

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	諸外国の国民投票運動におけるオンライン広告規制<解説>
他言語論題 Title in other language	Commentary: Legal Regulations for Online Advertising in Referendum Campaigns in Foreign Countries
著者 / 所属 Author(s)	南 亮一 (MINAMI Ryoichi) / 憲法調査室主幹
書名 Title of Book	諸外国の国民投票運動におけるオンライン広告規制 基本情報シリーズ 29 (Legal Regulations for Online Advertising in Referendum Campaigns in Foreign Countries)
シリーズ Series	調査資料 2022-1-a (Research Materials 2022-1-a)
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	2023-03-31
ページ Pages	7-15
ISBN	978-4-87582-906-5
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
キーワード keywords	国民投票、外国憲法：ヨーロッパ、外国憲法：アジア・アフリカ・オセアニア、外国憲法：南北アメリカ
摘要 Abstract	英国、フランス、アイルランド、ニュージーランド、米国カリフォルニア州及び欧州連合 (EU) 域内の国民投票運動におけるオンライン広告規制に関する法制度を比較・解説する。

* 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。

諸外国の国民投票運動におけるオンライン広告規制（解説）

国立国会図書館 調査及び立法考査局
主幹 憲法調査室 南 亮一

目 次

はじめに

- I 国民投票運動と選挙運動に係る規制の共通性
- II 国民投票運動におけるオンライン広告規制の目的
- III 国民投票運動におけるオンライン広告規制の内容
 - 1 透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務
 - 2 政治広告に係るオンラインアーカイブの設置等の義務
 - 3 支出規制
 - 4 外国人等に対する規制
 - 5 偽情報・誤情報などの拡散規制
 - 6 その他の規制

おわりに

キーワード：国民投票運動規制、広告規制、偽情報対策、英国、米国、カリフォルニア、フランス、アイルランド、ニュージーランド、EU

要 旨

- ① 本稿は、本書『諸外国の国民投票運動におけるオンライン広告規制』（調査資料 2022-1-a 基本情報シリーズ 29）の各記事を基に、英国、フランス、アイルランド、ニュージーランド、米国カリフォルニア州及び欧州連合（EU）域内の国民投票運動におけるオンライン広告規制に関する法制度（一部法案段階のものも含む。）について、比較・解説するものである。
- ② 日本においては、憲法改正の国民投票運動と選挙運動との性格には大きな違いがあるという理解の下、国民投票運動の規制は投票が公正に行われるための必要最小限のものとする事とされたことから、選挙運動の規制と比較してかなり緩やかなものになっている。それに対し、各国・地域においては、国民投票が憲法改正のみを対象としているわけではないことや、各国・地域における選挙運動規制の実態を反映してか、国民投票運動と選挙運動の差異を意識しない制度設計となっている事例が大半を占めている。
- ③ 国民投票運動におけるオンライン広告規制の目的には、a) 透明性の確保（英国、アイルランド、ニュージーランド、米国カリフォルニア州及び EU（規則案））、b) 公平性の確保（英国及びニュージーランド）及び c) インターネット上の情報操作対策（フランス）がある。
- ④ 国民投票運動におけるオンライン広告規制の内容としては、大きく a) 透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務（英国、アイルランド、ニュージーランド、米国カリフォルニア州及び EU（規則案））、b) 政治広告に係るオンラインアーカイブの設置等の義務（フランス、アイルランド、米国カリフォルニア州）、c) 支出規制（英国及びニュージーランド）、d) 外国人等に対する規制（英国、フランス、アイルランド、ニュージーランド及び米国カリフォルニア州）、e) 偽情報・誤情報などの拡散規制（フランス、アイルランド及び米国カリフォルニア州）、f) ターゲティング及び増幅の技術の使用規制（EU（規則案））及び g) インターネットを用いた商業広告の利用規制（フランス）の 7 つに分類することができる。

はじめに

本稿は、本書『諸外国の国民投票運動におけるオンライン広告規制』（調査資料 2022-1-a 基本情報シリーズ 29）の各記事を基に、英国、フランス、アイルランド、ニュージーランド、米国カリフォルニア州及び欧州連合（EU）域内の国民投票⁽¹⁾運動におけるオンライン広告規制に関する法制度⁽²⁾について比較・解説するものである。

具体的には、本書で取り上げた各国⁽³⁾の国民投票運動におけるオンライン広告の規制状況についての理解に資するため、①国民投票運動と選挙運動に係る規制の共通性、②国民投票運動におけるオンライン広告規制の目的、③その内容（a. 透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務、b. 政治広告に係るオンラインアーカイブの設置等の義務、c. 支出規制、d. 外国人等に対する規制、e. 偽情報・誤情報などの拡散規制、f. その他の規制）の観点から、各国の制度を比較する。

I 国民投票運動と選挙運動に係る規制の共通性

日本においては、憲法改正の国民投票運動と選挙運動の性格には大きな違いがあるという理解の下、国民投票運動の規制は投票が公正に行われるための必要最小限のものとする事とされ、選挙運動の規制と比較してかなり緩やかなものとなっている⁽⁴⁾。

これに対し、本稿で取り上げた各国においては、国民投票が憲法改正のみを対象としているわけではないことや、各国・地域における選挙運動規制の実態を反映してか、国民投票運動と選挙運動との差異を意識しない制度設計となっている事例が大半を占めている。代議院議員の総選挙と同時に国民投票を行うことが通例であるニュージーランド⁽⁵⁾の場合、投票に係る実務の混乱を回避するため、国民投票運動に対して選挙運動の規制とそろえた規制がなされてい

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、2022年9月30日である。

- (1) 英国においてウェールズ、スコットランドなどの特定の地域を対象として行われるレファレンダム及び米国カリフォルニア州における州民投票は国民投票ではないが、表記の煩雑さを避けるため、本稿ではこれらを含め、「国民投票」と表記する。
- (2) 規制については法律による規制のほか、業界の自主規制のようなものも見られるが、本稿では、当局側が積極的に業界の自主規制の策定に関与するEUの事例を除き、取り上げない。
- (3) 米国カリフォルニア州及びEUは「国」ではないが、表記の煩雑さを避けるため、本稿では一括して「国」と表記する。なお、EUには国民投票はないものの、紹介するEU規則案は加盟国の国民投票を規律する。
- (4) 衆議院憲法調査会『衆議院憲法調査会報告書』2005.4, p.470では、「憲法改正の国民投票においては、多様な立場からの多様な声が国民的な議論を作り上げていくことが重要であり、憲法改正の国民投票法を制定する場合には、投票に係る政治活動の自由を相当広範に確保することが前提でなければならない」とされ、日本国憲法の改正手続に関する法律（平成19年法律第51号）の検討過程においても「選挙運動は人を選ぶ、政党を選ぶ、こういう選挙と、それから国民投票運動の場合は国家の基本的なありようというものを選択するというところでございますので、この二つの運動には…（中略）…大きな違いがまずあると思います」という見解（第165回国会衆議院日本国憲法に関する調査特別委員会議録第4号 平成18年11月2日 p.10における赤松正雄委員の発言）が述べられている。その前提として、日本の選挙運動規制が「べからず法」と呼ばれるほど厳しいものであることが指摘されている。佐藤令・丸本友哉「我が国の選挙運動規制の起源と沿革—大正14年普通選挙法制定の帝国議会における議論を中心に—」『レファレンス』718号, 2010.11, p.76. <https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_3050306_po_071805.pdf?contentNo=1>を参照。
- (5) 本稿では、直近の国民投票である2020年10月17日に行われた国民投票に適用された、2019年国民投票枠組法（Referendums Framework Act 2019 (2019, No.71)）による規制内容を紹介している。この法律はこの国民投票に限って適用する限時法として制定され、2022年7月1日に失効した（第3条）。

る⁽⁶⁾。フランスにおいても、選挙運動におけるオンライン広告規制の規定が国民投票運動にも準用されている⁽⁷⁾。英国でも選挙運動と別の扱いとはされていない⁽⁸⁾。アイルランドでも、選挙運動のためのオンライン広告も含めた「オンライン政治広告」に対する規制として導入されている⁽⁹⁾。政治広告の透明性の向上を目的として米国カリフォルニア州で導入されたオンライン広告規制においても、国民（州民）投票運動を別扱いとはしていない⁽¹⁰⁾。EU 規則案においても、国民投票向けの広告が規制対象となる「政治広告」に含まれており⁽¹¹⁾、やはり両者を別扱いとはしていない。

他方、本書で取り上げた各国の制度の中で唯一、選挙運動規制とは別扱いとなっている国民投票運動規制として、英国における支出規制⁽¹²⁾が挙げられる。

II 国民投票運動におけるオンライン広告規制の目的

本書で取り上げた各国の国民投票運動におけるオンライン広告規制の目的には、透明性の確保（英国⁽¹³⁾、アイルランド⁽¹⁴⁾、ニュージーランド⁽¹⁵⁾、米国カリフォルニア州⁽¹⁶⁾、EU（規則案）⁽¹⁷⁾）、公平性の確保（英国⁽¹⁸⁾、ニュージーランド⁽¹⁹⁾）及びインターネット上の情報操作対策（フランス⁽²⁰⁾）が見られた。

III 国民投票運動におけるオンライン広告規制の内容

国民投票運動におけるオンライン広告規制の内容として、①透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務、②政治広告に係るオンラインアーカイブの設置等の義務、③支出規制、④外国人等に対する規制、⑤偽情報・誤情報などの拡散規制、⑥その他の規制に分けて各国の規制を比較する。

1 透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務

この義務は、フランス以外の国で設けられており、それぞれの国ごとに、義務を課される者及び表示すべき情報の種類に差異が見られる（表）。義務を課される者は、広告出稿の責任者で

(6) 南亮一「ニュージーランドの国民投票運動における広告規制—インターネット利用の規制を視野に入れて—」本書, p.97.

(7) 奥村公輔「フランスの国民投票運動とインターネット利用の規制—近年の立法的対応に着目して—」同上, p.52.

(8) 今井良幸「英国のレファレンダムにおける投票運動規制—その現状とインターネット上の投票運動への導入に向けた動向—」同上, pp.27-31.

(9) 井田敦彦「アイルランドにおけるオンライン政治広告及び偽情報等の規制—憲法改正国民投票の観点から—」同上, pp.68, 60.

(10) 小久保智淳「米国における州民投票とオンラインプラットフォーム規制—カリフォルニア州を中心に—」同上, p.117.

(11) 南亮一「EU 域内の国民投票運動におけるオンライン広告規制の動向—政治広告の透明性の確保及び偽情報対策の観点から—」同上, p.146.

(12) 今井 前掲注(8), p.22.

(13) 同上, p.28.

(14) 井田 前掲注(9), pp.69-70.

(15) 南 前掲注(6), p.103.

(16) 小久保 前掲注(10), p.117.

(17) 南 前掲注(11), p.147.

(18) 今井 前掲注(8), p.28.

(19) 南 前掲注(6), p.104.

(20) 奥村 前掲注(7), p.45.

ある広告者(等)又は政治広告サービス提供者とする国(英国、ニュージーランド、EU(規則案))と、広告を配信する役割を担うオンラインプラットフォームとする国(アイルランド、米国カリフォルニア州)に分かれ、表示すべき情報は、広告出稿の責任者の名前(及び住所)で足りるとする国(英国、ニュージーランド、米国カリフォルニア州)と、更なる情報(支出金額、広告掲示期間等)まで求める国(アイルランド、EU(規則案))とに分かれる。

表 透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務の一覧

国	義務を課される者	表示すべき情報の種類
英国	広告者 (promoter) 等	広告者等の名前及び住所
アイルランド	オンラインプラットフォーム ^(注1)	①「政治広告」の文言。利用者が容易に視認し、又は知覚することができる分かりやすい位置に表示する。 ②「透明性告知」(オンライン政治広告の購入者の氏名・連絡先、マイクロターゲティングの利用状況、支出金額、掲示期間等10種類の情報を含む透明性の確保に係る情報をいう。)が明瞭に表示されたオンラインプラットフォームを閲覧するためのボタン、アイコン、タブ、ハイパーリンク又はその他の手段の配置
ニュージーランド	広告者 (promoter)	広告者の氏名等及び住所
米国カリフォルニア州	オンラインプラットフォーム ^(注2)	政治広告の掲載を行う政治団体の開示名。掲載する広告に隣接して、“Paid for by”等の文字に続けて表示する。 なお、その代わりに“Who funded this ad?”等の文字をクリックすると政治団体の開示名等を掲載するウェブページのハイパーリンクを配置してもよい。
EU (規則案)	政治広告サービス提供者 ^(注3)	次に掲げる情報の全て。明瞭に、目立つように、かつ、紛れのない方法により表示しなければならない。 ①政治広告である旨の表示 ②当該政治広告の広告主 (sponsor) 及び当該広告主を最終的に支配するものの身元 ③以下の情報 (透明性の告知) a. 広告主の身元及び連絡先 b. 政治広告が公表され拡散される予定の期間 c. 当該広告の準備、配置、宣伝、公表及び拡散に対して支出した合計金額等に関する情報及びその出所 d. 当該広告とひも付く国民投票の表示 (該当する場合) e. 広告のオンラインアーカイブへのリンク (該当する場合) f. 規則違反である政治広告を通報する仕組みの使い方に関する情報 *③の要件は、この透明性の告知を容易に見付け出すことができる場所を表示することで代えることもできる。

(注1) このほか、オンライン政治広告の購入者に対し、オンラインプラットフォームが義務を履行できるようにするために必要な情報及び書類を、オンラインプラットフォームに提供することを義務付ける。

(注2) このほか、政治広告の掲載を行う政治団体に対し、①政治広告に表示する開示名のほか、②広告主の開示等が必要となる規制の対象となる広告であるという情報、③広告が対象とする投票案件の番号や符号等、④広告の費用を支払った全ての政治団体の名称及び識別番号を、オンラインプラットフォームに提供することを義務付ける。

(注3) このほか、政治広告サービス提供者に対し、依頼する広告サービスが政治広告に該当するかどうかの申告を広告主等に要請すること (この要請を受けた広告主等は、当該申告をしなければならない)、政治広告公表者に対し、当該広告が政治広告であることを容易に識別できるようなマーキング技術及びラベリング技術を使い、政治広告が更に拡散される場合でもそのマーキング技術及びラベリング技術を使い、政治広告が更に拡散される場合でも当該マーキング及びラベリングが残るようにすることを、それぞれ義務付ける。

(出典) 今井良幸「英国のレファレンダムにおける投票運動規制—その現状とインターネット上の投票運動への導入に向けた動向—」本書, pp.30-31; 井田敦彦「アイルランドにおけるオンライン政治広告及び偽情報等の規制—憲法改正国民投票の観点から—」同, pp.69-70; 南亮一「ニュージーランドの国民投票運動における広告規制—インターネット利用の規制を視野に入れて—」同, p.88; 小久保智淳「米国における州民投票とオンラインプラットフォーム規制—カリフォルニア州を中心に—」同, pp.119-120; 南亮一「EU域内の国民投票運動におけるオンライン広告規制の動向—政治広告の透明性の確保及び偽情報対策の観点から—」同, pp.148-149を基に筆者作成。

2 政治広告に係るオンラインアーカイブの設置等の義務

フランス、アイルランド及び米国カリフォルニア州においては、政治広告に係るオンラインアーカイブ⁽²¹⁾の設置等が義務付けられている。その目的は、フランスではインターネット上の情報操作対策⁽²²⁾、その他の国では透明性の確保⁽²³⁾とされている。

フランスでは、一定の要件を満たすオンラインプラットフォーム事業者に対し、国民投票の月の初日前3か月間及び国民投票が実施される投票日まで、公開フォーマットにより電子的な方法で公衆の閲覧に供される登録簿により、次の①～③の情報を利用者に提供することを義務付ける⁽²⁴⁾。

①情報コンテンツの宣伝活動の対価を支払う自然人の身元又は法人の名称、所在地及び目的に関する情報等

②情報コンテンツの宣伝活動の一環として利用した利用者の個人データについての情報

③情報コンテンツの宣伝活動の対価として受領した報酬の総額が一定額を超えた場合にその総額

アイルランドでは、オンラインプラットフォームに対し、オンラインプラットフォームへの配置等のために購入されたオンライン政治広告及びそれにひも付けられた「透明性告知」⁽²⁵⁾によって構成されるオンラインアーカイブ等をリアルタイムで構築し、維持し、更新し、及び公衆に利用可能とし、かつ、これらの情報を、当該広告の配置等の終了から少なくとも7年間、オンラインアーカイブ等に保持するものとされている⁽²⁶⁾。

米国カリフォルニア州でも、オンラインプラットフォームに対し、政治団体が当該オンラインプラットフォームに対して過去12か月の間に500ドル⁽²⁷⁾(67,500円)以上の広告費を支出した場合、掲載した広告について公にアクセス可能な記録(掲載した広告のデジタルコピー、広告が表示された回数概算、掲載されていた期間、掲載費用、広告が対象とする投票案件、広告費を支出した政治団体の名称及びその識別番号が必ず含まれていなければならないとされる。)を維持し、最低でも4年間は公開し続けなければならないとする⁽²⁸⁾。

なおEUでは、これらの国のような広告に係るオンラインアーカイブの設置は、自主規範である「2022年偽情報に関する強化された行動規範」の署名者であるオンラインプラットフォーム等が自主的に広告ライブラリーの設置をコミットするものと位置付けられており⁽²⁹⁾、EU規則案による義務付けの対象とはされていない。ただし、EU規則案では、巨大オンラインプラットフォーム(VLOP)である政治広告公表者に対しては、デジタルサービス法によりVLOPに開設が義務付けられているデータリポジトリから、政治広告に係る透明性の告知を利用可能とす

(21) 国によって「公開フォーマットにより電子的な方法で公衆の閲覧に供される登録簿」(フランス)、「オンラインアーカイブ等」(アイルランド)、「公にアクセス可能な記録」(米国カリフォルニア州)、「データリポジトリ」・「広告ライブラリー」(EU(規則案))と呼称は異なっているが、本稿ではいずれもオンラインによりアクセス可能なオンライン広告に係るデジタルデータのアーカイブを意味すると理解し、「オンラインアーカイブ」という呼称により一括することとした。

(22) 奥村 前掲注(7), pp.45-47.

(23) 井田 前掲注(9), pp.69-70; 小久保 前掲注(10), p.117.

(24) 奥村 前掲注(7), pp.46-47.

(25) オンライン政治広告の購入者の氏名・連絡先、マイクロターゲティングの利用状況、支出金額、掲示期間等10種類の情報を含む透明性の確保に係る情報をいう。井田 前掲注(9), pp.69-70を参照。

(26) 同上, p.70.

(27) 1ドルは135円。令和4年10月分報告省令レートに基づく。

(28) 小久保 前掲注(10), p.120.

(29) 南 前掲注(11), p.158.

ることを確保することを義務付ける規定が設けられている⁽³⁰⁾。

3 支出規制

英国及びニュージーランドにおいては、支出額の上限、報告書の提出などの支出規制が設定されている。その目的は、いずれも公平性の確保である⁽³¹⁾。英国では、一定の要件を満たすか否かで、1万ポンド⁽³²⁾(162万円)～500万ポンド⁽³³⁾(8億1000万円)の幅で設定されている⁽³⁴⁾。ニュージーランドでは、国民投票運動広告のための費用の上限額が、選挙委員会に届出を行った登録広告者の場合について、36万7000ニュージーランド・ドル(以下「NZドル」)⁽³⁵⁾(約3101万1500円)、そうでない場合は1万4700NZドル(約124万2150円)に設定されている⁽³⁶⁾。

また、英国では投票終了後において支出に関する報告書の提出が義務付けられており、請求書及び領収書の添付も必要とされている⁽³⁷⁾。ニュージーランドにおいても、登録広告者に対して国民投票運動広告のための費用の証拠書類の保存義務が課せられている⁽³⁸⁾。なお、両国とも、オンライン広告に限定しての設定ではなく、放送・新聞などの伝統的メディアの広告費用と合算しての設定となっている⁽³⁹⁾。また、英国については、選挙運動とは別に設定されている⁽⁴⁰⁾。

4 外国人等に対する規制

外国人等に対する規制は、英国、フランス、アイルランド及びニュージーランドにおいて設けられている。英国では、在外外国人及び海外に主な事務所を置く企業・団体は、支出金額の上限額が高く設定される「認定運動者」の対象から除外されている⁽⁴¹⁾。このため、これらの者の国民投票運動に関する支出の上限額は、認定運動者以外の者の支出上限額である1万ポンドとなる。フランスでは、外国の支配・影響下にある法人と締結された協定の対象となるサービスが、投票の真正性に影響を与えかねない虚偽情報を故意に配信していると視聴覚・デジタル通信規制庁が認めるときは、その配信の停止を命ずることができる⁽⁴²⁾。アイルランドでは、アイルランド国民又は国内に主要な事務所を維持する法人等を除き、国外の住所に居住する者が国内でオンライン政治広告を直接又は間接に配置等することを禁止する規定を設けている⁽⁴³⁾。ニュージーランドでは、在外外国人等は、国民投票運動広告に係る支出の上限額が36万

(30) 同上, pp.148-149.

(31) 今井 前掲注(8), p.28; 南 前掲注(6), p.104.

(32) 1ポンドは162円。令和4年10月分報告省令レートに基づく。

(33) 2000年政党、選挙及びレファレンダム法(Political Parties, Elections and Referendums Act 2000)附則第14第1条第2項。この金額は、2016年のEUレファレンダム実施の際には、同法制定時からの物価上昇率の変化を反映して700万ポンド(11億3400万円)に引き上げられた。今井 前掲注(8), p.29.

(34) 同上

(35) 1ニュージーランド・ドルは84.5円。令和4年10月分報告省令レートに基づく。

(36) 南 前掲注(6), p.89.

(37) 今井 前掲注(8), pp.29-30.

(38) 南 前掲注(6), p.90.

(39) 今井 前掲注(8), p.29; 同上, pp.102-103.

(40) 今井 同上, p.22.

(41) 同上, p.29.

(42) 奥村 前掲注(7), pp.47-48.

(43) 井田 前掲注(9), p.71.

7000NZ ドルと高く設定されている登録広告者の対象から除外されている⁽⁴⁴⁾。

なお、外国人等に対する直接的な規制ではないが、米国カリフォルニア州では、外国による政治干渉についての定義の有無及びある場合にはその内容について、半年ごとに州司法長官に提出する報告書に記載することを、ソーシャルメディアに対して義務付けている⁽⁴⁵⁾。

5 偽情報・誤情報などの拡散規制

偽情報・誤情報などの拡散規制は、フランス及びアイルランドにおいて設けられている。

フランスでは、①国民投票の月の初日前の3か月間及び国民投票が行われる投票日まで、来る投票の真正性に影響を与えかねない、ある事実についての不正確な又は誤解させる主張又は非難が、故意に、人為的又は自動的に、かつ、大量に、オンラインの公衆通信サービスを通じて配信された場合、検察官、全ての候補者、全ての政党若しくは政治団体又は全ての利害関係者の申立てにより、急速審理裁判官 (*juge des référés*)⁽⁴⁶⁾ が、その配信を中止させるための措置を命じることができる。また、②4で紹介した、外国の支配・影響下にある法人と締結された協定の対象となるサービスによる虚偽情報の故意による配信への対応を定めている⁽⁴⁷⁾。

アイルランドでは、選挙委員会が偽情報・誤情報等の監視及び調査を行い、オンラインプラットフォーム等に対し、①削除通知、②訂正通知、③（調査中であることの）表示命令、④アクセス遮断命令及び⑤操作的又は偽装的行為通知を発出することができる⁽⁴⁸⁾。

なお、米国カリフォルニア州では、直接的な内容規制ではないが、偽情報・誤情報の定義の有無及び定義がある場合にはその内容について、半年ごとに州司法長官に提出する報告書に記載することを、ソーシャルメディアに対して義務付けている⁽⁴⁹⁾。また、EUにおける偽情報・誤情報などの拡散規制は、自主規範である「2022年偽情報に関する強化された行動規範」において、その署名者であるオンラインプラットフォーム等が自主的にコミットメントする取組とされ、EU規則案には定められていない⁽⁵⁰⁾。

他方、英国⁽⁵¹⁾では、オンライン広告の内容規制の導入についての議論はなされているが、①表現の自由に萎縮効果を与える危惧があること、②表現内容の真実性が高度な論争になり得ること及び③誤った信念を定着させかねないことの3点が課題として指摘されており⁽⁵²⁾、導入には至っていない。

(44) 南 前掲注(6), p.89.

(45) 小久保 前掲注(10), p.126.

(46) 本案について判断することなく緊急を要する処分を命じる判決 (*jugement provisoire*. 仮の判決) を行う裁判 (*référé*) を担当する裁判官の総称。山口俊夫編『フランス法辞典』東京大学出版会, 2002, pp.314, 317.

(47) 奥村 前掲注(7), pp.47-48.

(48) 井田 前掲注(9), pp.75-77.

(49) 小久保 前掲注(10), p.126.

(50) 南 前掲注(11), pp.156-159.

(51) 今井 前掲注(8), pp.33-34.

(52) なお、③の指摘は、具体的には、「自分の考えと矛盾するような歓迎しない情報を受け取った場合、自分の意見への挑戦に抵抗するだけでなく、元の意見をより強く支持するようになるという「バックファイヤー効果 (backfire effect)」が生じる可能性がある」ため、「特定の内容を含む広告の削除等の対応を行うことにより、かえって事態を悪化させかねないという懸念もある」ということである。同上, p.34.

6 その他の規制

(1) ターゲティング及び増幅の技術の使用規制

EU 規則案では、個人情報や政治広告のターゲティング及び増幅にも利用され、言論の自由及び情報の自由を含む市民の権利、政治的意思決定並びにその投票権の行使に悪影響を与える可能性があるとして、ターゲティング及び増幅の技術の使用についての規制を設けることとしている⁽⁵³⁾。具体的には、①機微個人データ⁽⁵⁴⁾の処理を伴うターゲティング及び増幅の技術の使用を原則禁止し、②①以外のターゲティング及び増幅の技術の使用の際の遵守事項を設定する提案である⁽⁵⁵⁾。

(2) インターネットを用いた商業広告の利用規制

フランスでは、インターネットを用いた商業広告(publicité commerciale)の利用規制が設けられている。具体的には、国民投票が行われる月の初日前6か月間及び当該国民投票が実施される投票日までの期間、インターネットを用いた商業広告を、国民投票に関する宣伝を目的として利用することを禁止する⁽⁵⁶⁾。

おわりに

ここまで見てきたように、各国の国民投票運動におけるオンライン広告規制としては、透明性の確保に係る情報のオンライン広告への表示義務がほとんどの国で設けられている。それに加え、国によっては、政治広告に係るオンラインアーカイブの設置等の義務、支出規制、外国人等に対する規制、偽情報・誤情報などの拡散規制などが設けられている。これらの詳細につき、各記事を御参照いただくことで、日本における制度設計を議論する際の手がかりの一つになれば幸いである。

(みなみ りょういち)

⁽⁵³⁾ 南 前掲注(11), p.145.

⁽⁵⁴⁾ 人種的若しくは民族的な出自、政治的な意見、宗教的若しくは哲学的な信条又は労働組合の構成員であることを明らかにする個人データ、遺伝子データ、自然人を一意に識別することを目的とする生体データ、健康に関するデータ及び自然人の性生活又は性的指向に関するデータをいう。同上, p.152.

⁽⁵⁵⁾ 同上, pp.152-153.

⁽⁵⁶⁾ 奥村 前掲注(7), p.44.