

デジタル時代における民主主義を考える有識者会議

最終報告書

LINE ヤフー株式会社

デジタル時代における民主主義を考える有識者会議

2024年3月15日

記

1. 会議体名

「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」

2. 検討事項

- ・「デジタル時代における民主主義」とは何か
- ・「デジタル時代における民主主義が抱える課題」とは何か

3. 委員の構成（敬称略）

座長

山本 龍彦（慶應義塾大学大学院法務研究科教授）

委員

小川 一（毎日新聞客員編集委員）

河合 優子（西村あさひ法律事務所弁護士）

新谷 学（株式会社文藝春秋取締役、文藝春秋総局長）

樋口 建史（元警視總監、前ミャンマー大使）

星 周一郎（東京都立大学法学部教授）

山口 真一（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授）

ゲストスピーカー

小泉 悠（東京大学先端科学技術研究センター准教授）

土屋 大洋（慶應義塾大学総合政策学部教授）

水谷 瑛嗣郎（関西大学社会学部准教授）

成田 悠輔（イェール大学経済学部助教授）

以上

目次

「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」の趣旨について.....	5
はじめに	6
第一章 デジタル時代の民主主義を考える	7
第一節 デジタル時代の民主主義とは	7
デジタル化による情報空間の変遷	7
デジタル化による民主主義の変遷	9
有識者会議における議論の方向性.....	11
第二節 デジタル時代に民主主義が直面する課題.....	12
基本的事実の共有に与える影響（偽・誤情報問題）	12
情報の発信・受信に与える影響.....	13
選挙への影響.....	13
安全保障への影響	14
第二章 デジタル時代の民主主義が直面する課題と対応策.....	14
第一節 データとアルゴリズムが変える人間の意思決定	14
専門家からの講演概要	14
有識者会議で検討された課題に対する対応の方向性.....	17
第二節 デジタル時代の選挙.....	18
専門家からの講演概要	18
有識者会議で検討された課題に対する対応の方向性.....	21
第三節 デジタル空間の安全保障	22
専門家からの講演概要	22
有識者会議で検討された課題に対する対応の方向性.....	24

第三章 デジタル時代の民主主義を守るためにデジタルプラットフォーム事業者に求められる役割	25
第一節 中間報告での提言に対する LINE ヤフーの対応進捗の評価	25
第二節 最終報告における有識者会議からデジタルプラットフォーム事業者への提言	26
おわりに.....	29

別添資料：ヤフー株式会社及び LINE 株式会社による偽情報等への対策事例

「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」の趣旨について

「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議」（以下、「本有識者会議」という）は、2021年1月、Zホールディングス株式会社（2023年10月1日付でLINE株式会社、ヤフー株式会社、Z Entertainment 株式会社および Z データ株式会社と合併し、LINE ヤフー株式会社（以下、「LINE ヤフー」という）へ社名変更）において設置された。

2020年2月から拡大した新型コロナや2022年2月のロシアによるウクライナ侵攻、2023年10月のイスラエル・パレスチナ紛争等を経て、デジタルプラットフォームを通じて拡散される偽・誤情報は、人間の認識・判断を脅かし、社会の混乱を招く要因となっていることが改めて認識されるようになった。LINE ヤフーは、デジタルプラットフォームサービスの在り方が現代の民主主義に大きな影響を及ぼしていることを強く認識しており、情報の流通基盤であるプラットフォーム事業を営むデジタルプラットフォーム事業者が、デジタル時代における健全な民主主義を実現するために果たすべき役割や行動規範を検討することを目的として、2021年1月以降、本有識者会議において、外部有識者の意見を取り入れながら継続した議論を行ってきた。2022年6月には、フェイクニュースの実情やファクトチェックの在り方等に関する提言がまとめられた「中間報告書」を本有識者会議から受領した。この最終報告書（以下、「本報告書」という）は、「中間報告書」以降の議論・検討の成果となる。

なお、LINE ヤフーは、一般社団法人セーフティーインターネット協会（以下、「SIA」という）が2022年10月に設立したファクトチェック機関「日本ファクトチェックセンター」に2022年度に2,000万円、2023年度に500万の資金提供を行っている。今後、本有識者会議のようなデジタルプラットフォームサービスの在り方に関する継続した議論に加えて、ファクトチェック機関との協力についても引き続き取り組んで参りたいと考えている。

はじめに

本有識者会議は 2021 年 1 月の発足から中間報告書¹を発表した 2022 年 6 月までの約 1 年半を前期（以下、「会議前期」という）、2022 年 10 月から 2024 年 3 月までの約 1 年半を後期（以下、「会議後期」という）とし、計 3 年 2 か月の期間にわたって実施された。

会議前期及びそこでの議論をまとめた中間報告では、喫緊の検討事項としてまず「フェイクニュース」を取り上げ、ゲストスピーカーの専門家との議論を通じて国内外のフェイクニュースの実情や実態把握と、そのためのファクトチェックの在り方について取りまとめを行った。本報告書は有識者会議全体の最終報告書ではあるものの、有識者会議前期において集中的に議論を行ったフェイクニュース問題とその対応策については概要を示すにとどめ、詳細は中間報告書を参照している。

中間報告以降の会議後期では「デジタル時代における民主主義の在り方を考える」という大きなテーマに立ち返り、「デジタル時代における民主主義」とは何か、「デジタル時代における民主主義が抱える課題」とは何かについて、幅広い議論を実施した。会議後期ではさらに、前期のテーマであったフェイクニュースは情報空間の変化を性格づける重要な問題であり、ファクトチェック等を通じた対応策が極めて重要であることを前提に、デジタル化がもたらす情報空間の変化が、情報の発信・受信、選挙、安全保障へ与える影響について、各分野の専門家を交えた議論を行った。

この報告書が、デジタルプラットフォーム事業者²が社会的責任を認識する糸口となり、健全な民主主義を実現するため、デジタルプラットフォーム事業者同士の連携、日本の情報空間を担うあらゆるステークホルダーとの連携が促されることを期待する。

なお、中間報告においては、「フェイクニュース」を偽情報や誤情報と同義の概念として定義していたが、近年偽情報や誤情報はニュースの形態に限られず、ニュースのコメント欄や SNS 投稿等が一定のボリュームを占めるようになっており、フェイク“ニュース”という言葉がミスリーディングであるとの認識を有するに至った。そこで、最終報告書においては、“ニュース”に限定されない概念であることを明確にするため、「偽・誤情報」という言葉を主に使った。ただしその意味は、中間報告書における「フェイクニュース」と同義である。

¹ LINE ヤフー、「デジタル時代における民主主義を考える有識者会議 中間報告書」、
<https://www.lycorp.co.jp/ja/sustainability/expert/>

² インターネット上で、不特定の者が情報を発信し、これを不特定の者が閲覧できるサービスを提供する者を、デジタルプラットフォーム事業者という。総務省「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」（2024 年 1 月）9 頁を参照
https://www.soumu.go.jp/main_content/000928309.pdf

もちろん、偽・誤情報にも様々な定義が存在しているが、本報告書においては、総務省が2022年2月に発表した『プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書』での定義に則り、偽情報を「何らかの意図性を持った虚偽の情報」、誤情報を「＝単なる誤った情報」とし、「部分的に不正確・根拠が不明・ミスリードな情報も含む」、民主主義的意思決定に影響を及ぼす情報を広く「偽・誤情報」として定義する³。

第一章 デジタル時代の民主主義を考える

第一章では、有識者会議での議論や専門家からの講義内容等に基づき、本有識者会議が本会議の主題である「デジタル時代の民主主義を考える」ために必要と思われる前提について整理を行う。以下の内容には、いまだ学术界においても世間一般においても議論が継続し、広く受け入れられた定義や評価が確立していない分野についての記述も含まれるが、あくまで有識者会議として、当該分野の専門家からの意見も踏まえつつ議論の前提となる見解をまとめたものである。

第一節 デジタル時代の民主主義とは

デジタル化による情報空間の変遷

「デジタル時代の民主主義」を考える上で、デジタル時代が民主主義という人々の意思決定プロセスに対してどのような影響を与えているのかを理解する必要がある。意思決定の根拠となる情報は民主主義を支える重要な要素であるが、デジタル化以前の情報空間においては、情報の発信者としての立場を長らくマスメディア（新聞、ラジオ、テレビ等）が独占してきた。マスメディアは情報発信のための媒体（電波等）を独占しており、個人がより多くの聴衆に自らの意見・主張を伝達するためには、マスメディアへのアクセスが必要不可欠であった。

情報発信のための媒体を独占することで、人々に届ける情報の取捨選択を行う力（編集権）を獲得したマスメディアには、権力者の監視（番犬）の役割と報道価値あるニュースを選定する解釈者としての役割が、規範として課されることとなった。マスメディアに従事する企業や個人は、高い職業倫理と一部メディアにおいては存立基盤となる法律に基づき、その多くが営利企業ではありながらも公共に利するための

³ 総務省「プラットフォームサービスに関する研究会 最終報告書」（2020年2月）

https://www.soumu.go.jp/main_content/000668595.pdf

情報発信を行うことで、「規律されたメディア」としての役割を果たしてきた。人々が情報を得るためには、マスメディアが編集しパッケージ化した情報の束を限られたチャネルを通して受動的に受け取るしかなく、デジタル化以前の情報空間でのマスメディアの力は絶大であった。それでも人々がこのような不均衡な情報空間を受け入れ、マスメディアの情報に依拠して意思決定を行ってきた背景には、それしか選択肢がなかったということに加えて、「規律されたメディア」としてのマスメディアに対する一定の信頼が存在していた。

こうしたメディア環境が、デジタル化の進展により大きく変化している。

メディア環境の変化をもたらした大きな要因の一つは、万人が公平に利用可能なメディアインフラが登場したことである。これまでのメディア環境の大前提であった、マスメディアによる情報発信のための媒体の独占が、インターネットの普及とソーシャルメディアやデジタルプラットフォームの誕生により崩壊し、マスメディアを通すことなく個人が容易かつ低コストに発信を行うことが可能となった。情報の受信についても、マスメディアがパッケージ化した情報の束としてではなく、検索エンジン等を通じて個人が知りたい情報に、自ら能動的にアクセスすることが可能となった。

デジタル化は情報発信を民主化し、情報受信を能動的なものにすることで、メディア環境の多様性向上と、マスメディアが独占していた権利を個人に還流させることに貢献した。こうした変化は当初、一人一人の個人の主体性を基礎とする民主主義社会においては、前向きな変化として期待をされていた。

しかしながら近年、ビッグデータ・AI 技術が普及したことにより、個人の行動予測と最適化が行われるようになった結果、アルゴリズムが個人の選択を先回りして予測し、予測結果をパッケージ化した選択肢から個人が情報を選択するという状況が生まれている。さらには、情報発信が民主化したことで発信者の数が大幅に増加した結果、情報供給と情報需要の間の力関係も変化している。デジタル化前のメディア環境において希少資源であった情報発信媒体はもはやコモディティ化し、人々の“アテンション”⁴が新たな希少資源となったことで、情報へのアテンションをいかに集めるかが情報発信者の一大関心事となっており、アルゴリズムが予測する個人の「需要」に応えることを目指した情報発信が競うように行われている。結果として、情報の確からしさや社会に与える影響等が軽視され、情報の目新しさやキャッチーさが重視される情報空間が生まれてきている。

情報が流通する場であるソーシャルメディアやデジタルプラットフォームは、アルゴリズムを通じてより多くの情報がより多くの人々の目に触れるよう、情報流通を管理している。しかし、デジタル化以前のマスメディア規制の根拠であった、情報発信のための媒体の独占とそこから発生する情報の取捨選択権（編集権）を、

⁴ 流通する情報量の増大に伴い、人々の注目・関心（アテンション）に基づく情報消費時間が希少資源となった結果、人々のアテンションが経済的価値を持つようになったことで、アテンション・エコノミーと呼ばれる経済モデルが生まれた。

ソーシャルメディアやデジタルプラットフォームが有しているかについてはまだ答えが出ておらず、規制の議論は遅々として進んでいない。

人々が新聞やテレビを見る際、パッケージ化されたコンテンツの中身やレイアウトが個々人によって変化することはない。規律あるメディアが一定の規範意識に基づき編集した情報は、そのまま個々人に届く。一方、人々がソーシャルメディアやデジタルプラットフォームを見る際、パッケージ化されたコンテンツの中身やレイアウトはアルゴリズムによってはじき出された個々人の興味関心等に基づきパーソナライズされている。情報の取捨選択は対象個人のアテンションを集められるかどうかによって行われており、マスメディアから個人まで、あらゆる情報発信者による情報がごった煮の状態が届く。

こうした状況を踏まえれば、情報空間はデジタル化によって、一部のマスメディアにより発信が独占されてはいたものの一定の規範意識によって支えられた秩序ある状態から、誰もが直接自らの意思を発信することができるものの法や規範が及ばず情報の質が担保されないカオスな状態へと変化してしまったと言うことが出来るだろう。

デジタル化による民主主義の変遷

本有識者会議においては、民主主義を「基本的事実に基づく議論を通じた合意の形成」と定義し、議論を行った。合意形成の方法については、たとえば「選挙」というかたちが長く採用されるなど、歴史上大きくは変化していないように思われる。しかし、デジタル化による情報発信の民主化や、アテンションを集めることを目的とする情報の流通が増加したことにより、合意形成の礎となる「基本的事実」に変化が生じている。情報空間をマスメディアが独占していた時代は、マスメディアが一定の規範意識に基づき情報の取捨選択を行っていたことで、真偽を含めた情報の質が担保されていた側面があった。しかし、デジタル化により法規制や規範に縛られないアクターも自由に情報を発信できるようになったことで、手元に届く情報の真偽を判断するコストはデジタル化前に比べて上昇した。会議前期で議論した通り、偽・誤情報の拡散が社会問題化し、ファクトチェックのための第三者機関が必要とされている現状は、まさに情報の真偽判断におけるコスト増大の一例である。

加えて、デジタル化は議論の前提となる基本的事実の共有に必要なコストも上昇させている。デジタル化以前の時代においては、同じコミュニティに属する人々の間であればだれもが認識している基本的事実が存在しており、議論を通じた合意形成の基盤となっていた。しかし、情報の取捨選択が情報の質ではなく個人のアテンションに基づき行われるようになり、パーソナライズされた情報が手元に届くようになったことで、社会全体が共有していると想定出来る情報の範囲は狭まっているように思われる。パーソナライズは AI 等の機械学習により強化される傾向にあり、結果として同じような情報や意見にばかりに接してしまうフィルターバブル現象が発生する。異なるバブルに属する人々は、たとえ同じ家に暮らしている家族であっても、認識している情報に大きな差が生じる。仮に双方が事実に基づき議論をしていたとしても、その政治的立場などによって認知している事実や事象、その重みづけや解釈に相違が発生するため、合意の形成は難

しいものとなりうる。デジタル化は、議論の前提となる基本的事実の社会的な共有に必要なコストも上昇させているのである。

デジタル化によって変化する民主主義を考えるため、会議後期では『22 世紀の民主主義』の著者である成田悠輔氏をお招きし、現状の選挙制度が抱える課題やデジタル化が提示する解決策について議論を行った。成田氏はルソーの『社会契約論』に触れ、様々な社会課題への解決策や人々の選好を、1 人の被選挙人の中に見出して選択せざるを得ないという議会制民主主義の限界が、ルソーの時代から 260 年以上経過してもなお、解決されていないことへの問題意識から議論を開始させた。

選挙の仕組みが変化していない一方、社会や技術はこの 250 年の間に飛躍的な進歩を遂げている。インターネットの普及を通じて情報発信が民主化されたこと、その結果として情報空間に混乱が生じていることは既に広く認識されており議論も行われているが、デジタル化が民主主義に与える可能性についてはどうだろうか。現在の選挙を通じた民主主義は、民意のインプットは最終的に被選挙人の選択という 1 チャネルに収束し、多数決という“アルゴリズム”を経て、代理人の決定というアウトプットによって実施されている。ルソーが指摘した通り、人々は幅広い課題に対して一つ一つ選好を示すことは出来ず、ごく限られた選択肢の中から総合的に最も自分の考えに近いものを選ぶことしかできない。各論に対する人々の選好と総合的に選択された政策の間に生じたギャップは、政治に対する不満となる。

デジタル化以前の社会では、マスメディアにアクセス可能な地位にある者以外が社会に広く不満を表明する手段は、同じ不満を持つ個人が連帯して社会運動を行う等、高コストな手段に限定されていた。しかし、デジタル化によって情報発信が民主化された現代においては、誰でも簡単に不満を表明することが可能となった。これまでないものとされてきた各論に対する人々の選好と総合的に選択された政策の間に生じたギャップが可視化されるようになったことは、“いかなる選択肢も自分たちを代弁してくれないのであれば、もはや誰が政治を担っても、社会は自分にとってより良いものにはならないのではないか”といった、人々の議会制民主主義に対する信頼の低下につながっている。米国アラスカ州のとある市では、選挙に絶望した人々が飼い猫への投票を呼び掛けた結果、人間の候補者を抑え猫が最多得票を得てしまうという珍事も発生している⁵。

デジタル化によって可視化された人々の不満が民意として政治に反映されないことが民主主義への信頼の低下につながっているのであれば、そうした不満を政治に反映することで民主主義をアップデートすることは出来ないのだろうか。21 世紀の技術進歩は、情報発信を民主化させたのみならず、大量の情報を蓄積し、分析処理することも可能にしている。ソーシャルメディアやデジタルプラットフォームは既に、人々の声をビッグデータという形で保有し、高度なアルゴリズムと情報処理技術によって、クライアントのニーズに応えるサービスにつなげている。成田氏からは、デジタル技術を適切に応用することが出来れば、選挙制民主

⁵ 成田悠輔『22 世紀の民主主義 選挙はアルゴリズムになり、政治家はネコになる』（2022）190-191 頁

主義では拾いきれなかった人々のニーズを補完し、よりきめ細やかな民主主義を実践することも可能になるかもしれないとの見解が示された。

有識者会議における議論の方向性

デジタル時代の民主主義を考えることを目的とした本有識者会議においては、デジタル化によって変化した情報空間と民主主義の状況を踏まえ、デジタル化が民主主義にもたらす課題にどう向き合うべきかについて、幅広く討議を実施した。その中では、デジタル技術を使用し民意を幅広く収集・分析することで現状の選挙制度を補完する等、民主主義の仕組み自体をアップデートすることの可能性についても討議を実施した。とはいえ、現状の議会制民主主義が現行の選挙制度に依拠している以上、まずは目の前の課題に対して喫緊に取り組む必要がある。デジタル化は情報空間を、情報の質が担保されないカオスな状態に変化させており、民主主義の前提である「基本的事実に基づく議論」のコストを上昇させることで、選挙を通じた民主主義の実践を難しくさせている。さらには、こうした状況を悪用し、敵対国に悪影響を及ぼそうとする国家の出現により、デジタル化による情報空間や民主主義の変化は、安全保障上の問題としてもとらえられるようになってきている。第二節では、有識者会議での議論に基づき、こうした喫緊の課題を整理する。

なお有識者会議は、民主主義と基本的人権の尊重は密接不可分の関係に立つと考える。民主主義が存在しない状態では基本的人権は尊重されず、基本的人権が尊重されない状態では民主主義は成立しない。かくして、基本的人権が尊重されている状態は、民主主義が成立するための前提であるといえる。この点、誹謗中傷やプライバシー侵害のような人権侵害状況のひろがりや、民主主義の前提を掘り崩す事態であるとも解され、「デジタル時代の民主主義」を検討するうえでもきわめて重要な論点となりうる。しかしながら誹謗中傷問題については、2020年7月にヤフー株式会社が設置した「プラットフォームサービスの運営の在り方検討会」⁶において別途詳細な議論が実施されていること、本有識者会議においてはデジタル化そのものや、デジタル化によって深刻化した偽・誤情報の拡散に端を発する課題に焦点を当てて議論を行ったことから、本報告書では誹謗中傷問題は主テーマとして取り上げていない。誹謗中傷問題に関する課題整理と対応策については、プラットフォームサービスの運営の在り方検討会の[最終報告資料](#)を参照されたい。また、プライバシー侵害の問題については、2023年10月に株式会社読売

⁶ ヤフー株式会社「プラットフォームサービスの運営の在り方検討会」
<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/07/01a/>

新聞グループ本社と LINE ヤフーが、インターネット空間でのプライバシーへの配慮に欠ける情報発信を防ぐ取組みを実施する⁷とした共同声明⁷を参照されたい。

第二節 デジタル時代に民主主義が直面する課題

第一節でみた通り、情報空間はデジタル化を通じて規律を失った状態となっており、当初期待された効用を大きく上回る課題を民主主義にもたらしている。本有識者会議では、その課題を実際に発生している 4 つの影響（基本的事実の共有に与える影響、情報の発信・受信に与える影響、選挙への影響、安全保障への影響）から整理した。基本的事実の共有に与える影響（偽・誤情報問題）については有識者会議前期で、それ以外の 3 つの課題については有識者会議後期にて、各分野の専門家をお招きし、現状の整理と課題への対応策について議論を実施した。

基本的事実の共有に与える影響（偽・誤情報問題）

情報発信が民主化され多様化し、情報の取捨選択もソーシャルメディアやデジタルプラットフォームによるアルゴリズムが行うようになった結果、真偽不明の情報や偽・誤情報が生み出され、広範囲に拡散されるようになった。2016 年の英国の EU 脱退（ブレグジット）を巡る国民投票や米大統領選挙の際には、多くの偽・誤情報が拡散されたことが、有権者の投票行動に多大な影響を与えたとされる。2020 年から感染が拡大した新型コロナウイルス感染症やそのワクチンについても、世界中で誤った情報が拡散され、攻撃的なデモの原因になる等の問題が生じた。さらには、2022 年 2 月に始まったロシアのウクライナ侵攻でのケースをはじめ、偽・誤情報を用いて外国勢力が他国に影響工作を行ったとみられる事例も存在しており、国の主権維持や安全保障の観点からも対策が急務となっている。

民主主義を他者との議論を通じた合意形成と定義すれば、議論の前提となる基本的事実（ファクト）が、偽・誤情報によって当たり前で共有されなくなることは、民主主義を大きく毀損することに繋がる。

情報発信者が多種多様化した現代において、人々が偽・誤情報とそれ以外を見分けるコストは上昇する傾向にある。情報リテラシー教育もファクトチェックも、現状は、急速なデジタル化と流通情報の増加スピードについていけておらず、我々はいまだ偽・誤情報に対する脆弱性克服への道筋を具体的に見つけることが出来ていないように思われる。このような状況においては、先述の規範意識によってある程度情報の質を担保していると考えられるマスメディアの役割に注目が集まるのは自然な流れである。

⁷ LINE ヤフー株式会社「読売新聞と LINE ヤフーが共同声明を発表 インターネット上の記事におけるプライバシー尊重に具体策を実施」

<https://www.lycorp.co.jp/ja/news/release/000856/>

しかし、情報発信者が多様化された結果、マスメディアの情報発信者としての相対的な価値が低下している。従前の情報空間を形成してきた歴史と権威（レガシー）は、マスメディアを既得権益とみなす根拠ともなっており、マスメディアに対する信頼は低下している。マスメディアが大きな役割を果たすことが難しい中で、情報流通を管理するソーシャルメディアやデジタルプラットフォームがより積極的な役割を果たすことが求められるが、我が国では規制の議論が十分には進んでおらず、偽・誤情報への対応は現状、各ソーシャルメディアやデジタルプラットフォームの自主的な努力に依拠せざるを得ない状況となっている。

なお、偽・誤情報（中間報告書においては「フェイクニュース」と記載）問題は会議前期の主要テーマであり、詳細な議論は既に中間報告でカバーされていることから、具体例の提示や対応策については[中間報告書](#)を参照されたい。

情報の発信・受信に与える影響

デジタル化による情報空間の変化により、情報発信が民主化され、マスメディアによって専門的観点からの取捨選択が行われない情報までもが情報空間にあふれるようになっている。また、AI 技術や情報処理能力が発展し、質や真偽もまちまちの玉石混交な情報が個人の嗜好に基づきパッケージ化され、人々に届くようになった。

情報の発信者は無秩序に増加する一方、メディアのビジネスモデルは広告収入に依拠する形式から基本的に変化しておらず、人々の可処分時間は有限である中、個人の嗜好等に基づくアルゴリズムで、選択されやすく、多くのアテンションを引きやすい情報がより多くの収益を生む構造（アテンション・エコノミー）が生じている。そのことは、民主主義が理想とする「多様な意見に触れあい、他者と議論を交わしながら合意を形成」することを難しくする一因になっていると考える。

詳細については、第二章第一節を参照されたい。

選挙への影響

偽・誤情報による影響でも触れた通り、デジタル化による情報空間の変化は近代民主主義の根幹である選挙にも大きな影響を与えている。選挙は、民主主義の前提であるファクトに基づく議論を通じた合意の出力が行われる場ともいえる。従って、選挙での意思決定はファクトを前提に行われなければならない。しかし、選挙結果への介入を目論む外国勢力が情報空間のカオスを利用し偽・誤情報を拡散したことなどにより、選挙結果が左右されるケースが生じている。

詳細については、第二章第二節を参照されたい。

安全保障への影響

デジタル化により人々の活動が物理的な世界からバーチャルな世界へと広がったことで、悪意を持った人間の活動範囲も、バーチャル空間へと広がっている。国内における安全については、現実世界における刑法犯の認知が頭打ちになる一方、デジタル犯罪が増加している。国際的な安全保障の平面では、悪意を持った外国勢力が選挙への介入のみならず、戦争においても情報空間のカオスを巧みに利用しようとしている。偽・誤情報の拡散や、情報統制を通じて、政権や自国に有利なナラティブを作ろうとする試みなどにより、大規模な軍事行動を伴わずとも他国や地域を自国の思い通りに動かすことに成功するケースが生じている。

詳細については、第二章第三節を参照されたい。

第二章 デジタル時代の民主主義が直面する課題と対応策

有識者会議では議論をより深めるため、各テーマ・課題に精通した専門家に講演を頂き、意見交換を実施した。第二章では、有識者会議での議論の前提となる各専門家の講演内容の概要及び有識者会議で議論された課題への対応方針について記述する。

第一節 データとアルゴリズムが変える人間の意思決定

専門家からの講演概要

第一章第一節「デジタル化による情報空間の変遷」でも触れた通り、デジタル化によって情報発信が民主化したことで、情報供給と情報需要の間の力関係が変化している。デジタル化以前のメディア環境において希少資源であった情報発信ツールはコモディティ化し、いまや多くの情報発信者が、人々のもつ有限なアテンションを引きつける競争を行うようになっている。

本節では、デジタル化により情報空間が変化する中、人々のアテンションをマネタイズするビジネスモデルが新たなプレーヤーや技術の登場によって先鋭化し、人々の情報収集・処理・認知を通じた意思決定と合意形成プロセスが影響を受けている状況を整理し、有識者会議で行われた専門家と有識者との議論に基づき課題への対応方法策を提示する。本節のテーマについては、憲法及びメディア法の専門家である関西大学准教授水谷瑛嗣氏をお招きし、デジタル化とメディアの変化について解説を頂いた。以降は講演内容の概要である。

* * * * *

人々のアテンションがマネタイズされている状況を理解するためには、伝統的なマスメディアのビジネスモデルに立ち返る必要がある。印刷技術の普及とともに発展してきたアメリカの新聞、特にニューヨーク・タイムズのような高級紙は、19世紀当時は1部4～6セント程度で販売されていた。これに対し、一部のタブロイド紙が、広告を掲載することで収入を得て、より廉価に1セントで新聞を販売することで部数を稼ごうと試みた。いわゆる「ペニー・プレス」と呼ばれる新聞の存在が、今日のアテンション・エコノミーの始まりだと言われる。

もっともこの仕組みには、今日のマスメディアの発展に寄与してきた側面があることも否定できない。マスメディアのほとんどは、営利企業でありながらも、法規制と倫理規範によって、公共に利する、特に民主主義を維持・発展させるために必要な情報の発信に務めてきた。こうした公共に利する報道活動を行うためには、質の高い記者やジャーナリストによる地道な取材活動が必要不可欠であり、それらを維持するために莫大な資金が必要となる。一方で、多くの人々に情報を届けるためには情報の対価としての価格をある程度低く抑える（理想的には無料にする）必要があった。そこでマスメディアは、情報発信手段の独占によって囲い込んでいた人々のアテンションという資源を広告収入へとつなげることで、コンテンツ作成にかかる費用の大部分を賄うことができた。

やがてこのモデルはラジオ、テレビを経て、90年代後半から2000年代初頭にかけて、ヤフーやグーグルが取り入れたことでインターネット・ビジネスにも定着した。もちろんサブスクリプション・モデルを導入したサービスもあるが、現在の主流なソーシャルメディアである Meta、X（旧 Twitter）、Google（Youtube）は多くの面で広告収益に頼っている。

このように古くから存在するアテンション・エコノミーがデジタル化によって特に社会課題化した理由の一つには、情報のパッケージ化が、編集権に基づくマスメディアによるものから、アルゴリズムに基づくソーシャルメディアやデジタルプラットフォームによるものへと変化したことがある。マスメディアは、アテンションの稼ぎやすいコンテンツ（エンタメや面白ニュース等）とそうでないコンテンツ（取材に基づく報道記事等）を抱き合わせる（バンドリングする）ことにより、営利企業でありながらも営利に直結しない公共に利する情報発信を行ってきた。一方、ソーシャルメディアやデジタルプラットフォームは、多様化した情報発信者から生み出される玉石混交のコンテンツの中から、アルゴリズムを通じて予測した個々人の興味関心に基づいてコンテンツをフィード上に陳列する。そのためフィード上には個々人のアテンションを引き付けやすいものが並びがちになる。公共に利する情報発信を行う社会的責務を負っていないマスメディア以外の情報発信者により、アテンションを稼ぎやすい情報が大量に発信され、消費されていく一方で、人々のアテンションは有限で希少な資源であるために、マスメディアのコンテンツに注がれてきたアテンションと収入は相対的に低下することとなる。

アテンション・エコノミーが社会問題化したもう一つの背景として、情報発信の民主化により情報空間から規律が失われた結果、コンテンツの消費を巡る競争が、コンテンツの質によってではなく、いかにアテンションを得られるかという指標に拘泥する「刺激の競争」になってしまっているという状況がある。特に人間の脳は、処理できる情報量には限界があるため、通常ある程度の情報フィルタリングを行っている。しかし、ある種

のトリガーは、本人の自発的な意思とは別に、反射的または自動的にアテンションを引きつけることが分かっている。そうしたトリガーは、新奇性、衝撃度合い、猥褻性、結びつき等、情報の質とは直接結びつかない刺激的なものも多く、結果としてコンテンツはどれだけ人々に刺激を与えられるか、という観点で作られるようになる。さらに、引きつけたアテンションを継続（エンゲージメントを強化）させるためには、感情（特に怒りや悲しみ等の負の感情）を揺さぶることが必要であるため、デジタル社会の情報空間において、刺激的で感情に訴える情報やコンテンツが跋扈する原因となっている。

倫理規範等の規律に縛られる必要のない多くの発信者は、アテンション・エコノミーの中で利益を得るために、氾濫する情報の中からアテンションを引きつけるために、あらゆる手段を選ぶようになる。その具体例の一つが、クリックベイト（釣りタイトル）である。人々を情報やウェブページへアクセスさせることだけを目的としたコンテンツであるが、Twitter 上に投稿された BuzzFeed の記事タイトル 1500 件を調査したところ、63%がクリックベイトにあたり指摘されている⁸。また、過激な偽・誤情報や陰謀論も、アテンションを得るための手段の一つとして利用されている。例えば、YouTube で英文法解説チャンネルを運営していた塾講師の男性が、2020 年のアメリカ大統領選におけるトランプ大統領側が主張する「不正疑惑」について取り上げたところ、それまで数十回程度だった「再生回数が急上昇し、100 倍以上になった」とされ、ものによっては 10 万回を超えることもあった⁹という。また、2016 年の米大統領選においては、マスメディアのニュースよりも偽・誤情報の方が、Facebook 上でエンゲージメントを獲得しており、その中でも「クリントン氏が IS に武器を売った」という記事と「ローマ法王がトランプ氏を支持した」と主張する記事が、最もヒットした 2 つの記事であった¹⁰。アテンション・エコノミーが、結果として、コストのかかる正確性の伴うコンテンツよりも、偽情報や陰謀論を発信する方向にインセンティブを与えてしまうことは、現代のデジタル空間の健全性にとって極めて深刻な問題となる。

さらに、こうした状況の加速に一役買っていると考えられるのが、データとアルゴリズムを用いたターゲティングである。例えば、クリストファー・ワイリー氏による内部告発に寄れば、ケンブリッジ・アナリティカ社では、Facebook から不正に入手したデータをもとにして、「ダークトライアド」と呼ばれる特製を持つ人々や通常よりも陰謀論に傾きやすい人々を特定し、Facebook グループ・広告・記事などを通じて、そうした人々の

⁸ Keyhole. "A Full 63% Of BuzzFeed's Posts Are Clickbait." 12 November 2014. <https://keyhole.co/blog/buzzfeed-clickbait/>

⁹ 読売新聞大阪本社社会部『情報パンデミック——あなたを惑わすものの正体』（中央公論新社、2022 年）102 頁を参照

¹⁰ Craig Silverman. "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook" 17 November 2016. BuzzFeedNews. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>

感情に火をつけてエンゲージメントを高めるといった実験が行われていたという¹¹。実際に、2016年の米大統領選でそうしたデータ等がどこまで使われたかは不明瞭な点も多いが、その一方で、同大統領選におけるトランプ陣営の「プロジェクト・アラモ」と呼ばれるデジタル選対チーム（この中にはケンブリッジ・アナリティカ社からもスタッフが加わっていたとされる）は、有権者に関する巨大なデータベースを構築し、それに基づいて有権者を説得可能性によってモデル化（例えば、国産車を購入している者は潜在的にトランプを支持しており説得可能性が高い）し、戸別訪問や電子メール等の選挙活動に活用したことが指摘されている¹²。

またインターネットは、「確証バイアス」のような人間の心理的特性も相まって、自分の興味関心と似た者同士で集まり、コミュニケーションを行うことを容易にする環境でもあり、その中で人々が自分の意見や思想を増幅させていく（エコーチェンバー）危険性については以前から問題視されていた¹³。これがさらに、情報の取捨選択がデータとアルゴリズムによって自動的に行われるようになると、ユーザーにとってはますます個々人に「最適化」された（＝パーソナライズされた）情報や意見を消費しやすい環境が構築される（フィルターバブル）。結果として、バブルごとに情報空間が分断され、「国民」全体にとって知る必要のある情報を共有しにくくなり、民主政治の維持・発展に欠かせない多様な視点を踏まえた熟議を成立させることが、今後、ますます困難になっていく可能性がある。

有識者会議で検討された課題に対する対応の方向性

こうした問題を解決するためには、情報リテラシーの向上のような個人レベルでの対策が必要不可欠である。しかし、アテンション・エコノミーも、エコーチェンバーも、フィルターバブルも、認知バイアス等の個人の脆弱性を増幅させる形で影響力を高めており、個人の努力による対応には限界がある。今後、AIの更なる進化やメタバースの普及等により、人々の認知はあらゆる角度からの刺激や影響にさらされ、個人の脆弱性はより高まっていくと考えられる。このような状況を鑑み、本有識者会議においては、デジタルプラットフォーム事業者に対して行うある程度の規制や政府関与の議論は必要であるとの指摘もあった。本能的な好奇心に応える“知る権利”と、民主主義を支えるための“知る権利”には違いがあるとすれば、アテンション・エコノミーを前提とした情報流通に一定の制限をかけることと、民主主義の実践は矛盾しない。デジ

¹¹ クリストファー・ワイリー（牧野洋訳）『マインドハッキング あなたの感情を支配し行動を操るソーシャルメディア』（新潮社、2020年）187-190頁を参照

¹² ジェイミー・バートレット（秋山勝訳）『操られる民主主義：デジタル・テクノロジーはいかにして社会を破壊するか』（草思社、2018年）79頁以下を参照

¹³ キャス・サンスティーン（石川幸憲訳）『インターネットは民主主義の敵か』（毎日新聞出版、2003年）を参照

ルやインターネットの世界に政府が関与を強めることについては否定的な見方もあるものの、デジタルプラットフォーム事業者がもはや情報流通とコミュニケーションの基盤となる公共インフラとなっていることを踏まえれば、政府の責任も問われることになるだろう。政府機関の広報チャネルとしても使われていた Twitter は、イーロン・マスク氏の買収によりプラットフォームとしての在り様が変わり、公共インフラとしての信頼性は大きく低下しているようにも思われる。一民間企業が運営するプラットフォームにどこまで公共的な役割を担わせることが適切なのかを含め、政府には積極的な議論を求めたい。

ただし、規制の内容によってはイノベーションを阻害する可能性もあり、ただ規制をかけるというだけではなく、デジタルプラットフォームによる環境整備の実施や質の高い情報流通にインセンティブを与えるような制度設計が必要になるだろう。その上で、ソーシャルメディアやデジタルプラットフォーム事業者も、自社のサービスが社会にもたらす課題への対応において一定程度の責任を果たすべきである。ユーザーは、自分たちのアテンションがマネタイズされていることや、情報の受け手として脆弱な立場に在ることの問題を理解できていない可能性があるため、ユーザーとソーシャルメディアやデジタルプラットフォーム事業者が建設的な関係を築くためにも、事業者側はユーザーの置かれている現状を伝えていく必要があるだろう。こうした取り組みはアテンション・エコノミーにおける経済合理性とは相反する場合もある。インターネットという新しい情報空間においては、政府と民間が規制を巡って対立する構図ではなく、デジタル空間の環境整備という目的を共有する両者の協力・協働関係に基づくコラボレーティブガバナンスの発想が重要となるだろう。

本有識者会議においては詳細な検討は出来なかったものの、データ処理能力とアルゴリズムの高度化により生成 AI の性能が大幅に上昇していることも、デジタル社会における人間の意思決定への影響を考える上で、今後は民主主義に関する議論のなかに織り込んでいく必要がある。既に、シンプルな構成の文章であれば、生成 AI が作成した文章と生身の人間が作成した文章に大きな差がみられないケースもあり、AI が一部もしくは全部を執筆した記事やニュースをどう扱うべきか等、ニュースメディアやデジタルプラットフォームには自主ルールの策定等、議論と対応が求められるだろう。社会の発展と安定のバランスをとるためには、目まぐるしく状況が変化する最先端技術の分野においてこそ、幅広いステークホルダーが膝を割って議論していくことが求められる。

第二節 デジタル時代の選挙

専門家からの講演概要

デジタル化による情報空間の変化により、人々があらゆる事象についての基本的な事実（ファクト）を手に入れることが難しくなっている。カオス化した情報空間においては、偽・誤情報や陰謀論等、そもそも事実ではない情報がデジタル化前とは比較にならないほど増加した。さらには、いくつかの解釈が存在するような問題についても、エコーチェンバーとフィルダーバブルにより、自分が持つ解釈以外の見方に触れることの出来る機会が減少しており、現代民主主義の設計者が意図していたような「多様な意見に触れあい、他者と議論を交わしながら合意を形成」していく健全な民主主義を成立させることも難しくなっている。こう

した状況の中、選挙という場において、デジタル化時代の情報空間のカオスを利用した勢力による、影響力の行使が行われている。

本節では、2016年及び2020年の米国大統領選挙へのロシアをはじめとした国々の介入と、2022年台湾地方選への中国の介入を事例に、デジタル時代における選挙が抱える課題と対応について、サイバーセキュリティと国際政治の専門家である慶應義塾大学教授土屋大洋氏により講演を頂いた。以降は講演内容の概要である。

* * * * *

2016年の米大統領選においては、ロシアによる国家主導の偽・誤情報等を用いた影響力作戦が行われたことが判明している。ロシアによる選挙介入を受け、米国は2017年1月に、選挙インフラを重要インフラのサブセクターに指定。この結果、軍が選挙インフラを防衛することが出来るようになった。2018年には統合軍の一つである戦略軍の傘下に置かれていたサイバー軍が最上位の統合軍に格上げされ、その後発表された前方防衛戦略（ディフェンド・フォワード）によって、米国本土においてサイバー攻撃が行われる前に攻撃者が属する外国において攻撃を未然に防ぐことが主要責務とされた。2018年11月には実際に、米サイバー軍がロシアの米中間選挙への介入を阻止するため、ロシアの情報工作組織といわれるIRA（Internet Research Agency）のインターネット接続を遮断する等の攻撃的サイバー作戦を実施したとされている¹⁴。米国は、米国市民と外国人のプライバシーを別の問題として捉えていると考えられ、特に敵対国による米国への攻撃を阻止するための対応を軍事作戦と位置付けていることから、

¹⁴ 同作戦については、2019年2月にWashington Postが報じたことで明るみとなった。作戦の根拠である大統領覚書（National Security Presidential Memorandum）13号は機密指定されており、詳細は不明である。大統領覚書は大統領令（Executive Order）と異なり根拠法の明示も必要なく、通信の秘密等の問題をどのように整理したのかについて現時点で分析することは難しい。詳細はThe Washington Post. “U.S. Cyber Command operation disrupted Internet access of Russian troll factory on day of 2018 midterms.” 27 February 2019. (https://www.washingtonpost.com/world/national-security/us-cyber-command-operation-disrupted-internet-access-of-russian-troll-factory-on-day-of-2018-midterms/2019/02/26/1827fc9e-36d6-11e9-af5b-b51b7ff322e9_story.html)やThe Washington Post. “White House authorizes 'offensive cyber operations' to deter foreign adversaries.” 27 February 2019. (https://www.washingtonpost.com/world/national-security/trump-authorizes-offensive-cyber-operations-to-deter-foreign-adversaries-bolton-says/2018/09/20/b5880578-bd0b-11e8-b7d2-0773aa1e33da_story.html)を参照

IRA のインターネット接続遮断についても、通信の秘密の観点から米国内で大きな懸念が上がることはなかった。

2020 年の米大統領選においてはロシアに加え、中国、イラン、北朝鮮が介入のための影響力工作を実施した可能性がある。実際、高齢のバイデン候補を貶めるため、バイデン氏が州の名前を間違えたかのような印象操作をするための改竄動画（ミネソタで行われた選挙演説でバイデン氏がミネソタと叫んだ動画に、演説場所がフロリダであったかのようなテロップを入れた動画等）が拡散されたり、イランが米極右団体 Proud Boys を装い有権者に対して「トランプ候補に投票しなければ危害を加える」といった脅しメールを送信したりといった事例が報告されている。しかし、2016 年時に比較して影響が限定的であったのは、2017 年の改革により選挙インフラが重要インフラ指定されたことで、2020 年の選挙においては軍（サイバー軍）を動員し、占拠への介入に対抗するための作戦を実施することが出来ていたことによる。

米国ではサイバー空間が陸、海、空、宇宙に続く第 5 の作戦領域となるとの認識が 2000 年代半ばから存在しており、2010 年にはサイバー空間での防衛作戦を組織化し資源を確保するためサイバー軍が設立された。さらには、選挙インフラが国家安全保障上重要なインフラであることが 2016 年の選挙を通じて認識され、選挙を外国勢力の介入から守ることが安全保障上の課題として捉えられるようになっていく。十分な資源と能力を投じることが出来るという意味で米国の軍を中心とした対策は効果的ではあるが、一方で日本の防衛体制を鑑みると、米国と同じ方法を踏襲することは難しい。2022 年に発表された防衛三文書では、アクティブ・サイバー・ディフェンス（能動的サイバー防御）の導入が明記され、大きな前進が見られたものの、具体的な体制の構築にはまだ時間がかかると考えられる。

こうした状況において、台湾における取組は軍に頼らない外国勢力の介入への対策事例として示唆がある。台湾はこれまでも中国（統一戦線部）を中心とした影響力工作の標的とされてきた。2020 年の総統選においては、中国からの影響力工作に対抗するため、Facebook と地方政府やファクトチェックを行う市民団体が協力し、偽・誤情報の影響や拡散を抑える努力が行われた¹⁵。

台湾では、プログラマーで起業家でもあるオードリー・タン氏のような人物が政府のデジタル政策の要職に就くことで、民間企業と政府が協力関係を築きやすい環境整備が行われてきた。タン氏は、過度な政府の対応が検閲への懸念につながることを理解し、影響力工作に対抗するための民間との協力においては、透明性と市民への強固な信頼が不可欠であることを強調している。こうした台湾政府の姿勢に基づき、外資系企業であっても、内資と同様に政府と密接な関係性を構築し、両者の間で活発なコミュニケーションが日ごろから行われていたことが、選挙に向けた偽・誤情報対策を迅速に行う上での重要な鍵となった

¹⁵ CATO INSTITUTE. "The Taiwan Election: Dealing with Disinformation while Protecting Speech." 7 February 2020.

<https://www.cato.org/blog/taiwan-election-dealing-disinformation-while-protecting-speech>

と考えられる。また、情報収集や選挙インフラの維持には、一般市民の協力も大きな役割を果たしている。台湾の選挙は、開票作業とその監視がボランティアによって実施されており、マニュアル作業で労力もかかる一方、高い透明性が担保されている。

選挙への影響力工作は、選挙期間中のみならず日頃から淡々と行われている。しかし、そのどれもが洗練されているわけではなく、例えば台湾での中国による影響力工作では、台湾では使われていない簡体字による偽・誤情報が LINE メッセージで送られる等、気を付けていれればすぐにおかしいと分かるような工作も多々ある。ただし、工作を仕掛ける側は影響力工作の内容を洗練させること以上に、偽・誤情報の発信量やリーチ数を増やすことで一定の影響を及ぼすことを意図している可能性があることには注意が必要である。Facebook 等のグローバルなソーシャルメディア上では、中国メディアが管理者となっているページが CNN 等の欧米メディアが管理するページよりも大きなフォロワーを保持しているケースがあるが、中国からは Facebook を閲覧できないことを踏まえれば、こうしたページは中国以外に向けた情報発信を目的としていると考えることが自然である。発信される偽・誤情報が洗練されていなくとも、多くのフォロワーの目に触れ拡散されれば、情報空間を混乱させることは可能である。

有識者会議で検討された課題に対する対応の方向性

こうした影響力工作への対策では、軍事的な能力の強化だけでは不十分であり、偽・誤情報の温床となっているソーシャルメディアやデジタルプラットフォーム事業者と政府、そして一般市民との協力関係が必要不可欠である。政府と民間との協力関係は、台湾のみならず米国や韓国でも行われており、政府の情報機関やサイバー軍に所属した経験のある人物が民間に転職してコネクションを作ったり、サイバーセキュリティの会社を起業して政府と民間の間を取り持ちたりといったことが日常的に行われている。

政府と民間との協力を議論するうえでプライバシーや通信の秘密の問題は避けて通ることが出来ないが、ビッグテックをはじめとするデジタルプラットフォーム事業者は透明性レポートなどを通じてどのような協力要請があったかに加え自社の情報開示に対する考えを明らかにし、ただ要請されたから、という理由ではなく自社のポリシーに基づき開示の可否を決定していることを強調している¹⁶。プライバシーや通信の秘密の保護は、情報空間の健全性確保と同様に民主主義の実践において極めて重要であり、政府への協力実態を公開し第三者に評価の機会を提供したり、政府からの過度な干渉を拒否したりすることも、デジタルプラットフォーム事業者に期待される責任と言えるだろう。透明性レポートの公開は、その責任を果たすための一つの手段となるが、ユーザーからの信頼を獲得し続けるためには、政府をはじめとするステークホル

¹⁶ 例えば Meta は、政府からのデータ提供依頼への対応について「適用される法律と自社の規約」に基づき、「すべての依頼について注意深くレビューし、場合によってはデータ提供を拒否したり、提供範囲や依頼背景を明確化するよう求めたりすることもある」としている

(<https://transparency.fb.com/reports/government-data-requests/>)

ダーと官民協力の在り方について議論を重ねる等の努力も必要になるだろう。デジタル社会において、民主主義とその基盤となる選挙制度を守るためには、個人のプライバシーや表現の自由といった人権に関わる機微な問題と、国家的な防衛能力の向上とのバランスを取っていく必要があり、そのためにも政府と民間との積極的なコミュニケーションと協力は、重要な要素となると考えられる。

第三節 デジタル空間の安全保障

デジタル化によってカオス化した情報空間においては、悪意を持った人間の活動も活発化している。違法行為の主体がデジタル空間にその活動拠点を移しており、SNS を通じて犯罪の協力者を募ったり、犯罪に脆弱な個人をターゲットとして言葉巧みに犯罪へ加担させたりするケースが増加している。日本では、刑法認知数が 2003 年に頭打ちし、その後 2021 年まで一貫して減少してきた。一方、体感治安についてはここ 10 年間での治安に関し「悪くなった」と感じる人が全体の 67.1%にのぼっており、刑法認知数と体感治安の間にはギャップが生じている¹⁷。その要因として挙げられているのが特殊詐欺やサイバー犯罪であり、デジタル空間を介した犯罪の増加が、人々の治安に対する不安感にもつながっていることが見て取れる。本有識者会議においては、デジタル空間の安全保障について、特に国家安全保障に関わる外国勢力からの影響力工作に焦点を当て議論を実施したが、デジタル空間の治安が悪化することは、間接的には国全体のデジタル空間における脆弱性を高めることに繋がると考えられ、今後は広くデジタル空間の安全保障として議論していくべき問題であると認識している。その上で本節においては、有識者会議としてデジタル空間の安全保障のテーマとして着目した、国家・非国家主体間紛争における情報空間の戦場化についての議論をまとめる。

専門家からの講演概要

近年、情報空間の脆弱性を巧みに利用し自国に有利なナラティブを作り出すことで戦争における目標達成を試みる等、人々の認知に影響を与えることで自国に有利な状態を作り出そうとする戦い（認知戦¹⁸）が行われるようになってきている。これまでも、戦争において非致死的手段が用いられるケースは多々あったが、非武力行使の規範化や人権意識の高まり等により致死的手段（物理的な暴力）が大々的に

¹⁷ 警察庁「令和 4 年の犯罪情勢」

https://www.npa.go.jp/publications/statistics/crime/r4_report.pdf

¹⁸ 認知戦の定義については様々議論があるものの、「個人や集団の認識を左右することで、自国に有利な状態を作り出そうとする戦い」という点については主要国の共通認識となっている。菊池咲・山本晃平(2023)。「国家による認知戦の台頭と ICT サービスがもたらす新たな安全保障上の脅威の考察」『情報法制研究』第 14 号, pp.3-15

使いづらくなった現代戦においては特に、非物理的なサイバー空間や認知領域に注目が集まるようになってきている。直近では、2023年10月7日のハマスによるイスラエルへの攻撃に端を発した紛争においても、ハマス、イスラエル双方から、自分たちに都合の良いナラティブを強化するための情報拡散が SNS を通じて行われている。

有識者会議はロシア安全保障政策の専門家である東京大学の小泉悠氏をお招きし、ロシアのウクライナでの戦争を事例として、国家が人々の認知に影響を与えることで戦争を有利に進めようとする手法について講演を頂いた。以降は講演内容の概要である。

* * * * *

ロシアにおいて、最初に大規模な認知領域への作戦が展開されたのは国内向けの情報操作であった。2011年に大統領への復帰を目論んでいたプーチン首相（当時）に対し、アレクセイ・ナヴァリヌイ氏などの反体制派は、政府の不正に関する情報を公開するウェブサイトの作成やブログの運営を通じて情報発信を活発化させた。こうした中で2011年12月に行われた下院選挙では大規模な不正行為があったとの非難の声が国民からあがり、反政府デモへとつながった。これに対してロシア政府は、ナヴァリヌイ氏らのサイトをサイバー攻撃でダウンさせたり、ブログ投稿を削除したりといったサイバー攻撃に加え、プライベートな会話を流出させるなどのコンプロマート（信頼失墜）作戦を展開した。

その後ロシアは2013年秋頃から、後のIRA（Internet Research Agency）となるプロパガンダ機関を準備する等、ロシアの影響圏に対する認知戦を展開するための準備を行った。2014年のクリミア併合では、ロシアの特殊部隊がクリミア半島の行政府、立法府、メディアを抑え、ウクライナ本土からの情報流入を阻止し、テレビやネットはロシア側の情報にのみ繋げる作戦を行った。また、ウクライナを含めた旧ソ連圏ではロシアの SNS が圧倒的なシェアを誇っていたことも、ロシアの認知領域戦を手助けする要因となった。こうした状況の中で「クリミア半島はロシアに帰属すべきである」「ウクライナ政府は悪であり外国勢力（米国）に操られている」といったプロパガンダを大量に流した結果、（ウクライナ人の多くがロシア語を理解することもあり）クリミア住民の多数がロシア帰属に賛成する状況を作り出すことに成功した。

ウクライナはクリミアでの反省を受け、2016年からロシア発の SNS をブロックしたり、親口派メディアに対して停波措置を行ったりする等の対抗策を講じてきた。また、ロシアがドンバスにおいて実施した認知戦の手法を分析するため、ウクライナ東部ドンバス地方での親ロシア派とウクライナ政府との戦闘でプーチンの右腕としての役割を果たしていたウラジスラフ・スルコフ氏のメールサーバーから膨大なデータを抜き出し、ドンバスにおいても分離主義的ナラティブの拡散が行われて一部の住民が影響を受けていた事実を特定した。

ロシアはドンバスにおいてはクリミアのような成功を認知領域で収めることが出来ず、2022年のウクライナ侵攻においてはむしろ非致死的手段ではなく、従来の物理的な暴力による戦争を選択したように見える。しかし、ロシアのプロパガンダはロシアの影響圏（旧ソ連諸国）以外の地域にも及んでおり、特に米国主導の世界秩序に懐疑心のある国々や人々（アフリカ・中東や南米左派政権、また各国の極右や極左

集団等) に対しては、米国を悪の権化とするようなロシアのプロパガンダが受容されやすい状況にあると考えられている。

有識者会議で検討された課題に対する対応の方向性

認知戦に対する脆弱性は、表現の自由が守られていることの裏返しでもあり、それ自体が必ずしも克服すべき問題というわけではない。しかし、脆弱性を脆弱性と認識し、脅威への対応を行うことは、認知領域が主要な戦闘領域となる現代の防衛政策においては必要不可欠である。日本においても、2022 年末に発出されたいわゆる安保戦略三文書において、認知領域における情報戦への対応能力強化や、偽・誤情報への対応を担う新体制の整備が言及される等、脅威認識は進んできたものの具体的な対応はまだ見えてきていない。人々のコミュニケーションや情報発信という領域を扱う以上、特に防衛や安全保障に対する国民の理解が十分に進んでいない日本においては、防衛省だけではなく関係する官庁が連携し、認知領域に関連する作戦の司令塔を定めることが必要になるだろう。スウェーデンでは、偽・誤情報や心理戦の脅威増加に対応するため、2022 年に省庁横断の心理防衛局 (Psychological Defence Agency) が設立された¹⁹。必ずしも新たな組織の設立が必要というわけではないものの、幅広いステークホルダーを巻き込むことの出来る体制が必要不可欠であると言えるだろう。戦闘領域がデジタルプラットフォーム事業者の提供するデジタル情報空間であることを踏まえれば、民間事業者との協力も不可欠ではあるが、安全保障に関わる情報の官から民への流通を促す制度が整備されていないことも、日本が抱える課題の一つである。セキュリティクリアランス制度等、官民の間の連携を強化するための制度導入についても早急に議論を進める必要がある。

加えて、サイバー犯罪が増加する中、国家安全保障の観点からも重要情報の管理強化や、個人データの保護強化等は、社会全体で取り組んでいくべき課題である。国内でのサイバー犯罪を通じて詐取された金がテロ資金へとロンダリングされたり、不正に取得された個人データが認知戦に悪用されたりする可能性もある。広い意味でのデジタル空間における安全保障の確保は、人々のデジタル空間や付随する新技術に対する信頼を高め、そこでのコミュニケーションとイノベーションを促進し、民主主義を強化することにつながるだろう。

¹⁹ The Record. "Sweden launches "Psychological Defence Agency" to combat misinformation." 4 July 2022.

<https://therecord.media/sweden-launches-psychological-defence-agency-to-combat-misinformation>

第三章 デジタル時代の民主主義を守るためにデジタルプラットフォーム事業者に求めら

れる役割

本有識者会議は、デジタル時代における情報の流通基盤であるデジタルプラットフォーム事業者が、健全な民主主義を実現するために果たすべき役割や行動規範を検討することを目的に設置された。中間報告においては主に、偽・誤情報に関連する社会課題に対して、デジタルプラットフォーム事業者がどのような役割を果たすことができるのかについて議論・検討し、提言をまとめた。

最終報告書の第三章においては、第一節にて[中間報告書](#)で本有識者会議が提示した課題や提言に対する LINE ヤフーの取組みについて、有識者会議としての所感を述べる。第二節においては、中間報告以降に議論・検討した、デジタル化がもたらす社会への影響（情報の発信・受信に与える影響、選挙への影響、安全保障への影響）と課題について、デジタルプラットフォーム事業者に対する新たな提言をまとめる。

第一節 中間報告での提言に対する LINE ヤフーの対応進捗の評価

[中間報告書](#)においては、デジタルプラットフォーム上における偽・誤情報（中間報告書においては「フェイクニュース」と記載）の流通について、予防及び未然防止と事後対応の2つの観点から、デジタルプラットフォーム事業者が取り組むべき対応策について提言を行った。

予防及び未然防止については、閲覧者への対策としてリテラシー教育や広報の実施、行為者への対策として発信者の信頼性確保や偽・誤情報には報酬が付かない仕組みの構築を提言した。事後対応については、ファクトチェックの実施とその結果を踏まえた偽・誤情報の非表示・削除、緊急性が高い場合にファクトチェックを待たずコンテンツを非表示・削除するためのプロセス検討、偽・誤情報対策についての透明性・アカウントビリティの確保を提言した。

会議後期では、[中間報告書](#)の提言を踏まえた取り組み状況について、LINE ヤフーのサービスであるLINE 及び Yahoo! JAPAN の担当者から報告を受けた。その結果、偽・誤情報に対して提言を踏まえた取組みが実施されていることを確認した。取り組み状況の詳細については別添資料を参照頂きたいが、有識者会議としては特に、予防及び未然防止に関する取り組みとして、各分野の専門家や有識者がオースーやコメンテータとして記事の発信やコメント等を行う Yahoo!ニュースエキスパートの導入（Yahoo!ニュース）、ニュースへのコメント投稿に対する携帯電話番号を利用した認証の導入（Yahoo!ニュース）、若年層に向けた情報リテラシー向上のためのコンテンツ配信（LINE）等を評価した。また、事後対応については、ファクトチェック関連団体への支援（Yahoo!ニュース）、ニュースやコメントに対する「いいね」以外のリアクションボタンやユーザーのリアクション以外の要素をコメント表示順に反映させるコメント

多様化モデルの導入（Yahoo!ニュース）、オープンチャットルームでの投稿の非表示化（LINE）、等の取り組みを評価した。特にファクトチェック対応については、ファクトチェックの重要性についての認知・信頼向上やファクトチェック支援システムの開発に取り組む認定 NPO 法人ファクトチェック・イニシアティブへの参画や、セーファーインターネット協会に設立された日本ファクトチェックセンターへの資金援助など、具体的な対応に着手していることが確認された。

両サービスとも幅広く偽・誤情報対策を実施していることが確認される中で、コストのかかる取組みに対し、自主的な対応には限界があるのではないか、との懸念も生じたが、両社からは、広告収入を前提とするデジタルプラットフォーム事業者として、偽・誤情報対策に注力することは、結果的にプラットフォームとしての価値向上につながり、広告価値を高めることにつながる、との見解が示された。他方で、自主規制のための基準作りと表現の自由とのバランス等、自主的な対応の難しさについても言及があった。

有識者会議からは、デジタルプラットフォーム事業者と新聞社、テレビ局、雑誌社等の伝統的メディアとの協力が、偽・誤情報対策においても必要不可欠であるとの指摘も行った。現状、Yahoo! JAPAN 及び LINE 両サービスは、それぞれのニュースポータル事業の運営に当たり、マスメディアを中心とする媒体社から記事の配信を受けている。他方、近年では、マスメディアもオンライン配信事業の一環として、これらのニュースポータル上での記事配信も重視しているものと考えられる。マスメディアについては、ジャーナリズムを担う存在として、社会的に意義のあるコンテンツを作る努力をしていく必要があることはもちろんであるが、デジタルプラットフォーム事業者においても、取材に基づく記事の配信とそうでない配信とをユーザーが判別しやすくなるように工夫したり、利益配分に差異をつけたりする取組みの検討が必要である。

最後に、偽・誤情報や誹謗中傷対策において、プラットフォームに日々投稿されるコンテンツの量を鑑みれば、有害なコンテンツを完全にゼロにすることは難しいことも、指摘する必要がある。とあるプラットフォームにおいては、1 日 1 億件にもものぼるコンテンツを審査しており、仮に 99%の精度で審査したとしても、プラットフォーム上に残ってしまう偽・誤情報等のコンテンツは 1 万件程度とそれなりのボリュームとなる。デジタルプラットフォーム事業者の自主的な取組みによる対応には限界があること、偽・誤情報の問題は多くのステークホルダーが協力しながら取り組むべき課題であることを、社会全体が認識することが重要である。

第二節 最終報告における有識者会議からデジタルプラットフォーム事業者への提言

後期有識者会議では、デジタル化によって変化する情報発信と受信の在り方、デジタル化が与える選挙への影響、デジタル空間の安全保障について、各分野の専門家を交えながら議論を行い、デジタルプラットフォーム事業者に対する新たな提言をまとめた。会議前期において議論された偽・誤情報の問題は、会議後期における各トピックとも密接に関わっており、提言の一部は[中間報告書](#)での提言と重複する部分もある。しかしながら、会議後期においてはより幅広い観点、特に安全保障という観点も盛り込みつつ、デジタルプラットフォーム事業者がデジタル時代における民主主義を守るため、どのような貢献が出来るのかを検討し、整理した。

- 民主主義に対する外部からの攻撃がデジタルプラットフォームを介して行われることを認識し、政府等のステークホルダーとともに適切な防衛策を講じる
民主主義、特に選挙に基づく議会制民主主義に対する攻撃は、偽・誤情報の流布を通じた被攻撃国内部の混乱の惹起という形式で実施されることが多い。そのため、第三者ファクトチェック機関との連携等、中間報告で提起されたファクトチェックの活用は、議会制民主主義を守るためにも非常に重要な要素となる。また、攻撃がデジタルプラットフォームを介して行われるということは、攻撃手法やパターンに関する情報がデジタルプラットフォーム事業者に集まることを意味しており、法令に基づいた上で、政府に対して情報開示を行なうべきか、行う場合の透明性確保等の自主規制をどう考えるべきかについての検討も必要である。
- 偽・誤情報対策へ継続的に関与する
偽・誤情報対策は、情報空間で生じる問題のほとんどに関わる重要な課題である。ファクトチェックを支えるための施策が既に実行されているものの、こうした取組は一朝一夕で効果が出るものではなく、デジタル化社会が継続する限りセットで実施されていく必要がある。偽・誤情報対策への継続的な関与に加え、今後は国内外のデジタルプラットフォーム事業者やメディアとの意見交換や協力を促進し、健全なデジタル空間維持のための活動を広げていくべきである。
- 政府に対する情報開示についての社内ガイドラインを整備し、ステークホルダーに向けて透明性レポート等を通じた情報開示を行う
民主主義国家において、政府との関係を透明化することは必要不可欠である。選挙の防衛とプライバシー保護のバランスをとるためにも、意思決定の拠り所となるガイドライン等を整備し、政府との協力における意思決定過程をステークホルダーが評価できるようにしておく必要がある。
- サイバーセキュリティやインテリジェンスにおける、官民の人的交流を促す
選挙制度が外国からの攻撃対象となっている状況を鑑みれば、その攻撃への対応に当たっては、安全保障や防衛の観点からのサイバーセキュリティやインテリジェンスの知見が必要となる。他方、その攻撃が民間のデジタルプラットフォームを介して行われている以上、デジタルプラットフォームを運営する民間企業の視点を踏まえなければ、効果的な対策を実施することは出来ない。日本ではこれまであまり積極的に行われてきたとは言い難い官民の人的交流については、まず人材流動性が比較的高い民間側からアクションを起こすことが期待される。
- 誹謗中傷やクリックベイト等の有害なコンテンツに対し、業界基準や自主基準に基づく利益配分の傾斜付けや非表示、削除等を通じたコンテンツモデレーションを実施する
自社プラットフォームに投稿されるコンテンツに対するガイドラインを明確化し、違反するコンテンツの非表示や削除を行う。業界団体等で基準に関する議論を行い、その内容を社会に向けて発信す

る等、基準に対する社会的コンセンサスを醸成することにより、過度な規制に対する懸念を緩和する努力も求められる。

- ユーザーが発信者の信頼性を自ら判断する際の補助となる情報を公開する
ジャーナリズムを担う機関としての高い職業倫理に基づく運営が前提とされる既存のマスメディアや、ファクト・実証に基づき発信を行う専門家等と、PV を稼ぐことだけを目的とするような発信者が同等に扱われている現状への対応としては、Originator Profile と呼ばれるような発信者の真正性を確認できる仕組みの導入や、一部高い信頼性を持つ発信者を認証する等の対応が想定される。デジタルプラットフォーム事業者としての中立性を確保するためには、認証の付与を第三者機関等に委託することも検討すべきだろう。近年、高度な生成 AI へのアクセスが容易になったことで、あたかも事実であるかのような偽のコンテンツを誰でも簡単に作成できるようになっており、発信者情報はユーザーが情報の質を検討する上でこれまで以上に重要になってくると考えられる。こうした状況を踏まえ、生成 AI が作成したコンテンツについては、ユーザーがその事実を認識できるようラベルを付与する等の検討も必要である。
- ユーザーが報道機関や公的機関の発信とそうでない発信とを判別しやすいようにする
あらゆる情報が個人に対してカスタマイズされ 1 つのページに集約されるウェブメディアの時代においては、公的機関の発信も真偽不明のエンタメ情報も、切り分けられることなく同じ形式で配信されている。新聞の種類や紙面のページによってコンテンツの性質が異なることを常識と考える世代とは違い、デジタルネイティブ世代はそうした差異を視覚的に認識する経験に乏しいことも、メディアリテラシー向上の阻害要因となっている可能性がある。そのため、事実とオピニオンでラベル分けをする等、視覚的に分かりやすい区分けを導入する必要がある。
- 発信者に対して良質なコンテンツの作成を促すため、PV 以外の評価指標を導入する
調査報道等のジャーナリズムに基づくコンテンツ等、キャッチーではなくとも社会的に必要とされる情報を配信することが収益につながるようなプラットフォーム設計が求められる。ユーザー評価についても、「いいね」といった感情誘発的なアクションではなく、コンテンツの意義を評価するようなアクションを促す仕組みを導入することが考えられる。
- 受信者（ユーザー）に対して良質な情報へのアクセスを促すための、インセンティブ付与やリテラシー向上のための施策を行う
特定の記事の閲覧が社会貢献になる（PV に応じて寄付が行われる）等、ユーザーが能動的に情報の取舍選択を行えるようなインセンティブを付与したり、ユーザーに情報の受け手として脆弱な立場にいることを理解してもらうための啓蒙活動を行ったりすることが求められる。

以上にあげた提言には、一デジタルプラットフォーム事業者だけで実施することは難しいものもあるが、第一節の最後でも指摘した通り、ステークホルダーとの協力は必要不可欠であり、日本を代表するデジタル

プラットフォーム事業者である LINE ヤフーには、政府をはじめとするステークホルダーとの議論をリードしていく役割も期待したい。デジタルプラットフォームが民主主義に対する挑戦ではなく可能性を提示する場として発展していくためには、政府から市民まで、幅広く社会全体からの信頼を獲得することが必要不可欠である。デジタル時代の民主主義を健全に機能させるためには、表現の自由や通信の秘密といった基本的人権を守りつつ、必要なルールの策定や倫理規範の構築などによってデジタル空間の秩序を確保することが求められる。社会からの信頼を得るためには、デジタルプラットフォーム事業者が両者のバランス確保に真摯に向き合い、デジタル空間をより良い場所にするための施策に取り組んでいることが広く理解されるよう、施策の実施や各ステークホルダーとの議論について、社会に対して高い透明性を担保していくことが重要である。

おわりに

デジタル化によって情報流通の在り方や情報空間そのものは大きく変化した。誰でも簡単に情報発信が可能となったことにより、これまで法規制、規範、組織、モラル、自浄作用等によってある程度の秩序が保たれていた情報空間は、玉石混交の大量の情報が行き交うカオスな空間へと変化している。私たちの生活は、民主主義すなわち「基本的事実に基づく議論を通じた合意の形成」の積み重ねの上に成り立っているが、基本的事実を見極め、議論の前提として社会全体が共有することが難しくなっている。生成 AI の登場により、この状況はさらに加速するだろう。

他方、社会制度はその変化にまだ完全には追いついていないとは言えない。個人の発信の場であるデジタルプラットフォームサービスはまだ誕生したばかりであり、伝統的マスメディアが事業の前提としていたような法規制や職業倫理等もまだ確立していないのである。そもそも、デジタルプラットフォーム事業者が、情報の取捨選択を行う編集権を持つのかどうかについてすら、まだ議論が始まったばかりであり、民主主義を支える基盤としてどこまで社会的責任を負うべきなのかについても、答えは出ていない。

しかし、デジタル化による情報空間の変化は本有識者会議でも見てきた通り、既に社会にとって無視できない影響を及ぼし始めているのであり、健全な情報流通を実現するための社会制度のあり方に関する議論は待たなしの状況である。もちろん、表現の自由や人々の声を可視化するツールとしての利便性を担保しつつ、デジタルプラットフォームや情報空間を悪意のある人々から守るための仕組みづくりや取組みは簡単な道のりではない。その責務は、情報空間にかかわる全てのステークホルダーにかかわるものであるが、LINE ヤフー社が日本を代表するデジタルプラットフォーム事業者としてこのような有識者会議を設置したことには大きな意味があると思う。有識者会議としての提案を一つの契機として、業界全体での議論が深まることを期待したい。

ヤフー株式会社及び LINE 株式会社による偽情報等への対策事例

Z ホールディングス株式会社（現 LINE ヤフー株式会社）が 2023 年 7 月 25 日に開催した後期第 5 回本有識者会議において、ヤフー株式会社、LINE 株式会社からそれぞれ昨今取り組んでいる偽情報等への対策事例について発表があった。

【ヤフー株式会社】

1. ファクト情報の伝達・支援

- Yahoo!ニュースのトピックスでは、偽情報等の打ち消し記事や偽情報等への注意喚起記事を積極的に掲載している。
- Yahoo!ニュースでは、専門家が執筆した論考を掲載している。また、Yahoo!ニュース コメントでは、専門家によるコメントを優先的に表示している。さらに、専門家の監修・協力を受けて啓蒙啓発コンテンツを自社内で作成し、Yahoo!ニュースに掲載している。
- 日本ファクトチェックセンターやファクトチェック・イニシアティブ・ジャパンといったファクトチェック関連団体へ資金を提供している。また、日本ファクトチェックセンターと Yahoo!ニュースで媒体社契約を締結し、日本ファクトチェックセンターで作成されたファクトチェック記事を Yahoo!ニュースやタイムライン上に掲載している。さらに、新型コロナウイルス感染症やロシアによるウクライナ侵攻、国政選挙等について取り上げる特設サイトを開設する際には、ファクトチェック・イニシアティブ・ジャパンと連携をし、ファクトチェック・イニシアティブ・ジャパンのコンテンツに案内する導線を作る等している。
- ユーザーが Yahoo!検索を利用した際に、ユーザーが求める情報を推測し、信頼できる情報（公的機関による発信情報や専門家監修の情報等）を検索結果の上部に表示させ、ユーザーに正確な情報を届きやすくしている。

2. 啓蒙啓発リテラシー向上

- 立教大学や武蔵大学と連携し、全国の中学校、高校、大学、社会人講座といった教育現場でリテラシー講座を提供している。

- Yahoo!ニュースでは、新型コロナウイルス感染症やロシアによるウクライナ侵攻、国政選挙等について取り上げる特設サイトを設置し、専門家監修のもと、分かりやすさ、伝わりやすさを重視した独自コンテンツを掲載している。
 - インターネット利用全般のリテラシー向上を目指した企画（SNS の利用、偽情報等への対策、インターネットショッピング、セキュリティ対策等、インターネットを利用する上で身につけておきたい基礎知識を学べるテスト）を実施している。
 - 偽情報等に特化したユーザーの情報摂取習慣を測る企画を実施している。
3. サービス運用による対策
- Yahoo!ニュース コメントや Yahoo!知恵袋といった UGC 系機能のガイドラインに、禁止事項として「明らかな偽情報に関する投稿」を定めている。また、公的機関が発出する情報に明らかに反する投稿については、削除対応を実施している。
 - Yahoo!知恵袋に新型コロナウイルス感染症に関連した投稿がなされた際に、投稿ページの上部に、厚生労働省や首相官邸等の公的機関のウェブサイトを案内する取り組みを行っている。
4. 透明性・アカウントビリティの確保に向けた取り組み
- メディア透明性レポートにて、違反行為への対応状況やユーザーからの削除申告への対応状況等について公開している。
 - 総務省が開催しているプラットフォームサービスに関する研究会におけるヒアリングで、ヤフー株式会社の偽情報等への対策に関する情報開示を行っている。

【LINE 株式会社】

1. 予防・未然防止の取り組み
- LINE や LINE オープンチャットの利用規約では、虚偽の情報の流布等の禁止行為を明示するとともに、公式サイト等を通じて、その時々的情勢に応じた注意事項の周知を行っている。

- LINE NEWS では、掲載ポリシーに則り、配信記事がガイドラインに抵触していないかニュース配信前に確認したり、配信記事に対してファクトチェックを含む校正・校閲を実施したりしている。また、配信時にはコンテンツをモニタリングし、不適切なコンテンツが配信されていないか確認している。
- 新型コロナウイルス感染症に関連するデマ拡散に対応すべく、ユーザーが新型コロナウイルス感染症に関する最新情報にアクセスしやすいよう、LINE アプリ内のニュースタブに新型コロナウイルス感染症の特設タブを設置している（2020年～2023年4月の期間で実施）。
- 一定の信頼性を確保していると判断できた LINE オープンチャットのトークルームに「公式認証バッジ」を表示し、ユーザーがより安全安心にサービスを利用できるよう設計している。
- 一般財団法人 LINE みらい財団を通じて、青少年の健全なインターネット利用を啓発するための情報モラル教材や災害時における偽情報や真偽不明な情報を見極める方法を伝える情報防災教材を専門家と共同開発している。また、全国の学校や自治体、関係機関において、教材提供やオンライン出前授業を無償で実施している。
- 自治体の行政 DX 推進をサポートするため「地域で考えるスマートフォン・SNS 活用講座」といったリテラシー教育コンテンツを自治体へ無償で提供している。また、社会課題や分かりにくい時事ネタを分かりやすく解説する動画コンテンツを、政府や報道機関、医師等の監修を受けてコンテンツの信頼性を確保した上で、各機関、団体へ無償で提供している。

2. 事後対応

- LINE NEWS では、公共性、公益性の高い情報をユーザーの目に入りやすい位置に優先的に配置している。
- LINE NEWS には「フェイクニュースや誤情報への注意喚起」のコーナーを設置し、信頼できる情報発信者として選定した公的機関や NHK をはじめとするサイトの情報を掲示している。
- LINE オープンチャットでは、偽情報の拡散につながるおそれがある情報をユーザーの目につきにくくするための警告表示を行っている。
- LINE オープンチャット、LINE VOOM 等のサービスでは、機械的なチェックと人の目によるチェックを通じて、規約や法令に反するコンテンツを非表示にする取組みをしている。また、LINE オープンチャットでは、誹謗中傷等の迷惑行為への対策として、NG キーワードの自動非表示機能やブロック機能等を設置している。

- 各サービスにおいて、通報窓口を設置するとともに、名誉毀損・プライバシー侵害等に関するユーザーからの削除申告に対応している。

3. 透明性・アカウントビリティの確保に向けた取組み

- LINE Transparency Report にて、違反行為への対応状況やユーザーからの削除申告への対応状況について公開している。
- LINE オープンチャットでは、安心・安全ガイドラインを定めて、禁止行為を公表している。また、誹謗中傷に該当する可能性のある行為や誹謗中傷等にあたりと判断された場合の措置等を公表し、トークルームに入室する際にポップアップで警告している。
- 総務省が開催しているプラットフォームサービスに関する研究会におけるヒアリングで、LINE 株式会社の偽情報等への対策に関する情報開示を行っている。