

「引き続き検討が必要な論点について」（資料WG27-1） 参考資料

2024年6月17日

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会
ワーキンググループ事務局

2 情報伝送PFが与える情報流通の健全性への 影響の軽減に向けた方策の在り方

事業者に自社サービス等の運営状況等を事後的に評価させる制度の具体例（国内）

		特定利用者情報の取扱状況の評価	特定DPFの透明性及び公正性についての評価	踏切道の改良の完了後の安全かつ円滑な交通の確保に関する状況についての評価
根拠規定		電気通信事業法27条の9	DPF取引透明化法9条	踏切道改良促進法12条
事業者による自己評価	評価主体	法27条の5の規定により指定された電気通信事業者（指定電気通信事業者）	特定DPF提供者	法3条1項の規定による指定に係る鉄道事業者及び道路管理者
	評価のタイミング	毎事業年度	毎年度末日から2月以内	踏切道の改良の完了後、遅滞なく
	評価対象	特定利用者情報の取扱いの状況 …少なくとも次に掲げる事項： a. 直近の事業年度における情報取扱規程及び情報取扱方針の遵守状況 b. 直近の事業年度における特定利用者情報の漏えい	a. 特定DPFについての苦情の処理及び紛争の解決に関する事項 b. 特定DPFの提供条件等の開示の状況に関する事項 c. 特定DPF提供者と商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置として講じた措置に関する事項 d. 特定DPFの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項	当該踏切道の改良の完了後の踏切道における以下の事項： a. 交通量 b. 踏切事故の発生状況 c. その他の安全かつ円滑な交通の確保に関する状況
	評価項目・勘案事項等	直近の事業年度における以下の事項： ・ 社会情勢 ・ 技術の動向 ・ 外国の制度 ・ サイバーセキュリティに対する脅威 ・ その他の状況の変化	a. の事項について： ・ 商品等提供利用者からの苦情及び紛争の件数 ・ 苦情及び紛争の主な類型 ・ 苦情及び紛争の処理期間の平均期間 ・ 苦情及び紛争の結果の概要 b. の事項について： ・ 利用者に開示した提供条件の内容 ・ 当該提供条件が法定の方法により開示されたことを示す内容 c. の事項について： ・ 指針※2.1～2.4に記載された基本的な考え方に示されたそれぞれの方向性（公正性確保のための体制・手続整備、苦情・紛争処理解決のための体制・手続整備、コミュニケーションを国内で管理する者の設置、その他取引先事業者の事情を考慮するために必要な措置）を実現するために講じた措置の具体的な内容 ・ 当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由	当該踏切道の改良の完了後の踏切道が特定指定要因基準（注）に該当するかどうか （注）改良すべき踏切道としての国土交通大臣による指定に際して該当するとされた基準（例：1日当たりの踏切自動車交通遮断量が5万以上など）

※ 特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針（令和3年経済産業省告示第16号）

事業者自社サービス等の運営状況等を事後的に評価させる制度の具体例（国内）

(続き)		特定利用者情報の取扱状況の評価	特定DPFの透明性及び公正性についての評価	踏切道の改良の完了後の安全かつ円滑な交通の確保に関する状況についての評価
第三者による検証・評価	検証・評価主体	-	経済産業大臣	国土交通大臣
	検証・評価の項目・勘案事項等	-	特定DPF提供者が、自らが講じた措置により指針「2 基本的な考え方」に示された以下の事項に関する方向性を適切かつ有効に実現しているか - 公正性確保のための体制・手続整備 - 苦情・紛争処理解決のための体制・手続整備 - コミュニケーションを国内で管理する者（国内管理人）の設置 - その他取引先事業者の事情を考慮するために必要な措置	踏切道の改良の完了後においてもなお、改良すべき踏切道の指定に係る基準に該当することとなる踏切道について、安全かつ円滑な交通の確保を図ることが特に必要であると認められるか
	検証・評価結果をサービス等へ反映する方法	-	- 経済産業大臣において、評価の結果を特定DPF提供者による自己評価を含む報告書の概要とともに公表 - 特定DPF提供者において、経済産業大臣による評価の結果を踏まえ、特定DPFの透明性及び公正性の自主的な向上に努める - 経済産業大臣において、独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、公正取引委員会に対し対処を要請	国土交通大臣において、鉄道事業者及び道路管理者に対し、地方踏切道改良計画の変更等を勧告

事業者に自社サービス等が外部的な権利・利益に与える影響等を事前に予測させる制度の具体例（国内）①

	内部統制報告制度	特定個人情報保護評価
根拠規定	金融商品取引法24条の4の4	マイナンバー法28条
予測主体	上場会社等（の経営者）	行政機関の長等
予測の タイミング	毎事業年度	- 特定個人情報ファイルを保有しようとするとき - 当該特定個人情報ファイルについて重要な変更を加えようとするとき
予測対象	当該会社における財務報告が法令等に従って適正に作成されるための体制（財務報告に係る内部統制（注））の有効性 （注）以下の4つの目的が達成されているとの合理的な保証を得るために、業務に組み込まれ、組織内の全ての者によって遂行されるプロセス： a. 業務の有効性及び効率性 b. 報告の信頼性 c. 事業活動に関わる法令等の遵守 d. 資産の保全	特定個人情報の漏えいその他の事態の発生の危険性及び影響
事業者による事前予測 予測の項目・ 勘案事項等	- 統制環境 例）経営者は、信頼性のある財務報告を重視し、財務報告に係る内部統制の役割を含め、財務報告の基本方針を明確に示しているか など - リスクの評価と対応 例）信頼性のある財務報告の作成のため、適切な階層の経営者、管理者を関与させる有効なリスク評価の仕組みが存在しているか など - 統制活動 例）信頼性のある財務報告の作成に対するリスクに対処して、これを十分に軽減する統制活動を確保するための方針と手続を定めているか など - 情報と伝達 例）信頼性のある財務報告の作成に関する経営者の方針や指示が、企業内の全ての者、特に財務報告の作成に関連する者に適切に伝達される体制が整備されているか など - モニタリング 例）日常的モニタリングが、企業の業務活動に適切に組み込まれているか など - IT（情報技術）への対応 例）経営者は、ITに関する適切な戦略、計画等を定めているか など	- 特定個人情報ファイルを取り扱う事務に従事する者の数 - 特定個人情報ファイルに記録されることとなる特定個人情報の量 - 行政機関の長等における過去の個人情報ファイルの取扱いの状況 - 特定個人情報ファイルを取り扱う事務の概要 - 特定個人情報ファイルを取り扱うために使用する電子情報処理組織の仕組み及び電子計算機処理等の方式 - 特定個人情報ファイルに記録された特定個人情報を保護するための措置 例） - 権限のない者によって不正に使用されるリスクへの対策（ユーザ認証の管理など） - 不正な提供・移転が行われるリスクへの対策（特定個人情報の提供・移転に関するルールなど） - 特定個人情報の漏えい・滅失・毀損リスクへの対策（事故発生時手順の策定・周知など） - 特定個人情報ファイルの取扱いにより個人の権利利益を害する可能性のある要因
予測の指針 （策定主体）	財務報告に係る内部統制の評価及び監査の基準（企業会計審議会）	特定個人情報保護評価指針（個人情報保護委員会）

事業者に自社サービス等が外部的な権利・利益に与える影響等を事前に予測させる制度の具体例（国内）①

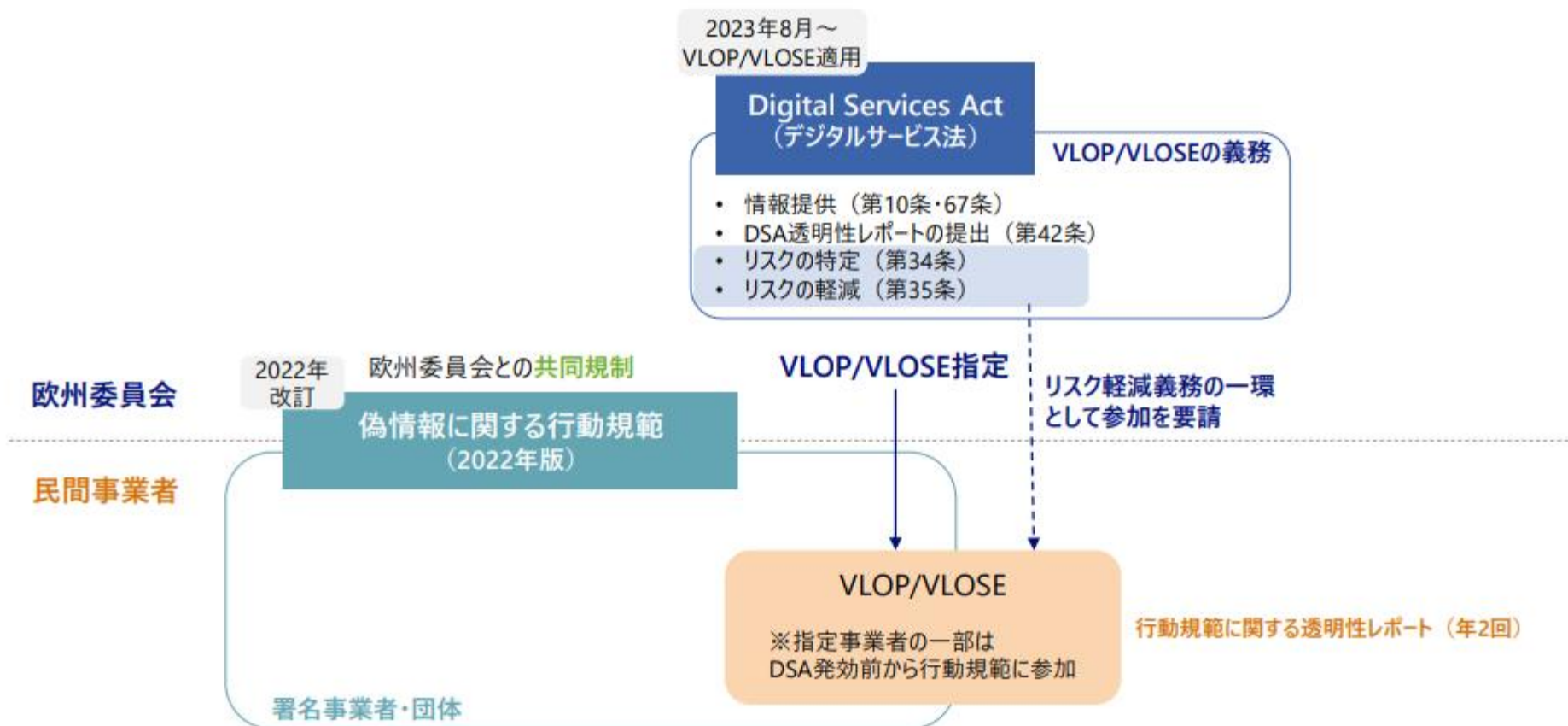
(続き)		内部統制報告制度	特定個人情報保護評価
第三者による検証・評価	検証・評価主体	公認会計士又は監査法人	個人情報保護委員会
	検証・評価の項目・勘案事項等	- 経営者による全社的な内部統制の評価の妥当性 ・・・この検討に当たって、取締役会、監査役等、内部監査等、経営レベルにおける内部統制の整備及び運用状況について十分に考慮 - 経営者による業務プロセスに係る内部統制の評価の妥当性 ・・・この検討に当たって、経営者による全社的な内部統制の評価の状況を勘案し、業務プロセスを十分に理解した上で、経営者が統制上の要点を適切に選定しているかを評価	- 適合性：特定個人情報保護評価指針に定める実施手順等に適合した特定個人情報保護評価を実施しているか - 妥当性：特定個人情報保護評価の内容は、特定個人情報保護評価指針に定める特定個人情報保護評価の目的等に照らし妥当と認められるか
	検証・評価結果をサービス等へ反映する方法	- 内部統制報告書の提出を受けた内閣総理大臣においてこれを公衆縦覧 - 内部統制報告書への虚偽記載に対する法定の民事・刑事責任	個人情報保護委員会において、必要と認めるときは、マイナンバー法の規定に基づく指導・助言、勧告・命令等を行い、行政機関の長等による予測の結果を記載した評価書の再提出その他の是正を求める

事業者に自社サービス等が外部的な権利・利益に与える影響等を事前に予測させる制度の具体例（国内）②

		環境影響評価	発電用原子炉施設の安全性向上評価
根拠規定		環境影響評価法	原子炉等規制法43条の3の29
事業者による事前予測	予測主体	土地の形状の変更、工作物の新設等の事業を行う事業者	発電用原子炉設置者
	予測のタイミング	事業を実施しようとするとき	定期事業者検査の終了日以降6月を超えない時期
	予測対象	事業の実施が環境に及ぼす影響	発電用原子炉施設の安全性
	予測の項目・勘案事項等	事業の種類（例：道路の新設及び改築の事業、ダムの新築、堰の新築及び改築の事業、鉄道・軌道の建設及び改良の事業など）ごとに主務省令（注）で定めるところにより事業者が選定した項目 （注）例えば「道路事業に係る環境影響評価の項目並びに当該項目に係る調査、予測及び評価を合理的に行うための手法を選定するための指針、環境の保全のための措置に関する指針等を定める省令」は、道路事業に係る環境影響評価の項目について、以下のような項目を勘案して選定するものとする： - 建設機械の稼働や資材及び機械の運搬に用いる車両の運行による粉じん等、騒音、振動への影響 - 工事施工ヤードや工事用道路等の設置による重要な地形及び地質への影響 - 自動車の走行による二酸化窒素、浮遊粒子状物質、騒音、振動への影響 など	a. 発電用原子炉施設において予想される事故の発生及び拡大の防止のため次に掲げる措置を講じた場合における当該措置及びその措置による事故の発生の防止等の効果に関する事項 - 事故の発生の防止等に資する設備又は機器の設置 - 保安の確保のための人員の増強、保安教育の充実等による事故の発生の防止等を着実に実施するための体制の整備 b. 上記措置を講じたにもかかわらず、重大事故の発生に至る可能性がある場合には、その可能性に関する事項
	予測の指針（策定主体）	事業の種類ごとに主務省令で定める（主務大臣）	実用発電用原子炉の安全性向上評価に関する運用ガイド（原子力規制委員会）
第三者による検証・評価	検証・評価主体	免許等を行う者	原子力規制委員会
	検証・評価の項目・勘案事項等	対象事業につき、環境の保全についての適正な配慮がなされるものであるかどうか	予測（評価）に係る調査及び分析並びに評価の方法が原子力規制委員会規則で定める方法（注）に適合しているか （注）当該発電用原子炉施設について、技術基準において設置すべきものと定められているものが設置されていること、認可を受けた保安規定に定める措置が講じられていること等を確認することなど
	検証・評価結果をサービス等へ反映する方法	免許等を行う者において、検証・評価（審査）の結果を踏まえ、免許等を拒否する処分を行い、又は免許等に必要な条件を付す	原子力規制委員会において、調査若しくは分析又は評価の方法の変更を命令（違反に対しては20万円以下の過料）

EUデジタルサービス法（DSA）に基づくシステミックリスクの評価制度の概要①

行動規範への参加は、VLOP/VLOSEのリスク軽減義務の一環に位置づけられる



出所) 欧州委員会「Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation」<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation>
「Protecting democracy」https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy_en

【出典】本WG第12回会合（2024年4月5日）配付資料WG12-1-2「EU・英国におけるリスク評価の概要」（株式会社野村総合研究所ご発表資料）

EUデジタルサービス法（DSA）に基づくシステミックリスクの評価制度の概要②

DSAにおけるリスク評価の枠組み

署名事業者・団体のうち、DSAにおいてVLOP・VLOSEに指定される事業者は、リスク評価を含めたDSA、行動規範それぞれの遵守状況について独立機関から監査を受ける必要がある。

- 署名事業者・団体のうち、VLOP・VLOSEに指定されている事業者は、DSA第37条、行動規範コミットメント44に基づいて、独立した監査機関から行動規範の遵守状況について監査を受けなければならない。
 - 監査主体の要件は、VLOP・VLOSEから独立・利益相反しないこと、リスク管理等の専門知識を持つこと、客観性・職業倫理を遵守することと定められている。
- 欧州委員会はDSA第87条に従い、監査の手順や方法及び報告テンプレートを定める委任法の採択権限を持つ。

独立監査の流れ

VLOP・VLOSEに該当する署名事業者・団体

① システミックリスクの識別・分析・評価（DSA第34条）

- ✓ 評価は年1回以上行う必要がある
- ✓ 具体例は以下（※システミックリスク評価に含む必要あり）
 - ・ 市民言説・選挙等への悪影響リスク
 - ・ 基本権に対する悪影響リスク
 - ・ 違法コンテンツの拡散リスク
 - ・ 人の心身の幸福へのリスク 等

② 合理的・比例的かつ有効な軽減措置（DSA第35条）

- ✓ ①の評価内容を踏まえて措置を行う。措置の具体例は以下
 - ・ サービス設計・機能等の工夫
 - ・ 利用規約の工夫
 - ・ コンテンツモデレーション手続の工夫
 - ・ 軽減措置を講じる約束を定めた行動規範^{（※）}の策定
 - ・ アルゴリズム、広告表示の工夫 等

〔※ 欧州委員会等が作成を奨励・促進。特に、偽情報リスクの場合、事業者が作成した行動規範の支持・遵守が「適切な軽減措置と解され得る」とされる。〕

④ 監査を踏まえた取組報告書の作成（DSA第37条）

- ✓ コンプライアンス達成のための推奨事項を実施する場合は、具体的な措置を記載する必要がある。
- ✓ 実施しない場合は、実施しない理由と代替措置を記載する必要がある。

独立監査主体

監査主体の要件 ①VLOP/VLOSEと独立・利益相反しない
②リスク管理等の専門知識を持つ
③客観性・職業倫理の遵守

③ 監査の実施（DSA第37条、行動規範コミットメント44）

- ✓ 監査対象は以下
 - ・ 「DSA上の義務」の遵守状況
 - ・ 「行動規範を通じて自主的に誓約した事項」の遵守状況
- ✓ 監査意見は次の三段階で、「肯定的」以外の意見の場合はVLOP・VLOSEに対して報告書の作成が求められる
 - ・ 「肯定的」
 - ・ 「コメント付き肯定的」
 - ・ 「否定的」

「肯定的」以外の意見の場合

※24年8月に最初の独立監査の報告の見込み
（24年3月時点ではリスク評価に関する資料は公表されていない）

遵守状況を監査

EUデジタルサービス法（DSA）に基づくシステミックリスクの評価制度の概要③

DSAにおけるリスク評価とリスク軽減ーリスク評価関連

VLOP/VLOSEは第34条で偽情報の拡散を含むリスクの特定が義務付けられている

■ 第34条 リスク評価

- 1. 超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーは、そのサービスおよびアルゴリズムシステムを含む関連システムの設計もしくは機能、またはそのサービスの利用に起因する、当組合におけるシステミックリスクを真摯に特定、分析および評価しなければならない。リスク評価は、第33条第6項第2号で言及されている適用日まで、また、その後少なくとも1年に1回、さらに、いかなる場合においても、本条に従って特定されたリスクに重大な影響を及ぼす可能性のある機能を展開する前に、実施しなければならない。このリスク評価は、そのサービスに特化し、システミックリスクに比例し、その重大性と蓋然性を考慮したものでなければならず、以下のシステミックリスクを含むものとする：
 - ・ (a) そのサービスを通じて違法なコンテンツを広めること；
 - ・ (b) 基本的権利、特に憲章第1条に謳われる人間の尊厳、憲章第7条に謳われる私生活および家族生活の尊重、憲章第8条に謳われる個人情報保護に関する基本的権利の行使に対する、現実または予見可能な悪影響、憲章第11条に謳われるメディアの自由と多元性を含む表現と情報の自由、憲章第21条に謳われる非差別、憲章第24条に謳われる児童の権利の尊重、憲章第38条に謳われる高水準の消費者保護；
 - ・ (c) 市民的言論や選挙プロセス、治安に及ぼす実際の、あるいは予見可能な悪影響；
 - ・ (d) ジェンダーに基づく暴力、公衆衛生および未成年者の保護、本人の身体的・精神的福利に対する深刻な悪影響に関連する、実際または予見可能な悪影響；
- 2. 超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーは、リスク評価を実施する際、特に、以下の要因が第1項にいうシステミックリスクのいずれかに影響を及ぼすかどうか、およびどのように影響を及ぼすかを考慮しなければならない：
 - ・ (a) レコメンダーシステムおよびその他の関連するアルゴリズム・システムの設計；
 - ・ (b) コンテンツモデレーションシステム；
 - ・ (c) 適用される条件およびその実施；
 - ・ (d) 広告の選択および表示システム；
 - ・ (e) 提供者のデータに関する慣行；
- 評価はまた、第1項におけるスクが、サービスの意図的な操作（真正でない利用や自動化された利用を含む）、違法なコンテンツや利用規約と相容れない情報の増幅や潜在的な迅速かつ広範な拡散によって影響を受けているかどうか、またどのように影響を受けているかを分析するものとする。評価は、加盟国に特有の場合を含め、特定の地域的または言語的側面を考慮するものとする。
- 3. 超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーは、リスク評価の実施後少なくとも3年間は、リスク評価の裏付けとなる文書を保存し、要請があれば、欧州委員会および設置国のデジタルサービスコーディネーターに伝達しなければならない。

EUデジタルサービス法（DSA）に基づくシステミックリスクの評価制度の概要④

DSAにおけるリスク評価とリスク軽減—リスク軽減関連

VLOP/VLOSEは第35条でリスクの軽減を義務付けられている

■ 前文第86項

- 超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーは、基本的権利を遵守しつつ、リスク評価で特定されたシステミックリスクを真摯に軽減するために必要な手段を展開すべきである。採用される措置は、本規則のデューデリジェンス要件を尊重し、特定された特定のシステミックリスクを軽減する上で合理的かつ効果的でなければならない。これらの措置は、超大規模オンラインプラットフォームまたは超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーの経済的能力、および基本的権利に対する潜在的な悪影響を十分に考慮し、そのサービスの利用に対する不必要な制限を回避する必要性に照らして、相応のものでなければならない。これらのプロバイダーは、表現の自由への影響を特に考慮すべきである。

■ 第35条 リスクの軽減

- 1. 超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーは、第34条に従って特定された特定のシステミックリスクに合わせた、合理的、比例的かつ効果的な軽減措置を、当該措置が基本的権利に与える影響を特に考慮して、講じなければならない。かかる措置には、該当する場合、以下が含まれる：
 - ・ (a) オンライン・インターフェースを含む、サービスのデザイン、特徴または機能を適合させること；
 - ・ (b) 利用規約およびその実施方法を変更すること；
 - ・ (c) 特定の種類の違法コンテンツに関連する通知の処理速度および質を含む、コンテンツ調整プロセスの適合。また、特に違法なヘイトスピーチやサイバー暴力に関して、適切な場合には、通知されたコンテンツの迅速な削除、またはアクセス不能化、ならびにコンテンツ調整のための関連する意思決定プロセスおよび専用リソースの適合を含む、コンテンツ調整プロセスの適合を行うこと；
 - ・ (d) レコメンダー・システムを含むアルゴリズム・システムをテストし、適合させること；
 - ・ (e) 広告システムを適合させ、提供するサービスに関連する広告の提示を制限又は調整することを目的とした的を絞った措置を採用すること；
 - ・ (f) 特にシステミックリスクの検知に関して、その活動の内部プロセス、リソース、テスト、文書化、または監督を強化すること；
 - ・ (g) 第22条に従った信頼できる旗振り業者との協力、および第21条に従った裁判外の紛争解決機関の決定の実施を開始または調整すること；
 - ・ (h) 第45条および第48条にそれぞれ言及される**行動規範**および危機プロトコルを通じて、オンラインプラットフォームまたはオンライン検索エンジンの他のプロバイダーとの協力を開始または調整すること；
 - ・ (i) サービスの受け手に多くの情報を提供するために、啓発措置を講じ、オンライン・インターフェースを適合させること；
 - ・ (j) 適切な場合には、年齢認証やペアレンタルコントロールツール、未成年者が虐待を通報したり支援を受けたりするのを支援するためのツールなど、児童の権利を保護するための的を絞った措置を講じること；
 - ・ (k) 生成または加工された画像、音声、映像であるか否かを問わず、実在する人物、物、場所、その他の実体または出来事に著しく類似し、真正または真実であるかのように人に誤認させるような情報の項目は、オンライン・インターフェースに表示される際、目立つマークによって区別できるようにし、さらに、サービスの受信者がそのような情報を表示できるような使いやすい機能を提供すること。
- 2. (略)

DSAとEU行動規範の関係①

DSAと行動規範の関係性 (1/2)

欧州委員会は行動規範の策定と参加を奨励しており、行動規範の遵守はVLOP/VLOSEのリスク軽減義務の一環に位置付けられる。不参加はDSAの義務違反の考慮要素となりうる

■ 前文第103項

- 欧州委員会および理事会は、本規則の適用に資するため、自主的な**行動規範の策定と、それらの規範の規定の実施を奨励すべき**である。欧州委員会および理事会は、行動規範が、取り組んでいる公益目的の性質を明確に定義し、その目的の達成を独立的に評価する仕組みを含む、関係当局の役割が明確に定義されていることを目指すべきである。特に、安全保障、プライバシー、個人情報の保護への悪影響の回避や、一般的な監視義務を課すことの禁止に注意を払うべきである。**行動規範の実施は測定可能であり、公的な監視の対象となるべきであるが、そのような規範の自発的な性質や、利害関係者が参加するかどうかを決定する自由を損なうことがあってはならない。**特定の状況においては、**超大規模オンラインプラットフォームが特定の行動規範の策定に協力し、遵守することが重要**である。本規則のいかなる規定も、他のサービスプロバイダーが同じ行動規範に参加することにより、デューデリジェンスの同じ基準を遵守し、ベストプラクティスを採用し、欧州委員会および理事会が提供するガイドラインの恩恵を受けることを妨げるものではない。

■ 前文第104項

- 本規則は、そのような行動規範のために考慮すべき分野を特定することが適切である。特に、特定の種類の**違法コンテンツに関するリスク軽減措置は、自主規制および共同規制の合意を通じて検討されるべき**である。また、情報操作や虐待行為、未成年者への悪影響など、システミックリスクが社会と民主主義に及ぼしうる負の影響についても検討すべきである。これには、**意図的に不正確な、あるいは誤解を招くような情報を、時には経済的利益を得る目的で作成するためにボットや偽アカウントを使用するなど、偽情報を含む情報の増幅を目的とした協調的な操作が含まれ、これらは特に未成年者などサービスの受け手である弱者にとって有害である。**このような分野に関連して、超大規模オンラインプラットフォームや超大規模オンライン検索エンジンによる所定の**行動規範の遵守とコンプライアンスは、適切なリスク軽減措置として考えられる。**オンラインプラットフォームまたはオンライン検索エンジンのプロバイダーが、そのような**行動規範の適用への欧州委員会による招へいを適切な説明なしに拒否した場合、当該オンラインプラットフォームまたはオンライン検索エンジンが本規則の定める義務に違反したか否かを判断する際に、関連のある範囲で考慮されうる。**

■ 前文第106項

- 本規則に基づく行動規範（Codes of conduct）におけるルールは、「製品安全に関する誓約」、「インターネット上の偽造品販売に関する覚書」、「オンライン上の違法なヘイトスピーチ対策に関する行動規範」ならびに「**偽情報に関する行動規範**」など、欧州連合レベルですでに確立されている自主規制の取り組みの基礎となりうる。**特に後者（偽情報に関する行動規範）については、欧州委員会のガイダンスに従い、欧州民主主義計画で発表されたとおり、偽情報に関する行動規範が強化された。**

DSAとEU行動規範の関係②

DSAと行動規範の関係性 (2/2)

欧州委員会は行動規範の策定と参加を奨励しており、行動規範の遵守はVLOP/VLOSEのリスク軽減義務の一環に位置付けられる。不参加はDSAの義務違反の考慮要素となりうる

■ 第45条 行動規範

- 1. 欧州委員会および理事会は、特に競争法および個人情報の保護に関するEU法に従い、さまざまな種類の違法コンテンツおよびシステムリスクへの取り組みという特定の課題を考慮しつつ、本規則の適切な適用に貢献するため、**EUレベルでの自主的な行動規範の作成を奨励し、促進するものとする。**
- 2. 第34条第1項の意味における重大なシステムリスクが出現し、複数の超大規模オンラインプラットフォームまたは超大規模オンライン検索エンジンに関係する場合、欧州委員会は、関係する超大規模オンラインプラットフォームのプロバイダーまたは超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダー、および他の超大規模オンラインプラットフォームのプロバイダー、超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーを招待することができる、適切な場合には、オンラインプラットフォームおよびその他の仲介サービスのプロバイダー、ならびに関連する管轄当局、市民社会組織およびその他の関連する利害関係者に対し、特定の**リスク軽減措置**を講じることを約束すること、および講じられた措置とその結果に関する定期的な報告枠組みを定めることを含め、**行動規範の策定に参加するよう求めることができる。**
- 4. 委員会および理事会は、行動規範が第1項および第3項に規定された目的を満たしているかどうかを評価し、行動規範に含まれる主要業績評価指標を考慮しながら、その目的の達成状況を定期的に監視および評価するものとする。両委員会は、その結論を公表しなければならない。委員会および理事会はまた、行動規範の定期的な見直しと適応を奨励し、促進するものとする。行動規範の遵守に組織的な不履行があった場合、委員会および理事会は、**行動規範の署名事業者・団体に対し、必要な措置を講じるよう求めることができる。**

DSAとEU行動規範の関係③

DSAと行動規範の関係性―（参考）オンライン広告の行動規範に関連する条項（1/2）

行動規範はVLOP/VLOSEのオンライン広告に関する透明性義務を補完するものであり、欧州委員会はその策定と参加を奨励する

■ 前文第88項

- 超大規模オンラインプラットフォームのプロバイダーや、超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーも、レコメンダーシステムをはじめとするアルゴリズムシステムをテストし、必要に応じて適応させるための措置を講じることに努めるべきである。パーソナライズされたレコメンデーションの悪影響を緩和し、レコメンデーションに使用される基準を修正する必要があるかもしれない。超大規模オンラインプラットフォームや超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーが使用する広告システムも、システミックリスクの誘因となりうる。これらのプロバイダーは、特定の情報に対する広告収入を中止するなどの是正措置、または権威ある情報源の可視性を向上させる、広告システムをより構造的に適合させるなどの他の措置を検討すべきである。超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダーは、特にシステミックリスクの検出に関して、その活動の内部プロセス又は監督を強化し、新たな機能に関連するリスク評価をより頻繁に又は的を絞って実施する必要があるかもしれない。特に、異なるオンラインプラットフォームまたはオンライン検索エンジン間でリスクが共有される場合、**既存の行動規範またはその他の自主規制措置を開始または参加**することを含め、他のサービスプロバイダーと協力すべきである。また、特に**偽情報**キャンペーンに関連するリスクについては、啓発活動を検討すべきである。

■ 前文第107項

- オンライン広告の提供には、一般に、広告のパブリッシャーと広告主をつなぐ仲介サービスを含む複数の関係者が関与する。**行動規範**は、オンラインプラットフォームのプロバイダー、超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンの**広告に関する透明性義務を支援し、補完するものでなければならない**。これは、特に関連情報の伝達の様式に関して、これらの義務の遵守を促進し、強化するための柔軟かつ効果的なメカニズムを提供するためである。これには、広告の代金を支払う広告主が、オンラインプラットフォームのオンラインインターフェース上で広告を提示する自然人または法人と異なる場合に、広告主に関する情報の伝達を容易にすることを含むべきである。**行動規範**には、データの収益化に関する有意義な情報がバリューチェーン全体で適切に共有されることを確保するための措置も含まれるべきである。幅広い利害関係者が関与することで、**行動規範**が広く支持され、技術的に健全で、効果的であり、透明性の義務がその目的を達成するために最高レベルの使いやすさを提供することが保証されるべきである。幅広い利害関係者が関与することで、**行動規範**が広く支持され、技術的に健全で、実効性があり、透明性義務がその目的を達成するよう確保するために最高レベルの使いやすさを提供できるはずである。**行動規範**の実効性を確保するため、**欧州委員会は行動規範の策定に評価メカニズムを含める**べきである。必要に応じて、欧州委員会は、欧州基本権機関または欧州データ保護監督機関に、それぞれの行動規範について意見を述べるよう求めることができる。

DSAとEU行動規範の関係④

DSAと行動規範の関係性—（参考）オンライン広告の行動規範に関連する条項（2/2）

行動規範はVLOP/VLOSEのオンライン広告に関する透明性義務を補完するものであり、欧州委員会はその策定と参加を奨励する

■ 第46条 オンライン広告における行動規範

- 1. 欧州委員会は、第26条（オンラインプラットフォームにおける広告）および第39条（オンライン広告の追加的な透明性）の要件を超えて、オンライン広告のバリューチェーンにおける関係者の透明性を高めることに貢献するため、オンラインプラットフォームのプロバイダー、およびオンライン広告仲介サービスのプロバイダー、プログラム広告のバリューチェーンに関与するその他の関係者、またはサービスの受け手を代表する組織、市民社会組織もしくは関係当局などのその他の関係するサービスプロバイダーによる、**欧州連合レベルでの自主的な行動規範の策定を奨励し、促進**するものとする。
- 2. 欧州委員会は、行動規範が、EU法および国内法、特に競争法およびプライバシーと個人情報の保護に関する法律に従って、オンライン広告における競争的で透明かつ公正な環境と同様に、すべての関係者の権利と利益を十分に尊重した効果的な情報伝達を追求することを確保することを目指すものとする。欧州委員会は、行動規範が少なくとも以下の事項に対処していることを確認することを目指すものとする：
 - (a) 第26条第1項(b)、(c)および(d)に定める要件に関して、オンライン広告仲介業者のプロバイダーがサービスの受け手に対して保有する情報の伝達；
 - (b) 第39条に基づき、オンライン広告仲介事業者が保有する情報をリポジトリに送信すること；
 - (c) データの収益化に関する有意義な情報；
- 3. 欧州委員会は、2025年2月18日までの当該**行動規範の策定**と、2025年8月18日までのその**適用を奨励**しなければならない。
- 4. 欧州委員会は、第1項で言及したオンライン広告のバリューチェーンのすべての関係者に対し、行動規範に記載されたコミットメントに賛同し、それを遵守するよう奨励しなければならない。

DSAとEU行動規範の関係⑤

DSAと行動規範の関係性—（参考）欧州委員会におけるQ&Aでの言及

**欧州委員会はDSAへのQ&Aの中で、
偽情報について、VLOP・VLOSEの責任を規定しているとしている**

欧州委員会のDSAに関するQ&Aにおける言及

■ DSAに関するQ&Aの中で、「違法ではないが、有害なコンテンツへの対処」について言及している（以下、Q&Aより抜粋）

（違法ではないが有害なコンテンツに効果的に対処するには？）

- 違法でない範囲で、有害なコンテンツを違法なコンテンツと同様に扱うべきではない。新しい規則では、表現の自由を完全に尊重した上で、違法なコンテンツを削除したり、削除を促したりする措置のみを課している。
- 同時に、DSAは、偽情報、デマ、パンデミック時の操作、社会的弱者への危害、その他の新たな社会的危害といった体系的な問題に関しては、非常に大規模なオンライン・プラットフォームや非常に大規模なオンライン検索エンジンの責任を規制している。欧州委員会による指定後、少なくとも4,500万人のユーザーを抱える超大手オンラインプラットフォームおよび超大手オンライン検索エンジンは、毎年リスク評価を実施し、サービスの設計および使用に起因する対応するリスク軽減措置を講じなければならない。このような措置は、表現の自由の制限とのバランスを慎重に考慮する必要がある。また、独立した監査を受ける必要もある。
- さらに、この提案では、サービス・プロバイダーが行動規範のもとで違法コンテンツの拡散や、子供や未成年者などサービスの受け手として弱い立場にある人々にとって特に有害な、操作的で虐待的な行為に関する悪影響に対処するための共同規制の枠組みを定めている。
- DSAは、偽情報に関する行動規範の改訂や危機管理プロトコルなど、オンライン上の危害に関する共同規制の枠組みを促進している。

参考：DSAと行動規範の関係についての学術研究

- エラスムス・ロッテルダム大学の論文“Rachel Griffin and Carl Vander Maelen : Codes of Conduct in the Digital Services Act: Exploring the Opportunities and Challenges(9/6/2023)”では、DSAと行動規範の関係性について分析をしている
- 同論文では、行動規範は名目上は任意であるが、DSAの第34条・第35条の対象となるVLOP・VLOSEに対して事実上の法的義務を生じさせるものであるとしている

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_20_2348

Rachel Griffin and Carl Vander Maelen : Codes of Conduct in the Digital Services Act: Exploring the Opportunities and Challenges

EU行動規範の概要①

Code of Practice on Disinformation（偽情報に関する行動規範）

行動規範の全体像（概要・機関設計）

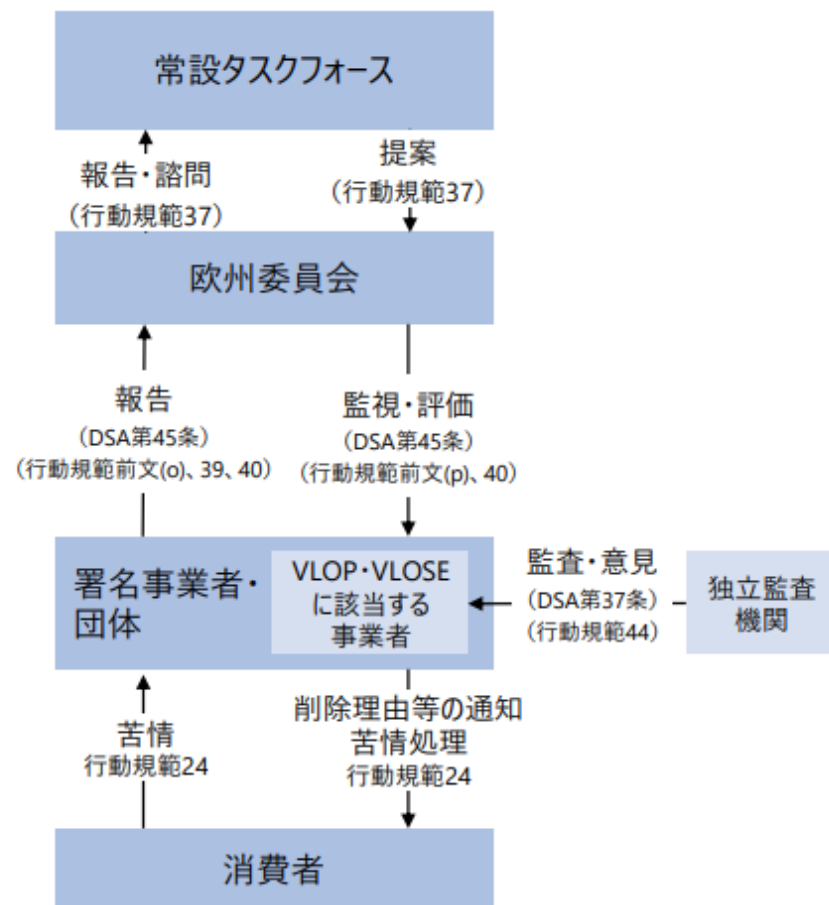
概要

- 欧州委員会がとりまとめや執行について中心的な役割を担う。各オンラインプラットフォーム等の署名事業者・団体は欧州委員会との共同規制として、履行をそれぞれで行い、欧州委員会に対して報告を行うこととなっている。また、ユーザーの苦情処理等も署名事業者・団体が直接行う。
- また、署名事業者・団体のうち、DSAにおいてVLOP/VLOSEに指定されている事業者は、DSA第37条及び行動規範コミットメント44により、行動規範の遵守状況について独立機関から監査*を受ける必要がある。
*監査主体や対象等の詳細については後頁を参照
- 他方、継続的なルールや運用の改善に向け、常設のタスクフォースが設置され、欧州委員会や署名事業者・団体のほか、ファクトチェック等に関するNGO等が参加することとなっている。

常設タスクフォース

主な役割	✓ 設立された常設タスクフォースは、必要に応じて開催され、少なくとも半年ごとに会合を開き、技術的、社会的、市場的、法制的な進展を踏まえて、コミットメントを監視し、適応させていく。
構成	✓ 常設タスクフォースは、下記の代表者で構成される。 - 署名事業者・団体 - 欧州対外行動庁（European External Action Service） - 欧州視聴覚メディア・サービス規制者グループ（European Regulators Group for Audiovisual Media Services：ERGA） - 欧州デジタルメディア観測所（European Digital Media Observatory：EDMO） ✓ 常設タスクフォースの議長は欧州委員会が務め、専門家の支援も受けながら、技術、社会、市場、法制的発展を見据えて行動規範を見直し、適応させていく。

機関設計



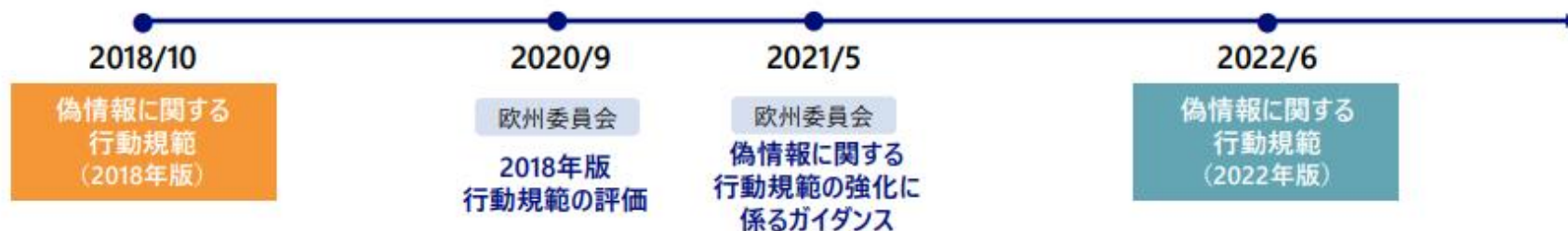
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> 等をもとに作成

EU行動規範の概要②

Code of Practice on Disinformation（偽情報に関する行動規範）

策定経緯

年	内容
2018年	2018年10月、オンラインプラットフォーム、大手テック企業、広告業界の代表がオンライン上の偽情報の拡散に対処するための自主規制の枠組みとして「偽情報に関する行動規範（Code of Practice on Disinformation）」（以下「2018年版行動規範」）を公表。
2019年	2019年1月、オンラインプラットフォームと広告業界を代表する団体は、「2018年版行動規範」におけるコミットメントを遵守するために講じられた措置の実施状況について基本報告書を提出。 2019年1月から5月にかけて、欧州委員会はFacebook、Google、Twitterによるコミットメントの履行状況について、特に欧州議会選挙の完全性に関して絞ったモニタリングを実施。 「2018年版行動規範」の実施から1年後の2019年10月、署名事業者・団体による自己評価報告書が公表され、署名事業者・団体による1年間にわたるコミットメントの履行に向けた包括的な取り組み状況が示された。
2020年	2020年9月、欧州委員会は「2018年版行動規範」の評価を公表。 「2018年版行動規範」の成果の確認と欠点の指摘がなされた。
2021年	2020年の評価を踏まえ、2021年5月、欧州委員会は「偽情報に関する行動規範の強化に係るガイダンス（European Commission Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation）」を公表し、署名事業者・団体が「2018年版行動規範の」の欠点にどのように対処すべきかを示した。
2022年	2021年の欧州委員会による「偽情報に関する行動規範の強化に向けたガイダンス」を踏まえて、「2018年版行動規範」の署名事業者・団体と新規署名予定の団体が検討を行い、2022年6月、署名事業者・団体の名の下に「2022年偽情報に関する行動規範（The 2022 Code of Practice on Disinformation）」が公表された。 - 欧州委員会は、「2022年版行動規範」が前年度のガイダンスで示した期待を満たしているとコメントしている。



出所) 欧州委員会(2023)「2018 Code of Practice on Disinformation」<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation> -
 欧州委員会(2022)「The 2022 Code of Practice on Disinformation」<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

EU行動規範の概要③

Code of Practice on Disinformation（偽情報に関する行動規範）

署名事業者・団体

項目	内容
署名事業者・団体	2024年1月17日現在43団体が署名している。（2018年版は16団体） - オンラインプラットフォーム事業者、広告関連事業者・団体、ファクトチェック団体・関連サービス事業者やその他の市民・業界団体・関連事業者が参加 - 加盟を希望する団体は、コミットメントと措置に同意する登録用文書に記入し、常設タスクフォースに提出することで、「The 2022 Code of Practice on Disinformation」に参加できる。
署名事業者・団体に求められる主な行動規範	9つの分野、44のコミットメント、129の措置（measures）から構成される。（2016年版は21のコミットメント） - どのコミットメントに署名するかは各団体で決定し、コミットメントの実効性を確保するのも各団体の責任である。 （9つの分野） 1. 広告表示の精査 2. 政治広告への対応 3. サービスの完全性 4. ユーザーのエンパワーメント 5. 研究者コミュニティのエンパワーメント 6. ファクトチェッカーのエンパワーメント 7. 透明性センターの設置 8. 常設タスクフォースへのコミット 9. モニタリング体制の強化

出所) 欧州委員会(2023)「The 2022 Code of Practice on Disinformation」<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> -

欧州委員会(2023)「Signatories of the 2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation」<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/signatories-2022-strengthened-code-practice-disinformation> -

2. 偽情報に対するEU行動規範

（1）2018年行動規範の策定過程：経緯

□ 欧州委員会のコミュニケーション「オンライン偽情報への取り組み」

- 偽情報の作成・増幅・拡散によって、DPF、オンライン広告のエコシステムの影響力が強いと理解
 - ①広告表示の精査、②政治広告・争点型広告の透明性、③偽アカウント対策、④コンテンツの信頼性指標の活用、⑤ボットのマーキング、⑥ファクトチェック団体・研究機関に対するデータの提供など、9つの分野での対策を求める
- 偽情報に対処するための行動規範を策定するために、偽情報に関する**マルチステークホルダーフォーラム**（Multistakeholder Forum on disinformation）の開催を提案
- 2018年5月29日にフォーラムが開始

European Commission, “Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions-Tackling online disinformation: a European Approach” COM(2018)236 final
一連の時系列については、南亮一「EU 域内の国民投票運動におけるオンライン広告規制の動向：政治広告の透明性の確保及び偽情報対策の観点から」国立国会図書館調査及び立法考査局編『諸外国の国民投票運動におけるオンライン広告規制』（2023年）等も参照

2. 偽情報に対するEU行動規範

（1）2018年行動規範の策定過程：フォーラムの構造①

□ 概要

- ・ 政府機関（欧州委員会）、民間事業者（DPFや広告事業者）、関連団体（伝統メディア、市民団体、ファクトチェック機関、学者）のそれぞれに異なる役割を与える設計
- ・ 全体フォーラムは全四回（その間にWGやSBの（非公開）会合が複数回実施されている）

□ 欧州委員会の役割

- ・ フォーラムの議長は、欧州委員会を構成する通信ネットワーク・コンテンツ・技術総局（DG-CONNECT）が務める
- ・ フォーラム全体の枠組み・運営のサポートを担当する
 - ・ フォーラム及び2つのサブグループにおける議論をファシリテート、会合のアジェンダ作成・議事録公開のサポート、ロジの提供、フォーラムが採択または合意した文書、最終的に策定された行動規範の公開

“2018 VADEMECUM of the assembly of signatories of the code of practice on disinformation” (8 March 2021) European Commission Website
[<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/meeting-multistakeholder-forum-disinformation>]

2. 偽情報に対するEU行動規範

（1）2018年行動規範の策定過程：フォーラムの構造②

メンバー

□ ワーキンググループ（Working Group）

- DPF、広告事業者、広告主で構成される
- 偽情報に対する行動規範の策定と同意
- KPIの策定と同意
- 代表者を選出し、作業手順などを策定する
 - Siada El Ramly（ED i MA :現DOT Europe）が代表者
- 意思決定において完全な自律性を有する

- Google
- Facebook
- Twitter
- Mozilla
- Wikimedia
- ED i MA
- European Advertising Standards Alliance
- World Federation of Advertisers
- AIM
- Interactive Advertising Bureau Europe
- European Association of Communications Agencies

“2018 VADEMECUM of the assembly of signatories of the code of practice on disinformation” (8 March 2021) European Commission Website
[<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/meeting-multistakeholder-forum-disinformation>]

2. 偽情報に対するEU行動規範

（1）2018年行動規範の策定過程：フォーラムの構造②

メンバー

□ 相談委員会（Sounding Board）

- 新聞メディア、放送メディア、市民団体、ファクトチェック機関、学者で構成される
- WGが提案する行動規範・KPIに対して助言・コメントを行う
- 代表者を選出し、作業手順などを策定する
 - Ravi Kiran Vatrappが代表者
- 意思決定において完全な自律性を有する

- | | |
|--|---|
| • European Broadcasting Union | • European Newspaper Publishers Association |
| • European Federation of Journalists | • BEUC |
| • News Media Europe | • IFCN Poynter |
| • Association of Commercial Television | • Bilyana Petkova (Maastricht University) |
| • European Publishers Council | • Oreste Pollicino (Bocconi University) |
| • Association Européenne des Radios | • Giovanni Riotta (LUISS/Princeton University) |
| • European Magazine Media Association | • Ravi Kiran Vatrapp (Copenhagen Business School) |

“2018 VADEMECUM of the assembly of signatories of the code of practice on disinformation” (8 March 2021) European Commission Website
[<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/meeting-multistakeholder-forum-disinformation>]

2. 偽情報に対するEU行動規範

（3）2022年行動規範の策定過程：経緯

□ 2018年行動規範の評価

- 行動規範を高く評価しつつも、一定の欠点を指摘
- 欧州民主主義行動計画の策定も

□ 偽情報に関する行動規範の強化についての欧州委員会のガイダンス

- 上記と同様に行動規範を高く評価しつつも、デマネタイゼーションやモニタリング枠組みなどに関する対策の不十分性などにも言及
- 行動規範に参加するインセンティブについても言及
 - VLOPに対してはDSAとの関係を示唆、小規模DPFに対しては現状のベストプラクティスから得られる利益やレピュテーションリスクへの対策を示唆
- 行動規範の改訂の方向性（取り組むべき課題）を提示

European Commission, "Commission Staff Working Document: Assessment of the Code of Practice on Disinformation: Achievements and areas for further improvement," SWD(2020) 180 final

European Commission, "Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: European Commission Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation," COM(2021) 262 final

2. 偽情報に対するEU行動規範

（3）2022年行動規範の策定過程：検討枠組み①

□ 総会（Assembly）の招集

- 2018年行動規範への署名者及び改訂版行動規範への署名の意思がある者が構成員
- 欧州委員会及び総会の構成員は、必要に応じて独立した専門家を招集することができる
 - 総会の構成員は個々の専門家の参加に反対する権利を有する

□ 欧州委員会の役割

- 総会での議論をファシリテートし、総会での議題提供を含む必要な組織的またはロジスティックな支援を提供する
- 総会の議長はGD CONNETが務める

“2021 VADEMECUM of the assembly of signatories of the code of practice on disinformation” (31 January 2023) European Commission Website [<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/assembly-signatories-strengthen-code-practice-disinformation>]

2. 偽情報に対するEU行動規範

（3）2022年行動規範の策定過程：検討枠組み②

□ 課題グループ

- 行動規範の改訂プロセスは各課題グループ（Issue Groups）によって進める
 - ①サービスの完全性及びユーザーのエンパワーメント（関連するKPI含む）
 - ②調査とファクトチェックへのエンパワーメント（関連するKPI含む）
 - ③広告表示の精査、政治広告・争点広告（関連するKPI含む）
 - ④行動規範のモニタリング
- 欧州委員会・総会の構成員は、課題グループに専門家やオブザーバーを招集できる
- 課題グループは、進捗状況を定期的に総会に報告する。また、会議日程、総会との協議・文章交換の方法などの内部作業方法を決定する
- 課題グループは、意思決定プロセスにおいて完全な自律性を有する

“2021 VADEMECUM of the assembly of signatories of the code of practice on disinformation” (31 January 2023) European Commission Website [<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/assembly-signatories-strengthen-code-practice-disinformation>]

EU DSA中の研究機関等へのデータ提供に関する規律

規律	該当条文	仲介サービス	ホスティングサービス	オンラインプラットフォーム	VLOP・VLOSE
違法コンテンツに関する措置命令・情報提供の命令	第一章 第9条・第10条	●	●	●	●
連絡先（対DSC、対欧州 口、法定代理人					
利用規約の要件					
透明性報告義務					
利用者への通知・行動の					
刑事犯罪の疑いに関する					
内部苦情処理体制・救済					
信頼された旗手					
悪用に対する措置と保護					
オンライン・プラットフォーム					
オンラインインターフェースの					
オンラインプラットフォームで					
レコメンダー システムの透明					
未成年者のオンラインでの					
超大規模オンライン検索工					
リスク評価、リスク軽減					
危機対応メカニズム					
独立監査（外部リスク監査と公的説明責任）	第37条				●
レコメンダー・システム	第38条				●
オンライン広告の透明性向上	第39条				●
データへのアクセスと精査（当局・研究者）	第40条				●
コンプライアンス機能	第41条				●
透明性に関する報告義務	第42条				●
監督手数料	第43条				●
標準	第44条		●	●	●
行動規範、オンライン広告・アクセシビリティの行動規範	第45条・第46条・第47条		●	●	●
危機対応への協力	第48条		●	●	●

- 当局（デジタルサービス調整機関（DSC）・欧州委員会）から理由付きの要請を受けた VLOP／VLOSEの提供者に対し、次を義務付け：
- ・ DSAの遵守状況のモニタリング及び評価に必要なデータへのアクセスを**当局**に提供（1項）
 - ・ システミックリスクの検知・特定・理解及びリスク軽減措置の適正性・有効性・影響の評価に資する研究に必要なデータへのアクセスを**当局の認定を受けた適格な研究者**に提供（4項）
- ※ 提供されたデータの目的外利用を禁止する規定あり
- ※ VLOP／VLOSEの提供者は、サービスのセキュリティや機密情報の保護に重大な脆弱性をもたらす可能性がある等の理由で要請内容の変更を申し立てることが可能
- （当局からの要請の有無にかかわらず） VLOP／VLOSEの提供者に対し、次を義務付け：
- ・ 公開データへのアクセスをセキュリティ要件等を満たす研究者に提供（12項）
- ※ 提供されたデータはシステミックリスクの検知・特定・理解に資する研究の目的でのみ利用可

※第30条「トレーダーのトレーサビリティ」、第31条「コンプライアンス・バイ・デザイン」、第32条「情報を通知される権利」は遠隔契約ができるオンラインプラットフォームサービスに適用される規定、
ただし第29条「零細企業及び中小企業の除外」に該当する事業者は適用から除かれる

出所）EU-Lex「Document 32022R2065」 <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj> -

EU DSA 第40条に関する欧州委員会による執行状況

	VLOP	経緯	提供を要請した情報・論点
12月18日	X	- リスク管理、コンテンツモデレーション、ダークパターン、広告の透明性、研究者のデータアクセスに関してDSA違反の可能性を評価するため、法的手続きを開始 ※DSAにおける初の事例 - 透明性レポート（11月3日公表）や10月12日の情報提供の要請に対する回答に基づき決定	- プラットフォーム上の情報操作への対抗措置（特にコミュニティ・ノート機能、利用規約上のプラットフォーム操作ポリシーの適用）の有効性 - 資格のある研究者*に対する公開データへのアクセス付与義務に関する不備（データのスクレイピング禁止は第40条12項に違反） *第40条8項の条件を満たすとDSCが承認した研究者のみが対象 - 広告に関する情報を取得するためのツールの提供義務に関する不備
2024年1月18日	2023年4月25日指定VLOP17者（Twitter、Wikipedia以外）	各国やEUの選挙等のイベントを控え、プラットフォーム上の違法コンテンツを継続的な監視が特に重要	資格のある研究者に対する公開データへのアクセス付与義務（第40条12項）の遵守状況（2月8日期限）
2月19日	TikTok	未成年者の保護、広告の透明性、研究者のデータアクセス、中毒性の高いデザインや有害コンテンツのリスク管理に関してDSA違反の可能性を評価するため、法的手続きを開始	- システムデザインに起因するリスク評価と軽減措置の不備（第34条1項・2項、第35条1項） - 不適切コンテンツへのアクセス防止のための年齢確認ツールの不備（第28条1項） 「おすすめ」システムにおける未成年者のプライバシーと安全を確保する措置（第27条）の不備 - 資格のある研究者に対する公開データへのアクセス付与義務（第40条12項）に関する不備 - 広告に関する情報を取得するためのツールの提供義務に関する不備（第39条1項）
3月1日	Meta	—	- FacebookとInstagramが広告運用、レコメンダーシステム、および当該サブスクリプションサービスオプションの導入に関するリスク評価に関する義務を遵守するために講じた措置に関する情報提供（3月22日期限） - その他以前に要請された選挙や未成年者の保護に関する回答に対する追加情報の提供要請も含む（3月18日期限）

出所）欧州委員会 「Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA」 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>
「Commission decision initiating proceedings pursuant to Article 66(1) of Regulation (EU) 2022/20651」 <https://ec.europa.eu/newsroom/press.do?method=detail&docId=17555>

Copyright (C) Namura Research Institute Ltd. All rights reserved.



偽誤情報流通等の調査研究を行う上での課題

Xのコミュニティノートデータに関する課題

- » X APIを利用するコストが高くなった現在では、コミュニティノートに関してオープンデータが整備されているのは歓迎すべき取り組み
- » 一方でXによりオープンとなっているデータでは、元々のポストの内容や閲覧数、投稿ユーザなどのメタ情報を取得することができない
 - 取得する場合、有料のAPI等を利用しなければならない状況
- » これにより、コミュニティノートの作成対象となった潜在的な偽・誤情報と結びつけて議論することが難しくなっており、元々のポストに関するデータも公開されることが望ましい
 - 例えば、現状はどのようなアカウントやグループにコミュニティノートが作成されやすいのか（されにくいのか）、どのようなトピックにコミュニティノートが作成されやすいのか（されにくいのか）などを把握するための障害となっている
- » （コミュニティノートの議論を外れるが）コミュニティノートのようなユーザボランティアベースの偽誤情報に対する取り組みの公開だけではなく、XなどPF事業者が災害時にどのような偽誤情報対応をしているのかも公開されることが望ましい
 - データの公開により、第三者が検証できる形で偽誤情報対応について共有する形も考えられる
 - あるいはレポートの形式での公開も Cf. [メディア透明性レポート \(Yahoo\)](#)、[PFメディア事業者各社による透明性レポート](#)

1. 本発表でのコミュニティノートのトピック分類はSummaryに含まれる関連単語検索によって行ったが、必ずしもSummaryに関連単語が含まれるとは限らない。元となるポストに基づくトピック分類による補完や代替がより正確な分析につながる可能性がある。

偽誤情報流通等の調査研究を行う上での課題

- » プラットフォーム事業者の多くは、アルゴリズム・システムをどのように設計し、管理しているかについて、限られた透明性しか提供してきていない
- » 偽情報等のリスクを特定し、対応するためのプラットフォームの取り組みも、必要なデータに確実にアクセスできなければ、第三者が精査することは事実上不可能である
- » データ流通の透明性の確保という観点から、研究機関・外部団体など第三者が、偽誤情報の実態やその対応策の効果検証などが検証できるかたちで、データの提供やアルゴリズムの開示が行われることが望ましい

フィルターバブル等に関する調査（鳥海教授ほか）からの示唆①

□ 本調査で得られた示唆を参考にしながら、今後に活かすための考察を行った。

1. 実データに基づくデジタル空間における現象の把握の重要性

- 論文調査からは、海外ではフィルターバブルに関する研究が近年増加していた。日本でも国内におけるデジタル空間の研究を進め、実態把握が必要と思われる。
- 本調査の実証では、計算社会科学の研究者の指導の下、日本で利用者数の多いYouTubeの実データを用いてシミュレーション検証を行った。この結果、情報システムによる「技術的なフィルターバブル」の発生を確認できた。さらに一定期間が経過するとフィルターバブルが緩和される現象も確認できた。先行研究論文からプラットフォーム事業者側でフィルターバブルの緩和措置を取り入れている可能性も分かった。
一方、今回のシミュレーション型実証は「健康・医療」分野の特定ワードに限定、2週間の制約下で実施したものであった。今後はさらに対象ワードの設定の見直し、複数ワードを組み合わせた実施、長期間での検証等が考えられる。
- 今後は、論文調査においても指摘があった、「技術的なフィルターバブル」と、「社会的フィルターバブル」を組み合わせた認知科学・心理学的検証や、利用者の意思決定プロセスを検証するため調査パネルとプラットフォームのデータの組み合わせ等により、現実の情報空間に近づけた条件下での検証を行うとよいのではないかと。
また、利用者は通常ひとつのデジタル・プラットフォームサービスのみを情報源として活用しているわけではない（さらには、マスメディアや人からの口コミ等のデジタル・プラットフォーム以外の情報源も利用するものである）。今回の実証は、複数存在するデジタル・プラットフォームサービスの一つを対象とした。今後は、複数のプラットフォームを対象に広げ、比較研究を実施することも情報空間の理解のためには有効である。

2. 研究者のデータアクセス確保

- 欧州では、政策立案者、プラットフォーム事業者は、公平性を有する立場として研究者の参画を進めていた。研究成果を共有することでDSAの順守状況のモニタリングに加え、デジタル空間上における現象を理解し社会への影響を把握しようとしていた。
そのために、研究に必要なデータをプラットフォーム事業者に対して請求できるようにルール整備が進められていた。
さらに、欧米では複数のプラットフォーム事業者が研究者と共同研究やデータ提供を行っていた。日本においても同様の取組が広まるとよいのではないかと。

フィルターバブル等に関する調査（鳥海教授ほか）からの示唆②

□ 本調査を通じて得られた示唆から、ネット利用者、研究者、プラットフォーム事業者、公共機関別に今後の取組として例示した。

対象		調査からの示唆と今後の取組例
ネット利用者	調査からの示唆	- フィルターバブルに関する知識が上がるほど、レコメンデーションされる情報を見つ、フィルターバブルを緩和する行動もとっていた。（レコメンデーション機能に関するネットユーザーアンケート） - ただし、現状ではフィルターバブルについて理解できている人は全体では少ない状況。（レコメンデーション機能に関するネットユーザーアンケート）
	今後の取組	利用者一人一人がフィルターバブルの発生する仕組みや正と負の影響について十分に理解し、ネットを利用できることが重要。リテラシー向上の学習機会や、フィルターバブル現象に関する研究結果に触れやすくなるとよいのではないかと。
研究者	調査からの示唆	- フィルターバブルの研究件数は世界でも比較的限られた状況であった。近年、研究活動が大幅に増加し注目度が上がっていた。（論文調査） - フィルターバブルは、「技術的なフィルターバブル」と、社会や人に起因する「社会的なフィルターバブル」に分けられる（論文調査、有識者意見） - プラットフォーム等からのデータセットだけでは、ユーザーの意思決定プロセスを完全に再構築することは困難。（論文調査） - 特定の分野に対して技術的なフィルターバブルが発生することを確認。さらに一定期間経過後、フィルターバブルが緩和される現象も確認（シミュレーション型実証）
	今後の取組	- 技術的なフィルターバブルのさらなる検証。「健康・医療」分野以外でのフィルターバブル発生状況、長期間でのフィルターバブル現象の確認（今回の実証では2週間であった）、人々の意見が分かやすいキーワードを用いたフィルターバブル現象の発生状況の確認など。いずれも実施上の問題がないことを確認したうえで研究企画・設定が重要。 - 技術的なフィルターバブルと社会的フィルターバブルを組み合わせた検証や、利用者の意思決定プロセスを検証するため調査パネルとプラットフォームのデータの組み合わせなどの複雑性を上げた条件での検証。
プラットフォーム事業者	調査からの示唆	- アルゴリズムを理解する人ほど、プラットフォーム事業者のレコメンデーション機能を「満足」して、「よくわからない」は減少。（レコメンデーション機能に関するネットユーザーアンケート） - 既に日本においても、プラットフォーム事業者は自社の検索結果や広告が表示される仕組みの解説を行っている。 - 現在はデータセットが入手できるプラットフォームを対象に、かつ入手できるデータを用いて研究が行われている。（有識者意見）
	今後の取組	- 自社サービスのレコメンデーション機能の仕組みの内容・特徴を利用者に対してわかりやすく伝えることが、より重要ではないかと。 - 第3者である研究者がプラットフォーム内の現象を研究し明らかにすることで利用者が理解、安心してサービス利用につながる。欧米では、プラットフォーム事業者が研究者にデータを提供するケースがある。なお、現在日本の研究者はプラットフォーム上のデータ収集・加工を手作業で行い、分析時間をとられている（有識者意見）。プラットフォーム事業者は、日本の研究者ともコミュニケーションし研究用データの提供や共同研究の機会を進めてはどうか。
公共機関	調査からの示唆	- 先行研究では、フィルターバブル、エコーチェンバー等について、ほぼ全ての研究論文が異なる定義を使用していた。（論文調査） - 調査対象国では、オンライン空間の安全性を向上させるため、プラットフォーム事業者に対して透明性要件を定める対策が施行・検討されていた。（政策調査） - フィルターバブルには、システムによる「技術的なフィルターバブル」と、情報提供を受ける人間心理に起因する「社会的なフィルターバブル」に分けることができる。（論文調査） - 日本では、データセットが入手できるプラットフォームを対象に、かつ入手できるデータを対象に研究が行われている状況。（有識者意見） - 現状ではフィルターバブルについて理解できている人はまだ少ない状況。（レコメンデーション機能に関するネットユーザーアンケート）
	今後の取組	- 対応策の検討を進める際には、同じ用語でも参照文書ごとに意味が異なる前提で捉える必要がある。また検討範囲が、技術的なフィルターバブルか、社会的なフィルターバブルかを明確にすることで検討を進めやすくなる。諸外国で行われている透明性要件（監督機関への報告/ユーザーへのアルゴリズムに関する情報提供義務/アルゴリズムを用いない選択肢の提供義務 等）はわが国でも参考にできるのではないかと。 - より多くのプラットフォーム事業者から研究者に対してデータ提供されるように協力を促すことも重要ではないかと。例えば、欧州のDSAでは、オンライン空間によってどのように社会が形成されるか、またDSAの効率的モニタリングをサポートする目的で、研究者（DSCによる審査有）が、DSCを通してVLOP、VLOSEに対してデータアクセス請求できるよう制度化。 - 利用者が自身のフィルターバブルへの理解度を向上するための様々な機会、情報提供が必要ではないかと。

30

EUにおける危機発生時等の規律について①

EU災害時特例－関連する制度・法令の概要

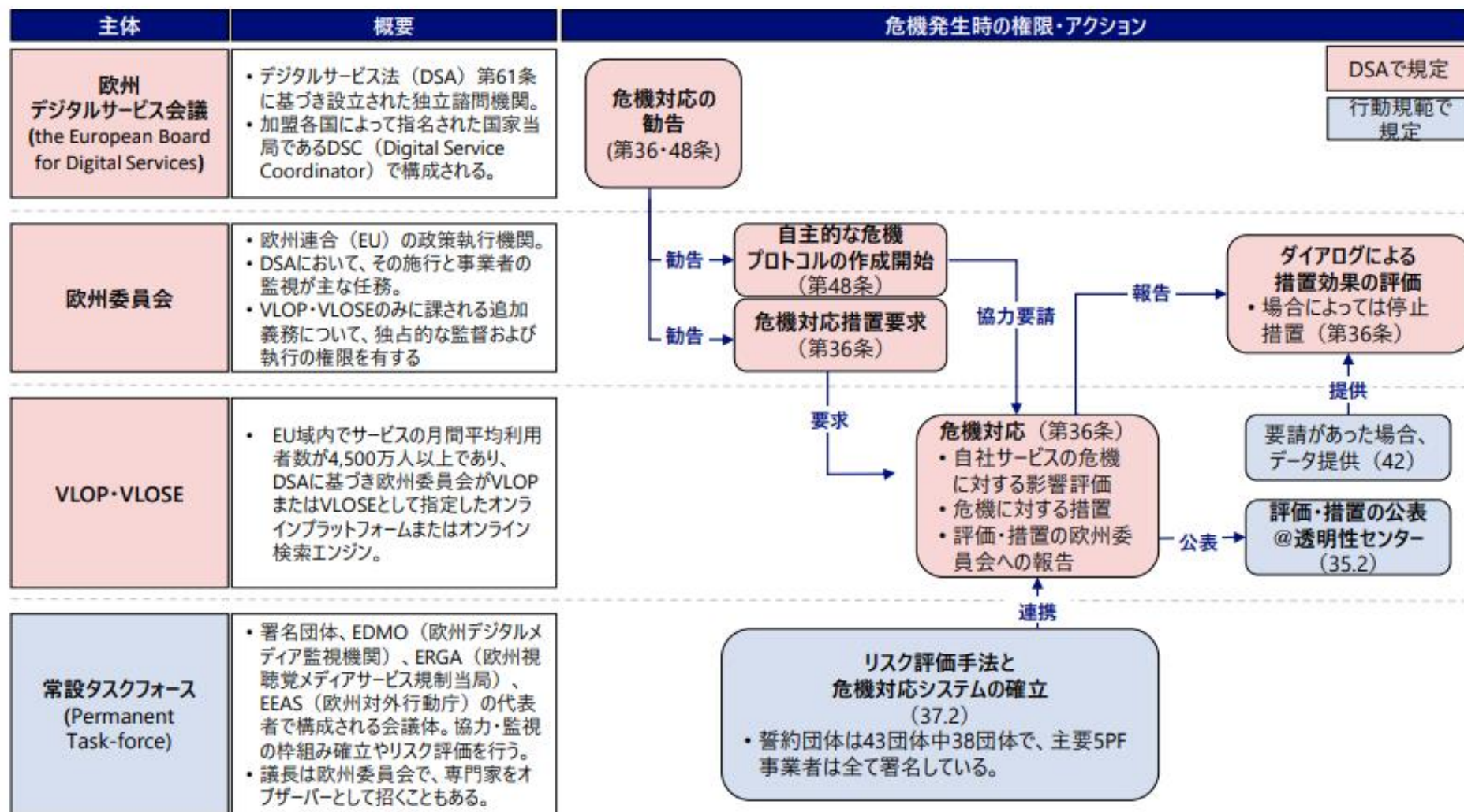
偽情報に関するEUの枠組みのうち、DSAと行動規範には危機発生時に関する言及がある。ただし、災害時に関してはDSAの中で危機の具体例として記載がある程度にとどまる。

制度・法令名	適用開始日/公表日	危機の言及	災害の言及	対象者・言及内容
Digital Services Act (DSA) 「デジタル・サービス法」	2023年4月25に指定されたVLOP（17団体）・VLOSE（2団体）は8月25日から適用開始。 2023年12月20日に追加で指定されたVLOP（3団体）は、一般規定の適用は2024年2月17日から、VLOPに追加で課される義務は2024年4月20日から適用開始。	あり - 前文（91） - 第36条 - 第48条	あり 前文（91）内に、「危機」の具体例の一つとして言及されている。	- 前文（91）には、危機の具体例や、その場合に講じる措置の具体例について言及。 - 第36条、第48条はVLOP・VLOSEの対象義務。内容は、欧州委員会からのVLOP、VLOSEへの危機対応措置要求や、欧州委員会の自主的な危機プロトコル作成について明記
Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation 「行動規範強化に関するガイダンス」	2021年5月26日公表	あり 1.はじめに 2.COVID-19モニタリング結果と教訓 7.4 信頼できる公益情報の可視化 9.2.3 常設タスクフォース	なし	- COVID-19モニタリングの結果として、2018年版行動規範が危機的状況下において有効であったと言及。 - 危機状況に信頼情報を届けるための設計を要請。 - 常設タスクフォースの活動として、危機的状況でのリスク評価手法と対応システムの確立を含むことを要請。
The 2022 Code of Practice on Disinformation 「2022版行動規範」	2022年10月19日適用開始	あり - コミットメント22措置7 - コミットメント35措置4 - コミットメント37措置2 - コミットメント42	なし	- 危機に対応したユーザーインターフェースの設計や、危機対応システム構築、措置公表についての誓約。 4つのコミットメントのうち、35.4、37.2は全ての主要5PF事業者（Google、Microsoft、Meta、TikTok、Twitter）が誓約している。

EUにおける危機発生時等の規律について②

EU災害時特例－DSAと行動規範におけるステークホルダーの動きと関係性

危機発生時の各ステークホルダーの行動と関係性はDSAと行動規範によって規定されている。



EUにおける危機発生時等の規律について③

Digital Services Act (DSA) – 関連条文

欧州委員会は第36条に基づいてVLOP・VLOSEらに危機対応の措置要求を行うことができる。
また、第48条に基づいて自主的に危機対応プロトコルの作成を開始できる。

該当項目	概要
【第36条】 危機対応メカニズム	- 欧州委員会は欧州デジタルサービス会議からの勧告に基づき、VLOP・VLOSEに対し、危機的状況に起因するリスクを軽減するための一定の措置を講じるよう求めることができる。 - VLOP・VLOSEは自ら措置の内容を決定することができるが、措置を講じる義務には、欧州委員会及び欧州デジタルサービス会議の拘束力がある。 - 危機的状況に採られる措置の具体例は（前文91項）に記載されている。 - 第36条は、すべてのオンラインプラットフォームではなく、VLOPとVLOSEにのみ適用される。 - 危機が発生した場合、欧州委員会は欧州デジタルサービス会議の勧告に基づき、VLOP・VLOSEに以下のいずれかの行動をとることを要求可能。 - そのサービスが危機に著しく寄与しているかどうかを評価すること（36条1項a） - その寄与を防止、排除または制限する措置を講じること（36条1項2号） - 評価結果を欧州委員会に報告すること（36条1項c） - 欧州委員会はその措置を監視し（第36条7項）、措置が効果的かつ適切であるかどうかを評価するためにVLOP・VLOSEと「対話する（engage in a dialogue）」ことができる。（第36条6項） - 欧州委員会は、VLOP・VLOSEが講じた措置に効果がない、または不適切であると判断した場合、VLOP・VLOSEに対し、措置の見直し（第36条7項）または措置の適用を中止するよう要求することができる。（第36条8項(a)）
【第48条】 危機プロトコル	- 欧州デジタルサービス会議は欧州委員会に対し、オンライン環境における危機的状況に対処するため、自主的な危機プロトコルの作成を開始するよう勧告することができる。 - 欧州委員会は、「オンラインプラットフォームが違法コンテンツや偽情報の急速な拡散に悪用された場合、または信頼できる情報を迅速に発信する必要が生じた場合」（前文108項）に、欧州デジタルサービス会議の勧告に基づき、自主的な危機プロトコルを作成することができる。 - VLOP・VLOSE、および適切な場合には他のプラットフォームや検索エンジンも含め、自主的な危機プロトコルの作成、試験、適用に参加することが奨励される。（第48条2項）自主的な危機プロトコルには、下記のうち少なくとも一つを含む必要がある。 - 公的機関やその他の「信頼できる」機関からの危機に関する情報を目立つように表示する（第48条2項a） - VLOP・VLOSEは危機管理専用窓口を設置する。窓口は第41条におけるコンプライアンスオフィサー*とすることができる（第48条2項(b)） - 通知と行動の仕組み（第16条）、信頼できる警告者（第22条）、リスク軽減措置（第35条）などに定められているVLOP・VLOSEの義務の遵守に充てるリソースを、危機的状況から生じるニーズに適合させる（第48条2項(c)） *第41条にて、VLOP・VLOSEはコンプライアンス機能を独立した組織として設置することが義務付けられており、その責任者がコンプライアンスオフィサーとして任命される。

EUにおける危機発生時等の規律について④

Digital Services Act (DSA) – 用語の定義

「災害」に関しては、「危機」の定義の中で具体例として言及がある。

- 「危機」については、第36条・第48条にて定義されている。
- 「災害 (disaster)」は、VLOP・VLOSEがDSAに基づく措置に加えて特別な措置を緊急に講じる必要が生じる可能性がある、いわゆる「危機 (crisis)」の具体例の一つとして、前文 (91) に挙げられている。

擁護	定義
危機 (crisis)	“危機は、連邦内またはその重要な地域において、公共の安全または公衆衛生に対する重大な脅威をもたらす異常事態が発生した場合に発生したものとみなされる” (第36条2項) - 前文 (91) では、下の言及がある。 “危機は、連邦またはその重要な部分において、公共の安全または公衆衛生に対する重大な脅威につながり得る異常な状況が発生した場合に発生すると考えられるべきである。このような危機は、武力紛争やテロ行為 (新興の紛争やテロ行為を含む)、地震やハリケーンなどの自然災害、パンデミックや公衆衛生に対する国境を越えたその他の深刻な脅威から生じる可能性がある”
危機的状況 (crisis situations)	“公共の安全または公衆衛生に影響を及ぼす異常事態” (第48条)

EUにおける危機発生時等の規律について⑤

The 2022 Code of Practice on Disinformation – 関連コミットメント

行動規範において、「災害」に関して言及されているコミットメントはないが、「危機」に関して言及されているコミットメント及び措置は以下の4つが挙げられる。

分野	コミットメント・措置	内容
ユーザーのエンパワーメント	コミットメント22 措置7	(ユーザーインターフェースの設計) 関連署名団体は、公共や社会が特に関心を持つ話題や危機的状況において、利用者を権威ある情報源に導くような製品や機能（情報パネル、バナー、ポップアップ、地図やプロンプト、信頼性指標など）を設計し、適用する。
透明性センター	コミットメント35 措置4	(危機対応措置の公表) 危機的状況において、署名団体は透明性センターを利用し、危機に関連して講じられた具体的な緩和措置に関する情報を公表する。
常設タスクフォース	コミットメント37 措置2	(危機対応システムの構築) - 署名団体は、タスクフォースにおいて、特に（これに限定されるものではないが）以下の業務に取り組むことに同意する： - 選挙や危機のような特殊な状況下で使用するリスク評価手法と迅速な対応システムを確立する。 - 選挙や危機のような特別な状況下で各団体と協力・調整する。 - 行動規範の「約束と措置」を実施するために整合化された報告テンプレート、精緻化された報告方法、モニタリングのための関連データ開示について合意する。 - 今後のモニタリング・サイクルを通じて、整合化された報告テンプレートの質と有効性、およびモニタリング目的のデータ開示の形式と方法を見直し、必要に応じて適合させる。 - サービスレベルと構造に関する指標や、これらの指標を測定するために提供されるデータについての品質と有効性に対する評価に協力する。 - 構造指標を洗練、テスト、調整し、国家レベルでそれらを測定するメカニズムを設計する。 - 悪意ある行為者が用いるTTPのリストに合意のもと、公表・更新し、本規範の第IV章に沿って、それらに対抗するための対策の基本要素、目標、ベンチマークを定める。
監視体制の強化	コミットメント42	(情報・データの提供) 関連する署名団体は、選挙や危機のような特別な状況において、欧州委員会の要請があれば、タスクフォースによって確立された迅速な対応システムに従い、特別な報告書や定期的な監視の中の特定の章を含む、相応かつ適切な情報やデータを提供することを約束する。

出所) 欧州委員会(2023)「The Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022」

[https://disinfocode.eu/wp-content/uploads/2023/01/The-Strengthened-Code-of-Practice-on-Disinformation-Copyright\(C\)](https://disinfocode.eu/wp-content/uploads/2023/01/The-Strengthened-Code-of-Practice-on-Disinformation-Copyright(C))

3 マルチステークホルダーによる連携・協力の 枠組み整備の在り方

EU行動規範の運用に係る機関設計

EUでは、欧州委員会が中心となり、産業団体等の中間団体を置かず、政府機関が共同規制としての履行確保を直接担っている。

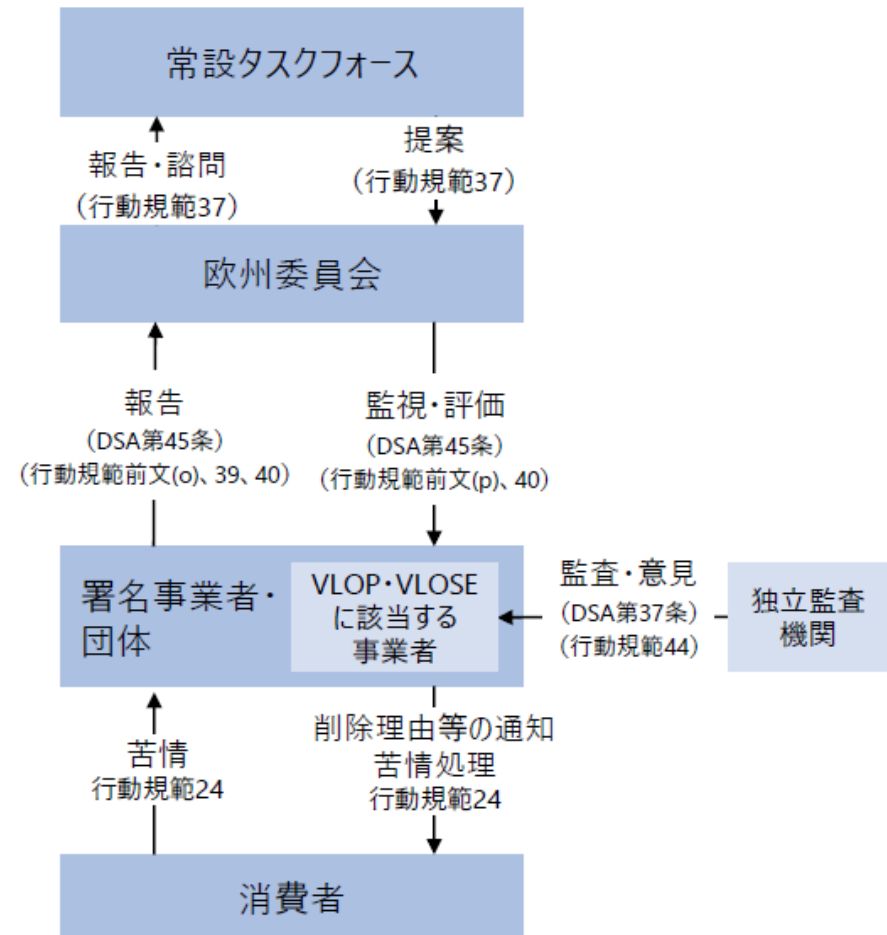
概要

- 欧州委員会がとりまとめや執行について中心的な役割を担う。各オンラインプラットフォーム等の署名事業者・団体は欧州委員会との共同規制として、履行をそれぞれで行い、欧州委員会に対して報告を行うこととなっている。また、ユーザーの苦情処理等も署名事業者・団体が直接行う。
- また、署名事業者・団体のうち、DSAにおいてVLOP/VLOSEに指定されている事業者は、DSA第37条及び行動規範コミットメント44により、行動規範の遵守状況について独立機関から監査*を受ける必要がある。
*監査主体や対象等の詳細については後頁を参照
- 他方、継続的なルールや運用の改善に向け、常設のタスクフォースが設置され、欧州委員会や署名事業者・団体のほか、ファクトチェック等に関するNGO等が参加することとなっている。

常設タスクフォース

主な役割	✓ 設立された常設タスクフォースは、必要に応じて開催され、少なくとも半年ごとに会合を開き、技術的、社会的、市場的、法制的な進展を踏まえて、コミットメントを監視し、適応させていく。
構成	✓ 常設タスクフォースは、下記の代表者で構成される。 ・署名事業者・団体 ・欧州対外行動庁（European External Action Service） ・欧州視聴覚メディア・サービス規制者グループ（European Regulators Group for Audiovisual Media Services：ERGA） ・欧州デジタルメディア観測所（European Digital Media Observatory：EDMO） ✓ 常設タスクフォースの議長は欧州委員会が務め、専門家の支援も受けながら、技術、社会、市場、法制的の発展を見据えて行動規範を見直し、適応させていく。

機関設計



<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> 等をもとに作成

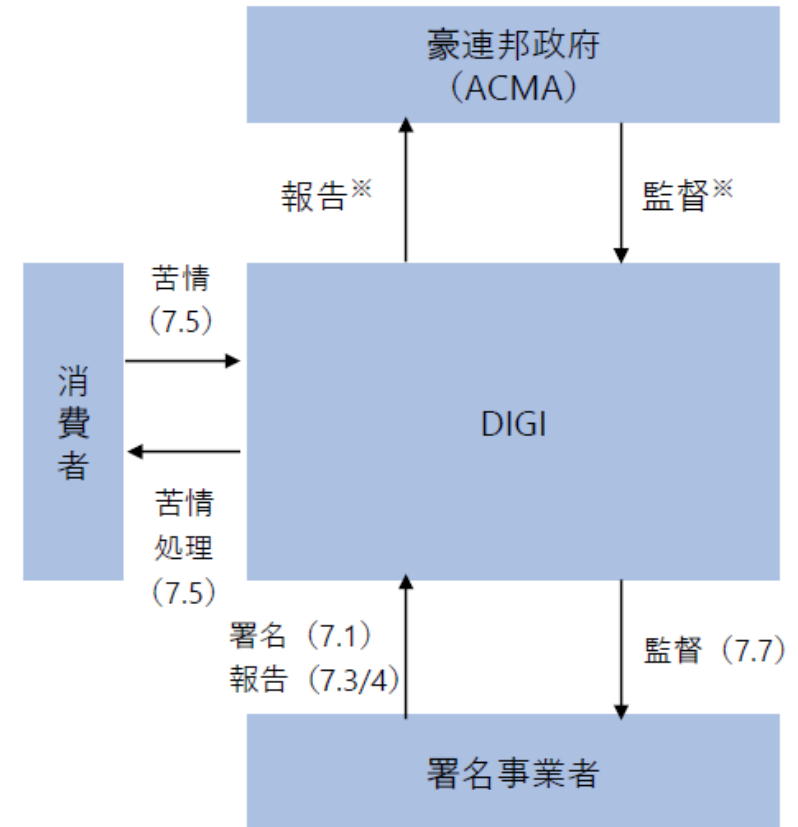
豪州行動規範の運用に係る機関設計

豪州では、産業団体DIGIが中心となり、履行確保や政府への報告、消費者からの苦情処理等を担っている。政府も、DIGIの監督を通じて履行確保を図っている。

概要

- DIGIは非営利団体であり、大手デジタル事業者から構成される（設立の経緯等はウェブサイトで公開されていない）；
 - 加盟企業（MEMBERS）：Apple、Discord、eBay、Google、Linktree、Meta、Microsoft、Snap Inc.、Spotify、TikTok、Twitch、X、yahoo!
 - 準加盟企業（ASSOCIATE MEMBERS）：Change.org、Gofundme、Product Review、Redbubble
- 産業団体DIGIが中心となり、消費者からの苦情処理や署名した事業者の透明レポートの収集、監督等を実施している。
- 本行動規範の執行等について、豪連邦政府（ACMA）がDIGIからの報告を基に監督を実施し、報告書を作成している。
- この点は行動規範には規定がないが、行動規範策定のきっかけとなった2019年行政文書（Regulating in the digital age Government response and implementation roadmap for the Digital Platforms Inquiry）（前掲P67）にACMAによる行動規範の監督、プラットフォームによる対策の妥当性と偽情報の広範な影響について政府に報告することが規定される。

機関設計



※）行動規範には規定がないが、2019年の行政文書にACMAによる行動規範の監督が規定される（左記）

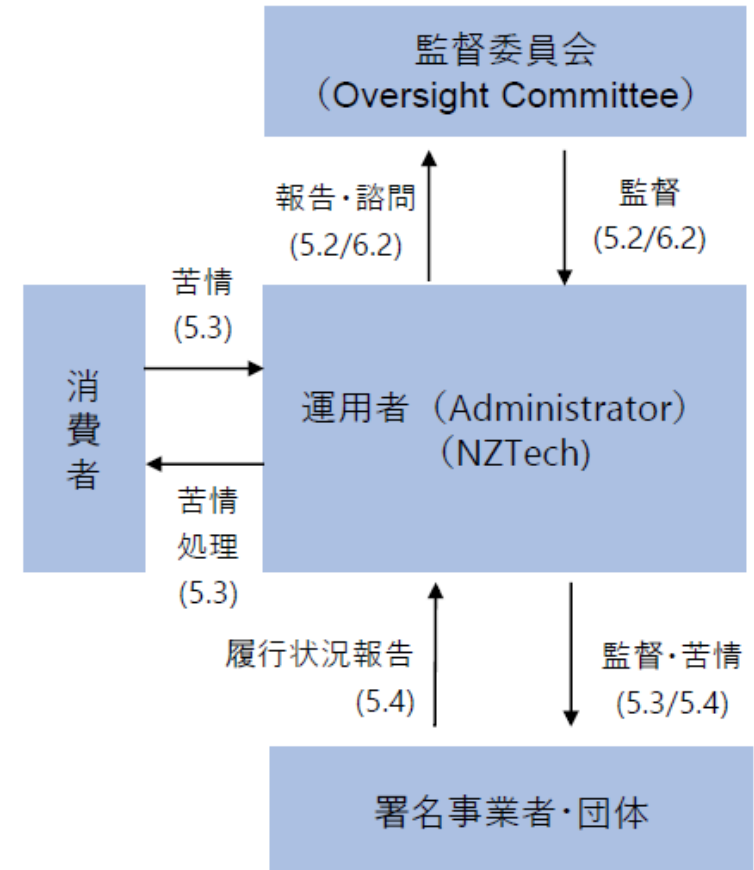
NZ行動規範の運用に係る機関設計

NZにおいては、産業団体NZTechが中心となり、履行確保や消費者からの苦情処理等を担っている。

概要

- 事務局を業界団体（NZTech）が務め、苦情処理等を実施し、業界団体の執行を監督委員会がさらに監督している。
 - 監督委員会は、NZTech、Netsafe、署名事業者・団体、マオリパートナー、市民社会、その他関連する合意された利害関係者（政府、学識経験者など）の代表を含む、様々な利害関係者で構成される（詳細は次頁参照）。
- 上記の通り、政府機関の関与は監督委員会への委員派遣にとどまり、豪州やEUと比べ、より事業者の自主性に委ねる設計となっている。

機関設計



機関設計に関する3者（EU・豪州・NZ）比較

事務局機能を担う主体、政府による監督のあり方、および事業者の規範への参加動機形成の方法が異なっている。

- **機関設計**（事務局機能を誰が担うか、政府による監督への関与がどの程度あるか）、これに伴う**政府機関の負担**がどの程度か、及び事業者にとって**行動規範への参加のインセンティブ**がどのように担保されているか、という観点から比較を実施した。

比較の観点		EU	オーストラリア	ニュージーランド
機関設計	事務局機能の担い手	欧州委員会（政府）	業界団体（民間）	業界団体（民間）
	政府による監督	政府が直接行動規範を監督	業界団体による執行を政府（ACMA）が監督	業界団体による執行を政府が監督委員会の一構成員として監督
政府負担（3者比較）		直接的に監督（政府負担は最大）	事務局を監督（政府負担は中間）	監督委員会の一員として事務局を監督（政府負担は最少）
事業者の規範への参加動機形成		VLOP等にとって行動規範参加はDSA上の義務であるリスクの特定・軽減の一環と位置づけられる	将来的な直接規制の導入を示唆	（不明）

法的位置付けのない民間主導の連携・協力枠組みの具体例（国内）①

	Disinformation対策フォーラム	Innovation Nippon
発足・活動開始時期	2020年6月	2013年7月
目的・活動内容等	総務省「プラットフォームサービスに関する研究会 最終報告書」（2020年2月）において、「産学官民の多様なステークホルダーによる協力関係の構築を図り、対話の枠組みを設けることが重要」であることが指摘されたこと等を踏まえ、偽情報流通の実態を正確に把握し、その対応について多面的に検討すべく、多様なステークホルダーによる協力関係の構築を図り、対話の枠組みを設けることを目的として、（一社）セーフアインターネット協会（SIA）が設置	- 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター（GLOCOM）が、グーグル合同会社のサポートを受けて立ち上げた研究プロジェクト - 情報通信技術（IT）を通じて日本におけるイノベーションを促進することを目的 - 法制度や、産業振興・規制緩和等の政策のあり方、ビジネス慣行などに関する産学連携の実証的なプロジェクトを行い、関係機関の政策企画・判断に役立ていただくための提言などを行う
参加主体	- 有識者（研究者等） ※詳細は後述 - Facebook Japan（株） - Google（同） - LINEヤフー（株） - Twitter Japan（株）	- 国際大学GLOCOM - グーグル（同）
オブザーバー	- 政府機関（総務省、消費者庁） - 伝統メディア（日本新聞協会、日本放送協会、日本民間放送連盟）	-
主な取組事例等	- ワクチンデマ対策シンポジウム（2021年7月） ※SIA主催 - 報告書（2022年3月）	報告書「偽・誤情報、ファクトチェック、教育啓発に関する調査」（2024年4月）

法的位置付けのない民間主導の連携・協力枠組みの具体例（国内）②

	クレジットカード・セキュリティ官民対策会議	放送倫理・番組向上機構（BPO）
発足・活動開始時期	2024年4月	2003年2月
目的・活動内容等	- 時々刻々と変化する番号窃取・不正利用技術等への対策に継続的・効果的に取り組んでいくため、不正利用の状況、関係事業者における取組状況の共有や対策の方向性等についての議論を行う - 活動内容等： - クレジットカード番号の漏洩・不正利用被害状況の共有 - 事業者によるセキュリティ対策の現状や課題の共有 - 海外における取組状況の共有 - 対策の方向性に関する意見交換 等	- 放送における言論・表現の自由を確保しつつ、視聴者の基本的な人権を擁護するため、放送への苦情や放送倫理の問題に対応する、第三者の機関 - 主に、視聴者などから問題があると指摘された番組・放送を検証して、放送界全体、あるいは特定の局に意見や見解を伝え、一般にも公表し、放送界の自律と放送の質の向上を促す
参加主体	- クレジットカード会社 - 決済代行業者 - 学識者 （独）国民生活センター - 関係業界団体 - 経済産業省 ※詳細は後述	- 日本放送協会（NHK） （一社）日本民間放送連盟（民放連） - 民放連会員社
オブザーバー	- 政府機関（警察庁、消費者庁） - ビザ・ワールドワイド・ジャパン - オンラインマーケットプレイス協議会	-
主な取組事例等	2024年4月9日開催の第1回会合にて以下を議論： - クレジットカードのセキュリティ対策について（経済産業省の取組） - クレジットカード不正利用被害の状況（国際動向含む）、 - クレジットカード・セキュリティガイドラインの改訂、対策の進捗状況	- 放送倫理検証委員会による取組 - 放送人権委員会による取組 - 青少年委員会による取組 ※詳細は後述

法的位置付けのある民間主導の連携・協力枠組みの具体例（国内）

	認定送信型対電気通信設備サイバー攻撃対処協会	認定匿名加工医療情報作成事業者
根拠法令	電気通信事業法116条の2	次世代医療基盤法※9条
枠組みの概要	電気通信事業者がDDoS攻撃等のサイバー攻撃への対応を共同して行うため、サイバー攻撃の送信元情報の共有やC&Cサーバの調査研究等の業務を行う第三者機関として認定	- 国が認定した事業者が、制度に協力する医療機関等から国民・患者の医療情報を収集 - 認定事業者は、医療分野の研究開発に必要な情報のみを、研究機関や製薬企業などに提供 - 研究機関や製薬企業などは、提供された医療情報を活用し、医療分野の研究開発を行う
法定の権限・責務等	- 電気通信事業者に関する情報の提供を総務大臣から受ける権限 - 役職員又は役職員であった者への秘密保持義務（違反に対しては1年以下の懲役又は50万円以下の罰金）	- 医療機関等からの医療情報の提供につき、個人情報の保護に関する法律の特例を規定 - 厳格なセキュリティ対策の実施 - データベース化された医療情報等の不正提供等を禁止（違反に対しては2年以下の懲役又は100万円以下（法人重科：1億円以下）の罰金） - 不正な利益目的による医療情報等の提供等を禁止（違反に対しては1年以下の懲役又は100万円以下（法人重科：1億円以下）の罰金） - 不当な目的による医療情報等の利用等を禁止（違反に対しては1年以下の懲役又は50万円以下の罰金）
実際に認定された者（2024年4月現在）	（一社）ICT-ISAC	（一社）ライフデータイニシアティブ （一財）日本医師会医療情報管理機構 （一財）匿名加工医療情報公正利用促進機構

※医療分野の研究開発に資するための匿名加工医療情報及び仮名加工医療情報に関する法律

法律に基づき設置された協議会等の具体例（国内）①

	取引デジタルプラットフォーム官民協議会	サイバーセキュリティ協議会
根拠法令	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律6条	サイバーセキュリティ基本法17条
設置者	内閣総理大臣	サイバーセキュリティ戦略本部長及びその委嘱を受けた国務大臣
設置目的	取引デジタルプラットフォーム（DPF）を利用する消費者の利益の保護のための取組を効果的かつ円滑に行うため	サイバーセキュリティに関する施策の推進に関し必要な協議を行うため
構成員	- 内閣総理大臣 - 国の関係行政機関 - 取引DPF提供者を構成員とする団体 （独）国民生活センター - 地方公共団体 - 消費者団体 （必要な場合）学識経験者その他官民協議会が必要と認める者	- 国の関係行政機関の長 - 地方公共団体又はその組織する団体 - 重要社会基盤事業者※¹又はその組織する団体 - サイバー関連事業者※²又はその組織する団体 - 大学その他の教育研究機関又はその組織する団体 - その他設置者が必要と認める者 ※ 連絡調整事務は（一社）JPCERTコーディネーションセンターが担当
法定の事務等	- 必要な情報を交換 - 取引DPFを利用する消費者の利益の保護のための取組に関する協議 ⇒構成員は、協議結果に基づき、取引DPFを利用する消費者の保護のために必要な取組を行う - 内閣総理大臣に対し、取引DPFを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関する施策に関し意見を述べる	-
法定の権限・責務等	- 構成員に対し、取引DPFを利用して行われる通信販売に係る取引に関する情報の提供、意見の表明その他の必要な協力を求めることができる - 事務従事者又は事務従事者であった者への秘密保持義務（違反に対しては1年以下の懲役又は50万円以下の罰金）	- 構成員に対し、サイバーセキュリティに関する施策の推進に関し必要な資料の提出、意見の開陳、説明その他の協力を求めることができる ⇒正当な理由がある場合を除き、構成員に応答義務あり - 事務従事者又は事務従事者であった者への秘密保持義務（違反に対しては1年以下の懲役又は50万円以下の罰金）

※1 国民生活及び経済活動の基盤であって、その機能が停止し、又は低下した場合に国民生活又は経済活動に多大な影響を及ぼすおそれが生ずるものに関する事業を行う者

※2 インターネットその他の高度情報通信ネットワークの整備、情報通信技術の活用又はサイバーセキュリティに関する事業を行う者

法律に基づき設置された協議会等の具体例（国内）②

	配偶者からの暴力の防止・被害者の保護のための協議会	孤独・孤立対策地域協議会
根拠法令	配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護等に関する法律5条の2	孤独・孤立対策推進法15条
設置者	- 都道府県 ※設置は努力義務 - 市町村 ※設置は任意	地方公共団体 ※設置は努力義務
設置目的	配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護を図るため	孤独・孤立対策を推進するために必要な連携及び協働を図るため
構成員	- 関係機関 - 関係団体 - 配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護に関連する職務に従事する者 - その他の関係者	- 当事者等（孤独・孤立の状態にある者及びその家族等）に対する支援に関係する機関及び団体 - 支援に関係する職務に従事する者 - その他の関係者
法定の事務等	- 被害者に関する情報その他被害者の保護を図るために必要な情報の交換 - 被害者に対する支援の内容に関する協議	- 必要な情報を交換 - 支援の内容に関する協議 ⇒構成員は、協議結果に基づき、支援を行う （設置地方公共団体の長が構成員のうちから指定した孤独・孤立対策調整機関において）協議会に関する事務を総括するとともに、必要な支援が適切に行われるよう、協議会の定めるところにより、構成員が行う支援の状況を把握しつつ、必要に応じて他の構成員が行う支援を組み合わせるなど構成員相互の連絡調整を行う
法定の権限・責務等	- 構成員に対し、資料又は情報の提供、意見の開陳その他必要な協力を求めることができる - 事務従事者又は事務従事者であった者への秘密保持義務（違反に対しては1年以下の懲役又は50万円以下の罰金）	- 構成員に対し、支援の対象となる当事者等に関する情報の提供、意見の開陳その他の必要な協力を求めることができる - 事務従事者又は事務従事者であった者への秘密保持義務（違反に対しては1年以下の懲役又は50万円以下の罰金）

4 広告の質の確保を通じた情報流通の健全性確保の在り方

主な情報伝送PF等によるアカウント開設時のなりすまし対策の例

情報伝送PF等	LINEヤフー (Yahoo!広告・LINE広告)	サイバーエージェント (Amebaブログ)	Google (Google広告)	TikTok
アカウント開設時のなりすまし対策(例)	●一部の広告主に対し、申込時に「本人確認」を実施 ※本人確認とは、広告主が実在し、かつ現在有効な住所等で申し込んだことを確認する目的で、必要な書類の画像をアップロードさせる手続 ※本人確認書類の例 ・国内に事業所のある法人：以下の2種類 (1)商業・法人登記事項証明書 (2)公共料金等の領収証書など ・国内の個人事業主：以下の2種類 (1)運転免許証など (2)公共料金等の領収証書など ・国外に事業所のある法人、国外の個人事業主：担当者名と現住所・有効期限が確認できる旅券（パスポート）	●オフィシャルブロガーには与信審査、トップブロガーには所定の確認を実施	●広告キャンペーンでブランド名を対象にしている広告主（広告主とその広告で言及されているブランドの関係性が不明確な場合や、その広告が一般的な内容である場合）を対象に「会社確認」を実施 ※「会社確認」の間中は広告インプレッションが制限される可能性 ※会社確認（身元確認）に必要な書類の例：以下の2種類 (1)登録書類（登記簿など） (2)政府機関発行の正式な代表者の写真付き身分証明書（パスポートなど）	●広告発信のためのアカウント開設においては、すべてのアカウントについて審査を実施 ●上記審査において、過去に広告ポリシーに違反した経歴のあるアカウントの情報と照らし合わせることで、なりすましを含む広告ポリシー違反となるアカウントが開設されることを防止

EU DSA中の広告の透明化に関する規律

規律	該当条文	仲介サービス	ホスティングサービス	オンラインプラットフォーム	VLOP・VLOSE
違法コンテンツに関する措置命令・情報提供の命令	第二章 第9条・第10条	●	●	●	●
連絡先（対DSC、対欧州委員会、対閣僚理事会）、サービス口、法定代理人					
利用規約の要件					
透明性報告義務					
利用者への通知・行動の仕組み、情報提供・理由の記載義務					
刑事犯罪の疑いに関する通知					
内部苦情処理体制・救済の仕組みと法廷外紛争解決					
信頼された旗手					
悪用に対する措置と保護				●	●
オンライン・プラットフォームのプロバイダーに対する透明性報告義務				●	●
オンラインインターフェースのデザインと構成	第25条			●	●
オンラインプラットフォームでの広告	第26条			●	●
レコメンデーションシステムの透明性	第27条			●	●
未成年者のオンラインでの保護	第三章 第28条			●	●
超大規模オンライン検索エンジン	第33条				●
リスク評価、リスク軽減	第34条・第35条				●
危機対応メカニズム	第36条				●
独立監査（外部リスク監査と公的説明責任）	第37条				●
オンライン広告の透明性向上	第39条				●
データへのアクセスと精査（当局・研究者）	第40条				●
コンプライアンス機能	第41条				●
透明性に関する報告義務	第42条				●
監督手続					
標準					
行動規範					
危機対応					
※第30条ただし書（出所）E					

オンラインインターフェイス上に掲載される広告について、以下を明確に表示：

- ・ 広告である旨
- ・ 広告主
- ・ 広告主以外の資金提供者がいる場合は当該資金提供者
- ・ 配信先を決めるために使われる主なパラメータとその変更方法

オンラインインターフェイス上に掲載される広告について、以下の情報を含む広告レポジトリを作成し、掲載期間中及び掲載終了後1年間公開：

- ・ 広告の内容
- ・ 広告主
- ・ 広告主以外の資金提供者がいる場合は当該資金提供者
- ・ 掲載期間
- ・ 配信先を決めるために使われる主なパラメータ
- ・ 利用者による商用コミュニケーション
- ・ 閲覧者数（該当する場合は、当該広告が特にターゲティングの対象とした集団ごとの数）

EU・豪州・NZの各行動規範の内容比較（デジタル広告関係）①

広告表示の精査

広告における偽情報の収益化廃止、偽情報の拡散防止、関係者との協力が共通して規定。

大分類	小分類	EU	豪州	NZ
広告表示の精査	偽情報の収益化廃止	1. 広告掲載に参加する署名事業者・団体は、偽情報の流布に資金を提供しないことを約束し、収益化の対象となるコンテンツの適格性、収益化と広告掲載の管理、広告掲載に関する管理とサービスの正確性と有効性を報告するためのデータを決定する方針とシステムを改善する	5.16. 署名事業者・団体は、偽情報または誤情報に対する広告および/または収益化のインセンティブを破壊することを目標としたポリシーおよびプロセスを実施する。 5.17. 5.16に基づいて実施されるポリシー及びプロセスには、例えば、以下を含めることができる。 A. ブランド安全性および検証ツールの使用の促進および/または導入; B. 第三者検証会社との連携の可能性; C. 広告主がメディア購入戦略とオンラインの評判リスクを評価するのを支援および/または許可する; D. 広告主が広告の掲載を監視し、広告の掲載場所を選択できるようにするために、広告主がクライアント固有のアカウントに必要なアクセスを提供すること;および/または E. 偽情報や誤情報を広めるアカウントやウェブサイトでの広告サービスや有料広告の利用を制限すること。	対策32. 広告を妨害する、および/または偽情報から利益を得るユーザーの経済的インセンティブを低減することを目指す、方針、プロセス、および/または製品を導入、実施、および/または維持する。
	偽情報を含む広告への取り組み	2. 広告に参加する関連署名事業者・団体は、広告システムを悪用して広告メッセージの形で偽情報を広めることを防止する。	5.15. デジタル広告サービスを提供する署名事業者・団体は、広告主が偽情報や誤情報を広めるデジタル広告を繰り返し掲載することを抑止するために、商業的に合理的な努力を行う。	-
	関係者との協力	3. デジタル広告の売買および掲載に携わる関連署名事業者・団体は、ベストプラクティスを交換し、関連プレーヤーとの協力を強化することを約束する。その対象は、オンライン電子決済サービス、電子商取引プラットフォーム、関連するクラウドファンディング/寄付システムなど、オンラインマネタイゼーションのバリューチェーンで活動する組織にまで拡大し、自社サービスにおける広告掲載の精査効果を高める。	5.18. 署名事業者・団体は、オンライン広告の売買および広告関連サービスの提供に関与するすべての当事者が協力して、オンライン広告エコシステム全体の透明性を向上させ、それによって偽情報を広めるアカウントやウェブサイトへの広告掲載を効果的に精査し、管理し、制限する必要があることを認識する。	対策27. 産業界全体や他の関連するステークホルダーと協力し、誤情報から生じる新たな被害に対応する取り組みを支援する。 対策33. 偽情報から生じる新たな被害に対応する取り組みを支援するため、業界全体及びその他の関連ステークホルダーとの連携に努める。

EU・豪州・NZの各行動規範の内容比較（デジタル広告関係） ②

政治広告（1/3）

政治広告に関する内容は差異が大きく、EUは政治広告の共通定義や有料コンテンツとの区別などを規定するが、豪州やNZには規定がない。

大分類	小分類	EU	豪州	NZ
政治広告	政治広告と争点広告の共通理解	4.関連署名事業者・団体は、「政治広告および争点広告」の共通定義を採用することを約束する。	-	-
		5.関連署名事業者・団体は、自社サービスにおける政治広告や争点広告に一貫したアプローチを適用し、そのような広告が自社サービスで許可または禁止される範囲を広告ポリシーに明示する。	-	-
	政治広告や争点広告の効率的な表示	6.関連署名事業者・団体は、表示されるコンテンツに政治広告や争点広告が含まれていることを利用者が理解できるような方法で、政治広告や争点広告を明確に表示し、有料コンテンツと区別できるようにする。	-	-
	政治広告または争点広告の検証コミットメント	7.関連署名事業者・団体は、政治広告や争点広告を掲載するスポンサーや、スポンサーの代理を務める広告サービス提供者に対し、相応かつ適切な本人確認システムを導入する。関連署名事業者・団体は、広告の掲載を許可する前に、ラベル表示やユーザーに対する透明性の要件が満たされていることを確認する。	-	-

政治広告（2/3）

EU、豪州やNZは出所や資金の拠出元等の透明性を規定する点では共通している。

大分類	小分類	EU	豪州	NZ
政治広告	政治広告や争点広告のためのユーザー向け透明性コミットメント	8.関連署名事業者・団体は、自社のサービスで目にする政治や争点に関する広告について、利用者に透明性情報を提供することを約束する。	5.23. 政治広告は、本規範の目標において誤情報ではないが、署名事業者・団体は、デジタルプラットフォーム上で行われる政治広告の出所についてユーザーにより大きな透明性を提供するポリシーを策定し、実施する。 5.24. 5.23のコミットメントに従って策定および実施された措置には、次を含めることができる：	対策31. 有料政治コンテンツ（広告やスポンサードコンテンツなど）に関して透明性を提供し、より多くの文脈と情報（有料政治広告や選挙広告のラベル、誰が広告費を支払ったかなど）をユーザーに提供しようとする方針、プロセス、および／または製品を導入、実施、および／または維持する。
		9.関連署名事業者・団体は、利用者が政治広告や争点広告を目にする理由について、明確で理解しやすく、包括的な情報を提供	• 広告主がデジタルプラットフォーム上で行われる政治広告の出所を特定および／または検証すること • 広告主または広告の出所に関する重要な情報を偽ったり、欺いたり、隠したりする広告を禁止する方針 • 政治広告が自分に向けられているかどうかをユーザーが理解できるようにするツールの提供 • ニュース又は編集内容を含む媒体に掲載される政治広告が、有料であることが容易に認識できる方法で表示されることを要求するポリシー	-

政治広告（3/3）

EUのみが政治・争点広告のレポジトリの確保、APIの設定、市民社会へのコミットメントなどを規定。

大分類	小分類	EU	豪州	NZ
政治広告	政治または争点広告のレポジトリと、政治または争点広告データにアクセスするためのアプリケーション・プログラミング・インターフェース（API）の最小限の機能	10.関連署名事業者・団体は、政治広告や争点広告のレポジトリを維持し、その最新性、完全性、使いやすさ、質を確保する。このレポジトリには、提供されたすべての政治広告や争点広告が、法的義務や当規範の透明性確約に従うために必要な情報とともに掲載されている	-	-
		11.関連署名事業者・団体は、政治広告や争点広告の広告レポジトリ内で、利用者や研究者がカスタマイズされた検索を行えるよう、アプリケーション・プログラミング・インターフェース（API）またはその他のインターフェースを提供し、APIまたはその他のインターフェースを適用するための最小限の機能および検索基準のセットを含めることを約束する。	-	-
	市民社会のコミットメント	12.関連署名事業者・団体は、政治的・争点的広告のモニタリングを強化し、政治的・争点的広告の方針および慣行の作成、実施、改善において、適宜、建設的な支援を行うことを約束する。	-	-
	継続的な協力	13.関連署名事業者・団体は、政治広告や問題広告における偽情報に関連するリスクを理解し対応するため、継続的なモニタリングと調査に取り組むことに合意する。	-	-

5 質の高いメディアへの広告配信に資する取組を通じた 情報流通の健全性確保の在り方

JIAA「ブランドセーフティガイドライン」

- 2019年4月、（一社）日本インタラクティブ広告協会（JIAA）は、**違法・不当なサイト等への広告費の流出を防ぎ、広告主のブランドを守り安全性を確保**するための標準的な原則を規定し、実施すべき具体的な対策を提示した「**広告掲載先の品質確保に関するガイドライン（ブランドセーフティガイドライン）**」を制定・公表。

（別表1）

■ 広告掲載不適切コンテンツカテゴリ

広告関連事業者は、広告掲載先であるサイト、コンテンツ、アプリケーション（サイト等）の品質を確保するため、各事業者において以下のいずれかのコンテンツカテゴリに該当する違法なサイト等への広告掲載の排除に努める。

コンテンツ カテゴリ	犯罪助長	猥褻・ 違法な性表現	死・暴力	詐欺	差別・人権侵害	商標権・著作権 侵害	違法薬物	その他違法・不当 社会通念上不適切
コンテンツ例	自殺・殺人 助長・教唆	売春	武器・銃刀 の売買	詐欺・悪質商法	プライバシー 侵害	偽ブランド品・ 模倣品・偽造品	覚せい剤の 販売・肯定	
		児童ポルノ			ヘイト スピーチ	海賊版サイト	危険ドラッグ の販売・肯定	
					誹謗中傷・ 名誉毀損	リーチサイト※	※インターネット上にある違法コンテンツ に利用者を誘導するためのリンク（URL） を集めて掲載するサイト	

■ ブランド毀損リスクコンテンツカテゴリ

広告関連事業者は、以下のようなコンテンツカテゴリに該当するサイト等への広告の掲載により、広告主によってはブランド価値が毀損されるおそれがあることを理解し、広告主および広告関連事業者の間で協議のうえ、必要に応じてこれらのサイト等への広告の掲載の排除に努める。

- ・違法・脱法行為に関する情報
- ・アダルトグッズ販売、露骨な性表現、過剰な肌露出、芸術的なヌード
- ・暴力的な表現、醜悪・グロテスク、映画・ゲーム等の暴力表現
- ・投機心を著しく煽る表現、非科学的・迷信な情報によって不安を与える表現
- ・ハラスメントを助長する表現
- ・薬物に関する情報
- ・「広告掲載不適切コンテンツカテゴリ」にあたるものに関する研究、論説、教育、啓発またはニュース
- ・虚偽の情報により社会的混乱を生じさせるもの
- ・その他、ブランドへの広告主の考え方によっては、リスクとなりうるもの

※本別表は、社会情勢、市場環境などの変化を踏まえ、必要に応じ見直しを行う。

2019年4月版

JAA「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」

- 2019年11月、（公社）日本アドバイザーズ協会（JAA）は、「アドフラウド」「ブランドセーフティ」「ビューアビリティ」という3つの課題を含むデジタル広告に関する課題について、あるべき方向とそこに向けての基本的なアクションを「宣言」としてまとめ、公表。



1. アドフラウドへの断固たる対応

アドフラウド:自動化プログラム(bot)などによって無効なインプレッションやクリックを発生させ、アドバイザーから不当に広告収入を得る悪質な行為のこと。

- ・アドフラウドはアドバイザーの投資を搾取する事象であり、本来あってはならないもので、断固とした対応が必要である。アドバイザーはこの現状を認識し、しかるべき対策を取ることを求めている。アドフラウドへの対策は、将来の日本の広告業界を健全に保つためにも、デジタル広告のエコシステムを機能させる一環として、最重要事項の一つである。



2. 厳格なブランドセーフティの担保

ブランドセーフティ:ブランドを毀損する不適切なページやコンテンツに広告が表示されるリスクから、安全性を確保する取り組みのこと。

- ・アドバイザーに対してブランド毀損を及ぼす事象や、ブランドセーフティを妨げる脅威から、ブランドを守らなければならない。



3. 高いビューアビリティの確保

ビューアビリティ:生活者のデバイスに配信された広告が視認可能な状態にあること。

- ・日本におけるビューアビリティのレベルはグローバルに比べて低い水準にあり、インプレッションを重視する広告活動の場合などにおいて、ビューアビリティは保証されるべきである。



4. 第三者によるメディアの検証と測定の推奨

- ・アドバイザーはメディア自らが行う評価を受け入れておらず、提供されるデータは、デジタルメディアにおいても第三者による検証や測定によるものであるべきである。



5. サプライチェーンの透明化

サプライチェーン:デジタル広告取引における、出稿元であるアドバイザーから、広告掲載先であるメディアに至るまでの全過程のつながりのこと。

- ・デジタル広告において、アドバイザーのメディア投資に対するメディアの収益は一部に限られており、中間取引の透明性を高め、ステークホルダーへ適切に配分されているか開示されるべきである。



6. ウォールドガーデンへの対応

ウォールドガーデン:プラットフォームが生活者のデータを囲い込むこと。

- ・アドバイザーはプラットフォームとの公平な関係を保つことが必要であり、プラットフォームによる広告出稿に関するデータのアクセス制限や一方的な活用は容認されるべきではない。



7. データの透明性の向上

- ・生活者のデータに関する不透明な取り扱いとは問題であり、生活者のプライバシーの権利を尊重し、データの活用について透明性を高める必要がある。



8. ユーザーエクスペリエンスの向上

ユーザーエクスペリエンス:生活者が広告に接触することで得られる広告体験のこと。

- ・広告は価値ある有益な情報を提供するものではあるが、いたずらに広告接触を増やすことはせず、適切な広告の出し方をする中で、生活者に良質なユーザーエクスペリエンスを提供する必要がある。

【出典】JAAウェブサイト

(<https://www.jaa.or.jp/guideline/declaration/>)

JAA「社会問題化するデジタルメディア上の詐欺広告に対する緊急提言」

- 2024年5月、JAAは、「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」の発信以降、**デジタル広告の運用型広告市場の拡大とともに新たな課題も発生**しているという日本におけるデジタル広告の課題の状況、特に「**有名人になりすました投資詐欺広告**」が大きな社会問題となっていることを踏まえ、「プラットフォーム」「テクノロジーパートナー」「メディア」「アドバイザー」「エージェンシー」など、**デジタル広告ビジネスのエコシステムを構成する関係者が果たすべき対策と対応**を提言。

■ プラットフォーマー

- ✓ アドバイザーが安心して広告を掲出するために、自社サイトのコンテンツや取り扱う広告、および広告掲載先のメディアの品質管理に責任を果たすべき。
- ✓ 多くの生活者が利用するプラットフォームは、その影響力に鑑み、日本国内で掲載する広告を含むコンテンツが、国内法や公序良俗に反しないことを担保する必要があり、グローバル・日本国内それぞれにおいて品質をしっかりと担保する審査体制が必要。

■ テクノロジーパートナー、メディア

- ✓ MFAのような広告費を無駄に消費するために作られたメディア群や、品質に問題のあるコンテンツが掲載されるメディア、アド Fraud・ブランドセーフティに問題のあるメディアが存在しないよう注力すべき。

■ アドバイザー

- ✓ 自社の広告が、どのメディアに掲出され、どこに費用が使われているか認識し、不適切なメディアへ資金が流れないように最大限の注意を払う。安心・安全なメディアへの広告出稿を実施。
- ✓ 広告費を払っているアドバイザーが責任の主体となり、リスク管理をし、対策を講じなければならない。

■ エージェンシー、パートナー企業

- ✓ アドバイザーが意図せずリスクの高いメディアに広告を掲出することがないよう、必要な対策を提示すべき。
- ✓ アドバイザーが求める品質を満たす、適切な広告サービスの提供を行うことが求められる。

経済産業省・IPA「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」

- 経済産業省は、（独法）情報処理推進機構（IPA）とともに、大企業及び中小企業（小規模事業者を除く）のうち、ITに関するシステムやサービス等を供給する企業及び経営戦略上ITの利活用が不可欠である企業の経営者を対象に、**経営者のリーダーシップの下で、サイバーセキュリティ対策を推進**するため、「**サイバーセキュリティ経営ガイドライン**」を策定。2023年3月までにVer 3.0まで改訂・公開。
- サイバー攻撃から企業を守る観点で、**経営者が認識する必要のある「3原則」**、及び経営者が情報セキュリティ対策を実施する上での責任者となる**担当幹部（CISO※等）に指示すべき「重要10項目」**をまとめている。
※Chief Information Security Officer（最高情報セキュリティ責任者）



◆ 経営者が認識すべき3原則

1. 経営者は、サイバーセキュリティが自社のリスクマネジメントにおける重要課題であることを認識し、自らのリーダーシップのもとで対策を進めることが必要
2. サイバーセキュリティ確保に関する責務を全うするには、自社のみならず、国内外の拠点、ビジネスパートナーや委託先等、サプライチェーン全体にわたるサイバーセキュリティ対策への目配りが必要
3. 平時及び緊急時のいずれにおいても、効果的なサイバーセキュリティ対策を実施するためには、関係者との積極的なコミュニケーションが必要

【出典】経済産業省ウェブサイト
(https://www.meti.go.jp/policy/netsecurity/mng_guide.html)

◆ サイバーセキュリティ経営の重要10項目

- ① サイバーセキュリティリスクの認識、組織全体での対応方針の策定
- ② サイバーセキュリティリスク管理体制の構築
- ③ サイバーセキュリティ対策のための資源（予算、人材等）確保
- ④ サイバーセキュリティリスクの把握とリスク対応に関する計画の策定
- ⑤ サイバーセキュリティリスクに効果的に対応する仕組みの構築
- ⑥ PDCAサイクルによるサイバーセキュリティ対策の継続的改善
- ⑦ インシデント発生時の緊急対応体制の整備
- ⑧ インシデントによる被害に備えた事業継続・復旧体制の整備
- ⑨ ビジネスパートナーや委託先等を含めたサプライチェーン全体の状況把握及び対策
- ⑩ サイバーセキュリティに関する情報の収集、共有及び開示の促進

経済産業省・総務省「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック」

- 社会全体のデジタルトランスフォーメーション（DX）が進む中、イノベーションの創出による社会課題の解決とともに、**プライバシー保護への要請も高まっている**。
- 企業がプライバシーに関わる問題に能動的に取り組むことを、**コストではなく、商品やサービスの品質向上のための経営戦略として捉える**ことで、消費者からの信頼の獲得、ひいては企業価値向上につながると考えられる。
- こうした背景を踏まえ、経済産業省と総務省は、2020年8月、**企業がプライバシーガバナンスの構築のために取り組むべきこと**を取りまとめた「**DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック**」を策定。2023年4月までにver1.3まで改訂・公開。

【対象読者】 パーソナルデータを利活用した製品・サービスを提供し、消費者のプライバシーへの配慮を迫られることが想定される企業や、そのような企業と取引をしているベンダー企業等であって、
① **企業の経営陣または経営者へ提案できるポジションにいる管理職等**
② データの利活用や保護に係る事柄を総合的に管理する部門の責任者・担当者 など

経営者が取り組むべき3要件

要件1：プライバシーガバナンスに係る姿勢の明文化

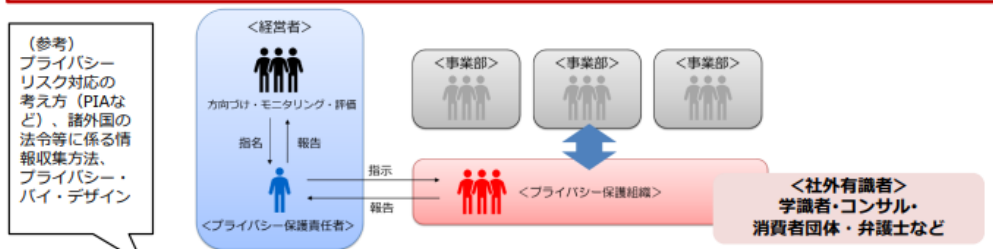
経営戦略上の重要課題として、プライバシーに係る基本的考え方や姿勢を明文化し、組織内外へ知らしめる。経営者には、明文化した内容に基づいた実施についてアカウンタビリティを確保することが求められる。

要件2：プライバシー保護責任者の指名

組織全体のプライバシーに関する取組の責任者を指名し、権限と責任の両方を与える。

要件3：プライバシーへの取組に対するリソースの投入

必要十分な経営資源（ヒト・モノ・カネ）を漸次投入し、体制の構築、人材の配置・育成・確保等を行う。



プライバシーガバナンスの重要項目

1. **体制の構築**（内部統制、プライバシー保護組織の設置、社外有識者との連携）
2. **運用ルールの策定と周知**（運用を徹底するためのルールを策定、組織内への周知）
3. **企業内のプライバシーに係る文化の醸成**（個々の従業員がプライバシー意識を持つよう企業文化を醸成）
4. **消費者とのコミュニケーション**（組織の取組について普及・広報、消費者と継続的にコミュニケーション）
5. **その他のステークホルダーとのコミュニケーション**（ビジネスパートナー、グループ企業等、投資家・株主、行政機関、業界団体、従業員等とのコミュニケーション）

※ 「企業のプライバシーガバナンス」：プライバシー問題の適切なリスク管理と信頼の確保による企業価値の向上に向けて、**経営者が積極的にプライバシー問題への取組にコミットし、組織全体でプライバシー問題に取り組むための体制を構築し、それを機能させること**

企業価値の向上・
ビジネス上の優位性

社会からの信頼獲得

消費者・
その他の
ステーク
ホルダー

(参考) プライバシーガバナンスに係る取組の例



特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律のポイント

資料11-1より抜粋

基本理念

- デジタルプラットフォーム提供者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与や規制は必要最小限のものとすることを規定。（規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用。）

規制の対象

- デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いプラットフォームを提供する事業者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」として指定し、規律の対象とする。

特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が、取引条件等の情報の開示及び自主的な手続・体制の整備を行い、実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出。
※ 利用者に対する取引条件変更時の事前通知や苦情・紛争処理のための自主的な体制整備などを義務付け。

行政庁の役割

- 報告書等をもとにプラットフォームの運営状況のレビューを行い、報告書の概要とともに評価の結果を公表。その際、取引先事業者や消費者、学識者等の意見も聴取し、関係者間での課題共有や相互理解を促す。
- 独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経済産業大臣は公取委に対し、同法に基づく対処を要請。

※ 本法律の規律は内外の別を問わず適用。海外事業者にも適用が行われている独禁法の例等も参考に、公示送達の手続を整備。

デジタル広告分野の「特定デジタルプラットフォーム提供者」の指定①

資料11-1より抜粋

- 「特定デジタルプラットフォーム提供者」として、2021年4月には総合物販オンラインモール運営事業者3社、アプリストア運営事業者2社が指定。
- 2022年10月には、デジタル広告分野の「特定デジタルプラットフォーム提供者」として、**Google LLC**、**Meta Platforms, Inc.**、**ヤフー株式会社（現・LINEヤフー株式会社）**の3社が指定。
- 2023年の経済産業省による運営状況のレビュー（モニタリングレビュー）は、初めてデジタル広告分野も対象として実施。**2024年2月に評価の結果が公表。**

(1) メディアー体型広告デジタルプラットフォームの運営事業者

* 自社の検索サービスやポータルサイト、SNS等に、主としてオークション方式で決定された広告主の広告を掲載する類型

指定した事業者	(参考) 規制対象となる事業の内容
Google LLC	広告主向け広告配信役務である「Google広告」、「Display & Video 360」等を通じて「Google検索」又は「YouTube」に広告を表示する事業
Meta Platforms, Inc.	広告主向け広告配信役務である「Facebook広告」を通じて「Facebook（Messenger含む）」又は「Instagram」に広告を表示する事業
ヤフー株式会社	広告主向け広告配信役務である「Yahoo!広告」を通じて「Yahoo!JAPAN（Yahoo!検索含む）」に広告を表示する事業



【出典】「プラットフォームサービスに関する研究会」第50回（2023年10月31日から同年11月2日まで）メール審議結果（利用者情報の取扱いに関するモニタリング結果）

デジタル広告分野の「特定デジタルプラットフォーム提供者」の指定②

資料11-1より抜粋

(2) 広告仲介型デジタルプラットフォームの運営事業者

* 広告主とその広告を掲載するウェブサイト等運営者(媒体主)を、主としてオークション方式で仲介する類型

指定した事業者	(参考) 規制対象となる事業の内容
Google LLC	広告主向け広告配信役務である「Google広告」、「Display & Video360」等を通じて、「AdMob」、「AdSense」等により、媒体主の広告枠に広告を表示する事業



※ 経済産業省 報道資料（令和4年10月3日）等より作成。

デジタル広告分野の「特定デジタルプラットフォーム提供者」による提供条件等の開示

- メディア一体型広告デジタルプラットフォームの運営事業者は、**広告主（商品等提供利用者）**に対し、取引拒絶をする場合の根拠となる基準等を開示しなければならない一方、消費者（一般利用者）に対しては、商品等の購入等に係るデータを取得・使用する場合における当該データの内容等を開示しなければならない。
- 広告仲介型デジタルプラットフォームの運営事業者は、**広告主（一般利用者）**に対し、アド Fraud・ブランドセーフティ・ビューアビリティに関する情報の取得方法・条件等を開示しなければならない一方、**パブリッシャー（商品等提供利用者）**に対しては、取引拒絶をする場合の根拠となる基準等を開示しなければならない。

◆ メディア一体型広告デジタルプラットフォームの場合

【広告主（商品等提供利用者）に対して開示すべき事項】

- 当該特定デジタルプラットフォームの提供を拒絶することがある場合における**拒絶するかどうかを判断するための基準**
- 特定デジタルプラットフォームにより提供される場における商品等に係る情報の表示による広告主の信用又は名声の毀損を特定デジタルプラットフォーム提供者が判断する場合における、当該判断の結果その他**当該広告主の信用又は名声の毀損に関する情報を当該広告主が取得することの可否並びに取得が可能な場合における当該情報の内容並びにその取得に関する方法及び条件** など

【消費者（一般利用者）に対して開示すべき事項】

- 当該特定デジタルプラットフォーム提供者が**商品等購入データ（一般利用者による商品等に係る情報の検索若しくは閲覧又は商品等の購入に係るデータ）**を取得し、又は**使用する場合における当該商品等購入データの内容及びその取得又は使用に関する条件** など

◆ 広告仲介型デジタルプラットフォームの場合

【広告主（一般利用者）に対して開示すべき事項】

- パブリッシャーの広告表示枠における広告の表示による広告主の信用又は名声の毀損を特定デジタルプラットフォーム提供者が判断する場合における、当該判断の結果その他**当該広告主の信用又は名声の毀損に関する情報を当該広告主が取得することの可否並びに取得が可能な場合における当該情報の内容並びにその取得に関する方法及び条件** など

【パブリッシャー（商品等提供利用者）に対して開示すべき事項】

- 当該特定デジタルプラットフォームの提供を拒絶することがある場合における**拒絶するかどうかを判断するための基準**
- パブリッシャーの広告表示枠における広告の表示による当該パブリッシャーの信用又は名声の毀損を特定デジタルプラットフォーム提供者が判断する場合における、当該判断の基準、判断の結果その他**当該パブリッシャーの信用又は名声の毀損に関する情報を当該パブリッシャーが取得することの可否並びに取得が可能な場合における当該情報の内容並びにその取得に関する方法及び条件** など

その他全体に共通する論点

課徴金制度について

- 行政法規への**違反行為に伴う不利益を増大**させてその経済的誘引を小さくし、**違反行為の予防効果を強化**することを目的とする**行政上の措置**（独禁法上の課徴金制度に関し、最三小判平成17年9月13日）。
- かつては違反行為によって得られた不当利得を剥奪するための制度という考え方が見られたが、現在は**不当利得の剥奪を直接の目的とするものではない**とする位置付けが一般的。
- 歴史的には独禁法や金商法における規制対象である不当な金銭的利得を直接的な目的とした経済犯が対象とされていたが、**景表法における広告規制が対象とされたことで広がりをみせている**。

法令名	目的	課徴金納付命令の対象	算定方法	算定率（最大）
独占禁止法 （昭和52年導入）	- 市場競争における社会的公正を確保すること - カルテル、私的独占等の排除	- 不当な取引制限（カルテル、入札談合） - 支配型・排除型私的独占 - 共同の取引拒絶 - 差別対価及び不当廉売 等	- 違法行為に伴う売上額に一定率を乗じる簡明な算定方式を採用 - ただし、課徴金が100万円未満は除外	- 不当な取引制限：10% - 支配型私的独占：10% - 排除型私的独占：6% 等 ※違反行為を繰り返した場合等の加算あり
金融商品取引法 （平成17年導入）	- 証券市場の公正性・透明性を確保し、投資家の信頼が得られる市場を確立すること - 証券市場への信頼を害する違法行為の排除	- 有価証券届出書等の虚偽記載及び不提出 - 風説の流布及び偽計 - 相場操縦等 - インサイダー取引	- 基本は独禁法と同様に定率性 - ただし、違反行為の種類ごとに多様な算定方式を実施	有価証券届出書等の不提出・虚偽記載：募集・売出総額の2.25%（株券等の場合は4.5%） 等
公認会計士法 （平成20年導入）	- 金融商品取引法に同じ - 公認会計士・監査法人による虚偽証明の排除	- 故意による虚偽証明 - 相当注意義務違反による虚偽証明	- 基本は独禁法と同様に定率性 - 故意犯には報酬以上の課徴金を負荷	- 故意による虚偽証明：監査報酬相当額の1.5倍 - 相当注意義務違反による虚偽証明：監査報酬相当額
景品表示法 （平成28年導入）	- 不当な表示による顧客の誘引を防止することにより、消費者保護を図ること - 優良誤認表示行為、有利誤認表示行為の排除	- 優良誤認表示 - 有利誤認表示	- 独禁法と同様に定率性 - ただし、課徴金が150万円未満は除外	一律3% ※返金措置の実施による減額あり
薬機法 （令和元年導入）	虚偽・誇大広告の排除	医薬品等の効能等に関する虚偽・誇大広告	- 定率性 - ただし、課徴金が225万円未満は除外	違反期間中の対象商品売上額の4.5%
スマホ特定ソフトウェア競争促進法 （令和6年導入）	- スマートフォンの利用に必要な特定ソフトウェアについて競争環境を整備すること - アプリストア間の競争制限等の排除	- アプリストア間の競争制限 - 指定事業者以外のブラウザエンジンの利用禁止 - 指定事業者のサービスの優先表示等	定率性	一律20%