

# ライフログ活用サービスWGからの中間報告

平成21年11月17日(火)

ライフログ活用サービスWG

# 検討の状況

## 1. 検討項目の整理

- ライフログ活用サービスの態様を類型化し、類型化に基づいて検討項目を抽出・整理。
- 抽出された検討項目について、緊急性、検討可能性の観点から、以下の2つに区分。
  - ①速やかに検討していくもの
  - ②事業者ヒアリング、有識者ヒアリング等を通じて具体的な事情を把握した後、検討していくもの

## 2. ライフログの取扱いに係る基本的考え方

- ①に区分された検討項目『ライフログの取扱い』について、以下の点を柱とする『基本的考え方』を決定。
  - i 安心なインターネット利用環境確保のために、事業者に配慮が求められる
  - ii 規制色の強い行政によるガイドライン化は時期尚早である
  - iii 利用者の権利を尊重した配慮原則はもとより、利用者の不快感・不信感・不安感(不安感等)に対応した最低限の配慮原則を提言し、原則に準拠した各業態による自主的なガイドラインの策定を促す
  - iv 事業者による利用者への広報、普及啓発活動の推進が必要である

## 3. 対象情報、配慮原則

- 対象となる情報の種類、配慮原則について検討を開始、引き続き検討。

## 4. その他

- 情報通信政策研究所において、利用者(個人ユーザ)アンケート等を実施中。
- 国際調査を実施中。

# 1. 検討項目の整理

## 項目① ライフログの取扱

定義、取得事実等の不透明性、情報漏えい等のリスク、苦情処理体制の不備リスク、匿名化時の手続の明確化、個人識別性の獲得リスク、クッキー関連の検討項目 等

## 項目② 個人識別性のない情報とプライバシー

個人識別性のない情報の取扱についても事業者の配慮が求められるのではないか。その際、配慮が求められる根拠・理由を整理すべきではないのか。

## 項目③ 統計化された情報の利活用促進

統計化された情報は社会的見地から有用であり、利活用を促進するべきではないか。

## 項目④ DPIサービス

ISP事業者等の電気通信事業者のDPI(Deep Packet Inspection)サービスについては、通信の秘密の保護の論点も併せて整理することで、円滑なサービスに資するのではないか。

## 項目⑤ 携帯電話事業者の位置情報

本人からの同意取得の方法を含め、課題を整理する必要があるのではないか。

## 項目⑥ ライフログの位置づけ

これまでのプライバシー概念の変遷の中で、ライフログがどのように位置づけるか検討すべきではないか。

## 項目⑦ 大規模取得者のライフログの利活用の在り方

大規模取得者のライフログの利活用の在り方について検討すべきではないか。

速やかに検討していくもの

事業者ヒアリング、有識者ヒアリング等を通じて具体的な事情を把握した後、検討していくもの

## 2. ライフログの取扱いに係る基本的考え方

### 《安心なインターネット利用環境確保のための事業者の配慮》

- インターネットの高度化に伴い、ライフログ(インターネット上で授受される生存する個人に関する情報。個人情報と非個人情報(仮称)(※)を含む。)の取得・保存・利活用が大規模化かつ深化してきており、同情報の取扱いについて利用者の不安感等が高まっている事情に鑑み、ライフログを対象に、安心なインターネット利用環境を確保する観点から、ライフログを活用する事業者に一定の配慮を求めるべきである。

### 《利用者の不安感等に対応した最低限の配慮原則》

- ただし、ライフログ活用サービスは揺籃期にあり、事業者に過度の負担となってサービスの発展を妨げることは避けるべきであることから、規制色の強い行政等によるガイドライン化は時期尚早であり、まずは事業者による自主的なガイドラインの策定を促すべきである。
- また、ライフログ活用サービスの態様は多岐に渡るため、分野横断的な自主的なガイドラインの策定は期待できない。
- よって、利用者の権利を尊重した配慮原則はもとより、WGにおいて指摘された利用者の不安感等や、アンケート結果から浮かび上がる不安感等のうち、特に不安感等の強いもの、顕在化するリスクの高いものに対応した最低限の配慮原則を事業者に求める提言を行い、原則に準拠した各業態による自主的なガイドラインの策定を促す。

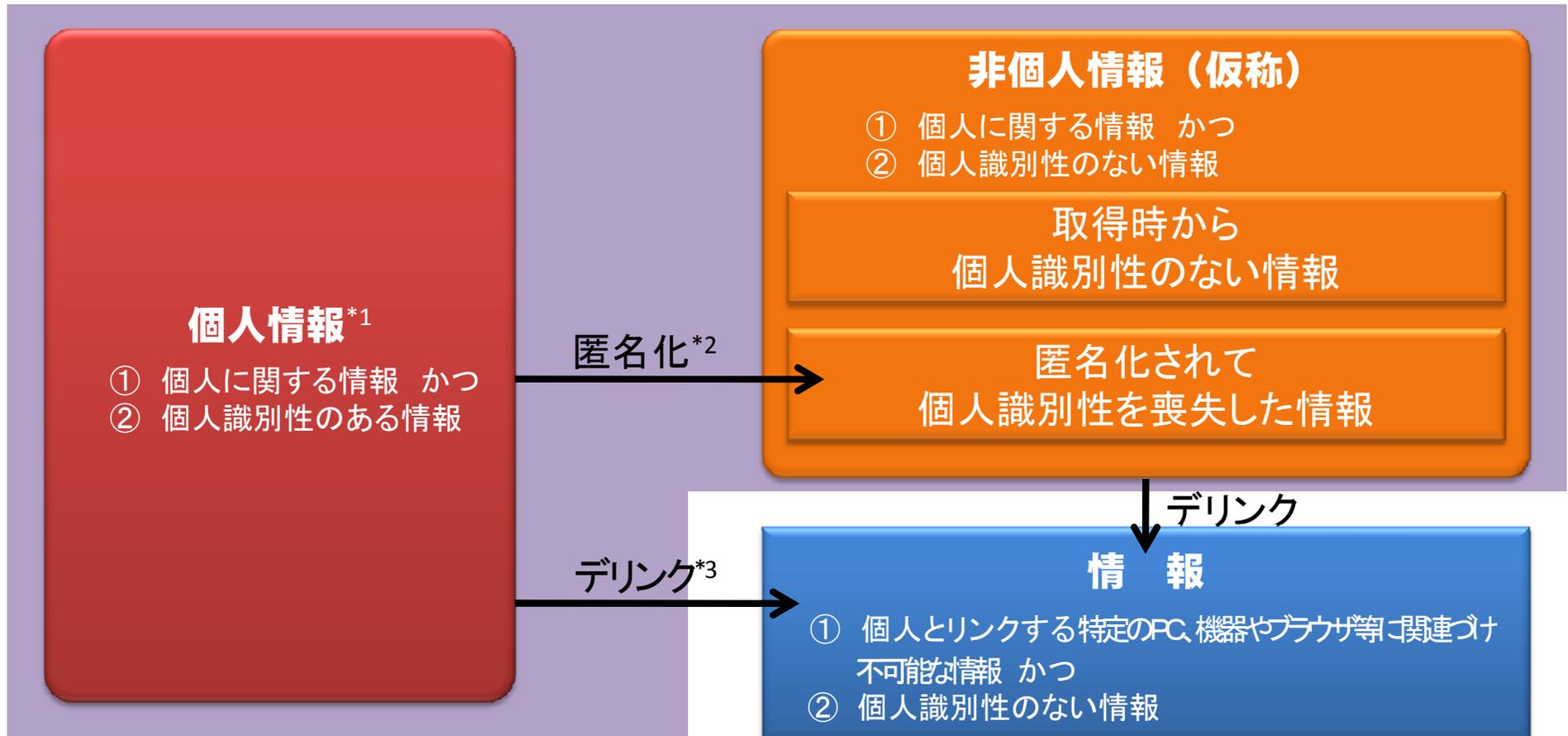
### 《広報、普及啓発活動の推進》

- また、事業者によるライフログの取得・利活用には、利用者の嗜好にマッチした広告が配信されること、引き替えに無料で良質なコンテンツが提供されること、及び統計化された非個人情報(仮称)に社会的有用性があること等の利点があるが、必ずしもこれらの利点がどのような仕組みで利用者に提供されているか認知されておらず、不安感等だけがクローズアップされている状況であるため、まずは行政や事業者等がライフログの利活用の利点及びサービス提供の仕組みの認知度の向上を図っていくべきである。

※生存する個人に関する情報であって、特定の個人を識別することができないもの(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まない。)

## 3-1. 対象情報(案)

- 事業者を求める配慮の対象は、ライフログ(インターネット上で授受される生存する個人に関する情報)。
- ライフログには、個人情報と非個人情報(仮称)を含むが、特定のPC、機器やブラウザ等に関連づけ不可能な、個人に関しない情報は含まれない。
- 対象情報については、引き続き検討。



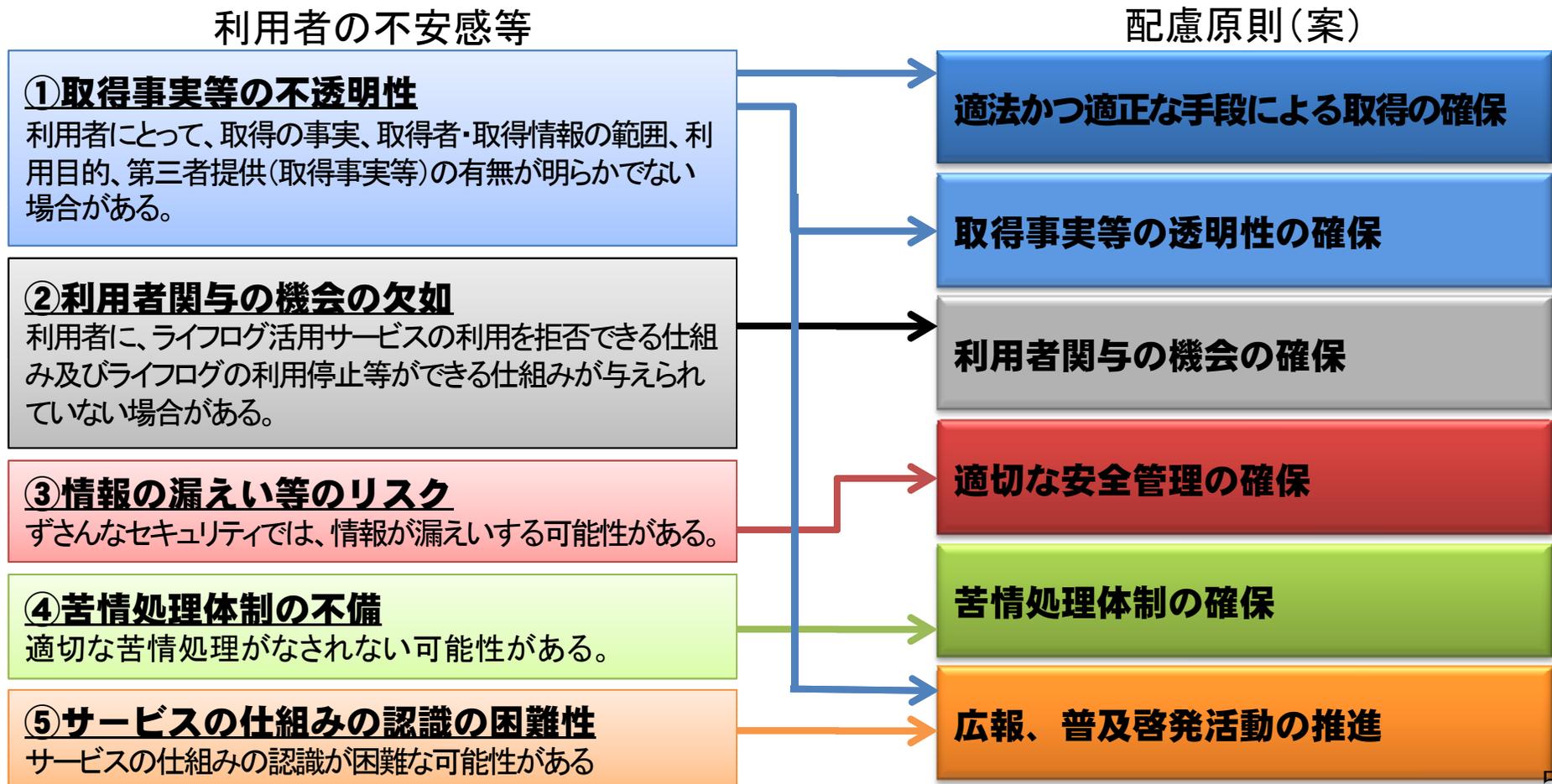
※1:個人情報は、個人情報の保護に関する法律(平成15年5月30日法律第57号)の保護対象情報である。

※2:匿名化とは、個人情報から個人を識別する情報の全部又は一部を取り除き、代わりにその人と関わりのない符号又は番号を付すことをいう。厳密には、連結不可能匿名化されることで個人識別性をなくし、個人情報の地位を喪失するものと考えられる。(参考:『経済産業分野のうち個人遺伝情報を用いた事業分野における個人情報保護ガイドライン』)

※3:定義については、要検討。

## 3-2. 配慮原則(案)

- ①から⑤のとおり、利用者の不安感等が本WGで指摘されたところ。
- 今後、
  - 現在行われているアンケートの結果を踏まえて、利用者の不安感等を更に把握。
  - このうち、特に不安感等の強いもの、顕在化するリスクの高いものを把握。
  - これらに対応した具体的な配慮原則を検討。
- また、利用者の権利を尊重した配慮原則を検討。



### 3-3. 個人識別性のない情報とプライバシー(案)

#### 《個人識別性のない情報とプライバシー》

- 利用者が、氏名等に関連づけられるID等を用いたログインを行わずに閲覧する場合や、情報が匿名化された場合など、取り扱われるライフログが個人情報にあたらない場合がある。この場合、当該ライフログは、個人情報保護法制が適用されない領域であるが、プライバシーの法的な保護対象となり得るかが問題となる。

#### 《プライバシーの権利の生成と発展》

- プライバシーは、成文法は存在しないが法的に保護されるべき人格的利益として判例法理上認められてきた。我が国の最高裁判例も私人間の事例において「プライバシー」の概念を認めるに至っているが、現在では、他人にみだりに知られたくない個人に関する情報であるか否かを、もっぱら基準としている。

#### 《プライバシーの法的保護対象たり得るか》

- 上述のプライバシーの法的保護の対象となる情報に、インターネット上の行動履歴のような個人識別性のない情報が含まれるか否か、つまり、個人識別性のない情報がプライバシーとして法的な保護対象となり得るか否かは必ずしも明らかではない。また、プライバシーと個人識別性の関係について取り上げた学術論文等は数少なく、通説といえる学説は必ずしも存在しない。ただし、下級審判決ながら、プライバシー等が侵害されたと言うためには、個人情報個人識別性を有することが必要であるとされた裁判例が存在する。

#### 《なぜ個人識別性のないライフログにも、配慮が求められるのか》

- しかしながら、インターネット上の行動履歴等のような個人識別性のない情報については、プライバシーの法的保護の対象と解することが難しいとはいえ、
  - ① 非個人情報(仮称)であっても、第三者の持つ情報と照合した結果、個人識別性を獲得する場合が考えられること
  - ② 非個人情報(仮称)を大量に蓄積することで、個人を推定することが可能になる場合が考えられること
  - ③ 技術の発達により、非個人情報(仮称)であっても将来的に個人識別性を獲得する場合が考えられること
  - ④ 非個人情報(仮称)であっても、利用者には、その取得・保存・利活用に不安感等が存在し、事業者の円滑なサービスの発展を阻害している場合が考えられること
  - ⑤ プライバシーの権利の侵害はなくても、態様によっては不法行為が成立することも考えられることから、事業者は自主的に一定程度の配慮を行うことが望ましいと考えられる。

## 4. 個人ユーザーアンケートの実施

### 実施主体

情報通信政策研究所(IICP)

### 目的

行動ターゲティング広告(ライフログ活用サービス)に関する現状認識やニーズとともに、プライバシー保護等のユーザー保護上の課題を具体的に抽出することを目的として、個人ユーザーアンケートを実施。

### 実施概要

#### 【調査対象】

全国の20歳以上の男女から、1000名を偏りがないよう抽出

#### 【実施手法】

- ・無記名による Webアンケート (30問程度)
- ・ユーザーの認識、ニーズ、不安等を具体的に拾い出すよう、質問・回答選択肢に配慮。

#### 【実施時期】

11月中にとりまとめ

※あわせて、個人ユーザーアンケート調査結果等も参考にしながら、関係事業者(検索関連事業者、通信事業者等)から、サービス概要やユーザー保護のための取組や問題意識などを聞き取り、今後の展望や課題を抽出。