

国立国会図書館 調査及び立法考査局

Research and Legislative Reference Bureau National Diet Library

論題 Title	ソーシャルメディアのアーキテクチャと表現の自由
他言語論題 Title in other language	Architecture of Social Media and Freedom of Expression
著者 / 所属 Author(s)	成原 慧 (NARIHARA Satoshi) / 九州大学大学院法学研究 院准教授
書名 Title of Book	ソーシャルメディアの動向と課題：科学技術に関する調査 プロジェクト報告書 (Trends and Issues of Social Media)
シリーズ Series	調査資料 2019-5 (Research Materials 2019-5)
編集 Editor	国立国会図書館 調査及び立法考査局
発行 Publisher	国立国会図書館
刊行日 Issue Date	2020-03-31
ページ Pages	45-56
ISBN	978-4-87582-858-7
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
キーワード keywords	ソーシャル・ネットワーキング・サービス、SNS、アーキテ クチャ、表現の自由、プラットフォーム規制、プロバイダ責 任
摘要 Abstract	ソーシャルメディア事業者が設計・管理するアーキテク チャに着目してソーシャルメディアの構造と機能を分析し、 ソーシャルメディアにおける表現の自由と規制の在り方 について検討する。

* この記事は、調査及び立法考査局内において、国政審議に係る有用性、記述の中立性、客観性及び正確性、論旨の明晰（めいせき）性等の観点からの審査を経たものです。

* 本文中の意見にわたる部分は、筆者の個人的見解です。

ソーシャルメディアのアーキテクチャと表現の自由

九州大学大学院法学研究院 准教授
成原 慧

目 次

- I ソーシャルメディアとはいかなるメディアなのか
 - 1 ソーシャルメディアの概念
 - 2 ソーシャルメディアの類型
- II ソーシャルメディアのアーキテクチャ
 - 1 アーキテクチャとは何か
 - 2 ソーシャルメディアのアーキテクチャ
- III ソーシャルメディアと表現の自由
 - 1 表現の自由
 - 2 インターネットと表現の自由
 - 3 表現の自由の基盤としてのソーシャルメディア
 - 4 ソーシャルメディアと表現の自由の限界
 - 5 表現の自由とソーシャルメディアの責任
- IV ソーシャルメディアのアーキテクチャと表現の自由
おわりに

【要 旨】

本章では、ソーシャルメディアの構造と機能について、ソーシャルメディア事業者が設計・管理するアーキテクチャ（物理的・技術的構造）に着目して分析した上で、ソーシャルメディアにおける表現の自由と規制の在り方について検討することにより、我が国のソーシャルメディアに関する法・政策の在り方について議論するための基本的な知識と論点を整理する。

I ソーシャルメディアとはいかなるメディアなのか

1 ソーシャルメディアの概念

(1) ソーシャルメディアの定義

ソーシャルメディアには、さまざまなウェブサイトやアプリケーションが含まれるため、一様に定義することが難しいが、それらに共通する特性として、①利用者によるコンテンツの作成・共有・二次創作を支えるウェブ2.0のインターネットに基づいていること、②利用者の生み出したコンテンツ（User-generated content）を活力源としていること、③利用者を特定するプロフィールを作成すること、④オンライン上の社交のネットワークの形成を促進すること、という特性が挙げられている⁽¹⁾。これらの特性が必ずしも全てのソーシャルメディアに当てはまるわけではないと思われるが、ソーシャルメディアの定義を考える上で参考になるだろう。代表的な英語辞典によれば、ソーシャルメディアは、「利用者がコンテンツを創造・共有し、又は人々との社交のネットワークに参加することのできるウェブサイト及びアプリケーション」⁽²⁾と定義されている。これらを参考にして、ここでは、ソーシャルメディアを、差し当たり、インターネット上において利用者が他の利用者とコミュニケーションしたり、情報を共有したりするための媒体と定義して、検討を進めることにしたい。ソーシャルメディアの中には、Facebook などソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下「SNS」）、YouTube など動画共有サイト、Instagram など写真共有サイト、LINE などメッセージアプリを始め、多様な媒体が含まれる。

(2) マスメディアとソーシャルメディアの相違

従来、メディアという概念は、マスメディアを指して用いられることが多かった。それでは、従来のメディアの代表格であるマスメディアとソーシャルメディアの相違はどのような点にあるのだろうか。

そもそも、メディアという概念は、「中間」ないし「媒介」を意味するラテン語の *medium* に由来し、第1次世界大戦後の米国において、新聞、雑誌、ラジオなど広告の伝達媒体を指して用いられ、次第に、一般に情報の伝達媒体という意味で用いられるようになった⁽³⁾。その中でも、新聞や放送などマスメディアは、従来の社会において、情報発信と情報流通の中核を担う重要な役割を果たしてきた。マスメディアは、メディアが大衆（mass）に向けて一方向的

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、令和2（2020）年3月4日である。

(1) Jonathan Obar and Steve Wildman, "Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue," *Telecommunications Policy*, 39, 2015, pp.745-747.

(2) Oxford English Dictionary Online, "social media, n.," Oxford University Press.

(3) 「メディア」概念の形成と展開については、差し当たり、佐藤卓己『現代メディア史 新版』岩波書店、2018、pp.2-4 参照。また、次も参照。Oxford English Dictionary Online, "media, n.2," Oxford University Press.

に画一的な内容（紙面、番組、広告など）を伝達するという性質を有している。

一方、ソーシャルメディアは、その利用者が他の利用者とコミュニケーションをしたり情報を共有したりできるという点で双方向的であり、また、伝達されるコンテンツや広告も個人の選択や行動履歴に応じて異なったものとなり得る点で個人にカスタマイズされた内容となっている。

また、マスメディアにおいては、情報の発信者と伝達者が一体化していることが一般的であったのに対して、ソーシャルメディアにおいては情報の発信者と伝達者が分化している。このような役割の分化により、情報流通の伝達経路を自ら有していない一般の個人も、ソーシャルメディアを用いて、様々な人々とコミュニケーションをしたり、広く世界に情報を発信したりすることが可能となったのである。

2 ソーシャルメディアの類型

ソーシャルメディアの中にも、様々な性質・形態のものが含まれる。以下では、ソーシャルメディアを2つの視点から区別して、各々の性質・形態の相違について検討していきたい。

(1) 集権型ソーシャルメディアと分散型ソーシャルメディア

ソーシャルメディアは、中央の管理者が集権的に管理する「集権型ソーシャルメディア」と、中央の管理者が存在せず多数の主体により分散的に管理される「分散型ソーシャルメディア」に区別することができる⁽⁴⁾。

分散型ソーシャルメディアの代表例として、Mastodon（マストドン）を挙げることができる。開発者オイゲン・ロッコ（Eugen Rochko）によれば、Mastodonは、「自由な、オープンソースの、連合化された(federated)ソーシャルネットワーク」である⁽⁵⁾。Twitterなど従来の集権型ソーシャルメディアでは、単一の主体がプラットフォームを運営・管理している。一方、マストドンなど分散型ソーシャルメディアでは、同一のシステムを用いたプラットフォームが複数存在しており、異なる主体がそれぞれのプラットフォームを運営・管理している。そこで、プラットフォームごとに、ある表現を制約するか否かを判断するなど、異なるポリシーに基づき運営・管理されることで、プラットフォームごとに多様性が生じることが期待される⁽⁶⁾。

Mastodonをはじめとする分散型ソーシャルメディアについては、以下のような特性を挙げることができる。①オープンソースにより開発が行われているため、誰もがコードを検証し、改善することが可能である。②プラットフォームが分散化されているため、特定の企業による独占的なコントロールを回避することができる。③したがって、特定の支配的な企業を通じた

(4) 以下、両者の性質の相違につき、成原慧「分散型ソーシャルネットワークをめぐる法的問題—マストドンを事例として—」うぐいすりぼん講演会 2017年6月18日 <<https://www.jfsribbon.org/2017/05/blog-post.html>> 参照。

(5) Eugen Rochko, “Welcome to Mastodon,” 2017.3.31. Hacker Noon website <<https://hackernoon.com/welcome-to-mastodon-111d9227e56a>>

(6) もっとも、Mastodonでは、federationが原理の一つに掲げられており、プラットフォームを閉じることなく、多様なプラットフォームの利用者間のコミュニケーションの回路を確保することも重視されている。すなわち、Mastodonは、プラットフォームを分散化させることによって、自由を確保しようとしている一方で、利用者がそれぞれのプラットフォームに閉じこもることを推奨せず、連合タイムラインを通じて、他のプラットフォームの利用者の投稿も一定の範囲で表示されるようにしている。開発者ロッコ氏によれば、このようなMastodonにおけるfederation（連邦）の原理は、政治システムとしてはアメリカ合衆国に近いものであり、インターネット上のアーキテクチャとしては電子メールのシステムに近いとされる。ibid.

国家による規制も困難になる。④また、同一のシステムに基づき複数のプラットフォームを構築することができるため、ユーザーは多様なプラットフォームの間の選択が可能になる。⑤誰もがプラットフォームを運営可能であることから、小規模なコミュニティの構築・管理が容易になる。

また、Twitterのようなグローバルなプラットフォームの場合には、世界のほどこからでもアクセス可能であるがゆえに、あらゆる国・地域の法令・社会規範に配慮する必要が生じることになる。したがって、当該プラットフォームは、最も厳しい国・地域の法令・社会規範に準拠する可能性が生じることになる⁽⁷⁾。一方、Mastodonなど分散型ソーシャルネットワークの場合には、国・地域ごとの法令・社会規範に応じた棲み分けが可能になることが期待されている。例えば、日本向けのプラットフォームでは、日本の法令や社会規範に従っている限り、諸外国の法令や社会規範に左右されずに、より自由なコミュニケーションが可能になる。さらに、特定の価値観（趣味、思想等）に基づくプラットフォームでは、他の共同体の価値観に左右されずに、自らの価値観に基づく運営が可能になることが期待される。

最近では、集権型ソーシャルメディアの代表格であるTwitter社が、分散型ソーシャルメディアの規準・規格を研究開発するための独立チームを設立し資金提供したと発表し、注目を集めている⁽⁸⁾。

(2) オープンなソーシャルメディアとクローズドなソーシャルメディア

ソーシャルメディア及びそれが提供するサービスは、それを通じて伝達・共有される情報が、不特定のインターネット利用者から閲覧可能か、それとも、特定の利用者のみが閲覧可能かという観点からも区別することができる⁽⁹⁾（表1）。

表1 情報の共有範囲によるソーシャルメディアの分類

種類	例
オープンなソーシャルメディア (誰でも閲覧可能な情報)	Twitter (投稿した利用者が鍵をかけていない場合) など
中間的なソーシャルメディア (一定の範囲の利用者のみが閲覧可能な情報)	Facebook (投稿した利用者が「友達」に限り投稿を共有している場合) など
クローズドなソーシャルメディア (特定の利用者の間でのみ閲覧可能な情報)	LINE (メール機能、通話機能) など

(出典) 筆者作成。

例えば、Twitterでは、利用者の投稿（ツイート）は、当該利用者が「鍵」をかけ自らのプロフィール⁽¹⁰⁾のみが閲覧可能な設定にしていない限り、当該利用者をフォローしているTwitter利

(7) 例えば、米国におけるわいせつ性の判断におけるコミュニティ・スタンダードにつき、Miller v. California, 413 U.S. 15 (1973); Ashcroft v. American Civil Liberties Union, 535 U.S. 564 (2002) 等を、国家間の法・管轄の競合・抵触につき、Yahoo! Inc. v. La Ligue Contre Racisme et l'Antisemitisme, 433 F.3d 1199 (9th Cir. 2006) 等を参照。

(8) Jack Dorsey (@jack), Twitter (Dec. 11, 2019, 11:13 PM). <<https://twitter.com/jack/status/1204766078468911106>>

(9) 藤原総一郎、カオ・ミン・ティ「デジタルプラットフォームの法律問題（第9回）プラットフォーム事例研究（3）SNSプラットフォーム」『NBL』1147号, 2019.6, pp.46-53も参照。

(10) ある利用者の投稿が自らに継続的に配信・表示されるよう登録（フォロー）している利用者のこと。

用者はもとより、当該利用者をフォローしていない Twitter 利用者及び Twitter 利用者以外のインターネット利用者も閲覧することが可能である。この点で、Twitter は、基本的にオープンなソーシャルメディアということができよう⁽¹¹⁾。

一方、LINE のように、特定の利用者間でメッセージを伝達するサービスを中核にしているクローズドなソーシャルメディアも発展している⁽¹²⁾。不特定の者に閲覧されることを前提としていない特定の利用者間のメッセージを伝達・交換するソーシャルメディアの機能（ミニメール等）については、日本法の下では通信の秘密によりその内容等が保護されることになることと解されてきた⁽¹³⁾。このため、我が国においては、こうしたクローズドなソーシャルメディアのサービスについては、その内容等を分析したり、内容等に基づいてターゲティング広告を配信したりする場合には、内容等の取得をデフォルト設定ではオフにした上で、利用者から個別具体的かつ明確な同意を取得するなど、通信の秘密との関係で慎重な配慮が求められる⁽¹⁴⁾。

両者の中間形態として、一定の範囲の利用者のみが閲覧可能な情報を伝達するソーシャルメディアもある。例えば、Facebook では、利用者は記事や写真等を投稿する際に、「プライバシー設定」により投稿する情報を一般に公表するか、あるいは「友達」のみに公表するかなど、情報の共有範囲を選択することができる。このように、情報の共有範囲を一定の範囲の利用者に限定することができるソーシャルメディアは、オープンなソーシャルメディアとクローズドなソーシャルメディアの中間に位置付けることができるだろう。このような中間形態のソーシャルメディアについては、利用者により一定の範囲の「友達」のみに公開された情報が第三者（ソーシャルメディア事業者、他の利用者など）によりその範囲を超えて公表された場合、元の投稿者に対するプライバシー侵害が問題となる可能性もある⁽¹⁵⁾。

II ソーシャルメディアのアーキテクチャ

1 アーキテクチャとは何か

一般にアーキテクチャとは、何らかの主体の行為を制約し、又は可能にする物理的・技術的構造と定義することができる⁽¹⁶⁾。例えば、家の鍵は、他人が住居に侵入することを制約するアーキテクチャということができよう。Twitter の「鍵」も、鍵をかけた利用者の投稿をフォロー以外の者が閲覧することを制約するアーキテクチャということができよう。

インターネットの発展に伴い、企業や各国の政府はフィルタリング、ブロッキング、著作物の技術的保護手段など技術的手段により利用者の行動を制約することを試みるようになっていった。1990 年代後半に米国の情報法学者ローレンス・レッシグ（Lawrence Lessig）は、こう

(11) もっとも、Twitter も、特定の利用者間でメッセージを伝達する機能も提供するなど、クローズドなソーシャルメディアとしての側面も併せ持っている。

(12) もっとも、最近では、LINE も、一定の範囲で不特定多数の利用者が閲覧・参加可能な「オープンチャット」のサービスも提供するようになってきているなど、サービスの多角化を進めている。

(13) 「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会 第二次提言」2010.5, p.10 総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_content/000067551.pdf> 等を参照。

(14) 総務省「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン（平成 29 年総務省告示第 152 号。最終改正平成 29 年総務省告示第 297 号）の解説」2017.9, 2019.1 更新, p.31 <https://www.soumu.go.jp/main_content/000603940.pdf> 参照。また、藤原・カオ 前掲注(10), pp.51-53 も参照。

(15) 松尾剛行『最新裁判例にみるインターネット上のプライバシー・個人情報保護の理論と実務』勁草書房, 2017, pp.116-120 参照。

(16) 成原慧『表現の自由とアーキテクチャー情報社会における自由と規制の再構成—』勁草書房, 2016, p.12 を参照。

したインターネット上におけるアーキテクチャによる自由の制約の拡大を念頭に、「アーキテクチャ」という新たな規制手段を主題化し、それが我々の自由に及ぼす脅威に警鐘を鳴らした。レッシグによれば、アーキテクチャは、何らかの価値を体現しており、その設計は政治的な価値選択を伴う。しかし、アーキテクチャは、個人の自由を事前に見えない形で制約するおそれがあり、その正当性・妥当性について我々が議論するのを困難にってしまうという⁽¹⁷⁾。

一方、アーキテクチャには、自由を拡充する側面もある。例えば、米国の憲法学者キャス・サンズティーン (Cass R. Sunstein) は、行動経済学者のリチャード・セイラー (Richard Thaler) との共同研究を踏まえ、選択アーキテクチャ／ナッジの活用を提唱している。選択アーキテクチャとは、個人の選択の環境を構成するアーキテクチャであり、ナッジとは、その中でも、特定の選択肢を排除したり、インセンティブを大きく変えたりせずに、当人の利益になるように個人の選択に影響を与える選択アーキテクチャのことであるとされる。例えば、スマートフォンのプライバシー設定において、デフォルトで位置情報を提供しないと設定されていたとすれば、ナッジとして機能し、利用者の多くは位置情報を提供しないという選択に従うことになる⁽¹⁸⁾。ナッジは個人の自律的選択を支援することが期待される反面で、個人の意思決定の過程を巧妙に操作するリスクも懸念されている。このようなリスクを抑制するためには、ナッジからのオプトアウトの自由の実効性とナッジに関する透明性・説明責任をいかに確保するのが課題となる⁽¹⁹⁾。

2 ソーシャルメディアのアーキテクチャ

ソーシャルメディアは、つながりを設計している⁽²⁰⁾。すなわち、ソーシャルメディア事業者は、ソーシャルメディアのアーキテクチャを設計することを通じて、人々のコミュニケーションや情報共有の枠組みを決めている。

先述のように、アーキテクチャは、個人の自由との関係で、自由を創出するとともに制限するという二面性を有している。例えば、Twitter は、そのアーキテクチャの設計により、利用者による情報発信や利用者間でのコミュニケーションを可能にする一方で、1 件のツイートで伝達することのできる文字数を 140 字以内に限るといった制約を作り出している。

Ⅲ ソーシャルメディアと表現の自由

1 表現の自由

日本国憲法第 21 条第 1 項は、「集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。」と定めている。表現の自由は、言論、出版、放送、インターネットなど表現の媒体を問わず保障されると解される。また、今日では、表現の自由は、情報の発信のみならず、

(17) Lawrence Lessig, *Code and other Laws of Cyberspace*, New York: Basic Books, 1999.

(18) Richard Thaler and Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, New Haven: Yale University Press, 2008. (日本語訳: リチャード・セイラー、キャス・サンズティーン (遠藤真美訳) 『実践行動経済学—健康、富、幸福への聡明な選択—』日経 BP 社, 2009.)

(19) 成原慧「アーキテクチャの設計と自由の再構築」松尾陽編『アーキテクチャと法—法学のアーキテクチャ的な転回?—』弘文堂, 2017, pp46-48 参照。

(20) 藤代裕之編著『ソーシャルメディア論—つながりを再設計する— 改訂版』青弓社, 2019 参照。

伝達、受領も含め、情報流通過程全体の自由を保障していると解されている⁽²¹⁾。

もともと、インターネットの普及以前の社会では、新聞や放送などマスメディアが情報の発信者（送り手）の地位を事実上独占し、一般の国民は情報の受信者（受け手）の地位に固定化されていた。しかし、インターネットの発展によって、一般の個人も、マスメディアに頼ることなく、ソーシャルメディア等を通じて自らの表現を世界に向けて容易に発信するとともに、多種多様な情報を享受できるようになった。

2 インターネットと表現の自由

インターネット上の表現活動は、ソーシャルメディアをはじめ各種の媒介者やプラットフォームの力を借りて行われる。例えば、私たちは、ソーシャルメディアを通じて自ら情報を発信し、他者と共有したり、興味のある情報を入手したりすることができる。今日のインターネット上においてソーシャルメディアは、アーキテクチャの設計・管理などを通じて、利用者の表現の自由の行使を支援するとともに、制約する役割を果たすようになっている。

また、インターネット上では情報の発信者の増大、国境を越える情報流通、匿名性の高さなどにより、法による直接規制が困難になっているという背景のもと、国家も、ソーシャルメディアを「ゲートキーパー」として利用することを通じて、利用者の表現活動を間接的に規制することを試みるようになっている⁽²²⁾。

3 表現の自由の基盤としてのソーシャルメディア

ソーシャルメディアは、様々な側面で表現の自由を支えている。例えば、私たちは、ソーシャルメディアを通じて、自らの意見を発信したり、他者の意見を知ったりすることができる。また、私たちは、ソーシャルメディアを通じて、サークル活動やデモ・集会への参加を呼び掛けたり、呼び掛けに応じてそれらに参加したりすることができる。例えば、2010年代初頭にチュニアやエジプトなど中東諸国では、Facebook などソーシャルメディアによる情報共有や意見交換に促されてデモなど民主化運動が活発になり、「アラブの春」と呼ばれる政治的な変革が生じた⁽²³⁾。近年でも、日本、米国、香港など世界各国・各地において、ソーシャルメディアに牽引されたデモや政治運動が活性化している。また、最近では、ドナルド・トランプ (Donald J. Trump) 大統領をはじめ各国の首脳らが、Twitter を始めソーシャルメディアにおいて、自らの見解や方針を世界に向けて発信し、他国の首脳らと議論する現象も生じるようになっており、ソーシャルメディアは国際政治の舞台にもなっている。このように、ソーシャルメディアは、国境を越えた言論の自由を支える媒体となるとともに、集会・結社の自由を促進する役割も担うようになってきていると言える。

米国の法学者ジャック・バルキン (Jack Balkin) によれば、「ソーシャルメディア事業者は、21世紀のデジタルな公共圏における基幹的な制度 (institution) となっている」。デジタルな公共圏は、インターネットを用いて人々が自らの意見を表明し、見解を交換する空間である。デ

(21) 最高裁判所大法廷決定 昭和44年11月26日 刑集23巻11号1490頁 [博多駅フィルム提出命令事件]; 最高裁判所大法廷判決 昭和58年6月22日 民集37巻5号793頁 [よど号新聞記事抹消事件]; 佐藤幸治『日本国憲法論』成文堂、2011, pp.249-250 等参照。

(22) 成原 前掲注(16), pp.5-6 参照。

(23) 山本達也『革命と騒乱のエジプト—ソーシャルメディアとピーク・オイルの政治学—』慶應義塾大学出版会、2014 等参照。

デジタルな公共圏は、ソーシャルメディア企業により形成され、統治されており、その質はソーシャルメディア企業に依存している。この点において、ソーシャルメディア企業は、従来の社会におけるマスメディア、大学、図書館、博物館、劇場などに相当する役割を果たしている。ソーシャルメディア業者は、信頼に値する中間団体として、①政治や文化への公衆の参加の促進、②公衆の会話の組織化、③世論の監督という機能を果たすことにより民主主義や知識の発展・普及という表現の自由の価値を実現することが期待される⁽²⁴⁾。

4 ソーシャルメディアと表現の自由の限界

それでは、ソーシャルメディアによる表現の自由はどこまで保障されているのだろうか。

ソーシャルメディアによる表現の自由の保障が正面から問われた米国の判例から見ていきたい。ノースカロライナ州は、商業的なソーシャルネットワーキングサイトについて、登録された性犯罪者が、当該サイトにおいて未成年者が会員となることができること又は個人用のウェブページを作成若しくは保持できることを知りながら当該サイトにアクセスすることに刑事罰を科す州法を制定した。当該州法の違反事件の刑事訴訟において、同法は言論の自由を侵害し違憲であるとの主張が提起された。連邦最高裁は、言論の自由を保障した合衆国憲法「修正第1条の根本原則は、全ての人々は自らが話し、聞き、それから熟慮した上に、更に話し、聞くことのできる場へとアクセスすることができるというものである」とした上で、公園や道路における集会を始め「当裁判所はこのような空間的な文脈において話す自由を保護しようと務めてきた」と述べている。連邦最高裁によれば、今日において意見交換のための最も重要な場は、「サイバースペース」、すなわち「インターネットの広大な民主的フォーラム」であり、とりわけソーシャルメディアである。そして、当該州法は、性犯罪者によるソーシャルメディアの利用を全面的に禁止することにより、「多くの人にとって、現在の出来事を知り、求人広告を確認し、現代の公共広場（the modern public square）で話し、聞き、あるいは人間の思考と知識の広大な領野を探索するための主要な源であるものへのアクセスを禁止する」点で、修正第1条の権利の正当な行使を妨げていると判示して、当該州法を合憲とした州最高裁の判決を破棄し審理を差し戻した⁽²⁵⁾。この判決は、ソーシャルメディアを現代における表現活動のための公共広場として評価し、ソーシャルメディアへのアクセスの規制を表現規制として捉えた点で、重要な意義のある判例といえる。

また、トランプ大統領による Twitter のブロックに対する違憲訴訟においても、ソーシャルメディアにおける表現の自由の保障の在り方が問われた。本件は、自らの表明した見解を理由にトランプ大統領にブロックされた Twitter の利用者ら及び当該ブロックにより当該利用者らの言論に接する権利が制約されたと主張する市民団体が、当該ブロックは言論の自由を保障した修正第1条に違反しているとして提訴したものである。第2巡回区連邦控訴裁判所は、トランプ大統領のアカウントにおける双方向的な空間は公衆による議論のために開かれた場である「パブリック・フォーラム」に当たり、大統領の反対する見解を表明したという理由でブロックすることによりユーザーを当該空間から排除し、大統領のツイートの閲覧及びリツイート、それに対するリプライ及びリンクといった表現活動を妨げ、他のユーザーとの会話を制約す

(24) Jack M. Balkin, "How to Regulate (and Not Regulate) Social Media," Keynote Address, Association for Computing Machinery Symposium on Computer Science and Law, 2019.10.28, pp.1-6.

(25) Packingham v. North Carolina, 137 S. Ct. 1730 (2017).

ることは、見解に基づく差別であり、違憲であると判示した⁽²⁶⁾。

日本でも、ソーシャルメディアの運営者及び利用者に対する規制と表現の自由の関係が問われた判例を見いだすことができる。ソーシャルメディアの中には、異性間の交際を目的としたサイト、いわゆる「出会い系サイト」も含まれる。出会い系サイトについては、出会い系サイト規制法（「インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律」平成15年法律第83号）が、異性交際（面識のない異性との交際）を希望する者の求めに応じ、その異性交際に関する情報を、インターネットを利用して公衆が閲覧することができる状態に置いてこれに伝達し、かつ、当該情報の伝達を受けた異性交際希望者が電子メールその他の電気通信を利用して当該情報に係る異性交際希望者と相互に連絡することができるようにする役務を提供する事業を行う者を「インターネット異性紹介事業者」（第2条第3号）と定義し、インターネット異性紹介事業者に事業の届出、児童による利用の禁止の明示、利用者が児童でないことの確認、児童の健全な育成に障害を及ぼす行為の防止措置（削除等）などの義務を課している（第7条～第17条）。同法の規制対象である「インターネット異性紹介事業者」は、ある種のソーシャルメディア事業者であり、同法は、ソーシャルメディア事業者に対する規制と位置づけることも可能であろう⁽²⁷⁾。

同法については、同法違反に問われた被告人側が刑事裁判の上告審において、同法第7条第1項、第32条第1号所定の罰則を伴う届出制度は、集会・結社及び表現の自由の自由を不当に制約するものであるから、憲法第21条第1項に違反する旨主張していたが、最高裁は、「本件届出制度は、インターネットを利用してなされる表現に関し、そこに含まれる情報の性質に着目して事業者に届出義務を課すものではあるが、その届出事項の内容は限定されたものである。また、届出自体により、事業者によるウェブサイトへの説明文言の記載や同事業利用者による書き込みの内容が制約されるものではない上、他の義務規定を併せみても、事業者が、児童による利用防止のための措置等を取りつつ、インターネット異性紹介事業を運営することは制約されず、児童以外の者が、同事業を利用し、児童との性交等や異性交際の誘引に関わらない書き込みをすることも制約されない」などと述べた上で、「本件届出制度は、上記の正当な立法目的を達成するための手段として必要かつ合理的なものというべきであって、憲法21条1項に違反するものではない」と判示している⁽²⁸⁾。本判決からは、ソーシャルメディアの利用者の書き込みのみならず、利用者に表現の場を提供する事業者の行為も表現の自由として保障されるとする趣旨を読み取ることもできるだろう⁽²⁹⁾。

我が国の判例において、ソーシャルメディアの利用者による表現の自由の限界が問われたものとして、岡口判事懲戒申立事件最高裁決定がある。同事件では、当時東京高裁の判事であっ

(26) Knight First Amendment Inst. at Columbia Univ. v. Trump, 928 F.3d 226 (2nd Cir. 2019).

(27) 同法のガイドラインは、SNSについて、開設者がサイトの運営方針として「異性交際希望者」を対象としてサービスを提供していない限り、「インターネット異性紹介事業」には該当しないとした上で、サイトの運営方針として「異性交際希望者」を対象としてサービスを提供していないことを明らかにするためには、利用規約等においてその趣旨を明確にし、これに基づく措置がとられていることが望ましいと考えられると述べている（警察庁「「インターネット異性紹介事業」の定義に関するガイドライン」）。これを受けて、一般のSNS事業者も、利用規約に異性交際目的の利用を禁止する規定を盛り込んだり、異性交際目的の投稿を削除したり、当該投稿をした者のアカウントを利用停止にするなどの対応を行っている。

(28) 最高裁判所第一小法廷判決平成26年1月16日刑集68巻1号1頁。

(29) 曾我部真裕『「出会い系サイト規制法」上の届出制度の合憲性』『平成26年度重要判例解説』（ジュリスト臨時増刊）有斐閣，2015，pp.18-19も参照。

た被申立人が、自己の実名を用いたアカウントにおいて、東京高裁で控訴審判決がされて確定した自己の担当外の事件である犬の返還請求等に関する民事訴訟についての報道記事を閲覧することができるウェブサイトにアクセスすることができるようにするとともに、文章を投稿し、上記訴訟を提起して犬の返還請求が認められた当事者の感情を傷付けたとされる。同決定は、被申立人の上記行為は裁判所法第 49 条にいう「品位を辱める行状」に当たるとした上で、「憲法上の表現の自由の保障は裁判官にも及び、裁判官も一市民としてその自由を有することは当然であるが、被申立人の上記行為は、表現の自由として裁判官に許容される限度を逸脱したものとわざるを得ないものであって、これが懲戒の対象となることは明らかである」と判示している。ソーシャルメディアとの関係では、山本庸幸裁判官、林景一裁判官、宮崎裕子裁判官による補足意見が「現役裁判官が、ツイッターにせよ何にせよ、SNS その他の表現手段によってその思うところを表現することは、憲法の保障する表現の自由によって保護されるべきであることは、いうまでもない」と述べている点も注目に値する。このような補足意見の見解は、一般の国民が Twitter など SNS を用いて思想等を表現することが憲法上の表現の自由として保障されることを当然の前提としているように思われる。なお、同決定では、Twitter について、「インターネットを利用してツイートと呼ばれる 140 文字以内のメッセージ等を投稿することができる情報ネットワーク」という定義ないし説明が示されている⁽³⁰⁾。

5 表現の自由とソーシャルメディアの責任

各国でソーシャルメディア事業者の責任が問われる場面も増大している。

米国では、通信品位法（Communications Decency Act: CDA）第 230 条の「双方向コンピュータ・サービスのいかなる提供者……も、他の情報コンテンツ提供者により提供された情報の出版者又は発信者として取り扱われない」との規定に基づき、利用者を含む第三者により発信された情報についてソーシャルメディア等の媒介者に広範な免責が認められてきた。他方で、同条項の下で、媒介者は第三者により発信された情報を編集・削除した場合にも免責されてきた。一方、2018 年には性的人身取引を促す情報について媒介者の免責範囲を限定する立法（Fight Online Sex Trafficking Act: FOSTA）が制定されるなど、最近ではソーシャルメディアの責任を強化しようとする動向も強まっている。また、2016 年の大統領選挙において Facebook 社から流出した利用者のデータを利用して英国のコンサルティング企業ケンブリッジ・アナリティカ（Cambridge Analytica）社が米国の有権者に対しターゲティング広告を配信し投票行動を誘導した疑惑が発覚して以降、ソーシャルメディアへの逆風が強まり、連邦議会に通信品位法第 230 条の改正案が提出されるなど、ソーシャルメディア事業者の責任を拡大する法改正を求める議論も強まっている⁽³¹⁾。

欧州では、欧州連合（EU）が、プラットフォーム規制の一環として、フェイクニュース規制、プライバシー保護、著作権保護、青少年保護など様々な領域において、Facebook や YouTube などソーシャルメディア事業者に対する規制の強化を進めており、ソーシャルメデ

(30) 最高裁判所大法廷決定 平成 30 年 10 月 17 日 民集 72 卷 5 号 890 頁。

(31) フェイクニュース問題を中心に近年の米国におけるソーシャルメディアへの規制の動向について検討したものとして、成原慧「フェイクニュースの憲法問題」『法学セミナー』64(5), 2019.5, pp.18-22; 同「米国におけるフェイクニュース対策の動向と議論」（プラットフォームサービスに関する研究会（第 10 回）資料 1）2019.6.27 総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_content/000630416.pdf> 等参照。

ア事業者の負う責任が拡大されている⁽³²⁾。また、ドイツでは2017年にSNS法が制定され、Facebook社などソーシャルメディア事業者にヘイトスピーチなどドイツ刑法上の犯罪にあたる違法情報について苦情を受けてから一定時間内に削除する義務が課せられている⁽³³⁾。

日本法では、一般にソーシャルメディア事業者は、プロバイダ責任制限法（「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3号の定める特定電気通信役務提供者に当たり、同法第3条により一定の要件の下に利用者の投稿した情報により他人の権利が侵害された場合について損害賠償責任が制限されている。ソーシャルメディアの利用者の投稿した情報により自己の権利を侵害されたとする者は、ソーシャルメディア事業者に対し、当該情報により自己の権利が侵害されたことが明らかであって、当該発信者情報が自己の損害賠償請求権の行使のために必要である場合その他正当な理由があるときには、同法第4条に基づき発信者情報の開示を請求することができる。また、ソーシャルメディアの利用者の投稿した情報により自己の人格権が侵害された者は、ソーシャルメディア事業者に対し、人格権に基づき利用者の投稿した情報の削除を請求することもできる⁽³⁴⁾。なお、人格権に基づく過去の逮捕歴に関するツイートの削除請求を認めた令和元年10月の東京地裁判決は、「ツイッターの利用者が多数に及ぶことから、ツイッターへの投稿又はその閲覧が情報の発信又は取得のための簡易な手段として多数の者に利用されていることは認められるものの……、ツイッター自体はインターネット上のウェブサイトの一つにすぎず、これが、グーグル等の検索事業者による検索結果の提供のように、インターネットを利用する者にとって必要不可欠な情報流通の基盤となっているとまではいえない」などと述べ、検索結果の削除について慎重な基準を示した平成29年最高裁決定⁽³⁵⁾との事案の区別を図っている点は、インターネット上の情報流通においてソーシャルメディアが果たしている役割の評価の在り方を考える上でも注目に値するだろう⁽³⁶⁾。最近では、日本でも、ソーシャルメディア事業者らにフェイクニュース等の拡散について対応を求める議論が強まっている。総務省のプラットフォームサービスに関する研究会が公表した報告書は、ソーシャルメディア事業者などプラットフォーム事業者による偽情報の削除等の適切な対応や、自らの取組の透明性・説明責任の確保などを求めている⁽³⁷⁾。

IV ソーシャルメディアのアーキテクチャと表現の自由

これまで見てきたとおり、ソーシャルメディアのアーキテクチャの設計次第では、利用者の表現の自由が実質的に拡充されることもあれば、表現の自由が実質的に制約されることもある。世界的にソーシャルメディアを通じた著作権侵害、プライバシー侵害、フェイクニュースやヘイトスピーチなど違法・有害情報の拡散への対策の強化が求められるようになっていく

(32) EUのプラットフォーム規制の動向につき、生貝直人「EUおよびわが国におけるプラットフォーム規制の状況」『現代消費者法』44号、2019,9, pp.69-74等参照。

(33) 神足祐太郎「ドイツのSNS法—インターネット上の違法なコンテンツ対策—」『外国の立法』No.278, 2018.12, pp.49-56 <https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_11202127_po_02780003.pdf?contentNo=1>等参照。

(34) 第二東京弁護士会（編）『ソーシャルメディア時代の個人情報保護Q&A』日本評論社、2012, pp.174-206等も参照。

(35) 最高裁判所第三小法廷決定 平成29年1月31日 民集71巻1号63頁。

(36) 東京地方裁判所判決 令和元年10月11日（判例集未登載）等参照。

(37) 「プラットフォームサービスに関する研究会 最終報告書」2020.2. 総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_content/000668595.pdf>

に伴って、欧州などではソーシャルメディア事業者に違法有害情報を予め検知し、それらが公表・伝達されないようにするアーキテクチャの導入を求める立法も試みられるようになってきている⁽³⁸⁾。他方で、ソーシャルメディアのアーキテクチャによる事前の表現の監視・抑制は、その設計・運用次第では、本来保護されるべき表現が過大に制約（オーバーストッキング）されたり、本来制約されるべき表現が放置（アンダープロッキング）されたりすることも懸念される。このようリスクを緩和するためには、アーキテクチャと人間の目を組み合わせて、情報の削除等に対するチェックを行うとともに、利用者からの苦情や異議申立てを受け付ける窓口や手続の整備などが求められるだろう。また、アーキテクチャによる規制は、規制の対象や根拠が不透明になるおそれもあることなどから、「透明性報告書」などにより削除の基準や対象について情報を公表するなど、ソーシャルメディア事業者には、アーキテクチャによる規制の透明性・説明責任を確保することも求められるだろう。また、政府や立法府も、ソーシャルメディア事業者に、過度に表現を抑制するアーキテクチャや不透明なアーキテクチャを設計するインセンティブを与えることのないよう、ソーシャルメディア事業者の責任の在り方やソーシャルメディアに対する規制の在り方を慎重に検討していく必要があるだろう⁽³⁹⁾。

おわりに

本章で明らかにしてきたように、ソーシャルメディアは、利用者がコミュニケーションをしたり情報を共有したりするためのアーキテクチャを設計・管理することにより、人々のコミュニケーションの在り方を規定するようになっていく。ソーシャルメディアのアーキテクチャは、私たちのコミュニケーションの自由を支えるとともに制約する基盤となっていると行うことができる。このような重要な役割を担うソーシャルメディアとそのアーキテクチャの在り方について、継続的に注視し、多角的に議論していくことが期待される。

(なりはら さとし)

(38) 2019年に採択されたEUの新たな著作権指令は、YouTubeなど一定の規模等を満たすプラットフォーム事業者に著作権侵害情報のアップロードを抑制するためのアーキテクチャを導入することを実質的に要求する規定を盛り込んでおり、その解釈・適用の在り方につき国際的に議論となっている。生貝直人ほか「鼎談 EU新著作権指令の意義」『ジュリスト』1533号、2019.6、p.57等を参照。

(39) 成原 前掲注(16)、pp.227-228参照。また、プラットフォームサービスに関する研究会 前掲注(37)、pp.38-41も参照。