

Innovation Nippon 2019

日本における フェイクニュースの実態と対処策

2020.3.18

山口真一（国際大学GLOCOM 准教授・主任研究員）

菊地映輝（国際大学GLOCOM 講師・研究員）

青木志保子（国際大学GLOCOM 主任研究員）

田中辰雄（慶應義塾大学経済学部教授）

渡辺智暁（国際大学GLOCOM教授・研究部長・主幹研究員）

大島英隆（国際大学GLOCOMリサーチアシスタント）

永井公成（国際大学GLOCOMリサーチアシスタント）



はじめに：
頻発するフェイクニュース

はじめに：頻発するフェイクニュース

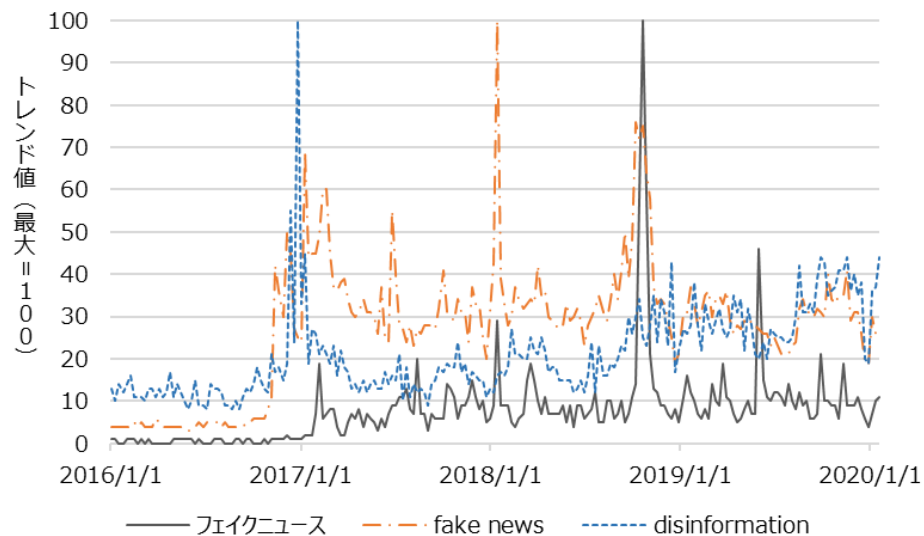
◆ 頻発するフェイクニュース

- **2016年の米国大統領選挙**以降フェイクニュースが特に着目されるようになる。
- 選挙前3か月間で、トランプ氏に有利なフェイクニュースは3000万回、クリントン氏に有利なフェイクニュースは800万回シェア（Allcott & Gentzkow, 2017）。
- 台湾総統選でのフェイクニュース拡散や、フェイクニュースを基とした殺人事件の発生など、**問題は収束していない**。



フェイクニュース「ローマ法王トランプ氏を支持」

<http://www.nhk.or.jp/kokusaihoudou/catch/archive/2017/01/0130.html>



Googleトレンドにおける「フェイクニュース」「fake news」「disinformation」の推移

はじめに：頻発するフェイクニュース

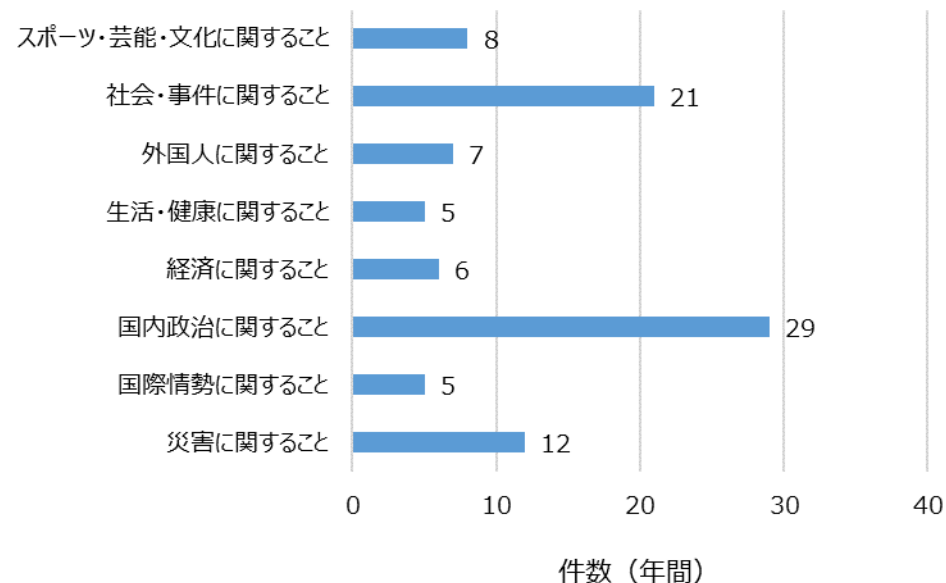
◆ 日本も例外ではないフェイクニュース

- フェイクニュースは分断の激化、政治への影響、ネットの価値そのものの棄損などの影響があることが指摘されている（山口, 2018）。
- 日本においても、ファクトチェック済みのフェイクニュースだけでも**年間100件程度**のフェイクニュースが拡散されている。



フェイクニュースを流していたサイト

<https://www.buzzfeed.com/jp/kotahatachi/korean-news-xyz>



2019年のフェイクニュース

Innovation Nipponでの調査。BuzzfeedとINFACT（旧ニュースのタネ）がファクトチェックを実施したフェイクニュース事例を、ニュースカテゴリー別に分類

はじめに：頻発するフェイクニュース

◆ フェイクニュース対策の課題

- 日本では主に海外を参照しながら、議論を進めている。
- しかし海外でも、現状の方向性としては「ユーザリテラシー向上」「ファクトチェック」「プラットフォーム事業者との連携」を打ち出しているに留まり、具体化されていない。
- 学術研究でも、実態と対処方法について明らかに出来ているものは少ない。

総務省「プラットフォームサービスに関する研究会」での指摘

- ① フェイクニュース問題が日本でどうなっているか**実態**を明らかにする必要がある。
- ② そもそもファクトチェック・フェイクニュースの**認知度**が日本では低いのではないか。
- ③ 持続可能な**ファクトチェック体制**とは何か。
- ④ ①～③を踏まえたうえで、**適切な対策**を検討しなければいけない。

- A) 日本におけるフェイクニュースの実態・社会的影響を定性的・定量的に明らかにする
B) 今後のフェイクニュース対策について政策的含意を導く

はじめに：頻発するフェイクニュース

◆ 本研究での「フェイクニュース」の定義・範囲

- フェイクニュースは**明確な定義がない**ことから、「不都合なものをフェイクニュースとする」などの問題が発生している。



【disinformation】

あらゆる形態における虚偽の、不正確な、又は誤解を招くような情報で、公共に危害を与えることを意図し又は利益を得るために、設計・表示・宣伝されたもの

- 生活者にとっては、故意でない虚偽の情報も、**同様に公共的な被害**が発生することが考えられる。
- 生活者・観察者共に、disinformationとmisinformationの判断は難しい。

＜本研究における定義＞

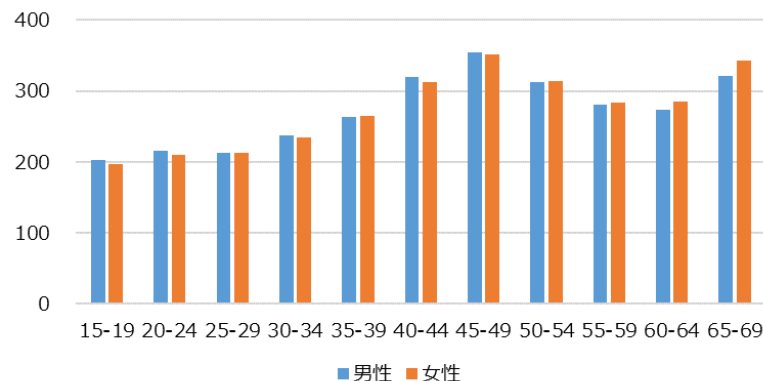
あらゆる形態における虚偽の、不正確な、又は誤解を招くような情報で、
設計・表示・宣伝されるなどをおして公共に危害が与えられたもの

はじめに：頻発するフェイクニュース

◆ 分析方法

アンケート調査分析

- 実施期間：2020年1月。
- 対象：15歳～69歳の男女。
- 予備調査は性年代別の人口、本調査はニュース接触者の性年代別人数に応じて層化抽出法で取得。
- サンプルサイズは予備調査15,000人、本調査6,000人。



本調査の性年代別サンプルサイズ

ヒアリング調査

- 有識者6名に対して「フェイクニュースの実態」と「フェイクニュース対策」に関するヒアリングを実施。

氏名	肩書き
木村忠正	立教大学社会学部メディア社会学科教授
笹原和俊	名古屋大学大学院情報学研究科講師
八田真行	駿河台大学経済経営学科准教授
古田大輔	ジャーナリスト / 株式会社メディアコラボ代表 / インターネットメディア協会理事
前嶋和弘	上智大学総合グローバル学部教授
楊井人文	弁護士 / ファクトチェック・イニシアティブ理事兼事務局長

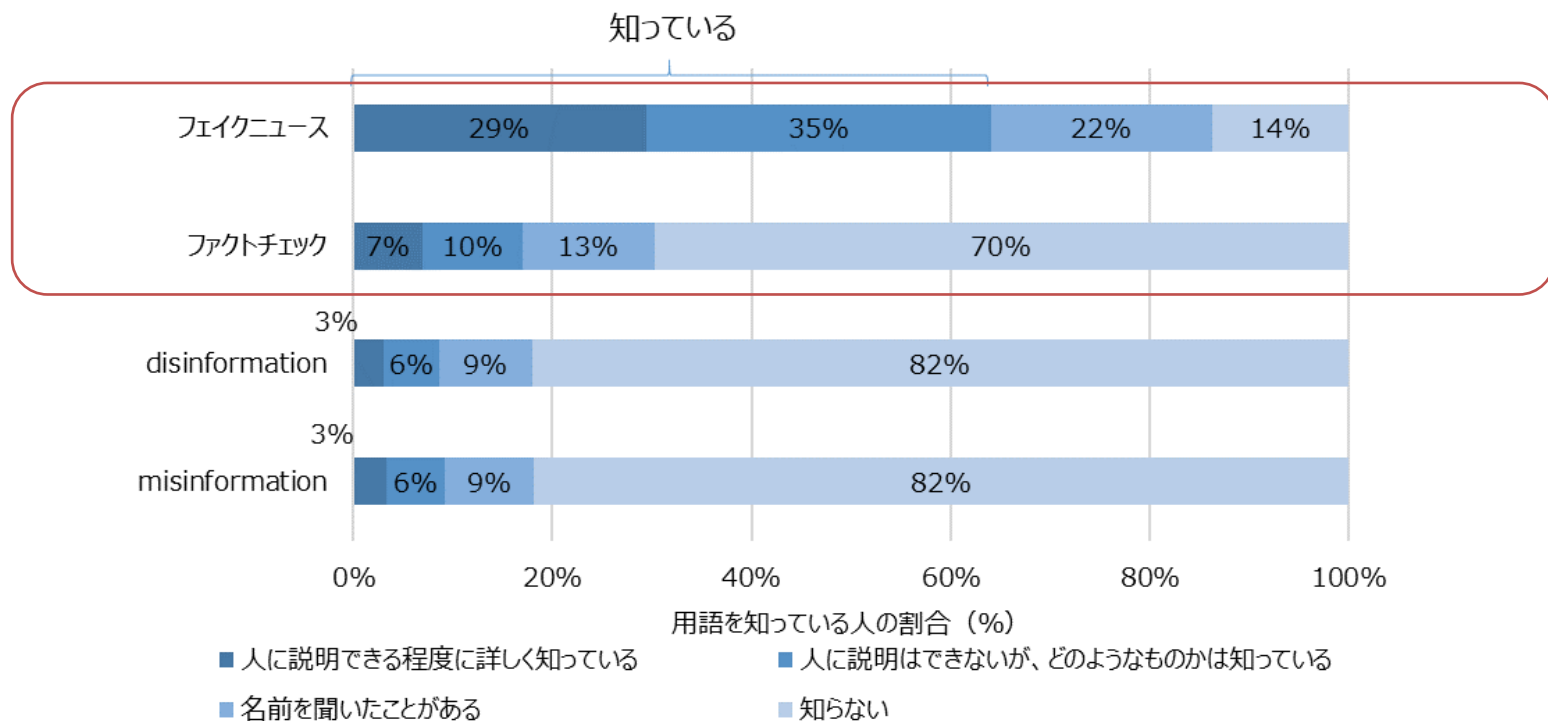
- 生活者2名（男女）に対してニュース行動などを調査。

フェイクニュースに対する考え

フェイクニュースに対する考え

◆ フェイクニュース・ファクトチェックという言葉を知っている人

- フェイクニュースを知っている人は**64%**。一方ファクトチェックは**17%**に留まる。
- フェイクニュース問題が社会の共通認識になっているとはいえない。



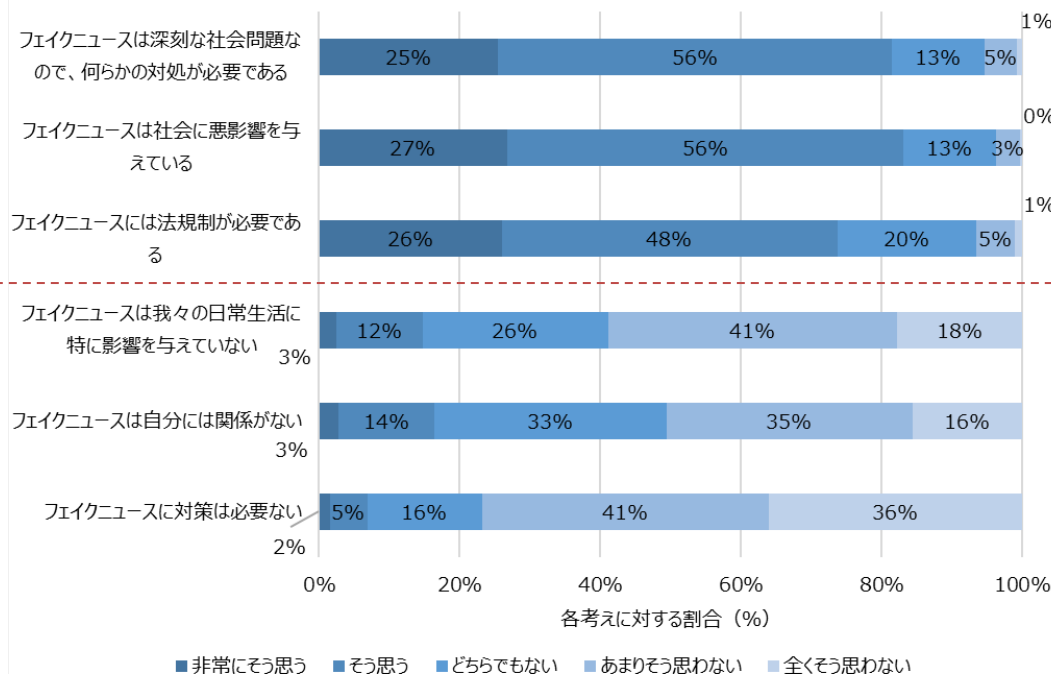
フェイクニュース・ファクトチェックの認知度

予備調査データ (n=15,000) の分析

フェイクニュースに対する考え

◆ フェイクニュースの捉え方

- **80%以上**の人がフェイクニュースを社会問題と考えている。
- 法規制を求める人も74%存在。フェイクニュース規制と表現規制のトレードオフの関係や、表現の自由の啓発も重要と考えられる。



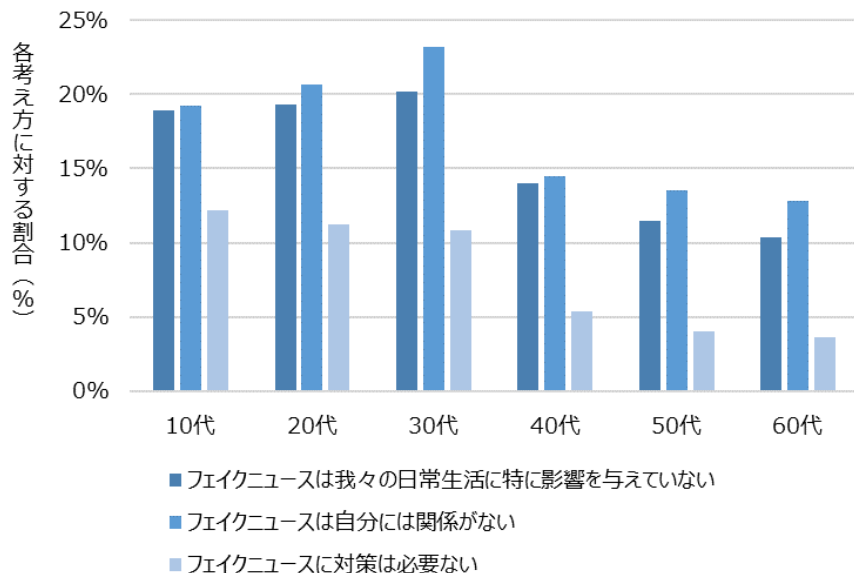
フェイクニュースの捉え方

フェイクニュースを知っている人 (n=9,614) の分析

フェイクニュースに対する考え

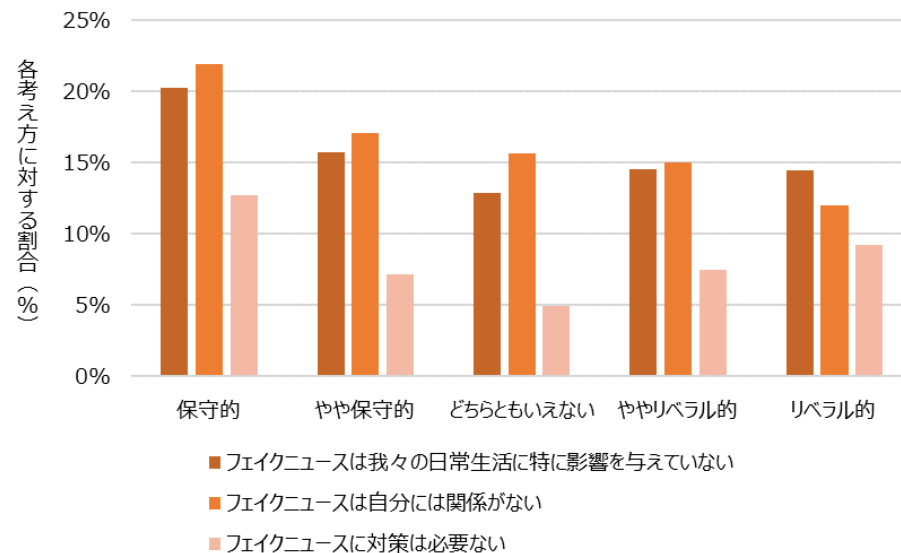
◆ フェイクニュースの捉え方の違い

- フェイクニュースは「生活に影響がない」「対策は必要ない」と考えている人は、どちらかというと若い世代や保守的な政治傾向の人に多い。



影響なし・対策必要なしの人割合（年代別）

フェイクニュースを知っている人（n=9,614）の分析



影響なし・対策必要なしの人割合（政治傾向別）

フェイクニュースを知っている人（n=9,614）の分析

フェイクニュース拡散行動の実態

フェイクニュース拡散行動の実態

◆ フェイクニュースに対する行動調査

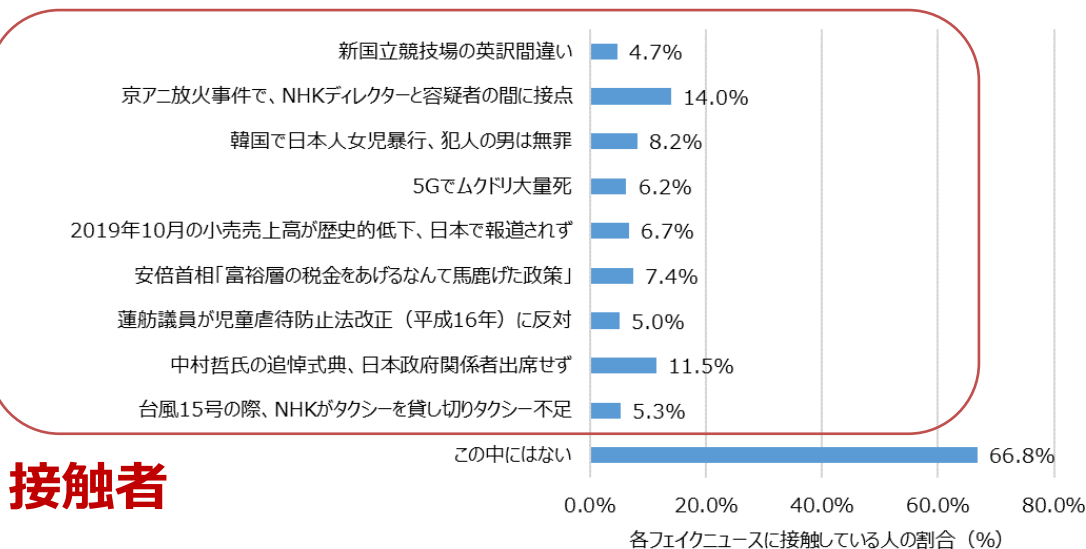
➤ 8分野9つのフェイクニュース（ファクトチェック済・2019年に話題）を対象。

- ① スポーツ・芸能・文化：新国立競技場の「月極駐車募集中」の英訳が「The moon ultra parking is being recruited.」とでたらめである。
- ② 社会・事件：京都アニメーションの放火・殺人事件について、NHKのディレクターと容疑者の間に接点があり、スクープを撮影するために取材日を容疑者に漏らす等していた。
- ③ 外国人：韓国を旅行していた日本人女児がデパートで暴行されたが、「被害者が日本に帰国したため無罪が妥当と考えられる」として、犯人の男は無罪になった。
- ④ 生活・健康：オランダで5Gの実験電波を飛ばしたところ、近くの木に止まっていたムクドリが大量に死んだ。
- ⑤ 経済：日本の2019年10月の小売売上高が歴史的低下となり、海外では多く報道されているにもかかわらず、日本ではほとんど報道されなかった。
- ⑥ 国内政治：安倍首相が国会論戦において、「富裕層の税金を上げるなんて馬鹿げた政策」と答弁した。
- ⑦ 国内政治：蓮舫議員が、平成16年の「児童虐待防止法改正」に反対していた。当該改正では、警察の積極的介入が盛り込まれた。
- ⑧ 国際情勢：アフガニスタンで銃撃されて亡くなった医師の中村哲氏の追悼式典に、日本政府関係者は1人も出席しなかった。
- ⑨ 災害：台風15号襲来時に、取材に向かうNHKが大原駅の勝浦タクシーを3台貸し切ったため、タクシーが全然いなくなってしまった。

フェイクニュース拡散行動の実態

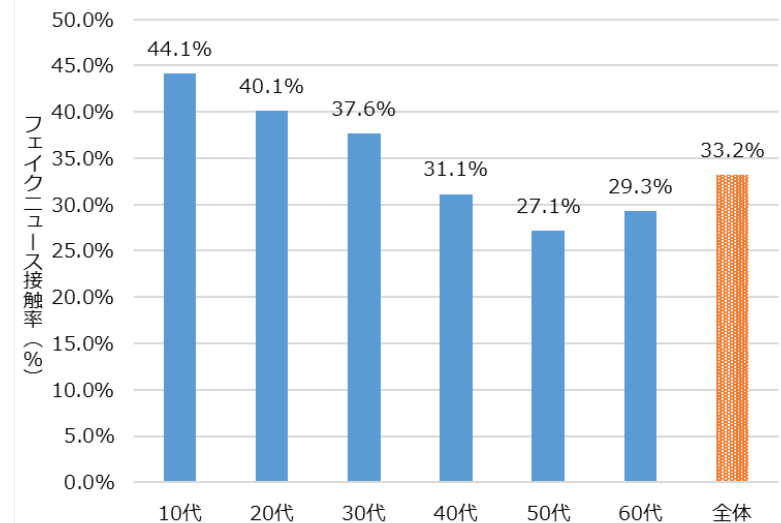
◆ フェイクニュース接触者は3人に1人

- どのフェイクニュースも約5%～約15%ほどの人は接触している。
- たった9つのフェイクニュースでも**33.2%**の人は1つ以上に**接触していた**。
- 特に若い世代で接触率が高い。



各フェイクニュース接触者の割合（事例別）

本調査データ（n=6,000）の分析



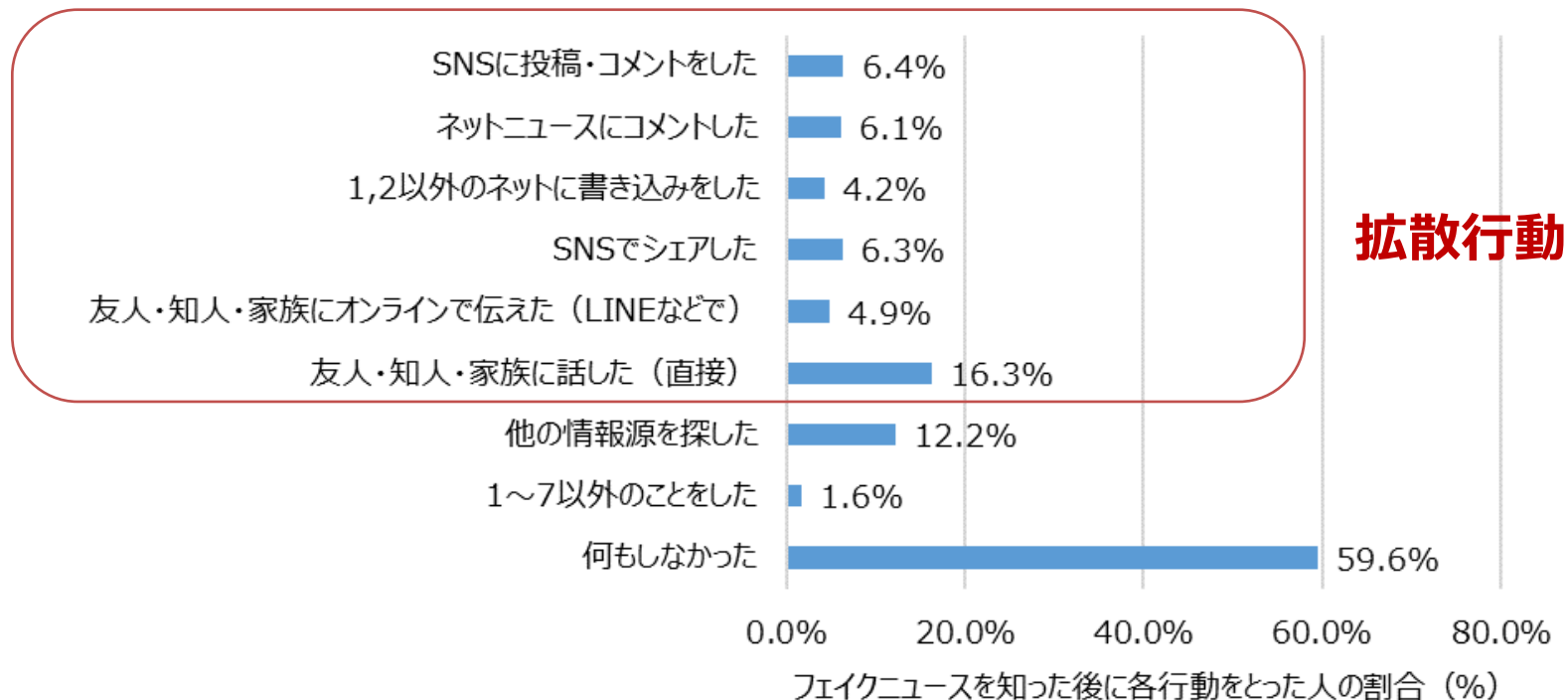
フェイクニュース接触者の割合（年代別）

本調査データ（n=6,000）の分析

フェイクニュース拡散行動の実態

◆ フェイクニュースを知った後にとった行動

- フェイクニュースを拡散する行動として最も多いのは「友人・知人・家族に話す」。
- どの事例でも**20～30%の人が拡散**をしていた。



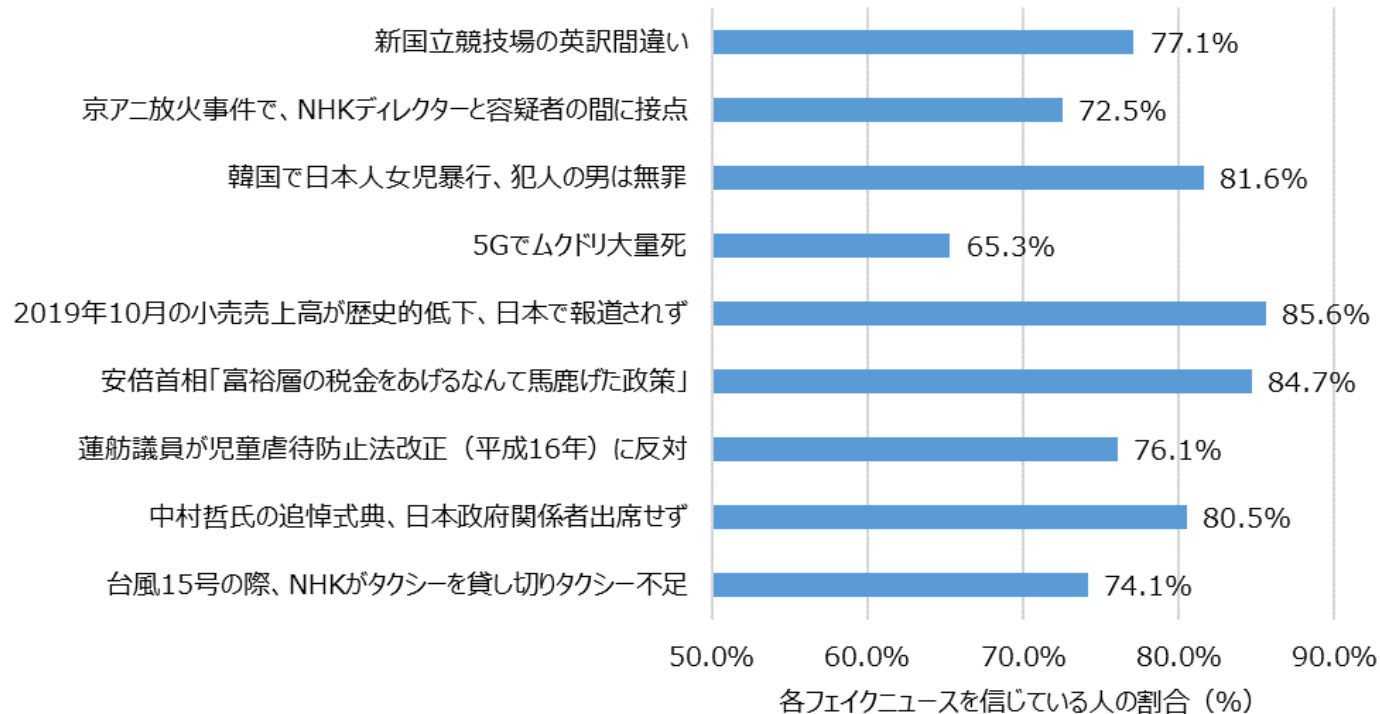
フェイクニュース知った後にとった行動（複数回答・個別事例の回答結果から全体を算出）

フェイクニュース接触者 (n=1,991) の分析

フェイクニュース拡散行動の実態

◆ フェイクニュースを信じている人は約75%

- 全てファクトチェック済みのフェイクニュースだが、全体的に**約75%が信じていた**。
- 年代別傾向もなく、どちらかというとも50代・60代で信じている割合が高かった。



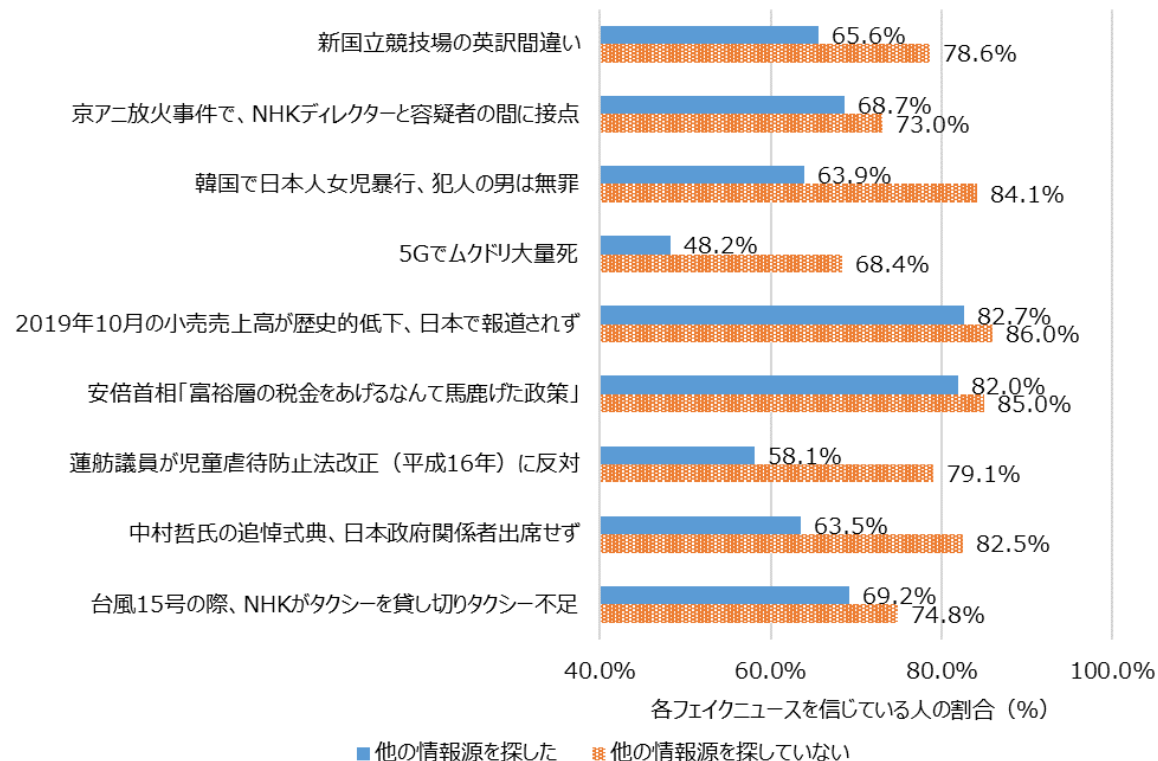
フェイクニュースを信じている人の割合 ※信じているかは行動調査後に取得

各フェイクニュース接触者の分析

フェイクニュース拡散行動の実態

◆ 他の情報源を探す効果

➤ **他の情報源を探している**と信じる割合が低下する。



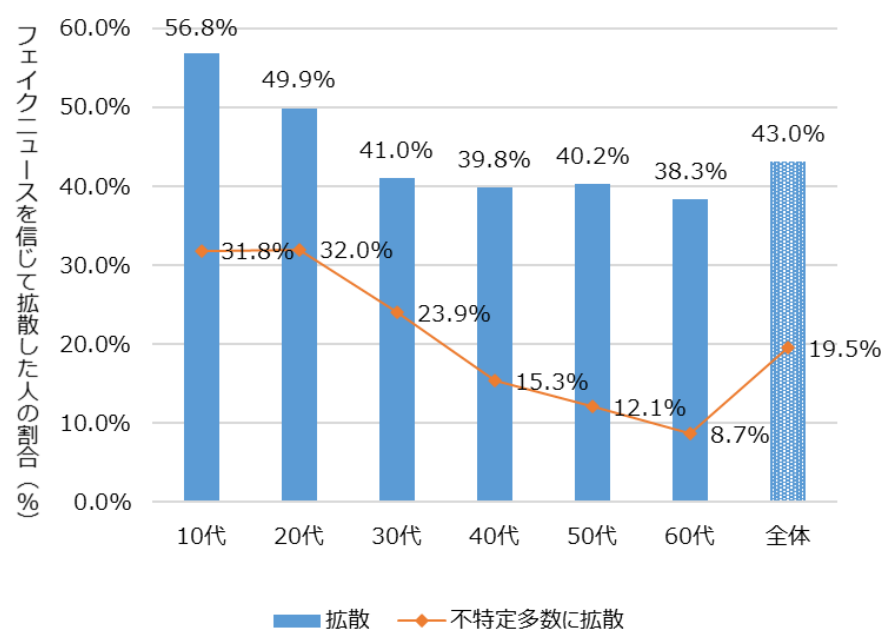
フェイクニュースを信じている人の割合 ※他の情報源を探したかどうか別

各フェイクニュース接触者の分析

フェイクニュース拡散行動の実態

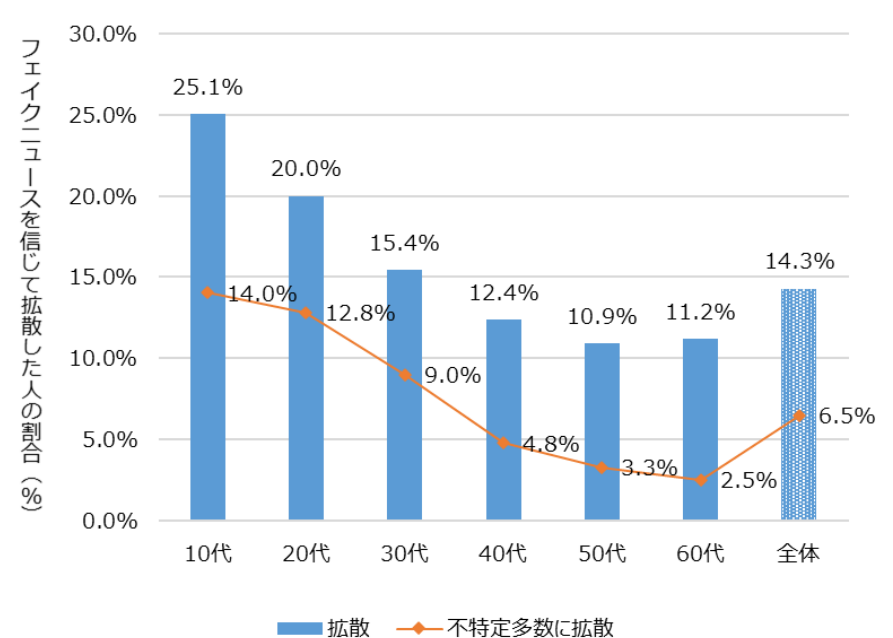
◆ フェイクニュースを信じて拡散する行動

- フェイクニュースを1つ以上信じて拡散する人の割合は若い世代ほど高い。
- 人口に対して**14.3%**が何らかのフェイクニュースを信じて拡散している。
- **10代の4人に1人**は何らかのフェイクニュースを信じて拡散している。



フェイクニュースを信じて拡散した人の割合（接触者に対して） フェイクニュースを信じて拡散した人の割合（人口に対して）

フェイクニュース接触者（n=1,991）の分析



本調査データ（n=6,000）の分析

フェイクニュースを信じて拡散する人 の特徴

フェイクニュースを信じて拡散する人の特徴

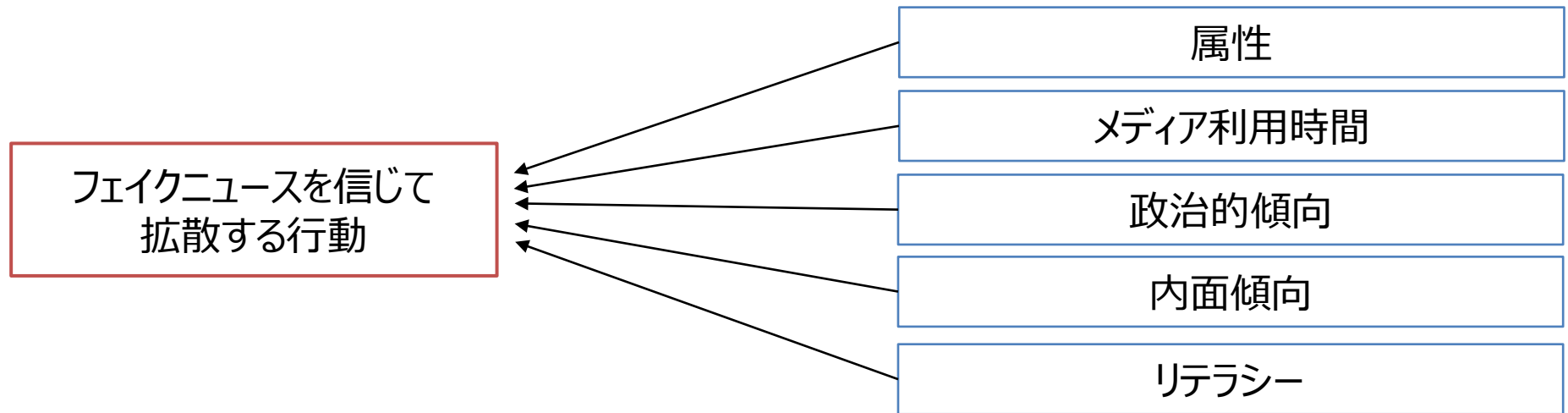
◆ フェイクニュース拡散行動モデルによる回帰分析

$$\begin{aligned}\text{logit}[P(\text{Fake}_i = 1)] &= \log\left(\frac{P[\text{Fake}_i]}{1 - P[\text{Fake}_i]}\right) \\ &= \alpha + \beta_1 \text{Characteristics}_i + \beta_2 \text{Media}_i + \gamma_1 \text{Political}_i + \gamma_2 \text{Personality}_i + \gamma_3 \text{Literacy}_i \\ &\quad + \varepsilon_i\end{aligned}$$

- Fake_i : 9つのフェイクニュースの内、1つ以上信じて拡散していたら1とするダミー変数。
- $P(\text{Fake}_i = 1)$: Fake_i となる確率。
- Characteristics_i : 個人*i*の属性ベクトル。具体的には、性別、年齢、学歴、居住地域、結婚の有無、子持ちの有無、インターネット歴、ニュース接触数（9つのフェイクニュースの中で何個知っていたか）、ニュース関心度（8つのニュース分野に対する関心度の平均値）。の9つの変数を持ったベクトル。
- Media_i : 個人*i*のメディア利用時間ベクトル。具体的には、SNS（Facebook、Twitterなど）、ネットニュース、メッセージアプリ、動画共有サービス、メールマガジン、それらを含むインターネット全般、テレビ視聴、新聞閲読、雑誌閲読の9つの利用時間変数を持ったベクトルである。分析の際には対数変換している。
- Political_i : 個人*i*の政治的傾向ベクトル。具体的には、政治的傾向（極端度）、政治的傾向（保守度）、排外主義傾向の3つの変数を持ったベクトルである。
- Personality_i : 個人*i*の内面傾向ベクトル。具体的には、自己評価と社会的自己制御の2つの変数を持ったベクトルである。
- Literacy_i : 個人*i*のリテラシーベクトル。具体的には、メディアリテラシー、ニュースリテラシー、デジタルリテラシー、情報リテラシーの4つの変数を持ったベクトルである。

フェイクニュースを信じて拡散する人の特徴

◆ 分析モデルの意味



メディアリテラシー

特定の事象に関して、メディア情報にアクセスして**分析**し**発信**する能力。

デジタルリテラシー

ネットに関する**知識**、情報の**読み取り**、**書き込み**、**表示**、**聞き取り**、**作成**、**伝達**に関する能力。

ニュースリテラシー

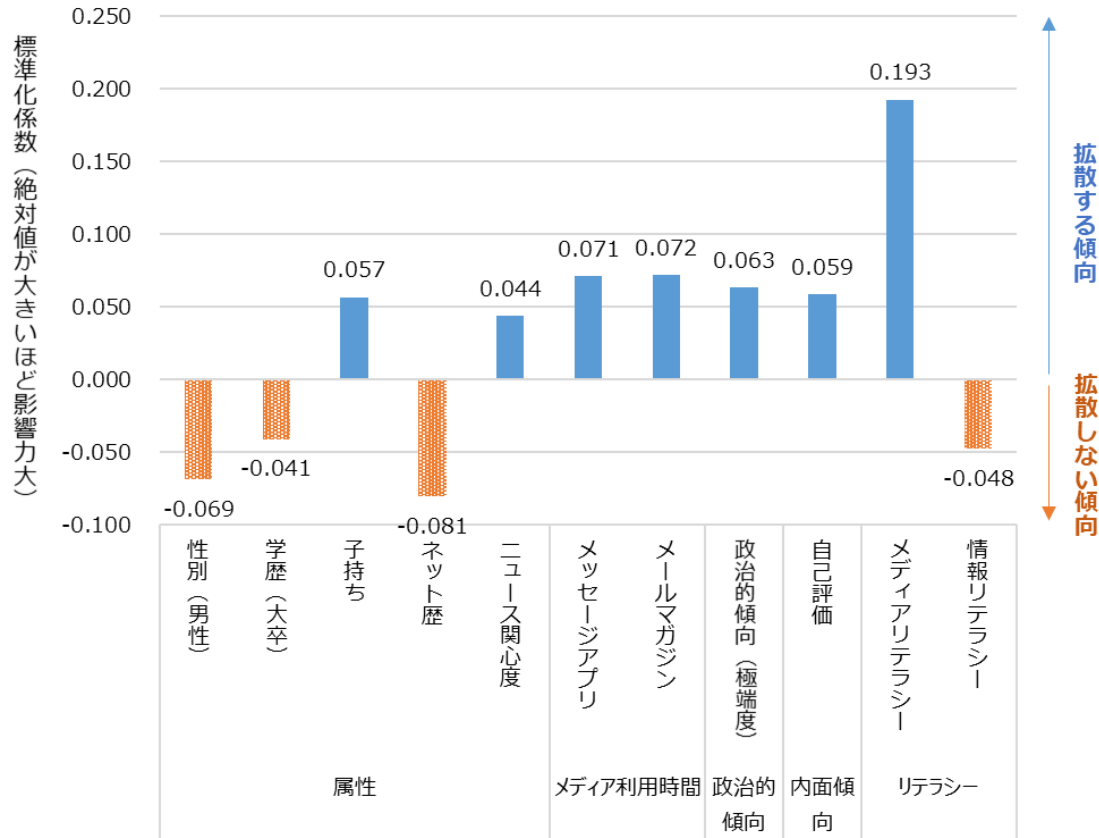
ニュースが社会で果たす**役割を理解**する能力、ニュースを**検索・識別**する能力、ニュースを**作成**する能力など。

情報リテラシー

情報を**適切に判断**し、情報を通じて**決定を下す**能力。

フェイクニュースを信じて拡散する人の特徴

◆ フェイクニュースを信じて拡散する行動分析結果



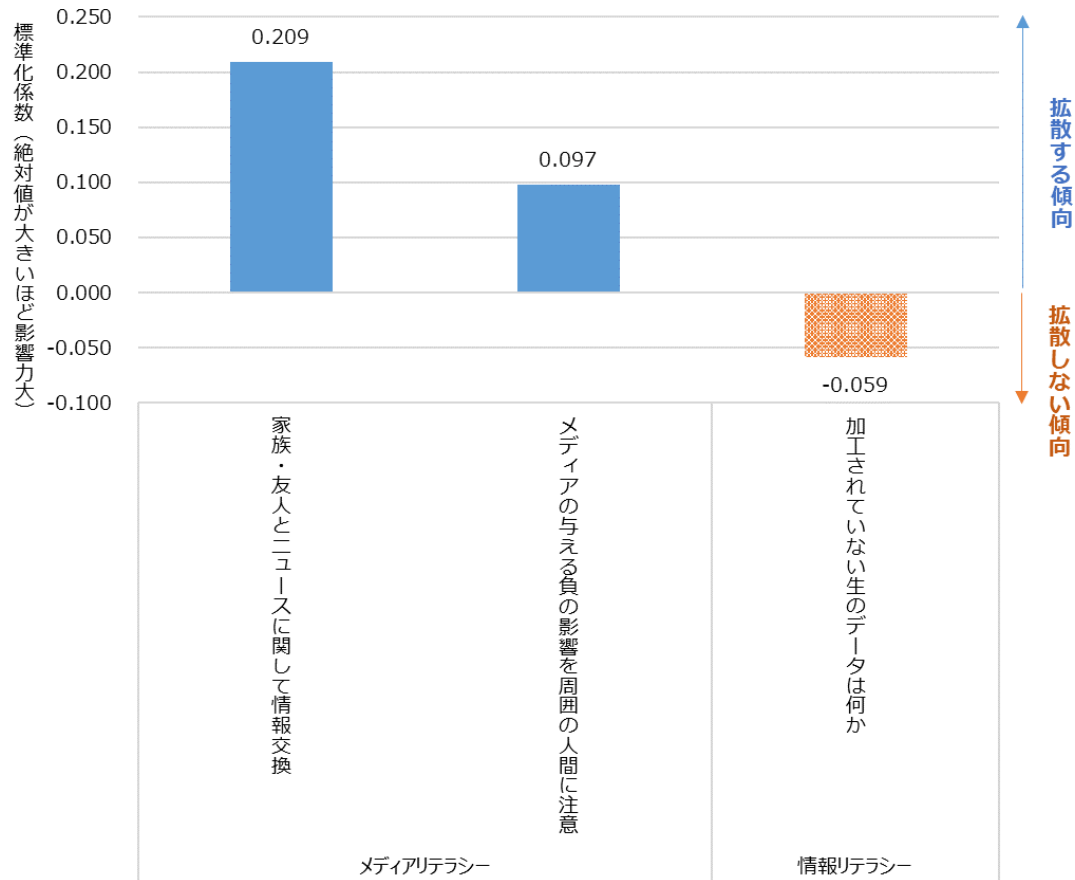
- 属性⇒**大卒・ネット歴長い**と拡散しない傾向。情報の検証が教育や経験で身に付いている。
- メディア利用時間⇒**メッセージアプリ・メルマガ**利用で拡散する傾向。エコーチェンバーの可能性。
- 政治的傾向⇒**極端**な人ほど拡散する傾向（保守・リベラル関係ない）。
- リテラシー⇒**情報リテラシー**のみ拡散しなくさせる傾向が見られた。メディアリテラシーには「ニュースについて情報交換」等も含まれるため正の相関。

フェイクニュースを信じて拡散する確率に与える影響（標準化係数）

フェイクニュース接触者（n=1,991）の分析 ※10%水準で有意なものの以外は掲載していない
統計的な検証はLogitモデル分析で行っているが、標準化係数推定の際にはOLSを使用している。

フェイクニュースを信じて拡散する人の特徴

◆ リテラシー項目を細分化した分析結果



- メディアリテラシー⇒予想通り、他者とニュース情報を共有している項目が正の相関。
- 「メディアの負の影響を周囲の人間に注意」する人はむしろフェイクニュースを信じて拡散する傾向。自己評価が高い人の方が拡散していたこととも整合性がとれる。
- 情報リテラシー⇒「加工されていない生のデータが分かる」ことが拡散しない行動に有用であった。

フェイクニュースを信じて拡散する確率に与える影響（標準化係数・リテラシー項目細分化）

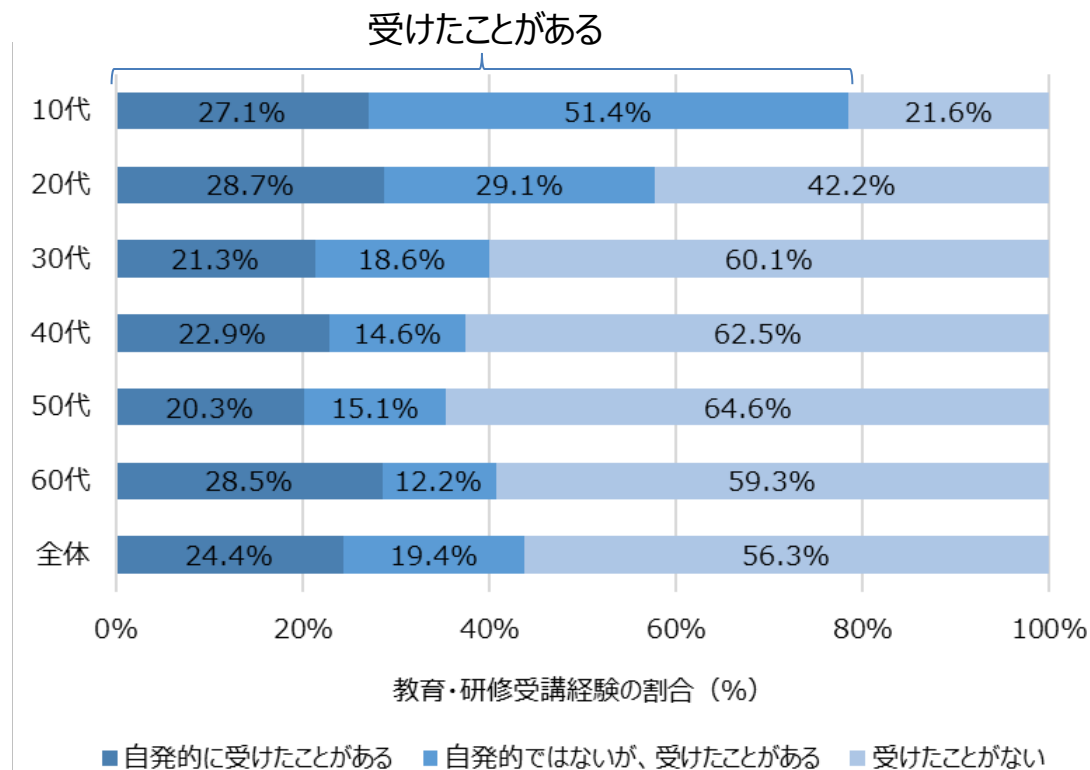
フェイクニュース接触者（n=1,991）の分析 ※他の推定結果は省略

リテラシー教育・研修の実態と効果

リテラシー教育・研修の実態と効果

◆ SNSやネットの使い方に関する教育・研修の受講率

- SNSやネットの使い方に関する教育・研修を受けたことのある人は、**10代20代で80%と60%**だが、**30代以上では40%程度**。



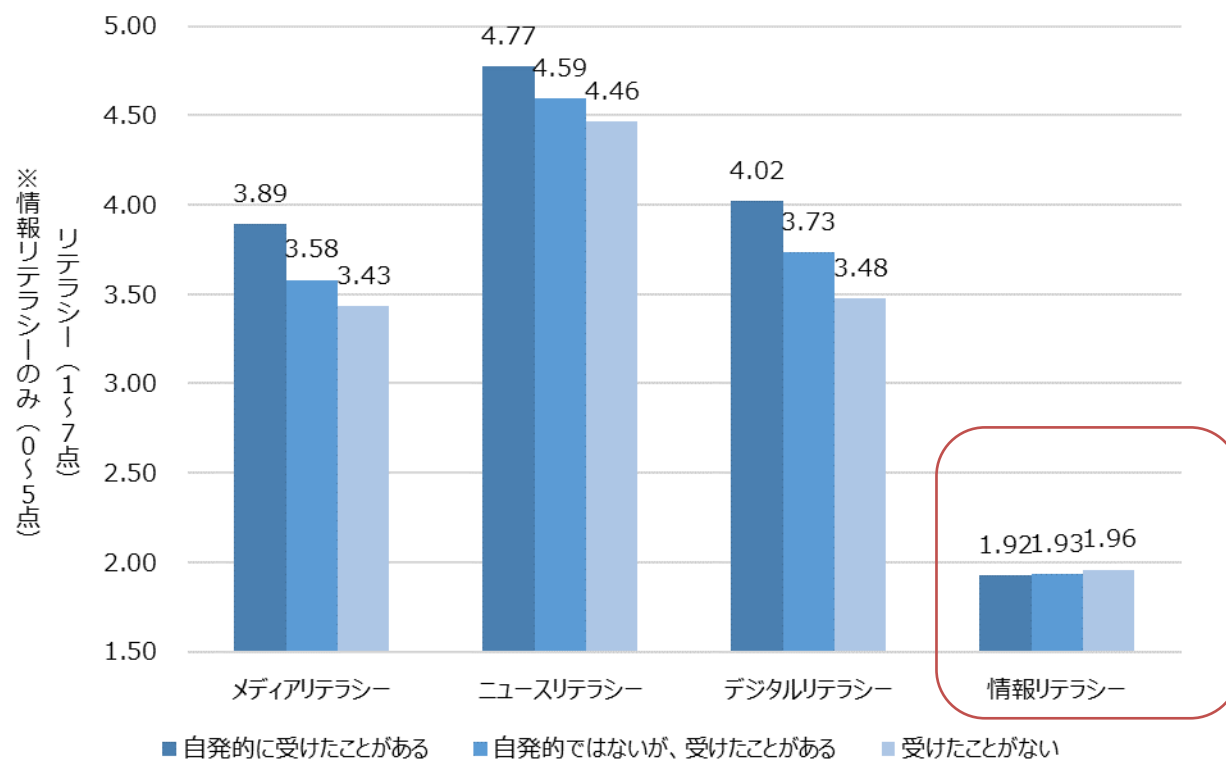
SNSやインターネットの使い方に関する教育・研修受講状況

本調査データ (n=6,000) の分析

リテラシー教育・研修の実態と効果

◆ SNSやネットの使い方に関する教育・研修とリテラシー

- 現状の教育・研修はメディアリテラシー・ニュースリテラシー・デジタルリテラシーを向上させる効果はありそうだが、**情報リテラシーには効果がなさそう**である。



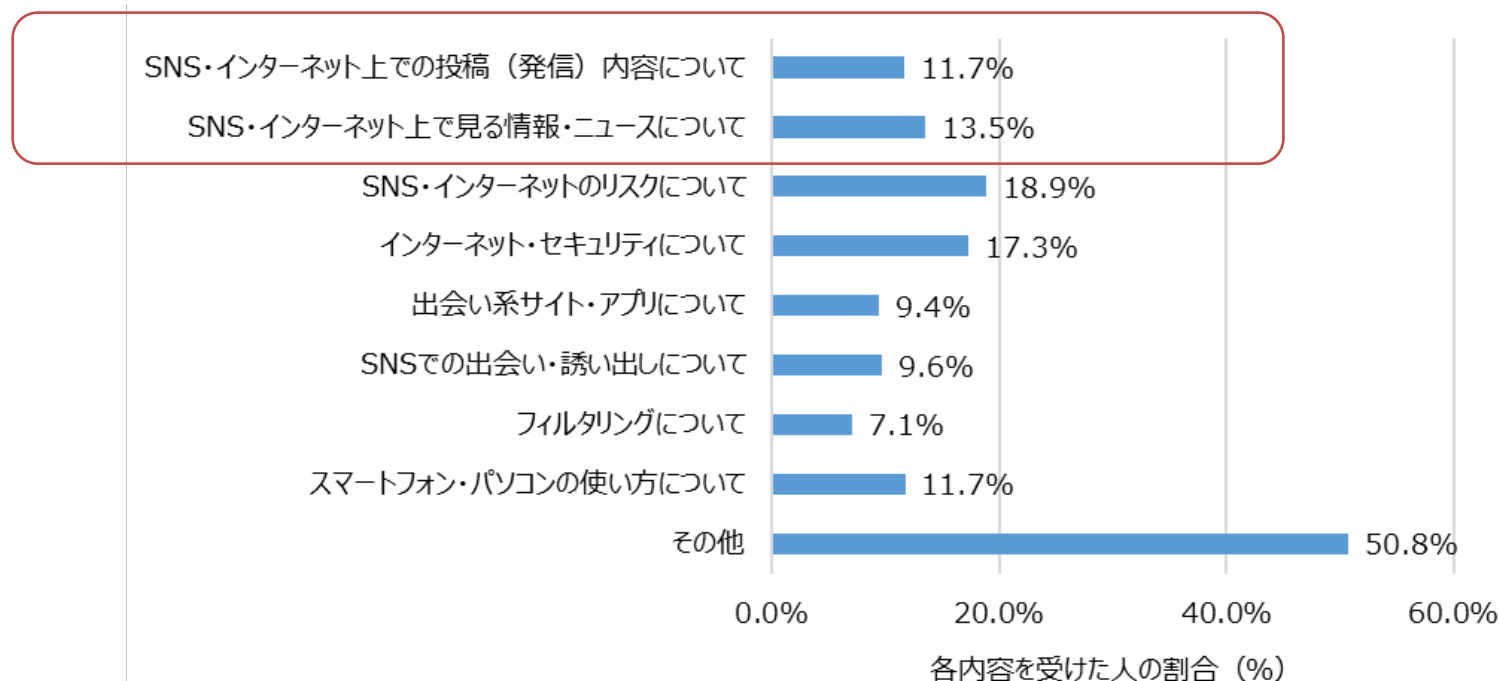
SNSやネットの使い方に関する教育・研修の受講とリテラシー

本調査データ (n=6,000) の分析

リテラシー教育・研修の実態と効果

◆ SNSやネットの使い方に関する教育・研修の内容

- 内容については、SNS・ネットのリスクや、セキュリティについてのものが比較的多い。
- SNS・ネット上での投稿やニュースに関するものは11.7%、13.5%に留まる。



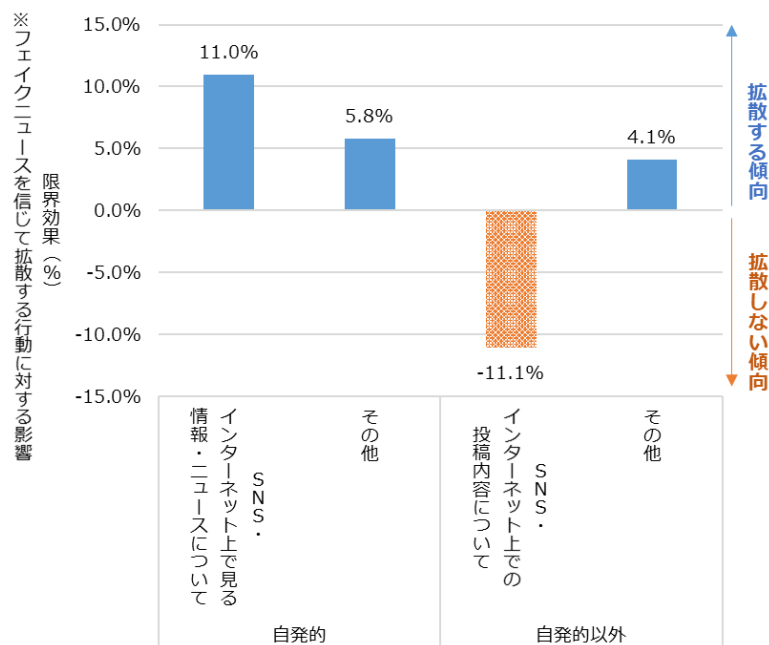
SNSやインターネットの使い方に関する教育・研修の内容（複数回答）

受講経験のある人（n=2,624）の分析

リテラシー教育・研修の実態と効果

◆ リテラシー教育・研修とフェイクニュース拡散行動

- 先述のモデルにおいて、*Literacy_i*を各内容の受講経験に置き換えて分析。
- フェイクニュースに関連しそうな「投稿内容について」「情報・ニュースについて」「リスクについて」とそれ以外に分けて分析した。



SNSやネットの使い方に関する教育・研修の効果 (フェイクニュースを信じて拡散する行動に対する影響)

フェイクニュース接触者 (n=1,991) の分析 ※他の推定結果は省略

- 自発的に受講している人はフェイクニュースを信じて拡散しやすい傾向。苦手な人が受講しているためか？
- 「SNS・ネット上の投稿内容について」教育・研修を受けていると、**拡散しにくくなる**傾向。信じて拡散する確率が11.1%減少。
- 「その他」を受講していると拡散しやすくなる。受講によってネット上の情報収集・拡散を活発に行うようになるからか。

フェイクニュースの社会的影響

フェイクニュースの社会的影響

◆ フェイクニュースの社会的影響

- **情報全体の質低下・価値の棄損**（笹原、古田）。その結果社会の質も落ちる。
- 事実の認識の相違や蛸壺化によって対話が難しくなり、**社会の分断**が進む（古田、前嶋、楊井）。
- **中長期的**なスパンで考え方に影響を与える可能性（古田）。
- そもそも**どれくらい影響を与えているか**考える必要がある。全体からすると一部の現象かもしれない（木村、八田）。

経済的混乱

- 特定の商品・企業について流す。
- 株価に影響した事例もある。

政治的混乱

- 虚偽の情報による政治家・政党批判。
- 意図的なものから虚偽と気づいていないものまで。

個人・法人への攻撃

- 特定の個人・法人に攻撃を目的に虚偽の情報を流す。
- ヘイトを含む。

社会的混乱

- 健康に関するフェイクニュースや、警察出動自体を引き起こすフェイクニュースなど。

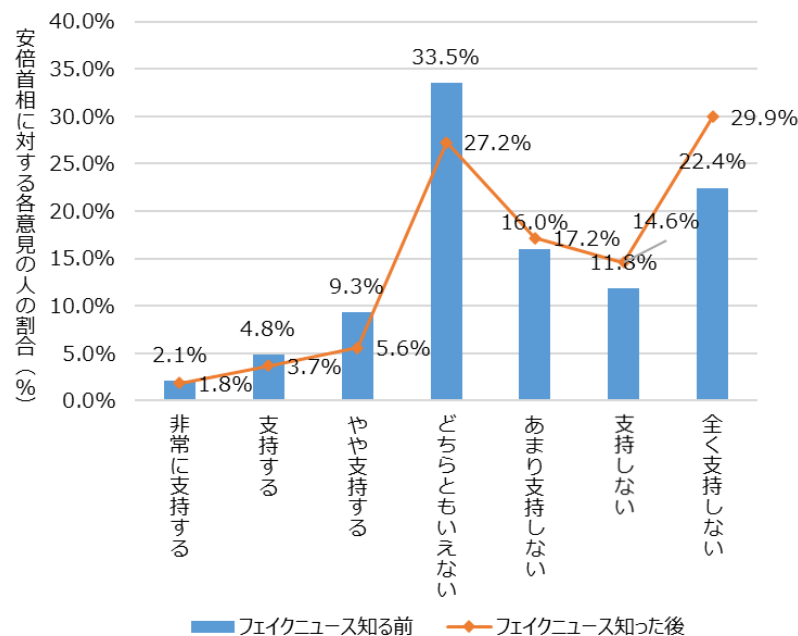
**フェイクニュースから生じた社会的影響を打ち消すためには
社会が多くのコストを支払わなければならない**

フェイクニュースの社会的影響

◆ 政治的フェイクニュースは人々の考え方を変える①

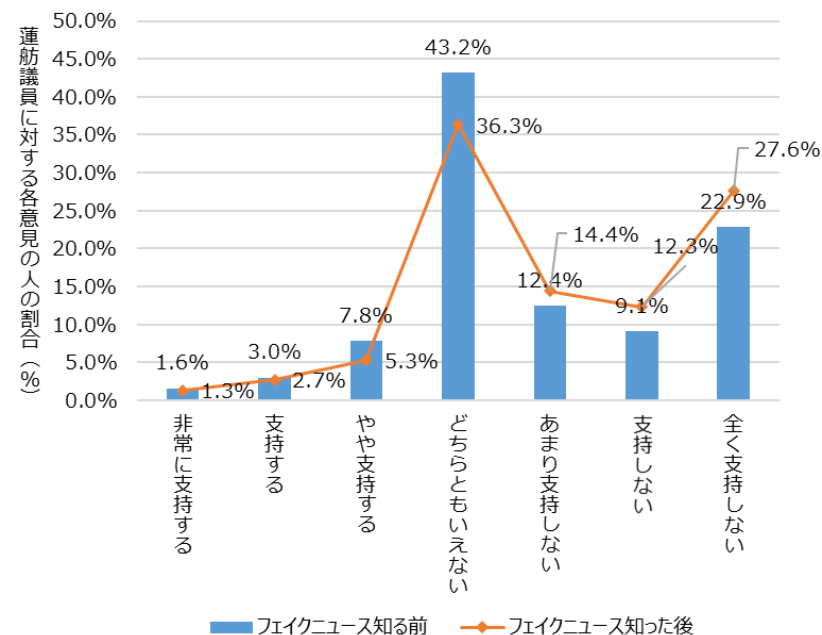
1. 安倍首相が「富裕層の税金を上げるなんて馬鹿げた政策」と答弁。
2. 蓮舫議員が、平成16年の「児童虐待防止法改正」に反対していた。

➤ フェイクニュースによって支持を下げる人は少なくない（分布は右寄りに）。



安倍首相への支持

当該フェイクニュースを信じている人 (n=4,297) の分析 ※アンケートで知った人含む



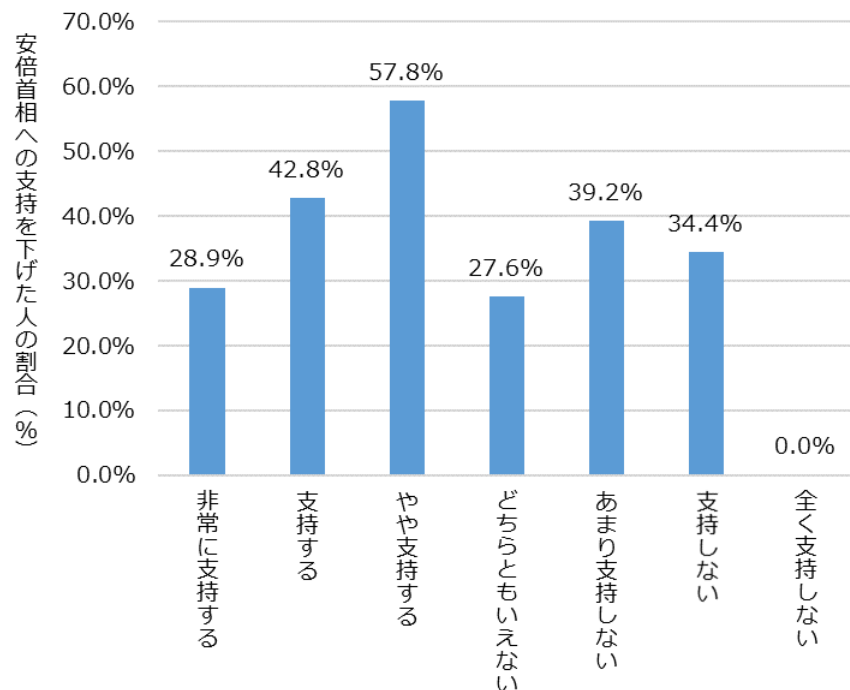
蓮舫議員への支持

当該フェイクニュースを信じている人 (n=4,615) の分析 ※アンケートで知った人含む

フェイクニュースの社会的影響

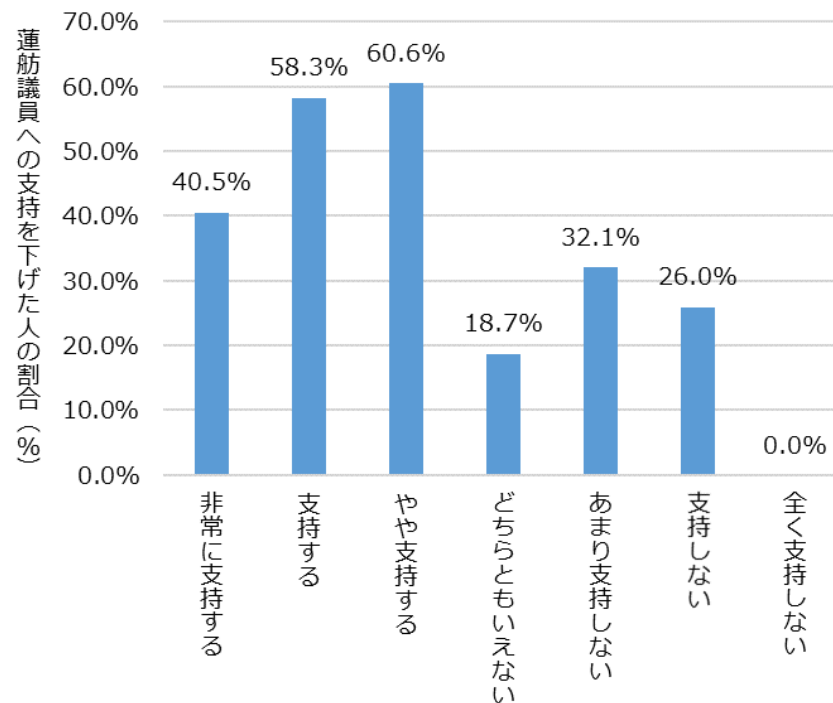
◆ 政治的フェイクニュースは人々の考え方を変える②

- 元の支持が「やや支持する」など、**弱い支持**をしている人ほどフェイクニュースによって**支持を下げやすい**。



フェイクニュースで安倍首相への支持を下げた人の割合

当該フェイクニュースを信じている人 (n=4,297) の分析 ※アンケートで知った人含む



フェイクニュースで蓮舂議員への支持を下げた人の割合

当該フェイクニュースを信じている人 (n=4,615) の分析 ※アンケートで知った人含む

フェイクニュースの社会的影響

◆ 今後日本でフェイクニュースが問題となるケース

- **憲法改正**など政治的に大きく2分するような場合（前嶋、楊井、古田）。
- **人の感情を揺さぶる**出来事（おおきな災害や事件事故）が起こった時（八田、楊井）。
- **ディープフェイク**の発展によって日本でも増えていく（笹原）。
- 人類に**普遍的**な現象である（木村、八田）。

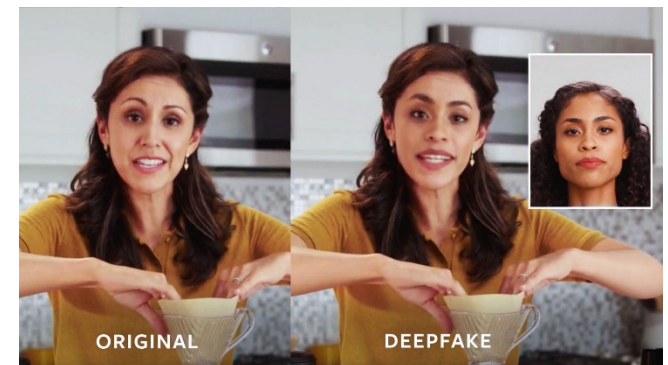
災害とデマの歴史



https://d1f5hsy4d47upe.cloudfront.net/4d/4d163ee06b853e407a691cddbccd70bc_t.jpeg

1703年 元禄地震	関東地方を襲ったマグニチュード8クラスの大地震直後、「さらに大地震が来る」とうわさが流れ、商人が一斉に在庫を売り出す。実際には余震が徐々に収まっていった
1923年 関東大震災	地震直後の混乱した状態で、「朝鮮人が放火、暴徒化」などの報道や伝聞が広がり、朝鮮人らが殺傷される被害が起きた。実際には犯罪件数の増加はなかったとされる
1991年 雲仙普賢岳噴火	火砕流による被害発生後、「山が崩壊する」といううわさで逃げ出す住民も。長崎県島原市がパンフレットで沈静化に乗り出す
2011年 東日本大震災	有害物質や節電のデマの他にも、「うがい薬で放射能の被曝(ひばく)を防ぐ」「外国人の犯罪が増えている」などのデマもインターネットを通じて流れた

<https://www.asahi.com/articles/ASK4K74SNK4KULB300P.html>



<https://www.technologyreview.jp/s/176373/making-deepfake-tools-doesnt-have-to-be-irresponsible-heres-how/>

フェイクニュースの社会的影響

◆ ファクトチェックの現状と効果・課題

- 短期的には効果は薄いかもしれない。ただし、中長期的にはニュースに間違いはあるということを認識させる効果、メディアの信頼向上効果がある（古田）。
- ファクトチェック分野では日本はかなり遅れている。また、ファクトチェックは誤情報対策の1つに過ぎず、万能薬ではない（楊井）。
- フェイクニュースを見たい人にファクトチェックを見せる意義が不透明（八田）。

海外では、Facebookのファクトチェックプログラムでフェイクニュースの配信が80%減少。ファクトチェック・調査報道をメディアが行うことで、大手メディアの有料購読者数増加、メディア信頼度も上昇。



<https://fij.info/archives/3849>

フェイクニュースの社会的影響

◆ ファクトチェックの持続的な実施に向けて

- **持続可能**なファクトチェックの事業モデルが存在せず、ファクトチェックの担い手が不足している。また、社会的認知度や理解度も不足している（総務省）。
- 本来**大手メディア**がファクトチェックを実施すべき。信頼向上にも（古田）。
- 韓国ではそれぞれのメディアにファクトチェック専門記者がいるが、日本では**大手メディア**がやろうとしないのが問題（楊井）。

持続可能なコスト負担とは

- 大手メディアが負担するという方法がある。
- 海外では**ファクトチェック機関**が自らお金を持ってきている（笹原）。**寄付**が良いが、日本では難しい（古田）。欧米では**財団**がコストを負担している場合も多い（楊井）。
- 米国では**プラットフォーム**が負担している。質の高いプラットフォームになることや、社会的活動の一環として（古田）。
- コスト負担によって**色がついてしまう**のは注意すべき（前嶋）。ファクトチェック企業の**税制優遇は危険**（八田）。
- 情報も水・空気のようにコストをかけるような**社会負担の設計**があっても良い（笹原）

考察・政策的含意

考察・政策的含意

日本でも対策が必要

- 日本でも年間100件のフェイクニュース。特に若者が接触。
- 今後ディープフェイクなどで増える可能性がある。
- 表現の自由に配慮し、**民間の取り組み**を重視すべき。

情報リテラシーの向上

- フェイクニュース対策に有効なのは**情報リテラシーの向上**。
- 加工されていない情報が分かることが特に重要。
- 現状の教育・研修は効果が限定的。信じる割合に年代差がない。

効果的な教育・研修の普及

- 「SNS・ネット上の投稿内容に関するもの」など、**効果的な教育・研修**を普及させる。
- 30代以上は受講率が40%と低め。**中高年以上への啓発**も進める。

ファクトチェック結果を届ける施策強化

- 「ファクトチェック」知っている人17%。
- ファクトチェック済みのフェイクニュースを75%は信じている。
- **シェア**の際の表示、**ニュース閲覧者**へ配信、**検索時**表示、**メディア**から配信。**技術開発促進**も必要。

考察・政策的含意

ステークホルダー間連携の促進

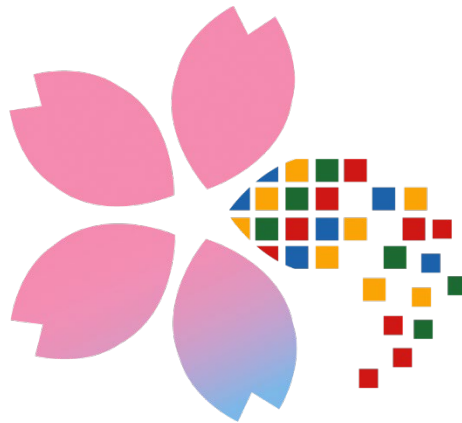
- 大学・メディア・プラットフォーマーなど多様なステークホルダー間の連携が重要。場、人、金の連携。
- より一層の記者のトレーニング強化、ファクトチェック自動化の技術開発も求められる。

多様なツールでの対策が必要

- メッセージアプリ・メールマガジンなどでも対策が必要。
- 興味のなさそうなニュースの表示、ファクトチェック記事の積極的表示などの対応。

＜これらの実現に向けて、今後求められる活動＞

1. リテラシー教育・研修のさらなる調査研究による費用対効果の検討
2. ファクトチェックの効果的な表示の仕方や配信の仕組みの検討
3. フェイクニュースの中長期における社会的影響の分析
4. 生活者との対話・情報連携と、生活者視点で望まれる施策の検討
5. 産官学民のステークホルダーが集まる場の創設と具体的な対策の検討



INNOVATION
NIPPON