

**日本のインターネット・SNS 関連事業者に対するアンケート結果
—各社の人権への取り組みは国際水準を下回り、
ユーザーを含む人々の人権保護にとって多くの課題を抱えている—**

2023 年 9 月 14 日
国際人権 NGO ヒューマンライツ・ナウ

第1 調査概要

東京を本拠とする国際人権 NGO ヒューマンライツ・ナウ（以下「HRN」という。）は、2021 年 6 月から 11 月と 2023 年 1 月から 2 月の 2 度にわたって日本のインターネット・SNS 関連事業者の下記 6 社（カッコ内は主要なサービス）に対し、インターネット・SNS 関連事業における人権方針の内容及びサプライチェーンを含めた当該方針の実施状況などに関するアンケート調査を実施した。

- ①アマゾンジャパン合同会社（Amazon.co.jp および Amazon マーケットプレイス）
- ②グーグル合同会社（Google 検索および YouTube）
- ③Twitter Japan 株式会社（Twitter 投稿、広告、DM、ツイキャス、Space）
※Twitter 社に関しては、最高経営責任者イーロン・マスク氏の法人「X（エックス）社」に統合されたことによって社名が Twitter 社から X 社に変更されたことが 2023 年 4 月 11 日付で報道されている¹。
- ④Meta Japan 株式会社（Facebook、メッセンジャー、Instagram、WhatsApp、Oculus）※Facebook 社の社名は「メタ（Meta）」に変更されたが、社の傘下交流サイト（SNS）の名前は Facebook のままであることが 2021 年 10 月 28 日付で報道されている²。
- ⑤ヤフー株式会社（検索情報、Yahoo 検索、Yahoo ニュース（個人、コメント含む）Yahoo 知恵袋、Yahoo ファイナンス掲示板）
- ⑥LINE 株式会社（LINE トーク、タイムラインおよびストーリー、LINE VOOM）※ヤフー株式会社及び LINE 株式会社は Z ホールディングス株式会社が完全親会社である。

以上の 6 社のうち、②グーグル合同会社、③Twitter Japan（現 X）株式会社、④Meta（Facebook）Japan 株式会社の 3 社は複数回にわたり回答を求めたものの、本日まで無回答であった。

また、①アマゾンジャパン合同会社については、HRN が送付した個別の質問に対して直接回答せず、同社グローバル全体でのサステナビリティ関連の取り組みをまとめたホームページとサステナビリティレポートの送付による回答に留まった。

¹ JIJI.COM 「ツイッターの社名消える マスク氏保有企業に統合」

<https://www.jiji.com/jc/article?k=2023041100937&g=int>

² REUTERS 『フェイスブック、社名を「メタ」に変更 仮想環境構築に注力』

<https://jp.reuters.com/article/facebook-connect-idJPKBN2HI2PM>

アンケート調査を通して、日本で多数のユーザーを擁するインターネット・SNS 関連事業者の多くがビジネスと人権に取り組む必要性を十分に認識せず、総体として、人権に対する取り組みが大きく立ち遅れていることが明らかになった。すなわち、

- 1) 全体に回答率が極めて低いこと、2) 回答のあった企業も SNS を取り巻く人権侵害の深刻な状況に照らして、人権方針の策定・実施が初歩的な段階にあること、3) 日本国内におけるステークホルダーとのエンゲージメントや人権侵害への被害救済へのアクセス保障に極めて問題があることが明らかとなった。

この結果は極めて憂慮すべき事態であり、業界全体として認識の強化と抜本的な対応改善が求められる。

上記のような回答結果に基づき、以下の報告内容は、主に、⑤ヤフー株式会社、及び⑥LINE 株式会社の 2 社の回答に基づくものとなった。

なお、Z ホールディングス株式会社の完全子会社である⑤と⑥は、現在では Z ホールディングス株式会社との 3 社合併が発表されている³が、更新版の回答は 2023 年 2 月 17 日の 3 社合併前に得られたものである。

本報告書では、主に HRN の質問に対する各社の回答を評価の対象としているため、両社のレポート等の内容については網羅的に言及していない。

各社の回答の概要については、別紙「回答概要一覧」を参照されたい。

第 2 SNS 企業と人権に関する責任

1 インターネット・SNS の利用に関連する人権侵害の実情

インターネット及び SNS の利用に際して、様々な人権侵害事案が発生している。例えば、SNS 上での誹謗中傷、ヘイトスピーチ、いじめが挙げられる。2020 年には、テレビ番組に出演していた女性が SNS 上での誹謗中傷を苦に、自ら命を絶った。また、2023 年 7 月に自ら命を絶った著名人は、自らのジェンダー・アイデンティティを発信し、数多くの誹謗中傷を受けていたことが明らかになっている。

インターネット上の誹謗中傷は後を絶たず、法務省の人権擁護機関の令和 2 年度の報告書によると、インターネット上の人権侵害情報について、被害者からの申告等に基づき人権擁護機関からプロバイダ等に削除要請をした件数は 578 件であり、過去最高の件数となり、令和 3 年度の報告書では削除要請件数が 399 件、令和 4 年では 533 件と高水準で推移している^{4 5 6}。また、IT 企業 25 社が参加するセーファーインターネット協会（Safer Internet Association）が運営する「誹謗中傷ホットライン」⁷の報

³ Z ホールディングス株式会社「当社ならびに完全子会社である LINE(株)およびヤフー(株)を中心とした合併方針決定のお知らせ」https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/auto_20230201598745/pdfFile.pdf

⁴ 法務省「令和 2 年における「人権侵犯事件」の状況について（概要）～法務省の人権擁護機関の取組～」https://www.moj.go.jp/JINKEN/jinken03_00080.html

⁵ 法務省「令和 3 年における「人権侵犯事件」の状況について（概要）～法務省の人権擁護機関の取組～」<https://www.moj.go.jp/content/001369630.pdf>

⁶ 法務省「令和 4 年における「人権侵犯事件」の状況について（概要）～法務省の人権擁護機関の取組～」<https://www.moj.go.jp/content/001393246.pdf>

⁷ 被害者からの相談を受けて SNS の運営会社に対して誹謗中傷の削除を求める「誹謗中傷ホットライン」。2020 年 6

告⁸によると、2022 年の 1 年間に投稿の削除を求める連絡件数は 2152 件あった。

特に、在日コリアンなどの外国人や、難民・移民に対するインターネット上のヘイトスピーチは深刻である⁹。さらに、近年では、トランスジェンダー等性的マイノリティに対するインターネット上の差別や攻撃も深刻化している¹⁰。

また、SNS 上での女性や未成年者が受ける性被害やハラスメントの被害が問題となっている。

スマートフォン及び SNS の普及により、性行為の動画が同意なく拡散され、または販売されるリスクが高くなっているうえ¹¹、「ディープ・フェイク」と呼ばれる AI による動画の加工を使用して、女性タレントの顔写真をアダルトビデオに重ねたポルノ動画を配信するサイトも近年問題となり、数百人の女性有名人のフェイク動画が、ディープ・フェイクに特化した世界上位 4 つのポルノサイトで、計 1 億 3400 万回以上も再生されている¹²。

また、「セクストーション」¹³と呼ばれる性的脅迫による被害も近年増加している¹⁴。

2023 年 3 月に開催された第 67 回国連女性の地位委員会（CSW）の成果文書である「合意結論」¹⁵は、オンライン・デジタル空間における性暴力、虐待、セクシャルハラスメント、ネットいじめ、嫌がらせ、脅迫、ネットストーキング、性的搾取、その他のあらゆる形態の暴力や人権侵害に強い懸念を示している。同時に、これらの暴力と人権侵害を撤廃・防止し、対応するために捜査し、加害者を訴追・処罰しなければならないとしている。とりわけ、それらが女性や少女に与える影響に対しては強い懸念を示しており、画像や動画など個人的または性的に露骨なコンテンツの使用、共有、流布、またはその脅迫によって、少女・女性に多大な損害を与えることを委員会は認識している¹⁶。

これまで、SNS 関連企業を含む ICT（情報通信）企業による人権の取り組みは、ユーザーの表現の自由とプライバシー保護に集中してきた。Google、Meta、LINE などに参加するマルチステークホルダーグループである Global Network Initiative（GNI）も、表現の自由とプライバシー保護を最も重要な原則として擁護してきた¹⁷。しかし、上記のように、SNS 利用によって発生する人権侵害の深刻さを踏まえれば、こうした

月に設置された時点では参加する IT 企業は 20 社だった。https://www.saferinternet.or.jp/

⁸ Safer Internet Association. 誹謗中傷ホットライン 活動報告（2022 年 1 月 1 日～2022 年 12 月 31 日）

https://www.saferinternet.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/bullyingreport_20220101-20221231.pdf

⁹ 公益社団法人 商事法務研究会「インターネット上の誹謗中傷をめぐる 法的問題に関する有識者検討会 取りまとめ」（2022 年 4 月）https://www.shojihomu.or.jp/public/library/728/report202205.pdf, 阿久澤麻理子「オンライン・ヘイトヘイトスピーチ」国際人権ひろば 133 号(2017 年)

¹⁰ https://www.tokyo-np.co.jp/article/258433

¹¹ Yahoo! Japan ニュース「デジタル性暴力の闇 動画流出をなぜ防げないのか？法改正の課題を問う。」

https://news.yahoo.co.jp/byline/itokazuko/20200918-00198723

¹² BuzzFeed News『アイドルも被害「ディープ・フェイク」まとめサイト管理人を逮捕。芸能団体は「違法なまとめ行為」を批判』https://www.buzzfeed.com/jp/kotahatachi/deepfakes-2?bfsource=relatedmanual

¹³ セクストーション（Sextortion）とは、「セックス（性的）」と「エクストーション（脅迫）」を合わせた合成語のこと。

¹⁴ 特定非営利活動法人ぱっぶず（PAPS）別紙エキスパートコメント 2「SNS 企業アンケートについての感想」

¹⁵ United Nations Economic and Social Council. Commission on the Status of Women Sixty-seventh session. Agreed Conclusions. 23 March 2023. https://documents-dds-

ny.un.org/doc/UNDOC/LTD/N23/081/71/PDF/N2308171.pdf?OpenElement

¹⁶ 合意結論 39、55

¹⁷ https://globalnetworkinitiative.org/gni-principles/

様々な人権課題に企業が取り組む必要性が高まっている。

2020 年 9 月、国連総会で採択され決議された国連創立 75 周年記念宣言 (A/RES/75/1) は、デジタル技術が不適切に、あるいは悪意を持って使用された場合、国内および国家間の分裂を助長し、不安を増大させ、人権を損ない、不平等を悪化させる可能性があるとして指摘し¹⁸、国連事務総長が主導するデジタル・グローバル・コンパクトの構想においても「人間の尊厳を中核とする人権をひらかれた、安全なデジタルの未来の基礎とする」ことが強調されている¹⁹。国連女性の地位委員会 (CSW) も 2023 年、オフラインと同様、女性や少女のオンライン空間における脆弱性は著しく、特に、プライバシーの保護や暴力から法的に保護される権利を十分に考慮しなければならないとし、その脆弱性と新しいテクノロジーの悪用によって、オンライン空間で暴力や差別が増幅しないよう最大限の努力と敬意を持って取り組むべきだと結論づけている²⁰。

また、国連子どもの権利委員会は 2021 年に「デジタル環境に関する子どもの権利に関する一般的勧告 25」を発表し、デジタル環境の負の側面、特に暴力や性的搾取、プライバシー権侵害から子どもを保護する重要性を強調している²¹。

2 インターネット上の人権侵害への国・企業等の対応

日本においても、SNS やデジタル空間で発生する人権侵害について、一定の施策が始まっている。2021 年 4 月 21 日、SNS 上での名誉毀損や著作権・プライバシーの侵害の問題に対応するため、「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」（以下「改正プロバイダ責任制限法」）が参議院本会議で可決・成立した。同法は 2022 年 10 月 1 日に施行された^{22 23}。従来は、SNS 上で誹謗中傷等を投稿した人物を被害者が司法上の手続きによって特定する場合、SNS の運営会社と投稿者が利用する接続業者のそれぞれに対して情報公開を求める手続きが必要となっていた。しかし、改正プロバイダ責任制限法により、複数回やらなければならない裁判手続きが 1 回で行われるようになり、インターネット上の被害を受けた被害者が発信者を特定するのに要する時間や負担が大幅に軽減された。また、同法の付帯決議²⁴には、「インターネット上の性暴力被害が広がっている状況についても、

¹⁸ <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N20/248/80/PDF/N2024880.pdf?OpenElement>

¹⁹ United Nation, Our Common Agenda Policy Brief 5 A Global Digital Compact — an Open, Free and Secure Digital Future for All(May 20139,p14.

<https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/our-common-agenda-policy-brief-gobal-digi-compact-en.pdf>

²⁰ 特に、SNS 事業者や各国政府は、国際人権法の下での関連する義務を完全に遵守する効果的な規制の枠組みに投資し、コンテンツの監視や報告メカニズムの設置などの強化に努めるべきだとしている。さらに、デジタル技術が依然として広く規制されていないことは非常に深刻であり、デジタル技術とサービスを所有・管理するすべての企業が課題に取り組むための効果的な対策の必要性も強調している。

合意結論 kkk、nnn、ooo、ppp、qqq

²¹ 国連・子どもの権利委員会 一般的意見 25 号（2021 年）：デジタル環境との関連における子どもの権利 CRC/C/GC/25. UNICEF, Global Compact, Save the Children が策定した子どもの権利とビジネス原則の第 4、5 原則も同様の視点に立つ。 https://www.savechildren.or.jp/partnership/crbp/pdf/principles_01.pdf

²² 日経クロステック Active「改正プロバイダ責任制限法（Provider Liability Limitation Act）」

<https://active.nikkeibp.co.jp/atcl/act/19/00146/082000063/>

²³ 総務省「インターネット上の違法・有害情報に対する対応（プロバイダ責任制限法）」

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai.html

²⁴ https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_rchome.nsf/html/rchome/Futai/soumuE74D7A49C09E3B564925

被害者救済のための運営事業者の役割などを明らかにし、対策を強化すること。」と明記されている。しかし、運営事業主の役割の明確化及び対策の強化はまだ見られていない。

また、2022年6月13日に侮辱罪を厳罰化する内容を含む刑法改正が、参院本会議で賛成多数により可決・成立した²⁵。現行の法定刑は「拘留（30日未満）か科料（1万円未満）」であるが、これに「1年以下の懲役・禁錮または30万円以下の罰金」を加え、公訴時効は1年から3年に延長される。

子どもの被害に対しては、1999年に成立した「児童買春、児童ポルノに係る行為等の規制及び処罰並びに児童の保護等に関する法律」はオンライン上の児童ポルノの提供行為等を処罰対象とし（7条）、インターネット事業者に努力義務を課す（16条3項）。また、2014年に成立した「私事性的画像記録の提供等による被害の防止に関する法律」は、嫌がらせ目的で元交際相手などの性的な写真や動画などをインターネット上で公開する「リベンジポルノ」を処罰する²⁶。

2022年には、「性をめぐる個人の尊厳が重んぜられる社会の形成に資するために性行為映像制作物への出演に係る被害の防止を図り及び出演者の救済に資するための出演契約等に関する特則等に関する法律」（略称・AV出演被害防止・救済法）が成立し、インターネット上のAV出演被害の防止・救済を定めたほか、2023年6月16日には、性的な部位・下着などの撮影や提供を処罰する「性的な姿態を撮影する行為等の処罰及び押収物に記録された性的な姿態の影像に係る電磁的記録の消去等に関する法律」（以下「性的姿態撮影等処罰法」）が成立し、同年7月13日から施行された^{27 28}。

一方で、法律により誹謗中傷などを含む投稿を削除することをSNS事業者に義務付ける国もある。例えば、ドイツでは、SNS事業者に対して侮辱罪や悪評の流布罪等の刑法で違法となる内容の削除を義務付ける「ネットワーク執行法」が2017年10月に施行され、ヘイトスピーチ等に対して通報から原則24時間以内の削除義務が事業者に課されているほか、2020年3月には、判断が難しい投稿について審査する国の認定機関も設置された²⁹。

欧州連合（EU）では、2024年にデジタルサービス法（DSA）の施行が予定されている。同法は、インターネット上のユーザーの安全性を向上させ、基本権を保護することを目的とし、仲介サービス提供者、特にSNS、オンラインプラットフォーム事業者の義務及び監督権限を明確に規定している³⁰。ホスティングサービス事業者はユーザーフレンドリーな通報窓口の設置（16条）とともに、社内苦情申し立て窓口（グリーンバンス制度）の設置（20条）、裁判外紛争解決システムへの参加を要求され（21条）、16条の通報への対処に当たっては、信頼できる警告者の訴えを優先し、通報を

86B5000F07C3.htm

²⁵ 日本経済新聞「侮辱罪厳罰化、改正法成立 ネット中傷対策で懲役導入」

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUE137LT0T10C22A6000000/>

²⁶ なお、本報告書の中心的課題ではないが、消費者の権利との関係では、2021年には、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律が成立した。

²⁷ 法務省「性犯罪関係の法改正等 Q&A」https://www.moj.go.jp/keiji1/keiji12_00200.html

²⁸ NHK「“撮影罪”新設 盗撮減らすには」<https://www.nhk.or.jp/nradi/n/radi/20230719.html>

²⁹ https://www.soumu.go.jp/main_content/000739936.pdf

³⁰ デジタルサービス法（DSA）は2022年10月に欧州議会および理事会において承認された。

REGULATION (EU) 2022/2065 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) . 全面的な施行は2024年2月17日。

遅滞なく処理すべきとされ（22 条）、特に巨大プラットフォーム事業者と検索エンジン事業者は、人権侵害等のリスクアセスメント、リスク軽減、報告書の公表、独立監査等の厳格な義務を負い、各国の監督に服するとされている。

さらに、近年では、企業も SNS がもたらす差別や人権侵害に対する取組みの運用の見直しを始めている³¹。2021 年 1 月には、ファッションブランドのボッテガ・ヴェネタが、SNS の利用を休止すると発表し、6 月にはファッションブランドのバレンシアガが、ツイッター上の一つの投稿以外の SNS 上での過去の全ての投稿を削除している。また、コスメブランドであるラッシュは、同年 11 月に同社が利用する SNS アカунトの一部をサインアウトし、今後 1 年は利用しないと発表した。同社の最高デジタル責任者で商品発案者であるジャック・コンスタンティンは、SNS はユーザーにコンテンツを見続けさせるよう設計されたアルゴリズムであり、こうしたアルゴリズムは、不健康な思考を助長し、ユーザーのメンタルヘルスに悪影響を及ぼす恐れがあると問題点を指摘した。

また、Meta（Facebook）は2020年、暴力、差別、人種差別に寛容であるとして、Stop Hate for Profit（利益のためのヘイトをやめろ）の対象となり、これに1200を超えるビジネス主体が賛同し、多くのグローバル企業が広告出稿をボイコットした³²。Stop Hate for Profit とは利益のためのヘイトに対して全米黒人地位向上協会（NAACP）などの団体が始めた呼びかけである。Meta（Facebook）がターゲットとなった背景には、Meta（Facebook）における最大の政治広告主であるトランプ元大統領の投稿など、差別的・暴力を助長するような表現を含む表現に対して削除や注意表示等の処置をとらなかったことが挙げられる。事実、Meta（Facebook）は、約2カ月間でおよそ27万4000ドル（約3000万円）という多額の広告収入を得ていた³³。広告ボイコットに参加したグローバル企業としては、スターバックスやホンダ、コカ・コーラ、パタゴニア等、多数挙げられる³⁴。例えば、パタゴニアは、2020年6月、Meta（Facebook）に対して1カ月以内にヘイトスピーチ、レイシズム、反ユダヤ人主義、気候変動否定、そして公民権や人権の弱体化から利益を得ることを止める具体的なアクションに取り組むことを要請して、広告のボイコットを行った³⁵。これを受け、Meta（Facebook）は2021年に人権方針を策定し³⁶、人権に関する年次報告書を公表するようになったが³⁷、後述する通り、十分ではないと評価されている³⁸。

市民社会が SNS の問題点を指摘する声は高まっており、国際 NGO「プラン・インタ

³¹ Forbes Japan 「コスメブランド LUSH が一部 SNS の利用を停止した理由」

<https://forbesjapan.com/articles/detail/44640/1/1/1>

³² Stop Hate for Profit “Demand Facebook Stop Hate for Profit” <https://www.stophateforprofit.org/demand-change>

³³ CNET Japan 「Facebook で最大の政治広告主、トランプ大統領らと判明—2 か月で約 3000 万円投入」

<https://japan.cnet.com/article/35122705/>

³⁴ IT media NEWS 「ホンダやスタバ、コカ・コーラも——Facebook のヘイト放置抗議運動広まる」

<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2006/29/news058.html>

³⁵ DIGIDAY 『「Facebook 広告のボイコットは、正しい決断だった」：パタゴニア が模索する広告購入のあり方』
<https://digiday.jp/brands/patagonia-prepares-to-be-off-facebook-indefinitely-as-it-thinks-more-carefully-about-the-company-it-keeps/>

³⁶ <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2021/04/Facebooks-Corporate-Human-Rights-Policy.pdf>

³⁷ https://about.fb.com/wp-content/uploads/2022/07/Meta_Human-Rights-Report-July-2022.pdf

³⁸ <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/digital-rights-defenders-critic-meta-s-first-annual-human-rights-report-incl-co-comment/>

ーナショナル」が2020年に日本を含む世界31カ国の約1万4000人の女の子と若年女性を対象に行った調査では、58%の回答者がインターネット上で誹謗中傷や性的嫌がらせ、暴力的な脅迫などのハラスメントを経験していること、結果として5人に1人の回答者がSNSの使用頻度を減らす対応等をしていることが報告された。こうしたジェンダーに基づく暴力、オンライン・ハラスメントの撤廃のために、2021年11月25日の「女性に対する暴力撤廃の国際デー」から12月10日の「人権デー」までの間、国連人口基金（UNFPA）駐日事務所主催の「#STOP デジタル暴力キャンペーン」などが行われた³⁹。また、同NGOの2021年の調査では、SNS上の誤った情報などが原因で5人に1人が政治や時事問題に関わることをやめるなど、活動を制限されていたということも報告されている⁴⁰。

一方、ネガティブな動きとして、2022年10月27日にTwitter（現X）社の最高経営責任者に新しく就いたイーロン・マスク氏による一連の行動とその影響がある。

マスク氏による同社での大規模解雇は大きな波紋を起こし、倫理的人工知能（AI）研究チームや人権チーム、マーケティング・広報、検索、パブリックポリシー等の従業員が突然解雇された⁴¹。これに対し、国連人権高等弁務官のフォルカー・トゥルク氏は苦言を示し、2022年11月5日、マスク氏に向けて公開書簡を提出し、運営における人権の尊重を要請した⁴²。

さらに、Twitter（現X）社の表現の自由に対する人権の保護は、個人的な政治的偏見等をもって選択的に適用されていると指摘されている⁴³⁴⁴。インドにおける分断をあおるアカウントの復活⁴⁵や、マスク氏の調査をするジャーナリストのアカウント凍結⁴⁶、中国人活動家に対するシャドーバン⁴⁷、トルコ政府の地震への対応の批判投稿がユーザー制限の対象になる⁴⁸、などの事実がそれらを証明している。

³⁹ Plan International 『「11月25日「女性に対する暴力撤廃の国際デー」」「#STOP デジタル暴力キャンペーン」に国際NGOプラン・インターナショナルも協力〜女の子を、オンライン上の暴力から守るために〜』

<https://www.plan-international.jp/press/release/2021/1125.html>

⁴⁰ Business Insider 「デマ・フェイクニュースが1番多いSNSはFacebook 世界26カ国の女子が懸念。国際NGO調査」 <https://www.businessinsider.jp/post-243710>

⁴¹ CNN 「マスク氏買収のツイッター、全社的な解雇実施従業員から投稿相次ぐ」

<https://www.cnn.co.jp/tech/35195602.html>

⁴² OHCHR “UN Human Rights Chief Türk issues open letter to Twitter’s Elon Musk”

<https://www.ohchr.org/en/press-releases/2022/11/un-human-rights-chief-turk-issues-open-letter-twitters-elon-musk>

⁴³ Time “Human Rights Advocates Are Fighting Elon Musk’s ‘Amnesty’ Plan for Suspended Twitter Users”

<https://time.com/6237204/elon-musk-twitter-amnesty-advocates/>

⁴⁴ Human Rights Watch “Twitter’s Suspension of Journalists Threatens Media

Freedom” <https://www.hrw.org/news/2022/12/16/twitters-suspension-journalists-threatens-media-freedom>

⁴⁵ The Wall Street Journal. 「ツイッター、インドで分断あおるアカウント復活」

<https://jp.wsj.com/articles/musks-twitter-reinstates-hindu-nationalist-accounts-that-disparage-muslims-11674699778>

⁴⁶ The Japan Times “Twitter suspends prominent journalists covering Elon Musk”

<https://www.japantimes.co.jp/news/2022/12/16/business/tech/twitter-suspends-journalists/>

⁴⁷ The New York Times “Twitter’s Glitches Are Taking a Toll on Chinese Activists”

<https://www.nytimes.com/2023/02/14/technology/twitter-china-elon-musk.html>

⁴⁸ The Media Line “Twitter Temporarily Limited in Turkey in Response to Criticism of Government”

<https://themedialine.org/by-region/twitter-temporarily-limited-in-turkey-in-response-to-criticism-of-government/>

3 ビジネスと人権に関する指導原則（概要）

2011年、国連人権理事会は、国家の人権保護義務を企業活動との関係においても改めて確認しつつ、国家のみならず、企業自身もが人権尊重に対する責任を有すること、並びに国家及び企業が実効的救済の実現に対する責任を負うことを定めた指導原則を全会一致で承認した。日本は、この指導原則に基づき、2016年11月に「『ビジネスと人権』に関する行動計画（2020-2025）」⁴⁹（以下「NAP」という）の策定に着手し、2020年10月16日にNAPを公表した。指導原則の目的は、人権保護義務を負う国家とともに、事業者も事業活動における人権侵害リスクを特定し、その予防、軽減、救済を講じるよう実効的な施策を構ずることにある。国際社会における人権の促進・保護を図ると同時に、企業の説明責任を担保することは、事業活動に関わる幅広いステークホルダーからの信頼を得ることができ、結果的に企業価値の向上にもつながる。

また、日本政府は企業における人権尊重の取り組みを後押しするため、2022年9月、「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」⁵⁰を策定した。もっとも、このガイドラインは企業の自発的な取り組みを推進するにとどまり、日本の国内法においては、人権デュー・ディリジェンスを法的義務とし、その結果を含む非財務情報の開示及び説明を義務付け、サプライチェーン上の人権侵害の被害者に対して効果的な救済を与える制度が十分とは言えない。サプライチェーンにおける人権侵害を把握し、その救済を可能にするためには、企業に対し、適切なデュー・ディリジェンスの実施を義務付け、その結果やサプライヤーの情報、活動、監査結果などを開示させるルールを導入すべきである。また、司法制度などの既存の制度のみでは被害者の効果的な救済を図ることが難しいことから、非司法的救済を含む被害者救済のための仕組みを、企業自身も構築することが指導原則によっても求められている（指導原則 31）。

指導原則は、バリューチェーン全体における人権尊重責任を企業に課しているところ（指導原則 13）、2に記載した SNS を取り巻く深刻な人権侵害状況に照らし、本アンケート対象企業は、一方で利用者の表現の自由およびプライバシーを尊重するとともに、他方で、SNS に伴って発生する差別の助長、煽動、オンラインにおける人権侵害に対処し、人権尊重の責任を果たす責任を負う。なぜならば、これらの人権侵害が直接企業によって引き起こされたものでないとしても、企業のサービスを通じて起きている以上、直接関連のある人権侵害として、企業はその影響力を行使することが求められる。さらに、このような状態が生じていることが明らかになっているにもかかわらず、適切な処置を講じないことは、人権侵害に対する加担・助長にあたることも考えられ、企業としてより積極的な救済措置を講じることが必要である。

従って、指導原則に基づき、企業はこれらの人権侵害を引き起こしたり助長しないように、予防・軽減に必要な取り組みを行うこと、また、他のいかなる人権に対する負の影響も対処し、是正すること、そして、グリーバンス制度を通して救済手段を確保することが求められる。

第3 調査結果

1 無回答の企業等について

⁴⁹ <https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/100104121.pdf>

⁵⁰ <https://www.meti.go.jp/press/2022/09/20220913003/20220913003-a.pdf>

前述のとおり、②グーグル合同会社、③Twitter（現 X） Japan 株式会社、④Meta（Facebook） Japan 株式会社の 3 社に対しては、会社宛て郵送でアンケートを送ったほか、問い合わせ窓口経由で何度も督促し、回答を求めたものの、本日まで無回答であった。グーグル合同会社については、2 回郵送、数回のメール等を送付したが応答がなかった。なお、グーグル社からは別件で当団体に本年 7 月に連絡があり、エンゲージメントを行ったが、アンケートへの回答に関しては時間がないことなどを理由に今回は見送るとの回答を得た。

Meta（Facebook）社についても、2 回の郵送、数回のメール連絡をしたが、いずれも応答がなかった。Twitter（現 X）社には、2 回郵送、数回メールを送付したのち、2023 年 1 月、ようやく「担当者がいないため返答の確約はできないが社内共有はする」との返信を受け取ったが、こちらも結局アンケートへの回答はなかった。なお、令和 5 年の総務省の「プラットフォームサービスに関する研究会」のヒアリングシートに対しても、Twitter（現 X）社は回答を提出していないこと、グーグル社と Meta（Facebook）社に関しては、ヒアリングシートに回答しているものの、その回答内容が決して十分なものとは言えないものであったことについても強調したい⁵¹。

グーグル社と Meta（Facebook）社の 2 社については、日本に拠点を置いているものの、市民社会におけるステークホルダーである NGO からの問い合わせに回答しない姿勢は重大な問題がある。Twitter（現 X）社についても、担当者がいないため回答の確約ができない、とする説明は、このような NGO からの問い合わせや要請への対応の必要性を全く想定していないことの表れともいえる。

まず、このような状況においては、各種サービスを通じて権利侵害にあった人々は各サービスが指定するオンラインのヘルプセンター等の問い合わせ窓口を通じてしか是正を求めることができない状況に置かれることが考えられ、人権を含むコンプライアンスに責任と知見を有する担当者による十分な対応を期待できないことになり、時機にかなった救済を受けられない深刻なリスクに晒されているといえる。

また、NGO からの問い合わせに応じようとしない姿勢は、指導原則で求められる「意義あるステークホルダーとの対話」に対する各社の明確な拒絶的態度を示すものである。仮に、グローバルにおいて各社がいかに先進的な方針を掲げていても、各国においてこのようにユーザーや、影響を受ける人々、その他のステークホルダーを全く顧みない状況では、方針など絵に描いた餅である。

Meta（Facebook）は 2022 年 7 月、初めての人権に関する年次報告書を公表し、その先進性をアピールしている⁵²ものの、少なくとも日本のユーザーの人権について相当な注意をもって取り組んでいるとは到底認めがたい。

世界においても、Meta の人権に対する姿勢に懐疑的な意見は多い。例えば、同社のポリシーが危険リスクに晒されたユーザーへ与える影響を理解することを目的とす

⁵¹ プラットフォームサービスに関する研究会（第 41 回）2023 年 2 月 10 日

ヒアリング対象企業：ヤフー株式会社、LINE 株式会社、Google、Twitter、Meta

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/platform_service/02kiban18_02000255.html

プラットフォームサービスに関する研究会（第 43 回）2023 年 4 月 13 日

ヒアリング対象企業：Twitter, Inc.、Google LLC、Meta Platforms, Inc.

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/platform_service/02kiban18_02000273.html

⁵² Meta. “Meta Human Rights Report Insights and Actions 2020 - 2021” https://about.fb.com/wp-content/uploads/2022/07/Meta_Human-Rights-Report-July-2022.pdf

るプログラム「信頼できるパートナー」(Trusted Partners)には、世界 113 カ国の 400 を超える非政府組織 (NGO)、人道機関、人権擁護者、研究者が参加しているとされる。このプログラム自体は評価できる一方で、パートナー組織やプログラム内容については明らかにされておらず、透明性に欠けている点は問題である⁵³。

さらに、ヘイトや差別など有害なコンテンツの拡散を助長する Meta (Facebook) のアルゴリズムは、世界各地でエスニック・バイオレンス (民族間の暴力・対立) に貢献している事実が指摘されている⁵⁴。Meta (Facebook) は、欧州連合 (EU) の包括的な個人情報保護ルールである一般データ保護規則 (GDPR)⁵⁵ に違反したとして、12 億ユーロ (約 1790 億円) の制裁金を科されたことが報じられており⁵⁶、この罰金額は過去最大額とされる。

次に、①アマゾンジャパン合同会社については、HRN が送付した個別の質問に対して直接回答せず、同社グローバル全体でのサステナビリティ関連の取り組みをまとめたホームページとサステナビリティレポートの送付による回答に留まった。

同社は多くの利用者を有し、インターネットないし SNS 上での人権侵害事案を阻止するために同社が果たす役割は大きいことから、自社の取り組みについて個別の回答をしなかったことは大変遺憾である。なお、アメリカの元会社である Amazon.com は 2021 年 7 月消費者への広告表示に関して、EU の一般データ保護規則 (GDPR) に違反したとして、7 億 4600 万ユーロの罰金を科されていたことが報じられている⁵⁷。この罰金額は 2023 年 1 月時点では過去最大額であった⁵⁸。

これらの企業に対しては、NGO からの人権の取り組みに対する問いかけに真摯に対応しない、不誠実な対応しか行わないという姿勢を抜本的に改め、本社のみならず、各国拠点においても、影響を受ける人々や市民社会組織とのエンゲージメントに努めること、自らの事業活動によって与える人権リスクに対する説明責任を果たし、救済を実現することを強く求める。

2 人権方針及び人権方針の実施体制

(1) 総論

人権方針を確立し、実施していくことは、企業が指導原則上の人権尊重責任を果たすために最初に取り組むべき出発点である。人権方針においては、指導原則に従って、世界人権宣言や国際労働機関 (ILO) の中核的労働基準など、自社が依ってたつべき国際人権基準を明記し、さらに国内法が国際人権基準に達していない国・地域では国際的人権基準を尊重する方法を追求・尊重する旨を記載することが求められる (指導

⁵³ Ranking Digital Rights “Meta’s First Human Rights Report: The Good, the Bad, and the Missing”
<https://rankingdigitalrights.org/2022/07/20/metas-first-human-rights-report-the-good-the-bad-and-the-missing/>

⁵⁴ <https://www.hrw.org/news/2022/07/21/meta-and-hate-speech-india>

⁵⁵ General Data Protection Regulation <https://gdpr-info.eu/>

⁵⁶ <https://digital.asahi.com/articles/ASR5Q6S7HR5QUHBI021.html>

⁵⁷ 日本経済新聞「欧州当局、Amazon に罰金 970 億円 GDPR 違反で過去最大」
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGN30F340Q1A730C2000000/>

⁵⁸ プライバシーテック研究所「GDPR 罰金まとめ (2023 年 1 月時点)」
https://acompany.tech/privacytechlab/gdpr-fine/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=gdpr-fine

原則 23)。

また、インターネット上の人権侵害事例は多岐にわたり、かつその態様もユーザー間、あるいはユーザーによる一般社会に向けたものなど、業界特有であると、特にリスクの高い人権課題についての具体的な指針も人権方針に含めること、利用者向けのポリシーも明らかにすることを通じて、人権侵害に向けた取り組みを進めることが求められている。

(2) 人権方針の概要

①アマゾンジャパン合同会社及び②グーグル合同会社は、グローバル全体で人権方針を策定している。グーグル社では、世界人権宣言とそれに基づく条約に示された人権を尊重し、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」(UNGP)と Global Network Initiative の原則 (GNI 原則) の遵守を基本方針に掲げる。ただ、GNI 原則が表現の自由及びプライバシーに焦点を絞っていることは前述のとおりである。また、各サービスにおいて、違法行為やあらゆる人権侵害にあたる行為を禁じるポリシーを定めるほか、人権プログラムによって、全プロダクトの人権に関する評価、改善、情報提供を行うとしている⁵⁹。

人権に対する Amazon.com の取り組みは、世界人権宣言や国連ビジネスと人権に関する指導原則といった国際人権基準に基づき⁶⁰、人権への配慮を全社的な意思決定やポリシーとガバナンスの枠組みに組み込むものであるという。コミュニティガイドラインは法令に反するもの、猥褻なもの、脅迫的なもの、プライバシーを侵害するもの、政治的主張等を禁止事項として定め、違反した場合、アカウントの一時停止または解約や法的措置を講じることも定められている⁶¹。

③Twitter (現 X) 社はハラスメントやいじめ、ヘイトスピーチに厳しいグローバルポリシーを採択している⁶²が、1)実際に該当ツイートの調査や対応に当たる Twitter Japan (現 X) 株式会社の担当者の認識、2)AI により誤ってルール違反と認定されアカウント凍結された場合の異議申し立ての仕組みについて懐疑的な声がある⁶³。今回、アンケートへの回答がなかったため、こうした課題への対処について確認することはできなかった。

④Meta (Facebook) 社は 2021 年 3 月に、17 年間の運用で初めて人権方針を公開

⁵⁹ Google 「人権プログラム」 https://about.google/intl/ALL_jp/human-rights/#:~:text=%E5%85%AC%E6%B0%91%E6%A8%A9%E3%81%8A%E3%82%88%E3%81%B3%E4%BA%BA%E6%A8%A9%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E5%8F%96%E3%82%8A%E7%B5%84%E3%81%BF%E3%81%AF%E3%80%81%E5%85%A8%E7%A4%BE%E7%9A%84%E3%81%AB,%E9%81%A9%E5%88%87%E3%81%AB%E3%83%AC%E3%83%93%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82

⁶⁰ Amazon “Amazon Global Human Rights Principles”
<https://sustainability.aboutamazon.com/society/human-rights/principles>

⁶¹ Amazon.co.jp 「コミュニティ ガイドライン」
https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=201929730#GUID-E6787856-0944-40BE-9C1E-CA924C4ED52D__SECTION_0D8B2BB432F443CBBC04EA33A318878A

⁶² <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies#platform-use-guidelines> ヘイト・コンテンツについては、
<https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/hateful-conduct-policy>

⁶³ Business Insider Japan 「ツイッターがヘイトスピーチ規制を拡大。日本でヘイトツイートは削除されるのか」
<https://www.businessinsider.jp/post-176360>

した⁶⁴が、その方針公開は遅すぎると批判され、また、すべては Meta (Facebook) 内部の人権チームを中心に適切に実施されるかにかかっていると論評された⁶⁵。Meta (Facebook) Japan 株式会社の人権チームが存在するのか、新方針をどう運営しているのかについて、何らの回答も得られなかった。

ヤフー株式会社及び LINE 株式会社においては、人権方針との名称ではないが、当該企業の社会的責任について記載している規範を有する。

ヤフー社については、Yahoo!JAPAN のメディアステートメントに「人権に配慮し、表現の自由・知る権利を守ります。」との一文が記載されている⁶⁶。LINE 社については、行動規範が規定されており、同社グループ役職員に対し、多様性を理解することを求めるとともに、差別やハラスメント等の禁止、労働環境の遵守等が求められている⁶⁷。また、最初のアンケート回答当時には同社の親会社である Z ホールディングス株式会社では人権方針を策定中であったが、2021 年 10 月に人権方針が制定された⁶⁸。同ポリシーは、グループ各社も適用範囲となっている。ただし、いずれも抽象的な方針にとどまる。

(3) 具体的な運用方針

今回のアンケートにおいては、各企業の人権方針とあわせ、サービス利用に関連するポリシーとして、以下の特に深刻な人権侵害に結びつく事項に関するポリシーを尋ねた。

- ヘイトスピーチ、ヘイトクライム、その他の暴力、妨害行動
- あらゆる差別の助長
- 名誉毀損、侮辱、プライバシー権侵害
- いじめ（SNS やコミュニティサイトを利用した子どもに対するネット上でのいじめ行為、当該いじめ行為を放置する行為など）
- 児童ポルノ
- オンライン・ハラスメント（特に女性に対するハラスメント）
- 同意の確認できない性的動画・画像の流布（盗撮、性行為動画、AV 出演強要被害、ディープ・フェイク、アスリート等の性的部位を強調した写真撮影等を含む）

これらの点に関しては、ヤフー社については、Yahoo!JAPAN において人権に関する方針を定めている。同社の運営するメディアの基本方針を示す Yahoo!JAPAN メディアステートメントでは、「人権に配慮し、表現の自由・知る権利を守る」こと、「多様な価値観に基づいた情報を扱う責任を自覚し、特定の権力・団体や思想・信条に与することなく、理解や判断の助けとなる場であり続ける」ことを明記するとともに、記事掲載ポリシーを定め、これを実現すべく、情報発信を担うコンテンツ提供元（媒体社）と協力して、適切な情報提供を行うために対応しているという。

また、Yahoo!ニュースに関しては、Yahoo!ニュース運営方針において、上記

⁶⁴ Meta "Our Commitment to Human Rights" <https://about.fb.com/news/2021/03/our-commitment-to-human-rights/>

⁶⁵ Access now "After nearly two decades in the dark, Facebook releases its human rights policy" <https://www.accessnow.org/facebook-human-rights-policy/>

⁶⁶ Yahoo! Japan メディアステートメント <https://about.yahoo.co.jp/common/mediastatement/>

⁶⁷ Line グループ行動規範 <https://linecorp.com/ja/company/mission>

⁶⁸ Z Holdings 「人権に関する基本方針（人権ポリシー）」 <https://www.z-holdings.co.jp/company/humanrights/>

Yahoo!JAPAN メディアステートメントに基づいて法令や社会規範、品位を守り、人権に配慮したコンテンツを利用者に届けるため、パートナーである情報提供元には「Yahoo!ニュース 記事入稿ガイドライン」に沿った配信を求めているほか、Yahoo!JAPAN が運営する投稿型プラットフォームサービスに関しては、Yahoo!JAPAN 利用規約において、公序良俗違反・権利侵害投稿等の禁止について明確に定めているのに加えて、各サービスにおいて、独自のガイドラインやルールページを設けているという。ただし、当団体が求めた詳細な項目に関しては、必ずしも明確な対処方針が定められていない。一方、LINE 社は詳細なポリシーは策定していない。

(4) 実施体制

人権方針や行動規範の策定はあくまでスタート地点に過ぎず、むしろ、策定後、これを社内の各部署にまで浸透させ、従業員一人一人がその意義や内容を理解し、当該方針に沿った事業活動を日々実施することが重要となる。

この点について、ヤフー株式会社では社員向けの（人権に関する）啓発記事の公開、社外で開催されるセミナー等への参加とその内容の社内共有等や、新たに配属された社員に対する勉強会やトレーニングを実施している。また、部門を問わず全体に向けた勉強会も実施している。

LINE 株式会社では LINE グループ行動規範、ダイバーシティ&インクルージョン、ハラスメント等をテーマにした研修を新入社員や役職員などに適時に実施しているとしている。

このような実施体制が十分であるかについては後述したい。

3 人権デュー・ディリジェンス

具体的な人権リスクを特定した上で、人権リスクを予防・軽減し、救済するために、指導原則が定める包括的かつインクルーシブな人権デュー・ディリジェンスの実施が不可欠である。

ヤフー株式会社及び LINE 株式会社の親会社である Z ホールディングス・グループでは、リスクマネジメント委員会のもとに、人権分科会を立ち上げ、人権方針を策定するとともに、ERM（全社的リスクマネジメント）サイクルの中で、他のリスクと並列して、リスクベースで、グループ全体の人権デュー・ディリジェンスを進めているという。しかし、人権デュー・ディリジェンスの内容に関する詳細な回答や公表資料は得られなかった。

グループ内の各社もリスクアセスメントを実施しているものの、トップリスクに人権が掲げられておらず、差別等を含む人権問題を事業活動に伴う深刻なリスクとして十分に認識しているとは認められない⁶⁹。

SNS を通じてオンライン上の人権侵害が深刻化している現状では、以下の個別的なリスク（現実に発生している）について、より慎重に人権デュー・ディリジェンス（指導原則 17）を行うこと、すなわち、負の影響の特定・評価（指導原則 18）、負の影響の防止と軽減（指導原則 19）、追跡評価（指導原則 20）、公表（指導原則 21）を進めることが求められる（但し、以下のリスクが全てとは限らないことに留意す

⁶⁹ Z Holdings 「リスクマネジメント」

<https://www.z-holdings.co.jp/sustainability/stakeholder/05/>

る)。

- ヘイトスピーチ、ヘイトクライム、その他の暴力、妨害行動
- あらゆる差別の助長
- 名誉毀損、侮辱、誹謗中傷、人格攻撃、プライバシー権侵害
- いじめ
- 児童ポルノ
- オンライン・ハラスメント（特に女性に対するハラスメント）
同意の確認できない性的動画・画像の流布（盗撮、性行為動画、AV 出演強要被害、ディープ・フェイク、アスリート等の性的部位を強調した写真撮影等を含む）

また、ヤフー株式会社はデジタルコマース事業も展開しているところ、Yahoo オークションやショッピングを通じ、サプライチェーンも含め、人権侵害や差別につながる商品はないか、ビジネスパートナーも含め人権侵害や差別に加担していないか、という視点での取り組みが求められ、バリューチェーン全体での人権侵害のリスク把握、方針の策定と実施が求められる。

一方、LINE については、人権デュー・ディリジェンスのプロセスを公開せず、その理由も開示しない。特定された人権リスクや今後の具体的スケジュールについても開示しないという。これではLINE に関して適切な人権デュー・ディリジェンスが実施されているのか否か定かでなく、原則 21 が求める外部への公表も満たしていないこととなる。

4 人権侵害への対応

人権を侵害する内容を発信するコンテンツに対しては、削除やアカウントの停止が考えられる。

アマゾンジャパン合同会社の元会社である Amazon.com はいかなるコンテンツも監視し、編集または削除する権利を保有する一方、コンテンツに対して責任・義務が発生するわけではない。

更に、投稿されたコンテンツを定期的に確認していない為、監視の目をすり抜けて禁止行為が行われることが懸念される⁷⁰。

グーグル合同会社の元会社である Google では、具体的な人権侵害への対応としては、該当するコンテンツの削除、公益性に基づく情報提供、プライバシー・著作権の保護等を重視して行っている^{71 72 73 74}。但し、詳細なポリシーと対応が定められる一方、それらに含まれない人権侵害や Google の使用する AI に自動化されないものは保

⁷⁰ Amazon.co.jp 「Amazon.co.jp 利用規約」

<https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM>

⁷¹ Google 透明性レポート「著作権問題によるコンテンツの除外」

<https://transparencyreport.google.com/copyright/overview?hl=ja>

⁷² Google 透明性レポート「政府からのコンテンツの削除リクエスト」

<https://transparencyreport.google.com/government-removals/overview?hl=ja>

⁷³ Google 透明性レポート「欧州のプライバシー法に基づくコンテンツの除外リクエスト」

<https://transparencyreport.google.com/eu-privacy/overview?hl=ja>

⁷⁴ Google 透明性レポート「Network Enforcement Law に基づく削除」

<https://transparencyreport.google.com/netzdg/overview?hl=ja>

護されないという問題点が指摘されている⁷⁵。

ヤフー株式会社では、2020 年以降誹謗中傷対策に取り組み⁷⁶、複数の投稿型プラットフォームサービスにおいて、それぞれ目的や特性に応じた利用のルールやガイドラインを定め、個人に対する誹謗中傷などの不適切な投稿を禁止し、違反行為に対して投稿の削除や投稿停止措置などの厳正な措置を実施し、投稿削除の実績やその実施のための社内体制等について「メディア透明性レポート」として公表している⁷⁷。

24 時間体制の専門チームによる人的なパトロールや、自社で開発した AI 技術を使って違反投稿を削除し、2021 年以降は違反コメントの多い記事についてコメント欄を非表示とする取り扱いを開始した⁷⁸。ただし、ヤフーニュースのコメント欄における誹謗中傷は続いており⁷⁹、方針が迅速かつ適切に実施されているのか、依然として課題である。

なお、2022 年 10 月ヤフー株式会社はヤフーニュース・コメントについて、携帯番号の登録を必須とする改革を行うことを公表、11 月中旬より実施しており、この点は評価できる是正措置といえ⁸⁰、今後もステークホルダーとのエンゲージメントをもとに効果を検証し、人権リスクを軽減、防止、改善するために継続して、計画を改訂し、実施についてモニタリングするという一連のプロセスに取り組む必要がある⁸¹。

LINE 株式会社では、LINE 利用規約 13.において禁止行為を定め、禁止行為が行われた場合にはアカウント停止や削除等の措置を講じることができると規定している。

また、同社スタッフが公開領域を 24 時間 365 日モニタリングし、規約に反する投稿の削除、アカウント停止措置も実施している。なお、具体的な判断基準に関しては、公開していない。モニタリング部門とカスタマーサポート部門内において、ユーザーからの問い合わせの対応⁸²や関連部署へのエスカレーションを行っている。

さらに、わいせつ画像や出会い系、不快画像などの違反画像、誹謗中傷やスパムなどの違反テキストの検知に AI を活用しており、精度向上に向けて対応を継続している。ただし、LINE は Instagram、Twitter と並んで、未成年者のデジタル性暴力に対する被害防止対策が不十分であり、被害相談が多いと NGO から指摘されている（別紙 PAPS コメント）。2021 年大きく報道されたいわゆる旭川いじめ自殺事件において、被害児童が強要された性的行為の動画の拡散は LINE で行われていたとされる⁸³が、こうした被害を根絶するために実効的に対応できているのかが問われる。

⁷⁵ Wired 「Google の検索候補が示す「トランスジェンダーへの差別」と、問題を解決できないグーグルの責任」
<https://wired.jp/article/google-autocomplete-suggestions-transphobia-celebrities/>

⁷⁶ <https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/12/23a/>

⁷⁷ <https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/12/21a/>

⁷⁸ <https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/01/20a/>

⁷⁹ 例えば芸能人からも最近でも訴えが寄せられている。Twitter 「華原朋美、Yahoo! コメント欄について」
https://twitter.com/kahalatomomi_tk/status/1564559949497520128

⁸⁰ Yahoo! Japan ニュース「“ヤフコメ”への書き込み 携帯電話の番号登録必須に」
<https://news.yahoo.co.jp/articles/e034fb6593fae5b9721ad989b0c83dea3fde199b>

⁸¹ 最新の取り組みとしては、コメント欄に投稿された文章を人工知能（AI）が内容ごとに分類し、多様な意見や感想が上位に表示されるシステムの導入が挙げられる。

共同通信「コメント表示、AI で多様化 ヤフーニュースで導入」

https://nordot.app/1020965534227152896?fbclid=IwAR0QH7zqWJ2891TXHOBaFKs8R-g1s0dC_N9s0LSI80_ene1ERzrbya8VEBY

⁸² アンケートの回答は「入信対応」と表現されている

⁸³ 文集オンライン『「正直何も思っていなかった」自慰行為強要、わいせつ画像拡散のイジメ加害生徒らを直撃【旭川 14 歳女子凍死】』<https://bunshun.jp/articles/-/44768?page=3>

この点、TikTok 等の被害防止対策への取り組みなどを参考に、16 歳未満はダイレクトメッセージ自体が送れないとし、16 歳以上は DM は送れるが動画・画像が送れない仕組みを導入したり、ペアレンタルコントロール・システムを導入するなど、推奨されるグッドプラクティスをもとに、対応を強化することが各企業に求められる⁸⁴。

5 救済制度

指導原則は、救済へのアクセスを保障するために、企業に対しても非司法的グリーバンス制度の構築を求めている。

これは、事業活動が国を超えて広範囲にわたる中、企業からの人権デュー・ディリジェンスのみでは必ずしも人権リスクに適時に対応することが困難であることから、声を上げにくい人権主体の声を早期に拾い上げ、人権侵害の発生や深刻化を防ぎ、適切な救済を提供するための仕組みである。指導原則 31 は、その実効性を確保するために、グリーバンス制度について、次の要件を充足することを求める⁸⁵：(a)正当性がある、(b)アクセスすることができる、(c)予測可能である、(d)公平である、(e)透明性がある、(f)権利に矛盾しない、(g)継続的学習の源となる、(h)エンゲージメント及び対話に基づく。

インターネット上では、人権を侵害されうる者が当該企業のユーザーに限られず幅広く人権侵害が起こりうるため、いかなる場合であっても救済制度にアクセスできる

⁸⁴ TikTok では、被害防止対策として、保護者と子どもの TikTok アカウントをリンクさせて、保護者がアカウントの非公開設定や、動画へのコメント掲載、動画のダウンロード許可、利用時間の管理方法などを直接設定できる「ペアレンタルコントロール機能」、「ペアレンタルコントロール」から DM を有効にしているかどうかを管理できる「ダイレクトメッセージ (DM) ※制限機能」、不適切または不親切なコメントを含む投稿について再検討することを促す新たな機能「コメント再考機能」、不適切なコメントなどをフィルタリングする「コメントフィルタリング機能」を導入しているとされる。また、16 歳以上のユーザーのみがダイレクトメッセージを使用することができる。

朝日新聞「SNS での性的被害をなくすために」<https://www.asahi.com/ads/tiktok202203/>

ただし、TikTok を巡っても、子どもの福祉やメンタルヘルスを害するという懸念が相次いで表明されている。その一方で TikTok はユニセフと共同で子どものメンタルヘルスに関するキャンペーンも実施している。

https://www.childrenssociety.org.uk/what-we-do/blogs/how-tiktok-affects-childrens-mental-health?fbclid=IwAR3eXi_BBzoks5XlzsY484-9T4fpLyR-W_8pqPPH-jm6r9tmkPfwG2ORGY

https://www.unicef.org/kazakhstan/en/press-releases/unicef-and-tiktok-launch-mental-health-campaign?fbclid=IwAR20eESHDAuFfQo5T-iwaaUoLtTjtMTZixQm4sqT1fizpotpH_ISL_3yMAw

⁸⁵ 指導原則 31 に掲げられた各要件の詳細は、以下のとおりである。

(a)正当性がある：利用者であるステークホルダー・グループから信頼され、苦情プロセスの公正な遂行に対して責任を負う

(b)アクセスすることができる：利用者であるステークホルダー・グループ全てに認知されており、アクセスする際に特別の障壁に直面する人々に対し適切な支援を提供する

(c)予測可能である：各段階に目安となる所要期間を示した、明確で周知の手続が設けられ、利用可能なプロセス及び結果のタイプについて明確に説明され、履行を監視する手段がある

(d)公平である：被害を受けた当事者が、公平で、情報に通じ、互いに相手に対する敬意を保持できる条件のもとで苦情処理プロセスに参加するために必要な情報源、助言及び専門知識への正当なアクセスができるようにする

(e)透明性がある：苦情当事者にその進捗情報を継続的に知らせ、またその実効性について信頼を築き、危機にさらされている公共の利益をまもるために、メカニズムのパフォーマンスについて十分な情報を提供する

(f)権利に矛盾しない：結果及び救済が、国際的に認められた人権に適合していることを確保する

(g)継続的学習の源となる：メカニズムを改善し、今後の苦情や被害を防止するための教訓を明確にするために使える手段を活用する

(h)エンゲージメント及び対話に基づく：利用者となるステークホルダー・グループとメカニズムの設計やパフォーマンスについて協議し、苦情に対処し解決する手段として対話に焦点をあてる。

という(b)の要素はとりわけ重要である。さらに、人権侵害事案が多岐にわたるため、対象者や権利に応じた配慮をすることが必要となる。

ヤフー株式会社では、2013年にYahoo!JAPANを含む3社共同で設立した一般社団法人「セーフアーインターネット協会」(Safer Internet Association)において、インターネット上の誹謗中傷に対し、本人等からの申告を端緒として、掲載サイトに利用規約等に沿った削除等の対応を促す目的で「誹謗中傷ホットライン」事業を運営しており、Yahoo!JAPANでは投稿型プラットフォームサービスの運営等に関し、同事業との連携を図っている。また、ユーザーが違反申告を行えるように申告窓口を設置しており、カスタマーサポート宛てに削除等に関して問い合わせが届いた場合、内容によっては、詳細の理由を確認するため、違反申告方法の案内の他、プロバイダ責任制限法に基づく書面での申告を案内する場合もあるとのことであった。

LINE株式会社では、同社サービス内に投稿されたコンテンツによって権利が侵害された場合に、通報機能から、削除依頼及び不適切掲載に関する通報が可能である。同社は、発信者情報開示請求について、郵送および、お問い合わせフォームにて受け付けているという。

ところで、救済手続の利用にする情報を公開することは、上記の要素のうち(c)予測可能である、及び(e)透明性がある、等の観点で重要である。特にインターネット上の人権侵害事案では、投稿削除や情報開示は、投稿者の表現の自由及びプライバシーを侵害するおそれもあるため、両要素を兼ね備えるグリーバンス制度の設計が求められる。

この点について、ヤフー株式会社では、権利侵害や法令違反、ガイドライン違反投稿へのプラットフォーム事業者による対応の透明化を図るために、前述の透明性レポートにて各サービスにおける投稿削除の実績やその実施のための社内体制等について公表している。透明性の観点から改めて意見を受け付け、個人に対する誹謗中傷などを内容とする投稿への対応を見直し、強化していくとともに、違反投稿対応にかかるエコシステムを作ることを目指している。

LINE株式会社は、ユーザーからの削除申告への対応について、透明性レポートにて対応件数や情報開示対応の法的根拠等を公表しており、評価できる。

もっとも現状でもYahooニュース等で、LGBTQや外国人等のマイノリティへの差別的投稿がなかなか根絶されないことに鑑みれば、EUデジタルサービス法(DSA)と同様、信頼できる警告者による通報制度を導入することも検討されるべきである。

なお、アンケートへの回答はないが、Facebookの親会社であるMetaは、テクノロジーの安全性の確保に取り組む国際慈善団体のSWGfL(South West Grid for Learning)⁸⁶が、同意のない性的画像・映像の公開を禁止する法律がイギリスで2015年に制定されたのを機に設立したリベンジポルノ・ヘルプライン⁸⁷の運営するStopNCII.org⁸⁸の「同意のない性的画像・映像の削除のための無料ツール」の開発に協力したようである⁸⁹。このツールは、被害者が削除したい画像や映像のハッシュ(デジタル指紋とも呼ばれる)をスマホやパソコンからStopNCII.orgに送ると、

⁸⁶ SWGfL "About SWGfL" <https://swgfl.org.uk/about/>

⁸⁷ Revenge Porn Helpline "About the Revenge Porn Helpline" <https://revengepornhelpline.org.uk/about-us/>

⁸⁸ StopNCII.org "About Us" <https://stopncii.org/about-us/>

⁸⁹ NBC News "Meta builds tool to stop the spread of 'revenge porn'" <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/meta-builds-tool-stop-spread-revenge-porn-rcna7231>

Facebook、Instagram、TikTok、reddit、Bumble、Only Fansなど StopNCII.org とパートナーシップを組んでいる SNS/インターネット事業者⁹⁰がハッシュを使い、自社のプラットフォームやウェブサイト上から画像・映像を特定し、もし自社のポリシーに反している場合は削除するという仕組みになっている⁹¹。StopNCII.org 側でもハッシュを使ってウェブサイトやプラットフォームを定期的に確認することで、被害者は削除の進捗状況をケース番号で随時確認できる画期的なシステムになっており、削除率 90%という結果も出したとされている。こうしたグローバルな取り組みと日本における現状のギャップは遺憾というほかない。日本でもデジタル性暴力の被害が深刻な今日、Facebook と Instagram を運営する Meta がユーザーフレンドリーな窓口を設置し、対策に乗り出すことを求めたい。

6 ステークホルダーエンゲージメント

人権デュー・ディリジェンスは、実施主体である企業にとってのリスク評価に陥りやすいが、指導原則は、人権侵害の予防・軽減・救済のためのプロセスとして人権デュー・ディリジェンスを定めている。したがって、人権リスクを検討する際は、人権主体である労働者やユーザーなど事業活動によって影響を受けている、あるいは受ける可能性のあるステークホルダーの視点を中心に据えることが重要である。これを担保するための手段の一つがステークホルダーエンゲージメントである。

この点、アマゾンジャパン合同会社の元会社である Amazon.com は、第三者との協力では前進が見られるとされる。学術機関・市民団体・人権関連団体との連携に加え、第三者による「公民権監査」が導入されたことで、カスタマーレビューのコミュニティポリシーの監査等まで幅広く適用されることが期待される⁹²。

グーグル合同会社の元会社である Google は、第三者との協力には積極的であり、学術機関・市民団体・IT 企業と連携した GNI⁹³や、YouTube のコンテンツ報告における日本の法務省との連携⁹⁴、人権関連団体との協同・支援等⁹⁵にあたっているという。

しかしながら、両者の取り組みは、グローバルにおける取組みに関する公開情報に過ぎず、その実態は不明であるうえ、1 で記載した通り、日本の市民社会とのエンゲージメントがほとんど顧みられていないことは本調査から明らかであって、グローバルな公開情報に現れない深刻な問題があると言わざるを得ない。

ヤフー株式会社は、プラットフォーム事業者として個人に対する誹謗中傷などを内容とする投稿への対応を強化するため、2020 年 6 月に外部有識者により構成される「プラットフォームサービスの運営の在り方検討会」を設置し、同年 12 月に受領した提言書と有識者によるフィードバックを踏まえて自主的取り組みの見直しと強化、

⁹⁰ StopNCII.org “Industry Partners” <https://stopncii.org/partners/industry-partners/>

⁹¹ StopNCII.org “How StopNCII.org Works” <https://stopncii.org/how-it-works/>

⁹² Amazon.co.jp 「Amazon.co.jp 利用規約」

<https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM>

⁹³ Global Network Initiative “Protecting and Advancing Freedom of Expression and Privacy in the ICT Sector” <https://globalnetworkinitiative.org/>

⁹⁴ 日本経済新聞「法務省、Google と連携 誹謗中傷動画に迅速対処」

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUE303F00Q1A430C2000000/>

⁹⁵ Google The Keyword “Our ongoing commitment to human rights” <https://blog.google/outreach-initiatives/public-policy/our-ongoing-commitment-to-human-rights/>

取り組みの透明化などの対応の強化を図っているほか、誹謗中傷対策のあり方について関係省庁（法務省・総務省等）と意見交換や政策提言を積極的に行ったり、民間の人権団体と意見交換を実施したりしているとのことである。ただし、政府機関との対話については非公開とした。

LINE 株式会社は今後、必要に応じて検討するとの回答であった。今後は、利用者をはじめとするステークホルダーとのダイアログの実施により、人権侵害リスクの予防・軽減が図られることが期待される。

7 運営上の困難・注視する事項

インターネット及び SNS 業界におけるテクノロジーの発達や業界におけるサービスの拡大・流行は流動的であり、インターネット上の人権擁護を目的とする法整備も年々更新されているが、最新の問題がどこにあるかを探るべく、HRN は各社に対し、注視している事項（救済の促進などのメリット/新たな人権侵害の懸念などのデメリットを含む）についてアンケートを実施した。

ヤフー株式会社は、オンライン投稿型プラットフォームでは、日々大量の投稿がなされており、人の目によるパトロールだけではなく、AI による対応を含め最先端の技術を駆使し、業界全体で取り組みをアップデートしていく必要があると考えているという。同社のニュースコメント欄では、削除された投稿のうち AI が判定して自動削除したものが 75.5%を占めており、引き続き判定精度の向上に努めているほか、業界全体でインターネット上の言論空間の健全化を目指すために、Yahoo!ニュースで導入している建設的なコメントを評価する特許出願中の AI 技術の外部提供を開始した。

LINE 株式会社は、サービス上でのユーザーの投稿が禁止行為に該当するかどうかの判断に関しては、検閲の禁止の規定の趣旨や表現の自由への配慮が必要になることから、削除も慎重にならざるをえないとする⁹⁶。この点は必ずしも趣旨が明らかでないが、インターネット上の人権侵害の深刻な被害に鑑み、表現の自由とインターネット上の誹謗中傷や人権侵害の防止の利益衡量について、国際水準を参照し、基準を明確にする必要がある。

また、グローバルに展開する企業にあっては、一般データ保護規則（GDPR）を意識して事業活動を展開することが求められている。データ主体の権利の尊重、特に情報権、アクセス権、訂正権、削除権、制限権、忘れられる権利等の権利の保護に対する対応を重視することが求められる⁹⁷。

第4 結論

アンケート実施時には、ヤフー株式会社及び LINE 株式会社の親会社である Z ホールディングスにおいて人権方針は未策定であったが、2021 年 10 月に策定されており、指導原則の重要性が企業内に徐々に浸透している。しかし、業界全体として人権尊重

⁹⁶ 事業者が緊急避難的な対応をする場合に、万一ミスしてもセーフガードが働き、安心して対処できるような仕組みが必要ではないかとの回答であった。

⁹⁷ Yahoo については、忘れられる権利その他の検索情報削除に関し、以下の報道を確認した。

日本経済新聞「ヤフー、検索情報削除に基準 身体に危険及ぶ情報も対象」
https://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ30I2X_Q5A330C1EA1000/

の企業経営のためには改善すべき点が多くある。近年、日本におけるインターネットの個人による利用率は80パーセント以上となっており、日々の生活はインターネットと切り離すことができない。特に13歳から59歳の各年齢層でインターネット利用率は9割を上回る⁹⁸。

また、インターネット利用者の全体の約73パーセントはインターネットの利用目的としてSNSの利用を挙げている⁹⁹。このような利用状況の下では、インターネット及びSNSに関連するサービスを提供する企業の社会的責任は大きい。

今回のアンケート調査では、複数回に渡って回答を求めたにも関わらず、Twitter Japan（現X）株式会社、Meta（Facebook）Japan株式会社、グーグル合同会社から何らの回答もなく、アマゾンジャパン合同会社も自社の取り組みに関する回答を提出しなかったことは極めて遺憾である。これらの企業には、自社の取り組みを外部に公表し、外部からの評価を参考にしつつ、更に自社の取り組みの実効性を確保することが求められる。また、人権尊重に取り組む企業が、率先してインターネット及びSNS業界全体の意識改革に働きかけることが期待される。

また、各インターネット及びSNSに関連する企業には指導原則に則った自主的な取り組みが求められるが、日本におけるインターネット使用率を鑑みると、日本政府においてもインターネット上の人権リスクを低減させるための施策が求められる。

日本政府は、人権リスクをできる限り予防・軽減するために、企業による人権デュー・ディリジェンスを法的義務とし、その結果を含む非財務情報の開示及び説明を義務付ける国内法を整備することが強く求められている。

この点、国内法においては、人権デュー・ディリジェンスを法的義務とし、その結果を含む非財務情報の開示及び説明を義務付け、サプライチェーン上の人権侵害の被害者に対して効果的な救済を与える法制度が十分とは言えない。日本政府は、NAP及び、ガイドラインに基づき指導原則を実現するためにも、バリューチェーンにおける人権侵害を把握するためには、企業に対し、適切なデュー・ディリジェンスの実施を義務付け、その結果やサプライヤーの情報、活動、監査結果などを開示させる等のルールを導入することが必要である。

また、インターネット利用者の人権が侵害された場合にアクセス可能な救済制度を提供することが求められ、今後は2022年10月1日に施行された改正プロバイダ責任制限法に基づく情報開示請求の方法について積極的な情報発信を行うことが期待される。

さらに、欧米諸国がオンラインプラットフォーム事業者に対する規制に本格的に乗り出しているのに対し、日本でのオンラインプラットフォーム事業者規制の動きは極めて遅れている。欧州はデジタルサービス法（DSA）によって、インターネットユーザーの人権の強力な保護に乗り出しており、イギリスにおいても、オンライン安全法案（Online Safety Bill）が2023年秋に可決される見込みである¹⁰⁰。いずれも、事業者には義務を課し、国家がその実施を監督する仕組みを構築しようとするものである¹⁰¹。

⁹⁸ 総務省「令和4年 情報通信白書」

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r04/pdf/index.html>

⁹⁹ 総務省「令和3年 情報通信白」

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/html/nd242120.html>

¹⁰⁰ The Guardian. “Tens of thousands of grooming crimes recorded in wait for online safety bill”

<https://www.theguardian.com/technology/2023/aug/15/digital-grooming-crimes-online-safety-bill-nsppc>

¹⁰¹ 他にも欧州で以下の取り組みが注目される。『ノルウェー当局、米メタに「行動ターゲティング広告」禁止』

オンラインによる差別や人格攻撃は、脆弱な立場にある個人を精神的に追い込み、権利行使が困難であること、その脆弱性に付け込んで、性的搾取等の被害に陥らせてしまう危険があることに加えて、差別や偏見、暴力等を助長する危険性等に鑑みれば、被害者・受益者の自発的・能動的な権利行使や対応に依拠した制度設計（発信者情報開示請求、侮辱罪等による刑事告訴等）のみでは十分とは言えない。

ユーザーの安全性を向上させ、基本的な人権を保護することを目的とし、仲介サービス提供者、特に SNS、オンラインプラットフォームの義務及び監督権限を定義するデジタルサービス法（DSA）に類する法律の導入を日本でも実現すべきである¹⁰²。

第5 提言

ヒューマンライツ・ナウは、本アンケート調査を受けて、日本政府及びインターネット・SNS 関連サービス提供企業に対して、以下の事項を提言する。

(1) 日本政府への提言

- 指導原則や NAP に従い、企業の人権尊重責任が果たされるよう、国内法整備をはじめ、必要なあらゆる施策を講じること。
- インターネット・SNS 関連サービス提供企業を含む全ての企業に対し、適切なデュー・ディリジェンスを義務付ける法律を制定すること。
- 国内法整備に当たっては、以下の点を具体化すること
 - ・人権侵害を含む情報の流通を迅速に削除するために事業者の義務を明確にするとともに、内閣府にインターネット人権委員会を設置する等して、人権侵害を含む情報の迅速な削除を監督する体制を構築すること¹⁰³。
 - ・オンラインプラットフォーム事業者等に対し、欧州におけるデジタルサービス法（DSA）を参照し、ユーザーフレンドリーな通報システムの導入と違法コンテンツへの通報への迅速な対応を求めるとともに、人権に関するリスクアセスメントとリスク低減措置の実施及び開示等を義務付けること
- 2022 年 10 月 1 日に施行された改正プロバイダ責任制限法に基づく情報開示請求の方法について積極的な情報発信を行うこと。

(2) インターネット・SNS 関連サービス提供企業

- 人権方針を策定すること、あわせて SNS によって生じる人権侵害に特化した個別の運営ポリシーを確立し、違反に対処することで人権侵害を防止すること。
- 人権方針の実施状況について、適時適切に開示し、説明責任を果たすこと。
- 各社ないし日本支社に責任あるハイレベルの従業員から構成される人権チームを設置すること。

<https://www.yomiuri.co.jp/economy/20230718-OYT1T50152/>

ノルウェーのデータ保護当局は 2023 年 7 月 17 日、米 Meta（旧フェイスブック）に対し、検索履歴などを基に広告を表示する「行動ターゲティング広告」が違法だとして、一時停止するよう命じたと発表した。フェイスブックとインスタグラムで 8 月 4 日から 3 か月間、対象広告の表示を禁止する。当局は私生活や政治的な関心、性的指向などが広告に利用されることで、固定観念が強化されたり、不当な差別につながったりするリスクがあると指摘したとされる。

¹⁰² デジタルサービス法（DSA） supra note 33

¹⁰³ ネットと人権法研究会「インターネット上の人権侵害情報対策法モデル案」

https://cyberhumanrightslaw.blogspot.com/2020/05/blog-post_31.html

- 各社が人権リスクの特定・予防・軽減のための人権デュー・ディリジェンスを実施し、そのプロセス、進捗状況・課題、及び、特定した人権リスクを公開し、説明責任を果たすこと。
- インターネット利用者が現実的にアクセス可能な実効的な救済制度を構築すること。日本のユーザーにとってアクセス可能で、即時救済を受けられるユーザーフレンドリーなシステムの構築が必要不可欠である。
- ヘイト、差別、暴力、人格攻撃、児童ポルノや性的画像の拡散などの深刻な人権侵害状況に鑑み、人権方針をはじめとする関連方針の周知徹底及び、グリーバンス制度の構築、違反に対する迅速な削除など被害救済措置を行い、有害なアカウントへの対応を行うこと。
- データ主体の権利（情報権、アクセス権、訂正権、削除権（忘れられる権利）、制限権等に配慮すること。
- ステークホルダーとの継続的で有意義なダイアログを実施すること。
- 独立した第三者機関を設置し、運用状況の定期的な監視と勧告を受けること。

【回答のなかった企業および自社の取り組みに関する回答を提出しなかった企業に対して】

- 日本法人において、ステークホルダーや影響を受けた個人からの連絡への応答をしない姿勢を抜本的に改善し、グローバルポリシーを日本で実施する体制及び実施状況について公表し、説明責任を果たすこと。

別紙 回答概要一覧

	ヤフー株式会社	LINE株式会社	アマゾンジャパン合同会社	グーグル合同会社	Twitter Japan (現 X) 株式会社	Meta (Facebook) Japan 株式会社
人権方針	親会社であるZホールディングス株式会社が策定	親会社であるZホールディングス株式会社が策定	ホームページの案内とサステナビリティレポートの送付のみ	無回答	無回答	無回答
人権デュー・ディリジェンスの実施	親会社であるZホールディングス株式会社が実施	親会社であるZホールディングス株式会社が実施	ホームページの案内とサステナビリティレポートの送付のみ	無回答	無回答	無回答
人権侵害事案への対応策の策定・実施	投稿の監視、削除措置などを専門に行う部署の設置、コンテンツ削除措置やアカウント停止措置の実施	禁止事項を規定し、違反した場合にアカウント停止や削除等の措置・AIの活用	ホームページの案内とサステナビリティレポートの送付のみ	無回答	無回答	無回答
グリーンバンス制度の設置	投稿削除のための違反申告窓口の設置。場合によってはプロバ	削除依頼及び不適切掲載に関する通報・発信者情報開示請求が	ホームページの案内とサステナビリティレポートの送付のみ	無回答	無回答	無回答

	イダ責任制限法に基づく書面の申告案内。一般社団法人「セーフティーインターネット協会」「誹謗中傷ホットライン」と連携した運営	可能				
グリーンバンス制度のプロセスや結果の公表	メディア透明性レポートにて投稿削除の実績や社内体制等公表	透明性レポートにて対応件数や情報開示対応の法的根拠等を公表	ホームページの案内とサステナビリティレポートの送付のみ	無回答	無回答	無回答
ステークホルダーエンゲージメント	関係省庁（法務省・総務省等）と意見交換、民間の人権団体との意見交換、外部有識者によるフィードバック等	今後必要に応じて検討	ホームページの案内とサステナビリティレポートの送付のみ	無回答	無回答	無回答

別紙 エキスパートコメント1

「日本のインターネット・SNS 関連事業者に対する アンケート結果報告に対するコメント」

弁護士 宮下萌

1 総論

ビジネスと人権に関する指導原則で述べられている「人権を尊重する企業の責任」を問う声が益々高まる中、本報告書に先立つアンケート調査の回答率が極めて低いことは遺憾である。プラットフォーム事業者は、人権侵害に加担する主体となり得ると同時に予防や被害救済に資することもできるはずである。しかしながら、本アンケート調査からは、（無回答という結果を含め）そのような事業者の真摯な姿は垣間見られなかった。

2 近年の総務省の動向

総務省では、プラットフォームサービスに関する研究会（以下、「研究会」という。）においてインターネット上の誹謗中傷への対応の在り方について議論がなされている。研究会は 2022 年 8 月に「プラットフォームサービスに関する研究会 第二次とりまとめ」（以下、「第二次とりまとめ」という。）を公表した。第二次とりまとめにおいては、主要なプラットフォーム事業者に対して、誹謗中傷等への対策状況について、ヒアリングシートに基づく任意での回答を求め、モニタリングを行った結果が公表されている[1]。第二次とりまとめにおいても、「依然、透明性・アカウントビリティの確保が十分とは言えない」[2] 旨が指摘されている。

このような状況を踏まえ、2022 年 12 月には、研究会の下に開催されるワーキンググループとして「誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループ」（以下、「WG」という。）が設置された。WG は、誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関し、最近の動向等を踏まえ、専門的な観点から集中的に検討することを目的としたもの[3]であり、2023 年月 6 月頃には WG の報告がなされ、同年 7 月以降には研究会においてとりまとめが出される予定である[4]。

3 新たな法制定の必要性

プロバイダ責任制限法の改正や侮辱罪の法定刑引き上げ等、インターネット上の人権侵害を改善するための法的取り組みは進んだように思われる。しかしながら、そのような中でも、インターネット上の人権侵害の状況は未だ深刻なままである。

とりわけ、日本においては包括的差別禁止法がない中で、オンラインヘイトスピーチを巡る問題については取り組みがほとんど進んでおらず、未だに野放し状態である。このような現状においては、プラットフォーム事業者の自主的な取り組みは非常に重要である。

しかしながら、プラットフォーム事業者の自主規制のみだけでは限界があり、プラットフォーム事業者の責任を規定する法制度も求められる。実際に、欧州委員で会は、2022 年 7 月に違法コンテンツの流通に関する責任を規定する Digital Services Act

(DSA) 法案が可決された。海外の動向を踏まえて、国においてもプラットフォーム事業者の責任を規定するようなインターネット上の人権侵害に対応するための法制度が求められる。

4 まとめ

総務省においてもプラットフォーム事業者の透明性・アカウントビリティが不十分であることから WG を新たに設置し、インターネット上の人権侵害に対応するための検討を本格的には始めている。国の責任も重要であるが、プラットフォーム事業者も本報告書における提言を真摯に受け止め、自身の責任に応じた人権侵害をなくすための取り組みを行うことを期待したい。

[1] 「総務省プラットフォームサービスに関する研究会 第二次とりまとめ」（2022 年 8 月）19 ないし 3 頁。

[2] 同 22 頁。

[3] 第 1 回誹謗中傷等の違法・有害情報への対策に関するワーキンググループ資料 1

[4] 同資料 2

別紙 エキスパートコメント2

「SNS 企業アンケートについてのコメント」

特定非営利活動法人ぱっぷす (PAPS)

SNS の事業者について、Tiktok は被害防止対策として 16 歳未満は DM 自体が送れない仕組みがあり、16 歳以上であれば DM は送れるが動画・画像が送れないなどの対策がなされている。他方で Instagram、Twitter、LINE は未成年者に対する被害防止対策が不十分である。特に DM に対する被害相談で多いのが、Instagram のビデオ通話機能を用いた若年男性のセクストーション被害である。「言語交換アプリで知り合った海外の女性と Instagram や LINE のテレビ通話で話をしたところ、キミ体つきイイね、カラダ見せてよと言われ海外の人ってそうなんだと思い裸を見せた。後で録画していると言われて、Instagram のフォロワーにバラまかれなくなかったら、ATM で 15 万振りこむように言われた」というセクストーション被害が多く寄せられている。

特に GAFA^[1]はデジタル性暴力被害者の状況について実態把握に極めて消極的なことにとっても憤りを感じた。当団体の相談支援においてもデジタル性暴力に対して同様の問題を認識している。これらの企業はどのような基準で削除が行われているのか不明であること。削除要請を行った場合のプロセスがブラックボックスになっている。特に Twitter においては、児童ポルノに関してですら、被害者や支援団体の申告においても削除に応じないケースがあった。

これらの企業のサービスは日本人向けに日本語でローカライズしたサービスであるにも関わらず、国内の規制法（児童ポルノ・リベンジポルノ・AV 出演被害防止救済法・わいせつ物）が及ばない。グローバル企業あることの優位性を悪用した事実上治外法権として扱われてきた歴史がある。

これら企業においては、それぞれ独自のコンテンツの削除基準を設けているが、プロバイダ責任制限法に基づき送信防止措置請求についてのガイドラインを遵守していない事業者もある（例示：プロ責法第三条 2 号二項による 2 日ルール。リベンジポルノ・AV 出演被害防止救済法であれば 2 日ルール）。国内法に関する削除要請方法を掲載していない場合が多い。特に AV 出演被害防止救済法に対しては、法施行 1 年経過したにも関わらず、これらの企業は全く順守しようとしていない。削除要請する申告するページすらない。

以上より、当団体では、児童ポルノ禁止法違反のほう助、わいせつ物頒布のほう助犯として、特に GAFA のうち Twitter 社に対しては刑事告発をして日本法に準拠するキャンペーンを展開していきたい。

以上

[1] ビッグテック企業といわれるグーグル (Google)、アップル (Apple)、フェイスブック (Facebook)、アマゾン (Amazon) 4 社の頭文字を並べた造語。

別紙 エキスパートコメント3

「HRN 企業アンケート調査へのコメント」

IT ジャーナリスト 星暁雄

■はじめに

最初に先人の言葉を引用したい。

「人々が憎しみに頑なにしがみつ়理由のひとつは、憎しみがなくなれば、痛みと向き合わざるを得なくなると感じるからだろう」

— ジェイムズ・ボールドウィン（米国の作家、人権活動家）

ボールドウィンは、米国の黒人らが立ち上がった公民権運動で活躍し、作品を残した。黒人差別のような人権問題を認識することは、ボールドウィンが言うように“痛み”（認知的不協和ともいう）を伴う。この痛みと向き合いたくないため、問題を無視し、あるいは憎しみ=ヘイトスピーチに走る人々もいる。だが、差別され人権侵害を受ける側の本物の苦痛と危険に比べれば、差別を認める痛みなど“ささやかな”ものだ。そしてこの痛みには意味がある。社会が少しずつ改善されることに結びつく痛みだからである。

自分はIT ジャーナリストとして、情報処理技術や情報通信技術—UNIXやTCP/IP、新しいプログラミング言語やフレームワーク、そしてインターネットやデータセンターやスマートデバイスの進展と普及が社会を豊かにし、結果として人権状況も向上させると信じて30年以上にわたりエンジニアとテクノロジー企業を応援する立場で記事を書いてきた。そのため今回のアンケート調査に関するコメントを書くにあたり、技術の進化と普及が人権侵害に結びついたことを認識することに伴うささやかな“痛み”が伴った。

この“痛み”を、テクノロジー業界の方々にはぜひ共有してほしい。報告書を読むプラットフォーム企業の側にとっても、人権問題を認識すること、その責任を問われることには“痛み”があるはずである。だが、この痛みには意味がある。テクノロジー業界の風土、企業の取り組みや文化、SNS 利用者の利用文化、それらの改善に結びつく可能性がある痛みだからである。願わくば、痛みを無視せず、放置せず、痛みを感じながらも人権状況の改善に結びつけてほしい。それが情報通信技術の未来を信じてきた当方の願いである。

■「インターネットと人権」の問題意識の浸透は不十分

「インターネットと人権」は、情報通信に携わる者にとってパラダイムシフトといえる概念だろう。残念ながら日本語で読める資料もほとんど存在しない。そこで簡単に概要を述べたい。

「インターネットと人権」の発展の概要は次のようになる^[1]。2010 年の「アラブの春」で SNS を舞台に中東諸国の民主化運動が盛り上がり、それに伴い各国政府はインターネットの遮断で対抗した。ここに世界的に「インターネットを利用する権利は

人権の一部である」との議論が起きた。その成果の一つが、2014年にブラジルで開催されたインターネット国際会議 NETmundial で確認された「オンラインの権利」である。その骨子は、「表現の自由」はオフライン（現実世界）と同様にオンライン（インターネット、SNSの世界）でも守られなければならないとするものだった。

2016年、国連人権理事会はこの「オンラインの権利」を人権の不可分な一部として確認する文書を採択した。ここで重要なこととして、インターネットの検閲が表現の自由の侵害であることを確認すると同時に「オンライン上でヘイトスピーチや暴力扇動などと戦う」と明記した。

国際人権規約 自由権規約 第19条が示すように、表現の自由の権利の行使には、特別の義務及び責任を伴う。私たちは、オフライン＝現実世界と同様に、権力による検閲と戦うべきである。同時にオンライン＝SNS上のヘイトスピーチ、暴力扇動、CSAM（児童性虐待資料、いわゆる児童ポルノ）、人格攻撃や名誉毀損にあたるハラスメントと戦うべきである。したがって、UGC（ユーザー生成コンテンツ）を含むオンラインの表現を掲載するプラットフォーム企業は、書籍や雑誌を発行する出版社が自社の出版物の内容に責任を負うのと同様に、表現に関わる事業者として掲載の責任を負うべきである。このようなプラットフォーム企業の責任を求める考え方はまだ新しいが、例えばドイツのネットワーク執行法や、この2023年8月に発効したばかりのEUのDSA（デジタルサービス法）には反映されている。

一方で、日本においては、オンラインの権利に伴うプラットフォーム企業の責任という概念は、残念ながらほとんど浸透していないように見受けられる。

SNS上のヘイトスピーチやハラスメントの問題は深刻化しており、最近では侮辱罪厳罰化が行われ、また改正プロバイダ責任制限法により SNS 運営企業が発信者情報の開示手続が簡略化された。しかし、これらの法改正は SNS で誹謗中傷した個人のみを罰する考え方に立脚しており、プラットフォーム企業の責任はまだ十分に議論されていない。

伝統的に、日本の情報通信企業のエンジニアは「通信の秘密」を楯に、ヘイトスピーチ規制を含めて UGC（ユーザー生成コンテンツ）への介入は検閲にあたり避けるべきと考える傾向が強い（もちろん、ヘイトスピーチ等のコンテンツモデレーション＝コンテンツの監視・管理は検閲とは明確に分けて考えるべきである）。さらに日本の情報通信企業では、プロバイダ責任制限法により UGC（ユーザー生成コンテンツ）に関して事業者は免責されるとの認識が根強い。経営的にも、コンテンツモデレーションは企業活動として重要なピースではなく、できるだけ圧縮したいコストであるかのように捉えられている可能性がある。

以上の状況は人権状況改善の観点では懸念すべきことであり、今後は見直されていくことが求められる。プロバイダ責任制限法も、明らかに有害なコンテンツの掲載を運営会社が知りながら放置する行為を許すものではない。現代の人権の基準では、SNS 運営企業にとってコンテンツモデレーションは社会的責任なのである。

コンテンツモデレーションは異論が出やすい分野である。2021年1月の米議会襲撃事件を受け、Twitter はトランプ大統領（当時）のアカウントを凍結した。このときドイツのメルケル首相（当時）はこれを批判し、「米国政府はプラットフォーム企業にルール作りを任せるのではなく、オンラインでの扇動を制限する法律を作るべき」と述べた[2]。これはドイツのネットワーク執行法を念頭に置いた発言といえる。メルケ

ル首相の発言は人権の原則に忠実といえるが、一方で現実には日本にも米国にもまだ SNS 規制法が存在しないため、当面は別のアイデアを考えなければならない。

同時期に、Twitter のトランプ氏凍結措置を受けてロシアの反体制活動家アレクセイ・ナワリヌイ氏は「影響力が大きな SNS には透明で第三者による異議申し立てが可能なプロセスが必要だ」とコメントした。第三者委員会によるコンテンツモデレーションの判断基準の設定と、異議申し立て窓口（人権救済窓口、グリーバンスメカニズム）の設置は、一企業が密室で判断するよりも良いアイデアといえる。

現在は、テクノロジー業界を挙げて古い常識を書き換え、人権に関する知識、倫理のアップデートを図るべきタイミングといえる。ヘイトスピーチ、暴力扇動、CSAM、ハラスメント（名誉毀損や人格攻撃）に対し実効性がある対応を取ることは、今やプラットフォーム企業の責任である。ここで責任とは、必ずしも法的な責任を指すとは限らない。法律（ハードロー）だけでなく、自主的な取り組みを促す規範（ソフトロー）に基づく取り組みにより人権状況を改善させていくことが、現代の人権では主流の考え方である。テクノロジー企業は自社の企業文化として、また利用者の利用文化として、人権状況を改善させる規範を浸透させるべきだといえる。第三者委員会によるコンテンツモデレーション判断基準の設定、異議申し立て窓口も真剣に検討されるべき課題である。

■日本企業のアンケート回答について

今回国際人権 NGO ヒューマンライツ・ナウが実施した企業アンケート調査では、国内企業である Yahoo と LINE が少なくともアンケートに回答している点はひとまず評価したい。とはいっても、両社の回答内容は非常に簡素であり、残念ながら現実の SNS で起きている深刻な人権問題や、プラットフォーム企業の責任に向き合ったものとはいいがたい。

例えば Yahoo ニュースのコメント欄（ヤフコメ）は、度重なるトラブルを経て、監視用 AI の導入、人間によるパトロール、携帯電話番号登録などの措置を取っている。取り組みを進めていることは評価したいが、それに関わらず、外国人を中傷する等のヘイトスピーチの多くが手つかずのまま放置されている。むしろヘイトスピーチはヤフコメの利用者文化の一部となってしまうている。利用者文化の是正が求められているのではないか。

2021 年 8 月に起きた宇治ウトロ地区放火事件では、加害者は自らの情報源としてヤフコメを挙げ、犯罪の動機として「日本のヤフコメ民にヒートアップした言動を取らせることで、問題をより深く浮き彫りにさせる目的もありました」と述べた[3]。すなわち、「ヤフコメ」は放火事件という重大なヘイトクライムの温床となっていたのである。本件に関する BuzzFeed News の取材に対してヤフー広報室は「心よりお見舞いを申し上げます」とコメントしたが、プラットフォーム企業としての責任には言及しなかった[4]。

前述したように日本において「プラットフォーム企業の責任」の認知は低い。その事情をあえて斟酌するなら、日本の多くのテクノロジー企業は、前述したように「通信の秘密」やプロバイダ責任制限法により UGC（ユーザー生成コンテンツ）について免責されていると考えがちであること、またオンラインの人権やプラットフォーム企業の責任という新しい概念の知識をまだ十分に吸収しておらず、そのため人権問題に向き合い、表現するための言葉をまだ獲得していないことが大きな原因だろう。

オンラインの人権は、人権のフロンティアの一つである。前述のように、侮辱罪厳罰化や改正プロバイダ責任制限法による開示手続きの迅速化で利用者個人に責任を押しつけるだけでなく、プラットフォーム運営企業によるコンテンツモデレーションが機能しなければ、またヘイトスピーチを許さない利用者文化の醸成を行わなければ、人権を十分に守ることはできない。最先端を自負するテクノロジー産業であれば、オンラインの人権にいち早く取り組むことでいち早く人権への取り組みの知識を得て、世界的な競争に先駆けるチャンスも生まれるはずである。

また、人権そのものへの認知が低い背景として、日本における人権教育は「かわいそうな少数者への対応」といった理解に留まっていることも大きい。「人権教育及び人権啓発の推進に関する法律」では「人権教育とは、人権尊重の精神の涵養を目的とする教育活動」とされており、明文化された国際人権法の原則の知識ではなく“精神”に重点が置かれている。政府や企業の責任という観点で人権を捉える考え方に触れたことがない人々もまだまだ多いことだろう。

加えて日本では包括的差別禁止法がなく、EU の DSA のようなプラットフォームの責任を問う法律がないことも、企業がコンテンツモデレーションに消極的になる理由といえる。だが、だからこそ企業の自主的な取り組みによる人権状況の改善が求められているともいえるのである。

「ビジネスと人権」の枠組み、すなわち企業の自主的な取り組みの必要性を、なるべく多くの企業人が理解し、取り組んでほしい。

■米国テクノロジー企業の日本法人の対応について

今回のアンケート調査では米国系の企業はことごとく無回答かそれに近い状況である。この点について特にコメントしたい。

日本の外資系 IT 企業では、長年にわたって「日本から米国本社に対して問い合わせをエスカレーションさせないこと」が日本法人の役割と心得る文化があった。今回の結果を見ると、残念ながらこのような「支社文化」はまだまだ根強いのではないだろうか。

別の見方をするなら、グローバル企業に対しては、日本法人ではなく本社（HQ）に対して問い合わせをするのが正しい態度なのかもしれない。日本法人がいつまでも対応を引き延ばすなら、あらゆる問い合わせが本社に向かい、日本法人の役割が見直される可能性すらある。これは日本法人にとって望ましいことといえるだろうか。

もう一点指摘したいことは、「テクノロジー企業は人間の窓口を軽視しがち」という点である。特に Google のようなハイテクを売りとする企業は、「あらゆる処理をアルゴリズムで自動化したい」と考えるためか人間が窓口対応することを極力避けようとしている傾向が見られる。

しかし人権問題の多くは想定外の出来事から始まるのであり、想定外の出来事に責任をもって対応できるのは人間だけである。「ビジネスと人権」が求めるグリーバンスメカニズム（救済窓口）は、そのためのものである。高度なテクノロジーで自動化を進めるプラットフォーム企業にこそ、人間の責任者を置く異議申し立て窓口（人権救済窓口、グリーバンスメカニズム）が必須である。

■旧 Twitter（現 X）には特別な警戒が必要

懸念されるのは、イーロン・マスク氏の支配下にある旧 Twitter（現 X）における人

権への取り組みの後退および反動である。

2022 年 11 月には国連人権高等弁務官がマスク氏支配下の Twitter の人権の後退についての懸念を伝える文書[5]を発表したが、その後の改善は見られない。それどころか、旧 Twitter（現 X）はこの 7 月 31 日にはヘイトスピーチ監視団 CCDH を訴える暴挙に出た[6]。訴訟を伝える発表文は、事もあろうに「表現の自由を守る」と題されていた[7]。

前述したように、国際人権法が定める表現の自由は責任が伴うものであり、現代の人権の基準ではヘイトスピーチを発信する行為は表現の自由の範疇にはない。

旧 Twitter（現 X）は、今や人権への取り組みを後退させているだけでなく、積極的に人権に挑戦する反動の動きを進めているとの見方が出てきている[8]。今のような状況が続くなら、SNS のようなプラットフォーム分野では、企業の自主的な取り組みに任せるだけでは不十分であり実効性がないと結論せざるを得なくなる。すると次の一手は、司法に訴える運動や、法規制の強化を求める運動となるだろう。テクノロジー業界にとって、これは歓迎したい出来事だろうか。

人権問題とは一過性のブームではなく、時には何十年にもわたって継続的な改善が続く種類の問題である。問題を見逃し続けることはできない。問題がより深刻になり、社会との摩擦がより大きくなるに、テクノロジー企業が自主的に人権問題に対する知識を獲得し、自主的な取り組みを進めた方が、業界の未来をより良くするのではないか。そのさい人権 NGO に協力を求めることも一つの考え方だろう。

■ 結語

以上見てきたように、日本、米国のプラットフォーム企業における人権への取り組みは、改善の余地がまだまだ大きい。プラットフォーム企業を含むテクノロジー業界は、オンラインの人権侵害の有害性と社会的影響の大きさを自分たちの責任として受け止め、緊張感と切実さをもって自主的に人権状況改善に取り組むことが求められている。そのさい、人権問題の解決に向けて重要となる監視や提言の機能を持つ人権 NGO らとも協力し、少しでも人権状況を改善、前進させるために取り組むべきである。そして実効性がある第三者委員会や異議申し立て窓口（人権救済窓口、グリーンバンスメカニズム）の設置を検討するべきだ。

例えば技術分野では、エンジニアらの自主的な勉強会や新技術への取り組みが、各テクノロジー企業の強みに直接結びついている。人権状況の改善においても、企業を超えた業界横断的な取り組みや、企業から独立した人権 NGO の機能を十分に活用することが、結果として業界の競争力に結びつくはずである。例えば米 Meta の Facebook は社外の人権団体にコンテンツ監視ツールの利用を認める措置を取っていると伝えられている。

私は、IT 業界を 30 年以上見てきたジャーナリストとして次のように考えている。すなわち、テクノロジー業界の未来のため、業界を挙げた人権に関する学習の取り組みを進め、人権問題に向き合うための知識と言葉を獲得し、人権 NGO らのリソースも活用しながら人権問題への取り組みを進めることが、常に挑戦を続けるテクノロジー企業にふさわしいポジティブな態度といえると思う。

-
- [1] 星 IGF2021 D1-3 発表資料「インターネットと国際人権法の接続～表現の自由、プライバシー、暗号化～」
https://docs.google.com/presentation/d/1IKhM7sDMLBArjnG_49By5T2sJvCgl9Zg8Tgsn37ITLY/edit?usp=sharing
- [2] FT “Merkel attacks Twitter over Trump ban” 12 January 2021
<https://www.ft.com/content/6146b352-6b40-48ef-b10b-a34ad585b91a>
- [3] BuzzFeed News 「在日コリアン狙ったヘイトクライム、ヤフーが被害者に「心よりお見舞い」 動機に“ヤフコメ”その責任は」 2022 年 4 月 19 日
<https://www.buzzfeed.com/jp/kotahatachi/utoro-arson-hatecrime-yahoo>
- [4] OHCHR “UN Human Rights Chief Türk issues open letter to Twitter’s Elon Musk” 5 November 2022
<https://www.ohchr.org/en/press-releases/2022/11/un-human-rights-chief-turk-issues-open-letter-twitters-elon-musk>
- [5] 毎日新聞 「マスク氏の「X」がヘイト監視団体を提訴 差別的な投稿増の指摘巡り」 2023 年 8 月 2 日
<https://mainichi.jp/articles/20230802/k00/00m/030/088000c>
- [6] X (Twitter) Blog “Protecting the public’s right to free expression” 31 July 2023
https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2023/a-new-era-of-transparency-for-twitter1
- [7] 朝日新聞 GLOBE+ 「さよなら Twitter【後編】イーロン・マスク氏はヘイトを放置 ユーザーはどこへ行く？」 2023 年 8 月 18 日 <https://globe.asahi.com/article/14981575>
-