

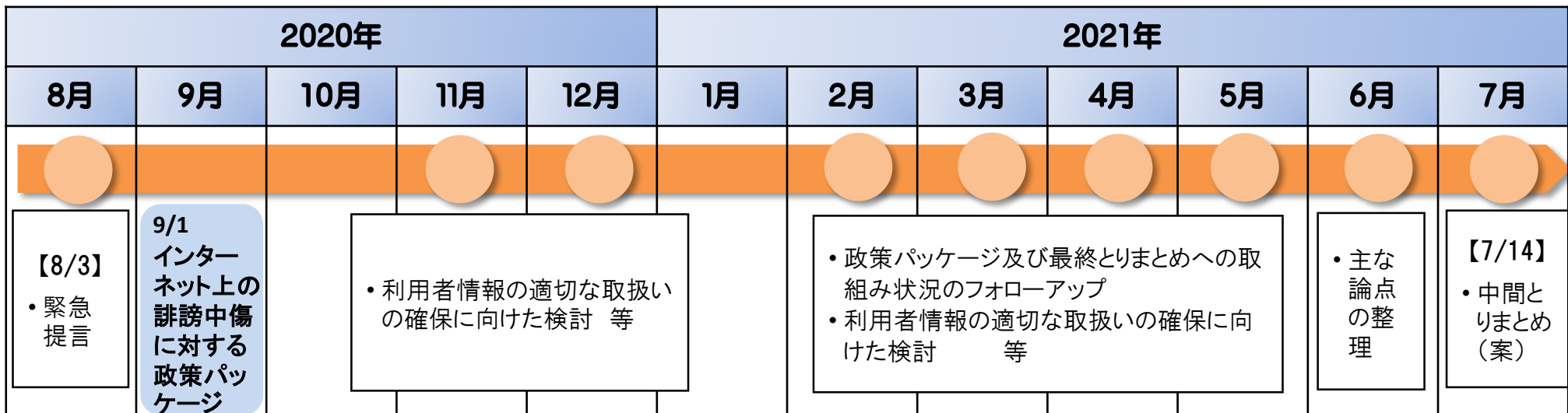


プラットフォームサービスに関する研究会 中間とりまとめ（案）の概要

2 0 2 1 年 8 月

- 近年、SNS等のプラットフォームサービス上での違法有害情報の問題が深刻化していることや、プラットフォーム事業者が大量の利用者情報を活用してサービスを提供していること等を踏まえ、
- ① 誹謗中傷やフェイクニュース・偽情報などのインターネット上の違法有害情報対策
 - ② 利用者情報の適切な取扱いの確保
- について、プラットフォーム事業者の取組に関するモニタリングを実施するとともに、対応策の検討を実施。

(座長)	宍戸 常寿	東京大学大学院 法学政治学研究科 教授	手塚 悟	慶應義塾大学 環境情報学部 教授
(座長代理)	新保 史生	慶應義塾大学 総合政策学部 教授	寺田 眞治	一般財団法人日本情報経済社会推進協会 主席研究員
	生貝 直人	一橋大学大学院 法学研究科 准教授	松村 敏弘	東京大学 社会科学研究所 教授
	大谷 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員 法務部長	宮内 宏	宮内・水町IT法律事務所 弁護士
	木村 たま代	主婦連合会 事務局長	森 亮二	英知法律事務所 弁護士
	崎村 夏彦	東京デジタルアイディアーズ 主席研究員	山口 いつ子	東京大学大学院 情報学環 教授
			山本 龍彦	慶應義塾大学大学院 法務研究科 教授
(オブザーバ)	個人情報保護委員会、法務省人権擁護局			



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²

○ プラットフォームサービスに関する研究会の下に開催されるワーキンググループとして設置し、プラットフォームサービスに係る利用者情報の適切な取扱いの確保に向けて、最近の動向等を踏まえ、専門的な観点から検討。

(主査)	宍戸 常寿	東京大学大学院法学政治学研究科教授	佐藤 一郎	国立情報学研究所情報社会相関研究系教授
(主査代理)	山本 龍彦	慶應義塾大学大学院法務研究科 教授	沢田 登志子	(一社)ECネットワーク理事
	生貝 直人	一橋大学大学院法学研究科准教授	新保 史生	慶應義塾大学総合政策学部教授
	石井 夏生利	中央大学 国際情報学部教授	高橋 克巳	NTTセキュアプラットフォーム研究所 主席研究員
	板倉 陽一郎	ひかり総合法律事務所弁護士	寺田 眞治	(一財)日本情報経済社会推進協会 主席研究員
	太田 祐一	(株)DataSign代表取締役社長	古谷 由紀子	(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会監事
	小林 慎太郎	(株)野村総合研究所上級コンサルタント	森 亮二	英知法律事務所弁護士
(オブザーバ)	デジタル市場競争本部事務局、個人情報保護委員会			

2021年

2月

▲
立上げ

3月

【3/18】
・構成員発表
・通信事業者
・団体ヒアリング
等

4月

【4/6】【4/22】
・構成員発表
・PF事業者ヒアリング
等

5月

【5/18】
・構成員発表
・PF事業者ヒアリング
・主な論点 等

6月

【6/4】
・電気通信事業
GL改正考え方
・中間とりまとめ
骨子

7月

【7/9】
・中間とりまとめ
(案)

第1部 誹謗中傷や偽情報を含む違法有害情報への対応について

1. 誹謗中傷への対応に関する現状と課題 2. 偽情報への対応に関する現状と課題

- (1) 現状と課題
- (2) プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果
- (3) 海外動向

3. 今後の取組の方向性

- (1) 違法・有害情報全般への対応
- (2) 偽情報への対応

第2部 利用者情報の取扱いについて

1. プラットフォームサービスに係る利用者情報を巡る現状と課題

- (1) プラットフォームサービスに係る利用者情報の現状と課題
- (2) 現行制度と政策
- (3) 海外動向

2. プラットフォーム事業者等による利用者情報の取扱いのモニタリング結果

3. 今後の取組の方向性

- (1) 利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた論点
- (2) 今後の取組の方向性

第1部

誹謗中傷や偽情報を含む 違法有害情報への対応について

第1部 誹謗中傷や偽情報を含む違法有害情報への対応について

1. 誹謗中傷への対応に関する現状と課題

(1) 現状と課題

- ①これまでの対策の方向性
- ②流通状況
- ③各ステークホルダーの取組状況

(2) プラットフォーム事業者等による対応の モニタリング結果

(3) 海外動向

2. 偽情報への対応に関する現状と課題

(1) 現状と課題

- ①これまでの対策の方向性
- ②流通状況
- ③各ステークホルダーの取組状況

(2) プラットフォーム事業者等による対応の モニタリング結果

(3) 海外動向

3. 今後の取組の方向性

(1) 違法・有害情報全般への対応

(2) 偽情報への対応

1. 誹謗中傷への対応に関する現状と課題

- インターネット及び携帯電話・スマートフォン等の急速な普及は、個人間のコミュニケーションを容易にするとともに、個人がソーシャルメディアにおいて様々な発信を行うことを可能とした。特に、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等のソーシャルメディアの利用時間や利用率は近年大きく伸びており、我が国の日常生活や社会経済活動において大きな役割を果たしている。
- しかし、インターネット上では、依然として、違法な情報や有害な情報の流通も認められ、昨今、特定の個人に対して多くの誹謗中傷の書き込みが行われるいわゆる「炎上」事案や、震災や新型コロナウイルス感染症などの社会不安に起因する誹謗中傷が行われるなど、特にSNS上での誹謗中傷等の深刻化が問題となっている。
- これらの状況を踏まえ、当研究会において、2020年8月に「インターネット上の誹謗中傷への対応の在り方に関する緊急提言」（以下「緊急提言」という。）を公表し、これを受けて、総務省において2020年9月に「インターネット上の誹謗中傷への対応に関する政策パッケージ」（以下「政策パッケージ」という。）を策定・公表した。
- 本研究会において、誹謗中傷対策について、PF事業者の取組は十分かどうか、また、緊急提言や政策パッケージを踏まえ、官民の取組は適切に進められているかどうかについて、プラットフォーム事業者からヒアリングを行うとともに、検討を行った。

(総論)

1. 検討に当たっての基本的な視点

多様な観点の実現を基本的な視点として具体的な方策を検討することが重要。

2. インターネット空間の特性を踏まえた検討の必要性

インターネット上のサービスの形態や性質に応じた検討が必要。

3. 誹謗中傷のうち権利侵害情報(違法情報)と権利侵害に至らない情報(有害情報)の相違への留意

両者の切り分けを意識しつつ、事業者にとって違法性判断が難しいことも踏まえながら対策を講ずる。

4. 総合的な対策の実施の必要性

インターネット上の誹謗中傷に関する原因分析や実態調査を行うとともに、(1)ユーザの情報モラル向上、(2)事業者による取組等、(3)国における環境整備、(4)被害者への相談対応など、産学官民の多様なステークホルダーによる協力関係の構築を図りつつ、総合的な対策が重要。

5. プラットフォーム事業者の役割の重要性

(各論)

6. ユーザに対する情報モラル向上及びICTリテラシー向上のための啓発活動

プラットフォーム事業者等による(発信側だけでなく、受信側も含む)啓発活動の強化や、効果的な啓発活動の在り方について、産学官民が連携し多面的に分析した上で取り組むことが有効。

7. プラットフォーム事業者による取組

(1)プラットフォーム事業者による削除等の対応の強化

- ・違法情報の削除等の申告の仕組み、迅速な削除等の対応
- ・AI技術等の活用
- ・有害情報に対する利用規約等に基づく対策

等について、各事業者のサービスの規模や仕様等に応じて、様々な対応策を自律的に行うことが期待される。

(2) 透明性・アカウントビリティの向上

- ・①具体的な対応に関するポリシーの公開、②ポリシーに基づく取組結果の公開、③苦情受付・苦情処理プロセスの公開・適切な運用など、透明性・アカウントビリティの向上
- ・国外プラットフォーム事業者が、欧米と同様の取組を国内でも実施する等の透明性・アカウントビリティ向上に自主的に取り組むことに期待。

8. 国における環境整備

(1)事業者による削除等に関する取組

削除義務や過料等の法的規制の導入は慎重な判断を要する。

(2)透明性・アカウントビリティ確保

政府は、事業者による透明性やアカウントビリティの確保の自主的な取組について、随時適切に把握し、プラットフォーム事業者による取組の実績や効果の評価等の実施を検討。可能な限り事業者の自主的な取組を尊重しながら、官民が連携しつつ、柔軟かつ効果的な取組の模索が重要。自主的な取組の効果がない場合、行政からの一定の関与も視野に入れて検討。

(3)発信者情報開示

より迅速かつ確実な被害救済のために、発信者情報開示の在り方の見直しが必要。
(具体的な内容は、発信者情報開示研究会における議論に委ねる。)

9. 相談対応

違法有害情報相談センター体制強化や、他機関との連携の充実、被害者にとって相談窓口をわかりやすく示すことが必要。

- 社会問題となっているインターネット上の誹謗中傷に対応するため、総務省において、2020年9月に「政策パッケージ」を公表。

1. ユーザに対する情報モラル及びICTリテラシーの向上のための啓発活動

- ①「インターネットトラブル事例集(2020年版)追補版」を作成・公表し、全国の総合通信局等や教育委員会等を通じて子育てや教育の現場へ周知【2020年9月公表・周知済】
- ②「e-ネットキャラバン」の講座内容にインターネット上の誹謗中傷に関するものを追加【2020年9月実施済】
- ③「#NoHeartNoSNS 特設サイト」(主催:総務省・法務省人権擁護局・(一社)ソーシャルメディア利用環境整備機構)の拡充等により、社会全体における情報モラルやICTリテラシーが高まるようにするための取組を強化【継続的に実施中】

2. プラットフォーム事業者の自主的取組の支援と透明性・アカウントビリティの向上

- ①実務者検討会を開催し、法務省人権擁護機関からの削除依頼に対する事業者の円滑な対応を促進【定期的開催中】
- ②事業者及び事業者団体との意見交換を通じ、誹謗中傷対策の実施や有効性の検討を働きかけ【継続的に実施中】
- ③自主的な取組の報告等により、事業者による透明性・アカウントビリティ確保方策を促進し、取組の状況把握や評価方法の検討を実施【PF研等の場を通じ継続的に実施】
- ④国際的な制度枠組みや対応状況を注視し、国際的な対話を深化【継続的に実施中】

3. 発信者情報開示に関する取組

- ①電話番号を開示対象に追加する省令改正の実施を踏まえ、弁護士会照会に応じて電話番号に紐付く氏名・住所を回答可能である旨をガイドラインで明確化【2020年11月実施済】
- ②新たな裁判手続の創設や特定の通信ログの早期保全のための方策について、法改正を実施【2021年4月成立】
- ③開示対象となるログイン時情報を明確化するため、法改正を実施【2021年4月成立】
- ④要件該当性の判断に資する民間相談機関の設置やガイドラインの充実に関する民間の取組を支援【2021年4月ガイドライン公表】

4. 相談対応の充実に向けた連携と体制整備

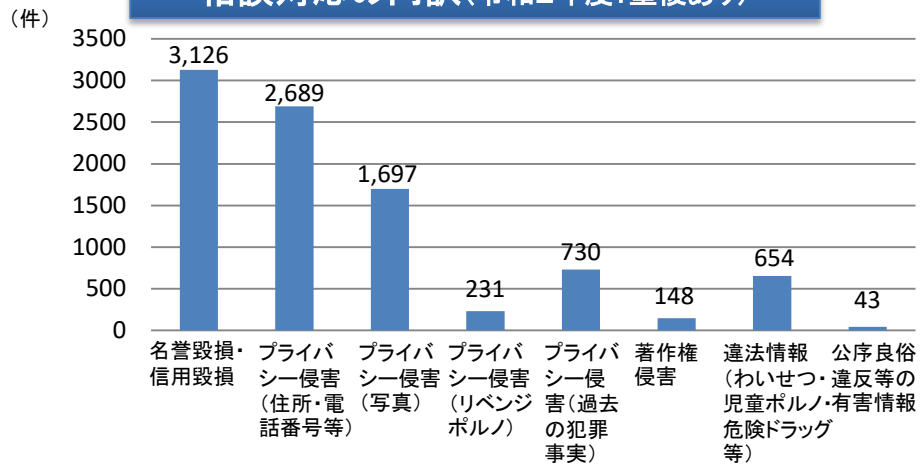
- ①違法・有害情報相談センターについて、相談員の増員等による体制強化を図るとともに、相談件数・内容の分析を実施【2021年度から実施中】
- ②相談内容に応じて相談機関間で紹介を行うなど、他の相談機関との連携対応を充実【継続的に実施中】
- ③複数の相談窓口の特徴やメリットを記載した案内図の作成など、ユーザにとって分かりやすい相談窓口の案内を実施【2020年12月公表済】

- 総務省の運営する違法・有害情報相談センターで受け付けている相談件数は高止まり傾向にあり、令和2年度の相談件数は、受付を開始した平成22年度の相談件数の約4倍に増加している。
- インターネット上の人権侵害情報に関する人権侵犯事件は、平成29年に過去最高(平成13年の現行統計開始以降)の件数を更新し、令和2年についても、引き続き高水準で推移している。

違法・有害情報相談センター
相談件数の推移



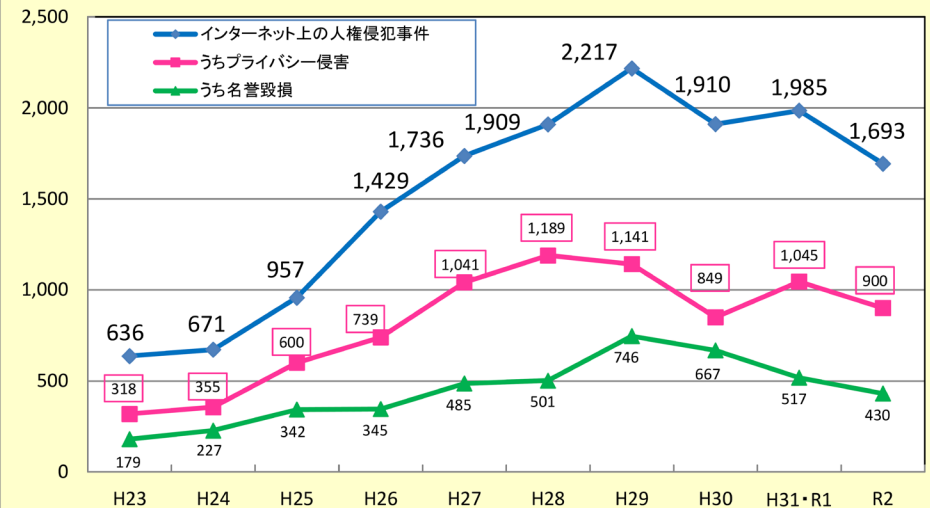
相談対応の内訳(令和2年度:重複あり)



インターネット上の人権侵害情報に関する人権侵犯事件

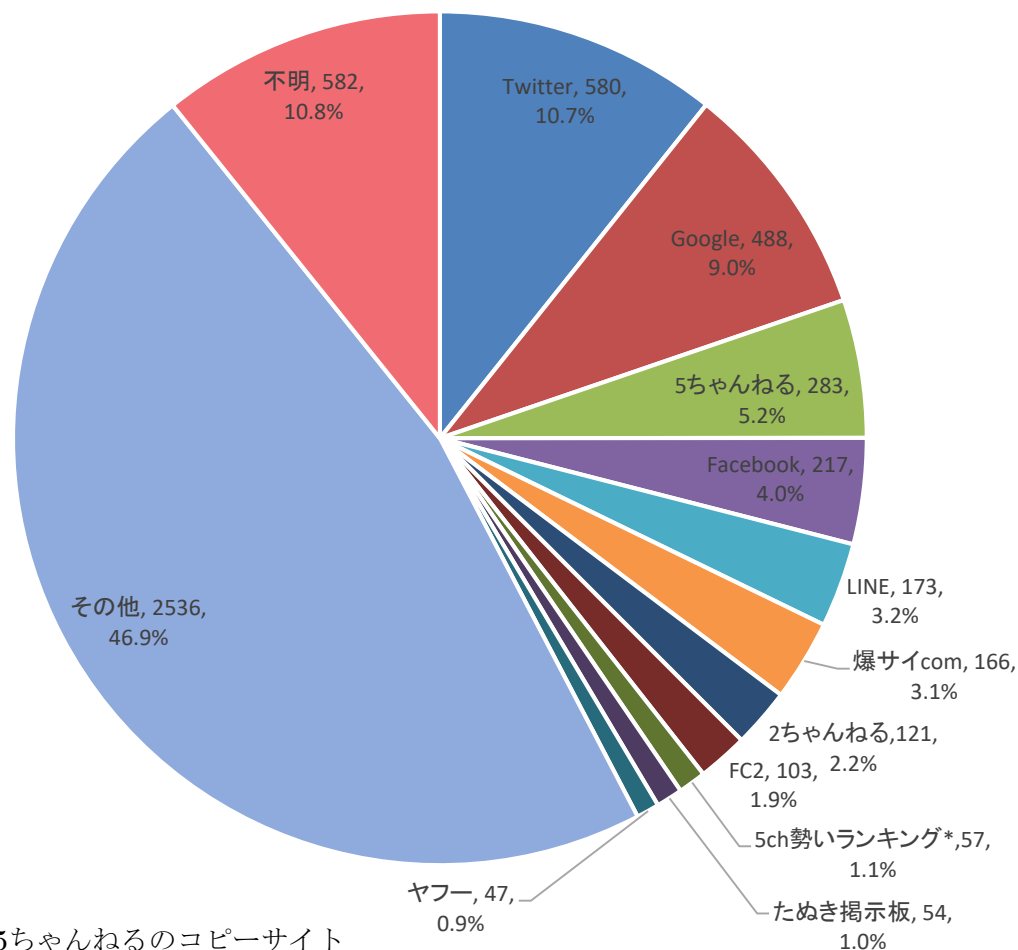
(法務省)

インターネット上の人権侵害情報に関する人権侵犯事件(開始)



- ・平成30年1月～令和2年10月の期間内に、人権侵犯事件として立件された事案が5,223件。法務局においては、これらについて当該情報の違法性を判断し、そのうち1,203件について削除要請を実施したところ、プロバイダ等による削除対応率は68.08%。

相談（作業）件数の内訳（n=5,407）
 <令和2年度>



内訳	相談件数	割合
Twitter	580	10.7%
Google (合計)	488	9.0%
検索	224	
YouTube	134	
マップ	103	
その他	27	
5ちゃんねる	283	5.2%
Facebook	217	4.0%
Instagram	168	
Facebook	49	
LINE (全体)	173	3.2%
livedoor blog/News	120	
LINEアプリ内サービス	52	
爆サイcom	166	3.1%
2ちゃんねる	121	2.2%
FC2	103	1.9%
5ch勢いランキング*	57	1.1%
たぬき掲示板	54	1.0%
ヤフー	47	0.9%
検索	6	
知恵袋	21	
ファイナンス	3	
オークション	6	
その他	11	
その他	2,536	46.9%
不明	582	10.8%

* 5ちゃんねるのコピーサイト

注1 相談（作業）件数を集計したものであり、個別の相談が権利侵害にあたるか相談センターでは判断していない。
 注2 作業件数1件ごとの代表的なドメインを入力し集計したものであるため、該当箇所が複数サイトに及ぶ場合などがあり、厳密な統計情報とはならない。
 注3 独自ドメインを利用しているものがあり、実際のドメインが判明しない場合がある。

<政策パッケージの進捗状況について（主な取組）>

【1. ユーザに対する情報モラル及びICTリテラシーの向上のための啓発活動】

- 2020年9月に「インターネットトラブル事例集（2020年版） 追補版」を作成・公表し、周知を実施。
- 「#NoHeartNoSNS 特設サイト」を開設し、周知を実施。（主催：総務省、法務省人権擁護局、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構、一般社団法人セーフインターネット協会）

【2. プラットフォーム事業者の自主的取組の支援と透明性・アカウントビリティの向上】

- 総務省・法務省・プラットフォーム事業者等において、法務省人権擁護機関からの削除依頼を踏まえサイト運営者による迅速な削除等の対応が行われる環境を整備するため、実務者検討会を継続的に開催。
- 2021年4月には、「YouTube 公認報告者プログラム」に法務省人権擁護局が参加。

【3. 発信者情報開示に関する取組】

- インターネット上の誹謗中傷などによる権利侵害についてより円滑に被害者救済を図るため、①発信者情報開示について新たな裁判手続（非訟手続）を創設し特定の通信ログを早期保全すること、②開示対象となるログイン時情報を明確化すること等を内容とする、プロバイダ責任制限法の改正を実施（2021年4月に改正法成立・公布）。

【4. 相談対応の充実にに向けた連携と体制整備】

- ユーザにとって分かりやすい相談窓口の案内を実施するため、インターネット上の誹謗中傷に関する複数の相談窓口（「違法・有害情報相談センター」（総務省）、「人権相談」（法務省）、「誹謗中傷ホットライン（一般社団法人セーフインターネット協会）」）に関する相談窓口の案内図を作成し、2020年12月に公表。様々な方法で全国に周知広報を実施。

インターネット上の誹謗中傷などによる権利侵害についてより円滑に被害者救済を図るため、発信者情報開示について新たな裁判手続(非訟手続※)を創設するなどの制度的見直しを行う。

※訴訟以外の裁判手続。訴訟手続に比べて手続が簡易であるため、事件の迅速処理が可能とされる。

1. 新たな裁判手続の創設

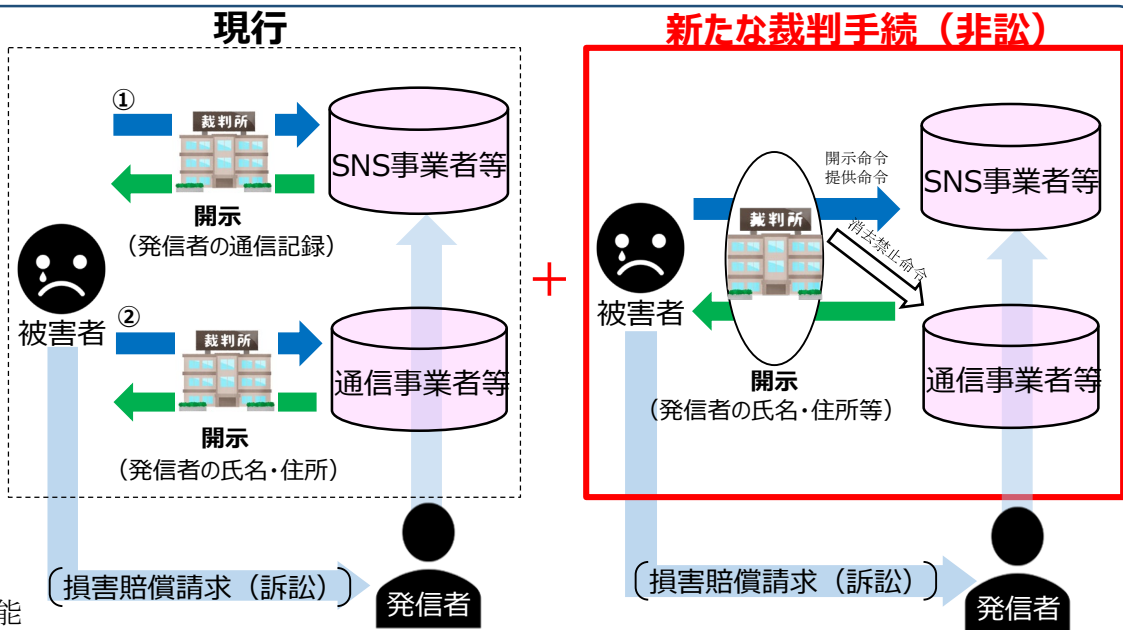
現行の手続では発信者の特定のため、2回の裁判手続※を経ることが一般的に必要。

※SNS事業者等からの開示と通信事業者等からの開示

【改正事項】

- 発信者情報の開示を一つの手続で行うことを可能とする「新たな裁判手続」(非訟手続)を創設する。
- 裁判所による開示命令までの間、必要とされる通信記録の保全に資するため、提供命令及び消去禁止命令※を設ける。 ※侵害投稿通信等に係るログの保全を命令
- 裁判管轄など裁判手続に必要な事項を定める。

※新たな非訟手続では米国企業に対してEMS等で申立書の送付が可能

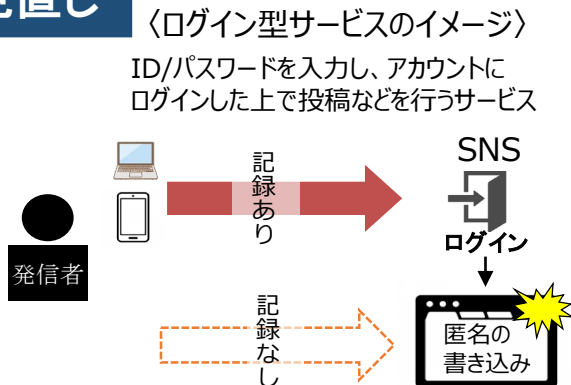


2. 開示請求を行うことができる範囲の見直し

SNSなどのログイン型サービス等において、投稿時の通信記録が保存されない場合には、発信者の特定をするためにログイン時の情報の開示が必要。

【改正事項】

- 発信者の特定に必要な場合には、ログイン時の情報の開示が可能となるよう、開示請求を行うことができる範囲等について改正を行う。



3. その他

【改正事項】

- 開示請求を受けた事業者が発信者に対して行う意見照会※において、発信者が開示に応じない場合は、「その理由」も併せて照会する。 ※新たな裁判手続及び現行手続(訴訟手続及び任意開示)の場合

(施行日：公布の日から起算して一年六月を超えない範囲内において政令で定める日)

(2) プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果 誹謗中傷への対応に関する透明性・アカウントビリティ確保状況に対する評価の概要

- プラットフォーム事業者の誹謗中傷への対応に関する透明性・アカウントビリティ確保状況には差異が見られる。
- ヤフー及びLINEは、我が国における誹謗中傷への対応について、具体的な取組や定量的な数値を公表しており、透明性・アカウントビリティ確保に向けた施策が進められている。
- Googleは、一部の我が国における定量的な件数が新たに示されているが、構成員限りで非公開となっている情報も残されており、部分的に透明性・アカウントビリティ確保に向けた施策が進められている。
- Facebook及びTwitterは、グローバルな取組や数値は公表しているが、我が国における具体的な取組や定量的な数値が公表されておらず、我が国における透明性・アカウントビリティ確保が果たされていない。

誹謗中傷対策に関するプラットフォーム事業者における透明性・アカウントビリティ確保状況の主な評価項目の比較

	ヤフー	Facebook	Google	LINE	Twitter
1 対応ポリシーの策定及び公表 (1. ③(i)(ii)関係)	◎	◎	◎	◎	◎
2 削除要請件数や削除件数(国内)の公表(2. ①②③関係)	◎	×	○	◎	×
3 削除要請対応チームや拠点(国内)の公表(3. ①④⑤関係)	◎	×	×	○	×
4 発信者情報開示の件数の公表(4. ①②関係)	◎	×	×	◎	×
5 取組の効果分析の実施(5. ③関係)	○	△	△	△	△
6 透明性レポートの公開(6. ③関係)	×	△	○	◎	○

※ 令和3年2月25日モニタリング実施時に事業者から提出されたヒアリングシートにおいて、当該項目について、
◎:十分かつ詳細な記載があった、○:概ね記載があった、△:一部記載があった、×:記載がなかった

→今回のモニタリングの質問項目について、事業者が「回答を控えた理由」及び「今後の対応方針」は次ページの通り

事業者名	回答を控えた理由及び今後の対応方針
ヤフー	2. ⑤不正な申告や削除要請への対応件数 理由:何をもって「不正な申告や削除要請」であると判断するのが難しく、数値は計測していない 対応方針:今後、大量申告等の問題が生じた場合は適宜対応を検討していく
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ規定施行レポートにおいて、国別の内訳を公表していない理由: <ul style="list-style-type: none"> ①悪意のある利用者が意図的にサービスを悪用する場合、VPNを使って発信元の国を隠すことが多いため、国レベルのデータは信頼性が低くなる ②1つのコンテンツが複数の場所で見られる可能性があるため、コンテンツの数や事前対応率を国別に報告することは困難 ③国レベルのデータではサンプルサイズが小さくなり、データの精度や信頼性が低下する可能性がある ・データの報告義務を規定すると、企業が直面する様々な技術的制限、利用可能なリソース、法のおよびプライバシーに関する考慮事項(各国のデータ保護法を含む)を適切に考慮できない可能性がある。特定のデータセットを追跡し報告するための過度に規定的で義務的な要件は、企業側、そして規制当局の両方にとってコストがかかり負担となる可能性があり、そのプラットフォームの安全性を正確に反映していない可能性もある。その結果、イノベーションと成長が損なわれ、テクノロジーの圧倒的な活用がもたらす利益が制限されることになる ・利用者の皆様のためにサービスを向上させ、利用者の皆様の安全性を確保するための投資を継続的に行っていく
Google	2. ① (i)一般ユーザーからの報告件数 →YouTubeについて、構成員限りでの公開。報告件数というデータから何らかの有意義な評価を導くことは困難であり、むしろ、受け手をミスリードする可能性が高い。今後、ユーザーに対する透明性を高めていくために適切なデータかどうかという観点で、公開について検討 2. ① (i) 一般ユーザーからの報告件数、② (i) 申告や削除要請に対する削除件数、③ 主体的な削除件数 →googleマップについて、構成員限りでの公開。政府や裁判所命令以外の要請に関連する数はグローバルでも未公開。今後どのように背景などの説明も含めてわかりやすく公開していくかについて、社内でもう少し議論が必要 2. ②削除割合 →コンテンツを削除しない理由は状況によってさまざまであり、削除割合にとられることはユーザーが全体像を理解する上で必ずしも得策ではないことから非公開 2. ②削除までの平均時間 →施策の有効性を評価するための最も効果的な指標ではない可能性、プラットフォームに対して迅速かつ慎重に作業するよりも対処にかかる時間を早めることを奨励することとなる可能性、平均所要時間の中央値のようなデータと比較をするなど不用意にデータを歪めることを誘導しかねない、といった理由により非公開 2. ③主体的な削除件数 →YouTubeについて、グローバルの数字のみ公開。常により良い透明性の在り方を検討しており、フォーマットや日本を含む各国データの取扱についても継続的に検討をし、随時更新していく 3. ④一般ユーザー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 →グローバルな数字のみ公開。常に各拠点のチームが連携して従事しているため、日本だけで切り分けして提示することはできない 4. ①発信者情報開示請求を受けた件数、②開示を行った件数 →現在透明性レポートなどで開示している情報以外については、開示を想定しておらず、数字をトラックしていないため非公開
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> ・日本における一般ユーザーからの誹謗中傷や偽情報に関する申告・削除要請の件数ならびに削除件数については、今後順次公開する予定 ・なお、データの集計頻度や分類方法、公開範囲については社内で検討中 ・一般ユーザーからの申告や削除要請に対応する部署の規模については、非公開。サービスごとに直面する課題や受け取る申告・要請は異なっており、求められる対応も異なるため、サービス間の担当者の体制や人数を比較するのは文脈上適切でなく、また、偏った比較となる ・対応部署の拠点については安全性やセキュリティの観点から非公開

※LINEはヒアリングにおいて日本における取組に関する全ての項目に回答済み

プラットフォームサービス事業者における誹謗中傷等への対策状況ヒアリング 質問項目

1. サービス概要とポリシー

- ① 対象サービス名
- ② 加入者数、月間アクティブユーザー数又は書き込み数
- ③ (i)誹謗中傷等に関して禁止とする情報や行為【★】
(ii)削除等の対応【★】

2. 削除等の対応

- ① 誹謗中傷等に関する申告や削除要請の件数【★】
- ② 誹謗中傷等に関する申告や削除要請に対する削除件数、削除割合、削除までの平均時間【★】
- ③ ②以外の誹謗中傷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)【★】
- 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)
- ⑤ 不正な申告や削除要請への対策の方法・仕組み、対応件数

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【★】
- ② 申立時における申立者や発信者への通知の有無
- ③ 対応決定時における通知の内容、理由の記載の程度
- ④ 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【★】
- ⑤ ④の部署・チームに関する日本国内の拠点の有無、日本における責任者の有無【★】
- ⑥ 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
- ⑦ ⑥の苦情・問い合わせ件数

4. 発信者情報開示への対応

- ① 発信者情報開示請求を受けた件数【★】
- ② 開示を行った件数【★】

5. その他の取組

- ① 普及啓発
- ② その他の対策(警告表示・ミュート機能等)
- ③ 取組の効果分析【★】

6. 情報分析・公開

- ① 誹謗中傷等の流通状況に関する分析・調査
- ② 研究者への情報提供、利用条件
- ③ 透明性レポートの公開、日本語で閲覧可能か【★】
- ④ 意見・補足

【諸外国における誹謗中傷等の違法有害情報に関する政策動向・総論】

- 欧州や米国における政策動向として、日本と同様に、プラットフォーム事業者の違法有害情報対策に関する透明性やアカウントビリティ確保を求める方向性で検討が進められている。ただし、透明性・アカウントビリティ確保の方法論として、法的規制によるか否かでは差異がある（欧州では法的規制の検討）。また、欧州のうちドイツやフランスなど一部では立法によりプラットフォーム事業者に対して削除の義務付け等の法的規制が導入・検討されているが、表現の自由への萎縮効果の懸念の声があることや、立法後に違憲判決により当該規定が削除されるといった状況。

【EUにおけるDigital Services Act (DSA)】

- 2020年12月15日、欧州委員会はDigital Services Act (DSA) の法律案を公表。DSAは全ての仲介サービス提供者（プラットフォーム事業者等）に対して、違法コンテンツの流通に関する責任を規定するとともに、事業者の規模に応じたユーザ保護のための義務を規定。

① 全ての仲介サービス提供者に対する義務：コンテンツモデレーション措置を定めた利用規約の公開、透明性報告義務（※1）、連絡窓口・国内法定代理人の設置 等

※1 違法コンテンツの通知件数・削除件数、自発的なコンテンツモデレーションの内容、対応に関する苦情の件数等。事業者の規模に応じ、透明性義務の内容を追加

② ホ스팅サービス提供者の義務：違法コンテンツの通知受付体制整備、違法コンテンツへの対応に関する理由の通知 等

③ オンライン・プラットフォームの義務：違法コンテンツへの対応に関する苦情受付体制整備、裁判外紛争解決機関の利用、信頼された旗手、不正な通知・反論に対する対策、オンライン広告の透明性確保（※2） 等

※2 広告であること、広告主及び広告表示決定に用いられた主なパラメータ等を表示

④ 超大規模オンライン・プラットフォームの義務：サービスのリスク評価実施・リスク軽減措置の実施、外部監査の実施・公表、レコメンダー・システム、オンライン広告の透明性の追加（※3）、規制当局及び研究者のデータアクセス、コンプライアンス・オフィサー設置、行動規範、危機対応 等

※3 広告表示から1年後まで、広告内容・広告主・広告表示期間・使用された主なパラメータ・受領者総数に係るデータベースを編纂・APIを介して一般に利用可能とする。

【英国におけるOnline Safety Bill】

- 「Online Harms White Paper」を作成し、公表(2019年4月8日)。
 - ①オンライン上の有害コンテンツ・行為に対処することを求めることを目的とする法定の注意義務を策定、②注意義務が遵守されているか監視・評価するために、罰則や罰金等の執行権限を持つ独立規制機関を設置、③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・提示。
- 2021年5月12日、オンライン安全法案のドラフト (draft Online Safety Bill) を公表。

【ドイツにおけるネットワーク執行法】

- ドイツ国内の登録者数が200万人以上のソーシャルネットワーキングサービスは、「ネットワーク執行法」(2017年10月発効)に基づき、透明性レポートを半年に1回公開する義務がある。ネットワーク執行法に基づく透明性レポートでは、違反報告数、削除件数、違法な投稿を防止のための取り組み、報告への対応に関する社内体制などの事項等について記載が求められる。

【フランスにおけるインターネット上のヘイトコンテンツ対策法】

- 2020年5月に、オンライン・ヘイトスピーチに対処することを目的として、インターネット上のヘイトコンテンツ対策法が議会で可決されたが、憲法院に付託され合憲性の審査が行われた結果、コンテンツの過剰削除を促進する可能性があるとして、違法コンテンツの削除義務などを含む大半の条項が違憲とされた。違憲とされた条文を削除する形で2020年6月に同法は公布・施行された。

【米国における通信品位法230条】

- 通信品位法(1996年)第230条では、プロバイダは、①第三者が発信する情報について原則として責任を負わず、②有害なコンテンツに対する削除等の対応(アクセスを制限するため誠実かつ任意にとった措置)に関し、責任を問われないとされており、言論の自由を重視する立場から、プロバイダには広範な免責が認められてきた。
- 2021年1月、大統領選挙結果を巡り、トランプ大統領(当時)の支持者らが米連邦議会議事堂を襲撃する事件が発生。これを受けて、プラットフォーム事業者各社は、トランプ大統領の行為が暴動を煽ったとして、トランプ氏の関連アカウントの凍結を行った。

2. 偽情報への対応に関する現状と課題

- 近年では、誹謗中傷の問題に加えて、インターネット上でのフェイクニュースや偽情報（以下「偽情報」という。）の流通の問題が顕在化しており、特に、新型コロナウイルス感染症や米国大統領選挙に関する偽情報に接触する機会が増加している。
- この点、特にSNSを始めとするプラットフォームサービスは、経済活動や国民生活などの社会基盤になりつつあり、情報流通の基盤にもなっていること、また、プラットフォームサービスの特性が偽情報の生成・拡散を容易にし、これらの問題を顕在化させる一因となっていると考えられることから、特にこうしたプラットフォーム上の偽情報への適切な対応が求められる。
- これらの状況を踏まえ、我が国における偽情報への対応の在り方について記載した当研究会の報告書を2020年2月に策定・公表した。
- 本研究会において、偽情報対策について、PF事業者の取組は十分かどうか、また、昨年2月の報告書を踏まえ、官民の取組は適切に進められているかどうかについて、プラットフォーム事業者からヒアリングを行うとともに、検討を行った。

プラットフォームサービスに関する研究会 最終報告書(2020年2月)
第6節 我が国におけるフェイクニュースや偽情報への対応の在り方

- 1 自主的スキームの尊重
- 2 我が国における実態の把握 →p.22「(1)②流通状況」
- 3 多様なステークホルダーによる協力関係の構築 →p.23「(1)③ 1. 」
- 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
→p.25「(2)プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果」
- 5 利用者情報を活用した情報配信への対応
→p.25「(2)プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果」
- 6 ファクトチェックの推進 →p.23「(1)③ 2. 」
- 7 ICTリテラシー向上の推進 →p.24「(1)③ 4. 」
- 8 研究開発の推進 →p.24「(1)③ 5. 」
- 9 情報発信者側における信頼性確保方策の検討 →p.23「(1)③ 3. 」
- 10 国際的な対話の深化 →p.24「(1)③ 6. 」

【日本における偽情報の流通状況や発信・拡散傾向】

- 野村総合研究所が2021年3月に偽情報に関する流通状況調査（アンケート調査）を実施。研究会において、山口准教授、藤代准教授、鳥海教授からヒアリングを実施。

<NRI発表（第26回会合）>

- 2021年3月の調査結果によると、直近1か月での偽情報への接触率は75%。3割程度の人は、偽情報に週1回以上接触している。偽情報を見かけることが多いジャンルは、新型コロナウイルス及びスポーツ・芸能系関連。直近1ヶ月の間での新型コロナウイルス関連の偽情報に接触した層は半数程度。拡散経験層は3割弱程度。
- 偽情報を信じた場合や真偽不明だと思った際、4割の回答者は情報を共有・拡散していた。過去調査（2020年6月）と比較し、共有・拡散割合は減少傾向（5%減）。
- Twitter（53%）、YouTube（30%）の利用者は、当該サービスにおいて、偽情報があたかも真実又は真偽不明として投稿されているのを見かけることが多い。過去調査と比較すると、各主要メディア毎に割合は減少傾向にあるが、YouTubeは増加（8%増）。

<山口准教授発表（第26回会合）>

- ファクトチェック済みの偽情報でも多くの人が偽情報と気付いていない。情報リテラシー（読解力・国語力）が高い人は偽情報に騙されにくい。ソーシャルメディアやメールへの信頼度が高いと偽情報に騙されやすい。マスメディアへの不満や自分の生活への不満が高いと偽情報に騙されやすい（特に、国内政治関連の偽情報）。
- 大量の人に拡散した「スーパースプレッダー」は全体で1%以下しかいないが、拡散数では約95%を占めるなど、ごく一部の拡散者が偽情報拡散の大部分を広めていた。一方、スーパースプレッダーはソーシャルメディアからの訂正情報で考えを変えやすい傾向にある。

<藤代准教授発表（第27回会合）>

- インターネットのニュースでは、ミドルメディア（マスメディアとパーソナルメディア（ソーシャルメディアを含む）の中間的存在。ネットの話題や反応を取り上げるニュースサイト、まとめサイト、トレンドブログなどが代表例。）が話題や議論の流れに影響を与えている。2017年の衆議院選挙の偽情報の分析によると、15個のうち10個がtwitter、5個がミドルメディアが発信源。

<偽情報対策の進捗状況について（主な取組）>

【1. 多様なステークホルダーによる協力関係の構築】

- 2020年6月に「Disinformation対策フォーラム」が設立（事務局：一般社団法人セーフインターネット協会）。中間とりまとめを2021年3月に公表。中間とりまとめの今後の取組の方向性として、①ファクトチェックの取組に関する今後の取組、②リテラシー向上の取組に関する今後の取組、③シンポジウム等の公開のイベントを開催検討する旨が示された。

【2. ファクトチェックの推進】

- 2020年2月に、「ファクトチェックイニシアティブ（FIJ）」の新型コロナウイルス特設サイトが設置され、日本で流通する新型コロナウイルスに関連する言説・情報のうち、これまでにメディアやファクトチェック機関によってファクトチェックや検証が行われた情報の一覧を表示。加えて、国外における新型コロナウイルスに関する国外のファクトチェック情報を掲載。Yahoo!ニュース、LINEニュース、グノシー、gooニュースに掲載。
- FIJが運用する疑義言説データベース（Claim Monitor）では、2020年に合計2615件の疑義言説を補足。FIJメディアパートナー（毎日新聞・InFact・BuzzFeed等）のファクトチェック記事数は、2019年の計34本から2020年には計164本に増加。

【3. 情報発信者側における信頼性確保方策の検討】

- 「Disinformation対策フォーラム」において、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がオブザーバ参加し、プラットフォーム事業者・メディア関係団体・有識者との対話や情報共有が進められている。新聞社はNIE（Newspaper in Education）という、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する取組を実施。日本放送協会はSoLT（Social Listening Team）というチームを立ち上げ、SNSの情報をリアルタイムで観察し、事件事象の最新の状況や変化をいち早く捉え、キャッチした一次情報を報道に繋げている。

<偽情報対策の進捗状況について（主な取組）>（続き）

【4. ICTリテラシー向上の推進】

- 「インターネットトラブル事例集（2021年版）」において、エコーチェンバー・フィルターバブル等のSNSの仕組みや、情報を鵜呑みにしないための確認方法を記載し、周知を実施。

【5. 研究開発の推進】

- 諸外国では、ディープフェイクで作成された動画を検出する技術・ツールの開発が進められているほか、ディープフェイク検出技術の公募コンテストを実施。
- 我が国では、2020年に科学技術振興機構（JST）の戦略目標「信頼されるAI」のもとで、「インフォデミックを克服するソーシャル情報基盤技術」が採択された（研究代表者：国立情報学研究所（NII）越前功教授。2020年12月から5.5年間）。

【6. 国際的な対話の深化】

- 2021年2月～6月に、第26回日EU・ICT政策対話、第11回日EU・ICT戦略ワークショップ、第5回日独ICT政策対話、第21回日仏政策対話を実施。日本側からは、「インターネット上の誹謗中傷（Online Harassment）」及び「フェイクニュース（“Fake news” & disinformation）」に関する政策動向を紹介。
- 2021年4月28-29日、G7デジタル・技術大臣会合が開催され、「Internet Safety Principles」に関する合意文書を含む大臣宣言が採択された。「Internet Safety Principles」の中で、特に、事業者の違法・有害情報への対応措置に関する透明性・アカウントビリティを世界・国・地域のレベルにおいて果たすことが求められるとされた。

(2) プラットフォーム事業者等による対応のモニタリング結果 偽情報への対応に関する透明性・アカウントビリティ確保状況に対する評価の概要

- プラットフォーム事業者の偽情報への対応及び透明性・アカウントビリティ確保の取組の進捗は限定的。
- 多様なステークホルダーによる協力関係の構築、ファクトチェック推進、ICTリテラシー向上に関しては、まだ十分とは言えないものの、我が国においても取組が進められつつある。

偽情報対策に関するプラットフォーム事業者における透明性・アカウントビリティ確保状況の主な評価項目の比較

我が国における実態の把握(2. 関係)	・すべての事業者について、我が国における偽情報の実態把握及び結果の分析・公開は未実施
多様なステークホルダーによる協力関係の構築(3. 関係)	・「Disinformation対策フォーラム」や「Innovation Nippon」により一定の進捗がみられる
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(4. 関係)	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤフー(CGMサービス)は偽情報を直接禁止するポリシーが設けられておらず、対応件数等も非公開 ・LINEは、虚偽の情報の流布を包括的に禁止している。対応件数は一部公開 ・Googleはコロナ関連偽情報に関してポリシーがあり、我が国における削除件数等について一部公開 ・Facebook・Twitterは、削除ポリシーの整備や削除結果の公表等がグローバルでは進められているが、我が国における取組状況やその効果については非公開
利用者情報を活用した情報配信への対応(5. 関係)	<ul style="list-style-type: none"> ・いずれの事業者も、偽情報に関する広告や政治広告について、広告配信先の制限や、広告内容に関する何らかの制限を規定するなど、一定の対応は行われている ・LINE及びTwitterでは政治広告禁止。Googleでは日本において選挙広告は禁止 ・政治広告についてのターゲティング技術の適用については明確になっていない
ファクトチェックの推進(6. 関係)	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤフーやgoogleなど一部のプラットフォーム事業者において、プラットフォーム上の情報へのファクトチェック結果の紐付けや、資金提供等の取組が開始されている ・Facebookでは、グローバルな取組は進められているが、我が国において国際ファクトチェックネットワーク(IFCN)に加盟しているファクトチェッカーがいないため、ファクトチェッカーとの連携は行われていない ・LINE、Twitterでは、取組は未実施(LINEは台湾では取組を実施)
情報発信者側における信頼性確保方策の検討(9. 関係)	<ul style="list-style-type: none"> ・「Disinformation対策フォーラム」において、既存メディアや有識者との情報共有や協議が進展 ・いずれの事業者も、新型コロナウイルス感染症関係の政府(内閣官房や厚労省等)の情報をサービス内で優先表示させる仕組み等を積極的に実施しているが、認知度は低い ・Googleでは、ジャーナリズムの支援策を実施
ICTリテラシー向上の推進(7. 関係)	<ul style="list-style-type: none"> ・Facebook・Google・LINEでは、我が国において偽情報の問題に対応したリテラシー教育に関する取組を実施 ・Twitterの取組は、偽情報対策に資する内容となっているか不明。ヤフーは今後実施予定
研究開発の推進(8. 関係)	<ul style="list-style-type: none"> ・Facebook、Google、Twitterではグローバルな取組としてディープフェイク対策のための研究開発が行われている ・ヤフー、LINEではディープフェイク対策の研究開発は行われていない

→今回のモニタリングの質問項目について、事業者が「回答を控えた理由」及び「今後の対応方針」は次ページの通り

事業者名	回答を控えた理由及び今後の対応方針
ヤフー	<p>4. (2)削除等の対応 理由:「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ため。 対応方針:対処すべき投稿がどのようなものかを含め、偽情報への対応につき有識者の意見も聞きながら検討を進める。</p> <p>8. 研究開発の推進 理由:現在は行っていないため。 対応方針:今後の事情に応じて、研究の可否も検討していく。</p>
Facebook	<p>(誹謗中傷関連回答の再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ規定施行レポートにおいて、国別の内訳を公表していない理由: <ol style="list-style-type: none"> ①悪意のある利用者が意図的にサービスを悪用する場合、VPNを使って発信元の国を隠すことが多いため、国レベルのデータは信頼性が低くなる ②1つのコンテンツが複数の場所で見られる可能性があるため、コンテンツの数や事前対応率を国別に報告することは困難 ③国レベルのデータではサンプルサイズが小さくなり、データの精度や信頼性が低下する可能性がある ・データの報告義務を規定すると、企業が直面する様々な技術的制限、利用可能なリソース、法のおよびプライバシーに関する考慮事項(各国のデータ保護法を含む)を適切に考慮できない可能性がある。特定のデータセットを追跡し報告するための過度に規定的で義務的な要件は、企業側、そして規制当局の両方にとってコストがかかり負担となる可能性があり、そのプラットフォームの安全性を正確に反映していない可能性もある。その結果、イノベーションと成長が損なわれ、テクノロジーの圧倒的な活用をもたらす利益が制限されることになる ・利用者の皆様のためにサービスを向上させ、利用者の皆様の安全性を確保するための投資を継続的に行っていく
Google	<p>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(4. 関係)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Googleでは、コンテンツを「偽情報」として特別に分類をしておらず、Googleのプラットフォーム上での詐欺的または低品質のコンテンツを防止することを目的に、長年にわたり多数のコンテンツポリシーを設けており、例えば、スパム、なりすまし、意図的な情報操作に関するポリシーを定めている。このため、「偽情報」という分類でのデータを有していない ・偽情報への対処を目的とした政策立案・実施のため、どのような透明性の確保が有益なのか等について、プラットフォームサービス研究会、有識者等の意見を考慮しつつ、検討を行っていく
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> ・アルゴリズムに関する透明性・アカウントビリティについて:「責任ある機械学習イニシアティブの開始」というブログ記事を公表(https://blog.twitter.com/ja_jp/topics/company/2021/introducing-responsible-machine-learning-initiative) <p>(以下、誹謗中傷関連回答の再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本における一般ユーザからの誹謗中傷や偽情報に関する申告・削除要請の件数ならびに削除件数については、今後順次公開する予定 ・なお、データの集計頻度や分類方法、公開範囲については社内でも検討中 ・一般ユーザからの申告や削除要請に対応する部署の規模については、非公開。サービスごとに直面する課題や受け取る申告・要請は異なっており、求められる対応も異なるため、サービス間の担当者の体制や人数を比較するのは文脈上適切でなく、また、偏った比較となる ・対応部署の拠点については安全性やセキュリティの観点から非公開

プラットフォームサービス事業者における偽情報等への対策状況ヒアリング 質問項目

1. 前提(サービス概要)

- ① 対象サービス名・サービス分類
- ② 加入者数、月間アクティブユーザ数又は書き込み数

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
- ② 日本における偽情報等の発生・拡散状況、結果公表
- ③ 研究者への情報提供、利用条件
- 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)
- ⑤ 不正な申告や削除要請への対策の方法・仕組み、対応件数

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
- ② 具体的な役割
- ③ 議論を踏まえた取組

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 (ii)削除等の対応

(2) 削除等の対応

- ① 偽情報等に関する申告や削除要請の件数
- 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、(ii)アカウントの停止数
- 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)
- 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)
- 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

(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
- ② 対応決定時における通知の内容、理由の記載の程度
- ③ 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
- ④ ③の部署・チームに関する日本国内の拠点の有無、日本に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

(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
- ② 広告出稿制限
- ③ ターゲティング技術の適用に関する規定
- 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、AI原則・ガイドライン等の参照
- ⑤ 出稿者の情報や資金源の公開
- ⑥ 広告とコンテンツの分離
- 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

6. 「ファクトチェックの推進」関係

- ① ファクトチェック結果の表示 具体的な仕組み・基準
- 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
- 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連携

7. 「ICTリテラシー向上の推進」関係

- ① 普及啓発の取組・投資
- ② 他ステークホルダーとの連携・協力・投資

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
- 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確保方策
- ③ メディアとの連携体制構築 具体的検討・取組
- ④ 情報源のトレーサビリティ確保、なりすまし防止・認証

10. その他

- ① 意見・補足

【EUにおける欧州民主主義行動計画（EDAP）】

- 欧州委員会は、EU全域でより強靱な民主主義を構築することを目的に、2020年12月に欧州民主主義行動計画を公表。①自由で公正な選挙の促進、②メディアの自由の強化、③偽情報への対抗措置の3つの柱により構成される。
- プラットフォームの偽情報への取組は、自主的な取組である「偽情報に関する行動規範」に加え、Digital Services Act（DSA）が加わり、2段構造。EDAPはDSAを補完するものとされており、DSAに示された措置をEDAPにおいて具体化。
- EDAPの3つの柱のうち、「自由で公正な選挙の促進」、「偽情報への対抗措置」がDSAと関連。広告に関して、DSAではすべての広告についての透明性規律等が規定されているが、EDAPでは、政治広告について、政治的文脈におけるスポンサー付コンテンツの分野における透明性の向上を確保するための法律について提案。

【フランスにおける情報操作との戦いに関する法律（フェイクニュース対策法）】

- 2018年12月に、「情報操作との戦いに関する法律」が成立し、選挙の3ヶ月前から投票日までの期間、プラットフォーム事業者に対して透明性確保のための義務（広告の出稿者の情報や金額等の公表）や、偽情報の流通に対して関係者等申立があった場合に裁判官の決定により流通防止を命令する仕組み（裁判官は48時間以内に決定を出さなければならない）が設けられている。

3. 今後の取組の方向性

1. ユーザに対する情報モラル及びICTリテラシーの向上のための啓発活動

- ・実態把握や分析結果に基づき、産学官民が連携し、引き続きICTリテラシー向上施策が効果的となるよう取り組む必要
- ・e-ネットキャラバン等の青少年向けの取組に加え、大人も含め幅広い対象に対してICTリテラシー向上のための取組を実施することを検討していくことが必要
- ・総務省や各ステークホルダーによるICTリテラシー向上の取組状況を把握し、ベストプラクティスの共有や更なる効果的な啓発を行うことが必要

2. プラットフォーム事業者の自主的取組の支援と透明性・アカウントビリティの向上

<プラットフォーム事業者の自主的取組の支援>

- ・プラットフォーム事業者が自らのサービス上での違法・有害情報の流通状況について実態把握とリスク分析・評価を行うことが必要
- ・トラステッドフラグガーの仕組みの導入・推進にむけて検討を行うことが望ましい。人権擁護機関からの削除要請に関し、削除に関する違法性の判断基準・判断方法や個別の事業者における削除実績等について関係者間で共有し、行政側・事業者側双方の削除に関する対応についての透明性を向上させ、円滑な削除対応を促進することが必要
- ・プラットフォーム事業者は、一定の短期間の間に大量の誹謗中傷が集まった場合へのアーキテクチャ上の工夫について、既存の機能や取組の検証や新たな対応の検討を行うことが望ましい

<プラットフォーム事業者による取組の透明性・アカウントビリティの向上>

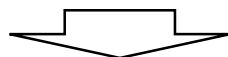
- ・我が国における透明性・アカウントビリティ確保が図られていない事業者に関しては、特に透明性・アカウントビリティ確保の取組を進めることが強く求められる。総務省はモニタリングと検証評価を継続的に行っていくことが必要

3. 発信者情報開示に関する取組

- ・法施行に向けて関係政省令の策定を進め、関係事業者及び総務省の間で新制度の具体的な運用に関する協議を進めることが必要
- ・プラットフォーム事業者・行政側の双方で、発信者情報開示に関する申請や開示件数等について集計・公開することが求められる

4. 相談対応の充実に向けた連携と体制整備

- ・違法有害情報相談センターにおいて引き続き相談対応を行い、システム更新、相談機関間の連携強化、相談窓口の周知が必要



- ・プラットフォーム事業者による取り組みの透明性・アカウントビリティ確保について、次回以降のモニタリングにおいて、依然として事業者が自主的な報告を行わない場合や、我が国における透明性・アカウントビリティ確保が実質的に図られない場合には、透明性・アカウントビリティの確保方策に関する行動規範の策定及び遵守の求めや法的枠組みの導入等の行政からの一定の関与について、具体的に検討を行うことが必要
- ・①リスクベースアプローチ、②リスク分析・評価と結果公表、③適切な対応の実施と効果の公表、④継続的モニタリング、⑤データ提供、といったといった大枠としての共同規制的枠組みの構築を前提に検討を進めることが適当

1 自主的スキームの尊重

・民間による自主的な取組を基本とした対策を進めていくとともに、総務省はモニタリングと検証評価を継続的に行っていくことが必要

2 我が国における実態の把握

・PF事業者の認識や実態把握と調査結果とのギャップが生じていることから、プラットフォーム事業者は、自らのサービス上で生じている我が国における偽情報の問題について適切に実態把握を行い、研究者が分析を行うために必要な情報の無償で情報提供が行われることが望ましい

3 多様なステークホルダーによる協力関係の構築

・「Disinformation対策フォーラム」「Innovation Nippon」等において継続的に議論・研究が行われることが望ましい

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

・プラットフォーム事業者は、リスク分析・評価に基づき偽情報への対応を適切に行い、それらの取組に関する透明性・アカウントビリティ確保を進めていくことが求められる

・総務省は、これらの取組に関するモニタリングと検証評価を継続的に行っていくことが必要。どのような方法や情報により偽情報への適切な対応が図られているかどうかを評価することが可能かについて引き続き検討が必要

5 利用者情報を活用した情報配信への対応

・広告の種類・対応に応じてリスクや問題の差異を分析したうえで、特に、偽情報を内容とする広告の配信やターゲティング技術の適用については、そのリスクを踏まえ、より注意深い対応と、それに伴う透明性・アカウントビリティ確保が求められる

6 ファクトチェックの推進

・プラットフォーム事業者・ファクトチェッカー・ファクトチェック推進団体・既存メディア等が連携し、取組がさらに進められることが期待される

・我が国におけるファクトチェック結果を積み重ねて分析を行うことにより、偽情報の傾向分析やそれを踏まえた対策の検討が行われることが望ましい

7 情報発信者側における信頼性確保方策の検討

・現代のメディア環境に対応した情報の信頼性の確保の在り方について、既存メディア・ネットメディア・プラットフォーム事業者など関係者の中で検討を深めていくことが望ましい

・ミドルメディアを中心とした偽情報の生成・拡散・流通メカニズムに関する実態把握と分析も踏まえ、検討を深めていくことが望ましい

8 ICTリテラシー向上の推進

・偽情報の特徴を踏まえながら引き続きICTリテラシー向上施策が効果的となるよう取り組むことが必要

9 研究開発の推進

・ディープフェイク等に対抗するための研究開発や事業者の対応が進められることが望ましい

10 国際的な対話の深化

・偽情報に関する政策について国際的な対話の深化を深めていくことが望ましい



・次回以降のモニタリングにおいて、偽情報への対応に関して、事業者が自主的な報告を行わない場合や、我が国における透明性・アカウントビリティ確保が実質的に図られない場合には、透明性・アカウントビリティの確保方策に関する行動規範の策定及び遵守の求めや法的枠組みの導入等の行政からの一定の関与について、具体的に検討を行うことが必要

第2部

利用者情報の取扱いについて



1. プラットフォームサービスに係る利用者情報を巡る現状と課題

- (1) プラットフォームサービスに係る利用者情報の現状と課題
- (2) 現行制度と政策
- (3) 海外動向

2. プラットフォーム事業者等による利用者情報の取扱いのモニタリング結果

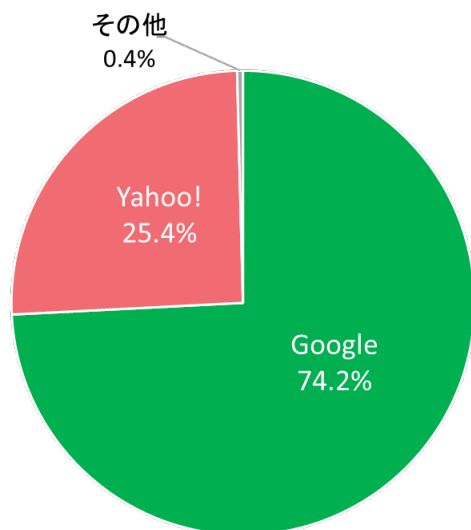
3. 今後の取組の方向性

- (1) 利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた論点
- (2) 今後の取組の方向性

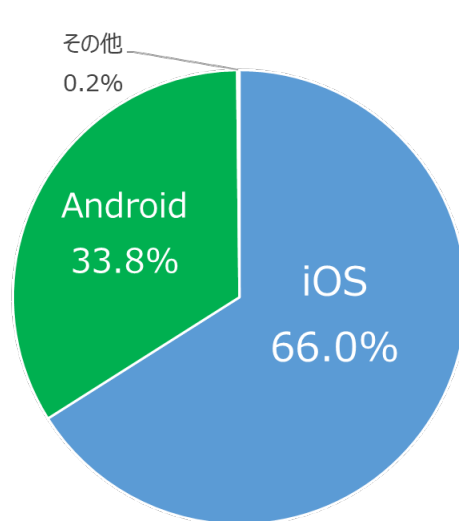
1. プラットフォームサービスに係る 利用者情報を巡る現状と課題

- スマートフォン等を通じたインターネットの活用は社会経済活動のインフラとなるとともに、今後のAIの活用やIoT化の進展に伴い、データ流通環境等が大きく変化することが想定される。ポストコロナ時代に向けて、デジタルシフトが更に進んでいくことが想定される。
- 様々なサービスを無料で提供するプラットフォーム事業者の存在感が高まっており、利用者情報が取得・集積される傾向が強まっている。人々の日常生活におけるプラットフォーム事業者の重要性が高まる中で、より機微性の高い情報も取得・蓄積される。
- イノベーションや市場の発展を維持しつつ、利用者が安心してスマートフォンやインターネットを通じたサービスを利用していくことができる環境を確保していく上でも、関係する事業者それぞれにおいて利用者情報の適切な取扱いが確保されることが重要。

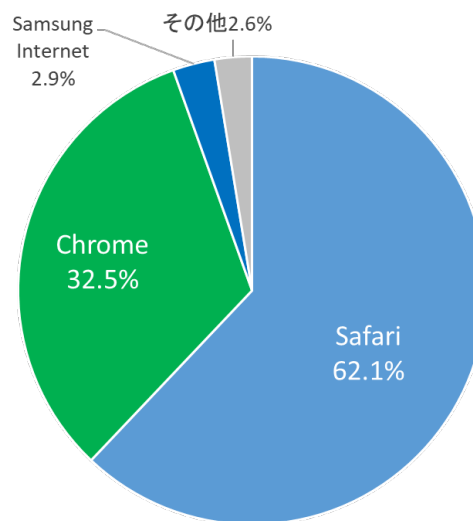
モバイル検索エンジンシェア(日本)
2021年4月



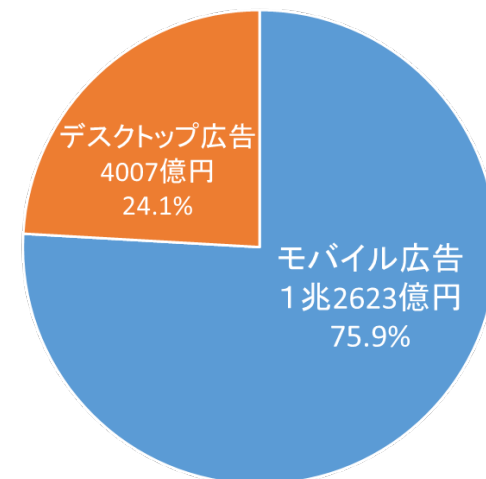
モバイルOSシェア(日本)
2021年4月



モバイルブラウザシェア(日本)
2021年4月



インターネット広告媒体費(日本)
2019年 総額1兆6630億円



出典: StatCounter Global Statsから総務省作成

出典: 2020年4月3日 電通報
「日本の広告費 インターネット広告媒体費
詳細分析 No.2」から総務省作成

【スマートフォンにおけるアプリケーションに関連する動向】

- スマートフォンにおいては、様々なアプリケーションが利用されている。アプリケーションのプライバシーポリシーの掲載率は大幅に向上してきているが、内容面の分かりやすさや簡略版の掲載に課題がある。また、OSにより一定の情報へのアクセスを行う場合に利用者に個別許可を求める機能等も導入されている。

【ウェブサイト上のCookie、広告ID、タグ等に関連する動向】

- First Party CookieとThird Party Cookieがあり、Third Party Cookieには、SNS事業者、広告事業者、アクセス解析事業者、データ仲介事業者等に情報を送信するものが多く見られる。イメージタグやJavaScriptなどによる情報収集も多く行われている。ウェブサイト管理者が実情を把握しにくく、プライバシーポリシーがきちんと書けていない場合が多くある。利用者にとってもプライバシーポリシーが分かりにくいという課題がある。
- プラットフォーム事業者が提供するブラウザのうち、AppleのSafariにおいてThird Party Cookieをはじめクロスサイトトラッキング等が既にブロックされている。GoogleのChromeにおいてもThird Party Cookieの廃止が検討される。
- 広告IDについては、Appleの提供するIDFAは2021年4月以降、利用者の同意が必要となった。
- Googleは、Privacy Sandbox Projectを発表。ブラウザの中で機械学習により行動履歴を分析し、同種の興味関心を持つ数千人のグループ（Cohorts）としてターゲティング広告の対象とするFLoCを提案。自社の提供するブラウザであるChromeで初期トライアルを開始。FLEDGEとして広告のオークションを端末内や「信頼できるサーバー」で行う構想も発表している。

【業界団体や業界の動き】

- 欧州インタラクティブ広告協議会（IAB）が中心となり、GDPRに準拠したTCF(Transparency and Consent Framework) を公表、これをベースとしたCMP(Consent Management Platform) の動きが進んでいる。
- フィンガープリントやUnified ID2.0（メールアドレスハッシュ化）などによるトラッキングを検討する動きもある。同意取得の在り方やオプトアウトの在り方について課題が指摘される。

【個人情報保護法及び電気通信事業GL】

- 事業者による個人情報の取扱いについて個人情報保護法により規律。令和2年改正で、保有個人データの開示方法や個人関連情報の第三者提供規制等の見直しが行われ、令和3年改正と合わせ令和4年4月施行予定。
- 電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン（電気通信事業GL）において、電気通信事業分野の個人情報保護及び通信の秘密等について規定。個人情報保護法の令和2年改正及び電気通信事業の性質等を踏まえた上で、電気通信事業GLの見直しを検討する必要がある。

【SPI及びSPO】

- スマートフォンの利用者情報の適切な取扱いについて検討し、スマートフォン プライバシー イニシアティブ（SPI）を2012年に公表。電気通信事業GL・解説にもSPIの内容を反映。（スマートフォン利用者情報取扱指針として、6つの基本原則とアプリ提供者、情報収集モジュール提供者等、アプリ提供サイト運営者等の関係事業者における取組を示した。）
- SPIの実施状況等について2013年からスマートフォン プライバシー アウトルック（SPO）として毎年継続的に調査を実施しこれを公表してきている。（プライバシーポリシーの掲載率などは大幅に向上してきている。人気アプリは重要とされる事項の記載率も高いが、新着アプリなどでプライバシーポリシーの掲載率や定められた項目の記載率に一部低下が見られる）

【位置情報プライバシーレポート】

- 電気通信事業者が取り扱う位置情報である基地局位置情報、GPS位置情報、Wi-Fi位置情報の取扱い方法等について整理した位置情報プライバシーレポートを2014年に策定。電気通信事業GL・解説にも同レポートの内容が反映。

【JIAA】

- インターネット広告ビジネスにおいて取得・利用されている個人に関する情報の取扱いについて、「プライバシーポリシーガイドライン」、「行動ターゲティング広告ガイドライン」等を事業者向けに策定し、業界内において啓発活動を推進。

【デジタル広告市場】

- 本年4月にデジタル広告市場の競争評価の最終報告を公表、課題⑩パーソナルデータの取得・利用に係る懸念の対応については、電気通信事業における個人情報保護に関するガイドラインなどの見直しにより対応することとされた。

【競争政策とデータ保護の関係】

- 公正取引委員会競争政策研究センターによる「データ市場に係る競争政策に関する検討会」報告書が本年6月に発表され、パーソナルデータが取り扱われるデータ市場に係る議論を行う際には、競争、データ保護、消費者保護の3つについて三位一体での議論を行い、3つのバランスを欠かないようにすることが重要とされた。

米国

【カリフォルニア州CCPA/CPRA】

- ・カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）は2020年1月施行、7月当局による執行開始。個人情報収集やオプトアウト権に関しては、プライバシーポリシーへの記載だけでなく、これとは別に消費者への通知が必要とされる
- ・2020年11月住民投票が行われ、CCPAを改定するカリフォルニア州プライバシー権法（CPRA）が成立。Third Party Cookie等を利用したクロスサイトトラッキング等に対応した「共有するな」ボタンの義務化が定められた。

【NIST Privacy Framework】

- ・米国国立標準技術研究所（NIST）によってNIST Privacy Framework（NIST PF）が定められ、同意取得を行う際の推奨手法（ジャストインタイムの同意、同意の撤回等）を規定。通知を行う際の推奨手法も記載。

欧州

【GDPR】

- ・一般データ保護規則（GDPR）が2018年5月から施行され、同意、透明性、自動化された個人に対する意思決定とプロファイリング、データ保護影響評価、データポータビリティの権利等についてガイドラインが定められている。

【ePrivacy規則案】

- ・GDPRの特別法として、電子通信サービス及び利用者の端末装置の情報の取扱いを規制するePrivacy規則案は、端末装置のデータ処理・蓄積機能の利用、端末装置からの情報取得等、クッキー等に係る同意取得方法を規定。
- ・広告最適化のためにサードパーティクッキーを設置するウェブサイト管理者は、ネット広告代理店等と共に、GDPR上の共同管理者の立場に立ち、個人データの利用目的について利用者に情報提供し、利用者から同意を取得する義務を負うこととされている。

【DSA/DMA（規則案）】

- ・DSAにおいて、オンライン広告の透明性確保に関するオンライン・プラットフォームに対する規律、超大規模オンライン・プラットフォームに対する規律（広告内容・広告主・広告表示期間・使用された主なパラメータ・受領者総数に係るデータベースを編纂・APIを介して一般に利用可能とする義務、レコメンダー・システムを利用する際利用規約においてパラメータ等を明確かつアクセスしやすく理解しやすい方法で明示する義務等）が提案されている。行動規範の策定が奨励・促進。
- ・DMAにおいて、ゲートキーパーの義務として、複数サービス間の個人データの組み合わせやサインイン強制の抑制等の規定が定められている。

ISO/IEC

- ・ISO/IEC29184（消費者向けオンラインサービスにおける通知と同意・選択）において、階層的アプローチを推奨。付属書において、PCやスマートフォンで同意を得る場合のユーザインタフェースの例や、同意領収書（Consent Receipt）又は同意記録（Consent Record）の例が示されている。

2. プラットフォーム事業者等による 利用者情報の取扱いのモニタリング結果

- 各事業者において、プライバシーポリシーの内容を分かりやすく説明するための工夫を行っている。アカウント管理画面やダッシュボード等から、利用者が情報取得や第三者提供等を事後的に把握・管理できるようにしている事業者もある。
- 広範な利用者情報の取扱いの全体像を一般の利用者に説明・理解させることは容易ではない。
- 情報収集モジュール等により、クロスサイトトラッキング等が幅広く行われている。

利用者情報の取扱いに関する透明性・アカウントセキュリティ確保状況の主な評価項目の比較

項目	
1. 利用者情報の取扱いの状況	<ul style="list-style-type: none"> ・提供するサービスや事業モデルやデータ取扱いに当たった考え方や等に応じて、個別の電気通信事業者やプラットフォーム事業者の取得している情報がそれぞれ異なっている。 ・全ての事業者が、利用者情報を広告表示に活用する場合がある。広告及び測定の目的で、利用者のブラウザやデバイスから情報を直接第三者に取得させ、広告の効果や測定結果などを提供する事業者もある。
2. 利用規約・プライバシーポリシー (1) プライバシーポリシーの内容 (2) 透明性確保のための工夫 (3) オプトアウトやダッシュボード (4) データポータビリティ等	<ul style="list-style-type: none"> ・プライバシーポリシーについて、どの事業者もHPに掲載があり、アプリ内などから呼出せる場合が多い。 ・各事業者において、プライバシーポリシーだけではなく、プライバシーポリシーの内容を分かりやすく簡潔に説明したプライバシーセンターを設けたり、プライバシーのガイダンスやヘルプセンターを設けるなど説明を工夫している。 ・アカウント管理画面（ダッシュボード等）から、利用者が利用者情報の取得や第三者提供や連携を含む取扱いについて事後的に把握・管理できるようにしている事業者もある。 ・オプトアウトの提供の有無については、全ての事業者が回答。オプトアウトの仕組みはダッシュボードやアカウント設定などを通じて大半の事業者において提供されている。 ・データポータビリティの提供の有無については、全ての事業者が回答。海外プラットフォーム事業者は全てデータポータビリティに対応済との回答であり、利用者のコンピューターへのダウンロードや一部の第三者への転送等が可能とされる。
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・情報収集モジュール（イメージタグ、JavaScriptのタグ、SDK等）が設置されている場合等に、当該アプリやサイトを訪問する利用者に関する利用者情報（端末情報、訪問サイト、購入履歴、閲覧した広告、他サービス利用状況等）が送付される場合がある。 ・広告商品利用時に、広告主や他アプリやサイトの提供者等との利用規約において、利用者情報を提供する前に、利用者から必要な同意等を取得していることを要求する事業者がある。
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の利用者情報の取扱いはプライバシーポリシーに記載があるとしている。他社へのデータ提供は、利用者から同意を取得した場合に行われている。
5. サードパーティによる情報収集への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・広告サービスを利用するサイト運営者や広告主等が、自らを経由し提供される個人情報等について、利用者に対してどのような説明や同意取得等をするべきかを必ずしも明確に把握・理解していない場合もあると考えられる。
6. アプリ提供マーケットについて	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリ提供者（デベロッパー）に義務付けを行ったり、情報提供を行なうなどの支援を行なっている。
7. PIA・アウトカムについての考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・PIAの実施状況については、全ての事業者が何らかの形で回答。一方、独自のPIAを行なっているとしているが、その基準が明確ではない場合がある。また、PIAの結果も公表されていない場合が多い。

プラットフォームサービス事業者等における利用者情報の取扱いヒアリング 質問項目

1. 利用者情報の取扱いの状況について
 - ① 取得される利用者情報と取得場面
 - ② 取得した情報の加工・分析・利用
 - ③ 利用者情報の第三者提供
 - ④ 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用
 - ⑤ 利用者情報に基づくプロファイリングセグメント化
2. 利用規約・プライバシーポリシーについて
 - (1) 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
 - ① 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
 - ② サービス開始前の通知公表・同意取得(導線・掲載)
 - ③ プライバシーポリシーの変更に係る周知・同意取得
 - ④ 利用開始後にも定期的に通知を行うなどの工夫
 - (2) 透明性確保のための工夫
 - ① 透明性確保のための工夫や対処(ユーザーテスト実施他)
 - ② 同意取得や通知に当たっての具体的な工夫(階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン等)
 - (3) オプトアウト
 - ① オプトアウトを設けているか(方法・対象範囲等)
 - ② オプトアウトをしてもサービス利用継続が可能か
 - ③ ダッシュボード等を設けているか(方法・対象範囲等)
 - (4) データポータビリティ
 - ① データポータビリティの取組(方法・対象範囲等)
 - ② 対象情報、方法、提供フォーマット、提供先、相互運用性等
 - ③ 電磁的開示請求への対応、開示方法、提供フォーマット等
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
 - ① 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
 - ② 他アプリ提供社やサイト運営者に対する情報提供
 - ③ JavaScriptに係る情報提供
 - ④ 複数の他アプリやサイトから収集した情報の管理
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況
 - ① 他社に対するデータ提供の状況
 - ② 他社との連携、留意点(利用者説明、安全管理等)
5. サードパーティによる情報収集への対応(※PF事業者)
 - ① サードパーティによる情報取得に関する方針
 - ② クッキーの代替手段の情報取得の動きへの考え方
 - ③ Privacy Sandboxの導入目的、設計、説明(※Google)
6. アプリ提供マーケットについて(※Google、Apple)
 - ① アプリ提供マーケットにおけるSPIIに関する取組
 - ② アプリ提供者に対する働きかけ
7. PIA・アウトカムについての考え方
 - ① PIAの導入状況
 - ② 利用者情報の取扱いに関するアウトカムに係る検討
 - ③ 利用者にPIAの結果やアウトカムを説明しているか

※ 1. で電気通信事業者には、取得される位置情報、アプリやサイト経由の取得の状況、端末からの取得情報、位置情報と加入者情報を組み合わせた分析、参考にしているGLも聞いた。

※ モニタリング対象事業者:NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、Apple、Yahoo!、Facebook、Google、Agoop、LINE(実施順)

3. 今後の取組の方向性

① 利用者情報を取り巻くグローバルな情勢の変化

- 各国は利用者情報の取扱いに関して、特に本人へのサービス提供と直接関係がない本人が意図しないものを行おうとする際は本人にこれを知らせ、本人同意を求め、事後的な検証可能性を高めるための透明性確保や報告・公表義務を課すこと等規制強化を進めている。グローバル展開するプラットフォーム事業者もこれに対応しつつあるところであり、我が国においても、利用者保護の観点から、適切な対応を検討していくことが求められている。

② 利用者情報の適切な取扱いの確保

- 第一に、利用者と直接の接点があるアプリ提供者やウェブサイト運営者等のサービス提供者が、まずはアプリやウェブサイトにおいてどのような情報取得や情報提供を行うべきか必要性を検討し、これを把握することが必要。
- 第二に、アプリ提供者やウェブサイト運営者等のサービス提供者が、上記を踏まえ、取得や提供する情報の種類や用途などに応じて、利用者が理解できるように通知・公表又は同意取得を行っていくことが必要。

③ 分かりやすい通知や同意取得のあり方

- 利用者に分かりやすく通知・公表や同意取得を行い、利用者が理解した上で有効な選択を行える環境を整えていく必要。欧米において、階層的な通知、個別同意、プライバシー設定などの工夫の導入が推奨されている。
- プライバシーポリシーに階層別の表示や簡略版の作成などの工夫を行い読みやすさを高めることが期待される。また、取得される情報の種類や利用目的、第三者提供先などに関する個別同意、同意した内容の確認を可能とする Consent Receiptのような仕組みや、サービス開始後のオプトアウトなどのプライバシー設定を可能とするダッシュボード等の提供等により、個人による理解やコントロールを高めることが期待される。

(参考) 利用者の性質も踏まえたユーザーアンケートを行った結果、

- ・階層的な通知のうち「1-1目次(見出し)と詳細」、「1-2重要事項と全文」の工夫を講じた場合には、利用者全体の2割強が「現状よりしっかり読む」、特に抵抗感が強い利用者の約3割が「現状よりしっかり読む」と回答。
- ・「3個別同意」は6割強が、ダッシュボードなどの「4プライバシー設定」は利用者全体の約7割が「利用したい」と回答。

1 電気通信事業法・個人情報保護法等を踏まえた対応

- ・ 利用者端末情報とそれに紐付く情報について、通信関連プライバシーとして保護されるべき利用者の権利として、把握されるべき。電気通信事業者や電気通信事業者の設備のみに着目するのではなく、電気通信サービスの利用者の権利に着目し、通信の秘密に加えて電気通信サービスの利用者のプライバシー保護を電気通信事業法の目的として考えていく必要があると共に、利用者端末情報等を取り扱う者の全てが保護すべき義務を負うこととするべき。
- ・ **電気通信事業法等における利用者情報の取扱いに関する規律の内容・範囲等について、eプライバシー規則(案)の議論も参考にしつつ、具体的な制度化に向けた検討を進める。**

2 電気通信事業GL・指針等における対応

- ・ 令和2年及び令和3年改正個人情報保護法の施行に向けて、電気通信事業GLについて見直す。
- ・ **利用者情報の適正な取り扱いの確保に向けた電気通信事業GL改正について併せて検討を行う。**
(例：個人情報保護管理者、プライバシーポリシー、位置情報を含む各種情報(利用者情報を含む))

3 定期的なモニタリングの実施

- ・ 電気通信事業GLに必要事項を定め、その遵守状況や事業者の自主的な取組の状況を定期的にモニタリングする。

4 専門的な知見の蓄積と発信の重要性

- ・ 有識者のTFなどにより、技術的動向について整理し、継続的にこれを更新していくことを検討。

5 利用者の理解促進・外部レビュー

- ・ 関係事業者や業界団体等が、利用者に対して周知啓発を推進し、利用者のリテラシー向上を図っていくことを期待。
- ・ 専門的見地から事業者のプライバシーポリシー等について外部レビューが実施され、結果が公表されることも有用。

6 国際的な対話と連携

- ・ 我が国における制度的な検討やプラットフォーム事業者等のモニタリング等の取組を進めるとともに、積極的に二カ国の枠組みにおける対話と連携を進めることが有用。また、更に、多国間連携の場として、OECD、APEC等の国際的機関や地域連合の場においても我が国における取組を説明し、連携しつつ対応。