たからといって、簡単にその情報番組で紹介しないようにしましょうというようにことをよく言うようにしています。これは結構テレビ局の方からも、言っていただいで大変助かるというようなことを言っていただくことが多いです。もう1個、マスメディアが紹介したものをさらにソーシャルに拡散するという役割も、ミドルメディアにはあります。これはテレビで誰かが話したことを、例えばネットの反応と組み合わせる、ネットで話題、ネットで批判が高まっているような、こういう記事ですね。これはミドルメディアといっても、最近スポーツ紙とか既存メディアの一部にも広がってしまっていて、非常にミドルメディアという概念的なものというのが、大きく拡大している状況というのがあるということがあります。次お願いします。

その中で私が研究していく中で、フェイクニュースのパイプラインというのを発見したという話をちょっとしたいと思います。次お願いします。

対象は2017年の衆議院選挙のフェイクニュースです。フェイクニュースの対象というのは、新聞やテレビの記者2名以上が、これはフェイクニュースだと確認して判定したと。これはヨーロッパで行われているクロスチェックのような仕組みと同じようなもので、単独のフェイクニュース認定だと党派性とかの問題があるので、必ず複数以上の記者によるチェックが行われているものをフェイクニュースだと決めようということです。理由とかもあるんですけども、そこでは割愛させてもらって、どんなものがあるのか。15個ありますが、そのうちのサイト、主にツイッターなんですけど、サイトの部分があります。サイトは全てミドルメディアになっていて、フェイクニュースをミドルメディアが拡散しているということが明らかになっています。次お願いします。

フェイクニュースの発信源はミドルメディアであると。そのフェイクニュースのつくり方というのは何かというと、さっきも言ったように、既存メディアのコンテンツにネットの反応を組み合わせることで生成されているということが明らかになっています。この辺の詳しいことは、2019年に書いた論文に書いてありますので、興味がある方はそれを御覧ください。次お願いします。

これちょっと、これは論文にはなくて、今回少し話すのに当たって、自分の中でも整理するために生成・拡散の過程というのを明らかにしたものです。どういうふうな形でフェイクニュースがつくられていくのかというと、もともとテレビ、これはテレビ朝日の報道ステーションが元のネタになって、それがフェイクニュースに使われていきます。そのフェイクニュースにどうなっていくのかと。いきなりフェイクニュースというのは現れるの

ではなくて、まず①番、番組の内容をツイートするツイートがあります。そこから、それをまとめサイトが、政治家の発言に対して「大発狂」という、これがフェイクです。大発狂は別にしていないんですけれども、大発狂という言葉をつけ加えたまとめサイトのタイトルが出来上がります。その次に、ニュースサイトが大発狂というタイトルをそのまま使った記事、ネットの反応、「大発狂」とネットで話題にと、まさに非常にミドルメディア的なつくり方ですね。というものをつくって、それがポータルサイトにそのまま配信されて、ポータルサイトに掲載されます。ポータルサイトに掲載されたものが、さらにミドルメディアとかソーシャルメディアに拡散していく。これはURLをチェックしていて、どうやってチェックしたかというところ、このフェイクニュースに関連するキーワードとかをツイッターでマイニングして、鳥海先生でいうところの根性マイニングみたいなものなんですけれども、マイニングして全部取ってきて、その上位とか、URLが含まれているものをチェックしたところ、こういう形の生態系が浮かび上がったという研究成果です。これが面白いのは、単にニュースサイト、ミドルメディアのニュースサイトが書くだけよりも、ポータルサイトに紹介された瞬間に掲示板、ツイッター、まとめサイトに一気に広がるんです。なので、これポータルサイトに行かなければ、実は拡散力が弱いということも分かってきます。次お願いします。

つまりフェイクニュースというのはいきなり生まれるんじゃなくて、ミドルメディアを中心に、ソーシャルメディアとかマスメディアを行き来しながら、行ったり来たりしながら、メディア間の相互作用で成長するんだということが分かってきました。これが分かってきたので、もうちょっと違うもので事例はないかと思って調べたものが次になります。このような同じようなフェイクニュースのパイプラインです。これはまあ飛ばしましょう。次お願いします。

これは鳥海先生が、前回ですか、この研究会でもお話しされたような非実在型デマと言われている東京脱出、「#東京脱出」とか千人計画問題、これでも実は同様の構造としてフェイクニュースが生まれ、そして拡散していくということが分かっています。次お願いします。

例えば東京脱出の生成・拡散過程です。これは細かくはもう配付資料を御覧いただければ分かると思うんですが、これもまた最初は通信社の記事です。その通信社の記事がフェイクニュースに使われ、そしてまとめサイトに載り、そのまとめサイトのツイートのハッシュタグに東京脱出というのは出現するんです。なので別に元の記事とか、まとめサイト

にすら東京脱出というのはない、ハッシュタグ。「#東京脱出」というのがないにもかかわらず、ツイートにハッシュタグがつけられたものを新聞社が拾ってしまって、それが記事がポータルサイトに配信されると。ポータルサイトに配信された瞬間、ツイッターとか掲示板にどっとまた広がります。これがまた、さらにこの話題が別のテレビや新聞とかに転載されていって、どんどん話題が事実化していくということが起こってきます。次お願いします。

千人計画も同様で、元は様々なものを組み合わせた、メディアとかブログを組み合わせたまとめサイトによります。そのまとめサイトからソーシャルメディアに拡散、さらにこのまとめサイトが非常に興味深いのは、自分がまとめたものをさらにもう1回ツイートしてまとめて、そのツイートを本文に組み込んでまとめていく。ある種のロンダリングです。情報ロンダリングを自分の力でするときに、いろいろなメディアとか、ポータルサイトの記事を利用するという事です。それを交ぜていって、自分で自作自演的にどんどん交ぜこんでいって、さらに話題をずーっと拡散し続けるという活動をやっていることも分かりました。ここに出てくるまとめサイト、この図に出てくるまとめサイトは、全て同一のまとめサイトであり、2017年のフェイクニュースのところにも、実は名前が登場するまとめサイトと同一です。次お願いします。

つまり、これはミドルメディアの構造的な問題だろうと。記事のつくり方、これはニュースのコンテンツとネットの反応を組み合わせるコンテンツのつくり方って典型的なこたつ記事のつくり方です。そのこたつ記事のつくり方というようなものがあると。それからもうページビュー至上主義、何でもとにかく、ネットの話題が本当だろうが、うそだろうが、面白ければいいんだという、そういう仕組み、そしてミドルメディアってほとんど正体不明なんです。あと正体が分かっても、謎の普通の民間企業がやっていたりして、そういうものがビジネスになっていることがよく分かります。そのビジネス的なものを支えているのがプラットフォームとかポータルサイトで、養分ですね。お金とか資金を広告という形で、このミドルメディア、まとめサイト、特にまとめサイト等に提供していく、この仕組み自体を変えない限り、いくらフェイクニュースを細かく、何かデバンクしても多分無理だと。改善することはないだろうということが分かってきました。次お願いします。

あとはもう課題なので、さくさくと行きたいと思います。お願いします、次。

まあファクトチェック活動とか、メディア・リテラシー活動にも課題があると思っています。もちろん大事なことです。次お願いします。

ファクトチェック活動への課題としては、こういう点が指摘されている。特にファクトチェックの武器化とか、選択的なシェア、幾らファクトチェックをやってもユーザーに届かなければ意味がないんですが、ユーザーは自分の好きなものを選択的にシェアする傾向があるというような指摘を海外の研究者等がしています。次お願いします。

私たちの研究でもそういうことが起こっていて、国際団体のIFCNの原則に違反する記事とかが、対立候補を攻撃するようなファクトチェックの武器化を誘発していて、こういうのはファクトチェックをただやればいいということじゃなくて、ファクトチェックをきちんとやらないと、むしろネガティブな反応を生み出すということも研究で分かっています。次お願いします。

リテラシー教育、これはダナ・ボイド、ソーシャルメディアの研究者で知られていますけれども、それが信頼できる情報源が共有されてない社会では、批判的な思考、クリティカルシンキングですね、そういうものを重視するメディア・リテラシー教育というのはむしろ逆効果だ、みたいなことも指摘しています。次お願いします。

いろいろな、そういうリテラシーとか、ファクトチェック活動も、やっぱりもともとニュースの生態系問題と関係するので、汚染されたニュースの生態系の改善なくしては、あまり効果がなかろうと。まずそっちをやってから、そしてそれとファクトチェックとか、リテラシー活動を組み合わせていく、そういうことが求められるんだろうと思っています。次お願いします。

あと最後に、時間ですので、対策の推進に向けてをお話ししたいと思います。

フェイクニュースへの対策案としては、はっきりしているのは、まとめサイトのような怪しげなミドルメディアに、とにかく活動を与えない、お金をもうけさせないということによるネガティブなインセンティブを実施するということが必須というか、今すぐやるべきことだと思います。かつ、そういうサイトというのは、ずっと同じような一定程度の同じサイトがやっているの、そういうものに対する削除というのは急務だろうと思っています。きちんとやりましょうということです。あとは既存メディアにも多分何か必要だろうし、ファクトチェック団体にも必要だろう。ファクトチェック団体がそういう武器化とかを進めないように、しっかりファクトチェックの品質の管理、透明性の確保、説明責任というのも当然求められると思います。次お願いします。

最後です。ちょっと時間オーバーですけども、もちろんいきなり停止するといっても、この研究会にいらっしゃる方は当然そうお考えだと思いますけれども、表現の自由に配慮

した自主的な仕組みづくりをして、それを判断し、共有する仕組み、団体、組織みたいなものは必要なんだろうと思っています。それから最後に、やっぱり学際的な研究の推進機関が必要だと思っています、私はこつこつゼミ生とかと根性マイニングをしながらこういう研究をやっているわけですが、ほぼ単独でやっていて、連携するってなかなか難しい状況にあります。あんまり興味も示してくれないというところもあって、あまり連携が十分できていない、私の責任もあるかもしれませんが。なので本当にやろうと思ったら、鳥海先生みたいなネットワークの研究者から、社会心理学者とか、何で信用するかとか、そういう人たちの立体的なアプローチが必要なんだろうと思います。それから、そのためにはもちろんデータの提供が必要で、特にプラットフォーム事業者からのデータ提供は必須で、今APIとかを使ってやっていますけれども、非常に一部にとどまっているので、その協力がなければ絶対にやることは不可能です。もう一つは研究対象のフォーカスで、前回の鳥海さんの資料もそうなんです、トイレットペーパーとか、「#東京脱出」みたいなものは誤報に当たるのかなとか思っていたり、不確実な情報に当たるのかなという気もしていて、フェイクニュースって何なのかということをしかり、多分決めて研究しないと、誤報とかメディア批判というものがフェイクニュースとして扱われて研究が推進されてしまう危険性、そういうものもあるのかなと思っています、きちんとこの辺のフォーカスは定めて議論していく必要もあるんじゃないかなと思っています。

駆け足になりましたが、私のほうからは以上です。ありがとうございます。

【宍戸座長】 藤代先生、ありがとうございました。それでは、ここから全体としての自由討議に移りたいと思います。事前に構成員の皆様には、30分程度延長することはあり得べしということでお願いをしておりますが、まずは今日の御発表について御質問のある方は、それを優先したいと思いますので、チャットで私にお知らせいただきたいと思いません。

1点、先に退出されました生員構成員のほうから、楊井先生への御質問がありますので、私から代読させていただき、御回答いただければと思います。

具体的には、IFCNへの参加要件としてのコードオブプリンシプル認定についてのお話がありましたが、この認定参加の効果として、例えばグローバルプラットフォームでは、IFCNに参加している組織としか直接の連携はできないなどのポリシーを持っていたりするのでしょうかという御質問です。楊井先生、お願いいたします。

【楊井氏】 これについて私が把握している範囲ですけれども、フェイスブックは明確

にIFCNに参加している、加盟している組織に限定して連携をするということ、そういうルールになっているかと思います。ほかのツイッター社とか、Google社は、そこまで明確な限定はしていなかったかと思いますが、例えば、ファクトチェックについての資金提供、ファンディングとか、時々グローバルに行われることがあります、そこにはGoogleが出資をしてIFCNと共同で募集をしたりするんですが、そういったときはGoogleのお金が入ってIFCNがやるわけですが、IFCNに加盟している組織じゃないと応募できないというようなハードルがあったりして、やはり加盟したほうが何かと、そういった活動をしていく上で有利な点はあるとは思います。今言ったように、明確に限定してというのは今のところフェイスブックだけではないかなと私は認識しております。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ほかに、最初のLINEさんの御報告も含めて、御報告に対する質問があれば優先的に扱いたいと思いますので、チャット欄で私にお知らせいただきたいと思いますが、いかがでございましょうか。

もし、特に御質問ということでないとか、あるいは御意見と御質問が一緒になっているということであれば、もうそれで構いませんので、ここから先は自由に、それでは御質問、御意見をいただきたいと思います。御質問、御意見をいただきたい、御発言されたい方は、これもチャットで私にお知らせいただきたいと思います。

新保構成員、お願いいたします。

【新保座長代理】 私のほうから意見を述べたいと思いますが、今日、質問は特になかった理由というのは、実は質問はあったんですが、回答が予想されるのでなかったという趣旨であります。どういうことかということ、ファクトチェックのファクトチェックをする団体はありますかという質問をさせていただこうと当初思っていたんですが、今日御報告をいただいた範囲内で伺った範囲を見ても、存在しないという回答になると思われま。

この点がこの問題点として、ちょっと意見として、私として述べさせていただきたい部分なんですけれども、総務省の検討会でこの問題を、事業者における取組と、それからファクトチェックの現状というものを把握して、事実関係を今ヒアリングして把握をしているという状況ですが、この目的と今後の方向性について、今後この検討会で考えていかなければならないんだろうということで、その点についてちょっといろいろと考えて、以前の事業者の自主的な取組との関係も含めて、今後の方向性などについてちょっと意見を述べさせていただきたいと思うんです。

先ほど藤代先生からも方向性について、やはり情報共有であるとか、何らかの確認とか判断をするという仕組みが必要ではないかという御意見をいただきましたけれども、この点について、私から4段階の意見を、本当に完全に思いつきの意見なので、これを今後この研究会の皆さんともどういうふうに考えていくのかということをもそもも考えていきたいという、ちょっと燃料を投下したいという趣旨の発言であります。

4段階というのは、まず1つ目はもう今行っていることで、民間団体によるファクトチェックの在り方や仕組み、現状把握の必要性、ファクトチェックは今ようやくこの取組が始まったばかりですので、どのようにこのファクトチェックをもそももすることができるのかという現状把握が非常に重要かと思えます。

そうすると、この現状を把握して、次に2つ目の点ですけれども、どういう方向で今後この現状把握した結果を生かしていくことができるのかなというところについては、2点目として、既に行っている事業者による不適切な投稿の自主的な削除の基準とか、それとともにファクトチェックを実施する際の一定の基準、こういうものを例えば示す必要があるのかと。これあるのかというのは、事業者ヒアリングでこの点どうでしょうかというふうに私から伺ったところ、事業者の方からの返答、回答としては、一律な基準策定については消極的であると。そういう取組が必要であるということは理解できるけれども、その基準を明示するということまでについては、必ずしも肯定的な意見はなかったかと思えます。一方で、本日のこの御報告の内容とか調査結果、非常に勉強になりまして、そうするとファクトチェック団体の側としては、ではどう考えているのかということは、今日の調査結果からはまだ分からなかった点かと思えます。つまり、今後具体的にファクトチェックを行っている団体などにもヒアリングを実施していただくなどすると、事業者と同じような考えなのか、それともやはりファクトチェック団体については、事業者とは違ってやはり第三者なので、一定の基準の策定というものがやはり求められているのかということをお確認いただきたいのが2点目です。

3点目が、このファクトチェック、総務省の検討会でやっているわけなので、総務省がファクトチェックをどうするかということは、これは検討できないと思うんです。そもそも総務省がちゃんとファクトがあるのかどうかを検証するというのは、自分で自分のことは検証できないので、そうすると第三者検証の仕組みが不可欠ということになってくるかと思うんですけれども、そうすると、その第三者のファクトチェック機能がないと、ファクトチェックそのものの信憑性と信頼性ですか、これを担保できないのではないかと思います。

ます。そうすると、必然的に第三者検証のような仕組みを検討せざるを得ないということになってくるかと思うんですけれども、そこでこの問題について考える上で1つちょっと、これは今後の検討事項ですが、EUのAI規則提案が公表されました。これについては、EUのAI規則提案の意図、既に報道されているところでは包括的な規制案であると。今回規制を包括的に及ぼすことで個人の自由、権利を守るとか、新聞の見出しを見ても、AI規制案リスク4段階に分類、産業界は負担増警戒、日本は既存の法令を通じてAIの安全な利益を図るのが基本的な立場で、AIに狙いを絞った横断的な規制は時期尚早との声が多いという、そういった報道がなされていますけれども、この点について、今後3つ目の第三者検証の仕組みを考えるに当たって、これ私全く間違っていると思うんです。報道ベースとか一般に言われているこのEUの規則提案の趣旨というのが完全に読み違えているということで、数日でAI規則提案の解説を書いてみて、6月21日の『ビジネス法務』に解説を書きましたので、ぜひともそういうところを踏まえて検討していただきたいんですが、つまりどういうことかという、第三者検証の仕組みを今後考える上でのEUのAI規則提案のこの仕組み、構造というものは、非常に細かく確認していただきたいと思っております。ということが3つ目です。

最後に4つ目ですけれども、これまで総務省の検討会でもこのような仕組みを検討する機会というのは多々あったと思います。特に利用者視点を踏まえたICTサービスに係る検討会で、とりわけスマートフォンアプリの第三者検証の仕組みというものは過去に行っているわけですが、このようにスマホのアプリについては、結果的に事業者側が、そのアプリの信憑性というか、不正なアプリであるとか、違法なアプリを排除するという仕組みを自主的に検討することによって、結果的に第三者検証の仕組みまでは必要ないといったような段階に今なっていますが、この点も踏まえて、過去の知見を生かして、特にスマートフォンアプリの第三者検証の仕組みなども活用して、今後この問題について第三者がどのように確認をするのか、検証ができるのかといったようなところも検討していただけるとよいかという、以上、私からの意見でありました。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、次に寺田構成員、お願いいたします。

【寺田構成員】 よろしく申し上げます。藤代先生のほうの御報告、非常に具体的な情報の流れとかというのも明確になっていて、非常に参考になりました。ほとんど同じような趣旨で、広告サイドからの意見ということで、取材なんか私受けているんですが、一

番やはり問題となるのが、このミドルウェアというところです。ここのビジネスモデルが成立している限り、なかなか最終的にフェイクニュースそのものの拡散を止めることができないうことがありますが、ここをどうしていくのかというのが重要なんだろうなと私も思っています。ただ、ここ非常に難しいところがあって、じゃあ具体的にどうするのかというようにお話になってくるかと思うんですけども、その辺りについて少しだけお話しできればなと思っています。

藤代先生のほうからの中でもありましたけれども、このミドルウェア、ほとんどが個人運営です。実際に取材なんかでの答えでも、とにかく広告がPVを、ページビューを上げて広告収入、それだけしか考えていなくて、ニュースの中身が正しいとか、そういったことは全く関知せずに、どれだけ受けるかということでものをつくられているということ、取材に対して言っちゃうというぐらいですから、このモデルを潰すのがどれだけ難しいのかというのが、逆に言えば分かりやすいのかなと思っています。

結局この広告が出ないようにするというのが重要だということで、一般的には大手の広告主がブランドセーフティーって考えれば止められるんじゃないかと思っていられると思いますし、ある一定、大手の業界団体であるとか、そういったところでは当然そういった流れというのが進んでいくと思うんですが、その一方で、このタイプのサイトがなぜなくなれないのかといえば、小規模な事業者とか、ダークサイド側の広告主、こういった方たちにとっては非常に手頃なメディアです。いわゆる漫画の海賊版サイト、こういったものと同じような、こういった広告主にとって非常に使いやすいメディアであるということで、簡単にはなくなれないということがあります。これに関して、当然海賊版サイトなんかと同じようで、自主規制で何とかするという話ではなくて、一定の規制のようなものというものも、残念ながらいずれ必要になってくるのかもしれないとちょっと思っています。

もちろんその前に、このミドルメディアとつながっていくタイプの検索であったりとか、ニュースサイトであったりとか、SNS、こういったところがこういったミドルメディアとつながらないようにしていくような、そういった対策というものも必要かと思いますが、その続きとして、やはりもう一つは、今回のファクトチェックの皆さん、情報の中身だけを見ているようなタイプにやはりなっているんだと思いますけれども、その前後のビジネスの流れといったものも、ファクトチェックの中でやはり明確にしていって、どこにそういったフェイクニュースとか、そういったものが集中的に現れるのかといった、そういったものを情報共有していくということがすごく重要になるんじゃないかなと思っています。

こういったものを広告団体とか、こういったところとも連携して、明確な流れというものを見えるようにして一つ一つ潰していくという、そういった作業が今後必要になるんだろうと思っています。それでもなかなか難しいということになってくると、実際に規制とか、そういったものを考えていくフェーズに持っていかざるを得なくなるんじゃないかなと思っています。

以上が私の意見です。

【宋戸座長】 ありがとうございます。

それでは、次に大谷構成員、お願いします。

【大谷構成員】 ありがとうございます。日本総研の大谷です。

今日もたくさんの御説明をいただいて、いずれも納得できる御説明であったかなと思います。大変勉強になりました。特に楊井先生のほうからまとめていただいている、今後のインフォデミック対策の方向性について、やはり直接規制に対して謙抑的な姿勢と、そしてファクトチェックの担い手を多様なものにするという御提言をいただいていることについては、大きく賛同するものです。

それで今日、このフェイクニュースですとか、ディープフェイクということを主題にした話題ではありますけれども、今後のインターネットのエコシステム全体を考えるとときに、もう少し視野を広げていければなと思っておりますので、そのことについて一言述べさせていただきます。

本日藤代先生から御説明がありましたように、コンテンツのエコシステムについては、その生成と拡散の構造についておおよそ見えてきたというか、その根性マイニングのおかげで光が当たってきたと思っております。また、このPF研の成果とも言えると思いますが、プラットフォーム事業者の透明性レポートといったものも、かなり具体的なものが見受けられるようになり、今日最初のコーナーでLINEの方にも御説明いただいたように、コンテンツ周りについて非常に見えてきた部分が多いのではないかと考えております。

ただ、物理的にその情報を、何か問題のある情報が発生した場合、ファクトチェックという文脈で対応していくというのは1つのやり方なんですけど、具体的に権利侵害の起きた場合に、どのようにその救済を図るのか、情報の削除であったり、発信者の情報を特定していくのかといったことについて、いろいろ調査をしている中で、インターネットの環境の担い手というのは本当に多岐にわたっているなというのを近頃実感しているところです。有害情報対策というような文脈ですと、例えばCDNの事業者がコンテンツをキャッシュし

ている場合もありますし、それからホスティング事業者がコンテンツをホスティングしているということがあって、どこに情報があるかというのを突き止めていく手続というのが非常に時間もかかり、複雑、煩雑なものになって、実際に突き止めるという行動に実行性が伴わないというような問題も出てきているところではないかと思っております。

したがいまして、やはり今望まれるというのは、プラットフォーム事業者については引き続き対応をお願いし、また、積極的にその情報をフィードバックしていただくことが重要ですけれども、今インターネット環境では、ISPとか、アクセスプロバイダーとか、コンテンツプロバイダーというような単純な構造で、そういう単純な構造を前提とした制度が整えられてきたんですが、実態はそうではなく、より複雑なものになってきているということです。CDNの事業者によるサービスの利用実態、それからホスティング事業者の対応といったものも含めて、コンテンツなどの流通のメカニズム全体を捉えて、プラットフォーム研究会の先のなすべきことというのを見極めていくことが必要ではないかと思っております。そうしていかないと、どうしても現状をシンプルに、単純な切り口で捉えて、それを基に制度設計をしていくというやり方になって、最終的には遠回りだったなということにもなりかねませんので、ぜひ、このPF研の射程といったものを広げていく努力も併せて必要なのではないかと考えましたので、ちょっとフェイクニュースそのもの話とは別ですけれども、発言させていただきました。

以上でございます。

【宋戸座長】 ありがとうございます。

それでは、次に森構成員、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。楊井先生、みずほリサーチ&テクノロジーズさん、藤代先生、御説明いずれも大変勉強になりました。今日本当に出席してよかったです。楊井先生は以前から御高名は伺っております、お話を伺う機会を得られればよいなと思っておりましたので、大変貴重な御説明をいただきまして、ありがとうございます。

ちょっと具体的な意見として申し上げたいのは、藤代先生におまとめいただいたフェイクニュースの問題をニュース生態系の問題として考えるべきであるという御指摘で、これは前回の鳥海先生の御発表との連続性もあることであつたかと思っておりますけれども、ごもつともな御意見であると思つて拝聴いたしました。資料4の24ページですね。ありがとうございます。

これはもう、このままプラットフォーム研の提案にしてもいいような話ではないかと思

ってしまして、まずプラットフォームについては、フェイクニュースを拡散しているアカウントやサイトの削除や広告を停止すべきであるということです。LINEさんからも、そのアカウントを削除のようなことをして、かつ、透明性レポートに書いているという話があったかと思いますが、そういうことをすべきである。で、また、何というのでしょうか、その配信表示を停止する、そうですね。この2番目も同じですよ。しっかりしたコンテンツにお金が出るようにするという。そしてその2番目に、既存メディアについてはこたつ記事をやめて、クオリティーの高い報道に注力する、これ前回もこういうお話が出たと思いますけれども、やはりその既存メディアの御協力といいますか、ぜひともそのようにしていただきたい。もともと何というんでしょう、インターネットメディアからしてみれば、非常に比べものにならない精度のものを出す力と報道倫理があったんだと思いますので、原点回帰をしていただくということ、そして、その3番目にファクトチェック団体、非常に重要な公共性の高いことに取り組んでいただいているわけですが、一部で批判があると。スラップと同じものではないかというような批判があるということです。このファクトチェック活動の透明性、アカウントビリティということも、全く重要なことであろうと思います。

特にこの中でフェイクニュース拡散サイト、ミドルメディアというところにつきましては、先ほどちょっと寺田さんからお話がありましたけれども、海賊版サイトとの違いは、元サイトが割と普通のプラットフォームで堂々と商売しているということです。ですので、これはアカウント停止の対象にし得るわけです。防弾ホスティングというわけではないということです。そういったことの対象になる。それは何というんでしょう、プラットフォーム研の皆様御案内のとおり、ある種権利侵害情報への対応と同じというところはありまして、これはプラットフォームの自主的対応にお任せしつつ、その透明性を絶対的に確保していただくということが一つの解ではないかと思いますが、もちろん何がフェイクで何がそうでないのか、判断基準はどうなっているのか、非常にクリティカルな問題ですが、そこに国として口を挟むことなく、プラットフォームにお任せしつつ透明性を保証していただくというのが1つの解であろうと思います。

もう一つ、広告を止められないかという話ですが、海賊版サイトと、こちらは近い問題であろうかと思いますが、海賊版サイトのときも、国内の事業者で漫画村に広告を出していたSSPが思い切り怒られていましたけれども、それと同じような問題はここでもあるわけですので、何がフェイクニュースかということは難しい面はありますが、フェイ

クニュースばかり出して、これが止められても仕方ないねとみんなが思うようなものであれば、みんなが思うようなアカウントであれば、それはやはりそこに広告を出すというのは不見識だということになります。海賊版のときは、もうブロックするかどうかなんかという事のほうで重要で、海賊版を撲滅するかどうかのお話ではなくなっていた残念な面がありましたけれども、ここではそのフェイクニュースの弊害を防ぐという本来の目的に注力して、その広告を止めるということも広告側の取組として考えていくべきですし、それをプラットフォーム研として、どのようにしていただくかというのをウォッチしていくことが重要なのではないかと思います。

以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。次に山口構成員、お願いできますでしょうか。

【山口構成員】 ありがとうございます、宍戸座長。山口でございます。本日も貴重な御説明・御報告をいただき、ありがとうございます。2点、コメントをさせていただければと思います。

第1に、フェイクニュース・偽情報対策としてのファクトチェックは、具体的にどの主体が担っていくかは諸課題があるにしても、チェック機能の担保は重要と存じます。今後の日本での展開への期待を込めてのコメントとして、社会的に拡散された情報という、言わば「アウトプット」に対するチェックとともに、その拡散の「プロセス」自体にも踏み込んだチェック・検証も組み合わせながら進められていくと、さらに望ましいと思います。この点は、とりわけ今日の藤代先生の御報告の中で「構造」として御指摘された点にもかかわると思います。特に、伝統的なマスメディア等の関係主体との連携のなかでも、新保構成員がご指摘された点に関連して、チェッカーを誰がチェックするのかということも含めて、今後は、主体間の役割分担や責任の明確化も必要と思います。

第2に、そうしたプロセスやプロセスへの「インプット」（となるデータも含めて）にも視野を広げていきますと、今後の日本での規律の在り方における関係主体の役割・責任の明確化、特に、表現の自由などのセンシティブな争点に関して民間事業者が策定・改定するcodes of conductに国家・政府が積極的に関与する場合に、誰が何に対してどこまで責任を負うのかが不明確になるという課題は、海外でもいわゆる共同規制手法について従来指摘されてきたところで、「参考資料5」1～3ページの御回答（御対応いただいた皆様にこの場を借りて御礼を申し上げます）にも示唆されていると思います。先ほど新保構成員から言及された欧州委員会本年4月21日付提案のいわゆるAI Act規則案についても議論

されているところですが、リスク評価の線引きが難しい分野での責任の在り方は、状況次第ではクリアカットなルールも含めた明確化も必要になると思います。

以上です。ありがとうございました。

【宋戸座長】 ありがとうございました。

それでは、次に木村構成員、お願いします。

【木村構成員】 木村でございます。いろいろと御説明ありがとうございます。利用者の立場というところから、今回コメントをさせていただきます。

この間フェイクニュース、いろいろ考えておきまして、コロナの報道、フェイクまでいかないにしても、やはり何というんでしょう、状況を侮るというか、やっぱり消費者をすごく不安にさせるような報道が多くて、マスメディアの報道ですとか、いわゆるネットの報道などが、私たちの生活にすごく影響を与えているということを実感しております。

それで消費者の、こういうフェイクニュースというのは、政治的なものもちろんそうなんですけれども、やはりこういうコロナ禍におきますと、消費者は大変今不安でございますし、これからどうなっていくんだろうということをすごく皆さん感じていると思うんですが、それにどう応えるのかというのをすごくニュースとか、報道に求めていると思うんです。やはり今回の藤代先生の説明で、フェイクニュースのパイプラインですとか、いろいろ御説明いただいて、ああ、そういうふうを考えていくのかというのをちょっと今、何というんでしょう、改めて腑に落ちたというか、これから考えていかなきゃいけないなと思っているところです。

それで、やはり先ほどから問題になっているミドルメディアの件なんですけれども、どうしてもページビュー至上主義というんですか、いっぱいいろいろな人に見てほしいというところで、侮るような報道が多いので、そこでやっぱりどうしても不安になるので、利用者の人がツイッターなどで拡散してしまっ、加担してしまうということがやっぱり往々にありがちですので、きちんとした報道をどういうふうに担保していくのかというのは物すごく重要で、今後検討していく必要があるのではないかなと思う一方、やはりどこがどういうふうに、そういうふうに決めていくのかという問題もあります。そこをどういうふうに考えていくのかというのが必要ではないかなと思います。すごく総論的になってしまうんですけれども、安心して利用者がニュースを見ることができるよう今後もしていかなければいけないなと思った次第です。

以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、次に手塚構成員、お願いいたします。

【手塚構成員】 どうもありがとうございます。御説明どうもありがとうございました。非常に勉強になっております。それとあと構成員の先生方からの御意見も、非常に私にとってはいい意見がたくさん出ているなと思っていて、そこでいろいろ考えたところ、自分なりに頭で整理していて、大きく3つぐらいに考えていったらどうかなと自分なりに今思っています。

1つはニュースの生態系ということで、実際にフェイクニュースなりが流れていくわけです。そういうデータの流れ、これのトレーサビリティをどうしていくのかということの何かうまい仕掛け、要するに、先ほどで言いますと、ミドルメディアがあると、ミドルメディアというところは単に左から右へ流す機関みたいな感じだとすると、それが一体どこから来てどこに流しているのかとか、そういうことを後で実態が分かるような、そういう仕掛けなりを、一種のトレーサビリティですね、そういうことが分かるような構造を埋め込んでいくということは、今後1つは意味があるのかなと思ってきております。

それとあともう1点、2つ目としては、やはりファクトチェックという第三者機関、これの位置づけをどういうふうにしていくのかということだと思います。これはファクトチェックのファクトチェックは要るのかとか、そういうお話もあるわけですが、これはいろいろな分野で、私はテクノロジー系の人間ですので、例えばテクノロジーのチェックにおいても当然第三者機関があるんですが、その第三者機関を認定する機関はどうするかとか、それを民間の中でもどういうふうにつくっていくかということなどもあり、要はこういうところの基準をどうするかというのは、ある意味非常に重要なことだと思っています。どういうふうに、この分野でしたらこのファクトチェックのところのチェックをするところの機関の基準というものをどういうふうに仕立てていくかということです。

それとあと3つ目、これも総務省さんのこういうところの会議の場なので、検討は必要かなと思うんですが、国がこういうものにどのように関与するのか、しないのか。これもぜひ検討対象にしていくべきかなと思っています。

以上、3点でございます。

【宍戸座長】 手塚構成員、ありがとうございました。

それでは、今の段階で構成員の皆様の発言で、今、手が挙げられている方は大体一通り指名させていただきましたが、法務省人権擁護局様からも御発言の御希望がありますので、

それではお願いできますでしょうか。

【唐澤参事官】 宍戸座長、発言の機会を与えてくださりましてありがとうございます。法務省の人権擁護局の唐澤でございます。

大変勉強になることばかりでございました。いろいろな意味で刺激になった内容でございます。本日構成員の先生の方々から、行政の役割はどんな役割があるのかということとか、あるいは第三者のチェックどうあるべきかとか、基準どうあるべきかと、そんな話をいただいたところでございます。日々我々も悩んでいるところです。

第三者のチェックということに必ずしも答えられているか分かりませんが、まず、日本のシステムの中では、1つ第三者的な意味においてチェックをしているとすれば、それは裁判所なのではないかなというふうに考えております。あらゆるものが全て裁判所のチェックに行くわけでは、当然それはないことでございます。ただ、我々法曹関係者としては、裁判所の判例、あるいは裁判例というのは1つの基準になるし、それがあつた点ではチェックにもなっているのかなというふうに考えています。

では、あらゆるものは裁判所に常にのつているのかということにも関連するんですが、基本的には裁判所でチェックされたり、基準が出てくるのは、特定個人の権利利益の侵害があつた場合、あるいはあるのではないかとということが問題となつた場合、この場合には裁判所がきちんと判断をして、基準を、結論を出してくるものでございます。問題なのは、特定個人の権利利益の侵害がないから、そもそも裁判という俎上にのらないものというのは結構あると思つています。我々法務省の人権擁護機関でも悩んでいるのは、例えば一般的・抽象的なヘイトスピーチの問題であるとか、あるいは、我々は識別情報の摘示と呼んでいますけれども、部落、特定の地域を部落だというような情報を載せると。このようなものについて、場合によっては特定個人の権利利益を侵害していないという状況もあり得ます。それと本日出てきていたファクトチェックの問題の中で、ファクトの問題であつても、特定個人の権利利益を侵害していないような場面の問題もあると思つています。そうすると、これについてのチェックというのは、必ずしも裁判を待つても基準が示されつこないような場合もあるのかなというふうな気がしております。そこがちょっと難しいところかなというふうに感じたので、今日はあくまで私の個人的な所感になつて恐縮なんですけど、そんなところを考えたところでございます。

以上でございます。ありがとうございます。

【宍戸座長】 貴重な御指摘ありがとうございます。ほかに御発言は。

それでは崎村構成員、お願いいたします。

【崎村構成員】 先ほどの手塚構成員のお話ともちょっとかぶってしまうんですけども、藤代先生の資料の15ページに、運営は正体が不明とあり、25ページでアカウントやサイトを特定して判断、共有する自主的な仕組みのようなものが必要ではないかというお話がありまして、私、常日頃からアカウントブルアイデンティティーと言っていて、必要になればトレースされるし、責任を求められるということを意識しながら使っていけるようなアカウント、アイデンティティー、こういうものが、アンアカウントブルなアイデンティティーよりも広く使われていって、それによって、何ですか、人々の信頼の判断や何かにも影響してくるというような形になってくるのは重要だと思っていて、その点では大賛成なんですけど、ただ、単に事業者の自主的なところになってくると、今度はこれが過剰に行われる可能性もあるなと思っています。透明性は必要なんですけれども、透明性レポートでどのくらいのアカウントを止めましたとか、そういうのだけだと、実はちょっと困ったこともありそうだなと思っています。というのは、過剰にやられてしまった人がアピールするのが結構難しいと思うんです。なので、透明性を備えるというのと同時に、アピールプロセスというんですか、日本語で何というんでしょうか、を備えていくということも同時に考えていくことが必要なんじゃないかなと思っています。

以上です。

【宋戸座長】 ありがとうございます。ある種の異議申立てとかができるような仕組みということだろうと思います。そういうことですね。

【崎村構成員】 はい、そうですね。

【宋戸座長】 ありがとうございます。

一通り手の挙がっている構成員の方からは発言をいただきましたが、いかがでしょうか。まだ構成員で本日御参加で御発言のない方も、例えば山本構成員もまだ御発言がないかと思いますが、ございますか。

【山本構成員】 特にございません。大丈夫です。ありがとうございます。

【宋戸座長】 ありがとうございます。

それでは森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 はい。2度目で申し訳ありません。今、崎村さんのお話がありましたので、確かに御指摘のとおりだなと思いましたので、ちょっと先ほど申し上げたことを補足させていただきますと、やっぱりそういう意味でも権利侵害情報と共通する部分というの

はあって、アカウントのバンのところというのは、やはり同じ問題なんだろうと思います。もちろん権利侵害情報のほうがはっきり、明確に判断しやすいわけですし、何というんでしょうか、より専門家がやればはっきりするということはあるのかもしれませんが。もちろんあと裁判所でもできるというのはありますけれども、やっぱりはっきりしないところというのはありますし、あとユーザーからしてみれば納得いかない。これはオーバーキルなんじゃないかという話というのもやはり同じようにあるので、そのところの対応というのは、権利侵害情報であっても、フェイクニュース、ヘイトスピーチであっても、同じように考えて、その反論の機会というんでしょうか、先ほど異議申立てというふうに宍戸座長から御説明がありましたけれども、そういうことをSNSとしては、プラットフォームとしては、1回、1回といいますか、きっちり持つようにするというところは同じように考えてよくて、あとその透明性のところも同じように考えてよくて、権利侵害ではないところの違いというのも必然的にありますので、そのところは違いを考慮した対応ということになるのかなと思いました。

以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。一通り御発言をいただきました。なかなかこのプラットフォームサービス研究会やワーキンググループで私自身が発言する時間もないので、少しだけ今日のお話を伺った感想のようなことを申し上げておきたいと思います。

今日お話を伺って、フェイクニュース、あるいは偽情報への対策は、それ独立の問題というよりは、プラットフォームを中心とした現在の情報流通の全体像を、言わば偽情報対策という観点からむしろ見ているような、それぐらい非常に広がり大きい問題であるということが、本日の四方のプレゼンテーション、また、これまでのプレゼンテーションや質疑応答で浮き彫りになってきたのではないかと思います。このプラットフォームサービス研究会で、特に手塚構成員の下で御議論いただきましたトラストサービスの問題であったり、現在のデジタル広告の問題、それから新保構成員からも御指摘いただきましたAIの問題が全て絡んでくるという問題であったと、改めて認識したところです。さらにその外側にある、これまでの公共的な情報流通を担ってきたマスメディア、それから、この社会の中における最終的なチェック機能を果たすべき国家作用である司法の問題、こういった全体像を見通した中で、どのような対策が有用であり、必要であるかということについて、以後議論を絞っていくということが必要であろうかと思います。

その上で、山本構成員からそういう御発言があるかなと思いつつ、一応私も憲法研究

者でございますので発言させていただくと、基本的には表現の自由を支える哲学は、思想の自由市場論であって、個々のどんな意見、情報であっても、取りあえずそれを抑止するというのではなく、取りあえず出してみ、そして、それが相互に戦い合う。反証するとかいったプロセスを経る中で、何が正しいかということが確定していく。そうであるように、情報を発信しようと思う人が、言わば対等な立場で発信できるようにすると。特に新規参入を許すとなればこそ、検閲や事前抑制を許さないという日本国憲法21条2項の条文があり、これが電気通信事業及びインターネットの空間においては、同じ条項に定められている通信の秘密の保障が裏支えしてきたわけであります。ところが現在の、いわゆる偽情報、フェイクニュースをめぐる状況は、このような思想の自由市場でみんなが自由に物を言えるという状況の中で、言わばある意味で不均等に、力であったり、テクノロジーであったり、あるいはそれを後ろで支えるお金の流れが生じている。この結果として、非常に短い時間で特定の利用者層に対して、集中的に情報をターゲティングなどによって浴びせるということによって、世論、あるべき時間をかけて形成される真偽を判定していったりしていくプロセスが、必ずしも機能しない状況が、先ほどから言っている不均等な力の配分などの問題によって起きている。そういったところに対して、ある種の構造的な介入、是正が必要な局面ということが、問題としてあったんだろうと思います。

しかしながら、繰り返しになりますが、ここに政府が直接的に介入するという点については、非常に難しい問題があると。こういった中でファクトチェック団体、あるいはそれをサポートする人々の役割と支援、それから、これまで思想の自由市場の働きを担ってきたマスメディアが、このインターネットの現在の情報流通の中で、一定の収入であったり、あるいは一定の体力を確保できる、また、このような情報空間に対応できるようなバージョンアップを図っていただくと。それには様々なステークホルダーとの連携ということがあると思います。さらに、全体として真偽をきちんと判定する、合理的に判定するというための、利用者のリテラシーをどうやって高めていくか。そういった全体像の中で、今日いただいた様々な構成員の皆様の御発言、あるいは、これまでいただいた、この場でいただいたプレゼンテーション、事業者の様々な方々の取組を総合していった上で、論点を整理していきたいと考えております。

私のほうからの感想というか、所感は以上でございますけれども、時間の関係もございますので、この辺りで意見交換を終了とさせていただきますと思います。

それでは、事務局から連絡事項をお願いいたします。

【小川消費者行政第二課長】 事務局の消費者行政第二課の小川でございます。

本日は時間の都合上詳細な御説明はいたしません。資料、参考資料7といたしまして、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をお出してございまして、そこでこのワーキンググループの開催状況について整理をしておりますので、御確認をいただければと思います。この資料の3ページ目にありますとおり、ワーキンググループのこれまでの議論内容につきましては、次回の本会合において御説明をさせていただきます予定です。

また、この本会合の次回会合につきましては、別途事務局から御案内をいたします。

事務局からは以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございました。

これにて本日予定した議事は全て終了となります。

以上で、プラットフォームサービスに関する研究会第27回会合を終了とさせていただきます。

お忙しい中、皆様御出席をいただき、また御報告などいただき、誠にありがとうございました。これにて閉会といたします。

以上