

利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会
スマートフォン時代における安心・安全な利用環境の在り方に関するWG（第4回）

議事要旨

1 日時 平成25年2月25日（月）14:00～16:00

2 場所 総務省11階 総務省第3特別会議室

3 出席者（敬称略）

○構成員

堀部 政男（主査）、新保 史生（主査代理）、石井 夏生利、上沼 紫野、
沢田 登志子、曾我部 真裕、中尾 康二、森 亮二

○オブザーバー

KDDI株式会社 古賀 靖広

ソフトバンクモバイル株式会社 濱谷 規夫

株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ 吉澤 和弘（代理出席）

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 岸原 孝昌（代理出席）

一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会 西本 逸郎

一般社団法人インターネット広告推進協議会 宮澤 由毅（代理出席）

一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用監視機構 吉岡 良平

消費者庁個人情報保護推進室 辻畑 泰喬

経済産業省商務情報政策局情報処理振興課 村上 貴将（代理出席）

○総務省

安藤 友裕（総合通信基盤局電気通信事業部長）

安藤 英作（総合通信基盤局総務課長）

吉田 博史（事業政策課長）

斎藤 晴加（データ通信課長）

玉田 康人（消費者行政課長）、小川 久仁子（消費者行政課企画官）、

鎌田 俊介（消費者行政課課長補佐）、門田 茂（消費者行政課課長補佐）、

園田 雄二（消費者行政課課長補佐）、奥田 依里（消費者行政課課長補佐）

4 議事

（1）開会

(2) 議題

- ・スマートフォンにおける利用者情報に関する課題への対応

(3) 閉会

5 議事要旨

- ・スマートフォンにおける利用者情報に関する課題への対応

以下のとおり説明が行われた後、質疑応答が行われた。

- ① 一般社団法人インターネット広告推進協議会 安達氏 宮一氏から、資料1に基づき説明があった。
- ② 社団法人電気通信事業者協会 白石氏 川井氏から資料2に基づき説明があった。
- ③ トレンドマイクロ株式会社 櫻井氏から資料3に基づき説明があった。
- ④ 株式会社日本総合研究所 前田氏から資料4に基づき説明があった。

主なやりとりは以下のとおり。

(森構成員)

- ・資料1の8ページ。収集されるプライバシー情報ということで何を重視しているのかというのが、こういうところの考え方からこちらにもわかるのではないかと思うが、プライバシー情報の定義の記載だが、どういう構造になっているのか。

(インターネット広告推進協議会 (宮一氏))

- ・ここで言うプライバシー情報 (仮称) について、一般的に言われている個人情報保護法に定める個人情報というのがこの下線の前のところになっており、我々のほうで利用するような広告事業においては一般的には利用しないようなもの。ただ、パブリッシャー (媒体者) のほうでユーザー登録時に持っている情報というようなものになる。

後半は、ワーキンググループを含めて議論されていると思うが、例えばクッキー情報やIPアドレスなどは、今までは匿名の情報として扱っており、広告配信のためでもユーザーへの配慮は特段必要ないのではないかという議論が今まではあったが、スマートフォン等が広がってきて常時端末を持ち歩くような形になったことから、今回、配慮が必要であろうというところで増やしている。

- ・このような形で、個人情報保護法に定められる個人情報と、それ以外のものであるものの、今後配慮が必要なものであるというふうに分けて議論をするようにしていた。

(森構成員)

- ・前半が、個人情報とその周辺領域ということであって、メディアのほうで持っている情報ということで、後半の「みだりに扱われるとプライバシーを侵害された」は「並びに」以降の全てに係るといふ、そういうことか。

(インターネット広告推進協議会 (宮一氏))

- ・然り。

(森構成員)

- ・了。「プライバシー情報」といふと法律用語に近づくので、プライバシー周辺情報とか、関連情報とかの方がよいかと思う。

(インターネット広告推進協議会 (宮一氏))

- ・会員の中でも議論が多く出ているところであり、「プライバシー情報」といふ言葉を使った場合にそれはどこを示すのかといふところの認知が十分できていない中、我々としてもうっかり使うことによって利用者の方々の考えがずれてしまうようなところもあるのではないかと思う。周辺情報の取り扱い、あるいは呼称については、こういうワーキンググループでも議論を深めていただき、消費者認知ができるような言葉ができればと思う。

(新保主査代理)

- ・「プライバシー情報」といふ用語を用いたときの問題といふのは従来から3つあると思う。
- ・1つは、「プライバシー情報」といふ定義がないわけであり、個人情報に該当するかどうかといふことから考えると、例えば「並びに」以降の場合には個人情報に該当しない可能性がある情報があるといふことになる。すると、個人情報に該当しないと結果的にプライバシー保護の対象にならないといふ可能性も出てくるといふことで、個人情報とプライバシーの関係を考えて場合に、これは我が国の個人情報保護法の定義の責任でもあるわけだが、個人情報該当性によって個人情報に該当しない情報が出てきた場合に、それについてはそもそもプライバシー保護の対象にならない可能性が出てくる。そうになると、「プライバシー情報」といふ用語を用いると、そもそも個人情報に該当しないものはプライバシー保護の対象にはならないといふことになってしまう懸念があるといふのが、1点目。
- ・2点目は、プライバシーといふことについて、その情報が本当にプライバシーの保護の対象になるのかどうかといふことと、いわゆる米国で議論されている P I I と N o n -

P I Iの違いだが、プライバシー保護の対象になるかどうかということについては多分に主観的な要素は免れず、ある個人によってはプライバシーだが、それ以外の人にとってはプライバシーではないといったように主観的な要素に非常に影響されるということから、我が国においては記述的な概念として個人情報という定義を置いた上で客観的にそれを法律で規制をするという形をとっている。そうすると、主観的な要素により影響が出てくるものについて、それに定義を置くということが難しいのではないか。・最後に3つ目は、用語の問題。プライバシー・インフォメーションという用語を海外で使うと恥ずかしい思いをする。プライバシー・インフォメーションという用語が日本で普及しつつあることに非常に懸念を覚えている。インフォメーション・プライバシーという用語は一般的に海外でも用いられており、EUでもデータ・プライバシーというふうに使われているが、プライバシー・インフォメーションは文法的に考えても不自然である。

(曾我部構成員)

- ・ 1点はTCAへのご質問で、こういうキャリアの公式のマーケットというのはあまりリテラシーが高くない利用者が安心・安全にアプリを利用できるという観点から非常に重要なものと思うが、サービスの実際において、例えばドコモならドコモの契約者だけが利用できるものなのか、それとも一般に誰でも使えるようになっているのかということをお教えいただきたい。
- ・ 2点目は日本総研のプレゼンについて。例えば、韓国のKT Telecomのマーケットでは、当該の情報取得がサービス上必要かどうかについての検証も含んでいるというような紹介があったかと思うが、これはとても重要なこと。つまり、ユーザーとしてはサービスに必要ならばしょうがないと考えるのが普通かと思って、単にこの情報が取得されるというのが列挙されたところであまり意味がないような感じもする。そういう意味では例えばKT Telecomの仕様というのは非常に興味深いと思ったが、こういうことをすることにおける課題というか、実効的にそもそもできるのかとか、あるいは、コストとか、いろんな問題とか、そういった点でなかなか難しいのか、それとも、それほど難しくないのでもっと標準実装すべきだというようなのか、その辺の感触をお教えいただければ。

(電気通信事業者協会 (川井氏))

- ・ 配信型については、自社サーバーからの配信になるので、基本的に加入者の方からのアクセスに基づいてダウンロードできるという形だが、紹介型の場合は、リンクを張っている形態が主なので、基本的には他社の加入者でも利用可能だと思う。

(株式会社日本総合研究所 (前田氏))

- ・利用の目的と取得している情報の整合性といったところに関してだが、あくまで国内の事業者などに対してヒアリングなどを行っているところでは、どうしても自動で判断するといったところが難しいといったところは課題として挙げられている。そういった意味で、意見として伺っていたのは、利用の目的といったところを必ず統一的にこういうところに書いてあるとか、わかりやすく書いてあるといったところがあると、判断がしやすくなってコスト的なところがある程度緩和されるといったところがあり、そういった意味でプライバシーポリシーなどの必要性といったところについて話を伺ったことはある。

(曾我部構成員)

- ・すると、実際には、KT Telecomではやっているけれども、一般にこういうことをすべきというのはなかなか言いにくいということか。

(株式会社日本総合研究所 (前田氏))

- ・然り。具体的なコストといったところに関して、どれぐらいといったところはなかなか明かせないところもあり、そこを踏まえた上で、できる範囲、できない範囲というところはあるのかなと思う。

(森構成員)

- ・今の曾我部先生のご意見だが、日本総研のスライドの11枚目だと思うが、私もこれは目を引くと思っており、結局、サービス上必要な場合にのみ情報取得ができて、使用ができて、サービス上必要でない権限で使われる場合には登録不可ということなので、そもそもそれをマーケットで登録しませんといったような話になっている。サービスとここで言っているのがどの範囲かというのは問題があるので、それはもしかしたらそんなにドラスチックなものではないのかもしれないが、本来のアプリの利用目的に必要なもの以外登録しないといったような話がかかれていて、それはやはり非常に窮屈であり、登録しないよりは、全く固有の目的でしか使えないというよりは、ある程度は透明性の確保を前提に許容する方向というのもあっていいと思う。しかし、行くところまで行くところということになるので、結局、日本総研の資料は、KDDIのマーケットの話以外は全て韓国の話であり、寂しいことだなと個人的には思ったので、各レイヤーで我が国においてもイニシアティブを実装していただく試みをもっとどんどん進んだほうがいいのではないかと思います。そうでないと、固有のアプリの利用目的に使わない情報を

収集するアプリは登録しないみたいな話になってしまうということではないかと思った次第。

- ・この11枚目は、当該アプリで使う情報以外は一切使ってはいけませんよ、だから広告とかはだめという趣旨か。

(株式会社日本総合研究所 (前田氏))

- ・どれぐらい必要なものかどうかといったところの厳密なところというのは、こちらとしては厳密に把握といったところはできていない部分はある。ただ、必要なものに関してのみに限定するといったところに関してはしっかり明記はしてあるなというところが把握できる範囲というところ。

(西本オブザーバー)

- ・いわゆる広告モジュールと言われているもの、アプリ提供者がSDKとして組み込むわけだが、結局、アプリだけを追っていてもだめな部分があって、後ろで組み込めるSDKをどう把握するかというのは一つのテーマになっていると思うが、JIAA等で、広告モジュールのシェアであるとかの実態把握を行っているのか。また、それに対して何らかのガイドであるとか、そういったことをやられているのか。もしそこでやってないとすれば、例えば総務省とか、そういった部分でそういうお考えがあるのか。
- ・いわゆるグローバルIDを使用しないで個人を匿名化してターゲティングする技術のことが紹介されていたが、逆にそこから個人を特定させるサービスを合法的にやるケースが出た場合に、そういったものを排除できるような仕組みはできているのか。

(インターネット広告推進協議会 (宮一氏))

- ・一般的に広告モジュールと言われるものが収集する情報の種類というのは、資料の7ページに記載があるとおりであり、広告モジュールが勝手に何かを取ってくるということは基本的になく、アプリケーションから渡されたもの、あるいはその端末が取れるものという定義になっている。ただ、例えば広告配信SDKをツールを使ってスキャンした場合に、その中に、IP情報、Geo情報、GPS情報を取得するプログラムが入っていることがある。これを使うスイッチをオンにするのはアプリケーション開発者だが、モジュールとしては存在しているというのでデータが収集されるかのように思われるというところもあるので、この点については、利用者の方々、あるいはアプリケーション開発者の方々も含めての啓蒙が必要ではないかと考える。
- ・実態把握という点については、20ページの構成員限り資料のほうで記載があるが、J

J I A Aだけではなくて、それぞれの構成員の会社の中でも事業者として新しい個別の活動というところで、業界団体の中でもモジュールを使った広告配信にかかわるような事業者が集まり、その中での啓蒙活動や、あるいはオプトアウトの一括の管理といったようなことをやろうとしている。

- また、2番目のグローバルID等については、ひも付けは可能という意味でいけば可能となるが、残念なことにグローバルID以外の方法がないというところが、今のアプリケーションの個別IDを使わなければいけない問題点。構成員限り資料のほうで記載されているFingerPrint技術については、グローバルIDというよりは、どちらかというと同様に類推して、この端末とこの端末は同じ、この2つのアクセスは同じであろうと同様に類推するようなものとなっている。本来、広告では個別の端末を識別する必要性はほとんどなくて、どちらかというと同様に傾向が似ているといったところがわかれば十分というところがあるが、それを実現するための手段がUDID等しかなかったというところがあり、こういった技術が出てくることによって、こちらに広くそれぞれの利用が移ってくるのではないかと想像している。

(西本オブザーバー)

- 後半の質問の意図は、せっかく個人を特定できないID等でトレースできるようになっても、それから個人を特定するようなサービスをやろうと思えば技術的には不可能ではなくて、そういうことをやってはだめとか、例えばあるサイトで、うちのほうはそういう発行されているIDと個人を特定して販売すると仮に言って収集した場合に、今の法上は問題なしになってしまいそうだが、現実、利用者はそこまで見てなくて、例えばそういうふうにはやられた場合、仲間から排除するようなこととか、そういったことを何か考えられているかというのが、趣旨。

(インターネット広告推進協議会 (宮一氏))

- その点については、資料の3ページ。そもそも、適法性あるいは社会通念上認められる合理性、適正性の確保というところがJ I A Aの会員に課せられた使命となっており、ここで可能な限りはそういったことが排除されるというふうに考えている。

事務局から【構成員限り資料】資料5に基づき説明があった。

主なやりとりは以下のとおり。

(沢田構成員)

- eコマースのマーケットもそうだが、一番上のほうに一握りの超優良な方々がいて、一番下のほうに悪質な不正を働く人たちがいて、その真ん中の大多数の人たちはどっちでもないというか、悪質なことをやろうと思っているのではないが、コストもかけられないので十分にはできていないという、このところをどう考えていくのかが今後の焦点になるかと思う。今、相当な数のアプリが既に世の中に出回っているということで、今まではゲームみたいなものが多かったのかもしれないが、企業が自社のウェブサイトの延長でアプリをどんどんつくるといった傾向も出てきた。普通の事業会社がアプリの提供者になると、アプリを発注する人と開発者がまた別といったこともあり、イニシアティブを遵守していこうという気持ちはあっても、うまくいかないところもあるのかと思う。コストの問題も大きいと思う。第三者検証の話をしているとどんどんハードルが高くなり、結果、ホワイトとして認証されるものがほんの一握りという可能性もあるのではないか。大多数のアプリ提供者なり、関係する人たちが広く同じ情報のもとで動いていける仕組みを考えていく必要があるのではないか。低コストで、例えば、ご説明いただいた7ページに実在確認のような「軽い検証」というご提案もあったが、表示と中身が合っているかまでは見ないけれども、とりあえずプライバシーポリシーが形式的に書いてあるかどうかだけを確認するとか、宣言ベースというか、ポリシーが表示されているだけでとりあえずはオーケーを出して、何か違う動きをしているのではないかという疑念が生じた場合は調査に応じるといった軽い認証の在り方があってもいいのかなと思う。

(石井構成員)

- 5ページ目の2の連絡通報窓口の機能のところの一つ課題になると思う。「プライバシーポリシーと異なる動きをアプリがする場合など一般の人からの情報提供が可能となる窓口があるとよいのではないか」という点に異議を唱える方はいないと思うが、その窓口がどこまでの機能を有するかということも一つの課題かと思う。
- 2つ目として、7ページ目の重要な情報と書いてあるところで、「重要な情報を取得する場合のポップアップの有無等の検証方法」と書いてあるときの「重要」をどう捉えるかという問題がある。先ほど来ご指摘のあるところの「プライバシー情報とは」という形で重要な情報と捉えるのか、あるいは当該サービスを提供する上で最低限これは必要だという意味で重要と捉えるのか、ポップアップで示すときに何を優先度の高いものとして捉えるかという考え方の整理が必要かと思う。
- 第三者検証の仕組みのところ、日本総研が情報セキュリティ格付け制度研究会の紹介

をしているときにプライバシー・バイ・デザインの基本原則を確認事項として挙げていて、他方、J I A Aは最後のページの検討課題のところ「プライバシー・バイ・デザインの理念に賛同しつつも、ガイドライン化にあたっては、その実効性のある運用について総合的議論が必要と考える」と書いてある。この中間取りまとめの中でも、やはりプライバシー・バイ・デザインを第三者検証の中でどのように位置づけて、どう評価していくかというあたりの課題も出てくるかと思う。サービス開発時からの思想として入れるのか、システム面の観点でプライバシー・バイ・デザインという考え方を取り入れるのかという、そういった論点になってくると考えられる。

(事務局)

- ここで言う「重要な情報」は、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」においてプライバシー性が高いため取得するには個別に同意を取ることが望ましいとされたものであり、具体的には電話帳であるとかGPS位置情報等をイメージしている。

事務局より次回以降のスケジュールについて説明があった。