

「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とりまとめ(案)」
に対する意見募集結果

2024 年9月4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

「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とりまとめ(案)」に対する意見募集で寄せられた意見

○ 意見募集期間:2024年7月20日(土)~2024年8月20日(火)

○ 意見提出数:1,706件

(五十音順、敬称略)

| | 意見提出者 | | 意見提出者 |
|----|-----------------------------|----|--|
| 1 | アジアインターネット日本連盟 | 15 | 京都府人権啓発推進室 |
| 2 | アマゾンジャパン合同会社 | 16 | グーグル合同会社 |
| 3 | 一般社団法人クリエイターエコノミー協会 | 17 | クロスワーク株式会社 |
| 4 | 一般社団法人 新経済連盟 | 18 | 群馬県人権・同和教育研究協議会 |
| 5 | 一般社団法人 ソーシャルメディア利用環境整備機構 | 19 | 公益社団法人 全国消費生活相談員協会 |
| 6 | 一般社団法人 日本アニメフィルム文化連盟(NAFCA) | 20 | 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS) |
| 7 | 一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会 | 21 | スマートニュース株式会社 |
| 8 | 一般社団法人 日本広告業協会 | 22 | TIS 株式会社 |
| 9 | 一般社団法人 日本新聞協会 | 23 | 特定非営利活動法人 ファクトチェック・イニシアティブ |
| 10 | 一般社団法人 日本民間放送連盟 | 24 | Facebook Japan 合同会社 |
| 11 | InFact(NPOメディア) | 25 | 富士通株式会社 |
| 12 | X (Twitter Japan 株式会社) | 26 | 部落解放同盟愛知県連合会 |
| 13 | 株式会社テレビ東京ホールディングス | 27 | 部落解放同盟大阪府連合会 向野支部 |
| 14 | 株式会社フジテレビジョン | 28 | 部落解放同盟鹿児島県連合会 |

(五十音順、敬称略)

| | 意見提出者 |
|----|-----------------------|
| 29 | 部落解放同盟京都府連合会 |
| 30 | 部落解放同盟島根県連合会 |
| 31 | Microsoft Corporation |
| 32 | LINE ヤフー株式会社 |
| | その他団体・個人(1,674 件) |

「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とりまとめ(案)」に対する意見及びこれに対する考え方

A. とりまとめ(案)の内容に関連する御意見

| 大分類 | 小分類 |
|------------------------------|---|
| はじめに | |
| 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 | 1. デジタル空間を活用した技術やサービスの進展・普及等の状況 |
| | 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 |
| | 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における偽・誤情報等の流通・拡散 |
| | 4. 今後の対応を検討すべき課題 |
| | 5. 小括 |
| 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 | 1. 政府の対応状況 |
| | 2. 地方公共団体の対応状況 |
| | 3. ファクトチェックを専門とする機関を含むファクトチェック関連団体の対応状況 |
| | 4. 情報発信に関わるステークホルダーの対応状況 |
| | 5. 情報伝送に関わるステークホルダーの対応状況 |
| | 6. 情報受信に関わるステークホルダーの対応状況 |
| | 7. その他のステークホルダーの対応状況 |
| | 8. 小括 |
| 第3章 諸外国等における対応状況 | 1. 米国 |
| | 2. EU |
| | 3. 英国 |
| | 4. 大洋州地域 |
| | 5. OECD |
| | 6. 国連 |
| | 7. 東南アジア |
| | 8. その他 |

| | |
|--|---|
| | 9. 小括 |
| 第4章 デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた対応の必要性と方向性 | 1. 対応の必要性 |
| | 2. 対応の方向性 |
| 第5章 情報流通の健全性確保に向けた基本的な考え方 | 1. 基本理念 |
| | 2. 各ステークホルダーに期待される役割・責務 |
| | 3. 災害発生時に各ステークホルダーに期待される役割・責務 |
| 第6章 総合的な対策 | 1. デジタル空間における情報流通を巡るリスク・問題への対応の基本的な考え方 |
| | 2. 総合的な対策(別紙以外) |
| おわりに | |
| 別紙 | 第1章 本 WG における検討の背景と経緯 |
| | 第2章 情報伝送 PF 事業者による偽・誤情報への対応の在り方 |
| | 第3章 情報伝送 PF サービス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 |
| | 第4章 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 |
| | 第5章 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 |
| | 第6章 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 |
| | 第7章 その他全体に共通する事項 |
| 自由記載 | |

B. A以外で多く寄せられた御意見

| 分類 |
|------------------|
| ① 表現の自由に関する意見 |
| ② 生成 AIに関する意見 |
| ③ 広告に関する意見 |
| ④ ファクトチェックに関する意見 |
| ⑤ その他 |

「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とりまとめ(案)」に対する意見及びこれに対する考え方
 ※寄せられた意見を類型化した上で、主な意見を掲載しています。

A. とりまとめ(案)の内容に関連する御意見

| はじめに | |
|---|--|
| 意見 はー1 | 考え方 はー1 |
| <p><全体的な意見等></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 以下、本とりまとめ(案)に特定の対象箇所がない論点及び複数箇所重複する問題のうちいくつかのものについての意見を記載する。 ・ 本とりまとめ(案)の構成面を含む全体的な不明確性 <p>●本とりまとめ(案)は全部で350ページを超えるものであり、309ページの本文に加えて、第6章2.(7)「制度的な対応」に記載された検討結果が別紙にまとめられた構成になっている。限られた時間での検討のためには、明確な体系的構成のもと適切に整理された情報が提供される必要があるが、本検討会の目的との関係性に疑問のある項目も多くあり、体系的に整理がされていないとの印象を持たざるを得ない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本とりまとめ(案)に至る議論の方法・パブリックコメントの実施等に対する手続的な問題 <p>●(プラットフォーム事業者の説明機会が不十分)本検討会およびワーキンググループにおいては、2024年に入ってから短期間かつ高頻度にさまざまな論点が議論され、本とりまとめ(案)の公表に至っている。規制が行われる場合の名宛人はプラットフォーム事業者であり、検討に当たってはプラットフォーム事業者の十分な関与が求められるべきところ、Googleとしてはこれまでに一度ヒアリングを受けたのみであり、ほとんど情報共有もされることなく、本とりまとめ(案)の公表に至っており、十分な手続保障がなされていない。その結果として、内容面においてもプラットフォームの実務を踏まえていない点が散見される。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

●(パブリックコメント期間についての問題) 本とりまとめ(案)にかかる意見募集は、2024年7月20日(土)から同年8月20日(火)までの期間となっているが、夏季休暇期間を5営業日と仮定すると、この30日の間に営業日は16日しかない。意見募集の対象である本とりまとめ(案)がきわめて大部かつ構成に難があることも勘案すると、パブリックコメント制度の趣旨に照らして合理的な期間設定が行われているとは言い難い。特に、Googleのように複数の異なる種類のプラットフォーム事業を営んでいる場合には、具体的なサービスを前提に、適切に社内の意見を集約するべきところ、想定される具体的なサービスの特定もなされていないことも問題を深刻にしている(本とりまとめ(案)別紙第1章等に対する意見参照)。

●この点について、総務省のコンテンツ規制に係るパブリックコメントの手続はこれまで数回行われているが、直近に実施された手続(以下に列挙する)においては、一般に休暇期間となる年末やお盆の時期に行われており、実質的に極めて限られた期限での検討および意見の提出を強いている。パブリックコメント制度の趣旨を潜脱する慣行とならないよう、今後、運用を改善し、意見募集の対象とする内容の複雑さや分量に照らして十分な日数を確保するなど、実効性のある意見募集手続を取られるよう要望する

○ 誹謗中傷等の違法・有害情報に対するプラットフォーム事業者による対応の在り方についての意見募集<2022年12月28日(水)から2023年1月26日(木)>

○「プラットフォームサービスに関する研究会 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 今後の検討の方向性(案)」に対する意見募集の結果及び再意見募集<2023年7月19日(水)から同年8月15日(火)>

○ プラットフォームサービスに関する研究会における第三次とりまとめ(案)についての意見募集<2023年12月14日(木)から2024年1月17日(水)>

●取りまとめ(案)は、規制の名宛人である情報伝送PFサービスの運営者のみならず、そのサービスを情報発信、情報収集その他の目的で利用している多くの国民にも多大な影響を及ぼしうるのであるから、今回の手続をもって、この件に関するパブリック・コメント制度の目的が達せられたとは考え難い。また、本件に限らず、引き続きこのような時期にパブリックコメントを行う場合には、制度の趣旨に鑑み、意見募集の対象とする内容の複雑さや分量に照らして十分な日数を確保するなど、実効性のある手続を取られるよう合わせて要望する。

●(直近の偽・誤情報に関連する政策議論との連続性の欠如)違法有害情報対策については、発信者情報開示制度の拡充がなされ、利用実績の大幅な増大につながっただけでなく、プラットフォームサービスに関する研究会において3年以上の時間をかけて議論した結果、本年、情プラ法が成立し、2025年春の施行に向けて今後政省令等の整備と規制対象となる各社におけるコンプライアンス体制の整備が行われることになっている。この立法過程において、偽・誤情報については、議論を尽くした結果、情プラ法の対象とならなかったという経緯がある。これらの議論の経緯及び結果が本とりまとめ(案)においてどの程度考慮されたのか疑問を持たざるを得ない。たとえ能登半島地震における問題等、個別のプラットフォームにおける問題が顕在化した事例があったとしても、これまでの蓄積された議論を覆し、本とりまとめ(案)に記載されている幅広いプラットフォームに対する包括的な偽・誤情報に対する規制を必要とするような状況の変化があったとは考え難い。

・表現の自由に対する制約となりうることから、規制の根拠、対象、手法について慎重な議論が必要であること

●偽・誤情報対策についての議論は、コンテンツの削除等の「コントロール」をプラットフォームに求めるものであり、表現の自由に対する規制となるものであるから、規制の根拠・目的・内容・手続の検討を慎重に進めていく必要がある。しかし、以下の通り、本とりまとめ(案)がそのような条件を満たすか疑義がある。

●まず、規制の根拠については、立法事実の慎重な検証が必要であるが、本とりまとめ(案)では、理論上の可能性を議論するにすぎないものや不合理な評価に基づくもの、一部の意見のみを取り上げて不当に一般化されたものなどが数多く見受けられる(本とりまとめ(案)本文第1章、第5章、別紙第2章、第5章等に対する意見参照)。なお、この点について、規制の名宛人である情報伝送PFサービス運営者等に与えられた説明機会が十分でなかった影響も考えられる。

●規制の目的について、本とりまとめ(案)では「偽・誤情報」の流通・拡散を抑止することを規制の目的としている。このことは、実質的に、流通・抑制の対象となる表現についての内容規制と類似の効果を生じることを最終的な目的とすることと理解できるから、その妥当性について、極めて慎重な議論が必要である。

●この点に関し、偽・誤情報の拡散・流通の抑制のために政府による直接的な規制(罰則付きでの義務付け)を導入すると、表現の自由を実質的に制約するおそれがあることが指摘されているが(本とりまとめ(案)別紙第2章3.(5)「情報の可視化性への影響が大きいコンテンツモデレーションの確実な実施」参照)、マルチステークホルダーによる検証・評価という枠組みを採用してプラットフォームに自主的な対応を促すとしても、マルチステークホルダーのガバナンス設計上、その意思決定に政府が何らかの影響力を行使しうる場合には、

同様の問題が生じうるため、慎重な検討が必要なことに変わりはない。

● また、本とりまとめ(案)は、個別のプラットフォームで生じた事案や海外で生じた問題、海外の立法等を参考にしつつ、本来的に性質の異なる複数の問題を「偽・誤情報」等といった単一の枠組みにより対処しようとしていることが窺える。そのような単一の枠組みの下では、最終的な政策目的と手段とのバランスが取れていない可能性があり、結果として問題解決のアプローチとして疑問がある(本とりまとめ(案)別紙2章等に対する意見参照)。なお、いわゆるなりすまし広告も、偽・誤情報として一緒に議論がされているが、保護法益としても、プラットフォームへの情報の流通の経路としても、一般的に議論される偽・誤情報と異なる面が大きく、切り分けて検討・対処されるべきものである。(本とりまとめ(案)別紙第2章等のコメントを参照。)

●この点に関連して、プラットフォームに関する規制については、総務省の情報プラ法、経産省の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(以下「取引透明化法」という。)、消費者庁の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など様々あり、重複する規制とならないよう留意する必要がある。特に、デジタル広告に関しては、総務省、経産省、消費者庁のいずれが所管するのか、何を保護法益としてデジタル広告のどの側面をどの法令で規制するのかについて、明確で重複や矛盾のない仕切りがなされなければ、不合理なコンプライアンスコストの負担をプラットフォーム事業者に強制することになるばかりか、消費者や広告主(産業界)の利益を適切に守ることができなくなる危険もある。なお、いわゆるなりすまし広告も、偽・誤情報として一緒に議論がされているが、保護法益としても、プラットフォームへの情報の流通の経路としても、一般的に議論される偽・誤情報と異なる面が大きく、切り分けて検討・対処されるべきものである。(本とりまとめ(案)別紙第2章等のコメントを参照。)

● 規制の手法について、「偽・誤情報」という表現の内容に着目した規制をすることが想定されているから、必要かつ最小限度の手法が採用されるべきである。また、規制の内容が、それにより生ずる社会的な費用(表現行為に対する過剰なモデレーションを引き起こすリスク・対応に必要なコンプライアンスコストなど)に見合った効果を期待できるものであるか慎重に検証される必要がある。

● この点について、規制手法の検討に際しEUにおけるDigital Services Act(DSA)を参照しているように見受けられるが、EUと日本での社会の状況や統治機構の差異を踏まえた議論がないほか、そもそもDSAについて施行後間もないため規制コストと効果のバランスの観点等から優れた規制であるか否かの検証もされおらず、その妥当性が不明である。

【グーグル合同会社】

| | |
|--|---|
| <p>意見 はー2</p> <p>本検討会の問題設定として、「発信」「伝送」「受信」という情報流通の各過程について検討するとしながら、制度設計においては「伝送」についてのみ検討し、情報伝送PFサービス等に対する規制についての議論に終始している。しかし、偽・誤情報の流通という問題に本質的に対処しようとするのであれば、そもそも偽・誤情報が「発信」されることが問題の端緒であること、伝統的なマスメディアや公共セクターなどによる情報の「発信」に対する信頼度を高めるための施策、「受信」する人々におけるリテラシー向上などと同様に重要な課題と考えられる。したがって、制度設計の対象を情報伝送プラットフォームに限定することが政策目的の達成のために合理的か議論が不十分である。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>考え方 はー2</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 はー3</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 総務省「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」が、プラットフォーム事業者の果たす役割の大きさと、それゆえに抱えている多くの課題を明らかにするため、精力的な検討を進めていることに敬意を表します。 ・ 民間放送は裏付けを行った正確な情報を日々発信することを通じて、情報空間の健全性の維持に重要な役割を果たしています。こうした役割を今後も果たし続けるため、民放連は2024年5月30日の会合で「広告のエコシステム」と「ビジネス」の側面に重点を置いてプレゼンテーションを行い、問題意識を述べました。 ・ 総務省には本意見募集に寄せられる国民・視聴者の意見はもとより、放送事業者、コンテンツの権利者、広告関係者の意見を十分に尊重して、今後の政策を立案していくよう要望します。 <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>考え方 はー3</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 はー4</p> <p>本来広告や情報流通はデジタル空間に限らないものである。あえてデジタル分野について言及し新たな規制等を設けるのであれば、なぜデジタル空間のみが対象なのか、デジタル空間以外における広告や情報流通との差分を確認した上で説明が必要である。仮にデジタル空間の特殊性があるならばそれが何であるのか、慎重に見極めたうえで議論すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>考え方 はー4</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 はー5</p> <p>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とりまとめ(案)に対する意見を提出す</p> | <p>考え方 はー5</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>る機会を感謝いたします。</p> <p>私たちは、報告書の提言の多くに賛同します。具体的には、Instagramなどのサービスの社会における有益な利用を促進すること、誤情報や偽情報への対策のためにプラットフォーム事業者がコンテンツの健全性と信頼性確保に投資し、日本の政策立案者に適切な透明性と説明責任を提供するべきであるという提言に賛同します。</p> <p>Metaは、ソーシャルメディア業界全体におけるこれまでの透明性と説明責任の取り組みを政府がベンチマークし、最善の対策を見出すことを推奨します。一方、アカウント開設時における本人確認を義務化すること、Botの作成を課金対象とすること、共有や「いいね」を複雑化すること、広告配信時に伝統的なメディアからのニュースを優先的に表示する措置を導入することには強く反対します。なぜなら、これらの措置が偽誤情報対策として有効であるという証拠はないからです。</p> <p>また弊社は、最近、日本における詐欺対策においてMetaのようなデジタルプラットフォームの取り組みに強い懸念が寄せられてきたことを認識しています。詐欺の中には偽情報が含まれるものもあり、また、詐欺ネットワークの中には、偽情報の発信者と類似した組織的な不誠実な行動を取るものもあるかもしれません。しかし、日本の消費者を標的とした詐欺の件数を減らすためのポリシーや技術的解決策は、偽情報や誤情報に対抗するためのポリシーや取り組みとは大きく異なります。さらに、例えばMetaのような企業の詐欺に対する対応を評価する政策はすでに存在しています。我々は政府に対し、この報告書への回答として提案する解決策は、詐欺対策とは切り離して検討しないよう求めます。</p> <p style="text-align: right;">【Facebook Japan 合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 はー6</p> <p>偽・誤情報の流布をはじめとする情報空間の諸問題を検討する必要性については賛同するが、一方で、「個人の自律的な意思決定」の際、個人はインターネットのみならず、伝統メディアや書籍、周囲との会話等、それぞれ自らが選択する多様な経路を通じて情報を摂取することが前提であり、個人の意思決定について議論する際には、「デジタル空間」以外の情報チャンネルも含め、個人の情報環境について総合的に議論し、その中で「デジタル空間」の影響を考察し、議論を進めることが適当ではないか。</p> <p>例えば、p.37において例示されている福島第一原子力発電所の処理水に関する偽・誤情報については、外国からの発言やオフラインでの風評被害も顕著に観察されており、SNSの課題に矮小化すべきではないと考えられる。</p> | <p>考え方 はー6</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>また、p.146～において参照されている通り、偽情報の拡散は周囲との直接の会話が占める割合が多いことが専門家による調査からも示されており、実空間におけるコミュニケーションと一体不可分であることが示唆されている。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | |
| <p>意見 はー7</p> <p>災害時の偽誤情報、なりすまし型広告については、何かしらの対応が必要な問題であることは間違いない。しかし、一方で、これはファクトチェックの対象としてはふさわしいのか疑問だ。災害時の偽誤情報は刑事事件にもなっており、現状でも対応は可能。なりすまし型広告にいたっては名前が使われた本人が偽であることを主張しプラットフォームに削除を要求しており、プラットフォーム側が適切に対応していないことが問題だと考えるのが自然。仮に、これらを理由に「ファクトチェック団体」或いは「ファクトチェック機関」の取り組みを検討するようなことに賛成できない。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>考え方 はー7</p> <p>本検討会は、災害時の偽誤情報やなりすまし型広告があることを理由として「ファクトチェック団体」や「ファクトチェック機関」が何らかの取組を検討するべきという立場ではありません。</p> |
| <h2>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</h2> | |
| <h3>1. デジタル空間を活用した技術やサービスの進展・普及等の状況</h3> | |
| <p>意見 1ー1ー1</p> <p>デジタル広告および広告仲介PFサービスの定義が不明瞭であり、現状の記載は、広告と呼ばれるデジタル空間における情報のうちごく一部の形態のものについてしか説明がなされていない。デジタル空間には様々な事業者による様々な表示が存在しているが、実態把握が不十分な状態で議論を進めると、EC事業者等も含む広範囲な事業者が過度な負担を強いられる恐れがある。広告業界における複雑多岐に渡るステークホルダーや様々なサービスの内容等を正確に実態把握・影響分析したうえで、真に対処が必要な範囲に限定して慎重に議論すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>考え方 1ー1ー1</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 1ー1ー2</p> <p>P11における情報伝送PFサービスの定義をもとにP41以降において展開される「情報伝送PFサービスの特</p> | <p>考え方 1ー1ー2</p> <p>今後、とりまとめ(案)を踏まえ、総務省において、どのような</p> |

| | |
|--|--|
| <p>徴」としての記載は、「情報伝送PFサービス」の全てのサービスが有するものではないにも関わらず、そのサービス特性に応じた差分を意識して詳細な議論が行われていないと考える。</p> <p>報告書案全体を通じて、情報伝送PFサービスが「情報発信コストの低廉性」という特徴を有すること、「利用者の表現を預かる立場」(P317)であること等を前提として議論されていること、及びデジタル空間が「玉石混交かつ情報過多の状況」(P41、P277、P286)である点は利用者自身が発信・拡散することができる点によってもたらされているとも考えられることを踏まえると、情報伝送PFサービスの定義自体に利用者が発信・拡散主体となることを組み込む必要があると考える。</p> <p>具体的にはP11及びP310の情報伝送サービスの定義中「第三者が投稿等発信」という文言を、「利用者が投稿等発信」と修正すべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>サービスにどのような政策が適切なのか検討されるものと考えます。</p> <p>なお、「第三者が投稿等発信」という文言を、「利用者が投稿等発信」と修正すべきという点については、第三者には利用者も含まれると考えられるため、とりまとめ(案)の段階では限定せず、原案のとおりとさせていただきます。</p> |
| <p>意見 1-1-3</p> <p>P18の「なお、情報伝送PFサービス」から始まる段落の記載を踏まえ、情報伝送PF事業者が広告主から直接デジタル広告の出稿を受け、自社の情報伝送PF内に広告を掲出することとどまり、外部のオンラインメディアの運営者にデジタル広告を伝送しない場合、当該事業者は広告仲介 PF事業者には該当せず、情報伝送PF事業者にとどまる(つまり、P152にいう、広告仲介 PF 兼情報伝送 PF 事業者にあたらぬ)と理解するが、そのような理解で良いか。</p> <p>上記理解が正しい場合、その点が明確になるよう、広告仲介PF事業者の定義をより詳細に記述すべきと考える。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 1-1-3</p> <p>広告仲介PF事業者とは、広告主と、パブリッシャーとの間で、デジタル広告を伝送し、パブリッシャーが運営するオンラインメディア上での広告表示を可能にするプラットフォームサービスを提供する事業者をいいます。これに該当する場合は、広告仲介PF事業者には該当します。</p> <p>対象について明確にすべきという御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 1-1-4</p> <p>①「パーソナルデータ」とあるが、個人情報保護法の規律の対象となる個人情報等と、同法の規律の対象ではないデータが区別なく議論されており、両者の制度上の取扱の異同を明示して議論を進めていただきたい。また、係るデータの取扱については、情報銀行の取組、電気通信事業法における利用者情報等の規律の遵守、業界における自主基準やガイダンスの制定等の自主的な取組も官民が協同して実施しており、それらの成果についても言及していただきたい。</p> | <p>考え方 1-1-4</p> <p>①について、運用型広告の定義には、必ずしも「パーソナルデータ等を活用した広告ターゲティング」を利用することは含まれておらず、また、ターゲティングする際にはいわゆる個人情報等とそれ以外のデータの双方が利用されることが想定されるところ、とりまとめ(案)はそれらターゲティングの在り方まで詳細に議論したものではないため、「広告が表示されるメディアを決めずにパーソナルデータ等を活用した広</p> |

②「その人はだまされやすい」との評価やカテゴリーが情報伝送PFや広告仲介PFによって付されることはなく、事実誤認である。かかる記載は特殊詐欺におけるいわゆる「闇リスト」に類似した内容であるが、これら犯罪に係る事象とデジタル広告システムを混同した議論は不適切かつ基本的な前提において誤っており、撤回すべき。

③現在はインターネットを通じて追加的に多種多様な情報を自らの判断により摂取可能な環境となっており、むしろ「情報の自律的な取捨選択が容易な状態」となっているとも言える。現在のように、従来は広く一般への発信手段を持たなかった中小の団体や専門家を含む個人による発信に容易に接触出来ることは、情報源の多様性や個人の自律的な意思決定にとって有益であり、それらの効用についても十分に勘案して議論していただきたい。

④p.202にも参照されている通り、通例では偽情報(Disinformation)の定義には経済的又は政治的利益を得る目的が明示されており、同様の定義は、OECDのレポート“Facts not Fakes”にも踏襲されている。基本理念(第5章)にある通り、法の支配と民主主義の実現を念頭に議論する上で、定義において当該意図を捨象することには十分な説明が必要であり、また、異なる定義を採用しつつ欧州における議論を参照する際は、定義の枢要部分が異なることに十分に留意して議論を進めるべきではないか。

例として、p.199に参照されている通り、EUの2022年版行動規範において、偽情報に関連するリスクとして採上げられているのは広告スペースへの政治又はイシュー広告出稿を通じた偽情報の流布、偽情報流布を目的とするウェブサイトへの広告出稿であり、欧州の取組を参照するのであれば、日本における政治又はイシュー広告や偽情報流布を目的としたウェブサイトに関する議論に対応させることが望ましいと考えられる。

また、欧州デジタルサービス法において特に注目すべきリスクとして具体的に挙げられているのは、違法コンテンツ、表現の自由や消費者保護や児童保護等の基本的人権、公共の安全や選挙、性暴力や心身の健全性や少数派の保護等である点に留意して議論の参考とすべきではないか。

(参照)

告ターゲティングにより、」を削除するとともに、とりまとめ(案)における「パーソナルデータ」の定義として、個人情報保護法の対象となる個人情報等以外のデータも含む広い「利用者データ」という用語を用います。

②御指摘のとおり、「その人はだまされやすい」という情報が事業者によって付与されるわけではありませんので、削除します。

③について、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

④について、ここでは偽誤情報について厳密な定義を置かず、分かりやすい表現で偽誤情報の事例を紹介している箇所です。これらの事例の意図は不明であり、厳密な定義では該当しないといった考え方もあり得ると思いますが、本部分ではそこまでの厳密性は不要と考えます。

なお、偽誤情報の定義について頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

⑤について、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

| | |
|---|---|
| <p>“DSA: Very large online platforms and search engines” <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops></p> <p>⑤なりすまし型「偽広告」については、同名のアカウントを騙るもの、画像を無断で使用するもの、推薦する旨の発言を捏造するもの等多種多様であり、p.19にあるようなデジタル広告の形態に収まるものも一手段として含まれるものの、実効的な対策を検討するためには、侵害される権利利益を個別具体的に検討した上で、侵害の態に即して議論を進めていただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | |
| <p>意見 1-1-5</p> <p>All people have the right to seek, receive and impart information and ideas. Fact-checking is deeply rooted in these principles. Fact-checking requires the right and ability to find sources, read widely and interview experts who are free to speak candidly – all as part of a rigorous methodology and process. This is the foundation on which all true fact-checking is built. Fact-checking is part of a free press and high-quality journalism, and it contributes to public information and knowledge.</p> <p>これは世界でファクトチェックを支援する国際的ネットワークであるIFCNが24年6月25日に出したサラエボ声明だ。この中で、ファクトチェックは検討会案がまとめている「伝統メディア」が志向しているジャーナリズムの一部であることが明確にされている。また、IFCNのメンバーにはワシントンポスト紙、AFP通信など「伝統的メディア」も含まれている。私達が日本で1997年にファクトチェックを始めた時も、「伝統的メディア」にファクトチェックに参加するよう呼び掛けており、既に複数の新聞社などが参加している。つまり、「伝統メディア」と「ファクトチェック機関」を別物として議論を組み立てることは、それ自身がファクトチェックの考え方と相いれない。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>考え方 1-1-5</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>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</p> | |
| <p>意見 1-2-1</p> <p>2020年2月プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書では、偽・誤情報の定義を以下のように記</p> | <p>考え方 1-2-1</p> <p>とりまとめ(案)では、脚注47、48にもあるとおり、広義の偽・</p> |

| | |
|---|---|
| <p>載(※)している。本報告書での偽・誤情報の定義についても、諸外国の議論を背景に定義したのであれば、より丁寧に記述し直すべきである。また、諸外国における議論と定義が異なるのであれば、その理由も含め説明すべきである。(※)プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書P14注釈:「本報告書の検討対象としては、インターネット上に流通する情報に限定するものの、「フェイクニュース」の多義的な側面を捉えて検討を深める観点から、政治・選挙に係る情報に限らず、災害、健康・医療情報に係る情報なども広く含めて対象とするほか、「偽情報(disinformation)」「(=何らかの意図性を持った虚偽の情報)及び「誤情報(misinformation)」「(=単なる誤った情報)を含め、また、ニュースの形式を持たない情報や、部分的に不正確、根拠が不明、ミスリードな情報も含めるなど、対象範囲を限定せずに検討するものとし、諸外国政府の政策文書等では「fake news(フェイクニュース)」ではなく「disinformation(偽情報)」が用いられることが多い点も踏まえ、これらの検討対象を単に「偽情報」と表記するものとする。」</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>誤情報の定義を使っています。今後、総務省において、本提言を踏まえて政策検討がなされることとなりますが、その際は偽・誤情報について厳密な定義がなされると考えます。</p> |
| <p>意見 1-2-2</p> <p>害のある情報の定義について、第20回(令和6年5月17日)WG、資料WG20-1-1『「偽・誤情報に対するコンテンツモデレーション等の在り方」に関する主な論点(案)』P12欧州評議会レポート「Information Disorder」(2017年9月)での定義を、総務省教材が元来引用しているのであれば、本報告書で参照とする図は欧州評議会レポートを参照元とすべきではないか。当該箇所以外についても、引用元やその対象等の正確性について網羅的に検証すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>考え方 1-2-2</p> <p>とりまとめ(案)では、脚注47、48にもあるとおり、広義の偽・誤情報の定義を使っています。今後、総務省において、本提言を踏まえて政策検討がなされることとなりますが、その際は偽・誤情報について厳密な定義がなされると考えます。</p> |
| <p>意見 1-2-4</p> <p>「こうした情報伝送PFサービスの特徴に加え」と過度な一般化を避けるべきではないか。</p> <p>上記記載の前段の記載は、「といった特徴を有するものが存在する。」等の表現にあるように、あくまで一部の情報伝送PFサービスにおける例示が記載されているにとどまるため、一部の情報伝送PFサービスの特徴をその他の情報伝送PFサービス一般に広げることが拙速な議論と考える。</p> <p>修正として、①～③の特徴を備えるよう、情報伝送PFサービスの定義を明確にする、又は、①～③の特徴を情報伝送PFサービス一般に共通する内容に記載を変更すべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 1-2-4</p> <p>御指摘を踏まえ、「こうした情報伝送PFサービスの特徴に加え、」を削除します。</p> <p>また、「いわゆる「アテンション・エコノミー」の下で、情報伝送PFサービスは、上記①～③の特長を一層先鋭化させ…」を「「アテンション・エコノミー」の下で、上記①～③の特長を持つ情報伝送PFサービスは、一層先鋭化させ…」に修文します。</p> |
| <p>意見 1-2-5</p> | <p>考え方 1-2-5</p> |

| | |
|--|--|
| <p>引用元の記載に忠実に、「生成AIを利用して自動的にコンテンツを生成するMFAサイト」と修正すべき 【スマートニュース株式会社】</p> | <p>御指摘を踏まえ、「生成AIを利用して自動的に作成されるMFAサイト」を「生成AIを利用して自動的にコンテンツを生成するMFAサイト」に修文します。</p> |
| <p>意見 1-2-6</p> | <p>考え方 1-2-6</p> |
| <p>「フィルターバブル」や「エコーチェンバー」という言葉の意味については理解できますが、実際にデジタル空間を介すことで人々の行動や思考がどの程度影響をされうるのか、変化するものか具体的なデータや研究結果などがあればお示しいただきたいです。「フィルターバブル」や「エコーチェンバー」はインターネット上だけではなく、現実の特定集団では常に発生しうることではないでしょうか。P.163にも(イ)フィルターバブル等に関するシミュレーション型検証結果として掲載されていますが、「フィルターバブル」、「エコーチェンバー」などの影響はより多数の検証結果から判断されるべきではないでしょうか。</p> <p>【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>「フィルターバブル」、「エコーチェンバー」などの影響については、引き続き、総務省において検証を進めるべきと考えます。</p> |
| <p>意見 1-2-7</p> | <p>考え方 1-2-7</p> |
| <p>Metaのサービスでは、オーガニックなコンテンツ配信であれ広告であれ、人々が興味を持つ人々や組織とつながることができるようにしたいと考えます。ニュースメディア組織やジャーナリストは、簡単にアカウントを作成し、当社のプラットフォーム上で読者を獲得し、その読者をビジネス目標に沿って収益化することができます。また、地域社会にとって興味深く関連性の高いニュースや最新情報を共有しているさまざまな組織も、同様に収益化が可能です。</p> <p>Metaは、偽情報や誤報に対抗するためのポリシー、テクノロジー、プログラムに多額の投資を行っています。これには、誤報や有害な誤報を拡散するアカウントやネットワークの削除、およびコンテンツを虚偽として評価する独立した第三者機関のファクトチェックへの投資が含まれます。また、ユーザーがコンテンツをより適切に評価できるよう、コンテンツに関する情報を提供するツールも用意しています。より良い情報の流通を推進するための当社の取り組みは、いずれも伝統的なニュースメディアの情報に依存するものではありません。ですので、検討会には偽情報や誤情報に対処する業界の取り組みの透明性と説明責任を推進する他の方法を模索することをお願いしたいと思います。</p> <p>さらに、私たちは、話題になっているニュースやトピックについて、それがオリジナルであると特定した場合、フィードにおいて優先的に表示しています。私たちは、オリジナルのニュースコンテンツが、詳細な調査報道、新たな事実やデータの公開、危機的状況における重要な最新情報の共有、あるいは目撃者の報告の配信に至る</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>まで、世界中の人々への情報提供において重要な役割を果たしていると考えます。この重要なジャーナリズムには時間、リソース、専門知識が必要であり、私たちは、弊社のサービス上で優先的に表示されるようにしたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【Facebook Japan 合同会社】</p> | |
| <p>意見 1-2-8</p> <p>消費生活相談の現場にも、SNSを介したなりすまし型「偽広告」による投資詐欺やロマンス詐欺等の相談はいまだに多く、第6章やワーキンググループで検討された対策を早急に実施することが必要と考えます。</p> <p style="text-align: center;">【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】</p> | <p>考え方 1-2-8</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 1-2-9</p> <p>なりすまし型「偽広告」は、より多くの注目・関心を集めて金銭的対価を得ることが目的ではなく、犯罪である詐欺に誘引することを目的として閲覧させるものであるため、アテンション・エコノミーの文脈で記載するには説明が不足しているものと考えられます。</p> <p style="text-align: center;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 1-2-9</p> <p>御指摘を踏まえ、なりすまし型「偽広告」とアテンション・エコノミーの文脈は直接の関係がありませんので、「いわゆる「アテンション・エコノミー」の下では、情報伝送PFサービスに限らず広告仲介PFサービスを提供する事業者、さらには広告主自身においても、デジタル広告かそれ以外のコンテンツかを問わず、閲覧等受信する者を刺激し、より多くの注目・関心を集めて金銭的対価(広告費、手数料、広告の対象となる商品・役務等の対価等)を得る方向のインセンティブが働く状況となっていると指摘されている。このような」を削除します。</p> |
| <p>意見 1-2-10</p> <p>①本記載にある、なりすまし型「偽広告」による被害(犯罪を含む)、広告収益を目的とするアテンション優先のコンテンツ発信となるインセンティブ、不適切な広告によるコンテンツの信用棄損、不適切なコンテンツに付随して掲載された広告の信用棄損は、それぞれ異なる課題であるため、個別の課題について、それぞれ具体的に議論を進めていただきたい。また、p.138以降に記載されている広告関連事業者及び団体における取組も含め、ブランド・セーフティ等業界において対応が進んでいるもの、DPF取引透明化法等の法的措置がなされているものもある中で、それらの効果検証を行うことなく、「情報流通の健全性を一層脅かす」と断定するのではなく、業界団体や各事業者の取組を踏まえ、議論を進めていただきたい。また、「関連し得る」とは具体的に</p> | <p>考え方 1-2-10</p> <p>①頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。御指摘のとおり、「情報流通の健全性を一層脅かす」と断定はできないため、一層脅かす「可能性もある」に修文します。また、「考え方1-2-9」に示した観点から、「デジタル広告エコシステムについては、なりすまし型「偽広告」を含む偽・誤情報等の流通・拡散に関連し得るのみならず、」を</p> |

| | |
|--|--|
| <p>何を指し示しているのか記載の意図が不明確なため、より具体的に記載していただきたい。</p> <p>なお、p.202で参照されている通り、EUの2022年版行動規範において、偽情報の概念について、ミスリーディングな広告等は含まないと明記されており、対応を検討する際は、各々の課題について、現状及び権利侵害の様態等を個別具体的に整理して議論すべきである。</p> <p>②MFAについては、全米広告主協会(ANA)が中心となってその定義を2023年9月に公表したが、そこでは偽・誤情報について言及されておらず、広告枠の多さ、頻繁なりロードや自動動画広告再生、複数のページを強制的に視聴させられるページ構成、テンプレート化されたWebデザインといったフォーマットやサイト構成の特徴に関して定義されており、一般的にブランド・セーフとされている点にも留意し、実態を踏まえた上で、問題意識を具体化して議論を進めていただきたい。「これにより偽・誤情報の流通・拡散も促進され得る。」とあるが、根拠が不十分であり、MFAと偽・誤情報の問題は区別して議論すべきである。</p> <p>(参照)</p> <p>“Leading Trade Groups Define “Made For Advertising” Websites” https://www.ana.net/content/show/id/pr-2023-09-made-for-advertising</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>削除します。</p> <p>②「偽・誤情報等の流通・拡散も促進され得る」については、削除します。</p> |
| <p>意見 1-2-11</p> | <p>考え方 1-2-11</p> |
| <p>2018年の関西国際空港連絡橋タンカー衝突事故において、中国語のフェイクニュースがSNS上で拡散され、中国公式メディアにも展開されたと報じられている。このような、日本語による一次情報を確認することが困難な海外旅行者や日本語に堪能ではない居住者に対する、偽・誤情報の影響も事例として例示すると良いのではないか。</p> <p style="text-align: right;">【TIS株式会社】</p> | <p>参考意見として承ります。</p> <p>なお、ご紹介いただいた事例は、本検討会では紹介されていない事例ですので、今回のとりまとめ(案)には追加しないこととさせていただきます。</p> |
| <p>意見 1-2-12</p> | <p>考え方 1-2-12</p> |
| <p>徳島県や岩手県花巻市など地方公共団体のX公式アカウントが凍結された事例が示されているが、能登半島地震において「XXXXXXXXXX」の災害情報がAPI使用回数上限に達したため投稿がブロックされたという、情報伝送PF事業者の方針変更によって有益な情報が減少してしまうといった事例も例示すると良いのではないか。</p> <p style="text-align: right;">【TIS株式会社】</p> | <p>参考意見として承ります。</p> <p>なお、ご紹介いただいた事例は、本検討会では紹介されていない事例ですので、今回のとりまとめ(案)には追加しないこととさせていただきます。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>意見 1-2-13</p> <p>「分散型SNS」の特徴として「ネットワーク参加者の合意なく記録の修正や削除ができなくなる」という指摘があるが、すべての分散型SNSの実装がこの特徴を備えるわけではないため、「一部の分散型SNSの実装では～」のような条件を限定する文言を表現すべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">【TIS株式会社】</p> | <p>考え方 1-2-13</p> <p>御指摘を踏まえ、「分散型SNS」については、分散化によってサービスの提供に係る責任の所在が曖昧になったり、ネットワーク参加者の合意なく記録の修正や削除が不能となる」を「一部の「分散型SNS」の実装では」に修文します。</p> |
| <p>意見 1-2-14</p> <p>この3つの区分けはFCNが実際に説明しているもので、私達もこの理解に基づいている。このうち、ファクトチェックが対応すべき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であり、マル(或いはモル)インフォメーションはファクトチェックの対象ではない。ところで、なりすまし広告はマルインフォメーションに入る。つまり、この説明にあるように「情報自体は正しいが」とはならない。それぞれが重なりあう部分も当然ある。災害時のデマはこの3つのカテゴリーの何れにも入る。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>考え方 1-2-14</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 1-2-15</p> <p>そのような投稿は弊社プラットフォーム上でも確認されていますが、規模は限定的だったと考えます(3/28ワーキンググループでの弊社発表資料)。こういった報道は啓発の観点では重要ですが、実際の規模や影響を離れ、針小棒大に取り上げられるケースが後を絶ちません。取り上げ方には注意が必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【X (Twitter Japan株式会社)】</p> | <p>考え方 1-2-15</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 1-2-16</p> <p>2023年の7月の事象はデータスクレイパーに対抗する措置として行政アカウントを含むアカウントへの影響がありました(Elon Muskの投稿参照)。2024年の徳島県のアカウント凍結については内部で不審なシグナルを検知したためですが、個別ケースについては詳細開示しておりません。</p> <p style="text-align: right;">【X (Twitter Japan株式会社)】</p> | <p>考え方 1-2-16</p> <p>徳島県のアカウント凍結や記者のアカウント凍結に係るパラについては、御指摘のとおり、その経緯の詳細は不明なことから、削除します。</p> |
| <p>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における偽・誤情報等の流通・拡散</p> | |
| <p>意見 1-3-1</p> <p>「災害原因」の誤りではないかと思われる</p> | <p>考え方 1-3-1</p> <p>御指摘を踏まえ、「24時間～1週間以内は災害の再来・災</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | 【スマートニュース株式会社】 | 害因や災害対応に関する情報」を「24時間～1週間以内は災害の再来・災害原因や災害対応に関する情報」に修文します。 |
| 意見 1-3-2 | | 考え方 1-3-2 |
| 日本ファクトチェックセンター（JFC）の偽情報の5類型やJFCのファクトチェック記事について紹介されていますが、ファクトチェック機関の独立性は、取りまとめにあるとおり非常に重要であることから、1団体の記事のみを取り上げることに違和感があります。公平性の観点で不要な疑念を抱かれる懸念がありますので、他のファクトチェック機関の記事も掲載することをご提案します | 【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】 | 全てのファクトチェック機関の記事を過不足なく掲載することは困難であることから、御指摘の公平性の観点からも、JFCの記事は本体からは全て削除します。 |
| 4. 今後の対応を検討すべき課題 | | |
| 意見 1-4-1 | | 考え方 1-4-1 |
| 「事業者の取組の透明性・アカウントビリティの確保の在り方」について議論されているが、情報伝送PF事業者の多くが海外事業者に寡占されている現状に関して、経済安全保障の観点からも警鐘を鳴らすべきではないか。 | 【TIS株式会社】 | 頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。 |
| 5. 小括 | | |
| 意見 1-5-1 | | 考え方 1-5-1 |
| 広告に関しては、広告仲介業者であるPF事業者だけでなく、広告主（特に詐欺的広告など）やパブリッシャーにも海外事業者が存在することから、情報流通に影響を及ぼすデジタル広告エコシステムに着目して整理する方法は効果的と考えます。 | 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（通称：NACS）】 | とりまとめ（案）に対する賛同の御意見として承ります。 |
| 意見 1-5-2 | | 考え方 1-5-2 |
| この点に異論が有るわけではないが、ファクトチェックが担える部分は限られており、これを理由にあらゆるステークホルダーが参加した事実検証が行われるという状況には抑制的である必要がある。例えば、政府が誤情 | | 御指摘いただいた該当箇所は、災害時にあらゆるステークホルダーが参加した事実検証を行うべきとはしておりませ |

| | |
|---|---|
| <p>報を流すこともあり得る。それもファクトチェックの対象であり(インファクトはそれこそが対象だと考えるが)、その取り組みが阻害されるような事態は避けなければならない。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>ん。</p> |
| <p>第1章 自由記載</p> | |
| <p>意見 1-自-1</p> | <p>考え方 1-自-1</p> |
| <p>・本とりまとめ(案)においては、「アテンション・エコミー」が様々な課題を引き起こす原因であり、あたかもそれ自体に問題があるかのように受け取られかねない記載があるが、以下のとおり、その評価には同意できない。</p> <p>●まず、広告によって支えられ、ユーザーに無料で提供されるモデルが社会にもたらす価値は見逃すべきではない。このモデルは個人の表現、情報へのアクセス、ビジネスとの繋がりを可能にするものである。悪意ある者がシステムを悪用しようとする可能性はあるが、プラットフォーム側にはそのような行為に対抗する強いビジネス上の動機がある。</p> <p>●冒頭でも述べたとおり、Googleの使命は、「世界中の情報を整理し、世界中の人々がアクセスできて使えるようにすること」である。偽・誤情報は、この使命、ひいてはGoogleの中核事業の利益に真っ向から対立する。例えば、ユーザーがGoogleの検索結果に多くの偽・誤情報を発見した場合、Googleは、ユーザーの検索サービスに対する信頼を失うこととなる。したがって、Googleは、欺瞞的な行為への対策、ユーザー保護、低品質な情報への対応などに積極的に投資している。</p> <p>●要するに、「アテンション・エコミー」は、それ自体に本質的な欠陥があるわけではなく、むしろイノベーションを促進し、表現を育み、活気あるオンラインエコシステムを支えている。課題は存在するが、Googleのようなプラットフォームは、悪意ある行為者と戦い、安全で信頼できる環境を確保することに明確な責任を示している。テクノロジーを活用し、ポリシーを洗練させ、ユーザーに力を与えることで、広告サポート型モデルの価値を守りながら、その潜在的なマイナス面を軽減している。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>イノベーションの結果として、インターネット上のアテンション・エコミーという現象が特に注目されており、対策が必要であると認識しています。頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 1-自-2</p> | <p>考え方 1-自-2</p> |
| <p>P251では、情報流通過程全体に共通する高次の基本理念として「表現の自由と知る権利の実質的保障及</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の</p> |

| | |
|---|---|
| <p>びこれらを通じた法の支配と民主主義の実現」を記載している一方で、第1章の「現状と課題の整理」においては、民主主義の根幹である日本国内における政治に関する偽・誤情報の流通の事例についての記述が、【その他社会的に影響のある事例】に少しある程度で、それ以外あまり見受けられない。</p> <p>偽・誤情報に関する規制や制度の影響を受ける範囲としては、既に挙げられている事例以外にも、政治に関する情報流通の事例も想定されるところ、諸外国における議論では選挙等の政治に関する偽・誤情報の事例が多く挙げられる傾向にあることも踏まえ、日本においてもそのような事例を多く挙げたうえで、議論を深めてはどうか。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>参考とされるものと考えます。</p> |
| <h2 style="text-align: center;">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</h2> | |
| <h3>1. 政府の対応状況</h3> | |
| <p>意見 2-1-1</p> | <p>考え方 2-1-1</p> |
| <p>②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に関する記述において、左記本検討会の検討対象が「BtoC 関連の利益や社会的な利益の保護の観点」との言及があるが、別紙WGとりまとめP341以降のデジタル広告における対策に関する記述においては、PFと広告主等とのBtoB取引についても言及されている点で矛盾がある。すでに経済産業省において、「広告主の買い方改革」をはじめとした実施済みの政策があり、取引透明化法の運用において「デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合」が実施されているが、それらの政策と本報告書案に書かれている内容との関係について整理をすべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>本検討会では、BtoC関連の利益の保護や、社会的な利益の保護を目的として必要な方策を検討したものです。</p> <p>なお、取引透明化法は、デジタル広告を自社メディア上に掲載する情報伝送PF事業者や広告仲介PF事業者と、それらの利用事業者との間のBtoB取引の透明性及び公正性の向上を目的とした法律であり、とりまとめ(案)においても両者の違いを明記しているものと考えます。</p> |
| <p>意見 2-1-2</p> | <p>考え方 2-1-2</p> |
| <p>本検討会におけるプラットフォーム事業者へのヒアリングを実施したところ、取組状況及び透明性・アカウントバリエーション確保が不十分と総括されていますが、このヒアリングは、その結果が評価される前提で行われたものではありません。加えて、サービスの性質により、災害時における偽・誤情報の流通状況や取り得る対応も異なることから、「当該ヒアリングの対象事業者及びサービス全体の取組状況」と一括りに評価することは不相当だと考え</p> | <p>とりまとめ(案)の本記載は本検討会で実施したヒアリング総括を踏まえた内容としております。</p> <p>なお、本記載は個社ごとの評価をしているわけではありません。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ます。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | |
| <p>意見 2-1-3</p> <p>改正法により、偽広告等の拡散の抑制や、DPFへの迅速な対応に結びつくことを期待します。今回の「とりまとめ」を学識経験者、事業者、消費者団体などで構成する官民協議会の俎上に上げ、各ステークホルダーの自主的対応を協議したり、同法の改正に役立てることを希望します。</p> <p>放送のインターネット配信の前に、受信料については、消費生活相談の現場に常に一定数入ってくる相談であり、放送と通信とは何か等の疑問を一般消費者に納得させる議論が不足している感があります。災害時の情報提供等で果たす役割などの整理も含め、NHKの業務内容の見直し等に期待します。</p> <p style="text-align: right;">【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】</p> | <p>考え方 2-1-3</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 2-1-4</p> <p>現在、弊団体の会員企業においては、情報流通プラットフォーム対処法の規律への対応の準備を進めているところです。本取りまとめ案においては、同法の適用範囲に関して「例えば、流通・拡散している偽・誤情報等が名誉毀損やなりすまされた者の肖像権侵害等の権利侵害情報に該当する場合は、上記①の削除対応の迅速化に係る規定が大規模プラットフォーム事業者に適用されることとなる。」と記載されています。同法の施行まで残された期間は短いため、早急にガイドラインをお示しいただくとともに、広告についても同法の適用対象となるのか否か明確にさせていただきようお願いします。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 2-1-4</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <h2>2. 地方公共団体の対応状況</h2> | |
| <h2>3. ファクトチェックを専門とする機関を含むファクトチェック関連団体の対応状況</h2> | |
| <p>意見 2-3-1</p> <p>調査結果はファクトチェックに取り組む当事者として重く見なければいけないという前提を踏まえてだが、資金が無いから「政府機関」に頼るとするのは、ジャーナリズムの基本を揺るがす根本的な問題をはらんでいる。この点は、世論の動向ではなく輿論に基づく判断が求められる。この点については、報告書にインファクトの意見</p> | <p>考え方 2-3-1</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>が掲載されているので割愛する。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | |
| <p>意見 2-3-2</p> <p>・10ページの最下行の1行上「更なる」と、118ページの14行目「さらなる」とは、どちらかに字句を統一したほうがよい。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p> | <p>考え方 2-3-2</p> <p>「更なる」で統一します。</p> |
| <p>4. 情報発信に関わるステークホルダーの対応状況</p> | |
| <p>意見 2-4-1</p> <p>インターネット上で消費者が商品等を購入判断する際に、パーソナルデータに基づいて発出されるデジタル広告は無視できない存在になっています。広告の信頼性担保は、正しいビジネスを行っている事業者が健全に発展していくためにも不可欠であり、JICDAQ(一般社団法人デジタル広告品質認証機構)の認証等により市場の健全な成長を目指すことに取り組むことが必要と考えます。認証普及のネックになっているのは人材と費用面との指摘もあり、信頼性の高い広告を提供してもらうためにも、発注する広告主側だけでなく、社会全体でこの課題に取り組む必要があると考えます。認証取得費用の補助など政府を巻き込んだ議論、対策に期待します。</p> <p style="text-align: right;">【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】</p> | <p>考え方 2-4-1</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 2-4-2</p> <p>50%の根拠が不明である。なお、第11回及び第12回会合において参照されている”Private Marketplace Ad Spending to Surpass Open Exchange in 2020”の統計によると、2020年時点で、米国市場における検索広告を除く運用型広告684億700万ドルのうち、PMPは123億4000万ドルであり、PMPが占める割合は約18%である。また、インタラクティブ広告に関する国際団体であるInteractive Advertising Bureau(IAB)が公表している2020年の検索広告の市場規模=590億ドルを含めた割合では約9.6%であり、その後も大きな変化は無いと推察される。</p> <p>(参照)</p> <p>“Private Marketplace Ad Spending to Surpass Open Exchange in 2020”</p> | <p>考え方 2-4-2</p> <p>PMPの普及状況については、事実関係を確認できなかったため、御指摘を踏まえて削除します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p><https://www.emarketer.com/content/private-marketplace-ad-spending-to-surpass-open-exchange-in-2020></p> <p>“Internet Advertising Revenue Report 2024”</p> <p><https://www.iab.com/insights/internet-advertising-revenue-report-2024/></p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | |
| <p>意見 2-4-3</p> | <p>考え方 2-4-3</p> |
| <p>ここに日本の主要メディアの大きな誤解がある。「単なるファクトチェック」というが、主要メディアの報道は「一次情報」を重視するが故に根拠不明な「政府関係者」「捜査関係者」といった主語が横行し、その結果、誤った情報を流すこともある。ファクトチェックは根拠を示して、誰もがその情報の正しさを確認できる必要がある。そこに欧米の主要メディアは気づいたからファクトチェックを行うようになったわけで、ファクトチェックをジャーナリズムの初歩的な取り組みととらえる考えが既におかしい。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>とりまとめ(案)では、ファクトチェックについて定義を置いていませんが、本検討会では、ファクトチェックを「ジャーナリズムの初歩的な取組」とはとらえておりません。</p> |
| <p>5. 情報伝送に関わるステークホルダーの対応状況</p> | |
| <p>意見 2-5-1</p> | <p>考え方 2-5-1</p> |
| <p>自主的な取組とその効果を評価すべき事業者も存在しているところ、総合的な対策の結果が事業者・ステークホルダー等にとって過度な負担となるものにすべきではない。また、効果的な自主的な取組が不十分であったとされる事業者・ステークホルダー等が、新たに求められる対策によって効果的な取組を実際に行い結果につながるのか等、特に制度面・ルール面の在り方については、慎重な議論・検討が必要である。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 2-5-2</p> | <p>考え方 2-5-2</p> |
| <p>日本はこれまでAI事業者の自主的なガバナンスの推進を促すソフトロー路線によってAIの社会実装が進められてきました。また、本年策定された「AI事業者ガイドライン」に基づき、リスクベースアプローチに基づくガバナンスや、偽・誤情報対策が進められています。情報流通の健全性に向けたガバナンスを実現していく上でも、基本的な考え方や方針が同様であることが重要であり、本内容に賛同します。</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>なお、生成AIの台頭により巧妙化する偽情報・誤情報への対応について、各AI事業者は自主的且つ積極的にステークホルダーに対するAIガバナンスの一環として取組んでおり、その先進事例(XXXXXXXXXX XXXXXXXXXX 富士通)は「AI事業者ガイドライン」にも掲載されています。本とりまとめにおいても、多様な企業の取組みを積極的に共有し、各ステークホルダーへの情報提供や取組みの促進が図られることを期待致します。</p> <p style="text-align: right;">【富士通株式会社】</p> | |
| <p>意見 2-5-3</p> <p>151ページをはじめとして、取りまとめ案全体に、弊機構の行動規範の策定に係る記述が散見されますが、弊機構は本検討会におけるヒアリング対象となっていないにもかかわらず、プラットフォーム事業者からのヒアリングの評価部分の記載に、弊機構の行動規範の策定に関する取組が引用されています。</p> <p>また、貴省にご説明していますとおり、本検討会においてマルチステークホルダーによる行動規範の策定に関して検討が行われることになったこと等が、行動規範の策定作業を見直すこととした経緯であり、不正確な記載となっています。</p> <p>これまでも修正を要請しておりますが、重ねて修正いただきますよう要請します。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 2-5-3</p> <p>頂いた御意見は、とりまとめ(案)の脚注189に、第8回WGにおいて、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構においてご発言いただいた内容も含めて記載しており、修正の必要はないと考えます。</p> |
| <p>意見 2-5-4</p> <p>PF事業者に対する評価について、「総じて不十分」や「全体として十分とは言えず」との記載が散見されますが、対応に不十分な点があるのであれば改善を図る必要もあろうかと存じますので、個々のPF事業者の対応のどの部分が足り・どの部分が不足しているのか具体的な評価基準及び評価結果を開示していただくようお願いいたします。なお、今後、同種のヒアリングが行われる際には、透明性確保の観点から、評価基準や設問の設定理由などご説明いただくことが適切かと存じます。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 2-5-4</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、とりまとめ(案)の本記載は本検討会で実施したヒアリング総括を踏まえた内容としておりますが、個社ごとの評価をしているわけではありません。</p> <p>プラットフォーム事業者ヒアリングの結果や各事業者の取組内容については、本検討会の資料として公表しておりますので、適宜ご参照ください。</p> |
| <p>意見 2-5-5</p> <p>とりまとめ案には反映されていませんが、弊社は追加質問に対して以下のように返答しております。</p> <p>-----</p> | <p>考え方 2-5-5</p> <p>とりまとめ(案)に反映します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>広告主がX広告を使ってコンテンツを宣伝する場合、そのアカウントとコンテンツは承認プロセスの対象となります。この承認プロセスは、X広告プラットフォームの品質と安全性を保持するために設計されています。このプロセスにより、Xは広告主が広告ポリシーを遵守しているかを確認します。承認プロセスについての詳細はこちらをご覧ください。</p> <p>詳細はこちらをご覧ください。 https://business.x.com/ja/help/ads-policies.html</p> <p style="text-align: right;">【X (Twitter Japan株式会社)】</p> | |
| <h2>6. 情報受信に関わるステークホルダーの対応状況</h2> | |
| <p>意見 2-6-1</p> <p>「とりまとめ(案)」別紙のWGで検討された内容を推進していただくことを希望します。</p> <p>Gigaスクール構想では小学校高学年の生徒一人一人にタブレット端末を持たせてネット検索で学習しています。こうした現状に鑑みると、DPF側が、フィルターバブルを抑制する制御等パーソナルデータを基に情報が選択表示される機能の基準やアルゴリズム等をできる限り透明化することを希望します。</p> <p style="text-align: right;">【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】</p> | <p>考え方 2-6-1</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>また、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 2-6-2</p> <p>偽・誤情報とレコメンデーション機能との関連性については、ニュースやオピニオン記事、政治・ 이슈 広告、一般の広告等その内容によって課題認識が異なり得るため、それぞれ区別した上で個々の課題について具体的に議論を進めていただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>考え方 2-6-2</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <h2>7. その他のステークホルダーの対応状況</h2> | |
| <h2>8. 小括</h2> | |

| | |
|---|--|
| <p>意見 2-8-1</p> <p>PF事業者に対する評価について、「総じて不十分」や「全体として十分とはいえず」との記載が散見されますが、具体的な評価基準が示されていないにもかかわらず、このように評価されることは不適當です。</p> <p>「特に国外事業者においては、(中略)質問への回答期限を過ぎ」との記述について、質問への回答期限が極めて短期間であったこと、また、大量なヒアリング項目に回答を求められた状況下で、透明性・アカウントビリティ確保が不十分と総括されている点は遺憾です。今後、同様のヒアリングが行われる際には、回答期限や質問内容について、より丁寧なご対応をお願いいたします。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>考え方 2-8-1</p> <p>とりまとめ(案)の本記載は本検討会で実施したヒアリング総括を踏まえた内容としております。</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 2-8-2</p> <p>弊機構の行動規範の策定に係る記述について、弊機構は本検討会におけるヒアリング対象となっていないにもかかわらず、小括として、弊機構の取組が引用されています。また、貴省にもご説明してまいり、記載内容についても、本検討会においてマルチステークホルダーによる行動規範の策定に関して検討が行われることになったこと等が、行動規範の策定作業を見直すこととした経緯であり、不正確な記載となっております。これまでも修正を要請しておりますが、重ねて修正いただきますよう要請します</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 2-8-2</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、プラットフォーム事業者ヒアリングの結果や各事業者の取組内容については、本検討会の資料として公表しております。</p> |
| <p>意見 2-8-3</p> <p>・「民主主義の前提となる個人の自律的な意思決定が脅かされ」と考える根拠や事例を示すべきである。また、個人の自律は多義的・論争的な概念であり、法哲学、政治哲学、倫理学、憲法学等においても議論が積み重ねられてきたことから、自律の意味を明確にするとともに、どのような条件を満たせば個人が自律的な意思決定をしたといえるのか(いえないのか)明確にすべきである。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p> | <p>考え方 2-8-3</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 2-8-4</p> <p>十分な回答が得られたとは言い難い、明確な回答がない、とのことですが何をもってそのように断ずるか判断としません。例えば弊社は一部削除数など具体的に提示しています。またコミュニティノートといったプラットフォーム独自の革新的な取り組みを行っています。しかしながらこれについては取り上げられることもなく、総じて評価の根拠があいまいです。</p> <p style="text-align: right;">【X (Twitter Japan株式会社)】</p> | <p>考え方 2-8-4</p> <p>とりまとめ(案)の本記載は本検討会で実施したヒアリング総括を踏まえた内容としておりますが、個社ごとの評価をしているわけではありません。</p> |

第3章 諸外国等における対応状況

1. 米国

意見 3-1-1

・同判決(Moody v. NetChoice, LLC)では、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に対する州の規制を念頭に、「政府は、より良い表現バランスを追求するために、私的な発言者が伝えようとする言論の組み合わせについて私的な発言者が自ら行った編集上の選択を変更することはできない」と述べるなど、連邦最高裁が政府によるコンテンツモデレーションへの介入に歯止めをかけようとしていることを紹介すべきである。また、URLがリンク切れとなっていることから、URLを修正する必要がある。

【個人】

考え方 3-1-1

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。
なお、URLのリンクについて、改めて確認しましたが、リンクは切れていなかったことを確認しております。

2. EU

意見 3-2-1

レポートに「ターゲティング対象とされたグループごとの閲覧者数等の情報を含む」とあるが、DSAにおいては、1又は複数の特定の集団に向けて表示されることを意図している場合に、その集団の属性及びパラメータを開示するとされているに留まり(DSA第39条2.(e)及び(g))、全ての広告が対象ではなく、具体的に挙げられているリスクに対応したものである点にも留意して参照し、議論を進めていただきたい。

(参照)

“DSA: Very large online platforms and search engines”

<<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-vlops>>

【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】

考え方 3-2-1

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

意見 3-2-2

「システムリスクの評価・軽減や重大インデントへの対応」の「インデント」は、「インシデント(incident)」の誤記と思われます。

考え方 3-2-2

頂いた御意見を踏まえ、修正しました。

| | |
|---|--|
| <p>ご執筆ご担当者におかれましては、このような誤記が残るということは、AI法について十分な理解が進んでいない可能性がありますので、生貝先生の資料の他、AI Actの原文を参照するなどし、域外適用や著作権法との関係なども含め、AI Actについてあらためてご研究頂くのがよろしいかと感じました。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p> | |
| 3. 英国 | |
| 4. 大洋州地域 | |
| 5. OECD | |
| 6. 国連 | |
| 7. 東南アジア | |
| 8. その他 | |
| 9. 小括 | |
| 意見 3-9-1 | 考え方 3-9-1 |
| <p>アメリカの大学院に在籍していた経験から言うと、ニュースメディアを支援するのは大学の役目という意識が高い点はもう少し注目してよいと思う。実際にパートナーシップを結び人材、資金を拠出しているところもある。私達がファクトチェックを行う際に大学との連携を重視しているのもそれがヒントとなっている。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

第4章 デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた対応の必要性と方向性

1. 対応の必要性

意見 4—1—1

下から5行目の「これらのリスク・問題はますます状況の悪化が見込まれている」との分析もあり、問題を抱えた国外の業者が日本に集まってきて、日本の消費者が経済的に利用されるようになると危惧します。日本国内で事業をするには透明性とアカウントビリティの確保が必要であることを明確に示していくことが必要と考えます。そのため、DPFに関する国内法を他国の法令を参考にして強化することを希望します。

【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】

考え方 4—1—1

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

意見 4—1—2

・本検討会の「とりまとめ(案)」において引用されている事業者ヒアリングの総括については、第26回の検討会(24年6月10日付)で「事業者ヒアリングの総括(案)」が公表された後、最終版が公表されていない状況となっている。また、当該「事業者ヒアリングの総括(案)」については、検討会の構成員から修正を求める意見が複数あったものの、以後十分な議論がなかったものと思われるところ、本「とりまとめ(案)」において「事業者ヒアリングの総括(案)」の内容が確定されているかのような記載に見受けられる。

については、「事業者ヒアリングの総括(案)」は未確定のものであることを明記いただくか、或いは事務局において内容を確定させる調整等が行われている場合は、「事業者ヒアリングの総括」の確定版を公表するとともに、どのような修正が施されたのか、調整の経緯等も併せて公表していただきたい。

・本検討会とりまとめ(案)においては、国内外ヒアリングを行った事業者全体の総評として記載されている箇所が複数あるところ、ヒアリングの対象となった個々の事業者に対する評価ではなく、事業者全体の総評であることがより明確となる表現にしていきたい。

【LINEヤフー株式会社】

考え方 4—1—2

「事業者ヒアリングの総括」については、構成員からの修正を反映し、確定版を検討会の参考資料として配布しております。また、とりまとめ(案)の本記載は本検討会で実施したヒアリング総括を踏まえた内容としておりますが、個社ごとの評価をしているわけではありません。

意見 4—1—3

記載されている「リスク」及び具体的な権利侵害と、デジタル広告の関係が不明確であるとともに、多様な要素が関連する課題が混然と記載されており、個別の論点について具体的に議論を深めていただきたい。

考え方 4—1—3

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

2. 対応の方向性

意見 4-2-1

考え方 4-2-1

・プラットフォーム事業者による透明性確保の水準について、どの程度の情報を公開すれば充分といえるか等について必ずしも十分に検討が尽くされているといえず、今後より具体的に検討していただきたい。その際、プラットフォーム事業者に対して各種情報の公開を求める目的と必要性について、透明性の向上によって解決すべき課題を踏まえた慎重な検討が望ましいと考えられる。

・このような「表現の自由」の根幹に係る議論に関する評価の指標およびプロセスに関する詳細な検討過程については、対象事業者や業界団体等のステークホルダーへ丁寧に説明を行っていただきたい。

【LINEヤフー株式会社】

頂いた御意見については、表現の自由の基盤を確保するという観点等から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。

意見 4-2-2

考え方 4-2-2

第2章、第3章と個別のステークホルダーや個別の国の状況説明が続いていたため、「様々なステークホルダー」の具体的なイメージが読者にはわからなくなっているのではないかと懸念がある。32pの図を再掲するなどのフォローをしたほうが良いのではないかと懸念がある。

【TIS株式会社】

第2章と第3章は別紙に移すことにより、読者にとってより理解しやすい構成としたことから、図を再掲する必要はないと考えられるため、修正なしとさせていただきます。

第5章 情報流通の健全性確保に向けた基本的な考え方

1. 基本理念

意見 5-1-1

考え方 5-1-1

報告書案の記載に賛同します。

スマートニュースでは、「世界中の良質な情報を必要な人に送り届ける」をMissionに掲げており、人々が求める情報だけでなく、社会が必要とする情報を提供する必要があると考えます。

コンテンツの多様性も考慮の上、誰もが知っておくべきニュースとその他のコンテンツのバランスを慎重に考

とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。

| | |
|--|--|
| <p>え、Missionの実現に向けて不断の努力を継続します。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | |
| <p>意見 5-1-2</p> <p>「興味・関心等に応じてコンテンツやデジタル広告の表示順位その他の表示方法を変更する」ことにより、必ずしもフィルターバブルが生じる訳ではないと考えます。</p> <p>スマートニュースは、Personalized Discoveryというコンセプトを提唱しており、一人ひとりの状況に合わせて、「新しい発見をする」という体験を提示してまいります。多様性のある情報、信頼できる情報、セレンディピティのある情報を単にコンテンツとして届けるのではなく、総合的なユーザー体験としてデザインし、さらに、パーソナライゼーション技術をかけ合わせることで、ユーザー一人ひとりにとっての面白い「発見」を作り出すことができると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 5-1-2</p> <p>頂いた御意見を踏まえ、「コンテンツのレコメンデーションないしデジタル広告のターゲティングがアテンション・エコミーの下でフィルターバブル等の現象を発生・増幅させ」を「コンテンツのレコメンデーションないしデジタル広告のターゲティングがアテンション・エコミーの下でフィルターバブル等の現象を発生・増幅させる可能性があることから」に修文します。</p> |
| <p>意見 5-1-3</p> <p>報告書案では、あたかも日本でアテンション・エコミー現象が確認されているかのように論じています。そうであるならば、その事実を示す研究論文や科学的根拠を草案の中で裏づけるべきです。</p> <p>報告書案では、プラットフォームは言論の自由に責任を持つべきだと論じています。我々はこの見解に同意します。国際人権規約の第19条には、「すべての人は、表現の自由に対する権利を有する」と明記されており、これはプラットフォーム運営者にも適用されます。プラットフォーム運営事業者は、政府と同様にこの価値を尊重しなければならないことに留意する必要があります。</p> <p>一部のプラットフォーム運営事業者はメディアパブリッシャーとしての役割を担っていますが、すべてのプラットフォームがそうではありません。各プラットフォームのビジネスは異なるということです。その違いに目を向けることなく、あたかもすべてのプラットフォームが同じであるかのように議論するのは適切ではありません。</p> <p>報告書案では、誤・誤情報と詐欺・詐取とを混同しているようにみられますが、両者は全く異なるものです。プラットフォーム運営事業者は、コンテンツの性質と効果的な対策アプローチに焦点を当てることで、両者を区別しています。</p> <p>こうしたアプローチは、専門家の助言と経験に基づくものです。報告書案で示された誤解は、業界との効果的なコミュニケーションの妨げることになるのではないかと強く危惧します。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 5-1-3</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>意見 5-1-4</p> <p>・情報流通の健全性確保に向けた基本的な考え方として、「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」を高次の基本理念に掲げたことは極めて重要であり、適切と受け止めています。情報流通の健全性確保に向けた具体的な施策の検討や課題への対処に当たっては、表現の自由と知る権利の保障を謳うこの基本理念に常に立ち返り、この基本理念を拠り所として検討、対処されることを強く要望します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>考え方 5-1-4</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点等から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 5-1-5</p> <p>・情報発信に関する基本理念として、「自由かつ責任ある発信の確保」を掲げ、「ジャーナリズムや取材による検証報道・情報発信とともに、リテラシーに裏付けられた責任ある発信が確保されることが重要である」と指摘した点に賛同します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>考え方 5-1-5</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 5-1-6</p> <p>①個人はインターネットのみならず、伝統メディアや書籍、周囲との会話等、それぞれ自らが選択する多様な経路を通じて情報を摂取することが前提であり、「デジタル空間」以外の情報チャンネルも含めて総合的に議論し、その中で「デジタル空間」の影響を考察し、具体的に記載していただきたい。</p> <p>②個人はデジタル空間でのみ情報収集しているものではなく、また、デジタル空間においても利用するサービスを自ら選択していることから、「自律的な意思決定を行う機会を奪い」との評価については、慎重に議論し、再検討していただきたい。また、「個人の認知領域への侵襲に伴う弊害」がどのような現象を指し示すのか不明確であり、問題意識をより具体的に記載していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>考え方 5-1-6</p> <p>①今回の検討会では、デジタル空間以外の情報チャンネルも含めた議論はしておりませんので、今回のとりまとめ(案)に記載することはできません。</p> <p>②頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>また、御指摘の点の記載については、「人々が多様な情報を摂取しながら自律的な意思決定を行う機会を奪い、ひいて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」及び「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」が妨げられる結果を防ぐべく、情報伝送過程において、利用者データの適正な収集・利活用が確保され、その結果、個人の認知領域への侵襲に伴う弊害抑止を含め、個人のプライバシーが保護されることが重要である」を</p> |

| | |
|--|--|
| | 「人々が表現の自由を行使するための基盤を確保するためにも、情報伝送過程において、利用者データの適正な収集・利活用が確保され、その結果、個人のプライバシーが保護されることが重要である」に修文します。 |
| 意見 5-1-7 | 考え方 5-1-7 |
| <p>情報伝送に関わるステークホルダーの意図的な取り組み(コンテンツモデレーション等)に対して透明性と説明責任を負うべきことには多に賛同する。一方で、情報伝送の途中で悪意ある外部犯・内部犯から情報の改ざんやなりすましを防ぐという、「情報伝送PF事業者は情報セキュリティに関する最大限の努力を行うべき」という理念も盛り込んで良いのではないか。</p> <p style="text-align: right;">【TIS株式会社】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、いただいた御意見については、情報流通過程全体に共通する高次の基本理念のうち、安心かつ安全で信頼できる情報流通空間としてのデジタル空間の実現として、「デジタル空間は、その中における情報の発信・伝送・受信という流通過程全体を通じ、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、可用性が保たれた、安全(Secure)かつ強靱な情報流通空間であることが重要」としており、とりまとめ(案)においてその趣旨は含まれていると考えます。</p> |
| 2. 各ステークホルダーに期待される役割・責務 | |
| 意見 5-2-1 | 考え方 5-2-1 |
| <p><u>◎ファクトチェックの推進に関する伝統メディアの役割・責務の記述について</u></p> <p>デジタル空間の健全性確保に寄与するために、他のステークホルダーと連携・協力することに関しては、異存はない。ただし、これまでも申し述べてきた通り、ファクトチェックという語句に対する共通認識が形成されないまま、対象を「ファクトチェックの推進」に特定して「伝統メディアに期待される役割・責務」を、とりまとめ(案)に盛り込むことには慎重であるべきだと考える(P.292)。「報道機関の役割・責務」は、正確で公正な情報を発信していくこと、社会に大きな影響を与えかねないテーマについて検証・報道していくことである。新聞協会の会員社は、政権等の権力に対しては日々検証・報道している。また、不確かな情報が社会に重大な影響を与えかねない際は、報道の役割を果たすため、積極的に真偽検証に取り組んでいる。</p> | <p>とりまとめ(案)ではファクトチェックの定義を置いていませんが、「ファクトチェック」には、伝統メディアが「正確で公正な情報を発信していくこと、社会に大きな影響を与えかねないテーマについて検証・報道していくこと」も含んでいると考えます。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>検討会の会合では構成員から、報道活動上の真偽検証と、厳格な意味でのファクトチェックは違いがあるとの発言もあった。その後の議論でも、ファクトチェックの定義について十分な合意形成がなされたとは言えない。議論がつくされたとは言えない中、伝統メディアが「ファクトチェックの推進」に責務を負うかのような表現には違和感を覚える。無数に存在する偽・誤情報に対してデジタル空間の健全性を保つには、それらの流通をも容易にする場の提供をビジネスにし、収益を得ているPF事業者が主体的に対応しなければ、根本的な解決にはつながらないと考える。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | |
| <p>意見 5-2-2</p> | <p>考え方 5-2-2</p> |
| <p>・「誹謗中傷、海賊版、違法アップロードや偽・誤情報等をはじめとする違法・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情報の削除、アカウント停止・削除」などをプラットフォーム事業者の役割・責務とする記述に賛同します。</p> <p>・放送番組をプラットフォーム上に許可なくアップロードして公開することは違法です。原案に加え、①プラットフォーム事業者には放送事業者をはじめとする権利者からの削除要請に速やかに対応する責務があること、②明らかに違法なコンテンツがアップロードされた場合は権利者からの削除要請を待たずに削除する責務があること、③そもそもユーザーが違法なアップロードやその利用を行わないようプラットフォーム事業者自身が行き届く責務があること——を明確に記載するよう要望します。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、頂いた御意見については、既に「違法アップロード」への対応はプラットフォーム事業者の役割・責務としています。</p> <p>具体的にどのような対応をプラットフォーム事業者がとるべきかについては、被害者救済と表現の自由とのバランスを踏まえ、情報伝送PF事業者において適切に対応がなされることを期待します。また、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 5-2-3</p> | <p>考え方 5-2-3</p> |
| <p>「マルチステークホルダーによる連携・協力を推進するため利用者団体・消費者団体、情報伝送PFサービスの利用者や消費者を含む市民団体に対し適切な支援を行うこと」に賛同します。</p> <p>消費者団体は、経済基盤だけでなく、最新のデジタル技術に対する情報や知識が不足しています。国を挙げてデジタル化を進めている現在、草の根的な活動をしている消費者団体を含め、多方面の支援が行われることに期待します。</p> <p>「誹謗中傷、海賊版、違法アップロードや偽・誤情報等の違法・有害情報の流通・拡散に対し、利用者団体・消費者団体等と連携・協力して対応するとともに、主に警察当局において、法と証拠に基づき迅速かつ確実に対応すること」に賛同します。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

しかし、実際に警察に訴える場合、被害者からの被害届が必要であり、一般の消費者にはハードルの高いものです。また、被害者が被害に気づくまでのタイムラグもあり、証拠保全も課題があると考えられます。法の整備によりこれらの課題が解決されることを期待します。

デジタル広告は、従前のメディア広告と比べてはるかに費用負担も少なく広告を発出できるようになっており、一部の事業者によるアドフラインドの問題も出てきています。

デジタル広告主に対し、ブランドセーフティの重要性を理解させ、リスク軽減のために納得して適切な費用負担をするよう動機づけることが必要です。広告仲介DPF事業者やパブリッシャーによる正確な情報提供及び、広告主の主体的取組を期待します。

「情報伝送 PF サービスの利用者や消費者を含む市民社会のリテラシー向上に向けた支援を行うこと」に賛同します。

当協会は、市民社会のリテラシー向上のための講演会講師等を一定数確保しています。各地で広く講演会等が実施されるよう、地方公共団体を支援するような施策を希望します。

「政府や事業者等の他のステークホルダーの取組について、それらの透明性が確保されていることを前提として、モニタリングすること」に賛同します。

利用者団体・消費者団体によりモニタリングした結果等を、政府や事業者等にフィードバックする機会の創出を希望します。

「違法・有害情報の流通・拡散に対し、利用者・消費者からの相談等を通じ、地方公共団体等と連携・協力すること」に賛同します。

当協会にも利用者・消費者からの相談等を受ける体制がありますが、地方公共団体等は相談情報共有等に関して閉じており、地方公共団体等と連携・協力する制度やシステムがありません。相談情報共有等に関して連携・協力できる制度やシステムを希望します。

【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】

意見 5-2-4

考え方 5-2-4

| | |
|--|--|
| <p>・「情報伝送PF事業者」にはニュースプラットフォームやCGMサービス、検索等の様々な性質のプラットフォームが含まれるところ、期待される役割や責務はプラットフォームサービスの性質に応じて異なるうえ、当該性質によっては、本項目に列挙されているような対策を求めることが事実上不可能であったり、必ずしも有効とはいえない施策が含まれる可能性があるものと思料。</p> <p>・例えば、コンテンツモデレーションの具体例としてラベルの付与や表示順位の低下がとりまとめ(案)中で挙げられているが、これらの措置を検索サービスにおける膨大な自然検索結果に対して実施することは事実上困難であると想定されるほか、公共性・中立性が求められる検索サービスの性質にはなじまないとも考えられる。</p> <p>・このような検討を行うにあたり、「情報伝送PF」という概念が広範すぎると考えられることから、各種プラットフォームサービスの性質の差異を考慮し、適切な概念設定を行ったうえで、有効かつ適切な施策について慎重な検討をお願いしたい。</p> <p style="text-align: right;">【LINEヤフー株式会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 5-2-5</p> | <p>考え方 5-2-5</p> |
| <p>■(情報伝送PF事業者は)「誹謗中傷、海賊版、違法アップロードや偽・誤情報等をはじめとする違法・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情報の削除、アカウント停止・削除、表示順位の低下、情報発信者の信頼性等を見分けるためのラベル付与、収益化の停止等、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を含め、情報流通の適正化について一定の責任を果たすこと」と記載されたことは極めて適切です。</p> <p>■P126にも記載されている通り、現在「数多くのテレビ番組・ラジオ番組が違法にアップロードされ、(中略)日本のコンテンツ制作のエコシステムが大きく棄損されつつある状況」であり、これら違法なコンテンツの削除要請に放送事業者は膨大な人的・時間的コストを割いています。違法コンテンツの抑止は、まずはPF事業者が負うべき責務であり、違法コンテンツによって結果的にPF事業者が広告収入を得ることや、有料契約への誘因となることは絶対にあってはならないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社フジテレビジョン】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 5-2-6</p> | <p>考え方 5-2-6</p> |
| <p>(3)主として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</p> <p>① 情報伝送 PF 事業者に期待される役割・責務</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討</p> |

災害発生時には多くの方が混乱します。その混乱に乗じて情報伝送プラットフォームで発信される偽情報・誤情報によってさらに混乱することは、これまでに何度も見てきています。また、詐欺的な広告によって消費者が誤認して被害に遭ったり、なりすまし等により利用者が財産的被害に遭っているのは、情報伝送プラットフォーム事業者自身が消費者に提供している広告や情報が原因であることを認識すべきことと考えます。情報伝送プラットフォーム事業者は、今や公的なインフラとなっていることを理解し、示された役割・責務を果たすためにしっかりと対応することを求めます。

②広告仲介 PF 事業者その他のデジタル広告関連事業者に期待される役割・責務

広告仲介プラットフォーム事業者、広告会社における対応として、行き過ぎたアテンション・エコミーを解消するための対応を要望します。広告の内容や広告配信先メディアの質を十分に確認し、不適切な広告内容や配信方法である場合には配信しない等の仕組みを早急に取り入れていただく必要があります。また、利用者データの収集にあたっては、利用者のプライバシーに配慮し、適切な利活用、広告ターゲティングを行う場合における透明性・アカウントビリティ及びコントローラビリティを確保することを強く求めます。そして、広告仲介プラットフォーム、広告会社に、利用者が通知できる苦情受付窓口を設置する。さらに、苦情が多いにも関わらず、広告会社が適切に対処しなかった場合の措置も検討することを要望します。

最後に

デジタルプラットフォームの検索サービスや広告サービスにおいては、「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」のもとに取引の透明性を高めると同時に、不適切な広告の削除、悪質な事業者の排除のための取り組みにさらに注力いただきたいと思います。また、SNS も「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」の適用対象とするよう改正を検討する、もしくはデジタル時代の消費者問題に対応するよう新たな法制度を整備することが必要と考えます。偽情報・誤情報、デジタル広告、デジタル勧誘のトラブルから身を守るためには、消費者教育、インターネットリテラシー教育だけでは防ぎきれない状況です。社会全体の制度整備や事業者の自主的取組みを緊急に行うこと、ICTリテラシーの向上のための教育・啓発を常に継続していくこと、そして、利用者がデジタル空間で何がおこっているかを知ることがまずは何より重要だと考えます。本協会としても、さまざまな年代におけるインターネットリテラシー教育・啓発に努め、各ステークホルダーと連携していく所存です。

の際の参考とされるものと考えます。

| 【公益社団法人 全国消費生活相談員協会】 | |
|---|--|
| <p>意見 5-2-7</p> <p>偽・誤情報との戦いは、コンテンツの適正化だけでは達成されず、意識向上プログラムやファクトチェック、さらには学術的な研究を奨励することによっても達成されることは、決して見逃してはならない重要な事実です。本報告書案はマルチステークホルダーによるアプローチの重要性を説きますが、真に重要なのはこうしたホリステックなアプローチです。</p> <p>デジタル空間の情報流通の健全性確保において、ファクトチェックの必要性は今後ますます重要となってきますので、ファクトチェック関連団体が安定的に運営できる環境づくりを進める必要があります。</p> <p>ファクトチェック関連団体に期待される役割・責務において、「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を確立すること」とされ、また、情報伝送 PF 事業者にも期待される役割・責務において、「ファクトチェック関連団体への支援・連携等を通じ、ファクトチェックを推進すること」とされています。</p> <p>292 ページに記載されているとおり、持続可能なファクトチェックのためのエコシステムは、社会全体で構築していく必要があるものであり、ファクトチェック関連団体への財政的な支援については、PF 事業者の支援もさることながら、それだけにとどまらず、様々な主体が自主的に寄付を行い、社会全体で支えられる環境づくりが必要であると考えます。</p> <p>なお、情報伝達 PF 事業者によるファクトチェック団体への財政支援については、ファクトチェックされる情報を掲載するプラットフォーム側がファクトチェックする側を支援するという点で、公平性について賛否両論あると理解しており、政府として積極的に推奨するべきではないのではないかという点についても、留意する必要があると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 5-2-7</p> <p>御指摘のとおり、情報伝達PF事業者によるファクトチェック団体への財政支援については、ファクトチェックされる情報を掲載するプラットフォーム側がファクトチェックする側を支援するという点で公平性について賛否両論あるということをも踏まえ、ファクトチェックの公平性・中立性に留意しつつ、ステークホルダーによる取組が進められることを期待します。</p> |
| <p>意見 5-2-8</p> <p>・伝統メディア(放送、新聞等)に期待される役割・責務として、「情報伝送 PF 事業者・広告仲介 PF 事業者、ファクトチェッカー・ファクトチェックを専門とする機関・ファクトチェック推進団体、クリエイター、消費者を含む市民社会や地方公共団体等の他のステークホルダーと緊密に連携・協力すること」、「憲法の保障する報道の自由の下で、これまで担ってきたジャーナリズム機能を発揮しつつ、新たなデジタル空間のあり方に対応した積極的な取り組みを適切に進めること」、「政府や事業者等の他のステークホルダーの取組について、それらの透明性が確保されていることを前提として、モニタリングすること」——が列挙されています。</p> | <p>考え方 5-2-8</p> <p>頂いた御意見については、表現の自由の基盤を確保するという観点等から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>・伝統メディアにおいても、情報流通の健全性確保に向け、重要な役割を担うべきものと考えますが、その役割・責務に関して、今後、具体化等を検討するに際しては、表現の自由、報道の自由を最大限に尊重し、政府・行政機関による不当な規制・介入にならないよう強く要望します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | |
| <p>意見 5-2-9</p> | <p>考え方 5-2-9</p> |
| <p>SNS が海外事業者に寡占されている現状は、経済安全保障上の懸念があるのではないか。政府はそれに対して何らかのアクションを起こすべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">【TIS 株式会社】</p> | <p>頂いた御意見は、今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 5-2-10</p> | <p>考え方 5-2-10</p> |
| <p>SNS が重要な情報収集源となっている昨今、(プロの発信者として訓練されていない)一般の利用者も情報発信のステークホルダーになる。一般の SNS 利用者も情報発信に関わるステークホルダーとして明確に識別し、例えば以下のような役割・責務を期待するべきではないか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・偽・誤情報の拡散に加担する場合もあることを理解し、信頼できる情報源から得た情報であることを確認してから情報を発信すること ・「インターネットでの発信は匿名なので何を発言しても大丈夫」のような誤った考えを持たず、発信した情報には責任を持つこと ・情報伝送 PF サービスの本人確認機能を活用し、自らの発信に責任を持てるようにすること <p style="text-align: right;">【TIS 株式会社】</p> | <p>御指摘のとおり、一般の SNS 利用者も情報発信に関わるステークホルダーです。御指摘を踏まえ、⑥の「その他の制作・発信主体に期待される役割・責務」を以下のとおり修文します。</p> <p>「一般の SNS 利用者やその他の制作・発信主体に期待される役割・責務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・偽・誤情報の拡散に関与してしまう場合もあることを理解し、信頼できる情報源から得た情報であることを確認してから情報を発信すること ・「インターネットでの発信は匿名なので何を発言しても大丈夫」のような誤った考えを持たず、発信した情報には責任を持つこと」 |
| <p>意見 5-2-11</p> | <p>考え方 5-2-11</p> |
| <p>自らの情報伝送 PF サービスを利用する一般の利用者は情報の発信者でもあるのだから、利用者が自らの身元をいつでも容易に確認させる方法、及び身元が確認されている利用者が発信した情報であることを明示するように促すべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">【TIS 株式会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>意見 5-2-12</p> <p>指摘に異論は無い。「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を確立すること」については、更に努力が必要と考えている。基本的には、広く薄く市民から支援を得ることが重要。プラットフォームからの支援も否定はしないが、億単位の資金を1事業者から得る形は健全ではない。それに、実際には必要ではない。それ自体が不正の温床となる懸念もぬぐえず、インファクトでは全国の大学にファクトチェッククラブを作ってそこでファクトチェックに取り組む学生を育てるなど、ファクトチェックのすそ野を広げる取り組みを重視している。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>考え方 5-2-12</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 5-2-13</p> <p>左記引用部分は、別紙 P.326～333「3. 偽・誤情報に対するコンテンツモデレーションの実効性確保に向けた方策」の記述からして、政府・地方公共団体が、偽・誤情報の削除を含む対応(コンテンツモデレーション)をPFに要請等をするを指しています。政府が使用する「要請」という言葉は強制力を持つ場合も指摘されています。政府による偽・誤情報の削除の要請を含む上記表現は再考を求めます。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ】</p> | <p>考え方 5-2-13</p> <p>頂いた御意見を踏まえ、P256「①政府に期待される役割・責務」及びP257「②地方公共団体に期待される役割・責務」を「情報伝送PF事業者や広告仲介PF事業者をはじめとする民間部門との間で、偽・誤情報等の流通への対応に関して適切なコミュニケーションを行い、その透明性・アカウントビリティを確保すること」に修文します。</p> |
| <p>意見 5-2-14</p> <p><意見1></p> <p>「協議会の設置」に関しては、独立した第三者機関を早期整備し、問題ある偽・誤情報に対する即時削除・アカウント停止などの具体的措置をとること。</p> <p><意見2></p> <p>「協議会」による削除勧告、被害者救済措置の仕組みを明記すること。</p> <p><意見3></p> <p>地方自治体レベルで、差別的言動についての削減を求めるなどのネットモニタリングの強化・拡充・充実のための予算措置を行うこと。</p> <p><意見4></p> <p>ネット上の部落差別の解消へ、整備される「協議会」に、被差別当事者団体の意見等を反映する場と機会を構築すること。</p> | <p>考え方 5-2-14</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

3. 災害発生時に各ステークホルダーに期待される役割・責務

意見 5-3-1

災害時の誤情報は、人命に関わる問題です。DPF事業者は、利用規約等に則った対応だけではなく、偽・誤情報は迅速に削除する仕組みを構築することを希望します。
 (例:社会的に信用できるファクトチェックを行う団体とホットラインを持ち、当該団体からの情報に基づき、偽・誤情報は即座に削除するような仕組み)

【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】

考え方 5-3-1

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

意見 5-3-2

自然災害、特に地震がいつ発生するかを予測することは誰にもできません。さらに、自然災害の規模は様々であり、とりわけプラットフォーム上のユーザーの行動は予測できません。プラットフォームは十分な知識を備えておらず、そもそも現場で何が起きているのかについて、真実のソースを持っているわけではありません。これらの理由から、プラットフォームは災害状況に特化したポリシーを策定するのに適してはいません。
 人々が知るべき情報を修正し、広めることができる信頼できる存在は、政府又は災害対応に当たる専門機関です。災害時を想定し政府が行うべきことは、正しい情報広め、誤った情報を修正し、人々に必要な情報を伝えるためにどのようにプラットフォームを利用できるかを検討し、プラットフォームと如何に協力することができるかを第一義的に考えるべきです。

【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】

考え方 5-3-2

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

意見 5-3-3

災害発生時にはトランザクションが爆発的に増加することを念頭に、平時と災害発生時には以下のような役割・責務を期待すべきではないか。
 平時)災害発生時の負荷に耐えられるように自動増強される情報インフラの構築
 災害発生時)災害発生時に有用な情報発信をブロックせず、かつ利用者がスムーズに有用な情報を受信できる情報インフラの構築

【TIS株式会社】

考え方 5-3-3

「自動増強される情報インフラ」の具体的な中身が不明なため、役割・責務に追加することは困難と考えます。また、「災害発生時に有用な情報発信をブロックしない」ということについても、実際にそれが実施可能かどうか、そもそも有用とは何かなど、不明な点が多く、役割・責務に追加することは困難と考えます。

| | |
|---|--|
| <p>意見 5-3-4</p> <p>動画の検証ソフトなど、こうしたコンテンツの開発には政府の支援が必要だと考えている。産学官がファクトチェックを支援することがあり得るとすれば、その点になる。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>考え方 5-3-4</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 5-3-5</p> <p>地震のいつ起こるか分からないというその性質上、有事に際し情報の受け手に対し何を期待し、そのためにどのような情報を発信するべきか、具体的に煮詰め官民共に認識をすり合わせるような機会を早急に作るべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【X (Twitter Japan株式会社)】</p> | <p>考え方 5-3-5</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <h2>第5章 自由記載</h2> | |
| <p>意見 5-4-1</p> <p>・ 左記①については、高次の基本理念として表現の自由と知る権利の重要性を掲げている。しかし、本とりまとめ(案)においては、様々なプラットフォームが国民の表現の自由や知る権利に貢献しているプラスの側面や、本とりまとめ(案)で検討している規制を実施することによってそれらのプラットフォームの事業者ひいては国民の表現の自由や知る権利に及ぼす悪影響について十分な検討がされないまま、一部のプラットフォームで起きている断片的なマイナス事例のみを取り上げて、新たな規制の必要性を所与の前提として議論がされている。</p> <p>・ 左記②のいわゆる「アテンション・エコノミー」に関する抽象的・理論的な懸念や議論は、情報空間における情報の「モデレーション」という表現の内容規制の根拠としては不十分である。なぜなら、表現の自由に対する萎縮効果を生じさせる規制の根拠に関しては極めて慎重に、確たる立法事実を積み上げて議論され、必要最小限度のものとされるべきであり、仮に抽象的・理論的な枠組みを援用するにしても、その妥当性等について極めて慎重に検討する必要があるところ、上述の通り、ここでの議論の妥当性に疑義があるからである。</p> <p>・ 左記③について、ここではマルチステークホルダーによるアプローチを基本理念の一つとして掲げているが、その有効性やその妥当する範囲が不明である。特に、この基本理念においては「ガバナンスの在り方についての議論に安定的かつ継続的に関与できる枠組みを確保することが重要」といいつつ、別紙第3章では、マルチ</p> | <p>考え方 5-4-1</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>ステークホルダーの協議会に一定の規制権限を付与する(すなわちガバナンスを実際に担う)ことが提案されており、制度設計が基本理念から逸脱していることは大きな問題である。</p> <p>・ 仮に、基本理念としてこれを残すのであれば、このアプローチが有益である理由および範囲についての議論を深めるべきであるし、後述するように、別紙での「協議会」についての制度設計には問題が大きいため、この基本理念を如何に制度設計に反映するかについては、そのような議論を踏まえてゼロベースで再検討することを求める。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 5-4-2</p> | <p>考え方 5-4-2</p> |
| <p>■基本的な考え方として、「①社会全体で対応する枠組みとして、信頼性のある情報の流通促進」を掲げたことに賛同します。取材・編集に裏打ちされた情報を発信し続けている報道機関として、デジタル空間においてもその役割を担うことの重要性を認識しています。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社フジテレビジョン】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>第6章 総合的な対策</p> | |
| <p>1. デジタル空間における情報流通を巡るリスク・問題への対応の基本的な考え方</p> | |
| <p>意見 6-1-1</p> | <p>考え方 6-1-1</p> |
| <p>この草案では、誤情報、偽情報、なりすまし広告の問題が一緒に扱われていますが、これらはそれぞれ異なる問題であり、プラットフォーム運営者の観点からは、コンテンツの監視に対して異なるアプローチが必要となります。建設的な議論を行うためには、すべての利害関係者がこれらの違いを認識することが不可欠であると考えます。偽情報とは、政治的またはその他の目的(必ずしも金銭的な動機とは限らない)で意図的に虚偽の情報を拡散させる行為です。これらは、国家機関などの個人による組織的な集団による行為であることが多く見られます。なりすまし詐欺も同様に、組織化された悪質な行為者によって引き起こされることが多いですが、その動機は、他人を誤解させたり欺いたりするためにユーザーの身元を偽ることです。</p> <p>詐欺師たちは、あらゆるプラットフォームを利用して人々をだまし、常に法執行機関の取締りを逃れるように変化して行きます。弊社は検知テクノロジーに投資し、法執行機関と情報を共有することで、詐欺師を追及でき</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

るようにしています。詐欺や詐欺行為には様々な形態があります。Meta(および他のプラットフォーム)に見えるのは、詐欺行為の一部にすぎません。例えば、詐欺師はソーシャルメディアや出会い系アプリを使ってターゲットと接触(やりとり)することがありますが、多くの場合、詐欺の活動はそれよりずっと前から始まっています。こうした行為者は、当社のプラットフォームと関連のないアカウントを作成したり、他のプラットフォームに移動して資金移動を実行したりすることがよくあります。

Metaでは、偽情報を「人々を欺くために意図的に共有される虚偽の情報」と定義しています。敵対的な脅威行為者が、偽アカウントの使用を含む不正な手法を用いて、偽情報を拡散したり、世論に影響を与えようとする場合、それはMetaが定義する「組織的な不正行為」に該当します。このような行為は、Metaのポリシーに違反するものであり、欺瞞を目的としたより大規模で巧妙な行為に準じて、より厳格で個別的な対応が取られます。

不真正な行為は、しばしば公共または政治的な内容に関連付けられていますが、弊社は選挙に関連する不真正な行為の防止に尽力しています。これらの執行措置および基準は、政治的な内容か否かに関わらず適用されます。このポリシーは、弊社のサービスにおける議論や話し合いの信憑性を保護し、人々が交流する人々やコミュニティを信頼できる空間を作り出すことを目的としています。

一方、誤情報は、それが誤りであることを認識していない人々によって共有されることが多い虚偽の情報です。したがって、誤情報は、当社のコミュニティ規定で言及されている他の種類の言論とは異なります。なぜなら、禁止されているものの包括的なリストを作成する方法がないからです。世界は常に変化しており、ある時点では真実であったことが、次の瞬間には真実でなくなることがあります。また、人々は自分を取り巻く世界について異なるレベルの情報しか持っていないため、真実ではないことを真実であると信じている場合もあります。

「誤情報」を単純に禁止するポリシーは、当社のサービスを利用する人々にとって有益な通知とはならず、また、当社が完全な情報へのアクセス権限を有していないため、実施不可能です。

その代わりに、当社のポリシーでは誤情報のさまざまなカテゴリーを明確にし、当社が誤情報を見つけた場合の対応について明確な指針を提供しようとしています。差し迫った身体的危害のリスクに直接的に寄与する可能性が高い誤情報は削除します。また、政治プロセスの機能に直接的な支障をきたす可能性が高いコンテンツも削除します。これらのカテゴリーにおける誤情報の定義を決定するにあたり、当社は、コンテンツの真実性や、それが直接的な差し迫った危険のリスクに直接的に寄与する可能性の有無を評価する知識と専門性を有する独立した専門家と提携しています。これには、例えば、現地に存在する人権団体と提携し、内戦に関

| | |
|---|--|
| <p>する噂の真実性を判断することが含まれます。</p> <p style="text-align: right;">【Facebook Japan 合同会社】</p> | |
| <h2>2. 総合的な対策(別紙以外)</h2> | |
| <p>意見 6-2-1</p> | <p>考え方 6-2-1</p> |
| <p>◎<u>ファクトチェックの推進に関する伝統メディアの役割・責務の記述について</u></p> <p>また、第6章「総合的な対策」の「人材の確保・育成」では、「伝統メディアに期待される役割・責務」として、「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、偽・誤情報等の検証報道・記事や偽・誤情報等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を発信する」人材の確保・育成などと記されている(P.288)。新聞協会の会員社は、各社の報道方針に従ってそれぞれの資源を投じて人材を確保・育成しており、一定の方向付けを伴う人材育成に責務を負うかのような表現を使うことは適当ではないと考える。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | <p>御指摘のとおり、一定の方向付けを伴う人材育成に責務を負うかのような表現を使うことは適当ではないため、削除します。</p> |
| <p>意見 6-2-2</p> | <p>考え方 6-2-2</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 情報流通の健全性において、その情報やコンテンツの真贋性が問われています。特に、生成AIの出現により、偽情報・誤情報の生成が複雑化していることから、情報の確からしさを示す技術的なアプローチが重要です。 ・ また、生成AIの基盤モデルの能力のほぼ半分以上はデータのクオリティに依存することから、インターネットをはじめとする情報流通の上流にあたる発信者側のデータガバナンスの在り方についてAIガバナンスと融合する形で議論していくことが望ましいと考えます。 <p>そのため、情報発信側PF事業者への制度的対応を求めるのと同時に、PF事業者が技術的アプローチによる対策が行えるよう、官民一体となった支援策が必要と考えます。その一環として、官民の知見を集めた技術の研究開発・実証の促進は重要であり、この点について賛同します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 偽情報・誤情報へ対策は、社会不安の防止、経済活動への影響、そしてサイバーセキュリティの強化に通ずる、言わば、広く国民の安心・安全を守るものであり、政府が一体となった取り組みが必要と考えます。その観点から、以下の政府事業についても本とりまとめ内で言及することを提案します。 | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、ご紹介いただいた事例は、本検討会では紹介されていない事例ですので、今回のとりまとめ(案)には追加しないこととさせていただきます。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>●事業名：経済安全保障重要技術育成プログラム／偽情報分析に係る技術の開発／偽情報の検知・評価・システム化に関する研究開発経済安全保障重要技術育成プログラム／偽情報分析に係る技術の開発／偽情報の検知・評価・システム化に関する研究開発</p> <p>●概要：政府は、経済安全保障強化に向けた「K Program」の一環として、NEDO の「偽情報分析に係る技術の開発」事業（委託事業者：富士通株式会社）を実施、生成 AI などによる偽情報の増加に対応する、偽情報対策システムの研究開発を行う。本事業では、SNS 投稿などの情報に含まれる文章、画像、音声、動画が、生成 AI 等によって作られたかどうかの作為性の判断をするとともに、インターネット上の様々な根拠を収集して、整合性や矛盾を分析することで、総合的な偽情報対策システムを構築します。これにより、偽情報対策の社会基盤を整備し、日本の経済安全保障強化に貢献していくものです。（実施予定先：富士通株式会社）</p> <p>[プレスリリース]</p> <p>・経済安全保障重要技術育成プログラム」で偽情報の分析に係る技術の開発に着手 —複数の根拠から真偽判定を支援する偽情報対策システムの開発を目指す— (NEDO、2024 年 7 月 19 日) https://www.nedo.go.jp/news/press/AA5_101763.html</p> <p>・フェイクニュースの社会課題を解決する偽情報対策システムの研究開発を加速 「経済安全保障重要技術育成プログラム」にて採択 (富士通、2024 年 7 月 19 日) https://pr.fujitsu.com/jp/news/2024/07/19.html</p> <p style="text-align: right;">【富士通株式会社】</p> | |
| <p>意見 6—2—3</p> | <p>考え方 6—2—3</p> |
| <p>「負担」という言葉において意味するものが不明確に思われる</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>頂いた御意見を踏まえ、修正します。</p> |
| <p>意見 6—2—4</p> | <p>考え方 6—2—4</p> |
| <p>誤記ではないかと思われる。 「以上を踏まえると、「おすすめ・フィルターバブル」と修正すべき</p> | <p>冗長性を排除する観点から、「以上を踏まえると、「おすすめ・フィルターバブル」や「フィルターバブル」の認知度が必</p> |

| | |
|---|---|
| <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>ずしも高くない日本において」を「以上を踏まえると、日本においてはデジタル空間における情報流通の仕組みに関する知識が、諸外国と比較しても相対的に不足しており…」に修正します。</p> |
| <p>意見 6-2-5</p> | <p>考え方 6-2-5</p> |
| <p>「これまでも、情報流通の各段階(発信、伝送、受信)に関わる様々なステークホルダーがそれぞれ取組を行っています。しかしながら～…全体的に把握・調整することが急務である」について、誰が全体的に把握・調整すべきものなのか、そもそも向かうべき方向性を定める必要があるのか疑問に思います。健全性検討会でも、これまで議論がなされてこなかったものと思料。すぐ上のパラ(多様なステークホルダーが一丸となって、)という内容が記載されており、詳細は今後議論していくということであれば、このパラは削除すべきなのではないでしょうか。</p> <p>毎年3月31日を「プレバンキングデー(仮称)」として設定するとともにこの記載があるが、各ステークホルダーとの調整をした上での話なのではないでしょうか。そうではなくて、調整もしていないまま特定の日を設定しているとすれば、それは妥当ではないと考えます。また、エイプリルフールというのはイスラム圏では存在しない風習であり、国際的に説明がつかないものも疑問があります。よって、同パラの三行目に「普及啓発・リテラシー向上に関する取組を拡大・強化していくことが必要である。」とありますので、そこでパラを打ち切るのはいかがでしょうか。</p> <p>同趣旨で、(5)国際連携・協力②国際連携・協力に関する具体的な方策(ア)普及啓発・リテラシー向上・人材育成の国際連携・協力の2パラ目”普及啓発・リテラシー向上については、例えば、毎年～…」も削除すべきだと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>頂いた御意見を踏まえ、下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象:P285)</p> <p>これまでも、情報流通の各段階(発信、伝送、受信)に関わる様々なステークホルダーがそれぞれ取組を行っている。しかしながら、限られた時間、予算や資源をより有効に活用し、効果を最大限に発揮するためには、対象者、取組内容、レベル感、得られる効果や継続性の確保等について、全体的に把握・調整することが急務である。まず、国民全体のリテラシーの状況、デジタル空間における情報流通を巡るリスク・問題や、新たな技術やサービスの進展・普及の動向等を踏まえて、向かうべき方向性を定めることが必要であるとともに、情報伝送PF事業者、電気通信事業者や普及啓発機関等においては、それらに期待される役割・責務を踏まえ、例えば、コンソーシアムのような形で自主的に連携・協力し、普及啓発教材の更新、教える人材の確保・育成を含む施策の全体調整、効果の把握等を行うことが求められる。</p> <p>また、「プレバンキング」や「デバンキング」については、検討会で議論された概念であり、普及啓発・リテラシー向上の取組を進める上で、有用な概念であると考えます。</p> |

| | |
|----------|---|
| | <p>ただし、御指摘のとおり、「プレバンキングデー」設定の必要性等については、丁寧に関係者と議論を進めていく必要があるため、とりまとめ(案)からは下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象)</p> <p>(P285)具体的には、現在、毎年4月1日にエイプリルフールがあり、その翌日の同2日については、IFCNにより、世界中の人々に正確な情報やファクトチェック等の大切さを呼びかけるとともに、ファクトチェック団体等の活動を応援するためのイベント開催等が行われる「国際ファクトチェックデー」として定められているが、プレバンキングによる対応も含める観点から、これらに加え、例えば、毎年3月31日を「プレバンキングデー(仮称)」として設定するとともに、毎年3～4月を普及啓発・リテラシー向上のための取組月間として、民産学官のマルチ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適当である。その際、普及啓発・リテラシー向上のための技術やサービスの開発・実証による社会実装を推進することも重要である。</p> <p>(P303・304)普及啓発・リテラシー向上については、例えば、毎年3～4月を普及啓発・リテラシー向上のための取組月間として、民産学官のマルチ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に当たり、毎年3月31日を国際的な「プレバンキングデー(仮称)」として提案しつつ、民産学官における様々なレイヤーでのマルチステークホルダーによる国際的な連携・協力も推進していくことが重要である。</p> |
| 意見 6-2-6 | 考え方 6-2-6 |

| | |
|--|--|
| <p>「さらに・・・」の параは、前段と後段が繋がっていないため、削除するべきではないかと考えます。違法不当な広告を掲載されたメディアの信頼性低下、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というのは、別の場所でも議論されているため、ここでも記述をする必要性はないと思われます。</p> <p style="text-align: center;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>頂いた御意見を踏まえ、下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象)</p> <p>さらに、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がある。これを踏まえると、ファクトチェックを専門とする機関を含むファクトチェック関連団体との連携・協力の可能性も視野にいれつつ、ブランドセーフティ等のための情報伝送PF事業者や広告仲介PF事業者による情報共有等の取組を推進することが適当である。</p> |
| <p>意見 6-2-7</p> | <p>考え方 6-2-7</p> |
| <p>「なお、普及啓発・リテラシー向上に関する取組の実施に当たっては、とりわけ、高齢者に対する一定の配慮が必要である。」に賛同します。高齢者でこれまでリテラシーについて学ぶ機会がなかった方にとって、インターネットやリテラシーを理解するのは簡単ではありません。繰り返し学習し続けるために、高齢者の居住地の公民館などの施設で気軽に足を運び学ぶことができる機会の創出を望みます。</p> <p>「ファクトチェックの社会的な認知度を向上させるための環境づくりを一層推進していくことが適当である。」に賛同します。</p> <p>合わせて、P.107『(1)いわゆる「ファクトチェック」の内容』にあるように「ファクトチェック」については、統一的な定義がなく、多義的な内容となっている現状は推進の障壁となる可能性があります。</p> <p>「ファクトチェック」の定義を明確化することを本欄又はp.292の各ステークホルダーの役割・責務に盛り込むことを希望します。</p> <p style="text-align: center;">【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称:NACS)】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、ファクトチェックの定義については、御指摘のとおり、統一的な定義がありませんので、とりまとめ(案)の段階で明確化することはできません。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>意見 6-2-8</p> | <p>考え方 6-2-8</p> |
| <p>・第6章1.(4)で詳述されているようにプレバンキングとデバンキングの両輪による対応の重要性について首肯するところ、その取組に際しては一定程度実効性の期待できる施策が欠かせないものと考えられる。とりわけ国際連携を進めるに当たっては対象地域等の選定は固より施策についても具体的な検討が必須であり、もし「プレバンキングデー(仮称)」のようなイベントを推進する場合にはその必要性なども含め関係者のコンセンサスを丁寧に形成し、各ステークホルダーが主体性を持って参画できるように取り計らって頂きたい。</p> <p style="text-align: right;">【LINEヤフー株式会社】</p> | <p>「プレバンキング」や「デバンキング」については、検討会で議論された概念であり、普及啓発・リテラシー向上の取組を進める上で、有用な概念であると考えます。</p> <p>ただし、御指摘のとおり、「プレバンキングデー」設定の必要性等については、丁寧に関係者と議論を進めていく必要があるため、とりまとめ(案)からは下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象)</p> <p>普及啓発・リテラシー向上については、例えば、毎年3~4月を普及啓発・リテラシー向上のための取組月刊として、民産学官のマルチ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に当たり、毎年3月31日を国際的な「プレバンキングデー(仮称)」として提案しつつ、民産学官における様々なレイヤーでのマルチステークホルダーによる国際的な連携・協力も推進していくことが重要である。</p> |
| <p>意見 6-2-9</p> | <p>考え方 6-2-9</p> |
| <p>「多種多様な一般利用者や広告主が実名・匿名で投稿・出稿する玉石混交のコンテンツやデジタル広告が伝統メディアやプロの書き手・送り手によるコンテンツと混じり合いながら溢れる情報過多の状況となっている。」との記載について、一般利用者のインターネット上の多様な表現活動とニュース、広告は性質を異にするものです。</p> <p>SNSは一般利用者間のコミュニケーションや多様な表現活動が行われる場でもあり、一般利用者による優れたコンテンツも存在しますので、その表現活動としての場の意義や、ニュースや広告との性質の違いを記載せず、悪貨が良貨を駆逐するとすることは、表現活動と場としてのSNSの評価を貶めることとなりますので、より意図が伝わる形に修正いただくことが適当であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>意見 6-2-10</p> | <p>考え方 6-2-10</p> |
| <p>288ページの「総務省においては、リテラシー向上のための教える人材については、次のとおり、一定の取組が進められている一方、デジタル空間における情報流通の健全性を確保するための対応として、ジャーナリズムや取材による検証報道や信頼性のある情報を適時に発信する人材、コンテンツモデレーション人材の確保・育成に関する取組はこれまで必ずしも十分に行われていない状況となっている。」との記載について、原文のままでは「ジャーナリズムや取材による検証報道や信頼性のある情報を適時に発信する人材」及び「コンテンツモデレーション人材」についても総務省が確保・育成の主体であるかのように読めてしまうので、それぞれ主体を明確に記載いただくことが適当です。</p> <p>なお、その前段(287ページ最後のパラグラフ)に記載されている「プラットフォーム事業者ヒアリングの総括では」から始まる記述について、「国内におけるコンテンツモデレーション人材の確保・育成が課題となっている。」ことの理由として、「日本語のコンテンツに対応可能な人数が不透明である」というのは論理的ではありません。コンテンツモデレーションの人材については、②人材育成等に関する具体的な方策(イ)コンテンツモデレーション人材でも述べられているため、削除するべきと考えます。</p> <p style="text-align: center;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>御指摘のとおり、「ジャーナリズムや取材による検証報道や信頼性のある情報を適時に発信する人材」及び「コンテンツモデレーション人材」についても総務省が確保・育成の主体であるかのような誤解を与えないため、「総務省においては」の文言を削除します。</p> <p>また、頂いた御意見を踏まえ、下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象)</p> <p>プラットフォーム事業者ヒアリングの総括では、偽・誤情報ポリシー等への違反に対するコンテンツモデレーション等について、多くの事業者から、投稿の削除や非表示を行った日本国内における全体の件数が回答されているものの、全ての事業者において、投稿の削除以外のコンテンツモデレーション等が行われた日本国内における件数が不透明であるとともに、ほぼ全ての国外事業者において、偽・誤情報ポリシー等違反のコンテンツの検知・対応に従事する人数のうち日本語のコンテンツに対応可能な人数が不透明であり、国内におけるコンテンツモデレーション人材の確保・育成が課題となっている。</p> |
| <p>意見 6-2-11</p> | <p>考え方 6-2-11</p> |
| <p>デジタル空間の情報流通の健全性確保において、ファクトチェックの必要性は今後ますます重要となってきますので、ファクトチェック関連団体が安定的に運営できる環境づくりを進める必要があります。</p> <p>持続可能なファクトチェックのためのエコシステムは、社会全体で構築していく必要があるものであり、ファクトチェック関連団体への財政的な支援については、PF事業者の支援もさることながら、それだけにとどまらず、様々な主体が自主的に寄付を行い、社会全体で支えられる環境づくりが必要であると考えます。</p> | <p>御指摘のとおり、情報伝達PF事業者によるファクトチェック団体への財政支援については、ファクトチェックされる情報を掲載するプラットフォーム側がファクトチェックする側を支援するという点で公平性について賛否両論あるということをも踏まえ、ファクトチェックの公平性・中立性に留意し</p> |

| | |
|---|--|
| <p>なお、情報伝達PF事業者によるファクトチェック団体への財政支援については、ファクトチェックされる情報を掲載するプラットフォーム側がファクトチェックする側を支援するという点で、公平性について賛否両論あると理解しており、政府として積極的に推奨するべきではないのではないかという点についても、留意する必要があると考えます。</p> <p style="text-align: center;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>つつ、ステークホルダーによる取組が進められることを期待します。</p> |
| <p>意見 6-2-12</p> | <p>考え方 6-2-12</p> |
| <p>・総務省においては、「社会全体へのファクトチェックの普及に関する取組を強化・推進することが適当である」としていますが、伝統メディア(放送、新聞等)はこれまでも、取材に基づくファクトチェックを自ら行い、常に公正で正確な報道に努めてきたものと考えます。</p> <p>・ファクトチェック人材の確保・育成が必要だとして、「伝統メディア、ファクトチェックを専門とする機関を含むファクトチェック関連団体、情報伝送PF事業者や教育機関等と連携・協力しつつ、偽・誤情報等の流通・拡散という事例に即した、実践的な演習等を実施することが適当である」と指摘していますが、伝統メディアをはじめ、関連する団体・事業者・機関等に対して、一方的に役割や責務を課すこと、一定の行動を強制すること、取組に対して不当に介入・干渉することはあってはならず、関係者の意見を尊重し、表現の自由に最大限配慮するよう求めます。</p> <p style="text-align: center;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>「実践的な演習等」の実施については、政府が一方的に役割や責務を課すことや一定の行動を強制すること、取組に対して不当に介入・干渉することは想定しておりません。</p> <p>これは、御指摘の文章が、「政府や公共インフラ事業者等においてもこれに対処する人材を確保・育成する必要がある。」に続いていることから誤解を招いたと考えます。</p> <p>訓練の実施主体が政府のように見えるパラである「そのため、例えば、伝統メディア、ファクトチェックを専門とする機関を含むファクトチェック関連団体、情報伝送PF事業者や教育機関等と連携・協力しつつ、偽・誤情報等の流通・拡散という事例に即した、実践的な演習等を実施することが適当である」は削除します。</p> <p>また、「・・・極めて重要で、政府や公共インフラ事業者等においてもこれに対処する人材を確保・育成する必要がある。」を「・・・極めて重要である。」と修文します。</p> |
| <p>意見 6-2-13</p> | <p>考え方 6-2-13</p> |
| <p>情報伝送PFサービスに関する更なる技術の研究開発・実証において、以下のような観点も必要ではないか。(現状の課題)民間事業者がPFに寡占されている現状において、情報発信源の透明性や情報フィルタリングのアカウントリビリティを第三者が客観的に確認しカスタマイズする手段がない。</p> <p>方策案)民間事業者のサービスにもオープン性を取り入れてもらい、利用者の認証認可・本人確認の仕組みやコンテンツモデレーションの仕組み等に対して、3rdPartyが作成したオープンソースのアルゴリズムを受け入</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>当該の動画を見て、模倣した者も出てきている。</p> <p>一方で、この者は、自身でサイトを立ち上げて「被差別部落の識別情報(以下「識別情報の摘示」という。)」を流布している。</p> <p>法務省の内部文書だが、インターネット上での「識別情報の摘示」は部落差別を助長するものとして「削除対象」とされている。</p> <p>該当箇所の内容に関しては、基本的に賛同する。</p> <p>こうした悪質な投稿を繰り返す発信者については「アカウント停止」などの措置を早急に行うべきだ。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | |
| <p>意見 6-2-17</p> | <p>考え方 6-2-17</p> |
| <p>5月10日に成立・公布された「情報流通プラットフォーム対処法」に基づく削除対象となるのは、被害を受けた個人に対する「権利侵害情報」である。今回の検討会で示されている「偽・誤情報」等への対応に関わって、とくに「同和地区」や「被差別部落出身者」など特定の属性に対する偽・誤情報や、人格権侵害につながりかねない言動等を放置することは、偏見・差別意識等と結びつき、ヘイトスピーチやヘイトクライムを引き起こすことにつながることを大いに懸念する。表現の自由とはいえども、削除やコンテンツモデレーション対策の措置を講じるべきである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 6-2-18</p> | <p>考え方 6-2-19</p> |
| <p>私たちは、インターネット上から部落差別を根絶するためには、差別を禁止する法整備が必要と強く求めている。「協議会」の設置に関して「情報流通プラットフォーム対処法」成立の際、附帯決議に盛り込まれた「独立した第三者機関」の整備にむけた第一歩であると積極的に評価し、賛同する。</p> <p>地方自治体段階でも一部では「リテラシー向上」の取り組みやネット上の差別問題に対してモニタリング活動や削除等の相談支援活動等が実施されている。</p> <p>行政・民間が一体となって、ネット上の部落差別をなくすために連携・協力体制を確立し、推進していくことも重要である。地方自治体レベルで「リテラシー向上」等の取り組みを積極的に支援するための財政的措置も必要である。あわせて、当該の行政機関や団体、ネット上の人権侵害をなくそうと活動している当事者団体も、整備が検討される「協議会」において意見を述べることのできるなどの条件整備を求めるものである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>意見 6-2-19</p> <p>5月10日に成立・公布された「情報流通プラットフォーム対処法」に基づく削除対象となるのは、被害を受けた個人に対する「権利侵害情報」である。</p> <p>今回の検討会で示されている「偽・誤情報」等への対応に関わって、とくに「同和地区」や「被差別部落出身者」など特定の属性に対する偽・誤情報や、人格権侵害につながりかねない言動等を放置することは、偏見・差別意識等と結びつき、ヘイトスピーチやヘイトクライムを引き起こすことにつながることを大いに懸念する。</p> <p>表現の自由とはいえども、削除やコンテンツモデレーション対策の措置を講じるべきである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>考え方 6-2-20</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 6-2-20</p> <p>私たちは、インターネット上から部落差別を根絶するためには、差別を禁止する法整備が必要と強く求めている。</p> <p>「協議会」の設置に関して「情報流通プラットフォーム対処法」成立の際、附帯決議に盛り込まれた「独立した第三者機関」の整備にむけた第一歩であると積極的に評価し、賛同する。</p> <p>地方自治体段階でも一部では「リテラシー向上」の取り組みやネット上の差別問題に対してモニタリング活動や削除等の相談支援活動等が実施されている。</p> <p>行政・民間が一体となって、ネット上の部落差別をなくすために連携・協力体制を確立し、推進していくことも重要である。</p> <p>地方自治体レベルで「リテラシー向上」等の取り組みを積極的に支援するための財政的措置も必要である。</p> <p>あわせて、当該の行政機関や団体、ネット上の人権侵害をなくそうと活動している当事者団体も、整備が検討される「協議会」において意見を述べるなど条件整備を求めるものである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>考え方 6-2-21</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 6-2-21</p> <p>私たちは、インターネット上から部落差別を根絶するためには、差別を禁止する法整備が必要と強く求めている。</p> <p>「協議会」の設置に関して「情報流通プラットフォーム対処法」成立の際、附帯決議に盛り込まれた「独立した第三者機関」の整備にむけた第一歩であると積極的に評価し、賛同する。</p> | <p>考え方 6-2-22</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>地方自治体段階でも一部では「リテラシー向上」の取り組みやネット上の差別問題に対してモニタリング活動や削除等の相談支援活動等が実施されている。</p> <p>行政・民間が一体となって、ネット上の部落差別をなくすために連携・協力体制を確立し、推進していくことも重要である。</p> <p>地方自治体レベルで「リテラシー向上」等の取り組みを積極的に支援するための財政的措置も必要である。</p> <p>あわせて、当該の行政機関や団体、ネット上の人権侵害をなくそうと活動している当事者団体も、整備が検討される「協議会」において意見を述べるができるなどの条件整備を求めるものである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | |
| <p>意見 6-2-22</p> | <p>考え方 6-2-23</p> |
| <p>5月10日に成立・公布された「情報流通プラットフォーム対処法」に基づく削除対象となるのは、被害を受けた個人に対する「権利侵害情報」である。</p> <p>今回の検討会で示されている「偽・誤情報」等への対応に関わって、とくに「同和地区」や「被差別部落出身者」など特定の属性に対する偽・誤情報や、人格権侵害につながりかねない言動等を放置することは、偏見・差別意識等と結びつき、ヘイトスピーチやヘイトクライムを引き起こすことにつながることを大いに懸念する。</p> <p>表現の自由とはいえども、削除やコンテンツモデレーション対策の措置を講じるべきである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 6-2-23</p> | <p>考え方 6-2-25</p> |
| <p>私たちは、インターネット上から部落差別を根絶するためには、差別を禁止する法整備が必要と強く求めている。</p> <p>「協議会」の設置に関して「情報流通プラットフォーム対処法」成立の際、附帯決議に盛り込まれた「独立した第三者機関」の整備にむけた第一歩であると積極的に評価し、賛同する。</p> <p>地方自治体段階でも一部では「リテラシー向上」の取り組みやネット上の差別問題に対してモニタリング活動や削除等の相談支援活動等が実施されている。</p> <p>行政・民間が一体となって、ネット上の部落差別をなくすために連携・協力体制を確立し、推進していくことも重要である。</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>地方自治体レベルで「リテラシー向上」等の取り組みを積極的に支援するための財政的措置も必要である。あわせて、当該の行政機関や団体、ネット上の人権侵害をなくそうと活動している当事者団体も、整備が検討される「協議会」において意見を述べることのできるなどの条件整備を求めるものである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | |
| <h2>第6章 自由記載</h2> | |
| <p>意見 6-自-1</p> | <p>考え方 6-自-1</p> |
| <p>「国内におけるコンテンツモデレーション人材の確保・育成が課題」とされる理由として「偽・誤情報ポリシー等違反のコンテンツの検知・対応に従事する人数のうち日本語のコンテンツに対応可能な人数が不透明」であることが指摘されているが、コンテンツモデレーション体制が不透明だとコンテンツモデレーションの人材が不足することになる関係性は明らかでなく、論理の飛躍がある。本とりまとめ(案)においては、このような短絡的な記載が散見され、検討として不十分と言わざるを得ない。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見を踏まえ、下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象)</p> <p>プラットフォーム事業者ヒアリングの総括では、偽・誤情報ポリシー等への違反に対するコンテンツモデレーション等について、多くの事業者から、投稿の削除や非表示を行った日本国内における全体の件数が回答されているものの、全ての事業者において、投稿の削除以外のコンテンツモデレーション等が行われた日本国内における件数が不透明であるとともに、ほぼ全ての国外事業者において、偽・誤情報ポリシー等違反のコンテンツの検知・対応に従事する人数のうち日本語のコンテンツに対応可能な人数が不透明であり、国内におけるコンテンツモデレーション人材の確保・育成が課題となっている。</p> |
| <p>意見 6-自-2</p> | <p>考え方 6-自-2</p> |
| <p>一般論として、偽・誤情報対策の一環として、情報の受け手のメディアリテラシー・情報リテラシーを高めることが重要であることに反論するわけではないが、これをあえて「プレバンキング」「デバンキング」という概念を用いて検討し、さらには、国内において効果検証すら行われていない状態において「プレバンキングデー」を設定することの政策上の合理性や優先度が不明である。</p> | <p>「プレバンキング」や「デバンキング」については、検討会で議論された概念であり、普及啓発・リテラシー向上の取組を進める上で、有用な概念であると考えます。</p> <p>ただし、御指摘のとおり、「プレバンキングデー」設定の必要</p> |

| | |
|--|--|
| <p>【グーグル合同会社】</p> | <p>性等については、丁寧に関係者と議論を進めていく必要があるため、とりまとめ(案)からは下記の記述を削除します。</p> <p>(削除対象)</p> <p>普及啓発・リテラシー向上については、例えば、毎年3～4月を普及啓発・リテラシー向上のための取組月刊として、民産学官のマルチ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に当たり、毎年3月31日を国際的な「プレバンキングデー(仮称)」として提案しつつ、民産学官における様々なレイヤーでのマルチステークホルダーによる国際的な連携・協力も推進していくことが重要である。</p> |
| <p>おわりに</p> | |
| <p>意見 おー1</p> | <p>考え方 おー1</p> |
| <p>「⑤ 上記①から④までの組合せによる対応」の誤記ではないか。</p> <p>【スマートニュース株式会社】</p> | <p>御指摘のとおり、修正しました。</p> |
| <p>別紙</p> | |
| <p>第1章 本WGにおける検討の背景と経緯</p> | |
| <p>意見 別ー1ー1</p> | <p>考え方 別ー1ー1</p> |
| <p>(意見)</p> <p>「情報伝送PFサービス」には、オンラインショッピングモールは含まれないという理解で良いか。</p> <p>(理由)</p> <p>本検討会及び本WGによるとりまとめが、①オンラインショッピングモールにおける口コミや商品レビュー、②オン</p> | <p>「情報伝送PFサービス」とは、インターネット上で第三者が投稿等発信したコンテンツ(文字、画像、映像、音声等)やデジタル広告を不特定の者が閲覧等受信できるように伝送するプラットフォームサービスをいいます。これに該当する</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ラインショッピングモールにおける広告表示であって商品等を提供する目的で当該オンラインショッピングモール等を利用する事業者が広告主であるものを対象とするか否かを明確にする必要がある。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>場合は、「情報伝送PFサービス」に含まれます。</p> <p>対象について明確にすべきという御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—1—2</p> | <p>考え方 別—1—2</p> |
| <p>本とりまとめ(案)が「情報伝送PFサービス」を主な検討対象としているにもかかわらず、その定義はきわめて広く、ソーシャルネットワーキングサービスや、動画共有サービスその他ユーザーがコンテンツを共有できる異なる性質の様々なサービスが明示的に区別されないまま、その役割等が検討されている。また、オンライン掲示板や商品情報を売主が投稿できたり消費者がクチコミを投稿できるオンラインショッピングプラットフォームも規制対象となりうるように文言上読める。そのため、そこに含まれる個々のサービスを前提として考えた場合に、非常に不合理となる議論が散見される。「情報伝送PFサービス」と一括りにするのではなく、それらが固有のミッション、経営方針などに基づき提供されている、競合する異なるサービスであることを適切に認識し、それを踏まえた検討が必要である。明確に対象を特定し、規制の重複とならないかも含め、適切に整理される必要がある。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>第2章 情報伝送PF事業者による偽・誤情報への対応の在り方</p> | |
| <p>意見 別—2—1</p> | <p>考え方 別—2—1</p> |
| <p>報道の自由に基づき、伝統メディア等による誤報について、対応を検討すべき偽情報の定義から除外されることに賛成する。ただし、脚注ではなく、報告書の本文に明記すべきである。(P323 脚注407)</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、脚注407については、「一定の種類の情報」として具体的にどのようなものが考えられるか、「今後、更なる検討が必要」としているものについて、1つの考え方を示したものとなるため、原案のとおり脚注とすることが適当であると考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—2</p> | <p>考え方 別—2—2</p> |
| <p>・情報伝送PF事業者には、偽・誤情報の流通・拡散に関連して、「情報流通の適正化に取り組む一定の責任を果たすことが期待されている」、「利用者の表現の自由の確保に取り組む一定の責任を果たすことも期待さ</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点</p> |

| | |
|---|---|
| <p>れている」との考えを表明したことに賛同します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に、大規模事業者に関して、「我が国のデジタル空間における情報流通について公共的役割を果たしている」と指摘したことは適切です。(p.317) ・情報伝送PF事業者によるコンテンツモデレーションは、内容や運用の方法等によっては、情報発信者や情報伝送PF事業者自身の表現の自由を侵害する可能性があることに常に留意する必要があります。 ・コンテンツモデレーションの実施を促進する場合には、PF事業者による実施基準の事前公表のほか、運用状況の公表により事後的な検証を可能にすること、対象となった情報発信者への情報開示や不服申し立ての方法の通知などにより、制度やルール設計だけでなく、運用においても透明性、公平性の確保を徹底し、表現の自由、報道の自由を侵害することがないよう強く求めます。(p.326-327) ・行政法規に抵触する違法な偽・誤情報のコンテンツモデレーションについて、行政機関による申出・要請を契機とする場合、申出・要請の恣意性や行き過ぎ、濫用を排除できなければ、デジタル空間における「検閲」や、言論への「不当介入」など表現の自由の重大な侵害につながりかねません。とりまとめ(案)では、透明化の方策を併せて検討することが不可欠としていますが、例えば、行政機関が起点となるコンテンツモデレーションによって情報発信者らに損害が発生した場合の救済策を明確化するなど、表現の自由に配慮した、さらに透明性の高い方策の検討を強く要請します。(p.329) <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—3</p> <ul style="list-style-type: none"> ■「情報伝達PF事業者において(制度整備による対応に限らず、自主的な対応も含む)何らかの対応を検討すべき範囲」となる要素として、「i.当該情報そのものが有する権利侵害性」を示したことは、違法アップロード対策の観点からも極めて妥当です。(p.323) ■「(2)信頼できる情報の流通促進を通じて間接的に偽・誤情報の拡散を防止するための措置」として、⑧に「プロミネンス」(信頼できる情報を、受信者側のおすすめ欄に表示したり、上位に表示されるようにする措置)を記載したことに賛同します。 ■また、P337に「特に災害発生時における対応」としてプロミネンスが挙げられていることに賛同しますが、加えて、平時からも信頼できる情報へのアクセスを確保することが、偽・誤情報を抑止する有効な手段と考えます。 ■情報伝送PF事業者によるコンテンツモデレーションの実効性を確保する方策として「①透明化確保、②迅 | <p>考え方 別—2—3</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

速化、③収益化の停止、ラベル付与等、④削除、アカウント停止等、および①～④の組み合わせによる対応」を提示したことに賛同します。

■放送事業者は、違法アップロードされた放送コンテンツを発見しても、PF事業者に削除要請を行うことしか実質的な手段がありません。モデレーションの透明性確保を前提に、PF事業者による迅速な該当コンテンツ削除に加えて、悪質な発信者の収益停止やアカウント停止等の様々な対策を組み合わせることで実施していくことが実効性を担保すると考えます。

■その上で、「他人の権利を侵害するような違法な偽・誤情報については、まずは自己の権利を侵害されたとする者からの申出・要請を契機としたコンテンツモデレーションについて(中略)その迅速化を通じた実施の促進のための方策の在り方について具体化を進める」としたことは極めて妥当です。放送番組に由来する違法コンテンツや、偽・誤情報の抑止のためにも、対応の迅速化を強く望みます。

【(株)フジテレビジョン】

意見 別—2—4

■■■■■という動画がありますが、■■■■■でも4箇所ほどの地区が、被差別部落としてさらされています。この情報自体は、必ずしも偽・誤情報というわけではないようですが、正確性を欠いているのは間違いありません。また、東京高裁は昨年9月、「差別されない権利」を認めました。さらされた地区に住む人たちは、このような暴露を誰も望んでいないと思います。また、これを見てはじめて自分が部落の人間らしいと気づく人もいるでしょう。さらには、正確性を欠いているので(誤情報)、関係のない人たちも巻き込まれることも考えられます。また、面白おかしくこの動画を見る人、アップしているのが■■■■■という「公的な機関」を思わせるような名前から、真実を知りたいと思ってこの動画を見る人もいるでしょう。いずれにしても、このような行為によって、差別が再生産されるのは間違いありません。つまり、「差別されない権利」は守られません。

この動画を作り続ける■■■は、違法な偽・誤情報の発信を繰り返す発信者であることは明白です。

このような情報をいち早く見つけ、それを削除できる仕組みがきちんと整備されること、また、当事者が「協議会」の中に入って実態や取組への思いなどを述べ、それに寄り添った措置が実現することが大切と考えます。最後に、偽・誤情報には、不確かな情報やさらされたくない情報をぜひ入れてください。

【群馬県人権・同和教育研究協議会】

意見 別—2—5

考え方 別—2—4

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

考え方 別—2—5

| | |
|---|---|
| <p>(意見)</p> <p>◎ファクトチェックの推進に関する伝統メディアの役割・責務の記述について</p> <p>「別紙」の第2章には、「客観的な有害性」及び「社会的影響の重大性」がともに小さい一定の類型の情報については、対応を検討すべき「偽・誤情報」の範囲に含まれないものと考えることが適当である、と記載されている(P.323)。「一定の類型の情報」とは、パロディ・風刺のほか、伝統メディアによる誤報などが該当するとされる(脚注406、407)。報道機関が取材を尽くして真実相当性を担保してもなお結果的に誤ってしまった情報と、「偽・誤情報」とは明らかに異なる。この点は明確に記載すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | <p>頂いた御意見を踏まえ、脚注407を「このほか、報道の自由～」を「このほか、パロディ・風刺などとは性質が異なるが、報道の自由～」に修正します。</p> |
| <p>意見 別—2—6</p> | <p>考え方 別—2—6</p> |
| <p>個人の自律的な意思決定に影響を及ぼす事例が挙げられていない(または個人の自律的な意思決定に影響を及ぼす理由が説明されていない)ように思われるため、項目の内容または具体例を修正すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p> | <p>一般論として、偽・誤情報が、個人の自律的な意思決定に影響を与え得る可能性はありますので、原案のとおりとさせていただきます。</p> |
| <p>意見 別—2—7</p> | <p>考え方 別—2—7</p> |
| <p>5月10日に成立・交付された「情報流通プラットフォーム対処法」に基づく削除対象となるのは、被害を受けた個人に対する「権利侵害情報」である。</p> <p>今回の検討委員会で示されている「偽・誤情報」等への対応に関わって、とくに「同和地区」や「被差別部落出身者」など特定の属性に対する偽・誤情報や、人格侵害につながりかねない言動等を放置することは、偏見・差別意識等と結びつき、ヘイトスピーチやヘイトクライムを引き起こすことにつながることを大いに懸念する。</p> <p>表現の自由といえども、削除やコンテンツモデレーション対策の措置を講じるべきである。</p> <p>また、違法な偽・誤情報を繰り返す発信者には、罰則規定も含めた「情プラ法」の改正を行い、対策を強化すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟島根県連合会】、【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—8</p> | <p>考え方 別—2—8</p> |
| <p>○「識別情報の適示」や賤称語など「権利侵害情報」等への対策強化</p> <p>—被害を受けた個人だけでなく、行政機関等によるモニタリング活動等を通じて発見された「権利侵害情報」の削除を求めた際でも対象となるよう求める。</p> <p>○XXXXXXXXXXなどの確信犯・悪質者等への対策強化</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>—賤称語を利用した部落差別の言動はもとより、「識別情報の適示」も削除等の対象となるよう求める。</p> <p>○かつての「同和行政」「同和対策事業」等を曲解し、ねたみ意識や逆差別をあおる言動等の流布・拡散への対策強化</p> <p>○部落に対する否定的な言動、思い込みや偏見で無自覚に相手を傷つける言動等(マイクロアグレッション)への対策強化</p> <p>— [redacted] に代表される、違法な発信を繰り返す者への対策について即時「アカウント削除」などの対策を講じられたい。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟大阪府連合会向野支部】</p> | |
| <p>意見 別—2—9</p> | <p>考え方 別—2—9</p> |
| <p>2023年3月、[redacted] で [redacted] という団体を運営する者が [redacted] という動画をアップした。[redacted] を利用して部落解放同盟の代表者になりすまし、恫喝して再質問すると [redacted] として3つの地域を答えたというもの(その中には不正確な誤情報も含む)。この動画はバックナンバーとして保存され、未だ削除されていない(下記URL)。</p> <p>[redacted]</p> <p>当該の動画を見て、模倣した者も出てきている。</p> <p>一方で、この者は、自身でサイトを立ち上げて「被差別部落の識別情報(以下「識別情報の摘示」という。)」を流布している。</p> <p>法務省の内部文書だが、インターネット上での「識別情報の摘示」は部落差別を助長するものとして「削除対象」とされている。</p> <p>該当箇所の内容に関しては、基本的に賛同する。</p> <p>こうした悪質な投稿を繰り返す発信者については「アカウント停止」などの措置を早急に行うべきだ。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>また、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—10</p> | <p>考え方 別—2—10</p> |
| <p>「情ブラ法」で削除要請の対象となる情報は「権利侵害情報」とされているが、プライバシー侵害や名誉棄損、著作権など幅広い。「権利侵害情報」を削除するかどうかの判断や被害を受けた人への対応を「事業者の自主性」に委ねることは、具体性を欠く。政府・総務省としてガイドラインを示して、事業者への具体的な支援をすべきだ。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|---|
| 【部落解放同盟鹿児島県連合会】 | |
| 意見 別—2—11 | 考え方 別—2—11 |
| <p>違法な偽・誤情報に対する対応を強化すべき。特に「識別情報の摘示」や賤称語を使った差別発言などの「権利侵害情報」についての対策を強化させるべきだ。</p> <p>【部落解放同盟鹿児島県連合会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| 意見 別—2—12 | 考え方 別—2—12 |
| <p>差別につながる偽・誤情報に対する対応。かつての行政施策に妬みや逆差別をあおる言動や拡散への対策や拡散の防止に努めるべきだ。</p> <p>【部落解放同盟鹿児島県連合会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| 意見 別—2—13 | 考え方 別—2—13 |
| <p>・ 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実効性を確保するための制度整備を必要とする提案に賛同します。</p> <p>・ 「外部からのコンテンツモデレーション申出・要請窓口」の整備にあたっては、権利者の権利を侵害する違法アップロードや、権利者のコンテンツを加工・切り取りするなど悪用した偽情報にも対応するものとするよう要望します。</p> <p>【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>また、頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| 意見 別—2—14 | 考え方 別—2—14 |
| <p>・ Googleは、情報伝送PFサービスをグローバルに運営し、自主的な取り組みとして偽・誤情報対策を積極的に実施し、さらに、世界各国の規制当局と様々な議論を行っている。そのような経験に照らすと、本取りまとめ(案)における議論は、左記に列挙された本質的に性質が異なる雑多な問題を「偽・誤情報」というフレームワーク及びアテンション・エコノミー等の視点から分析するという野心的な試みとしては理解できる部分もあるものの、そのスコープを広げすぎているため、政策目的(例えば消費者保護や人格権侵害防止)に照らした政策手段の合理性という観点では大きな疑義がある。以下、特に重要と考える点を列挙する。</p> <p>➤ 「個人の自律的な意思決定を含む人格権やその他基本的人権への影響」という問題については、誹謗中傷問題に端を発する長い議論を踏まえて情ブラ法が成立し、まさにこれから来春の施行を目指して政省令等のルール整備及びそれに並行して規制対象となる事業者においては規制遵守体制の整備を行う段階にあるところ、その権利侵害のひとつの類型に過ぎない、事実と異なる情報の流通</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

により生じる権利侵害をことさらに取り上げて追加的な規制の対象とする根拠が不明である。むしろ、現時点において、オンライン空間の情報に起因する「個人の自律的な意思決定を含む人格権やその他基本的人権への影響」という問題に対処するための最優先の課題は、情プラ法の施行及びその遵守体制整備であり、官民共に有限の人的資源の配分として、当面はその作業に注力すべきであり、また、情プラ法の施行による効用を見てから追加的な規制の要否を再検討すべきと考える。

- 災害時の偽・誤情報については、SNSが災害情報伝達・共有ツールとして利用者により活用されることにより、政府・地方公共団体等による広報やマスメディアによる報道ではカバーできない情報が発信、入手可能になっているというプラスの側面もある。かかる側面に鑑みて、国や地方公共団体によるリスクコミュニケーションの在り方、ミクロなコミュニティのレベルでのライフライン情報の提供方法など、災害時におけるコミュニケーションに特有の問題の一環として政策パッケージの一部として議論されるべき性質も大きいように考えられる。
- 「なりすまし広告」については、掲載されるメディアの如何にかかわらず、消費者との関係では消費者保護法制において対処すべき問題であり、また、「なりすまし」行為によってイメージ等を盗用される有名人の人格権保護について、ことさらに偽・誤情報という枠組みで議論することの必要性・実益が定かでない。
- ・ あまりに広いスコープで偽・誤情報問題を定義してしまったことから、かえって、偽・誤情報の定義にも混乱が見受けられるし(後述)、既存の法規制との重複が生じうのではないかなど、疑義がある結果となっている。したがって、今後の偽・誤情報への対応の在り方の議論に際しては、日本国内において生じている具体的な問題を念頭に、偽・誤情報に固有の社会への悪影響を再検討したうえで、「偽・誤情報」を再定義し、それを踏まえた対応策を検討するべきである。
- ・ 偽・誤情報問題による社会への悪影響を軽減する方法は、必ずしもデジタル空間における情報流通を健全にすることに限定されるものではなく、たとえば、自然災害やパンデミックの発生時に政府が発信する情報やマスメディアの報道を人々がより信頼するために何が必要か、といった点も重要となる。この点は一見すると「デジタル空間における情報流通の健全性」の枠外の問題と見えるかもしれないが、情報伝送PFにおける偽・誤情報対策として現状で非常に重要な手法(信頼できる情報を見つけやすくする手法)が実効性を持つために重要な前提となるものであり、密接に関連している。

【グーグル合同会社】

| 意見 別—2—15 | 考え方 別—2—15 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 一定の法的規律の対象とすることを前提に「偽・誤情報」を定義するのであれば、上述の通り、この規律が対処しようとする「偽・誤情報」に固有の問題を特定し、その問題を生じさせている「偽・誤情報」とはどのような性質を持つものか、という観点からの議論が有益と考える。 ・ 本とりまとめ(案)の定義を検討すると、まず、①「検証可能な誤りが含まれていること」及び② iii. 検証の容易性(誤りが含まれていることの明白性)という要件については、この定義が、情報伝送PFによるコンテンツモデレーションの対象となるべきか否かを画定するためのものであるから、この「検証可能性・容易性」は、一般的な情報伝送PF事業者を基準に判断されるものとする。しかし、 ➤ 情報伝送PF事業者にとって、多くの情報は、自ら正誤を検証することができない情報である、ということについて、自明ではあろうが注意を喚起する。この点について、YouTube CEO ニール・モーハンは、以下のように述べている。すなわち、「多くのケースでは、何が誤情報かはそれほど明確ではありません。誤情報は本質的に絶えず変化しており、どの主張が正しいかを判断する主要な情報源がないことがほとんどです。事件などが発生すると、様々な対立する情報が錯綜します。不特定多数からの情報によって、誤った犯人や被害者が報じられ、悲惨な結果が生じることもあります。確実な情報を得ることができない場合、テクノロジー業界の企業だけが、どこからが誤情報かということに境界線を設定すべきでしょうか？私はそうではないと強く思っています。」(日本版YouTube公式ブログ2021年9月1日付投稿「YouTube 最高製品責任者 ニール モーハンから誤情報対処について YouTube の見解」https://youtube-jp.googleblog.com/2021/09/tacklingmisinfo.html)もちろん、専門家の間で科学的な事実としてコンセンサスが存在していたり、裁判手続という手続的な保障により「事実」を「認定する」仕組みがある場合も存在するが、科学的な事実と考えられていたことが新発見により覆されたり、同一の事件について民事裁判と刑事裁判で異なる事実認定がされることもある。また、世界中の領土をめぐる紛争のように、一国では正しいとされる「歴史的事実」が、他国では完全な誤りである、とされることも珍しくない。さらには、政治的に対立する当事者の主張を「偽情報」と断ずることもある。すなわち、そもそも、何が事実か、というのは多くの場合、暫定的、主観的な性質のものである。したがって、検証される時期によっても、主体によっても判断が変わりうるものである。そのような限界のある事実の認定であってすら、専門家による研究や議論、多くの証拠の取り調べなどの多大な時間とコストが必要となる。 | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |

- したがって、「偽・誤情報」について情報伝達PFに対して対応を期待する際、その合理的な期待レベルが妥当なものであり、情報伝送PFに不可能を求めるものであってはならないし、事後的な他者による検証を元に不合理と判断されることはあってはならないと考えるが、本とりまとめ(案)においては、この点についての議論が不足しているため、一層の検討を求める。
- また、情報伝送PFによるコンテンツ・モデレーションのための「偽・誤情報」の判断について、政府が直接又は間接に事前または事後の関与ないし影響力の行使をすること(たとえば、マルチ・ステークホルダーによる協議会という場を通じて)については、仮にそれが形式的には行政法規に関する違法性の判断という体裁をとっていたとしても、憲法上の表現の自由の制約との関係で微妙な問題を孕みうると考えるが、本とりまとめ(案)において十分な議論がされているとは見受けられないため、引き続き、慎重な検討を求めたい。
- ・ 次に、② i. 「当該情報そのものが有する権利侵害性その他の違法性」という要件を検討すると、上述の通り、「権利侵害性」について、少なくとも現時点において情プラ法に重ねて検討する必要は低く、むしろ適切に整理されないままに規制の重複を生じさせ得るため問題である。また「当該情報そのものが有するその他の違法性」については、なんらかの情報に関連して、何らかの行為を違法とする法令が存在するのであれば、違法とされる行為の範囲はその法令の保護法益に照らして当該法令により特定されるべきである。仮に、デジタル空間で当該情報を流通させることを防ぐべき理由があるのであれば、当該個別の根拠法令において、当該情報の公衆送信を違法とし、情報の流通を差止める請求権を定めることが先決である。
- ・ 同様に、② ii. 現状違法ではない(すなわち適法である)が、当該情報の「客観的な有害性(及びその明白性)」や、「当該情報が流通・拡散することによる社会的影響の重大性(及びその明白性)」という要件に関してまず検討すべきことは、日本国憲法の範囲内で、個別の法令等によりこのような情報の流通・拡散を法的に禁止することができないかという点ではないか。仮に、表現の自由を制約するものとして違憲のおそれがあり、そのような法制化ができないのであれば、情報伝送PFに対して当該情報の流通・拡散を防止させることは、その目的がそのような表現行為を事実上無効化するものである以上、同様に憲法上の問題を引き起こすことにならないか。Googleが、本来日本国の憲法上保障される表現に対してモデレーションを行わされることは、Googleのサービスが憲法上の制約を迂回

| | |
|--|---|
| <p>するためのバックドアとして用いられることに他ならず、受け入れ難いことについてご理解をいただきたい。本検討会及びワーキンググループの憲法専門家の諸先生において明示的な議論がなされ、その結果が示されることを期待する。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—2—16</p> | <p>考え方 別—2—16</p> |
| <p>ここではコンテンツモデレーションを8つの類型に分類しているが、各オンラインプラットフォームは、それぞれの創意工夫によりコンテンツモデレーションの手法を開発している(YouTubeの取り組みについて、日本版YouTube公式ブログ 2022年2月28日付「YouTubeの責任: 今後のさらなる誤情報対策について」https://youtube-jp.googleblog.com/2022/02/inside-responsibility-1.html 参照。)。コンテンツモデレーションの巧拙はプラットフォームの競争力に直結するものであり、原則として、政府が特定の手法を推奨又は強制することがふさわしくない分野であることに注意が必要である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会的に重大な影響が生じうる情報についてモデレーションを行う際には、誤って真実の情報をモデレーションすることによる悪影響も含めた、様々な要素を考慮し、最終的にはPFの判断で、様々なモデレーションの方法の中から最も適切だと考える措置を慎重に検討し、対応することが求められる。そのため、PFに判断の裁量、対応の柔軟性とその判断の結果についての免責が確保されなければならない。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—17</p> | <p>考え方 別—2—17</p> |
| <p>考慮要素に、情報伝送PFのサービスの特性、技術上の特性も含めるべきと考える。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—18</p> | <p>考え方 別—2—18</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 情報の開示は、情報の開示自体を目的として扱われないようにすることが重要であり、何をどのように公表するかはプラットフォーム事業者の判断に委ねるべきである。情報を開示したとしても、規制当局が情報過多に直面している場合などは、量的に十分な開示に関わらず、最終的に透明性の欠如につながることになる。さらに、データ開示を要請する際、特に、グローバルではなく特定の国レベルの数字についての開示については、そもそもグローバルな組織で業務運営を行う企業にとって国レベルでのデータ開示がかえって誤解を招く可能性があるほか、その集計にも言語別、投稿された国別など多様な集計方法があり、その集計方法の妥当性の検討や事業者とのすり合わせがないとかえって誤解 | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>を生じさせたり、求められるデータの集計方法が事業者側がすでに行っている方法と異なる場合は事業者に多大な負荷を与えることがありうることに留意が必要である。いかなる開示要件も、企業秘密を危険にさらしたり、悪意のある人物が私たちのシステムを悪用する可能性を孕んでいるため、過剰な開示要件にならないよう注意して検討される必要がある。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—2—19</p> | <p>考え方 別—2—19</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 過不足のないコンテンツモデレーションの実施を目標として設定するのであれば、どのような状態をもって「過不足のない」と評価されるについての議論を深め、ステークホルダー間でのコンセンサスを得るべきであるが、この点の議論が不足している。 ・ 日本の国民にとって重要なのは、日本国内の社会、ユーザーや投稿者の視点からコンテンツモデレーションが合理的に行われているかであって、そのためには「日本国内において」コンテンツモデレーションが行われる必然性はない。オンラインサービスにおいては、日本国内に向けたサービスを実装するためのサーバーの所在地や業務のオペレーションが行われる国が、サービスが日本国内の利用者に提供する体験と無関係であることと同様であり、このような点については、デジタルプラットフォーム運営の実務的な知見が重要と考えるため、今後、情報伝送サービス事業者等との意見交換を密にされたい。 ・ 左記においては、これらの方策が「利用者において各サービスを比較・選択」するためのものとするが、この仮説が現実的かの検証がされていない。それぞれサービスの特性が異なり、各サービスの横並びでの比較は無意味でミスリーディングであるし、利用者としても、自らのサービス利用体験に即した選択以外に、データにより示されたコンテンツモデレーションの一般的な状況が現実のサービス選択の材料となるとは容易には首肯しがたい。より実証的な検証が必要である。 ・ 以上のとおり、情報伝送PFのオペレーションの実務やサービス間競争の実態についての理解が十分ではないことから、検討されている方策の目的そのものの妥当性に疑義があり、具体的な方策の検討以前の問題として、目的設定のあり方について特に当事者である情報伝送PFサービス運営者の意見を踏まえて議論を深めるべきである。 ・ 左記では「人員等の体制に関する情報」、特に「日本語や日本の社会・文化・法令を理解する者の配 | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、とりまとめ(案)では、情報伝送PF事業者によるコンテンツモデレーションが日本国内において過不足なく実施されることが重要であることを記載したものであり、コンテンツモデレーションの実施場所について限定しているものではありません。</p> <p>方策の具体化については、今後、更なる検討が必要であり、関係事業者等の意見もよく聞きながら、進めていくことが適当であると考えます。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>置状況に関する情報」の公表を求める。この点について、(1) 大量のコンテンツを一貫性を持って判断するためにAIを含む自動的手段を用いることが有益であるところ、自動的手段の運用において重要なのはそれをどのように適切に機能させるかであって、「人員等の体制に関する情報」は情報伝送PFサービスのコンテンツモデレーションの能力等の指標として有意義ではない。また、(2) ポリシーの適用に際してコンテキストの微妙な判断が必要になるときなど、現状、人が判断する場合もあるが、その場合であっても、判断する人の数が多いと類似ケースに関する判断の統一性を維持するための追加的な手続きが必要となる可能性があるなど、人数が多いことはコンテンツモデレーションの効率性を損なう側面がある。すなわち、コンテンツモデレーションのために最適な人員配置は個別の事業者のサービス内容、組織オペレーション力や技術力などの強み・弱み、事業環境などを踏まえた総合的な経営判断により定まる性質のものであり、組織図や人数を開示させることを通じてコンテンツモデレーションが過不足なく行われているか否かを確認するという制度設計の趣旨には疑問が大きい。</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本のコンテンツについて日本語や日本の社会・文化・法令を理解する者が検討すればポリシーに照らした適切なモデレーションが迅速にできるというものでもなく、「日本語や日本の社会・文化・法令を理解する者の配置状況に関する情報」は、日本向けのコンテンツに関するコンテンツモデレーションの能力等の指標として適切ではない。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—2—20</p> | <p>考え方 別—2—20</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> AI等の自動的手段の仕組みや質は様々であるから、これを利用する場合における当該手段の実効性向上に向けた具体的な方策については、各プラットフォーム事業者に委ねられるべきである。エラー率や、不服申し立てを受けて判断に変更を加えた件数を公表することが、コンテンツモデレーションの実効性向上にどのように寄与するのか不明確である。また、公表に備えるための事業者の負担との比例性が確保されていない <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—21</p> | <p>考え方 別—2—21</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> コンテンツモデレーションの方法に関する情報の中には技術的に件数をトラックできないものが相当の割合を占める。また、営業秘密や、悪意のある行為者への対策等の目的で極めて守秘性の高い情報もあるところから、これらについては適切に考慮されるべきである。技術的な制約やセキュリティへの | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>リスクの観点からの制約に対する配慮のない公表・通知の内容が定められることは、法の実効性を損ない、事業者側にとって大きな負担を強制し、セキュリティリスクを増大させるなど公益に反すると考えるため、コンテンツモデレーションの実態を踏まえて慎重に検討するべきである。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—2—22</p> | <p>考え方 別—2—22</p> |
| <p>まずは情プラ法の適切な施行と運用に向けて、十分な議論を行うなど、その準備に官民共に尽力すべきである。また、情プラ法の施行による効用を見てから追加的な規制の要否を再検討すべきと考える。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—23</p> | <p>考え方 別—2—23</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 特定の当事者が権利を侵害されたことを理由に情報の送信防止措置(削除)を求めるという状況を原則としている情プラ法をそのまま参照することは適切ではない点を理解して議論されたい。偽・誤情報であるという理由でコンテンツモデレーションが検討される契機にはさまざまなものがあり(例えば、YouTubeについてポリシーに違反すると考えるコンテンツを報告することは当該コンテンツにより何らかの被害を受けていると主張する者でなくとも容易に行うことができる)、それを受けたコンテンツモデレーションにも様々な対応が考えられるから、報告した者に個別に判断結果を通知することを原則とする規制は合理的ではない。 ・ 削除やその他のモデレーションによる表現の自由への制約の程度はそれぞれ異なり、具体的な手法に応じて説明責任・不服申立ての必要性なども当然変わってくる点は議論の前提として確認していただきたい。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—24</p> | <p>考え方 別—2—24</p> |
| <p>情プラ法と重複しており、上述の通り、情プラ法の適切な施行と運用に向けて官民共に尽力すべきであり、情プラ法の施行による効用を見てから追加的な規制の要否を再検討すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—25</p> | <p>考え方 別—2—25</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 行政法規に違反する情報の流通に関しては、それぞれ保護法益や考慮すべき事情が全く異なる以上、個別の行政法規において定められるべきであるのが原則である。この点について、2023年6月に | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされてい</p> |

| | |
|---|---|
| <p>提出したGoogle_プラットフォームサービスに関する研究会 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 今後の検討の方向性(案)に対するGoogleの意見も参照されたい。当時の議論を一切踏まえることなく、「偽・誤情報」の衣を纏い、実質的には同じ議論が蒸し返されることについては、懸念がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 行政庁からの個別の表現への削除をはじめとするモデレーションの要請については、「違法性」を理由にモデレーションの要請がなされるため実質的には削除を求められる懸念もあることから、それが検閲類似の行政庁による表現の自由への制約(事前抑制)とならないよう、極めて慎重な配慮が必要である。 ・ 万が一、行政機関によるモデレーションの申し出が認められることがあるとしても、行政庁の申出・要請の前提となる判断に対して、その判断過程が透明化され、公平で一貫性のある判断が担保されるべきである。また、検閲類似の表現の自由の問題又は裁判を受ける権利との関係で問題が生ずる可能性もあることから、より精緻な議論がなされるべきである。 ・ さらに行政機関には、プラットフォームに求める以上の透明性が担保されるべきである。特に国や行政からの恣意的な要請はあってはならず、またその立場から事業者への過剰な要請が生じることから、国・行政としてのアカウントビリティを確保する意味においても透明性は同等以上に求められるのが妥当である。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>くことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—26</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ そもそも違法とはいえない情報についてどのようにモデレーションがなされるべきかは、表現の自由の尊重と、プラットフォームのサービスや特性に合わせた裁量に委ねられるべきものである。 ・ 投稿者の表現の自由とプラットフォームの裁量が十分に確保されない方策は、憲法違反のおそれが生ずることになる点に留意されたい。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>考え方 別—2—26</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—27</p> <p>左記引用箇所のうち、前段において、「そうした措置の実施により、違法性のない情報に関する利用者の表現の自由を実質的に制約するおそれがあるため、当該偽・誤情報の特性・性質(有害性や社会的影響の大小・明白性、誤りが含まれることの明白性)を考慮しつつ、引き続き慎重な検討が必要である。」としながら、後段</p> | <p>考え方 別—2—27</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>において、こうした情報伝送PF事業者の「取組を促すために情報伝送PF事業者による影響評価・軽減措置の確実な実施を求める枠組みを活用する」とあるのは、情報伝送PF事業者による影響評価・軽減措置の確実な実施を求める枠組みは、表現の自由を実質的に制約するおそれに伴う問題を形式的に回避するためのギミックであることを示唆している。「情報伝送PF事業者による影響評価・軽減措置の確実な実施を求める枠組み」という提案の正当性に疑念を生じさせると言わざるを得ない。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—2—28</p> <ul style="list-style-type: none"> ここで論じられている施策を、違法性がない「偽・誤情報」という概念を切り口にして法規制として実施することは上述のとおり問題である。繰り返しになるが、何が事実かということは多くの場合、歴史観や政治的・宗教的・文化的な立場により左右され、ある時点で科学的に正しいと広く信じられることが後に上書きされることはむしろ科学の発展に伴う必然である。したがって、この概念を抽象的に定義することができたとしても、法制度の実装に耐えられるか甚だ疑問である。さらに、一般的に、情報伝送PFには、(たとえば裁判所が有しているような)特定の情報の事実関係を認定する能力がないこと、その認定を行うための資料収集手段や十分な時間も与えられていないことが根本的な問題である。 利用者の表現の自由の保護とのバランスが求められる点については指摘のとおりであり、具体的にどのようにそのバランスを取るかは、個別具体的なPFサービスの特性を踏まえた事業者ごとの裁量に委ねられるべきである。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>考え方 別—2—28</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—29</p> <p>きわめて重要な指摘である。コンテンツ・情報の公衆送信が違法である場合であってすら、一義的な法的責任は発信者が負うべきでありコンテンツをホストするサービスが法的責任を負うのは明確な法的条件を満たす場合に限定されるのであって、それ以外の場合に、情報の削除等を情報伝送PF事業者に義務付けるのは、インターネット空間の成長を支えてきた法的な枠組みを否定するものであり、問題がきわめて大きい。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>考え方 別—2—29</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—30</p> <p>「こうした対応の段階的な実施を担保すること」とあるが、きわめて悪質な発信者については、他の利</p> | <p>考え方 別—2—30</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ユーザーを保護する観点から、即時にアカウント停止等の対応を実施することが必要な場合もあることに配慮されたい。なお、この点に限らずプラットフォームの安全性と表現の自由のバランスは、プラットフォームの競争力の源泉となるサービス設計の根幹であるから、法規制が介入する範囲は必要最小限とするべきである。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—2—31</p> | <p>考え方 別—2—31</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 送信された情報の内容に立ち入らずに情報流通の態様だけに着目したコンテンツモデレーションは意図しない結果を招きかねないため、これを制度化したり、ベストプラクティスとして取り上げることは極めて慎重な検討を要する。たとえば、新年や大規模なスポーツイベント開催時、人気ドラマの放送時などに、ほぼ定型化された投稿が高頻度で送信されるという現象はしばしば観察される(イベント実施者やドラマ製作者側も一種のイベントとして実施を喚起していることもままある。)ことを想起されたい。 ・ なお、別の投稿が高頻度で送信される場合に、それが利用者に歓迎される状況もあれば、敬遠される状況も容易に想定しうるのであって、そのような態様のコンテンツをどのようにモデレーションの対象とするかの線引きは、プラットフォームが利用者から支持されるか否かを左右する重要な競争要因であるから、市場での競争に委ねるのが適切である。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—32</p> | <p>考え方 別—2—32</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ ミクロレベルのサービスの設計については、各サービスの提供主体がそれぞれのサービスのミッションやビジネスモデルを踏まえ、そのビジネス上の裁量により、競争的に開発すべきものである。法令やマルチステークホルダーが具体的なビジネス、サービス設計に介入することは市場における競争を歪めるとともに、取り組みを硬直化させ、イノベーションを阻害するため問題である。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—33</p> | <p>考え方 別—2—33</p> |
| <p>(意見)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者に対して何らかの対応を求める際には、事業者の意見に耳を傾け、技術的な制約やセキュリティ上の懸念など、事業運営上の様々な制約を十分に考慮する必要があります。例えば、モデレーション方法に関する情報の中には、技術的に正確な数値化が困難なものもあり、また、営業秘密や悪意のある行為者への対策 | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>といった観点から、極めて高いレベルの機密性が求められる情報も存在します。これらの点を踏まえ、事業者にとって過度な負担とならないよう、適切な情報開示の範囲を検討することが重要です。過度な情報開示は、事業者の運営に支障をきたし、ひいてはサービスの安定的な提供を困難にする可能性があることを認識すべきです。</p> <p>・違法性のない情報に対するモデレーションに関しては、表現の自由を尊重しつつ、各プラットフォームのサービスの特性や利用規約に基づいて、柔軟な対応がなされるべきだと考えます。また、投稿者の表現の自由を過度に制限したり、プラットフォームの裁量を狭めるような方策は、憲法上の権利を侵害する可能性があり、慎重な検討が必要となる点留意いただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | |
| <p>意見 別—2—34</p> | <p>考え方 別—2—34</p> |
| <p>別紙P.330～「③ 権利侵害性その他の違法性はないが有害性や社会的影響の重大性が大きい偽・誤情報」の偽・誤情報については、具体的な事例の提示もみられず、かつ「客観的な有害性」と「社会的影響の重大性」の程度は今後さらなる検討が必要と述べているに過ぎず、本検討会での議論が十分ではないことを示唆しています。最低限、対応すべき③の偽・誤情報の「客観的な有害性」と「社会的影響の重大性」について具体的な見解をまとめたうえで、世に問うべき内容だと考えます。</p> <p>とりまとめ案とワーキンググループ中間とりまとめ案の最大の問題は、その構造が複雑なうえ同様の説明が少し形を変えて複数回使われるなど、論理的に整理され切れていないところです。読めば分かりますが、偽・誤情報の具体例として取り上げられているのは、デジタル広告(なりすまし広告など)と、災害発生時に拡散される偽・誤情報(とくに2024年1月の能登半島地震時のもの)の分野に集中しているように見受けられ、すべての分野の偽・誤情報が詳細に検討されているわけではありません。</p> <p style="text-align: right;">【特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—35</p> | <p>考え方 別—2—35</p> |
| <p>おすすめコンテンツは、友人や家族とのつながりでは発見できないような、興味を持ちそうなコンテンツと人々をつなげるために役立ちます。</p> <p>さらに、オンライン広告はビジネスオーナーと消費者双方に利益をもたらします。ビジネスオーナーはより手軽にビジネスを成長させることができ、消費者はより簡単に関心の高い商品やサービスを見つけることができま</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>す。</p> <p>一方弊社は、オンライン広告を含むコンテンツの推奨や広告が役に立つものであり、定められた基準を満たしていることを確認することが重要であると認識しています。日本において、コンテンツの推奨やオンライン広告が全体として有益であることを確実にするために、私たちは、それらが弱者をターゲットにしないようにする必要がありますと認識しています。</p> <p>ターゲット広告が経済・社会へ果たす役割において、確実性と透明性を確保するためには、業界がすでに実施している対策を考慮し、「有害性や社会的影響の重大性」の範囲や定義を明確にすることが重要です。また、業界がすでに認識しているよりも脆弱な立場にあるグループが存在するかどうかについても明確にする必要があります。</p> <p style="text-align: right;">【Facebook Japan合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—2—36</p> <p>Metaのポリシーでは、人々に当社のサービスを正しく利用することを求めています。なぜなら、これまでの経験上、これが人々がより責任ある行動を取ることを促すことになるからです。しかし、真正なコミュニケーションを求めることと、身元の確認を求めることは別問題です。</p> <p>身元の確認を求めることは、プライバシーに重大な影響を及ぼす可能性があり、セキュリティやサイバーセキュリティのリスクを高め、参加の障壁となる可能性もあります。匿名での参加が民主的な参加の重要な一部となる場合も数多くあります。</p> <p>弊社では、真正なコミュニケーションを促進する上で最も効果的な方策について、これまでの経験に基づいて、10年以上にわたってこれらのポリシーやシステムを構築してきました。アカウント開設時のID認証、ボット作成の課金、オンラインコンテンツへの関与の複雑化が、真正なコミュニケーションの促進に効果的であることを示す証拠は存在しません。</p> <p style="text-align: right;">【Facebook Japan合同会社】</p> | <p>考え方 別—2—36</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、とりまとめ(案)においても、「偽・誤情報の発信を抑止するための方策としての実効性に疑義があること、匿名表現の自由への制約となり得ること等から、情報伝送PFサービスにおけるアカウント登録時等の本人確認の実態を踏まえつつ、制度的な対応の要否について慎重な見極めが必要」とされており。</p> |
| <p>意見 別—2—37</p> <p>取りまとめ案全体に、弊機構の行動規範の策定に係る記述が散見されますが、貴省にもご説明しておりますとおり、記載内容について、本検討会においてマルチステークホルダーによる行動規範の策定に関して検討が行われることになったこと等が行動規範の策定作業を見直すこととした経緯であり、不正確な記載となっております。</p> | <p>考え方 別—2—37</p> <p>頂いた御意見は、とりまとめ(案)の脚注189に、第8回WGにおいて、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構においてご発言いただいた内容も含めて記載しており、修正の必要はないと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>これまでも修正を要請しておりますが、重ねて修正いただきますよう要請します。</p> <p style="text-align: center;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | |
| <p>意見 別—2—38</p> <p>これまで日本の情報流通を扱うプラットフォームの責任(コンピュータを利用した双方向サービス提供者の責任)を判断する枠組みとして、米国の通信品位法に対応するものは、プロバイダ責任制限法(及び情報プラットフォーム対処法)であると位置づけられてきたと理解しています(日米デジタル貿易協定交換公文参照)。そして、プロバイダ責任制限法上は、権利侵害情報(すなわち、違法情報)のみが検討対象となってきたのに対して、今回、敢えて偽情報・誤情報といった新しい情報の区分を用いるべき根拠や必要性は必ずしも明確に記載されていない。既存の協定との関係性や今回の提案の根拠を整理するためにも、新しい情報の区分を採用すること自体の法的・事実的な根拠が明確にされる必要があります。</p> <p>また、なりすましアカウントそれ自体は、現状の裁判実務上、(当該アカウントを利用してなされる個々の投稿はさておき)パブリシティ権や肖像権を侵害する場合であれば格別、その存在のみで直ちに権利侵害を構成するわけではないと理解しています。そのため、なりすましアカウントが①の要件を満たし得るものとして、②の要件次第で削除等のコンテンツモデレーションの対象とする法的義務を課すことも、従来のみなりすましアカウントをめぐる法的な判断枠組み自体を変更させるものですので、そのような新しい判断枠組みを採用すること自体の法的・事実的な根拠が明確にされる必要があります。</p> <p style="text-align: center;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 別—2—38</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—2—39</p> <p>アカウント登録時やアカウント情報変更時等の本人確認の厳格化について、表現の自由に密接に関わる事項であり、「発信者のトレーサビリティを確保することを通じ、偽・誤情報の発信に一定の抑止効果を期待できるものの、その効果は事後的な責任追及の可能性を前提とした間接的なものに過ぎないことを踏まえれば、偽・誤情報の発信を抑止するための方策としての実効性に疑義があること、匿名表現の自由への制約となり得ること等から、情報伝送 PF サービスにおけるアカウント登録時等の本人確認の実態を踏まえつつ、制度的な対応の要否について慎重な見極めが必要である。」との考え方に賛同します。</p> <p style="text-align: center;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 別—2—39</p> <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 別—2—40</p> <p>ここで取り上げられていませんが、関連する情報として、以下の情報を提出しています。</p> | <p>考え方 別—2—40</p> <p>頂いた御意見を踏まえ、主要な情報伝送PF事業者による</p> |

Xは、例えば以下のポリシーを含む、プラットフォームの信頼性に関わる様々なポリシーを持っています。

プラットフォームの操作とスパムに関するポリシー：

情報を人為的に拡散または隠蔽したり、Xのユーザー体験や、Xによるプラットフォーム操作の防止策を操作または侵害する行為に関与したりする意図で、Xのサービスを利用することは禁じられています。

誤解を招くアイデンティティや虚偽のアイデンティティに関するポリシー：

他の利用者を欺く目的で、個人、集団、組織の身元情報を流用したり、自身の身元を詐称したりすることはできません。

合成または操作されたメディアに関するポリシー：

利用者を欺いたり、混乱させたりして、損害をもたらす可能性のある、合成または操作されたメディアや、文脈から切り離されたメディア(以下、「誤解を招くメディア」といいます)を共有することは禁止されています。さらに、Xでは誤解を招くメディアが含まれるツイートにラベル付けを行い、利用者がツイートの信ぴょう性や文脈を把握するのを支援する場合があります。

市民活動の阻害に関するポリシー：

選挙期間中に、市民活動への参加を抑圧したり、市民活動に関する日時、場所、参加方法について誤解を招いたり、現実世界の暴力を引き起こしたりするおそれのあるコンテンツをポストまたは共有するなど、選挙またはその他の市民活動の操作や妨害を目的にXのサービスを利用することを禁じます。

質問に記載された例は、Xのサービス利用規約、ルールとポリシーの下での他の報告およびレビューの領域に該当する可能性もあります。犯罪や詐欺、特定の青少年問題などに対処するための専用のポリシー、フォーラム、リソースを用意しています。

【X(TwitterJapan株式会社)】

利用規約等の一例として追加いたしました。

| | |
|--|--|
| <p>意見 別—2—41</p> <p>何をもって不透明・不十分なのかが判然としません。例えば弊社は一部削除数など具体的に提示しています。またコミュニティノートといったプラットフォーム独自の革新的な取り組みを行っています。しかしながらこれについては取り上げられることもなく、総じて評価の根拠があいまいです。</p> <p style="text-align: right;">【X(TwitterJapan株式会社)】</p> | <p>考え方 別—2—41</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、とりまとめ(案)の本記載は本検討会で実施したヒアリング総括を踏まえた内容としておりますが、個社ごとの評価をしているわけではありません。</p> |
| <p>意見 別—2—42</p> <p>コンテンツモデレーションの実施要否等の判断に関与する人員等の体制に関する情報の公表に対して、反対します。適切なコンテンツモデレーションのあり方はプラットフォームごとに異なります。その上で人員等の体制について評価の方法がないにも関わらず情報開示を求めるのは非常に乱暴な話であり、意味がないどころか、リスクにもなりえます。また、特に非上場企業である場合、情報の機密性はより尊重されてしかるべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【X(TwitterJapan株式会社)】</p> | <p>考え方 別—2—42</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>第3章 情報伝送PFサービス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</p> | |
| <p>意見 別—3—1</p> <p>・災害発生時には、偽・誤情報等の流通・拡散による社会的影響の増大が見込まれるとして、情報伝送PF事業者に対し、平時からプロミネンスやコンテンツモデレーション等に関する計画を立て、発生時には即応することを求めています。災害発生時には、国民の生命・財産を守ることが最も重要であり、実効性、透明性が高い制度設計がなされるよう本検討会ワーキンググループに要望します。</p> <p>・災害発生時には、平時と異なる対応が求められることから、338ページの指摘のとおり、災害発生時の「始期・終期」の決定については、透明性の確保が不可欠であり、表現の自由を過度に制約することがないようバランスの取れた慎重な制度設計を求めます。(p.337)</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>考え方 別—3—1</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—3—2</p> <p>民産学官のマルチステークホルダーによる取組が、政府による制度設計の下で実施されることに強い懸念を</p> | <p>考え方 別—3—2</p> <p>頂いた御意見は、総務省において、できるだけ幅広い意見</p> |

| | |
|---|--|
| <p>感じる。</p> <p>言論の自由への政府による介入を想起させるとともに、そのような枠組みが今後政府によるファクトチェックを推進するための枠組みとして利用されることはないか、措置の目的や必要性、設計の在り方から慎重に議論をすべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—3—3</p> | <p>考え方 別—3—3</p> |
| <p>・マルチステークホルダーについては、各々の求められる役割・責任の範囲内で、役割分担に応じて各自の責務を全うすべきと考える。</p> <p style="text-align: right;">【LINEヤフー株式会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—3—4</p> | <p>考え方 別—3—4</p> |
| <p>別紙P.336「マルチステークホルダーの検証・評価能力を確保するため、情報伝送PF事業者からマルチステークホルダー又はこれを構成する研究者・研究機関に対して関連する情報やデータ(例えば、投稿に関するメタデータや、サービスに組み込まれたアルゴリズムに関する情報等)が確実に提供されることを制度的に担保する仕組みを検討することが適当である」を強く支持し、検討会ならびに「協議会」において高い優先度で取り組まれることを求めます。</p> <p style="text-align: right;">【特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—3—5</p> | <p>考え方 別—3—5</p> |
| <p>・EUのDigital Services Act (DSA)を参考にしていると思われるが、DSAは非常に高いコンプライアンスコスト(金銭的な費用のみならず、セキュリティリスク、情報漏洩リスクなどを含む)をプラットフォーム事業者に課すものである。一方、DSA自体まだ施行されて間もないものであり、そのコストに適合する効果についてはまだ十分に検証されていない。本とりまとめ(案)においては、日本社会においてDSA類似の規制がどのような効果が期待できるかについての検討が行われておらず、行政機関が行う政策の評価に関する法律の趣旨に照らして、検討が不十分ではないか。また、その検討の際には、EUと日本での社会の状況や統治機構の差異を踏まえた検討が必要ではないか。</p> <p>・過大なコンプライアンスコストを求める規制は、有限な社内の資源を奪い、実際のリスク軽減作業から、過度に厳格で負担の大きい報告要件へと向かわせ、実際のリスク軽減に影響を与える可能性がある。また、ユーザーのプライバシー、企業秘密、あるいは悪意ある行為者を利するリスクも伴う。規制当局は、この政策が社</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

会にもたらす利益が、このようなコンプライアンスコストを上回ることを証明する必要がある。

・プラットフォーム上にいかなるコンテンツを許容するのかは、事業の中核的な部分として、各プラットフォームのサービスの特性や機能、投稿されるコンテンツの傾向等を踏まえて各プラットフォーム事業者の裁量に委ねられるべき性質のものである。また、この点はプラットフォームの営業の自由や表現の自由に関連する部分でもある。そのため、原則として政府の規制に馴染む領域ではなく、規制による介入がなされるとしても、具体的な立法事実をもとに、必要最小限度である必要がある。たとえば、過度な負担とならないよう、事業者の裁量を前提に、柔軟かつ比例的に設計されるべきである。また、事業者の規模や提供するサービス内容に応じて、柔軟に対応できる枠組みが必要である。さらに、リスク評価の公開は、ユーザーのプライバシーや企業秘密の漏洩、悪意ある行為者によるシステム悪用のリスクをはらんでいる。情報伝送 PF 事業者による影響予測と軽減措置の確実な実施を担保する枠組みの具体化に当たっては、マルチステークホルダーが策定した実施指針や検証・評価の結果を情報伝送 PF サービスに確実に反映するための方策についても、併せて具体化を図ることが適当である。規制当局への開示においても、プライバシー、企業秘密、悪用防止のための強固な保護策が不可欠である。

・左記の内容は、特に③の検証・評価という手続を通じて、政府も含めたマルチステークホルダーが一定の方針を定め、その方針の実行を実質的にプラットフォーム事業者に強いるものになりかねず、プラットフォームの営業の自由・利用者の表現の自由の侵害にもなりうるものであり、極めて大きな問題を生じかねない。また、ここに記載されている影響予測や対応措置の策定と実施は、各プラットフォームの事業理念、サービス設計の詳細等と不可分であり、第三者であるマルチステークホルダーがその妥当性を合理的に検証・判断する資格・能力を有するか、ひいては、この手続が偽・誤情報問題の解決に有効であるのかについての検討がなされていない。さらに、マルチステークホルダーによるガバナンスについては深刻な問題点が存在しうる(後述)。したがって、このような方策を中心に具体化を進めるのが適当という結論を導くには、本とりまとめ(案)における議論は不十分である。

・左記引用部分のように、本とりまとめ(案)は、情報伝送PF事業者による影響評価・軽減措置の確実な実施を求める枠組みを使い、「マルチステークホルダーが策定した指針や検証・評価を情報伝送PFサービスに確実に反映」させることを意図している。すなわち、マルチステークホルダーは、情報伝送PF事業者の経営戦略の根幹に対して強い影響力を行使することが想定されているが、マルチステークホルダーによる協議会にそこまで強い規制上の権限を与えるためには、第一に、情報伝送PF事業者の営業の自由や市場競争の原則等

| | |
|---|--|
| <p>に照らした規制の妥当性・合理性の検討が不十分であり、第二に、憲法上の統治機構でもない「協議会」がその権限を行使することに伴う責任を負うのにふさわしいのか、協議会自体のアカウンタビリティとガバナンスの観点からの検討が必要と考えられるところ、本取りまとめ(案)では、そのような観点からの検討がされていない。したがって、現時点において、このような方策について「具体化を図ることが適当」と判断するには重要な議論が不足している。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—3—6</p> | <p>考え方 別—3—6</p> |
| <p>・災害発生時をはじめ、緊急時には様々な当事者において、例えば避難勧告、公衆衛生上の重要なメッセージ、救助・支援要請などの情報発信や、災害状況・予報に関する情報、安否確認、支援・救助活動、医療機関へのアクセスなどの情報入手の必要性が緊急度の高いレベルで発生する。その中で、情報伝送 PF サービスの存在感や公共的役割が高まっているという認識については同意する。</p> <p>・一方で、少なくともGoogleについて言えば、原則的に一次情報を自ら得る、あるいは自ら発信する立場にはなく、自然災害対応や公衆衛生の専門家でもない。また、Googleのサービスの利用に際しては原則としてインターネットへの接続が可能であることが前提となる。そのようなことから、災害発生時等において情報伝送 PF サービスが果たせる役割におのずから限界があることもまた確かである。</p> <p>・このような状況において偽・誤情報が深刻な問題を引き起こすことは、関東大震災の例が示すように、デジタル空間に限定されることではない。また、東日本大震災における福島第一原子力発電所の事故時や新型コロナパンデミック時の状況から想起されるように、そのような状況において政府等が発信する情報に対して懐疑的・批判的な言説がデジタル空間に限らず既存マスメディアやリアルな空間での人々の会話を通じて流布することもいまだ記憶に新しい。もちろん、自然災害時等の危機に際して、例えば避難所の状況等の「正しい情報」ができるだけリアルタイムで入手可能であることが重要であると同時に、政府が発信する情報に対して異なる見解を主張する言論の自由に対しても配慮することが重要なことは論を待たない。</p> <p>・誤解を避けるために付言すれば、上記の記述はデジタル空間における偽・誤情報の流布の問題を矮小化する意図で記したものではなく、むしろ、この問題が、国や地方公共団体によるリスクコミュニケーションの在り方、ミクロなコミュニティのレベルでのライフライン情報の提供方法など、災害時におけるコミュニケーションに特有の問題の一環として、それらを包摂する政策パッケージの一部として議論されるべき重要な問題であると考え</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

・なお、この問題に関して、東日本大震災時に生じた様々な情報やコミュニケーションに関連する問題を「ジャーナリストがGoogleを含む当時の主要インターネットサービスの関係者や被災者、行政官等に取材して執筆、公開した記事（「東日本大震災でわかった緊急時コミュニケーションの難しさ」連載記事「東日本大震災と情報、インターネット、Google」（林信行・山路達也）のうち 2012年7月20日掲載

https://www.google.org/crisisresponse/kiroku311/chapter_18.html が、12年を経た現時点においても示唆に富むため、本検討会・ワーキンググループでも参照されたい。

・左記の記述は、一般論として正論である印象を与えるものの、仔細に見ていくと現場の経験を踏まえない机上の空論との評価をせざるを得ない。Googleを含む、実際に、災害発生時に情報サービスを大規模に展開した経験がある情報伝送PFの知見を集め、より現実的かつ実効性のある議論を行うことが有益と考える。

・例えば、左記では、何らかの基準を持って通常とは異なる特別な対応が必要となる災害等の発生という事象を定義し、その発生に従って、特別なコンテンツモデレーション等を実施することとし、かつ、その計画を事前に特定しておくというオペレーションを想定しているようだが、これは、少なくともGoogleの経験に照らすと柔軟性を欠き、むしろ自然災害時等における円滑な情報流通を妨げかねない。

・自然災害などの緊急事態が生じた場合にGoogleが行うコンテンツモデレーションに関するオペレーションの多くは、日常的に行われている業務と連続性を有するものである。例えば、自然災害の予測情報が公開されたことにより、それに伴うデマの流布が想定される場合に行うことは、政治的に重要なイベントに関連して偽・誤情報の流布が想定される場合に行うことと本質的に異なるものではない。その一方で、Covid-19のパンデミックのように、これまで経験していない規模で新たな問題が次々に出現するような状況においては、迅速に世界中の公衆衛生機関との協力関係を構築し、コンテンツモデレーションの新たな基準を策定し運用可能にする、といった大規模なオペレーションを行う必要が生じる。このような事態の発生を事前に抽象的に想定することはできたとしても、詳細な行動プランを準備してもそれは画餅でしかなく有益ではない。災害対策において最も重要なのは、細かい手順書や業界間での取り決めを事前に準備することではなく、各ステークホルダーが、自らのミッションや経営資源に照らして臨機応変に対応できる能力や、平時であれ有事であれ、それぞれのサービスや経営資源を通じて社会に貢献するという経営の強い意思が社員と共有されていることである。

・①以降の具体的な施策はあくまで例示ということではあるが、情報伝送PFサービスにおいて平時及び災害時の情報サービスの提供及びコンテンツモデレーションを行う当事者の視点で評価するならば、およそオンラインサービスの運営実務を理解しないものであり、議論が不十分であることは明らかである。例えば、上述の通り、

| | |
|--|--|
| <p>災害時に特有のコンテンツモデレーションが必要か否か、そのために特に適用される利用規約等が必要か否かについては、一概には言えず、災害時にも通常の偽・誤情報ポリシーで対応可能な場合も多ければ、同時に、例えばCovid-19のパンデミック時に、専門家と協力することで、医療誤情報に関する10個の新しいポリシーを策定し、それに基づく対応が求められたように(https://blog.youtube/news-and-events/managing-harmful-vaccine-content-youtube/)、流動的で新しい問題に対応するために、随時、ポリシーを更新し続ける必要があるような状況も存在する。また、そのような場合の人員等の体制整備は必要に応じて迅速に行うべき性質のものあって、平時において包括的なアプローチで準備するという方針は机上の空論である。また、危機が深刻であればあるほど、運用状況の公表などのためのリソースがあるならば、そのリソースは危機対応そのものに割くべきであるのが大規模災害対応の現実である。</p> <p>・災害大国日本において、災害時における正しい情報の迅速な発信やコミュニケーションの確保が重要な問題であることは論を待たない。そのためには、問題をデジタル空間での情報流通の健全性に矮小化するのではなく、上述の通り、包括的な政策パッケージの立案が必要である。Googleは、Covid-19のグローバルなパンデミックはもちろんのこと、世界各地で巨大地震、ハリケーン、大規模な山火事などの大規模な自然災害に対応してきた経験からの知見も有しており何らかの貢献ができれば幸いである。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—3—7</p> | <p>考え方 別—3—7</p> |
| <p>p.336-注釈 433:「DSA に基づき超大規模オンラインプラットフォーム(VLOP)及び超大規模オンライン検索エンジン(VLOSE)に研究者等へのデータアクセス提供義務が課されていることから～」</p> <p>事業活動に関する情報やデータは、個人情報や機密情報を含みうるため、記載にあるような枠組を採用するのであれば、その具体化に当たっては、DSA 第 40 条第 8 項に規定されている”vetted researchers”の要件や、注釈 237 で参照されている米国の「プラットフォーム説明責任及び透明化法案」(The Platform Accountability and Transparency Act)における”qualified researchers”の要件も参照しつつ、当事者である PF 事業者を含めて議論し、慎重に検討を進めていただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—3—8</p> | <p>考え方 別—3—8</p> |
| <p>災害時には、多くの人々がオンラインサービスを利用して、状況や対応についてより詳しく知るために、救急隊員や公共機関と連絡を取ることが可能です。また、災害時に地域の回復力を支えるために、多くの人々がオン</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>ラインで経験を共有し、コミュニティを構築し、支援を行うこともできます。</p> <p>Metaのサービスでは、自然災害や暴力犯罪に関連する有害なコンテンツに対して対策を講じるために、多数のポリシーとプログラムを設けています。</p> <p>Metaは、重大な災害時に差し迫った危険性について継続的に状況を把握し、人々の安全を確保するための、対象を絞った期間限定のポリシーやサービス上の対策をとっています。</p> <p>したがって、追加の措置を検討する前に、これまで業界が提供してきた既存のポリシーやツールを評価し、ベンチマークすることで、今後何が災害対策として必要となるか、そして政府からの追加の期待事項があるかどうかを特定することが有用と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【Facebook Japan 合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—3—9</p> | <p>考え方 別—3—9</p> |
| <p>情報伝送PFサービスで流通する権利侵害情報のような害意のある情報だけでなく、偽・誤情報も対象にして、その日本社会に対する影響の将来を予測することには困難が多く、その対処法を現時点から検討するだけでなく実施することにも多くの困難が伴うものであり、新しい脅威や技術発展に対応できなくなるといった副作用も想定されることからすれば、これらの予測・実施義務が情報伝送PFサービス事業に与える影響は甚大であり、そのことを前提として、こうした規制の必要性・合理性・比例性は慎重に吟味される必要があるように思われます。</p> <p>また、情報伝送PFサービスのポリシーやアーキテクチャは、事業経営・競争上の競争力の源泉であり、差別化の主要因であって、事業者が創意工夫を発揮する領域であるように思われます。こうした領域において、敢えて官・学が(情報伝送PFの施策に対する評価を含む)関与をすることによって、その情報流通がもたらす社会的影響が効果的に軽減されたことを示す根拠は明記されておらず、この点の法的・事実的な根拠が明確化される必要があります。同様に、情報伝送PFサービスのポリシーやアーキテクチャは、事業経営上の根幹にかかわる事項であって、(個々の事例における判断に対して関与するのであれば格別)その大枠の決定にマルチステークホルダーが関与することは、当該情報伝送サービス事業の経営方針の決定に関与するに等しい面がありますが、そのようにすることで当該情報流通がもたらす社会的影響が効果的に軽減されたことを示す根拠は明記されておらず、この点の法的・事実的な根拠が明確化される必要があります。また、政府を含むマルチステークホルダーの関与によって、情報伝送PFサービスに対して、商業的考慮以外の考慮に基づいた情報伝送PFの運営を求めることにつながり、結果として当該情報伝送PFサービスが一種の国家企業として扱わ</p> | <p>頂いた御意見は表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>れ、国際協定上の規制の対象になり、又は規制の対象にならなくなるおそれがないかの整理も必要になる可能性がないとはいえないと思われることからしても、慎重な検討が必要です。</p> <p>そもそも、今回の提案は、(そのこと自体の典拠を明記する必要がある点はさておき)すでに思想の自由市場に機能不全が生じていることを前提として行われていることを踏まえると、あたかも補完的で例外的であるかのように記載されている政府機関の関与は、実際には恒常的に行われることが想定されるようにも思われることからすると、そうした前提事実と政府の関与との関係も慎重に検討される必要があると考えられます。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | |
| <p>意見 別—3—10</p> | <p>考え方 別—3—10</p> |
| <p>情報伝送PFサービスのポリシーやアーキテクチャは、事業経営上の根幹にかかわる事項であって、(個々の事例における判断に対して関与するのであれば格別)その大枠の決定にマルチステークホルダーが関与することは、当該情報伝送サービス事業の経営方針の決定に関与するに等しい面がありますが、そのようにすることで当該情報流通がもたらす社会的影響が効果的に軽減されたことを示す根拠は明記されておらず、この点の法的・事実的な根拠が明確化される必要があります。</p> <p>また、政府を含むマルチステークホルダーの関与によって、情報伝送PFサービスに対して、商業的考慮以外の考慮に基づいた情報伝送PFの運営を求めることにつながり、結果として当該情報伝送PFサービスが一種の国家企業として扱われ、国際協定上の規制の対象になり、又は規制の対象にならなくなるおそれがないかの整理も必要になる可能性がないとはいえないと思われることからしても、慎重な検討が必要です。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—3—11</p> | <p>考え方 別—3—11</p> |
| <p>現在APIについては有償で提供しているメニューがあります。またアルゴリズム等すでに一部公開しておりますが、企業として開示できない情報があつて然るべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【X(TwitterJapan株式会社)】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>第4章 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</p> | |
| <p>意見 別—4—1</p> | <p>考え方 別—4—1</p> |
| <p>・マルチステークホルダーにより構成される協議会の設置に関しては、偽・誤情報対策に関わる産官学の関係</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由をはじめとする各ステークホ</p> |

| | |
|--|--|
| <p>者・団体・機関等に、設置についての考えや、設置する場合の協議会が持つ役割・権限について、広く意見を聞くことが望ましいと考えます。</p> <p>・また、設置する場合の基本的な考え方として、「特定のステークホルダーに影響を与える重要な協議・決定については、当該ステークホルダーが参加する場において透明性を伴う形で行われることにより、民主的な正統性を確保することが適当」としていることは適切です。</p> <p>・一方で、協議会設置の制度設計においては、透明性と公平性を確保することが不可欠です。表現の自由を侵害しないことはもちろん、恣意的なメンバー選定、不透明な意思決定につながりかねない規程類の制定、メンバーに一方向的に役割や責務を課すこと、政府や行政による不当な介入・干渉等は避けなければならず、総務省をはじめとする関係者には慎重な検討を強く要望します。(p.339-340)</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>ルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—2</p> | <p>考え方 別—4—2</p> |
| <p>(意見)</p> <p>◎今後の検討では、報道機関への法的規制につながらないよう慎重な検討を</p> <p>「別紙」の第4章「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」では、各ステークホルダーの協議に機能不全が生じた場合は、「補完的に政府が関与する」との記述がある(P.339)。また、情報流通の健全性確保に向け「各ステークホルダーに求められる取組に関するガイドラインや行動規範を策定・推進」との記載もある(同)。読み方によっては、補完的な政府の関与が伝統メディアの取り組み、とりわけ取材・報道に関わる活動に影響を及ぼす可能性がある。万が一、報道機関への法的規制につながるようなことがあれば、国民の知る権利が毀損(きそん)されかねない。今後、慎重な検討を求める。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | <p>協議会の設置に当たっては、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、自主的な取組を推進する観点から、民産学のステークホルダーが一次的に協議・決定を担い、機能不全が生じた場合に補完的に政府が関与するという、段階的・多層的な形を基本とすることを考えており、政府が関与すべき部分をどのように切り分けるかを含め、今後、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—3</p> | <p>考え方 別—4—3</p> |
| <p>私たちは、インターネット上から部落差別を根絶するためには、差別を禁止する法整備が必要と強く求めている。「協議会」の設置に関して「情報流通プラットフォーム対処法」成立の際、附帯決議に盛り込まれた「独立した第三者機関」の整備にむけた第一歩であると積極的に評価し、賛同する。地方自治体段階でも一部では「リテラシー向上」の取り組みやネット上の差別問題に対してモニタリング活動や削除等の相談支援活動等が実施されている。行政・民間が一体となって、ネット上の部落差別をなくすために連携・協力体制を確立し、推進していくことも重要である。地方自治体レベルで「リテラシー向上」等の取り組みを積極的に支援するための財</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>政的措置も必要である。あわせて、当該の行政機関や団体、ネット上の人権侵害をなくそうと活動している当事者団体も、整備が検討される「協議会」において意見を述べるができるなどの条件整備を求めるものである。</p> <p style="text-align: right;">【部落解放同盟愛知県連合会】</p> | |
| <p>意見 別—4—4</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マルチステークホルダーにより構成される協議会の設置に関しては、その構成員、役割、権限等について透明性を確保することを要望します。 ・ なお、同協議会の活動が、デジタル情報空間における表現の自由を不当に侵害しないよう、慎重な制度設計を要望します。 <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>考え方 別—4—4</p> <p>協議会の設置に当たっては、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—5</p> <p>別紙P.340において設置が提言されている「協議会」は、欧州における偽・誤情報対策のステークホルダーを束ねる連携組織である欧州デジタルメディア観測所(EDMO)を想定していると考えられます。EDMOに参加しているのはファクトチェック組織、学術・研究機関、メディア・ジャーナリスト、テック企業・プラットフォーム、広告業界などです。ファクトチェック、メディアリテラシー、デジタル広告、政治広告の問題など、偽情報対策を包括的に扱っています。このEDMOを欧州連合(EU)が主導して設立し、財政援助をしています。それではEDMOとEUの関係はどうかというと、EUの執行機関である欧州委員会(EC)のHPIは「EDMOはECを含む公的機関から完全に独立した統治機構を有している」と明記しています。EDMO事務局長も「政治に左右されず、独立性・公平性を維持するのは極めて大切」と発言しています。</p> <p>一方、本案の「協議会」は「民産学官のマルチステークホルダー」で構成されます。官の参加は民産学では機能しなかったときの補完との記述もありますが、いずれにしても官が参加する協議体であり、ECがその独立性を約束したEDMOとは性格が大きく異なります。EDMOにならい、「協議会」が政府など公的機関から独立性を有することを明記し、政府もそれを認めることが不可欠と考えます</p> <p style="text-align: right;">【特定非営利活動法人ファクトチェック・イニシアティブ】</p> | <p>考え方 別—4—5</p> <p>協議会の設置に当たっては、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、自主的な取組を推進する観点から、民産学のステークホルダーが一次的に協議・決定を担い、機能不全が生じた場合に補完的に政府が関与するという、段階的・多層的な形を基本とすることを考えており、政府が関与すべき部分をどのように切り分けるかを含め、今後、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—6</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マルチステークホルダーの相互連携・協力を前提とした継続的な議論・検討が「健全性」の必須要素にも組み込まれているが、その根拠となる理由が示されていない。情報空間という表現の自由が関係する領域での | <p>考え方 別—4—6</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できる</p> |

| | |
|---|---|
| <p>ガバナンスとして機能するのを含めたその正当性については、慎重に議論されるべきである。</p> <p>・特に以下の重大な問題点について、適切に考慮すべきである。</p> <p>▶後述する通り、マルチステークホルダーにより構成される協議会のアカウンタビリティやガバナンスについての議論が欠落している。そのため、マルチステークホルダーで構成される協議会が、実質的な官の代理人・下請けのように機能し、実質的に官と一体と評価できる組織となるリスクがあるほか、その意思決定が構成員自身の利益による影響を受けサービスの利用者や社会などの利益と相反することがないか、責任のある判断が行われることが担保されないのではないか、マルチステークホルダーにより属人的な興味関心などに基づく主張などのディシプリンに欠ける運用がされないか、などの問題点に対する合理的な手当てが可能か定かでない。この点は、特に、協議会自体にモデレーションに関する調査・評価権限等、何らかの権限を与える場合には深刻な問題となりうる。</p> <p>▶大規模なデジタルプラットフォームにおけるコンテンツモデレーションという非常に専門性が高い分野について、理論的にも実務的にも合理的な意思決定を行う資質を有し、利益相反関係にない者により、マルチステークホルダーの協議会を設置することが現実的か疑問なしとしない。</p> <p>▶モデレーションに関する情報は、営業秘密でもあり、セキュリティ上重要な情報でもある。これらの情報が適切に保護される必要がある。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>だけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—7</p> <ul style="list-style-type: none"> • 左記のように「ガバナンスの在り方」に関して議論・検討する枠組みとしての、国内外の民産学官のマルチステークホルダーによる協議会の設置自体については一概に反対するものではないものの、そのような協議会に法令に基づく検証や評価などの権限を付与することについては、実務上又は憲法上の各種の制約や市場での競争やイノベーションへの障害となりえないか、など様々な観点から問題があり得ると考える。具体的な論点については以下を参照されたい。 ▶ 「機能不全が生じた場合」に「補完的に」政府が関与する、という点に関し、どのような場合にどのように補完するのかの定め次第では、検閲等と類似の表現の自由や営業の自由に対する侵害の問題を生じさせる。 ▶ 具体的な連携・協力の項目とされている①～③について、そもそも各事業者のビジネス判断においてモデレーションがなされるべきであるから、マルチステークホルダーでのガバナンスは適切ではなく、機 | <p>考え方 別—4—7</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>能する領域でもない。その点の論証なく、当然にマルチステークホルダーの連携・協力が適当とされている点には大きな疑問があるため、さらなる論理的で網羅的な議論を求める。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—4—8</p> | <p>考え方 別—4—8</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • 表現の自由と検閲の禁止を確保するとともに、個別の情報の正・偽・誤の判断について、政府が間接的にであっても実質的に影響を及ぼしうる立場にたつことを排除する制度設計が大きな前提として重要である。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—9</p> | <p>考え方 別—4—9</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • 協議会のガバナンス構造等に起因する問題に加えて、「機能不全が生じた場合」に「補完的に」政府が関与する、という点に関しても、どのような場合にどのように補完するのかの定め方などの制度設計次第で、検閲等と類似の表現の自由や営業の自由に対する侵害の問題を生じさせるため慎重な検討が必要である。 • 具体的な連携・協力の項目とされている①～③について、マルチステークホルダーでのガバナンスが適切か、機能するかについての議論が不十分なまま、当然にマルチステークホルダーの連携・協力が適当とされている点には大きな疑問がある。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—4—10</p> | <p>考え方 別—4—10</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • 表現の自由と検閲の禁止を確保するとともに、個別の情報の正・偽・誤の判断について、政府が間接的にであっても実質的に影響を及ぼしうる立場にたつことを排除する制度設計が大きな前提として重要である。換言すれば、将来、行政や政治家等による介入のための隠れ蓑に使われないことを確保する制度設計が必要である。さらに、協議会の構成員の利益相反を防止するための制度設計が可能かということも重要な課題である <ul style="list-style-type: none"> ➤ 協議会の目的： <ul style="list-style-type: none"> ○ 協議会の目的の明確化が必要である。 ➤ 協議会の役割・権限・ガバナンス等 | <p>頂いた御意見は、表現の自由をはじめとする各ステークホルダーの権利利益に配慮しつつ、総務省において、できるだけ幅広い意見を踏まえながら、議論・検討が深められていくことを期待します。</p> |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ 前提として、協議会及び各構成員が有する権限及び責任を法律により明確に定めることが必要である。 ○ この際、協議会及び各構成員が誰に対してアカウントビリティを負うべきか、政府からの独立性をいかにして担保するかという観点からの制度設計が必要である。 ○ 例えば、最も直接的な例で言えば、選任・解任権を直接又は間接的に政府が持つことは、政府が協議会の意思決定に対して大きな影響力を持つ立場に立つことから避けるべきである。 ○ これが実質的に不可能であるとするならば、協議会は政府の指揮命令下にあると整理する他はないから、政府の代理人として位置付け、政府が情報の流通や偽情報・誤情報に対して行えること、行えないことを憲法に照らして整理したうえで、その範囲内で制度設計を行うべきである。 ○ さらに、協議会のメンバーには、デジタルプラットフォームと隣接・関連する産業の代表等、協議会で検討されるさまざまな事項について、協議会がアカウントビリティ・責任を負う相手(例えば各情報伝送 PF サービスの利用者や日本国民)の利益と、自ら、あるいは自らの所属する団体や業界の利益との間で利益相反のある立場に立つことが想定できるため、それに起因する問題を回避するためのガバナンス上の仕組みが必要である。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| 意見 別—4—11 | 考え方 別—4—11 |
| <p>Metaは透明性と説明責任の重要性を認識しており、デジタルプラットフォームによるコンテンツ対策の有効性を評価することを目的に、マルチステークホルダーの立場からの検証の提案を歓迎します。</p> <p>私たちは、多くの国や地域で設立された各種の協議会と協力しています。例えば、EUと偽情報対策コードに関する審議会などです。オーストラリアでは、偽情報および誤報対策行動規範の参加企業が提出する透明性報告書について、独立した協議会が審査を行い、フィードバックを提供し、苦情を検証しています。同様のモデルは、誤報や偽情報の被害に対処するニュージーランドのオンライン安全・被害対策行動規範(NZ-CPOSH)の運営にも存在します。独立した監視委員会は、市民社会および安全関連組織、地域コミュニティグループ、政府、業界の代表者で構成され、署名者の透明性報告書の評価とフィードバックの提供、署名者の公約に関する苦情の裁定、行動規範の改正を行っております。</p> <p>日本と同様に、安全および情報保全の分野で活動する個人や組織が限られているニュージーランドや台湾で</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、検討の際には、御指摘の米国を拠点とする多くの企業に適用される制約をはじめ、国際的な観点についても考慮されるべきものと考えます。</p> |

は、NGOがマルチステークホルダー・ガバナンスと公的説明責任の促進において重要な役割を果たしています。例えば、ニュージーランドのNetsafeは、有害デジタル通信に関する機関として、オンラインユーザーからの苦情を受け取り、評価、調査、解決する権限を有しています。また、オンライン上の被害に関する懸念に対処するためのより良い連携を目的として、オンラインプラットフォームとの関係を構築・維持し、オンライン上の安全と行動に関する方針についての教育とアドバイスを提供しています。同様に台湾では、台湾電腦公会在管理する非政府機関であるiWINが、児童福祉法第46条により付与された権限に基づき、情報保全の分野における政府と業界のパートナーシップと説明責任を促進する上で重要な役割を果たしています。

しかしながら、協議会の最適なモデルやプライバシー、守秘義務への配慮に加え、米国を拠点とする多くの企業に適用されるデータ共有に関する法的小および実務的な制約についても考慮していただきたいとします。本報告書の提案は米国を拠点とする企業が従うべき米国の法律に抵触する可能性があるからです。例えば、米国の「通信記録保存法(Stored Communications Act)」では、サービスプロバイダーは、法律で規定されたいくつかの例外に該当する場合を除き、いかなる個人または団体に対しても、自発的に情報(通信内容およびその他の関連する非コンテンツ情報)を開示することを禁じられています。また、強制開示の場合、サービスプロバイダーは通常、法的手続き(召喚状、裁判所命令、令状など)に従ってのみ情報を開示することができます。このような法律との整合性への配慮を求めます。

【Facebook Japan合同会社】

第5章 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

意見 別—5—1

これらの具体的な範囲について、いかなる具体的な方策との関係で、「客観的な有害性」や「社会的影響の重大性」が認められ得るかについては、今後さらなる検討が必要ではないか、と考える。

【スマートニュース株式会社】

意見 別—5—2

第21回WGで曾我部構成員が指摘されたように、営利広告が制約の余地が大きいということの根拠については議論の余地がある、という指摘には賛同し、慎重な議論が求められるべき、と考える。

【スマートニュース株式会社】

考え方 別—5—1

総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、適切な検討がなされることを期待します。

考え方 別—5—2

総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、適切な検討がなされることを期待します。

| | |
|--|---|
| <p>意見 別—5—3</p> <p>なりすまし防止や広告の質をあげるための施策として、本人確認については、BtoBについては少なくともKYCの義務や責務が強くかけられて相対的に然るべき部分があるという意見(生貝構成員 https://www.soumu.go.jp/main_content/000949658.pdf p68)もあったが、新規に広告アカウントを作成する段階と、リスクにおける追加的な確認を求める段階があること(経済産業省 資料p3 参照: https://www.meti.go.jp/press/2024/06/20240628007/20240628007-a.pdf)を認識の上、後者の場合には(追加的な確認は)必要となる対象や確認のタイミングを適切に設定する必要があるのではないか。 【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 別—5—3</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—4</p> <p>公表すべき内容は、単なる広告審査件数等の実績数字の羅列やパーセント、年次変化(改善に着目)にすぎず、社会的影響の大きい悪質な広告の排除、すなわち広告の質の向上には繋がらない、と考える。むしろ、p345のとおり、「広告の事前審査の実効性を向上させるための方策として、上記①から③までの方策以外に具体化すべき方策があるか否かについても、今後、更なる検討が必要である」という考え方に賛同する。 【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 別—5—4</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—5</p> <p>パラメータに関する情報の公表およびターゲティングの対象とされた集団の範囲等を含む情報のデータベース化、公開などの方策については、ターゲティング広告に関する消費者の透明性を高めるという広い目的なのか、悪質な広告を阻止する目的なのかなど、本方策をとる目的と望ましい結果(どういった行動変容をPF側、ユーザ側に求めるか)を明示し、合理的な手段か否か慎重に検討すべき。 DSAを参考に本施策を検討する場合、同様の施策が実際に採られているEUにおける成果・行動変容を確認するべきではないかと考えられる。 また、対象事業者の検討にあたっては、ターゲティングの対象とされた集団の範囲等を含む情報をデータベース化することで、競合他社がブランドのマーケティング戦略などに関する情報を推定できるようになり、企業に損害を与える可能性があることも含めて検討される必要がある。欧州のDSAの例では、P196の記載のように、データベース公開の要件を課しているのは、VLOPおよびVSOE事業者のみであり、目的手段とともに、対象事業のサービス特性及び規模を踏まえた議論がなされる必要があると考えます。 【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 別—5—5</p> <p>頂いた御意見については、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>意見 別—5—6</p> <p>広告主の表現の自由への過度の制約を避けるべきであり、広告掲載停止措置に関しても、慎重な検討(例えば、広告主からの掲載停止に関する不服等の訴えに対しても情報伝送PF事業者が免責されるようなルールも視野に入れるべき)が必要である、と考える。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 別—5—6</p> <p>頂いた御意見は、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—7</p> <p>デジタル広告に限らず、広告における広告内容の一義的な責任主体は広告主であるべきところ、広告の内容について広告主への責任が問われないまま、あるいは広告主の責任が不明瞭なまま、プラットフォームや媒体・仲介事業者等、広告主以外の者が広告の内容について責任を負うような仕組みにすべきではない。プラットフォームや広告媒体等が合理的根拠なく広告掲載を停止することは、広告主や情報発信者から損害賠償請求を受けるリスクがある。このようなリスクを何ら低減することなく民間事業者に広告等の違法性や不当性の判断責任を負わせたとしても、実効的に機能しない可能性が高い。広告であっても、表現の自由との関係で、単なる商慣習以上の問題を孕んでいることに注意すべきである。</p> <p>違法・不当な広告等の判断基準や判断手続き等、広告主、広告媒体社、プラットフォーム、アドテクノロジーツール提供者、情報発信者等、複雑多岐に渡るステークホルダーと慎重かつ丁寧な協議を行い、正確な実態を把握した上で、慎重に議論すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>考え方 別—5—7</p> <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁やステークホルダーとも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—8</p> <p>「広告の質」の定義が不明瞭である。広告の質について、本報告書では、違法・不当な広告かどうかについて言及しているが、広告業界が前提としている広告の質との定義のずれが存在している。デジタル広告事業者等へのヒアリング内容が反映されておらず、「広告の質の確保」とはいったい何のことであるのか、改めて議論するとともに、原則として事業者による自主的な取り組みに委ねるべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>考え方 別—5—8</p> <p>広告の質の定義については、とりまとめ(案)では厳密な定義を置いていません。今後、総務省において、とりまとめ(案)を踏まえて政策検討がなされることとなりますが、その際、広告の質の確保に向け、どのような政策が適切なのか議論がなされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—9</p> <p>デジタル広告の流通前の事前審査に関する方策や本人確認等は、何を目的とし、誰を対象とし、どういった効果があるのかが不明瞭である。デジタル広告の実態把握・影響分析、複雑多岐に渡るステークホルダーへの丁寧なヒアリングを通し、検討の対象を真に対処が必要な課題や範囲にしぼり、目的・対象・効果を明確にす</p> | <p>考え方 別—5—9</p> <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁やステークホルダーとも連携しながら、政策検討がなされることを期待しま</p> |

| | |
|---|---|
| <p>べきである。</p> <p>また、デジタル広告事業者等はリスクベースでの取組をしており、効果が出ている取組も存在することから、自主的な取組自体を否定すべきではない。例えば、事前審査基準の公表によって、潜在的なリスクを踏まえた複合的な判断ができなくなるなど、効果が出ていた取組がかえって実施しづらくなる恐れもある。デジタル広告事業者等が行ってきた効果的な取り組みが阻害されることのないよう配慮し、慎重に検討すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>す。</p> |
| <p>意見 別—5—10</p> <p>・オンライン広告が犯罪行為の入り口となるケースがあることは否定できないところ、一方で、犯罪に繋がる広告か否かは事後的に捜査を行って見ないと把握できないといった側面があり、必ずしもオンライン広告の掲載時に広告や広告主の悪質性を把握しきれないことがあると考えられる。なりすまし行為の有無にかかわらず、オンライン広告を経由した犯罪行為に関して共通にいえることであり、オンライン広告についてはこのような性質があることを踏まえ、実効的かつ適正な広告主へ配慮したバランスの取れた対策を検討していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【LINEヤフー株式会社】</p> | <p>考え方 別—5—10</p> <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁やステークホルダーとも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—11</p> <p>(意見)</p> <p>いわゆるプログラマティックギャランティード(DSP経由で実施する予約型広告)は、別紙第5章「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」において広告仲介PF事業者に求められる措置の対象外とすることを認めるべきである。</p> <p>(理由)</p> <p>いわゆるプログラマティックギャランティード(DSP経由で実施する予約型広告)においては、あらかじめ広告主とパブリッシャーが直接契約し、広告出稿に係る条件を合意するため、DSPは、「アルゴリズムを用いた入札方式の運用型広告を広告主に提供し」ていない。また、DSPは、広告主とパブリッシャーが合意した条件に基づき広告を配信するための技術的な手段を提供しているにすぎず、「どのようなデジタル広告がどのようなメディアにどのような形で流通・掲載されるかについて…コントロールを及ぼす立場」にいるわけではない。パブリッシャーが、広告仲介PFサービスを通さず、広告主から直接デジタル広告の出稿を受ける場合(本とりまとめ18頁参照)に準じて取り扱うべきである。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>考え方 別—5—11</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>意見 別—5—12</p> <p>(意見) 「AI等の自動的手段を利用する場合における当該手段の実効性向上に向けた措置を実施すること」が求められる場合、具体的な措置の内容を法令で規定するべきではなく、情報伝送PF事業者等の創意工夫に委ねるべきである。</p> <p>(理由) 「AI等の自動的手段」の発展は、あらかじめ予想することが難しく、当該手段の実効性向上に向けた措置の内容は、その発展の内容に応じて異なり得るため、あらかじめこれを法令で定めることは適切ではない。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>考え方 別—5—12</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—13</p> <p>(意見) 広告代理店を経由した広告出稿の場合、情報伝送PF事業者等が広告代理店を広告主とみなして本人確認を行うことを認めるべきである。</p> <p>(理由) 広告代理店を経由した広告出稿の場合、「広告主と直接取引を行い、広告主から直接デジタル広告の出稿を受ける」のは広告代理店であり、情報伝送PF事業者等が広告主の本人確認を直接実施することが難しい場合もある。また、本人確認の目的が違法・不当な広告の流通・拡散の事前抑止、事後的なトレーサビリティの確保等にあるのであれば、情報伝送PF事業者等が広告代理店の本人確認を実施することによってもその目的を果たすことが十分に可能である。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>考え方 別—5—13</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—14</p> <p>(意見) 「掲載する広告のターゲティングに用いる主なパラメータに関する情報を公表する」方策や「過去に掲載(仲介)した広告に関し、ターゲティングの対象とされた集団の範囲等を含む情報をデータベース化し、公開する」方策は、情報伝送PF事業者等の間における競争条件の公平を失するものであり、このような規制の導入を基礎付ける立法事実は示されていない。</p> | <p>考え方 別—5—14</p> <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、政策検討がなされることを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>(理由)</p> <p>本方策は、大規模な情報伝送PF事業者等に対してのみデータベース等の開発及び管理に伴う負担を課すのみならず、広告主が自らの秘密情報を公開されることを懸念して当該大規模な情報伝送PF事業者等が提供する広告サービスの利用を控えることにも繋がるものである。このような過大な規制を導入するにあたり、「(i)から(iv)までの方策」によって違法・不当な広告の流通・拡散の抑止という目的が達成できないことは示されていないし、より制限的でない方策(例えば、ターゲティングに関する基準とその運用状況の公開、データベースにアクセスできる主体の範囲の限定)によってかかる目的を達成できるかどうか検討されていない。なお、Digital Services Act第26条に定めるパラメータの開示や同第39条に定めるレポジトリーは、本検討会及び本WGの議論が目的とする「違法・不当な広告の流通・拡散の抑止」のみならず、欧州連合基本権憲章に基づく基本権の保障の観点も踏まえて導入されたものであり、わが国とは状況を異にしている。諸外国の規制動向に追随するような規制ありきの議論ではなく、まずは日本の実態に即した課題の設定から議論を進めるべきである。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—5—15</p> | <p>考え方 別—5—15</p> |
| <p>(意見)</p> <p>「違法・不当な広告が掲載されたウェブページの管理者」については、パブリッシャーにおいて特定の広告をブロックするツールなども開発されており、これにより広告掲載停止の申出・要請に代えることを認めるべきである。</p> <p>また、「当該広告に隣接して掲載されたコンテンツの発信者」については、一般ユーザー向けに個別の広告に対するフィードバックを行う機能も提供されているため、かかる機能を通じたフィードバックを認めることで足りる。</p> <p>(理由)</p> <p>広告掲載停止措置を実施する情報伝送PF事業者等の実務上の負担に配慮する必要がある。とりわけ、「当該広告に隣接して掲載されたコンテンツの発信者」については、申出・要請の適格性の確認に困難をきたすほか、濫用的な申出・申請がなされる可能性もあるため、本方策における申出・要請主体の範囲の範囲に含めるべきではない。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、とりまとめ(案)では、違法・不当な広告に対する事後的な掲載停止措置の実効性確保に向けた方策として、広告掲載停止措置に関する透明性の確保に向け、いかなる方策が必要かつ適切かについては、その具体的な目的を整理しつつ、今後、更なる検討が必要であるとしています。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>意見 別—5—16</p> <p>(意見) ターゲティングが一律に問題なのではなく、広告の対象となる商品又は役務やオーディエンスの内容に応じてターゲティングの制限の要否が検討されるべきである。その際、情報伝送PF事業者等が自ら生成していないオーディエンスについては情報伝送PF事業者等に対してターゲティングの制限を課すべきではない。</p> <p>(理由) ターゲティング広告は、必ずしも個人の脆弱な特質・状況に着目して広告を配信することを目的としているわけではなく、広告主が意図しているオーディエンスにリーチし、広告費用を効率的に配分することを助けるものである。例えば、入れ歯洗浄剤の広告のために高齢者層のオーディエンスにリーチする場合、個人の脆弱な特性・状況に着目して広告を配信しているのではなく、入れ歯洗浄剤のニーズを有する高齢者層に対して広告費用を効率的に配分しているに過ぎない。</p> <p>また、ターゲティング広告を行うにあたっては、情報伝送PF事業者等が有するオーディエンスデータのみならず、第三者(広告主や広告代理店を含むが、これに限られない。)が有するオーディエンスデータを活用する場合もある。この場合、情報伝送PF事業者等は、当該第三者が有するオーディエンスデータが個人の脆弱な特質・状況に着目したものであるか否かを確認することはできない。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>考え方 別—5—16</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—17</p> <p>(意見) ◎デジタル広告エコシステムをめぐる諸課題について 新聞に掲載される広告に関し、当協会は1958年に制定した「新聞広告倫理綱領」で、不当な広告を排除して読者の利益を守ることを宣言している。新聞社の広告審査担当者は、日々入稿される広告原稿が法令や倫理に適合しているかを確認し、読者の信頼に応えるよう努めている。</p> <p>新聞社が運営するウェブサイトに対し、広告仲介プラットフォーム事業者から各社の広告掲載基準に満たない広告が配信されることがある。なりすまし広告や詐欺広告などSNSを悪用した深刻な社会問題も生じている。新聞各社はアドベリフィケーションツールを導入するなど、本来広告仲介プラットフォーム事業者が負担すべきコストや労力をかけ、不適切な広告を利用者に発信しない対策に、真摯に取り組んでいる。</p> <p>デジタル広告エコシステムをめぐるリスク・問題への対策が喫緊の課題であることは明らかである。とりまとめ</p> | <p>考え方 別—5—17</p> <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁やステークホルダーとも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>(案)は「別紙」第5章で「違法・不当な広告」の範囲に関し、「当該広告そのものが有する権利侵害性その他の違法性や客観的な有害性(及びその明白性)」「当該広告が流通・拡散することによる社会的影響の重大性(及びその明白性)」の有無・軽重に照らして検討すべきとの方針を示した(P.343)。違法・不当な広告への対策を講じることに異論はない。その際、健全な広告活動が過度に規制されないよう慎重な議論と対応を求める。</p> <p>広告仲介プラットフォーム事業者による広告審査機能の強化と透明性の確保は重要な課題であり、迅速な取り組みが必要である。「違法・不当な広告が掲載されたウェブページの管理者や、当該広告に隣接して掲載されたコンテンツの発信者、広告関係団体等からの申出・要請を契機とした広告掲載停止措置」については、悪質な広告からサイト利用者を保護するため、実効性がある対応を求めたい(P.347)。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | |
| <p>意見 別—5—18</p> | <p>考え方 別—5—18</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 広告の質の確保を通じて情報流通の健全性を確保する施策に賛同します。 ・ 「対応を検討すべきインターネット上に流通する『違法・不当な広告』の範囲」には、民間放送のコンテンツを改ざんしたもの、番組出演者の権利を侵害するもの、民間放送由来のコンテンツであると誤認させるものなどを含むよう要望します。 <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、情報伝送PF事業者等において対応を検討すべき「違法・不当な広告」の範囲については、広告主の表現の自由をはじめとする様々な権利利益に配慮する観点から、主要な情報伝送PF事業者等における現状の利用規約等の内容を踏まえつつ、対象範囲の客観的な明確性を確保するとともに、必要かつ相当な対策が適正に講じられることを担保できるよう定められる必要があるとしています。また、民間放送のコンテンツを改ざんしたものなど、何らかの権利を侵害するコンテンツを用いた広告であれば、違法な広告の範囲に含まれると考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—19</p> | <p>考え方 別—5—19</p> |
| <p>オンライン広告が犯罪行為の入り口となることがあることは否定できないが、一方で、犯罪に繋がる広告かどうかは、事後的に捜査を行って見ないと把握できない面があり、必ずしもオンライン広告の掲載時に広告や広告主の悪質性を把握しきれない面がある。なりすまし行為の有無にかかわらず、オンライン広告を経由した犯罪</p> | <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁やステークホルダーとも連携しながら、政策検討がなされることを期待しま</p> |

| | |
|--|--|
| <p>行為に関して共通にいえることであり、オンライン広告についてはこのような性質があることを踏まえ、実効的かつ適正な広告主へ配慮したバランスの取れた対策を検討していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>す。</p> |
| <p>意見 別—5—20</p> | <p>考え方 別—5—20</p> |
| <p>いわゆるプログラマティックギャランティード(DSP経由で実施する予約型広告)は、別紙第5章「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」において広告仲介PF事業者に求められる措置の対象外とすることを認めるべきです。</p> <p>いわゆるプログラマティックギャランティード(DSP経由で実施する予約型広告)においては、あらかじめ広告主とパブリッシャーが直接契約し、広告出稿に係る条件を合意するため、DSPは、「アルゴリズムを用いた入札方式の運用型広告を広告主に提供し」ておりません。また、DSPは、広告主とパブリッシャーが合意した条件に基づき広告を配信するための技術的な手段を提供しているにすぎず、「どのようなデジタル広告がどのようなメディアにどのような形で流通・掲載されるかについて…コントロールを及ぼす立場」にいるわけではございません。パブリッシャーが、広告仲介PFサービスを通さず、広告主から直接デジタル広告の出稿を受ける場合(本とりまとめ18頁参照)に準じて取り扱うべきであると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—21</p> | <p>考え方 別—5—21</p> |
| <p>「AI等の自動的手段を利用する場合における当該手段の実効性向上に向けた措置を実施すること」が求められる場合、具体的な措置の内容を法令で規定するべきではなく、情報伝送PF事業者等の創意工夫に委ねるべき。</p> <p>「AI等の自動的手段」の発展は、あらかじめ予想することが難しく、当該手段の実効性向上に向けた措置の内容は、その発展の内容に応じて異なり得るため、あらかじめこれを法令で定めることは適切ではないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—5—22</p> | <p>考え方 別—5—22</p> |
| <p>広告代理店を経由した広告出稿の場合、情報伝送PF事業者等が広告代理店を広告主とみなして本人確認を行うことを認めるべきです。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>広告代理店を経由した広告出稿の場合、「広告主と直接取引を行い、広告主から直接デジタル広告の出稿を受ける」のは広告代理店であり、情報伝送PF事業者等が広告主の本人確認を直接実施することが難しい場合もございます。また、本人確認の目的が違法・不当な広告の流通・拡散の事前抑止、事後的なトレーサビリティの確保等にあるのであれば、情報伝送PF事業者等が広告代理店の本人確認を実施することによってもその目的を果たすことが十分に可能です。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | |
| <p>意見 別—5—23</p> <p>(意見)</p> <p>「掲載する広告のターゲティングに用いる主なパラメータに関する情報を公表する」方策や「過去に掲載(仲介)した広告に関し、ターゲティングの対象とされた集団の範囲等を含む情報をデータベース化し、公開する」方策は、情報伝送PF事業者等の間における競争条件の公平を失するものであり、このような規制の導入を基礎付ける立法事実は示されておりません。</p> <p>本方策は、大規模な情報伝送PF事業者等に対してのみデータベース等の開発及び管理に伴う負担を課すのみならず、広告主が自らの秘密情報を公開されることを懸念して当該大規模な情報伝送PF事業者等が提供する広告サービスの利用を控えることにも繋がるものです。このような過大な規制を導入するにあたり、「(i)から(iv)までの方策」によって違法・不当な広告の流通・拡散の抑止という目的が達成できないことは示されていないし、より制限的でない方策(例えば、ターゲティングに関する基準とその運用状況の公開、データベースにアクセスできる主体の範囲の限定)によってかかる目的を達成できるかどうか検討されていません。なお、Digital Services Act第26条に定めるパラメータの開示や同第39条に定めるレポジトリーは、本検討会及び本WGの議論が目的とする「違法・不当な広告の流通・拡散の抑止」のみならず、欧州連合基本権憲章に基づく基本権の保障の観点も踏まえて導入されたものであり、わが国とは状況を異にしています。諸外国の規制動向に追随するような規制ありきの議論ではなく、まずは日本の実態に即した課題の設定から議論を進めるべきです。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>考え方 別—5—23</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、諸外国の動向のみならず、デジタル広告等に関する日本の実態をしっかり把握した上で、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—24</p> <p>「違法・不当な広告が掲載されたウェブページの管理者」については、パブリッシャーにおいて特定の広告をブロックするツールなども開発されており、これにより広告掲載停止の申出・要請に代えることを認めるべきです。</p> | <p>考え方 別—5—24</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|---|
| <p>また、「当該広告に隣接して掲載されたコンテンツの発信者」については、一般ユーザー向けに個別の広告に対するフィードバックを行う機能も提供されているため、かかる機能を通じたフィードバックを認めることで足りると考えます。</p> <p>広告掲載停止措置を実施する情報伝送PF事業者等の実務上の負担に配慮する必要があります。とりわけ、「当該広告に隣接して掲載されたコンテンツの発信者」については、申出・要請の適格性の確認に困難をきたすほか、濫用的な申出・申請がなされる可能性もあるため、本方策における申出・要請主体の範囲の範囲に含めるべきではありません。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>なお、とりまとめ(案)では、違法・不当な広告に対する事後的な掲載停止措置の実効性確保に向けた方策として、広告掲載停止措置に関する透明性の確保に向け、いかなる方策が必要かつ適当かについては、その具体的な目的を整理しつつ、今後、更なる検討が必要であるとしています。</p> |
| <p>意見 別—5—25</p> | <p>考え方 別—5—25</p> |
| <p>ターゲティングが一律に問題なのではなく、広告の対象となる商品又は役務やオーディエンスの内容に応じてターゲティングの制限の要否が検討されるべきです。その際、情報伝送PF事業者等が自ら生成していないオーディエンスについては情報伝送PF事業者等に対してターゲティングの制限を課すべきではありません。</p> <p>ターゲティング広告は、必ずしも個人の脆弱な特質・状況に着目して広告を配信することを目的としているわけではなく、広告主が意図しているオーディエンスにリーチし、広告費用を効率的に配分することを助けるものです。例えば、入れ歯洗浄剤の広告のために高齢者層のオーディエンスにリーチする場合、個人の脆弱な特質・状況に着目して広告を配信しているのではなく、入れ歯洗浄剤のニーズを有する高齢者層に対して広告費用を効率的に配分しているに過ぎません。</p> <p>また、ターゲティング広告を行うにあたっては、情報伝送PF事業者等有するオーディエンスデータのみならず、第三者(広告主や広告代理店を含むが、これに限られない。)が有するオーディエンスデータを活用する場合もあります。この場合、情報伝送PF事業者等は、当該第三者が有するオーディエンスデータが個人の脆弱な特質・状況に着目したものであるか否かを確認することはできません。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—26</p> | <p>考え方 別—5—26</p> |
| <p>なりすまし型の「偽広告」の問題は、消費者との関係では閲覧者の財産上の被害をもたらしていることにあるが、被害防止と被害者救済は情報伝送 PF 事業者ではなく広告主が一義的に責任を負うべきであり、主に消費者保護法制で解決すべき問題である。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>具体的にどの情報伝送PF事業者等のどのような取り組みが、透明性・アカウントビリティの確保の観点から不十分と判断したのか不明確である。特定の事業者の対応に不備がある場合には、当該事業者に対して、景品表示法等の個別法に基づき対応の是正を求めれば足りる。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—5—27</p> | <p>考え方 別—5—27</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 「他人の肖像を使用した広告に関する肖像使用の許諾の有無の確認手続」について、情報伝送PF事業者等が広告に映る人物全員について個別の許諾の有無を確認することは現実的ではない。これを仮に実施した場合、迅速な広告出稿ができなくなり、また広告単価が上昇するため、中小を含む広告主に対する経済的な影響も大きい。 ・ また、「広告関連法規」といっても、例えば、景品表示法違反の有無を調査するには、実際の商品・サービスの内容・効果を確認したり、おとり広告であれば在庫状況を確認することが必要となるが、情報伝送PF事業者等がこれらの調査をすることは現実的ではない。他の例としても、薬機法や医療法に基づく広告の判断は高度な専門的知見が必要であることから、情報伝送PF事業者等においてこれらを確認・判断することは極めて困難である。 <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—28</p> | <p>考え方 別—5—28</p> |
| <p>・そもそも、情報の開示は、情報の開示自体を目的として扱われないようにすることが重要であり、何をどのように公表するかはプラットフォーム事業者の判断に委ねるべきである。情報を開示したとしても、規制当局が情報過多に直面している場合などは、量的に十分な開示にも関わらず、最終的に透明性の欠如につながることになる。さらに、データ開示を要請する際、特に、グローバルではなく特定の国レベルの数字についての開示については、そもそもグローバルな組織で業務運営を行う企業にとって国レベルでのデータ開示がかえって誤解を招く可能性があるほか、その集計にも言語別、投稿された国別など多様な集計方法があり、その集計方法の妥当性の検討や事業者とのすり合わせがないとかえって誤解を生じさせたり、求められるデータの集計方法が事業者側がすでに行っている方法と異なる場合は事業者に多大な負荷を与えることがありうることに留意が必要である。いかなる開示要件も、企業秘密を危険にさらしたり、悪意のある人物が私たちのシステムを悪用する可能性を孕んでいるため、過剰な開示要件にならないよう注意して検討される必要がある。</p> <p>・AI等の自動的手段を補う人的審査の質の担保方法は各プラットフォーマーに委ねられるべきである。また、</p> | <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>「日本語や日本の社会・文化・法令」の理解は定性的なものであり、その程度を一律に測ることはできない。日本の広告について日本語や日本の社会・文化・法令を理解する者が検討すれば事前審査基準に基づく適切な広告審査が迅速にできるというものでもないため「日本語や日本の社会・文化・法令を理解する者の配置状況に関する情報」は広告審査能力の指標として適切ではない。また、配置状況の公表によって数字のみで各プラットフォーム事業者が相対的に判断される可能性がある。</p> <p>・AI等の自動的手段の仕組みや質は様々であるから、これを利用する場合における当該手段の実効性向上に向けた具体的な方策については、各プラットフォーム事業者に委ねられるべきである。エラー率や、不服申し立てを受けて判断に変更を加えた件数を公表することが、AI等による事前の広告審査の実効性向上にどのように寄与するのか不明確である。</p> <p>・仮に左記の情報が公表された場合、当該情報をどのように利用、分析し、広告の質の確保につなげることとなるのかが不明である。また、公表に備えるための事業者の負担との比例性が確保されていない。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別—5—29</p> | <p>考え方 別—5—29</p> |
| <p>広告主の本人確認の具体的な方法、タイミングについては各プラットフォームに委ねるべきである。例えば、厳格な本人確認をアカウント作成時に必須とすると、早期にビジネスを展開したい利用者の利益を害する場合もある。広告出稿の方法や内容によるリスクの程度に応じた柔軟な方法を各プラットフォームの判断で行うべきである。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見については、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、広告主の本人確認の実施を含む情報伝送PF事業者等による広告の事前審査については、「違法・不当な広告」のインターネット上における流通・拡散を事前に抑止する観点から具体化が進められるものと考えており、その際、総務省において、関係事業者の意見も確認しながら進めていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—30</p> | <p>考え方 別—5—30</p> |
| <p>「人員等の体制」の内容については今後具体化を進めるとのことであるが、この点について、日本の消費者及び広告主にとって重要なのは、消費者及び広告主の視点・体験に照らして広告審査が合理的に行われているかであって、そのために事業者がどのような人員等の体制を取っているかは無関係であり、さらに（現時点で明示的に求められているわけではないもののあらかじめ付言しておく）「日本国内において」広告審査を行うことが特段に有利なわけでもないことに留意されたい。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、この記載は、日本国内で広告審査広告審査の実施場所について日本国内に限定しているものではありません。</p> |

| | | |
|---|------------|--|
| | 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—5—31 | | 考え方 別—5—31 |
| 広告主に対する広告掲載停止措置や判断基準については、プラットフォームは、取引透明化法に基づき適正に対応することが既に求められているため、二重の規制を作るべきではない。 | | 頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。 |
| | 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—5—32 | | 考え方 別—5—32 |
| 例示されている取組について、ターゲティングの対象とされた集団の範囲等を含む情報をデータベース化し公開することが事後的な掲載停止措置の実効性にどのように寄与するのか不明である。 | | 頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。 |
| | 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—5—33 | | 考え方 別—5—33 |
| PFの利用規約に基づき行う不当な広告の掲載停止措置に関しては、量が膨大であるため、全ての申請者に結果を通知することは実務上現実的ではない。名誉権やプライバシー等の法的な権利侵害に基づく申請であれば、権利侵害の状況を把握することに一定の合理性があるが、広告ポリシーの違反に基づく申請について、申請者がPFの対応状況を把握する利益はない。 | | 頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。 |
| | 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—5—34 | | 考え方 別—5—34 |
| そもそも対象となる行政法規の範囲が不明であり(薬機法のような広告規制に限るのか等)、非現実的に広汎にわたる懸念がある。また、裁判所ではなく行政機関による違法性の判断にPFが拘束され、広告掲載停止措置の義務を負うとするのは不当であるとともに、憲法上の疑義がある。 | | 頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。 なお、対象となる行政法規の範囲については、今後、具体的な行政法規を洗い出しつつ、具体化を進めることが適当であると考えます。 |
| | 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—5—35 | | 考え方 別—5—35 |
| 申請者のプライバシーは配慮されるのか。状況によっては申請者が特定されることにもなりかねず、申出・申請の状況を公表することは適当ではない。 | | 頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。 なお、とりまとめ(案)では、行政機関による申出・申請に関する透明性・アカウンタビリティを確保するための方策の具 |
| | 【グーグル合同会社】 | |

| | |
|---|---|
| | <p>体化に当たっては、今後、更なる検討が必要であると考えます。</p> |
| 意見 別—5—36 | 考え方 別—5—36 |
| <p>このような者であっても、特別扱いする理由は乏しいため、一般向けに用意されているフォーム等を用いて停止要請をしてもらうべきである。窓口を増やすことは、PFの負担が増えるのみならず、申請者にとっても手続が複雑化し混乱を招く。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| 意見 別—5—37 | 考え方 別—5—37 |
| <p>例えば、大規模ポータルサイトのトップ画面と個人のブログ上の掲載位置によって取り扱いが変わるということか等、具体的にどのような流通の態様を想定しているのか不明である。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、具体的にどのような態様の情報流通を対象とするか等の詳細については、当該態様の情報流通によって発生又は増幅する影響及びリスクを特定しつつ、今後、更なる検討が必要であると考えます。</p> |
| 意見 別—5—38 | 考え方 別—5—38 |
| <p>p.341-7行目～:「こうした影響の軽減に向けては、第2章で述べた役割・責務が期待される情報伝送PF事業者のみならず、広告仲介PF事業者も、広告主と直接取引を行い、広告主から直接デジタル広告の出稿を受けられる限り～」</p> <p>(意見)</p> <p>例えば、広告代理店等を経由した取引であれば対象外となるという趣旨か、意図を明確に記載していただきたい。</p> <p>p.344-4行目～:「2. デジタル広告の流通前の事前審査の在り方」</p> <p>p.345-13行目～:「3. 違法・不当な広告に対する事後的な掲載停止措置の実効性確保に向けた方策」</p> <p>(意見)</p> <p>審査基準や体制の「透明化」は、却って悪意ある者に悪用される可能性があることにも留意して検討していただきたい。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、情報伝送PF事業者や広告仲介PF事業者が直接取引を行う広告代理店については対象になると考えておりますので、「広告仲介PF事業者も、広告主と直接取引を行い、広告主から直接デジタル広告の出稿を受けられる限り」を「広告仲介PF事業者も、広告主(及び広告代理店)と直接取引を行い、広告主(及び広告代理店)から直接デジタル広告の出稿を受けられる限り」に修文します。</p> <p>また、とりまとめ(案)では、権利侵害性その他の違法性はないが有害性や社会的影響の重大性が大きい広告の一部について、脆弱な個人に対するターゲティングの停止の</p> |

| | |
|---|---|
| <p>p.346-6行目～:「(例えば、(i)に関し、広告掲載停止措置そのものに関する基準・手続のみならず、掲載する広告のターゲティングに用いる主なパラメータに関する情報を公表するなど)」</p> <p>(意見)</p> <p>広告掲載停止措置とターゲティングに用いる主なパラメータに関する情報の公表の関係が不明確なため、関係性をより具体的に記載していただきたい。</p> <p>p.346-18行目～:(3)広告掲載停止措置に関する対応の迅速化を通じた実施の促進について</p> <p>(意見)</p> <p>仮に本件施策が実施される場合は、列挙された措置に加え、行政機関等からの申出・要請に基づき実施した広告掲載停止措置については、広告主等への説明責任は、情報伝送PF事業者等ではなく、当該申出・要請を発出した行政機関等が負う旨を追記していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>確実な実施を担保することが適当とする意見も踏まえ、こうした方策の適否については、情報伝送PF事業者等が提供するサービスにおけるターゲティングの実態を踏まえつつ、今後、更なる検討が必要であるとしております。</p> <p>広告掲載停止措置に関する対応の迅速化については、「行政機関等からの申出・要請に基づき実施した広告掲載停止措置については、広告主等への説明責任は、情報伝送PF事業者等ではなく、当該申出・要請を発出した行政機関等が負うという意見もあった」旨を脚注に追記します。</p> |
| 意見 別—5—39 | 考え方 別—5—39 |
| <p>(ご意見)</p> <p>オンライン広告が犯罪行為の入り口となることがあることは否定できませんが、一方で、犯罪に繋がる広告かどうかは、事後的に、捜査機関が捜査を行って見ないと把握できない面があり、必ずしもオンライン広告の掲載時に広告や広告主の悪質性を把握しきれない面があります。なりすまし行為の有無にかかわらず、オンライン広告を経由した犯罪行為に関して共通にいえることであり、オンライン広告についてはこのような性質があることを踏まえ、実効的かつ適正な広告主へ配慮したバランスの取れた対策を検討していただくようお願いします。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかり把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| 意見 別—5—40 | 考え方 別—5—40 |
| <p>AI を含む自動的手段による広告の事前審査技術は、各社の技術開発努力により構築されたシステムです。このようなシステムの実効性の向上への取り組みは、営業秘密に属する事項も多く、公表する性質のものではありません。</p> | <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかり把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>また、各社が開発した技術の「エラー率や、発信者からの不服申立てを受けて判断に変更を加えた件数・割合等」などのデータも、営業秘密に属する事項も多く、公表する性質のものではありません。</p> <p>「エラー率や、発信者からの不服申立てを受けて判断に変更を加えた件数・割合等」を公表することにより、広告の事前審査の実効性がどのように向上するのか不明であり、当該情報の企業活動における重要性に比して、公表により社会にもたらされるメリットが大きいと判断することは困難です。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | |
| <p>意見 別—5—41</p> <p>「過去に掲載(仲介)した広告に関し、ターゲティングの対象とされた集団の範囲等を含む情報をデータベース化し、公開」することは、膨大な広告量に鑑みて、現実には不可能です。また、プラットフォーム・ビジネスは、ユーザーと広告主という双面性を伴うことを理解することが重要です。すなわち、広告主にとって、どのような広告マーケティングを行ったかという情報は、重要かつ機微に扱われるべき経営情報であるので、プラットフォームのみでは判断することは出来ません。報告書案で示された考え方は、デジタル広告ビジネスだけでなく、デジタル広告が支えるすべての関連ビジネスへの潜在的な悪影響を考慮したものであるべきです。さらに、データはプライバシーやセキュリティなど、尊重すべき価値観の観点から保護されるべきものであることを認識することも重要です。</p> <p>また、仮に実施したとしても、違法・不当な広告に対する事後的な掲載停止措置の実効性確保にどのように役立つのか不明です。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>考え方 別—5—41</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—42</p> <p>広告審査体制の透明化について反対します。前述の通りプラットフォームごとにプロダクト・サービスが異なり、必要な体制が異なります。評価することができない状況でいたずらに誰もアクセスできる情報として開示することは、リスクを増大させることにつながると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【X(TwitterJapan株式会社)】</p> | <p>考え方 別—5—42</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—5—43</p> <p>広告掲載停止措置の実施要否等の判断に関与する人員等の体制に関する情報の公表について反対します。前述の通りプラットフォームごとにプロダクト・サービスが異なり、必要な体制が異なります。評価することができない状況でいたずらに誰もアクセスできる情報として開示することは、リスクを増大させることにつながると</p> | <p>考え方 別—5—43</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>考えます。</p> <p style="text-align: right;">【X(TwitterJapan株式会社)】</p> | |
| <p>第6章 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</p> | |
| <p>意見 別—6—1</p> | <p>考え方 別—6—1</p> |
| <p>・「運用型広告を通じ、偽・誤情報等をはじめ、違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツを掲載するオンラインメディアにデジタル広告が配信され、広告主が支払う広告費が偽・誤情報等をはじめとする違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツの発信・拡散主体の収入源となる一方、手間とコストを掛けて取材・編集・制作された質の高いコンテンツ等を発信するメディアの広告収入に影響が及んでいる」及び「質の高いメディアへの広告配信の確保に向けた広告主(及び広告代理店)による取組の促進方策」についての提案は妥当と考えます。</p> <p>・「広告仲介PFは、偽・誤情報等、違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツの発信・拡散主体への広告費流入抑止と質の高いメディアへの広告配信の確保に向けて対応することが適当」とする提案に賛同し、本検討会ワーキンググループには方策の着実な具体化を期待します。(p.349)</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>頂いた御意見については、とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>なお、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかり把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—6—2</p> | <p>考え方 別—6—2</p> |
| <p>■「広告仲介PF事業者が提供する運用型広告を通じ、偽・誤情報等をはじめ、違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツを掲載するオンラインメディアにデジタル広告が配信され、広告主が支払う広告費が偽・誤情報等をはじめとする違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツの発信・拡散主体の収入源となる一方、手間とコストをかけて取材・編集・制作された質の高いコンテンツ等を発信するメディアの広告収入に影響が及んでいる」という記載は極めて妥当であり、是正されるべきと考えます。</p> <p>■「広告主による取り組みの促進方策」として、「②セーフリスト」や「④アドベリフィケーションツールの導入」などが挙げられていますが、情報伝送PF事業者の仕様により、これらが適切に機能しないケースも散見されています。広告主や広告仲介PF事業者に加え、情報伝送PF事業者についても、具体的な措置を講じる対象とすべきです。</p> <p>■総務省においてはPF事業者等の自主ルール任せにせず、広告主等の関係者の意見をよく汲み取り、適宜</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、頂いた御意見のとおり、「偽・誤情報等を掲載するメディア」を「偽・誤情報や違法アップロードコンテンツ等を掲載するメディア」に修文します。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>フィードバックや検証を行う等の適切な体制・環境整備に努め、その実効性を確保するよう要望します。</p> <p>■P351の枠囲みのうち、「偽・誤情報等を掲載するメディア」を「偽・誤情報や違法アップロードコンテンツ等を掲載するメディア」に修正するよう強く要望します。</p> <p>■2024年5月30日に民放連が本検討会で指摘したとおり、PF上に違法アップロードされた放送番組に由来するコンテンツに広告が付与され、その収益がアップローダーとPF事業者に移っていることに、強い問題意識を持っています。民間放送事業者はこれまで広告主企業から受け取った広告費を、制作にかかわる多くの関係者に還元することを通して、信頼できる情報の発信や優れたコンテンツが制作できる環境を維持してきました。我が国の健全な情報流通のエコシステムを維持することは極めて重要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【(株)フジテレビジョン】</p> | |
| <p>意見 別—6—3</p> | <p>考え方 別—6—3</p> |
| <p>「質の高いメディア」の定義が不明瞭である。質の高・中・低に関する議論や「メディア」の定義に関する議論がなされていないように見受けられる。</p> <p>P140 JIAA御発表の検討会資料13-3「広告掲載不適切コンテンツカテゴリ」と貴省が定義する質の低いメディアは同一か。質の中位のメディアへの掲載には言及がなく、質の高いメディアにのみ掲載を推奨している理由はなにか。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>質の高いメディアの定義については、とりまとめ(案)では厳密な定義を置いていません。今後、総務省において、とりまとめ(案)を踏まえて政策検討がなされることとなりますが、その際、質の高いメディアへの広告配信に向け、どのような政策が適切なのか議論がなされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—6—4</p> | <p>考え方 別—6—4</p> |
| <p>(意見)</p> <p>「メディア審査や広告配信停止措置に関する基準の策定・公表と運用状況の公開」については、その概要に限り、又は、法令その他により守秘義務を負う者に対してのみ、開示の可否を検討するべきである。</p> <p>(理由)</p> <p>メディア審査や広告配信停止措置に関する基準とその運用状況の詳細を公開した場合、偽・誤情報等を掲載するウェブサービスやMFAウェブページを運営する不正行為者による迂回措置を助長しかねない。</p> <p style="text-align: right;">【アマゾンジャパン合同会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—6—5</p> | <p>考え方 別—6—5</p> |
| <p>(意見)</p> <p>◎デジタル広告エコシステムをめぐる諸課題について</p> | <p>頂いた御意見については、とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>信頼度の高い良質なメディアへの広告配信を促進する対策として、「別紙」第6章で「媒体社(パブリッシャー)と広告主を限定したクローズな広告の取引市場であるPMP(Private Marketplace)の活用」「広告掲載品質の確保のための質の高いメディア(パブリッシャー)の真正性・信頼性確保技術の活用」、メディア審査や広告配信停止措置に関する「基準の策定・公表と運用状況の公開」「実施体制の整備及び透明化」(P.350、351)などを示した。正確で信頼できる情報を発信している広告媒体が正当な評価を受けることが期待できる対応であり、議論の方向性を注視したい。合わせて、デジタル広告に関するリテラシー向上の社会的機運を高めることも重要である。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | |
| <p>意見 別—6—6</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツを掲載するオンラインメディアにデジタル広告が配信され、広告主が支払う広告費が偽・誤情報等をはじめとする違法なコンテンツや客観的に有害なコンテンツの発信・拡散主体の収入源となる一方、手間とコストを掛けて取材・編集・制作された質の高いコンテンツ等を発信するメディアの広告収入に影響が及んでいる」との指摘や、質の高いメディアに広告配信される取り組みの必要性は広告に関わる全てのステークホルダーがコンプライアンス問題・リスクマネジメントとして認識すべきであるとい う本検討会WGの問題意識に賛同します。 ・ 本章において提言された2つ方策(「質の高いメディアへの広告配信の確保に向けた広告主(及び広告代理店)による取組の促進方策」と「質の高いメディアへの広告配信の確保に向けた広告仲介PF事業者による取組の促進方策」)が、着実に実施されるように総務省が取り組むことが大変重要です。 ・ 質の高いメディアへの広告配信に資する取り組みを通じて情報流通の健全性を確保するためには、社会全体の理解が必要であり、本検討会の今後の検討を期待します。 <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>考え方 別—6—6</p> <p>頂いた御意見については、とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 別—6—7</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 351ページの枠囲みのうち、「偽・誤情報等を掲載するメディア」を「偽・誤情報や違法アップロードコンテンツ等を掲載するメディア」に修正するよう強く要望します。 ・ 2024年5月30日に民放連が本検討会で指摘したとおり、プラットフォーム上に違法アップロードされた民間放送由来のコンテンツに広告が付与され、その収益がアップローダーとプラットフォーム事業者にわたっていることに、民間放送は強い問題意識を持っています。民間放送はこれまで広告主企業から受け取った広告 | <p>考え方 別—6—7</p> <p>頂いた御意見を踏まえ、「偽・誤情報等を掲載するメディア」を「偽・誤情報や違法アップロードコンテンツ等を掲載するメディア」に修正します。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>費を、制作にかかわる多くの関係者に還元することを通して、信頼できる情報の発信や優れたコンテンツが制作できる環境を維持してきました。不正・不法なふるまいが日本の情報流通のエコシステムの毀損を進めないために必要な修正と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | |
| <p>意見 別—6—8</p> <p>「メディア審査や広告配信停止措置に関する基準の策定・公表と運用状況の公開」については、その概要に限り、又は、法令その他により守秘義務を負う者に対してのみ、開示の要否を検討するべきです。メディア審査や広告配信停止措置に関する基準とその運用状況の詳細を公開した場合、偽・誤情報等を掲載するウェブサービスやMFAウェブページを運営する不正行為者による迂回措置を助長しかねません。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>考え方 別—6—8</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—6—9</p> <p>広告配信停止措置の申出・要請に関しては、量が膨大であるため、全ての申請者に結果を通知することは実務上現実的ではない。名誉権やプライバシー等の法的な権利侵害に基づく申請であれば、権利侵害の状況を把握することに一定の合理性があるが、広告ポリシーの違反に基づく申請について、申請者がPFの対応状況を把握する利益はない。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | <p>考え方 別—6—9</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかり把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—6—10</p> <p>① JAAA では 5/17 に「デジタルメディア上における詐欺広告について」声明を発出している。その中で、いわゆる「詐欺広告」に対する遺憾の意と、総務省の本検討会への協力、JAA(日本アドバタイザーズ協会)様の緊急提言への賛同、関係者との連携による課題解決への強い意志を表明している。またこれまでも、当協会の「広告倫理綱領」に定める広告業本来の社会的責任を果たすための取り組みを続けている。</p> <p>② コスト効率を追いかけるだけでなく健全な広告活動を推進していくための意識改革を広告主と一体となって進めていくことに賛同する。一方、デジタル広告においては広告代理店が介在しないケースも少なくない割合の取引で行われている。また一口に「広告主」、「広告代理店」といっても非常に数多くのプレイヤーが存在しており、すでに高い意識で対応している会社もあるが、課題意識が十分ではなかったり、企業</p> | <p>考え方 別—6—10</p> <p>頂いた御意見については、とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>規模によっては対策に投入できるリソースが限られる会社もあるなど状況は様々である。今後策定されるガイドライン、ガイドブックが実効性を持つものなるためには、デジタル広告取引全体の詳細な実態把握が必要であり、そのための実態調査等に対しては、JAAAとしても積極的に協力していく。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本広告業協会】</p> | |
| <p>意見 別—6—11</p> | <p>考え方 別—6—11</p> |
| <p>p.349～：第6章 (意見)</p> <p>質の高いメディアや伝統的なメディアへの広告配信の確保に向けたガイドラインやガイダンスの策定に当たっては、デジタル広告を含む事業活動は市場における公正かつ自由な競争に委ねられるべきとの原則を念頭に、独占禁止法を含む競争政策上の観点からも十分に議論を尽くしていただきたい。(米国の事例では、GARM (Global Alliance for Responsible Media)の「好ましくないコンテンツへの広告出稿を避ける」旨の方策が独禁法違反の可能性があるとして下院司法委員会により結論付けられている点も参照していただきたい。)</p> <p>また、広告費をいくら使うか、どの媒体にどのような基準で広告を出すかは一義的に広告主が判断し、その判断が尊重されるべきこと、偽・誤情報を含むコンテンツの広告収入の減少が、伝統メディア含むその他のコンテンツへの広告収入の増加を必ずしも意味しないこと、「質の高いメディア」への更なる支援措置を要すると判断した場合は、デジタル広告に係る収益以外の収益源も含め総合的に検討されるべきことについても、十分に考慮し、個別の商行為に介入するような措置とならないよう、慎重に議論を進めていただきたい。</p> <p>(参照)</p> <p>“ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書について” https://www.iftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/sep/230921newcontent.html “GARM’s Harm: How the World’s Biggest Brands Seek to Control Online Speech” https://judiciary.house.gov/media/press-releases/how-worlds-biggest-brands-seek-control-online-speech</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>第7章 その他全体に共通する事項</p> | |

| | |
|---|---|
| <p>意見 別—7—1</p> <p>サービス目的・性質に応じた対応の検討という点に賛成である。</p> <p>報告書案においては、例えばP41にあるように、情報伝送PFサービスのうちの一部のサービスに該当する特徴を一般に拡張し・前提とした上で議論が繰り広げられており、必ずしも、サービス目的・性質に着目して詳細な議論が行われていないと考える。欧州の例をみても、P193に記載のとおり、DSAにおいても、ホスティングサービスをさらにオンラインプラットフォームとその他に分類するように、今後の情報空間の健全性の確保のための検討にあたっては、サービス目的・性質に着目した議論を行っていただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>考え方 別—7—1</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別—7—2</p> <p>・とりまとめ(案)で提示した方策の実施の実効性を担保する方法に関し、執行手段・プロセスの例として「報告徴収・勧告・命令、罰金、課徴金、民事的救済等」を挙げていますが、これらが濫用され、デジタル情報空間における表現の自由や報道の自由、営業の自由が侵害されることがあってはなりません。手段の選択や制度設計に当たっては極めて慎重な検討を強く要請します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社テレビ東京ホールディングス】</p> | <p>考え方 別—7—2</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>なお、とりまとめ(案)に記載しているとおり、別紙第2章から第6章までで検討した方策の実施を情報伝送PF事業者や広告仲介PF事業者に求める場合、その実効性を制度的に担保する方法については、執行手段・プロセス(例えば、報告徴収・勧告・命令、罰金、課徴金、民事的救済等)の選択及び具体的な設計を含め、比例性や外資系を含む事業者への抑止効果、自主的改善に向けたインセンティブ効果等を勘案しつつ検討を進めることが適当であるとしております。</p> |
| <p>意見 別—7—3</p> <p>「一定の要件を満たす大規模なもの」の定義を明確にすべき。これまでの検討では、具体的にどのような事業者を対象にして議論しているのかが不明瞭である。特にデジタル広告においては、貴省研究会でも実態把握や影響分析、議論が足りておらず、慎重に議論すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>考え方 別—7—3</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> <p>とりまとめ(案)では、「一定の要件を満たす大規模なもの」の「一定の要件」については、いかなるものが適当かについては、広告仲介PFサービスの実態を踏まえつつ、今後、更なる検討が必要であるとしております。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>意見 別—7—4</p> <p>・結論ありきで急に法制化を進めるのではなく、オンライン広告の配信の仕組みや商流、広告審査の仕組みについて、関係事業者や関係団体、専門家から聞き取りを行うなどにより丁寧に情報収集を行い、CGMサービスにおける配信状況や審査実務、被害実態等の差異にも配慮したうえで、広告事業の実態を踏まえた慎重な検討をしていただきたい。</p> <p>・経済産業省や警察庁など、各省庁において各々なりすまし投資詐欺広告への調査や対策の検討が進められている。事業者ヒアリングやその結果に基づく評価、具体策などについて同様の調査・検討を他省庁でも行っているところ、関連省庁とも適切に連携を図っていただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【LINEヤフー株式会社】</p> | <p>考え方 別—7—4</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかり把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—7—5</p> <p>・執行手段やプロセスを検討する際には、デジタル情報空間における表現の自由を不当に侵害しないよう、慎重な制度設計を要望します。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本民間放送連盟】</p> | <p>考え方 別—7—5</p> <p>頂いた御意見については、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別—7—6</p> <p>・結論ありきで早急に法制化を進めるのではなく、オンライン広告の配信の仕組みや商流、広告審査の仕組みについて、関係事業者や関係団体、専門家から聞き取りを行うなどにより丁寧に情報収集を行い、CGMサービスにおける配信状況や審査実務、被害実態等の差異にも配慮したうえで、広告事業の実態を踏まえた慎重な検討をしていただきたい。</p> <p>・経済産業省や警察庁など、他各省庁それぞれでなりすまし投資詐欺広告への調査や対策の検討を進めているところである。事業者ヒアリングやその結果に基づく評価、具体策などについて、同様の調査・検討を他省庁でも行っているところ、ほかの関連省庁とも適切に連携していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | <p>考え方 別—7—6</p> <p>頂いた御意見については、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかり把握した上で、関係省庁とも連携しながら、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| <p>意見 別—7—7</p> <p>実効性を制度的に担保する方法の設計に際しては、憲法及び既存の法制度との整合性を担保することはもちろん、政策の費用対効果分析など行政機関が行う政策の評価に関する法律に即した慎重な制度設計が必要である。また、その際、不公正な貿易慣行等として国際的な批判、紛争を招かないよう、WTO協定や二国間協定等の観点からの検討が重要である。</p> | <p>考え方 別—7—7</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—7—8 | 考え方 別—7—8 |
| <p>情報伝送PFサービスと一括りにしても、動画共有プラットフォームや、ソーシャルグラフを用いたソーシャルネットワークワーキングサービスなど様々な態様のサービスがある。また、情報テクノロジー産業において顕著であるように、現時点では存在していない態様のサービスが今後開始され、急激に成長することも想定しておくべきである。これらの異なるサービスを規制の対象とするのであれば、規制の手法は、サービスの多様性、予測不能性を踏まえた柔軟な構造のものであることが極めて重要である。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| 【グーグル合同会社】 | |
| 意見 別—7—9 | 考え方 別—7—9 |
| <p>対象事業者の範囲について、サービスの性質や偽誤情報の流通状況を踏まえ、一律に一定の要件を満たす大規模なものを対象とすること、また、利用者が投稿するコンテンツと広告とを同じ基準を用いることは不適當です。</p> <p>広告については、審査の緩い代理店やDSPへ違法・有害広告の出稿されるものであり、規模を要件としてもデジタル空間の健全性確保にはつながりませんので、実態を踏まえ、対象事業者の範囲を設定いただくようお願いいたします。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>頂いた御意見については、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> <p>また、広告についても、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、政策検討がなされることを期待します。</p> |
| 意見 別—7—10 | 考え方 別—7—10 |
| <p>結論ありきで早急に法制化を進めるのではなく、オンライン広告の配信の仕組みや商流、広告審査の仕組みについて、関係事業者や関係団体、専門家から聞き取りを行うなどにより丁寧に情報収集を行い、CGMサービスにおける配信状況や審査実務、被害実態等の差異にも配慮したうえで、広告事業の実態を踏まえた慎重な検討をしていただくようお願いいたします。</p> <p>経済産業省や警察庁など、他各省庁それぞれでなりすまし投資詐欺広告への調査や対策の検討を進められています。</p> <p>事業者ヒアリングやその結果に基づく評価、具体策などについて、同様の調査・検討を他省庁でも行われていますので、重複することのないよう、他の関連省庁とも適切に連携していただくようお願いいたします。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省において、広告の仕組みや事業実態をしっかりと把握した上で、適切な対応がなされることを期待します。</p> <p>なお、なりすまし投資詐欺広告に対する対策については、政府として、「国民を詐欺から守るための総合対策」を策定して取組が進められているところであり、今後も、関係省庁が連携しながら対策を進めていくことが適当と考えます。</p> |

自由記載

意見 別一自一1

考え方 別一自一1

◎プラットフォーム(PF)事業者に主体的な取り組みを求めるべき

とりまとめ(案)は、デジタル空間における情報の「発信」「伝送」「受信」の各過程でステークホルダーがそれぞれの役割・責務を遂行することで、情報流通の「健全性」が確保されると記載している(P.7)。しかし、偽情報や誤情報の発信・拡散を容易にするとともに、フィルターバブルやエコーチェンバーなどアテンション・エコノミーによる様々な課題を引き起こしているのはPF事業者のサービス設計によるところが大きい。PF事業者が情報流通を担う責任を自覚し健全な言論空間の維持に向け主体的に取り組むことが、各ステークホルダーの協力・連携の前提だと考える。この点に関し、とりまとめ(案)で十分に記載されていないことは残念だと言わざるを得ない。

偽・誤情報の流通・拡散などの問題により、「民主主義の前提となる個人の自律的な意思決定が脅かされ、権利侵害や社会的混乱が発生している」とのとりまとめ(案)の指摘は、当協会の問題意識とも共通する(P.184)。生成AIの急速な発展に伴い、健全な言論空間や情報流通に対する懸念はさらに高まっている。PF事業者の自主的な対応が不十分なため、PF事業者はこれを重く受け止めて真摯しんしに対応すべきであり、今回のとりまとめにおいてもPF事業者の責務をより強く打ち出すべきである。

【一般社団法人 日本新聞協会】

イノベーションの結果として、インターネット上のアテンション・エコノミーという現象が特に注目されており、対策が必要であると認識しています。頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

意見 別一自一2

考え方 別一自一2

Googleは、ユーザーと社会への責任を果たすべくこれまでも偽・誤情報の拡散抑制に取り組んできているところ。総務省及び有識者の皆様における本とりまとめ(案)の短期間での検討・議論・とりまとめに敬意を表するとともに、是非関係者各位とのオープンな議論を歓迎したい。本意見書では、本とりまとめ(案)別紙について中心的に意見を述べており、重要な点を以下に要約する。

提出意見書の要約

1. 全体を通じて、メディア報道等で顕著に取り上げられた少数の事例に過度に着目し、特定の理論的枠組みに依拠するとともに、EUでの規制に影響された規制手法に偏った議論であり、日本におけるデジタルプラットフォームに関する環境や運営実務が適切に反映されておらず規制の費用効果の事前検証も不十分である。

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。個別の意見への回答については、それぞれの意見のところで記載しています。

| | |
|--|--|
| <p>2. 「偽・誤情報への対応」という枠組みで、関係する当事者や保護されるべき利益などが異なる様々な問題を一括して解決しようとしており、規制の合目的性・重複等に疑義がある。例えば、権利侵害については情報法、広告については消費者保護法制や透明化法等の観点から対処すべきではないか。また、災害時の偽・誤情報対策は、大規模災害時の情報発信やコミュニケーション手段の確保を含む包括的な政策パッケージの一部として検討すべきではないか。</p> <p>3. 「偽・誤情報」に対する「情報伝送PFによるコンテンツモデレーション」を規制することに伴う問題点が解決されていない。例えば、(1) ある情報が「偽・誤情報」であるか否かは多くの場合そもそも明確でなく、(2) 情報発信の当事者ではない情報伝送PFがそれを判断することには現実的に大きな限界があると同時に、(3) 政府が間接的にであってもその判断に影響及ぼすことには憲法上の問題が深刻であり、(4) これらの問題に加えて「コンテンツモデレーション」の規制に伴う、市場での競争やイノベーションへの影響、各情報伝送PF自身の有する表現の自由や営業の自由との関係等についての議論が不十分である。</p> <p>4. マルチステークホルダーによる協議会への規制権限(検証・評価)の授権が企図されているが、協議会の憲法・法制上の位置付けが明らかではなく、このような権限の付与に伴い生じる問題点の検討が不十分である。例えば、協議会のアカウントビリティ、行政機構との関係性とその権限への憲法上の制約、利益相反の防止などの観点も踏まえたガバナンス設計が未検討であり、具体化を進めるには議論が不足している。</p> <p>5. 以上のような問題点についての議論も含め、規制対象と想定するプラットフォーム運営者に適切な手続的保障が与えられるべきである。</p> <p style="text-align: right;">【グーグル合同会社】</p> | |
| <p>意見 別一自-3</p> | <p>考え方 別一自-3</p> |
| <p>本検討会の議論の対象が広範囲に及んだせいで、各論点の議論の熟度が高められていないように見受けられる。議論の前提となるデジタル空間における情報流通の健全性とは何を示しているのかや、健全性の定義についても、必ずしも明確ではない。偽・誤情報における課題とデジタル広告における課題は一緒に議論すべきではなく、分けて考えるべきである。改めて、本検討会における目的は何かを明確にし、その目的に照らし合わせ、問題の所在を整理するとともに、実態把握と影響分析を十分に行った上で、それらの問題への効果的な対応策を議論すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-3</p> | <p>考え方 別一自-3</p> |

| | |
|--|---|
| <p>特にデジタル広告に関しては、偽・誤情報の議論と比較した場合、本検討会全体におけるデジタル広告に対して割かれた議論の回数や、総合通信基盤局におけるプラットフォームサービスに関する研究会での過去の議論経緯等を考慮しても、実態把握や影響分析、構成員における議論等が足りていないように見受けられる。</p> <p>「デジタル広告」の定義によっては、デジタル空間における様々な表示が対象となりうること、また、デジタル広告領域においては複雑多岐に渡るステークホルダーが存在していることから、議論の対象となる「デジタル広告」の定義や範囲を明確にするとともに、正確な実態把握・影響分析をし、真に対処が必要な課題や範囲にしばり、より慎重な議論を改めて行うべきである。また、本報告書において、情報の「質」への言及が繰り返し行われているが、デジタル広告の「質」への言及は、すなわち情報コンテンツの中身そのものへの言及であることから、国や行政機関による表現の自由や営業の自由への過度な介入が懸念されるどころ、表現の自由や営業の自由の確保はどう担保していくのか、明確にされたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 新経済連盟】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-4</p> | <p>考え方 別一自-4</p> |
| <p>◎プラットフォーム(PF)事業者主体的な取り組みを求めるべき</p> <p>とりまとめ(案)は、デジタル空間における情報の「発信」「伝送」「受信」の各過程でステークホルダーがそれぞれの役割・責務を遂行することで、情報流通の「健全性」が確保されると記載している(P.7)。しかし、偽情報や誤情報の発信・拡散を容易にするとともに、フィルターバブルやエコーチェンバーなどアテンション・エコミーによる様々な課題を引き起こしているのはPF事業者のサービス設計によるところが大きい。PF事業者が情報流通を担う責任を自覚し健全な言論空間の維持に向け主体的に取り組むことが、各ステークホルダーの協力・連携の前提だと考える。この点に関し、とりまとめ(案)で十分に記載されていないことは残念だと言わざるを得ない。</p> <p>偽・誤情報の流通・拡散などの問題により、「民主主義の前提となる個人の自律的な意思決定が脅かされ、権利侵害や社会的混乱が発生している」とのとりまとめ(案)の指摘は、当協会の問題意識とも共通する(P.184)。生成AIの急速な発展に伴い、健全な言論空間や情報流通に対する懸念はさらに高まっている。PF事業者の自主的な対応が不十分なため、PF事業者はこれを重く受け止めて真摯しんしに対応すべきであり、今回のとりまとめにおいてもPF事業者の責務をより強く打ち出すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | <p>イノベーションの結果として、インターネット上のアテンション・エコミーという現象が特に注目されており、対策が必要であると認識しています。頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| 意見 別―自―5 | 考え方 別―自―5 |
| <p>◎デジタル広告エコシステムをめぐる諸課題について新聞に掲載される広告に関し、当協会は1958年に制定した「新聞広告倫理綱領」で、不当な広告を排除して読者の利益を守ることを宣言している。新聞社の広告審査担当者は、日々入稿される広告原稿が法令や倫理に適合しているかを確認し、読者の信頼に応えるよう努めている。新聞社が運営するウェブサイトに対し、広告仲介プラットフォーム事業者から各社の広告掲載基準に満たない広告が配信されることがある。なりすまし広告や詐欺広告などSNSを悪用した深刻な社会問題も生じている。新聞各社はアドベリフィケーションツールを導入するなど、本来広告仲介プラットフォーム事業者が負担すべきコストや労力をかけ、不適切な広告を利用者に発信しない対策に、真摯に取り組んでいる。デジタル広告エコシステムをめぐるリスク・問題への対策が喫緊の課題であることは明らかである。とりまとめ(案)は「別紙」第5章で「違法・不当な広告」の範囲に関し、「当該広告そのものが有する権利侵害性その他の違法性や客観的な有害性(及びその明白性)」「当該広告が流通・拡散することによる社会的影響の重大性(及びその明白性)」の有無・軽重に照らして検討すべきとの方針を示した(P.343)。違法・不当な広告への対策を講じることに異論はない。その際、健全な広告活動が過度に規制されないよう慎重な議論と対応を求める。広告仲介プラットフォーム事業者による広告審査機能の強化と透明性の確保は重要な課題であり、迅速な取り組みが必要である。「違法・不当な広告が掲載されたウェブページの管理者や、当該広告に隣接して掲載されたコンテンツの発信者、広告関係団体等からの申出・要請を契機とした広告掲載停止措置」については、悪質な広告からサイト利用者を保護するため、実効性がある対応を求めたい(P.347)。信頼度の高い良質なメディアへの広告配信を促進する対策として、「別紙」第6章で「媒体社(パブリッシャー)と広告主を限定したクローズな広告の取引市場であるPMP(Private Marketplace)の活用」「広告掲載品質の確保のための質の高いメディア(パブリッシャー)の真正性・信頼性確保技術の活用」、メディア審査や広告配信停止措置に関する「基準の策定・公表と運用状況の公開」「実施体制の整備及び透明化」(P.350、351)などを示した。正確で信頼できる情報を発信している広告媒体が正当な評価を受けることが期待できる対応であり、議論の方向性を注視したい。合わせて、デジタル広告に関するリテラシー向上の社会的機運を高めることも重要である。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| 意見 別―自―6 | 考え方 別―自―6 |
| ◎今後の検討では、報道機関への法的規制につながらないよう慎重な検討を | 頂いた御意見については、表現の自由の基盤を確保すると |

| | |
|---|--|
| <p>「別紙」の第4章「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」では、各ステークホルダーの協議に機能不全が生じた場合は、「補完的に政府が関与する」との記述がある(P.339)。また、情報流通の健全性確保に向け「各ステークホルダーに求められる取組に関するガイドラインや行動規範を策定・推進」するとの記載もある(同)。読み方によっては、補完的な政府の関与が伝統メディアの取り組み、とりわけ取材・報道に関わる活動に影響を及ぼす可能性がある。万が一、報道機関への法的規制につながるようなことがあれば、国民の知る権利が毀損きそんされかねない。今後、慎重な検討を求める。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人 日本新聞協会】</p> | <p>この観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。</p> |
| <p>意見 別一自一七</p> | <p>考え方 別一自一七</p> |
| <p>(はじめに)</p> <p>私たちNAFCAIは、アニメ業界の従事者とそのファンによって構成される団体です。日本政府が基幹産業と位置付けるコンテンツ産業の立場から、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パブリックコメントを提出いたします。</p> <p>まず、提言でも取り上げられている「生成AIの利用に関する様々な弊害」についての危機感を、私たちも共有しています。生成AIの利用については、ステークホルダーだけでなく一般利用者も含めたリテラシー向上が急務であり、その根拠となる法制度も早急に整備される必要があると考えます。また、デバンキングとしてのファクトチェックは必要ですが、現状、生成AIに関してはファクトチェックが追いつかないほどの無法地帯となっています。日本のコンテンツ産業の積み上げてきた技術や作品が様々な形で悪用されつつある状況について、政府にも対応策の検討を求めます。デジタル空間、とりわけSNS上では、漫画やアニメ、映画などの印象的なシーンや台詞をスクリーンショットとして使用し、議論やレスパ(レスポンスバトル)に活用する文化が広まっています。そのなかには、吹き出しや字幕を加工して使用されるケースも多々見られます。このような行為には法的および倫理的な問題点が存在する一方で、表現の自由との兼ね合いがあり、クリエイターの悩みの種となっています。最近では、生成AIの台頭により手軽かつ巧妙なものとして事態を複雑化させています。また、日本のコンテンツが国際的に広がるなか、海外においても、コンテンツのワンシーンが元の文脈や作者の意図を歪められた形で拡散されるリスクが高まっています。特に、日本とは価値観が異なる国々で偽・誤情報が拡散することは、コンテンツ産業にとっての大きなリスクとなり得ます。このような、海外における偽・誤情報の拡散を食い止めるには、世界各国にいる現地の読者やアニメ視聴者自身の協力が必要であると考えます。正確に翻訳された日本コンテンツを享受する人たちが、その作品の意図を正しく理解することで、偽・誤情報の広がりを</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

防ぐことが可能になるのです。そのためには、「正確な各国語への翻訳」の推進と、劣悪な翻訳で流通する海賊版の摘発が重要です。質の高い翻訳者の育成や、クリエイターと翻訳者の連携を支援するプログラムの設立、コンテンツのIPホルダーが「質の高い翻訳」を流通させるインセンティブの確保について、政府の支援を求めます。正しい翻訳を通じて日本のコンテンツが発信されることで、世界中の読者や視聴者が日本の文化を正しく理解することこそ、諸外国における偽・誤情報の拡散を早期に防止し、文化交流の健全化の促進につながります。

1. 国際的なコンテンツの悪用について

日本政府が推進するクールジャパン戦略は、アニメ、漫画、映画など日本のコンテンツを世界に広めることを目的としています。すでに日本のポップカルチャーは国際的に人気を集め、多くの国で日本のコンテンツが広く消費されるようになってきました。しかし、こうした状況は認知戦の文脈などで新たな課題を生み出す可能性があります。日本のコンテンツを悪意ある利用から守るため、政府にも対策を求めます。

(1) フェイクニュースへの悪用

日本のコンテンツが悪用されるケースとして、特定のキャラクターやシーンを悪意ある目的で切り取り、誤ったメッセージを発信することが考えられます。文脈を無視した引用にとどまらず、絵はそのままに台詞を捏造する、あるいは生成AIなどを使用して音声を含む動画を捏造することも容易に可能となりました。このようにして作られた偽物のコンテンツが、国際的なプロパガンダや差別の煽動、フェイクニュースの道具として利用される可能性は大いにあるでしょう。そうした悪用から日本のコンテンツを守るため、政府主導で、国際的な情報収集と協力体制の強化を進めることを求めます。

(2) 著作権の侵害

日本のコンテンツは世界中のインターネットユーザーがアクセス可能です。各国のユーザーは無断で著作物を使用し、拡散することも容易です。日本のコンテンツの海外での成功は、著作権侵害が国際的に広がるリスクとも裏表の関係にあると言えます。各国の法制度が異なるため、著作権の保護や侵害に対する対策が困難な場合があります。この点については、引き続きプラットフォームへの働きかけの強化を希望します。

(3) 日本文化への誤解をもたらす悪影響について

日本のコンテンツが世界中で日本文化を広める一方で、異なる文化的背景を持つ国々で誤解されることも少なくありません。国や地域によっては、コンテンツが元の意図とは異なる文脈で受け取られれば、場合によっては政治的、社会的な混乱を引き起こす要因ともなり得ます。こうした誤用は、意図的な混乱を引き起こす手段として利用される可能性があります。このようにコンテンツが意図せず引き起こす可能性のある文化的な誤解に対しても目配りした「情報流通の健全性確保」を期待いたします。

(4)小括と提言「翻訳の強化の重要性について」

日本のコンテンツは世界中で広く認知され、消費されています。その一方で、悪意を持ったコンテンツの利用について、世界規模で法的および倫理的なリスクが新たに生じています。日本とは価値観が異なる国々で偽・誤情報が拡散することは、コンテンツ産業にとっての大きなリスクです。無許可でのコンテンツ使用や悪意ある改竄が、情報操作を引き起こし、日本の国際的な評判に負の影響を与える可能性があります。同様に、アニメ、漫画、映画において、不正確で質の低い翻訳が流通することは、作品の意図が誤解され、偽情報が拡散するリスクにつながります。特に生成AIによる自動翻訳が広がる中で、質の低い翻訳が偽情報の拡散を助長する可能性もあります。こうした誤訳はプロパガンダやフェイクニュースとして利用される可能性もあり、日本の文化的価値や国際的な評判に悪影響を与えるでしょう。このような海外におけるコンテンツの偽・誤情報の拡散を食い止めるには、世界各国にいる現地の読者やアニメ視聴者の協力が必要であると考えます。正確に翻訳されたコンテンツを享受する人たちが、その作品の意図を正しく理解して現地の言葉で正確な情報を発信すれば、偽・誤情報の広がりを防ぐことが可能になるからです。よって、コンテンツが誤用されるリスクを軽減するには、「諸外国における正しい翻訳」の推進が肝要です。そのためには産官学が一丸となり、「日本コンテンツの正確な翻訳」を推進すること、そして劣悪な翻訳で流通する海賊版を撲滅していくことが重要です。政府には、質の高い翻訳者の育成や、クリエイターと翻訳者の連携を支援するプログラムの設立、コンテンツのIPホルダーが「質の高い翻訳」を流通させるインセンティブの確保について、支援を求めます。

2 SNS上でのコンテンツの不正利用について

デジタル空間、とりわけSNS上では、漫画やアニメ、映画などの印象的なシーンや台詞をスクリーンショットとして使用し、議論やレスバ(レスポンスバトル)に活用する文化が広がっています。しかし、このような行為には法的および倫理的な問題点が存在し、さらに最近では生成AIの台頭が問題を複雑化させています。

(1)法的な問題点

コンテンツのスクリーンショットを無断で使用し公開することは、著作権法に抵触する可能性があります。これまで黙認されてきましたが、原作者や権利者の許可を得ずに文脈を無視してコンテンツを引用する行為において、一部、行き過ぎた表現があることに懸念があります。また、近年は、生成AIがコンテンツをもとに新たな素材を生成する状況が生まれていて、様々な法的問題点をはらんでいます。

(2)倫理的な問題点

文脈を無視したスクリーンショットの利用や生成AIによる二次的コンテンツ作成によって、元の作品の意図や文脈が変更され、クリエイターの著作者人格権や作品の持つメッセージが大きく棄損されるリスクがあります。こうした行為は、クリエイターの意図や創作活動を軽視するものであり、私たちは特に生成AI技術による権利侵害に対して強い懸念を持っています。

(3)小括と提言「コンテンツの偽情報を防止するためのガイドライン作成を」

デジタル空間上でのコンテンツのスクリーンショット利用や、生成AIによるコンテンツ生成には、著作権をはじめとした権利侵害のリスクだけでなく、偽・誤情報の拡散や悪用といったリスクが存在します。日本政府は、日本のコンテンツの価値を守り、偽情報の拡散を防ぐためにも、表現の自由を最大限に尊重した形で、こうしたコンテンツの無断使用について一定のガイドライン作成に着手するべきと考えます。

【一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟(NAFCA)】

意見 別一自-8

考え方 別一自-8

意見

偽・誤情報に対するコンテンツモデレーションについては、表現に対する萎縮効果に対して十分に配慮すべきである。また、コンテンツモデレーションの対象とすべきでないコンテンツに対して、コンテンツモデレーションが実施されないことがないよう、十分に配慮されるべきである。

理由

コンテンツモデレーションの対象が曖昧なままであると、表現に対する萎縮効果が生じてしまう。また、コンテンツモデレーションの徹底を過度に求めると、コンテンツモデレーションの対象とすべきでないコンテンツにまで、コンテンツモデレーションがなされ、表現の機会が失われるおそれがあることから、それらのリスクについては、

頂いた御意見については、表現の自由の基盤を確保するという観点から、今後、総務省における丁寧な政策検討がなされていくことを期待します。

きないため、制度整備や国際連携、マルチステークホルダーによる連携&協力の必要性について言及されている部分が、私笠井も長年訴え続けていた点と一致するため全面的に賛同するものであり、この点をとりまとめ(案)に記載頂いていること大変ありがたく思います。その上で、インターネット広告業界の健全な発展と普及を目指し、事業者(広告主)側だけでなく消費者側に立って虚偽・誇大なネット広告の取り締まりと注意喚起、消費者や行政向けの情報提供を25年以上にわたり行ってきたネット広告業界の専門家として、とりまとめ(案)の中でも「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」に特化して改善や追加を頂きたい点を下記3つ、意見提出させていただきます。

【1】広告仲介PFサービス(デジタル広告プラットフォーム)に特化した法規制の必要性

昨今の虚偽・誇大なデジタル広告の問題(著名人なりすまし広告、サポート詐欺広告、フェイク広告等など)について、とりまとめ(案)では広告の事前審査や事後的な掲載停止措置が対策として記載されておりますが、それ以上に重要かつ必須の取り組みが「広告仲介PFサービス(デジタル広告プラットフォーム)に極悪事業者との関係性を絶たせるための厳しい法規制」です。各種報道や警察の摘発からも分かる通り、投資詐欺広告を出稿しているのはごく一部の犯罪組織です。また、消費者庁の検討会の報告書に“令和元年度に受け付けたPIO-NET上の相談件数は約5万件にのぼっており、このうち、消費者相談の多い上位10社で全体の約半分程度の消費者相談を発生させていた。”という記載もある通り、消費者トラブルのきっかけとなる事業者もごく一部に限られております。広告仲介PFサービス(デジタル広告プラットフォーム)は広告素材を1つ1つ事前審査して排除するよりも、極悪事業者の組織や手口をもとに契約拒否、契約解除、ならびに捜査機関への協力を行う方が圧倒的にデジタル広告の健全化につながります。現在、日本には広告仲介PFサービスに対して、違法事業者や犯罪組織など極悪事業者との契約関係を絶たせるための法律が存在しておりません。外資系PFの日本法人が、本国に対して改善策を提案できないのも日本に法律が存在していないからと考えます。プラットフォーム事業者の自主的な取り組みが期待できない以上、違法な広告を出稿している極悪事業者と契約し広告収入を得ているプラットフォーム事業者に対して、巨額の罰金や業務停止、関係者の逮捕といった厳罰を科す厳しい法律が日本には必要であると考えます。さらに、国外に本社を持つデジタル広告プラットフォーム提供者に違法なデジタル広告の排除や取り締まり、極悪事業者との契約破棄を促すためには、アメリカや中国、EU等との国際条約の締結も必要です。審査体制の整備やツールの導入を法律で義務付けることは難しくても、「違法広告であることを把握した場合、デジタル広告プラットフォーム提供者はその広告を排除すること」といった当然とも言える条文の追加であれば、反対意見も少なく早急に取り組むことが可能なはず

です。とりまとめ(案)にも広告仲介PFサービス(デジタル広告プラットフォーム)に特化した法規制や国際条約締結についての文言を盛り込んで頂く事を強く望みます。

【2】健全に活動するネット広告関係者を正當に評価&公表する仕組み作りをお願い致します

悪化に良貨を駆逐させないためにも、真っ当かつ健全に活動するインターネット広告関係者を評価、表彰する仕組み作りを官民連携して行う必要があると考えます。これまでの検討会内でも度々議論されておりますが、日本の広告主は健全なデジタル広告について学び、適切な広告出稿を行う意識が諸外国に比べて低いと私も感じております。広告の分野だけに限りませんが、ベストプラクティスを横展開し、デジタル空間における情報流通の健全性を確保するためにも、健全に取り組む個人・法人を評価表彰し、彼らのモチベーションと売上拡大を支援する仕組み作りを官民連携して取り組むことが必要ではないでしょうか。悪化が良貨を駆逐し正直者が馬鹿を見るデジタル社会であってはなりません。良貨が悪化を駆逐し、正直者が正當な評価と対価を得られるようにするためにも、健全に活動するネット広告関係者に陽が当たる取り組みをぜひご検討頂けますと幸いです。

【3】消費者側のデジタル広告の専門家もしくは専門企業へのヒアリングをお願い致します

これまでの検討会やワーキンググループでデジタル広告が議題になった際は、ブランドセーフティやアド Fraud、MFAなど広告主視点での議論が中心となっており、消費者被害をもたらす詐欺広告の具体的な事例や最新の手口、必要な対策など消費者視点での議論が非常に少ないと感じております。今後の会合や法規制の議論を進める際には、消費者側に立って詐欺広告の調査や排除を行っている専門家(ないし専門企業・団体)へのヒアリングを実施頂けますよう強くお願い致します。虚偽・誇大なデジタル広告の存在は、広告オークションの入札価格の高騰、なりすまし広告に悪用される企業のイメージ悪化、デジタル広告経由の集客低下など、消費者被害だけでなくデジタル広告を出稿する広告主側の売上と評価の悪化にもつながってまいります。消費者利益と真っ当な事業者利益を守るためにも、虚偽・誇大なデジタル広告問題に詳しい専門家の知見を、今後の検討会や報告書ではもっと取り入れて頂きたいと思っております。


【おわりに】

プラットフォーム事業者の自主的な取り組みが期待できない以上、広告の質の確保を通じた情報流通の健全性確保のためには、広告仲介PFサービス(デジタル広告プラットフォーム)に対する法規制が何より必要です。極悪事業者から金を受け取ることを禁止する法律が日本にできれば、各PF事業者の広告審査担当や法務

| | |
|---|---|
| <p>担当も必要な活動を社内外で取りやすくなります。広告仲介PFサービスに対する厳しい法規制は、デジタル空間における情報流通の健全性確保のために日々奮闘している関係者への大きな支援にもなります。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とりまとめ(案)の「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」の個所にぜひ、「広告仲介PFサービス(デジタル広告プラットフォーム)に特化した法規制が日本には必要である」という強い文章を盛り込んで頂けますよう、インターネット広告の専門家として心よりお願い申し上げます。</p> <p style="text-align: right;">【クロスワーク株式会社】</p> | |
| <p>意見 別一自-11</p> | <p>考え方 別一自-11</p> |
| <p>今後の更なる制度等の検討にあたり、制度制定等に伴い発生しうる萎縮効果も念頭においた上で、具体的な制度については、リスクベースの観点で検討をいただき、スタートアップによる新たなビジネスの創造を阻害することのないよう、十分な配慮をお願い申し上げます。</p> <p style="text-align: right;">【スマートニュース株式会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-12</p> | <p>考え方 別一自-12</p> |
| <p>(全体)への意見</p> <p>「とりまとめ(案)」は全350ページを超える大規模なものであり、「制度的対応」が「別紙」として加えられています。この「制度的対応」は、具体的な提案がなされており、今回の検討会において重要な論点の一つであると考えられることから、本体に統合した方が良いのではないのでしょうか。一方、「第3章諸外国における対応状況」については参照が必要なものであると思いますが、別紙に集約してもよいのではないのでしょうか。</p> <p>全体的な構成も複雑であり、また重複している箇所が複数散見されます。全体的に一文も長く、不要なところを削除したり文書の工夫を加える等、全体の再構成・コンパクト化の検討を願います。また、「健全」という状況の定義について、検討会内でも触れられていたようなどのような状態であれば健全であると総務省及び本検討会は考えるのかについて、文章前段でよりわかりやすくお示しいただきたい。</p> <p>そして、今回のパブリックコメントのプロセスにおいては、①350頁を超える書面が対象であり、②夏のこの時期に営業日ベースでわずか16日しか与えられていません(そもそも開始が土曜日でした。)。しかも、当連盟のように複数のプラットフォーム事業者を擁している場合には、適切に意見集約を行う必要があるところ上記のような制約のもとで、膨大なとりまとめ(案)を適切に検討し、意見集約を行うことは極めて困難です。この手続きをもって関係各所からの意見聴取が滞りなく終わったと評価することは許されず、立法上のデュー・プロセスに悖</p> | <p>頂いた御意見のとおり、「制度的対応」の記載された「別紙」は本体に統合し、「第3章 諸外国における対応状況」は「別紙」に集約します。</p> <p>この集約の過程で発生する重複は可能な限り排除し、冗長な文章も可能な限り簡潔に修正します。</p> <p>パブリックコメントの期間設定については、今後の参考として承ります。</p> |

| | |
|--|-----------------------------------|
| <p>るものであると考えます。今後、このような時期にパブリックコメントを行う場合には、期限を延長し実質的に対応可能な日数を適切に確保していただくよう強く要請したい。</p> <p style="text-align: right;">【アジアインターネット日本連盟】</p> | |
| <p>意見 別一自-13</p> | <p>考え方 別一自-13</p> |
| <p>■デジタル空間が拡大し、ステークホルダーも多様化する中、偽・誤情報の氾濫による権利侵害等は、実社会に影響を及ぼしており、その対応が必要との認識に同意します。</p> <p>■民間放送事業者は自由かつ責任ある主体として、これまで信頼できる情報・コンテンツを国民に広く伝える役割を果たしてきましたが、誰もが情報を発信できる現在のデジタル空間の情報流通においては、すでに悪貨(=偽・誤情報)が良貨(=信頼できる情報)を駆逐している状況であると認識しています。</p> <p>■また、コンテンツだけでなく、デジタル広告において、放送由来の違法アップロード動画に大手広告が表示されたり(ブランドセーフティの棄損)、番組を切り取った詐欺広告が蔓延することで、適正な広告の流通、および民間放送事業者が築いてきた放送のエコシステムが大きく棄損されています。こうした事態は国民にも不利益であり、デジタル広告の信頼性確保や適正な流通を促す方策を要望します。</p> <p>■今後生成AIの進展・普及により、偽・誤情報等の発信が爆発的に増加することが予想されます。信頼できる情報が広く国民にいきわたることは民主主義の前提となる個人の自律的な意思決定に重要かつ不可欠であり、国民が信頼できる情報にアクセスできる仕組み(例えばPF事業者によるモデレーションや、プロミネンス制度等)を社会的・制度的に整備する必要があると考えます。</p> <p>上記の認識のもと弊社の意見を述べます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社フジテレビジョン】</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |
| <p>意見 別一自-14</p> | <p>考え方 別一自-14</p> |
| <p>このたびの「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とりまとめ(案)」について、賛成いたします。</p> <p>コロナ禍において、トイレトペーパーの不足や根拠のない予防方法などの偽情報・誤情報が氾濫しましたが、令和6年能登半島地震の発災時にも、東日本大震災のときの津波の映像が利用されるなど偽情報・誤情報が拡散されました。また、災害などの緊急事態の場合だけでなく、なりすましによる財産被害や人権問題が多数発生しています。</p> | <p>とりまとめ(案)に対する賛同の御意見として承ります。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>検討会においては、ファクトチェック団体、伝統メディアからの報告、デジタルプラットフォーム事業者へのアンケート、ヒアリング、広告関連事業者・団体からの報告、その他多数の有識者等から報告がありました。本協会からも、偽情報・誤情報によって消費者が混乱し被害が発生している状況について報告させていただきました。これらを踏まえて検討会では詳細な現状把握をし、とりまとめ案において、基本理念、各ステークホルダーに期待される役割・責務が明確に示されています。今後「基本理念」が実現することにより、デジタル空間における情報流通の健全性が確保されることを期待します。</p> <p style="text-align: right;">【公益社団法人 全国消費生活相談員協会】</p> | |
| <p>意見 別一自-15</p> | <p>考え方 別一自-15</p> |
| <p>本検討会の検討課題である「デジタル空間の情報流通の健全性確保」については、検討領域が非常に広範にわたるものであり、本検討会及びWGにおけるご議論、及び本とりまとめ(案)の策定に関わられた関係各位に対し、感謝いたします。</p> <p>今後も引き続き、本検討会において議論が行われるものと存じますが、表現の自由に関わる重要なテーマであり、結論や期限ありきではなく、丁寧に検討を進めていただきますようよろしくお願いいたします。</p> <p>偽・誤情報に係るコンテンツモデレーションやインターネット広告の実務について、十分に実態が把握できていないものについては、関係するステークホルダーとの十分な対話が必要であり、丁寧かつ的を絞ったヒアリング等によって実情の正確な把握に努めていただくとともに、その結果を十分に踏まえて検討を進めていただくよう、お願いします。</p> <p>本検討会の検討結果が政策立案の根拠として十分に客観的かつ合理的なものとなるよう、内容の正確性や評価プロセスの透明性の確保に、特に注意を払っていただくようお願いいたします。</p> <p>今後、本検討会の検討結果を踏まえ制度化が行われる場合には、スタートアップによる新たなビジネスの創造を阻害することにならないよう、配慮願います。</p> <p>また、インターネット上のサービスは多様であり、偽・誤情報に対して取り得る対策、効果的な対策はそれぞれ異なります。加えて、インターネット広告の分野における情報流通の健全性確保については、情報伝送PFや広告仲介PFだけでなく、広告エコシステム全体を検討すべきであり、このようなことを踏まえ、情報伝送PF及び広告仲介PFに対し、一律に義務を課すようなことのないようお願いいたします。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-16</p> | <p>考え方 別一自-16</p> |

| | |
|---|---|
| <p>「2. 総合的な対策」に記述した方策案のコンセプトのディスカッション、及びOSSのソーシャルメディアである  上で実装したデモを、令和6年4月26日と令和6年7月3日に総務省 情報流通行政局 情報流通振興課 情報流通適正化推進室と実施済み。 その際にご提示した以下の資料を添付する。 ・20240426_情報の健全性を担保したSNSについて.pdf ・20240703_総務省_情報流通適正化推進室_情報の健全性を担保した SNS のコンセプトデモとディスカッション.pdf</p> <p style="text-align: right;">【TIS 株式会社】</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-17</p> <p>24年8月12日にインファクトが主催した「『官製ファクトチェック』の出現を危惧する」には、100人以上のメディア関係者が参加した。そこで出た言葉は、このとりまとめ案に対する懸念だった。また、このとりまとめ案でファクトチェックの事例として多く取り上げられているJFCについてもその姿勢を疑問視する声が出された。</p> <p>こうした点を踏まえるならば、ファクトチェックについては性急な支援の枠に入れるのではない。自助での取り組みに委ねるべきだろう。それはファクトチェックを実施する私達にとって楽な選択ではない。しかし、ファクトチェックが仮にも「官製ファクトチェック」として捉えられたら、その段階で検討委員会が求めた「ファクトチェックの持続可能性」は達成できないものとなる。それは既にファクトチェックではないからだ。</p> <p>まずは3つのカテゴリーのうちのマルインフォメーションについての対策を産官学でまとめることだろう。そこが重要なことに我々は反対しない。ミスインフォメーション、ディスインフォメーションについては教育現場との協力など、時間をかけた対応が必要だ。その中でファクトチェックが機能する部分は当然あると考えている。</p> <p style="text-align: right;">【InFact(NPOメディア)】</p> | <p>考え方 別一自-17</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-18</p> <p>本「とりまとめ案」は、偽・誤情報の流通・拡散等のリスクに対し、情報流通の健全性確保に向けた基本的な考え方等を示されたものであるが、誹謗中傷等の違法・有害情報への対策について示された「プラットフォームサービスに関する研究会 第三次とりまとめ(令和6年1月)」とは別に、検討・整理が行われた理由や経過等についてお教えいただきたい。</p> | <p>考え方 別一自-18</p> <p>本検討会は、とりまとめ(案)の「はじめに」にあるとおり、デジタル空間におけるステークホルダーが多様化しつつある中で、新たな課題と多様化するステークホルダーの対応等の現状を分析し、総合的な対策を検討するために開催したも</p> |

| | |
|---|---|
| <p>(意見の補足説明)</p> <p>本「とりまとめ案」で示された総合的な対策の制度的な対応(P307)で「今後、提言の内容を踏まえて具体化を進めることが適当」とされた①発信者に対する警告表示、②収益化の停止、⑥情報の削除、⑦サービス提供の停止・終了、アカウントの停止・削除等の措置(P324)は、誹謗中傷等の違法・有害情報への対策としても有効と考えられる。</p> <p>しかしながら「第三次とりまとめ」にはこうした措置は盛り込まれておらず、本年5月に情報流通プラットフォーム対処法として成立したところであるが、プラットフォーム事業者のコンテンツモデレーション対策でありながら、「誹謗中傷等の違法・有害情報対策」と「偽・誤情報対策」を分けて整理することとされた理由と経緯、さらには今後、本「とりまとめ案」で示された情報の削除等の措置が「誹謗中傷等の違法・有害情報」にも適用される見直しについてお教えいただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【京都府人権啓発推進室】</p> | <p>のであり、「プラットフォームサービスに関する研究会」と開催目的が異なります。</p> <p>今後、とりまとめ(案)の提言を受け、総務省において政策検討がなされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-19</p> <p>・本とりまとめ案では、全体として、アテンション・エコノミーやフィルターバブル・エコーチェンバー、偽情報・誤情報等の脅威が強調される一方で、それを裏付ける実証研究や調査結果が必ずしも十分に示されていないように思われる。アテンション・エコノミーやフィルターバブル・エコーチェンバー、偽情報・誤情報等の影響については、国内外で多くの調査研究が行われており、それらの影響の有無や程度についてさまざまな見解が示されていることから、今後の検討の基礎として、そうした多様な調査研究の成果のレビューを実施すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p> | <p>考え方 別一自-19</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-20</p> <p>とりまとめ(案)をご準備、誠にありがとうございました。表現の自由に関わるその性質上、丁寧に検討を重ねていただけますと幸いです。特に弊社プラットフォームはコミュニティノートという新たな仕組みを構築しております。これは、多くのユーザーが協力し役に立つ背景情報をポストに追加し、他のユーザーへ十分な情報を提供するためのプログラムです。そしてXはこのアルゴリズムをオープンソース化し、コミュニティノートに使用されるデータとともに[]で公開しており、どなたでも確認や分析を行ったり、改善を提案したりできます。このような取り組みの価値も是非検討いただけますと幸いです。</p> <p style="text-align: right;">【X (Twitter Japan株式会社)】</p> | <p>考え方 別一自-20</p> <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-21</p> | <p>考え方 別一自-21</p> |

削除の必要な偽・誤情報の中に、法務省人権擁護局による「インターネット上の人権侵害情報による人権侵犯事件に関する処理要領について(通知)」の類型にある「不当の差別的言動」や「識別情報の摘示」といった属性を理由とした差別情報を含めるなどし、個人や組織、国家以外にも有害性のある情報への対処も必要だ。差別情報を詳しく調べると、「差別をしていないと装って発信される悪質な情報」「誤った情報を鵜呑みにしての義憤による攻撃的な投稿」などもあり、見極めて削除する必要性が出てくる。これができないとPF事業者が対処にあたる際の実効性の担保は難しい。当検討会は、マルチステークスホルダーとの協議会でケースごとに利益代表となる主体の参加を判断し、情報交換の場の設定する方向性を示した。削除の働きかけや被害者のケアをおこなってきた当事者支援団体や地方自治体などの意見を取り入れる重要性は明確にある。健全な情報空間構築には当事者を抜きにしない対策が不可欠で、対話によって属性等の違いを乗り越えようとする取り組みは、憲法十二条にある「国民の不断の努力」そのものだ。実効性担保のためにも、対話による解決が積極的にできるよう、連携・協力体制の制度整備の必要性を強く示されたい。

発信者の中には、繰り返し悪質な差別情報を投稿し続ける者もいる。この者らへ直接の働きかけが偽・誤情報をなくすための本質的な対策となる。PF事業者はアクセス情報など把握できる立場で、事業者間での情報共有ができれば、「産」による面的な対策を講じることもできる。「官」が旗振り役となって発信者へのアプローチを可能とし、「民」や「学」も交えて、対話の中で発信者が差別と向きあい、許されない行為であることを自覚し、二度と繰り返さないと決意するまでの意見交換等を実施できるようなコンテンツモデレーションも考えるべきだ。民産学官の共働で解決に導く先進的な取り組みを考案されたい。

「第6章」に関しては、広告主の経営層レベルでの判断を後押しする必要性も示されたが、そもそも差別を放置するPF事業者に広告を出している広告主には、この認識も問わねばならない状況でもある。差別情報の投稿は表現の自由の濫用だ。表現の自由を理由にした差別の放置は無責任で、こうした対応を続けるPF事業者は決して許されない。行政や企業も広告主となっている。これらが人権感覚を欠き、主体性の欠落した状態で、差別投稿に何の意見も言わないようでは、PF事業者による差別の放置に加担していることにつながっている。ネットに関わる主体のすべてが社会的責任を自覚して取り組みをすすめるべきだ。これまでの在り方を大きく転換できるような踏み込んだ提言をされたい。

【部落解放同盟京都府連合会】

頂いた御意見は、本提言を受けた、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。

意見 別一自-22

考え方 別一自-22

その他、総論として、以下の通り意見を提出いたします。

頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の

| | |
|--|--|
| <p>○ブランド・セーフティ等のデジタル広告の課題、なりすまし等の「偽広告」の問題、違法有害情報への対応、悪影響があるコンテンツの問題、データの取扱、事業者の収益等、スコープが異なる論点や既に取り組が進められている課題が混然と記述されており、問題意識、既存の取組、議論の対象及び目的をより明確に整理して議論を進めていただきたい。</p> <p>○広告、レコメンデーションシステム及びコンテンツモデレーションは各々異なる論点であり、区別して議論すべきである。また、市場における公正かつ自由な競争を通じて実現されるべき論点(事業者の収益等)と、政策的に議論すべき課題が混然としており、個別の課題について、それぞれ区別して議論していただきたい。</p> <p>○「質の高いメディア」については、その定義や判断基準等について慎重に議論し、具体的に示していただきたい。</p> <p>○規制の新設・改定を検討するに当たっては、その目的、必要性及び合理性を示し、適用される条件も含め、事業者の負担に十分配慮して検討していただきたい。また、DPF取引透明化法を含む既存制度の内容や運用状況を十分に勘案し、重複を避けていただきたい。</p> <p>○今後、具体的な対応について検討を進めていくに当たっては、個別の課題ごとに権利利益の侵害の内容を具体的に検討し、各国の取組状況や制度、既存の制度の運用状況、業界団体や事業者による自主的な取組も十分に勘案し、慎重に検討を進めていただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【一般社団法人日本インタラクティブ広告協会】</p> | <p>参考とされるものと考えます。</p> |
| <p>意見 別一自-23</p> | <p>考え方 別一自-23</p> |
| <p>マイクロソフトは、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とりまとめ(案)に関する意見募集の機会を歓迎いたします。とりまとめ(案)の別紙(310-350ページ)について以下の通り意見を提出致します。</p> <p>私たちのアプローチ</p> <p>マイクロソフトは、健全な情報エコシステムを構築することが、信頼できる安全なオンライン環境を育むために重要であると認識しています。情報操作を理解し対応するための世界的な取り組みを通じて、そのための取り組みには「万能な方法」はなく、また、技術提供者だけで取り組めるものではないことを理解しています。偽・誤情報に対抗するには、社会全体の取り組みと、比例的かつ的を絞ったガバナンス対応が必要です。</p> <p>マイクロソフトは2018年にDemocracy Forward Initiativeを立ち上げ、民主的な制度を保護・強化するために、</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

マイクロソフト全体の取り組みを調整しています。Democracy Forwardチームは、マイクロソフトのエンタープライズソフトウェア提供者としての役割を活用し、健全な情報エコシステムを損なおうとする外部の試みに対抗するお客様やユーザーの能力を高めています。

2022年6月、マイクロソフトは情報の完全性に関する原則を発表しました。これらの原則は関連するマイクロソフトの製品やチームにおいて採用され、マイクロソフトがサービス、ユーザー、リスクの多様性を認識しつつ、情報の完全性に対して組織的なアプローチを採用することを確保しています。

以下の原則は、マイクロソフトの各チームがポリシー、製品開発、リスク評価に役立てることができる基本的なコミットメントを定めたものです。

・表現の自由: 私たちは表現の自由を尊重し、お客様が私たちのプラットフォーム、製品、サービスを通じて情報を作成、公開、検索できるようにします。

・信頼できるコンテンツ: 私たちは、外国のサイバー影響工作に対抗するために、私たちの製品において内部のデータや信頼できる第三者のデータを利用してコンテンツを表示することを優先します。

・非収益化: 私たちは、外国のサイバー影響工作のコンテンツやアクターから意図的に利益を得ることはありません。

・積極的な取り組み: 私たちは、私たちのプラットフォームや製品が外国のサイバー影響工作のサイトやコンテンツを増幅することがないように積極的に取り組みます。

新しい技術の出現に伴い、私たちのアプローチは進化し続ける必要があります。マイクロソフトは、生成AIツールの使用が増えるにつれて、情報エコシステムへのリスクが高まっていることを認識しています。

今年初め、マイクロソフトは、次の6つの重点分野に基づいた、悪質なAI生成コンテンツに対抗し、人々とコミュニティを保護するための包括的なアプローチを提示しました。

- ・ 強力なセーフティアーキテクチャ。
- ・ 耐久性のあるメディアの出所と透かし。
- ・ 悪質なコンテンツや行為から私たちのサービスを防御。
- ・ 産業界や政府、市民社会との強固な協力。
- ・ 技術の悪用から人々を守るための近代化された法律。
- ・ 国民の意識と教育。

これらの6つの重点分野のすべてに共通するのは、技術の悪用に対処するという私たちの責任です。私たち

は、サービスやプラットフォームで見られる害に対処するために、テックセクターが積極的な対策を続けることが不可欠だと考えます。私たちは以下のような具体的な対応に取り組んでいます。

- ・レッドチーム分析、事前分類器(preemptive classifiers)、悪質なプロンプトのブロック、自動テスト、システムの悪用をするユーザーの迅速な禁止など、安全性アーキテクチャを実装すること。

- ・Azure OpenAI Service、Microsoft Designer、Microsoft PaintでOpenAIのDALL-E 3モデルで生成された画像には、自動的に出所メタデータを付与すること。

- ・コンテンツの出所と信ぴょう性に関する連合(C2PA)を通じて、コンテンツの出所と信ぴょう性に関する基準を策定し、C2PA基準を多くのマイクロソフトのサービスで実装すること。

- ・オンラインでの害からユーザーを守るために継続的な対策を講じること。これには、Tech Coalition のランタン・プログラムに参加したり、PhotoDNAの利用可能性を拡大したりすることが含まれます。

- ・AIを使った電話詐欺を検出するための新しい検出ツールであるAzure Operator Call Protectionをお客様に提供すること。

- ・選挙でのAIの欺瞞的な使用に対抗するためのテック・アコードへのコミットメントを実行すること。

こうした取組みに関する課題としては、悪質なコンテンツを作成し拡散しようとする潜在的な試みや、進化する戦術などが指摘できます。しかし、マイクロソフトは、自社のサービスが偽情報を助長することにならないように、最高水準のツール、取組み、技術を利用してリスクを軽減することに全力で取り組んでいます。

悪意のある行為者によって利用される進化する手法に対しては、テクノロジー企業の対応が、さまざまなタイプの製品やサービスに対する独自の脅威に対応できるように正確に調整されることが重要です。

プラットフォームサービスの異なる性質

マイクロソフトは、様々なプラットフォームサービスがそれぞれ独自の特徴を持ち、異なるユーザーのニーズに responding していることを認識しています。そのため、ポリシーや執行に一律のアプローチをとることは、現実的でも効果的でもありません。

例えば、広告主と出版社の両方と協働しているMicrosoft Advertisingは、有害で悪質な広告を通じて偽・誤情報の拡散を防ぐことに重点を置いています。これには、広告コンテンツとその拡散の性質に合わせた独自のポリシーと執行措置が必要です。

一方、オンライン検索エンジンであるBing Searchは、ユーザーに最も関連性の高い検索結果を提供すること

を目指しています。オーガニック検索結果における偽・誤情報に対処するには、広告とは異なる戦略が必要です。コンテンツを真偽のみに基づいてブロックすることは、表現の自由などの基本的な権利に干渉する可能性があります。その代わりに、Bingは、ターゲティングされたランキング、防御的な検索技術、デジタルリテラシー機能、信頼性の高いシグナルなどを用いて、これらの権利を侵害することなく、偽・誤情報の拡散を軽減しています。

LinkedInは、現実のアイデンティティを持つプロフェッショナル向けに特化したプラットフォームであり、プロフェッショナルなアイデンティティとキャリア開発に焦点を当てていることを考慮すれば、さらにカスタマイズされたアプローチが必要です。プラットフォーム上での活動やメンバーが共有するコンテンツは、現在や将来の雇用主、同僚、潜在的なビジネスパートナー、リクルート会社などに見られる可能性があります。この観点から、メンバーは自らの活動をプロフェッショナルな分野に限定し、彼らが見るコンテンツもプロフェッショナルな性質であることを期待しています。LinkedInはプラットフォームを安全で信頼できるプロフェッショナルなものに保つことを約束しています。メンバーはLinkedInに参加する時に、偽・誤情報を含め、誤ったコンテンツや誤解を招くコンテンツの投稿を明確に禁止しているLinkedInのユーザーアグリーメントとプロフェッショナルコミュニティポリシーを遵守することに同意しています。LinkedInがそのポリシーに違反するコンテンツや行動を見つけた場合、コンテンツを削除する、繰り返される悪質な行為についてアカウントを制限する等の措置を講じます。

Microsoft Startは、さまざまなMicrosoftプラットフォームで利用可能な、出版社からのニュースや情報コンテンツのパーソナライズされたフィードです。Microsoft Startは、明確に定義され誤情報のナラティブに焦点を当てた、偽・誤情報に対処するための特定のポリシーと防御的な技術を持っています。

新しい規制の適用

私たちの考えでは、この文脈で共存する他の重要な権利を考慮すると、規制はオンラインでの偽・誤情報の拡散を促進する可能性が極めて高いサービスにのみ焦点を当てるべきです。コンテンツを公開して共有できるサービス、偽・誤情報との関係が指摘されているサービス、「いいね」、「シェア」、「リポスト」などの機能によって駆動されるエンゲージメントベースのアルゴリズムなどの技術的な要素が偽・誤情報の拡散に寄与するサービスが、規制の主たる対象となるべきです。例えば、他のタイプのサービスとは異なる方法でコンテンツのバイラルな拡散を可能にする、大幅にカスタマイズされたコンテンツ推奨アルゴリズムを持つ汎用的なソーシャルサービスにフォーカスするよう提言します。

また、Microsoftのような大手プラットフォームサービス事業者が講じている広範な対策を考慮すると、規制枠組みは適切な閾値を設定して、規制が比例的に適用されることを確保することが不可欠です。大規模な事業者に焦点を当てることで、資源と執行能力を最も必要とされる場所に配分することができ、デジタルエコシステム全体で偽・誤情報と戦うためのより効果的で効率的なアプローチを確保することができます。このような規制のターゲティングされた適用は、監督とイノベーションのバランスを維持し、両者が繁栄できる環境を醸成するのに役立ちます。

信頼性の指標と情報を活用した対応

自由でオープンなインターネットは、健全で民主的な社会にとって不可欠です。残念ながら、経済的・社会的発展に不可欠な情報のオープンな流通を可能にするのと同じ基本的な構造的条件が、オンライン上での低品質で時には有害な情報の拡散をも可能にしています。政府、市民社会、産業界は、一般市民のメディアリテラシーの向上によって偽・誤情報のリスクに対処し、管理するという課題に共同で取り組む必要があります。

・Democracy Forward Initiativeは、オープンで安全な民主的プロセスを保護し、健全な情報エコシステムを促進し、企業の市民的責任を提唱することにより、民主主義の基本を維持、保護、および前進させるために活動しています。このプログラムは、マイクロソフトのビジネス及びソフトウェアプロバイダーとしての役割を活用し、セキュリティインフラストラクチャを危険にさらそうとする外部からの試みに対抗するお客様の能力を高めています。

・Microsoft Threat Analysis Centre (MTAC)は、2022年7月に外国の情報影響工作の検出と対応に特化したサイバー脅威分析・研究会社であるMiburo Solutionsを買収したことを受けて設立されました。MTACは、Microsoft Threat Intelligence Center (MSTIC)と緊密に協力し、外国のアクターがサイバー攻撃と併せて影響工作をどのように利用して目的を達成しようとしているかについて明らかにするためのマイクロソフトの脅威検出・分析能力を拡大しています。MTACは影響工作に関する認識を高めるために定期的に調査結果を公表しています。例えば、東アジアの脅威アクターに焦点を当てた報告書¹を公表しましたが、これは日本のALPS処理水に対する憤りを増幅させようとした中国の試みについても取り上げています。

報告書(案)における定義上の課題

規制対象となるスピーチの定義に関する課題

偽・誤情報と戦おうとする他の公的機関と同様に、日本政府は、プライバシーやオープンなインターネット、表

現の自由(その中には政治的発言の自由も含まれる)といったコミュニティの基本的権利と、規制的な対応とのバランスをとることが求められています。この課題は、定義に関する条項についての起草レベルで最も重要なものです。

私たちは、以下のようないくつかの包括的な課題について指摘したいと思います。

・発展途上の分野: オンラインでの偽・誤情報の性質や、最善の対応方法についての理解は常に進化しています。偽・誤情報に関する研究や、関連する学問分野(政治学、心理学、社会学、情報理論、メディア研究など)は、課題の原因、源泉、影響、効果的な対応策について、さまざまな観点を反映しています。

偽・誤情報への共同規制や自主規制の対応は、発展する研究やベストプラクティスに応じて発展させることができ、このことは近年の実践において実証されています。定義を法制化することは、本質的に長期的な影響をもたらすため、定義に関する事項については慎重に取り組むべきです。

・主観性: 根本的に、偽・誤情報の拡散を減らすために向けられた努力は、コンテンツの真実性に関する何らかの形の評価を必要とします。真実を判断することは、時には簡単で論争のないものになりますが、真実か偽りかを確信を持って分類するのが難しい状況も多くあります。

同様に、「偽情報」と「誤情報」という用語は、大きく異なる使われ方をしています。ある人が誤情報と考えるものは、別の人が政治的発言と考えるものであったりします。特定の管轄区で働く政治的な力や、独立した規制機関の執行姿勢は、真実性や受け入れられる発言に対する認識に大きく影響を与えることができますし、それらは時間とともに変化することもあります。

・文脈の重要性: 有害ないし違法な発言を対象とした規制の下では、サービス提供者が行う評価は、一般的には、個々の発言に潜む文脈が考慮されていることを確認するために、ケースバイケースで行われる必要があります。文脈は、偽・誤情報の可能性があるコンテンツを評価する際にも重要です。

偽・誤情報は、それらが現れる文脈の中で、コンテンツのケースバイケースの評価を必要とします。オンラインコンテンツの性質を考慮すると、ある文脈で行われたコンテンツの評価が、異なる文脈で拡散された同じコンテンツに対しては転用できないことを意味します。文脈分析を大規模に実現することは、デジタルプラットフォームサービス提供者にとって困難であるだけでなく、オンラインでの表現の自由を損なう危険性もあります。これは、オンラインコンテンツの量が膨大であることや、文脈的な情報がデジタルプラットフォームサービス提供者にとって明らかでなかったり、入手できなかったり、合理的にアクセスできなかったりするという事実によってより複雑になります。例えば、偽・誤情報としてフラグされたコンテンツについて、その真実性を確信を持って判断するた

めには、第三者のペイウォールの後ろにある学術的な資料や、提供者にはアクセスできない個人情報などを考慮する必要があるというシナリオを考えてみてください。

マイクロソフトでは、偽・誤情報の文脈に基づく現象に対処する方法の一つとして、ユーザーがオンラインで会う情報の信頼性をよりよく評価できるように支援しています。私たちは、コンテンツの出所をより明確にする、あるいは低品質の情報のマーカーに対する認識を高めるなど、ユーザーが情報を文脈の中で評価できるように支援しています。

・国際基準との整合性：日本固有の問題に関連したオンラインの偽・誤情報の懸念はあるものの、国境のないインターネットはその問題をグローバルなものにしています。このため、特に基本的な定義に関して、適切な場合には国際的な整合性を達成することに価値があります。

近年、世界中の多くの管轄区で、偽・誤情報との闘いを目的とした規制が提案されたり、採用されたりしています。これは特定の政策目的を達成するために必要な場合があるものの、各管轄区で独自の規制体制や過度にローカライズされた規制体制を導入することは、全ての規模の事業者にとって複雑さが増し、一貫した情報の完全性という観点からはエンドユーザーにとっては良くない結果をもたらす可能性が高いと考えられます。

多くの規制の文脈において、マイクロソフトは、国際基準、特に認められた基準策定機関によって確立された基準が、オンライン規制の一貫性と相互運用性を実現する上で重要であると考えます。

マイクロソフトは、現時点において、グローバルレベルでの支持を得ている偽・誤情報の定義はないと認識しています。また、この問題の本質的な主観性によって、合意された定義であっても、実際には複雑になるということも理解しています。

透明性と効果測定

マイクロソフトは、オンラインの偽・誤情報とテック業界の対応に関する現状を監視する上で透明性が果たす役割を認識しています。マイクロソフトは、偽・誤情報に関連する自主的および法律に基づく措置や主要な国際的な情報工作への対応を自主的に開示するなど、この分野に関する透明性レポートを数年にわたって公表しています。

情報収集と記録保持の規則

私たちの見解では、業界における調整は適切かもしれませんが、透明性レポートの一貫性は、その対象となるサービスの性質の一貫性に応じたものとなります。電力、電気通信、放送など、他の規制された分野では、一

一般的に顧客に類似したサービスを提供していますが、「オンライン産業」は、機能性、ユーザーベース、目的、リスクなどの観点から、非常に細分化された多様なものとなっています。

これは、オンライン産業に対して差別化されたアプローチをとることに帰着します。サービスのカテゴリー（すなわち、ソーシャルメディアは検索エンジンと機能的に異なる）だけでなく、特定のカテゴリー内の異なるサービスの種類（すなわち、一般的な目的のソーシャルメディアは、機能的にも目的的にも、プロフェッショナルなネットワークワーキングとは異なる）にも配慮する必要があります。

最終的に、私たちは、過度にまたは人為的に一貫した報告要件は、オンラインでの偽・誤情報を理解し対処するのに意味のあるデータ出力の質を低下させる可能性が高いと懸念しています。

効果の測定

透明性は、効果を測定することを要求する規制の側面とも本質的に関連しています。このトピックに関して、私たちの見解は以下の通りです。

・効果の定義：私たちの見解では、オンラインでの偽・誤情報に対応することを目的とした対策の効果の意味のある方法で評価することは本質的に困難です。

他の形態の規制されたオンラインコンテンツ、例えば、所持や配布が明確に違法とされているコンテンツについては、プロバイダーは、違反コンテンツに対してゼロトレランスのアプローチを採用する明確なユーザー向けのポリシーと内部のガバナンス手順を確立することができます。そのようなコンテンツの中には、プロバイダーにとって許容できないレベルのものもあり、その対応の効果は、プロアクティブに事前に削除する割合と事後に削除する割合（すなわち、有効な苦情を受けての削除）を測定することで評価できます。

オンラインの偽・誤情報への対応は明確なものではなく、したがって、他の規制されたコンテンツと同じように測定することはできません。これは、プロバイダーが自らのサービスの性質に照らして最も文脈に応じた対策を適用できるべき分野です。実際、レポートが「社会的影響の重大性」という要件を用いているように、オンラインでの合法的な表現の自由への介入は、重大な害を引き起こすか、または重大な害に寄与する可能性が合理的に高いコンテンツに対してのみ許容されるべきです。その結果、プロバイダーは、合法的な表現の自由と重大な害の可能性との間のトレードオフを慎重に比較しながら、偽・誤情報に関するポリシーをモニターし、執行しています。例えば、コンテンツの削除はいくつかの対応策の一つであり、多くのプロバイダーが有害な偽・誤情報にのみ許容している合理的な選択肢です。他の選択肢としては、コンテンツの配信を制限することがあります。例

えば、コンテンツが重大な害を引き起こす可能性は低いですが、プラットフォーム上の他のユーザーの利益を守るために配信を制限することが望ましい場合などです。害の軽減は、ユーザーの基本的権利を尊重するオープンなインターネットを維持するという目標と常にバランスを取る必要があります。

情報を活用した対応策、例えば、インタースティシャル通知、信頼性指標、コミュニティによる裏付け、メディアリテラシーのキャンペーンなども、偽・誤情報に対応する上で意味のある役割を果たす可能性があります。これらの対策は、この種のコンテンツを完全に排除するのではなく、潜在的に偽り、誤解を招く、欺瞞的な情報と共存することを想定しています。その結果、その効果は常に定量的(または一貫した)な方法で測定することはできません。

その他の所見と提言

その他、取りまとめ(案)について以下の所見を述べます。

・オンラインでの人権のバランス: 偽・誤情報と闘うことは、少数派や脆弱な人々の安全を脅かしたり、健康権を害したりするようなナラティブと闘うことによって、基本的な権利の普遍的な享受を促進することができますが、同時に、表現の自由やプライバシーといった権利を脅かすこともあります。

偽・誤情報に対処する法律や規制は、必要かつ比例的でなければならず、潜在的な権利侵害のリスクについて慎重に検討されなければなりません。これには、政府が仲介者(すなわち、デジタルサービスプラットフォーム)の行動を通じて個人の表現の自由(情報へアクセスする権利を含む)やプライバシーを制限すると見なされる可能性のある規制も含まれます。上記のセクションでは、「社会的影響の重大性」の要件や、コンテンツの真偽を判断することの困難さ(そして、それが偽・誤情報を構成するかどうか)など、人権に関連する考慮事項となり得る規制の側面を特定しています。

コンテンツのモデレーションと基本的な権利の保護との間には大きな緊張関係があります。私たちは、規制が進むにつれて、相反する権利、法律、目標に対して慎重に注意を払うことを奨励します。

情報エコシステムを強化するためのマルチステークホルダーアプローチの重要性

デジタル化が進む世界では、情報の健全な流通を確保するためには、マルチステークホルダーアプローチが不可欠です。テクノロジー企業、学術機関、政府機関、市民社会など、さまざまな分野の関係者を巻き込むことで、偽・誤情報に関連するリスクを特定し、軽減するための強固な枠組みを作ることができます。この協調的

| | |
|---|--|
| <p>なモデルは、透明性、説明責任、包括性を促進し、デジタル環境の複雑さに対処するより包括的な戦略を可能にします。</p> <p>関係者間の協力的な取り組みを促進することは、有益であるだけでなく、レジリエントな情報エコシステムにとって不可欠です。リソース、専門知識、視点を共有することで、効果的で適応性の高い革新的な解決策を開発することができます。マイクロソフトは、これらの取り組みをさらに推進することに取り組んでいます。</p> <p>今後の話し合いの機会</p> <p>デジタル環境の変化に対応するためには、政府が規制を策定する際に、特に情報伝送PF事業者を含むさまざまな関係者と頻繁かつオープンな対話を行うことが重要です。この協調的なアプローチにより、規制措置の直接的な影響を受ける関係者の視点や専門知識が十分に考慮され、より周知された効果的な政策につながります。</p> <p>マイクロソフトは、デジタル空間における健全な情報流通を確保するための政策の策定に寄与するために、さらなる意見を提供するための対話の機会を歓迎します。</p> <p style="text-align: right;">【Microsoft Corporation】</p> | |
|---|--|

B. A以外で多く寄せられた御意見

| ① 表現の自由に関する意見 | |
|---|--|
| 意見 | 考え方 |
| <p>○偽・誤情報の拡散を防ぐことは重要だが、そのために政府が検閲を行うのは、民主主義社会において許容されるべきではない。政府には、憲法の原則を尊重し、表現の自由と情報の流通を保障するような制度設計を検討していただくよう強く求める。</p> <p>○情報の発信を何らかのかたちで制限するということは、特にそれが政府によってなされる場合、「表現の自由の抵触」「政府に都合のいい情報への誘導(都合の悪い情報の遮断)」にならないような方法をとることは必須。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>○表現の自由があっても、削除やコンテンツモデレーション対策の措置や、正しい情報の発信を講じるべき。</p> <p>○投稿者の表現の自由は確保されなければならないが、違法でもないが「行き過ぎた一般化」による偏見や差別を助長・扇動につながりかねない言動は、有害情報であり、人格権侵害につながるのではないかな等々を監視し、検証・分析し、説示や教示、教育・啓発等の対策を講じる機関の整備が求められる。</p> | |
|---|--|

② 生成AIに関する意見

| 意見 | 考え方 |
|--|--|
| <p>○生成AIによる模倣された作品群は情報汚染を加速させるメディアの癌。人々の尊厳を守るため、生成AIにおける規制の徹底された強化を実現すべき。</p> <p>○生成AIの活用には、ユーザーに対するガイドラインやAI事業者の自主的な取組ではなく厳しい法規制が必須</p> <p>○災害時など情報が必要な時ほど混乱は大きくなると考えられ、そういった被害を未然に防ぐためにも生成AIを用いた作品には表記義務を課すべき。</p> <p>○生成AIは僅か2.3年で多くの被害を生み出しており、生成AIの厳しい規制、厳しい罰則を考える必要。また並行して教育課程におけるネットリテラシーの教育の強化をすべき。</p> <p>○生成AIやフィルターバブルなど新技術に関するリスクへの対応が求められているが、技術的対応だけでは不十分。根本的な情報リテラシーの向上や教育の強化が必要であり、技術に頼りすぎた対策は限界がある。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

③ 広告に関する意見

| 意見 | 考え方 |
|--|--|
| <p>○ネット広告も法整備して審査を徹底させてほしい。社会問題となっている詐欺広告もそうだが、金さえもらえればどんな広告も掲載するプラットフォームの責任も問われるべき。</p> <p>○広告の社会的役割をあらためて問うべき状況にありネット広告対策が急務。</p> <p>○現在のDPFを中心の広告無秩序状況では自主規制のみでは自浄作用が機能せずユーザー被害、広告主被害が多発するリスクが高い。</p> <p>○子供が頻繁に利用するサイトや、他情報サイトで卑猥な表現を含む広告が表示されるのは、異常なまでに</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>多い。本格的に国で規制すべき。</p> <p>○インターネット上で不必要な猥褻な広告が勝手に、多数表示されるため、大変不愉快。インターネットですからゾーニングが全くされておらず、子供への教育上宜しくないため、このような広告を規制して欲しい。</p> | |
| <p>④ ファクトチェックに関する意見</p> | |
| <p>意見</p> | <p>考え方</p> |
| <p>○情報の信頼性を担保し偽情報を抑えて健全性を確保するには基本的に後手からファクトチェックによって訂正していくのでは実現不可能。</p> <p>○ファクトチェックや政府が言うことが全て正しいとは言えない。</p> <p>○偽情報・誤情報を専門家と称する官製ファクトチェック機関に委ねることがリスク。</p> <p>○ファクトチェックの名のもとに、偽情報・誤情報の削除(検閲)がいくらでも可能になる。</p> | <p>頂いた御意見は、総務省における今後の政策検討の際の参考とされるものと考えます。</p> |