

クリエイターが受ける誹謗中傷の実態と対策

2022年4月21日

UUUM株式会社

執行役員 竹川 洋志

インフルエンサーマネジメント

1.
 - ・ 13,860ものクリエイター（チャンネル）をサポート
 - ・ 多様なクリエイターに多様な収益構造を提供

インフルエンサーマーケティング

2.
 - ・ クリエイターを活用したプロモーションプランの提供
 - ・ YouTubeや主要SNS上で展開する独自の広告メニュー

ファンコミュニケーション

3.
 - ・ クリエイターイベントの企画・制作
 - ・ ファンコミュニティに関する取り組み

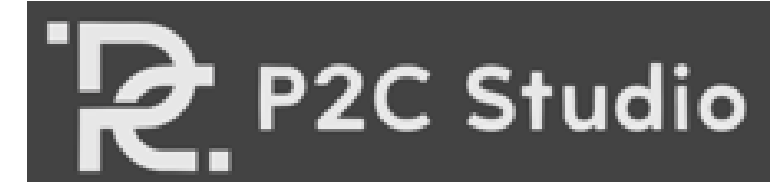
コンテンツプロダクション

4.
 - ・ 情報発信プラットフォーム・ゲームアプリの開発・運用
 - ・ 映像コンテンツ・グッズの企画・制作

外部プロダクションアライアンス

5.
 - ・ 外部タレント・芸人・クリエイターへのサポート
(チャンネル規模の成長、企業タイアップの獲得など)

[2021年6月 分社化](#)



P2C Studio株式会社

クリエイターの物販・EC事業
およびブランド育成事業



UUUM GOLF株式会社

UUUM GOLFチャンネル事業

FORO

FORO株式会社

アプリ「FOLLOW ME」事業
NFTマーケットプレイス「HABET」事業

[2021年12月 分社化](#)

LITMUS

LITMUS株式会社

「脱獄ごっこ」「青鬼シリーズ」等
ゲームアプリ事業

- 第1 所属クリエイターの主な活動
- 第2 影響力ある一方で批判にも晒されるクリエイター
- 第3 クリエイターが受ける誹謗中傷の実態
- 第4 対策チームにおける具体的な対応
- 第5 通報・警告等の対応における苦悩
- 第6 クリエイターへの普及・啓発

- YouTube動画投稿
- 企業とのタイアップ
- SNS投稿
- イベント出演
- オリジナルブランド
- グッズ販売
- テレビ ラジオ等従来型メディア出演

クリエイターが自分でアクションするにはハードルが高い

- 実名を公表せずに活動するクリエイターが多い
- 自身でプラットフォームに通報すると実名を知られてしまう
- 裁判すると実名が知られ、関係者も含め証人として晒されてしまう
- 自分で発信者にコンタクトすることはエスカレートにつながる
- アクションに見合わない裁判費用と時間
- プラットフォーマーに対する投稿削除依頼の通報プロセスが煩雑
 - 例えば、プラットフォームごとに通報窓口の場所、通報方法、本人確認の厳格度が相違しており、また、削除の根拠となる法的な理由付けがクリエイター自身では難しい

No	類型	内容
1	具体性ある生命身体加害投稿	<ul style="list-style-type: none"> ・犯行予告（殺害、暴行、個人情報の暴露など） ・ストーカー（自宅特定されて直接接触）
2	侮辱、名誉毀損	<ul style="list-style-type: none"> ・いわゆる罵詈雑言 ・悪質、複数回にわたるもの ・権利侵害に当たるもの
3	プライバシー侵害	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報晒す（実名、住所、電話番号、メールアドレス） ・個人情報以外のプライバシー晒す（勤務先、家族、写真、DM）
4	パブリシティ権、肖像権侵害	<ul style="list-style-type: none"> ・広告への無断利用 ・侮辱的な改変
5	なりすまし	<ul style="list-style-type: none"> ・なりすましアカウントによる誤認情報・イメージ低下の発信 ・なりすましアカウントによる詐欺的行為
6	著作権侵害	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージ低下につながる改変・二次利用 ・無断利用全般
7	法的責任を超えた不当要求	金銭的な要求、謝罪要求、コンテンツの削除要求
8	不正アクセス	アカウント乗っ取り（動画削除、クレジットカード不正利用）

No	類型	具体的な対応
1	具体性ある生命身体加害投稿	<ul style="list-style-type: none"> ・管轄警察との連携 ・発信者情報開示～損害賠償請求
2	侮辱、名誉毀損	<ul style="list-style-type: none"> ・無視、ブロック ・プラットフォームへの通報（事務所名義で削除依頼） ・専用アカウントからの警告（Twitter、YouTube、Instagram）
3	プライバシー侵害	<ul style="list-style-type: none"> ・投稿サイトへの通報 ・プロバイダ責任制限法の送信防止措置依頼
4	パブリシティ権、肖像権侵害	<ul style="list-style-type: none"> ・事務所名義で警告・削除依頼
5	なりすまし	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォームへの通報（事務所名義で削除依頼）
6	著作権侵害	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォームへの通報（事務所名義で削除依頼）
7	法的責任を超えた不当要求	<ul style="list-style-type: none"> ・専用アカウントからの警告（Twitter、YouTube、Instagram） ・DMから本人に代わって事務所名義で返信
8	不正アクセス	<ul style="list-style-type: none"> ・管轄警察との連携

●ケース1（殺害予告）

ネット掲示板で「〇〇殺す」というスレッドが立ち上がり、警察へ被害届を提出。

➤ 事件発生から **3カ月後に犯人検挙**（罰金刑）。

●ケース2（ストーカー）

長期間一方的にDMを送ってくる男が、クリエイター自宅の最寄駅で突然肩を叩いて「〇〇だよ」と声をかけてきて、プレゼントを渡される。

➤ 警察から警告してもDM止まず事件発生から **3カ月後に犯人検挙**（罰金刑）。

●ケース3（名誉毀損、侮辱）

クリエイターに対して執拗に誹謗中傷を繰り返す動画を投稿していたアカウントに対して **専用YouTubeアカウントから警告**。

➤ 警告から1カ月後にチャンネルごと自主的に削除されたことを確認。

●ケース4（肖像・画像の侮辱的改変）

クリエイターに対する侮辱的な改変がなされて画像が投稿。

➤ **専用Twitterアカウントからの警告**から2時間後に投稿の削除を確認。

- 発信者情報開示請求の費用は60～100万円前後が目安となるため、**生命身体侵害**や**悪質な権利侵害**に絞って対応
 - 任意での開示見込みはほぼないため、裁判手続きによる
- プラットフォームのログ保存期間が経過して相手を特定できない
 - 侵害投稿から5カ月経過後に発信者情報開示請求をクリエイターが決意して相談を受けるも、SNS事業者でのログは既に削除されている可能性が高いとのことで請求を断念
- **裁判で実名が公表されるリスク**を気にするクリエイターが多い
- 発信者情報がプロバイダから任意で開示されることはほぼない
 - プロバイダが発信者情報を開示しやすい仕組みが重要
 - 例えば、プロバイダが開示判断しやすく免責を受けられるガイドラインなど

- コンプライアンス研修（年2回）
 - ・直近1年で発生したトラブルや炎上事例を紹介
 - ・対策ポイントを説明
 - ・誹謗中傷対策チームで対応できることを紹介
- 年2回の定期活動報告
 - ・直近半年で対応した実績を報告
 - ・活動から得られた傾向や対策の説明

- ・当資料は、UUUM株式会社（以下「当社」）の所属クリエイターに対する誹謗中傷の現状及び対策をご理解いただくために、2020年6月30日に設置された当社の誹謗中傷および攻撃的投稿対策専門チーム（以下「誹謗中傷対策チーム」）が作成したものです。当資料に含まれる情報は、2020年7月に当社が開設した「誹謗中傷、攻撃的投稿に関する通報窓口」に寄せられた情報、並びに当社所属クリエイター及び当社グループに所属する者から誹謗中傷対策チームに寄せられた情報等に基づいて、侵害されている権利の種類・誹謗中傷投稿の性質・対応方法等の要素を考慮した独自の基準で誹謗中傷対策チームが分類したものであり、これらの正確性について当社が保証するものではありません。
- ・また、当資料に関連した生じた一切の損害について、当社では責任を負いません。
- ・当資料は、当社の著作物であり、著作権法により保護されております。当社の事前の承諾なく当資料の全部若しくは一部を引用または複製、転送等により使用することを禁じます。