

プラットフォームサービス事業者におけるフェイクニュースや偽情報への対策の取組事例のヒアリング  
回答フォーマット

社名	ヤフー株式会社	
1. 前提（サービス概要）		
①	対象サービス名	Yahoo!知恵袋、Yahoo!ニュース（コメント機能含む）、Yahoo!ファイナンス掲示板、Yahoo!検索（ウェブ検索）、広告
	サービス分類	(i) コンテンツ共有サービス：Yahoo!知恵袋、Yahoo!ニュース（コメント機能）、Yahoo!ファイナンス掲示板 (ii) ニュース配信サービス：Yahoo!ニュース (iii) 検索サービス：Yahoo!検索（ウェブ検索）
②	加入者数、月間アクティブユーザー数又は書き込み数	【日本の数値】
		【グローバルの数値】
		【（質問に答えられない場合）参考となる数値】 以下を参考値として記載 Yahoo! JAPAN 月間アクティブユーザー数：約 8400 万人 ※Yahoo! JAPAN 媒体資料（2022年3月1日更新）P.23より <a href="https://marketing.yahoo.co.jp/download/">https://marketing.yahoo.co.jp/download/</a> ※出典「ニールセン デジタルコンテンツ視聴率」(Monthly Total レポート) 2021年7月～12月の月平均利用者数 [Yahoo! JAPAN (ブランドレベル) で集計、2歳以上の男女。スマートフォンとパソコンのユーザーの重複を含まない。]

## 2. 個別の取組事例

### 取組事例 1：当社のサービスへの信頼性の高い情報の掲載

①	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取組を行った契機や、背景にある課題意識（特定の事案が契機となっている場合には、当該事案の概要及び貴社の一次的な対応）</li> <li>✓ その課題がどの程度貴社や貴社のユーザに悪影響を及ぼしていたか</li> </ul>	<p>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● インターネット上には根拠が乏しい情報や悪意のあるフェイクニュースなど不確かな情報が流通することで、ユーザーが誤った情報に惑わされてしまうことがある。また、インターネット産業全体の信頼性棄損にもつながり、影響も大きい。このような問題意識のもと、当社が積極的に信頼できる情報を掲出することで、不確かな情報を打ち消すことができるのではないかと考えた。</li> <li>● 弊社メディア事業では信頼できる情報媒体との契約を主として情報を掲載しており、誰でも情報を掲載できるわけではないため、影響は軽微といえる。知恵袋やコメント欄など一部 UGC 機能においては、品質向上のための AI 利活用のほか、ガイドラインに沿って人力管理を行い、誤情報に関するガイドラインは追加して運用を開始した。</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 解決手段の目的・ねらい</li> </ul>	<p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 当社が有するあらゆる媒体を活用して、様々な場面で迅速かつ積極的に信頼できる情報をユーザーに届けることで、誤った情報を早期に打ち消し、ユーザーが正しい情報に接することができるようになると考えた。そこで、知恵袋や Yahoo! ニュース、コメント欄等のヤフーの媒体において、公共性の高い情報（官公庁の HP 等）や専門家が作成した記事などを積極的に掲載している。</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 課題解決策の導入について障害になった事項</li> <li>● どのように障害を乗り越えたか</li> </ul>	<p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 正確な情報を迅速に届ける行為はヤフートピックスなど通常運用で行っていることであり障害はなかった。他方、ファクトチェックに特化した記事の配信は少ないことは課題だった。</li> <li>● 解決のために、ファクトチェックに取り組む媒体社と連携し、ファクトチェック拡充企画</li> </ul>

		<p>を実施した。またヤフーニュース個人の専門家の協力を得て、啓蒙啓発を企図した特設サイトやコンテンツの制作を行った。</p>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解決手段の詳細</li> </ul>	<p><b>【解決手段の詳細】</b></p> <p>&lt;当社のサービスへの信頼性の高い情報の掲載&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Yahoo!知恵袋 <p>Yahoo!知恵袋に新型コロナウイルス関連の投稿がなされた際に、当該投稿のページ上部に「新型コロナウイルスに関係する内容の可能性がある記事です。」等の文言を掲出し、厚生労働省等の公的機関のHPを案内する取り組みを行った。</p> </li> <li>● Yahoo!ニュース <ul style="list-style-type: none"> <li>・トピックスについて <p>Yahoo!ニュースでは、ユーザーの課題解決に資するため、公共性の高い情報をサービスの最も目立つ場所であるYahoo!ニュース トピックスやトピックス詳細ページに掲載している。</p> <p>また、Yahoo!ニューストピックスにおいては、誤情報・デマに対して正しい情報を積極的に掲載している。</p> </li> </ul> </li> </ul> <p>(例)直近のトピックスに掲載された主なデマを打消すトピック</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ウクライナ侵攻関連 <ul style="list-style-type: none"> <li>・安易な拡散注意 8年前の映像も</li> <li>・露軍の侵攻巡る偽動画拡散 注意を</li> <li>・虐殺はデマとロシア主張 矛盾次々</li> </ul> </li> <li>■その他 <ul style="list-style-type: none"> <li>・安倍氏銃撃巡りデマも 拡散注意を</li> </ul> </li> </ul>

- ・デマ拡散 コスモ石油爆発の教訓
- ・加害者デマ後絶たず 法的責任も
- ・東名あおりデマ 2 審で賠償増額
- ・トヨタ社長を巡るデマ SNS で拡散
- ・静岡の水害?AI 生成の偽写真が拡散
- ・GANTZ 作者 デマ投稿に法的措置
- ・4月1日 今年も SNS で「うそ」続々  
など。

コロナ関連については、引き続き Yahoo! トップページを中心に、メディアサービス各所から誘導される「新型コロナ特設サイト」にて、コロナ関連のデマへの注意喚起を行うコーナーを設置し、ファクトチェック支団体（FIJ、日本ファクトチェックセンター、インファクト）へのリンク設置などの連携を行ったほか、メディアや専門家のフェイクニュース関連記事を掲載。あわせて消費者庁や国民生活センターへのリンクも継続設置している。なお、各所への掲載にあたっては編集部が複眼的に確認をした上で掲載を行っている。

また、日本ファクトチェックセンターの設立にあたり当社から資金提供を行っている。

(例) 「新型コロナウイルス感染症まとめ」 ページ内にデマ情報等への注意喚起を掲載

<https://news.yahoo.co.jp/pages/article/20200207>

(例) オリジナル啓発コンテンツを制作し、公開

「あなたは大丈夫？ 選挙で気をつけたいネットリテラシー」

<https://news.yahoo.co.jp/pages/20220622>

(例) 偽情報へのリテラシー向上を企図した動画を制作

		<p>「選挙の“フェイク”に備えるために～フィルターバブルと確証バイアス～」 <a href="https://www.youtube.com/watch?v=PxnxDgln6nI&amp;t=9s">https://www.youtube.com/watch?v=PxnxDgln6nI&amp;t=9s</a></p> <p>「情報偏食と吟味思考」 <a href="https://www.youtube.com/watch?v=BH5ErSvriY">https://www.youtube.com/watch?v=BH5ErSvriY</a></p> <p>「ファクトチェックと情報リテラシー」 <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WvzVXWOU6j4">https://www.youtube.com/watch?v=WvzVXWOU6j4</a></p> <p>・オーサーコメントについて 特定分野の専門性を有するオーサーと契約を締結し、専門分野にかかる記事について、補足的な見解を示して、記事の内容についてのユーザーの理解を向上させることを狙いとする。 なお、専門家の選定にあたっては、特定の分野における専門性、評判、知名度などを基準にした審査を行っており、また専門家による投稿は全件、担当者によるチェックを行うことで、一定の品質を保っている。</p> <p>● Yahoo!トップページ 新型コロナ等、国民の生命財産に関わる重大事項が発生している場合、Yahoo!トップページにおいて、メディアから提供を受けたコンテンツを誘導している。首相会見や都知事会見等の動画のエンベッド(埋め込み)による提供や、特設サイトへの誘導など、ユーザーが認知しやすい場所に掲載を行っている。 災害においては、地震速報やユーザーのお住まいの地域ごとにアラート情報を掲出等している。 いずれの情報もメディアや公的機関の情報源とすることで信頼性の高い情報の提供に努めている。</p>
--	--	---

⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解決手段による効果</li> <li>● 他の取組への応用の可能性</li> </ul>	<p>【解決手段による効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ユーザー動線の各所にフェイクニュース対策のコンテンツや取り組みを配置することにより、多数のユーザーに注意喚起を含めた情報を提供できた。生成したコンテンツは、社内でも活用し、信用できる情報の届け方のパターンを開発できた。また、ヤフーニュース個人に参画する外部の専門家との連携を行い、専門家の知見も取り入れることができた。</li> </ul> <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● こうした取り組みは技術的な条件などがなくても実施でき、応用可能と考える。</li> </ul>
取組事例 2：啓蒙啓発・リテラシー向上の取り組み（Yahoo!ニュース）		
①	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取組を行った契機や、背景にある課題意識（特定の事案が契機となっている場合には、当該事案の概要及び貴社の一次的な対応）</li> <li>✓ その課題がどの程度貴社や貴社のユーザに悪影響を及ぼしていたか</li> </ul>	<p>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Disinformation 対策フォーラムにおいて、偽情報・誤情報対策として、「ファクトチェック強化」「リテラシー向上」の2軸の方向性が示された。ヤフーでは従前から Yahoo! ニュースや Yahoo! きっずなどの領域でリテラシー向上の取り組みを進めており、その一層の推進が必要と考えた。</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 解決手段の目的・ねらい</li> </ul>	<p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ユーザー自身のリテラシーを高め、根拠が乏しい情報やフェイクニュースを見分ける能力を身に着けていただくべく、リテラシーを向上するための啓発・教育活動を行った。</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 課題解決策の導入について障害になった事項</li> </ul>	<p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 教育現場での講座を行うにあたってのリソース確保。現状では、社員 2 名程度の取組</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● どのように障害を乗り越えたか</li> </ul>	<p>みであり、実施規模について課題があると認識している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 教育現場での講義だけではリソース課題があるため、オンラインコンテンツを通じての啓蒙啓発、リテラシー向上に寄与する企画を立てるアプローチをとった。</li> </ul>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解決手段の詳細</li> </ul>	<p><b>【解決手段の詳細】</b></p> <p>&lt;啓蒙啓発・リテラシー向上の取り組み（Yahoo!ニュース）&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Yahoo!ニュース健診 2022年2月に、ユーザーが偽情報や誤情報などの情報に惑わされず、ニュースを正しく理解するための学習コンテンツ「Yahoo!ニュース健診」を公開。のべ10万人の方にご参加いただいた。 参考）“フェイクニュース”などの不確かな情報に惑わされず情報を正しく理解する力を身につけるための学習コンテンツ「Yahoo!ニュース健診」の参加者数が、開始から約2カ月でのべ10万人を突破 <a href="https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/04/27e/">https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/04/27e/</a></li> <li>● リテラシー向上授業 21年6月より大学と連携し、フェイクニュース対策としてのリテラシー向上授業を継続して実践。21年度より通算で中学2校、高校3校延べ15クラス、短大、大学11校、社会人講座3回およそ2000人が受講。</li> <li>● 選挙で気をつけたいネットリテラシー 2022年7月の参議院選挙に合わせて「ネットリテラシー」・「ファクトチェック」をテーマとした特設サイトを公開。有識者へのインタビューを含む動画コンテンツも複数本制作し、メディア面からの誘導も強化した。</li> </ul>

		参考) あなたは大丈夫? 選挙で気をつけたいネットリテラシー <a href="https://news.yahoo.co.jp/pages/20220622">https://news.yahoo.co.jp/pages/20220622</a>
⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解決手段による効果</li> <li>● 他の取組への応用の可能性</li> </ul>	<b>【解決手段による効果】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 啓発・教育活動を通じて、情報を正しく理解することの重要性や、情報への接し方を伝えることで、ユーザーが情報を鵜呑みにすることなく、ユーザー自身が情報の信頼性を判断することへの意識を高めることができた。</li> </ul>
		<b>【他の取組への応用の可能性】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● リテラシー向上の取り組みは特別な技術や条件がなくても実施可能であり、他の取り組みへの応用が可能と考えられる。</li> </ul>
<b>取組事例3：偽情報の削除</b>		
①	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取組を行った契機や、背景にある課題意識（特定の事案が契機となっている場合には、当該事案の概要及び貴社の一次的な対応）</li> <li>✓ その課題がどの程度貴社や貴社のユーザに悪影響を及ぼしていたか</li> </ul>	<b>【取組の契機や背景にある課題意識】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Yahoo!知恵袋やYahoo!ニュースコメントのようなCGMサービスにおいて、新型コロナウイルスやその治療法、ワクチン等の医療情報や、地震等の災害情報等の根拠なき投稿が散見されたため、そのような投稿を閲覧したユーザーに対して誤った情報を与えてしまう可能性がある。</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 解決手段の目的・ねらい</li> </ul>	<b>【解決手段の目的・ねらい】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新型コロナウイルス関連の医療（健康）情報や災害情報については、ユーザーの健康や生命に関わる情報であり、明らかに誤った情報に対して、ユーザーに影響を与える前に、迅速に対応することが望ましい。信頼できる情報の迅速な提供を方針として、トップページ</li> </ul>



		<p>や検索結果上での信頼できる情報の提供をおこなうほか、記事に付随するニュースコメント欄においては、専門家の解説コメントを上部に設置するなど、複合的な取り組みを目指した。知恵袋に関しても Q&amp;A という形式において、正しい情報を提供する等の施策を実行することを念頭においた。</p>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 課題解決策の導入について障害になった事項</li> <li>● どのように障害を乗り越えたか</li> </ul>	<p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● CGM サービスの中には、明らかに虚偽であることが客観的な資料等で裏付けられる投稿もあれば、真偽が疑わしいものの虚偽であると断定できない投稿、見解が分かれている投稿等のバリエーションがある。更に、単に冗談で書かれたようなものや、根拠なき憶測、ユーザーにとって影響の小さいものから大きいものなど様々なバリエーションがあることから、どのような投稿を削除の対象とするか線引きが難しい。</li> <li>● そこで、まずは厚労省の Q&amp;A や気象庁が公表している情報がファクトチェック済みの信頼できる情報であると考えられることから、その情報に明らかに反する投稿のみ削除することから取り組むことになった。現状は医療情報など限られた範囲で削除を行っているが、今後削除の対象を広げることも検討している。</li> </ul>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解決手段の詳細</li> </ul>	<p>【解決手段の詳細】</p> <p>&lt;偽情報の削除&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Yahoo! ニュース <ul style="list-style-type: none"> <li>・ Yahoo! ニュースコメントポリシーでは、コメント欄において以下のような投稿を禁止している。※2022 年 3 月 22 日追加</li> </ul> </li> </ul> <p>【明らかな偽情報】</p> <p>健康被害等をもたらす可能性のある偽情報であって、ファクトチェックにより反真実であることが明らかになっているもの</p>

		<p>(コメントポリシー)  <a href="https://news.yahoo.co.jp/info/comment-policy">https://news.yahoo.co.jp/info/comment-policy</a>          今のところ、新型コロナウイルスなど（新型コロナウイルスに限らない）のワクチンや治療薬などについての偽情報（ファクトチェック済みの情報に限る）が削除対象となっている。削除対象となる投稿内容は、厚生労働省のウェブサイト（外部サイト）などを参考に、適宜見直しを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Yahoo!知恵袋            医療情報や災害情報等について、明らかに事実と異なり社会的に混乱を招く恐れのある投稿については限定的に削除を行っている。            (該当する利用ルール)  <a href="https://chiebukuro.yahoo.co.jp/topic/guide/rule/">https://chiebukuro.yahoo.co.jp/topic/guide/rule/</a>  <b>【禁止事項 11：明らかな偽情報に関する投稿】</b></li> </ul>
⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 解決手段による効果</li> <li>● 他の取組への応用の可能性</li> </ul>	<p><b>【解決手段による効果】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 明確な虚偽情報についてガイドラインで明示することで削除等の対応への方針を示すことで抑制効果が期待できる。信頼できる情報元（官公庁の公式 HP 等）から明らかに虚偽であると判断できる情報を削除するためには、パトロール体制の強化が有効である。</li> </ul> <p><b>【他の取組への応用の可能性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 分析を含めて施策を重ねることで得た知見は、UGC 系サービスでの応用が可能であると考ええる。</li> </ul>