

スマートフォンを経由した利用者情報の
取扱いに関するWG
中間取りまとめの概要

平成24年4月

スマートフォンを経由した利用者情報の取扱いに関するWG

1 スマートフォンに関する現状

- ① スマートフォンの特性
- ② スマートフォンの普及動向及び将来展望
- ③ スマートフォンをめぐるビジネス構造

2 スマートフォンにおける利用者情報の現状

- ① スマートフォンにおける利用者情報の種類と性質
- ② スマートフォンにおける利用者情報の取得
- ③ スマートフォンにおける利用者情報の収集目的と活用状況
- ④ アプリケーションの利用に関する利用者の意識
- ⑤ 諸外国の状況

3 利用者情報に係る制度とこれまでの取組

- ① 我が国における現状
- ② 諸外国における現状

中間取りまとめ

4 利用者情報の性質・取扱いの在り方に関する主な論点

- ①利用者情報の取扱いの在り方【検討課題1】
- ②利用者に対する周知の在り方【検討課題2】

5 今後に向けた対応の在り方

- ① 関係者における今後の取組(OS・アプリ提供サイト運営者、アプリ開発者、通信事業者、業界団体等)
- ② 利用者において必要な対応、リテラシーの強化
- ③ 国際協調に向けて

1 スマートフォンに関する現状

- スマートフォンは、従来の携帯電話端末とは異なり、利用者が使いたいアプリケーション(アプリ)を自由にインストールして利用することが一般的。
- 平成23年度通期におけるスマートフォンの国内出荷台数は2,330万台、端末総出荷台数に占める比率は56%に上ること、及び、平成23年度末における端末総契約数に占めるスマートフォン契約数の比率は23%程度となることが予測されており、今後さらに一層の普及が見込まれる。
- スマートフォンに関しては、様々な事業者が特定のレイヤー又は複数のレイヤーに係る事業を展開しており、マルチステークホルダーの下で利用者にサービスが提供されている。
 - スマートフォンに搭載されるオペレーティングシステム(OS)を提供する事業者は、一般にアプリ提供サイトの運営を行っており、端末開発、通信ネットワーク利用、アプリ提供、課金・認証等各レイヤーに影響力を有する存在。
 - アプリに組み込まれたプログラム(情報収集モジュール)等を通じて、利用者情報が情報収集事業者や広告配信事業者等へ送信される場合もある。

スマートフォン国内出荷台数の推移・予測



【出典】MM総研資料をもとに総務省作成

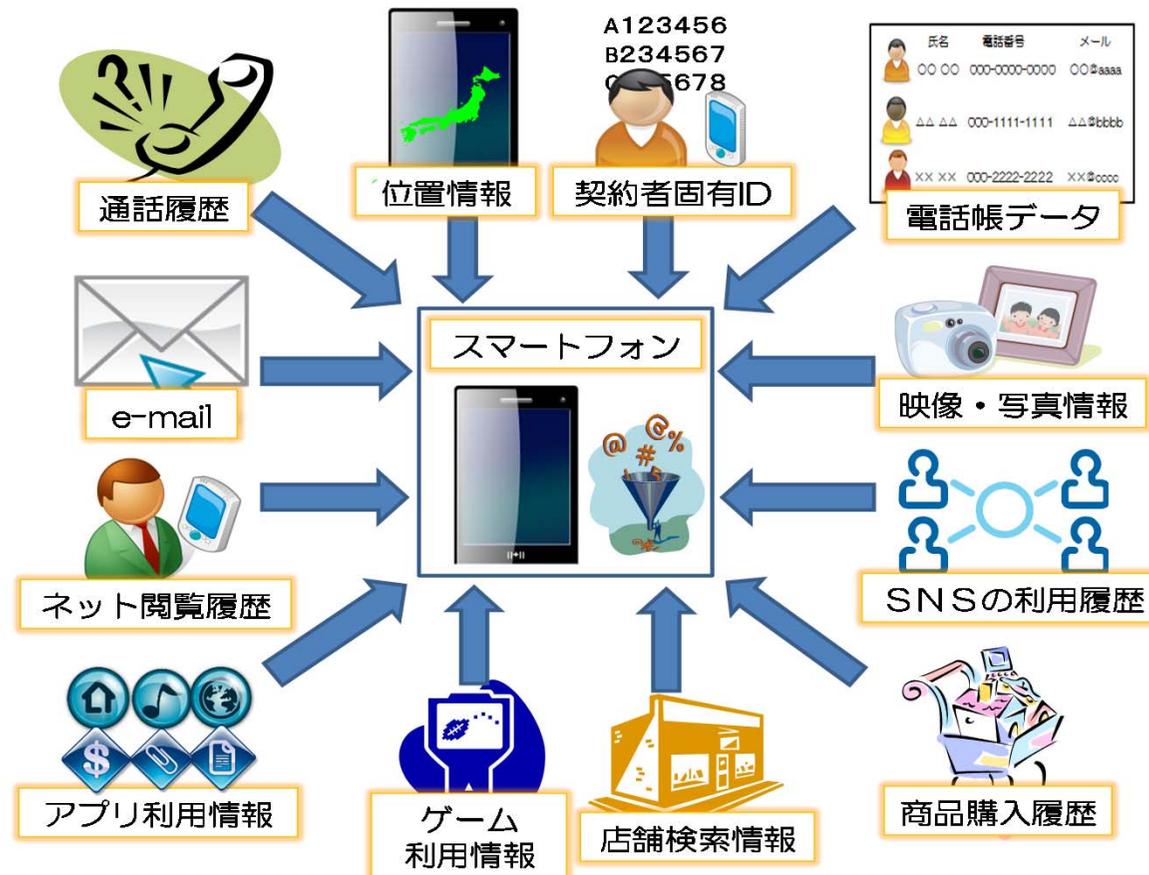
スマートフォンにおける利用者情報に係る者の関係例



①スマートフォンにおける利用者情報の種類と性質

- 常に電源を入れてネットワークに接続した状態で持ち歩くスマートフォンは、PCに比べて利用者との結びつきが強く、利用者の行動履歴や通信履歴等の多種多様な情報を取得・蓄積することが可能。
 - 電話番号及び電話帳で管理されるデータ、GPS等による高精度の位置情報 等

スマートフォンにおける主な利用者情報



② スマートフォンにおける利用者情報の取得

- スマートフォンにおける利用者情報へのアクセスについては、各OSにより一定の制限が行われている。
- アプリ提供サイト運営事業者により、掲載するアプリについて、一定の審査やポリシーが存在する。
- アプリは、あらかじめOSにより決められたプログラムインターフェース(API)を用いて、比較的容易に利用者情報を取得可能。
 - iOSの場合、アプリが位置情報を用いる場合にはポップアップにより個別に承認
 - アンドロイド搭載端末の場合、利用者がGoogle Play等からアプリをダウンロードする際に、アプリが利用しようとする権限(パーミッション)が一覧的に表示され、利用者が包括的に「同意」することで初めてダウンロードすることが可能(他方、①取得する利用者情報の詳細、②利用目的、③取得する利用者情報の利用形態や利用主体、第三者提供の有無等については、アプリ開発者からの追加的説明がない限り、表示されない)
 - ウィンドウズフォンの場合、アプリからは限定された利用者情報にのみアクセス可能(位置情報、端末情報等については、事前に利用者の許可を得たもののみアクセス可能)

	App Store	Google Play	Windows Phone Marketplace
運営母体	Apple Inc.	Google Inc.	Microsoft Corporation
アプリ掲載に係る審査、ポリシー	アップル社による事前審査 ・ユーザーの事前の許可を得ずデータがどこでどのように使用されるかの情報を提供せずに、アプリはユーザーに関する情報を送信してはならない。	アプリ開発者と締結する契約 (Developer Distribution Agreement)とアプリ掲載者の自己審査 ・アプリ開発者はユーザーのプライバシーと法的権利を守ることに同意する(法的に適切な通知と保護を行う必要)。	マイクロソフト社による事前審査 アプリケーションが取得できる情報が限定されている上、使用目的、送信するデータの内容について事前にユーザーに許可を得る必要がある。
各OS搭載端末についてアプリをダウンロードできるマーケット	App Storeのみ	デフォルトはGoogle Play(それ以外からはユーザーの承認が必要)。ただし、移動体通信事業者の判断によるカスタマイズも可能。	Windows Phone Marketplaceのみ

② スマートフォンにおける利用者情報の取得(つづき)

- スマートフォンが急速に普及しつつある昨年(2011年)夏頃から、我が国においても利用者情報の取扱いに関する事例が多く報道され、関心が高まってきている
- スマートフォンの利用者が十分認識しないまま、あるいはその同意なく、利用者情報がアプリ等により取得・利用され、さらに第三者に提供される事例もあり、スマートフォンにおける利用者情報の取得・利用の状況に利用者が不安感等を抱く事例もみられる
- 現在、全世界で100万以上のアプリが提供されていると言われており、今後も様々な事例が生じ得る

➤ 昨年夏以降の報道事例

- ・ GPS等によるスマートフォンの位置情報等を、利用者(端末所有者以外の第三者を含む)がPCサイトにログインすることによりリアルタイムに把握できるサービスを提供するアプリ
- ・ スマートフォンにインストールされたアプリ並びに起動されたアプリの情報及び契約者固有ID等を、利用者の同意を取得する前に外部へ送信していたコンテンツ視聴用アプリ
- ・ GPS等によるスマートフォンの位置情報等を、組み込まれた情報収集モジュールが海外の広告会社に送信していた無料ゲームアプリ
- ・ 閲覧履歴及び契約者固有ID等を、利用者に十分説明しないまま取得し、外部に送信していた雑誌や新聞等の閲覧アプリ
- ・ 動画を再生するアプリケーションにみせかけ、端末のメールアドレス、電話番号等を取得し料金請求画面に出すワンクリック詐欺的アプリ

等

➤ アプリケーションによる情報収集の実態

- ・ KDDI研究所によれば、2011年8月に選定した980個のアプリについての分析を行った結果、558(56.9%)のアプリに情報収集モジュールが存在。また、電話/通話(端末ID等)に係るパーミッションが57.9%、GPSを使った位置情報に係るパーミッションが26.4%に存在。さらに、400個のアプリの挙動解析を行った結果、実際に契約者固有IDや位置情報を外部送信するアプリも多く確認された。

2 スマートフォンにおける利用者情報の現状③

③ スマートフォンにおける利用者情報の収集目的と活用状況

- スマートフォンにおける利用者情報を、アプリによるサービス提供のために必要な範囲で用いることは、利用者にも理解されやすく直接的な利便性を享受することも可能となる。
- アプリによるサービス提供以外の目的でも、アプリを通じて利用者情報の取得が行われている。多くのアプリに情報収集モジュールが組み込まれているという調査結果もある。
- スマートフォンは個人との結びつきが強いため、今後ターゲティング型のサービスをより有効に提供しやすい可能性がある。

- アプリによる利用者情報の活用方法については、大きく分けて①～④のようなものが現時点で想定される。
 - ① アプリがそれ自体のサービス提供のために用いる場合（利用者が情報を入力等しなくとも既存の情報を活用してすぐに利便性の高いサービスを利用することが可能となる場合も多い）
 - ② アプリ提供者が、アプリの利用状況等を把握することにより、今後のサービス開発や市場調査のために用いる場合
 - ③ スマートフォンの位置情報あるいは契約者固有ID等の利用者情報を情報収集事業者等が取得し、広告サービス等に活用する場合又はその他の市場調査等の情報分析等に活用する場合
 - ④ 現段階では目的が明確ではないが、将来的な利用可能性等を見込んで、利用者情報を取得する場合
- 情報収集モジュールを組み込むことにより、アプリ開発者が情報収集事業者等から一定の対価を得ている事例も多い（スマートフォンのアプリの中には、無料もしくは低額の一回払いの料金で利用可能となるものも多くあり、広告等を活用した収益モデルを志向する開発者も多く存在することが背景として指摘される。）。

(※) 利用者がアクセスされていると想定する利用者情報の活用(アンケート結果より)

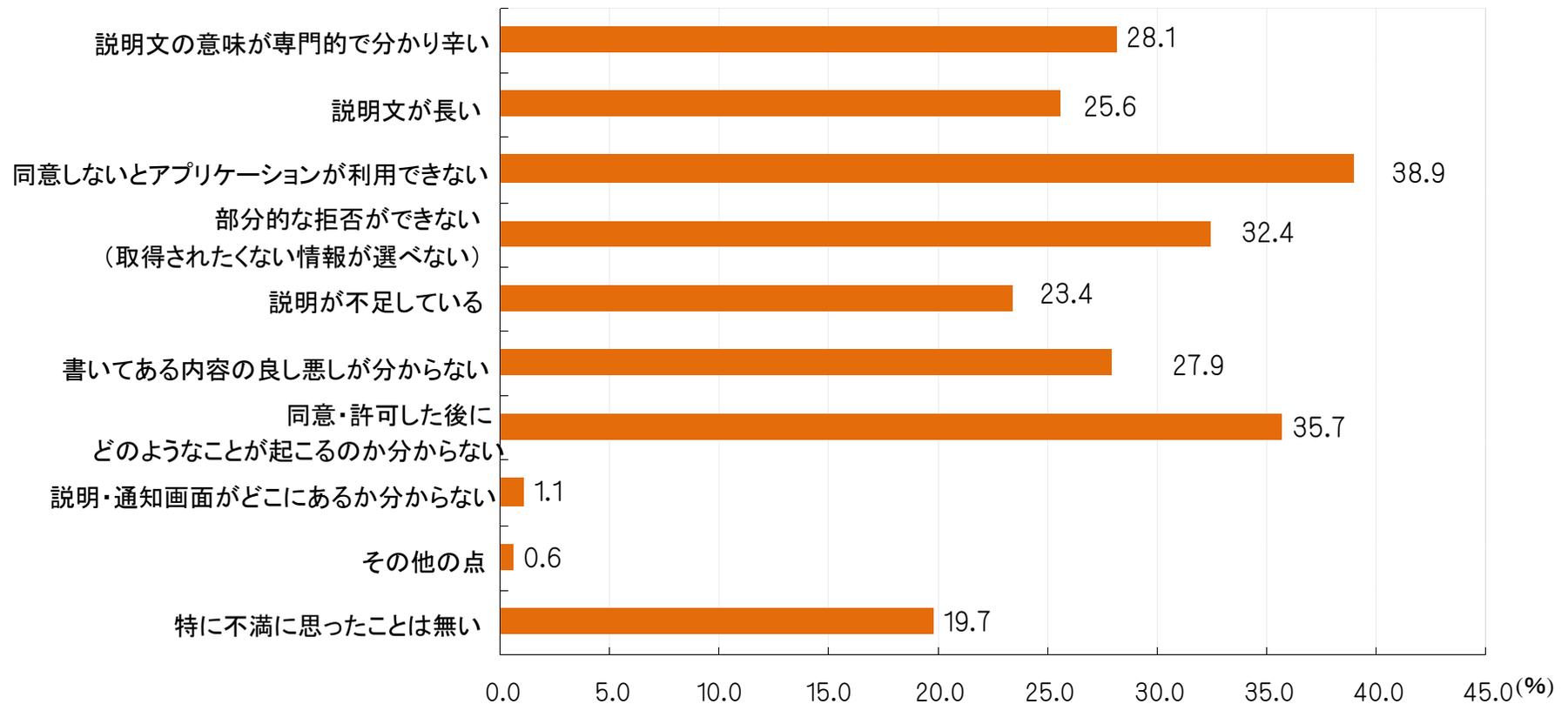
通信系: 自分の電話番号(49.2%)、電話帳情報(47.3%)、端末ID(37.6%)、端末情報へのアクセスはない(20.9%)
 SNS系: 端末ID(32.2%)、おおよその現在地(基地局)(31.7%)、端末情報へのアクセスはない(27.1%)
 ゲーム系: 端末情報へのアクセスはない(37.0%)、端末識別番号(31.0%)、おおよその現在地(基地局)(22.1%)
 ニュース系: 端末情報へのアクセスはない(39.9%)、おおよその現在地(基地局)(27.4%)、端末識別番号(20.9%)
 天気系: おおよその現在地(基地局)(41.3%)、詳細な現在地(36.3%)、端末情報へのアクセスはない(29.2%)
 交通系: おおよその現在地(基地局)(42.4%)、詳細な現在地(40.8%)、端末情報へのアクセスはない(27.7%)

④アプリケーションの利用に関する利用者の意識

- 通知・同意画面について、5-6割の利用者は一定程度理解し確認しているが、8割の利用者は何らかの不満がある。
- 不満としては「同意しないとアプリケーションが利用できない」と回答したユーザーは全体の約40%と最も多い。次いで、「同意・許可した後にどのようなことが起こるかわからない」と回答したユーザーは約36%である。

アプリケーションの通知・同意画面に対する不満

アプリケーションが端末情報へアクセスすることの通知・同意画面に関して不満・不安に思ったことはありますか(複数回答)



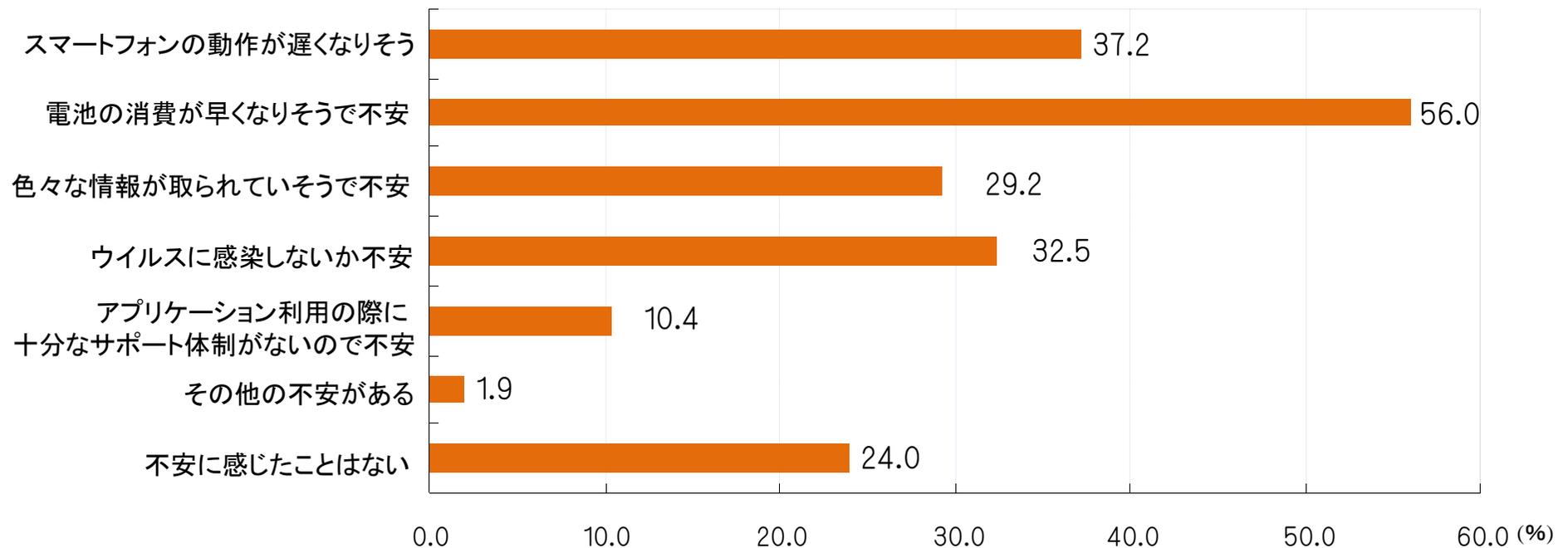
(注) 平成24年2月総務省調査(有効回答数:1,576人、スマートフォン利用者を対象OS、年代・性別に従って抽出。
協力:株式会社日本総合研究所、NTTレゾナント株式会社)

④アプリケーションの利用に関する利用者の意識

- 76%のユーザーがアプリケーションの利用に関して何らかの不安を感じている
- 不安を感じる主な理由は、「電池の消費速度への影響」、「端末動作速度への影響」といった端末の性能に係わるものが多い
- ユーザー情報を取得されることやウイルスへの感染に対して不安を感じるユーザーは、約3割である

アプリケーション利用に対する不安

スマートフォン上でダウンロードしたアプリケーションを利用して不安と感じたことがありますか
ある場合、どのような不安を感じたことがありますか(不安を感じた場合のみ複数回答)



(注)平成24年2月総務省調査(有効回答数:1,576人、スマートフォン利用者を対象OS、年代・性別に従って抽出。
協力:株式会社日本総合研究所、NTTレゾナント株式会社)

2 スマートフォンにおける利用者情報の現状⑤

⑤諸外国の状況

	北 米	欧 州
2010年	12月:ウォールストリートジャーナル(WSJ)が、独自調査により、スマートフォンのアプリケーションによる利用者情報の取扱いについて、問題点を指摘する記事を掲載。	
2011年	4月: Pandora(インターネットラジオ視聴アプリ)が複数の広告会社へユーザー情報を送信していたことについて、米国連邦大陪審が召喚状を発していたことが証券取引委員会に提出された書類により明らかになった	
	5月: iOS及びAndroid OSによる位置情報取得が問題となり米国上院司法委員会の公聴会へアップル社、グーグル社の代表者が出席(端末の位置情報の取得方法及び履歴の保存方法等)	
	12月: 「Carrier IQ」というネットワーク診断用ソフトウェアが一部のiPhone及びAndroid端末において端末内の利用者情報を取得し、Carrier IQ社への送信が疑われた問題。連邦取引委員会(FTC)や連邦通信委員会(FCC)がCarrier IQ社に聞き取り調査。アップル、AT&T、スプリント・ネクステル、T-Mobile、HTC、サムスンが採用を認める。	ドイツ Carrier IQについてバイエルン州のデータ保護規制当局がアップル等に対し、情報提供を求める
12月: モバイルマーケティングアソシエーション(MMA)は、アプリケーション開発者が消費者にプライバシーポリシーを伝えられるように「モバイル・アプリケーション・プライバシーポリシー」を発表		
2012年	1月: グーグルの新プライバシーポリシーについて、8人の米国下院議員がグーグル社CEOのラリー・ページ氏宛てに書簡を送付し、質問を行うとともに懸念を表明。	EU 「個人データ保護規則」案を公表
	1月: 携帯通信事業者の業界団体 GSMA(GSM Association)は、携帯端末向けのプライバシー原則(Mobile Privacy Principles)を発表し、個人情報にアクセスし収集するアプリケーションやサービスを利用する消費者のプライバシーが尊重される必要があるとした。また、携帯端末向けアプリケーション開発におけるプライバシーデザインのガイドライン(Privacy Design Guidelines for Mobile Application Development)について発表した。	

⑤諸外国の状況

	北 米	欧 州
2012年(続き)	<p>2月:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・iPhone用のSNSアプリ「Path」が電話帳情報等を利用者の同意を得ないままPathサーバーに送信していたとされる問題。アップル社は米国下院議員からの書簡を受け、ユーザー承認の必要性について見直しを検討。 ・グーグルの新プライバシーポリシーについて、米国の36の州・特別区等の司法長官がグーグル社CEOのラリー・ページ氏宛てに書簡を送付し、懸念を表明。 ・グーグルの新プライバシーポリシーについて、カナダのプライバシーコミッショナーが米グーグル社に書簡を送付し、質問を行うとともに懸念を表明。 ・米カリフォルニア州司法長官が、モバイルデバイス市場の大手6社(アップル、グーグル、アマゾン、マイクロソフト等)がプラットフォームを通じて提供する全てのアプリについてプライバシーポリシーを明示的に提示すること等をこれらの企業と合意したことを発表。 ・FTCスタッフレポート「子供のためのモバイルアプリ」: Android OS 及び iOS のアプリ各100ずつ(合計200)の調査結果として、「プライバシーに係る情報公開水準は不十分である」旨を発表。 ・ホワイトハウス「プライバシー権利章典」を発表(7箇条: ①個人のコントロール、②透明性、③経緯の尊重、④安全性、⑤アクセスと正確性、⑥対象を絞った収集、⑦説明責任) 	<p>EU</p> <p>グーグルの新プライバシーポリシーについて、個人データ保護作業部会議長が、ラリー・ページ氏宛てに発効延期を求める書簡を送付。</p> <p>フランス(CNIL)</p> <p>グーグルの新プライバシーポリシーについて、CNIL委員長がラリー・ページ氏宛てにEUデータ保護指令へ違反する可能性を指摘し、再度延期を求める書簡を送付。</p> <p>英国</p> <p>ケンブリッジ大学コンピュータ研究所等がAndroid向けアプリケーションの利用者情報の収集状況を分析。</p>
	<p>3月:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グーグルの新プライバシーポリシーが1日付で発効。 ・FTC報告書「急速に変化する時代における消費者プライバシー保護」: FTC がトラッキング拒否の簡易化等、今後取り組む「5つの主要なエリア」を公表。 	<p>フランス(CNIL)</p> <p>グーグルの新プライバシーポリシーについて、ラリー・ページ氏宛てに質問を送付。</p>

3 利用者情報に係る制度とこれまでの取組①

①我が国における現状

■ 個人情報保護に関する法律(個人情報保護法)

- ・個人情報: 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(個人情報保護法第2条第1項)。
- ・「個人情報取扱事業者」に対し、「個人情報」、「個人データ」及び「保有個人データ」の取扱いに関して様々な義務を課している。「個人情報取扱事業者」に当たる場合、同第15条以下の義務規定が適用される。

- 利用目的の特定: 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、その利用の目的をできるだけ限定。利用目的の変更は変更前と相当の連関性を合理的に認める範囲を超えてはならない(個人情報保護法第15条)。
- 利用目的による制限: 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、第15条により特定された利用目的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。(個人情報保護法第16条)
- 適正な取得: 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(個人情報保護法第17条)
- 第三者提供の制限: 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(または、必要な事項をあらかじめ本人に通知等し、本人の求めに応じて第三者への提供を停止する)(個人情報保護法第23条)
- 利用停止等: 第16条、第17条、第23条に違反して取り扱われているという理由により、利用停止等を求められた場合の対応(個人情報保護法第27条)
- 苦情の処理: 個人情報取扱事業者による苦情の適切かつ迅速な処理、必要な体制の整備(個人情報保護法第31条)

■ 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

- ・通信の秘密に属する事項その他の個人情報の適正な取扱いに関し、電気通信事業者の遵守すべき基本的事項を定めることにより、電気通信サービスの利便性の向上を図るとともに、利用者の権利利益を保護

3 利用者情報に係る制度とこれまでの取組②

①我が国における現状(つづき)

■ 諸問題研究会第二次提言(配慮原則)(平成22年5月発表)

・ライフログを利活用したビジネスに関連して我が国において懸念される法的問題点につき、主に個人情報保護及びプライバシー保護の観点を踏まえ検討。事業者が利用者に対してなすべき配慮に係る原則を策定

■ 配慮原則を踏まえた民間における取組

・一般社団法人インターネット広告推進協議会(JIAA)が、「行動ターゲティング広告ガイドライン」を改定

配慮原則

①広報、普及・啓発活動の推進

利用者のリテラシーの向上や、不安感や不快感の払拭に資するため、対象情報を活用したサービスの仕組みや、本配慮原則に基づく取組について、広報その他の啓発活動に努める

②透明性の確保

対象情報の取得・保存・利活用及び利用者関与の手段の詳細について、利用者に通知し、又は容易に知り得る状態に置く(以下「通知等」という。)よう努める。通知等に当たっては、利用者が容易に認識かつ理解できるものとするよう努める。

③利用者関与の機会の確保

その事業の特性に応じ、対象情報の取得停止や利用停止等の利用者関与の手段を提供するよう努める

④適正な手段による取得の確保

対象情報を適正な手段により取得するよう努める

⑤適切な安全管理の確保

取り扱う対象情報の漏えい、滅失又はき損の防止その他の対象情報の安全管理のために必要・適切な措置を講じるよう努める

⑥苦情・質問への対応体制の確保

対象情報の取扱いに関する苦情・質問への適切かつ迅速な対応に努める

JIAA行動ターゲティング広告ガイドライン(改定)

第2章 行動履歴情報の取り扱いに関する原則 (透明性の確保)

第4条 配信事業者および掲載媒体社は、次の各号に定める事項を、自社サイトのプライバシーポリシーなど分かりやすいページにおいて利用者が容易に認識かつ理解できるような態様で表示する等の方法により、利用者に通知し、または利用者の知り得る状態に置く。

- ①取得の事実
- ②対象情報を取得する事業者の氏名又は名称
- ③取得される情報の項目
- ④取得方法
- ⑤第三者提供の事実
- ⑥提供を受ける者の範囲
- ⑦提供される情報の項目
- ⑧利用目的
- ⑨保存期間
- ⑩利用者関与の手段
- ⑪個人を特定できない情報の利用である旨の明示
- ⑫個人情報取り扱いに関するポリシー(もしくはそこへのリンク)
- ⑬参画企業でのガイドライン遵守の明示
- ⑭各社がそれぞれに留意・配慮している領域

2 自社サイトのプライバシーポリシーなど分かりやすいページにおいて、行動履歴情報を行動ターゲティング広告に利用していることを明示する。

3 行動ターゲティング広告が設置された領域の周辺にリンクを設置し、リンク先に告知事項を記載したページ(自社サイト内ページまたは配信事業者サイト内ページ)を指定して、告知事項を利用者に通知し、または利用者の知り得る状態に置くよう努力する。

3 利用者情報に係る制度とこれまでの取組③

②諸外国における現状: 米国

■ 米国:

- ・連邦取引委員会(FTC)が消費者保護に関する職務・権限(FTC法第5条で規定)を担う独立の機関として消費者のプライバシー保護を図っている。
- ・本年2月ホワイトハウスは、消費者のオンライン・プライバシーを守るためのプライバシー権利章典を発表

消費者プライバシー権利章典

- 1 個人のコントロール: 消費者は、事業者がどの個人データを収集し、どのように使用するかコントロールする権利を有する。
- 2 透明性 : 消費者は、プライバシー及びセキュリティの実務について、容易に理解しアクセス可能な情報を得る権利を有する。
- 3 経緯の尊重 : 消費者は、事業者が自分の個人データを、自らが情報を提供した経緯に沿う形で、収集、利用、開示することを期待する権利を有する。
- 4 安全性 : 消費者は、個人データが安全かつ責任をもって扱われる権利を有する。
- 5 アクセスと正確性: 消費者は、データの機微性および不正確な情報が消費者にとって望ましくない結果を生むリスクに応じた方法で、利用可能な書式により個人データにアクセスし訂正する権利を有する。
- 6 対象を絞った収集: 消費者は、事業者が収集・保有する個人データに合理的な制限を設ける権利を有する。
- 7 説明責任 : 消費者は、事業者が個人データをプライバシー権利章典に従って適切な手段を施されて扱われることを保証される権利を有する。

個人データの定義: 集積されたデータを含むあらゆるデータであって、特定個人と結びつく(Linkable)もの。特定のコンピュータ又は他の装置と結びつくデータを含む(例: 利用履歴を蓄積するスマートフォンや家庭用コンピュータの識別子等)

- ・本年2月カリフォルニア州司法長官は、スマートフォン等のアプリケーションに係るプライバシーの保護についてプラットフォーム6社(アマゾン社、アップル社、グーグル社、マイクロソフト社等)と合意。

- カリフォルニア州法「オンラインプライバシー保護法」で定める基準を各社アプリストアにおいて遵守することに合意。
(①アプリケーションについて明示的なプライバシーポリシーの提示、②ダウンロード前に利用者がプライバシーポリシーを確認できるようにすること、③収集する個人情報の種類・用途・提供先を示す、④違反するアプリを通報する仕組み、⑤プラットフォーム事業者による開発者への教育等)
- アプリ開発者のプライバシーポリシー違反は、州の不正競争行為又は虚偽広告法に抵触

3 利用者情報に係る制度とこれまでの取組④

②諸外国における現状：欧州

■ 欧州：

- ・2012年1月に、EUの個人データ保護に関する現行基本法である1995年EUデータ保護指令を見直す「個人データ保護規則」案を公表。

個人データの定義：データ主体に関連する(relating to)あらゆる情報を意味する(第4条(2)項)

1 EU域内における規制の単一化・簡素化

- ・EU法令が全加盟国に同一に適用されるよう、国内法制化の不要な「規則」に変更。※EU規則は各国に直接適用
- ・事業者による事務負担(行政手続等)の簡素化
(事業者がEU域内のうちのデータ保護当局の承認を得れば、他国の当局からの承認を不要とする制度の導入)
- ・EU加盟国のデータ保護当局間の円滑な協力メカニズムの創設
(EU加盟国のデータ保護当局は、他の加盟国の当局からの求めに応じて調査等の協力を行う制度の導入)

2 より強固な個人データ保護ルールの整備

- ・個人データ保護に関する個人の権利の強化
(「忘れられる権利」(個人の求めに応じ、ネット上にアップロードされた個人データの削除の義務化)の導入 等)
- ・事業者による個人データ処理に関する説明責任の強化
(「プライバシー・バイ・デザイン」原則の導入(サービス導入に際しプライバシー対策を考慮)、データ保護官の任命義務等)
- ・個人データのセキュリティの強化(個人データ漏えい時の通知義務)
- ・データ保護に関する個人の権利行使方法の改善
(EU加盟国のデータ保護当局の独立性及び権限の強化、行政及び司法による救済策の強化)

3 データ保護に関するグローバルな課題への対応

- ・EU域内居住者に対する商品・役務の提供を行う場合、域外の事業者による個人データの取扱いにも法令の効力を及ぼすための規定を整備
- ・EU域内から域外の第三国への個人データの移動に関するルールの明確化・簡素化

4 その他

- ・新たな制裁の導入(企業の全世界での売上高の最大2%相当額の課徴金) 等

3 利用者情報に係る制度とこれまでの取組⑤

②諸外国における現状:民間団体における取組

■ モバイルマーケティングアソシエーション(MMA)(2011年12月)

・アプリケーション開発者が消費者にプライバシーポリシーを伝えられるように「モバイル・アプリケーション・プライバシーポリシー」を公表(※なお、実際の作成時には専門家への確認を強く推奨)

●アプリケーション開発者がプライバシーポリシーを作る際の参考となるように作成

①アプリケーションが取得する情報(ユーザーの登録情報及び自動取得情報)、②位置情報の取得、③第三者による情報の扱い、④自動情報取得及び広告、⑤オプトアウトの権利、⑥データ保持及び管理、⑦子供の情報の取扱い、⑧セキュリティ、⑨本ポリシーの変更、⑩利用者の同意、⑪連絡先等について、それぞれ記載例・方法を示している。

■ 携帯通信事業者の業界団体GSMA(2012年1月)

・携帯端末向けのプライバシー原則(Mobile Privacy Principles)、プライバシーデザインのガイドライン(Privacy Design Guidelines for Mobile Application Development)について発表。

●背景:携帯電話とウェブが融合し利用者は様々なサービスを楽しむ。利用者情報の活用がこの革新的ビジネスモデルや個人への最適化を支えているが、一方利用者の個人情報への不正なアクセスを引き起こすおそれもある。法的に問題がなくとも、利用者のプライバシーへの期待を裏切り、利用者の携帯事業そのものへの信頼を損ねてしまう恐れがある。

●対象:アプリケーションとモバイル端末に関連するプライバシーデザイン(アプリ開発者、機器製造事業者、プラットフォーム、OS事業者、通信キャリア、広告や情報分析事業者など関連する全ての主体に適用)

●目的:“Privacy by Design”アプローチを採用し、モバイル・アプリケーションの開発時にユーザーのプライバシーや個人情報の尊重や保護に関する確認の手助けとなること。

●個人情報(Personal information):個人に関連づけられた情報であり、個人を識別するために利用されるもの。ユニークな識別子を利用して個人を識別することができる。

●ガイドラインの内容:

・透明性とユーザーによる選択とコントロール:①ユーザーに個人情報の収集項目、利用目的、利用方法等について事前に通知、目的変更について改めて説明(位置情報や電話帳については十分配慮)、②情報取得者の名称・連絡先を明記、③適切なプライバシーに関する説明の提供(アプリに係る最初のページ等へ表示)、④最小限の情報収集と限定された利用、⑤必要な時ユーザーの積極的合意を得る(位置情報、第三者との情報シェア)、⑥プライバシー・バイ・デザイン、⑦秘密のアップデートの禁止

・その他、データの保存とセキュリティ、教育、SNS、モバイル広告、位置情報、青少年、説明責任等について規定

4 利用者情報の性質・取扱いに関する主な論点

■ 第一の検討課題：利用者情報の取扱いの在り方

- ・利用者がスマートフォンやそれを通じて提供される利便性の高いサービスを安心・安全に利用できるよう、
①利用者情報の性質・分類、②利用者情報の取得・管理・利用の在り方に関する主な論点につき検討する。
・これらの論点を今後検討する際、グローバルな状況や制度・取組との整合性についても留意。

(1) スマートフォンにおける利用者情報の性質・分類

- ✓ 利用者情報を情報の利用目的と種類のマトリックスにより分類し、望ましい情報の取得方法や利用上の問題点等を検討し普及啓発すべきではないか。客観的情勢や情報の使われ方の妥当性も見て、サービス毎にどのような目的で何故必要とするのか整理を行うことも必要ではないか。
- ✓ アプリケーション及びサービス提供者や関係事業者が取り扱う情報が「個人情報」に当たるか。「個人情報」に該当する場合、「個人情報データベース等」に当たるか。プライバシーとの関係はどうか。
- ✓ 氏名、生年月日、住所、年齢、性別、クレジットカード番号等の個人信用情報についてどのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ 電話帳データや所有者の電話番号について、どのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ 直ちに氏名に到達できなくても、特定の契約者や端末等に付与された契約者固有のIDについてどのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ 通信履歴（通話内容・履歴、メール内容・送受信内容等）について、どのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ ウェブ閲覧履歴、電子書籍の閲覧履歴、アプリケーション利用状況の履歴等について、どのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ 位置情報等のように上手く活用されれば高い利便性が得られるが、アクセスされることを不安に思うユーザーもいる情報について、どのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ 写真やビデオについて、どのように取り扱うことが適当であるか。
- ✓ 青少年の情報について、どのような扱いを行うべきか。

4 利用者情報の性質・取扱いに関する主な論点

■ 第一の検討課題：利用者情報の取扱いの在り方(再掲)

- ・利用者がスマートフォンやそれを通じて提供される利便性の高いサービスを安心・安全に利用できるよう、
①利用者情報の性質・分類、②利用者情報の取得・管理・利用の在り方に関する主な論点につき検討する。
・これらの論点を今後検討する際、グローバルな状況や制度・取組との整合性についても留意。

(2) 利用者情報の取得・管理・利用の在り方

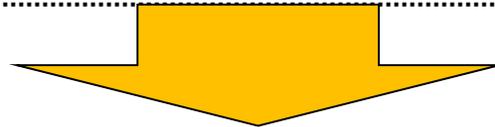
- ✓ 利用者情報の適切な取得方法はどうあるべきか。
- ✓ 利用者情報の取得・利用の目的はどのような範囲で許容され、それをどの程度特定すべきか。
- ✓ 利用者情報の第三者提供は、どのような範囲・方法でなされるべきか。
- ✓ 一つのアプリケーションの中で複数の者が情報収集をする場合にどのように扱うべきか。
- ✓ 取得・利用される利用者情報の項目や利用目的、第三者提供の範囲等について、利用者に対してどのように通知し、また同意を取得すべきか。
- ✓ 取得後の利用者情報の利用・蓄積において考慮すべき事項は何か。
- ✓ 事後的オプトアウトの機会をどのように提供すべきか。
- ✓ ライフログ活用サービスに関する検討を行った第二次提言における緩やかな配慮原則を策定し事業者による自主的なガイドラインの策定を促す等の手法の在り方についても検討を深めてはどうか。
- ✓ グローバルな議論の動向について配慮し、海外との連携も進めることが望ましいのではないか。
- ✓ 苦情相談窓口について検討をしてはどうか。
- ✓ プライバシー・バイ・デザインについてどのように考えるか。

4 利用者情報の性質・取扱いに関する主な論点

■第二の検討課題:利用者に対する周知の在り方

・我が国においてスマートフォンの一層の普及が見込まれる中で、青少年から高齢者まで、スマートフォンを安心・安全に利用できる環境を整備するため、どのような情報を、誰が、どのように周知すべきか検討する。

- ✓ どのようなスマートフォンの特性及びスマートフォンを通じたサービスの状況について周知すべきか。
- ✓ どのようなスマートフォンを利用する上でのリスクを周知すべきか。
- ✓ 利用者がスマートフォンに係る情報を入手する手段としてどのようなものがあり、どの方法を活用することが効果的であると考えられるか。
- ✓ スマートフォンに係る契約に関して、利用者が意識すべき事項は何か。利用者を支援するために必要な取組は何か。スマートフォンを利用するに当たり、利用者がリスク等に対応し得る方法としてどのようなものがあるか。
- ✓ 関係事業者・団体はそれぞれ又は相互に連携し、どのような方法によって利用者に向けた周知をすべきか。国、消費者団体等はそれぞれ又は相互に連携しどのような方法によって利用者に向けた周知をすべきか。



■中間取りまとめにおいて利用者自身が注意すべき事項を整理(スマートフォン プライバシー ガイド)

・利用者情報の取扱いは、関係する事業者において適正に行われるべきものであるが、スマートフォンの利用には自己責任が求められる側面もあることから、利用者自身で注意すべき事項について整理。

■今後の主な論点に関する検討

- ・WGの最終提言に向けて、主な論点につき、今後本WGにおいて継続的に議論し検討を進める。
- ・検討結果を踏まえ、関係者がそれぞれ取り組むべき事項について最終提言を行う。