

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（第3回）

令和5年3月3日

【池田消費者行政第二課課長補佐】 宍戸主査、事務局の池田でございます。伊藤構成員がまだお見えになっておりませんが、じきお見えになろうかと思えます。また、Twitterの方、お見えになるというお話でしたが、現段階でお見えになっていない状態でございます。

定刻になろうかと思えますので、開始をお願いいたします。

【宍戸主査】 承知しました。それでは、今、事務局からお話ありましたとおり、定刻でございますので、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の第3回会合を開催させていただきます。

本日も皆様お忙しい中、また相対的に遅い時間となっておりますけれども、お集まりいただき誠にありがとうございます。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、構成員及び傍聴はウェブ会議システムにて実施させていただいております。

事務局よりウェブ会議による開催上の注意事項について御案内がございますので、よろしくをお願いいたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 総務省総合通信基盤局消費者行政第二課の池田でございます。

ウェブ会議に関する注意事項を幾つか御案内いたします。

本日の会合の傍聴につきましては、ウェブ会議システムによる音声及び資料投影のみでの傍聴としております。事務局において、傍聴は御発言ができない設定としておりますので、設定を変更なさないようお願いいたします。

次に、構成員、御発表者の皆様におかれましては、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュートにして、映像もオフにさせていただきますようお願いいたします。

御発言を希望される際には、事前にチャット欄に御発言されたい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て、主査から発言者を指名させていただく方式で進めさせていただきます。

御発言の際にはマイクをオンにして、映像もオンにして御発言ください。御発言が終わりましたらいずれもオフにお戻しく下さい。

接続に不具合がある場合には、速やかに再接続を試していただくようお願いいたします。その他、チャット機能で随時事務局や主査宛に御連絡いただければ対応いたします。

本日の資料の確認に移ります。本日の資料は資料1から6まで、また参考資料1及び2を用意しております。

また、御発表と質疑に関する追加の注意事項となりますけれども、本日、御発表を皆様にご覧いただく際に、残り時間1分程度となったところで目安のベルを鳴らさせていただこうと思っております。

また、構成員の皆様におかれましては、本日、通訳を介して御発言、御質疑をいただく機会がございますので、質疑の際にはどなた宛のご質問か冒頭に示していただきながらご発言いただきますようお願い申し上げます。

注意事項は以上でございます。

これ以降の議事進行につきまして、宍戸主査をお願いしたいと存じます。よろしくお願いいたします。

【宍戸主査】 承知いたしました。

本日は、2月21日に開催されました第2回会合において決定いたしました、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検討アジェンダにつきまして、事業者及び事業者団体の皆様からヒアリングを行いたいと存じます。

ヒアリングの順番ですが、ヤフー株式会社様、LINE株式会社様、Google様、Meta様、一般社団法人セーフティーインターネット協会様、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構様の順でヒアリングをさせていただきたいと思っております。

本日の質疑につきましては、事業者及び事業者団体の皆様の御発表の後に、一括して実施をさせていただきたいと存じます。

なお、冒頭事務局からもお話があったところですが、本日の議事に関しましては、Twitter様にも検討アジェンダに対する御意見をお伺いしたいとして、発表、それから資料の御提出をお願いいたしました。今回御出席をいただいておらず、また資料の御提出も現時点までないということがございます。先日のプラットフォームサービスに関する研究会一、本ワーキンググループの親会でございますが、そこにおいてと同様、このワーキンググループにおいても御発表いただけないということがございます。

日本においては大変利用者の多いサービスであるだけに、私といたしましては大変残念に思っているということを一言申し上げさせていただきます。

それでは、議事に入らせていただきます。

まずはヤフー株式会社、槇本様より御説明のほうをお願いいたします。

【槇本氏】 ヤフー株式会社、槇本と申します。よろしくお願いいたします。

では早速資料を共有させていただきます。

本日は意見表明の機会を与えていただき誠にありがとうございます。検討アジェンダに対する弊社の見解を申し述べさせていただきたいと思います。

内容についてですが、本日申し上げたい点は主に3点ございまして、1つはプラットフォーム事業者の透明性・アカウントビリティの確保、これを図っていくという方向性に関しては、弊社としては賛成を申し上げたいと思います。

ただし、具体的な仕組みの設計に当たっては、実務に生じ得る影響について慎重に見極める必要があるのではないかと考えており、特に、ここにリスティングさせていただいている3点について配慮をお願いしたいと申し上げたいと思います。具体論については後ほど申し上げます。

まず、具体論に入ります前に、弊社の取組について、ごく簡単に御説明いたします。

弊社のサービスでは、目的と内容が異なるような複数のプラットフォーム型サービスを提供しており、ニュースコメント欄や知恵袋、ファイナンス掲示板が大きなサービスとしてございます。

詳細について内容の説明は割愛いたしますが、それぞれ目的と内容が異なっており、それに応じて、ユーザーの方が集まることとなります。それによって投稿の傾向も変わりますし、それに応じてポリシーの在り方やコンテンツモデレーションの内容も変わります。

要するに、サービスの特性に応じて、それぞれのやり方でコンテンツモデレーションをやっているということを、御理解をいただければと思います。

次に、メディア透明性レポートとして、弊社においてコンテンツモデレーションの透明性とアカウントビリティの向上を目指し、毎年度レポートを公開しております。

社内には有識者会議を設置し、その御提言を踏まえて公表を開始したものであり、昨年12月に第2回の公表を行い、その中で、これまで対象になっていなかったファイナンス掲示板を対象として追加したり、公表項目の追加を行ったりと、第1回の公表によって得られたフィードバックを踏まえまして継続的に改善を行っています。

これ自体、また来年度以降も公表する予定となっており、その中で、さらなる工夫と改善を重ねてまいりたいというふうに考えております。

以上がサービスの概要でして、ここから本論に入らせていただきたいと思います。

冒頭、3点についてご配慮いただきたいということで申し述べさせていただきました。

1点目がプラットフォーム事業者の自律性、これを真の意味で原則としていただく必要があるのではないかとということです。この点について多くの時間を割いて御説明をしたいと思います。この項目について、更に主に次の3点がございます。

1点目ですが、まず公表項目の在り方です。現在のアジェンダですと、具体的な項目設定をしてはどうかと御提案をいただいていると認識しております。

これに対して、弊社として考えますのは、サービスの特性、あるいはどういう措置の手段を取っているのかによって、数字の持つ意味が異なってくるということです。それが比較指標として果たして適当なのかどうかということを考えなければなりません。

逆に弊害として、その項目、数字の意味をどのように評価されるかによって、事業者のインセンティブに、意図しないような影響が生じてしまうおそれもあるのではないかと考えており、どういうデータを用いるのかというのは、事業者側の自主的な選択に委ねて、その選択の仕方を含めた説明内容を、全体的・総合的に、説明責任として評価をしていくべきではないかというふうに考えております。

若干抽象的でございますので、具体例をここに述べておりますが、例えば、措置に要した時間の中央値です。これも違反内容や削除手段によって時間は様々ですし、それによってどういうインプリケーションを中央値というものが持つのかというのは必ずしも明確ではない点もあるかと思えます。また、迅速な対応をしているかどうかということの評価指標になってしまうと、逆に熟慮を回避するなど、結果的に過剰削除につながるおそれがあるのではないかと懸念しており、そうしたことを防止する観点からは、不当な遅延がないか、適当な期間内に措置を実施しているかなど、そうした状況について説明を求めて、データの使い方も含めて評価をしていくというやり方が望ましいのではないかと考えております。

2点目、ユーザー申告への対応についてです。これは措置理由等の説明、フィードバックを強化すべきというような趣旨の御提案をいただいているかと思えます。

これに対して、実務の立場から申し上げたいのは、ユーザーからの違反申告には、2つの機能があると考えており、1つが違反投稿を検知する手段として機能していること、も

う1つが、被害救済の申出窓口ということであると思います。1つ目に関して、これは左側にヤフーコメントの例を出していますが、人の目によって削除したもののうち21.1%、5分の1程度が申告を契機としています。申告していただいた内容は、専門チームにおいて一件一件審査をして、投稿を削除すべきかどうかという判定を行っておりますので、逆に言えば、違反投稿の検知手段としての申告というのは、そうした「気づき」を与えてくれるものとして機能しており、極力間口を広くする必要があると考えております。

逆に申し上げれば、申告内容の粒度というのは様々であっても機能としては十分であるし重要な意味を持っているということであり、一方で粒度がさまざまである中で一律のフィードバックをするというのはなかなか難しい面があるのではないかとことです。

2つ目に関して、その下に申告フォームの例を書いておりますが、これについて、申告する理由、これは必須としておりまして、要は、ラジオボタンを必ずどこかクリックして申告をしてください、という形にさせていただいております。

ただし、その下にある報告内容の詳細、これは任意とさせていただいており、実際に何も書いてこないまま申告していただく方も多いのではないかと認識しております。

そうした方々にとっては、ちょっと気づいたから弊社にも知らせておこうという形で申告をしていただいているわけで、その意味では、やはり全ての申告者がフィードバックを求めているとは限らないのではないかと思います。

そうした中で、実際に権利侵害投稿の被害者の方など、本当にフィードバックを必要としていらっしゃる方々を、どのように区別をして、フィードバックを強化していくのかというのは、考えていかなければならないのではないかと考えております。

これは参考として書いておりますが、現状ではプロ責法の対応の中で、この方が本当に被害者なのかどうかという本人性の確認をやって、フィードバックをやっていくということになっておりますので、そうした実務の在り方も踏まえた検討をしていただければと思っております。

3点目です。取組の評価の在り方について、まずプラットフォーム事業者が自主的な評価を行った上で、それに対して透明性とアカウントビリティという観点から国が評価していくということで、左のような概念図になると理解をしております。

ただ、これについても幾つか論点があると考えております。1つ目は、透明性とアカウントビリティの評価とは、一体どういうものなのかということです。ともすればデータを公表していればマルで、そうでなければバツになりかねない、なるのではないかと改めて

おりますが、そこにとどまらないような評価の在り方というのは一体どういうものなのか。これについては、この研究会の中でも議論を深掘りしていただけると良いのではないかと考えております。

それから2つ目ですが、国による過剰介入と書かせていただきました。国はプラットフォーム事業者のコンテンツモデレーションの具体的な実施内容には踏み込まないということを表示明いただいているのと思いますが、こうした姿勢自体は感謝申し上げたいと思いますが、いかにしてそれを明確化して、何か起こりそうなときに、そうしたことが起きないようにその防止を担保していくのか、枠組みを考えていく必要があるのではないかと考えております。

3つ目です。これはプラットフォーム事業者の側の問題ですけれども、自己評価の客観性と書かせていただきました。実際に投稿件数というのも非常に膨大で、その膨大な投稿が一体何によって変動しているのかというのは、なかなかサービスを運営している側にとっても解明が難しいというのがございます。

例えば弊社のニュースコメント欄で、東京オリンピックや新型コロナウイルスの蔓延があったときに非常に投稿数が増えて、あまり大きなニュースがないときには落ち着いた投稿件数となります。それによって投稿削除数も変わってまいります。

そうした中で、ある施策がどこまで効果を持ったのかというのは、因果関係を解明していくのはプラットフォーム事業者だけでは限界もあり、客観性を持った評価の在り方について、社会的にも研究を進めていただきたい。もちろん、私どもの中でも研究を進めていきますが、様々な方々が研究を進めていただくことが必要なのではないかと考えております。

次に、ご配慮をお願いしたい点の2点目として、インターネット上の言論空間全体を俯瞰した対策を講じること、と書かせていただいております。

これについては、端的に申し上げて、大規模なサービスのみを対象とするということが本当によいのかどうかという点で、確かに、あるプラットフォームの規模が大きいということは、それだけ権利侵害投稿の蓋然性が高いということを示すものではあるとは思いますが、単一のサービスの規模のみに着目した場合に、複数のサイトに拡散して流通していくようなケースを本当に捉え切れるのかと思います。

あるいは、比較的小規模なサービスであっても、運営方針やモニタリングの程度によってリスクが高まるという点もあると思っており、段階的であっても何かしらの規律を設け

る方向で検討していただくのがよいのではないかと考えております。

最後に、ご配慮をお願いしたい点の3点目として、実体法の問題についても書かせていただきましたが、こちらについては、多岐にわたる論点がありますし、時間も限られておりますので、①②については割愛をさせていただければと思います。

実体法をめぐる問題について取り上げていただくこと自体は、私どもも非常に歓迎しておりますが、特に申し上げたいのは、③の問題で、ポリシーと実体法の関係についてです。

よく私どもに対して言われますのは、違法性・権利侵害性がない投稿についても、ポリシーで定めて削除すればいいではないかということです。

確かにそうしたことが可能である部分もあるというのも事実だと思いますが、特に権利侵害と判別が難しいような投稿についてポリシーで定めるとなると、そもそも違法なものであっても、裁判例の射程や解釈の問題はどうかということで、判別が難しく当てはめが難しい場合があるのに、なおさら参照可能な裁判例が無い分野について踏み込んでいくということになりまして、そこで紛争が起こった場合にどうやって解決をすればいいのか。これは被害者の方にとってもプラットフォーム事業者にとっても、あるいは発信者にとっても予見可能性が乏しいものになるのではないかと考えております。

これについては、実体法の改正がよいのか、それともポリシーで対処できるような問題なのかということについて、きめ細かい議論が必要なのではないかと思っております。

私からの御報告は以上でして、以上3点について申し上げさせていただきました。本日はどうもありがとうございました。

【宍戸主査】 榎本様、ありがとうございました。

それでは、続きましてLINE株式会社、市川様より御説明をお願いいたします。

【市川氏】 LINE株式会社政策渉外室の市川です。本日は、検討アジェンダに対する弊社の意見について御説明差し上げたいと思います。

検討アジェンダに沿う形で、それぞれ意見を御説明させていただきたいと思います。まず全般としては、コンテンツモデレーションに関する透明性・アカウントビリティの確保の在り方について検討することについては、賛同します。

また、この際、プラットフォーム事業者に課せられる責任範囲は明らかにしていく必要があると思っております。検討アジェンダにありますように、被害者・発信者・プラットフォーム事業者の3者の関係に十分留意する必要があると考えております。

続きまして、プラットフォーム事業者の責務についてですが、弊社としては取組として、誹謗中傷をはじめとする禁止行為を利用規約において定めて周知し、プラットフォーム事業者としての責務を果たすように努めています。プラットフォーム事業者としては、その社会的責任をしっかりと認識して、誹謗中傷等に対して積極的な役割を果たすことが、まずは必要であると考えております。

続きまして、透明性・アカウントビリティの確保方策の在り方についての意見です。

まず、対象となる事業者について、単にユーザー数の過多によって指定するのではなく、違法情報、有害情報の流通が多いサービスや、十分な対応を行っていない事業者を、まずは対象とする必要があるのではないかと考えております。

また、対象とするサービスについて、提供するサービスの性質は考慮する必要があると思っており、例えばメッセージングサービスについては、通信の秘密の保障の観点から、含めるのが難しいと思っておりますので、考慮していただきたいと考えております。

続きまして、運用方針及び運用結果の公表ですが、特に判断基準につきましては、もしも公表してしまうと悪用のおそれ、懸念があります。

また、弊社の取組の一例を紹介しますと、LINEオープンチャットにおきましては、昨年のプラットフォームサービスに関する研究会の取りまとめを踏まえまして、誹謗中傷に関する詳しいガイドラインを社内で検討し、本年1月に定めて公表しています。また、ルームに入室する際に、適宜ポップアップで警告して注意喚起するような取組も進めています。

こちらは、誹謗中傷に関する詳しいガイドラインの詳細ですが、この中で、誹謗中傷に該当する可能性のある行為や、誹謗中傷に当たると判断した場合の措置等を定め、サービスを使用いただいているユーザーの方に周知しています。このような取組を通じて、透明性・アカウントビリティを確保できていると考えております。

続きまして、プラットフォーム事業者による評価の部分ですが、評価については弊社としても非常に悩ましい部分があり、特に評価基準については、どのような形で定めるのか今後考えていく必要があると思っております。

ユーザーによる通報の閾値が年々下がってきていると感じていますが、様々な要素が影響しますので、実効性のある評価スキームの確立が必要であると考えております。

下段が弊社の取組の事例ですが、弊社におきましてはLINE Transparency Reportという形で定め、違反投稿への対応状況、ユーザーからの削除申告の対応状況を公開して周知しています。この中で、非表示にした総件数や、人の目によって非表示にした違反の内訳を

示し、毎年公表しています。

次のページをお願いします。

続きまして、手続の適正の確保のための手続についてです。

特に違法・有害情報を目撃した場合の通報と、問合せフォームを目的別に設けておくことが有効であると考えており、弊社の取組事例を下段に記載しておりますが、サービスの仕様の中ですぐ通報できる通報機能や、問合せフォームといった形で詳細な目撃情報を記載できるフォームを設けておりまして、複数の手段を設けて、ユーザーの方に通報できる仕組みを確立することが重要と考えております。

次のページをお願いします。

こちらが問合せフォームの記載事例ですが、問題となるコンテンツのスクリーンショットを添付する等、詳細を記載できるようなフォームとして提供しております。

次のページをお願いします。

また、続いて手続の部分でありますけれども、単に申請フォームから申請が行われて、それに対する返信を行ったことをもってプラットフォーム事業者に認識があったとみなすことについては、なかなか難しいのではないかと考えており、事案によっては、対象となる投稿の特定に時間がかかる場合も想定されますので、その点は考慮が必要ではないかと考えております。

また、2ポツ目、発信者に対してコンテンツモデレーションを実施した事実、及びその理由を説明することについては、弊社においては、例えばシステムの検知によりまして毎年非表示にした件数が数千万件に及びますので、コンテンツモデレーションの考え方をあらかじめガイドラインの形で公表する形と、個別の事案に応じて理由を説明する要領と、併せて対応することが必要ではないかと考えております。

次のページをお願いします。

続きまして、プラットフォーム事業者が果たすべき積極的な役割についてですが、まずモニタリングフェーズのところで、あらかじめ対象としてしまうと、むしろそれが伝わってしまった場合に別なアカウントを作成したり、手段を変えて投稿を行ったりすることが想定されますので、そのようなことも考えて規律を考えていく必要があると考えております。

また、法令による義務付けについては、特にアカウントの停止や凍結、アカウントの再作成の制限については、非常にサービスを使用していただく上で影響が大きい部分があり

ますので、その点については慎重な検討が必要ではないかといったところで考えております。

次お願いします。

削除の判断・実施のフェーズですが、特に非表示の判断を迷うケースもありますので、プラットフォーム事業者による判断がしやすいよう、事例等を整理する必要があると思っております。

また、プラットフォーム事業者に削除を義務づけることについては、表現の自由の観点も含めた総合的な検討が必要ではないかと考えております。

次お願いします。

最後に発信者情報開示請求に関するところでありますけれども、通信の秘密の保障、こちらは憲法で保障されておりますので、一対一の通信における発信者情報開示請求を可能とすることについては、極めて慎重とすべきではないかと弊社では考えておりますので、考慮していただきたいと思っております。

以上で、弊社からの説明は終わります。

【宍戸主査】 市川様、ありがとうございました。

それでは続きまして、グーグル、ジャンージャック・サヘル様より御説明をお願いいたします。

【サヘル氏】 皆様、こんにちは。宍戸主査、ワーキンググループの構成員の皆様、そのほかの参加者の皆様、またお会いできてうれしく思います。ジャンージャック・サヘルと申します。グーグルの情報コンテンツポリシーのアジア太平洋のヘッドです。ここに参加でき、大変うれしく光栄に思っております。グーグルとしてこのような対話に参加できることを大変感謝しております。

本日は、以下の項目でお話をさせていただきます。

まず初めに、プラットフォームサービスとしての使命と責任。2つ目に公共政策の観点からの前提。3つ目、ワーキンググループの検討アジェンダについて明確にすべき点。そして最後に今後に向けてです。

日本では、ネット上の有害コンテンツ、特にオンラインハラスメントが深刻な社会問題となっていて、オンラインプラットフォームが果たすべき役割は大きいと理解しています。

グーグルの使命は、世界中の情報を整理し、世界中の人々が使えるようにすること。そしてユーチューブのミッションは、表現する場所をあらゆる人に提供し、その声を世界中

に届けることです。

これらの使命を達成するためには、私たちには有害コンテンツからプラットフォームやユーザー、ステークホルダーを守る責任があります。Googleでは有害コンテンツ対策は初期から大きな課題と捉えています。そのため、この問題に取り組むためのポリシーを策定し、施行しています。そして、それを継続的に改善しております。

この取組の一つとして、本日のように、政府やほかのステークホルダーの皆様と協力し、有害なコンテンツからコミュニティを保護しつつ、オープンネスと表現の自由を維持するという観点から、ビデオストリーミングやユーザー生成コンテンツプラットフォームに対する規制の在り方について、情報提供をしてみました。

もちろん、製品によってサービスの性質は異なりますし、我々のアプローチや責任も異なります。具体的には、単にほかのウェブサイトへ誘導するウェブ検索と、ユーザーがコンテンツを投稿できるユーチューブなどのホスティング製品では、私たちの役割は異なると考えています。

これはGoogleのビジネスにとっても非常に重要なことです。ユーザー、広告主、パートナーなどのステークホルダーからの信頼を得て、皆様が訪問し、広告を掲載し、コンテンツを配信するのによい、あるいはすばらしい目的地であるということを証明しなければなりません。プラットフォームが責任ある形で管理できているということを示さねばなりません。

オンラインプラットフォームは非常に競争の激しい分野です。もし私たちのサービスが有害なコンテンツであふれていたなら、ステークホルダーの期待に応えることはできず、すぐに競争力を失ってしまいます。

そして、これは我々だけでなくエコシステム全体に影響を及ぼすものです。私たちが間違った方向に進んだり、あるいはオープンにし過ぎる、削除し過ぎる、どちらかに傾き過ぎたりすると、我々のビジネスも影響を受けますが、それだけでなくその上に築かれた何百もの大小のビジネスがダメージを受けるわけです。

次のスライドに参ります。

さて、ワーキンググループのペーパーに記載された検討アジェンダの中で、透明性と説明責任の重要性については全般的に同意いたします。ただ、このコンセプトを実現するための具体的な規制手法については、詳細な議論が必要だと考えています。

一方で、透明性と説明責任以外のテーマ、例えば紛争解決プロセスやモニタリング、削

除義務などについては、様々な観点から高度に慎重な評価が必要だと考えています。

表現の自由を含む基本的人権や適正な法的手続といった法的な検討はもちろんのこと、現実社会で機能しない規制の枠組みを拙速に導入することにならないよう、プラットフォームで生じるコンテンツ、そのモデレーションについて、問題を実務面から深く理解することが必要です。

次のスライドです。規制のアプローチの可能性について御提案いただいた議題について、私たちの考えをお話いたします。

いわゆる有害コンテンツ、特にオンラインハラスメントへの対応で、私たちが日々直面している課題が幾つかあります。その中から、以下の点を強調したいと思います。

まず基本のところ、セーフハーバー原則の重要性を指摘したいと思います。これは、通知があった際に違法なコンテンツを削除していればプラットフォームが法的に保護されるというものです。それからもう1つ、よきサマリア人の保護というものもあります。コンテンツの削除に関してプラットフォームが法的に保護されるというもの。この2つが非常に重要です。

これらは、グーグルにとってだけでなく、インターネットの世界全体にとって非常に重要です。ユーザーの言論の自由のためにプラットフォームを運営し、コンテンツモデレーションを行うことを可能にする根本的なよりどころです。これが崩れれば、オープンなオンラインプラットフォームの運営は不可能になり、コンテンツモデレーションを積極的に行うことはできなくなってしまいます。

2点目として、プラットフォームがそのサービスに表示しないことが期待されている有害コンテンツやオンラインハラスメントの法的定義、あるいは社会通念上の一貫した定義がないということが極めて問題です。

政策や規制を遵守するためには、法的義務の範囲を理解する必要があります。例えば、ハラスメントに関するデータを開示するよう規制されているときに、ハラスメントの定義が明確でなければ、どのようなデータを開示すればいいのか分かりません。

次に、プラットフォームの實際上、それから法的な能力の限界について述べます。

事実、文脈あるいは背景情報というのは、ある発言が名誉毀損かハラスメントかを判断するのに重要ですが、事実関係の情報を収集し検討する能力というのを我々は持っていません。私たちは神の目というのは持ち合わせていないわけです。

ですので、全ての事実を知ることは不可能であり、裁判所とは異なり、誹謗中傷かもし

れない内容について、その適法性を評価するのに適した立場に置かれていません。

2つ例を挙げさせていただきます。まず、違法な誹謗中傷を理由とする削除要請の例です。

グーグルは、コンテンツに第三者、つまり削除要請者の社会的評価を低下させる表現が含まれているということ、難しくてもそれを判定することは可能かもしれません。

しかし法的には、その表現が真実である場合には、それは違法にはならないということになります。多くの場合、その表現が真実であるかどうか、私たちには分かりません。そういったことを知る能力がないのです。

私たちは、各当事者に証拠の提出を求め、事実を認定し、プロセスに基づいて法律を適用する、裁判所のような権限を有していません。さらに、裁判所の判断についても、上位にある裁判所が判決を覆すことがあります。

我々は裁判所ではなく、我々プラットフォームは事実関係の証拠を集め、事実認定を行う権限を持ちません。そのため、あるコンテンツが真実かどうか、ひいては名誉毀損に当たるかどうかの判断に大きな困難を伴うことが多いのです。

もう1つの例は、こういった削除請求には、より広い範囲の問題が背後にあることもあるからです。例えば、2人の個人がお互いに批判をし合っている中でエスカレートしていき、両者がコンテンツを上げるけれども、その内容が他方を批判している内容で、例えば、ある患者さんが医師の治療に対して不満を持っていて、これが医療過誤であるという指摘をする。医師側はそれを否定するということもあり得るわけです。

そうした場合に、プラットフォーム事業者の我々としては必要な情報も収集することができませんし、また、判断をしてこの両者間の問題、紛争を解決するということができません。

4つ目の問題が、プラットフォーム上のコンテンツ量が膨大であるということです。例えばユーチューブでは毎分500時間以上の動画がアップロードされておりますし、そういったことに伴ってユーザーからの削除要求の数も非常に膨大です。中には不完全な請求内容であったり、あるいはお互いに矛盾したりするようなリクエストもあります。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 予定していた時間を過ぎておりますので、ご発表のおまとめをお願いします。

【サヘル氏】 一番重要な問題が、この透明性に関連して、有害な情報とは何かということの定義です。我々自身も定義は持っていますが、この規制を進めていくのであれば、

ステークホルダー全てにとって満足のいくような定義であるということを保証しなければいけません。

また、開示されるべき情報、データの種類も非常に重要になってきます。特に実用・運用面で考えますと、データの種類によっては収集が難しい、あるいはそのような特定のデータを要求してしまったがために、逆に事業者が事を急いで、よく考えずに削除に走ってしまうということもあります。

そして大事なポイントは、ステークホルダーとこのワーキンググループで考える透明性に関してのゴールを設定する、これはいいと思いますが、詳細にそれをどうやって実現しているかということについては、業界あるいはプラットフォーム事業者に任されるべきです。なぜならば、それぞれ提供しているサービス、機能、またリスクレベルが違うので、各事業者が自分たちのサービスにおいて適切な形で、その目的をかなえる方法を実現できるという柔軟性が必要だと思います。

私たちはそれぞれ全員が、この透明性を確保する上で、また有害情報を削除していく上で役割があるというふうに考えています。政府も、業界も、またそのほかのステークホルダー、例えばニュースメディア、あるいは市民社会も全て役割があり、積極的にそれを果たすべきだと思っています。

このような透明性の確保に関しての対話を続けるということには大変積極的に取り組んでいきたいと思っておりますし、また、そのほかの面におきましても、我々の意見が必要であるということであれば積極的に参加していきたい、貢献していきたいと考えています。

以上です。ありがとうございました。

【宍戸主査】 サヘルさん、ありがとうございます。これまでも、この場で丁寧に意見を述べていただいているということと同時に、また引き続きディスカッションをさせていただくということをお願いしたいと思います。ありがとうございました。

それでは続きまして、Meta社、メグ・チャン様より御説明をお願いしたいと思います。

【チャン氏】 皆様、こんにちは。今日はこのような形でMetaをお招きくださりましてありがとうございます。違法・有害情報に対してプラットフォームがどんな対策を取っているかについてお話をさせていただきたいと思っております。

Metaのアプローチ、安全性、インテグリティに対してどんなアプローチを取っているのかということ、そしてまた、皆さんのセクションの2と3に対して、つまり透明性とアカウントビリティの対策、さらにはプラットフォームのオペレーションでどのようにプロア

クティブな役割を果たしていくのかということについて、我々がどんな考え方でいるのかということをお話しさせていただきたいと思います。

まず、私たちMetaとしては多面的なアプローチを取って、安全性及びインテグリティに対応しております。5つのキーとなるエリアがあります。

1つめが、ポリシーとして、ユーザーは何が許されていて、何が私たちのプラットフォーム上で許されないのかということを確認に示すということ。また、しっかりとしたプロセスをもって、それらのポリシーを施行していくということ。

次に、ユーザーに対してツールあるいはリソースを提供することによって、自分たち自身のオンラインでのエクスペリエンスに対して、ユーザー自身をもっとコントロールができるようになる、そしてクリティカルシンキングを醸成し、またデジタルリテラシーを改善するようにするということ。

さらに、専門家の皆様、例えば市民社会、学会、政府の皆様、そして業界の皆様、こういった皆様とパートナーシップをしっかりと育むことによって、私たちが継続的にイノベーションを起こし、また我々の取組をさらに改善することができるようにしていく。

最後は透明性です。我々のプラットフォームがどのように機能し、また、我々のコンテンツ決定がどのようになされているのかということ、透明性高く示すということです。

私たちとしては、Metaとして人、それからテクノロジーに多くの投資をしてまいりました。そうすることでMetaのプラットフォームが安全で包摂的な場所である、これによって人々がつながることができるようにすることを担保するためです。

また、世界に安全対策のため4万人のスタッフを抱えております。そうすることで、グローバルで安全性、セキュリティに対応しております。そして、この取組には年間で50億USドルを投資しております。

また、我々自身は常にAIのテクノロジーを改善し、またイノベーションも続けております。AIを駆使することによって有害なコンテンツをしっかりと見つけ出し、我々のプラットフォームを悪用、乱用している人たちをしっかりと取り締まろうと思っております。

やはり透明性がアカウントビリティの最初の一步だと思っています。これによって、我々が何をしているのかということを見ることが、そして強化することができるからです。

また、我々自身が我々を評価するのは良くないと思っています。その代わりに第三者機関、つまり独立した評価機関にお願いし、我々がきちんと業界のグッドプラクティスにの

つつていることを評価してもらっています。

また、データの透明性というのは、成果に注力をするべきです。例えば表示頻度などです。プロセスではなく、むしろそういった表示頻度のような成果に注力をするべきだと思っています。

また、透明性というのは絶対善と捉えられてはならないと思っています。きちんと意味をなさなければならぬと思いますし、透明性を担保することによって、重要で関連性のある問い、つまり公益に資する問いをしっかりと、それに対する情報を提供していかなければいけないと思います。

また、透明性によって一般の人々に対する啓蒙をし、信頼を醸成するべきです。やはり重要なのはバランスです。透明性のもたらすメリットとリスク、つまり安全性、セキュリティ、そしてプライバシーと言われるようなリスクをどういうふうにいかにバランスを取るか、ここも重要なポイントです。

そしてもちろん、インターネットがグローバルであるという本質、これも忘れてはなりません。我々の取組の一つといたしまして、私たちのポリシーやプロセス、そしてシステムに皆さんがアクセスしていただけるように、トランスペアレンシーセンター、透明性センターというのを抱えております。

例えば、コミュニティ規定施行レポートがあります。これによって、例えばMetaがコンテンツモデレーションをいかに効果的に行っているのか、有害なコンテンツをFacebookやInstagramでどのように減らしているのかということを確認することができます。

我々のこの報告書は、四半期ごとに発行しております。11のカテゴリーでポリシーの違反を見ており、これを私たちはトラッキングしています。

そして、この情報は様々な指標を取っており、コンテンツに対してアクションが取られたもの、コンテンツに対して訴えがあったもの、さらにはそれを解約したものの、私たちがいかに先手でそういったコンテンツに対しての行動を行ったかということも数字として取っております。

今お見せしておりますが、実際にそのレポートの一例で、左側にありますのがいじめと嫌がらせに関する表示頻度についてです。こちらを見ていただきますと、1万ビューの間で、いわゆる嫌がらせと思われるコンテンツについては5から6という数字になっています。

そして2つ目、右側ですけれども、こちらはいかに私たちが事前にそういったコンテン

ツを検知し、それを削除したかということを示しております。85%のコンテンツは、私たちに実際に報告が上がってくる前に、これはいけないということで削除をしております。

御覧いただきまして分かりますように、先手で私たちが対策を取った、この数字は2020年以降かなり改善しております。これは我々のAIの検知機能というものが劇的に改善されたことによります。私たちは、ユーザーのレポートに対する依存度をこれで減らしております。

さらには、我々のランキングのアルゴリズムについても、より透明性を高くしております。例えば、様々なアーティクル、あるいは様々な動画でもってニュースフィードに現れるものについて、どういう仕組みでそれが現れるのかということについても、ニュースフィードのフィードバリュー、さらにはリコメンデーションガイドラインというところで公表をしております。2021年には、実際こちらのコンテンツ配信ガイドラインというのも発行しております。

これによって、実際に我々が何を外しているのかということも分かるようになっており、ガイドラインについては全てヒストリーログで確認することもできます。変更があった場合にはこちらで確認可能です。

そして、個々のコンテンツについては、この投稿が表示される理由を説明する機能を私たちは導入しております。これは、投稿あるいは広告に対して使えるものになっていて、なぜユーザーが今この投稿、あるいは広告を見ているのかということが分かるようになっていきます。

同時に、どういうふうに意思決定がなされてこの情報、例えば広告や投稿が表示されているのかも分かるようになっていきます。このことで、自分たちのフィードにおいてどういうふうにコンテンツがランキングされるのかということに、自分がこれまで視聴した内容が影響を及ぼすのだということをユーザーに啓蒙しています。

さっきお話ししたとおり、Meta自身が自分たちを評価するわけにはいきません。実際には、その代わりに第三者に評価をしていただかなくてはならないと思っております。

これによって、私たちがきちんとやっているということを第三者にしっかりと確認してもらうだけでなく、果たして私たちがMetaとしてやっていることが正しいかどうかということも確認して、フィードバックをいただいております。

3つ、これに関しては取組を導入しております。まず、2019年にデータ透明性アドバイザリーボードを導入いたしました。これによって、コミュニティ規定施行レポートの中で

私たちが共有している内容が、果たして正しいかどうかということを確認してもらっています。

そして、この上にさらに独立監査法人による監査も行っていていただいております。さらには、デジタルトラストアンドセーフティーパートナーシップというメンバーにもなっております。そうすることで、我々がやっていることの監査をしっかりとしてもらっております。

次は、プラットフォームのオペレーションに関してです。5つ重要な価値があると思っています。1つ目がボイス、2つ目が真正性、そして安全性とプライバシー、さらには尊厳です。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 予定していた時間を過ぎておりますので、ご発表のおまとめをお願いします。

【チャン氏】 では最後のスライド。最後に1つだけ重要なポイントをお話しさせていただきます。

これまでのMetaの体験から、これが、私たちが考えるよいガバナンスとっております。よいガバナンスというのは、テクノロジーやプラットフォームにおける様々な違いをしっかりと受け入れます。そしてまた、それらが変わるスピードについても違うということをししっかりと理解して、認識しています。

ガバナンスはやはり柔軟性がなくてはなりませんし、広範なベースがなくてはなりません。また、テクノロジーに中立でなくてはなりません。そうすることで、イノベーションを生む余地を抱えていなければいけないと思います。

また、セーフハーバー、さらにはよきサマリア人の原則というものも担保されるべきです。そうすることによって、プラットフォームはしっかりとインセンティブをもらって、様々なことを先手で行うことができ、法的な責任を心配することなく様々な対策を講じることができるようになるからです。

また、ある程度しっかりとしたエビデンスに基づき、特定の、また具体的な問題をししっかりと見据えた上で、注意深く、問題の大きさに合わせた形でガバナンスを効かせる必要があるとっております。

また、現代的なデジタルエコノミー、こちらの肝はしっかりとこのまま保持していかなくてはなりません。こうすることによって世界中の人々がつながり、様々なアイデアをさらに花開かせ、何百万人もの起業家やビジネスが、国境にとらわれることなく、さらに自

分たちを成長させることができるからです。

最後に、人間が持つ基本的人権、つまり表現や言論の自由、プライバシー、そして安全、こちらは担保しなくてはなりません。これら全てをしっかりといいバランスを見つけていくというのは、決して容易い話ではないと思います。

だからこそ、やはりまずは透明性が、アカウントビリティの最初の出発点になろうかと思っています。厳しいルールや規制を敷いて、最終的には、この進化するデジタル経済の中では、常にリスクというのは古いものになっていきます。そのため、そのような点に注目をあまりにし過ぎるのではなく、やはり最初は透明性から始めるべきだと思っています。

以上、Metaが考える効果的なガバナンスについてお話をさせていただきました。今日はお時間をいただきましてありがとうございました。

【宍戸主査】 チャンさん、どうもありがとうございました。

それでは続きまして、セーフターインターネット協会、吉田様より御説明をお願いいたします。

【吉田氏】 セーフターインターネット協会の吉田でございます。

セーフターインターネット協会は、ちょうど10年前、2013年に、ヤフーさん、MIXIさんなどを中心としたインターネット企業が集まって立ち上げた団体になります。

次のページをお願いいたします。

その中で、2020年6月29日に誹謗中傷ホットラインを立ち上げました。先年のこの場でも発表させていただいたかと思いますが、被害者からの連絡を受けまして、コンテンツ提供事業者に各社の利用規約に基づいた削除等の対応を促す活動をしております。

弁護士などを自ら雇用して権利行使される方はそのようにやっていただきたいと思っております。我々は立場の弱い私人や個人商店などの方を対象とした被害の通知を受けております。また、被害者が児童の場合は、保護者や学校関係者からの連絡も受け付けているという形になります。

次のページをお願いいたします。

まず私どもの活動につきまして御報告した後に、最後に諮問いただいていることについて私見を述べさせていただこうと思っております。

昨年、2022年1月1日から12月31日の間までの間に受理した連絡件数は2,152件となっております。前年からはやや減少しているという状況です。

このうち、属性といたしましては、本人からの直接的な御連絡が1,978件、以下保護者、

学校関係者からはこのような数字で連絡をいただいています。

次のページをお願いいたします。

推移が分かるようにグラフ化したものがこちらになります。若干、今年に入って、前期、後期とも減少傾向にあるという形です。

次のページをお願いいたします。

誹謗中傷情報に該当したのはこのうち556件、25.8%となっており、非該当のほうが非常に多くなっています。

左下の図にありますとおり、いただいたものの中で実在の個人が特定できない、例えばゲームのハンドルネームなどに対する誹謗中傷で御連絡をいただいた方のボリュームが非常に大きくなっており、投稿を特定できない、被害者本人からではないというような形で除外されたものが非常に多くなっております。

次のページをお願いいたします。

該当いたしましたものについて、削除を促す通知を行った結果でございますが、削除が行われたのは573URL、削除率は67%となっており、前年からこちらも若干減少しています。

特に特筆すべきところとしては、SNSの削除率は本年も60%未満にとどまっているという状況でございます。

次のページをお願いいたします。

この活動を通じての感想と意見ですが、ここにお集まりいただいているような企業の皆様は非常に規模が大きく、たくさん問題ない投稿と、幾つかの問題ある投稿というのがあるかと思いますが、その方たちを対象とした削除依頼というのはこちらにはあまり届いておらず、専ら中小のサイトや特定のサイトに集中しているという状況にあります。

課題が生じた場合も、意見が交換可能な場合は、私どもからその会社様と連絡して、実際に、簡単な齟齬が生じていた結果、通知に答えていただけなかったということが分かった後に、自主的な対応が円滑に進んだという事例もありますので、被害者が個別に御連絡ができない、理由が開示できないというような会社様もあると思いますが、私どものような第三者機関と事業者の対話が進むと、自主的な削除も進むのではないかと考えております。

次のページをお願いいたします。

自主的な取組の場合は、民間ホットラインは事業者の利用規約に基づく措置を促すものですので、迅速な通知が実現しています。これによって、迅速な削除が実現しています。

また、仮に、御諮問いただいているように法的拘束力、強制力を持たせる第三者機関等が必要だということになりますと、極めて責任の重たい仕事でございますし、削除要請の発出の判断をより慎重に行う必要が出てきますので、現実性が上がる反面、スピードは落ちるのではないかと考えております。

次のページをお願いいたします。

また、先ほど来御言及がございますが、透明度を上げることについて、これは申し上げるまでもなく、透明性レポートというものがユーザーや社会に対して自らの施策について説明して、安心して利用者に利用してもらうため公開するものですので、不足している指摘があれば真摯に受け止めて改善していくということを、先行している企業様はやっていらっしゃるのではないかと考えております。

そういった中で、一律的にやっていくのではなくて、各社様から御指摘があったように、先行している事業者の意見を十分にヒアリングした上で項目を決めていく、あるいはルールを決めていくということがなされるべきだと考えております。

最後に、削除されるべき問題投稿の多くが、一部の海外事業者、海外にサーバーが蔵置されている事業者も含まれますが、それらに残存しているということが、我々の活動の中でははっきりとしています。

仮に何かしらの新制度を設けるとした場合は、そういった会社あるいはサイトに確実に執行できるような仕掛けを工夫していくことが大事だと思っております。

新しい制度を設けても、それが執行に結びつかないということでは、非常に屋上屋を重ねるということにしかならないと思いますので、新しい制度が必要だという意見は持っておりませんが、仮にそういったものをつくらせたら、必ず執行ベースで工夫をしていくことが必要になってくると考えております。

SIAからは以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございました。

それでは続きまして、ソーシャルメディア利用環境整備機構、泉谷様、松本様からお願いいたします。

【松本氏】 本日は、意見を述べさせていただく機会をいただきましてありがとうございます。資料を共有させていただきます。少しお待ちください。

本日のSMAJの発表者でございますが、SMAJの中に、誹謗中傷や偽情報、フェイクニュースへの対策につきまして議論しておりますワーキンググループがございまして、そのワー

キンググループに参加する会員企業のメンバーの中から、LINEの私、松本、それからFacebook Japan様の泉谷様が、本日のヒアリングに代表して参加しております。

SMAJの概要について、今、映らせていただいているページですが、御案内のことかとは存じますが、SMAJは2020年4月に、ソーシャルメディア上の様々な課題への対応を加速し、取組を強化するために、関連する事業者により設立された団体でございます。本ワーキンググループの主査でいらっしゃいます宍戸先生、それから京都大学大学院法学研究科教授の曾我部先生に、代表理事を務めていただいております。

SMAJは、SNS等のコミュニケーションサービスを運営しているプラットフォーム事業者等から構成されております、日本で唯一のソーシャルメディア関連事業者による業界団体でございます。昨年12月現在で、26の事業者が会員企業となっております。

本日のヒアリングの議題である検討アジェンダに対する意見を、こちらから述べさせていただきます。

前のページで、SMAJは26の事業者が会員になっているということで御説明いたしました、この26の事業者、会社の規模や提供しているサービスがそれぞれ異なっております。

先般、意見募集がございましたが、そこでは、会員企業の最大公約数的な意見を提出させていただきます。検討アジェンダに対する意見ということで、先日意見募集で提出をさせていただきます意見を基に御説明をさせていただきます。

まず全般といたしまして、本ワーキンググループにおきまして、プラットフォーム事業者によるコンテンツモデレーションに関する透明性・アカウントビリティ確保の在り方について御議論、検討いただくということは、SMAJ会員企業各社の事業の予見性の確保の観点から有益であると考えられますので、こちらに御検討いただくことを感謝申し上げます。

次に、検討アジェンダ2、透明性・アカウントビリティの確保方策の在り方についての意見でございます。

こちらには、検討アジェンダの記載内容といたしまして、違法・有害情報に対応するに当たり、表現の自由を確保しつつ情報流通の適正化を図るためには、プラットフォーム事業者による自主的な取組を促進することが重要と考えるがどうか。また、プラットフォーム事業者による自主的な改善サイクル、PDCAサイクルを確立することについてどう考えるかとの記載がございます。

これに関する意見でございます。プラットフォームサービスは、現在人々の交流、社会

的な議論の場となっております、このような場における活動に支障が生じないような配慮が強く求められると考えております。

また、プラットフォーム事業者が提供するサービスは一律ではありません。様々でございますので、それぞれのサービスに応じて効果的な取組も変わってくるものと考えられます。

このため、検討アジェンダにも記載されておりますが、誹謗中傷への対策については、プラットフォーム事業者による自主的な取組を基本として実施することがどうかというふうに考えております。

誹謗中傷等については、社会的な問題になっております。このため、SMAJにおいては会員企業の自主的な取組といたしまして、誹謗中傷、偽情報、フェイクニュース対策に関する行動規範を策定することを現在進めています。

この行動規範について、行動規範に同意した会員企業が、それぞれのサービスに応じてどのような取組を行っているか、これを自ら決め、それを実施し、その実施状況を毎年SM AJの理事会に御報告し、御評価いただく。その御評価いただいた結果を、また自らの取組へ反映させていくといったことを内容とするものとなる見込みです。

このような業界団体が提供する枠組みで、プラットフォーム事業者が自主的にPDCAサイクルを回すような取組を実施しているような場合には、一律に法律に基づいて取組を促していくということではなくて、このような取組を御尊重いただきたいという意見を述べてございます。

さらに、検討アジェンダ2-6、取組状況の共有等の継続的な実施という記載に関する意見でございます。

こちらについては、違法・有害情報の被害低減への取組については、プラットフォーム事業者間の競争領域ではございません。協調領域であると考えておりますので、ベストプラクティスとして情報共有することが適当であると考えておりますので、こちらに賛同する意見を提出しております。

本日、簡単でございますが意見を述べさせていただきます。

以上でございます。

【宍戸主査】 松本さん、ありがとうございました。

それで、この後の進め方でございますが、事務局より、Twitterの代表者様が御出席になられたと伺っております。

事務局で御対応のほう、いかがでしょうか。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 Twitter御担当の通訳者様、音声よろしいでしょうか。

【通訳者】 はい、通訳者でございます。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 コメントにつきまして、15分程度、スライドはなしということで御連絡をいただいております。御発表のほどよろしくお願いたします。

【リーン氏】 キャサリン・リーンと申します。本日はお招きいただきありがとうございます。私はTwitterのアジア・パシフィックの担当をしております。

私の会社といたしましても、様々な会社もいらっしゃいますが、有害なコンテンツやハラスメントというのは非常に重大な問題であり、今、考えるにおいて非常に大事な時期だと考えております。社会的にもそのほかの面でも、これを私たちがアクションを取っていくこと、それから、それに対して悪いことをしている投稿者に対してもアクションを取ることが必要かと考えております。

大事なことは、日本のみならず世界各国のユーザーの方が安全に自分たちの意見を述べ、このようなサービスを使えるということ、情報を与えたりもらったりできること、それが大切かと思っています。

私たちの目標は、ユーザーとのエンゲージメント、その人たちに啓蒙、教育をする、そしてユーザーさんからも教えていただく。加えて、お互いに楽しむ時間を取っております。そしてやはり透明性、ユーザーさんが何を言っているのか、なぜ言っているのかということで、情報に透明性を持たせることがとても大切です。

私どもTwitterは、そのような透明性レポートをつくり出した最初の会社の一つとして、非常にここ10年間、誇りを持ってやってきましたが、今このような透明性レポートが変わっていく時期なのではないか、透明性や説明責任について大きな変革をもたらす時期ではないかと考えています。

ですので、このような場を持って話し合いをすることは非常に有益だと考えています。どのようなことが実際に奏功するのか、様々な会社がありますから、全ての会社を1つのルールに押し込めてしまおうというような考え方を避けるためにも、このような話し合いをしていくことはとてもよいことだと考えています。

では、どのような枠組みを考えているかということをお話ししたいと思います。

私どもの会社にとって、安全性というものが大事でございまして、それを基に、今、私

どものプラットフォームも変革しつつあります。

この4か月間で、上場企業から非上場企業に変わりました。非常に忙しい時期でした。そして、この16年間の社の歴史においても、なかなか大変な時期でありました。

とは言いましても、日本のユーザー様の安全に対するコミットメントは何ら変わるものでもございませんし、皆さんが自由に意見を表現してくださる、そしていろいろな有害な内容から皆さんを守っていくということに対するコミットメントは、全く低減するものではありません。

2つ目になりますけれども、私どもは各国の法律というものを尊重いたします。そして、法の執行をする機関と手を組んで、それらを守ってまいります。そして、各国の政府だけではなく、各県の皆様、それから各作業部会の皆様や関係する組織とも手を組んで、毎日地道に活動を続けております。

そして3つ目ですが、いわゆるスマート規制というものに、できる限り協力していきます。私どものオンラインのコミュニケーションが進化している速度は大変なものでございます。そこに加わってくるいわゆるバッドアクター、それから犯罪組織のネットワーク、そのような人たち、そのようなものから皆さんを守っていくために、規制というものはそれを守る一つの手段です。

その中で、Twitterでやっていこうということを幾つか御紹介したいと思いますが、私たちはアルゴリズムの透明性を確保するために、オープンソースに移っていきます。

もちろん、全ての会社にこれをやりましょうと言っているわけでも、全ての会社が同じだと言っているわけでもありません。一つ何かを決めてそれを全部の会社に当てはめていくのではなく、皆さんが十分協力して分析をして、それぞれの会社でやっていることで、自分たちでソリューションを見つけられるということを見つけていく。そして、ユーザー様にとっても納得のいくやり方を見つけていくということが大切だと思います。

透明性や説明責任を持つ上では、これが大変大切かと思えます。これによりまして、一般のユーザーの皆様にも、私たちがどんなことをしているかというのが可視化されますし、アプリケーションに対する知識も持っていただく、理解していただく。そして皆さんのアカウントやTwitter上で何が起きているかを理解していただくことができると思えます。

そして、日本も含めた世界各国のユーザーさんから、モデレーションの決定はどのようにされているのかということをもっと理解したいという声が上がっています。

Twitterとしてはより進んだレポートシステム、それからアピールの仕方をもっと簡単

にしていくことを考えています。そして、そのような手続がより簡単に、より扱いやすいようにということで、レポートの流れも分かりやすく、またレポートする能力といいますか、ログインしたユーザーさんにも、そうでない方にも、より分かりやすくするようにしていきたいと考えています。

御存じのように、Twitterにとって日本というのは非常に特別な国です。それは、Twitterのユーザー数がアメリカ合衆国以外では世界で一番多い国だからです。人気が高いというだけでなく、ユーザー様のダイバーシティー、非常に多様な方がお使いになっているということで、今後も日本はTwitter社にとって宝であり続けます。

そのために、やはり今後も引き続きエンゲージメントや実験のようなもの、そして日本の市場のためにできることを試していきたいと考えております。

最後に2つ、どんなことをやっていきたいかですが、1つ目は、説明責任、それから透明性に関して、もっとイノベーションを使った非常に効果的な方法で、そしてまた耐性のある方法で、御自分で、セルフサービスの意味で予防していく、誤情報を流すことを自分で予防できないかということを考えています。

何が真実か、真実でないか、そういうことを私たちが決める責任、プラットフォームですから間に入る人としての責任もありますし、例えばそのような責任を第三者、外部にアウトソースするという考えもありますが、それを決定する人が一つのグループから別のグループに動かされたからといって、この問題が解決できるわけではないと考えています。

ですから、バランスを取ることが必要と思います。責任を取ることと、それが実際にどのように運営されていくかのバランスを取ることが必要ですので、そのために私たちは「コミュニティノート」というものを考えており、このコミュニティノートという方法を使い、日本のみならず世界各国でユーザーの方がそのようなコンテンツを見て、これが実際に名誉毀損などに該当するののかということ进行分析することができるというものです。

このような、より深く分析していくという方法が、今後、より使われるようになるべき方法ではないかと思います。もちろん、それに加えて各社で今までやっていらっしゃる、人間の手で判断するなど、様々な方法もあると思いますが、今後はこのようなテクノロジーを使った方法も、私のほうでは考えております。

以上となります。御清聴ありがとうございました。

【宍戸主査】 Thank you, Ms. Reen. I'm George Shishido, the chair of this meeting. Thanks for joining us today. As you said, we understand Twitter service is ve

ry popular in Japan. I believe you are critical to the freedom of speech and tackling harmful contents and disinformation in our society. I really appreciate your remarks. Twitter will keep your commitment to Japanese users even while you suffer great change. I strongly hope you continue to engage in our dialogue and discussions. Thank you. 英語で発言) リーンさん、ありがとうございました。本日は本会場にご参加いただきましてありがとうございます。発表でもご言及があったように、ツイッターのサービスは日本で非常に人気があると理解しております。御社は、表現の自由にとって重要な存在であり、我々の社会における有害な情報や偽情報といった問題に対して取り組んでいると認識しております。大きな環境変化があった一方、ツイッターが引き続き日本のユーザにコミットするという本日のご発言に大変感謝いたします。御社が継続して我々の対話や議論に携わっていただけることを強く望んでいます。ありがとうございました。

それでは皆様、ただいまの御報告全てにつきまして、構成員の皆様方から御質問、御意見をいただきたいと思いますが、御案内のとおり残り時間10分ということで、私のほうの不便をお詫び申し上げます。

そこで、まず、御質問のうちかなり詳細にわたるだろうと思われるものは、メール等後に事務局でやり取りをさせていただくということと、この時間でございますので、全ての関係者に同じく抽象的な質問を投げると、時間がそれだけでパンクしますので、特定の個人あるいは団体にこれを聞きたいということを絞って、この場ではお伺いをいただければと思います。

それでは、御質問、御発言のある方は、私にチャット欄等でお知らせをいただきたいと思いますが、いかがでございましょうか。

水谷構成員、お願いします。

【水谷構成員】 すみません、時間もないので手短かに質問させていただきます。関西大の水谷でございます。

今日御発表いただいた中で、GoogleとMetaとTwitterに関してお伺いしたいことがあります。透明性や、ユーザーへの告知や、適正手続に関して、国際的にサンタクララ原則という自主的な取組があると思います。

これを各企業の中でどの程度重要視されているのかというのを、ぜひお聞きしたいと思っております。GoogleとMetaとTwitterは、私の知る限りこの原則をエンドースしておら

れると思いますので、この原則を各社の利害を超えて業界内での自主規制として機能させているのかどうか、そういった点についてお伺いしたいと思います。ありがとうございます。

【宍戸主査】 それでは、まずGoogle、サヘル様からお願いします。

【サヘル氏】 御質問ありがとうございます。サンタクララ原則、十分考慮して我々は業務を行っております。それだけでなく、国連のビジネスと人権に関する原則なども考慮しております。

このような広く受け入れられている優れた原則は、我々がプロダクトを設計する際にも考慮しますし、また、人々の安全と自由な表現のバランスを取りながら、コンテンツのモデレーションなどをする際にも活用しております。

何が難しいかといえば、インターネットがもたらす大きなメリットを人々に届けるということ、表現の自由、そしてクリエイティビティの発露ということを実現しながら有害なコンテンツに対処する、この2つの間でどのようにバランスを取るかというところが非常に難しいわけです。

ですので、様々な用語の定義などについても非常に慎重に、バランスの取れた仕方をしていく上必要があり、また、透明性をどう確保するかということについてもバランスが重要だと考えています。

ですから、質問に対する直接的な答えとしては、私どもはサンタクララ原則を支持しており、その精神に準拠して事業を行っております。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それではMeta様、サンタクララ原則について、お問い合わせできますか。

【チャン氏】 ありがとうございます。先ほどのGoogleの方と同様に、私たちもサンタクララ原則については、その原則、そしてまた精神もサポートしております。実際には、このサンタクララを最初につくったNGOと、かなり私たちはエンゲージメントを取っております。

御存じのとおり、現在サンタクララ原則は2.0バージョンになっています。さっき私がお話しした透明性を、さらにこの2.0では深めようとしています。

Metaとしては、我々がやっていることをしっかりと、透明性という原則に鑑みて見ていくということ、継続していくということ、これが重要だと思っておりますが、特にこのデータの透明性ということに関しては、公益に資する、一体どんなパブリックインタレスト

のための問いに答えようとしているのかという観点が必要だと思っております。

そのため、サンタクララ原則はもちろん支援しておりますが、非常に粒度が細かいところまで行きますと、全てのプラットフォームにそれがそのまま適用されるというふうには私たちは考えておりません。

透明性というのは、我々が提供するサービス、あるいは製品で、一体どういったパブリックインタレストのための問いに答えようとしているのかということを経第一に考えるべきだと思っております。

やはりどうしても細かいところ、基本的にはいろいろな細かいところに一番の肝の部分があったりするわけですが、果たしてプロセスにフォーカスをするのか、あるいはアウトカムにフォーカスをするのか。我々が考えているのは、サンタクララでは少しプロセスを重視し過ぎるあまり、全体としての成果、アウトカムというところがそがれているなど感じる部分も確かにあります。しかしながら、原則としてはサポートしております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

Twitter、リーンさん、サンタクララ原則について、いかがでしょうか。

【リーン氏】 私どもも、この原則に対しては理解しておりますし、賛成もしております。また、アップデートが必要だなというのを感じております。

ただ、これ一つをもって全てを解決しようという考え方には、少し躊躇するものであります。もちろん、様々な関連団体や企業の方が、義務にしる自分たちの意思にしる、このようなことに賛同するわけですが、このようなコミュニケーションも産業として出ます、そしてこのような規制がいろいろと出ている時代におきまして、やはり、それぞれの国に合った適切なコンプライアンスの仕方、それからユーザーさんにとって本当に意味を成す、日本のユーザーさんにとって意味を成すコンプライアンスの仕方があってしかるべきかと思えます。また、コンプライアンスをどのように遵守しているのか、どうやって測定するのかということもあると思えます。

そのため、このようなプロセスがあるということには感謝はするのですが、やはり各社におきまして、どのようにそれを使っていくのか、探索していくのかというのはそれぞれに考える必要があるかと思う次第です。

【宍戸主査】 ありがとうございました。

それでは、時間を過ぎておりますが、まず伊藤構成員、お願いできますか。

【伊藤構成員】 すみません、端的に。まず、僕も若い世代ですが、本当に皆さんのようなサービスは、若い世代の文化形成においても非常に大事な役割を示していると思いますので、もちろん厳し過ぎれば形骸化するおそれはあると思いますが、適切なバランスのルールメイキングにぜひ御協力していただきたいというのが、まずコメントになります。

1点質問で、本当は皆さんに聞きたかったのですが、ヤフーさんとMetaさんに、意見募集ペーパーにあったガイドラインについての質問です。

皆さん、「自主的に説明・公表を行う場合」というところが御意見としてはあったと思いますが、まずこのガイドライン、自主的に説明・公表を行う場合に、国からのガイドラインが必要だと思うかというのが1点と、そもそもそういうガイドライン、こういうふうに公表すべき、こういうふうに説明すべきという国からのガイドラインが必要だと思う場合には、どういう項目が適切な説明責任として必要かどうかというのを、2点お伺いできればと思います。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それでは、まずヤフー様、お願いします。

【槇本氏】 御質問いただきありがとうございます。ガイドラインについて、確かなかなか項目設定というのは難しい面があり、どのようにするのかというのは工夫の余地も多々あると思いますが、私どもが御提案申し上げているのは、個別の具体的なデータを公表しなければならないというだけでは、そのデータが一体いかなる意味を持つのかという意味合いが曖昧になってしまうと考えます。

むしろ申し上げたいのは、例えば、プレゼンテーションの中でも申し上げましたが、不当な遅延を招くことがなく削除しているかとか、パトロールがきちんと全ての案件をカバーしているのか、そうした状態について、まず説明を求めるといことが大事なのではないかと思います。

データというのはあくまでそれを補強する材料だと認識しておりますので、まずは目指すべき状態を定義して、それをどのように立証していくのかという観点からアプローチを考えていく必要があるのではないかと考えております。

それに当たって、その目指すべき状態というのはサービスの特性によって違うとは思いますが、ある程度は、やはり国において明確にお示しいただく必要もあるのではないかと考えております。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

Meta様、いかがですか。

【チャン氏】 ありがとうございます。質問としては非常に分かりやすく聞こえますが、実際答えようとする、かなりこれは複雑な質問だなと思っております。

というのも、これまでのところ、業界で様々な話合いが行われてきました。ガイドラインについても何とか標準化をしたいということで、透明性のガイドラインの標準化というのが非常に多岐にわたって話合いが行われております。

しかしながら、まだしっかりとした解がないというのが現状だと思います。その理由としては、今回のお話でも共通のテーマで出てきたように、それぞれのプラットフォームでやはりオペレーションが違うからです。

だからこそ、例えば定性的な情報ということであれば、コンテンツモデレーションをどうやっていますか、あるいは安全性とかインテグリティに対してどんなアプローチを取っていますかということに対して、ハイレベルの枠組みというのは出てくるとは思いますが、データの透明性に関しますと、非常に複雑になってきますし、また、それぞれのプラットフォームで継続の仕方、メジャーメントも違うと思っています。

やはり、全てを標準化してしまうということには、少し危険性が伴うと思います。実際にレポートिंगをしたとしても、あまりにも標準化されてしまいますと、結局のところは意味がない情報になってしまう。意味というものが失われてしまうのではないかと思うからです。

例えば、特定の問いに対して、標準化された形で報告をなさいと言われて報告をする。しかしながら、その解は関連性が失われてしまっている場合があります。プラットフォームはやはりそれぞれオペレーションが違いますので、当然のことながら、プラットフォームによっては全く意味のないレポートिंगになってしまう可能性があるからです。

そのため、レポートとしてハイレベルで、アウトカムに注力をした形で、こういうレポートिंगになさいということ、これはあるかもしれないですが、その後はやはりプラットフォームそれぞれで、どういうふうにその成果、アウトカムを達成したのかということ、それぞれのレポートングの中でうたうべきだと思っております。

【伊藤構成員】 ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

すみません、予定の時間を超過しておりますので、本日の質疑応答はここまでとさせて

いただきたいと思います。

非常に具体的に、あるいは原理原則という観点から、我々のアジェンダに貴重な御意見、御指摘をいただいておりますので、構成員の皆様からさらに御質問や御意見あろうかと思っております。

これらについては事務局に対してお送りをいただき、また、事務局のほうで必要があればまとめて関係する事業者、事業者団体様に御質問として投げかけて、フィードバックをいただくこととさせていただきたいと思っておりますので、事務局において構成員の皆様にもそのような御案内を出してくださるようお願いいたします。

この点よろしいですか。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 はい、承りました。

【宍戸主査】 それでは、本日の議論はここまでとさせていただきたいと思っております。

質疑応答に参加いただきました、ヒアリングに応じてくださいました皆様に御礼を申し上げます。

それでは、事務連絡について、事務局よりお願いいたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 事務局でございます。ただいま宍戸主査からお話がありましたように、本日の御発表に関する御質問につきまして、後ほど事務局より御案内を差し上げますので、構成員の皆様におかれましてはお寄せいただければと思っております。

次回会合につきましては、別途事務局より御案内を申し上げます。

事務局からは以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

これにて本日の議事は全て終了となります。

以上で、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第3回会合を終了とさせていただきます。お忙しい中、御出席いただき誠にありがとうございました。これにて散会いたします。