

プラットフォームサービスに関する研究会（第11回）

1 日時 令和元年7月22日（月）10:00～12:00

2 場所 総務省第1特別会議室（8階）

3 出席者

（1）構成員

宍戸座長、生貝構成員、大谷構成員、木村構成員、寺田構成員、手塚構成員、松村構成員、宮内構成員、森構成員

（2）ゲストスピーカー

東京大学大学院情報学環 水越教授

LINE株式会社公共政策室渉外チーム 兼保マネージャー

ヤフー株式会社政策統括本部政策企画部 吉田部長

（3）総務省

谷脇総合通信基盤局長、竹内サイバーセキュリティ統括官、竹村電気通信事業部長、二宮国際戦略審議官、今川総合通信基盤局総務課長、山碕事業政策課長、大村料金サービス課長、梅村消費者行政第一課長、山路データ通信課長、中溝消費者行政第二課長、赤阪サイバーセキュリティ統括官付参事官、富岡事業政策課市場評価企画官、大内事業政策課調査官、清水消費者行政第二課企画官

（4）事務局

三菱総合研究所 西角主席研究員、安江チーフコンサルタント

4 議事

（1）英国及び東南アジアにおけるフェイクニュース及び偽情報への対策状況、EUにおける透明性確保及び苦情処理に関する制度（事務局）

（2）ヤフー株式会社ヒアリング

（3）LINE株式会社ヒアリング

（4）メディア・リテラシーの現在と展望（東京大学 水越教授）

(5) 意見交換

(6) トラストサービス検討ワーキンググループ中間取りまとめ（案）について

(7) その他

【宋戸座長】 本日は皆様、国政選挙の翌日ということで、大変お忙しいところお集まりいただきまして、まことにありがとうございます。定刻でございますので、プラットフォームサービスに関する研究会第11回会合を開催させていただきます。

特にカメラ撮りないということでございますので、それでは、議事に入る前に事務局からご連絡等がありましたら、よろしくお願いいたします。

【清水消費者行政第二課企画官】 前回からの間に総務省側に人事異動がございましたので、ご紹介させていただきます。

総合通信基盤局、竹村電気通信事業部長でございます。

【竹村電気通信事業部長】 竹村です。よろしくお願いいたします。

【清水消費者行政第二課企画官】 国際戦略局、二宮審議官でございます。

【二宮国際戦略局審議官】 二宮でございます。よろしくお願いいたします。

【清水消費者行政第二課企画官】 総合通信基盤局、今川総務課長でございます。

【今川総合通信基盤局総務課長】 今川です。よろしくお願いいたします。

【清水消費者行政第二課企画官】 最後に、総合通信基盤局消費者行政第二課企画官の清水でございます。よろしくお願いいたします。

以上でございます。

【宋戸座長】 ありがとうございました。

それでは、本日の議事に入ります。今回も前回、前々回に引き続きまして、オンライン上のフェイクニュースや偽情報への対応について集中的に議論をさせていただきたいと考えております。集中的な議論は、今回で一区切りとさせていただく予定でございます。

まず、事務局から英国及び東南アジアにおけるフェイクニュース及び偽情報への対策状況、それからEUにおけるプラットフォーム事業者の透明性確保及び苦情処理に関する制度についてご説明をいただきます。次に、LINE株式会社またヤフー株式会社よりフェイクニュースに対する取組についてご発表をいただきます。さらに、東京大学大学院情報学科の水越教授より、メディア・リテラシーの現在と展望ということでご発表をいただきます。その後、意見交換の時間をまとめておとりいたしますので、本日も活発にご議論いただきたいと思います。

そして、最後に、トラストサービス検討ワーキンググループ中間取りまとめの案につきまして、トラストサービス検討ワーキンググループの主査である手塚構成員からご説明をいただく順番でやりたいと考えております。

本日は議事が多いため、フェイクニュースに関するご発表につきましては15分、トラストサービス検討ワーキンググループからの説明については10分の発表時間を守っていただきたいをお願いをしたいと思います。そのため、前回同様、学会方式でございますが、タイムキーパーを導入しておりまして、終了5分前、それから終了のときに合図を出させていただきますので、この点、ご了承いただきますようお願いをいたします。

それでは、まず事務局からご説明をお願いいたします。

【三菱総合研究所】事務局、三菱総研、西角でございます。資料1をご覧ください。まず、英国におけるフェイクニュース対策についてでございます。

3ページ目、ご覧ください。英国では、2016年のEU離脱の国民投票、それから2017年のロシア介入疑惑等を契機としまして、DCMSを中心としてフェイクニュース対策を含むインターネット上の安全性確保を目的とした調査、取組が実施されてまいりました。

下に年表がございますけれども、赤字で書いてあるのが議会での検討、それから青字で書いてあるのが政府での検討、さらには緑で書いてあるのが有識者レビューでして、こういった主要な3つの動きが並行して実施されておりますので、こちらについてそれぞれご紹介した上で、最後に、今後、法制化していく上で基礎となります2019年4月に公表されているホワイトペーパーについて中身をご紹介したいと思います。

まず4ページ目、議会における検討の状況でございます。議会では、フェイクニュースを民主主義や価値観に対する潜在的脅威の1つとして捉え、下院のDCMS特別委員会において、フェイクニュースが民主主義に与える影響という観点で調査を行い、報告書を出しております。

2018年7月に中間報告書が出ておりまして、ちょっと飛んでいただいて7ページにあるとおり、2018年10月には政府との対話を踏まえて偽情報あるいは選挙におけるデータ利用に関する最終報告書ということでレポートが出ております。

最終報告書の中身、ポイントでございますけれども、7ページの下の表をご覧ください。主なポイントということで5点ほど紹介しております。1つは、倫理規範の策定ということで、義務的な倫理規範を確立し、有害コンテンツの構成要素を明確にすべきである。この倫理規範につきましては、Ofcomの放送における倫理規範に類似したものを提案するという形で紹介されておりますが、これについては後ほどまたご説明いたします。

それから、2点目として独立規制機関です。テクノロジー企業は違法・有害コンテンツ

対策を講じなければならない明確な法的責任を負うこととし、このテクノロジー企業を監視するための法的権限を有する独立規制機関を確立することが急務であると説明されております。

また、3点目として、この独立規制機関の設置、運用のための資金源ということで、テクノロジー企業に対して課金、課税を行うということが提案されているというものでございます。

そのほか、選挙法の見直し、デジタルリテラシー向上に資する取組の推奨、こういったことが5点、最終報告書のポイントとして取りまとめられているということでございます。

以下10ページ目まで最終報告書の詳細についてご説明しておりますが、ここは割愛させていただきます、11ページをご覧ください。

先ほど倫理規範の策定の関係で、放送に準拠してといったコメントがありましたけれども、これについてOfcomで2018年9月にディスカッションペーパーを出しております、オンラインの規制に対して放送規制に適用されているアプローチを適用することは是か非かということについて、一部は適切であるし、一部は不適切であるといった仕分けをしているということで、参考としてご紹介しております。

以上が議会の取組でございます、2点目として有識者レビューということで、ケアンクロス・レビューというものを12ページにご紹介しております。こちらは、目的としては、デジタル時代における質の高いジャーナリズムの持続可能な確保ということで、従来メディアの質の強化ということに軸足を置いた検討になっておりまして、そうした観点から今後取り組むべき内容を提言しております。

提言のポイントでございますが、12ページの中段あたりに2点書いてございますけれども、1点目として、出版社とオンライン・プラットフォームの均衡を回復する新たな行動規範の作成ということで、この規範を出版社とプラットフォームの合意で定めるべきである。ただし、規制当局において、その最低基準を設けなさいといった提言があります。

また2点目として、ニュースの質の維持、向上ということで、プラットフォームはユーザーによる情報ソースの信頼性の確認について、これを維持、拡大しなさいということ。あるいは、オンライン・プラットフォームでニュースを表示する方法に関して、規制当局がベストプラクティスガイドラインを作成すべきである。こういった形でデジタル時代におけるジャーナリズムの質の向上ということに関する提言が行われたというのがこのレビューの内容でございます。

中身の詳細は、以下16ページまで書いてございますが、本日はお時間の関係で説明は割愛させていただきます。

次に、17ページでございますけれども、以上2つの検討を踏まえて、政府で行った検討というのがこちらの”Online Harms White Paper”というものでございます。こちらはDCMSと内務省が共同で作成し公表したものでございまして、英国における安全なネット環境の確保を目的とした将来の政府の対策ということで示しているものでございます。こちら、7月までパブコメの期間となっております、この後、法制化を目指していくということになっているものでございます。

17ページの下、背景・目的のところでございますけれども、これまで2017年に発表されたグリーンペーパーというものに基づいた取組が行われてきたわけですが、これでは不十分であるということで、政府の取組を強化するために、今回、このホワイトペーパーを出したということでございます。

提言のポイントでございますけれども、基本的なメッセージとしては、自主規制の時代はもう終わったということで、自主規制を超えた新しい規制の枠組みを提示したということになっております。

具体的には、3点ポイントが出ておりまして、1つ目が17ページの真ん中のところでございますけれども、法定の注意義務の設定ということで、政府が新たに法定の注意義務を策定する。プラットフォームがこの注意義務を遵守することが求められるという枠組みでございます。

それから、2つ目として、独立した規制機関の設置ということで、今申し上げた注意義務が遵守されているかどうかを監視、評価するために政府が独立の規制機関を設置する。この規制機関が罰則、罰金を科すなどの執行権限を持つということでございます。

最後に、行動規範の作成ということで、規制機関は、先ほどの注意義務の履行遵守の方法を説明する行動規範というものを作成し、プラットフォームに対して、この行動規範に従うことを強く期待するという枠組みでございます。

これに対して、17ページの下に主な反応ということで、業界等の反応を書いておりますけれども、例えばBBCのオンラインニュースでは、フェイクニュース及び虚偽情報など定義が曖昧なものについても対象としており、こうした違法ではないが有害であると考えられるものについて、どのように規制を行うのかについてまだまだ課題が多いといった指摘をしておりますし、techUKでは、政府は有害コンテンツに対する防御と個人の基本

的な権利のバランスをどう保つのかを明確にすべきだといったコメントを出しているというところでございます。

この白書の中で、18ページでございますけれども、有害コンテンツの範囲についてどう考えているかということで、初期リストというものを出してございます。18ページの下半分のところに初期リストの表を出しておりますけれども、左側にある、有害だと明確に定義されるコンテンツ以外にも、真ん中のところ、あまり明確に有害と判断できないコンテンツが規制の対象として今回追加されているということでございまして、この中に幾つかありますが、上から5つ目のポチのところに、偽情報（Disinformation）というものも含まれております。こういった形で規制対象の範囲が広げられているということが1つのポイントでございます。

次に、19ページ目をご覧くださいませでしょうか。先ほど触れた、今までの自主規制はもう終わりだ、新しい規制の枠組みをつくるんだ、ということでこの白書で提案されているものでございますが、下の図をご覧くださいませと、一番左上に政府がございまして、政府から2つ矢印が出ていると思いますが、1つは、オンライン企業等の対象企業に対して注意義務を法定化したということでございます。同時に、右の矢印、規制機関の設置ということで、政府が規制機関を設置し、この設置された規制機関が対象企業に対して行動規範を作成するということでありませう。対象企業の側では、規制機関から示された行動規範を踏まえた注意義務を遵守するということが強く期待されるということで、具体的には、図の右下の吹き出しにございませうけれども、苦情処理機能を設置する、あるいは透明性レポートを提出する、こういった義務を遵守することが求められるということでございませう。この規制機関が同時に遵守状況を監督しまして、場合によっては罰則等の執行の権利も持つというのが大きなフレームワークになっているということでございませう。

この後、20ページ目以降にホワイトペーパーの中身、また具体的な内容を細かく説明しておりますが、この枠組み自体は偽情報に限らず広いものでございませうけれども、23ページに、偽情報に関連する注意義務の中身というのを少し具体的に書いております。そこだけ少し触れさせていただきますと、そもそもこの白書では、これまで行われていた既存の取組に対して、さらに追加すべき内容というものを具体化して列挙しております。偽情報に関しましては、23ページの右下の行動規範に含めることを期待しているものということで10個以上列挙されておりますが、こういったもの、例えば利用規範に違反した場合の罰則を定めなさいとか、ファクトチェックサービスをちゃんと使いなさいとか、権

威のあるニュースソースを奨励しなさいとか、こういったことが期待される内容としてリストアップされているということでございます。

以上が白書の内容でございます。英国では、この後、この白書の内容を基礎とした法制化というものが進められていくということになります。

以上が英国のファクトチェック、偽情報関係の状況のご説明でございました。

次に、28ページまで飛んでいただいて、今まで欧州の話を差し上げてまいりましたが、東南アジアではやや異なる傾向がございます。政府が主導して規制を行うといった傾向が見られます。本日は、マレーシアとシンガポールと台湾という3つの事例について状況をご説明したいと思います。

まず、マレーシアでございますが、29ページですね。2018年にナジブ前政権のもとでフェイクニュース対策法というものが制定されました。しかし、これがマハティール現政権のもとでは執行停止あるいは廃止法案が出るなど、見直しの動きというものが進んでいるということでございます。

ナジブ前政権のもとでつくられたフェイクニュース対策法では、フェイクニュースや悪意の定義が曖昧であるといったことで、恣意的な運用がされるのではないかと強い懸念が提示されたということでございます。現政権のもとでは、このような法律がなくても、現行の刑法、通信マルチメディア法等に基づいて取り締まりが可能であろうということで、まだ廃止自体には至っておりませんが、これを廃止するという方向でいろいろな取組がなされているということでございます。

それから、シンガポールでございますけれども、30ページです。こちら今年5月にフェイクニュース対策としてオンラインの偽情報・情報操作防止法というものが可決されたということでございます。こちらいろいろと問題が提起されておりまして、中段にある法律の概要のところでは、規制の対象として、グループチャットやSNS等に加えて、送受信者しか内容を閲覧できない暗号化されたメッセージアプリなども対象に含めるといったことが書いてあるということでございます。これに対して主な反対意見ということで、やはり一番批判が集中しているのは、暗号化されたメッセージアプリも規制するというのはやり過ぎではないかという批判があるということでございます。あるいは、グーグルからは、地域のデジタル革新の拠点となることを目指しているにもかかわらず、こういった法律があると、その取組が阻害されるのではないかといった経済的な観点からの批判もあるということでございます。

最後に、台湾の取組状況、31ページでございますけれども、台湾では今年5月に災害防止救助法の改正案というものが可決されました。こちらは、災害時における虚偽情報等の拡散等に関して強い罰則を設けたというものでございまして、虚偽の情報を広めたことによって人が死亡した場合には、最大無期懲役といった重い罰則が科されるということになっております。しかしながら、こちらにもフェイクニュースが何なのかといった明確な定義が示されておらず、反対意見として、やはり言論、報道に対する権力の過度な介入を招き、自由を制約するのではないかとといった意見が出されているということでございます。

以上、東南アジア3カ国の状況についてご紹介いたしました。

最後に、資料2でございますけれども、EUにおけるプラットフォーム事業者の透明性、それから苦情処理に関する制度について簡単にご紹介をしたいと思います。これはフェイクニュースに限った対策ではございませんで、今回、透明性や苦情処理の制度が関係する3つの法制度について簡単にご紹介いたします。

1つ目が著作権保護関連で、2ページ目でございますけれども、2019年4月にDSM著作権指令の改正が行われまして、こちらにおいて著作権に関してインターネット時代に適合した規則に一新するという事で改正が行われました。

具体的な中身ですけれども、3ページでございますが、透明性と苦情処理につきまして、オンラインのコンテンツ共有サービスプロバイダーに対して、許諾のない著作物についてはアップロード防止や削除を求める一方、苦情及び救済メカニズムの確保、それから権利者との間で透明性の確保といったものを求めるという内容になってございます。

3ページ目の下でございますけれども、苦情メカニズムについては、苦情及び救済メカニズムの構築を求め、また処理の決定に関する苦情に対するレビューは、自動処理ではなくて人間が行いなさいといったことも定めております。

それから、透明性の義務につきましては、創作者及び実演家が定期的に、少なくとも年に1回、情報提供を得ることができるといった権利を定めておりまして、プラットフォームに対して、権利者に対する定期的な情報提供義務を課す、これを通じて透明性を確保するといったルールになっております。

次に、4ページ目、テロ対策の観点でございますけれども、2019年4月にインターネット企業に対して、テロリストコンテンツの削除を義務づけると同時に、苦情処理メカニズム、それから透明性レポートの作成を求める法案が可決されております。これも内容については次のページ、5ページをご覧ください。

一番下に簡単な図にまとめてございますけれども、右にある管轄当局が削除命令を出した場合に、ホスティングサービス事業者は、左下にある情報発信者もしくはコンテンツプロバイダーに対して対象コンテンツの削除を命令することになります。この際に、苦情がある場合には苦情を申し立て、それに対してホスティングサービス事業者は苦情処理のメカニズム、それから不当な削除であればコンテンツ回復等の処置をとるということが求められます。これが苦情メカニズムです。

また、図の右下でございますけれども、ホスティングサービス事業者、管轄当局のそれぞれが透明性レポートを作成するということが求められている。これによって透明性を確保する。こういった苦情処理と透明性が一体化したメカニズムが定められているということでございます。

最後に、オンライン・プラットフォーム規則関係でございます。EUでは、プラットフォーム運用上の透明性向上、苦情処理システムの確立を通じて、インターネット市場における公正競争を確保するという目的で、オンライン・プラットフォーム規則というものが策定されております。これは主としてB to B、事業者間取引におけるデジタルプラットフォームと中小事業者等の公正競争の確保を目的としたルールでございます。

中身につきましては7ページ目にございますように、透明性、苦情処理、モニタリングといった3本柱になっておりまして、これについて行動規範の作成を業界に推奨するという形です。

最後のページ、8ページ目でございますけれども、その中身を図に描いたものでございまして、欧州委員会、またはその下に設置されたオンライン・プラットフォーム経済監視委員会が加盟国のプラットフォームに対して行動規範の作成を推奨する。プラットフォームの側では、透明性確保、それから苦情の申し立てに対する救済措置等を一体化した行動規範を守っていく。その遵守状況について欧州委員会がモニタリングを行うということで、業界による行動規範の遵守、それから当局によるモニタリングという2点をあわせて共同規制的な内容になっているということでございます。

以上で説明は終わらせていただきます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。資料1は、この間、集中的に議論しているフェイクニュース及び偽情報についてですけれども、特に資料2は、この研究会全体の議論について、追加的に貴重なインプットをいただけたものと思います。ありがとうございます。

そこで次に、アジェンダに従いまして（２）でございます。資料３、フェイクニュース問題に対する取組につきまして、ヤフー株式会社様よりご発表をお願いいたします。

【吉田氏】 ヤフー株式会社でございます。本日は遅れまして申し訳ございません。私からは、ヤフージャパンで取り組んでいる対策について発表させていただきたいと思っております。

まず、１ページ目をおめくりください。ヤフーはさまざまなサービスを総合的に展開しておりますけれども、本日は、その名もニュースという名前がついたヤフーニュースのご説明と、CGMの代表的なサービスであります知恵袋に若干触れた上で、検索のお話を少しさせていただければと思っております。

資料の概要ページをお願いいたします。概要といたしまして、ヤフーは１９９６年７月当初からヤフーニュースというのをトップページでトピックスという形でも、あるいはヤフーニュースというサービス単独としても提供しております。契約パートナー数、こちら３００社と書いておりますけれども、現在３５０社、５００媒体という形になっております。済みませんが、訂正をお願いいたします。１日約５，０００本の配信をさせていただいております、月間のページビュー１５０億という皆様に親しんでいただいているサービスになります。

１ページおめくりください。ヤフーニュースと一口言いましても、構成上、主に３つに分かれるかと思っております。ヤフーのトップページ、ホームページにご設定いただいている方は多いと思っておりますけれども、ニューストピックスという最初のページのど真ん中に、ファーストビューに載っているサービスのことをヤフーニューストピックスと呼んでございます。こちらは、公共性、社会的関心などを軸に総合的に判断して、２４時間３６５日、少しずつ変えてご提供をさせていただいております。新聞の見出しに当たるような非常に目立つものですので、一番手間暇をかけて選択して載せているという形になります。

ヤフーニュースですけれども、これはヤフーニュース全体を指しますけれども、こちらは新聞社、雑誌社、テレビ局、ウェブ媒体様から記事を直接入稿いただいてそのまま載せるという形で、より多種多様なニュースを展開しておりまして、網羅性を大事にさせていただいております。

最後に、ヤフーニュース個人でございますけれども、これまで媒体ではカバーできなかった部分について、それぞれの専門家の方に、専門に応じて記事をご入稿いただくという

形になっておりまして、幅広いニュースが提供されるという形になります。

こういったものをどうやって、どういうプリンシプルに基づいて展開しているかというのを数年前にメディアステートメントという形で展開しておりまして、信頼性と品質、多様性の尊重、豊かな情報流通という軸でヤフーのメディアサービスを展開していくということを宣言させていただいております。

特に多様性の尊重ですとか豊かな情報流通というところ、信頼性ととも非常に大事なところだと思っておりますので、不偏不党にこういったものを提供していくというところに重きを置いております。

こちら300社となっておりますが、350社の誤りですので、ご訂正ください。今こういう形で、図式したものですけれども、ニュース個人のオーサーの数は約500名という形になっておりまして、研究者ですとか士業の方、NGOの方に直接ご入稿いただいております。

こういったモデルですので、契約したパートナー、パートナーを選定させていただいているというところから、100%という形ではないですけれども、根拠のないフェイクニュースのようなコンテンツが入りにくい仕組みなのかなと思っております。

具体的には、信頼性、専門性、即時性ですとか、編集部の体制などをこちら側で確認させていただいた上で契約させていただいております。入稿後に関しましても、問い合わせの状況などを見ながら、実際に記載された記者の方ですとか出版社の方ときちんとお話し合いをした上で訂正記事を出すか出さないかですとか、謝罪記事を出すか出さないとか、そういった事後のケアもさせていただいているという形になります。もちろん、問題が続くような入稿者に関しては契約を切らせていただくということもやっております。

これらを自分たちで考えていろいろやっているのですけれども、ニュースの有識者会議というのを開催いたしまして、私どもの基準ですとか、記事選定体制ですとか、そういったものを有識者の方にご説明して、適宜コメントをいただいて、それを全体の体制に生かすという形での有識者会議というのを開催しております。

続きまして、私どもの代表的なCGMサービスであるヤフー知恵袋に関してご説明申し上げます。

これまで本研究会でもさまざまな先生方からご発表があったかと思うのですが、やはり日本においてCGMをめぐる課題というのは、違法・有害情報に関する課題として、これまでずっと議論されてきたと認識しておりまして、利用規約ですとかガイドラインで

は、そういったものに対応して定められていることが多いのかなと思ってまして、私も基本的にはそういったところに注目して、これまで体制を組んでございます。実際、「フェイクニュースだから消してくれ」、「虚偽だから消してくれ」という要望は、ないことはないんですけども、基本的にあまり数としては多くないという形で、これまでこういった形でも対応できたと思っております。

また、メディアリテラシーのところとも関係いたしますけれども、知恵袋の場合は各投稿で、実際にご覧になる方に、「そのまま100%信じるのではなくて、自らきちんとご判断ください」という形で、書かれた内容をそのまま信じないようなサジェスチョンをさせてご利用者の注意を喚起しています。

最後に、検索についてですけれども、削除する場合についての説明責任、透明化に関して、本会議体の座長でもある宍戸先生にもご参加いただきつつ「検索結果とプライバシーに関する有識者会議」を設置し有識者の先生方にご議論いただいて報告書を公表していただきました。フェイクニュースに関しても、今後、我が国において状況の変化が生じれば、こういった取組みを検討したいと思います。

また、近時の取組といたしましては、通常の検索結果とは全く別の枠外に、専門機関による情報提供をするという試みをやっています。具体的には、国立がん研究センターさんと連携し、正しい情報、あるいは科学的な根拠がある情報を普通の検索結果とは別の枠外に、載せさせていただいております。また、「反ワクチン運動」が米国を中心にあるという報道も拝見させていただきましたので、厚生労働省さんが提供している情報、科学的な情報に基づいたものを同様のスキームでご提供しています。

この問題に関しては、有識者の方々がいろいろご発言いただいておりますけれども、やはり欧米の状況と日本の今の状況の違いなどもございます。そういった中で、我が国において現段階で、どこまで枠組みを作っていく必要があるのかまだまだ不分明だとは思いますが、情報に携わるプラットフォーム会社として、ヤフーとしても何か皆様にご提言いただければ、一緒に汗をかきたいと思っております。特に苦情処理のメカニズムですとか透明性の在り方というところについては、より一層力を入れていきたいと思っておりますので、ご示唆いただければと思います。どうもありがとうございます。

【宍戸座長】 ご発表、それからご意見ありがとうございました。

続きまして、資料4、フェイクニュース対策に関するLINEとしての提言に基づきまして、LINE株式会社様よりご発表をお願いいたします

【兼保氏】 LINEの兼保と申します。よろしくお願いいたします。今日はこのような貴重な機会をいただきまして、まことにありがとうございます。

お手元にお配りしている資料なんですけれども、弊社からフェイクニュースに関連する情報をかき集めてまいりまして、ご発表させていただいております。一部、まとまっているといいますか、ストーリー立ててご説明できてなくて、資料として散発している部分もございますけれども、皆さんのほうで適宜受け取っていただければと思います。

2部構成と考えておりまして、前半、LINEとしての提言をさせていただきまして、後半、弊社の事業の中で気づいていること、あるいは事業の中で見られる傾向などをご説明させていただければと思っております。

3ページに行ってくださいまして、まず弊社としての提言みたいなお話させさせていただきますと、違法・有害コンテンツ、一般的なコンテンツの監視の基準については、法律で定められている部分、それから業界でのレギュレーション、それから自社での自主ルールみたいなものがあると認識しておりまして、これに対して、事業者として積極的にプロアクティブに消しにいくもの、それからユーザーあるいはほかの関係者からの削除要求みたいなものがリアクティブとしてあると考えております。

次のページに行きまして4ページ目、一体全体、法律あるいはレギュレーション、自社ルールみたいなものがそれぞれ足りているのか足りてないのかという状態が、実は今の日本の状態だと誰も評価できないんじゃないかなと考えております。

次のページをおめくりください。先の会とかでもいろんな委員の方がご発言されていましたが、例えば災害時、選挙時、それからキュレーションサイト等でフェイクニュースなるものの問題があったかとは思いますが、これに対して各ステークホルダーが説明と対策を求められている中で、明確な回答を誰もできてないのかなと思っております。これは、安易にステークホルダーの倫理観とか何かが足りないというよりは、弊社としては、基本的にエビデンスが足りてないんじゃないかと考えております。

次のページに行ってください。そのエビデンスにしても、例えばフェイクニュースの構造から考えてみますと、何もインターネットの中だけで発生しているものじゃなくて、いわゆるオフラインみたいなところで情報がつくられ、それが伝播されるという状況もありますので、対策として、本当にインターネットに閉じたものでいいのかということも考えなければならない部分じゃないかと思っております。

7ページ目です。弊社としての提言のまとめということでございますけれども、1点目、

まず今申し上げたように、フェイクニュースに関して、日本の実態があまり今明らかになってないんじゃないかなと考えております。ですので、実態を把握すべきじゃないかと考える次第です。

それから、2点目、ここに書いてあることは、先ほど三菱総研様からもご発言ありましたけれども、透明性の報告書、これが大事であると弊社として考えます。この際に、下に書いてございますけれども、企業だけじゃなくて、政府からの削除要求みたいなものがあるのであれば、政府自らも透明性を担保すべきじゃないかというのが考えの1つです。

それから、3つ目、そういった実態が明らかになれば、そこで、この会もそうだと思いますけれども、マルチステークホルダーで議論を推進するというのがよろしいかと考えております。その際には、諸外国でも問題になっているというご報告が先ほどありましたけれども、表現の自由や国家権力による言論弾圧などの危険性に十分に注意をすべきであろうと考えます。

4点目、こういう議論を挟んで技術的な部分、あるいは制度的な部分があるかと思いますが、一方で、利用者のリテラシーの部分、ここが非常に大切であるというのが諸外国での議論でも見られておりますので、ここを先行していち早く取りかかるべきであろうと思います。

後ほど弊社の情報でもございますけれども、民間でも取り組んでいるところはございますけれども、政府からも後押しをいただけたら幸甚でございますというところが弊社の提言になります。

次のページから弊社の実態といいますか、事業者としていろいろ取り組んでいる中での汗のかき具合みたいなものをご説明させていただこうと思います。

8ページ目飛んで9ページ目です。ここからは、1つ、LINEというSNSといいますか、コミュニケーションツールのところを11ページまでご説明いたします。

LINEですけれども、皆さんご存じかどうかわかりませんが、ユーザー間のメッセージについては、通信の秘密に該当すると弊社では考えておりますので、中身を監視することはいたしておりません。ただ、ユーザーからの通知、これが不正なユーザーだとか、そういう通知があれば、これをブロックする機能がございます。

次のページに行きまして、一方で、ツイッターみたいな形ですけれども、ユーザーの真正性の確認みたいなものをして、このユーザーが本当にその人であるかということをバッジを使って判定する機能もございます。ときどき芸能人の偽アカウントみたいなものが発

生するんですけど、こういったときはバッジのありなし、あるいは、よくあるのは、芸能事務所とか本人から弊社に通知が来て、これ、偽アカウントなんだけどと言われて、気づいてすぐに削除するということをさせていただくこともございます。

次のページに行きます。いかに真なる本当のユーザーであろうと、アカウント乗っ取りみたいな問題が何年か前に問題になりましたけれども、そういった問題もございます。これに対しては、アカウントの引き継ぎフローを強化しておりまして、大分対策ができてきたのかなと思いますけれども、一方で、下のほうに書いてございますが、サイバー防災訓練、あるいはサイバー防災の日などというものを弊社で定めさせていただきまして、利用者の意識向上キャンペーンなどをやらせていただいております。

続きまして12ページ、ここからは、これはヤフー様と同じように、LINEもニュースサイト、ニュースサービスを持っておりますので、こちらをご説明させていただきます。

弊社では、上から2つ目、約300媒体ぐらいと契約しておりまして、日々媒体様とコミュニケーションする専属チームを持っております。

次のページに行ってください。ここは本邦初公開みたいなところがございまして、熟読していただきたいと思っておりますけれども、これを出すに当たって、ニュース担当からも、これはぜひ言ってくれというのが幾つかあったので、それをお話しさせていただきます。

皆さん読みながら聞いていただければと思っておりますけれども、まず編集者という担当がおりまして、これが24時間体制で記事をピックアップしていきます。そのピックアップする時点で信憑性、妥当性みたいなものを判断します。この時点で、出てきているニュースが怪しいぞというときは、これはニュースサイト、出しもとのニュースサイトに一本連絡を入れて、これはおかしくないですかということをコミュニケーションさせていただいています。これをするのがインターネットのニュースサイト全体の健全化につながるのかなと思って、そういうことをさせていただいています。

そのチェックを越えて、次に校正担当というのがいるんですけど、校正担当にエスカレーションし、校正担当でもダブルチェックをする。一方で、ユーザーごとにレコメンドとして自動で掲出される記事については、さらに厳しい基準で媒体選定を行い、クリアしたものだけがLINEの中で出てくるというフローをやらせていただいております。ですので、全体として、なるべく、ここで言うところのフェイクニュースあるいは誤情報みたいなものが出ないような体制をつくらせていただいているとご理解いただければと思います。

14ページ目以降、今度はLINEとしての広告配信媒体といたしますか、広告の媒体と

してのやり方を記載しております。2、3ページ飛ばさせていただきます、14、15、16、17、18、19ページあたりに、こういった禁止事項みたいなものを定めております。しつこくいろいろ書いてございます。20ページぐらいまで一気に引っちゃってください。

ページをめくっている間に、今回の選挙の絡みもありますので申し上げますと、公式アカウントと申しますいわゆるアカウントをとれる媒体ととれない媒体がございます。それから、違う基準でディスプレイ広告といって、LINEの中で、20ページ目、左側のところに幾つか赤四角が囲まれていますけれども、こういうふうに広告をべたっと、ディスプレイというんですけど、張ることができます。このディスプレイ広告なんですけれども、政党、政治家からの広告を受け付けていないということがございまして、基本的には、選挙絡みの何かが出てくるとことは弊社の中ではございません。それらをチェックしているフローが右側の丸、幾つかなんですけど、こういったフローで審査をしているんですけど、特に下から2つ目のアカウント、メディア、広告の審査の部分、こちらでディスプレイあるいは表示されるような広告については、人間の目でチェックしておりますので、基本におかしなものは出てこない、あるいはこういう審査を通ったものが出てくるとお考えください。

次のページに行きまして、ここからまた一風変わった情報でございます。21ページ目は、弊社だけでなく、外部のNICTとか、こういうところとアライアンスを組んで、NICTの力を使ってデマ情報あるいはフェイクニュースの判定をしていますということでございます。

22ページ目に行ってください。22ページ目は、先ほど前の発表にございましたけれども、透明性の報告書、こちらのほう、弊社は半年に一度程度ですけれども、日本語、英語バージョンで発表させていただいております。

それから、23ページ目、ユーザーのリテラシー教育ですけれども、2013年くらいから弊社で取り組ませていただいております、昨年ですと年間2,500件ぐらい、小学校、中学校、高校あたりを中心に講師を派遣して勉強会みたいなものをさせていただいております。昨年に関して言うと、日本を飛び越えてタイでもやらせていただくという形で活動しております。

次のページが、教材は東京都あるいは神奈川県等々と組んで、アライアンスをして開発させていただいているという形になっております。

次のページからは、こっちのラウンドテーブルの方の席上配付という形で資料をお配りしているものです。ですので、あまり詳しく読み上げたりしないんですけども、委員の方は、規模感といいますか、コスト感を把握していただきたいなと思って持ってまいりました。25、26、27、3枚ですね。こちらはNAVERまとめの対策についてです。本日、先ほどヤフーさんからもWELQ問題、ご指摘いただきましたけど、NAVERまとめの中でわかりやすい、定期的にあると言ったほうがいいのかわかりませんが、薬機法違反みたいなものがどれぐらいあるかというのを調査してまいりました。青四角で囲まれている部分のAと書かれているもの、一番最初にフィルタリング作業して、その次にモニタリングをしてレポートをしていくというフェーズがあるんですけども、このAの部分について、本日、数字をまとめて持ってまいりました。

意味があるのが26ページ目で、ご覧ください。26ページ目ですけども、これも図が悪くて大変恐縮です。読み方を申しますと、0次審査のところに幾つかフローが、右側の矢印のところにございます。キーワードの中で特に優先すべきワード、アクセスあり、更新ありのまとめで絞り込みというのが0次審査なんですけど、0次審査を越えたものが上に書いてある15から始まる数です。続けて、1次審査を右に書いてあるような作業をして、越えた数が3から始まる数で、2次審査をやったというので、最終的に5で始まる数字が最後にやった処理というようにお読みください。

この右側に作業結果1、作業結果2に、作業期間と工数と書いております。どれぐらいの人数をかけているかというのをリアルな数字で持ってまいりました。ここでは、開発などを入れておりませんので、毎月人間がこれぐらいの時間をかけて目でチェックしていますよと、24時間見ていますというところでございます。

これは薬機法だけでなく、いろんな違法コンテンツを見ておりますので、薬機法に限ってどれぐらい時間を費やしたのかというところだけ持ってきております。この作業者は、ほかの作業も当然しておりますということです。ここに出てきた何件かの非表示にすべきアイテムというかリンクがどういう内訳だったのかというのが27ページ目です。数字がややこしくて大変恐縮なんですけど、NAVERまとめは皆さん、ご利用になられたかどうかかわからないですけど、1件のテーマがあって、そこにリンク集としてリンクがいっぱいある形なんです。タイトルからして全部がだめというケースもあれば、タイトルはいいんだけど、中のリンクが、これがだめというものもございますので、そういうのをやると、ここに書いてある数が非表示対応した数で、そのリンクの内訳がこういうものにな

っていますということでございます。

皆さんどういふふうに印象を持たれたかわかりませんが、数としてはこれぐらいの数で、よくNAVERまとめはあれなんじゃないと言われるんですけど、これぐらいの数ですと申し上げたいと思います。

参考までに、同じように、この2週間、選挙絡みで何か公職選挙法違反みたいな投稿とかがあったかどうかというのをウォッチしてたんですけど、今日時点で報告が、公職選挙法違反みたいなものはなかったんじゃないかと上がってきておりまして、フェイクみたいな問題が弊社の中でどれぐらいあるかという、体感ベースで言うと、それほどあまり見られないかなというのが実情の部分です。

駆け足でしたけれども、以上となります。

【宋戸座長】 ありがとうございます。続きまして、資料5、メディア・リテラシーの現在と展望につきまして、東京大学大学院情報学科の水越教授よりご発表をお願いいたします。

【水越教授】 東京大学の水越伸と申します。よろしくお願いいたします。

【水越教授】 僕のほうから資料を用意しました。大事なのは最初の6枚ぐらいで、あとは自分がやっている研究の話なので読み飛ばしてもらえればと思います。

僕は90年代の半ばぐらいからメディアリテラシーについていろいろ考え始めて、かれこれ二、三十年になります。2000年代に入って私がおります大学院情報学環という組織ができたときに、教育や評論、調査だけでなく実践もやってみようと考えました。そこで大学の人間や大学院生だけでなく、学校の先生、ミュージアムや図書館の関係者、メディア企業の方々や経営者、労働組合の方々、ジャーナリスト、市民活動家などさまざまな人々を集めて、大体コアメンバーが六、七十人、全体では最大1,000人ぐらいのネットワークをつくりました。5年間という時限を定めた活動だったんですけども、大学の一部でもNPOでもない、「メルプロジェクト（MELL Project）」という名前のメディア表現とリテラシーについてのプロジェクトを展開していました。これについてはあとでまた述べますが、その後数年を経て、近年になりもう一度メディアリテラシーのことに取り組み始めたという状況です。

今日、僕がお話したいことのポイントは2つあります。1つは、今回、フェイクニュースの問題がかなり話題になっていますが、フェイクニュースを含めコンテンツ自体をチェックする能力、という意味でのリテラシーというのにはかなり限界があるだろうという

こと。その努力は必要でありぜひ関係方面がしていくべきなんですが、それには限りがあるだろうと。メディアの状況は変わってきており、コンテンツ対策というもので太刀打ちできない次元があるのではないのかと考えているんです。

もう1つは、僕が内外の仲間と考えてきたメディアリテラシーというのは、情報を規制するとか、害を及ぼすものから受け手を守ろうというよりは、メディアの仕組みを知り、メディアを通して世界の仕組みを理解していくというような方向性を持つものだと思っています。なおかつ、それは青少年に限らず、すべての老若男女が学ぶべきものだと考えている点が重要になります。

それで、2枚目を映していただけますか。メディアリテラシーの現在についてざっとした話をしますと、メディアリテラシーという言葉は、僕らが先述のメルプロジェクトをやっていた2000年代には盛んに聞かれたのですが、2010年代になるとだんだん言われなくなってきたと思っています。ところが近年、フェイクニュースなりミスインフォメーションなりが大きな話題になるようになったことで、またブームになってきました。フェイクニュースと聞いて、「あ、そういえば昔、メディアリテラシーってよく言ってたな」と、この言葉がもう一度召還されている状況で、メディアリテラシー関係者は大忙しになっています。

ただ、この状況はどうなんだろう、と僕は疑問に思うわけです。フェイクニュースとは何かということについて、おそらくこの研究会では吟味をされたと思いますが、特に我々大学の人間はしっかり吟味をするべきだと思うんです。ソーシャルメディアでも何でもそうですけれども、新しい言葉が出てきたのでそれにひょこっと乗っかるのではなく、そこはしっかりと吟味しなくてはならない。

例えば誤報という言葉があります。流言、噂という概念があります。また、ギャグとかパロディでつくられるものもあれば、ある種の宣伝効果を狙ったものもある。そういうものも同じ土俵に乗せて、例えばどこからどこまでがフェイクニュースなのかということをししっかりと吟味する必要があります。皆さん、フェイクニュースという言葉はいつごろご存じになったでしょう。2016年ぐらいだと思います。アメリカで現在のドナルド・トランプ氏がフェイクニュースという言葉をもっと盛んに使い、流布した。我々はそのプラットフォームに乗っかってしまっているという現状をししっかりとわかった上で、この言葉を使うべきでしょう。少なくともメディアリテラシーを二、三十年やってきた人間として、私もブームに乗ってはいけなさと自分に言い聞かせています。

基本的にメディアリテラシーは、第二次世界大戦時にラジオや映画、ポスターなど戦争宣伝の手段として使われたメディアに対する苦い経験を背景としています。ファシズム政権下のイタリアや、イギリスなどで出てきたわけです。また、戦後には、大衆消費社会が展開し、特にアメリカのテレビドラマやコミックなどの文物が世界に散らばっていく中で、各国・地域の伝統的な文化の未来に対する危機感が生まれました。それに対してちょっと待て待てということを書き始めたわけです。

どこで書き始めたかという、まずは英語が通じる国です。メディアリテラシーがカナダやオーストラリアで発達しているのは、英語が通じるので、アメリカの文物が直接入ってくるわけですね。ニュージーランド、香港、アジア、それからイギリスなどでも、アメリカ的な文化や大衆消費社会の産物を注意深く見よう、我が国の子どもたちがそれに染まっていまわないようにしなくては、という形で展開したのが1950年代ぐらいからのことです。

これは、現在のメディアリテラシーの前線にいる人たちの間ではプロテクショニズム、保護主義と言われています。自分たちが正しくて、相手がおかしいことを言っているからプロテクションしよう、という形でメディアの問題を考えることはいろいろな意味で危うく、90年代ぐらいからプロテクショニズムに対する批判が言われるようになりました。

1980年代から90年代にかけて、メディアリテラシーには、カルチュラル・スタディーズの影響が流れ込んできました。例えばジェンダーや人種のイメージ、あるいは国のイメージや女性のイメージといったものがありますが、イメージはメディアがその生成と伝播を担い、文化の中にさまざまに刷り込まれています。こうしたイメージの問題について考える研究、カルチュラル・スタディーズにおけるメディア研究がメディアリテラシーに大きな示唆を与え、90年代にメディアリテラシーは大きく転換をします。先ほど言ったプロテクショニズムの概念も変わっていきました。メディアリテラシーは、先ほど申し上げたような英語圏で、主に青少年に対し日々の生活の中で自分たちがなれ親しんでいる雑誌やラジオ、テレビ、漫画といったものがどういう成り立ちで、自分たちにどういう影響を与えているかということを考えていくための仕組みとしてカリキュラムに組み込まれていくようになります。

日本では、大きく言えば90年代以降、特にテレビの問題を中心にこの流れが展開してきました。

実はこのカルチュラル・スタディーズが流れ込んできた1990年代ぐらい以降、あま

りメディアリテラシーの理論は変わっていないんですね。資料に3つ挙げてあるのは、国際的なメディアリテラシーについての近年のイベントと出版物です。例えば2018年にリトアニアで開かれたユネスコ系のメディアリテラシーについての会合「Global Media and Information Literacy Week」も、香港で開かれたイギリスの系譜の会合「Media Education Summit」もさまざまな参加者がそれぞれ個別の事例を発表するのですが、基本的には、後で申し上げますけど、メディアのコンテンツを批判的に読み解く力を養うという90年代の流れを汲んだ話でした。最近刊行された「The International Encyclopedia of Media Literacy」も同じで、無数ともいえる項目が収録されているんですけど、骨子はやはり当時のままだと言えるだろうと思います。

次のページをお願いします。ところが、実はメディアリテラシーでは2つの領域が折り重なっています。1つは教育学で、どういうふうにメディアの問題を教えるか。もう1つはメディア論やメディア研究と言われる領域で、メディアをどう捉えるか、です。私はもともとメディア論の人間ですが、近年、メディア理論は変わってきています。例えば、後で申し上げますがインフラストラクチャーの問題が出てきている。また、若手の研究者によるこの研究書「スクリーン・スタディーズ」は、これまでテレビ研究や映画研究、スマホ研究、などと分かれていた領域をスペクトラムでスクリーンとして捉えようという新しい理論を展開しています。日本発の研究も出てきているんですね。

次のページをお願いします。ざっくり3段に分けてみたんですが、一番上は、先ほど言いました1990年代ごろに出てきた、カルチュラル・スタディーズに基づくメディアのコンテンツを批判的に読み解くような研究です。それがメディアリテラシーの主な目的とされた時代でした。

次の2000年代は、表現や実践についての能動的な表現に着目した研究が出てきた時代です。僕自身、先ほど申し上げたメルプロジェクトでも取り組んだんですけど、批判的な読み解きのために自分で能動的表現を試みる、というものです。自分でコンテンツをつくってみると、批判的に読み解くということがわかってくるのです。

そして3つ目です。今重要であるのはメディア環境そのもので、ここで言うところのプラットフォーム、つまりインフラストラクチャーとはどういう仕組みなのか、どういう経緯で成り立っているのかということを考えることが必要になってきているのではないかと考えています。メディアのデザインやインフラにフォーカスしたメディアリテラシーというのが重要ではないかと。

次のページをお願いします。まとめますと、メディアリテラシーの理論的な枠組みをどうやって教えるかというのは教育学の領域です。何をメディアとして捉え、どう考えるのかというのはメディア論なんですけれども、いま、90年代に発達したいわゆるコンテンツのメディア論という枠組みでは太刀打ちできない状況が出てきている。コンテンツを支えるそのインフラであるとか、その仕組みに対する新しいメディアリテラシーというものが重要になってきているのではないかと考えています。

次のページをお願いします。これは僕が描いた絵ですけれども、図にするとこういうことになります。これまでのメディアリテラシーというのは青色の座布団みたいなところで、片一方にテキストと分析、そして表現活動があり、このあたりで展開されてきたわけですね。この2つをどう展開していこうかという問題意識とともにあったわけですけど、これらの土台にメディアの生態系とでも呼ぶべきものがあり、さらにその下にメディアのインフラストラクチャーがある。これの全ては誰にもわかりません。だけれども、ざっくりこういう仕組みだということを知っているのが、子供だけじゃなくて、みんなが知ることというのは非常に重要だろうと考えています。

次お願いいたします。飛ばしていきますけれども、13ページをお願いできますでしょうか。例えば僕は今、新しいタイプのメディアリテラシーのプログラムをつくっています。えっと思うかもしれませんが、2007年にもしアップルコンピューターが地上からなくなりiPhoneが世に出なかったら、今のメディアはどうなっているかということを考えるような教育プログラムなんです。インフラ企業の方々にも参加してもらい、大学院生やさまざまな人々で展開しているんですね。このプログラムはかなり時間がかかるものですけど、一、二時間でできるものも含めて、我々は今考えているという状況です。

14ページをお願いします。最後に2つだけ申し上げておきます。僕らは、インフラのリテラシーのことを考えていくときに重要なのは、プラットフォーム企業との協働だと思っています。それはただ仲よくするという意味ではなくて、対話をし対決をする中で考えていかなくはならないということです。先ほど言いましたプロテクショニズム、つまり保護主義にとらわれてメディアは全部敵なんだと言った途端に、プロダクティブな営みではなくなってしまいます。メディア企業の方々も子供を持つ親であり、その方たち自身がリテラシーを身につけていくことも重要ですし、協働しながら進めるのです。

また、最近、私の仲間がニューヨークで「プラットフォーム・コーポラティビズム（プラットフォーム協同組合主義）」という概念を打ち出しています。直訳すると、協同組合

との連合。プラットフォームをキャピタリズムの論理でやるのではなく、協同組合主義でできないかという話なんですね。この概念をめぐり、プラットフォーム企業ともコープの方々とも連携をして、僕は今年の9月に国際シンポジウムを予定しています。新しいタイプのメディアリテラシーというのが今必要とされていて、僕は内外の仲間とともにそれを展開しているということでございます。

以上です。

【宋戸座長】 水越先生、ありがとうございました。

それでは、アジェンダで言いますと5番目でございますが、意見交換でございます。こまめのご発表の全体を通じてご意見、ご質問等がございましたら、構成員の皆様からお受けしたいと思います。どなたのご発表に対するご質問あるいはコメントであるか、全体に対するコメントということでも結構ですので、その点をはっきりさせてご発言をいただければと思いますが、いかがでございましょうか。宮内構成員、お願いします。

【宮内構成員】 どうもいろいろありがとうございました。ヤフーの吉田さんに教えていただきたいことがあります。

今日ご紹介いただいたフェイクニュース、ヤフーニュース関係ということで教えていただいたんですけども、ヤフーさんはほかにも、先ほどおっしゃっていた知恵袋とか、あるいはヤフーファイナンスの掲示板とか、あそこにフェイクのものを書き込んだらかなり大きな影響があるかと思うんですが、こういうところはどういうふうになっているのかというのと、ヤフーニュースとそういうところのフェイクのチェックはどういう関係になっているのかというのを教えていただきたいと思います。

【吉田氏】 結構問い合わせをいただくものの1つに、先生ご言及のファイナンス掲示板というのがございます。投稿内容について、我々自身では虚偽かどうかというのはわかりませんので、証券等監視委員会にリンクを張らせていただくなどして通報を促し、同委員会から照会に基づき対応するというをやっております。本当のことが書かれた場合には、削除ではなく適時開示を促しております。

ヤフーニュースとの連動というのは、特にございません。

【宮内構成員】 今おっしゃったのは、基本的には、例えば掲示板については、ヤフーさん自身で判断するというよりも、外部のしかるべきところを利用しているのに対して、ヤフーニュースは自分たちでやっているわけですね。だから掲示板は、ニュースとは違ったやり方になっていて直接連動していない、そういうイメージですか。

【吉田氏】　そうですね。やはりヤフーニュースの記事に寄せられる期待というのがかなり高いと思っておりますので、そこで虚偽のことが書いてあると、ボクシングで言うカウンターパンチが入ると申しますか、「信じていたのに裏切られた」というところが一番悪い効果が大きいと思いますので、ニュース記事については慎重にやらせていただきつつ、CGMサービスについては、皆様のリテラシーと、あとは先ほど申したような外部との協力関係の中で適切なおところからご連絡をいただくという組み合わせでやらせていただいております。

【宮内構成員】　わかりました。ありがとうございます。

【宋戸座長】　ほかにいかがでございましょうか。では、森構成員、お願いします。

【森構成員】　ありがとうございました。大変勉強になりました。LINEさんのご報告について、ご発表についてお尋ねしようと思いましたが、広告配信主体としてということが14ページぐらいからあったかと思いますが、その中で、お話としては20ページだったと思うんですけど、17ページにもちょっとありますけれども、政治広告を出さないという方針をとっておられるということだったんですけども、これについて理由とございますか、考え方を教えていただければと思います。よろしくお願いします。

【兼保氏】　ありがとうございます。これは、弊社としてユーザーにどういった広告を届けたいかというサービスの意思みたいなところがございまして、政党以外のところも、基本的にテレビとかラジオあるいは新聞で許されている商材も、ここでは見送りといいますか、載せたくないということで、例えばわかりやすいところと言うと、情報商材みたいなものとか、こういったものもお断りしているという状態です。LINEのユーザーはかなり年代が幅広くおまして、それこそ小学生、中学生みたいな人からお年寄りまで使っていると思っております。その方たちに広告商材としてどのようなものがふさわしいのかと考えたときに、弊社として例えば政党あるいは情報商材、政党は必ずしも悪い情報ではないと、公共性のある情報だとは思っておりますけれども、それをLINEの中から届けてしまうのは強過ぎると考えておまして、ここは今見送りをさせていただいて、そのような形でございます。

【森構成員】　ありがとうございました。

【宋戸座長】　よろしいでしょうか。ほかにいかがでございましょうか。木村構成員、お願いします。

【木村構成員】　いろいろとご説明ありがとうございます。私もヤフーにお伺いしたい

のですけれども、先ほど掲示板のことをご質問されていまして。ニュースのところの下の方に、読者がいろいろコメントを書いたりするコーナーがありますが、そこに関する管理などはどうなっているのか教えていただけますか。

【吉田氏】 各記事の下にコメントを自由に書ける場所がございまして、かなり多くの方からコメントをしていただいております。こちらでも普通の掲示板と同じで、基本的には、権利侵害されたという方からのお申し出に基づいて削除措置等を行っておりますけれども、若干、言葉が強いとか汚いとか、そういう言葉遣いでの投稿が多いとの批判もいただいておりますので、そういったところは、言葉の解析をいたしまして、点数化して、自動的に下の方に載せるという工夫をしております。最近、クオリティーチェックでヒアリングをしたところ、かなり改善されたとお感じになられているユーザーが多いという結果も出ております。今のところ、そういった取組を試みとしてやらせていただいているという形でございます。

【木村構成員】 ありがとうございます。あの場所は、私もニュースに対して皆さんがどう考えているのかとても参考にしている部分なので、どうなのかなと気になった次第です。

【吉田氏】 先ほどの選挙広告、当社はお受けしておりますけれども、やはり議論の場というのは非常に大事だと思っていますので、選挙広告も当然、法律に基づいてお受けしていますし、たくさんの情報がきっちりとした形でユーザーの方に届く、そしてそれを議論の元にしていただくというのが大事だと思います。問題が多いから掲示板機能を閉じるべきだ等とかなりご批判もいただきますし、閉じてしまった方がプラットフォームとしては非常に楽なんですけれども、きちんとした議論の場として活かしていただきたいと思っています。

【宋戸座長】 ありがとうございます。では、生貝構成員、お願いします。

【生貝構成員】 ありがとうございます。水越先生にご質問でございます。

大変貴重なお話、ありがとうございます。やはりお話を聞いていて、いわゆるプラットフォーム規制というのは、まことにメディアリテラシーとか、プラットフォームリテラシーを社会全体でつくっていかうとするプロセスなんだなと改めて感じたところでございまして、そういった中で、14ページで先生がおっしゃっていただいたプラットフォーム企業との協働、対話と対決ということを私自身も法制度の分野から非常に重要な視点であると考えているのですけれども、メディアリテラシーの分野ですと、具体的なプロジ

エクトですとかお取組等で、もし先生が注目されているもの等があればご教示いただければと思ったのですが、よろしいでしょうか。

【水越教授】 ありがとうございます。注目しているものはまだ見つけられておらず、僕らがやろうと思っています。放送企業というある種のプラットフォームで言えば、僕自身、ゼロ年代に日本民間放送連盟と協働して「民放連メディアリテラシー・プロジェクト」という実践をやりました。民放連の加盟社は大体200社あるんですけど、10年をかけてそのうち20社近くとやったんです。ここでは放送局の人間が学ぶというのが非常に重要で、民放連が毎年3社を公募して、青森放送や南日本放送などの主にローカル民放局でワークショップ型のプログラムを行いました。我々はコーディネーターとして、プログラムをその地域の放送局の在り方や意向に沿ってデザインをしていく。ごくかいつまんで言うと、送り手のテレビ局の人と、青少年を主とする受け手の地域の人たちが協働して3カ月なり半年なりをかけて番組をつくるんです。ままごとではなく社会的な責任を果たすため、番組は必ずオンエアをしました。

そうすると、おもしろいことが起こりました。もちろん、青少年はテレビ局の人からいろんなことを学びます。同時に、彼らは大人にいろんなことを聞くわけです。系列は何ですかとか、どうしてコマーシャルが入る前と後に同じ映像が10秒ぐらい流れるんですかとか、アナウンサーの人がおなかが痛くなったらどうするんですかとか。しかし、制度化され各部署に分かれた放送局の中で仕事をしてきた人にすぐには答えられないんです。そのときに初めて、放送局の中で共同作業が起こります。子供たちに、部署が違うからわからないとは言えないので、放送局員の共同作業が始まったわけです。

そうしていろいろやってみると、自分たちはどうして地域で放送をしているのか、視聴者というものをどう捉えればいいのかということを放送局の人たちが議論するきっかけになったわけですね。同じようなことをテレビ朝日でもやりました。プラットフォーム企業と放送局は成り立ちが違うので、同じではないと思っています。先ほどLINEの方が、社員が3,000人、内外合わせて5,000人だとおっしゃいましたが、そのような規模の企業で同じ実践ができるわけではないですが、ポイントは、プラットフォーム企業の方が専門家として子供たちに教えるだけじゃなくて、その方々が子供たちからいろいろ言われたり聞かれたりすることで一緒に何かを考えていく場を設けることだと思うんです。それが協働的なリテラシーであり、なかなか難しいかもしれませんが、たまたま僕は仲間や学生に社会人でプラットフォーム企業の人もいますので、そういう人たちと少しず

つゲリラの的にでもやっていって、何かの形にできればなと思っています。

【生貝構成員】 ありがとうございます。僕自身も友人にプラットフォーム企業でコンテンツモデレーション等をやってる人たちがたくさんいて、いろいろと苦労話は聞くんですけども、まだそういったリテラシーの在り方というのがすごく各企業内で秘伝のたれというか、密教的に閉じている部分が強いのかなと思う中で、そういった取組というのは大変重要なことだと改めて感じました。どうもありがとうございます。

【水越教授】 1点だけ加えると、要するに、プラットフォーム企業の方と一般の人が対話をして何を得的のか。今言ってくださった秘伝のたれを総合できるのは、実は一般市民のほうなんですね。例えばNAVERまとめなりどこなりにある情報が出たときに、すべてホワイトであるとはかぎらないですね。グレーのものや、ダークグレーのものもあったときに、一般の人が、このサイトはこういう仕組みでできてるからこういう情報なんだということがわかる。繰り返し言うと、コンテンツのリテラシーに意味がなくなったとは思っていません。ただ、そういう意味でのからくりというか、プラットフォームやメディアの側の仕組みを一定以上知るとは、実はプラットフォーム企業がしっかり発達していく上でも重要だし、一般市民のリテラシーとしても重要だと思っているということです。

【生貝構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。ほかにいかがでしょうか。では、木村構成員。

【木村構成員】 今のことと関連して水越先生に質問させていただきたいのですが、14ページの協同組合との協働というところで、さらっとご説明されましたが、もう少し詳しく説明していただくことはできますでしょうか、目的ですとか。

【水越教授】 これも今始めようとしているところなんですけど、「プラットフォーム・コーポラティビズム」、つまりプラットフォーム協同組合主義ということをニューヨーク大学のTrebor Scholzという人が言い始めて、瞬く間に世界に広がっているんですね。次のページにあるのが彼らの書いた本と、去年香港であった会合です。プラットフォームは平台で、コーポラティビズムは合作、ですから平台合作運動ですね。プラットフォーム・キャピタリズムということはよく言われていて、いわゆるGAF A、GAFAMに代表されるもののキャピタリズムについての社会科学的な分析等は今進んでいます。このキャピタリズムに対して、ソーシャリズムじゃないしコミュニズムでもない、しかしコーポラティビズムというのがあるじゃないかということを言い始めたわけです。協同組合的にプラットフォームを運営して、一般の人々みんながそれを享受していくというやり方があ

るんじゃないかということを、コープの活動がそれほど盛んではないアメリカで言い始めて、あちこちで展開しているわけです。

日本のコープの取りまとめをしている J C A（日本協同組合連携機構）という団体の人たちに聞いたんですが、例えば九州には協同組合方式で運営しているタクシー事業体があり、プログラミングが上手なある運転手さんが、自分でウーバーみたいなものをつくったそうです。それがうまく使えないだろうかという話になっているらしく、要するに、例えばウーバーなりの既存のものをうまく使っていくということのほかに、コープの原理に従って、自分たちでプラットフォーム事業を展開できないのかということを書き始めているわけなんですね。

これが日本で一朝一夕にうまくいくとは思いませんけれども、ご存じのように、実は協同組合は、環境に優しい商品をつくるとか、地域社会で福祉活動などの貢献をするとか、さまざまなことをやってきました。大学で言えば大学生協があり、地域には生活生協、農協、林協、信用組合などさまざまあって、それらは全部同じ作動原理で動いている。それぞれ個別の社会セクターがやるので、別個だと僕らは思っているんですけど、非常におもしろいですよね。

資本主義社会の日本の中で長く根づいてきた作動原理でもって、プラットフォームというものを考える。あるいは、完全にそうはならないにしても、協同組合主義的な考えを取り入れて今の仕組みを考え直すということができないんじゃないかということです。まだこれからいろいろ考えていこうというところなんですけれども、少なくとも J C A や協同組合の上層部の人たちはこのことを意識していて、これから内外と連携していこうと思っています。私自身は、コープの概念でもってメディアリテラシーのパイロット研究ができないかと考えているところです。

【宋戸座長】 よろしいですか。ほかにいかがでございましょうか。では、寺田構成員。

【寺田構成員】 水越先生にお伺いしたいんですが、実は、日本のリテラシーが実際のところ、海外と比べてどういう違いがあるのかというところが少し気になり始めていて、今回、参院選があったりとか、こういった部分でも目立ったフェイクニュースであったりとか、そういったものはあまり見られない。日本に関していくと、どちらかというと、フェイクニュースというよりはヘイトのようなものがよく目立つ。何が被害をもたらすものなのかというところがどうも違うような気がすると言っている中で、プラットフォームが過剰に規制をかけてくるという形になると、そのルールに合わせて一般消費者というのが

合わせていくという形になって、実はリテラシーが上がっていかないのではないかと。リテラシーを自発的にプロアクティブに考えるというよりは、ルールに適用してリアクティブに考えていくようなリテラシーの進め方に最近なりつつあるんじゃないだろうかということ、を少し危惧しているんですが、こういう考え方というのは感覚的に合っていますでしょうか。

【水越教授】 合っていると思います。先ほど三菱総研から諸外国の状況についての説明がありましたように、メディアリテラシーやフェイクニュースのファクトチェックについての諸外国の動きはあるんですけども、基本的に日本のメディアリテラシーというのはまだまだ公教育の中でしっかりした位置づけを持っていません。もちろんメディアリテラシーと言わないだけでそれに相当するものははっきりとあり、今の大学生はみな何らかの形でそれを学んできてはいるので、ゼロ年代以降、状況は変わってきてはいます。しかし、やはり理論的にも、動向としても大きな展開は示せていないというのが現状だと思います。

ファクトチェック等について、法政大学の藤代裕之さんなどしっかりなさっている方もいらっしゃるし、ジャーナリストの間でも同様の展開はありますが、まさに今おっしゃっていただいたように、メディアリテラシーというのは、正しくてきれいな情報だけに接するという方向に行ってしまうと、結局、それはliterateでない状況になってしまいます。やはり繰り返し言うと、わい雑で危ないこともあるんだけど、おもしろいこともある、というメディア環境の中で、自分たちが読み解きをし、表現もし、使っていくという、全体においてのリテラシーというものを考えることが大切だと思います。自ら表現し、使っていくということは、メディアにコミットすることですから、自分がメディアの生態系の外側にいて外側からメディアを批判する、といった観点ではないものを身につけていく必要があるかと思うんですけども、その点は、日本に限らずですけども、まだまだ弱いと思います。世界のメディアリテラシーというものが今議論されている事柄にキャッチアップする段階で展開をする必要があって、その中に日本が位置づいているということかなと思います。

【寺田構成員】 ありがとうございます。

【宍戸座長】 ほかにいかがでしょうか。では、森構成員、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。私も水越先生に、ちょっと原始的なことで申しわけないんですけども、お尋ねしたいと思うんですが、インターネットの場合は、以前

からフィルターバブルとかエコーチェインバーとか、要因はいろいろあると思うんですけども、同種の情報に接したり、あるいは考え方の近い人たちとやりとりをすることになってしまったりということが指摘されると思うんですが、そういう問題は、ここで話していたユーザーリテラシーの向上のようなことによって克服され得る問題なのでしょうか。それを教えていただければと思います。

【水越教授】 部分的には克服できるかもしれないという感じだと思います。というのは、我々はこうやって理性的に話していますが、エコーチェインバーにしてもフィルターバブルにしても、自分がフィルターに入っていることに気づかないというのがフィルターバブルの一番ややこしいところですね。そうすると、ある種、極めてアナログなんですけれども、お互いにチェックをし合いながら「おまえ、大丈夫か」ということを言い合えるような場所が重要だと思います。学校の教室でもいいし、家庭でもいいし、あるいは近所の人との輪でもいいですし、小さいながらもある種のパブリックなコミュニティを設け、あなた、それちょっとおかしいですよということをお互いに言い合えるような場所をつくっていく。もちろん、同意見の人たちが集うフィルターバブルのコミュニティじゃなくてですね。

先ほどのお話にもありましたように、編集の現場には人の手が入っていて、全てをマシンに任せてはいません。編集の現場では「おまえ、ちょっとそれ違うだろう」とか「昔はこうだった」というやりとりが行われています。編集の現場でニュースをプロデュースしたりセレクトしたりする作業の線対称の片方に、ユーザーである我々市民の側がその編集されたものを読み解いていくようなコミュニティを持つ必要があると思うんですね。なかなか難しいことですが、ただ、内外で多くの人たちがそれに気づいてきています。例えば北欧の人たちはこういうことに意識的で、ヨーロッパ大陸からかなり離れているということもあるのかもしれない。

今おっしゃられたようなことに対しては、いろいろな知恵を合わせながら対応していく必要があると思います。個人が学習に励めばそのための能力をアップできるかということそれは無理で、編集者共同体と線対称を成すある種の学習共同体が必要でしょう。それでも100%は無理かもしれないとしても、やる必要があるのだと思います。

【森構成員】 ありがとうございます。

【宋戸座長】 ありがとうございます。ほかに何かございますでしょうか。

よろしければ、私からも少し伺いをしたいのですが、まずヤフーさんとLINEさん

にお伺いをしたいのは、それぞれ個社において、フェイクニュースないしディスインフォメーションの対策、あるいはさまざまなヘイトスピーチなども含むような一般的な情報の流通でありますとか、エコサイクル、エコシステムの把握をされていると思うのですけれども、これをいわば業界全体あるいは日本社会全体において状況を認識したり把握したりするためにどういうことが可能なんだろうか。あるいは、そもそもそういうことは難しいとお考えだろうか。この点は両社にそれぞれお伺いしたいのですが、いかがでしょうか。まず、吉田さんからお願いできますか。

【吉田氏】 ありがとうございます。日本が欧米と同じ状況ではないという中で、我々もこの問題をどの程度深刻に受けとめなければいけないかというところからよくわかっていないところがございます。現在のように外部からの申告や苦情も来ない中では議論の俎上にあげることもできません。発表の最後にも申し上げましたとおり、問題をどう捉えるかというところから一緒に議論させていただいて、どういうソリューションが本邦において適切なのかというところをぜひ議論させていただきたいと思いますし、こちらから何か援助することがあれば、ぜひやらせていただきたいなと捉えております。

【兼保氏】 LINEです。弊社から提言で申し上げましたけれども、今日の議論も踏まえて、ファクトというのかエビデンスというのか、まだまだ足りない中で模索しようとしている気がいたしております。

これは、今日のような場に、こういう場、非常に大切に貴重で、こういうところに呼んでいただいたことは大変ありがたいなと思ってしまして、こういう場において、弊社であれば、ボリュームが多かったですけれども、情報を出させていただくということで、皆様に実情をご理解いただくと。それを水越先生がおっしゃるような何かコーポレーションなのかもしれませんし、ユーザーとの対話なのかもしれませんし、ガバメントとの会話なのかもしれません。こういうところで、私たちも対策を考えていきますけれども、企業として考えるだけではなくて、やはり皆さんのお力もかりたいと思いますので、その土台になるべきいろんな情報を透明性レポートみたいな形で出させていただければいいのかなと思っております。

お答えになっているかどうかわかりませんが、そのような形です。

【宋戸座長】 ありがとうございます。十分お答えいただいたと思います。

もう1点、ずっとご質問が続いて恐縮ですが、水越先生にも私からお伺いをしたいのですが、ごく素人考えなのですけれども、日本において世代ごとにメディア経験とか、最も

強い影響を受けてきたメディアが、例えば私の世代ですと放送ということになるのかもしれませんがあって、コホートみたいな世代間のメディアイメージが強固に違っていたり、あるいはメディア接触が今現代においても世代ごとにかなり違っているといった状況があるように私は意識しているのですが、それが正しいのかということと、それから、そういった中で世代をまたいだ形で公衆といいますか、公共というものをつくっていく上で、メディアリテラシーからはどういうアプローチが有効となるんだろうか。その点についてお考えを教えてください。

【水越教授】 宍戸先生の認識は正しいと思います。私はその専門家ではないですが、メディア接触に関しては顕著なメディア世代における差があります。我々、いわばテレビ世代はネット世代とあと何年話せるのだろうかなどと思いますし、おっしゃるとおりだと思います。この状況は、先ほど北欧と言いましたが、例えばフィンランドなどと非常によく似ています。日本はマスメディアが非常に強く、マスメディアを信頼している中高年が多いですけど、フィンランドも非常によく似ていて、このあたりは僕の認識では、韓国や台湾といった国・地域とは大分違うだろうと思います。メディアの生態系が違うということだと思います。

その上で2つ目の話ですが、少なくとも僕がやってきた実践的なプロジェクト、メディアリテラシーをワークショップ型でやっていくということについて、二、三点お話ししたいと思います。

1つは、学校の授業でメディアリテラシーをやるというのはなかなか難しいということです。グループワークを増やしたり、先生の世代はLINEのこれはよく知らないんだけどさ、というように先生も一緒になって考えるなど、ある種、平等な中で学び合うようなことがメディアリテラシーには効果的だというのが僕らの経験であり、内外で言われている実証的な評価です。さらに言えば、老若男女が合わさったワークショップやグループワークが効果的だと我々は思うようになりました。

インフラに関しても、例えば僕などは古い世代なわけですけど、意外と古い世代の知恵が重要な場合があるわけですね。ここにいらっしゃる皆さんはよくおわかりのとおり、今の時代にマスメディアのジャーナリズムはもう古いから要らない、ということではないわけですね。それは重要なものであって、でも、それがプラットフォームでどう生きていくかということを考えるときに、実は若い人だけではわからないことがある。

例えば、僕らがやっている小さなワークショップに、ある写真に写っている場所を検索

エンジンを使わずに特定するにはどう調べればいいかを考える、というものがあります。この問いを与えると、途端にそれまで雄弁だった若い学生が固まってしまうんですね。検索エンジンがなかったらどうするんだ、と。図書館に行くとか、大学の先生、あるいは大使館の人やキャビンアテンダントなどさまざまな専門家に聞くといった声が上がると、そうかと。若い人にはそういう発想がなく、電話をかけていいんでしょうかなどと言ったりします。加えて言えば、グーグルが1998年にできて2000年代の半ば過ぎに覇権を手に入れる以前には、他にも検索エンジンが幾つもあったことも彼らはほとんど知りません。しかし、実は古い故事来歴というのは非常に重要で、検索エンジンがない時代や、オルタナティブのエンジンがあった時代、例えばディレクトリ型のヤフーのサービスはどうだったのか、といったことを知っている世代にしかわからないこともあるわけです。

そういうことも含めて、もちろん学校教育も重要ですが、老若男女が合わさって学んでいくような場所を設けていくことが重要だろうと思います。

【宍戸座長】 ありがとうございます。教育の分野で、共同エージェンシーみたいなことを今議論するようになっていっていると思いますけれども、特にメディアリテラシーにこういうのが有用なんだろうなと私はお話を伺って感じたところです。

最後、私が時間を使ってしまいましたけれども、手短にお願いします。

【生貝構成員】 手短に。続きがあるんですね。事務局の資料について2点だけ、せつかなので。

まず、資料1の17ページのところでご紹介いただいている英国の最近の動きというのは、ご紹介いただいたとおり、非常に注目すべきところで、分けても、真ん中にございますとおり、法定の注意義務、duty of careをつくり、そして、それに基づいて具体的ところはCode of Conductで決めていこうというある種の共同規制方式というのは、まさにこれに限らず、ヨーロッパのこの問題への対応というところで、フェイクニュースに限らず非常に大きな動きになっているところです。また、さらに一方で、ヨーロッパでもフォン・デア・ライエン次期欧州委員会委員長も早速言及していらっしゃいましたけど、電子商取引指令の見直し、Digital Service Actと彼らは呼んでおりますけれども、まさに同趣旨の議論を進めていこうといった中で、やはりプロバイダー責任全般の議論そのものがありますので、この検討会でどこまで議論ができるのかといったところはともかくとして、かなりはみ出ると僕自身思っていますけれども、しかし、おそらくあと一、二年くらいで中身のCode of Conductがグローバルスタンダードとして確立していくというところを含め

て、その枠の中で1つの問題としてこのフェイクニュースというのは扱われるところだと思いますので、よく見ておく価値というのが非常に高いかなと思いました。

あと、それからもう一つだけなんですけど、資料2でご紹介いただいたD S M著作権指令というところについて、これについても非常にヨーロッパで議論があるものでございますけれども、内容としては、片方では、こちらご紹介いただいたとおり、しっかりと権利侵害コンテンツに対応していくとともに、やはりインターネット上で信頼できるコンテンツをしっかりと流通させていくために、プレス等に対してしっかりとした収益を返していく。そのことと同時に、この中でも何度か申し上げましたけれども、真のフェイクニュース対策というのは本来信頼できる質の高い情報をどうやってインターネットの上に増やしていくかといったときに、片方ではまさにデジタルジャーナリズムの支援ということと、もう一つ、デジタルアーカイブの推進と拡大ということをできればどこかで意識していただきたいなと思います。

図書館、美術館、博物館、我々の長期的な知性というものを担ってきたアーカイブ機関というのは、今デジタル時代になかなか追いつくことができておりませんけれども、やはりそういったコンテンツというものをどうやってインターネットの上でもアクセス可能にしていくか。そのことについて、D S M著作権指令の8条では、アウトオブコマース作品のデジタルアーカイブとしての利用を大幅に認めていこうという大変野心的な権利制限の内容も含まれているところでございますので、ぜひフェイクニュースという文脈では、8条も含めて参照いただけると非常に有意義かなと思いました。

以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございます。それでは、議事の6でございます。トラストサービス検討ワーキンググループにおきまして、この間、ご議論をしていただいたところですが、中間取りまとめ案がまとまったということでございます。まず、この点について事務局から。

【清水消費者行政第二課企画官】 事務局でございます。資料6につきまして、一部修正がございましたので、先ほど附箋がついたものをメインテーブルの皆様にお配りさせていただいております。そちらをご覧ください。まことに申しわけございませんでした。

【宍戸座長】 ありがとうございます。では、テーブルの構成員についてはこの附箋のついたほうをとということでございますが、この中間取りまとめ案につきまして、ワーキンググループ主査であります手塚構成員からご説明をお願いいたします。

【手塚構成員】 それでは、ただいま言われましたので、これから中間取りまとめ案につきまして、資料6を使いましてご説明させていただきます。

まず、ページをめくっていただきまして目次でございますけれども、このような構成で全体をつくってきてございます。

まず、はじめにというところ、1ページでございますけれども、本ワーキンググループは、プラットフォームサービスに関する研究会のもとに設置され、我が国におけるトラストサービスの現状と課題を整理し、課題を解決するための方策について検討を行い、今般、これまでの事業者ヒアリングや構成員の意見等を踏まえ、取り組むべき事項の全体像を中間取りまとめとして整理したというものでございます。

続きまして2ページでございます。第1章、トラストサービスとはということで、トラストサービスの重要性が高まる背景として次の2つが挙げられる。まず、(1)としまして、実空間からサイバー空間へということで、デジタル手続法を契機として、現在、実空間において対面や紙を通じて行われているやりとりが今後サイバー空間においてますます電子的なやりとりに置きかわり、地方・民間を含めた社会全体のデジタル化が推進されることが想定され、その基盤として電子データの信頼性の確保が必要であるということでございます。

2つ目として、組織やモノからの情報発信の増大ということでございます。これは、データの真正性を確保した上でデータを流通させる必要があり、ヒトだけでなく、組織やモノの正当性、またそれらから発信されるデータの完全性、これを確認できる仕組みの構築が必要ということでございます。

このような社会的背景から、本ワーキンググループの検討に当たって、以下の取組について取り上げたということで図1の次のページでございますが、4ページのようなものでございます。

これにつきましては、これらトラストサービスにする課題が整理されることにより、一定の基準を満たしたトラストサービスが市場に提供されること、さらに、トラストサービスの全部または一部を多数の事業者等が公平公正に提供することが可能な環境が整備され、一部のプラットフォーム事業がトラストサービスを寡占することなく、健全な市場環境の構築に資することが期待されるということでございます。

続きまして第2章でございます。諸外国におけるトラストサービスの動向といたしましては、EUはeIDAS (electronic Identification and Authentication Services) 規

制を2016年7月に発効した。eIDAS規則では、一定の要件を満たすトラストサービスの提供者を適格トラストサービスプロバイダーとして規定し、EU各国はトラストリスト（適格トラストサービスプロバイダーのリスト）を公開、維持しなければならないと規定してきてございます。

続きまして、その内容でございますけれども、7ページまで見ていただきますと、これに対しまして、他方、我が国においては、電子署名及び認証業務に関する法律、これにより電子署名が手書きの署名や押印と同等に通用する法的基盤が整備されているものの、タイムスタンプについては、日本データ協会による民間認定スキーム（タイムビジネス信頼・安心認定制度）が存在するにとどまるほか、他のトラストサービスについては制度的な位置づけがなく、国際的な相互運用性の観点からも、我が国としてのトラストサービスの在り方について検討が必要と捉えております。

続きまして第3章でございます。8ページです。我が国におけるデジタル化に関する政策の概要というところでございますが、民間手続におけるデジタル化については、e-文書法等により、法令の規定により民間事業者等が行う書面の保存等の手続について、原則全て電子的に行うことが可能となっておりますが、一部、民間手続で電子化が進展しているものの、電子データの長期保存にかかわる信用力を担保する仕組みがないため、保存が義務づけられている書類については、電子媒体とあわせて紙で保存されている実態があるなど、書面の作成から保存まで一貫して電子化されていないこと等が課題となっている。

民間における文書の電子保存の状況等を含めた法律の施行状況を検証し、トラストサービスの活用も含めて必要な措置を講じることが必要であると考えております。

第4章に行きまして10ページでございます。本ワーキンググループでは次の検討事項ごとに課題を整理してきてございます。

検討事項1、ヒトの正当性を確認できる仕組み（電子署名）。検討事項2、組織の正当性を確認できる仕組み。検討事項3、IoT機器等のモノの正当性を確認できる仕組み。検討事項4、データの存在証明・非改ざんの証明の仕組み（タイムスタンプ）。検討事項5、データの送達等を保証する仕組みでございます。

4-1としまして、リモート署名についてでございます。次の12ページを見ていただきまして課題でございます。課題1としては、電子署名法第3条に基づく「本人による電子署名」であると言えるか、これが制度的な位置づけが明確では現在ないということでございます。

課題2でございます。どのような要件を満たせばクラウド等を介しても本人による電子署名と言えるのか、技術的な基準が現在整理されていないという点です。セキュリティー確保の観点から、顧客に安全性を納得してもらえるレベルの基準策定が必要であるということでございます。

続いて（４）でございますが、取組の方向性といたしまして、リモート署名について、特定認証業務と認定認証業務に係る基準の具体化を進めることが必要。さらに、組織を対象とする認証についても、技術的にはクラウド等を活用して署名で行うことが可能であり、組織を対象とする認証の議論も踏まえながら、引き続き、検討を進めていくことが必要ということです。

４．２としまして、組織を対象とする認証につきましては、次の１４ページに行きまして、課題として、法人を発行の起源とする文書の真正性を電子的に担保する法的枠組みがないため、法人が発行する請求書や領収書等の書類についても、法人代表者または法人代表者から委任された担当者の電子署名で処理している場合が多い。受け取り側にとっては、発行側の担当者の異動、退職後に請求書等の有効性の確認に手間が生じる。発行側にとっては、担当者の異動、退職時に電子署名の証明書を改めて発行する必要がある。書類ごとに自然人による意思表示を示す電子署名は、機械的な大量処理に向かないといった課題が存在するという点でございます。

課題２としましては、法人が発行した請求書や領収書等については、機械発行したものに対して自動的にeシールを付す処理が効率的であるが、我が国においては、紙で発行された請求書や領収書等をスキャナー等により電子化し、保存する形態にとどまっており、電子化のメリットが十分に発揮できていないという状況であると認識しています。

続いて１５ページの課題３でございます。現行、パソコンやスマートフォンのアップデートプログラムにコード署名、これが付されている場合は、OSやブラウザによる検証が実施されているが、Society 5.0時代においては、コード署名について一般的なOSやブラウザによらない検証が増加すると予想されていることから、このような際の検証方法について検討する必要があるということでございます。

続いて１６ページでございます。取組の方向性といたしましては、eシールは、請求書、領収書等の企業が発行する文書等の電子化を促進するとともに、従来紙でやりとりしていたデータを機械判読化し、自動処理することで生産性の大幅な向上に寄与することが期待される。

続いて、ユーザー企業側のニーズやユースケースを明確化した上で、どのような枠組みでeシールに係るサービスが提供されれば利用者が安心して利用できるか、制度化も視野に入れて検討を深めていくことが必要である。

ウェブサイト認証についてでございます。ウェブサイト認証のための電子証明書を発行する認証事業者に求められる基準については、CA／ブラウザフォーラムが定める要件がデファクトスタンダード化されており、当該要件を満たすと認められなくなると、必ずしも直ちにセキュリティ上、問題がない場合であっても、ウェブブラウザ上で安全でないサイトと表示されるおそれがあるということです。

取組の方針といたしましては、ウェブサイト認証については、CA／ブラウザフォーラムが定める基準に基づいて世界各国で普及しているが、CA／ブラウザフォーラムが定める要件への対応について、日本固有の事情に応じた必要な対応をトラストサービス推進フォーラム（TSF）などにおいて検討、整理、集約した上で、CA／ブラウザフォーラムのガバナンスに戦略的に寄与していくことが必要と考えております。

続いて、4.4モノの正当性を確認する仕組みについてでございます。現状としましては、今後は自動車・輸送機器分野、医療分野、産業分野でIoT機器が急速に普及することが見込まれている。課題としては、実装に当たって機能的制約やコスト面の課題があるという点と、認証単位等についてさらなる検討が必要であるということでございます。

取組の方向性としていたしましては、モノの認証の具体化に当たっては、eシールとの違いも考慮しながら、コストや機能上の制約等の課題を踏まえ、どのような分野への適用が適当かを整理した上で、引き続き、仕組みの具体化についての検討を進めていくことが適当であるということです。

続いて、タイムスタンプについてですが、現状、現在は、日本データ通信協会による民間の認定スキームによりタイムスタンプ事業者がサービスを提供しており、国税関係書類の保存など、一部の分野において利用が進んでいる。他方、タイムスタンプの制度的な裏づけがないため、民間の認定スキームでは企業の法務部門等での使用をちゅうちょするケースが存在するなど、上記以外の分野では十分に利用が広がっているとは言えないということです。

課題といたしましては、法律上、長期間の保存を義務づけられている文書や住宅ローンの契約書（最長35年）など、長期的な保存を要する文書がさまざま存在する中で、電子署名の電子証明書の有効期間は最長5年間であり、電子署名のみでは長期的にデータの真

正性を検証することができない。

課題２としましては、タイムスタンプ事業者やタイムスタンプ事業者に証明書を発行している認証局の廃局、廃業時の対応が不十分となり、社会的混乱を招くおそれがある。

課題３としては、国際的なデータ流通の進展とともに、海外において日本のタイムスタンプの有効性を争わせるような場面が増えることが想定される。その際、民間による認定スキームのままでは証拠として採用されにくくなるおそれがあるということです。

続いて２２ページでございます。取組の方向性といたしましては、現行の民間認定スキームでは、その利用は一定の範囲にとどまっているため、今後、他の分野でタイムスタンプの普及が進んでいない原因を分析した上で、タイムスタンプの利用を社会全体に広げるための制度の在り方について検討を進めていくことが必要。その際、海外においてデータの真正性を争う場面が増えることも想定され、EUのeIDAS規則等との国際的な相互運用性に十分留意することが必要である。

続いて、データの送達等を保証する仕組みについてでございます。現在、eデリバリーは、送受信者の識別とデータの送受信日時の正確性、送受信データの完全性、これらを保証するものであり、「電子的な書留」に相当するトラストサービスである。

取組の方向性として、eデリバリーは、現時点においてニーズが顕在化しているとは言えず、電子署名、eシール、タイムスタンプの仕組みを組み合わせたものであることから、eデリバリーの実現に当たっては、今後の我が国におけるトラストサービスの進展を踏まえつつ、ユーザー企業側のニーズやユースケース等について引き続き検討を進めていくことが必要であるということです。

おわりといたしまして、本ワーキンググループでは、引き続き、我が国におけるトラストサービスの在り方について、本中間取りまとめの個別の論点に掲げた取組の方向性に基づき、制度の在り方を含めて詳細な検討を進め、関係省庁と連携しながら具体的な整理を行い、本年１２月までに最終報告書として取りまとめていくということでございます。

続きまして、お手元の資料７をご覧ください。ただいまご説明させていただきました中間取りまとめ案について、令和元年６月２９日土曜日から同年７月１８日木曜日までの間、意見を募集したところ、計３１件の意見提出がありました。３１件の内訳は、法人等団体が２２件、個人が９件であり、前者の詳細については資料のとおりでございます。

続いて、主な意見をご紹介します。総論としては、トラストサービス制度化や普及への期待についての意見を多くいただいております。その際、留意すべき事項と

して、事業者や利用者にとって過度なコスト負担とならない、また利用の判断が強制とならない、国際的な相互運用を見据えた制度とすること、技術的な標準については、正当な標準化プロセスを経たものを策定することといった意見がございました。

次に、個別の論点として、リモート署名については、その導入が紙ベースのプロセスの電子化に貢献するという意見や、リモート署名の場合に、電子署名法第3条の推定効が働くか、法制度の観点から十分な議論が必要という意見がございました。

続いて、組織を対象とする認証については、eシールは国内の生産性向上への寄与や、電子取引等における詐欺等を抑制する効果があるため、法制度化を含めた検討を実施すべきだという意見がありました。

続いて、タイムスタンプについては、長期保存が必要なデータの真正性を担保するため、タイムスタンプを用いた長期署名の枠組みの法的な整備が必要であること、知財保護においてタイムスタンプの活用が有効であること、また現状の民間制度では国際的通用性が不明であるため、法制度化が必要といった意見がございました。

以上のことより、これらを含め、寄せられた意見に関しては、中間取りまとめ案への反映の必要性について検討を行い、中間取りまとめを確定することとしております。

以上でございます。

【宍戸座長】 ご報告ありがとうございました。予定の時間に至っておりますので、本日はこのご報告を承ったということとさせていただきますと思います。今手塚先生からお話ありましたけれども、引き続き中間取りまとめの確定、それから最終取りまとめに向けてどうぞよろしくお願いいたします。

【手塚構成員】 承知いたしました。

【宍戸座長】 本日予定したアジェンダは以上ですが、その他、事務局から連絡事項がございましたらよろしくお願いいたします。

【清水消費者行政第二課企画官】 次回会合につきましては、別途、事務局からご案内を差し上げたいと思います。

事務局からは以上でございます。

【宍戸座長】 ありがとうございました。構成員の皆様におかれましては、資料4の別紙は会議後回収ですので、机上に置いていただきますよう、持って帰ったりしないようにお願いいたします。

以上で、プラットフォームサービスに関する研究会第11回会合を終了させていただきます

ます。皆様、お忙しい中ご出席をいただき、まことにありがとうございました。