

「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会」(第15回)・

ワーキンググループ(第11回) 第1部

1 日時 令和6年3月28日(木) 10時00分～12時00分

2 場所 オンライン開催

3 出席者

(1) 構成員

矢野座長、生貝構成員、石井構成員、越前構成員、奥村構成員、落合構成員、
クロサカ構成員、後藤構成員、澁谷構成員、曾我部構成員、田中構成員、水谷構成員、
安野構成員、山口構成員、山本(龍)構成員、脇浜構成員

(2) オブザーバー団体

一般社団法人安心ネットづくり促進協議会、一般社団法人新経済連盟、一般社団法人セーフ
ティーインターネット協会、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構、一般社団法人
デジタル広告品質認証機構、一般社団法人テレコムサービス協会、一般社団法人電気通信
事業者協会、一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会、一般社団法人日本ケーブ
ルテレビ連盟、一般社団法人日本新聞協会、日本放送協会、一般社団法人MyData Japan、一
般財団法人マルチメディア振興センター

(3) オブザーバー省庁

内閣官房、内閣府、警察庁、消費者庁、デジタル庁、文部科学省、経済産業省

(4) 総務省

湯本大臣官房総括審議官、西泉大臣官房審議官、田邊情報通信政策課長、
大澤情報流通振興課長、恩賀情報流通適正化推進室長、内藤情報流通適正化推進室課長補佐、
上原情報流通適正化推進室専門職

(5) ヒアリング関係者

マイクロソフト コーポレーション Masterson氏、井田氏

4 議事

- (1) 関係者からのヒアリング
- (2) その他

【宍戸座長】 それでは、定刻でございますので、デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会の第15回会合及びワーキンググループ第11回会合の合同会合を開催いたします。

本日は御多忙の中、当会合に御出席いただき、誠にありがとうございます。

議事に入ります前に、事務局より連絡事項の説明をお願いいたします。

【高橋係長】 事務局でございます。

まず、本日の会議は公開させていただきますので、その点御了承ください。

次に、事務局よりウェブ会議による開催上の注意事項について御案内いたします。

本日の会議につきましては、構成員及び傍聴はウェブ会議システムにて実施させていただいております。本日の会合の傍聴につきましては、ウェブ会議システムによる音声及び資料投影のみでの傍聴とさせていただいております。事務局において傍聴者は発言ができない設定とさせていただいておりますので、音声設定を変更しないようお願いいたします。

本日午前の資料は、本体資料として、資料15-1-1から15-1-3まで3点御用意しております。万が一お手元に届いていない場合がございますら、事務局までお申しつけください。傍聴の方につきましては、本検討会のホームページ上に資料が公開されておりますので、そちらから閲覧ください。

また、ヒアリングシート回答にはURLが記載されているものもございますので、御参加の皆様におかれましては、適宜アクセスしながら御確認ください。

なお、本日は、江間構成員、増田構成員、森構成員、山本健人構成員は御欠席予定、田中構成員は会議途中で御退出予定、後藤構成員、奥村構成員は会議途中からの御出席予定と伺っております。

最後に、本日の会議につきまして、報道関係者より冒頭カメラ撮りの希望がございましたので、構成員の皆様におかれましては、差し支えない範囲でカメラをオンにさせていただくよう御協力をお願いいたします。

ありがとうございます。そちら、それでは開始させていただきます。

御協力ありがとうございました。これでカメラ撮りを終了いたします。これ以降の撮影は御遠慮ください。

事務局からは以上です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

構成員の皆様におかれましては、カメラ撮りも御協力いただき、ありがとうございます。

本日の議事でございますけれども、ヒアリングの2日目ということで、本日は関係者からのヒアリングのうち2名様、マイクロソフトコーポレーション様、X (Twitter Japan株式会社) 様、この2つのプラットフォーム事業者様からの御発表と質疑を予定しております。

それでは、早速午前の部の議事に入らせていただきます。

本日は、マイクロソフトコーポレーション様から、ミスターMastersonにおいでいただいております。通訳を入れての時間ですけれども、45分間で御説明をいただき、その後、60分の質疑の時間を設けたいと思います。

なお、5分前、1分前には事務局からアナウンスいたしますので、時間厳守で御発表いただくようお願いいたします。

それでは、御発表のほう、どうぞよろしくお願いいたします。

【マイクロソフト (井田氏)】 本日は貴重な機会をいただきまして、ありがとうございます。日本マイクロソフトの政策渉外をしております井田と申します。

総務省におかれましては、今回の偽情報に関するヒアリングは2019年頃から行われていると思いますが、弊社としましては、今回が初めての参加となります。本日は弊社のプロダクトの御説明なども含めて、より長いお時間をいただいておりますことに感謝申し上げます。

今日はメインスピーカーとしまして、本社のデモクラシーフォワードというチームのディレクターをしておりますMatthew Mastersonがお話しさせていただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【マイクロソフト (Masterson氏)】 皆様、本日はお時間をいただきまして、ありがとうございます。先ほど御紹介もありましたが、私はデモクラシーフォワードのチームでインフォメーションインテグリティを担当しておりますMatthew Mastersonと申します。本日はよろしくお願いいたします。

本日、マイクロソフトの3つの分野について主にお話をさせていただきます。

1つ目がAIコパイロットが登載されているサーチエンジンBingです。2つ目が、Microsoft Startというニュースの情報プラットフォーム、そして、3つ目がLinkedInです。また、AIに関する課題について、マイクロソフトがどのようにアプローチをしているのかについても触れられればと思っております。

まず、マイクロソフトの情報の完全性に関する原則について御説明をさせていただきます。信頼に足る、そして、権威のある情報をどのように提供しているのか、また、だますよ

うな内容の偽情報等が含まれたコンテンツをどのようにブロックするのか、そのような話をさせていただければと思います。

こちら4点ございますが、まず1つ目が最も重要な表現の自由です。ユーザーが自由に情報を得て、それを使うことで自分自身を自由に表現ができることを担保することです。

2つ目として、権威のあるコンテンツを提供するということ、つまり、信頼されている、そして、皆が知っている情報源からの情報、そして、それを正確かつ事実に基づいた情報を提供するということです。これが権威あるコンテンツという原則です。

3つ目が、利益を獲得しないということです。この情報をやり取りする上で、意図的に利益を得ることを防いでいます。

4つ目は、プロアクティブな取組となっておりますが、偽情報、誤情報が拡散することを防ぐような積極的な取組を行っております。

次に、情報の完全性に加え、A I、及び、A Iに関する悪意のある行為にどのようにアプローチしているかについて御説明させていただきます。

こちらに記載がありますように、6つのステップを取って、有害なコンテンツに対応しております。先ほどのページにもありました情報の完全性に関する原則だけではなく、A Iの原則、そして、A Iのスタンダードといったものも取り入れることで、有害なコンテンツに対応しております。

また、資料にもありますが、レイヤードアプローチ、つまり、階層的なアプローチというものを取って、ユーザーに対してのアプローチを取っております。

では、次のレイヤーですけれども、有害なコンテンツを防御する、そして、それを軽減するために様々なアプローチがありまして、資料に示しておりますように、まずは強力な安全性アーキテクチャがございます。

2つ目が、永続的なメディア来歴とウォーターマークということで、このメディア来歴のところについては、後ほど質疑応答のところでも詳しくお話しできればと思いますけれども、これはコンテンツのオリジン、どこから情報が来ているのかという、信頼できる情報をユーザーに提供するということであります。

3つ目が、不適切なコンテンツや行為からの自社サービスの保護ということで、コンテンツのモデレーションを行っております。

また、4つ目が、業界全体及び政府や市民社会との強固な連携ということで、業界、また政府と連携しながら、そして、マイクロソフトとしては、一貫して政府が求めるガードレー

ルをしっかりと実施しております。

次のスライドでは、まず1つ目の製品、プロダクトであるB i n g 検索について説明しておりますけれども、こちらでも階層的なアプローチを取っておりまして、情報を管理し、そして、有害な情報から守るということを行っております。

この検索では、ユーザーに対して有益な情報を提供するというを行っておりまして、質の高い検索を提供します。そのために、様々なシグナル、指標を用いまして判断をしていますが、情報源がどこなのか、そして、どのぐらいの信頼性があるのか、また、どれぐらい権威のある、権力のあるものなのかということ測る基準があります。

こちらのスライドでは、B i n g がどのように検索結果を示すかということを示しており、資料に記載のと通りの原則に基づいております。

まず第1に、信頼性が高い権威ある結果を優先しておりまして、信頼できる、そして、有益な情報をユーザーに提供するというに重きを置いております。

2つ目が、包括的な情報を提供するというで、一つの情報源だけでなく、複数の情報源から公平で信頼できる情報を提供しております。

3つ目に、こちらでは安全性のレイヤーということで、予期しない攻撃等でユーザーが害を受けないように、保護を行っております。

こちらでは、B i n g でのコンテンツのランキング方法を示しています。まずは、左側にあります関連性、品質、ユーザーエンゲージメント、鮮度、場所、ページ読み込み時間などを見ております。このシグナルがB i n g に対して送られ、どの情報源なのか、権威のある情報源なのか、例えば、ニュースサイトとか、そういったところをまず確認し、それが実際に意見なのか、事実なのかということ判断し、そして、それを透明性のある形でユーザーに提供するというをしています。

ここでは権威に影響する要素の例として挙げておりますが、評判、議論のレベル、意見、透明性のレベルなどを見ております。また、サードパーティの情報も参照し、例えばGlobal Disinformation Indexなどというものを参照しながら、レベルの判断を行っております。

そして、従来のB i n g が新しいコパイロットA I が生成するB i n g に変わってきています。最も重要なことは、B i n g の検索がA I を用いているということであり、この検索が実際にB i n g のコパイロットの情報の基礎となっております。そして、このコパイロットを用いたB i n g が基礎となり、それをレッドチーム分析にも活用・採用し、そこでモデルレベル、ユーザーエクスペリエンスレベル、様々なレベルでテストを行い、そして、そ

れがしっかりとユーザーに対して信頼できる情報を提供できるか、それを担保するためのテストを行いながらやっております。

次のスライドのとおり、B i n g の A I を用いたコパイロットのモデルの微調整を行い、信頼性、安全性を担保するための調整を行っております。また、継続的にメタプロンプトの改善も行い、分類なども、安全性の高いもの、信頼性に足るものという形で調整も行っています。また、ユーザーからの U I 、 U X に関するフィードバックも受け、それを基に分析し、そして、改善を図っています。

幾つかユーザー側にはオプションがございます。本日 2 つ例を御紹介させていただきますが、より安全かつより良いエクスペリエンスを提供するためのセーフサーチという機能がございます。お子様または安全なエクスペリエンスを求めているユーザーの方にとって、B i n g に対してフィードバックを送ることで、例えば、保護者の方が懸念するようなコンテンツに触れることがないように、さらされることがないように設定ができるという柔軟性のある機能になっています。こちらは B i n g サーチ、そして、B i n g チャットで適用可能な機能です。

こちらがフィードバックツールになっております。マイクロソフト社内、またサードパーティ、そしてレッドチームとパートナー等の検証だけではなく、ユーザー視点からエクスペリエンスに対しての評価、フィードバックを得ることができるツールです。フィードバックが、安全性に関係するもの、また、情報に関するものをユーザー視点からレポートとして B i n g に対して報告できる機能です。

次のスライドですが、ユーザーエクスペリエンスに関するレポートし、または、B i n g に対して直接懸念点をレポートすることで、製品の改善、例えば、ユーザーエクスペリエンスに関して、特定の情報のタイプを得ることによる懸念や問題を、B i n g チームが理解するためのツールとして活用しています。

新しい B i n g のエクスペリエンス、コパイロットを登載したことに対するユーザーからのフィードバックがとても重要になっています。

ユーザーエクスペリエンスだけではなく、我々自身のテスト、モニタリング、技術的なコントロール、そして、安全性のコントロールといったことにも新たに投資をしております。これは既存の B i n g サーチ、そして、既存の B i n g チャットが持っているインフラの上に、そのような追加の投資をすることで、継続的に改善を図っているということになります。

また、そのような改善ですが、ユーザーエクスペリエンスだけではなく、モデルのレイヤ

一ですとか、我々の運用のプロセス、そして、情報の完全性、安全性といった様々なレイヤーにおいてこのような追加の投資をし、改善を図っております。

このB i n gにおける選挙に関係した情報の扱いについても触れておきたいと思います。

B i n gは、我々で行っているテストのレイヤーにおいて、権威ある情報、権威ある機関、選挙を実施している国の機関等から情報を確認しています。また、権威ある情報を得ることで、検索のエクスペリエンスを適切に確立し、権威ある情報を基に、B i n gチャットから正確な情報を必要なときにユーザーに対して提供しています。

また、このモデルのグラウンディング、つまり、理由づけ、根拠づけですとか、ユーザーのサーチエクスペリエンスといったものに対しても、レッドチームの検証、また、サードパーティの検証を経ることで、ユーザーが選挙に参加する上で、必要なときに信頼できる情報をしっかりと手にすることができるように努めております。

Microsoft Startについても簡単に触れておきたいと思います。

Microsoft Startは、パーソナライズされたニュースフィード、そして、情報のフィードになっております。こちらはプレミアムパブリッシャーからのニュースや情報を展開しているものになります。

こちら、Microsoft Startには、コミュニティガイドラインがあり、コメント等について規定をしております。こちら、例えば、誤解を招くような虚偽のコンテンツですとか、有害なコンテンツを防ぐですとか、また、個人の安全や、身体的、そして、精神的な健康に害を及ぼすようなコンテンツを禁止しております。また、さらに、論争を引き起こすことを目的として投稿されているようなコンテンツも禁止しております。

また、コメントに関しては、自動でモデレーションを行い、必要に応じて人の手が介在するような形での対処を行、必要に応じてコメント機能を停止するという対処も行っております。そのような取組によって、スタンダードに適切に則した形でコメントがされるように担保しています。また、ユーザー側から不公平なコメント等があったと感じた場合には、それを申請して止めてもらうということができるようにもしております。

例えば、ちょっと日本の状況をお伝えしますと、この過去30日の間にStartに対して351件の申立てがありました。数自体はそんなに多くはないですが、このような形で申立てを受けて対応しているという状況であります。

次がLinkedInについてお話ししますこちらは紹介のページになりますので、飛ばしたいと思います。もう皆さん既に御存じだと思いますし、200を超える国で10億人を超える

ユーザーに御利用いただいております。

そして、日本には400万人を超えるLinkedInメンバーがおりまして、2023年12月時点で、MAUは81万2,000人を超えております。

皆さん、使ったことがある方は御存じだと思いますが、LinkedInのユーザーエクスペリエンスとしましては、プロフィールに基づくもので、正しいプロフィール、本物のプロフィールを使って、そして、プロフェッショナルのプロファイルとして活用するようなサービスになっております。

こちらLinkedInは、世界最大のプロフェッショナル、職業に関わるプラットフォームとなっておりまして、それに見合う、しっかりとした信頼に足るプロフェッショナル向けの安全な環境を提供していく必要がありますから、そのような形でモデレーションも行っております。

2ページ先に進んでいただけますでしょうか。こちらがLinkedInのコンテンツモデレーションポリシーとなっており。本物の正しいアカウントを用いて、そして、やり取りしていただくことが非常に重要なバリューとなっておりますから、偽アカウントを検知する活動にもかなりの投資を行っております。そして、昨年では、世界中で8,000万件以上の偽アカウントのブロックをしましたし、こういった偽アカウントは、ユーザーからレポートがある前に、LinkedInが事前に検知することができております。

また、そういった偽アカウントのモデレーションポリシーに加えまして、コンテンツモデレーションポリシーもしっかりと実装しています。やはりこちらはプロフェッショナルが集まるプラットフォームですから、それに見合った標準、基準を設けており、正しくない不適切なコンテンツの共有、誤情報・偽情報の共有を一切許されないという形で明言をしておりますし、ハラスメント、ヘイトスピーチ、いじめといったものも許さないという方針が明確に定められています。

また、同様のポリシーが、LinkedInの広告掲載ポリシーにも適用されておりまして、誤情報、偽情報、そして、詐欺及び虚偽のコンテンツを禁止しています。

また、違反の報告ですが、ユーザーによってレポートすることも可能です。それを受けて、LinkedInがアクションを取っていきます。それ以外にも、自動のフラギングというものがありまして、こちらについては、違反の可能性があるものについて、自動的にフラグをするというものであります。このように、人が介入するところ、自動での介入、両方を行っております。

では、時間もなくなってきましたので、2ページ進んでください。最後に、マイクロソフトの責任あるAIの基準について申し上げたいと思います。こちら、冒頭にも少し述べましたけれども、この部分をもって最後に説明してまいりたいと思います。

AIというのが我々のプラットフォームの中でも非常に重要な基礎となっていますので、しっかりと情報の完全性を担保する上でも、基準を設けて対応しています。

マイクロソフトの責任あるAIの原則の一つ一つを細かく説明することはいたしませんけれども、このような形で、テックスタック、プロダクト、そして、エクスペリエンスに対して、レイヤーを設けて適用しております。

例えばですが、公平性のところを見たときに、AIもしくはシステムが、全て同じ状況、同じ条件にある人たちを公平に扱うということを原則づけております。例えば、医療ですとか、融資、ローンを申請した際に、同じ条件もしくは同じような状況がある方々に対して、同じガイダンスを示すというものになっております。

ここで、基礎となっています2つの原則のところを特に強調したいと思います。透明性と説明責任のところです。

AIシステムが情報を提供して、その情報を基に何か意思決定がされる場合には、人々の生活、そして、命に関わる非常に大きな影響をもたらすものになりますから、どのようにそういった意思決定がなされたのか、どのような形で情報が提供されたのかということを、透明性をもってしっかりとお示するというところが重要であると考えております。

また、2つ目の説明責任についてですが、政府や市民社会に対してしっかりと説明責任を担うことが重要ですから、透明性と説明責任のところは、特に重要な原則として我々としても注力しております。

それでは、バトンタッチいたしまして、特に日本における青少年ユーザーの保護について、簡単に触れておきたいと思います。

【マイクロソフト(井田氏)】 では、ここから私のほうからお話しさせていただきます。

青少年の保護、つまり、デジタル空間において有害なコンテンツや有害な行為から青少年を保護し、その中で、また青少年が積極的に有効にデジタルツールを使うということはとても重要であるとマイクロソフトとしては考えております。

このために、青少年に関する継続的な調査と評価というものも行っております。青少年がデジタル空間においてどのような危険な目に遭ったのかとかというリスクや、保護者、教師の方が青少年に対してどのようなサポートをできているのかといった調査を継続的に行っ

ております。

また、これは先ほど申し上げましたとおり、B i n g 検索におきましても、セーフサーチという機能という機能があります。

また、弊社ではX b o x というゲームを運営していますが、そのゲーム空間において、ペアレンタルコントロールの仕組みも提供しております。Family Safety というものになります。

また、そうしたペアレンタルコントロールに関する情報や、デジタル空間で起こり得る危険な状況に関する情報提供、また、それに対する適切な対応方法に関する学習教材も提供しております。

また、弊社では、善良なデジタル市民、デジタル・シティズンシップという考え方も大変重視しておりまして、4つの重要な行動といったものを啓発しております。I D の保護や、いじめ行為を我慢しない、自分の行動に責任を持つといったものです。これらそれぞれに関しまして、学校で先生方が授業に簡単に活用できるような一、二ページの教材、あるいは、詳細な教材といったものを提供しております。

また、生成A I を安全に責任を持って活用するためといったツールキットも準備しております。こちらは今、日本語版を準備しているところでございまして、この一、二か月の間に日本でも発表し、実際に活用できるようにしていきたいと思っております。

このツールキットは、中高生を対象にしたものになっておりまして、ケーススタディを設けております。その中で、どのような場面で生成A I が有効に使えるのか、便利に使えるのかということを学びながら、同時に、活用に当たってはなに気をつけなければいけないのかということも学べるような内容になっております。

簡単ではございますが、以上で私のほうの発表を終わります。含めまして、これで弊社からの発表を終わらせていただきたいと思います。

ありがとうございました。

【宋戸座長】 まず、マイクロソフト様、本当に分かりやすく取組を御説明いただき、本当にありがとうございました。

それでは、ただいまの御発表について御質問、御意見のある方は、チャット欄で私にお知らせいただければと思います。

なお、本日御欠席の山本健人構成員より事前に質問をお預かりしていますので、先にそちらを代読させていただきたいと思います。

それでは、山本健人構成員からの御質問について、私から申し上げます。

ミュンヘン安全保障会議における「不正なA I 選挙コンテンツ」に関する御社の取組というのが非常に重要なもののように思われます。その点に関して、2点質問をさせていただきたいと思います。

第1は、ミュンヘン安全保障会議で合意された技術協定（Tech Accord）8項目それぞれについて、特に日本国内で今後選挙が行われる場合に関連して具体的に実施を予定している対策があれば教えてください。これが第1問です。

第2問は、I T業界が共同で取り組むことで効果的な対策ができる分野は多々あると思いますが、こうした取組を成功させ、継続させていくためには何が重要とお考えでしょうか。政府が関与することがいいかどうか、あるいは、政府の関与の程度ということも含めて、御教示いただければと思います。

どうぞよろしくお願いいたします。

【マイクロソフト（Masterson氏）】 御質問いただきましてありがとうございます。

Tech Accordの8つのコミットメントについて、マイクロソフトとしては、グローバルで選挙に関して取組をしております。

日本だけではなく、世界的にインパクトが考えられる例として、まず1つ目が、コンテンツの来歴になります。デジタルウォーターマーキング、または、サインをするということにより、ユーザーが情報やビデオがどのような情報源から来ているのか、また、それが権威ある情報源なのかどうかを理解できるようにするというものが、まず1つ目です。

次が、このコンテンツの来歴を使うことで、例えば選挙活動ですとか選挙に関係する当局が、この情報やコンテンツに署名をすることにより、しっかりとした情報源から展開されているということをユーザーが理解をし、例えば何か疑いのあるもの、もしくは誤解を生むような情報があった際に、その情報源に対して直接何か掛け合うことができるようにする、そのような取組をしております。

検知の機能も強化しておりまして、例えば様々な業界において、また、様々な市場において、A I が生成した選挙に関わる虚偽の情報があった際に、それをレポートができる、それを検知することができるようにしております。

また、候補者の方や担当の方が、例えばA I が生成した情報が画像であれ、ビデオであれ、音声であれ、候補者の方に関して生成されたものが何か誤解を生むものであるとか、虚偽の情報であるとか、そういうことが生じた際に、マイクロソフトのプラットフォーム上にレポ

ートをするポータルを開設しておりますので、そちらでそのような情報を共有することができます。それによって、必要な是正措置、検証を行い、必要があれば、そのような情報を削除できるようにしております。

また、権威ある選挙に関する情報、選挙に関する当局から直接展開されている選挙に関する情報を、B i n gサーチまたはB i n gチャットで提供するというも行っております。その信憑性も我々のほうで検証して、担保しております。そのため、投票する際に、しっかりと信頼できる情報に基づいて判断することができるように我々としては取り組んでおります。

また、選挙に関する当局と連携することで、ユーザーに対してA Iがもたらし得る影響、インパクトについても啓蒙活動を行っております。A Iがもたらし得るリスクを理解し、それにしっかりと対処できるように教育プログラムを提供するという取組も併せて行っております。

また、2点目についても触れますけれども、マイクロソフトとしましては、政府の関与の必要性というところに対してもオープンにしっかりと受け止めていきたいと思っております。Tech Accord、もしくは、これまでテック業界が構築したものしっかりと連携し協力していきたいと思っております。

同様のコンテンツの来歴ですとか、権威あるコンテンツというところに対して、同じ原則を適用して、信憑性のある情報を提供するというをやっていききたいと思っております。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、ここから、8名の構成員から今のところ手が挙がっていますので、それぞれ構成員の皆様、昨日と同様でございますけれども、通訳が入るということを前提にして、簡潔に御質問をいただければと思います。

それでは、まず落合構成員、お願いします。

【落合構成員】 どうもありがとうございます。積極的に様々な対策を進められているということがよく理解できました。私からは2点御質問させていただきたいと思っております。

1点が、先ほど質疑があった中で、選挙について、当局などの情報を積極的に見られるようにするという対策をされているお話をされていまして。

特に災害発生時などの非常対応において、新聞ですとか放送のような伝統メディアのコンテンツやファクトチェック記事、そのほか、信頼性が高いと思われるような情報を優先的に表示するといったようなことをされておりますでしょうか。また、今後、取組として、ど

ういうふうに展開していく可能性があると考えているでしょうか。まず、これが1点目です。

2点目は、なりすまし対策についてです。なりすましを含めて、違反行為に関する対応、日本の中でも件数も教えていただいている、ありがとうございます。

通報の件数について教えていただきましたが、もし可能であれば、特になりすましを見つけた場合に、認知している件数、また、何らかの対処を行った件数などを教えていただけないでしょうか。

また、なりすましの中には様々な目的があり、政治目的だったり、もしくは詐欺目的だったり、様々なものがあると思いますが、どのような目的に思われるものが日本の中では多かったでしょうか。

以上2点です。

【マイクロソフト (Masterson氏)】 では、まず1点目について回答させていただきます。

情報の完全性という点で2つ観点がありますけれども、まずは信頼性インデックス、信頼性指標というものの、これはサードパーティのニュースガード偽情報インデックス指標というものを採用しておりますけれども、そういった情報を基に、信頼性の高いものをランクを上げて表示するというようなことをやっております。これは、そういった緊急危機時、災害時や投票のときだけでなく、一般的にやっております。

ヨーロッパでは、ウクライナの戦争、選挙などがありましたので、そういった指標を基に、情報源からの情報を基にやっております。

また、ファクトチェックの観点ですけれども、これもクレームレビューというものがありまして、外部のファクトチェックを行う組織を使って確認をしております。

2点目の件数ですが、残念ながら、本日、手元には具体的な数字がございませんので、LinkedInに日本での件数がどのぐらいなのかということを確認して、またフォローアップさせていただきたいと思います。

また、スライドの中で、コンテンツが偽情報でないかというモデレーションをやっているという話がありましたけれども、2024年1月の状況で、日本ではそういったものはないという形で認識はしておりますが、もう一度確認して、またこの点については再度回答させていただければと思います。

【落合構成員】 どうもありがとうございます。よろしくお願いします。

【宋戸座長】 ありがとうございます。

それでは、山口委員、お願いします。

【山口構成員】 国際大学の山口です。御社の取組について丁寧に教えていただき、誠にありがとうございました。また、事前に多くの質問があったかと思いますが、お忙しい中、真摯に取り組んでいただいたことに感謝申し上げます。

私からは2点質問がございます。

まず1点目、御社は、メディア企業向けにA Iが生成したものかどうか判断する技術を提供するというのを発表されています。私も、メディア企業とI T企業の技術的連携は、生成A I時代における偽・誤情報対策に欠かせないと考えております。

現在あるいは今後、日本のメディア企業やファクトチェック組織との連携について、何か決まっていることがあればお教えください。並びに、もし連携がない場合には、何が障壁になっているか教えていただけますと幸いです。

次に、2点目です。偽・誤情報や陰謀論を取り扱っているウェブサイトがあり、それは、例えば選挙はもちろん、ワクチン、災害など、様々な分野であります。検索サービスにおいて、これらをどのようにモデレーションしているか。これも日本の状況を教えていただきたいです。

と申しますのも、世界共通でできているモデレーションもあれば、日本の文化や言語を理解してやるということもあると思いますので、何か日本でこのようなことをやっているということがありましたら、ぜひ教えていただけますと幸いです。

私からは以上です。

【マイクロソフト (Masterson氏)】 ありがとうございます。私が通訳を介して話し合っておりますので、皆さん、辛抱強く聞いていただきましてありがとうございます。

まず1点目のメディアなどとの連携についてですが、やはりTech Accordの中でもコミットしておりますとおり、メディア等々との連携というのは非常に重要で、必須であると考えております。これはアメリカ、EUだけでなく、世界各国において、そのような連携が今後必要になってきます。

今後ですが、我々の方からもメディアにしっかりと連絡をし、アウトリーチをしていこうという計画になっております。まだ具体的に日本のどこということは把握はしていませんが、広範にやっていくことになるかと思います。

そしてまた、それと同時に、先ほどあった選挙や災害時に何かあった際に、テック企業とコミュニティがしっかりと連携することによって、どの画像もしくは動画が本物なのか、どれがA Iが生成したものなのかというのを分かるように、それを判断するための情報など

もししっかりと啓蒙していきたい。また、どういった情報が誤解を招くのか、どういった指標があつて、それをもつて判断できるのかといった検索に必要な知識などもしっかりと啓蒙して、ほかのSNS、OpenAIなどとも連携しながらやっていきたいと思っております。

また、この点について、皆さんのほうから、こういったところと提携したらいいのはいかとか、提案などありましたら、ぜひおっしゃっていただきたいと思います。我々としては、最善のできることをやっていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

2つ目の質問に関してですけれども、やはり言語等を理解したローカルの方々との連携、そちらが重要であるというふうに我々ども認識しております。

LinkedInは、ファクトチェックという機能がありまして、また、各国の言語をしっかりと理解した国内のファクトチェックチームの方々から直接フィードバックを得るということをしております。

また、クレームのレビューのプロセスだけではなく、ローカルのチームのレポート、そして、ファクトチェックを合わせることで、我々としては、どのような課題があるのかをしっかりと理解して、改善に努めております。

また、日本だけではなく、様々な国において、データソース、さらに多くの情報源をつなげていく、その情報源との連携を改善するように努めております。この情報源というのが信頼できる、かつ権威ある情報源になりますけれども、そちらとより多くつなげていくことで、さらに信頼ができる、そして、様々な多様性の視点から、特にこのような危機的な情報、災害があるような状態において、エコシステムに対して信頼できる情報を展開する、そのような取組を行っております。

というのも、特に災害時においては、偽情報・誤情報というのは混乱ですとかを招きかねませんので、そのような局面においては、特に信頼できる情報を展開するべく、より多くの情報源と連携をしていく、そのような取組も行っております。

【山口構成員】 ありがとうございました。

【宋戸座長】 それでは、田中構成員、お願いします。

【田中構成員】 田中です。様々な取組について御教示いただき、ありがとうございます。

私からは、Microsoft Startのニュースフィードのパーソナライゼーションについて質問させていただきたいと思います。

御社のホームページを拝見すると、ウォッチリストを用いるとの記載があるんですけれども、ウォッチリストを用いたパーソナライゼーションのためのアルゴリズムも複数ある

かと思います。これはユーザーは選択することができますでしょうかというのが質問です。例えば、ウォッチリストと類似性の高いニュースが表示されるようにパーソナライズをしたり、逆に、エコーチェンバーとか、確証バイアスを緩和するために多様な視点を得ることを重視して、ウォッチリストとは逆の立場のニュースが表示されるようなパーソナライズを選択することもできますでしょうか。逆に、選択することができない場合、ウォッチリストを用いて、どのようなアルゴリズムでパーソナライズされているのか、ユーザーは知ることができますでしょうか。

以上です。

【マイクロソフト（Masterson氏）】 御質問ありがとうございます。

私、実はこの部分の知識が限られておりますので、詳細についてはフォローアップとして御回答させていただければと思います。まず、アルゴリズムの選択が可能かというところなんですが、ユーザー側でアルゴリズムの選択はできません。また、どういったアルゴリズムが使われているかということも、幾つか複数の要素が絡み合っておりますので、実際どのように行われているか確認をして、フォローアップとしてお話をさせていただければと思います。

ただ、アルゴリズムの選択はできませんが、例えば、どういったトピック、どういった分野の情報を出したいかというような選択をすることはできるようになっています。例えば、旅行といったような興味のある分野に関しての情報を出すといった選択をすることはできるようになっております。

ただ、私、先ほど申し上げましたが、知識があまり詳しくありませんので、あまりにもハイレベルなお話だけさせていただいても申し訳ありませんので、詳細を確認して、また別途御回答させていただければと思います。

【田中構成員】 ありがとうございました。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

それでは、クロサカ構成員、お願いします。クロサカ構成員は英語で直接御質問をされ、併せて日本語で質問の概要を説明するということになりますので、その日本語の概要の後、御質問に御回答をMatthewさんのほうでいただければいいかなと思います。

それでは、よろしくお願いします。

【クロサカ構成員】 ありがとうございます。（英語発言）

来歴管理について、スライドの4ページ目の中の特に2つ目、永続的なメディア来歴とウ

オーターマークという御説明がありました。これは、制限されたコミュニティの中では非常に有効だと思いますが、一方で、インターネットは、エンティティやユーザーコンテンツ、パブリッシャーを全部アイデンティファイすること、認識することができない、非常に難しい空間でもあります。なので、技術的にこのケイパビリティをどういうふうに高めていくべきかということと、技術だけで本当にそれは足りるのかということを質問させていただきました。

以上です。

【マイクロソフト（Masterson氏）】 ありがとうございます。

まず信頼性の向上のところですけども、最初の第1ステップとして、コンテンツの来歴というところがありますけれども、これは即効薬で全ての有害なコンテンツを防ぐのに万能薬として効くということではないです。非常に重要な要素ではあるんですけども、やはり我々のほうで信頼できる情報源、例えば、メディアなどから画像なり、音声なり、動画なりをしっかりと信頼性を担保したところから入手して、ユーザーに対して提供していく。

そういったことをする中で、情報がどこから来ているのかというところを、ユーザー側でも考えるようになると思います。例えば、ここにはコンテンツ来歴というものがないとしても、ユーザー側でもリテラシーとして、どこから来ているのか、そして、ほかにどういったところで本物の情報であるということを確認すればいいのかといった、そういったユーザー側でのリテラシーというところもありますので、そのような形で、この足りない部分を補完するような形になっていくかと思います。

2点目のポイントが、ハーモナイゼーション、調和という点についてであったと思うんですけども、テック企業、Googleですとか、Facebook、もしくはM e t a といったところが、アドバイザリーボードということで、C 2 P A というものを立ち上げておりまして、このC 2 P A の標準をもって一貫した形でガバナンスをやっていこうという動きが高まってきております。

ですから、こういったところともしっかりと調和をしながらやっていくつもりです。C 2 P A は、透明性のある形で、そして、オープンな形で運用されておりますから、そういったところから出てくる標準などを基に、メディア側、そしてレポーター側、またユーザー側とも調和を図っていくというところが重要になってくるかと思います。

現在、Tech Accord、C 2 P A 等の様々な取り組み・ツールなども出てきておりますから、特に今後、選挙ですとか、また、A I がさらに進化していく時代においては、こういったも

のもしっかりと取り入れて、足並みをそろえて調和をさせていくことが非常に重要であると考えております。

【クロサカ構成員】 Thank you very much.

【宋戸座長】 ありがとうございました。

それでは、生貝構成員、お願いします。

【生貝構成員】 一橋大学の生貝です。大変貴重な御説明ありがとうございました。

2点御質問させてください。

まず1つは、今、このディスプレイフォメーションの問題に関しては、例えば、先日は欧州委員会からデジタルサービス法に基づく選挙のインテグリティに関するガイドラインが公表されたり、世界各国で様々なコード・オブ・プラクティス等の策定が進められているところは御存じのとおりかと思います。そうしたときに、我が国でも、選挙に限らず、例えば災害の対策等、そういった文脈も含めて、日本でも政府が、あるいは、様々なステークホルダーが協力をして、そういうガイドラインをつくっていくことの必要性ですとか妥当性といったことについて、何らかお考えがあれば教えてください。これが1点目でございます。

2点目といたしまして、やはり御説明いただいたB i n g、検索エンジンを通じて情報にアクセスすることは我々にとって非常に重要であり、そのときに我々には、B i n gを含めて、幾つかの他社のものも含めたプロダクトの選択肢、限られた選択肢というのがあるんだと思います。それをしっかりと特徴の違いを理解した上で使い分けるということ、これは恐らくメディアのプルラリティという観点からも非常に重要だと思っているのですが、なかなか我々にとっては、その違いというものが一般ユーザーにも分からないといったような部分がある。そういったときに、例えば、まさにB i n gが、様々な検索エンジンの中で、情報の信頼性の確保ということに関して、特にこういうことに力を入れている、あるいは、特にこういった点が特徴的だという点があれば、教えていただければと思います。よろしく願いいたします。

【マイクロソフト（Masterson氏）】 ありがとうございます。

まず1点目ですけれども、欧州委員会が、災害時ですとか、何か事象が起こった際に対応のガイドラインを出したということについて、私も実際にヨーロッパのこういった委員会に参加して拝聴しておりました。やはり最善の情報を共有していくということが非常に重要になってきますが、ヨーロッパ、そして、それ以外の地域、国がこういった活動を発表しているということは、非常に重要なことであると考えておりますが、それについて2点、

私からございます。

まず1つ目ですけれども、こういった何をレポートするのか、そして、こういった情報を収集していくのかというところに一定の一貫性を持たせるというところが非常に重要になってくると思います。それは対応がしやすくなるという観点からではなく、やはり情報の信頼性というところが高まるからということが重要なポイントとして挙げさせていただきたく存じます。

といいますのも、複数の国で何度も何度もこういった対応を複数回重ねていくことによって、一貫性を持たせることができる、それによって信頼性を高めることができるからです。ですから、日本ですとか、それ以外のほかの国も、こういったことを今後やっていく際には、EUですとかオーストラリアで行われていることを参照しながらやっていくことで、情報ですとか対応のクオリティも上げていくことにつながっていくと思います。

サーチエンジンに関しての御質問について、B i n g は、最も信頼ができる信頼性の高いサーチエンジンであると我々としては自負しております。他社製品に関しては、他社様のほうでそれぞれ御意見があるかと思いますが、我々としては、B i n g が最も信頼に足るものだと考えております。

また、トラストワージネスインディケーター、信頼性のインディケーターというものがあ
り、それを基にEUへ報告をしているのは、我々マイクロソフトのみであります。

このような仕組みですが、検索だけではなく、その他の製品に対しても我々は取り入れています。ドメインレベル、メディアレベル、また、情報源のレベルにおいてシグナリングを収集して、信頼性を確認するというのがやはりユーザーにとってはとても重要だと考えておりますので、単にファクトチェックをするだけではなくて、様々なレベルにおいてシグナリングをもって信頼性を確認し、担保するという取組をしております。

それによって、例えば、信頼性があまり高くないような情報に関しては、透明性がこれだけ担保されていないので、こういった面で信頼性があまりないというような情報を開示することで、それを基にユーザーのほうでナビゲートするといったこともできますので、そういった情報の開示もしています。

また、情報源が信頼に足るものなのかどうかというところの担保に関しても、やはりとても重要になりますので、B i n g だけではなく、ほかの製品群に関しても、そういった情報をユーザーに提供することで、その理解を基に情報を得て、それを表現の自由に生かしていただくように我々としては取り組んでおります。

1つ目の災害対策、危機管理に関しての質問に戻りますが、政府、また様々な組織において、この災害対策のプロトコルというものを持っているかと思います。それを基に、テック企業と様々な連携をしまして、こういった情報が入手可能なのか、こういった情報が有事の際に有益なのかというところを理解して、有事の際に、例えば、そういった情報にユーザーがアクセスしているのかどうか、その情報にアクセスする上で、こういったパスをたどっているのか、例えば、どこのウェブサイトからSNSに行って、そこからまたウェブサイトに戻ってきてといった、どのような流れで情報を見ているのかというものをたどれるようにしております。これがテックインディケーターというのですが、こういった情報をたどっていけるような仕組みを、実際有事が発生するずっと前に立ち上げておく、確立しておくというところがとても需要になってくると思います。

そして、それを組織のインフラに一貫して組み込んで、何かあった際に迅速にレポートをして、危機に対応していく、そういった仕組みをあらかじめ整えておくというところが重要になるかと思います。有事が発生すると、やはり情報も一貫して回らなくなったりですとか、様々な環境への混乱等もありますので、何か起きる前に仕組みづくりをしておくというところが重要かと思います。

【生貝構成員】 ありがとうございました。

【宋戸座長】 ありがとうございました。

それでは、越前構成員。

【越前構成員】 ありがとうございます。私からは、簡潔に4点御質問したいと思います。

1点目でございます。御社のプラットフォーム上に、AIによって生成された、またはAIによって修正されたコンテンツが投稿された場合の対応。例えば、AI生成コンテンツであることの表示の義務づけなどです。それらについて定めたポリシーを、特に策定や公表されている場合は、その詳細を、違反に対する対応の具体的な内容を含めて御教示ください。具体的には、コンテンツの削除やラベルの付与などと思うんですけども、そういった違反に対する対応の具体的な内容を御教示ください。これが1点目です。

2点目です。先ほど述べたポリシーというものについて、日本国内における運用状況について教えていただければと思います。先ほどの御説明では、選挙のケースにおいてはレポートが共有されるとお聞きしましたがけれども、日本国内における運用状況として、例えば、違反の認知があると、執行件数、違反の存在を外部から指摘された件数と、それに応じてコンテンツを削除した件数など、差し支えない範囲で御教示をいただければと思います。

3点目でございます。先ほどのポリシーを日本国内で運用するに当たって工夫されていること、例えば、A Iを用いたA I生成コンテンツの検知技術や、A Iを用いた自動ファクトチェックなどの動員などがあれば、その効果も含めて、差し支えない範囲で御教示をお願いします。

4点目になります。これは日本国内に限りませんが、御社は、A Iの原則として、A Iの透明性や説明責任を掲げていらっしゃると思いますが、A Iを用いたA I生成コンテンツの検知や自動ファクトチェック、電子透かし技術、さらには、A Iを用いた不正な広告の自動検知技術、アドベリフィケーションともいうんですけれども、そういったものもあるかもしれません。それらを、A Iをベースとした技術やシステムの詳細について、どの程度ユーザーに情報を開示されているのかについて御教示ください。

以上4点になります。よろしくお願いいたします。

【マイクロソフト (Masterson氏)】 今御質問いただいたものをメモを取りながら聞いておりましたので、一つ一つ御回答できればと思います。

まず1つ目のA Iが生成した、もしくはA Iによって修正されたコンテンツについて、マイクロソフトの製品をお使いの場合は、例えば、A Iイメージクリエーターですとかペイントといったような製品を使っていただくと、コンテンツの来歴というものがラベルとして貼られるようになっております。つまり、A Iで生成されたものなのか、A Iで修正されたものなのかといったラベルが貼られますので、それによって、どういった状況かというのが見れるようになっています。

また、Tech Accordのマイクロソフトのコミットメント、LinkedInも含めてですが、A Iで生成されたものなのかどうかというインディケーターをユーザーに対して提供するという取組も行っております。このように、コンテンツの来歴を示すラベルというのが、とても重要な要素になってきます。

2点目ですけれども、選挙関連の情報のレポーティングについてですが、日本に特化した情報というのは今手元にはないんですが、幾つかマイクロソフトとしてコミットメントしておりますので、それについてお話ししたいと思います。

まず、虚偽の選挙関連の情報に関して、こういったものが特定された場合には、削除を行います。そういったアクションですとかアクティビティというのは、透明性報告書 (Transparency Report) の中で透明性を持って開示をしております。ですから、選挙の候補者ですとか選挙当局から何か通報があつて、こちらでアクションを取った場合、その対処について

も透明性報告書の中で開示しております。

今年は世界中で多くの選挙が予定されておりますので、そういった活動をしっかりと報告しておりますし、また、LinkedInでは、既にTransparency Reportを開示しております。そして、ファクトチェックの結果なども開示しております。これは選挙に限ったことではなく、一般的に誤情報・偽情報があつた場合の内容なども、こちらのレポートの中で報告しております。

3と4は一緒に回答したいと思いますけれども、A Iに基づくファクトチェックについてです。LinkedInとB i n gに関しては、クレームレビューというものがありますので、このファクトチェックはA I ベースで自動でやっているわけではないですが、先ほどプレゼンテーションの中でもお話をしましたとおり、検出・検知をするもの、そして、モデレーションを行っていくというものがありました。

StartとLinkedInに関しては、一部自動でのコンテンツのモデレーションなども行っていますが、もし自動で何か検出されて、適切でないという判断がなされた場合にも、ユーザーがそれに対して申立てをできるような機会をしっかりと提供しております。ですから、表現の自由の一環として言っている場合もあって、そういった場合に、何か正当な理由があれば申立てをできるようにしております。

また、弊社のオフィス・オブ・A I のほうから、数か月以内にまた別のTransparency Report、透明性報告書というものを発表することになっておりますので、その中でも我々のポリシーなどが新たに発表されることになるかと思えます。

【宍戸座長】 よろしいですか。ありがとうございます。

それでは、続きまして、澁谷構成員、お願いいたします。

【澁谷構成員】 澁谷です。よろしくお願いいたします。

私のほうからは、研究開発について1点お伺いさせていただきます。

ヒアリングシートのほうで、日本の中の研究機関、研究者との連携は該当はないというふうにお答えいただいておりますが、今後、その連携・協力をし得る可能性でしたり、どのような条件がそろえばそのようなことが可能なのかということに関して教えてください。

【マイクロソフト（Masterson氏）】 御質問いただきありがとうございます。

正直申し上げまして、その点については、私のほうでは把握していないので、持ち帰って、また別途回答させていただければと思います。ただ、全体的に幅広く連携をしております、一貫してコラボレーションは進めていきたいと考えておりますので、日本のチームとも確

認しながら進めてきたいと思います。

ありがとうございます。

【宋戸座長】 ありがとうございます。

予定したお時間にはなっているのですが、曾我部構成員から御質問の御希望がありますので、そのやり取り分だけお時間を延長いただくことは可能でしょうか。

ありがとうございます。それでは、曾我部構成員、お願いします。

【曾我部構成員】 ありがとうございます。

では、簡潔に2点なんですけれども、1つは、外部の情報提供に関してですが、プレゼンテーションの中で、メディアガードでありますとか、Global Disinformation Indexでありますとか、あるいは、政府からの情報提供を利用しているというお話がありました。こういった情報提供がどの程度の重要性を御社の取組の中で占めているのかということについてお聞きしたいです。

と申しますのは、メディアガードであれ、Global Disinformation Indexであれ、あるいは政府からの情報提供であれ、日本では必ずしもこの辺りは十分に展開していないところがありまして、それがどの程度日本における御社の取組にネガティブな影響を与えているのかということに関心があるからです。こちらが1点目です。

2点目は、コンテンツモデレーションの評価についてお尋ねしたいです。つまり、利用規約に基づいてモデレーションされているという御説明だったのですが、これがどの程度有効に機能しているのかということについて、社内において評価をするというような取組があるのでしょうか。どういったものがあるのかということをお教えいただきたいです。よろしくお願いします。

【マイクロソフト（Masterson氏）】 ありがとうございます。

まず1つ目、外部の情報の重要性というところでありますけれども、先ほど発表の中でB i n g の例を紹介しました。いろいろな様々な要素、要因があって、それを基にサーチの結果を示している、そしてそれを基に権威あるものであるかというような判断をしているという話をしましたが、サードパーティのデータというのは、もちろん重要ではあるんですが、それが基で決定的なものになるということではなく、たくさんあるファクター、シグナルの一つということになります。

例えば、選挙に関連する権威ある情報ということに関しては、選挙ですとか、実際に選挙を運営している当局と、直接そこに情報を取りに行つて、正しい直接の情報、最新の情報を

確認して、それをトラストシグナルという形で反映しながら表示をするということをやっております。

我々としまでも、申し上げたとおり、常に追加のこういったデータソース、データ源というものをグローバルで模索しておりますので、日本においても、そういった幅広いところで、この追加の情報源を得ながら、信頼できる情報提供をしていきたいと思っております。

やはり一つの情報源だけでなく、複数から情報源を得ていくというところが非常に重要になってくると思います。例えば、一つ例を挙げますと、最近、Reporters Without Bordersという組織とパートナーシップを組みまして、ここのところがその信頼性の評価なども行っております。こういったコラボレーションですとか、情報源との提携・連携というものを今後もさらに拡大し、進めていきたいと思っておりますし、また、日本でも、そういった形で提携できるようなところを皆さんのほうで御提案あるようであれば、ぜひそれも伺ってきたいと思っております。

コンテンツモデレーションに関する御質問ですけれども、LinkedIn、Microsoft Startに関しては、プレゼンテーションのほうでもTransparency Reportについて少し触れておりますけれども、我々のほうでそのようなレポートをして、我々自身のトランスパレンシー、また、我々自身の評価がどういったレベルで行っているのかといったメトリックスも収集しながら、評価、そして、アセスメントを行っております。

また、プレゼンテーションでも触れましたが、例えば、フェイクアカウントやなりすまし、偽情報といったものに関しても検知を行っておりまして、99.6%が自動で検知され、対応されたという数字も載せております。ユーザー側からレポートされる前に検知ができたものが99.7%ということで、そのような形で、継続的に計測、そして、評価、アセスメントを我々としては行うことで対応を進めております。

また、コンテンツモデレーションのポリシーがどれだけ有効かというものに関しても、我々のほうで評価し、それをTransparency Reportとして展開もさせていただいております。

【曾我部構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございました。

構成員の皆様から手が挙がっているのはここまでですので、残りの追加で御質問がある場合には、事務局にお寄せいただきたいと思います。そして、事務局で取りまとめの上、マイクロソフト様にまた可能な範囲でお答えいただければということをメールでやり取りさせていただきたいと思いますと思いますが、井田さん、そのようなやり方でよろしいでしょうか。

【マイクロソフト（井田氏）】 ありがとうございます。大丈夫です。

【宍戸座長】 ありがとうございます。

本日は、マイクロソフト様からMastersonさんにおいでいただき、その取組を御紹介いただくとともに、質疑応答にも長い時間お答えをいただき、ありがとうございました。総務省において、特にコンテンツレイヤーと申しますか、情報流通の健全性を日本で考える上で非常に重要なアクターであるマイクロソフト様から、このような形で様々な情報をいただき、また、生成AIを含めた取組についても御紹介いただいたことは、大変貴重なことであったと考えております。座長として、御礼を申し上げたいと思います。

それと同時に、今後とも引き続き情報提供、意見交換、また協力を、日本政府もそうであり、様々な日本社会のアクターと進めていっていただくよう、私からお願いを差し上げたいと思います。

本日は本当にありがとうございました。

それでは、議事（2）は、例によって時間の関係で省略させていただきまして、事務局より連絡事項をお願いいたします。

【高橋係長】 ありがとうございます。

午後の会合につきましては、13時30分より実施いたします。以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございました。

それでは、以上をもちまして、デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会の第15回並びにワーキンググループ第11回会合の合同会合を一時閉会とさせていただきます。

午後の部、第2部の会合は、13時30分からになります。お間違いないようにお願いします。

それでは、一時散会いたします。ありがとうございました。