

プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関する  
ワーキンググループ（第16回）

令和4年6月22日

【宍戸主査】 それでは定刻となりましたので、ただいまから、プラットフォームサービスに関する研究会プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループの第16回会合を開催いたします。

本日も皆様お忙しいところ、また朝早くからお集まりいただき、誠にありがとうございます。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、構成員及び傍聴は、ウェブ会議システムにて実施させていただいております。

事務局よりウェブ開催に関する注意事項について御案内がございますので、よろしくお願ひします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局消費者行政第二課の丸山でございます。ウェブ開催に関する注意事項を幾つか御案内させていただきます。本日の会合の傍聴者につきましては、ウェブ会議システムによる音声及び資料投影のみでの傍聴とさせていただいております。事務局において傍聴者は発言ができない設定とさせていただいておりますので、音声設定を変更しないようお願いいたします。

構成員の方々におかれましては、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュートにして、映像もオフにさせていただきますようお願いいたします。

発言を希望される際には、事前にチャット欄に発言したい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て、主査から発言者を指名いただく方式で進めさせていただきます。発言する際にはマイクをオンにして、映像もオンにして御発言ください。発言が終わりましたらいずれもオフに戻してください。接続に不具合がある場合は、速やかに再接続を試していただくようお願いいたします。そのほか、チャット機能で随時事務局や主査宛てに連絡いただければ対応させていただきます。

本日の資料は、本体資料が資料1から資料7まで及び参考資料の1つとなります。資料3の日本インタラクティブ広告協会様の資料については、一部構成員限りの情報が含まれております。構成員の皆様には別途構成員限り資料を御用意しております。

注意事項は以上となります。

なお本日、新保構成員及び山本主査代理は御欠席となります。

それでは、これ以降の議事進行は宍戸主査にお願いしたいと存じます。宍戸主査、よろしくお願いたします。

**【宍戸主査】** 承知しました。それでは早速議事に入ります。

本日は、前回に引き続きまして事業者ヒアリングとさせていただきます。利用者に関する情報の外部送信の際の措置について、日本経済団体連合会様、新経済連盟様、日本インタラクティブ広告協会様、日本スマートフォンセキュリティ協会様、MyDataJapan様、電気通信事業者協会様の順で御意見をいただき、まとめて質疑応答を行います。その後、事務局より、資料7に基づきプラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関する主な論点について御説明いただき、質疑応答を行います。最後に全体を通じた意見交換を行いたいと思います。

それでは、アジェンダの1番目、事業者ヒアリングに移りたいと思います。

まずは、日本経済団体連合会、若目田オブザーバーより資料1に基づいて御説明をよろしくお願いたします。

**【若目田オブザーバー】** 皆さん、おはようございます。経団連の若目田でございます。本日はこのような発表の機会をいただきまして、誠にありがとうございます。

次のページをお願いします。まず、本件に対する総論ですが、今回の規制の対象になるか否かにかかわらず、例えばJIAAのガイドラインや本ワーキンググループの資料等々を参考にしつつ、企業として主体的な取組を始めているケースがそれなりに多いと従前より認識しておりました。

限られた時間であり、必ずしも多くの企業の意見が収集できたわけではありませんが、今回会員企業から意見を募集してまいりました。企業にとって分かりやすく明瞭な規範としていただくとともに、ガイドライン等を充実させることによって、企業の啓発とその定着を目指すことが重要であると考えています。

事業者においては、システム対応やポリシーの整備という表面的なことだけではなく、事業部門の担当者一人一人まで、この趣旨を理解して定着させることが重要です。分かりやすい規範としていただくことによって、多くの企業、多くの現場の担当者が承知し、結果的に利用者の利便性向上につながると考えております。その意味で、総務省の資料にありましたが、経団連としても、ベストプラクティスの普及や啓発を推進していきたいと考

えております。

経済界としても、企業への普及啓発活動や、消費者にとって分かりやすい広報活動を通じて、事業者の主体的な取組を強化していきたいと思っております。主体的な取組の重要性は、例えば佐藤構成員が座長を務めておられます検討会で策定された「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック」にも示されています。これら取組によって企業への普及も進み、企業の体制やプロセスを整備する意識も高まってきていると感じております。根本的には同様な取り組みが大切と思っております。

例えばこうしたガイドブックに、外部送信に関する事例等を付加していくことによって、企業が一覧性を持って対応できるような工夫も良いのではないかと考えております。産業界の過去の取組例を紹介しますと、例えばカメラ画像の活用と保護の課題に対し、板倉構成員にも参加いただき、産業競争力懇談会（COCN）にて国に先んじ自主ガイドを作成したり、宍戸主査に企画いただき東京大学と連携したシンポジウムを開催するなど自主的に普及啓発活動を行ってきました。総務省には、指針の詳細化、具体化、厳格化と並行し、企業の主体的な取組について、早めに後押ししていただくよう期待するところです。

なお、私自身が必ずしもメディアの運営や広告の実務に関わる者ではないため、今回、何人かの実務に詳しい方々に、例えば模範となる企業の取組とはどのようなものか確認したところ、なかなかベストと言える取組にたどり着いていません。その意味で、検討会を通じ継続的に望ましい通知方法の検討や共有し、模範となる取組をする事業者を評価するなどの取組も必要ではないかと考えております。

次、各論になります。次のページをお願いします。まず、いただいた幾つかの意見の中で、規律の対象範囲に関して十分に認知していない企業がまだあるのではないかと懸念です。デジタル技術の導入による革新的なサービスの提供やDXを促進する観点から、事業者が規律の趣旨、若しくはその範囲を正しく理解して、予見可能性を高められるよう、事業者の明確化も含め、透明性の高い説明が求められると考えております。

加えてガイドラインやベストプラクティス集は、規律の対象にかかわらず、事業者にとって参考になるように、継続的に充実していただきたいと思えます。

次のページ、論点の2つ目です。「ポップアップ」、「階層化」、「1回の操作で到達できるウェブページ」等と、こういったどの方法が望ましいかについては、サービスUX等によって大いに変わり得るのが実情ではないかと考えております。従いまして、ガイドラインにおいて、ベストプラクティスをどんどん紹介していただくことを期待するとともに、

法令では、状況に応じて様々な方法を選択可能とさせていただきたいと思います。

2点目、「容易に知り得る状態」に関しては、世の中のスタンダード、若しくはOSやアプリストア運営者のルール等で標準化が進んでいるケースで、確認できる場所を利用者が既に認識している状態も対象にさせていただきたいと考えております。

3点目、「階層化等によりスクロールせず全体が表示できること」等の文もありますが、様々なケースがございますので、最初に表示される画面にどのようなことを表示すべきか、ということを確認させていただくことで推進しやすいかと考えております。

次のページ、規律の内容の論点3に関して申し上げます。「その他総務省令で定める事項」の「利用目的」について、Third Partyの利用目的は多岐にわたり、その都度変更されるのが実態だと思います。First Partyが当該利用目的を平易・明確・正確に表示する部分などは、実態として困難を伴うケースがあろうかと考えています。従って、実態を検証した上で、実効性のある規律を検討していくべきと考えています。

足下企業や媒体側のみならず、アドテク事業者や代理店、広告主、他団体のやや複雑な実態があると承知しております。そこには、企業に働きかけを行う立場の約款や契約、自主ガイド、商慣習、こういったものが多々存在すると思いますので、システム全体を見据え、実効性を高める施策の検討をお願いしたいと考えております。

次のページ、企業の取組事例の紹介ですが、全体のポリシーの文言に分かりにくいキーワードや重要な部分については、法的な義務を満たすページとアカウントビリティを高めるページを分けるとともに、外部送信する目的等々の補足説明をしています。加えて、事前にオプトアウトを通知しながら、オプトアウトのページそのものを設けるなどの対応をしているケースも幾つか見られますので、御紹介いたします。

次のページ、経団連の取組ということで御紹介させていただきます。主体的な取組を推進する観点から、2019年に「個人データ適正利用経営宣言」を公表し、経営者のアカウントビリティや個人の安心・安全の確保等々を推奨しております。

次のページです。「個人データ適正利用経営宣言」をつくるだけではなく、普及するためのシンポジウム等を一昨年、昨年と開催しております。最後、次のページになりますが、経団連の関連組織、一般社団法人経済広報センターでは、消費者のモニターを有して、経済界側にいろいろなチェックをいただくような取組をしております。

その中でも、個人データやプライバシーに対する分かりやすいウェブページをつくって啓発に取り組んでおり、Cookieの部分についても紹介しております。今後、この検討会を

通じて得られた事例やベストプラクティス等を追補していくような形で継続・強化していきたいと思っております。

私の発表は以上になります。

**【宋戸主査】** 若目田オブザーバー、ありがとうございました。貴重なインプット、それから今後の連携についても御発言いただきありがとうございます。

それでは続きまして、新経済連盟、佐藤様より、資料2によりまして御説明をどうぞよろしくお願いいたします。

**【佐藤氏】** 新経済連盟の佐藤と申します。本日、意見を述べる機会をいただきまして、誠にありがとうございます。

前回6月17日にワーキンググループがあったかと思えますけれども、本日は、そちらで出されております資料に記載の論点の内容も踏まえつつ、意見を述べさせていただければと考えております。

次のページをお願いいたします。まず、基本的な考え方の最初のポツでございます。今回、電気通信事業法が改正され、施行が公布から1年以内とされているわけでございます。時間がそれなりにあるように見えるかもしれませんが、事業者は、その間に例えばUIを含むシステムの整備・開発、クッキーポリシーの整備、社内規定の整備、当然こういったことを行う必要があります。また、それらに加え、きちんと間違いなく社内で運用できる体制をつくっていかねばいけないということで、研修等もしていく必要があると考えてございます。

そういったことからしますと、実は時間は限られているのではないかと考えてございまして、そこにありますとおり、まずは規制の適用対象の事業者が規制を正しく理解して、対応を確実に行うことができる、そういった実行可能性のある仕組みとしていく必要があるだろうと考えてございます。それが達せられないと、結果的に利用者の保護という目的も達成できないことになってしまうのではないかと考えてございます。

次のポツでございます。事業者は他方で、利用者の情報の保護については、これまでも個人情報保護法をかなり意識して対応してきたところでございます。今回、電気通信事業法でも情報の外部送信に関する規制などが設けられるということで、これらはそれぞれ法目的が別になるかもしれませんが、例えば利用者情報と個人情報あるいは個人データについては、重なる部分もあれば異なる部分もあると考えてございますので、そういった中で、実務的に混乱がないようにしていく必要があると考えてございます。

事業者にとっては、電気通信事業法のそもそもの適用関係、つまりどのような主体に対してどのように規制がかかるのかといったことや、あるいは電気通信事業法と個人情報保護法との関係も理解するところから始める必要があると考えておりました、この点が結構大きな負担になるという点に御配慮いただければと考えてございます。

そういったことからしますと、あと1年の限られた時間で、事業者がきちんと対応していくには、本ワーキンググループでの議論になっているところだと思いますが、新たな規制が適用される事業者の具体的な範囲、規制の対象となる外部送信の具体的な範囲、外部送信を行う場合に必要となる具体的な措置ですとか、あるいは具体的にどういった場合に規制が適用されないのか、まずはこういったことを早めに明らかにしていただくことが必要と考えておりますので、ぜひお願いをしたいと考えております。

次のページをお願いいたします。こちらは個別の論点についてでございます。

まず1点目、新たな規制が適用されることとなる事業者の範囲でございます。今回の電気通信事業法の改正法でこの外部送信の規制が適用される者ですが、「電気通信事業者又は第三号事業者」のうち、「利用者の利益に及ぼす影響が少なくないものとして総務省令で定める電気通信役務を提供する者に限る」と承知しております。この具体的な内容でございますが、これは前回の本ワーキンググループの資料2の4ページで挙げられているようなものを、今後総務省令で限定列挙していくことが考えられるかと思えます。しかし、これを定めるに当たっては、あらゆる事業者が、自らが適用対象となるかどうかを容易に判断できる程度の具体性を持つものとしていただければと考えてございます。

この辺に関しましては、そもそも電気通信事業者や第三号事業者の対象になるかどうかがあると思いますが、実際には該当性の判断が難しいところもあると考えてございます。これは別途、「電気通信事業参入マニュアル（追補版）ガイドブック」等も整備されているかと思いますが、例えばECモールなどは対象になる一方で、実店舗でも行っているサービスをネットで提供しているだけの場合は対象にならないなど、新たなデジタルサービスが次から次へと生まれていく中で、若干分かりにくいところはあるかと思えますので、この辺は引き続ききちんと明らかにしていただければと考えてございます。

次のところでございますが、どこまで対象にするかという点でございます。これは前回の本ワーキンググループの資料2の5ページのところで、例として、月間のページビュー数が1,000程度以上ですとか、あるいはアプリについてダウンロード数10,000程度以上というものが挙げられております。こういったものについて、どのような考え方に基づくも

のかを明らかにしていただく必要があるとも思っております。

一般的に言いますと、月間のページビュー1,000というのは相当低いものと考えておりました、外れる事業者はかなり少ないのではないかと考えてございます。また、このページビューといったときに、基本的には日本の居住者によるページビューなどで数えることが想定されていると思いますが、対象事業者には外国事業者等も入ってくると思いますし、中には日本語以外のサイトの管理者も入ってくる可能性があるのではないかと考えておりますので、事実上日本の事業者のみが遵守という結果にならないように考えていただければと思います。

また、PVというのはフローベースの数字になりまして、月単位の変動も多いとも思いますので、こういった点をどう考えるかという話ですとか、一方でアプリのダウンロード数はストックベースの数になると思いますので、こちら辺の考え方の一貫性も確保していただければと考えてございます。

続きまして、2点目の、規制の対象となる外部送信の範囲でございます。これまでの議論からしますと、タグとCookieを用いた利用者情報の外部送信が規制の対象になるものと理解をしておりますが、それ以外にもスマホアプリで利用されるIDFAですとかAdID、こういったものもおそらく対象になるものだと考えております。この辺も明確にいただければと考えてございます。

またこの点について付言させていただきますと、IDFAですとかAdIDも含めて対象に入ってくるという前提に立ちますと、今回の規制に合わせて、色々とアプリの改修なども必要になってくることが予想されると思っております。したがって、アプリストアの提供者による審査対象にもなるかと思えます。この審査で時間がかかったりするリスクも事業者は意識すると思っておりますので、何らかスムーズにできるような方策があればお願いできればと考えてございます。

次のスライドをお願いいたします。3番目といたしまして、外部送信を行う場合に必要となる具体的な措置のところでございます。今回の電気通信事業法改正に沿いまして、今後プライバシーポリシーですとかクッキーポリシーを整備していく必要も出てくると思えますが、仮に個人情報保護法に基づくものと電気通信事業法に基づくものを二本立てで用意しなければならなくなるといったことがあります、事業者にとっても負担になりますし、また利用者にとっても不便で分かりにくいといったことがあるかと思っておりますので、統合的な対応が可能になる制度としていただければと思います。

それから次の点でございますけれども、これも前回の本ワーキンググループの資料2の6ページ以降のところ、「容易に知り得る状態」について、幾つか要件の例が出されているかと思えます。利用者にとっていかに分かりやすくするかについては、事業者が既にそれぞれ工夫して対応しているところもあるかと思えます。そういった中で、例えばここにありますとおり、ホームページから1回の操作で到達できるウェブページで公表ですとか、あるいは最初に表示される画面についてはスクロールせずに全体が表示できる分量とするといった細かい話を規則的なものとして定めてしまいますと、事業者の方で創意工夫の余地もなくなってくると思えますので、この辺はあくまでガイドラインにおけるベストプラクティスの一つというような位置づけとしていただくことが適切と考えてございます。

こういった点も含めまして、省令で義務づける内容につきましては、様々な規模やビジネスモデルの事業者が、海外の事業者も含めていろいろ対象に入ってくると思えますので、そういった多様な事業者が現実的に対応可能となるレベルの規制としていただくことが必要とも考えてございます。

4点目でございます。規制が適用されない場合でございますが、これも前回の本ワーキンググループの資料2の2ページ目の一番下で、措置を取ることを不要とする情報の②を読みますと、基本的に全てのFirst Party Cookieについては規制の適用対象外となるようにも見えますが、仮にサービス提供者自身への情報送信であっても規制が適用される場合があるのであれば、この辺を明確にさせていただければと思っております。

私からは以上とさせていただきます。どうもありがとうございました。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。規制の適用関係の理解を深めることを含め、非常に重要な御指摘を幾つもいただいたと思えますので、私も主査として心しながら引き続き議論していきたいと思えますので、どうぞよろしく願いいたします。

それでは続きまして、日本インタラクティブ広告協会、柳田様より資料3に基づいての御説明をどうぞよろしく願いいたします。

**【柳田オブザーバー】** 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）事務局の柳田と申します。本日は民間のベストプラクティスの取組の一つとして、規律の検討の参考にしていただければという趣旨で発表させていただきます。

ページをめくっていただきまして、それでは1ページ、資料の目次です。自主ルールにおける外部送信の透明性と説明責任、オプトアウトの自主ルール、それから課題を御説明いたします。



次の2ページ、まず当協会の利用者情報の取扱いに関する自主ルールとしては、ガイドラインが2つございます。一つはプライバシーポリシーガイドラインです。現在、改正個人情報保護法を踏まえて改定を検討中で、今年の夏頃、公表を予定しております。もう一つは行動ターゲティング広告ガイドラインです。こちらは米国の自主規制や総務省様の配慮原則を踏まえ、技術や環境の変化に応じて改定を重ねております。

次の3ページ、インターネット広告における利用者情報の取扱いにおいては、利用者に対する透明性（必要な情報提供）とコントロール（必要な同意取得やオプトアウトの機能）の分かりやすい提供が重要であること、そして全ての広告関係者が法令等を十分に理解し、業界ルールを整備・適用して、適法・適正にデータを取り扱わなければならないこと、このような考え方に基づいて自主ルールを定めております。

次の4ページから外部送信について。まず、個人情報保護法ガイドラインのQ&Aの抜粋です。御承知のとおり、A社が自社のサイトに設置したB社のタグを通じて、A社のサイトを閲覧したユーザーの閲覧履歴をB社が取得している場合、A社がB社に提供したことにはならず、B社が直接取得したこととなるという解釈が示されています。

次の5ページ、その直接取得の例を図にしたものです。左の第三者提供はサイト運営者自身が情報を取得して、保有するデータを第三者に提供するというものです。右の外部送信による直接取得は、サイト運営者がタグを通じて第三者に取得されるデータを取り扱うことがないので、第三者提供に当たらないという整理です。

次の6ページ、その外部送信で第三者に利用者情報を取得させる媒体運営者が、改正法で規律の対象とされる第三号事業者該当するものと思いますが、プライバシーポリシーガイドラインでは、媒体運営者が第三者にタグを通じて直接情報取得させる場合は、行動ターゲティング広告ガイドラインに定める原則に従って必要な事項を記載するという解説を加えることを検討しています。文案は現在検討中ですので、構成員の皆様限りとさせていただきます。

次の7ページに、その行動ターゲティング広告ガイドラインに定める原則を抜粋して整理しております。媒体運営者の遵守事項として、自らのウェブサイト等を通じて利用者の行動履歴情報を広告提供事業者を取得させる場合は、その旨及び情報を取得する広告提供事業者を表示する。それから、行動ターゲティング広告が設置された領域の周辺又はページ下部のフッター等の分かりやすい場所にリンクを設置し、リンク先に広告提供事業者の告知事項を記載したページへのリンクを設置すると定めています。

続いて8ページ、利用者情報を直接取得する広告提供事業者が送信先ということになりますが、検討中のプライバシーポリシーガイドラインでは、行動ターゲティング広告ガイドラインに定める原則に従って必要な事項を記載するとともに、取得元の事業者である媒体運営者や広告主、会員以外のサイト運営者も含みますが、こういったサイト運営者に対しても記載が必要な情報を提供する、つまり広告提供事業者の告知事項のページへのリンクを記載するように知らせるということです。

次の9ページは、先ほどと同じ行動ターゲティング広告ガイドラインに定める原則を整理したものです。広告提供事業者の遵守事項として、告知事項を、自社サイトのプライバシーポリシーなどを分かりやすいページにおいて、利用者が容易に認識かつ理解できるような対応で表示する等の方法により、利用者に通知し、または利用者の知り得る状態に置くとしています。媒体運営者はこの告知事項を記載したページへのリンクを設置することとしています。

次の10ページが、広告提供事業者が記載する告知事項です。1から7までの7項目を定めています。

次の11ページは、プライバシーポリシーガイドラインのプライバシーポリシーで公表する事項です。こちらも一部を改訂検討中ですので、構成員限りとさせていただいております。行動ターゲティング広告については、これらの事項に加えて、さらに先ほどの7項目を通知または公表するということとなります。

次の12ページは御参考として、告知事項の解説ですが、例えば告知事項の記載内容についてはクッキー情報とだけ記載するのではなく、取得する情報と取得方法、利用目的を具体的に記載することが望ましいとしています。また、表示方法については、告知事項をまとめて記載したページを作成し、容易に参照できる場所に掲示したプライバシーポリシーやインフォメーションアイコンからリンクを設置するなどの方法が有効としています。アイコンについては後ほど御説明いたします。

続いて13ページ、こちらも御参考までに第三者提供に関する解説ですが、容易に知り得る状態について、トップページから1回程度の操作で到達できる場所へ継続的に掲載するという例を挙げております。それから、海外の事業者による広告配信もあり得ますので、リンク先のページが外国語で記載された情報のみである場合には、翻訳や要約など日本語で情報提供を行うなどの配慮をすることが望ましいという改定を検討しております。

続いて14ページは、スマートフォンについて。情報送信モジュール、アプリの広告SDK

による取扱いについてということになりますが、アプリからのリンクなどにより容易に参照できる場所に掲示すること、それから、あらゆる年代の利用者に配慮することとしています。

次の15ページからは外部送信のオプトアウトについてです。まずオプトアウトを提供すべき事業者は、利用者情報を取得している広告提供事業者ということになります。利用者に対して取得または利用の可否を選択できる手段を簡単にアクセスできる領域で提供すると定めています。

次の16ページは、遵守事項を抜粋して整理したものです。

次の17ページは、先ほど御説明したとおり、広告提供事業者の告知事項にオプトアウトの手段を規定しています。

次の18ページ、媒体運営者については、自らのサイトの分かりやすい場所に広告提供事業者の告知事項を記載したページへのリンクを設置することにより、利用者に対しオプトアウトを提供すると定めています。

次の19ページは、遵守事項を整理したものです。

次の20ページは、オプトアウトの例を図にしたものです。左の第三者提供のオプトアウトはサイト運営者が自ら取得した情報の第三者への提供を停止するというものです。右の外部送信による直接取得の場合は、オプトアウトを提供するのは、情報を取得している第三者の広告提供事業者です。サイト運営者は自社のサイトの分かりやすいページに広告提供事業者のオプトアウトのリンクを設置して、利用者はそのリンクから広告提供事業者のページに遷移してオプトアウトをすることができます。

このとき、第三者の広告提供事業者は、オプトアウトした利用者にオプトアウトCookieを振り、次からはそのCookieを照合することで、オプトアウトした利用者のブラウザーであることを識別して、ターゲティング配信を行わないという手法が一般的です。この場合、Cookieによって行動ターゲティング広告の可否についてデータベースと照合する必要がありますので、Cookie情報を送信しなければオプトアウトが機能しません。オプトアウトして以降は行動ターゲティングは停止しても広告の配信を停止するというわけではありませんので、レポートやその他の目的での情報の取得は継続します。ですので、送信の停止ではなく、行動ターゲティング広告のための情報の取得または利用の停止ということになります。

次の21ページはインフォメーションアイコンの取組の推奨規定です。広告上のアイコン

から告知事項とオプトアウトのページに簡便にアクセスできるようにというものです。そのインフォメーションアイコンを広告上に表示するのはオプトアウトを提供する配信事業者です。バナー広告では広告配信と同時に右上の角にアイコンが掲出されるよう実装しています。

次の22ページからは自主ルールと課題として、まず規律の対象についてです。これまで御説明した当協会の自主ルールの対象は会員社です。広告主や会員以外のサイトの運営者は対象ではありませんが、それらのサイトが広告タグを設置して利用者情報の取得元となる場合があります。その場合は媒体運営者のルールが適用されることが望ましいですが、援用されているということもありますけれども、会員外まで自主ルールを適用するのは難しいところがあります。

また、情報提供や広告が本業ではない広告主企業が一時的に利用する広告サービスについて、企業全体に適用するプライバシーポリシーを改定して記載するのはハードルが高いという課題があります。ただ、広告主や会員以外のサイト運営者が会員社の広告サービスを利用するのであれば、会員の広告提供事業者から記載が必要な事項について情報を提供したり、インフォメーションアイコンや広告を掲載する会員の媒体運営者を通じて必要な措置を講じるということが可能です。なお当協会の自主ルールは、広告配信以外の目的での分析やマーケティング等の取扱いは対象外です。

次の23ページは規律の内容についてです。これまで御説明したとおり、告知事項を記載すべき事業者は広告提供事業者と規定しています。媒体運営者は広告その他のサービスを複数利用している現状があります。送信先である広告提供事業者は、自らの目的で直接情報を取得していますので、媒体運営者はサービス導入時におおよその情報の取扱いを承知しているとしても、利用者に知らせるべき広告提供事業者の告知事項を正確かつ網羅的に記載することは困難です。

そのため、利用者情報を直接取得している広告提供事業者には、利用者に対して必要な情報提供やオプトアウト機能を提供する義務があります。その広告提供事業者は利用者との接点を持たない場合が多いので、接点となる媒体運営者に広告提供事業者が公表している告知事項へのリンクを記載することを義務としています。また、広告提供事業者には、利用者との接点の一つとして、広告上に表示するインフォメーションアイコンの実装を推奨しています。

続いて24ページ、利用への分かりやすい情報提供は、一律に標準化することが必ずしも

適切とは言えず、技術的制約もあり、課題となっています。媒体運営者は、自社の本来の事業での利用者情報の取扱いについて、優先して記載する機会が多いので、広告目的での外部送信についての記載は、例えばページをスクロールした後半に記載されていることも多いです。記載する内容についても、一般向けに簡潔に分かりやすく記載することが理想ですが、かつ全ての送信先について個別に網羅的に記載するとなると、どのような内容をどの程度の粒度やボリュームで、どのような表現・形式で記載するか、検討が必要です。

ですが、利用者はそれぞれにプライバシーに関する関心の度合いや、インターネットやインターネット広告に対する知識の度合いが多様ですので、より分かりやすい情報提供の在り方の検討は難しいものとなっています。

それから25ページは、御参考までに以前からの継続課題です。広告の手法は、OSやブラウザの機能に依存しているものですので、その技術動向に大きく影響を受けます。既にトラッキング制限が影響しています。今後Third Party Cookieが廃止となれば、現在のオプトアウトは機能しなくなります。代替ソリューションの開発が進んでいますが、適正性の評価は必要です。

一方で、企業活動での利用者情報の活用ニーズは広告の領域に収まりません。外部送信によって取得された情報の取扱いの実態は、外部から通信状況が把握されたとしても正確には判断できません。また、同意によって利用者が想定する以上の多くの情報を広範囲に提供してしまう懸念もあります。

それから最後に26ページ、当協会が毎年実施しているユーザー意識調査では、インフォメーションアイコンやオプトアウトの施策は一定の評価が得られていまして、理解されれば信頼度が向上するという調査結果が出ています。ただし仕組みの認知度が低く、分かりやすい情報提供のための啓発コンテンツの施策に業界全体で取り組み、認知を高める周知啓発が必要です。

また、利用者情報の取扱いからは外れますが、ユーザー意識調査では、ターゲティング広告に対して、ターゲティング精度の低さへの不満や内容への不快感、過剰な繰返し表示への嫌悪感などのネガティブ要因の指摘が多いという結果となっていますので、情報の取扱いだけでなく、広告の望ましい在り方を利用者視点で再考するということが必要です。

特に広告はユーザー、消費者に届けるものですので、受け入れられなければ効果はありませんし、不安や不快感を与えてしまえば効果がないどころかマイナスです。利用者情報の取扱いはユーザー視点での検討が最重要であると考えております。

以上で御説明を終わります。ありがとうございました。

【宍戸主査】 柳田オブザーバー、ありがとうございました。御検討中のガイドラインの改定の状況についても御説明いただき、ありがとうございました。

それでは続きまして、日本スマートフォンセキュリティ協会の仲上オブザーバーより、資料4に基づきまして御説明をよろしく願いいたします。

【仲上オブザーバー】 よろしく願いいたします。それでは、資料に基づきまして、御説明させていただきます。

一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会、仲上でございます。団体概要につきましては、こちらに記載させていただいており、当協会は一般社団法人化から10年たちまして、今年10周年を迎えました。幹事会員14社、正会員51社ということで、通信キャリア様ですとか、携帯端末メーカー様、セキュリティベンダーで構成されている団体となっております。

次のページに行ってくださいまして、部会構成ですけれども、利用部会、技術部会、啓発部会、PR部会とございます。利用部会では、安全・安心なスマートフォン利用のために情報収集、課題整理といったことをさせていただいております、これまでに「スマートフォン利用ガイドライン対策チェックシート」ですとか、範囲を広げて「IoTセキュリティチェックシート」といった活動を行っております。

技術部会でも実装を担当する開発者の方に、セキュリティに対してどのように実装していくべきかといったところを重点的に検討しております、「スマートフォンセキュリティ実装ガイド」ですとか、現在も更新を続けております「Androidアプリのセキュア設計・セキュアコーディングガイド」といった成果物を提供させていただいております。

それでは、今回の議論をお話しさせていただきます。次のページに行ってくださいまして、我々は前回から参加させていただいております、これまでの議論のところを踏まえられていないところもあるかと思いますが、御容赦ください。

スマートフォンアプリケーションサービスとプライバシー保護の考え方につきまして、簡単に御説明させていただいて、皆さん御存じのところかと思いますが、恐縮ですけれども、サービスを構成するレイヤーとして、スマートフォンアプリケーションサービスで提供する場合は、スマートフォンアプリを中心に、その中に含まれているThird Partyライブラリーもアプリケーションとして提供されつつ、ネットワーク・インターネットサービスを通じて、ウェブアプリケーションと連携して動くというパターンが非常に多いかと思

ます。

そういった際に、ウェブアプリケーションの中にもウェブサービスとしてウェブサイトが提供されている場合もあり、その中には先ほどお話もあったようなThird Partyサービスも使われているという現状でございます。こういったレイヤーを意識した場合に、外部送信の観点では、実際に情報を取得するスマートフォンアプリケーションという観点と、実際に外とやり取りするウェブアプリケーションという観点で整理する必要があると考えております。

その中でまた、課題にもなっておりますThird Partyライブラリーでの情報の取扱いといったところについては、アプリケーション開発者側にもしっかりとした意識を持っていただく必要がありまして、我々も啓発活動を行っているところではあるのですが、中には規制というか、マーケットから問題視されているようなライブラリーも含まれているという現状もございます。こういったところも観点かと思えます。

次のページに行っていただきまして、具体的な取組ですけれども、従前、総務省で検討されておりました「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」というスマートフォンアプリケーションにおけるプライバシー情報の取扱いについてのガイドラインをお示しいただいております。その後の取組としても、「スマートフォン プライバシー イニシアティブⅡ」という形で、より具体的な内容を踏み込んで整理していただいております。

我々JSSECとしましては、こちらのSPIとSPIⅡに準拠した形で、利用者の情報をどのように利用していくかという同意の取り方ですとか、アプリケーションを実装する際にこのAPIを使うときは利用者情報を取る必要があるといったところも含めて、先ほど御説明させていただいた「Androidセキュアコーディングガイド」にも記載させていただいて、開発者の方にプライバシーポリシーへの準拠、それからプライバシーポリシー策定とかの意識を持っていただくということに関しての啓発を行っております。

さらに、以前の取組としては、アプリケーションコードをかけるとプライバシー案を自動的に生成するといった、こういったテクニカルなところも踏まえた、実効的な取組といったものも今回の取組については考える必要があるのではないかと考えております。

次から論点のところについて御説明させていただきます。今回の外部送信の措置につきまして、規律の内容についてJSSECの考えといたしましては、スマートフォンアプリケーションで行われておりましたプライバシーポリシー実装の議論に基づきまして、これらの

措置については、アプリケーションもしくはサービスのいずれかの実装において、第三者が検証可能な状態であることが必要であると考えております。

次に、「通知又は容易に知り得る状態に置く」というところにつきましては、同意、オプトアウトの前提条件になるので、1は必須であると、これは前回の議論でもありましたけれども、思っております。具体的なところについては今後検討を進めていきたいと考えておりますけれども、また内容に応じて個別に意見させていただく機会をいただければと思っております。

続きまして、次のページに行っていただきまして、各論点についての考えを説明させていただきます。

まず論点1の、利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少ない電気通信役務というところの論点でございますけれども、まずこちらは細かい議論になってしまうのですが、従来届出対象になっているオンラインゲームと同類であり、最近非常に大きなキーワードになってきておりますメタバースといったところ、それから仮想空間サービスといったものも、スマートフォンセキュリティ協会としては、メタバースにアクセスするための最初のデバイスということでスマートフォンを位置づけておまして、こういったものも今後、空間内でのコミュニケーションが行われることを考えると、登録・届出の対象として具体的に認定すべきではないかと考えている次第でございます。

それから、利用者の範囲につきましては、スマートフォンの多くが内部的にウェブサービスを利用しているというところから、なかなか明確に分けられないのではないかと考えているところでございます。一緒に考えたほうが良いかと思っております。

利用状況につきましては、全ての情報は安全に扱われるべきという前提に立ちまして、制度運用を正確に行うためにも、第三者検証が可能な状態でやる方が良いのではないかと思います。

続きまして、論点2から4までについて御説明させていただきますが、こちらにつきましては、主に実装の部分に関わるのところ、開発者の方に理解いただければならないところですか、今は非常に事業者と開発で非常に近い関係でやっているところも多いかと思っておりますので、セキュアコーディングガイド等の反映を通して、これらの外部送信に対する措置についても、開発者の方に具体的な実装指示という形でガイドラインに反映していくという形で、JSSECとしては対応していきたいと考えております。

最後、論点5につきましては、必要な情報というところですが、こちら引き続き会員



企業様とのコミュニケーションを通して検討を進めていきたいと思っております。

総論でございますが、JSSECとしての御意見を御説明させていただきました。

【宍戸主査】 仲上オブザーバー、ありがとうございました。

続きまして、MyDataJapan、伊藤オブザーバーより、資料5に基づいて御説明をお願いいたします。

【伊藤オブザーバー】 MyDataJapanの伊藤と申します。よろしく申し上げます。

1月のガバナンス検討会に続きまして、本ワーキンググループでもMyDataJapanからの意見をお話する機会を頂戴いたしまして、誠にありがとうございます。

それではまず、次のページをよろしく申し上げます。まずは論点1として、利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務についてですが、利用者が多いから影響が少ないということではなくて、外部送信されるデータによって個人にどのようなプライバシーリスクが起り得るのかというリスクの大きさこそが、影響が少なくないと考えべきですので、アクセス数やユーザー数で規律の対象を定めることはできないのではないかと考えております。

加えまして、後々の論点5でもお話ししますが、必須のデータ以外のデータを外部送信するサービス、また必須のデータの送信であっても、それを必須の目的以外の目的で利用する場合は全て対象とすべきであると考えております。

詳細な理由としましては、利用者の利益に及ぼす影響、プライバシーリスクというものが大きいのか小さいのかというのは、サービスの利用者やアクセス数だけで決まるものではなくて、外部送信されるデータがどのようなものかということであるとか、そのデータがどのような利用目的で使われるのかというところが大きいと考えております。

小規模事業者のサービスであっても、例えばすごくニッチな、特殊なサービスというものもあると思います。こういう利用者数やアクセス数が少ないほど、その当該個人が特定されてしまうといった、何かしらほかのプライバシーリスクというものが高まる可能性もあると考えています。

利用者側は、通常自分自身が利用しているサービスの利用者数やアクセス数というのは、ふだん知る由がないと。意識もなかなかしないので、そのサービスが実際に対象となっていて、通知・公表しているかどうかということが分かることが、すべがそもそもないと。もし例えば、それが必要、対応がないようなサービスであっても、それを探してしまうというようなことももちろんあると思いますので、少しでも影響があるということがあれば、

きちんと通知・公表していくべきだと考えています。

最初にスタートアップとしてアクセス数やユーザー数が少ないときは対応が不要となると、後々そのサービスが大きくなったときに、事業者が追加で対応していかなければならないと。これは事業者にとってもコスト増になるおそれがありますので、むしろサービスのローンチ段階から、こういう小規模事業者といったスタートアップ等も対応ができるように、ガイドライン等で示すべきだと考えております。

ですから、事業者がデータを外部送信するモジュールやSDKやタグなどかを設置する時間がきちんと用意できるのであれば、通知・公表を行うこともできるはずだと考えていますので、外部送信する場合は、利用者の保護も併せて1セットとして対応していただきたいと考えております。

また、影響が少なくないのかどうかというところは、自分自身に本当に影響があるのかないのかというのは、利用者はなかなか判断がしづらいと考えておりますので、影響が少しでもあるのであれば、きちんと通知・公表をしていただくことで、第三者がその適正性を検証して評価ができるようになると考えておりますので、少しでも影響があるのであれば通知・公表していただきたいと考えております。

次のページをお願いします。次、論点2です。「通知又は利用者が容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件」としまして、これまで認知できていなかった利用者が容易に知り得る状態となるように、通知又は公表のどちらであっても、ポップアップ等の能動的な手法を用いるべきであると思います。しかしながら、クリック疲れというものを例えば呼ばないような、実質的な意味を持つようなものにする必要があるとも併せて考えております。

この通知または公表のどちらかを事業者が選択するかと考えますと、公表を選択する事業者が多くなるのが想定されます。現状、過去の本ワーキンググループでの野村総合研究所の調査結果でもあり、外部送信をされているという事実を認知しているのは、利用者の約3割しかいません。ウェブサイトのどこかで公表している程度でありますと、その利用者にとっては容易に知り得る状態であるとは言えないのではないかと考えております。

ですので、誰にとって容易に知り得る状態とするかと考えると、これまで、リテラシー的に中間の人たちというようなプラスアルファが容易に知り得る状態ではなくて、これまでこういうことをそもそも知らなかった残り7割の認知していないユーザーに対して、知

り得る状態とする必要があるのではないかと考えております。

ですので、通知又は公表のどちらであっても、これはポップアップ等の能動的な手法を用いるべきではないかと考えていますが、ケースによってはポップアップができていない場合ももちろんございますので、これをきちんと7割の方にも知り得る状態という、どうすれば知り得るのかというところの議論を引き続きするべきだと考えております。

次のページをお願いします。もう一つの論点の2になります。同意さえ取っておけば、外部送信に関する通知または公表しなくても良いとなりますと、この例外規定の3号が「尻抜けルール」になってしまうと考えております。ですので「有効な同意」についてガイドラインで具体例を示していくべきであると考えております。

この利用規約やプライバシーポリシーで、「同意」さえ取っておけば外部送信に関する「通知又は公表」しなくてもいいということになってしまうと、これは大きな問題になると考えております。「通知又は公表」する場合は、外部送信先や外部送信される情報の内容が明らかになるわけですが、この例外規定の3号に該当すると、それらを明示しなくてもいいということになりかねないと考えております。

そうすると、何かしらの悪意を持った事業者も含めて、同意しないとサービスが利用できないようにすること、例えばポップアップを出して、それを閉じないと利用できないようにする、それを閉じると同意したとするというような例えばサービスがあったとして、外部送信に関する詳細の説明の提示、それに基づく同意が不要になりますので、一般的に言われている尻抜けの状態になるというものに加えて、そういう悪意のある事業者が、同意さえ取ればという尻抜けルールにならないようにすべきだと考えております。

同意が有効となる、ならないという場合については、きちんとガイドラインで具体例を示して、有効な同意がなければ、この例外規定に当てはまらないということを明確にすべきだと思います。これが有効とならない場合についての一つの例としては、送信先での同意を取るとようなサービスがあったとすると、それはユーザーにとっては分かりにくいため、有効な同意とは言えないのではないかとということも考えられると思います。

次のページをお願いします。論点3を飛ばしまして、論点4のオプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項としまして、この例外規定4号のオプトアウトは、外部送信もしくは、外部送信先での利用のオプトアウトが送信元で可能な場合であって、外部送信先のウェブサイトにおけるオプトアウトリンクを示すということや、それを説明することをもって例外規定4号のオプトアウト措置とするとは言えないのではないかと考

えています。

利用者にとっては、オプトアウト措置と一概に言っても、例外規定4号のイの(1)(2)にあるとおり、送信自体のオプトアウトなのか、送信先での利用のオプトアウトなのかという理解が難しい方が多いと考えております。その場合、イの(2)にあるようなモジュールやタグ設置事業者側で、外部送信先での利用の停止の請求が可能な仕組みを用意している場合に限るのではないかと。一個一個、送信先での利用のオプトアウトをユーザーでいちいちやっていくのは大変です。外部送信先での利用の停止をする場合は、通知・公表に含めなければならないとすべきだと考えております。

そのため、オプトアウト措置を取っている場合は、外部送信に関する通知・公表が不要にはなりますが、通知・公表と同様のオプトアウト措置を取っていることをきちんと通知・公表すべきだと考えております。

次のページをお願いします。したがって、この論点3の「通知または利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項」としましては、先ほど説明しました論点2と論点4にあるとおり、利用者は利用サービスから情報が外部送信されているということはなかなか認識ができないので、外部送信が何で必要なのかということを中心に理解させて、利用者が影響があると自身で判断した場合に、容易にオプトアウトができるようにすべきだと考えております。そのため、その下にあるとおり、外部送信先でどういう利用で使われるのかというところの利用目的、オプトアウトができる場合はそのオプトアウトの方法、外部送信先のプライバシーポリシーやオプトアウトページへのリンクで、こういう場合、外部送信先が海外事業者は外国語の場合が多いかと思えます。その場合には、きちんと利用目的やオプトアウトの方法について、日本語で説明を併せてするということがよろしいのではないかと考えております。

次、お願いします。最後に論点5です。利用者が電気通信役務を利用する際に送信することが必要な情報としまして、例外規定がありますけども、セキュリティ画面設定・言語設定といった、必要な情報ではない場合、もしくは必要な情報であってもセキュリティや画面設定・言語設定以外の目的で利用される場合、どちらかに当てはまる場合は措置を不要とする情報には当てはまらないと、通知・公表する必要があるのでないかと考えております。

これは同じ情報であっても、利用目的や利用のされ方で必要性が変わってきます。前回の本ワーキンググループの資料にも事例としてありましたOS情報や、言語設定や画面設定

というものは、もちろん適正な情報表示やセキュリティ対策にも利用できるのですが、広告表示やフィンガープリントにも利用できる情報になっています。ですので、情報の種類によって送信が必要な情報か否かということ判断することはできないと考えております。

セキュリティや画面設定や言語設定のためだけに使用されることがある情報であっても、外部送信された先で広告やトラッキング等に利用される場合には、通知又は公表が必要であると言えます。事例として、埋め込みのYouTubeや、Google Analyticsなどを外部送信先で、広告などで使えますよということはもう説明していきまして、それらを使うときには、利用規約の中で、きちんと送信元で通知・公表をしてくださいと推奨しておりますので、対応が必要ではないかと考えております。

MyDataJapanからの発表は以上になります。ありがとうございました。

**【宍戸主査】**      ありがとうございました。

それでは、事業者ヒアリングの最後になります。お待たせいたしました。電気通信事業者協会（TCA）、奥田オブザーバーより、資料6により御発表をお願いいたします。

**【奥田オブザーバー】**      電気通信事業者協会の奥田です。よろしくお願ひします。発表の機会をいただきまして、ありがとうございます。

ページをめくってください。当協会は、ネットワーク設備を持って電気通信サービスを提供している事業者を中心に現在47社で活動しております。前々回事務局様で取りまとめていただいた論点を、会員事業者に意見集約をいたしまして、取りまとめをさせていただいた意見を紹介させていただきます。

まず全体に関して、1つ目のところ、実務的に対応可能な範囲で、例えばスマートフォンプライバシーイニシアティブにて求められる内容をベースに制度化するのが妥当ではないかという意見です。

それと個別の論点の内容ですが、まず規律の対象のところ、論点1つ目のところ。こちらにつきましては、電気通信事業者が提供するウェブサイトやアプリは、多くの利用者に利用されておりますので、利用者保護の観点から規律については事業者の規模などにかかわらず、広くあまねく全ての事業者にかけるべきであり、その電気通信事業者を限定したり、役務を限定するということは適当ではないのではないかとという意見です。

続きまして、規律の内容のところ、論点3と論点5に関しての意見です。まず論点3の「通知又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項」のところですがけれども、外部送信で知り得る状態に置くべき項目につきましては、利用者保護の観点から再送信の有無、

他のデータとの紐づけなどが想定される場所ですが、それらの情報の把握には送信先の企業、さらにその先に対して確認することが困難であることから、送信元の企業側に課すべき項目としては、実務的に可能な範囲とするべきではないかというところではあります。

具体的には、情報の内容、送信先に加えて、利用目的や、外国の場合は移転国、その国の制度などというところではないかというところではあります。なお、利用者への選択機会の情報提供の充実という点からしますと、今後の検討課題として、送信先側にも情報開示の規定をもっと設けていくべきではないかという意見です。

最後、論点5つ目の「利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報」ですけれども、こちらは情報の種類という視点に加えまして、利用者がサービスを利用する目的の範囲において、利便性を上げるための必要な情報というのは、総務省令の対象とすることにより除外されるべきではないかと思われまして、一方でその場合であっても、他社に送信を行う場合は、利用者の視点からすると、説明を行うことが望ましいと思われましますので、総務省令の対象にすることは適当ではないのではないかという意見です。

TCAの中での議論・検討はまだまだこれからというところもございますが、本ワーキンググループを通じまして、さらに議論を深めていければと考えておりますので、よろしくお願ひいたします。

TCAからの説明は以上です。

**【宍戸主査】** 御発表ありがとうございました。

それでは、ただいまの6社様の御説明に関しまして、御質問、御意見があれば承りたいと思ひます。大体予定としては30分程度を予定しております。また6社様おられますので、御質問、御意見の方向性というか、どなたに対する御質問等であるかということも併せて御発言の際に冒頭でお知らせいただければと思ひます。

それでは、いかがでございますか。チャット欄で私にお知らせいただければと思ひます。

それでは、まず佐藤構成員、お願いいたします。

**【佐藤構成員】** ほとんど慣例に従ってというところがありますけれども、最初に私からコメントさせていただきます。

短時間で本当に丁寧に御回答を、各組織ともいただいて本当にありがとうございます。経団連に関しましては、非常に企業としての取組を述べていただき、私の立場としては、プライバシーガバナンスガイドブックに言及いただきまして、本当にありがとうございますということをまず申し上げておきます。また新経済連盟も、御指摘いただいた対象の明

確化というのはまさにそのとおりなので、非常に重要な御指摘をいただいたと思っています。

私から申し上げたいことは、質問というよりコメントですが、MyDataJapanの論点の3番目でございます。それは何だったのかというと、資料ですと4ページ目にあるのですが、有効な同意についてガイドラインで具体例を示すべきであるというのは、まさにそのとおりで、こここのところは、個人情報保護法の経緯もあって、必ずしも今まで明確ではなかったというところがございます。今回その電気通信事業ガイドラインでは、今までがこうだったからというわけではなくて、もうここは逃げずに明確化をしなければいけない時期なのかということ、ある意味コメントといいたいまいしょうか、本ワーキンググループに向けて一応申し上げたいと思っております。

以上でございます。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。

チャット欄を見ていると、既に佐藤構成員を除いても8名の方から御発言希望があり、さらに森構成員から来て9名になりましたので、こうしたいと思えます。それぞれ順番に簡潔に御発言を承ります。そして、御質問は、どなたに対する御質問かというのはしっかり言っていただいた上で、まとめて御発言の後、各者様にそれぞれお伺いをするという順番を取らせていただきたいと思います。

それでは寺田構成員、お願いいたします。

**【寺田構成員】** ありがとうございます。最初に、産業界が、これまでどちらかといえば規制反対という方向だったと思うのですが、こちらが産業界としてリテラシーの向上へと流れが変わってきたということは非常に良かったと思っています。その上で、私からは質問というよりはお願いです。事業者団体の皆様へのお願いということになります。

個人情報保護法は個人情報を対象として、電気通信事業法では電気通信事業、それから役務といったものを対象としていることから、対象となる事業者についての線引きというのが非常に今回問題になっていますが、本質的なところは、特に対象者に限らないプライバシーの保護や消費者の保護というところにあるのだということをもう一度確認させていただきます。

その上で、各団体様におかれましても、個人情報の有無や対象となる事業や役務のみに着目して判断していく、そういった形での啓発などを中心に考えるというのではなくて、全ての事業が、企業がオンラインで利用するという形になると、利用者情報を取り扱う場

合の大前提として、透明性の確保や、利用者によるコントロールということが非常に重要であるということを全ての事業者に対して啓発していくことを進めていただきたいと思います。

また、オンラインだと業界を超えて連携するというのもう一般的です。ですから、業界団体の中で閉じるという形ではなくて、業界団体間での連携をもう少し考えていただけないかと思っています。

最後に、規律の内容やベストプラクティスを全て国に任せるという方向性ではなく、業界団体が個別に自主規制などを策定するなどして、もう少し共同規制、共同でどうすればうまくっていくのかということを考えていくという、そういったことの検討も進めていただきたいと思います。その場が本ワーキンググループになるのか、また別途必要なのかは検討する必要があるかとは思いますが、もう少し共同作業ができるような方向に考えていければと思っています。

私からは以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。

それでは沢田構成員、お願いいたします。

**【沢田構成員】** ありがとうございます。事業者団体の皆様から大変貴重な御発表をいただきましてありがとうございました。勉強になりました。どちらにということではなく、お答えいただけるのであればどこでも良いですが、強いて言えばということでJIAA様にお尋ねしたいと思います。代表してお尋ねしたいと思います。

通知・公表すべき内容としての利用目的についての御質問です。Third Partyに送信してしまったとき、直接Third Partyが取得した場合に、その利用目的まで正確に把握したり管理することはできないという話は全くそのとおりでございました。何人かの方が御指摘されていたと思います。ではFirst Partyとして、要するに御自身のウェブサイトなりアプリの中で、情報送信指令通信をなぜ行うのか、その目的というのは書けないのでしょうか。

それは、利用者としては知りたいところでして、利用者がネットを使うのはタダではないということを知るため、一般的な感覚として共通認識を持つためにも役に立つのではないかと思います。典型的には媒体として広告収入を得るためということかと思うのですが、もちろんそれに限らないとは思いますが、そういうことをどこかに書いていただくということは案にならないかどうかということをお聞きしたいです。

プライバシーガイドブックに記載されている企業もあるということを経団連はおっしゃ



っていましたし、JIAAのお話の中でも、まとめて記載したページを推奨されているところもあるという話でしたので、御質問したいと思いました。

以上です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。石井構成員、お願いします。

【石井構成員】 事業者団体の皆様、御説明ありがとうございました。大変勉強になりました。私から新経済連盟に質問させていただければと思います。

資料の、2つあるのですが、1点目は基本的な考え方のところ、以前から一般法と特別法のことをおっしゃっている箇所があって、二重規制の問題を御指摘されているところですが、個人情報保護法と電気通信事業法で、個人情報保護制度の趣旨がかぶること自体は一般法でも特別法でも制限されるものではないですし、一般法と特別法は、AかBかどちらかが適用されるという話ではなくて、その対象を絞っていないか絞っているかの違いで、共通の規律があったとしても、対象を絞っているものについては、そちらが優先的に適用されますよというのが一般法、特別法の理解だと思いますので、適用関係があったとしても、特別法が優先しますと、それだけの話ではないかと思っています。

問題意識として、適用関係を整理すれば何が良くなるのかというところ、具体的には個人情報保護法の規律と、タグを使って直接取得させるという、利用者情報を取得するという、個人情報保護法では必ずしもカバーし切れない領域について、電気通信事業法が規律を設けています。この関係の整理をすることで、新経済連盟にとって何が良くなるのかということ、1点明らかにしていただきたいということでお聞きしたいというのが1点目の質問です。

2点目です。資料の3ページ目で、2を行う場合に必要となる具体的な措置の1点目のところで、プライバシーポリシーとクッキーポリシーの御意見をおっしゃっていますが、これを二本立てで用意しなければならなくなると事業者にとって負担があるというのは、利用者情報を取り扱う事業者が、そのクッキーポリシーをつくることすら負担だから嫌だとおっしゃっているのでしょうか。そして二本が一本になると楽になるのかという問題意識のところをもう少し明らかにしていただきたいと思いました。

もしそのクッキーポリシーをつくるのが事業者にとって負担になるということであれば、それはその事業者の姿勢としていかなるものかとも思いますので、そういった点もお考えをお聞かせいただければと思います。

以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。

それでは古谷構成員、お願いいたします。

【古谷構成員】 ありがとうございます。事業者の皆様、御説明ありがとうございます。ポイントを絞って意見と質問をさせていただきたいと思います。

まず経団連の若目田オブザーバーに対してです。まず意見ですが、企業への啓発を進めていただけるということで賛同いたします。消費者の利益にもつながる取組だと思っております。

2点目は質問です。ベストプラクティスというところで、まだまだなかなか見いだせないということをおっしゃっていましたが、具体的にはどのような内容が良いのか、事業者と利用者との対話が必要だと思うのですが、より良い方法を見いだすためのそういったことは考えていらっしゃるのかどうかというところを質問させてください。

3点目は標準化の話がありました。容易に知り得る状態ということで、私も大変これについては良い内容だと思っております。こういったものは、何か規格という大仰なものなくても、ガイドラインに標準化という形で内容を提示するのが良いのではないかと思っております。これは意見です。

次に新経済連盟の佐藤様です。これはあくまでも意見ですけれども、省令なのかガイドラインなのかというところのすみ分けという整理が必要だというのはおっしゃるとおりだと思っております。ただ、ここで示したような内容は共通指定の基本的な要件だと思しますので、省令でも良いのではないかとと思っております。

次に、JIAAの柳田オブザーバーです。質問です。ガイドラインをつくって自主的に取り組んで、ベストプラクティスも生み出そうとされているところは、大変御努力に賛同いたします。質問はその自主ルールの設定方法ですが、事業者だけで定められたのか、最後の方で課題があったと思うのですが、利用者視点から考えると、利用者も関与する形でガイドラインなどを定めることが有効だと思うのですが、それはされているのかどうか、今後されるのかどうかというところをお聞きできればと思います。

次にMyDataJapanの伊藤オブザーバーです。これは意見ですが、利用者数の多い少ないではなくて個人のリスクから考えるべきだということは誠にそのとおりでして、前回の本ワーキンググループでもそういった意見が圧倒的だったと認識しております。利用者が特に分からないことについて実態があるということをお指摘いただいたのは大変有効であると思っておりますし、こういったことを基に私自身も規律を定めていくべきだと思っております。

2点目としては、有効な同意というところはまさにおっしゃるところで、具体的にガイドラインで示すべきだと私も思っております。

最後に、TCAの奥田オブザーバーです。これは意見です。送信先の情報開示といったところが今まで論点として出ていなかったと思いますが、今後おっしゃるように考えていくべきだと思っております。

早口で申し訳ありません。以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。それでは板倉構成員、お願いいたします。

**【板倉構成員】** 事業者の皆様、ありがとうございます。

新経連に1点お聞きしたいのは、論点の2ページの1の1で、電気通信役務を提供するものに限るというところで判断したいというところです。私は前回の本ワーキンググループも申し上げたのですが、ここで一つおそらく情報提供サイトと自社サイトの区別が割と問題になるのではないかと思います。新経連でその点の中で議論や何か見解とかはありましたかというのが一つです。

もう一つはTCAのところですが、これも私が前回申し上げたところですが、TCAが論点3で、外国の場合の移転国と、移転国の個人情報制度と書いていただきましたが、これは生員構成員にもお聞きしたいというか、御存じだと思うのですが、この場合、要するにヨーロッパで言えばeプライバシーに相当する、個人情報保護制度ではなくて、電気通信の情報保護制度を挙げなくてははいけません。これがヨーロッパだと、eプライバシー指令の実施すらかなり難しく、調べるのが大変だと思うのですが、TCAにおいて、外国の電気通信に係る保護制度を書くとなったときにできますかというところです。

私からは、皆さんの御質問もあつたので以上です。ありがとうございます。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。それでは小林構成員、お願いします。

**【小林構成員】** JIAAと、それからMyDataJapan、柳田オブザーバーと伊藤オブザーバーが同じように指摘されていた、外部送信のオプトアウトについて、特にオプトアウトCookieに関するものについてです。情報送信指令通信というものがオプトアウトCookieの場合には生じるわけですが、ここの部分の通知の、どのように消費者の方に伝えていくかというところが重要かと思えます。これは第8回なり大分前から私が指摘しているところですが、情報送信そのものは止めず、ただし本人に対するターゲティングをやめてくださいという、利用を止めるという議論です。

本日、柳田オブザーバーから御紹介いただいた資料の18ページを見る限り、取得を止め

るのと、それから利用を止めるのと、それぞれ両方のパターンで機会を確保するという御案内があったのですが、こちらについて、これは実際に広告事業者としては、私の想像は、取得は止めないで、利用を止めるというところをもっと明確にすることによって、オプトアウトCookieの運用というのは正確になるのではないかと思いました。これは意見になります。

それから同じように、伊藤オブザーバーの御発言で、オプトアウト措置を取っていれば外部措置に関する通知が不要になるため、同様な措置を取るべきというのが5ページの最後にあるわけですが、ここについては伊藤オブザーバーの御意見を伺いたいです。これは、同じようなレベルでの措置を必要とするというのは、同じようなインパクトがあるから、影響があるからかということなのかと思いました。私としては、そこまでレベルを合わせることにについての理屈について、もう少し説明をいただければと思いました。

以上です。

**【宍戸主査】**      ありがとうございます。それでは、次に高橋構成員、お願いします。

**【高橋構成員】**      高橋克巳です。全体に関するコメントとなります。

まず利用者目線で言うと、どのようなリテラシーの人がどのようなサービスを使っても悲惨な目に遭わないということは、私も大事だと思っています。このことを1点絞って、容易に知り得るということに関して意見を述べたいと思います。

この知る方法に関して言えば、はっきりと統一されていることが望ましいわけです。それを踏まえると、MyDataJapanが提案されたポップアップを基本にということとは、一定の合理性があるのではないかと考えられます。他方、何でもかんでもポップアップというのも問題なので、適切にポップアップを基本としながらも除外をしていく、ダイナミックに柔軟に除外していくということも必要だと考えます。

どういものが除外できるかというのは議論が必要だと思いますが、簡単に考えてみました。必須であること、悪用が疑われないこと、誰でも使われていることを知っていること、ポップアップ以外で明らかにする方法があることなど、こういったものの組合せで判断できる。しかもこれは時代や年月でどんどん変わり得るので、本ワーキンググループ等で適切な枠組みでダイナミックにチェックし直して、運用していくことが大事であると感じました。

以上です。

**【宍戸主査】**      ありがとうございます。

それでは太田構成員、お願いします。

**【太田構成員】** ありがとうございます。質問というよりは、御発表を受けたコメントをさせていただきます。

論点としては1点だけです。対象事業者に関しては経団連も新経連も、全ての発表者の方は、その対象が明確になっていないというところは課題だということで御意見いただいていると思っております。そういったお話を伺う中で、まず第三号事業者なのかどうなのかというところは、マニュアルにも書いてありますが、マニュアルを見ても、自分が対象なのか対象ではないのかというところが分かりにくいと思って、他人の需要に応ずるために提供する事業であるとして書いてあるところを読むと、外部送信をしていること自体、必須のもの以外の外部送信をしていること自体が、他人の需要に応じているのではないかと僕は思っています。

ですので、その考え方の整理は必要だと思っています。むしろ今回を機に、他人の需要に応ずるとするのは、外部に送信をしている、要するに外部の第三者、他人の情報収集の需要に応じているために、そのウェブサイトやアプリなどをやっていると考えれば、明確になるのではないかと考えております。

その上で、その影響が少なくないというところは、これはMyDataJapanからもあったように、必要ではない外部送信をしているところは影響が少なくないというようにすると割と明確になりますので、経団連や新経連も危惧している、その対象が明確ではないというところに一定の明確性を出せるのではないかと考えました。

以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。それではお待たせしました。森構成員、お願いします。

**【森構成員】** ありがとうございます。

私も基本的には意見でございまして、まずは、MyDataJapan、伊藤オブザーバーの資料の2ページ目です。前回の本ワーキンググループで、影響が少なくないというのをどう考えるかという議論があって、例えばユーザーが少ない、アクセス数が少ないから影響が少ないと言えるかというところ、それは言えないのではないかと、割とここで限定するのは難しいのではないかと、それでは、法文に書くのはどうしたら良いかというアイデアはないのですが、という話をしたと思います。

これは、その問題に答えていただいているのではないかと考えます。この2ページのこ

の意見のところの3行目以降、「必須のデータ以外のデータを外部送信するサービス、および必須のデータの送信であっても、それをその必須の目的以外の目的で利用する場合はすべて対象とすべき」、これは影響が少なくないとするということですよね。これは賛成です。良いアイデアだと思いました。

それから4ページ目です。有効な同意の話、これは、私は前回これも議論したいと申し上げましたので、これについても申し上げておきますが、一番下の行に、「サードパーティー側での同意取得は、ユーザーには分かりにくいいため有効とはいえないのではないか」というところ、これは私も全く賛成です。これは以前からこの問題については思っているところですが、このそもそもの仕組みについて、3割しか知らないときに、Third Party側で、「実は情報を色々なサイトから取得していますが良いですよ」と書かれても、それは分からないと思います。

2018年10月に、Facebookが個人情報保護委員会から行政指導を受けましたが、このときでも、Facebookは何がしかのことは書いていたのではないかと思います。何がどうなっているのか分からないときに、ソーシャルプラグインにおいてどうかこうとか言われても分からないから、それはもしかしたら適正取得義務違反ではないのかという話になったわけです。それからもうかれこれ4年もたって、今日においても、3割の人しか知らないのに、Third Party側で同意を取るのは無理だと思っています。

6ページですが、これは、知り得る状態に置くべき事項の1番目に外部送信先での利用目的というのが挙げられています。私はこれも必要なことだと思っています。先ほど、沢田構成員から、送信先での利用目的については送信元では分からないというようなお話があったかと思っています。私の聞き間違いかもしれませんが、それは送信元で、外部送信先で何に使うのかを確認しないで、ある種何に使っても良いですよということで渡してしまうのであれば、TCAからの御指摘にもあった再提供問題というものも出てきますし、あくまで、こういった外部送信によって集められた情報が色々なことに使われてしまって、行き着く先にケンブリッジアナリティカがあるのだと思うのです。

ですので、外部送信先での利用目的を、きちんとFirst Partyで確認して、それを示しておくということによって、外部送信に関する適正な慣行が確立されるのではないかと思います。

最後に、ポップアップですが、私もポップアップが原則だと思っています。それはほとんどの人は知らないから、これは何だと思ってもらわなければならないからです。テキストで書かれ

ていても、それだけでは分からない、先ほど高橋構成員がおっしゃっていたことですが、「ん？」と思ってもらうべきだと思います。ただ、高橋構成員からはダイナミックに外すというお話がありましたが、これはきちんとお話の中にあっただよように、ユーザーが分かることが確認できれば外すということであって、そういう方法がなければ、それはポップアップを原則としてつくっていくべきで、これならポップアップに代替できるねということが出てくれば、ポップアップではなくても良いと思います。それはサイトポリシーに書いて、貼っておくだけで代替できるという話ではないということだと思いますので、それを確認しておきたいと思います。

以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。

それでは、私が把握している限りでございますけれども、御質問が5社様でございます。まず、経団連に古谷構成員から、新経連に石井構成員、板倉構成員から、JIAAに沢田構成員、古谷構成員から、MyDataJapanに小林構成員から、そしてTCAに板倉構成員から御質問がありますので、この順に簡潔に御回答いただけないかと思えます。

まず経団連、お願いいたします。

**【若目田オブザーバー】** 古谷構成員の御質問ですが、なかなかこれといったベストプラクティスが出てきていない現状を踏まえ、今後どうするのか、要は対話の場を設ける計画があるのか、というところだったと思えます。こちらは、経団連の最も重要な役割の一つだと承知しております。先ほど紹介した関連組織の経済広報センター、消費者からのモニタリングを受けるようなセンターとコミュニケーションを行っていくことも一つだと思っております。

寺田構成員からでしょうか、ほかの構成員の方からも、そのような場の必要性に関して御指摘があったと思えますが、そういった機会があれば積極的に参加していきたいと思っております。

以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。それでは新経連、お願いいたします。

**【佐藤氏】** まず、石井構成員からいただいた質問です。個人情報保護法との関係を整理することで何が良くなるのかということでございます。この点は、今回の改正法ができる前から私どもが申し上げていたところではあります。個人情報保護法と電気通信事業法は法目的がそれぞれ別々だということで、二重規制には当たらないのだという議論をい

ただ、実態として、事業者に対して罰則を含めた規制として法律がかかってくるときに、これら両法はオーバーラップする部分があれば、異なる部分もあると思っております。

電気通信事業法の対象としては、基本的に電気通信事業者や第三号事業者のみとなりますが、まず、これらに該当するしないの境界線がどうなるのかという問題が一つあります。また、電気通信事業法に対する体系的な理解についても、特に第三号事業者のようなところだと、これまではあまり実体的な規制はそこまでかかっていなかったと思っておりますので、法律自体に対して十分意識がされていないというところもあると思っております。

先ほどのお話の中にもありましたが、利用者情報は従来の個人情報からもはみ出る部分があるということについても、事業者の理解が十分に進んでいないということが実態としてありますので、ここを実務的にワークさせるには、まずこれらの差異を明確にさせていただくことが必要ではないかということをおもひ申し上げているつもりでございます。

それと、あともう1点御質問いただきました。クッキーポリシー等をつくること自体が負担なのかということをおもひ申し上げましたが、私どもが資料の中で言っておりますのは、個人情報保護法の関係でプラポリやクッキーポリシーで明示しなければいけないものと、今回の電気通信事業法改正法で明示することが必要になってくるようなもの、これらを別々に分けて、それぞれについてプラポリやクッキーポリシーを作っておさなければいけないということになりますと、事業者にとっては負担というところも当然あります。それに加えて、利用者にとっても非常に分かりにくく、難しいのではないかとおもひ申し上げますので、ここは別々につくらなくてもいいように、それぞれ調和させ、一本のもので対応できるようなものにしていただければということでございます。

それと、板倉構成員からありました、ニュースなどの情報提供サイトと自社の情報提供サイトの境界線のような話でございます。この辺について具体的な議論を新経連の内部で話をしたというわけではないのですが、実際そういった問題も限界事例としてありそうな気はいたしますので、この辺も問題になりそうなところは考え方を明示していただけるとありがたいと事業者の立場としては思っているところでございます。

以上です。

**【宍戸主査】**       ありがとうございます。それではJIAA、お願いいたします。

**【柳田オブザーバー】**       まず沢田構成員から御質問いただいた、First Partyが利用目的を記載することについては、資料では7ページになりますが、ガイドラインにおいて、媒



体運営者の義務として自社サイトに行動ターゲティング広告が配信されていること及び行動ターゲティング広告を配信する配信事業者の名称を表示するというのがまずありまして、その上で自らのウェブサイトを通じて利用者情報を広告提供事業者に取得させる場合には、その旨を書くということになっていきますので、その意味では広告目的であるということについては明確にFirst Partyの側で記載されることとなります。

ただ課題として御指摘をいただいているとおり、また我々からも課題として提示いたしましたとおり、広告以外の目的で利用されるということが、もし送られた先で行われるとすれば、そこを記載していく必要があるということになりますが、私どものガイドラインに関しては、そこまでの範囲を対象としていないということでございます。

それから、古谷構成員から御指摘いただいた、利用者といいますか消費者の方に御意見を聞くということですが、現在ガイドラインに関しましては、例えばこういった政府の検討会で出された消費者の方の代表の御意見や、各事業者がユーザーからの声を受け止めている場合がございます。そうした声を反映させたり、それから、現在ユーザーに対する意識調査も行っていますが、こうした調査を通じてユーザーの声を丁寧に拾っていくといったことも行っているということではございます。

ただ、今後例えば具体的な記載内容であるとか、こういった書き方がユーザーの方、消費者の方にきちんと伝わるのかといったことに関しましては、ぜひ消費者の皆様のお聞かせいただくような場をつくりたいと思っております。

それから、小林構成員からの御質問で、オプトアウトに関して取得を止めるということ、あるいは利用を止めるということに関しての御質問があったかと思えます。これに関しましては、各社の技術によるところも大きいですし、広告を提供している事業者が、どのようなシステムで、あるいはその他の事業も含めてどのようなことを行っているかということによるところがございます。

ただ、広告での現在のThird Party Cookieのオプトアウトに関して言いますと、行動ターゲティング広告の配信に関する部分は利用が止まるということになりますので、言い換えれば、行動ターゲティング広告のための情報の取得は停止するとは言えるんですけども、通常の広告配信は継続されますので、そのための情報の取得は継続されることになります。

ですので、情報の取得の停止又は利用の停止とガイドラインには記載しているのですが、例えば完全に取得を停止するというようなことの、そういったシステムの場合もあるかも

しませんが、一般的なThird Party Cookieのオプトアウトに関しましては利用を停止するという事になっているのは、広告配信自体を停止するわけではないという理由によります。

以上で答えになっておりますでしょうか。

**【宋戸主査】** ありがとうございます。

それでは、MyDataJapan、お願いいたします。

**【伊藤オブザーバー】** 小林構成員からいただいた質問に対してですが、オプトアウト措置を取っている場合でも、通知と公表と同様のポップアップ等の措置を取るべきかということに関しては、私としては同様の措置を取るべきだと思っています。

オプトアウトの有無で利用者のインパクトというものは変わるわけではないですし、留意されているのであれば、利用者にとそれを知らせていただくことの方が結果的にその事業者に対する信頼の向上にもつながると思っていますので、同様の措置を取るべきと考えております。

以上です。

**【宋戸主査】** ありがとうございます。

それではお待たせしました。TCA、お願いできますでしょうか。

**【奥田オブザーバー】** TCAの奥田です。板倉構成員からコメントいただきました、移転国側の保護制度まで書き切れますかというところですが、御指摘の点はごもっともかと思えます。TCAの中でもさらに検討をしていく中で、実際できること、できないことなどがあるかと思えますので、その実現性も含めて検討していきたいと思えます。貴重な御示唆をいただきまして、ありがとうございました。

以上です。

**【宋戸主査】** ありがとうございます。

時間の関係上、事業者ヒアリング、それから質疑応答はここまでとさせていただきますと思いますが、6者様におかれましては、短い時間の中で御発表をいただきましたことに御礼を申し上げます。

また、本ワーキンググループは、透明性、公開性を高めた上で、電気通信事業法の改正に対応していくという際に、民間の事業者あるいはユーザーの方々の意見を広く取り入れながら、連携した形で進めていきたいと考えておりますところ、今回のヒアリングはそういう方向に向けて非常に実りある意見交換になったと、非常に貴重な多くのインプットを

いただいたかと思えます。引き続き、こういった場で意見交換をさせていただければと考えておりますので、どうぞよろしくお願ひしたいと思えます。

それでは、アジェンダの2番目に移らせていただきたいと思えます。

事務局より資料7でございます。プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関する主な論点について御説明をお願ひいたします。

【小川消費者行政第二課長】 事務局の消費者行政第二課の小川でございます。資料7に基づきまして、プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関する主な論点について御説明をさせていただきます。

1ページおめくりいただきまして、まず、昨年の9月に中間とりまとめを既におまとめをいただいているわけでございますが、この中間とりまとめから、こちらにございますように、大きな枠組みについては変えずに、アップデートなどを行っていくことを基本的な方針とさせていただきます。

まず第1章として、利用者情報を巡る現状と課題ということ、また第2章としては、今年についても2回目のモニタリングを行っていただいておりますので、そのモニタリングの内容についてとりまとめております。それから第3章として、今後の取組の方向性ということでございますが、特に、宍戸主査からも、官民連携した取組が重要だという御指摘もございましたけども、この3のところの2の今後の取組の方向性の(2)のところ、「官民連携した取組の推進」と新たに追記をさせていただきます。

次のページからは、中間とりまとめの後の差分のところを中心に御説明をさせていただきます。

まず、現状と課題でございますが、この3つ目の丸のところでございます。たくさんの情報が取得、蓄積されているということでございますが、これらの情報を踏まえまして、プロファイリングとか、その結果を踏まえたレコメンデーションが幅広く行われることにより、利用者の利便性が高まるとしております。一方、知らないうちにその結果に影響される可能性も高まっているということを事実認識として書かせていただいております。

それから次の3ページでございます。こちらにおきましては、まずスマートフォンにおけるアプリケーションに関連する動向につきましては、様々なOSでの対応があるということで、例えばダッシュボード機能などが導入されているということであるとか、あとはアプリがカメラ、マイクを使用した際にステータスバーに表示する機能や位置情報に関して、大まかな位置を提供する機能も導入されているということについて追記をしております。

それから次、Cookieなどのところでございますが、1つ目の丸のところでございます。ウェブサイトに設置された情報収集モジュールやタグにより、訪問先のウェブサイトとは異なるドメインへのアクセスが発生するケースが多く見られるということでございまして、これがまさに外部送信のところでございますが、調査結果や、今回いただいた発表等についても反映していければと考えております。

それから、ここのページの一番下の丸のところでございますが、Googleさんの提供するPrivacy Sandbox Projectで、FLoCについて中間とりまとめの際には書いておりましたが、このFLoCに代えて、新たにTopicsを推進するというのを今年1月に発表いただいたということでございますので、このTopicsについての記述について追加をしているということでございます。

それから4ページに参りまして、業界団体や業界の動きでございまして、1つ目の丸でございまして。グローバルなプラットフォーム事業者によるクロスサイトトラッキングなどを規制するという方向の動きを踏まえて、オンライン広告市場におけるアドテク企業やパブリッシャーが様々な対応を検討する動きが見られるということ。それから、ここのページの一番下の丸でございまして、以前は、Unified ID2.0とフィンガープリントをそのまま併記していたのですが、それぞれ位置が少し違いますので、Unified ID2.0については、利用者の一定の関与の下に、クロスサイトトラッキングなどを実現しようとする動きという形で記載をさせていただいております。

それで、ここのページにもございますように、中間とりまとめ後にいただきました構成員の方々、またヒアリングに来ていただいた方々の御意見の主なものを記載するといった形の資料の構成となっております。

次に8ページを御覧ください。現行制度と政策の部分でございまして。まず個人情報保護法及び電気通信事業ガイドラインでございまして、本ワーキンググループで御議論いただきまして、電気通信事業ガイドラインの見直しを行って、今年の4月に施行されました。この際に個人情報保護委員会と総務省の共管となったということを追記しております。

それから、位置情報プライバシーレポートのところの最後の行でございまして、位置情報はプライバシーの中でも保護の必要性が高い情報であるが、移動体端末から直接取得される位置情報だけではなく、ほかの色々な手段や情報からも位置情報が取得できるようになっているという事実関係を記載、追記しております。

それから次のページを御覧ください。LBMAです。本ワーキンググループにヒアリングで

来ていただきましたが、スマートデバイス利用者のプライバシーに配慮した観点から、デバイスロケーションデータの利活用に関するガイドラインというのを作成いただいているということと、今年4月に改正して今年5月から一般に公表しているということでございますので、それを追記したいと思います。

それから次でございますが、プロファイリングの関連で、AI利活用ガイドライン等でございます。AIネットワーク社会推進会議において、AIの関係、10の原則が提案されているということで、⑥のプライバシーの原則とともに、⑦の尊厳・自立の原則で、AIを利用したプロファイリングを行う場合における不利益への配慮が定められているということ、また「情報信託銀行の認定スキームの在り方に関する検討会」において、「情報銀行におけるプロファイリングの取扱いに関する議論の整理（案）」が検討されて今年の4月に意見募集が行われているということについて追記をしております。

それから、デジタル市場競争本部のところでございますが、まず1つ目の丸はアップデートでございますが、昨年のデジタル広告市場の競争評価の最終報告を踏まえて、電気通信事業ガイドラインの見直しを行いまして、今年4月に施行され、本ガイドラインに基づいて定期的にモニタリングが行えることとされたということを追記しております。

また2つ目の丸の、この取引透明化法にデジタル広告市場を追加するための手続であるとかを追記しておりますが、これに基づきまして、今後、モニタリングレビューが取引透明化法に基づいてデジタル広告市場について行われる際には、課題⑩の「パーソナルデータの取得・利用」に係る懸念の対応部分については、電気通信事業ガイドラインを踏まえたモニタリングの実施と連携して調整されるということが想定されるということで追記をしています。

また、本年4月のモバイルエコシステムの競争評価の中間報告、またボイスアシスタント、ウェアラブルの競争評価の中間報告についての意見募集が行われていることについては追記をしております。

その後、10ページから14ページまでは、ガイドラインの改正の概要について資料としておつけしております。

次に18ページを御覧ください。こちらが海外動向でございます。こちらについて米国につきましては、3つ目のところでございますけれども、利用者情報関係の法案の検討ということで、インプットを幾つかいただいておりますので、連邦レベルで複数の利用者情報の取扱いに関する法律が提出されているということであるとか、連邦法の成立を求める書

簡などが出されたりしているということで、連邦データプライバシー法案ではということで、民主党案であるCOPRAであるとか、共和党案であるSDAなどがあるとしております。またターゲット広告の禁止を内容とする監視広告禁止法なども提案されているという事実関係を記載しております。

それから、共同規制ということで、JIAAからも言及がありましたが、米国で行われておりますNAIのCode of Conduct、通知とかオプトアウトメカニズムの利用者に選択の提供を求めるという自主規制について追記をしております。

次に19ページを御覧ください。欧州でございますけれども、欧州につきましては、eプライバシー規則案の前に既に導入されているeプライバシー指令について追記をしております。こちらについて導入の経緯であるとか、もしくは今回の外部送信の規制にも関係をしておりますので、どういったものについて、厳密必須Cookieとイギリスやフランスのデータ保護当局においても位置づけられているのかといったことなどについても追記しておりますので御覧ください。

それから、DMAについても、ごく簡単でございますけれども追記をしております、またプロファイリングの関係でEUのAI規則案についても簡単に記載をしております。

第1章については以上でございます。

それから第2章の、プラットフォーム事業者による利用者情報のモニタリング結果でございます。25ページを御覧ください。まず、こちらは想定される主な論点でございますが、従来、昨年の段階では7つございましたが、今回8つ目、個人情報保護管理者に相当する役職を設置しているかということについて追記をしております。

それで詳細が26ページに載っております、こちらの詳細ですと、2の(3)のオプトアウトのところの質問を一部充実したり、また3のところの、他アプリやサイトを経由した情報収集の状況ということで、まさに外部送信の部分ですけども、こちらについては質問事項を昨年よりも充実をしております。また、5の③のところは、去年はFLoCでしたが今年はTopicsについてお聞きをしているといったことでございます。こちらについては、既に本ワーキンググループにおいて、この質問項目を含めた形でお聞きしたモニタリングシートに基づいてモニタリングをしていただいているということでございます。

27ページが全体のモニタリング結果でございます。各事業者において、プライバシーポリシーの内容を分かりやすく説明するための工夫は行っているということで、アカウント管理画面、ダッシュボードから利用者が事後的に把握・管理できるように工夫

している事業者もあるということですが、なかなか広範な取扱いの全体像を理解していただくことは容易でないということであるとか、クロスサイトトラッキングが幅広く行われているというような状況については大きな変更はございません。

今回の構成といたしましては、28ページ以降でございますが、8つの項目がございまして、それぞれについて今回、各事業者様からいただいたモニタリングシートの内容を主なものについて抜き出した形にしてモニタリングをしているといった形の構成になっております。

28ページが利用者情報の取扱いの状況でございますが、こちらについて、各事業者の内容を記載しております。状況を集約いたしますと、アカウント作成時や契約時などに利用者が提供する情報がまず大きなものとしてございまして、2つ目として、サービス利用とか閲覧を通じて自動的に収集される利用や閲覧履歴、またデバイスに関する情報がございまして、それから3つ目のカテゴリーとして、第三者のパートナーから受領する情報がございまして、この3つの系統のものが組み合わされて用いられているということが伺われるということでございます。

また、この広告ビジネスにおいて、こういう上記から得られるような登録情報、セグメント情報、利用履歴、コンテキスト情報、これらから推定した利用者の興味・関心などが用いられる場合があるということが分かるということでございます。

それから30ページでございます。こちらについては、プライバシーポリシーの内容でございます。基本的にはアカウントの作成時に、プライバシーポリシーを示して包括同意を得ようとしている場合が複数ございました。また、このほか個人情報を利用する場合に応じて、個別に確認の機会を設けるといった措置を取っている事業者もいるという状況でございます。

31ページが透明性確保のための工夫でございます。こちらについて、各事業者で様々な工夫をしていただいております。プライバシーセンターやプライバシーポータルなど、そういったものを設けていただいて、そこから一元的にプライバシーの設定、オプトアウトも含めて、そういうのを可能としているというような工夫も見られるということでございます。ダッシュボードなども設けている事業者もいらっしゃるという状況になっております。

それから32ページでございます。こちらはオプトアウトの関係でございますが、全ての事業者から回答いただいているということございまして、基本的に大半の事業者におい

て御提供いただいておりますし、オプトアウトしてもサービスの継続利用が可能といった御回答になっているということでございます。

33ページがデータポータビリティの関係でございます。こちらについては、昨年と大きな傾向は変わっておりませんが、海外プラットフォーム事業者3社は全てデータポータビリティに対応済みということで、詳細な御回答をいただいている状況でございます。それで、携帯電話事業者は非対応といった御対応になっているという状況でございます。

それから34ページでございます。他アプリやサイトを経由した情報収集の状況でございます。こちらについては、昨年と大きな傾向は変わっておりませんが、情報収集モジュールが設置されていて、それで外部送信がされている場合があるということになっております。それぞれの事業者から、どのようなツールを設置して、それで他アプリやサイトを経由して情報収集しているかということについて、詳細に御回答いただいているという状況でございます。

それから35ページでございます。これは他社へのデータ提供、他社との連携でございます。こちらについても、詳細な説明は割愛いたしますが、ユーザーの同意を得て、またパートナー企業と必要に応じて共有しているということについて、個別に各社の状況について御回答をいただいております。

36ページでございます。こちらがサードパーティーによる情報収集への対応でございます。全体として異なるウェブサイト間で収集されるデータの収集などの使用は制限する方向では動いている、これは第1章でも見たところではございますが、特にAppleのSafariにおいて、クロスサイトトラッキングデータを定期的に削除したり、全てのCookieをブロックしたり、フィンガープリントについて作成して追跡を防いでいるというような措置を取っているとしております。またGoogleからは、FLoCに代えてTopicsを発表して、導入を検討しているという御回答もあったという状況でございます。

それから次、37ページはアプリ提供マーケットでございます。こちらについても主にはAppleとGoogleが提供されているということございまして、Appleからは、スマートフォン プライバシー イニシアティブが参照すべき政府のガイドラインの一つとして強調しているということで、Apple Store Reviewガイドラインや、Apple Storeのアプリのプライバシーに関する詳細情報の表示というところに対応をしており、かなり詳細に色々と決めているということで御回答がございました。また、iOSの14.5など、OSレベルでの対応も行っているということで御回答がありました。



またGoogleからも、Google API利用規則の内容につきまして御回答があったということでございます。こちらOSでもたまたま利用者が小まめに許可を確認できるような仕様変更もしているという御回答がございました。

それから38ページは、PIA・アウトカムについてということで、こちらの状況は昨年と大きく変わってはおりません。

それから39ページは、個人情報保護管理者の設置状況でございまして、こちらについては、それぞれ各社の御判断に基づいて置かれていると認められました。

それで40ページでございますが、こちらについては今回モニタリングを行わせていただきましたプラットフォーム事業者に関連すると思われる情報収集モジュールがこういったものがあったということについて、以前本ワーキンググループで報告された資料から編纂してお示しをしております。

第2章については以上でございます。

次に、第3章でございます。

こちらは46ページを御覧いただければと思います。まず、こちらについて、46ページは大きな変更はございませんで、追記しましたのは参考2のところでございます。利用者の性質を踏まえたユーザーアンケートを行った結果ということで、今年の野村総研からの発表の内容について追記をさせていただければと思っております。

それから47ページでございます。この1のところでございますが、こちらについては、アップデートでございまして、2つ目のポツでございます。令和3年9月、昨年の中間とりまとめにおいて記載されたeプライバシー規則の議論も参考にしながら、利用者情報の取扱いについてその検討を行うということ踏まえて、電気通信事業法における情報規律の在り方を検討する、電気通信事業ガバナンス検討会及び本ワーキンググループにおいて、幅広い関係者の方々から御意見を伺いながら検討を行ったとしております。そして、今年3月に電気通信事業法の一部を改正する法律案が提出され、今年6月に成立したという事実関係を記載させていただいております。

また、この外部送信規律につきましては、まさに施行に向けまして官民連携して検討することが適当ではないかということで、総務省令で定めることとしている5つの事項、検討が必要とされる論点について記載をしております。

それから、2でございます。これが先ほど冒頭に申しました、新たに追加した項目でございまして、官民連携した取組の推進ということで、この外部送信の記述の詳細につつま

しては、まさに本日も色々と貴重な御意見をいただきましたが、官民連携して検討を推進して、電気通信事業ガイドラインやその解説の記載も検討としております。それで特に「通知又は容易に知り得る状態」やオプトアウトなどのベストプラクティスについて、電気通信事業ガイドラインやその解説なども含めて盛り込んで、またその内容について幅広く関係者の御協力も得ながら周知することが適当ではないかということで記載をさせていただいております。

51ページからが、これが前回、事務局から発表もさせていただきましたものについて、一部御意見も踏まえて既に修正した内容になっております。まず論点1が、本日も様々御意見をいただきましたが、「内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務」ということをございまして、まず内容は、基本的に前回お示ししたものと変わらないものをお示ししております。

それから、利用者の範囲の利用状況でございますが、ページビューやダウンロード数等については多くの御意見をいただきました。こちらについてももう少し詳細な検討も必要だと認識しているところでございまして、ここでは「利用者の利益に及ぼす影響が少ないと認められる利用状況ではないこと」と書かせていただいております。具体的には今後また御議論を進めていくといった続きかと認識をしております。リスクベースで考えていくということかと思っております。

それから論点2でございますが、こちらについては、前回お示しした資料と基本的には変わっておりません。共通事項がまずございまして、通知はポップアップなどにより行うということ、また容易に知る状態についても、トップページとか、もしくは情報送信指令通信を行うウェブページそのもの、もしくは1回の操作で到達できるといったような、まずベストプラクティスというものをお示しした上で、それとともに通知のところも容易に知り得る状態についても、上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示するといったことを記載しております。様々なイノベーションや工夫によって、より分かりやすい形でお示しをするということが、制約がないような形に検討していつてはどうかと考えているところでございます。

それから52ページを御覧ください。論点3でございます。こちらについても、送信されることとなる利用者に関する情報の内容の、情報の項目の一覧は変更ないのですが、次の電気通信設備のところでございますけども、こちらは専門的な見地から個人情報保護委員会の事務局様とも御相談をさせていただきまして、貴重な御指摘をいただきましたので、

修正をしております。「当該電気通信設備を設置又はこれを用いて利用者情報の送信を受けてこれを取り扱う者（責任主体）の氏名・名称」ということをごさいますて、このように形に修正をさせていただいております。趣旨は変わりません。

それから、その他総務省令で定める事項でございますけれども、こちらについては送信先における利用目的ということを追記させていただいております。

それから論点4でございます。こちらについては、記載を少し整理しております。まずは「共通事項」というのを記載しております。もともと記載はあったのですが、「日本語で」とか「専門用語を避け」とか、こういうものは「共通事項」とした上で、次に、「オプトアウト措置（を講じていること）」の示し方、また「利用者の求めを受け付ける方法」、「その他総務省令で定める事項」ということにしております。「利用者の求めを受け付ける方法」のところにも、上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で受け付けるといった記載を入れております。

次のページに行きまして、論点5のところにつきましては、前回の資料と大筋変わっておりません。

最後のページでございますが、54ページを御覧ください。まず3の定期的なモニタリングの実施でございますが、こちらについては、今年4月に施行された電気通信事業ガイドラインに記載されたモニタリング事項を踏まえまして、定期的にモニタリングすること、また、今御議論いただいております外部送信規律につきましても、施行状況とか導入動向についてモニタリングを行っていくことが適当ではないかとしております。

また、電気通信事業者による利用者情報の取扱いの一環として、プロファイリングやレコメンデーションの透明性や利用者の選択の機会の有無、リスク評価の在り方などについてもモニタリングを行っていくことが有用ではないかと追記をしております。

また、4の専門的な知見の蓄積でございますが、本とりまとめにおいても、今までの検討結果を盛り込んでおりますが、今後も継続していくことが必要ということで、特に情報外部送信に関わるタグや情報収集モジュールの状況、また様々な手法・精度のある位置情報についてもモニタリングを行っていく基礎資料としても専門的な知見を集めていくことが重要ではないかということでございます。

また、5でございます。3つ目のポツでございますが、利用者の理解促進の観点からも、4で得られた専門的な知見も含めて、一般の方にも分かりやすく発信していくことが有用ではないかとしております。利用者の性質を踏まえたユーザーアンケートなどについても

定期的に行い、知見を活用することが有用ではないかとしております。

最後でございますが、国際的な対話と連携ということで、利用者情報の取扱いの透明性や利用者の選択の機会の確保というのは、グローバルな政策課題にもなっているということで、二国間の連携、多国間の連携を進めることが有用ということでございます。

こちらからの御説明は以上でございます。

**【宍戸主査】** 小川課長、ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明、資料7の御説明と併せて、全体を通じてでも結構でございますので、御質問、御意見等がございましたら承りたいと思います。チャット欄で私にお知らせいただきたいと思います。

それでは、順番でいきますと、まず岸原オブザーバーからお願いします。

**【岸原オブザーバー】** 小川課長、詳細に御説明をありがとうございます。

前は基本的な考え方について述べさせていただきましたので、今回は個別論点について、一部発言させていただきたいと思います。

前回の件も多少盛り込んでいただいて対応いただきまして、ありがとうございます。まず意見の前提となる状況認識を述べさせていただきます。アプリやウェブサービスを提供している事業者は自社だけのリソースだけでなく、AI等のクラウドサービス、マッシュアップを利用することで高度なサービスを提供しています。これは事業者のためというよりはユーザーニーズに応えるために必要となっております。

その前提で今回の法令を読むと、広告やCookieだけでなく、このようなクラウドサービス全般も対象となるようにも読めます。その上で、論点5について述べさせていただければと思います。符号、音響又は映像を適正に表示するために必要な情報以外で、措置を必要とすることを不要とする情報についてでございますが、現在挙げていただいている部分は非常にプリミティブな通信事業を想定した個別規定になっているようです。

保存や認証やセキュリティやネットワーク管理、これは当然重要だと思うのですが、必要性和比例性の原則に基づいた原則の規定を検討いただきたいと思います。例えばEUのeプライバシー指令でも、通信の伝送を実行することのみを目的とする場合、又はユーザーが求める情報・社会サービスを提供するために必要な場合を除外するという原則が示されています。前段については検討されているようですが、後段については、まだ考慮されていないように思います。

個別規定の前提として原則を定めるべきではないかと思っております。これは事業者の

ためというより、ユーザーにとっても利用者利益を信頼しない瑣末な点まで確認することを強制されて、同意疲れを避けることができます。このことで、ユーザーは根源的なリスクへの対応に注力することができ、最終的に消費者利益が実現できるのではないかと思います。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

このほか、多くのまた構成員の皆様から御発言御希望でございますので、簡潔にそれぞれお願いしたいと思います。

それでは佐藤構成員、お願いします。

【佐藤構成員】 佐藤でございます。多数あるのですが、手短に申し上げます。

まず48ページでございます。通知、同意、オプトアウトの各方式というものに対して、我々はこれから規律を整備していかなければいけないですが、その規律の厳しさといいましょうか、その度合いを多分かなり慎重に調整をしないと、安易な方向に流れてしまうので、その点は考慮して規律をつくっていただきたいということを、本ワーキンググループと事務局に申し上げます。

次に51ページでございます。規律対象の事業者について、ページビューやダウンロード数の基準を外していただいたことは良かったと思うのですが、その代わりとして明確な基準を我々はこれから議論していかなければいけないわけで、今日はMyDataJapanの2ページ目でしょうか、1つ目の指摘などもありまして、そうしたものも考慮しながら、本ワーキンググループで事業者や経済団体の方から、適用対象が分かりにくいところがありましたので、そこも含めながら検討していかなければいけないと思っております。

あと54ページの定期的なモニタリングに関しては、先ほど小川課長から御説明があったようにアップデートしていくことが重要ですので、何を聞くかということを検討する機会を設けていただくことも重要かと思っております。

あと今回、前回の議論と関わるのですが、本とりまとめ（案）で、情報収集モジュールの組み込みに関して、プラポリのリンクで良いのですかと私が指摘をしてしまったところですが、プラポリのリンクを貼れば良いというものでは多分ないはずで、こちらとしては、それでももちろん良いのですが、消費者の方から事業者にお問合せがあったときは、その情報収集モジュールでどんな情報を収集し、どんな利用をされているのかというのを、なるべく誠意的に御回答いただくということを、ある種の努力義務のような形で入れても

良いのではないかと思っているところがございます。

あと最後に、事務局への質問になるのかもしれませんが、本ワーキンググループはプラットフォームサービスに関する研究会の下にあります。ガバナンス検討会でも特定利用者情報の適正な取扱いに関するワーキンググループがつけられたと聞いております。本ワーキンググループと、特定利用者情報の適正な取扱いに関するワーキンググループで、どのようにすみ分けるのかについて、今後の議論においても重要なので御説明いただくと良いのかと思っています。

以上でございます。

**【宋戸主査】** ありがとうございます。御質問はまた後でまとめて御回答いただくことにしたいと思います。

それでは、次に寺田構成員、お願いします。

**【寺田構成員】** ありがとうございます。前回の意見を受けて、色々と修正をしていた。非常にありがたいと思います。私からは簡単に3点ございます。

まず対象事業の事業者について、利用者の利益に及ぼす影響が少ないという点に関してですが、具体的なところをそろそろということで、少しだけ意見をしたいです。これまで私だけではなくほかの構成員からも、リスクベースあるいはアウトカムベースで考えるというのが重要だということが指摘されています。リスクベースは基本的な考え方として、利用者個々人のリスクで考えるということ、それからアウトカムベースは、利用者に悪影響を与えないということ、こういったことが前提だということが考えられます。

それを前提とすると、例えば広告やレコメンド、メール等、直接利用者に到達する場合、これは多分対象の最優先でしょうと思います。それ以外に位置情報のように、利用者情報を利用して行動変容や意識変容につながるような場合、こういったものも非常に重要だと思っています。

それから、情報提供や電気通信役務以外の本来の本業の手続のためであったり、情報提供だけのサイトというものであっても、利用者情報を第三者に送信、あるいは利用させるというものも対象範囲に含めるべきだと考えています。その場合の規律として、提供元というのは提供先に対する責任は免れないというのは、これは当然のことだと思いますので、単純に目的を調べろというよりは、例えば提供先との間での契約で定めた事項であったり禁止事項であったり、こういったことをポリシーに書いていくといった方法もあり得るだろうと考えています。

2つ目が規律の内容についてですが、これはもうとにかく最初に透明性ありきということが重要だと思っています。適切な通知及び説明があって初めて同意やオプトアウトが正当化されると考えられますので、これに関する具体的な要求事項というものも、国際標準規格でISO 29184というものが存在していますので、こういったところを前提として見ていくということも重要だと思っています。

最後に、容易に知り得る状態というところですか。どうしても法令遵守といった形で、事業者がオリエンテッドな考え方で書く場合が多いと思うのですが、この辺りについても、もう少し利用者視点でコンテンツとして考えていくであったり、こういったことというのが含まれていくべきだろうと思っています。特にこの点においては、前回もお話ししましたが、ダークパターンというものに対して明確に禁止するということをきちんと表現しておくべきではないかと思っています。

私からは以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。板倉構成員、お願いします。

**【板倉構成員】** ありがとうございます。

同じところばかり言って恐縮ですが、論点1で、一番影響が大きいのはニュース配信と自社サイトのところですので、私見を言わせていただければ、完全なコーポレートサイトでニュースリリースがないようなもの以外は、もうニュース配信というか情報提供に入れてしまうというのが明確で良いのではないかと思います。ここは確実に決めないといけないと思います。

それから論点2のところは、モニタリングの結果が先ほど参考の3のところ、34ページに出ていたと思いますが、まずは、色々教えていただいた人たちは全部オーケーとするのかどうかを検討した方が良く、おそらくそれは本ワーキンググループで言えば、古谷構成員や森構成員のように割と厳しい立場の方々から見て、あの人たちはまず全部オーケーだという前提で始めて良いのかというところではないかと思っています。

もしオーケーだとしたら、みんな割と大きなデジタルプラットフォーム事業者等の各社がやっているものを可能な限りまねしていくということになりますし、その中でも、森構成員がおっしゃるように、どうせ見ても分からないのだから、ここは変えなければいけないのだということであれば、根本から考え方を改めて、みんな違法だという話になりますから、すごく大きいところですので、そこは考えなければいけないと思っています。

それからTCAからも問題提起があった、外国の場合に外国と外国の制度を書くかという

ところで、これはやるとすごく大変で、個人情報保護委員会がオブザーバーで来られていると思いますが、外国の制度は調べ切れないので、大きい事務所に2回も発注をかけて出しているわけですね。さらに電気通信の制度となると、もっと分からないので、総務省がえらく大変な思いして調べて、公表しないことにはみんな守れないと思うのですが、それをしてまで外国の制度のリスクを出させるかというような問題があると思います。

最後に54ページの6のところに「国際的な対話と連携」とありますが、電気通信は御存じのとおり、欧州でベルリンググループといって、普通のデータ保護機関の集まりではなく、電気通信のデータ保護の集まりがあるはずで、先ほど検索したら一応2020年くらいまでやっているようなので、何かオブザーバーでも何でも良いので入れてもらって、色々情報収集していただいて、これも個人情報保護委員会がやるのか、総務省がやるのかよく分かりませんが、協力して入れてもらって聞いてくると良いのではないかと思います。

以上です。ありがとうございます。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。それでは古谷構成員、お願いします。

**【古谷構成員】** ありがとうございます。私からは3点あります。

まず、本とりまとめ（案）ですが、最終的に報告書という形で、ワードで出されると思います。特にモニタリングの結果のところ事業者ごとに書かれています。例えばこの報告書を誰が見るのかと考えたときに、例えば事業者側だと、他社がどのようにやっているか、進んでいるかという見方もあるし、利用者側からすると、例えば消費者団体が、事業者がどこまでやって、どこが進んでいて課題があるのかという見方をすると思います。そのときに例えばこのページでいうと、1から5ということで、それぞれ項目で書かれているのですが、なかなかこれは比較可能ではないです。

利用者の選択といったところにも寄与するところなので、ページが増えてしまうとは思いますが、項目ごとに比較可能な形でモニタリング結果を示していただくと良いのかと思います。これは今回が難しければ次回も含めて御検討いただきたいと思っています。

2点目として、今後の論点ということでお示しいただいていますが、本日の議論の中でも新たに論点というような形で出されているものは、ぜひ入れ込んでほしいと思っています。

最後の3つ目ですが、これは随時本ワーキンググループでは発言をしていますが、なかなか論点にしていだけないのですが、例えば利用者側からすると、個々の内容を同意するかどうかや、理解できるかどうかということも非常に大事な論点ではありますが、事業者



がどのような考え方で利用者情報の取扱いをしようとしているのか、実際にどのようにしていて、どこまでできているのか、今後どのようにしようとしているのかというところは、企業姿勢として、あるいは企業側の説明責任として問いたいところです。

そういったところを、法律での規制というのは難しいと思いますので、自主的なガイドライン等で示していただくようなことも、ぜひ御検討いただけないかと思っております。

以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。御指摘はきちんと踏まえておきたいと思えます。それでは生員構成員、お願いします。

**【生員構成員】** ありがとうございます。前半遅れて申し訳ございません。

私からは54ページでお書きいただいたことについて、まず3の上から3番目のところについて、今後のモニタリングとしてプロファイリングやレコメンデーションに関する論点を入れていただいているのは適切かと思えます。リスクベースの対応というところでも大変重要なところかと思えます。

そして、それから海外の動向のところでは、まさにお書きいただいたとおり、DSAがそれをこれから大きくルールメイクしていくところですし、また前回少し触れたところにも関わりますけれども、新しく入れていただいたDMAをはじめとする競争とプライバシーの規律の関係性というものが今後ますます重要になってくるところ、様々な動きを視野に入れた上で検討を進めていく必要があるのだろうと思えます。

それから最後、板倉構成員が御指摘をされていた、海外の電気通信事業の利用者情報の保護については、おっしゃるとおり、現状においてもかなり情報の把握は大変なところだと認識しています。しかし、他方で規律に含むかどうかはともあれ、その運用状況を含めて、欧州に限らずできる限り把握をしていくことというのは、この検討を進めていく上でも重要なおところではないかを感じているところです。

以上です。

**【宍戸主査】** ありがとうございます。沢田構成員、お願いします。

**【沢田構成員】** ありがとうございます。簡単に3点申し上げます。

1点目は、適用範囲に関して様々議論がありますが、板倉構成員の問題意識に若干近いところですが、リスクベースかどうかという議論とは別に、全体を広く薄く守ってほしいという規律として広めにするのか、それとも限定的にして、もしやっっていなかったら罰則をかける、行政処分をするという形で入っていくのかということによって、適用範囲はか

なり変わってくると思いますので、全体をどういう考え方でやるのかということ、今までモニタリング対象に協力していただいた企業を含め、その辺りも対象にするのかしないのかということ、また対象にはなると思いますが、そこに対してどの程度突っ込んでいくのかいかないのかということ、ポリシーとして最初に決めておくというか、議論しておく必要があるかというのが1点目です。

2点目は、どのような形であれば見やすいかということで、ポップアップという御意見が先ほど来挙がってしまっていて、それをもちろん否定するものではないのですが、例えばの話として、プライバシーポリシーも下の方や、フッターのところにいつでもリンクがあるという状態を結構使っているサイトは多いと思います。それと同様に、例えば「このウェブサイトについて」というようなページをつくっていらっしゃる場所もあって、推奨ブラウザや、著作権の件や、免責事項などが書いてあると思います。昔はリンクするなら教えろよ、みたいなのも書いてあったりして、そういうページの中に、情報収集モジュール的なものに関するものについても入れるという案に関しては、構成員・オブザーバーはどう考えられるか。私は割と見やすいと思うのですが、構成員・オブザーバーがどう考えられるかというのを一度聞いてみたいと思いました。

3つ目は今の話とも関わるのですが、先ほどJIAAに質問させていただいた点、森構成員から御指摘がありました。私の聞き方が誤解を生じさせてしまったかもしれないのですが、送信先の利用目的については、ある程度の把握は当然First Partyとしてもしていただく前提で、もちろんその必要はあると思っているのですが、第三者の行為ですから、隅々までFirst Partyが責任を持つのは難しく、途中で変わってしまったであったり、やっていることと言っていることが違うではないかといったことを、First Party側に書いたことを基に責められても困るということで、真面目な企業ほどそこは気にするのではないかと思います。

ただ、First Partyとしては、そういう情報収集モジュール的なものを設置した責任があるので、First Partyとして何のために設置したのかということ公表するようにすれば、おのずと送信先の利用目的を自社としてはこのように理解しているのと書かざるを得ないのではないかと思いますということで、若干の言い訳でした。以上3点です。ありがとうございます。

**【宍戸主査】**       ありがとうございます。森構成員、お願いいたします。

**【森構成員】**       ありがとうございます。まず、しっかりとしたとりまとめをいただいて

ありがとうございました。まだ、これが本チャンというわけではないでしょうが、これまでの議論を過不足なく拾っていただいている、読みながら、こんなことがあったと思い出しておりました。

その中でハイライトしていただきたいところがございます。最初の方ですが、今は資料7の3ページの「Cookie、広告ID、タグ等に関連する動向」というところで、今回、我々もこうやって外部送信の議論をしているわけですので、プラットフォーマーの自主規制の部分、これもきっちり全部書いていただいておりますが、ITPや、App Tracking Transparencyや、固有名詞も出して、ある程度御説明いただきたいと思います。

それとあと、本ワーキンググループとしては、そのような事業者の自主規制に頼むところというのはあるわけですが、そのことと後ほど9ページで出てくる、モバイルエコシステム、競争評価、デジタル市場競争本部の、これはこれで非常に重要な問題提起だと思う一方で、その競争の問題と消費者保護の問題が当たるといことは、これは様々な場面で生じていることで、ある意味その不可避的な問題ですが、本ワーキンググループとしては、ユーザーの保護を図っているということだと思いますので、これは非常に重要な、パブコメの結果等は注視する必要があることだと思っております。今のITPとかATTの評価等も含めて、サイドローディングも含めてです。

もう一点は、先ほど来、御指摘のある今回の総務省令の問題ですが、論点1については、なかなかどういうウェブサイトだったら、どのような事業だったらというのは難しいと思います。先ほど前半戦で申し上げるのが遅れましたが、TCAが、論点1についてこうおっしゃっています。「電気通信事業者又は第三号事業を営む者に限定し、さらに総務省令で一部の電気通信役務に対象を限定することは適当でない」と。これは今回の検討範囲から外れている部分はありますけども、これは全くこのとおりで、これが正しい理解、問題認識だと思うのです。

それを今回の総務省令の範囲で実現する方法としては、先ほどのMyDataJapanの、ああいった言い方で書いていく、できるだけ落とさないようにするということが重要ではないかと思えます。

本来は、山本構成員や石井構成員から御説明いただくべきところですが、最近ではプライバシーの問題を議論する際に、何が機微性の高い情報なのか、その機微性の高いものをしっかり守っていくということのほかに、全く些細な情報の寄せ集めによって、そのプロファイリングを通じて、この人はどんな人なのかということが可能になっているというこ

とが非常に指摘をされておりまして、なかなか、この情報は重要で、この情報はそうでないというようなところから、今回のようなデータベースによるプライバシー侵害の危険というものを一律に考えていくことは難しいと思うのです。ですので、論点1はそういうことかと思っています。

論点2以降については、先ほど大体申し上げましたので、ポップアップ原則でお願いしたいと思っております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。私の段取りが悪くて時間が押しておりますが、もう少しだけお付き合いください。それでは太田構成員、お願いします。

【太田構成員】 ありがとうございます。重ねてになってしまうのですが、今、表示いただいている論点1のところ、もともとの趣旨と申しますか、中間とりまとめでも書いてあったことは、通信関連プライバシーとして取り扱う全ての事業者が保護する義務を負うべきというふうに中間とりまとめでまとめられていました。ですので、ここの対象の事業者というのは、狭めていく方向ではなくて、広げていくという趣旨から、第三号事業には当たらないのか当たるのかというところで狭めていくのではなくて、広げていく方向にしていくことが望ましいのだと思っております。

あと、この論点2以降のところ、1点だけ強調して言っておきたいところが同意の部分で、何となく同意を取っておけば説明もしなくても良いし、利用目的も書かなくても良いし、オプトアウトもできなくても良いというように読めてしまうというところがありますので、その部分に関しては何かしら手当てをする必要があるかと思っております。こちらはMyDataJapanからの発表にもありましたが、尻抜けルールのような感じになってしまわないようにするということが重要かと思っております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。非常に多くの御指摘をいただきましたので、これら主な論点の後の今後、報告書をつくっていく上で反映させていきたいと思いますが、先ほど佐藤構成員から御質問のあった点を中心にですが、小川課長からあればお願いいたします。

【小川消費者行政第二課長】 小川でございます。先生方から大変貴重なコメントを多数いただきまして、ありがとうございます。

佐藤構成員から御質問があった点でございますが、本ワーキンググループにおいては、

あくまでも外部送信規律、改正電気通信事業法第27条の12のところのみを基本的には議論するというので、御指摘いただいたガバナンス検討会の下でのワーキンググループにつきましては、特定利用者情報の関係の規律ということで、改正電気通信事業法第27条の5から11までについて議論するというので御理解いただければと思っております。

また、本日いただきました御指摘については、できる限りこの論点にも反映してまいりたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

【宍戸主査】      ありがとうございました。

若干時間を延長してしまいましたけれども、非常に有意義な意見交換ができたのではないかとと思っております。本日の議論はここまでとさせていただきます。

事務局から連絡事項がございましたらお願いいたします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】      事務局です。次回会合につきましては、また別途御連絡させていただきます。

事務局からは以上です。

【宍戸主査】      ありがとうございました。

これにて本日の議事は全て終了となります。以上で、プラットフォームサービスに関する研究会プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループの第16回会合を終了とさせていただきます。

本日は皆様お忙しい中、また朝早くからお昼どきまで御出席いただき、誠にありがとうございました。これにて閉会といたします。