



第20回会合における構成員等からの主なご意見

2022年12月2日
事務局

1 外部送信規律に係るガイドライン等について

● 規律の概要

- 1 ページ目の四角の外、1 行目、「同法施行規則22条の 2 の27各号の電気通信役務のうち」となっているが、22条の 2 の27各号の電気通信役務とイコールではないかと思ったため、「うち」ではないかなと思った。【森構成員】
- 2 ページ目、下のところの情報送信指令通信の用語の説明のところだが、上から 4 行目、タグのところを丸括弧で説明していただいて、「HTMLソースのうち利用者の電気通信設備に一定の指示を与える文字列」とあるが、HTMLソースの中に含まれるのかもしれないが、HTMLソースで書かれているわけではないものもある。HTMLで書かれているものもあるが、そうでないものもあるので、そういうものを技術的にHTMLソースに含めるのかどうかは御確認をいただいた方が良かったと思った。【森構成員】
- 森構成員のおっしゃるようにタグの定義のところは慎重にしないといけなくて、HTMLソースに限定して良いのかは、これは微妙なところである。多分、この後、太田構成員からも補足があるはずだと思うが、丁寧にしたほうが良いかと思う。
- あと、先取りのことになってしまうが、タグという用語が 7 ページのところでは記載例で出ている。タグという言葉は、多分一般の方は、理解できないし、我々技術屋でもウェブ回りをやっている人とまたそれ以外のところで、多分タグの定義は違ってくると想像しているので、このタグという言葉をもっと使っても良いのかも含めて、もう 1 回議論したほうが良いと思っている。【佐藤構成員】
- HTMLソースに書かれていない場合があるのは森構成員の御指摘のとおりで、基本的には一番多い手法としては、正確に言うとDOMを操作して指示を与えるものが多いのが現実だと考えている。DOMというのはドキュメント・オブジェクト・モデルというもので、DOMを操作して最終的に実行されるものが全部決まるのだが、それをどう書くかというのが難しい。一応補足としてHTMLソースに書かれていなくてもJavaScript等によってDOMを操作して、情報送信指令通信を与えるものが一般的には多い。【太田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 規律の概要 （つづき）

- ウェブに限れば、HTMLソースというよりHTML情報及びそれから参照される情報という御表現が良いのではないか。【佐藤構成員】
- 3ページ、利用者に関する情報のところで、Cookieや広告ID等の識別符号とある。ここは識別符号ということであれば、CookieはCookie IDのほうが適切と印象を受けた。【小林構成員】
- 小林構成員からあったCookieや広告ID等の識別符号というので、Cookieは識別符号ではなくて、Cookieに書かれた広告IDという表現になるかなと思う。【太田構成員】
- 4ページ目のところのサービスについて、今の広告であったりなどもそうだが、シェアリングサービスやマッチングサービス系は、多分オンラインプラットフォームというところに含まれると思うが、現在の書き方だと今ひとつ、オンラインプラットフォームとは何かということが細かく書き下されていないため、こういったところが全て含まれるといったことをもう少し詳しく分かるように書いていただきたいと思った。
- また、例えば広告の場合は利用者の求めに応じてというものになるのかどうなのかが少し疑問になったため、この辺りも少し明確にする必要があると思った。【寺田構成員】
- 4ページ目（3）の検索のところの説明で、「インターネット上における当該検索情報が記録された全てのウェブページの所在に関する情報を検索して表示する、いわゆるオンライン検索サービスが該当する。全てのウェブページの所在に関する情報を検索することが要件であるため、その他の特定分野に限った検索サービスは4の対象となる」としていただいたが、全てのウェブページの所在ではなく、全てのカテゴリーのウェブページということではないかと思う。全てのウェブページと言うと何かモデレーションのようなことをして、海賊版サイトなどそういうものは表示しない、検索結果は全てにはわたらないことは当然あり得るかと思うため、そういうカテゴリーのような書き方にさせていただいた方が良いと思った。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 規律の概要 （つづき）

- 先ほど森構成員から御指摘のあった4ページ目の「全て」のところだが、この言葉の使い方をして良かったのかどうかも問題があるように思うが、「全て」と言ってしまうと、網羅的に表示されるウェブページが確かにあるため、ウェブページの「全て」はどのような意味かは解説の中でより明らかにしておいていただいた方が良かった。森先生の御意見に賛同という趣旨である。【石井構成員】
- 5ページで最後の段落の、金融事業者による証券金融商品等についてのオンライン販売などいろいろ書いてあって、これらは対象とならないと書いてある。例えばオンライン証券は対象にならないですよという話を書いていると思うが、これは、対象にならないものの例としてあまり適切ではないのではないかと常々思っている。
- なぜかという、オンライン証券というのは証券の売買だけをしているだけではなくて、それに付随してニュースの配信もしているし、それを有料とか、事業としてニュース配信をしているとか、そういったものがほぼ含まれているのではないかと思っている。そう考えるとオンライン証券はここに対象外と書いてあるが、それに付随してニュース配信等の事業を行っているので対象外ではないことになって、あまりここに対象ではない例として書くのは不適切なのではないかと思った。【太田構成員】
- 先ほどの太田構成員の御意見と関連するが、例えばもともとレガシーなメディアが広告を行っていて、オンライン広告も始めた形で、もともとのビジネスモデルからだんだんオンラインのビジネスへと変わっていく場合に、一体どの時点で電気通信事業法に関係するののかというところが全然明確になっておらず、非常にグレーゾーンが大きくなってしまったため、この辺りをもう少し明確にすることはできないのかと思う。【寺田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 規律の概要
（つづき）

- 規制対象範囲はかなりまだ不明確なところがあるが、このガイドラインでは利用者に及ぼす影響が多い少ないではなくて、電気通信事業や電気通信役務に当たるかどうかで整理をされている。それは仕方ないが、実務的にはどこで線が引かれるかというの大きい。社内で経営陣に説明するに当たって、規制対象だからやるのか、規制対象ではないけれどもやるのかという説明が必要と思う。今後はFAQで明確化されるということなので、そのときにいろいろお聞きしたい。【沢田構成員】
- オンラインショッピングモールと自社サイトのところで、そこはもう少し書かないといけなくて、オンラインショッピングモールと、あと最後の例に挙げている自社のショッピングサイトや証券サービスなど、この境目はかなりあいまいですので、もう少し書き込んであげないといけないと思う。
- また、ニュース配信サイトとコーポレートサイトの境目というのも、全く明確ではないので、もし明確にできないのであれば、こういうのだけはホワイトであると、要するに全く自社の商品を買っているだけだったらオンラインショッピングモールでもないし、それは他人のためでもないの Good。コーポレートサイトも全く自社のIRと会社情報とアクセスぐらいしか載っていないのだったら Good。ほかは基本駄目であると書いてあげないとこれだけでは分からない。それと、FAQで載せるのは分かったが、私のところに御相談に来られる割と大きい会社でも、個人情報保護法に関してFAQまで読み込んで御相談に来られるところは少ないため、ガイドラインでももう少し明確に書いた方が Good のではないかと思う。【板倉構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> ● 規律の概要（つづき） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 皆さんが指摘されている5ページの対象範囲について、私は、板倉構成員がお話しされていた内容に同調するが、具体的には、と2行目に書いて、ここでニュースや気象情報等の配信を行う云々というもの、これも該当することになっており、太田構成員からもあったが、金融商品等に関するものについてはこういったものも交ざってくるものもあるということもあって、それぞれのサービスが単体で本当に情報送信指令通信を行うのか行わないのかというのが判別しづらいことがあるため、このガイドラインには、ある程度もう少し該当するもの、該当しないものという記載が必要だと思う。それとFAQということだが、FAQが本当に良いのかなと思う。むしろ具体的な事例というのを別冊ぐらいで設けても良いぐらい、皆さんが気になるところではないかと思うため、今後の資料の作成について御意見させていただいた。【小林構成員】
<ul style="list-style-type: none"> ● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 7ページのところの日本語を用い専門用語を避けてというところの米印の2のところ。内容自体は適切だと思うが、一般的な利用者の知識や理解力等を基準としてといったところが、具体的にそういった内容に当たるのかが分からないのではないかなと思うため、例えば事業者で相談情報やアンケートなど、あるいは有識者の意見など、そういったところで確認をしていくところが求められてくると思う。そういったところも追記していただければと思う。【古谷構成員】 ■ 7ページの記載例の1のタグという表現は一般の方は分かるのかというところは心配で、これから事業者のヒアリングなどあると思うが、そのところは一般の方が分かるかどうかという観点で、いろいろ御意見をいただいた方が良く思っている。【佐藤構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- 利用者向けという言葉が記載例の1と2に両方出てくる。普通このように語りかける場面で「利用者」という言葉はあまり使わず、通常は「お客様」などと書く。サービスの利用者と混同しないよう、サイトを訪問された方と言った方が良い場面もあるかもしれない、いずれにしても利用者という言葉は考え直した方が良いと思った。
 - 佐藤構成員御指摘のタグという言葉に加え、「広告をカスタマイズする」を一般に分かりやすく言うとうなるのかという問題意識もある。【沢田構成員】
-
- タグのお話からいくと、確かに分からないと言えば分からないが、ウェブサイトはタグで、広告の場合は寺田構成員に書いていただいたが、SPIにも出てくるが、情報収集モジュール、と書いたときにタグも情報収集モジュールも今のところ認知率が低いということだと思う。そもそも外部送信のことを3割しか知らない。
 - 従って、例えば、これこれ、こういう目的に使う短いプログラムと書けば分かるのかもしれないが、この際、外部送信自体、外部送信って何ですかという話があるわけであるため、中核的な機能を果たすタグや情報収集モジュールを知っていただくべく用語として使っていただいて私は良いのではないかと思う。消費者側のリテラシーのようなものも単語とともに、用語とともに増えることもあるかと思うため、私はタグや情報収集モジュールなどを説明した上で使っていただいても良いと思っている。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- 7ページの記載例1と記載例2について、タグという言葉については、この記載例1のところでは言うのであれば、僕はこのタグを利用してというのを別に書かなくても良いのではないかなと思っていて、ガイドラインの解説の中でタグなどが出てきて、タグというのはこういうものですよというのは説明しつつ、タグという言葉を使うのは良いと思うが、この記載例の中にタグというのを入れるというのは、あまりではないかと感じた。
- その先にある利用者が閲覧したいURLをA社に送信していますというところだが、閲覧したURLだけを送っているケースというのは実際には考えられない。ユーザーエージェントやIPアドレスなどもあると思うが、その辺は何か解説した方が良いのではないかなと思っている。ここに例として、閲覧したURLをA社に送信していますというのがこう書きましようという例だと思うが、実際には閲覧したURLだけを送っているケースはほぼないというのがあるので、その辺の補足は必要かなと思う。
- 記載例2のところは滞在時間をB社に送信と書いてあるが、実際には滞在時間をB社に送信するケースはない。滞在時間というのは閲覧したURLとURLを閲覧した時間をB社にずっと送っているの、その間の時間。1個前に来た日時とURL、次に来た日時とURLの間隔を滞在時間としてB社内生成するものであって、滞在時間を送信しているわけではないため、これも記載例としてどうなのかなと思ったところ。

【太田構成員】

- HTMLタグといった表現については情報を収集するための仕組みで、HTMLタグ、JavaScript、情報収集モジュール等というように書いた方が良いのではないかな。【寺田構成員】

- 8ページの3の真ん中「利用者による確認をより容易にするため」の前あたりに、「利用者の利便性や快適性を著しく損なわないように留意しつつ」といったことを入れていただけないか。規制の目的とは逆方向で、かえって事業者を悩ませてしまうかもしれないが、利用者としては邪魔にならないという点は結構重要。

【沢田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- 8ページについて、ここで、これのどこということではないが、容易に確認できるようにすることがテーマになっていて、通知も容易に知り得る状態も共通であるが、記載例1の下あたりにほかとの独立性について、長くいろいろなことが書かれている中に外部送信のことが交ぜ込まれていても分からないので、そこと独立していた方が良く、利用規約やプラポリに混入しない方が良くということを書いていた方が良くはないかと思う。
- そのことは実は第5項関係で書いていただいております、12ページの2つ目の段落に、「また、例えば、通知等すべき事項が記載された送信先のウェブページへのリンクを示す場合や、既にプライバシーポリシーに通知等すべき事項が記載されているときに当該プライバシーポリシーへのリンクを示す場合は、当該リンクを単に表示するだけでなく、リンク先で表示される通知等すべき事項の概略を併せて示すことが望ましい。特に、当該送信先の該当ページが英語等の場合は、日本語で表示することが必要である。」と書いていただいているし、なお書きにも、「なお、プライバシーポリシーやクッキーポリシーが既にあり、その中に通知等を行うべき事項を記載する際には、プライバシーポリシーに留意しながら、本規律に関する内容が含まれること等をタイトル等に明記しておくことが望ましい。」とお書きいただいております。第5項関係というのは、通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項のことなので、その事項の内容というよりはそれをどう表示するかであり、先ほどの8ページに共通の要求事項に表示方法として、プライバシーポリシーや利用規約と一定の独立性を持った方が良くということを書いていただくのが良くと思う。【森構成員】
- 9ページ目、下の記載例1のすぐ4行ぐらい上のところに、「『容易に到達できるウェブページ』については、情報送信指令通信を行うウェブページにおいて、遷移先に当該事項の表示があることが利用者にとって理解できる形でリンクが配置されていれば、当該遷移先のウェブページは、『容易に到達できるウェブページ』に該当する。」と書いていただいているが、この遷移先というのはワンクリックということなのか、どんどん遷移していった先でも良いということなのかははっきりしないと思うため、ここはワンクリック程度など、具体的に書いていただくのが良くはないかと思った。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- 大分、森構成員が私の言おうと思ったことをおっしゃっていただいたのだが、どういうタイトルのページに載せるべきかという話が前半の7ページでは出てこなくて、先ほどの12ページの話に入っているので、7ページの頭なのか、森構成員がおっしゃったのは最後の共通事項のところとおっしゃっていたが、同じ記載になるにせよ、書いた方がよいということ、プライバシーポリシーという名前のページに書いたり、クッキーポリシーという名前のページに書いたり、事業者としては、今しているわけである。それを森構成員の御意見のように分離すべきだというのは、一つの見解だと思う。
- 私としては、あまりここは賛成も反対もなく、分離すべきだということであれば別のページづくりなさいということにはなるのだと思うが、結構こういうところっていろいろな会社で外注に出して、お願いするだけでも割とコストがかかる話であるため、そこを確実に分離すべきだということであれば、総務省としても覚悟を持って分離すべきだと言うべきだと思う。
- あとは名前の問題で、プライバシーポリシーと書いてあって外部送信の話が書いてあるのが予測がつくのか、クッキーポリシーというページに書いてあって予測がつくのか。今、総務省が12ページにお書きになっているのは、要するにこの法律の内容が含まれていることを書きましょうと、ふわっと書いている。それは電気通信事業法上の外部送信規律についての法定公表事項と、明確に書くべきなのが私も意見がなく、どうすべきかというのは迷うところだが、今相談を受けたらどうしようかと結構難しい。割ときちんとやっているところでは、クッキーポリシーに書いている事業者が多いだらと思う。あまり量が多くないとプライバシーポリシーの後ろのコーナーに書いている場合が多いと思うが、ここは皆で検討した方がよいと思う。
- 分けましょうというのは一つのやり方だと思う。それならそれで、もう皆、少しずつコストがかかるけどやりましょうという話になり、それ以後はそうなるのでそれでもよいと思うが、今、プライバシーポリシーの後ろに書いてあるところまで切って直せというのか、「プライバシーポリシー（電気通信事業法上の外部送信規律に関する事項を含む）」という題名にしろと言うのか。ここはもう少し明確にしないと、かなり混乱すると思う。
- 2つのことを言ったが、内容を前半にも書くべきだということ、どういうタイトルにすべきだという両方を検討した方がよいと思う。

【板倉構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- 先ほどのプライバシーポリシーなのか、クッキーポリシーなのかというお話のところ、既に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、こちらにプライバシーポリシーについて規定されており、そこにはその時点であったからというものもあるが、利用者情報に関すると思われるものも既に含まれている状態になっていると思う。個人情報と利用者情報というのは異なるものであるということから、こういったところの表現の仕方が別々になってしまっているのだと思うが、利用者の視点に立てば、個人情報も利用者情報も同じように扱ってほしいのが基本的な考え方だと思うため、できればプライバシーポリシーにある程度まとめた方が良いのではないかと考えている。
- さらにその先に詳細なものとしてクッキーポリシーがあるあんど、そういった構造であった方が、利用者からすれば分かりやすいのではないかと考える。これ、別々に変えてしまうと、何がどう違うのかに関して利用者には分かりづらいのではないかなというのが私の意見である。【寺田構成員】
- 寺田構成員とかなり意見がかぶるが、12ページまで議論が及んだのでここで申し上げさせていただくと、事業者として外部送信規律についてだけ何かポリシーを新たに作成するのは、継続的に今後管理していく場合に、例えばアプリとウェブをどう管理していくかという問題も出てきたりするし、その場合にポリシーというのは、実はGoogle、Appleが審査するときに、この外部送信規律というのはどうなるのだという議論もいろいろ出てくるようにも思う。言いたいところは、プライバシーポリシーとの関係を基軸に考えてルールについて書かれていかれるのが良いかなと思う。
- また、12ページで、先ほど出てきているタイトル等に明記しておくことが望ましいということだが、併せて先に申し上げると、タイトル等というと本当にタイトルに、「プライバシーポリシー・外部送信規律ポリシーについて」と記載するような印象を受けたので、これは例えばタイトルや見出し等と記載することで、ある程度その上下関係というのが含意された形で表現されるのが良いのではないかと考える。【小林構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- プライバシーポリシーに書くか、分けて書くかという話が出ているが、私としては分けて書くべきだと考えているので理由とともに申し上げておこうと思う。そもそも、ここで外部送信の話が特に出てきている議論されているのは、これは事業者の中にどういった個人情報があるのか、どういったパーソナルデータがあるのかというときに探すわけで、棚卸しをし、マッピングをしたときに、その対象外になっているものだったわけである。外側にあつて、ですので捕捉できずに、しっかりした会社であっても、例えばフィンガープリントのようなことをして新聞に報道されるなど、そういうことがこれまであったわけである。
- 自分たちの中にどんなパーソナルデータがあるかは捕捉をしているけれども、外部送信のことは知りませんでしたと、委託先に任せていましたと、そういう話になってしまうわけだが、これは、実は仕方がないことで、データベースが社内にないためである。データベースは送信元、つまりウェブサイトとかアプリをつくっているところにあるわけではなくて、送信先にデータベースがあるわけである。送信先でユーザーデータを集めて、先ほど沢田構成員から御指摘があった広告のカスタマイズのとおり説明した方が良いと思うのだが、それが行われるのはAで行われるわけではなくて、Bで行われる。従って、会社から見た場合も自分たちで管理しているデータベースではなくて、ふらっと訪れた人たちの情報を外部送信して、外部送信先でそれはFacebookであったり、Googleであったりするわけだが、そこでデータベースが蓄積されるわけであるから、そういう意味で別の物として社内的にも扱われた方が良いのではないかと思う。
- そういう性質のものであるので、例えば更新頻度もプライバシーポリシー一般とは違ってきて、その送信先を書かなければいけないというときに、これはウェブサイトのデザインとかアプリのモジュールをどうするかのようなことで決まってくるわけなので、更新のペースも一般のプライバシーポリシーとは違う、むしろ早いのではないかと思う。
- 利用者から見たときにどうかというと、これまた利用者にとってもその会社がどう情報を扱っているかという話ではない。私が、例えばFacebookの会員だが、そのときにいろいろなウェブサイトを見る。それはもう私にとって縁もゆかりもないようなウェブサイトも見るわけだが、その縁もゆかりもないウェブサイトを見た情報がFacebook側に行き、そしてFacebook側で私の個人情報として今度は管理される。
- 従って、私としてはどういった私の閲覧履歴が管理されているかは、それはFacebook側で、すなわちB側での事柄なわけで、それはA側の送信元でプライバシーポリシーを書いていただいてそれを見てくださいという話ではなくて、外部送信のところは外部送信のところだけで独立して見せてもらって、なるほど、Facebookに行くのだなということで、そのFacebookのプライバシーポリシーを見るのがユーザーの気持ちではないかとも思う。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置く方法（つづき）

- 森構成員のお話、仮想的に反論すると、ここで言う外部送信規律がかかる人がCookieを自分のところのデータと紐づけている場合というのがあって、これは個人情報保護法上も個人データの一部だからそちらできちんとやってねということになる。こういう間みたいなものが出てきたときにどう考えるのかというのが、さらに論点として残ると思う。
- 森構成員のおっしゃるような厳格に分離するような話であれば、紐づいていても外部送信部分は外部送信部分で書いて、個人データの部分は個人データで、要するにプライバシーポリシーと今まで称している文書で書いてとなるし、そういうことが多いのであれば一体の方が便利なのではないかという議論にもなって、私としては、結論出すわけではないが、重なる両方に適用されるものがあるというのは把握した上で進めた方が良いと思ったので申し上げた。【板倉構成員】
- 森構成員の御見解は理解した上で、プライバシーポリシーの中に外部送信規律を位置づけることは矛盾しないのではないか。【小林構成員】

● 通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項

- 11ページ、（2）のところサービス名のことがお書きで書かれている。当該者の氏名又は名称よりもサービス名の方が認知されやすいといった場合は、サービス名等も併記することが望ましいとあるわけだが、サービス名はむしろ必須でも良いと思っている。同じ事業者に複数のサービスで送信することは非常に一般的に見られるかと思うし、これはサービス名を書いてももらっても全然負担にならないというか、むしろ送信元はサービス名で把握しているのではないかと思うため、サービス名についてはぜひとも書くべきと思った。

【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項（つづき）

- 12ページの上の英語、日本語の話で、特に当該送信先の該当ページが英語等の場合は日本語で表示することが必要であるというところで、送信先の利用目的についてはプライバシーポリシーのリンクでも良いですよ、ただしその先が日本語の場合に限りますよということだと思いが、何かそれだけでは足りないような気がする。そもそも、2 - 1の通知又は容易に知り得る状態に置く際に共通して求められる事項というのは、その利用目的にもかかるものだと思っているので、単に日本語で表示することが必要であるではなくて、2 - 1の求められる事項を満たしている場合に限り、リンクで表示することが認められるような立て付けの方が良いのかなと思った。【太田構成員】
- 12ページの中ほどの、ちょうど真ん中で、記載例2の下で、各記載事項については、送信先において記載例などが示されている場合は、それを参考にすることが望ましいとあって、そのとおりだと思うが、ただその送信先が日本のルールに合っているかどうかは分からない。例えば利用目的がすごいもうめちゃくちゃ抽象的にしか書いてないようなこともあり得るため、送信先において記載例などが示されている場合は、それが日本の法令に適合している限度で参考にすることが望ましいと留保していただいた方が良かったかと思った。【森構成員】
- 12ページの通知等を行うことが望ましい事項で、オプトアウト措置の有無などはもちろん望ましいのはそうだが、保存期間なども書いてある。利用者としては、要するに送信先の事業者がどの国の事業者なのかというのは結構気になる事項かと思っていて、まさに日本の企業なのか、アメリカなのか、中国なのか、どこなのかという情報を記載することが、望ましい情報として書いておくことが考えられるのではないかと思った。【太田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項（つづき）

- 先ほどのプライバシーポリシーに書く、書かない議論とも重なるようなところだが、12ページの一番下の記載例で、当社のウェブサイトで行っている外部送信についてというのがタイトルの例としてある。しかし、そもそも今回、外部送信規律と呼んではいるが、規律の対象は外部送信だけではないと思っている。
- 僕も、タイトルどうしようかと思って、外部送信についてというタイトルだとどうだろうと思ったときに、僕の認識している外部送信というのは第三者に送信することで、今回の規律の対象というのは別に第三者だけではなくて、相手方に送るものも規律の対象になるものもあるため、それも書かないといけないことを考えると、外部送信についてというのが例になっている。それで良いのかもしれないが、違和感があるなと思った次第。そもそも外部送信規律と呼んでいることも、その規律の対象を考えると誤解しそうだと思った次第。

【太田構成員】

● 利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く必要まではないと考えられる情報

- 15ページの表の対戦情報（パンチ等）の「パンチ等」の意味が単純に分からないので教えていただきたい。対戦ゲームは、ポケモンGOでしかやらないのだが、ポケモンGOでは出てこない用語であり、一般的なのか。【板倉構成員】
- まず15ページの表について、第三者が提供するストリーミングというのがどういうものなのか分からなかった。理解としてはビデオ、楽曲のストリーミング、マルとなっている、第三者が提供しているストリーミングが、バツとなっているのは、自社のサーバーからストリーミングするのはOKだが、YouTubeをエンベットするのは真に必要ではないですよという意味という理解で良いのか。
- その上の利用者の嗜好というのがあって、ユーザーインターフェースをパーソナライズするためのものというので、マルとなっているが、広告との違いというところが結構あいまいになりそうだと思う。要するに広告はバツだが、利用者の嗜好はマルとなっているが、利用者の嗜好に応じて広告を出すといったことは、マルとバツが混在していることになってしまうのではないかと。その辺をもう少し明確にしたい。【太田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

- **利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く必要まではないと考えられる情報（つづき）**
 - 15ページのパンチについては、何かゲームに関わる情報で、実は対戦以外にもいろいろな情報をやり取りするため、もう少し表現を考えたほうが良いのではないか。
 - また、同じ15ページの表について、太田構成員からも御指摘いただいた利用者の嗜好というところだが、嗜好と書いてしまうとターゲティング広告などに見えてしまうため、ここは例えばユーザーインターフェースであれば利用者によるユーザーインターフェースのカスタマイズ情報や、設定情報という書きぶりにされたほうが良いのかと思っている。【佐藤構成員】
 - 基本的にゲームに限らず、YESやNOのように何が選択されたかを送信するもの全般が含まれるのではないか。どのように表現すべきか難しい。【寺田構成員】
 - 私は表の利用者の嗜好について伺おうと思っていたので、もう既に太田構成員にお聞きいただいたので分かった。分かったと言うか、もう少しマーケティング等の違いも考えてお書きいただいた方が良いのかなと同意見である。【森構成員】
 - 真に必要な情報というのは、これは真に必要な情報が真に必要な目的に使われるときのみにかかって成立する話である。そのことは、15ページの一番上の段落のなお書きに書かれていて、ここがとても大事なことであると思う。
 - 従って、これを考えると結局この表はなかなか微妙で、いろいろなことが成立していないと実はマル・バツが微妙になってくることもあると思う。そのため、この表自体よほど丁寧に書くか、マルと書くのはなかなか難しい場合もあるのではないかなと思う。バツの例はもしかしたら書けるかもしれないが、真に必要な情報が真に必要な目的に使われている場合は、マルっぽいものはバツになったりすると思う。そこの配慮が必要だと思う。【高橋構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

- **利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く必要まではないと考えられる情報（つづき）**
 - 16ページの（3）の再表示のところで、IDとパスワードが再表示されるようにするために必要な情報などが考えられると書いてあるが、このIDとパスワードを再表示するのはブラウザの機能であって、Cookieのセッションの情報とかそういう話ではない。そのため、ここに書くものとしては、IDとパスワード再表示というのは外部送信と関係ない部分と考えられ、不適切かと思った。【太田構成員】
 - 太田構成員と重なるが、16ページの（3）のIDとパスワードの表示というところは違和感がある。あと逆に追加すべきところだが、15ページのところの2段落目で、電気通信事業者が何か提供する上でいろいろな情報を送っても良いです云々というところがあり、その中にOSの情報などがあるが、ここにブラウザの情報を入れておかないと事業者は困ってしまうのかと直感的には思った。この辺も多分、事業者のヒアリングを今後されたときにいろいろ御意見をいただければ良いのかと思っている。【佐藤構成員】
 - 17ページの4 - 1 - 2は、First Party CookieをCookieシンク等で外に出す場合を想定しているが、この場合は要するにこの電気通信役務を提供する者が利用者に送信した識別符号は、外部送信規律は受けないことが書いてある。これは条文解釈としてはどういう解釈で当たらないとするのか。識別符号としては、First Party Cookieは当たってしまうと思うが、この場合は要するに除外にならないことが書いてあると思うが、何の文言を否定する解釈で言っているのか。文言は否定されないけれども駄目ということになると、それは法律による行政として駄目なのではないのかと言われかねない。【板倉構成員】
 - 17ページのFirst Party CookieのIDと書いてあるところだが、書き方をどうするかは別にして、正確にはFirst Party Cookieに保存されたIDで、First Party Cookie自体にIDがあるわけではないということは補足する。【太田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

- **利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く必要まではないと考えられる情報（つづき）**

- 先ほどの外部送信規律の対象は、実はThird Partyだけではない、First Partyも入ってくる場所と関係するが、今日の議論を経て、First Partyとの間のやり取りも、物によっては含まれてくることを、どちらかというともっと早い段階で、1のところで送信先がFirst Partyであっても含まれるということを第三者という書き方だったか、利用者以外となっていたかもしれないが、First Partyとのやり取りも物によっては入ってくることを、ここで少しどこかで説明的に書いていただいた方が良いのかなと思った。【森構成員】
- 外部送信は、新しい概念だから用語も含めて確認していった方が良いというお話だったが、外部送信だけではないかもしれないのでということだったので、そこは工夫が必要かもしれない。【高橋構成員】
- セキュリティ対策が例外事項として書かれているが、今後セキュリティ対策のための外部送信はいろいろなケースが考えられそうに思う。例えばクレジットカードの不正利用対策で今後EMV3Dセキュアの普及が見込まれる。それ以外の対策も含め、不正事例や限界事例に関わるデータを集約して分析し、結果を共有するところに意味がある。そうすると17ページの上から4行目、括弧内の「当該電気通信事業者自身のセキュリティに関する対策」の「自身の」が引っかかってきそう。どうして「自身の」に限るのか分からなかった。クレジットカードであれば経産省など、各省庁でセキュリティ対策を検討されていると思うため、記載例も御相談されてはどうか。【沢田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 利用者が同意している情報

- この同意のところの表現が、全般的におかしいと思っている。というのが、ほとんど全てが望ましいという書き方になっている。何が問題かという、今回、通知、同意、オプトアウトという部分が義務化される形になっているが、同意の場合はあらかじめ通知されたものに対して同意することになってくと思うので、そういった意味でいくと、本来、今回義務化されている通知のもの全てが義務化されているのと同じだと思う。それが望ましいと書かれてしまっていると、義務化された通知よりも、もう少し通知の仕方が緩くても良いのではないかと、まさかそんな風を読む方はいないと思うが、表現としてはその辺がそう読まれてしまう可能性があるなということで、この辺りもう少し丁寧に書くべきではないのかと思っている。
- もう一つが適切な同意のところで、利用者の具体的かつ能動的な同意の取得が望ましいとなっているが、ここも望ましいではなくて必須化すべきことではないか、義務化すべきことではないかと思っている。というのが、このような書き方をしてしまうと一番最後の行のダークパターンのところについて、デフォルト・オンが望ましいといったところが、読みようによってはある程度ダークパターンが許容されてしまうように読まれかねない。こういったところも明確にデフォルト・オンは駄目ですよということはきちんと書いておくべきだと、これが望ましいという書き方になっているのはよろしくないなと思っている。【寺田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 利用者が同意している情報（つづき）

- 寺田構成員のお話いただいたことと実はかなり重なっていて、私も望ましいという表現よりは、そうしなければいけないようなところの近いところも含まれているかと思うため、ここは見直していただいた方が良いと思う。
 - あともう一つ、これも寺田構成員からお話があったデフォルト・オンの取扱いのところである。これも表現が弱いのかなと思うが、もう一つの視点は逆にデフォルト・オフは多分していただいても良いような気がする。そのため、デフォルト・オンを駄目ですよというのは、これは言うのは当然として、デフォルト・オフはそこは望ましいような形で、事前に設定いただいてはどうか。
 - なぜこう申し上げているのかというと、こういうものを設定するときは、チェックボックスのやり方以外にトグルスイッチなど、そういう言い方をするが、オンオフのどちらを選択していますかという選択の仕方があって、それを事前にオフにしておいたものに関してはある意味で良いのかもしれないため、そこも表現を御検討いただくと良いのかと思っている。【佐藤構成員】
-
- 寺田構成員と佐藤構成員の意見に賛同する。その上で、事業者の過度な負担とならない範囲でと書かれているところだが、これは事業者と利用者の認識が分かれるところだと思う。
 - 例えば、事業者の考え方や、取組の実態など、あるいは利用者のリテラシーによっても非常に大きく異なるため、利用者の状況などを確認しながら進めるようなところも必要ではないかと思う。【古谷構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 利用者が同意している情報（つづき）

- 全て望ましいになっているのは法律の立て付け上、仕方がないと言われそうだが、ただ、この同意の有効性といった話のときに、別に法律上どう書くのかは僕はよく分からないが、こういうのは同意としては認められないと、要するに望ましい同意の取得の方法という書き方ではなくて、こういうふうに同意を取得しないと同意としては認められないという書きの方が良いのではないかなと思う。
 - その上でこのチェックボックス、デフォルト・オンのようなところは、どちらかという同意ボタンしかないであったり、そういうものを避けるべきということを書く方が良いのかと、今回の外部送信に関しては、そちらの方が事例としては多いのかと思っている。
 - GDPRによっていくこととなるが、同意ボタンしかないのは駄目ですよであったり、拒否も同じくらい簡単にできなければいけないですよというところ、それは望ましいで良いと思うが、それを望ましいにするのか、そうしなければいけないにするのかによって書き方は変わってくると思っていて、望ましいのままなのであれば、要するに同意ボタンだけは駄目で拒否ボタンもきちんと同じくらい簡単にできないといけませんよというのが望ましい同意なのかとは思う。【太田構成員】
-
- 太田構成員がおっしゃるように、「このような記載では確認の機会を与えたとは言えない」という例を書いていただくのが良いのではないか。【沢田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 利用者が同意している情報（つづき）

- 私も寺田構成員、佐藤構成員の御意見に賛成である。法律上、望ましいになるということは必ずしもないかなと思っていて、特に今回の外部送信の規律全体の趣旨というのは、もしかしたら意外とするかもしれない外部送信について利用者に確認の機会を与えると、確認の機会を与えるために通知し、又は容易に知り得る状態に置くということになっているから、同意の場合であっても確認の機会を与えた程度は同じでなければいけない。確かに確認の機会を与えましたよということではなければいけないため、この利用者への通知等のところについては、通知又は容易に知り得る状態に置く方法に書かれたのと同じものを求めるべきであることになるかと思う。
- 望ましい同意取得の方法について、これも望ましいになっているが、これも必要なものとして書いていただくことができるのではないかと思っていて、それは今回の外部送信規律というのが、プラットフォームに関する研究会（親会）で以前から言及されていた通信関連プライバシーというものに関することであるということ。これが通信の秘密であれば、同意というのは、これは確固たる中身を、その中身についてはいろいろ議論があるわけだが、個別具体的かつ明確な同意ということになっていたと思うが、そういう要件が求められていたわけである。同意の要件というのは各法領域によって様々あり得るわけだが、通信の秘密はそうになっていた。通信の秘密が通話とかメッセージにおける保護であるのに対して、通信関連プライバシーはウェブサイトの閲覧やアプリの利用についての保護であるわけで、若干近い性質を持っていることになる。通信の秘密と同じものでなくても良いかもしれないが、その性質に応じて近いものであるべきであって、通信の秘密のときに個別具体的かつ明確な同意と言われていたようなことは通信関連プライバシーにおいても、また必要なのかと思っている。
- そのため、今回のこの同意取得の方法というのは結構重要な話であり、後々まで残ってくることかなと思うので、望ましいではなくて一定の必要性、通信の秘密に準じる、それは通信の秘密と同じぐらい厳しくしてくださいということではないが、近いものとして把握していただく必要があるかと思っている。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> ● 利用者が同意している情報（つづき） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ JISX9252オンラインにおけるプライバシーに関する通知及び同意が現在パブリックコメント中であり、グローバルでの基本的な考え方であって今回の議論の内容にも関わるということで、これを参考にされたら良いのではないかと。【寺田構成員】
<ul style="list-style-type: none"> ● 送信又は利用の停止を求めている情報 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 20ページの真ん中あたりに書いてある利用者の求めを受け付ける方法のところ、事例1、2、3とあるが、そもそも、今回の外部送信に関してはメール送信によってオプトアウトを受け付けるのはほぼ不可能に近いのではないかと考えているため、事例1としてあまり適切ではないのかと考えている。 ■ その21ページの記載例のところに、希望される場合は以下のボタンをクリックしてください、これが実際よく行われる例になると思うため、(3)のところもそれぞれボタンをクリックして、求めを受け付けるのが一番多い方法になるのかと考えている。 ■ あと、この利用者の求めを受け付ける方法に関して多いのが、オプトアウトできるページへのリンクを表示するのが多いと思うが、それが認められるのかどうなのかがここから分からないと思った。 ■ (4)の、オプトアウトしたら利用が制限される時はその内容ということで、その下の文のところの最後に、具体的には当該ウェブサイトの特定の機能を利用できなくなる、当該ウェブサイトにおいて当該利用者の関心に合致した広告の掲載がされなくなるといったことが想定されるというのがあるが、その関心に合致した広告が掲載されなくなるの結構書き方が問題になることがある。 ■ ダークパターンのところで記事にもなったが、問題となるのは要するにオプトアウトしてしまうとあなたに関係のないひどい広告ばかりが表示されるようになりますよといった書き方というのは、ダークパターンなのではないかというのは言われているところ。それを許容するということではないことをきちんと書いておかないと、そういうダークパターンによってオプトアウトするとあなたに悪いことがたくさんあるよといった書き方をたくさんして、オプトアウトされないようにするといったことがまかり通るのは避けたいと思った。【太田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 送信又は利用の停止を求めている情報（つづき）

- 20ページの今、太田構成員がお話をされた（3）の利用者の求めを受け付ける方法、オプトアウト措置の申込み方法について、私も具体的にはオプトアウトページへのリンクというのが多いのではないかと思います。その際留意すべきは、大抵こういうツールというのは外部の事業者が提供しているもので、特に米国の事業者だったりすると英文しかないことがあるのが実は多かったです。そういう意味では、12ページで書いていただいたような、日本語で表示することが必要であるようなものとの平仄は検討しなければいけないなと思っていて、そのリンク先のページが英語である場合にもきちんと利用者に対応できるように、その動線のところについては何らかの日本語の手当てが必要になるということはコメントさせていただきたいと思う。
- あと細かな点だが、この（3）の表現だけ施行規則と少し違って、「利用者の求めを受け付ける方法」は、「オプトアウト措置に係る利用者の求めを受け付ける方法」でも良かったのではないかなというのが、見出しの書き方としてコメントする。【小林構成員】
- 太田構成員御指摘の広告の掲載のところ、野口オブザーバーがチャットに書かれていることと近いかもしれない。利用者の関心に合致した広告が出なくなることが「利用が制限される事態」に当たるのかが、そもそも疑問。広告は引き続き出るが自分の関心からは遠くなるかもという状態は、そこまでネガティブなこととは言えないのではないか。オプトアウトしたらどうなるかはもちろん書いてほしいが、「利用が制限される」に含めるのは疑問。
- 関連して、広告をカスタマイズするという13ページの記載例に関し、どうやってカスタマイズするのかと言ったら、ほかの情報源からの情報と突合したりと思うので、そのことがもう少し分かるように書いてほしい。それらは「通知等を行うことが望ましい事項」として12ページに追加するのが良いかも知れない。【沢田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 送信又は利用の停止を求めている情報（つづき）

- オプトアウトに関して1点だけ危惧していることがある。タイミングである。初めからオプトアウトの仕組みがあつて、そのことを通知されている場合には特に問題はないと思うが、後からオプトアウト、いろいろなものが追加されるパターンというのがよくある形になっている。こういったときに利用者にきちんとそれが周知されていなければ、それはオプトアウトの措置が適切に運用されていることにはならないと思うため、そういったことに関しても注意書きが必要なのかと思っている。
- あと1点。オプトアウトのときに太田構成員、それから沢田構成員からのお話があるように、ダークパターンになる可能性というのはかなりある。このことに関しては、何がよくて悪くてといった話を全部やるのは難しいと思うため、別途検討することが必要なのかなということで、利用者に対して誤解を与えないであつたりネガティブなものを与えないであつたり、一定の方針的なものはどこかに書いておくべきではないかと思った。

【寺田構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 送信又は利用の停止を求めている情報（つづき）

- 野口オブザーバー、沢田構成員の御指摘、全くごもっともだと思っていて、広告の関連性が下がることは、これは利用制限には入れないようにしていただくべきだと思う。
- 太田構成員と寺田構成員からダークパターンの御指摘があったが、これもまた、いずれも全くごもっともなことだと思っているが、本来、これはウェブサイトやアプリのマネタイズであると同時に、広告事業者の収益になる部分なわけだが、そこを非常に強調する、もちろん私は関心に合致した広告にユーザーの利益がないとは言わないが、そこをすごい強調するとダークパターンになってしまって、あなたの興味のないものがいっぱい出ますよということになってしまうので、これは本来のサービス、本来の電気通信役務とは区別して考えていただくべきもので、外していただくのが良いと思う。
- それからもう1点は、21ページのオプトアウト措置に関して利用者が容易に知り得る状態に置く方法だが、これも望ましいということになっている。通知事項について通知又は容易に知り得る状態に置く方法に記載の方法に準じるのが望ましいとなっているが、これもここで法令上要求されている確認の機会を与えることは、これはオプトアウトしていなければ通知又は容易に知り得る状態にしなくて良いことになっているわけである。どうしてオプトアウトが例外になっているかというと、それはそれできちんと確認の機会を与えました、だからこの場合は良いですということになっていると思うため、その確認の機会を与えたか与えないかに関しては、同じである必要があると思う。だから、ここは準じるのが望ましいではなく、同じ同一のレベルの方法によるべきであるとしていただくべきではないかと思う。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 全体について

- 利用者情報と個人情報の違いといった話のところだが、念のために、現行の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を見てみた。そうすると、個人データという形の書き方に既に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はなっていて、その中には外部送信であったり、そういったものも含まれるような状態になっている。
 - 従って、今後、ここの外部送信のためだけのガイドラインだけではなくて、電気通信事業における個人情報に関するガイドラインも併せて改定しないと、どうもうまく整合性がとれないところがあるため、その点だけ留意点としてお話ししておきたいと思った。【寺田構成員】
-
- 全体に関するコメントだが、今回の我々議論していたことというのは、どちらかという対事業者というところだと思う。この制度変更で消費者も当然、影響を受けるわけである。
 - 例えば今までは聞かれなかったことまでウェブサービスからいろいろなことを聞かれることになったり、突然ポップアップが出てきたり、例えば設定に関して、先ほどデフォルト・オンかデフォルト・オフといった議論があったが、そういったものをいちいちしていかなければいけないところがある。残念であるが、ユーザーによっては面倒だから嫌だという人たちも出てくるところもあり、我々はこういったことが必要な措置で、それが消費者を守ることなのだということを言っていかなければいけないわけである。
 - 今回のこのワーキンググループの射程を超えるのかもしれないが、対消費者に対してこういう制度変更があることと、その制度変更がどういう意義があるのかを周知していくことを、総務省又は業界団体、いろいろな方々で御検討いただくことが今回のこの改定を円滑に進める上でも重要であるし、今回望ましいという表現がたくさん使われているが、望ましいという表現にされている行為を積極的に取った事業者が選ばれるような仕組みにさせていただけると良いと思っている。【佐藤構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 全体について
（つづき）

- 皆さんの議論を聞いていて出てこなかった点が一つあり、送信先で同意やオプトアウトをやっていれば良いのではないかということ必ず事業者は考える。その点については個人情報と違って記載がないわけであるが、それは駄目だと、要するに、それがあってもこれは外部送信の規律だから、ウェブサイト側できちんとやるのだということをごどこかに書いておいた方が良かったと思った。
- もう1つは省令のときにも申し上げたが、個人情報の利用目的と違って個性があれば良いような話ではないため、外部送信先事業者が外部送信規律についての例文等を記載している場合はそちらを参照してコピーアンドペーストするのでもう良いのだと。むしろ外部送信先事業者は、外部送信規律は外部送信先事業者へのルールではないが、あるサービスについては外部送信について書いてくださいというのがあるのであれば、積極的に出しておいてくださいということも、どこかに書いておいたほうが良かったと思った。【板倉構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

● 全体について
（つづき）

- 板倉構成員の送信先Third Party側でできる話ではないということも重要なことであるので、お書きいただいた方が良くと思う。あと沢田構成員が前半で御指摘されていた広告のカスタマイズのためにという記載例が幾つか出てくるのが、これは若干違和感がということだったと思うが、それも全くとってもだと思つたので、外部送信が通常どういう目的で行われているのかを、もしかしたら冒頭に書いていただいて、カスタマイズのためにユーザーデータベースを集めていることがあって、その際にこのルールというのは収集のためのきっかけとなる外部送信、First Partyによる情報提供について規制をしたものであると。だから規制の客体というのはあくまでもFirst Partyだということを、冒頭でもう少しお書きいただいた方が良くはないかと思う。
- そこにある程度考え方というか、基本的な方針みたいなものが出れば良いのかなと思うし、主旨から引っ張ってくることは結構あると思う。先ほどの確認の機会を与える、もそうであるが。
- 3ページを見ると送信先のことの問題になっていて、3ページの（4）で、利用者以外の者の電気通信設備、これはどこにかかってくるかという、利用者以外の者の電気通信設備に送信することが規制対象となっているわけで、そこに、想定はThird Partyですが、この規制としてはFirst Partyも含むことになっているのかなと思う。
- そうだとすると、ここの書きぶりとしては、利用者が電気通信役務を利用する際に通信の相手方となっている者の電気通信設備であり、当該電気通信役務を提供する電気通信事業者のサーバーだけでなく、利用者がウェブサイトの閲覧やアプリケーションの利用を行う際に通信の相手方となっている第三者のサーバーも含まれるという書き方だが、むしろこれは逆で、Third PartyだけではなくFirst Partyも含まれると書いていただいた方が、規制全体のもともとの考え方からは自然なのかなと思う。
- また、これを読むほうもこれを読んで、そうか、パンチ、キックも入るのだというのはむしろ意外とするところだと思つたので、入るというのは必要な情報で最終的には除かれるが、First Partyとの通信もこの規制に関連するのだというのはむしろ意外とするところではないかと思つたので、そういう順番で書いていただいた方が、主旨がはっきりするかなと思つた。【森構成員】

1 外部送信規律に係るガイドライン等について（つづき）

<ul style="list-style-type: none"> ● 全体について（つづき） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ このガイドラインが外部送信規制に関するガイドラインとして単独で生まれるのか、それとも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の中に含まれる形で書かれるのかによっても随分変わってくるところはあるが、今回の外部送信規制の中で、例えば委託、それから共同利用といったことに関しては一切触れられていないところが少し気になっていて、そういったことはもう一つのガイドラインで参照するようにということであれば、そのようなことを少し書いておいてほしいと思っている。 ■ First Partyで情報を取得して、それが第三者提供の場合ということもあり、この辺りが抜けていると感じている。【寺田構成員】
<ul style="list-style-type: none"> ● その他 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 今回のことと関わっているか分からないが、最近GoogleなどはThird Party Cookieの使用をたしか2022年にはやめるようなことを言っていて、やめていると思う。ブラウザフィンガープリントという、First Party CookieとThird Party Cookieの利用と似たような広告配信の手法にも何か問題があることを聞いている。その点などは触れなくて良いのかという疑問がある。【主婦連合会 平野オブザーバー】