

レスキューサービスに関する 消費者問題について

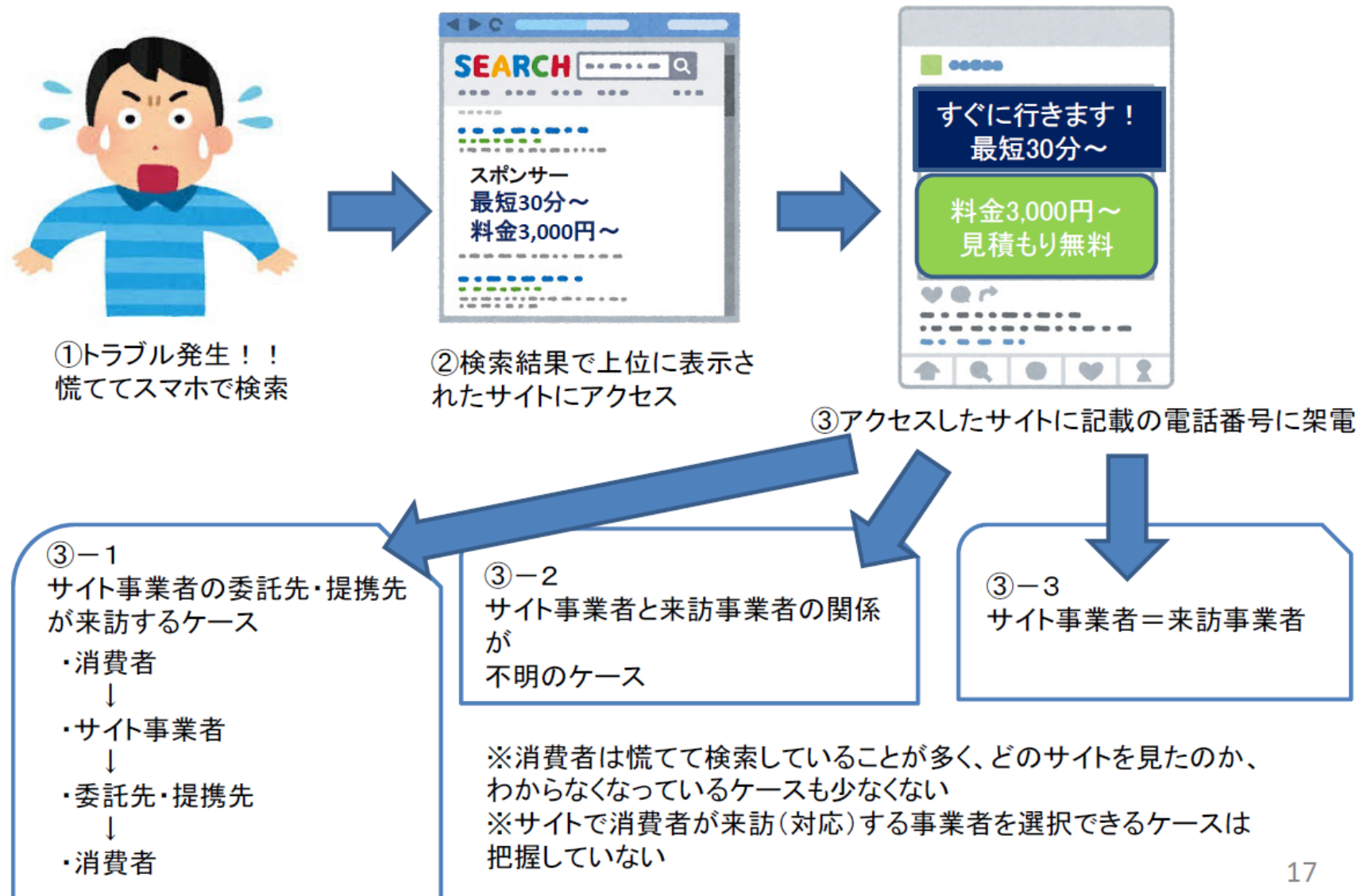
第458回消費者委員会本会議

2025/4/22

東京大学大学院法学政治学研究科教授

宍戸 常寿

(参考)暮らしのレスキューサービスに係る事業者について (イメージ図)



2 消費者法の対象主体とその考え方

消費者概念の再考

消費者法が捉えるべき消費者

非事業者 事業者として活動するのではない自然人



生活者 生活空間における主体である生活者

消費者の脆弱性への対応

一般的・平均的・合理的消費者

(情報・交渉力格差是正により本来の「強い消費者」に)

現実の消費者

(情報等が与えられても不合理な行動をしてしまう脆弱性)

過干渉の危険

客観的に公正で合理的な状態を確保するアプローチ

消費者の自律性を回復・確保するアプローチ

「金銭を支払う人」として以外の「消費者」

デジタル化の進展・情報過剰社会においては、

消費行動の対価として金銭を支払う者



情報、時間、
関心・アテンション
を提供する生活者

消費者

事業者の多様性の考慮

悪質性の度合いに応じた対応

優良な事業者

悪質な事業者

グラデーションのある規律

事業者による不適切な状況の是正を許容し評価する仕組み

行政規制だけでなく刑事規制も視野に入れた対応

事業者の悪質性

- 不当な行為と知りつつ実行するのか（事前の評価軸）
- 消費者被害の解消・救済を拒否するのか（事後の評価軸）

対象主体の広がり

取引当事者である消費者に依拠する者

生活者としての消費者の「幸福」まで射程範囲

消費者法

範囲の限定

取引当事者である消費者と、生活を共にし、依拠している者の「幸福」の実現も考慮

取引基盤の提供者等

消費者法

取引当事者ではないが、取引に影響を与える主体も視野に入れた制度設計

プラットフォーム、決済機能提供者、情報・広告提供者

行政・民間の役割の再考

国（行政）の機能拡充

規制者としての役割の拡充

- 規制のスマート化（規制権限の統合的な執行 等）
- 規制のソフト化（公私協働による適正性評価、インセンティブ設計 等）

支援者としての役割の拡充

- 消費者の脆弱性をカバーする仕組みの見える化（消費者（団体）を強化し発信を支援）
- 消費者の脆弱性をカバーする技術を実装する事業者の支援

トラストツーカーとしての役割の拡充

- 消費者取引に必要な情報基盤の確保、消費者の情報調査・評価コストの縮減による情報利活用のための環境整備（情報発信主体の信用性の担保、情報発信者の真正性の確認）

民間団体の役割の拡大

客観的価値実現のために、法・制度による介入度合いが増す。経済的不合理・過干渉の弊害を排除するため民間団体の参画が必要

消費者団体

- 適格消費者団体（制度）が新たな役割を担う可能性（デジタルデザインの監視・評価 等）
- 新たな役割に対応できる消費者団体の在り方の検討

事業者団体

- 組織横断的なガバナンス機能
- 適正性評価等における役割分担

○ その他の団体との連携も検討（デジタルサービスデザインの専門家、高齢者ケアサポート団体 等）

3 消費者法に何が必要か①

デジタル化の進展が法にもたらす影響

技術が果たす役割、法と技術の関係の整理

- 法だけでなく技術も取引の在り方を規律する
- デジタル社会における取引は、法律の外側でデジタル技術によって広く規定される

適切に構築された技術は安全・公正な取引を担保する

デジタル取引において消費者の脆弱性はより顕在化しがちであり、かつ技術によって脆弱性が容易に引き出される
◆ ダークパターンの問題性はデジタル取引の場でクローズアップ

消費者法

- 技術が果たす役割・可能性との関係で対処・規制が必要な場面を整理し構築していく必要（技術の使い方に関する規律、倫理的創造性に基づく技術開発・実装を行うインセンティブ設計、サブスクリプション型契約の規律 等）
- デジタルプラットフォーマーが自ら適切な規律を実践することができる仕組みの構築

A I の発展・普及が消費者法に与える影響

- A I が人間どうしの取引で考える必要がなかった新たな状況を生み出している

A I は人には扱うことのできない大量の情報を統計的に処理する

A I による取引の「個別化」

法制度における人の真意・内心

- ◆ 統計的に必然的に生じる誤推定の問題
- ◆ 情報処理能力という新たな非対称性による消費者と事業者の格差の拡大

消費者法

- A I 等の技術が取引を規律することを前提に、そこでの規律の在り方を担保する（体制整備義務、透明性確保、事後的監査の仕組み 等）
- 消費者によるA I の活用（消費者のニーズの推定・選択支援、多様な脆弱性を「個別化」して補完 等）

社会の多様化・複雑化に対応して新たに必要になる規律

多様な主体への対応

高齢化が急速に進展

加齢により認知機能が低下した消費者による取引を、少数・例外として対応することは不可能・不適切

デジタル化の進展・情報過剰により社会が複雑化

軽度認知障害、発達障害、境界知能など判断力が十全でない原因が多様化

- 相当割合の国民、あるいは多くの人が人生の相当長期にわたって、種々の類型的・属性的脆弱性に起因する認知機能上の課題を抱えている社会を前提とした規律や仕組みの構築が必要
- 類型的・属性的脆弱性に対し、成年後見制度のみで消費者取引における多種多様な問題に柔軟に対応することは困難

消費者法

- 消費者本人の意思を保存し、判断をサポートする仕組みの導入
- 認知機能や判断能力を推定する技術の利活用の促進

多様な主体が安心して消費者取引を続けることができる社会の実現

取引の国際化への対応

- デジタル化の進展により消費者取引における「越境取引」が普遍化

日本の消費者市場で日本の消費者を対象に事業をする事業者

消費者法

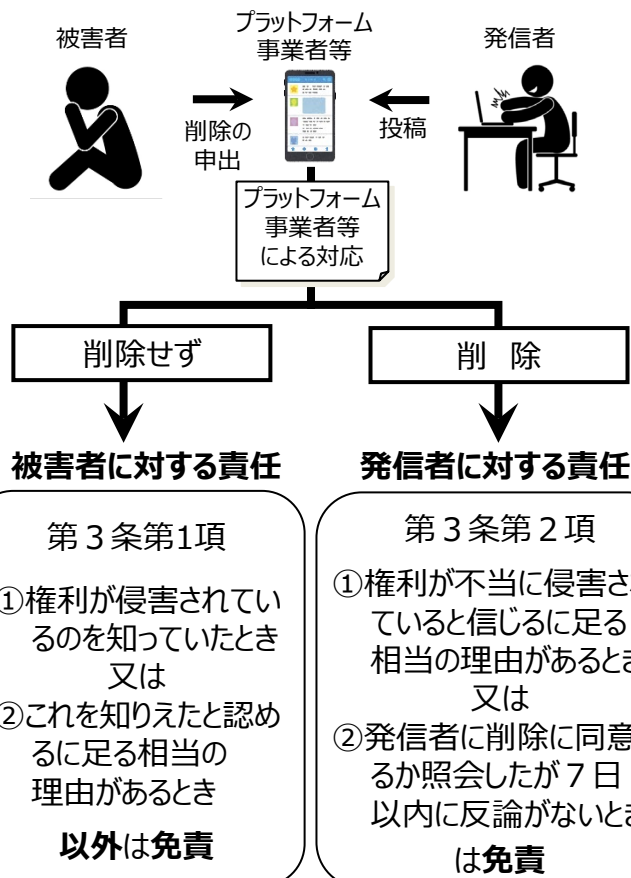
- 消費者取引に係る日本法による消費者保護の確保（準拠法に関する規律の在り方の検討）
- 行政法規等の規制のエンフォースメントが重要（国内窓口の確保、企業名公表、プラットフォームを介した仕組み、海外執行機関との情報共有の強化）
- プラットフォーマーによる適切な規律の実践が重要（円滑な紛争処理を可能にする仕組み）

情報流通プラットフォーム対処法（旧プロバイダ責任制限法）

（特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律（平成13年法律第137号））

インターネット上の違法・有害情報の流通が社会問題となっていることを踏まえ、**「被害者救済」と発信者の「表現の自由」**という重要な権利・利益のバランスに配慮しつつ、プラットフォーム事業者等がインターネット上の権利侵害等への対処を適切に行うことができるようするための法制度を整備するもの。

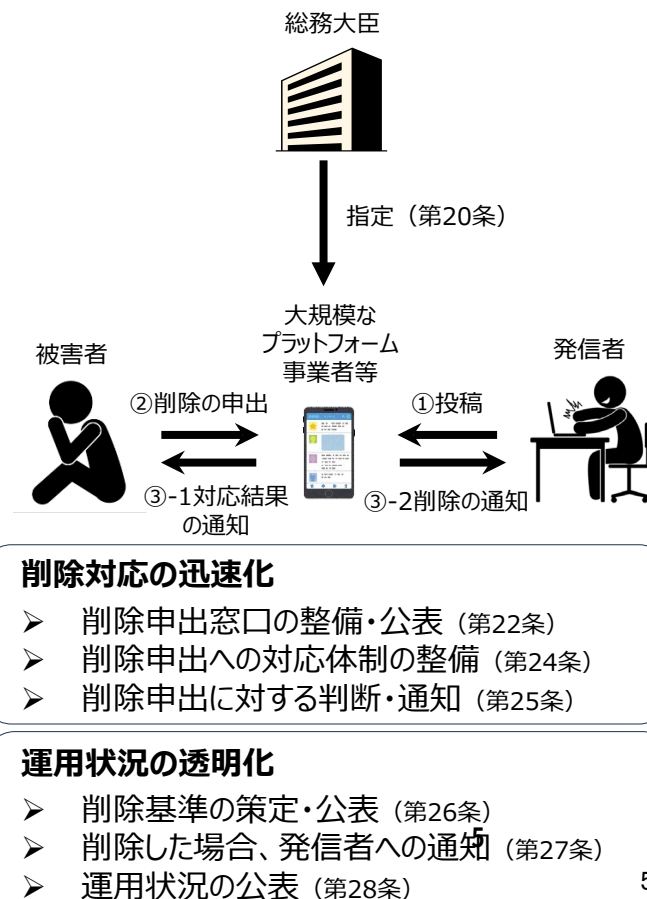
①プラットフォーム事業者等の 免責要件の明確化



②発信者情報の開示



③大規模なプラットフォーム事業者等の義務



特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律第26条に関するガイドライン（令和7年3月11日制定、総務省）

2-1-6. 消費者取引における表示関係

- (1) 不当表示（景品表示法¹⁹（昭和37年法律第134号）第5条第1号から第3号まで、第48条）

景品表示法上の事業者（同法第2条第1項）が、自己の供給する商品又は役務の取引について、優良誤認表示（同法第5条第1号）、有利誤認表示（同法第5条第2号）若しくはその他内閣総理大臣が指定する不当表示（同法第5条第3号）をインターネット上で行った場合又は優良誤認表示・有利誤認表示をインターネット上で故意に行った場合（同法第48条）、景品表示法に違反し得る。

以下のような情報は、当該情報をインターネット上に流通させる等の行為が景品表示法違反（同法第5条第1号、第2号又は第3号違反）の要件に該当する情報であると判断することができる。

（優良誤認表示）

- 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

（有利誤認表示）

- 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

（内閣総理大臣が指定する不当表示）

- 内閣総理大臣が指定する不当表示としては次の7つのものがある。
 - ① 無果汁の清涼飲料水等についての表示（昭和48年公正取引委員会告示第4号）
 - ② 商品の原産国に関する不当な表示（昭和48年公正取引委員会告示第34号）
 - ③ 消費者信用の融資費用に関する不当な表示（昭和55年公正取引委員会告示第13号）
 - ④ 不動産のおとり広告に関する表示（昭和55年公正取引委員会告示第14号）
 - ⑤ おとり広告に関する表示（平成5年公正取引委員会告示第17号）
 - ⑥ 有料老人ホームに関する不当な表示（平成16年公正取引委員会告示第3号）
 - ⑦ 一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示

¹⁹ 正式名称は、「不当景品類及び不当表示防止法」という。

(令和 5 年内閣府告示)

(2) 誇大広告等(特定商取引法²⁰(昭和 51 年法律第 57 号)第 12 条)

特定商取引法上の通信販売(同法第 2 条第 2 項)を行う販売業者又は役務提供事業者が、誇大広告等(同法 12 条)をインターネット上で行った場合、特定商取引法に違反し得る。

以下のような表示(広告)は、当該表示をインターネット上に流通させる等の行為が特定商取引法違反(同法第 12 条違反)の要件に該当するものと判断することができる。

(誇大広告等)

- 通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときに、当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品若しくは当該権利の売買契約又は当該役務の役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項等について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示

2-1-7. 銃刀法関係

(1) 拳銃等の所持罪等に当たる行為を、公然、あおり、又は唆す行為(銃刀法²¹(昭和 33 年法律第 6 号)第 32 条第 7 号)

拳銃等の所持罪等に当たる行為を、あおり、又は唆す行為に該当する情報をインターネット上で流通させた場合、関係法令に違反し得る。

次の要件(①、②)をいずれも満たす情報は、当該情報を公然とインターネット上に流通させる等の行為が銃刀法違反(拳銃等の所持罪等に当たる行為を、公然、あおり、又は唆す罪)の構成要件に該当する情報であると判断することができる。

① 拳銃等の所持罪等に当たる行為に関するものであること

- 拳銃等を所持した罪に当たる行為又は人の生命、身体若しくは財産を害する目的で銃砲等(拳銃等を除く。)を所持した罪に当たる行為に関するものであること

② あおり、又は唆すものであること

- 人に対して、①の行為の決意を生じさせるような、又は既に生じている決意を助長させるような勢いのある刺激を与えるものであること

2-1-8. その他

上記のほか、インターネット上における流通が法令に違反する情報。

例)

²⁰ 正式名称は、「特定商取引に関する法律」という。

²¹ 正式名称は、「銃砲刀剣類所持等取締法」という。

デジタル空間における情報流通を取り巻く環境の変化

- デジタル空間における情報流通を巡っては、**偽・誤情報の流通・拡散等のリスク**、それをもたらす**アテンション・エコノミー**(※1)や**フィルターバブル**(※2)等の**構造的リスク**が存在。さらに、生成AI等の新たな技術やサービスの進展・普及によって、このようなリスクが加速化するおそれ。
- デジタル空間における情報伝送PFサービスの現状等を整理し、情報流通を巡るリスク・問題を整理。

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

- **情報伝送PFサービスは、国民生活や社会経済活動等に広く・深く浸透**
(人々は情報収集だけでなく発信手段としてサービスを利用。企業や行政による発信や企業等によるデジタル広告出稿も増加 等)
- **情報伝送PFサービスの情報流通の場としての公益性の高まり**
(人々の主な情報収集先は伝統メディアから情報伝送PFサービスへ。災害時の情報収集手段としてもSNS等が活用 等)
- **新たな技術やサービスの進展・普及に伴う変化**
(生成AI等の新たな技術・サービスの進展・普及によるネット上のコンテンツの多様化 等)

デジタル空間における情報流通を巡るリスク・問題

- **偽・誤情報等、なりすまし型「偽広告」等の流通・拡散**、信頼性のある情報の相対的な減少
- **アテンション・エコノミーやフィルターバブル等、情報伝送PFサービスの特徴等により生み出される構造的なリスク・問題**
- **上記を加速化させるリスク・問題** (新技術やサービスの進展・普及、地政学上のリスク・問題等)
 - 特に、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
(令和6年能登半島地震等における偽・誤情報等の流通・拡散等)

(※1) 情報過多の社会において、供給される情報量に比して、人々が支払えるアテンションないし消費時間が希少となることから、それらが経済的価値をもって市場で流通するような経済モデル (※2) アルゴリズムによって、インターネット上で、利用者個人のクリック履歴に基づく情報が優先的に表示される結果、自身の考え方や価値観に近い情報ばかりに囲まれる、いわば「泡」の中に包まれるような状態

- 偽・誤情報等の流通・拡散をはじめとするデジタル空間における情報流通を巡るリスク・問題は、**実空間への影響も顕在化・深刻化**。
- 現在、デジタル空間における情報流通を巡るリスク・問題に対して、**様々なステークホルダーが自主的に様々な対応**をしてきている状況にあるが、対応は区々であり、**ステークホルダー間におけるこれまでの連携・協力も必ずしも十分とはいえない**状況。
- 情報伝送PF事業者においては、偽・誤情報等への対応として、ステークホルダーとの連携・協力を通じた一層の取組が必要。
- また、特に**多くの外国の情報伝送PF事業者**においては、日本国内の状況を踏まえた取組に関する明確な回答がなかったことに鑑みても、**透明性・アカウンタビリティの確保は総じて不十分**であり、事業者による行動規範策定の取組が白紙の状況となっているなど、自主的な取組のみには期待できない状況であり、具体的な対応が必要。

ステークホルダーの例

研究機関

地方公共団体

ファクトチェック関連
団体

情報伝送PF
事業者

政府

広告関連
事業者・団体

伝統的メディア

消費者団体

- 日本においても、諸外国と同様、ステークホルダーの個々の自主的な取組だけでは情報流通の健全性が脅かされ、ひいては実空間への負の影響を看過し得なくなるという強い危機感を持ち、ステークホルダーがより一層連携・協力して対応していくことが必要な時期にある。
- デジタル空間の情報流通の健全性を確保するためには、情報流通を巡るリスク・課題を十分に分析し、短期的な止血としての即効性のある対応を進めつつ、中長期的な視野からの対応も並行して進めることが必要。
- また、情報流通の各過程である「発信」・「伝送」・「受信」に係る様々なステークホルダーが相互に連携・協力して、在るべき方向性について同一の認識を持った上で不断に対応していくことが効果的・効率的。
- 情報流通に携わる幅広いステークホルダーの間で、健全性確保に向けた「基本理念」を明確化・共有した上で、「総合的な対策」を実施していくという共通認識としていくことが必要。



- ◆ 各ステークホルダーがどのような責務・役割を遂行して情報流通を巡るリスク・課題への対応を実施するべきかを「基本理念」として整理・明確化。
- ◆ そのための具体的な方策としてどのステークホルダーがどのような対策を講ずる必要があるのか等、「総合的な対策」を検討し、ステークホルダーの連携・協力の下で、迅速かつ効果的・効率的に対応を進めていくことが必要。

情報流通過程全体に共通する高次の基本理念

- **表現の自由と知る権利の実質的保障及びこれらを通じた法の支配と民主主義の実現**
…自由な情報発信と多様な情報摂取の機会が保障され、個人の自律的な意思決定が保護されるとともに、これを通じ、表現の自由や知る権利以外の様々な権利利益（営業の自由など）にも配慮したルールに基づく健全な民主的ガバナンスが実現すること
- **安心かつ安全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**
…平時・有事（災害発生時等）を通じ、アテンション・エコノミーを構造的要因とするものを含め、偽・誤情報や悪意ある情報の流通による権利侵害、社会的混乱その他のフィジカル空間への影響が抑止されるとともに、情報流通の過程全体を通じ、サイバー攻撃や安全保障上の脅威等への対抗力が確保された強靱なデジタル空間が実現すること
- **国内外のマルチステークホルダーによる国際的かつ安定的で継続的な連携・協力**
…デジタル空間に国境がないことを踏まえ、国内外の民産学官を含むマルチステークホルダーが相互に連携・協力しながらデジタル空間における情報流通に関するガバナンスの在り方について安定的かつ継続的に関与できる枠組みが確保されていること

情報流通の過程ごとに具体化

情報発信に関する基本理念

- **自由かつ責任ある発信の確保**
…自由かつ、ジャーナリズムやリテラシーに裏付けられた責任ある発信が確保されていること
- **信頼できるコンテンツの持続可能な制作・発信の実現**
…信頼できる魅力的なコンテンツの制作・発信（ファクトチェックを含む）に向けたリソースが安定的かつ継続的に確保され、そうした活動の透明性が確保されるとともに、その価値が正当に評価されていること

情報受信に関する基本理念

- **リテラシーの確保**
…受信者において技術的事項を含むリテラシーが確保され、デジタル社会の一員としてデジタル空間における情報流通の仕組みやリスクを理解し、行動できること
- **多様な個人に対する情報へのアクセス保障とエンパワーメント**
…個人の属性・認知的能力や置かれた状況の多様性を考慮しつつ、あらゆる個人に対してデジタル空間における情報流通への参画と意思決定の自律性確保の機会が与えられていること

情報伝送に関する基本理念

- **公平・オープンかつ多角的な情報伝送**
…多角的で信頼できる情報源が発信する情報が偏りなく伝送（媒介等）されていること
- **情報伝送に関わる各ステークホルダーによる取組の透明性とアカウントビリティの確保**
…プラットフォーム事業者や政府を含む関係者の取組・コミュニケーションの透明性が確保されるとともに、それらの取組等や透明性確保につき責任を負うべき主体・部門が特定され、明確であり、当該主体・部門から責任遂行状況について十分に説明してもらうことが可能な状態にあること
- **情報伝送に関わる各ステークホルダーによる利用者データの適正な取扱いと個人のプライバシー保護**
…個人情報を含む様々な利用者データの適正な収集・利活用とそれを通じた個人の意思決定の自律性が確保され、個人のプライバシーが保護されていること

各ステークホルダーに期待される役割・責務（抜粋）

➤ 政府

- ・ 内外のマルチステークホルダー間の相互連携・協力に基づく ガバナンスの基本的な枠組みの設計・調整
- ・ 民間部門による取組について、透明性・アカウンタビリティ確保の促進、コンテンツモデレーションによって生じる被害に対する救済手段の確保、教育・普及啓発、認知度向上等のファクトチェックの推進、研究や技術の開発・実証、人材育成の推進等を通じた支援 等

➤ 地方自治体

- ・ 情報発信主体の一つとして、地域内外への効果的な発信の実施と発信の信頼性向上に向けた体制の確立 等

【情報発信側】

➤ 伝統メディア（放送、新聞等）

- ・ 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の発信 等

➤ 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

- ・ 持続可能なファクトチェックの実現に向けたビジネスモデルの確立
- ・ 効果的かつ迅速なファクトチェックの実現 等

【情報伝送側】

➤ 情報伝送PF事業者

- ・ 自社サービスや、そのサービスに組み込まれたアルゴリズムを含むアーキテクチャがアテンション・エコノミーの下で情報流通の健全性に与える影響・リスクの適切な把握及び必要に応じたリスク軽減措置の実施
- ・ 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の一定の責任
- ・ 大規模な情報伝送PF事業者は、サービスの提供により情報流通についての公共的役割
- ・ 多くの人の間で正しい情報の適時な共有が求められる場面における、国民にとって必要な情報の確実かつ偏りない伝送
- ・ コンテンツモデレーションに関し、日本の法令等に精通する等の人材を確保・育成するとともに、全体の基準やその運用状況等のマクロ的、個別の発信者への理由説明や救済手段の確保等のミクロ的両面での透明性・アカウンタビリティ確保 等

➤ 広告仲介PFその他広告関連事業者

- ・ デジタル広告そのものや広告配信先メディアの質の確保に向けた取組の実施及びその透明性・アカウンタビリティの確保 等

【情報受信側】

➤ 利用者・消費者を含む市民社会

- ・ デジタル空間における情報流通に関するリスク・問題や構造の理解及びリテラシーの確保

➤ 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社会のリテラシー向上に向けた支援

➤ 教育・普及啓発・研究機関

- ・ 市民社会のリテラシー向上に向けた効果的な教育・普及活動
- ・ 情報流通の健全性に対するリスクの度合い・適切な軽減措置の在り方等に関する、ファクトやデータに基づく専門的研究・評価・分析

基本的な考え方

- ◆ サイバーセキュリティやプライバシー等の関連分野を踏まえた社会全体で対応する枠組み
- ◆ 信頼性のある情報の流通促進と違法・有害情報の流通抑制の両輪による対応
- ◆ 個人レベルとシステムレベルの両面及び相互作用による対応
- ◆ プレバンキングとデバンキング※の両輪による対応

※ プレバンキング：偽・誤情報等が流通・拡散する前の備え（リテラシー向上等）

デバンキング：偽・誤情報等が既に流通・拡散した状況での事後対応（ファクトチェック等）

- ◆ 流通・拡散する情報とそれに付随するデジタル広告への信頼性に対する相互依存関係を踏まえた対応

総合的な対策

1 普及啓発・リテラシー向上

- ① プレバンキングの効果検証等有効な方法及び取組の推進
- ② 普及啓発・リテラシー向上に関する施策の多様化
- ③ マルチステークホルダーによる連携・協力の拡大・強化

2 人材の確保・育成

- ① 検証報道等の信頼性のある情報を適時に発信する人材
- ② コンテンツモデレーション人材
- ③ リテラシー向上のための教える人材

3 社会全体へのファクトチェックの普及

- ① ファクトチェックの普及推進
- ② ファクトチェック人材の確保・育成
- ③ 関連するステークホルダーによる取組の推進

4 技術の研究開発・実証

- ① 偽・誤情報等対策技術
- ② 生成AIコンテンツ判別技術
- ③ デジタル広告関連技術

5 国際連携・協力

- ① 普及啓発・リテラシー向上・人材育成の国際連携・協力
- ② 偽・誤情報等対策技術の国際標準化・国際展開の推進
- ③ 欧米等とのバイやG7・OECD等とのマルチ連携・協力の推進

6 制度的な対応

- ① 情報伝送PF事業者による偽・誤情報への対応
- ② 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
- ③ マルチステークホルダーによる連携・協力の枠組みの整備
- ④ 広告の質の確保を通じた情報流通の健全性確保
- ⑤ 質の高いメディアへの広告配信に資する取組を通じた健全性確保

1 情報伝送PF事業者による偽・誤情報への対応

偽・誤情報に対するコンテンツモデレーション※の実効性確保策として、大規模な情報伝送PF事業者を対象とした次の方策を中心に、制度整備も含め、具体化を進めることが適当。

※特定のコンテンツの流通・拡散を抑止するために講ずる措置（情報削除、収益化停止等）。

①違法な偽・誤情報に対する対応の迅速化

- ・行政法規に抵触する違法な偽・誤情報に対し、行政機関からの申請を契機とした削除等の対応を迅速化（窓口整備、一定期間内の判断・通知 等）
- ・ただし、前提として、行政機関による申請状況の透明性確保等が不可欠

②違法な偽・誤情報の発信を繰り返す発信者への対応

- ・特に悪質な発信者に対する情報の削除やアカウントの停止・削除を確実に実施する方策について、その段階的な実施を含め具体化

③違法ではないが有害な偽・誤情報に対する対応

- ・違法ではないが有害な偽・誤情報への対応は、影響評価・軽減措置の実施を求める枠組みの活用を含め、事業者による取組を促す観点が重要
- ・こうした取組の実効性を補完する観点から、情報の可視性に直接の影響がないコンテンツモデレーション（収益化停止等）を中心とした対応について、迅速化や確実な実施を含め、利用者の表現の自由の保護とのバランスを踏まえながら具体化

④情報流通の態様に着目したコンテンツモデレーションの実施

- ・送信された情報の内容そのものの真偽に着目せず、情報流通の態様に着目してコンテンツモデレーションを実施する方策について具体化

⑤コンテンツモデレーションに関する透明性の確保

- ・基準や手続の策定・公表、人員等の体制に関する情報の公表 等

2 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

①情報伝送PF事業者による社会的影響の予測・軽減措置の実施

- ・情報伝送PF事業者のビジネスモデルがもたらす将来にわたる社会的影響を事前に予測し、軽減措置を検討・実施（サービスアーキテクチャの変更 等による対応）

②特に災害等における影響予測と事前の軽減措置の実施

3 マルチステークホルダーによる連携・協力の枠組みの整備

- ①連携・協力の目的（行動規範の策定・推進、軽減措置の検証・評価 等）
- ②協議会の設置
- ③協議会の役割・権限等

4 広告の質の確保を通じた情報流通の健全性確保

- ①広告事前審査の確実な実施と実効性向上
 - ・審査基準の策定・公表、審査体制の整備・透明化、本人確認の実施等
- ②事後的な広告掲載停止措置の透明性の確保
 - ・基準や手続の策定・公表、人員等の体制に関する情報の公表 等
- ③事後的な広告掲載停止措置の迅速化
 - ・外部からの申請窓口の整備・公表、一定期間内の判断・通知 等
- ④事後的な広告掲載停止措置の確実な実施

5 質の高いメディアへの広告配信に資する取組を通じた健全性確保

- ①広告主・代理店による取組促進（経営陣向けガイドライン等の策定）
- ②広告仲介PF事業者による取組促進

表現の自由
への制約

小

大

コンテンツモデレーションの主な類型		概 要
コンテンツモデレーション	可視性への影響	
①発信者に対する警告表示	影響なし	不適切な内容を投稿しようとしている、又は直近で投稿したことが判明している旨の警告を表示する措置（投稿自体は可能）
②収益化の停止	影響なし	広告を非表示にしたり、広告報酬の支払いを停止することにより、収益化の機会を失わせる措置
③可視性に影響しないラベルの付与	影響なし	情報発信者の信頼性等を見分けるためのラベルを付与する措置（本人確認を行っていない利用者の明示等）
④可視性に影響するラベルの付与	一部影響あり	情報の信頼性等を見分けるためのラベルを付与する措置（ファクトチェック結果の付与等）
⑤表示順位の低下	一部影響あり	投稿された情報を、受信者側のおすすめ欄等の表示候補から外したり、上位に表示されないようにする措置
⑥情報の削除	影響あり (可視性ゼロ)	投稿された情報の全部又は一部を削除する措置（新規投稿等は可能）
⑦サービス提供の停止・終了、 アカウント停止・削除	影響あり (可視性ゼロ)	サービスの一部から強制退会、又はその一部の利用を強制終了し、新規投稿等をできないようにする措置 アカウントの一時停止又は永久停止（削除）を実施する措置

⑧信頼できる情報の受信可能性の向上（いわゆるプロミネンス）

総論

- デジタル空間の情報流通の健全性の確保は、①問題となる情報の発信・流通ごとの違いと、②流通基盤たるプラットフォームや受信者のリテラシーのような共通性がある
- ①と②それぞれの規制や政策形成を担う機関の適切な連携が重要
- 情報流通の健全性が確保されないことにより、問題となる局面ごとに何が意味のある情報かがわからない・被害が生じるというミクロの弊害にとどまらず、およそ情報や情報流通が信頼できないというより根本的な弊害が生じることが懸念されており、それは様々な事例で顕在化しつつある

消費者保護一般のためのD P Fへの対応

- 消費者保護一般のためのD P Fへの対応、デジタル広告に関する消費者保護のためのD P Fへの対応、レスキューサービスに関するデジタル広告に関する消費者保護のためのD P Fへの対応について、課題の整理が必要
- 一般論として、国家がユーザ間の情報流通の規制をD P Fに義務づけは媒介者を通じた検閲たり得るし、D P Fによる自主規制に委ねることはD P Fによる私的検閲や競争上の課題を生じさせる
- D P Fはこのような局面での消費者保護について高い知見もインセンティブも持ち合わせておらず、政府との適切な協働が必要

デジタル広告に関する消費者保護のためのD P Fへの対応

- デジタル広告については、詐欺や闇バイト、なりすまし、広告主のブランドセーフティ、競争上の問題、情報流通のエコシステム全体への影響等が様々議論されているところ
- デジタル空間のエコシステムに関わるとともに、デジタル広告が消費者の権利を充足する点への配慮は当然必要
- D P F には広告の内容が優良誤認等に該当するかを審査・判断する知見がなく、他の機関の情報と組み合わせる必要がある
- 他方でD P F ならではの媒介・配信に関する知見や取組は有用
- デジタル広告全体の体系的アプローチを担う機関は存在せず、個別の課題と全体の相互作用を見据えた調整が必要

レスキューサービスに関するデジタル広告に関する消費者保護のためのD P Fへの対応

- レスキューサービスをめぐる広告については、最終的には消費者と事業者のフィジカルな接点が問題となる点で、従来の消費者保護の局面に回収し得るのではないか
- デジタル空間において論じられる消費者の脆弱性というよりも、レスキューサービスを必要とする局面という脆弱性に、スマートフォンや検索サービス・SNSの便利さが結合している局面
- 違法情報ないし違法情報を発信する主体であることを公的に判断し、要請等を受けてD P Fが依拠して可視性を下げたり、媒介を止めたりする法的仕組み（免責等）
- レスキューサービスに関する信頼できる広告を優先的に媒介する仕組み（発信主体の真正性等）

(参考) 個人情報保護法の制度的課題に対する考え方(案)について(令和7年3月5日、個人情報保護委員会)

(3) 命令に従わない個人情報取扱事業者等の個人情報等の取扱いに関係する第三者への要請の導入の要否

【規律の考え方】

- 近時、違反行為の中止命令及び当該命令違反の罪に係る刑事告発を受けるに至っても当該違反行為を停止しない悪質な個人情報取扱事業者等が現れてきている^(注31)。個人情報取扱事業者等による違法な個人情報等の取扱いにより個人の権利利益の侵害又はそのおそれが生じ、個人情報保護委員会(以下「委員会」という。)による命令が発出されたが、当該個人情報取扱事業者等がこれに従わない場合において、当該違反行為による個人の権利利益の侵害又はそのおそれを排除するためには、当該個人情報等の取扱過程や流通过程の一部に関わるることとなっている事業者が、当該取扱いのために用いられる役務の提供の停止、当該個人情報等の送信の中止等の措置をとることが必要かつ効果的である。

注31: 例えば、法第19条や法第27条等に違反して、官報に掲載されている破産手続開始決定を受けた個人の氏名や住所等の個人データが、地図データとひも付けられる形でウェブサイト上に公表された事案において、委員会は、当該ウェブサイトの運営者が法に違反した「当該個人情報取扱事業者等」であるとして、当該運営者に対して、当該ウェブサイトの停止等を命令し、刑事告発を行っているものの、当該運営者は命令に従わなかった。一方、当該事案において当該運営者が自ら当該ウェブサイトを停止しない場合であっても、当該ウェブサイトの配信に用いられているサーバのホスティング事業者が当該運営者による当該サーバの利用や当該サーバ自体の機能を停止することや、検索エンジンサービス事業者が当該ウェブサイトのドメイン名等の情報表示を停止することにより、個人の権利利益侵害のおそれを減少させることが可能である。

- 現行法上は、委員会による命令は、法の義務規定に違反した個人情報取扱事業者等に対してのみ発出することができるものであり、当該違反行為に関わるることとなっている第三者に対して、当該個人情報取扱事業者等へのサービス提供の停止等を命じることはできず、任意の要請に係る根拠規定もない。

- これを踏まえ、違反事業者に対する命令が発出されている場合における、以下二つの種類の委員会による第三者に対する要請について、根拠規定を設けることとしてはどうか。

- ・ 委員会による命令を受けた個人情報取扱事業者等による違法な個人情報等の取扱いを、当該個人情報取扱事業者等との契約に基づき補助する第三者^(注32)に対する、当該違反行為を中止させるために必要な措置を講ずるべき旨の要請。

注32: 具体的には、個人情報等の保存に用いるためのクラウドサービスを提供する事業者、個人情報を公開するためのサーバのホスティング事業者、当該サーバのドメイン名をIPアドレスに変換するDNSサーバのホスティング事業者等を想定している。

- ・ 委員会による命令を受けた個人情報取扱事業者等による違法な個人情報等の取扱いが、特定電気通信(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律(平成13年法律第137号)第2条第1号)による当該個人情報等の送信である場合における、当該特定電気通信による当該個人情報等の流通に係る特定電気通信役務を提供する特定電気通信役務提供者(同条第3号)^(注33)に対する、当該流通を防止するために必要な措置を講ずるべき旨の要請。

注33: 具体的には、検索サービス提供事業者等を想定している。

- 第三者が上記要請に応じた場合における、当該第三者の当該個人情報取扱事業者等に対する損害賠償責任を制限することとしてはどうか。