

プラットフォーム事業者からのヒアリングシート回答②

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
1 前提：対象サービスの範囲について					
Q1-1 上記【想定対象サービス】欄に挙げられたもの以外に、貴社又は貴社の関係会社が事業上運営しているサービスであって、以下の①～③のいずれにも当てはまるもの（上記【想定対象サービス】欄に記載の類型以外を含む）があれば、御教示下さい。 ①インターネットを通じ、日本国内の不特定の者によって受信されることを目的としてコンテンツ（文字、画像、映像、音声など）を媒介・送信するものであること。 ②上記①のコンテンツに自社以外の第三者が作成・投稿したものが含まれること。 ③広告収入を主たる運営基盤としてしていること（※）。 ※広告収入以外の収入（購読料、寄付金など）を主たる運営基盤とするサービスは、いわゆるアテンション・エコノミーの影響を受けにくいと考えられるため、対象外とします。	【想定対象サービス】 検索：Google 検索 動画共有：YouTube ニュースポータル・キュレーション：Google News 補足情報：ユーザーが Google 検索エンジンに投稿することはないため、「投稿」は検索には該当しません。むしろ、URL はクロールされ、インデックス化されます。	【想定対象サービス】 SNS：Facebook、Instagram	【想定対象サービス】 動画共有：TikTok TikTok Japan に係るプラットフォームは TikTok のみであるため、以下、TikTok について回答いたします。	【想定対象サービス】 検索：Bing 検索 ニュースポータル・キュレーション：Microsoft Start 【Microsoft 関係】 対象サービスについて：Bing と Start の概要 1. Bing について Bing 検索は、Web 上の最も関連性の高い検索結果をユーザーに提供することを主な目的としているオンライン検索エンジンです。ユーザーは、特定の項目について調べるために Bing にアクセスすると、検索キーワードに対応した、インターネット上の最も関連性が高い、権威のあるサードパーティの Web サイトへのリンクが提供されることを期待しています。 Bing は、サードパーティ コンテンツの検索エンジンおよびインデクサーであり、コンテンツをホストしません。Bing は、ユーザー向けのニュース フィード機能を持たず、ユーザーがコンテンツを投稿して共有することを認めておらず、コンテンツを「バズらせる」こともありません。そのため、オーガニック検索結果の誤情報に対処するには、他のタイプのオンライン サービスに適したものとは異なるアプローチが必要になる場合があります。 Bing 検索では、オーガニック検索	【想定対象サービス】 SNS：X 該当するものはございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				の結果がランク付けされる際に、信頼性が高い権威あるニュースや情報が最初に表示されるようにするとともに、ユーザーが特定のサイトの信頼性を評価するために役立つツールも提供しています。同時にマイクロソフトは、ユーザーが検索エンジンを通じてあらゆる種類の情報を見つけられるようにすることは、重要な公共の利益をもたらすとも考えています。さらに、Bing ユーザーは、さまざまな正当な理由（調査目的など）により、他の文脈では有害または攻撃的とされ得るコンテンツを検索で探す場合もあります。情報に自由にアクセスする権利をはじめとする、ユーザーの権利のバランスを保つために、マイクロソフトでは以下の原則を採用しています。 1) マイクロソフトは、ユーザーからのクエリに関連する、信頼性が高い権威ある結果を提供します。 ・ マイクロソフトは、ユーザーの検索キーワードに関連する、最高品質の権威あるコンテンツを提供します。 ・ マイクロソフトは、公平で、バランスの取れた、包括的なコンテンツを常に提供することを目指しています。複数の信頼できる視点がある場合は、それらを有益な方法で表示するように努めます。権威ある情報源がない場合には、偏った情報や誤解を招く可能性のある情報を広めないようにします。 ・ マイクロソフトは、ユーザーの意図を尊重します。ユーザーが特定の情報にアクセスしたいという明確な	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				意図を表明した場合は、たとえ信頼性が低くても、関連性の高い結果を提供し、(以下に詳述するように)ユーザーがそのような検索結果に惑わされないように努めます。 2) マイクロソフトは、表現の自由、プライバシー、公共安全などに関わる現地の法律やその他の基本的権利を尊重しながら、法律の範囲内で、自由でオープンな情報へのアクセスを推進します。 ・ マイクロソフトは、可能な限り多くの Web サイト へのオープンなアクセスを提供しますが、コンテンツが現地の法律やマイクロソフトのポリシーに違反しているなどの限られたケースにおいては、特定の介入 (Web サイトの検索結果からの削除やランキングの降格など) を行うことがあります。 ・ マイクロソフトがコンテンツへのアクセスを制限する場合には、マイクロソフトの措置を特定の範囲に限定し、表現の自由、情報へのオープンなアクセス、メディアの多元性などの重要な利益を不当に制限することのないよう努め、透明性を確保します。 3) マイクロソフトは、有害なコンテンツや予期せぬ攻撃的なコンテンツからユーザーを保護するための措置を講じています。 ・ マイクロソフトは、さまざまな理由から、有害なコンテンツや物議を醸すようなコンテンツについて調査または確認したいと考えるユーザーがいることを認識していますが、そ	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				のようなコンテンツによってユーザーが惑わされることがないようにすることの重要性も認識しています。 ・ 検索結果に有害な情報や誤解を招く情報が含まれている可能性がある」とマイクロソフトが判断した特定の種類のコンテンツについては、警告または公共サービス広告などにより補足情報を提供し、潜在的なリスクについてユーザーに通知する場合があります。マイクロソフトは、ユーザーが Bing で見つけるコンテンツの種類を、SafeSearch や Family Safety などの機能を通じてコントロールできるようにしています。特定のコンテンツにアクセスしたいというユーザーの明確な意図が認められない限り、マイクロソフトではユーザーが権威ある結果を見つけたいと考えているものと見なします。 ・ 特定のコンテンツにアクセスしたいというユーザーの明確な意図が認められない限り、マイクロソフトではユーザーが権威ある結果を見つけたいと考えているものと見なします。 4) マイクロソフトの原則とプラクティス、そして意思決定と行動については、高い透明性を保っています。 ・ マイクロソフトでは、検索結果のランキングと関連性に関するマイクロソフトの原則、およびマイクロソフトのモデレーション ポリシーに関する情報をユーザーに提供しています。 ・ マイクロソフトがコンテンツへのアクセスを制限する場合は、コンテ	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				ンツが検索結果から削除されたことを適宜ユーザーに通知しています。 ・ マイクロソフトが受け取ったクレームと実施した措置に関する情報をまとめた透明性レポートも、定期的に発行しています。 Bing の検索アルゴリズムによる検索結果でのページのランク付け方法 Bing では、多くのパラメータを使用し、検索結果の各ページをランク付けしています。以下に、情報の完全性を維持するための主なパラメータの概要を示しますが、すべてのパラメータを取り上げているわけではありません。これらのパラメータは、一般的に重要性が高いと思われるものから順に記載されています。Bing の複雑なシステムは、これらの基準に従って検索結果を提供しています。以下の各パラメータの相対的な重要性は、検索ごとに異なり、時間の経過とともに変化する場合があります。 ・ 関連性: 関連性とは、ランディング ページ内のコンテンツが、検索クエリを実行したユーザーの意図にどれだけ近いかを意味します。それには、ページ上で直接マッチするキーワードや、ページを参照するリンクで使われている語句などが含まれます。Bing はまた、クエリのキーワードと完全には一致していなくても同じ意味だと考えられる、同義語や略語などの単語も考慮に入れます。多くのクエリには、2 つ以上の意図が込められている場合があります。	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				す。Bing では、すべての考えられる意図を反映した包括的な結果セットを提供するよう努めていますが、ユーザーが低品質のコンテンツを調査したいという意図を明確に示さない限り、ユーザーは高品質な権威あるコンテンツを求めているものと見なします。 ・ 品質と信頼性: Web サイトの品質と信頼性 (QC) を判定する際には、サイトが明確な目的のもとに作成されており、使いやすく見栄え (Presentation) が良いかが評価されます。また、QC に関しては、以下のようなページの「オーソリティ (権威)」も評価されます。 ○ 評判: 他のどのような Web サイトがそのサイトにリンクしているか? 有名なニュース サイトは、まったく新しいブログよりも高い評価を得ていると見なされます。 ○ 議論のレベル: そのコンテンツは、個人や集団に危害を加えることのみを目的としているか? たとえば、暴力を助長したり、悪口やいじめの温床となったりしているサイトは、バランスの取れたニュース記事と比べて議論のレベルが低く、したがって権威も低いと見なされます。 ○ 歪曲のレベル: そのサイトは事実と意見をどれだけ区別しているか? 風刺やパロディであることが明確に表示されているサイトは、その意図を曖昧にしようとしているサイトよりも権威があります。 ○ 情報所有者の起源と透明性: そのサイトは、直接入手した情報を掲載しているか、それとも他者のコンテンツを要約または再掲載している	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				か？ オリジナルのコンテンツを掲載していない場合は、情報の出典を明記しているか？ 個人のブログに直接入手した情報が掲載されている場合は、出典が明記されていないコンテンツよりも権威があると見なされることがあります。 Bing での検索結果の提供方法 - Microsoft サポート 違法コンテンツへの対応 - 児童の性的搾取・暴行画像および関連コンテンツ 児童の性的虐待に関するコンテンツの作成、配布、およびそれらへのアクセスは、例外なく非難され、ほとんどの法域で違法とされています。また、Bing およびマイクロソフトのポリシーにも違反しています。Bing は、サードパーティのテクノロジーおよび業界団体、法執行機関、政府および非政府組織と協力し、こうした忌まわしいコンテンツがオンラインで拡散されるのを防ぐために取り組んでいます。その 1 つの方法として、信頼できる機関による審査を実施して（またはマイクロソフトの PhotoDNA コンテンツ検出ツールで特定して）、児童の性的搾取や虐待に直接または間接的に関連するコンテンツを含んでいることが判明したページを検索結果から削除しています。 特に、Internet Watch Foundation（英国）、NCMEC（米国）、FSM（ドイツ）が、その誠実な判断により、児童の性的虐待のコンテンツをホスト	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				しているか、それらへのアクセスを提供していると認定したページは、検索結果から削除しています。表示される検索結果からこれらのリンクを削除しても、Web 上でそうしたコンテンツにアクセスしたり、Bing 以外の手段で見つけたりすることはできますが、そのようなページを探し出したり、そこから利益を得たりしようとする人々がページを利用しづらくなることは確かです。 Bing はまた、PhotoDNA のハッシュマッチング技術を使用し、ユーザーがアップロードした画像をビジュアル検索機能でスキャンして、搾取・虐待の可能性がある画像かどうかを確認しています。Bing におけるユーザーの活動は、Microsoft サービス規約によって管理されます。マイクロソフトおよび Bing による PhotoDNA の使用と、コンテンツ モデレーションの実施に関する詳細については、Digital Safety Moderation and enforcement をご覧ください。 マイクロソフトは、特定のカテゴリでマイクロソフトが受領し、該当する期間中に承認した削除リクエストの数などに関する透明性レポートを6か月ごとに公表しています。リクエストの詳細については、Reports Hub Microsoft CSR をご覧ください。 情報の完全性の維持 Bing では、独立した研究機関や非	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				営利団体と提携し、脅威インテリジェンスを維持して潜在的なアルゴリズム介入に関する情報を提供するための取り組みを定期的実施しています。 また、Bing 検索では、ユーザーを権威の低いコンテンツに誘導する可能性が高いことが判明した自動サジェストおよび関連検索キーワードを削除しています。Bing 検索ではさらに、検索されたトピックに関する権威ある情報にユーザーを誘導するための回答や公共サービス広告を検索結果の上部に表示したり、有害な情報を含むことが知られている特定の URL（認定されていないオンライン薬局やマルウェアを含むサイトなど）に関する警告を表示したりすることもあります。 検索結果ページの右下隅からアクセスできる Bing 検索の「フィードバック」ツールでは、ユーザーが検索結果に関するフィードバック（検索結果ページのスクリーンショットなど）を Bing 検索に提供することができます。フィードバックの性質に応じて、Bing 検索では、防御的な検索介入、Web サイトの掲載中止、自動サジェストのキーワードの削除などの適切な措置を講じる場合があります。 2. Start について Microsoft Start は、パブリッシャーからのニュースや情報コンテンツを表示する、パーソナライズされたフィードであり、独立した Web サ	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				イト (MSN.com)、Android および iOS のモバイル アプリ、Windows 10 のタスク バーの「ニュースと関心事項」エクスペリエンス、Windows 11 のウィジェット エクスペリエンス、Microsoft Edge の新規タブ ページなど、マイクロソフトのさまざまな製品や機能で利用できます。 Start は、マイクロソフトだけでなく、増え続けるシンジケーション パートナーのためにも、Web やモバイルのエクスペリエンスを通じて高品質なニュースを配信しています。 Microsoft Start のモデルは、権威の低いコンテンツが伝播されるリスクを低減します。マイクロソフトのコンテンツ プロバイダーは精査されており、偽情報、プロパガンダ、意図的な誤報を禁止する一連の厳格な基準を遵守しなければなりません。Microsoft Start は無料でダウンロードでき、ユーザーが閲覧できる記事やビデオの数に制限はありません。 Microsoft Start の全ページ（ランディング ページと各記事、下記参照）の下部にフィードバック機能があり、ドロップダウン メニューのオプションの 1 つとして「Content Quality」があります。このフィードバック機能は、「設定」メニューにも含まれています。 マイクロソフトの全製品に適用される情報の完全性に関する原則	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				2022 年 6 月、マイクロソフトは最初の情報の完全性に関する原則を発表しました。これらの原則は、対象となるマイクロソフトのすべての製品とチームに適用され、社内全体で情報の完全性を確保するための取り組みを進めながら、幅広い多様性を受け入れられるよう認識を高めるためのものです。これらの原則では、各チームがポリシー、製品開発およびリスク評価作業に関する詳細を伝えるために使用できる、基盤となる一連のコミットメントを定めています。情報の完全性に関する 4 つの原則は、以下のとおりです。 ・ 表現の自由：マイクロソフトは、表現の自由を尊重するとともに、マイクロソフトのプラットフォーム、製品、サービスでお客様が常に情報を作成、公開、検索できるようにします。 ・権威あるコンテンツ：マイクロソフトの製品では、内部データおよび信頼できるサードパーティのデータを使用した、他国のサイバー影響工作に影響されないコンテンツの表示を優先します。 ・利益の不獲得：マイクロソフトは、他国のサイバー影響工作に関連するコンテンツやそのアクターから意図的に利益を得ることがないようにします。 ・プロアクティブな取り組み：マイクロソフトのプラットフォームおよび製品が、他国のサイバー影響工作に関連するサイトやコンテンツの拡散に使用されないようにプロアクティブに取り組めます。	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				Microsoft Start コミュニティは、2020 年 9 月に導入され、日本では 2021 年 12 月に開始されました。 このコミュニティは、各種の問題や出来事に関する多様な信頼できる議論とコンテンツをサポートします。 このコミュニティは、安全かつ包摂的な、互いを尊重し合うフォーラムであり、各参加者は、自分の投稿内容や他の参加者への対応に責任を持ちます。コミュニティガイドラインは、このような価値観を守るために定められており、マイクロソフトはその遵守方法について、透明性を確保し、明確なガイダンスを提供するよう努めています。 ・特定の投稿にフラグが立てられた場合、その投稿は審査されます。その投稿がコミュニティ ガイドラインに反する場合は削除されます。 ・コメントが削除された場合は、その旨がユーザーのアクティビティ フィードに表示され、ユーザーはその決定に異議を申し立てることができます。 必要に応じて、Microsoft Start は、特定のユーザーのコメント機能を停止する場合があります。ユーザーが基準に従うことを拒否し続けると、永久追放処分が下される場合もありますが、ユーザーは異議を申し立てることができます。Start コミュニティ ユーザーは、MS Start の自身のユーザー プロフィール ページにアクセスすれば、どのコメントがコミュニティ ガイドラインに違反して削除されたかを確認し、異議	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				を申し立てることができます。現在のところ、メールによる通知はサポートしていません。 コミュニティ投稿のユーザー レポートからコメントが削除された場合、コミュニティ ユーザーは異議を申し立てることができます。異議申し立ては、MS Start のコメントモデレーション チームによって審査され、そのコメントがコミュニティ ガイドラインに違反していないと判断された場合には、コメントが復活します。 コミュニティ ユーザーが削除されたコメントに対する異議申し立てを行えるページは、日本語でもご利用いただけます。Trusted Community Engagement and Contributions Profile Activity (msn.com) ユーザーは、MS Start のプロフィール ページにある「異議申し立てを要求する」ボタンを押すことで、プラットフォーム投稿のユーザー報告により削除されたコメントに対する異議申し立てを行うことができます。例：https://www.msn.com/en-us/community/guideline?ocid=entnewsntp ユーザーは、MS Start に掲載されているコミュニティ ガイドラインで異議申し立てのプロセスに関する詳細を確認できます。信頼できるコミュニティの関与と貢献 (msn.com)。 このコンテンツは日本語でも提供さ	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				れています。 【LinkedIn 関係】 概要 LinkedIn は実名制のプラットフォームです。つまり、LinkedIn ではユーザーに実名を使うよう求めています。パロディ アカウントや匿名アカウント、ペットの猫や犬のアカウントは許可しておらず、実在する人物でなければなりません。第 2 に、LinkedIn のプラットフォームはビジネスに特化しています。実際、LinkedIn は世界最大のプロフェッショナル ネットワークであり、200 を超える国で 10 億を超えるユーザーが利用しています。LinkedIn のビジョンは、世界で働くすべての人のために、経済的なチャンスを作り出すことです。 LinkedIn の基盤は、メンバー プロフィールとして知られているものです。メンバー プロフィールは、履歴書のようにユーザーの職務経歴を伝えるデジタル ポートフォリオです。プラットフォーム上でのメンバーの活動やメンバーが共有しているコンテンツはこのプロフィールに関連付けられ、現在および将来の雇用主、同僚、潜在的なビジネス パートナー、人材紹介会社などが参照できます。また、プラットフォーム上でのメンバーの活動は、その人の実際の職業に直接関連しているため、多くのメンバーは自身の活動に関心のある専門分野に限定しています。	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				同じ理由から、メンバーは表示されるコンテンツがビジネスにふさわしい性質のものであることを期待しています。LinkedIn は、職業倫理に反するコンテンツをメンバーが簡単に報告できる方法を複数用意しています。 メンバーが LinkedIn にアクセスする目的は、仕事を見つけたり、スキルを学んだり、人脈を作ったりすることです。それには、メンバーがサイトに安心し、自信を持って、主体的に参加できる必要があることを私たちは認識しています。そのため LinkedIn では、安全な環境を構築することを基本的な優先事項としており、これは私たちのビジネスにとって絶対不可欠なものです。 <u>偽アカウント</u> インターネットやソーシャル メディアにはさまざまな脅威が存在することを、私たちは理解しています。私たちにとって唯一最大の脅威ベクトルは、偽アカウントです。偽アカウントを使用したオンライン上での行動（誤情報や偽情報の投稿など）から、それが実際にどういった職業の人物によるものかを推察することは不可能だからです。そのため、LinkedIn では偽アカウント対策に積極的に多額の投資をしています。人工知能などのテクノロジーと専門家チームが協力して、偽アカウントが使用される前に阻止して削除するよう努めています。こうした取り組みの結果、昨年 LinkedIn では全世界	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				で 8,000 万件超の偽アカウントをブロックしました。 偽アカウントが大量に作成されるのを防ぐため、LinkedIn ではデータサイエンティスト、ソフトウェアエンジニア、機械学習エンジニア、調査員で構成される専任の Trust チームを設置しており、プラットフォーム上の不正行為を常に分析し、その対策に使用する技術の向上を図っています。Trust チームが使用する分析の枠組みは、ファネルで表すことができます。 第 1 に、大量の偽アカウントをあらかじめ登録時にブロックしてしまえるよう、機械学習モデルを使って、似ていると思われる、あるいは同じように振る舞う一連のアカウントを検出します。第 2 に、共通の属性に基づいてグループ化した、アカウントのクラスターを作成します。その後、統計的に異常な分布を示すアカウントのクラスターを見つけ、教師あり機械学習モデルでクラスターをスコアリングしてから、そのクラスター内のアカウントにアクションを実行します。第 3 に、アクティビティベースのモデルを使用し、不正アカウントに典型的な特定の種類の悪質な行動や異常な行動を探します。第 4 に、メンバーから提供される貴重な情報、すなわち報告される新たに検出されたアカウントを使用して、モデルのさらなるスコアリングとレビューを実行できます。	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				LinkedIn の透明性レポートにあるとおり、自動化された防御機能により、毎年数百万件の偽アカウントが検出されています。 LinkedIn 上のコンテンツが偽物ではない信頼できるものであることを保証するために、テクノロジーと専門家チームを活用し、詐欺や偽アカウントを事前に見つけて削除しています。2023 年には、検出されたスパムや詐欺の 99.6% を自動防御機能で削除し、検出された偽アカウントの 99.7% はメンバーから報告を受ける前にブロックしました。また、人工知能などのテクノロジーと専門家チームを活用して詐欺行為を阻止しています。さらに、ヘルプセンターでは、メンバーが不審なメッセージを見分けるのに役立つ情報も提供しています。 <u>コンテンツモデレーション</u> LinkedIn のミッションは、プロフェッショナルに特化し、その生産性を高めて成功に導くことです。そのため、実名制のネットワークであるだけでなく、メンバーが投稿するコンテンツについても、ビジネスに関連するものに限定しており、そうしたコンテンツを管理するための基準を策定しています。 これらの基準を、将来を見据えたプロフェッショナル コミュニティ ポリシーで具体的に定めています。コミュニティ ポリシーでは、LinkedIn での職業倫理に反する行	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				為は一切許されないと明言されています。たとえば、ハラスメント、誤情報、ヘイトスピーチ、またはいじめを決して許さないという方針が明確に定められています。さらに、LinkedIn では、いかなる有料の政治広告も許可していません。また、メンバーによるコンテンツの収益化や広告の掲載は許可しておらず、広告収益共有プログラムも提供していません。 この取り組みをサポートするために、政策研究者、ライター、実装の専門家によるグローバル チームを結成し、プラットフォーム全体のコンテンツ基準を定めて実施しています。同業他社、政策立案者、法執行機関、政府機関とも連携しています。また、6 か月ごとに独自の透明性レポートを公開し、プロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反したコンテンツに対して講じた措置について説明するとともに、偽アカウントやコンテンツ違反についても取り上げています。 LinkedIn のプロフェッショナル コミュニティ ポリシーは、最良のプロフェッショナル ライフ、すなわち互いを尊重し合い、互いの成功を支援するコミュニティを LinkedIn で体験できるよう意図されています。これらのポリシーでは、LinkedIn で誤情報や偽情報が許されないことを明言しています。これらのポリシーに繰り返し違反すると、アカウントが永久に削除される可能性があります。プロフェッショナル	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				ナル コミュニティ ポリシーに違反していると思われるコンテンツがあれば、メンバーは誰でも LinkedIn に報告することができます。その裏付けとして、Transparency Center (透明性センター) を通じ、メンバーを保護するために講じている措置、メンバーのデータに関する質問やコンテンツの削除要求への対応など、透明性に関する最新情報をメンバーに定期的に提供しています。 LinkedIn のチームは、自動化された複数の手法を用い、人間によるレビューやメンバーからの報告に基づいて、利用規約やプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反しているコンテンツを特定します。また、世界の報道機関と提携してファクトチェックを支援しています。メンバーは、LinkedIn によるコンテンツ削除の決定に対して異議申し立てを行う場合、LinkedIn の決定が間違っていると思う理由を提示して再審査を求めることができます。 LinkedIn はまた、ニュース編集者からなるグローバル チームを通じて、メンバーに民間で行われている議論、選挙のプロセス、公共の安全に関する情報を提供することを目指しています。これらの編集者は、信頼できる情報源から入手したタイムリーな関連情報を各メンバーに提供し、世界の選挙などの実情やニュースを LinkedIn のメンバーに伝えます。また、コンテンツ モデレーション チームは、それに関連してさまざまな言語で交わされているやり	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				取りを注意深く監視しています。 <u>結論</u> LinkedIn は、实名制、ユーザー プライバシー、データ セキュリティ、責任あるコンテンツ モデレーションへのコミットメントを果たすことで、メンバーのロイヤリティとエンゲージメントを高めるよう取り組んでいます。誤情報や偽情報などの不適切なコンテンツに対してプラットフォームを安全に保つことは、お客様やメンバーのためになるだけでなく、私たちのビジネスにとっても不可欠なことです。	
2 対象サービスの規模について					
Q 2-1 対象サービスのうち、コンテンツの投稿に当たって利用者登録が必要なものについては、日本国内における（※1）最近の月間アクティブユーザー数（※2）として把握している数字を、いつの時点の数字かと併せて御教示下さい。 ※1 後記Q 2-4 参照。 ※2 1 か月間に対象サービスに1 度でもアクセスした利用者の数。	該当なし（以下、補足情報です。） ● Google 検索: Google 検索は汎用検索エンジンであり、日本のユーザーがサービスを利用するにあたってアカウントにログインする必要はありません。 ● Google News: Google ニュースは、ユーザーが多様な情報源からニュースを見つけることができるように構築されており、日本のユーザーがサービスを利用するにあたってアカウントにログインする必要はありません。 ● YouTube: 数十億人の月間ログインユーザーが YouTube を訪れ、毎分 500 時間以上の動画が YouTube にアップロードされています。	Facebook 月間アクティブ利用者数 : 2,600 万人 (2019 年 7 月) Instagram 月間アクティブアカウント数 : 3300 万人 (2019 年 6 月)	月間アクティブユーザーにつきましては、現時点では公表しておりません。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】	日本の収益化できる 1 ヶ月あたりのアクティブ利用者数 (mMAU) : 6,658 万 (2023 年 1 月 1 日 ~ 2023 年 3 月 31 日の平均値) *mMAU = monetizable MAU (収益につながる MAU) 広告配信可能な x.com (ウェブブラウザ版) または X アプリに 1 ヶ月にログインする利用者の数。
Q 2-2 対象サービスのうち、コンテンツの投稿に当たって利用者登録が不要なものについては、日本国内における（※）最近の月間合計投稿数として		Facebook 及び Instagram に投稿する場合には、利用者はアカウントの登録を求められています。	月間合計投稿数は公表しておりません。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 該当なし	X では、ユーザーは投稿や返信をするためにまずアカウントを作り、そのアカウントにログインする必要があります。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
把握している数字を、いつの時点の数字かと併せて御教示下さい。 ※後記Q 2－4 参照。					
Q 2－3 Q 2－1 及び 2－2 いずれの数字も把握していない対象サービスについては、日本国内における(※) 事業規模を示す数字として把握しているその他の数字(登録ユーザー数など。推計値でもかまいません。)を御教示下さい。 ※後記Q 2－4 参照		上記問 2-1 参照	特にありません。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 該当なし	—
Q 2－4 Q 2－1～2－3 で御回答頂いた数字について、「日本国内における」数字であると整理された理由・基準を御教示下さい。 例: 利用者登録時に入力された住所、投稿言語、投稿時の位置情報など			Q 2－1 をご参照ください。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 ユーザーの LinkedIn プロフィールに記載されている“場所”です。	サービス利用時の IP アドレスに基づいております。
3 偽・誤情報の流通・拡散への対応方針について					
Q 3－1 対象サービス上での日本国内における(※1) 偽・誤情報(※2) の流通・拡散への対応について、次の3点を御教示下さい(※3)。 ※1 文字や音声については少なくとも日本語を含むもの、画像や映像については日本に関連する人・物・場所等の画像・映像を含むものを想定しております。それ以外の基準により「日本国内における」実態を把握している場合は、当該基準を明示いただいた上でお答えください。以下、「日本国内における」「日本国内において」「日本に関する」とある箇所につき同様。 ※2 ここではひとまず大まかに、「内容や発信主体等に関して虚偽や誤解を招く事項を含む情報」とお考	[Google 検索] Google 検索は、すべてのユーザーがウェブ上の情報にアクセスできるようにすることを目的としています。そのため、Google 検索の結果からのコンテンツ削除は、非常に限られた状況においてのみ行います。これには、児童への性的虐待の画像または児童搾取のコンテンツ、スパム、有効な法的要請、そのページを管理しているウェブマスターからのリクエストによるもの、その他 Google 検索の全般的なコンテンツポリシー への違反が含まれます。 Google 検索には、一般的な検索結果とは別に、オートコンプリートのような検索機能を提供しています。検索機能については、以下のような	さまざまな種類の被害(詐欺、スキャンム、自殺・自傷行為に関する被害など)を、誤情報や偽情報と混同しないことが重要です。ネット上の他のタイプの有害コンテンツとは異なり、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、誤情報とは何かについて同意していないのです。ある人が虚偽や誤情報だとも考えても、別の人は単なる意見かもしれませぬ。何が誤情報なのかを定義することは非常に難しいことですが、その難しさに加えて、何が真実でないかを誰が決定するのか、つまり誰が、何が真実の情報源なのかを決定することは、しばしば見解の相違を伴います。	(1) 何らかの対応が必要と考える「偽・誤情報」の範囲(定義)・類型 TikTok では、すべてのユーザー、そして TikTok 自身を守るべきルールである「コミュニティガイドライン」を公表しており、当ガイドラインにおいて、削除等の対象となる偽・誤情報について、以下のとおり定めています。 【コミュニティガイドライン】 https://www.tiktok.com/community-guidelines/ja-jp/integrity-authenticity/ ① 禁止されるもの ・ 範囲: 個人や社会に重大な危害を及ぼし得る不正確な、誤解を招く、または虚偽のコンテンツは、意図にかかわらず許可しません。	【Microsoft 関係】 Bing では品質、安全性、ユーザー価値に関連する特定の状況において、特定の結果の削除を決定し、ユーザーに対する警告または啓発を実施し、検索結果をカスタマイズするオプションを提供することがあります。 スパム Bing インデックスでキャプチャされた特定のページは、ユーザーにとってほとんど、あるいはまったく価値がないことが判明したり、より関連性の高い情報を提供するページへの関連性を歪曲するために、検索と広告システムの動作を意図的に操作するという特性を持っていたりする場合があります。こうしたページに	Q3.1(a) 何らかの対応が必要と考える「偽・誤情報」の範囲(定義)・類型 例: 災害関係、健康・医療関係、選挙・政治関係、国際紛争関係、青少年関係、自殺誘発関係、犯罪(詐欺など)誘発関係、ディープフェイクなど A X は、例えば以下のポリシーを含む、プラットフォームの信頼性に関わる様々なポリシーを持っています。 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー : 情報を人為的に拡散または隠蔽したり、X のユーザー体験や、X による

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
え下さい。 ※3 既に公開している規約、ポリシー、ガイドライン等（以下「規約等」）の中で説明している場合は、当該規約等のタイトル及びURLを付記して、該当箇所を抜粋下さい。 （１）何らかの対応が必要と考える「偽・誤情報」の範囲（定義）・類型 例：災害関係、健康・医療関係、選挙・政治関係、国際紛争関係、青少年関係、自殺誘発関係、犯罪（詐欺など）誘発関係、ディープフェイクなど （２）上記（１）の類型ごとに想定される典型事例 （３）上記（１）の類型ごとの具体的な対応方法 例：削除、アカウント停止、表示順位の降格、収益不能化、アクセス不能化、警告表示・ラベリング、ファクトチェック結果の表示、投稿時の注記の義務付けなど	Google の策定する検索機能に関するポリシーに違反するコンテンツは許可されません。このポリシーは、ウェブ検索結果には適用されません。 ● 不正行為- 他人や他の組織になりすましたコンテンツ ● 操作されたメディア- 実際にはない行動や発生しなかった出来事を表現することによって、欺瞞、誤解、詐欺につながる操作がなされた音声、動画、画像のコンテンツ ● 医療のコンテンツ- 科学的または医学的な統一見解と矛盾するコンテンツ 削除は、私たちが Google 検索におけるコンテンツの問題に対処する唯一の方法ではありません。私たちは、権威あるコンテンツを増やし、低品質なコンテンツを減らす仕組みを持っています。 私たちのシステムは、人々が最も信頼できるタイムリーな情報を見つけることができるように、権威のシグナルを識別し、重み付けするよう構築されています。検索では、当社のアルゴリズムが多くの要因やシグナルを考慮し、最も有用な結果を提供します。一般公開されているウェブサイト「検索の仕組み (How Search Works)」では、クエリに対して返される結果を決定するのに役立つ、以下の主な要因について説明しています： ● 意味- まずユーザーによるクエリーの背後にある意図を明らかにする必要があります。	そのため弊社では、プラットフォーム上の有害なコンテンツに対処するため、さまざまなポリシーを設けています。弊社のコミュニティ規定に違反するコンテンツは削除します。これには、投票行動抑制（voter suppression）や差し迫った身体的危害につながる誤情報など、極端な形態の誤情報が含まれます。コミュニティ規定に違反していないにもかかわらず、弊社プラットフォームの信頼性と完全性（authenticity and integrity）を損なう誤情報については、独立した第三者ファクトチェック・パートナーのネットワークと協力して、誤情報の配信を減らし、強力な警告ラベルを表示し、誤情報に出くわした人、それを共有しようとした人、またはすでに共有した人に通知するというアプローチをとっています。1つのファクトチェックに基づき、誤りであることを暴いたストーリーと重複するものを特定する類似性検出方法を発動し、特定されたポストに対して、フィード上の流通を減らし、警告ラベルを表示し、利用者に通知するという同じペナルティを適用することができます。 弊社は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、非常に紛らわしい特定の加工されたメディアも削除します。 その他の誤情報については、その流行を減らすか、生産的な対話を促進する環境を整えることに注力しています。その努力の一環として、私た	・ 類型：重大な危害には、身体的、心理的、または社会的危害、および物的損害が含まれます。商業上の損害や風評被害はこれには含まれず、単なる不正確な情報や作り話も対象外となります。 ② おすすめフィードの対象外となるもの ・ 範囲および類型：一般的な陰謀論や緊急事態に関連する未確認の情報が含まれるコンテンツは、「おすすめ」フィードの対象外です。 （２）上記（１）の類型ごとに想定される典型事例 ① 禁止されるもの ・ 公共の安全に危険を及ぼしたり、危機または緊急事態についてパニックを引き起こし得たりする誤情報。以前に行われた攻撃の過去の映像を現在進行中であるかのように使用することや、特定の場所で基本的な生活必需品（食料や水など）が在庫切れを起こしていると誤った主張をすることなど ・ 誤った医療情報。ワクチンに関する誤解を招く発言、生命を脅かす疾患に対して適切な治療を受けることを思いとどまらせる不正確な医療上の助言、公衆衛生に危険を及ぼすその他の誤情報など ・ 確立した科学的コンセンサスを阻害する気候変動に関する誤情報。気候変動やその一因となっている要素の存在を否定することなど ・ 暴力的またはヘイトに満ちた危険な陰謀論。暴力的な行動を呼びかける、過去の暴力行為と関連付ける、十分に立証されている暴力事件	は、広告だけのもの、または検索の対象に関連するコンテンツが存在しないか見せかけのコンテンツしかないような、ほとんどが広告だけで構成されている他の Web サイトへのリンクが含まれている場合があります。ユーザーの検索エクスペリエンスを向上させ、より関連性の高いコンテンツを提供するために、Bing ではこのような検索結果を削除したり、検索結果内のより有用で関連性の高いページを優先するよう、Bing のアルゴリズムを調整したりする場合があります。 機密性の高い個人情報（同意を得ていない私的な画像の配布を含む） 一般公開されている Web ページには、特定可能な個人の同意なしに投稿された機密性の高い個人情報、またはセキュリティまたはプライバシーのリスクが生じる状況で投稿された機密性の高い個人情報が意図的に、または不注意により含まれる場合があります。たとえば、個人情報、電話番号、識別番号などが不注意によって投稿されてしまう場合や、不正アクセスやハッキングに使用するために、メール パスワード、ログイン資格情報、クレジットカード番号などのデータが、意図的かつ悪意を持って投稿される場合があります。Bing ではそうした検索結果を検証してから削除します。 別の例として、他人のアダルト画像または露骨な性的表現を含む画像が、それが実際のものであるか AI や他の画像編集ツールを使って作成	プラットフォーム操作の防止策を操作または侵害する行為に関与したりする意図で、X のサービスを利用することは禁じられています。 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー： 他の利用者を欺く目的で、個人、集団、組織の身元情報を流用したり、自身の身元を詐称したりすることはできません。 合成または操作されたメディアに関するポリシー： 利用者を欺いたり、混乱させたりして、損害をもたらす可能性のある、合成または操作されたメディアや、文脈から切り離されたメディア（以下、「誤解を招くメディア」といいます）を共有することは禁止されています。さらに、X では誤解を招くメディアが含まれるツイートにラベル付けを行い、利用者がツイートの信ぴょう性や文脈を把握するのに支援する場合があります。 市民活動の阻害に関するポリシー： 選挙期間中に、市民活動への参加を抑圧したり、市民活動に関する日時、場所、参加方法について誤解を招いたり、現実世界の暴力を引き起こしたりするおそれのあるコンテンツをポストまたは共有するなど、選挙またはその他の市民活動の操作や妨害を目的に X のサービスを利用することを禁じます。 質問に記載された例は、X のサービ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	トレンド入りしているキーワードで検索している場合、古いページよりも最新情報の方が有用である、とシステムは理解します。 ● 関連性- システムはキーワードを使って、コンテンツがユーザーのクエリーに関連性があるかどうかを評価します。 ● 品質- 権威あるコンテンツか否かを判定するための鍵です。公開されている検索品質評価者ガイドライン (Search Quality Rater Guidelines) で、「質の高いページ」について詳細に定義しています。 ● 使いやすさ- コンテンツが携帯画面での表示に向いているか否かなど。 ● コンテキスト- ユーザーの位置等の情報は、地理的に関連性ある結果を表示するのを助けてくれます。 さらに、Google 検索のアルゴリズムが、高い関連性と品質の基準を満たしたものであることを確実にするため、ライブテスト、および世界各地の何千人もの訓練された外部の独立した検索品質評価者の両方を含む、厳格なプロセスを採用しています。評価者は、個々の特定ページやウェブサイトのランキングを決定するわけではありませんが、Google のランキングアルゴリズムが全般的にどのように機能すべきかについて情報提供する役目を果たしてくれます。 Search Quality Rater Guideline (検索品質評価者ガイドライン) に	ちは第三者のファクトチェック機関と提携し、弊社のプラットフォームで最も流行しているコンテンツの正確性を検証し、評価しています。 詳しくは下記 URL をご参照ください。 https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/misinformation/ また、故意に人を欺く、故意に虚偽の説明をする、または金銭や財産を搾取することを意図したコンテンツも削除します。 https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/fraud-deception/ 誤情報を禁止するポリシーの他に、いじめ・嫌がらせ、詐欺、自殺・自傷行為を誘発するコンテンツを禁止するポリシーを別途定めています。誤報の禁止以外にも、これらのポリシーに従ってコンテンツのモデレーションを行っています。 さらに、コンテンツ配信ガイドラインでは、第三者によるファクトチェッカーで虚偽と評価された投稿、境界線上の投稿、ポリシー違反の可能性のある投稿、低品質または扇情的な投稿、報告又は非表示にされる可能性のあるコメントなど、配信が制限されるコンテンツに関する考え方を詳しく説明しています。また、降格させるコンテンツの全リストも掲	を否定する、保護属性を持つグループに対する偏見を引き起こすなど - 個人を名指しして攻撃する、特定の陰謀論 - 現実世界の出来事について人に誤解を与えるようなやり方で編集、接合、または合成された素材（動画や音声など） ②おすすめフィードの対象外となるもの - 根拠がなく、特定の出来事や事態が「政府」や「秘密結社」などの秘密の集団や強力な集団によって引き起こされたとする一般的な陰謀論 - 詳細がまだ明らかになっていない緊急事態や展開中の出来事に関連する未確認情報 - ファクトチェックの審査中の、危険性が高い可能性のある誤情報 (3) 上記(1)の類型ごとの具体的な対応方法 上記(1)記載のとおり、削除やおすすめフィードの対象外とするなどの対応を行なっています。また、その他にも、以下のように正確性が確認できないコンテンツについてユーザーに慎重な行動を促す機能を開発し、運用しています。 - 信ぴょう性未確認ラベル - 信ぴょう性の低いコンテンツを含むと判断された動画に、「信ぴょう性が未確認である」ことを表示するラベルが付されます。 - ラベルが付された動画の投稿者には、作成した動画に「信ぴょう性の低いコンテンツ」としてフラグが付けられたことが通知されます。	された“ディープフェイク”であるかにかかわらず、同意なしにオンラインで共有される場合があります。これは一般的に、同意を得ていない性的な画像、または「リベンジ ポルノ」と呼ばれます。マイクロソフトはこれを重大なプライバシーの侵害行為と見なしています。被害者が自身の画像とプライバシーを取り戻せるようにするため、Bing ではそのような写真や動画へのリンクを検索結果から削除することがあります。被害者がディープフェイクなどのオンラインで共有された無許可の写真や動画を報告するには、Bing の問題報告 Web ページのフォームに記入する必要があります。このフォームにも記載されているように、Bing の検索結果からリンクが削除されても、情報は元の Web 上に残ったままであることを留意することが重要です。Web サイトの所有者は、公開する情報のプライバシーの懸念に最も対処しやすい立場にあります。Web からコンテンツを削除するには、そのコンテンツが掲載されている Web サイトの所有者に被害者から連絡する必要があります。 成人向けコンテンツ Bing ではセーフサーチ機能が用意されており、ほとんどのユーザーは、検索結果に適用する成人向けコンテンツのフィルター処理の種類を設定できます。Bing では、意図的に要求された場合以外は不快感を与えたり害を与えたりする可能性のあるコンテンツを提供しないよう努め	ス利用規約、ルールとポリシーの下での他の報告およびレビューの領域に該当する可能性もあります。犯罪や詐欺、特定の青少年問題などに対処するための専用のポリシー、フォーム、リソースを用意しています。 なお、Q.19 で提供されたコミュニティノートについての情報も考慮いただけますと幸いです。コミュニティノートは、X における誤情報や誤解を招く情報に対処する上で重要な役割を果たします。 Q3.1(b) 上記(a)の類型ごとに想定される典型事例 A プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー： 他者の快適性を損ねる目的で X の商品機能を悪用することは禁じられています。例えば、大量、過剰、膨大な返信、@ツイート、またはダイレクトメッセージを一方的に送信することなど。 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー： 例えばあなたが誰か、または誰を代表しているかについて、他の利用者を欺くため、実在する人物、集団、または組織を詐称すること。または、他の利用者を欺くため、実在しない人物を詐称すること。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	基づいて、評価者は、ユーザーにとって有害、グループにとって有害、誤解を招く、信頼できない、スパムである可能性があるページに対して最低評価を与えるよう指示されています。私たちは、有害な誤解を招きそうなページに最低の評価を与えるよう、評価者に指示しています。そのようなページの例としては、単純かつ広く認められた事実によって容易に反論できる、明らかに不正確な有害情報、確立された専門家のコンセンサスと矛盾する有害情報、合理的な事実や証拠に基づかない、有害で根拠のない理論や主張が含まれたページがあります。 さらに、このガイドラインでは、「Your Money or Your Life」ページと呼ぶ、人の将来の幸福、健康、経済的安定、安全に影響を与える可能性のあるトピックを含むページについて、「非常に高いページ品質評価基準」を定めています。これには、ニュース、時事問題、公民、政府、法律、金融、ショッピング、健康と安全などの分野が含まれます。 [Google ニュース] コンテンツは、Google 検索の全般的なポリシーまたは検索機能に関するポリシーに違反してはなりません。 また Google ニュースには、次のような機能固有のポリシーもあります。(詳細はこちらをご覧ください。) ● 広告、スポンサーコンテンツ	載しています。 https://transparency.fb.com/en-gb/features/approach-to-ranking/types-of-content-we-demote/ https://transparency.fb.com/en-gb/features/approach-to-ranking/types-of-content-we-demote/ 利用者が正確で権威のある情報に関与していることを確認するため、選挙、新型コロナウィルス感染症、気候科学など、さまざまなトピックに関する正確で信頼できる情報をユーザーに提供するプロダクトも発表しています。	・視聴者がラベルの付いた動画を共有しようとする、動画に「信ぴょう性の低いコンテンツ」としてフラグが付けられているという通知が表示されます。これにより、視聴者に立ち止まることを促し、信ぴょう性の低い情報の共有を中止するきっかけを提供します。 ・https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/effort-to-help-people-consider-before-they-share ・「変化の激しい出来事」ガイド ・紛争に関連する用語を検索すると、検索結果の動画が表示される前に、「変化の激しい出来事」であることを示すガイドが表示されます。ガイドでは、以下の3点を伝えています ・情報が必ずしも正確でない可能性があることを伝える ・慎重なリアクションを呼びかける ・公式の情報源を確認することを促す	ており、ユーザーが自身の検索エクスペリエンスをカスタマイズできるセーフサーチ設定を提供しています。ほとんどの国または地域では、セーフサーチは中程度に初期設定されています。これにより、視覚的に露骨な検索結果は制限されますが、露骨なテキストは制限されません。ユーザーはいつでもセーフサーチの設定を変更できます。 国や地域によって、成人向けコンテンツの表示（または成人コンテンツにアクセスする検索結果）に関する現地の慣習、宗教的・文化的な規範、または現地の法律が異なる場合があります。これは、一部の国における Bing のセーフサーチの既定の設定に影響を与える可能性があります。 違法医薬品 Bing ではユーザーに信頼できる検索結果を提供する取り組みを推進すべく、オンラインでの違法な医薬品の販売によってユーザーが被害を受ける可能性を最小限に抑えるための措置を講じています。米国の場合、米国食品医薬品局（FDA）のインターネット医薬品販売者に対する警告書サイトに記載されているオンライン医薬品販売者は Bing でブロックされています。米国医薬品業界の連邦取締機関である FDA は、違法行為および危険行為に関与したオンライン医薬品販売者のリストを一般公開しています。また、FDA は BeSafeRx: Know Your Online Pharmacy にも情報を掲載しています。	合成または操作されたメディアに関するポリシー： ・利用者を欺くことを意図して、大幅に改ざん、操作、またはねつ造されたメディアを含んでいるか、あるいは ・利用者を欺くことを意図した方法を使ったり、虚偽の文脈を伴ったりして共有されているメディアを含んでいて、なおかつ ・公共の問題について広範囲にわたって混乱をもたらしたり、公共の安全に影響を及ぼしたり、深刻な損害をもたらしたりする可能性が高いメディアを含んでいる 市民活動の阻害に関するポリシー： 市民活動への参加の手続きについて誤解を招く情報（ポスト、テキストメッセージ、メール、または電話での投票）ができない地域で、それが可能であると誤解させる情報など） Q3.1 (c) 上記(a)の類型ごとの具体的な対応方法 例：削除、アカウント停止、表示順位の降格、収益不能化、アクセス不能化、警告表示・ラベリング、ファクトチェック結果の表示、投稿時の注記の義務付けなど A プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー： このポリシーへの違反に対する処分は、その違反の重大さや違反者の過去の違反歴によって決まります。確

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	● 誤解を招くコンテンツ ● 透明性 [YouTube] YouTube のコミュニティガイドラインには、特定の種類の誤った情報を禁止するポリシーがいくつか含まれています。ポリシーの策定や更新を行う際は、NGO、学者、その他各方面・各国の関連する専門家と密接に連携し、ポリシーの見直しを行います。これらの取り組みを通じて、新たな懸念事項の指摘や、常に変化しやすい複雑なトピックに対する理解を深めています。ポリシーに違反するコンテンツを可能な限り迅速に削除するために、コンテンツ審査担当者と機械学習の組み合わせにより一貫したポリシーを施行しています。YouTube のコミュニティガイドラインはグローバルなものであり、言語や地域を問わず、またコンテンツがどのように生成されたかに関係なく、施行されます。 ● 誤った情報に関するポリシー— 特定の種類の誤解を招くコンテンツまたは虚偽が含まれるコンテンツで、深刻な危害を及ぼす可能性のあるものは YouTube で許可されません。これには、現実の世界で危害を与える可能性がある特定の種類の誤った情報、技術的に操作された特定の種類のコンテンツ、虚偽のコンテンツが含まれます。 ● 選挙の誤った情報に関するポリシー— 民主的な手続きを妨害するコンテンツなど、現実の世界で危害を			(1) (2) Bing：前述の Bing 概要の説明中の「Bing での検索結果の提供方法」をご参照ください。Bing はコンテンツをホストしていないため、Bing のポリシーでは、WWW 上の情報の優先順位を上げたり下げたりする方法に重点を置いています。 Start：マイクロソフトは誤解を招く虚偽のコンテンツ、有害なコンテンツ、その他の公衆または個人の安全、身体、精神、財務上の健全性を損なうコンテンツ、論争を引き起こすことを主な目的としたコンテンツを禁止しています。たとえば、以下のようなコンテンツです。根拠のない主張、詐欺まがいの無料サービスまたは価格請求、扇情的なテキストまたは画像、販売促進されている製品/サービスに関連しないコンテンツ、不当表示、サードパーティ製品およびサービスの許可されていないプロモーション、情報影響操作、外国からの干渉、公益を害する可能性のある不正な、または誤解を招くコンテンツ、ならびにその他の同様の行動（偽情報）。 (3) 該当せず 【LinkedIn 関係】 (1) LinkedIn の虚偽または誤解を招くコンテンツ ポリシー (https://www.linkedin.com/help/	認 されたスパム活動の種類も、措置に影響します。X が取る措置としては、次のものなどがあります。 アンチスパム対策 不審な行為を検知した場合、アカウントをロックし、追加情報（電話番号など）の提供または reCAPTCHA の解答 を求めることがあります。 リンクの拒否リストへの登録 X が安全でないと判断したリンクについては、拒否リストへの登録か、または警告が行われます。安全でないリンクについての詳細をご覧ください。X がリンクを安全でないと誤って判断した場合に、異議申し立てをする方法 を記載しています。 ツイートの表示の制限 こうしたポリシーに違反していると思われるツイートについては、X 商品の特定の場所に表示されなくなる こと や、X のおすすすめから除外されたり、拡散されなくなったりすることがあります。ツイートの表示が制限されること があるその他のケースの詳細については、こちらをご覧ください。 ツイートの削除と一時的なアカウントのロック プラットフォームの操作やスパムに関する違反が1回きり、または1回目の違反である場合、1つまたは複数のツイートの削除要請からアカウントの一時的なロックまで、X はいくつかの措置を取る可能性があります。プラットフォームの操作に関して、続けて違反があった場合、

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	与える可能性がある特定の種類の誤った情報は YouTube で許可されません。これには次のことが含まれます。 ○ 投票の時間、場所、方法、投票資格の要件について有権者を誤解させることを目的としたコンテンツ、または投票を著しく妨げる可能性のある虚偽の主張。 ○ 現在の選挙候補者の被選挙権の要件や、現職政府職員の法的な適格性の要件に関して誤った主張を助長させるコンテンツ。 ○ 投票手続きを邪魔したり干渉したりするような、民主的な手続きに対する妨害行為を他者に促すコンテンツ。 ● 医学的に誤った情報に関するポリシー— YouTube は、医学的に誤った情報を拡散して、深刻な危害を及ぼす可能性のあるコンテンツを許可していません。医学的に誤った情報とは、特定の健康状態や物質に関して地域の公衆衛生機関や世界保健機関が発信するガイダンスと矛盾する情報のことです。このポリシーには、予防に関する誤った情報、治療に関する誤った情報、事実を否定する誤った情報が含まれます。 ● なりすましに関するポリシー— YouTube のなりすましに関するポリシーは、他人や他のチャンネルになりすますことを目的としたコンテンツを許可していません。したがって、他人を装ったアカウントは、なりすましに関するポリシーに違反し、削除されます。たとえば、ユーザーが他人のチャンネルであるかのように見せかける方法でそのチャン			linkedin/answer/a1340752) 虚偽または誤解を招く内容を投稿することは、LinkedIn のプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反する行為です。事実として提示された特定の主張が、明らかに虚偽であるか実質的に誤解を招くものであり、害を及ぼす恐れがある場合は、これを削除するものとします。虚偽であるか実質的に誤解を招くものではあるものの、害を及ぼす恐れがないコンテンツの場合、投稿者のネットワーク外での配信は認められません。LinkedIn の広告掲載ポリシーには上記の規定が盛り込まれており、同様に誤情報や偽情報を禁止しています。さらに、LinkedIn の広告掲載ポリシーでは詐欺広告および虚偽広告も禁止しており、広告の宣伝文句には事実の裏付けがなければなりません。 ・詐欺広告および虚偽広告：詐欺広告や虚偽広告は許容されません。製品またはサービスは、広告の内容と正確に一致している必要があります。広告の宣伝文句はすべて事実に基づいている必要があります。競合する製品またはサービスに関する虚偽の、または不正確な記載があってはなりません。貴社が第三者と連携しているか、貴社の製品を第三者が推奨していることを、当事者の許可なくほのめかすことはできません。不正確な価格や特典を宣伝することはできません。割引、特典、価格は、広告内のリンクから簡単に確認できる必要があります。 LinkedIn は、LinkedIn 上のコンテ	アカウントは永久に凍結されます。複数のアカウントの使用が主な違反であれば、存続させるアカウントを1つ選択できる場合があります。残りの アカウントは永久に凍結されます。 X の商品または機能へのアクセス権の一時的喪失 X では、ツイート、ツイートの編集、ダイレクトメッセージ、スペース、コミュニティ、ライブなどの X の機能または商品（ただしこれらに限定されません）へのアクセスを一時的に制限する場合があります。 永久凍結 重大な違反については、1 回目の発見でアカウントを永久に凍結します。重大な違反の例を以下に挙げます。 ・運用するアカウントで、上記のポリシーへの違反となる行為を繰り返すこと ・選挙の清廉性を損ねる目的で、このページに記載された行為のいずれかを実行すること ・アカウントを購入または販売すること ・凍結されたアカウントを代替または模倣するアカウントを作成すること ・X ルールに違反する組織であると X が断定するアカウントを運用すること 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ネルのプロフィール、背景、または全体的なデザインをコピーした場合、当該チャンネルを削除することがあります。また、ユーザーが、他人の実名、画像、その他の個人情報を使用して、その人であると誤認させることも禁止されています。 ● スパム、欺瞞行為、詐欺に関するポリシー— YouTube コミュニティを悪用するスパムや詐欺などの欺瞞行為は、YouTube で許可されていません。また、他のユーザーを欺いて YouTube から別のサイトに移動させることを主な目的とするコンテンツも許可されません。 YouTube では、ポリシーに違反するコンテンツを削除するだけでなく、YouTube の検索結果、レコメンデーション、情報パネルにおいて、信頼できる情報源からの高品質な情報の表示順位を上げ、ユーザーが正確で有益な情報を見つけられるようにします。その一環として、例えば、偽・誤情報が生まれやすい話題やニュースに関連するコンテンツについて説明する情報パネルや、ニュースメディアが発信する情報を提供しています。さらに、YouTube のニュース速報セクションや最新ニュースセクションなど、信頼できるニュースの情報源となる関連動画を紹介する専用のサービス機能も用意しています。 また、YouTube のポリシーに違反してはいないものの、有害な方法でユーザーを誤解させる可能性のあるコンテンツの拡散を制限しています。			ンツに対してグローバルなアプローチを採用しています。LinkedIn の安全性、信頼性、専門性を維持するために、LinkedIn で許可されない、人を不快にさせる有害なコンテンツの範囲をプロフェッショナル コミュニティ ポリシーで明確に規定しています。偽アカウントや誤情報、不正なコンテンツは許可されておらず、LinkedIn はプラットフォームからそれらを削除するために積極的な措置を講じています。 LinkedIn は、スパム、フィッシングや詐欺、重複アカウント、偽アカウント、誤情報などの不正行為を含む悪用を特定して防止するための自動防御機能を備えています。 LinkedIn の Trust & Safety チームは、不正行為を特定して制限するために日々取り組んでいます。機械学習モデルなどのスケーラブルなテクノロジーを頻繁に導入し、プラットフォームの安全性を維持しています。 LinkedIn のメンバーは、以下で説明するプロセスを使用して、誤情報、不正なコンテンツ、偽アカウントなどの、プロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると思われるコンテンツを報告することもできます。報告されたコンテンツやフラグが付けられたコンテンツがプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反している場合、そのコンテンツはプラットフォームから削除されます。重大な違反の場合や、過去に不正利用を行った	このポリシーの違反に対する処分は、その違反の重大さや種類、違反者の過去の違反歴によって決まります。X が取る措置としては、次のものがあります。 プロフィールの修正 このポリシーに準拠していないパロディ、コメンタリー、ファンアカウントなど、プロフィールに掲げられている対象 との関係について、混乱を招くおそれのあるアカウントについては、プロフィールのコンテンツを編集するよう要請することがあります。最初の警告を受けた後に再度このポリシーに違反した場合、アカウントは凍結されることがあります。 凍結 なりすまし行為に加担しているアカウントや、虚偽の身元情報を使用しているアカウントは凍結される場合があります。このポリシーに違反している可能性があると判断した場合、アカウントを復元するために、政府発行の 身分証明書（運転免許証、パスポートなど）の提示を要請する場合があります。 合成または操作されたメディアに関するポリシー： X の合成または操作されたメディアに関するポリシーの違反に対する処分は、その違反の重大さによって異なります。 ツイートの削除 誤解を招くメディアに、個人やコミュニティに損害をもたらす深刻な危険性がある場合など、当ポリシーへ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	これには、陰謀論の動画や、許容範囲の限界事例となるようなコンテンツが含まれることもあります。このようなコンテンツはYouTubeに残るとしても、YouTubeがユーザーに推奨したり、検索結果の上位に表示することはありません。 そして、YouTubeは収益化のより高い基準を満たすクリエイターに還元します。YouTubeは質の低いコンテンツの収益化を防ぎ、視聴者に常に信頼性の高い高品質のコンテンツを提供するクリエイターに収益化の機会を提供します。 コミュニティガイドラインに加え、世界中の政府機関が自国の法律において違法とされるコンテンツに対して削除要請を提出できる明確なプロセスも設けています。これらの申請については、現地の法律に従って審査し、該当する場合はコンテンツを制限したり削除します。			ことがある場合は、違反したメンバーのLinkedInアカウントを削除する場合があります。 違反の報告 LinkedInのメンバーには、LinkedInのプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると思われるコンテンツを発見した場合に、LinkedInで投稿の右上隅の3つの点（下図）をクリックすると表示される製品内報告メカニズムを使用して報告することを推奨しています。 誤情報は報告の選択肢の1つとして特に強調されています。 通常、報告されたコンテンツは訓練を受けたコンテンツ レビューアーが審査しています。さらに、LinkedInでは、個人情報の開示、スパムや悪意のあるページ、違法な素材のコンテンツなどの潜在的な違反を、自動的に社内のコンテンツ モデレーション チームに通報しています。報告または通報されたコンテンツがプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると判明した場合、そのコンテンツはプラットフォームから削除されます。 (2) LinkedInでは、LinkedInのポリシーに違反している虚偽の、または誤解を招くコンテンツの具体例も、ヘルプセンターの記事「虚偽または誤解を招くコンテンツ」(https://www.linkedin.com/help/	の違反の程度が深刻な場合、当該コンテンツの削除を要請します。 ラベル付け 当ポリシーに違反するコンテンツを削除しない場合は、X上に表示されている誤解を招くメディアを共有するツイートに背景情報を追加する場合があります。具体的には、以下の措置が取られる場合があります。 ・当該ツイートにラベルや警告メッセージを適用する ・当該ツイートの共有やいいねを行うおうとする利用者に警告を表示するツイートの拡散を抑制したり、おすすめるから除外したりする ・いいね、返信、リツイートが無効にする ・たとえば関連するXポリシーなど、補足説明のためのリンクを表示する 多くの場合、ラベル適用の対象となるツイートに対し、上記の措置のいくつかが組み合わされて執行されます。 アカウントのロック 特定のアカウントが、誤解を招く有害な説明を流布しているか継続的に共有しており、それがXの合成または操作されたメディアに関するポリシーに違反していると判断された場合、そのアカウントは一時的に表示を抑制されるか、ロックまたは凍結される場合があります。 市民活動の阻害に関するポリシー： このポリシーに基づき、強制措置の

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				linkedin/answer/a1340752/) で示しています。 このポリシーに従い削除される虚偽の、または誤解を招くコンテンツの例 ・ まもなく実施されるか終わったばかりの選挙の投票の時間、場所、手段、資格要件に関する虚偽の、または実質的に誤解を招く情報が含まれたコンテンツ ・ 被害を引き起こす恐れのある脅威、暴力、危険についての根拠のない主張など、緊急時パニックを誘発したり、安全対策を講じる意欲を失わせたりするような主張（例：「森林火災が発生している地域で略奪者が横行している」など） ・ 特定の場所における人権侵害または軍事紛争の証拠として提示された、実際には別の場所、出来事、期間の、不正確なコンテンツ ・ 実際の出来事を歪曲した、対象者、他の個人やグループ、または社会全体に害を及ぼす恐れのある、加工された画像や動画などの合成または操作されたメディア ・ 有害な治療法や奇跡の治療法を宣伝するコンテンツ、または専門的な医学的アドバイスを求めたり、聞き入れたりすることを妨げるコンテンツ ・ 地域の保健当局や世界保健機関（WHO）の医療ガイダンスと相反する主張や記述 ・ 次のような、COVID-19 の治療、予防、変異株、感染に関する医療上の誤情報 ○ 医療用、非医療用を問わず、マスクは身体に悪影響を及ぼす	対象となったポストは、以下の対応により X におけるリーチが制限されます。 ・ 検索結果、おすすめ、トレンド、通知、ホームタイムラインから当該ポストを除外します ・ [おすすめ] および[フォロー中] タイムラインから当該ポストを削除します ・ 当該ポストが作者のプロフィールにだけ表示されるようにします ・ 当該ポストのいいね、返信、リポスト、引用、ブックマーク、共有、プロフィールへの固定表示、編集を行えなくします ・ 返信における当該ポストの表示順位を下げます このポリシーに基づき、強制措置の対象となったポストには、当該ポストの拡散が制限されている旨を知らせる ラベルが適用されます。このラベルは、ポストの作者と閲覧者の双方に表示されます。ポストの作者は、自分の ポストに誤って表示制限が課されていると思われる場合には、ラベルに関する異議申し立てを提出することができます。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				○ イベルメクチンまたはヒドロキシクロロキンは COVID-19 の治療または予防に有効である ○ 承認された COVID-19 のワクチンは、COVID-19 を含む感染症による死亡、不妊、流産、自閉症、または筋収縮を引き起こす恐れがある ○ 承認された COVID-19 のワクチンは、追跡/監視装置を埋め込んだり、患者に磁気を発生させたりする ○ COVID-19 のワクチン接種者は、ワクチン未接種者に比べ、ウイルスを拡散させる可能性が高い ○ COVID-19 は、特定の世界的な指導者、公人、または世界各地の保健当局からの資金提供または支援を受けて開発された ・ 次のような、COVID-19 の有病率または重症度に関する医学的誤報： ○ COVID-19 は存在せず、デマである ○ ウイルスとその変異株が根絶され、パンデミックは終息した ○ COVID-19 の症状、死亡率、感染率は季節性インフルエンザよりも深刻なものではない ○ COVID-19 に感染して、死亡または重症化した人はいない (3) 虚偽または誤解を招く情報は削除されます。 LinkedIn のプロフェッショナルコミュニティ ポリシーへの準拠について (https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1342754/)	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				LinkedIn の利用規約およびプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反すると、アカウントまたはコンテンツに対するしかるべき措置が取られる可能性があります。違反の重大度に応じて、特定のコンテンツが表示制限、ラベル付け、または完全に削除される場合があります。その際、通常は、コンテンツがLinkedIn のポリシーに違反していること、違反の内容、およびLinkedIn が取る措置について通知します。コンテンツが誤って削除されたと思われる場合は、異議申し立てをすることができます。 違反を繰り返すと、アカウントが削除される場合があります。LinkedIn はアカウントの削除について異議を申し立てる機会を提供しており、メンバーがプロフェッショナル コミュニティ ポリシーを遵守することに同意する場合は、削除されたアカウントを復活させることができます。違反が続くと、LinkedIn プラットフォームからアカウントが永久に削除されます。 LinkedIn のプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに対する特定の重大な違反（例：児童の性的虐待コンテンツ、テロ行為、極めて暴力的なコンテンツ、悪質なセクハラ）については、1 回の違反でもアカウントが永久に削除される場合があります。 通常はポリシーの文言に違反するようなコンテンツでも、意識の向上	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				や批判を目的としてシェアさせる場合には、許容されることがあります。そのような場合、LinkedIn は当該コンテンツがセンシティブまたは不快だと感じる可能性のあるメンバー、またはその他の理由で閲覧を望まないメンバーのために、当該コンテンツにラベル付けして、表示されないようにすることがあります。ただし、コンテンツを削除したり、投稿者にペナルティを科したりすることはありません。 また、LinkedIn ブログでも、「New LinkedIn profile features help verify identity, detect and remove fake accounts, boost authenticity」(新たな LinkedIn プロフィール機能による本人確認、偽アカウントの検出と削除、真正性の向上)、「How We're Protecting Members From Fake Profiles」(偽プロフィールからメンバーを保護する方法)、「Automated Fake Account Detection」(偽アカウントの自動検出)、「An Update on How We Keep Members Safe」(メンバーの安全を守る方法に関する最新情報)など、虚偽情報に対処するための取り組みを説明しています。	
Q 3 - 2 Q 3 - 1 で御回答頂いた対応方針の背景となる基本的な考え方(重視している価値や哲学)があれば、御教示下さい。	Google では、事業を展開している各国において適用される法律を遵守し、ある国で違法なコンテンツについては、その国においてプラットフォームから削除します。当社が事業を展開する国々では、許容される表現を規定する法律が存在し、これらは、それぞれの国の独自の文化、歴史、政府の形態を反映し、国ごとに	弊社の企業理念は、“コミュニティづくりを応援し、人と人がより身近になる世界を実現する”です。 弊社のコミュニティ基準は、利用者に表現の場を作り、発言権を与えることを目的としています。誤った情報に対する弊社のアプローチは、表現、安全性、尊厳、信頼性、プライ	TikTok は、誰もが信頼できる情報を入手し、オリジナルコンテンツに出会い、また信頼できる人々と関わることができることを確信できるプラットフォームであるべきだと考えています。このような考え方が、TikTok とコミュニティの間に信頼と透明性をもたらす基盤となっています。グローバルなコミュニティでは人々	【Microsoft 関係】 マイクロソフトの基本的な考え方と価値観を示した本文書冒頭の概要のセクションをご参照ください。 【LinkedIn 関係】 上記の質問 1 に対する回答をご参照ください。	X の目的は、公共の場における会話に寄与することです。暴力、嫌がらせ、およびその他の類似行為は、利用者の自己表現を抑制し、その結果、世界中で行われる公共の会話の価値を下げることとなります。X では、すべての利用者が自由に、安心して公共の会話に参加できるよう、ルールを設けています。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	異なります。 また、Google では、各製品やサービスでどのようなコンテンツや行動が禁止されるかを定めた「ルール」を作成しています。これらは一般的な交通ルールのようなもので「コンテンツポリシー」または「コミュニティガイドライン」と名付けられ、すべてのユーザーや、動画制作者、ウェブマスター、アプリ開発者、広告主などのコンテンツ制作者を対象に用意されており、明確かつ容易にアクセスできるように公開しています。これらの「ルール」は、特定の製品やサービスの目的と使用方法を明確にし、その製品をユニークなものにするための重要な役割を担っています。また、どのような種類のコンテンツや行動が許可されていないのか、また、コンテンツがサービスから削除され、またはその制作者がサービスの利用を禁止されるプロセスについても説明しています。YouTube のコミュニティガイドラインはグローバルなものであり、言語や地域を問わず、またコンテンツがどのように生成されたかに関係なく、施行されます。 検索エンジンは基本的に、ウェブのインデックスです。毎秒何百ものウェブページが新たに公開されており、検索サービスは、ユーザーが積極的に探している最も関連性の高い、信頼できる情報を見つける手助けをします。検索サービスはユーザーエンゲージメントのためではなく、情報へのアクセスを目的として	バシーという価値観のバランスを取る試みを反映しています。	がさまざまな意見を持つのは自然なことですが、TikTok は事実や真実に基づいたコミュニティを築き上げることに注力しています。		その上で X では、世界各地でリアルタイムの会話が行われており、攻撃的であったり、物議をかもしたり、偏見に満ちていたりすると思われる意見が述べられていることがあります。X サービスでは、すべての利用者に自由な自己表現を認めますが、嫌がらせや脅し、または恐怖を与えて他の利用者が発言できないようにする行為は禁止しています。 私たちの理念とプロダクトとエンフォースメントを更に説明するものとして以下の情報も合わせて提示します。 ポリシーの策定に対する X のアプローチと対応についての理念 コミュニティノート Freedom of Speech, Not Reach

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	います。検索サービスは、提供するものと、利用方法の双方において、ユーザー同士がやりとりするサービスとは本質的に異なります。「合法だが有害」なコンテンツの扱いが、表現の自由や情報へのアクセスといった権利と抵触しないようにすることが重要です。有害なコンテンツの性質は変化するため、厳格な通知・非表示措置の義務や、ユーザーがそのようなコンテンツに遭遇するのを未然に防ぐ義務をサービスに課すこと義は適切ではありません。 Google 検索のオーガニック検索結果に対するコンテンツポリシーについては透明性を持って公開しています。コンテンツポリシーでは、児童性的虐待のコンテンツや法的な要請に基づくコンテンツの削除などの問題を規定しています。Google 検索のコンテンツポリシーは、このような問題に対する社会的懸念と、検索エンジンが情報へのアクセスを提供する必要性とのバランスを慎重に考慮して策定されています。				
Q3-3 Q3-1で御回答頂いた対応方針について、定期的な見直しや外部有識者・第三者機関等によるレビューを行っている場合は、(1)当該見直し・レビューの頻度・タイミング、及び(2)レビューの実施主体を御教示下さい。	ポリシーを作成する際には、企業としての価値観と文化に加え、運用面、技術面、ビジネス面の要素を考慮します。オンラインのトレンドや慣習、業界規範、規制の変化を定期的に確認し、ポリシーを常に最新の状態に保つよう努めています。また、新しいコンテンツポリシーを策定したり、新しい製品機能を検討する際には、児童の発達、情報の品質、ヘイトスピーチ、健康問題などの分野の専門家にも相談しています。	Metaはさまざまな理由により、Facebook コミュニティ規定とInstagram コミュニティガイドラインにおいて新しいポリシーの草案を作成したり、既存のポリシーの改訂を行ったりすることがあります。 世界中の十数以上の地域に拠点を置くMetaのコンテンツポリシーチームはコミュニティ規定とコミュニティガイドラインの策定を担当しています。このチームはヘイトスピーチ、子どもの安全、テロに関連する	(1) 当該見直し・レビューの頻度・タイミング ・TikTokでは、コミュニティガイドラインを継続的に見直し、強化しています。見直しの頻度は定めておりませんが、TikTokはコミュニティの安全性の維持を最重要事項と考えており、新たな課題が現れた際に、迅速に検出して対応することがユーザーに対する責任であるとの考えに基づき、継続的にコミュニティガイドラインを見直ししています。 (2) レビューの実施主体	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	Xには、ユーザーの安全性と同時にプラットフォームとアカウントの信頼性を保護するポリシーがあります。Xのルールとポリシーは、ヘルプセンターで公開されており、誰でも簡単に理解できるように書かれています。また、ルールを変更するたびに、ヘルプセンターを定期的に更新しています。 さらに、ポリシー開発プロセスとルールの施行哲学についての説明もヘルプセンターで見つけることができ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	特に誤情報については、事実が明らかかな場合、何が誤情報であるか否かを判断するにあたって、専門家の間で一致している意見を活用することがよくあります。たとえば、新型コロナウイルス感染症のような公衆衛生上の問題については、世界保健機関（WHO）などの保健機関の見解を参考にします。 YouTube では、プラットフォームの内外で起きる変化を反映させるため、ポリシーを定期的に見直しています。ポリシーの策定や更新を行う際は、NGO、学者、世界各地の関連する専門家と密接に連携し、さまざまな視点からポリシーの見直しを行います。こうした取り組みを通じて、新たな懸念事項の指摘や、常に変化する傾向のある複雑なトピックに対する理解を深めております。また、YouTube の Trust & Safety 組織内のチームである Intelligence Desk は、将来に備え、YouTube 外のものも含め、違反の可能性があるトレンドやそれらがもたらすリスクを特定し、継続的な脅威を定期的に監視し、メディア全体の流行状況を追跡し、時間の経過に応じてどのように変化するかを評価しています。こうした洞察は、ポリシーの策定や更新の検討に役立てられています。ポリシーの策定プロセスに関する詳細はこちらをご覧ください。	問題に精通する専門家に加え、刑事告発、性暴力被害者のカウンセリング、学術、人権、法律、教育の分野における職歴を持つ人々によって構成されています。このチームには Meta に従事する以前に、表現と安全に関連する問題に取り組んでいた方も多くいます。 https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/improving/deciding-to-change-standards/	・ セーフティー・アドバイザー・カOUNシルをはじめとする専門家にも意見をいただきながら、当社にて見直しを行なっています。		ます。新しいポリシーの作成やポリシーの変更には、オンライン行動のトレンドに関する徹底的な調査、許可される内容に関する期待を設定する明確な外部言語の開発、そして何百万ものコンテンツやアカウントにスケールできる レビュー向けの施行ガイダンスの作成が必要です。私たちのポリシーはダイナミックであり、それらが最新の状態であり、必要であり、比例していることを常にレビューしています。
4 偽・誤情報の発信者（投稿者）の表現の自由等への配慮について					
Q 4－1	[Google 検索]		1. モデレーション等の実施における、投稿者への通知等の方法	【Microsoft 関係】	報告されたコンテンツが X の利用規約 や X ルール に違反しているかどうか、また X の利用規約 や X ルール に
Q 3－1で御回答頂いた対応方針の対象となる偽・誤情報（日本国内に	Google は、法律上の義務がある場合、サイトが Google の品質ガイド	コミュニティ基準に違反して削除されたコンテンツについては、そのコ	（1）アプリ内通知、アカウントス	マイクロソフトは表現の自由および情報にアクセスする権利を尊重して	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
において流通するものに限り、以下「対象偽・誤情報」の流通・拡散に対し、Q 3-1 (3) で御回答頂いた対応（以下「モデレーション等」）を実施した場合、実施の事実や理由を当該対象偽・誤情報の発信者（投稿者）に通知し、又は発信者（投稿者）の知り得る状態に置いている場合、その方法（※1）、言語及び内容（※2）を御教示下さい。 ※1 例えば、書面、電子メール、対象サービス上での表示など。 ※2 例えば、モデレーション等を実施した事実及び理由のほか、後記5の第三者通報によるものか、第三者通報を待たず自社で検知・対応したものかといった実施の端緒や、Q 4-3の苦情・不服申立て受付窓口に関する情報など。	ラインに違反している場合、その他、サイトがユーザーにとっての関連性のある情報の検索を阻害していると判断した場合など、検索インデックスや検索結果からサイトを一時制的または恒久的に非表示とすることがあります。個々のページが非表示とされる理由についてコメントすることはできませんが、クローキング（検索エンジンには見えるようにテキストを記載するもののユーザーには見えないようにする行為）、検索エンジンを欺くことのみを目的としたページやリンクの設定などの行為は、Google のインデックスから除外される可能性があります。ウェブ 사이트가品質ガイドラインに違反しているためにインデックスからブロックされる場合、Google は Search Console を使用してウェブサイトの所有者に通知することがあります。ウェブサイトの所有者は、Search Console にログインしてサイトの URL を入力すると、サイトの所有権を確認することができます。Search Console の概要ページには、サイトのインデックス登録に関する情報が掲載されています。サイトの所有者が、サイトが Google の品質ガイドラインに違反しているという通知を受け取った場合、ガイドラインに準拠するようにサイトを修正し、サイトを提出して再審査を受けることができます。 [YouTube] 1) 一般ユーザーによる違反報告：ユーザーは報告履歴ページで違反の可能性のある動画に対するフラグの	ンテンツを投稿した利用者に通知します。 また、ファクトチェックパートナーによって評価されたコンテンツにはラベルを付け、追加情報を閲覧できるようにしています。また、このコンテンツを共有しようとする人や、過去に共有した利用者にも通知します。	テータスの確認画面への表示 ・ コミュニティガイドラインに違反してコンテンツが削除された場合、アプリ内通知により、ユーザーに通知しています。 ・ その通知において、どのコミュニティガイドラインに違反したかについても明示して、削除の理由をユーザーに知らせています。これにより、重ねて同じ違反をすることを防ぐとともに、モデレーションの透明性を確保しています。 ・ 削除の対象となった動画の下部にも、通知のメッセージが表示され、そのメッセージから、削除の理由を知らせるページに遷移することができます。 ・ また違反の履歴は、アプリ内のページであるアカウントステータスの画面で、確認することができます。 (2) 「インサイト」画面への表示 ・ コンテンツがおすすめフィードの対象外となった場合、投稿した動画をユーザー自身で分析できるアプリ内の「インサイト」画面に、その旨が表示されます。 ・ その表示において、どのコミュニティガイドラインに違反しておすすめフィードの対象外となったのかを明示して、対象外となった理由をユーザーに知らせています。これにより、重ねて同じ違反をすることを防ぐとともに、モデレーションの透明性を確保しています。 2. 日本語による通知の実施 上記のアプリ内通知、アカウントステータス画面、インサイト画面、の全てにおいて、日本語で通知および	います。 その一方で、Bing ではマイクロソフトの責任ある AI 、プライバシー、デジタル セーフティ、情報の完全性、およびその他の重要な問題に関する原則に従い、安全な検索エクスペリエンスをユーザーに提供するための、コンテンツ フィルタリング、運用監視、悪用検知をはじめとする安全対策を開発しました。 マイクロソフトが個人、企業、政府からコンテンツの削除依頼を受けた場合、品質、安全性、ユーザーの要求、関連法令、公共政策に関する懸念が存在する場合に限り、Bing は検索結果を削除し、特定のリスクについてユーザーに知らせ、コンテンツを修正するための選択肢をユーザーに提供することがあります。Bing では、ユーザーによる関連情報へのアクセスが制限されることのないよう、限られた状況または条件においてのみ検索結果を削除できるようになっています。 Bing の向上した機能や新機能をユーザーに公開するまでに、マイクロソフトは多大な労力を投じています。マイクロソフトの研究者は多くの場合、新機能を試してフィードバックを提供してくれるユーザーを募っています。それらのユーザーに満足してもらえた場合、少数の実際のユーザーに機能をリリースし、機能がどのように利用されるかを確認します。問題がないことが確認されたらすべてのユーザーに対してリリースしますが、これで終わりではありません。	違反していても特定の国では違法であるという申し立てがあるかどうかによって、結論は変わります。 報告されたコンテンツがXの利用規約やXルールに違反している場合 ・ このポリシー違反に対するペナルティを決定する際、違反の重大性、誰かが標的にされているか（例：メンションされたり、フルネームで言及されたり、写真で示されたりするなど）、個人の過去のルール違反の記録など、複数の要因を考慮します。以下は、このポリシーに違反するコンテンツに対する潜在的な施行オプションのリストになります。 - X 上でのコンテンツの可視性を下げる。 - 投稿の削除を要求する。 - アカウントの停止。 ・ ログインするときに、アカウントを凍結またはロックしたというメッセージが表示されます。また、特定の操作を行わなければアカウントを利用できないというメッセージが表示されることもあります。 ・ 重大な違反を行ったり、違反行為を繰り返したりするとアカウントが永久凍結される可能性があります。アカウントの凍結についてはこちら、アカウントのロックについてはこちらのヘルプセンター記事をご覧ください。 コンテンツにセンシティブなメディアが含まれていると報告された場合 ・ そのコンテンツはセンシティブな

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ステータスを確認することができます。詳細は、こちらのヘルプページをご参照ください。また、フラグを立てた動画が削除された場合は、メールでお知らせします。 2) YouTube 優先報告者による報告：優先報告者がアプリ内のフラグツールで違反の可能性のある動画を報告すると、一般ユーザーと同様に報告履歴ページで報告結果を確認できるようになります。優先報告者用に設定されているウェブフォームを使って報告すると、報告内容を確認するメールが届き、その後、報告の結果についてのメールを受け取ります。また、優先報告者は、ポリシー担当者と連絡を取って説明やフィードバックを得ることができます。 3) 法的な削除リクエスト：リクエストした人には報告内容を確認するメールが届き、その後、報告の結果についての最新情報をメールで受け取ることができます。 コミュニティガイドラインに違反するコンテンツが発見されると、動画をアップロードしたクリエイターにメールで通知されます。またクリエイターは、モバイルとパソコンの通知設定やチャンネル設定にて、通知を受信するように選択することもできます。クリエイターにお知らせする内容は以下のとおりです。 [ポリシーに基づく削除] - 削除されたコンテンツ - 違反したポリシー - チャンネルへの影響 - 対処方法		表示がされています。	ません。リリースされたすべての機能の使用状況とフィードバックを定期的に確認して、問題がないか、改善の余地はないかを評価しています。 該当せず 【LinkedIn 関係】 LinkedIn のプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反するコンテンツは（報告されたものか自動で検出されたものかを問わず）LinkedIn から削除しています。メンバーは、LinkedIn でそのコンテンツに対する措置が講じられた理由について報告を受け、その決定に異議を申し立てることができます。LinkedIn では、コンテンツ審査のプロセスと決定事項の質を保つための選任の品質保証チームを擁しています。たとえば、品質保証チームは、過去に行われたコンテンツ モデレーションに関する決定事項の質を定期的に確認します。それにより、プロセスを改善し、信頼できる情報源としての LinkedIn のプラットフォームをさらに強化することも可能となります。 異議申し立てのプロセス： 手順 1 - LinkedIn のポリシーを確認する メンバーは、決定に対する異議申し立てを行う前に、プロフェッショナル コミュニティ ポリシーを確認する必要があります。メンバーがこのリンクをクリックすると、どのポリ	コンテンツと見なされ、他のユーザーに対してそれを見るかどうかの選択肢が 提示される場合があります。 X の利用規約やX ルールには違反していないが、一部の国では違法であると申し立てられた場合 ・お使いのアカウントから投稿されたコンテンツに違法性があると申し立てる法的請求を受けたことをユーザー に通知します（通知が可能な場合）。 ・禁止されていなければ、その法的請求の内容をお知らせします。 ・これは、X 側で問題のコンテンツを処理する前に、ユーザー自身が問題のコンテンツを削除したり、可能であれば請求者に直接対応したり、弁護士などに依頼して請求に異議を申し立てたりするなどの選択肢があること をユーザーに通知するためのものです。 ・このような通知は、特定のコンテンツを削除すべきという法的助言ではありません。通知はあくまでも X アカウ ントの特定のコンテンツに対する法的請求が提出されたことをユーザーに伝えるためのものであり、ユーザー に対応方法を検討していただくためにお知らせしています。また、報告されたコンテンツに対して、X 側で法的請 求に基づく処置を行う必要が生じる場合があることをお知らせするのも、通知の目的の 1 つです。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	クリエイターは、YouTube の判断が間違っていると思われる場合、YouTube Studio を通じて再審査請求を行うことができます。詳細は https://support.google.com/youtube/answer/185111 をご覧ください。			シーに違反したのかが枠内に表示されます。 手順 2 - 削除された投稿を確認する メンバーがこのリンクをクリックして、そのポリシーを確認すると、「手順 2」に進んで、自分の投稿を確認するように促されます。 自分の投稿をクリックして確認すると、3つのチェック ボックスが表示されます。異議申し立てを「送信」するには、これらのチェック ボックスにチェックを入れる必要があります。 送信すると、次の確認ページが表示されます。 異議申し立てが提出されると、メールによる通知が送信されます。	
Q 4 - 2 対象偽・誤情報の流通・拡散に対して実施したモデレーション等について、当該対象偽・誤情報の発信者（投稿者）からの苦情や不服申立てを受け付ける窓口を設置している場合、当該窓口に関し、次の3点を御教示下さい。 （１）苦情・不服申立ての受付方法（※） ※ 例えば、オンラインフォーム、書面、電子メール、電話など。なお、予め定められている申請フォーマットがある場合は、当該フォーマットを添付（又はURLを付記）下さい。 （２）日本語による苦情・不服申立てを受け付けているか否か	Google のサービス全体で、Google の利用規約やサービス固有の追加規約またはポリシーに違反していると思われる、または違反していると報告されたものに対して措置が取られることがあります。ユーザーは再審査請求をすることで、その決定に不服を申し立てることができます。 例えば、YouTube では再審査請求を認めています。動画が削除されたクリエイターには通知が発行され、再審査を請求するための手順が記載されたリンクも提供されます。クリエイターが再審査請求を提出すると、その請求は審査担当者に送られたのち、判定が維持または破棄されます。この再審査は、動画の削除につ	一般的に、自分のコンテンツに適用されたファクトチェックに同意できない利用者は、異議を申し立てることができます。Facebook と Instagram のファクトチェック評価の再審査請求方法の詳細は下記 URL をご覧ください。 https://www.facebook.com/business/help/997484867366026?id=673052479947730. コミュニティ基準等に基づいて削除したコンテンツについては、利用者が同意できない決定に対して、その見直しを要求する機会を提供しています。また、Oversight Board（監督委員会）に再審査を求めることも	TikTok では、削除に関する異議申し立ての機会を確保するとともに、削除された理由も、日本語でわかりやすくユーザーに通知することで、モデレーションの透明性・公正性を確保しています。 （１）苦情・不服申立ての受付方法・削除のシステム通知、もしくは削除された動画の下部に表示されるメッセージから遷移できる、削除の理由を通知する画面から、異議申し立てボタンをクリックして、申し立てできます。 ・投稿した動画をユーザー自身で分析できるアプリ内の「インサイト」画面からも、異議申し立てができます。 （２）日本語による苦情・不服申立	【Microsoft 関係】 （１） （２） （３） 該当せず 【LinkedIn 関係】 （１） コンテンツの誤情報を通報するプロセスは、Q3-1 に対する回答で示したスクリーンショットに記載されています。 通報された違反に対する異議申し立てのプロセスは、Q4-1 に対する回答で示したスクリーンショットに記載されています。	Q 4.2(a) (a) 苦情・不服申立ての受付方法（※） ※ 例えば、オンラインフォーム、書面、電子メール、電話など。なお、予め定められている申請フォーマットがある場合は、当該フォーマットを添付（又はURLを付記）下さい。 A いくつかの方法があります。 ロックまたは制限されたアカウントに関するヘルプ ユーザーは、自分のアカウントが誤ってロックまたは凍結されたと考えた場合、異議申し立てを提出するこ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
(3) 窓口情報を日本語で公開している場合はその方法 (※) ※ オンライン上で公開している場合はURLを付記下さい。	いて最初の判断を行った審査担当者とは異なる担当者によって行われます。クリエイターには、結果を知らせるフォローアップメールが送られます。詳細はこちら いずれも日本語での受付を行っています。	できます。 https://www.facebook.com/help/2090856331203011?helpref=related_articles。 弊社への報告チャンネル及び異議申し立てチャンネルは、日本語を含む世界中の多くの言語で運営されています。 報告後のコミュニケーションに関するユーザー・エクスペリエンスの概要は以下のとおりです。: 1. 通知による更新 報告書を確認した後、報告した利用者に通知を送信します。 2. サポート受信箱での詳細 レビューの決定に関する詳細は、サポート受信トレイで共有します。この情報があることを通知し、リンクを送信します。 3. 異議申し立てオプション 弊社の判断が誤っていると思われる場合は、再審査をリクエストすることができます。 4. 異議申し立て後の連絡 コンテンツの再審査後、最終的な回答を再度サポート受信トレイに送信します。	てを受け付けているか否か - 日本語による異議申し立ての受付、及び日本語の返信を行なっています。 (3) 窓口情報を日本語で公開している場合はその方法 - こちらのウェブサイトで、日本語で、異議申し立ての方法を公表しております。 - 削除の理由を通知する画面からの申し立て方法： https://support.tiktok.com/ja/safety/account-and-user-safety/account-safety#4 - インサイト画面からの申し立て方法： https://support.tiktok.com/ja/safety/account-and-user-safety/content-violations-and-bans#5	違反の報告 LinkedIn のメンバーには、LinkedIn のプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると思われるコンテンツを発見した場合に、LinkedIn で投稿の右上隅の 3 つの点 (下図) をクリックすると表示される製品内報告メカニズムを使用して報告することを推奨しています。 誤情報は報告の選択肢の 1 つとして特に強調されています。 通常、報告されたコンテンツは訓練を受けたコンテンツ レビュー어가審査しています。さらに、LinkedIn では、個人情報の開示、スパムや悪意のあるページ、違法な素材のコンテンツなどの潜在的な違反を、自動的に社内のコンテンツ モデレーション チームに通報しています。報告または通報されたコンテンツがプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると判明した場合、そのコンテンツはプラットフォームから削除されます。 メンバーが上記の報告プロセスを使用し、最新情報を受け取ることを選択すると、報告したメンバーに対してその報告を受領したことがメールで連絡され、その後の決定事項に関する最新情報が提供されます。また、通常は、メンバーのコンテンツが LinkedIn から削除されると、そのメンバーに通知が届きます。	とにより、その決定に対して異議を唱えることができます。 Q 4.2(b) 日本語による苦情・不服申立てを受け付けているか否か A Xは日本語で報告・苦情を受け付けています。 Q 4.2(c) 窓口情報を日本語で公開している場合はその方法 (※) ※ オンライン上で公開している場合はURLを付記下さい。 A 該当情報は日本語で公開されています。 ロックまたは制限されたアカウントに関するヘルプ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				メンバーは、LinkedIn の決定事項に対して異議申し立てを行う場合、LinkedIn が間違った決定を下していると考え理由を提示して再審査を求めることができます。この異議申し立てのプロセスを開始するには、メンバーが自身のアカウントにログインし、画面のメッセージに従って操作するか、コンテンツが削除されたことを知らせるメッセージが送られてきたときに返信します。 審査が完了すると、現在の最新の状況（以下のいずれか）が投稿者に知らされます。 ・お客様の投稿がLinkedInのプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していない場合は、LinkedIn で公開されます。 ・投稿がプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していることがわかった場合、その投稿にアクセスできるのは投稿者のみになります。 (2) ユーザーの LinkedIn で言語が日本語に設定されている場合は、日本語での苦情・不服申し立てを受け付けています。 (3) 上記のプロセスは、すべての LinkedIn ユーザーが利用できます。	
Q 4 - 3 Q 4 - 2で窓口を設置しているか否かにかかわらず、対象偽・誤情報の流通・拡散に対して実施したモデル		弊社では、全世界で 40,000 人以上の者が安全とセキュリティのために取り組んでいます。これはグローバルなチームであり、日本語を含む数	(1) について 異議申し立てに対応する人員の人数は随時変動しうることもあり公表しておりませんが、TikTok では、24	【Microsoft 関係】 (1) (2) (3)	Q 4.3(a) 日本語苦情等対応が可能な人員として常用している人数

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
レーション等について、当該対象偽・誤情報の発信者（投稿者）から日本語で苦情や不服申立てを受けた場合における対応（以下「日本語苦情等対応」）（※１）に関し、次の８点を御教示下さい（※２）。 ※１ 苦情・不服申立て内容の合理性や問題となったモデレーション等の適否を調査・判断し、場合によってはモデレーション等を撤回するなどの対応を指します。 ※２ 問題となったモデレーション等が後記５の第三者通報によるものか、第三者通報を待たず自社で検知・対応したものかといった実施の端緒によって御回答内容が異なる場合は、当該実施の端緒別に御教示下さい。 （１）日本語苦情等対応が可能な人員として常用している人数 （２）日本語苦情等対応にＡＩその他の機械的手段を利用している場合は、当該手段の概要及び利用手順（どのようなケースで用いるのかなど） （３）日本語苦情等対応にファクトチェック機関やマスメディア（新聞・放送）を関与させている場合は、当該機関等の名称及び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語苦情等対応へどのように反映させているのかなど） （４）上記（３）以外の外部有識者・団体を日本語苦情等対応に関与させている場合は、当該外部有識者・団体の名称及び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語苦情等対応へどのように		多くの言語で 24 時間 365 日コンテンツをレビューしています。 － 弊社のモデレーターは様々なバックグラウンドを持っていますが、最も重要なのは言語と文化的背景です。 － 人のレビュアーは、弊社の基準を公正かつ正確に実施するために不可欠であり、特にコンテンツの一部を取り巻く文脈が重要な場合に重要です：－ 例えば、ヘイトスピーチなどです。例えば、ヘイトスピーチです。弊社のシステムは、ヘイトスピーチとしてよく使われる特定の単語を認識することはできますが、その単語を使う人の意図は必ずしも認識できません。そのため、弊社チームはこのコンテンツをレビューしています。 テクノロジーを使って有害コンテンツをプロアクティブに特定 － 今日、弊社は主に人工知能（AI）に頼って Facebook や Instagram の違反コンテンツを特定しています。弊社のテクノロジーは、コンテンツが弊社の基準に違反していることを十分に確信すれば、（多くの場合、誰も見ていないうちに）自動的に削除します。 － プラットフォームでは大量のコンテンツを審査しているため、AI はコンテンツモデレーターが審査するケースの優先順位付けにも役立っています。優先順位は、以下のようないくつかの要素に基づいて決定されます： － バイラリティ：違反の可能性があり、すぐにシェアされるコンテン	時間 365 日、日本語の異議申し立てに対応できる体制を構築しています。 （２）について 異議申し立て対応は、システムと人間の両方で行なっています。 （３）について 異議申し立てについては、ファクトチェック機関等が関与することはありません。 （４）について ・ 日本固有の差別等の人権侵害に関する一般的な考え方について、法務省人権擁護局と意見交換を実施するなどしており、それを踏まえた異議申し立てへの対応を行うことがあります。これにより、日本の文化や社会的背景を尊重・考慮したモデレーションや異議申し立てへの対応を実現しています。 ・ TikTok は、違法・有害情報相談センターの青少年案件情報提供スキームの協力事業者であり、TikTok の異議申し立てへの対応を含めて、当センターから直接通報を受け付けるチャンネルを構築しています。 ・ 違法・有害情報相談センター青少年案件情報提供スキーム https://ihaho.jp/aboutus/actions.html ・ 異議申し立て対応プロセスそのものに介入するものではありませんが、TikTok のポリシーや機能、安全性の強化等についてアドバイスいただく外部専門家の会議であるセーフティ・アドバイザリー・カウンスルや、10 の NPO 団体から成るセーフティパートナー・カウンスルを開催し、TikTok の異議申し立て対応	(4) (5) (6) (7) (8) 該当せず 【LinkedIn 関係】 (1) メンバーの問題を適時に解決するための十分なスタッフを配置しています。 (2) 該当なし (3) 該当なし (4) 該当なし (5) LinkedIn はメンバーに対して可能な限り迅速に対応することを心がけています。 (6) 上記のスクリーンショットをご参照ください。 (7) 該当なし (8) 該当なし	A 当社のルールを施行するために、機械学習と人間によるレビューの組み合わせを使用しています。当社のシステムは、重要な文脈を使用して潜在的なルール違反についての決定を下す人間のモデレーターにコンテンツを提示することができます。この作業は、24 時間体制で多言語に対応できる国際的なクロスファンクショナルチームによって主導されています。また、発生する可能性のある任意のエラーに対する苦情処理プロセスも持っています。日本語での苦情対応に従事している人数は公開しておりません。 Q 4.3(b) 日本語苦情等対応にＡＩその他の機械的手段を利用している場合は、当該手段の概要及び利用手順（どのようなケースで用いるのかなど） A 基本的には人による目視にて確認しています。 Q 4.3(c) 日本語苦情等対応にファクトチェック機関やマスメディア（新聞・放送）を関与させている場合は、当該機関等の名称及び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語苦情等対応へどのように反映させているのかなど） A 苦情を取り扱う際に、ファクトチェック機関やマスメディアを特別に

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
反映させているのかなど) (5) 日本語苦情等対応の開始から完了までの目標期間を定めている場合は、当該目標期間(「開始」及び「完了」)の定義を含む) (6) 日本語苦情等対応の結果を発信者(投稿者)に通知し、又は発信者(投稿者)の知り得る状態に置いている場合は、その方法、言語及び内容 (7) 日本語苦情等対応の結果に対する再審査制度を設けている場合は、その概要(日本語による再審査要求を受け付けているか否か、及び外部有識者や第三者機関を関与させている場合はその詳細を含む) (8) 特定の発信者(投稿者)(※)からの日本語による苦情・不服申立てを優先的に取り扱うこととしている場合は、当該発信者(投稿者)の類型及び具体的な優先的取扱いの内容 ※ 例えば、国会、裁判所、行政機関、地方公共団体、その他公的機関(独立行政法人等)、国際機関、専門機関、ファクトチェック機関など		ツは、シェアや閲覧数がゼロのコンテンツよりも優先的にレビューされます。 － 重大性： 実害に関連するコンテンツは、他のカテゴリーよりも優先されます。 － 違反の可能性： 弊社のポリシーに違反した他のコンテンツと類似したシグナルを持つコンテンツは、そのようなシグナルを持たないコンテンツよりも優先されます。 弊社は、プロアクティブな検出とコンテンツモデレーションに使用されている AI システムとモデルについて、何度も発表してきました。 以下のサイトでは、弊社がどのように AI を使用して誤情報を検出しているかをご紹介します。 https://about.fb.com/news/2021/12/metanew-ai-system-tackles-harmful-content/ https://about.fb.com/news/2021/12/metanew-ai-system-tackles-harmful-content/	を含むプラットフォームとして取り組むべきことについて、常に意見をいただいています。 ・ TikTok セーフティ・アドバイザー・カウンシル https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/advisory-councils/ ・ TikTok セーフティ・パートナー・カウンシル https://www.tiktok.com/safety/ja-jp/safetypartners/ (5) について ・ 苦情対応の開始から完了までの目標期間は公表しておりません。 (6) について ・ 削除への異議申し立てについて、受付したことの通知、異議の審査結果/理由の通知を、アプリ内で、日本語で実施しています。 (7) について ・ 異議申し立ては1回のみ可能であり、原則再審査の結果が最終の判断となります。そのため、モデレーション等の実施の通知画面等においては、どのコミュニティガイドラインに違反したのかを明示し、異議申し立ての機会を通じて、コミュニティガイドラインへの理解を深めていただけるよう、取り組んでいます。 (8) について ・ 異議申し立てにおいて、特定の発信者(投稿者)を優先的に扱うことはありません。		関与させてはおりません。 Q 4.3(d) 上記(c)以外の外部有識者・団体を日本語苦情等対応に関与させている場合は、当該外部有識者・団体の名称及び関与手順(どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語苦情等対応へどのように反映させているのかなど) A 特別な対応はしておりません。 Q 4.3(e) 日本語苦情等対応の開始から完了までの目標期間を定めている場合は、当該目標期間(「開始」及び「完了」)の定義を含む) A 可能な限り迅速に対応できるよう努めています。 Q 4.3(f) 日本語苦情等対応の結果を発信者(投稿者)に通知し、又は発信者(投稿者)の知り得る状態に置いている場合は、その方法、言語及び内容 A ポリシーおよび関連する報告に対応するオプションがあり、その中で日本語で送信者に通知をします。方法には、電子メール経由、または報告フローを持つ X アプリ内のユーザーに対しても含まれます。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					Q 4.3(g) 日本語苦情等対応の結果に対する再審査制度を設けている場合は、その概要（日本語による再審査要求を受け付けているか否か、及び外部有識者や第三者機関を関与させている場合はその詳細を含む） A 報告を受け取り、異議申し立てに対応するプロセスがございます。アカウントのロックまたは凍結に関する異議申し立て Q 4.3(h) 特定の発信者（投稿者）（※）からの日本語による苦情・不服申立てを優先的に取り扱うこととしている場合は、当該発信者（投稿者）の類型及び具体的な優先的取扱いの内容 ※ 例えば、国会、裁判所、行政機関、地方公共団体、その他公的機関（独立行政法人等）、国際機関、専門機関、ファクトチェック機関など A 送信者やアカウントの所有者が誰であるかに基づいて優先順位をつけることはありません。しかし、例えば政府や法執行機関によって送信された緊急の報告に優先的に対応するための専用のチャンネルとチームも持っています。
Q 4－4 Q 4－3で御回答頂いた内容を公開している場合は、その方法（※）を御教示下さい。 ※ オンライン上で公開している場			Q 4－2（3）でご紹介したもの以外には、特にありません。	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	執行機関／捜査機関向けガイドライン

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
合はURLを付記下さい。					
5 偽・誤情報の流通・拡散に対するモデレーション等の手続・体制について					
Q 5 - 1 対象偽・誤情報の流通・拡散について、それにより権利を侵害されている者及び発信者（投稿者）以外の第三者からの通報（以下「第三者通報」）を受け付ける窓口を設置している場合、当該窓口に関し、次の4点を御教示下さい。 （１）受け付けている通報手段（※） ※ 例えば、オンラインフォーム、書面、電子メール、電話など。なお、予め定められている申請フォーマットがある場合は、当該フォーマットを添付（又はURLを付記）下さい。 （２）通報できる主体に限定を設けている場合は、当該主体例：利用者登録済みユーザー、ログイン済みユーザー、国会、裁判所、行政機関、地方公共団体、国際機関、専門機関、ファクトチェック機関など （３）日本語による通報を受け付けているか否か] （４）窓口情報を日本語で公開している場合はその方法 （※）※ オンライン上で公開している場合はURLを付記下さい。	Google では問題のあるコンテンツを報告するためのツールやプロセスをユーザーに提供しています。以下は、Google のサービスに関するヘルプセンター等の案内を抜粋したものです。 [全体] Google がコンテンツを削除またはアクセスを制限する場合、2つの理由があります： 1. 法律に違反している場合 2. または、その製品やサービスの「ルール」に違反している場合 [1. について] ● 「Google 上のコンテンツを報告」 Google の製品ポリシーは世界中どこにいても適用されますが、現地の適用される法律に準拠するためのプロセスも用意されています。こちらのフォームから、Google の製品全体にわたって法的な削除依頼を行うことができます。 ● 「政府機関によるコンテンツ削除リクエスト」政府機関は、Google のオンラインフォームを利用して、国の法律に違反しているコンテンツの削除を要請することができます。 [2. について] [Google 検索] Google 検索インデックスは広くインターネット上にあるコンテンツをマッピングし、ユーザーは多様な理	弊社では、例えば、利用者や非利用者がポリシー違反や権利侵害と思われるコンテンツを報告できるよう、アプリ内または別の報告チャンネルを通じて、さまざまな報告ツールやチャンネルを提供しています。また、利用可能なすべての報告チャンネルと報告方法を利用者に知らせるヘルプ記事も用意しています。 https://www.facebook.com/help/1380418588640631/?helpref=hc_fnav https://help.instagram.com/192435014247952 コミュニティ基準等に違反する投稿を誤情報として通報することができます。 それぞれのポストの右肩にある「・・・」アイコンをクリックし、「投稿を報告」を選択してください。 日本語を含む、利用者が選択した言語で報告することができます。	（１）受け付けている通報手段 ・ アプリ内の動画を長押しする等の方法で、迅速に通報することができます。 ・ ウェブブラウザでTikTok を使用されている場合は、ウェブブラウザからも通報が可能です。 （２）通報できる主体に限定を設けている場合は、当該主体 ・ 通報できる主体に制限はありません。 （３）日本語による通報を受け付けているか否か ・ 日本語による通報も受け付けています。 （４）窓口情報を日本語で公開している場合はその方法 ・ こちらのウェブサイトで、日本語で、各種コンテンツの通報方法を公開しております。 ・ https://support.tiktok.com/ja/safety-hc/report-a-problem	【Microsoft 関係】 (1) (2) (3) (4) 該当せず 【LinkedIn 関係】 (1) LinkedIn のメンバーは、いかなるコンテンツについても、LinkedIn による審査を要求するために通報することができます。 違反の報告 LinkedIn のメンバーには、LinkedIn のプロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると思われるコンテンツを発見した場合に、LinkedIn で投稿の右上隅の3つの点（下図）をクリックすると表示される製品内報告メカニズムを使用して報告することを推奨しています。 誤情報は報告の選択肢の1つとして特に強調されています。 通常、報告されたコンテンツは訓練を受けたコンテンツ レビューアが審査しています。さらに、LinkedIn では、個人情報の開示、スパムや悪意のあるページ、違法な素材のコンテンツなどの潜在的な違反を、自動的に社内のコンテンツ モデレーション チームに通報しています。報告または通報されたコンテンツがブ	Q 5.1 (a) 受け付けている通報手段（※） ※ 例えば、オンラインフォーム、書面、電子メール、電話など。なお、予め定められている申請フォーマットがある場合は、当該フォーマットを添付（又はURLを付記）下さい。 A 私たちは、第三者による報告のための標準的なチャネルと手段を持っており、以下に例を挙げます。 ヘルプセンター https://help.twitter.com/ja/forms/landing_disclaimer 法的要請 https://legalrequests.twitter.com/forms/landing_disclaimer Q 5.1 (b) 通報できる主体に限定を設けている場合は、当該主体 例：利用者登録済みユーザー、ログイン済みユーザー、国会、裁判所、行政機関、地方公共団体、国際機関、専門機関、ファクトチェック機関など A 政府や法執行機関専用のフォームを用意しています。 https://legalrequests.twitter.com/forms/landing_disclaimer なお、ユーザーは、コミュニティノ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	由で Google 検索を利用するため、Google 検索の結果からのコンテンツ削除は、非常に限られた状況においてのみ行います。またコンテンツの安全性と責任に関する現実的な懸念事項と、検索エンジンによって情報アクセスの機会を提供する必要性とのバランスを取るため、Google 検索のコンテンツポリシーは慎重に策定されています。このコンテンツポリシーは公開されており、これには、児童への性的虐待の画像または児童搾取のコンテンツ、スパム、有効な法的要請、そのページを管理しているウェブマスターからのリクエストによるものが含まれます。コンテンツに関する報告や要請の方法については、各ポリシーからご確認ください。 [YouTube] YouTube ユーザーは、製品内の報告ツールを使って、不適切と思われるコンテンツを報告することができます。報告は匿名で行われるため、誰が動画を報告したかは他のユーザーに開示されません。報告されたコンテンツは、自動的に削除されるわけではなく、YouTube コミュニティガイドラインに準拠しているか、若年者にとって不適切でないかが審査されます。申請のプロセスに関する詳細はこちらのヘルプページに記載があります。 [その他] Google や Google 製品に対する新しい形態の脅威は常に出現しており、脅威分析グループ (Thread			ロフェッショナル コミュニティ ポリシーに違反していると判明した場合、そのコンテンツはプラットフォームから削除されます。 メンバーが上記の報告プロセスを使用し、最新情報を受け取ることを選択すると、報告したメンバーに対してその報告を受領したことがメールで連絡され、その後の決定事項に関する最新情報が提供されます。また、通常は、メンバーのコンテンツが LinkedIn から削除されると、そのメンバーに通知が届きます。メンバーは、LinkedIn の決定事項に対して異議申し立てを行う場合、LinkedIn が間違った決定を下していると考え理由を提示して再審査を求めることができます。この異議申し立てのプロセスを開始するには、メンバーが自身のアカウントにログインし、画面のメッセージに従って操作するか、コンテンツが削除されたことを知らせるメッセージが送られてきたときに返信します。 (2) LinkedIn ユーザー (3) ユーザーの LinkedIn で言語が日本語に設定されている場合は、日本語での苦情・不服申し立てを受け付けています。 (4) このプロセスは、すべての LinkedIn ユーザーが利用できます。	ートに参加することで、誤情報やデマ情報に情報を書き足すこともできます。日本にいる誰もがノートを閲覧し、評価し、貢献するために登録することができます。(詳細は Q. 19 にて) Q 5.1 (c) 日本語による通報を受け付けているか否か A 日本語で受け付けています。 Q 5.1 (d) 窓口情報を日本語で公開している場合はその方法 (※) ※ オンライン上で公開している場合は URL を付記下さい。 A 以下の情報をご参照ください。 https://help.twitter.com/ja/forms

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	Analysis Group/TAG および Trust & Safety チームをはじめとする当社の専門家チームが、監視、分析評価し、行動計画を立てています。こうしてポリシーの開発および施行を行うチームにインサイトとインテリジェンスを提供することで、悪質な行為を行う者たちを先回りして対策を講じることができます。 四半期ごとに発表される脅威分析グループ (Threat Analysis Group/TAG) 報告書では、Google のプラットフォーム上で停止した意図的な情報操作キャンペーンについても説明しています。				
Q 5 - 2 Q 5 - 1 の窓口を設置している場合、日本語による第三者通報を受け付けた後の対応（以下「日本語通報対応」）（※ 1）に関し、次の 8 点を御教示下さい（※ 2）。 ※ 1 通報内容の合理性や問題となったコンテンツの対象偽・誤情報該当性を調査・判断し、場合によってはモデレーション等を実施するなどの対応を指します。※ 2 通報主体や対象偽・誤情報の類型（Q 3 - 1（1）参照）毎に異なる場合は、当該主体別又は類型別に御教示下さい。 （1）日本語通報対応が可能な人員として常用している人数 （2）日本語通報対応に A I その他の機械的手段を利用している場合は、当該手段の概要及び利用手順（どのようなケースで用いるのかなど） （3）日本語通報対応にファクトチェック機関やマスメディア（新聞・	[全体] Google は、質の高いコンテンツを推奨し、報いると同時に、偽情報を含む潜在的に有害なコンテンツの削減・削除に全力を注いでおります。プラットフォームの安全性を優先することは、全従業員の責務です。また、YouTube を含む Google のプラットフォームの保護に専念する約 2 万人の従業員を擁しております。Google は常にこの問題を真摯に受け止め、今後もユーザー保護のために投資を続けてまいります。 同時に、日本語で寄せられた問題の審査・承認は、日本語話者だけで行われるのではなく、時差のある複数の地域に拠点を設け、それぞれの専門知識を持つさまざまな部署のメンバーが集まったグローバルチームとなって、24 時間 365 日体制で対応しています。コンテンツの審査・措置にあたっては、さまざまな分野の	利用者から報告されたコンテンツは、通常、弊社の技術チームと審査チームによって、コミュニティ基準違反がないかどうか審査されます。第三者ファクトチェックパートナーを導入している国では、利用者からの報告も、パートナーに審査のために送るコンテンツの種類を決定するためのシグナルとして受け取られます。審査チームには、日本語での審査が可能な担当員も含まれていますが、その人数は公表していません。	（1）について - 第三者通報に対応する人員の人数は随時変動しうることもあり公表しておりませんが、TikTok では、24 時間 365 日、日本語による第三者通報に対応できる体制を構築しています。 （2）について - 第三者通報への対応は、システムと人間の両方で行なっています。 （3）について - 第三者通報への対応で、ファクトチェックが必要な場合は、ファクトチェック機関と連携をしています。グローバルで 18 のファクトチェック機関と連携しており、日本では特に、LEAD Stories と連携しています。 （4）について - 日本固有の差別等の人権侵害に関する一般的な考え方について、法務省人権擁護局と意見交換を実施するなどしているほか、第三者通報が	【Microsoft 関係】 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) 該当せず 【LinkedIn 関係】 (1) 質問 4 - 3 の回答と同じ (2) 質問 4 - 3 の回答と同じ (3) 質問 4 - 3 の回答と同じ (4) 質問 4 - 3 の回答と同じ (5) 質問 4 - 3 の回答と同じ (6)	Q 5.2(a) 日本語通報対応が可能な人員として常用している人数 A 私たちは、日本語を含む複数の言語に対応できる、24 時間体制の国際的なクロスファンクショナルチームを持っています。また、発生する可能性のある任意のエラーに対する苦情処理プロセスも持っています。セキュリティおよびビジネス上の理由から、日本語での苦情を取り扱うために雇用されている人数は公開しておりません。 Q 5.2(b) 日本語通報対応に A I その他の機械的手段を利用している場合は、当該手段の概要及び利用手順（どのようなケースで用いるのかなど） A 私たちはルールの施行のため、機

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
放送) を関与させている場合は、当該機関等の名称及び関与手順 (どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語通報対応へどのように反映させているのかなど) (4) 上記(3) 以外の外部有識者・団体を日本語通報対応に関与させている場合は、当該外部有識者・団体の名称及び関与手順 (どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語通報対応へどのように反映させているのかなど) (5) 日本語通報対応の開始から完了までの目標期間を定めている場合は、当該目標期間(「開始」及び「完了」の定義を含む) (6) 日本語通報対応の結果を通報者に通知し、又は通報者の知り得る状態に置いている場合は、当該通報の方法、言語及び内容 (7) 日本語通報対応の有無・内容に関し、通報者からの不服申立てや問合せがあったときの専用窓口や処理手順を定めている場合は、その概要(日本語による不服申立て・問合せを受け付けているか否か、及び外部有識者や第三者機関に関与させている場合はその詳細を含む) (8) 特定の通報主体 (※) からの日本語による通報を優先的に取り扱うこととしている場合は、当該通報主体の類型及び具体的な優先的取扱いの内容 ※ 例えば、国会、裁判所、行政機関、地方公共団体、国際機関、専門機関、ファクトチェック機関など	専門知識が必要であり、国を超えて、担当者が知識や経験を持ち寄ることで、適切かつ必要な対応を行うことができます。また、こうした体制をとることで、違反報告に対して迅速に対応することができます。そのため、日本語で寄せられた問題のみに従事する担当者の正確な人数をお伝えすることはできません。 [YouTube] YouTube では、コンテンツ審査担当者と機械学習の組み合わせによりコミュニティガイドラインを実施していますが、YouTube のコミュニティもまた、不適切と思われるコンテンツの報告を行うという重要な役割を果たしています。 ユーザーは、YouTube のコミュニティガイドラインやその他のポリシーに違反していると思われるコンテンツを、YouTube のフラグ機能を使って報告することができます。 また、YouTube 優先報告者プログラムを導入し、世界中の特定の政府機関や非政府組織 (NGO) と協力してコミュニティガイドラインのポリシーに違反するコンテンツの報告を行っています。YouTube の公認報告者は、深い業界知識を各分野にわたって持つパートナーであり、YouTube のシステムを補完する重要な存在であると考えています。優先報告者プログラムに参加した政府機関や NGO は、YouTube のチームと直接連絡を取り、報告されたコンテンツの審査結果や、報告された動画の優先的な		法務省の人権擁護機関からの削除要請に関わるものであった場合、法務省人権擁護局と意見交換を実施し、第三者通報への対応を行うことがあります。これらにより、日本の文化や社会的背景を尊重・考慮したモデレーションや第三者通報への対応を実現しています。 - 第三者通報への対応プロセスそのものに介入するものではありませんが、TikTok のポリシーや機能、安全性の強化等についてアドバイスいただく外部専門家の会議であるセーフティ・アドバイザー・カウンスルや、10 の NPO 団体から成るセーフティパートナー・カウンスルを開催し、第三者通報への対応を含むプラットフォームとして取り組むべきことについて、常に意見をいただいています。 - TikTok セーフティ・アドバイザー・カウンスル https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/advisory-councils/ - TikTok セーフティパートナー・カウンスル https://www.tiktok.com/safety/ja-jp/safety-partners/ (5) について - 第三者通報対応の開始から完了までの目標期間は公表しておりません。 (6) について - 日本語による第三者通報について、日本語で対応結果の通知をしています。(ただしアカウントを所有しているユーザーのみに通知が可能です) (7) について	質問 4 - 3 の回答と同じ (7) 質問 4 - 3 の回答と同じ (8) 質問 4 - 3 の回答と同じ	機械学習と人のレビューを組み合わせています。私たちのシステムは人間のモデレーターに対して、重要な文脈をもとに潜在的なルール違反に関する判断を下すためのコンテンツを提示する能力を持っています。この取り組みは、24 時間体制で日本語も含め多言語に対応可能な国際的で機能横断的なチームが主導しています。また、発生しうるあらゆるエラーに対応するための苦情処理のプロセスも整えています。 Q 5.2(c) 日本語通報対応にファクトチェック機関やマスメディア (新聞・放送) を関与させている場合は、当該機関等の名称及び関与手順 (どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語通報対応へどのように反映させているのかなど) A ファクトチェック団体やマスメディアは、報告への対応には関与していません。 Q 5.2(d) 上記(c) 以外の外部有識者・団体を日本語通報対応に関与させている場合は、当該外部有識者・団体の名称及び関与手順 (どのようなケースで関与させており、その意見等を日本語通報対応へどのように反映させているのかなど) A そのような特別なプロセスは持っていません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	審査を表示します。また、YouTube コンテンツ領域に関する継続的なディスカッションとフィードバックにも参加します。		・ 第三者通報については不服申立てという形ではなく、改めて通報いただく形になります。その方法はこちらで公開しています。日本語での通報も受け付けています。 https://support.tiktok.com/ja/safety-hc/report-a-problem （8）について ・ 下記のような信頼できる第三者による通報を優先的に取り扱う仕組みを構築しています。 ・ 法務省の人権擁護機関 ・ 違法・有害情報相談センター ・ TikTok Community Partner Channel（専門的な知識と経験を持つ NPO からプラットフォーム上の潜在的な違反コンテンツを通報いただくチャネル）に参加している NPO		Q 5.2(e) 日本語通報対応の開始から完了までの目標期間を定めている場合は、当該目標期間（「開始」及び「完了」の定義を含む） A 報告される問題やトピックの複雑さによって異なります。 Q 5.2(f) 日本語通報対応の結果を通報者に通知し、又は通報者の知り得る状態に置いている場合は、当該通報の方法、言語及び内容 A 基本的に、ユーザーに対しメールで通知します。 Q 5.2(g) 日本語通報対応の有無・内容に関し、通報者からの不服申立てや問合せがあったときの専用窓口や処理手順を定めている場合は、その概要（日本語による不服申立て・問合せを受け付けているか否か、及び外部有識者や第三者機関を関与させている場合はその詳細を含む） A 政府機関や法執行機関は、自身のケースを X に報告し、エスカレートすることができます。また、私たちはユーザーのための異議申し立て手続きも用意しています。Help Center

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					Q 5.2(h) 特定の通報主体（※）からの日本語による通報を優先的に取り扱うこととしている場合は、当該通報主体の類型及び具体的な優先的取扱いの内容 ※ 例えば、国会、裁判所、行政機関、地方公共団体、国際機関、専門機関、ファクトチェック機関など A 日本の政府や法執行機関専用のフォームを用意しています。 https://legalrequests.twitter.com/forms/landing_disclaimer
Q 5-3 対象偽・誤情報の流通・拡散について、第三者通報を待たず自社で検知・対応（以下「検知・対応」）（※1）することがある場合、次の5点を御教示下さい（※2）。 ※1 検知内容の合理性やモデレーション等の必要性を調査・判断し、場合によってはモデレーション等を実施するなどの対応を含みます。 ※2 対象偽・誤情報の類型（Q 3-1（1）参照）ごとに異なる場合は当該類型別に御教示下さい。 （1）検知・対応に向けた調査を実施する頻度・ケース （2）検知・対応にAIその他の機械的手段を利用している場合は、当該手段の概要及び利用手順（どのようなケース・頻度で用いるのかなど） （3）検知・対応にファクトチェック機関やマスメディア（新聞・放送）を関与させている場合は、当該機関	Google では、テクノロジーを使用してプラットフォーム上にホストされている問題のあるコンテンツを検出しています。Google 製品上で削除されるコンテンツの大部分は、テクノロジーによって自動的に識別されます。 例えば YouTube では、前述の通り、毎分 500 時間もの動画が新たに投稿されています。そのため YouTube では、人間と機械学習を組み合わせ問題のあるコンテンツを大規模に検出しています。機械学習はパターンの検出に向いています。そのため、以前削除したコンテンツに似たコンテンツを視聴される前に見つけ出すことができます。また私たちは、ハッシュを使用して、違反していると判明したコンテンツのコピーが閲覧可能になる前に捕捉しています。そして、ポリシー違反の可能性が高いコンテンツ（スパムなど）を	誤情報の特定 弊社は、私たちが真実の裁定者であるべきではないし、誰か単独の者がそのような立場であるべきではない、と考えています。弊社がファクトチェック団体と協力している多くの国々では、Meta の技術により、さまざまなシグナルに基づいて、偽情報の可能性がある投稿を検知することができます。このシグナルには、投稿への反応状況や、コンテンツの拡散スピードが含まれます。またこの技術では、Facebook や Instagram のユーザーが、あるコンテンツを「フェイクニュース」として報告しているかどうか、不信感を伝える投稿にコメントしているかどうかも考慮します。ファクトチェッカーはまた、独自の裁量で審査すべきコンテンツを特定します。 https://transparency.fb.com/features/how-fact-checking-works/	（1）について ・TikTok では、24 時間 365 日、投稿されるすべての動画を対象に偽・誤情報の検知・対応を行っています。検知・対応は、主に投稿した瞬間と、一定の再生回数に達した段階で、行われています。 （2）について ・検知・対応は、システムと人間の両方で行っています。 （3）について ・TikTok では、グローバルで 18 のファクトチェック機関と連携しており、検知・対応において必要な場合は、随時ファクトチェック機関と連携して、審査を行なっています。日本では特に、LEAD Stories と連携しています。 （4）について ・検知・対応の対象となったコンテンツが、日本固有の差別等の人権侵	【Microsoft 関係】 （1） （2） （3） （4） （5） 該当せず 【LinkedIn 関係】 （1） 該当なし （2） 該当なし （3） 該当なし （4） 該当なし	Q 5.3(a) 検知・対応に向けた調査を実施する頻度・ケース A 報告された際に、X 上の投稿をレビューします。 同時に、X はプラットフォーム上の不正確性や操作を特定し、対処するために、人間のエージェントと自動検出の組み合わせを使用しています。これは、悪意ある行為者がプラットフォームを操作するコストを増加させ、それに伴う害を X が緩和することを目的としています。 Q 5.3(b) 検知・対応にAIその他の機械的手段を利用している場合は、当該手段の概要及び利用手順（どのようなケース・頻度で用いるのかなど）

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
等の名称及び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を検知・対応へどのように反映させているのかなど） （４）上記（３）以外の外部有識者・団体を検知・対応に関与させている場合は、当該外部有識者・団体の名称及び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を検知・対応へどのように反映させているのかなど） （５）検知してからモデレーション等を実施するまで（モデレーション等を実施しない場合は実施しない旨決定するまで）の目標期間を定めている場合は、当該目標期間	システムが自動的に削除し、残りは人間によるレビューを行うためにフラグを立てます。	さらに、コンテンツ配信ガイドラインでは、第三者ファクトチェック団体で虚偽と評価された投稿、境界線上の投稿、ポリシー違反の可能性のある投稿、低品質または扇情的な投稿、報告または非表示にされる可能性のあるコメントなど、配信が制限されるコンテンツに関するポリシーを詳しく説明しています。降格させるコンテンツの全リストは下記のとおりです。 https://transparency.fb.com/en-gb/features/approach-to-ranking/types-of-content-we-demote/	害に関わるものであった場合、法務省人権擁護局と意見交換を実施し、対応を行うことがあります。これにより、ルを開催し、TikTok の検知・対応を含むプラットフォームとして取り組むべきことについて、常に意見をいただいています。 ・ TikTok セーフティ・アドバイザリー・カOUNシル https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/advisory-councils/ ・ TikTok セーフティパートナー・カOUNシル https://www.tiktok.com/safety/ja-jp/safety-partners/ （５）について ・ 検知してからモデレーション等を実施するまでの目標期間は公表しておりません。もっとも、TikTok では、投稿されるすべての動画を対象に検知・対応を行っており、検知・対応の結果、24 時間以内に削除された動画の割合を透明性レポートにおいて、公表しています。 ・ 2023 年 7 月～9 月期において、日本で削除された動画の総数に占める、24 時間以内に削除された動画の割合は、76.8%です。		A 自動コンテンツモデレーション X は、プラットフォーム上で施行される X のルールとポリシーに違反するコンテンツを自動的に検出するために、ヒューリスティックと機械学習アルゴリズムの組み合わせを使用しています。 機械学習モデル 私たちは、自然言語処理モデル、画像処理モデル、その他の高度な機械学習手法の組み合わせを使用して、違反の可能性があるコンテンツを検出します。これらのモデルは複雑さと生成する出力において異なります。例えば、プラットフォーム上での虐待を検出するために使用されるモデルは、過去に検出された虐待違反に基づいて訓練されています。これらの機械学習モデルによってフラグが立てられたコンテンツは、アクションが取られる前に人間のコンテンツレビュアーによってレビューされるか、場合によってはモデルの出力に基づいて自動的に処理されます。 ヒューリスティックモデル ヒューリスティックは、プラットフォーム上で新しい形式の違反が出現した際に、X が迅速に反応できるようにするために一般的に利用されます。ヒューリスティックは、特定のカテゴリーの違反に典型的なテキストやキーワードの一般的なパターンです。ヒューリスティックによって

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					検出されたコンテンツも、コンテンツに対して行動が取られる前に人間のコンテンツレビュアーによってレビューされる場合があります。これらのヒューリスティックは、コンテンツを人間のエージェントによるレビューのためにフラグを立て、そのようなコンテンツがレビューされる順序を優先するために使用されます。 Q 5.3(c) 検知・対応にファクトチェック機関やマスメディア（新聞・放送）を関与させている場合は、当該機関等の名称及び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を検知・対応へどのように反映させているのかなど） A ファクトチェック団体やマスメディアは、アカウントにサインアップしてX上で発言することができます。 また、どの団体や個人もXのコミュニティノートにサインアップすることができます。 いずれにしましても、当該機関は検知・対応プロセスに関与していません。 Q 5.3(d) 上記(c)以外の外部有識者・団体を検知・対応に関与させている場合は、当該外部有識者・団体の名称及

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					び関与手順（どのようなケースで関与させており、その意見等を検知・対応へどのように反映させているのかなど）A 該当するものはございません。 Q 5.3(e) 検知してからモデレーション等を実施するまで（モデレーション等を実施しない場合は実施しない旨決定するまで）の目標期間を定めている場合は、当該目標期間 A 該当するものはございません。
Q 5－4 Q 5－2 及び 5－3 で御回答頂いた内容を公開している場合は、その方法（※）を御教示下さい。 ※ オンライン上で公開している場合はURLを付記下さい。			・ TikTok のモデレーションに対するアプローチ ・ https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/content-moderation/ ・ TikTok コミュニティガイドライン実施レポート（透明性レポート） ・ https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/community-guidelines-enforcement-2023-3/	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	該当するものはございません。
6 偽・誤情報の流通・拡散への対応状況について					
Q 6－1 2022 年中及び 2023 年中それぞれに関する（※1）次の 20 点）として把握している数字があれば、御教示下さい（※2）。 ※1 別の期間の数字のみ回答可能な場合は、期間を明示した上で当該数字を御教示下さい。 ※2 可能であれば、対象偽・誤情報の類型別（Q 3－1（1）参照）、モデレーション等の方法別（同（3）参照）の数字も併せて御教示下さい。	[YouTube の日本における数字] 2023 年 7 月から 9 月にかけて、日本国内の IP アドレスからアップロードされた合計 106,620 本の動画を YouTube のコミュニティガイドラインに違反したことにより、YouTube から削除しました。そのうちの 97%（103,531 本）は自動検出によってフラグが立てられました。これは、機械学習技術への投資の結果で	より効果的に進捗状況を把握し、Facebook と Instagram を安全で包括的なものにするための継続的な取り組みを実証するため、四半期ごとにコミュニティ規定執行レポートを発行しています。このレポートでは、ポリシーに違反するコンテンツの防止と対策について詳しく説明しています。 レポートには、11 の違反カテゴリ	（1）について ・ TikTok では、3 ヶ月に一度、コミュニティガイドライン実施レポート（透明性レポート）を公表し、モデレーション等の実施状況の透明性を確保しています。 ・ コミュニティガイドライン実施レポートにおいて、世界におけるコンテンツ削除数の上位 50 カ国について、各国の総削除数に占める、削除の根拠となったガイドライン項目	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 (1) 2024 年 1 月：0 件 (2) (3) (4) (5) (6) (7)	Q 6.1(a) 対象偽・誤情報（※）についてモデレーション等を実施した件数 ※ Q4.1 のとおり、対象偽・誤情報は「日本国内において流通するもの」に限りますが、対象偽・誤情報に関する数字を把握していない場合で、何らかの推計値や、対象偽・誤情報に関する数字を含むものと思われる別の数字を把握しているとき

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
また、可能であれば、(9)～(12)については通報主体別(Q5-1(2)参照)、(18)・(19)については発信者(投稿者)の類型別の数字も併せて御教示下さい。 (1) 対象偽・誤情報(※)についてモデレーション等を実施した件数 ※ Q4-1のとおり、対象偽・誤情報は「日本国内において流通するもの」に限りますが、対象偽・誤情報に関する数字を把握していない場合で、何らかの推計値や、対象偽・誤情報に関する数字を含むものと思われる別の数字を把握しているときは、どのような数字であるか明示頂いた上で当該数字を御回答下さい。以下同じ。 (2) 上記(1)のうち、AIその他の機械的手段のみによって検知・対応した件数 (3) 上記(1)のうち、AIその他の機械的手段と人間の手を組み合わせてモデレーション等を実施した(第三者通報への対応過程でAIその他の機械的手段を利用した場合を含む)件数 (4) 上記(2)(3)のうち、AIその他の機械的手段による判断結果に誤りがあることが事後的に判明した(上記(3)において人間の手によって補正された場合を含む)件数 (5) 上記(1)のうち、ファクトチェック機関の意見等を反映してモデレーション等を実施した件数 (6) 上記(1)のうち、マスメディアの意見等を反映してモデレーション等を実施した件数 (7) 上記(1)のうち、上記(5)(6)以外の外部有識者・団体の意	す。残りの内2,549本はユーザーによって、そして540本はYouTube優先報告者などによってフラグが立てられました。日本国内で削除された動画のうち、1,262本は、「スパム、欺瞞行為、詐欺に関するポリシー」に違反したために削除されました。そして、1,654本は「誤った情報に関するポリシー」に違反したために削除されました。また、日本国内で削除された動画の内93%(99,713本)は、削除された時点で再生回数が100回またはそれ以下でした。	ーに関する以下の指標が含まれています： - 表示頻度 - 対処されたコンテンツ - 事前対応率 - 再審査を請求されたコンテンツ - 修復されたコンテンツ これらの指標の詳細については、https://transparency.fb.com/reports/community-standards-enforcement/をご覧ください。	ごとの割合も、公表しています。 ・ この点、日本についてはガイドライン項目ごとの割合の公表を開始したのは、2023年7月～9月期からであり2023年中の数値はないこと、また2023年10月～12月の数値はまだ公表されていないことから、ここでは年中の数値に代えまして、2023年7月～9月期の数値を記載いたします。 ・ 2023年7月～9月期 ・ 日本で削除された動画の総数：1,111,969 ・ そのうち偽・誤情報を含む「誠実性と信頼性」のガイドラインによって削除された割合は、1.5%。 これを件数で表示すると1,111,969 × 1.5% = 約16,680件。 ・ なお、「誠実性と信頼性」のガイドラインのうち、偽・誤情報に限定した数値は現在のところ公表しておりません。 (2) について ・ 上記(1)のうち、機械的手段のみによって検知・対応した件数は、現時点では公表しておりません。 (3) について ・ 上記(1)のうち、機械的手段と人間の手を組み合わせてモデレーション等を実施した件数は、現時点では公表しておりません。 (4) について ・ (2)(3)でご回答いたしましたとおり、現時点では公表しておりません。 (5) について	(8) (9) 報告は製品内プロセスを通じて行われます。2024年1月は、日本のメンバーに関して、対象となる偽・誤情報に関する通知は行われていません。 (10) (11) LinkedInはメンバーに対して可能な限り迅速に対応するよう努めています。 (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) 該当なし	は、どのような数字であるか明示頂いた上で当該数字を御回答下さい。以下同じ。 A 2022 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：5,303 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：874,068 市民活動の阻害に関するポリシー：0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0 2023 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：4,829 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：4,451,797 市民活動の阻害に関するポリシー：0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0 ※複数のポリシーに違反するコンテンツを一つのポリシーで対応するケース等もあることから、上記データをそれぞれのポリシー違反に絞って抽出することはできません。 Q 6.1(b) 上記(a)のうち、AIその他の機械的手段のみによって検知・対応した件数 A 2022 誤解を招くアイデンティティや虚偽

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
見等を反映してモデレーション等を実施した件数 (8) 上記(5)～(7)のうち、ファクトチェック機関、マスメディアその他の外部有識者・団体の意見等に誤りがあることが事後的に判明した件数 (9) 対象偽・誤情報に関する日本語による(※)第三者通報の総数 ※ 日本語による第三者通報の件数を把握していない場合で、言語以外の基準により日本国内における同様の数字として把握している数字があるときは、当該基準を明示頂いた上で当該数字を御回答下さい(推計でもかまいません)。また、そのような数字も把握していない場合で、日本国内における数字を含むものと思われる別の数字を把握しているときは、どの範囲の数字であるか明示頂いた上で当該数字を御回答下さい。 以下同じ。 (10) 上記(9)の第三者通報を契機として対象偽・誤情報についてモデレーション等を実施した件数 (11) 上記(9)の第三者通報を受け付けてからモデレーション等を実施するまで(モデレーション等を実施しない場合は実施しない旨決定するまで)に要した期間の平均値 (12) 上記(9)のうち、モデレーション等の有無・内容に関し、通報者からの不服申立てや問合せがあった件数 (13) Q4-2の窓口へ対象偽・誤情報に関する発信者(投稿者)からの日本語による(※)苦情・不服申立て件数 ※ 日本語による苦情・不服申立て件			・ ファクトチェック機関の意見等を反映した件数については、公表しておりません。 (6) について ・ モデレーションにおいて、マスメディアの意見等は反映しておりません。 (7) について ・ ファクトチェック機関・マスメディアを除く、外部有識者・団体の意見等は、審査プロセスそのものでは反映するものではありません。 (8) について ・ (5)(6)(7)でご回答いたしましたとおり、公表・実施しておりません。 (9)～(12) について ・ TikTok ではシステム上、動画やコメントを長押しするだけでも(言語を使わずに)通報することができるため、第三者通報が日本語によるものであったかは特定しておりません。 (13)～(19) について ・ Q4-2の窓口へ対象偽・誤情報に関する発信者(投稿者)からの苦情・不服申し立てが日本語によるものであったか否かについては、特に分類しておりません。 (20) について ・ 外部紛争解決機関が関与する手続に発展した件数は公表しておりません。		のアイデンティティに関するポリシー：3 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：5,300 市民活動の阻害に関するポリシー：0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0 2023 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：900 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：2,973,405 市民活動の阻害に関するポリシー：0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0 ※複数のポリシーに違反するコンテンツを一つのポリシーで対応するケース等もあることから、上記データをそれぞれのポリシー違反に絞って抽出することはできません。 Q 6.1(c) 上記(a)のうち、AIその他の機械的手段と人間の手を組み合わせてモデレーション等を実施した(第三者通報への対応過程でAIその他の機械的手段を利用した場合を含む)件数 A ご用意できる情報がございません。 Q 6.1(d)

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
数を把握していない場合で、言語以外の基準により日本国内における同様の数字として把握している数字があるときは、当該基準を明示頂いた上で当該数字を御回答下さい（推計でもかまいません）。また、そのような数字も把握していない場合で、日本国内における数字を含むものと思われる別の数字を把握しているときは、どの範囲の数字であるか明示頂いた上で当該数字を御回答下さい。 以下同じ。 （14）Ｑ４－２の窓口以外を通じた対象偽・誤情報に関する発信者（投稿者）からの日本語による苦情・不服申立ての件数 （15）上記（13）（14）のうち、当該苦情・不服申立てに基づき、問題となったモデレーション等を撤回した件数 （16）上記（13）（14）の苦情・不服申立てを受け付けてから、問題となったモデレーション等を撤回するまで（撤回しない場合は撤回しない旨決定するまで）に要した期間の平均値 （17）上記（13）（14）のうち、Ｑ４－３（７）の再審査要求があった件数 （18）上記（13）（14）のうち、Ｑ４－３（８）の類型に該当する特定の発信者（投稿者）による苦情・不服申立ての件数 （19）上記（18）の苦情・不服申立てを受け付けてから、問題となったモデレーション等を撤回するまで（撤回しない場合は撤回しない旨決定するまで）に要した期間の平均値 （20）モデレーション等の有無・内					上記(b)(c)のうち、A I その他の機械的手段による判断結果に誤りがあることが事後的に判明した（上記(c)において人間の手によって補正された場合を含む）件数 A 2022 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー： 0 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー： 1,596 市民活動の阻害に関するポリシー： 0 合成または操作されたメディアに関するポリシー： 0 2023 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー： 31 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー： 17,226 市民活動の阻害に関するポリシー： 0 合成または操作されたメディアに関するポリシー： 0 ※複数のポリシーに違反するコンテンツを一つのポリシーで対応するケース等もあることから、上記データをそれぞれのポリシー違反に絞って抽出することはできません。 Q 6.1(e) 上記(a)のうち、ファクトチェック機関の意見等を反映してモデレーション等を実施した件数 A

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
容に関し、発信者（投稿者）、通報者との間で、訴訟・仲裁・調停など裁判所等の外部紛争解決機関が関与する手続に発展した件数					該当するものはございません。 Q 6.1 (f) 上記(a)のうち、マスメディアの意見等を反映してモデレーション等を実施した件数 A 該当するものはございません。 Q 6.1 (g) 上記(a)のうち、上記(e) (f)以外の外部有識者・団体の意見等を反映してモデレーション等を実施した件数 A 該当するものはございません。 Q 6.1 (h) 上記(e)～(g)のうち、ファクトチェック機関、マスメディアその他の外部有識者・団体の意見等に誤りがあることが事後的に判明した件数 A 該当するものはございません。 Q 6.1 (i) 対象偽・誤情報に関する日本語による（※）第三者通報の総数 ※ 日本語による第三者通報の件数を把握していない場合で、言語以外の基準により日本国内における同様の数字として把握している数字があるときは、当該基準を明示頂いた上で当該数字を御回答下さい（推計でもかまいません）。また、そのような数字も把握していない場合で、日本国内における数字を含むものと思

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					われる別の数字を把握しているときは、どの範囲の数字であるか明示頂いた上で当該数字を御回答下さい。以下同じ。 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(j) 上記(i)の第三者通報を契機として対象偽・誤情報についてモデレーション等を実施した件数 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(k) 上記(i)の第三者通報を受け付けてからモデレーション等を実施するまで(モデレーション等を実施しない場合は実施しない旨決定するまで)に要した期間の平均値 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(l) 上記(i)のうち、モデレーション等の有無・内容に関し、通報者からの不服申立てや問合せがあった件数 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(m)

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					Q4.2の窓口への対象偽・誤情報に関する発信者（投稿者）からの日本語による（※）苦情・不服申立て件数 ※ 日本語による苦情・不服申立て件数を把握していない場合で、言語以外の基準により日本国内における同様の数字として把握している数字があるときは、当該基準を明示頂いた上で当該数字を御回答下さい（推計でもかまいません）。また、そのような数字も把握していない場合で、日本国内における数字を含むものと思われる別の数字を把握しているときは、どの範囲の数字であるか明示頂いた上で当該数字を御回答下さい。以下同じ。 A 2022 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：1,609 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：281,410 市民活動の阻害に関するポリシー：0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0 2023 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：1,450 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：694,969 市民活動の阻害に関するポリシー：0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					※複数のポリシーに違反するコンテンツを一つのポリシーで対応するケース等もあることから、上記データをそれぞれのポリシー違反に絞って抽出することはできません。 Q 6.1 (n) Q4.2 の窓口以外を通じた対象偽・誤情報に関する発信者（投稿者）からの日本語による苦情・不服申立ての件数 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1 (o) 上記 (m) (n) のうち、当該苦情・不服申立てに基づき、問題となったモデレーション等を撤回した件数 A 2022 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー： 105 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー： 6,525 市民活動の阻害に関するポリシー： 0 合成または操作されたメディアに関するポリシー： 0 2022 誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー： 143 プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー： 37,519 市民活動の阻害に関するポリシー：

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					0 合成または操作されたメディアに関するポリシー：0 ※複数のポリシーに違反するコンテンツを一つのポリシーで対応するケース等もあることから、上記データをそれぞれのポリシー違反に絞って抽出することはできません。 Q 上記(m)(n)の苦情・不服申立てを受け付けてから、問題となったモデレーション等を撤回するまで（撤回しない場 6.1(p) 合は撤回しない旨決定するまで）に要した期間の平均値 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(q) 上記(m)(n)のうち、Q4.3(g)の再審査要求があった件数 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(r) 上記(m)(n)のうち、Q4.3(h)の類型に該当する特定の発信者（投稿者）による苦情・不服申立ての件数 A 該当するものはございません。 Q 6.1(s) 上記(r)の苦情・不服申立てを受け付けてから、問題となったモデレー

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					ション等を撤回するまで（撤回しない場合は撤回しない旨決定するまで）に要した期間の平均値 A 現時点でご提示できる情報はございません。 Q 6.1(t) モデレーション等の有無・内容に関し、発信者（投稿者）、通報者との間で、訴訟・仲裁・調停など裁判所等の外部紛争解決機関が関与する手続に発展した件数 A 現時点でご提示できる情報はございません。
Q 6-2 Q 6-1 で御回答頂いた数字について、いわゆる透明性レポート等の形で公開している場合は、その方法（※）と頻度（例えば、年1回など）を御教示下さい。 ※ オンライン上で公開している場合はURLを付記下さい。	Google は 2010 年に初めて透明性レポートを公開しました。Google は、ユーザーのデータに対する政府からの要請に関する情報を公開することで、政府によるユーザー情報へのアクセスの試みに光を当て、これらの要請の量に関する情報や私達がユーザーの情報を保護するための日々の取り組みに関して透明性を確保することを望んでいます。このレポートでは、国別の政府によるコンテンツの削除リクエストを含む、コンテンツ削除に関するデータを提供しています。また、透明性レポートでは、コンテンツ削除リクエストの理由を見ることができます。削除リクエストの理由のカテゴリーには、特に詐欺、なりすまし、プライバシーおよびセキュリティが含まれます。透明性レポートは日本語でご覧いただけます。更に、四半期ごとに発表される脅威分析グループ (Threat Analysis Group/TAG) 報告		・ TikTok では、3ヶ月に一度、コミュニティガイドライン実施レポート（透明性レポート）を公表し、モデレーション等の実施状況の透明性を確保しております。 ・ コミュニティガイドライン実施レポートにおいて、各国の総削除数に占める、削除の根拠となったガイドライン項目ごとの割合も、公表しています。 ・ https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/reports/	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 LinkedIn の透明性レポートは、年に 2 回、次の URL で公開しています： https://about.linkedin.com/transparency/community-report	該当する回答情報は公開しておりません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	書では、Google のプラットフォーム上で停止した意図的な情報操作キャンペーンについても説明しています。 [YouTube] YouTube は、四半期ごとに「コミュニティガイドラインの適用について」を公表しています。このレポートでは、動画やチャンネルの削除、ユーザーによる報告、再審査請求と動画の再公開、そしてポリシーに違反するコンテンツ視聴の割合 Violative View Rate (VVR) と呼ばれる指標についての公開データを提供しています。このレポートには、誤った情報に関するポリシーや、スパム、不正行為、詐欺行為を禁止するポリシーを含む、ポリシーカテゴリ別の全世界の動画削除数の内訳が記載されています。 また直近の取り組みとして、2023 年 8 月にプロダクトポリシーセンター（英語名：Transparency Center）を立ち上げました。プロダクトポリシーセンターでは、Google のポリシーに関する情報をより簡単に検索し、ポリシーの作成と実施方法、違反の報告、透明性レポートへの継続的なコミットメントを一箇所で確認することができます。 プロダクトポリシーセンターは世界 48 の市場と 35 の言語で利用可能で、アジア太平洋地域位では 13 の市場（オーストラリア・ニュージーランド・香港・インド・インドネシア・韓国・日本・フィリピン・シン				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ガポール・台湾・タイ・ベトナム・マレーシア)においてそれぞれの言語で閲覧可能です。				
7 令和6年能登半島地震関連の偽・誤情報の流通・拡散への対応状況について					
Q7-1 2024年1月1日に発生した令和6年能登半島地震に関連する偽・誤情報の流通・拡散に対する取組状況を御教示下さい。特に、現時点までにモデレーション等を実施した主なコンテンツとモデレーション等の方法別(Q3-1(3)参照)件数を御教示下さい。	[能登半島地震におけるYouTubeの対応について] YouTubeでは、前述の通り、日頃からプラットフォーム全体でコンテンツの確認と削除に従事しています。今回の地震においても、チームを編成し、視聴者に重大な危害を及ぼす可能性のある違反コンテンツがないか、見つければ可及的速やかに削除できるよう、24時間体制でモニタリングを実施しました。またYouTubeでは、ポリシーに違反するコンテンツを削除するだけでなく、信頼できる情報を見つけやすくする施策も行っています。そのうち、ニュースにおける取組み事例について以下の通り共有させていただきます。 ● 「信頼できるニュース提供元」の特定 ○ チャンネルの品質や、最近のニュースや関連事件の報道範囲など、さまざまなシグナルを使用 (YouTubeにおけるニュースのあり方)し、特定します。 ○ 特定される「信頼できるニュース提供元」はローカル局や地方新聞が運営するチャンネルも対象であり、今回の被災したエリアのローカル局なども含まれています。 ● トップページの「ニュース速報」セクションの表示 ○ ニュース速報に値する大きな出来事が発生した場合、ニュースをいち早く届け、信頼できる情報に容易	上記問4-3参照	・ 特に能登半島地震に関連した取組については、Q7-3をご覧ください。 ・ 偽・誤情報の流通・拡散に対する取組状況について、TikTokでは、能登半島地震に限らず、偽・誤情報を含むコンテンツは厳格に禁止され、厳しく規制されています。 ・ 誤情報への対抗策 TikTok ・ 誠実性と信頼性 TikTok ・ 偽・誤情報を含む可能性のあるコンテンツの審査は、偽・誤情報の審査に関してしっかりとトレーニングを受けた審査チームが担当しており、業界をリードするファクトチェッカーであるLead Storiesのサポートを受けながら、偽・誤情報を含むコンテンツの審査および規制を実施しています。 ・ 偽・誤情報に関連するコンテンツのラベルの付与などを含む、より詳細な取組状況については、Q3をご覧ください。 ・ モデレーション等により対応した件数は、1～3月の透明性レポートの公表をお待ちください	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 2024年1月中、令和6年能登半島地震に関連する偽・誤情報はプラットフォーム上では見つかりませんでした。	1月1日に発生した地震に関連する詳細な数字はありません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	にアクセスできるよう、「ニュース速報」セクションをトップページに表示します。そこには、「信頼できるニュース提供元」から投稿された関連動画が表示されます（ニュース速報 v） ○ 災害発生当日は、ほぼすべてのキー局がリアルタイムでのライブ配信を実施しました。 （「ニュース速報」セクション表示のイメージ図） ● 検索結果のトップニュースセクション ○ YouTube で特定のニュースについて検索すると、検索結果にトップニュースセクションが表示されることがあります。検索したのがその日のトップニュースである場合、トップニュースセクションに関連コンテンツが表示されます。トップニュースセクションは年齢に関係なく表示され、閉じることはできません。 ● 検索結果の続報ニュース情報パネル ○ 重要なニュース速報を検索すると、さまざまなニュース提供元から新着ニュースを紹介する情報パネルが表示されることがあります。情報パネルはニュースウェブサイトに直接リンクしているため、ニュースの全文記事に簡単にアクセスして読むことが可能になります。 また、YouTube の公式 Xでは、1月5日に能登地震に関する偽情報に関して、注意喚起を行いました。その際、YouTube が昨年4月に実施した、フェイクニュースに惑わされな				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	いための若年層向けの啓発動画キャンペーンを改めてご紹介しました。 本キャンペーンでは、若者に人気のある9名のYouTubeクリエイターの協力を得て、「フェイクニュースは身近に存在すること」「ファクトチェックが重要であること」そして、「安易な拡散が人に迷惑をかけてしまうリスクに繋がりがねないこと」この三つのメッセージを伝えるショート動画が作成されました。 YouTubeで配信された各クリエイターのこれらの動画は、合計で1500万回以上再生されています（2024年3月現在）。 YouTubeは、「情報に対するリテラシーを高める」ことも大切だと考えており、今後も真摯に取り組んで参ります。				
Q7-2 令和6年能登半島地震に関連するコンテンツのうち、その内容が誤りであるとするファクトチェック機関のファクトチェック記事が存在するコンテンツについて、Q7-1で御回答頂いた件数に含まれる場合は、当該件数を御教示下さい。			当該件数は把握しておりません。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 該当なし	現時点でご提示できる情報はございません。
Q7-3 令和6年能登半島地震に関連する偽・誤情報の流通・拡散への対応として、上記4及び5にて御回答頂いた頂いた回答と比べて体制を強化した場合は、強化した内容を御教示下さい。 ※ 例えば、対行政機関窓口の設置、モデレーション等を担当する人員の増強など。		私たちの危機管理プロトコルは、あらゆる緊急事態から継続的に更新され、改善されています。	- 令和6年能登半島地震のインシデントは高リスクとして扱われ、通常のモデレーションに加えて特別な対策が講じられました。 - 令和6年能登半島地震のインシデントでは、高リスクなインシデントを担当するチームが、偽・誤情報を含むコミュニティガイドライン違反のコンテンツの一斉確認を実施し、また危険なキーワード/ハッシュタグのモニタリングを実施しました。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 該当なし	地震に関連する状況について、積極的に監視しました。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
			審査員チームは、地震に関連するコンテンツを審査する際に特に偽・誤情報が含まれていないか注意を払うように指導され、審査の精度向上のためのガイドラインが共有されました。		
Q 7 - 4 令和6年能登半島地震に関連する偽・誤情報の流通・拡散への対応に関し、他の事業者、ファクトチェック機関その他のファクトチェック関連団体又は日本の行政機関（※）との間で情報共有等の連携を実施している場合は、その詳細を御教示下さい。 ※ 例えば、内閣府（防災担当）、警察庁など。			- 令和6年能登半島地震に関連する偽・誤情報への対応においても、ファクトチェック機関である LEAD Stories と連携しています。 - 災害時における正しい情報発信や、防災啓発の取り組みの一環として、ウェザーニュース等の公益性の高い団体と連携のもと、地震等の災害発生時における関連情報の発信（ライブストリーミング）、平時における防災教育等の啓発プロジェクト（動画による啓発活動）を継続的に実施しております。 - 理事を務める業界団体の SMAJ において他の事業者と連携して、SMAJ の X アカウントおよび HP において、実際の被害と異なる救助要請といった虚偽情報の拡散や、送金を促す詐欺行為について、注意喚起を発信しました。	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 該当なし	地震期間中、内閣府、総務省、警察庁、および多数の地方自治体など、さまざまな政府機関や代表者と連携しました。その際、人工地震説に関する誤情報やデマ情報に対処するコミュニティノートなど積極的に情報共有しました。
Q 7 - 5 地震その他の災害に関連する偽・誤情報の流通・拡散への対応に関し、今後（さらに）体制を強化する予定・余地があれば、強化する内容を御教示下さい。		弊社は、社会的な出来事や緊急事態に、必要に応じて即座に対応できる体制を整えています。例えば、選挙が行われるときには、XFN チームを結成し、選挙の整合性を保ちます。	（現状も実施していますが、今後も取り組みを続けていく事項として） - テクノロジー、ユーザーの報告、専門家やファクトチェックのパートナーからのトレンドレポートを通じて誤情報を検出しています。 - 選挙や自然災害など特定の高リスクイベントが発生する際には、地域の誤情報トレンドを積極的に監視し、迅速な対応ができるようにしています。 - 新たな誤情報が発見されると、プラットフォーム上で類似のコンテ	【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】 該当なし	今後は、この変化しつづける課題に対応するために NP0 や行政との連携し、それぞれの緊急コミュニケーションのサポートを検討しております。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
			ンツを積極的にチェックします。		
Q 7－6 地震その他の災害に関連する偽・誤情報の流通・拡散への対応に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。		自然災害のような緊急事態では、正確で権威のある情報を得ることが難しい場合があります。新型コロナウィルス感染症のパンデミックのように、情報は常に変化し、専門家や当局の見解が一致しないこともあります。このような理由から、弊社はこのような時に関係する公的機関や専門家と緊密に協力し、私たちの対応について情報提供するとともに、利用者に信頼できる正確な情報へのアクセスを提供しています。	特にありません。	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	私たちは、表現の自由を保護するとともに情報の正確性を確保するバランスを取る中で、重要な問題について ユーザー自身が判断を下すことが重要であると考えています。これが、X 上の人々がコンテンツを追加する集団 的なプロセスに貢献することを可能にするコミュニティノートというプロダクトの背後にある哲学です。これは、X 自 身のコンテンツモデレーション作業に加えて行われます。
8 レコメンドやモデレーション等に関する透明性・アカウントビリティ確保に向けた取組について					
Q 8－1 対象偽・誤情報を含む対象サービス上で表示される日本語のコンテンツについて、アルゴリズムを用いてモデレーション等の要否・内容を自動的に決定している場合、当該決定に当たって用いられる主なパラメータ及び当該決定の過程（当該パラメータが当該決定にどのように寄与しているのかなど）を御教示下さい。	[Google 検索] 前述の通り、私たちのシステムは、人々が最も信頼できるタイムリーな情報を見つけることができるように、権威のシグナルを識別し、重み付けするよう構築されています。検索では、当社のアルゴリズムが多くの変因やシグナルを考慮し、最も有用な結果を提供します。一般公開されているウェブサイト「検索の仕組み (How Search Works)」では、クエリに対して返される結果を決定するのに役立つ、以下の主な要因について説明しています： ● 意味- まずユーザーによるクエリーの背後にある意図を明らかにする必要があります。 トレンド入りしているキーワードで検索している場合、古いページよりも最新情報の方が有用である、とシステムは理解します。 ● 関連性- システムはキーワードを使って、コンテンツがユーザーのクエリーに関連性があるかどうかを評価します。	上記問 4-3 参照	1. モデレーションシステムについて ・ TikTok では、24 時間 365 日、すべての動画を審査しています。TikTok にアップロードされる動画は、まずコミュニティガイドラインに違反しているコンテンツを特定することを目的とした自動モデレーション技術により審査されます。 ・ このシステムは、すべてのコンテンツを対象とし、キーワード、画像、タイトル、記述、音声などのさまざまなシグナルを調査します。違反が特定されなかった場合は、プラットフォームに表示されます。違反の可能性が検出された場合、自動モデレーションシステムは追加審査のために当社の Trust and Safety チームに送信するか、コンテンツが TikTok のコミュニティガイドラインに違反しているという確証の度合いが高い場合には、自動的にコンテンツを削除します。ヌードや児童性的虐待などに関わる明白な違反がある場合などは、この自動削	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 前述のとおり、誤情報は削除されます。	自動コンテンツモデレーション X は、プラットフォーム上で施行される X のルールとポリシーに違反するコンテンツを自動的に検出するために、ヒューリスティックと機械学習アルゴリズムの組み合わせを使用しています。 機械学習モデル 私たちは、自然言語処理モデル、画像処理モデル、その他の高度な機械学習手法の組み合わせを使用して、違反の可能性のあるコンテンツを検出します。これらのモデルは複雑さと生成する出力において異なります。例えば、プラットフォーム上での虐待を検出するために使用されるモデルは、過去に検出された虐待違反に基づいて訓練されています。これらの機械学習モデルによってフラグが立てられたコンテンツは、アクションが取られる前に人間のコンテンツレビュアーによってレビューさ

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	● 品質-権威あるコンテンツか否かを判定するための鍵です。公開されている検索品質評価者ガイドライン (Search Quality Rater Guidelines) で、「質の高いページ」について詳細に定義しています。 ● 使いやすさ- コンテンツが携帯画面での表示に向いているか否かなど。 ● コンテキスト- ユーザーの位置等の情報は、地理的に関連性ある結果を表示するのを助けてくれます。 さらに、Google 検索のアルゴリズムが、高い関連性と品質の基準を満たしたものであることを確実にするため、ライブテスト、および世界各地の何千人もの訓練された外部の独立した検索品質評価者の両方を含む、厳格なプロセスを採用しています。評価者は、個々の特定ページやウェブサイトのランキングを決定するわけではありませんが、Google のランキングアルゴリズムが全般的にどのように機能すべきかについて情報提供する役目を果たしてくれます。 Search Quality Rater Guideline (検索品質評価者ガイドライン) に基づいて、評価者は、ユーザーにとって有害、グループにとって有害、誤解を招く、信頼できない、スパムである可能性があるページに対して最低評価を与えるよう指示されています。私たちは、有害な誤解を招きそうなページに最低の評価を与えるよう、評価者に指示しています。そ		除の対象となります。 - より効果的に違反コンテンツを大規模に削除すると同時に、誤って削除する件数を減らすことができるよう、常に自動モデレーションシステムの精度向上に向けた投資を行っています。 2. モデレーションシステムに用いられているテクノロジーの例 - 偽・誤情報に関するシステムそのものではありませんが、モデレーションに用いられているテクノロジーの例として、ヘイトおよび暴力的な過激主義の特定方法をご紹介します。 - TikTok ではコンピュータービジョンモデルを使用して、過激主義者およびヘイトグループとの関連が知られている視覚的シグナル、エンブレム、ロゴを検出し、該当するコンテンツを削除しています。 - また、キーワードリストや自然言語処理 (NLP) などのテキストベースのテクノロジーを使用して、過激主義やヘイトグループのイデオロギーを促進する言葉づかいを検出しています。これにより、憎悪表現 (絵文字の組み合わせにいたるまで) に含まれる用語に近い、または完全に一致するものを検出し、コメント、動画のキャプション、プロフィールの説明からこれらの用語を削除することができます。 - さらに、ヘイトまたは過激主義に関するポリシー違反を過去に検出した場合は、そのようなコンテンツの複製またはほぼ複製に近いコンテンツを認識できる重複排除およびハ		れるか、場合によってはモデルの出力に基づいて自動的に処理されます。 ヒューリスティックモデル ヒューリスティックは、プラットフォーム上で新しい形式の違反が出現した際に、X が迅速に反応できるようにするために一般的に利用されます。ヒューリスティックは、特定のカテゴリーの違反に典型的なテキストやキーワードの一般的なパターンです。ヒューリスティックによって検出されたコンテンツも、コンテンツに対して行動が取られる前に人間のコンテンツレビューアーによってレビューされる場合があります。これらのヒューリスティックは、コンテンツを人間のエージェントによるレビューのためにフラグを立て、そのようなコンテンツがレビューされる順序を優先するために使用されます。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	のようなページの例としては、単純かつ広く認められた事実によって容易に反論できる、明らかに不正確な有害情報、確立された専門家のコンセンサスと矛盾する有害情報、合理的な事実や証拠に基づかない、有害で根拠のない理論や主張が含まれたページがあります。 さらに、このガイドラインでは、「Your Money or Your Life」ページと呼ぶ、人の将来の幸福、健康、経済的安定、安全に影響を与える可能性のあるトピックを含むページについて、「非常に高いページ品質評価基準」を定めています。これには、ニュース、時事問題、公民、政府、法律、金融、ショッピング、健康と安全などの分野が含まれます。 ランキングに加え、検索機能（ナレッジパネル、オートコンプリート、ウェブ回答など）にもコンテンツポリシーが設定されています。このような機能については、不正行為、操作されたメディア、その他の違反コンテンツを禁止するポリシーが定められています。 [Google ニュース] (ウェブ上のニュースを整理する) Google は、テクノロジーを使って膨大な量のコンテンツを分類し、ユーザーにとって重要性、関連性、有用性が高いと考えられるニュースを提供します。Google の各サービスで公開されるニュースコンテンツの		ッシュテクノロジーを採用しています。		

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ランキングシステムには、Google 検索と同じウェブクロールとインデックス登録の技術が採用されています。これにより、キーワードやウェブサイトの新しさといった主要な要素に注目しながら、ウェブ上のニュースコンテンツを絶えず識別、分類しています。さらに、ニュースメディアがパブリッシャーセンターからコンテンツを直接 Google のシステムに追加することも可能です。 複数の提供元のコンテンツが同じニュースを扱っている場合、Google システムはそれらのコンテンツを1つにまとめます。同一のニュースを扱う複数のニュース提供元をまとめることで、ユーザーは重要なニュースの背景や多様な視点にアクセスできるようになります。 最新の問題や出来事、重要なトピックを扱うニュース提供元を表示するよう努めており、ニュース提供元に、透明性に関する要件などを定めたニュースポリシーに準拠していただけるよう、さまざまな手段を講じています。 (関連性の高い有用なコンテンツを表示する) Google は、ユーザーにとって特に有用な記事を届けるための主要な手段として、ニュースアルゴリズムを使用しています。このアルゴリズムは、コンテンツの関連性、注目度、鮮度、権威性、ユーザビリティ、ユーザーがクエリを行った場所、言語				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	といった要因をチェックします。また、一部の機能は、ユーザーの興味や関心を考慮して、表示される結果をカスタマイズします。こうした各要因はその他の条件と合わせて考慮されるものであり、記事を表示する唯一の理由にはなりません。ニュースにおけるアプローチの多くは、Google 検索で使用されるランキングシステムに基づいています。評価対象となる主な要因は以下のとおりです。 ● 関連性- 検索キーワードとの関連性は、Google 検索の「トップニュース」のように検索クエリベースで表示する記事を決定する主な要因です。ユーザーが探している情報が含まれていれば、そのコンテンツは関連性があります。情報の関連性を評価する最も基本的な要因は、検索クエリと同じキーワードが記事に含まれているかどうかですが、ニュースアルゴリズムは、さらに高度な機能も備えています。 ● 場所- ユーザーの位置情報も、結果の表示に影響します。たとえば、Google ニュースの[ローカル]セクションは、お住まいの地域に関連するコンテンツが見つかるように位置情報を利用しています。米国内で「football」を検索すると、Google はほとんどの場合、他のスポーツではなくアメリカンフットボールに関する結果を表示します。 ● 注目度- 注目度は、注目すべきニュースイベントを見分けるための一要素です。たとえば、Google の				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ニュースアルゴリズムは、ニュース提供元が特定のニュース記事を重点的に取り上げ、自社サイトの目立つ位置に掲載しているかや、その記事が他の提供元によって多数引用されているか、またニュース記事に重要な一次報道が含まれているかどうかを考慮します。 ● 権威性- 権威性は、きわめて信頼性の高い提供元からの質の高い情報を優先させるための基準です。Google のシステムは、検索評価者からのフィードバックに基づいて、各トピックに関して専門性、権威性、信頼性を備えたページを特定するための要因を識別できるように設計されています。たとえば、同様の検索クエリに関してその提供元が他のユーザーから評価されているかどうか、同じテーマを扱う他の著名なウェブサイトがそのコンテンツをリンクしているかどうかといった点が要因となります。 ● 鮮度- 鮮度は、コンテンツの公開日時と、そのコンテンツのテーマにおいて公開日時がどのくらいの重要性を持つかによって決定されます。ニュースが現在進行形である場合、Google ニュースのアルゴリズムは、最新の情報が掲載されている記事の方が古いものよりも有用である可能性が高いと判断します。 ● ユーザビリティ- ユーザビリティは、サイト上のコンテンツの見やすさを評価する基準です。たとえば、ブラウザの種類にかかわらずサイトが正しく表示されるか、パソコン、タブレット、スマートフォンなど、あらゆるタイプやサイズのデバ				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	イスに対応した設計となっているか、インターネットの接続速度が遅い環境でもページの読み込み時間は妥当かどうか、といった点が評価の対象になります。ペイウォールは、Google サービスで表示されるニュースのユーザビリティには影響しません。 ● 興味/関心- ユーザーの興味や関心は、Google ニュースの[おすすめ] タブや Discover などにおいて、表示するカスタムコンテンツを決定する際に利用されます。マイアクティビティの設定に応じて、ユーザー自身が設定した興味や関心と合致する記事や、Google サービス上で行った過去のアクティビティに基づくおすすめの記事が表示されます。 Google のシステムは、政治的信条やイデオロギー的な観点に基づいてコンテンツをランク付けすることはありません。また、ユーザーやランク付けするコンテンツの視点を推測することはありません。 Google のニュースアルゴリズムがランキングを決定する際、以下の要因は考慮されません。 ● 問題に対する視点- カスタム版のニュースにはユーザーの興味や関心に合わせた記事が表示されるようになっていますが、Google のシステムがニュースメディアやユーザーの政治的あるいはイデオロギー的傾向を評価することはありません。 ● 広告の売り上げや取引関係- Google は、パートナーとの取引関				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	係がニュースアルゴリズムの設計に影響することがないように対策を講じています。ニュース記事を掲載する仕組みに関して、広告主やパートナーが特別な待遇を受けることはありません。 ● センシティブな個人情報（性別、宗教、年齢、健康状態、人種など） [YouTube] 私たちは、YouTube の検索結果、レコメンデーション、情報パネルにおいて、信頼できる情報源からの高品質な情報の表示順位を上げ、ユーザーが正確で有益な情報を見つけられるようにしています。これは特に、信頼性の高い情報源に人々を繋ぐことに関連します。例えば、速報ニュースを調べたり、健康情報を検索するときに、YouTube は、公衆衛生当局、研究機関、報道機関などの情報源からの動画を少なくとも YouTube の検索結果の上位 10 位以内に表示することを目指しています。現在、数百万件の YouTube の検索クエリにこの処理が施されており、対象となるトピックや国は継続的に拡大しています。過去数年間、YouTube はランキング付けの際に信頼性を考慮するシステムや、質の高いコンテンツが YouTube で常に表示されるためのパートナーシップに多大な投資を行ってきました。 ポリシーに違反しないものの、それに近いコンテンツ（いわゆる「ボーダーラインコンテンツ」）は、YouTube で視聴されているコンテン				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ツのごく一部に過ぎません。 YouTube では、機械学習を用いて、潜在的に有害な誤情報を含むこの種のコンテンツが視聴者の目に触れる機会を減らしています。 どのコンテンツが、ボーダーラインコンテンツに該当するかを判断することは困難です。そのため、動画の品質について重要な情報提供を世界各地にいる外部評価者に依頼しています。外部評価者は、一般に公開されている詳細な評価ガイドラインに従ってトレーニングを受けています。また、健康情報に関わるコンテンツについては、医師などの資格を持った専門家に依頼しています。ボーダーラインコンテンツであると決定するには、評価者はコンテンツが不正確、誤解を招く、欺瞞的、無神経、不寛容、有害または害をもたらす可能性がある、などの要素について評価します。その結果を総合して、動画に有害な誤情報が含まれている可能性、またはボーダーラインである可能性をスコア化します。そして、そのコンテンツをチャンネル登録していないユーザーにおすすめすることを制限します。 一方で、信頼性について判断するために、評価者はいくつかの重要な点を確認します。コンテンツの裏付けは取れているか、目的を達成しているか、動画が目的を達成するにはどのような専門知識が必要か、動画に登場するスピーカーやそのチャンネルの評判はどうか、動画の主なトピックは何か（ニュース、スポーツ、				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	歴史、科学など)、コンテンツは主に風刺を意図しているのか、これらの点を確認した上で動画の信頼性を判断します。ニュースや情報コンテンツの場合、スコアが高い動画ほどより宣伝されることになります。				
Q 8 - 2 Q 8 - 1 で御回答頂いたパラメータを用いてモデレーション等の要否・内容を自動的に決定していることについて、既に公開している規約等の中で説明している場合は、当該規約等のタイトル及びURLを付記して、該当箇所を抜粋下さい。			・ TikTok のコンテンツモデレーションに関するアプローチ ・ https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/content-moderation/ ・ ヘイトおよび暴力的な過激主義への対抗策（モデレーションシステムに用いられているテクノロジーの例） ・ https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/combating-hate-violent-extremism/	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	現時点でご提示できる情報はございません。
Q 8 - 3 対象サービス上で表示される日本語のコンテンツ（広告を含みます）について、アルゴリズムを用いて表示先や表示順位等のレコメンドの要否・内容を自動的に決定している場合、当該決定に当たって用いられる主なパラメータ及び当該決定の過程（当該パラメータが当該決定にどのように寄与しているのかなど）を御教示下さい。		Facebook や Instagram で人々が目にするものすべてを決定する唯一の AI システムはありません。その代わり、多くの AI システムが別々に、場合によっては一緒に働いて、これらの体験を舞台裏でシームレスに動かしています。さらに深く掘り下げると、各 AI システムには、コンテンツを識別し、人がそのコンテンツに興味を持ったり、交流したりする可能性を予測する複数のモデルがあります。 Meta の透明性へのコミットメントの一環として、本日、私たちは、誰もが私たちの製品で特定の AI を搭載した経験を理解し、カスタマイズするために使用できる情報と実用的な洞察を含む 22 のシステムカードを共有します。	・ TikTok では、おすすめフィードは各ユーザーの好みを反映しています。このレコメンドシステムではユーザーが興味のあることから、興味のないことまでを調整しながら、これらを組み合わせた要素をもとに動画をランキング化し、個人に合わせたおすすめフィードを作るため動画をレコメンドしています。 ・ おすすめフィードに載る動画は多くの要因に基づいて決まります。以下は要因の一例です。 ・ ユーザーインタラクション：動画の「いいね」や「シェア」、アカウントのフォロー、コメント投稿、作成したコンテンツなど ・ 動画の情報：キャプション、サウンド、ハッシュタグなど ・ デバイスとアカウントの設定：言語や国の設定、デバイスの種類な	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 前述のとおり、誤情報は削除されます。	X は おすすめのタイムラインのアルゴリズム を開示しています。また、例えば こちら のように、今後も様々なアップデートをご提供します。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
		弊社のプラットフォームへの広告の掲載は、広告クライアントの利益のために、弊社のウェブサイト（以下の例）で説明されている、機械が運営する広告オークションシステムを通じて行われます。 https://ai.meta.com/blog/system-cards-a-new-resource-for-understanding-how-ai-systems-work/ https://ai.meta.com/blog/how-ai-powers-experiences-facebook-instagram-system-cards/ https://www.facebook.com/business/ads/ad-auction	ど。これらの要素は、システムのパフォーマンスを最適化するために含まれていますが、これらの要素からユーザーの嗜好は判別するのが難しいため、レコメンドシステム上では他の要素よりも重要度は低くなっています。 ・ TikTok のレコメンデーションシステムでは、動画をランキングするだけでなく、ランキングされた動画の類似性をチェックし、類似性が高い場合は、低いコンテンツと入れ替えることで、レコメンデーションの多様性を確保しています。これにより、フィルターバブルを防止しています。		
Q 8 - 4 Q 8 - 3 で御回答頂いたパラメータを用いてコンテンツの表示先や表示順位等のレコメンドの要否・内容を自動的に決定していることにつき、既に公開している規約等で説明している場合は、当該規約等のタイトル及びURLを付記し、該当箇所を抜粋下さい。		同上	・ TikTok のレコメンドシステムの概要 ・ https://www.tiktok.com/transparency/ja-jp/recommendation-system/ ・ TikTok が「おすすめ」に動画をレコメンドする仕組み ・ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/how-tiktokrecommends-videos	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	Twitter' s Recommendation Algorithm
Q 8 - 5 Q 8 - 1 及び 8 - 3 のアルゴリズムについて、透明性・アカウントビリティ確保に向けた取組の一環として、特定の第三者（※1）に対して特定の目的（※2）で開示している場合、当該第三者の名称又は類型その他の詳細（※3）を御教示下さい。		下記問 14-3 参照	・ TikTok では透明性・説明責任情報公開センター（TAC）を、シンガポールとロサンゼルスに開設しています。TAC は、物理的な施設であり、専門家の皆さまに現地に来場いただき、TikTok のアルゴリズムや、モデレーションに用いられているテクノロジーについて理解を深め	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	Twitter' s Recommendation Algorithm こちらを公開しており、研究者を含む誰でも私たちのブログや GitHub を通じて確認することができます。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
※ 1 例えば、秘密保持契約を締結した研究機関や研究者など。 ※ 2 例えば、透明性・アカウントビリティ確保状況に関する監視・研究目的など。 ※ 3 例えば、開示目的、開示に至った経緯など。			ていただいたり、モデレーションを実際に経験していただくことができます。また、秘密保持契約を締結した限られた研究者には、アルゴリズムのコードの一部公開も行なっています。 ・ 現在、研究者向けの API を米国・欧州で連携している一部の研究者の方のみに公開しております。それ以外の地域（日本含む）の研究者の方への公開は、まだ今後検討していく段階です。		
Q 8－6 Q 8－4 で既に関示しているか否かにかかわらず、Q 8－1 及び 8－3 のアルゴリズムについて、今後、特定の第三者に対して特定の目的で開示することの可否・継続性に関するお考えがあれば、お聞かせ下さい。		下記問 14-3 参照	Q 8－5 をご参照ください。	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	X は今後も、この分野における革新的な取り組みについて情報を共有します。
9 広告エコシステムの透明性・アカウントビリティ確保に向けた取組について					
Q 9－1 対象サービスのうち、広告収入を主たる運営基盤としているものについて、日本に関するコンテンツの発信者（投稿者）へ広告収入の分配を行っている場合、分配の基準を御教示下さい。特に、コンテンツのPV数やいいね、リポスト等の拡散行為の対象となった数という定量的な基準以外の定性的な基準（※）や、災害発生時を含む有事において適用される特別な基準が存在する場合は、当該定性的な基準や特別な基準を具体的に御教示下さい。 ※ 例えば、コンテンツに偽・誤情報が含まれる場合には基準となるPV数等から除外する、そのようなコンテンツには広告を掲載しないなど。	[YouTube] YouTube のすべてのチャンネルは、コミュニティガイドラインを遵守する必要がありますが、クリエイターの YouTube パートナープログラムを通じた収益化に対しては、さらに高いハードルを設定しています。収益化するには、Google の 広告掲載に適したコンテンツのガイドライン を含む YouTube のチャンネル収益化ポリシー を遵守する必要があります。例えば、 医療誤報に関する同ガイドライン は、反ワクチン接種のような、通常の医療プロトコルとして受け入れられていることに反する主張を広めるコンテンツを禁止しています。YouTube のチャンネル収益化ポリシーに違反した場合、収益化が停止または完全に無効になる可能性が	現在、クリエイターの活動にインセンティブを与えるためのマネタイズプログラムをテスト中です。 なお、このプログラムは、弊社からの招待があった場合のみ利用可能です。	・ TikTok では他のプラットフォームと異なり、投稿される個々の動画と、広告として投稿される動画は、直接には紐ついていません。システムの仕組み上、ある投稿者の動画の再生中に、広告動画が差し込まれて再生されることもあります。（地域により、広告主が TikTok 上の上位 4% の動画の次に自社製広告動画を再生させることができるサービスは展開されています） ・ このようなシステムの特徴から、より良いコンテンツの投稿を促したりクリエイターを支援する方法としては、現時点では「Creator Rewards Program」などのプロジェクト型のクリエイター支援の形をとっています。	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 LinkedIn では、他のいくつかのプラットフォームと異なり、メンバーによるコンテンツの収益化や広告の掲載を許可していません。また、広告収益共有プログラムも提供していません。したがって、LinkedIn で誤情報を公開しているメンバーは、その誤情報を収益化することはできません。また LinkedIn を通じて広告収入を得ることもできません。 LinkedIn では広告収益共有プログラムを提供しておらず、第三者が LinkedIn に投稿するコンテンツに広告を掲載して収益化することを許	X の広告レベニューシェアについては、 Ads Revenue Sharing 、また Ads Revenue Sharing Terms をご参照ください。 広告レベニューシェアでは、X 上で投稿したコンテンツへの返信に表示される広告の認証済みユーザーのオーガニックインプレッションから収益を共有できます。これは、人々が X を通じて直接生計を立てる手助けをするための取り組みの一環です。 資格を得る方法 クリエイター広告収益共有の対象となるには、以下の条件を満たす必要があります： ・ X プレミアムまたは認証組織に加入していること。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	あります。		「Creator Rewards Program」に参加するには、18 歳以上であること、コミュニティガイドラインを遵守したコンテンツであることが必要です。その上で、当プログラムにおいては主に以下の 4 つの指標に焦点を当て、報酬が支払われます。 - 動画のオリジナリティ：クリエイター自身が制作したオリジナル動画コンテンツであること。クリエイター独自の視点や創造的な思考プロセスを表現しているものを指します。 - 再生時間：再生時間には動画の視聴時間と視聴完了率の両方が含まれます。 - 視聴者のエンゲージメント：いいね、コメント、シェア等が含まれます。 - 検索価値：人気の検索ワードに基づいてコンテンツに割り当てられる指標です。	可していません。	- 過去 3 ヶ月間の投稿の累計で少なくとも 500 万のオーガニックインプレッションを有していること。 - 少なくとも 500 人のフォロワーを有していること。 また、コミュニティノートがついた投稿は、レベニューシェアの対象外となります。 Blog comment on Ads Revenue Sharing
Q 9 - 2 Q 9 - 1 で御回答頂いた内容を公開したり、普及啓発に向けた取組を実施したりしている場合は、その方法・内容（※）を御教示下さい。 ※ オンライン上で公開・普及啓発等している場合は URL を付記下さい。		以下のリンクをご覧ください。 https://about.fb.com/ja/news/2023/11/giving-more-creators-around-the-world-ways-to-earn-money/	Creator Rewards Program https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001002.000030435.html	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	以下のように X は情報を公開しております。 Ads Revenue Sharing Ads Revenue Sharing Terms Blog comment on Ads Revenue Sharing
10 AI・ディープフェイク技術への対応状況について					
Q 10 - 1 上記 4 で御回答頂いたもののほか、対象サービスに関連して AI システムを開発し、又は対象サービスに AI システムを組み込んで第三者に提供し、若しくは自ら利用している事例がある場合は、その概要を御教示下さい。	Google は長年にわたって、Google 検索や Google の全製品を向上させる唯一最良の方法として AI に多大な投資を行ってきました。私たちはその進歩に感銘を受けており、その一例が生成 AI による検索体験（SGE）ですが、これは Search	弊社は、他の企業が恩恵を受けることができるさまざまなオープンソースツールを開発しています。例えば他の企業が自社のプラットフォーム上でテロリストのコンテンツをよりよく検出し、拡散を阻止できるよう、弊社は無料のオープンソースソフトウェアツール、Hasher-	テキストを入力すると自動で動画の背景を作れる AI グリーンスクリーンなど多様なエフェクト機能や、聴覚障害のある方でも動画の音声を楽しんでいただける、自動で動画の音声を認識して字幕をつける機能のように、AI を活用した多様なサービスを提供しています。	【Microsoft 関係】 Copilot in Bing: Our approach to Responsible AI - Microsoft Support マイクロソフトは 2023 年 2 月、AI で強化された Web 検索エクスペリエンスである新しい Bing をリリ	現時点でご提供できる情報はございませんが、今後アップデートの際は共有させていただきます。なお、A 10.4 もご参照ください。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	Labs で試すことができます。 AI は、近年急成長を遂げている 2 つの事業、Google Cloud と Google Workspace サービスで中心的な役割を果たしており、購入者が 1 億人を超えようとしている人気の定期購入サービス Google One でも同様です。 12 月、私たちは Gemini 時代の幕開けとともに、AI をすべての人にとってより役立つものにするための重要な一歩を踏み出し、テキスト、画像、音声、動画における幅広いベンチマークで最高水準を達成しました。Gemini は、単なるモデル以上のものへと進化しており、数十億人の人々が日々使用する製品から、開発者や企業のイノベーションを支援する API やプラットフォームに至るまで、エコシステム全体をサポートします。 高性能かつ最大のモデルである Ultra 1.0 は、数学、物理学、歴史、法律、医学、倫理など 57 の科目の組み合わせで知識と問題解決能力をテストする MMLU (Measuring Massive Multitask Language Understanding : 大規模マルチタスク言語理解) で、人間の専門家を上回るパフォーマンスを達成した最初のモデルです。 Gemini Advanced Google の生成 AI チャットボット Gemini (旧名 : Bard) は、日本語を	Matcher-Actioner (HMA)を公開しました。HMA は、画像や動画のコピーを特定し、それらに対して一斉にアクションを起こします。HMA は、弊社が以前から提供しているオープンソースの画像・動画マッチングソフトウェアをベースにしており、あらゆるタイプの違反コンテンツに使用することができます。 https://about.fb.com/news/2022/12/meta-launches-new-content-moderation-tool/ オープンソースの大規模言語モデルイニシアティブの一環として、弊社は研究および商業利用のための安全で責任ある AI 開発のための Purple Llama を導入しました。このプロジェクトは、開発者が責任を持って AI モデルを構築できるよう、オープンな信頼性と安全性のツールと評価を特徴としています。まず Purple Llama には、サイバーセキュリティと入出力セーフガードのためのツールと評価が含まれています。 https://about.fb.com/news/2023/12/purple-llama-safe-responsible-ai-development/		ースしました。新しい Bing は、Web の検索結果を要約し、チャットエクスペリエンスを提供することで、ユーザーを支援します。ユーザーは詩やジョーク、物語といったクリエイティブなコンテンツを生成したり、Bing Image Creator で画像を生成したりできます。AI で強化された新しい Bing は、マイクロソフトと OpenAI 社のさまざまな先進テクノロジーを活用しています。これらテクノロジーには、最先端の大規模言語モデル (LLM) である GPT-4 、自然言語記述からデジタル画像を生成するディープ ラーニング モデルの DALL-E など (共に OpenAI 社の技術) が含まれます。マイクロソフトは、両モデルが一般公開される前の数か月間で、この最先端の AI テクノロジーと新しい Bing の Web 検索機能を連携させるための一連のカスタマイズされた機能とテクノロジーを開発しました。2023 年 11 月、マイクロソフトは新しい Bing の名称を Copilot in Bing に変更しました。 マイクロソフトは、責任ある AI へのコミットメントに真摯に取り組んでいます。Copilot in Bing のエクスペリエンスは、マイクロソフトの AI の原則とマイクロソフトの責任ある AI の基準に従って開発されました。開発には、マイクロソフトの責任ある AI オフィス、エンジニアリング チーム、Microsoft Research、Aether をはじめとする全社の責任ある AI のエキスパートたちが協力しました。マイクロソフトの責任ある AI の詳細について	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	含む 40 以上の言語に対応しておりウェブ上で利用できます。 昨年の公開以来、世界中の人々が、面接の準備やコードのデバッグ、新しいビジネスアイデアのブレインストーミングなど、生産性を高める新しい方法で AI とコラボレーションするために Gemini (旧 Bard) を活用しています。 Gemini モデルは、Google Workspace や Google Cloud などの人々や企業が毎日使う製品にも導入される予定です。 ● Workspace: 2 月 21 日、Google Workspace は Gemini for Google Workspace と名称を変更し、Google の最も有能な AI モデルにアクセスできるようになりました。このアップデートの一環として、Gemini は、何百万人ものお客様が毎日使用している Workspace アプリに組み込まれます。Gemini for Workspace は、消費者向けやチーム向け等、あらゆる規模の組織向けに提供され、例えば誕生日パーティーの企画からマーケティングキャンペーンの立案、新規事業のビジネスプランの作成などの作業を支援します。Gemini for Workspace には、大企業向けのデータ保護を備えた、Gemini とチャットするための新しいスタンドアロンエクスペリエンスも含まれます。 ● Google Cloud: Google Cloud の顧客に対しては、Duet AI も今後数週間で Gemini となります。Gemini は、企業が生産性を向上させ、開発			は、こちらをご参照ください。 Copilot in Bing では、情報を求めているユーザーに対応する際、Web 検索結果に根拠を置いています (質問 1 の回答をご参照ください)。つまり、ユーザーのクエリやプロンプトに対して応答を提供するときは、Web 上の上位のコンテンツを中心とします。そして、ユーザーが詳細を知ることができるように Web サイトへのリンクも提供します。Bing は、関連性、品質および信頼性、鮮度といった特徴に強い重み付けをして Web 検索コンテンツをランク付けしています。Copilot in Bing からの応答は、出力文がクエリまたはプロンプトによる Web 検索結果や、Bing のファクトチェック済み情報のナレッジ ベース、あるいはチャットの最近の会話履歴 (チャット エクスペリエンスの場合) といった入力ソースに含まれる情報で裏付けられていることにより、根拠のある応答と見なされます。根拠のない応答とは、出力文がそのような入力ソースに根拠付けられていない応答のことです。 【LinkedIn 関係】 LinkedIn が現在ユーザーに提供している AI 機能のほとんどは、Microsoft が運用する Azure AI サービスを通じて OpenAI GPT モデルを利用しています。たとえば、LinkedIn では AI を活用したテイクアウェイとアドバイスを提供しています。これは、Azure AI サービスによる生成 AI を使用してメンバーにパーソナライズされたアドバイ	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	者がより速くコードを書き、組織がサイバー攻撃から身を守るのを支援し、そのメリットは多岐にわたります。 [Youtube] Dream Track – YouTube ショートの試験運用版の楽曲生成ツールです。協賛アーティストの音声をもとにして、クリエイター独自の 30 秒間のサウンドトラックを作成できます。現在、この機能は米国の一部のクリエイターのみを対象に、特定のモバイルデバイス限定で提供されています。世界中のユーザーが、このサウンドトラックをそのままミックスして自分のショート動画に取り込むことができます。 Dream Screen – YouTube Short の画像や動画の背景を生成する AI ツール AI Insights – クリエイターのインスピレーションを掻き立て、彼らが次の動画の内容を決めるのに役立つツール			スと洞察を提供し、情報を入力し、スキルを伸ばし、適切な仕事をより簡単かつ効率的に獲得できるようにする一連の機能です。もう 1 つの例として、LinkedIn Learning サービスに AI を活用したコーチング機能があります。これは、チャットボットであり、Azure AI サービスによる生成 AI を使用して、LinkedIn Learning のコンテンツ ライブラリの中を案内し、リーダーシップやマネジメントなどの重要なスキルを身に付けることを支援するものです。 また、LinkedIn では InBart という GAI モデルを開発しており、LinkedIn 上のリクルーターが求職者候補への InMail メッセージを書くのに役立っています。	
Q 1 0 – 2 Q 1 0 – 1 で御回答頂いた A I システムの開発・提供・利用に関し、総務省及び経済産業省が策定・公表した「A I 事業者ガイドライン案」(※ 1) において、「生成 A I によって、内容が真実・公平であるかのように装った情報を誰でも作ることができるようになり、A I が生成した偽情報・誤情報・偏向情報が社会を不安定化・混乱させるリスクが高まっていることを認識した上で、必要な対策を講じる」ことが求められていることを受けて、何らかの対策(※ 2) を講じている場合は、その概要を御	私たちは、これらの新しい生成 AI モデルを開発する上で、より大きな規模で品質と安全性の高い基準を満たすよう取り組んでいます。私たちは、ヘイトスピーチ、誤った情報、嫌がらせなどの分野でシステムの訓練に役立つポリシーを定めています。また、専門家やテスターからの外部のフィードバックと社内のテストを組み合わせて、これらの新製品を安全で有用なものにし、この分野での私たちの能力を継続的に向上させています。	弊社は、国際的なレベルで AI に関する調和されたルールを支持し、その実現に向けた取り組みを支援しています。例えば、弊社は G7 の広島プロセスを注意深く監視し、安全・安心と産業界との協力を促進することを目的とした原則に基づくアプローチを支持しました。 一方、世界中で多くのイニシアチブが進行中であるため、要件が矛盾し、負担が重くなり、あるいは遵守が不可能になるような断片的な状況を生み出す危険性があります。	・ TikTok は AI の透明性と責任あるイノベーションのためのフレームワークである「Partnership on AI」の Responsible Practices for Synthetic Media のローンチパートナーです。TikTok では、業界のベストプラクティスとなるこの新しい規範に沿って行動することを宣言しており、各システムの開発段階から、透明性と責任ある AI の観点で行動しています。 ・ 例えば AI グリーンスクリーンにおいては暴力的あるいは性的な映像は生成できないように設計するなど、開発段階から安全性の観点を取	【Microsoft 関係】 マイクロソフトは 悪意ある人物が Bing の生成 AI エクスペリエンスを使用して虚偽の情報を作り出すリスクを最小限に抑えるための保護策を講じています。こうした取り組みとしては、分類 (C l a s s i f i e r s) やメタプロントの使用、来歴ツール、報告機能の強化、堅牢な運用とインシデント対応などがあります。また、Bing の生成 AI 機能は、不正な情報や虚偽の情報、または誤解を招く情報を作成または共有するためにこれらのサービスを使用することを禁止しています。	X の利用規約とルールを通じ、ポリシー運用を行なっています。 なお、現在私たちはユーザーが AI を使用してビデオ、画像、および音声を作成する機能は提供しておりません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
教示下さい。 ※1 AI 戦略会議第7回(2023年12月21日)資料1-3 https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_senryaku/7kai/13gaidorain.pdf ※2 例えば、生成AIが事実と異なることをもっともらしく回答する(ハルシネーション)リスクへの対策としての開発上の工夫、AIシステム提供時におけるハルシネーションリスクに関する透明性・アカウントビリティ確保の取組(ユーザーへの情報開示等)、AIの学習過程を含む開発メンバーや提供先・利用者のリテラシー向上に向けた取組など。	AI 製品を新たに開発する際、私たちは製品のライフサイクル全体で責任と向き合っています。 ● <u>公開前の安全対策</u> : AI 原則に基づいて製品に最初から安全性を組み込み、製品が危害をもたらすことがないよう厳正なテストを実施しています。 ● <u>公開後の安全対策</u> : 新しいサービスや製品を公開する際には、ユーザーのフィードバックを参考にしながら慎重かつ段階的なアプローチを取って不正使用を防いでいます。 ● <u>エコシステムの安全対策</u> : ツールや知識を共有し、ユーザーを教育し、開発者が責任を持って構築できるよう支援します。	総務省と経済産業省がAI ビジネスガイドラインを策定する際には、世界の動向と調和させ、AI の恩恵が世界に裨益するようデジタル経済の一体性を損なうことのないようすることに肝要です。	り入れています。 ・ TikTok は 2024 年 2 月にミュンヘン安全保障会議で発表された AI 選挙協定に合意しています。この合意には、リスクを軽減する技術を開発・導入し、プラットフォーム上でのコンテンツ配信を検知し、またこのような取り組みについて公衆への透明性を高めることなどが含まれています。	生成 AI モデルが生み出すコンテンツの品質が向上しているため、AI が生成したコンテンツの出所に関する透明性を高める必要性が高まっています。現在、Azure OpenAI サービスが提供するすべての AI 生成画像には、改ざんを防止するためにコンテンツの出所と来歴を開示するコンテンツ クレデンシャルが含まれています。コンテンツ クレデンシャルは、Joint Development Foundation のプロジェクトである Coalition for Content Provenance and Authenticity (C2PA) のオープン技術仕様に基づいています。 ディープフェイクに対する、決め手となるような解決策は存在しません。最も有効なアプローチは、従来の徹底的なセキュリティ計画を実行することです。具体的には、ディープフェイクの脅威の大部分を軽減することが期待される4つの軽減策があります。 ・生成 AI コンテンツのウォーターマーク - マイクロソフトが Bing Image Creator で行っているように、生成 AI 画像の作成者を明らかにし、生成 AI により作成されたコンテンツであることを明示することが極めて重要です。 ・来歴 - C2PA 基準またはマイクロソフトの新しい“サービスとしてのコンテンツ クレデンシャル”製品を通じて提供される来歴により、個人または組織は、どのコンテンツが自らの出所から提供されているのかを主張できます。 ・検知 - 画像や動画が AI によって	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				作成または操作されているかどうかを判断することには大きな価値があります。どちらのテクノロジーも進化し続けるため、検知機能を最終的なソリューションと見なすべきではありませんが、多くの状況において有益なツールです。 ・リテラシー - 消費者に対する啓発は、AI によるメディアの操作に惑わされないようにするために不可欠なことです。人々がコンテンツ クレデンシャルおよびメディアの明確なラベル付けを要求し、これらに対応していないメディアに疑問を呈することが、より強靱な、そうした策略に負けない社会の実現につながります。 【LinkedIn 関係】 LinkedIn では Azure AI サービスが展開する安全対策を導入しています。また、LinkedIn のすべての AI 製品およびサービスについて「責任ある AI の原則」に取り組んでいます。詳細については https://www.linkedin.com/blog/member/trust-and-safety/responsible-ai-principles をご確認ください。違法なコンテンツや有害なコンテンツへの対応の問題に特化した「Embrace Accountability」（アカウンタビリティを受け入れる）という原則は、LinkedIn が潜在的な有害性や目的への適合性を評価し、それに対処することや、人間による監督とアカウンタビリティを確保することを含め、堅牢な AI ガバナンスを展開することを意味しています。LinkedIn	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
				は、AI のベスト プラクティス、規範、法律が変化する中で、他者から学び、他者を支援することに取り組んでいます。	
Q 1 0 - 3 対象サービス上で A I が生成した日本に関するコンテンツが投稿された場合に、これを検知するツールや、投稿時のラベリングを投稿者に義務付ける規約等を導入している場合は、その詳細及び実効性担保に向けた工夫（もしあれば）を御教示下さい。	● Google DeepMind が開発した最先端の透かし技術 SynthID を使用して、Google のモデルが生成する画像に目に見えない電子透かしを入れます。最近発表されたこの技術は、Gemini、ImageFX、その他のエクスペリエンスの最新の画像モデルで生成されるすべてのコンテンツに電子透かしを入れるものです。 ● ユーザーに追加のコンテキストを提供： - Google 検索の About this image は、ユーザーがウェブ上で見つけた画像の信頼性とコンテキストを評価できるようにします。 Gemini の回答を再確認する機能 は、Gemini の回答を裏付けるコンテンツがウェブ上にあるかどうかを評価できる機能で、現在さまざまな地域や言語で展開されています。 [Youtube] YouTube は、視聴しているコンテンツが大幅に改変されていたり、合成して生成されたものである場合に視聴者に知らせるパネルを表示するようにしました。2024 年 2 月には、YouTube の Dream Track ツールで生成されたコンテンツに付加するパネルの第一弾を導入しています。このパネルは動画の説明欄に情報を追加して、そのコンテンツが AI 技術で生成されたことを視聴者に知らせ	私たちが見ているフォトリアリスティックなコンテンツが、AI を使用して作成されたものであることを理解してもらうことが重要です。弊社は、Meta AI 機能を使って作成されたフォトリアリスティックな画像に「Imagined with AI」というラベルを貼ることでこれを実現していますが、他社のツールで作成されたコンテンツでもこれができるようにしたいと考えています。 そのため、弊社は業界のパートナーと協力し、コンテンツが AI を使用して作成されたことを示す共通の技術標準に取り組んできました。これらのシグナルを検出できるようになれば、利用者が Facebook や Instagram に投稿する AI 生成画像にラベルを付けることが可能になります。現在、この機能を構築中で、今後数ヶ月のうちに、各アプリがサポートするすべての言語でラベルの適用を開始する予定です。 Meta AI 機能を使ってフォトリアリスティックな画像が作成された場合、弊社は AI が関与していることを利用者に知ってもらうために、画像上に目に見えるマーカーを付けたり、画像ファイル内に見えない透かしやメタデータを埋め込んだりします。このように目に見えない透かしとメタデータの両方を使用することで、これらの目に見えないマーカー	- AI 生成コンテンツの制限 - コミュニティガイドラインにおいて、実在する人物の映像または音声を含む AI 生成コンテンツを禁止しています。 - AI ラベルの義務付け - TikTok では、AI で生成したコンテンツであることをユーザー自身が動画に表示できる「AI 生成ラベル」を開発しました。コミュニティガイドラインにおいて、AI で生成したコンテンツを投稿する際には「AI 生成ラベル」をつけることを義務付けています。 https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/new-labels-for-disclosing-aigc-jp - 検知ツール - TikTok は、AI 生成コンテンツやテクノロジーが進化するのに合わせて、検知機能を進化させ続けています。 そのための専門家との緊密な連携も継続して参ります。	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	私たちは、合成メディアや操作されたメディアなど今後予測されるリスクに対抗するためのポリシーを持っています。 また、メディアマッチングによりコミュニティノートがはるかに多くの投稿に表示されるようになっていきます。最近では、「メディアに対するノート」を導入・強化しており、写真やビデオにノートが追加されると、マッチングするメディアを含む他の投稿に自動的に表示されるようになっていきます。場合によっては、個別のノートが数百または数千の投稿と一致することもあります。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ます。 今後数週間のうちに、昨年お伝えした次のステップを開始する予定です。その内容は以下の通りです。 ● クリエイターがアップロードする動画に改変または合成素材が含まれていることの開示を求める、Creator Studio の情報開示要件。 ● これらの開示情報を示す新しいパネル。パネルは動画の説明欄に追加され、健康、ニュース、選挙、金融などのセンシティブなトピックに関するコンテンツについては、パネルを動画プレーヤーにも表示します。 ● 有害性のリスクを軽減するにはパネルだけでは不十分な領域がいくつかあり、一部の合成されたコンテンツは、コミュニティガイドラインに違反する場合、パネルの有無にかかわらずプラットフォームから削除されます。たとえば、合成により作成された動画が、視聴者に衝撃や不快感を与えることを目的として現実的な暴力を描写している場合は、削除の対象となることがあります。 クリエイターが改変したコンテンツや合成したコンテンツを動画に使用した場合には、自らそれを開示することが期待されますが、上記のようなセンシティブなトピックについて議論しているコンテンツにおいて、このような開示が行われていない場合、一部の動画に対してパネルを表示させることがあります。 今後数か月のうちに、特定可能な個	の堅牢性が向上し、他のプラットフォームが識別しやすくなります。これは、生成 AI 機能を構築するために私たちが取っている責任あるアプローチの重要な部分です。 https://about.fb.com/news/2023/09/building-generative-ai-features-responsibly/ https://about.fb.com/news/2023/12/meta-ai-updates/ https://about.fb.com/news/2024/02/labeling-ai-generated-images-on-facebook-instagram-and-threads/			

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	人の顔や声などを模倣している生成 AI コンテンツや合成あるいは改変されたコンテンツの削除を、プライバシー侵害の申し立ての手続きを通じて要請できるようにします。要請された全てのコンテンツが YouTube から削除されるわけではなく、さまざまな要因を考慮して判断します。たとえば、コンテンツがパロディや風刺であるか、削除要請を行った人物が本人として特定可能か、あるいは公人や著名人（この場合は、より高い基準が適用される可能性があります）を取り上げているかといったことが判断材料となります。				
Q 1 0 - 4 以上御回答頂いたほか、対象サービス上で AI が生成した日本に関するコンテンツが投稿された場合に対応するため、他の AI 関連事業者（開発者・提供者・利用者）との間で連携・協力に向けた取組（※）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※ 例えば、情報共有、資金援助、共同開発その他の技術提携・実装など。	[技術協定] ● 今年は世界各地で重要な選挙が行われます。私たちは長年にわたり、Google 製品を通じて選挙を支援し保護しており、現在もなお注力しています。この取り組みの一環として、私たちは、新たな技術協定をミュンヘン安全保障会議（2024 年 2 月）で発表しました。この協定の目的は、AI が生成する意図的かつ秘密裏に不正を働く選挙に関する画像、音声、映像（「不正な AI 選挙コンテンツ」）が、選挙プロセスの高潔性に与え得るリスクに対処するために、各署名企業が 2024 年を通して行う自主的な取り組みの概要を示すことです。業界における主要パートナーが結集したこの場で、私たちは次のことを取り決めました。 ○ 予防：不正な AI コンテンツが生成されるリスクを制限するための予防策の研究、投資およびその展開	弊社は現在、動画や音声を含む AI コンテンツを識別するための共通の技術標準について、業界のパートナーと取り組んでいます。 2019 年には「Deep Fake Detection Challenge」を立ち上げ、世界中の人々がディープフェイクを検出するためのより多くの研究やオープンソースのツールを生み出すことに拍車をかけています。1000 万米ドルの助成金で支援されたこのプロジェクトには、Partnership on AI、コーネル大学、カリフォルニア大学バークレー校、MIT、WITNESS、マイクロソフト、BBC、AWS など、市民社会やテクノロジー、メディア、学術のコミュニティに所属する複数の組織の横断的な連合が参加しています。 https://ai.facebook.com/datasets/dfdc/ これとは別に、世界最大のマルチメ	特にありません。	【Microsoft 関係】 該当せず 【LinkedIn 関係】 該当なし	私たちは AI 選挙協定の共同署名者です。これらの問題は一つの企業によって解決されることはなく、産業間の協力が重要であると私たちは考えています。 https://www.aielectionsaccord.com/ https://twitter.com/GlobalAffairs/status/1758546745015808421

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	を行う。 ○ 来歴：適切かつ技術的に実行可能な場合（これはまだ新しい技術分野であることを認識すること）、コンテンツの出所を特定するための来歴シグナルを付加する。 ○ 検出：AI やその他の先端技術を駆使して、不正な AI 選挙コンテンツを検出する。 ○ 迅速な保護：不正な AI 選挙コンテンツの作成と拡散に関わる事例に対し、迅速かつ適切に行動する。 ○ 評価：不正な AI 選挙コンテンツに対処した経験と結果を共同で評価し、そこから学ぶ取り組みを行う。 ○ 教育：デジタルメディアリテラシーのベストプラクティス、特に不正な AI 選挙コンテンツに関して、一般市民がこうしたコンテンツに操られたり騙されたりせず自衛できるよう、一般市民を教育するための共有の取り組みに従事する。 ○ レジリエンス：民主的プロセスの高潔性を守り、不正な AI 選挙コンテンツの使用に対する社会全体のレジリエンスを構築するために、AI ベースのソリューションなどの防御ツールやリソースを開発し利用可能にする取り組みを支援する。 ● これはまさに IT 業界共同の取り組みです。Meta、Microsoft、Adobe、OpenAI が共同で主導し、この取り組みに調印したことを嬉しく思います。業界のパートナーや、市民社会や政府との協議を通じて、リソースと知識を提供し合	ディア・ニュースプロバイダーであるロイターと提携し、無料のオンライントレーニングコースを通じて、世界中のニュースルームがディープフェイクや操作されたメディアを識別できる よう支援する取り組みを行っています。報道機関は、大量の画像や動画をサードパーティに依存することが増えており、操作されたビジュアルを識別することは重要な課題となっています。本プログラムは、この作業を行おうとするニュースルームを支援することを目的としています。 https://www.reuters.com/manipulatedmedia/ja/ 2021年、弊社はミシガン州立大学（MSU）と共同で、ディープフェイクの検出・帰属の研究手法を新たに発表しました。これは、AIが生成した1枚の画像から、その画像を生成するために使用した生成モデルをリバースエンジニアリングするものです。この方法により、ディープフェイク画像そのものが検出器の唯一の情報であることが多い実世界でのディープフェイク検出とトレースが容易になりました。 これらのパートナーシップと私たち自身の洞察が進化するにつれて、操作されたメディアに対する弊社のポリシーも進化していくでしょう。その一方で、弊社は引き続き必要な投資を行い、この分野の他のステークホルダーと協力して、真のインパクトをもたらす解決策を見出すことに			

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	い、不正な AI 選挙コンテンツの生成と拡散にまつわる課題に対処すると同時に、世界中のユーザーや有権者を保護する 解決策を共有・開発するプラットフォームを提供します。 ● この技術協定に調印したのは IT 業界関係者ですが、選挙における AI の不正利用をめぐる課題には企業単独では対処することができないと認識しています。これらは、IT 業界、政府、市民社会、そしてメディア全体で共有されている課題と責任です。それゆえに、皆さまがこの技術協定に賛同していただけることを歓迎し、この重要な分野における継続的な取り組みの一環として、皆さまと今後も協力していきたいと存じます。 ● 私たちの取り組みは道半ばですが、正しい方向に向かっていること、そして、業界を超えたパートナーシップこそが、適切かつ必要な次のステップであると確信しています。新たなパートナーシップを築き、選挙の公正性を守るための新たなテクノロジーを開発し、今後も最新情報の提供を続けて参ります。 2024 年 2 月、Google は C2PA 標準化団体に参加し、AI の来歴に関する取り組みを進めています。これは、私たちや関係者が指摘していたプライバシーに関する懸念に対処するための仕様変更と同時に行われます。こうした変更によって、十分な緩和策が講じられると確信しています。	全力を尽くします。 https://www.reuters.com/manipulatedmedia/ja/			

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	[C2PA への参加について] ● Google は C2PA に運営委員会メンバーとして参加しており、デジタルコンテンツの信頼性と透明性を強化し、ウェブ上の誤った情報に対抗するためのコンテンツクレデンシャルの開発と導入を支援します。 ● 進化した C2PA の標準（バージョン 2.0）は、コンテンツがオンラインで拡散される際、そのコンテンツの耐用期間中、出所と加えられた編集を確実に追跡する改ざん耐性のある方法を提供します。 ○ カメラで撮影された写真や動画、生成 AI モデルを使用して合成・編集されたコンテンツ、ソフトウェアで作成されたデジタルアートなど、あらゆる形態のデジタルコンテンツに等しく適用できるため、コンテンツがどのように作られ、時間をかけて編集されるのかについて、より透明性を高めることができます。 ● この取り組みは、生成 AI を活用する製品や体験の企業による導入が増える中、非常に重要です。 ● Google が、業界を横断するこの取り組みに参加することで C2PA のミッションが前進し、コンテンツクレデンシャルの導入が増えることを期待しています。 ● Google の C2PA への参加は、コンテンツやメディアがどのように作られるかを人々がよりよく理解できるよう支援することを含め、責任ある協調的な形で生成 AI 技術の展開に対する Google の取り組みに基				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	づくものです。				
1 1 ファクトチェックの推進に向けた取組について					
Q 1 1 - 1 上記 4 及び 5 で御回答頂いたもののほか、日本国内に所在するファクトチェック機関その他のファクトチェック関連団体（※ 1）との間で連携・協力に向けた取組（※ 2）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※ 1 日本国内に向けたサービスを提供する等の活動をしているものを含みます。 ※ 2 例えば、情報共有、資金援助、ファクトチェックを容易にするツールの開発や技術提携・実装、人材育成・交流、対象サービス上でのコンテンツの優先的表示、イベントの共催・後援など。	Google は、2022 年 9 月に Google.org によるセーフアーイーターネット協会に対する 150 万米ドルの支援を通じて、ファクトチェック団体の設立や、日本のネット空間における偽・誤情報の傾向に関する調査、そして日本の国民が偽・誤情報を識別し拡散を阻止できるようにするための啓発キャンペーンやトレーニングの実施など、偽・誤情報対策に取り組んでいます。具体的には以下の通りです。 ● 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 ○ 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： ○ 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 ○ 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	弊社は、2024 年に第三者ファクトチェック・プログラムを日本に拡大する予定です。International Fact-Checking Network (IFCN) の認定を受けた日本におけるファクト・チェック団体を対象に、プログラムへの参加を呼びかけます。 プログラムの仕組み 弊社は、独立したファクトチェック団体に対して、一次情報源へのインタビュー、公開データの参照、写真やビデオを含むメディアの分析を含む独自の取材を通じて、記事の正確性を検証し、評価することを委ねています。 ファクトチェック団体が、弊社が送信したコンテンツの一部を評価した場合、弊社はそのコンテンツの配信を削減し、ラベルを付け、それを見た可能性のある他の利用者に通知することがあります。 業界をリードする第三者ファクトチェック・プログラムに加え、弊社は、ファクトチェック団体が新しいスキルを開発し、イノベーションを追求し、オンライン上の誤情報に対処するための取り組みを拡大できるよう支援することで、業界をサポートしています。 弊社は、あらゆるプラットフォームの中で最大のグローバル・ファクトチェック・ネットワークを構築し、2016 年以来、ファクトチェックの	日本国内で連携できるファクトチェック機関を継続的に調査しておりますが、連携機関の追加について、現時点では未定です。	【Microsoft 関係】 マイクロソフトは日本ファクトチェックセンターやセーフアーイーターネット協会等と、双方の取り組みや問題意識の共有等を目的とした意見交換を行っています。たとえば、日本での持続可能なファクトチェックエコシステムの構築方、テクノロジー企業の貢献方法、ファクトチェック機関との連携方法等について話合っています。 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	策の推進 - o 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 - o シンポジウムの開催など	取り組みを支援するプログラムに1億ドル以上を拠出してきました。これには、スポンサーシップ、フェローシップ、助成金プログラムなどの業界イニシアチブだけでなく、弊社のプラットフォームで活動するファクトチェッカーへの直接支援も含まれます。また、法的支援基金の支援など、危機的状況にあるファクトチェック団体を支援するために多額のリソースを投入しています。 https://www.facebook.com/formedia/mjp/programs/third-party-fact-checking/partner-map https://www.facebook.com/formedia/blog/third-party-fact-checking-industry-investments			
Q 1 1 - 2 ファクトチェック機関その他のファクトチェック関連団体との連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。		弊社は、誤情報との戦いには、学者、市民社会、ファクトチェック団体やそのネットワークなど、業界全体からの多方面からのアプローチが必要だと考えています。このような問題は複雑かつ微妙であり、特効薬はありません。弊社がファクトチェック団体とともに行っている活動は、誤情報の拡散を減らすものと考えています。	特にありません。	【Microsoft 関係】 日本における持続可能なファクトチェック・エコシステムの構築をどのように支援していくかについて、ファクトチェック機関などのステークホルダーと継続して協議していきたいと考えていますが、マルチステークホルダーのアプローチと取り組みが必要だと考えています。 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。
Q 1 1 - 3 その他、日本国内におけるファクトチェックの推進の観点から行っている具体的な取組(※)があれば、詳細御教示下さい。 ※ 例えば、ファクトチェックを容易にするツールの開発・提供、ファク	ファクトチェックのラベルは Google 検索及び Google ニュース結果に表示されることもあり、ユーザーがコンテンツのどの部分がポジティブにファクトとしてチェックされているかが確認でき、より詳細を調べたい場合も簡単により情報を探		日本国内における偽・誤情報のリスクを軽減するために、以下のような取り組みを行なっています。 ・ ファクトチェックに関わる審査員のトレーニング ・ 誤情報関連のコンテンツトレンドの定期的なチェック 等	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
トチェックを実施する人材の育成など。	すことができます。これらの機能は、第三者パブリッシャーのオープンなネットワークに依存します。ファクトチェックは Google により作られたものではなく、Google のサービスが IFCN を含む特定の 1 つのファクトチェックネットワークのみに依存するものでもありません。 パブリッシャーのコンテンツがこのようなラベルの対象となるためには、下記のことを行う必要があります。 ● HTML マークアップ (ClaimReview)として知られるデザインツールを使い、ウェブサイト上の特定のページがファクトチェックであることを示すこと ● Google ニュースパブリッシャー向けファクトチェック基準を満たすこと ● 一定のアルゴリズム上のしきい値を満たすこと—Google の構造化されたデータガイドラインに下記のとおり特徴を示しています：”ファクトチェックが表示されることは保証されていません。Google 検索結果にファクトチェック要素を含めるかは構造化された形で決定されています。ファクトチェックの要素は、サイトの構造化されたランキングに基づいて評価されます。ページランキングと同様のプロセスでサイトは評価されます。サイトのランキングが十分高ければ、ファクトチェック要素はページと一緒に検索結果に表示されます。				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	しかし、上記記載のように、Google のファクトチェック機能は1つのネットワークのみに依存しません。むしろ関連する検索結果ページのファクトチェック作業を向上させ、Google のシステム上のサイトの品質の評価、中立的で公的に明文化されたポリシー及びプロセス（例えば、読者・インターネットユーザにとって何がファクトチェックの一次情報なのか明確であること、ファクトチェックを行うもの身元、所有権の明確であることを保障すること）の基準を満たす。Google はこれらのプロセスが公平な方法で、政治的なバイアスなく取り入れられ、実施されるよう特別の注意を払います。 Google は、ファクトチェックエクスプローラー及びファクトチェックマークアップツールの2つのツールで構成されるファクトチェックツールを提供しています。これらのツールはファクトチェックを行う人、ジャーナリスト及び研究者の作業を容易にすることを目指しています。例えば、ファクトチェックマークアップツールの目標は、記事そのものには手を加えず、シンプルなウェブフォームを通してマークアップに提出できるようにすることにより、クレームレビューマークアップを作る過程を容易にすることです。 2023 年 6 月、ファクトチェックエクスプローラーにあらゆる画像の URL をアップロードまたはコピーして、その画像が既存のファクトチェックで取り上げられているかどうか				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	を確認できるグローバルベータ版を公開しました。このバージョンでは、さらに、画像に関連するさまざまなコンテキストと、時間とともに加わった変化についても概観することができます。このバージョンを公開して以降、ベータ版ユーザーの70% 以上が、新しい画像機能によって画像を調査する時間が短縮され、画像のファクトチェックをオンラインでより迅速に行えるようになったと報告しています。 Google は、偽情報対策に欠かせないユースケースである画像の出所の確認ができる、オープンソースでモバイル向けに最適化されたStoryful 社の Source の開発もサポートしました。 Source は、Google Cloud の技術を用いて画像の潜在的履歴を迅速に分析、オブジェクトや言語を認識し、自動翻訳を提供します。このツールは、ファクトチェッカー、ジャーナリスト、偽情報について研究する学者に利用されています。 また、ファクトチェッカーが改変された画像のオリジナルを見つけるために、Google の画像検索が利用されているほか、Google マップやGoogle Earth などの地形情報も情報検証に欠かせないツールとして利用されています。また、セミナーを開催したり、こうしたツールを使ってファクトチェックを行う方法の解説動画も提供しています。				
12 マスメディア（新聞・放送）との連携状況について					
Q 12-1	日本経済新聞社との取り組みで、中	メディアは Meta のプラットフォー	国内では、特にありません。	【Microsoft 関係】	特にございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
上記4及び5で御回答頂いたもののほか、日本国内に所在するマスメディア（新聞・放送）（※1）との間で連携・協力に向けた取組（※2）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※1 日本国内で活動しているものを含みます。 ※2 例えば、情報・ノウハウの共有、資金援助、人材交流、対象サービス上でのコンテンツの優先的表示、イベントの共催・後援など。	高生のリテラシー底上げを支援する「日経電子版 for Education」に協賛 また、以下の報道機関等に対して個別に記者向けファクトチェック・デジタルツール講習会を実施： ● 読売新聞社：2023年2月～6月にかけて5回、のべ346名 ● 共同通信社：2023年2月～4月および2024年2月に4回、のべ269名 ● TBS及びJNN系列のテレビ各社：2023年11月～2024年1月にかけて3回、のべ411名 ● 日本記者クラブ：2023年11月に1回、53名 ● 朝日新聞社：2023年12月～2024年2月にかけて6回、のべ150名	ムにおいて利用者が接するコンテンツの一部にすぎませんが、マスメディア業界は、記事のビジビリティを高め、ニュースサイトへの読者数を増やすために弊社のサービスをご利用いただくことができます。		特記事項なし 【LinkedIn 関係】 LinkedIn は、日本の多くのメディアと協力して、日本向けにLinkedIn のサービスを紹介しています。	
Q12-2 マスメディアとの連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。			特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。
13 利用者のICTリテラシー向上に向けた取組について					
Q13-1 日本国内に所在する教育機関・普及啓発機関や消費者団体・利用者団体（※1）との間で連携・協力に向けた取組（※2）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※1 日本国内で活動しているものを含みます。 ※2 例えば、対象サービスの利用者のICTリテラシー向上に関する定期的な意見交換、教育教材の共同開発、教育・普及啓発イベントの共催・後援など。	Google は数多くのリテラシープログラムを立ち上げ、支援してきました。 日本で実施してきた取り組み ● 2022年、学生にファクトチェックと検証のスキルを学んでもらうプログラム「ファクトチェック・チャレンジ」の第二回目を実施しました。2021年には、日本の大学生チームが優勝しました。本プログラムは、ファクトチェック・イニシアテ	問11、13-3及び14を参照。	・ 安心ネットづくり促進協議会に参加しています。 ・ https://www.good-net.jp/promotion-partner/partners/ ・ 高校生ICTカンファレンスに参加し、各地の高校において、ICTリテラシー向上に関する講演を行なっています。 ・ 学校・教育委員会や、自治体が行う青少年向けのカンファレンス、財団が行う研究事業などにおいて、パネリストや講演者として参加し、	【Microsoft 関係】 マイクロソフトは安心ネットづくり促進協議会（JISPA）の会員であり、安心協の会合に定期的に参加しています。また、マイクロソフトは、毎年開催されている JISPA 主催の「高校生 ICT Conference」のスポンサーも務めており、ワークショップにマイクロソフトからスピーカーを派遣し、ディスカッションに参加するなどの支援を行っています。	Xは最近においては、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」へ参加しており、今後も引き続き、日本でのさらなる取り組みを検討していきます。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	イブ (FIJ) とのパートナーシップのもと、日本国内で主導しています。(関連ブログ) ● 中学生・高校生にオンライン・リテラシー・カリキュラムを提供しています。このカリキュラムでは、ファクトチェックを含む主要なオンラインリテラシーのトピックを扱っています。これまでに約 10 万人の中高生に教材を提供しました。 (2020 年、2021 年、2022 年の発表資料)。 ● 中高生 15, 557 人と、中高生の教員 119 名を対象にインターネット利用について調査し、この結果を「中高生インターネット利用白書 2021」として公開しました。調査では、利用時間や目的、インターネット利用で感じるメリットやデメリット、そして実際に経験したトラブル等について調べました。 ● Grow with Google という私たちの無料のデジタルスキルトレーニングを提供するプログラムを通じて、ユーザーのインターネットリテラシー教育を強化するために、無料のオンライン講座を提供しています。家族で実践 安心・安全なインターネット利用のためにできることでは、家族を中心としたユーザーを対象に、情報の正確さを確認するためのヒントを含むオンライントレーニングを提供しています。(あわせて個人で実践編も公開しています。) ● 子どもたちがテクノロジーを安全に、かつ最大限に活用できるようになるために、お子様向けインターネットリテラシープログラム Be Internet Awesome (日本語版) を公		ICT リテラシー向上に向けた啓発活動に取り組んでいます。	マイクロソフトは Future Learning Lab プロジェクトのメンバーとして GLOCOM (国際大学グローバル・コミュニケーション・センター) と連携し、F u L L のイベント等にスピーカーを派遣するなど、関係者との意見交換・連携強化に向けたディスカッションに参加しています。また、F u L L の取り組みとして、児童 (小学校中学年・高学年) がオンライン上で自己のデータを適切に管理するために注意すべきこと等を学べる学習コンテンツを作成しました。作成されたコンテンツは、経済産業省の S T E M L i b r a r y に掲載されています。 Microsoft は、育て上げネットなどの国内外の非営利団体と協力して、女性やサービスの行き届いていないコミュニティの若者など、日本社会のメンバーに責任ある AI とサイバーセキュリティを促進するためのコンテンツとスキルを提供しています。 【LinkedIn 関係】 LinkedIn は、一般社団法人 1mm Innovation と協力して、女性が自信を取り戻し、雇用の障害を乗り越えて、経済的な安全と自立を確保できるよう支援するプログラムを策定しています。	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	開しました。子どもが楽しみながら自発的に学べるオンラインゲーム「インターランド」のほか、保護者と教師向けのさまざまなリソースが含まれています。 ● 有識者が主催する全国こどもネットフォーラム 2023を後援し、子どもがインターネットの利用について自ら議論し学ぶ場を設けることを支援しています。 ● Google が主幹事となり、あらゆる方のスキル開発を支援する取り組み「日本リスキリングコンソーシアム」を立ち上げました。総務省、経済産業省の協力のもと、200 を超えるパートナーとともに様々なリスキリングプログラムを提供します。 また、例えば Google では、外部専門家の知見を取り入れる形で Grow with Google 「はじめてのメディアリテラシー 情報と向き合うとき、子どもも大人もすべきこと」として10本のトレーニング動画を公開している他、5組の YouTube クリエイターの協力も得てより広い層に訴求する啓発動画を制作しています。 (参考) https://www.youtube.com/playlist?list=PLLkq-mu9c_kaUQc6xJ3RC25KeWI32Q3Pf (参考) https://www.youtube.com/playlist?list=PLLkq-mu9c_kZRNww4ZKID7sEMgLIILboxz				
Q 1 3 - 2 教育機関・普及啓発機関や消費者団体・利用者団体との連携・協力に向		インターネットを取り巻く環境は日々変化しており、その変化に対応するために必要なクリティカルシン	特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし	特にございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。		キングやスキルを身につける機会を提供することが重要です。一方で、教育現場でそのようなスキルを教えられる教員や保護者の数は限られています。このような取り組みを行う一部のファクトチェック団体を含む非営利団体は、財政的に不安定な傾向があります。このような取り組みには、指導者のための研修の機会や財政的な支援が必要かもしれません。		【LinkedIn 関係】 該当なし	
Q 1 3 - 3 その他、日本国内における対象サービスの利用者の I C T リテラシー向上の観点から行っている具体的な取組（※）があれば、詳細御教示下さい。 ※ 例えば、教材作成、普及啓発活動など。	YouTube では、誤情報・フェイクニュースに関する取り組みとして、総務省並びに国際大学 GLOCOM のご協力の元、2023 年 4 月に「ほんとか？があなたを守る」というテーマのキャンペーンを実施しました。ユーザーに向けて、フェイクニュースが自分の日常に潜む問題であると気付くきっかけを作ること、そして、情報との向き合い方について考える機会を提供することを目指し、若者層に人気の高い 9 組の YouTube クリエイターの協力を得て、3 つのメッセージ（フェイクニュースは身近に存在すること」、「ファクトチェックが重要であること」、「安易な拡散が人に迷惑をかけてしまうリスクに繋がりがかねないこと」）を伝えるショート動画を作成頂きました。 YouTube で配信された各クリエイターのこれらの動画は、合計で 1500 万回以上再生されています（2024 年 3 月現在）。 詳しくはこちらのブログ（YouTube の誤情報・フェイクニュースに関する日本での取り組み）をご覧ください。	2023 年 4 月、IFCN はファクト・チェックの基本を学ぶセルフサービスのオンライン・コースの開始を発表しました。このコースは、ファクト・チェックの方法論や技術に関心のある方（メディア、CSO、NGO など）ならどなたでも無料で受講でき、終了時には IFCN から修了証が発行されます。このコースは Meta によってサポートされており、日本語を含む 15 ヶ国語に対応しています。日本の団体でも受講可能です。 https://www.poynter.org/from-the-institute/2023/fact-checking-fundamentals-apac-journalists-ifcn/ 弊社は 2020 年より、NPO 法人企業と教育協会（ACE）と共同でデジタルリテラシー教育プログラム「みんなのデジタル教室 #wethinkdigital」を実施しています。「フェイクニュースの見抜き方」「デジタルアイデンティティを考える」の 2 つのモジュールで、これまでに全国 24000 人以上の中高生を対象に授業を実施。	利用者の ICT リテラシー向上に向けて、専門家やクリエイターと連携して、下記のとおり多様な啓発活動を行っています。全ての啓発活動において、専門家やクリエイターと連携しており、幅広い年齢層に啓発メッセージを伝えることができる TikTok の特徴を活かした取り組みを行っています。 ・サイバーセキュリティ月間 o 2024 年（偽・誤情報の防止） ・ 専門家による、クリエイターや大学生向けワークショップの開催 ・ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-cyber-security-months-initiative-offline-workshop ・ クリエイターと連携した啓発動画の作成 ・ https://www.tiktok.com/@tiktokjapan/video/7345415522147634440 - o 2023 年（デジタル性暴力の防止、特に加害者啓発に重点） ・ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktoksafetycyber	【Microsoft 関係】 マイクロソフトは、ウェブサイトでリテラシー学習教材を提供しています。たとえば、“デジタル セーフティ”に関する専用サイトを公開し、教師が授業で使える教材を提供しています。“ゲーム安全性ツールキット”も提供しており、安全にゲームをする方法や Xbox の安全性に関する機能の使い方について親子で学ぶことができます。 マイクロソフトは、自社のプラットフォームやパートナーシップを活用し、信頼できる情報を検索、利用、共有する方法について消費者に情報を提供しています。 ・検索の練習と検索コーチは Teams for Education に組み込まれている無料のツールで、効果的な検索条件を指定し、信頼できる情報源を特定して確認する方法について、学生にリアルタイムのコーチングを行います。 ・The Investigatorsは教育版マイクラフトの新しい世界で、ゲームを利用した学習を通じて学生が情報リテラシーとメディア リテラシー	特にございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
		2023 年 7 月、弊社は既存の 2 モジュールのリニューアルを発表。誤情報に関する総務省のリテラシー資産を統合し、新モジュール「デジタルシチズンシップと情報発信」を導入。このプログラムは総務省情報通信局の支援を受けています。 https://about.fb.com/ja/news/2023/07/教育プログラム「みんなのデジタル教室」にデジ/ さらに、弊社は総務省と共同で政策討議を行っています： 2022 年以降の ICT 利活用のためのリテラシー向上に関する研究会。ICT 利活用のためのリテラシー向上プロジェクトに貢献しました。 https://www.ict-mirai.jp/	o 2022 年（デジタル性暴力の防止） ・ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktoksafetypr o 2021 年（誹謗中傷の防止、デジタル性暴力の防止） ・ TikTok Live を活用した啓発座談会のライブ配信： https://note.com/tiktok/n/nca132d849310 ・ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-japan-starts-tiktok-cybersecurity-month-project ・ 若年層の性暴力被害予防月間 o https://note.com/tiktok/n/n4378e4b1d5b5 ・ NP0 と連携したクリエイター向け啓発ワークショップ（自画撮り被害の防止） o https://note.com/tiktok/n/nde7ed417d36d ・ 自殺予防週間 o 2023 年 ・ NP0 や不登校の経験者、著名人と連携した TikTok Live 配信： https://note.com/tiktok/n/n58ed53f2b8a0 o 2022 年 ・ https://note.com/tiktok/n/nbd5c82732c86 o 2021 年 ・ https://note.com/tiktok/n/ncedf8a09537a	を身に付けられるよう支援しています。このゲームと補助教材は英語で提供が開始されており、2024 年には（日本語を含む）28 か国語で公開され、世界中で数百万人の学生と教師が利用できるようになる予定です。 そのほか、生成 AI を責任をもって安全に活用するためのリテラシー習得を目的として、中高生を対象とした「AI Classroom ツールキット」や、教師や教育者等を対象とした「AI Toolkit for Trainers」などを提供しています。 また、LinkedIn サイバーセキュリティの基礎知識 by Microsoft x LinkedIn：サイバーセキュリティの基礎知識 by Microsoft x LinkedInを通じたりテラシー教材も提供しています。 【LinkedIn 関係】 該当なし	

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
			・ 感染症ワクチン啓発 ・ https://note.com/tiktok/n/n0ceb85bf4605 ・ 研究者と連携した「TikTok クリエイター向けメンタルヘルス講習会」 ○ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-safety-mental-health ・ TikTok 悩み相談「性の悩み」「不登校」「親との関係」 ○ https://note.com/tiktok/n/n116b16be64a1 ・ 選挙に関するデジタルリテラシーキャンペーン ○ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-go-2-senkyo-project ・ 親子向け啓発イベント ○ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/safetyeventforfamily ・ ペアレンタルコントロール利用の手引きの公開 ○ https://note.com/tiktok/n/n22d368e7e56f ・ クリエイターと連携した、安心安全のための啓発動画の制作 ○ https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000143.000030435.html		
1 4 研究開発の推進に向けた取組について					
Q 1 4 - 1 上記 1 0 で御回答頂いたもののほか、対象サービスに関連して、日本	国際大学 GLOCOM の研究プロジェクト Innovation Nippon を支援しています。Innovation Nipponでは、	Facebook や Instagram のようなソーシャルメディアアプリが世界に与える影響を理解するためには、厳密	・ 共同研究 ・ 「日本の SNS を起因とした児童の性犯罪に至るオンライン上での	【Microsoft 関係】 2023 年 8 月、マイクロソフトと東京大学は、日本の社会と未来に	私たちの API は研究者を含む誰でも申し込むことができます。過去 1 年間で利用可能なサービスの範囲を拡

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
国内に所在する研究機関・研究者・アカデミア（※１）との間で、特に認知科学、心理学、情報工学、計算社会科学、法学などの分野において連携・協力に向けた取組（※２）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※１ 日本国内で活動しているものを含みます。 ※２ 例えば、情報共有、資金援助、共同開発その他の技術提携・実装、イベントの共催・後援など。	2019 年以降、4 年連続で日本におけるフェイクニュースの実態と対処策について研究を行っていました。2022 年度の研究結果については、こちらをご確認ください。 Google は、多面的な取り組みを通じて、誤った情報や偽情報に積極的に対処しています。この問題に取り組むためには、重要な役割と責任を持つ他の関係者が、私たちの活動を補完することが極めて重要です。偽情報への対処は、Google や他のデジタルプラットフォームの製品やサービスに限ったものではありません。この社会的課題への対処にあたっては、報道機関、ファクトチェック機関、市民団体、研究者等の多様な組織が重要な役割を果たしています。各社が異なった角度からこの課題に取り組んでおり、それらの取り組みが連携してこそ、この問題に対する適切な対処が可能になります。このため、Google では、質の高いジャーナリズムを支援すること、また、この分野における多くの関係者間のパートナーシップを支援することに、多くのリソースを投入しています。 例えば Google News Lab は、日本の News Lab フェローの協力のもと、ジャーナリストや大学生を対象に、偽情報や誤った情報の識別、検索の有効活用、地図や衛星画像の活用など、ジャーナリズムにおけるデジタル技術の活用方法に関する研修を実施しました。2018 年以降、Google News Lab が提供するトレ	で独立した調査をサポートすることが重要です。だからこそ Meta は、米国 2020 年調査のような公益調査をサポートするツールを提供するなど、オープンかつプライバシー保護された調査アプローチに長年取り組んできたのです。 https://about.fb.com/news/2023/07/research-social-media-impact-elections/ なお、気候変動に関する誤情報については、下記 URL をご覧ください： https://sustainability.fb.com/blog/2022/10/24/climate-science-literacy-initiative/	コミュニケーションとプロセスに関する研究」東洋大学 桐生 正幸 教授 ・ 透明性・説明責任情報公開センターの開設 ・ Q8-5 に記載したとおり、透明性・説明責任情報公開センターでの活動を通じて、研究者への積極的な情報公開を行なっています。	貢献する学生の育成を目的として、グリーントランスフォーメーション、ダイバーシティ & インクルージョン、人工知能の各分野の研究推進に向けて連携するための基本合意書を締結しました。 【LinkedIn 関係】 該当なし	大し、無料、ベーシック、プロ、エンタープライズを含む 4 つのアクセスレベルを提供するようになりました。 https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ーニングには、バーチャルおよび直接参加で 33,000 人以上（2024 年 1 月時点）が参加しています。				
Q 1 4 - 2 研究機関・研究者・アカデミアとの連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。		弊社は世界中の研究者と連携をしています。日本の研究者との連携・協力も歓迎しています。	特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。
Q 1 4 - 3 研究機関や研究者等向けに、対象サービス上の情報流通の状況に関する実データを API 等を通じて提供している場合は、提供先その他の詳細（※）を御教示下さい。 ※ 例えば、提供開始（予定）時期、対価の額等の提供条件など。	YouTube Researcher Program は、認定された高等教育機関に所属する学術研究者に対し、データ API を通じて、公開されている YouTube コーパス全体のグローバルな動画メタデータへの大規模かつ幅広いアクセスを提供します。利用可能なデータの詳細については、 YouTube API リファレンス をご覧ください。資格がある研究者は、YouTube データへのアクセスを申請して、偽・誤情報ははじめ各自の専門分野に関するトピックについて研究できます。 また Google では、研究者によるデータへのアクセスは社会的な目的のために重要であると認識しています。これには、ユーザーのプライバシー権を保護し、データへのアクセスが悪質な行為を行う者によってユーザーに損害を与えるような方法で不正利用されないようにするための十分な保護措置が含まれるべきです。これをどのように実践するかについての合意は限定的にしか得られておらず、具体的な規制が成立する前に、さまざまなステークホルダーが徹底した対話を行うよう働きかけをしています。透明性は、Google の基本的価値観の一つです。特に Google 検索は、一般ユーザーや研	弊社は、データセット、調査、地図、API を構築することで、研究者が弊社プラットフォームの政治的、経済的、社会的影響を研究できるようにします。弊社のツールやプロセスは、研究者が研究をサポートするための情報や分析機能にアクセスできるよう支援しています。 Meta コンテンツライブラリと API Meta コンテンツライブラリーと API ツールは、Facebook のページ、投稿、グループ、イベント、そして Instagram のクリエイターやビジネスアカウントから、ほぼリアルタイムで公開されているコンテンツへのアクセスを提供しています。リアクション数、シェア数、コメント数、そして今回初めて投稿の閲覧数など、コンテンツに関する詳細も利用できます。研究者は、グラフィカル・ユーザー・インターフェース（UI）またはプログラム API の両方で、コンテンツを検索、探索、フィルタリングすることができます。これらのツールを組み合わせることで、Facebook と Instagram で公開されているコンテンツへの最も包括的なアクセスが可能になります。また、新たな規制要件、データ共有、	Q 8 - 5 に記載したとおり、研究者向けの API の公開を行なっています。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	機密保持等の理由から、API の提供先等に関する情報はご共有できません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	究者に有用な情報を提供するための製品、ポリシー、実践方法を設計する上で主導的な役割を担ってきました。例えば、 ● 透明性を維持するための取り組みの一環として、Google で受領した個々の法的通知について、その写しが Lumen プロジェクトに送付され、公開されることがあります。Lumen とは、ハーバード大学法科大学院バークマンセンター (Berkman Klein Center for Internet & Society) が運営する独立調査プロジェクトです。Lumen には研究者向けの ツール があり、さまざまな研究活動に従事する研究者によって利用されています (こちらを参照)。 ● また、Google Trends も研究者にとって貴重なツールであり、Google News Initiative を通じて、Trends データの活用、理解、視覚化に役立つ レッスン を自由に利用できるようにしています。 ClaimReview マークアップを使用しているファクトチェックの記事を誰でも閲覧できる Google ファクトチェックエクスペローラー という製品も提供しています。また、Google FactCheck Claim Search API も提供しており、ファクトチェックエクスペローラーで入手できるものと同じ結果を照会できるようになりました。 さらに、 上述の透明性レポート は、分析・調査のための有用な資料となっています。	透明性の遵守義務を満たすのにも役立ちます。これらのツールを開発プロセスの早い段階で研究者に紹介したことで、より広く利用できるようにする前に改善する機会を得ることができました。今後も、研究者からのフィードバックを集めながら、改善を続けていきます。 科学的あるいは公益的な研究テーマを追求する資格のある機関の個人は、ミシガン大学の Inter-university Consortium for Political and Social Research を皮切りに、研究のための安全なデータ共有に深い専門知識を持つパートナーを通じて、これらのツールへのアクセスを申請することができます。これは、研究者が ICPSR の Social Media Archive (SOMAR) の Virtual Data Enclave の API からデータを分析することを可能にする初めてのパートナーシップです。 ソーシャル・キャピタル研究 昨年、Raj Chetty とハーバードの Opportunity Insights Program と共同で、フェイスブック上の 210 億人の友人関係からの情報を使って、米国における経済的流動性の促進要因を測定する画期的な研究を発表しました。 私たちは、社会経済や学校に関する一般に入手可能なデータだけでなく、ソーシャルネットワークの力学に関する弊社プラットフォームからの洞察を使用することにより、世界			

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
		中の経済的移動の要因をよりよく理解するために、ハーバード大学とこの研究プログラムを拡張しました。弊社は、Behavioural Insights Team、Royal Society of Arts、Stripe Partners、Neighbourly Lab の専門家と共同で、イギリス全土の階級を超えた友人関係を調査する予定です。 さらに多くの国に拡大するだけでなく、事業創出、大学進学、就職など、社会的つながりが経済的機会に果たす役割についてもさらに調査を進める予定です。社会的なつながりが人々にどのような利益をもたらすかを調べる研究を土台に、社会的ネットワークがどのようにコミュニティが危機から立ち直り、避難民や移民を助けるかを引き続き研究していきます。 https://about.fb.com/news/2022/08/new-research-relationship-between-facebook-friendships-and-economic-opportunity/ https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2211062120			
Q 1 4 - 4 Q 1 4 - 3 で提供していない場合において、過去に提供していたことがある場合は、提供先、提供期間及び提供を終了した理由を御教示下さい。			Q 1 4 - 3 をご参照ください。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	X が公にかつオープンに伝えている通り、当社は破産の危機に直面しており、事業を安定させる必要があります。 また、無料 API を商業目的で使用している人も多数いました。それでもなお、私たちはこのコミュニティに引き続きサービスを提供する新しい方法を探っています。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					https://x.com/XDevelopers/status/1641222788911624192?s=20 なお、機密保持等の理由から、APIの提供先等に関する情報はご共有できません。
Q 1 4－5 Q 1 4－3で提供していない場合（Q 1 4－4の場合を含みます。）、将来的に提供を開始（再開）することの可否についてお考えをお聞かせ下さい。			Q 1 4－3をご参照ください	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	現時点でご提示できる情報はございません。
Q 1 4－6 その他、対象サービスに関連した研究開発の推進の観点からの具体的な取組（※）があれば、詳細御教示下さい。 ※ 例えば、電子透かし技術の開発、ディープフェイク検知・対抗技術の開発、自動ファクトチェック技術の開発など。			特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	Xは、サービスの特定の側面をオープンソースにし、レビュー可能にいたしました。例えば、Xは おすすめ のタイムラインのアルゴリズム を公開しています。また、コミュニティノートのアルゴリズムと データ も公開しています。
1 5 サイバーセキュリティ関係機関等との連携について					
Q 1 5－1 サイバーセキュリティ関係機関（※1）との間で、対象サービスに関連して連携・協力に向けた取組（※2）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※1 日本国内に向けたサービスを提供する等の活動をしているものを含みます。 ※2 例えば、情報共有、資金援助、共同開発その他の技術提携・実装、イベントの共催・後援など。	2024 年 2 月、Google は AI に対応したインフラに対する投資の継続、防御者向けの新たなツールの公開、新たな研究と AI セキュリティトレーニングの開始を行う新たな AI Cyber Defense Initiative を発表しました。こうした取り組みの目的は、協力によって成り立つ私たちのデジタルの未来を AI が安全にし、強化し、進化させるよう支援することです。 1. 安全にする。私たちは、AI のセキュリティテクノロジーも他のテクノロジーと同様、デフォルトで安全な設計でなければならないと考えています。さもないと、防衛者のジレ	現在、日本のサイバーセキュリティ研究機関とは連携していません。	- 外部のインテリジェンス専門機関と、サイバーセキュリティに関するモニタリング及び情報提供において連携しています。この連携には、TikTok のコミュニティを欺いたりする可能性のあるアカウント（例：選挙の信頼性に悪影響を及ぼす可能性のあるアカウント）を探知するための協力などが含まれます。 - Tech Against Terrorism のメンバーとして、暴力的過激主義者がプラットフォームを利用して害を及ぼすことを防ぐ取り組みを行なっています。	【Microsoft 関係】 マイクロソフトはさまざまな省庁・団体と協力し、オンラインのセキュリティと安全性の確保に努めています。日本サイバー犯罪対策センター（JC3）、JPCERT、ICT-ISAAC、FISCACAS、Software ISAC、フィッシング対策協議会、日本サイバーセキュリティ・イノベーション委員会（JCIC）等。 【LinkedIn 関係】 該当なし	私たちは、 専用フォーム を通じて報告が可能な日本政府や法執行機関と協力しており、これには日本の警察も含まれます。 さらに、 違法・有害情報相談センター はXに報告することができ、関連する問題やトピックについて情報提供や議論を行うために連携しています。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ンマを強めることになってしまいました。このため、私たちはAI システムを安全なものにするベストプラクティスに共同で取り組む手段として、Secure AI Framework (SAIF)を設定しました。こうした取り組みを基盤にしてより安全なAI エコシステムを構築するにあたり、私たちは次のことを行います。 ● 安全でAI に対応したグローバルデータセンターネットワークへの投資を継続します。 サイバースペースの流れを変えるために、私たちは新しいAI イノベーションを公共部門の組織やさまざまな業界のあらゆる規模の企業が利用できるようにする必要があります。 2019 年から 2024 年末までの間に Google が欧州のデータセンターに投資する額は 50 億ドル以上に達し、Google の Vertex AI プラットフォームのような広範な生成AI 機能を含む、さまざまなデジタルサービスへの安全で信頼性の高いアクセスのサポートに役立ちます。 ● 新しい「AI for Cybersecurity」コホートを発表します。これは、Google for Startups Growth Academy のAI for Cybersecurity Program の英国、米国、欧州のスタートアップ 17 社で構成されます。これにより、国際化戦略、AI ツール、そしてそれらを活用するスキルによって、欧米のサイバーセキュリティエコシステムを強化することができます。 2. 強化する。現在取られている AI				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ガバナンスの選択は、サイバースペースの地勢を意図しない形で変化させてしまう可能性があります。攻撃者はイノベーションを起こせるが、防御者は起こせないという未来を回避するため、私たちの社会は、AIの使用と導入に対してバランスの取れた規制アプローチを必要としています。私たちには、敵に対して有用性を制限しつつ、組織に力をつけてAIから最大限の価値を引き出せるようにするために、的を絞った投資、産業界と政府間のパートナーシップ、効果的な規制アプローチが必要です。この戦いで防衛側が優位に立つために、私たちは次のことを行っています。 ● 私たちは、1,500万ドル規模のGoogle.org Cybersecurity Seminars Programをヨーロッパ全土に拡大させていますが、これはもともと、昨年GSEC Malagaで発表されました。このプログラムには、AIに焦点を当てたモジュールも含まれ、行政が十分に行き届いていないコミュニティから次世代のサイバーセキュリティ専門家を育成する大学を支援します。 ● AIを搭載した新しいツールで、ファイルタイプの識別というマルウェアの検出に不可欠な工程を通じて防御者を支援するMagikaをオープンソース化します。Magikaはすでに、Gmail、Google Drive、Safe Browsingなどの製品の保護や、より安全なデジタル環境の促進に従事しているVirusTotalチームに使用されています。Magikaは従来のフ				

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	ファイル識別方法よりも優れており、VBA、JavaScript、Powershell のような、従来は識別が困難だったものの、潜在的に問題のあるコンテンツに対して、全体で精度が 30% 向上し、精密度が最大 95% 高まります。 3. 進化させる。私たちは、AI を活用したセキュリティのブレークスルーをもたらす研究の推進に取り組んでいます。この取り組みを支援するため、研究助成金と戦略的パートナーシップに 200 万ドルを拠出することを発表します。これは、コード検証の強化、AI がサイバー攻撃や防衛への対抗策にどのように役立てられるかの理解向上、脅威に対してレジリエンスのある大規模言語モデルの開発など、AI を活用してサイバーセキュリティを研究するイニシアチブの強化に役立つでしょう。この資金はシカゴ大学、カーネギーメロン大学、スタンフォード大学などの研究者を支援しています。これは、昨年行ったニューヨークの研究システムに対する 1200 万ドルの拠出を初めとするサイバーセキュリティエコシステムの活性化に向けた Google の継続的な取り組みに基づくものです。				
Q 1 5 - 2 サイバーセキュリティ関係機関との連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。			特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。
Q 1 5 - 3 その他、対象サービス上の対象偽・誤情報の流通・拡散への対応として、	今年のサイバーセキュリティ月間にあわせて、Google は、内閣官房内閣サイバーセキュリティセンター	真正性に対する取り組みのもと、弊社では、Facebook で自身のことを偽って伝えたり、偽アカウントを使	特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし	現時点でご提示できる情報はございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
サイバーセキュリティ対策との連携の観点から行っている具体的な取組（I S A Cへの参加など）があれば、詳細御教示下さい。	と協力し、「パスワード管理ツール」、「多要素認証」、「ソフトウェアアップデート」、「詐欺」の4つのテーマに関する啓蒙の動画を公開しています。 ○ フィッシング編 ○ パスワード編 ○ 多要素認証 ○ ソフトウェアアップデート	用したり、コンテンツの人気度を人為的に上昇させたりすることや、その他の違反行為を可能にすることを、目的とした行動に関与することを、コミュニティ規定に基づき禁止しています。このポリシーの目的は、利用者のアカウントと弊社サービスのセキュリティを保護し、利用者がお互いとコミュニティを信頼してやりとりできる場所を作ることにあります。 https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/inauthentic-behavior/ https://transparency.fb.com/ja-jp/policies/community-standards/cybersecurity/ https://transparency.fb.com/ja-jp/metasecurity/ https://transparency.fb.com/ja-jp/metasecurity/threat-reporting/		【LinkedIn 関係】 該当なし	
16 行政機関や地方公共団体等との連携について					
Q16-1 日本の行政機関や地方公共団体等との間で連携・協力に向けた取組（※）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※ 例えば、情報共有、対象サービス上でのコンテンツの優先的表示、イベントの共催・後援、官民連絡会議（米国における Global Internet Forum to Counter Terrorism (GIFST) や選挙の integrity に関するワーキンググループ（ https://perma.cc/JC5V-MARG ）に相当するものなど）の設置など。	Google では、常日頃から総務省様を含む様々な省庁の関係者様と対話をし、また数多くの研究会にも委員ないしはオブザーバーとして参画させて頂いており、今回のようにヒアリングの要請にも応じております。 先日、総務省「ICT 活用のためのリテラシー向上に関する検討会」（座長：山本龍彦 慶應義塾大学大学院法務研究科教授）の取り組みの一環として、セーフターインターネットデー（2月6日）に合わせて「ネット&SNS よりよくつかって 未来をつくろう～ICT 活用リテラシー向	問13 及び 18 参照	・ 多様化する行政課題の解決を支援するため、TikTok では地方公共団体や行政機関と連携のもと、観光、広報、文化・伝統芸能、中小事業者支援、防災啓発、平和教育、気候変動啓発など多岐にわたる政策テーマにおいて広報啓発・プロモーション等の取り組みを推進しています。直近3か年では、2022年32件、2023年42件、2024年9件の計83件の連携事例を実施しました。 ・ 連携した取り組みの例 ○ 令和5年7月九州北部豪雨災害や能登半島地震を支援するチャリティーLIVE 開催および寄付贈呈等	【Microsoft 関係】 マイクロソフトは各省庁と協力し、オンラインにおけるセキュリティと安全性の確保に努めています。以下は、こうした協力の例です。 ・総務省リードによるリテラシーキャンペーン ・テロ等に関連するインターネットサービスの悪用に関する勉強会 ・マイクロソフトが有する脅威情報を各省庁に提供（GSP：政府セキュリティ プログラム） ・各省庁との月1回のセキュリティ勉強会 ・専門知識の提供や各種セキュリテ	警察庁や各都道府県警、またその他省庁と随時連携しております。特定の事項に関する情報共有や、私たちのポリシー、製品（コミュニティノートを含む）についての説明などが含まれます。 また、Xは防災目的のために公共機関のアカウントに無料の公共サービス API を提供しています。 https://x.com/BizJP/status/1691314449817473026?s=20

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
	上プロジェクト～」が公開された際、コンテンツの提供者として協力させていただきました。 また、昨年4月には、GLOCOM 国際大学が主催しましたイベント「フェイクニュースと日本—私たちにできること・社会としてできること— (G7 デジタル・技術大臣会合関連イベント)」を支援しました。そのイベントに合わせて、YouTube では、総務省並びに国際大学 GLOCOM ご協力の元、フェイクニュースに惑わされないための若年層向けの啓発動画キャンペーンをローンチしました。本キャンペーンは、若者に人気のある9名のYouTube クリエイターの協力を得て作成された、「フェイクニュースは身近に存在すること」「ファクトチェックが重要であること」そして、「安易な拡散が人に迷惑をかけてしまうリスクに繋がりがねないこと」この三つのメッセージを伝えるショート動画です。YouTube で配信された各クリエイターのこれらの動画は、合計で1500万回以上再生されています(2024年3月現在)。YouTube は、「情報に対するリテラシーを高める」ことも大切だと考えており、今後も真摯に取り組んで参ります。		の復興支援プロジェクト ○ 広島県との「県政コミュニケーションに係る連携及び協力に関する連携協定」の締結および毎年8月6日に開催する「平和記念式典」のLIVE 配信 ○ 札幌市と「魅力発信の取り組みに関する連携協定」を締結 ○ 選挙ドットコムと連携した統一地方選挙に合わせて選挙教育プロジェクト ○ 埼玉県と共同で「家族三世代で楽しめるTikTok セミナー」を開催(その他、各省庁とも連携したプロジェクトも多く実施いたしました。当ヒアリングシートでは割愛させていただきます)	イ ガイドラインの策定支援(内閣サイバーセキュリティセンター(NISC)クラウド設定ガイドライン、経済産業省クラウドセキュリティ ガイドライン、金融情報システムセンター(FISC)金融システム監査基準など) 地方自治体と提携し、工業高校でのリテラシー習得支援事業を実施しています。 【LinkedIn 関係】 該当なし	
Q 1 6 - 2 行政機関や地方公共団体等との連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。			特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。
1 7 国際機関等との連携について					
Q 1 7 - 1 国際機関や専門機関等との間で連	デジタルやメディア・リテラシープログラムやユーザーだけでなく、ジ	弊社は、Global Network Initiative (GNI)、Global	・ 国際会議のスポンサーとして参加	【Microsoft 関係】 デジタル関連の問題に対処する際、	国際機関との連携の一端としては、2023年12月のG7内務・安全担当

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
携・協力に向けた取組（※）を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※ 例えば、情報共有、対象サービス上でのコンテンツの優先的表示、イベントの共催・後援など。	ジャーナリスト及び研究者向けトレーニング等の活動を通して、Google はプロダクトを超えて健全なジャーナリズムのエコシステムをサポートし、市民団体や研究者とパートナーシップを組み、将来リスクの一步先を行います。私たちは、このエコシステムの一部として、世界中の事実確認の専門家やネットワークとの協力し、各国のファクトチェック団体の連合組織である International Fact-Checking Network (IFCN) のような組織を支援しています。	Internet Forum to Counter Terrorism (GIFCT)、Digital Trust and Safety Partnership (DTSP)、Tech Coalition など、多くの国際組織やイニシアティブの創設メンバーまたは参加メンバーです。 弊社は、ミュンヘン・セキュリティ・カンファレンスにおいて、「2024 年選挙における AI の欺瞞的使用に対抗するための技術協定」を 2 月 16 日に業界各社と締結し、欺瞞的 AI 選挙コンテンツに関連するリスクを軽減するための 8 つの具体的な約束をしました。Adobe、Amazon、Google、IBM、Meta、Microsoft、OpenAI、TikTok、X を含む 20 のテクノロジー企業がこの協定に署名しています。 https://www.aielectionsaccord.com/uploads/2024/02/Press-Release-AI-Elections-Accord-16-Feb-2024.pdf また、Google、Microsoft、The Rockefeller Foundation、Snap、TikTok とともに、International Foundation for Electoral Systems (IFES) が運営するテクノロジー企業のための自主的な Election Integrity Guidelines にも署名しました。このガイドラインは、企業と選挙管理当局が選挙の完全性を推進し、情報エコシステムに対する信頼を高めるために期待されること、および実践すべきことを共有するものです。ガイドラインは、韓国ソウルで開催された民主主義サミットで	- 国際ファクトチェックネットワーク (IFCN) 主催の世界ファクトチェック会議 Global Fact 10 のスポンサー及びセッション開催 https://www.poynter.org/event/globalfact-10-the-10th-global-fact-checking-summit/ - 国際機関とのメディアリテラシーキャンペーンのコラボ - UNDP クリエイター・フォワード：UNDP と連携したハラスメント及びヘイトスピーチ防止キャンペーン https://www.undp.org/european-union/news/young-creators-across-southeast-asia-partner-tiktok-euand-undp-promote-tolerance-and-diversity - 米国国立児童行方不明センター (NCMEC) との連携 - 児童の性被害防止のために、TikTok のグローバルチャイルドセーフティチームは、24 時間体制で、疑わしい児童搾取コンテンツを積極的に米国国立児童行方不明センター (NCMEC) に報告します。その後、NCMEC はこれらの情報を警察庁と共有します。また、コンテンツに緊急性があるか、または深刻な場合は、該当チームが迅速に情報を提供するため警察庁に、サイバーチップを共有しています。	マイクロソフトはマルチステークホルダー アプローチを主導して奨励するよう努めています。インターネット上の問題に効果的に対処するには、その性質上、世界規模の対策が必要になることが多いためです。たとえば、マイクロソフトは GIFCT (テロ対策に関するグローバル インターネット フォーラム)、Rome Call for AI Ethics (人工知能の倫理的ガイドライン)、Paris Call for Trust and Security in Cyberspace (サイバー空間の信頼性と安全性のためのパリ・コール)、Tech Accord to Combat Deceptive Use of AI in 2024 Elections (2024 年選挙における人工知能の欺まんの使用に対抗するための技術協定) など、複数の利害関係者による国際的な枠組みを主導してきました。マイクロソフトは、日本をはじめとする世界中の関連する政府、企業、学術機関、非営利組織 (NPO) を支持し、支援しています。 【LinkedIn 関係】 該当なし	大臣会合への対面での参加やプレゼンテーション、また GIFCT のメンバーとしての活動などがあります。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
		発表されました。 https://www.ifes.org/news/ifes-announces-voluntary-election-integrity-guidelines-technology-companies			
Q 1 7 - 2 国際機関や専門機関等との連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・ことがございましたら、詳細御教示下さい。		関連する技術の堅牢性は、業界全体の課題です。可能な限り取り組む必要がありますが、何がどこまで可能なのかを見極める必要もあります。	特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	特にございません。
Q 1 7 - 3 その他、国際連携の観点から行っている具体的な取組（国際会議への出席など）があれば、詳細御教示下さい。		弊社は、コンテンツがAI を使用して作成されたことを示す共通の技術標準について、業界のパートナーと協力しています。これらのシグナルを検出できるようになれば、利用者がFacebook や Instagram に投稿するAI 生成画像にラベルを付けることが可能になります。現在この機能を構築中で、今後数ヶ月のうちに、各アプリがサポートするすべての言語でラベルの適用を開始する予定です。弊社は、利用者がどのようにAI コンテンツを作成し共有しているのか、利用者がどのような透明性に最も価値を見出すのか、そしてこれらの技術がどのように進化していくのかについて、さらに多くのことを学べることを期待しています。弊社が学んだことは、業界のベストプラクティス、そして弊社自身の今後のアプローチに反映されることとなります。 https://about.fb.com/news/2024/02/labeling-ai-generated-images-on-facebook-instagram-and-threads/ さらに、私たちは「みんなのデジタ	世界経済フォーラム年次総会（ダボス会議）等に参加し、プラットフォームの安全性について各国の閣僚はじめ政府関係者とも意見交換を行っています。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	17.2 の情報に加えて、私たちが GIFCT およびクライストチャーチ・コールのメンバーであるなど、他の協力例もございます。 詳細は以下の通りです。 テロ関連の違反コンテンツを特定するため、私たちは業界が共有するハッシュデータベース（GIFCT が支援）を使用したり、報告がある前に PhotoDNA のような業界共有ハッシュを利用するなど、さまざまな方法を取っています。私たちは、オンラインでのテロリストや暴力的過激派のコンテンツをより効果的に検出し削除するための技術投資を続けることを約束します。これには、デジタルフィンガープリント技術やAI 技術の発展や導入が含まれます。クライストチャーチ・コール、GIFCT、EU インターネットフォーラム（EUIF）など、様々な団体との協力を通じて、テロリストや過激派がインターネットをどのように利用しているかの新たな動向を把握しています。CSE（子供への性的搾取）やテロリストコンテンツを撲滅するた

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
		ル教室」で一般の人々に対しても認識向上の活動しています。 詳しくは問 13-3 及び問 18 をご覧ください。 https://wethinkdigital.fb.com/			めの私たちの取り組みや実施したアクションについては、こちらから詳しく確認できます。私たちの技術への投資は続けられ、この種のコンテンツを報告する必要性を減らしています。
18 その他のステークホルダーとの連携状況について					
Q18-1 日本国内に所在するその他のコンテンツ制作主体（※）との間で連携・協力に向けた取組を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※1 ジャーナリスト、クリエイター、ネットメディアなど。日本国内で活動しているものを含みます。 ※2 例えば、情報・ノウハウの共有、資金援助、人材交流、対象サービス上でのコンテンツの優先的表示、イベントの共催・後援など。		2024 年 2 月、弊社は「セーファーインターネットデー」に向けて、透明性ツールや、広告を含むパーソナライゼーションがプラットフォーム上でどのように機能するかについての利用者教育キャンペーンを開始しました。弊社はこのキャンペーンを IG のクリエイターと共に作成し、また同日に開始された総務省のデジタルリテラシーキャンペーンとも連携しました。弊社のキャンペーン・ランディングページは総務省のウェブサイトでも紹介されています。 https://about.fb.com/ja/news/2024/02/safer_internet_day/ https://personalized-ads-campaign.splashthat.com/ また、Instagram は 2020 年より、クリエイターと連携し、若年層ユーザーと一緒にインスタグラムの安全な使い方を考えるプロジェクト「#インスタアンゼン会議」を立ち上げ、10 代や保護者向けの啓発活動を行っています。 https://about.fb.com/ja/news/2022/02/instagram_creator_safety_rels/	・「不登校新聞」と連携し、『不登校生動画選手権』を 2023 年 5 月に共催しています。好評につき、今年もこの取り組みは継続予定です。 https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-safety-student-movie-championship ・クリエイターの皆様との連携・協力は常に実施しています。 以下は一部の例です。 ○ クリエイターの皆さんへの情報・ノウハウの共有においては、TikTok Creator Academy というエデュケーションプログラムを実施しています (https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-creator-academy-4th-edition)。 ○ クリエイターの皆さんの人材交流という意味では、クリエイター同士のコミュニティづくりを重視した TikTok Creator Connect (https://note.com/tiktok/n/nfa9a42e9c66d?magazine_key=m9f9b1cca723a) や、クリエイターとファンとの交流を目的とした TikTok Creative Festival も開催しています。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	現時点でご提示できる情報はございません。
Q18-2 日本国内に所在する他の電気通信事業者（※）との間で、ゼロレーティ			日本におけるゼロレーティングの享受を通じた連携は以下のとおりです。	【Microsoft 関係】 特記事項なし	該当するものはございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
ングサービスの享受などを通じた連携を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※ 日本国内で事業を運営しているものを含みます。			・ Softbank: ウルトラギガモンスタープラスプラン (2020 年 3 月 11 日をもち新規受付終了) ・ NuroMobile: Neo プラン (https://mobile.nuro.jp/option/nuro-datafree/) ・ Povo2.0 PrePaid プラン: 期間限定のゼロレーティングを含むオプション。SNS データ使い放題 (3/20-4/20, 2023)、SNS+動画データ使い放題 (4/28-5.28, 2023)。	【LinkedIn 関係】 該当なし	
Q 18-3 日本国内に所在する他のプラットフォーム (※1) 事業者やメタバース関連事業者 (※2) と連携・協力に向けた取組 (※3) を行っている場合は、その詳細を御教示下さい。 ※1 SNS、検索サービス、動画共有サービス、ブログ・掲示板、ニュースポータル、キュレーションなど。 ※2 日本国内で事業を運営しているものを含みます。 ※3 例えば、情報共有、技術提携・実装、人材育成・交流、イベントの共催・後援など。	アジアインターネット日本連盟 (AICJ) や一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構 (SMAJ) などの業界団体における取り組みを通じて、日本における革新的なビジネス及びインターネット産業の健全な成長向け連携・協力体制を築いております。	弊社は、他の事業者との業界連携に積極的に貢献しています。 弊社は、SIA が主催した 2021 年の新型コロナウイルス感染症ワクチンに係る誤情報に関する啓発活動に積極的に協力しました。 また、上記問 18-1 に係る総務省における検討会にも貢献しています。	・ SNS 等のプラットフォームを運営する事業者等から構成される、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構 (SMAJ) に理事会社として参加し、会員の事業者の皆さまと、各種委員会・ワーキンググループにおいて意見交換やベストプラクティスの共有を行なっています。 ・ https://smaj.or.jp/about-smaj/ ・ 他のプラットフォームと連携した、安全のための啓発活動に取り組んでいます。2021 年にはプラットフォームにおける性被害の防止を目的として、専門家や NPO に加えて旧 Twitter Japan 株式会社、旧 LINE 株式会社と連携したオンラインセミナーを開催し、TikTok LIVE で配信することで啓発メッセージを発信しました。 ・ https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-holds-preventing-digital-sexual-violence-online-forum	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構 (SMAJ) における偽・誤情報の課題検討等に参加しています。
Q 18-4 Q 18-1 ~ 18-3 のステークホルダーとの連携・協力に向けた取組に際し、支障となっているもの・こ		オンラインにおけるインテグリティの問題に取り組むためのパートナーシップと業界仲間との協力は、弊社にとってもその戦略と取組みにおい	特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】	特にございません。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
とがございましたら、詳細御教示下さい。		て重要な柱となっています。誤情報や偽情報のような問題には、業界を超えた協力と社会全体からのアプローチが必要です。協力のための課題や障害は存在するかもしれませんが、共通の目標と成果を確保することで克服することができます。		該当なし	
19 特に紹介したい取組について					
Q19-1 「プラットフォームサービスに関する研究会」において2023年3月にとりまとめられた「偽情報対策に係る取組集 Ver.1.0」記載の貴社の取組事例について、更新すべき事項がございましたら御教示下さい。			(一部、上記で紹介した取り組みを記載しています) 1. 偽・誤情報の流通・拡散を防止するための機能の開発 (1) 信頼できる情報源へのアクセスと、慎重なアクションを呼びかけるガイドの表示 - 紛争に関連する用語をTikTokで検索すると、検索結果の動画が表示される前に、「変化の激しい出来事」であることを示すガイドが表示されます。ガイドでは、以下の3点を伝えています。 - 情報が必ずしも正確でない可能性があることを伝える - 慎重なリアクションを呼びかける - 公式の情報源を確認することを促す (2) 信頼できる情報へ遷移するラベルの表示 - 偽・誤情報のリスクが高い、感染症や選挙に関する情報について、省庁や専門家と連携して、信頼度の高い情報にユーザーを誘導するラベルを開発しています。例えば、コロナ感染症に関する動画を検知すると、公的な情報に遷移できるラベルが、その動画に自動で表示されます。 (3) 信ぴょう性未確認ラベルの表	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	これらのトピックと問題に対処するために、最も重要な対策・開発の一つであるコミュニティノートをご紹介します。 コミュニティノートは、多くのユーザーが協力して、役に立つ背景情報をポストに追加し、他のユーザーへ十分な情報を提供するためのプログラムです。 コミュニティノートは、誤解を招く可能性があるポストに、Xユーザーが協力して役に立つノートを追加できるようにすることで、より正確な情報を入手できるようにすることを目指しています。 協力者はノートを作成/評価します 協力者は、ノートの作成と評価を志願してコミュニティノートに登録した、通常のXユーザーが務めています。参加者が増えるほど、このプログラムはより優れたものになります。 人々が多様な視点から「役に立つ」と評価したノートだけがポストに表示されます コミュニティノートは多数決に基づきません。幅広いユーザーにとって役に立つノートを特定するため、過

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
			示 ・ 信ぴょう性の低いコンテンツを含むと判断された動画に、「信ぴょう性が未確認である」ことを表示するラベルが付されます。 ・ ラベルが付された動画の投稿者には、作成した動画に「信ぴょう性の低いコンテンツ」としてフラグが付けられたことが通知されます。 ・ 視聴者がラベルの付いた動画を共有しようとする、動画に「信ぴょう性の低いコンテンツ」としてフラグが付けられているという通知が表示されます。この手順は、視聴者を立ち止まることを促し、「キャンセル」または「共有」の選択肢を検討する時間を提供するためのものです。 ・ プレスリリース： https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/effort-to-help-people-consider-before-theyshare 2. 悪意を持ち、隠れて影響を与えようとする活動への対応状況の公表 ・ 偽・誤情報の発信源ともなり得る「各地域で悪意を持ち、かつ隠れて影響を与えようとする活動（国際紛争地域に関する言説に影響を与えようとする活動など）」への対応について、透明性レポートで詳細に公表しています。 3. 専門家やクリエイターと連携した偽・誤情報防止の啓発活動（2024 年サイバーセキュリティ月間） ・ 専門家による、クリエイターや大学生向けワークショップの開催 0		去の評 価において、評価が相違することのあった協力者の間で「役に立つ」という評価が一致することがノートには求め られます。これにより評価の偏りを防止できます。 コミュニティノートでの多様な視点の取り入れ方の詳細についてはこちらをご覧ください。 表示されるノートを X が決めることはありません。決めるのはユーザーです X がノートの作成や評価を行ったり、ノートに介入したりすることはありません（X ルールに違反している場合を除 きます）。X では、表示されるノートをユーザーの意見によって決めることは、正確な情報を入手するのに役立つ 背景情報を追加するための公平で効果的な方法であると考えています。 オープンソースと透明性 利用者がコミュニティノートの仕組みについて理解したり、コミュニティノートの成り立ちに貢献できたりすることは 重要です。このプログラムでは透明性が重視されているため、すべての協力者は毎日公表され、ランキングアル ゴリズムはどなたでも調査できます。この仕組みの詳細についてはこちらをご覧ください。

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
			https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-cyber-security-months-initiative-offlineworkshop ・クリエイターと連携した啓発動画の作成 o https://www.tiktok.com/@tiktokjapan/video/7345415522147634440		
Q 1 9 - 2 以上御回答頂いたほか、偽・誤情報の流通・拡散への対策をはじめ、デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた貴社の取組として共有可能なものがございましたら、当該取組の詳細（※１）を御教示下さい（※２）。 ※１ 例えば、当該取組を実施するに至った背景・課題、当該取組による効果など。 ※２ この質問への御回答内容は、前記【御回答に当たっての留意事項】（３）のとおり、本検討会において「偽・誤情報対策に係る取組事例集（仮称）」としてとりまとめ、公開させて頂く予定です。		弊社は昨年４月１３日に誤・誤情報への取組について、総務省の求めに応じて、情報提供しております。また、年末にかけて行われたプラ研最終報告書に対するパブリックコメントにおいても弊社の意見を提出しており、その多くに対して、今後の検討を進めていく上での参考とするとされています。これらの既に回答している内容を踏まえることにより、効率的な議論が図られるのではないのでしょうか。		【Microsoft 関係】 【LinkedIn 関係】	
2 0 その他					
Q 2 0 - 1 以上御回答頂いたほか、デジタル空間における情報流通の健全性確保に関する課題や今後の対応にあたっての基本的な考え方、具体的な方策などについて、御意見や補足等ございましたら御教示下さい。			特にありません。	【Microsoft 関係】 特記事項なし 【LinkedIn 関係】 該当なし	X は、不正行為や操作から私たちのプラットフォームの信頼性を守ることを目指しています。悪意ある操作を難しくするため、私たちは多角的な取り組みを展開しており、これには新しい認証システムやサブスクリプションサービスの導入、政府関連アカウントに特別なグレーバッジを提供すること、またコードを公開してX上で情報がどのよう流通するかをユーザーが直接確認できるようにする努力が含まれます。 私たちのポリシーは、なりすまし

(設問)	Google	Meta	TikTok Japan	Microsoft	X
					や誤解を招くアカウント、偽造アカウントの禁止、スパムや不正な操作への対抗 措置など、情報の真実性を守るための幅広い分野を網羅しています。 自由な表現を保護しつつ情報の真実性を保つため、ユーザーが自ら重要な問題に関して判断を下せるよう重視 しています。このアプローチの一環として、特定の状況では合成メディアや操作されたメディアにはラベルをつけ ることを選択しています。コミュニティノートはこの考え方に基づいており、X のコンテンツモデレーションに加え、 ユーザーが情報に文脈を加える共同作業に貢献することを可能にします。 コミュニティノートは、使用方法とプログラムコードを完全に公開しており、その仕組みを深く理解することができます。 さらに、X はデジタルリテラシーやメディアリテラシーの向上にも取り組んでいきます。情報を得るためのサービス はX だけに限らず多岐にわたるため、包括的なリテラシー向上の取り組みは非常に重要なものと考えています。