

# とりまとめ骨子（案）

2024年6月10日

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会  
事務局

# 第1章 デジタル空間における情報流通を取り巻く環境の変化

## とりまとめ骨子（案）

- SNS等のプラットフォームサービスが国民生活に浸透し、その重要性が向上するとともに、その利用の在り方も多様化しているところ、生成AI等新しい技術の進展がその状況を更に促進し、今後もSNS等プラットフォームサービスが広く深く国民に利用されることが見込まれるのではないか。
- このような中、SNS等は国民生活や社会経済活動に正の影響がある一方、デジタル空間における情報流通の健全性、ひいては実空間に対する負の影響が顕在化・深刻化しているのではないか。具体的には、偽・誤情報の流通・拡散等の問題の深刻化、アテンション・エコノミーがもたらすリスク・問題、生成AIをはじめとするデジタル技術の進展による新たなリスク・問題等が生じているのではないか。
- とりわけ災害時など多くの人の間で正しい情報の適時な共有が求められる事態においては、個人や個別企業の生命・身体・財産への危害のみならず、我が国の国民生活や社会経済活動に与える影響も大きくなり得ることも懸念されるところ、実際に、令和6年能登半島地震等で明らかになったように、偽・誤情報が流通・拡散したと指摘されており、社会全体への負の影響が大きいのではないか。

## 目次イメージ

- 1 – 1 デジタル空間を活用したサービス・技術の進展等の状況
  - 1 – 1 – 1 情報伝送プラットフォームサービスの浸透・重要性の向上
  - 1 – 1 – 2 発信者側・受信者側におけるSNS等の利用の変化
  - 1 – 1 – 3 新たなデジタル技術の進展に伴う変化
- 1 – 2 デジタル空間における情報流通を巡る新たなリスク・問題
  - 1 – 2 – 1 アテンション・エコノミーがもたらすリスク・問題
  - 1 – 2 – 2 デジタル技術の進展による新たなリスク・問題
  - 1 – 2 – 3 その他のリスク・問題
- 1 – 3 多くの人の間で正確な情報の適時な共有が求められる事態（災害時等）における偽・誤情報の流通・拡散

# 第2章 様々なステークホルダーによる課題への対応状況

## とりまとめ骨子（案）

- 本検討会においては、デジタル空間における情報流通を巡る新たなリスク・問題について、構成員のみならず、情報流通に関わる様々な関係事業者や関連団体等による発表やヒアリングを実施し、また、「インターネット上の偽・誤情報対策に係るマルチステークホルダーによる取組集」（2024年5月）の取りまとめ等を通じて、各ステークホルダーによる対応状況を把握・整理してきた。
- 第1章で概観したリスク・問題に対しては、デジタル空間における情報流通の健全性の確保に向けて、様々なステークホルダーが自主的に対応をしてきたが、対応は区々であり、ステークホルダー間におけるこれまでの連携・協力は必ずしも十分とはいえないのではないか。
- 結果として、偽・誤情報の流通・拡散をはじめとする問題は解消するに至っていないどころか、問題が顕在化・深刻化しており、さらに、今後の新たなデジタル技術の進展やサービスの普及に伴ってますます状況の悪化が見込まれるのではないか。

## 目次イメージ

2-1 政府・地方自治体の対応状況

2-1-1 政府の対応状況

2-1-2 自治体の対応状況

2-2 情報発信に関わるステークホルダーの対応状況

2-2-1 伝統メディア（放送、新聞等）の対応状況

2-2-2 ファクトチェック関連団体の対応状況

2-2-3 専門機関の対応状況

2-2-4 公共インフラ事業者の対応状況

2-2-5 一般的な企業の対応状況

2-2-6 その他の発信主体の対応状況

2-3 情報伝送に関わるステークホルダーの対応状況

2-3-1 情報伝送プラットフォーム事業者の対応状況

※ 「プラットフォーム事業者ヒアリングの総括」を挿入

2-3-2 広告関連事業者・団体の対応状況

2-3-3 メタバース関連事業者の対応状況

2-3-4 A I 関連事業者の対応状況

2-3-5 電気通信事業者の対応状況

2-4 情報受信に関わるステークホルダーの対応状況

2-4-1 利用者・消費者の対応状況

2-4-2 利用者団体・消費者団体の対応状況

2-5 その他のステークホルダーの対応状況

2-5-1 教育機関・普及啓発機関の対応状況

2-5-2 研究機関の対応状況

# 第3章 諸外国における政策動向

## とりまとめ骨子（案）

- **デジタル空間における情報流通の健全性を巡るリスク・問題は、諸外国においても同様のアーキテクチャ等によりグローバルにサービスが展開されていること、諸外国においてもインターネット上のSNS等が浸透しその重要性が向上していること、また生成AI等新たなデジタル技術の進展に伴う負の影響を同様に受けていること等から、我が国特有の課題ではなく、諸外国が共通して抱えている課題ではないか。**
- 本検討会では、構成員をはじめとする有識者等から、欧米をはじめとする主要な国・地域における対応状況について把握・整理してきており、我が国でも情報流通プラットフォーム対処法が成立したところであるが、**諸外国においても、既に様々なステークホルダーが連携・協力して対応を積み重ねてきているのではないか。**
- SNS等のプラットフォームサービスが国境を越えて提供されていること、諸外国においても既にステークホルダーが連携・協力して有効な対策の検討・実施が積み重ねられつつあることを踏まえれば、**今後、デジタル空間における情報流通の健全性を巡る共通する課題に対して諸外国と連携して対処することができなければ、情報流通の健全性を巡る状況が悪化することが見込まれるとの危機感を持って対処すべきではないか。**

## 目次イメージ

- 3 – 1 米国
- 3 – 2 E U
- 3 – 3 英国
- 3 – 4 東南アジア・太平洋州地域
  - 3 – 4 – 1 オーストラリア
  - 3 – 4 – 2 ニュージーランド
  - 3 – 4 – 3 ASEAN
- 3 – 5 その他

# 第4章 情報流通の健全性確保に向けた対応の必要性と検討の方向性

## とりまとめ骨子（案）

- 第1章から第3章を踏まえ、我が国においても、デジタル空間における情報流通の健全性を巡る課題への対応について、プラットフォーム事業者をはじめとするステークホルダーの個々の自主的な取組に委ねていては、情報流通の健全性が脅かされ、ひいては実空間への負の影響を看過し得なくなるという強い危機感を持ち、様々なステークホルダーがより一層連携・協力し、制度面・ルール面による対応の在り方、技術面による対応の在り方、利用者への啓発活動・リテラシー向上の在り方等について、デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた総合的な対策の在り方を議論・検討し、その結果に基づく対応を実施していくことが必要な時期にあるのではないか。
- 特に第1章で概観したとおり、プラットフォームサービスのビジネスモデルに起因する課題、アテンション・エコノミーに起因する課題、情報の伝送手段がプラットフォームサービスへシフトすることに起因する課題、生成AI等の新たなデジタル技術に起因する課題等を十分に分析し、「構造的な」課題と「表層的な」課題を見極めた上で、デジタル空間の情報流通の健全性の確保に必要な即効性のある、短期的な「止血」としての対応を進めつつ、中長期的な視野から取り組むべき対応も並行して進めることが必要ではないか。
- デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けて、情報流通の各過程である「発信」・「伝送」・「受信」に係る様々なステークホルダーが相互に連携・協力して、在るべき方向性について同一の認識を持った上で不斷に対応を実施していくことが効果的・効率的ではないか。
- 情報流通の健全性確保には様々な課題があることを念頭に、第5章において、情報流通に携わる幅広いステークホルダーの間で、その健全性確保に向けた基本的な理念を整理・明確化し共通認識とした上で、第6章において、連携・協力しながら推進すべき対策を検討することが必要ではないか。

## 目次イメージ

- 4－1 対応の必要性
- 4－2 検討の方向性

# 第5～6章 情報流通の健全性確保に向けた基本的な考え方・総合的な対策

## とりまとめ骨子（案）

- 基本的な理念にのっとり各ステークホルダーがどのような責務・役割を負って健全性確保に取り組むべきかを整理・明確化し、そのための具体的な方策としてどのステークホルダーがどのような対策を講ずる必要があるのか等、総合的な対策を検討し、ステークホルダーの連携・協力の下で、迅速かつ効果的に対応を進めていくことが必要ではないか。
- 本とりまとめにおいては、検討会において議論・検討した結果について、第5章において、基本理念や各ステークホルダーに期待される役割・責務を、第6章において、情報流通の健全性確保に向けた具体的な方策の在り方として、基本理念にのっとり各ステークホルダーが有する責務・役割を遂行しつつ、各ステークホルダーの間における連携・協力を推進する観点から、デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた今後の総合的な対策の方向性を示すこととしてはどうか。

## 目次イメージ

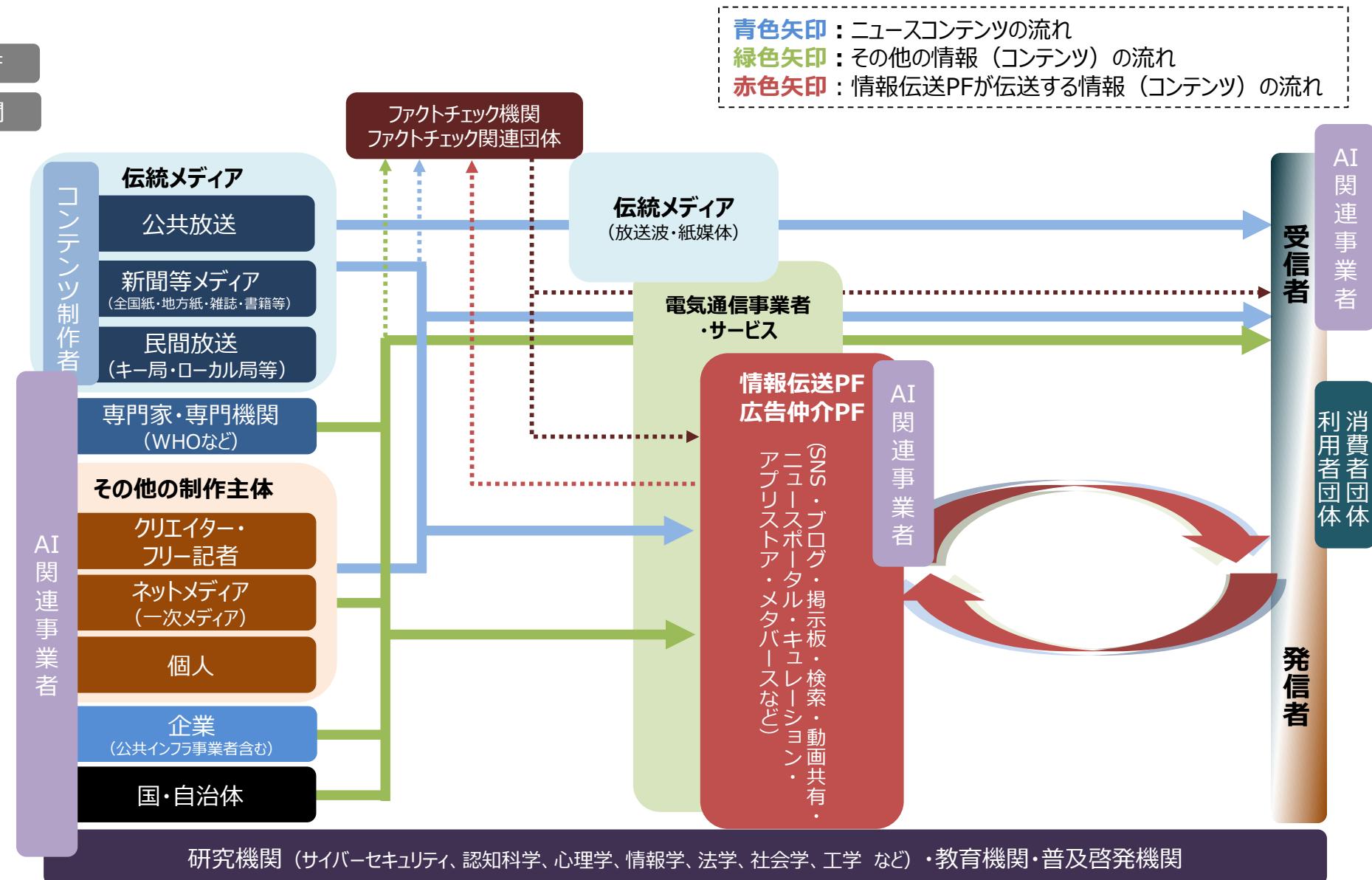
- |   |   |
|---|---|
| 5－1 基本理念 [第20回検討会資料 ↪9ページ参照]                        | 6－1 対応を検討すべき課題 [第21回検討会資料 ↪16～17ページ参照]              |
| 5－1－1 情報流通過程全般に共通する基本理念                             | 6－1－1 デジタル空間における情報流通の健全性を巡る課題                       |
| 5－1－2 情報発信に関する基本理念                                  | 6－1－2 デジタル空間における情報流通とデジタル広告エコシステムの関係性を巡る課題          |
| 5－1－3 情報伝送に関する基本理念                                  | 6－2 対応の基本的な考え方                                      |
| 5－1－4 情報受信に関する基本理念                                  | 6－2－1 サイバーセキュリティやプライバシー等の関連分野を踏まえた対応の必要性            |
| 5－2 各ステークホルダーに期待される役割・責務<br>[第20回検討会資料 ↪10～15ページ参照] | 6－2－2 プリバンキングとデバンキングの両輪による対応の必要性                    |
| 5－2－1 政府に期待される役割・責務                                 | 6－3 総合的な対策  |
| 5－2－2 地方自治体に期待される役割・責務                              | 6－3－1 普及啓発・リテラシー向上・人材育成等<br>[第18回検討会資料 ↪18～19ページ参照] |
| 5－2－3 情報発信に関わるステークホルダーに期待される役割・責務                   | 6－3－2 ファクトチェックの推進等 [第20回検討会資料 ↪20～22ページ参照]          |
| 5－2－4 情報伝送に関わるステークホルダーに期待される役割・責務                   | 6－3－3 技術の研究開発・実証 [新規資料 ↪23ページ参照]                    |
| 5－2－5 情報受信に関わるステークホルダーに期待される役割・責務                   | 6－3－4 国際連携等 [新規資料 ↪24ページ参照]                         |
| 5－2－6 その他のステークホルダーに期待される役割・責務                       | 6－3－5 制度的な対応 [第21回検討会資料 ↪25ページ参照] 5                 |

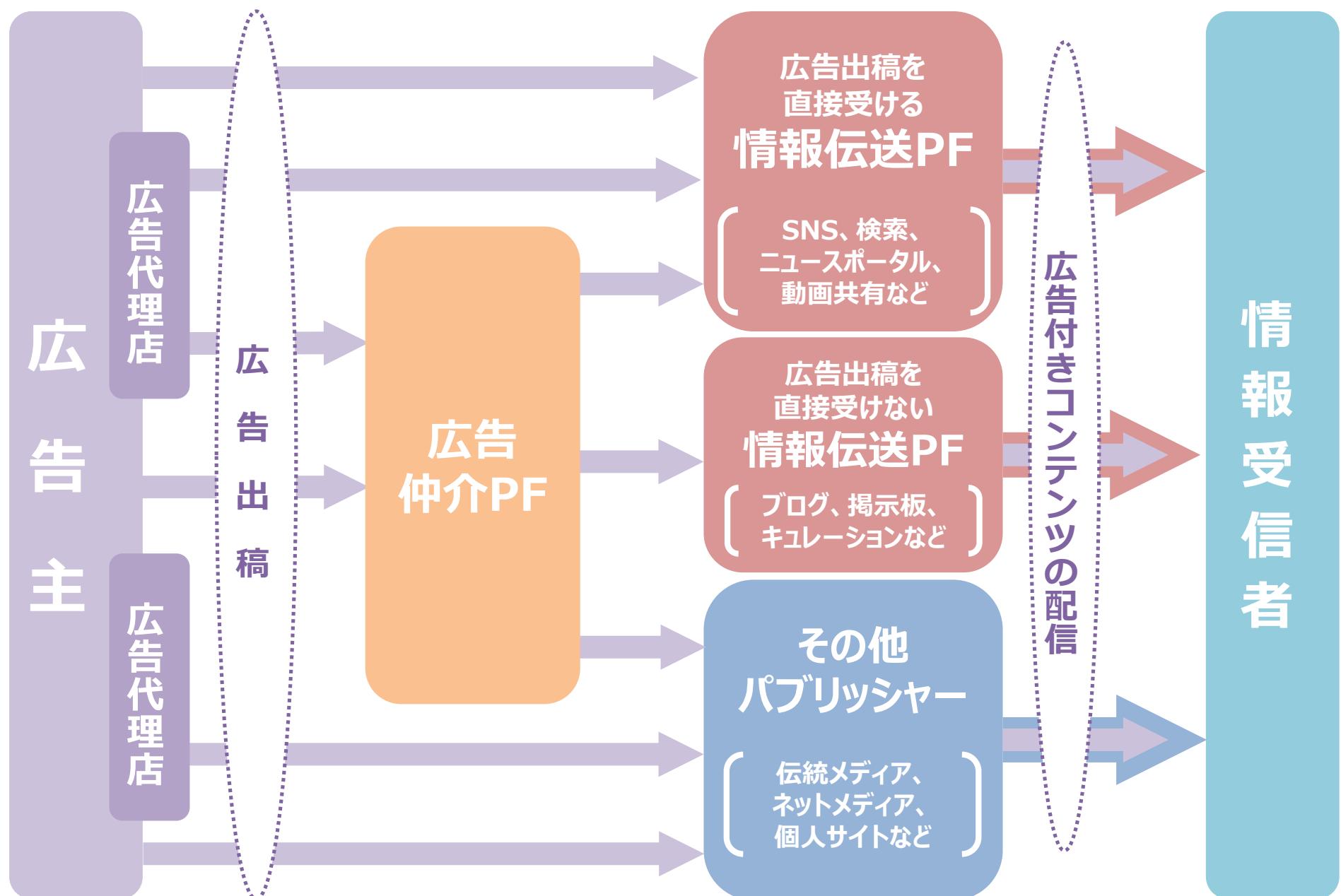
## デジタル空間における情報流通の全体像

## (発信)

【伝送】

【受信】





# デジタル空間における情報流通とデジタル広告エコシステムの関係性の全体像

実線矢印：情報（コンテンツ）の流れ  
点線矢印：広告出稿・入札（広告料支払）の流れ

広告仲介PFを兼ねた

情報伝送PFは  
パブリッシャーとして  
自社メディアを  
広告媒体として活用

一部の情報伝送PFは情報  
(コンテンツ)の発信者に対して  
閲覧数やコンテンツの質等に応じ  
た経済的インセンティブを付与

受信した情報  
(コンテンツ)を  
発散・拡散する  
受信者も存在

**広告主**  
(企業、国・自治体など)

**広告主**

広告代理店

**広告主**

広告代理店

**広告主**

広告代理店

なりすまし広告など  
低質・悪質な広告を  
出稿する広告主も  
存在

**広告仲介PF**

**広告仲介PF 兼 情報伝送PF**

DSP\*1

SSP \*2

DSP

SSP

DSP

SSP

**情報伝送PF  
(パブリッシャー)**

SNS、検索、  
ニュースポータル、  
動画共有など

ブログ、掲示板、  
キュレーションなど

その他パブリッシャー

伝統メディア

ネットメディア

広告掲載による広告収入のみ  
を目的としたメディアも存在

その他  
個人サイトなど  
(MFA含む)

情報発信者として  
のクリエイターなど  
(インブ稼ぎ含む)

**情報受信者**  
(企業、国・自治体など含む)

発信・拡散  
する受信者  
(bot含む)

受信者に向け  
て広告付きの情報  
(コンテンツ)を  
発信・伝送

**受信者**

伝統メディア含むパブリッ  
シャーが発信する情報  
(コンテンツ)の一部は情報伝送  
PFにも投稿されて発信・伝送

**受信者**

情報伝送PF(パブリッ  
シャー)やその他パブリッ  
シャーが発信・伝送する情報  
(コンテンツ)をファクト  
チェック

ファクトチェック機関など

広告クリック数等に応じて広告料を支払  
(広告仲介PFは手数料を受領)  
広告仲介PFを介さず直接  
パブリッシャーとしてのメディア  
に広告出稿する商流も存在

\*1 DSP (Demand Side Platform): 広告主の広告目的や消費者に関するデータ等に基づいて広告出稿の管理・最適化を行うツール。

\*2 SSP (Supply Side Platform): パブリッシャーが広告枠の販売の効率化や最大化を図るためのツール。

## 情報流通過程全体に共通する高次の基本理念

(検討会資料20-3-1 p.5 参照)

### ● 表現の自由と知る権利の実質的保障及びこれらを通じた法の支配と民主主義の実現

…自由な情報発信と多様な情報収集の機会が保障され、個人の自律的な意思決定が保護されるとともに、これを通じ、表現の自由や知る権利以外の様々な権利利益（営業の自由など）にも配慮したルールに基づく健全な民主的ガバナンスが実現すること

### ● 安心かつ安全な情報流通空間としてのデジタル空間の実現

…平時・有事（災害発生時等）を通じ、アテンション・エコノミーを構造的要因とするものを含め、偽・誤情報や悪意ある情報の流通による権利侵害、社会的混乱その他のデジタル空間への影響が抑止されるとともに、情報流通の過程全体を通じ、サイバー攻撃や安全保障上の脅威等への対抗力が確保された強靭なデジタル空間が実現すること

### ● 国内外のマルチステークホルダーによる国際的かつ安定的で継続的な連携・協力

…デジタル空間に国境がないことを踏まえ、国内外の民産学官を含むマルチステークホルダーが相互に連携・協力しながらデジタル空間における情報流通に関するガバナンスの在り方について安定的かつ継続的に関与できる枠組みが確保されていること

## 情報流通の過程ごとに具体化

### 情報発信に関する基本理念

#### ● 自由かつ責任ある発信の確保

…自由かつ、ジャーナリズムやリテラシーに裏付けられた責任ある発信が確保されていること

#### ● 信頼できるコンテンツの持続可能な制作・発信の実現

…信頼できる魅力的なコンテンツの制作・発信（ファクトチェックを含む）に向けたリソースが安定的かつ継続的に確保され、そうした活動の透明性が確保されるとともに、その価値が正当に評価されていること

### 情報受信に関する基本理念

#### ● リテラシーの確保

…受信者において技術的事項を含むリテラシーが確保され、デジタル社会の一員としてデジタル空間における情報流通の仕組みやリスクを理解し、行動できること

#### ● 多様な個人に対する情報へのアクセス保障とエンパワーメント

…個人の属性・認知的能力や置かれた状況の多様性を考慮しつつ、あらゆる個人に対してデジタル空間における情報流通への参画と意思決定の自律性確保の機会が与えられていること

### 情報伝送に関する基本理念

#### ● 公平・オープンかつ多元的な情報伝送

…多元的で信頼できる情報源が発信する情報が偏りなく伝送（媒介等）されていること

#### ● 情報伝送に関わる各ステークホルダーによる取組の透明性とアカウントビリティの確保

…プラットフォーム事業者や政府を含む関係者の取組・コミュニケーションの透明性が確保されるとともに、それらの取組等や透明性確保につき責任を負うべき主体・部門が特定され、明確であり、当該主体・部門から責任遂行状況について十分に説明してもらうことが可能な状態にあること

#### ● プラットフォームにおける利用者データの適正な取扱いと個人のプライバシー保護

…個人情報を含む様々な利用者データの適正な収集・利活用とそれを通じた個人の意思決定の自律性が確保され、個人のプライバシーが保護されていること

## 政府に期待される役割・責務

- 内外のマルチステークホルダー間の相互連携・協力に基づくガバナンスの基本的な枠組みの設計と調整
- 外国政府・自治体や国際機関、グローバルなプラットフォーム事業者等との緊密な対話・連携
- 情報発信主体の一つとして、自らが制作するコンテンツの信頼性向上と国内外への発信力強化に向けたガバナンス体制を確立
- 違法な情報流通に対する法と証拠に基づく迅速かつ確実な対応
- プラットフォーム事業者をはじめとする民間部門との間の適切なコミュニケーションとその透明性・アカウンタビリティ確保
  - ※ 偽・誤情報等の流通への対応の要請など
- プラットフォーム事業者をはじめとする民間部門による取組の支援
  - ※ 過剰介入を回避しつつ、関係省庁・部局等が相互に連携・協力し、他のステークホルダーとも連携・協力しながらプラットフォーム事業者に対するモニタリング・規制能力を向上・強化
  - (例) 民間部門による取組の透明性・アカウンタビリティ確保の促進（透明性・アカウンタビリティ確保に向けたルールメイク等）  
過剰な／過少なコンテンツモデレーションによって生じる被害に対する救済手段の確保、リテラシー向上に向けた教育・普及啓発、ファクトチェックの推進（認知度向上等）、技術の開発・実証、人材育成 など
- デジタル広告の広告主の一つとして、アドフラウド対策やブランドセーフティ確保を通じ、広告費の支出に関するリスク管理・ガバナンスを確保

## 地方自治体に期待される役割・責務

- 情報発信主体の一つとして、自らが制作するコンテンツの信頼性向上と国内外への発信力強化に向けたガバナンス体制を確立
- 違法な情報流通に対する法と証拠に基づく迅速かつ確実な対応
- プラットフォーム事業者をはじめとする民間部門との間の適切なコミュニケーションとその透明性・アカウンタビリティ確保
  - ※ 偽・誤情報等の流通への対応の要請など
- デジタル広告の広告主の一つとして、アドフラウド対策やブランドセーフティ確保を通じ、広告費の支出に関するリスク管理・ガバナンスを確保

## 伝統メディア（放送、新聞等）に期待される役割・責務

- デジタル空間で流通する情報の収集・分析を含む取材に裏付けられた信頼できるコンテンツの発信
  - ※ 偽・誤情報の検証報道・記事や偽・誤情報の拡散を未然に防ぐコンテンツを含む
- 信頼できるコンテンツの制作・発信に関する方法論やノウハウの共有等を含め、他のステークホルダーと緊密に連携
  - ※ 他のステークホルダー：プラットフォーム事業者、ファクトチェック機関、クリエイター、消費者を含む市民社会、地方自治体等

## ファクトチェック機関を含むファクトチェック関連団体に期待される役割・責務

- 持続可能なファクトチェックの実現に向けたビジネスモデルの確立
- 効果的かつ迅速なファクトチェックの実現
- 以上の過程におけるプラットフォーム事業者、伝統メディア、消費者を含む市民社会、研究機関  
その他のステークホルダーとの緊密な連携
- ファクトチェックに関する方法論やノウハウの共有、普及啓発、人材育成等を通じ、ファクトチェックの裾野を拡大し、  
社会全体への普及・浸透(※)を促進
  - ※ 伝統メディアや企業・市民社会を含む集合知のファクトチェックへの活用

## 専門家・専門機関に期待される役割・責務

- 自らの専門領域に関わる偽・誤情報等の情報収集・分析やカウンター発信などに係るガバナンスの確保

(検討会資料20-3-1 p.8 参照)

### 公共インフラ事業者に期待される役割・責務

- 国民生活や社会経済活動が依存している基盤として提供され、他に代替することが困難な公共的なサービスや事業の運営に支障をきたす偽・誤情報の拡散に対する、事実情報の発信と関係機関への共有

### 他の企業・産業界に期待される役割・責務

- デジタル広告の広告主として、ブランドセーフティが自社のブランド価値のみならずデジタル空間における情報流通の健全性に与える影響・リスクを認識し、これを軽減するための取組に主体的に関与

### 他の制作・発信主体に期待される役割・責務

- 発信者としてのリテラシー向上（自由な発信に伴う責任の自覚）

## 情報伝送PFに期待される役割・責務

(検討会資料20-3-1 p.8 参照)

- 自社サービスやそのアーキテクチャ（サービスに組み込まれたアルゴリズムを含む）がアテンション・エコノミーの下で情報流通の健全性に与える影響・リスクの適切な把握と対応
  - ※ 緊急事態等における体制整備など、必要に応じたリスク軽減措置の実施
- 違法・有害情報等の削除等に関する基準の策定やそれに基づく削除等の実施を含め、情報流通の適正化について一定の責任
  - ※ 投稿の削除やアカウント凍結・停止、注意喚起を促すラベル付与、表示順位の低下等、ポリシーに定められた違法・有害情報等の流通抑止のために講じる措置等
- ユーザの表現を預かる立場であり、ユーザの表現の自由の確保について一定の責任
- 大規模なプラットフォームサービスの提供者は、そのサービスの提供により情報流通について公共的役割
- 場面に応じ、国民にとって必要な情報を確実かつ偏りなく伝送（例：災害発生時など）
- 伝送情報へのコンテンツモデレーションに関する透明性・アカウンタビリティの確保
  - ※ 発信者への理由説明その他の救済手段の確保を含む
- 利用者データの収集・利活用（プロファイリングを含む）の適正性やこれらを通じたレコメンデーションを行う場合における透明性・アカウンタビリティの確保
- 啓発活動や技術実装・アーキテクチャ設計を通じた利用者のリテラシー向上支援
- フاكتچك推進
- 自社サービス上に表示される広告の質の確保に向けた取組とその透明性・アカウンタビリティの確保
- 以上の各役割・責務を果たす上での伝統メディア、ファクトチェック機関、広告主・広告関連事業者、AI関連事業者、研究機関、利用者を含む市民社会その他のステークホルダーとの緊密な連携
  - ※ 自主的な行動規範への参画、データへのアクセス提供などを含む

(検討会資料20-3-1 p.8 参照)

## 広告仲介PFその他広告関連事業者に期待される役割・責務

- 広告そのものや広告配信先メディアの質の確保に向けた取組とその透明性・アカウントアビリティの確保
  - ※ 伝統メディア、ファクトチェック機関、AI関連事業者その他のステークホルダーとの連携を含む
- 利用者データの収集・利活用（プロファイリングを含む）の適正性やこれらを通じたターゲティングを行う場合における透明性・アカウントアビリティの確保
- 以上を通じ、アテンション・エコノミーの下での情報流通の健全性確保に貢献

## メタバース関連事業者に期待される役割・責務

- 社会と連携しながら更なるメタバースにおける自主・自律的な発展を目指しつつ、透明性、アカウントアビリティ、プライバシーへの配慮、セキュリティ確保などメタバースへの信頼性を向上させるために必要な取組を実施

## AI関連事業者に期待される役割・責務

- AIが生成した偽情報・誤情報・偏向情報が社会を不安定化・混乱させるリスクが高まっていることを認識した上で、必要な対策を実施
- AI開発・提供・利用において、「AI事業者ガイドライン」を参照し、指針遵守のために適切なAIガバナンスを構築するなど、具体的な取組を自主的に推進

## 他の電気通信事業者に期待される役割・責務

- 安心かつ安全な情報伝送に関する知見や脆弱性情報の共有等を通じた他のステークホルダー（※）との緊密な連携
  - ※ プラットフォーム事業者、伝統メディア、ファクトチェック機関、研究機関など
  - ※ 緊急時における偽・誤情報対策の取組体制の確立など
- 青少年や高齢者のリテラシー確保に向けた支援・エンパワーメント
  - ※ 携帯キャリア等によるペアレンタルコントロールサービスの提供など

(検討会資料20-3-1 p.8 参照)

### プラットフォーム利用者・消費者を含む市民社会に期待される役割・責務

- 偽・誤情報の流通・拡散、AIやデジタル広告の仕組み等、デジタル空間における情報流通に関するリスクや構造の理解・リテラシー確保
- 政府や事業者の取組に対するモニタリング ※ 取組の透明性が確保されていることが前提

### 利用者団体・消費者団体に期待される役割・責務

- プラットフォーム利用者・消費者を含む市民社会のリテラシー確保に向けた支援
- 政府や事業者の取組に対するモニタリング ※ 取組の透明性が確保されていることが前提

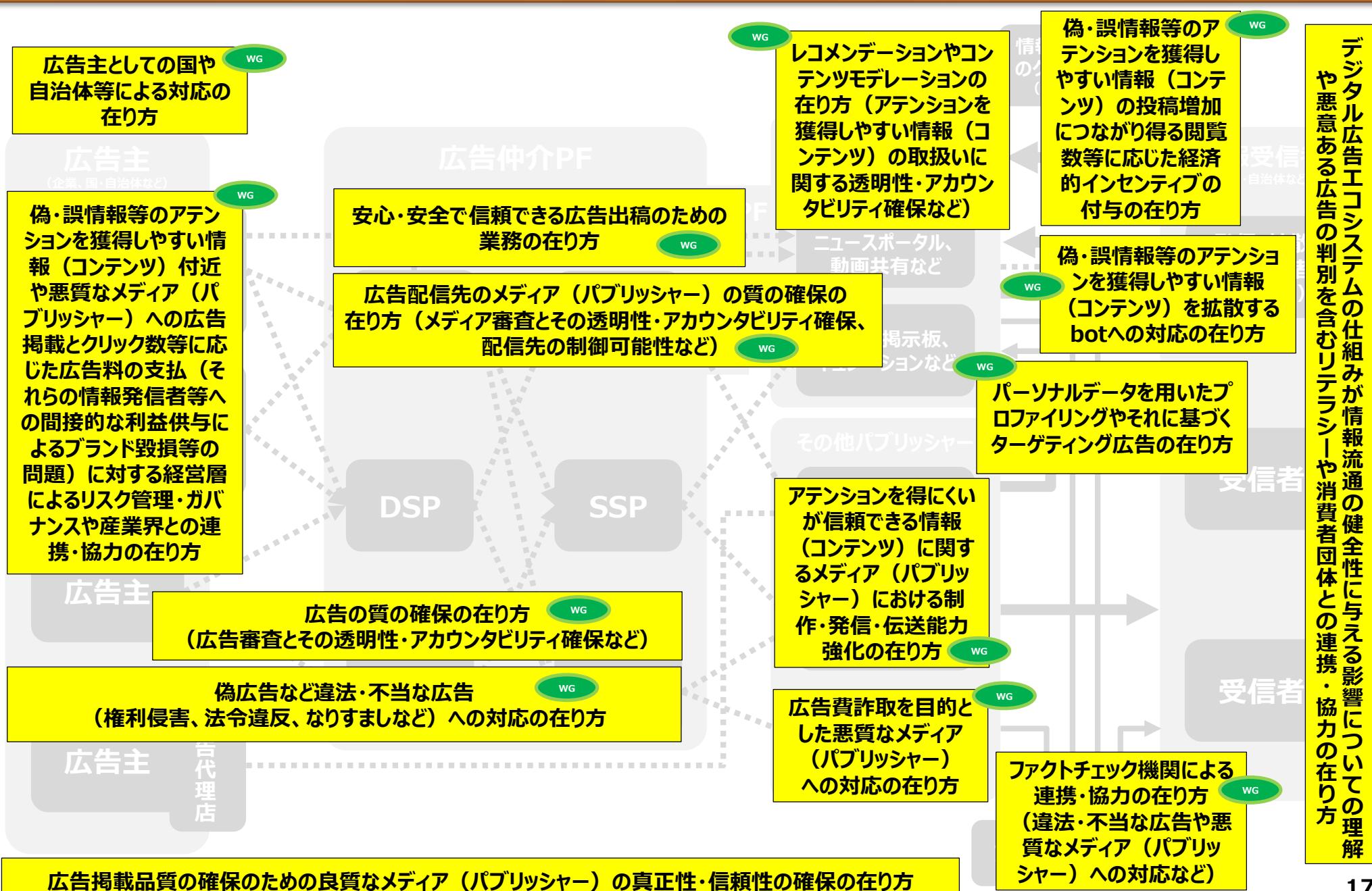
### 教育機関・普及啓発機関に期待される役割・責務

- プラットフォーム利用者・消費者を含む市民社会のリテラシー確保に向けた効果的な教育・普及啓発活動
- 信頼できる魅力的なコンテンツの制作・発信（ファクトチェックを含む）に向けた人材育成

### 研究機関に期待される役割・責務

- デジタル空間における情報流通の健全性(※)に関するファクトやデータに基づく専門的な研究・評価・分析  
※ 健全性に対するリスクの度合い・適切な軽減措置の在り方など
- 上記研究・評価・分析に基づく技術開発や政府・事業者の取組に関する提言・助言  
※ 研究・評価・分析結果の社会への還元





## &lt;デバンキングに加えて、プリバンキングの重要性&gt;

- 偽・誤情報等対策においては、ファクトチェック等による「デバンキング」は重要である一方、誤情報持続効果や確証バイアスなど、事後的に行われる訂正の効果を制限する要因の影響もあることも踏まえ、人々が偽・誤情報にさらされる前に接種（inoculation）投与等する「プリバンキング」も重要。プリバンキングは偽・誤情報に対する心理的耐性を向上させる効果が見られているが、効果検証自体が欧米中心で行われ、日本でどの程度効果があるのかについての研究が不足。以上を踏まえ、総務省におけるこれまでの取組は、ファクトチェックの推進をはじめとして、主にデバンキングの観点からの取組が中心であったところ、今後は、効果検証等において認知科学との連携を強化し、ワークショップや出張講座等による体験型の機会を一層充実しながら、引き続きデバンキングを推進するとともに、プリバンキングの観点からの取組も一層強化することが必要ではないか。

## &lt;特定の年齢等の属性に対応した、他分野のアナロジーの活用等によるきめ細やかな対応&gt;

- 普及啓発やリテラシー向上においては、より効果的な対策を実施する観点から、例えば、健康、食育、環境、プライバシー、サイバーセキュリティ等の関連する他分野のアナロジーも活用しつつ、青少年、保護者や高齢者等の年齢や性別等の属性に応じたきめ細やかな対応を充実していくことが必要ではないか。

## &lt;一般利用者等による情報受信に加えて、情報発信等の専門的な人材等の育成の重要性&gt;

- また、普及啓発やリテラシー向上においては、主に「情報受信」の観点から、一般利用者・消費者を対象とした取組が中心であったところ、「ICT活用のためのリテラシー向上に関するロードマップ」においては「目指すべきゴール像」として「責任ある情報発信」、「世代共通課題」として「デジタル空間における情報発信者としての意識や社会参加への意識の醸成」が規定され、また、デジタル空間における情報流通の健全性確保のためには、「自由かつ責任ある発信の確保」、「信頼できるコンテンツの持続可能な制作・発信の実現」やプラットフォーム事業者等の取組等の透明性の確保等が基本理念とされていることも踏まえると、今後は、「情報発信」の観点から、発信主体の信頼性等の確認に関する普及啓発・リテラシー向上、カウンター発信のための情報収集・分析（ファクトチェック等）を含む専門的な人材、コンテンツモデレーション人材や教える側の人材等の育成を一層強化することが必要ではないか。

## &lt;一般的な情報流通に加えて、デジタル広告エコシステム等への対応の重要性&gt;

- 以上の「プリバンキング」や「情報発信」の観点も踏まえて、普及啓発、リテラシー向上、人材育成に今後取り組むにあたっては、一般的な情報流通（発信・伝送・受信）に関する内容のみならず、信頼できる情報の発信にはコストが伴うことや、偽・誤情報等の流通・拡散の構造的な要因となっているインターネットやプラットフォームサービスのメディアインフラとしての構造・ビジネスモデルやデジタル広告エコシステムに関する内容についても考慮し、その内容を一層充実していく必要があるのではないか。

## &lt;普及啓発等イベントにおける連携・協力するステークホルダーの多様化、効果的な集中期間の設定&gt;

- 啓発イベント「フェイクニュースと日本 —私たちにできること・社会としてできること—（G7デジタル・技術大臣会合関連イベント）」への後援、講演及びパネル討論への参加（主催：国際大学グローバル・コミュニケーション・センター（GLOCOM）（2023年4月）や「セキュリティフォーラム2024」における講演（2024年3月）等を実施しているところ、これまでの取組は、主に一般的な情報流通（発信・伝送・受信）に関するステークホルダーを中心するものであり、そして、1日～数日間での開催あったが、今後は、デジタル広告関係やASEAN等海外も含め多様なステークホルダーとも連携・協力しながら普及啓発・リテラシー向上・人材育成等に関するイベントを実施していくとともに、例えば、エイプリルフール（4/1）及び国際ファクトチェックデー（4/2）に加えて、プリバンキングの観点から3/31も含め、3～4月の期間を集中啓発月間として、民産学官のステークホルダーによる各種イベント等を集中的に実施していくことが効果的ではないか。

## &lt;持続可能なファクトチェックのためのエコシステムの在り方&gt;

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

### <市民参加型のファクトチェックの推進>

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

### <プラットフォーム事業者による取り組みの推進>

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

### <伝統メディアによる取り組みの推進>

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

### <ファクトチェック人材の育成>

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

### <デジタル広告エコシステムとの連携>

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

### ＜偽・誤情報等対策技術の研究・開発・社会実装の推進＞

- 総務省令和5年度補正予算により、令和6年度では、インターネット上で流通する情報について、生成AIにより生成されたコンテンツのうち、人物又は街並み・風景に関する画像・映像を判別する技術の開発・実証を実施。今後は、生成AIにより生成された音声に係るコンテンツを判別する技術等の開発・実証等、取組を一層進めるなど、偽・誤情報等対策技術の研究・開発・社会実装を引き続き推進していくことが必要ではないか。さらに、このような対策技術については、偽・誤情報等の流通・拡散は国内のみならず国際的な課題であることから、国内における社会実装のみならず、海外における実装など国際展開を推進することが必要ではないか。
- 発信者の信頼性等を受信者が容易に判別可能とする技術など、発信者情報の実在性・信頼性を確保する技術の開発・社会実装の推進に加え、インターネット上の情報は国際的に流通・拡散することから、国際標準化を含む国際展開を推進することが必要ではないか。
- アドフラウド対策として、広告主、広告会社、DSP等、広告枠の買い付け側による広告掲載先の指定やコントロール可能な広告商品・サービスの選択が進められている。具体的には、各事業者において、AIを用いて不正な広告の自動検知をするアドベリフィケーション技術を提供するベンダー事業者との接続などの対策を実施しているところ、このようなアドベリフィケーション技術や違法不当な広告や広告掲載先メディアの自動審査技術など、デジタル広告関連技術等の研究・開発・社会実装を推進すべきではないか。

## &lt;国際連携・協力の推進&gt;

- 偽・誤情報は国境を越えて流通・拡散されることから、各国政府を含む民参考官の様々なステークホルダー間の連携・協力が必要。例えばEPaDの作成・公表などG7レベルでのマルチステークホルダーによる取組を実施しているものの、更なる国際連携・協力を推進するべきではないか。具体的には、例えば、ASEAN諸国等との普及啓発・リテラシー向上・人材育成のための連携・協力を進めるべきではないか。
- さらに、APAC Trusted Media Summit等でのファクトチェック同士の情報共有が図られてきたところ、本年の開催見込みが立っていないなど、ファクトチェックによる連携の場が減少している。このような場の設置の支援など、ファクトチェック同士による情報共有を促進することが必要ではないか。
- 偽・誤情報への対応には各国政府との連携・協力が重要であるところ、「デジタルエコノミーに関する日米対話（第 14 回会合）」（2024 年 2 月）、「日 EU・ICT 政策対話（第 29 回）」（2024 年 2 月）、「日 EU デジタルパートナーシップ閣僚級会合」（2024 年 4 月）を実施してきた。また、「OECD 閣僚理事会」（2024 年 5 月）において、人工知能に関する理事会勧告（Recommendation of the Council on Artificial Intelligence）が改定され、誤情報や偽情報に対処し、生成 AI に関して情報の完全性を保護することの重要性の高まりが反映された。このような取組を引き続き実施することを含め、米国・EU・英国・豪州等とのバイやG7・OECD等マルチによる連携・協力を推進することが必要ではないか。

**「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におけるこれまでの検討状況」参考**