

プラットフォームサービスに関する研究会（第43回）

令和5年4月13日

【池田消費者行政第二課課長補佐】 事務局でございます。お待たせしてすみません。ただいま順番の変更も含めまして確認をさせていただきました。Twitterの通訳の方がまだお見えになっておりませんので、Google様の御発表を先にいただくということで御了承いただきました。定刻を過ぎてしまつて恐縮ですけれども、宍戸座長、開始の合図をお願いいたします。

【宍戸座長】 事務局の池田さん、どうもありがとうございました。改めまして、本日は皆様、お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございます。プラットフォームサービスに関する研究会第43回会合を開催させていただきます。本日の会合につきましても、構成員、傍聴はウェブ会議システムにて実施させていただいております。

事務局より、ウェブ会議による開催上の注意事項について御案内がございますので、よろしく願いいたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 宍戸座長、ありがとうございます。総務省の池田でございます。ウェブ会議システムによる開催につき、注意事項を申し上げます。本日の会合の傍聴につきましては、ウェブ会議システムによる音声と資料投影での傍聴としております。傍聴者につきましては、発声ができない設定とさせていただきます。また、本日の会合につきましては、記録のため録画をさせていただきます。

次に、構成員の皆様におかれましては、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュート、映像もオフにさせていただきようお願いいたします。御発言の際には、御発言希望の旨をチャット欄に書き込んでいただき、それを見た座長から御発言者を指名いただく形で進めさせていただきたいと思っております。発言の際には、ミュートをオフにしてマイクをオンにして、映像をオンにして御発言ください。接続に不具合がある場合には、速やかに再接続をお試しくください。その他、御連絡事項を事務局宛てまたは座長宛てにいただければ随時対応いたします。

本日の資料の確認に移ります。本日の資料につきまして、資料1から4まで、参考資料1から参考資料6までを用意しております。

1点補足でございます。資料1につきまして、Twitter様から御提出をいただく予定で

ございますけれども、こちら、後ほどアップロードする形として承りたいと存じております。そのほかは、Google様、Meta様からの本日御説明いただける資料と、事務局を通じて依頼を差し上げておりましたヒアリングシートへの御回答というところを頂戴しております。

資料4につきましては、事務局から報告いたしますワーキンググループの開催状況に関する資料でございます。

冒頭申し上げましたように、本日、松村構成員と山本構成員におかれましては、30分程度遅れて御参加と伺っております。

注意事項、連絡事項は以上でございます。それでは、以後の進行につきましては、宍戸座長をお願いいたす存じます。よろしく願いいたします。

【宍戸座長】 承知いたしました。本日は、Google様、Twitter様、Meta様に、昨年と同様、偽情報対策に関するポリシーの設定状況や投稿削除等の措置の件数について御発表をお願いしております。従来のヒアリングということになります。なお、ヤフー株式会社様、LINE株式会社様の2社につきましては、思い出していただければと思いますが、2月10日、前々回の会合、第41回会合において御発表を既にいただいているということは確認させていただきたいと思っております。

本日、3社様から御発表いただいた後、事務局から、誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループの検討状況について親会に御説明をいただく予定でございます。本日の質疑でございますが、Google様、Twitter様、Meta様、それぞれ御発表いただき、事務局からの説明の後、それぞれの御発表の後に区切って御質問、御意見を承るということにしたいと思っております。

それでは、早速ですが、アジェンダの1番目でございます。ヒアリングでございますけれども、Google、Jean Jacques Sahel様より御説明をお願いします。

【Sahel氏】 宍戸先生、それから研究会のメンバーの皆様、おはようございます。こういった形で、また改めて機会をいただいたことに御礼申し上げます。

今回の機会をいただきましたので、最近の努力ということで申し上げたいと思っております。こういった形で偽情報、誤情報に対応しているのか、それから、こういった分野におきましてこういった主なトレンドがあるかということについて共有申し上げます。

まず、Googleの全体の取組といたしまして、我々のプラットフォームにおける有害なコンテンツに対抗していますけれども、様々なアプローチを開発し、偽情報・誤情報に対抗

しております。これは5つの柱から成っております、次のスライドに表示されています。

1点目といたしましては、我々の検索結果のシステムの中におきまして、ランキングシステムで品質を重視するというを行っております。つまり、検索結果の一番上に権威あるソースからの情報を出すということです。

それから、有害なコンテンツや行動については制限をしております。取締りを行っております、我々としては、信用のポリシーやコミュニティーガイドラインを持っておりまして、その中で我々のプラットフォーム上で一体どういった行動であれば適切だとみなされるのかということの説明をしております。これによって様々な誤情報などに対応することができるということでありまして、例えば、不適切なコンテンツを削除することもその対応の中に含まれます。

3番目の柱というのが今日詳しくお話し申し上げる内容ですけれども、ユーザーに対して力を与える、エンパワーするということです。これは、ユーザーに対して文脈を提供し、また、メディアリテラシーを高めるサポートをすることによって行います。

4点目といたしましては、ニュースエコシステムをサポートするということです。これは、品質の高い、評判がしっかりしているような情報がつくられて、それが拡散、共有される状態にするということです。それから、社会的な傾向、また技術的な側面も含む、様々な偽情報・誤情報についてのリサーチをサポートします。

それから、この誤情報に対する柱の4点目、5点目にありましたように、我々が一体どういった形でエンパワーするような活動を行っているのか、また、ニュース組織や報道機関、ファクトチェックのコミュニティーとどういった形で連動をして活動してきているのかということについて、これから申し上げたいと思います。

まず、先週、国際ファクトチェックデーというのがありました。そこにおきまして幾つか活動もあったんですけれども、まず、ニューセーフターインターネットラボというものが、インドネシアにございますが、そこにおいて初めて複数のステークホルダーを集めるような会合を開催しました。そこでは、ファクトチェックに関するベストプラクティスについての話し合いが行われ、また、これは数週間後に日本で行われますG7のミスインフォメーションフォーラムとも連動しております。ジャパンファクトチェックセンターにつきましては、メインのスピーカーの一人として呼ばれておりまして、このイベントには150の参加者が参加していました。

ここでの目標は、ファクトチェックについてのグッドプラクティスを共有するというこ

とでした。つまり、ファクトチェックはどのように行うのか、また、国境を越える形でどのようにファクトチェックコミュニティがお互いに話をして、お互いのベストプラクティスから学ぶことができるのかということ共有することです。それから、政策立案者に対してもグッドプラクティスについて情報提供し、どのように政策側でファクトチェッカーの仕事をサポートすることができるのかについても共有を行いました。

そして、こういった努力は、我々が様々に行っている努力の一環ですけれども、ファクトチェックのネットワークをサポートしております。これは、アジア太平洋地域全域におきまして、例えばジャーナリストに対してトレーニングを行ったり、17万7,500名のジャーナリストに17か国においてトレーニングを行ったりしています。

また、このような偽情報・誤情報に対する対応をしていますけれども、そのような取組に立脚をし、GoogleとYouTubeは昨年11月に1,300万米ドル以上の助成金を国際ファクトチェックネットワークポインターインスティテュートに対して提供することにいたしました。これによって、新たなグローバルファクトチェックファンドを立ち上げます。これが数日後には開設されることとなりますが、国際ファクトチェックネットワークをサポートいたしまして、これには135のファクトチェック機関、65か国から参加をいただき、また、80以上の言語をカバーしています。これはGoogleとYouTubeにおけるファクトチェックに対する助成金としては最大の額でありまして、これによってファクトチェッカーのネットワークがさらに盛り上がる、ブーストされることを期待しております。

では、次のページを御覧いただきたいと思っております。ユーザーの支援をするために、私どもが導入している新しいフィーチャーについてお話ししたいと思います。Googleで検索をしますと、そのほとんどの結果の隣に3つのドットが見れるようになっています。この3つの点のところをタップしていただきますと、この検索結果についてのより多くの情報、並びにこの情報の出どころについて知ることができます。この機能を持つことによりまして、ユーザーの皆様方にエンパワーする、すなわち彼らをサポートすることによって、どこから情報が出てきているのかということを理解してもらうことができます。そうすれば、オンラインで情報を獲得したときにも、その情報に対しての批判的な思考をすることができるようになると思えます。

このような機能をローンチしたのが2021年になりますけれども、それ以来、拡張を続けてまいりまして、今やアジア太平洋地域における主要な言語の全てにおいて、このサービ

スを使うことができるようになっていきます。中には、日本語、韓国語、インドネシア語、ベトナム語、マレー語、ウルドゥー語、そして中国語に関しては簡体字、繁体字両方とも、そしてインドにおける9つの言語に対応しております。

このことによりまして、私どもとしては、より広く多くの方々が情報に基づいた決定を行って、どのオンラインでのサイトに訪れたいのか、見たいのかという決定ができるようになると考えていますし、そして、自分にとって最も有益な情報、結果を得ることの判断ができるようになると思っています。

では、次のページにおきまして、新しい取組についてお話をしたいと思います。こちらについては、「Google.org」と呼ばれている私どもの慈善部門を通じて行っている取組ですが、これによって、日本におけるセーフティーインターネット協会をサポートするもので、そこにおいて150万米ドルの助成、グラントを用いまして、日本のファクトチェックセンターの設立を支援しております。

このようなグラントを用いることによりまして、ファクトチェックの機関、組織の確立を支援してございまして、このような協会ができることによって、例えば、日本におけるオンラインスペースのトレンドに関する調査研究を行っていただいたり、また、日本の国民の皆様に対して誤情報、ミスインフォメーションのキャンペーンやトレーニングを通じて、より広くメディアリテラシーを高めていただいたりすることに寄与しています。このような取組並びにその他の取組を含めまして、私たちは、人々がよりメディアリテラシーを獲得することができるようになると考えています。そして、どのような誤情報が自分たちの身の回りにあるのか、それはオンラインの世界も含めてですけれども、さらに人々がその誤情報に気づいたり、ファクトチェックをすることができる能力が獲得できたりすると思います。

そして、グローバルで、YouTubeにおきまして、私たちはこのようなユーザーの認知度、また啓発を高めるといったこと、それから教育のプログラムを運営しております。その名前が「Hit Pause」と呼んでいるプログラムでありまして、これによってユーザーの皆様に対し立ち止まっていただいて、そして、自分たちが見ている情報について批判的な思考を持ってもらうことを促進しています。それからまた、これらについては、幾つかのアジア太平洋の諸国、例えばインド、インドネシア、オーストラリア、ニュージーランドなどでも行っております。

日本につきましては今現在、このようなキャンペーンにつきまして、実質数日後という

こととなりますが、2023年、今年4月の下旬頃を予定としてローンチする準備を進めているところでもあります。その目的としては、誤情報に含まれるリスクについて啓発をしていくことであり、特に私どもは若い世代に対して注目をしている、そういったプログラムになります。また、これを牽引しているのはローカルでYouTube Japanのチームが率いております。

こういった形で事実を浮き上がらせて、また、ユーザーが情報をオンラインで見つけたときに、より多くの文脈を得るということで、我々は世界における情報をよりアクセスしやすく、また便利なものにしていこうとしています。メディアリテラシーを高めることによってこれを可能にしているということで、今まで我々がほかのパートナーの皆様と行ってきた仕事に感謝をしておりますし、それによって、日本並びにアジアの皆さんはより安心だと感じてくださっていると思います。

その観点から次の取組についてお話をしたいんですけれども、これはGoogleの中の特別な部門でありますJIGSAWの活動です。その活動なんですけれども、これはプリバンキングと呼んでいるものです。これは、ユーザーに対して前もって、そういった誤情報を見抜けるようにする、そして、それに対して反論をすることができるようにするためのプログラムでありまして、既にパイロットを行っており、ヨーロッパでは成果を出しています。

プリバンキングというのはコミュニケーション上のテクニックでありまして、いわゆる精神的な抗体を持つようなものです。これによってユーザーとしては、自分たちを操作しようとする取組、試みに気づいて、それを拒否することができるというようなものです。前もって、人々に対してこのような形で事前に警告をすることにより、また、ミスリーディングな主張などについて気づいて反論することができるようにすることで、将来、長期にわたってミスリードされてしまうことを防ぐことができます。

このJIGSAWは研究活動を行っていますが、学术界やNGOと協働してやっております、その結果分かったのは、短いプリバンキングのビデオをSNS上の広告という形で準備することにより、ユーザーの誤情報を特定して、それに対抗していく能力が高まることが分かりました。また、パイロットを幾つか行っており、それによってプリバンキングの動画を数百万人に対して提供してきました。また、学術機関などとも協働をしております、こういった形の偽情報のテクニックがよく使われるのかについて学んで、その結果、抵抗を高めることができきております。

こういった形でJIGSAWは様々な活動をしています、ケンブリッジ大学とも協働いたし

まして、アニメーションの動画を作成しております。これはワクチンと呼んでいるものであり、また、実写関係のものも作っております、それから、反ウクライナのなものに対抗するものでありまして、中東欧におきましてこういったことに対応しております。これによって、ローカルのところともうまく連動いたしまして、対抗しているということです。こういったパイロットプログラムにつきましては、今後、アジア太平洋地域においても展開していく予定でありますので、ぜひ御注目いただければと思います。

最後のスライドといたしまして、時間の関係もありますので全ては説明しませんけれども、最近のトレンドについて申し上げたいと思います。特にロシアのウクライナ侵攻に関する傾向について申し上げたいと思います。こちらは、GoogleにおけますThreat Analysis Group、TAGの活動ですけれども、このTAGには、政府が主に行う工作活動に対する研究等を行うところで、再考するところです。現在見られている傾向といたしましては、こういった偽情報・誤情報が、プロパガンダなどでもますます使われてくるようになっておりまして、サイバー戦略やドクトリンの中で重要な役割を果たすようになってきています。

本日、もう少し詳しく申し上げたかったですけれども、時間の関係でここまでといたします。これが我々の取組でありまして、偽情報・誤情報に対して闘い、これによってユーザーがオンライン上の空間でより安全に過ごせるようにということで、いろいろと努力をしております。御清聴ありがとうございました。

【宋戸座長】 ありがとうございました。それでは、質疑応答に移らせていただきたいと思います。大体10分程度を予定しておりますが、構成員の皆様から、御質問のある方はチャットで私にお知らせいただきたいと思います。いかがでしょうか。

それでは、大谷構成員、お願いします。

【大谷構成員】 日本総研の大谷でございます。説明どうもありがとうございました。質問というよりは、コメントでございます。偽情報に対して、デバンキングとともにプリバンキングの試みをしていただいているというのは大変効果的な対応だと思っております。特に、YouTubeの広告として行われているというのはプラットフォームならではのお取組だと受け止めております。なかなかほかのプレーヤーにはできないことだと思います。また、デバンキングについて、日本ファクトチェックセンターとともに並走していただいているということ、大変心強く感じているところでございます。こういった好事例は、偽情報対策に係る取組集の中にも取り上げていただいて、取組集の更新にぜひお役立ていただければなと思っております。

以上、コメントでございます。御礼申し上げます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。今の点、コメントとして承りました。

それでは、続いて、森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 御説明ありがとうございます。弁護士の森です。プリバンキング、非常に有効な、かつ必要な対策ではないかと私も思います。というのは、やはりインターネットを通じて人を操作するということがしばしば行われているからです。プリバンキングについて、YouTubeの広告などでということですが、ユーザーはどのようなことがきっかけでそれを目にすることになるのでしょうか。まだパイロットということだと思いますので、私自身は目にしたことがないように思いますけれども、それはランダムに、皆さん同じような頻度で見ることになるのか、それとも、特定の情報にアクセスする傾向のある人が見ることになるのかといったことについて教えていただければと思います。よろしくお願いいたします。

【宍戸座長】 それでは、御回答、よろしくお願いいたします。

【Sahel氏】 すばらしい御質問をいただいたと思います。実はたくさんの研究が行われておりまして、ディテールについても情報があります。ですので、それらの情報については、学術論文、ジャーナルの中に論文として発表されておりますので、よろしければ御興味のおありの方がいらっしゃいましたら、詳細についてそのような情報を共有させていただきたいと思っておりますし、また、もちろん先ほど申し上げましたけれども、このようなプログラムにつきましては、ローカルでも随時、今後も拡大を続けていきたいと思っております。

少なくとも2つ可能性があると思います。すなわち、御質問にありました、どのような状況で、どのようなときにこのような広告を目にすることがあるのかという可能性についてですけれども、まず1つ目については、一般的に全般的にあり得るということです。例えば、ウクライナに関する情勢についての誤情報を目にする可能性、そのようなビデオを見る可能性というのは、どのような方においても非常に普及しており、ターゲットとなっているものに対してはフィードとして出される可能性がございますので、それは一般的に出されている、よくあるフィードに対してのものについては出されるということで、一般的ということなのです。

2つ目のルートとしては、ターゲットのツールもございます。この2つは並行してあるのですけれども、様々な実験も行っています。有害なコンテンツが含まれる検索をした

場合の実験が行われているんですけども、例えば特定のキーワードを使ってサーチをかけたとします。1つ例に挙げますと、「自殺予防」といったような言葉でサーチをかけていきますと、そのサーチで行き着いた先にはバナーがついていて、そのバナーについているリンクをクリックしますと、サポート、ヘルプデスクといったようなところにつながる、そんな形の検索です。

それで、自殺の相談のスペシャリストにつながるような、あるいはチャリティー、「善きサマリア人」といったような、そういう団体がございますけれども、そういったところにつながるという、自殺という分野の広告につながるものもあります。ですので、そういったキーワード関係のヘルプを求めているようなところ、それから、もう一つ挙げますと、児童保護、チャイルドプロテクションといったようなキーワードにおいてもつながります。そのようなツールを持っていますので、2つのルートがございます。1つはジェネラル、それからターゲットド、ユーザーの関心に応じて標的を絞ったものという2つのルートがあります。

【森構成員】 ありがとうございます。今、自殺とチャイルドプロテクションを例にして御説明をいただいたと思いますが、それは既にポピュレーションになっているから、そういうふうに御説明いただいたと思っていまして、偽情報のプリバンキングの文脈で言うと、例えばウクライナで検索をしたときに、偽プリバンキングの広告が表示されたり、ワクチンで検索をしたときにプリバンキングの広告が表示されたりするであろうという理解でいいでしょうか。

【Sahel氏】 そうですね。まさにおっしゃるとおりでありまして、ワクチン関係、コロナに関する偽情報・誤情報というのも、コロナがピークのときは非常に多いものがありました。以前、この研究会でも申し上げましたように、バナーが上のほうに表示されるようになっていまして、例えばサーチ結果のページで、コロナやワクチン、そういったキーワードを使って検索したときに、上のほうに出てくるバナーとして、その関係の情報が出てくるようになっていました。GoogleやYouTubeなどのプラットフォーム上で、そのようなキーワードを使って検索をしたときに、上のほうにバナーを表示させて喚起をするということを行っております。

【森構成員】 分かりました。ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。時間の関係上、Google、Sahelさんとのやり取りはここまでとさせていただきます。Sahelさん、本当にありがとうございました。

それでは、続きまして、Twitter様の御報告、質疑応答に移りたいと思います。Twitter Nick Pickles様よりご説明をお願いいたします。

【Pickles氏】 ニュース等で御存じだと思いますが、今、Twitterは激変を迎えており、イーロン・マスクの御発言のとおり、今、会社を再構築しているという状況で、それでも日本は最大の市場ですので、今ここで発表をさせていただくことを非常に有意義なことだと考えております。

今、新生Twitter2.0について、当社を救うための、再建についてお話ししたいと思えます。当社は、世界において最も正確な情報源となり、世界の方々のタイムズスクエア、交流の場を目指して再構築していますけれども、それがミッションの中核をなしています。現在、日本では毎日4,000万、毎月6,600万人の利用者となっており、イーロン・マスクも日本を重要視しています。当社の誤情報対策の中核をなすのが、信頼の回復ということで、近年失った信頼を回復するというのが中核となっています。

コンテンツの前にまずはシステムについてお話ししたいと思えます。Twitterがどのように作動しているのか人々が分かるようアルゴリズムを公開しました。これによって透明性を高めることが出来ると考えます。なぜ、このコンテンツが表示されているのかをユーザはコードを用いて知ることが出来ます。具体的には、最近、GitHubにソースコードの一部を公開しました。それによって、GitHubで当社の行動を確認することができます。

コードの透明性の次に、我々はユーザによりコンテキストについての情報を提供したいと考えています。認証のため、御存じのとおりブルーバッジを以前より提供していましたが、その仕組みを見直し、サブスクリプションを行っている者にブルーバッジを、企業、政府等に与えられる、ゴールドバッジとグレーバッジを新たに追加しました。これによって誰がコミュニケーションをしているかを、さらに明瞭にしたいと思えます。

コードが透明化され、誰が喋っているかというコンテキストを提供できるようになったことで、そうやって初めてどのようにコンテンツを取扱うべきかという問題について考えることが出来ると思えます。ここでも信頼は一つの鍵であり、研究会の構成員の皆様は、既に御存じだと思うのですが、政府や市民団体、ファクトチェック団体など、それぞれが信頼を積み上げていると思えますが、我が社のやり方としては、人々により多くの情報を提供することです。この度コミュニティーノートというサービスをローンチしました。Twitterのユーザである第三者が、投稿について真実であるか虚偽であるか、賛成するか

異なった考え方を持つか、情報提供することが出来ます。このような参加によって、信頼を上げたいと考えています。その上でコンテンツについて解決したいと考えています。例えば、コミュニティーノートにおいて、この写真は2年前のものというコメントを残すと、それが、その情報についての前後関係を律することになりますので、それによって、より情報の信憑性というものが明らかになると考えています。このノートは今年3月に日本でローンチしたのですが、質を担保するために、徐々に徐々に進め、順次ノートの拡大をしていく形で、情報の偏執性というものを避ける意向です。実際のコミュニティーノートを御覧いただき、どうしてこれが非常に役に立つのかというと、ノートとして寄せられたコメントに記載されたソースが、例えば、日本政府や官公庁、またはファクトチェックされたものであることが分かりますので、それで人々はこれが非常に価値あるもの、有効なものだということが分かると思います。メディアリテラシーとともコミュニティーノートは役立つものだと考えています。、詳細なデータが集まったら皆様とも共有したいと思います。政治的な運動、党派的活動というものが非常に複雑な国であっても、コミュニティーノートを使って考え方を役立つノートを共有することが出来るということが初期の段階から把握できております。

最後に、学術的な研究のため、アカデミアで利用されているTwitter APIですけれども、APIに関し、Twitterの財務的再建のため変わろうとしています。我々はアカデミックAPIの重要性を認識していますので、引き続き投資し、APIを使用して学術研究を確実に実現できるようにする方法を考えています。

御清聴ありがとうございました。

【宍戸座長】 それでは、質疑応答の時間に移りたいと思います。これも10分程度とさせていただきますと思いますが、私にお知らせいただきたいと思います。いかがでしょうか。

森先生、お願いします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。弁護士の森です。日本が重要なマーケットであるというふうに認識していただいているということでしたが、私は、個人的には若干そういう印象を受けられていません。これまでTwitterさんが日本において構築されてきた体制は、ほかのプラットフォームに比べて十分なものではなかったと、そういう印象を持っています。買収等様々なことがあって、まさに激変であったかと思いますが、今後は日本において、今日話題となっている偽情報もそうですし、誹謗中傷の対応もそうで

すし、そういったことについて日本語対応をしていただく窓口をつくって、また、日本における公益的な活動に参加するような、十分な体制を今後はつくっていただけると、そういうメッセージと伺いましたけれども、その理解でよろしいでしょうか。

【Pickles氏】 我々はコンテンツモデレーションチームを世界中に持っており、日本でも働いています。日々、問題となるアカウントの振る舞いやスパム等に関して注視しています。我々は今週多くの日本の省庁と話し合いをしまして、我々の変化について伝えるとともに、コンテンツモデレーションや安全性に関する取り組みを継続していくことを伝えました。

【森構成員】 現在、具体的に日本の窓口として、広報対応される方は何人ぐらいいらっしゃいますか。

【Pickles氏】 ツイッターはもはやパブリックリレーションのチームを持っておりません。それは大きな変化の一つでした。我々のチームが政府やメディアと対話する役割を持っており、本日、日本で、この研究会でお話しできていることについては非常にありがたいことだと考えております。我々としては、今後とも、当社についてツイートを数多くして、情報をお伝えしていきたいと考えております。我々のチームは、グローバルベースで現在20名が在籍していますけれども、現在、日本における人員の採用を討しており、日本の皆様との関わりを深めていきたいと考えております。

【宍戸座長】 ありがとうございます。グローバルにPicklesさんのチームが二十人おられて、その中のお仕事の一つとして、日本についても御対応をいただいている、また今後、人を採るということをお考えだと理解しましたけれども、森先生、さらに何かございますか。

【森構成員】 ありがとうございます。我々はグローバルで何人対応をされているかということではなく、日本語で日本の社会に対して、あるいは日本の政府に対して対応できる人が何人いるかということに強い関心を持っていますので、よろしく申し上げます。

【Pickles氏】 ご懸念承知しました。

【宍戸座長】 ほかに御質問ございますでしょうか。あればチャット欄で私にお知らせいただきたいと思いますと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、時間の都合上、Picklesさんとの質疑応答はここまでとさせていただきたいと思います。

それでは、大変お待たせをいたしました。本日、3社目のヒアリングとなります。Meta

社様でございます。Meg Chang様より御説明をお願いしたいと思います。

【Chang氏】 皆様、こんにちは。ワーキンググループに御参加の皆様、そして、その他の業界の仲間の皆様、こんにちは。今日は、ミスインフォメーションとディスインフォメーションに取り組むための施策に関してMetaをお招きいただきまして、ありがとうございます。

私は、Meg Changと申します。アジア太平洋地域のコンテンツ規制の政策の担当者を務めております。また、本日、東京ベースでポリシーマネジャーを務めております小俣栄一郎、それからAlice、さらに、Ayaがミスインフォメーションの専門家という形で、何か皆様からの御質問で私自身がお答えできないときに、彼女らの力も借りながらお答えをしていければと思っております。

既に弊社の小俣から、去年、同様のミーティングでミスインフォメーション対策の一部を発表させていただきました。それに加えて、弊社から最近の取組についての詳細を書面にて出させていただいているかと思えます。したがって、本日、このセッション、私自身は特に重要で新しい分野というところにフォーカスを置きながら、様々な政策のオプションなど、ステークホルダーの方々と協力した経過などを踏まえた形で皆様と共有できればと思っております。

まず、こういったミスインフォメーションやディスインフォメーションというものに対処するために政策的な枠組みをつくるということは、言論や表現の自由、安全性の確保やプライバシー、その他の基本的な権利との間でバランスを取らなければならないかと思えます。つまり、コンテンツや言論に制限を課すという話になると、それは同時にチャレンジに直面するということになるのです。

そこで、Metaといたしましては、安全性の確保という件に関しては、Actors、Behaviors、Content、すなわち行為者と行為とコンテンツという形で切り分けて、3つのフレームワークを通して、この課題を見ています。そして、この3つのベクトルに基づいた形でポリシー、それからエンフォースメントプロトコルというものを構築しております。そして、このように、ミスインフォメーション、ディスインフォメーションにおける課題というものを見ていく際ですけれども、通常、2つのぶつかり合う問題が1つの問題として見られがちなところを切り分けることによって対処できると考えております。

例えばですけれども、ミスインフォメーションといった場合には、意図的に誰かをだまそうというようなことがベースになって、何か情報が発信されているものではない、と

我々は理解しています。まず、ミスインフォメーションで重要になってくるのが、虚偽であるか否かが証明可能な内容であるということ、批判やヘイトスピーチ、または誰かが嫌だなど不快に思うような個人の主張とは異なるものです。事実を照らして不正確な発言がミスインフォメーションになります。そして、このミスインフォメーションにおけるMetaとしてのポリシーというのはコンテンツそのもの、すなわち投稿内容や画像、動画などに焦点を当てながら、3つの戦略で対処していきます。これから詳細を共有いたします。

一方、ディスインフォメーション、人々の意見を誤解させたり操作させたりする意図・目的で共有されるコンテンツのことを指します。例えば、プロパガンダのキャンペーンなど影響力を行使する一環として活用するなどです。また、例えばですが、偽アカウントを設定して使ったり、組織的なネットワークとして活動したりするようなケースもあります。すなわち、ディスインフォメーションで見ていくときには、我々は行為者に着目していきます。行為者とは、つまり、その行為に関与している人や団体、また同時に、その人・団体の行為、私たちのプラットフォームをどのように操作し、関与しているかに着目します。つまるところ、ミスインフォメーションはコンテンツの問題、一方でディスインフォメーションといった場合には、行為者や行動の問題として区別することによって、問題をよりうまく切り分けることによって、うまく対処することができます。

先ほど申し上げましたとおり、Metaはこの分野において、特にミスインフォメーションにおいては3つのアプローチを取っております。この内容に関しては、既に弊社ニュースルームにおける記事でも詳しく説明したり、公にもお話をしたりしているので、皆様も御存じかもしれません。ただ、御存じない方もいらっしゃると思いますので、直近の進捗も含めた形でハイライトで説明をまいります。

まず、私たちはコミュニティ規定というものを設けております。これに違反するようなコンテンツやアカウントがあった場合には削除いたします。例えばですけれども、偽のアカウント、不正行為に従事しているアカウントが含まれます。そして、コミュニティ規定の下で、削除基準を満たすもの、私たちのプラットフォームの信頼性や安全性を損なうような問題のあるコンテンツであれば、その配信を低減するという形になります。例えばクリックベイトのような低品質なコンテンツがそういった対象になります。このように、利用者がフィードで見るときに、そのような配信記事というものを降格させることによって、フェイスブックやインスタグラム上でその内容を見る人の数を減らすことができます。そして、我々の大きな戦略の取組となるのが次のお話になります。人々が目にするものにつ

いて、よりよい情報を提供できるように我々はしています。人々が何を読み、何を信頼して、そして何を共有するののかというのを、情報に基づいて決定できるようにコンテキストを提供しながら、同時に権威のある情報を提供しています。

こちらのスライドは具体的な削除に関して対象になるような内容となります。ミスインフォメーション関連のコンテンツの削除を保障する当社のポリシーといたしましては、最も有害なタイプのものに対処することを目的としています。Metaでは、これらのコンテンツに気づき次第、すぐに削除することになります。例といたしましては、現実世界の暴力や身体的な危害につながる可能性のあるコンテンツは削除対象になります。また、私たちは、操作された動画やディープフェイクを禁止するポリシーも掲げています。AIを使って作成された動画で、誰かの言動などについて意図的に誤解を与えられるようなものが対象になります。また、QAnonのような暴力を誘発する陰謀系のネットワークや、有権者への弾圧や妨害につながるようなコンテンツを禁止するという方針を持っています。また、コミュニティ規定やガイドラインに違反するものも削除対象となります。ヘイトスピーチや、いじめや嫌がらせ、スパムなどになります。ミスインフォメーションと言ったならば、これらの違反の種類、複数にまたがっているケースが多いです。

コンテンツの配信を減らしたり、降格したりという視点からですけれども、最近、コンテンツ配信ガイドラインを導入いたしました。問題のあるコンテンツや低品質であるということを理由に、降格させるコンテンツを細かく記載しています。例えばですが、コミュニティ規定に違反する可能性が高いとシステムが予測したコンテンツを降格させるわけですが、まだこの時点では違反であることは確認されておらず、人間のレビューのために待ち状態に入っている可能性があります。また、ボーダーラインコンテンツと呼ばれるもので、コミュニティスタンダードでは禁止対象にはなっていないものの、ポリシー違反ぎりぎりのコンテンツも見ていきます。または、誤解を招くような情報でリンクをクリックさせるような投稿も降格させていきます。こちらにリンクが載っておりますので、御参照いただきますと、今お話ししたような事例以外にたくさん載っておりますので、ぜひご覧ください。

次に、3つ目の柱、情報提供について説明をしていきます。ミスインフォメーションコンテンツに対して、よりクリティカルで、さらに情報をしっかり得たという状況で理解できるようにすることを目的といたしまして、ラベルづけと通知というものを用意いたしました。例えばですが、ファクトチェッカーによってデバンキング（論破・反証）されて

いるコンテンツに対して警告画面やラベルなどが出てきたり、デバンクを既にされている投稿をシェアしたユーザーに対して通知を出したり、また、ファクトチェッカーによって虚偽と評価されたコンテンツを繰り返し投稿しているユーザーの動向に対して警告プロンプトを出すなどが含まれます。

まず、ミスインフォメーションで特に我々が注力しているのが、利用者自身が自助努力できるようにするというところにあります。そこで、コンテキストと情報をより多く提供できるようなフィーチャーを用意いたしました。例えばですけれども、コンテキストボタンというのを用意しています。こちらを使うと、フィードに表示される記事のソースに関する情報を確認することができます。ここには重要な詳細情報が含まれています。記事が最初にシェアされたのはいつなのか、発行者がフェイスブックに登録した時期はいつなのか、それから発行者のほかの記事、どんなリンクがあるのか等が提供されます。また、シェアしようとしているニュース記事が90日以上前のものである場合は、それも通知します。また、情報センターという形で、例えばコロナ関連、それから気候変動問題については、「気候科学センター」を用意しています。これによって、人々は精度が高い、また権威ある情報のソースでトピックを見ていくことができます。

先ほど申し上げましたとおり、利用者に対してより多くの情報を提供し、デジタルリテラシーの力を付けていただくことを我々としては重要視しています。そのため、Metaといたしまして、様々なプログラムなど、市民社会組織と連携をしながら投資をしてきました。

その中でも、一つ代表的な取組といたしまして、「みんなのデジタル教室」というものがあります。これは、アジア太平洋地域の国々の方のために、現地のパートナーとともに作り上げたものとなっています。「みんなのデジタル教室」は、オンライン教育ポータルサイトでインタラクティブなチュートリアルが用意されています。この教室の目的というのは、人々がオンラインでクリティカルシンキングしながら、同時に思慮深く情報の共有ができるようにすることに設定されています。

既に弊社、日本で様々な取組を行ってきています。特に、NPO法人のACE/起業教育研究会と提携をしながら、日本人に適したモジュールを作成しています。これまでに、日本全国2万4,000人以上の学生さんを対象に実施してきました。加えて、ちょうど今月4日、国際ファクトチェッキングネットワーク（IFCN）と共同で、アジア太平洋地域のジャーナリストの皆さんを対象として、ファクトチェックの方法論やツール及びテクニックについてスキルアップを図ることを目的としたトレーニングプログラムを開始いたしました。日

本においてはFactCheck Initiative Japan、FIJ様と連携しながら、日本におけるアウェアネス向上に取り組んでいます。FIJ様がこの取組の主な支援者として、また、パートナーとして参画してくださっています。このトレーニングプログラム、ぜひこれからも推し進めてまいりたいと思っておりますので、日本のほかのパートナー様などにもぜひ御参画いただきたいということで今募集中です。

冒頭にも申し上げましたとおり、私たちは、アクター、行為者と、それから行動に基づくアプローチを取って、ディスインフォメーションに対して対処しています。コンテンツを削除したり降格させたりするのではなくて、悪用するような問題のある行動に基づいてアカウント、ネットワークを削除させたり降格したりしています。ディスインフォメーションを行う脅威者の人たちというのは、多くの場合は偽アカウントを使っています。ですので、偽アカウントを取り締まることによってディスインフォメーションの問題を根本的に対処することができると思っています。そのアプローチを取ることで、より規模感があり、かつターゲットを絞った形の対処が可能になると考えています。

ここにおいては、3つのアプローチを取っています。まず1つ目、アカウントがそもそも作成されるのをブロックします。私たちのセキュリティーシステムはバックグラウンドで継続的に稼働していますので、ある特定の1つの場所からアカウントが大量に作成された場合には、それを示すシグナルが出るので、それを探しています。

次に、サインアップ時にアカウントを削除するというも行います。疑わしいメールアドレスの使用パターンが見られる、行動そのものが疑わしい、また、私たちが削除したほかの偽アカウントに関連するなどのシグナルなどを組み合わせながら、悪意ある行動の兆候を発見するようにしています。

3つ目に、既存の偽アカウントを削除しています。偽アカウントというのは、私たちの検知システムによって不正な行動が確認されたときや、ユーザーから報告があったときに発見されています。我々は、私たちのプラットフォームを使ってミスリードするような行為は一切許容していません。私たちはネットワークの中で、そういった様々な検知機能なども活用しながら、特定に努めております。

私たちは、ただ単に受け身のアプローチとしてコンテンツやアカウントを削除する等のアクションを取っているだけではなくて、より先手を打つようなプロアクティブなアプローチも取っております。私たちは抑止策として、また同時に先手を打つという意味で、こういった脅威を行う行為者たちが、私たちのプラットフォームで活動するための運営コス

トが高くなってしまいうように、そしてまた利益が最低限になってしまいうようにという試みを行ってきています。

例えばですけれども、政治的な広告に関しては、事前認証をベースとするようにしています。そうしますと、攻撃者、行為者の視点からしますと、長期間にわたってこういったネットワークを構築して影響力を得ることがより難しくなります。また同時に、こういった脅威をもたらすような行為者がいることに関しては、情報を公にしていけます。また同時に、プラットフォームをまたいだ形で、業界全体としてこの問題に取り組めるようにもしています。

では、まとめに入ります。ミスインフォメーション、そしてディスインフォメーションに対抗するための代替的な政策オプションについて、弊社がこれまで様々なステークホルダーと協力してきた経験を共有したいと思います。ミスインフォメーションやディスインフォメーションに対して系統立った形で対処するためには、様々なアプローチを組み合わせつつ、企業や政府、市民社会団体、ファクトチェッカー、学術機関、教育者、さらには利用者自身と協力をし合いながら、長期的で強固でかつ弾力性のある（resilient）デジタル社会を構築する必要があります。

規制による解決は非常に難しく、かつ困難であると思います。すなわち、ミスインフォメーションやディスインフォメーションに対して、過剰で不釣り合い、不適切な形で対応してしまいますと、社会に対してはそれがさらに予想していなかった負の結果をもたらすことになってしまいます。例えばですが、政府として、こういったミスインフォメーションやディスインフォメーションに対して、意図があるかないかは置いておいて、何らかの形で封じ込めや抑圧をしようとなってしまうと、それが表現の自由を阻むことになってしまいます。だとしたら、何が解になるのでしょうか？例えば、EUやオーストラリア、ニュージーランドなどにおいては、よりソフトでバランスの取れたアプローチなどを講じながら、ミスインフォメーション、ディスインフォメーションに対して行動規範をベースにした形で対処するというのが見られています。

このような行動規範というのは、業界の各組織、テックカンパニーも含めて、皆で協力して開発をしています。これは技術的な要件や義務などが各ローカルマーケットに適切で、かつ実践可能、そして適しているかというところを意識してつくられるようになっていきます。継続的なダイアログやコラボレーションができるような仕組みとなっています。そのように継続的に対応することによって、脅威に対する取組の改善を反復継続的に可能にし、

複雑な事情への対応を迅速に行う柔軟性を提供することができます。この行動規範を介すことによって、透明性による説明責任の強化も実現可能になります。安全性の確保やプライバシーの保護、基本的な人権の尊重、それから表現や言論の自由も担保した、よりバランスの取れた、よりよい方法になると我々は考えております。

私からは以上になります。御清聴ありがとうございました。

【宍戸座長】 ありがとうございました。それでは、質疑応答に入りたいと思いますが、かなり時間が押しております。私の不手際で申し訳ありません。それでは、御質問のある方、一、二問かなと思いますが、チャット欄でお知らせいただければと思います。

それでは、森先生、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございました。弁護士の森です。ディスインフォメーションについてですけれども、ユーザーアカウントをベースとした対策を様々していただいていることが理解できました。他方で、広告に含まれるディスインフォメーションの問題もあると思っていて、それについては、政治的な広告は認可をベースとしているという御説明がありましたけれども、その趣旨がよく分かりませんでした。政治的な広告、あるいはそれ以外の広告についてどのような対策をされているのかということ、広告にフォーカスする形で御説明いただければと思います。よろしく申し上げます。

【Chang氏】 御質問ありがとうございます。非常に鋭い御質問をいただきました。おっしゃるとおりであったと思います。まず、先ほど申し上げましたとおり、我々の意図といたしましては、まずはそもそもMetaのプラットフォームを使って、こういった脅威をもたらすことがないようにしようとしています。また同時に、Metaのプラットフォームを使ってオペレーションするのはコストが高いというふうにしていきたいと考えています。アカウントをつくって、実際に影響力を持つまで、通常はこういった行為者からすると時間がかかるものですが、ほかの施策を講じたりすることによって、そうした行為に対する対抗力を及ぼすことも可能です。

まず、広告に関して2つのアプローチを持っています。1つは、広告に関連して透明性を担保するために、MetaとしてはAd libraryという仕組みを持っています。これは、政治・選挙に関連する広告、それ以外の社会問題に関連する広告、両方が対象となりまして、Ad libraryを見ることによって、広告についての更なる情報が確認できるような仕組みとなっています。

政治・選挙に関連するもの、また社会問題に関連するものについて、特に例えば選挙な

どに影響を与えようという意図がある場合には、透明性よりも、さらに一歩進んだ対策も講じます。こういった政治・選挙に関連する広告、または社会問題に関連する広告を出したいという広告主がいる場合には、事前にIDの認証を得なければならないというステップがあります。

また、外国からの介入などを阻止するために、何か日本において広告を政治関連で出したいという場合には、日本において認可を受けなければなりません。ディスインフォメーションという視点で考えた際に、こちら側でこういった様々な対策を講じているということが、彼らにとってみますと摩擦ポイントとなります。すなわち、行為者側から見てみますと、そもそもこういった様々な対策ステップを通過しなければならないので、彼らのオペレーションがスローになるということ、それから、こういった各ステップを踏まなければならないということで、自分たちが思っているほどの影響力を持つのに苦労してしまうということ。また同時に、仕組みとして透明性も担保されつつ、こういった精査もされなければいけないということで、彼らにとってのオペレーションが難しくなるということが言えます。また、広告の透明性を担保するという意味で、ディスクレマーというのが用意されており、その広告を配信しているのは誰なのかということも確認できるようになっています。

今の回答で質問の答えになりましたでしょうか。

【森構成員】 ありがとうございます。広告ライブラリーは非常にいいものだと思います。広告の中身と広告主、幾らお金をかけたか、どういう人が見たかというようなことが、それを見ることによって分かりました。ただ、私が以前確認したときには、どのような人たちをターゲットにして広告主が広告配信をしているかということが分かりませんでしたので、もしそこがまだ分からないということであれば、一層透明性を高めるようにしていただければと思います。

それから、広告主の認可、これも非常によいお取組だと思いますが、認可の基準等について改めて書面で質問させていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

【Chang氏】 もう一つだけ、広告に関しての透明性を高めるという意味で、ターゲットが誰かという御質問に関連してなんですけれども、ぜひまた改めて我々の広告ライブラリーを見ていただきたいと思います。既に我々のほうで非常に積極的に投資も時間も費やしてまいりました。既に、広告で誰がターゲットになっているのか等も含めて、たくさんの情報が入っております。どれだけお金を spend したのか、それからデモグラフィート

してはどんなところが対象になっているのか、インタレストグループとしての利益団体なども含めて、どこが対象になっているのか等も見ることができます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。若干時間が延長しておりますが、申し訳ございません。

崎村さん、お願いします。

【崎村構成員】 ありがとうございます。2つほど簡潔に。投稿等についてのメタデータが見れるようにするというのは大変いい試みだと思いますが、一方で、こういったものの存在がユーザーにどのくらい認識されているのかというのは分からないなと思っておりますので、もしその辺りについてデータ等ございましたら、後日でも結構ですので頂けたらと思います。

2点目が、こうやってアカウントを制約していくというアプローチですと、逆に、本来制約されるべきでないアカウントが制約されてしまう、IDがサスペンドされてしまうというようなことが起きると思います。そのときに、それが間違いであったときに、それを回復するための手段というのは、エンドユーザーに対して十分与えられているのかどうかということは以前にもここで議論になったと思います。そういったものの現状等を教えていただければと思います。

以上です。

【Chang氏】 まず、1点目に関してです。ここに関しては、やはり我々としては継続的な取組が必要だと考えております。利用者向けに啓蒙する、それからアウェアネスを上げていくという際、我々のほうですばらしいプロダクト、様々なフィーチャーを用意した場合でも、また、そこに関しては大がかりにプレスの皆さんにも御協力いただきながら啓蒙したとしても、利用者の方の大体は自分が見たいことだけを見ていなかったり、なかなかそれ以外のところに目がいかなかったりするケースもあつたりします。ローカルパートナーの皆さんのお力添えももらいながら、私たち側から出てくる新しい製品、新しいツール等が出てきたときには、それをみんなに知ってもらうというソーシャライズの側面がとても重要になってくる、それがデジタルリテラシーで言えること、すなわち継続的な取組が必要だというのが答えになります。

2点目に関してです。今の御質問、間違っって我々が制約されるべきではないIDアカウントをサスペンドしてしまった場合どうなるかということに関してですけれども、我々では常に不正行為を特定しよう、その際には、必ずそこには理由がある形で不正行為を特定

していく形になるわけですがけれども、もし間違っただけでサスペンドしてしまったときのために、我々のプロダクトの中で申立てができるようなチャンネルを御用意しております。すなわち、ユーザー側から我々に対して報告していただけるような仕組みを用意しています。

例えば自分のコンテンツ、自分のアカウントが間違っただけで、降格されてしまった、または削除されてしまったというときに、チャンネルを通してアピールできるようにしています。ここは、結局はユーザーを啓蒙していかなければならないという先ほどのお話に戻っていくこととなります。こんなツールがありますよということを常にユーザーさんに認識してもらうことが重要になるでしょう。すなわち、自分のコンテンツ、自分のアカウントに何かあるという場合には、Metaといたしましても、必ず通知機能を使って、アクションを取る前にユーザーさんにお知らせもしますし、同時にリンクなども用意した形で参照いただけるようにはしています。

それから、もう一つ申し上げたいこと、例えばアカウントを削除するとなったときには、削除するからには、Meta側としてもかなりの確度があって取下げをすることになりますし、その手前に幾つかの中間ステップも設けております。例えば、中間ステップの一つが、一度サスペンドということで一時停止にして、そこでIDの検証をすとか、アカウント、オンライン状態に今はなっているけど、新しいところはできませんよみたいな形のことを言っています。

今の回答で2つの御質問の答えになりましたでしょうか。

【宍戸座長】 崎村さん、よろしいですか。

【崎村構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。時間が超過しておりますが、もう1個重要なアジェンダがありますので、それだけやらせていただきたいと思います。事務局より、この親会の下に設けられている誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループにおける検討状況について御説明をお願いいたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 事務局でございます。時間を超過しておりますので手短かに申し上げたいと思います。ワーキンググループの開催状況につきまして、資料4に基づき説明いたします。

前回、第42回会合におけるプラットフォームサービスに関する研究会、親会以降、ワーキンググループは第4回及び第5回会合を開催いたしまして、学校教育現場での誹謗中傷等の実態や削除請求権につきまして、有識者のヒアリングを実施いたしまして、竹内先生、

橋本先生、森田先生をお招きしてヒアリングを行うとともに、構成員の先生方同士での意見交換、自由討議をいただいたところでございます。

また、第5回会合におきましては、事務局より削除の請求を行う削除請求権に関して必要とされる事情につき説明を申し上げるとともに、構成員の水谷先生と伊藤構成員から、それぞれプラットフォーム事業者の責務という点と、追加的に行いました意見募集の結果についてインプットいただいた後に、構成員の先生方の自由討議をいただきました。参考資料3につけておりますような各構成員からの御意見を検討アジェンダに対して列記する形で御検討、御議論いただいたところでございます。

これらの御議論につきましては、非常に多岐にわたる論点、意見がございますけれども、その中で、このワーキンググループが立ち上がる中で、親会から提示をいただきました大きな論点、プラットフォーム事業者によるコンテンツモデレーションの透明性、アカウントビリティーの確保の在り方、及び違法・有害情報の流出を実効的に抑止する観点からプラットフォーム事業者が果たすべき役割の在り方に関する個別の検討事項に加えまして、ワーキンググループでの御議論やヒアリング等を通じまして、例えば、次のような意見が追加で検討される項目として挙げられているところでございます。

例えば、プラットフォームサービスに限らず、掲示板サイト等についても検討の対象に含めて進めるべきではないかということ、また、権利侵害をする情報と、その他の法令に違反する情報等を含む違法情報を検討の対象とすべきではないかという点の御意見、また、プラットフォームサービスの中でも、DM機能による誹謗中傷等に関する被害への対応についての議論を深めるべきではないかという御意見、これらがございまして、また、これらの御意見も踏まえながら、ワーキンググループにおきましては、次回以降の会合において論点の整理等を進めてまいるという想定で現在進んでおります。

事務局からの説明は以上でございまして、議論や意見の詳細に関しましては、お配りしております参考資料の中での御説明に代えさせていただきたいと思っております。

事務局から以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ワーキンググループでは、今、池田さんから御説明ありましたように、議論を進めているところがございますけれども、何かこの場で親会の構成員の皆様から御注意いただく点があれば承りたいと思っておりますが、いかがでしょうか。もしあれば、チャット欄でお知らせいただければと思っております。もしよろしいようでしたら、何かお気づきの点がありましたら、別途事務局ないし私までにメール等でお知

らせをいただければと思います。

また、本日の3社様、Google様、Twitter様、Meta社様へのヒアリング、また質疑応答については、運営上の不手際も若干ございまして、必ずしも踏み込んだ質疑にならなかった部分もあろうかと思っておりますので、構成員の皆様で、ここをもう少し御質問したいということがあれば、森先生から既に御質問の予告もありましたけれども、事務局までお寄せいただいて、事務局においてお取りまとめの上、3社様の御担当者にメール等で御回答いただけるかどうかを調整いただくことにしたいと思っております。この点、事務局、よろしゅうございませうでしょうか。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 はい、承りました。

【宍戸座長】 ありがとうございます。時間の関係もありますので、この辺りで意見交換を終了とさせていただきますと存じます。

事務局より連絡事項をお願いいたします。

【池田消費者行政第二課課長補佐】 本日の会合もありがとうございます。次回会合につきまして、別途事務局より御案内申し上げます。

以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。これにて本日の議事は全て終了となります。お昼時に大幅に食い込んでしまって、大変失礼いたしました。ヒアリングに応じていただきましたGoogle様、Twitter様、Meta様には、私からも改めまして御礼を申し上げます。

以上で、プラットフォームサービスに関する研究会第43回会合を終了とさせていただきます。お忙しいところ御出席いただき、誠にありがとうございました。