

プラットフォームサービスに関する研究会（第36回）

- 1 日時 令和4年5月12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、宮内構成員、手塚構成員、寺田構成員、松村構成員、森構成員、山口構成員、山本構成員
 - （2） オブザーバー・発表者
個人情報保護委員会事務局 参事官 赤阪 晋介
法務省人権擁護局 参事官 唐澤 英城
（一財）マルチメディア振興センター 担当部長 木曾 希
みずほりサーチ&テクノロジーズ株式会社 中 志津馬、石岡 宏規
三菱総合研究所 安江 憲介
 - （3） 総務省
竹内総務審議官、二宮総合通信基盤局長、北林電気通信事業部長、林総合通信基盤局総務課長、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、池田消費者行政第二課課長補佐
- 4 議事
 - （1） 令和3年度国内外における偽情報に関する意識調査
諸外国におけるファクトチェック支援団体の状況
諸外国における偽情報に関する政策動向等
ウクライナ情勢を巡るプラットフォーム等の対応状況
 - （2） インターネット上の違法・有害情報に関する流通実態アンケート調査結果
 - （3） プラットフォームサービスに係る違法・有害情報（誹謗中傷、偽情報等）への対策に関する主な論点について
コンテンツモデレーションにおける透明性と説明責任に関するサンタクララ原則
 - （4） 質疑応答

【宋戸座長】 それでは、定刻でございますので、「プラットフォームサービスに関する研究会」の第36回会合を開催させていただきます。本日もお忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。また、構成員の皆様の中で、利用者情報WGの構成員でもある先生方におかれましては、午前中に引き続きの会合ということで大変恐れ入ります。

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、WEB会議システムにて実施をさせていただいております。事務局よりWEB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ので、よろしくお願いたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 宋戸座長、ありがとうございます。総務省総合通信基盤局消費者行政第二課の池田でございます。WEB開催に関する注意事項を幾つか御案内いたします。

本日の会合の傍聴につきましては、WEB会議システムによる音声及び資料投影のみとしておりますので、設定は変更なさらないようお願いいたします。

次に、構成員におかれましては、ハウリングや雑音混入防止のため、発音時以外はマイクをミュートにさせていただき、映像もオフにさせていただければと存じます。御発言を希望される際には、事前にチャット欄で御発言したい旨を書き込んでいただき、座長からそれを指名していただく方式を進めたいと存じます。

発言いただく際には、マイクをオンにして、映像もオンにして御発言ください。発言が終わられましたら、いずれもオフにお戻しください。接続に不具合がある場合には、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御連絡をいただければ対応いたしますので、よろしくお願いたします。

では、本日の資料の確認に移ります。本日の資料は、本体資料としまして資料1から7、参考資料につきましては参考資料1から4までを用意しております。

参考資料について補足申し上げます。参考資料1につきましては、資料7において総務省事務局のほうから説明いたします資料の参考補足のサンタクララ原則についての仮訳でございます。参考資料4でございますけれども、こちらはTwitter社様から追加の資料の提供がございまして、それをつけたものでございます。直前の御提出でございまして、資料6において、総務省から事務局のほうで取りまとめた表に対して反映し切れていない箇所がございます。また、Twitter社の御希望により、英語そのままの資料の御発表、御公表を希望されておりましたので、英語のままの資料となっておりますが、追加の資料の資料の提出がございましたので、参考資料4として用意いたしました。

なお、本日の構成員の御出欠につきましてですが、本日、崎村構成員におかれましては御欠席と伺っております。

連絡事項は以上でございます。これ以降の議事進行につきましては、宍戸座長にお願いしたいと存じますので、先生、どうぞよろしくお願ひいたします。

【宍戸座長】 承知しました。それでは、早速議事に入らせていただきます。

まず、みずほリサーチ&テクノロジーズの中様より、「令和3年度国内外における偽情報に関する意識調査」について、「諸外国におけるファクトチェック支援団体の状況」について、「諸外国における偽情報に関する政策動向等」について、そして「ウクライナ情勢をめぐるプラットフォーム等の対応状況」について、御発表をいただきます。

その次に、三菱総合研究所安江様より、「インターネット上の違法・有害情報に関する流通実態アンケート調査」について御発表いただきます。最後に事務局より御説明いただきます。

なお質疑応答につきましては、まず、みずほリサーチ&テクノロジーズ中様の4つの発表の後に、まずそこで1回設ける。それ以降は、各発表者の御発表の後に質疑応答の時間を設けることとさせていただきたいと思ひます。

そこで、まずアジェンダの1番目でございますが、みずほリサーチ&テクノロジーズの中様、御発表をよろしくお願ひいたします。

【中氏】 みずほリサーチ&テクノロジーズ、中と申します。このたびは時間をいただきまして、ありがとうございます。それでは資料の1番から4番までにつきまして、それぞれ御説明をさせていただきます。一部資料に関しましては、弊社の石岡も御説明に参加させていただければと思っております。では、よろしくお願ひします。

まずは資料の1番からでございます。「令和3年度国内外における偽情報に関する意識調査－フェイクニュース及び新型コロナウイルス関係の情報流通調査結果－」を御紹介させていただきます。

2ページ目を御覧ください。2ページ目に調査の概要をまとめさせていただいております。この調査はウェブアンケートの形式で実施させていただいております。対象者は、ふだんインターネットを1週間に1回以上、かつ1日数分以上利用している人を対象としております。年齢としては10歳から60代以上の方、また性別は男女の方々を対象としております。

サンプルサイズというところに書いてございます。日本は2,000件回収しております。

アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国に関しては、それぞれ1,000件ずつ回収した調査となっております。2022年の2月の中旬から末にかけて回収をしております。

分析に当たりましては、国際比較を中心にしております。また、日本においては、性別や年代別、過去の調査からの時系列分析を行いました。本日は国際比較から見た日本の特徴を御紹介させていただければと思います。

3ページ目、4ページ目に今回の特徴をまとめております。もし後日時間があればこちらのほうも御覧いただければ、まとめて見るができるようにしております。

5ページに参ります。ここから中身に入りますけれども、最初は、偽情報に関連した3つの用語を挙げて、その認知状況を聞いた質問をしております。3つの用語は「フェイクニュース」「ディープフェイク」「ファクトチェック」、この3種類です。こちらについて、「フェイクニュース」という用語をまず知っていると答えた人は、これは全対象国において9割から10割ぐらいの人が何らかの形で知っていますよということになっております。グラフでいうと、青と赤と緑、こちらの3つを足し上げたものが、何らかの形で知っているとということになります。

残り「ディープフェイク」と「ファクトチェック」について見ますと、こちらは、日本はほかの国と比べると最も低いような状況となっております。

6ページに参ります。6ページは、同じく認知状況を日本の中だけで時系列で比較したものです。過去、類似の調査を、今回を入れて3回やっておりますので、そちらで見たときに認知状況がどうなったかというのを見た結果になります。こちらを見ていただくと、日本においても各用語に対する認知度は上昇してきていることがお分かりになると思います。

7ページに参ります。7ページは、情報の真偽を見分ける自信について聞いた設問となります。特にインターネットやメディアで流れる情報全般について、あなたは見分ける自信がありますかという質問に対しての回答となります。グラフでいうと、青と赤の部分が「自信がある」ということとございますけど、こちらに注目すると、日本は対象国の中で最も低いという状況にあります。「自信がない」という方が逆に高くなる、そういう傾向があるということです。

8ページに参ります。8ページは、同じくインターネットやメディアで流れる情報全般に対して、日本の中で性別と年代別に分けて分析を行ったものになります。こちらの場合、こちらで見ていくと、特に年代において、「自信がない」という回答が、「自信がある」と

答えた人よりも高くなった年代のほうが多いということが分かります。「自信がある」というのは左側の青と赤です。右側の黄色と濃い青が「自信がない」というふうになります。どちらが多いかということが分かりまして、日本の場合は「自信がある」が高くなったのは10代のみの方で、他の世代の方は「自信がない」という回答のほうが多いという結果になります。

9ページに参ります。こちらの質問は、同じ質問ですけれども、対象を新型コロナウイルス関連の情報について見分ける自信があるかどうかというのを聞いた質問となります。こちらですと、「自信がある」に注目すると、日本が対象国中、最も低いような傾向があり、インターネット全般と同じような傾向が見えております。

10ページです。同じく日本において、新型コロナウイルス関連の情報について性・年代別に比較した結果ですけれども、こちらの場合、先ほど「自信がある」と回答した人は10代のみでしたけれども、コロナウイルスでみると、今度は50代・60代の方も「自信がある」と回答する傾向が出てまいりました。

12ページに参ります。メディアごとにフェイクニュースを見かける頻度はどれくらいかということ聞いております。ここでは「メディアごと」というのは、インターネット上のメディア、SNSやブログについてと、あとはインターネット以外のメディア、テレビや新聞など、あと日本だけでの設問になるのですけれども、まとめサイト上でフェイクニュースを見かけることがあるかという3つに分けて聞いた結果となります。

12ページは、SNSやブログの結果となりまして、週1回以上に注目するように分析いたしますと、週1回以上というのは左側の青と赤の帯になります。こちらが日本では約3割、31.1%になります。その他の国ですと4割から5割で、日本がこちらの場合も低くなる傾向がありました。

次のテレビや新聞などについて見ると、日本とイギリスとドイツが今度は3割台になり、アメリカ、フランス、韓国は4割から5割となります。

最後14ページ、まとめサイトについて、こちらは日本のみの質問ということですが、こちらを聞くと、週1回以上フェイクニュースをまとめサイトで見たと回答した人は、青と赤を足すと39%ということで、ざっくり3つのメディアで比較すると、まとめサイトで、日本の場合はフェイクニュースを見るという回答が高いという結果が出ております。

19ページに参ります。フェイクニュース対策に取り組むべき主体について聞いた質問です。「誰がフェイクニュースの対策に取り組むべきでしょうか」ということに対して回答

をいただきました。国際比較を行いますと、最も高いものに注目すると、日本やアメリカ、イギリス、フランスでは、表でいうと左から2番目、報道機関、放送局、ジャーナリストが最も高くなります。ドイツではソーシャルメディアサービスを提供している事業者、韓国では政府機関となります。なお韓国の場合、2番目に高くなる報道機関とはほぼ同数、少数コンマ1のところでの差の程度となっております。

20ページに参ります。20ページは、取り組むべき主体を日本の中だけで時系列で見た結果となっております。こちらは過去3年分の時系列を比較したところ、上昇したのに関しては、報道機関、放送局、ジャーナリスト、また個人、こちらについては回答率が上昇している傾向があります。逆に下降傾向を示した項目については、一番上にある政府機関は下降傾向が見えてとれるということでございます。

21ページに参ります。新型コロナウイルスに関する情報やニュースを見たり聞いたりした方法について伺いました。こちらは日本における上位3つを見たのですが、そうすると民間放送局、2つ目には公共放送局、最後にYahoo!ニュース、この順番で高くなっております。次に、諸外国について見たところ、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国では、公共放送局が最も高くなると。日本の場合は民間放送局が高くなるということでもございました。

なお日本と韓国は、WHOや専門機関のウェブサイトや情報発信の回答割合は低いというのも、これも特徴なのかと思います。表でいうところの一番左側の部分でございます。

24ページに参ります。回答者の方々が、新型コロナウイルスに関する情報について、特に信用できる情報源やメディアやサービスについてどうお考えなのかということ聞いた結果でございます。こちらの国際比較を行うと、日本、イギリス、フランス、韓国では、自国の政府機関のウェブサイトや情報発信が最も高くなります。アメリカではWHOや専門機関のウェブサイト、ドイツでは公共放送局となっております。

続きまして、同じ設問を日本の中で、性・年代別に見た結果がこちらになっております。特に年代別に見ますと、10代から40代においては自国の政府機関のウェブサイトや情報発信が高くなり、これは全体の傾向と同じになります。50代、60代におきましては、公共放送局が高くなるという傾向がございました。

33ページに参ります。情報の真偽を確かめた経験があるかということをもった質問となります。こちらを対象国別に見ますと、情報の真偽を調べると回答したのは、欧米の場合ですと4割から5割の方が「調べる」となりました。日本と韓国では約3割となり低い傾

向がございました。

続きまして34ページに参ります。情報の真偽を確かめた方法につきまして国際比較をおこないますと、アメリカ、イギリス、ドイツでは、WHOや専門機関による情報を確認したということが最も高くなっております。また日本を含むフランス、韓国においては、自国の政府機関、こちらが情報源として最も高くなるようになってございました。

37ページです。回答者の方々に新型コロナウイルスに関する情報についてどう思うのか、または何を求めているのかということを経験的な例示をいたしました。それについての回答結果を37ページから40ページまで出しております。全対象国においてどの回答が多くなったのかについて見ますと、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」、また「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」に対して「思う」の割合が各国において上位3位までに入っております。この2つに対する期待が高いという結果が出ております。

以上がまず、最初の意識調査に関する御報告となります。

続きまして、資料の2番に移らせていただきます。資料2は「諸外国におけるファクトチェック支援団体の状況」について、御紹介させていただければと思います。

1ページに概要がございます。こちらは昨年度もファクトチェック団体の活動状況について本研究会においてご報告させていただきました。具体的にはPoynter. のIFCNやソウル大学のSNUファクトチェックセンターについてご報告させていただきました。これらは各ファクトチェック団体の自律的な活動を支えるために重要な役割を果たしております。今回は、支援団体の運営面に着目し、体制面、収入源、年間の予算等についての情報収集を試みました。さらに、追加の対象機関を入れてございまして、韓国においては、政府機関の支援を受けて設立された団体がございました。名前はファクトチェックネットという団体が2020年に設立されておまして、こちらについても内容をお調べして今日ご紹介できればと思っております。

2ページ目に参ります。支援団体の結果に入る前に、そもそものファクトチェック団体の組織形態や費用の全体傾向についての報告を行わせていただきます。State of the Fact Checkers 2021. IFCNが署名機関に対して行った調査となります。最新の2021年版は第4回目となっております。署名済み機関のうち86機関が任意で回答しております。

3ページ目からがこちらの調査結果を紹介する内容になっておまして、①組織形態でございます。左下のグラフを見ていただければと思いますが、2018年が一番古いデータで

すけれども、こちらが、2018年ですとグレーの色の非営利団体が6割を占めているような状況で最も多い状況でした。2019年以降になりますと、グレーの非営利の部分とオレンジ色の非営利団体、こちらの割合は大体拮抗してきているような状況が続いております。

4ページ目でございます。同調査の中で従業員規模についても見ております。左側のグラフの中では、フルタイムの従業員の構成について回答した結果がございまして、こちらですと最も多いのはグレーの5人以上の団体となります。2018年以降の4年間で約15ポイント増加するというので、だんだんフルタイムの従業員の数自体は増えてきているということでございます。

5ページ目。ファクトチェック活動のための年間予算額についての調査結果となります。組織全体の予算額ではないことにご留意ください。2021年に最も多くなったのは黄色の10～50万ドル規模となり34.9%でした。次に多くなったのは左の水色の0～2万ドルの団体で、24.4%でございます。最も多かった黄色の10～50万ドルの団体は、2019年以降、21年まで増加傾向を示しておりまして、2019年度と比べると16ポイントの増加となっております。

6ページ目でございます。ファクトチェック団体の収益源についてまとめた結果となっております。表とグラフの1番上のところを見ていただきますと、一番多かったのはMeta、旧Facebook社の「サードパーティーファクトチェックプログラム」が44.2%で、最も主要な収入源となっております。こちらは御存じの方も多いと思いますけれども、FacebookがFacebook上のコンテンツに対してファクトチェック団体へファクトチェックを依頼するための費用として出されるものとなっております。次に高くなったのが、助成金、寄附、会費収入でございまして、33.7%となっております。

7ページ目は今回回答した団体一覧となっております。

8ページ以降が、今回メインの対象としておりましたファクトチェック支援団体についてお調べした結果となります。繰返しとなりますけど、対象とする団体に関して表を御覧いただきますと、Poynter InstituteのIFCN、こちらは米国です。あとはソウル大学ファクトチェックセンター、韓国です。あとファクトチェックネット、韓国。この主に3つについて体制及び運営面についての情報を収集いたしました。

9ページ目を御覧ください。9ページ目に表がございまして。文字がちょっと小さい場合は、お手元に資料がございましたらそちらも御覧いただければと思います。9ページ目は体制についてまとめたものでございます。IFCNの体制の一番上の全体の人数というところ

を見ていただければと思うのですが、実際雇用ベースで見ますと、IFCNは3名ということでした。

あと横のソウル大学ファクトチェックセンターに関しましては、14名で運営しているということでございます。内訳に関しては9名がソウル大学のメディア情報学科の先生だそうです。それと4名に関しては、同学科の学部・院生、この方々がモニタリングの担当をされているということです。あと内訳の1名としては所長様がいらっしゃるということでした。

横の財団法人ファクトチェックネットに関しては3名で運営をしているそうです。こちらは下のほうに、全体のうちのファクトチェックを行っている人数のところを御覧いただきますと、63名という数字がございます。ファクトチェックネットは、自身ではファクトチェックは行っていないのですが、そのファクトチェッカーの方々に委嘱をして、プロのファクトチェッカーの方、こちらは主にメディアの方々です。メディアの方々に委嘱をしてファクトチェックをしていただくのと、あとは市民の中から興味がある方たちを募って、ファクトチェックを行っていただくということで、42名の方々、合計63名のプロと市民のファクトチェッカーがファクトチェックをした結果を公表しているという特徴がございます。

10ページに参ります。10ページは、収入・支出に関してのお話となります。IFCNの収入源について御覧いただきますと、IFCNでは主に収入源としては、助成金、寄附金、会費となっております。あともう一つ、事業収入というものもあるのですが、こちらは800万円ということで、全体の寄附金が2.8億円ありますけど、こちらと比べると少ないような状況で、ほぼ寄附で運営しているような状況となっております。

隣のソウル大学のファクトチェックセンターに関しては、韓国大手プラットフォームのNAVERからの支援、財団法人ファクトチェックネットに関しては政府からの支援を受けているということです。

この3つに関しての収益額や費用額について御紹介いたします。IFCNの場合、2021年の収益は、11月30日までの分ですけど、2.8億円でした。ソウル大学ファクトチェックセンターに関しては1億円、ファクトチェックネットに関しては、こちらは費用面に関しての情報を非開示とされておりました。

費用について見ますと、IFCNの場合は、2021年は2.7億円、またIFCNの場合、このうちスタッフの給与や諸手当について分かりますので、そちらも書かせていただきました。20

21年には約4,600万円が人件費として使われているということでした。

11ページです。11ページの表の中で、「特別な組織からのサポート内容」というところを御覧ください。IFCNに関しては、各年の寄附者の名前も書いてはいるのですが、2015年の設立以降、どういった方々から寄附を受けているのかということも別途ホームページ上で公表されていました。これを見ますと、先ほどのプラットフォーム等の企業さんですとか、あとは各種財団・基金からの支援、あとは政府機関、国務省という名前もございました。そういった方々からの多様な主体からの資金提供を受けて運営をしているということでした。

隣のソウル大学ファクトチェックセンターは、先ほどのNAVERからの資金で運営しているという話をしましたが、NAVERは、資金は出すのですが、活動に関しては一切関与しないというような関係を築かれているということでした。

隣のファクトチェックネットに関しては、政府機関としては、KCC、放送通信委員会からの資金援助によって設立をされたそうです。こちらも先ほどのNAVERと同じように、政府機関は組織上に関して意見はしないというようなことで運営をしているということでした。

残り12ページ以降は、IFCNに関してのデータをグラフ化したものとなります。12ページは表にあったものと同じで、収入の推移を書いておりますけど、一定しているわけではなく、若干各年で前後があるのかというのが見えると思います。

13ページは年ごとに、寄附で成り立っていると、運営されているということだったのですが、どういう名目の寄附額を誰からもらっているかというのを上位5つに関してだけ抜き出して見ております。2021年ですと、Google、Facebook、WhatsAppという名前が出ておりました。あとは基金からのお金です。

ここまでが資料2番までの御説明となります。

続きまして、資料3番、「諸外国における偽情報に関する政策動向等」について御説明させていただければと思います。

1ページ目が全体の概要を書いておりますけれども、表を見ていただきますと、一番左側が調査の対象国・地域となっております。あとはどのような文献があるかということと概要について書かせていただいております。

今日御紹介するのはEUとフランス、オーストラリア、韓国となります。EUに関しては、EDAP、欧州民主主義行動計画、これは昨年度のPF研で御紹介させていただいて以降、どの

ような展開になったのかということ。あとは偽情報に関する行動規範、2行目に書いてございます、こちらの進展がございますので、こちらについてのお話をさせていただければと思います。

フランスに関しても法律がございますので、法律を受けて今年4月にちょうど選挙がございました。そのときにどのような活動がされているのか、なども紹介させていただき、あとは「デジタル時代の啓蒙」という、こちらは法律とは関係ないのですけれども、偽情報に対してどのような取組をするべきかということを研究会がされておりましたので、こちらの報告書。

オーストラリアにつきましては、EUと類すると言えればいいんでしょうか、オーストラリアの偽・誤情報に関する行動規範を出しております。また、New disinformation lawsと書いておりますけれども、こちらの法律に関しても検討が進んでいるということで紹介させていただきます。

韓国は、言論仲裁法というふうに申します、こちらについては、マスメディアが虚偽の情報、過度な虚偽の情報を出した場合に対しての法律を、規制を強めようとした結果がございまして、こちらについても、どのような今、状況になるかというのを紹介できればと思います。では、国ごとに御紹介いたします。

2ページ目でございます。こちらは、昨年度御紹介したEDAPについての続報というか、その後どうなったのかということです。振り返りますと、2020年12月2日に欧州民主主義行動計画、EDAPが公表されました。この中には3つの柱、「自由で公正な選挙の促進」と「メディアの自由の強化」、また「偽情報への対抗措置」から構成されております。こちらの柱を踏まえまして、2021年5月26日には、偽情報の対抗措置等に関連することとして、「偽情報に関する行動規範強化に関するガイダンス」が公表されております。

また、「自由で公正な選挙の促進」に関連しては、「政治広告の透明性とターゲティングに関するEU規則案」、こちらが2021年11月25日に提示されております。

また、「メディアの自由の強化」に関連するものとしては、「欧州メディア自由法案」が2021年11月10日にパブリックコンサルテーションを開始しているような状態になっております。具体化が進んでいるというような状況と認識していただければと思います。

以降、EDAPを受けた偽情報に関連する動きとして、「政治広告の透明性とターゲティングに関するEU規則案」、また「偽情報に関する行動規範強化に関するガイダンス」、さらにガイダンスを踏まえた行動規範の改定方針について御紹介しようかと思っております。本

資料中には、「欧州メディア自由法案」、または各プラットフォームが政治広報に対してどのような取組をしているのかということもつけておりますので、お時間があれば御覧いただければと思います。

3 ページ目①番、こちらはEDAPに関する中の「政治広告の透明性とターゲティングに関するEU規則案」についてです。2021年11月25日にEU規則が提示されたという話をいたしました。こちらの規則案でございますけれども、政治的な広告及び関連サービスの提供者を対象として、透明性の義務及びターゲティングと増幅への厳格な条件を課す内容となっております。

この規則はDSAと比較すると、政治広告の文脈で開示されるべき情報のカテゴリー、関連するサービス・プロバイダーの範囲が拡大されており、例えば本イニチアチブのほうでは、政治広告の出版社、政治広告の準備、配置、宣伝、出版、普及に関与するその他の関連サービス・プロバイダー全体を対象としております。DSAはオンラインプラットフォームを対象にしているのに比べると、そこに差があるということでございます。本規則に関しては、偽情報に関する行動規範の枠組みの中で実施するということが予定されております。2023年4月1日に発効予定で検討が進められております。

6 ページに参ります。偽情報の対抗措置に関する近時の動きでございます。いわゆる行動規範と呼んでおります、Code of Practice on Disinformationに関する動きをまとめたものとなります。

2018年の9月にそのCodeと呼ばれている行動規範が策定・公表されました。それを踏まえて、2021年5月26日に行動規範の課題を踏まえた上で、ガイダンスが公表されました。このガイダンスに関しての内容については、後ろのページに少し見出しをつけているのですが、ガイダンスでは行動を強化するために、広告を含めた多様なステークホルダーがより多く参加することと、あとユーザーの判断をやすくするためのツールを提供すること、またファクトチェッカーと連携をすること、研究者へのデータの提供、活動評価のKPIの設定などが記載されております。

こちらのガイダンスを踏まえまして、2021年の秋に署名者が強化された行動規範の最初の草案を委員会に提出するという計画で進められておりました。2021年の7月から、行動規範を強化するプロセスが開始され、それ以降、署名者が増えていきます。表の一番下、2021年の12月のところを見ていただきますと、26社の新しい署名予定者が加わりました。これによって、合計66団体が今、署名の予定者を含めて66団体が関わっている状況になっ

ております。こういった数も増えたということで、行動規範の更新プロセスは、2022年の3月末までに延長されておりました。

さらに近時の動きとしては、2022年3月31日に、署名者は、COVID-19の経験及び、今度ウクライナで得た教訓を行動の改定に活かそうとしているということで、さらに時間が必要であるということをEUの委員会に報告をして、EU側でももう少し時間がかかるということを発表しております。現状は、行動規範の改定に向けて、さらに検討が続いているという状況になっております。改訂版が3月末の予定だったのですが、まだ今は検討を進めているということでございます。

7ページと8ページが先ほど言ったガイダンスについての構成となっております。

9ページ以降に関しては、66社ある署名予定者を含めた署名者のリストをつくっております。当初ですと広告業界ですとか、あと巨大プラットフォームの事業者さんが主だったのですけれども、最近ですと偽情報対策ツールを提供する人とか、ファクトチェック団体、ジャーナリズム組織などが加わっているような状況になっております。

それでは、次は14ページ、フランスに参ります。偽情報との戦いに対する法律に関する動きを紹介いたします。本法律自体、2018年12月に制定されておりますけれども、2021年7月には、外国の偽情報等に対するデジタル干渉に対抗する機関として、Viginumが創設されております。運用が開始されております。また、2022年4月の大統領選、終わりましたけれども、こちらでは法律も踏まえながら、民間事業者さんも、様々な偽情報に対する取組が行われておりました。こちらは、資料としてはおつけしておりますので、時間があれば御覧いただければと思います。

以降は、Viginumについて今日は御紹介できればと思います。15ページを御覧ください。Viginumの概要についてでございます。こちらは、繰返しですが、外国からの偽情報等に対するデジタル干渉に対抗する組織として創設されております。500万人以上の月間ユーザーを超えるオンラインプラットフォームを監視するという役割を持っておりまして、テーマが選挙に限らず幅広い分野の監視を対象とされています。

対象とする分野については、表の対象分野のところを御覧いただくと、制度的だったりとか、スポーツイベント、ニュースなどのテーマと書いてございますけど、本当に幅広いものが対象になっていることが分かります。

Viginumについては組織のメンバーの構成も出ておりますので、御紹介させていただければと思います。一番表の下ですね。アナリスト、ソーシャルネットワークの専門家、メ

ディアの専門家、データサイエンティスト、人間社会科学の研究者等、非常に幅広い方々から構成されているということが分かります。また、組織のところに書いてございますけど、Viginumは、国防国家安全保障事務総局の下に設置された機関として活動しております。

16ページは、今日は御紹介しませんが、大統領選挙でプラットフォーム事業者がどのような取組をしたのかということも紹介しています。

17ページでございます。17ページは先ほど偽情報に関しては報告書が出ているということで、御紹介すると言っていた、「デジタル時代の啓蒙」についてとなります。こちらは法律とは別の動きになりまして、フランスでも偽情報の対応が非常に課題になっておりまして、それを検討するという事で委員会が設けられました。偽情報を抑制する解決策を早急に検討することを目的とした委員会として、デジタル時代の啓蒙委員会、こういったものが設置されておりまして、そちらで検討した結果が報告書にまとめられました。2022年1月11日にマクロン共和国大統領宛てに提出されております。

こちらの報告書の概要でございますけれども、推奨事項というか、提言が非常にたくさん多岐にわたって提示されております。こういったものも日本においての参考にもなるのかなということで、17ページ、18ページに御紹介するような状態にしております。本報告書は、特徴といたしましては、偽情報に対して行動しようとする、表現、意見、情報の自由など民主主義の本質的な価値を損なうリスクがある。30の推奨事項は、情報障害を根絶することを目的とはしていないが、民主的な生活を害するコンテンツの拡散を制限し、悪意のある行動を阻止、違法行為を制裁し、リスク構造を改善し、ユーザーの警戒を強化することを目的としています。

表の形に書いたのは、こちらも頭出しですけど、こういったことが報告書の中にまとめられているということです。17ページ、18ページでございます。例えば18ページの21番だと「デジタルサービス法へのフェイクニュースに関する規定の導入」などのような、EUに関しての提言ですとか、OECDに対してこういうふうアプローチするべきだ、みたいなことまで書かれております。

あと国民向けに対しての情報リテラシーの能力の強化、こういったものに対しても力を入れるべきということが後ろのほうに書いています。「学校における批判的思考と情報リテラシーのトレーニングを体系化する」ですとか、26番には「批判的思考と情報リテラシーの育成を国家の大義とする」のように、かなり強めに、目標を高く掲げるようなことが

書いてありました。

19ページでございます。オーストラリア政府についての動きでございます。オーストラリア政府に関して、偽情報に関しては主な動きが2つございました。2021年2月に、デジタル産業業界のDIGIというところが、オーストラリアの偽・誤情報に関する行動規範を公表しており、これを受けて5月に、署名企業8社が透明性レポートを公表しております。また、2つ目としては、2022年の3月、政府はオンラインでの有害な偽情報や誤情報に取り組む法律、New disinformation lawsの策定を公表しております。

21ページに、そちらのDIGIの行動について動きをまとめております。表の2行目から御紹介しますけど、2021年5月22日のところで、透明性レポートを公表したということが書いてあります。計8社の名前については、括弧内に書いた、Adobe、Apple、Facebook、Google、Microsoft、Redbubble、TikTok、Twitterです。こちらは5月22日に最初のレポートを公表しました。以降は各社、年次レポートとして公表するということございました。

2021年10月11日でございますけれども、DIGIがコミットメントの署名者が違反をした場合の苦情を解決するための組織として独立した苦情小委員会というものを設置しております。また、その苦情を受け付けるために、ウェブサイト上に窓口を設置しております。

2022年2月22日には、今後の行動規範の強化についての公表が行われておりまして、今後の規範を強化するポイントとして3つ書いてあります。ガイドラインの導入、2つ目、公開前に全ての署名者の透明性レポートをチェックする、ファクトチェックすること、と3つ目、2022年には規範の見直しを行うということでございます。

22ページです。2つ目のポイントとした法制度の制定に向けた動きでございます。点線で囲ってある部分を御覧ください。2022年の3月に、法律を制定し2022年中に導入予定と公表しております。ここでは、オーストラリアの通信メディア庁（ACMA）に、この法律内ではACMAに新たな権限を与えるということが一つポイントとなっております。文章の括弧内に書いてあるのですが、どのような権限かと言うと、「デジタルプラットフォームを監視し、偽情報の対象の有効性に関するオーストラリア固有のデータを要求できる情報収集権限や行動規範の登録や施行、デジタルプラットフォームの企業活動に関する基準を作成する権限」などが与えられるとなっております。

また、この法律の中では、利害関係者を会する「偽・誤情報行動グループ」の設立が示される予定でございました。

最後、韓国について紹介します。韓国は26ページ、韓国の言論仲裁法一部改正案に関する

る動向でございます。こちらは2021年8月19日に一部改正案が委員会で可決されておりま
すけれども、この改正案の内容が、故意や重過失による虚偽、捏造情報を報道した報道機
関に関して、被害額の最大5倍の損害賠償を請求したり、訂正報道や記事の閲覧ができな
いようにすることができる内容でした。

こちらが通過したことを受けて、Human Rights Watchや、あとは国連のOHCHR、世界新聞
協会等が、改正案が報道機関への懲罰的損害賠償の要求や明確な条件を欠いた同法の曖昧
さを指摘して、表現の自由を制限する懸念があり、ということで保留するべきというよう
なことを表明しております。この法律自体は8月の下旬に国会で可決される予定だったの
ですけれども、2022年の現在まだ可決はされておらずで、先送りになっている模様で
ございます。

資料の3番まで、ここで終わらせていただきます。

続きまして、資料の最後の1個目、ウクライナ情勢をめぐるプラットフォームの状況
について、石岡から御説明させていただきます。

【石岡氏】 それでは資料4です。ウクライナ情勢をめぐるプラットフォームの対応
状況について御説明いたします。

1ページ目、調査方法ですが、「Code of Practice on Disinformation」の署名者が、CO
VID-19ですとかに関する取組の報告書を定期的に欧州委員会に出しています。そちらの最
新版が1月2月の取組状況ということで、今年の3月31日に公表されています。こちらに
新たにウクライナ情勢をめぐるプラットフォームの取組に言及しているものが幾つかご
ざいましたので、こちらをまず確認いたしました。

併せて、プラットフォームが、2月から4月にかけてウクライナ情勢に関するニュー
スリリース等を公表していますので、そちらを確認しております。あと参考としまして、
FIJについても確認をしているという状況です。

結果の概要ですが、結果はこのパワポの後ろに付録としてつけていますので、そちらを
別途御覧いただければと思います。時間の関係で、ポイントといいますか、代表的なもの
だけ御説明いたします。

まずコンテンツ削除につきましては、ロシア・トゥデイとかスプートニクに関するAlph
abetだとYouTubeですとか、MicrosoftだとMSN.comでコンテンツを非表示にするような取
組がありました。コンテンツのラベルづけにつきましては、例えばFacebookですと、ファ
クトチェッカーが虚偽と判断したコンテンツにラベルをつけるとか、TikTokでは、ファク

トチェックパートナーによってその真偽が確認できなかったものにラベルをつけるという取組がありました。

また、広告につきましては、例えばTwitterですと、ロシアとウクライナでの広告を停止するようなことが確認できています。あと機能変更につきましては、例えばMicrosoftですと、検索エンジンのほうでロシア・トゥデイとかスプートニクのサイトの検索結果のランクを降格するような取組というものが確認できました。あと運営体制の強化の面ですと、Metaのほうでロシア語やウクライナ語のスピーカーを含むオペレーションセンターを設置して監視を進めるということがございました。

最後にその他ということで、Googleですと、Google Playからロシア・トゥデイですとかスプートニク以外のアプリを削除したりですとか、Microsoftですと、Windowsアプリストアからそういったニュースアプリを削除するという取組が確認できており、発表されているという状況です。

以上になります。

【中氏】 以上、みずほリサーチ&テクノロジーズから御報告させていただきました。ありがとうございました。

【宍戸座長】 詳細に御報告いただきありがとうございました。それでは、ただいまの御説明につきまして、構成員の皆様方から御質問、御意見をいただければと思います。大体15分程度を予定しておりますけれども、ある方はチャット欄でまた私にお知らせいただきたいと思いますが、いかがでございますか。

森先生、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございます。本当に充実した御説明をいただきまして、大変勉強になりました。1点御質問で3点御意見を申し上げたいと思います。

最初は資料1についてですけれども、資料1のこのアンケートを取っていただきまして、18ページで、フェイクニュースに接することの多い情報源についてですが、日本における上位3つを見ると、ソーシャルネットワーキングサービス、テレビ、ポータルサイトやソーシャルメディアのニュース配信となっていて、ここでフェイクに接していると皆さんは感じになっているということだと思います。

これに対して、そのすぐ下、19ページの取り組むべき主体のところになりますと、日本における上位3つを見ると、報道機関・放送局・ジャーナリスト、政府機関、個人であったということで、ちょっとギャップがあるのかと思っていて、接した多いところの人

たちが対策すべきと言っているわけではなくて、別にどうも接したことについてはそれほど高くなさそうな報道機関とかジャーナリストというところが挙がってきている。対策者として、対策の主体としてですね。

これはなぜなのかということですが、もしこれについて何か理由なり、あるいは仮説でも結構ですので、ありましたら教えていただきたいと思います。もしかしたら専門性を生かしてとか、そういうことかもしれません。フェイクニュースに接した面のところが対策すべきと言っているわけじゃないのはなぜなのかと思いました。それが御質問です。

あとは意見ですけれども、資料3で、海外のことをいろいろ御紹介いただきまして、これも大変参考になりました。といいますか、プラットフォーム研究会でこれまで議論してきたことが、割と海外では法規制になっているんだということを改めて思いました。

特に、ここで申し上げておきたいのは、資料3の15ページで紹介されていました、フランスのViginumというんですかね、こういうViginumの概要が15ページにありますけれども、外国からの偽情報等によるデジタル干渉に対抗する機関として創設ということで、正面からそういう操作可能性みたいなことを問題意識として取り上げて、こういう機関をつくっているというのは、大変進んだ、しっかりした取組だと思いました。

我々も電気通信事業法の改正で、外部送信について、社会の分断、あるいは選挙への介入ということの問題意識として、保護法益として考えて、その対抗策を打ったわけですが、それだけではなくて一歩進んだ対応をフランスはしているんだと思いました。

オーストラリアも非常に先進的な取組をしているかと思います。21ページですけれども、Code of Practice on Disinformation and Misinformationということで、下の表のところの2行目を御覧いただきますと、行動規範への署名企業が透明性レポートを公表ということで、企業にしっかり署名、参加してもらって、透明性レポートを公表させているということで、これは我々が欲しいもののわけですが、そういうものを、法律をつくって実現しているんだと思いました。

同じオーストラリアですが、22ページにも、New disinformation lawsについての御説明がありまして、これも、下の表の3行目を御覧いただきますと、政府はデジタルプラットフォームの透明性を高めることを目的に、偽情報や誤情報に対処するための措置の有効性に関するオーストラリア固有のデータの要求ということで、我々も、グローバルな情報じゃなくて日本の情報を出してくださいということを、割と二、三年言い続けているわけですが、これはこういった形でオーストラリアは入手されているんだということが分か

りましたので、これも重要ではないかと思っております。

以上です。

【宍戸座長】 森先生、ありがとうございます。それでは、まず御質問の部分について中さん、お願いいたします。

【中氏】 森先生、コメント及び御質問をありがとうございます。

1つ目の質問に関しての、特にジャーナリストの方々に関しての期待に関しては、私も正確な答えというのはデータとしては持ち合わせておりませんが、そのジャーナリストの方々に対する期待があるのではというふうに読み取っておりました。情報を読み取る役割としては、そのファクトチェック団体というのが今、偽情報に関しては期待がされておりますが、海外におきまして、そのファクトチェック団体に入っていらっしゃる方々の前職を見てみますと、ジャーナリストの方々もかなりいらっしゃるわけですね。それで、そのスキル、正しい情報の中から記事をつくり上げていく能力ということの期待があるのではないかと感じております。

あとは、オーストラリア固有のデータに関しては、実は第1回のレポートが出た後に、各社様が出されたデータが実は全世界のデータが多かったということがありまして、その実態を踏まえて、オーストラリアの実態が分かるような情報が求められているのかと思います。

以上です。

【森構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ほかに御質問、御意見いかがでしょうか。

木村さん、お願いいたします。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。

感想になってしまうかもしれないですけども、資料1の意識調査をありがとうございます。興味深く拝見いたしました。それで、利用者にしてみますと、あからさまなフェイクは分かるんですけども、微妙なところですか、あともう本当にフェイクとしてだまそうとして発信されている情報について、どうやって見分けるかというのはなかなか分からないというところがありますし、私自身もこのニュースがフェイクかどうかという、もしこういう設問をされたら自信がないと回答するかと思います。

ウクライナの情勢について、ウクライナの大統領のフェイク動画を解説した番組がありまして、確かによく見ると分かるんですね。影が違うとか、ちょっと傾きが違うとか。で

も、それはニュースの一画面で流されると、利用者から見ると分からないというのが正直なところで、そこをどうやってしていくのかは今後の検討課題ではないかと思ひますし、メディアが流す内容を利用者としては信じている、信用する場合が多いと思ひます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ほかに御質問、御意見ございますか。

手塚先生、お願いいたします。

【手塚構成員】 今、ウクライナの件を資料4で御説明いただいて、考え方として、偽情報の対策と取り扱ひには平時、有事の違いがあると思ひますが、この点について、ウクライナの場合にはどんなふうな形で出てきているのか。その辺はどういうふうに見えているのかということところは、せつかくこういう、なかなか起きない現象のときだからこそちょっと見るということも大事な視点かなと思ひまして、調べていていかがでしたでしょうか。

【石岡氏】 ご質問ありがとうございます。プラットフォーム自身に関してはアカウントの削除やコンテンツの削除は、いわゆる平時から取組がなされています。今回調べた中では、それに加えて、特にロシア・トゥデイですとかスプートニクという特定のアカウントですとか、メディアというか媒体といいますか、そういうものを特定して取組をしているということが特に特徴的だと思ひております。

【宍戸座長】 ありがとうございます、それでは、生貝構成員お願いします。

【生貝構成員】 貴重な報告ありがとうございます。資料3の諸外国については詳細な情報をいただきました。1個だけ簡単なお質問として、ちょうど手塚先生からご言及のありましたウクライナ情勢について、一番上に書いてある各国の取組みに関する定期的なレポートをすることについて、このタイムラインでこのような行動をした、そして、この問題に対する対応について、弊社としては、こういったような対応をした、こういったような情報が流れたときはこういったような情報を対応したといったような、もう非常にまさに詳細な取組の、まさに透明化というのが、これはかなり短いスパンでなされているんだということを改めて感じたところ、質問としては、正にモニタリングとして頻繁に出すことを求めていることはこれまで見ていたが、どのくらいの頻度をもとめているようであるが、だいたいどのくらいの頻度でしょうか。

【中氏】 COVID-19が拡散し出したときに始まった取組でございます。一番始めは本当に1か月に1度ぐらい出していたんですけど、今は2か月に1度ぐらいの頻度で、最新版が3月31日となり今年の1月2月分が出ているということでございます。また5月末には、新しいものが出てくるのではないかと思ひます。基本、これはCOVID-19に対しての取組な

のですが、ウクライナ侵攻に関しての情報も入ってくるかもしれないと思っており、注目しております。

【宍戸座長】 ありがとうございます。それでは、寺田構成員、よろしく申し上げます。

【寺田構成員】 よろしく願いいたします。(資料1について) 見えているんですが、なぜこのような結果になったのかというところがちょっと、ここからはなかなか読み取りにくいというところがありまして、せっかくこれだけの調査をしているのだから、各国の施策の違いがこの結果の違いにどのように影響しているのか関係が見えれば、日本ですべきことがわかると思う。また、これは意見ですが、透明性を確保することは大前提で、各社の対応が透明になったからというその先は、また議論が必要になると思う。(音声不調)

【宍戸座長】 中さま、よろしく申し上げます。

【中氏】 このデータがもっと、いろいろ使える可能性があるとのコメントいただきまして、非常に有意義な調査になっているのかなと思っております。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、ひとまずこのラウンドは、質疑応答を含めここまでとさせていただきます。

次に、アジェンダの2に移りたいと思います。こちらは、三菱総研、安江様よりインターネット上の違法有害情報に関する流通実態アンケート調査について御発表いただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

【安江氏】 三菱総研の安江です。

それでは、私からインターネット上の誹謗中傷情報の流通実態に関するアンケート調査結果ということで御説明します。目次にあるように、SNSユーザ全体を対象としたアンケート調査と、個別のSNSサービスのユーザを対象としたアンケートを実施しました。

最初に、SNSユーザ全体に対するアンケート結果です。3ページめに実施概要を記載しています。ウェブアンケートのシステムを利用して実施し、2,000件の回答を回収しました。回収にあたり、インターネットの利用者の性別・年代の実際の分布に合わせて、性・年代別の回収数を調整しています。

4ページが各サービスを開覧した経験、書き込んだ経験、閲覧した頻度をいずれも複数回答可で尋ねたものです。

5ページは、SNSサービスの利用を始めるときに利用規約を確認しているかを尋ねたもので、「利用規約に目を通さずに利用している」、「知らなかった」を合わせると6割強という結果でした。個別サービスごとに尋ねても同様の傾向でした。

6ページは相談窓口の認知度や利用経験です。不適切な投稿をされたときの相談窓口について、「利用しなかったが、分からなかった」と「知らなかった」を合わせると7割弱を占めました。他方、「知っており、利用したことがある」人は非常に少ないという結果でした。年代別にみると、20代で相談窓口の利用経験が最も高い比率を示しました。具体的な相談窓口については、いずれも1割前後の認知度でしたが、「みんなの人権110番」と「地方自治体の各種相談窓口」は相対的に高い認知度でした。なお、窓口を知っているという人に限って聞いた場合には、半数以上がこの2つについては知っているという結果でした。

次に、誹謗中傷等の投稿の目撃とか被害について尋ねています。このページはまず目撃経験ですけれども、左側のグラフにありますとおり、ほぼ半分、50.1%の人が、他人を傷つけるような投稿（誹謗中傷）を見たことがあると答えています。その人たちに、実際、具体的にどのサービスで見ましたかということで、これは複数挙げていただく形で尋ねたのが左側のグラフです。

これを見ると、Twitterが一番多くて、次いで匿名の掲示板、それからYahoo!コメント、YouTubeがこれに続くという結果になっています。なおYahoo!については、複数のサービスがいろいろあるということもあるので、多く出る可能性もあるという点に留意したほうがいいのかとも考えております。

次が、自分が被害を受けたかということで、インターネット上で他人を傷つけるような投稿（誹謗中傷）が自分に対してされたことがあるかというのを尋ねた結果になります。左側のグラフにありますとおり、1割弱、8.9%の人がされたことがあると答えています。この状況を年代別に見てみると、右側のグラフにありますとおり、20代でされたことがあると、被害経験があるという回答が多くて、全体の8.9%に比べて2倍近い16.4%の人が20代では被害があると答えています。

それから、不適切な情報が投稿されたときにサービス事業者に「違反です」ということで申告したり報告することができるかどうかということと、ミュートやブロック等の安心・安全機能の利用状況について尋ねたのがこの9ページになります。

まず、違反の申告や報告についてですけれども、全体の3分の2強の人が「分からなかった」「知らなかった」ということで、あまり浸透していないというような結果になりました。特に「知らなかった」という人が60%以上という結果でした。

次に、右側ですけれども、こちらはミュートやブロック、コメント非表示など各サービス事業者が提供している安心・安全機能と呼んでいますけれども、それを知っているか、利用したかということです。2,000人全員に聞いた場合ですと、そういう機能があるということを知らなかったとか、使いたかったけど利用方法が分からなかったという人が合わせて62.7%という結果でした。

これを被害経験のある人のみで絞って集計し直すと、実際、どういう機能が理解した上で利用したという人が75%、4分の3だったということで、使わなかったけど理解したと、しているという人も含めるとほぼ全員が知っているという結果になりました。

次が、サービス提供事業者による対応ということで、投稿の削除や投稿へのラベルづけ、アカウント凍結・削除、その他の対応をしたときに、そういった対応された人が、どういう通知や説明を受けたかということです。

まず、左側ですけれども、自分の投稿に対してそういう対応を受けた場合、対応の前と後ろというのがありますけれども、何らかの説明があったのが67%ということでした。そういった事業者による対応に対して、意見表明をする機会があったかどうかと、案内があったというのが53.2%という結果でした。また、案内時の言語ですけれども、こちらについては、4分の3が日本語で案内されていたという結果でした。

次に、個別のSNSサービスのユーザー向けアンケートになります。こちらについては、この資料では、SNSサービスA・Bと書いていますけれども、実際のアンケートでは具体的なサービス名を指定してアンケートを実施しております。それ以外のやり方については、基本的に同じで、インターネットの利用者の人口分布にこうした形で2,000名を割りつけてアンケートを行いました。

こちらは上の段がサービスA、下の段がサービスB、どちらもメジャーなSNSですけれども、回答者の分布としては大体同じような結果と言えるかと思います。これらについてまず、閲覧頻度と書き込み頻度を尋ねています。左側がSNSサービスAですけれども、こちらについては、毎日閲覧している人が、濃いブルーと薄いブルーを合わせたものになりますが、42.6%になります。

これに対して、左から2番目がSNSサービスAでの書き込み頻度ですけれども、こちらについては、毎日書き込んでいる人は、一番濃いブルーと次に濃いブルーが合わせた部分になります。9.3%ということで、1割弱の人が毎日1回以上書き込んでいます。次に右側、こちらはサービスBになりますけれども、閲覧頻度については大体4割強の人が毎日閲覧し

ているという結果でした。他方で書き込み頻度については、ちょっと少なく、毎日書き込んでいる人は4.7%という違いが見られました。

次に、それぞれのサービスでの誹謗中傷等の目撃経験と頻度を尋ねています。同じように左側がサービスAで、右側がサービスBですけれども、サービスAでいうと、38%の人が「見たことがあります」と回答しています。目撃頻度については11.4%の人が毎日ないしはほぼ毎日見ている、また半分弱の人は数日に1回という程度で見ているという結果でした。他方でサービスBのほうですけれども、こちらについては目撃経験のある人が16.9%で、目撃頻度は17.5%の人が毎日ないしはほぼ毎日見ている、半分強は数日に1回程度みているという結果でした。

次に、これらのサービスで被害を受けたか、自分がその誹謗中傷等の投稿をされたかということですが、サービスAが5.6%、サービスBで3.6%で、いずれのサービスでも目撃経験と比べると少ない結果になりました。

次に17ページ、事業者が提供する安心・安全機能の利用状況ですが、こちらについては、2つのサービスはいずれもほぼ同じ傾向で、認知している人については、機能の種類によらず大体8割から9割ぐらいということと、実際利用したことがある人は3割から4割程度ということでした。いずれも誹謗中傷を見たときについて尋ねた結果です。

次に、被害を受けたときについて尋ねたのがこの18ページですが、こちらについては、目撃したときと比べて、利用したことがあるという人の割合が増えていて、Aの場合は4割から6割ぐらい、Bの場合はちょっと増え幅が小さいですが、それでも増えていて、3割強から4割強という結果でした。

それから最後に、SNSサービス事業者による対応状況ですが、どちらの場合も実際にその投稿の削除とかアカウントの凍結・削除などの対応を受けた人は少なく、7%から8%ぐらいですが、サービスAの場合は6.9%、そのときに実際説明があったのが67.1%ですね。意見表明の機会が（音声不調）あったのが84.9%でした。サービスBでは、投稿の削除等の対応を受けた人は7.8%、対応前後に説明があったのが77.4%、意見表明機会があったのが87.9%ということになっております。

以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。それでは、ただいまの御説明についても、構成員の皆様方から御質問を、あるいはご意見を承りたいと思います。チャット欄で私にお知らせいただきたいと思いますが、いかがでございますか。

大谷構成員、お願いいたします。

【大谷構成員】 ありがとうございます。御説明と、それからアンケートの取りまとめ、ありがとうございました。

個別のSNSサービスに踏み込んだ調査結果をお知らせいただいて、そこまでの調査はなかったと思いますので、興味深く拝見しました。このAとBのサービスで、基本的には似たような傾向にある結果が出ているのですけれども、資料で言いますと、これは15ページのところになるかと思えますけれども、目撃経験や頻度においてちょっと大きな差が生じているというのは、その差は何によって出てきたと分析されているのかを教えていただければと思います。よろしくお願いします。

【安江氏】 今、大谷さんがおっしゃっていただいた、初めての試みというか、サービス別に見たのは初めてということもあるので、率直に言うと、そこまでまだ掘り下げて分析できていないところがありますけれども、多分書き込みの頻度とか利用頻度とかということと、ユーザー層とか、あとは書き込む内容とかによってもいろいろ変わってくる部分があるので、もう少し調べないと分からないのかと感じております。こういう回答で申し訳ありませんが。

【大谷構成員】 分かりました。多分ユーザー層だとか、そういったものが大きく影響しているのではないかと勝手に想像しているんですけれども、そういった仮説を裏づけられるような追加調査が、今回ということではなく、また別の機会にでもしていただくことができれば、より有意義な取りまとめになってくるのではないかと感じました。ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ほかに御質問あるいはコメント、いかがでございますか。

今、大谷さんからおっしゃっていただいたように、日本における個別の誹謗中傷のマイクロな実態、あるいは個々のサービスごとに事業者が把握されているということがあり得るとしても、それが例えばSNSのサービスごとに、ユーザーの側に広く聞いて数字を把握するとか、あるいは全体として、誹謗中傷の実態について見たことがあるとか、自分が被害者になったことがある割合はどれぐらいだ、また救済の対応はどうだという、この数字はなかなかなかったものだと思います。

これは非常に苦勞して調査をしていただいて、分析をいただいていると思いますが、これについては、先ほどお話がありましたように、さらに経年的に見ていたり、あるいは

調査項目を広げたりすることによって、誹謗中傷の実態を把握し、また青少年に対するリテラシーも含めて、いろんな対応に資するとことの基礎になる、重要な調査かと思っております。

それでは森先生、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございます。今、宍戸先生からも御指摘のありましたように、非常に重要な調査をしていただいたと思っております。今後のことですが、先ほど大谷さんのおっしゃったことは全くそのとおりでございまして、あと7ページに、目撃した際のサービスということで、SNSごとの数値が出ていますけれども、これも継続的に御調査をいただいて、結構意外な結果の部分もある。

大体そうかなと思っておりましたが、匿名掲示板を全部足してもTwitterには及ばないとか、そういうことはちょっと、私としてはそうなんだと思っておりましたので。これはもともとこういう質問で取られたのかもしれませんが、できればサービスごとに、そのYahoo!のところは、その知恵袋とYahoo!ニュースとファイナンスが一緒になっていますけれども、できれば別々に聞いていただいて、教えていただくといいのかという感じがしております。

これは注意して見ないといけないのは、「目撃したことがありますか」なので、SNSとしてのプレゼンスが高ければ、当然、頻度が上がるということで、この割合それ自体が誹謗中傷情報の多さを示すものではないと思っておりますけれども、そういう見るほうの注意も前提として個別のサービスで見せていただくと、さらに分析ができたのかと思っております。

同じことは、SNS A、SNS Bについても言えるかと思っております。先ほど大谷さんから御指摘のあった、15ページのある種の逆転現象みたいなことですね。目撃経験の「ある」と目撃頻度の数字が逆転しているというようなこともあります。これはサービスが分かると何となくイメージできるのかと思っておりますので、匿名でなくてもいいのかと、教えていただいてもいいのかという感じはいたしました。それは総務省の御意向もあると思うんですけども、できれば、こういったことは生でいただいて、かつ細かくいただくのが分析の上ではいいのかと思っておりました。

以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。安江さんから何かありますか。

【安江氏】 宍戸先生、森先生、コメントありがとうございます。

今回初めてやった部分がありまして、目撃経験、被害経験、それから例えば今後質問するとして、「書き込んだことがありますか」のようなことを聞くにしても、質問の仕方が

いろいろ難しいといいますが、工夫が必要な部分もあるので、その辺もいろいろな先生方の知恵も借りながら、ブラッシュアップした形で聞いていくことが必要かと思えます。

森先生がおっしゃったように、例えば接触頻度が高ければ目撃頻度も高くなるとか、いろんな要素がありますので、その辺をうまく整理した設問を今後、やるとしたら練っていただければと思っています。今回は取りあえず、まず聞いてみたという部分もありまして、ということでございます。

以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。それでは、このラウンドはここまでとさせていただきます。

それでは、アジェンダの3番目に移りたいと思います。こちらは事務局から資料6、それから資料7によって御説明をお願いできますでしょうか。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 宍戸先生、ありがとうございます。事務局でございます。説明を資料6についてさせていただきたいと思えます。

お手元の資料6について、まずこの資料の位置づけでございます。「プラットフォームサービスに係る違法有害情報（誹謗中傷、偽情報等）への対策に関する主な論点」というタイトルでございますが、中間取りまとめ以後のものを中心に、この研究会におきまして有識者の先生方、あるいはゲストの発表者の皆様、プラットフォームの皆様から御発表いただいた内容につきまして、事務局において、これから御議論いただくに当たっての事実関係の整理を行った、そのための資料でございます。

その観点から、この資料について今までの議論の振り返りに役立てていただきまして、次回会合におきまして、今後の方向性なども含めた議論に資していただきたい、そういう趣旨の資料でございます。

大部になっておりますけれども、アウトラインを説明申し上げたいと思えます。こちらは現状整理案としておりますけれども、誹謗中傷への対応に関する現状と課題と、偽情報への対応に関する現状と課題というところで、それぞれこれまでの御発言などと取りまとめおるものでございます。それぞれ（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）海外動向というところの取りまとめを図ったものでございます。

これらは下の灰色の部分でございますが、当該実態を踏まえ、誹謗中傷や偽情報等の違法有害情報への対策として、プラットフォーム事業者をはじめとする多様なステークホル

ダーにより、今後どのような取組が進められることが適切かと。また、プラットフォーム事業者について、自律的な情報の削除等の取組及び取組の透明性・アカウントビリティ確保が適切に行われるように促しつつ、それらをモニタリング、検証・評価を行うという共同規制的アプローチを実効的に実現するためにどういった枠組み・方策が必要か、こういったことを御議論いただきたいと考えております。

では、次のページ以降の「誹謗中傷への対応に関する現状と課題」の概要をかいつまんで申し上げたいと思います。

これまでの対策の方向性の部分は、これまでの議論の振り返りでございます。1ポツ目から3ポツ目辺りまでは、これまでの経緯を再度確認するものでございます。4ポツ目においては、政策パッケージの進捗状況を確認するために、この研究会において、各事業者、プラットフォーム事業者における取組状況についてお伺いしたところ、プラットフォーム事業者への対応に関しては、その透明性・アカウントビリティの確保状況に差異が見られたというところでありました。

続きまして、これらの結果を踏まえて、中間取りまとめにおきましては、「我が国において、透明性・アカウントビリティの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策定及び遵守の求めや法的枠組みの導入等、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」と取りまとめられまして、その際には、その次のポツ1から5の観点、リスクベースアプローチ、リスク分析、評価と結果公表、適切な対応の実施と効果の公表、継続的モニタリング、データ提供といった枠組みを前提に検討することが適当とされたところでございます。

今般から御議論いただく内容としましては、これらの前提を踏まえた内容ということになります。次回以降において、そういった観点を前提で置いて御議論を賜りたいと思っております。

5ページ、6ページはこの前提となっております、インターネット誹謗中傷への対応に関する政策パッケージと、昨年9月の中間取りまとめの概要でございますので、説明は割愛いたします。

7ページ以降におきましては、まず現状と課題ということで、誹謗中傷の流通状況につきまして、これまでの、前回会合までの発表などを取りまとめたものでございます。違法・有害情報相談センター及び法務省人権擁護局における人権相談の件数、またSIA様における誹謗中傷ホットラインの連絡件数等につきましてまとめたページでございます。こ

れに続いて、今申し上げたような資料の引用というのを参考資料として11ページまでつけております。

12ページにおきましては、各ステークホルダーの取組状況に関しまして、まず政策パッケージの進捗状況ということで、ユーザーリテラシーの啓発活動が十分かということで、総務省や関係事業者団体と連携して行っております普及啓発活動につきまして記載をしているものでございます。こちらも続けて参考資料としてそれまでの取組を記載しております。

15ページにおきましては、これまでの主な意見というところで、普及啓発活動に関しての構成員の皆様からいただきました御意見等を記載しております。どういった効果があるかということについての検証や、設定が必要じゃないかというふうなポイントでございます。

16ページにつきましては、政策パッケージの2つ目の論点であります、プラットフォーム事業者の自主的な取組の支援と透明性・アカウントビリティの向上についてというところでございまして、まず法務省による削除要請に対して、プラットフォーム事業者が適切に対応しているかということで、先般、法務省人権擁護局より御報告いただきました、削除要請の実態について記載をしておるところでございます。

その次につきましても、この件に関しましての森先生からの御意見を記載しているところでございます。

引き続き18ページにおきましても、これは今度、民間相談機関からの削除要請についての対応状況をまとめたものでございます。詳細につきましては割愛をさせていただきます。

19ページの2番目の部分、これも引き続きプラットフォーム事業者のアカウントビリティ向上に関連してでございますが、誹謗中傷等の対応に関して、国際的に対応が進められているかということで、総務省において、各二国間対話やマルチの会合における、主な政策対話における誹謗中傷に関しての意見交換等を行った際の結果等を記載してございます。こちらは先般、事務局から報告したものにつきまして、若干アップデートしておるところでございますので、適宜御参照いただければと思います。

20ページ、21ページ、22ページは、この件についての報告資料でございます。

23ページは、政策パッケージの3つ目の柱、発信者情報開示に関する取組に関しての部分でございます。こちらは昨年4月のプロバイダ責任制限法の改正後のところでございます。

すが、プロバイダ責任制限法につきましては、2022年の秋頃までの施行に向けての意見募集手続を実施したところでございます。現在、それを踏まえまして、総務省として施行規則につきまして検討中でございます。

その次、24ページ4番、相談対応の充実に向けた連携と体制というところを引き続き挙げております。こちらにつきましては、特に2021年度からの違法・有害情報相談センターにおける違法・有害相談機関連絡会の開催につきまして記載をしておるところでございます。

25ページ、26ページ、27ページは、この件につきましての参考資料でございます。

28ページ以降につきましては、プラットフォーム事業者の皆様における取組状況のフォローアップに関する説明をする箇所でございます。28ページは既に御説明申し上げましたモニタリングに関して、どういったポイントをこのモニタリングによって明らかにしようとしているかということを整理したものでございます。

29ページは今般、2022年の3月に実施いたしましたモニタリングにおいて質問した項目でございます。このページにおいて、既にお示しを案としてしておりますけれども、プラットフォーム事業者の皆様における取組状況と、その透明性・アカウントビリティの確保状況について評価を行う際の主な評価項目について、案として示しておるものでございます。

30ページ以後、30ページから34ページまでにかけては、前回会合においてもお示しをいたしました、プラットフォーム事業者の皆様から報告いただいたヒアリングシートの結果につきまして記載をまとめたものでございます。こちらは前回会合でお示したものと同一でございますが、会議の冒頭に申し上げましたように、Twitter社から、削除要請数や削除件数等につきまして、日本国内における数字の追加の提出がございましたが、こちらの資料にはその記載はまだ反映されていないものになっておりますので、報告申し上げます。

35ページ、36ページ、37ページにつきましては、この件に関してのこれまでの主な御意見を整理したものでございます。

38ページにつきましては、特に森構成員から問題意識をいただいておりますMeta社に関する質問と回答につきまして記載をしているものでございます。

41ページにつきましては、山口先生からいただいておりますモニタリング方法についての御意見の部分でございます。

42ページにつきましては、モニタリングで非常に多岐にわたる御質問についてプラットフォーム事業者の皆様からは御回答いただいているところでございます。改めて主な視点などをベースに、こういった観点で検討していったらどうかというところでの案をお示しするものでございます。

補足いたしますと、1ポツ目というのは、誹謗中傷対策のための取組それ自体が、いかに行われているか、いかに適切に行われているかということについての観点を示したものでございます。2つ目の丸につきましては、1つ目の丸というのはヒアリングシートの中での主な項目として挙げているものでありますが、主な項目以外についても、こういった観点については注目に値するのではないかとということらを挙げているものでございます。さらに3つ目の丸におきましては、それらの取組につきまして、透明性・アカウントビリティが十分に確保されているかということを確認しようと、そういう視点を掲げているものでございます。

43ページは、今ただの箱でございますが、こちらについて昨年実施いたしました、丸、三角、バツ、二重丸といった指標を用いて説明できればと考えております。

44ページにつきましては、事業者団体の取組状況につきまして、アップデート記載をいたしました。

45ページ、46ページにつきましては、欧州のDSAにつきまして、48ページ、49ページにつきましては、英国におけるOnline Safety Billや、オーストラリアのオンライン安全法(Online Safety Act) につきましての記載を行っております。

大きい2番、フェイクニュースや偽情報への対応に関する現状と課題のところでございます。

51ページにおきましては、こちら先ほどの誹謗中傷と同様に、今までの議論の振り返りと今般の議論の位置づけについて確認をするものでございます。同様に中間取りまとめの前のモニタリングにおいては、透明性・アカウントビリティの確保状況の取組の進捗は限定的であったとお取りまとめいただいたところでございますが、その結果を踏まえて、また同様に、透明性・アカウントビリティの確保が実質的に図られない場合について、法的な枠組みの導入等の関与について具体的に検討を行うことが必要ではないかというふうに取りまとめいただいた後の前提とする、この今般のモニタリングや議論であるということの位置づけの確認でございます。

52ページも中間取りまとめにおける偽情報対策の今後の方向性についてのまとめでござ

いますので、説明は、詳細は割愛いたします。

53ページにおきましては、ステークホルダーの協力関係の構築ということで、Disinformation対策フォーラムにつきまして、SIA様から御報告をいただきました内容について記載をしております。Disinformation対策フォーラムにおいて、中間取りまとめが2021年3月に公表されて以降、御議論をファクトチェックやリテラシー関係についてまとめていただき、2022年3月に報告書が公開されたというところでございます。

54ページにつきまして、こちらもDisinformation対策フォーラムにおける報告書の内容等について、簡単に御紹介をしておるところでございます。

55ページにつきましては、対策の方向性の3番目、発信者側における信頼性確保の方策の検討というところで、こちらもDisinformation対策フォーラムにおきまして、かつて行われておりました議論についての記載をしておるところでございます。

56ページ、ICTリテラシーの向上の推進につきまして、こちらは御覧いただいております。

57ページにおきましては、研究開発の推進につきまして、NIIの越前先生に御発表いただいた内容も加えながら記載をしております。

少し飛ばしまして、59ページにも、誹謗中傷と同様に、国際的な対話の深化状況につきまして、偽情報に関連する部分の記載をしております。

60ページ以降につきましては、誹謗中傷等への対策状況のヒアリングについての説明でございます。こちらは、今60ページにつきましては、プラットフォームの皆様へ御回答いただきましたヒアリング項目に関する記述でございます。

51ページ以降でございますが、こちらも誹謗中傷の際と同様に、プラットフォームの皆様から御回答いただきました内容を事務局において一覧性を高めるという観点から、このように取りまとめを行っているものであります。

これは61ページから84ページまで、偽情報に関してのまとめをしているものでございます。こちらにつきましては、御議論の際、御参照いただきまして、プラットフォームごとの対応状態等の比較であったりとかにお役立ていただければと存じます。

85ページは、これまでの主な意見というところで、偽情報に関してモニタリングの部分での主な御意見を記載しておるものでございます。

86ページにつきましても、主な今後の取組の方向性（中間取りまとめ）の内容を再掲しているものでございます。ここで示されました今後の取組の方向性、それぞれの項目につ

きまして、プラットフォームの皆様における取組であったり、事業者団体の皆様における取組の進捗状況等について、次の87ページに評価項目案としておりますけれども、そこに注目した上で、進捗状況等について、御評価、御議論を賜ればと思っております。

今回会場におきまして、みずほリサーチ&テクノロジーズの中様をはじめ皆様から御発表いただきました内容につきましても、今後主な論点という形で整理を図りたいと考えております。

資料6についての説明は以上です。

続きまして、資料7につきまして、ごく簡単に説明を申し上げたいと思います。

コンテンツモデレーションにおける透明性と説明責任に関するサンタクララ原則についてです。資料は数ページのパウポと、参考資料として仮訳のワードの資料をつけております。こちらは31回会場におきまして、関西大学の水谷准教授の御発表の中でも言及がございましたサンタクララ原則につきまして、こちら透明性と説明責任に関する原則ということで取りまとめられておるものでございましたので、皆様の御議論に資すると思ひまして、事務局において作成をしたものでございます。

資料の1ページでございます。ごく簡単に内容を申し上げますと、こちらのサンタクララ原則は、コンテンツモデレーションにおける透明性と説明責任に関する原則として、人権団体や学識経験者から構成されるグループによって策定・改定が図られたものでございまして、FacebookやGoogle、Twitterなど、サービスごとということでもありますけれども、このサンタクララ原則2.0について支持をしていると言われております。

こちらの原則につきましましては、基本原則と運用原則、また、政府その他国家機関のための原則という、大きく3つのグループによって構成されているものでございます。

また、この原則についての注意点ですけれども、この作成された団体においては、この原則というのは規制のひな形を前提とする、意図するものではなくて、規制当局などが考慮すべき事項を知るためのガイドであると位置づけられているものでございます。

基本原則において記載されている内容といたしましては、①人権及びデュープロセス、②理解しやすいルール及びポリシー、③文化的能力、これは現地の言語や文化、政治、社会の背景知識に関しての話でございます。④コンテンツモデレーションへの国家関与、これは国家からの関与が持っている特有のリスクに対しての話でございます。⑤確実性及び説明可能性というところをモデレーションに対して持つべきだということの話がございました。

運用原則といたしましては、その透明性を確保する上で必要なものとして、①に数値、②にユーザー等発信者に対する告知の機会のこと、③においては、異議申立の機会を把握されることといったことに関しての原則が定められております。

政府及びその他の国家機関のための原則に関しましては、①企業の透明性に対する障害の排除という部分、また政府自身も透明性を向上すべきだといった原則を掲げられております。

2ページ以降におきまして、それらの今申し上げましたポイントに関しての説明の詳細を、詳細といっても概要の程度でございますが、記載をしておりますので御参照いただければと思います。

事務局からの資料6及び資料7の説明につきましては、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、残されました時間で、ただいまの御説明について構成員の皆様方から御意見等があれば承りたいと思います。また例によりましてチャット欄で私にお知らせいただければと思いますが、いかがでございますか。

森先生、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございます。御説明ありがとうございます。

資料6の38ページをお示してください。これは私が事後質問としてお送りしたものですけれども、これは38ページから39、40まで回答になっているということですかね。そうですね。なるほど。分かりました。ありがとうございます。私が40ページを見落としておりました。失礼しました。もう1回読んでから、また御質問したいと思います。大変失礼しました。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ほかに御意見、御質問ございますか。いかがでしょうか。

先ほど事務局から御説明がありましたように、参考資料4という形でTwitter様からもこちらでお伺いした数字が、このタイミングでいただいたということで、本日ホームページで公開している資料はもう本日付のものでございますので仕方ないとした上で、今後取りまとめに向けての資料の中で、それを入れていくということは当然させていただくところであります。

同時に、各社のそれぞれの数字の取り方を表にプロットで落としてみたときに、その数字の持つ意味とか、項目が必ずしもそろっていないところもあります。こういう数字、データについては標準化、規格化は常に問題であるわけですがけれども、まずそれぞれ出して

いただいた数字を把握するという一方で、まずそれが一歩前進であると同時に、意味のある形で政策等を考えてくる、あるいはその透明性を高めていくという上で、この数字をどうやったらそろえていくことができるのかなど、そういったことについても今後の議論の課題かと思ったところです。

それでは、森先生お願いいたします。

【森構成員】 大変失礼いたしました。最後まで拝見しましたので、改めて申し上げたいと思いますが。この38ページをお示しいただきますと、私がこれを質問したのは、結局2021年10月の内部告発において、結局アルゴリズムにおいて、多くのクリック、コメントシェアを得られるものが重視されている、エンゲージメントが重視されていて、その結果として怒りや分断を招くものがアルゴリズム上重視されているという話だったわけで、そういう問題の指摘だったわけですね。

日本ではそうでもなかったですけど、アメリカでは大きなニュースになったと思いますし、諸外国でもそうだったのではないかと思います。それについて、それを受けてアルゴリズムの変更をしましたかとか、あるいは、その内部告発の中に英語以外の国におけるモデレーションの予算が低いということもありましたので、日本の予算はどうですかとか、それから3番目に日本を含む6か国に対する調査が2019年頃に行われたと、若者に対する悪影響についての調査が行われたと報道されていまして、行われましたか、行われませんでしたか。もし行われたのだったら結果を教えてくださいとお尋ねしたわけですが、それでも。

この回答を拝見すると、Meta社さんとしてどのような考え方でレコメンドを表示しているのかと。この38ページの答えを見ていただくと、2行目からですけども、利用者にとって最も価値あるコンテンツを確実に見ることができるようにすることであり、というようなことを重視して、一番最後の行ですが、利用者が個人的に最も興味を持つと思われるものをそれぞれの画面上の一番上に表示していますということで、私は39は読んだんですけど、40ページは読んでいなかったんですが、私の個々の御質問に対するお答えというのは、結局は得られなかったのかなと思っていますので、これについては、また改めてお尋ねしたいということを申し上げたいと思いますし、もう少し、こういう政府の検討会において、また再々申し上げていることですが、もう少しオープンにいろいろ教えていただいてもいいのかと感じました。

ちょっと愚痴かたがたみたいなことになってしまいましたけれども、以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。この点について、まず事務局から何かございますか。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 今、森先生からいただきました意見につきまして、は今後の議論のまとめにおいて反映してまいりたいと考えております。

【宍戸座長】 ありがとうございます。お話を伺ってですけれども、確かにこの38ページから40ページは、擦れ違っているところがございますので、この後このプラットフォームサービス研究会として次の取りまとめをしていく上で、Meta社の内部告発の問題をどう扱うか。それに触れないというのもどう考えても変な話ですし、それについて、Meta社さんから、こういう森先生から投げかけがあったのに、それに対して必ずしも十分なお答えをいただけないまま、こちらで一方的にあれこれ議論するのも気が引けるところがあります。申し訳ありませんが、もう一度改めて、森先生の今日の御質問の御趣旨を踏まえて、投げかけを事務局経由でさせていただき、そのまた御回答もあれば、受けた上でどうするか考えさせていただきたいと思っております。

総務省のほうで、改めてMeta社に御連絡をいただければと思っております。この点よろしいですか。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 はい、承りました。

【宍戸座長】 ありがとうございます。それでは、大谷構成員、お願いいたします。

【大谷構成員】 ありがとうございます。大谷です。

事務局で精力的に取りまとめていただいて、ありがとうございます。全体をカバーするような意見は申し上げられないんですけれども、簡単なコメントをさせていただきます。12ページに啓発活動について、これまで行われてきたことを取りまとめていただいているところですが、先ほどみずほリサーチ&テクノロジーズ様からアンケート結果についての御説明があった際に、情報の真偽を確かめた人の割合が欧米各国に比べて圧倒的に我が国の利用者が少なかったということが述べられておりました。

偽情報の、フェイクであるということを見破る自信はさほどあるわけではないけれども、その真偽を調べるなどの行動に移れていないというのは、一つの国民性なのかよく分からないですけれども、我々利用者の弱点につながる可能性もあるのではないかと考えております。

そうしますと、啓発活動の在り方というのは、これまで行ってきた啓発活動がどれだけ効果をもたらしたのかどうかといったことについて、十分に検証を行うべきではないかと

思っております。また、訴えかける層というのが、どちらかという若い方に向けては奏功しているのではないかと思いますけれども、むしろ、そういった情報に接するのは全世代だということを想定しますと、違うアプローチも必要になってくるのではないかと思っております。

これまでの検討会でも御意見がいろいろ出ていたと思いますけれども、啓発活動がどういう効果をもたらすべきかといったことについてのあるべき姿と、それから現状との少しギャップというのを分析した上で、少しでも偽情報に対して対応できる状況をつくり出すために、人々の行動を変容させるに足りる啓発活動ができないかと思っております。そういった課題があると感じました。

それから、続けての発言で長くなり恐縮ですけれども、同じくみずほリサーチ&テクノロジーズ様の2つ目の資料で、ファクトチェックの団体はそれなりに活動資金その他のリソースを必要とされているものだと改めて理解をしたわけですが、それを支えるような我が国の仕組みというのはまだまだ課題があるのだろうと思っております。それを支えるためにも、ほかの諸外国で行われているようなリソース確保に向けての取組というのは、ぜひ参考にすべきではないかと思っております。

前半で、もう一つ御披露いただいたみずほさんからの資料の中で、諸外国の法的なフレームワーク、特に事業者の自律的な運営を可能とする共同規制のフレームワークとしての様々な取組がある中で、各プラットフォーマーの皆さんからは、任意で御協力をいただいているところですが、類する法的なフレームワークが日本にはトータルなものとして存在していないというのは、制度のある諸外国に比べてどうしても力を注ぎにくくなるのではないかと懸念されます。

他国が十分なフレームワークをつくって対応しているのに比べて、我が国への対応がどうしても劣後するのではないかというのは、杞憂に終わればいいんですけども、そうではないような仕組みを今後検討しなければいけないのではないかと改めて思われましたので、感想めいたことですが、今後の論点を固めていく上でも、この機会に申し上げておきたいと思ひまして、発言させていただきました。

以上でございます。

【宋戸座長】 貴重な御指摘ありがとうございました。それから若干時間を超過しておりますが、何と云ってもこの種の問題と言え、山本龍彦先生が巨頭でいらっしゃるんで、御意見いただけるようであればいただきたいのですが、いかがでしょうか。

【山本構成員】 山本です。ありがとうございます。

時間がない中であれですけども、2点ありまして、1点は、森先生の先ほどの御質問に絡むんですけども、Meta様からの回答を見ていると、結局その利用者が最も関心を持ちそうなものを予測して何を表示するかを決定しています。要するにこれはエンゲージメントだと思ってしまうんですけども、結局このエンゲージメントというのが、表示をする際の一つの価値、目的として考えた場合には、ある種必然的に、閉鎖的な空間、いわゆるフィルターバブルの問題が起きてくるのかと思います。

それはそれで企業の一つの考え方としてはあるのかもしれないというか、要するにエンゲージメントを高めるというか、関心に沿ったものを基本的に送っていくと。そういうものは考え方としてあると思うんですけど、他方で、そのエンゲージメントを高める際のデメリットの部分というか、行き過ぎたところで、怒りや分断を招くとか、非常に閉鎖的な空間に閉じ込められるといったような問題が生じるように思います。こうした弊害の部分に対してどういうふうに対応するのか。

つまり、エンゲージメントプラスアルファの部分、エンゲージメントを高めるのはいいいとして、その弊害をどういうふうに抑えようとしているのかについて、具体的にお聞きできるといいかなと。要するに、閉鎖性じゃなくて開放性を担保する部分をどういうふうに考えているのかということをし伺うと、この企業がこの両者のバランスをどういうふうに考えているのかというのがユーザーからは分かりやすくなるのかと感じました。

それから2点目ですけど、リテラシーのところが出てきたんですけども、これはみずほさんのところとも関連するんですが、みずほさんの資料で、真偽を見分ける自信というのが、10代が非常に高いという数字が出てきて、これは非常に面白いなと思ったんですけども。これはリテラシーが本当に高いので自信があるのか。いろんなリテラシー教育がなされていてリテラシーが本当に高いので自信があると考えているのか。それとも、そのリテラシーがまだ十分じゃないので、真偽を見分ける自信があると思っ込んでいるのかというのは非常に重要なところかと思いました。

ですから今後も10代について、フェイクニュースに対するその情報源、接する情報源について10代がどういう傾向があるのかとか、あとは取り組むべき主体として、10代は何を考えているのかということについて、世代別に詳しく見ていく必要があるんじゃないかと感じました。2点です。ありがとうございます。

【宍戸座長】 御指摘ありがとうございました。予定の時間でございますが、ほかに御

発言御希望はございますか。よろしいでしょうか。お気づきの点があれば、また事務局に御意見をこの後お寄せいただき、取りまとめに向けての議論に生かさせていただきたいと思えます。

それでは、事務局より連絡事項をお願いいたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 構成員の皆様におかれましては、本日も活発な御議論をありがとうございました。次回日程につきましては、別途調整、御案内の上、連絡いたします。

事務局からは以上でございます。

【宋戸座長】 ありがとうございます。これにて本日の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36回会合を終了とさせていただきます。本日は皆様お忙しい中、特に前半の、午前中のワーキンググループから引き続いての方にとりわけでございますけれども、御出席いただき、誠にありがとうございました。

これにて散会といたします。

以上