



第二次とりまとめ(案)の概要

2022年6月30日

事 務 局



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
- (3) 透明性・アカウントビリティ確保の重要性、枠組みの必要性とその方向性等

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

(3) 透明性・アカウンタビリティ確保の重要性、枠組みの必要性とその方向性等

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が近年大きく伸びており、SNS等のソーシャルメディアは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。今後、新たなサービスの登場も予想される場所である。
- 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」事案が発生したり、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。
- また、インターネット上の誹謗中傷への対策について、プラットフォーム事業者等の取組が十分か、また、その透明性・アカウントビリティが十分果たされているかを検証するために、2021年、当研究会において、日本国内でサービスを展開するプラットフォーム事業者等に対してモニタリングを実施し、プラットフォーム事業者等における自主的な誹謗中傷に関する対応状況と、それらの取組に関する透明性・アカウントビリティの確保状況の把握を図ったところ、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た。



- モニタリングの結果を踏まえ、2021年9月に公表した「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」(以下「中間とりまとめ」という。)では、個別の投稿の削除を義務づけることには極めて慎重であるべきとする一方、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ととりまとめられた。
- また、行政からの一定の関与の検討に際しては、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とされた。
- 上記の経緯を前提に2022年に実施したモニタリングの結果を踏まえ、プラットフォーム事業者の誹謗中傷対策に関する取組は十分か、また、その透明性・アカウントビリティは十分確保されているか。中間とりまとめ、緊急提言や政策パッケージを踏まえ、産学官民の取組は適切に進められているか。

- 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)SMAJ・(一社)SIA)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・アカウンタビリティの向上

- 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【定期的に開催中】
- 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・アカウンタビリティ確保方を促進し、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、2022年10月施行予定】
- 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、2022年10月施行予定】
- 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】

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＞

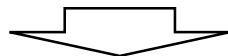
- ・我が国における透明性・アカウントビリティ確保が図られていない事業者に関しては、特に透明性・アカウントビリティ確保の取組を進めることが強く求められる。総務省はモニタリングと検証評価を継続的に行っていくことが必要

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

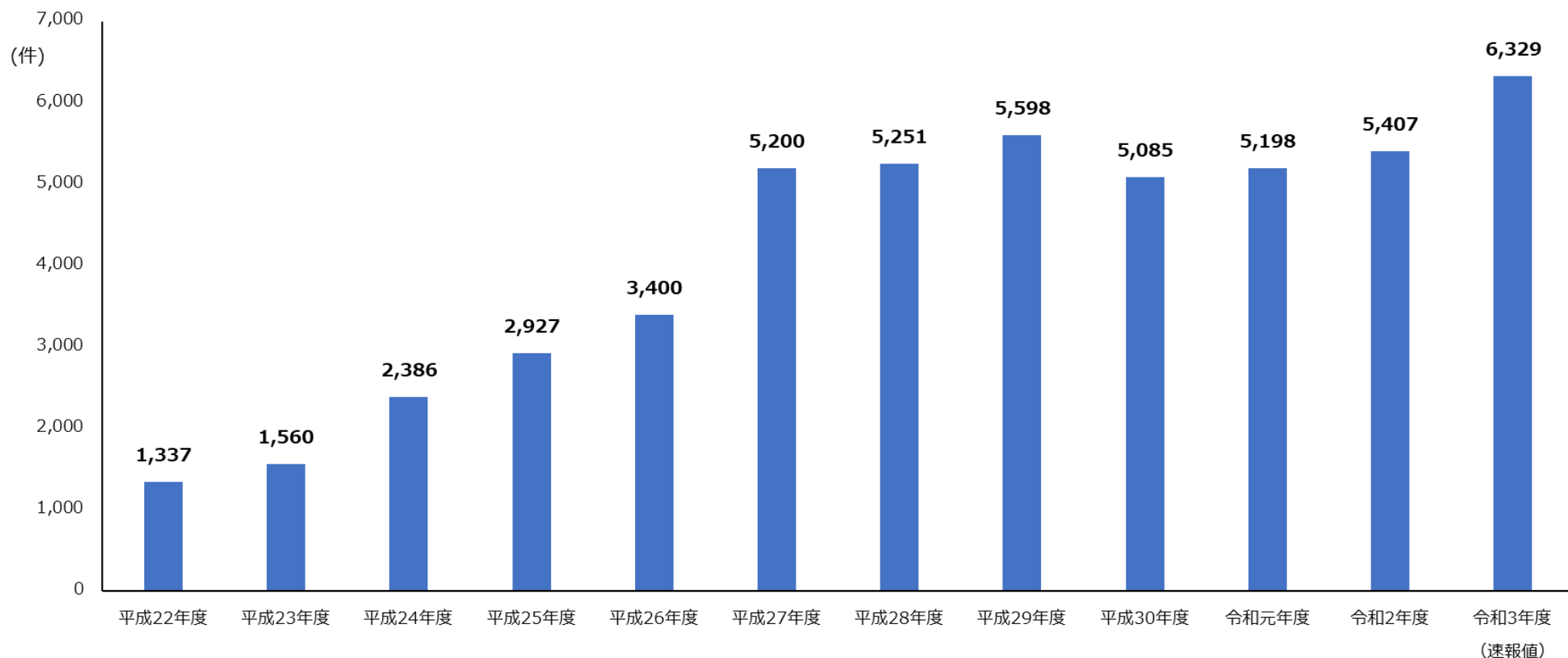


- ・プラットフォーム事業者による取り組みの透明性・アカウントビリティ確保について、次回以降のモニタリングにおいて、依然として事業者が自主的な報告を行わない場合や、我が国における透明性・アカウントビリティ確保が実質的に図られない場合には、透明性・アカウントビリティの確保方策に関する行動規範の策定及び遵守の求めや法的枠組みの導入等の行政からの一定の関与について、具体的に検討を行うことが必要
- ・①リスクベースアプローチ、②リスク分析・評価と結果公表、③適切な対応の実施と効果の公表、④継続的モニタリング、⑤データ提供、といった大枠としての共同規制的枠組みの構築を前提に検討を進めることが適当

違法・有害情報相談センターにおける相談件数の増加

- ・ 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増加傾向にあり、令和2年度の相談件数は、平成22年度の相談件数の約4倍に増加している。
- ・ 速報値であるものの、令和3年度の相談件数は、6,000件を上回った。

違法・有害情報相談センターにおける相談件数の推移 <平成22年度～令和3年度（速報値）>

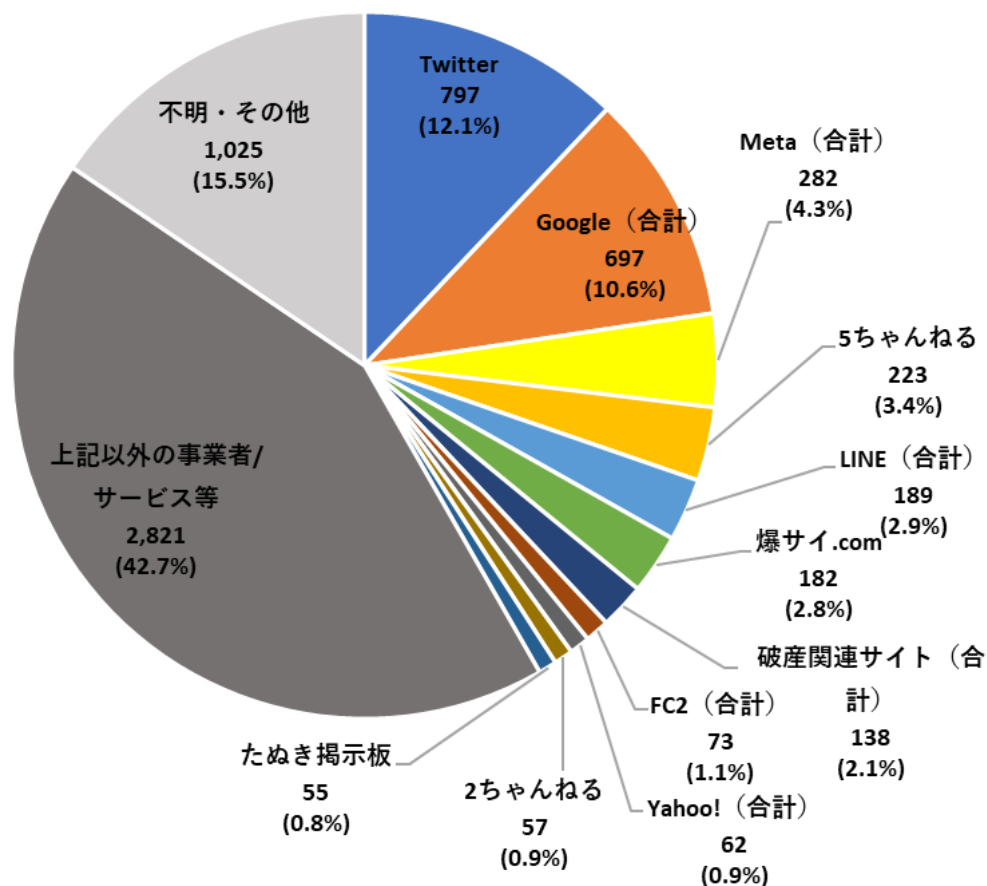




相談（作業）件数の内訳：事業者/サービス別（n=6,601）

<令和3年度（速報値）>

※相談（作業）件数 6,329件を対象



事業者/サービス名等		件数	割合
Twitter		797	12.1%
Google (合計)	検索	450	6.8%
	YouTube	112	1.7%
	map	108	1.6%
	その他	27	0.4%
Meta (合計)	instagram	216	3.3%
	facebook	66	1.0%
5ちゃんねる		223	3.4%
LINE(合計)	livedoorサービス	128	1.9%
	LINEアプリ内サービス	61	0.9%
爆サイ.com		182	2.8%
破産情報掲載関連サイト(合計)		138	2.1%
FC2(合計)		73	1.1%
Yahoo!(合計)	オークション	14	0.2%
	ニュース	13	0.2%
	知恵袋	12	0.2%
	検索	9	0.1%
	その他	14	0.2%
2ちゃんねる		57	0.9%
ためき掲示板		55	0.8%
上記以外の事業者/サービス等		2,821	42.7%
その他・不明		1,025	15.5%

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 作業件数につき、複数のサービスを回答する場合もあるため、作業件数と上記グラフの総計が一致しない。

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。

【インターネット上の人権侵害情報】法務省の人権擁護機関による削除要請と削除対応率 (サイト別)

番号	サイト名	(種別)	要請件数 ○+△+× =□(件)	削除合計 ○+△(件)		削除せず ×(件)	全部削除率 ○/□(率)	削除対応率 ○+△/□(率)
				全部削除 ○(件)	一部削除 △(件)			
1	F C 2	ブログ	31	31	29	2	93.55%	100.00%
2	2ちゃんねるブックマーク	掲示板のコピーサイト	19	19	18	1	94.74%	100.00%
3	爆サイ.com	掲示板	134	132	124	8	92.54%	98.51%
4	2ch勢いランキング	掲示板のコピーサイト	27	26	26	0	96.30%	96.30%
5	ログ速	掲示板のコピーサイト	21	20	20	0	95.24%	95.24%
6	Imgur	画像・動画の共有サイト	15	12	12	0	80.00%	80.00%
7	ライブドアブログ	ブログ	24	19	17	2	70.83%	79.17%
8	2ちゃんねる(2ch.sc)	掲示板	78	53	41	12	52.56%	67.95%
9	Yahoo!知恵袋	Q & A サイト	21	13	9	4	42.86%	61.90%
10	ホストラブ	掲示板	13	8	6	2	46.15%	61.54%
11	Twitter	S N S	86	29	24	5	27.91%	33.72%
12	5ちゃんねる	掲示板	80	21	17	4	21.25%	26.25%
13	YouTube	画像・動画の共有サイト	33	8	6	2	18.18%	24.24%
14	2ch2.net	掲示板	14	2	1	1	7.14%	14.29%
15	その他		577	425	403	22	69.84%	73.66%
	全体		1173	818	753	65	64.19%	69.74%

※ 件数は、個別のプロバイダ等に対する削除要請の件数であり、個別の投稿の件数ではない。通例は、同一の被害者について、特定のサイト等に複数の人権侵害性のある投稿がなされ、そのような複数の投稿について、まとめてプロバイダ等に削除要請を行うところ、このようなプロバイダ等1社に対する要請1回を1件としてカウントしたもの。このうち、全部が削除された場合を「全部削除」、一部が削除されたものを「一部削除」とし、その合計を要請件数で除した数値を削除対応率として示した。

※ 削除には、被害者や地方公共団体による削除依頼に基づく削除のほか、投稿者による自主的な削除もある。

※ 法務省の人権擁護機関による削除要請と削除との条件関係は、厳密に特定できるものではない。

※ 対象期間は、平成31年1月～令和3年10月。対象期間中に処理を終えた要請件数が10件以上のサイト名を掲げた（閉鎖が確認された破産者情報サイトを除く。）。

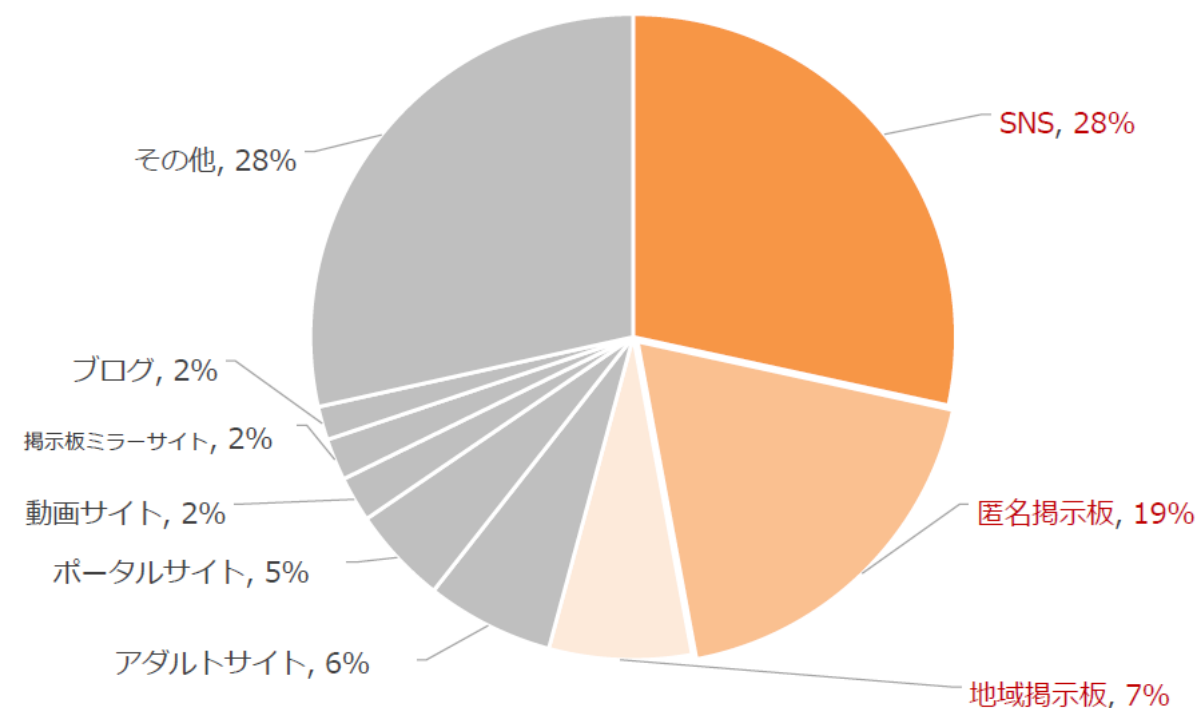


受領件数

期間 : 2021/1/1-12/31

受領件数は**2,859件 (1,516名)**。

サイトの属性では、**SNSが最多 (28%)**。次いで匿名掲示板 (19%)、地域掲示板 (7%)。サイト別では、大手短文投稿サイトが17%を占め、上位5サイトで全体の44%を占める。



サイト別 (上位5サイト)

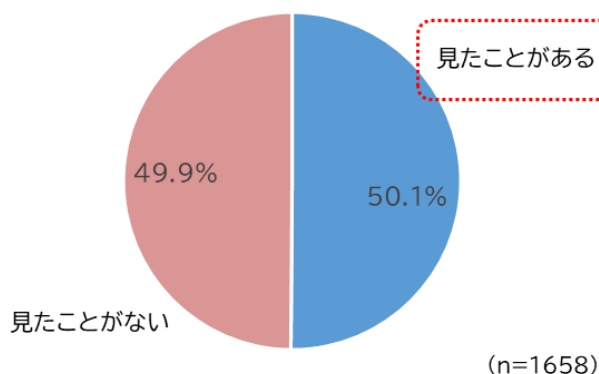
サイト	件数	割合
大手短文投稿サイト	484件	17%
匿名掲示板1	228件	8%
地域掲示板	204件	7%
匿名掲示板2	194件	7%
アダルトサイト	154件	5%
		44%

- 調査実施期間: 2022年3月16日(水)～3月18日(金)
- 調査方法: インターネットアンケート調査
- 調査対象: 日本国内の15歳から99歳までの男女
- 回答者数: 2,000名
- 回答割付: 回答者の性別・年代による回答に特定の傾向がある場合に、その影響を少なくするために、(均等割付でなく)インターネットの利用者の性別・年代別の分布に即して回答者数を割り付けた: 具体的には、1) 住民基本台帳人口(2021年1月1日付)の性別・年齢階級別人口に、通信利用動向調査(令和2年度)のインターネット利用率を掛け合わせてインターネット利用人口を算出。2) 回収総数を2,000人とし、算出したインターネット利用人口の構成比に基づいて、性別・年代別の回収数を割付

誹謗中傷等に関する投稿の目撃経験

Q あなたはインターネット上で次のような投稿を**見たこと**がありますか。以下の投稿について、それぞれ「見たことがある」又は「見たことがない」のいずれかでお答えください。(SA)

「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」

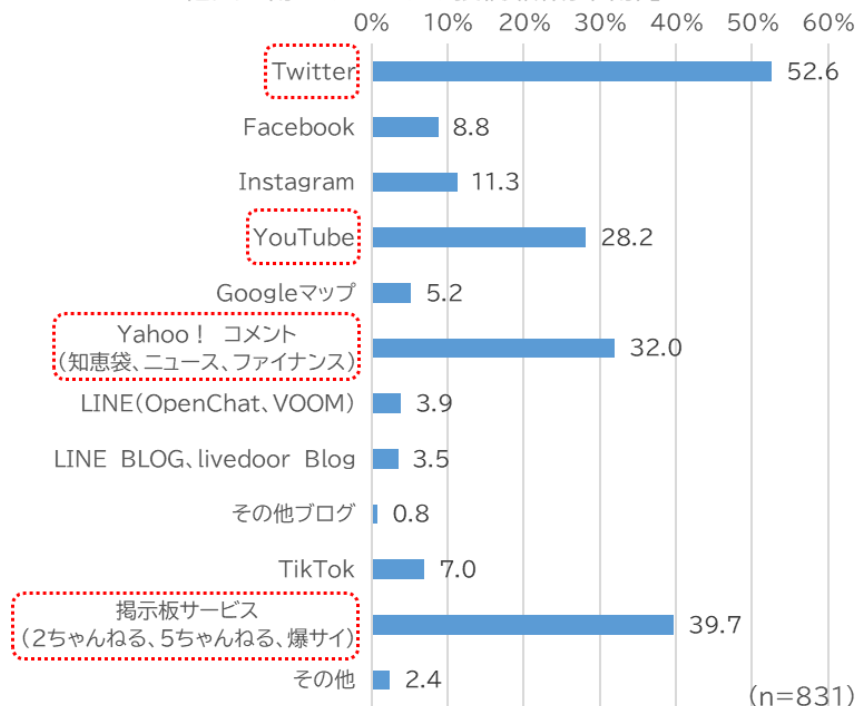


※ 過去1年間にいずれかのSNSなどのサービスを利用したと答えた回答者を抽出して集計

目撃した際のサービス

Q 前問で「見たことがある」と回答した投稿について、どのサービスで見ましたか。(MA)

「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」



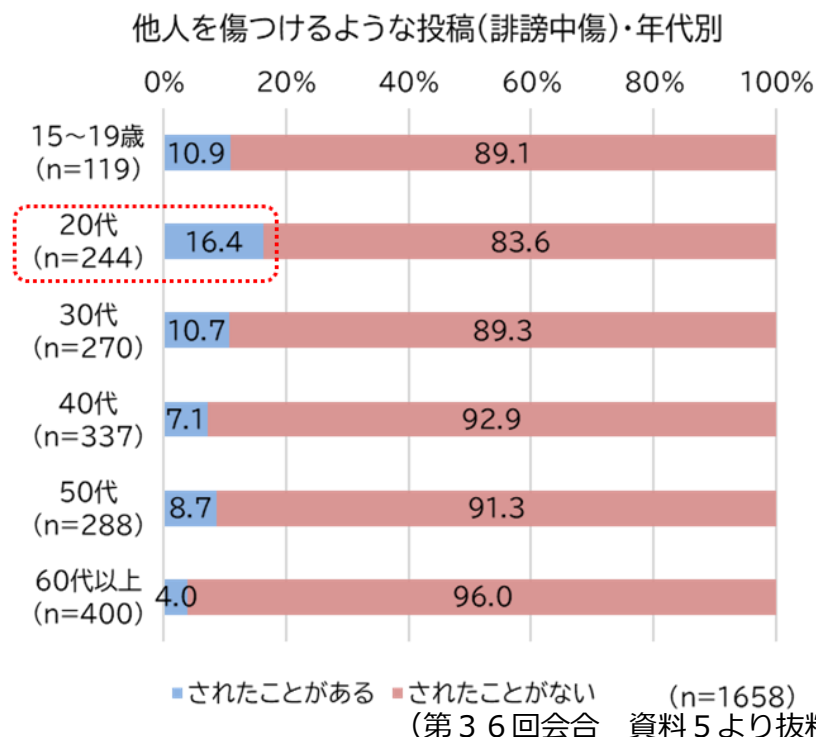
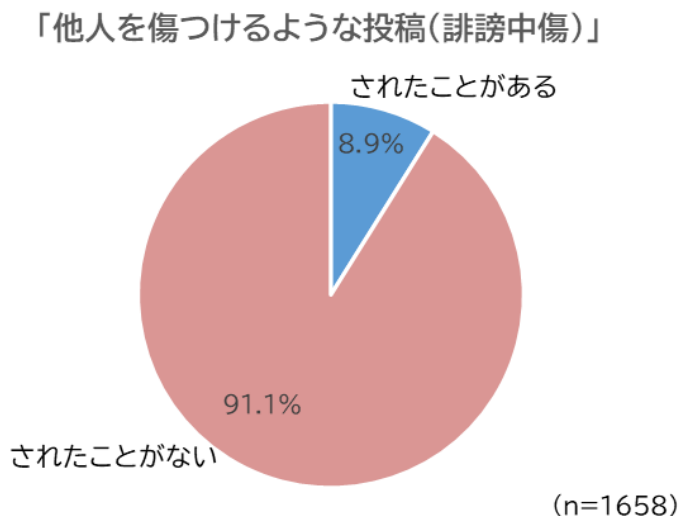
※「掲示板サービス」は、()内の各サービスでの目撃経験の合計。



- 調査実施期間: 2022年3月16日(水)～3月18日(金)
- 調査方法: インターネットアンケート調査
- 調査対象: 日本国内の15歳から99歳までの男女
- 回答者数: 2,000名
- 回答割付: 回答者の性別・年代による回答に特定の傾向がある場合に、その影響を少なくするために、(均等割付でなく)インターネットの利用者の性別・年代別の分布に即して回答者数を割り付けた: 具体的には、1) 住民基本台帳人口(2021年1月1日付)の性別・年齢階級別人口に、通信利用動向調査(令和2年度)のインターネット利用率を掛け合わせてインターネット利用人口を算出。2) 回収総数を2,000人とし、算出したインターネット利用人口の構成比に基づいて、性別・年代別の回収数を割付

誹謗中傷等に関する投稿の被害経験

Q あなたはインターネット上で次のような投稿を**されたこと**がありますか。以下の投稿について、「されたことがある」又は「されたことがない」のいずれかでお答えください。(SA)



※ 過去1年間にいずれかのSNSなどのサービスを利用したと答えた回答者を抽出して集計

<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】

- 総務省において2022年3月に「インターネットトラブル事例集（2022年版）」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、SMAJ、SIA）。
加えて、総務省において人気キャラクターを用いた動画、漫画等を作成し、誹謗中傷の加害者にならないための心得、誹謗中傷被害に遭ってしまった場合の対処方法等について、多様な手段で全国への周知を実施。

【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・アカウンタビリティの向上】

- 総務省・法務省・プラットフォーム事業者等において、法務省の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ァー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。



プロバイダ責任制限法の一部を改正する法律（概要）（令和4年10月1日施行予定）

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

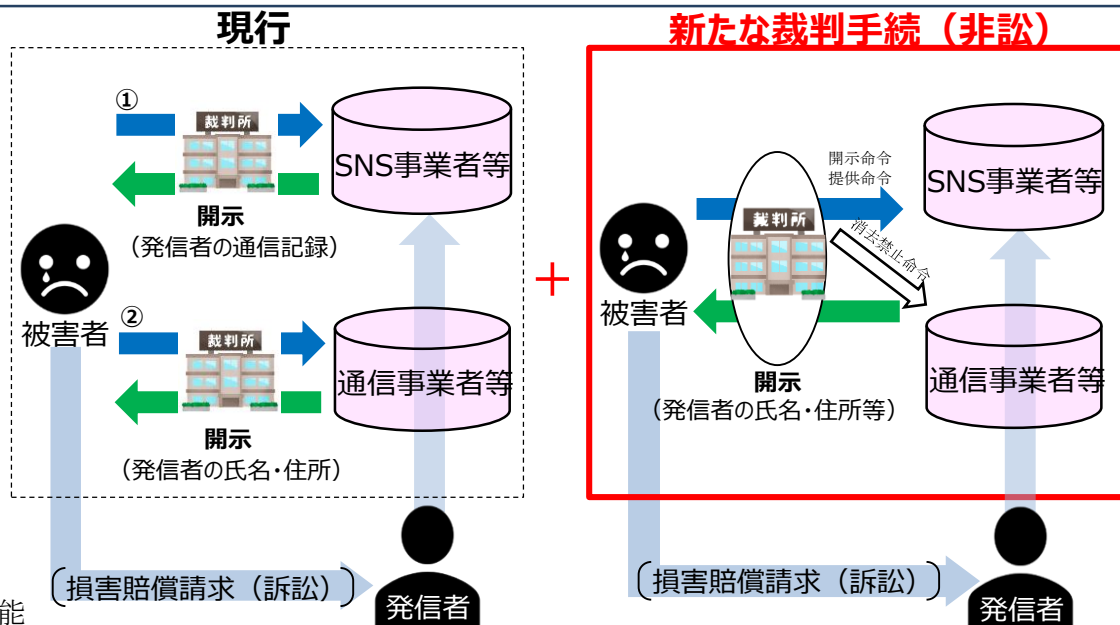
現行の手続では発信者の特定のため、2回の裁判手続※を経ることが一般的に必要。

※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

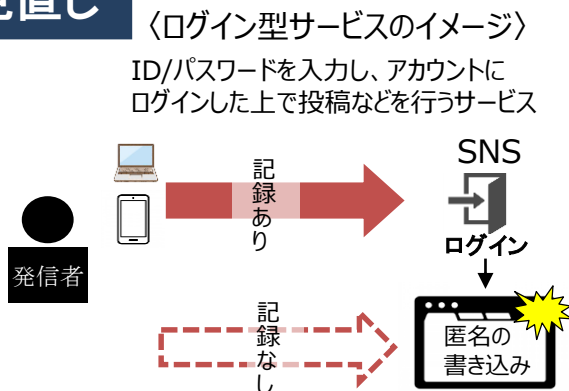


2. 開示請求を行うことができる範囲の見直し

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

（公布日：令和3年4月28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は、前回ヒアリング状況から一部進展が見られるものの、一部項目において、依然、透明性・アカウントビリティの確保が十分とは言えない状況。
- 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。ヤフーでは透明性レポートが新たに公表された。
- Googleは、我が国における定量的な削除件数等を一部新たに示し、透明性・アカウントビリティ確保に向けた施策に進展が見られる。一方、対応のための部署に関する情報や発信者情報開示に関する情報は明らかではない。
- Metaは、我が国における定量的な削除件数等を事後的に一部示し、透明性・アカウントビリティ確保に向けた施策に一定の進展が見られる。一方、対応のための部署に関する情報や発信者情報開示に関する情報は明らかではない。
- Twitterは、我が国における定量的なポリシー別の削除件数等を事後的に一部示し、透明性・アカウントビリティ確保に向けた施策に一定の進展が見られる。一方、対応のための部署に関する情報や発信者情報開示に関する情報は明らかではない。

主な項目の評価	ヤフー	Google	LINE	Meta	Twitter
誹謗中傷等に関するポリシー(1―③(i)(ii)関係)	◎	◎	◎	◎	◎
一般ユーザからの申告や削除要請に対応する部署・チームや日本国内の拠点・責任者(2―①③④関係)	◎	×	◎	×	×
削除等への苦情等に対する苦情受付態勢及び苦情処理のプロセス、件数(2―⑥⑦関係)	○	△	○	△	△
日本における削除要請件数や削除件数(3―①②③関係)	◎	○↑	◎	×〔○↑〕	×〔○↑〕
発信者情報開示の件数(4―①②関係)	◎	×	◎	×	×
取組の効果分析(5―②関係)	○	△	△	△	△
透明性レポートの公開(5―①関係)	◎↑	○	◎	△	○

→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

※2022年3月7日時点の評価 ↑：昨年からの進展 ()：事後提出情報を含む評価
◎：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



事業者名	回答を控えた理由及び今後の対応方針
ヤフー	<Yahoo!知恵袋> 4. (3) 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(ii)アカウントの停止数) 理由: 申告理由について、「偽情報」という切り口で件数をカウントしていないため。 対応方針: 対処すべき投稿がどのようなものを含め、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。 <Yahoo!ニュース> 4. (3) 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～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) 理由: 2022年3月にYahoo!ニュース コメントポリシーを改定したばかりであり、件数等定量データ収集中であるため。 コメントポリシー<https://news.yahoo.co.jp/info/comment-policy> コメントポリシーの改定<https://news.yahoo.co.jp/newshack/information/comment_policy_20220322.html?msckid=443a99f8a9bf11ec9a2f08d6d1a109ec> 対応方針: 来年度以降、回答準備を進めていく。
Google	<誹謗中傷> *2-4 一般ユーザからの申告や削除要請に対する部署・チームの規模・人数 及び部署・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 →日本の案件の審査と承認は、日本語話者だけではなく、さまざまな部署のグローバルなチームがそれぞれの専門性を持って対応しておりますため、日本の案件だけに従事する人間の数を正確にお示しすることができませんが、日本をカバーする人数は必要に応じて拡充していきます。 *3-3-2 (ii)主体的な削除以外の対応(非表示化やラベルの付与等)を行った件数 →このような取り組みの個別件数については、グローバルに開示しておりません。引き続きユーザーの安全を守るために、どのような仕組みが機能しているかについては、さまざまな形で開示しています。Google 検索について詳細は、How Search Works(Google 検索の仕組みを確認する) <https://www.google.com/intl/ja/search/howsearchworks/>をご覧ください。YouTube についての詳細は、How YouTube Works (YouTube の仕組みとは) <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/>をご覧ください。Google マップについての詳細は、Google のクチコミの仕組みについてのブログ <https://japan.googleblog.com/2022/02/google.html>をご覧ください。 *4-1 発信者情報開示請求を受けた件数 (i)裁判上の開示請求件数、(ii)裁判外の開示請求件数 および *4-2 開示を行った件数 (i)裁判上の開示件数、(ii)裁判外の開示件数 →政府からの情報開示リクエストに対して、Google がどのような対応をとったかについて透明性を持たせることを主目的としている弊社の透明性レポートでは、その目的に沿って裁判所を含む政府機関(民事訴訟を除く)におけるユーザー情報の開示についてのデータのみ提供しております。 <フェイクニュース> *4-(2)-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 →日本の案件の審査と承認は、日本語話者だけではなく、さまざまな部署のグローバルなチームがそれぞれの専門性を持って対応しておりますため、日本の案件だけに従事する人間の数を正確にお示しすることができませんが、日本をカバーする人数は必要に応じて拡充していきます。 *4-(3)-2-ii →何ををもって「日本」のアカウントとするかは、技術的な課題がございます。弊社は、継続して利用可能な情報を拡大しますが、正確さとデータの妥当性には最大限の注意を払って行います。



(参考)プラットフォーム事業者による対応のモニタリング結果(2022年)
「回答を控えた理由」及び「今後の対応方針」(2/2)

19

事業者名	回答を控えた理由及び今後の対応方針
LINE	偽情報・フェイクニュース対策のヒアリングにおける質問6-④「日本におけるファクトチェック推進に向けた取組」について、 「回答を控えた理由」 当初設問には「6-④」が無かったところ、他方「6-⑤」において特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ(FIJ)に正会員として参加し、日本におけるファクトチェック推進に寄与している旨既往回答済みであったことから、凡そ同様の趣旨の回答となることによる重複を避けた方が良いものと判断させて頂いたため。 「今後の対応方針」 政府や関係団体等と連携して、日本におけるファクトチェック推進に向けた検討を進める。
Meta	・誤情報は、弊社のコミュニティ規定上の他のタイプの言論とは異なり、該当する内容の包括的なリストがありえないことに留意する必要があります。 ・ポリシーで単に「誤情報」を禁止したとしても、弊社のサービスの利用者にとって有益な通知にはなりませんし、弊社は全ての情報を知り得るわけではないので、そのようなポリシーを行使することもできません。 ・このため、弊社のポリシーでは、誤情報をさまざまなカテゴリーに分類し、そのような言動を確認したときにどのように扱うかについて明確な指針を示すよう努めています。 ・また弊社は、新型コロナウイルス感染症に関連する誤情報については、日本における措置件数を具体的に示しています。 ・弊社は、今後も外部のステークホルダーと協力し、ポリシーの構築と実施、そして誤情報に対応するための投資を続けて参ります。
Twitter	・日本における誹謗中傷や偽情報に関するデータについては、2022年5月11日に提供いたしました。 ・削除要請等に対応する部者の規模や拠点について、社員の安全面等を考慮し、会社の方針として個別具体の部署の人数は(今回の当該部署に限らず)公表しておりません。また拠点についても、セキュリティの観点から公表しておりません。



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 (2022年) 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) (i)で挙げた行為に対して取り得る対応【★】
- ④ ポリシー等の見直し状況及び外部レビューの有無とそのタイミング

2. 削除申告等の受付・審査のプロセス

- ① (i)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【★】
(ii)主体的な誹謗中傷等の情報の検知態勢
- ② 申立時における申立者への通知の有無
- ③ 申立てに対するポリシー違反等の審査プロセス、案件ごとの優先度の決定方法【★】
- 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・人数及び部署・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 (i)対応決定時の申立者への通知の有無とその理由説明内容
(ii)対応決定時の対象となる情報の発信者への通知の有無とその理由説明内容及び異議申立て方法の案内の有無
- ⑥ 削除等への異議申立や問い合わせに対する受付態勢及び処理プロセス【★】
- ⑦ ⑥の異議申立・問い合わせ件数【★】
- ⑧ 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. 削除等の対応の実施状況及び機能上の工夫

- 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
(i)削除件数【★】、(ii)削除以外の対応件数【★】、
(iii)対応を行わなかった件数、
(iv)削除までの平均時間及び/又は削除対象の閲覧数の抑制程度
- ③ (i)主体的な削除件数(AIを用いた自動検知機能の活用【★】)
(ii)主体的な削除以外の対応件数、
(iii)主体的な対応までの平均時間及び/又は対象情報の閲覧数の抑制程度
- ④ 誹謗中傷等個人の権利侵害を防止・低減するためのサービス上の機能の工夫(特に炎上対策)

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(裁判上/訴外)【★】
- ② 開示を行った件数(裁判上/訴外)【★】

5. 情報分析・公開

- ① 透明性レポートの公開、日本語で閲覧可能か【★】
- ② 取組の効果分析【★】
- ③ 誹謗中傷等の流通状況に関する分析・調査及びユーザに与える影響の分析・調査
- ④ 研究者への情報提供、利用条件

6. その他の取組

- ① 普及啓発
- ② 誹謗中傷以外にポリシーで禁止又は制限される情報・行為
- ③ 意見・補足



- PF事業者による誹謗中傷等の情報への対応に係る透明性・アカウントビリティの確保が図られているかについて、対応に係る各プロセスにおいて数値等の公開の有無を検証する。

<主なモニタリング項目>

1. サービス概要とポリシー策定状況

- ・ 他人を傷つける情報や行為に関するポリシーでの禁止・制限の設定状況

2. 削除申告等の受付・審査の体制及びプロセス

- ・ 端緒となる投稿の申告・探知の件数等
- ・ 対応のプロセス、審査基準
- ・ 対応の体制
- ・ 削除等の理由の説明の有無等

3. 削除等の対応の実施状況及び機能上の工夫

- ・ 削除された投稿の件数等

4. プロバイダ責任制限法に基づく請求への対応

- ・ PFによる発信者情報の開示件数

5. 取組の情報分析・公開

- ・ 一連の対応に係る数値等の公表の有無
- ・ PF内の対応や体制に係る公表の有無

<PF事業者による対応のフロー(イメージ)>

同意・
利用開始

- ・ PFは自らのサービス利用に関するポリシー・利用規約をあらかじめ策定。
- ・ 全てのユーザはポリシー等に同意して利用を開始。

投稿

- ・ 発信者が誹謗中傷などの情報をPFのサービス上に投稿

申告・検知

- ・ 被害者が発信者の投稿をポリシー等に反する情報として申告・削除要請
- ・ 又は、PFが主体的にポリシーに反する情報を検知

審査・決定

- ・ 申告・要請の対象となった情報が、ポリシー等に反しているか審査
- ・ コンテンツモデレーションの実施の有無を決定

通知・
異議申立て

- ・ 実施に関する通知(申立人・発信者)や異議申立ての受け付け

削除等

- ・ 当該情報や発信者に対するモデレーション(投稿の削除、ラベルの付与、アカウント停止等)

一部の投稿は
裁判手続きでの
解決に移行

<裁判手続きによる課題解決のフロー>

発信者
情報開示

- ・ 被害者がPFによる任意での発信者情報の開示を請求
- ・ 裁判手続きによる開示

訴訟等

- ・ 開示された情報に基づき、被害者が発信者に対して損害賠償請求等

結果の公表

- ・ 一連の対応結果や体制に関する透明性レポートの公表等

【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)】

- 2022年4月、欧州委員会、欧州議会、欧州理事会はDigital Services Act (DSA)について暫定的政治合意に至った。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：

- ・ 利用者向け連絡窓口の設置、ダークパターンの禁止、未成年者に配慮した機能・デザイン 等
- ・ わかりやすい利用規約（要約の作成を含む）、サービス提供国の言語による作成 等
- ・ 違法コンテンツ仲介に関する免責条件、異議申し立ての機会の確保、一般モニタリング義務の解除 等
- ・ 透明性報告義務（違法コンテンツの通知件数・削除件数（国・地域別の内訳）、異議申立件数等）、連絡窓口・国内法定代理人の設置 等

② ホスティング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、違法コンテンツへ対応に関する理由の通知、刑事犯罪の疑いの当局への通知、コンテンツの無効化又は削除 等

③ オンライン・プラットフォームの義務：

異議申し立ての対象拡大、障害者への配慮、取引事業者の追跡、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、特別カテゴリー情報（性的指向、宗教、民族性など）を用いたターゲティング、未成年に対するターゲティングの禁止 等

④ 超大規模オンライン・プラットフォーム（検索エンジンを含む）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、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、ディープフェイクの通知義務、手数料 等

- 各加盟国はDSAの執行責任者であるデジタルサービス調整官を設置。前年度の総売上高の最大6%の罰金等を科すことが可能。

【英国におけるOnline Safety Bill】

- 2022年3月に「Online Safety Bill」が提出された。①プラットフォーム事業者に対する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し、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Ofcomが実施し、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・提示することを内容とする。
- 注意義務としては、自社サービスに関するリスク評価や表現の自由とプライバシーへの配慮、透明性確保などがある。

【ドイツにおけるネットワーク執行法】

- 2017年10月に「ネットワーク執行法」が発効した。利用者数200万人以上のプラットフォーム事業者は、違反報告数、削除件数、違法投稿防止のための取組、社内体制等に関する透明性レポートを半年に一度公開する義務を負う。2021年の改正では、異議申立の機会の確保に関する規定と異議申立件数に関する透明性確保義務や、公共目的の研究者に対するデータ提供に関する規定が追加された。

【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・ヘイトスピーチへの対処を目的に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。
- プラットフォーム事業者による恣意的なユーザ投稿の削除等への懸念、プラットフォーム事業者による投稿の削除等の不足と広範な免責への懸念の両面から議論が高まっており、議会に透明性確保に関する法案等が提出されているが、具体的な審議については、大きな動きは見られない。

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。近日は、主に海外において国家が主体となる偽情報の流布の事例が見られるとの指摘もある。
- 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。
- また、インターネット上の偽情報への対策について、プラットフォーム事業者等の取組が十分か、また、その透明性・アカウントビリティが十分果たされているかを検証するために、2021年、当研究会において、日本国内におけるプラットフォーム事業者等に対してモニタリングを実施し、プラットフォーム事業者等における自主的な偽情報に関する対応状況と、それらの取組に関する透明性・アカウントビリティの確保状況の把握を図ったところ、プラットフォーム事業者の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の取組の進捗は限定的であった。
- モニタリングの結果を踏まえ、2021年9月に中間とりまとめを公表し、個別の投稿の削除を義務づけることには、より一層極めて慎重であるべきとする一方で、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とされた。
- 偽情報対策について、プラットフォーム事業者の取組は十分か。2021年の中間とりまとめなどを踏まえ、産学官民の取組は適切に進められているか。

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間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

【日本における偽情報の流通状況や発信・拡散傾向】

- みずほリサーチ&テクノロジーズが2022年2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。
くみずほリサーチ&テクノロジーズ発表（第36回会合）>
- 2022年2月の調査によると、偽情報関連用語の認知度は、「フェイクニュース」（94.6%）、「ディープフェイク」（58.1%）、「ファクトチェック」（46.4%）であるが、過去調査（3期分）から時系列に比較するといずれの用語も認知度は上昇。
- 「インターネット上のメディア（SNSやブログなど）」において偽情報を見かける頻度（週1回以上）は31.1%（去年比10.1ポイント増）、インターネット以外のメディア（テレビや新聞など）においては26.9%（去年比6.9ポイント増）、「まとめサイト（例：2ちゃんねる・5ちゃんねるまとめブログ、●●速報など）」においては39%。
- 偽情報対策に取り組むべき主体として期待されるのは、「報道機関、放送局、ジャーナリスト」（48.2%）、「個人（信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上）」（42.8%）、「政府機関」（42.2%）、「ソーシャルメディアサービスを提供している事業者」（34.1%）、「インターネット検索サービス事業者」（25.6%）、「わからない・誰でもよい」（12.5%）の順に多い結果となった。
- 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・サービスは、「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」（38%）、「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（35.7%）、「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（31.5%）、世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信（22.2%）、新聞（新聞・ウェブサイトなど）（18.5%）の順に多い結果となった。

<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】

- 2022年3月に「Disinformation対策フォーラム」の報告書が公表された。（事務局：一般社団法人セーファーインターネット協会）。中間とりまとめまでの①フェイクニュースを巡る実態・最新の研究成果、②事業者における取組、③関連団体における取組に加え、ファクトチェック推進のあり方とリテラシー向上のあり方を中心に、民間部門の自主的かつ実効的な取組の方向性等に関する議論をとりまとめた。

【2. ファクトチェックの推進】

- 「ファクトチェックイニシアティブ（FII）」が設置した特設サイトを通じて、新型コロナウイルスやウクライナ侵攻に関するメディア等によるファクトチェック結果を一覧で表示しており、一部ニュースサイトなどにおいてリンクが掲出されている。
- 「Disinformation対策フォーラム」報告書では、ファクトチェックに関してさらなる取組を進めるにあたっての留意点（ファクトチェックを行う目的の明確化と表現の自由の尊重や、ファクトチェック結果をいかに拡散するかということや、国際ファクトチェックネットワーク（IFCN）との整合性）や、限られたリソースを効果的に用いるために踏まえるべき点（ファクトチェックの総合的な実施、対象分野・案件の選定、中立性と公平性の担保等）について整理されている。

【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。
- 東京大学鳥海不二夫研究室、TDAI Lab、日本放送協会では、ネット上の盛り上がりには留意が必要なニュースに注意喚起のマークの掲出や、意見の分断状況や少数者による拡散状況の可視化などを行う「公共放送コンテンツのオンライン配信を通じた健全な情報空間の形成に関する共同研究」を社会実証として実施している。

<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】

- 総務省では、「インターネットトラブル事例集（2022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。また、欧州をはじめとするリテラシーに係る海外政策動向の調査等を踏まえ、関連有識者の参画を得つつ、偽・誤情報に関する啓発教育教材「インターネットとの向き合い方～ニセ・誤情報に騙されないために～」を作成・公表した。

【5. 研究開発の推進】

- 諸外国では、ディープフェイク検出技術の公募コンテストを含む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。我が国においても、2020年に採択された科学技術振興機構（JST）の「インフォデミックを克服するソーシャル情報基盤技術」（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）において、フェイクメディアの判別と改ざん領域の推定を行う手法を開発。民間企業（株式会社Spectee）においても、SNS上の災害発生情報の可視化サービスの一環として、過去のデマ情報を基に学習したAIを用いて、自然言語解析や画像解析が実施されている。

【6. 国際的な対話の深化】

- 二国間協議の関係では、日EU・ICT政策対話、日EU・ICT戦略ワークショップ、インターネットエコノミーに関する日米政策協力対話、日独ICT政策対話、日仏ICT政策協議などにおいて、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）」に関する政策動向について発表し、意見交換を実施。また、日EUデジタルパートナーシップを通じた協力も検討されている。
- 多国間協議の関係では、2022年4月の「未来のインターネットに関する宣言」において、違法・有害情報対策における人権及び基本的自由の保護が確認され、同年5月のG7デジタル大臣会合において、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、該当するポリシーごとに確保することを求める方針が確認された。



(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（2022年）

30

- プラットフォーム事業者の偽情報への対応については、一部で進展が見られるものの、取組状況及び透明性・アカウントビリティ確保の進展は限定的。多様なステークホルダーによる協力関係の構築、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」など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)	・ヤフー(ニュース及び知恵袋)は偽情報を直接禁止するポリシーを設定。対応件数等は一部公開 ・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 ・Meta及び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おり、我が国における削除件数等について、ヒアリングの事後に一部公開
利用者情報を活用した情報配信への対応(5. 関係)	・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、一定の対応を実施 ・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、ヤフー及びGoogleにおいて、政治広告に関する行動ターゲティングを制限
ファクトチェックの推進(6. 関係)	・ヤフーやGoogle、LINEなど一部のプラットフォーム事業者において、ファクトチェック結果のまとめの掲出や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、資金提供等の取組が開始されている ・Meta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 ・Twitterでは、特定の投稿にユーザが文脈を追加できるBirdwatch機能を試行予定。
情報発信者側における信頼性確保の方策の検討(9. 関係)	・「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やウクライナ侵攻関係の情報について、信頼性のあるニュースメディアやファクトチェック機関、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を実施 ・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)	・すべての事業者において、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 ・ヤフーでは、不確かな情報に惑わされないための「Yahoo!ニュース健診」を提供。
研究開発の推進(8. 関係)	・Google、Meta、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」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	<Yahoo!知恵袋> 4. (3) 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(ii)アカウントの停止数) 理由: 申告理由について、「偽情報」という切り口で件数をカウントしていないため。 対応方針: 対処すべき投稿がどのようなものを含め、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。 <Yahoo!ニュース> 4. (3) 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～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) 理由: 2022年3月にYahoo!ニュース コメントポリシーを改定したばかりであり、件数等定量データ収集中であるため。 コメントポリシー<https://news.yahoo.co.jp/info/comment-policy> コメントポリシーの改定<https://news.yahoo.co.jp/newshack/information/comment_policy_20220322.html?msckid=443a99f8a9bf11ec9a2f08d6d1a109ec> 対応方針: 来年度以降、回答準備を進めていく。
Google	<誹謗中傷> *2-4 一般ユーザからの申告や削除要請に対する部署・チームの規模・人数 及び部署・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 →日本の案件の審査と承認は、日本語話者だけではなく、さまざまな部署のグローバルなチームがそれぞれの専門性を持って対応しておりますため、日本の案件だけに従事する人間の数を正確にお示しすることができませんが、日本をカバーする人数は必要に応じて拡充していきます。 *3-3-2 (ii)主体的な削除以外の対応(非表示化やラベルの付与等)を行った件数 →このような取り組みの個別件数については、グローバルに開示しておりません。引き続きユーザーの安全を守るために、どのような仕組みが機能しているかについては、さまざまな形で開示しています。Google 検索について詳細は、How Search Works(Google 検索の仕組みを確認する) <https://www.google.com/intl/ja/search/howsearchworks/>をご覧ください。YouTube についての詳細は、How YouTube Works (YouTube の仕組みとは) <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/>をご覧ください。Google マップについての詳細は、Google のクチコミの仕組みについてのブログ <https://japan.googleblog.com/2022/02/google.html>をご覧ください。 *4-1 発信者情報開示請求を受けた件数 (i)裁判上の開示請求件数、(ii)裁判外の開示請求件数 および *4-2 開示を行った件数 (i)裁判上の開示件数、(ii)裁判外の開示件数 →政府からの情報開示リクエストに対して、Google がどのような対応をとったかについて透明性を持たせることを主目的としている弊社の透明性レポートでは、その目的に沿って裁判所を含む政府機関(民事訴訟を除く)におけるユーザー情報の開示についてのデータのみ提供しております。 <フェイクニュース> *4-(2)-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 →日本の案件の審査と承認は、日本語話者だけではなく、さまざまな部署のグローバルなチームがそれぞれの専門性を持って対応しておりますため、日本の案件だけに従事する人間の数を正確にお示しすることができませんが、日本をカバーする人数は必要に応じて拡充していきます。 *4-(3)-2-ii →何ををもって「日本」のアカウントとするかは、技術的な課題がございます。弊社は、継続して利用可能な情報を拡大しますが、正確さとデータの妥当性には最大限の注意を払って行います。



事業者名	回答を控えた理由及び今後の対応方針
LINE	偽情報・フェイクニュース対策のヒアリングにおける質問6-④「日本におけるファクトチェック推進に向けた取組」について、 「回答を控えた理由」 当初設問には「6-④」が無かったところ、他方「6-⑤」において特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ(FIJ)に正会員として参加し、日本におけるファクトチェック推進に寄与している旨既往回答済みであったことから、凡そ同様の趣旨の回答となることによる重複を避けた方が良いものと判断させて頂いたため。 「今後の対応方針」 政府や関係団体等と連携して、日本におけるファクトチェック推進に向けた検討を進める。
Meta	・誤情報は、弊社のコミュニティ規定上の他のタイプの言論とは異なり、該当する内容の包括的なリストがありえないことに留意する必要があります。 ・ポリシーで単に「誤情報」を禁止したとしても、弊社のサービスの利用者にとって有益な通知にはなりませんし、弊社は全ての情報を知り得るわけではないので、そのようなポリシーを行使することもできません。 ・このため、弊社のポリシーでは、誤情報をさまざまなカテゴリーに分類し、そのような言動を確認したときにどのように扱うかについて明確な指針を示すよう努めています。 ・また弊社は、新型コロナウイルス感染症に関連する誤情報については、日本における措置件数を具体的に示しています。 ・弊社は、今後も外部のステークホルダーと協力し、ポリシーの構築と実施、そして誤情報に対応するための投資を続けて参ります。
Twitter	・日本における誹謗中傷や偽情報に関するデータについては、2022年5月11日に提供いたしました。 ・削除要請等に対応する部者の規模や拠点について、社員の安全面等を考慮し、会社の方針として個別具体の部署の人数は(今回の当該部署に限らず)公表しておりません。また拠点についても、セキュリティの観点から公表しておりません。



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（2022年） 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 グローバル・日本における偽情報等の発生・拡散状況、結果の分析・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 Disinformation対策フォーラムなどの産学官民の協力関係の構築
- ② 多様なステークホルダーによる協力関係の構築に向けての具体的な役割
- 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 ポリシー等の見直し状況及び外部レビューの有無とそのタイミング

(2) 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

(3) 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

(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 日本におけるファクトチェック推進に向けた取組
- ⑤ 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 他の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。（ア）自由で公正な選挙の促進、（イ）メディアの自由の強化、（ウ）偽情報への対抗措置の3つの柱により構成される。
- （ア）自由で公正な選挙の促進については、政治広告の透明性とターゲティングに関するEU規則案（2023年4月発効予定）、（イ）メディアの自由の強化については、欧州メディア自由法案（2022年第3四半期採択予定）に関する議論が進められている。
- （ウ）偽情報への対抗措置については、2018年に策定・公表されていた「偽情報に関する行動規範」が、2021年5月に公表された「行動規範を強化するためのガイダンス」において述べられた、新型コロナウイルス感染拡大に関する教訓を踏まえることや参加者の拡大、偽情報に対する広告出稿の抑制、ユーザの啓発（リテラシー向上や偽情報コンテンツに触れたユーザへの警告）、ファクトチェックコミュニティの強化と連携の推進の必要性を踏まえ、署名者の拡大（広告業界やファクトチェック機関の追加）と内容の拡充（偽アカウント・ボット・ディープフェイクへの対応、ファクトチェックの拡大、政治広告の透明性確保、研究者へのデータアクセスの拡大等）が議論され、2022年6月に署名された。

【米国等諸外国におけるファクトチェック団体・ファクトチェック支援団体の動向】

- 自らファクトチェックを行うファクトチェック団体の数は世界的に増加傾向にある。代表的なファクトチェック団体では、メディアやプラットフォーム事業者との連携のもと、寄付や助成金、Metaからの作業委託費等を収入源に、十数名～最大30名弱程度の規模で運営されている。ファクトチェック活動の推進等を行うファクトチェック関連団体について、IFCNも、各プラットフォーム事業者からの拠出金で運営されている。

3. 今後の取組の方向性



0. 前提となる実態の継続的な把握

- ・違法有害情報対策の前提として、プラットフォーム事業者は、自社サービス上の違法・有害情報の流通に関する実態把握とリスク評価を行うことが必要
- ・総務省も、相談機関等における相談件数や内容の傾向、目撃経験や被害経験に関するユーザ調査等を通じた継続的なマクロな実態把握が必要。

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、青少年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。普及啓発の実施にあたっては、目標の設定と効果分析の実施が重要。
- ・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。法務省の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、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と枠組みの必要性＞

- ・プラットフォーム事業者は、投稿の削除等に関して透明性・アカウントビリティの確保を国際的な議論も踏まえて果たすことが必要。前回ヒアリング状況から一部進展が見られるものの、一部項目において、依然、透明性・アカウントビリティの確保が十分とは言えない状況であった。

3. 発信者情報開示に関する取組

- ・2022年10月の法施行に向け、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、相談機関間の連携と窓口の周知の強化とともに、引き続き着実な相談対応を実施することが必要

- ・我が国におけるプラットフォーム事業者による投稿削除等に係る体制確保や運用状況等の透明性・アカウントビリティ確保に向けて、総務省は、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、速やかに具体化することが必要。
- ・具体化にあたっては、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。対応状況の分析・評価を継続的に行うことが必要。

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

- ・我が国における偽情報の流通状況が明らかになっているとは言えないことから、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」等の産学官民の連携の場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、偽情報へのポリシーの設定とそれに基づく運用を適切に行い、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たさらなる取組が期待される
- ・「Disinformation対策フォーラム」報告書を踏まえた1ファクトチェックを持続的かつ総合的に行う主体についての具体的検討が進められることが望ましい
- ・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間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、総務省が開発した啓発教育教材を活用することを含め、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



・総務省は、違法・有害情報となる偽情報に関するプラットフォーム事業者の取組状況について、先述の違法・有害情報対策に関する記載内容を踏まえて、偽情報への対応に関する透明性・アカウントビリティの確保に向けて、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を具体的に検討することが必要。また、流通状況に関する実態把握と取組に関するモニタリング手法を検討しつつ継続すること必要。

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

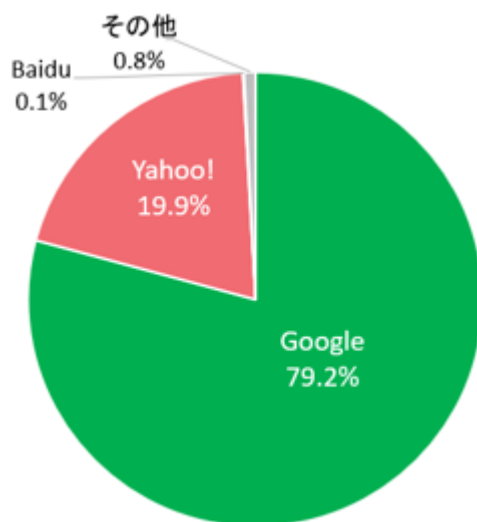
- (1) モニタリングの概要
- (2) モニタリング結果

3. 今後の取組の方向性

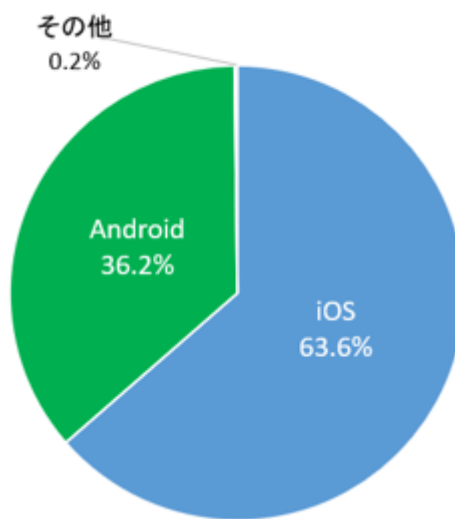
- (1) 利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた論点
- (2) 今後の取組の方向性

- 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。
- これらの情報を踏まえ、プロファイリングやその結果を踏まえたレコメンデーションが幅広く行われることにより、利用者の利便性が高まる一方、知らないうちにその結果に利用者が影響される可能性も高まっている。
- 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。

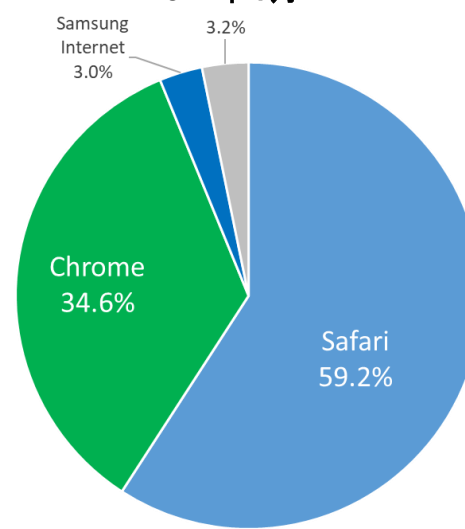
モバイル検索エンジンシェア(日本)
2022年4月



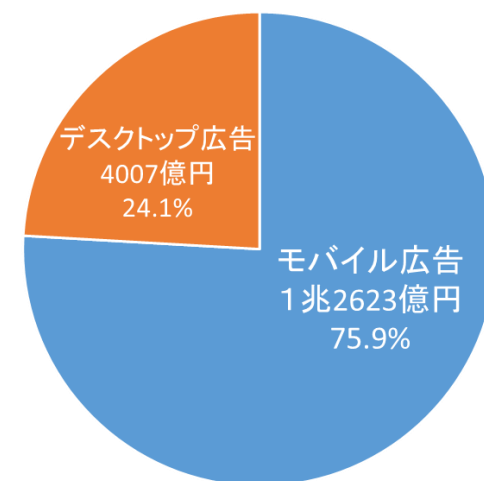
モバイルOSシェア(日本)
2021年4月



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や利用者が各アプリのアクセス可能なデータを設定できるダッシュボード機能等も導入されている。また、アプリがカメラやマイクを使用した際にステータスバーに表示する機能、位置情報に関して大まかな位置を提供する機能等も導入されている。

【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。ウェブサイトに設置された情報収集モジュールやタグにより、訪問先のウェブサイトとは異なるドメインへのアクセス（HTTPリクエスト）が発生する場合が多く見られる。
- 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を発表し、ブラウザにより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。Chromeで初期トライアルを実施。2022年1月に、FLoCに代えて新たにTopicsを推進すると発表。Topicsはブラウザ上でユーザの関心の高いトピックをウェブ閲覧履歴等に基づき選択、広告配信主はその利用者に割り当てられたトピックをターゲティングに活用できる。現在、Chromeにおいて、Topicsのオリジントライアルを開始している。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】

- グローバルなプラットフォーム事業者によるクロスサイトトラッキング等を規制する方向の動きを踏まえ、オンライン広告市場におけるアドテック企業やパブリッシャーが様々な対応を検討する動きが見られる。
- 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。
- Unified ID2.0（メールアドレスハッシュ化）により利用者の一定の関与の下にクロスサイトトラッキング等を実現しようとする動きもある。フィンガープリント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等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の見直しや個人関連情報の第三者提供規制の追加等の改正が行われ、令和3年改正と合わせ令和4年4月に施行された。
- 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の見直しを行い、令和4年4月に施行された。その際、個人情報保護委員会と総務省の共管となった。

【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。人気アプリは直近とりまとめられたSPOIXにおいて、Android、iOSともに初めて100%に達した。なお、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は人気アプリよりも低い傾向にある。）

【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等を推進。

【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されている。位置情報はプライバシーの中でも保護の必要性の高い情報であるが、移動体端末から直接取得される位置情報だけでなく、他の色々な手段や情報からも位置情報が取得できるようになってきている。

【LBMA】

- スマートデバイス利用者のプライバシーに配慮し位置情報等の健全で持続可能なデータの利活用を促進する観点から、「デバイスロケーションデータ」の利活用に関するガイドライン（A. 原則、B. 規程）を作成している。令和2年個人情報保護法改正などを踏まえ、令和4年4月に改正し、令和4年5月からは一般にも公表。

【AI利活用ガイドライン等】

- 2019年8月 総務省 AIネットワーク社会推進会議において、AIの利用者やデータ提供者が留意すべき10の原則を提案。「⑥プライバシーの原則」とともに、「⑦尊厳・自律の原則」の一環として、AIを利用したプロファイリングを行う場合における不利益への配慮が定められている。
- 「情報信託銀行の認定スキームの在り方に関する検討会」において「情報銀行におけるプロファイリングの取扱いに関する議論の整理（案）」が検討され、2022年4月に意見募集が行われている。

【デジタル市場競争本部】

- 2021年4月にデジタル広告市場の競争評価の最終報告を発表、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が求められた。これを踏まえ、電気通信事業GLの見直しを行い、令和4年4月に施行され、同GLに基づき定期的にモニタリングが行われることとされた。
- 本年5月～6月に、デジタルプラットフォーム取引透明化法の対象にデジタル広告市場を追加するための政令改正案等に係るパブリックコメントが行われた。デジタル広告市場の特定デジタルプラットフォーム提供者として指定される事業者に対するモニタリング・レビューを行う際に、課題⑩「パーソナルデータの取得・利用」に係る懸念の態様部分については、電気通信事業GLを踏まえたモニタリングの実施と連携して調整されることが想定される。
- 本年4月に、モバイルエコシステムに関する競争評価の中間報告（案）及び新たな顧客接点（ボイスアシスタント及びウェアラブル）に関する競争評価の中間報告（案）を発表し、意見募集を行った。

【競争政策とデータ保護・消費者保護の関係】

- 競争政策の観点から「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、「Competition（競争）」、「Data Protection（データ保護）」及び「Consumer Protection（消費者保護）」の3つについて別個の議論するのではなく、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適当と指摘される。この観点を踏まえ、データポータビリティの確保や情報銀行に係る取組等について検討されている。



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。個人情報の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はなく、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に対応した「共有するな」ボタンの義務化が定められた。
- ・カリフォルニア州消費者プライバシー権法（CPRA）の規則案は策定中で、2021年11月にパブリックコメントが実施された。

【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。

【利用者情報関係の法案の検討】

- ・連邦レベルで複数の利用者情報の取扱い等に関する法律が提出されている。また2022年1月、米商工会議所を含む20団体が、プライバシーに係る連邦法の成立を求める書簡を連邦議会に対して提出したりするなど、連邦法制定に向けた動きが活発化している。
- ・連邦データプライバシー法案では、民主党案であるCOPRA（Consumer Online Privacy Rights Act）、共和党案であるSDA（SAFE DATA Act）がある。ターゲット広告の禁止等を内容とする監視広告禁止法（Banning Advertising Act）も提出された。

【NAI Code of Conduct】

- ・テラード広告（興味関心に基づく広告、クロスアプリ広告、リターゲティング）及び広告配信・レポートに関して、通知とオプトアウトメカニズムの提供等の選択の提供を求める自主規制。

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、レイヤードアプローチを推奨。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。



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指令】

- ・2002年のeプライバシー指令に基づきCookie設定について情報提供、拒否権の提供が義務づけられ、2009年同指令改正によりCookie設定について同意取得を義務付けた。2018年GDPRにより同意の要件が厳格となった。
- ・入力内容の保持、認証、セキュリティ対策、コンテンツ提供、ネットワーク管理、ユーザーの嗜好の保存は英・仏データ保護当局ともに厳密必須クッキーと位置づけている。ソーシャルプラグイン、オンライン広告、クロスデバイストラッキング等は同意取得が必要とされている。
- ・同意取得方法の有効性について、チェックボックス等を操作することなく、スクロール・別ページへの遷移をもって同意取得すること、利用規約に含める形など個別でない形や同意ボタンの方が拒否よりも目立つユーザーインターフェースは認められないとされている。クッキー同意をウェブサイトのアクセス条件とするいわゆるクッキーウォールはケースバイケースで判断されるといった見解が示されている。

【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等を規定。
- ・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案において、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等）が提案されている。行動規範の策定が奨励・促進。
- ・DMA案において、EU域内でオンライン検索エンジン、SNS等の「コア・プラットフォームサービス」を提供する事業者をゲートキーパーとして指定し規律を課すこととしている。

【AI規則案】

- ・AIシステムのリスクを4段階（容認できないリスク、高リスク、限定的リスク等）に分類し、各段階に応じて規制を設けることとしている。



- 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・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。

項 目	概 要
1. 利用者情報の取扱いの状況	・アカウント作成時や契約時等に利用者が提供する情報とともに、サービス利用・閲覧を通じて自動的に収集される利用・閲覧履歴やデバイスに関する情報、第三者パートナーから受領する情報等が組み合わされて用いられている。 ・広告ビジネス（ターゲティングや効果測定等）に、上記から得られる登録情報、セグメント情報、利用履歴、コンテキスト情報、これらから推定した利用者の興味・関心（パーソナライズ化・カスタマイズ）等が用いられる場合がある。
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	・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。 ・アカウント作成時にプライバシーポリシーを示し包括同意を得ようとしている場合もある。この他、個人情報を利用する場合に応じた確認の機会が設けられている場合もある。 ・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等を設けたり、そこから一元的にプライバシー設定等を可能とするなどの工夫している。 ・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。 ・電気通信事業者は非対応であり、具体的な検討を行う状態に至っていないという見解。
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況	・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	・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	・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	・アプリ提供マーケット運営者は、アプリ提供者（デベロッパー）に義務付けや情報提供を行うなどの支援を行っている。
7. PIA・アウトカムについての考え方	・PIAの実施状況については、大半の事業者が何らかの形で回答。一方、独自のPIAを行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。
8. 個人情報保護管理者の設置状況	・データ/個人情報保護責任者、最高プライバシー/最高情報セキュリティ責任者等が置かれている場合が多い。



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 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 オプトアウトに関する通知事項、導線
 - (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 情報収集モジュールやJavaScriptによる外部送信
 - ④ ③の場合の、他アプリ提供者やサイト運営者に対する情報提供
 - ⑤ 情報収集モジュールやJavaScriptについて、送信される情報の内容や送信先の変更等
 - ⑥ 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 Topics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SPI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
8. 個人情報保護管理者の設置
 - ① 設置状況
 - ② 名称等
 - ③ 業務内容

※ 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!、LINE、Google、Meta(実施順)

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、本人同意を求めること、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1) 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。

(参考2) 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、

- ・プライバシーポリシーとは別にわかりやすいユーザーガイドを提供、過去のプライバシーポリシーを確認、同意状況を一覧化し必要に応じて撤回するダッシュボードを提供、ユーザー自身により開示手続きが取れる機能等は、半分以上の者が利用したい・機能等が提供されることで企業を信用できると回答。特に自己効力感が強く抵抗感が強い利用者に高い効果があった。

1 電気通信事業法・個人情報保護法・電気通信事業GL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ついて、e プライバシー規則（案）の議論も参考にしつつ検討を行う旨が令和3年9月に発表された中間とりまとめにおいて記載された。中間とりまとめを踏まえ、電気通信事業法における情報規律の在り方を検討する電気通信事業ガバナンス検討会及び本研究会利用者情報WGにおいて幅広い関係者からも意見を伺いながら検討を行った。令和4年3月に電気通信事業法の一部を改正する法律案を提出し、令和4年6月に成立した。
- ・ 外部送信規律（ウェブサイト運営事業者やアプリケーション提供事業者が利用者の閲覧履歴等の情報を第三者のサーバ等に送信するプログラム等の送信を行う際に、利用者に確認の機会を付与することを求める）の施行に向けて、官民連携して検討を推進することが適当ではないか。

（参考）総務省令で定めることとされている5つの事項（検討が必要とされる論点）

- ①内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の影響に及ぼす影響が少くない電気通信役務
- ②利用者に通知し又は容易に知りうる状態に置く際に満たすべき要件
- ③利用者に通知し又は容易に知りうる状態に置くべき事項
- ④オプトアウト措置の際に利用者が容易に知りうる状態に置く事項
- ⑤利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報

2 官民連携した取組みの推進

- ・ 外部送信の規律の詳細について、官民連携して検討を推進し、電気通信事業GL及び解説への記載を検討する。
- ・ 通知又は容易に知り得る状態やオプトアウト等のベストプラクティス等について、電気通信事業GL・解説に盛り込むとともに、その内容について幅広く周知することが適当ではないか。

論点	検討の方向性
1. 規律の対象	
論点1 内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少ない電気通信役務 [法第27条の12柱書]	【内容】 ○固定・携帯電話、インターネット接続サービス、利用者間のメッセージ媒介サービス ○オンライン検索サービス、SNS・電子掲示板・動画共有サービス、オンラインショッピングモール、各種情報のオンライン提供(例:ニュース配信、気象情報配信、動画配信、地図等) 等 【利用者の範囲(利用状況)】 ○ウェブサイト又はアプリケーションを通じた電気通信役務を利用する利用者 ○利用者の利益に及ぼす影響が少ないと認められる利用状況ではないこと
2. 規律の内容	
(1) 通知又は容易に知り得る状態	
論点2 通知又は利用者が容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件 [法第27条の12柱書]	【共通事項】 ○日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる ○階層化等によりスクロールせずに全体が表示できる、文字が適切なサイズで表示される ○送信先ごとに送信される情報の内容及び利用目的がわかるようにする 【通知】 ○情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報(URL等)を能動的に(ポップアップ等により)する ○階層化等により追加的に表示する情報がある場合には、利用者が容易にたどり着くことができる ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する 【容易に知りうる状態】 ○ホームページ(トップページ)、情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて表示する ○アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において表示する ○階層化等により追加的に表示する情報がある場合には、利用者が容易にたどり着くことができる ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する

2. 規律の内容(つづき)

(1)通知又は容易に知り得る状態(つづき)

論点3
通知又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項
[法第27条の12柱書]

【送信されることとなる利用者に関する情報の内容】

○送信される利用者に関する情報の項目の一覧

【利用者に関する情報の送信先となる電気通信設備】

○当該電気通信設備を設置又はこれを用いて利用者情報の送信を受けてこれを取り扱う者(責任主体)の氏名・名称

【その他総務省令で定める事項】

○送信されることとなる利用者に関する情報の送信先における利用目的(第三者提供等を含む。)

○オプトアウト措置その他利用者の関与の方法

(2)オプトアウト

論点4
オプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項
[法第27条の12第4号ロ]

【共通事項】

○日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる、利用者が内容を容易に理解し、オプトアウト措置の手続きを容易に行うことができるようにする

○階層化等によりスクロールせずに全体が表示できる、文字が適切なサイズで表示される、その他利用者がオプトアウト措置に関する説明等を容易に読むことができるようにする

【オプトアウト措置(を講じていること)】

○情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報(URL等)を能動的に(ポップアップ等により)する

○ホームページ(トップページ)、情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて表示する

○アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において表示する

○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する

【利用者の求めを受け付ける方法】

○メール、専用のフォームへの入力、ダッシュボードによる操作

○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で受け付ける

2. 規律の内容(つづき)

(2) オプトアウト(つづき)

論点4

**オプトアウト措置の際に
利用者が容易に知り得
る状態に置く事項**
[法第27条の12
第4号ロ]

【その他総務省令で定める事項】

- オプトアウト措置の内容(情報の送信を停止又は送信された情報の利用の停止)
- 送信されることとなる利用者に関する情報の項目
- 利用者に関する情報の送信先となる電気通信設備を設置する者(サービスを提供するための自社サーバを使用する者)又はその機能を利用する者(サービスを提供するために他社サーバの容量等を使用する者)の氏名・名称
- 送信されることとなる利用者に関する情報の送信先における利用目的

3. 措置を取ることを不要とする情報

論点5

**利用者が電気通信役務
を利用する際に送信を
することが必要な情報**
[法第27条の12第1号]

【符号、音響又は影像を適正に表示するために必要な情報】

- OS情報、画面設定情報、言語設定情報

【その他総務省令で定める情報】

- 入力をした情報の保持等に必要な情報
- 認証に必要な情報
- セキュリティ対策に必要な情報(サービス提供者のセキュリティに関するものに限る。)
- ネットワーク管理に必要な情報

3 定期的なモニタリングの実施

- ・ 令和4年4月に施行された電気通信事業GL・解説等に記載されたモニタリング事項を踏まえ、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。
- ・ 令和4年6月に成立した電気通信事業法の一部を改正する法律に基づき、外部送信の規律の施行状況や導入動向等に関しても、モニタリングを行うことが適当ではないか。
- ・ 電気通信事業者による利用者情報の取扱いの一環として、プロファイリングやレコメンデーションの透明性や利用者の選択の機会の有無、リスク評価の在り方などについても、モニタリングを行っていくことが有用ではないか。

4 専門的な知見の蓄積と発信の重要性

- ・ 本第二次とりまとめにおいて本WGの検討結果を踏まえ把握された事項についてとりまとめた。今後も、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。
- ・ 情報外部送信に関わるタグや情報収集モジュールの状況、様々な手法・精度のある位置情報についても、モニタリングの基礎資料として専門的な知見を集めていくことが重要ではないか。

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。
- ・ 専門的な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。
- ・ 利用者の理解促進の観点から、4で得られた知見を一般の方にも分かりやすく発信していくことが有用ではないか。利用者の性質も踏まえたユーザーアンケート等を定期的に行いその知見を活用することが有用ではないか。

6 国際的な対話と連携

- ・ 利用者情報の取扱いの透明性や利用者の選択の機会の確保等がグローバルな政策課題となっていることを踏まえ、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、日米、日EU、日英、日仏、日独等の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。
- ・ 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、連携しつつ対応することが有用。