



# 第18回会合における構成員等からの主なご意見

---

2022年11月4日  
事務局

## 1 外部送信規律に係る省令案について

- **全体**
  - 抽象的、概念的なものはFAQやガイドラインでという説明があり、ぜひそれは進めていただきたいと思うが、同時にやはり消費者の利用実態や意見は、ぜひ取り入れる形で進めていただきたいと思っている。  
【古谷構成員】
  - 少し危惧しているところとしては、利用者情報の収集について、委託や迂回といったことで抜け道がどうも残っているような気がしている。例えば業務委託や共同利用といったことに関しても何らか省令の中で表現するのか、ガイドラインで目的などそういったところで考えるべきなのかというのはあるかと思うが、ここは少し注視する必要があるのではないかと思っている。【寺田構成員】
  - 今回の省令案について、率直に申し上げると多くの事業者は適切に準拠していただけると思うが、事業者が省令案の制限を避ける方法も、正直言って容易に思いつくところである。その1つは寺田構成員が挙げられていた委託もあるとともに、それ以外にも、例えば省令案の3ページのところに情報送信指令通信ごとのという形で書かれている。その結果として非常に数が多くなってしまいうわけで、今回情報が煩雑になるのでよろしくないというような御意見を出された事業者もいたが、それを許してしまうと何が起きるかという、多様な処理を行ってくれる少数の外部サービスに情報を出してしまうことによって、送信先の数を一見減らすようなことというのは容易にできてしまうわけである。ただ、現段階においてはその煩雑さを考えるより、まずは必要な情報を出していただくということが重要であり、総務省においては、この省令の趣旨、法律を含めた省令の趣旨というものの周知を徹底していただきたい。【佐藤構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

### ● 全体（つづき）

- 例えばヨーロッパでも2009年のePrivacy指令の改正によるオプトインについて、日本の法律より大分厳しいものだが、そのときも結構広く遵守していただくようになるまでそれなりの時間がかかったといったようなことがある。我が国の法は、今回非常にソフトな法改正になっているので、遵守コストというものはさほど大きくないと感じているところもあるが、しかしやはり対象範囲の事業者もそれなりに広いといったときに、どう守られているのか、まさしく今回、法遵守の方法にもいろいろな選択肢がある中で実際に守られているのか、それが果たしてリスクを低減できているのかということも含めて、今まで代表的な事業者様を対象としたモニタリングを本ワーキンググループでも様々な形で行ってきたが、それとはまた違った形でのかなり広いモニタリングを、継続的にデータ収集も含めてどのようにやっていくのかというのが、この法運用の中で一番重要なところなのだろうなというのを感じている。【生貝構成員】
- 生貝構成員からも遵守のコストが低廉だと考えられるのではないかというお話があったが、全くそうだと思っており、外部送信をするという人にだけ係ってくることであるとともに、また透明性というマイルドな規制であるため、それはやっていただいたほうが良いのではないかなと思っている。さらに言うと、時々大企業のウェブサイトなのに外部送信を書いてないとか、フィンガープリントによるトラッキングをやっているということでメディアで批判されるということもあるため、そういうことも考えれば、いっそのことやっていただいたほうが、いろいろな意味でコストもかからないし、良いのではないかと思っている。【森構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

### ● 全体（つづき）

- 森構成員から根源的なリスク、守るべき人権ということで一応事例を示していただき感謝したい。これがどういう形で議論されているかというのはぜひ情報をいただきたい。
- また、事例だけでは、これがどういうリスクであって、どういった人権を守るかというのが分からないため、普遍化する必要があるのではないかなと思う。特に通常のプライバシーと通信関連プライバシーがどう違うのか、これによってどのような扱いをすればいいかということで、私なりの解釈では、大規模に自動で継続的に情報収集して分析することによって個人の自由な意思に介在するといったことが根源的なリスクであり、守るべき人権ではないかなと思っているため、それであれば、それに対しての情報発信、説明ということが分かりやすくなるかなと思う。ぜひこちら辺のところは引き続き議論を深めていただきたいと思う。

【MCF 岸原オブザーバー】

### ● 利用者の利益に及ぼす影響が少くない電気通信役務

- 「プラットフォームサービスに関する研究会 第二次とりまとめ」においては、利用者の利益に及ぼす影響が少ないと認められる利用状況がどのようなものであるか、内容、利用者の範囲、利用実態を勘案して今後適切に判断していく必要があり、この際、利用者の利益に及ぼす影響についてリスクベース、アウトカムベースで検討することが望ましいとの意見が多くあったとされている。今回、省令案として4業態が提案されているが、これらの業態がどのような観点で利用者に及ぼす影響が少くないと判断されるのか、リスクベース、アウトカムベースでの検討が十分にされているとはまだ言えないように思う。
- 利用者の確認機会の確保という目的に照らし、外部送信規律が必要な役務か、そうでない役務かを論理的に切り分けるのは不可能と考える。現時点では、持っていきたい結論に合わせて無理やり理屈をつけるよりも、将来条文自体を見直すことを前提に対象範囲を最小限にとどめた上で、規律内容の具体化とベストプラクティスの創出に注力することが望ましいと考える。【沢田構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

## ● 利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務（つづき）

- 第2号の中でも、「オンラインショッピングモール等」について、純粋なモールであれば当てはまるのは間違いないが、通常のオンラインショッピングサイト、自社のもみだけを売るショッピングサイトは入らないという趣旨だと思う。しかし、受託販売等でオンラインショッピングモール等と区別がつきづらいというのは非常に多いと思う。
  - 第4号はより一層深刻で、「各種情報のオンライン提供」ということで、コーポレートサイトで自社の情報しかなければ、これは他人の通信の用に供するということにはならないということになると思うが、大抵のウェブサイトは何らかの情報を提供しており、極端なことを言えば広告を張ったらそれ自体が各種情報のオンライン提供になりかねないといったところ、非常に外延があやふやになる。
  - 第2号、第4号について、今まで総務省とお付き合いがなかったようなところから問合せが極めて多く来ることが想定される。今のところ、この法律の外部送信規律の部分は地方支分部局ではなく本省で対応されると本ワーキンググループで説明があったが、本省で今までと一桁、二桁違う問合せが来た場合に対応できるかというのは非常に懸念している。そのためには事前の準備も必要である。また、私はその外延に当たるかどうかで一々一つ一つのサービスを事業者が聞くのは非常に不毛だと思っており、当たりそうだったら、Cookieポリシーを書いていただく、問い合わせている暇があったらつくったほうが早いというようなメッセージを出していただくのが良いのではないかと思う。【板倉構成員】
- 
- 板倉構成員の御意見に賛成する。ウェブサイトによる情報提供やモールのことは、第三号事業者の範囲に係ってきってしまうが、御指摘は全くごもっともであって、そういったところについても、外部送信をしているということの情報提供をするということの方が合理的であり、やってもらうということかと思う。また、問合せのことも全くごもっともで、これはそんなに大したことをお願いしているわけではないということが大きな前提になっているだろうと思う。外部送信されているわけだから、それは通知、公表していただいて別に特に問題のないことであり、自分たちはどうなのだとか、これはどういう概念だと言っている間にやっていただくということが全く適切なのかなと思った。【森構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

### ● 利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務（つづき）

- 板倉構成員、森構成員の御意見に賛成する。森構成員からもあったとおり、第三号事業者の中でという話になると思うが、そもそも第三号事業がどういったものなのかというところがあまり一般に理解されているとは言い難いというところで、事業者からそういった問合せが来るというところを避けるためにも、迷ったら公表すれば良いというようなメッセージを出していただくことは良いのかと思っている。
- そこに関連して、利用者に及ぼす影響が少なくない電気通信役務というのは、これは対象の事業者を明確にするための総務省令だと思うが、その事業者が行っている電気通信役務全般でこの対応が必要になるのか、電気通信役務を行っている中で今回の規律が適用になるのかというところははっきりさせた方が良くかと思っており、今回の趣旨からしても、もともとの法第27条12の柱書きのところの書き方を見ると、この対象になった事業者が提供する電気通信役務全般に係るものだという理解をしている。【太田構成員】
- 対象が分からない、第4号については対象がすごく広くなり得るので、冒頭、板倉構成員から発言のあった、まずはそういった場合には、大したことではないのでポリシーを掲げるということで誘導したらどうかというような発言があったのが少し気になっている。やはり事業者としては、ウェブサイトにもこういう外向けの文章を掲示するというのは相当な負担になるものであるため、もし当たる・当たらないというのが分からない場合には、まずは掲げてくださいというように誘導するということは基本的にはないのかなと思う。基本はやはりできるだけ具体的に何が当たるのかというようなことの丁寧な解説というものをなるべくつけることによって、まずは書いてくださいというようなところではない方向で進めていただきたい。【小林構成員】
- 小林構成員から、迷ったら書くほうに倒すのはいかがなものかというお話があったが、私としては、冒頭に申し上げましたとおり、それで良いのかと思っている。理由を改めて申し上げれば、もともと当初の検討としては、利用者目線で考えたときに、それはウェブサイトの区別なく、あるいはアプリの区別なく外部送信についての透明性というのは確保されるべきであろうということがそもそもの大きな理由である。電気通信事業法の性質上、電気通信事業者及び三号事業を営む者となっているわけであるが、それは利用者側からすれば重要なことではないため、そもそもそこがあるということである。【森構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

### ● 利用者の利益に及ぼす影響が少くない電気通信役務（つづき）

- 利用者に及ぼす影響が少くないといった形での規定になっているが、これは現時点での判断で、将来ビジネスモデルによってはその影響というのがかなり変わってくる可能性もあるため、どのようにそういった変化に対して対応されようとしているのか。【古谷構成員】
- 古谷構成員の意見とも重なるが、MyDataJapanが御指摘されていた、CDPを含めて消費者の理解と実態にずれが生じやすい方法というのは色々あり、今後もそういう新しい方法が出てくるのが想定されるため、弾力的に省令改正を含めて御検討いただきたい。【佐藤構成員】
- 第4号が問題となる。具体的な例でいくと、例えばウェブやアプリ上で小売をやっており、そのページに広告が張ってあって広告事業も行っているような際に、これをどう考えるかということが非常に問題になっているのかなと思う。こういった外延を決める上で、対象を主たる業務が小売や電気通信事業なのか等、そういったところを見ていくのか、それとも、少しでも電気通信役務を行っている場合はその部分に関しては対象となるのかといったところをもう少し明確にしていく必要があるのではないか。個人的には、今回の省令案をつくっていく段階のところでは規模の大きさというのを閾値にしなかったということ、このことに鑑みると、少しでも電気通信役務を行っている場合というのは本来対象となるのだろうなと思っている。【寺田構成員】
- 一般的なウェブサイト広告を張ったときに、例えば電気通信事業法の規律の対象になるというお話にもなってくるとすると、通信の秘密の保護といった、性質上誰にでもきいてくるものは確かに中にはあるが、一般的に言うと電気通信事業法というのは電気通信事業者が守る法律というイメージがあるため、もしそれ以外、今はとても電気通信事業をやっていると思っていないようなところに対しても規律が及んでくるような話になると、やはりそういったことの周知や、そもそも電気通信事業法でいいのかといった議論になってくるのではないかと、電気通信事業者をやっている立場から思った。【JAIPA 野口オブザーバー】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務（つづき）</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本日の省令案がこれで良いとしても、解説やFAQなどにおいて、こういった点は注意すべきでないかといったような事項、あるいは、省令案としては少し盛り込みにくい解説やFAQという形で明確にしていくことが適切であると思われるような事項などがあると思うため、これらを御整理いただき、次回会合で事務局から御提出、お示しいただきたい。【穴戸主査】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置く方法</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 通知の方法として、第2項第1号で「能動的に表示」と書いてあり、これは良いと思うが、第3項のところには同様の書き方をしていないため、やはり同じように能動的な表示というのは必要なのではないかと。 【古谷構成員】</li> <li>■ 第1項第2号で、文字の適切な大きさといったところでピンポイントになってしまっているが、ここは、方法としては色や表示場所、例えば右隅などにぽんと置かれても分からないなど、そういったことも考えると、書きぶりが少し違うのかなと思っている。操作を行うことなく適切に識別できる文字の大きさというのではなくて、もう少し広く識別できるというような形の書きぶりにして、具体的な内容はガイドラインという方がやりやすいのではないかと思った。ここで文字と書かれてしまうと、それ以外のところがガイドラインに非常に書きにくくなるので、もう少しここは広げたほうが良いのではないかと思う。【寺田構成員】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 3ページ目の第1号から第3号までであるが、オプトアウトの問題については非常に重要だと思っている。オプトアウトしない場合もあるということだが、オプトアウトの可否については公表事項に入れていただくのが良いのではないかと思う。オプトアウトできない場合はできないと書いていただき、5ページ目のオプトアウト措置に関する事項との守備範囲の問題はあると思うが、そのことはあった方が良くと思う。【森構成員】</li> </ul>



## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

● **利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項（つづき）**

■ 森構成員と同じ意見になるが、もともとオプトアウトの有無があるのだったら、その方法を示しましょうというのが検討されていたと思う。前々回の本ワーキンググループ等でも主張したが、その理由としては、もともとこれはただ一覧で出してオプトアウトができない状態のものを、野村総合研究所の調査研究で一般の人にアンケートを取ったところ、一覧でただ出ているだけだとオプトアウトもできるのか、できないのかよく分からないし、では、どうすれば良いのかということで、あまり意味がないというような結果になったと思う。アンチパターンをそのまま総務省令にしているような印象があり、それをきちんと改善するためにも、オプトアウトがある場合はあるかないかということを書いて、その方法を示すということが通知、公表の中に必要だと考えている。

【太田構成員】

■ 第3号のところで利用目的と書かれているが、やはり新経済連盟など様々な方の御意見があったように、実はこれはリンクの設置であるなどだけでは足りないと思う。やはり理解しやすい具体的な内容を書くべきだと思う。その際に、過剰な内容が理解を妨げるのではないかなという御意見があったかと思うが、書くのか、詳細なのかではなくて、やはり適切なものというはあるはずで、そのときの考え方としては、そもそも何を知り得る状態に置こうとしているのかというときは、利用者が自分の利益や不利益を判断するために必要な内容というのが掲げられていなければならず、利用目的をただ利用目的というように書いてしまうとばらつきがあってしまうところである。利用者に不利益を及ぼさないように自分の利益を守るために最低限必要な内容というはあるはずで、それがあ程度の具体性を持ったものであったり理解しやすいものということで、納得して判断できるといったような観点が必要なのではないかなと思う。この利用目的に関しては、5番目の「オプトアウト措置に関し利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項」の利用目的も同様に考えている。【古谷構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

### ● 利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項（つづき）

- 通知、公表事項の利用目的について発言する。これは古谷構成員の後半のコメントでとてもよく表現されていたことであり、事務局からも回答いただいていたが、重要なので私の口からもコメントしたい。
- 今回は広告が軸となっていて、従来の電気通信事業に必要なものをどうしようというような議論があったかと思う。これらはもちろんきちんと利用目的、表現をどうするかということは大事だが、それら以外で利用者を悲惨な目に遭わせないということが改めて大事だと思う。先ほど森構成員から人権の問題が背後にあると言っていたとおりだと思う。広告あるいは従来の使い方の外側にある新しい高度な使い方や、あるいは闇につながり得る使い方というのが、つながり得る利用目的というものがあるはずなので、そういった利用目的の書き方を丁寧に見ていく必要がある。これは技術革新もあるのでガイドライン等でバシッとはめ込むことが困難なことが予想されるが、本ワーキンググループかどうかは別として、きちんと現状の技術や動向を把握してメッセージを出し続けるということが大事だと思う。利用目的をどのように抽出したらいいのかということの表現が、まだうまく解決できてないというように指摘させていただきたいと思う。【高橋構成員】
- まさに今高橋構成員がおっしゃっていただいたことに賛同であり、まさに古谷構成員がおっしゃっていただいたとおり、どう消費者が不利益を避けるのか、まさしく岸原オブザーバー、森構成員から、法目的は果たして何なのか、避けるべきリスクとは果たして何なのかという御議論もあったところだが、例えば広告一つ取っても色々なものがあり、例えばポリティカルターゲティングのようなものや、健康に関わるようなものや、あるいはパーソナライズド・プライシングに関わるような広告以外の状況といったようなものも含めて様々なものがある中で、どういうリスクを我々として重視するのかというのは今後様々な形、観点から考えていく必要がある、それをどう反映させていくかということになるのかなと思う。【生貝構成員】

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項（つづき）</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 送信先における利用目的について、古谷構成員がおっしゃっていたが、そもそも送信元において何で外部送信先が必要なのかといったところをシンプルに書くというのが良いのではないか。【太田構成員】</li> <li>■ ここで誤解を受けやすいのが一つあると思っている。「情報送信指令通信ごとに」という表現のされ方をしているが、この表現だと毎回必要というように解釈されたり、常に逐次やらないといけないというように解釈されるような部分があるため、常に逐次ということではなかったり、一連の処理については一括して記載できるといったことをきちんと理解できるような表現にする必要があるのではないか。【寺田構成員】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者が電気通信役務を利用する際に送信することが必要な情報</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第1号に入っている「その他～真に必要な情報」は中身がはっきりしないところがあると思っている。通常は同意するであろうや、通常は利用者が同意するであろうや、あるいは利用者の利益にかなうといった様々な範囲の決め方がこの「必要な情報」についてはあると思うが、結構解釈の余地や考え方があると思うため、限定列举に意味のある条文ではないかなと考える。【森構成員】</li> <li>■ 1ページ目の第三号事業のところ、皆さんがおっしゃったように結構書きぶりとしては迷うところがあるため、迷ったらきちんとポリシーを書いておけるというのは良いと思う。その一方で、その観点で見ると、森構成員からも御指摘があったが、4ページの、逆にポリシーなどを出さなくて良い場合としての第1号の「真に必要な情報」は、迷ったら書けという結構かなり広範囲になってしまうところがあるため、もう少し具体的に書かれないと事業者も迷うのではないか。【佐藤構成員】</li> <li>■ 第1号「その他電気通信役務の提供のために真に必要な情報」については、以前の本ワーキンググループでも発言したが、一体どういうものがあるのかについては、実際に私としてはきっとあるだろうという想定の下、こういうものを求める事業者から意見を聴取して、これをなるべく具体的に、できれば具体例として提示できるような形に持っていくのがよろしいのではないかなと思う。【小林構成員】</li> </ul>

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>オプトアウト措置に関し利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第2号で「利用者が当該措置の適用を求めた場合において、当該電気通信役務の提供に制限があるときは、その内容」とあるが、これはオプトアウト措置を求めた場合、電気通信役務を受けることに関して何らかの不利益があるということか。オプトアウトすると何らかのサービスが制限されてしまうとするとオプトアウトをためらい、実質的にオプトアウトが制限されることにはならないか。外部送信先の事業者が外部送信を受けないことにより何らかできることが制限されることはあり得るとしても、利用者がオプトアウトを求めることでFirst Party事業者から受けるサービス等が制限されることはあまり想定すべきではないように思った。 【山本主査代理】</li> <li>■ オプトアウトすることによってサービスが制限される場合があるのかということについて、私はあり得るかなと思っており、特にマネタイズを広告その他でやっている場合に、そのうちのウェブサイトの中で、これは実質有料というか、直接閲覧者からお金は取らないが、広告を出したいのですというようなものであれば、それはオプトアウトすると一部のものは見ていただけるが、一部のものは見ていただけないというのはありかと思っている。 【森構成員】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者が電気通信役務を利用する際に送信することが必要な情報</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第5号から第7号までの事項は、結局外部送信する場合に「通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く事項」と同じではないかと思っただが、そのような認識で良いのか。仮にこのような認識が正しいとすると、法第27条の12でオプトアウトする場合には「通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置かなければならない。ただし、当該情報が次に掲げるものである場合は、この限りでない」ということとの平仄はどのように理解すれば良いのか。【山本主査代理】</li> </ul>

## 1 外部送信規律に係る省令案について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>利用者が電気通信役務を利用する際に送信することが必要な情報（つづき）</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 山本主査代理からもオプトアウトのことについて御言及があったが、日本の法のつくりからして、いわゆるCookie Wallのようなことはおそらく事業者として選択するつくりにはなっていないのかと思うが、あくまで1つの選択肢でしかないオプトアウトに関しても、例えばヨーロッパだとCookie同意を取るに当たって、オール・オア・ナッシングではなくて、例えばオーディエンス測定のCookieは認める、それで行動ターゲティング広告のところまで認めるのかどうかといったようなプリファレンスを2段階、3段階ぐらいでつくることが多くなってきている。そういったようなことというのも今後のガイドラインの中などでベストプラクティスなどで示していくことで、より丁寧な法運用の在り方というものに資する部分があるのではないかと感じた。【生貝構成員】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>同意について</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 同意については、ほとんどの利用者が気付かず、本当に錯覚してしまうような状況もある。同意しないところに入れられないのではないかというような思いで、もう何も考えずに同意するということもあり、その辺のことは多分、今後議論しながらということもあるかもしれないが、そのような項目もあっても良いのかと思う。 【主婦連合会 平野オブザーバー】</li> <li>■ 平野オブザーバーから御指摘があったが、通知とオプトアウト以外に同意というやり方があり、同意に関しては、総務省だけで決められるところではなく、個人情報保護委員会のほうでも同意の考え方というのを定めなければいけないところもあると思う。そのため、今回これが抜けているのは仕方ないところがあるが、個人情報保護委員会と相談して、より具体的な規定というものをつくるようにしていただければと思っている。 【佐藤構成員】</li> <li>■ 同意について、主婦連合会からあったように、やはり今後検討していただきたい。【古谷構成員】</li> </ul>

## 2 事業者団体等ヒアリングについて

<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>全体</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 事業者団体等ヒアリングの中で、事業者のほうからベストプラクティス等を出してほしいという話が幾つかあった。役所側がベストプラクティスを提示するというのはおそらく誰も反対しないところだが、本来は、まずは事業者が省令に準拠するかどうかを事業者御自身で御判断いただくのが基本であると思っている。その判断では、事業者にお勤めの方は消費者でもあるわけであるから、消費者視点でお考えいただきたいとともに、それをお勤めの方々個人の判断ではなくて、事業者としてきちんと適切に判断できるような形、体制などをきちんとつくっていただくことが重要と思っている。【佐藤構成員】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>新経済連盟の発表について</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ サイトポリシーをつくるのが面倒というわけではないということで安心したが、アプリだとアプリポリシー、SPIで言うところのアプリポリシーだが、そういったものは事業全体のプライバシーポリシーとは別につくっていただくということだと思うとともに、逆にそういうことだとすると、煩雑になるというのは、それは電気通信事業ガバナンス検討会のほうで言っていたのは結構だが、こちらでの御指摘としては当たらないのではないかと。 【森構成員】</li> <li>■ プライバシーポリシーなのか、Cookieポリシーなのか、今回の外部送信ポリシーといったものについて、ある程度多分事業者としては、今回はサイトごとに分かりやすくつくられるということを念頭に置かれていると思うが、これが従来からあるプライバシーポリシーとどういう位置関係にあるのか、こういう外向けに出ていくポリシーというものを管理しているときにどのような関係になるのかというのは、そこも含めてガイダンスしていただくと、事業者としては今後のデータの取扱いについて、これは個人情報保護法の範囲と隣接する領域だが、うまく組み合わせで整合するような形でサービスが享受できるようになるのではないかなというところを期待している。【小林構成員】</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>MyDataJapanの発表について</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 送信元の利用目的のところの議論があったかと思う。皆さんの御意見をお聞きしていて、なぜ送信元が利用者情報を送信先に送るのかといったような目的というのは、そもそも利用者にとっては知るべき情報なのではないかなと思った。【古谷構成員】</li> </ul>