

放送分野における視聴者
保護の在り方に関する検討会
報告書

平成18年3月24日

放送分野における視聴者
保護の在り方に関する検討会

【目次】

	(頁)
はじめに	3
第1編 個人情報保護関係	5
～放送分野における個人情報保護指針の見直しについて～	
第1章 「広告主（スポンサー）」に関する課題	7
第1節 現行の「放送分野の指針」における「広告主」の位置づけ	7
第2節 広告主に関わる問題点の検討	13
第3節 問題解決の方向性	19
第2章 デジタル放送受信機に関する問題	21
第1節 デジタル受信機等のNVRAMに蓄積される個人情報 の安全確保の問題	21
第2節 双方向放送サービスがIP化、デジタル受信が高機能・ 多機能化した場合の課題	26
第3節 ICカードによる個人情報の取扱いについて	29
第4節 問題解決の方向（当面の求められる対応）	32
第3章 その他の課題等	37
第1節 録音（音声）情報の取扱いについて	37
第2節 第三者機関による認証制度	39
第2編 視聴者保護関係	43
第1章 放送分野における青少年保護の取組み	46
第1節 視聴の制限による青少年保護	48
第2節 その他の自主的な青少年保護への取組み	53
第2章 放送分野におけるその他の課題	62
第1節 消費者金融関係のCM	62
第2節 高齢者への配慮	64
第3節 国民生活センター等に寄せられた苦情より	67
第4節 CS多チャンネル放送視聴者の契約相手誤信に伴う問題	69
おわりに	70

《資料編》

はじめに

放送分野を取り巻く状況は、平成23年のデジタル化への移行、これに伴う受信機器等の高機能化・多機能化、そして通信分野との融合論など、変化に取り巻かれている。そのような中で、視聴者の置かれている環境もまた、デジタル時代に対応するための変化が進みつつあり、放送分野の視聴者保護についても、今後、改めて検討すべき時期が来ているといえる。

特に個人情報保護については、平成17年4月1日に「個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）」（以下、「個人情報保護法」という。）が全面施行され、同法第6条第3項及び第8条の規定並びに個人情報の保護に関する基本方針（平成16年4月2日閣議決定）（以下、「基本方針」という。）に基づいて定められた「放送受信者等の個人情報の保護に関する指針（総務省告示第696号）」（以下、「放送分野の指針」という。）が、同日施行されたところである。

放送分野の指針附則第6条では、同指針の見直しについて、「施行後一年を目途として、社会経済情勢の変化及び法の施行の状況を勘案し、必要があると認められるときは、その見直しについて検討が加えられ、その結果に基づいて所要の措置が講ぜられるものとする。」と定められている。

放送分野の指針施行後1年を経とうとする現在、放送のデジタル化、受信機の高機能化、放送事業者等における運用等に係る課題が浮かび上がってきており、現時点における、放送事業者等及び視聴者を取り巻く放送分野の個人情報保護に関する問題点に注目し、その適切な対応を検討することが必要である。

また、個人情報保護の問題について検討していくと、関連して、個人を特定するという側面、デジタル化・高機能化という側面等から視聴者保護について様々な問題点が浮き彫りになってくる。

こうした背景を基に、今般、(財)放送セキュリティセンターが総務省から委託を受け、事務局を務め、苗村憲司情報セキュリティ大学院大学教授を座長として、「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」を開催し、平成18年1月から3月にかけて、全3回の会合の中で、これらの課題についての問題点の整理と対応の検討を行ってきた。本報告書は、その成果を取りまとめたものである。

いずれの課題も重要であるが、限られた時間の中で充実した検討を行うため、本検討会では、主に個人情報保護に関連する課題を取り上げ、それ以外の課題については、現状の一端等に触れて今後の検討に委ねることとする。

第1編

個人情報保護関係

～放送分野における個人情報保護指針
の見直しについて～

第1章 「広告主（スポンサー）」に関する課題

第1節 現行の「放送分野の指針」における「広告主」の位置付け

広告放送は、大きく2種類、「タイム」と「スポット」に分けられる。タイムとは「番組の提供スポンサー」が行う広告であり、この場合は、広告の視聴者到達率を高めるためには、番組の視聴率が高いことが重要な要素となる。一方、スポット広告は、番組とは関係なく、広告の時間枠に放送されるもので、番組の広告主ではないが、前後の番組の視聴率等により、視聴者到達率が左右されるものである。

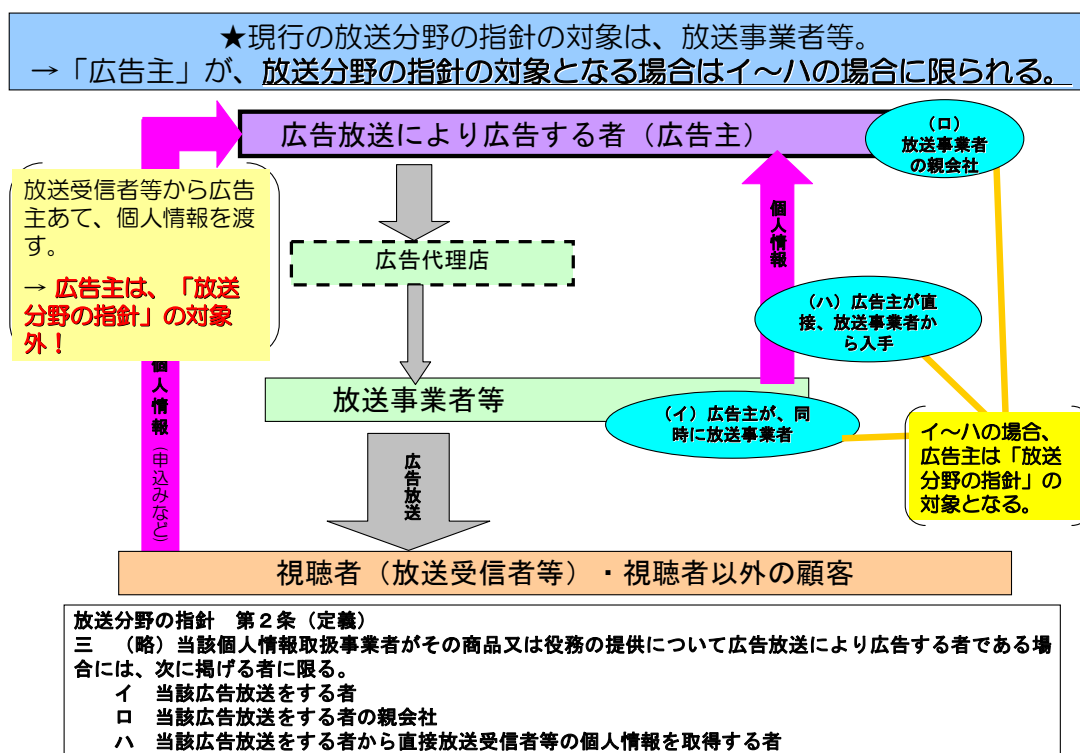
こうした広告を提供する広告主について、「放送分野の指針」の解説では、「スポンサー」という用語を用いているが、一般にスポンサーという場合、タイムの番組提供スポンサーと認識されることが多いため、誤解を避けるため、本報告書では、タイムとスポットの両方を含めて、広告放送により広告する者については、「広告主」という表記で統一することとする。ただし、放送分野の指針の解説を引用する場合には、「広告主」と同義で「スポンサー」のまま用いることとする。

1 放送分野の指針における定義（指針第2条）

放送分野の指針第2条第3号において、同指針の適用対象となる「受信者情報取扱事業者」とは、「放送受信者等の個人情報データベース等を事業の用に供している個人情報取扱事業者のことをいう。ただし、当該個人情報取扱事業者がその商品又は役務の提供について広告放送により広告する者である場合には、次に掲げる者に限る。」と定義されており、広告主については、次の三つの場合に限定して、対象としている。

- (1) 「当該広告放送をする者」
- (2) 「当該広告放送をする者の親会社」
- (3) 「当該広告放送をする者から直接放送受信者等の個人情報を取得する者」

【図表 1－現行指針における「広告主」の定義】



ここで、広告主は、ひとまず指針の対象からは除外され、広告主が、放送事業者又は放送事業者の親会社である場合、あるいは放送事業者から個人情報を取得した場合にのみ、「放送分野の指針」の対象となることとされている。

広告主をこのように取り扱うのは、「広告放送による広告は、専ら商品の販売や役務の提供を行うためにするものであって、これを媒介としてスポンサーが取得する個人情報は、基本的には、放送番組の視聴者としての個人の情報というよりは、当該商品を購入し、又は当該役務を利用する者としての個人の情報である側面が強いと言える場合がほとんど」であり、「実際のところ、当該個人もその個人情報の適正な取扱いを求める対象として、一般的にはスポンサーを認識する場合がほとんど」であると考えられることから、「放送受信者等の個人情報の保護の対象として考える必要性が現時点では薄い」と考えられたからである。同指針を運用する中で、その安全管理措置の確保の状況、広告放送に対する視聴者の信頼の状況、実際の漏えい発生の際の対応状況等、諸処の動向を踏まえ、指針見直しの際に再検討を行うこととされていたものであり（「放送分野の指針」【解説】より）、今回、本検討会の検討項目として取り上げたものである。

2 放送事業者指針運用上の問題意識

広告主に関わる、放送分野における個人情報の取扱いの実状について、本検討会において放送事業者からヒアリングを行ったところ、次のような問題点が挙げられた。

(1) 他分野のガイドライン等と相違する規定による対応の苦慮

個人情報を取り扱う事業者は、それぞれの事業を所管する省庁が制定するガイドライン等に従うこととされているが、本来放送以外の事業を行う事業者が放送分野において「広告主」となり、受信者情報を扱うことになった場合には、自らの事業分野に適用されるガイドライン等はもとより、放送分野の指針が適用される場合がある。この点について、次のような事例の報告があった。

放送分野の指針第19条第1項では、「受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データの保存期間を定めるよう努めなければならない。」とされており、その一方で、個人情報保護法には保存期間についての定めがなく、他分野のガイドライン等にも保存期間の定めのないものが存在する。そのため、広告主となった事業者は、複数のガイドライン等の適用を受ける場合、どちらのガイドライン等に従うべきか混乱する、というものである。

各事業者の活動範囲によっては、各事業分野のガイドライン等に加えて、放送分野の指針の適用を受けることは十分にあり得、その場合、事業者は複数のガイドライン等の規定に従うべきことは言うまでもない。しかし、実態を見ると、広告主となった事業者が関係するすべてのガイドライン等の内容を確実に遵守することは、実務上困難であったり、社としての方針を速やかに変更することが困難な場合もある。また、広告主の中には、ガイドライン等が重ねて適用されることを知らなかったり、なかなか理解できず、放送事業者が広告主への説明・説得等の対応に苦慮しているとの声も聞かれるところである。

(2) 賞品プレゼントの応募等に対する視聴者の認識

広告収入による無料放送を行う放送事業者にとって、広告主の存在は重要であり、また、広告主が放送事業者へ与える影響は大きい。こうした広告主

との関係の中で問題視される事例が発生している。

番組内で視聴者を対象とした賞品プレゼントの募集等を行うことがあるが、この時、視聴者が、放送事業者を経由することなく、広告主に直接ハガキ、FAX等で応募することがある。その際、広告主の企業があて先となっている場合、視聴者は、誰が個人情報取得者であるか明確に理解できるが、広告主の希望等により、私書箱を利用したり、「〇〇番組プレゼント係、FAX番号××××」などというあて先が表示されることがしばしばある。この場合、視聴者は、放送事業者あてにハガキやFAXを送っていると誤った認識を持つことが多いと思われる。

あて先の表示については、番組の演出上の配慮や広告主の希望により、例えば、子ども向け番組であれば夢を壊さないためという理由などで、企業名を表示することを避けることが多い。そして最終的には、広告主の要望が優先されることが通常とされる。このような場合は、放送事業者は、広告主に個人情報を提供していないため第三者提供とはならず、利用目的の通知義務等は生じることがない。また、広告主に代わって視聴者の許諾を得るような立場にもないことになる。

しかし、放送事業者の中には、視聴者に誤解を与える可能性を考慮し、放送の責任として、広告主に対して監視・監督を行うことが重要と考え、広告主を「放送分野の指針」の対象とすることが妥当であるとする者もある。

現状では、視聴者がこのような実態を知らないことから、問題視されず、クレームも発生していないと思われる。

(3) 放送分野の指針の見直しに関する放送事業者の意見等

本検討会に際し、放送事業者のうち数社に対して、放送分野の指針における「広告主」の位置付けの見直しについて、また、放送事業者、広告主の両方に密接なつながりを持つ「広告代理店」の位置付けについて、その運用実態をヒアリングしたところ、次のような回答を得た。

【図表 2 個人情報保護の運用に係る放送事業者の意見】

<p>① 放送分野の指針における「広告主」の位置付けの見直しについて</p>
<p>★ 見直しを必要とする意見</p>
<p>○広告主である企業に、事業所管のガイドラインのほか、広告主として、放送分野の指針の対象となる場合もある旨を説明したが、先方は法務担当者ですら、当初は認識しておらず、説明をしてもなかなか完全に理解してもらえず、非常に苦慮したことがある。</p> <p> 広告主に個人情報を提供した場合、局では、放送事業者に監督義務があると考えているが、広告主の理解を得ることは容易ではなく、指針において、全面的に対象としてほしい。</p> <p>○企業としての広告主は総務省の監督下にはないが、広告主として視聴者に対する責任があることから、受信者情報保護の立場から、広告主を全面的に対象としておかしくない。</p> <p>○視聴者から直接、広告主へハガキ等を送る場合などは、現在指針の対象外だが、これも網羅した方が、広告主にコンプライアンスを求める際に、「指針では、このように規定されている」と説明することができ、理解を得やすいと考える。</p>
<p>★ 見直しは不要であり、他の方法により対応可能とする意見。</p>
<p>○秘密保持契約を結んだ上で、広告主側からの個人情報漏えいと放送局側によるものとは、責任を分けて考えたい。現行のままであっても、指針の周知に力を入れる等することにより、実効性を高めることは可能。</p> <p>○広告主も、現行の指針の中で、放送事業者と同様の責務を課せられていると認識して、運用を行っている。</p> <p>○広告主が、放送の中で行う広告により、直接入手する個人情報については、一般的な経済活動の中で行う個人情報の取扱いについて規定すればすむことであり、経済産業省等のガイドラインを遵守させるという枠組みで十分。</p> <p>○現時点で、広告主に関係する問題事例が把握されていないため、見直しの必要はないと考える。</p>
<p>② 放送分野の指針運用上での「広告代理店」の位置付けについての運用</p>

実態
<p>★個人情報の取扱いについて</p> <p>○個人情報に触れる事業者が少ない方がベターだと考え、基本的に広告主に個人情報を渡す場合は、広告代理店を介さず、放送事業者から直接渡している。</p> <p>○個人情報は、放送局と広告主で秘密保持契約を結んだ後、情報漏えいの危険をなくすため、放送事業者から広告主へ直接渡している。</p> <p>○放送局が広告代理店と委託契約を締結したことはない。</p>
<p>★広告代理店の位置づけ</p> <p>○広告代理店の監督は、広告主が行うべきもの。</p> <p>○広告代理店が広告主への個人情報の受け渡しに介在する場合、放送事業者の業務の一部を、広告代理店に請け負わせていると認識している。広告代理店は、放送事業者が監督すべき位置付けである。</p> <p>○広告主が扱い代理店を決定し、広告代理店は、広告主と放送事業者の両者に関与し、作業を行う。</p> <p>○広告代理店は、広告主と放送事業者のどちらが監督すべしというものではないものとする。</p> <p>○広告代理店を介するケースが、これまでにない。</p>

第2節 広告主に関わる問題点の検討

前節を踏まえ、広告主に関する問題としては、広告主に複数のガイドライン等が適用されうること、広告主の指針上の位置付け、賞品プレゼント応募時の視聴者の認識の各問題について、これらの解決のため放送分野の指針を見直すべきか否か、見直さない場合にはどのような対処を行うべきか検討する。

1 放送分野と他分野のガイドライン等の比較

「基本方針」では、各省庁が所管事業分野ごとにガイドライン等を策定することとされており、21分野33ガイドライン等が策定されている。(平成18年1月31日現在。)

放送分野の指針と他分野のガイドライン等が重ねて適用され、複数のガイドライン等の間で相違がある場合は、より厳しい、あるいはより細かな規定に従い、すべてのガイドライン等の規定を遵守すべきであるが、実際の運用では、広告主に混乱が生じている。例として挙げた「保存期間」と同様に、広告主に複数のガイドライン等が適用された結果、規定の差異により生じる問題はないか、検討する必要がある。

ここでは、基本方針において特に適正な取扱いを確保すべきとされている分野（医療、金融・信用、情報通信）と、広告主となることが多いと思われる事業分野（経済産業、国土交通、農林水産）との計7分野の分野別ガイドライン（図表3）を参照し、放送分野の指針の規定を項目毎に比較し、差異の有無、差異がある場合の内容について検討した。

【図表3－分野別ガイドライン比較に用いたガイドライン等】

省庁名	ガイドライン等の名称
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
経済産業省	個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン
金融庁	金融分野における個人情報保護に関するガイドライン
経済産業省	経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン
厚生労働省	医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのため

	のガイドライン
農林水産省	個人情報 の適切な取扱いを確保するために農林水産分野における事業者が講ずべき措置に関するガイドライン
国土交通省	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン

これらの7分野のガイドラインと比べて、放送分野の指針の規定がより厳しいと、又はより細かいとみられるものを取り出すと、例えば、次のような項目がある。(詳細な比較は別添資料6「分野別ガイドライン等比較一覧」を参照。)

① 個人データの保存期間

個人情報保護法では保存期間に関する直接の規定はなく、第16条で「利用目的の達成に必要な範囲を超えて」個人情報を取り扱ってはならない、と定めるに留まる。

放送分野の指針では、第19条で「個人データの保存期間を定めるよう努めなければならない」とされているが、経済産業、国土交通、医療介護の3分野では個人データの保存期間を定めるべきことを求めている。さらに、放送分野の指針では、「あらかじめその保存期間を公表している場合を除き、速やかに、その保存期間を、本人に通知し、又は公表するよう努めなければならない」(第19条第3項) こととされているが、保存期間を定めるべきことを規定している他の4分野のガイドラインにもそのような定めはみられず、より細かな規定であると言える。

② 漏えい等事案への対応

漏えい等事案が起こった場合、放送分野の指針では、事案の規模等に関わらず「速やかに、当該事実関係及び当該再発防止対策につき総務大臣に報告しなければならない」(第29条第3項) とされており、他分野においても、公表、報告についての規定はあり、それぞれに適した方法の規定がなされているが、他分野に比してより具体的な規定になっているとすることができる。

③ 第三者提供

個人情報保護法第23条において詳細に規定しているが、各分野のガイ

ドライン等もほぼこれに沿った内容を定めている。

放送分野の指針では、第三者提供する場合の第三者について、第4条において、「その範囲をできる限り具体的に明らかにすべき」ことを規定している。その事業の性格上、第三者への提供があらかじめ予定されている分野（金融・信用）で、本人同意を厳しく規定していることが特徴的である。

2 広告主の位置付けを変更する必要性

(1) 放送事業者ヒアリング

前節で取り上げた放送事業者からのヒアリングでは、指針を見直すべき、見直す必要はないという両方の意見がみられた。

見直すべきとする立場からは、「広告主が関係し、個人情報を取り扱う場合に、放送事業者としては、説明義務を果たそうとしても、広告主に、自らが放送分野の指針の対象となる場合もあり得ることを理解させ、協力を得ることが難しい現実がある」という問題が提起された。この問題については、「だが、どこまで、責任を持つべきなのか」という放送事業者と広告主の責任範囲のとらえ方に関わっているが、それを解決するためには、その必要の都度に、放送事業者が広告主への必要な説明を徹底すること、そして放送事業者が説明しやすくなるように、放送分野の指針を見直して、広告主を対象とすることが有効であるとされる。

一方、見直しをする必要がないという立場からは、仮に、指針が見直され、広告主が放送分野の指針の対象とされる場合、広告主となる事業者の多くは、放送事業者ではないことから、放送分野の指針の内容を広告主に周知・説明を行うことは放送事業者に委ねられることになると考えられる。その上、放送事業者と広告主の関係を考えると、周知・説明を求められる放送事業者に求められる責任が増大し、負担がより大きなものとなるおそれを考慮すべきである。

(2) 他分野のガイドライン等との比較・分析

前述の各分野のガイドライン等の比較では、放送分野の指針の規定が、他の分野と比べてより厳しい、又はより詳細に規定されている項目を取り上げ

た。しかし、これは、分野ごとの特色による濃淡の差であるということができ、全般としては、必ずしも放送分野の指針が、他分野のそれと比べて極めて厳しくなっている、ということはないと考えられる。

具体的に異なる「保存期間」等の各項目については、複数のガイドライン等が適用されることによって生じる問題点や、その場合にとるべき事業者の対応等を明確にすることが重要である。問題点を整理して、実際の運用に際して混乱が生じないように、個別に問題点を解決していけば、分野ごとのガイドライン等の差異を理由に、放送分野の指針における広告主の位置付けを変更することまでは要さないものとする。

3 賞品プレゼント等の応募時の問題点の検討

(1) 放送事業者に望まれる対応

放送番組内で周知される賞品プレゼント等に視聴者が応募する際の問題は、あて先の表示が明確でないことが多く、応募先が実際にはどこであるのか、視聴者が送った個人情報広告主・放送事業者のいずれに渡っているのかを、視聴者が正しく知ることができないことである。また、放送事業者が料金請求書等の郵便物を送付する際、他の業務のチラシを同封するなどの宣伝行為を行う場合にも、その妥当性が問われることがある。

ここでの問題は、賞品プレゼントに限られる問題ではない。「利用目的」を事前に特定しておくことは当然必要ではあるが、特定された目的が包括的な内容であるなど、視聴者にとって、自分の個人情報が、何の目的で利用されているのか理解しづらい場合には、チラシの送付であっても、視聴者の誤解や混乱を生じさせる可能性があることを示している。

いずれの場合にも、「個人情報の取扱い者等又は提供先」及び「利用目的」が視聴者に明確に示されていないことが問題で、その解決のためには、放送事業者の責任として、その情報を「誰」が「何のために」利用するかを、それぞれの場合にふさわしい方法により、視聴者に明示することが最も重要なことであり、これを担保するような対応が望まれる。

(2) 視聴者自身に望まれる対応

また、このような問題に対処するためには、放送事業者だけでなく、応募

する視聴者の対応も不可欠である。放送事業者が、個人情報の取扱いについて、その目的等をより明確に表示したとしても、視聴者がその表示に注意を払わず、自らの個人情報の利用方法に意識を持たなければ、明確に表示されている情報を認識することがなく、放送事業者による対応の実効性は期待できないものになってしまう。

よって、適切な個人情報の取扱いのためには、視聴者もまた、賞品プレゼント応募等の当事者であることを認識した上で、その内容を正しく理解するよう努め、その上で応募するかどうかを決定することが必要である。応募の際には、視聴者には、そのような判断を行う猶予が与えられており、自己の責任において選択し行動することが求められていることを認識しなければならないと考える。

(3) 放送事業者・広告主に求められる責任の範囲の検討

放送事業者へのヒアリングを通じて、個人情報保護のための取組みが、各社で異なっていることが明らかとなった。

放送事業者によっては、自ら「広告主としての、視聴者に対する責任」を重視し、放送分野の指針の規定を超えて、広告主にも放送事業者と同様の責務を求めて、運用している場合もある。当該事業者の考え方は、放送事業者の監督責任を強く認識した上で、個人情報の適切な取扱いを確保するため、より厳しい責務を広告主に求めるものであり、一つの効果的な方法であるといえることができる。

他方、放送事業者が広告主を監督する義務はなく、広告主と放送事業者の間で秘密保持契約を結ぶなど、必要な措置を講じた上であれば、漏えい等の事故が起こった場合の責任は分別されるべきと認識している放送事業者も存在する。同様に、すべての事業者には本来の事業分野があるため、放送分野の指針における広告主の位置付けについては現行のままで十分であり、広告主である企業は、本来の事業分野のガイドライン等を適切に遵守することで、個人情報保護は十分保たれるであろうという認識を持っている事業者も存在する。各分野のガイドライン等は、個人情報保護法に基づき、各分野の事情を反映した内容となっているものであるから、これをより正確に理解し、厳格に遵守することにより、個人情報保護の徹底を図ることもまた、個人情報保護の実効性を保つ方法という立場である。

このように、考えは大きく二つに分けられ、ひとつは、放送事業者が、広

告主の関わりをより重視し、広告主への監督責任を積極的に果たせるよう、指針の援護を求める方向性。また、もうひとつは、放送事業者と広告主は、それぞれ別の企業体として、それぞれの分野の中でそれぞれのガイドライン等を適切に遵守することが本来の姿であり、利用目的の特定など所定の手続を行った上で、放送事業者は、基本的に、他分野のガイドラインの適用を受ける広告主を監督する責務は持たないとする考え方である。

ヒアリングを通して、放送事業者の「広告主の位置付け」についてのとらえ方及び運用の実態は、各事業者により様々であることがみえてきたが、放送分野の指針施行以降、現時点で、放送事業者の広告主との対応状況、トラブル事例が未だ発生していない状況を踏まえると、各事業者による判断と努力によりほぼ適切に対応されていると考えることができる。しかし、各放送事業者の考え方、運用は、同一業界内であっても様々で、このことが広告主、放送事業者、又は広告代理店の混乱の要因のひとつとなっている可能性もあり、問題の所在は現状では明確ではないが、個人情報保護のひとつの観点として注視する必要があると考えられる。

第3節 問題解決の方向性

1 広告主の位置付けに関する放送分野の指針の見直しの必要性について

放送分野の指針における「広告主の位置付け」については、以下の理由により、その見直しを要さないと考える。

まず、放送分野の指針が施行されて約1年が経過する現時点において、広告主に関わる事故やトラブルが具体的に把握されていないことから、現行指針の広告主に関わる規定に関して、指針を見直すべき必然性が発生しているとは言えないと考える。

また、複数のガイドライン等が適用される場合に、他分野と放送分野において異なる規定があることに対する問題点は、主なガイドライン等の比較・分析の結果、相違点の中で問題となりうる項目は限られており、また、個別に対応を検討、調整することにより、具体的な解決を図ることができるものとする。

以上のことから、現行の放送分野の指針において、広告主を全面的に対象とする見直しについては、現時点では不要であると判断し、この問題の解決策としては、放送事業者の責任として、広告主にきちんと説明を行うこと、あるいは両者間の協力により、取扱いをスムーズに行うための基準等を作成するなど、個々の場合に応じた対応により、対処していくことが現実的であると考える。

2 賞品プレゼント応募等の際の周知事項の明確化

広告主に関わるものとして、本検討会の中で具体的に取り上げられた、プレゼント・キャンペーン等の応募の際の周知の問題については、放送事業者は、放送分野の指針に則った個人情報の取扱いをすることに加えて、視聴者に対しては、その個人情報の行先、利用目的等を、誤解を与えないように明らかにすることが求められている。

これは、現行指針においても必要なことであるが、重要事項を放送画面に表示するなど、個別の場合に応じて、適切な方法により必要事項を明示すべきである。行政においては、放送事業社内で広告主の運用の充実等をふまえ、放送分野の指針を見直すかどうかについても検討することが求められる。

3 視聴者の自己責任への認識

本検討会で取り上げられた事例を含め、デジタル化の推進、受信機の多機能化等、視聴者の周辺環境は、今後ますます高度化、複雑化する可能性を含んでいる。このような状況において、放送事業者の取組が重要であることはもちろんであるが、同時に重要なのが、視聴者自身の自己責任の意識である。放送事業者等から提供される様々な情報を、視聴者が理解し、必要に応じて適切に活用する努力が求められる。このことの重要性を、行政及び放送事業者等が機会をとらえて啓発するよう努めることが重要である。

4 放送事業者・広告主に求められる責任範囲

広告主に関する様々な問題の根底には、指針の運用に対する認識の違いがあり、それが様々な問題に影響を及ぼすことについて、今後、広告代理店の意見を聴取するなど、運用の実態を調べ、継続的な検討課題として、検討していくことが望ましい。

第2章 デジタル放送受信機に関する問題

放送のデジタル化の進展に伴い、視聴者は、放送に伴う様々なサービスを利用可能になってきている。デジタル受信機を利用した双方向サービスもその一つであり、今後その利用の拡大が予想される。

双方向サービスの利用に当たっては、デジタル受信機に蓄積された視聴者の個人情報、電磁的に放送事業者宛てて送信されるようになって来ている。

デジタル受信機に蓄積された個人情報を放送事業者が電磁的に取得することについては、平成16年5月から17年2月にかけて開催された「放送分野における個人情報保護及びIT時代の衛星放送に関する検討会」（座長：舟田正之立教大学教授）において、受信者等が特段意識することのないうちに取得等され得ること等の課題があり、改めて検討することの必要性が指摘されている。

地上デジタル放送受信機の国内出荷台数も累計874.4万台（18年1月末現在、JEITA（社団法人電子情報技術産業協会）調べ）に達し、双方向サービスが活発になりつつある現在、デジタル放送受信機と個人情報保護との関わりについて検討すべき時期に来ていると言うべきである。

第1節 デジタル受信機等のNVRAMに蓄積される個人情報の安全確保の問題

1 双方向サービスとNVRAMについて

(1) NVRAMを用いた双方向サービスの提供

デジタル受信機を用いて、番組参加、プレゼント応募等を行う双方向サービスの提供は既に始まっており、当初は多くの事業者が、利用者を会員として登録し、その個人情報を取得、管理していた。

しかし、個人情報保護法の全面施行後、これら個人情報を保有する必要性とコスト・リスクを検討した結果、あらかじめ会員を登録させる方式を止め、既に保有している会員の個人情報を廃棄するBS放送事業者が相次いだ。

その代わりに、視聴者が使用するデジタル受信機に内蔵するNVRAMの事業者専用領域に視聴者の個人情報を蓄積させ、双方向サービス利用時にその都度個人情報を送信させる方式を始めている。

【図表4—BS各社による新しい双方向サービスの状況】

局名	双方向サービス（名称）
BS日テレ	BS日テレ双方向パス：（通称）「N-Pass」 *2005年12月スタート
BS朝日	BS Asahi Communication PASS：（略称）「A PASS」 *2005年12月
BSジャパン	Myアドレス ※2005年11月30日
BSフジ	Fパス ※2005年10月29日
BS-i	iアクセス ※2005年12月

この方式は、放送事業者が視聴者の個人情報を大量に保有する必要が無く、個人情報管理のためのコストとリスクを低減できるというメリットがある一方で、視聴者が所有するデジタル受信機にその個人情報を蓄積し、利用することから、新たな問題が生じないかについて検討する必要がある。

（このような問題に対する一つの対応として、受信機を譲渡等した際に蓄積された個人情報が漏洩しないよう、個人情報の表示の際にパスワード入力を要求したり、情報を一括して消去する機能が実装されている。）

(2) NVRAMの放送サービスへの利用

NVRAMとは、“Non-Volatile Random Access Memory”（不揮発性メモリ）の略称で、受信機に内蔵されている。電源を切った状態でも記録した情報を保持することができ、デジタル家電で設定情報を保存するためなどに用いられている。

NVRAMは、地上波、BS及びCSのメディアごとに放送事業者が共同して利用可能な「事業者共通領域」と、メディアごと、放送事業者ごとに利用が限定される「事業者専用領域」からなる。

双方向サービス利用時に、視聴者の個人情報等をその都度入力させるのでは視聴者にとって手間がかかるため、あらかじめ個人情報を登録させることにNVRAMが利用されるようになっている。

(3) NVRAMを利用して個人情報を扱う方法

NVRAMに個人情報等を蓄積させ、それを収集する流れは概ね次のようになる。(資料9参照)(BS各社の画面遷移例)

- ① 双方向サービス等を利用するに当たり、テレビ画面上に個人情報等入力フォームを表示(フォームは、データ放送を利用して画面上に表示される)
↓
- ② 利用規約等に同意して個人情報を入力、蓄積
↓
- ③ 双方向サービス利用時に、画面上のガイダンスに従って個人情報等を送信
↓
- ④ 電話回線又はインターネットを通じて放送事業者の指定する送信先に送信される。(現在は電話回線経由が多い)

デジタル受信機から個人情報等を送信するためには、放送事業者が制作し、放送波によって送信されるBML(Broadcast Markup Language)コンテンツによって受信機を動作させることが必要であり、それなくして視聴者が受信機を操作して送信することはできない仕様になっている。

2 NVRAM利用の問題点

(1) NVRAMに蓄積された情報の取扱い方法

外部からデジタル受信機内の個人情報等を収集する方法としては、現在の仕様を前提とすれば、BMLコンテンツに、受信機が情報を送信するような指令を含ませ、電話回線又はインターネット経由で送信させる方法に限られる。(電話回線又はインターネットから遡ってデジタル受信機内部のメモリにアクセスすることはできない設計となっている。)

NVRAMに蓄積された個人情報を視聴者本人がテレビ画面に表示させたり、変更等することは、当該事業者専用領域を割り当てられた放送事業者のBMLコンテンツを受信していなければならない仕様となっている。

(デジタル受信機の設置場所に外部から侵入して受信機を操作し、テレビ画面上に表示された個人情報を撮影するなどの行為は、当検討会の検討対象から除外する。)

(2) NVRAMの利用に関し想定される問題点

BMLコンテンツを用いて、NVRAMに蓄積された個人情報を取り扱うことが可能であるため、次のような問題点が想定される。

① 視聴者本人が意識しないうちに個人情報を取得可能

現状は、情報送信時にあらかじめ本人の同意を得るかどうかは、BMLコンテンツの内容次第であり、本人が気がつかないうちに自動的に送信させることは技術的に可能である。

② アクセス・ログが残らない

NVRAMに蓄積された情報に対して放送事業者等がアクセス（読み出し、書き込み等）した履歴（アクセス・ログ）が残るのであれば、不正行為が行われたことを明らかにし、行為者を特定するための資料となり得るため、事後の責任追及をより容易にでき、結果的に不正行為を事前に抑止する効果が期待できる。

しかし、現在のデジタル受信機は、アクセス・ログを保存することができる仕様となっていない。また、仮に、ソフトウェアの改修等によりアクセス・ログを保存することが可能になったとしても、受信機内のメモリの容量が小さく、ハードウェアの設計から変えない限り、ほとんど不可能というべき状態にある。

このため、NVRAMに蓄積された視聴者の個人情報を不正に取り扱う者がいたとしても、誰が、何時、どの情報をどのように取り扱ったかの特定が極めて困難な状態にある。更には、個人情報が漏洩したとしても、受

信機に何らの痕跡も残らないことから、それに気づかず、事件自体が明らかにならない可能性がある。

したがって、不正行為に対する抑止力が働きにくい状態にあると言える。

③ 放送事業者の内部者による不正行為の可能性

NVRAM内部の情報を取り扱うために、放送事業者でない者が不正なBMLコンテンツを送信することは、論理的にはあり得ることであるが、実際に行うためには放送事業者と同程度の大規模な設備を用意した上で、強力な違法電波を発射することが必要となるので、現実には想定しがたい。

しかし、放送事業者が放送するBMLコンテンツに不正な内容を書き込むことができれば、容易にNVRAM内部の情報を取り扱うことができる。現在までにこのような事例は把握されていないが、放送事業者の関係者による不正行為の可能性は排除されない。

④ NVRAMの事業者共通領域の問題

NVRAMの事業者共通領域に視聴者の個人情報や蓄積させる場合、問題があることは事業者専用領域を用いる場合と変わりはないが、多数の放送事業者が当該情報にアクセス可能となるため、より問題が大きいといえる。

また、個人情報保護とは別の問題であるが、特定の事業者が、将来の利用を含め、共通領域の利用方法を決めてしまうことになり、混乱を生じさせるおそれもある。

第2節 双方向放送サービスがIP化、デジタル受信機が高機能・多機能化した場合の課題

1 現状のセキュリティ対策

双方向サービスの利用に当たり、デジタル受信機からの送信は、現時点では電話回線を経由して行うことが一般的である。しかし、インターネットを経由しての送信は既に始まっており、家庭におけるブロード・バンド利用の普及に伴い、今後そのような利用が増加することが予想される。

双方向サービスが電話回線を経由して行われる場合は、仮に個人情報を不正に送信させる内容のBMLコンテンツによって個人情報が送信されたとしても、大量の個人情報を取得するためには大量の電話回線を確保する必要があるなどの制約がある上、送信先を特定される可能性はインターネット利用の場合よりも高い。また電話回線の途中で情報を傍受される可能性は、より低い。

一方、個人情報がインターネット経由で送信される場合、一度に大量の個人情報を取得することがより容易になり、送信先を特定される可能性も比較的低いと言える。また、特段の措置をとらない限り、アクセス・ログが残らないこと、不正な送信先に平文のまま送信される点は電話回線経由と異ならない。

(1) 通信回線からのアクセスへの対応

双方向サービス利用時のデジタル受信機からの情報送信は、電話回線又はインターネットを通じて行われるが、これら電気通信回線から受信機内部のNVRAMへのアクセスの方法は限定される。

電話回線については、デジタル受信機には応答機能が無く、外部からの呼び出しには反応しないようになっている。インターネットについては、BMLコンテンツの指令によって外部と通信するとき以外は、外部からの接続要求は拒絶するようソフトウェアが設計されている。

したがって、NVRAMにアクセスする方法は、BMLコンテンツを使

用することに限られている。

(2) T L Sの利用

デジタル受信機については、受信機の製作を開始した当初から、既に I P 化を見据えて、A R I B の標準規格及び運用規定により、個人情報送信時のセキュリティ措置として T L S (Transport Layer Security) の使用を規定し、既にインターネット接続機能を有するすべての受信機に実装済みである。

T L S は、公開鍵暗号方式を用いたセキュリティ技術で、S S L 3.1 とも言われ、通常のパソコンを用いたインターネット通信で一般的に用いられる S S L (Secure Sockets Layer) の上位バージョンに当たり、これを利用すれば、パソコンによるインターネット通信と同様のセキュリティを確保することが可能となる。

ただし、インターネット経由の個人情報送信時にこのようなセキュリティ措置をとるかどうかは、B M L コンテンツで指示することとなっており、放送事業者の運用に依存している。一方、A R I B の運用規定において、個人情報等送信時のセキュリティ措置については義務とまでは規定されておらず、T L S を使用するかどうかは放送事業者の判断に委ねられている。

2 将来的な問題点

双方向サービス以外にも、受信機がインターネットと接続されることが増えてきている。例えば、外出先からインターネットを通じて自宅の受信機を操作して録画予約するような利用方法が既に実用化されている。また、テレビ放送を視聴可能な機能を持つパソコンも普及し始めているが、これらのパソコンは同時にインターネットに接続することも可能である。今後、情報通信技術の進展、通信と放送の融合に伴い、デジタル受信機とコンピュータの機能の融合が進み、インターネットに接続して様々なサービスを利用可能になることが予想される。

この場合、ハードウェア、ソフトウェアの仕様によっては、インターネットを経由して受信機にアクセスして、個人情報を取り扱ったり、受信機に不

正な動作をさせることができるようになることも考えられる。

これらの問題は、もはや放送分野の問題に止まらなくなってくるが、当面、技術、製品等の動向に注目し、どのような問題が起こりえるのか注意を払い、必要な対策を講じて行くことが必要である。

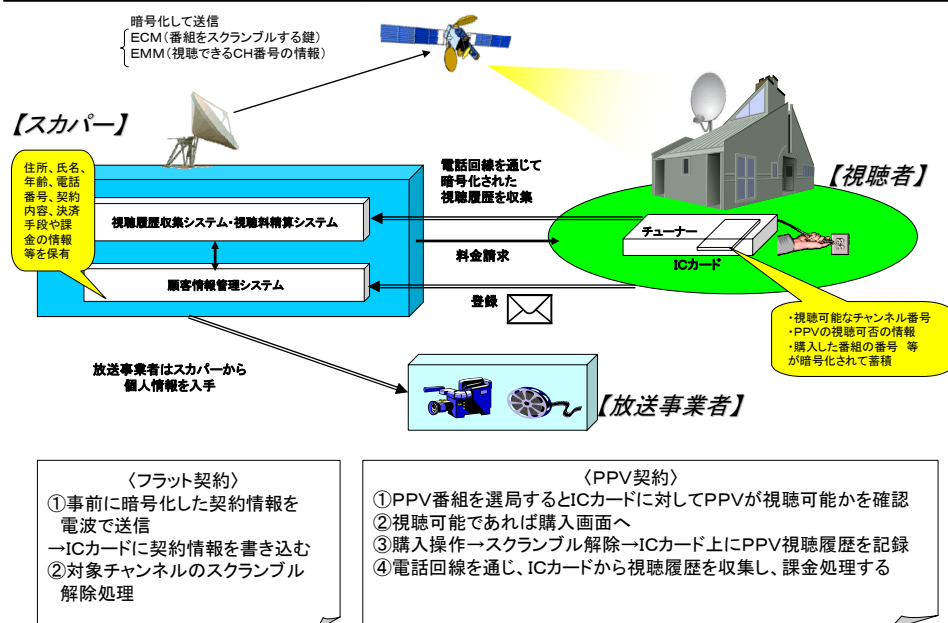
第3節 ICカードによる個人情報の取扱いについて

デジタル受信機において個人情報を取り扱うことができる記憶媒体には、NVRAMのほかにICカードがある。主なものに3波共用機におけるBCASカードと、CSにおけるスカパー！ICカードがあり、その機能、利用方法は基本的に同じである。本節においては、スカパー！ICカードを例にとって検討する。

1 スカパー！ICカードの仕組み

(株)スカパーフェクト・コミュニケーションズ(以下、「スカパー」という。)では、個々の番組の視聴ごとに料金を支払うPPV(ペイ・パー・ビュー)方式のサービスを提供しており(PPD(ペイ・パー・デイ)、PPS(ペイ・パー・シリーズ)もあるが、PPVを例にとる。)、このサービスの提供を受けた場合は、スカパー！ICカード(以下、「ICカード」という。)上に一時的に視聴履歴を残すこととしている。これは、PPV購入操作を行った視聴者に対して課金を行うためであり、電話回線を通じてICカード上に蓄積されている暗号化された視聴番組の番号(視聴履歴)を収集することによって、スカパー！が課金対象を把握できるものとなっている。

【図表5-スカパー！ICカードの個人情報の取扱いについて】



このICカードは、スカパー専用のデジタル放送受信機器に同梱されており、ユーザー登録後、受信機器に常時装着することにより放送サービスを視聴することができる。このICカードには受信機器を制御する集積回路（IC）が内蔵され、①放送の視聴（無料放送を含む。）、②衛星メールの受信等、③双方向サービス等の利用、④放送番組の著作権保護のためには不可欠のものとなっている。



【提供：(株)スカイパーフェクト・コミュニケーションズ】

このICカードには、契約しているチャンネル番号や購入した番組の番号が暗号化された状態で蓄積されているほか、ECM¹の暗号を解くための鍵やEMM²の暗号を解くための鍵等、複数の鍵情報が暗号化された状態で存在しており、ICカード番号が蓄積されている。視聴者の個人情報（氏名・住所・年齢・電話番号、契約内容、ICカード番号、決済手段や課金の情報等）は、カード・ユーザー登録を行うことによって、スカパーの顧客情報管理システムに蓄積されており、ICカード番号により加入者を特定し、料金を請求する仕組みとなっている。

2 視聴履歴の保存・収集について

通常の間極め契約を行うティア契約の場合、顧客管理システムの登録情報をもとに課金が行われるのに対し、PPV契約の場合は視聴者がテレビのリモコンで視聴購入操作を行った結果をスカパーが収集することで課金対象が

¹ Entitlement Control Message の略。番組情報（番組に関する情報とデスクランブルのための鍵など）及び制御情報からなる共通情報。

² Entitlement Management Message の略。加入者毎の契約情報及び共通情報の暗号を解くためのワーク鍵を含む個別情報。

初めて把握できるものである。このPPV番組の購入方法及び視聴履歴の収集の流れは以下のとおりとなっている。

- ① テレビ画面上でPPV番組を選局する。
- ② ICカードにおいて視聴可能かどうかの確認をする。
(例：成人向け番組の場合、あらかじめ年齢確認書類をスカパーに送付し、確認の信号を受信しICカードに蓄積しておく必要がある。)
- ③ 視聴。
- ④ 視聴履歴をICカードに暗号化して蓄積・保存。
- ⑤ 購入チャンネルに関する視聴履歴を電話回線経由で適時スカパーに送信・視聴履歴をICカードから消去

この視聴履歴は、一旦ICカード上に蓄積され、電話回線を通じてスカパーに送信される際には、暗号化が施される。

3 個人情報の安全性について

ICカード上に蓄積されている視聴履歴等の情報については、NVRAMと同様に取り扱うことが可能ではあるが、現在の運用においては、

- ①TV画面上にICカード内の情報を表示できない仕様であること
- ②ICカード内に蓄積されている情報は暗号化されていること
- ③スカパーの解約手続きや受信機の譲渡手続きを行えば、ICカード上の情報が消去されることとなっていること

から、NVRAMよりは一応安全性が高いといえる。今後、NVRAM利用に当たってのセキュリティ措置を講じる場合も、それと同様の措置を講じれば、同程度以上の安全性は確保できるものと思われる。

したがって、次節においては、NVRAMの問題に絞って対応策を検討することとする。

第4節 問題解決の方向（当面の求められる対応）

以上、デジタル放送受信機と個人情報取扱いの現状及び問題点を概観してきた。問題点を整理すると、次のように分類できる。

- ① 視聴者本人が個人情報の送信を必ずしも自らコントロールできない
- ② 不正が行われた場合に事後の責任追及が困難
- ③ 受信機にはBMLコンテンツを用いた不正行為に対する技術的対策が困難
- ④ 放送事業者の関係者には不正行為は比較的容易となる
- ⑤ 事業者共通領域に個人情報を蓄積すれば、危険性はより大きい

以下、これらの点について検討するが、放送事業者等の善意を前提にその運用に委ねるだけでは視聴者の保護に十分ではないことに留意する必要がある。

(1) 本人の同意を得る仕組みについて

① 問題点

双方向サービス利用者は、通常は、あらかじめ利用規約等に同意した上で自身の個人情報をデジタル受信機に記録しており、双方向サービス利用時にその都度必ず本人の意思を詳細に確認したり、送信中であることを表示することまで必要かどうかは議論がある。

しかし、双方向サービスにおける個人情報の取扱いは視聴者にとって必ずしも分かりやすいものではなく、受信機が自動的に送信するため、どのようなときにどのような情報が送信されるのか本人が十分理解していない可能性がある。また、BMLコンテンツの内容によっては、本人がまったく気が付かないうちに個人情報が送信されることがあり得るため、不正が行われる余地が残されている。

② 対応策

上記問題点に対応するため、放送事業者の運用として、双方向サービス利用に当たっては個人情報がどのように取り扱われるのかを本人に十分理解させ、視聴者が自己の個人情報を適切に管理できるよう、情報提供するように努めることが必要である。

本人の同意なくデジタル受信機から情報が送信されないように、受信器に技術的対策を施すことも考えられるが、放送事業者の運用との関係、視聴者の利便性、受信機のコストの問題等を踏まえて今後メーカー、放送事業者等関係者において検討することが望ましく、当面は放送事業者の運用面での取組みが重要と考える。

現状では、個人情報を送信させる場合に、その都度本人の同意を得たり、情報を送信する旨を表示させることが多いと思われるが、今後どのようなことをするかは各放送事業者において個人情報保護法等の要件を満たすよう適切に判断し、少なくとも本人に十分に理解させた上で個人情報を取り扱う運用をするよう努めるべきである。

そうした運用を確保するため、行政においても今後、必要があれば放送分野の指針の見直しをも視野に入れて検討を進めるべきと考える。

(2) アクセス・ログの保存について

既に検討したとおり、デジタル受信機に蓄積された個人情報へのアクセス・ログを残すことは、不正行為の予防、事後の責任追及に有効な対策である。しかし、次のような問題点が考えられる。

- ① 現在のデジタル受信機は、アクセス・ログを保存する機能も、そのための十分なメモリもない。
- ② デジタル受信機自体にアクセス・ログ保存機能が無い以上、仮に①の問題を捨象して、BMLコンテンツによるなどして保存することができたとしても、悪意の者には期待できない。
- ③ 新たな受信機の開発によりアクセス・ログの保存が可能になったとしても、新たに視聴履歴等の情報が保存されることになり得るが、これらの情報を放送事業者等が視聴率調査その他の目的で取り扱うことになれば、個人情報を含むプライバシー侵害の問題を生じるおそれがあり、蓄積される情報の管理、利用の在り方について慎重な検討が必要である。
- ④ 新たに、アクセス・ログを保存する機能を実装した受信機を開発することは、コストが受信機の販売価格に反映され、視聴者に対して不利益となるおそれがある。また、既に出荷済みの受信機には対応できない。

当研究会の議論においてもアクセス・ログを保存することの有用性について異論は無かったが、前述③をはじめとする各問題点が指摘されたところである。今後、放送事業者、メーカー、行政その他の関係者において、現実的にどのようなことができるのか、十分に検討していくことを求めたい。

(3) 蓄積される情報の暗号化等の技術的対策

デジタル受信機に蓄積される個人情報等が不正に取り扱われることがないよう、メーカー及び放送事業者においては、可能な限りの技術的対策を講じることが望ましい。

技術的対策としては、例えば、次のようなものが考えられる。

- ① インターネット経由で個人情報を送信する際には、T L Sを利用する等現時点で利用可能となっているセキュリティ措置を講じることが必要ではないか
- ② デジタル受信機に蓄積される個人情報について、可能であれば暗号化するなど、第三者が視聴者の個人情報を不正に取り扱うことに対する対策を講じることが必要ではないか

①については、デジタル受信機の仕様上既に利用可能となっており、一部の放送事業者は利用している。②については、現時点では、受信機そのものに暗号化機能が無く、BMLコンテンツによって施すことができる暗号化は必ずしも強度が高くないとされる。

デジタル受信機に蓄積される個人情報は、視聴者の管理下にあるとはいえ、BMLコンテンツを受信している状態でなければ表示させることもできないなど、放送事業者の関与がなければ、その取扱いは制約される。一方、放送事業者は、受信機が電気通信回線に接続されていれば、視聴者の関与が無くとも個人情報を取り扱うことができる。

こうした実態を踏まえれば、放送事業者等において視聴者の個人情報保護のために執りうる技術的な対策を講じるよう努めることは、ある意味当然の責任であり、

- ・ 放送事業者及びメーカーにおいては、視聴者の権利保護に資する技術的な研究を継続すること
- ・ 放送事業者においては、その時点でとりうる技術的な対策を可能な限り講じるよう努めること

を求めたい。

また、行政においては、必要な技術的取組みが可能な限りとられるよう、放送事業者等に対する指導、監督を行い、適切な取組みが確保されるよう放送分野の指針の見直しの必要性について検討すべきものと考えている。

以上の対応に当たり、技術は日進月歩であり、現時点における受信器の仕様等を前提に、特定の技術に依存してとりうる対策を考へることがないよう、また、視聴者の利便性を損ねることがないよう配慮することを求めたい。

(4) 不正なBMLコンテンツの送信の防止について

放送波を用いてデジタル受信機に蓄積された個人情報をも不正に取り扱う手段としては、故意又は過失により放送事業者から不正な内容のBMLコンテンツが送信され、不正なリンク先に接続されること等が想定され得る。

この手口による場合は、BMLコンテンツ制作段階における管理、送信前の内容確認により、受信機に予期しない動作をさせないかを検証することによって防止できる。こうした取組みはある意味当然のことであり、これを求めたからといって、放送事業者に過重な負担を課すことにはならないと考えられる。

ましてや、NVRAMの自らが独占的に使用できる事業者専用領域に視聴者の個人情報を蓄積させ、それを取り扱おうという事業者であれば、当然の責任である。

したがって、双方向サービスを提供している又は提供しようとしている放送事業者が、視聴者の個人情報の適切な取扱いを確保するために、データ放送を行う際は、デジタル受信機に予期しない動作をさせるようなBMLコン

テンツが混入しないよう、制作段階の監督、送信前の確認が確実に行われるよう取り組むことが必要であり、そのための体制整備、部内運用規定の整備等に取り組むよう努めるべきであると考える。

さらに、放送事業者による取組みを担保し、支援するため、行政において、放送分野の指針を改正することを含めた措置を講じることが必要であると考ええる。

(5) 事業者共通領域の使用について

NVRAMの事業者共通領域については、事業者専用領域とまったく同じ問題が存在するのに加え、蓄積された個人情報にアクセスすることができる事業者が多数にわたるため、不正行為を行うことの容易さ、事後の責任追及の困難さは、事業者専用領域を使用する場合に比べて格段に大きいと言える。

したがって、視聴者の個人情報を取り扱う目的で事業者共通領域を利用することについては、現時点では好ましくなく、抑制すべきと考える。

行政に対しては、事業者共通領域が安易に利用されないよう指導、監督することを求める。

第3章 その他の課題等

第1節 録音（音声）情報の取扱いについて

1 電話対応内容の録音に関するトラブル

放送事業者は、視聴者等からの相談窓口を設け、番組についての問い合わせ・意見や有料放送の契約などについての対応を行っている。この過程で、対応記録の確認や対応の指導などを目的として電話での会話を録音している事業者もある。

このような設備を利用して記録された通話内容の録音情報に関して、視聴者等と放送事業者との間でトラブルになることがある。例えば、放送事業者に電話をかけた視聴者等からの、録音内容の確認要求を拒否したり、録音しているかどうかの事実確認への回答を拒否する場合である。

視聴者等が放送事業者に電話をかけるのは、料金の金額や支払い方法、放送内容等サービスに関する問い合わせ、苦情が目的のことが多いと思われるが、こうした問題に通話録音に関する問題が加わることで、視聴者等の不満感、不信感をより増幅し、トラブルに発展することがある。

2 問題の所在

通話内容の録音に関する個人情報の取り扱いについて、通話録音が個人情報に該当するか、録音している旨通知等する義務はあるかが問題となる。

(1) 通話録音が個人情報に該当するか

個人情報保護法施行後、顧客等との会話を録音した場合、その録音（音声）情報が、個人情報に該当するかどうかよく分らないという事業者は多いとされる。

個人情報保護法第2条は、「個人情報」を、「生存する個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるものをいう（他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。）」と定義している。

有料放送事業者と契約視聴者との通話は、契約内容や支払いに関する相談

や苦情であれば、そもそも個人が特定できなければ解決できない用件であるので、電話応対時には通話者は一応特定されていることが多い。

しかし、録音された音声から特定の個人を識別できるかどうかは、どのように個人情報と関連づけて整理され、データ化されるかにより、常に個人情報に当たると言えるかは疑義がある。音声だけで個人を識別することを可能とする音声認識技術も開発されており、将来技術の発達に伴い、個人情報と認められる可能性はあるが、現時点ではそこまで言えるか不明確と言うべきである。

ただし、音声のみであっても、広くプライバシー保護の見地からは、漏えいさせたり不正な目的に使われることがないように事業者が安全管理をすることは当然である。

(2) 録音していることを通知等する義務はあるか

個人情報保護法第18条及び放送分野の指針第8条は、個人情報の本人からの直接取得に際して利用目的をあらかじめ通知又は公表することを求めている。

録音された音声は、個人情報になり得るものではあるが、現時点ではその取扱いはケース・バイ・ケースと言え、制度的に現在以上の措置を必要としているとまでは言えないと考えられる。

ただし、個人情報、ひいては広くプライバシーの保護を視野に入れて音声情報を収集（録音）することがあること、その利用目的等を可能な限り明らかにしておくことが望ましいと考える。

第2節 第三者機関による認証制度

1 第三者機関による認証制度

(1) プライバシーマーク制度

日本工業規格「個人情報保護に関するコンプライアンス・プログラムの要求事項 JIS Q 15001」（以下「JIS Q 15001」という。）に基づき、個人情報の取扱いに関して適切に保護措置を講じていると認める民間事業者に対して、原則として法人単位で「プライバシーマーク」の使用を認める制度。財団法人日本情報処理開発協会（以下「JIPDEC」という。）が運営しており、平成18年3月22日時点で、3,437事業者がプライバシーマークの使用許諾を受けている。

付与認定は、JIPDEC または JIPDEC が指定するプライバシーマーク付与認定指定機関（以下「指定機関」という。）のいずれかが行う。指定機関は、公益法人その他の日本の法律に基づき設立された団体又はこれらと同等と JIPDEC が認めた事業者団体で、非営利の事業者団体に限られ、平成17年11月17日現在で7機関が指定を受けている。

(2) 情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）適合性評価制度

ISMS 認証基準（JIPDEC 制定）に基づき、情報セキュリティマネジメントを適切に行っている組織を、組織の部門単位以上で認証する制度。JIPDEC が運営しており、平成18年3月8日時点で、1,376事業者がISMS 認証を取得している。なお、認証基準は、JIS Q 27001 への移行が予定されている。

認証は、JIPDEC が認定する審査登録機関のいずれかを、認証を取得しようとする事業者側が選定する。審査登録機関は、一定の要件を満たせば民間企業でも認定を受けられ、平成18年1月27日時点で20機関が認定を受けている。

2 論点

(1) プライバシーマーク制度とISMS 適合性評価制度との違い

プライバシーマーク制度とISMS 適合性評価制度との大きな違いは、保

護対象となる情報の範囲である。プライバシーマーク制度が個人情報の保護に特化した制度であるのに対し、ISMS適合性評価制度は個人情報も含む幅広い情報資産が保護の対象となる。また、プライバシーマーク制度は、個人情報の安全理に留まらず、個人情報の情報主体（本人）の権利保護も要求しているのに対し、ISMS適合性評価制度では法令等の順守は要求しているが、個人情報の情報主体（本人）の権利保護に関する具体的な要求はない。個人情報の漏えいを最大のリスクと考える場合、どちらの制度においても情報セキュリティについては合理的な管理策が要求されるため、リスクの低減が可能となる。なお、情報セキュリティについては、ISMS適合性評価制度の方がプライバシーマーク制度より詳細な管理策を要求している。

一方、認定個人情報保護団体等へ寄せられた苦情や相談の内容を見ると、個人情報の漏えいに関するものだけではなく、個人情報の目的外利用や第三者提供に関するものも多い。その点では、プライバシーマーク制度の方が放送事業者の直面する課題に広範囲に対応するものと言える。

両制度ともそれぞれにメリットとデメリットがあるため、放送事業者が自社の個人情報の管理状況等を評価し、どのリスクの低減を重要視するかによって総合的に判断し、認証制度を選択することが望ましい。

(2) 「放送受信者等の個人情報の保護に関する指針」と JIS Q 15001 との違い

個人情報保護法や放送分野の指針と、プライバシーマーク制度が審査基準として採用している JIS Q 15001 とではいくつかの相違点が見られる。JIS Q 15001 では、取得や利用にあたり、原則として本人の同意取得を要求しており、利用目的の通知又は公表で可とする個人情報保護法や指針よりも事業者側に厳しい要求となっている。第三者提供や利用停止等の要求事項についても JIS Q 15001 の方が厳しくなっている。

それらの点が同業他社との差別化を図りたい事業者にとって、個人情報保護法よりも厳しい管理を自ら行っている証としてプライバシーマークの認定を受けるインセンティブになっていると考えられる。

なお、放送事業者及び業界団体等 116 者を対象に実施したアンケート（平成 18 年 1 月から 2 月に実施。回収率は 86.2%。）の結果を見ると、プライバシーマークを取得又は取得審査中と回答した事業者が 21%、プライバシーマークを取得予定と回答した事業者は 24%、プライバシーマークの取得予定なしと回答した事業者は 18%となっている。

(3) 第三者認証制度の審査機関

プライバシーマーク制度、I SMS 適合性評価制度ともに認定を受ける事業者の業種・業態を限定するものではなく、実際に多くの業種・業態の事業者が認定を受けている。また、審査機関についても、現時点では放送分野に特化した審査機関はない。

指針では、個人情報の中でも視聴履歴や口座番号等の取り扱いについては特別な規定を設けている。そのような放送分野特有の課題を含めて適切な指導を行うためには、放送事業者の特性を理解した事業者団体が審査等を行うことが有効である。

3 解決の方向性

(1) 第三者認証制度の期待効果

プライバシーマーク制度やI SMS 適合性評価制度のような第三者機関による認証制度は、その認証取得過程や認証維持のための取組みにおいて、放送事業者における個人情報の適切な保護を推進するために一定の効果が期待できる。

(2) 放送分野独自の第三者認証制度の創設

プライバシーマーク制度やI SMS 適合性評価制度のような既存の第三者認証制度とは別個の放送分野独自の第三者認証制度は存在していない。

プライバシーマーク制度やI SMS 適合性評価制度の認証取得事業者が急速に増加し、両制度の社会的な認知度も高まりつつある状況において、放送分野に特化した新たな認証制度の創設は、制度の乱立による放送事業者や視聴者の混乱をまねくおそれもあり、現実的ではないと考える。

(3) 既存の第三者認証制度における放送分野に特化した審査機関の設立

前述のとおり、放送事業者の特性を理解した事業者団体が第三者認証制度の審査を行うことは有効であり、放送分野に特化した審査機関の設立は、放送事業者の個人情報保護推進のために検討すべき事項と考える。

プライバシーマーク制度の指定機関を例にとると、指定機関になる条件と

して、プライバシーマーク付与の事業を主たる業務として実施する担当者を置く等、プライバシーマーク付与に係る審査および運用を適切に行うことができる体制を整備していることが要求される。また、審査要員についても、JIS Q 15001、個人情報保護法や指針、関連する各種規格に関する専門知識や監査能力が要求される。

今後、プライバシーマーク制度のような第三者認証制度を放送事業者にも普及させ、放送事業者の個人情報保護の水準を継続的に高めていくには、認定個人情報保護団体等の事業者団体における人材の育成が重要な課題となる。

第2編

視聽者保護關係

第2編 視聴者保護関係

「はじめに」で述べたとおり、個人情報保護については、放送のデジタル化・高機能化という技術的な発展と密接な関係があり、個人情報保護を含めた広義の視聴者保護についても同様であると考えられる。

放送のデジタル化の進展により、チャンネル数は飛躍的に増加し、多様なコンテンツが提供されるようになった。特に、多チャンネル化によって番組の種類と内容の幅が広がる中で普及してきた衛星放送における有料放送などには、視聴者保護の観点から新たな状況が現出してきている。また、衛星放送の成人番組等については、青少年の視聴を制限するための対策において、どこまで個人を特定するかという問題をも潜在的にはらんでいるとの見方もでき、青少年保護と個人情報保護を両立させることが新たな課題となってきた。

今後、サービスの多様化、受信機等の技術的な開発に伴い、いわゆるデジタルデバイドに関する問題の広がりも予想される。このように、視聴者保護は、より一層重要な問題となってくることが想定され、個人情報保護など様々な問題と合わせて、検討していく必要があると思われる。

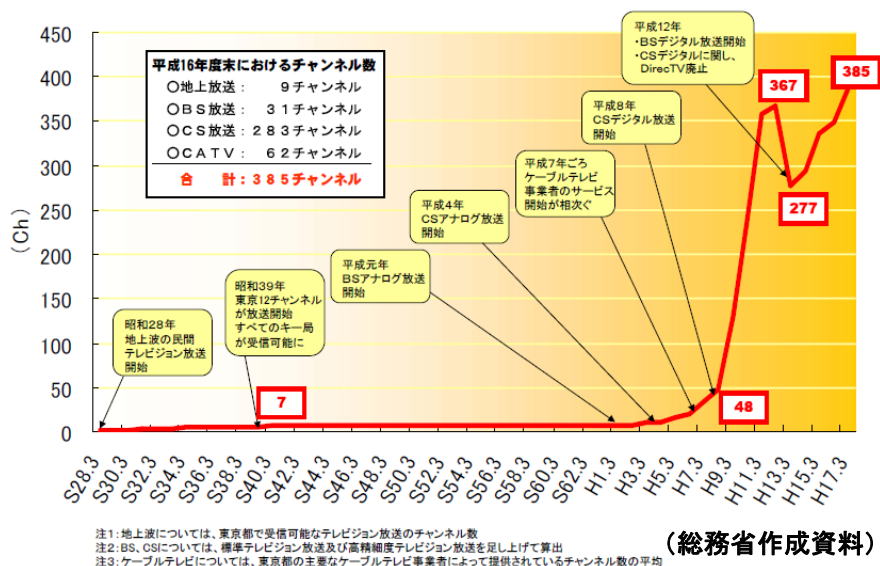
こうした問題意識の下、本検討会においては、第1編における個人情報保護に加え、第2編では、青少年保護を中心とした取組みについて調査し、現状を認識することに努めた。

第1章 放送分野における青少年保護の取組み

放送のデジタル化は、放送メディアの高品質化、高機能化、多チャンネル化等を実現し、従来のアナログ放送では、視聴者が受動的に情報を享受してきた視聴スタイルから、視聴者が能動的に視聴するスタイルへの変革を可能とした。我が国では、既に、CS放送、BS放送、ケーブルテレビにおいてデジタル放送が行われており、地上テレビジョン放送についても、2003年12月から三大広域圏（関東、中京、近畿）においてデジタル放送が開始され、2006年までには三大広域圏以外の地域においてもデジタル放送が開始され、2011年には、デジタル放送に全面的に移行する予定となっている。

CSデジタル放送は、デジタル技術を導入することにより、1996年から本格的な多チャンネルサービスが開始され、また、2002年にはBSデジタル放送と同一の受信機で受信可能な東経110度CSデジタル放送が開始され、現在では、約300チャンネルのテレビジョン放送が視聴可能となっており、誰でも簡単に多チャンネルサービスを楽しむことができるようになっている。

【図表6－多チャンネル化の状況】



一方、多チャンネル化は、番組の種類と内容の幅を広げるとともに、良質な番組（リッチコンテンツ）を増加させる一方、それ以外の番組も増加させることとなった。

平成17年度の「青少年白書」においても、「メディアが提供する情報には有用なものも多い反面、特に性・暴力表現に関する情報などは、子どもに悪影響

を及ぼす場合があるとの指摘もあるなど懸念される状況にある。青少年を取り巻く有害情報対策には、何よりもまず関係業界自身が自主規制を図ることが大切である」との指摘がなされているところである。

放送分野における青少年保護については、「多チャンネル時代における視聴者と放送に関する懇談会」（平成7年9月～平成8年12月）において検討が開始され、これまでに、「青少年と放送に関する調査研究会」（平成10年5月～12月）、「青少年と放送に関する専門家会合」（平成11年1月～6月）、「放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会」（平成11年11月～平成12年6月）が開催され、放送の健全な発達及び青少年健全育成を図る観点から、青少年と放送を巡る問題への対応策等を検討されてきたところである。

【参考：青少年と放送に関する調査研究会の経緯】

- (1) 「青少年と放送に関する調査研究会」（平成10年5月～12月：計7回開催）
 - ・ 放送分野における視聴者政策の推進を図ることを目的として開催（郵政省（当時））。
 - ・ 青少年と放送のあり方についての基本的な考え方や施策の方向性について検討し、放送分野における青少年対応策として以下の6項目の提言を取りまとめた。
 - ①青少年向け番組の充実、②メディア・リテラシーの向上、③第三者機関の活用、④青少年と放送に関する調査の推進、⑤放送時間帯の配慮、⑥番組に関する情報提供の充実
- (2) 「青少年と放送に関する専門家会合」（平成11年1月～6月：計7回開催）
 - ・ 上記（1）の研究会の提言を受け、郵政省（当時）、日本放送協会及び日本民間放送連盟の三者により、保護者、メディア及び教育分野の有識者を含めた専門家会合を設置。関係者に対するヒアリング等を行った。平成11年6月に取りまとめを行い、各機関における取組方針を定めた。
- (3) 「放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会」（平成11年11月～平成12年6月：計7回開催）
 - ・ メディア・リテラシーについて、諸外国の取組も参考にしながら、青少年が放送を読み解く力を身につけるための方策を研究（郵政省（当時））。
 - ・ 教育関係者、放送関係者等で構成。以下のメディア・リテラシー向上策を提言。
 - ①メディア・リテラシーに関する認識の醸成及び基本理念の確立
 - ②メディア・リテラシー向上の実践に向けた環境整備（メディア・リテラシー教材の開発、学校教育におけるメディア・リテラシー教育の促進、教師・指導者等の人材育成、放送メディアと視聴者との交流機会の拡大）

第1節 視聴の制限による青少年保護

1 視聴年齢制限による青少年保護の事例

(1) CSデジタル放送における取組み

① ペアレンタルロック

視聴年齢制限の機能のひとつで、青少年に対して好ましくない内容を含んだ番組に対し、映像や音声の再生・E P Gの表示を制限するもの。親が子供に見せたくない番組を、テレビ受信機に入力した暗証番号等によって管理し、自由に視聴できないようにすることができる。

視聴者側はあらかじめ視聴可能年齢を受信機に登録しておく。放送事業者は、放送内容に視聴が許される年齢制限があること、及び視聴可能最低年齢の情報を付加する。

年齢制限未満の子供がいる家庭において、保護者が暗証番号等を設定し、年齢制限の情報が付加されている番組については、暗証番号の確認が行われない限り、番組を視聴できないこととする。

② 成人向け番組における視聴年齢制限

スカパーのCS放送を例にとると、成人向け(アダルト)番組の視聴を希望する場合は、20歳以上であることを証明する書類(運転免許証やパスポート等)のコピーをスカパーに提出させた上で、視聴可能とする措置を講じている。また、家庭内においては、ペアレンタルロックを設定した場合、20歳未満の年齢を登録していれば、本人以外が知ることのない暗証番号を入力しなければ視聴できないことになっており、これによって未成年者の視聴を防止できるようになっている。

さらに番組にはコピーガードを施して、コピー等による番組の流布が行われないよう配慮している。

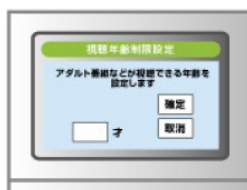
【図表7 スカパーの視聴年齢制限（ペアレンタルロック）】

HP (<http://www.skyperfectv.co.jp/>) から引用】

・成人向け(アダルト)番組以外の場合でも、内容により一部、「視聴年齢制限」を設けて放送している番組があります。これらの番組は、お客様の判断により、一定の年齢以下の方にお見せしないように設定することが可能です。その際は、デジタルチューナーにて、視聴年齢制限をする年齢と、4桁の暗証番号を決め、初期設定を行ってください。設定方法は、チューナーの取扱説明書をご参照いただき、ご不明な点は、チューナーのメーカーへご確認ください。



暗証番号設定画面

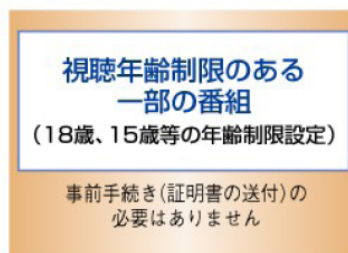


視聴年齢制限設定画面

・15歳、18歳等の視聴年齢制限設定付き番組をご視聴される場合には、成人向け番組視聴申込書の送付は必要ありません。

・視聴年齢制限のかかっている番組は、EPGや番組ガイド誌で確認できます。

●視聴年齢制限のかかっている番組 (EPGや番組ガイド誌等で確認できます)



※画面はイメージです。

③ 成人向け番組以外の番組に係る視聴年齢制限

C S放送等では、成人向け番組には当たらないが、青少年が無条件に視聴することが必ずしも好ましくない番組が放送されることがある。そのような番組の扱いについて、スター・チャンネルを例にとって紹介する。

(株)スター・チャンネルでは、「映倫 (映倫管理委員会)」の審査に基づき、放送作品を表示している。劇場公開時に「映倫」によって審査・設定されたものについては、そのレイティング (格付け) をそのまま適用している。

劇場未公開作品についても、「映倫」の審査基準を参考に、自社でレイティングを設定している。ただし、レイティングは映倫独自のものであるため、スター・チャンネルで放送する場合は、“相当”を付記する。

なお、BSにおける放送においては、ペアレンタルロックを要するよう

なレイティングの番組は放送していない。

映倫のレイティング

日本では、劇場公開前に映倫管理委員会が定めた通称映倫規定と呼ばれる規定が適用され、一般、PG-12、R-15、R-18に区分され、年齢制限のない一般映画と分けられている。

従来は主に性的シーンの有無がレイティングに際して大きな要素とされたが、1990年代以降、猟奇的な犯罪などの発生から、暴力や殺人など反社会的なシーンの描写についてのウエイトが高まっている。

- ・一般：あらゆる年齢層が鑑賞できる。
- ・PG-12：12歳未満（小学生以下）の鑑賞には成人保護者の同伴が適当。
- ・R-15：15歳未満（中学生以下）の入場を禁止。
- ・R-18：18歳未満の入場を禁止。

(2) インターネットにおける取組み

《参考：コンテンツアドバイスマーク（仮称）推進協議会の取組み》

近年のインターネットの急速な発達・普及により、国民には多くの利便性がもたらされるようになったが、その反面、利用者がその意図にかかわらず違法・有害情報へ容易にアクセスできる状況になりつつある。

このような状況の中、インターネット利用者がインターネット・コンテンツを安心して手軽に利用できる環境を創出し、もってインターネット・コンテンツのより一層の流通促進・拡大に資することを目的として、「コンテンツアドバイスマーク（仮称）推進協議会」が設立された。（平成17年6月）

同協議会では、主に児童・生徒及びその保護者等を念頭に、インターネットをより安心・安全に利用できるよう、サイトで提供される情報等が閲覧に適しているかどうかの判断材料を提供する試みとして、ウェブサイトの表現レベル等を示す「コンテンツアドバイスマーク（仮称）」の運用に向けたマーク制度の基本的な仕組み等の検討を進めている。

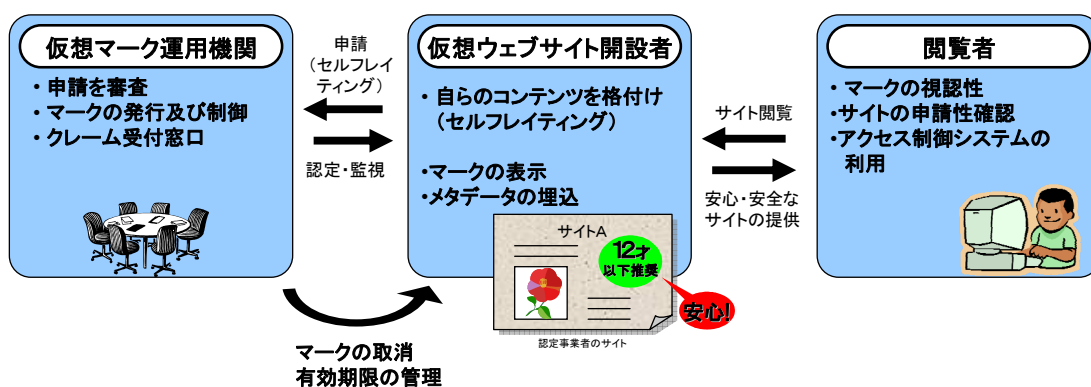
具体的には、

- ① 情報発信者（ウェブサイト開設者）が、自らのコンテンツの表現レベル等を「格付（セルフレイティング）」する。
- ② コンテンツの格付を、第三者機関において「審査」する。
- ③ 審査を通ったウェブサイトには、「マークが表示」される。

という手順が検討されている。

同協議会は、学識経験者、保護者、コンテンツ制作者、インターネット・サービスプロバイダ等の約50の個人・団体により構成されている。事務局は、(社)デジタルメディア協会（AMD）。総務省がオブザーバーとして参加している。

【図表8－コンテンツアドバイスマーク（仮称）運用イメージ図】



2 青少年の視聴する時間帯における配慮

児童・青少年の番組視聴に対する配慮として、日本民間放送連盟 放送基準3章「児童および青少年への配慮」の(18)に「放送時間帯に応じ、児童および青少年の視聴に十分、配慮する」との規定を1999年に設け、暴力・性などに関する内容について放送時間帯に細心の注意が求められることを明確にした。特にテレビでは、午後5～9時に放送する番組について、とりわけ児童の視聴に十分、配慮するとしている。この規定に基づき、各局が自主的な取り組みを進めている。

【図表 9 - 日本民間放送連盟・放送基準 3章 児童および青少年への配慮】

(18) 放送時間帯に応じ、児童および青少年の視聴に十分、配慮する。

(解説)

放送時間帯によって児童・青少年の視聴の程度や態様が異なり、放送が与える影響にも差がある。このことを念頭において、放送時間帯や番組内容に配慮しなければならない。特に暴力・性などに関する内容については放送時間帯に細心の注意が求められる。

テレビでは、午後5時～9時に放送する番組について、とりわけ児童の視聴に十分、配慮する。また、午後9時以降の劇場用映画やドラマなどにおいても保護者による児童・青少年への配慮が必要であると各放送事業者が判断した場合、番組の冒頭での事前表示や他の有効な方法による事前表示を行うこととする。

第2節 その他の自主的な青少年保護への取組み

現在のCSデジタル放送制度において、成人向け番組放送を委託して行わせる場合の青少年保護に関して、委託放送事業者は、放送法の番組準則（放送法第3条の2）に規律され、委託放送業務認定申請書の委託放送事項の欄に成人向け番組を含むことを記載するとともに、事業計画書の放送番組の編集に関する基本的計画において、当該番組に係る青少年保護措置（契約時の年齢確認、ペアレンタルロック等）の内容を記載（放送法施行規則別表第13号（第17条の10第1項から第4項まで関係）別紙（8）及び放送法審査基準別紙（第7条関係）記2）することにより、青少年保護措置が図られている。

また、放送番組の種別や放送の対象とする者に応じて、放送番組の編集の基準を定め、これにしたがって放送番組の編集をしなければならないこととされている（放送法第3条の3）。

（なお、電気通信役務利用放送事業者については、電気通信役務利用放送法第15条において準用することとされている放送法の番組準則に規律されており、「善良な風俗を害しないこと」に抵触しないように措置をすること（実際には委託放送事業者と同様の措置を取ること）により、青少年保護措置が図られている。）

このような成人向け番組に関する法的な規制とは別に、放送業界においては、様々な自主的取組みが行われている。以下に、このうちの主なものについて紹介する。

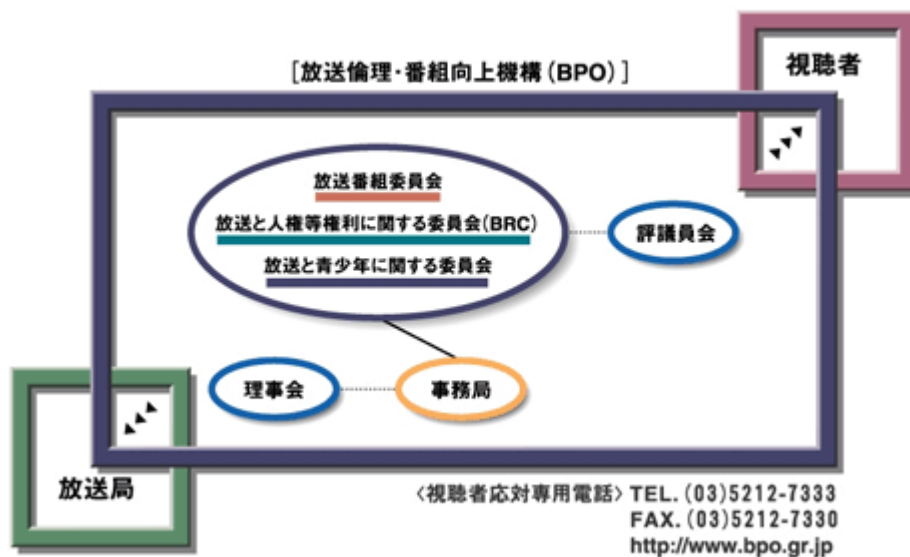
1 放送倫理・番組向上機構（BPO）

平成9年に、特に権利侵害にかかわる苦情に関し放送事業者以外の者に判断を委ねる仕組みを整備するため、日本放送協会（NHK）と社団法人日本民間放送連盟（民放連）が共同で、放送事業者による自主的な第三者機関として「放送と人権等権利に関する委員会機構（BRO）」を設置した。その後、第三者機関としての機能の強化を目的として、平成15年にBROと「放送番組向上協議会（※）」が統合し、「放送倫理・番組向上機構（BPO）」に改組された。「放送と青少年に関する委員会」は放送番組向上協議会の委員会であったが、この統合により、同委員会の運営はBPOに引き継がれた。

※ 放送番組向上協議会・・・放送倫理の高揚と放送文化の発展・向上に寄

与することを目的に、昭和44年にNHKと民放連が共同で設立した放送界の自主的な機関。2003年7月1日付でBPOに引き継がれている。

【図表10-BPO 組織図 (HP [http://www.bpo.gr.jp/]から引用)】



○ 放送と青少年に関する委員会

放送事業者による自主的な第三者機関として、NHKと民放連が2000年4月1日に設置した。青少年に対する放送のあり方や放送番組への視聴者の意見をもとに、各放送局への意見の伝達と審議を行い、その審議結果と放送事業者の対応等を公表している。

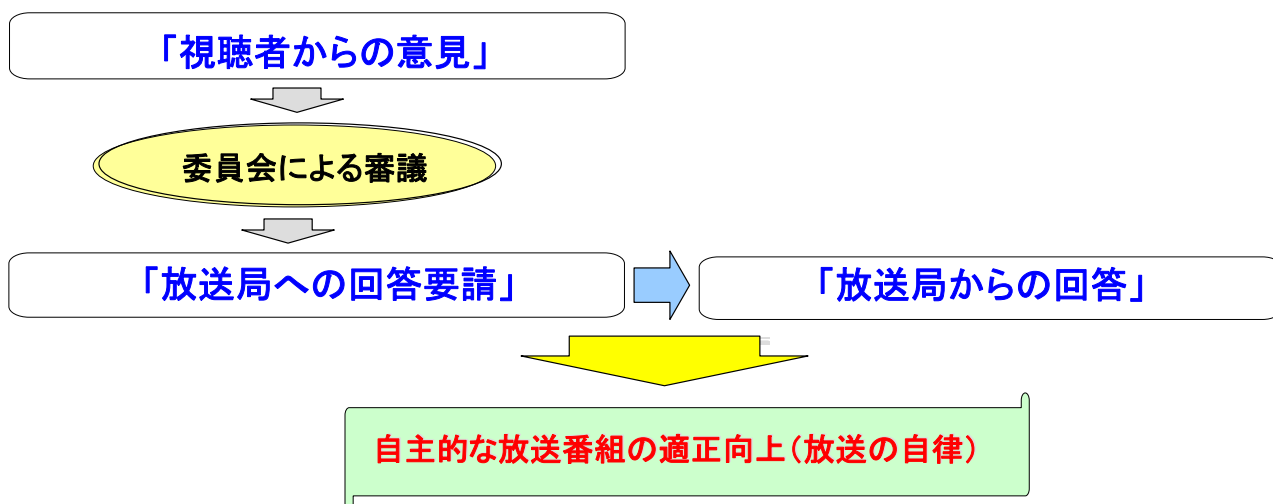
なお、BPOの三委員会から指摘された放送倫理上の問題については、当該放送局が改善策を含めた取組状況を委員会に報告し、放送倫理の向上を図ることをNHKと民放連で申し合わせている。

(1) 委員会の機能

- ・ 毎月1回、青少年委員会を開催（2005年12月開催で通算63回）
- ・ 視聴者から寄せられた放送番組に対する意見について審議。また、放送事業者、番組制作者、青少年、保護者等と放送番組について、意見交換を行う。

- ・寄せられた意見及び委員会の見解を、機構の構成員であるNHK、民放連加盟社に連絡するとともに公表し、放送事業者の自主的検討を要請。
- ・放送事業者の検討結果または具体的対応については、報告を求め、それを公表。
- ・「視聴者からの意見」「放送局への回答要請」「放送局からの回答」「委員会議事のあらまし」はホームページに掲載。

【図表 1 1－フロー例】



(2) 青少年と放送に関するセミナー等の開催

○ 第5回「中学生フォーラム」(2005年12月に開催)

中学生と番組制作者による、青少年のための望ましいテレビのあり方をめぐる意見交換を行った。同フォーラムは、2001年から毎年1回開催している。

第5回では、参加4校の下記の発表を軸に、中学生と番組制作者が活発に意見交換を実施した。

- ① アンケート調査により、中学生がよく見ている番組を上げ、どんなところが好きか意見交換
- ② アンケート調査をもとに一人の中学生をモデルに、一日のテレビ視聴の実態を報告
- ③ 「テレビの良いところ悪いところ」をテーマに発表。バラエティー番組の内容批判や、番組編成にオリジナリティが欠けている等を意見交換
- ④ 「テレビと他のメディアの比較」についてアンケートをもとに発表
- ⑤ テレビに向ける期待を発表

(3) 「中学生モニター」制度

中学生がどのようなテレビ番組を見て、どのような感想を持っているのかを知り、放送と青少年に関する委員会の活動に活かすことを目的として平成18年度から実施することとなっている。

【概要】

- ・任期 6ヶ月間（平成18年度前期の場合は、平成18年4月～9月）
- ・毎月1回、自分が視聴した番組に関する意見を送付
- ・期間中に一回開催するモニター会議（夏休み期間中に開催予定）に出席

(4) 放送と青少年に関する調査研究

青少年委員会が2001年から2004年までに4年間にわたり実施してきた「青少年へのテレビメディア影響調査」（4年間追跡調査）に関しては、2005年2月に調査結果をまとめ、報告会および「テレビはこどもたちに何ができるのか」をテーマにシンポジウムを開催した。

平成17年度は、この4年間にわたる追跡調査の膨大な資料を整理・編集し「総合報告書」として取りまとめ公表した。

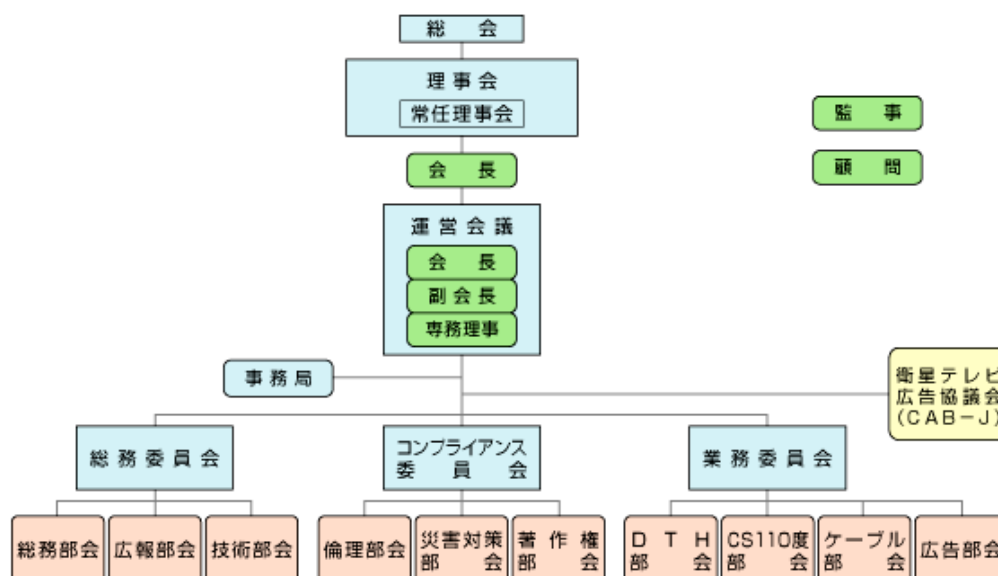
2 社団法人 衛星放送協会（衛放協）の取組み

「社団法人衛星放送協会 放送基準」及び「特定放送基準・ガイドライン」を策定し、自主的に番組を規律している。

また、倫理部会において、推奨する番組のキャンペーン、青少年と放送に関する講演会等を実施している。

【図表 1 2 - 衛星放送協会 組織図】

(HP [http://www.eiseihoso.org/]から引用)



○ 「家族みんなで見て欲しい番組キャンペーン」の実施

- ・1999～2003 年の間、年一回、計 4 回実施
- ・放送事業者から趣旨に合う番組のエントリーを受付
- ・ガイド誌に記事を掲載。参加チャンネルでスポットの放送を実施
- ・おすすめ番組を家族一緒に見ることで、「家族の会話を活性化」させ、児童、青少年の情操を豊かにし、健全な心身の発達に貢献することを目的とする。

【図表 1 3 - 衛星放送協会放送基準（抜粋）】

- 児童及び青少年の人格形成に対する影響を考慮し、健全な精神を尊重させるよう配慮する。
- 児童向け番組には、児童の品性を損なったり、児童の心身に過度な影響を与えるような言葉や表現・内容がないように注意する。
- 武力や暴力を表現する場合には、児童及び青少年に対する影響がないよう考慮する。
- 法律で未成年者に禁じられている行為を正当化することのないようにする。
- 性に関する事柄は、未成年者に配慮のうえ、いたずらに嫌悪感をもたらさないようにする。

【図表 1 4－成人向けエンターテインメント放送基準・ガイドライン（抜粋）】

- 各放送事業者は、成人番組を放送することについて、各放送の番組審議委員会の意見を尊重し事業者の自主的責任によって行うことを原則とする。
- 成人向け番組の放送は、スクランブル措置を取ることとする。
- 二十歳未満の者の視聴制限を徹底するため視聴禁止の告知・視聴手続き過程での制限等可能な措置を行うこととする。
- 青少年の視聴を制御するためのペアレンタルロック機能を使用する。

3 社団法人 日本民間放送連盟（民放連）の取組み

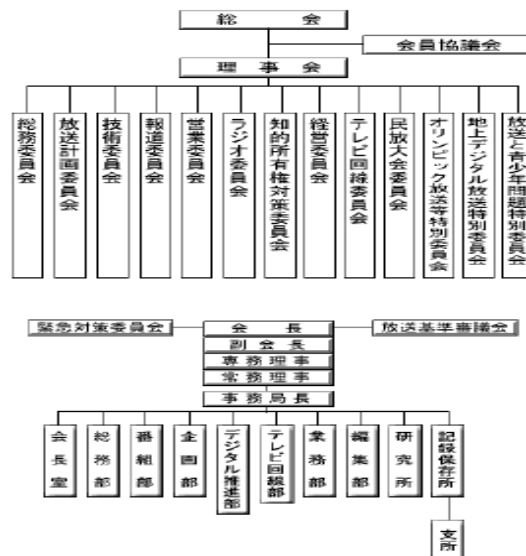
1999年に放送基準審議会が『青少年と放送』問題への対応策』を決定して以降、2001年には「放送と青少年問題」対応策の進捗状況』を公表し、フォローアップを行っている。

なお、対応策は以下の三つの柱で構成している。

- I. 「青少年と放送」に関する申し合わせ
- II. 「青少年と放送に関する調査研究会」提言に沿った取組み
- III. 民放連会員各社への要望

【図表 1 5－日本民間放送連盟 組織図

（HP [<http://www.nab.or.jp/>]から引用）】



Ⅱ. 「青少年と放送に関する調査研究会」提言に沿った取組みについては、主として以下のとおり対応している。

(1) 青少年向けの放送番組の充実（「青少年に見てもらいたい番組」の放送）

「青少年に見てもらいたい番組」は、「青少年の知識や理解力を高め、情操を豊かにする番組を各放送事業者は少なくとも週3時間放送する」との申し合わせに基づき、1999年10月改編時から民放テレビ全社で実施しているものである。民放テレビ各社は春・秋の改編期ごとに「青少年に見てもらいたい番組」を自主的に選定し、自社のホームページなどで公表するほか、民放連が民放テレビ前者の番組を取りまとめ、公表している。

【図表16－「青少年と放送に関する調査研究会」（郵政省（当時）提言）】

心身ともに成長過程にある青少年に大きな影響力を有する放送には、この面における貢献が大いに期待されるというべきであり、何よりも放送事業者には、青少年に種々の教育的効果をもたらし、夢や希望を与えるような放送番組の充実を図っていくことが望まれる。

(2) 第三者機関等の活用

NHKと民放連は、放送事業者による自主的な第三者機関として、2000年4月1日、「放送と青少年に関する委員会（青少年委員会）」を設置した。青少年委員会は放送事業者を除く有識者7名で構成。視聴者から寄せられる青少年に対する放送の在り方や放送番組への意見をもとに、各放送局への意見の伝達と審議を行い、その審議結果と放送事業者の対応等を公表する。さらに、青少年が視聴する番組の向上に向けた意見交換や調査研究を通して、視聴者と放送事業者を結ぶ“回路”としての役割を担う。

4 CS放送成人番組倫理委員会（CS成倫）

CS放送上で放送される成人番組の内容についての倫理基準を定め、番組審査のガイドラインを設け、これを遵守するため、業界で自主的に設立された団体。

番組審査に関し「番組審査基準」「番組審査に関するガイドライン」を策定し、番組審査は、加盟各社の審査員によって自主的に運営されている。

各社の審査員はCS放送成人番組倫理委員会が定めた「審査基準」、「ガイドライン」に準拠し、「成人向け番組」と各社が判断した番組を審査。各社において、概ね、第1～5次までの審査を各社の判断により自主的に実施されている。

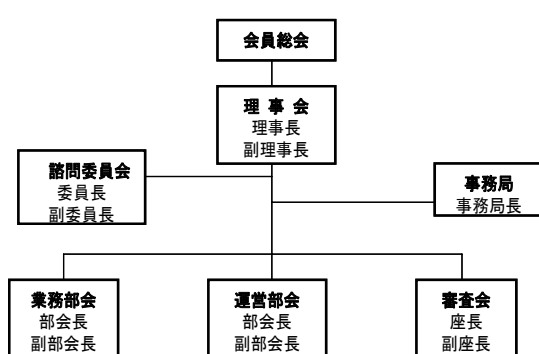
審査後、各社が放送可能と判断した番組は、CS成倫事務局に登録後、CS成倫マークを該当する作品・番組の放送冒頭に3秒以上の間、編集・挿入し放送している。

◆各社による審査例

- 【第一次審査】（ガイドラインにより放送対象の可否を判定）
- 【第二次審査】（CS成倫基準に従って修正を要する箇所の判定）
→修正すべき箇所がある場合は修正して次の審査に進む。
- 【第三～四次審査】（一次修正後の審査）
→なお修正すべき箇所がある場合は、差し戻して修正し、改めて審査する。
- 【第五次審査】（放送完パケ後の審査）
→なお修正すべき箇所があれば修正する。最終的に不可となれば放送しないこともありうる。

【図表 17 - CS放送成人番組倫理委員会 組織図

（HP [<http://www.seirin.org/>]から引用）】



【各組織の役割】	
会員総会	会の最高決定機関。正会員で構成し、会則の変更、事業収支、予算、役員など重要事項を審議する。
理事会	会の執行機関。正会員で構成。
諮問委員会	有識者で構成。CS成倫の番組倫理・諸活動に関する事項に関し、理事会の諮問に応える。
審査会	会員各社の番組審査員で構成。各社の番組審査を円滑に実施し、審査水準をレベルアップするための活動を行う。
運営部会	正会員で構成。CS成倫の研修会の企画運営等運営全般に関する活動を行う。
業務部会	正会員で構成。広報やマーケティング等普及推進、啓発に関する活動を行う。

【図表 18 - 青少年保護に関する番組規律等】

◆放送法

・第3条の2：「番組準則」

放送事業者は、国内放送の放送番組の編集に当たっては、次の各号の定めるところによらなければならない。

1 公安及び善良な風俗を害しないこと。

2～4 (略)

・第3条の3：「番組基準」

放送事業者は、放送番組の種別及び放送の対象とする者に応じて放送番組の編集の基準を定め、これに従って放送番組の編集をしなければならない。

2 【略】

◆日本民間放送連盟：「放送基準」

・3章 「児童および青少年への配慮」

～特に(18)で、「放送時間帯に応じ、児童および青少年の視聴に十分配慮する」との項目を設け、テレビ番組では、午後5時～9時に放送する番組について、とりわけ児童の視聴に十分、配慮することを求めている。

・8章 「表現上の配慮」

・9条 「暴力表現」

・11章 「性表現」

◆日本CATV連盟：「自主制作番組・放送番組基準」(1997年)

～「児童及び青少年への配慮」を求めている

◆「ケーブルテレビ番組供給者協議会」(番組供給事業者の団体)：「供給番組自主基準」

～「未成年者に悪影響を与える恐れのあるものは取り扱わない」

◆CS放送：「放送関係審査基準」

～「公安及び善良な風俗を害しないこと。特に、委託して行わせる放送の放送番組に成人向け番組が含まれる場合は、当該番組の視聴契約に際し、視聴者が視聴可能年齢以上であることを確認した上で視聴契約を締結するとともに、ペアレンタルロック等の青少年保護措置を講ずるものであること。」

◆CS放送：放送法施行規則の別表第12号

～「委託放送業務認定申請書」に「番組の分野、主たる言語、成人向け番組の有無」を記載すること

※「成人向け番組」とは「性的好奇心をそそるため性的な行為を表す場面又は衣服を脱いだ人の肢体の映像を見せる番組で、青少年に有害な影響を与える恐れのある放送番組」をいうとされた。なお、電気通信役務利用放送事業者においては、「成人向け番組」に対する特段の規制は無い。

◆ペアレンタルロック【放送法施行規則別表第13号(8)】

～視聴年齢制限の情報を付加して放送された放送番組について、視聴可能年齢を受信機に登録し、かつ、暗唱番号を設定することにより、登録された年齢未満の者の視聴の排除を可能とする機能をいう。(放送法施行規則及び審査基準により義務付け)

第2章 放送分野におけるその他の課題

本検討会において、放送分野における視聴者保護の観点から、一般の視聴者が抱えている問題点として、次のような意見が挙げられたので、その事実関係及び問題点の整理を行った。

第1節 消費者金融関係のCM

消費者金融のCMについては、「日本民間放送連盟 放送基準」では従来から、金融業のCMについて「業者の実態・サービス内容が視聴者の利益に反するものは取り扱わない。」（137）と定め、視聴者の利益に配慮する観点から自主規制を行ってきた。

しかし、消費者金融CMについて、特に1990年代後半から、“安易な借入”を助長する表現内容を含んだものなど、放送基準の規定から逸脱した事例が見られるとの意見が寄せられ、また、日本経済の厳しい環境下、多重債務や自己破産の増加が社会問題化するなど、これらのCMを取り扱う放送事業者の社会的責任も問われることになってきた。

このような事態を受けて、2002年12月20日にBPO・青少年委員会から「消費者金融CMに関する見解」と要望が民放各社に出され、これを受け、日本民間放送連盟・放送基準審議会は2003年3月5日に、「消費者金融CMの取り扱いに関する放送基準審議会見解」をまとめた。その概要は、次のとおりである。

【図表19－「消費者金融CMの取り扱いに関する放送基準審議会見解」（民放連 2003年3月5日）で示された指針の概要】

- ① 安易な借り入れを助長する表現の排除
- ② 児童・青少年への配慮
～啓発型CMを除き午後5時～午後9時の時間帯での放送自粛
- ③ 貸付条件の明示
～貸金業規制法に規定する貸付利率および遅延損害金、年齢制限については、視聴者が十分視認可能となるよう一定以上の文字の大きさと秒数（3.0秒程度）を確保
- ④ 啓発文言の充実
～「使いすぎ借りすぎへの注意」「計画的な借り入れ」に加え、「貸付条件の確認」についての注意喚起と、一定以上の文字の大きさと秒数（1.5秒）を確保した表示
- ⑤ URL表示の制限

2003年7月には同見解を改正し、「2. 児童・青少年への配慮」に、「なお、児童向け番組、各局が選定する『青少年に見てもらいたい番組』、児童・中学生・高校生が主体となるアマチュアスポーツ等のイベント番組には、上記時間はもとよりその他の時間帯においても、啓発型CMを含め消費者金融CMを放送しない」との規定を追加した。また、2004年4月には、この見解をふまえて、放送基準（138）を新設した。

さらに、金融サービスの多様化などを受け、銀行本体などが個人向け無担保貸し付けサービスを開始する動きが顕在化したことから、2005年10月、視聴者の利益に十分配慮する姿勢を改めて確認するとともに、放送基準審議会見解を改正し、「根拠法のいかんを問わず、下記の指針に基づき取り扱うこととする」との文書を加え、適用範囲を明確化した。

【図表20－日本民間放送連盟・放送基準 17章 金融・不動産の広告】

（137）

「金融業の広告で、業者の実態・サービス内容が視聴者の利益に反するものは取り扱わない。」

（138）

「消費者金融のCMは、安易な借入れを助長する表現であってはならない。特に、青少年への影響を十分考慮しなければならない」

その後、2006年3月に、消費者金融会社の大手7社が、「多重債務問題に正面から向きあい健全な市場構築を目的として」4月1日からテレビCMの自粛時間を延長し、自主規制を強化すると発表した。これまでの午後5時～午後9時のCM自粛時間を午後10時まで延長し、午前7～9時の放映も見合わせ、午後10時から午前0時の深夜帯には、1社あたり月間100本（15秒換算）を上限とする、という内容である。

放送は消費者に対する影響が最も大きなメディアとして、視聴者保護の観点から消費者金融CMの取り扱いに慎重を期すべきことに今後も変わりはないが、消費者団体等からは、借り手の意識を啓発するようリスク情報を含めた告知などを含めて更なる取り組みを求める声も挙がっている。

第2節 高齢者への配慮

1 放送のデジタル化と高齢者の生活

テレビ放送は生活に最も身近なメディアであり、特に在宅時間の長い高齢者のテレビ視聴時間は長い。高齢者では1日の視聴時間が60代で4時間42分、70歳以上では5時間34分と、国民全体平均の3時間39分を大きく上回る（NHK国民生活時間調査2005年）。それだけに地上テレビ放送のデジタル化は高齢者や障害者の生活そのものに大きく関わる問題となる。

平成23年の完全移行を目指して平成15年末に開始した地上デジタル放送は、その後順調に視聴可能地域を拡大し、本年末までには全都道府県庁所在地で放送が開始する予定である。受信機も順調に普及し、NHKの発表によると、本年2月末における地上デジタル放送受信機の普及は約921万台となった（BSデジタル放送受信機は1,172万台）。

一方、アンテナ交換に伴う経済的負担や「デジタル」機器そのものに対する敬遠などから、デジタル化に対する一般視聴者の拒否反応も残っており、わざわざテレビを買い換えてまでデジタル化が必要かという議論も消費者団体の一部では行われている。

この背景には、デジタル放送のメリットとして、マーケティング上の要請もあり、高画質化・高音質化や双方向サービスなどの機能の高度化のみがクローズアップされ、特別の機器がなくても日本語字幕放送や解説放送などの副音声機能が標準装備されているというようなデジタル化のもう一方の利点が一般に認知されていないことがあるのではないかと考えられる。

また、インターネットの急速な普及により、国民の約7割が利用するまでになったが（携帯端末を含む、通信利用動向調査2004より）、高齢者の利用は増大しているとはいえ青壮年層とは未だ大きな格差がある（65-69歳27.3%、70-79歳15.4%/前掲調査より）。高齢になってからPCの操作を覚えるのは困難を伴うので、この格差を狭めることには、一定の限界があるであろう。従って今後も年齢による情報格差（いわゆるデジタルデバインド）は高齢者の生活の質を低下させる要因となり得る。

この点においても、放送のデジタル化により、生活に身近なテレビで双方向サービスを使って情報サービスが簡単に受けることができれば、高齢者の生活の質を高め、ユビキタス社会のメリットを享受することが期待される。

以下において、デジタル放送を活用した高齢者サービスの実験事例につき紹介する。

2 高齢者向け放送サービス

高齢者は誰でも加齢により音が聞こえづらくなるため、半数以上の高齢者は、周囲が多少騒がしくなるとテレビの音量が聞き取れなくなり、番組や内容によって言葉が聞き取りづらくなるというアンケート結果が出ている。(筑波技術短大テクノレポートNO. 8 2001に掲載されたアンケートによる)。

デジタル放送は、特別なデコーダを必要とせずに字幕を付与することが視聴者側の操作で可能になっており、字幕付放送の要望は高齢者だけでなく、家事をしながら視聴する主婦や日本語を聞き取りづらい外国人の間にもあるため、ユニバーサルデザインの視点からも一層の拡充が望まれるとする意見もある。

なお、音声についても、NHKでは番組の音楽や効果音を小さくして台詞を聞きやすくする副音声サービスの試行番組を放送するなど取組みが始められており、また受信機メーカーでもデジタル技術を活用して音声をゆっくり又ははっきり聞こえるように変換するテレビを開発し発売している。

3 デジタル放送を活用した行政サービスの試み

平成15年3月から平成16年2月の1年間、大阪府豊中市において、デジタル放送を活用した実証実験が高齢者世帯47世帯(平均年齢69.4歳)を対象に行われた。これは、110度CS放送のe p放送のインターネット接続可能な専用受信機を利用して、高齢者向け福祉情報サービスを対象に、通信と放送を融合した行政情報サービス(介護相談や諸手続きなど)の提供を行ったものである。利用者の評価によると、画面の操作性や文字・画像の大きさは充分満足でパソコンより読みやすい、リモコン操作(大型の専用リモコンも用意された)も違和感なく問題ない、など良好であった。(豊中市ホームページ「デジタル放送を活用した行政サービスの必要性」レポートによる)

このように、普段なじみのあるテレビとリモコンという機械であれば、高齢者であっても充分使いこなせることが実証されている。現在のBSデジタル放送の双方向サービスにおいて、利用のための会員登録画面の使いにくさ

が若い世代からは指摘されるが、ソフトウェアキーボードをリモコンのカーソルボタンにより操作するという仕様は、むしろ高齢者にこそ親和性が高いと言えるかもしれない。

高齢者や機械に弱い人たちにとっては、高機能なデジタルテレビやデジタル録画機の使いにくさが指摘されることが多いが、接続と設定さえ支援すればパソコンに比べてはるかに簡単な操作で情報サービスにアクセスできる。この点で放送事業者、受信機メーカー双方による広報に加えて、販売時点（直後）の販売店の役割も重要である。

4 高齢者向け番組

先に述べたように、高齢者のテレビ視聴時間は他の年代層に比べて長いが、高齢者からは高齢者向けの番組が少ないという声があがっている。放送番組を評価する尺度のひとつとなっている個人視聴率の調査において、成人の年齢区分は、20～34歳、35～49歳、50歳以上の3区分（場合により、19歳以下の視聴率調査が行われる）であり、「高齢者」を対象とした調査は行われていない（50歳以上のサンプルの年齢別構成は不明）。広告主としても、広告にあまり影響されない高齢者はマーケティングの対象になりにくいので、一部の長寿番組を除いては、高齢者を主な視聴ターゲットとした番組作りは営業上困難であるとされる。

一方、CS多チャンネル放送では、さまざまな視聴者の嗜好に応えた多様なチャンネルから視聴者が自由に選択できるのが最大のメリットのひとつであるので、高齢者の嗜好にあった時代劇や囲碁将棋のチャンネルが視聴者を確実に獲得している。CS多チャンネル放送では、高齢者にわかりやすいチャンネルの選択方法や番組情報の提供と料金の設定、さらに受信機器設置と設定支援など、高齢者向けサービスの拡充を望む声もある。

第3節 国民生活センター等に寄せられた苦情より

消費者が商品・サービスに関する苦情や事業者との間に生じた取引上のトラブルについて相談する公的機関としては、都道府県・市区町の消費生活センターのほか中央に国民生活センターが置かれている。インターネットで公開されている国民生活センター消費生活相談データベースで「放送サービス」に関する相談内容を検索し分析した。

1 相談内容の概要

2005年度の放送サービスに関する相談は全部で3,580件あった。このうち、「契約・解約」に関する相談が最も多く、2,871件。以下、多い順に、「販売方法」1,331件、「料金」575件、「接客対応」422件、等であった（ひとつの相談で複数の分類に属するものはそれぞれの分類で重複カウントしている）。

2 いわゆる「当選商法」について

「契約・解約」の4分の1（724件）及び「販売方法」の半分近く（638件）を占める相談・苦情は、いわゆる「当選商法」に関わるものだった。消費者相談データベースでは、衛星放送と有線放送の相談事例が紹介されているが、「当選商法」とは、“「当選した」「景品が当たった」などと特別な優位性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する商法”（国民生活センターホームページの定義による）である。

3 その他の特徴的な相談

契約や販売方法に関係する相談のほかに、事業者によれば、有料放送に特有の相談として、件数としては必ずしも多くはないが、料金体系やサービス利用のわかりにくさに起因する相談があるという。

料金や請求に関する相談について、契約期間途中での解約に際しての月ぎめ料金の精算など料金体系の問題、ペイ・パー・ビューの視聴料請求に関する疑問などがあげられる。また、解約や変更の手続きをコールセンターの自動音声応答やWebサイトでの手続きを求められても特に高齢者には使用方法が分かりづらく、解約手続きができない、あるいは解約したつもりが手続

き不備のため料金が請求されてくる、といった相談も見受けられる。

第4節 CS多チャンネル放送視聴者の契約相手誤信に伴う問題

スカパーのCS放送の契約者は、プラットフォーム事業者であるスカパーを通じて契約しているため、実際の契約相手が放送事業者であるにもかかわらず、契約者の多くがプラットフォームと契約していると誤信しているのが実状である。そのため、個人情報の取扱い主体が契約者には分かりにくくなっており、たとえば放送事業者からダイレクトメールを受け取った場合に個人情報が漏えいしたのではないかという疑義が生じることがある。

これは、個人情報の取扱いと契約について、それぞれ一次的に対応する者と実際に契約する相手が異なっていることに起因していると思われ、視聴者に対するより丁寧な説明が望まれるものと考ええる。

おわりに

本検討会は、放送分野における視聴者保護を考えていく中で、まず、緊急の課題として、全面施行から1年を迎える個人情報保護法と放送分野の指針の問題点を取り上げ、放送分野の指針において見直すべき点について検討を行った。

広告主やデジタル受信機等に関わる問題点については、放送分野の指針の見直しや、放送事業者等に求められる対応の方向性を示し、今後は、その成果を期待するとともに、引き続き、個人情報保護法の動向、また、個人情報保護の運用の実態についても、注視していくことが重要である。

また、その他の視聴者保護については、今回は、第1編で取り上げた個人情報保護との関連の深いテーマを中心に取り上げたが、十分な議論には至らず、その現状に関する調査及び事実の確認に留まることとなった。これらの問題を検討するに当たり、海外の放送分野における取組みについて調査・分析することも必要であるが、今回は、時間の制約もあり、とりあえず把握している内容の一端を、別添資料に紹介するに留めた。

今後、内外の事情を十分調査の上、継続的に検討されることを期待する。

〈資料編〉

【資料目次】

(頁)

資料 1	「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」 構成員名簿	71
資料 2	「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」 開催要綱	72
資料 3	「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」 開催状況	73
資料 4	「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」 のヒアリングにおける発表者一覧	74
資料 5	「放送受信者等の個人情報保護に関する指針」(平成 16年8月31日総務省告示第696号)	75
資料 6	分野別ガイドライン等比較一覧	88
資料 7	放送分野の指針とプライバシーマークの比較	99
資料 8	プライバシーマーク制度とI SMS認証制度	100
資料 9	双方向サービスの画面遷移図	102
資料 10	インターネットにおける青少年保護—フィルタリングの概要—	109
資料 11	海外の放送分野における青少年保護の現状	111
資料 12	スカパー！契約約款(抜粋)	114
資料 13	受信者情報取扱事業者へのアンケート集計結果	115

「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」

構成員名簿

(敬称略・五十音順)

	秋元 洋子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟事務局長
	大谷 和子	株式会社日本総合研究所法務部長
座長	苗村 憲司	情報セキュリティ大学院大学教授
	羽鳥 光俊	中央大学理工学部電気電子情報通信工学科教授
	藤原 静雄	筑波大学大学院ビジネス科学研究科教授
	村上 政博	一橋大学大学院国際企業戦略研究科教授
	森本 哲夫	財団法人放送セキュリティセンター理事長

【検討会事務局：財団法人 放送セキュリティセンター】

「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」開催要綱

1 背景・目的

昨年4月に「放送受信者等の個人情報の保護に関する指針」等が施行され、放送事業者等は各自ガイドラインを策定する等、認定個人情報保護団体は、対象事業者の登録や事業者・視聴者からの苦情・相談の処理等、個人情報保護に対して取り組んでいるところ。他方、これらの取組の評価及び実効性確保のため、諸々の課題の解決が求められている。

また、放送分野においては、デジタル化が進展し、受信機の高機能化・多機能化により、取り扱われる個人情報がさらに多様化、取扱いも様々なものになってくることが考えられ、検討は、個人情報保護に留めることなく視聴者保護全体に拡大して行う必要が出てきている。

このような状況を踏まえ、放送分野における視聴者保護の確保・充実の観点から、受信機における技術的対応の在り方等、これら諸課題を分析し、その解決方策を検討することを目的として、本検討会を開催する。

2 名称

本会の名称は「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」とする。

3 検討事項

(1) 個人情報保護関係

- ① 指針の見直しの必要性・方向性
- ② 個人情報の取扱いの適正性の評価及び実効性の確保の方法
- ③ 受信機の抱える問題点と技術的な解決方法

(2) 広い意味での「視聴者保護」関係

- ① 放送分野において保護すべき放送受信者等の権利利益
- ② 権利利益を保護するための方法等
- ③

4 構成・運営

- (1) 本会の構成員は別紙のとおりとする。
- (2) 本会には、座長を置く。
- (3) 座長は、構成員の互選により定める。
- (4) 座長は、本会を招集し、主宰する。
- (5) 座長は、上記の他、本会の運営に必要な事項を定める。
- (6) 本会は、(財)放送セキュリティセンターを事務局とする。

5 開催期間

平成18年1月下旬から3月まで3回程度の開催を予定する。

「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」開催状況

回数	年月日	議題
第1回	平成18年1月30日(月)	<ul style="list-style-type: none"> ○放送分野における個人情報保護の現状 ○放送分野における個人情報保護指針の見直しについての要望事項 ○デジタル放送システムの現状 ○個人情報保護に関する取組の認証制度 ○ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> (1) 指針におけるスポンサーの位置づけについて (2) デジタル放送規格の現状について
第2回	平成18年2月23日(木)	<ul style="list-style-type: none"> ○受信者情報取扱事業者へのアンケート集計結果 ○指針の見直し <ul style="list-style-type: none"> (1) スポンサーに関する課題 (2) 受信機等における技術的な課題 ○視聴者から寄せられた放送サービスに関する苦情 ○国内・海外放送における視聴者保護(青少年保護) ○その他の青少年保護に関する取組み ○ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> (1) NVRAMに関する運用状況及びの現在の課題等について (2) IPによる双方向サービスの状況等について
第3回	平成18年3月7日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ○報告書骨子案の討議 ○ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・放送に対する一般消費者の声について

「放送分野における視聴者保護の在り方に関する検討会」
のヒアリングにおける発表者一覧

回数	年月日	ヒアリング事項	発表者
第1回	平成18年 1月30日(月)	(1) 指針におけるスポンサー の位置づけについて (2) デジタル放送規格の現状 について	TBSラジオ&コミュニ ケーションズ (社) 電波産業会
第2回	平成18年 2月23日(木)	(1) NVRAMに関する運用 状況及びの現在の課題等 について (2) IPによる双方向サービ スの状況等について	株式会社ビーエス・アイ 日本放送協会
第3回	平成18年 3月7日(火)	○放送に対する一般消費者の 声について	秋元洋子委員

※第1回～第3回において、関係者ヒアリングを実施。

○総務省告示第六百九十六号

個人情報保護に関する法律（平成十五年法律第五十七号）第六条第三項及び第八条の規定に基づき、放送受信者等の個人情報の保護に関する指針を次のように定めたので告示する。

平成十六年八月三十一日

総務大臣 麻生 太郎

放送受信者等の個人情報の保護に関する指針

（目的）

第一条 この指針は、放送受信者等の個人情報の適正な取扱いに関し、個人情報保護に関する法律（平成十五年法律第五十七号。以下「法」という。）の規定に基づき及びこれに基づく政府の基本方針にのっとり、放送受信者等の個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等の内容を明らかにすることにより、放送受信者等の個人情報の有用性に配慮しつつ、放送受信者等の権利利益を保護するとともに、放送の健全な発達に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この指針において使用する用語は、法において使用する用語の例によるほか、次の定義に従うものとする。

- 一 「放送」とは、公衆によって直接受信されることを目的とする無線通信又は有線電気通信の送信をいう。
- 二 「放送受信者等」とは、次に掲げる者をいう。
 - イ 放送の受信に関する契約を締結する者
 - ロ 放送番組を視聴する者
 - ハ 放送番組の視聴に伴い行われる情報の電磁的方式による発信又は受信を行う者
 - ニ 放送の受信、放送番組の視聴又はハの発信若しくは受信に関し料金（放送法（昭和二十五法律第百三十二号）第三十二条第二項に規定する受信料を含む。以下同じ。）又は代金を払う者
 - ホ 放送の受信、放送番組の視聴又はハの発信若しくは受信に係る勧誘（当該勧誘に必要な準備行為を含む。）の対象となる者
- 三 「受信者情報取扱事業者」とは、放送受信者等の個人情報データベース等を事業の用に供している個人情報取扱事業者をいう。ただし、当該個人情報取扱事業者がその商品又は役務の提供について広告放送により広告をする者である場合には、次に掲げる者に限る。
 - イ 当該広告放送をする者
 - ロ 当該広告放送をする者の親会社（財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関

する規則（昭和三十八年大蔵省令第五十九号）第八条第三項に規定する親会社をいう。）

八 当該広告放送をする者から直接放送受信者等の個人情報を取得する者

四 「視聴履歴」とは、放送受信者等の個人情報であって、放送番組の視聴の開始の日時及び終了の日時並びに当該放送番組を特定することができるものをいう。ただし、当該開始の日時の一ごとに本人の同意を得ないで取得することができるものに限る。

五 「口座番号等」とは、口座振替の方法により支払いをしている放送受信者等に係る預金口座又は貯金口座の口座番号、クレジットカード番号その他特定の放送受信者等の口座を識別することができる情報（他の情報と容易に照合することができ、それにより当該口座番号、当該クレジットカード番号又は当該口座を識別することができることとなるものを含む。）であって、個人情報であるものをいう。

（適正な取扱い）

第三条 放送受信者等の個人情報データベース等を事業の用に供している者（国の機関、地方公共団体、独立行政法人等及び地方独立行政法人を除く。）は、個人情報が、個人の人格尊重の理念の下に慎重に取り扱われるべきものであることにかんがみ、次に掲げるところに従って、放送受信者等の個人情報の適正な取扱いに努めなければならない。

一 放送受信者等の個人情報は、その利用目的が明確にされるとともに、当該目的の達成に必要な範囲内で取り扱われること。

二 放送受信者等の個人情報は、不正の手段で取得されないこと。

三 放送受信者等の個人情報は、その利用の目的の達成に必要な範囲内で正確かつ最新の内容に保たれること。

四 放送受信者等の個人情報の取扱いに当たっては、漏えい、滅失又はき損の防止その他の安全管理のために必要かつ適切な措置が講じられるよう配慮されること。

五 放送受信者等の個人情報の取扱いに当たっては、本人が適切に関与し得るよう配慮されること。

（利用目的の特定）

第四条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人情報を取り扱うに当たっては、その利用の目的（以下「利用目的」という。）をできる限り具体的に特定しなければならない。

2 受信者情報取扱事業者は、第三者への提供を利用目的とする場合には、当該利用目的において、当該第三者の範囲を、当該第三者のすべての氏名若しくは名称の表

示、当該第三者のすべてのみが行う業務の種類を表示又はその他の客観的に当該第三者を特定できる方法による表示をすることにより、できる限り具体的に明らかにしなければならない。

3 受信者情報取扱事業者は、複数の事業の用に供することを利用目的とする場合には、当該利用目的において、当該複数の事業の各々の内容をできる限り具体的に特定しなければならない。

4 受信者情報取扱事業者は、利用目的を変更する場合には、変更前の利用目的と相当の関連性を有すると合理的に認められる範囲を超えて行ってはならない。

(利用目的による制限)

第五条 受信者情報取扱事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、前条の規定により特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、放送受信者等の個人情報を取り扱ってはならない。

2 受信者情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の受信者情報取扱事業者から事業を承継することに伴って放送受信者等の個人情報を取得した場合は、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。

3 前二項の規定は、次に掲げる場合については、適用しない。

一 法令に基づく場合

二 人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき。

三 公衆衛生の向上又は児童の健全な育成の推進のために特に必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき。

四 国の機関若しくは地方公共団体又はその委託を受けた者が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合であって、本人の同意を得ることにより当該事務の遂行に支障を及ぼすおそれがあるとき。

(取得の範囲の制限)

第六条 受信者情報取扱事業者は、その事業に必要な範囲を超えて、放送受信者等の個人情報を取得しないよう努めなければならない。

2 受信者情報取扱事業者は、放送の受信、放送番組の視聴若しくは放送番組の視聴に伴い行われる情報の電磁的方式による発信若しくは受信に関し料金若しくは代金の支払いを求める目的又は統計の作成の目的のために必要な範囲を超えて、視聴履歴を取得しないよう努めなければならない。

3 受信者情報取扱事業者は、放送の受信、放送番組の視聴又は放送番組の視聴に伴い行われる情報の電磁的方式による発信若しくは受信に関し料金又は代金の支払いを求める目的のために必要な範囲を超えて、口座番号等を取得しないよう努めな

なければならない。

(適正な取得)

第七条 受信者情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により放送受信者等の個人情報を取得してはならない。

(取得に際しての利用目的の通知等)

第八条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人情報を取得した場合は、あらかじめその利用目的を公表している場合を除き、速やかに、その利用目的を、本人に通知し、又は公表しなければならない。

2 受信者情報取扱事業者は、前項の規定にかかわらず、本人との間で契約を締結することに伴って契約書その他の書面(電子的方式、磁気的方式その他の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録を含む。以下この項において同じ。)に記載された当該本人の個人情報を取得する場合その他本人から直接書面に記載された当該本人の個人情報を取得する場合は、あらかじめ、本人に対し、その利用目的を明示しなければならない。ただし、人の生命、身体又は財産の保護のために緊急に必要がある場合は、この限りでない。

3 受信者情報取扱事業者は、利用目的を変更した場合は、変更された利用目的について、本人に通知し、又は公表しなければならない。

4 前三項の規定は、次に掲げる場合については、適用しない。

一 利用目的を本人に通知し、又は公表することにより本人又は第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合

二 利用目的を本人に通知し、又は公表することにより当該受信者情報取扱事業者の権利又は正当な利益を害するおそれがある場合

三 国の機関又は地方公共団体が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合であって、利用目的を本人に通知し、又は公表することにより当該事務の遂行に支障を及ぼすおそれがあるとき。

四 取得の状況からみて利用目的が明らかであると認められる場合

(データ内容の正確性の確保)

第九条 受信者情報取扱事業者は、利用目的の達成に必要な範囲内において、放送受信者等の個人データを正確かつ最新の内容に保つよう努めなければならない。

(安全管理措置)

第十条 受信者情報取扱事業者は、その取り扱う放送受信者等の個人データの漏えい、滅失又はき損の防止その他の放送受信者等の個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じなければならない。

(管理責任者)

第十一条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データの安全管理について

は、放送受信者等の個人情報の管理に関する責任者を置かなければならない。

(安全管理規程)

第十二条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データの安全管理については、安全管理のための基本的な事項を定めた安全管理規程を作成しなければならない。

2 受信者情報取扱事業者は、定期的に、社会経済情勢の変化、安全管理のための措置の実施の状況等を勘案しつつ、前項の安全管理規程について、見直しを行わなければならない。

(取扱いの管理)

第十三条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データの安全管理については、放送受信者等の個人データの取扱いの管理に関して、次に掲げる措置を講じなければならない。

一 放送受信者等の個人データの記録された物を保管する場所への出入りの管理(当該出入りを行うことに必要な権限を有する者の範囲の限定を含む。)

二 放送受信者等の個人データ(個人情報データベース(個人情報を含む情報の集合物であって、特定の個人情報を電子計算機を用いて検索することができるように体系的に構成したものをいう。以下この条において同じ。))を構成するものに限る。)に係るアクセス(電子計算機を作動させ、情報の利用をし得る状態にさせることをいう。以下この条において同じ。)を行うための電子計算機の利用の管理

三 前二号の場所からの個人データの記録された物の持出しの管理(当該持出しの方法の限定を含む。)

四 放送受信者等の個人データ(個人情報データベースを構成するものに限る。)に係るアクセスの管理(当該アクセスを行うことに必要な権限を有する者の範囲の限定、当該アクセスを行おうとする者が当該権限を有する者であることの確認及び当該アクセスの記録の保管を含む。)

五 放送受信者等の個人データの記録された物の紛失、盗難及びき損を防止するために必要な措置

六 放送受信者等の個人データ(個人情報データベースを構成するものに限る。)に係る電気通信回線を通じた不正なアクセスを防止するために必要な措置(視聴履歴等の管理)

第十四条 受信者情報取扱事業者は、視聴履歴(個人データであるものに限る。次項及び第十九条第二項において同じ。)又は口座番号等(個人データであるものに限る。次項及び第十九条第二項において同じ。)の記録された物を郵便又は信書便(民間事業者による信書の送達に関する法律(平成十四年法律第九十九号)第二条第二

項に規定する信書便をいう。)によって発送する場合には、当該物を封入する方法その他の当該物が送達されるまでの間当該視聴履歴又は口座番号等を見ることができないようにする方法により行うよう努めなければならない。

- 2 受信者情報取扱事業者は、視聴履歴又は口座番号等を電気通信回線設備(送信の場所と受信の場所との間を接続する伝送路設備及びこれと一体として設置される交換設備並びにこれらの附属設備をいう。)を用いて発信しようとする場合には、暗号を用いた方法その他の通信の当事者以外の者がその内容を復元できないようにする方法により行うよう努めなければならない。ただし、当該発信の場所と当該視聴履歴又は当該口座番号等の着信の場所との間を接続するすべての電気通信回線設備が特定の者に専用されるものであるときは、この限りでない。

(従業者の監督)

第十五条 受信者情報取扱事業者は、その従業者に放送受信者等の個人データを取り扱わせるに当たっては、当該個人データの安全管理が図られるよう、当該従業者に対する必要かつ適切な監督を行わなければならない。

- 2 受信者情報取扱事業者は、前項の監督を行うに当たっては、その従業者に対し、個人データの取扱いに係る従業者間の責任の分担及び放送受信者等の個人データの適正な取扱いについて、当該個人データの安全管理が図られるために必要な研修その他の啓発を行うよう努めなければならない。

(委託先の選定)

第十六条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データの取扱いの全部又は一部を委託する場合は、その取扱いを適正かつ確実に行うことができると認められる者の中から委託先を選定するための基準を定め、当該基準に従って、委託先を選定しなければならない。

(委託先の監督)

第十七条 受信者情報取扱事業者は、前条の場合は、その取扱いを委託された放送受信者等の個人データの安全管理が図られるよう、委託を受けた者(次項において単に「委託を受けた者」という。)に対する必要かつ適切な監督を行わなければならない。

- 2 受信者情報取扱事業者は、前項の監督を行うに当たっては、委託を受けた者との契約において、次に掲げる事項を適正かつ明確に定めるとともに、定期的に、社会経済情勢の変化、安全管理のための措置の実施の状況等を勘案しつつ、当該契約の内容について、見直しを行わなければならない。

- 一 委託を受けた者がその取扱いを委託された放送受信者等の個人データの漏えい、滅失又はき損の防止のために講じる必要かつ適切な措置の内容

- 二 受信者情報取扱事業者及び委託を受けた者の責任に関する事項(委託を受けた

者がその取扱いを委託された放送受信者等の個人データの取扱いに関して知り得た秘密を漏らしてはならない旨を含む。)

- 三 委託を受けた者がその取扱いを委託された放送受信者等の個人データの取扱いの全部又は一部を再委託する場合における当該再委託に関する事項(当該委託を受けた者が、その取扱いを適正かつ確実に行うことができると認められる者の中から再委託先を選定するための基準を定め、当該基準に従って再委託先を選定する旨及び当該再委託を受けた者に対する必要かつ適切な監督を行う旨を含む。)

(第三者提供の制限)

第十八条 受信者情報取扱事業者は、次に掲げる場合を除くほか、あらかじめ本人の同意を得ないで、放送受信者等の個人データを第三者に提供してはならない。

- 一 法令に基づく場合
 - 二 人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき。
 - 三 公衆衛生の向上又は児童の健全な育成の推進のために特に必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき。
 - 四 国の機関若しくは地方公共団体又はその委託を受けた者が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合であって、本人の同意を得ることにより当該事務の遂行に支障を及ぼすおそれがあるとき。
- 2 受信者情報取扱事業者は、第三者に提供される放送受信者等の個人データについて、本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止することとしている場合であって、次に掲げる事項について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置いているときは、前項の規定にかかわらず、当該個人データを第三者に提供することができる。
 - 一 第三者への提供を利用目的とすること。
 - 二 第三者に提供される個人データの項目
 - 三 第三者への提供の手段又は方法
 - 四 本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止すること。
 - 3 受信者情報取扱事業者は、前項第二号又は第三号に掲げる事項を変更する場合は、変更する内容について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置かなければならない。
 - 4 次に掲げる場合において、当該個人データの提供を受ける者は、前三項の規定の適用については、第三者に該当しないものとする。
 - 一 受信者情報取扱事業者が利用目的の達成に必要な範囲内において放送受信者

等の個人データの取扱いの全部又は一部を委託する場合

二 合併その他の事由による事業の承継に伴って放送受信者等の個人データが提供される場合

三 放送受信者等の個人データを特定の者との間で共同して利用する場合であつて、その旨並びに共同して利用される放送受信者等の個人データの項目、共同して利用する者の範囲、利用する者の利用目的及び当該個人データの管理について責任を有する者の氏名又は名称について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置いているとき。

5 受信者情報取扱事業者は、前項第三号の場合には、同号の共同して利用する者の範囲を、当該共同して利用する者のすべての氏名若しくは名称の表示、当該共同して利用する者のすべてのみが行う業務の種類を表示又はその他の客観的に当該共同して利用する者を特定できる方法による表示をすることにより、できる限り具体的に明らかにしなければならない。

6 受信者情報取扱事業者は、第四項第三号に規定する利用する者の利用目的又は個人データの管理について責任を有する者の氏名若しくは名称を変更する場合は、変更する内容について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置かなければならない。

(個人データの保存期間及び消去)

第十九条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データの保存期間を定めるよう努めなければならない。

2 受信者情報取扱事業者は、視聴履歴又は口座番号等の保存期間を定める場合には、当該保存期間がそれぞれ第六条第二項又は第三項に規定する目的のために必要な最短の期間とするよう努めなければならない。

3 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人データを取得した場合は、あらかじめその保存期間を公表している場合を除き、速やかに、その保存期間を、本人に通知し、又は公表するよう努めなければならない。

4 受信者情報取扱事業者は、第一項の規定により定めた保存期間が満了したときは、当該保存期間に係る個人データを消去するよう努めなければならない。

(保有個人データに関する事項の公表等)

第二十条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の保有個人データに関し、次に掲げる事項について、本人の知り得る状態(本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む。)に置かなければならない。

一 当該受信者情報取扱事業者の氏名又は名称

二 すべての放送受信者等の保有個人データの利用目的(第八条第四項第一号から第三号までに該当する場合を除く。)

三 次項、次条第一項、第二十二條第一項又は第二十三條第一項若しくは第二項の規定による求めに応じる手続(第二十六條第二項の規定により手数料の額を定めるときは、その手数料の額を含む。)

四 当該受信者情報取扱事業者が行う放送受信者等の保有個人データの取扱いに関する苦情の申出先

五 当該受信者情報取扱事業者が認定個人情報保護団体の対象事業者である場合にあっては、当該認定個人情報保護団体の名称及び苦情の解決の申出先

2 受信者情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される放送受信者等の保有個人データの利用目的の通知を求められたときは、本人に対し、遅滞なく、これを通知しなければならない。ただし、次の各号のいずれかに該当する場合は、この限りでない。

一 前項の規定により当該本人が識別される保有個人データの利用目的が明らかでない場合

二 第八条第四項第一号から第三号までに該当する場合

3 受信者情報取扱事業者は、前項の規定に基づき求められた保有個人データの利用目的を通知しない旨の決定をしたときは、本人に対し、遅滞なく、その旨を通知しなければならない。

(開示)

第二十一条 受信者情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される放送受信者等の保有個人データの開示(当該本人が識別される保有個人データが存在しないときにその旨を知らせることを含む。以下同じ。)を求められたときは、本人に対し、書面の交付による方法(開示の求めを行った者が同意した方法があるときは、当該方法)により、遅滞なく、当該保有個人データを開示しなければならない。ただし、開示することにより次の各号のいずれかに該当する場合は、その全部又は一部を開示しないことができる。

一 本人又は第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合

二 当該受信者情報取扱事業者の業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合

三 他の法令に違反することとなる場合

2 受信者情報取扱事業者は、前項の規定に基づき求められた保有個人データの全部又は一部について開示しない旨の決定をしたときは、本人に対し、遅滞なく、その旨を通知しなければならない。

3 他の法令の規定により、本人に対し第一項本文に規定する方法に相当する方法により当該本人が識別される保有個人データの全部又は一部を開示することとされ

ている場合には、当該全部又は一部の保有個人データについては、同項の規定は、適用しない。

(訂正等)

第二十二条 受信者情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される保有個人データの内容が事実でないという理由によって当該保有個人データの内容の訂正、追加又は削除(以下この条において「訂正等」という。)を求められた場合には、その内容の訂正等に関して他の法令の規定により特別の手續が定められている場合を除き、利用目的の達成に必要な範囲内において、遅滞なく必要な調査を行い、その結果に基づき、当該保有個人データの内容の訂正等を行わなければならない。

2 受信者情報取扱事業者は、前項の規定に基づき求められた保有個人データの内容の全部若しくは一部について訂正等を行ったとき、又は訂正等を行わない旨の決定をしたときは、本人に対し、遅滞なく、その旨(訂正等を行ったときは、その内容を含む。)を通知しなければならない。

(利用停止等)

第二十三条 受信者情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される保有個人データが第五条の規定に違反して取り扱われているという理由又は第七条の規定に違反して取得されたものであるという理由によって、当該保有個人データの利用の停止又は消去(以下この条において「利用停止等」という。)を求められた場合であって、その求めに理由があることが判明したときは、違反を是正するために必要な限度で、遅滞なく、当該保有個人データの利用停止等を行わなければならない。ただし、当該保有個人データの利用停止等に多額の費用を要する場合その他の利用停止等を行うことが困難な場合であって、本人の権利利益を保護するため必要なこれに代わるべき措置をとるときは、この限りでない。

2 受信者情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される保有個人データが第十八条第一項の規定に違反して第三者に提供されているという理由によって、当該保有個人データの第三者への提供の停止を求められた場合であって、その求めに理由があることが判明したときは、遅滞なく、当該保有個人データの第三者への提供を停止しなければならない。ただし、当該保有個人データの第三者への提供の停止に多額の費用を要する場合その他の第三者への提供を停止することが困難な場合であって、本人の権利利益を保護するため必要なこれに代わるべき措置をとるときは、この限りでない。

3 受信者情報取扱事業者は、第一項の規定に基づき求められた保有個人データの全部若しくは一部について利用停止等を行ったとき若しくは利用停止等を行わない旨の決定をしたとき、又は前項の規定に基づき求められた保有個人データの全部若しくは一部について第三者への提供を停止したとき若しくは第三者への提供を停

止しない旨の決定をしたときは、本人に対し、遅滞なく、その旨を通知しなければならない。

(理由の説明)

第二十四条 受信者情報取扱事業者は、第二十条第三項、第二十一条第二項、第二十二条第二項又は前条第三項の規定により、本人から求められた措置の全部又は一部について、その措置をとらない旨を通知する場合又はその措置と異なる措置をとる旨を通知する場合は、本人に対し、その理由を説明するよう努めなければならない。

(開示等の求めに応じる手続)

第二十五条 受信者情報取扱事業者は、第二十条第二項、第二十一条第一項、第二十二条第一項又は第二十三条第一項若しくは第二項の規定による求め(以下この条において「開示等の求め」という。)に関し、次に掲げる事項を定めることができる。この場合において、本人は、当該事項により、開示等の求めを行わなければならない。

一 開示等の求めの申出先

二 開示等の求めに際して提出すべき書面(電子的方式、磁気的方式その他人の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録を含む。)の様式その他の開示等の求めの方式

三 開示等の求めをする者が本人又は第四項の代理人であることの確認の方法

四 次条第一項の手数料の徴収方法

2 受信者情報取扱事業者は、開示等の求めに応じるに際しては、開示等の求めをする者が本人又は第四項の代理人であることの確認を行うよう努めなければならない。

3 受信者情報取扱事業者は、本人に対し、開示等の求めに関し、その対象となる保有個人データを特定するに足りる事項の提示を求めることができる。この場合において、受信者情報取扱事業者は、本人が容易かつ的確に開示等の求めをすることができるよう、当該保有個人データの特定に資する情報の提供その他本人の利便を考慮した適切な措置をとらなければならない。

4 開示等の求めは、代理人(未成年者若しくは成年被後見人の法定代理人又は開示等の求めをすることにつき本人が委託した代理人をいう。)によってすることができる。

5 受信者情報取扱事業者は、前各項の規定に基づき開示等の求めに応じる手続を定めるに当たっては、本人に過重な負担を課するものとならないよう配慮しなければならない。

(手数料)

第二十六条 受信者情報取扱事業者は、第二十条第二項の規定による利用目的の通知

又は 第二十一条第一項の規定による開示を求められたときは、当該措置の実施に関し、手数料を徴収することができる。

- 2 受信者情報取扱事業者は、前項の規定により手数料を徴収する場合は、実費を勘案して合理的であると認められる範囲内において、その手数料の額を定めなければならない。

(苦情の処理)

第二十七条 受信者情報取扱事業者は、放送受信者等の個人情報の取扱いに関する苦情の適切かつ迅速な処理に努めなければならない。

- 2 受信者情報取扱事業者は、前項の目的を達成するために必要な体制の整備に努めなければならない。この場合において、受信者情報取扱事業者は、前項の苦情の申出先を定め、同項の処理の手続を整備するよう努めなければならない。

(基本方針の策定及び公表)

第二十八条 受信者情報取扱事業者は、第五条の規定により講じられる措置、第八条の規定に基づく本人への通知又は公表の手続、第二十条第二項、第二十一条第一項、第二十二条第一項又は第二十三条第一項若しくは第二項の規定による求めに応じる手続(第二十六条第二項の規定により手数料の額を定めたときは、その手数料の額を含む。) 前条の規定により講じられる措置その他の放送受信者等の個人情報の取扱いに関する事項についての基本方針を定め、これを公表するよう努めなければならない。

(漏えい等に関する事実等の公表等)

第二十九条 受信者情報取扱事業者は、その取り扱う放送受信者等の個人情報の漏えいがあった場合には、速やかに、当該漏えいに係る事実関係につき本人に通知するよう努めなければならない。ただし、本人の住所、電話番号及び電子メールアドレス(電子メールの利用者を識別するための文字、番号、記号その他の符号をいう。) のすべてが相当の調査をしても分からないときは、この限りでない。

- 2 受信者情報取扱事業者は、その取り扱う放送受信者等の個人情報の漏えい、滅失又はき損があった場合には、速やかに、当該漏えい、滅失又はき損に係る事実関係及びその再発防止対策につき公表するよう努めなければならない。
- 3 受信者情報取扱事業者は、前項の場合には、速やかに、当該事実関係及び当該再発防止対策につき総務大臣に報告しなければならない。
- 4 前三項の規定は、次に掲げる場合については、適用しない。
 - 一 本人又は第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合
 - 二 当該受信者情報取扱事業者の業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合

三 他の法令に違反することとなる場合

(適用除外)

第三十条 法第五十条第一項各号に掲げる者については、その個人情報を取り扱う目的の全部又は一部がそれぞれ当該各号に規定する目的であるときは、この指針の規定は、適用しない。

附 則

(施行期日)

第一条 この指針は、法第四章の規定の施行の日（平成十七年四月一日）から施行する。

(経過措置)

第二条 この指針の施行前になされた本人の放送受信者等の個人情報の取扱いに関する同意がある場合において、その同意が第四条第一項の規定により特定される利用目的以外の目的で個人情報を取り扱うことを認める旨の同意に相当するものであるときは、第五条第一項又は第二項の同意があったものとみなす。

第三条 この指針の施行前になされた本人の放送受信者等の個人情報の取扱いに関する同意がある場合において、その同意が第十八条第一項の規定による個人データの第三者への提供を認める旨の同意に相当するものであるときは、同項の同意があったものとみなす。

第四条 第十八条第二項の規定により本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置かなければならない事項に相当する事項について、この指針の施行前に、本人に通知されているときは、当該通知は、同項の規定により行われたものとみなす。

第五条 第十八条第四項第三号の規定により本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置かなければならない事項に相当する事項について、この指針の施行前に、本人に通知されているときは、当該通知は、同号の規定により行われたものとみなす。

(検討)

第六条 この指針は、施行後一年を目途として、社会経済情勢の変化及び法の施行の状況を勘案し、必要があると認められるときは、その見直しについて検討が加えられ、その結果に基づいて所要の措置が講ぜられるものとする。

分野別ガイドライン等比較一覧

- ① 保存期間
- ② 漏えい等への対応
- ③ 機微情報等 取得の範囲の制限
- ④ 安全管理措置全般
- ⑤ 第三者提供
- ⑥ 利用目的の特定
- ⑦ 利用目的による制限
- ⑧ 適正な取得
- ⑨ 取得に際しての通知
- ⑩ 委託先監督等

② 漏えい事案への対応

省庁名 (分野)	総務省 (放送分野)	総務省 (電気通信分野)	金融庁 (金融分野)	経済産業省 (事業全般)	経済産業省 (信用分野)	国土交通省 (国土交通分野)	厚生労働省 (医療一般)	農林水産省 (農林水産分野)	【参考】	
ガイドライン・指針	放送受信者等の個人情報等の保護に関する指針(H16.10.22)	電気通信事業における個人情報の保護に関するガイドライン(H16.8.31)	金融分野における個人情報の保護に関するガイドライン(H16.12.6)	個人情報に関する法律に基づいて経済産業分野を対象とするガイドライン(H16.10)	経済産業分野における個人情報保護ガイドライン(H16.12.17)	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.10.1)	医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン(H16.12.24)	個人情報の適正な取扱いを確保するために農林水産分野における事業者が講ずべき措置に関するガイドライン(H16.11.9)	個人情報保護法	
案項	第29案	第22案	第25案	II-2-(3)-2)	II-2-(3)-2)	第21案	III-4-(5)	第25案	第32案	
項目	漏えい等に関する事実等の公表	漏えい等が発生した場合の対応	漏えい事案等への対応(基本方針関連)	事故又は違反への対応	安全な管理措置	漏えい等が発生した場合の対応	安全管理措置	漏えい等が発生した場合の対応	報告の徴収	
ポイント	①速やかに本人通知【義務規定】 ②速やかに公表【努力義務規定】 ③速やかに総務大臣に報告【義務規定】*再発防止策を含む	①速やかに本人通知【義務規定】 ②公表に関する規定なし ③直ちに総務省に報告【義務規定】	①速やかに本人通知【義務規定】 ②早急に公表【義務規定】 ③直ちに監督当局に報告【義務規定】	「事故又は違反への対応」をす上で望まれる事項」として、公表、本人及び主務大臣への報告などをあげている。	①速やかに本人通知(または知り得る状態に置く【義務規定】) ②可能な限り遅滞なく公表【努力義務規定】 ③可能な限り速やかに経済産業省に報告【義務規定】	①速やかに本人通知【義務規定】 ②可能な限り公表【努力義務規定】 ③直ちに国土交通省に報告【義務規定】	①個人情報の漏えい等の問題が発生した場合における二次被害の防止等として「可能な限り、公表・報告する。」	①速やかに本人通知(または知り得る状態に置く【義務規定】) ②可能な限り遅滞なく公表【努力義務規定】 ③直ちに農水省に報告【義務規定】*発生原因・対応策を含む	①速やかに本人通知(または知り得る状態に置く【義務規定】) ②可能な限り遅滞なく公表【努力義務規定】 ③直ちに農水省に報告【義務規定】*発生原因・対応策を含む	主務大臣は、この節の規定の施行に必要な限度において、個人情報取扱事業者に対し、個人情報取扱の取扱いに申し報告をさせることができる。 【基本方針】 6-(1)-①(前略) また、事業者において、個人情報の漏えい等の事案が発生した場合に、類似事案の発生回避等の観点から、可能な限り事実関係等を公表することが重要である。
該当規定 (抜粋)	受信者情報取扱事業者は、その取り扱う放送受信者等の個人情報の漏えいがあった場合には、速やかに、当該漏えいに係る事実関係につき本人に通知するよう努めなければならない。ただし、本人の住所、電話番号及び電子メールアドレス(電子メールの利用者を識別するための文字、番号、記号その他の符号をいう。)のすべてが当該調査をしても分からないときは、この限りでない。 2 受信者情報取扱事業者は、その取り扱う放送受信者等の個人情報の漏えい、滅失又はき損があった場合には、速やかに、当該漏えい、滅失又はき損に係る事実関係及びその再発防止対策につき公表するよう努めなければならない。 3 受信者情報取扱事業者は、前項の場合には、速やかに、当該事実関係及び当該再発防止対策につき総務大臣に報告しなければならない(適用除外規定 省略)	電気通信事業者は、個人情報の漏えい等が発生した場合、当該漏えいに関する事実関係を本人に通知するものとする。 2 電気通信事業者は、個人情報の漏えい等が発生した場合、当該漏えいに関する事実関係を本人に通知するものとする。 3 電気通信事業者は、個人情報の漏えい等が発生した場合、当該漏えいに関する事実関係を総務省に直ちに報告するものとする。	1 金融分野における個人情報取扱事業者は、個人情報の漏えい等の事案等が発生した場合、当該漏えい等の事案等に関する事実関係を直ちに報告することとする。 2 金融分野における個人情報取扱事業者は、個人情報の漏えい等の事案等が発生した場合、当該漏えい等の事案等に関する事実関係を直ちに報告することとする。 3 金融分野における個人情報取扱事業者は、個人情報の漏えい等の事案等が発生した場合、当該漏えい等の事案等に関する事実関係を直ちに報告することとする。	・事実関係、再発防止策等の公表 ・その他、以下の項目の実施 ア)事実調査 イ)影響範囲の特定 ウ)影響を受ける可能性のある本人及び主務大臣への報告 エ)原因の究明 オ)再発防止策の検討・実施	①速やかに本人通知(または知り得る状態に置く【義務規定】) ②可能な限り遅滞なく公表【努力義務規定】 ③可能な限り速やかに経済産業省に報告【義務規定】	①速やかに本人通知(または知り得る状態に置く【義務規定】) ②可能な限り公表【努力義務規定】 ③直ちに国土交通省に報告【義務規定】	①個人情報の漏えい等の問題が発生した場合における二次被害の防止等として「可能な限り、公表・報告する。」	①速やかに本人通知(または知り得る状態に置く【義務規定】) ②可能な限り遅滞なく公表【努力義務規定】 ③直ちに農水省に報告【義務規定】*発生原因・対応策を含む	主務大臣は、この節の規定の施行に必要な限度において、個人情報取扱事業者に対し、個人情報取扱の取扱いに申し報告をさせることができる。 【基本方針】 6-(1)-①(前略) また、事業者において、個人情報の漏えい等の事案が発生した場合に、類似事案の発生回避等の観点から、可能な限り事実関係等を公表することが重要である。	

③ 機微情報等 取得の範囲の制限

省庁名 (分野)	総務省 (放送分野)	総務省 (電気通信分野)	金融庁 (金融分野)	経済産業省 (事業全般)	経済産業省 (信用分野)	国土交通省 (国土交通分野)	厚生労働省 (医療一般)	農林水産省 (農林水産分野)	【参考】	
ガイドライン・ 指針	放送受信者等の個人情報 の保護に関する指針(H16. 1 0. 22)	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(H16. 6. 8. 31)	金融分野における個人情報 保護に関するガイドライン (H16. 12. 6)	個人情報の保護に関する 法律に基づいての 経済産業分野 を対象とするガイド ライン(H16. 6. 10)	経済産業分野のうち信用 分野における個人情報 保護ガイドライン(H16. 12. 17)	国土交通分野における 個人情報保護に関する ガイドライン(H16. 6. 10. 1)	医療・介護関係 個人情報における 適切な取扱いのため のガイドライン(H16. 12. 2 4)	個人情報の適正な取扱 いを確保するために農 林水産分野における 事業者が講ずべき措 置に関するガイドラ イン(H16. 1. 9)	個人情報保護法	
条項	第6条	第4条	第6条	—	II-2-(1-2)	—	—	第4条	第16条	
項目	取得の範囲の制限	取得の制限	機微(センシティブ)情報について	—	機微(センシティブ)情報	—	—	取得の制限	利用目的による制限	
対象 ①どこが扱う ②何を扱う	①受信者情報取扱事業者 ②視聴履歴、口座番号等 ※機微(センシティブ)情報に ついて規定なし。 ※視聴履歴と口座番号等に ついて特記。	①電気通信事業者 ②機微(センシティブ)情報 ※機微(センシティブ)情報に ついては、例外事項を除き、取 得、利用又は第三者 提供を行わないこと とする。	①金融分野における個人情報 取扱事業者 ②機微(センシティブ)情報 ※機微(センシティブ)情報に ついては、例外事項を除き、取 得、利用又は第三者提供 を行わないこととする。	—	①与信事業者等 ②機微(センシティブ)情報 ※機微(センシティブ)情報 については、適正な取 扱いの確保に特段の配 慮を加えるよう努めるも のとする。	—	①農林水産分野におけ る事業者 ②機微(センシティブ)情 報	—	—	
ポイント	受信者情報取扱事業者は、 その事業に必要な範囲を超 えて、放送受信者等の個人 情報を取得しないよう努め なければならない。 2 受信者情報取扱事業者 は、放送の受信、放送番組 の視聴若しくは放送番組の 視聴に伴い行われる情報の 電磁的伝送による発信若し は受信に代り料金を求める 目的又は統計の作成のため に必要な範囲を超えて、視 聴履歴を求めないよう努 めなければならない。 3 受信者情報取扱事業者 は、放送の受信、放送番組 の視聴又は放送番組の視 聴に伴い行われる情報の電 磁的伝送による発信若し は受信に代り料金を求める 目的のために、視聴履歴 を求めないよう努めな なければならない。	電気通信事業者は、 電気通信サービス を提供するため必要な 範囲に限り、個人情報 を取得するものと する。 2 電気通信事業者 は、次の各号に掲げ る個人情報取得し ないものとする。ただし 、自己又は第三者 の権利を保護するた めに必要な場合その 他社会的に相当と認 められる場合はこの 限りでない。 一 思想、信条及び 宗教に関する事項 二 人種、門地、身 体、精神障害、犯罪 歴、病歴その他の社 会的差別の原因とな るおそれのある事項	1 金融分野における個人情報 取扱事業者は、政治的見解、信 教(宗教、思想及び信条をい う)、労働組合への加盟、人種 及び本籍地、保健医療及び性 生活、ならびに犯罪歴に関する 情報(以下「機微(センシティブ)情 報」という。)については、次に掲 げる場合を除くほか、取得、利 用又は第三者提供を行わない こととする。 ①法令等に基づく場合 ②人の生命、身体又は財産の保 護のために必要がある場合公衆 衛生の工場又は児童の健全な 育成の推進のため特に必要な 場合 ③公衆衛生の工場又は児童の健 全な育成の推進のため特に必 要がある場合 ④国の機関若しくは地方公共団 体又はその委託を受けた者が 法令の定める事務を遂行する ことに対して協力する必要 がある場合 ⑤機微(センシティブ)情報に 基づき、本人確認に用いる場 合	—	—	—	—	—	—	—
該当規定 (抜粋)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	

④ 安全管理措置全般

省庁名 (分野)	総務省 (放送分野)	総務省 (電気通信分野)	金融庁 (金融分野)	経済産業省 (事業全般)	経済産業省 (信用分野)	国土交通省 (国土交通分野)	厚生労働省 (医療一般)	農林水産省 (農林水産分野)	【参考】
ガイドライン・指 針	放送受信者等の個人情報 の保護に関する指針(H1 6. 10. 22)	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(H16. 8. 31)	金融分野における個人 情報保護に関するガイ ドライン(H16. 12. 6)	個人情報の保護に関 する法律についての経 済産業分野を対象とす るガイドライン(H16. 10. 10)	経済産業分野のうち信 用分野における個人 情報保護ガイドライン (H16. 12. 17)	国土交通省所管分野 における個人情報保 護に関するガイドライ ン(H16. 10. 1)	医療・介護関係事業者における個人 情報の適切な取扱いのためのガイド ライン(H16. 12. 24)	個人情報の適正な 取扱いを確保する ために農林水産分 野における事業者 が講ずべき措置に 関するガイドライン (H15.11.9)	個人情報保護法
事項	第10条～第14条、第15条2項	第11条	第10条	II-2-(3)-2)	II-2-(3)-2)	第9条	III-4-(1)	第11条	第20条
項目	安全管理措置	安全管理措置	安全管理措置(法第20 条及び基本方針関連)	安全管理措置(法第2 0条関連)	安全管理措置	安全管理措置	医療関係事業者が講ずる べき安全管理措置	安全管理措置	安全管理措置
対象 ①どこが扱う ②何を扱う	①受信者情報取扱事業者 ②放送受信者等の個人 データ	①電気通信事業 者 ②個人情報	①金融分野における個人 情報取扱事業者 ②個人データ	①個人情報取扱事業者 者 ②個人データ	①与信事業者等 ②個人データ	①個人情報取扱事業者 者 ②個人データ	①医療・介護関係事業者 ②個人データ	①農林水産分野に おける事業者 ②個人データ	
ポイント	①責任者の設置と安全管 理規程の作成について、そ れぞれ一条を充て重視。 ②物理的・技術的安全措置 についての6項目を義務化。 ③視聴履歴と口座番号等 の扱いについて特記。	細かな安全管理 義務を定めた別 の基準に準じる よう義務化してい る。	“Plan”と“Do”に分け て、具体的な措置を 講じている。	①組織的、人的、物理 的、技術的安全管理 措置について、それぞ れ具体的に義務化して いる。	①組織的、人的、物理 的、技術的安全管理 措置について、それぞ れ具体的に義務化して いる。	①組織的、人的、物理 的、技術的安全管理 措置について、それぞ れ具体的に義務化して いる。	個々の具体的安全 管理措置について は例示にとどめ、か つ努力義務としてい る。	個々の具体的安全 管理措置について は例示にとどめ、か つ努力義務としてい る。	
該当規定 (抜粋)	安全管理措置(6 項目) ①個人データの保管場所へ の出入りの管理 ②電算機の利用の管理 ③個人データの持ち出しの 管理 ④個人データへのアクセス の管理 ⑤不正アクセス防止措置 及び不正アクセス防止措置 に関する特記 ⑥記録された物を郵送する 際の安全管理義務 ⑦電気通信により送信する 際の安全管理義務	安全管理措置 を講ずるに当たつ ては、「情報通信 ネットワーク安 全・信頼性基準」 (*)等の基準を 活用すること。 * (昭和62年郵 政省令第73 号)設備基準、環 境基準、管理基 準について詳細 に規定	安全管理措置に係 るは、組織的・人的・技術 的措置を含むもの でなければならない。 ②必要かつ適切な措置 は、組織的・人的・技術 的措置を含むもの でなければならない。 【以下の事項を義務化】 (1)基本方針・取扱規 程等の整備 (2)規程等の整備(4項 目) (3)各管理段階における 安全管理に係る取扱規 程(6項目) (4)組織的・人的の整備 措置(2項目) (5)物理的安全管理措 置(6項目) (6)人的安全管理措置 (4項目) (7)技術的安全管理措 置(7項目)	安全管理措置(10項目) ①組織的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(2項目) ②人的安全管理措置 として講じなければ ならない事項(2項目) ③物理的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(3項目) ④技術的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(3項目) ⑤技術的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(8項目)	安全管理措置(10項目) ①組織的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(10項目) ②人的安全管理措置 として講じなければ ならない事項(2項目) ③物理的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(2項目) ④技術的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(8項目)	安全管理措置(10項目) ①組織的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(10項目) ②人的安全管理措置 として講じなければ ならない事項(2項目) ③物理的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(2項目) ④技術的安全管理措 置として講じなければ ならない事項(8項目)	安全管理措置を講ずるに当たつては、次の各号に掲げる事項について、それぞれ当該各号に掲げる措置を講ずることが望ましい。 【組織的管理措置、技術的管理措置、物理的安全管理措置の3分類に分けて例示】	安全管理措置を講ずるに当たつては、次の各号に掲げる事項について、それぞれ当該各号に掲げる措置を講ずることが望ましい。 【組織的管理措置、技術的管理措置、物理的安全管理措置の3分類に分けて例示】	

⑦ 利用目的による制限

省庁名 (分野)	総務省 (放送分野)	総務省 (電気通信分野)	金融庁 (金融分野)	経済産業省 (事業全般)	経済産業省 (信用分野)	国土交通省 (国土交通分野)	厚生労働省 (医療一般)	農林水産省 (農林水産分野)	【参考】
ガイドライン・ 指針	放送受信者等の個人情報保護に関する指針(H16.10.22)	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(H16.8.31)	金融分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.12.6)	個人情報保護法に関する経済産業分野を対象とするガイドライン(H16.10)	経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン(H16.12.17)	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.10.1)	医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン(H16.12.24)	個人情報の適正な取扱いを確保するために農林水産分野における事業者が講ずべき措置に関するガイドライン(H16.11.9)	個人情報保護法
事項	第5条	第6条	第5条	なし	II-(1)-③	第6条	III-1-(2)	第6条	第16条
項目	利用目的による制限	利用目的による制限	利用目的による制限(法第16条関連)	なし	利用目的による制限	利用目的による制限	利用目的による制限(例外)	利用目的による制限	利用目的による制限
ポイント	第五条 受信者情報取扱事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、前条の規定により特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、放送受信者等の個人情報を取り扱ってはならない。 2 受信者情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の受信者情報取扱事業者から事業を承継することに伴って放送受信者等の個人情報取得した個人情報を承継した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	第六条 電気通信事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、前条の規定により特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 2 電気通信事業者は、合併その他の事由により他の電気通信事業者から事業を承継することに伴って個人情報を取得した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	金融分野における個人情報取扱事業者は、法第16条に従い、あらかじめ本人の同意を得ないで、法第15条の規定に従い特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 2 金融分野における個人情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の個人情報取扱事業者から事業を承継することに伴って個人情報を取得した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	個人情報保護法に関する経済産業分野を対象とするガイドライン(H16.10)	個人情報取扱事業者は、利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 2 個人情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の個人情報取扱事業者から事業を承継することに伴って個人情報を取得した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.10.1)	医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン(H16.12.24)	個人情報の適正な取扱いを確保するために農林水産分野における事業者が講ずべき措置に関するガイドライン(H16.11.9)	個人情報保護法
該当規定 (抜粋)	第五条 受信者情報取扱事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、前条の規定により特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、放送受信者等の個人情報を取り扱ってはならない。 2 受信者情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の受信者情報取扱事業者から事業を承継することに伴って放送受信者等の個人情報取得した個人情報を承継した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	第六条 電気通信事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、前条の規定により特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 2 電気通信事業者は、合併その他の事由により他の電気通信事業者から事業を承継することに伴って個人情報を取得した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	金融分野における個人情報取扱事業者は、法第16条に従い、あらかじめ本人の同意を得ないで、法第15条の規定に従い特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 2 金融分野における個人情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の個人情報取扱事業者から事業を承継することに伴って個人情報を取得した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、当該個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	個人情報保護法に関する経済産業分野を対象とするガイドライン(H16.10)	個人情報取扱事業者は、利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 2 個人情報取扱事業者は、合併その他の事由により他の個人情報取扱事業者から事業を承継することに伴って個人情報を取得した場合、あらかじめ本人の同意を得ないで、承継前における当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。 3 (省略)	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.10.1)	医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン(H16.12.24)	個人情報の適正な取扱いを確保するために農林水産分野における事業者が講ずべき措置に関するガイドライン(H16.11.9)	個人情報保護法

⑧ 適正な取得

省庁名 (分野)	総務省 (放送分野)	総務省 (電気通信分野)	金融庁 (金融分野)	経済産業省 (事業全般)	経済産業省 (信用分野)	国土交通省 (国土交通分野)	厚生労働省 (医療一般)	農林水産省 (農林水産分野)	【参考】
ガイドライン・指針	放送受信者等の個人情報保護に関する指針(H16.10.22)	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(H16.8.31)	金融分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.12.6)	個人情報保護法に関する法律に基づいての経済産業分野を対象とするガイドライン(H16.10)	経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン(H16.12.17)	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン(H16.0.1)	医療・介護関係事業者における個人情報のためのガイドライン(H16.12.24)	個人情報の適正な取扱いを確保するために農林水産分野における事業者が講ずべき措置に関するガイドライン(H16.11.9)	個人情報保護法
条項	第7条	第7条	第7条	II-2-(2)-①	II-2-(2)-①	第7条	III-3	第7条	第十七条
項目	適正な取得	適正な取得	適正な取得(法第17条関連)	適正取得(法第7条関連)	適正取得(法第7条関連)	適正な取得	適正な取得	適正な取得	適正な取得
ポイント	-	-	①本人の利益の不当な侵害を行ってはならない。 ②不当な行為を行っている第三者から、漏えい情報であることを知った上で取得すべきでない。	-	①本人の利益の不当な侵害を行ってはならない。 ②不当な行為を行っている第三者から、漏えい情報であることを知った上で取得すべきでない。	-	過去の受診履歴等については、第三者提供によって本人同意を得た者から取得することを原則とする。	-	-
該当規定 (抜粋)	受信者情報取扱事業者は、偽りその不正の手段により個人情報を取得してはならない。	電気通信事業者は、偽りその不正の手段により個人情報を取得しないものとする。	金融分野における個人情報取扱事業者は、法第17条に従い、偽りそのほか不正の手段により個人情報を取得してはならない。事業者は、第三者から個人情報を取得するに際しては、本人の利益の不当な侵害を行って個人情報を取得する者から、当該情報の漏えいされたこと等を知らず、当該個人情報を取得した上で当該個人情報を取得すべきでない。	個人情報取扱事業者は、偽りその不正の手段により個人情報を取得してはならない。	第三者から個人情報を取得するに際しては、本人の利益の不当な侵害を行ってはならない。	個人情報取扱事業者は、偽りその不正の手段により個人情報を取得してはならない。	(抜粋) ・診療等のために必要ないて、本人から直接取得するほか、第三者提供について本人の同意を得た者(Ⅲ5.(3)により本人の黙示の同意が得られていると考えられる者を含む)から取得することを原則とする。ただし、本人以外の家族等から取得することが診療上又は適切な介護サービスの上やむを得ない場合はこの限りでない。	事業者は、偽りその不正の手段により個人情報を取得してはならない。(法第十七条関係)	個人情報取扱事業者は、偽りその不正の手段により個人情報を取得してはならない。

放送分野の指針とプライバシーマークの比較

資料 7

項目	放送受信者等の個人情報保護指針	プライバシーマーク(JISQ15001の要求事項)	相違点
用語の定義 (第2条関連)	個人情報／個人データ／保有個人データ	個人情報(1.適用範囲)	個人情報保護法(指針もこれに準ずる)では同じ個人情報であっても取り扱いの形態により義務が異なるが、JISでは、全ての個人情報を同一に扱う。
取得の範囲の制限 (第6条関連)	その事業に必要な範囲を超えて取得しないよう、努めなければならない。 (特に) 視聴履歴、口座情報	特定の機微な個人情報の収集の禁止(4.4.2.3.)	指針では、有料放送事業者の扱う個人情報として特に慎重な取扱を求める視聴履歴と口座情報を明示している。 JISでは、いわゆるセンシティブ情報の収集禁止を明示している。
利用(取得)目的の通知 (第8条関連)	本人に通知、または公表	書面もしくはこれに代わる方法による通知と本人同意(4.4.2.4.)	JISは、原則として本人の同意のない個人情報の収集・利用を認めない(オプトイン原則)。
第三者提供 (第18条関連)	(必要事項を)あらかじめ本人に通知または容易に知り得る状態に置いているときは、第三者に提供できる。	書面もしくはこれに代わる方法による通知と本人同意(4.4.2.4.)	JISは、原則として本人の同意のない第三者提供を認めない(オプトイン原則)。
共同利用 (第18条関連)	(共同利用する者を必要事項を)あらかじめ本人に通知または容易に知り得る状態に置いているときは、第三者に該当しない。	共同利用の概念がなく、特定・不特定に関わらず、全て第三者提供として扱う。(4.4.2.4.)	JISは、原則として本人の同意のない第三者提供を認めない(オプトイン原則)。
利用停止 (第23条関連)	その求めに理由があるときは、保有個人データの利用停止等を行わなければならない。	本人から自己の情報についての利用を拒まれた場合は、これに応じなければならない。(4.4.5.2.)	JISは、本人からの利用停止請求には例外なく応じる義務を規定している。
安全管理措置 (第10条～第14条関連)	第10条から第12条で、安全管理のために必要かつ適切な措置(体制と責任、内部規定の文書化および見直し等)を規定している。 第13条では特に放送受信者等の個人データの管理について、具体的な安全措置義務を詳細に定める。 第14条では、第6条と同じく視聴履歴と口座情報の安全管理について、特に厳しく具体的に定めている。	マネジメントシステムに関わる要件 ・個人情報保護方針の策定(4.2) ・体制と責任の明確化(4.4.1) ・個人情報の特定(4.3.1) ・内部規定の策定と維持(4.3.3) ・計画の立案と文書化(4.3.4) ・文書管理(4.4.8, 4.4.9) ・監査(4.5) ・見直し(4.6)	JISでは、個人情報保護の実効性を担保するためマネジメントシステムとしてコンプライアンス・プログラム(PDCAサイクル)の採用を必須として、その要件を記述している。
個人データの保存期間 (第19条関連)	個人データの保存期間を定め、本人に通知または公表し、期間満了時には消去するよう、努めなければならない。	保存期間に関する要求事項はない。	

プライバシーマーク制度とISMS認証制度(1/2)

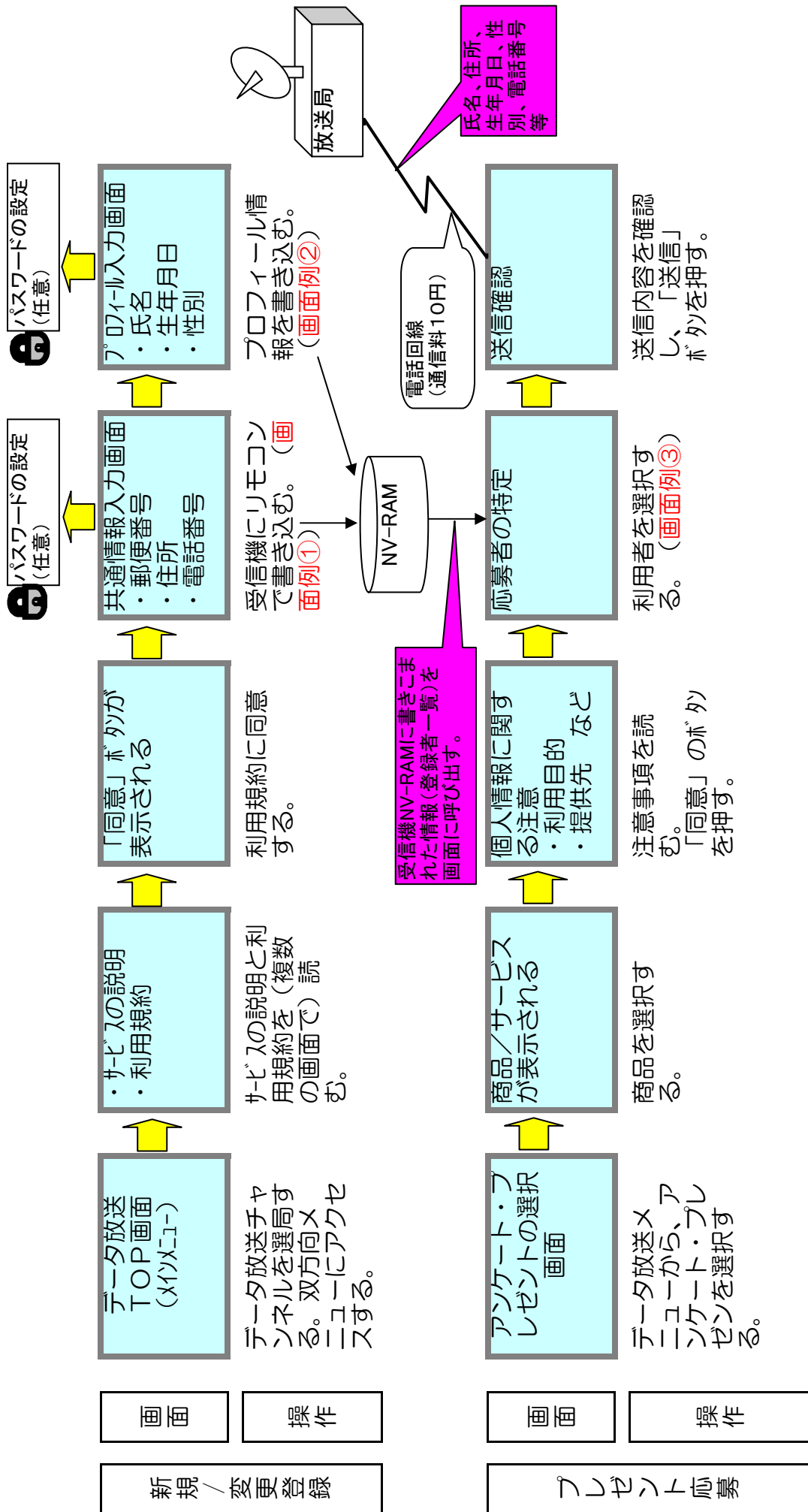
項目	プライバシーマーク	情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)
1.認定/認証の開始	1998年4月	2002年4月
2.認定/認証機関	財団法人 日本情報処理開発協会 (JIPDEC)	財団法人 日本情報処理開発協会 (JIPDEC)
3.認証基準 (規格)	JIS Q 15001 個人情報保護に関する コンプライアンス・プログラムの要求事項 (2006年5月中旬に改定予定)	ISMS 認証基準 Ver.2.0 [JIS Q 27001 (=ISOに対応) に移行予定：2006年4月]
4.適用範囲 (認定の単位)	組織全体の取り組み (法人単位)	組織の必要に応じて適用範囲を決定 (部門単位も可)
5.保護の対象	組織が取り扱う個人情報 を特定し、 <u>個人情報</u> の保護対策を実施する。	組織が保護すべき情報資産を識別し、 <u>全ての</u> 情報資産にセキュリティ対策を実施する。
6.管理の範囲	個人情報の安全管理策にとどまらず、個人 情報の情報主体の権利に対応することも 含む (利用目的への同意、修正・削除要求 への対応等)。	組織の事業活動全般及びリスク全般を考慮し、 事業上の要求事項、法的又は規制要求事項に 対するリスクアセスメントによりセキュリティ 対策を実施する。
7.マネジメントシ ステム構築での 配慮事項	<ul style="list-style-type: none"> ・情報主体の権利に対する要求への対応/管 理策が必要。 ・苦情対応窓口を設置して対応するなど消費 者保護の側面を考慮する。 * 個人情報保護法より要求事項は厳しい。 	組織の事業継続や運用コストも配慮した総合的 な観点でセキュリティ対策の取り組みがなされ ているかが、認証に際して重要なポイントとな る。

プライバシーマーク制度とISMS認証制度(2/2)

項目	プライバシーマーク	情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)
8.認証取得の申請先(審査機関)	<ul style="list-style-type: none"> 協会の指定するプライバシーマーク付与認定指定機関(非営利の事業者団体等) [7団体] JIPDEC(申請者が上記の事業者団体のいずれにも属さない事業を行っている場合等) 	<ul style="list-style-type: none"> JIPDECが認定する審査登録機関 [19社/団体] JIPDECは事業者に対する認証登録は行わない。*民間企業も可。しかし、コンサルティングは行えないなど、独立性が要求される。
9.取得費用	<p>(中規模事業者の場合) 取得後最初の2年間で、60万円 以降、2年間で、45万円 [内訳] *規定料金</p> <ul style="list-style-type: none"> 新規 審査料 45万円 申請料 5万円 マーク使用料 10万円 更新 審査料 30万円 <p>*申請料、マーク使用料は新規と同額 *参考 コンサルティング費用 200万円程度から</p>	<p>(審査機関により異なる。某取得企業の事例) 取得後最初の3年間で、180万円 以降、3年間で、110万円 [内訳]</p> <ul style="list-style-type: none"> 新規 審査料 約100万円 維持審査(1年毎) 審査料 約40万円 更新審査(3年毎) 審査料 約30万円 <p>*参考 コンサルティング費用 300万円程度から</p>
10.取得に要する期間	<ul style="list-style-type: none"> 社内プロセスの改善～申請 6ヶ月 審査機関による審査 1ヶ月～6ヶ月 <p>(参考:取得企業・コンサルティング 会社からの取材による)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 社内プロセスの改善～申請 6ヶ月～1年 審査機関の申請受付～認証登録 4～8ヶ月 JIPDEC報告～認証公開 1～2ヶ月 <p>(参考:取得企業・コンサルティング 会社からの取材による)</p>
11.更新審査等	<p>認定有効期限2年間。</p>	<p>登録有効期限 3年間(1年毎に維持審査)</p>
12.認定事業者数	<p>3,437 (うち放送関連49事業者) *3/22現在</p>	<p>1,376 (うち放送関連7事業者) *3/8現在</p>

双方向サービスの画面遷移図①（BS放送事業者の標準的な例）

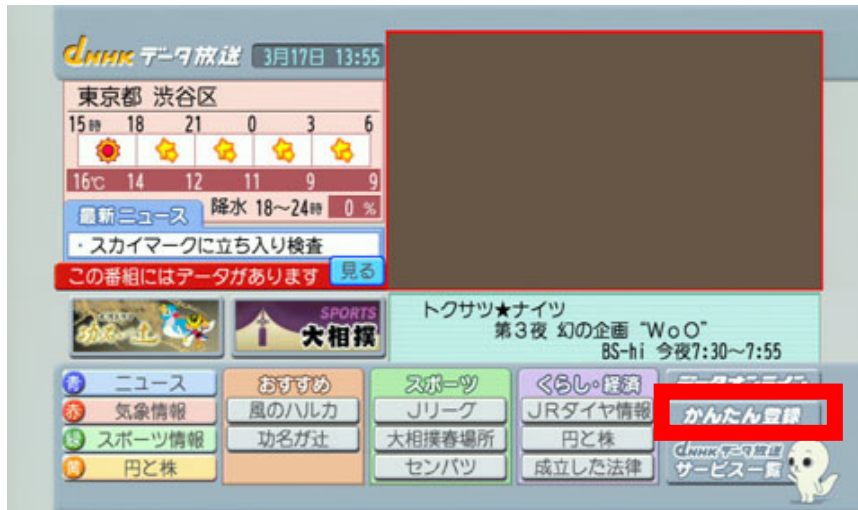
※標準的な事例を図示しています。



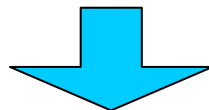
双方向サービスの画面遷移図②（NHKの例）

1 新規／変更

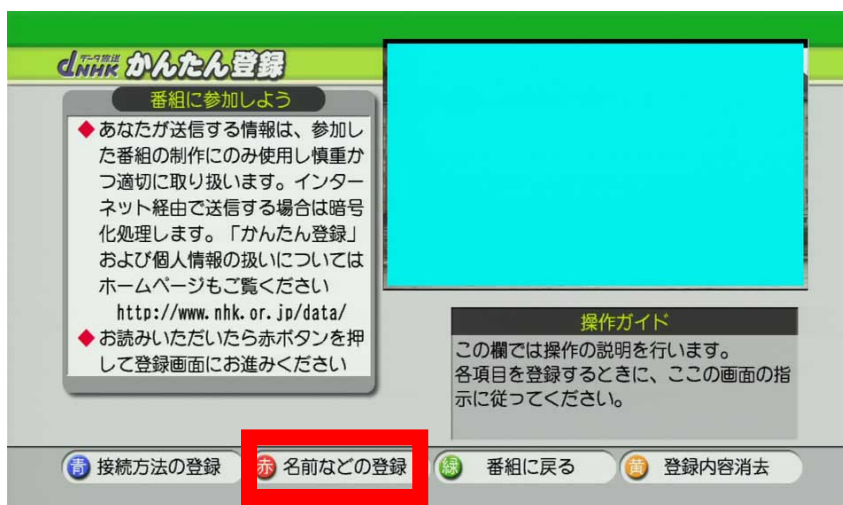
① データ放送TOP画面 (メインメニュー)



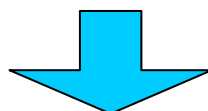
画面上の「かんたん登録」ボタン（右端）

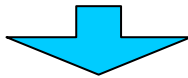


② かんたん登録 の説明画面



「赤ボタン」で選択





③かんたん登録の入力画面



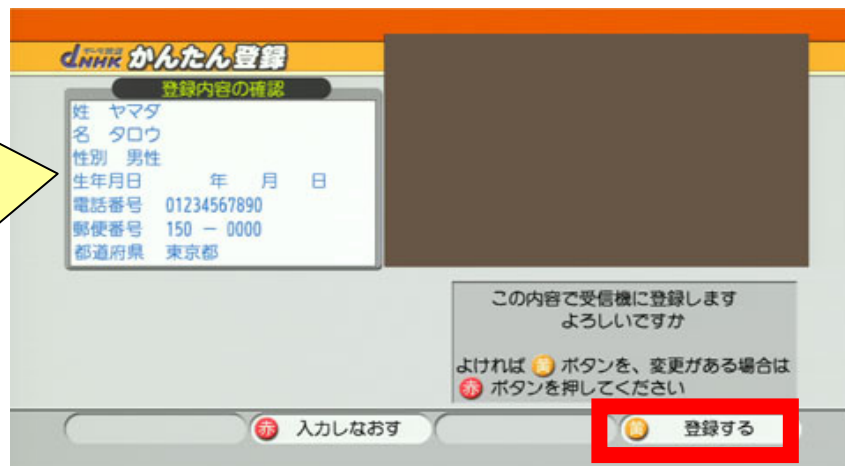
画面例①



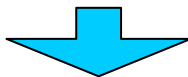
「黄ボタン」で選択

④かんたん登録の登録画面

※ここでは1名のみの登録画面。
(BS各社の場合は、複数名の登録が可能な様式になっている。)

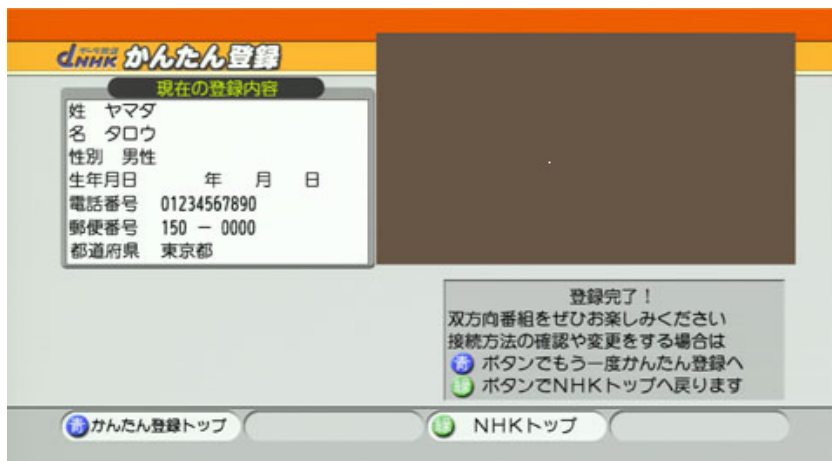


画面例②



「黄ボタン」で選択

⑤かんたん登録の登録終了画面



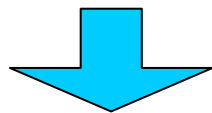
登録完了

2 クイズの応募

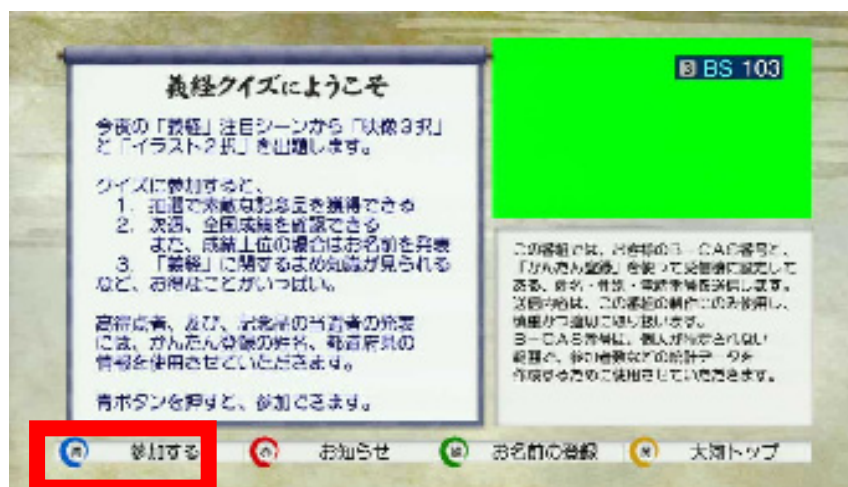
①データ放送TOP画面 (メインメニュー)



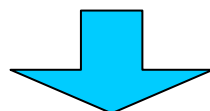
画面上の「巧妙が辻」ボタン(左端中段)



②クイズ参加の説明画面

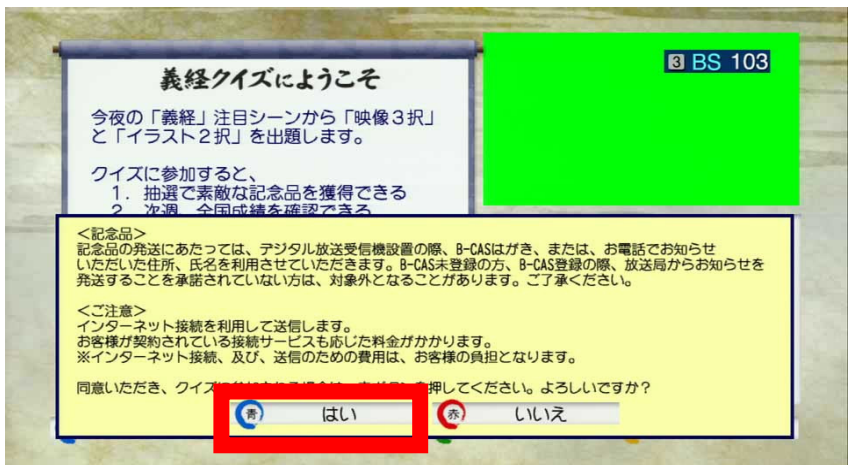


「青ボタン」で選択





③クイズの出題画面



「青ボタン」で選択

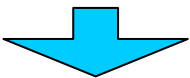


④クイズの応募画面

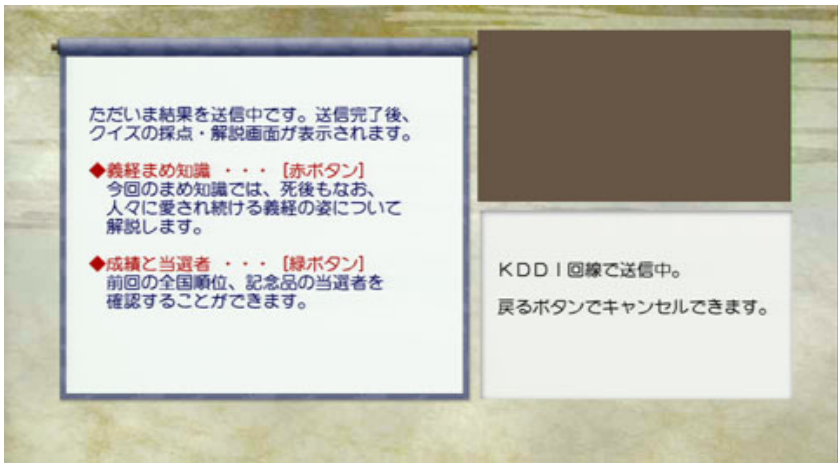


画面例③

「黄ボタン」で選択



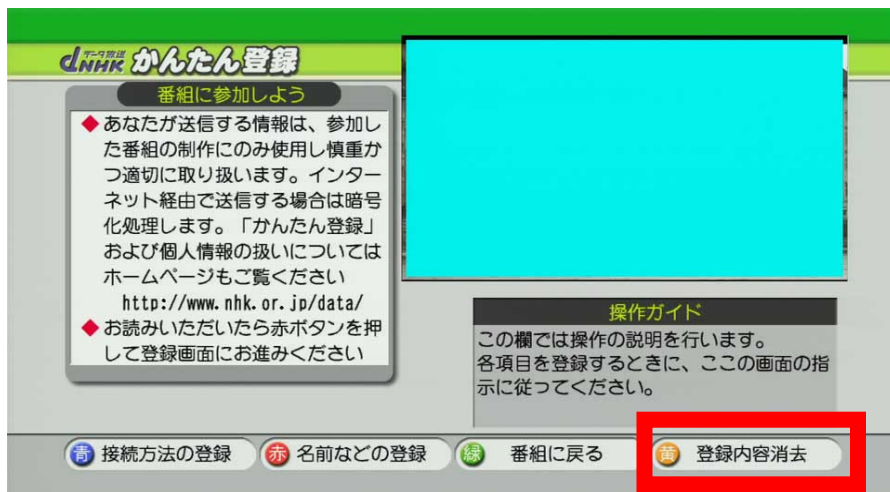
⑤クイズの応募送信画面



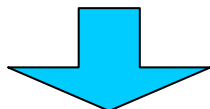
送信画面

3 登録情報の消去

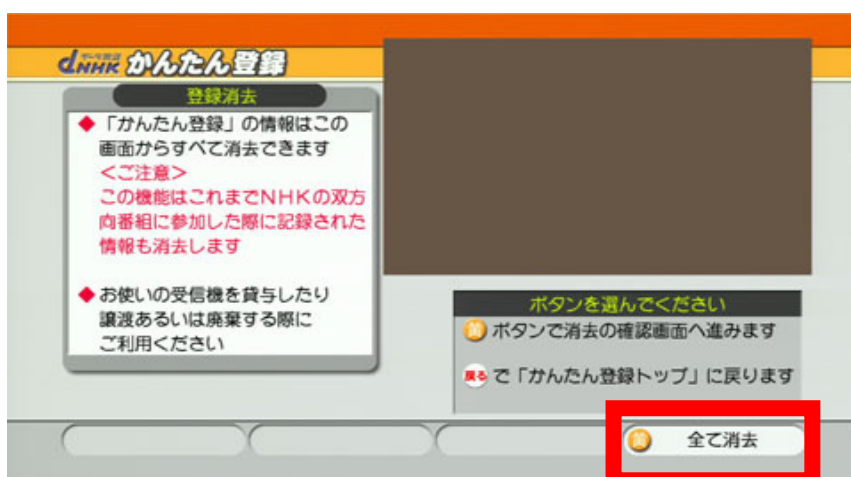
①かんたん登録の説明画面



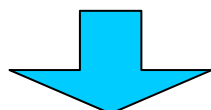
「黄ボタン」で選択



②かんたん登録の消去説明画面



「黄ボタン」で選択





③かんたん登録の消去確認画面

かんたん登録
全消去確認

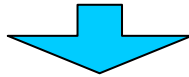
<確認>
得点やトラベルポイントなどの履歴も消去します
名前や電話番号などだけを消去したいお客様は「かんたん登録トップ」画面から「名前などの変更」をご利用ください
すべて消去してもいいですか

ボタンを選んでください

- 赤 ボタンを押すと、登録内容がすべて消去されます
- 黄 で「かんたん登録トップ」に戻ります
- 戻 で前の画面に戻れます

はい いいえ

「赤ボタン」で選択



④かんたん登録の消去済み画面

かんたん登録
登録されていません

姓
名
性別
生年月日 年 月 日
電話番号
郵便番号 150 - 0000
都道府県

ボタンを選んでください

登録内容を消去しました
緑 ボタンで「かんたん登録」を終了します

終了

消去完了

インターネットにおける青少年保護 — フィルタリングの概要 —

◆定義

有害コンテンツに対処するために、一定の方式に従い、当該有害コンテンツを含むと判断された情報について閲覧の制限等を行うこと。

◆目的

成人サイト、暴力描写、出会い系など、青少年がアクセスするのに危険なサイト、不適切なサイト閲覧を制限。

◆方式については次のようなものがある。

A. レイティング方式

- ・インターネット上のコンテンツに対して①情報発信者または②第三者が一定の客観的基準（レイティング基準）で格付け（レイティング）し、受信者端末におけるソフトウェアがそのレイティング結果を利用して、端末管理者のポリシーに従ってフィルタリング（通過させたり遮断すること）を行うことで有害サイトへのアクセスを制限する方式。
- ・主な格付けについては、a. 暴力、b. アダルト、c. 犯罪活動等が存在。
- ・長所：無害なページ、有益なページを遮断する可能性が少ない。
- ・短所：①については、虚偽の申告が可能であること。
②については、完全な即時性は困難であること。
- ・例：情報発信者のセルフレイティングは実例に乏しい。第三者によるサードパーティ・レイティングについてはMicrosoft社のInternet Explorer等がある。

B. ブラックリスト方式

- ・検索結果、もしくは検索対象からデータベース（ブラックリスト）に含まれるサイトを除外することで、有害サイトへのアクセスを制限する方式。
- ・①暴力や②性表現等について規制対象を指定する例が多い。
- ・長所：規制ミス、抜けが少ない。
- ・短所：データベースの収録範囲、正確性、更新頻度等データ供給者側に大きく依存する。

C. ホワイトリスト方式

- ・ 検索結果、もしくは検索対象をデータベース（ホワイトリスト）に含まれるサイトに限定することで、有害サイトへのアクセスを制限する方式。
- ・ 通常は、フィルタリングソフトを提供する会社が作成したデータベース（ホワイトリスト）を使用する。
- ・ 長所：いわゆる「お墨付き」のサイトのみ閲覧を限定することで有害サイトの排除の漏れが少ない。
- ・ 短所：データベースの収録範囲、正確性、更新頻度等データ供給者側に大きく依存する。

D. キーワード・フレーズ方式、全文検索方式

- ・ 有害な情報に現れる頻度の高いキーワードやフレーズをあらかじめ選別し、検索結果を規制することで、有害サイトへのアクセスを制限する方式。
- ・ 長所：リアルタイム性に富む。
- ・ 短所：システム負荷が大きい。規制抜け・ミスが多い。
- ・ 例：キッズ goo（<http://kids.goo.ne.jp/>）や Yahoo! きっず（<http://kids.yahoo.co.jp/>）、KIDSPLAZA（BIGLOBE。現在はサービス停止）など国内の青少年向け検索エンジンはほぼ当該方式を採用している。

海外の放送分野における青少年保護の現状

① 米国

◆通信法、連邦通信委員会（FCC）ルールによる規制

- ・ Vチップ（登録したランクのテレビ番組を自動的に映らないようにするシステム）のテレビ受像器への内蔵義務付け【1996通信法 § 551】
番組ランク付け（レイティング）は、Vチップを機能させるために、放送事業者が自主的に、事前に視聴者に知らせる番組情報で、「内容別ランク付け」と「年齢別ランク付け」がある。
- ・ 成人向け番組のスクランブル化（衛星・ケーブル）【1996通信法 § 641】
- ・ 6:00～22:00の下品な内容の放送禁止【FCC規則 § 73.3999】
- ・ 商業テレビ局への7:00～22:00の間における子ども向け教育情報番組の週3時間以上の放送義務（地上）【FCC規則 § 73.671】
- ・ 2000年6月、「合衆国対プレイボーイ・エンターテイメント・グループ社事件」により、CATVの成人向け番組に対する未成年者保護のための規定（第505条）が違憲とされた。

【合衆国対プレイボーイ・エンターテイメント・グループのあらまし】

アメリカのアダルト放送を放送している「プレイボーイ・エンターテイメント・グループ社」は、従来から、CATVを通じて24時間放送していたが、有料チャンネルであるため、スクランブル（ブロック）をかけて放送していた。ところが、このスクランブルが完全ではなく、番組の音声や映像が聞こえたり見えたりすることが問題となり（シグナル・ブリード）、FCCが動いて、1996年通信法のうち通信品位法CDAの第V章に、次のような内容が付け加えられた。「成人番組を放送する事業者は、そのチャンネルの映像あるいは音声部分を完全にスクランブルをかけること、この要求を満たすまでは日中の時間帯にそのような番組を放送してはならないこと。」これにより、アダルト放送番組は、午後10時以降しか放送できなくなり、いっせいに番組の時間移動が行われた。この結果大きい打撃を受けたプレイボーイ・チャンネルは、直ちに連邦裁判所に対し、言論の自由の侵害を理由に提訴を起こすこととなった。最終的に、連邦最高裁で、未成年者保護のためのCDAの規定が憲法違反であると判決がおりた。

② 英国

◆2003年通信法その他、Ofcom番組基準（2003年通信法 §319条が根拠）、各事業者への免許の条件により個別に規定。

- ・ 5:30～21:00の間の青少年に適さない素材の放送禁止【2003通信法 §319】
【Ofcom番組基準 §1.4】
- ・ 青少年に適さないおそれのある番組の放送についての警告又は表示【Ofcom番組基準1.7】
- ・ CH4はOfcomが定める適切な割合で学校番組を放送する義務（地上）【2003通信法 §296】
- ・ BBCは、21時以降は、青少年を含む一般視聴者にふさわしい番組を放送しない【協定書 §4に基づく視聴者への約束】

③ 仏国

◆視聴覚法のほか、関係の決定事項、個々の放送事業者ごとの条件明細書（公共放送）、個別協定（民放）により個別に規律。

- ・ 未成年者の成長を害しうる番組の視覚的警告義務【視聴覚法 §15】
- ・ 青少年向け番組の放送【TF1協約 §35、M6協約 §38他】
- ・ 6:00～22:30の間の未成年向けの放送禁止（地上）【条件明細書 §28】

◆視聴覚最高評議会（CSA）による規制

- ・ 視聴覚最高評議会は、視聴覚通信サービスによって公衆に供される放送番組において、児童と青少年の保護並びに人間的尊厳の尊重に留意するものとする。【法第15条】
- ・ 未成年者の身体的、精神的または道徳的成長を阻害するおそれのある番組がテレビ・サービスによって公衆に供される場合、視聴覚最高評議会は、その番組が公衆に警告し、またその番組の放送中に視聴覚表示を示すことで確認できるようにしているかどうかについて留意するものとする。【法第15条】
- ・ その他、未成年者の身体的、精神的または道徳的成長を著しく阻害するおそれのある番組が公衆に供されないよう留意するものとする。【法第15条】
- ・ 番組が、人種、性別、風習、宗教あるいは国籍を理由とした憎悪あるいは暴力を煽るいかなる内容も含まないよう留意するものとする。【法第15条】

④ 独国

◆放送に関する州間協定、州法等により個別に規律。

- ・明らかに児童又は青少年の風紀を重大に脅かす恐れのある等の番組の禁止【ベルリン州及びブランデンブルク州の放送に関する協定 § 48(1)(3)】
- ・6:00～23:00は青少年の身体等を害する番組の禁止。6:00～22:00は16歳未満禁止映画の放送禁止。6:00～23:00は18歳未満禁止映画の放送禁止【青少年メディア保護に関する州間協定 § 5】【ベルリン州及びブランデンブルク州の放送に関する協定 § 48】
- ・22:00～6:00の間のみ放送できる番組にかかる識別措置【ベルリン州及びブランデンブルク州の放送に関する協定 § 48】

⑤ 韓国

◆放送法令のほか、「放送委員会」の審議規程により個別に規律。

・放送委員会は、放送（中略）の内容が公正性と公共性を維持しているか否かについて及び公的責任を遵守しているか否かを、放送または流通された後、審議・議決する。【放送法 § 32（抜粋）】

・放送委員会の審議規程に、「児童と青少年保護と健全な人格形成に関する事項」を含み、放送事業者は、児童と青少年を保護するため、視聴年齢等を勘案して放送番組の等級を分類し（レイティング）、これを放送中に表示しなければならない。【放送法 § 33】

⑥ EU

◆「国境なきテレビ」指令（第22条）→「視聴覚メディアサービス指令（案）」に名称変更等する改正案が、2005年12月13日、欧州委員会で採択・公表された。

- ・加盟諸国は、自国の管轄下にある放送事業者によるテレビ放送に、未成年者の身体的、精神的もしくは道徳的発育に深刻な害を与えるおそれのあるあらゆる番組、特に、ポルノもしくはいわれのない暴力を伴う番組が含まれていないことを保障する適切な措置を講じるものとする。【§ 22】
- ・かかる番組が暗号化されていない携帯で放送される場合、加盟諸国は、係る番組に先立って音声による警告が発せられる、または、かかる番組の放送時間中画像表示して特定されるように図るものとする。【§ 22】

○ スカパー契約約款（抜粋）

人工衛星によるデジタル放送に係る有料放送役務標準契約約款 〔有料電気通信役務利用放送役務契約約款〕（抜粋）

（視聴可能最低年齢を定めて提供される衛星デジタル有料放送サービス）

第九条 加入者は、視聴可能最低年齢を定めて提供される衛星デジタル有料放送サービスを視聴する場合には、別表第四号に規定する方法により、加入者は、最低年齢（当該衛星デジタル有料放送サービスを視聴することとなる最も若年の者の年齢）及び暗証番号又はパスワード（以下、合わせて「暗証番号等」という。）を事前に登録し、視聴するごとに事前に登録した暗証番号等を入力しなければなりません。

（受信装置の管理等）

第十条 加入者は、受信装置及びスカパー！ICカードを自己の責任で設置、維持、管理し、これにより衛星デジタル有料放送サービスの提供を受けるものとし、当社及び当社の代理人は、受信装置の瑕疵については一切責任を負いません。

2 加入者が衛星デジタル有料放送サービスの提供を受けるに当たって使用するスカパー！ICカードの所有権は、スカパー！に帰属するものであり、また、スカパー！が定めた「スカパー！ICカード使用許諾契約約款」に同意した加入申込者のみが有料放送契約を締結できるものとします。スカパー！ICカードの貸与、紛失、再発行及び返却についても「スカパー！ICカード使用許諾契約約款」の適用を受けます。

3 加入者は、スカパー！ICカードを紛失し、又は盗難にあった場合においては、「スカパー！ICカード使用許諾契約約款」に従い、速やかに必要な届出等を行わなくてはなりません。なお、この届出等が受理される以前に、第三者によりスカパー！ICカードが使用された場合においては、当該スカパー！ICカードの使用に係る第十二条第一項に定める有料放送料金等は、加入者の負担となります。

受信者情報取扱事業者への アンケート集計結果

①『受信者情報取扱事業者に対するアンケート』の実施概要

- 対象事業者等 …… 放送事業者及び業界団体等 116社
- 回答があった事業者等 …… 100社/116社

	衛星放送	ケーブル	その他	合計
送付数	51	40	25	116
回収数	45	32	23	100
回収率	88.2%	80.0%	92%	86.2%
実施期間	1月20日～2月1日			
実施方法	郵送(一部電子メール)			

【総評】

事業者の個人情報保護の取組み状況としては、規程類や体制の整備等の準備(plan)がほぼ完了し、規程に基づき運用(do)がスタートしている段階である。今後は、従業員教育による徹底、内部監査の実施(check)、対策の見直し(action)等の運用定着化を推進する施策の検討が必要である。

総務省「放送受信者等の個人情報保護の保護に関する指針」の規定のうち、利用目的の特定と公表、基本方針の策定と公表については、90%以上の事業者で実施済である。また、安全管理措置のうち、社内規程等の策定、パスワード等のアクセス制限、ウイルス感染防止策等の基本的対策については、80%以上の事業者で実施済である。

安全管理措置のうち、内部監査の実施、可搬記録媒体(USBメモリ、ノートパソコン等)の持出し管理、アクセスログの記録、コンピュータ室の入退管理、および委託先の監督等については、一部の事業者では対策が不十分である。また、従業員教育については、基本的対策であるが、63%の実施に留まっている。

②『受信者情報取扱事業者に対するアンケート』の集計結果

(1) 全体的に良好と考えられる事項

- | | |
|-------------------------|---------------|
| ①利用目的の特定と公表（指針第4条1, 2項） | ・ 実施済：98% |
| ②利用目的による制限（指針第5条） | ・ 目的外利用なし：98% |
| ③安全管理措置（指針第10条） 関連 | |
| ・ 社内規程等の策定 | ・ 実施済：85% |
| ・ パスワード等のアクセス制限 | ・ 実施済：93% |
| ・ ウィルス感染防止策 | ・ 実施済：90% |
| ④苦情の処理（指針第27条） 関連 | |
| ・ 苦情の申し出先の明確化 | ・ 実施済：96% |
| ⑤基本方針の策定と公表（指針第28条） | ・ 実施済：96% |

(2) 全体的に取り組みが不十分と考えられる事項

<p>①安全管理措置（指針第10条） 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 内部監査実施 ・ USB等での持出し禁止 ・ ノートパソコンの持込み、持出しの禁止 ・ 私有パソコンの社内ネットワーク接続の禁止 ・ アクセスログの記録 ・ アクセス項目の最小化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施済：54% ・ 実施済：47% ・ 実施済：67% ・ 実施済：66% ・ 実施済：60% ・ 実施済：30% 	<p>社内規程等の遵守状況や現行対策の有効性評価のためには、内部監査の実施が有効。</p>
<p>②取扱いの管理（指針第13条） 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出入り可能な者の範囲を限定 ・ 電算機および端末等の設置場所の入退室管理 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施済：63% ・ 実施済：46% 	<p>従業員の個人情報保護意識を高め、ルールを徹底させるためにも教育は必須。</p>
<p>③従業者の監督（指針第15条） 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全管理のために必要な研修の実施 ・ 守秘義務契約の締結 <p>④委託先の監督（指針第17条関連）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 定期的な契約の見直し ・ 委託先への監査の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施済：64% ・ 実施済：51% ・ 実施済：32% ・ 実施済：17% 	<p>放送事業者関係の個人情報漏えい事案の中でも、業務委託先での紛失・盗難等の事故は多い。</p>

(3) 取り組みにはらつきが見られる事項

・衛星放送

①安全管理措置（指針第10条） 関連

漏えい時の報告連絡体制の整備

・実施済：62%

衛星放送事業者は、漏えい時の報告連絡体制を整備している割合が、他事業者より低い。
ケーブル：84%
その他：91%

・ケーブル

①個人データの保存期間および消去（指針第19条） 関連

保存期間を定めている

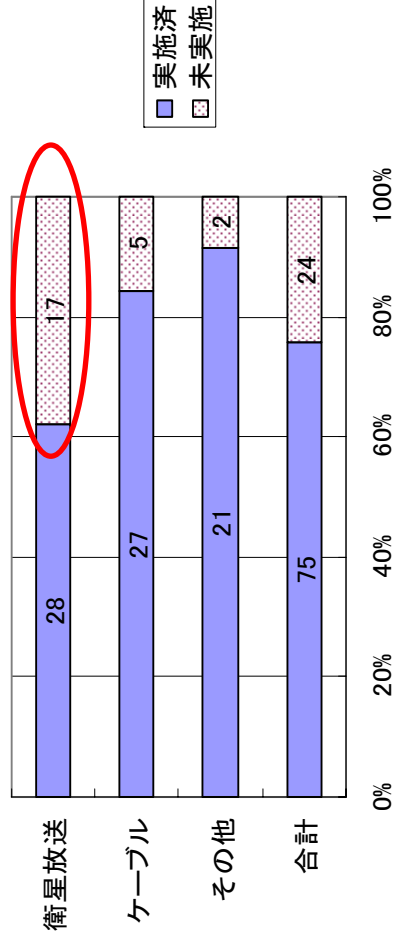
保存期間満了後の消去

・実施済：59%

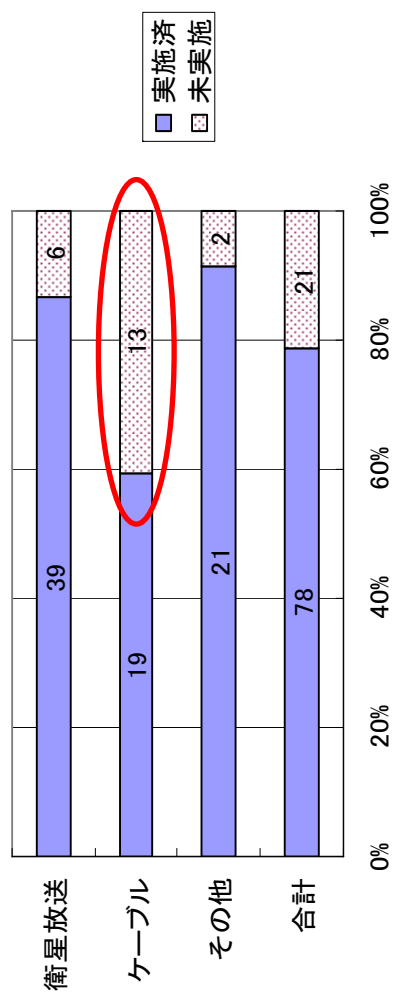
・実施済：34%

ケーブルテレビ事業者は、保存期間を定めている率が、他事業者より低い。
衛星放送：87%
その他：91%

漏えい時の報告連絡体制の整備



データの保存期間の設定



個人情報保護 事業者アンケート集計表

針該当条	質問	選択肢	衛星放送			ケーブル	その他				合計
			① CS放送事業者	② BS放送事業者	衛星放送合計		③ケーブル合計	④地上放送事業者	⑤事業者団体等	その他合計	
			35	10	45	32	18	5	23	100	
1 定義 (指針第2条3項)	(法第2条第3項に定義されている)個人情報データベース等を事業の用に供している「個人情報取扱事業者」(※)に該当しますか。	回答数	30	7	37	31	18	4	22	90	
			1	3	4	0	0	0	0	2	
			3	2	5	1	3	1	20	7	
			1	3	4	0	0	0	0	1	
2 利用目的の特定 (指針第4条1、2項)	これを特定していますか。		33	10	43	32	18	5	23	98	
			1	3	4	0	0	0	0	1	
			34	10	44	31	18	5	23	98	
			0	0	0	0	0	0	0	0	
			0	0	0	1	3	0	0	1	
2-1 個人情報取扱事業者の利用目的について	(公表している場合)どのように公表していますか。		34	97	10	100	18	100	23	98	
			0	0	0	0	0	0	0	0	
			34	97	10	100	18	100	23	95	
			2	6	8	1	3	0	4	9	
			1	3	4	0	0	0	0	1	
			1	3	4	11	34	1	20	13	
			12	34	46	13	41	4	3	22	
2-2 第三者への提供を目的とする場合	第三者への提供を目的としていますか。		22	63	3	18	56	14	16	59	
			6	17	6	6	19	0	2	9	
			7	20	6	10	31	0	2	20	
			6	17	4	10	22	4	13	18	
			1	3	0	0	0	0	0	1	
3 利用目的の範囲を超えて、取り扱われたケースがありますか	利用目的の範囲を超えて、取り扱われたケースがありますか		33	94	10	100	43	96	23	98	
			0	0	0	0	0	0	0	0	
			0	0	0	0	0	0	0	0	
			0	0	0	0	0	0	0	0	
4 適正な取得 (指針第7条)	個人情報の取得媒体は、主にどのようなものですか。(それぞれおおよそ何%か答え下さい)		30	86	8	32	100	17	94	91	
			26	74	8	22	69	18	100	78	
			13	37	4	20	63	7	39	46	
			0	0	0	2	6	0	0	19	
5 安全管理措置 (指針第10条)	組織的制度的な安全管理措置をとっていますか。(複数回答可)		32	91	10	29	91	18	100	94	
			15	43	6	21	66	11	61	54	
			19	54	9	27	84	18	100	76	
			23	66	8	23	72	15	83	73	
			26	74	9	26	81	18	100	84	
			26	74	10	23	72	17	94	80	
			2	6	1	1	3	1	6	5	
			23	66	8	28	88	15	83	77	
			27	77	8	29	91	16	89	83	
			28	80	10	26	81	16	89	84	
			21	60	9	24	75	14	78	72	
			15	43	8	19	59	13	72	58	
			12	34	6	21	66	7	39	47	
			0	0	1	1	3	2	11	4	

個人情報保護 事業者アンケート集計表

針該当条	質問	選択肢	衛星放送			ケーブル	その他			合計
			① CS放送事業者	② BS放送事業者	衛星放送合計		③ケーブル合計	④地上放送事業者	⑤事業者団体等	
			35	10	45	32	18	5	23	100
		③ 物理的な安全管理措置をとっていますか。(複数回答可)	19	6	25	17	12	3	15	57
		□ I Dカード等による入退室管理	19	6	25	17	12	3	15	57
		□ U S B等での持ち出し禁止	14	8	22	15	6	4	10	47
		□ 記録媒体の施錠管理	27	9	36	22	12	3	15	73
		□ ノートパソコンの持ち込みまたは持ち出しの禁止もしくは制限	18	8	26	23	15	4	19	68
		□ 私有パソコンの社内ネットワーク接続の禁止	20	7	27	21	15	3	18	66
		□ 廃棄専門業者への委託	18	6	24	8	12	3	15	47
		□ その他	2	1	3	2	1	0	1	6
		④ 技術的な安全管理措置をとっていますか。(複数回答可)	32	10	42	28	18	5	23	93
		□ パスワード等のアクセス制限	32	10	42	28	18	5	23	93
		□ ウイルス感染防止策	32	8	40	28	17	5	22	90
		□ アクセスログの記録	17	7	24	21	12	3	15	60
		□ ファイアーウォール設置	26	7	33	27	15	5	20	80
		□ アクセス項目の最小化	9	4	13	9	6	2	8	30
		□ アクセス権者の数の最小化	26	10	36	23	13	3	16	75
		□ その他	1	0	1	0	1	0	1	2
6	管理責任者の責任範囲はどのようになっていますか。	□ 社内全体を管理	19	5	24	23	12	4	16	63
		□ 複数人で担当を分担	18	6	24	12	8	2	10	46
		□ その他	0	0	0	0	0	0	0	0
7	安全管理規程の作成について、どのように対応していますか。	□ 作成している	25	10	35	26	16	3	19	80
		□ 作成していない(その理由)	5	0	5	2	0	0	0	7
		□ 作成の上、定期的に見直しを行っている	5	2	7	4	1	2	5	16
		□ その他	1	0	1	1	0	0	0	2
8	どのようなことについて、個人データの保管場所(部屋)への出入りについて管理を行っていますか。	□ 出入り可能な者の範囲を限定している	20	8	28	22	10	3	13	63
		□ I Dカード等による入退室管理を行っている	18	5	23	15	12	2	14	52
		□ その他の方法による管理を行っている	2	2	4	1	3	2	6	11
		□ 特に行っていない	4	1	5	5	1	0	1	11
		□ 電算機および端末等の設置場所の入退室管理を行っている	14	4	18	14	8	3	11	48
		□ 電算機および端末等を責任者等の監視下に常に置いている	20	5	25	14	11	3	14	53
		□ その他の方法による管理を行っている	0	1	1	6	4	1	5	12
		□ 特に行っていない	3	0	3	2	0	0	0	5
		□ 保管場所からの持ち出しを禁止している	18	7	25	13	7	3	10	48
		□ 社外への持ち出しを禁止している	20	5	25	17	11	3	14	56
		□ その他の制限を設けている	7	2	9	7	4	1	5	21
		□ 特に行っていない	1	0	1	1	0	0	0	2
		□ 暗証番号等を設定し直接アクセスを行うことのできる者の範囲を限定している	30	10	40	25	18	5	23	88
		□ 直接アクセスした者の記録が残るようにしている	12	6	18	10	7	2	9	37
		□ その他の制限を設けている	1	0	1	1	0	0	0	2
		□ 特に行っていない	1	0	1	2	0	0	0	3
9	従業者の監督について、どのような対策を行っていますか。	□ 個人データの取扱いに係る従業者間の責任分担を明確化している	25	7	32	16	15	5	20	68
		□ 個人データの安全管理のため必要な研修(その他啓発)等を実施している	19	9	28	22	11	3	14	64
		□ 入社時・退職時に、守秘義務契約を締結している	14	6	20	21	8	2	10	51

個人情報保護 事業者アンケート集計表

針該当条	質問	選択肢	衛星放送			ケーブル		その他			合計
			① CS放送事業者	② BS放送事業者	衛星放送合計	③ケーブル合計	④地上放送事業者	⑤事業者団体等	その他合計		
			35	10	45	32	18	5	23	100	
		回答数									
		□ その他	1	3%	1	2%	0	0%	1	4%	
		□ 特に行っていない	1	3%	1	2%	0	0%	0	0%	
10	委託先の監督(指針第7条)	□ 定期的に委託先との契約内容を見直す	12	34%	16	36%	9	28%	7	30%	
		□ 守秘義務を契約に含める	30	86%	40	89%	30	94%	22	96%	
		□ 委託先への監査の実施	6	17%	7	16%	4	12%	5	22%	
		□ その他	0	0%	1	2%	2	6%	2	13%	
		□ 特に行っていない	2	6%	2	4%	0	0%	1	4%	
11	第三者提供の制限(指針第18条)	□ 痼弊にある	3	9%	3	13%	4	13%	2	9%	
		□ たまにある	4	11%	5	20%	5	16%	1	20%	
		□ 全くない	24	69%	26	58%	17	53%	15	65%	
		□ その他	0	0%	0	0%	4	13%	1	4%	
12	個人データの保存期間を定めていますか。またその場合は何年(または何ヶ月)ですか。	□ 定めている → 1 2 - ②)にお進みください。	30	86%	39	87%	19	59%	23	100%	
		□ 定めていない	1	3%	1	2%	11	34%	1	4%	
13	保有個人データのうちで、本人の知りうる状態に置いているのは、何ですか。(複数回答可)	□ 保存期間終了後、直ちに消去している	32	91%	7	70%	11	34%	20	87%	
		□ 保存期間終了後、消去しているかどうか定かでない	0	0%	1	2%	3	9%	0	0%	
		□ その他	1	3%	1	2%	4	13%	1	4%	
		□ 受信者情報取扱事業者の氏名又は名称	28	80%	7	70%	28	88%	19	83%	
		□ 保有個人データの利用目的	31	89%	7	70%	29	91%	19	83%	
		□ 各種求めに応じた手続	28	80%	7	70%	30	94%	20	87%	
		□ 保有個人データの取扱いに関する苦情の申出先	30	86%	8	80%	28	88%	21	91%	
14	手数料(指針第26条)	□ 定めている (円)	28	80%	8	80%	20	63%	21	91%	
		□ 定めていない	5	14%	1	10%	11	34%	2	9%	
15	苦情の処理(指針第27条)	□ 研修・教育を行う	23	66%	7	70%	21	66%	14	61%	
		□ マニュアルを作成	18	51%	7	70%	22	69%	20	87%	
		□ プライバシーマークを取得	6	17%	0	0%	7	22%	1	4%	
		□ その他	10	29%	1	10%	5	16%	4	17%	
16	基本方針の策定及び公表(指針第8条)	□ 定めている	34	97%	9	90%	31	97%	22	96%	
		□ 定めていない	0	0%	1	2%	0	0%	1	4%	
17	苦情に対応するための手続を整備していますか。	□ マニュアル等を作成	20	57%	8	80%	25	78%	22	96%	
		□ 何も整備していません	5	14%	1	10%	5	16%	0	0%	
		□ その他	7	20%	1	10%	8	25%	1	4%	
18	指針第28条にあるとおり、個人情報取扱いに関する事項について「基本方針(標準契約款第20条「個人情報取扱規程」)を定めていますか。	□ 衛星放送協会、日本ケーブルテレビ連盟、又は認定個人情報保護団体の指針のいずれかのサンプルに則って定めている。 *三つのうち()のサンプルを使用。 □ その他のモデルに則って定めている	29	83%	3	30%	32	71%	2	9%	
		□ 準備中	6	17%	6	60%	12	27%	22	96%	
		□ 定めていない	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
		□ 公表している	33	94%	10	100%	43	96%	23	100%	
		□ 準備中(平成 年 月に公表予定)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	

