



誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループ  
インターネット上の違法・有害情報に関する  
流通状況等について

2022年12月26日  
事 務 局

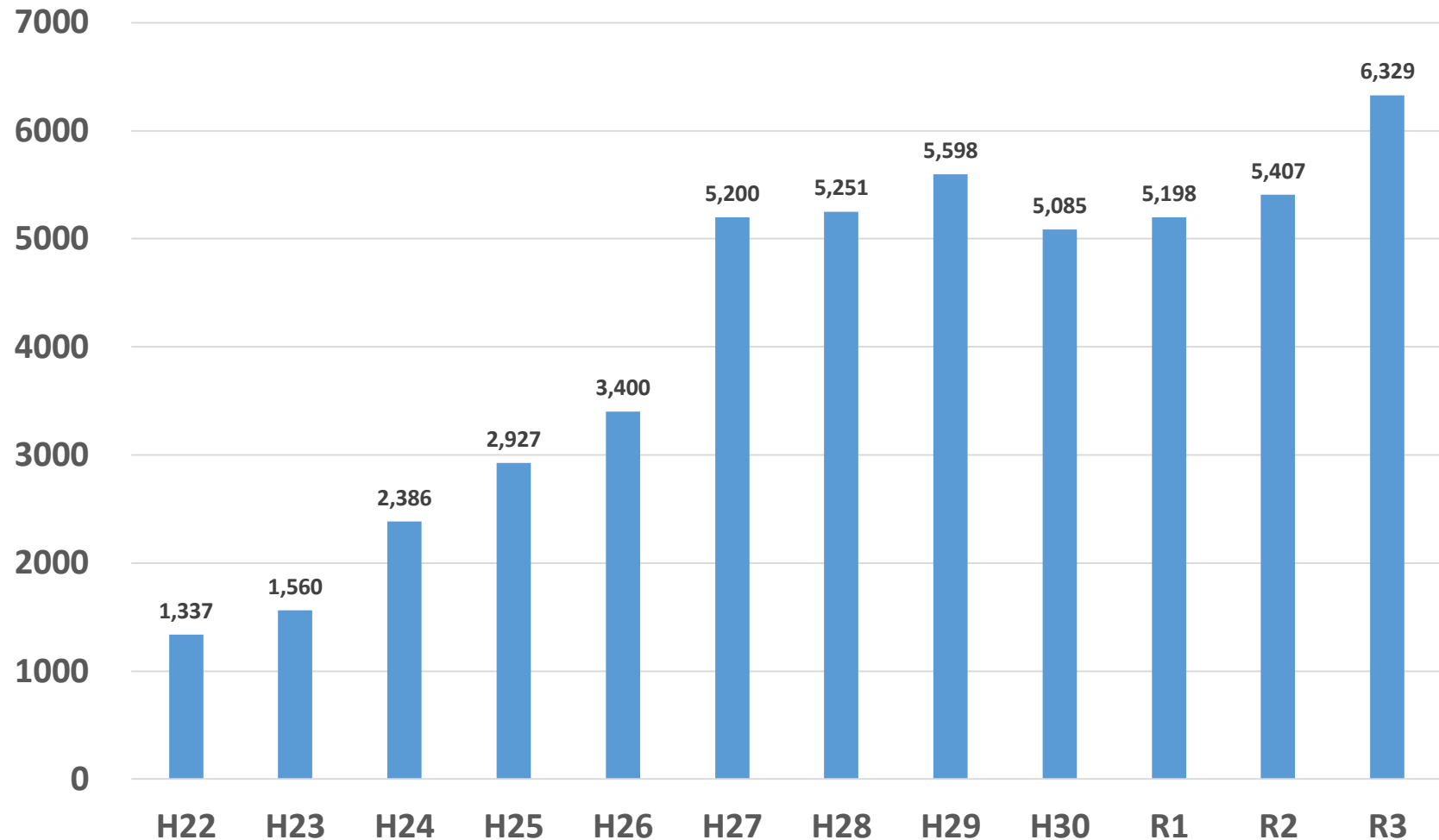
- 資料中、第40回会合資料2 三菱総合研究所「インターネット上の違法・有害情報に関する流通実態アンケート調査」を引用している箇所については、以下の点に留意が必要である。

- 調査実施期間：2022年10月31日（月）～11月1日（火）
  - 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  
以下の条件に該当する人が対象  
調査群① 条件なし  
調査群② SNSなどのインターネットのサービス上で、サービス提供事業者へ違反申告や報告をしたことがある人  
調査群③ SNSなどのインターネットのサービスを利用するなかで、サービス提供事業者から投稿の削除などの対応をされたことがある人
  - 回答者数：調査群① 2,000名  
調査群② 508名（※）  
調査群③ 442名（※）  
※特定の設問に対して有意な回答数を確保するため、400名以上の回答を回収
  - 回答割付：調査群① 住民基本台帳人口（2022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3年度）のインターネット利用率を掛け合わせることで、インターネット利用人口を算出。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・年代別の割付を実施）  
調査群②、調査群③ 割付なし
- \* 次頁以降にて結果を示しているが、四捨五入の影響で合計が100%にならないグラフ・コメントや、個々の要素の和と合計の数値が小数点以下で一致しないグラフ・コメントがある。



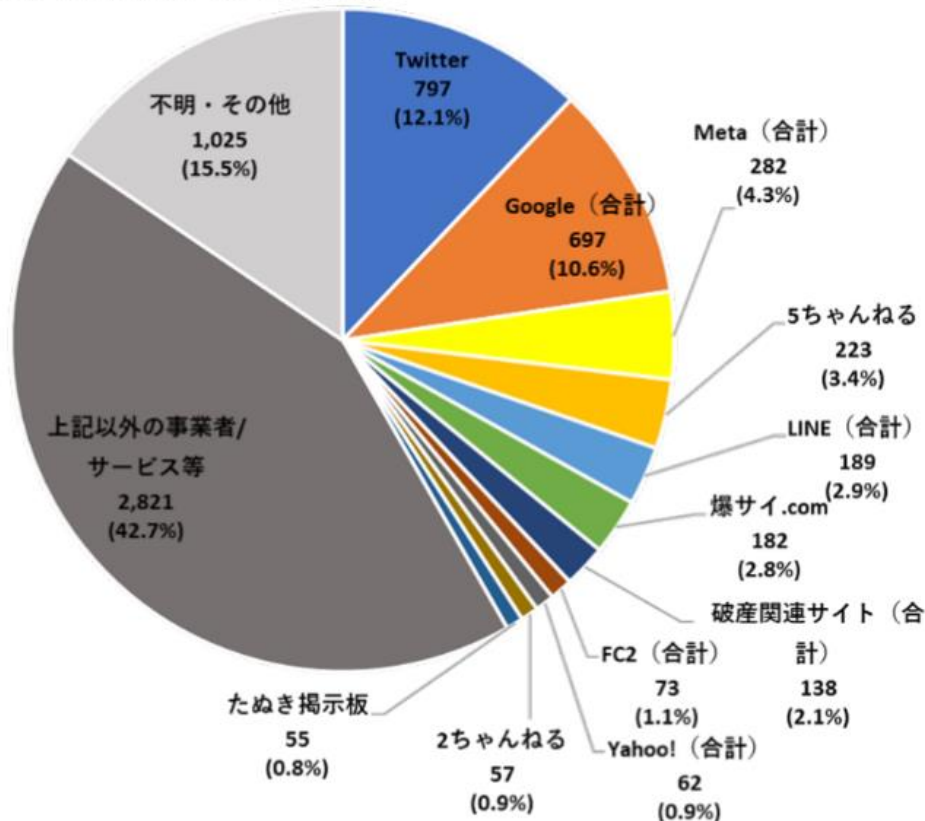
# 違法・有害情報の流通状況

- 総務省が運営を委託している違法・有害情報相談センターで受け付けている相談件数は高止まり傾向にあり、令和3年度の相談件数は、受付を開始した平成22年度の相談件数の約5倍に増加しているなど、違法・有害情報の流通が依然多く生じていると考えられる。



違法・有害情報相談センターの相談（作業）件数の事業者別の内訳

図表 9 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＞  
 ※相談（作業）件数 6,329件を対象



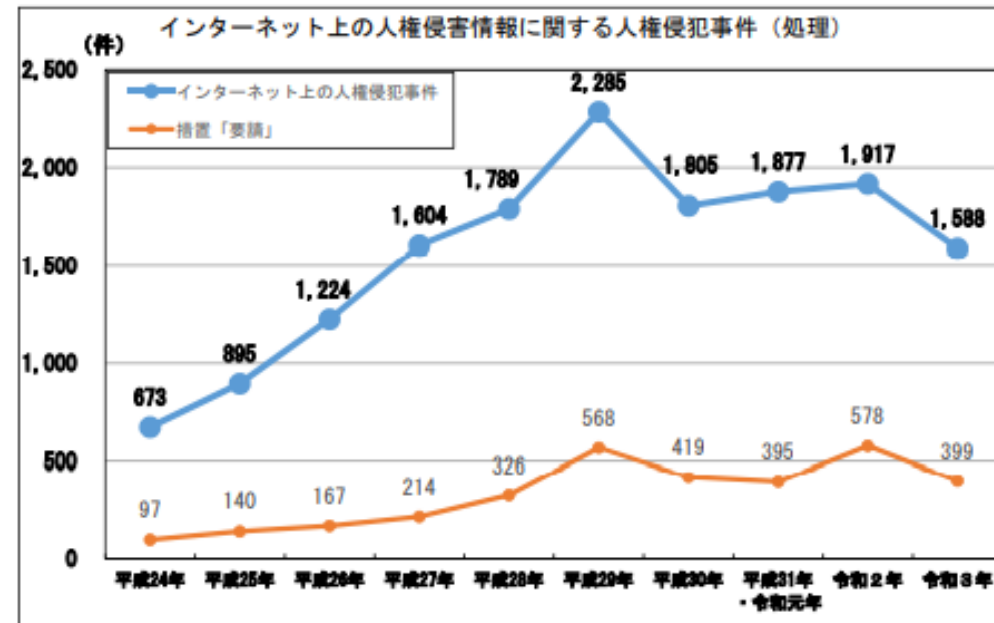
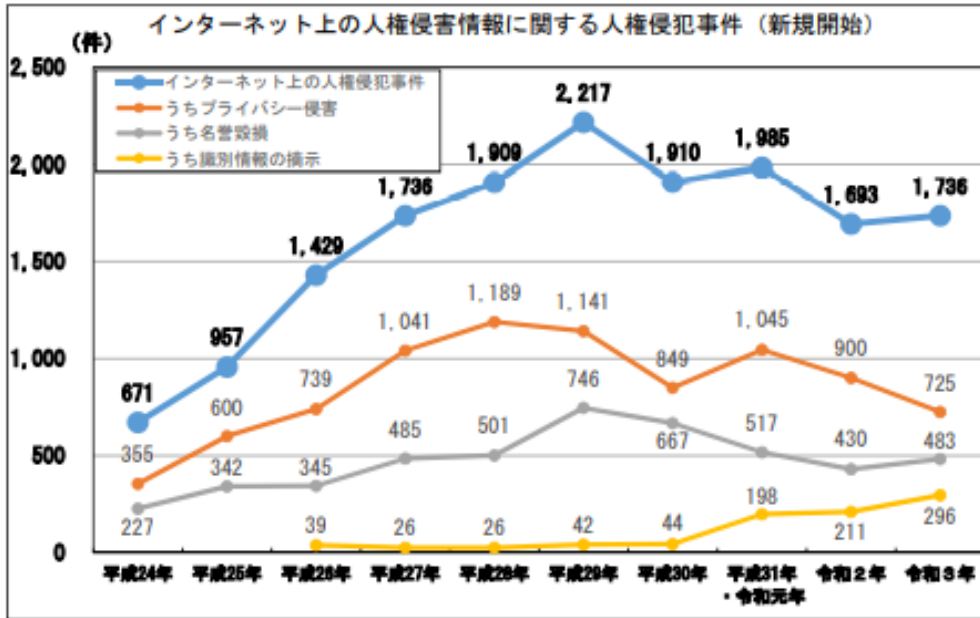
事業者/サービス名等	件数	割合	
Twitter	797	12.1%	
Google (合計)	検索	450	6.8%
	YouTube	112	1.7%
	map	108	1.6%
	その他	27	0.4%
Meta (合計)	Instagram	216	3.3%
	Facebook	66	1.0%
5ちゃんねる	223	3.4%	
LINE(合計)	livedoorサービス	128	1.9%
	LINEアプリ内サービス	61	0.9%
	爆サイ.com	182	2.8%
破産情報掲載関連サイト(合計)	138	2.1%	
FC2(合計)	73	1.1%	
Yahoo!(合計)	オークション	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1件ごとの代表的なドメインを入力し集計したものであるため、該当箇所が複数サイトに及ぶ場合などがあり、厳密な統計情報とはならない。  
 注3 独自ドメインを利用しているものがあり、実際のドメインが判明しない場合がある。

- 令和3年に法務省人権擁護機関により把握されたインターネット上の人権侵害情報に関する人権侵犯事件の件数は、新規開始件数が1,736件、処理件数が1,588件となっており、平成24年と比べて令和3年は3倍近い件数となっている。
- また、令和3年の新規開始件数のうち、プライバシー侵害事案が725件、名誉毀損事案が483件となっており、これらの事案が大きな割合を占めている

## (1) 新規救済手続開始件数

## (2) 処理件数





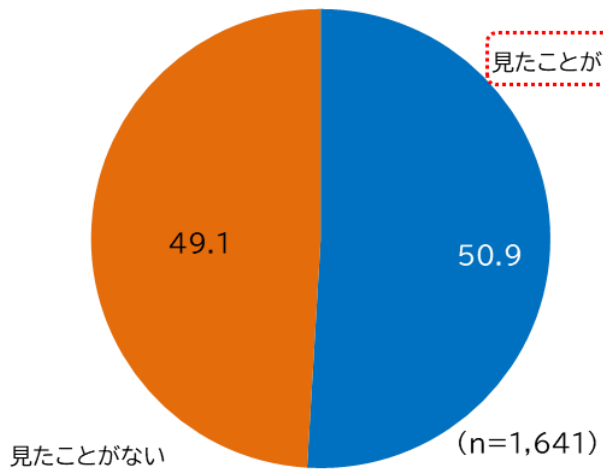
○ SNSユーザを対象としたアンケート調査（以下、「アンケート調査」という。）によると、約半数（50.9%）の人がインターネット上の誹謗中傷等の投稿（「他人を傷つけるような投稿（誹謗中傷）」）を目撃したことがあると回答。

調査群①

## 誹謗中傷等に関する投稿の目撃経験

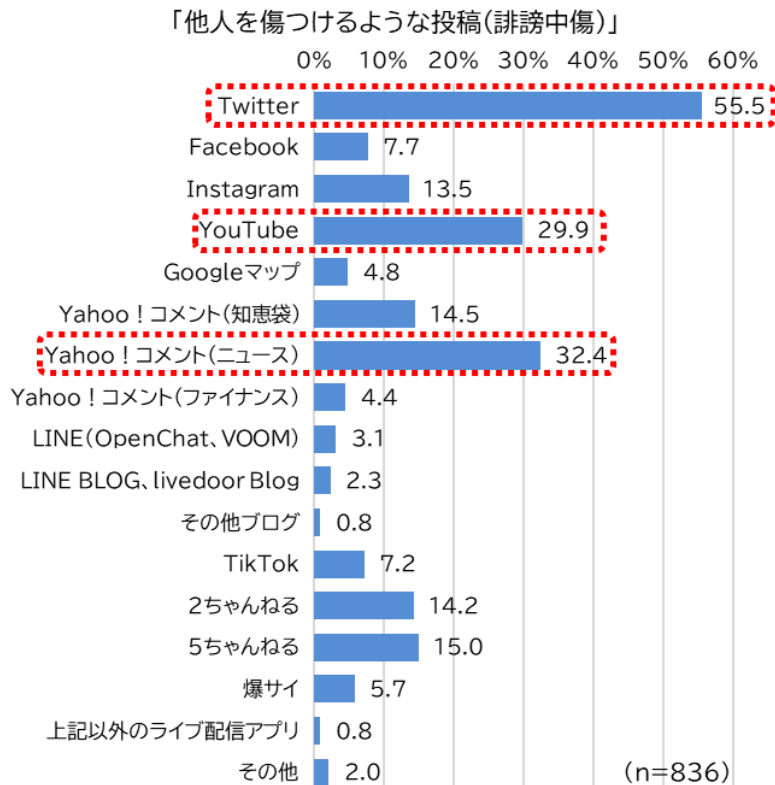
Q あなたはインターネット上で次のような投稿を見たことがありますか。それぞれ「見たことがある」又は「見たことがない」のいずれかで教えてください。(SA)  
(自分が対象となった場合を除きます。)

「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」



## 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)



※ 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



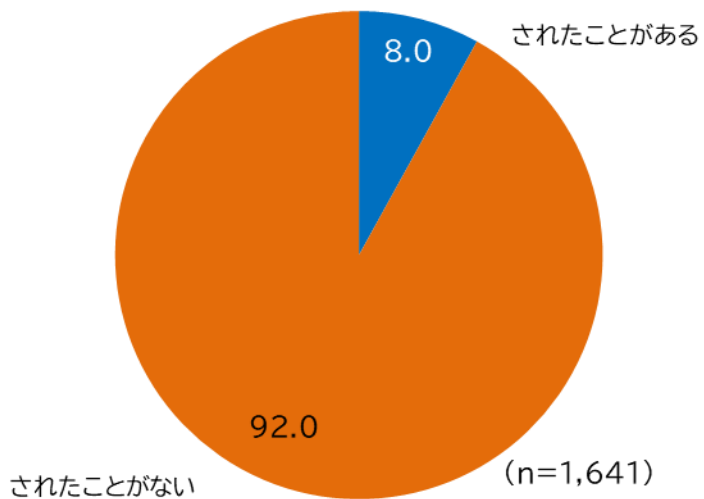
- アンケート調査によると、過去1年間にSNSを利用した人の1割弱（8%）が他人を傷つけるような投稿（誹謗中傷）の被害に遭っていると回答。
- 年代別に見ると、20代、30代の被害経験が相対的に多い。

## 違法・有害情報に関する投稿の被害経験

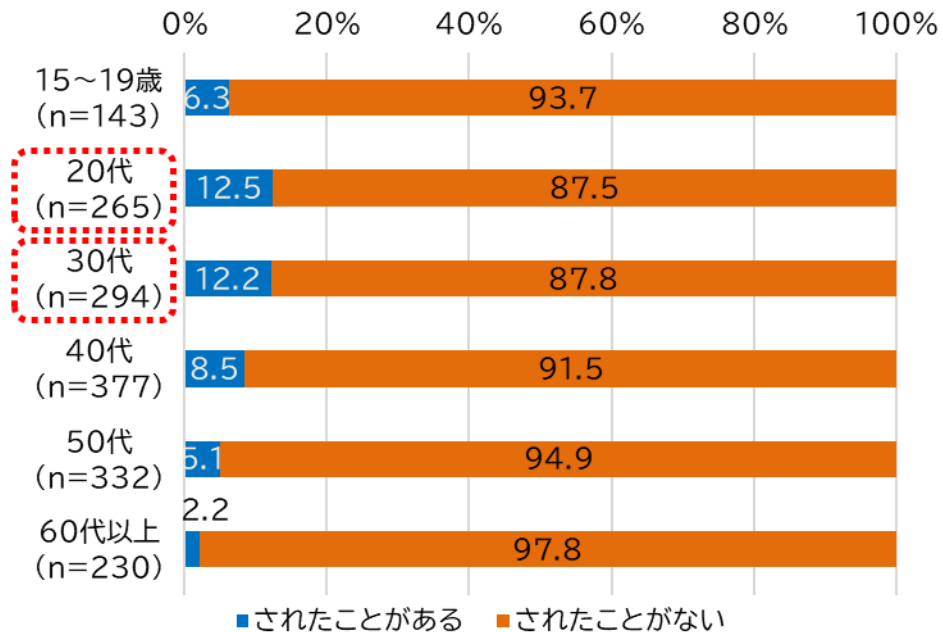
調査群①

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)

「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」



「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」・年代別



※ 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





# 透明性・アカウンタビリティの確保関係

(参考) 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)	◎↑	○	◎	△	○

※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

## 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

※【★】は「主な評価項目」

	ヤフー	Google	LINE	Meta	Twitter
対象サービス名	Yahoo!知恵袋 Yahoo!ニュース(コメント欄) Yahoo!ファイナンス掲示板	Google 検索 YouTube Google マップ	LINE VOOM LINEオープンチャット LINE LIVE LINE BLOG、livedoor Blog	Facebook Instagram	Twitter
3-① 誹謗中傷等に関する一般 ユーザからの申告や削除 要請の件数	【日本】 特定の1ヶ月間の件数 ■知恵袋 約5万7千件 ■ヤフーニュース 約21万8千件 ■ファイナンス掲示板 約2万7千件	【日本】 ■Google検索 約2,300件 (2021年1月~6月) ■YouTube 世界で7番目に報告が多い。 ■Google マップ 218,870件 (2021年1月~10月)	【日本】 2021年1月~12月 ■LINE VOOM:693件 ■LINEオープンチャット:4,701件 ■LINE LIVE:52件 ■LINE BLOG:9件 ■livedoor Blog:3,644件	【日本】 回答なし 【グローバル】 回答なし	【日本】 18,503件 【グローバル】 42,023件 (2021年1月~6月、 誹謗中傷以外の削除件数 も含む)
3-② (i) 誹謗中傷等に関する一般 ユーザからの申告や削除 要請に対する削除件数	【日本】 特定の1ヶ月間の件数 ■知恵袋 約5千件 ■ヤフーニュース 約1万2千件 ■ファイナンス掲示板 約1万3千件	【日本】 ■YouTube 24,153本 (2021年10月~12月) ※ 上記のうち、ヘイトスピーチ620 件、嫌がらせやネットいじめ626件 ■Google マップ 32,190件 (2021年1月~10月) ※ 上記のうちヘイト、不適切、ハラ スメントなど3,648件	【日本】 2021年1月~12月 ■LINE VOOM:20件 ■LINEオープンチャット:56件 ■LINE LIVE:9件 ■LINE BLOG:0件 ■livedoor Blog:0件	【日本】 ■Facebook 約5万件 ■Instagram 約10万件 (2021年第1四半期~第4四半 期) ※ 日本からのものと予測さ れるユーザーが作成(また は所有したコンテンツ) 【グローバル】	【日本】 回答なし ※ヒアリング後提出 (61~54参照) 【グローバル】 5,913,337件 (2021年1月~6月、 誹謗中傷以外の削除件数 も含む)
3-③ 主体的な削除件数 (AIを用いた自動検知機 能の活用等)	【日本】 特定の1ヶ月間の件数 ■知恵袋 約2万6千件 ■ヤフーニュース 約3万件 ※上記に加え、AIによる投稿判 除数:約14万9千件 ■ファイナンス掲示板 約1万7千件	【日本】 3-② (ii)と同回答のため割愛 【グローバル】 ■YouTube 370万本以上の動画と 12億件以上のコメントを削除 (2021年10月~12月)	【日本】 ■LINE VOOM:0件 ■LINEオープンチャット:0件 ■LINE LIVE:0件 ■LINE BLOG:0件 ■livedoor Blog:0件 ※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(ヒアリングシート3-③00) ■LINE VOOM:約78万件 ■LINEオープンチャット:約180万件 ■LINE LIVE:約3万件 ■LINE BLOG:約1,700件 ■livedoor Blog:約16万件 (2021年1月~12月)	【Facebook】 ・いじめや嫌がらせ:920万件 (表示頻度0.14%~0.15%) ・ヘイトスピーチ:2,230万件 (表示頻度0.03%) ■Instagram ・いじめや嫌がらせ:780万件 (表示頻度0.05%~0.06%) ・ヘイトスピーチ:600万件 (表示頻度0.02%) (2021年第3四半期)	【日本】 回答なし 【グローバル】 ・攻撃的な行為をより効果的に検出 するための技術的に優れたツール も活用しており、現在では、利用者 からの報告がなくても、プラ ットフォームに投稿される攻撃的なコ ンテンツの65%以上が、ソーシャル チームによる目視確認が必要として システムは検知。 ・なお、2021年1月1日~6月30日に Twitterルールに違反した470万件 のツイートを削除。
3-② (ii) 誹謗中傷等に関する申告 や削除要請に対して 削除以外の対応を行った 件数(非表示化や ラベルの付与等)	【日本】 2021年10月19日~12月18日 ■ヤフーニュース コメント欄が非表示となった記 事数:計216件、 1日あたり平均3.5件	【日本】 ■Google マップ 約120万件のレビューが公開前 に機械学習によってブロック (2021年1月~10月)	【日本】 2021年1月~12月 ■LINE VOOM:2件 ■LINEオープンチャット:0件 ■LINE LIVE:0件 ■LINE BLOG:9件※ ■livedoor Blog:1,364件※ ※記事内容のうち問題のある記 載の削除など	【日本】 回答なし 【グローバル】 回答なし	【日本】 回答なし 【グローバル】 何らかの強制対応が行わ れたアカウント数:4,826,539 件 凍結されたアカウント数: 1,240,148件 (2021年1月~6月)



○ 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  
(「プラットフォームサービスに関する研究会第二次とりまとめ」より抜粋)



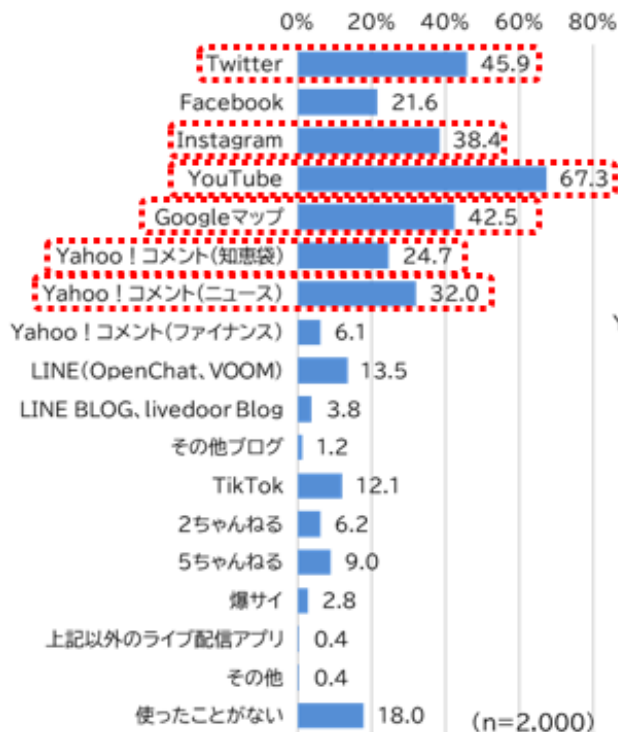
○ アンケート調査では、インターネット上のサービスに関する閲覧、書き込み経験の有無や、閲覧頻度に関して、Twitter、YouTube、Instagram等のサービスの利用率が高い傾向になっている。

調査群①

- 過去1年間の閲覧経験は、YouTube、Twitter、Googleマップ、Instagram、Yahoo!コメントなどが多い。【複数回答】
- 過去1年間の書き込み経験は、Twitter、Instagram、YouTubeなどが多い。【複数回答】
- Twitter、Instagram、YouTube、LINE (OpenChat, VOOM)、TikTokといったサービスは閲覧頻度が高い傾向にある。

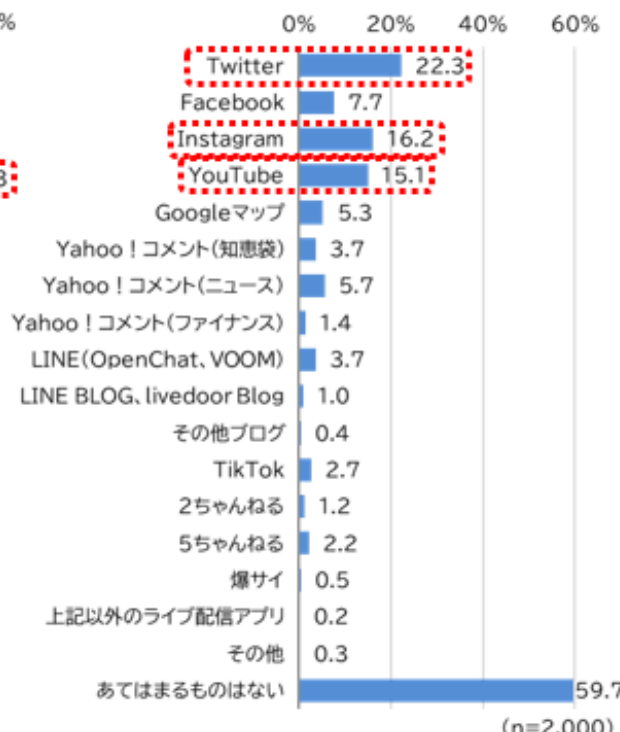
## 閲覧経験

Q あなたが過去1年間に利用(閲覧)したことがあるSNSなどのインターネット上のサービスを教えてください。(MA)



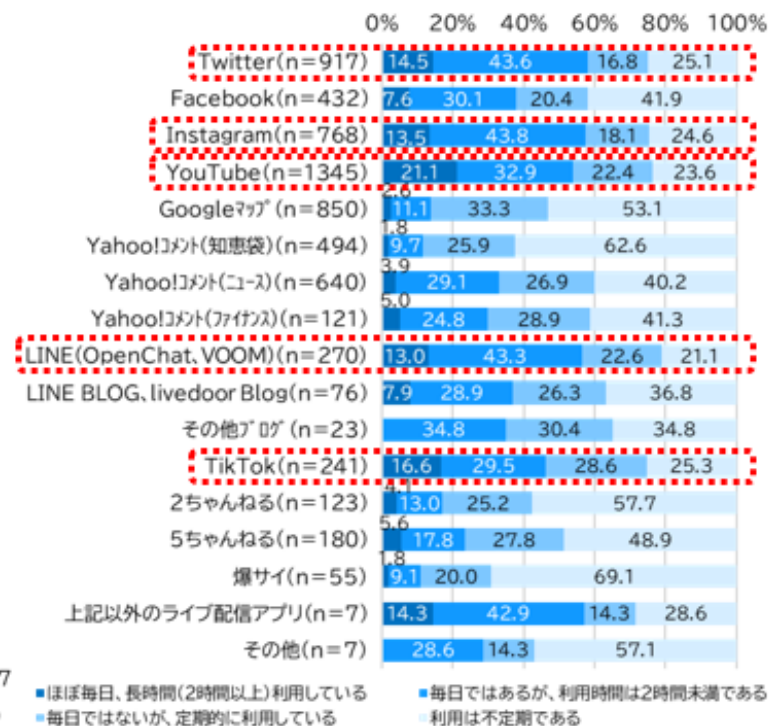
## 書き込み経験

Q あなたが過去1年間に利用(書き込み)したことがあるSNSなどのインターネット上のサービスを教えてください。(MA)



## 閲覧頻度

Q あなたは、プライベートでどれくらいの時間、日常的に各サービスを利用(閲覧)していますか。前問(注:利用経験)で「利用(閲覧)したことがある」と回答した各サービスごとに、お答えください。(SA)





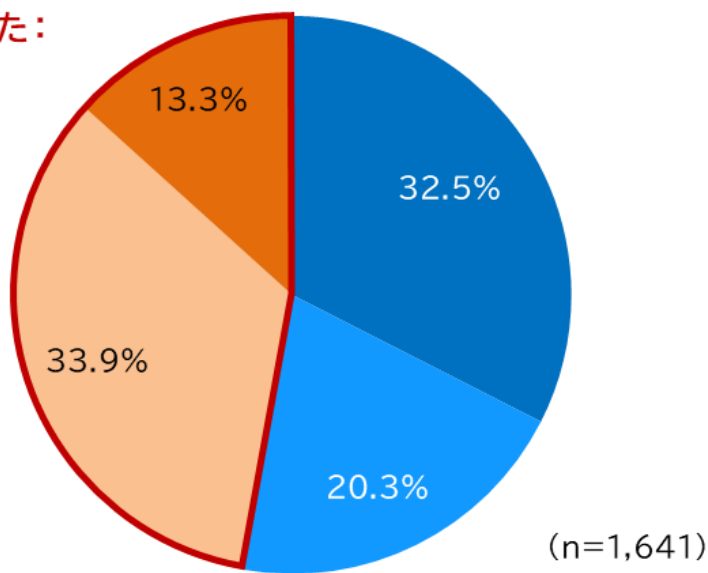
○ アンケート調査によると、半数近いユーザが利用規約に目を通さずに利用しているか、又は利用規約があることを知らなかったと回答。

## 利用規約の確認状況

調査群①

Q あなたはSNSなどのインターネット上のサービスの利用を開始する際、そのサービスの利用規約(ポリシー)をきちんと確認してから利用開始していますか。(SA)

目を通さずに利用 + 知らなかった:  
47.2%



- 利用規約(ポリシー)に目を通し、理解したうえで利用している
- 利用規約(ポリシー)に目を通しているが、理解せず利用している
- 利用規約(ポリシー)に目を通さず、利用している
- 利用規約(ポリシー)があるということを知らなかった



- 削除対応について、「時期による差が大きい」、統一した基準等があるのか不明であること、「海外プラットフォームについては、日本の法律上の判断と一致した判断がなされない」ことなど、コンテンツモデレーションの体制に起因するとも考えられる対応の不十分さについての指摘がある。

- 海外プラットフォームの場合、日本人の感覚、日本の法律上の判断と一致した判断がされない  
→自らの定める規約違反かどうかの主たる基準になっている？
- 削除対応の硬軟につき、時期による差が大きい  
→基準が定められているのか、担当者の気分なのか不明

(第40回会合 資料3 清水陽平弁護士「現状の課題について」)



## コンテンツモデレーションに関する各事業者の体制

ヤフー	<p>投稿の削除等のパトロール業務を専門とするパトロール部隊には、約70名が在籍し、24時間365日、シフトを組んで対応にあたっている。プロバイダ責任制限法に基づく法的な判断をする部署については、7,8名程度で対応。そのほか、社外弁護士複数名に諮問して対応にあたっている。</p> <p>日本国内の拠点：有、日本における責任者：有</p>
Google	<p>当社のチームは、製品の専門家、エンジニア、弁護士、データサイエンティスト、元法執行機関職員など、多様な専門性を有しています。彼らは、専門家のネットワークと密に連携をとりながら仕事をしています。現在ではGoogle 全体で20,000人を超えるスタッフが、1日24時間、週7日、1年365日体制で、Googleのプラットフォーム全体でコンテンツの確認と削除に取り組んでいます。一方で、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。</p>
LINE	<p>ユーザからの削除要請については、各サービスにつき10名程度で対応しています。モニタリングについては、各サービスにつき15名～90名程度で対応しています。</p> <p>東京（LINE株式会社）及び福岡（LINE Fukuoka株式会社）に拠点があります。また、日本における責任者を置いています。</p>
Meta	<p>Metaの審査チームは、数多くの職務の一環としてコンテンツ審査を担当する弊社の社員と、弊社のパートナーに従事するコンテンツ審査担当者によって構成されています。Metaが提供するプラットフォームのコミュニティの多様性の豊かさを反映して、審査チームには退役軍人や法律専門家に加え、児童の安全、ヘイトスピーチ、対テロ対策などの各種ポリシー分野に精通する規定施行の専門家など、さまざまな背景と職歴を持つ人たちが集結しています。</p> <p>また、弊社はさまざまな企業から参画している15,000人以上の審査担当者と協力しています。Metaの審査チームはグローバル体制の下、24時間年中無休でコンテンツを審査しています。ドイツ、アイルランド、ラトビア、スペイン、ポルトガルフィリピン、米国など、弊社が全世界に展開している20以上の拠点でコンテンツの審査を行うこれらのチームは全体で日本語を含む数十種類に及ぶ言語に対応しています。</p> <p><a href="https://transparency.fb.com/ja-jp/enforcement/detecting-violations/people-behind-our-review-teams/">https://transparency.fb.com/ja-jp/enforcement/detecting-violations/people-behind-our-review-teams/</a></p>
Twitter	<p>社内のグローバルチームは、日本語を含むTwitterの全サポート言語において、年中無休でTwitterルールの強制的対応を管理しています。Twitterでは、Twitterルールを客観的に、そして一貫性を持って適用することを目指しています。Twitterルールに違反すると判断されるコンテンツには強制的な措置が取られます。</p> <p>Twitterは適切なプロセスを提供し、公正で偏りがなく、バランスが取れ、人権を尊重する方法でTwitterルールが適用されるように力を注いでいます。その基盤となるのが、コンテンツモデレーションでの透明性と説明責任に関するサンタクララ原則および複数関係者がかわるその他のプロセスの精神です。今後も、Twitterルールの適用方法に関して将来の報告書で提供できる情報範囲の拡大にリソースを投じていきます。</p> <p><a href="https://transparency.twitter.com/ja/reports/rules-enforcement.html#2021-jan-jun">https://transparency.twitter.com/ja/reports/rules-enforcement.html#2021-jan-jun</a></p>

- プラットフォーム事業者において、通報フォーム等を設置しているものの、「最終的に送信できないケース」がある、「通報フォームを探すことが、一般の方には難しい」、「通報ボタンしかなく、具体的な通報の理由が記載できない」など、削除等の措置を求める通報フォームや申請窓口の使いづらさについての指摘がある。
- また、通報フォームから通報しても、自動返信メールすらない場合があり、受け付けられているのか判断できないケースがある、との指摘がある。

## □ フォームから通報しても、その後自動返信メールすらない場合がある

→受け付けられているのか、エラーになっているのか判断できず

受け付けられていれば、情報流通の認識をしたという証拠に使える

## □ 通報フォームを探すことが、一般の方には難しいケースがある

→ヘルプセンターを深くまで掘っていく必要があるなど

## □ 通報フォームが設置されていても、最終的に送信ができないケース

→スクリプトに問題があり、送信ボタンを押せない、エラーになる等

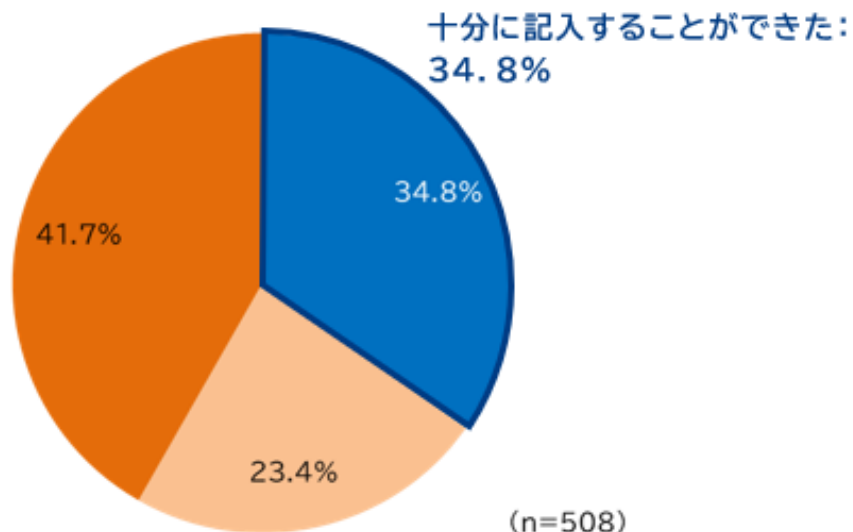
## □ 通報ボタンしかなく、具体的理由を記載できないサイト・アプリがある

- アンケート調査では、申請フォームの文章記入欄に「主張を十分に記入することができた」と回答したのは34.8%であり、残りの65.2%は、「文字数制限等があり、主張を十分に記入することができなかった」又は「文章記入欄がなかった」と回答した。
- また、申請フォームからの違反申告や報告の際に証拠添付ができたと回答したのは、28.7%だった。

調査群②

## 申請フォームの文章記入欄

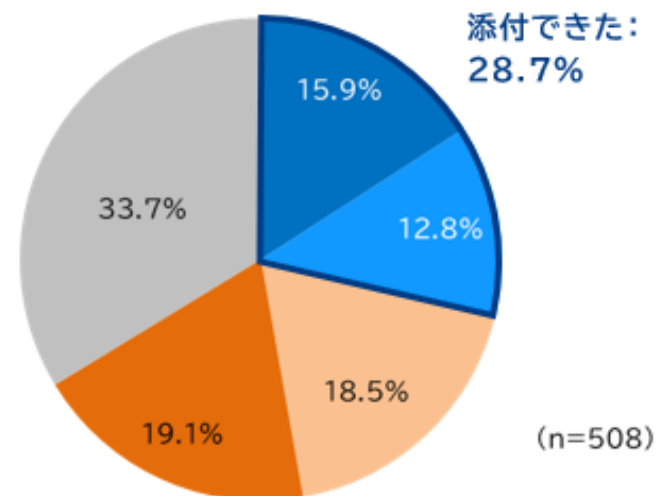
Q 違反申告や報告について、申請フォームに設けられた文章記入欄は十分でしたか(SA)



- 主張を十分に記入することができた
- 文字数制限等があり、主張を十分に記入することができなかった
- 文章記入欄がなかった

## 申請フォームへの証拠添付

Q 違反申告や報告について、申請フォームに証拠(不適切な投稿のスクリーンショットなど)を添付することはできましたか(SA)



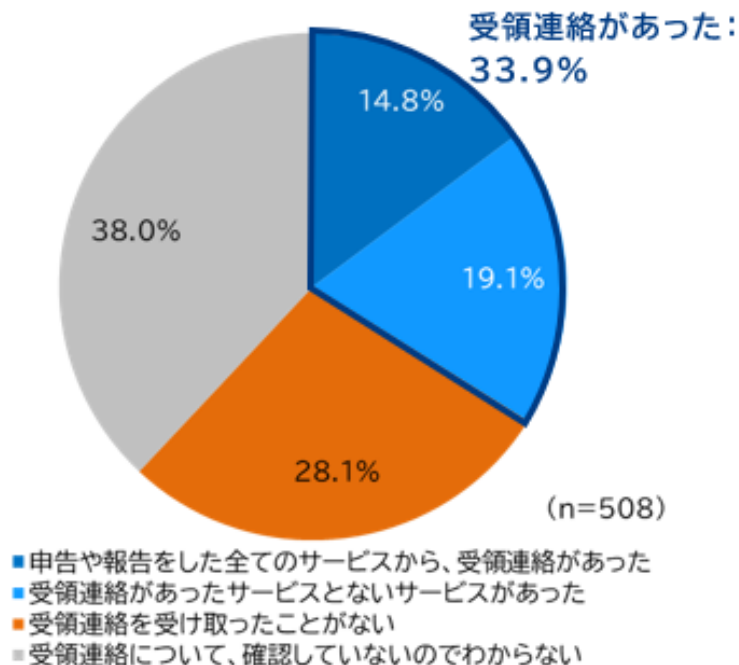
- 証拠を添付することができ、添付もしやすかった
- 証拠を添付することができたが、ファイル形式の制限等があり、やりづかった
- 証拠を添付することができなかった
- 証拠の添付をしたいと思いますと思わなかった
- 覚えていない

- アンケート調査では、違反申告や報告を行った際に、受領連絡があったと回答したのは、33.9%だった。
- また、違反申告や報告を行った際に、サービス提供事業者により投稿の削除等の対応をされたことがあると回答したのは、26.2%だった。

調査群②

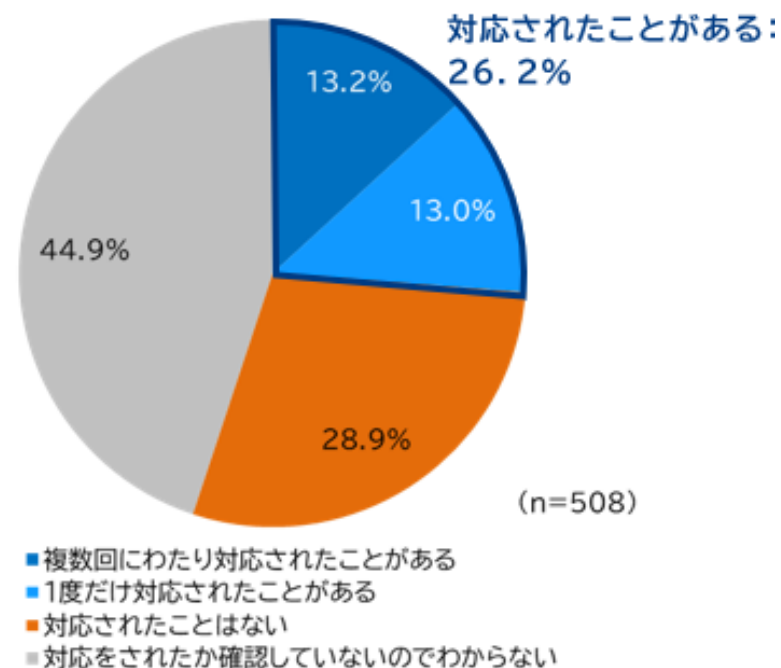
## 受領連絡の有無

Q 違反申告や報告をした後に、サービス提供事業者から受領の連絡はありましたか。(SA)



## 違反申告・報告時のサービス提供事業者による対応の有無

Q 違反申告や報告をした場合に、サービス提供事業者により対応(投稿の削除、アカウント削除等)されたことがありますか。(SA)

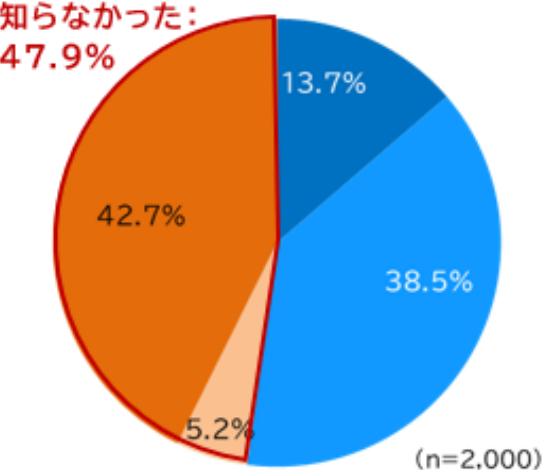


- 違反申告や報告について、「わからなかった」・「知らなかった」という人が半数弱(47.9%)であった。
- 違反申告・報告方法、連絡先の見つけやすさについて、「簡単だった」・「やや簡単だった」という人が65%を占めている。
- 申告フォームについて、「完全に当てはまる項目があった」・「完全に当てはまる項目がなかったので、近い内容を選んだ」という人は半数強(56.1%)であった。

## 違反申告・報告に関する認知度

Q あなたは、SNSなどのインターネットのサービス上で不適切な情報が投稿されていることを見つけた場合に、そのサービス提供事業者に違反申告や報告をすることができることを知っていますか。(SA)

わからなかった+  
知らなかった:  
47.9%

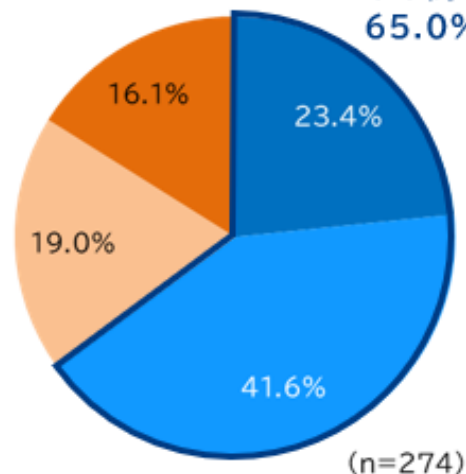


- 知っており、利用したことがある
- 知っているが、利用したことはない
- 利用したかったが、申告や報告の方法がわからなかった
- 知らなかった

## 違反申告・報告方法、 連絡先の見つけやすさ

Q 違反申告や報告について、申請や報告の方法や連絡先を見つけるのは簡単でしたか(SA)

簡単だった+  
やや簡単だった:  
65.0%

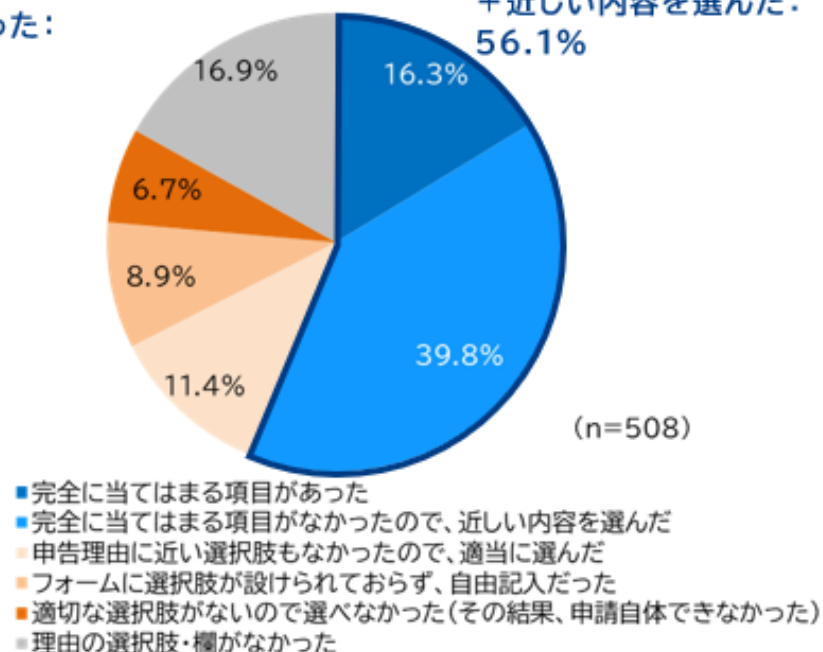


- 簡単だった
- やや簡単だった
- やや難しかった
- 難しかった

## 申告フォームの適切さ

Q 違反申告や報告について、申請フォームに設けられた申告理由の選択肢は適切でしたか。最も近いものを選んでください(SA)

完全に当てはまる項目あり  
+ 近い内容を選んだ:  
56.1%



- 完全に当てはまる項目があった
- 完全に当てはまる項目がなかったので、近い内容を選んだ
- 申告理由に近い選択肢もなかったため、適当に選んだ
- フォームに選択肢が設けられておらず、自由記入だった
- 適切な選択肢がないので選べなかった(その結果、申請自体できなかった)
- 理由の選択肢・欄がなかった



## 窓口の設置の有無、受付方法、受付態勢

ヤフー	削除等への苦情や問い合わせについては、ご意見・ご要望フォームを通じてカスタマーサポート窓口にて受付を行い、回答に当たり法的な判断が必要なものであれば、専門部署へエスカレーションが行われ、回答指示を行う。 また、プロバイダ責任制限法に基づく請求を受け付ける専用の書面受付窓口も用意している。
Google	Googleでは問題のあるコンテンツを報告するためのツールやプロセスをユーザーに提供しています。以下は、当社のサービスに関するヘルプセンター等の案内を抜粋したものです。 [Google 検索] Google検索では、悪意あるやり方で、または嫌がらせを目的として連絡先情報が掲載されているページの URL や、不当な削除方針が示されているサイトのコンテンツの削除をリクエストするためのウェブフォームをユーザーに提供しています。 [YouTube] YouTubeでは、これらのポリシーが遵守されるよう尽力する何千もの従業員に加え、YouTubeのユーザー自らが不適切と思われるコンテンツを報告することができます。コンテンツの報告は匿名で行われるため、誰が動画を報告したかは他のユーザーに開示されません。また、問題を報告しても、自動的にコンテンツが削除されるわけではありません。報告されたコンテンツは、コミュニティガイドラインに沿って審査されます。不適切なコンテンツを報告する方法については、ヘルプページで詳しく説明しています。 <a href="https://support.google.com/youtube/answer/2802027?hl=ja&amp;ref_topic=9387085_topic=9387085">https://support.google.com/youtube/answer/2802027?hl=ja&amp;ref_topic=9387085_topic=9387085</a> [Google マップ] Google のクチコミに関するポリシーに違反するクチコミは、Google のビジネス プロフィールから削除することができます。こちらで順を追って説明しています。 <a href="https://support.google.com/business/answer/4596773?co=GENIE.Platform%3DDesktop&amp;hl=en">https://support.google.com/business/answer/4596773?co=GENIE.Platform%3DDesktop&amp;hl=en</a> [法律に基づく削除] Google製品に関するポリシーは、世界中で適用されますが、各地域の法律を遵守するためのプロセスもあります。Google製品全般に共通のこちらのフォームで、法律に基づく削除リクエストを提出することができます。 <a href="https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=en">https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=en</a>
LINE	問い合わせフォーム等を通じてご連絡いただき、スタッフが対象となるコンテンツの確認や本人確認などを行い、判断します。 [LINE VOOM][LINEオープンチャット][LINE LIVE] CSフォームからの問い合わせという形でご連絡いただき、CSの対応マニュアルに則り対応を進めます。 [LINE BLOG] [livedoor Blog] 以下の流れに沿って対応を進めます。 (1)入信フォームや郵送（プロバイダ責任制限法の依頼書）で削除等の依頼 (2)削除の場合、本人・第三者に限らずモニタリングで対応が可能かどうかエスカレーション（削除が完了すればその旨申立者に通知） (3)モニタリングで対応不可の場合は、当社の方針（プロバイダ責任制限法）に基づく対応を行う旨を伝え必要書類を送るようご案内

## 窓口の設置の有無、受付方法、受付態勢

### Meta

弊社は、コミュニティからの報告、弊社のコンテンツ・モデレーション・チームによる審査、および技術を組み合わせて、コミュニティ規定を施行しています。コミュニティからの報告については、

- Facebookでは、ページ、グループ、プロフィール、投稿、写真、ビデオ、コメント、広告など、すべてのコンテンツを報告することができます。また、コミュニティ規定に違反していると思われるコンテンツは、誰でも弊社に報告することができます。

- Instagramでも同様に、アプリ内のフィード投稿、ビデオ、ストーリーズ、リール、コメントなど、あらゆるコンテンツを簡単に報告することができます。また弊社は、世界各地の市民団体とのパートナーとしてのネットワークを構築しており、彼らは専用のチャンネルを通じて弊社に連絡を取り、新たな問題を警告したり、弊社のチームが知らないような重要な情報を提供してくれます。

詳細については下記URLをご参照ください。

<https://www.facebook.com/help/1380418588640631/>

<https://www.facebook.com/help/263149623790594/>

<https://help.instagram.com/2922067214679225/>

現在、FacebookとInstagramの違反コンテンツの特定には、主に人工知能（AI）が利用されています。弊社の技術は、コンテンツが弊社のコミュニティ規定に違反していると認め、（多くの場合、誰かの目に触れる前に）自動的に削除します。また、弊社のプラットフォームで審査するコンテンツの量に鑑み、AIは、弊社のコンテンツモデレーターが審査する案件の優先順位付けにも役立っており、最も有害で一刻を争うコンテンツを優先的に審査しています。優先順位付けは、重大性、バイラリティ、違反の可能性など、いくつかの要素に基づいて行われます。

弊社は、15,000人を超える世界各国の審査担当者を備えています。審査担当者は、さまざまなバックグラウンドを持っています。そして弊社として人材の採用及び最適化において最も重要であると考えているのが、言語と文化的背景です。

Metaの審査チームはグローバル体制の下、24時間年中無休でコンテンツを審査しています。ドイツ、アイルランド、ラトビア、スペイン、ポルトガル、フィリピン、米国など、弊社が全世界に展開している20以上の拠点でコンテンツの審査を行うこれらのチームは全体で日本語を含む数十種類に及ぶ言語に対応しています。

審査チームについての詳細は下記URLをご参照ください。

<https://transparency.fb.com/ja-jp/enforcement/detecting-violations/how-review-teams-work/>

## 窓口の設置の有無、受付方法、受付態勢

Twitter	<p>Twitterルールまたは利用規約に違反しているツイート、リスト、およびダイレクトメッセージを見つけた場合は、そのツイート、リスト、およびダイレクトメッセージを報告できます。報告対象となるのは、攻撃的もしくは有害なコンテンツ、スパム、なりすまし、著作権または商標権の侵害を含むツイート、リスト、およびダイレクトメッセージです。</p> <p>違反の内容によっては、個別のツイート、リスト、またはプロフィールから直接報告できます（スパム、攻撃的または有害なコンテンツ、不適切な広告、自傷行為、なりすましなど）。</p> <p>Twitterでは人による調査とテクノロジーを組み合わせ、Twitterルールの徹底に取り組んでいます。</p> <p>Twitterは24時間365日報告を調査・回答しています。また複数の言語に対応しています。</p> <p>報告を送信すると、報告を受け付けたことを通知するTwitterからの確認メッセージが表示されます。Twitterは報告対象のアカウント、ツイート、リスト、またはダイレクトメッセージを調査します。当該アカウント、ツイート、またはダイレクトメッセージがポリシーに違反していると判断された場合、Twitterは警告やアカウントの永久凍結など、違反の内容に応じた対応を行います。報告したユーザーからより詳しい説明が必要な場合や、Twitterが当該アカウント、ツイート、リスト、またはダイレクトメッセージに対する対応を行う場合は、その旨をユーザーに通知します。</p> <p>報告したツイートの元のコンテンツは、報告済みであることを示すお知らせに置き換えられます。必要に応じ、クリックしてツイートを表示することができます。</p> <p><a href="https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/twitter-report-violation">https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/twitter-report-violation</a> <a href="https://help.twitter.com/ja/safety-and-security/report-a-tweet">https://help.twitter.com/ja/safety-and-security/report-a-tweet</a></p>
---------	---





- コンテンツモデレーションの通報や報告を行った場合に、認められないときの理由が不明である、との指摘がある。
- また、通報後1～2年後に連絡が来たケースがあるなど、平均対応期間が明らかではない との指摘がある。

□ 認められない場合、その理由が不明

→再申請や反論が困難

□ 通報後、1～2年後など忘れた頃に連絡が来るケースがある

→平均対応期間を明確にして欲しい

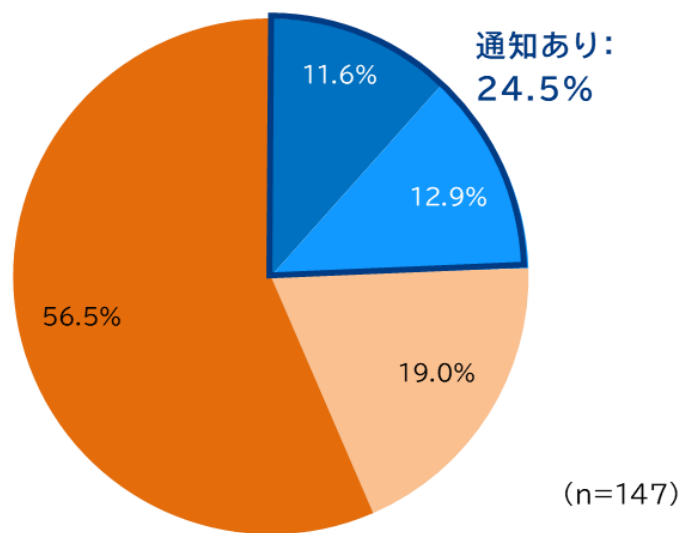
(第40回会合 資料3 清水陽平弁護士「現状の課題について」)

○ 違反申告や報告への対応がなされなかった場合の理由について、半数以上が「何も通知がなかった」と回答している。

調査群②

## 違反申告・報告への対応がされなかった理由の通知有無

Q 違反申告や報告への対応(投稿の削除、アカウント削除等)がなされなかった場合、理由の通知はありましたか。(SA)

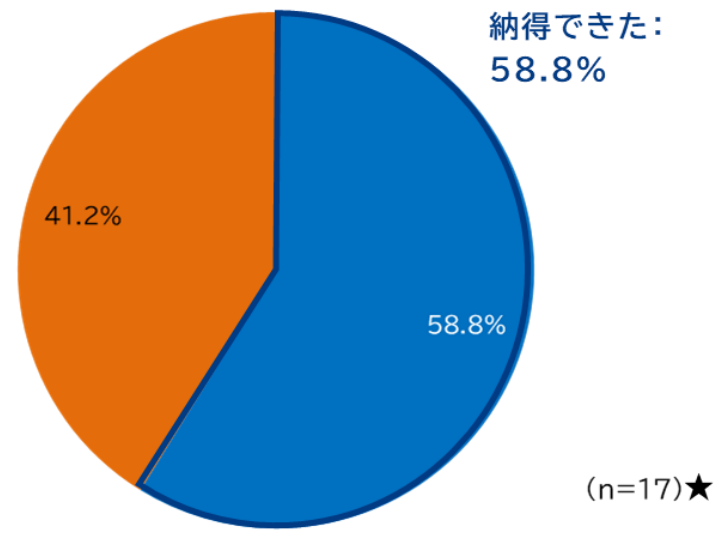


- 理由の通知があり、個別の投稿内容を踏まえた理由が記載されていた
- 理由の通知があったが、個別の投稿内容を踏まえた理由は記載されていなかった
- 理由の通知はなく、対応しない旨の結果のみ通知があった
- 何も通知がなかった

\* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

## 違反申告・報告への対応がされなかった理由の納得度

Q 違反申告や報告への対応(投稿の削除、アカウント削除等)がなされなかった理由の通知について、納得できる理由でしたか。(SA)



■ 納得できた ■ 納得できなかった

★問28において、違反申告・報告への対応がされなかった場合における理由通知が「あった(個別の投稿の内容を踏まえた理由の記載は問わない)」という人が本設問の対象となっている

\* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

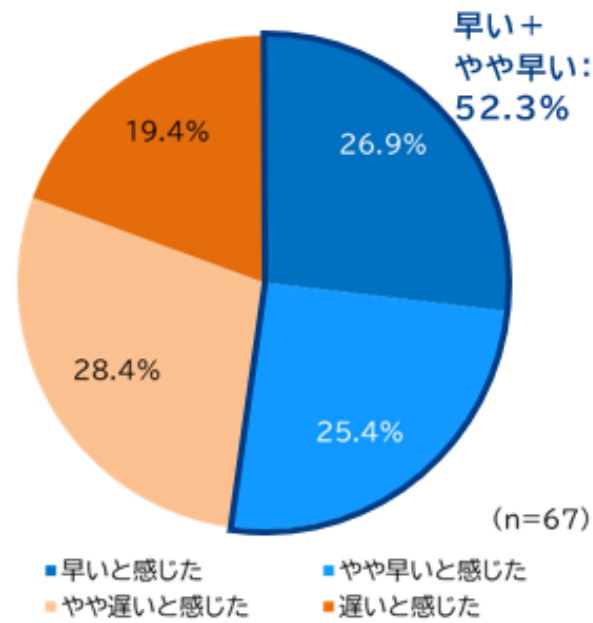
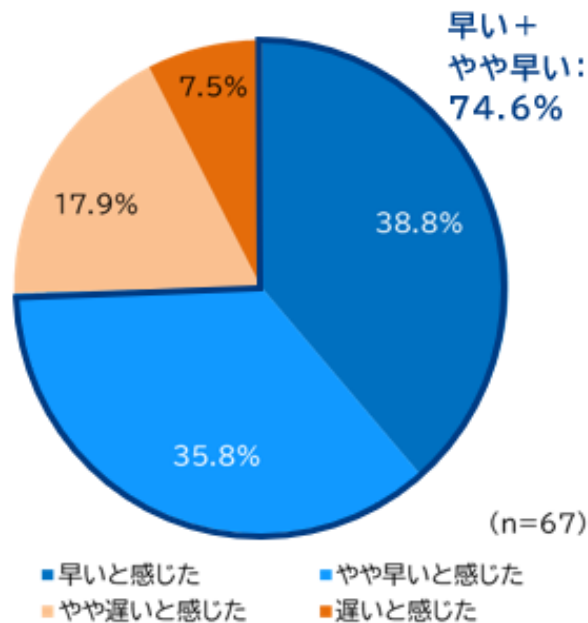
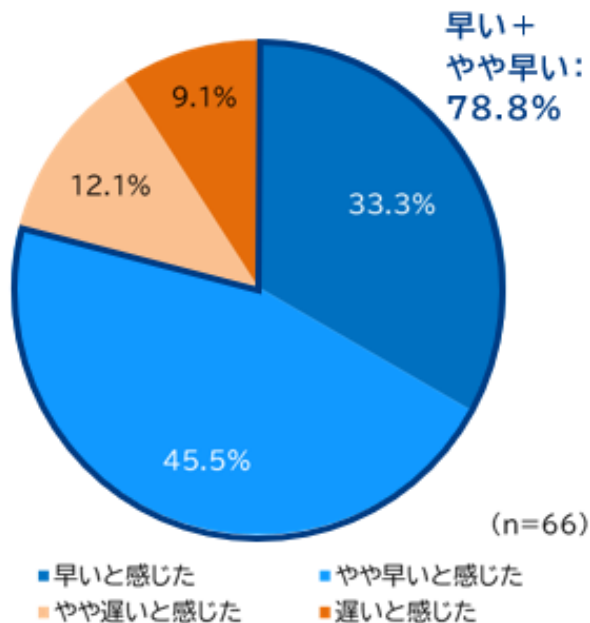
- 違反申告・報告への対応の早さについて、対応回数によらず8割弱の人が「早い」・「やや早い」と感じている。
- 複数回の申告・報告をしたことがある人では、対応までの最短日数を「早い」・「やや早い」と感じた人は4分の3程度(74.6%)、最長日数を「早い」・「やや早い」と感じた人は半数強(52.3%)であった。

## 違反申告・報告への対応の早さ ※一度だけ対応されたことがある

## 違反申告・報告への対応の早さ ※複数回対応されたことがある・最短日数

## 違反申告・報告への対応の早さ ※複数回対応されたことがある・最長日数

Q対応は早いと感じましたか。また、複数回の申告や報告をしたことがある方は、最長日数のときに受けた印象と最短日数のときに受けた印象について、それぞれお答えください。(SA)



\* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

\* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

\* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

受領通知有無	対応決定時の通知の有無	対応決定時の理由の説明
<p>ヤフー</p>	<p>問い合わせ方法により異なり、違反申告フォームからの申告等については申立者に対する返答・通知は行っていないが、プロバイダ責任制限法に基づく削除請求を受領した場合には、対応決定後、申立て者に対し回答書面の発送を行う。回答書面においては、一般的な理由の記載はあるが、理由の詳細については回答していない。 ※個々のガイドラインに抵触する旨の説明は容易であるが、ガイドラインに抵触しないことを説明するのは非常に難しい。</p>	
<p>Google</p>	<p>[Google検索] 自動確認メールが届きます。これにより、リクエストが受領されたことがわかります。</p> <p>[YouTube] コミュニティによる報告について、ユーザーはいつでも報告履歴ページで確認することができます。詳しくは、こちらのヘルプページをご覧ください。さらにコンテンツの削除を行った場合は、報告したユーザーにメールでお知らせします。 法律に基づく削除リクエストの場合、リクエストした人はメールで結果を受け取ることができます。</p>	<p>[Google検索] リクエストが削除要件を満たしていない場合は、簡単な説明も記載されます。リクエストが拒否されたものの、その後、対応するのに役立つ追加資料がある場合は、リクエストを再送信できます。</p> <p>[YouTube] 対応を行った際には、お知らせいたします。リクエストが削除要件を満たしていない場合は、簡単な説明も記載されます。リクエストが拒否されたものの、その後、対応するのに役立つ追加資料がある場合は、リクエストを再送信できます。</p>

受領通知有無	対応決定時の通知の有無	対応決定時の理由の説明
LINE	<p>・削除された場合、申立者に「送信防止措置が講じられています。」との通知をしています。</p> <p>また、削除されなかった場合には発信者から送信防止措置に同意しない旨の回答があったことを伝え、プロバイダ責任制限法の当該条文を提示し、権利侵害が明白とは判断できないため削除できないことを通知しています。</p>	
Meta	<p>Facebook:ウェブ上で報告のステータス確認が可能。</p> <p>Instagram: アプリから報告のステータス確認が可能。</p> <p>報告を受け取った日時、報告の理由の確認、内容についてのレビューの結果を通知。コンテンツがコミュニティ規定に反すると判断した場合、コンテンツを削除。違反していない場合には、その旨を通知。</p>	<p>そのコンテンツが弊社のポリシーに違反していない場合には、その旨を通知。その際、コンテンツの掲載を継続するという判断に同意いただけない場合には、通常、再審査をリクエストする機会を提供。利用者が再審査をリクエストした場合、コミュニティ運営の専門チームがコンテンツを再度審査。間違いが見つかった場合には、利用者に通知し、報告されたコンテンツは非表示または削除される。</p> <p>最も有害な種類のコンテンツ（児童搾取画像など）の一部については、再審査の申請は不可。</p>
Twitter	<p>報告を送信すると、報告を受け付けたことを通知するTwitterからの確認メッセージが表示されます。</p> <p>報告したユーザーからより詳しい説明が必要な場合や、Twitterが当該アカウント、ツイート、リスト、またはダイレクトメッセージに対する対処を行う場合は、その旨をユーザーに通知します。</p>	



- 通報フォームからの通報・報告に関して、「一度「認めない」と判断されると、その判断が固定化される傾向」があるとの指摘がある。
- また、通報・報告が認められない場合に、その理由が不明であることから、再申請や反論が困難であるとの指摘がある。

□ 認められない場合、その理由が不明

→再申請や反論が困難

□ 一度「認めない」と判断されると、その判断が固定化される傾向

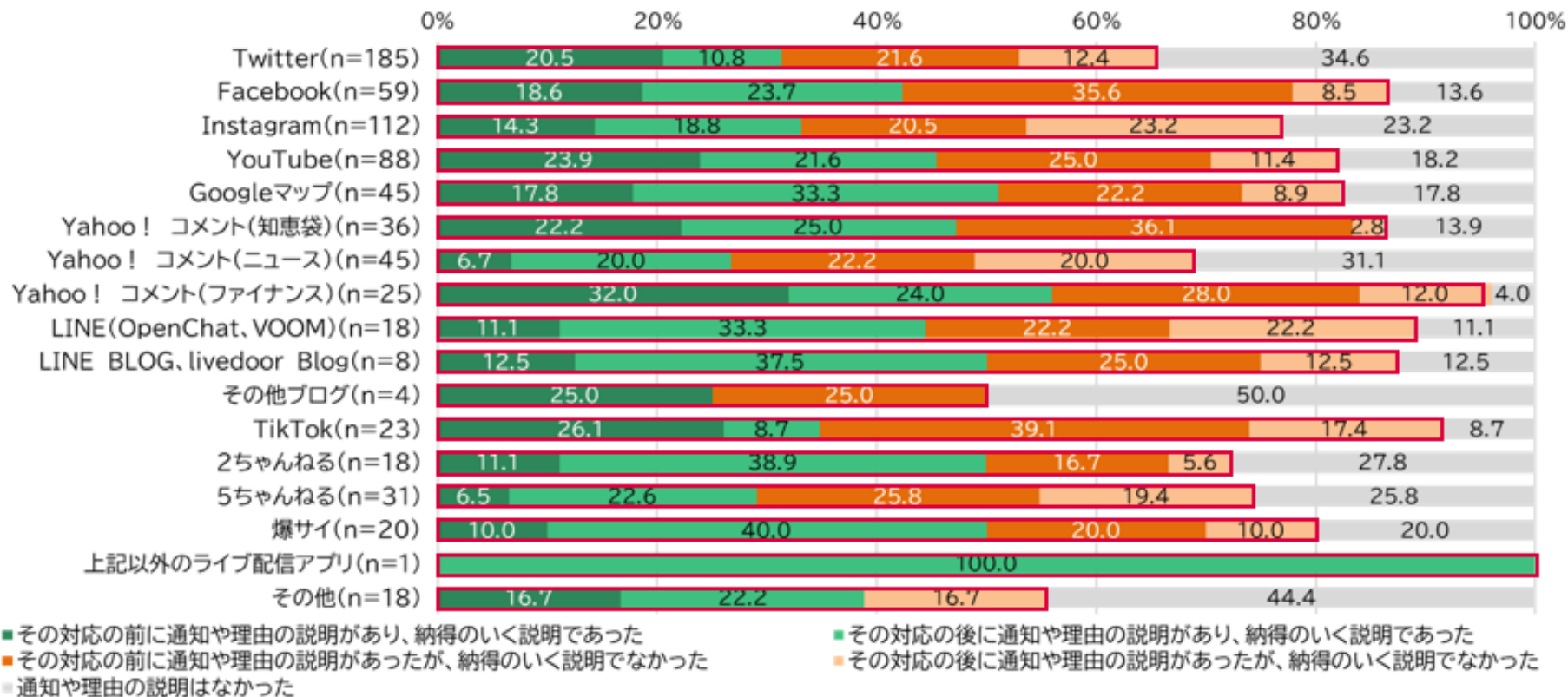
(第40回会合 資料3 清水陽平弁護士「現状の課題について」)

○ アンケート調査では、サービス提供事業者から削除等の対応をされた場合に、いずれのサービスでも半数以上が通知や理由の説明があったと回答したが、説明に対して納得している人は少ない傾向にあった。

調査群③

## 対応についての通知・説明の有無と納得度

Q サービスを利用するなかで、サービス提供事業者から投稿の削除等の「対応されたことがある」と回答したサービスについて、サービス提供事業者からその対応について通知や理由の説明がありましたか。(SA)



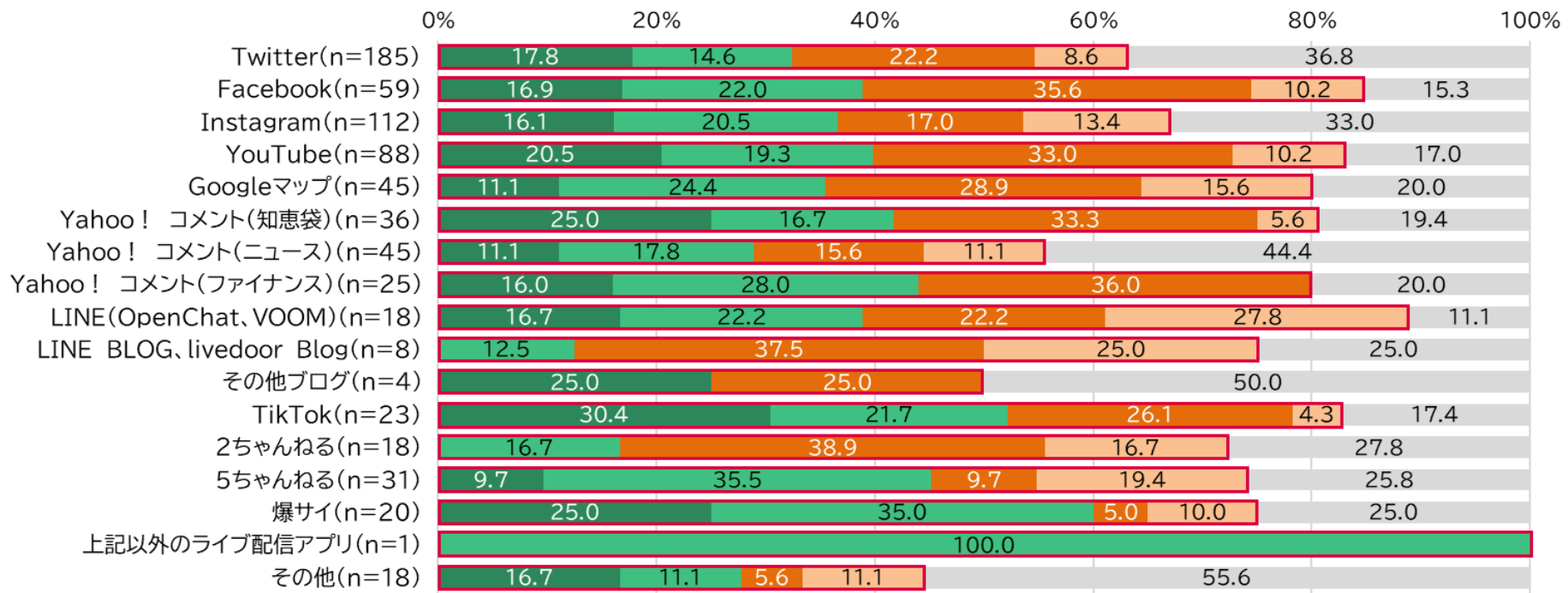


- アンケート調査では、コンテンツモデレーション等の対応をとられた場合の意見表明の機会の有無に関して、多くのサービスでは半数以上が意見表明の機会についての案内があったと回答したものの、多くのサービスで、意見表明の機会を与えられなかったと回答する者も存在する。
- また、意見表明の機会を与えられた後の対応の満足度については、サービスによってバラツキがあった。

調査群③

## 意見表明機会の有無と満足度

Q サービス提供事業者からの対応に対し、あなたの意見や反論を伝える機会(意見表明機会)を与えられましたか。(SA)



- 対応の通知にあわせて、意見表明機会についての案内があり、その後の対応は満足だった
- 対応の通知とは別に、意見表明機会についての案内があり、その後の対応は満足だった
- 対応の通知にあわせて、意見表明機会についての案内があったが、その後の対応は不満足だった
- 対応の通知とは別に、意見表明機会についての案内があったが、その後の対応は不満足だった
- 意見表明機会は与えられなかった

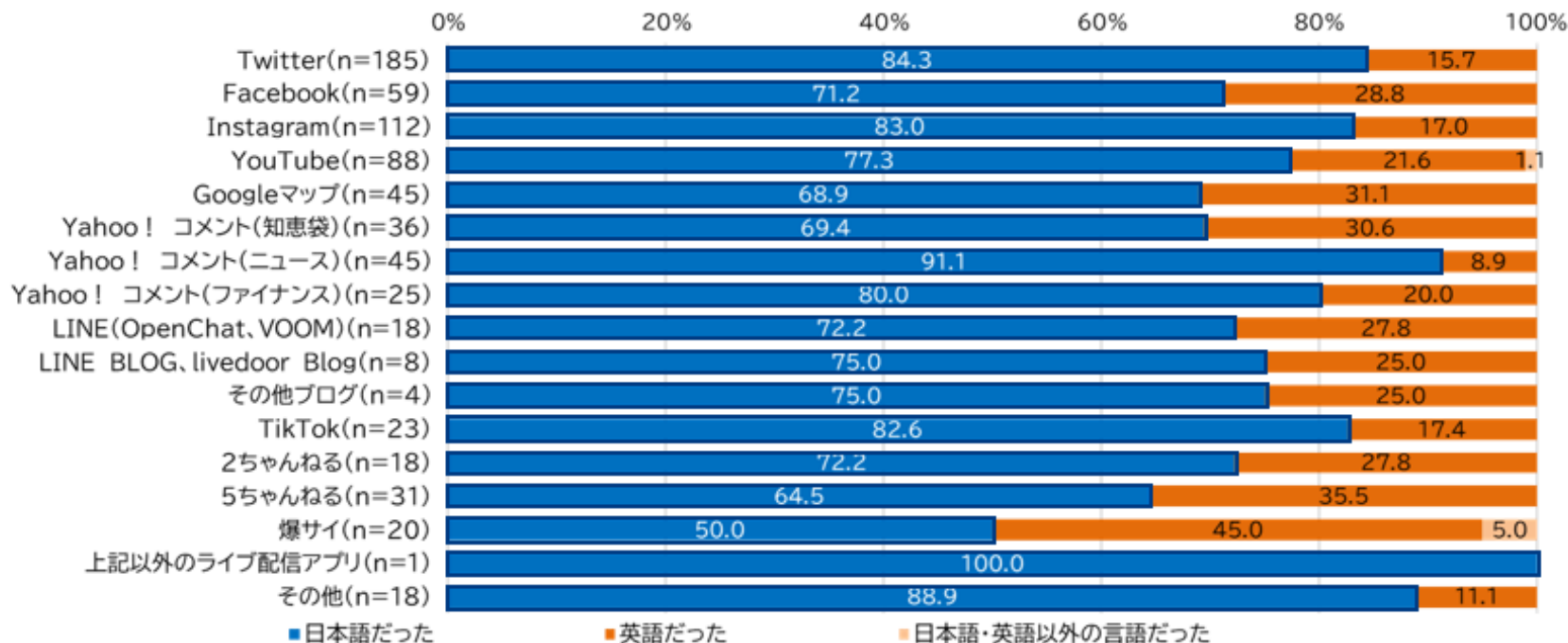


- 対応に関する通知や意見表明機会についての案内は、日本語で行われるケースが多く、半数以上(サービスにより異なるが、半数～8割強)は日本語が用いられている。また、日本語以外の言語ではほとんどが英語で行われている。

## 案内時の言語

調査群③

Q サービス提供事業者からの通知や意見表明機会についての案内は日本語で行われましたか。(SA)



通知有無		対応決定時の理由の説明
ヤフー	不明	<p>知恵袋については、削除された質問・回答に対して、削除がなされてから2週間、My 知恵袋のページにおいて削除理由を確認することができる。</p> <p>(参考)</p> <p><a href="https://support.yahoo.net.jp/PccChiebukuro/s/article/H000008062">https://support.yahoo.net.jp/PccChiebukuro/s/article/H000008062</a></p>
Google	<p>[YouTube]</p> <p>コミュニティガイドラインに違反するコンテンツが発見され、違反警告が発行されると、クリエイターにメールで通知されます。またクリエイターは、モバイルとパソコンの通知設定やチャンネル設定にて、通知を受信するように選択することもできます。</p>	<p>[YouTube]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- [ポリシーに基づく削除]</li> <li>- 削除されたコンテンツ</li> <li>- 違反したポリシー</li> <li>- チャンネルへの影響</li> <li>- 対処方法</li> <li>- [法律に基づく削除]</li> <li>- 削除されたコンテンツ</li> <li>- どの国の Youtube のコンテンツからブロックされたか</li> <li>- 制限が誤って加えられたと考える場合、クリエイターはどこにフィードバックをするのか</li> </ul> <p>YouTube 側に誤りがあると思う場合には、YouTube Studio を通じて再審査請求を行うことができます。</p>
LINE	<p>プロバイダ責任制限法に基づく対応をする際、発信者へ連絡することが可能な場合には発信者へ申立者から送信防止措置依頼がきていること及び同依頼内容について通知を行っています。この際、送信防止措置に不同意の場合には同意しない旨を返信することを依頼するとともに、不同意の返信がない場合にはLINE側で該当する投稿等を削除する旨を通知しています。</p>	不明

通知有無	対応決定時の理由の説明
Meta	<p>Facebookのコミュニティ規定やInstagramのコミュニティガイドラインに違反するコンテンツがあると判断した時点で、弊社はそれを削除します。その際には コンテンツを共有した利用者には、削除した理由を理解してもらい、今後違反するコンテンツを投稿しないようにする方法を理解してもらうために通知します。この情報は、その人のサポート受信箱でも確認できます。また、弊社が何か間違っていると思われる場合には、その措置を不服として訴えることができるプロセスも用意されています。</p> <p>コンテンツの削除の流れについては下記URLをご参照ください。  <a href="https://transparency.fb.com/enforcement/taking-action/taking-down-violating-content/#takedown-experience">https://transparency.fb.com/enforcement/taking-action/taking-down-violating-content/#takedown-experience</a></p>
Twitter	<p>ツイートがTwitterルールに違反していると判断した場合、Twitterは違反者に違反ツイートの削除を要請します。違反者は削除するまで新しくツイートすることはできません。違反ツイートと、どのポリシーに違反しているかをメール通知で違反者に連絡します。違反者は、違反ツイートを削除する手順を実行するか、Twitterの判断が間違っていると思う場合は異議を申し立てる必要があります。  <a href="https://help.twitter.com/forms/general?subtopic=suspended">https://help.twitter.com/forms/general?subtopic=suspended</a></p> <p>Twitterアカウントが凍結される理由の詳細：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● スпам：アカウントが凍結される原因のほとんどは、スパム行為または明らかな偽装であり、それらがTwitterやTwitterを利用してすべてのアカウントにとってセキュリティ上のリスクを招いていると判断されることです。こうしたアカウントは、Twitterルールに違反します。本人のアカウントであるにもかかわらず、手違いで凍結されることもまれにあります。そのような場合は、本人の協力の下、Twitterはアカウントを凍結解除するための措置を講じます。</li> <li>● セキュリティが危険な状態にあるアカウント：アカウントが乗っ取られたりハッキングされたりした疑いがある場合、乗っ取りによる悪質な行為のリスクを軽減するために、アカウントのセキュリティが確保されて所有者の管理下に戻るまでの間、アカウントを凍結する場合があります。</li> <li>● 攻撃的なツイートや行動：嫌がらせに関するTwitterルールに抵触しているという報告があった場合にアカウントを凍結することがあります。他人に対する脅迫や他のアカウントへのなりすましなど、嫌がらせに関与しているアカウントは、一時的に、または場合によっては恒久的に凍結することがあります。</li> </ul> <p>注記：Twitterプロフィールにアカウントの凍結が表示されるだけでなく、アカウント凍結の理由の詳細が追加されることがあります。  <a href="https://help.twitter.com/ja/managing-your-account/suspended-twitter-accounts#why-might-Twitter-account-suspended">https://help.twitter.com/ja/managing-your-account/suspended-twitter-accounts#why-might-Twitter-account-suspended</a></p>

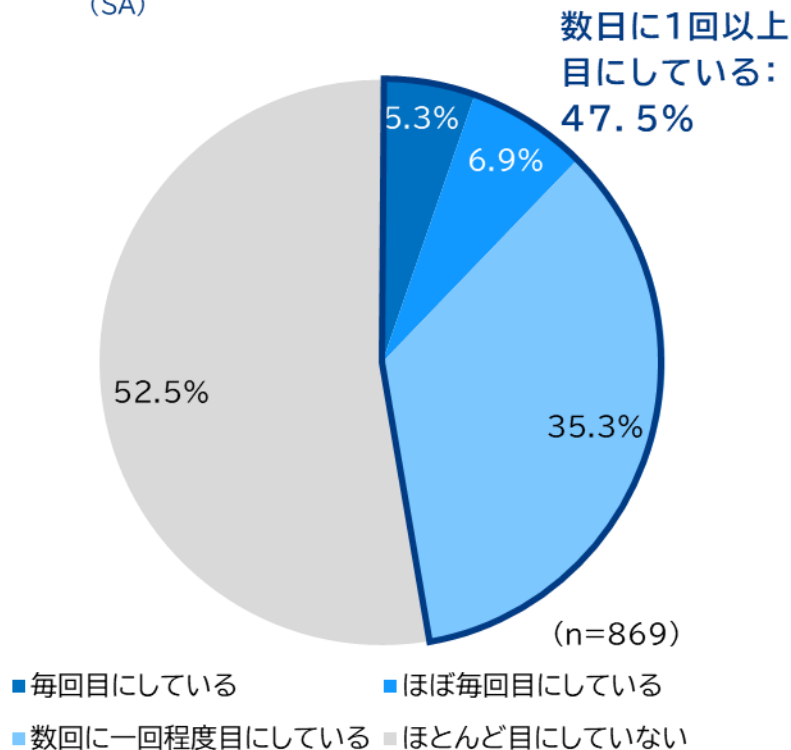


プラットフォーム事業者が果たすべき  
積極的な役割関係

- アンケート調査では、「特定の人物に粘着する目的のアカウント」による誹謗中傷等が行われていることを半数近い（47.5%）ユーザが数回に1回以上目撃していた。
- また、違法・有害情報に関する投稿を「されたことがある」という人のうち、3割以上の方は「特定の人が繰り返し不適切な投稿をしてきた」と回答している。

## 粘着を目的とした投稿の目撃頻度 ※他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)

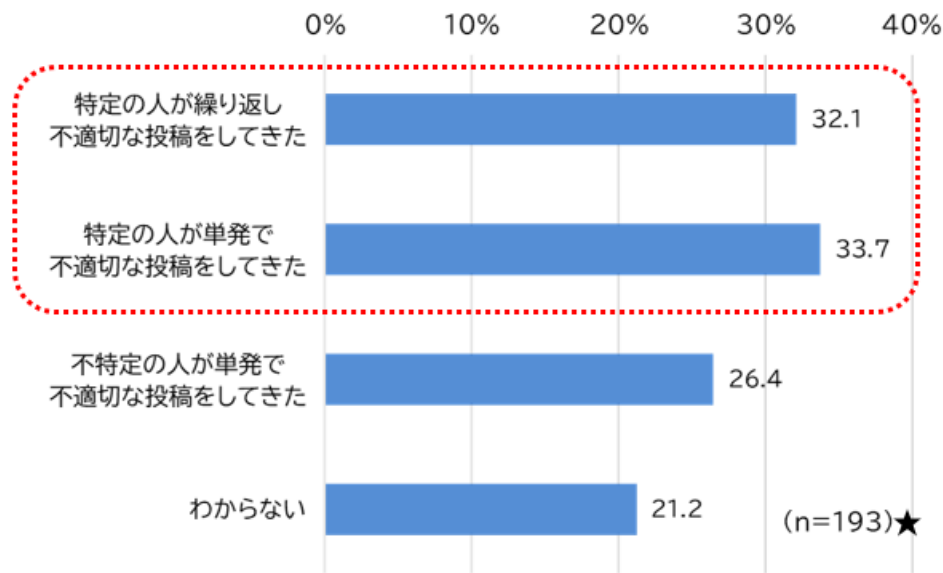
Q 特定の人物に粘着する目的のアカウントなどが複数回にわたって繰り返し投稿をしているのを見たことがありますか。(SA)



## 調査群①

## 不適切な投稿を繰り返しされた経験

Q 不適切な投稿をしてくる相手は特定の人でしたか。また、特定の人から繰り返し不適切な投稿をされることはありましたか。(MA)



★違法・有害情報に関する投稿を「されたことがある」という人が本設問の対象となっている（全回答者の9.7%に相当）

- プラットフォーム事業者におけるコンテンツモデレーションに関して、名誉毀損、プライバシー等についての対応が不十分との指摘がある。
- また、海外プラットフォーマーについて、日本の法律上の判断と一致した判断がなされていないとの指摘もある。

- 名誉毀損、プライバシー侵害等にかかる情報についての監視・対応は不十分ではないか
- 削除や開示は、基本的には裁判所がそれを命じた際にのみ応じるといった対応が取られているように感じられる
- 海外プラットフォーマーの場合、日本人の感覚、日本の法律上の判断と一致した判断がされない  
→自らの定める規約違反かどうかの主たる基準になっている？

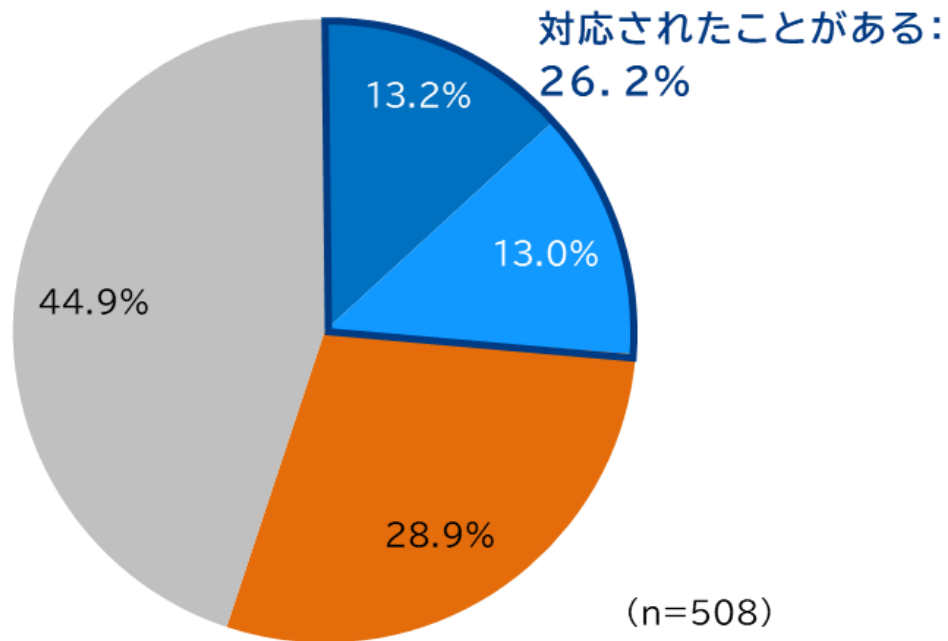


○ アンケート調査によると、違反申告や報告に対して、サービス提供事業者に対応されたことがあると回答したのは26.2%だった。

## 違反申告・報告時のサービス提供事業者による対応有無

調査群②

Q 違反申告や報告をした場合に、サービス提供事業者により対応(投稿の削除、アカウント削除等)されたことがありますか。(SA)



- 複数回にわたり対応されたことがある
- 1度だけ対応されたことがある
- 対応されたことはない
- 対応をされたか確認していないのでわからない

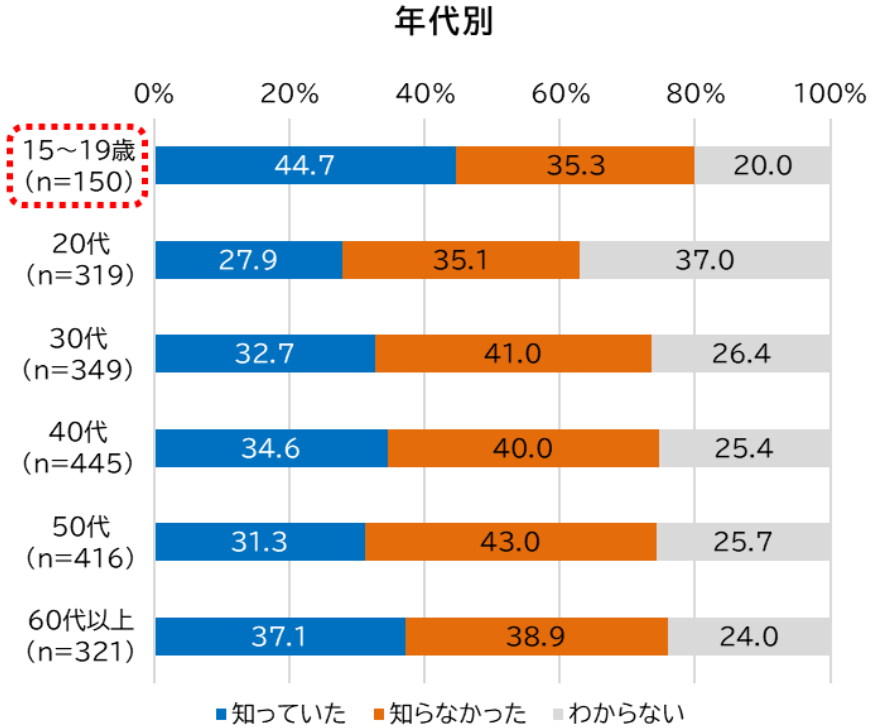
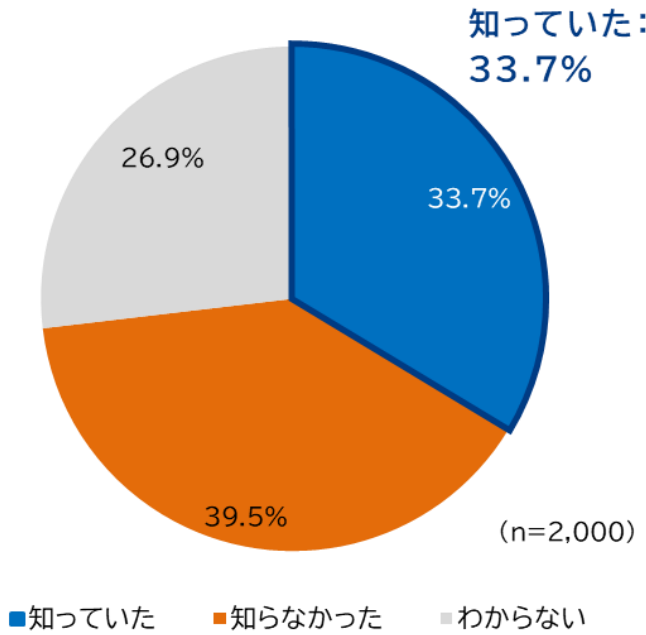


○ 判例上、人格権に基づく削除請求が認められているものの、アンケート調査によると、削除請求権があることを知っていた人は3割程度（33.7%）であった。

調査群①

## 削除請求をする権利についての認知度

Q あなたは、SNSなどのインターネットのサービス上での不適切な投稿について、削除を請求する権利が、裁判所の判断の積み重ねによって被害者に認められていることを知っていますか。(SA)





- 削除の仮処分手続について申立てから発令まで数ヶ月を要することや、投稿から一定の時間経過がある場合、「保全の必要性」が否定されることがある、との指摘がある。
- また、手続によっては、発信者情報開示請求と削除請求を併せて申し立てることができない、との指摘がある。

- 削除には、一般的には仮処分手続を用いるが、発令されるまでに審理期間は1～2か月程度の時間がかかる
- 削除仮処分では、投稿から一定の時間経過がある場合、「保全の必要性」が否定されることがある  
→削除の本案裁判による必要があり、時間がかかる
- 仮処分では、削除と開示（ただし、IPアドレス等に限る）を一緒に申し立てる余地がある一方、プロ責法の新しい裁判手続では、一緒に申し立てることができない

（第40回会合 資料3 清水陽平弁護士「現状の課題について」）

- 一定の場合に人格権としての名誉権に基づき侵害行為の差止めを求めることができると判示した裁判例が存在する。

### 最高裁昭和61年6月11日判決民集40巻4号872頁（いわゆる北方ジャーナル事件）

#### <事案の概要>

名誉権を侵害する出版物の頒布等の差止請求の事案

#### <判決文抜粋>

「実体法上の差止請求権の存否について考えるのに、人の品性、徳行、名声、信用等の人格的価値について社会から受ける客観的評価である名誉を違法に侵害された者は、損害賠償（民法七一〇条）又は名誉回復のための処分（同法七二三条）を求めることができるほか、人格権としての名誉権に基づき、加害者に対し、現に行われている侵害行為を排除し、又は将来生ずべき侵害を予防するため、侵害行為の差止めを求めることができるものと解するのが相当である。けだし、名誉は生命、身体とともに極めて重大な保護法益であり、人格権としての名誉権は、物権の場合と同様に排他性を有する権利というべきであるからである。」

- インターネット上の情報の削除請求が認められる基準について判断した裁判例が存在する。

### 最決平成29年1月31日民集71巻1号63頁

#### <事案の概要>

過去の逮捕事実に係る検索結果のGoogleに対する削除請求（仮処分）の事案

#### <判決文抜粋>

「検索事業者による検索結果の提供行為の性質等を踏まえると、検索事業者が、ある者に関する条件による検索の求めに応じ、その者のプライバシーに属する事実を含む記事等が掲載されたウェブサイトのURL等情報を検索結果の一部として提供する行為が違法となるか否かは、……当該事実を公表されない法的利益が優越することが明らかな場合には、検索事業者に対し、当該URL等情報を検索結果から削除することを求めることができるものと解するのが相当である。」

- インターネット上の情報の削除請求が認められる基準について判断した裁判例が存在する。

## 最判令和4年6月24日裁判所ウェブサイト（令和2年（受）1442号）

### <事案の概要>

過去の逮捕事実に係る投稿記事（ツイート）のSNS事業者に対する削除請求の事案

### <判決文抜粋>

「ツイッターが、その利用者に対し、情報発信の場やツイートの中から必要な情報を入手する手段を提供するなどしていることを踏まえると、上告人が、本件各ツイートにより上告人のプライバシーが侵害されたとして、ツイッターを運営して本件各ツイートを一般の閲覧に供し続ける被上告人に対し、人格権に基づき、本件各ツイートの削除を求めることができるか否かは、……上告人の本件事実を公表されない法的利益が本件各ツイートを一般の閲覧に供し続ける理由に優越する場合には、本件各ツイートの削除を求めることができるものと解するのが相当である。原審は、上告人が被上告人に対して本件各ツイートの削除を求めることができるのは、上告人の本件事実を公表されない法的利益が優越することが明らかな場合に限られるとするが、被上告人がツイッターの利用者に提供しているサービスの内容やツイッターの利用の実態等を考慮しても、そのように解することはできない。」

- インターネット上の投稿等に対する削除請求の法的根拠として、人格権に基づく差止請求権が考えられるとの指摘がある。

「SNSや電子掲示板における投稿、ブログ記事等のインターネット上の投稿や、検索事業者の提供する検索結果（以下、検索事業者の提供する検索結果を含める場合を「インターネット上の投稿等」といい、含めない場合を「インターネット上の投稿」という。）が、いわゆる誹謗中傷であるなどとして、その削除を求める場合、その法的根拠としては、人格権に基づく差止請求権が考えられる。

あるインターネット上の投稿等について、その被害者が投稿者又はプロバイダ等に対して人格権に基づく差止請求権を有する場合には、被害者から削除請求を受けた投稿者又はプロバイダ等は、当該投稿を削除する法律上の義務を負うことになる。」

（公益社団法人商事法務研究会「インターネット上の誹謗中傷をめぐる法的問題に関する有識者検討会 取りまとめ」4頁）

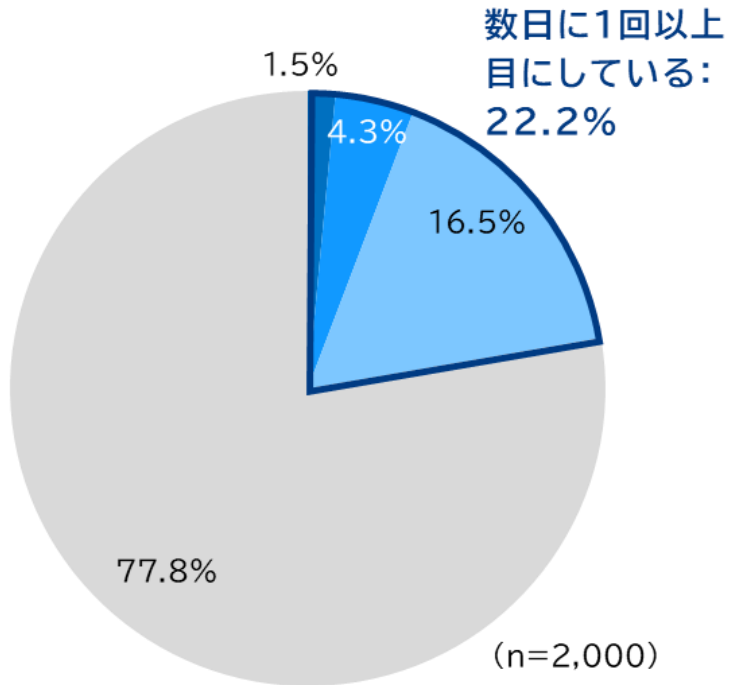


○ アンケート調査では、2割以上の人が数日に1回以上の頻度で、特定の人物を誹謗中傷するような投稿が複数回繰り返されている状況（いわゆる炎上事案）を目撃している、と回答。

調査群①

## 炎上事案の目撃経験

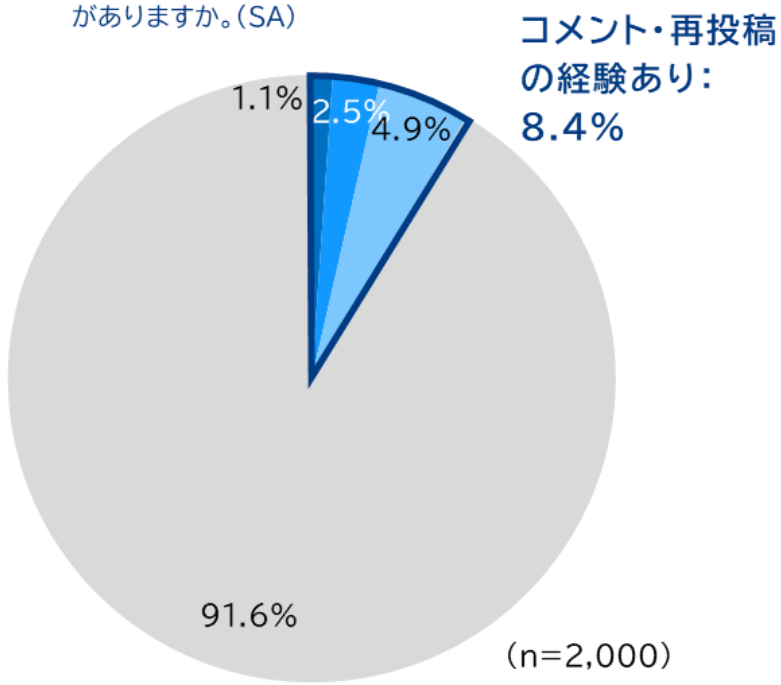
Q あなたは、特定の人物を誹謗中傷するような投稿が複数回繰り返されている状況(いわゆる「炎上事案」の一種)を見たことがありますか。(SA)



- 毎日目に見している
- ほぼ毎日目に見している
- 数日に一回程度目に見している
- ほとんど目に見していない

## 炎上事案における返信・再投稿経験

Q あなたは、特定の人物を誹謗中傷するような投稿が複数回繰り返されている状況(いわゆる「炎上事案」の一種)で、コメントの返信、再投稿などをしたことがありますか。(SA)



- ほぼ毎回コメントや再投稿をしている
- 数回に一回、コメントや再投稿をしている
- 何度かコメントや再投稿をしたことがある
- コメントや再投稿をしたことは一度もない



- 炎上事案について、個別にすべての投稿の削除・開示を求めるのは現実的ではない、との指摘がある。
- また、現行の裁判手続上、営業権侵害や社内情報の流出などの事案において、削除を求めることが困難である、との指摘がある。

## □ いわゆる「殺到型」、「炎上型」

→個別に全ての投稿の削除・開示を求めるのは非現実的

## □ 被害者は総体として大きな衝撃を受け、救済の必要性は高いが、個別の投稿が不法行為に当たると言い切れない

→裁判実務上、権利侵害は、原則として個別の投稿ごとによる判断

→スレッド削除、アカウント削除は認められない

## □ 人格権（ないし、人格的利益）の侵害以外は、裁判手続での削除が困難

→人格権に基づく削除請求権、又は知的財産権に基づく差止請求権でしか削除ができない

→営業権侵害や、社内情報の流出などにかかるものは削除困難

- 投稿に用いられた文言それ自体の侮辱性が高いとはいえ、そのみをもっては社会通念上許される限度を超える侮辱行為とはいえない投稿が、複数の者により全体として大量に行われている場合について、現行法では削除請求できるか必ずしも明らかではない。

「投稿に用いられた文言それ自体の侮辱性が高いとはいえ、そのみをもっては社会通念上許される限度を超える侮辱行為とはいえない投稿が、複数の者により全体として大量に行われている場合、各人の投稿行為は、それ自体としては名誉感情を違法に侵害する行為であるということとはできない。こうした名誉感情の侵害とはいえない複数の者の投稿について、それが大量に積み重なったときに、全体として見れば違法な名誉感情の侵害であると評価できるかどうかという点については、これまで、確立した法理論があるとはいえない状況にあった。」

(公益社団法人商事法務研究会「インターネット上の誹謗中傷をめぐる法的問題に関する有識者検討会 取りまとめ」67頁)

- 現状、セーフインターネット協会の誹謗中傷ホットラインにおいて、インターネット上の誹謗中傷に関して、プラットフォーム事業者等に対して削除要請を行っている。
- 令和3年における受領件数は、2859件に上っている。

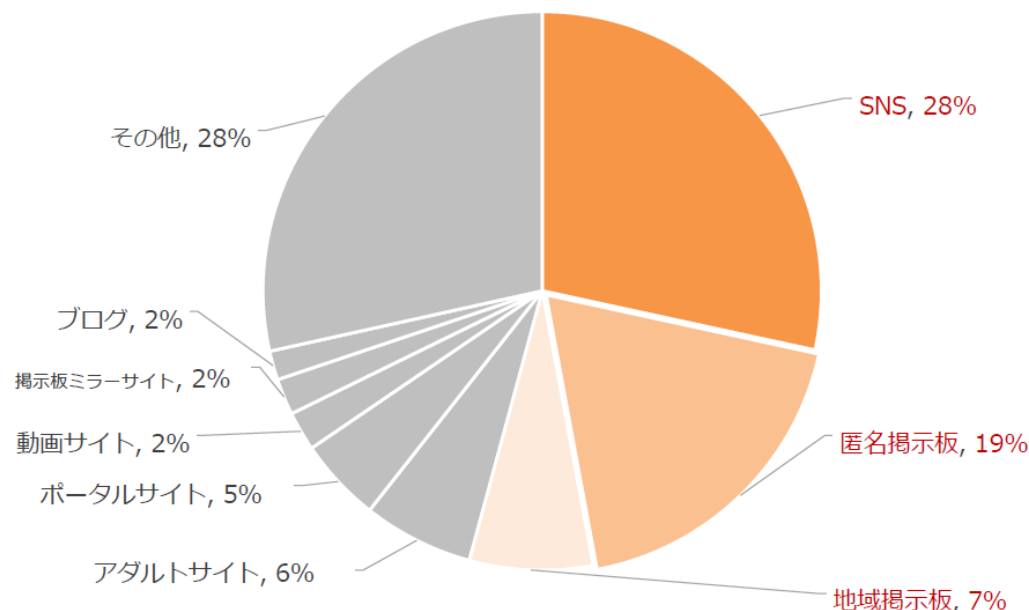


## 受領件数

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。

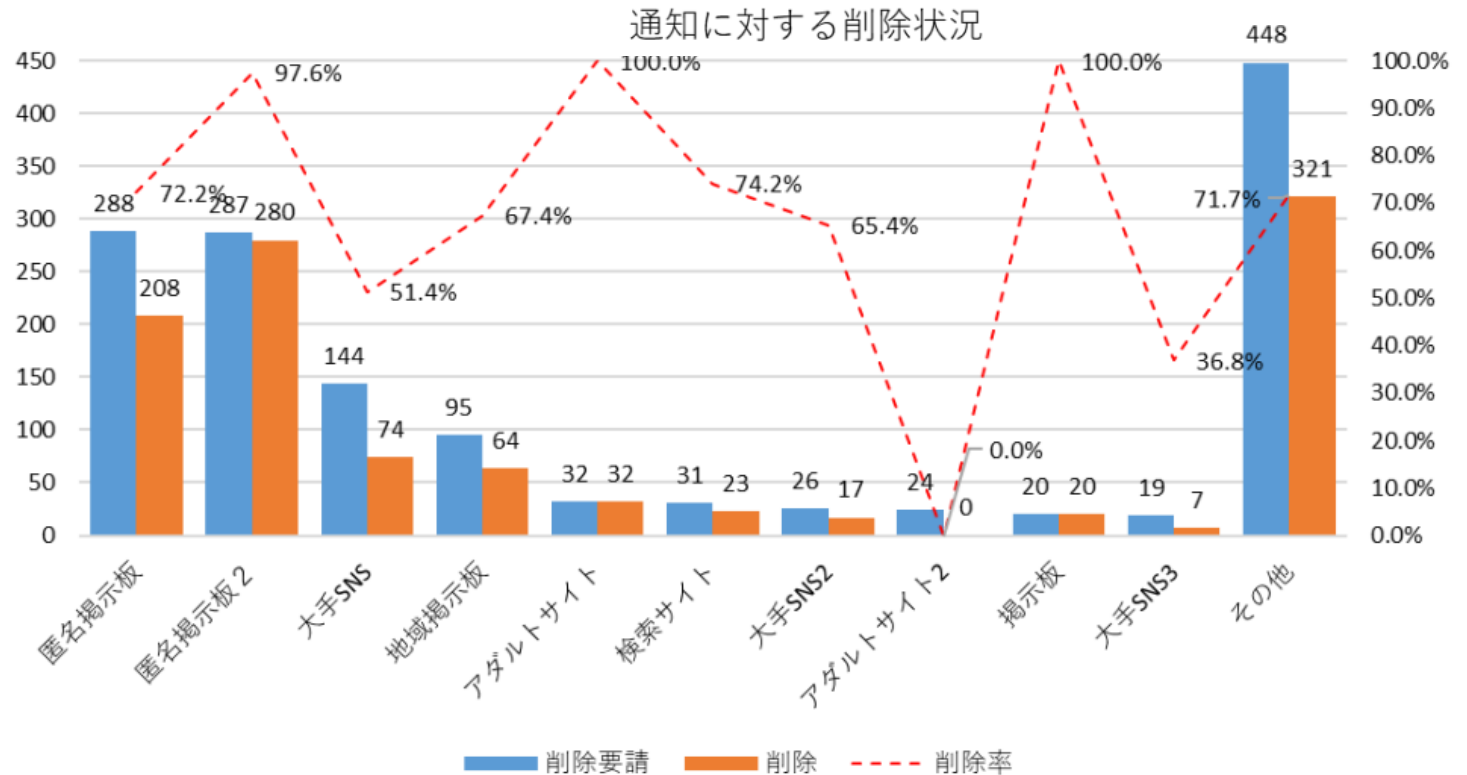


### サイト別（上位5サイト）

サイト	件数	割合
大手短文投稿サイト	484件	<b>17%</b>
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%
		<b>44%</b>

○ セーフーインターネット協会（SIA）の誹謗中傷ホットラインの削除要請について、削除要請を受けたプロバイダにおける削除率は74%であり、相当程度要請に基づく削除が実施されている。

- ◆ 該当数  
796件
- ◆ 通知数  
1,414URL
- ◆ 削除確認  
1,046URL
- ◆ 削除率  
74%

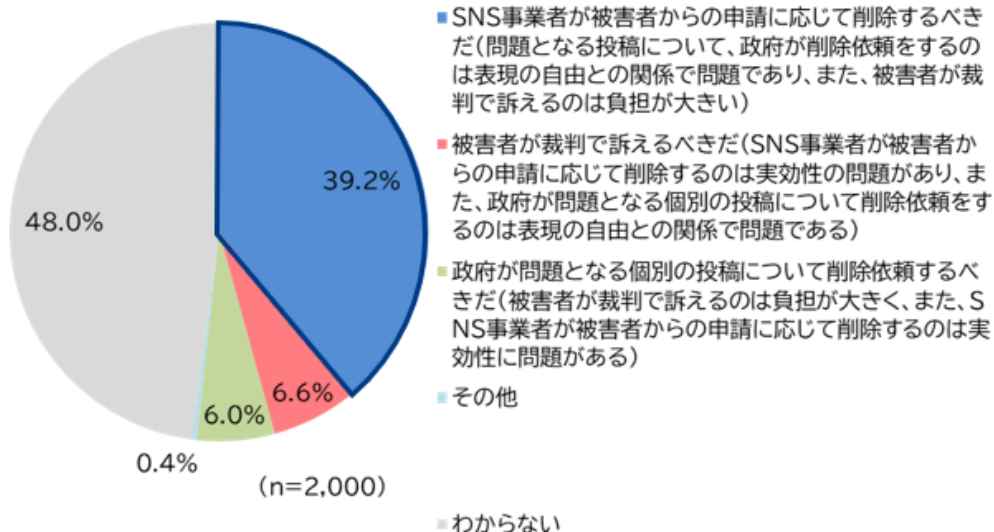


「該当」案件1件につき複数の通知を行う場合があるため、「該当数」と「通知数」は異なる

- 自身が削除申請する場合・される場合には、「わからない(48.0%)」という回答を除くと、「SNS事業者が被害者からの申請に応じて削除するべきだ」と考える人が最も多く、全体の4割程度(39.2%)であった。
- 支援を行う第三者機関が存在する場合、「わからない(49.9%)」という回答を除くと、いずれの回答もほぼ同程度であった。

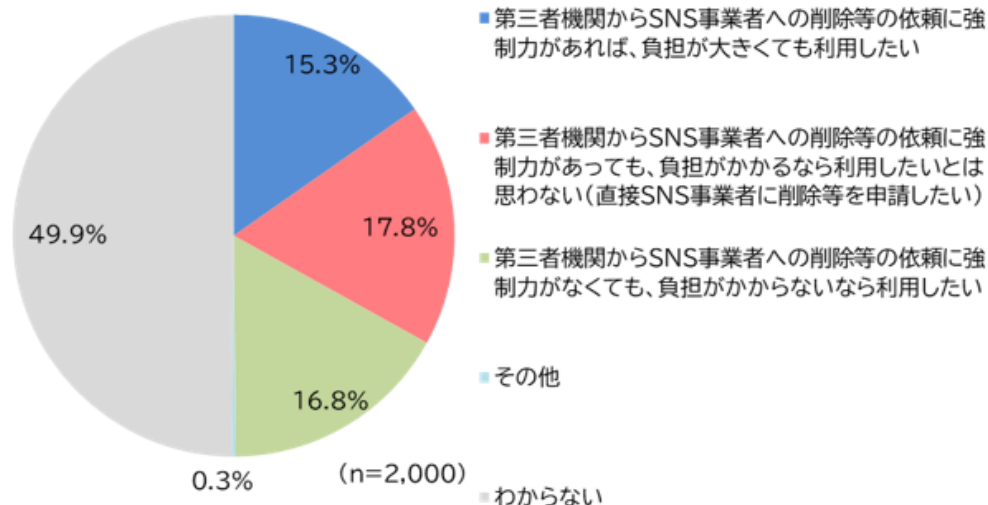
## 削除申請・依頼に対する考え方 ※自身が削除申請する場合・される場合

Q 不適切な投稿について削除等を行う仕組みについてどのようにするのがよいと考えますか。あなたが削除申請をする場面と、あなたの投稿が削除申請される場面の両方を考えた上で、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



## 削除申請・依頼に対する考え方 ※支援を行う第三者機関が存在する場合

Q 不適切な投稿の削除等を依頼する場合に、あなたを支援してくれる第三者機関が存在するとします。あなたが削除申請をする場面を考えた上で、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



- 法務省の人権擁護機関がプロバイダ事業者等に対して行っている削除要請について、平成31年1月から令和3年10月までの削除要請件数は1173件、削除件数が818件、全体の削除率は69%となっている。

## 【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	FC2	ブログ	31	31	29	2	0	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	0	94.74%	100.00%
3	爆サイ.com	掲示板	134	132	124	8	2	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	1	96.30%	96.30%
5	ログ速	掲示板のコピーサイト	21	20	20	0	1	95.24%	95.24%
6	imgur	画像・動画の共有サイト	15	12	12	0	3	80.00%	80.00%
7	ライブドアブログ	ブログ	24	19	17	2	5	70.83%	79.17%
8	2ちゃんねる(2ch.sc)	掲示板	78	53	41	12	25	52.56%	67.95%
9	Yahoo!知恵袋	Q & A サイト	21	13	9	4	8	42.86%	61.90%
10	ホストラブ	掲示板	13	8	6	2	5	46.15%	61.54%
11	Twitter	SNS	86	29	24	5	57	27.91%	33.72%
12	5ちゃんねる	掲示板	80	21	17	4	59	21.25%	26.25%
13	YouTube	画像・動画の共有サイト	33	8	6	2	25	18.18%	24.24%
14	2ch2.net	掲示板	14	2	1	1	12	7.14%	14.29%
15	その他		577	425	403	22	152	69.84%	73.66%
	全体		1173	818	753	65	355	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。）。



○ 令和3年度における、インターネットホットラインセンターの違法情報への削除要請について、2206件の削除要請が行われ、削除件数は1846件、削除率は83.7%となっている。

## ● 処理結果

### 1. 違法情報と判断した通報の処理結果

違法情報と判断した41,944件の通報のうち、国内案件は3,881件で、3,795件(通報前に削除された86件を除く。)を警察に通報し、2,206件(削除依頼を行う前に削除されたもの等を除く。)について、プロバイダ等に対して削除を依頼しました。削除依頼を行った結果、1,846件(83.7%)※が削除に至りました。

	警察への 通報前削除	警察へ 通報	削除依頼	削除完了
わいせつ電磁的記録記録媒体陳列	46件	3,121件	1,827件	1,500件
児童ポルノ公然陳列	6件	236件	110件	106件
売春目的等の誘引	0件	15件	7件	4件
出会い系サイト規制法違反の禁止誘引行為	0件	0件	0件	0件
薬物犯罪等の実行又は規制薬物の濫用を、 公然、あおり、又は唆す行為	0件	20件	6件	5件
規制薬物の広告	21件	386件	242件	224件
指定薬物の広告	0件	4件	3件	2件
指定薬物等である疑いがある物品の広告	0件	1件	1件	1件
危険ドラッグに係る未承認医薬品の広告	0件	1件	1件	0件
預貯金通帳等の譲渡等の勧誘・誘引	0件	5件	4件	1件
携帯電話等の無断有償譲渡等の勧誘・誘引	0件	2件	1件	1件
識別符号の入力を不正に要求する行為	8件	4件	4件	2件
不正アクセス行為を助長する行為	5件	0件	0件	0件
<b>合計</b>	<b>86件</b>	<b>3,795件</b>	<b>2,206件</b>	<b>1,846件</b>

※ 削除依頼より5営業日後に確認した際の件数です。令和4年5月末時点では、1,970件(89.3%)が削除に至りました。

### 2. 自殺誘引等情報と判断した通報の処理結果

自殺誘引等情報と判断した2,611件の通報のうち、2,199件(対応依頼を行う前に削除されたものを除く。)について、プロバイダ等に対して対応を依頼しました。対応依頼を行った結果、942件(42.8%)が削除に至りました。

※ ()内は、サイバーパトロール(警察庁委託事業)からの通報分を示したものです

分析	自殺誘引等情報	対応依頼	削除完了
件数	2,611件 (2,287件)	2,199件 (2,087件)	942件 (882件)

※ 削除依頼より14営業日後に確認した際の件数です。令和4年5月末時点では、1,112件(50.6%)が削除に至りました。