

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 | LINE 株式会社 | |
| 1. 前提（サービス概要） | | |
| ① | 対象サービス名 | LINE NEWS |
| | サービス分類 | (ii) ニュース配信サービス |
| ② | 加入者数、月間アクティブユーザ数又は書き込み数 | 【日本の数値】 MAU: 約 7,700 万人（2021 年 8 月時点） |
| | | 【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】 |
| 2. 個別の取組事例 | | |
| 取組事例 1 | | |
| ① | <p>✓ 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）</p> | <p>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ウクライナ情勢に関するフェイクニュースや情報戦については、合成写真や別の事案の動画（例：ヘリ撃墜やロケット着弾など）を、今回の侵攻のものと誤認させる SNS 投稿がネット上に拡散されていたり、ロシアとウクライナ双方から戦果報告がなされたりし（それぞれに都合の良い内容ではないかとの懸念あり）、ユーザがそれらを鵜呑みにして誤った情報を得てしまうことが懸念された。 ・ LINE NEWS としては信頼できるメディアと契約しており、LINE NEWS 上に掲載している内容に問題が少なくても、ネット上には数多の情報が存在しており、特に SNS から多く情報を得ているユーザへ働きかけることは難しい状況であった。 |

| | | |
|---|---|--|
| | <p>✓ 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</p> | |
| ② | <p>✓ 解決手段の目的・ねらい</p> | <p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ LINE NEWS では、アライアンスチームが信頼できる各種メディアと契約し、情報の正確さ・信頼性、その裏付けとなる取材体制について一定の担保がなされている。 ・ しかし、ネット上には数多の情報が存在するため、LINE NEWS 上でニュースを読んだとしても、別の媒体で見聞きした情報をもとに不安に駆られたり、正確性の比較が困難なために誤情報を信じてしまうケースがあり得るため、LINE NEWS 内で何ができるかを検討した。 |
| ③ | <p>✓ 課題解決策の導入について障害になった事項</p> <p>✓ どのように障害を乗り越えたか</p> | <p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ネット上に存在・拡散した情報の一つ一つを検証・裏付け取材していくことは、LINE NEWS の編集部だけでは限界がある点が課題であった。 ・ そこで、ユーザが最初にニュースに接する大きな入口である LINE NEWS において、記事単体ではなく、信頼できる機関やサイトの情報を紹介したり、ファクトチェック活動をしている団体の活動への導線を設けたりすることで、ユーザの判断を助ける取組みにより、ユーザのリテラシー向上を図った。 ・ その過程で、「信頼できる機関やメディアはどこか、ファクトチェック団体の活動実績や内容が十分か」が課題となったが、これについて編集部内で比較検討し、中央省庁やNHKをはじめとする、信頼できる情報を提供する公的機関等のサイトやファクトチェックサイトを選定した。 |

| | | |
|---|-------------------------------|--|
| ④ | ✓ 解決手段の詳細 | <p>【解決手段の詳細】</p> <p>その上で、具体的には以下の取り組みを行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ウクライナ情勢に関する記事に、フェイクニュースや誤情報への注意喚起のコーナーを設置 ・ 公的機関や信頼できるサイトを共有 ・ ファクトチェック団体の活動を共有 <p>LINE NEWS では、ニュース記事や各種信頼できる情報をまとめており、ウクライナ情報についても日々更新を行っている。</p> <p>その中に「フェイクニュースや誤情報への注意喚起」のブロックを設け、信頼できる情報発信者として選定した公的機関や NHK をはじめとするサイトなど、ユーザが一旦立ち止まって考えられる情報を提示している。</p> |
| ⑤ | ✓ 解決手段による効果 ✓ 他の取組への応用の可能性 | <p>【解決手段による効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 画面スクロールではなく、直接ジャンプして「フェイクニュースや偽情報への注意喚起」ブロックに遷移させることも可能であるため、何らかのニュース記事と注意喚起へのリンクをセットにして届けることも可能にした。 ・ これまで記事単体で終わりがちだったユーザに対しても、事前や事後にセットで情報を届けられる。 <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ メディアから配信を受けた記事の内容によっては、次にユーザが関心を持ちそうな事柄や、あらかじめ持つておくとい知識や心構えに関する情報がある。それらをニュース記事にプラスする形で、記事を読んだ自然の流れで、ユーザに届けることができる。 ・ ウクライナ情勢以外にも、既に行われている事例として、自殺やいじめ、ヤングケアラー |

| | | |
|---------------|--|---|
| | | などの課題や悩みに関する記事については、ユーザの次のアクションや考える時間をサポートするコンテンツをあらかじめ用意し、記事下方にバナー形式で付与している。 |
| 取組事例 2 | | |
| ① | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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） ✓ 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 | <p>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染症の流行当初には、「マスクが品薄」などの不安が増幅し、SNSで情報が拡散され、店頭から実際に商品が消えるなど「デマがデマでなくなる状況」になった。 ・ 新型コロナウイルス感染症の症状や治療法、ワクチンの副反応・効果などについても、各種の「実体験」をもとにした情報発信や、いわゆる専門家を名乗った者による情報発信が増えたことで、ユーザが「正しい情報」を判断することが難しくなっていた。 |
| ② | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段の目的・ねらい | <p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ユーザの「実体験」については、仮にそれが事実であっても、代表性や普遍性をもって語られてしまうため、「それが誤りである」というアプローチのみでは本質的な解決になり得ないという課題があった。 ・ また「デマ」についても、既に「デマではなく事実」という状況になれば、ただ否定するだけではなく、ユーザが判断できる材料を十分提供することや不安に駆られた際の心理的側面から解決することを検討した。 |
| ③ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 課題解決策の導入について障害になった事項 ✓ どのように障害を乗り越えたか | <p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ NEWS グラフィティのテーマは編集部内で選定できるものの、課題となったのは、そのベースとなる情報や監修を誰が行うかなどの信頼性確保であった。 ・ 解説のもととなる情報については、ウクライナ情勢に関する情報の取組みと同様に、信頼 |

| | | |
|---|-----------|---|
| | | <p>できるサイトの比較検討を行った。その上で、テーマによっては、中央省庁や報道機関、医師に監修を依頼した。</p> <ul style="list-style-type: none"> NEWS グラフィティのコンテンツ作成には、テーマ設定、デザイナーによるデザイン、動画化などの段階を経るため、完成までに一定期間かかってしまうことが課題であったが、日々最新のニュース記事に接している編集部員が「ユーザの関心を先回り」することで、より機動的な作成体制となるよう努めている。 ユーザ啓発や不安を解決するためのコンテンツを用意した後、それをユーザにどのように届け切るかという部分も課題となった。ユーザの訪問を待っているだけでなく、LINE NEWS の強みである LINE 公式アカウントを通したプッシュ通知や、継続的に新型コロナウイルス感染症に関心があるユーザには都度送信するスマート通知などによって通知する取り組みを行い、編集部発の情報伝達の後押しを図った。 |
| ④ | ✓ 解決手段の詳細 | <p>【解決手段の詳細】</p> <p>新型コロナウイルス感染症に関する NEWS グラフィティには、以下のものがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> コロナワクチンをめぐるデマ、惑わされないためには？（2021年8月） 新型コロナのデマ 結局どう行動すれば解決？（2020年4月） 新型コロナで生活激変 ころの健康を守るには（2020年4月） <p>LINE NEWS 上で最もユーザに見られるニュースタブトップ上に掲載したほか、YouTube や Twitter などへの投稿も行っている。</p> <p>また、新型コロナウイルス感染症に関する情報のまとめ (https://news.line.me/detail/linenews/38db8717dc84) も作成し、現在、LINE NEWS において「コロナタブ」として進化している。(https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2020/3195)</p> |

| | | |
|---|---|--|
| ⑤ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段による効果 ✓ 他の取組への応用の可能性 | <p>【解決手段による効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 縦型のイラスト動画でニュースを解説できる NEWS グラフィティは、イラストタッチで親しみやすく、テーマについても、機動的に LINE NEWS の編集部で企画・立案できるため、「新型コロナ、政治、経済、国際、気象・防災、社会」などのコンテンツを日々作成している。 |
| | | <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ NEWS グラフィティは、オープンソースとして誰でもダウンロードして使えることから、ユーザがスマートフォンの画面上で閲覧するだけでなく、公的機関や会社、家庭など様々な場所で啓発活動にご利用いただくことができる。 ・ 最近では、新型コロナウイルス感染症に限らず、公的機関と連携した各種のテーマ選定によるコンテンツ作成へと広がりを見せている。 |

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 | LINE 株式会社 | |
| 1. 前提（サービス概要） | | |
| ① | 対象サービス名 | LINE みらい財団におけるユーザ啓発活動（GIGA ワークブック） |
| | 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 | 【日本の数値】 |
| | | 【グローバルの数値】 |
| | | <p>【（質問に答えられない場合）参考となる数値】</p> <p>啓発教材（GIGA ワークブック）を導入することとした自治体（教育委員会）を通じて、地域内の全ての公立学校（小学校・中学校・高校）へ教材導入の推進を案内している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2022 年度 教材導入自治体（2023 年度も継続利用） 2 県（山梨県、兵庫県）、2 市（神奈川県鎌倉市、徳島県阿南市） ・ 2023 年度から教材導入することが確定している自治体 ※23 年 1 月現在 1 都 3 県（東京都、長野県、福岡県、宮崎県）、28 市町村 |
| 2. 個別の取組事例 | | |
| 取組事例 1 | | |
| ① | ✓ 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 | <p>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 政府の GIGA スクール構想により、学校現場では、加速度的に ICT 教育に対するニーズが高まっている（主には情報モラル教育・情報リテラシー教育、情報活用能力の育成、デジ |

| | | |
|---|---|---|
| | <p>いる場合には、当該事案の概要及び貴社の一次的な対応)</p> <p>✓ 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</p> | <p>タルシチズンシップ等)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 学校現場には様々なニーズ（子供たちのネットトラブル回避に関する指導、GIGA スクール端末の利活用など）があるものの、現実的には学びの時間の確保、教えることのできる指導者の育成等がまだまだ追いついていないとの声が寄せられている。 |
| ② | <p>✓ 解決手段の目的・ねらい</p> | <p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス提供者としての責任、社会課題への対応として、これから子供たちが生きていくデジタル社会をより良いものにするために、CSR 活動として継続的に情報モラル教育に取り組む必要があると考えている。 ・ 2014 年から培ってきた知見と経験により、学校現場で利用されることに主眼を置き、最低限の準備で始められ、また短時間での活用も可能な現場で使い勝手の良いカリキュラム・教材を開発することを目的とした。 |
| ③ | <p>✓ 課題解決策の導入について障害になった事項</p> <p>✓ どのように障害を乗り越えたか</p> | <p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 教材（GIGA ワークブック）の活用が、情報モラル教育などに積極的に取り組んでおられる指導者が存在する地域に限定されることなく、より多くの児童・青少年に対する学びの接点を作るためには、自治体（教育委員会）との連携が必要不可欠であった。 ・ このため、自治体（教育委員会）と連携し、学校現場への周知や指導者に向けての研修を無償でサポートしている。 |
| ④ | <p>✓ 解決手段の詳細</p> | <p>【解決手段の詳細】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ LINE みらい財団では、誰でも無償で利用可能な汎用版の教材（GIGA ワークブックなど）を HP に掲載し、提供している。 ・ しかし、HP に掲載して利用者を待つだけでは、我々からの働きかけが十分ではないと考 |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>えたことから、自治体（教育委員会）と連携して普及を図ることとした。</p> <ul style="list-style-type: none"> 教材（GIGA ワークブック）については、連携する各自治体における導入のしやすさを考慮し、自治体ごとのデザインやオリジナルページ（各地域の情報モラル育成目標や調査研究結果など）を設けるパッケージを準備した。 |
| ⑤ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段による効果 ✓ 他の取組への応用の可能性 | <p>【解決手段による効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2022 年は、まず教材（GIGA ワークブック）の開発と初期導入自治体の確保、サポート体制の構築を実施した。 連携自治体における教材（GIGA ワークブック）の導入に関する効果を検証するため、今後、教材活用による子供たちや教員の意識変化等の調査を行う予定。 |
| | | <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> これまでの取組で得られたノウハウは、LINE みらい財団単独の活動にとどまることなく他社・他団体との連携を図るほか、学校現場だけではなく家庭が抱えるネットリテラシーの課題に対しても応用を目指していく。 また、これまでに培ったノウハウを活かし、和歌山県警察本部及び和歌山県教育委員会との連携により、自画撮り被害をテーマとした研究・教材開発を行っている（2023 年度、GIGA ワークブックにコンテンツを追加する予定）。 |

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 | LINE 株式会社 | |
| 1. 前提（サービス概要） | | |
| ① | 対象サービス名 | LINE オープンチャット |
| | サービス分類 | (i) コンテンツ共有サービス |
| ② | 加入者数、月間アクティブユーザ数又は書き込み数 | 【日本の数値】 累計利用者数：約 2,200 万人（2022 年 8 月時点） https://openchat-jp.line.me/topic/20220819_3rdanniversary |
| | | 【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】 |
| 2. 個別の取組事例 | | |
| 取組事例 1 | | |

| | | |
|---|--|---|
| ① | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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） ✓ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 2021年12月、一部メディアから、LINE オープンチャットにおける新型コロナウイルスに関する誤情報の対応について取材があった。 ・ インターネット上において、「LINE オープンチャットがデマやフェイクニュースなどの有害情報の温床となっている」かのような論調が見受けられた。 |
| ② | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段の目的・ねらい | <ul style="list-style-type: none"> ・ オープンチャット 安心・安全ガイドラインでは、「真偽不明の情報の拡散」を違反行為として禁止しており、デマやフェイクニュースに対するモニタリングによる削除などを強化するとともに、ユーザへの啓発を積極的に行うこととした。 |
| ③ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 課題解決策の導入について障害になった事項 ✓ どのように障害を乗り越えたか | <ul style="list-style-type: none"> ・ モニタリングでの取り締まりを強化するにあたり、どのような情報がデマやフェイクニュースに該当するののかの見極め（真偽の確認）が非常に困難であった。 ・ このため、表現の自由などを侵害することなく、明らかにデマやフェイクニュースに該当すると客観的に判断できるものに対応するため、削除が妥当とされる基準を、以下の(1)または(2)に当てはまるものと定めた。 <ul style="list-style-type: none"> (1) 健康に深刻な被害をもたらす誤情報、社会的混乱が生じる恐れのある情報の投稿やそのようなオープンチャット (2) 政府が公式に否定する情報の投稿、およびそのような主張を展開する投稿やそのようなオープンチャット |
| ④ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段の詳細 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 公的機関など信頼できる情報源などを掲載したトピックごとの専用注意喚起ページを作成し、公開した。 |

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 新型コロナウイルス感染症に関する情報について ➤ 投資アドバイスを装った詐欺にご注意ください ▪ オープンチャット公式お知らせにて注意喚起を実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2021/12/28: 新型コロナウイルス感染症に関する不正確な情報にご注意ください。 https://notice2.line.me/SQUARE/web/document/notice?documentId=20183272&lang=ja ➤ 2022/09/23: 投資アドバイスを装った詐欺にご注意ください。 https://notice2.line.me/SQUARE/web/document/notice?documentId=20202656&lang=ja ▪ フェイクニュースに関するキーワードを抽出し、ターゲット Chatroom Pop-up アップ（オープンチャットのトーク画面を開いた瞬間に出現するポップアップのアナウンス）によりユーザへの注意喚起を実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 新型コロナウイルス感染症に関する情報について 新型コロナウイルス感染症やそれに関連するワクチンなどの情報については、まずは厚生労働省や首相官邸のウェブサイトなど、公的機関で発表されている情報を必ずご参照くださいますようお願いいたします。 また、真偽不明な情報の拡散はガイドラインで禁止されています。詳しくは以下のボタンよりご確認ください。 ➤ 投資アドバイス詐欺への注意喚起 オープンチャット上で暗号資産などの投資商品に関する情報提供やアドバイスを装い、詐欺の可能性が高い投資商品の購入や取引所への入金を促す行為にご注意ください。 詐欺行為が疑われるポイントなど、詳しい情報は以下のボタンよりご確認ください。 |
|--|--|---|

| | | |
|---|---|--|
| ⑤ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段による効果 ✓ 他の取組への応用の可能性 | <p>【解決手段による効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 明らかなデマやフェイクニュースをテーマとしたオープンチャットが、検索結果に出現しないことが確認できた。 ・ メディアの発信やVOC（ユーザの声）において、オープンチャットがデマやフェイクニュースの温床となっているといった論調が減少基調にあるものと考えている。 |
| | | <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスに限らず、デマやフェイクニュース、または詐欺を目的とした情報や、それらが拡散される可能性のあるオープンチャットについては、引き続き同様の対応を行うことが可能である。 |