

ソーシャルメディア上の誹謗中傷に対する取組みについて

一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構 (SMAJ)



Social Media Association of Japan

ソーシャルメディアの健全な利用に向けた業界全体の取組

- SMAJでは、インターネットや SNS の利用を介して個人に対する名誉毀損や侮辱等を意図したコンテンツを投稿するなどの行為を未然に防ぐべく、ソーシャルメディアの健全な利用に向けた業界全体の取組の推進しています

【サービス面の対策】

- 禁止事項の明示・禁止事項に該当する行為への措置（投稿の削除、サービスの利用停止など）の徹底

【普及・啓発】

- 青少年のみならず大人も含めた、情報モラル向上を図る教育及び啓発活動の実施強化

禁止事項の明示と措置の徹底①

禁止行為への対応の実効性向上のため、これまで各事業者が実施してきたソーシャルメディアにおける課題に対する取り組みを体系化した「ユーザー保護ナレッジデータベース」構築等を通じて、継続的かつ実効性のある利用者保護施策を検討・実施しています。

各事業者の取り組みの例①

■ ByteDance株式会社：

- Rethink（コメントする前に再考を促す）機能：不適切なコメントを投稿しようとするユーザーに、コミュニティガイドラインに違反する内容を含む言葉が含まれたコメントであることを通知し、コメントの再考を促す機能
- コメントをユーザー自身が削除できる機能、コメント・発信者をブロックできる機能、コメント・発信者をTikTokに通報する機能
- コメントフィルター機能：不適切なコメントが自動でフィルターされて非表示になる機能や、すべてのコメントが承認しない限り表示されなくなる機能、自分で設定したキーワードを含むコメントを自動で非表示にできる機能
- ペアレンタルコントロール機能：子どもの投稿にコメントできる人を保護者が管理できる機能を含む

■ Facebook Japan 株式会社：

- コメントやダイレクトメッセージ（DM）を送れるアカウントを一時的に非表示にすることで、急激に注目を集めた利用者が望まないやりとりを防ぐことができる「抑制」機能
- 誹謗中傷を含むDMを分類できる「非表示ワード」機能

■ Twitter Japan 株式会社：

- 「センシティブな内容を含む」警告ラベルの設定が可能。対応：一般ユーザーから報告を受けてTwitterポリシーに違反する行為があった場合、それぞれのTwitterのポリシーに基づいて様々な強制的対応をとる

各事業者の取り組みの例②

■ 株式会社ディー・エヌ・エー :

- AI技術を活用して、誹謗中傷などの可能性のあるコメントを検出し目視確認を行って対応実施している
- NGワード設定により不適切なキーワードの投稿を自動マスクする機能を入れている
- ユーザー自身が他ユーザーに対してコメント禁止やブロック機能を利用することができる

■ 株式会社ニューズピックス :

- フォロワー外のユーザーに対して自分のコメントを表示させる場合は、実名認証を必須とする
- また、フォロワーユーザーに対してもアカウント登録後のみコメント表示が可能となる

■ モイ株式会社 :

- モデレーターを設定することで配信者以外でもコメントの管理を行える

■ note株式会社 :

- コメント欄にグレー文字の初期値として、前向きな言葉を表示

■ SHOWROOM株式会社 :

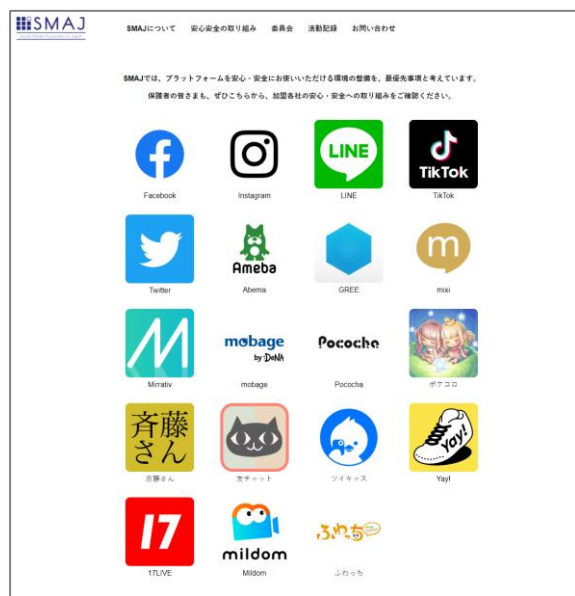
- AIによる違法、不適切なコメントの自動検知

健全なソーシャルメディア利用に向けた啓発①

サービスの安心・安全な利用のための情報提供

- SMAJのウェブサイト (<https://smaj.or.jp/>) にて、青少年を中心とした利用者の安心・安全なサービス利用のための情報を提供しています
- 当施策では、SNSの利用で困った際に活用できる各サービスのユーザー保護機能（ブロックやミュート）を紹介しています
- より活用しやすくするため、2021年12月にリニューアルしました

SMAJのウェブサイト「安心・安全の取り組み」



<https://smaj.or.jp/safety/>

例) Facebook



<https://smaj.or.jp/safety-facebook/>

健全なソーシャルメディア利用に向けた啓発②

- SMAJ 会員は、健全なソーシャルメディアの利用に向けた啓発活動の取り組みを推進しています

各事業者の取り組みの例①

■ ByteDance株式会社：

- 誹謗中傷防止をテーマにした座談会開催・TikTok liveで配信 (<https://note.com/tiktok/n/nca132d849310>)
- サイバーセキュリティ月間にアプリ内特設ページを設置して啓発キャンペーン実施 (<https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-japan-starts-tiktok-cybersecurity-month-project>)
- 誹謗中傷防止のための啓発動画やオリジナルソングの制作、メッセージの発信 (TikTok安全推進アカウントから発信) (https://www.tiktok.com/@tiktoksafety_jp)

■ Twitter Japan 株式会社

- 国連教育科学文化機関 (UNESCO) と合同で「Twitterを活用した教育と学習」というメディア情報リテラシーに関するハンドブックを作成 (https://blog.twitter.com/ja_jp/topics/company/2019/twitter-launches-new-media-literacy-handbook-for-schools)

■ グリー株式会社

- サービス内に啓発ページを設置 (https://jp-apps.gree.net/ja/static/page/misc_sns)

健全なソーシャルメディア利用に向けた啓発③

各事業者の取り組みの例②

■ 株式会社ディー・エヌ・エー：

<Pococha>

- ・安全・健全なサービス利用を啓発するオウンドメディアを開設 (<https://about.pococha.com/>)
- ・ルール内でも誹謗中傷に関する注意喚起を実施
- ・ルール内で厚生労働省のまもろうよこころ を紹介
- ・Pocochaにおけるライバー・リスナーの健全な関係性についてまとめた「コミュニティハンドブック」を公開 (<https://community-handbook.pococha.com/>)

<Mobage>

- ・ネットの安全な利用を啓発する「マナー&セーフティ」を設置

■ 株式会社ニューズピックス：

- ・コミュニティスタンダードの策定 (<https://newspicks.com/news/2015331/body/>)
- ・実名認証制度の導入 (<https://newspicks.zendesk.com/hc/ja/articles/115000799868>)

■ 株式会社ミクシィ：

- ・ニュースつばやき投稿フォームに「※誰かを傷つけるコメントをしていませんか？利用規約をご確認の上、投稿をお願いします。」注意書きを掲載

健全なソーシャルメディア利用に向けた啓発④

各事業者の取り組みの例③

■ SHOWROOM株式会社 :

- みんなでつくる楽しく安全なSHOWROOM (https://campaign.showroom-live.com/how_to_use_happily/)

■ 株式会社ミクシィ :

- ニュースつぶやき投稿フォームに「※誰かを傷つけるコメントをしていませんか？利用規約をご確認の上、投稿をお願いします。」注意書きを掲載

■ モイ株式会社 :

- コミュニティガイドライン (https://twitcasting.tv/helpcenter.php?pid=HELP_GUIDELINE_COMMUNITY)

■ 株式会社DouYu Japan :

- 荒らし・迷惑行為などに対する対応のガイドライン「荒らし・迷惑行為などへの対処方法とは」
(<https://support.mildom.com/hc/ja/articles/4402603011865>)
- 配信・コメント機能の利用に関するガイドライン「配信・コメントをする時に気をつけるべきこととは」
(<https://support.mildom.com/hc/ja/articles/4402645351449>)
- 運営から配信者に対して、ライブ配信に関するノウハウを伝える勉強会を定期的で開催
- 配信者所属事務所との定期的なMTGを通じて、密な連携・コミュニケーションをとることで、事故防止・事故発生時の注意喚起を実施

健全なソーシャルメディア利用に向けた啓発⑤

各事業者の取り組みの例④

■ 株式会社jig.jp :

- 啓発記事（サービスご利用に関する大切なお願い）の掲示（<https://whowatch.tv/info/329124>）

■ note株式会社 :

- ガイドライン（心身の健康を守ってインターネットと付き合うために）（<https://www.help-note.com/hc/ja/articles/4409823557657>）

■ SHOWROOM株式会社 :

- みんなでつくる楽しく安全なSHOWROOM（https://campaign.showroom-live.com/how_to_use_happily/）

■ UUUM株式会社 :

- PJT設置から半年に一度誹謗中傷対策の進捗レポートを公表 最新レポート（<https://www.uuum.co.jp/2021/08/30/66452>）

■ 17LIVE株式会社 :

- 配信者に対して講習を実施

健全なソーシャルメディア利用に向けた啓発⑥

政府・関係団体との連携（#NoHeartNoSNS「ハートがなけりゃSNSじゃない！」）

- 法務省人権擁護局、総務省、一般社団法人セーフアーインターネット協会と共同で#NoHeartNoSNS「ハートがなけりゃSNSじゃない！」というスローガン #NoHeartNoSNSの元、SNSの利用で悩んでしまった際に役立てていただくための特設サイト（<https://no-heart-no-sns.smaj.or.jp/>）を開設しています。



- SMAJ会員が運営するSNS等のコミュニケーションサービスやアプリなどにおいて、特設サイトの普及を進めています

各事業者の取り組みの例

■ ByteDance株式会社：

- NoHeartNoSNSのスローガンを広めるため、啓発動画の最後にスローガンを掲載。ハッシュタグ#NoHeartNoSNSをつけて啓発動画をアプリ内に投稿（https://www.tiktok.com/@tiktoksafety_jp/video/6863370480980659458?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id7059600689504880129）

■ LINE株式会社：

- 「LINEオープンチャット 安心・安全ガイドガイドライン」にて#NoHeartNoSNSのバナーを掲載

■ 株式会社ナナメウエ：

- 設定画面にて#NoHeartNoSNSのバナーを掲載