

参議院常任委員会調査室・特別調査室

論題	インターネット選挙運動をめぐる諸問題 －SNSや動画共有サイトにおける選挙運動－
著者 / 所属	野内 修太 / 総務委員会調査室
雑誌名 / ISSN	立法と調査 / 0915-1338
編集・発行	参議院事務局企画調整室
通号	477号
刊行日	2025-7-25
頁	173-184
URL	https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/ripou_chousa/backnumber/20250725.html

※ 本文中の意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。

※ 本稿を転載する場合には、事前に参議院事務局企画調整室までご連絡ください (TEL 03-3581-3111 (内線 75020) / 03-5521-7686 (直通))。

インターネット選挙運動をめぐる諸問題

— SNSや動画共有サイトにおける選挙運動 —

野内 修太
(総務委員会調査室)

1. はじめに
2. インターネット選挙運動解禁とその後の広がり
3. SNS等のプラットフォームサービスの特性
4. 近年の選挙における問題の所在と対応策
5. おわりに

1. はじめに¹

平成25年の公職選挙法改正（平成25年法律第10号）で、SNSや動画共有サイト（以下「SNS等」という。）を含むウェブサイト等を利用したインターネット選挙運動が解禁された。その後、選挙運動におけるSNS等の利用は年々広がり、現在では有権者に政見を伝える手段として広く活用されている。一方、SNS等での選挙運動においては、公職の候補者やその関係者への誹謗中傷の深刻化、偽・誤情報等の拡散による選挙結果への影響、選挙を利用した収益を得る行為の広がり等を懸念する声が近年高まっている。

こうした中、第217回国会（常会）に成立した公職選挙法の一部を改正する法律（令和7年法律第19号）の附則では、選挙運動におけるSNS等の利用を念頭に、「選挙に関するインターネット等の利用の状況…（中略）…に対応するための施策の在り方については、引き続き検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられるものとする。」と規定されている。

本稿では、SNS等におけるインターネット選挙運動をめぐる諸問題への対応策について、国会や総務省の検討会での議論を中心に紹介し、今後の更なる議論に資することとしたい。

¹ 本稿は令和7年7月8日現在の情報に基づいており、脚注の参照URLも、同日に確認を行った内容に基づく。なお、文中の名称、肩書等は当時のものである。

2. インターネット選挙運動解禁とその後の広がり

(1) インターネット選挙運動の議論におけるSNS等の扱い

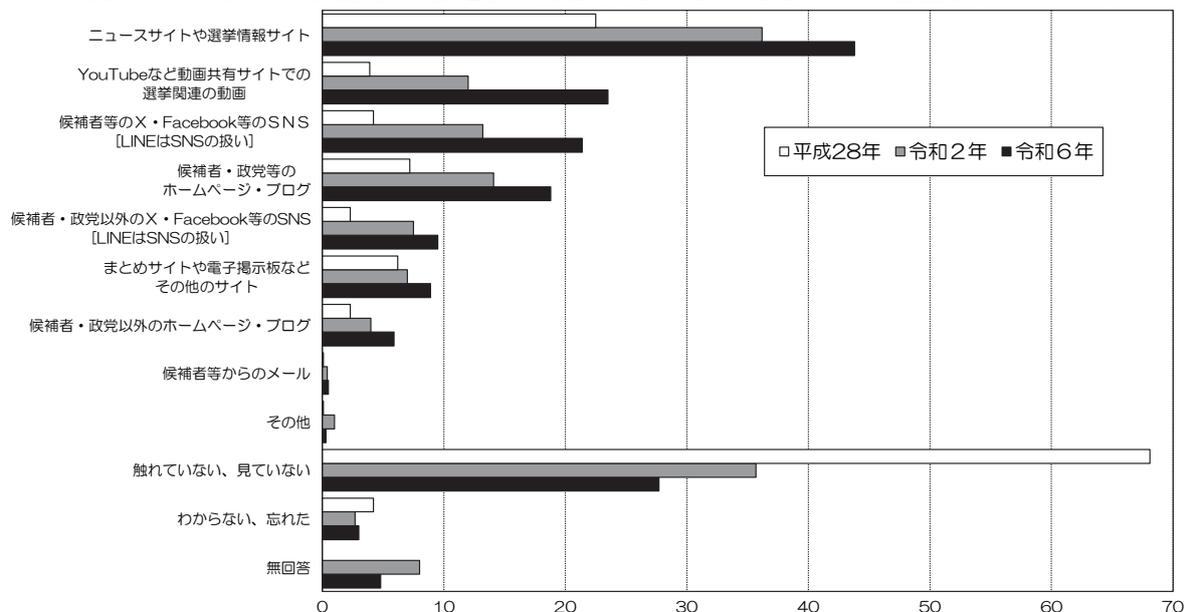
平成25年の公職選挙法改正では、電子メールを利用した選挙運動については候補者・政党等に限定されるなど、様々な規制が設けられた。一方、ウェブサイトの利用は、未成年者等を除き基本的に誰でも可能とされており、SNS等も同様の扱いとなっている。

当時の国会審議では、SNS上における取締りのしやすさについて、発議者から「仮に成り済ましや誹謗中傷行為をFacebookやTwitterの中で行った場合は会社に記録が残り、後々の取締りの際に、立証作業を行うときには個人間の電子メールのやり取りと比べて恐らく容易」である旨の認識が示されていた²。また、誹謗中傷等への対応も議論となっていたが、当時の参考人質疑では、その対策の必要性が指摘される一方、インターネット上で候補者自身が反論できるメリットも挙げられていた³。

(2) 選挙運動におけるSNS等の利用の広がり

インターネット選挙運動は年々広まっており、SNS等で候補者等に関する情報に触れている有権者の割合が増加しているといえる。一例として、図表1は平成28年、令和2年及び令和6年執行の東京都知事選挙において、有権者が実際に触れたインターネット上の情報に関する東京都選挙管理委員会の調査結果である。選挙を重ねるごとに、インターネット上の情報に「触れていない、見ていない」とする有権者の割合が減少する一方、「ニュースサイトや選挙情報サイト」、「YouTubeなど動画共有サイトでの選挙関連の動画」、「候補者等のX・Facebook等のSNS」等に触れる割合が増加している。

図表1 東京都知事選挙で有権者が触れたインターネット上の情報（単位：％）



(出所) 東京都選挙管理委員会事務局資料より作成

² 第183回国会衆議院政治倫理の確立及び公職選挙法改正に関する特別委員会議録第5号6頁（平25.4.2）

³ 第183回国会衆議院政治倫理の確立及び公職選挙法改正に関する特別委員会議録第6号4頁（平25.4.4）

3. SNS等のプラットフォームサービスの特性

SNS等のプラットフォーム上において誹謗中傷が深刻化したり、偽・誤情報が拡散される背景として、そのサービスの特性が挙げられる。

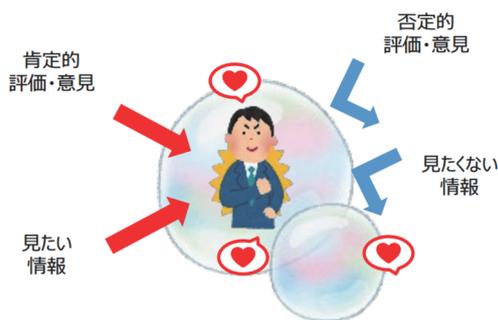
インターネットやSNS等の普及に伴う情報過多の社会においては、供給される情報量に比して、我々が支払えるアテンション（関心）や可処分時間は希少となるため、これが交換財として経済的価値を持つようになる。こうした経済モデルは、一般に「アテンション・エコノミー」（関心経済）と呼ばれている。SNS等においては、閲覧数等に応じて広告料等を受け取れるアテンション・エコノミーの経済モデルが活用されている。この「アテンション・エコノミー」の下では、情報の質よりも人々の関心をいかに集めるかが重視され、事実に関する報道よりも偽・誤情報の方が刺激的で拡散されやすいこと、怒りや憎悪といった負の感情がアテンションを得やすく、誹謗中傷が広がりやすいことが指摘されている⁴。

また、一般的にSNS等におけるコンテンツはユーザーの利用履歴を反映したアルゴリズム⁵によって表示されており、こうした特性が「フィルターバブル」や「エコーチェンバー」と呼ばれる現象を生じさせているとの指摘がある（図表2）。これらの性質が相まって、選挙においては、意図せずに情報が偏り、有権者が主体的に候補者を比べる機会を損ないかねないことや、後に詳しく述べる選挙の営利行為化の現象が指摘されている⁶。

図表2 フィルターバブル及びエコーチェンバーの概要

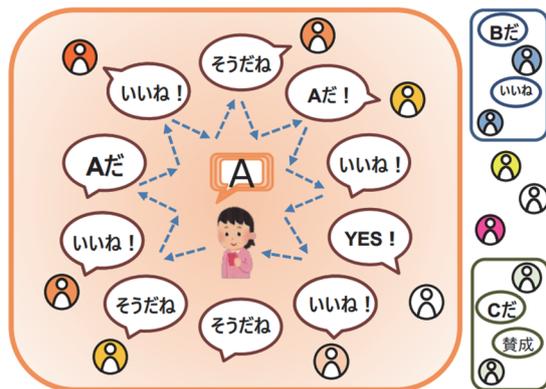
【フィルターバブル(Filter Bubble)】

アルゴリズムによって、利用者個人のクリック履歴に基づく情報（コンテンツのレコメンデーションや行動ターゲティング広告）が優先的に表示される（関心に合わない情報からは隔離される）結果、**自身の考え方や価値観に近い情報ばかりの「バブル（泡）」の中に包まれる状態**



【エコーチェンバー(Echo Chamber : こたまの部屋)】

ソーシャルメディア等において、自分と似た興味関心を持つユーザが集まる場でコミュニケーションする結果、**自分が発信した意見に似た意見が返ってくる(特定の意見や思想が増幅)状態**を、閉じた小部屋で音が反響する物理現象に例えたもの



（出所）総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会」（第1回）（令和5年11月7日）参考資料1-1、8頁より抜粋

⁴ 第210回国会衆議院憲法審査会議録第6号4頁（令4.12.8）

⁵ 一般に、ある問題を解決するための手順や計算のことをいう。例えば、SNSではユーザーの滞在時間、共有、コメントなど、様々な種類の情報を分析し、ユーザーの興味・関心を推測し、表示するコンテンツを決定している。

⁶ 『日本経済新聞』（令6.12.18）

4. 近年の選挙における問題の所在と対応策

前述のSNS等の特性も背景に、選挙におけるSNS等での誹謗中傷、偽・誤情報の拡散、選挙を利用した収益を得る行為等の問題をめぐっては、東京都知事選挙（令和6年7月執行）や兵庫県知事選挙（令和6年11月執行）等において多くの課題が顕在化した。

令和7年2月20日の衆議院政治改革に関する特別委員会では、東京都選挙管理委員会事務局選挙課長織田祐輔参考人、兵庫県選挙管理委員会委員長永田秀一参考人及び一般社団法人選挙制度実務研究会⁷会長大泉淳一参考人が選挙をめぐる諸問題に言及しており、そのうち選挙とSNS等をめぐる内容はおおむね図表3のとおりである。

図表3 選挙とSNS等をめぐる各参考人の意見の概要

<p>(東京都選挙管理委員会事務局選挙課長 織田祐輔参考人)</p> <ul style="list-style-type: none">・ポスター掲示場を活用してSNSの閲覧数、再生数を稼げるなどと宣伝し、インターネットを活用して候補者を募る動き等もあった。・選挙自体が、資金調達、売名等、候補者等による選挙のビジネス化に利用されている側面も出てきている。・候補者等のSNS等において中継や録画された動画等の形式で公開され、候補者等及びその家族など周囲の人々の日常生活に影響を及ぼすような個人情報や、根拠が曖昧な情報等も含めて拡散されるなど、公職選挙法にとどまらず他の法令への抵触等を含め指摘があり、社会に及ぼす影響の大きさが報道された。・候補者が発信するSNS等に対しての投げ銭⁸や寄附、再生数稼ぎによるSNSプラットフォームからの報酬等の問題についても、具体的事例に対する法令解釈や取扱いなど、整理する必要がある。 <p>(兵庫県選挙管理委員会委員長 永田秀一参考人)</p> <ul style="list-style-type: none">・SNS上の特定の書き込みについて、この書き込みは事実と反する内容であるから選挙管理委員会が指導すべきといった指摘があった。・誹謗中傷や真偽不明の情報について、名誉毀損罪や虚偽事項公表罪に当たらないのかとの問合せも多くあった。・選挙運動におけるSNS利用がこれだけ普及している状況においては、これまで以上に有権者が正しい情報に基づき投票先を決定できるような、積極的な環境づくりが求められている。 <p>(一般社団法人選挙制度実務研究会会長 大泉淳一参考人)</p> <ul style="list-style-type: none">・SNSで本当に選挙運動をしたい人を排除することはよくないが、選挙関係の話題で注目を集め、それにより収益を得るといっているのであれば、本来の選挙運動からかけ離れている。

(出所) 第217回国会衆議院政治改革に関する特別委員会議録第3号（令7.2.20）より作成

上記の諸問題に対応する手段として、以下では刑罰による対応、プラットフォーム事業者等による対応、偽・誤情報の存在を前提としたICTリテラシーの向上やファクトチェックの取組を紹介していく。

⁷ 公明公正かつ適正な選挙執行の実現と政治資金の透明性の確保を担う人材の育成を目的に設立されており、選挙管理委員会のサポート事業等を実施している。

⁸ 一般に、ライブ配信サービスの視聴者が配信者を応援するため、金銭やギフト等を送る行為をいう。

(1) SNS等における選挙運動で適用され得る罰則

SNS等での選挙運動をめぐる諸問題への対応策の一つとして、罰則の適用が挙げられる。適用の可能性が想定される主な罰則規定としては、公職選挙法の虚偽事項公表罪を始め、図表4のものが挙げられる。

図表4 SNS等における選挙運動で適用され得る主な罰則規定

罪名	構成要件	法定刑
虚偽事項の公表（当選目的） （公職選挙法第235条第1項）	当選を得又は得させる目的をもつて公職の候補者若しくは公職の候補者となろうとする者の①身分、職業若しくは経歴、②その者の政党その他の団体への所属、③その者に係る候補者届出政党の候補者の届出、④その者に係る参議院名簿届出政党等の届出又は⑤その者に対する人若しくは政党その他の団体の推薦若しくは支持に関し虚偽の事項を公表	2年以下の拘禁 又は 30万円以下の罰金
虚偽事項の公表（落選目的） （公職選挙法第235条第2項）	当選を得させない目的をもつて公職の候補者又は公職の候補者となろうとする者に関し虚偽の事項を公表、又は事実をゆがめて公表	4年以下の拘禁 又は 100万円以下の罰金
氏名等の虚偽表示 （公職選挙法第235条の5）	当選を得若しくは得しめ又は得しめない目的をもつて真実に反する氏名、名称又は身分の表示をして郵便等、電報、電話又はインターネット等を利用する方法により通信	2年以下の拘禁 又は 30万円以下の罰金
名誉毀損 （刑法第230条第1項）	公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損	3年以下の拘禁 又は 50万円以下の罰金
侮辱 （刑法第231条）	（事実を摘示せず）公然と人を侮辱	1年以下の拘禁若しくは 30万円以下の罰金 又は 拘留若しくは科料

（出所）総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会WG」（第18回）（令和6年5月10日）資料18-1-3、3～7頁及び各法律の条文より作成

選挙運動期間は選挙の種類によって異なるが、最短で町村長及び町村議会議員の選挙で5日間、最長でも参議院議員及び都道府県知事の選挙で17日間と限られており、この選挙運動期間の短さを踏まえ、取締りの迅速化を求める声もある。選挙違反の取締りについて、選挙の自由妨害罪（公職選挙法第225条）の適用が問題となった事例を念頭に置いた答弁ではあるが、警察庁は「刑事手続として証拠に基づく事実認定を行う必要があるが、その事実認定について一般論としては、暴行等によるものではなく、言論による演説を妨害するような自由妨害罪は立証のための事実認定に一定の時間を要する」旨、説明している⁹。

なお、選挙に関するインターネット等の利用に係る検討規定が附則に盛り込まれた公職選挙法改正案の採決時に付された附帯決議では、「…SNS等の媒体をはじめとした虚偽事項の公表…（中略）…に対しては、選挙期間中においても関係機関は、法に基づき、迅速かつ適切な対応を行うべく最大限の努力を傾けること。」としている¹⁰。

⁹ 第217回国会衆議院政治改革に関する特別委員会議録第4号（令7.2.25）

¹⁰ 衆議院政治改革に関する特別委員会「公職選挙法の一部を改正する法律案に対する附帯決議」〈https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_rchome.nsf/html/rchome/Futai/seijikaikakuCF80E390E8BC37D549258C440004601E.htm〉

(2) プラットフォーム事業者等による対応

ア 情報流通プラットフォーム対処法による主な対応

先述の刑罰による対応に限界がある中、SNS等のプラットフォーム事業者に対応を促すアプローチも重要となる。この関連で、令和7年4月に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(通称:プロバイダ責任制限法)の一部を改正する法律(令和6年法律第25号)が施行され、法律名も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、通称:情報流通プラットフォーム対処法)(以下「情プラ法」という。)に変更されている。本法律は、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にするための制度を定めている。

具体的には、一般則として大規模プラットフォーム事業者等に対し、権利侵害情報に対する削除対応の迅速化や、運用状況の透明化に係る対応を義務付けるとともに(以下(ア))、選挙運動の関係では、平成25年のインターネット選挙運動解禁に伴い特例が設けられている(以下(イ))¹¹。

(ア) 大規模プラットフォーム事業者等の義務(令和6年改正)¹²

情プラ法では、SNS等の特定電気通信役務¹³を提供する者のうち、大規模プラットフォーム事業者等を大規模特定電気通信役務提供者として指定¹⁴し、情報の削除に関し、対応の迅速化及び運用状況の透明化を義務付けている。

削除対応の迅速化については、①削除申出窓口の整備・公表、②削除申出への対応体制の整備、③削除申出に対する原則7日以内の判断・通知が義務付けられている。この対象は権利侵害情報に限定されており、偽・誤情報は権利侵害情報と一部重なり合うものの、必ずしも本規定の対象となっていない(図表5)。

なお、立法過程においては削除申出の対応に係る期間に関し、事業者側より「ユーザーから受け取る報告書の膨大な量やその複雑性を考慮すると、期限を設定することに懸念を持つ」、「申請件数自体が時期により大きく変動し、かつ、それをプラットフォーム事業者においてコントロールしたり予測したりできるものではないため、対応に一律の期間制限(ましてや、1週間という短期間)を設ける合理性は全くない」旨の意見があった¹⁵。

¹¹ このほか、発信者情報の開示に係る規定が設けられている。

¹² 本改正の内容とその国会論議の詳細は、古賀雅士「プラットフォーム事業者に対する新たな規制の創設—プロバイダ責任制限法改正案をめぐる国会論議—」『立法と調査』No.469(令6.9)を参照されたい。

¹³ 「特定電気通信役務」とは、不特定の者によって受信されることを目的とする電気通信の送信によるサービスをいう。具体的には、SNS、電子掲示板等のサービスが該当する。

¹⁴ 平均月間発信者数(平均月間アクティブユーザ数)1,000万人等の要件を満たす事業者が指定され、令和7年7月8日時点では、Google LLC、LINEヤフー株式会社、Meta Platforms, Inc.、TikTok Pte. Ltd.、X Corp.、株式会社ドワンゴ、株式会社サイバーエージェント、株式会社湘南西武ホーム及びPinterest Europe Limitedの9者が指定されている。

¹⁵ 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(案)に対する意見募集結果」(令和6年1月)32頁及び33頁

図表5 権利侵害情報の位置付け

違法 情報	【権利侵害情報】 ・虚偽の事実の摘示による誹謗中傷（名誉毀損）等	偽・誤情報
	【その他違法情報（法令違反情報）】 ・虚偽・誇大広告（景表法・特商法等違反） ・いわゆる「闇バイト」等の犯罪の実行者を誘引（募集）する情報（職安法違反）等	
有害 情報	【有害情報】 ・災害発生時における救命・救助活動の妨げとなる実在しない住所を摘示しての救助要請 ・違法行為を誘引する情報（オンラインカジノへのリーチサイト）等	【偽情報】 ・人を混乱させ惑わすために意図的・意識的に作られたウソ、虚偽の情報 【誤情報】 ・勘違いや誤解により拡散された間違った情報

（出所）総務省「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会 デジタル空間における情報流通に係る制度WG」（第9回）（令和7年5月29日）資料9-3、3頁より作成

運用状況の透明化については、大規模特定電気通信役務提供者に対し、①削除基準の策定・公表、②削除した場合の発信者への通知、③削除の運用状況の公表が義務付けられている。こうした取組を義務付けることで、総務省は「事業者の自主的な取組の透明化を図り、国民にとって分かりやすい形での開示を通じ、事業者による削除基準やその運用の見直しを促す」旨を説明している¹⁶。

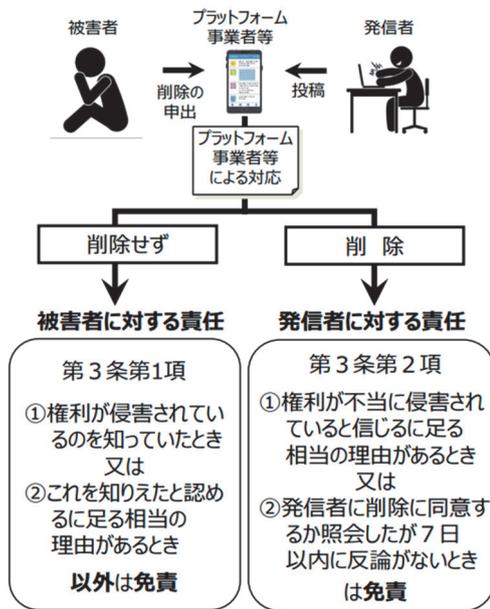
これらに関連し、総務省は令和7年7月執行の第27回参議院議員通常選挙における偽・誤情報等への対応として、プラットフォーム事業者に対し、利用規約等に基づく適切な対応を要請したほか、大規模プラットフォーム事業者に対し、削除申出窓口の公表、削除の適否に関する迅速な判断、削除基準の策定・公表等を要請している¹⁷。

（イ）公職の候補者の特例（平成25年改正）

一般則として、情プラ法第3条では、情報流通によって他人の権利が侵害された場合の被害者及び発信者に対するプラットフォーム事業者等の免責について、図表6のとおり規定されている。

本規定に関しては、平成25年のインターネット選挙運動解禁に伴い、特例が設けられた（同法第4条）。選挙運動用・落選運動用文書画像によって自己の名誉を侵害されたとする候補者・政党等からの申出をプラットフォーム事業者等が受けて削除する場合、情報発信者に対する削除同意照会期間は通常の7日から2日に短縮されており、2日以内に削除に同意しない旨の返事が発信者からなければ、プラットフォーム事業者等は削除しても民事上の賠償責任は問われないこととされている。

図表6 プラットフォーム事業者等の免責要件



（出所）総務省資料より抜粋

¹⁶ 第213回国会衆議院総務委員会議録第15号18頁（令6.4.18）

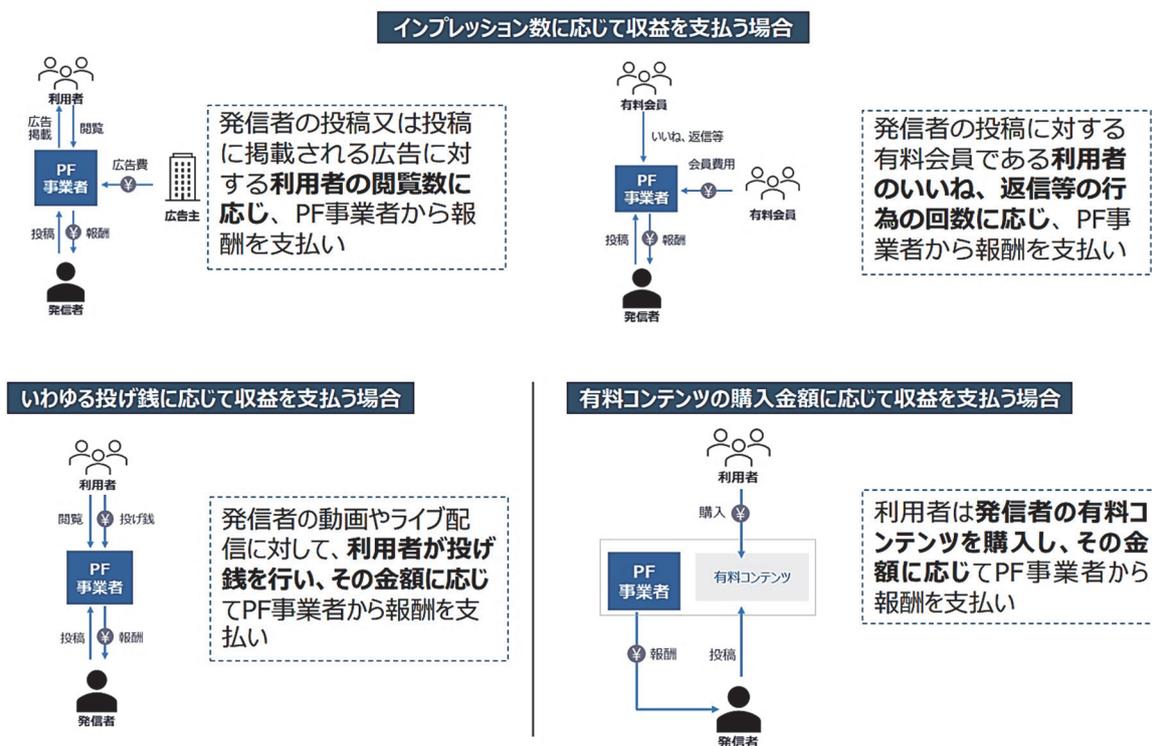
¹⁷ 村上総務大臣閣議後記者会見の概要（令和7年6月27日）〈https://www.soumu.go.jp/menu_news/kaiken/01koho01_02001457.html〉

発信者との関係では、申出の時間的余裕が必要な一方、名誉を侵害された候補者等との関係では、選挙運動期間が7日未満の場合もあり、削除同意照会期間はできる限り短くする必要があるため、2日に短縮されている¹⁸。

イ SNS等の収益化プログラムをめぐる議論

多くのSNS等では、図表7にある類型の収益化プログラムが利用者に提供されている。例えば、発信者の投稿又は投稿に掲載される広告に対する利用者の閲覧数に応じ、プラットフォーム事業者から発信者に報酬が支払われる仕組みなどが導入されている（図表7左上）。

図表7 SNS等における収益化プログラムのイメージ



（出所）総務省「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会 デジタル空間における情報流通に係る制度WG」（第9回）（令和7年5月29日）資料9-3、45頁より抜粋

この仕組みに関しては、「SNS等では広告収入のモデルで利用者が情報を閲覧しており、人々の関心を集めてアクセスが増えることによって、経営者に収入が入るシステムとなっている。人々の関心を得ることが経済的なインセンティブに直結しているのがアテンション・エコノミーの本質であるが、関心さえ得られれば、質を問わない情報提供を求めてしまうことがある」旨の指摘がある¹⁹。こうした特性を念頭に、村上総務大臣は「クリック数に応じて収益が発生するSNSのビジネスモデルは、その負の側面として、過激なタイトルや内容の記事等を生み出し、偽・誤情報の拡散等を助長させる構造

¹⁸ 総務省総合通信基盤局消費者行政第二課「プロバイダ責任制限法逐条解説」（令和5年3月）27頁

¹⁹ 第217回国会衆議院憲法審査会議録第7号（令7.5.22）

を有している」旨、懸念を表明している²⁰。

選挙運動をめぐっても、SNS等を利用した営利行為の加速化が問題視されており、選挙の局面に限定した収益化の停止が議論となっている。この点、村上総務大臣は「現行法において、利用者が動画共有サイト等から収益を得ること自体を禁止する法令がない。選挙に関する投稿による収益を制限することについて、どのような発信者を対象にするか、どのような投稿を対象にするかなど、様々な論点がある」旨を説明している²¹。

また、選挙に限らない一般論として、収益化の停止をめぐる具体的な論点について、総務省の検討会では、①対象となるサービス・収益の種類（ユーザーからのインプレッションや投げ銭に応じて収益を支払う場合など）、②どのような情報を対象とすべきか、③海外からの発信者について、法の対象とすることが可能か、現実的に海外からの発信者に対して支払われる収益を停止することが可能か、④対象者について目的・属性等に照らし一定の例外を設けるか、⑤停止する期間の始期・終期等が挙げられている²²。

なお、仮に収益化を停止したとしても、経済的インセンティブ目当ての偽・誤情報の流通・拡散に対しては有効と考えられる一方、イデオロギーや政治的意図を持って発信された偽・誤情報の流通・拡散に対する効果は限定的である可能性も指摘されている²³。

ウ プラットフォーム事業者の対応と表現の自由との関係

これまで述べてきた情報の削除や収益化の停止は、情報流通プラットフォームサービス上で、コンテンツの流通・拡散を抑止するために講ずる措置であるコンテンツモデレーションの一類型として整理される。コンテンツモデレーションの主な類型と表現の自由への制約の関係は、総務省の検討会では図表8のとおり整理されている。

例えば、収益化の停止（図表8②）は、プラットフォーム事業者の広告収入が間接的に偽・誤情報の発信・拡散主体の収入源となることを抑止する上で一定の効果が見込まれるが、情報自体の可視性には直接の影響がない措置であると考えられ、相対的には表現の自由への制約が小さいものとされている。一方、アカウント停止・削除（図表8⑦）は、既に流通する情報を不可視とするのみならず、将来的な表現行為の機会を与えない点において、事前抑制的な性格を有する措置であると考えられ、表現の自由への制約が大きいものと整理されている。

もっとも、程度の差こそあれど、いずれの措置も表現の自由への影響が全くないとは言えず、収益化の停止についても、「収益化停止は表現規制でないわけではない。災害等の特定の期間において、例えばフリーのジャーナリストの方がそういった発言・投稿によって収益が得られなくなるということが表現の自由に対する影響がゼロではない」と懸念する意見もある点、留意が必要と考えられる²⁴。

²⁰ 第217回国会衆議院総務委員会議録第4号（令和7.2.20）

²¹ 第217回国会衆議院政治改革に関する特別委員会議録第14号（令和7.5.13）

²² 総務省「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会 デジタル空間における情報流通に係る制度WG」（第9回）（令和7年5月29日）資料9-3、47頁

²³ 総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会とりまとめ」（令和6年9月）89頁

²⁴ 総務省「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会 デジタル空間における情報流通に係る制度WG」（第9回）（令和7年5月29日）資料9-3、46頁

図表 8 コンテンツモデレーションの主な類型と表現の自由への制約

表現の自由 への制約	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	
<p>小</p> <p>大</p>	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）

（出所）総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会とりまとめ概要」10頁より抜粋

（3）偽・誤情報の存在を前提とした取組

SNS等における投稿量の多さや伝播性、速報性の高さに加え、表現の自由との関係から、プラットフォーム事業者の対応にも一定の限界があると考えられる。こうしたことから、偽・誤情報に関し、「流通を完全に防ぎ切ろうと前のめりになるのではなく、様々な議論を通じて淘汰していくことが望ましい社会ではないか」といった趣旨の指摘もある²⁵。

具体的な対応策としては以下のように、ICTリテラシーの向上やファクトチェックの取組が挙げられる。

ア ICTリテラシー向上に向けた取組

総務省において、ICTリテラシー向上に資する取組の更なる推進のため、利用者のICTリテラシーに関する認識や偽・誤情報の拡散傾向等、ICTリテラシーに係る実態を把握する目的で、「ICTリテラシー実態調査」が実施された²⁶。

同実態調査によると、過去に流通した偽・誤情報を見聞きした人に対し、その内容の真偽をどのように考えるかについて、「正しい情報だと思う」、「おそらく正しい情報だと思う」と回答した人の割合は47.7%となっている。さらに、偽・誤情報に接触した人のうち、25.5%の人が何らかの手段を用いて拡散しており、拡散された偽・誤情報のジャンルは、「医療・健康」（62.6%）、「経済」（48.8%）などが多いが、「政治」に関しても26.2%と一定程度の拡散があったとされる。

ICTリテラシー向上に係る近年の取組としては、官民連携での意識啓発プロジェクトである「デジタルポジティブアクション」が令和7年1月に立ち上げられた。総務省は、このプロジェクトを通じて「官民の取組などを集約したウェブサイトの充実、多様

²⁵ 第208回国会衆議院憲法審査会議録第15号9頁（令4.6.2）

²⁶ 令和7年3月31日から同年4月2日の間に調査が実施されている。

な関係者によるセミナー、シンポジウムの開催、普及啓発のための教材の作成、活用などに取り組むとともに、プラットフォーム事業者等において、自らのSNS等のサービス上で信頼性の高い情報を優先表示するといった工夫など、主体的な取組を行うことも期待している」旨を説明している²⁷。

また、選挙の関係では、学校現場における主権者教育の取組も重要となる。その対応について、文部科学省は「主権者教育の指導資料の中で、インターネットやSNSの影響などを考慮、考察することなどのメディアリテラシーの視点を取り入れた指導事例を盛り込んでいる」旨、現状の取組を述べている。その上で、「学習指導要領の次期改訂が、中央教育審議会で諮問の後に始まっているが、メディアリテラシーという観点も含めて、主権者教育の在り方についても検討してまいりたい」旨の方向性を示している²⁸。

イ ファクトチェックの取組

ファクトチェックとは、一般に情報の真偽を検証する活動をいい、インターネット上の偽・誤情報に対抗するための手段として注目されている。日本国内においては、3団体が国際ファクトチェックネットワーク（IFCN）の認証を取得しており²⁹、民間主体の取組が行われている。

ファクトチェックに対する政府・公的機関の関与をめぐっては、「公的機関がファクトチェックを掲げて情報流通にラベル付けをすることは、表現の自由を侵害するリスクをはらむ」³⁰、「政府の資金がファクトチェック機関の財源となることで、ファクトチェック機関の独立性との関係が懸念される」³¹などの見解がある。なお、国等の機関が主体となって情報の真偽を判定し、一般に向けて公表している諸外国の例として、選挙手続・選挙制度のみを対象としているドイツ、オーストラリア及びカナダ、外国由来の情報のみを対象としているEUなどが挙げられる³²。

日本におけるファクトチェック活動の課題として、①ファクトチェック自体の社会的認知度・理解度の不足、②ファクトチェック記事の量的少なさ、③ファクトチェック人材の不足、④財源確保を含めた持続可能な事業モデルの未成熟が挙げられている³³。今後のファクトチェック機関の支援策として、「ファクトチェックのビジネス化が一定程度必要」、「偽情報対策のリテラシー啓発など、プロジェクトベースの公募型のファンディングなど、ファクトチェック団体の独立性、非党派性を損なわない支援策を考えていく必要がある」旨が提案されている³⁴。

²⁷ 第217回国会衆議院予算委員会第二分科会議録第1号22頁（令7.2.27）

²⁸ 第217回国会衆議院文部科学委員会議録第2号10頁（令7.3.12）

²⁹ IFCNの認証を得るためには「非党派性と公正性」、「情報源の基準と透明性」、「資金源と組織の透明性」、「検証方法の基準と透明性」、「オープンで誠実な訂正方針」という「ファクトチェックの5原則」の遵守が求められており、InFact、日本ファクトチェックセンター及びリトマスの3団体が認証を取得している。

³⁰ 第217回国会衆議院憲法審査会議録第7号（令7.5.22）

³¹ 第217回国会参議院憲法審査会会議録第5号（令7.6.4）

³² 衆議院法制局・衆議院憲法審査会事務局「国民投票法②（ネットの適正利用、特にフェイクニュース対策）に関する資料」（令和7年4月10日）12頁

³³ 総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会とりまとめ」（令和6年9月）127頁

³⁴ 第217回国会衆議院憲法審査会議録第7号（令7.5.22）

5. おわりに

本稿では、SNS等におけるインターネット選挙運動での誹謗中傷や偽・誤情報の拡散、収益化プログラムを通じた選挙運動の営利行為化等に係る諸問題に対し、刑罰による対応、プラットフォーム事業者等による対応、偽・誤情報の存在を前提としたICTリテラシーの向上やファクトチェックの取組等について整理してきた。

令和7年7月執行の第27回参議院議員通常選挙を控え、これまでSNS等と選挙の関係を含め、選挙運動をめぐる諸問題について議論を行ってきた「選挙運動に関する各党協議会」が令和7年6月27日に発出したメッセージの中では、「プラットフォーム事業者の皆様には、健全で公正な選挙の実現のため、選挙時における偽・誤情報、誹謗中傷の拡散や、それらを加速させる収益化プログラム、また不正・多重アカウントの問題について、引き続き改善の努力をお願いします。」とされた³⁵。

同選挙におけるSNS等と選挙運動をめぐる動向等も踏まえつつ、公正な選挙運動と表現の自由や選挙運動の自由の両立を確保していくため、引き続き丁寧な検討が求められる。まずは、啓発活動等を担う選挙管理委員会や、民間のプラットフォーム事業者、ファクトチェックに携わる団体など、各ステークホルダーがそれぞれの役割を果たしつつ、引き続き多角的な観点からの対応を推進していく必要がある。

(のうち しゅうた)

³⁵ 選挙運動に関する各党協議会「選挙運動に関する各党協議会によるメッセージ」(令和7年6月27日)〈http://storage2.jimin.jp/pdf/kikanshi/210955_1.pdf〉