

# 具体的な方策（ファクトチェックの推進等） に関する論点（案）

---

2024年5月24日

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会  
事務局

# 具体的な方策（ファクトチェックの推進等）に関する論点（案）①

ファクトチェックの推進等に関するこれまでの検討会の議論（別紙参照）を踏まえると、具体的な方策を考えていく上で留意する点について、次の通り整理できるのではないかと考えられる。

## ＜持続可能なファクトチェックのためのエコシステムの在り方＞

- インターネット上に流通・拡散する偽・誤情報への対応としては、受信者が偽・誤情報にさらされた後にそれを暴露するデバンキングを引き続き推進することが必要であり、情報の発信者以外の第三者が検証可能な当該情報の真偽を判定して発信するファクトチェックが有効な手段の一つとして重要であると考えられる。
- 現在、我が国内では、（特非）インファクト、（一社）セーファー・インターネット協会に設置されている日本ファクトチェックセンター、（一社）リトマスの3団体が国際認証（IFCN認証）を取得し、インターネット上に流通・拡散する情報の中から、社会的影響が懸念されるものを取捨選択し、当該情報が正しいか、誤りを含むものであるか、根拠不明なものであるか等を判定した上で、様々な手段を用いて、ファクトチェック記事等の情報発信している。
- また、伝統メディアにおいて、NHKが、中期経営計画に基づき、拡散する偽・誤情報の検証報道等に取り組み、ファクトチェックやメディアリテラシーなどの偽・誤情報対策について、様々なチャンネルや態様で情報発信している。新聞においても、不確かな情報の真偽検証について、全国紙や地方紙で取り組む例もある。
- 一方、国内では、「ファクトチェック」という用語について「知らない」と回答した割合が50.6%であり、諸外国と比べてもファクトチェックの社会的認知度が比較的に低い状況。また、上記のうち3団体のようなファクトチェック専門機関については、世界的に資金難に直面しており、最近では主な支援元であるプラットフォーム事業者等からの資金の提供が継続的に保証される仕組みが必ずしも十分に確立されておらず、人員整理等が行われている。
- 以上のように、様々な主体によりファクトチェックが行われることは、高次の基本理念である「表現の自由と知る権利の実質的保障及びこれらを通じた法の支配と民主主義の実現」にとって重要である一方で、主に、①**ファクトチェック自体の社会的認知度・理解度の不足**、②**ファクトチェック記事の量的少なさ**、③**ファクトチェック人材の不足**、④**財源確保を含めた持続可能な事業モデルの未成熟**、といった課題がある。そのため、**ファクトチェック機関の独立性確保に留意しつつ、情報流通の各段階（発信・伝送・受信）におけるステークホルダーによる緊密な連携・協力のもと、持続可能なファクトチェックのためのエコシステムについて、透明性を確保しながら社会全体で構築していくことが必要**ではないか。**そのための具体的な方策として、どのような取組が必要か。**

# 参考資料：ファクトチェック自体の社会的認知度について

## 2.調査結果 2.2 偽・誤情報に関連する用語の認知状況

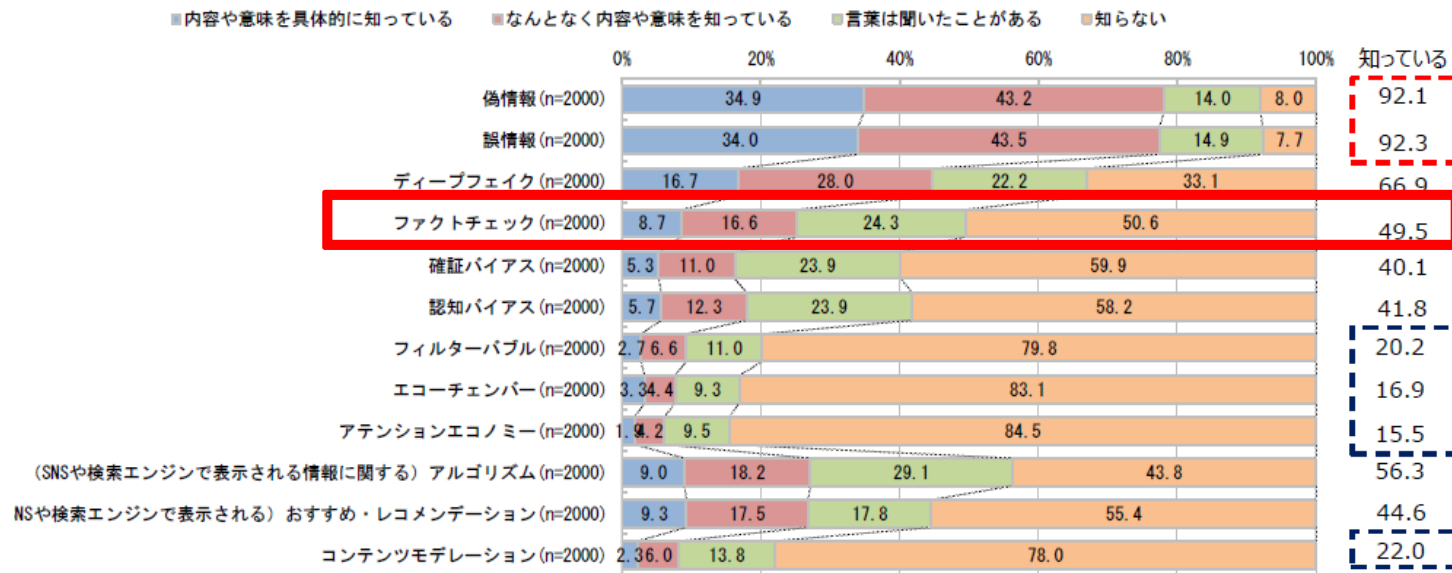
### (1)用語の認知度

<日本>

#### 【日本】用語別の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として、偽情報からコンテンツモデレーションまでの12の用語全体について、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 「偽情報」、「誤情報」については9割台となっており認知度が高い。一方、「フィルターバブル」、「エコーチェンバー」、「アテンションエコノミー」、「コンテンツモデレーション」については1~2割台と認知度が低い。「ファクトチェック」、「確証バイアス」、「認知バイアス」、「アルゴリズム」、「レコメンデーション」は4~6割の認知度であった。



※「認知バイアス」、「コンテンツモデレーション」は2024年3月調査から新たに加えた

ファクトチェックの推進等に関する具体的な方策を実施していく中で、次のような内容（コンテンツ）を盛り込むことややり方が考えられるのではないかと。

## ＜市民参加型のファクトチェックの推進＞

- 国内におけるファクトチェックの普及・推進活動を行っている非営利団体である（特非）ファクトチェック・イニシアティブにより、国内のファクトチェック記事を集約・一覧化し検索可能とするプラットフォーム（アプリ）「FactCheck Navi」が一般に公開されたり、また、日本ファクトチェックセンターではアメリカのNPO団体Meedanと連携し、メッセージアプリ（LINE）と同センターのファクトチェック記事データベースとMeedanのAIを組み合わせ、同センターのLINEアカウントへユーザーがファクトチェックに関する質問を投稿すると、関連するファクトチェック記事を紹介するチャットボットの提供を開始している。このような取り組みは、受信者一人一人が参加しやすいUIやUXを通じて、ファクトチェックの認知度向上に資するとともに、受信者自らファクトチェックするといった姿勢を涵養する上で重要と考えられる。我が国においても、このような市民参加型のファクトチェックを一層推進していくことが必要ではないか。そのための具体的な方策として、どのような取組が必要か。

## ＜プラットフォーム事業者による取り組みの推進＞

- プラットフォーム事業者においては、主に海外において、そのポリシー等で禁止される偽・誤情報に対して、コンテンツモデレーション等を実施するにあたって、第三者のファクトチェック機関と連携し、当該機関によるファクトチェック結果を踏まえ、そのSNS等サービスにおいて、投稿にラベル付与したり、投稿を削除する等の取り組みを実施している。また、このために、ファクトチェック機関に対する財政支援等も行っている。我が国においても、このようなプラットフォーム事業者による取り組みを一層推進していくことが必要ではないか。そのための具体的な方策として、どのような取組が必要か。

ファクトチェックの推進等に関する具体的な方策を実施していく中で、次のような内容（コンテンツ）を盛り込むことややり方が考えられるのではないか。

## <伝統メディアによる取り組みの推進>

- 伝統メディアにおいては、信頼できるコンテンツの制作・発信に関する方法論やノウハウの共有等を含め、他のステークホルダー（プラットフォーム事業者、ファクトチェック機関、クリエイター、消費者を含む市民社会など）と緊密に連携することが期待されている。報道を通じたファクトチェック等の取組をより一層推進していくことや、人材やノウハウ等を通じてファクトチェック関連団体と連携・協力することが重要ではないか。そのための具体的な方策として、どのような取組が必要か。

## <ファクトチェック人材の育成>

- 日本ファクトチェックセンターでは、「ファクトチェック・リテラシー講師養成講座」として、YouTube動画を活用した授業を実施できるように教職員らを対象とした講座を実施し、テストに合格した受講者には動画を活用した授業プランや教材も提供し、認定トレーナーとしてファクトチェックやメディアリテラシーの普及に取り組んでもらう取組を今後実施予定である。
- 人材不足という課題に対処するため、このような取組について、様々なステークホルダーからの支援の元、ファクトチェック人材を育成、拡充していくことが必要ではないか。そのための具体的な方策として、どのような取組が必要か。

## <デジタル広告エコシステムとの連携>

- 違法・不当な広告を掲載されたメディアの信頼性低下、又は違法・不当なコンテンツを含むメディアに掲載された広告の信頼性低下（いわゆるブランドセーフティ）といった形で、広告と広告が付随するコンテンツ及びそれが掲載されるメディアが相互の信頼性に影響を与えるを通じ、デジタル空間における情報流通の健全性を脅かしている現状を踏まえると、このようなデジタル広告エコシステムを巡る課題に対しても、ファクトチェック関連団体の役割が重要ではないか。そのための具体的な方策として、どのような取組が必要か。

**【別紙】**  
**これまでの主なご意見**  
**（ファクトチェックの推進等関係）**



## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方①

- 誤情報対策は主にプレバンクとデバンクに分けられることが多いが、誤情報が拡散した後の事後対応はデバンクと呼ばれており、ファクトチェックによる誤情報の訂正などはこのデバンクに該当。【田中構成員(1)】
- ファクトチェックの認知度が他国と比べて低いというような総務省の調査報告がある。また、別の調査ではアクティブなファクトチェックサイトの数が、例えば、アメリカは70件以上、インドは30件以上に対し、日本は5件という現状。これらの指標が即座に日本のファクトチェック行動そのものが弱いということを導くものではないかもしれないが、こういった違いが生じているのかを詳しく検討する必要。日本のデジタル空間が誤情報に対してどの程度脆弱性をはらんでいるのかについて、もう少し詳細かつ客観的に理解する必要。【田中構成員(1)】
- 認知科学の観点からは、デバンクにおけるユーザーの認知バイアスの影響が気になるどころ、最近行った実験では、誤情報を信じているかどうかでファクトチェック記事のクリック行動が異なるという結果が出ている。具体的には、4割ほどの実験参加者は、誤りだと既に知っているような情報のファクトチェック記事はクリックするのに対して、誤情報を信じている場合はファクトチェック記事を選択的に避けるというような行動傾向も見られる。つまり、ファクトチェックの取組を充実させていくことが期待される一方で、訂正情報をデジタル空間で広くアクセス可能にするということと、誤情報が人々の認知に及ぼす悪影響に対処するということを区別することが重要。研究結果からは、これらの間に心理的なハードルがあるということが示唆。【田中構成員(1)】
- 訂正情報を提示した後、ユーザーがそれを読み、その訂正情報を記憶していても、なお誤情報を信じ続けるというような現象も確認され、心理学の分野では欧米を中心に「誤情報持続効果」という名称でメカニズムの研究が進められている。また、繰り返し誤情報に接触すると、情報処理の流動性が高まるがために、誤情報が正しく感じられるというような認知バイアス（真実錯覚効果）があり、もしこのメカニズムが訂正情報にも働けば、訂正情報も同じように繰り返せば誤情報の影響を緩和できるかと言ったら実はそうではなく、誤情報の3倍の頻度で訂正情報を出しても誤情報の影響が取り除けないというような非対称性というものも確認されている。こういったものは一度信じられた誤情報を事後的に訂正することの難しさの一因となっている。【田中構成員(1)】

## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方②

- デジタル空間における情報流通の健全性確保と言ったときに、このようなユーザー側の認知的特徴（誤情報持続効果や真実錯覚効果等）が健全性の確保にどのように関わってくるのかについて、リテラシーの向上と併せて検討すべき。

【田中構成員(1)】

既に誤情報が発生していたり広がっている場合は、事後的にその影響力を弱める介入方法が必要で、これがデバンクと呼ばれる手法。例えばCOVID-19に関する誤情報への対策としてWHOやCDCが特設ページを開設して、それを訂正しようとした試みや、多様な誤情報を扱うファクトチェックサイト、マスメディアによる訂正情報を含むニュース、あるいはSNSユーザーによる集合的な訂正など、様々な形式でデバンキングというものが日常的に行われている。このデバンクは一般的に用いられる手法だが、一方で社会科学的研究を中心にその効果検証が行われていて、1度、誤情報の影響を受けると、それを事後的に緩和することが必ずしも容易ではないことも示されている。なぜ訂正情報を出しているのに、まだ誤情報が拡散し続けるのかとか、なぜ誤情報を信じ続ける人がいるのか、こういった問いと密接に関わる心理現象が誤情報持続効果と呼ばれるもの。単に訂正情報を視聴していないとか、それを知らないから誤情報をうのみにしているパターンももちろんあるが、それに加えて、訂正情報を視聴していて、訂正情報が出されていることを知った後もなお誤情報を信じ続けたり、その影響受け続ける心理現象を指す用語。これまでの心理学研究では、この訂正情報に視覚的な注意を払っていても、また訂正情報の内容を記憶していてもこの現象が生じることが確認されていて、認知的な処理のレベルの中でも高次認知レベルの観点からこの現象の解明が進められている。つまり情報を健全に伝達する時に、単に物理的に情報が遮断されることも重要な観点だが、ここでフォーカスが当てられているのは、物理的にはスマホのニュースアプリを開いていて、そこに訂正情報の記事が表示されていても、その後で心理的な障壁が生じることによって、その訂正の効果が制限されることに関する研究。【田中構成員(4)】



## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方③

- 誤情報持続効果が生じる心理的な要因は、複数明らかにされている。その一つに、**真実錯覚効果**という人の認知的な特徴がある。これは、同じ情報に繰り返し接触するとその情報を正しく感じられるようになっていく現象。この背後には、人が同じ情報を繰り返し接触していると、**親近性**だとか**情報処理の流暢性**が高まることによって、それが**正しさのシグナル**としてヒューリスティックに活用されていくというような認知的なメカニズムがある。接触頻度が1回の場合より3回繰り返し接触すると、その**影響力**が強くなり、これが**真実錯覚効果**の1例。もし、繰り返し接触することで**真実錯覚**が生じるのなら、**訂正情報**も同じように繰り返し行えばよいのではないかと思われるが、**実験**ではそのようにうまくいかなかった。例えば、誤情報を1回提示した後で訂正情報を1回提示した場合と3回提示した場合は、**有意な差**は見られない。つまり、誤情報の3倍の頻度で訂正を行ったとしても、誤情報の影響は誤情報に触れなかった0回のレベルまでは戻らないことを示している。このような現象は**真実錯覚効果**の**非対称性**と呼ばれていて、誤情報の受け入れられやすさだとか信じられやすさに対して、それを事後的に訂正することの難しさの間に**ギャップ**があることを示唆する。【田中構成員(4)】
- このような認知的な特徴に基づいて、できるだけ訂正の効果を上げるにはどのような**具体策**があるのかという問いに対して、2020年に**デバンキングハンドブック**という報告書が出され、心理学における**学術的な知見**に基づき、誤情報に関する**心理的な特徴**17点と**実行可能な対策**10点が整理されている。日本語版はないが、日本での対策を考える上で、先ほどの**プレバンキングのガイドブック**や、冒頭で述べたような**APAの推奨事項**と併せて、この辺りの知見はもう少し日本でも注目されても良いと思う。【田中構成員(4)】

## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方④

私たちの研究チームが関心を持っているのは個人レベルとシステムレベルの相互作用について。人間の情報の認知処理や意思決定がデジタル環境と完全に独立して行われることが少なくなっており、デジタル環境と心理の相互作用を理解することの重要性が今後さらに高まっていくと予想している。そのような研究はヒューマンコンピュータインタラクション研究と呼ばれているが、例えば次のような研究がある。検索エンジンが返す情報のランキングが人の検索行動に影響を与えて、結果的に人の意思決定に影響を及ぼす現象として、ランキングが下がるごとにクリック率が顕著に下がっていく傾向が、この研究以外でも一般的に観察されている。デバンキングのための訂正情報に関するデジタル環境を経由して伝達されることが多いため、このようなクリック行動は訂正情報へのアクセシビリティと関わってくるし、それが結果的に人の心理にも影響することが考えられるが、このクリック行動という重要だと思われる要因については、これまであまりよい測定指標が開発されてこなかったために、単純なクリック数だとか、クリック率だとか、そういった分析しか行われてこなかったような背景があった。そこで、クリック行動の個人差を測定する指標を新たに開発した。訂正情報が人をどの程度、訂正情報をクリックしているのかを客観的に示すための実験を行った。デバンクで重要になってくるのは多くの人々が誤情報を信じている時で。実験では誤情報に、誤情報というラベルが貼られていて、そこをクリックすると訂正情報が表示されるデザインになっている。クリック行動の特徴を分類したところ、信じている誤情報に対する赤色の訂正情報を積極的にクリックする集団と、選択的にそれを避ける集団がいることが分かった。例えば、10個の誤情報を信じている場合に、積極的にクリックする集団は平均すると4個以上の訂正情報をクリックしているのに対して、選択的にそれを避ける集団は1個にも満たない7%という数字。選択的にそれを避ける集団は、ラベルで避けているというよりは、自分が信じているものに対する訂正を選択的に避けていることが分かる。このようなデジタル空間上で生じる心理的、かつ選択的な回避行動は、誤情報が拡散して社会問題となったときにどのように訂正情報を届けるのかという問いと密接に関わる。例えば、専門家の方々やジャーナリストの方々が事実と照らし合わせて丁寧にファクトチェックをしたとして、それをデジタル空間上に公表して誰でもアクセス可能な状態にしたとしても、この心理的な、この選択的回避という障壁によって誤情報が信じ続けられることが生じ得るということを示す実験結果。【田中構成員(4)】

セレクトティブアヴォイダンスについては、本当にこの研究で初めて明らかになった現象で、まだ複数のトピックで検証する段階までは行っていない。一応この研究ではワクチンを接種したかどうかや、周りにコロナに感染したかどうかみたいなことも聞いているが、それとの有意な関係は見られていないのが現状。【田中構成員(4)】

## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方⑤

- ケンブリッジアナリティカで問題になったのは、パーソナルな情報を無断で取得していた点。それに基づいて、ビッグファイブのような指標を使って脆弱性のある人を、マイクロターゲティングのような感じで狙ったというところに問題がある。我々の研究は、そういったパーソナル情報はまず使わない前提で、あくまでも実験環境としてクリックコードを測定し、個人情報というものを使って狙っていくようなスタンスとは明確に線引きをしている。アヴォイダンス群がアヴォイダンスを少し緩和して、ファクトチェック見てもいいかなというような気持ちになるにはどういった介入が可能なのかというような方向性で研究を進めていく。【田中構成員(4)】
- 訂正のパラダイムとして、誤情報に触れたことがない人が最初に訂正から触れた時に誤情報を引用しながら訂正に触れることがある。そうすることによって、訂正の効果ではなくて誤情報がかえって信じられてしまうんじゃないかという、バックファイア効果と言われている現象があるが、結構研究が蓄積されていて、そういったバックファイア効果は発生する可能性は今のところ支持されていない。【田中構成員(4)】
- illusory truthの効果について、訂正情報がどうしても信じられないというのはすごく重要なこと。先に誤情報に接しているから訂正情報の効果がないのか、それとも誤情報が信念に合致してしまっているから訂正情報の効果がないのか。illusory truthは、とにかくたくさん接触すれば認知的に処理しやすいから真実だと見えてしまうということ。それは事実だと思うが、同時に信念に合致してしまっていることが問題の部分もあるのかもしれない。【安野構成員(4)】
- 真実錯覚効果について、訂正情報を先に出したときにどうなるのかというのは非常に重要な指摘で、今、記憶研究で研究が進められているが、そのメカニズムについてはまだ幾つか諸説ある。アップデートがうまくいっていないのか、訂正情報と誤情報が両方保持されて検索の時にうまくいかないのか、その辺りについては幾つかのモデルが提唱されているが、まだ一つに収束するほどまでは至っていない現状。【田中構成員(4)】
- 訂正をどういうふうにすれば効果があるのかについては、ハンドブックの中でも具体的な説明があり、訂正する情報ソースの影響についても研究が蓄積されていて、どういった情報ソースだとどういった訂正の効果があるのかとか、弱まるのか、そういった研究も蓄積されている。【田中構成員(4)】

## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方⑥

- 人種だとかそういったものが関係するのではないかというのはそのとおりで、例えば受け手側と誤情報の人種が違う場合に、敵対的な人種的なステレオタイプを持っている場合に訂正情報が効きにくいですとか、訂正情報のほうが敵対的な人種、ステレオタイプを持っていると効きにくくなるとか、そういった研究もある。【田中構成員(4)】
- 情報元の信頼性について消費者は確認できる方策を知らないので、やはりファクトチェック機関への支援や、偽サイトへの対応というのが必要。【増田構成員(1)】
- ファクトチェックというものは、情報空間における発信主体を塗り替える力があって、例えばファクトチェックが発信された以降はファクトチェックに関して言及する投稿がほとんどになったというような結果も出ている。それ以前は、偽情報を信じている人が多かったが、それが変わったと思う。ただ、偽・誤情報も膨大な量。AIでさらに膨大になっていくので、優先順位の高いものからファクトチェックするということが大事で、例えば災害とか選挙とか医療健康といったものが優先順位が非常に高いということがあり、こういったものを優先的に検証していくことが大事。【山口構成員(1)(2)】
- ファクトチェック組織の悩みとして、どれをチェックすればいいのか分からないということがある。そのため、AIによる偽・誤情報スクリーニングとか、そういう技術をうまく活用した効率的なファクトチェックの推進が必要で、テキストファクトチェッカーなど偽・誤情報を検知する技術が既に出てきている。そういったものを上手く活用してファクトチェックを効率的にやっていくのが大事。【山口構成員(2)】
- ミス・ディスインフォメーション対策について、日本ではやっと国際ファクトチェックネットワーク（IFCN）のシグナトリーが誕生した。他の先進国並みに、情報を検証できるような総合的な社会的な仕組み、特にプラットフォームとメディア同士のコラボレーションがどのように進んでいくのか。ファクトチェッカーは非常に少ないという非常にバランスが悪い状況が起きている。今までは競争していたメディアがいかに協力できるのか、どこで一緒に仕事ができるのかという価値観の変換が必要になる。【奥村構成員(1)】



## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方⑦

- ファクトチェックは信用されなければ成立しないので、IFCNの認証は定評のある大手メディアでも時間をかけて行われる。しかし、世界各国の国内事情も違うので、5つの原則を提示している。これらに合致した活動をしているかを、外部の人がアセサーが審査するが、この審査方法にも弱点があり、外部のアセサーの実力が一致しないということで、属人的な問題がある。それから、IFCNは、慢性的な人手不足と資金不足に悩んでおり、審査方法の検証が必ずしも十分とは言えない、特にインド等ではかなりたくさんの申請があるために、一旦取ったシグナトリーが翌年認められないというようなことがあったりもする。それから、言語の問題がある。日本は特に日本語というかなりユニークな言語を使っているために、アセサーの数が非常に限られるというような、アジアの国々特有の問題もある。【奥村構成員(3) ※一部再掲】
- 最近ではソーシャルメディア等だと、例えばXのバードウォッチみたいに、誤情報があった時に訂正に近い情報も同時に提示する場合が結構あり、最初はどうか分からないが、しかるべき後に同時に情報を出すケースが結構ある。【越前構成員(4)】
- 訂正情報、ファクトチェックのようなものを単純に届けばよいということではなくて、いかにそういったものを効果的に届けるのか、例えばプロメントのような話とか、やり方についても認知科学との連動というのは非常に重要。【山本(龍)座長代理(4)】
- ファクトチェックについて見ると、資金、人材、効率性などファクトチェックがより効果的に行えるようにしていくにはどうするか、ということがある。【落合構成員(5)】
- ファクトチェックというのは、できるだけたくさんの人が同じようなスキルを共有できるような方向に社会がなっていく方がいいわけで、ファクトチェック機関にファクトチェックを任せっきりになっているという社会ではやっぱりいけないということになると、一般の人たちにどうやって広めていくかということ、それから例えばOSINTや何かの分野で言うと、実は一般の人たちのいろいろな知見をもらってファクトチェックをしなければいけないような場面が増えてきているとなると、集合知をどうやって活用するかというようなことも出てきている。何かそれをリテラシーとか教育とかというふうにまとめてしまうとすごく陳腐になってしまうので、ただ、一般の人たちにそれをどうやって裾野を広げていくかということは、一つ大きな課題。【奥村構成員(7)】



## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方⑧

- 独立したファクトチェック機関は、世界的に資金難で、相当困難に直面している。最近ではGoogleとMetaの資金が枯渇してきているということで、独立したファクトチェック機関の人員などが整理され出したりして、すごくファクトチェックが世界的に危機に瀕している。ですので、独立したファクトチェック機関がこれからサステナブルにやっていけるかということになると、それはとても難しいことではないだろうか。そうすると代替の何か組織みたいなものを考えていかなければならない。例えば韓国にSNU（ソウル大学）ファクトチェックセンターというのがあって、大学に設けられたファクトチェック機関が出したファクトチェックの情報を各メディアが自由に使えるようにする、というようなものもあったが、これもサステナブルじゃなくて、やっぱりお金を出していたメディアがどんどん引いていって、今、ちょっと引き潮状況にあると。その反面、例えばフランスとかブラジルの選挙や何かだと、メディア全部で集まろうという動きにもなっているとなると、伝統メディアやほかの人たちを全部合わせたような裾野で、新たなファクトチェックの何か連合体みたいなものができていくようなものが望ましいのではないかと思われるような側面もある。ただ、それは誰が中心になってどういうふうに音頭をとるのかと。特にこの会議は政府中心の会議ですので、政府がそれをリコメンしたりリーダーシップをとるのかというかなり微妙な問題もあるということですので、政策としてどのように書き込むかというのはあるわけですが、一応そのような課題というようなものがぼわっと見えている。【奥村構成員(7)】
- 課題として見たときに、「持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方」という論点が、何かファクトチェック機関とプラットフォームなどの真ん中の伝送の部分だけというよりは、幅広く、右側の利用者あるいは左側の発信者を含めて、社会全体でこのファクトチェックの作用をつくり出し、支える。また、それを現実に具体的に担う主体がある場合もあれば、全体で作用するという場合もあるでしょうし、そこら辺は少し書き方を工夫させていただきたい。【穴戸座長(7)】
- ファクトチェックの課題は、広がりにくいということだと思う。【山口構成員(8)】
- （セーファーインターネット協会の発表について）ファクトチェックが日本のメディアになかなか根づかない中で、日常からアクティブに発信されてモデルを提供しており、心から敬意を表するところ。世界的にファクトチェックが抱えている悩みは経済的なもので、SIAがどのようにしてサステナブルにファクトチェックを行える環境を、どういう立て付けで整えているのかということについて、もう少しフォローアップして伺いたい。【奥村構成員(8)】

## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方⑨

- ファクトチェックも、まずはチェック候補となる対象コンテンツを見つけることに大変コストがかかっているかなと思います。これは技術による自動チェックと人によるチェックをどのように使っていくかというのは極めて難しい問題で、最初のイニシャルでどうやって見つけていくのかというのがかなり難しい問題だと技術者としても感じています。例えばXさんがやられているように、コミュニティノートのような、人をうまく取り込んでユーザーに判断してもらうような取組も、そういったこともやると非常に効果的じゃないかと思う【越前構成員(9)】
- 一つや少数の対応策での包括的な対応というのは非常に難しいんだろうなと思っていて、「コミュニティノート」や、それからファクトチェック団体、それから政府や有識者、あるいは専門家による発信や、あるいはもうちょっと別のモデレーション的なもの、そして人のチェックによる削除とか、いろいろな多面的な取組を推し進めるというのが1つの方向性【澁谷構成員(10)】
- フルタイムのファクトチェッカーを置くとか、国際的に承認されたファクトチェックの手順に従ってそれを公開して、一定の頻度で行うという意味では、日本のメディアは非常に活動が鈍いと思われる。【奥村構成員(12)】
- ミス・ディスインフォメーションは非常に量が多くて、でも、ファクトチェックは非常に少ないというミスマッチが世界的に起きている。【奥村構成員(12)】
- ファクトチェックに関しまして、やはり社会に広く拡散されていて影響力の高い情報について、しっかりしたプロセスでファクトチェックしていったら、それを報じるということ、これは極めて重要。【山口構成員(12)】
- 情報の検証という、あるいは校閲ということも大事、それだけではなく、ファクトチェックという営みをするということで、私の調査でも、マスメディアがこういったファクトチェックにどんどん乗り出すということに対するニーズが非常に高いということ、並びに、ファクトチェック記事を提示したときに、マスメディアのファクトチェック記事であるとかかなり効果が高いということが分かっている。他方で、マスメディアとしてファクトチェックと銘打って乗り出しているという数はそう多くない。【山口構成員(12)】

## 持続可能なファクトチェック推進のための仕組みの在り方⑩

- 国際ファクトチェックネットワーク、I F C Nは2022年の1月にユーチューブにオープンデータを出している。こちらでは、コンテンツモデレーションポリシーについてファクトチェッカーともっと共有してもらいたいという不満の表明、それから、Googleは削除してしまいますけれども、削除しないでフラグを立てて、それがミスインフォメーションであるということを広く知らせるというような手法のほうが有効ではないかということについて、議論してほしいということなどを挙げている。【奥村構成員(14)】
- ファクトチェッカーにはもう一つありまして、経済的な問題。先ほど業界全体の取組とかパートナーシップというものを御社のポリシーとして挙げられているわけですが、例えばGoogleニュースイニシアチブというようなファクトチェックやなんかでは、御社としては非常に重要な取組だと思われたものについては、かなり予算とか人員とかが削減されている。【奥村構成員(14)】
- 特にプラットフォーム上のファクトチェックについては、世界的に何年にもわたって、コンテンツモデレーションに関して、ファクトチェッカーとプラットフォームの間では不信感が漂っているというような状況がありますと、その連携というようなものが結局絵に描いた餅にならないためにどのような方策をつくっていくかということは非常に大切なことだと思う。【奥村構成員(16)】