

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 https://marketing.yahoo.co.jp/download/ ※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"> ✓ 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"> ● 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。 ● 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。
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"> ● 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。
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"> ● 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。 ● 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

		<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"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <p><当社のサービスへの信頼性の高い情報の掲載></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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> ● Yahoo!ニュース <ul style="list-style-type: none"> ・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> <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"> ■ウクライナ侵攻関連 <ul style="list-style-type: none"> ・安易な拡散注意 8年前の映像も ・露軍の侵攻巡る偽動画拡散 注意を ・虐殺はデマとロシア主張 矛盾次々 ■その他 <ul style="list-style-type: none"> ・安倍氏銃撃巡りデマも 拡散注意を

- ・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認バイアス～」 https://www.youtube.com/watch?v=PxnxDgln6nI&t=9s</p> <p>「情報偏食と吟味思考」 https://www.youtube.com/watch?v=BH5ErSvriY</p> <p>「ファクトチェックと情報リテラシー」 https://www.youtube.com/watch?v=WvzVXWOU6j4</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"> ● 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"> ● 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。 <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
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"> ✓ 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"> ● 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。
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。
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 	<p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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

	<ul style="list-style-type: none"> ● どのように障害を乗り越えたか 	<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"> ● 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。
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <p><啓蒙啓発・リテラシー向上の取り組み（Yahoo!ニュース）></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/04/27e/ ● 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。 ● 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。

		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 https://news.yahoo.co.jp/pages/20220622
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 	【解決手段による効果】 <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
		【他の取組への応用の可能性】 <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
取組事例3：偽情報の削除		
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 	【取組の契機や背景にある課題意識】 <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
②	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段の目的・ねらい 	【解決手段の目的・ねらい】 <ul style="list-style-type: none"> ● 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

		<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&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"> ● 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"> ● 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。 ● そこで、まずは厚労省の Q&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。
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <p><偽情報の削除></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Yahoo! ニュース <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <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) https://news.yahoo.co.jp/info/comment-policy 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"> ● 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) https://chiebukuro.yahoo.co.jp/topic/guide/rule/ 【禁止事項 11：明らかな偽情報に関する投稿】
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。 <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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られる。

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）		
③	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
④	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	<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"> ・ 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】 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	<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"> ・ 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）		
⑤	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	
⑥	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	<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"> ・ 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<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）		
⑦	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
⑧	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】 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。

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	Google LLC	
1. 前提（サービス概要）		
⑨	対象サービス名	
	サービス分類	
⑩	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】
		【(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 Innovation Nippon への支援を通じた実態調査の実施		
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"> ● 偽情報・誤情報が世界的に問題になる中、日本における実態調査を進めることが、社会全体における適切な対策を検討する上で必要だと考えました。 ● とりわけ日本では、新型コロナウイルス感染症が拡大する中、新型コロナウイルスやコロナワクチンに関する誤情報が拡散され、調査の必要性が強まりました。

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"> ● 偽情報・誤情報の現状を把握し、社会全体としての適切な対策をエビデンスベースで議論することに貢献すること。
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"> ●
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2019年度～2021年度の3年間でのべ15,000名以上（予備調査5万人以上）を対象に調査し、偽情報・誤情報に関する人々の行動を調査分析しました。対象とした偽情報・誤情報分野は広範囲で、国内で広く拡散されたコロナワクチンデマも含まれます。
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"> ● 分析結果から、日本における偽情報・誤情報の拡散範囲や、社会的影響、そして偽情報・誤情報に騙されやすい人の特徴などが鵜に、明らかになりました。それらの結果をプラットフォーム事業者やその他のステークホルダーがとれる適切な対策について含意を得ました。 ● 成果は総務省の「プラットフォームサービスに関する研究会」や、セーファーインターネット協会の「Disinformation 対策フォーラム」「ワクチンデマ対策シンポジウム」などで共有されました。また、総務省の「ICT活用のためのリテラシー向上に関する検討会」設立時の事務局資料にリテラシーに関する分析結果が引用されたほか、啓発教育教材である「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」にも引用されています。さらに、各種メディアに取り上げられて、人々への直接的な啓発にも貢献しました。

		<p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ネットの普及に伴い、様々な課題が発生しています。一方、日本特有の文化もあり、適切な対策を検討するには、日本における実態を調査し、エビデンスベースで検討することが不可欠です。そのため、他の問題についても応用可能性が高いと考えられます。
<p>取組事例 2 セーファーインターネット協会への支援を通じた偽情報・誤情報対策の推進</p>		
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"> ● 誤った情報の拡散は、個人の意思決定を歪め、市民生活に大きな影響を与えるテーマに対して不適切な行動を取ったり、適切な行動を取らなかったりする原因となります。国際大学 GLOCOOM の山口真一准教授がまとめた報告書によると、偽情報・誤情報は、コミュニティ内で口コミやメッセージ アプリを通じて発信されることで広がっていることが明らかになりました。日本社会において、偽情報や誤情報に対して抵抗する能力の強化が急がれます。
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"> ● 日本における偽情報・誤情報の流通を抑え、偽情報・誤情報に対する日本社会の耐性を高めるために、Google の慈善事業部門である Google.org は一般社団法人セーファーインターネット協会（SIA）に対し、150 万米ドルを支援することで、SIA によるファクトチェックの実施およびリテラシー教育の推進、調査・研究活動、シンポジウムの開催、人材育成など、幅広い偽情報・誤情報対策の推進を応援しています。
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 	<p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●

	<ul style="list-style-type: none"> ● どのように障害を乗り越えたか 	
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】 SIAによる以下の活動を支援しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ファクトチェック機関「日本ファクトチェックセンター」の設立 <ul style="list-style-type: none"> ○ 国際ファクトチェックネットワークの基準に沿ったファクトチェックを実施し、各地域で悪影響を受けているコミュニティのメディアリテラシーの知見を高めることに焦点を当てる ● 調査： <ul style="list-style-type: none"> ○ 日本の情報空間における偽情報・誤情報の動向、特にインターネット上の偽情報・誤情報のパターンや手法を分析するための調査を実施する ● メディアリテラシー研修 <ul style="list-style-type: none"> ○ 誤った情報に騙される被害を防ぐため、重要なテーマに関する基礎知識を普及させる ○ 偽情報・誤情報の手法や典型的なパターンについて啓発するコンテンツを発信する ○ ファクトチェッカー育成とリテラシー向上のための講座を開催する ● その他幅広い偽情報・誤情報対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> ○ リテラシー教育とオンライン上の安全性とその重要性に向けた啓発活動を推進 ○ シンポジウムの開催など
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"> ●
		<p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●

取組事例 3 [MAFINDO](#) への支援を通じたメディアとデジタルリテラシーの教育推進（インドネシア）

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> <p>新型コロナウイルス感染症に関する信頼できる情報が現地の言語で得られないこと、情報を検証するためのデジタルリテラシー能力が低いこと、臆測が不要なパニックを引き起こしてきたことなどが、インドネシアにおけるパンデミックの状況を悪化させています。また、新型コロナウイルス感染症が発生したことで、特に講師や学生がパンデミック中に流布するフェイクニュースや誤った情報に対応できるよう、革新的で永続的、そして簡単にアクセスできる教育機会のニーズが急速に高まりました。カギとなるのは、研究者、政治家、パブリッシャー、テクノロジー企業の連携です。そこで、インドネシアでは Google の慈善事業部門である Google.org が MAFINDO の Tulare Nalar プログラムの立ち上げをサポートし、メディアとデジタルリテラシーの教育を通じて 2 万 6,000 人以上の講師、教員、大学生が偽情報や誤情報に対する耐性を身につけられるよう支援しました。</p>
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"> ● Tular Nalar（「常識を広める」）は、デジタルリテラシーを通じて批判的思考を磨くための学習教材の提供に力を入れています。このプログラムは、講師、教員、大学生がパンデミック時におけるオンライン学習環境で直面する問題に対処するために考案されました。Google は、教育関係者が本プログラムで必要なリソースやサポートを見つけ、責任あるデジタル市民となるために特に偽情報や誤情報に対処する方法について、学生たちと有益な知識を共有していくことを願っています。
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"> ● プログラムを効果的に実施するため、カリキュラム、学習方法、ウェブサイトの各設計を周知するにあたって形成的調査を実施しました。また、ウェブサイトをより使いやすく、アクセスしやすいものにするために、設計前のテストや UX 設計テストも実施しました。形成的調査の段階で得られた主要な知見をもとに、授業計画とともに、学生との学習プロ

		セスをサポートする際にカギとなる教育者向けの動画 8 本を制作しました。
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 形成的調査：形成的調査はカリキュラム設計前に実施され、プログラムを効果的に実施し、講師がメディアリテラシーを教える際に直面する問題点を把握し、現在の学生のメディアリテラシーに対するニーズとギャップを見極め、さまざまなオンラインコースのモデルと e ラーニングコンテンツをテストするために活用されました。この調査活動には、講師、メディアやデジタルリテラシーの専門家、宗教指導者、市民社会、政府などが参加し、カリキュラムや学習方法、コンテンツなどを開発しています。 ● カリキュラム開発：形成的調査から得られた情報、データ、視点は、さまざまな利用可能な教材にまとめられ、動画やオンライン学習プラットフォームのようにカリキュラム、学習方法、コンテンツに展開されます。 ● 講師向けオンライン講座：メディアとデジタルリテラシーに関して利用できる教材について学習するオンライン研修を実施し、インドネシアの 23 都市から講師が参加しました。この研修の所要時間は約 2.5 時間でした。 ● 学生向けオンライン学習：オンライン研修を受講した講師は、オンライン研修で得た知識を 50 人以上の学生に教授することが義務付けられています。 ● 教員向けウェビナー：インドネシアの 23 都市の高校教員を対象としたウェビナーを実施しました。このウェビナーには、少なくとも 3,200 人の教員が参加しました。
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"> ● 結果： <ul style="list-style-type: none"> ○ 養成期間の教員およそ 2 万人に研修を実施 ● 成果： <ul style="list-style-type: none"> ○ 参加者の 4 割が誤った情報を検証する知識を向上

		<ul style="list-style-type: none"> 参加者の 4 分の 1 以上がより自信を持って自分自身と家族のオンライン上のプライバシーを保護できるようになった
		<p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> Tular Nalar カリキュラムは、SPADA - spada.kemdikbud.go.id - (インドネシア教育文化省が開発したオンライン学習プラットフォーム) の公式学習教材の一部として採用される予定です。
取組事例 4 ニュースおよび情報リテラシーに関するプログラムへの支援 (インド)		
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"> インドは、2 番目にインターネット人口が多い国で、大半のユーザーが使用するのはモバイルのみで、初めてインターネットを利用する人たちがほとんどです。また、Reuters Institutes の India Digital News Report (2019) などの調査から、インド人の圧倒的多数が日々のニュースをソーシャルメディアで読んでいることがわかります。2016 年から 2019 年にかけて、インドでは、ソーシャルメディア プラットフォーム上で配信された子ども誘拐のフェイク動画やテキストメッセージに扇動された暴徒により、30 人以上が亡くなりました。2020 年前半には、新型コロナウイルス感染症にまつわる噂や偽の治療法が中心的な話題となり、誤情報の問題を深刻化させました。
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"> FactShala India Media literacy Network は、Google News Initiative の支援を受けて DataLEADS が運営するニュースおよび情報リテラシーに関するプログラムです。拡大する誤情報の脅威に対処するため、Google.org と Google News Initiative の支援を受けて Internews が DataLEADS と共同で 2020 年に立ち上げました。このプロジェクトは、インドの非都市部や農村部の人々が、オンラインコンテンツを批判的に分析し、オンライン上に溢れる膨大な情報を取捨選択するために必要なスキルを提供します。

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"> ● 私たちがこの重要な作業に着手する前に、FactShala は Stanford History Education Group (SHEG) のコンサルティングのもと、エンドユーザーがオンラインでアクセスするさまざまなタイプのメッセージをどのように評価し、特定のメッセージを信じたり却下したりする際の根拠は何なのかを把握するため、基本的な探索調査を実施しました。その後、ファクトチェッカーやジャーナリストが情報を検証する際に用いる手法と、調査の結果を比較しました。そこから得た主なパターンと導き出されたインサイトは、FactShala の研修講師が使用するカリキュラムを準備するためのフレームワークの作成に役立ちました。 ● 大きな問題は、インドの対象者の言語が多様であることでした。この問題は、Google 独自の Train-the-Trainer モデルを用いて、少なくとも 7 つのインドの言語でカリキュラムを提供し克服しました。
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● このプログラムでは、Tier 2、Tier 3 の都市や町で、対象者に合わせたカリキュラムを Google 独自の Train-the-Trainer モデルを用いて少なくとも 7 つのインドの言語で提供しました。 ● このカリキュラムは、世界およびインドのメディアリテラシー専門家から情報を得て、エビデンスに基づいて設計されています。 ● この研修は、ジャーナリスト、ファクトチェッカー、メディア関係者、非営利団体職員、コミュニティや市民社会のオピニオンリーダーからなる 253 人の研修講師によって組織されています。
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"> ● 2020 年 9 月以降、FactShala は、インドで少なくとも 15 の言語と複数の現地方言によるオンラインと対面の両方で 1,700 以上のメディアリテラシー ワークショップや 370 以上のラジオ番組を企画してきました。

		<ul style="list-style-type: none"> ● これらのラジオ局は、FactShala を題材としたラジオ番組を合計約 350 本放送し、また農村部の視聴者の参加を促すために 10 言語で 300 の対面セッションを企画しました。ラップ音楽、民謡、ラジオドラマなど、独創的なラジオのフォーマットにメディアリテラシーを取り入れました。 ● また、このプログラムは、インド国内のメディアリテラシーの取り組みを活性化させることにもつながり、多くのプログラム研修講師がさまざまな州や地域の言語で、新たなメディアリテラシーの取り組みを開始しました。 ● 外部機関が行った影響評価調査では、FactShala の参加者は、非参加者に比べて、誤情報を見分け、信頼できるものかどうかを批判的に評価する傾向が強いことがわかりました。また、この取り組みが<u>コミュニティ チャンピオン</u>を通じて学習の連鎖を生んでいることも指摘され、末端の参加者が実際に受けた影響についてのエピソードが注目されました。 <p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●
取組事例 5 ASEAN デジタルリテラシー プログラム (ADLP) への支援を通じたデジタルリテラシー研修の提供		
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"> ● ASEAN 諸国のどの国でも、インターネットの普及やソーシャルメディアの利用が進んでいますが、一般市民のメディアリテラシーはまだ比較的低いレベルのままです。インターネットの利用が拡大し続ける中で、ニュース記事や個人情報の要求など、オンライン上で遭遇する情報を理解するための正しい批判的スキルを誰もが身につけることが重要です。

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"> ● ASEAN デジタルリテラシー プログラム (ADLP) は、ASEAN 財団が主導し、Google.org が支援するプログラムで、誤情報や偽情報への対処を目的としており、現地で実践するパートナーと協力して、若者、教員、親、コミュニティの指導者、政府関係者にデジタルリテラシーの研修を提供します。このプログラムは、強力な啓発キャンペーンとしての要素も備えており、メディアや情報リテラシーの重要性がより多くの人々に理解され、人々が変革の担い手となってデマやフェイクニュースの拡散を検知し防止できるようになることを目指しています。
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"> ●
④	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 現地パートナーの協力を得た Train-the-Trainer アプローチで 1,150 人の研修講師を育成する ● 研修講師は将来、若者、高齢者、女性など、十分な教育を受けていない 10 万 5,000 人の学習者に研修を行う ● 研修講師や学習者が自宅で学習を継続できるように、無料の研修コンテンツをオンラインでも提供する ● ASEAN Youth Advisory Group の設立 ● 研究とカリキュラムの開発
⑤	<ul style="list-style-type: none"> ● 解決手段による効果 	<p>【解決手段による効果】</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● 他の取組への応用の可能性 	<p>「国民の半数以上が 1 日のうち 11 時間近くをソーシャルメディアに費やす中、偽情報や誤情報への対処に特化した包括的なデジタルリテラシープログラムが教育現場にあれば、真実に基づくコンテンツと嘘に基づくコンテンツを区別できるようになります。デジタルリテラシーの研修を受けたことで、ネット上でやりとりを行う際により慎重になり、また、誤った情報の確認と修正に積極的に取り組むようになりました。デジタルリテラシーの研修を受けることは、この活動を他の人、特に指導者や政治家と共有し、自身の生活や、彼らが奉仕すると誓った取り残された社会階層を改善することにもなるのです。」（コメント:Katrezia Macawile 教育省カリキュラム実施部門プロジェクト開発第 2 担当者 - Dasmariñas 市学校部門）</p>
<p>【他の取組への応用の可能性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 		
<p>3. その他</p>		
<p>①</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● その他 	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●

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

社名	Meta Platforms, Inc.	
1. 前提（サービス概要）		
①	対象サービス名	Facebook
	サービス分類	ソーシャルメディア
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】 29億6000万人(2022年12月時点)
		【(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 一般的な考え方及び対応策		
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>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <p>Misinformation は、包括的な禁止事項を明示する方法がないため、弊社のコミュニティ規定で取り扱う他の種類の発言とは異なります。例えば、過度な暴力描写やヘイトスピーチについては、弊社が禁じている発言はポリシーに規定されているため、そのポリシーに賛成しない人に対しても施行することができます。しかし misinformation については、そのような方針を提供することができません。世界は絶え間なく変化し続けているため、ある時点では真実であったことが、次の瞬間には真実でなくなることがあります。また、人によって、自身の周りの世界について有する情報のレベルが異なるため、真実でない情報を真実だと信じてしまうこともあります。弊社はこういった情報にアクセスできず、「misinformation」を単純に禁止するポリシーを置いたとしても、弊社のサービスを利用する人々に対する有用な告知とはなりませんし、またそのようなポリシーに強制力を持たせることもできないと考えてい</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>ます。</p> <p>代わりに、弊社のポリシーでは、misinformation についてさまざまなカテゴリーを明確にし、対象となる発言を弊社が見つけたときの対処法を示した明確なガイダンスを設けるよう努めています。それぞれのカテゴリーにおいて、弊社のアプローチには、表現、安全、尊厳、真正性、プライバシーに対する価値観のバランスを取る弊社の試みが反映されています。</p> <p>弊社は、差し迫った物理的な危害のリスクを直接助長する可能性が高い misinformation は削除します。また、政治過程の機能の妨害を直接助長する可能性のあるコンテンツや、人を欺くよう加工された特定のメディアも削除します。このようなカテゴリーにおける misinformation の要素を判断するにあたり、弊社は、知識と専門性を有する独立した専門家と連携し、コンテンツの真実性や、差し迫った危害のリスクを直接助長する可能性が高いかどうかを評価します。例えば、当事国で活動する人権団体と連携して内戦に関する噂の真偽を判断したり、新型コロナウイルス感染症の世界的流行時に保健機関と連携したりすることが挙げられます。</p> <p>その他のすべての misinformation については、弊社は、その情報の表示頻度の抑制や、生産的な対話を促す環境作りに力を入れています。私たちは、例えば、大げさなことを言うときに(例:「このチームの成績はスポーツ史上最悪だ!」)や、ユーモアや風刺を伝えるとき(例:「私の夫は『ハズバンド・オブ・ザ・イヤー』を受賞した!」)、害のない方法で「misinformation」を利用することが多々あります。また、不正確な情報を含んだストーリーを交えて体験談をシェアすることもあります。場合によっては、自分では深く信じていても、他人にとっては虚偽だと思える意見や、自分では真実だと信じているが、他人には不完全であったり誤解を</p>
--	--	--

まねいたりすると捉えられる情報を伝えることもあります。

弊社は、このような発言が一般的なものであると認識しているため、大げさな話や拡散しやすい misinformation が広がることを抑え、利用者に信頼できる情報を提供することに力を入れています。その取り組みとして、弊社は第三者のファクトチェック団体と連携し、弊社のプラットフォームで最も拡散しやすいコンテンツの正確性についてレビューおよび評価を行っています（弊社のファクトチェックプログラムの仕組みについては下記 URL をご覧ください）。また、利用者が閲覧、信頼、共有するコンテンツを自分自身で決められるよう、メディアとデジタルのリテラシー向上のための リソース（下記 URL 参照）も提供しています。

<https://www.facebook.com/formedia/blog/third-party-fact-checking-industry-investments>

（英語のみ）

<https://transparency.fb.com/en-gb/features/how-fact-checking-works/>

（英語のみ）

最後に、弊社は、misinformation の拡散と重複することが多い他の分野でのコンテンツや言動も禁止しています。例えば、弊社のコミュニティ規定により、偽アカウント、不正行為、組織的な偽装行為は禁じられています。

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/account-integrity-and-authentic-identity/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/fraud-deception/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/inauthentic-behavior/>

		<p>オンライン・オフライン環境の変化や進化に伴い、弊社のポリシーも引き続き進化を続けていきます。以下に掲げる misinformation を繰り返し発信するページやグループ、プロフィール、Instagram アカウントは、コンテンツの削除に加え、配信数の削減や広告機能の制限、弊社のプラットフォームからの排除といった措置を受ける場合があります。Facebook がコンテンツを削除した場合の詳細は、下記 URL でご覧いただくことができます。</p> <p>https://www.facebook.com/help/260743102021762</p> <p>https://transparency.fb.com/ja-jp/features/approach-to-misinformation/</p>
②	✓ 解決手段の目的・ねらい	<p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <p>Misinformation は、オフラインとオンラインの様々な行動を伴う複雑な社会現象であり、また、単一のプラットフォームを超えるものです。オンライン上の他の有害コンテンツとは異なり、前述のとおり、何が禁止されるべきかを明確に示す方法はありません。政府、政策立案者、市民団体、学者、ジャーナリスト、そして一般の人々が、misinformation とは何かについて同意しているわけでもありません。ある人が虚偽または misinformation であると考え、別の人にとっては単なる意見でしかないかもしれません。何が misinformation なのかを定義することは非常に困難ですが、さらに困難なのは、何かが真実であるか否かを決定するのが誰なのか、つまり、何が真実の源なのかを決定することであり、これにはしばしば異なる見解が付きまといます。</p> <p>弊社の misinformation に対するアプローチは、以下に示す 3 つの戦略 - 削除、抑制、情報提供 - に従っていますが、インターネット上に存在するコンテンツの量や、それが共有されるプラットフォームの多様性を考慮すると、オンラインで misinformation コンテンツを個々に</p>

		<p>禁止または削除することは、大規模に実施可能な解決策ではないことも認識しています。また、何が真実か嘘かを判断し、何が風刺、意見、議論であるかを判断するとなると、コンテンツの審査は極めて複雑になります。</p> <p>したがって、人々が情報を批判的に評価し、十分な情報を踏まえた上で意思決定を行い、自ら誤りを正すことができるようなデジタルにリジリエントな（回復力の高い）社会を構築することが必要だと考えています。</p>
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> <p>Misinformation コンテンツに対処し、コミュニティ規定を施行するためのポリシーを策定しようとする一方で、最大の課題は、異なる基本的権利間のバランスを取ることです。このバランスへの配慮は、オープンなインターネットを守るためには必要ですが、次第に脅かされつつあり、一部の国においてはオープンなインターネットが「壁で囲まれている」という状況にさえあります。</p> <p>上記の観点から、弊社の misinformation に対するアプローチは進化しており、表現、安全、尊厳、真正性、プライバシーなどの基本的権利の価値をバランスさせる試みを反映しています。</p>
④	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <p>弊社の misinformation に対する取り組みは、表現の自由とのバランスを取りながら、正確で有益なコンテンツを利用者に提供するという原則に導かれています（下記「その他」参照）。利用者は弊社のプラットフォームで質の高いコンテンツを見たいと考えており、弊社としてもその思いは同じです。そのため、弊社の misinformation 対策に係る戦略は、上述のとおり、削除、抑制、情報提供の3つの部分から構成されています。</p>

<https://about.fb.com/ja/news/2019/05/remove-reduce-inform-new-steps-remove/>

この戦略では、弊社のポリシーに違反するコンテンツを削除し、弊社のポリシーに違反しないものの、プラットフォームの信頼性を損なう問題のあるコンテンツの拡散を抑え、クリック、閲覧、共有するものを利用者が選択できるように、追加の情報を提供しています。

1. 弊社は、偽アカウントや偽装行為に関与したアカウント、暴力と扇動、危害を加えるための計画および犯罪の助長、ヘイトスピーチ、いじめや嫌がらせ、誤解を招くように操作された動画、暴力を誘発する共謀ネットワークに寄与する可能性のある misinformation、そして差し迫った身体的危害に寄与する misinformation、といった、コミュニティ規定に違反するコンテンツを削除します。また、第三者のファクトチェッカーや特定の状況下で権威ある団体によって否定された主張を含む広告や、広告ポリシー及びコミュニティ基準に違反する広告も削除されます。

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/inauthentic-behavior/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/violence-incitement/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/coordinating-harm-publicizing-crime/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/hate-speech/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/bullying-harassment/>

<https://about.fb.com/news/2020/01/enforcing-against-manipulated-media/> (英語のみ)

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/dangerous-individuals-organizations/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/ad-standards/>

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/ad-standards/unacceptable-content/misinformation/>

2. 弊社は、「コミュニティ規定」に基づく削除の基準には当たらないものの、弊社のプラットフォームの信頼性と完全性を損なうような問題のあるコンテンツの配信を抑制しています。これには、クリックベイトのような低品質のコンテンツや、第三者のファクトチェック機関によって否定されたコンテンツが含まれます。弊社は、Facebook のニュースフィードでコンテンツの表示を抑制し、Facebook と Instagram でそのコンテンツを目にする人の数を大幅に減らしています。

<https://about.fb.com/news/2016/08/news-feed-fyi-further-reducing-clickbait-in-feed/> （英語のみ）

<https://www.facebook.com/formedia/mjp/programs/third-party-fact-checking/partner-map>

（英語のみ）

a. 第三者ファクトチェック

弊社は、60 以上の言語をカバーする、世界中の 80 以上の第三者ファクトチェック機関と提携しています。これらのファクトチェック機関は、超党派の International Fact-Checking Network (IFCN) により認定され、弊社のプラットフォーム上のコンテンツの正確性を評価・審査しています。ファクトチェック

パートナーによって虚偽と評価された投稿は、配信を減らし、その投稿を目にすることが少なくなるようにしています。

<https://www.facebook.com/business/help/2593586717571940>

3. 弊社は、利用者に情報を提供し、misinformation の拡散を防ぐために、さらなる文脈情報を提供し、利用者が十分な情報を踏まえた上で意思決定できるよう、正確な情報につなぐようにしています。例えば；

a. Misinformation ラベル

Facebook と Instagram のコンテンツにおいて、弊社のファクトチェック機関によって虚偽または一部虚偽と評価されたものは、目立つようにラベル付けされ、利用者が何を読み、信頼し、共有するかを自分で判断しやすくしています。

b. 正確で権威ある情報と利用者をつなぐ

弊社は、「新型コロナウイルス感染症情報センター」などの機能を立ち上げし、トピックに関する信頼性の高い正確な情報と利用者をつないでいます。

https://www.facebook.com/coronavirus_info/

c. 共有されるコンテンツに関する追加的な文脈情報

共有しようとするニュース記事が 90 日以上前のものであることを知らせる新しい通知画面を導入しました。

		<p>d. オフラインでも、さまざまなプログラムに投資し、市民団体や業界のパートナーと提携して、デジタルとニュースのリテラシーという根本的な問題に対処するためのさまざまな取り組みを行っています。例えば、「みんなのデジタル教室」は、利用者がオンラインで批判的に考え、思慮深く共有できるようにするための短いレッスンや学習モジュールを集めたもので、弊社の主力プログラムの一つです。すぐに使えるオンライン・モジュールは、アジア太平洋地域のオンライン・セーフティ専門家と共同で開発されました。現在、18カ国で利用可能で、日本語を含む15カ国語以上で提供しています。</p> <p>https://wethinkdigital.fb.com/jp/ja-jp/</p>
⑤	✓ 解決手段による効果	【解決手段による効果】
	✓ 他の取組への応用の可能性	【他の取組への応用の可能性】
取組事例2 影響工作、組織的偽装行為への対策		
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>✓ 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>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <p>弊社は、misinformationに係る活動を探知、阻止するために、弊社プラットフォームをまたいで積極的に活動しています。</p> <p>しかし、「misinformation」という言葉に近いものとして、「disinformation」という言葉がありますが、この言葉はしばしば不正確に、misinformationと同じ意味で用いられ、外国からの干渉／選挙妨害、影響力工作、情報操作、さらには名誉毀損といった意味で使用されることがあります。</p> <p>本資料においては、「disinformation」とは、戦略的目標のために公的な議論を操作するための</p>

		<p>組織的な取り組みであり、騙すことを意図し、偽装的な行動を伴うものを指すこととします。これは、虚偽または誤解を招く内容を指す「misinformation」とは明確に異なるものであることを付け加えておきます。</p> <p>また弊社では、戦略的目標のために公共の議論を操作したり誤らせたりすることを目的とした組織的な取り組みを表す「影響工作」(Influence Operations) や「組織的偽装行為」(Coordinated Inauthentic Behaviour) といった、より具体的な用語を用いて、disinformationの議論を明確にしようとしています。</p>
②	✓ 解決手段の目的・ねらい	<p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <p>「影響工作」(Influence Operations: IO) の主要な指標は、「偽装的であること」と「組織的に行われたものであること」の2つです。影響工作に加担する者は、必ずしも事実と異なる情報を使う必要はありません。また、そうした者たちにより拡散されるコンテンツのほとんどは、明らかに誤った情報ではなく、権威ある者によって広められた場合には政治的な発言として受け入れられるようなものです。</p> <p>真の問題は、こうした工作活動の背後にいる行為者が、その背後にある組織の身元を隠したり、組織やその活動を実際よりも人気があったり信頼できたりするように見せたり、弊社のコミュニティ規定の施行を回避するなどの、人を欺くような行動を採っていることです。</p> <p>弊社の組織的偽装行為に係るポリシーは、このような欺瞞的な行為に対処することを目的としています。真正性へのコミットメントに基づき、Facebook上で自己を偽ったり、偽のアカウントを使用したり、コンテンツの人気を人為的に高めたり、コミュニティ基準に基づくその他の違反を可能にするような行為に関与することは許可されていません。</p>
③	✓ 課題解決策の導入につ	<p>【課題解決策の導入に際しての障害】</p>

	<p>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>	
④	<p>✓ 解決手段の詳細</p>	<p>【解決手段の詳細】</p> <p>弊社は、1) 介入・妨害の抑止、2) misinformation との戦い、3) 透明性の向上という 3 つのアプローチで、disinformation に対して取り組んでいます。</p> <p>弊社は、影響工作のネットワークの破壊に焦点を当てたチームを拡大し、法執行機関、国家安全保障、調査報道、サイバーセキュリティ、法律、エンジニアリングのバックグラウンドを持つ専門家を社内全体に集めました。そして、弊社は、不正なアカウントや行動の検出と拡散防止に役立つ大規模なソリューションの構築を続けています。</p> <p><u>- 介入・妨害の抑止</u></p> <p>弊社の目標は、影響工作員が弊社のプラットフォームを操作するのを完全に抑止または阻止することです。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 弊社は影響工作の脅威を阻止するために、政府関係当局、法執行機関、セキュリティ専門家、市民団体、他のハイテク企業と協力し、直接的なコミュニケーションラインを確立し、知識を共有し、協力の機会を見出すようにしています。 - 弊社は、不正アカウント、ページ、グループなどの影響工作ネットワークを削除し、新たな脅威をより迅速に特定するために、人材とツールによる調査業務の規模を拡大し続けています。これまでに、組織的偽装行為行為に関与した数万件のページ、グループ、アカウントを削除してきました。

- また、新しい戦術に対抗する能力を向上させ、弊社のプラットフォームで見られるさまざまな欺瞞的行為（外国か国内か、国家か非国家かを問わず）に対してより迅速に行動するため、組織的偽装行為に係るポリシーの更新を続けています。

- 透明性の向上

弊社は、透明性の向上が監視の強化につながり、利用者が目にするコンテンツの理由やその背後にいる人物をより理解するのに役立つと考えています。弊社は、政治的な広告、ページ、投稿の透明性を高めるツールや製品を導入し、利用者が自分たちに影響を与えようとしているのは誰なのかを知ることができるようにしています。また、組織的偽装行為の取り組みに関する報告書を定期的に発行しています。

<https://about.fb.com/news/tag/coordinated-inauthentic-behavior/> （英語のみ）

組織的偽装行為に係る弊社のポリシー（CIB ポリシー）は、影響工作に直接対処することを目的としています。このポリシーは、「複数の Facebook または Instagram のアセットを使用し、連携して不正な行動（弊社のポリシーで定義）を行い、偽アカウントの使用がその活動の中心となっている場合」と定義されており、弊社のプラットフォーム上で影響工作ネットワークを探知、特定、削除する方法を示しています。

CIB ポリシーと並行して、アカウントの安全性と実名の使用に係るポリシーがあり、これによって毎日数百万の偽アカウントを削除しています。弊社の目標は、Facebook 上の偽アカウントをできるだけ多く削除し、影響工作を画策する者が弊社のプラットフォームで活動する機会を最小限に抑えることです。偽アカウントには、弊社のポリシーに違反する悪意あるア

アカウント、スパムキャンペーンに利用され金銭的な動機があるアカウント、企業や組織、ペットなど人間以外の存在を表すために作られた個人プロフィールなどの悪意のないアカウントが含まれます。

<https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/account-integrity-and-authentic-identity/>

弊社は、以下の3つの方法で、プラットフォームを悪用する偽アカウントを阻止しようとしています。

- アカウント作成のブロック

弊社のシステムは、アカウントが一つの場所から大量に作成されているかどうかを示す、さまざまなシグナルを探します。例えば、特定のIPアドレスを完全にブロックすることで、そのIPアドレスが弊社のシステムにアクセスできないようにし、アカウントを作成できないようにします。

- サインアップ時にアカウントを削除

弊社は、疑わしいメールアドレスの使用パターンや疑わしい行動、あるいは過去に削除した他の偽アカウントに関連するシグナルなどを組み合わせて、悪意のある行動の兆候を発見するようにしています。現在、弊社が削除しているアカウントのほとんどは、作成から数分以内にブロックされ、害を及ぼすことができないようになっています。

		<p>- <u>既存アカウントの削除</u></p> <p>上記の2つの防御策を突破したとしても、プラットフォームに侵入してくるアカウントがあります。多くの場合、最初は偽アカウントや悪意のあるものであることを示すシグナルがなかなか現れないからです。こうしたアカウントは、弊社の検知システムが不正な行動を特定したときや、利用者から報告があったときに発見されることになります。弊社は、アカウントがどのように作成され、どのように使用されているかに関する多くのシグナルを利用して、偽アカウントの可能性が高いかどうかを判断し、偽物の場合は無効化しています。</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> <p>CIB ポリシーに違反したアカウントやページに対して取られた措置は、ニュースルームで報告されます。また、四半期ごとに「敵対的脅威レポート」を発行しています。</p> <p>https://about.fb.com/news/tag/coordinated-inauthentic-behavior/ (英語のみ)</p> <p>https://about.fb.com/?s=Adversarial+Threat+Report (英語のみ)</p> <p>【他の取組への応用の可能性】</p>
取組事例3 透明性とコントロールにより利用者をエンパワーする試み		
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 	<p>【取組の契機や背景にある課題意識】</p> <p>弊社は、利用者がオンライン上で目にするコンテンツやその体験、交流について、利用者がより大きなコントロールを持ち、より良い情報を得られるようにすることを約束しています。</p> <p>弊社は、オンラインの安全性と、misinformation や disinformation を含む有害なコンテンツに対処する最も効果的な方法は、利用者が何を読み、信頼し、共有するかを自ら批判的に決定できるようにするツールとリソースを提供することで、デジタルにレジリエントな（回復力</p>

	社や貴社のユーザに悪影響を及ぼしていたか	の高い) 社会を構築することだと信じています。弊社は、利用者に対してより高い透明性とコントロールを提供し、十分な情報を踏まえた上で意思決定に役立つ情報を提供し、メディアとデジタルに対するリテラシーを向上させることによって、これを実現します。
②	✓ 解決手段の目的・ねらい	<p>【解決手段の目的・ねらい】</p> <p>弊社は、安全性と保全性に係るポリシー、プロセス、システムの透明性を担保、すなわち、いかなる状況であれば安全性とセキュリティのリスクをもたらさないかを明らかにすることに努めています。透明性は、プラットフォームの努力を外部の目にさらすことで説明責任を促進し、ひいては弊社が下す決定に対して責任を負うことにつながると考えています。</p>
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>
④	✓ 解決手段の詳細	<p>【解決手段の詳細】</p> <p>これらの戦略や例に挙げた施策とは別に、弊社の戦略は、利用者が目にする投稿について追加の文脈や情報を提供し、権威ある情報とつなげることに重点を置いています。弊社が導入しているツールや製品には以下のものがあります。</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>正確で信頼性の高い情報と利用者をつなぐこと</u> 弊社は、正確で信頼性の高い、権威ある情報と利用者をつなげる新しい方法を探し続けています。これは、利用者が何を読み、何を信頼し、何を共有するかを決めるための手段を利用者に提供できるようにするものであり、弊社が misinformation と戦うための戦略の中核をなす要素です。

		<ul style="list-style-type: none">- <u>利用者が共有するコンテンツについて、より多くの文脈の提供</u> 弊社の目標は、タイムリーで信頼性の高い、利用者にとって最も価値のあるコンテンツを、利用者自身が簡単に識別できるようにすることです。そのため、利用者が何を読み、何を信頼し、何を共有するかを決めるために、より多くのコンテキストを提供するツールを導入しました。<ul style="list-style-type: none">- 共有しようとしているニュース記事が90日以上前のものである場合、通知画面によりお知らせします。共有しようとしている記事が90日以上前のものである場合、通知画面が表示され、その記事が適切であると判断されれば、共有を継続することができます。特に新聞社からは、古い記事が最新のニュースとしてソーシャルメディア上で共有され、時事問題の状況を誤解させる可能性があるという懸念が表明されています。- COVID-19に関連するリンクを共有しようとする際に、通知画面によってより詳細な状況を伝えることができます。また、信頼できる情報にアクセスできるよう、新型コロナウイルス感染症情報センターへの誘導も行っています。 - <u>ニュース記事に関する詳細な情報提供</u> ニュース記事の投稿にボタンを設け、それをクリックすることでその出版社のウィキペディアの項目からの情報などの文脈的情報を得られるようにします。また、その出版社のページをフォローしたり、その出版社の他の記事を見られたり、そのニュース記事がFacebook上でどのように共有されているかについての情報など、Facebookや他のソースから引き出された文脈情報をボタンをクリックすることにより得ることができます。場合によっては、それらの情報が利用できないときは、利用者にその旨を知らせますが、それもまた有益な文脈となりえます。
--	--	--

- 虚偽の主張を繰り返し共有するページへの警告

誤った情報をシェアしているページに「いいね！」を押そうとしている利用者には、そのページをフォローするかどうかを利用者が十分に判断できるように、警告を表示します。警告には、そのページが誤った情報を共有していることを示すメッセージなど、文脈に応じた追加情報へのリンクが含まれています。有害な虚偽の主張を繰り返し共有する場合、最終的に弊社のプラットフォームからそのページが完全に削除される可能性があります。

- コミュニティ規定に繰り返し違反するグループに対する警告

コミュニティ規定に違反するグループに参加しようとしている利用者には、参加する前に十分な情報を得た上で判断できるように、警告を表示します。このようなグループへの招待通知を制限し、参加する可能性を低くします。既存のメンバーに対しては、そのグループのコンテンツの配信を減らし、フィードの下位に表示されるようにします。

正確で権威のある情報と、より多くの文脈を利用者に伝えることは、単にコンテンツを削除するよりもインパクトのある方法です。例えば、ファクトチェック機関によって虚偽と判定された投稿をすべて削除しても、そのコンテンツはインターネットや他のソーシャルメディアプラットフォームには残り、食卓で話題に上がることもあるでしょう。このようなコンテンツを残し、ファクトチェック機関による調査結果を表示したり、権威ある情報を紹介したりすることで、利用者に重要な情報と文脈を提供しています。

権威ある情報の提供に係る弊社の戦略は、「新型コロナウイルス感染症情報センター」や「気候学センター」などのプロダクトを投入することに重点を置いています。我々のプラットフ

		<p>オーム上におけるコミュニティが特定の脅威（新型コロナウイルス感染症に伴う健康危機など）に直面し、その脅威について誤った情報が広まり、利用者が混乱するリスクが高く、信頼できる情報源や情報が広く合意されているときに、権威ある情報をより見やすく、アクセスしやすくすることで、これらの脅威に対する利用者の行動、態度、知識を変えたいと考えています。</p> <p>そうすることで、misinformation の拡散を抑え、不確実性に乗じて世間における言説を操作しようとする悪意のあるネットワークの効力を弱めようとするものです。</p> <p>国際的な人権専門家集団が指摘するように（下記 URL 参照）、 "政府やインターネット企業は、まず信頼できる情報を自ら提供することで disinformation に対処することが不可欠です...コンテンツの取り下げや検閲といった他の手段に頼ることは、公衆衛生にとって重要な情報へのアクセスを制限する結果になりかねず、必要性和比例性の基準を満たしている場合にのみ実施されるべきです"</p> <p>https://www.ohchr.org/en/press-releases/2020/03/covid-19-governments-must-promote-and-protect-access-and-free-flow</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> <p>【他の取組への応用の可能性】</p>
<p>取組事例 4 みんなのデジタル教室・デジタルシチズンシップ</p>		
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 	<p>【取組の契機や背景にある課題意識】 取組事例 1 (1)に同じ。</p>

	<p>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>✓ 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> <p>人々が情報を批判的に評価し、十分な情報を踏まえた上で意思決定を行い、自ら誤りを正すことができるようなデジタルにレジリエントな（回復力の高い）社会を構築することが必要だと考えています。</p> <p>ネット上で遭遇する脅威が多数あることを考えると、デジタル環境を安全かつ知的に渡っていくためには、デジタルリテラシーやメディアリテラシーの枠を超えた幅広いスキルと能力が必要とされます。必要なスキルを身につけるには、批判的思考やメディア・リテラシーだけでなく、安全を保ちながら、他人に敬意を持ちつつ、責任を持ってデジタル社会に参加する方法を学ぶ、総合的なアプローチが必要です。</p> <p>デジタルシチズンシップとは、この新しい空間であるネット社会で私たちが持つこととなった権利と義務を活用して渡っていくための手段ことです。また、最も重要なことは、他の人々とどのように関わりを持っていくのかということです。</p> <p>デジタルシチズンシップの育成は社会全体の責任であり、特定の利害関係者だけで達成できるものではありません。政府から産業界、市民団体、教育者、市民自身まで、あらゆるステ</p>

		ークホルダーを巻き込んだ学際的な戦略が必要だと考えています。
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> <p>デジタルシチズンシップの概念を普及させるためには、資金やインセンティブといった形で、より多くの制度的支援が必要です。これは、正式な教育だけに適用されるのではなく、長期的な戦略や教育プログラムの一部であるべきです。Meta は、オンラインプラットフォームができる限り、このようなデジタル教育の取り組みに協力し、支援したいと思います。</p>
④	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 解決手段の詳細 	<p>【解決手段の詳細】</p> <p>日本での提供開始にあたり、Facebook Japan は、日本の教育現場のニーズに合った授業を実施するため、企業と連携した授業づくりを専門とする「NPO 法人企業教育研究会」をパートナー団体として迎え、コンテンツを共同制作しています。</p> <p>例えば、誰かを騙したり、冗談のつもりで投稿されたりした情報は、あっという間に拡散され、多くの人に影響を与えています。こういった「偽ニュース」が発信される動機や、情報を受け取る側の視点を考えます。「偽ニュースの見分け方」では、偽ニュースを見分けるための様々なポイントについて、アクティビティを通じて学びます。また、拡散しないためのコツを学びます。</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> <p>みんなのデジタル教室の授業はこれまでに、日本でのべ 240000 名の生徒が受講しております。「偽ニュースの見分け方」の授業を受講した生徒の 93%がインターネットやアプリ、SNS への関心が高まったと回答しています。また、受講生徒の 90%がインターネットやアプリ、SNS の利用の仕方について考えが変わったと回答しました。</p> <p>https://wethinkdigital.fb.com/jp/ja-jp/</p>

		【他の取組への応用の可能性】
取組事例5 公正な選挙のための取組み		
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> <p>表現の自由を守り、選挙の保全性を保護することは、Facebookにとって最優先事項です。過去からの経験や、専門家や政策立案者からの情報に基づいて、弊社は選挙の安全性を高めるためのチームとテクノロジーに多大な投資を行い、最大の効果を発揮する場所に配備しています。</p> <p>誰もが弊社のテクノロジーで意見を述べ、有権者が自信を持って投票できるようにするため、Metaでは、選挙を守り、広告主の真正性、透明性、説明責任を高めることに力を注いでいます。</p> <p>表現の自由のためのテクノロジーを作るという約束は、弊社のすべての活動の基本です。弊社は、個人や組織がコミュニティを作り、自らの意見を持ち、重要だと考える問題に対して安心して関わられるようにすることが大切だと考えています。利用者一人ひとりが自らの考えを発信し、声を届け、多様な意見や情報をやり取りできるようにテクノロジーの安全・安心を確保することは、弊社の責任です。</p>
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> <p>デジタルプラットフォームがどのように選挙を守るべきか、広く合意された規範や法律がない中、弊社のようなプラットフォームは、政治広告の不透明性や国内の市民イベントへの外国からの干渉といった問題について対応しています。</p> <p>弊社の目標のひとつは、弊社のサービスが健全な市民生活に貢献する一助となることです。。</p>

		<p>なお、政治広告主に対して明確な業界全体の基準を設ける規制は、選挙期間中にオンラインプラットフォーム全体でより公正で透明性の高い環境を作るための鍵になると考えています。</p> <p>弊社は、政治広告の透明性に関して業界をリードする立場を採っており、多くの国で現在法律で求められている以上の新しいツールを導入し、政治広告を許可する他のどのプラットフォームよりもさらに進んで対応しています。</p> <p>ここ数年、弊社では、選挙の保護を強化し、有権者に投票を促し、そして多様な考え方をシェアできる安全なテクノロジーを開発するため、そうしたチームとテクノロジーに多額の資金を投じてきました。</p> <p>他方、例えば、社会問題、選挙または政治に関連する広告のポリシーで定められた重要なトピックについての議論、討論、支持／反対の表明を含む広告など世論や投票行動に非常に大きな影響を与える種類の表現があることがあります。</p> <p>https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/ad-standards/SIEP-advertising/SIEP/</p> <p>弊社は今でも、基本的には利用者と広告主に表現の自由を与えるべきだと考えていますが、その一方で、利用者や行動、何らかの結果（選挙など）に影響を与えかねない広告については一定のガイドラインが必要であることも認識しています。</p>
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 	【課題解決策の導入に際しての障害】

	越えたか	
④	✓ 解決手段の詳細	<p>【解決手段の詳細】 選挙を守るための弊社の戦略は、重要な期間だけでなく、年間を通じて適用され、3つの分野が中心となっています。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 干渉の防止 - 有害なコンテンツを削除し、misinformationを減らす - 透明性の向上 <p><u>i. 干渉の防止</u> 上記取組事例2でも説明したように、干渉を防ぐための弊社の戦略の重要な部分は、政府関係当局、法執行機関、セキュリティ専門家、市民団体、他のハイテク企業と協力して、新たな脅威を阻止し、操作工作を阻止するために弊社のセキュリティ業務を前進させることです。</p> <p>https://about.fb.com/news/2018/11/investigating-threats/#working-with-partners</p> <p><u>ii. 有害コンテンツの削除とmisinformationの削減</u> 上記取組事例1で説明したように、弊社は3つの戦略 - 削除、抑制、情報提供 - を適用して、弊社アプリ全体で問題のあるコンテンツを管理しています。</p> <p><u>iii. 透明性の向上</u> 弊社は、選挙を保護し、信頼性と透明性を高め、説明責任を果たすことに尽力しています。政治的な広告やページに関して、業界をリードするレベルの透明性を提供し、利用者が誰が</p>

自分たちに影響を与えようとしているのかを知ることができるようにしています。

選挙・政治的な広告主の検証

選挙、政治広告を掲載するには、その広告主が誰であるか、どこに住んでいるかを証明するなどの承認プロセスを経なければなりません。

選挙・政治的広告

選挙、政治に関する広告には、免責事項が表示され、広告の背後に誰がいるかが示されます。これらの広告は、一般に検索可能な広告ライブラリに格納されます。

ページの透明性

Facebook では、ページの作成日、名前の変更、ページ管理者の所在地など、ページに関する情報を表示します。また、全体的または部分的に政府の編集統制下にあると考えられるメディアを、国家統制メディアとしてラベル付けすることを開始します。

ニュースフィードのランキング

投稿や広告にある「この広告・投稿が表示される理由」をクリックすると、その広告等が表示される理由を理解したり、ニュースフィードで友人やページ、グループから何を見るかをコントロールしたりすることができるようになります。これは、ランキングの仕組みに関する情報をアプリに直接組み込んだ初めての試みです。

Facebook と Instagram では、広告の透明性と選挙の公正性を高めるための取り組みを継続的に進めています。そのため、選挙または政治に関連する広告の掲載をする個人または団体

の真正性と正当性を確認するプロセスを実施しています。

これらの広告の掲載を予定している広告主は、広告の認証プロセスを完了する必要があります。このプロセスは、広告掲載時に対象国に居住および所在している広告主向けのものです。認証にあたっては、広告主の所在する国または州・都道府県が発行した、失効していない書類が必要になります。また、公証済みフォームの利用が認められている国もあります。

<https://www.facebook.com/business/help/208949576550051?id=288762101909005>

このような広告には、免責情報を含め、広告費用を支払った広告主個人または団体の名称を記載する必要があります。免責情報が表示されていない広告は配信が停止され、広告主が認証プロセスを完了するまで、承認されていない広告として広告ライブラリに収録されます。

広告の透明性への継続的な取り組みの一環として、社会問題、選挙または政治に関連する広告のパーソナライズに関するより多くの情報を提供する、透明性ツールのアップデートを公開しています。これらの情報は、広告認証や免責情報のツールが利用可能な全ての国において適用されます。

2022年5月末には、Facebook Open Research and Transparency (FORT) を通じて、審査に合格した学術研究者に対して、社会問題、選挙または政治に関連する広告のパーソナライズに関する詳細な情報を公開しています。これらの情報は、それぞれの広告ごとに提供され、広告主が選択した興味・関心のカテゴリなどの情報が含まれます。FORT の研究者プラットフォームは、資格を持った学術研究者による、ソーシャルメディアが社会に与える影響に関

		<p>する研究のために設立されたもので、その対象には利用者のプライバシーを保護する施策も含まれています。</p> <p>公開されている広告ライブラリにも、公開後に配信された社会問題、選挙または政治に関連する広告のターゲティング情報の概要が追加しています。今回のアップデートでは、位置情報や人口統計、興味・関心などの各広告のパーソナライズを使用して配信された社会問題、選挙または政治に関連する広告の総数と、それらの広告のパーソナライズに使用した社会問題、選挙または政治に関連する広告費の割合に関するデータを掲載します。また、カスタムオーディエンスや類似オーディエンスが使用されたかどうかの情報も含まれます。</p> <p>https://fort.fb.com/</p> <p>https://research.facebook.com/blog/2022/1/introducing-the-researcher-platform-empowering-independent-research-analyzing-large-scale-data-from-meta/</p>
⑤	✓ 解決手段による効果	【解決手段による効果】
	✓ 他の取組への応用の可能性	【他の取組への応用の可能性】
3. その他		
①	● その他	<p>【その他】</p> <p>有害コンテンツへの対応の枠組みは、うまく設計されれば、政府、企業、市民団体がどのように責任を分担し、協力していくことができるかについて明確な方法を示すことを通じて、インターネットの継続的な成功に寄与することができます。また、企業にとっては、有害コンテンツの拡散と閲覧を抑制する最善のシステムを構築しようとするインセンティブが確保されることとなります。他方、このような取り組みは、設計を誤れば、予期せぬ結果を招き、利用者のオンライン上の安全性を低下させ、オンライン上の言論や表現を抑制し、イノベー</p>

		<p>ションを遅らせる危険性があります。</p> <p>オンラインコンテンツへの対応の試みは、表現の自由や知る権利という基本的権利のバランスやオンライン上の有害コンテンツへの対応の必要性と大規模なコンテンツモデレーションを行うに当たっての実務的な限界という難しい問題を提起します。</p> <p>オンライン上のコンテンツへの対応の枠組みは、それが misinformation、ヘイトスピーチ、テロコンテンツなどに対するものであろうと、言論・表現の自由、安全の確保、プライバシーへの配慮、その他の基本的権利のバランスを取る必要があります。このバランスへの配慮は、このバランスは、一部の国においては脅かされつつあり、「壁で囲まれてる」という状況にある国さえいるというのが現状ですが、オープンなインターネットを守るためにより一層必要なものであると考えています。</p> <p>また、対応の枠組みは、さまざまなデジタルサービス、製品、(多様なコミュニティにサービスを提供している)プラットフォームが、それぞれのリスクプロファイルに最も適した方法でコンテンツを革新し、拡張させ、調整し、さらに、オンラインで進化する脅威にリアルタイムで対応するために戦術を再調整、転換できるような柔軟性を提供する必要がある。</p> <p>有害コンテンツへ対応するための様々な懸念とトレードオフのバランスを取るために、以下の原則を考慮する必要があります。</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>表現の自由</u> インターネットは、世界中の人々が自由に自己表現する力を劇的に増大させました。規制当局は、その決定が表現の自由やその他の基本的人権に与える影響を考慮する必要があります。
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none">- <u>インターネットのグローバルかつクロスボーダーな性質</u> 有害コンテンツに対処するためのアプローチは、インターネットのグローバルな規模と国境を越えたコミュニケーションの価値を尊重する必要があります。また、規制当局と規制の間の相互運用性を高めることを目指すべきです。グローバルでオープンなインターネットは、デジタル・コミュニケーションと情報の自由な流れを可能にする調和されたグローバルなルールによって、最もよく機能することになります。- <u>柔軟性</u> 対応の枠組みは、コンテンツモデレーション技術の能力と限界を考慮し、インターネット企業が自社のリスクプロファイルに最も適した方法で革新と対応を行い、また、オンラインで進化する脅威をリアルタイムで反復、改善、対処するために戦術を再調整、転換する柔軟性が認められる必要があります。ある特定のプラットフォームやコンテンツの種類に有効なアプローチでも、他の場所に適用すると効果がなくなる（あるいは逆効果になる）可能性があります。- <u>比例性と必要性</u> 規制当局は、問題となる有害コンテンツの重大性と表示頻度、法律上の位置付け、およびリスクに対処するために既に行われている他の取り組みを考慮する必要があります。- <u>説明責任へのインセンティブ</u> 企業のコンテンツモデレーションシステムおよび手順における説明責任を確保することは、企業が安全、プライバシー、表現の自由のような価値のバランスを責任を持って取るためのインセンティブを生み出す最善の方法となります。セーフハーバーとグッドサマリタンの保護は、法的責任に直面するおそれがなく、企業がオンラインコミュニティの安全を確保するために自発的かつ積極的な措置を講じるインセンティブを
--	--	---

		<p>与えることとなります。</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>社会全体から考える視点</u> 複雑なオンライン上のコンテンツの課題に対処するためには、社会全体の取り組みが必要です。公的機関、市民団体、報道機関、政党、学界、教育者、保護者、コンテンツ制作者、そして日々インターネットを利用する人々など、幅広いステークホルダーが役割を担っています。利用者の権利拡大、安全性の促進、オンライン上の有害コンテンツの削減は、様々なステークホルダー集団による協調的な努力と協力が必要となる共有の責任であると考えます。 <p>この原則は、オンライン上のコンテンツへの対応を発展させる際の指針となる一連の価値観を提供し、インターネットの性質と利点、ならびに国際的な人権原則、ベストプラクティスおよび基準への考慮を確保することになると考えています。</p>
--	--	--