

**利用者視点を踏まえたICTサービスに関する
諸問題について**

**平成21年4月
総務省 総合通信基盤局**

目次

- 1 **問題の背景**
- 2 インターネット地図情報サービスについて
- 3 違法音楽配信について
- 4 ライフログ活用サービスについて
- 5 個人情報保護ガイドラインの見直しについて
- 参考 個人情報保護及び通信の秘密について

1-1 検討の必要性

市場環境の変化

■ クラウドコンピューティング化

インターネットの普及やブロードバンド化に伴い、インターネット上の情報を整理し、利用者の嗜好に応じて提供するサービス（例：検索エンジン）が普及。近時では、地図や書籍、音楽等の様々な情報をインターネットに取り込んで整理・分類するサービスが進展。

これにつき、本来の権利者が求めているにも関わらず、当該個人に関する情報がインターネット上に発信・流通する例が生じており、個人情報保護や著作権等との関係を整理する必要。

■ パーソナル化

携帯電話端末の普及や高度化に伴い、単なる情報発信・情報収集に加え、生活や行動を支援する高機能ツール（例：おサイフケータイ）として発展してきたが、近時では、利用者のネット内外の活動の記録であるライフログ（例：購買履歴、サイト閲覧履歴）を活用し、利用者の属性情報に応じたコンテンツや広告を提供するサービスの進展が期待。

これにつき、利用者が求めるサービスに必要な範囲で属性情報が活用されているか否か等につき社会的合意やルールが形成されておらず、個人情報保護や通信の秘密等との関係を整理する必要。

検討の必要性

- 新たなサービスの登場や技術革新により、通信の秘密、個人情報保護、プライバシー、知的財産保護等との関係が不分明なために、利用者の不安が高まったり、新規サービスの展開が円滑に進まないといった問題が指摘されている。
- こうした課題について、利用者視点を踏まえながら、適切な時期に、関係者間で、速やかに問題を整理し、具体的な対応策を検討するため、新たな枠組みを設けることが必要。

1-2 主な検討項目(案)

項目	現状
インターネット地図情報サービス	<ul style="list-style-type: none">◆ インターネット上で道路周辺の映像を公開するサービスが展開。我が国では、グーグル社のストリートビュー（昨年8月以降）を初め、複数の事業者がサービス展開を実施又は予定。◆ プライバシーや肖像権、防犯上等の観点から問題を指摘する声があり、地方公共団体の議会においても実態調査等を求める意見書が決議。
違法音楽配信	<ul style="list-style-type: none">◆ 携帯電話インターネット上の掲示板サイト等で音楽ファイルが違法にやりとりされる被害が深刻化。とりわけ、10代後半において違法サイトの利用率、違法「着うたフル（R）」のダウンロード曲数ともに増加。◆ 違法な音楽配信の拡大が正規の携帯音楽ビジネスを阻害しており、利用者啓発や法執行等の既存の対策を踏まえ、効果的な対策を講じることが課題。
ライフログ活用サービス	<ul style="list-style-type: none">◆ インターネット上のアクセスログ等から利用者の嗜好や動向を分析する等、ライフログを活用したサービスは、位置情報の活用等により、携帯電話のパーソナル性、モバイル性に着目した様々なサービスの展開が期待。◆ 他方、取得・活用される情報の範囲や手法等について社会的合意が形成されていないため、ライフログ活用サービスの実態を正確に把握した上で、さらなる事業展開に向けて法的安定性を高めていくことが課題。
個人情報保護ガイドラインの見直し	<ul style="list-style-type: none">◆ 個人情報保護法制においては、主務大臣制のもと、個人情報保護法第6条等に基づき、各監督官庁が事業分野ごとにガイドライン等を策定。◆ 平成20年7月、内閣府「第5回 個人情報保護関係省庁連絡会議」において申合せ。内閣府公表の「ガイドラインの共通化についての考え方」に基づき、各府省庁はガイドラインの共通化について必要な措置等を講ずることにより、事業分野に応じた異同を最小化し、既存のガイドライン等を対外的に分かりやすいものとする（見直しは本年7月までを目途）。

目次

- 1 問題の背景
- 2 インターネット地図情報サービスについて**
- 3 違法音楽配信の状況について
- 4 ライフログ活用サービスについて
- 5 個人情報保護ガイドラインの見直しについて
- 参考 個人情報保護及び通信の秘密について

2-1 インターネット地図情報サービスの現状

グーグル社の「ストリートビュー」に代表される、公道から撮影された周辺画像を編集し、インターネット上で閲覧可能となるよう公開するサービスとして、世界各地域で提供。

サービスの例

○ストリートビュー（グーグル社）

- Googleマップのサービスの一つであり、平成20年8月から日本において提供開始。
- 全国12都市(札幌、小樽、仙台、東京、千葉、さいたま、横浜、川崎、鎌倉、大阪、京都)のほぼ全ての公道周辺の風景を撮影し、地図上で表示。全方位で閲覧可能となるように編集・公開。
- 米国で一昨年5月に開始され、昨年8月から日本及び豪州、10月から仏国の5都市、本年3月から英国及びオランダ、ニュージーランドを追加。今後欧州を中心に提供エリアを拡大予定。

○ロケーションビュー（ロケーションビュー社）

- インターネット上での無料公開とともに、法人向けサービスも提供。昨年6月から提供開始。
- 全国31地区の画像を撮影・公開。動画も閲覧可能。

○ウォークスルービデオシステム（NTTレゾナント社）

- 試験的に世界各地および日本の数カ所の風景を動画で公開。

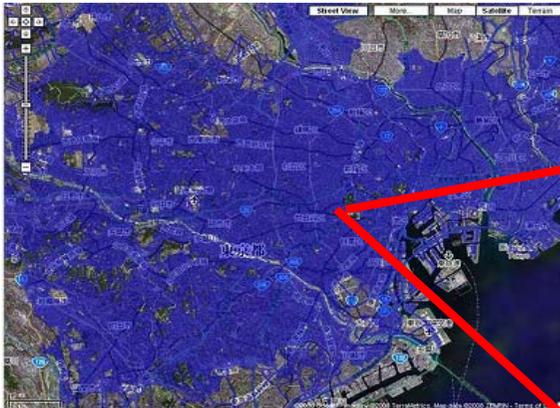
※ 海外ではマイクロソフト社、Everyscape社、MapJack社、Earthmine社、Blue Dasher Technologies社（以上アメリカ）、Superhighstreet社、Seety社（以上イギリス）、Mappy社、Pagesjaunes社（以上フランス）、Paginegialle社（イタリア）、QDQ.com（スペイン）、Kartamania社、gdeetodom.com（以上ロシア）、Cyclomedia社（オランダ）、hitta.se、eniro.se（以上スウェーデン）、Live MSN Maps、O2.fi（以上フィンランド）、Norc社（オーストラリア、チェコ、ポーランド等）、Kapou.gr（ギリシャ）、gothere.sg（シンガポール）等。

2-2 我が国の状況(ストリートビューについて) ①

想定されるサービスの活用例

- 飲食店や不動産物件紹介サイトが、建物の外観や周辺画像を利用者に視覚的に説明可能。
- 市場調査等のビジネスに活用可能。
- 身体障害者等が外出先のバリアフリー整備状況を事前に視認可能。
- 海外旅行先や帰省先等の遠隔地の町並みを鮮明に確認可能。

《利用イメージ》



青い部分が閲覧可能な道路。東京はほぼ全域をカバー



360° 周辺画像を閲覧可能。人の顔、ナンバープレートは予めぼかされている。

2-3 我が国の状況(ストリートビューについて) ②

ストリートビューの提供開始後、住宅が詳細に写っている、歩行者の顔や車のナンバープレートが写っている場合がある等、プライバシーや肖像権、防犯等の観点から問題が提起。各方面の反応は以下の通り。

国の反応

- 平成20年11月の衆議院総務委員会において、ストリートビューに関する質疑が行われた。
- 平成20年12月に閣議決定された「犯罪に強い社会の実現のための行動計画2008」においても、「実在する道路周辺の映像をインターネット上で立体的に表示するサービスについて、防犯上の問題点等を検討し、問題点がある場合は、対策について検討する。」との記述がある。

地方自治体の反応

- 全国の地方自治体の議会より、ストリートビューに関する意見書が多数提出されている(次頁)。
- 本年2月3日に開催された第39回東京都情報公開・個人情報保護審議会でのヒアリングを実施。

その他の反応

- 福岡県弁護士会が「ストリートビューサービスの中止を求める声明」を発出。

グーグル社の対応

- 人の顔を解析し自動的にぼかしを入れる技術をサービス開始当初より導入。
- ぼかし洩れの指摘やその他プライバシー保護等の観点から問題があるとの利用者からの申告があれば、原則24時間以内に削除等の対応を実施(日本ではオンラインだけではなく、電話による申告にも対応中)。また、削除した画像の前後をつなぎ合わせ、削除したことが分からないような処置も実施。

2-4 我が国の状況(ストリートビューについて) ③

ストリートビューサービスの国内提供開始後、総務省に寄せられた意見書の概要は以下のとおり(全36件[平成21年4月7日現在])。

	要望の概要	時期	客体		要望の概要	時期	客体
東京都町田市	1,2,3,4	H20.10.9	政府及び関係機関	高知県土佐市	1,3,4,5	H21.3.18	国
奈良県生駒市	1,2,3,4	H20.12.11	政府及び関係機関	高知県須崎市	1,2,3,4,10	H21.3.19	国
北海道札幌市	2,4,5	H20.12.11	国会及び政府	高知県	1,3,4	H21.3.19	国
香川県琴平町	1,2,3,4,10	H20.12.15	政府及び関係機関	広島県尾道市	1,2,3,4	H21.3.17	政府及び関係機関
奈良県安堵町	1,2,3,4	H20.12.17	政府及び関係機関	香川県綾川町	1,2,3,4	H21.3.19	国会、政府及び関係機関
奈良県御所市	1,2,3,4	H20.12.16	政府及び関係機関	香川県まんのう町	1,2,3,4	H21.3.19	国会、政府及び関係機関
大阪府茨木市	6	H20.12.16	国及び政府	埼玉県戸田市	2,4,8	H21.3.23	国及び政府
奈良県三郷町	1,2,3,4	H20.12.17	国及び県の関係機関	広島県呉市	1,2,3,4	H21.3.19	政府及び関係機関
広島県福山市	1,2,3,4	H20.12.22	政府	福岡県小郡市	1,2,3,4	H21.3.24	政府及び関係機関
埼玉県和光市	4,8	H20.12.19	政府	広島県竹原市	1,2,3,4	H21.3.17	政府及び関係機関
大阪府高槻市	1,2,3,4	H20.12.18	国会、政府及び関係機関	香川県丸亀市	1,3,10	H21.3.24	政府、国会並びに香川県
神奈川県相模原市	1,2,3,5,9	H20.12.20	国会及び政府	香川県多度津町	1,2,3,4,10	H21.3.26	県、政府及び関係機関
東京都狛江市	1,3,4	H20.12.22	国会・政府及び東京都	北海道石狩市	2,3,11	H21.3.24	政府
東京都国分寺市	1,3,4	H20.12.19	政府及び関係機関	北海道江別市	4,8	H21.3.27	国
東京都小平市	1,2,3,7	H21.2.25	政府及び関係機関	香川県小豆島町	1,2,3,4	H21.3.30	国
東京都小金井市	1,2,3	H21.3.4	政府	大阪府箕面市	1,2,3,4	H21.3.26	政府、国会及び関係機関
東京都荒川区	1,3,4	H21.3.17	国会及び政府並びに東京都	香川県土庄町	1,2,3,4	H21.3.24	国
高知県宿毛市	1,2,4,5	H21.3.17	国会、政府、県及び関係機関				

概要凡例：

1＝当該サービスに対して寄せられた意見の実態調査等の現状把握 2＝インターネット非利用者への広報 3＝住宅街の公開の適否について、国民からの意見聴取を踏まえての事業者への指導 4＝個人・自宅の無許可撮影及び公開に係る法整備 5＝画像の撮影及び公開に際して住民から許可を得よう事業者へ指導 6＝当該サービスの非公開化 7＝第三者による当該サービスの二次利用に関するルール整備の促進 8＝繁華街や住宅街等、地域の種類ごとの公開の適否に関する検証 9＝新技術の恩恵をすべての国民が享受するための方策についての検討 10＝差別等の人権侵害の観点からの検討 11＝インターネット以外からも削除要求を可能とするよう事業者へ要請

福岡県弁護士会：平成20年12月1日、グーグル社に対して、①広範かつ無限定の市民の撮影、②家屋内の撮影、③事前説明の欠如、④画像の事前確認の欠如、⑤撮影場所が特定可能な状態での長期間の公開、⑥画像の二次利用の容易性の6点を指摘。

2-5 諸外国の状況(ストリートビューについて) ①

諸外国においても、インターネット地図情報サービス（特にストリートビューサービス）に関する法的検討が進展。現時点では、個人情報保護やプライバシー保護等の観点からインターネット地図情報サービスが一律に違法とされた事例は確認されていない。

アメリカ

連邦

- 国防総省が安全保障の観点から、軍事施設内の映像撮影を許可しないことを決定。

各州

【カリフォルニア州】

- 現在州議会において、学校、礼拝施設、政府施設及び医療施設の衛星画像を商用サイトに掲載する際に、ぼかしを入れることを義務づける（罰則あり）法案が審議中。

【ミネソタ州】

- ノースオーク市では、グーグル社が同市を撮影した際、私有地への無断侵入により撮影を行ったとして同市の映像が削除。

【ペンシルヴァニア州】

- グーグル社が私道に侵入して映像を撮影し、当該画像を公開しているのはプライバシーの侵害だとして訴訟が提起されたものの、原告の申し立てに係る疎明が不十分等の理由で、訴えを棄却された事例が存在（2009年2月）。

2-6 諸外国の状況(ストリートビューについて) ②

カナダ

※ストリートビューサービス未提供

- プライバシー委員会は、2007年8月9日付で、ストリートビューサービスのために収集されている画像が個人を特定するのに十分な解像度を有しているため、個人情報保護法の定める「個人情報」に該当し、同サービスが同法に整合的でない可能性がある旨の書簡をグーグル社に送付。
- カナダでは現在ストリートビューは提供されていないが、市街地での撮影開始を受け、議会において新たなサービスや技術の進展を踏まえた個人情報保護法の見直しやグーグル社を召喚する動議が審議中。

欧州委員会 (EC)

- 個人情報に掲載されていれば、指令95/46/EC（個人データ処理及びデータの自由な移動に関する個人の保護に関する指令）に基づく各国の個人情報保護法が適用される。
- 道路周辺映像サービスへの対応について昨年未より検討。現在はグーグルに説明を求めている段階。

イギリス

- プライバシー保護を所管するICO (Information Commissioner's Office) が、2008年7月にストリートビューについて、ぼかし処理等によりプライバシーやセキュリティを脅かすリスクを回避する十分なセーフガード措置を講じていることに満足しているとの公式な声明を発売。

フランス

- プライバシー保護を所管する「情報と自由に関する国家委員会」(CNIL) が、2008年7月にストリートビューについて、ぼかし処理の更なる改善を求め、グーグル社においてシステムの改善を検討。

オーストラリア

- サービス導入時に、グーグル社と個人情報保護担当機関であるプライバシー・コミッショナー・オフィスとの間で協議が行われ、人物の顔や車のナンバー等にぼかしを入れることと、撮影地域を拡大する際に、撮影を行う場所、時間についてグーグル社が情報提供することが合意された。

韓国

※ストリートビューサービス未提供

- ポータルサイト”Daum” が「ロードビュー」サービスを提供。人物の全身にモザイク処理を実施。

2-7 基本的な検討の視点(案)

インターネット地図情報サービスの利便性・将来性と法的利益の調整が課題ではないか。

【個人情報保護法との関係】

➤ インターネット地図情報サービスの提供には個人情報保護法上の問題はないか。

- ・ 公開されている情報は個人情報保護法にいう「個人情報」にあたるか。
- ・ サービス提供者は個人情報保護法にいう「個人情報取扱事業者」にあたるか。等

※個人情報の保護に関する法律(平成一五年五月三十日法律第五十七号)

(定義)第二条 この法律において「**個人情報**」とは、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(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。)をいう。

2 この法律において「**個人情報データベース等**」とは、個人情報を含む情報の集合物であつて、次に掲げるものをいう。

一 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

二 前号に掲げるもののほか、特定の個人情報を容易に検索することができるように体系的に構成したものとして政令で定めるもの

3 この法律において「**個人情報取扱事業者**」とは、個人情報データベース等を事業の用に供している者をいう。ただし、次に掲げる者を除く。

一～ 五 (略)

【その他の法的利益との関係】

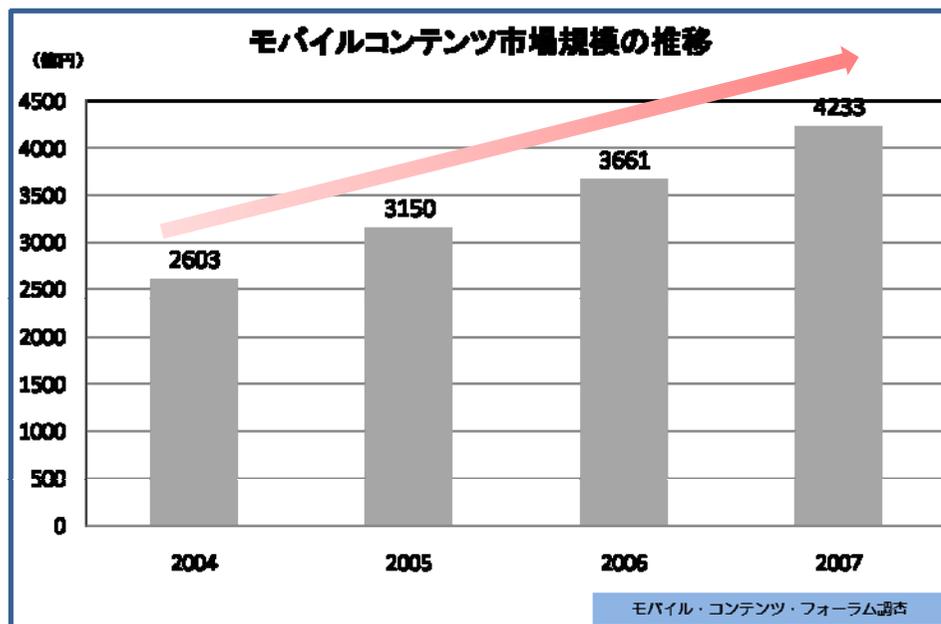
- 個人の住居の画像等をインターネット上で公開することはプライバシーの侵害ではないか。
- 個人の姿形、服装等を、本人の事前の許可なく撮影、公開することは、肖像権の侵害ではないか。
- その他の観点からの法的課題はないか。

目次

- 1 問題の背景
 - 2 インターネット地図情報サービスについて
 - 3 違法音楽配信について**
 - 4 ライフログ活用サービスについて
 - 5 個人情報保護ガイドラインの見直しについて
- 参考 個人情報保護及び通信の秘密について

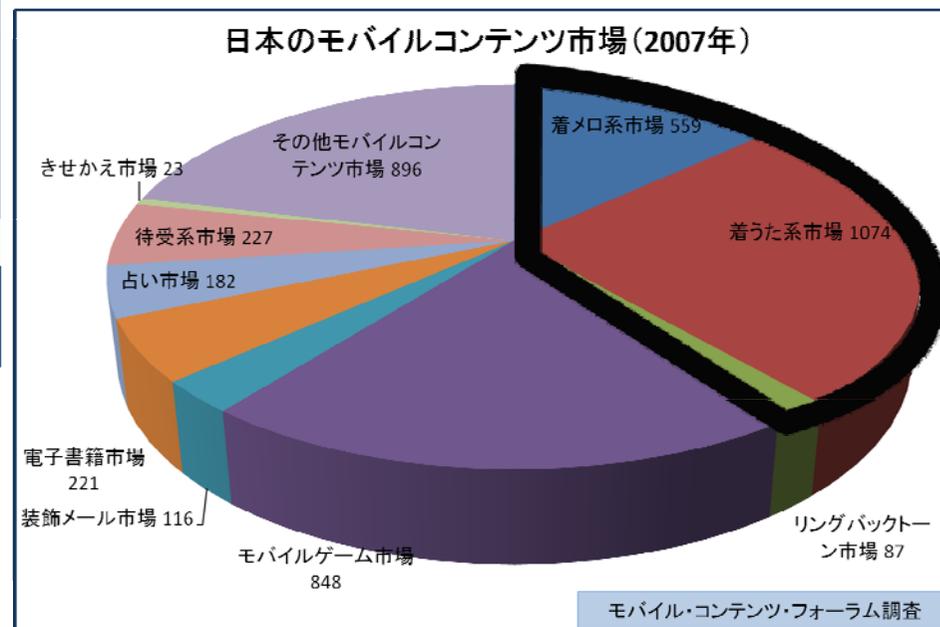
3-1 モバイルコンテンツビジネスの現状

- モバイルコンテンツ市場は拡大が続いており、2007年で4233億円となっている。
(参考:通信販売やチケット販売などのモバイルコマース市場は7231億円)
- そのうち音楽関係(着信メロディ、着うた、リングバックトーン※等)は全体の約40%。
※ 電話を受けた際の呼び出し音を任意のコンテンツに変更するサービス



着実な市場拡大が進行

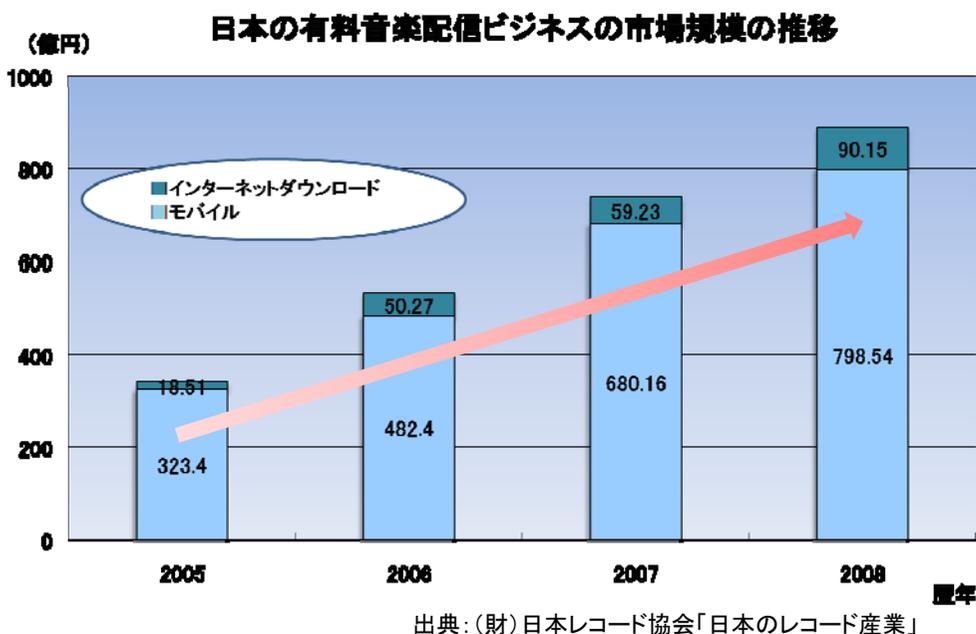
音楽配信ビジネスが最大シェア(約40%)



- 装飾メール市場=デコレーションされたHTMLメールのこと。
- きせかえ市場=待ち受け画面に加え、メニュー、電池残量などのアイコン・文字フォント等の設定がカスタマイズできるコンテンツ

3-2 モバイル音楽配信市場の現況

- 有料音楽配信市場は順調に拡大しており、2008年で前年度比20%増（うち約9割は携帯端末向け）。
 - ※ 2002年の「着うた」サービス開始以降順調な伸び
- 日本は有料音楽配信市場において世界2位であり、とりわけモバイル市場において世界をリード。



携帯端末向けが大半

有料音楽配信市場で日本は世界2位
携帯端末向けに限ると世界1位

有料音楽配信市場におけるシェア(上位5か国)2007年

国	シェア
アメリカ	51.4%
日本	20.0%
UK	5.9%
韓国	3.0%
ドイツ	3.0%

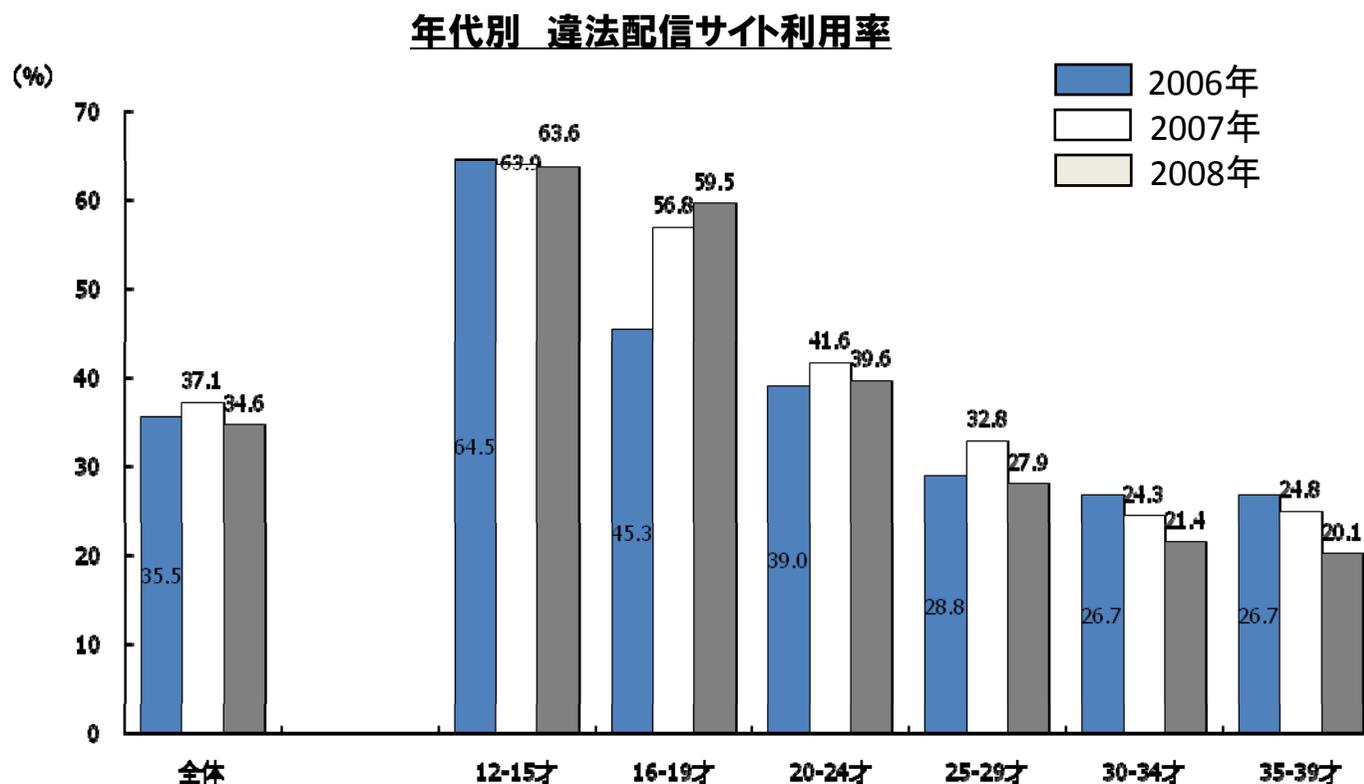
モバイル有料音楽市場におけるシェア(上位5か国)2007年

国	シェア
日本	38.4%
アメリカ	33.7%
フランス	3.0%
UK	3.0%
韓国	2.1%

3-3 違法音楽配信サイトの利用実態

- 携帯端末の性能向上等を背景として、モバイルコンテンツに対する著作権侵害が深刻化。違法な音楽配信サイトの利用率は、若年層ほど高い。
- 日本レコード協会の試算によれば、携帯向け違法音楽ファイルの年間ダウンロード数は約4億ファイルである一方、正規配信サイト経由の音楽ファイルの年間ダウンロード数は約4億3000万ファイルであり、違法市場と正規市場の規模が拮抗している状況。

※ 日本レコード協会「2008年違法な携帯電話向け音楽配信に関するユーザー利用実態調査」及び「日本のレコード産業2008」

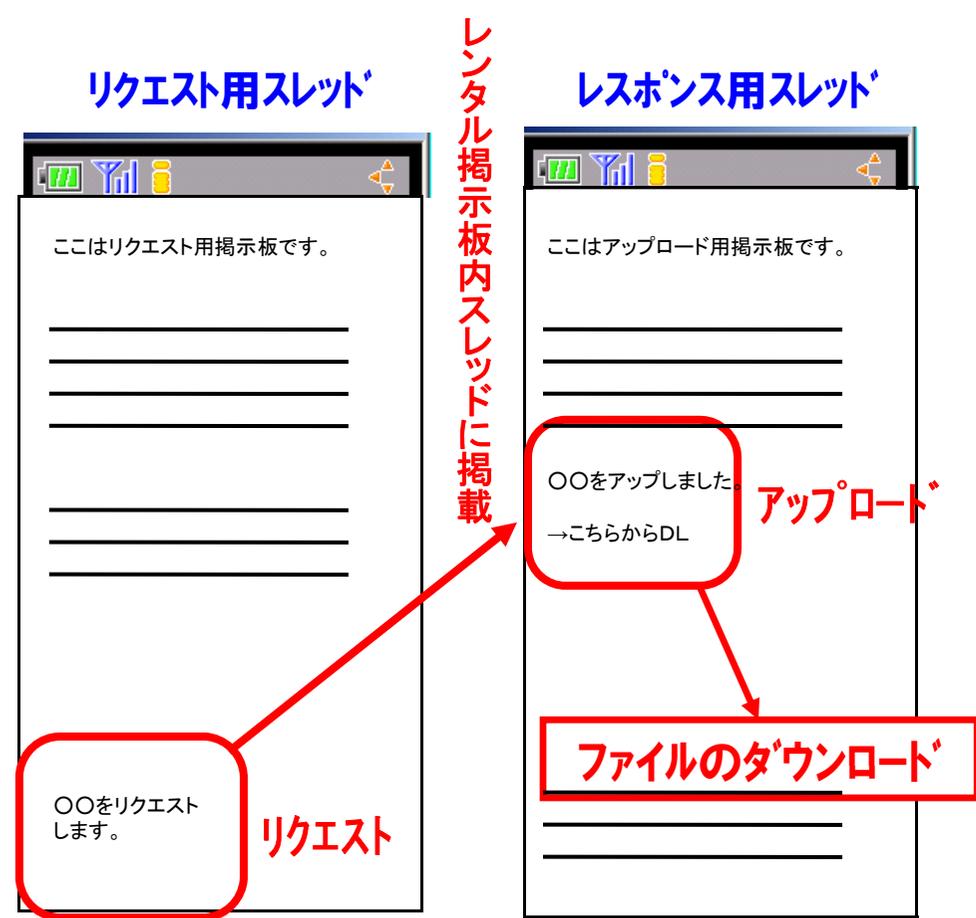


出典：社団法人日本レコード協会

「2008年違法な携帯電話向け音楽配信に関するユーザー利用実態調査」(アンケート調査、N=1050)

3-4 携帯端末向け違法音楽配信サイトの例

- 携帯端末向け違法音楽配信サイトとしては、①個人が趣味で行っているサイト、②出会い系サイト等に誘導する等のためのサイト、の2つが代表的。
- レンタル掲示板等を利用することにより、自作音楽ファイルのアップロード及びダウンロードができる機能が付されているサイトが多い。大規模なサイトでは、検索機能なども付加されているほか、雑誌等で紹介されている例もあり、音楽のダウンロードは容易となっている。
- 違法音楽配信サイトを知るきっかけは「友人経由」と「携帯端末でのネットサーフィン」が最多。



違法音楽配信サイトを知ったきっかけ

Q4: 【着うた】の無料ダウンロードサイトを最初に知ったきっかけは何でしたか？
【必須入力】
(単一回答)

	34.3%	回答数	%
1.友人から聞いて	34.3%	2429	34.3
2.兄弟、姉妹から聞いて		436	6.2
3.雑誌で読んで	49.8%	179	2.5
4.パソコンのインターネットで見て		317	4.5
5.携帯電話でネットサーフィンをして		3526	49.8
6.その他 コメント表示 (135)		197	2.8
全体		7084	100.0

出典: 社団法人日本レコード協会
「2008年違法な携帯電話向け音楽配信に関するユーザー利用実態調査」

※ 正規配信サイトにおいては、「着うた」「着うたフル」は、それぞれキャリア毎に特有のファイル形式の音楽ファイルを通じて配信されている。さらにデジタル著作権管理(DRM)が施されているため、ダウンロードしたファイルの再配布などはできないもの。このような違法配信サイトでは、自作の「着うた」「着うたフル」がアップロードされているものと見られる。

3-5 違法音楽配信サイトの利用に対する対策の現状

- 違法配信サイトの利用に対する対策としては、それぞれの関係者により、①啓発活動、②技術的対策、③管理者による削除等、④法執行・法整備等が行われてきたところ。

①啓蒙・啓発活動 《権利者団体等》

- 各種権利者団体による啓蒙・啓発活動**
「携帯音楽を守りたい」キャンペーン(日本レコード協会)、ファイル共有ソフトの悪用防止を訴えるキャンペーン(ACCS)等。
- 権利者団体と配信事業者との協力により正規配信サイトへの「エルマーク」を付与**(2008年以降)

②技術的対策 《通信事業者等》

- 携帯フィルタリングの活用、検索エンジン結果についての携帯事業者との協力**
- DRM技術の開発、普及**
- 「ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害対策協議会」・・・(PC向け)**
P2Pを利用した著作権侵害者のIPアドレスを突き止める技術の開発、それをういたISPと権利者による協カスキーム

③違法ファイルの削除等 《サーバー管理者等》

- 契約約款モデル条項などに基づく違法サイトの削除**
- 違法情報の削除を進めるための、事業者による相談センターの設置**

④法執行・法整備 《警察、総務省等》

- 携帯端末向け違法サイト管理者等の逮捕(2008年)、ファイル交換ソフトを利用した著作権侵害者の告発等**
- プロバイダ責任制限法及び同法著作権関係ガイドラインの制定等**
違法コンテンツの削除制度を整備。同法に基づく削除要請(JASRACより今までに約30万件・日本レコード協会より4万件)
- 著作権法の改正**
権利者に無断でアップロードされた音楽・映像のダウンロード行為を違法化等。今国会に提出中。

3-6 基本的な検討の方向性(案)

モバイルコンテンツの健全な発展にとって望ましくない利用に対する効果的な対策が課題ではないか。

- 今後も成長が見込まれるモバイルコンテンツビジネスの健全な発展のために、携帯端末を通じた違法音楽配信サイトの利用に関する問題について、的確な実態把握と効果的な対策を行う必要があるのではないか。
- とりわけ携帯端末を通じた違法配信サイトの利用が多いことから、携帯端末上で違法配信サイトを容易に利用できる環境の改善に向けた取組を強化すべきではないか。
- これまでもそれぞれの関係者により、多様な対策が行われてきたところであるが、違法音楽配信サイト問題の深刻化などを踏まえれば、より効果的な対策を検討すべきではないか。

目次

- 1 問題の背景
- 2 インターネット地図情報サービスについて
- 3 違法音楽配信について
- 4 ライフログ活用サービスについて**
- 5 個人情報保護ガイドラインの見直しについて
- 参考 個人情報保護及び通信の秘密について

4-1 ライフログとは何か

▶ ライフログ (Life Log) は、利用者のネット内外の活動の記録 (行動履歴) がPC・携帯端末等を通じて取得・蓄積された情報。

《ライフログの例》

- ・閲覧履歴 (ウェブのアクセス記録、検索語句、訪問先URLや滞在頻度・時間、視聴履歴等)
- ・電子商取引による購買・決済履歴
- ・位置情報 (携帯端末のGPS機能により把握されたもの、街頭カメラ映像を解析したもの等)
- ・SNSに書き込まれた嗜好・交友記録 等

▶ ライフログは、ライフログそのものを蓄積することにより、又は、個人情報 (電気通信サービスの契約情報から得られる氏名・住所等) やID情報 (端末ID等) と関連づけることにより特定の利用者を対象とするサービス等に活用可能であり、今後の発展が期待。

《ライフログ活用サービスの例》

- ・利用者の行動を予測・支援するコンテンツを適時適切に提供するサービス (例: 携帯端末向けの局所天気予報)
- ・利用者の嗜好に応じた広告を配信するサービス (例: 行動ターゲティング広告)

サービス例①: ロケーション・アンブ for 山手線



位置情報を利用して電車への乗車を感じると路線図が表示される。あらかじめ設定した降車駅に近づく、振動や音で利用者に知らせる。

(岐阜県立国際情報科学芸術アカデミーの赤松正行教授等が開発)

サービス例②: NTTドコモ「iコンシェルジュ」



携帯端末が執事のように利用者の生活をサポートするサービス。利用者が居住情報、スケジュール等を預け、自分の生活エリアや趣味嗜好に合わせた情報を適切なタイミングや方法で届けたり、携帯電話に保存されているスケジュールを自動更新すること等が可能。

4-2 通信プラットフォーム研究会最終報告書(関連部分抜粋)

6. プラットフォームに関するその他の検討課題

2) 個人の属性情報の取扱いに関する検討

■ 認証基盤の相互運用性の確保と個人の属性情報の取扱い

…また、ネットワークのシームレス化によって、利用者のネット上での活動データであるライフログ(ネットを介した購買履歴、サイトへのアクセス履歴等)をベースに、サービス提供事業者は、利用者の求める情報だけを探し出すサーチ機能や、各利用者の行動や嗜好から有益と考えられる情報を提供するレコメンド機能を具備し、これをタイムリーにプッシュ型で利用者に配信する事業モデル(行動ターゲティング広告)が目立ってきている。

こうしたパーソナライズされた(情報を利用する)新ビジネスは潜在的に高い市場性があるものと考えられるが、他方、利用者個人の属性、履歴(検索履歴、購入履歴、行動履歴)のデータやそのデータの分析結果を活用することとなるため、どこまで利用が許容されるかについては、慎重な検討が必要である。

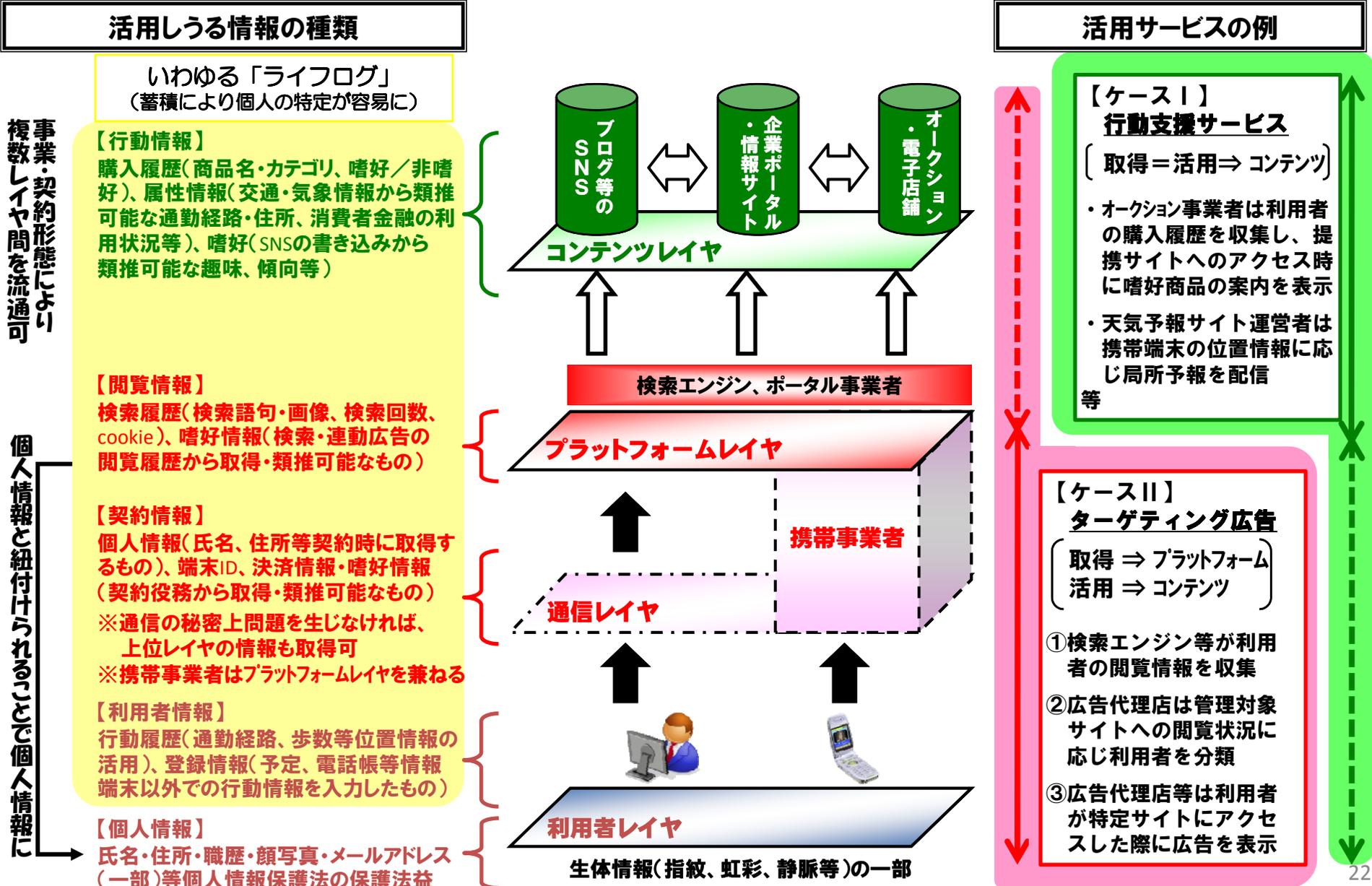
すなわち、ライフログの取得に関し、個人の属性情報の取扱いはあくまで利用者個人が管理でき、当該個人が了承している場合に初めて認められるべきものである。具体的には、利用者のID、利用履歴、プレゼンス情報など利用者が承認した程度に応じて、ライフログを利用したサービスの利便性を利用者が享受でき、属性情報の提供の程度は利用者個人が自ら、かつ希望するタイミングで自由に管理可能な仕組みが整っていることが必要である。

その際、個人の属性情報の取得・提供・利用について、以下の4点に留意することが必要である。

- ① 利用者が提供する個人の属性情報について、個人を認証するためのIDと個人の属性情報そのものをどこまで一体的に、あるいは分離して提供するのかについて明確化が必要である。
- ② ライフログの範囲として、通信サービスの提供契約など契約の範囲内に限定するのか、あるいは個人のPC上に蓄積された情報等まで含めることが認められるのか等について明確化が必要である。
- ③ 通信事業者がライフログを利用した事業展開を行うことに加えて、他のサービス事業者が当該ライフログを利用した事業展開を行うことがどこまで許容されるのかについて検討が必要である。
- ④ 上記③の検討結果に基づき、通信事業者が取得したライフログを他のサービス事業者に提供することが認められる場合において、その提供に当たり、公平性の確保等検討すべき課題がないか検討することが必要である。

4-3 ライフログの取得・活用イメージ

以下はあくまでイメージであり、特定のサービスや事業者と関連づけられているものではない



事業・契約形態により
複数レイヤ間を流通可

個人情報と紐付けられることで個人情報に

4-4 諸外国の状況（1）

諸外国において、インターネットを介したライフログ活用関連サービスに関するルール等検討が進展中。消費者・事業者・行政機関等が連携し、プライバシー等の保護の観点と、サービス利点やリテラシー等の観点のバランスに配慮しつつ、指針・原則等が打ち出されている。

米国

FTC「オンライン行動ターゲティング広告に関するプライバシー保護指針」

➤ FTC指針・自主規制原則案の主な内容(2007年12月公表)

①透明性と消費者によるコントロールの確保：

ウェブサイトの利用者に対して、行動ターゲティング広告を行うために情報が収集されていることを明確に知らせること。また、利用者に対してそうした目的での情報収集を認めるかどうかについて選択の自由を付与すること。

②合理的なセキュリティ確保及び限定的なデータ保存：

収集した情報に対して合理的な安全性を確保すること。情報保存期間は正当な業務または司法機関のために必要な期間に限定すること

③プライバシー方針の実質的変更前における明示的な同意の表明の取得：

収集時の方針とは異なる方法で当該情報データを利用する際は、消費者からの明示的な同意の表明を取得すること。

④機密データを行動広告向けに利用する前における明示的な同意の表明の取得：

医療・健康情報、子供、財政といった機密事項にかかる情報を行動ターゲティング広告のために利用する際は、消費者から、事前に明示的な同意の表明を取得すること



87機関・団体から63件の意見等が提出。

➤ FTCスタッフ報告書「Self-Regulatory Principles for Online Behavioral Advertising」の概要(2009年2月)

- 広告支援によるコンテンツの無料化や広告内容のパーソナライズ化等を利点として挙げる一方、消費者から見たデータ収集の分かりにくさ、健康等の慎重な取扱いを要する情報が消費者の同意を得ずに収集され、本来目的以外に使われる危険性を指摘。プライバシーに対する懸念と、行動ターゲティング広告の持つ潜在的な利点のバランスを踏まえ、競争的な市場環境を維持しつつ、プライバシー保護を奨励していくべきとしている。
- 行動ターゲティング広告のサービス実態を踏まえ、サイト管理者が第三者に提供することなく自らの行動広告向けに収集・利用する「ファースト・パーティー行動広告 (first-party advertising)」、利用者のサイト閲覧や検索語句に直接基づいて1回限りの広告配信を行う「文脈又は検索連動広告 (contextual advertising)」を上記の自主規制の適用対象外とした。

4-4 諸外国の状況（2）

米国（つづき）

CTIA（携帯電話事業者団体）「位置情報サービス（LBS）ガイドライン（2008年4月）」

- ①利用者への通知：利用者に対して、位置情報の利用方法、開示方法、保護措置について通知。
- ②利用者からの同意：利用者に対して、利用に先だって位置情報の第三者への開示の可否・時期につき選択機会を付与。
- ③セーフガード：位置情報の防護、データ保存期間及び位置情報の保存、誤用等の報告、法令遵守、教育、ガイドラインの準拠

NAI（オンライン広告事業者団体）「オンライン行動広告に関する自主規制行為規範（2008年12月）」

透明性確保、通知、選択の自由、利用制限等（2000年に規定された原則（※）を改訂）
（※透明性の確保、利用者への通知、「機密消費者情報」、個人識別可能情報（PII：Personal Identifiable Information）と非PIIの種別に
応じた利用者への選択肢の呈示等）

欧州委員会(EC)

- 個人を識別可能な情報については、指令95/46/EC(個人データ処理及びデータの自由な移動に関する個人の保護に関する指令)及び指令2002/58/EC(電子通信分野における個人データ処理及びプライバシー保護に関する指令)が適用。
- 07年6月から、第29条データ保護作業部会において、指令95/46/EC(個人データ処理及びデータの自由な移動に関する個人の保護に関する指令)に基づき、検索サービス提供会社の検索ログ保存期間に関して審議。08年4月に提出された意見書に基づき、本年2月、個人特定可能なIPアドレスがあるログファイル保存期間を6ヶ月とすることで米国主要検索事業者と合意。

OECD

- 2008年6月18日採択のソウル閣僚宣言において、「センサーベースネットワークを含む新たなインターネット技術、アプリケーション及びサービスの経済的、社会的及び文化的影響をOECDにおいて分析すること」を要請。

英国

- ライフログ活用サービスが電子通信を利用する場合、「2003年プライバシー・電子通信規制」が適用される可能性。
- プライバシー通知に関する規程が現在公開諮問中。収集情報の利用者への通知に関する公正な取引規程となる予定。
- 行動ターゲティング広告については、関連企業による自主規制団体(インターネット広告局)が、利用者に対する通知、利用者によるオプトアウト手段の確保、利用者に対する啓発、13歳未満の児童を対象を特化した役務提供の禁止等の原則を自主的に策定。

4-5 基本的な検討の方向性(案)

利用実態を踏まえて、利用者視点を踏まえた検討の視座を確保することが必要ではないか。

- 我が国では、ネット上での利用者の行動履歴に基づくターゲティング広告が普及・高度化する一方、携帯電話端末を活用した行動支援型サービスへの期待が高まるなど、いわゆるライフログを活用したサービスの拡大が認識されはじめている。
- 米国や欧州では、日本に先行してライフログを活用したサービスが展開されており、プライバシー保護の観点からガイドラインが策定されるなど議論が深まりつつある。
- 欧米の状況を参考にしながらも、独自かつ高度に発展する可能性のある携帯電話端末を活用したサービスなど、我が国特有の条件も視野に入れ、事業者が積極的に多様なライフログサービスを展開し、利用者が安全に安心してサービスを楽しむ環境を構築することが求められる。
- 多岐にわたることが予想されるライフログサービスに関する議論を適切に行うため、まずは、事業者・利用者・行政など、関係者の問題意識の共有を図ることが重要。

☞ 第1ステップとして、本年夏頃までは、関係者からのヒアリングを中心としたWGを開催し、以下の項目について調査・分析を行うべきではないか。

- ① 現状のサービス実態と今後予測される展開
- ② 課題の整理
- ③ 欧米の状況
- ④ その他

目次

- 1 問題の背景
- 2 インターネット地図情報サービスについて
- 3 違法音楽配信について
- 4 ライフログ活用サービスについて
- 5 個人情報保護ガイドラインの見直しについて**
- 参考 個人情報保護及び通信の秘密について

5-1 電気通信事業における個人情報に関するガイドラインの変遷

ガイドライン策定の背景

行革大綱の指摘(民間企業等の保有する個人情報の保護について適切な措置を講ずるものとする)
電気通信サービスの多様化・高度化
個人情報に関する国内外の環境変化

電気通信事業者の取り扱う
個人情報の保護を図る必要性

ガイドラインの策定(旧ガイドライン)

平成2年10月 「電気通信事業における個人情報保護に関する研究会」開催
平成3年 9月 「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」策定
⇒ OECDの「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドラインに関する理事会勧告」(昭和55年)等を踏まえ、以下の5つの視点から整理
◆収集について(収集制限、目的明確化について規定) ◆利用・提供について(利用制限について規定)
◆適正管理について(データ内容の正確さ、安全保護について規定)
◆個人参加について(情報公開、個人の請求について規定) ◆責任の明確化について(事業者内の責任の明確化について規定)

平成10年 5月 「電気通信サービスにおけるプライバシー保護に関する研究会」開催
平成10年12月 「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」改訂
◆ガイドラインの告示化
◆各種情報の取扱いについて新たに規定(通信履歴、利用明細、発信者情報、位置情報、不払い者情報及び電話番号情報)

ガイドラインの改正(新ガイドライン)

平成15年 2月 「電気通信事業分野におけるプライバシー情報に関する懇談会」開催
平成15年 5月 「個人情報の保護に関する法律」成立・公布
平成16年 4月 「個人情報の保護に関する基本方針」閣議決定
平成16年 8月 「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」全面改訂及び解説の追加
◆用語・定義等をできる限り個人情報保護法と統一 ◆安全管理に係る規定の具体化 ◆従業者への教育研修
◆個人情報保護管理者の設置 ◆プライバシー・ポリシーの策定・公表
◆個人情報の取扱いに関する苦情を適切かつ迅速に処理 ◆情報漏えい発生時の本人通知、事実関係等公表等の措置
(参考)改訂の方向性(「電気通信事業におけるプライバシー情報に関する懇談会 中間報告書」(平成16年8月)から抜粋)
◎用語、定義、構成等は基本的には個人情報保護法にあわせる。
◎あわせることで保護水準が下がる場合は、現行ガイドラインの保護水準を下げないよう、現行規定を維持する。

平成17年10月 「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」及び解説の改訂
◆迷惑メール送信行為を理由として利用停止措置を受けた加入者に関する情報の交換を可能に

平成19年 9月 「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」解説の改訂
◆位置情報サービスの多様化やGPS機能付端末の普及を受け、位置情報サービスを提供する際に電気通信事業者が講じるべき「必要な措置」の内容を明確化

5-2 個人情報保護法施行3年後の見直し

1, 内閣府による見直しの経緯

平成16年4月 「個人情報の保護に関する基本方針」閣議決定

⇒ 内閣府は法の全面施行後3年を目途として検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずる必要

平成17年4月 「個人情報の保護に関する法律」の全面施行 ↓

平成19年6月 国民生活審議会による個人情報保護に関する取りまとめ（意見）⇒ 政府に対する意見

(1) 「個人情報の保護に関する基本方針」の見直し等

◎ 個人の権利利益の保護

◎ 市販の名簿の管理

(2) ガイドライン等の在り方

(3) いわゆる「過剰反応」等への対応

平成20年4月 「個人情報の保護に関する基本方針の一部改正」閣議決定 ←

◎ いわゆる「過剰反応」

◎ 国際的な取組への対応

◎ プライバシーポリシー（個人情報の取扱いに関する方針）等

◎ 安全管理措置の程度

◎ 国民生活審議会の役割

平成20年7月 内閣府による「ガイドラインの共通化の考え方について」公表 ←

⇒ 各府省における策定・見直しの検討（1年以内を目途）

2, 方針(案)

➤ 「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」及びその解説について、以下の見直しの検討を行うこととする。

☞ 「個人情報の保護に関する基本方針」の一部改正(以下「基本方針」という。)に伴う見直しの実施

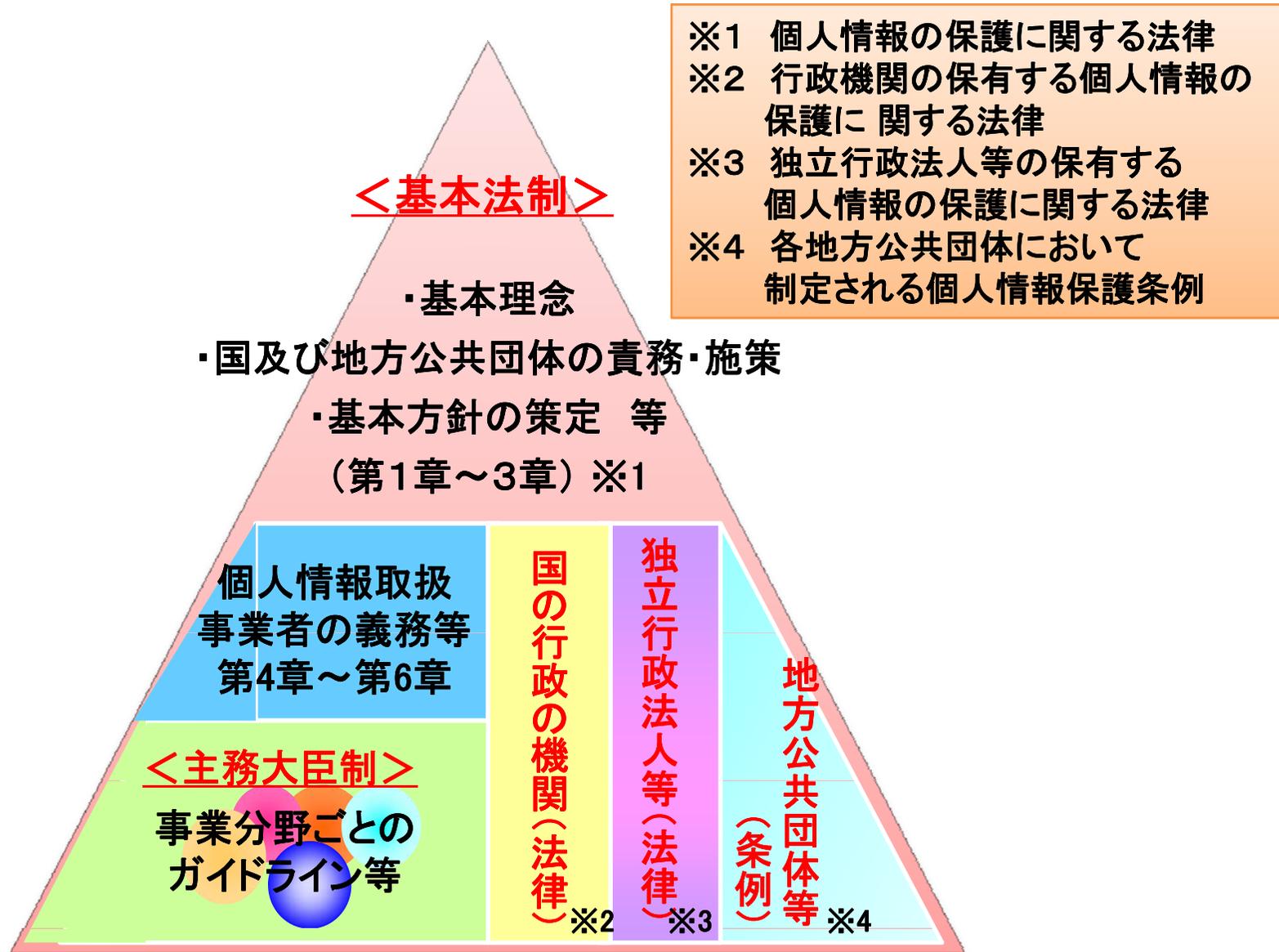
☞ 内閣府「ガイドラインの共通化の考え方について」（以下「共通化」という。）申合せに伴う見直しの実施

☞ 電気通信事業分野の実情に応じたガイドラインの見直しの実施

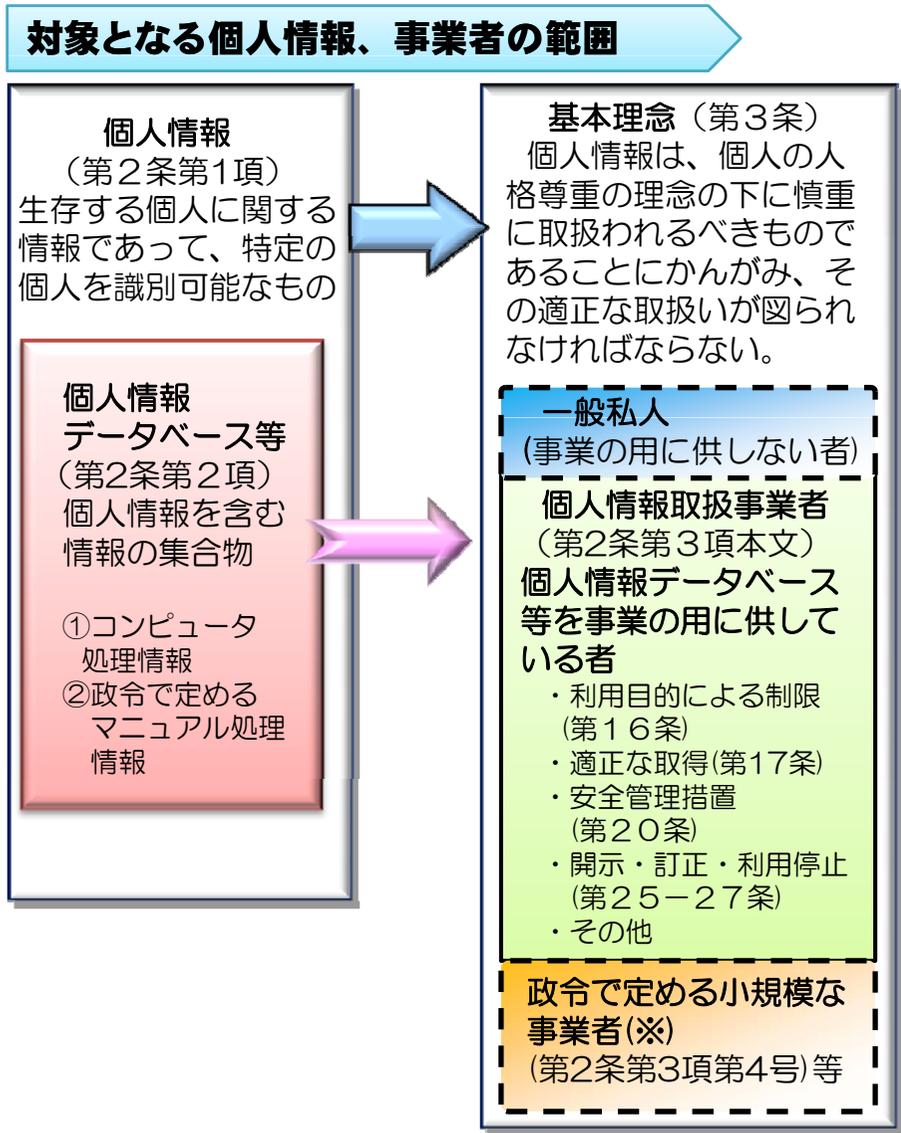
目次

- 1 問題の背景
 - 2 インターネット地図情報サービスについて
 - 3 違法音楽配信について
 - 4 ライフログ活用サービスについて
 - 5 個人情報保護ガイドラインの見直しについて
- 参考** **個人情報保護及び通信の秘密について**

参考1-1 個人情報保護に関する法体系イメージ



参考1-2 「個人情報の保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)



「個人情報」

生存する個人に関する情報であって、特定の個人を識別可能なもの(他の情報と容易に照合でき、それにより特定の個人を認識できるものを含む。)**【第2条第1項】**
(例)データベース化されていない書面・写真・音声などに記録されているもの

「個人データ」

(1)個人情報データベース等を構成する個人情報**【第2条第4項】**
(2)個人情報データベース等とは、個人情報を含む情報の集合物であって**【第2条第2項】**

- ①特定の個人情報をコンピュータを使って検索できるように体系的に構成されたもの
- ②特定の個人情報を目次、索引などで容易に検索(五十音順、日付順等で符号等により検索が可能)することができるように体系的に構成されたマニュアル処理されたもの

「保有個人データ」

個人情報取扱事業者が開示、訂正、削除等の権限を有する個人データ**【第2条第5項】**
(例)自社の事業活動に用いている顧客情報、事業として第三者に提供している個人情報、従業員等の人事管理情報

《除かれる場合》

- ① 本人・第三者の生命等に危害を及ぼす、違法・不当な行為を助長し誘発する(「クレーム」情報でなく「クレマー」に関する情報は該当)情報、国の安全を害する、犯罪の捜査に支障を及ぼす等といったおそれがあるもの**【政令第3条】**
- ② 6ヶ月以内で消去することとなるもの(注)**【政令第4条】**

(注) 通常は6ヶ月以内に消去されるが、例外的に6ヶ月を超えて保存される可能性のある個人データ(料金未納者の料金明細など)は、6ヶ月以内に消去されなかった段階で「保有個人データ」となる。また通常6ヶ月を超えて保存される個人データについても、6ヶ月を超えて保有された段階から「保有個人データ」となる。

※ 事業の用に供する個人データによって識別される人数が5,000以下の者(なお、市販のカーナビや電話帳をそのまま利用する場合、これらに含まれる個人データによって識別される人数は算定に含まれない。)

参考1-3 「個人情報の保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

第一章 総則

(目的) 第一条

この法律は、高度情報通信社会の進展に伴い個人情報の利用が著しく拡大していることにかんがみ、個人情報の適正な取扱いに関し、基本理念及び政府による基本方針の作成その他の個人情報の保護に関する施策の基本となる事項を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする。

(定義) 第二条

この法律において「個人情報」とは、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(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。)をいう。

2 この法律において「個人情報データベース等」とは、個人情報を含む情報の集合物であつて、次に掲げるものをいう。

- 一 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
- 二 前号に掲げるもののほか、特定の個人情報を容易に検索することができるように体系的に構成したものとして政令で定めるもの

3 この法律において「個人情報取扱事業者」とは、個人情報データベース等を事業の用に供している者をいう。

ただし、次に掲げる者を除く。

- 一 国の機関
- 二 地方公共団体
- 三 独立行政法人等(独立行政法人等の保有する個人情報の保護に関する法律(平成十五年法律第五十九号)第二条第一項に規定する独立行政法人等をいう。以下同じ。)
- 四 地方独立行政法人(地方独立行政法人法(平成十五年法律第百十八号)第二条第一項に規定する地方独立行政法人をいう。以下同じ。)
- 五 その取り扱う個人情報の量及び利用方法からみて個人の権利利益を害するおそれが少ないものとして政令で定める者

4 この法律において「個人データ」とは、個人情報データベース等を構成する個人情報をいう。

5 この法律において「保有個人データ」とは、個人情報取扱事業者が、開示、内容の訂正、追加又は削除、利用の停止、消去及び第三者への提供の停止を行うことのできる権限を有する個人データであつて、その存否が明らかになることにより公益その他の利益が害されるものとして政令で定めるもの又は一年以内の政令で定める期間以内に消去することとなるもの以外のものをいう。

6 この法律において個人情報について「本人」とは、個人情報によって識別される特定の個人をいう。

(基本理念) 第三条

個人情報とは、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、その適正な取扱いが計られなければならない。

参考1-4 「個人情報保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

第四章 個人情報取扱事業者の義務等

(利用目的の特定) 第十五条

個人情報取扱事業者は、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。)をできる限り特定しなければならない。

- 2 個人情報取扱事業者は、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) 第十六条

個人情報取扱事業者は、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、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。

(適正な取得) 第十七条

個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならない。

参考1-5 「個人情報の保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

(取得に際しての利用目的の通知等) 第十八条

個人情報取扱事業者は、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 個人情報取扱事業者は、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 個人情報取扱事業者は、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個人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) 第十九条

個人情報取扱事業者は、利用目的の達成に必要な範囲内において、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) 第二十条

個人情報取扱事業者は、その取り扱う個人データの漏えい、滅失又はき損の防止その他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。

(従業員の監督) 第二十一条

個人情報取扱事業者は、その従業者に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。

参考1-6 「個人情報保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

(委託先の監督)第二十二條

個人情報取扱事業者は、個人データの取扱いの全部又は一部を委託する場合は、その取扱いを委託された個人データの安全管理が図られるよう、委託を受けた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。

(第三者提供の制限)第二十三條

個人情報取扱事業者は、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、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 個人情報取扱事業者は、第三者に提供される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 個人情報取扱事業者は、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 個人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個人データが提供される場合
 - 三 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って、その旨並びに共同して利用される個人データの項目、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 個人情報取扱事業者は、前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。

参考1-7 「個人情報保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

(訂正等) 第二十六条

個人情報取扱事業者は、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 個人情報取扱事業者は、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) 第二十七条

個人情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される保有個人データが第十六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十七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 個人情報取扱事業者は、本人から、当該本人が識別される保有個人データが第二十三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 個人情報取扱事業者は、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) 第二十八条

個人情報取扱事業者は、第二十四条第三項、第二十五条第二項、第二十六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。

参考1-8 「個人情報の保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

(開示等の求めに応じる手続) 第二十九条

個人情報取扱事業者は、第二十四条第二項、第二十五条第一項、第二十六条第一項又は第二十七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、政令で定めるところにより、その求めを受け付ける方法を定めることができる。この場合において、本人は、当該方法に従って、開示等の求めを行わなければならない。

- 2 個人情報取扱事業者は、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、個人情報取扱事業者は、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。
- 3 開示等の求めは、政令で定めるところにより、代理人によってすることができる。
- 4 個人情報取扱事業者は、前三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) 第三十条

個人情報取扱事業者は、第二十四条第二項の規定による利用目的の通知又は第二十五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 個人情報取扱事業者は、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。

(個人情報取扱事業者による苦情の処理) 第三十一条

個人情報取扱事業者は、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 個人情報取扱事業者は、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。

(報告の徴収) 第三十二条

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、個人情報の取扱いに関し報告をさせることができる。

(助言) 第三十三条

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、個人情報の取扱いに関し必要な助言をすることができる。

参考1-9 「個人情報保護に関する法律」(平成一五年五月三十日 法律第五十七号)

(勧告及び命令) 第三十四条

主務大臣は、個人情報取扱事業者が第十六条から第十八条まで、第二十条から第二十七条まで又は第三十条第二項の規定に違反した場合において個人の権利利益を保護するため必要があると認めるときは、当該個人情報取扱事業者に対し、当該違反行為の中止その他違反を是正するために必要な措置をとるべき旨を勧告することができる。

2 主務大臣は、前項の規定による勧告を受けた個人情報取扱事業者が正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらなかった場合において個人の重大な権利利益の侵害が切迫していると認めるときは、当該個人情報取扱事業者に対し、その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができる。

3 主務大臣は、前二項の規定にかかわらず、個人情報取扱事業者が第十六条、第十七条、第二十条から第二十二條まで又は第二十三条第一項の規定に違反した場合において個人の重大な権利利益を害する事実があるため緊急に措置をとる必要があると認めるときは、当該個人情報取扱事業者に対し、当該違反行為の中止その他違反を是正するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

(主務大臣の権限の行使の制限) 第三十五条

主務大臣は、前三条の規定により個人情報取扱事業者に対し報告の徴収、助言、勧告又は命令を行うに当たっては、表現の自由、学問の自由、信教の自由及び政治活動の自由を妨げてはならない。

2 前項の規定の趣旨に照らし、主務大臣は、個人情報取扱事業者が第五十条第一項各号に掲げる者(それぞれ当該各号に定める目的で個人情報を取り扱う場合に限る。)に対して個人情報を提供する行為については、その権限を行使しないものとする。

(主務大臣) 第三十六条

この節の規定における主務大臣は、次のとおりとする。ただし、内閣総理大臣は、この節の規定の円滑な実施のため必要があると認める場合は、個人情報取扱事業者が行う個人情報の取扱いのうち特定のものについて、特定の大臣又は国家公安委員会(以下「大臣等」という。)を主務大臣に指定することができる。

一 個人情報取扱事業者が行う個人情報の取扱いのうち雇用管理に関するものについては、厚生労働大臣(船員の雇用管理に関するものについては、国土交通大臣)及び当該個人情報取扱事業者が行う事業を所管する大臣等

二 個人情報取扱事業者が行う個人情報の取扱いのうち前号に掲げるもの以外のものについては、当該個人情報取扱事業者が行う事業を所管する大臣等

2 内閣総理大臣は、前項ただし書の規定により主務大臣を指定したときは、その旨を公示しなければならない。

3 各主務大臣は、この節の規定の施行に当たっては、相互に緊密に連絡し、及び協力しなければならない。

参考2-1 電気通信事業法における通信の秘密の保護

「通信の秘密」の保護は、個人の私生活の自由を保護し、個人生活の安寧を保障する（プライバシーの保護）とともに、通信が人間の社会生活にとって必要不可欠なコミュニケーション手段であることから、憲法上の基本的人権の一つとして、憲法第21条第2項において保障されているものである。

これを受けて、電気通信事業法において、罰則をもって「通信の秘密」を保護する規定が定められており、電気通信事業法上「通信の秘密」は厳格に保護されている。

1. 日本国憲法

第21条

2 検閲は、これをしてはならない。通信の秘密はこれを侵してはならない。

2. 電気通信事業法

（秘密の保護）

第4条 電気通信事業者の取扱中に係る通信の秘密は、侵してはならない。

2 電気通信事業に従事する者は、在職中電気通信事業者の取扱中に係る通信に関して知り得た他人の秘密を守らなければならない。その職を退いた後においても、同様とする。

第179条 電気通信事業者の取扱中に係る通信（第164条第2項に規定する通信を含む。）の秘密を侵した者は、2年以下の懲役又は100万円以下の罰金に処する。

2 電気通信事業に従事する者が前項の行為をしたときは、3年以下の懲役又は200万円以下の罰金に処する。

3 前2項の未遂罪は、罰する。

参考2-2 通信の秘密の侵害の該当性について

1. 「通信の秘密」該当性

「通信の秘密」とは、①個別の通信に係る通信内容のほか、②個別の通信に係る通信の日時、場所、通信当事者の氏名、住所・居所、電話番号などの当事者の識別符号、通信回数等これらの事項を知られることによって通信の意味内容を推知されるような事項すべてを含む。

※ 東京地裁判決H14.4.30は、「気通信事業法第104条の「通信の秘密」には、通信の内容のほか、通信当事者の住所・氏名・電話番号、発受信場所、通信の日時・時間・回数なども含まれると解する。」と判示している。

※ 電子掲示板やホームページに掲載された情報など不特定者に向けて表示されることを目的とした通信の内容は、発信者がそれ自体を秘密としておらず、保護の対象外となる。

2. 「侵害行為」該当性

通信の秘密を侵害する行為は、以下の3類型に大別されている。

○知得＝「積極的に通信の秘密を知ろうとする意思のもとで知り得る状態に置くこと」

○窃用＝「発信者又は受信者の意思に反して利用すること」

○漏えい＝「他人が知り得る状態に置くこと」

参考2-3 通信の秘密の侵害が許容される場合

1. 違法性阻却事由がある場合

(1) 正当防衛、緊急避難に該当する場合

正当防衛の要件(急迫性等)、緊急避難の要件(危難の現在性等)を満たす場合。典型的には、通信施設に対する攻撃に対応したり人の生命身体に対する危険を避けたりするために通信の秘密を侵すことが必要な場合等が挙げられる。

例:自殺予告への対応【インターネット上の自殺予告事案への対応に関するガイドライン】

(2) 正当業務行為に該当する場合

電気通信事業者としての業務を遂行するために必要な場合であって、目的正当性、行為の必要性、手段の相当性を満たすことが必要。典型的には、課金やシステム整備のために必要な場合において、最低限度で通信の秘密を侵す行為は、当該条件を満たすと考えられる。

例:OP25B【Outbound Port 25 Blocking導入に関する法的な留意点】
帯域制御【帯域制御の運用基準に関するガイドライン】

2. 「同意」がある場合

通信当事者の同意がある場合、「通信当事者の意思に反しない利用」であるため侵害に当たらない。

【通信当事者間で共有している情報】

通信当事者間で互いに情報の秘密性を相手に委ねており、第三者との関係で、一方当事者の同意により秘密性が解除 (例:電話の通話内容は、受信者の同意があれば、第三者が知得しても通信の秘密の侵害にならない)。

【通信当事者間で共有していない情報】

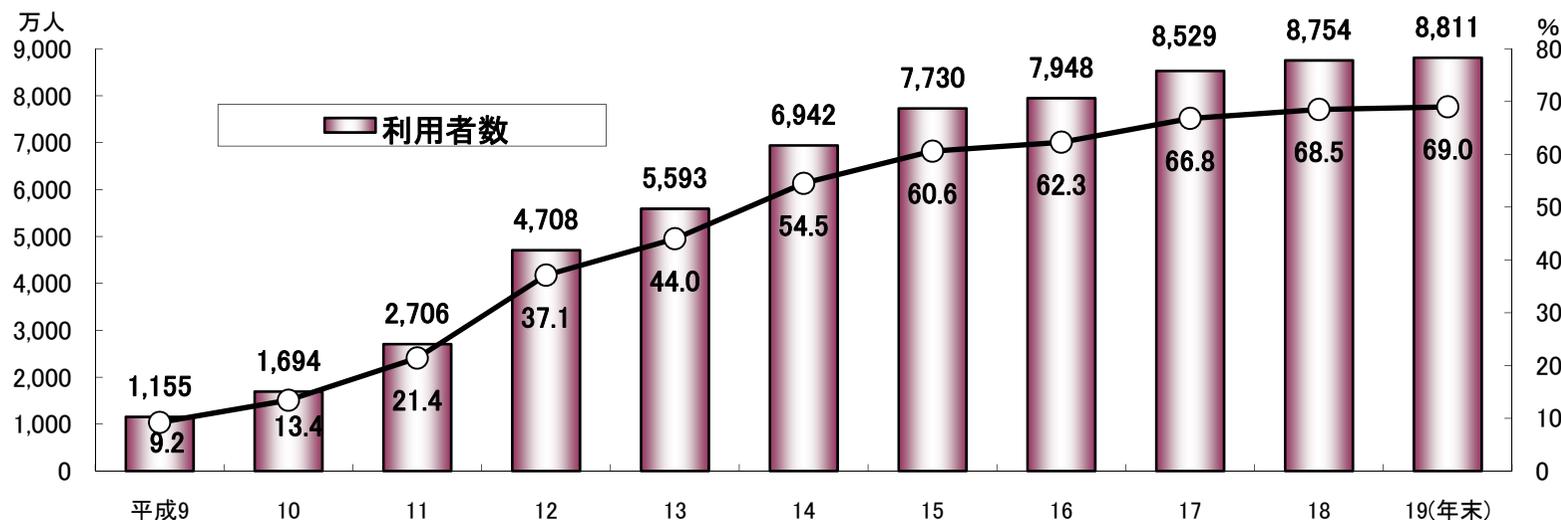
秘密の主体である当事者の同意によってのみ秘密性が解除 (例:「184発信」で通話した場合の発信者の電話番号は、秘密の主体である発信者の同意がある場合に限り、第三者が知得しても通信の秘密の侵害にならない)。

注 同意の取り方について・・・①約款の性質になじまない、②同意の対象が不明確、との理由により、約款等による事前の包括的合意は、有効な同意とは解されない。(電気通信事業分野におけるプライバシー情報に関する懇談会(第18回会合)議事要旨)

関連データ等

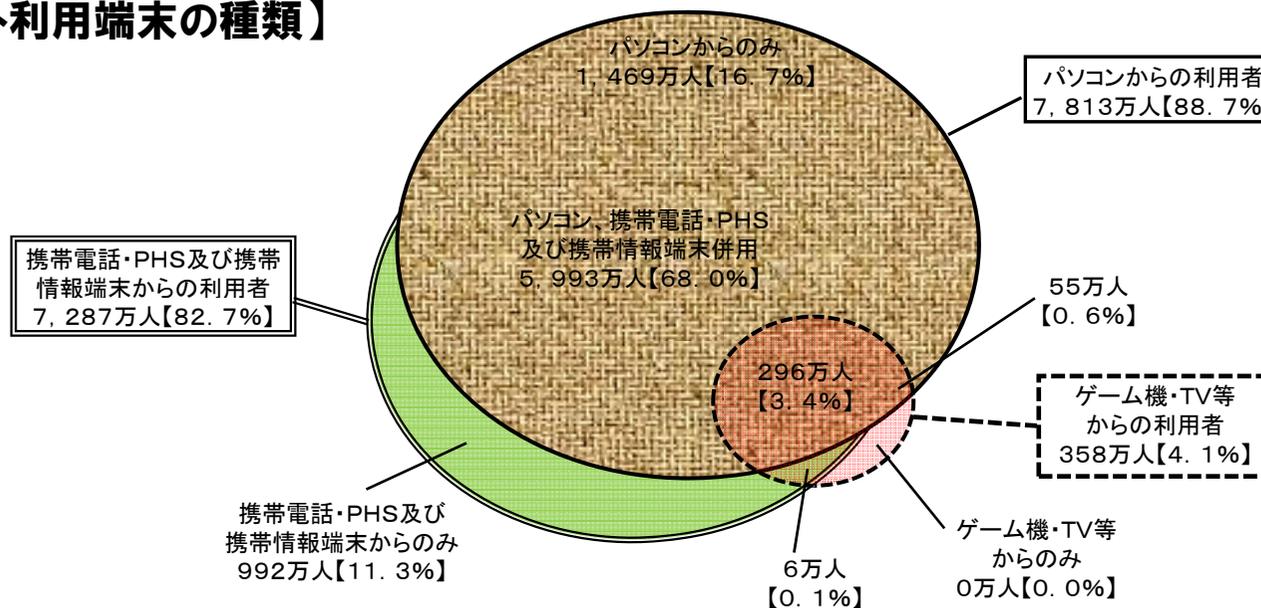
インターネット利用の拡大

【インターネット利用者数及び人口普及率の推移】



(出典)平成20年度情報通信白書

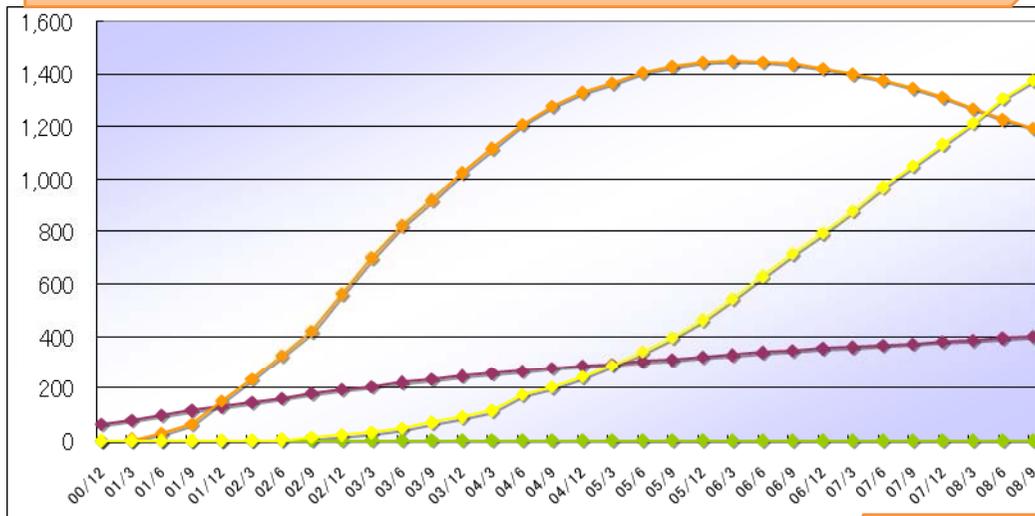
【インターネット利用端末の種類】



(出典)平成20年情報通信白書 43

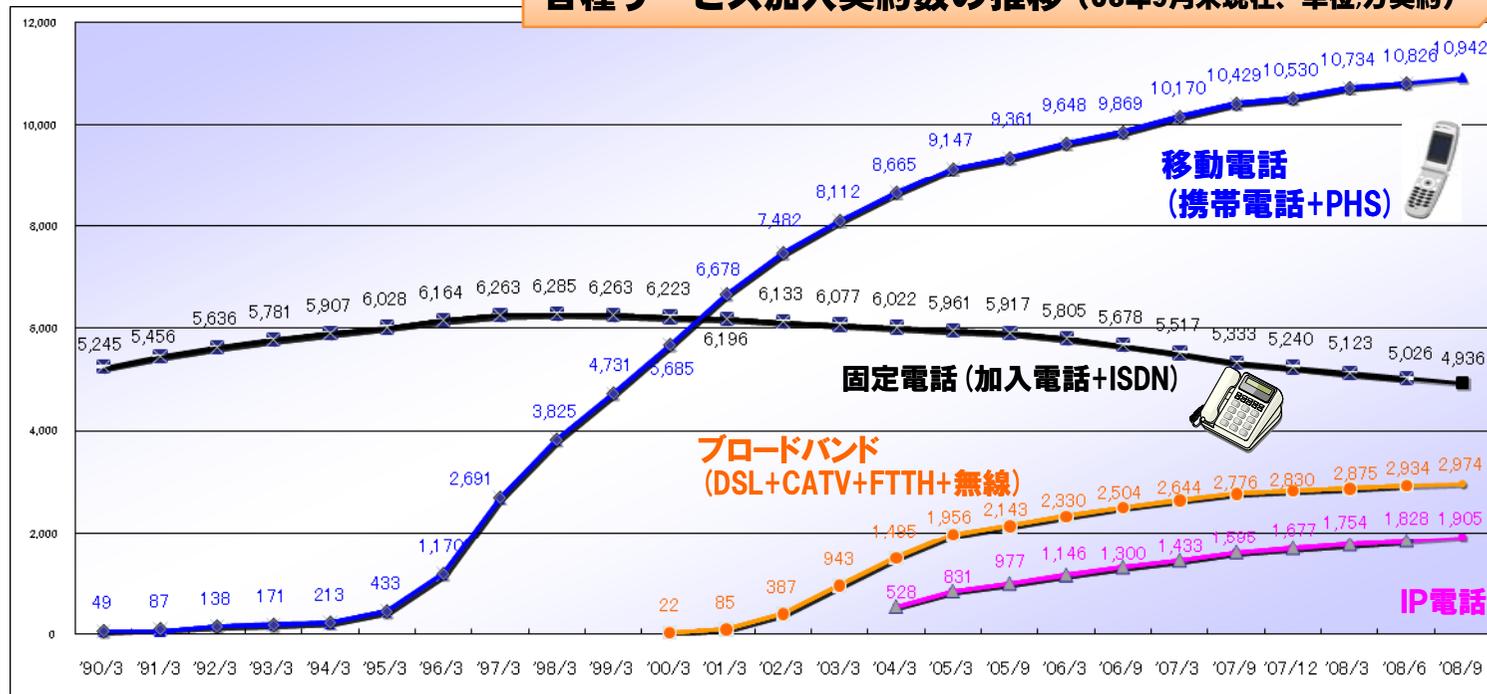
ブロードバンドの進展

ブロードバンド加入契約数の推移 (08年9月末現在、単位:万契約)



光ファイバ(FTTH) ○加入契約数 : 13,756,489 ○事業者数 : 171社
DSL ○加入契約数 : 11,966,838 ○事業者数 : 47社
ケーブルインターネット ○加入契約数 : 4,019,788 ○事業者数 : 381社
無線(FWA) ○加入契約数 : 12,838 ○事業者数 : 29社

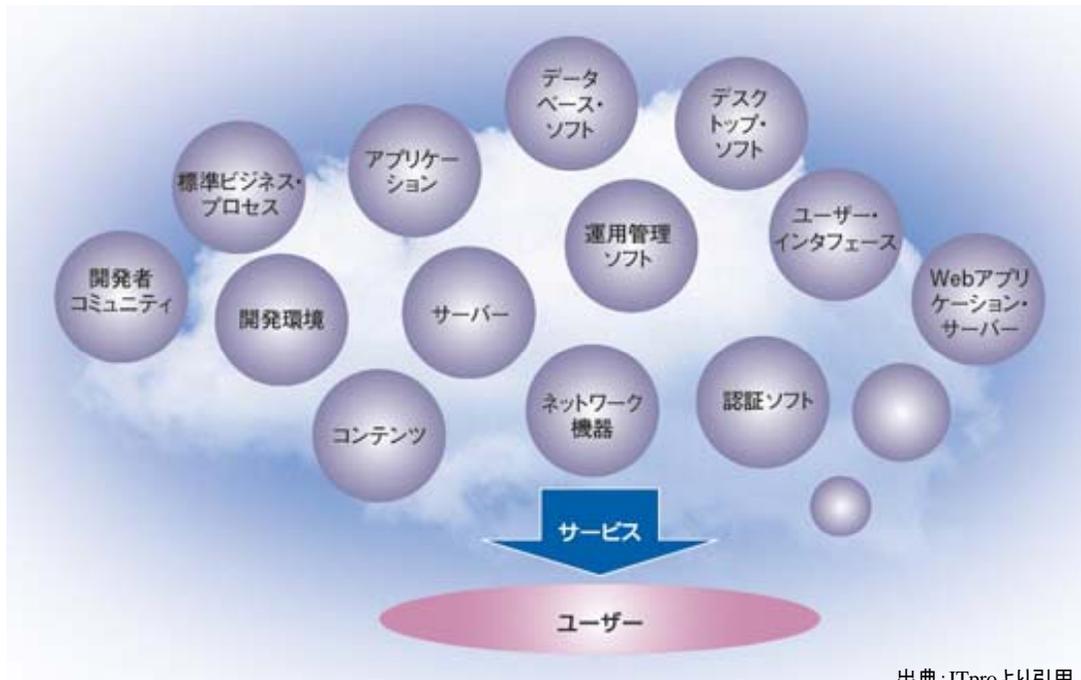
各種サービス加入契約数の推移 (08年9月末現在、単位:万契約)



注:平成16年6月末分より電気通信事業報告規則の規定により報告を受けた加入者数を、それ以前は任意の事業者から報告を受けた加入者数を集計。

クラウド・コンピューティングについて 1/2

「クラウド」（雲）はネットワーク（主にインターネット）のこと。ユーザーは雲の向こうにあるデータ・センターに集約したコンピュータ・リソースを、必要に応じて利用する。こうしたシステムの作り方や使い方をクラウド・コンピューティングと呼ぶ。



出典: ITproより引用

コンピュータ・リソースを使って提供する機能としては、OSやミドルウェアなどのプラットフォームを利用できるサービスや、業務アプリケーションまで利用できるサービスがある。例えば以下のような形態がある。

- HaaS (Hardware as a Service) : CPUやストレージなどのハードウェア・リソースをサービスとして提供する形態。
- PaaS (Platform as a Service) : ハードウェアだけでなく、OSやミドルウェア、開発環境などのプラットフォーム一式をサービスとして提供する形態。
- SaaS (Software as a Service) : ソフトウェアをサービスとして提供する形態。

主なクラウド・コンピューティング・プラットフォームと関連サービス/ソフトウェア

名称	説明
Amazon Elastic Compute Cloud(Amazon EC2)	アマゾンが提供するWebベースの仮想サーバ・サービス
Amazon Simple Storage Service(Amazon S3)	アマゾンが提供するWebベースのストレージ・サービス
Apache Hadoop	アパッチ・ソフトウェア・財団が開発するMapReduceのオープンソース実装
Blue Cloud	IBMが開発中のクラウド・コンピューティング・プラットフォーム
Force.com Cloud Computing Architecture	セールスフォース・ドットコムが提供するクラウド・コンピューティング・プラットフォーム
Google Apps	グーグルが提供するWebベースのオフィス・アプリケーション
Microsoft Live Mesh	マイクロソフトが提供する複数デバイス管でのデータ連携サービス
Project Hydrazine	サン・マイクロシステムズが開発中のクラウド・コンピューティング・プラットフォーム

クラウド・コンピューティングについて 2/2

- 情報ネットワークは世界的な広がりをもったプラットフォームへと進化し、それを表現した「Web2.0」「クラウドコンピューティング」といった言葉がキーワードに。
- 従来の壁を超えた情報の共有と活用が可能になる一方で、一部の巨大事業者に情報処理が集中するなど、新たな懸念も生じている。

世界には5つコンピュータがあれば足りる

「情報処理においてもエネルギーや通信業界のように規模の経済が追求される結果、世界規模のインフラ事業者が5、6社程度まで絞られ、世界中の情報処理サービスの大半を担うようになる。」

(Sun Microsystems CTO Greg Papadopoulos氏、2006年11月10日付けブログ投稿より)

Web2.0のパラドックス

「個々のPCは世界規模のコンピュータの一端末でしかなくなってきている。オープンで分散的なネットワークによって生まれたアプリケーションが、寡占・集約につながるものがWeb2.0のパラドックスであり、パワー集中の副作用を避けるためには、相互運用性を組み込むことが必要。」

(O'Reilly Media CEO Tim O'Reilly氏、2008年4月23日 Web2.0 Expo San Franciscoにて)

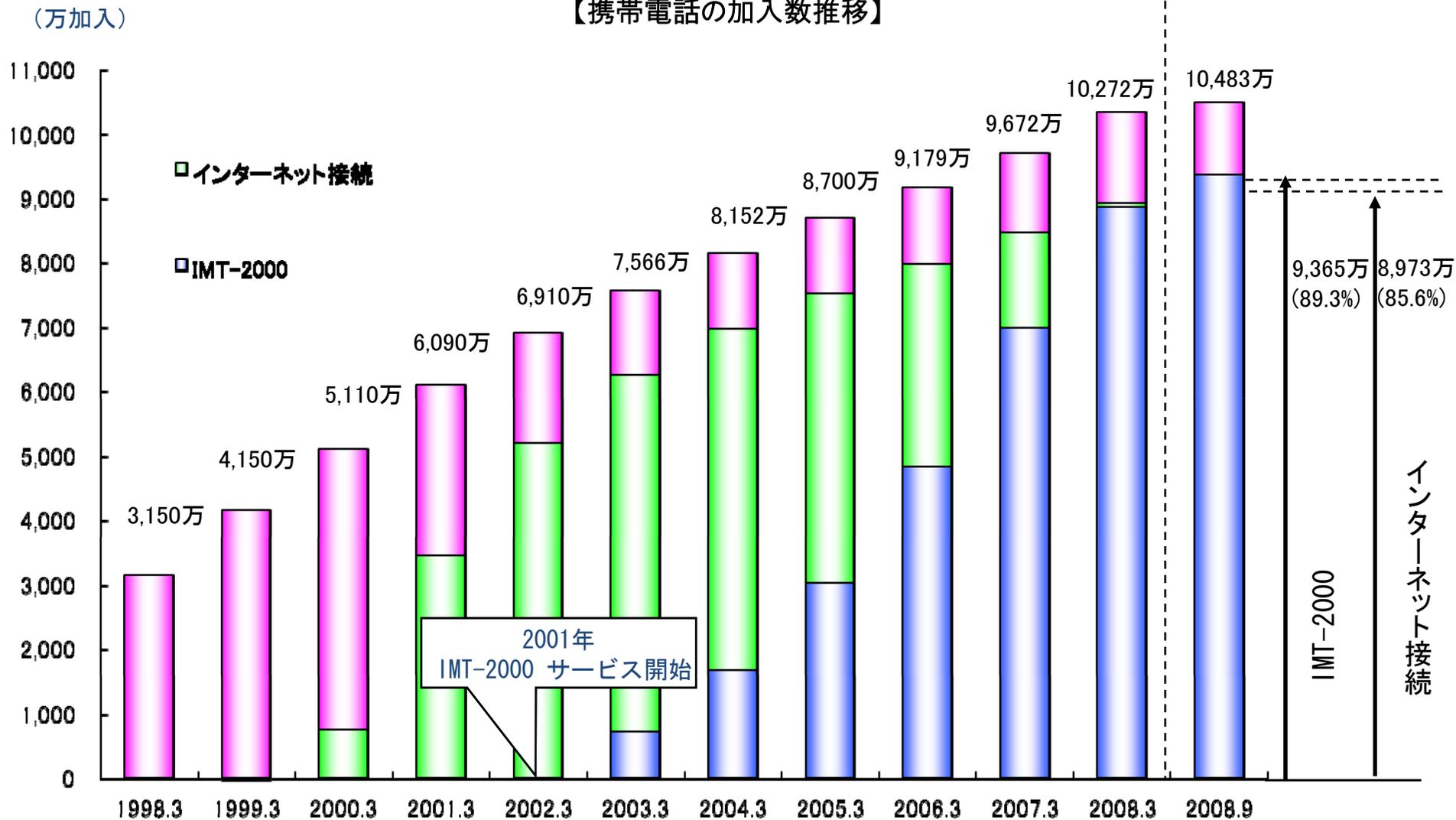
クラウド・コンピューティング

世界各地の巨大データセンターがネットワークでつながることで、その情報処理能力があらゆる人、時、場所で利用可能になっている。例えばGoogleは、その設備やノウハウを生かし、直接その情報処理能力を提供することで、学生や研究者、企業家でも高度な情報処理能力を利用することが可能になる、としている。

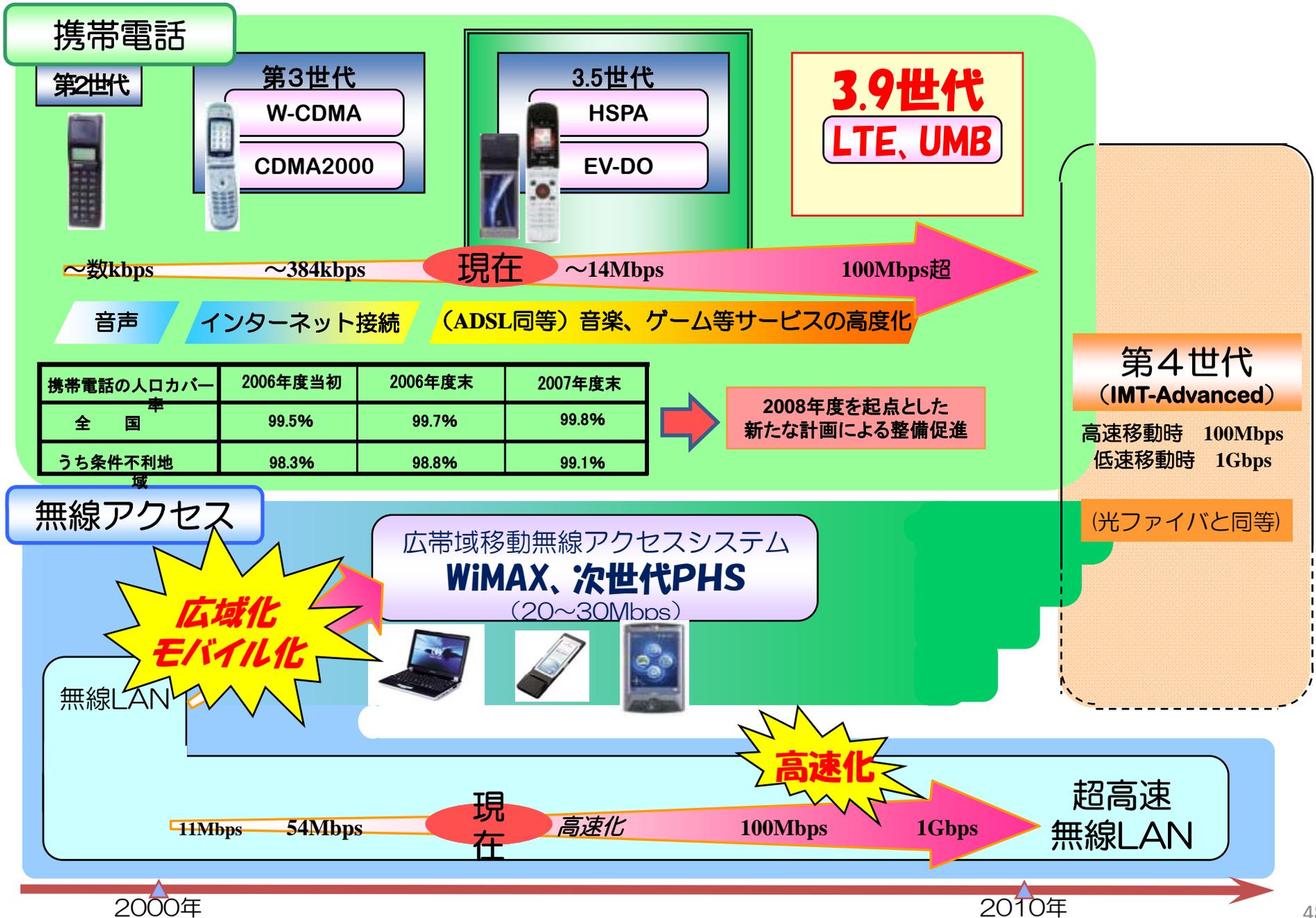
(Google CEO Eric Schmidt氏他、米Business Week 2007年12月24日号記事より)

携帯電話の普及

【携帯電話の加入数推移】

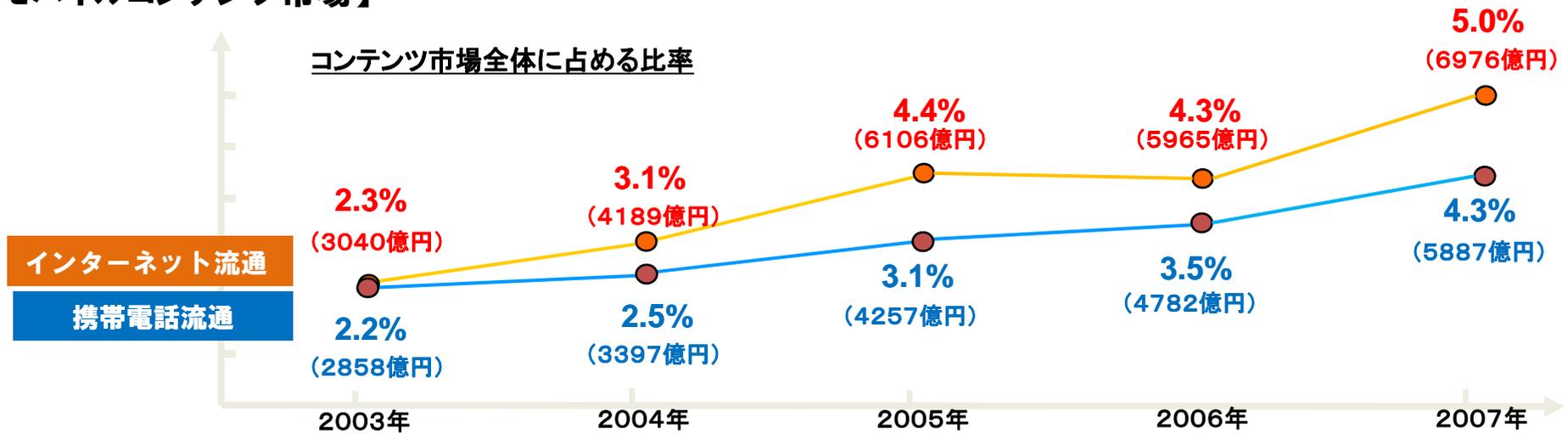


携帯電話の高度化



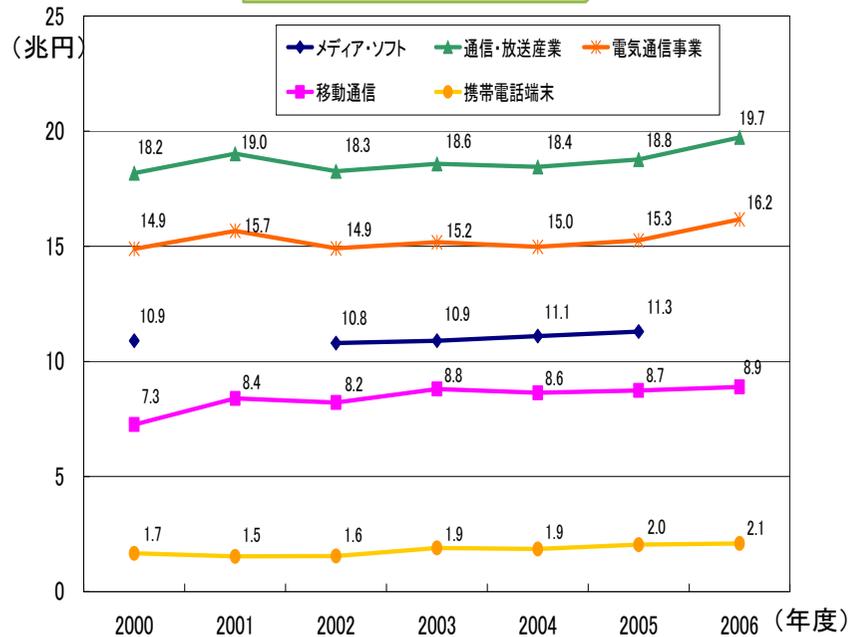
携帯電話端末関連市場の拡大

【モバイルコンテンツ市場】

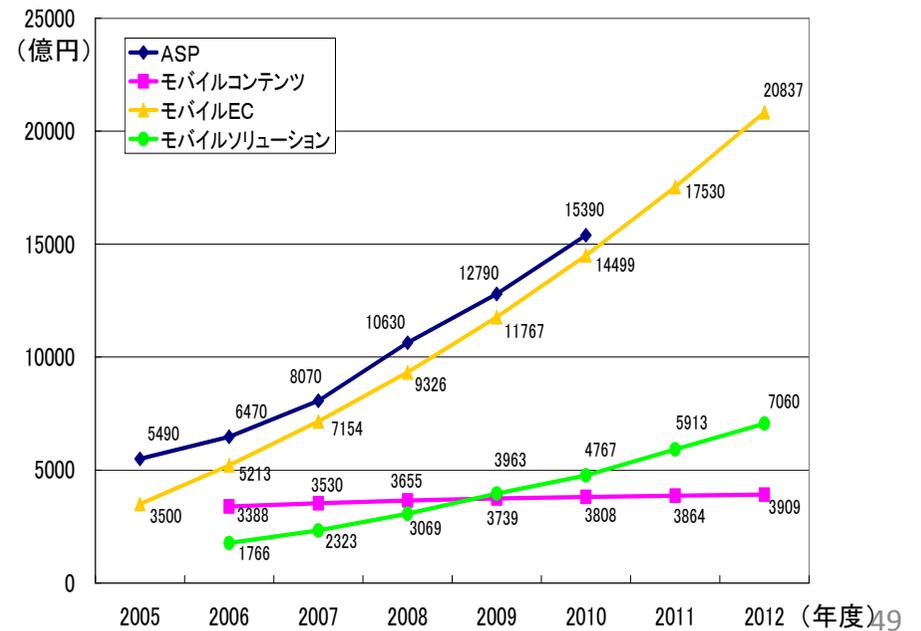


出所: 財団法人デジタルコンテンツ協会(DCAJ)「デジタルコンテンツ白書2008」(2008年8月)より総務省作成

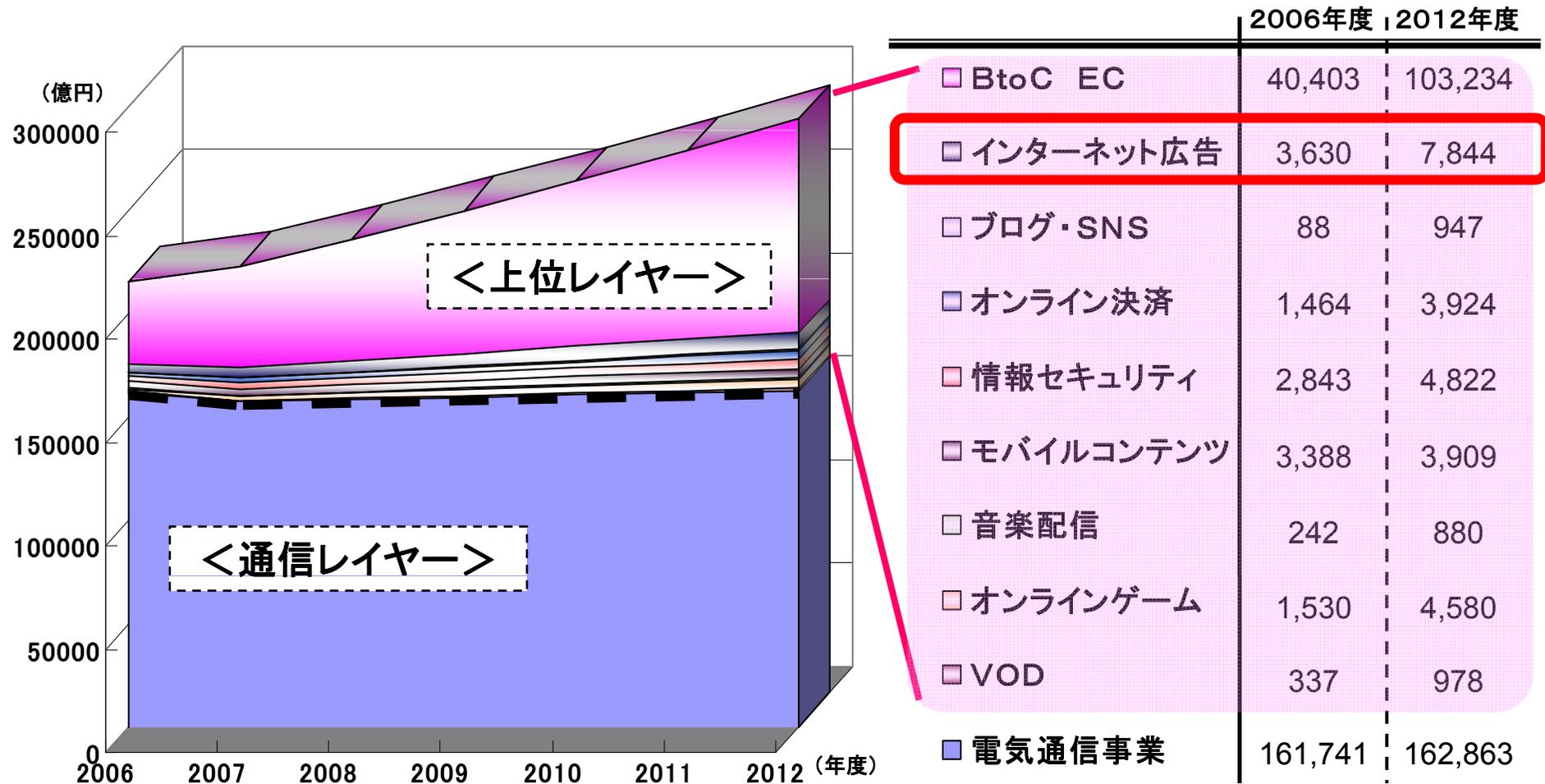
各市場規模の推移



ASP・モバイル関連市場規模の推計



上位レイヤー市場の拡大



(出典) > 電気通信事業... 主要電気通信事業者売上高より算出。

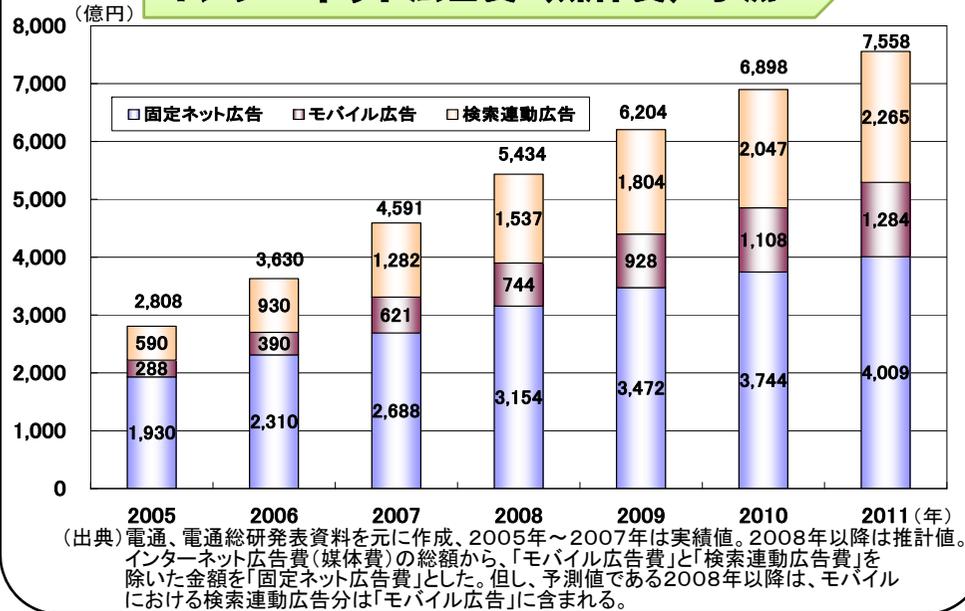
2006年度は実績値。2007年度以降は2000年度から2006年度までの値から推計。

> その他... 野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起こるのか IT市場ナビゲーター2008年版」(2008年1月)

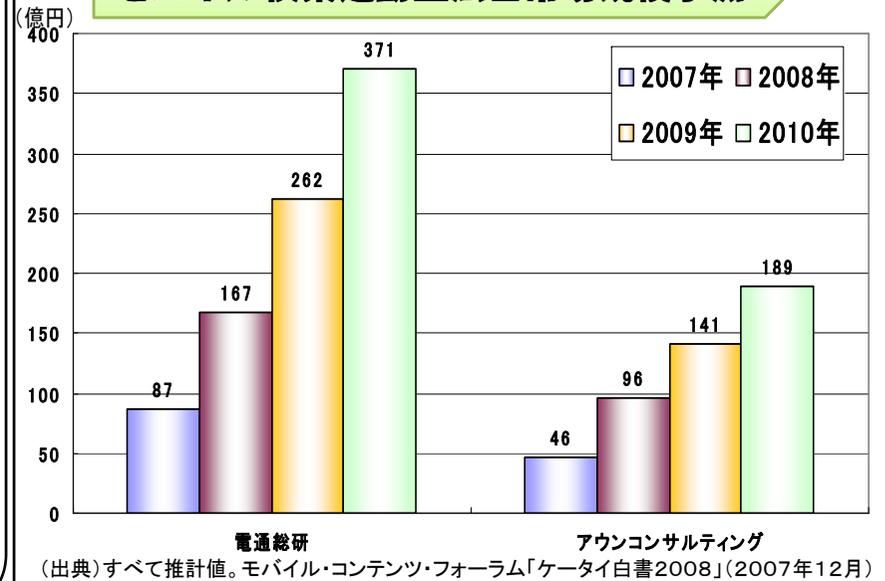
「広義のネットビジネス全体市場規模の予測」から作成。2006年度のインターネット広告、モバイルコンテンツ、音楽配信は実績値。他はすべて推計値。

インターネット広告市場規模(予測)

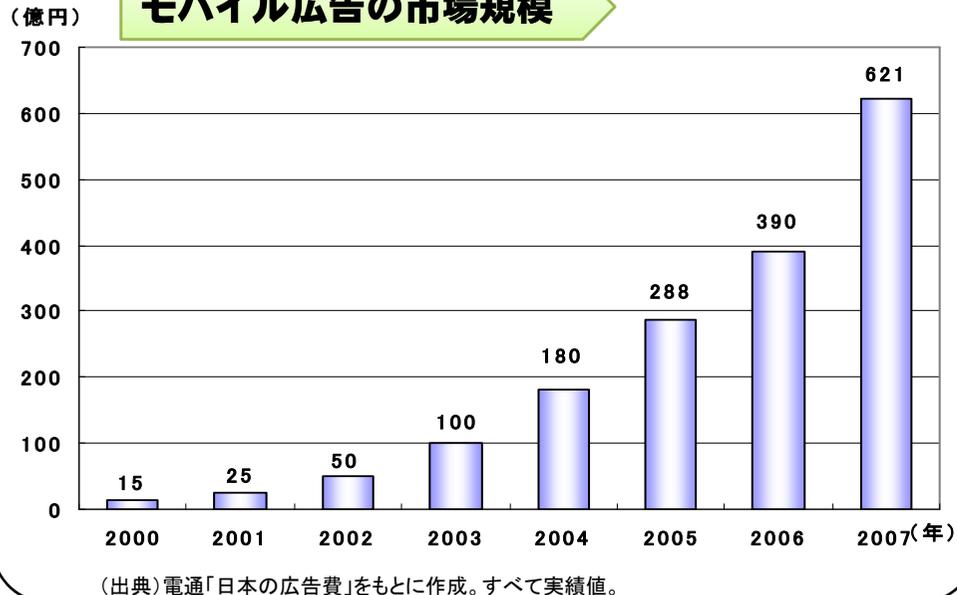
インターネット広告費(媒体費)予測



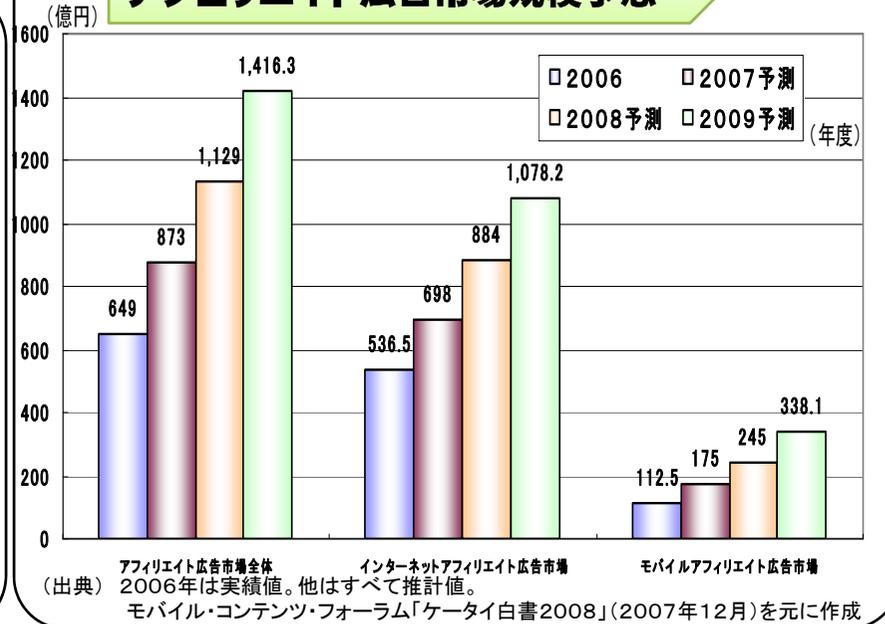
モバイル検索連動型広告市場規模予測



モバイル広告の市場規模

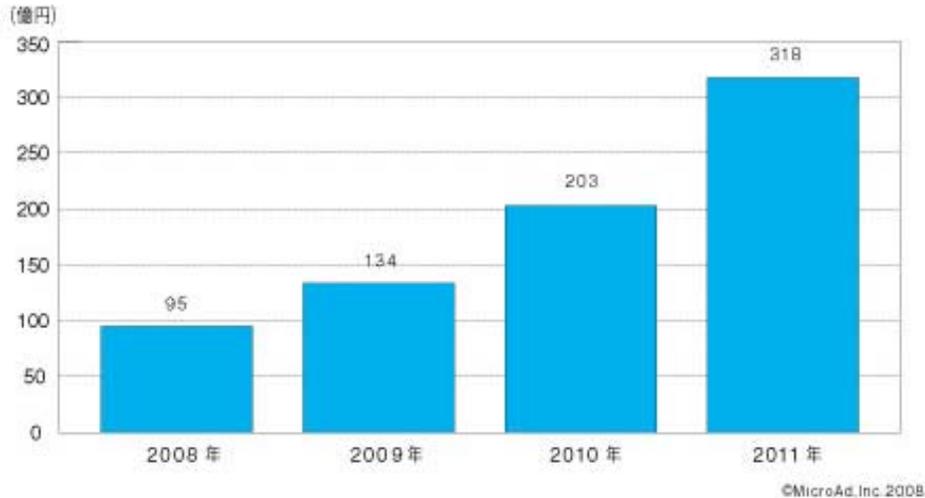


アフィリエイト広告市場規模予想



行動ターゲティング広告市場(予測)

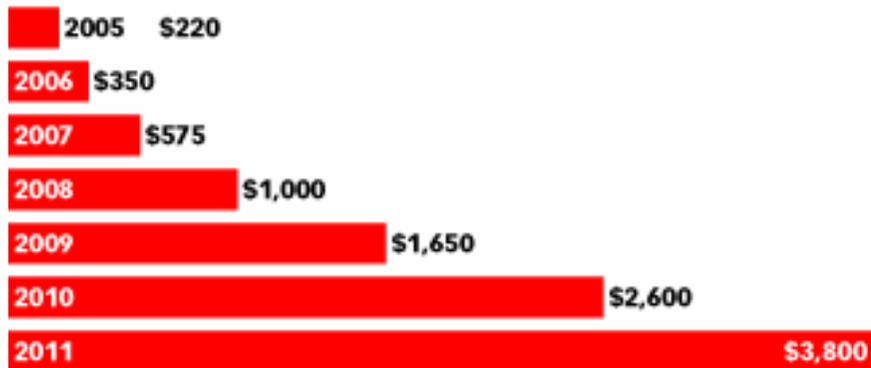
1、行動ターゲティング広告（日本）



- ◆ 95億円(2008年)から318億円(2011年)と年平均で約50%増の成長を予測。
- ◆ 2006年より大手ポータルサイトやショッピングサイト等が本格的に提供を開始。より精度の高い広告配信を実現するためニーズが増大しており、今後も大きな伸びを予測。

出典:「株式会社マイクロアド社」プレスリリース(2008年7月3日発表)

2、行動ターゲティング広告（米国）



Note: Behaviorally targeted advertising is displayed to a selective audience whose interests or intentions are revealed by Web site tracking data. It does not include advertising that is targeted using adware installed on individuals' computers
Source: eMarketer, June 2007

084308

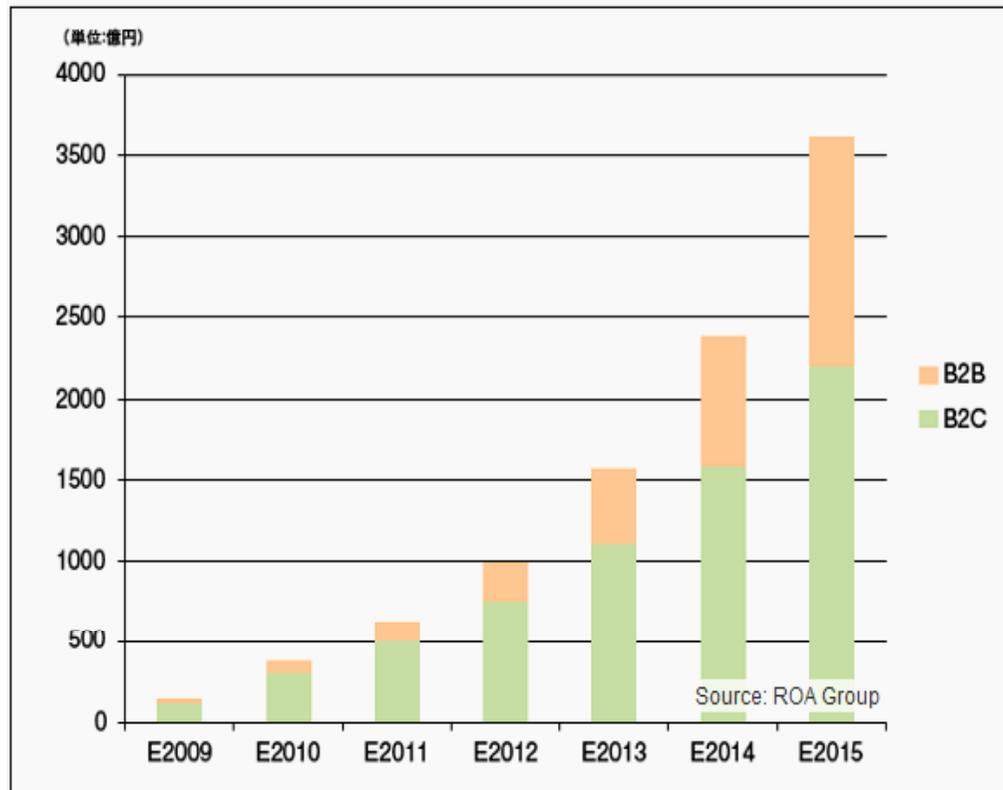
www.eMarketer.com

- ◆ 350万ドル(2006年)から3800万ドル(2011年)と年平均で約60%増の成長を予測

出典:「eMarketer」公表資料

ライフログ活用サービス市場規模(予測)

携帯電話機ベースのライフログ・ビジネス市場規模予測 (2009～2015年)



- ◆ B2Cは主として一般利用者がエージェント型サービス等の利用に伴って負担する月額料金及び一部有料情報に基づく試算。
- ◆ B2Bは、コンテンツ事業者等が携帯事業者等の配信サービスを提供する者に対して支払う広告料に基づく試算。
- ◆ ライフログをベースとした情報配信サービスやマーケティングが拡大することにより、既存のモバイル広告市場の多くが移行することを予想。

出典:「株式会社ROA Group」公表資料(2009年2月18日発表)