

目次

1. 偽・誤情報に関するポリシーの運用について	・ ・ ・ P. 1
2. 信頼できる情報のプロミネンスについて	・ ・ ・ P. 6
3. 発信者への収益還元について	・ ・ ・ P. 10
4. 広告サービスについて	・ ・ ・ P. 17
5. なりすましアカウントやなりすまし広告への対応 について	・ ・ ・ P. 21
6. 児童その他脆弱な主体の保護について	・ ・ ・ P. 34
7. 研究機関等へのデータ提供について	・ ・ ・ P. 36
8. ファクトチェック組織との連携について	・ ・ ・ P. 37

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
1. 偽・誤情報に関するポリシーの運用について				
Q 1－1 【LINE ヤフーへの質問】 2022 年度の Yahoo!ニュースコメント欄における全投稿削除件数のうち、偽・誤情報を理由とするものは 0.06%だったとのことですが、Yahoo!知恵袋、LINE オープンチャット及び LINE VROOM における同様の数字（削除率＝日本国内における全投稿削除件数のうち、偽・誤情報を理由とするものの件数の割合）をご教示ください。なお、ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください。	【CGM サービス（知恵袋・オープンチャット・VROOM）】 削除率（＝日本国内における全投稿削除件数のうち、偽・誤情報を理由とするものの件数の割合）につきましては、次のとおりです。 ・Yahoo!知恵袋：0.06% (2022/04/01/～2022/03/30) ・LINE オープンチャット：0.0003% (2023/4/23～2023/12/31) ・LINE VROOM： 0.003% (2023/04/01～2024/03/30)			
Q 1－2 【はてなへの質問】 ヒアリングシート Q6-1 に関し、偽・誤情報とスパム行為、迷惑行為について対応時に区別をしていないため、対応実態の数値は取得していないとのことですが、これらの区別なく全体の対応実態ということでしたら数値をご教示いただくことは可能でしょうか。可能でしたらご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）			複数のサービスを運営しており、対応数値の集計ができないものも含まれているため、全体の対応実態としても数値の公開は難しいです。	
Q 1－3 【サイバーエージェントへの質問】 削除・非表示件数について月間約 3000 件とのことですが、全ブログ記事・全コメント数に対する割合（削除・非表示率）をご教示ください。なお、ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください。				非常に少ない数（0.001%未満）です。事業の根幹の部分なので具体的な数は差し控えさせていただければと思います。
Q 1－4 【サイバーエージェントへの質問】 「削除」と「非表示」の違いをご教示ください。また、個別のコンテンツについて、審査の結果、ポリシー違反の有無について				ユーザーにより再編集可能なものが非表示という状態です。回答時には明確に意図的に使い分けてはいませんでした。 ②疑義が生じた際のプロセスと判断 （投稿監視は業務委託先である子会社で実

（設問）	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
疑義が生じた場合、どのようなプロセスで、削除／非表示／その他の対応をする／今回は対応しない、という判断を行っているか、ご教示ください。ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください。				施しております） 1. 投稿監視をするオペレータが判断に迷う場合は、シフトリーダーへエスカレーションし、シフトリーダーが判断する 2. シフトリーダーが判断に迷う場合は、マネージャーにエスカレーションし、マネージャーが判断する ――ここまでは業務委託先により実施―― 3. マネージャーが判断に迷う場合は、サイバーエージェント社の CX 推進室にエスカレーションし、CX 推進室で判断する 4. CX 推進室で判断に迷う場合は、マネージャーにエスカレーションし、マネージャーが判断する
Q 1－5 【LINE ヤフーへの質問】 各サービスに関し、個別のコンテンツについて、審査の結果、ポリシー違反の有無について疑義が生じた場合、どのようなプロセスで、削除／アカウント停止／その他の対応をする／今回は対応しない、という判断を行っているか、ご教示ください。ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください。 【ドワンゴへの質問】 各サービスに関し、個別のコンテンツについて、審査の結果、ポリシー違反の有無について疑義が生じた場合、どのようなプロセスで、注意喚起をする／今回は対応しない、という判断を行っているか、ご教示ください。ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください。 【はてなへの質問】 各サービスに関し、個別のコンテンツについて、審査の結果、ポリシー違反の有無について疑義が生じた場合、どのようなプロセスで、削除／アカウント停止／その他の	【CGM サービス全般】 ・当社では、AI と専門チームによる「人の目」を組み合わせで違反投稿の監視を行っています。AI の具体的な活用方法はサービスによって異なりますが、機械学習システムにより投稿が禁止事項等に抵触する内容であるか検出し、禁止事項等への抵触の可能性がある場合は、自動削除や投稿非表示措置を行ったり、専門チームによる確認の優先的なフローに移されることとなっています。 ・また、専門チームによる「人の目」により、ユーザーからの違反投稿申告に基づく確認や自主的なパトロールも並行して行われています。 禁止事項等に抵触しているか否かについて疑義が生じた投稿については、専門チーム内での協議を経て複眼的な判断がなされるだけでなく、必要に応じて各サービスにおける禁止事項等の制定・改廃担当者や法的判断を行う専門部門へのエスカレーションを実施し、適切な判断がなされるように体制を構築しています。人の目により禁止事項等に抵触すると判断され	ヒアリングシートや検討会でも回答させていただいたように、当社では「掲載された情報の真偽」を主体的に判断するのは困難なため、現時点では、「個別の投稿コンテンツが偽・誤情報であるか否か」の審査や、「偽・誤情報である」ことを理由としてポリシー違反と判断するといったことは行っておりません。 そのため、本質問では回答できる内容がございません。	・すでに定めてあるポリシー、内規に基づく判断については、コンテンツ監視メンバー間での協議によって判断をし、その判断については社内資料として共有している ・過去に対応実績がないなど、ポリシー、内規としては基準が明示されていないものの、実際に問題が生じており、サービスとして許容できるか否かを検討しないといけない場合には、各サービスの事業責任者との協議により決定する ・さまざまな外部要因から、ポリシーや内規自体の見直しを要すると判断した場合には、事業責任者との協議に加え、顧問弁護士など外部の有識者に相談する	

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
対応をする／今回は対応しない、という判断を行っているか、ご教示ください。ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください。	た投稿に対しては、削除等の対応を行うこととなります。 ・アカウント停止に関しては、各サービスにおいて公開しているガイドラインに沿って、例えば繰り返し禁止事項等に抵触する投稿を行う場合などについて、その実施の判断を行っています。 ・詳細は以下をご覧ください。 https://about.yahoo.co.jp/common/transparencyreport/ (メディア透明性レポート)			
Q 1－6 【LINE ヤフーへの質問】 各サービスに係る選挙関連のポリシーについて、以下の４点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (１) 直近の日本の国政選挙に際しての違反の認知件数 (２) 上記(１)のうち、外部からの通報による認知件数 (３) 上記(１)・(２)のうち、実際に削除等の対応を実施した件数 (４) 上記(３)に含まれる具体的な事例 【ドワンゴへの質問】 各サービスに係る選挙関連のポリシーについて、以下の４点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (１) 直近の日本の国政選挙に際しての違反の認知件数 (２) 上記(１)のうち、外部からの通報による認知件数 (３) 上記(１)・(２)のうち、実際に削除等の対応を実施した件数 (４) 上記(３)に含まれる具体的な事例 【はてなへの質問】	【CGM サービス全般】 ・国政選挙に関しては、例えば公職選挙法違反に当たり得る投稿など投稿自体が法令違反行為に該当し得るものとして措置される場合や、候補者に対する名誉棄損等に該当し得るものとして措置される場合など、様々な違反行為の類型が存在し得るものと考えられます。一定のCGM サービスにおいては、選挙期間中に投稿のモニタリングを強化するなどの対応を行っていますが、このように様々な類型が存在する中で、国政選挙に関連する削除件数のみを切り出して取得すること困難であることから、回答はご容赦いただければ幸いです。 ・なお、「Yahoo!ニュース」においては、多様な意見の尊重と公正な選挙の実現に配慮し、コメント投稿時に注意メッセージを掲出して注意喚起を行うことで、選挙運動期間中に、選挙の公正を阻害したり、または選挙結果に影響を及ぼしうる虚偽の事項についての書き込みなどがなされたりすることを抑止しています。 ・詳細は以下をご確認ください。 https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/10/19a/	(１)【※回答非公開】 (２)【※回答非公開】 (３)【※回答非公開】 (４)【※回答非公開】	現在のところ、国政選挙に関する違反については認知件数対応件数ともゼロです	(１) なし (２) (１)の通りなし (３) (１)(２)の通りなし (４) (１)(２)(３)の通りなし

（設問）	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
各サービスに係る選挙関連のポリシーについて、以下の４点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 （１）直近の日本の国政選挙に際しての違反の認知件数 （２）上記（１）のうち、外部からの通報による認知件数 （３）上記（１）・（２）のうち、実際に削除等の対応を実施した件数 （４）上記（３）に含まれる具体的な事例 【サイバーエージェントへの質問】 選挙関連のポリシーについて、以下の４点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 （１）直近の日本の国政選挙に際しての違反の認知件数 （２）上記（１）のうち、外部からの通報による認知件数 （３）上記（１）・（２）のうち、実際に削除等の対応を実施した件数 （４）上記（３）に含まれる具体的な事例	（プレスリリース／Yahoo!ニュース、コメント欄の健全化に向けた取り組みを強化） ・また「Yahoo!ファイナンス掲示板」においても、選挙期間中の投稿において法令違反に該当する投稿が行われないよう、注意を記載しております。 ・詳細は以下をご覧ください。 https://support.yahoo-net.jp/PccFinance/s/article/H000011273			
Ｑ１－７ 【LINE ヤフーへの質問】 選挙期間中に選挙関連のポリシー違反のコンテンツや候補者等の権利を侵害するコンテンツの存在を外部から指摘された場合、削除等するか否かを判断するための検討期間として、技術面や運用面等を踏まえると最短でどのくらいの日数が必要か、ご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください） 【ドワンゴへの質問】 選挙期間中に選挙関連のポリシー違反のコンテンツや候補者等の権利を侵害するコンテンツの存在を外部から指摘された場合、	【CGM サービス全般】 日数としては、仮にポリシー違反であることが客観的に明白であれば当日中に削除を実施することは可能ですが、投稿内容や外部からの指摘の内容にもよりますので一概に申し上げることは困難です。	検討会でも回答させていただいたように、基本的には選挙管理委員会等の専門機関・権利を侵害された当事者からの指摘があった場合に対応を検討する方針のため、それ以外の第三者からの指摘に対しては、指摘内容の確認後、ほぼ時間をおかずに「削除しない」判断がなされています。 選挙管理委員会等の専門機関・権利を侵害された当事者からの指摘に対しては、ケースバイケースとなる部分が多いのですが、概ねの流れとしては本人確認を行った後、社内で削除が妥当か検討し削除要否を決定するため、最短でも３日～５日程度は必要と考えます。	単にポリシーに違反するか否か、権利侵害に相当する否かの検討であれば、指摘から１日以内で可能です。 ただし、権利侵害情報については、権利侵害に相当することが明白とは言えない場合、削除はしない判断となり、プロバイダ責任制限法に基づく手続きを要します。また、事業者が「権利侵害に相当することが明白」と判断できる範囲は限定的です	基本的にはプロバイダ責任制限法の特例に則り、２日程度を想定しております。 この特例ができた際に社内でそのように取り決めたものの、実際の対応例はありません。 https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyos/naruhodo/naruhodo10_3.html

（設問）	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
削除等するか否かを判断するための検討期間として、技術面や運用面等を踏まえると最短でどのくらいの日数が必要か、ご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください） 【はてなへの質問】 選挙期間中に選挙関連のポリシー違反のコンテンツや候補者等の権利を侵害するコンテンツの存在を外部から指摘された場合、削除等するか否かを判断するための検討期間として、技術面や運用面等を踏まえると最短でどのくらいの日数が必要か、ご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください） 【サイバーエージェントへの質問】 選挙期間中に選挙関連のポリシー違反のコンテンツや候補者等の権利を侵害するコンテンツの存在を外部から指摘された場合、削除等するか否かを判断するための検討期間として、技術面や運用面等を踏まえると最短でどのくらいの日数が必要か、ご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。				
Q 1－8 【LINE ヤフーへの質問】 いずれのサービスかを問わず、貴社のポリシーやガイドライン等の基準に則って削除やアカウント停止の対象となった投稿・アカウントについて、削除・アカウント停止以外の対応（例えば警察との協力、摘発、被害を受ける可能性のある人・組織等への連絡など）がなされたことはあるでしょうか。ある場合、件数及び主な事例をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください） 【ドワンゴへの質問】 いずれのサービスかを問わず、貴社のポリ	【CGM サービス全般】 ・当社では、サービス提供者としての社会的な責任を果たす上で、例外的に捜査機関による捜査などに対応するケースがあります。捜査機関から情報開示の要請を受領した場合など、関係法令に基づいて開示することが適切と判断される状況と範囲に限り、捜査に必要な情報を提供する場合があります。 ・詳細については、捜査やプライバシーに関わる事項であることから、お答えを差し控えさせていただければ幸いです。 ・なお、捜査機関からの開示要請への対応件数については、下記において公開してい	自殺予告・自殺実演・具体的な犯罪予告など、人命に関わり得る配信や掲示板への書き込みを検知した場合に、警察への通報を行っています。	警察に対する通報や相談はプライバシーポリシーの範囲内で行っています。 具体的には ・人身の安全や財産に重大な影響があると見られる場合 ・弊社サービスの健全な運営に支障が発生する妨害行為や脅迫などがある場合 が相当します。弊社から、被害を受ける可能性がある人や組織に対しての連絡は、個人情報保護の観点や事件捜査に影響が出るなど問題があるため行っておらず、警察に対して通報、相談を行い、警察を通じて連絡していただくようにしています。 警察に対する相談については件数は公開し	Ameba ブログに関して、投稿削除やアカウント削除以外は基本的にはないものの、警察からの捜査協力要請に対して、登録情報や投稿ログの提供等をしております。これらは、捜査関係事項照会書を受領の上で法の範囲内で実施しております。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
シーやガイドライン等の基準に則って削除やアカウント停止の対象となった投稿・アカウントについて、削除・アカウント停止以外の対応（例えば警察との協力、摘発、被害を受ける可能性のある人・組織等への連絡など）がなされたことはあるでしょうか。ある場合、件数及び主な事例をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 【はてなへの質問】 いずれのサービスかを問わず、貴社のポリシーやガイドライン等の基準に則って削除やアカウント停止の対象となった投稿・アカウントについて、削除・アカウント停止以外の対応（例えば警察との協力、摘発、被害を受ける可能性のある人・組織等への連絡など）がなされたことはあるでしょうか。ある場合、件数及び主な事例をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください） 【サイバーエージェントへの質問】 いずれのサービスかを問わず、貴社のポリシーやガイドライン等の基準に則って削除やアカウント停止の対象となった投稿・アカウントについて、削除・アカウント停止以外の対応（例えば警察との協力、摘発、被害を受ける可能性のある人・組織等への連絡など）がなされたことはあるでしょうか。ある場合、件数及び主な事例をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）	ます。 https://www.lycorp.co.jp/ja/privacy-security/privacy/transparency/ （捜査機関等からのユーザー情報開示要請に関する透明性レポート）		ていません。 過去事例としては ・児童に対する性被害の恐れがある投稿 ・自殺予告、殺害予告など ・弊社に対する ddos 攻撃 などがあります。 なお、警察への相談は、必ずしも削除やアカウント停止の対象となった投稿やアカウントではないことがあります。特に自殺予告や現在進行系で犯罪が行われている可能性がある投稿は、運営者が介入することで悪影響となることもあるため、利用停止等の措置に先んじて警察に通報しています。	
2. 信頼できる情報のプロミネンスについて				
Q 2-1 【LINE ヤフーへの質問】 英国でメディアのコンテンツの表示の方法に関するプロミネンスと言われる法整備がされており、日本でも関心が上がってきて	【LINE NEWS・Yahoo!ニュース】 各サービスにおいて多岐にわたる取組みを行っておりますが、代表的なものとして下記の2サービスの事例を紹介させていただきます。	ヒアリングシート Q3（3）で回答させていただいたように、新型コロナウイルスの流行に伴い、政府関連機関が発信する情報が広く伝わるよう、コンテンツ視聴ページに誘導表示を行ったことがありました。	現在のところ一律に優先表示はしていませんが、公的機関が優先表示しやすい形で情報を発信している場合は関連トピックに優先的に枠を作るなど、今後の取組としては検討したいです。	そのような取り組みは実施しておりません。 必要な状況が発生した場合は個別対応いたします。また、今後も同様に個別に対応する予定です。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
おります。特に災害発生時等の非常事態において、地方自治体等の公的機関、新聞や放送等の伝統メディアのコンテンツやファクトチェック記事、その他信頼性の高い発信源が発信する情報を優先的に表示するといった取組をもしされていれば、詳細ご教示ください。また、今後そのような取組を行うことの可能性について、お考えをお聞かせください。 【ドワンゴへの質問】 英国でメディアのコンテンツの表示の方法に関するプロミネンスと言われる法整備がされており、日本でも関心が上がってきております。特に災害発生時等の非常事態において、地方自治体等の公的機関、新聞や放送等の伝統メディアのコンテンツやファクトチェック記事、その他信頼性の高い発信源が発信する情報を優先的に表示するといった取組をもしされていれば、詳細ご教示ください。また、今後そのような取組を行うことの可能性について、お考えをお聞かせください。 【はてなへの質問】 英国でメディアのコンテンツの表示の方法に関するプロミネンスと言われる法整備がされており、日本でも関心が上がってきております。特に災害発生時等の非常事態において、地方自治体等の公的機関、新聞や放送等の伝統メディアのコンテンツやファクトチェック記事、その他信頼性の高い発信源が発信する情報を優先的に表示するといった取組をもしされていれば、詳細ご教示ください。また、今後そのような取組を行うことの可能性について、お考えをお聞かせください。 【サイバーエージェントへの質問】 英国でメディアのコンテンツの表示の方法	(Yahoo!ニュース) ・トピックスは、「公共性」と「社会的関心」などを軸として、政治や経済など広く伝えるべき重要度の高いニュースや、スポーツなど多くの人々の関心を集めるニュースといった多様なニュースをユーザーに届けています。 ・トピックスで取り上げるコンテンツは、記事提供元より配信されるものから社内の編集部員が選んでいます。トピックスの掲載場所は、Yahoo! JAPAN トップページやYahoo!ニュースのページなどで、見出し（最大 15.5 文字）を付けているものです。 ・Yahoo! JAPAN トップページでは、「いま話題になっている重要ニュース」を中心に、トピックスを選び、掲載しています。トップページにおけるトピックスの並べ方は、ニュースの「公共性」と「社会的関心」のバランスを加味しています。災害や有事に関する情報や国政選挙など、ユーザーの生命・財産や生活に大きく関わるもの、あるいはオリンピックといった著しく社会的関心が高まる国民的なイベントなどについては、トピックスで集中的に扱うことがあります。 ・また、トピックスの見出しを押すと、複数のコンテンツがまとめられたページが表示されます。このページでは、ニュースの基本情報、背景・経緯などの情報をまとめ、ユーザーの理解や行動をサポートすることを目指しています。遷移先に掲載するものは、パートナーから配信されるコンテンツのほか、官公庁のサイトや各メディア、民間団体のサイトなど、一定の信頼性があるページを中心に選んでいます。	現在はこういった取り組みは行っておりませんが、新型コロナウイルス流行と同等レベルの、国内情勢に甚大な影響を与える非常事態が発生した場合には、再度類似の取り組みを行う可能性はあると考えています。	なお、はてなブックマークでは、新聞社のサイトなど伝統メディアに対するブックマークが多く、自然に上位に表示される状況にはなっています。ただ、昨今では情報の主要部分が有料であることも多く、システム上で伝統メディアを上位表示することは考えていません。 一律に各サービスで信頼性の高い情報を優先表示できる仕組みといった法整備についてはポジティブに捉えています。	

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
に関するプロミネンスと言われる法整備がされており、日本でも関心が上がってきております。特に災害発生時等の非常事態において、地方自治体等の公的機関、新聞や放送等の伝統メディアのコンテンツやファクトチェック記事、その他信頼性の高い発信源が発信する情報を優先的に表示するといった取組をもしされていれば、詳細ご教示ください。また、今後そのような取組を行うことの可能性について、お考えをお聞かせください。	・詳細につきましては以下をご覧ください。 https://news.yahoo.co.jp/info/news-operation-policy (Yahoo!ニュース運営方針) (LINE NEWS) ・「LINE アプリのニュースタブ」ではタブ上部を中心に「いま話題になっている重要ニュース」を中心に掲載しています。トップニュースとはLINE アプリの下方にある「ニュース」のタブを選択した際に表示される「主要ニュース」部分で、編集部が見出しをつけているものです。トップニュースは「いま話題になっている重要ニュース」を中心に、記事を選び、ページ上部に掲載しています。 ・トップページにおける並べ方は、ニュースの「公共性」と「社会的関心」のバランスを加味しています。災害や有事に関する情報や国政選挙など、ユーザーの生命・財産や生活に大きく関わるもの、あるいはオリンピックといった著しく社会的関心が高まる国民的なイベント時は、枠内で同じ事象のニュースを複数掲載することもあります。 ・また、大規模災害などが発生した際、パートナーから配信された最新情報の記事を複数掲載するほか、各自治体・官公庁などによる、ユーザーの生命財産・生活に関わる情報(避難・各種インフラ情報、災害用伝言板など)をトップニュースやトップニュースからの掲載先の記事ページなどで載せることもあります。 ・詳細につきましては以下をご覧ください。 https://news.line.me/publishpolicy/			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	(LINE NEWS 運営方針)			
Q 2 - 2 【LINE ヤフーへの質問】 2022 年・2023 年に日本において、ポリシー違反を理由としてアカウントの停止や投稿の削除等をした件数のうち、次の 5 点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 (1) 日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントからの投稿に対する削除等の件数 (2) 日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントに対して行った凍結・停止措置の件数 (3) (2) の措置に至った理由の例 (4) (2) のうち、事後的に凍結・停止措置を解除した件数 (5) (4) の解除措置に至った理由の例 【ドワンゴへの質問】 2022 年・2023 年に日本において、ポリシー違反を理由としてアカウントの停止や投稿の削除等をした件数のうち、次の 5 点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 (1) 日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントからの投稿に対する削除等の件数 (2) 日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントに対して行った凍結・停止措置の件数 (3) (2) の措置に至った理由の例 (4) (2) のうち、事後的に凍結・停止措置を解除した件数 (5) (4) の解除措置に至った理由の例 【はてなへの質問】 2022 年・2023 年に日本において、ポリシー違反を理由としてアカウントの停止や投	【LINE NEWS・Yahoo!ニュース】 ニュース配信サービスに関してはいずれの事例もございません。 【CGM サービス全般】 その他のサービスについては政府・自治体・放送事業者・新聞社等のアカウントであるかどうかの判別を行っておらず、ご回答申し上げることは困難です。	アカウント停止や投稿削除を行う際に、「日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントであるか」を明確に確認する運用は取っておりませんが、ポリシー違反を理由としてこれらのアカウントに措置を行った履歴はないものと認識しています。	はてなには日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントとして正式に確認できているアカウントが存在せず、そのような団体が公的に発信することを目的で利用されているアカウントがないため、ポリシー違反に相当するものもありません。（サービスとしてはそのような事業者、団体様にはぜひ活用していただきたいです）	(1) なし (2) (1) の通りなし (3) (1) (2) の通りなし (4) (1) (2) (3) の通りなし (5) (1) (2) (3) (4) の通りなし

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
稿の削除等をした件数のうち、次の5点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 （１）日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントからの投稿に対する削除等の件数 （２）日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントに対して行った凍結・停止措置の件数 （３）（２）の措置に至った理由の例 （４）（２）のうち、事後的に凍結・停止措置を解除した件数 （５）（４）の解除措置に至った理由の例 【サイバーエージェントへの質問】 2022年・2023年に日本において、ポリシー違反を理由としてアカウントの停止や投稿の削除等をした件数のうち、次の5点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 （１）日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントからの投稿に対する削除等の件数 （２）日本の政府や自治体、放送事業者や新聞社のアカウントに対して行った凍結・停止措置の件数 （３）（２）の措置に至った理由の例 （４）（２）のうち、事後的に凍結・停止措置を解除した件数 （５）（４）の解除措置に至った理由の例				
3. 発信者への収益還元について				
Q3-1 【LINE ヤフーへの質問】 LINE VOOMによる収益化¹に関し、以下の5点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的に教示ください。 （１）日本において、LINE VOOMによる収	【LINE VOOM】 LINE VOOMの収益化プログラムの構造は以下の構造となっております。 ①LINE VOOM Creator Program (LVCP) LINE VOOM側が用意した原資について、投稿者における投稿パフォーマンスに応じて			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
益化プログラムに参加し収益が得られるようになるためには、具体的にどのような基準により、どのような手法で、ボットかどうかの本人確認含め審査を行っているのでしょうか。また、この審査において、不適当として参加できなかったものの件数と、参加申込総数に対する当該件数の割合をご教示ください。 (2) コンテンツの質やポリシー違反の有無が収益化の可否・程度につながるようなポリシーをお持ちでしたら、その詳細と、実際に当該ポリシー違反を理由に収益化を停止・無効化した件数及びプログラム参加者総数に対する当該件数の割合 (3) 上記(2)のうち、特に偽・誤情報に関するポリシーへの違反を理由として対応を行った件数 (4) 上記(1)～(3)に含まれる具体的な事例	プログラム参加者に分配する仕組みです。2021年からクローズドで運用を開始し、2024年5月に一般開放を予定しております。 なお、以下のサービスにおける収益化機能・新規参加はともに2024年4月17日をもって終了していますが、参考までに記載させていただきます。 <u>②LINE VOOM マネタイゼーション</u> 動画を投稿すると動画内の広告表示に関して、広告収益を投稿者とプラットフォームで分け合う仕組み。 ----- (1)～(4)につきまして、①LINE VOOM Creator Program (LVCP)、②LINE VOOM マネタイゼーションのそれぞれについて回答いたします。 (1) <u>① LINE VOOM Creator Program (LVCP)</u> 収益化の対象となる基準は以下となります。 ・他 SNS のフォロワー5000 以上 ・投稿内容に違反がないか 上記の基準に基づく審査フローは以下のとおりです。 ・契約 MCN から毎月 20 日までに新規追加希望のクリエイターリスト（クリエイター名・クリエイターの他 SNS 情報等）を提出していただく。 ・他 SNS の投稿内容を見て、審査担当者が審査を実施する。具体的な確認事項は以下のとおり。			

1

https://help2.line.me/official_account_jp/web/categoryId/20008363/3/

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	✓ 過度に暴力的な表現、露骨な性的表現、児童ポルノ・児童虐待に相当する表現、人種、国籍、信条、性別、社会的身分、門地等による差別につながる表現、自殺、自傷行為、薬物乱用を誘引または助長する表現、その他反社会的な内容を含み他人に不快感を与える表現がないか ✓ 宣伝目的の投稿でないか ✓ 著作権侵害のコンテンツがないか ✓ その他、社内審査担当チーム内で不適切と判断したものがないか ・審査結果を各 MCN 担当が最終チェックを行い承認する。 ※2023 年度の否認件数割合は、申請件数比 8.7%です。 ②LINE VOOM マネタイゼーション（終了済み・参考） 審査担当者が、申請があった直近の投稿を確認し、当社の審査基準を満たす方のみを審査通過させておりました。 詳細な基準は以下のとおりです。 ・フォロワー数が 500 人以上の公式アカウントを使用しており、さらにそのアカウントが LINEVOOM に投稿した動画の再生時間が直近 1 カ月間で合計 50 時間以上である ・LINEVOOM に投稿した動画コンテンツが以下の条件を満たすもの (a) 第三者の権利(著作権、著作者人格権、特許権、商標権、意匠権、実用新案権、営業秘密、名誉権、肖像権、プライバシー権、パブリシティ権などを侵害していない。 (b) 公序良俗に反するおそれがある内容(過			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	度に暴力的な内容、性的内容など)、法令または関連利用規約に違反する内容が含まれていない。 ※本サービスはすでに終了しているため、現在は審査運用しておりません。 なお、2023 年度の否認件数割合は 48%でした。 (2)(3)(4)につきましては、「1 偽・誤情報に関するポリシーの運用について」で回答しましたように、全体の割合は 0.003%(2023/04/01～2024/03/30) ですが、収益化対象に限定した集計はできておりません。			
Q3-2 【ドワンゴへの質問】 「作品収入」機能に関し、以下の5点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (1) 日本において、「作品収入」のプログラムに参加し収益が得られるようになるためには、具体的にどのような基準により、どのような手法で、ポットかどうかの本人確認含め審査を行っているのでしょうか。また、この審査において、不適当として参加できなかったものの件数と、参加申込総数に対する当該件数の割合をご教示ください。 (2) コンテンツの質やポリシー違反の有無が収益化の可否・程度につながるようなポリシーをお持ちでしたら、その詳細と、実際に当該ポリシー違反を理由に収益化を停止・無効化した件数及びプログラム参加者総数に		ヒアリングシートQ9-1での回答と重複する部分も多くありますが、以下の通りです。 本人確認： プレミアム会員（弊社サービスの月額会員）であること、あるいは、本人確認書類の提出による本人確認手続きが完了したことをもって本人確認としております。 この条件を満たしていないと、「作品収入」の申請自体ができません。 なお、本人確認手続きの手法の詳細については、以下のヘルプページをご参照ください。 https://qa.nicovideo.jp/faq/show/78?site_domain=default 基準： 「作品収入」の申請が行われたコンテンツに対しては、収益化の可否を判断するため		

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
対する当該件数の割合 (3) 上記(2)のうち、特に偽・誤情報に関するポリシーへの違反を理由として対応を行った件数 (4) 上記(1)～(3)に含まれる具体的な事例		に、審査を行っております。 審査内で「第三者権利物の利用と思わしき内容」や「弊社の審査ポリシーに反すると思わしき内容」を確認した場合には、その作品の収益化は認められません。 ただし、投稿者からの異議申立により問題がないと判断した場合には収益化が可能となります。 上記の内容以上の基準・審査手法の詳細については非公開とさせていただいておりますが、審査ポリシーの概要は以下で公開しております。 ▼登録条件と審査ポリシーについて https://blog.nicovideo.jp/niconews/117081.html ▼AI を利用した作品のクリエイター奨励プログラム・作品収入の奨励金付与について https://blog.nicovideo.jp/niconews/179219.html 不相当として参加できなかったものの件数：【※回答非公開】 (2) コンテンツの質やポリシー違反の有無が収益化の可否・程度につながるようなポリシーをお持ちでしたら、その詳細と、実際に当該ポリシー違反を理由に収益化を停止・無効化した件数及びプログラム参加者総数に対する当該件数の割合 (1) での回答と同様になるため割愛いたします。 (3) 上記(2)のうち、特に偽・誤情報に関するポリシーへの違反を理由として対応を行った件数		

(設問)	LINE ヤフー	ダウンゴ	はてな	サイバーエージェント
		ヒアリングシートQ9-1で回答した通り、当社では「掲載された情報の真偽」を判断するのは困難なため、「コンテンツに偽・誤情報が含まれるか否か」は、作品収入の審査基準に含んでいません。 そのため、0件となります。 (4) 上記(1)～(3)に含まれる具体的な事例 ①本人確認手続き ・書類不足 ・必要事項の記載漏れ など ②「作品収入」審査 ・コンテンツ内で第三者権利物（映像作品・楽曲など）と思わしい内容が使用されている ※投稿者からの異議申立により、権利上の問題がないと判断した場合には収益化が可能となります ・投稿者自身の創作活動と判断できないもの ・権利上の問題の有無に関わらず、第三者の著作物の全転載、もしくは一部を切り出して転載したもの ・上記に対して、切り貼りやテロップなど多少の編集を追加してはいるものの、元となる著作物の羅列、補足程度に留まるもの ・無音静止画配信などコンテンツとしての実態に乏しいもの ・AIで自動生成されたもの（イラスト・楽曲など）をそのまま投稿したもの ※AIを使って出力した生成物を『自身の創作物の一部』に組み込むことは創作活動と判断しております		

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
		など		
Q 3 - 3 【サイバーエージェントへの質問】 「おまかせ広告」へのクリック数等に応じた報酬支払に関し、以下の5点をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (1) 日本において、上記報酬支払プログラムに参加し収益が得られるようになるためには、具体的にどのような基準により、どのような手法で、ポットかどうかの本人確認含め審査を行っているのでしょうか。また、この審査において、不適当として参加できなかったものの件数と、参加申込総数に対する当該件数の割合をご教示ください。 (2) コンテンツの質やポリシー違反の有無が収益化の可否・程度につながるようなポリシーをお持ちでしたら、その詳細と、実際に当該ポリシー違反を理由に収益化を停止・無効化した件数及びプログラム参加者総数に対する当該件数の割合 (3) 上記(2)のうち、特に偽・誤情報に関するポリシーへの違反を理由として対応を行った件数 (4) 上記(1)～(3)に含まれる具体的な事例				(1) 以下2点を審査しております。 ①Amebaの利用規約に同意しており、規約に準拠したサービス利用を行っていること ②18歳以上であること。(18歳以上20歳未満の未成年者の場合は、親権者などの法定代理人の同意を得ています。※18歳未満の場合は、法定代理人の同意があってもお申し込みいただけません。) ・これらに不適当となった件数は2023年5月～2024年4月の期間中に169件となっています。総数において1%未満の割合となっています。 ・おまかせ広告の利用権限はAmebaアカウントに紐付きます。Amebaブログ自体の通常監視が事前の悪質なアカウントの1次フィルタリングになっており、ブログの監視により利用停止の対象となったブログアカウントは同時におまかせ広告の利用権利を失います。 ・本人確認は本審査プロセスの中には含まれていませんが、発生した報酬を実際に受け取るためのフローの中で本人確認がなされるようになっています。 (2) Amebaブログ自体の利用規約がその役割を担っています。 3-1の回答と重複しますが、おまかせ広告の利用権限はAmebaアカウントに紐付きます。Amebaブログ自体の通常監視により利用停止の対象となったブログアカウントは同時におまかせ広告の利用権利を失います。利用停止の対象となった件数は2023年4月～2024年3月で3,005件になります。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
				現状の監視運用において、偽・誤情報に関するポリシーを策定していないため対応件数はありません。 (4) -
4. 広告サービスについて				
Q 4 - 1 【LINE ヤフーへの質問】 貴社は広告主向け・パブリッシャー向けそれぞれの広告サービス（LINE 広告、Yahoo! 広告など）を展開し、いわゆる広告仲介プラットフォームの運営を行っている理解ですが、こうした広告サービスに関し、以下の4点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 (1) 広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、貴社の仲介により広告配信が可能で問題ないものとして審査しているのでしょうか。 (2) 上記(1)の事前審査において、偽・誤情報等を発信・拡散するメディア（広告媒体）という理由で、広告配信先として問題ありとされたものの件数と、問題ありとされたものの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (3) 広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、偽・誤情報等を発信・拡散するような悪質なサイトであった場合に、広告主から当該サイトへの広告掲載を停止するよう求める通報窓口のようなものは設けていますでしょ	【LINE 広告・Yahoo! 広告】 (1) (Yahoo! 広告) ・配信前の審査として、掲載先パートナー選定の際に、主に広告配信ガイドラインに基づく審査を実施しています。 ・Yahoo! 広告の広告配信ネットワークには、メディアとしての知名度・実績があり、掲載されている情報に信頼性のある多数のパートナーが参加しています。 ・サイトのテーマやコンテンツの傾向、サイト内に運営者情報を明記されているかなど、さまざまなポイントについて、ガイドラインに基づき審査を行い、広告の配信に適したパートナーであるかを検討します。審査はトレーニングを積んだ担当者によって行われ、ガイドラインに抵触しないサイトに対してのみ広告が配信されます。 ・配信前の審査を通ったサイトでも、コンテンツ内容は流動的なものも多く含まれるため、広告配信が開始した後もガイドラインに違反している内容がないかを審査しています。 (LINE 広告) ・LINE 広告（LINE 広告ネットワーク）では、配信前の審査として、広告配信ネットワークのパートナー選定時に「LINE 広告ネットワーク利用規約」に基づく審査を実施しています。審査基準には、登録情報の一致、アプリストアでの掲載状況、コンテン	パブリッシャー向けの広告配信サービスは展開しておりません。	広告仲介プラットフォームは運営していません	(1) 過去実施しておりましたが、現在は実施しておりません。 (2) 同上 (3) 同上 (4)

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
うか。 (4) 上記(3)で設けている場合、通報後の対応フローと、実際の通報件数や対応した件数など、日本国内における運用状況をご教示ください。 【ドワンゴへの質問】 貴社は広告主向けに広告サービスを展開している理解ですが、いわゆるパブリッシャー（外部の広告媒体メディア）向けの広告配信サービスは展開（いわゆる広告仲介プラットフォームを運営）しておりますでしょうか。もし展開している場合、以下の4点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 (1) 広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、日本においては、事前、どのような基準により、どのような手法で、貴社の仲介により広告配信が可能で問題ないものとして審査しているのでしょうか。 (2) 上記(1)の事前審査において、偽・誤情報等を発信・拡散するメディア（広告媒体）という理由で、広告配信先として問題ありとされたものの件数と、問題ありとされたものの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (3) 広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、偽・誤情報等を発信・拡散するような悪質なサイトであった場合に、広告主から当該サイトへの広告掲載を停止するよう求める通報窓口のようなものは設けていますでしょうか。 (4) 上記(3)で設けている場合、通報	ツの適正性などが含まれ、これにより信頼性と安全性を確保しています。 ・専門部署によって行われる事前審査では、各アプリが「LINE 広告ネットワーク利用規約」に適合しているかを確認します。問題があると判断されたアプリは配信対象外となります。 ・事前審査を通過したアプリに対しては、外部機関からの情報を活用し、定期的な監視やクローリング技術を活用したモニタリングを実施しています。特定のリスク評価基準に基づき、適宜審査を行い、問題が発見された場合には迅速に対応を行うことで、広告の品質維持を図っています。 (2) (Yahoo! 広告) ・Yahoo! 広告においては、配信先に掲載されている情報の真偽を確認する審査は行っておりません。なお、広告の配信先に掲載されている情報に懸念がある場合は「当社が不適切と判断したもの」という理由で非承認としています。 ・具体的には、一定の匿名掲示板やまとめサイトやその関連サイトなどが該当します。 ・広告配信ガイドライン： (8) その他、当社が不適切と判断したサイト https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044214?language=ja ・Yahoo! 広告で「不適切」として非承認にしている件数は、以下のとおりです（2023年度の実績） ・事前審査における件数：【※回答非公			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
後の対応フローと、実際の通報件数や対応した件数など、日本における運用状況をご教示ください。 【はてなへの質問】 貴社は広告主向けに広告サービスを展開している理解ですが、いわゆるパブリッシャー（外部の広告媒体メディア）向けの広告配信サービスは展開（いわゆる広告仲介プラットフォームを運営）しておりますでしょうか。もし展開している場合、以下の4点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 （１）広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、貴社の仲介により広告配信が可能で問題ないものとして審査しているのでしょうか。 （２）上記（１）の事前審査において、偽・誤情報等を発信・拡散するメディア（広告媒体）という理由で、広告配信先として問題ありとされたものの件数と、問題ありとされたものの全体における当該件数の割合をご教示ください。 （３）広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、偽・誤情報等を発信・拡散するような悪質なサイトであった場合に、広告主から当該サイトへの広告掲載を停止するよう求める通報窓口のようなものは設けていますでしょうか。 （４）上記（３）で設けている場合、通報後の対応フローと、実際の通報件数や対応した件数など、日本における	開】 （総否認数に占める割合 【※回答非公開】） ・ 事後パトロールにおける件数：【※回答非公開】（総否認数に占める割合 【※回答非公開】） （LINE 広告） ・ 前提として、LINE 広告ネットワークは各 OS のストア審査を通過したアプリのみが配信対象となります（Web サイトは配信対象外）。 参考：iOS/Android 各ストアのガイドライン ・ iOS : https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/ ・ 関連する項目： 1.1.6 偽の位置追跡情報などの不正確なデバイスデータまたはトリック／ジョークの機能を含む、偽情報／不正確な情報および機能。アプリが「娯楽用」と明記されている場合も、このガイドラインは適用されます。匿名またはいたずら目的で、電話や SMS/MMS メッセージ送信を可能にするアプリは却下されます。 ・ Android : https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9888077?hl=ja ・ 関連する項目： 虚偽のまたは誤解を招くような情報や宣伝文句を画像、動画、テキストを通じて伝えることを助長する、またはその作成に役立つアプリは認められません。誤解を招く、または虚偽であることが明らかな画像、動画、テキストを助長、または固定化し、配			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
運用状況をご教示ください。 【サイバーエージェントへの質問】 貴社は広告主向け・パブリッシャー向けそれぞれの広告サービス（LINE 広告、Yahoo! 広告など）を展開し、いわゆる広告仲介プラットフォームの運営を行っている理解ですが、こうした広告サービスに関し、以下の4点をご教示ください（ご回答が難しい場合はその理由をご教示ください）。 （１）広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、貴社の仲介により広告配信が可能で問題ないものとして審査しているのでしょうか。 （２）上記（１）の事前審査において、偽・誤情報等を発信・拡散するメディア（広告媒体）という理由で、広告配信先として問題ありとされたものの件数と、問題ありとされたものの全体における当該件数の割合をご教示ください。 （３）広告配信先のパブリッシャーが運営するメディア（広告媒体）について、偽・誤情報等を発信・拡散するような悪質なサイトであった場合に、広告主から当該サイトへの広告掲載を停止するよう求める通報窓口のようなものは設けていますでしょうか。 （４）上記（３）で設けている場合、通報後の対応フローと、実際の通報件数や対応した件数など、日本国内における運用状況をご教示ください。	慮が求められる事象、政治、社会問題など、社会的関心事に悪影響をもたらす可能性があると判断されたアプリは認められません。 ・その上で、LINE 広告ネットワークでは「LINE 広告ネットワーク利用規約」に基づいて肖像権、パブリシティ権、名誉・信用毀損、違法な内容や活動の支援・助長等が行われていないかを確認しています。これらの内容にて問題ありと判断した件数は直近1年（2023年5月～2024年4月）の間に【※回答非公開】で、審査基準違反となった件数全体の【※回答非公開】です。 https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line-ads-network/ （３）広告配信ガイドライン違反が疑われる場合に限らず、担当営業を通して、広告主が特定の配信先への広告掲載の停止を依頼する窓口があります。また、広告主自身でも、広告管理ツールから掲載先サイトの情報を確認することができ、いつでも自由に配信停止を行うことができます。 （４） これまで、偽・誤情報等を発信・拡散する悪質サイトへ広告が掲載されていることを理由として、広告主から配信停止の依頼がきたことはありません。			
5. なりすましアカウントやなりすまし広告への対応について				

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
Q 5 - 1 【LINE ヤフーへの質問】 ①一般のアカウントやコンテンツ、及び②広告のそれぞれについて、有名人や有名企業になりすましたり、そうした人・企業の肖像やロゴなどを無断で使用したりしているケースに対し、ポリシーで何らかの対応（削除、アカウント停止等）を行う旨定めている場合は、その内容を具体的にご教示ください。 【ドワンゴへの質問】 ①一般のアカウントやコンテンツ、及び②広告のそれぞれについて、有名人や有名企業になりすましたり、そうした人・企業の肖像やロゴなどを無断で使用したりしているケースに対し、ポリシーで何らかの対応（削除、アカウント停止等）を行う旨定めている場合は、その内容を具体的にご教示ください。 【はてなへの質問】 ①一般のアカウントやコンテンツ、及び②広告のそれぞれについて、有名人や有名企業になりすましたり、そうした人・企業の肖像やロゴなどを無断で使用したりしているケースに対し、ポリシーで何らかの対応（削除、アカウント停止等）を行う旨定めている場合は、その内容を具体的にご教示ください。 【サイバーエージェントへの質問】 ①一般のアカウントやコンテンツ、及び②広告のそれぞれについて、有名人や有名企業になりすましたり、そうした人・企業の肖像やロゴなどを無断で使用したりしているケースに対し、ポリシーで何らかの対応（削除、アカウント停止等）を行う旨定めている場合は、その内容を具体的にご教示ください。	なりすまし行為については、LINE ヤフー共通利用規約において、以下の基準を定めています。 ・LINE ヤフー共通利用 https://www.lycorp.co.jp/ja/company/terms/ 15. 当社サービス利用にあたっての順守事項 （13）当社または第三者になりすます行為または意図的に虚偽の情報を流布させる行為 【①について（CGM サービス全般）】 以下のとおり、各サービスにおいて禁止行為を定めております。 （Yahoo! ニュースコメント欄） なりすまし ユーザー本人以外の人物や集団、組織などを詐称する、もしくは関係性を詐称する行為 （投稿例） ・実在する人物や集団、組織などを詐称し、社会的評価をおとしめたりユーザーを誤認させたりする投稿は禁止しています。 ・ユーザープロフィールの表示名、紹介文、プロフィール画像および投稿コメントのなかで身元やプロフィールを偽った場合は、原則としてこのポリシーに違反しているとみなされます。違反があった場合、プロフィールのリセットやコメントの削除などの措置を行うことがあります。 ・歴史上の人物など、本人による投稿であるとユーザーが誤認する恐れがない場合は、このポリシーへの違反にはなりません。	①一般のアカウントやコンテンツ なりすまし・無断使用（権利侵害行為）の対象となった当事者自身からの要請があり、該当行為の事実が確認された場合には対応を行います。 当社では、「有名人」と判断できる人物を対象としたものではなく、サービス利用者に他者がなりすましているといったケースでも対応を検討します。 当事者からの要請がない状態では、実際になりすまし・無断使用（権利侵害行為）であるか否かを当社が明確に判断できないため、ポリシーでの対応は定めておりません。 なお、当社の「ニコニコ」サービスでは、作成したひとつのアカウントにて、複数のサービスの利用や商品購入が可能となっているため、違反行為への基本的な対処は、アカウントの削除ではなく、違反があったサービスごとに行っています。 ②広告 弊社媒体に対して配信している広告は、弊社が広告主となる企業もしくは広告代理店に提案を行い広告案件を獲得している「純広告」と、Google や Amazon 等の媒体社向け広告サービスを介して配信される「ネットワーク広告」の2種類が存在します。 後者のネットワーク広告に関しては、弊社が各広告事業者のポリシーについて回答できる立場ではないため、前者の純広告に関して回答します。（広告に関する他の質問に関しても同様） クリエイティブに使用される素材に関する権利に関しては、広告主向けに展開しているガイドライン上で、広告主側で責任を負	はてな利用規約第6条2-fでは「他者になりすましてサービスを利用したり、情報を改ざんする行為」を禁じています。そのため、なりすまし行為については利用停止相当の違反行為となります。 ただし、名称やロゴを利用していてもなりすましの意図があるか否かについては判断が難しいケースも多数あります。（利用者が以前より偶然同じ名称を使用していたり、ある企業のファンがその企業のロゴマークをアイコンとして利用するなど）明確に不正行為を意図していると判断できない場合には、なりすまされた当事者からの申立によりプロバイダ責任制限法に基づき対応します。その場合は、なりすましによる情報発信が、商標権や肖像権、パブリシティ権などの権利を侵害する情報であると定義しての対応になります。	① なりすましと判断できる場合は、ブログページ全体を非表示にする対応を実施しております。 ② Ameba では現時点でDSPなどの広告プラットフォームを運営しておらず、不特定多数の事業者が広告を入稿する状況が発生しないため、このようなケースに対するポリシーを持ち合わせておりません。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	※ 誤ってアカウントがリセットされた、または投稿に制限がかかっていると思われる場合、こちらから異議申し立てをすることができます。 https://news.yahoo.co.jp/info/comment-policy (Yahoo!知恵袋) 禁止事項 9：なりすまし行為や自作自演他人になりすましたり、他人に誤認を与える 内容の投稿、自作自演行為によって、質問、回答を繰り返す投稿は禁止です。 具体的な行為 意図的にアイコンやニックネームを他のユーザーに似せ、不適切な投稿をする https://chiebukuro.yahoo.co.jp/topic/guide/rule/ (Yahoo!ファイナンス掲示板) ⑩ いたずら、なりすまし、扇動目的ほかのユーザーへのなりすまし 他人になりすましたり、意図的にアイコンや表示名を他のユーザーに似せたり同じにし、不適切な投稿をする行為は禁止しています。 https://support.yahoo-net.jp/PccFinance/s/article/H000011273 (LINE オープンチャット) 著名人や企業（法人・個人事業主いずれも含みます。）などの公式運営と誤認させる、又はそのおそれのあるプロフィールをトークルームに設定する行為	うことを明記しています。 ----- ----- 掲載された広告について、その内容に関する一切の責任は広告主が負うものとし、ユーザーからのクレーム等については広告主の責任において対処されるものであり、弊社では一切の責任を負わないものとします。 クリエイティブ及びリンク先で使用されている商品、画像、引用文、タイトル、または説明文で使用されている商品、名称などについて、他者の権利に属するものは、当該権利者の許諾を得てから使用してください。それらに関する一切の責任は広告主が行うものとし、弊社では一切の責任を負わないものとします。 ▼掲載ガイドライン(上記内容は3ページ目に記載) https://site.nicovideo.jp/sales_ads/ad_product/data/ura/niconicoguideline_Revision72.pdf ----- -----		

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	https://openchat-jp.line.me/other/guideline (LINE VOOM) 誤情報の拡散 当社または第三者になりすます行為や、フェイクニュースなど虚偽の情報、身体に影響を及ぼす食品、医療、医療薬などの虚偽の情報を意図的に発信・拡散・流布させる行為を許可しません。 内容によって名誉毀損罪や偽計業務妨害罪などの法的責任を問われることがあります。 https://terms.line.me/line_voom_community_guideline?lang=ja&country=JP 【LINE 公式アカウント・メッセージ関連】 (LINE 公式アカウント) ・なりすましに対応するためのポリシーについては、LINE 公式アカウント利用規約（※1）、LINE 公式アカウントガイドライン（※2）にてなりすまし行為を禁止し、認証済アカウント開設時の審査と、全てのLINE 公式アカウントに関する監視（ユーザーから通報によるものも含む）を行っています。なお、上記利用規約とガイドラインについて、分かり易く伝えるためのウェブサイト（※3）などを使用して、LINE 公式アカウントオーナーへの啓発を行っています。 ・利用停止や強制退会の措置について、なりすまし行為に該当する区分の集計は、その他の違反と複合していることもあり、行っていない。 ※1 LINE 公式アカウント利用規約 第 18			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	条（禁止行為）の抜粋 ・ (9) 当社または第三者になりすます行為、意図的に虚偽の情報を流布させる行為またはお申し込みされた業種の運営・維持とはなんら関係のない内容を表示もしくは配信する行為 ※2LINE 公式アカウントガイドライン 2）配信コンテンツに関する禁止事項の抜粋 ・ 当社または第三者になりすます行為、意図的に虚偽の情報を流布させる行為またはお申込された業種の運営・維持とはなんら関係のない内容を表示若しくは配信する行為 ※3 分かり易く伝えるためのウェブサイト ・ 「認証済アカウント」とは？ メリット・申請方法 https://www.lycbiz.com/jp/service/line-official-account/verified-account/ ・ LINE 公式アカウントの審査とは 認証済アカウント申請時の注意点 https://www.lycbiz.com/jp/column/line-official-account/technique/20190829/ ・ LINE 公式アカウントの安心・安全なコミュニケーションを守る取り組み紹介と、アカウントオーナー様へのお願い https://www.lycbiz.com/jp/column/line-official-account/guideline/20240301/ (LINE メッセンジャー) 基本的には CS への入信ベースでの取り締まりを実施しており、特例で一部のユーザー名について条件付きで、アプリ通報に基づく対応を実施しています。 【②について (LINE 広告・Yahoo! 広告)】 ・ なりすまし行為に関する広告掲載停止・			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	アカウント停止の基準はなく、なりすましによって名誉毀損や肖像権侵害の侵害になったり、商標権等の権利を侵害する表現の広告を広告掲載基準で禁止しています。また、権利侵害の恐れのある内容が運営サイトに含まれている場合は、アカウントを開設できません。 ・なお、なりすまし広告による投資詐欺への対策として、「未認証のLINE 公式アカウント」や「個人のLINE アカウント」の友だち登録へ誘導する場合は、広告の掲載を停止しています。 また、このような投資詐欺広告については、「投機心、射幸心をあおる表現」「サービス、商品の内容が不明確なもの」「不適切と判断したもの」等の基準で掲載停止となることがあります。 (LINE 広告) https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/ ・ 広告審査ガイドライン ✓ 知的財産権等に関して 第三者の肖像や氏名、写真、著作物等を使用する場合は権利者の承諾を得ていることが必要です。 第三者の特許権、商標権等の工業所有権その他知的財産権を侵害している恐れのあるものは掲載できません。 ✓ クリエイティブガイドライン ◇ 第三者が権利を有するものを使用した表現 第三者の氏名、画像、またテレビ番組名や番組画像を始めとする著作権、商標権、特許権等の知的財産権、名誉権、プライバシー権、肖像権、パブリシティ権等法令上または契約上の権利を侵害するも			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	のは広告に使用することはできません。 ◇ 投機心や射幸心を煽るおそれのある表現の禁止 通貨およびそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現は掲載できません。 また、確実に大金が手に入る、絶対に稼げるなど、利益を保証し奨励するような表現は、投機心、射幸心を煽りユーザーを惑わせる可能性があるため掲載できません。 ◇ 不適切な広告の禁止 ・ 広告アカウント開設 広告アカウントの開設審査は、当社が独自に定める基準により行うものとし、基準を満たしていないと判断した場合は、当社の裁量により、広告アカウントの開設をお断りする場合があります。 広告アカウント開設にあたっては以下の基準により総合的に判断します。 ・ LINE ユーザーの不利益につながる可能性はないか ・ 法令に抵触する可能性はないか ・ 利用規約に抵触していないか、あるいは抵触する恐れはないか ・ 当社が独自に定める審査基準を満たしているか ・ 当社の事業へ悪影響を及ぼす、あるいは当社の信用を損なうものでないか なお、当社はお客様に対し、審査結果およびその理由について説明する義務を負わないものとします。			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	(Yahoo!広告) ・ 広告掲載基準 : 第 4 章 : 掲載できない広告 https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044788?language=ja 2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの (1) 誹謗中傷するもの、名誉を毀損するもの (2) 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの、またはおそれのあるもの (3) プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの (4) 他人を差別するもの、人権を侵害するもの (6) 詐欺的なものまたはいわゆる悪質商法とみなされるもの (7) 投機心を著しくあおる表現のもの (9) 犯罪を肯定、美化、助長するもの (16) その他、当社が不適切と判断したもの(事例) ・ 未認証の LINE 公式アカウントへのディープリンク ・ 個人の LINE アカウントへのディープリンク ・ ランディングページ上で投資や副業を訴求し、未認証の LINE 公式アカウントや、個人の LINE アカウントへの友だち追加を促すもの ・ アカウント審査基準 : https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044205?language=ja			

(設問)	LINE ヤフー	ダウンゴ	はてな	サイバーエージェント
	a (2) 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの 1. 誹謗中傷するもの、名誉を毀損するもの 2. 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの、またはおそれのあるもの 3. プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの 4. 他人を差別するもの、人権を侵害するもの 6. 詐欺的なものまたはいわゆる悪質商法とみなされるもの 7. 投機心を著しくあおる表現のもの 9. 犯罪を肯定、美化、助長するもの			
Q 5 - 2 【LINE ヤフーへの質問】 上記のような「なりすまし」等への対応を定めたポリシーに関し、以下をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (1) アカウント開設について、なりすまし防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、なりすましとして開設できなかったものの件数と、問題ありとされたもの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (2) 配信される広告について、偽広告の防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査におい	【CGM サービス全般】 Yahoo! JAPAN ID 及び LINE ID の取得に当たってはそれぞれ SMS 等による認証を行っていますが、これらの ID は他サービスを利用するにあたって必要となること、投稿時においてはサービスごとに表示名の設定が可能であること等から、なりすましに関しては、アカウント開設時ではなく、アカウント開設後に個別サービスにおける禁止事項等への違反等があった場合に必要範囲でアカウント停止等の措置を行うこととしております。 【オープンチャット・メッセージ】 (LINE オープンチャット) (3) オープンチャットでは、ニックネーム単位では悪質ななりすましかどうかの判別が困難であることから、オープンチャット自体の削除を実施しております。 ・対象期間：2023/5/7～2024/5/9 ・悪質ななりすましユーザーが利用するオープンチャットの削除件数：【※回答非	(1) アカウント開設に伴う事前審査は行っておりません。 (2) 純広告については、前述の掲載ガイドラインを含む弊社規約に同意頂いたことになる旨の申込確認書を締結しているため、全てのクリエイティブは広告主の責任の下で許諾されていることが前提となりますが、配信される全ての広告に対して、掲載開始前に弊社側で目視による審査を行っていません。 例) 食品、健康食品	(1) 事前審査は行っていない (2) 弊社は広告配信プラットフォームではないため広告の審査は行っていない (3) (4) (5) (6) なりすましを理由としての通報や削除依頼の多くは、スパム行為や著作権侵害、人格権侵害、不適切な商用利用といった、なりすまし以外の理由で規約違反に相当するため、集計していません。	(1) ブログ開設にあたっての防止策は基本的はありませんが、オフィシャルブロガーには与信審査、トップブロガーにおいても所定の確認を実施しております。なお、なりすましとして開設できなかったケースはありません。 (2) 5-1 の回答と重複しますが、Ameba では現時点で DSP などの広告プラットフォームを運営しておらず、提携している DSP 事業者からの広告が配信される形になっております 基本的には広告クリエイティブが入稿された際に審査が行われていると理解しております。 基準については各事業者のポリシーに準拠されていますが、基本的には JIAA の定めるガイドラインに従っていると理解しております。 (3)

（設問）	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
て、偽広告として配信できなかったものの件数と、問題ありとされたものの全体における当該件数の割合をご教示ください。 （３）偽のなりすましアカウントが開設されたり、偽広告が配信された場合における事後の対応として、日本国内で実際に偽広告の削除や偽のなりすましアカウント停止といった対応を行った件数と、削除やアカウント停止の全体における当該件数の割合 （４）上記（３）の対応の契機（自動システムによる検知か、なりすまされた本人からの報告か、その他消費者団体等外部からの報告か）別の内訳 （５）上記（３）について、特に、なりすまされた本人と、その他消費者団体等外部からの報告を契機として対応を行った件数について、それらの報告総数に対する実際に対応を行った件数の割合 （６）上記（１）～（３）それぞれについて、日本国内で実際に対応を行った具体的な事例 【ドワンゴへの質問】 上記のような「なりすまし」等への対応を定めたポリシーに関し、以下をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 （１）アカウント開設について、なりすまし防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、なりすましとして開設できなかったものの件数と、問題ありとされたものの全体における当該件数の割合	公開】 （４）本人または関係者からの申告：【※回答非公開】 その他パトロールによる削除：【※回答非公開】 （５）【※回答非公開】 （６）著名人を騙ったアカウント（投資詐欺系） （LINE メッセンジャー） （３） ・対象期間：2023/5/8-2023/12/31 ※概算によるため、多少前後する可能性がございます ・なりすましアカウントによるブロック件数：【※回答非公開】（停止全体における割合：【※回答非公開】） 〔内訳〕 ・メッセージからの通報【※回答非公開】 →メッセージ通報の停止全体における割合：【※回答非公開】 ・プロフィール画面からの通報【※回答非公開】 →プロフィール通報の停止全体における割合：【※回答非公開】 （４）上記（３）の対応の契機別の内訳（自動システムによる検知、なりすまされた本人からの報告、その他消費者団体等外部からの報告） ・カスタマーサポートなどへの入信による対応：【※回答非公開】 ※その他はユーザーによるアプリ通報による （５）上記（３）について、特に、なりすまされた本人と、その他消費者団体等外部からの報告を契機として対応を行った件数について、それらの報告総数に対する実際に対応を行った件数の割合	・「薬機法」などの広告表示規制や関連する法令およびガイドラインを遵守していること ・医薬品的な効能効果を暗示、明示しないこと、医薬品的な用法用量の指定がないこと ・機能性表示食品の場合は、届出を確認でき、表示内容がその範囲内であること ・特定保健用食品の場合は、許可を確認でき、表示内容がその範囲内であること ・栄養機能食品の場合は、表示内容が規格基準で定められたものであること （３） 【※回答非公開】 （４） なりすましアカウントへの対処： 上記の質問で回答したように、なりすまされた本人からの報告でのみ対応を検討しているため、全て本人からの報告を契機としています。 偽広告の削除： （３）で回答した通り、偽広告が配信されたケースは発生しておりません。 （５） 【※回答非公開】 （６） なりすましアカウントへの対処： サービス利用者（動画投稿者等）のアカウント情報（ニックネーム・プロフィール文・プロフィール画像）と同一の情報でアカウントを作成し、ニコニコサービス内で無関係な第三者へのフォロー行動を無差別に行うような嫌がらせ行為があり、被害者本人から要請があったため、なりすましアカウント側のアカウント情報を削除した。		（アカウントに関して） 年間数件程度でごく少数であり、割合として算出できるほどの数ではありません。 （広告に関して） 上述の通り、事業者側での審査になるため把握しておりません。 (4) （アカウントに関して） 対応の契機は本人からです。 （広告に関して） 上述の通り、事業者側での審査になるため把握しておりません。 (5) （アカウントに関して） 本人からのみであり、100%対応しております。 （広告に関して） 上述の通り、事業者側での審査になるため把握しておりません。 (6) （アカウントに関して） 日本国内のみです。 （広告に関して） 上述の通り、事業者側での審査になるため把握しておりません。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
をご教示ください。 (2) 配信される広告について、偽広告の防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、偽広告として配信できなかったものの件数と、問題ありとされたもの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (3) 偽のなりすましアカウントが開設されたり、偽広告が配信された場合における事後の対応として、日本国内で実際に偽広告の削除や偽のなりすましアカウント停止といった対応を行った件数と、削除やアカウント停止の全体における当該件数の割合 (4) 上記(3)の対応の契機(自動システムによる検知か、なりすまされた本人からの報告か、その他消費者団体等外部からの報告か)別の内訳 (5) 上記(3)について、特に、なりすまされた本人と、その他消費者団体等外部からの報告を契機として対応を行った件数について、それらの報告総数に対する実際に対応を行った件数の割合 (6) 上記(1)～(3)それぞれについて、日本国内で実際に対応を行った具体的な事例 【はてなへの質問】 上記のような「なりすまし」等への対応を定めたポリシーに関し、以下をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (1) アカウント開設について、なりすまし防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どの	・【※回答非公開】(入信【※回答非公開】に対してどちらもブロック対応) (6) 上記(2)(3)それぞれについて、日本国内で実際に対応を行った具体的な事例 ・①著名人を騙ったアカウント(投資詐欺系) ・②警察を騙ったアカウント ----- 【LINE 広告・Yahoo! 広告】 (1) アカウント開設の審査については、アカウント審査基準に基づく審査と本人確認を実施しております。なお、Yahoo! 広告におけるアカウント開設基準は以下の通りです(LINE 広告についても同様の観点で審査しています)。 (Yahoo! 広告) ・アカウント審査基準 第2章 アカウント開設に関する基準 1. 登録情報 アカウント申込時の登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合は、アカウントを開設できません。 https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044151?language=ja 第3章 開設後のアカウントに関する基準 1. アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合は、アカウントを停止します。 アカウントの登録情報から不正な広告出稿の懸念があると判断した場合は https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044300?language=ja	など 偽広告の削除： (3) で回答した通り、偽広告が配信されたケースは発生しておりません。		

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
ような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、なりすましとして開設できなかったものの件数と、問題ありとされたもの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (2) 配信される広告について、偽広告の防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、偽広告として配信できなかったものの件数と、問題ありとされたもの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (3) 偽のなりすましアカウントが開設されたり、偽広告が配信された場合における事後の対応として、日本国内で実際に偽広告の削除や偽のなりすましアカウント停止といった対応を行った件数と、削除やアカウント停止の全体における当該件数の割合 (4) 上記(3)の対応の契機(自動システムによる検知か、なりすまされた本人からの報告か、その他消費者団体等外部からの報告か)別の内訳 (5) 上記(3)について、特に、なりすまされた本人と、その他消費者団体等外部からの報告を契機として対応を行った件数について、それらの報告総数に対する実際に対応を行った件数の割合 (6) 上記(1)～(3)それぞれについて、日本国内で実際に対応を行った具体的な事例 【サイバーエージェントへの質問】 上記のような「なりすまし」等への対応を	a 本人確認アカウントをお申込みいただいた広告主様が本人かを確認するため、一部のお客様に対しお申込み時に「本人確認」を実施しています。 https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044655?language=ja <本人確認の件数> ■Yahoo! 広告 (期間: 2024/3/1～2024/3/31) ・ 本人確認で否認となったアカウント数: 【※回答非公開】 ・ 否認割合: 【※回答非公開】 ■LINE 広告 (期間: 2024/4/17～2024/5/7) ・ 本人確認で否認となったアカウント数: 【※回答非公開】 ・ 否認割合: 【※回答非公開】 (2) なりすまし広告に関連する基準としては、上記でお伝えした通り「未認証のLINE 公式アカウント」や「個人のLINE アカウント」の友だち登録へ誘導する広告を禁止としています(①)。また、なりすまし広告への対策ではありませんが、偽情報に係る対応として、化粧品等で「塗るだけでシワが消える」等の虚偽表示をしているものは、薬機法第 66 条に則り広告の掲載を禁止しています(②)。 (Yahoo! 広告) 【検索広告 (YSA)】 件数			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
定めたポリシーに関し、以下をご教示ください。もしご回答が難しいということでしたら、その理由を具体的にご教示ください。 (1) アカウント開設について、なりすまし防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、なりすましとして開設できなかったものの件数と、問題ありとされたもの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (2) 配信される広告について、偽広告の防止のため、日本においては、事前に、どのような基準により、どのような手法で、審査しているのでしょうか。そして、この事前審査において、偽広告として配信できなかったものの件数と、問題ありとされたもの全体における当該件数の割合をご教示ください。 (3) 偽のなりすましアカウントが開設されたり、偽広告が配信された場合における事後の対応として、日本国内で実際に偽広告の削除や偽のなりすましアカウント停止といった対応を行った件数と、削除やアカウント停止の全体における当該件数の割合 (4) 上記(3)の対応の契機(自動システムによる検知か、なりすまされた本人からの報告か、その他消費者団体等外部からの報告か)別の内訳 (5) 上記(3)について、特に、なりすまされた本人と、その他消費者団体等外部からの報告を契機として対応を行った件数について、それらの報	①の否認数：【※回答非公開】 ②の否認数：【※回答非公開】 否認割合 ①の否認数／全否認数：【※回答非公開】 ②の否認数／全否認数：【※回答非公開】 【ディスプレイ広告(YDA)】 件数 ①の否認数：【※回答非公開】 ②の否認数：【※回答非公開】 否認割合 ①の否認数／全否認数：【※回答非公開】 ②の否認数／全否認数：【※回答非公開】 (LINE 広告) 件数： ①の否認数：【※回答非公開】 ②の否認数：【※回答非公開】 否認割合： ①の否認数／全否認数：【※回答非公開】 ②の否認数／全否認数：【※回答非公開】 (3)(1)・(2)に事前審査、事後審査まとめた数値を記載しております。 (4) 全て自動システムによる検知となります。 (5) 全て自動システムによる検知のため、なりすまされたご本人、その他消費者団体等外部からの報告件数はございません。 (6) なりすまし広告への対策として上記でも基準をお伝えいたしましたが、投資、副業関連の訴求の際、「未認証のLINE 公式アカウント」や「個人のLINE アカウント」の友達登録へ誘導する広告は停止対応を行いました。			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
告総数に対する実際に対応を行った件数の割合 (6) 上記(1)～(3)それぞれについて、日本国内で実際に対応を行った具体的な事例				
【LINE ヤフーへの質問】 特に、生成 AI で作られたと思われる有名人の偽動画・音声を活用した偽広告への、日本国内における対策方法及びその効果をご教示ください。 【ドワンゴへの質問】 特に、生成 AI で作られたと思われる有名人の偽動画・音声を活用した偽広告への、日本国内における対策方法及びその効果をご教示ください。 【はてなへの質問】 特に、生成 AI で作られたと思われる有名人の偽動画・音声を活用した偽広告への、日本国内における対策方法及びその効果をご教示ください。 【サイバーエージェントへの質問】 特に、生成 AI で作られたと思われる有名人の偽動画・音声を活用した偽広告への、日本国内における対策方法及びその効果をご教示ください。	【LINE 広告・Yahoo! 広告】 生成 AI により作成された偽広告に特化した対策はございません。なお前述の通り、偽広告に係るアカウントや広告が当社の審査基準に抵触する場合、アカウントの開設が不可となったり、広告の掲載が停止されます。	(2) で回答した審査・ガイドライン制定以外に、「生成 AI による偽広告」への対処に特化した対策は講じておりません。そういった広告は他のガイドラインに抵触する可能性が高いため、特化した対策を行わなくとも、(2) の対応でカバーできていると認識しています。	弊社は広告配信プラットフォームではないため、偽広告に対する対策は特に取っておりません。利用者より通報がありました場合には、随時配信プラットフォームに対して報告する等の対応は行っております。	上述の通り、事業者側での審査になるため把握しておりません。
6. 児童その他脆弱な主体の保護について				
Q 6－1 【LINE ヤフーへの質問】 児童の保護について特別な配慮を行っているようでしたらご教示ください(プロファイリングに基づく広告規制等) 【ドワンゴへの質問】 児童の保護について特別な配慮を行っているようでしたらご教示ください(プロファイリングに基づく広告規制等) 【はてなへの質問】 児童の保護について特別な配慮を行ってい	【Yahoo! 広告】 一定の年齢以上の方のみのご利用を推奨したり、酒類など一定の商品に関する広告に関して未成年への配慮を求めるなど、サービス等の性質に応じ多岐にわたる配慮を行っております。 プロファイリングに基づく広告規制に関しては、Yahoo! 広告において、13 歳未満のユーザーデータの利用及び 18 歳未満のユーザーに対する年齢ターゲティング及び興味関心に基づいたターゲティングを禁止して	●視聴者としての児童への配慮 ○アカウントに登録された生年月日から 18 歳未満のユーザーと判断した場合、投稿ユーザー自身が「R-18」ジャンルを設定しているコンテンツについて、トップページからの導線を表示しなくするなどの制限を行っております。 ○投稿ユーザー自身が設定したジャンルに関わらず、性的な表現、暴力的な表現を含むなど、未成年が視聴するのは不適切と判断したコンテンツについては、ランキン	過去、児童の利用が多いサービスを運営していた際には下記のような対応を行っていました ・登録時に国籍を確認し、その国に合わせた児童保護ポリシーに基づく対応(保護者確認など) ・投稿情報のうち特に実写画像を含むものは即時公開を行わず、チェックをしてから公開するなど、通常サービスより厳しい監視現時点では児童の利用が多いサービスは	弊社ではプライバシーポリシーに記載の通り「15 歳未満の子供から法定代理人(親権者等)の同意なく個人に関する情報をみだりに収集しないよう留意します。」に従ってサービスの運営をしております。 広告配信においては、会員情報、またはプロファイリングにより未成年と思われるユーザーに対して煙草等の業種の広告は表示しないように配信制御をしております。 また一般的にセンシティブなテーマや扇動的なテーマに関する広告は Ameba 上では配

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
るようでしたらご教示ください（プロファイリングに基づく広告規制等） 【サイバーエージェントへの質問】 児童の保護について特別な配慮を行っているようでしたらご教示ください（プロファイリングに基づく広告規制等）	おります。 https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045948?language=ja また、人格形成の未熟な子どもに対して悪影響を及ぼさないようにするため、以下のような表現を禁止しています。 https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044704?language=ja ----- (1) 下劣、卑わい、暴力的、また危険性を伴う表現で幼児や児童がまねしやすい表現 (2) いじめを助長する表現 (3) 懸賞などによって必要以上に児童の射幸心をあおるような表現 (4) 幼児や児童がその商品を持っていないければ仲間はずれにされるような表現 ----- 【LINE 広告】 LINE 広告においても、広告審査ガイドラインにて以下のような表現を禁止しています。 ・LINE 広告審査ガイドライン： https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/ ----- 子どもに対する配慮 以下に該当するものは掲載できません。 ・暴力的、性的、不快感のある下品な表現 ・危険性を伴う表現で子どもが模倣するおそれのある表現 ・いじめを助長したり、暴力を肯定したりする表現 ・子どもの劣等感や優越感を利用する表現 ・過度に子どもの購買欲を煽るような表現	グ・検索等への表示を制限しています。 ●被写体としての児童への配慮 ○児童自身が公開するコンテンツであるか否かに関わらず、児童ポルノ・児童虐待にあたる可能性がある判断したコンテンツについては、削除対応を行っています。 ○映像内容から児童虐待を受けている可能性があり、アカウント情報等からおよその地域の判断がつくようなケースでは、児童相談所への通報を行うこともあります。 ●広告表示に関する配慮 ○未成年に対する配信が好ましくないアルコール等の広告に関しては 20 歳以上の年齢ターゲティングを必須として販売しています。	存在しませんが、児童に対するプライバシー侵害、性被害等を防ぐため、対象が児童であると見られる場合には、特に厳しい基準での利用停止、公開停止措置を取っています 具体的には、対象が成人である場合には意見聴取や注意勧告を経て自主的な改善を促すところ、対象が児童であれば即時に利用停止、公開停止とするなどです。 これらのポリシーについては、利用規約にて青少年保護規定を設けておりますほか、はてな情報削除ガイドラインに具体的な基準を記載しています。児童に限らず、保護を要する脆弱な主体のサービス利用が想定される場合には、あらかじめ約款にて厳しい基準での対応を行う旨を定めておくことが望ましく、特にインターネットサービスに一旦公開された情報の拡散速度は非常に早いため、早期に対応ができる体制を、監視体制なども含めて整備しておく必要があると考えております。	信されないようにカテゴリブロックを運用しております。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	・商品を買ってもらえるよう大人に働きかけることを促す表現 ----- 【その他の取組み（Yahoo!きっず等）】 保護者およびお子さんに向けて、子どもたちのプライバシー保護についてご説明するページを公開し、子ども向けポータルサイト「Yahoo!きっず」の利用や、弊社サービスにおけるお子さんのプライバシーの保護施策を紹介しています。 https://privacy.lycorp.co.jp/ja/kidsprivacy/			
Q 6－2 【LINE ヤフーへの質問】 児童に限らず、貴社のサービスとの関係で、特に脆弱な主体の保護について留意すべきことがあればご教示下さい。 【ドワンゴへの質問】 児童に限らず、貴社のサービスとの関係で、特に脆弱な主体の保護について留意すべきことがあればご教示下さい。 【はてなへの質問】 児童に限らず、貴社のサービスとの関係で、特に脆弱な主体の保護について留意すべきことがあればご教示下さい。 【サイバーエージェントへの質問】 児童に限らず、貴社のサービスとの関係で、特に脆弱な主体の保護について留意すべきことがあればご教示下さい。	【Yahoo!天気・災害】 当社では、さまざまなサービスにおいて、色覚多様性の方にも情報をわかりやすくお届けできるよう工夫しています。特にYahoo!天気・災害では、毎日の生活に関わるからこそ、あらゆる人に使いやすいサービスが提供できるように日々デザインの改善を行っています。 Yahoo!天気・災害で使っている天気図と地震画像は、色覚多様性の人にとってもわかりやすいデザインになるように検証を行ったほか、天気図などのデータ提供元の意見も踏まえ、2018年に改善しました。 詳しくは以下のページをご覧ください。 https://www.lycorp.co.jp/ja/story/20231115/accessibility.html 【Yahoo!広告】 Yahoo!広告において、健康状態に関連するデータ（病気や障がいなど）を利用したターゲティングを禁止しています。 ・広告データ利用基準： https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044262?language=j	差別問題に関連するため「脆弱な主体」という表現は必ずしも適切ではないと考えますが、人権保護については十分に留意して対応しています。 当事者や専門機関（本人・代理人弁護士・自治体・法務局等）から、主に下記で取り上げられている人権を侵害する行為があったと通報があった場合は、本人確認の上、慎重に対応を検討することとしています。 https://www.moj.go.jp/content/001403427.pdf 3 ページ目：1. 主な人権課題	以下の観点について課題と考えています。 ・研究の内容として公益に資するものになっているか ・個人情報を除いたうえで、有益な情報を提供できるか ・ブログ文章などは、内容から本人との紐づけや類推が可能なため、より慎重が必要である ・当社側の作業量や、コンピューティングリソースの消費量 上記のような課題感もあり、API として広く公開するよりは、研究用途や必要な情報について相談いただき、個別に対応するのが現実的と考えています（そういった事例はあります）。	各サービスで対象となる利用者の属性が大きく異なり、伴って対応方針も異なります。

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
	a (2) 個人の苦難、苦しみ、悩み ・健康状態、検査結果（病気、障がい、治療、関連サービス）			
7. 研究機関等へのデータ提供について				
Q 7－1 【LINE ヤフーへの質問】 ヒアリングシート Q14 に関連して、日本国内の研究者への API 公開について、その可否を検討するに当たっての目線（どのような条件を整えば公開可能なのか）や悩み・課題などをご教示ください。 【ドワンゴへの質問】 ヒアリングシート Q14 に関連して、日本国内の研究者への API 公開について、その可否や範囲を検討するに当たっての悩み・課題などをご教示ください。 【はてなへの質問】 ヒアリングシート Q14 に関連して、日本国内の研究者への API 公開について、その可否を検討するに当たっての目線（どのような条件を整えば公開可能なのか）や悩み・課題などをご教示ください。 【サイバーエージェントへの質問】 ヒアリングシート Q14 に関連して、日本国内の研究者への API 公開について、その可否を検討するに当たっての目線（どのような条件を整えば公開可能なのか）や悩み・課題などをご教示ください。	【CGM サービス全般】 どの範囲のデータを対象とするかにもよりますが、ヒアリングシートの Q14 でお答えしたとおり、投稿データは個人情報に該当することから外部の第三者にデータを提供することが困難な場合があります。また、投稿データ以外のデータについては当社が著作権者から契約上の許諾を得て掲載しているものも多数含まれることから、それら著作権者ごとに許諾の取得が必要となります。	ヒアリングシート Q14 で回答した、①情報学研究データリポジトリへの協力、②産業技術総合研究所への協力、③法学の分野における協力ともに、API 公開という形での情報提供は行っておりません。 また、連携にあたっての悩み・課題については、①、③については特にありません。②についても大きな支障があるわけではありませんが、強いて上げるなら以下の通りです。 ・各研究者へのデータ配布はデータリポジトリ側で行う形式としているため、データの更新を迅速に反映させることが難しい ・更新対応を高頻度で依頼することは現実的ではないため、自前システムに研究用 API を用意し直接データをダウンロード可能とする方が迅速に反映可能だが、その場合、API を含めたシステムの維持管理が必要になる	以下の観点について課題と考えています。 ・研究の内容として公益に資するものになっているか ・個人情報を除いたうえで、有益な情報を提供できるか ・ブログ文章などは、内容から本人との紐づけや類推が可能なため、より慎重が必要である ・当社側の作業量や、コンピューティングリソースの消費量上記のような課題感もあり、API として広く公開するよりは、研究用途や必要な情報について相談いただき、個別に対応するのが現実的と考えています（そういった事例はあります）。	API を用意するコストを捻出できていない状況です。 ブログ上のコンテンツは全て web 上に公開されておりアクセス可能になっており、研究目的で活用いただいているケースはある様です。
8. ファクトチェック組織との連携について				
Q 8－1 【LINE ヤフーへの質問】 日本ファクトチェックセンターへの投資等の取組をご紹介いただきましたが、さらに進んで、ファクトチェック組織と連携してコンテンツやコメントにラベル付けをしたり、ファクトチェック結果をまとめたペー	【Yahoo! ニュース】 ファクトチェック組織との連携としては、資金提供のほかに、Yahoo! ニュースとして日本ファクトチェックセンターと情報提供契約を締結しました。2022 年 11 月からは制作されたファクトチェックコンテンツをパートナー社として記事配信をいただい			

(設問)	LINE ヤフー	ドワンゴ	はてな	サイバーエージェント
ジを公開するといった取組を日本国内で進める予定はございますでしょうか。また、そのような連携に当たって障害となっていることがもしあれば、それは何か、具体的にご教示ください。	おり 、配信いただいたコンテンツについては以下のとおり一覧として公開しております。 https://news.yahoo.co.jp/media/jfactc 【CGM サービス全般】 コメントへのラベル付け等に関しては、現時点では具体的に検討を行っておりませんが、今後、各サービスにおける偽・誤情報の拡散の状況や、コンテンツモデレーションへのファクトチェック結果の活用状況等を踏まえつつ、必要に応じて検討してまいります。			