

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

中間取りまとめ
(案)

平成25年4月

目次

はじめに	- 1 -
第Ⅰ部 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 -
第1章 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を踏まえた対応	- 4 -
第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題	- 14 -
第3章 第三者検証等に関する現状と主な論点	- 26 -
第4章 海外における検討・対応状況の概要	- 42 -
(参 考 資 料)	- 49 -
スマートフォン プライバシー ガイド	- 57 -
第Ⅱ部 スマートフォン時代の電気通信サービスの適正な提供の在り方	- 63 -
第1章 電気通信サービスの普及と苦情・相談の現状	- 65 -
第2章 電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に向けた取組の現状	- 71 -
第3章 利用者からの苦情・相談及び今後の論点	- 77 -
(参 考 資 料)	- 91 -
第Ⅲ部 スマートフォンのアプリ利用における新たな課題への対応	- 97 -
第1章 スマートフォンのアプリケーション利用における現状	- 99 -
第2章 スマートフォンのアプリケーション利用における新たな課題	- 127 -
おわりに	- 131 -
参考資料1 「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」 審議経過	- 133 -
参考資料2 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 構成員・オブザーバー名簿	- 135 -

はじめに

2011 年度（平成 23 年度）、我が国においてスマートフォンは新規出荷台数の 50%以上を占め、幅広い層への普及が進んだ。2012 年度（平成 24 年度）は更にこの傾向が強まり、年度末にまでに携帯電話契約者数の 3 割以上がスマートフォンとなると予測されている。世界的に見ると、携帯電話契約者数にスマートフォンが占める割合（スマートフォン普及率）は米国において 50%、韓国において 48%、英国においても 51%であるなど、その普及が進展しており、我が国においても今後更なる普及が進むことが予測される。

スマートフォンは、高機能であり、様々なアプリケーションをインストールすることにより、多様な目的のために、自分好みにカスタマイズして活用することができる。アプリケーションの数は増加を続け、多様なサービスがアプリケーション等を通じ提供されている。高い利便性は、オープンイノベーションの成果でもあり、各アプリケーションがスマートフォンの中の様々な機能や情報を活用することにより達成される側面がある。

一方、常に電源を入れて持ち歩くスマートフォンは、利用者の行動履歴や通信履歴など多数の情報の取得・蓄積が可能である。様々なアプリケーションがスマートフォンの中の情報へアクセスを行い、利用者がそれぞれの情報がどのように共有され利用される可能性があるのかを十分に理解することが難しくなり、不安を覚える場合が指摘される。

このような状況を踏まえ、「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」（以下「諸問題研究会」という。）が 2012 年（平成 24 年）8 月に公表した「スマートフォン プライバシー イニシアティブ ～利用者情報の適正な取扱いとリテラシー向上による新時代イノベーション～」(以下「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」という。)において、スマートフォンにおける利用者情報の適正な取扱いに関する「スマートフォン利用者情報取扱指針」がとりまとめられるとともに、指針の実効性を上げるための様々な取組、利用者に対する情報提供・周知啓発、国際的な連携の推進などが提言された。

2012 年（平成 24 年）9 月には、諸問題研究会提言「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」も踏まえつつ、総務省では「スマートフォン安心・安全利用促進プログラム」を公表し、スマートフォンに関する総合的・重点的な周知啓発活動、安心・安全な利用環境整備の支援、青少年・高齢者の利用に関する配慮などを含むプログラムとスケジュールを示した。このような状況のもと、関係団体や関係事業者の間でアプリケーション等によるスマートフォンの利用者情報の取扱いの透明性向上に向けた様々な取組が開始されている。

他方で、OS 提供事業者などによるプラットフォーマーとしての取組や国際的な議論の進展も見られ、国内においても様々な対策が進められているものの、未だにスマー

トフォンの利用者情報の取扱いについて利用者が十分に知らされていない場合がある。

またスマートフォンの普及に伴い、マルウェアの数の増大が報告されており、マルウェアの中に利用者情報を盗み取ることを目的としているもの増加しているなど、利用者においてはより注意が必要とされる状況となっている。このことから、安心・安全なサービス等を利用者自身が見分けられる方法・手段を与えられることが、このマーケットの中長期的な発展のためにも求められる状況となってきている。

スマートフォンを巡る課題は、利用者情報の取扱いにとどまらない。すなわち、スマートフォンが幅広く利用者に普及する中、販売店の店頭でも携帯電話に占めるスマートフォンの割合が非常に高まっている。そのような中で、通信料金体系や速度表示、セット販売の在り方、電波や端末の品質、契約時の説明等について、非常に複雑化する状況にあるため、利用者からの苦情・相談が高まっている。

諸問題研究会では、2011年（平成23年）12月に、「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言」をとりまとめたところであり、この提言を踏まえつつ、スマートフォンが急速に普及しつつある現状下において、利用者からの相談事例等も配慮しつつ、契約前の広告から、契約時、契約後の対応の在り方、利用者リテラシー向上策について検討を行っていく必要がある。

さらに、スマートフォンの特徴として、アプリを利用することにより多様なサービスを享受できることが上げられる。このアプリの利用について、上記利用者情報の適正な取扱い以外にも、今後のアプリ市場の更なる発展に伴い、様々な課題が生じてくるものと懸念される。

そのため、まず、従来のネット利用における様々な課題（ネット依存、迷惑メール等）がこのスマートフォンを利用する状況にあってどのように変化しているのかという観点から、検討を行っていく必要がある。加えて、アプリの中でもスマートフォンの特性を踏まえてさらに発展しつつあるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）、中でもコミュニケーションアプリを念頭に置いた青少年利用に関する課題と対応についても検討を行っていく必要がある。

このような問題意識の下、諸問題研究会では、2012年（平成24年）12月に「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」を新たに設置し、学識経験者や関係事業者等で構成される有識者やオブザーバに参加いただき、また、関係者からのプレゼンテーションを踏まえ、議論を重ねてきたところである。

この「中間取りまとめ」では、便利で多様なサービスが提供される環境を維持しつつ、安全・安心にこれらサービスを利用者が選択・享受することができるために多様な関係者が今後どのような対応とることが望ましいか、その課題と対応について、現段階までの議論の状況をまとめたものである。

第 I 部

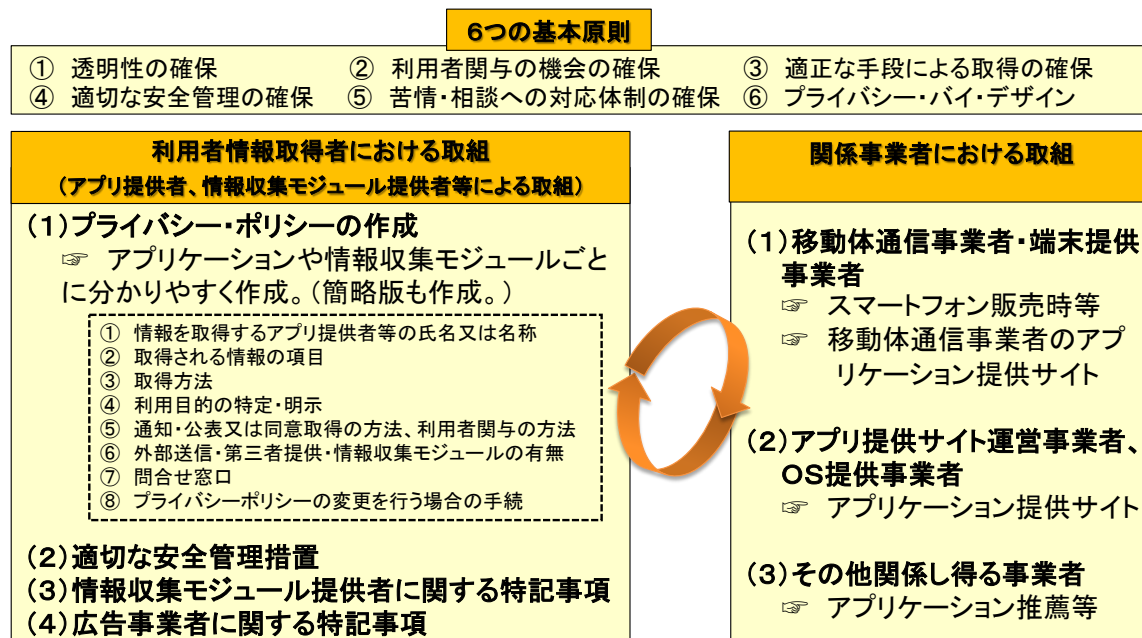
スマートフォンにおける利用者情報に関する課題への対応

第1章 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を踏まえた対応 ～「スマートフォン利用者情報取扱指針」の実効性を上げるための取組～

我が国において急速にスマートフォンが普及する中で、スマートフォンにおいて取得・蓄積された行動履歴や通信履歴等を含む様々な利用者情報¹について、利用者へ十分説明がないままアプリケーション等により外部送信される場合もみられ、利用者が不安を覚える場合も出てきている。このような状況を踏まえ、2012年（平成24年）8月、「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」によって「スマートフォン プライバシー イニシアティブ～利用者情報の適正な取扱いとリテラシー向上による新時代イノベーション～（以下「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」という。）」がとりまとめられ、公表された。

「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において、スマートフォンにおける利用者情報の適正な取扱いに関する「スマートフォン利用者情報取扱指針」（以下「指針」という。）が示され、安心・安全な利用環境の確保に向けて、アプリケーション提供者や情報収集モジュール提供者、アプリケーション提供サイト運営事業者・OS提供事業者、移動体通信事業者等のスマートフォンの関係事業者による取組が提言されている。

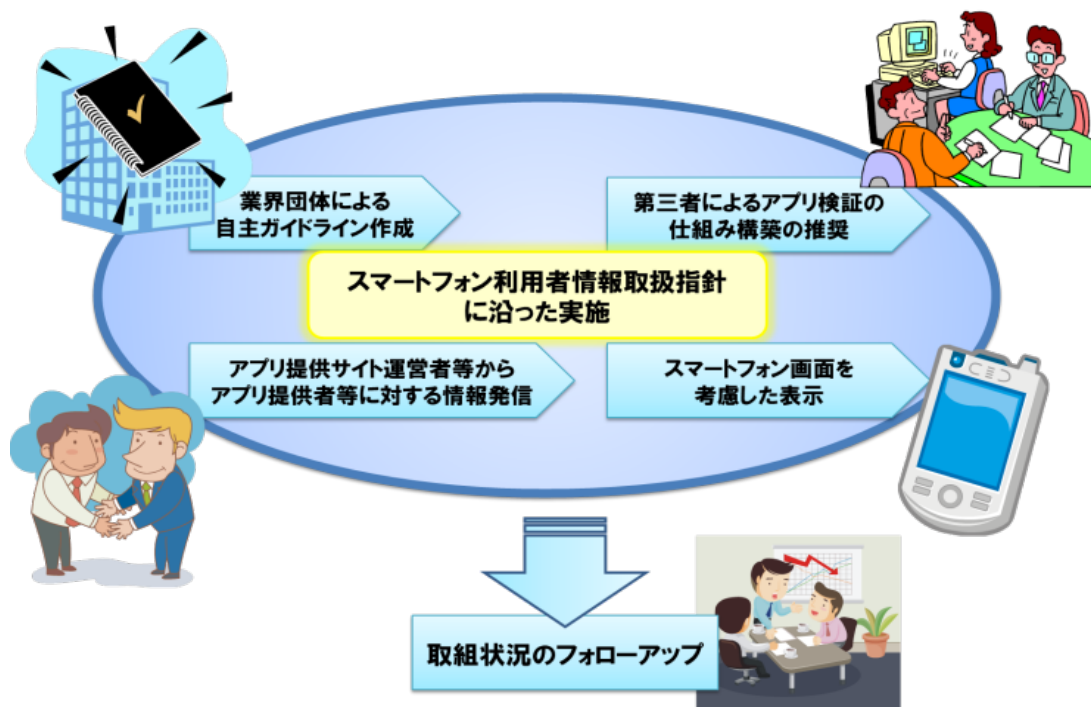
図表1-1-1：スマートフォン利用者情報取扱指針の概要



¹ スマートフォンにおける利用者情報の例として、①利用者の識別に係る情報（氏名・住所等の契約者情報、ログインに必要な識別情報、クッキー技術を用いて生成された識別情報、契約者・端末固有ID）、②第三者の情報（電話帳で管理されるデータ）、③通信サービス上の行動履歴や利用者の状態に関する情報（通信履歴、ウェブページ上の行動履歴、アプリケーションの利用履歴等、位置情報、写真・動画等）などが挙げられている（「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」第2章 11 ページ 図表2-2：スマートフォンにおける利用者情報の例）。

また、この指針の実効性を上げるため、業界団体等における自主ガイドラインの策定、第三者によるアプリ検証の仕組みの検討、アプリ提供サイトからアプリ提供者等に対する情報発信、スマートフォン画面を考慮した表示を行うことなどが併せて提言されている。

図表 1－1－2：指針の実効性を上げる取組



第1章においては、指針の実効性を上げるための様々な取組の状況について、その進捗状況を整理するとともに、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」公表後のスマートフォンの普及状況と利用者情報をめぐる問題を概観することとする。

1 業界団体等におけるガイドラインの検討

2012年（平成24年）8月に「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」がまとめられたことを受け、関係する業界団体等においてガイドラインの検討が進展している。最も早い動きとしては、2012年（平成24年）8月に「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に準拠したスマートフォンのアプリ用のプライバシーポリシーの雛形を試案として公表²した例などが挙げられ、また、2012年（平成24年）10月に一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会会員でもあるタオソフトウェア株式会社が「アンドロイドスマートフォンプライバシーガイドライン」を策定・公表³している。

業界団体としては、2012年（平成24年）11月に一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）が「スマートフォンのアプリケーション・プライバシーポリシーに関するガイドライン」を策定・公表⁴しており、この中には、アプリケーション・プライバシーポリシーのモデル案や概要版等も含まれている。

図表1-1-3：「スマートフォンのアプリケーション・プライバシーポリシーに関するガイドライン」の構成（MCF）

第1部：充足すべき必要要件

総務省「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」スマートフォンにおける利用者情報の取扱いの在り方（第5章）を提示。

第2部：実装に当たっての推奨要件

「アプリケーション・プライバシーポリシー」の実装にあたって推奨される要件を提示。指針では触れられていない具体的な方法や実態に合わせた追加事項等。

- 1 アプリケーション・プライバシーポリシーの名称について
- 2 通知又は公表及び同意取得等のタイミングについて
- 3 アプリケーション・プライバシーポリシーを提示する場所について
- 4 アプリケーション・プライバシーポリシーの変更について
- 5 同意が得られなかった場合に制限される事項について
- 6 取得した利用者情報の取扱いについて
- 7 必要要件以外の同意取得について
- 8 日本語以外での説明に対する対応について
- 9 既存のアプリケーションの本ガイドラインへの対応について

² 例えばAZX Professionals Groupがホームページにおいて「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に準拠した「スマホアプリ用プライバシーポリシー（簡易版/試案）」を公表。今後、随時アップデートしていくとしている。（2012年（平成24年）8月27日）。http://www.azx.co.jp/modules/docs/index.php?cat_id=40

³ 2013年（平成25年）1月には改訂版が公表されている。

⁴ 2012年（平成24年）10月に意見募集を行い、その結果を踏まえ策定された。
http://www.mcf.or.jp/temp/sppv/mcf_spappp_guidline.pdf

第3部:実装に当たってのモデル案

「アプリケーション・プライバシーポリシー」のモデル案と作成ガイドを提示。詳細な本編だけでなく概要の作成方法についても提示。

アプリケーション・プライバシーポリシーのモデル案

- 第1条(定義)
- 第2-1条(取得される情報の項目、利用目的、取得方法)
- 第2-2条(お客様ご自身によりご登録いただく情報)
- 第3条(同意)
- 第4-1条(外部送信)
- 第4-2条(第三者提供)※第三者提供がある場合
- 第5条(利用者関与の方法)
- 第6条(サービスの終了と情報の取扱い)
- 第7条(個人情報保護方針(プライバシーポリシー)等へのリンク)
- 第8条(情報の開示、提供)
- 第9条(取得された情報の公開、共有)
- 第10条(問い合わせ窓口)
- 第11条(変更)

(参考) アプリケーション・プライバシーポリシー概要版



パターン1

パターン2

2012 年（平成 24 年）10 月、社団法人電気通信事業者協会（T C A）は移動電話委員会のもとに新たに「スマートフォンの利用者情報等の適正利用促進検討部会」を設置し、アプリケーション提供サイト運営事業者向けのガイドライン⁵の策定に向けて検討を行い、2013 年（平成 25 年）3 月「スマートフォンアプリケーション提供サイト運営事業者向けガイドライン」を策定・公表⁶している。

また、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」及びMCFのガイドライン等を参照して、アプリケーションを開発・提供する側の立場から、2013年（平成 25年）1 月、京都市が「京都市スマートフォンアプリケーション活用ガイドライン」を策定・公表⁷している。ゲームアプリの分野では、2013年（平成25年）4月、一般社団法人日本オンラインゲーム協会（JOGA）が策定・公表⁸した「スマートフォンゲームアプリケーション運用ガイドライン」の中で、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に準拠する形でプライバシーポリシーを作成し、利用者が容易に参照できる場所に明示することとされた。

さらに、モバイル広告を含むインターネット広告のビジネスに関わる企業が加盟する一般社団法人インターネット広告推進協会（J I A A）がインターネット広告事業における消費者保護の観点に基づく指針をガイドライン⁹の中で定める方向で検討を進めている。

2 スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会

「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において関係事業者等に求められる指針等が示されており、民間の自主的な取組を推進するために、業界それぞれの実態を踏まえた業界ガイドラインの策定が期待されている。スマートフォン市場において様々なビジネスが連携し、多様な業界団体が関係している環境を考慮し、緊密な情報交換及び相互の知見を結集してスマートフォンのプライバシーに関する業界ガイドラインの策定を促進することを目的として、2012 年（平成 24 年）10 月、35 以上の業界団体や企業・団体等が参加し「スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会」（以下「連絡協議会」という。）が設置された。

連絡協議会は、①業界ガイドライン及びモデルプライバシーポリシーに関する情

⁵ WG 第 4 回会合資料 2 「TCA におけるスマートフォンのプライバシーに関する取り組み（案）」（TCA）。同部会メンバーは、NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイル、イー・アクセス、ウィルコム の 5 社。

⁶ TCA のホームページに公表されている。<http://www.tca.or.jp/topics/pdf/20130329guideline.pdf>

⁷ 「京都市ソーシャルメディアガイドライン」及び「京都市スマートフォンアプリケーション活用ガイドライン」の策定について（2013 年（平成 25 年）1 月 10 日）。
<http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000134264.html>

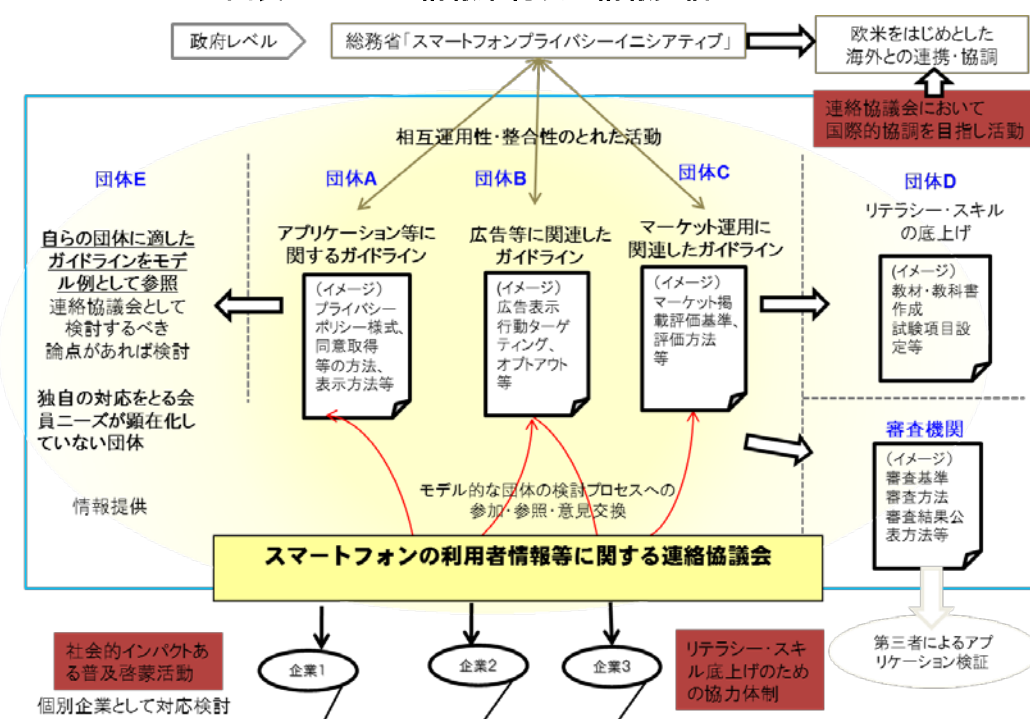
⁸ JOGA のホームページに公表。<http://www.japanonlinegame.org/pdf/JOGA130405.pdf>

⁹ 「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」（以下「WG」という。）第 4 回会合資料 1 「スマートフォン向け広告における利用者情報の取扱いに関するガイドラインの取組」（JIAA）。「プライバシーポリシー作成のためのガイドライン」「行動ターゲティング広告ガイドライン」について 2013 年（平成 25 年）改定を予定している。

報交換、②プライバシーポリシーの効果的な表示方法等に関する情報交換及び検討、③利用者情報の取扱いに関する推奨すべき事例及び問題となり得る事例の検討、④マーケット動向及び国際的動向に関する情報交換の実施、⑤各業界における取組状況の随時把握及び普及啓発活動の実施などについて活動をしていくとしている。

これまでに、連絡協議会は、スマートフォンの利用者情報等に関わる官民の取組が一元的に把握できるよう情報集約場所（ポータルサイト）¹⁰を作成し、情報集約及び情報発信を開始するとともに、既に行った取組と今後の取組について中間的な取りまとめ¹¹を作成し公表している。

図表1-1-4: 情報集約及び情報発信イメージ



3 スマートフォンの普及の進展と利用者情報をめぐる問題

(1) スマートフォンの普及の進展

2012年度（平成24年度）については、新規出荷台数の7割以上がスマートフォンになった。2013年度（平成25年度）については、新規出荷台数の8割以上がスマートフォンになると予測されており、2014年度（平成26年度）以降についても8割以上となることが予測されている¹²。

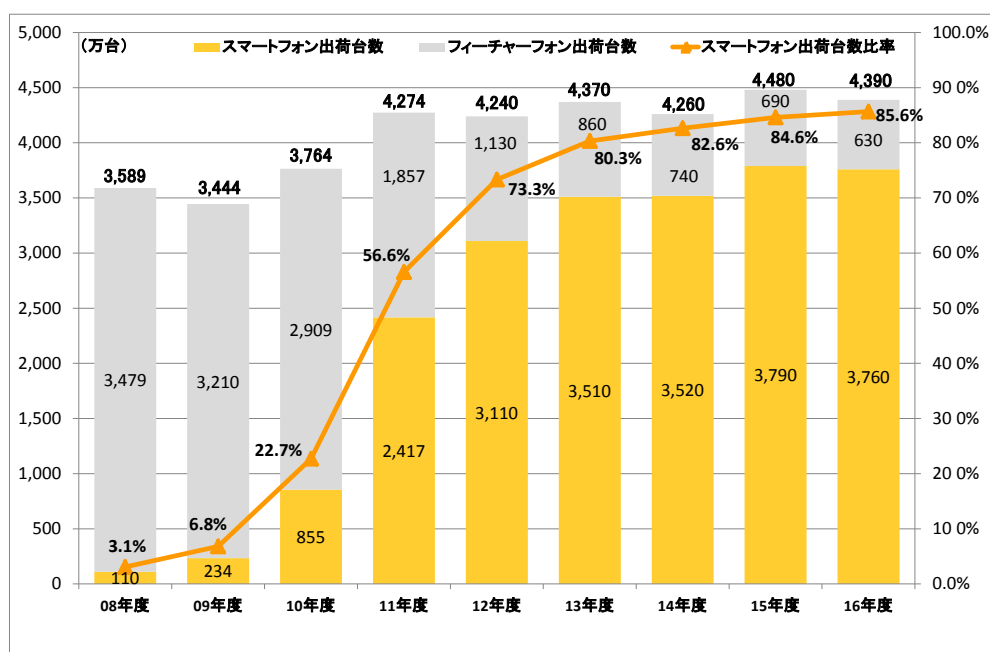
¹⁰ 官民の関連情報を集約したポータル（2012年（平成24年）12月20日発表）。<http://jssec.org/spsc>

¹¹ 「SPSC活動報告書」を参照。<http://jssec.org/spsc/report.html#spsc-work>

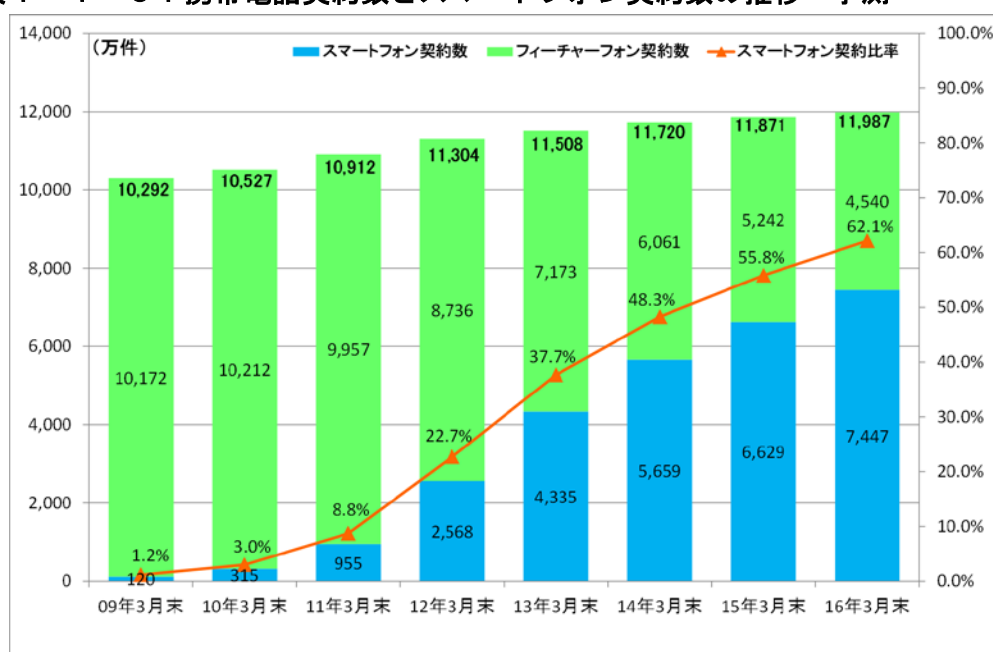
¹² 株式会社MM総研調べ（2012年度（平成24年度）以降は予測値）（「スマートフォン市場規模の推移・予測（2012年（平成24年）3月）」（2012年（平成24年）3月13日）及び「2012年度上期国内携帯電話端末出荷概況」（2012年（平成24年）11月1日））。いずれも国内メーカー製品・海外メーカー製品を含む。タブレット端末・PHS・

これに伴い、スマートフォンの普及台数も増加しており、2012 年度（平成 24 年度）末において約 4,300 万台となり、普及率は 38%程度まで伸びると予想される。さらに、2013 年度（平成 25 年度）末には約 5,600 万台を上回り、全体としての普及率も 48%程度と急速に増加していくと予測される。

図表 1－1－5：スマートフォン国内出荷台数の推移・予測



図表 1－1－6：携帯電話契約数とスマートフォン契約数の推移・予測



データ通信カード・通信モジュールは含まない。

スマートフォンの利用率は全体としては約 30%であるが、年代別で見ると、10代が約 45%、20代が約 50%、30代が約 40%とより高くなる一方、60代は約 10%と大幅に低く、年代層により利用率に差があること分かる調査結果もある¹³。

世界的に見ると、米国においては 50%、韓国において 48%、英国は 51%など、スマートフォンの普及が進展しているという調査結果もあり¹⁴、我が国の今年度末の普及率はこれら諸国の現在の普及率と同様の水準に近づくものと予測される。

(2) 利用者情報の取得を目的としたマルウェアの増加

スマートフォンの世界的な普及に伴い、入手可能なアプリの数も増加し続けている。2012 年(平成 24 年)10 月段階において Google Play が 70 万アプリ、App Store が 77.5 万以上のアプリ、Windows Phone Store が 12 万アプリ¹⁵を上回ると報道されている。

一方、スマートフォンの急速な普及に伴い、マルウェアの数も増加しており、金銭詐取目的のワンクリックウェアとともに、電話帳情報など利用者情報を詐取することを目的とするものも増加してきている。トレンドマイクロ株式会社によれば、不正かつ危険度の高い Android 向けアプリの数は、2012 年(平成 24 年)1 月の 1500 に比べ、2013 年(平成 25 年)1 月には 42 万 5000 と急増している。

¹³ 日本経済新聞 電子版(2013 年(平成 25 年)2 月)「情報盗難に詐欺・脅威増すウィルス、スマホどう守る?」。
http://www.nikkei.com/article/DGXNASFK1800Q_Y3A210C1000000/

¹⁴ 米国：ニールセン調査(2012 年(平成 24 年)5 月)。<http://japan.internet.com/allnet/20120518/4.html>

韓国：放送通信委員会調査(2012 年(平成 24 年)2 月)。

http://www.yamaguchibank.co.jp/portal/special/asia/2012/busan_02.pdf

英国：Google 調査(2012 年(平成 24 年)第 1 四半期)「Our Mobile Planet スマートフォン調査」。

http://services.google.com/fh/files/blogs/our_mobile_planet_uk_en.pdf

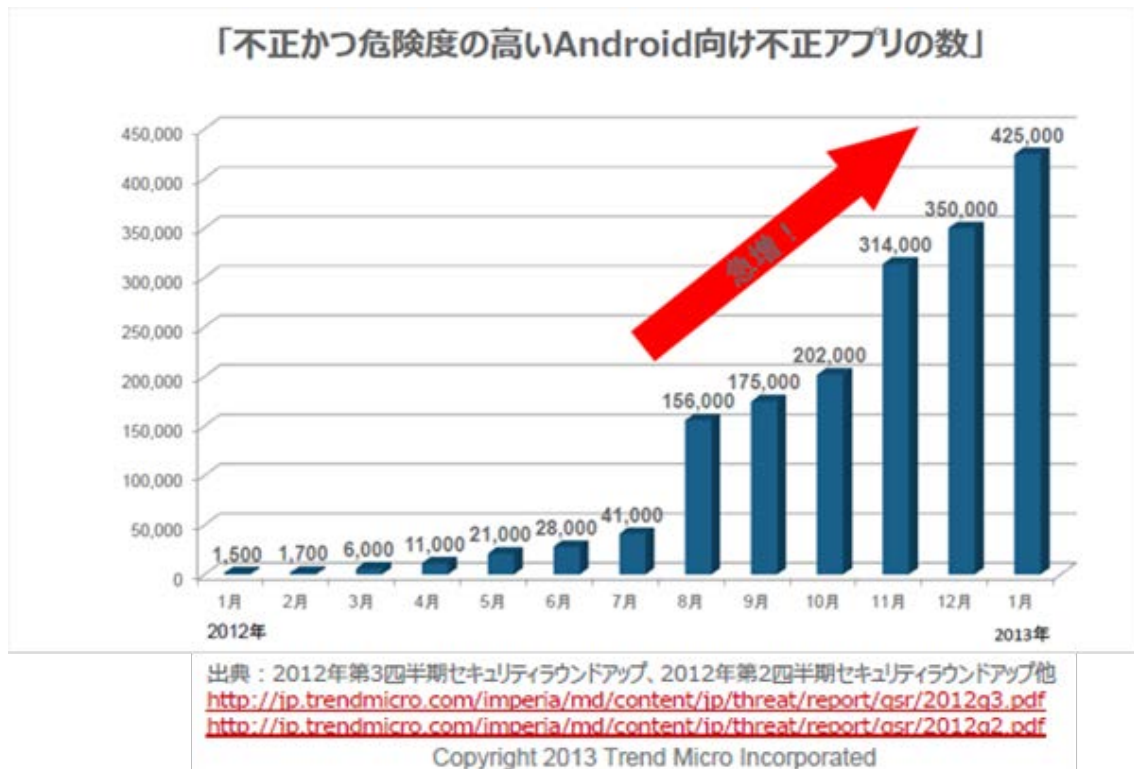
¹⁵ ブルームバーグ・ビジネスウィーク(英語版)「Google Says 700,000 Applications Available for Android」(2012 年(平成 24 年)10 月 29 日)

<http://www.businessweek.com/news/2012-10-29/google-says-700-000-applications-available-for-android-devices/>

App Store からのダウンロードが、400 億本を突破。ほぼ半数が 2012 年中に(Apple 社(米国)報道発表資料抄訳—2013 年 1 月 7 日)。

<http://www.apple.com/jp/pr/library/2013/01/07App-Store-Tops-40-Billion-Downloads-with-Almost-Half-in-2012.html>

図表 1－1－7：不正アプリの数の推移



また、2012年（平成24年）に新たに確認された利用者情報を狙うアプリとして、利用者情報を読み取った上で金銭詐取目的で使用するワンクリックウェアがあり、①The Movieシリーズのアプリ、②電池長持ちアプリ・電波改善アプリ¹⁶、③わんこアプリなどが挙げられ、①～③のように電話帳等の利用者情報を狙う不正アプリの類型及び数が増加していることが指摘されている¹⁷。

このため、一般利用者にとって、安心安全なアプリケーションについて見分けたり情報を得たりする必要性がますます高まっていると考えられる。また、アプリケーション提供者が自らの提供するアプリケーションが安全であることを何らかの方法で利用者に説明し、理解してもらい、利用者に安心してアプリケーションを使ってもらうことの重要性が増している。

¹⁶ アプリケーション提供サイトが管理していない場所に置かれているアプリ（いわゆる野良アプリ）に不正アプリも多く見られる。Facebook、ツイッターやスパムメッセージを通じて、これら野良アプリに巧妙に誘導する導線を引く事例があり注意が必要である。

¹⁷ WG第4回会合資料3「スマートフォンのプライバシー保護に関する取り組み」（トレンドマイクロ株式会社）。

図表 1-1-8 :
ワンクリックウェア感染後の請求画面の例



トレンドマイクロ株式会社インターネット
脅威マンスリーレポート(2012年1月度)

図表 1-1-9 :
不正アプリに誘引する例



図表 1-1-10 : 不正アプリの例（電池長持ち、電波改善等）



第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題

「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において提言された「スマートフォン利用者情報取扱指針」において、スマートフォンにおける利用者情報を取得しようとするアプリケーション提供者、情報モジュール提供者は、個別のアプリケーションや情報収集モジュール等について、8項目¹⁸の事項について明記するプライバシーポリシー等をあらかじめ作成し、利用者が容易に参照できる場所に掲示等を行うこととされている。

このアプリケーション等のプライバシーポリシーの作成と公表は、指針における基本原則にも定められた「透明性の確保」や「利用者関与の機会の確保」等を実現するための中核となる対応であり、アプリケーション提供者や情報収集モジュール提供者による対応の進展が期待される。また、プライバシーポリシーの分かりやすい概要が作成され、利用者が容易に参照できる場所に公表されることが望ましい。

第2章においては、アプリケーションのプライバシーポリシーへの対応状況について、現状を概観し課題と対応について検討するとともに、情報収集モジュールのプライバシーポリシーについても課題を提示することとする。さらに、アプリケーション提供サイト運営事業者の対応、連絡通報窓口の設置などについても整理することとする。

1 アプリケーションのプライバシーポリシーへの対応状況

指針を踏まえ、利用者情報の取扱いに関する透明性を確保するために、アプリケーション提供者がアプリケーションのプライバシーポリシーをあらかじめ作成・公表し、利用者が容易に参照できる場所に掲示又はハイパーリンクを掲載することが望ましいとされているが、その現状を示すこととする。なお、今後、現状の把握について新たな調査結果が得られた場合には、その結果も踏まえ、取りまとめを行うこととする。

(1) アプリケーションのプライバシーポリシーの作成・掲載状況

アプリケーション提供者がアプリケーションのプライバシーポリシーをあらかじめ作成し、公表する方法としては、①アプリケーション内における表示、②アプリケーション提供サイト（Google Play 等）のアプリ紹介ページへの掲示（又はハイパーリンクを掲載）、③アプリケーション提供者のホームページへの掲載等の方

¹⁸ ①情報を取得するアプリケーション提供者等の氏名又は名称、②取得される情報の項目、③取得方法、④利用目的の特定・明示、⑤通知・公表又は同意取得の方法、利用者関与の方法、⑥外部送信・第三者提供・情報収集モジュールの有無、⑦問合せ窓口、⑧プライバシーポリシーの変更を行う場合の手続の8項目（「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」62ページ）。

法が考えられる。

日本において人気の高い無料アプリランキング1位～40位のアプリについて抽出調査を行ったところ¹⁹、アプリケーションのプライバシーポリシーを①～③の全てに記載している事例が7あり、また、①又は②に記載している事例が10あった。一方、①～③のいずれもアプリケーションのプライバシーポリシー又は会社プライバシーポリシーのいずれの掲載がない場合が、調査対象の最も人気の高いアプリ40の中でも約2割程度あった。どんな情報を何のために取得しているのか何ら説明がないこれら7つのアプリの中には、Androidのパーミッションを見る限りGPS位置情報、契約者・端末固有ID等を外部に送信し得るものもあった。

図表1-2-1：アプリケーションのプライバシーポリシーの作成・記載状況²⁰

記載場所	記載パターン							
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
アプリ内	○	○	○	○	×	×	×	×
Google Play 紹介ページ	○	○	×	×	○	○	×	×
開発者ホームページ	○	×	○	×	○	×	○	×
アプリ数(計40アプリ)	7	0	6	1	3	0	16	7

また、米国において人気の高い無料アプリランキング1位～40位のアプリについても同様に調査を行い²¹、日米比較を行ったところ、①のアプリケーション内における記載の割合は、米国が約5割弱、日本は約4割弱であった。また、②のアプリケーション提供サイトにおける掲載又はハイパーリンクの記載割合が米国は高く約5割強であり、一方、日本は約2.5割と米国の方が2倍以上の高い割合であった。

図表1-2-2：アプリケーションのプライバシーポリシーの作成・記載の日米比較

場所	内容	日本(計40アプリ)		米国(計36アプリ)	
		対象アプリ数	比率	対象アプリ数	比率
アプリ内	利用規約	18	45.0%	15	41.7%
	プライバシーポリシー	14	35.0%	17	47.2%
Google Play 紹介ページ	プライバシーポリシー	10	25.0%	19	52.8%
開発者ホームページ	利用規約	23	57.5%	21	58.3%
	プライバシーポリシー	32	80.0%	25	69.4%

¹⁹ WG第4回会合資料4「スマートフォンアプリケーションの表示・検証に関する国内・海外動向」(日本総合研究所)。Google Play 日本無料アプリランキング、米国無料アプリランキングより上位40位のアプリケーションを抽出(2013年2月5日時点)。

²⁰ 図表1-2-1及び1-2-2において、アプリ内及びGoogle Play 紹介ページは、アプリケーションのプライバシーポリシーを計上。開発者ホームページは、主として会社全体のプライバシーポリシーを計上。

²¹ WG第4回資料4「スマートフォンアプリケーションの表示・検証に関する国内・海外動向」(日本総合研究所)。Google Play 日本無料アプリランキング、米国無料アプリランキングより上位40位のアプリケーションを抽出(2013年2月5日時点)。

(2) 記載内容

プライバシーポリシーが作成されているものについて、日米それぞれ指針の8項目に該当する内容の記載があるかどうかについて確認を行った。その結果、①アプリケーション提供者の氏名等については、日米ともすべて記載があった。また、②取得される情報の項目については米国はすべて、日本も9割弱に記載があり、④利用目的について米国は9割強、日本は9.7割に記載があった。③取得方法、⑦問い合わせ窓口、⑧変更手続等についても、日本側は8割以上に記載があり、米国側もほぼ同様であった。⑤外部送信・第三者提供の有無についても日米ともに約75%程度に記載があった。

一方、利用者関与の方法については、日本側は約4割の記載に留まり、米国側も5割弱の記載であった。また、情報収集モジュールの有無等については、日本側は1割強の記載であり、米国側も1割弱の記載と記載割合そのものが少ない状況であった。情報収集モジュールについては、実際に情報収集モジュールが含まれているアプリケーションの中でプライバシーポリシーに記載していないものも多い可能性が指摘されている²²。

図表1-2-3：プライバシーポリシーの項目別記載動向の日米比較

番号	内容	日本(計33アプリ)		米国(計34アプリ)	
		対象アプリ数	比率	対象アプリ数	比率
①	情報を取得するアプリケーション提供者等の氏名または住所	33	100%	34	100%
②	②取得される情報の項目	29	87.9%	34	100%
③	③取得方法	27	81.8%	29	85.3%
④	④利用目的の特定・明示	32	97.0%	32	94.1%
⑤-1	通知・公表又は同意取得の方法	6	18.2%	7	20.6%
⑤-2	利用者関与の方法	13	39.4%	16	47.1%
⑥-1	外部送信・第三者提供の有無	25	75.8%	26	76.5%
⑥-2	情報収集モジュール(※)の有無	4	12.1%	3	8.8%
⑦	問い合わせ窓口	31	93.9%	29	85.3%
⑧	プライバシーポリシーの変更を行う場合の手続き	27	81.8%	24	70.6%

(3) 概要の掲載

指針においては、アプリケーションのプライバシーポリシーについては、分かりやすい概要を作成して掲示することが望ましいとされ、詳細についてはリンク等で表示できるようにすることが有用であるとされている。また、業界ガイドラインに

²² KDDI研究所によれば2011年(平成23年)8月に980個のアプリケーションについて分析を行った結果、約56.9%のアプリケーションに情報収集モジュールが含有されていたとされる。〔「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」P16第2章〕

もアプリケーションのプライバシーポリシー概要案等²³が既に示されている。ただし、イラストを活用したり一部項目のみの概要を表示したりする事例は一部あるものの、まだ割合は少ない状況である。

2 アプリケーションのプライバシーポリシーに関する課題と対応

1 で見たように、アプリケーションのプライバシーポリシーについては、一定程度の作成が行われているものの、まだ作成・掲示等が行われていないアプリケーションも見られ、一部記載項目については記載が十分行われていないなどの課題が見られる。

アプリケーションによる利用者情報の取扱いに関する透明性を高めていくためには、アプリケーションのプライバシーポリシーの作成を促進するとともに、利用者が容易に見て、判断できる環境を整えていく必要がある。

なお、米国においても、後述のようにアプリケーションのプライバシーポリシーの作成が求められており²⁴、また、それらアプリケーションのプライバシーポリシーには、指針において求められている8項目について何らかの記載がなされている場合が多く、指針に示す内容は国際的に見ても期待されるものであると考えられる（なお、情報収集モジュールに関する共通課題は3において検討する）。

（1） アプリケーションのプライバシーポリシーの作成促進

指針の内容を踏まえ、我が国におけるアプリケーションのプライバシーポリシーの作成・公表を促進することがスマートフォンの利用者情報の取扱いの透明性向上のために必要であると考えられる。

既に2012年（平成24年）8月の「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」の公表から半年以上が経過しており十分な準備期間も確保されていると考えられることから、既存のアプリケーションで対応が未了のものについては、早急に移行計画を検討し対応を推進することが期待される。また、今後作成されるアプリケーションについては、あらかじめアプリケーションのプライバシーポリシーを作成することが期待される。

総務省等関係省庁においても、アプリケーションのプライバシーポリシーや概要の作成・公表の促進が図られるように、国際的動向も踏まえつつ、官民連携し関係事業者に働きかけるべきではないか。

²³ 2012年（平成24年）11月にモバイル・コンテンツ・フォーラムが公表したアプリケーション・プライバシーポリシーのモデル案の中の概要案参照（8ページ パターン1、パターン2参照）。

²⁴ FTC スタッフレポート「Mobile Privacy Disclosures – Building Trust through Transparency」（2013年（平成25年）2月）、カリフォルニア州司法長官提言「Privacy on the GO - Recommendations for the Mobile Ecosystem」（2013年（平成25年）1月）等においてアプリケーションのプライバシーポリシーを作成し、アプリマーケットに示し、利用者に明示的にアクセス可能とすること等が求められている。

(2) 分かりやすい掲載・表示方法

アプリケーションのプライバシーポリシーの掲載場所については、上述のとおり、①アプリケーション内、②アプリケーション提供サイト（ハイパーリンク等）のアプリ紹介サイト、③アプリケーション提供者のホームページへの掲載等の方法がある。このうち、一般利用者が一般的な導線で見ることが可能であるものは、①か②であり、このいずれかがアプリケーションのプライバシーポリシーの掲載場所として標準的なものとして採用されることが期待されると考えられる。

また、①アプリケーション内の場合も、アプリケーション内の奥深い画面にのみ記載がある場合には呼び出すことが困難な場合もあり得るため、アプリケーションの初回起動時等に表示するなどの方法が採用されることが望ましい。

「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」の指針においては、電話帳、位置情報、通話記録、写真等のプライバシー性の高い情報について、プライバシー侵害を防止する観点から、個別の情報を取得することについて例えばポップアップ等で表示し同意を取得することとしている。利用者が必ず読んで確認の上同意の有無を表明できる仕組みが重要であり、ポップアップ等による同意取得については、当該情報を取得・送信する前の分かりやすいタイミングで出すことが望ましい。

(3) 標準的な様式・形式

アプリケーション提供者は、アプリケーションのプライバシーポリシーを指針や業界ガイドライン等に基づき策定し、この中に記載が期待される8項目等を標準的な様式に基づき記載することが望ましい。利用者が真に知りたいことを、透明性が高い形で示すために、アプリケーションのプライバシーポリシーについては原則として企業全体のプライバシーポリシーやアプリケーションの利用規約と別に策定されることが望ましい。また、アプリケーションのプライバシーポリシーを策定する際には、企業全体のプライバシーポリシーや当該アプリケーションの利用規約との整合性について確認し、必要に応じて調整を行うことが期待される。概要版についても利用者が読みやすいように一定の様式により記載する形が有用であると考えられる。

(4) 利用者に対する周知・啓発

利用者に対して、アプリケーションによる利用者情報の取扱いがアプリケーションのプライバシーポリシーにより説明されていること、概要版の提示も推奨されていること、電話帳等プライバシー性の高い情報についてはポップアップ等で個別情報取得に関する同意が求められるため確認が重要であること等について、業界として周知啓発を推進する必要がある。

最近注意すべき利用者情報の取得を目的としたマルウェアの増加等も踏まえ、スマートフォンの利用者自身が少なくとも注意すべき事項である「スマートフォン プライバシー ガイド」を改定し、別紙として公表することとする。

(5) 青少年に関する情報の取扱い

スマートフォンのアプリケーションによる青少年からの利用者情報の取得事例も増加している。判断力や経験が乏しい場合もある青少年の特性を考慮して特に配慮した取扱いを行う必要性について、国際的動向等も踏まえ検討を深める必要があるのではないか。

3 情報収集モジュールに関する課題

(1) 「スマートフォン利用者情報取扱指針」において期待される内容

指針において、情報収集モジュール提供者は、情報収集モジュールのプライバシーポリシーを作成・公表するものとされており、これら内容について変更があった場合にはプライバシーポリシーを更新するものとされている。

また、指針において、情報収集モジュールを組み込もうとするアプリケーション提供者は、アプリケーションのプライバシーポリシーにおいて①組み込んでいる情報収集モジュールの名称、②情報収集モジュール提供者の名称、③取得される情報の項目、④利用目的、⑤第三者提供の有無等について記載することとされている。アプリケーション提供者による正確な説明に資するため、指針において、情報収集モジュール提供者はアプリケーション提供者へ①取得する情報の項目、②利用目的、③第三者提供の有無等について通知することとされており、これら内容について重要な変更があった場合にも、アプリケーション提供者へ通知するものとされている。

(2) 課題

情報収集モジュールについてアプリケーション提供者が自らのアプリケーションのプライバシーポリシー等に正確に記載できているか。一般利用者は理解しやすい状況か。

- 指針を踏まえると、アプリケーション提供者は内包する情報収集モジュールについてアプリケーションのプライバシーポリシーに記載して説明する必要があるにもかかわらず、情報収集モジュールについて十分理解していない場合もあるのではないか。
- 情報収集モジュールのプライバシーポリシーの作成・公表が英文のみで行われている事例等がある。アプリケーション提供者が理解し難い場合や、また自ら

のプライバシーポリシーに記載しようとしても日本語訳がないと困る場合があるのではないかな。

- 情報収集モジュール提供者はアプリケーション提供者との間で個別のやりとりを経ずに、ホームページ等に公開したソフトウェアを開発するために必要なツール等²⁵をダウンロードさせて自由にアプリケーション提供者に組み込みを行わせる場合がある。この場合ホームページ等に公開された情報のみをアプリケーション提供者は得ることとなるが、アプリケーション提供者にとって理解し難い場合や必要な情報が不足している場合もあるのではないかな。
- 情報収集モジュールについて、一般利用者が理解をしていないのではないかな。その仕組みから説明する必要があるのではないかな。一方、一般の利用者が情報収集モジュールのプライバシーポリシーを見たとしても理解し難い場合が多いのではないかな。

情報収集モジュールについて実態把握及び横断的な対応検討が必要ではないかな。

- 情報収集モジュールの数はアプリケーションの数に比べれば限定的であり、実態把握を行った上で、統一的なデータベース等や情報提供を行うことが有用ではないかな。

4 関係事業者における取組

(1) 移動体通信事業者・端末提供事業者

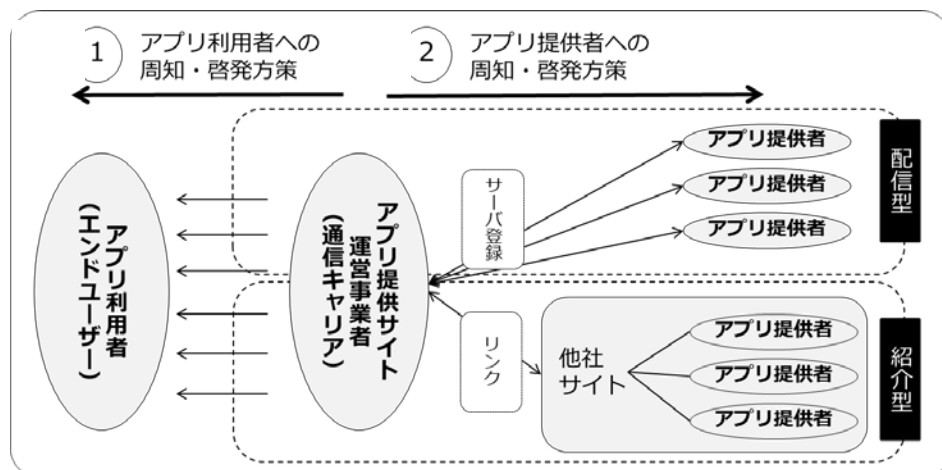
「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」における指針において、移動体通信事業者に対し、スマートフォンの利用者情報等の適正な利用を促進するため、アプリケーション提供サイト運営者として①アプリケーション提供者に対する対応、②アプリケーション利用者に対する周知啓発の両面から対応が期待されている。

これを受けて、2012年（平成24年）10月に、電気通信事業者協会の移動電話委員会のもとに、「スマートフォンの利用者情報等の適正利用促進検討部会²⁶」が設置され、2013年（平成25年）3月「スマートフォンアプリケーション提供サイト運営事業者向けガイドライン」が策定・公表された。

²⁵ Software Development Kit(SDK)

²⁶ WG 第4回会合資料2「TCAにおけるスマートフォンのプライバシーに関する取り組み」（TCA）。

図表 1－2－4：アプリケーション提供サイト運営事業者の取る方策案（イメージ）



① アプリケーション提供サイトの運営者としての活動

【アプリケーション提供者等に対する支援】

電気通信事業者協会が策定したガイドラインにおいて、各アプリケーション提供サイト運営事業者は、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に沿ったアプリケーションの掲載ガイドライン等を作成しアプリケーション提供者にあらかじめ提示し、アプリケーション提供者等が適切なアプリケーションプライバシーポリシー（APP）を作成できるように支援すること、アプリケーション提供者との関係を通じてアプリケーションプライバシーポリシーが守られるように働きかけることが期待されている。アプリケーションを自社のサーバーから配信する配信型の場合、アプリケーション提供者等から事前申請を受けて検査を実施した上で配信することが期待されている。

また、アプリを他事業者のサーバーから配信する紹介型の場合であっても配信型の場合であっても、自社アプリケーション提供サイト上にアプリケーション提供者が作成したアプリケーションプライバシーポリシーに対するハイパーリンクを掲載する等することが期待されている。

さらに、必要に応じて、他の関係事業者や団体等とも協力しつつ、アプリケーション提供者等に対する啓発活動を実施することが望まれている。

② アプリケーション利用者に対する周知啓発等

【契約時等における利用者に対する周知啓発】

電気通信事業者協会が策定したガイドラインにおいて、移動体通信事業者は、既存の販売チャンネルを通じて、スマートフォン契約時あるいは機種変更時に利用者に対して自らが提供するサービス条件の概要を説明することが求められ

ている。この際、スマートフォンをこれまで利用されていない方も容易に理解できるように①スマートフォンと従来型の携帯電話端末の違い（スマートフォンの特性やサービスの構造）、②スマートフォンにおける様々な利用者情報の取扱と注意点、③スマートフォンにおける情報セキュリティ対策等について、書面に記載の上、丁寧な説明をすることが望まれている。また、契約後も利用者からの問合せに対応することとされている。

【様々なリテラシーの消費者への対応】

青少年向けに利用機能を制限したスマートフォン端末（例：NTT ドコモのスマートフォン for ジュニア等（KIDS 向け））や高齢者向けに、見やすさ、分かりやすさを訴求した端末（例：NTT ドコモのらくらくスマートフォン）を開発し、アプリケーションのダウンロード対象を制限するなどの取組が行われている。これらは、利用者の特性やリテラシーを考慮し、セキュリティやプライバシー上の配慮をあらかじめ行ったスマートフォンといえる。

電気通信事業者協会が策定したガイドラインにおいて、青少年や高齢者向けのスマートフォン利用に関する自主セミナーの開催を継続的に行っていくことが望まれている（例：NTT ドコモショップの電話教室、KDDI のケータイ教室等）。

（２） アプリケーション提供サイト運営事業者、OS 提供事業者

【アプリケーション提供者等に対する支援】

指針において、アプリケーション提供サイト運営事業者、OS 提供事業者に対し、スマートフォンの利用者情報等の適正な利用を促進するため、アプリケーション提供サイト運営者としてアプリケーション提供者に対する対応等が期待されている。

主要な OS 事業者が運営するアプリケーション提供サイト²⁷のアプリケーション紹介ページにおいて、2012 年（平成 24 年）、アプリケーション提供者が作成したプライバシーポリシーへのハイパーリンクを設置する場所が設けられている。

（３） その他関係し得る事業者

指針において、アプリケーション紹介サイト等関係する事業者は、可能な限りプライバシーポリシー概要の掲載等を検討したり、説明や情報取得の方法が適切ではないアプリケーションが判明した場合の対応を検討したりするなど、指針の内容を考慮しつつ取組を協力して進めることが期待されている。

²⁷ Apple 社の運営する App Store 及び Google 社の運営する Google Play。

独自の基準に基づきアプリケーションの推薦等をしているアプリケーション紹介サイト（レビューサイト）において、①物理的、運用的に実在していることが確認できたアプリケーション開発者のみを「公認デベロッパー」とし、②公認デベロッパーが開発したアプリケーションについて独自に「パーミッションの正当性」、「ウィルススキャン」について確認し、当該アプリケーションが利用しようとする利用者情報の危険度や利用目的の正当性等を確認した上で、安全性の確認がとれたものだけを「公認アプリ」として掲載している事例がある。

「公認アプリ」については、利用しようとする利用者情報の項目（パーミッション）を列挙した上で、それぞれの利用者情報の利用目的等についてアプリケーション提供者自身に記載してもらい分かりやすく透明性を高める工夫がなされている。

図表1-2-5: レビューサイトにおけるアプリケーションに係る検証情報紹介例

公認Androidアプリ 手帳の付録

TOP » 公認Androidアプリ » エンタメ » 雑学 » 手帳の付録

手帳の付録
TECHNO SQUARE Inc. 公認

★ 推しレボート: 15
♥ 欲しレボート: 0
📱 総グジョブ数: 0
📅 ウィルススキャン: 2012.09.27
✅ パーミッションチェック: ver.2.1.0

[+ 担当になる](#) [ダウンロード](#)

🛡️ ウィルススキャン済み 2012.09.27 [詳細>](#)
✅ パーミッションチェック済み ver.2.1.0 [詳細>](#)

[Google Playでダウンロード](#)

★ 推しレボする ♥ 欲しレボする

更新日	2011-10-20
バージョン	2.1.0
言語	日本語
値段	0 円
サイズ	614KB
SDカード移動	可
ウィジェット	無

このAndroidアプリの開発者
TECHNO SQUARE Inc.

ウイルススキャン

TOP » 手帳の付録 » ウィルススキャン

[2012.09.27 スキャン済]

手帳の付録
TECHNO SQUARE Inc.

このアプリケーションは、トレンドマイクロのモバイルアプリ評価システム **Trend Micro Mobile App Reputation** によってスキャンをしています。スキャンした時点で悪意のあるソフトウェアに感染していないことが確認されています。

※スキャンされたアプリの安全性をトレンドマイクロが保証するものではありません。予めご了承ください。

使用されている技術

Trend Micro Mobile App

パーミッションチェック

TOP » アプリ名 » パーミッションチェック

手帳の付録
TECHNO SQUARE Inc.

アプリで使用するパーミッションの動作項目と、使用目的は以下のとおりです。

☐ その他の動作

ネットワークの接続状況の確認

広告取得のために使用しています。

インターネット通信

広告取得のために使用しています。

5 アプリケーション提供サイト等における連絡通報窓口

(1) 移動体通信事業者のアプリケーション提供サイト

指針において、移動体通信事業者のアプリケーション提供サイトは、説明や情報取得の方法が適切ではないアプリケーションが判明した場合の対応を検討するとともに、連絡通報窓口を設置することとされている。

既に、移動体通信事業者のアプリケーション提供サイトにおいて、連絡通報窓口が設置されている。

指針内容を踏まえ、電気通信事業者協会が策定したガイドラインにおいて、利用者が容易に到達できるような分かりやすい連絡窓口を設置し、プライバシーやセキュリティ上利用者情報の取扱いが適切ではないアプリケーション等についての情報を積極的に収集し、不適切なアプリケーションが判明した場合には、当該アプリケーションの削除、利用者への注意喚起、関係事業者間の情報共有等の対応をすることが求められている。

(2) OS事業者等のアプリケーション提供サイト

指針において、OS提供事業者等のアプリケーション提供サイトは、説明や情報取得の方法が適切ではないアプリケーションが判明した場合の対応を検討するとともに、連絡通報窓口を設置することとされている。

既に、OS事業者等のアプリケーション提供サイトにおいて、連絡通報窓口が設置されている。

(3) 課題

移動体通信事業者やOS提供事業者が連絡通報窓口を置いている場合に、プライバシーやセキュリティ上利用者情報の取扱いが適切ではないアプリケーションについてどのように判断すべきか。適切ではないアプリケーションが判明した場合、どのように取り扱うことが望ましいか。

- アプリケーション提供サイト運営者自身が、特定のアプリケーションについて、利用者情報のプライバシーやセキュリティ上適切ではない、説明や情報取得の方法が適切ではない等と判断可能であるか。
- 適切ではないアプリケーションについての判断基準についてどのように考えるべきか。個別判断をアプリケーション提供サイトが行う場合も、あらかじめ一定の基準が明らかにされることが望ましいのではないか。また判断基準において共通する部分は何か。

- 特定のアプリケーションがプライバシーやセキュリティ上適切ではないと判断された場合の対応としてどのようなものがあるか。対応の内容や方針をあらかじめ定めた上で、利用者に対し説明しておくことにより、利用者が当該アプリケーション提供サイトの性質についてよく判断できるようになるのではないか。

移動体通信事業者、OS提供事業者、セキュリティベンダーやセキュリティ関係機関等が設ける連絡通報窓口の間の連携が有用ではないか。

- 移動体通信事業者やOS提供事業者とともにセキュリティベンダーやセキュリティ関連機関等において、独自の連絡通報窓口を有している場合もある。これらの連絡通報窓口が一般に周知されれば、プライバシーポリシーの不備があるアプリなどについて、一般からも幅広く情報提供を受けることが可能となることが期待されるのではないか。
- 複数のアプリケーション提供サイトやセキュリティベンダー等の連絡通報窓口間において、このような情報共有が図られることが望ましいのではないか。
- これら情報提供に基づき、関係団体・機関や技術・法律の専門家がこれをチェックするとともに、アプリケーション提供サイト運営事業者と情報共有し、対応を実施できることが望ましいのではないか。

第3章 第三者検証等に関する現状と主な論点

「スマートフォン利用者情報取扱指針」や業界団体ガイドラインに沿って、アプリケーション及び情報収集モジュールごとの適切なプライバシーポリシーが作成され、利用者情報の適切な取扱いがなされることが期待されている。さらに、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において、実際に個々のアプリケーション等について、利用者情報の適切な取扱いが行われているかどうか等を、運用面・技術面から第三者が検証する仕組みが民間主導により整えられることが望ましいとされている。

スマートフォンの普及が進展しアプリケーションの数も増加する中で、第1章においても示されたように、利用者情報を狙う不正アプリケーションが増加している状況を踏まえ、また不正アプリケーションと直ちに判断できなくとも、利用者情報を適切に取り扱っていないおそれのあるアプリケーション等も存在することに鑑み、利用者情報の取扱いに関する危険・注意情報を集約し、関係者内で共有したり、利用者に対して必要な情報を分かりやすく発信したりする必要性が高まっていることから、早急に実効性ある運用体制が構築されることが望まれる。

1 利用者情報に関する検証の現状

(1) 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」における記述内容

「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」の実効性確保に向けて、具体的には、①アプリケーション等のプライバシーポリシーの作成・公表の有無、②当該プライバシーポリシーの内容の妥当性、③アプリケーション等を技術的見地から専門的に検証・確認すること（実際の動作が当該プライバシーポリシーの表示内容に合致しているかどうか等を含む。）が求められ、そのためには、審査基準をはじめとした運用方針の策定や技術的な検証を行い、その結果を公表したり、マーク等により表示したりすることが考えられる²⁸。

このような仕組みは、アプリケーション提供者においては、例えばあらかじめその提供するアプリケーションについて、指針等に沿った適切な取扱いを行っていることを第三者に検証してもらい、その旨を表示する機会を得ることにより、当該アプリケーションに対する利用者の信頼向上につながる可能性が指摘されている。

また、利用者にとっては、個々のアプリケーションについて、専門家である第三者が検証した知見及び結果がマーク等の何らかの形によって分かりやすく表示されれば、利用者情報を適切に取り扱っていると考えられるアプリケーションを容易

²⁸ 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」第5章 70 ページ脚注 18

に判別できることが可能となることから、アプリケーションへの信頼性、透明性が向上するものと期待される。

このような、アプリケーションの検証スキームの検討に当たっては、アプリケーション検証の位置づけ、検証対象となるアプリケーションの範囲等を含めた多様な課題・論点について検証しつつ、利用者情報の取扱いと不正アプリケーション対策等について関係者が連携し実効性のある仕組みを構築することが望ましい²⁹と指摘されている。

（２） 利用者情報に関する検証内容と実例

利用者情報に関する検証は、大きく分けて、「アプリケーション等のプライバシーポリシーの記載の検証」と「利用者情報の観点での技術的検証」の２つに分類される。

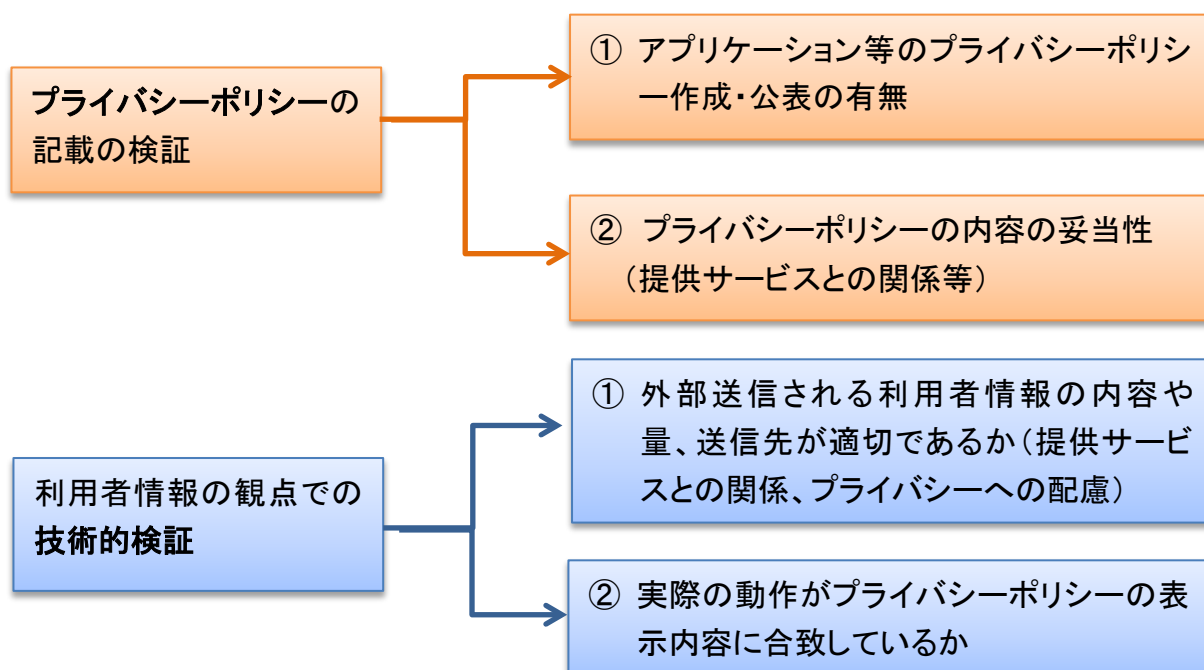
プライバシーポリシーの記載の検証については、①アプリケーション等のプライバシーポリシー作成・公表の有無の確認、②当該プライバシーポリシーの内容の妥当性に係る確認が必要である。

技術的検証は、アプリケーション等を技術的見地から専門的に検証・確認することであり、①動的解析（アプリを実際に動かし、その挙動を検査）、②静的解析（アプリの構成ファイルを分析し問題を抽出、可能性（能力・権限）を検査）等の検証手法を、求められる検証内容に応じて検討するものである。技術的検証における審査基準は様々な観点があり得るものであり、実際の動作や機能を解析・分析し、①外部送信される利用者情報の内容や量、送信先が適切であるかどうか（提供サービスとの関係、プライバシーへの配慮）、②実際の動作が当該プライバシーポリシーの表示内容に合致しているか等について確認することが考えられる。

プライバシーポリシーの記載の検証と技術的な検証を同時に行うことにより、プライバシーポリシーへの記載内容に一致した形でアプリケーションが動作しているかどうかについて検証することが可能となると考えられる。

²⁹ 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」第５章 71 ページ

図表 1－3－1：プライバシーポリシーの検証と技術的検証



【プライバシーポリシーの記載の検証】

アプリケーション等のプライバシーポリシーの検証については、現在試行的な検討がいくつか行われている。例えば、一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会技術部会アプリケーション解析技術タスクフォースにおいて、アプリケーションのプライバシーポリシーの読み解きの試行が行われた。情報セキュリティ格付け制度研究会（株式会社アイ・エス・レーティング）はアプリ提供組織（企業・団体）からの依頼に基づき、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を踏まえたプライバシーポリシー等の実施状況について確認することを予定している³⁰。

前述したように、現段階では、アプリケーションのプライバシーポリシーの整備率や記載様式の統一が十分高くはないため、読み解く手間がかかることも指摘されており³¹、プライバシーポリシーについて記載様式や記載場所が標準化されることが、今後の検証の効率化と普及のために重要であると考えられる。

³⁰ WG 第2回会合資料6「スマートフォン・アプリケーション格付け準備状況」（株式会社アイ・エス・レーティング）。

³¹ WG 第2回会合資料5「JSSEC アプリ解析技術タスクフォース活動のご紹介」（JSSEC）。プライバシーポリシーについて、記載様式や記載場所が標準化されることが、検証の効率化のために重要であり必要であるとしている。

【利用者情報の観点での技術的検証】

利用者情報に関する技術的検証については、アプリケーション提供サイト運営事業者、セキュリティベンダー・セキュリティ診断・調査事業者やレビューサイト運営者、業界団体や研究機関等も行っている事例がある。

① アプリケーション提供サイト運営事業者による検証

例えば、加入者向けのアプリケーション提供サイト（au Market）を運営する KDDI は、アプリケーション提供者から利用者情報の取扱いに関する申請を受け付けた上で、掲載前にアプリケーションについて利用者情報の取扱いの観点から動的解析及び静的解析などによる技術的検証を行っている。また、透明性を高める観点から、au Market からアプリケーションをダウンロードする際に、利用者がスマートフォンの画面でどのような利用者情報が外部送信されるか確認できる説明画面³²を作成している。

図表 1-3-2 :
利用者情報の扱いに関する申請画面の例
(au Market)

利用者の情報の外部送信有無・通話料金発生有無登録

図表 1-3-3 :
ダウンロード時の利用者向け説明画面の例
(au Market)

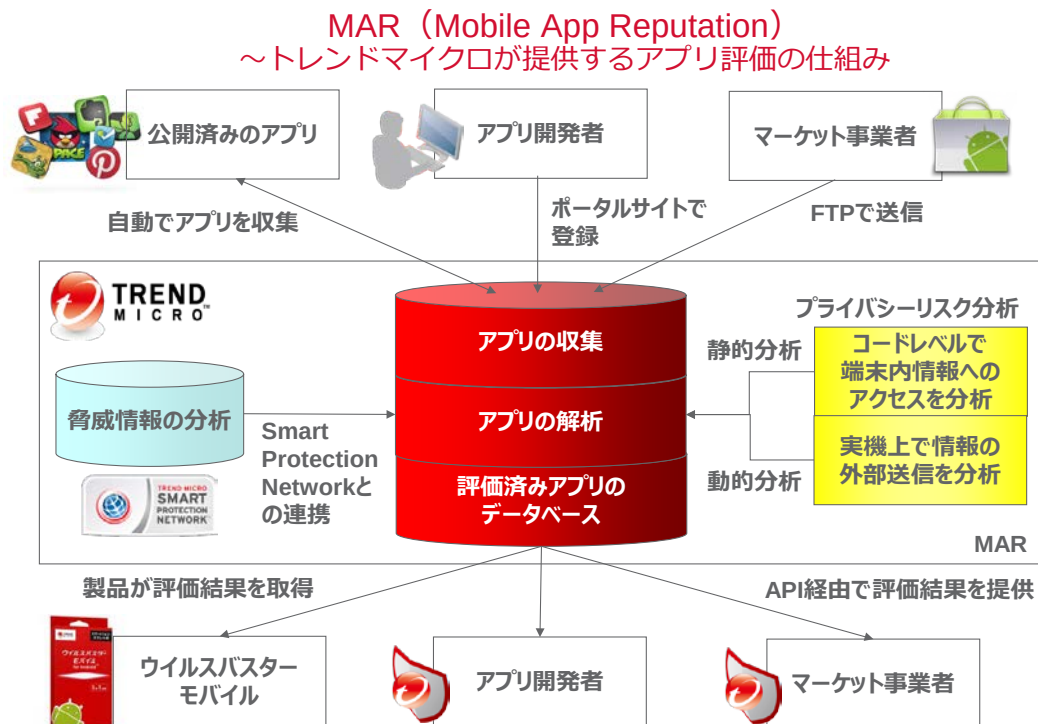
The screenshot shows the 'Markel Simple' app interface. At the top, there's a status bar with icons for location, Wi-Fi, cellular signal, battery, and the time 18:32. Below the status bar is a header with the app name 'Markel Simple' in a stylized font and a version identifier '[Ph7] cb1p7_0059' next to it. The main content area is titled 'コンピジ 1' and contains a section '利用者情報外部送信について' (About external transmission of user information). This section explains that user information is transmitted to the following items and asks the user to confirm: 1. '送信する利用者情報※' (User information to be transmitted): Android ID, IMEI, IMSI, and AuthToken. 2. '送信する目的' (Purpose of transmission): To provide the latest information. 3. '送信先' (Transmission destination): To the company (indicated by a triangle symbol) and to third parties as noted above. Below this, a section '通話料金が発生するサービスの利用について' (About using services that incur call charges) states that the app includes call charge functions. At the bottom, there are two buttons: '承諾する' (I agree) and '承諾しない' (I do not agree).

³² 送信する利用者情報、送信目的、送信先等を簡易にスマートフォン画面上に表示する。

② セキュリティベンダーによる検証

また、トレンドマイクロ株式会社は、100 万以上のアプリケーションについて静的解析³³及び動的解析³⁴を行った上でレピュテーションスコアとレポートを生成し、MAR (Mobile App Reputation) というデータベースとして運用しており、①不正な挙動の分析（アプリケーションの不正な振る舞いの有無、不正な署名情報による改造アプリや海賊アプリの分析・評価）、②プライバシーリスク（外部に送信しようとするプライバシー情報に関するリスク分析・評価）、③システムリソースの消費についての情報をとりまとめている。特にプライバシーリスクについては、このMAR を活用し、データ外部送信について積極的に検出しており、契約者・端末固有 ID (IMEI/IMSI/SIM_SN 等)、電話番号・アカウント、位置情報、電話帳（着信履歴・連絡先）、利用者入力情報、データベース情報（写真・動画、音楽ファイル、ボイスレコーダー）等に着目し、4 段階に区分し、リスクを分析しているとしている³⁵。

図表1-3-4:トレンドマイクロ社のアプリ評価の仕組み



³³ 外観から判断できる情報（ハッシュ値など）とソフトウェア解析。

³⁴ アプリケーションを実機上で動作させ実際の動作を分析。

³⁵ WG 第4回会合資料3「スマートフォンのプライバシー保護に関する取り組み」(トレンドマイクロ株式会社)。

③ レビューサイト運営事業者による検証

レビューサイトであるアンドロイダーは、2012 年（平成 24 年）10 月以降、「安全なアプリのみを紹介するプラットフォーム」にリニューアルしたとしている。アプリ開発者の実在性を確認した「公認デベロッパー」が開発したアプリケーションのうち、パーミッションの妥当性の確認とウィルススキャンを行ったアプリケーションのみを「公認アプリ」としてレビューサイトに掲載するという仕組みである³⁶。また、2013 年（平成 25 年）2 月から、アンドロイダーの運用で蓄積されたセキュリティ審査済みのアプリ情報を無償提供するサービスを開始している³⁷。

④ 技術的検証の現状に関するマッピング

プライバシーポリシーの検証及び利用者情報に関する技術検証の両方を行う者（右上の領域）は現段階において多くはないが、アプリケーション提供サイト運営者、セキュリティベンダー、レビューサイト等の中に、技術検証とともに、プライバシーポリシーについて何らかの確認や検証を検討している場合がある。

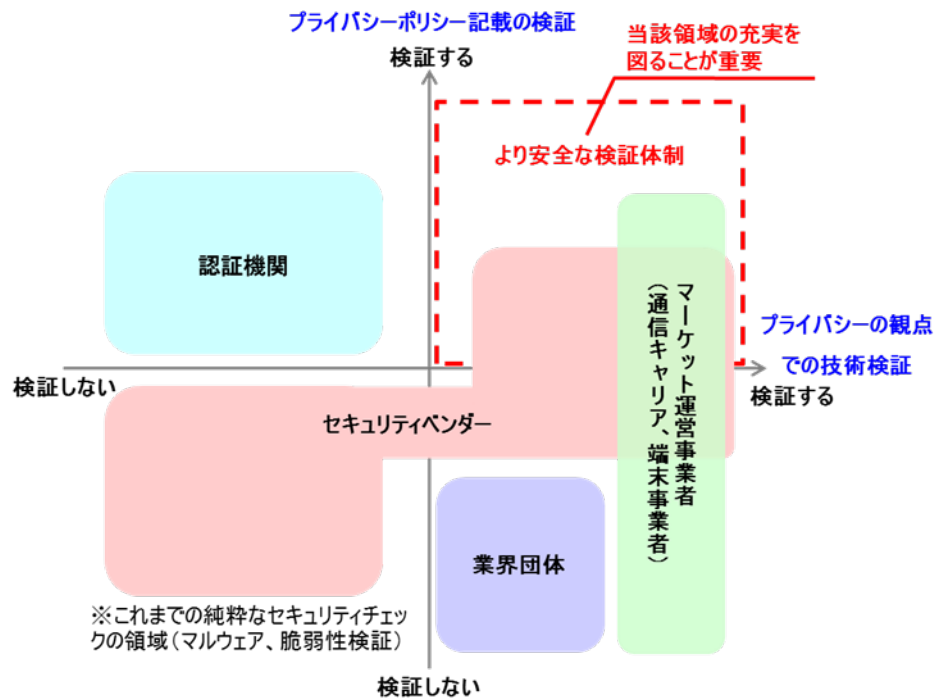
既存の認証機関等が、プライバシーポリシーが作成されていること等について検証を行う可能性もあり、技術検証を伴わない検証の場合もあり得る（左上の領域）。

また、アプリケーション等についてマルウェア検証及び脆弱性検証等を行う能力を有する者もは多くおり、これらの者（主に左下の領域）が既存の技術検証を行う際に併せて利用者情報に関する技術検証等を行うことも可能であると考えられる（右の領域）。

³⁶ WG 第 1 回会合資料 7 「スマートフォンセキュリティ時代！「アンドロイダー」の取り組み」（アンドロイダー ㈱）。

³⁷ 企業向けのモバイル端末管理（MDM）連携などビジネス向けにも利用可能となっている。

図表 1－3－5：利用者情報に関する検証の現状



出典：WG 第4回資料4 スマートフォンアプリケーションの表示・検証に関する国内・海外動向

（参考）

従来からスマートフォンのアプリケーション等に行われてきた検証として、マルウェア検証及び脆弱性検証がある。

マルウェア検証は、アプリケーションの動作や機能を解析・分析し、アプリケーションがマルウェアなのかどうかを検証することであり、セキュリティベンダーが自らのセキュリティ対策ソフト等へのサービス等にも活用するため一般的に実施する。また、アプリケーション提供サイト運営者が自ら運営するアプリケーション提供サイトに掲載するアプリケーション等について、自らの技術で又はセキュリティベンダーの技術支援を受けるなどして実施する。さらに、情報セキュリティ分野の業界団体や研究機関等もスマートフォンのアプリケーション等に関するマルウェア検証について実施している場合がある。このように、アプリケーション等に関するマルウェア検証等を実施できる主体は多く存在している。

脆弱性検証は、アプリケーションの動作や機能を解析・分析し、スマートフォンやアプリ内情報利用、他アプリケーションとの連携やサーバーとの通信等を行う際に攻撃されやすい脆弱性がないかどうか等を検証³⁸することであり、セキュリ

³⁸ 一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会は脆弱性対応を含むアンドロイドアプリのセキュアコーディングガイドを発表。「Android アプリのセキュア設計・セキュアコーディングガイド」（2012年11月1日版）。
http://www.jssec.org/dl/android_securecoding.pdf。

ティベンダーやセキュリティ診断・調査事業者等により、アプリケーションの動作確認や脆弱性検証のサービスが提供されつつある。

2 第三者検証に関する主な論点

第3章1において述べた現状等も踏まえつつ、本項においては、これまで提起された第三者検証に関する主な論点について整理する。論点としては、

第1に、第三者検証の検証体制の在り方、検証コストの負担の在り方

第2に、アプリケーション等のプライバシーポリシーの記載の検証について

第3に、アプリケーション等の技術的検証について

第4に、検証結果の表示方法について

第5に、アプリケーション開発者や一般利用者への周知啓発や相談窓口について

第6に、第三者検証の適正性の担保方法について

各論点に関する詳細な検討については、今後本WGの中において継続的に議論を進め、WG提言の最終取りまとめに向けて検討を深めることとする。

(1) 第三者検証の検証体制の在り方、検証コストの負担の在り方

第三者検証の検証主体として、どのような者が適当であるか。

- 第三者検証の主体としては、移動体通信事業者やアプリケーション提供サイト運営者へ大きな期待が寄せられるのではないか。
- セキュリティベンダー、レビューサイト、認証機関などについても、第三者検証において役割を果たすことが期待されるのではないか。
- 検証の主体については検証の枠組みや方法を具体化していく中で、広く関係事業者や関係機関等も視野に入れて検討してはどうか。事業者による自主的な取組や創意工夫の動きにも配慮してはどうか。
- 自らアプリケーション提供を行っていない者の方が、アプリケーションについてより客観的な第三者として検証を行うことができるのではないか。
- 今後一般事業会社もアプリを提供することが予想される。プライバシーマーク等の運用においても、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を取り入れて認証基準の見直しを行うよう要請すべきではないか。

第三者検証の仕組みは、自然発生的に複数のものがあると考えてよいと考えるか。最低限何らかの統一的な検証基準等が必要とされるか。検証の信頼性や使いやすさを高める観点から、どのような点に留意すべきか。

- アプリケーション等の事前審査、認定、格付けなど様々な民間サービスが提供され、優良事業者の差別化と利用者保護に寄与することが望ましいのではないかな。
- 検証方法について一定の検証基準を業界内において検討し明らかにしておくことが望ましいのではないかな。当該第三者検証が「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に基づき、どのような手法で何を検証した結果であるのかということを示し、利用者が検証結果の意味を理解できるようにしていく必要があるのではないかな。
- 様々な民間サービスが提供される場合、このようなアプリ検証について各機関のカバー範囲の明確化の方法を検討することが必要ではないかな。

検証コストの負担の在り方についてどう考えるべきかな。

- アプリケーションのプライバシーポリシーの検証及び技術的検証も行う場合、その精度にも応じて検証費用が発生すると考えられるが、この第三者検証において発生する費用負担の在り方をどのようにすればよいかな。
- 第三者検証を行う費用負担を誰が行うことが適切かな。利用者が情報提供サービス等を利用するために負担する場合、アプリケーション提供者が負担する場合、アプリケーション提供サイトやレビューサイト運営者が負担する場合などの方法があるが、どの方法が適切かな、あるいはこの他にどのような適切な方法が考えられるかな。
- 第三者検証にどの程度の費用がかかるのかな。一つのアプリケーションごとにどの程度の費用がかかるのかな。それぞれの費用負担方法の場合に金額としてどの程度となり、その金額は実現可能性が高いと考えられるかな。
- 第三者検証を進めるためのインセンティブを検討する必要があるのではないかな。

ハイレベルな検証はコストが高く、中小零細のアプリ開発者にはコスト負担がでない可能性があるのではないかな。多くのアプリ開発者が受けることが可能な「軽い検証」の仕組みについても検討すべきではないかな。
--

- アプリケーション提供者の存在確認、アプリケーションのプライバシーポリシーの有無・満たすべき項目を確認する「軽い検証」を幅広く行うことも検討してはどうか。
- 大半のアプリケーション提供者は、悪意があるわけではないがコストがかかけられない状況。コストが高いハイレベルな検証しかないとな、ハイレベルな検証を受ける余裕のない中小零細のアプリケーション提供者によるアプリケーションが何ら検証を受けることなくマーケットに並ぶことになってしまわないかな。

(2) アプリケーション等のプライバシーポリシーの記載の検証について

アプリケーション及び情報収集モジュールのプライバシーポリシーを検証する際に、どのような点に着目して実施すべきであるか。何らかの検査基準があった方がよいか。

- 最低限の検証基準が統一されていた方がよいのではないか。
- 各アプリケーションのプライバシーポリシーが作成されているか、企業全体のプライバシーポリシーとは区別して作成されているか、利用規約とは区別して作成されているか等について確認してはどうか。
- 掲載場所が一般利用者から見て容易に分かる場所かどうかを確認してはどうか。
- 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において記載が求められる8項目について分かりやすく記載が行われているかについて確認してはどうか。
- プライバシー性の高い情報を取得する際に、個別同意のためのポップアップが出て利用者が内容を確認の上同意ができるかどうか確認してはどうか。³⁹
- 日本語で記載されているかどうか確認してはどうか。
- (情報収集モジュールを含む場合) 情報収集モジュールについて記述があるかどうか。確認してはどうか。

アプリケーションのプライバシーポリシーの検証をしようとすると、掲載方法や記載内容(様式)やバラバラであり、読み解きに苦労している。アプリケーションのプライバシーポリシーにおける記載内容や掲載方法などについて、何か基準が必要ではないか。

- アプリケーションのプライバシーポリシーの掲載場所、ポップアップの表示方法などについて、標準的な方法に統一することが、利用者にとって分かりやすく、検証にも資するのではないか。
- アプリケーションのプライバシーポリシーにおいて、指針により記載を求めている8項目について、指針及び業界ガイドライン等を参照しつつ、標準的な様式に基づき記載することが、利用者にとって分かりやすく、検証にも資するのではないか。

³⁹ 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において、「個別の情報の取得」について同意取得が望ましいとされた、プライバシー性の高い情報(電話帳、位置情報等)を取得する場合のポップアップの有無等の検証方法についても確認。

- 内包している情報収集モジュールについての記載を支援する観点から情報収集モジュールについての統一的なデータベース等や情報提供を検討してはどうか。
- 検査を確実かつ効率よく実施するのに適した実装の検討を行ってはどうか。
(例えば、共通の名称のファイルに、共通の書式(共通のタグを持つXML など)で記載する方法など、自動的な解析手法の導入しやすい方法についても検討してはどうか。)

(3) アプリケーション等の技術的検証について

アプリケーション及び情報収集モジュールについて技術的検証を行う際に、どのような点に着目して実施すべきであるか。何等かの検査基準があった方がよいか。

- 最低限の検証基準が統一されていた方がよいのではないか。
- 利用者情報の実際の取扱いを見た上で、プライバシー性の高い情報が、外部に送信されているかどうか、送信先の信頼度がどうか等について確認してはどうか。
- 利用者情報の実際の取扱いを見た上で、その取扱いがアプリケーションのプライバシーポリシーの内容と合致しているかどうか検証をしてはどうか。実際のアプリケーションの動作とアプリのプライバシーポリシーが不一致の場合については、原則として問題があると考えるべきではないか。

アプリケーション及び情報収集モジュールについて技術的検証を行う際に、どのような手法により行うべきであるか。

- 使用する検証手法(動的解析(自動・手動)、静的解析(自動・手動))による検証可能範囲の違いを把握した上で、求められる検証内容に応じて最適な検証方法や体制の在り方について検討する必要があるのではないか。
- 動的解析は、情報の外部送出を発見しやすいが、一方、すべての挙動を起こすのは難しく、検出漏れが出る可能性があることに留意すべきではないか。また、動的解析のうち初期設定やユーザー登録を要するアプリケーション等は手動操作が必要であるなど、一定の手間と時間・コストがかかることに留意すべきではないか。⁴⁰
- 静的解析は、網羅性が高く情報収集モジュール等の発見等もしやすいが、一方、実際に情報を外部送信しているかどうか判断が難しい場合があるため、動的解析等と必要に応じて組み合わせることが適切ではないか。⁴¹

⁴⁰ WG 第2回 資料5「JSSEC アプリ解析技術タスクフォース活動のご紹介」(JSSEC)。

⁴¹ WG 第2回 資料5「JSSEC アプリ解析技術タスクフォース活動のご紹介」(JSSEC)。

- 共通的な検証手法・検証項目を検討し、事業者間で共有し、技術力向上を図ることとしてはどうか。⁴²

(4) 検証結果の表示方法について

検証結果について、どのような方法で活用することが想定されるか。一般利用者に対して情報提供を行う場合に、どのような形で行うことが望ましいか。何らかのマーク等で表示することも検討すべきか。

- 利用者情報に関する検証結果については、①公表せず内部情報とされる、②検証を依頼した者のみに提供、③一般利用者に情報提供・公表するなど様々な活用方法が想定されるのではないか。
- 利用者情報に関する検証がアプリケーション提供サイトやレビューサイトの運営やセキュリティ情報提供等に活用され、結果的に一般利用者の安心安全につながる場合もあり得るのではないか。
- 一般利用者に対して検証結果について表示する場合、利用者が検証結果をどう理解しどう活用すればよいか分かるようにした方がよいのではないか。
- 何らかのマーク等を「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」に関連して設ける場合、そのマークはどのような手法で何を検証した結果であるのかということを公表した上で、利用者が検証結果の意味を理解できるようにする必要があるのではないか。
- 検証方法について一定の基準を業界内において検討し明らかにしておくことが望ましいのではないか。

利用者に一定の安全性を保障する検証の結果を表示することにより、安全なアプリケーションを見分けられるようにすること（ホワイトリスト的検証表示）についてどう考えるか。

- 利用者情報の観点から一定の検証結果により安全であると考えられるアプリケーションのリストに対する社会的ニーズは高いのではないか。
- どのような検証基準に基づきどのような検証結果が得られたのか一定程度説明することが望ましいのではないか。
- 企業等において、それぞれの情報セキュリティ基準等に応じ、カスタマイズしたホワイトリストを希望するニーズもあるのではないか。
- 特定のアプリケーション提供サイトやレビューサイトが一定の基準により検証を行ったもののみを掲載していることを公表している場合、その検証のレベルに基づく一種のホワイトリスト的意味合いがあるのではないか。

⁴² WG 第2回会合資料5「JSSEC アプリ解析技術タスクフォース活動のご紹介」(JSSEC)。

多くのアプリ開発者が受けることが可能な「軽い認証」の仕組みについても検討すべきではないか。

- アプリケーション提供者の存在確認、アプリケーションのプライバシーポリシーの有無・記載項目程度の検証結果を公表する「軽い認証」は、多くのアプリケーションをカバーできる仕組みとして有用ではないか。
- 「軽い認証」において問題が生じた際に迅速に把握を行う仕組みを組み合わせることも必要ではないか。必要に応じて事前あるいは事後に詳細を専門家が確認するなどゆるやかな仕組みが有用ではないか。
- 「軽い認証」の実効性を確保するための仕組みが重要ではないか。例えば、アプリケーション提供者が自らアプリケーションのプライバシーポリシーを宣言し、このアプリケーションのプライバシーポリシーへの違反が疑われた場合には第三者機関や専門家の調査に応じ、従わない場合には流通を止める等で実効性が担保できないか。

アプリケーションの危険性を注意喚起する検証結果の表示（ブラックリスト的表示）についてどう考えるか。

- 明らかに悪意のあるアプリケーションと、説明が不足している不注意なアプリケーションについては一定程度分けて考えるべきではないか。危険性を注意喚起すべきアプリケーションの中にも、明らかなマルウェアから注意を要するグレーなアプリまでありえるが、その両者の判断基準等について関係者間で検討を深めてはどうか。
- マルウェアや情報漏えいのリスクのあるアプリケーションについて、ブラックリストとしてデータベース化しその結果を提供することは有用ではないか。
- 利用者が利用できるようなブラックリストが必要ではないか。
- 問題あるアプリが発見された時点で、いち早くユーザーに周知するための方法について議論すべきではないか。例えば、問題あるアプリを発見できるアプリ（問題アプリのリストは常時更新）、問題あるアプリのリストが一元化されたサイト、問題あるアプリのリストを入手できるサイトへのリンクが一元化されたサイトなどを検討してはどうか。
- 当該アプリがどのような情報をスマホから外部送信する可能性があるかをウィルス対策ソフトを通じて示し、利用者はそれを確認の上使用を続けるか該当するアプリを削除するか選択する手法も利用者に対する提示方法としては有効なのではないか。
- プライバシーポリシーと実際の情報収集に乖離のあるアプリについて、アプリケーション提供サイト運営者が警告を出したり、市場から削除したりする対応は可能であるか。明らかに悪意のアプリケーションに対する警告発出や市場か

ら削除する基準については、あらかじめ検討し明らかにした上で共有してはどうか。

- 不適切／迷惑なアプリについても類型化を図り共有してはどうか。

プライバシー・バイ・デザインの原則を踏まえた第三者検証の表示・活用について

- 第三者検証結果を、利用者がどのような形で表示・活用される環境が整えられることが、プライバシー・バイ・デザインの観点から望ましいと考えられるか。①可視性と透明性、②ゼロサムではなくポジティブサム、③個人のプライバシー尊重等の観点から、第三者検証の表示・活用は効果的であると考えられるか。
- デフォルト設定によるプライバシー保護を目指すためには、第三者検証の結果をどのように活用することが現実的でありかつ効果的であると考えられるか。

(5) アプリケーション開発者や一般利用者への周知啓発や相談窓口について

アプリケーション検証の基準についてアプリ提供者にどのように周知すべきか。注意すべき事例や共通的事項などについてどのように扱うべきか。

- アプリケーション検証の基準についてアプリケーション提供者にあらかじめ示し適正なアプリケーション開発を促すとともに、善意の開発者が開発したアプリであるにも関わらず問題アプリとされてしまう危険性がないようにすべきではないか。
- 利用者情報の取扱いに関する意識がアプリ提供企業側にもアプリケーション開発者側にも理解も、意識も低く、パーミッションに関する理解・知識不足が見られる場合もあるのではないかと。アプリケーション提供企業側（発注者）及びアプリケーション開発者側（受注者）の双方への啓発活動が必要ではないか。
- 一部の情報収集モジュールが適正なプライバシー情報の取扱いをしていない場合、当該 SDK を十分認識しないまま組み込んだアプリが不正アプリとなってしまう可能性も否定できないのではないかと⁴³。情報収集モジュールについて情報共有をすべきではないか。

一般利用者にアプリケーションの検証についてどのように周知すべきか。相談窓口についてどのように考えるか。

- アプリ利用における利用者情報取扱いに関する消費者への注意喚起等を通じた利用者リテラシーの向上については、アプリ提供者、行政機関、アプリ提供

⁴³ WG 第4回会合資料3「スマートフォンのプライバシー保護に関する取り組み」(トレンドマイクロ株式会社)。

サイト運営者、移動体通信事業者、セキュリティベンダー、消費者団体、そのほか教育関係者等の関係団体が協力して実施することが望ましいのではないかな。

- 利用者が不正アプリに気がついたときのための、適切な相談窓口や連絡窓口を設けることが必要であり、利用者が困った時は窓口で相談できる環境が重要ではないかな。
- 不正アプリが発見された場合に、自らの端末からも不正アプリにより利用者情報が外部送信されてしまったかどうかを知りたいというニーズもあるのではないかな。

プライバシー・バイ・デザインの原則を考慮した利用者情報のライフサイクルについて

- アプリケーション提供者等が取得した後の情報の取扱いについて、どのように把握し検証すべきであるかな。利用者からの申請や要求への対応体制、安全管理措置、利用者の意図に反して取得されてしまった情報の取扱い等について第三者検証の中に含めるべきかな。

(6) 第三者検証の適正性の担保方法

第三者検証の適正性の担保方法について検討しておく必要があるのではないかな

- ポリシー通りの運用が行われないケースをどのような基準や方法で把握するのか。特にホワイトリストに掲載されたアプリ検証をどうするのか。第三者検証自体の信頼性を損なわないようにどのような工夫が必要であるかな。
- プライバシーポリシーのみの検証を行う場合、プライバシーポリシーのみを美しく書くような確信的違反者の可能性について注意が必要ではないかな。技術的検証も併せて行えるような体制が必要なのではないかな。
- 検証により「適正」とされたアプリであっても不正が行われてしまった場合の対応をどうすべきであるかな。利用者被害について、ある種の「保険」的サービスによるセーフティーネットが必要であるかな。
- アプリケーションのサービス開発のスピードにキャッチアップできる検証の仕組みをどのようにしたら確保できるのかな。

信頼性を確保するための枠組みについて

- 第三者検証に関し、第三者検証の基準や検証方法・業務の妥当性や第三者検証の結果の信頼性を確保するために何らかの措置や制度的枠組みの検討が必要かな。

- 第三者検証の結果を利用者に表示したり、アプリケーション等の安全性を保障する認定を行おうとする場合、表示や認定を行おうとする者の信頼性や業務の適切性を確保するために何らかの措置や制度的枠組みの検討が必要であるか。

新たな技術導入に対するプライバシー・バイ・デザインの原則による対応について

- 今後、スマートフォンにおける新たな OS（Firefox OS⁴⁴、Tizen⁴⁵等）の導入、HTML 5 によるアプリケーションの普及やそれに伴う新たなアプリケーション提供サイトの導入などに際し、どのように設計時からプライバシー保護を組み込むことが望ましいか。
- あらかじめのサービス仕様で対応すべきところと、第三者検証の効果的活用で対応すべきところについてどう考えるべきか。

⁴⁴ Firefox OS：非営利団体モジラ財団傘下のモジラが開発するスマートフォン（高機能携帯電話）用の新たな基本ソフト（OS）。KDDI、ドイツテレコム、チャイナユニコム、端末メーカーは韓国 LG 電子、米クアルコム、中国 ZTE、ソニーモバイルコミュニケーションズなどが参加。

⁴⁵ TIZEN（タイゼン）：スマートフォン（高機能携帯電話）用の新たな基本ソフト（OS）。オープンソースの OS 「Linux」をベースに、インターネットの標準言語「HTML5」で作られている。NTT ドコモ、サムソン電子などが参加。

第4章 海外における検討・対応状況の概要

世界的にスマートフォンの普及が進展しており、スマートフォンにおける利用者情報の適正な取扱いの在り方やスマートフォンに係るプライバシー問題が、諸外国においても政策課題となっている。

「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」において提言されているように、プラットフォームやアプリケーションの提供は、外国事業者や国境を越えてグローバルな活動を行う事業者によりなされる場合が多いことから、スマートフォンの利用者情報の適正な取扱いを効果的に確保していくためには、二国間・多国間の場を活用した課題解決に向けた情報共有や連携が重要であり、官民を挙げて国際的な取組を推進する必要がある。

1 米国

(1) インターネットエコノミーに関する日米政策協力対話

インターネットの経済的側面に焦点を当てた政策全般について、総務省情報通信国際戦略局長と米国国務省大使の間で定期的を実施しているインターネットエコノミーに関する日米政策協力対話⁴⁶（第4回）が2012年（平成24年）10月米国ワシントンD. C. で開催され、日本側からは「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」について総務省から紹介を行い、米国側からは商務省・国家電気通信情報庁（NTIA⁴⁷）よりホワイトハウスの政策大綱を踏まえ、モバイル・アプリの透明性向上のための行動規範について議論が行われていることについて紹介があった。

政府間共同記者発表において、消費者のデータ保護については、「双方は、スマートフォンの利用者のプライバシーに関するスマートフォンのアプリケーションの透明性の重要性と、リテラシー向上について議論を行った。双方は、安心安全なICTの利活用の環境を確保し、移動体通信市場の継続的な発展を確保するため、引き続き、消費者のデータ保護に関するベストプラクティスとアップデートを共有していくことで一致した。」と発表されている。

⁴⁶ この対話は、日米首脳会談(2012年（平成24年）4月30日)で、日米関係の強化・拡大を目指す「日米協力イニシアティブ」の一環として位置づけられている。第4回会合には、米側からは、国務省、連邦政府CIO、商務省（NTIA）、国土安全保障省、連邦通信委員会（FCC: Federal Communications Commission）、連邦取引委員会（FTC）等が参加。

⁴⁷ NTIA; National Telecommunications and Information Administration

（２） 米国内における検討の動き

① 商務省 NTIA によるマルチステークホルダー会合

ホワイトハウスの政策大綱（消費者プライバシー権利章典等）を踏まえ、NTIA が企業、業界団体、消費者団体等が一同に出席するマルチステークホルダー会合を開催している。パブリックコメントの結果を踏まえ、2012 年（平成 24 年）7 月より「モバイル・アプリの透明性」に関する行動規範の策定に向けた議論を開始している。

2013 年（平成 25 年）4 月までに 12 回の会合が開催されており、アプリ開発者協会（ADA⁴⁸）等が起草した行動規範の討議ドラフトに基づき簡略な通知への記載事項等に関する議論が行われている⁴⁹。また、簡略な通知に関連し、競争的テクノロジー協会（ACT⁵⁰）が提案する「プライバシー・ダッシュボード」等をユーザーに試用してもらうプロジェクトが提案されている。同年 6 月までに 3 回の会合開催が予定されている。

なお、政策大綱において、連邦取引委員会（FTC）は企業が遵守を宣言した行動規範に基づき執行が可能と言及されているが、今後、これら権利の法制化についても検討することとしている。

② 連邦取引委員会（FTC）

ア スタッフレポート：モバイル・プライバシー・ディスクロージャーズ：透明性の確保による信頼の構築

2013 年（平成 25 年）2 月、FTC スタッフレポートが公表され、同レポートに示す提言において、モバイルにおけるプライバシーの説明をきちんと行い、透明性を確保していくことが求められている⁵¹。具体的には、アプリケーション提供者、アプリケーション提供者の業界団体、プラットフォーム事業者（OS 事業者）、広告ネットワーク事業者等の各関係主体が果たすべき役割が示されている。

アプリケーション提供者に対して、プライバシーポリシーを作成しアプリケーション提供サイトにおいて示すこと、位置情報、電話帳、写真、カレン

⁴⁸ ADA: Application Developers Alliance

⁴⁹ ドラフトに対しカリフォルニア州司法長官室等からコメントが寄せられている。また、4 月 4 日会合において、FTC スタッフからスタッフレベルの非公式コメントとしていくつかの点で懸念が示された。

⁵⁰ ACT: Association for Competitive Technology

⁵¹ FTC が引用する調査結果によれば、利用者情報の取り扱いに不安があるためアプリを削除あるいはアプリのインストールをやめた事例が 57%あるとされる。Pew Internet & American Life Project, Privacy and Data Management on Mobile Devices（2012 年（平成 24 年）9 月 5 日）。

http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP_MobilePrivacyManagement.pdf

ダー、録画等のセンシティブあるいはセンシティブとなり得る情報を取得する場合、速やかに利用者に知らせ同意を取得することが提言されている。さらに、アプリケーション提供者の業界団体に標準化されたアプリケーションのプライバシーポリシーの策定を促進すること、簡潔な情報提供の方法を開発することが提言されている。また、プラットフォーム事業者に対して、アプリケーションがアクセスする情報の種類をワンストップで把握できるダッシュボード、利用者情報の送信を示すアイコンの開発が提言されている。また、アドネットワーク等によるトラッキングの可否を選択できるようモバイル向けの「Do Not Track」の仕組みを検討することが提言されている。

FTC は同提言が上記①の米国商務省 NTIA によるマルチステークホルダー会合の議論への有益なインプットとなることを期待するとしている。

イ スタッフレポート：子供向けのモバイルアプリ

2012 年（平成 24 年）12 月、FTC は「子供向けのモバイルアプリ：情報公開水準は未だ合格水準にない」を 2 回目のスタッフレポートとして発表した。この中で、多くのアプリケーションがどのような情報をどのような目的のために取得し誰がこの情報を共有するのか十分な説明を行っていないこと、機器の ID や位置情報、電話番号などが両親に知らされないまま第三者によって取得されている場合があること等を問題点として指摘しており、2012 年 2 月のスタッフレポート時に比べ状況が改善されたとは言えないとしている⁵²。

FTC はモバイルアプリの関係事業者（アプリケーション提供者、アプリケーション提供サイト運営者、広告配信事業者等）に対して、保護者が子供のためにアプリケーションをダウンロードするか判断をするために必要な情報が確実に提供することを推進することを求めている。また、FTC 報告書（2012 年（平成 24 年）3 月）を踏まえたプライバシー・バイ・デザイン、シンプルな選択肢の提供、透明性の増進を促している。また、FTC は、保護者を対象としたリテラシー向上に向けた取り組みを行うこととしている⁵³。

また、FTC はモバイルアプリの関係事業者による、児童のオンラインプライバシー保護法（COPPA）の遵守状況について調査を開始するとしており、「子

⁵² 子供向けカテゴリーのアプリを Android OS 又は iOS のそれぞれ 200 づつ調査した結果、約 60%が契約者・端末固有 ID、位置情報、電話番号等をアプリケーション提供者あるいはアドネットワーク等に送信しており、約 20%のアプリケーションのみが十分な説明を行っていたとしている。

⁵³ 2012 年 12 月の子供のモバイルアプリに関するスタッフレポートを踏まえ、2013 年 3 月、FTC は保護者等がどの子供向けのモバイルアプリをダウンロードするか意思決定をするために役立つ図解のツールとして、「子供のアプリについて知っておくために（"Keeping Up With Kids' Apps"）」を公表。
<http://www.ftc.gov/opa/2013/03/kidsapps.shtm>。

供向けのモバイルアプリ」に係る第3回目の調査を実施予定としている。

ウ FTC 児童のオンラインプライバシー保護法（COPPA⁵⁴）規則改正案

FTC はオンライン上における児童（13 歳未満）のプライバシー保護の強化をめざし、2010 年（平成 22 年）より児童オンラインプライバシー保護法規則のレビューを開始し、2012 年（平成 24 年）12 月、児童オンラインプライバシー保護法（COPPA）規則の改正案を発表している。保護者への通知及び同意なしに収集できない「個人情報」として、「位置情報、子供の顔や声が含まれる写真、ビデオ、オーディオ」も含める案となっている。また、IP アドレスや携帯端末 ID など、異なるウェブサイトやオンラインサービスをまたいで利用者の識別が可能な ID についても COPPA の対象範囲として拡大、データセキュリティ保護・保存・削除についても対応を求めている。さらに、FTC による自主規制セーフハーバープログラムに対する FTC の監督権限が強化されている。

③ カリフォルニア州の司法長官「モバイル端末におけるプライバシーに関する提言」

2013 年（平成 25 年）1 月、カリフォルニア州の司法長官が「モバイル端末におけるプライバシーに関する提言」を公表した。同提言において、モバイル・アプリにおけるプライバシー保護に向けて、アプリケーション提供者、アプリケーション提供サイト運営者、モバイル広告ネットワーク事業者、移動体通信事業者の各関係主体が果たすべき役割が示されている。

アプリケーション提供者に対しては、アプリケーションの基本機能に不要な個人情報の収集を回避又は制限すること、明確で正確なプライバシーポリシーを作成し、利用者に明示的にアクセス可能とすること、利用者の注意を引く通知方法を用いること等を提言している。また、アプリケーション提供サイト運営事業者には、アプリケーション提供サイトからアプリケーションのプライバシーポリシーへアクセスできるようにすること、利用者へモバイルプライバシーについて周知啓発することとされた。さらに、モバイル広告ネットワークに対しては、アドネットワークに関するプライバシーポリシーを作成しアプリケーション提供者に提供すること、アプリケーション独自の一時的 ID を使うこと等が提言された。移動体通信事業者に対しては、モバイルプライバシーと児童のプライバシーについて利用者に周知啓発を行うことが提言された。

⁵⁴ COPPA: Children's Online Privacy Protection Act

2 欧州

(1) 日 EU・ICT 政策対話

総務省と欧州委員会（通信ネットワーク・コンテンツ・技術総局）との間で、ICT 政策全般について、定期的を実施している政策対話である日 EU・ICT 政策対話（第 19 回）が 2012 年（平成 24 年）11 月東京において開催され、日本側からは「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」について紹介を行い、EU 側からは e プライバシー指令に基づく取組等について紹介が行われた。

2012 年（平成 24 年）11 月 15 日総務省報道発表資料⁵⁵において、青少年のインターネット利用環境整備、ブロードバンド普及促進、スマートフォンにおける利用者情報の取扱い等 ICT サービスにおける利用者情報・プライバシーについて、日 EU 双方の政策動向やベストプラクティスの共有など、情報交換・意見交換が行われ、これらの議題についても、引き続き情報交換・意見交換を行うこととしていると発表されている。

(2) 日仏 ICT 政策協議

総務省とフランスにおける情報通信政策担当省庁（現在は生産復興省）との間で、ICT 政策全般について、定期的を実施している政策対話である日仏 ICT 政策協議（第 16 回）⁵⁶が 2013 年（平成 25 年）2 月パリにおいて開催され、日本側からは「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」について紹介を行い、仏側（CNIL⁵⁷）からは EU 個人データ保護規則案に関する動向等について紹介があった。

(3) EU 域内における検討の動き

EU における個人データ保護に関する基本法令である 1995 年個人データ保護指令を改正するため、2012 年（平成 24 年）1 月に欧州委員会により個人データ保護規則案が発表され、欧州議会の主管委員会である市民の自由委員会（LIBE⁵⁸）は、同原案に対する改正案について議論を実施している。また、2009 年（平成 21 年）に改正された e プライバシー指令に基づき、クッキーの利用や位置情報の利用に当たっては、原則として、内容を明示しオプトインによる利用者同意を求めることとされている。

スマートフォン等に焦点を当てた動きとしては、民間レベルでは 2012 年（平成

⁵⁵ 2012 年 11 月 15 日総務省報道発表資料「日 EU・ICT 政策対話（第 19 回）及び日 EU インターネット・セキュリティフォーラムの結果」。 http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin06_02000041.html

⁵⁶ 仏側からは、生産復興省競争力・産業・サービス総局、ARCEP（電子通信・郵便規制機関）、CNIL（情報処理及び自由に関する国家委員会）ほかに参加。

⁵⁷ CNIL: [Commission nationale de l'informatique et des libertés](http://www.cnil.fr)

⁵⁸ LIBE: Civil Liberties, Justice and Home Affairs

24 年） 1 月に世界的な携帯通信事業者の業界団体 GSM 協会（GSMA）が携帯端末向けのプライバシー原則、プライバシーデザインのガイドラインを発表している⁵⁹。

また、2013 年（平成 25 年）2 月、EU の第 29 条作業部会⁶⁰が、スマートフォン等のアプリに関する意見書⁶¹を公表している。スマートフォンには電話帳や位置情報、写真やビデオなど様々な利用者情報が存在しており利用者はこれらの情報をコントロールできる必要があるが、スマートフォンアプリが急速に普及する中で、利用者への透明性のある説明や有効な同意の欠如、不十分なセキュリティ措置、利用目的や流通範囲の限定が講じられないままの個人データ取得等を問題点として指摘している。その上で、個人データ保護指令や e プライバシー指令に基づく義務及び推奨事項について、アプリケーション提供者、アプリケーション提供サイト運営者、OS・端末開発者及び第三者利用者（サードパーティー）等の関係事業者ごとにとりまとめている。例えば、アプリケーション提供者については、利用者情報の取扱いについて必要な情報（収集者、内容、目的、第三者提供の有無、利用者の権利等）についてプライバシーポリシーを提示すること、アプリが情報収集等を開始する前に情報の種類（注）ごとに有効な同意を求めること、必要以上の情報を収集しないこと、利用目的を明示し個別の同意なく変更しないこと、子供向けアプリを厳格に取り扱う⁶²こと等が義務として記載されている。

（注）位置情報、契約者・端末固有 ID、個人情報、電話帳、クレジットカード番号、通話・SMS・電子メール、閲覧履歴等

3 韓国における検討の動き

韓国においても、スマートフォンにおける個人情報の流出が問題となっていることを背景として、2012 年（平成 24 年）3 月に韓国情報保護振興院（KISA⁶³）は「アプリ開発者向けプライバシーガイド⁶⁴」を公表した。独自のアプリケーション提供サイト、アプリケーション開発者支援ホームページ、アプリケーション開発者センター等を運営する国内通信事業者を通じ、同ガイドの周知・啓発が行われている。このガイドの中で、アプリケーション提供者は、個人情報の収集を最小限に抑えるべきであり、必須項目以外利用者が個人情報を提供しないことを理由にサービスの利用を禁止し

⁵⁹ 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」39 ページ 第 3 章

⁶⁰ 第 29 条作業部会は、現行 1995 年データ保護指令第 29 条に基づいて設置された諮問機関であり、欧州委員会（司法総局）、加盟国規制機関等から構成され、同指令に関する法的解釈等を行っている。

⁶¹ “Opinion 02/2013 on apps on smart devices” Article 29 Data Protection Working Party(2013 年 2 月 27 日採択)
http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp202_en.pdf

⁶² 収集情報の最小化、ターゲティング広告への利用自粛等

⁶³ 韓国語は、인터넷진흥원。KISA は、Korea Internet and Security Agency の略。

⁶⁴ 本ガイドは、個人情報保護の観点から、情報通信網法（情報通信網利用促進及び情報保護に関する法律）及び位置情報の保護及び利用に関する法律（位置情報保護法）等の適用関係を明確化しアプリケーション提供者が留意すべき事項を示すものである。

てはならないとされている。また、個人情報の収集・利用に関して同意取得、位置情報の収集・利用・提供に関して同意取得、センシティブな情報の収集の原則禁止、第三者提供の制限、個人情報の収集目的範囲内の利用の確保などが示されている。

また、K I S Aはスマートフォンの中でモニター機能を果たすようなアプリケーション（S Sチェッカー）を開発・公開するほか、放送通信委員会（K C C⁶⁵）の「安全な位置情報利用環境造成事業」の一環として、スマートフォン用個人情報保護マーク（プライバシーマーク）を開発すると発表している（2012年6月）。加えて、パイロットプロジェクトの実施等が予定されている⁶⁶。

なお、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」については、韓国放送通信審議委員会（KCSC⁶⁷）が主催する「2012 国際ラウンドテーブル」（2012年（平成24年）8月）において、総務省から紹介を行っている。

4 国際連携の推進に向けて

スマートフォンの利用者情報の取扱いに関する検討については、主要先進国において透明性を高める方向で検討や取組みが進んでおり、方向性はほぼ合致している。

今後も我が国から「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」及びそれを踏まえた取組などの状況について、積極的に二か国及び多国間の枠組みに対して説明を行い、これら諸国における検討や取組み等とも連携しつつ対応を進めていくことが期待される。

⁶⁵ 韓国語は、방송통신위원회。KCCは、Korea Communications Commission の略。

⁶⁶ 「스마트폰 앱 `개인정보보호 마크` 나온다」（「スマートフォンのアプリの『個人情報保護マーク』が登場」）（etnews.com）（韓国語）（2012年（平成24年）6月27日）。

http://www.etnews.com/news/computing/security/2606734_1477.html

⁶⁷ 韓国語は、방송통신심의회위원회。KCSCは、Korea Communications Standards Commission の略。

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムは平成24年11月13日、アプリケーション提供者にとって喫緊の課題であるアプリケーション毎のプライバシーポリシーの作成や掲出方法について、必要要件、推奨要件やモデル案を記載した「スマートフォンのアプリケーション・プライバシーポリシーに関するガイドライン」を公表。

第1部: 充足すべき必要要件

総務省「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」スマートフォンにおける利用者情報の取扱いの在り方(第5章)を提示。

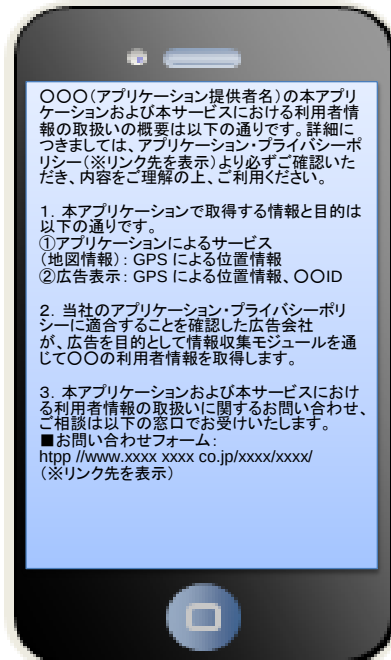
第2部: 実装にあたっての推奨要件

「アプリケーション・プライバシーポリシー」の実装にあたって推奨される要件を提示。指針では触れられていない具体的な方法や実態に合わせた追加事項等。

- 1 アプリケーション・プライバシーポリシーの名称について
- 2 通知又は公表及び同意取得等のタイミングについて
- 3 アプリケーション・プライバシーポリシーを提示する場所について
- 4 アプリケーション・プライバシーポリシーの変更について
- 5 同意が得られなかった場合に制限される事項について
- 6 取得した利用者情報の取扱いについて
- 7 必要要件以外の同意取得について
- 8 日本語以外での説明に対する対応について
- 9 既存のアプリケーションのホンガイドラインへの対応について

第3部: 実装にあたってのモデル案

「アプリケーション・プライバシーポリシー」のモデル案と作成ガイドを提示。詳細な本編だけでなく概要の作成方法についても提示。



アプリケーション・プライバシーポリシー概要版(パターン2)

京都市スマートフォンアプリケーション活用ガイドライン

- ・ 京都市は、平成25年1月10日に「京都市スマートフォンアプリケーション活用ガイドライン」を策定^{※1}。
- ・ 同ガイドラインは、スマートフォンのアプリケーションを提供する京都市の各組織(一部対象外)を対象とし、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を参考に、アプリ利用者の情報を取得する場合の留意点等を提示。
- ・ 京都市は今後、本ガイドラインを利用した研修を職員に対し実施する予定。

ガイドラインの構成

アプリの現状

- 1 アプリを取り巻く状況…スマートフォンの普及及びアプリケーションの多様性について記載
- 2(1) アプリのメリット…インターネット接続機能、GPS位置情報等の活用例を紹介
- 2(2) アプリを活用する場合の注意事項…利用者情報の取得によるプライバシー侵害等而言及

京都市スマートフォンアプリケーション活用ガイドライン策定

- 3 ガイドライン策定の目的…
京都市の情報発信・行政サービス提供の推進と情報セキュリティの確保を目的

4 アプリの積極的な活用

- (1) アプリを提供するまでの手続
- (2) アプリの利用促進
…正規のアプリストア(Google Play、App Store等)への登録及び京都市HPへの掲載等

5 アプリの安全な活用

- (1) 利用者情報を取得する場合の留意点
…利用者情報の種類及びプライバシー侵害の危険性並びに利用者情報を取得する場合の判断基準を記載。
- (2) プライバシーポリシーの作成・掲載



※1: <http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000134264.html>

※2: 平成24年8月「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」提言

<http://www.city.kyoto.lg.jp/kamigyo/page/0000109403.html>



スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会 (SPSC)

平成24年10月にスマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会 (SPSC) が、利用者情報等の適正な取扱いを通じ、安心安全なスマートフォンの利用環境を整備するため、30以上の関係業界団体、関係機関、関係事業者が参加し設立。

1 活動概要

- ① 業界ガイドライン及びモデルプライバシーポリシーに関する情報交換、業界ガイドライン等を策定するためのサポート
- ② プライバシーポリシーの効果的な表示方法等に関する情報交換
- ③ 利用者情報の取扱いに関する推奨すべき事例及び問題となりうる事例の検討・共有
- ④ マーケット動向及び国際的動向に関する情報交換
- ⑤ 各業界における推進状況の把握 等

(具体的な活動例)

- ・スマートフォンの安心・安全な利用に向けた取組の説明 (IPA、アンドロイダー等)
- ・業界ガイドライン、モデルプライバシーポリシーの作成状況の説明 (MCF)
- ・アプリケーションに関する技術的検討状況の説明 (JSSEC)
- ・情報発信: スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会のホームページ (<http://jssec.org/spsc/index.html>)

2 参加メンバー

(1) 構成員:

- ① スマートフォンのプライバシーに関する業界ガイドラインの検討・策定を進める意向がある業界団体、スマートフォンの利用者情報の取扱いに関係する業界団体及び関係機関
※(一社)日本スマートフォンセキュリティ協会 (JSSEC)、(一社)モバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF)、(社)電気通信事業者協会 (TCA) による共同事務局
- ② 学識経験者:
新保史生 慶應義塾大学総合政策学部准教授【議長】 森亮二 弁護士法人英知法律事務所弁護士【副議長】

(2) オブザーバ:

- ① 関係省庁 (総務省、経済産業省、消費者庁)
- ② 関連個別事業者 (移動体通信事業者、広告事業者、レビューサイト 等)

3 スケジュール

平成24年 10月 4日 第1回連絡協議会、 11月 6日 第2回連絡協議会、 12月 11日 第3回連絡協議会
平成25年 1月30日 第4回連絡協議会、 3月 18日 第5回連絡協議会

スマートフォン関係事業者による安心・安全な利用環境整備

スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会 (Smartphone Privacy & Security Council) への参加状況

関係業界団体及び関係機関

独立行政法人産業総合研究所 (AIST)	一般財団法人日本情報経済社会推進協会 (JIPDEC)
ビジネス ソフトウェア アライアンス (BSA)	一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会 (JSSEC)
一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会 (CIAJ)	一般社団法人 情報サービス産業協会 (JISA)
一般社団法人コンピュータソフトウェア協会 (CSAJ)	一般社団法人 日本オンラインゲーム協会 (JOGA)
一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用監視機構 (EMA)	JPCERTコーディネーションセンター (JPCERT/CC)
独立行政法人 情報処理推進機構 (IPA)	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF)
一般社団法人 日本広告業協会 (JAAA)	モバイルコンピューティング推進コンソーシアム (MCPC)
一般社団法人 インターネット広告推進協議会 (JIAA)	独立行政法人 情報通信研究機構 (NICT)
一般財団法人 日本データ通信協会 (JADAC)	一般社団法人日本ソフトウェア産業協会 (NSA)
社団法人 日本インターネットプロバイダー協会 (JAIPA)	社団法人電気通信事業者協会 (TCA)
一般社団法人ソーシャルゲーム協会 (JASGA)	一般社団法人テレコムサービス協会 (TELESA)
社団法人日本ケーブルテレビ連盟 (JCTA)	安心ネットづくり促進協議会
	日本Androidの会 等

関係事業者

株式会社NTTドコモ	株式会社電通
KDDI株式会社	株式会社博報堂
ソフトバンクモバイル株式会社	アンドロイダー株式会社
株式会社日本総合研究所	情報セキュリティ格付け制度研究会 等



政策大綱を踏まえた行動規範策定に向けて



ホワイトハウスの政策大綱の発表(2012年2月)

- 2012年2月ホワイトハウスは、デジタルエコノミーにおいて消費者の信頼を維持するために**消費者のデータプライバシーの保護は必要不可欠**として、**政策大綱(ネットワーク化された世界における消費者データプライバシー)**を発表。
- 政策大綱において、プライバシーに関する消費者の7つの権利を示す「**消費者プライバシー権利章典(A Consumer Privacy Bill of Rights)**」が示された。
- 消費者プライバシー権利章典の具体化を目的とした**行動規範を策定**するため、多様な利害関係者（**マルチステークホルダー**）が参加するオープンな議論を行う。**連邦取引委員会(FTC)**は**企業が遵守を宣言した行動規範に基づき執行可能**。権利の法制化についても今後検討。

(注) 消費者プライバシー権利章典 (A Consumer Privacy Bill of Rights)

消費者が自らの個人データに関して有する7つの権利として、1個人による管理（自分の個人データを企業が収集・使用方法について管理できる権利）、2透明性（容易に理解できる形でプライバシー等に関する情報を入手できる権利）、3経緯の尊重（自分の個人データが、自分が情報を提供した経緯に沿う方法で、収集・使用・開示される権利）、4セキュリティ、5アクセス及び正確性、6対象を絞った収集、7説明を示した。

モバイル・アプリの透明性に関する行動規範の検討(2012年7月～)



- ホワイトハウスの政策大綱を踏まえ、**NTIA(米国商務省・国家電気通信情報庁)**が企業、業界団体、消費者団体等が一同に出席する**マルチステークホルダー**会合を開催。2012年3月にNTIAが実施したパブリックコメントの結果を踏まえ、まずは「**モバイル・アプリの透明性**」に関する**行動規範の策定に向けた議論**が行われることとなった。
- 2012年7月から2013年4月までに「モバイル・アプリの透明性」に関する行動規範策定に向けて**NTIAはマルチステークホルダー会合を計12回開催**（今後6月までに更に3回の会合（2013年4月30日、5月23日、6月11日）を予定。）
- **最近の検討状況**（第12回会合：4月4日）
 - ・ アプリ開発者協会（ADA）等が起草した**行動規範の討議ドラフトに基づき議論**が進展。今後更に様々なステークホルダーからのフィードバックを踏まえ、**ドラフトを修正し議論を継続**予定。
 - ・ 現時点の行動規範ドラフトに**FTCスタッフからスタッフレベルの非公式コメント**としていくつかの点で懸念が示された。
 - ・ **簡略な通知**に関連し、競争的テクノロジー協会（ACT）が提案する「**プライバシー・ダッシュボード**」等をユーザーにテストしてもらうプロジェクト等が議論された（テストの対象として、追加的な説明の表示方法、デザイン（テキストのみ・アイコンとテキストの両方、特定のデザインに基づく表示等）、収集しないデータの表示方法 等も検討）



モバイル・アプリの透明性に関する行動規範(ADA他団体による討議ドラフト)



- アプリ開発者協会(ADA)他団体による討議ドラフト「モバイル・アプリの透明性」について、アジェンダに列挙された質問項目に沿って議論が行われ、項目ごとに表現の見直しや削除、議論の継続といったことが決定された。
(参考) 米国民的自由連合(ACLU)、Consumer Action、世界プライバシー・フォーラム(WPF)
- 現段階における討議ドラフトの内容は下記のとおり(※討議中であり、今後も会合における議論等に基づき変更予定)

モバイル・アプリの透明性(Mobile APP Transparency)



I アプリケーションの透明性に向けた原則

- マルチステークホルダープロセスを経て検討されたモバイルアプリに関する簡略な通知のための自主的な行動規範。簡略な通知は、**アプリケーションによるデータ取得や第三者提供などに関する透明性を向上させるためのもの**。消費者が利用者情報の取扱いの点から各アプリケーションを比較した上で選択可能とするものであり、アプリケーションの情報取扱いに係る利用者の信任につながることを目的とする。
- この規範は、透明性、簡潔性、機能性の目的をバランスよく満たすことを目指している。
 - ・ アプリケーションによるデータ取得と第三者との情報共有について有効な説明を提供するために規範を作成。簡易な通知は、短く、簡潔で、利用者のアプリケーションに対する理解を助け、アプリケーションの透明性を向上させるものであるべき。
 - ・ 簡易な通知は、アプリ開発者によって簡単に対応できるものであり、利用者の操作感を損なわないものであるべき。
 - ・ アプリケーション提供者は、**利用者が簡易な通知を当該アプリケーションをダウンロードしたり購入する前に見られるように努める**。
 - ・ 利用者情報の取扱いに変更があった場合には、直ちに変更について分かり易く通知・公表する。
 - ・ この行動規範に拠って簡易な通知を提供するアプリケーション開発者は、利用者情報取扱いの透明性を向上させる取組を実施している。

II 簡略な通知への記載事項

下記の事項について、簡易版通知において、できる限り一画面内に表示する。

- (1) **利用者から取得される情報**
例：電話帳、利用履歴（ブラウザー利用、通信履歴）、位置情報、金融情報、バイオメトリックス、医療健康情報、ユーザ保存ファイル 等
- (2) **アプリケーションのプライバシーポリシーにおいて、利用者情報の利用方法について記載していること**
- (3) **第三者との情報共有**
例：広告ネットワーク、通信事業者、情報収集事業者、データ分析事業者、政府機関、プラットフォーム、ソーシャルネットワーク、その他
※当該アプリのサービス提供に必要な範囲に用途が限定されており、更なる第三者との共有が禁止される場合等については除く
- (4) **アプリケーションの提供事業者名**

III 簡略な通知への記載方法

・ II (1)、(3)の内容については文書で表示されていること(適宜アイコンやシンボルも活用可能)、取得される情報と取得されない情報を区別 等

IV データ利用・利用条件、又は全体版プライバシーポリシーへのリンク

簡略な通知を行うとともに、利用者情報の利用ポリシー、利用規約、法的に求められる詳細なプライバシーポリシーへのアクセスを提供すること。これらのリンクには、利用者がデータ消去を求める方法に関する説明、第三者提供される事業者名、データ保存期間等を含む。



- 2013年2月1日FTC（米連邦取引委員会）は、「モバイル・プライバシー・ディスクロージャーズ：透明性の確保による信頼の構築」をFTCスタッフレポートとして発表。プラットフォーム事業者（OS事業者）、アプリ開発者、広告ネットワーク事業者、アプリ開発事業者の業界団体及び関係有識者等に対しそれぞれの果たすべき役割を示した。
- FTCは同スタッフレポートがNTIA（米商務省・国家電気通信情報庁）によるマルチステークホルダー会合における議論への有益なインプットとなることを期待するとしている。

I モバイルテクノロジーの利便性とリスク

- ・スマートフォンやタブレットが急速に普及し、多数のアプリが提供されている（例：Google Play80万アプリ、App Store70万アプリ）。
- ・利用者に多くの利便性を提供。一方、複雑な業界構造の下、**位置情報を含む利用者情報の取扱いに係るプライバシー上の課題**が大きい。

＊ 約6割の利用者がプライバシー上の懸念からアプリ利用を断念した経験。大半の利用者は自らの利用者情報を十分管理できないと考えている。

II FTCによる活動と検討

- ・2012年3月に報告書「急速に変化する時代における消費者プライバシー保護」を発表し、同年5月にモバイル環境におけるプライバシーに関するワークショップを開催。また、モバイルプライバシーに係る執行、アプリ開発者の啓発等を実施。

III FTCによる提言

A.プラットフォーム事業者（OS事業者）※ Apple, Google, Amazon, Microsoft, Blackberryを例示

- ・センシティブ情報（例：位置情報）及び場合によってはセンシティブとなりうる情報（例：電話帳、写真、カレンダー、録音、録画）を取得する際には、速やかに利用者に知らせ、同意を取得（affirmative express consent）
- ・アプリがアクセスする情報の種類をワンストップで把握できる「ダッシュボード」、利用者情報の送信を示すアイコンの開発を検討
- ・アプリ開発者によるベストプラクティスを推進
- ・アドネットワーク等によるトラッキングの可否を選択できるように、モバイル向け「Do Not Track」の仕組みを検討

B. アプリ開発者

- ・プライバシーポリシーを作成しアプリマーケットに示す。センシティブ情報を取得する前に、利用者の同意を取得（OS事業者の対応と要調整）
- ・広告ネットワーク事業者等と連携し利用者への正確な情報提供に努める。業界として簡潔なプライバシー情報提供のガイドライン等を策定。

C. 広告ネットワーク事業者等

- ・アプリ開発者と連携し正しい情報を利用者に提供、モバイル向け「Do Not Track」を効果的に実行できるプラットフォームと協力

D. アプリ開発事業者の業界団体及び関係有識者等

- ・標準化されたアプリ・プライバシー・ポリシーの策定促進、アプリ開発者を教育、簡潔な情報提供の方法を開発（例：標準化されたアイコン等）



PRIVACY ON THE GO-モバイル・エコシステムに向けた提言-



- 2013年1月、カリフォルニア州の司法長官は、モバイル端末におけるプライバシーに関する提言を発表。アプリ提供者、アプリケーション提供サイト運用者、アドネットワーク、OS提供者、移動体通信事業者などの関係する各主体が、モバイルアプリにおけるプライバシー保護に向けて実施すべき事項について提言。
- 多様な利便性を提供するアプリケーションのイノベーションを維持しつつ、適切にプライバシー保護を行っていくため、スマートフォンの利用者情報に関するプライバシー・ポリシーを提供し、消費者の予見可能性を高め、有効で選択できる情報を提供することが必要としている。

1 アプリケーション提供者（APP Developers）

- ・情報チェックリストにより、アプリが取得・利用する個人情報を確認し、取扱いについて意志決定すること。
- ・アプリの基本的機能に不要な個人情報の収集を回避もしくは制限すること。
- ・明確で正確なプライバシーポリシーを作成し、利用者又は潜在的利用者に明示的にアクセス可能とすること。
- ・情報の取扱いについてユーザーの注意を引く通知方法を用いるとともに、ユーザーに意味のある選択権を与えること。

2 アプリケーション提供サイト運営者（App Platform Providers）

- ・ユーザーがアプリをダウンロード前に確認できるように、アプリケーション提供サイトからアプリケーション・プライバシーポリシーへアクセスできるようにすること。アプリケーション提供サイトを通じ利用者へモバイルプライバシーの教育をすること。

3 モバイル広告ネットワーク（Mobile Ad Networks）

- ・アプリ外部の広告のために、ブラウザ設定を変更したり、モバイルデスクトップのアイコンを置いたりしないこと。アドネットワークに関するプライバシーポリシーを作成し、アドネットワークを用いるアプリ提供者に開示しなさい。
- ・端末固有IDの利用をやめて、アプリ独自の一時的IDを使うこと。

4 OS提供事業者（Operating System Developers）

- ・グローバルなプライバシー設定を開発し、利用者がアプリがアクセスできる機器の性質や情報をコントロールできるようにしなさい。

5 移動体通信事業者（Mobile Carriers）

- ・モバイルプライバシーと子供のプライバシーについて、利用者を教育する。





児童オンラインプライバシー保護法の最終改正案



■ 子供のインターネット使用に関して親により広範な管理権を与えることで、子供のプライバシー保護の強化を目指し、米連邦取引委員会(FTC)は、2010年に米児童オンラインプライバシー保護法(COPPA)のレビューを開始。2012年12月19日、最終改正案を採択。今回のCOPPA改正案は2013年7月1日に発効の見通し。

○ COPPAの概要

- 1998年10月、オンライン上における児童(13歳未満)のプライバシー保護に特化した連邦法として成立。
- 13歳未満の児童を対象とするか、13歳未満の児童から実際に個人情報を収集するウェブサイトやオンラインサービスは、個人情報の収集開始前に保護者に対して通知し、有効な同意(varifiable parental consent)を取得することが必要。

○ 最終改正案のポイント

- 保護者への通知及び同意なしに収集できない「個人情報」のリストを修正し、**位置情報、子供の顔や声が含まれている写真、ビデオ、オーディオが保護者への通知及び同意なしに収集できないことを明確化**
- 企業に対し、**新たに保護者の同意を取得する、合理化された、自発的かつ透明性のある承認プロセス(※1)**を提示
(※1) 電子的にスキャンされた署名付きの親の同意書やビデオによる確認の利用も可能に
- 児童向けアプリ及びウェブサイトが、**第三者(広告ネットワーク等)が保護者への通知及び同意なしに児童から個人情報を収集することを防止するための合理的な措置を講じるべき旨定め、これまでの抜け穴を防止**
- 追加で情報を収集する第三者はCOPPAを遵守しなければならない範囲を拡大
- IPアドレスや携帯端末IDなど、異なるウェブサイトやオンラインサービスをまたいで利用者の識別が可能なIDをカバーするよう、COPPAの対象範囲を拡大**
- 対象となるウェブサイト運営者やオンラインサービス提供者による児童の個人情報の提供先は、**個人情報を安全かつ秘匿した形で保管できる企業にのみ提供**することを求める、データセキュリティ保護に係る規定を強化
- 対象となるウェブサイト運営者は、**データ保存及び削除について合理的な手続きを定めることを要求**
- FTCによる自主規制セーフハーバープログラム(※2)のFTCの監督を強化
(※2) 業界団体等が策定し、FTCが承認した自主規制プログラムを遵守する事業者はCOPPAルールを充足するとの規定

他方で、米Googleの「Google Play」や米Appleの「App Store」等のプラットフォームは、児童向けアプリへのアクセスを提供しているのみであるとして対象外とされたほか、米Facebookは外部サイトに設置された「Like」ボタンについて、児童向けサイトから情報収集している事実上の認識がなければ同法に問われることはないと言われたため、改正の影響は限定的な可能性(米メディア報道)。



EUにおける個人データ保護に関する制度



個人データ保護指令(1995年)

「個人データ処理及びデータの自由な移動に関する個人の保護に関する指令(95/46/EC)」

(主な内容)

- (1) データ内容に関する原則(特定された明示的かつ適法な目的のための取扱い等)
- (2) データ取扱いの正当性の基準(データ主体の明確な同意等)
- (3) センシティブデータ※の取扱い ※人種又は民族、政治的見解、宗教的又は思想的信条、労働組合への加入、健康又は性生活に関するデータ
- (4) データ主体のデータへのアクセス権
- (5) 取扱いの機密性及び安全性
- (6) 第三国への個人データの移転に関する規律(第三国が十分なレベルの保護措置を確保していることを条件とする等)
- (7) 独立した監督機関

e-プライバシー指令(2002年、2009年改正)

「電子通信部門における個人情報の処理とプライバシーの保護に関する指令(2002/58/EC)」

(主な内容)

- (1) Cookieの利用に当たって内容を明示しオプトインによる利用者同意を求める
- (2) ロケーションデータを利用する際にオプトインによる利用者同意を求める

- ◆ 急速な技術進展
- ◆ 情報の共有・収集規模な急増

EU個人データ保護規則案 ※2012年1月25日公表

立法手続きを開始

(主な内容)

- (1) EU域内における規制の単一化・簡素化(※国内法制化の不要な「規則」に変更)
- (2) より強固な個人データ保護ルールの整備(「忘れられる権利」、「プライバシー・バイ・デザイン」原則等)
- (3) データ保護に関するグローバルな課題への対応(EU域内居住者向けにサービスを提供する場合等には、域外事業者による個人データ取扱いにも効力を及ぼすための規定)
- (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)、「欧州データ保護ボード」の設置等)



EU第29条作業部会による意見書概要(スマートフォン等アプリ)



- 2013年2月、EU第29条作業部会(※)は、スマートフォンアプリが急速に普及する中で、①利用者への透明性のある説明や有効な同意の欠如、②不十分なセキュリティ措置、③利用目的や流通範囲の限定が講じられないまま個人データが取得されている点を踏まえ、スマートフォンアプリに関する意見書を公表。
- ※ 1995年データ保護指令第29条に基づき設置された諮問機関。欧州委員会、加盟国規制機関等から構成され、同指令の法的解釈を行っている。
- アプリケーション提供者、アプリケーション提供サイト運用者、OS・端末開発者等の関係する各主体について、個人データ保護指令やeプライバシー指令に基づく義務及び推奨事項を記載。

1 アプリケーション開発者の義務

- ・アプリが情報収集等を開始する前に**情報の種類(注)毎に有効な同意を求めること**。当該同意を撤回可能とする
(注) 位置情報、契約者・端末固有ID、個人情報、電話帳、クレジットカード番号、通話・SMS・電子メール、閲覧履歴等
- ・**利用目的を明示し、個別の同意なく変更しないこと。必要以上の情報を収集しないこと。第三者提供する場合明示。**
- ・必要な情報(収集者、内容、目的、第三者提供の有無、利用者の権利等)について**プライバシーポリシーを提示すること**
- ・データ管理者としての義務を履行する(外部委託時に監督義務を含む)、設計段階から、個人データ保護のための対策を講じる。
- ・**子ども向けアプリを厳格に取り扱うこと**(収集情報の最小化、行動ターゲティング広告への利用自粛等) 等
(この他、eプライバシー指令に準拠したデータ侵害時の情報提供、データ保存期間のカスタマイズツール等の提供が推奨される)

2 アプリケーション提供サイト運営者の義務

- ・アプリ開発者に対し**アプリが収集可能な情報の種類や目的等に係る情報提供義務を遵守させる**、提出されたアプリケーションに対する**審査結果の公表**
(この他、OS提供者と協力し情報へのアクセス状況を示すマーク等の管理ツールを開発、全ての掲載アプリケーションのプライバシー保護レベルに関する評価、連絡通報窓口の設置、プライバシーに配慮したアンインストールツールの提供等が推奨される)

3 OS・端末開発者の義務

- ・利用者が有効な同意を行えるようにAPIや保存ルールを最新のものと**する。アプリケーションの初回起動時や機微情報への初回アクセス時に同意ツールを自動させる**。悪意あるアプリの拡散防止、アプリ開発者が必要最低限の情報にのみアクセス可能とする。
(この他、利用者によるアプリのアンインストール、セキュリティ措置の更新、利用者に対する詳細な情報提供(どのデータが利用されているか)が可能となるツールを開発すること等が推奨される)

4 第三者(サードパーティー)の義務

- ・eプライバシー指令に基づく同意取得義務を履行すること、Do Not Track機能を迂回しない
- ・トラッキングの目的のために契約者・端末固有IDを用いることを避ける、子どもの情報の行動ターゲティング広告への利用自粛 等



韓国・アプリ開発者向けプライバシーガイド

- 韓国においても、スマートフォンにおける個人情報の流出が問題となっていることを背景として、2012年3月、**韓国情報保護振興院(KISA)が「アプリ開発者向けプライバシーガイド」を公表**
- 国内通信事業者(※)を通じ、同ガイドの周知・啓発を実施 (※ 独自のマーケット、アプリ開発支援HP、アプリ開発教育センター等を運営)

○ 法的位置づけ

- 個人情報保護の観点から、
- ① 情報通信網利用促進及び情報保護などに関する法律(情報通信網法)、
- ② 位置情報の保護及び利用などに関する法律(位置情報法)
- に基づき、アプリ開発者が留意すべき事項を示すもの(ガイド自体に法的拘束力はなし)



○ 主な内容

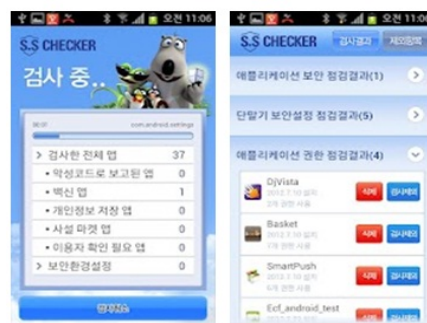
- 個人情報の収集を最小限に抑えるべきであり、必須項目以外、利用者が個人情報を提供しないことを理由にサービスの利用を禁止してはならない旨規定
- 信頼できるアプリ開発ツールを利用すべき旨規定 (放送通信委員会(KCC)及びKISAが運営する「スマートアプリ開発支援センター」や各事業者が運営するアプリ開発支援HPを参照することを推奨)
- 法規に準拠し、アプリ開発すべき旨規定。ガイドにおける主な規定は次のとおり。

ガイドにおける規定
「個人情報保護方針」の作成・公開義務
個人情報の収集・利用に関する同意取得
位置情報の収集・利用・提供に関する同意取得
センシティブな個人情報の収集の原則禁止
個人情報の取扱いの委託時の利用者の同意取得
個人情報の第三者提供の制限
未成年者の場合の法定代理人の同意取得
個人情報の収集目的範囲内の利用の確保
会員情報の閲覧・訂正等、利用者の権利保障
技術的保護措置の実装義務

(参考) 利用者情報に係る韓国の取組

○ 周知・啓発等取組

- ・国内通信事業者が運営する独自のマーケット、アプリ開発支援HP、アプリ開発教育センター等を通じ、KISA発表のアプリ開発者向けプライバシーガイドを周知・啓発
- ・国内通信事業者はアプリの個別チェックは行わず、KISAがツールを使ったり、直接ダウンロードしたりすることにより、ツールによる自動チェック及び利用者の同意を取得しているか等の状況をモニタリング
→ 来年の目標はアンドロイド上のアプリ、再来年の目標はiPhone上のアプリ(各一万个程度)
- ・このほか、KISAは、スマートフォンの中でモニター機能を果たすようなアプリ(**SSチェッカー**)を開発



SSチェッカー

(参考) 韓国のスマートフォン向けアプリマーケット

マーケット名 (事業者名)	ユーザー数	1日平均 利用者数	掲載アプリ数	累計 ダウンロード数	備考
T Store (SKテレコム)	1,856万人 (2012年12月)	260万人/日 (2012年12月)	20万以上 (2011年11月)	10億8,000万 (2012年12月)	・ アプリの売上面で国内ナンバーワンの実績。 ・ 他の携帯電話事業者の契約者も利用可能。
Olleh Market (KT)	600万人 (2012年4月)	n.a	4万 (2011年11月)	2億2,000万 (2012年12月)	
U+ストア (LGU+)	n.a	34万人/日 (2011年12月)	4万4,000 (2012年9月)	1億3,800万 (2012年10月)	
Samsung Apps (Samsung)	n.a	n.a	4万 (2011年9月)	1億 (2011年9月)	

* 株式会社日本総合研究所による調査(平成25年2月)

各国におけるスマートフォン等における利用者情報保護に関する提言の比較

	スマートフォン・日本諸問題研提言) (H24年8月・	モバイル・プライバシー・ デイズフォー・ヤーズ・ (H25年2月・米FTCスタッフレポート)	PRIVACY ON THE GO- モバイル・エコシステムに向けた提言 (H25年1月・米カナル7州)	携帯端末向けのプライバシー原則及び プライバシー・デザインのカイライン (H24年1月・GSM協会)
対象				
アプリ提供事業者	・個別のアプリについて8項目(※)について明示するアプリ・ポリシー等をあらかじめ作成し、利用者が容易に参照できる場所に掲示またはWebリンクに掲載する ※ ①情報取得者の名称、②取得される情報、③取得方法、④利用目的、⑤通知・公表又は同意取得の方法、⑥利用者と関与の方法、⑦外部送信・第三者提供・情報収集モジュールの有無、⑧問合せ窓口、⑨アプリ・ポリシーの変更を行う場合の手続き	・アプリ・ポリシーを作成しアプリ・マーケットに示す ・センティブな情報を取得する前に、利用者の同意を取得する(OS事業者の対応と要調整) ・広告利権事業者等と連携し利用者への正確な情報提供に努める(業界として簡潔なアプリ・ポリシー情報提供のガイドライン等を策定)	・情報チェックリストにより、アプリが取得・利用している個人情報を確認し、取扱いに用いようとする個人情報を決定する ・アプリの基本的機能に不要な個人情報収集を回避または制限する ・明確で正確なアプリ・ポリシーを作成し、利用者が又は潜在的利用者に明示的にアクセス可能とする ・情報の取扱いにつき利用者の注意を引く通知方法を行うほか、利用者に意味のある選択権を与える	○透明性と利用者による選択とコントロール ・利用者に個人情報収集項目、利用目的、利用方法を事前に通知する ・情報の取得を利用者に通知する ・利用者にアプリに係る説明を行う ・最小限の情報収集・限定利用とする ・必要な場合、利用者の積極的同意を得る等 ○データの保存とセキュリティ ・識別子を適切に管理する ・送信の際、データの安全性を確保する ・可能な限り、リスクに応じ、利用者の認証を行う ・データの保管及び削除期間を定める ○教育 ・アプリ・ポリシー管理の設定や手法について、利用者教育を行う
モバイル広告ネットワーク	・提供する情報収集モジュールに関するアプリ・ポリシー・ポリシーを定め公表する ・当該情報収集モジュールを組み込むようにするアプリ提供者へ必要な情報を提供する ・アプリ・ポリシー・ポリシーの内容に変更があった場合、その旨を通知する	・アプリ開発者と連携し正しい情報を利用者に提供、モバイル向け「Do Not Track」を効果的に実行できるアプリ・フォームと協力する	・アプリ外部の広告のために、アプリが設定を変更したり、モバイル・スロットのアプリを置いたりしない ・アプリ・ネットワークに関するアプリ・ポリシーを作成し、アプリ・ネットワークを用いるアプリ提供者に開示する ・端末固有IDの利用をやめて、アプリ独自の一時IDを使う	○オンラインネットワークとソーシャルメディア ・登録時に任意提供である情報は明示するとともに、利用者と関与の機会を付与せず、公開プロフィール等に公開しない ・初期設定がアプリ・ポリシー保護的である、各自の情報管理が簡単にコントロール可能である等 ○モバイル広告 ・広告配信機能を利用者に通知する ・ターゲット・広告の利用者同意を得る ・ターゲット・広告は合法的に取得された情報を利用すべきこと ・バイラル(口コミ)マーケティングもアプリ・ポリシーに配慮すること ○位置情報 ・利用者に位置情報の利用を通知し選択権を与える ・位置情報の利用につき適切な同意を得る ○青少年の保護 ・次項目参照 ○説明責任等 ・ヒッパクラ法を全体を通じて利用者のプライバシー確保のための責任を明確化する ・アプリの問題を報告するための手法を利用者に提供する
OS提供者	・アプリ提供者等に対し、適切なアプリ・ポリシーの作成・公表等を促す ・アプリ・ポリシー等の表示場所を提供するなど、アプリ提供者等に対し、適切な対応を行うように支援する ・アプリ提供者や情報収集モジュール提供者等に対し、啓発活動を進める ・説明や情報取得の方法が適切ではないアプリが判明した場合の対応を検討するとともに、連絡通報窓口を設置する ・OSによる利用許諾がある場合、利用者に分かりやすい説明を行う努力を継続する	・センティブな情報及び場合によってはセンティブとなりうる情報を取得する際には、速やかに利用者に知らせ、同意を取得する ・アプリがアクセスする情報の種類を把握できるデバイス・ポート、利用者情報の送信を示すアイコンの開発を検討する ・アプリ開発者によるベストプラクティスを推進する ・アプリ・ネットワーク等によるトラッキングの可否を選択できるような、モバイル向け「Do Not Track」の仕組みを検討する	・ダウンロード前に確認できるよう、アプリ提供サイトからアプリ・プライバシー・ポリシーへアクセスできるようにする ・アプリ提供サイトを通じて利用者にモバイル・アプリの教育をする	
移動体通信事業者	・スマートフォン販売時等に、既存サービスを通じて利用者に必要事項を周知する ・リテールに合わせたスマートフォン・サービス設計や周知を端末提供事業者との協力も考慮しつつ検討する	・標準化されたアプリ・プライバシー・ポリシーの策定促進、アプリ開発者を教育、簡潔な情報提供の方法を開発する	・モバイル・アプリ・サービスと子供のプライバシーについて、利用者を教育する	
業界団体・関係者等	・業界ごととのガイドラインを策定する、利用者への情報提供・周知啓発等を推奨			
青少年に特化した規定				
	「インターネットの利用を前提とするスマートフォンについては、…青少年保護のための施策が重要であり、意識の向上及び教育の促進のための取組等が必要」と記載。	(FTCは、H22年に児童オンラインプライバシー保護法(GOPPA)規則のレビューを開始し、H24.12年に最終案を採択)	・移動体通信事業者が子供のプライバシーについて利用者を教育すること等を規定	・年齢層に応じ、適切なアプリを作成する ・プライバシー保護的な初期設定とする ・子供を保護する法令を遵守する ・適切な場合には年齢確認を行う

スマートフォン プライバシー ガイド

スマートフォンが急速に普及する中、スマートフォン上の利用者情報が様々なサービス提供等に利用されています。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すが、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ため、**スマートフォンの利用者自身が少なくとも注意すべき事項**について、「スマートフォン プライバシーガイド」としてとりまとめました。

1 スマートフォンのサービス構造を知りましょう

- スマートフォンは携帯電話事業者のみによるサービスではありません。アプリケーション（アプリ）提供者やアプリ提供サイトの運用者など多くの事業者が、それぞれ役割を持ちサービスを提供しています。
- スマートフォンでは、インターネットを經由して多様なアプリを自ら選択してダウンロードの上利用することができます。その一方、利用者の自己責任が求められる側面もあります。
- 無料のアプリ等の中には、広告主からの広告収入等によって収益を得ることによりアプリの提供を実現しているものもあります。このような場合、アプリに組み込まれた「情報収集モジュール」と呼ばれるプログラムなどを通じ、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ります。

【スマートフォンのサービス構造】



2 アプリの信頼性に関する情報を自ら入手し理解するように努めましょう

- ✓ スマートフォンには、電話番号、メールアドレスなど連絡先の情報、通信履歴、ウェブページの閲覧履歴、アプリの利用履歴、位置情報、写真や動画など様々な利用者情報が蓄積されます。アプリをインストールすると、これらの情報は、アプリを通じたサービス提供に活用されるほか、広告配信事業者等へ送信され、利用者の趣味・趣向に応じた広告の表示等に利用される場合もあります。
- ✓ このように利用者情報が収集・送信されて利用されることについてプライバシー上の不安がある場合、利用者も受け身ではなく、アプリの機能や評判、提供者など、アプリの信頼性に関する情報を自ら入手し、理解に努めるようにしましょう。
- ✓ その場合、評価サイトの評価や利用者のコメント等を参考にすることもできますが、それでも不安な場合には利用を避けることも大切です。
- ✓ 携帯電話事業者及び端末ベンダーなどが安全性を確認しているアプリ提供サイトなども必要に応じて活用しましょう。



3 利用者情報の許諾画面等を確認しましょう

- ✓ アプリの信頼性を確認するためには、利用者情報がどのような目的で収集されているか、必要以上の利用者情報が収集されていないかなどもヒントになります。
- ✓ アプリをダウンロードする時や利用（起動）する時などに、収集される利用者情報に関する利用許諾（パーミッション）を求める画面が表示される場合があります。また、アプリの利用規約やプライバシーポリシーが定められ公表されている場合もあります。
- ✓ 利用許諾画面や利用規約等において、収集される利用者情報の範囲などをよく確認し、内容を理解した上で、同意・利用するよう努めましょう。

- ✓ なお、利用許諾画面等が表示されない場合には、上記2の様々な方法によりアプリの信頼性の確認に努めましょう。



【利用者情報の利用許諾画面の例】



【アプリ提供サイト上でのプライバシーポリシー表示例】



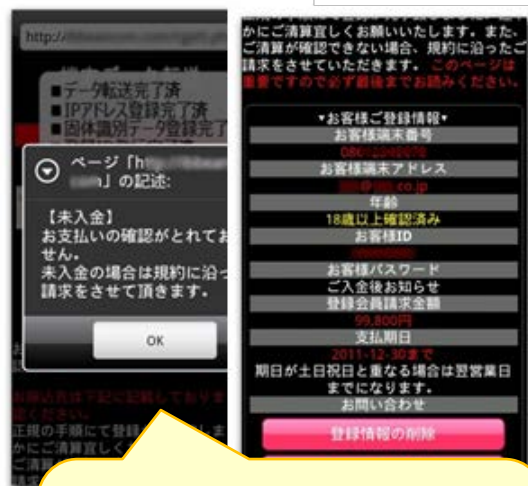
(※Google Play 及び App store から入手したアプリをもとに総務省作成)

最近の注意すべき事項

1 不正アプリの増加と多様化

- スマートフォンの急速な普及に伴い、**不正アプリも増加、多様化**しています。
- 例えば、動画を再生するアプリケーションに見せかけ、インストールするとメールアドレス・電話番号等の個人情報を取得し、料金請求画面を出して**金銭詐取を目的とするワンクリックウェア**が 2012 年1月以降報告されています。

ワンクリックウェアの例



- ワンクリックウェアをインストールしてしまった場合、**慌てず端末から削除**し、利用しないようにしましょう。
- **身に覚えのない請求**の場合、執ような請求があっても、**決して支払わない**ようにしましょう。

- また、人気ゲームを動画で紹介するアプリケーションが、利用者の電話帳情報を外部に送信していた事例がありました。
- 2012 年 8 月以降、「Power Charge」、「電池長持ち」、「電波改善」、「app 電話帳リーダー」、「無料電話」などスマホの機能改善ツールを、9 月には「安心ウイルススキャン」というセキュリティソフトや「SUN POWER」、「電池持ち改善」、「電波改善！」という**機能改善ツールを装ったアプリケーションに偽装し、電話帳情報など利用者情報の詐取を目的とするアプリ**なども増加しています。

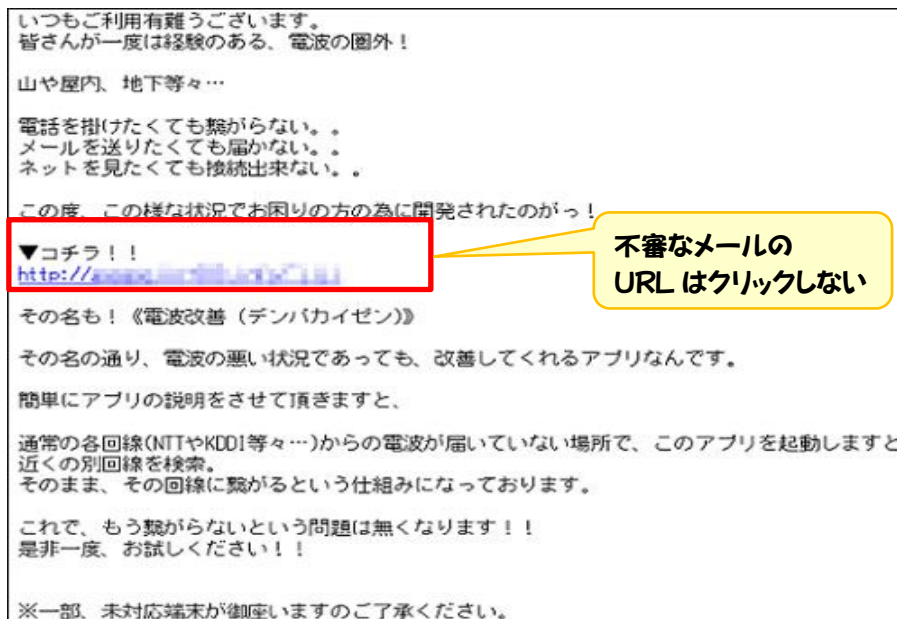
偽装したアプリの例



- インストールすると、お使いのスマートフォン**電話帳のデータが外部転送される可能性**があります。
- 下記 2. 3 の事項に注意して、**インストールしないように注意**しましょう。(セキュリティベンダー等が最新の情報について発表する場合もあります。)

2 不審なメールやSNSなどに記載されたURLからアプリをダウンロードしないように注意しましょう

- 「電池長持ち」、「電波改善」等の機能改善ツールを装ったアプリケーション、「安心ウイルススキャン」というセキュリティソフトの多くは、利用者に対して不審なメールが送られ、メールを通じ不正アプリの配布サイトへ誘導する事例として報告されています。
- 不審なメールを受けとって、記載されたURLをクリックして、信頼性が確認されていないアプリの配布サイトからアプリをダウンロードしないように注意しましょう。



不正アプリに誘引する手段の例

- また、SNSを利用して拡散するアプリケーションも報告されています。SNSの投稿などに記載されたURLをクリックして、信頼性が確認されていないアプリの配布サイトからアプリをダウンロードしないように注意しましょう。



不正アプリに誘引する手段の例

3 電話帳を外部に送信する利用許諾（パーミッション）を使う場合には注意しましょう

- ✓ 「電池長持ち」、「電波改善」等の機能改善ツールを装ったアプリケーション、「安心ウイルススキャン」というセキュリティソフトの多くは、**利用者のスマートフォンから、電話帳のデータを外部に送信**していたことが事例として報告されています。

電話帳を外部に送信する場合、スマートフォン プライバシー イニシアティブでは、使用目的を示して個別にポップアップ等で分かりやすく示して同意をとることを推奨しています。ただし、これらの不適正なアプリでは、電話帳取得に関する個別のポップアップ等による同意取得はありませんでした。

- ✓ アプリケーションの提供するサービスには明らかに不要であるにもかかわらず、次のような**電話帳を外部に送信し得るパーミッション**を取得しようとするアプリケーションがあった場合には、**十分注意**しましょう。

- ① 個人情報-連絡先データの読み取り
- ② ネットワーク通信-完全なインターネットアクセス

パーミッション取得確認の画面の例



第Ⅱ部

スマートフォン時代の電気通信サービスの適正な提供の在り方

第1章 電気通信サービスの普及と苦情・相談の現状

近年のスマートフォンやタブレット端末等の普及及びこれらを通じたワイヤレス・ブロードバンドの進展等に伴い、クラウド環境への移行、ソーシャルの利用の拡大等、ICTのパラダイム転換が生じつつあるといわれる。⁶⁸ 情報通信技術の発達・普及等に伴い、利用者が利用可能なサービスが高度化・多様化・複雑化している。また、様々な新規サービスの投入による顧客獲得を目指したサービス提供事業者間の競争が激化しており、ワイヤレス・ブロードバンドの進展に伴う有線サービスと無線サービスの競合等も進展しているとの指摘がある。これら状況の変化の中で、電気通信サービスの利用者が自ら適切なサービスを的確に選択することに困難を感じる状況も生じている。

このような現状は、電気通信サービスの利用者利益の確保・向上を図る観点から、検討を行うべき課題として捉えられるものである。本WGにおいては、電気通信サービスの普及状況及び電気通信サービスに関する苦情・相談の現状を踏まえ、スマートフォン時代における電気通信サービスの適正な提供の在り方について検討を進めることとする。

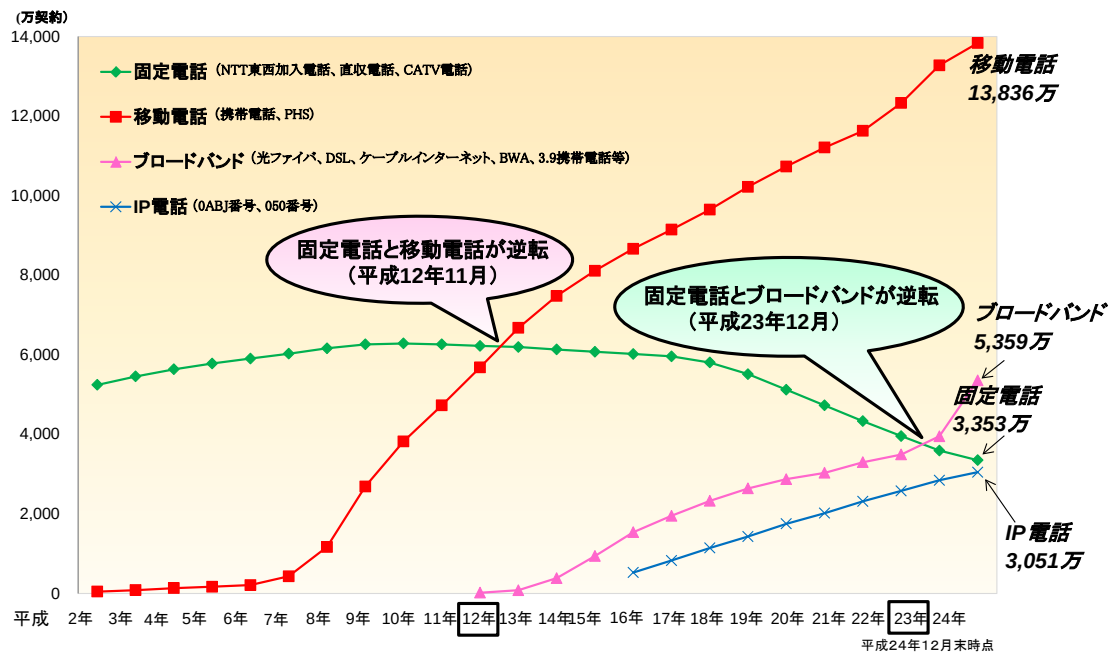
第II部「スマートフォン時代の電気通信サービスの適正な提供の在り方」は、電気通信サービスの普及と苦情・相談の現状を概観した上で、電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に向けた取組の現状についてまとめるとともに、利用者からの苦情・相談事例と論点について提示し、今後のWGにおける議論に向けての中間的な取りまとめを示すものである。

1 サービス環境の変化

電気通信サービスの契約者数の推移を概観すると、2001年度末（平成13年度末）から2011年度末（平成23年度末）の10年間に於いて、固定電話契約数は約6割に減少し、2011年（平成23年）12月にはブロードバンドと逆転する現象が生じている。また、同じ10年間に於いて、移動電話（携帯電話・PHS）サービスの契約者数は約2倍に増加しており、2012年（平成24年）12月末時点において、1億3,836万加入となっており、国民が1人に1台以上、携帯電話を保有する状況となっている。

⁶⁸ 「平成24年 情報通信に関する現状報告」（総務省、136ページ）。

図 2－1－1 電気通信サービスの契約数の推移

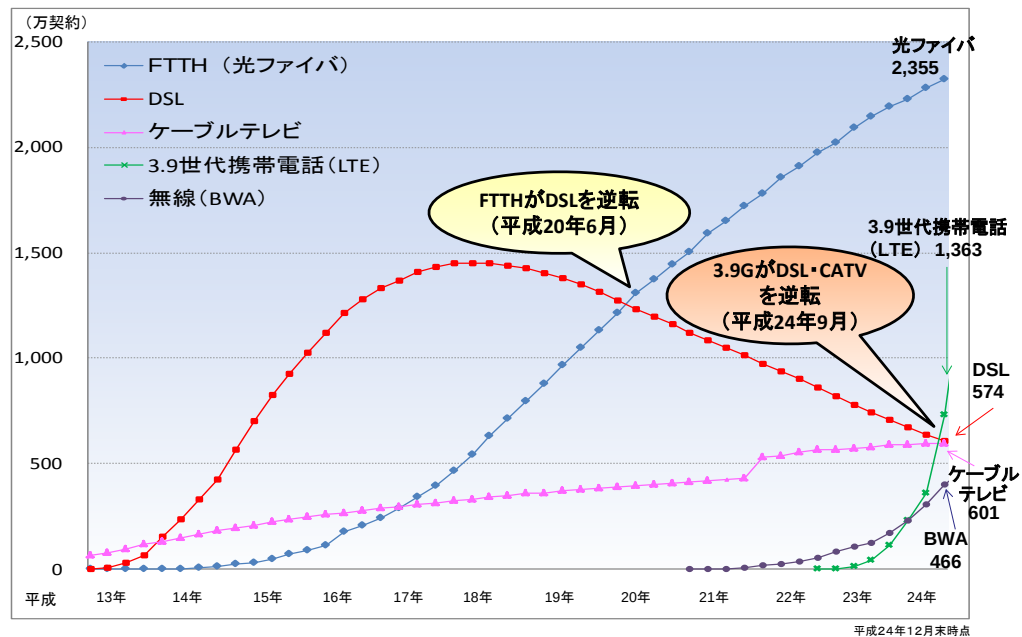


このうち、スマートフォンについては、第 I 部第 1 章 3（1）及び図表 1－1－5（スマートフォン国内出荷台数の推移・予測）に示すとおり、2012 年度（平成 24 年度）については、新規出荷台数の 7 割以上がスマートフォンに達し、普及台数は約 4,300 万台となり、普及率は 38%程度まで伸びると予想されている。

また、ブロードバンドサービス契約者数の推移としては、光ファイバが、2008 年（平成 20 年）6 月に DSL 契約数を超え、2009 年（平成 21 年）6 月にはブロードバンド全契約数の 50%を突破し、2012 年（平成 24 年）12 月現在、2,355 万加入となっている。

加えて、2012 年（平成 24 年）9 月の iPhone 5 の発売を契機に、LTE サービスの提供事業者が増加し、サービス契約数が増加するなど、電気通信サービスを取り巻く環境は新たなフェーズを迎えている。

図 2-1-2 ブロードバンドサービス契約数の推移



2 苦情・相談の現状

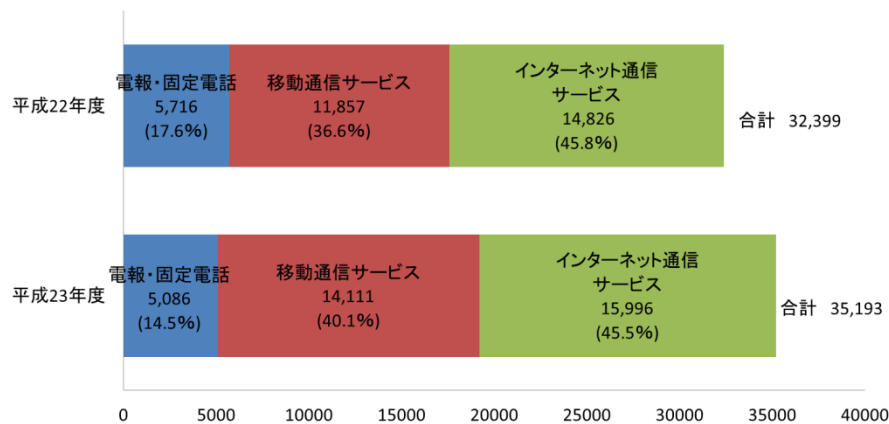
全国消費生活情報ネットワーク・システム (PIO-NET)⁶⁹において把握される電気通信サービス⁷⁰に係る苦情・相談の件数を概観すると、2011年度 (平成23年度)の苦情・相談件数は、35,193件であり、前年度と比べ、2,794件 (8.6%)増加している状況である。

このうち、苦情・相談件数が増加した「移動通信サービス」(「携帯電話サービス」及び「モバイルデータ通信サービス」を含む)については、それぞれ対前年度比で19%増加 (2,254件増)、また、「インターネット通信サービス」(「光ファイバ」を含む)は、対前年度比で7.9%増加 (1,170件増加)している。

⁶⁹ 国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報 (消費生活相談情報) の収集を行っているシステム (Practical Living Information Online Network System)。

⁷⁰ PIO-NETの「放送・通信サービス」のうち、「電報・固定電話」と「移動通信サービス」と「インターネット通信サービス」を合わせたもの。

図 2-1-3 PIO-NET における電気通信サービスに関する苦情・相談



○電報・固定電話：
電報サービス、固定電話加入権、直収型固定電話、IP電話（0ABJ番号含む）の基礎的サービスの他、優先接続、通話料割引サービスなどの付加サービスが含まれる。

○移動通信サービス：
携帯電話、PHS、モバイルデータ通信、公衆無線LANなどが含まれる。

○インターネット通信サービス：
光ファイバー、ADSLなどのインターネット接続回線サービス、ISPサービス、その他関連するオプションサービスや保守サービス、レンタルサーバー契約、各種サイトへの登録料などの相談が含まれる。

また、2012 年度（平成 24 年度）は、国民生活センター公表資料⁷¹によると、同年 10 月 31 日までの PIO-NET 登録分については、「携帯電話・スマートフォン」⁷²に関する苦情・相談件数は、10,620 件であり、対前年度同期比約 2 割増となっているほか、「モバイルデータ通信サービス」については、総数は 2,333 件と「携帯電話・スマートフォン」に比べて少ないものの、対前年度比 6.5 割増、このうち電話勧誘販売については対前年度比約 5 倍と大幅に増加している状況にある。また、「光ファイバ」を含む「インターネット接続回線」⁷³に関する苦情・相談件数については、7,937 件であり、対前年度同期比 2.5 割増となっている。

PIO-NET の分類上、「移動通信サービス」は「携帯電話サービス」及び「モバイルデータ通信サービス」に分けられる。以下において、「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信サービス」及び「光ファイバ」それぞれについて、苦情・相談の傾向を概観する。

⁷¹ 第 104 回消費者委員会資料 4 「通信関連サービスに関する相談の状況について」（国民生活センター、2012 年（平成 23 年）11 月 13 日）。

⁷² PIO-NET では、機器の品質に関する相談を分類する「携帯電話」と主に通信契約に関する相談を分類する「携帯電話サービス」があり、この国民生活センター公表資料では、この 2 つのキーワードを合算している。

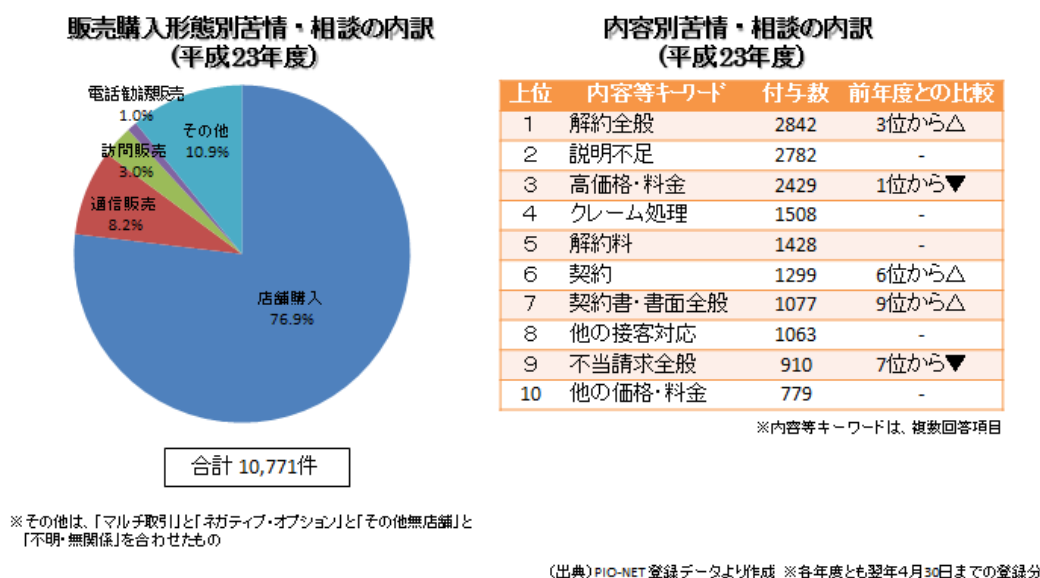
⁷³ PIO-NET の分類上、「インターネット通信サービス」には、「インターネット接続回線」及び「他のネット通信関連サービス」が含まれ、さらに「インターネット接続回線」に「光ファイバ」、「ADSL」及び「他のネット接続回線」が含まれる。

(1) 「携帯電話サービス」

2011 年度（平成 23 年度）の苦情・相談の概要としては、「携帯電話サービス」はキャリアショップ・家電量販店等での購入が一般的であることから、販売購入形態別においては、「店舗購入」が最多となっている。また、苦情・相談を内容別に分析すると、1 位が解約全般、2 位が説明不足、3 位が高価格・料金となっている。

また、国民生活センター公表資料⁷⁴によれば、2012 年度（平成 24 年度）の「携帯電話・スマートフォン」に関する苦情・相談件数は、増加傾向にあり、このことから、「携帯電話サービス」についても、増加傾向にあるものと考えられる。また、これら内容別苦情・相談の内訳の傾向は、前年度と概ね変わらない可能性が高いものと考えられる。

図 2－1－4 「携帯電話サービス」に係る苦情・相談の概要

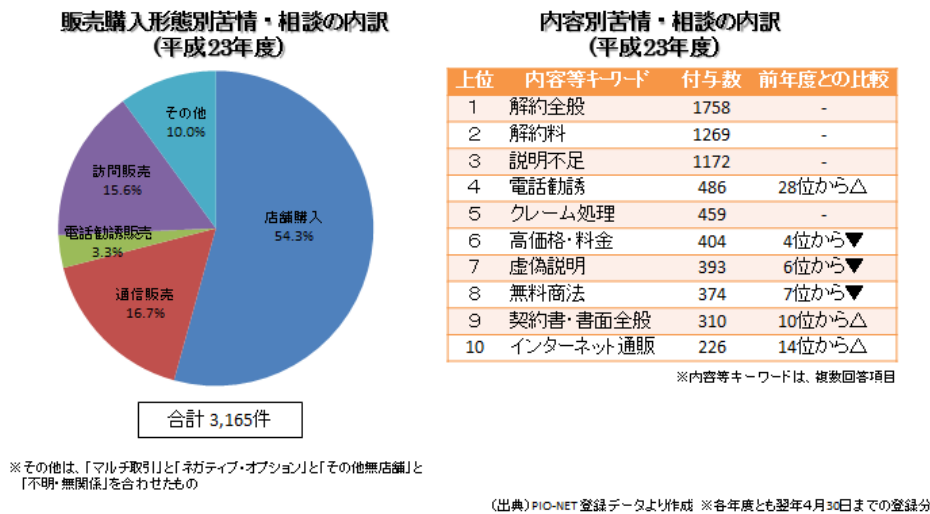


2011 年度（平成 23 年度）の苦情・相談の概要としては、「モバイル通信サービス」は、「携帯電話サービス」と同様、店舗購入の割合が最多ではあるものの、「携帯電話サービス」に比べると、通信販売、電話勧誘販売、訪問販売の割合も高くなっている。このため、内容別の苦情・相談については、解約関連が上位を占めるものの、電話勧誘についても 4 位と上位に入っている。

なお、2012 年度（平成 24 年度）の「モバイルデータ通信サービス」に関する苦情・相談件数は、増加傾向にあるが、これら内容別苦情・相談の内訳の傾向は、概ね変わらない可能性が高いものと考えられる。

⁷⁴ 第 104 回消費者委員会資料 4 「通信関連サービスに関する相談の状況について」（国民生活センター、2012 年（平成 23 年）11 月 13 日）。

図 2-1-5 「モバイルデータ通信サービス」に係る苦情・相談の概要

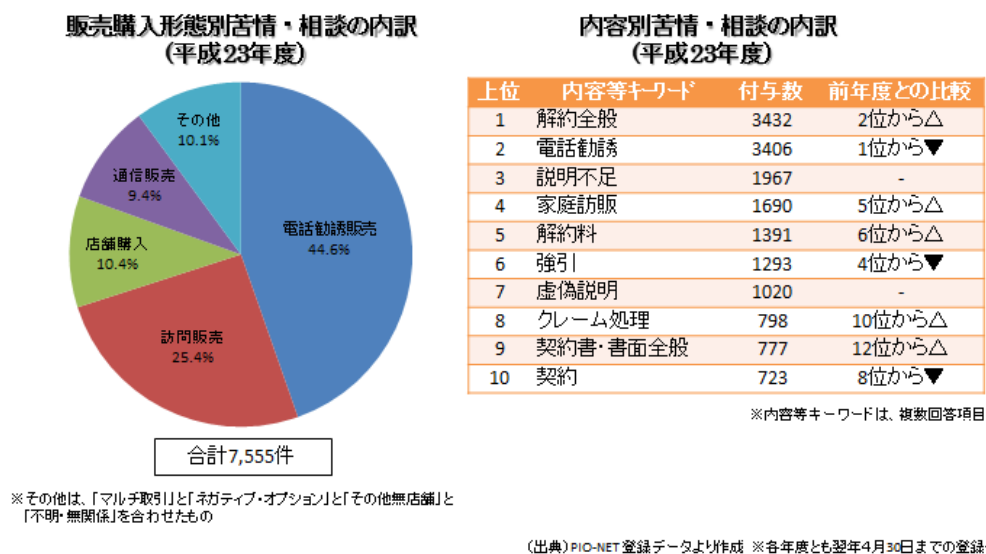


(3) 「光ファイバ」

2011 年度（平成 23 年度）の苦情・相談の概要としては、「光ファイバ」については、販売購入形態別においては、前年度と同様「電話勧誘販売」が最多であり、訪問販売が続いている。また、内容別においては、1 位が解約全般、2 位が電話勧誘、3 位が説明不足となっている。

また、国民生活センター公表資料⁷⁵によれば、2012 年度（平成 24 年度）の「インターネット接続回線」の苦情・相談件数は、増加傾向にあることから、「光ファイバ」についても増加傾向にあるものと考えられる。また、これら内容別苦情・相談の内訳の傾向は、前年度と概ね変わらない可能性が高いものと考えられる。

図 2-1-6 「光ファイバ」に係る苦情・相談の概要



⁷⁵ 第 104 回消費者委員会資料 4 「通信関連サービスに関する相談の状況について」（国民生活センター、2012 年（平成 23 年）11 月 13 日）。

第2章 電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に向けた取組の現状

2010年（平成22年）9月、「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」のもとに、電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に関する検討を行うために、「電気通信サービス利用者ワーキンググループ」（以下「利用者WG」という。）が設置され、2011年（平成23年）12月、「電気通信サービスの利用者の利益の確保・向上に関する提言」（以下「利用者WG提言」という。）がとりまとめられた。同提言を踏まえ、電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に向けた取組が行われていることから、今後、新たな課題等に対応するための前提として、本章においてはこれら各種取組についてまとめることとする。

1 「電気通信サービスの利用者の利益の確保・向上に関する提言」及び取組の進展

（1） 「電気通信サービスの利用者の利益の確保・向上に関する提言」（利用者WG提言）

利用者利益の確保・向上のための方策の在り方については、2008年（平成20年）4月、「電気通信サービス利用者懇談会」（以下「利用者懇談会」という。）が設けられ、2009年（平成21年）2月、提言がとりまとめられた。その後、環境変化に伴い対応すべき新たな問題等を確認し、更なる利用者の権利保障のための取組の在り方について検討が行われ、前述のとおり、2011年（平成23年）12月、利用者WG提言がとりまとめられている。

利用者WG提言においては、総論において「利用者利益の確保のための基本的な考え方」及び「電気通信サービスを取り巻く現状」を示し、これらを踏まえた上で、「契約締結前の利用者向け情報提供の在り方」として、広告表示及び勧誘、「契約締結時の説明の在り方」として、重要事項説明及び適合性の原則、「契約締結後の対応の在り方」として、契約解除に係る問題及び契約解除の手続面の課題等について提言が行われた。また、「苦情・相談体制の在り方」として、円滑な苦情解決に向けた取組や責任分担及び裁判外紛争処理の可能性について提言が行われ、さらに「関係者間の連携方策の在り方」、「利用者リテラシー向上方策の在り方」、「安心・安全なサービス提供の在り方」についてそれぞれ検討が行われ、方向性が示されている（利用者WG提言の概要については、[参考資料1](#)参照）。

これら利用者WG提言内容を受け、総務省や業界団体、各電気通信事業者等の関係者では、各種の取組が実施されてきたところである。

（２） 利用者WG提言を受けた取組の概要

利用者WG提言においては、[参考資料 1](#)に示すとおり、多様な取組が促されている。広告表示については、利用するサービスを選択する際の判断の重要な基礎となるとの観点から、電気通信サービス向上推進協議会⁷⁶（以下「サービス向上推進協議会」という。⁷⁷）が定めた自主基準である「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」（以下「広告表示自主基準等」という。）⁷⁸について、利用者WG提言内容を受け、見直しが行われるなど、広告表示の一層の適正化が図られたところである。

また、日々複雑・多様化する電気通信サービスの提供にあたっては、利用者利益の確保の観点から、適合性の原則に配慮した、十分な説明を行うことが必要不可欠となっていることから、契約の勧誘・契約締結に際し、消費者の知識、経験を考慮した説明を行うなど、適合性の原則に配慮すべきことが再確認された。さらに、利用者WG提言においては、特に、高齢者に対して、電気通信サービスの内容・必要性が十分に理解されるよう配慮するほか、未成年の場合には、高額利用防止に十分配慮して説明することなどが求められることも明記されている。これら利用者WG提言内容を踏まえ、勧誘・契約解除の適正化については、平成24年4月、サービス向上推進協議会によって、「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」（以下「営業活動に関する自主基準」という。）が新しく制定され、適合性を考慮した説明についても、同自主基準第5条において規定された。⁷⁹

加えて、各地の消費生活センターや関係事業者、総合通信局等の連携の場である「電気通信消費者支援連絡会」については、利用者WG提言においても、行政、消費生活センター、電気通信事業者等が情報共有、意見交換する場として有効であり、継続的な開催を望む指摘が多いことから、今後も継続して開催していくことが必要である旨指摘されており、これらを受け、2012年度（平成24年度）においては、契約時における重要事項説明に係る販売代理店の指導やスマートフォンの安心安全な利用などをテーマとして開催されたところである（開催状況については、[参考資料 3](#)参照）。

⁷⁶ 2003年（平成15年）1月設立。電気通信サービス向上推進協議会は、（社）電気通信事業者協会、（一社）テレコムサービス協会、（社）日本インターネットプロバイダー協会及び（一社）日本ケーブルテレビ連盟が構成する（平成16年3月）。

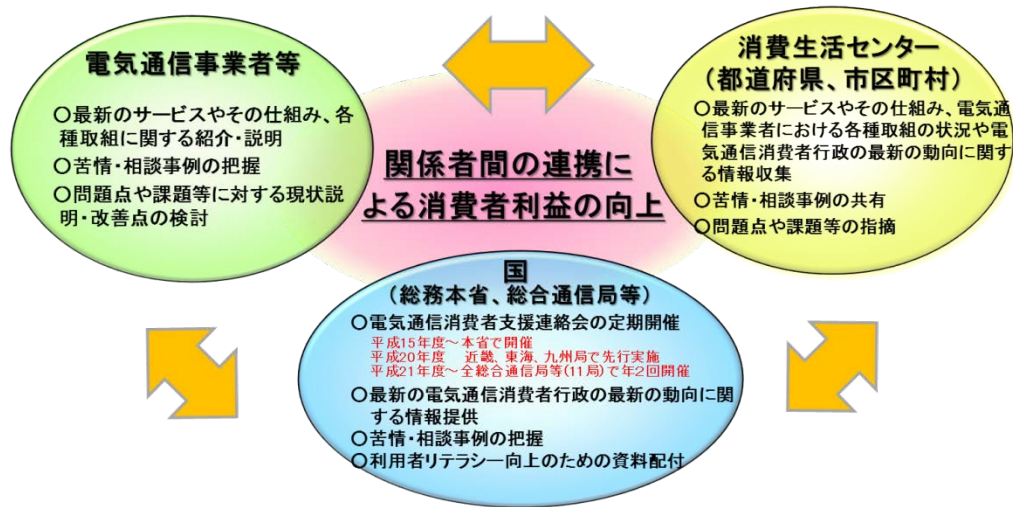
⁷⁷ サービス推進協議会における検討体制は、[参考資料 2](#)参照。

⁷⁸ 電気通信サービス向上推進協議会によって、2004年（平成16年）制定。

⁷⁹ （適合性を考慮した説明）

第5条 事業者又は代理店は、勧誘や契約の締結にあたり、その電気通信サービスの内容・必要性が理解されるよう、利用者の知識や経験等に配慮した説明を行わなければならない。特に、高齢者や未成年者の利用者への説明に際しては、利用者の意向や状況を考慮した分かり易い説明に努めなければならない。

図 2－2－1 電気通信消費者支援連絡会



このほか、利用者WG提言を受けた国の取組としては、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」について、最新の具体的事例を追加するなどの現行化が行われ、平成24年10月に公表されている。

2 業界団体による自主的取組の進捗状況

（1） 広告表示等の適正化に係る取組

業界団体による自主的取組としては、1（2）のとおり、（社）電気通信事業者協会、（社）テレコムサービス協会、（社）日本インターネットプロバイダー協会及び（社）日本ケーブルテレビ連盟が構成するサービス向上推進協議会において、2004年（平成16年）3月、広告表示自主基準等を策定して以降、随時拡充が図られてきているところである。利用者WG提言を受けた見直しにおいては、主として以下の点が改定された。

- ① 電気通信サービスの利用状況や習熟度、年齢等を踏まえた「適合性の原則」に配慮した上で、より分かりやすい説明を行う旨の条文（はじめに及び第4条）
- ② 強調表示に関する条文及び解説を追加（第6条）
- ③ 比較表示に関する具体的な解説を追加（第7条）
- ④ 2段階パケット定額プランに関する解説を追加（第20条）
- ⑤ 自主基準の対象とする契約代理店には、家電量販店も含まれることを明記（第23条）

加えて、特に、移動体通信サービスに関する広告の中に、データ通信サービスの

通信速度等に関して、利用者に誤認を与えるおそれがあるとして指摘されていること等を受け、サービス向上推進協議会の下「広告表示自主基準WG」において、自主基準等の見直しが再度行われており、2013 年（平成 25 年）3 月、次のような改定について、意見募集が行われたところである。

- ① 通信速度（特に移動体通信）の表示に関して
 - ・ サービス提供エリアにより最大通信速度が異なる場合その旨を記載し、最大通信速度の該当エリアを何らかの方法で消費者にわかるよう記載
- ② 人口カバー率の算出方式等（特に移動体通信）の表示に関して
 - ・ 人口カバー率の算出方法を明記
 - ・ 将来に渡る人口カバー率（サービスエリア）予定を記載する場合、同一サービスでの現時点での人口カバー率（サービスエリア）を併記
- ③ 端末の通信速度（特に移動体通信）の表示に関して
 - ・ 特にルーター類においてネットワーク側とデバイス側の速度が顕著に異なる場合、高い通信速度のみを記載しない

（２） 営業活動等の適正化に係る取組

1（２）のとおり、サービス向上推進協議会の下に新たに設置された「販売適正化WG」において営業活動に関する自主基準が検討・作成され、2012 年（平成 24 年）4 月に報道発表及び事業者への周知が行われた。同営業活動の自主基準は、通信業界を挙げて市場の健全・適正化を図ることを目的としており、電気通信事業法第 26 条（提供条件の説明）を中心とした消費者保護ルールに関し、法令上明示的に求められる措置に加え、第 5 条（適合性を考慮した説明）、第 6 条（再勧誘の禁止）、第 7 条（禁止行為）、第 8 条（申込みの撤回）、第 10 条（代理店指導）等の対応について自主的に取り組むものとして明記されている。

同自主基準第 11 条において、サービス向上推進協議会は、同自主基準実施状況を、電気通信関連 4 団体に対して適宜行うこととされており、今年度の取組状況についても、適時取りまとめが行われる予定である。

（３） その他

（１）、（２）に関する取組に加え、重要事項説明を分かり易く説明する取組ということで、サービス向上推進協議会によって、重要事項説明書の抜粋版が作成されており、これを参照しつつ、各社において抜粋版の作成が行われたところである（参
考資料 4参照）。

また、利用者WG提言において、複数の電気通信サービス等をセットにして契約するいわゆる「セット販売」については、図解など、消費者が理解しやすいような一般的な資料を作成することが求められるとされていたところ、サービス向上推進協議会において図解を作成、ホームページ上で公表している。

3 苦情・相談の低減に向けた直近の取組

(1) 最近の動向

本章1及び2のとおり、業界団体、電気通信事業者及び総務省において、利用者WG提言内容を踏まえ、自主基準等の遵守の徹底等を含め、各種取組が推進されているところであるが、これら取組の実効性確保が重要となっている。

総務省においては、2012年（平成24年）4月の営業活動に関する自主基準等の公表後の動向について、総務省電気通信消費者相談センターへの入電状況や「電気通信消費者支援連絡会」における意見交換等を通じ、引き続き把握に努めているが、スマートフォンの急速な普及や新たな高速データ通信サービスの進展等、電気通信サービスを取りまく環境の変化の実態等を踏まえ、自主的取組の普及を加速するとともに、新たな課題を早期に把握し、適切な対応を検討・推進することが必要となっている。

かかる状況の下で、2012年度（平成24年度）における苦情・相談の状況については、国民生活センター公表資料によれば、第1章2において指摘のとおり、増加傾向にあるとの報告があった⁸⁰。また、2012年（平成24年）12月11日に開催された消費者委員会（河上正二委員長）においても、「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」（以下「消費者委員会提言」という。）がとりまとめられ、販売勧誘方法に関する課題として、具体的に、①消費者が十分に契約内容を理解しないまま契約に至るようなケースなど、契約締結時の問題、②2年契約で自動更新されるサービスにおいて、違約金が発生する期間についての消費者の認識が十分ではないなど、契約後の対応の問題が指摘されている。

加えて、消費者委員会提言においては、相談件数が明確な減少傾向になる等の一定の改善が見られない場合には、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図るための法的措置を講じることを含め、必要な措置を検討し確実に実施することとされている。⁸¹

⁸⁰ 第104回消費者委員会資料4「通信関連サービスに関する相談の状況について」（国民生活センター、2012年（平成23年）11月13日）。

⁸¹ このような制度的な対応の検討については、利用者WG提言においても「業界団体や各電気通信事業者における対応にもかかわらず、一定期間内に状況が改善されない場合には、クーリングオフ等の民事的な効力を有する規定を設けるなどの制度的な対応を検討することが必要である。」と指摘される。また、利用者WG提言におい

（２） 総務省における取組

これらを背景として、業界団体及び関係事業者による取組を加速するために、総務省において、業界団体及び主な電気通信事業者に対して、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘の適正化、さらには、特に携帯電話事業者については、期間拘束のある契約の解除期間に関する分かりやすいプッシュ型の通知の導入の検討を含めた要請が行われている（参考資料6参照）。

加えて、販売代理店にも直接電気通信事業法上の消費者保護ルール適用があることから、大手販売代理店等にも直接ヒアリング等を実施した上で、傘下の代理店の指導等を徹底するよう要請するとともに、業務フローを見直し、電話勧誘時のサンクスレターを含め、書面交付を迅速かつ確実に実施するよう指導するなど、具体的な苦情・相談件数の低減を図るよう求めている。

また、これらの要請に加え、高齢者に対する販売勧誘については、サービス内容が十分に理解されるよう、場合によっては、電話勧誘を控え、案内を送付するにとどめるべきケースの検討等、適合性の原則に配慮した取組を促している。

（３） 事業者における対応

上述の動向・取組等を受け、事業者において各種対応が行われている。例えば、電気通信事業者の代理店経由で電話勧誘が行われる場合については、代理店から電気通信事業者に対して契約成立の情報が取り次がれるまでに多少の時間を要することから、代理店から直接送付するサンクスレターにおいて、①お申込み内容の確認、②連絡先、③（固定回線の場合）工事前無償解約が可能である旨を明記し、電話勧誘による契約成立後、可及的速やかに送付する取組も進展しつつある状況である。

しかしながら、このような取組を利用者利益の確保に着実につなげるためには、利用者の苦情・相談を随時分析した上で、取組状況の推進状況や新たな課題について現状把握し、今後の更なる対応について検討をしていくことが必要不可欠である。安心・安全な利用環境を継続的に確保するためには、事業者において、そのようなPDCA⁸²サイクルに基づく対応が進展することが強く求められる。

ては、制度的な対応を検討するに際しては、「電気通信サービスにおいて、電話勧誘販売あるいは訪問販売という販売形態に起因する問題だけではなく、料金やサービスの複雑さに起因する問題や、インターネット接続や携帯電話サービスのように利用してみないと速度や通話可能地域が分からないことによる問題など、契約解除にも様々な原因があることに留意する必要がある。」とされている点にも留意が必要である。

⁸² （１）方針・計画（Plan）、（２）実施（Do）、（３）点検（Check）、（４）是正・見直し（Act）というプロセスを繰り返し、改善につなげる管理フレームワーク。

第3章 利用者からの苦情・相談及び今後の論点

本章においては、利用者からの苦情・相談について、まず実際の事例に基づき把握に努めることとする。⁸³

最初に、「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信サービス」及び「光ファイバ」のそれぞれについて、内容別苦情・相談の内訳で上位であった事項について、それぞれ具体的な苦情・相談事例⁸⁴を挙げる。

続いて、これら苦情・相談事例や本WGにおいて提出された意見等を踏まえ、今後の検討に向けた主な論点を提示することとする。なお、これら論点は、あくまで中間取りまとめまでの時点で提示されたものであって、今後、最終取りまとめに向けて、追加の論点の提示を含め、さらなる議論の進展が望まれる。

1 最近の主な苦情・相談

(1) 「携帯電話サービス」

「携帯電話サービス」の場合、「解約関連」では、セット販売に関するもの、契約の自動更新に関するもの等が寄せられており、「説明不足」としては、適合性の原則に関する配慮を欠いた高齢者への販売やサービス提供エリアの説明不足等が寄せられている。また、「高価格・料金」に関するについては、3G回線とWi-Fiの切替に関するものやアプリの自動更新に関するもの、オプションサービスに関するもの、海外渡航時のパケット料金に関するものなどが寄せられている。また、その他の事例として、特典に関する条件の説明が不明確といったものや端末の不具合に関するものなどがある。

苦情・相談の傾向からは、スマートフォンの普及・進展に伴い、スマートフォンに特有の新たな課題が出現している現状も見られる。そのような新たな課題を含め、苦情・相談事例を活用し、現在の対応を検証した上で、今後の必要な対応を検討することが望まれる。

以下に、総務省電気通信消費者相談センター等に寄せられた苦情・相談事例をもとに、内容別苦情・相談の内訳で上位であった事項（「解約関連」、「説明不足」、「高価格・料金」）について、それぞれ苦情・相談事例を挙げる⁸⁵。

⁸³ なお、総務省から委託を行っているPIO-NET分析等の調査研究等に基づき、データ等についても、今後、有意なものについて最終取りまとめに盛り込むことが望まれる。

⁸⁴ 総務省電気通信消費者相談センター等に寄せられた苦情・相談事例を元に作成。

⁸⁵ これら苦情・相談事例は、あくまで全体の傾向を踏まえた例示であって、その他対処すべき課題を含む事例であって、掲載されていないものもある点に留意が必要である。「モバイルデータ通信サービス」、「光ファイバ」についても同様である。

① 解約関連

セット販売などを含む適合性の原則に関する配慮を欠いた販売勧誘活動に起因する解約事例などについて検討が必要ではないか。また、契約後一定期間経過後の自動更新に関連した解約の苦情・相談事例が多くあり、これらへの対応の検討が必要ではないか。

- 妻名義のスマートフォンを契約した際に「今ならタブレット端末をセットで購入すれば安くなる。」と言われ、セット契約をしたが、不要であるので、購入後すぐに解約を申し出たが、解約には端末割賦残金合わせて6万8千円かかると言う。箱から出してもいないのに高額すぎる。(セット販売、適合性の原則に関する配慮、解約トラブル)
- 3年前に契約した携帯を解約しようとしたら約1万円かかるという。契約時に説明したとのことであるが、覚えていないし、解約月があるなら、事前に通知してほしい。(自動更新、解約トラブル)
- 約8年前に契約した際、2年縛りは聞いたが、自動更新は聞いていない。(自動更新、解約トラブル)
- 携帯電話契約の解約を申し出たところ、契約が自動更新になっているとは知らず、契約更新の更新月でないため解約違約金の請求を受けた。(自動更新、解約トラブル)
- 1年以内に故障し、修理に出したが、まだ修理ができていない状態で、解約を申し出たところ、使用できない状態であるのにも関わらず契約解除料が必要と言われた。(端末故障、解約トラブル)
- 解約を申し出たところ、端末割賦代金の残金すべての一括支払いが必要と言われた。(端末割賦払い、解約トラブル)

② 説明不足

適合性の原則に関する配慮を欠いた高齢者への販売、サービス提供エリアに関する不十分な説明、端末割賦払いに関するもの等があり、これらへの対応の検討が必要ではないか。

- 携帯電話の更新時に、同時にタブレット端末に申し込むと実質無料になるからと言われ持ち帰ったが、大部に渡る契約資料を家族と読み解くうちにシニア向け機種ではなく、タブレット端末も購入代金が分割払いで2年間契約とすると割引が適用されるという複雑な契約であった。また、割引の条件というアプリも利用しないのに契約されていた。(適合性の原則に関する配慮、不適切な代理店営業)

- 友人が理解能力がないのにも関わらず、携帯電話端末とセットで Wi-Fi ルーター、本人は景品と思っていたようであるが、フォトビジョンを 1 台を含む 7 点契約を行った。他店では本人確認や家族割適用のために書類が必要なようだが、当該ショップは不要とのことであった。*(適合性の原則に関する配慮)*
- 店頭で LTE もエリア内であるとの簡単な案内を受けたのみで、実際は居住している県内は全く利用できず、3 G は掴むことができる。アンドロイドと iPhone のエリアが異なることも知らなかった。*(サービス提供エリアの説明)*
- 電波状況が 3 G でも不安定なので問合せたところ、「数ヶ月後には LTE エリアになるので状況が変わるかもしれない。」との案内。電波改善をすぐにしてくれないので解約したい。*(サービス提供エリアの説明)*
- 携帯電話を契約後、料金を支払わなかった。督促も無視した結果、信用情報機関に未払い情報を登録をされ、住宅ローンの審査が通らなくなった。*(端末割賦払いの説明)*

③ 価格・料金関連

3 G 回線と Wi-Fi の切替やアプリの自動更新に係る利用者が意識しないデータ通信に起因する料金トラブル、オプションサービスに関する料金トラブル、海外渡航時のパケット料金に関する苦情・相談事例等があり、これらへの対応の検討が必要ではないか。

- スマートフォンの二段階定額プランに入っている。Wi-Fi のみの利用を行ったつもりであったが、いつの間にか自動的に 3 G 回線に切り替わり定額の上限に達した。
- スマートフォンを契約したが、元々インストールされているアプリ（削除不可）が、自動的にアップデートをするために通信料金が発生する。
- 知らない料金を取られていたので問合せをしたら、知らないオプションサービスが付けられており毎月課金されていた。契約した代理店は既に解散しており、異なる名義の代理店が受け皿となっていた。*(不適切な代理店営業)*
- 契約月は無料ということで契約当初に付けられていたオプション契約を契約月最終日にショップに行き解除しようとしたが、悪天候で外出できず間に合わなかった。若い人なら分かるかもしれないが、仕組みが複雑。*(不要なオプション契約／アプリ)*
- インストールした覚えのないアプリによって毎月課金されていることが分かった。*(不要なオプション契約／アプリ)*
- 海外渡航中にスマートフォンで高額パケット料金を請求された。*(高額パケット料金請求)*

- 海外渡航時に、「海外パケット定額」の対象 とならない 事業者を利用したため、通話料・通信料併せて 10 万円超の請求となった。(高額パケット料金請求)⁸⁶
- 携帯電話で写真付きメールを受けていたが、相手方がスマートフォンになって、通信料が上がった。(高額パケット料金請求)
- パソコンに携帯電話を接続して、ファイルのやり取りを行ったところ、100 万円近い請求を受けた。(高額パケット料金請求)

④ その他

特典に関する条件の説明が不明確といったものや端末の不具合に関するもの等があり、何らかの対応の検討が必要ではないか。

- キャッシュバックキャンペーンとして 4 万円分の商品券を付けて店頭にて契約したが、3 ヶ月程度で届くとの説明にも関わらず半年以上経過し、実際に届いた商品券も半額程度であった。(特典条件等の説明不足)
- スマートフォンを購入したが、機器の不具合が何度も発生し修理するということを繰り返している。(端末の不具合)

(2) 「モバイルデータ通信サービス」

「モバイルデータ通信サービス」に関しては、タブレット端末とのセット販売に関するものや高齢者に対する電話勧誘、電波の受信状況に関するもの、不適切な勧誘話法といったものが挙げられる。また、通信速度についても表示に関するものや説明が不適切であったとの苦情がある。

苦情・相談の傾向から、高速データ通信サービスの進展に伴い、新たな課題が出現している現状が見られることから、「モバイルデータ通信サービス」についても、苦情・相談事例を活用し、現在の対応を検証した上で、今後の必要な対応を検討することが望まれる。

以下に、総務省電気通信消費者相談センター等に寄せられた苦情・相談事例をもとに、内容別苦情・相談の内訳で上位であった事項等（「解約関連」、「電話勧誘」、「その他不適切な勧誘」）について、それぞれ苦情・相談事例を挙げる。

⁸⁶ 携帯事業者 3 社における海外定額パケット通信し放題プランの概要については、[参考資料 5](#) 参照。

① 解約関連

タブレット端末とのセット販売等に起因する解約トラブルや、電波の受信状況による解約等があり、何らかの対応の検討が必要ではないか。

- モバイルデータ通信サービス契約時にタブレット端末も無料で付けるということで、2枚契約書を書いた。端末が到着し、確認すると2台分の月々の支払いが発生するとのことで、2台目が無料というわけではなかった。解約をしたいと言ったら、解約金がかかると言われた。(セット販売、説明不足)
- モバイル端末の契約を行ったが、自宅近辺は電波が入りにくく、ほぼ使えないとわかった。解約を申し出ると中途解約違約金がかかるとのこと。(電波不良、解約トラブル)

② 電話勧誘

電話勧誘後の書面の到達が遅いケース、高齢者への電話勧誘であって適合性の原則の観点から問題があると考えられるケース等があり、何らかの対応の検討が必要ではないか。

- 電話勧誘でルーターを契約した。書面はまだもらっていないし、ルーターもまだ送付されてきていないが、キャンセルの連絡をしたところ、契約は成立しているため違約金かかると言われた。(電話勧誘、解約トラブル)
- 高齢の親に情報端末の契約に関する勧誘電話があり、申し込んだ覚えはないのに、後日、契約完了の旨と機器送付の連絡があった。(電話勧誘、高齢者)

③ その他不適切な勧誘

訪問販売等における不適切な勧誘話法や不適切な速度に関する説明等があり、何らかの対応の検討が必要ではないか。

- 訪問販売において、「光回線と同等以上の接続ができ、スマホも安くなるしWi-Fiも使える。」と説明を受けたため申込みをしたが、接続してみると、たまにLTEで接続する状態で、3Gであっても途切れる時があり、使用に耐えない。解約の申入れをすると違約金が必要とのことであった。(不適切な勧誘、解約トラブル)
- 代理店から、今までよりも料金が安くなるとの勧誘を受けて契約したが、実際には安くない契約だった。(不適切な勧誘)
- 購入時に、75Mbpsの速度が出ると言われ、年内にも100Mbpsにまでなりまうと言われたことから購入した。広告表示だけではなく、口頭の説明も事実ではなく、悪質ではないか。(不適切な勧誘)

④ その他

最高速度の表示の在り方について、何らかの対応の検討が必要ではないか。

- 夜の時間帯に Wi-Fi を利用していたら、著しくスピードが落ちた。ベストエフォート型サービスであることは知っているが、最高は謳っていても最低速度が表示されていないのは問題ではないか。(速度表示)
- 通信速度についての説明や表記があいまいで、いかにも通信速度が速いような、理論上の「最大」の通信速度の説明や表記をしても、実際の通信速度が説明や表記とかけ離れていて問題。(速度表示)

(3) 「光ファイバ」

「光ファイバ」については、電話勧誘に関する苦情・相談が多く、しつこく名乗りを行わないもの、執拗な再勧誘が行われているもの、不適切な勧誘話法、高齢者に対する勧誘等が寄せられている。また、解約関連では、そもそも契約したつもりでなかったものが契約されており、さらに解約金がかかると言われたもの、安くなると言われたが実際には安くならなかったといったケース、特典の案内に関するものなどが寄せられている。

「光ファイバ」に関しては、フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行の進展といったサービスそのものにめざましい変化があったわけではないものの、ワイヤレス高速ブロードバンド化が進展し、「モバイルデータ通信サービス」、「携帯電話サービス」が「光ファイバ」と事実上、競争している状況にある。このため、「光ファイバ」の電話勧誘販売において、不適切な、行き過ぎた話法が見られるなど、営業活動の自主基準等の再徹底が求められる状況ともなっている。

以下に、総務省電気通信消費者相談センター等に寄せられた苦情・相談事例をもとに、内容別苦情・相談の内訳で上位であった事項（「電話勧誘」、「解約関連」、「説明不足」）について、それぞれ苦情・相談事例を挙げる。

① 電話勧誘

不適切な勧誘話法や執拗な再勧誘に起因する電話勧誘に関する苦情・相談事例が多くあり、自主基準等の徹底をはじめ、これらへの対応の検討が必要ではないか。

- 光回線にしる、毎月 2000 円安くなる、といった電話勧誘がしつこい。代理店名も名乗らない。(不適切な勧誘)

- 大手キャリアの代理店から光勧誘電話が入る。一度断っても勧誘してくる。再勧誘は禁止なのではないかと聞くと、それは除外だと言う。(執拗な再勧誘)⁸⁷
- 最初に勧誘をする目的であることを言わず(例:「ADSLの確認」等)、最終的に勧誘行為を行う。(不適切な勧誘)
- 電話勧誘があり、2015年までにADSLが無くなるので光回線に変えませんかとの勧誘があった。(不適切な勧誘)
- 何度も電話や訪問を受けたことから、契約してしまったが、高齢なのでインターネットの利用も難しい。(不適切な勧誘)

② 解約関連

そもそも契約したつもりのなかったものが契約されており、さらに解約金がかかると言われたことによる苦情・相談事例が多くあり、自主基準等の徹底をはじめ、これらへの対応の検討が必要ではないか。

- 解約を申し出たら違約金がかかると言われた。確かに昨年電話勧誘があり、安くなるのであればと相づちした記憶はあるが契約したつもりはなかった。契約内容確認書も来たようであるが、見なかった。(説明・確認不足、解約トラブル)

③ 説明不足

安くならないのに安くなる等の不適切な勧誘話法に起因する苦情・相談事例があり、①と同様、これらへの対応の検討が必要ではないか。

- 大手キャリアの代理店から、光回線に変えるよう勧誘があった。自宅に来てもらい、見積もりをしてもらったところ、今までより安くなるとのことであったので、工事日も決めたが、後で確認すると今までより高くなることが分かった。(不適切な説明)

④ その他

特典をめぐるトラブル等が寄せられており、事業者による取組⁸⁸の徹底等、何らかの対応の検討が必要ではないか。

⁸⁷ 再勧誘の禁止については、「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」第6条に定めがあり、取組状況については参考資料7参照。

⁸⁸ 一部の代理店等においては、電話勧誘による契約成立時にサンクスレターを送付する際、特典付与の条件を明記している場合がある。

- 光回線の電話勧誘を受け申込んだ際、キャッシュバックするとの説明を受けたものの、届かない。(特典条件等の説明不足)

2 今後の論点

(1) 「携帯電話サービス」

1 で見た苦情・相談事例及び本WGにおいて提出された意見等を踏まえ、「携帯電話サービス」に関しては、例えば、スマートフォン時代における新たな課題として、次のような論点が挙げられる。

(サービス内容等に関する論点)

①サービス提供エリア・品質等の表示、②複雑な料金プラン、③必然性が不明確な複数サービスやアプリ等の提供等について、対応の検討が必要ではないか。

- サービス提供エリア・品質等の表示については、利用者に対し、分かりやすく説明が行われることが必要であり、提供エリアの広さ、つながりやすさ／切れにくさ、公衆無線LANの数等の表記について、一定のガイドラインを設けるべきではないか。また、少なくとも、最高速度が出るとしてうたわれている提供エリアに自宅が該当するか等、必要な事項について丁寧な案内が行われるべきではないか。
- サービス提供エリア・品質等の表示については、海外の動向も考慮し、検討を進めるべきではないか。
- 複雑な料金プランについては、少なくとも、電気通信事業者及び販売代理店等の販促スタッフが適切かつ正確に説明でき、利用者が適切に選択可能となるよう、利用者視点からの分かりやすい料金プランの提供が望まれるのではないか。
- 電気通信事業者が提供するサービスには、端末代金を分割払いにし、その支払い期間の通信料を割り引いて、端末購入費用を「実質 0 円」と表示するプランもあるが、端末購入と通信サービスの契約の区別が不明瞭になっているとの指摘もある。また、端末代金を分割払いしていることについて十分に認識しないまま、支払いを遅延した場合⁸⁹、ローン等の審査が通らないといったトラブルも発生していることから、端末購入と通信サービスの区別を明確にし、契約締結時の説明を強化する等の対応を行うべきではないか。

⁸⁹ 携帯電話等の端末購入については、個別信用購入あっせん契約が利用される場合が多く、割賦販売法（昭和 36 年法律第 159 号）に基づき、信用購入あっせん業者は、信用購入あっせん契約を締結した際、締結した購入者又は役務の提供を受ける者の氏名及び住所その他の事項が指定信用機関に登録されるとともに、支払遅延があった場合、当該遅延情報を含む情報が契約期間中及び契約終了日から起算して 5 年間登録されることとされている。

- 本来的には、携帯電話端末購入と通信サービスは区別されることから、中途解約をした場合、当該携帯電話端末がそのまま他の電気通信事業者との契約においても利用が可能であるべきと考えられるが、現実には必ずしもそうっていないのではないかな。

(勧誘・販売に関する論点)

① 契約締結前の注意点の提示、②適合性の原則に配慮した説明等の提供について、対応の検討が必要ではないかな。

- 携帯端末や通信サービスについての契約を締結する前の注意点についてのガイドやポイントのようなものを携帯端末から見やすい形で提示するのはどうか。
- 中小事業者のみならず、家電量販店などの大規模事業者にも問題はありとされる。大音量で音楽などが流されていると、その中で複雑な説明を聞いたとしても一度にすべて理解するのは困難であり、まして高齢者などであればなおさらである。高齢者に対しては、例えば、スマートフォン等、個々のリテラシーに応じ複雑に過ぎるとされる場合など、適合性の原則に沿った対応を基本とすべきであり、画一的な案内をすることは望ましくないのではないかな。また、場合によっては制度的な措置も検討すべきではないかな。
- 必然性が不明確な複数サービスやアプリ等の提供によって、無用の支払いや契約を強いられてはいないかな。これらオプションサービスの提供については、十分に説明した上で、無料であっても不要との意思表示があった場合には、オプションサービスを付けない等、利用者視点からの対応を行うべきではないかな。

(契約後・使用方法に関する論点)

高価格・料金に関する注意喚起の方策について、対応の検討が必要ではないかな。

- 高価格・料金に関しては、海外渡航時の注意点について重要事項説明時等に行われるなど、取組が行われているが、利用時においても、海外渡航時のSMSによる案内等、一層の注意喚起の方策等がされるのではないかな。また、海外渡航時のような、苦情が多くかつ高額の影響が生じるようなサービスというのは類型化できるものと考えられることから、そのようなサービスの説明については、トップページから分かりやすくリンクを貼る等、利用者が容易にたどり着けるように工夫すべきではないかな。

なお、2年契約等、期間拘束及び自動更新付の契約の解約に関する苦情・相談例

が多く見られるが、これについては、料金プランを選択する場合には、大手携帯キャリアが申込制、あるいは全員あてに送付している「ご利用額お知らせメール」、「Web de 請求書お知らせメール」、「請求確定通知メール」等の月々の請求額のお知らせにおいて、利用者に対するプッシュ型の通知として、更新前月及び更新当月の2か月間（例：2年契約の場合は24か月及び25か月目）に、更新時期のお知らせをする方向で、検討が進められている。

これまで、KDDI株式会社においては、2009年（平成21年）8月から、更新時期について請求額のお知らせメールの本文において案内してきた。これに加え、2013年（平成25年）2月から、新規契約時においても、請求額のお知らせメールによって更新時期のお知らせが通知されることを併せて説明し、利用促進を図るよう取組を開始している。また、2013年（平成25年）3月、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ（以下「NTTドコモ」という。）も、同様の取組を開始したところである。さらに、ソフトバンクモバイル株式会社、イー・アクセス株式会社及び株式会社ウィルコムにおいても、同様に利用者への周知を含め、プッシュ型通知の実施に向け準備を進めている。これらは申込制であるため、引き続き利用者へのリーチ率を高める取組が望まれところ、これらプッシュ型通知の普及が、解約に関連する消費者トラブルの軽減につながることを期待される。

図2-3-1 NTTドコモ・自動更新時のプッシュ型通知（例）



(2) 「モバイルデータ通信サービス」

1 で見た苦情・相談事例及び本WGにおいて提出された意見等を踏まえ、「モバイルデータ通信サービス」に関しては、例えば、スマートフォン時代における新たな課題として、次のような論点が挙げられる。

(サービス内容等に関する論点)

① サービス提供エリア・品質等の表示、②複雑な料金プラン、③電波が届かない等のトラブルへの適切な対処等について、対応の検討が必要ではないか。

- サービス提供エリア・品質等の表示については、利用者に対し、分かりやすく説明が行われることが必要であり、提供エリアの広さ、つながりやすさ／切れにくさ、公衆無線LANの数等の表記について、一定のガイドラインを設けるべきではないか。また、少なくとも、最高速度が出るとしてうたわれている提供エリアに自宅が該当するか等について丁寧な案内が行われるべきではないか。
- (再掲) サービス提供エリア・品質等の表示については、海外の動向も考慮し、検討を進めるべきではないか。
- 複雑な料金プランについては、少なくとも、電気通信事業者及び販売代理店等の販促スタッフが適切かつ正確に説明でき、利用者が適切に選択可能となるよう、利用者視点からの分かりやすい料金プランの提供が望まれるのではないか
- ワイヤレスサービスの特質上、万が一、電波が届かない等、ワイヤレスサービス特性に係る理由で解約を希望する場合等があることから、購入後、短期間での解約に係るルールを設け、利用者に明確に案内するなどの取組の強化が考えられるのではないか。また、解約に係るルール等の検討においては、民事上の効果を付与する規定を設ける等の制度的な措置も含めるべきではないか。
- (再掲) 電気通信事業者が提供するサービスには、端末代金を分割払いにし、その支払い期間の通信料を割り引いて、端末購入費用を「実質 0 円」と表示するプランもあるが、端末購入と通信サービスの契約の区別が不明瞭になっているとの指摘もある。また、端末代金を分割払いしていることについて十分に認識しないまま、支払いを遅延した場合、ローン等の審査が通らないと言ったトラブルも発生していることから、端末購入と通信サービスの区別を明確にし、契約締結時の説明を強化する等の対応を行うべきではないか。

(勧誘・販売に関する論点)

①不適切な話法による案内の是正、②セット販売などの分かりやすい説明等について、対応の検討が必要ではないか。

- 「光ファイバよりも速い」等の不適切な話法による案内を行っていないか。特に電話勧誘や訪問販売の場合は、正確な知識を販売スタッフが身につけること等を含め、課題の検討が必要ではないか。
- 一般的に、通信の仕組みを理解していない消費者が、端末に関する説明と通信サービスに関する説明とをきちんと分けて理解することは困難である。特にセット販売の場合など、事業者側の説明方法の改善が必要ではないか。
- (再掲) ワイヤレスサービスの特質上、万が一、電波が届かない等、ワイヤレスサービス特性に係る理由で解約を希望する場合等があることから、購入後、短期間での解約に係るルールを設け、利用者に明確に案内するなどの取組の強化が考えられるのではないかと。また、解約に係るルール等の検討においては、民事上の効果を付与する規定を設ける等の制度的な措置も含めるべきではないか。
- 「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」第8条(申込みの撤回)は、回線敷設工事前の無償解約を定めるが、F T T Hサービス及びC A T V接続サービスのみが対象であるが、望ましい適用範囲について検討を行うべきではないか。

なお、「モバイルデータ通信サービス」については、住まいのエリアや現在利用中のサービスの詳細等を確認しないまま、「光ファイバよりも速いし、安くなる」等と案内し、トラブルとなる事例が目立つ。電気通信事業者による傘下の代理店への指導や監査等、電話勧誘における話法の是正や契約後一定期間内における無償解約等をはじめ、取組の強化が一部図られてきている。しかしながら、今後、代理店営業等に対する指導・監督体制の強化を含めた、一層の対策の実施が望まれると考えられる。

(3) 「光ファイバ」

1 で見た苦情・相談事例及び本WGにおいて提出された意見等を踏まえ、例えば、スマートフォン時代における新たな課題として、次のような論点が挙げられる。

(勧誘・販売時に関する論点)

①執拗な電話勧誘への対応や不適切な話法の是正、②高齢者に対する販売勧誘活動に係る配慮等について、対応の検討が必要ではないか。

- 執拗な電話による勧誘への対策が必要ではないか。特に、同一の商品（サービス）について複数の異なる代理店等から執拗に電話勧誘が行われることについて、何らかの配慮が必要ではないか。
- 不適切な話法や執拗な電話勧誘等、勧誘目的である旨を伝えない等、代理店による電話勧誘については、営業活動の自主基準等の徹底を図ることが必要であるが、同時に電気通信事業法第 26 条に抵触するおそれがある事例については、総務省電気通信消費者相談センターに寄せられた事例については、分析の上、場合によっては、一定期間集計し、参考として、事業者ごとの順位を公表する等、取組の実効性を高めることが必要ではないか。
- 利用者、特に高齢者等にとって I S P サービスとの関係性などは、理解しづらいことから、利用者にとって分かりやすくなるよう、図解等を積極的に活用した説明が必要ではないか。
- 高齢者に対する販売勧誘については、サービス内容が十分に理解されるよう、場合によっては、電話勧誘を控え、案内を送付するにとどめるケースの検討等、適合性の原則に配慮した取組を行うべきではないか。

電気通信事業法第 26 条に基づく提供条件の説明であるが、電話勧誘時においては、電気通信事業法施行規則第 22 条において、「提供を受ける側が以下の方法での説明を了解したときはその方法」によるものとされ、「電話勧誘で電話による説明を消費者が了承した場合、電話での説明は可能だが、その場合は、遅滞なく説明事項を記載した書面を交付する」とされる。実際に寄せられる苦情・相談事例から、「消費者が了承した場合」とは必ずしも言えないと考えられる事例も多く寄せられており、この点について、取組の実効性を高める取組が求められると考えられる。

他方で、第 2 章 3 のとおり、総務省により書面による要請等が行われたこと等を受け、例えば、電話勧誘時に、①お申込み内容の確認、②連絡先、③工事前無償解約を確認した上で、サンクスレターを速やかに発送するよう業務プロセスの見直しが行われるなど取組が進められている。また、電話勧誘において、初回の電話後、代理店から前確認（2 回目の架電）、後確認（3 回目の架電）の 3 回架電し、サービス内容について説明を行い消費者が契約内容を理解した上で申込みができるように取組んでいる代理店もある。

（４） 「苦情処理・相談体制等の在り方」

- 電気通信事業者各社においては、利用者が問合せ等しやすいよう、連絡窓口をより利用者に分かりやすく浸透する形で周知すべきではないか。⁹⁰

⁹⁰ 電気通信事業者各社は、全国の消費生活センター等に対し、お客様相談室等の連絡先一覧を国民生活センターの電子掲示板を通じて情報提供しているほか、消費生活センターを訪問する等、両者の連携が図られている。

(5) 「利用者リテラシーの向上」

1 で見た苦情・相談事例及び本WGにおいて提出された意見等を踏まえ、「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信サービス」、「光ファイバ」に共通して、次のような「利用者リテラシー」の向上に関する論点が挙げられる。

(利用者リテラシーの向上に関する論点)

利用者のリテラシー向上の観点から、①携帯端末から利用しやすい情報提供、②高齢者のスマートフォンの利用環境の整備等について、対応の検討が必要ではないか。

- 消費者の中には、PC を使用せず、携帯端末のみで通信を行っている者も多く、むしろそのような消費者のリテラシーを高めていく必要があることから、総務省や事業者が提供する消費者向け情報は、もう少し携帯端末から利用しやすい形にしてはどうか。
- スマートフォンを購入したが、使いこなせず、フィーチャーフォンに戻す方もいる。使い方が分かりにくいことと、そもそもパソコンを利用せずにスマートフォンの利用を開始する高齢者は混乱するため、希望者には、スマートフォンに慣れるように支援する取組を行うべきではないか。
- 高齢者のスマホ利用支援について NP0 やボランティア団体が電話教室を開催する場所の支援について言及してはどうか。
- 実現は簡単ではないと思うが、高齢者の支援するシニアスマホサポーター制度を設けてはどうか。

苦情・相談の現状及びこれまで講じられた措置等の対策を踏まえた上で、業界団体、電気通信事業者、さらには代理店等の関係事業者において、取組が進められてきたが、これら関係団体・事業者における取組の徹底が求められるとともに、利用者リテラシーの向上も期待されている。

これらサービス環境の変化と苦情・相談の現状等を踏まえ、今後、新たな課題への対応も含め、更なる対応について検討をしていくことが、安心・安全な利用環境を継続的に確保するために重要であり期待される。

(参考資料)

「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言」について(1)

参考資料1

平成22年9月に「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」のWGとして「電気通信サービス利用者WG」が設置され、環境変化に伴い対応すべき新たな課題等を確認し、利用者の利益の確保・向上のための取組の在り方について平成23年9月まで検討が行われた。パブリックコメントを経て、同年12月に「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言」が取りまとめられた。

1 総論

- ▶ PIO-NETに登録された相談では、「通信サービス」は全体の19.6%であるがその大部分は「放送・コンテンツ等」。電気通信サービスに関する相談は、全体の3.4%。
- ▶ 固定電話、移動体通信サービスに係る相談は減少しているが、インターネット通信サービスの相談の割合は増加

2 契約締結前の利用者向け情報提供の在り方

- ① 広告表示: 一定の効果がでてきているが、さらに取組を強化
 - ◆ 業界団体において、広告表示自主基準の見直し、用語集の継続的見直し
- ② 勧誘: 依然として多数の相談が寄せられる状況。業界を挙げた取組強化が求められる。
 - ◆ 業界団体において、電気通信事業者及び代理店の勧誘の適正化を図るため、勧誘に関する自主基準を新たに作成。
 - ◆ 電気通信事業者において、勧誘の適正化のために、業界団体による自主基準の内容を踏まえ勧誘方針を作成。代理店における不適正な勧誘などの行為についても、自らの責任であることを自覚し、十分な対応を実施

3 契約締結時の説明の在り方

- ① 重要事項説明: 契約に当たり、利用者がサービスの利用条件や不利益事実等を十分理解できるよう取り組む
 - ◆ 業界団体において、電気通信事業者の消費者保護ルールに関するガイドラインを踏まえ、省令で定められている説明事項の表示方法として、利用者にとって分かりやすく1枚から数枚にまとめたモデル例を作成・公表(特に携帯電話サービス及び光回線サービス等)
 - ◆ いわゆる「セット販売」について、業界団体は契約対象となる電気通信サービスについて利用者が理解しやすい図解などの資料を作成。電気通信事業者は、当該資料を活用し契約を締結しようとするサービスを特定して具体的に説明。
- ② 適合性の原則: 契約の勧誘・契約締結に当たって、消費者の知識、経験を考慮した説明を徹底
 - ◆ 電気通信事業者は、電気通信事業者の消費者保護ルールに関するガイドラインを踏まえ、特に高齢者に対し電気通信サービスの内容・必要性が十分理解されるように配慮するとともに、未成年の高額利用防止に十分配慮して説明。

「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言」について(2)

参考資料1

4 契約締結後の対応の在り方

- ① 契約解除に係る問題: 業界を挙げた自主的取組を実施
 - ◆ 業界団体において、利用者からの申出による契約の解除に係る扱いに関し、主要な電気通信事業者の自主的取組を整理・分析し、新たに自主基準等を作成し、業界全体で取組(契約解除条件、申出期間、費用等を検討し明示)
 - ◆ 電気通信事業者は、上記自主基準を踏まえ、契約約款に規定を設け、契約時に説明するなど適切な対応を行う
 - ◆ 総務省は、上記対応にもかかわらず、一定期間内に状況が改善されない場合には、クーリングオフ等の民事的な効力を有する規定を設けるなどの制度的な対応を検討
- ② 契約解除の手続面の課題
 - ◆ 電気通信事業者は、利用者に窓口や手続、必要書類等をわかりやすく紹介

5 苦情処理・相談体制の在り方

- ① 円滑な苦情解決に向けた取組: 電気通信事業者における利用者からの苦情・相談対応体制を充実
 - ◆ 業界団体は、電気通信事業者の利用者向けの相談窓口の連絡先を一覧した形で整理・周知。隣接領域とも協働
 - ◆ 電気通信事業者は、代理店に寄せられた利用者からの苦情・相談も早期に把握できるように取組
- ② 責任分担: 業界団体等において、事例を収集し公表
- ③ 裁判外紛争処理の可能性: 業界団体において、具体的な論点の整理及びそれについての検討を行う

6 関係者間の連携方策の在り方

- ① 電気通信消費者相談センター: 消費生活センター等との連携を一層強化
- ② 電気通信消費者支援連絡会: 総務省、電気通信事業者、有識者及び消費生活センターが協力し、今後も継続して開催
- ③ 業界団体及び電気通信事業者による消費生活センターとの連携: 相談員への情報提供等、消費生活センターとの連携を引き続き推進

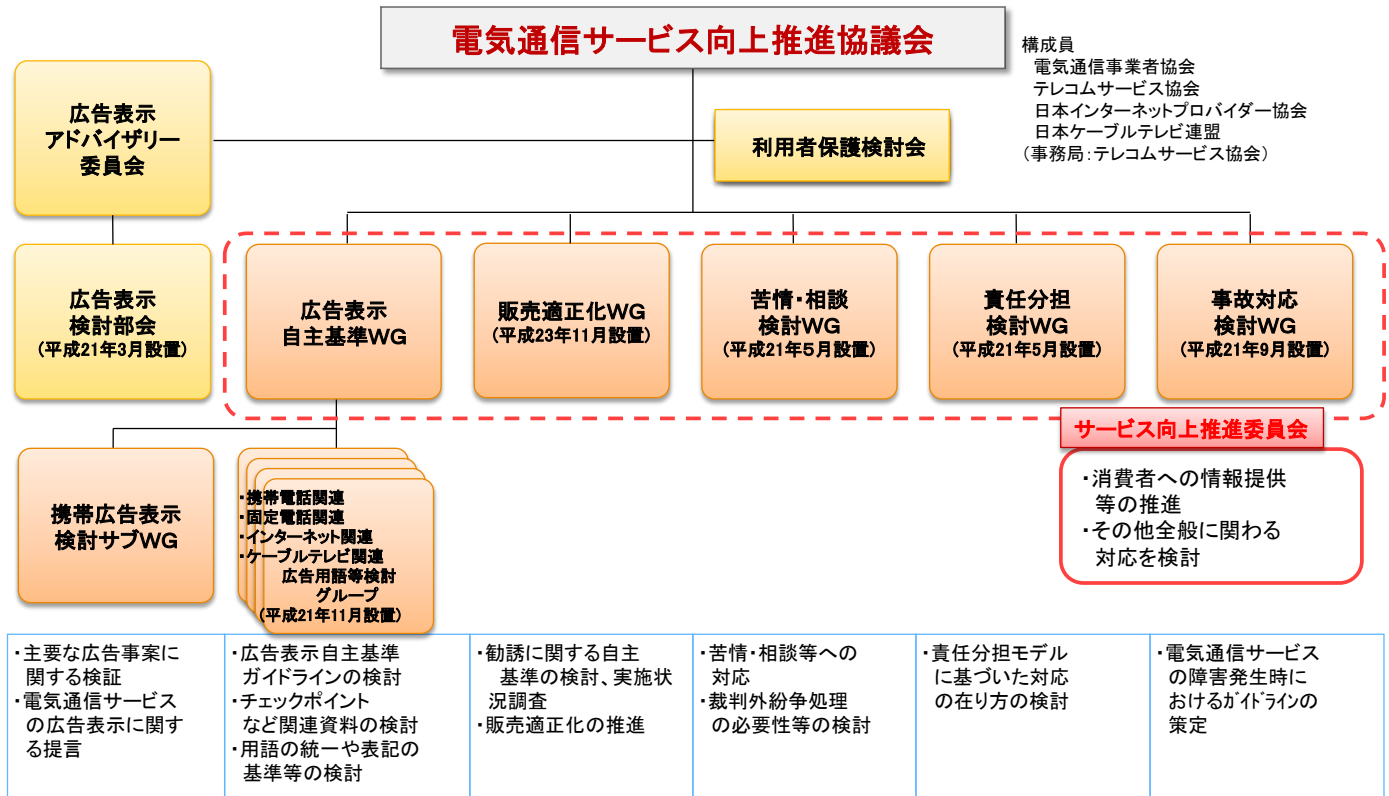
7 利用者リテラシーの向上方策の在り方

- ◆ 総務省、業界団体、電気通信事業者による各種の取組みを引き続き強化
- ◆ 利用者において、スマートフォンの普及など利用者が必要なサービスを自ら選んでいく状況になる中で、利用者はサービスを理解し、使いこなす力を身に付けていくことが必要。電気通信事業者等による説明を聞き、理解しようとするとともに、受け身ではなく必要な情報を自ら入手し理解に努める姿勢を持つこと

8 安全・安心サービスの提供のあり方

- ① 大規模災害時のサービス提供等の在り方
 - ◆ 「大規模災害等緊急事態における通信確保の在り方に関する検討会」の検討内容を踏まえ、利用者利益の保護の観点から災害用伝言サービス間の連携等に取り組む(災害用伝言サービスの操作性の向上とともに、利用者への確に周知)
- ② スマートフォンのセキュリティ
 - ◆ 従来の携帯電話端末とスマートフォンは、セキュリティや電気通信事業者が対応可能な範囲が異なることを利用者に周知
 - ◆ 総務省は、今後のスマートフォンを標的としたマルウェアの出現やそれに対する対策の状況等を注視し検討を進める

電気通信サービス向上推進協議会は、問題に対応したWG等を設置し、サービス向上に取り組んでいます。



平成24年度上半期電気通信消費者支援連絡会（地方版）の開催状況

参考資料3

	開催日	実施テーマ	参加者
北海道 総合通信局	8月23日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心安全な利用 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等	消セン等4団体 事業者17名
東北 総合通信局	7月20日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況	消セン等8団体 事業者19名
関東 総合通信局	6月15日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心安全な利用 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等 ・電気通信事業者の苦情・相談体制、高額請求防止の取組	消セン等14団体 事業者26名
信越 総合通信局	9月4日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等	消セン等7団体 事業者14名
北陸 総合通信局	9月3日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等	消セン等9団体 事業者16名
東海 総合通信局	8月21日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心安全な利用 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等	消セン等9団体 事業者21名
近畿 総合通信局	8月8日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等	消セン等14団体 事業者32名
中国 総合通信局	8月29日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心安全な利用	消セン等8団体 事業者29名
四国 総合通信局	8月30日	・電気通信サービス利用者WG提言を受けた取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心安全な利用	消セン等6団体 事業者23名
九州 総合通信局	7月25日	・スマートフォンの安心安全な利用 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等	消セン等8団体 事業者25名
沖縄総合 通信事務所	7月24日	・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等 ・スマートフォンのデモンストレーション	消セン等4団体 事業者19名

※各回とも上記テーマのほか、電気通信サービスの苦情相談事例についても実施。

開催日	実施テーマ
北海道 総合通信局	2月21日(木) ・SNS及びオンラインゲーム ・NTTグループにおける通信サービス料金等の請求・収納業務
東北 総合通信局	2月19日(火) ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明に係る販売代理店への指導等 ・NTTグループにおける通信サービス料金等の請求・収納業務
関東 総合通信局	11月16日(金) ・電気通信サービス利用者WG提言を受けた通信業界の取組の進捗状況 ・携帯電話サービス契約時における重要事項説明の抜粋版 ・高齢者等の消費トラブルの防止・利用環境整備と青少年対策等 ・無線通信、MVNO ・NTTグループにおける通信サービス料金等の請求・収納業務
信越 総合通信局	2月26日(火) ・電気通信サービス利用者WG提言を受けた通信業界及び総務省の取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心安全な利用
北陸 総合通信局	2月25日(月) ・スマートフォンから広がる通信サービス～事例から紐解く通信講座～ ・スマートフォンの安心安全な利用 ・高齢者の消費トラブルの防止及び利用環境整備
東海 総合通信局	2月1日(金) ・ユニバーサルサービス制度 ・スマートフォンの安心・安全利用促進プログラム ・MVNO及びLTE等のサービスに係る概要 ・利用者WG提言を受けた通信業界の取組の進捗状況
近畿 総合通信局	2月8日(金) ・スマートフォンの安心・安全な利用 ・WiFi及びMVNOのサービスに係る概要
中国 総合通信局	1月31日(木) ・電気通信サービス利用者WG提言を受けた通信業界の取組の進捗状況 ・スマートフォンの安心・安全な利用(スマートフォンの特性、青少年・高齢者等の消費トラブルの防止・利用環境整備) ・その他(SNSゲーム、コンテンツ利用に伴うトラブル事例など)
四国 総合通信局	1月30日(水) ・スマートフォンの特性 ・MVNO及びLTE等のサービスに係る概要 ・SNSゲーム、コンテンツ利用に伴うトラブル事例など ・電気通信サービス利用者WG提言を受けた通信業界の取組の進捗状況
九州 総合通信局	1月23日(水) ・電気通信サービス利用者WG提言を受けた通信業界及び総務省の取組の進捗状況
沖縄総合 通信事務所	1月24日(木) ・電気通信サービス利用者WG提言を受けた通信業界の取組の進捗状況 ・電気通信事業者苦情窓口体制

※各回とも上記テーマのほか、電気通信サービスの苦情相談事例についても実施。

重要事項説明書の抜粋版の作成 (電気通信サービス向上推進協議会提供)

参考資料4

携帯電話
サービス

表面に質問の多い(事業者から申込者に伝えたい)重要な事項および説明を記載、裏面に契約・利用に伴う注意事項を記載しています。

光回線
サービス

「サービス提供者、アクセス回線の種類、サービス料金、割引料金・セット料金、キャンペーン、端末機器の取扱い」など、質問の多い(事業者から申込者に伝えたい)事項を選んでいきます。

携帯電話サービスの抜粋モデル

ご利用にあたっての注意事項

本紙は、当社の携帯電話をご利用頂く際に必要な重要な事項を記載したものです。ご利用になる内容に十分にご注意ください。お申込み下さい。

本紙とウェブサイトをご確認ください
(携帯電話・PCからの、重要事項説明サイトへの操作方法を指示)

契約解除料が必要な場合があります
サービスプランの変更時等には、お支払が必要となる料金をご確認下さい。

「パケット通信料」にご注意下さい!
海外で使った分、海外へかける場合

海外でのご利用や海外への通信は、既述の通り高額となる場合があります。

契約の補助ツール、必読

- パケット通信関連
 - ・定額サービス
 - ・PCに繋ぐ等は定額
 - ・ウェブでのパケット
 - ・有料メール送信を行うサービス
 - ・当社から定期的にメールを受信するサービスを挙げ、それが有料である旨
- <C>アフターサービス関連
 - 保証サービス
 - サービスの概要
 - 修理費用の目安
 - 他注意事項
 - 電話機内のデータ
 - お客様のデータは自身で保管を
 - 修理の際はデータを消去する
 - どんな時にコンテンツが利用出来なくなるか(基盤交換やSIM交換、機種の変更等)
- <D>海外利用関連
 - 海外で使う
 - 海外利用に付する料金を掛かる
 - ・PCに繋ぐ等は定額対象外の旨
 - ・通話、SMS、eメール、ウェブ
 - ・各々の代表的な利用料金の具体額
 - 海外パケット定額サービス
 - 概要、申込の要否
 - 定額料の具体額
 - 適用期間、他注意事項
 - 海外へかける・送る
 - ・日本発信の具体額を数例(国際通話・SMS・eメール)
 - ・基本料組込みの「無料通話」や各種割引サービスの対象外である旨

利用の制限

- ・申込書虚偽記入や不払いの場合には制限する
- ・不正利用防止法違反等による不正取得電話機による利用制限
- ・通信速度の制限
- ・定額サービス加入者で大量通信の場合に制限する事がある(総量規制)
- 個人情報の利用
- ・個人情報保護法・ガイドラインに準拠して、お客様の個人情報について取扱いを記載

法人契約時の審査

- ・与信を行う場合がある旨
- ・定額サービス加入推奨
- ・ウェブでのパケット量目安図示

売買契約等のクーリングオフ

- ・訪問販売・電話勧誘販売により電話機を購入した場合は本書面を受け取った日から8日間、契約申込みの撤回や契約の解除が出来る
- ・クーリングオフに際して不実の事を告げられた、威迫された場合の取扱い
- ・制約契約もある場合は併せてクーリングオフして頂く必要の旨

お客様コールセンター案内
受付電話番号、受付時間帯等

提供社名
本紙で用いた用語の商標関係記載等

販売店の名称・住所・連絡先
(ゴム印等)

お質問の多い事項を中心に訴求

販売店担当の方へ、本紙をお客様へお渡し下さい。 本紙内容: 何年何月現在

ドコモ

SBM

au

イーアクセス

ウィルコム

	事前申込	通信事業者	請求金額	備考
 海外パケ・ホーダイ	不要 (国内パケット定額サービス等への加入が必要)	対象国・地域であれば全ての通信事業者が対象 【92の国・地域】 (2013年3月現在)	最大2,980円/日 (約24.4MBまで最大1,980円/日)	○ 対象外の通信事業者への接続時は従量制 ※ 海外渡航時に対象・対象外についてSMSによる案内を実施中
 海外ダブル定額 4G LTE (iPhone5、4G LTEスマホ、タブレット)	不要 (インターネット接続サービス加入が必要)	対象国・地域において定額対象事業者のみ接続可能 【153の国・地域】 (2013年3月1日現在)	2,980円/日(上限) (約24.4MBまで1,980円/日)	○ 対象事業者以外は従量制 ※ 海外渡航時のSMSによる案内を実施中
3G (iPhone4S、3Gスマホ、auケータイ)	不要 (国内パケット定額サービス等加入が必要)	対象国・地域において定額対象事業者以外にも接続可能 (手動による事業者選択が必要) 【115の国・地域】 (2013年3月1日現在)	2,980円/日(上限) (40,000円分の利用(約20万パケット)まで1,980円/日)	○ 対象事業者以外は従量制 ※ 海外渡航時のSMSによる案内を実施中 (auケータイを除く)
 海外パケットし放題	不要 (インターネット接続サービス等加入が必要)	海外対象事業者を手動で選択 【115の国・地域】 (2013年3月1日現在)	2,980円/日(上限) (25MBまで1,980円/日。 (SoftBank 3Gでは10MBまで))	○ 対象事業者以外は従量制 ※ 定額対象外事業者への接続時にSMSで注意喚起及び定額対象事業者への接続方法を説明 ※ 定額対象事業者への接続時にSMSで定額対象事業者であることと、接続を継続する方法を告知 ※ 一部の国では定額対象事業者に優先的に接続

電気通信サービスの販売勧誘方法の一層の適正化に向けた対応状況について

参考資料6

全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)等に登録される移動通信サービス及び光ファイバに関する苦情・相談件数については増加傾向(参考資料(国民生活センター)参照)



1. 業界団体及び主な電気通信事業者への要請

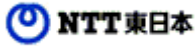
- 電気通信サービス向上推進協議会及び4団体に対し、それぞれ書面により、会員企業に対し、自主基準の周知及び遵守の徹底、販売勧誘適正化に向けた取組の推進を促すよう要請
- 主な移動通信サービス提供事業者に対し、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘適正化及び期間拘束のある契約の契約解除期間に関する分かりやすい通知導入の検討等を書面により要請
- 主なFTTHサービス提供事業者に対し、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘適正化を書面により要請

2. 主な大手販売代理店等への要請

- 特に電話勧誘販売等で苦情・相談事例の多い大手販売代理店等に対し、書面等により、傘下の二次代理店の指導徹底や書面交付等の業務プロセスの見直し等の改善を要請

(再勧誘の禁止) ※ 「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」から抜粋

第6条 事業者又は代理店は、電話による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときは、当面の間、当該利用者に対し電話による勧誘をしてはならない。又、訪問による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときも、当面の間、勧誘を行わないよう努めなければならない。



HPトップページ



NTT東日本及び代理店からの
フレッツ光の勧誘を希望しない方は
こちらへ



勧誘停止登録について

NTT東日本のサービス(フレッツ光)等について、勧誘の停止登録受付を実施しております。

フリーダイヤル **0120-849-994**

受付時間：平日 午前8時～午後8時まで
休業日：土日・祝日・年末年始

- ・ 勧誘停止手続きが完了するまで、概ね1週間程度かかります。
- ・ 番号ポータビリティ(事業者の変更)や停止登録された電話番号が変更となった場合は、再度登録申請が必要です。
- ・ 勧誘を停止するにあたり、停止登録頂いた電話番号及び住所・氏名等お客様情報を弊社代理店等へ提供させて頂くことになりますので、予めご了承ください。
- ・ 新サービス提供時期には、ご案内差し上げる場合がございます。



NTT西日本のサービス(フレッツ光等)の勧誘停止に関する登録・お問い合わせ

お客様相談センター(勧誘停止登録ダイヤル)

0120-019390

受付時間：午前9時～午後5時

休業日：土曜、日曜、祝日、年末年始(12/29～1/3)

※携帯電話・PHSからもご利用いただけます。

※電話番号をお確かめのうえ、お間違えのないようお願いいたします。

<留意事項>

- ・ 勧誘停止手続きが完了するまで、概ね1週間程度かかります。
- ・ 事業者の変更(番号ポータビリティ)や停止登録された電話番号が変更となった場合は、再度登録申請が必要です。
- ・ 勧誘を停止するにあたり、停止登録頂いた電話番号及び住所・氏名等お客様情報を弊社代理店等へ提供いたしますので、予めご了承ください。



ホーム>トピックス&インフォメーション>auひかりサービスの勧誘停止登録の受付について

トピックス&インフォメーション

auひかりサービスの勧誘停止登録の受付について

2012年2月20日

KDDI株式会社

KDDIでは、auひかりサービスに関する勧誘の電話につきまして、お客様が再度の勧誘について停止をご希望される場合は、KDDIお客様センターにて承ります。下記までご連絡ください。

<KDDIお客様センター>

0077-777 (無料)

トピックス&
インフォメーション

このページに戻る

第Ⅲ部

スマートフォンのアプリ利用における新たな課題への対応

第1章 スマートフォンのアプリケーション利用における現状

第I部で示されているとおり、スマートフォンは、急速に普及し、多様な世代に利用されている状況にある。このスマートフォンについては、アプリケーションを起動させることによって、従来の携帯電話にあるような通話やメールだけでなく、様々な利用が可能となっている。特に、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）、コミュニケーションアプリに代表されるように、スマートフォンは、その画面の大きさや操作性から、コミュニケーション機能の発揮に特徴を有する。

この広く普及しつつあるスマートフォンについて、青少年をはじめとした様々な利用者が安心・安全に利用できる環境を整えるという観点から、どのような課題が考えられ、その課題を未然に防ぐべく国・関係事業者等がどのように対応していくべきか検討を行ってきた。課題の抽出に当たっては、従来の携帯電話やパソコンの利用における課題を基に、それらがスマートフォンの到来によってどのように変化しているかという観点から検討を行ってきた。

この中間取りまとめでは、これらコミュニケーション機能を有するアプリケーション等の総称であるソーシャルメディアを中心として、その現状を整理するとともに、WGでの議論を踏まえた課題の整理までを対象とする。

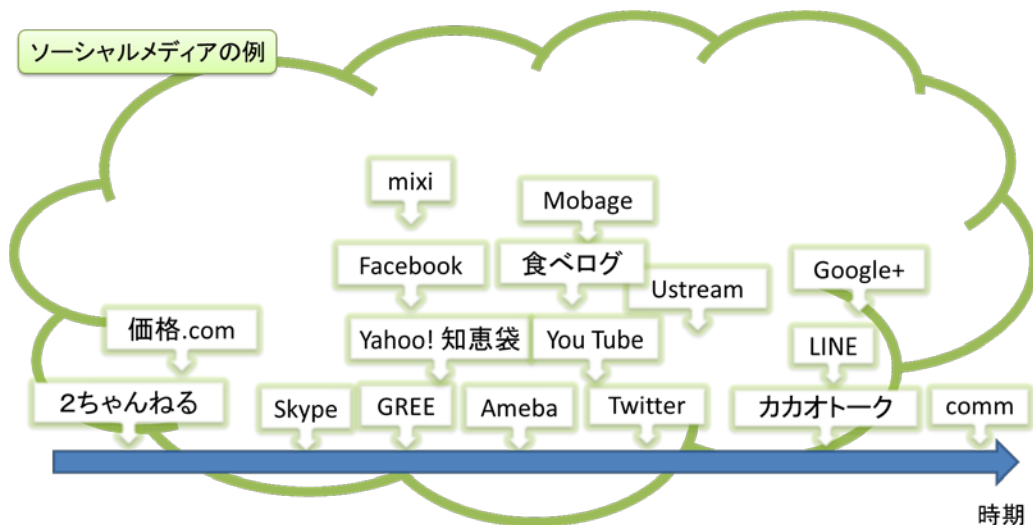
1 ソーシャルメディアの現状

(1) 我が国におけるソーシャルメディアの状況

ソーシャルメディア⁹¹は、利用者が情報を発信し、形成していくことにより利用者同士のつながりを促進する様々な仕掛けが用意されており、互いの関係を視覚的に把握することができるのが特徴である。ソーシャルメディアには、ブログ、SNS、動画共有サイト等様々なサービスが包含されていると考えられ、また、近年では、利用者間の無料通話やメッセージのやりとりなどが可能となるコミュニケーションアプリも登場しており、スマートフォン自体の爆発的な普及と相俟って、スマートフォンならではの新たなサービスの提供・拡充が進んでいる。

⁹¹ ソーシャルメディアは、「インターネットアクセス」、「情報発信」、「情報交換」、「拡張性ある技術・サービス」等を共通の要素として、様々な定義されている。

図表 3-1-1：主なソーシャルメディアの例

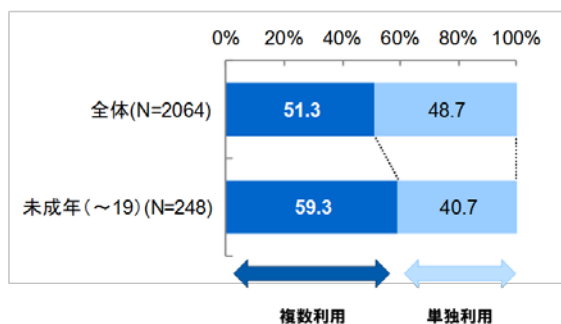


出典：総務省作成

株式会社野村総合研究所によるソーシャルメディアの利用実態調査によれば、ソーシャルメディアのうち、Facebook、mixi、Twitter の3種類のサービスを全て利用する利用者は約 500 万人⁹²（2種類のサービスの利用者は約 840 万人）と推計されており、特に未成年者は、複数のソーシャルメディアを利用している率が高く、複数のソーシャルメディアを使い分けることへの抵抗感が比較的低いことが指摘されている。

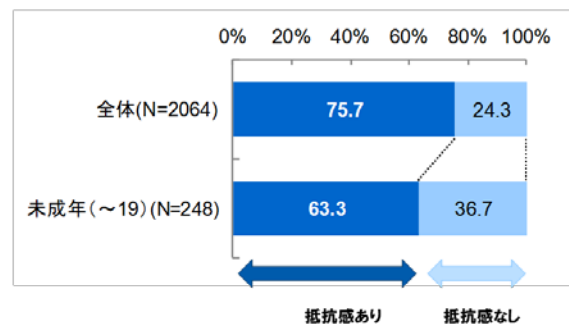
図表 3-1-2：ソーシャルメディアの利用動向

ソーシャルメディアの複数媒体利用状況



複数のソーシャルメディアを使っている率が高い

複数のソーシャルメディアに登録することへの抵抗感の有無



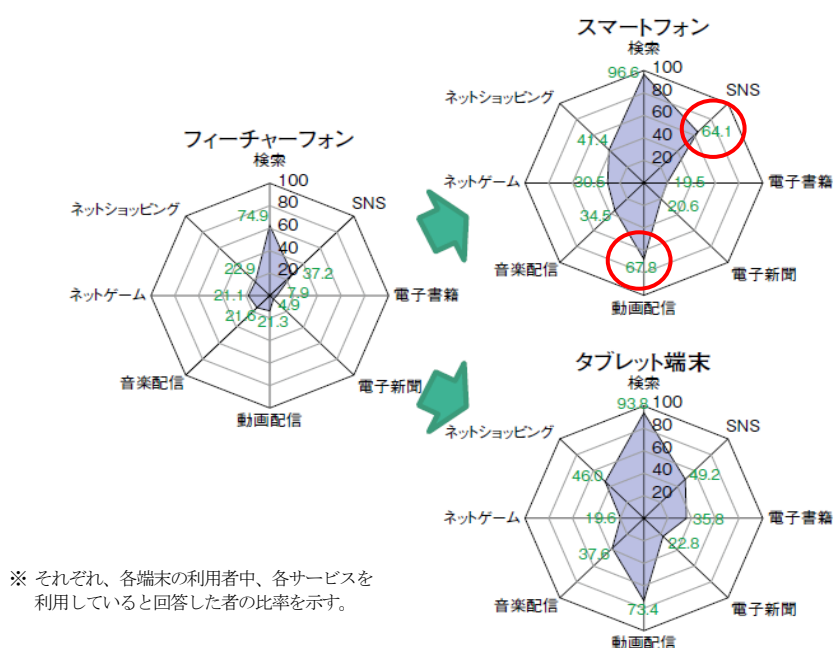
複数のソーシャルメディアを使い分けることへの抵抗感が低い

出典：WG 第2回会合資料1「ソーシャルメディア利用実態」（株式会社野村総合研究所）

⁹² 2012 年（平成 24 年）9 月に株式会社野村総合研究所が実施した「ソーシャルメディア利用実態調査」、総務省「通信利用動向調査」及び「人口推計」から同社が推計（日本に住民登録をしている人に限る）。15 歳以上のインターネット利用者について、複数ソーシャルメディアの直近 1 か月の利用状況を算出。

上述のようなソーシャルメディアは、スマートフォンの普及に伴い、その利用も大幅に拡大しているところであり、総務省の「平成 24 年情報通信に関する現状報告」によると、パソコンやフィーチャーフォンからスマートフォンへの移行の前後におけるソーシャルメディアの利用率を比較すると、SNS では約 27%、動画配信サービスでは約 47% 増加しており、スマートフォンへの移行がソーシャルメディアの利用に大きなインセンティブを与えていると考えられる。また、サービス別の利用動向を端末別に比較してみても、フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行に伴い、SNS や動画配信サービスの利用が大幅に拡大している傾向があることが分かる。

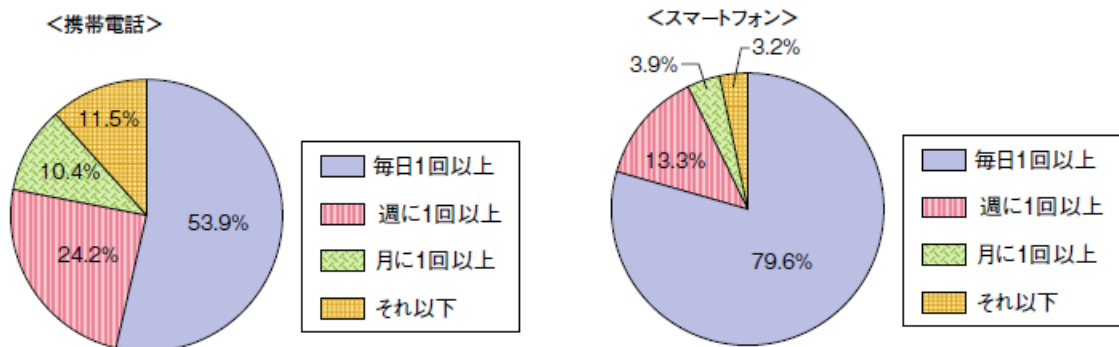
図表 3-1-3：サービス別利用動向の端末別比較



出典：平成 24 年情報通信に関する現状報告（総務省）

また、スマートフォンの普及により、インターネットの利用動向にも変化が現れてきており、例えば、家庭の外におけるインターネットの利用について、従来型のフィーチャーフォンの利用者では、毎日 1 回以上利用している者の割合が 5 割強（53.9%）であるのに対して、スマートフォンの利用者では、約 8 割（79.6%）と大幅に増加している。

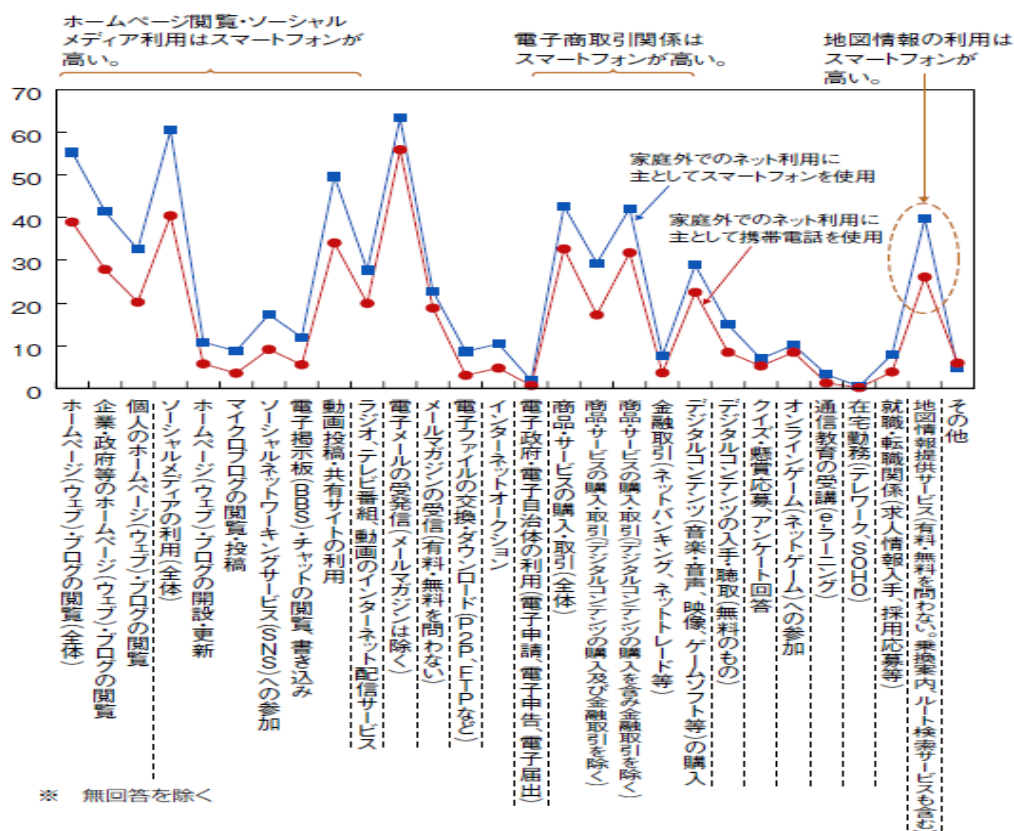
図表 3-1-4：家庭外でのインターネット利用頻度



出典：平成24年情報通信に関する現状報告（総務省）

なお、家庭外でインターネットを利用する目的としては、スマートフォン利用においては、ホームページ閲覧、ソーシャルメディア利用、商品・サービスの購入・取引、地図情報サービスの利用等が挙げられる。

図表 3-1-5：家庭外での目的別利用率



出典：平成24年情報通信に関する現状報告（総務省）

(2) 主なソーシャルメディア

上述のとおり、ソーシャルメディアには、SNS やコミュニケーションアプリ⁹³など多種多様なサービスが含まれている。以下に代表的なソーシャルメディアサービスを紹介する。

① mixi（ミクシィ）

SNS として最初期に始まったサービスのひとつ。元々は招待制だったが、2010 年（平成 22 年）にオープン化している。交流機能を主軸としてサービスを展開している。

② GREE（グリー）

SNS として最初期に始まったサービスのひとつ。当初は交流機能を主軸としていたが、ブラウザゲームを前面に押し出したサービスに移行している。2011 年（平成 23 年）に Open Feint 社を完全子会社化して、既存の GREE と統合した GREE Platform を展開している。

③ Mobage（モバゲー）

携帯電話専用の SNS として開始。当初は交流機能、アバター等が主軸であったが、ブラウザゲームを前面に押し出したサービスに移行している。PC 向けには Yahoo! と合同で Yahoo! モバゲーを展開。

④ Facebook（フェイスブック）

学生向けの SNS として開始。2006 年（平成 18 年）以降に一般にも開放した。実名登録制を基本としており、世界で 10 億人以上に利用されている世界最大の SNS である。

⑤ Twitter（ツイッター）

個々のユーザーが「ツイート（Tweet）」と呼ばれる 140 文字以内の短文を投稿し、そのユーザーをフォローしているユーザーが閲覧できるサービス。

⁹³ ここで、「コミュニケーションアプリ」とは、スマートフォンのアプリケーションとして特徴的に普及したコミュニケーション機能を有するアプリであり、通常、利用者間の無料通話やメッセージのやりとりなどが可能となるものをいう。具体的には、上記サービス事例のうち、LINE（ライン）、comm（コム）、Kakao Talk（カカオトーク）を指す。

⑥ LINE（ライン）

スマートフォン向けのアプリケーションで、インターネット電話とチャット、グループチャット等を利用することができる。パケット定額制に入っていれば、無料で通話が可能になる。利用者数は、世界で約1億人（2013年（平成25年）1月時点）。スマートフォン、フィーチャーフォン、PC等で利用可能。有料・無料のスタンプ機能がある。

⑦ comm（コム）

スマートフォン向けのアプリケーションで、インターネット電話とチャット、グループチャット等を利用することができる。パケット定額制に入っていれば、無料で通話が可能になる。通話音質が良いことを売りにしている。実名制を推奨している。スマートフォンのみで利用可能。無料のスタンプ機能がある。

⑧ Kakao Talk（カカオトーク）

スマートフォン向けのアプリケーションで、インターネット電話とチャット、グループチャット等を利用することができる。スマートフォンのみで利用可能。無料で通話が可能。最大5人まで同時通話可能。

図表３－１－６：主なソーシャルメディアの概要

アプリ／サービス名	mixi	GREE	Mobage	facebook
運営会社	株式会社ミクシィ	グリー株式会社	株式会社ディー・エヌ・エー	Facebook, Inc.
企業国籍	日本	日本	日本	アメリカ
サービス提供開始時期	2004年2月(プレオープン) 2004年3月(公式オープン)	2004年2月～	2006年2月～	2004年～
利用者数	日本:2711万人(2012.3) (ログインユーザ数は1512万人)	世界:1億8900万人(2011.12) 日本:2892万人(2011.12) ※OpenFeintを含む数字	日本:3998万人(2012.3)	世界:10億人以上(2012.10) 日本:1382万人(2013.2)
サービス概要	・ソーシャルネットワーキングサービスとして最初期に始まったサービスの1つ。 ・元々は招待制だったが、2010年にオープン化している。 ・交流機能を主軸としてサービスを展開している。	・ソーシャルネットワーキングサービスとして最初期に始まったサービスの1つ。 ・当初は交流機能を主軸としていたが、ブラウザゲームを前面に押し出したサービスに移行している。 ・2011年4月に米国のOpenFeint社を完全子会社化して、既存のGREEと統合したGREE Platformを展開している。	・携帯電話専用のソーシャルネットワーキングサービスとして開始。 ・当初は交流機能、アバター等が主軸であったが、ブラウザゲームを前面に押し出したサービスに移行している。 ・PC向けにはYahoo!と合同でYahoo!モバゲーを展開。	・学生向けのソーシャルネットワーキングサービスとして開始。2006年以降に一般にも開放した。 ・実名登録制を基本としており、世界最大のSNSである。
登録が必要となる主な情報の種類	メールアドレス(携帯電話限定)、ニックネーム、姓名、現住所、性別、誕生日、生年、パスワード	ニックネーム、メールアドレス、パスワード、姓名、誕生日、性別、携帯電話番号	性別、生年月日、血液型、地域、ニックネーム、パスワード	メールアドレス、姓名、性別、生年月日

アプリ／サービス名	Twitter	LINE	comm	KakaoTalk
運営会社	Twitter, Inc.	NHN Japan 株式会社	株式会社ディー・エヌ・エー	Kakao, Inc.
企業国籍	アメリカ	日本	日本	韓国
サービス提供開始時期	2006年7月～	2011年6月～	2012年10月～	2010年3月～
利用者数	世界：5億1700万以上（2012.7）	世界：1億人（2013.1）	日本：500万人（2012.12）	世界：8100万人（2013.2）
サービス概要	・140文字限定の短文のみを投稿できるサービス。 ・読みたい人の投稿だけを読み、ユーザー間の交流も可能な緩いコミュニケーションサービスとして普及。	・スマートフォン向けのアプリで、インターネット電話とチャット、グループチャット等を利用することができる。 ・有料・無料のスタンプがある。 ・スマートフォン、フィーチャーフォン、PC等で利用可能。 ・無料で通話が可能。	・スマートフォン向けのアプリで、インターネット電話とチャット、グループチャット等を利用することができる。 ・無料で通話が可能。 ・スマートフォンのみで利用可能。 ・実名制を推奨している。	・スマートフォン向けのアプリで、インターネット電話とチャット、グループチャット等を利用することができる。 ・スマートフォンのみで利用可能。 ・無料で通話が可能。 ・最大5人まで同時通話可能
登録が必要となる主な情報の種類	名前（本名の必要なし）、ユーザー名、メールアドレス、パスワード	ニックネーム、携帯電話番号	名前、生年月日、携帯電話番号	携帯電話番号、名前

出典：公表情報等をもとに総務省作成

2 ソーシャルメディアの利用動向

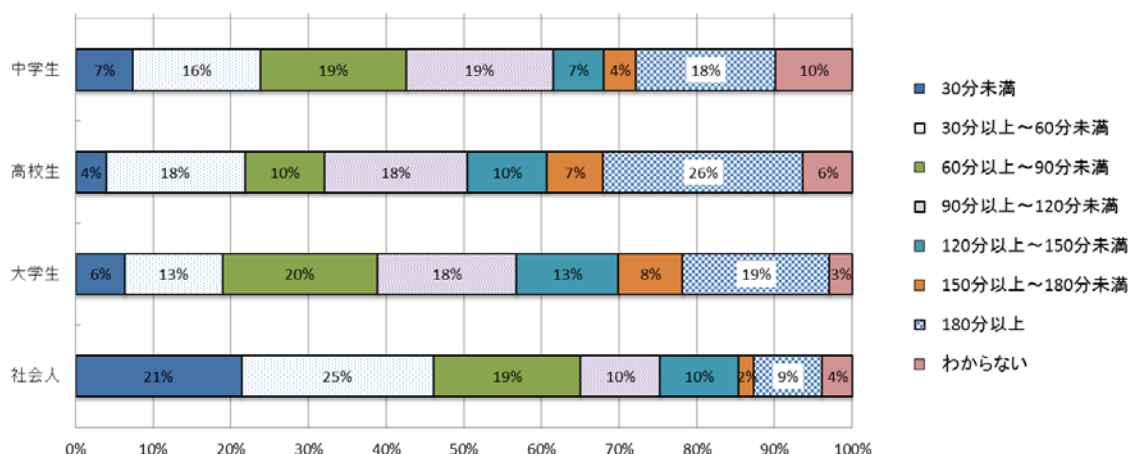
(1) 青少年等におけるソーシャルメディアの利用動向

青少年等におけるスマートフォン及びソーシャルメディアの利用動向について、アンケート調査⁹⁴を実施した。

① スマートフォンの利用時間

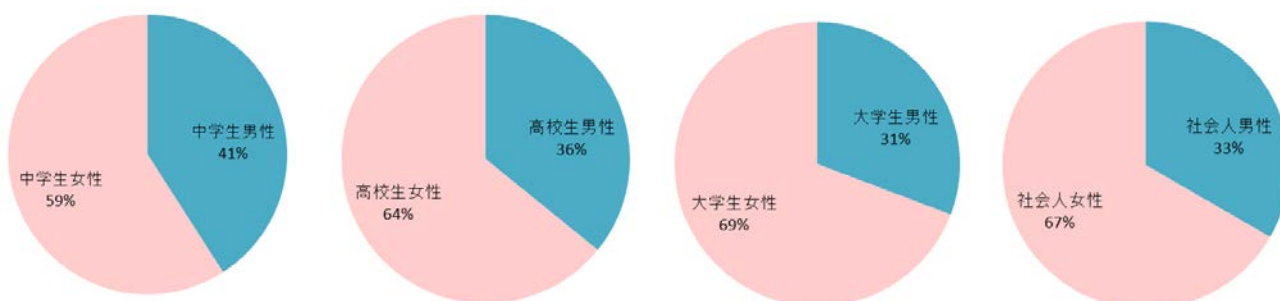
スマートフォンの1日当たりの平均利用時間は、中学生では「60分以上～90分未満」及び「90分以上～120分未満」、高校生では「180分以上」、大学生では「60分以上～90分未満」、社会人では「30分以上 60分未満」がそれぞれ最も多く、特に高校生については、1日にスマートフォンを「180分以上」利用していると回答している利用者が全体の3割弱を占めている。また、スマートフォンを1日に「180分以上」利用している利用者は、中学生、高校生、大学生、社会人とも男性よりも女性の方が多くなっている。

図表3-1-7：スマートフォンの1日当たりの平均利用時間



出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

図表3-1-8：スマートフォンを1日180分以上利用している利用者の比較



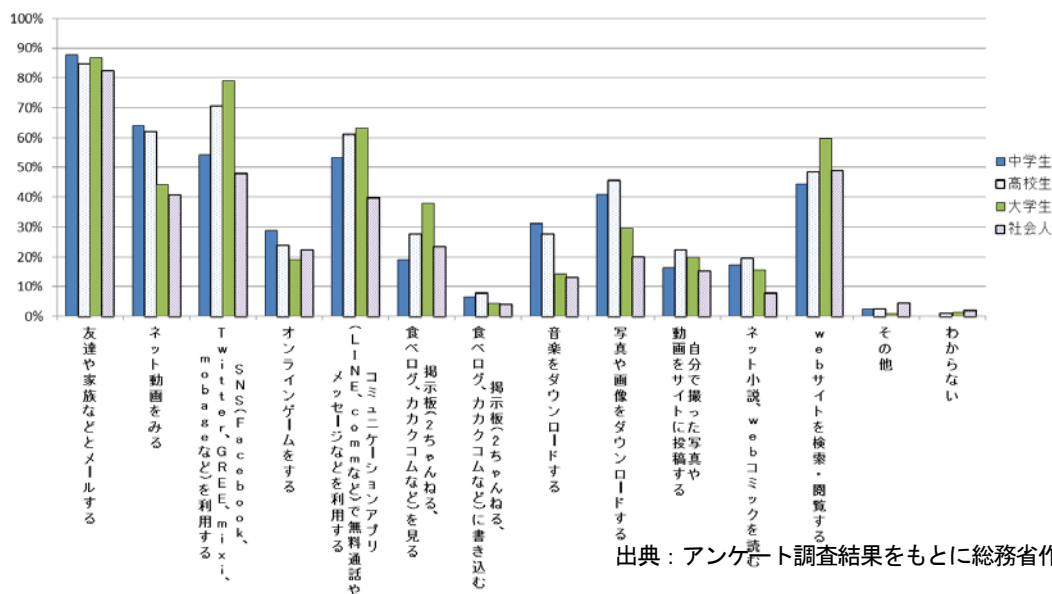
出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

⁹⁴ 三菱総合研究所請負調査 平成24年度「児童ポルノサイトのブロッキングをはじめとする電気通信サービスの利用環境整備施策と諸外国の法制度等に関する調査研究」：スマートフォンを利用している中学生、高校生、大学生、社会人及びスマートフォンを利用している中学生・高校生の保護者に対してウェブアンケート調査を実施（サンプル合計：1152人）。調査実施期間は、平成25年3月13日から15日まで。

② スマートフォンの利用目的

スマートフォンの主な利用目的としては、中学生、高校生、大学生、社会人とも、「友達や家族などとメールする」、「ネット動画を見る」、「SNS (Facebook、Twitter、GREE、mixi、Mobage など) を利用する」、「コミュニケーションアプリ (LINE、comm など) で無料通話やメッセージなどを利用する」などが多くなっている。

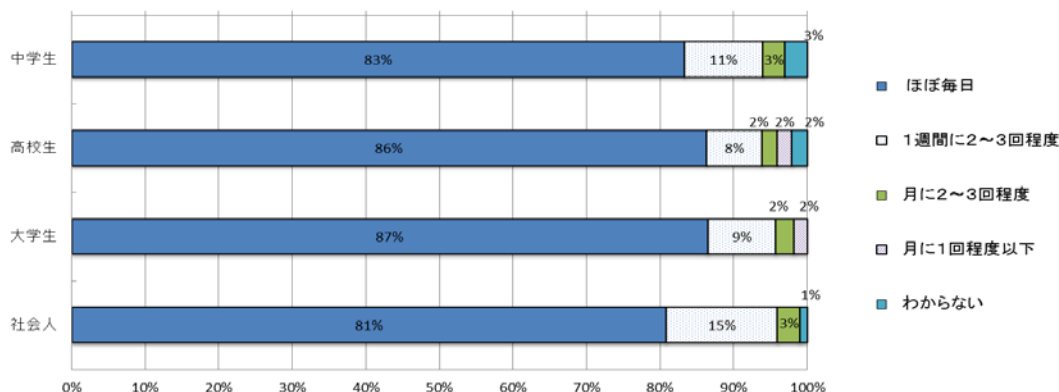
図表 3-1-9 : スマートフォンの主な利用目的



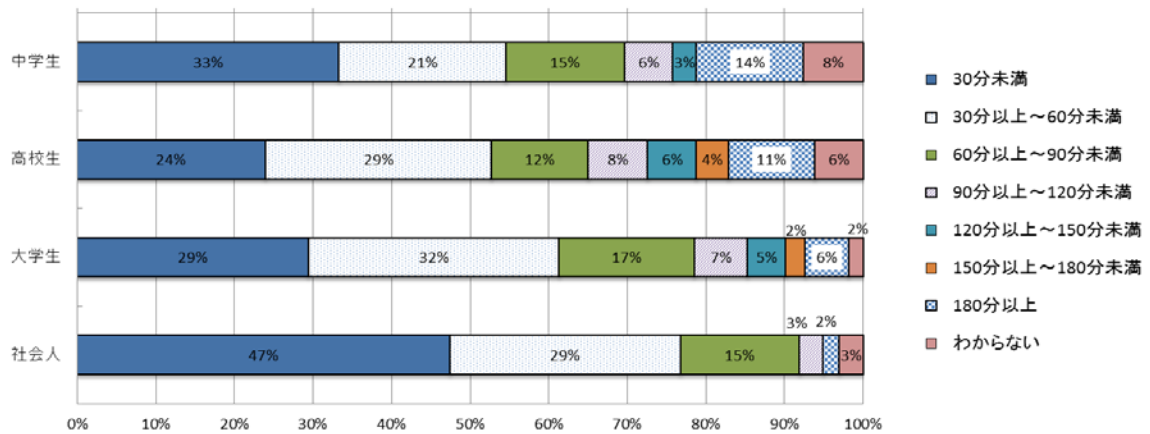
③ ソーシャルメディアの利用頻度・時間

SNS及びコミュニケーションアプリの利用頻度を見てみると、SNSについては、「ほぼ毎日」利用していると回答している利用者が中学生、高校生、大学生、社会人とも8割（中学生 83%、高校生 86%、大学生 87%、社会人 81%）を超えており、1日当たりの平均利用時間としては、中学生・社会人では「30分未満」、高校生・大学生では「30分以上～60分未満」が最も多くなっている。他方、中学生については、全体の1割強が1日当たりの平均利用時間を「180分以上」と回答している。

図表 3-1-10 : SNS の利用頻度



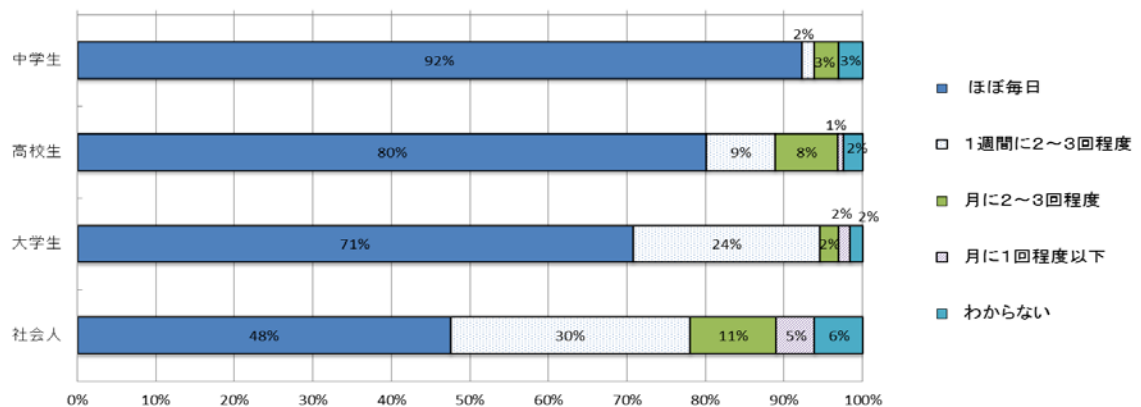
図表 3-1-11 : SNS の 1 日当たりの平均利用時間



出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

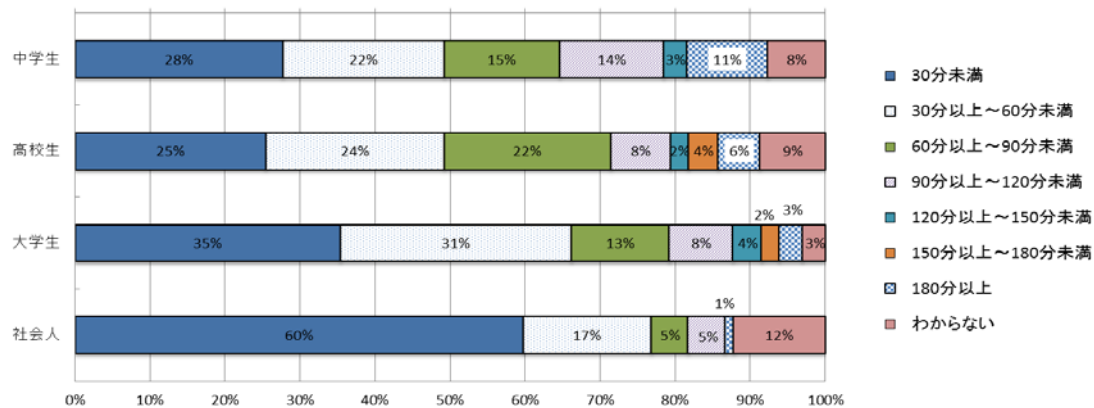
また、コミュニケーションアプリについては、「ほぼ毎日」利用していると回答している利用者は中学生・高校生で多く、特に中学生については、全体の 9 割以上（92%）がコミュニケーションアプリを毎日利用している結果となっている。他方、1 日当たりの平均利用時間としては、中学生、高校生、大学生、社会人とも「30 分未満」が最も多くなっており、特に社会人では、全体の 6 割（60%）が 1 日当たりの平均利用時間を「30 分未満」と回答している。

図表 3-1-12 : コミュニケーションアプリの利用頻度



出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

図表 3-1-13 : コミュニケーションアプリの1日当たりの平均利用時間

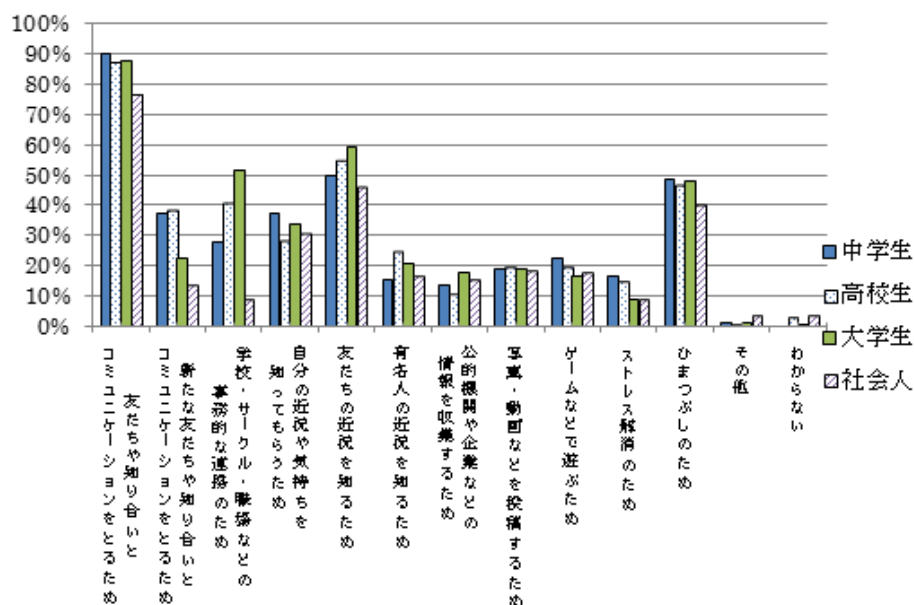


出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

④ ソーシャルメディアの利用目的

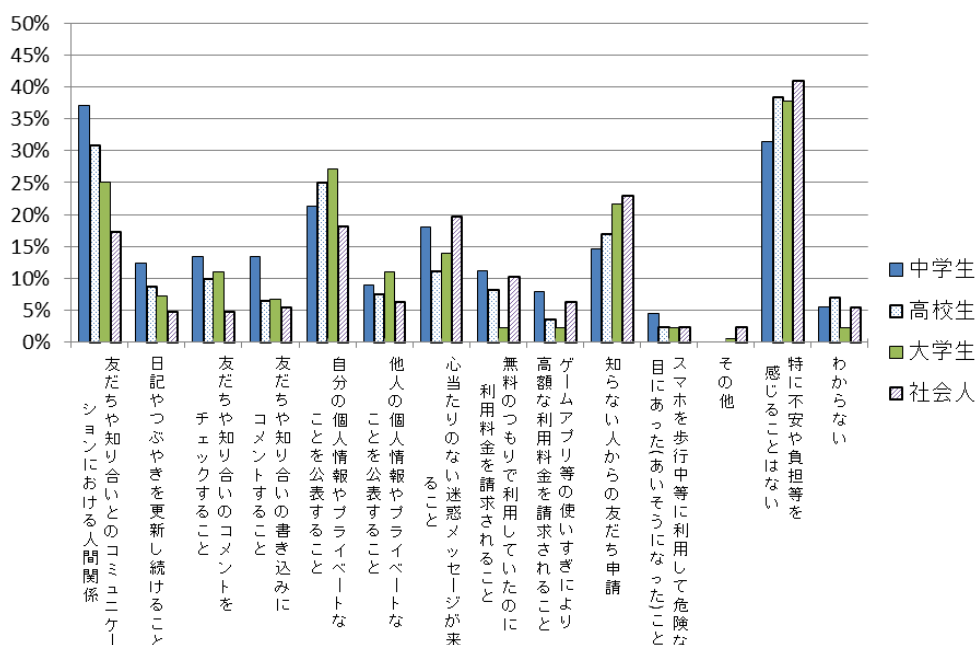
SNS やコミュニケーションアプリの主な利用目的を見てみると、中学生、高校生、大学生、社会人とも「友達や知り合いとコミュニケーションをとるため」が最も多く、次いで「友達の近況を知るため」が多くなっており、友達や知り合いとのコミュニケーションを求めて SNS やコミュニケーションアプリを利用していることがうかがわれる。他方、SNS やコミュニケーションアプリを利用する際に感じている不安や負担について「友達や知り合いとのコミュニケーションにおける人間関係」を挙げる利用者が最も多くになっており、いわゆる「SNS 疲れ」という言葉もあるように、SNS やコミュニケーションアプリの最大の特徴である「コミュニケーション」が、利用者の不安や負担に大きな影響を及ぼしている可能性があると考えられる。

図表 3-1-14 : SNS やコミュニケーションアプリの主な利用目的



出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

図表3-1-15：ソーシャルメディアを利用する際の不安・負担

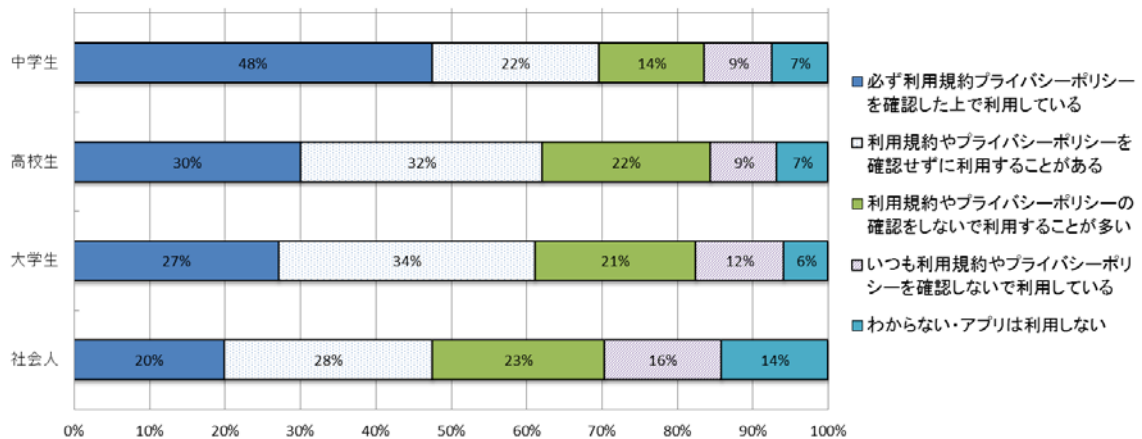


出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

⑤ トラブルとの遭遇と回避

スマートフォンの普及に伴い、利用者側も様々なアプリケーションを自由に利用できるようになる中で、利用者がアプリケーションの利用に係る規約や条件等を適切に確認せずにアプリケーションを使用することにより、利用料金の請求や利用者情報の取り扱い等に関して、思いもよらないトラブルや被害に遭遇する可能性もあると考えられる。本アンケート調査においても、アプリケーション利用に際しての利用規約やプライバシーポリシーの確認状況を調査したところ、中学生、高校生、大学生、社会人とも、利用規約やプライバシーポリシーを確認した上でアプリケーションを利用している堅実な利用者が多数を占めている一方、大学生の約3割（33%）、社会人の約4割（39%）が「利用規約やプライバシーポリシーの確認をしないで利用することが多い」又は「いつも利用規約やプライバシーポリシーを確認しないで利用している」と回答している。年齢によらず、利用者がアプリケーションの利用を通じてトラブルや被害に遭わないよう、利用規約やプライバシーポリシーの確認により、自ら身を守る意識を醸成することが必要であると考えられる。

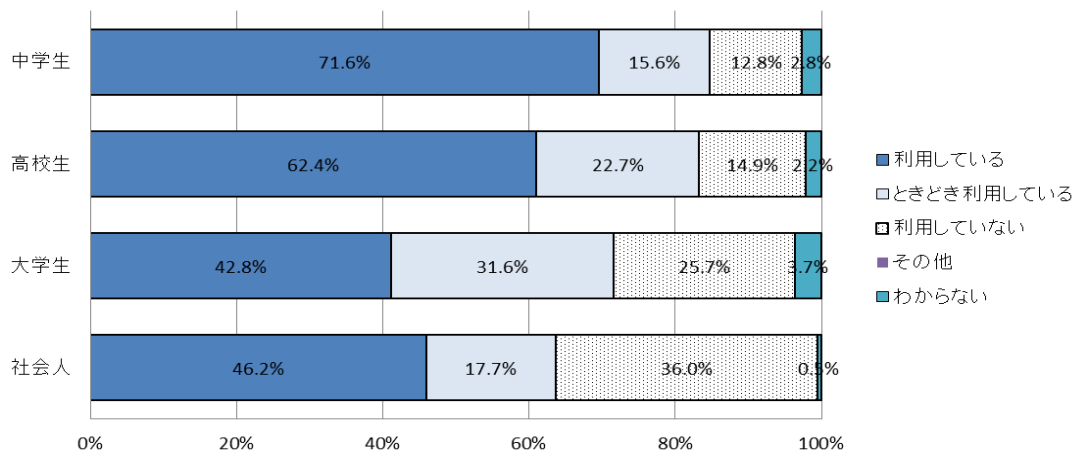
図表 3-1-16：アプリケーションを利用する際の利用規約等の確認



出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

また、スマートフォンにおいては、無線 LAN（Wi-Fi）を通じてインターネットを利用することが可能であるが、本アンケート調査においても、中学生・高校生の8割以上（中学生 87.2%、高校生 85.1%）が、スマートフォンで無線 LAN を利用していると回答している。

図表 3-1-17：無線 LAN の利用



出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

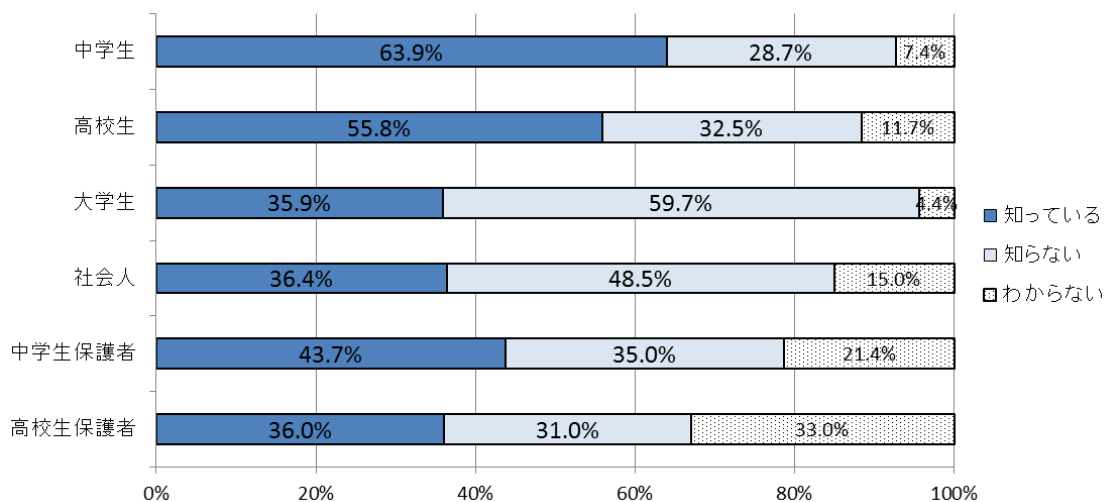
このように、中学生・高校生の無線 LAN 利用が進んでいる状況において、中学生・高校生が有害な情報等に接触しない又は接触させないための方策としてフィルタリングサービスの活用が推奨される⁹⁵が、スマートフォンで無線 LAN を使ってイン

⁹⁵ 青少年インターネット環境整備法では、携帯電話インターネット接続役務提供事業者は携帯電話の使用者が青少年である場合はフィルタリングサービスの利用を条件として提供することとされており（第 17 条）、インターネット接続提供役務提供事業者は利用者から求められたときにはフィルタリングサービスを提供しなければならない（第 18 条）とされている。

ターネットを利用する際に、フィルタリングがかからない場合がある⁹⁶ことが指摘されている。

本アンケート調査においても、上述のような無線LAN利用においてフィルタリングがかからない場合があることについての認知度を調査したところ、中学生・高校生の約6割（中学生 63.9%、高校生 55.8%）はフィルタリングがかからない場合があることを認知している一方で、中学生・高校生の保護者でこの比率は4割前後（中学生の保護者 43.7%、高校生の保護者 36.0%）に留まるとともに、約3割（中学生の保護者 35.0%、高校生の保護者 31.0%）はフィルタリングがかからない場合があることを認知できていないという結果になっている。

図表 3-1-18：無線LAN 利用におけるフィルタリングに係る認知度

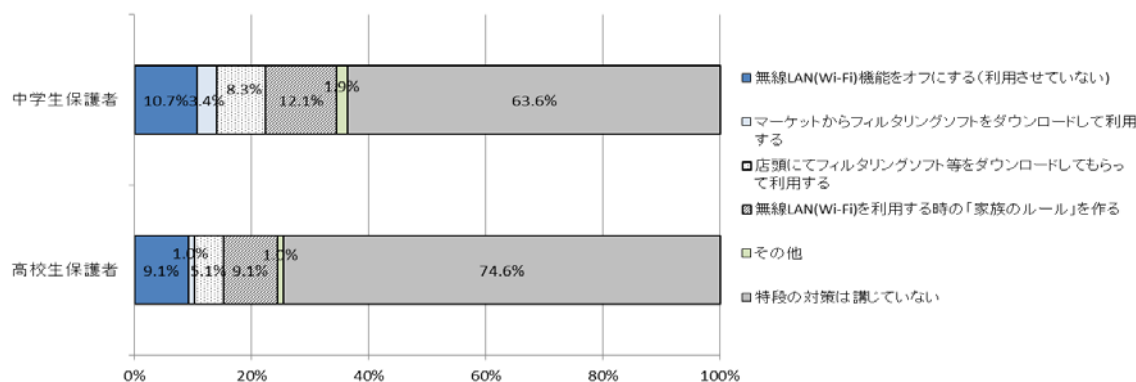


出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

さらに、中学生・高校生の保護者に対して、自分の子供の無線LAN利用に関する対策の実施について調査したところ、そもそも子供に無線LANを利用させていないと回答した保護者が中学生・高校性とも約1割（中学生の保護者 10.7%、高校生の保護者 9.1%）となっている。また、無線LAN利用のためにフィルタリングを導入している保護者も中学生・高校性とも約1割（中学生の保護者 11.7%、高校生の保護者 6.1%）にとどまっており、中学生の保護者の6割以上（63.6%）、高校性の保護者の7割以上（74.6%）が、子供の無線LAN利用に関して「特段の対策は講じていない」と回答している。

⁹⁶ 利用者が端末にフィルタリングソフトをダウンロードすること等により、スマートフォンで無線LANを利用する際にフィルタリングをかけることが可能。

図表 3-1-19：無線LAN利用における対策の実施



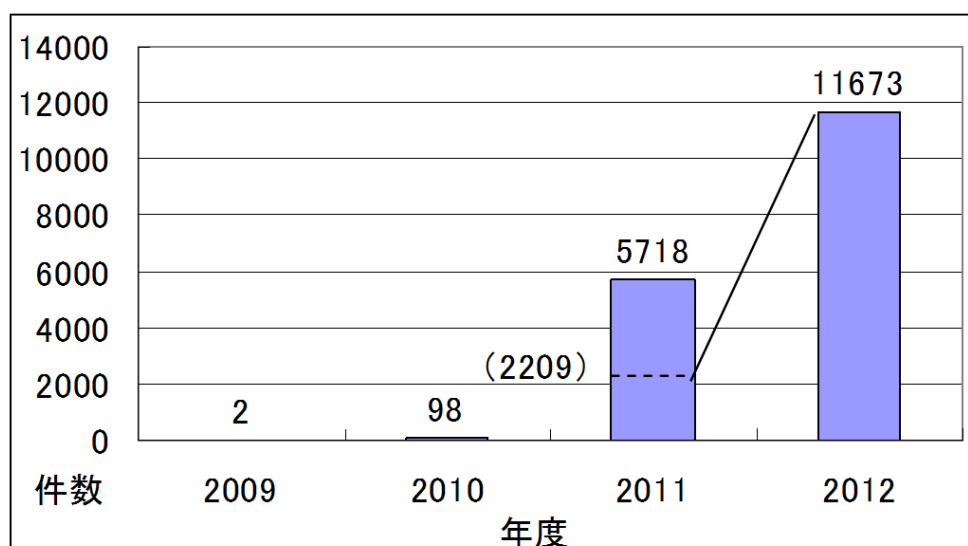
出典：アンケート調査結果をもとに総務省作成

(2) ソーシャルメディアの利用における苦情や相談等の状況

① 相談件数の推移

独立行政法人国民生活センターによると、スマートフォンの急速な普及に伴い、スマートフォンによるデジタルコンテンツの利用に関する相談件数は、2010 年度（平成 22 年度）から 2011 年度（平成 23 年度）にかけて著しく増加し、また、2012 年度（平成 24 年度）においても、2012 年（平成 24 年）12 月末時点で前年度の約 2 倍、前年同期比では約 5 倍に拡大するなど大幅に伸長しており、今後も継続的に増加していくことが見込まれる。

図表 3-1-20：スマートフォンを利用したデジタルコンテンツに関する相談件数の推移



※ 2012 年（平成 24 年）12 月 31 日までに PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に登録されたもの。

※ 「デジタルコンテンツ」に区分されるもののうち、スマートフォンが関連していると判別したもので、スマートフォンを利用した有料サイトからの料金請求などに関する相談件数。

出典：WG 第 3 回会合資料 4 「スマートフォンへの移行に伴うトラブルとその特徴」（独立行政法人国民生活センター）

② 相談内容

相談内容としては、オンラインゲームやアダルト情報サイトの利用料金の請求に関する相談が増加⁹⁷している。

ア オンラインゲームに関する相談

オンラインゲームについては、大人が契約しているスマートフォンで大人が登録している ID を子供に利用させたり、利用登録の際には無料であっても、ゲーム内で有料のアイテムが販売されているゲームを子供に利用させ、子供が勝手に有料のアイテムを購入してしまったりすることにより、利用料金の支払いに係るトラブルが発生してしまう場合があることが指摘されている。

前項「青少年等におけるソーシャルメディアの利用動向」においても見てきたように、無料のつもりで利用していたのに利用料金を請求されるといったケースは、スマートフォンにおけるサービス利用に関して、利用者の不安や負担となっている場合もあり、子供のみならず、大人でさえも、サービス利用に係る課金構造を十分理解していない場合があると考えられる。

図表 3-1-21：相談事例（オンラインゲーム関係）

＜オンラインゲームに関する相談事例 ①＞

父親である私がスマートフォンを購入した時、無料アプリをダウンロードするため、アプリのマーケットに登録した。その登録の過程で、クレジットカード情報を入力した。私のスマートフォンで、小学1年生の息子に無料ゲームを利用させていたところ勝手に有料のアイテム等をダウンロードしてしまい、約1万円の料金を請求された。息子に確認すると、ダウンロード時に暗証番号を入れる必要はなかったと言う。納得できないので、支払わなくてもよいか。

＜オンラインゲームに関する相談事例 ②＞

私のスマートフォンで、アプリをし、小学生の娘と一緒にオンラインゲームを利用していた。親である自分が、有料のアイテムを購入することが何回かあったため、娘もパスワードを知っていたようだ。ある日、1人で娘にゲームをさせていた時に「アイテムが増えたよ」と言ったので確認したところ、約9,000円のアイテムを2つも購入してしまったことが分かった。娘はパスワードを入力したと言っているが、有料だという認識はなかったようだ。返金してほしい。

出典：独立行政法人国民生活センター報道発表資料より総務省作成

⁹⁷ 独立行政法人国民生活センター平成24年9月6日付報道発表資料「アダルト情報サイトの相談が2011年度の相談第1位に—インターネットにアクセスできる機器すべてに注意が必要—」、同年12月20日付報道発表資料「大人の知らない間に子どもが利用！オンラインゲームのトラブルにご注意を」。

イ アダルト情報サイトに関する相談

アダルト情報サイトについては、スマートフォンが携帯電話用のサイトだけではなく、PC用のサイトも利用することができることから、従来の携帯電話よりも、アダルト情報サイトへの入口が拡大している可能性があることが指摘されている。また、スマートフォンにアプリケーションを起動させる際に自分の連絡先を抜き取られてしまい、自分のスマートフォンにサイト運営事業者から利用料金を請求する電話が架かってきたり、アダルト情報サイトからスマートフォンの簡単な操作でサイト運営事業者と電話が繋がってしまったりすることで、トラブルに発展してしまう可能性があると考えられる。

図表 3-1-22 : 相談事例（アダルト情報サイト関係）

＜アダルト情報サイトに関する相談事例 ①＞

スマートフォンで、アダルトサイトのサンプル動画が見られると思いアプリをインストールした。数分動画を見た後に登録料9万円を請求する画面が出たが、不当な請求だと思い、無視していた。しかし今日サイトから「登録料を払うように」とスマートフォンに電話が来た。「支払うつもりはない」と断ったが、サイトに電話番号などを教えた覚えはないので不安になった。インストールをしたアプリはすぐに削除した。どうしたらよいか。

＜アダルト情報サイトに関する相談事例 ②＞

スマートフォンでインターネットに接続し、ブログを見ていた。アダルトサイトの広告があったのでクリックした。詳細は覚えていないが「18歳以上ですか」という問いに対し、「はい」という意思表示を2回したと思う。すると、突然、料金の請求画面が出て、3日以内に9万円を支払うようにという内容が表示された。「誤操作で入金した方へ」というところをクリックし、次に「電話窓口」をクリックしたら電話がかかり男性が出た。「間違えて入会した」と伝えたら「規約を読んでからかけなおすように」と言われた。規約を読んでから再度電話をした。男性から「規約にも書いてあるように9万円を支払ってもらおう」と言われ、怖くなり「わかりました」と言って電話を切った。すぐに警察に電話をして相談し助言を受け、消費生活相談窓口にも相談をしてはどうかと言われた。

出典：独立行政法人国民生活センター報道発表資料より総務省作成

ウ サクラサイト⁹⁸に関する相談

スマートフォンによる SNS やコミュニケーションアプリの利用が拡大する中で、利用者同士のコミュニケーションを促進するためのメッセージ機能等を悪用して、サクラサイトや出会いサイトなどに誘導する迷惑メッセージを送付しているような事例も確認されている。

図表 3-1-23 : 相談事例（迷惑メッセージ関係）

＜迷惑メッセージからサクラサイトへの誘導に関する相談事例＞

スマートフォンで、電話やメッセージ交換が無料で利用できる”コミュニケーションアプリ”を利用している。ある日、そのアプリに、「連絡がほしい」というメッセージが届いた。このアプリに連絡できるのは、自分の携帯電話番号かアプリ登録時に発行される ID を知っている人だけだと思っていたので、返信した。すると「自分はマネジャーをしている。担当しているタレントの相談に乗ってほしい。連絡先を交換するまでの間、一時的にメール交換ができるサイトを用意する」と返事が届いた。不思議に思いながらも、無料だったので、案内されたサイトでタレントと何度かメール交換をした。ところが途中から、メール交換のためには、ポイントの購入が必要になることが分かった。さすがに、やめようと思っていたところ、芸能事務所の秘書や顧問だという人から、アプリに電話があり、「あなたには本当に感謝している。後でお礼をするので、費用を立て替えておいてほしい」等と何度も電話があった。その言葉を信じて、やり取りを続けたが、いつまで経ってもお礼が振り込まれない。合計 30 万円も支払ってしまった。だまされたと思うので、返金してほしい。

出典：独立行政法人国民生活センター報道発表資料より総務省作成

SNS においては、利用者のプロフィールや利用者の個人の趣味・嗜好を掲載し、公表している場合があり、迷惑メッセージの送付者は、そのような SNS の掲載内容を踏まえて利用者の趣味・嗜好に沿ったメッセージを送付している事例も見られており、従来の電子メールにおける迷惑メールと比較すると、利用者側が油断してしまい、受容のハードルが低くなることによってトラブルに巻き込まれる可能性もあると考えられる。また、SNS やアプリケーションの利用に際し、個人の情報の公開範囲など、利用者が自分の利用状況にあった設定内容にしていけない場合があることも指摘されている。

⁹⁸ サクラサイトとは、サイト業者に雇われたサクラが異性、タレント、社長、弁護士、占い師などのキャラクターになりすまして、消費者の様々な気持ちを利用し、サイトに誘導し、メール交換等の有料サービスを利用させ、その度に支払いを続けさせるサイト（主に出会い系サイト）をいう（出典：独立行政法人国民生活センター平成 24 年 7 月 26 日付報道発表資料「速報！」サクラサイト商法”新たな手口にご用心！一性別・世代を問わず被害拡大の可能性もー」）。

3 青少年等の安心・安全なソーシャルメディアの利用の確保に向けた取組

(1) 国等における青少年保護の取組

青少年が安心・安全にインターネットを利用できる環境を整備するため、青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律(平成 20 年法律第 79 号。以下「青少年インターネット環境整備法」という。)の成立・施行を受け、「ICT リテラシーの向上」と「フィルタリング等の推進」を青少年インターネット環境整備の 2 つの柱とし、官民を挙げて具体的取組を推進することとされている。

今般のスマートフォンの普及を受けた状況においても、この理念は変わることなく、青少年保護に向けた取組は一層活発化している。特に、スマートフォンにおいては、携帯電話事業者だけでなく OS 事業者、アプリケーション提供事業者等様々なレイヤーの事業者が関わっていることから、青少年をはじめとした利用者が自らプライバシーやセキュリティといったスマートフォンにまつわるリスクを学ばなければならず、リテラシー向上に向けた取組が官民を挙げて進められている。

(2) 関係事業者等の取組

スマートフォンの普及を受け、様々なアプリケーションが登場し、利用者の楽しみ方が広がる一方で、犯罪被害をはじめとした様々なトラブルにもつながる可能性が考えられる。そのため、関係事業者においては、青少年をはじめとした利用者が安心・安全にサービスを楽しむことができるように様々な対策を講じている。個々の事業者の取組は以下のとおり。

① 携帯電話事業者等

スマートフォンにおいては、従来の携帯電話回線(3G)だけでなく、無線 LAN の利用も普及しており、携帯電話回線においてフィルタリング機能を具備していたネットワーク型のフィルタリングだけでは不十分な状況にあった。また、従来の携帯電話事業者の管理下にあったアプリケーションとは異なり、スマートフォンでは世界規模で多様なアプリケーションが流通しており、青少年に有害なアプリケーションの利用を制限する必要があるという課題が生じている。

図 3-1-17 の調査結果においては中学生、高校生の無線 LAN 利用が進んでいる状況との結果が出ている⁹⁹が、本研究会青少年インターネット WG(平成 22 年 9 月～平成 23 年 7 月開催)の提言、安心ネットづくり促進協議会スマートフォンにおける無線 LAN 及びアプリケーション経由のインターネット利用に関する作業部会(平成 23 年 10 月～平成 24 年 5 月開催)を受け、関係事業者においては、従来のネットワーク型から端末にフィルタリングソフトを具備することにより、無線 LAN の利用時

⁹⁹ 平成 23 年 10 月に公表された本研究会(青少年インターネット WG)提言においては、「現時点では無線 LAN の青少年への普及度合いが高いとは必ずしも言えないものの、今後、本研究会において定期的に普及度合いを検証し、相当程度の割合に達した場合には関係事業者の利用を条件とした提供を求める必要がある。」とされている。
(http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban08_02000051.html)

やアプリケーションの利用時においてもフィルタリングが機能する仕組みを整えつつある状況にある。すなわち、スマートフォンに適応したフィルタリング環境が整いつつある。

第三者機関¹⁰⁰においても、たとえば、一般社団法人モバイル・コンテンツ審査運用監視機構（EMA）では、従来のウェブサイトを前提とした認定スキームに加え、新たにアプリケーション単体での審査に対応すべく、平成 24 年 12 月末に従来のコミュニティサイト運用管理体制認定基準の改定を行い、平成 25 年 1 月末から当該改定基準に基づく審査の受付を開始している。

今後、第三者機関においては、こうしたコミュニケーションアプリを審査対象とする基本的考え方をはじめとする新たな認定制度について、アプリ提供事業者等の関係事業者に対し、広く認定制度の周知に努めることが求められる。

また、青少年に人気のあるアプリ等が青少年に与える影響の大きさを踏まえ、そのようなアプリ提供事業者は、青少年がフィルタリングを利用しやすい環境に寄与する観点から、第三者機関の認定取得に向けて調整を進めることが求められる。

¹⁰⁰ 公正かつ透明な方法で青少年保護に配慮したサイトを認定し、フィルタリングによる閲覧制限を解除させる機能を営み、アプリ提供事業者に青少年の利用に配慮した運用管理体制の確立に向けたインセンティブを付与させる機関。現在活動している第三者機関には、一般社団法人モバイル・コンテンツ審査運用監視機構（EMA）、一般社団法人インターネットコンテンツ審査監視機構（I-ROI）がある。

図表 3-1-24：無線 LAN やアプリケーションに対応したフィルタリングの提供状況

事業者名	サービス名	サービス概要
NTT ドコモ	あんしんモード(機能拡張) (平成 25 年 3 月 7 日～)	①ウェブフィルタリング機能 無線LAN [※] 等経由を含む不適切なウェブページへのアクセスを制限 ②アプリフィルタリング機能 アプリケーションの起動制限機能を学齢に応じて段階別に提供(小学生・中学生・高校生の3段階から選択)
	スマートフォン for ジュニア SH-05E (平成 25 年 2 月 1 日～)	①ウェブフィルタリング機能 sp モードフィルタにより不適切なウェブページへのアクセスを制限。無線LANには接続不可 ②ジュニアスマホ向けdメニューの提供 小中学生向けに安全性の高いアプリのみを提供
KDDI	安心アクセス for Android ™ (平成 24 年 11 月 1 日～)	①ウェブフィルタリング機能 無線LAN等経由を含む不適切なウェブページへのアクセスを制限 ②アプリフィルタリング機能 アプリケーションの起動制限機能を学齢に応じて段階別に提供(小学生・中学生・高校生の3段階から選択)
ソフトバンク モバイル	スマホ安心サービス (平成 25 年 2 月 1 日～)	①ウェブフィルタリング機能 無線LAN等経由を含む不適切なウェブページへのアクセスを制限 ②アプリフィルタリング機能 アプリケーションの起動制限機能を学齢に応じて段階別に提供(小学生・中学生・高校生の3段階から選択)

※sp モードフィルタにより自社の提供する無線LANについてフィルタリングが可能。

出典：総務省作成

② SNS 事業者

SNS 等に代表されるコミュニティサイト（CGM サービス）は、他の利用者とのコミュニケーションを行いながら、ともにゲームを共有できる等、青少年の自由な表現活動の育成やコミュニケーション手段の提供に積極的な役割を果たす一方、青少年がトラブルに巻き込まれ、コミュニティサイトに起因した事件の検挙数が 2010 年（平成 22 年）までは増加傾向にあったことから、早急な対策を必要としていた。

そこで、本研究会の第 2 次提言（2010 年（平成 22 年）5 月）を受け、通信の秘密の観点から、利用者からの有効な同意の下、主要な SNS 事業者においてミニメールの内容監視を実施するとともに、携帯電話事業者等が取得した年齢情報を基にコ

コミュニティサイト事業者が年齢詐称対策に取り組んでいる。なお、一部のコミュニケーションアプリの提供事業者においては、上記携帯電話事業者からの年齢情報に基づき青少年に対する ID 検索機能の制限（自分（青少年）の ID を他人から検索させない、されない）を行う等の青少年対策を講じている。

【ソーシャルメディア事業者の青少年保護に向けた取組の例】

ソーシャルメディア事業者も多岐に渡っているが、第三者機関（モバイルコンテンツ審査・運用監視機構（EMA））の認定を受けているソーシャルメディア事業者においては、様々な青少年保護に向けた取組を行っている。

・GREE（グリー株式会社）

携帯電話事業者からの年齢情報等も活用し、18 歳未満の利用者について、メールや検索等の機能における制限を設けている。また、青少年保護及び健全なサイト利用を目的として利用者の同意に基づき GREE 内でのメールを監視しているほか、「あんしん・あんぜん」に GREE を使うために「GREE とみんなの 6 つの約束」を標榜し、啓発活動に取り組んでいる。

・Mobage（株式会社ディー・エヌ・エー）

携帯電話事業者からの年齢情報をもとに、18 歳未満の利用者について、3 歳以上離れている利用者からの友だち検索ができない措置を講じている。また、青少年保護及び健全なサイト利用を目的として利用者の同意に基づきミニメール監視を実施しているほか、「個人情報ウェブサイトに置かない」、「ウェブサイトの外で会わない」、「ネットは匿名ではない」を 3 つのメッセージとして啓発活動を展開している。

・mixi（株式会社ミクシィ）

携帯電話事業者からの年齢情報をもとに、18 歳未満の利用者に対してプロフィール検索の機能制限（検索制限、閲覧制限）を実施している。また、青少年保護の観点から利用者の同意に基づきミニメール監視を実施しているほか、コーポレートサイト「より健全な SNS を目指して」による取組紹介や東京都ファミリー e ルール講座への協力を実施している。

また、本 WG においては、数社の SNS 事業者から青少年保護に向けた取組に関するプレゼンテーションを行った。以下はその主な取組である。¹⁰¹

・ comm (株式会社ディー・エヌ・エー)

コミュニケーションの相手方は実名の利用者を前提としており、初期登録に際しては実名登録を要件としておりあだ名等は目視チェックを行っている(ID 検索についても実名検索のみ)。また、年齢に応じて検索制限をかけており、例えば大人の利用者が 18 歳未満の利用者を検索できないほか、初期設定では友人以外からのメッセージ交換、通話がブロックされる仕組みとなっている。

また、利用規約において出会い目的の異性交際を禁止している。

・ Facebook (Facebook, Inc.)

実名制をとることにより無責任な書き込み、暴言、わいせつな表現への抑止効果を図っているほか、管理者権限により書き込み機能を制限できる仕組みとなっている。また、監視体制及び有人監視を 24 時間/365 日体制で実施しており、迷惑行為を行う可能性のあるユーザーを事前にシステムで検知し、迷惑行為等を行う前に排除・機能制限を行っている。

また、周知啓発をより効果的に行う観点から、保護者、教育関係者、青少年向けにそれぞれの立場に応じた利用上の注意喚起や迷惑行為を受けた場合の対処方法等に関する情報発信を行っている。

・ LINE (LINE 株式会社)

青少年保護の観点から ID 交換などによる面識のない異性との出会いや交際を目的とする利用を阻止するため、年齢認証によるゾーニング対策を実施している。年齢認証については登録時の利用許諾に基づき一部の携帯電話事業者からの年齢情報に基づき青少年利用者に関する ID 検索機能を制限する措置を講じている。

また、出会いを求めるようなレビュー書き込みを常時モニタリングし、OS 事業者に対して当該レビューの削除依頼を行っている。また、無差別勧誘を目的としたメッセージ対策としては、電話番号又は SNS による本人認証を必須とするとともに通報機能の実装によりスパム情報の収集に努めている。

③ サイト監視事業者

サイト投稿に関する監視を行っている株式会社ガイアックスにおいては、学校生活におけるインターネットを取り巻く課題の一つとなっている個人情報流出やネットいじめへの対策について、スクールガーディアンという学校非公式サイトに関す

¹⁰¹ 本項にて例示する取組については、特に昨今のスマートフォンの普及に伴い、青少年利用が進んでいる事業者の取組について事実関係を整理したものであり、こうしたサービスを推奨又は安全性を保証するものではない。

る検索・監視を行うとともに誹謗・中傷等の書き込みに対する削除依頼やトラブル発生時における相談対応に取り組んでいる。

また、同社においては、学生団体 UniX によるネットリテラシー講座をサポートしており、同講座を通じて、中高生に近い世代の大学生を講師としてインターネットを「禁止ではなく有効活用」する観点から、大学生が実際に経験してきた事例を踏まえ、中高生を対象としたインターネットの可能性を子供達に伝えている。

図表 3-1-25：株式会社ガイアックスの取組

ガイアックスグループ事業全体像



- ① Fantasitcs: facebookページのファン解析ツールのやキャンペーンアプリの提供。ページ運用代行。
- ② コミュニティパトロール: 365日24時間体制で投稿を有人監視
- ③ スクールガーディアン: 学校非公式サイトを検索と監視、リテラシー講座提供
- ④ ソーシャルリスクモニタリング: リテラシー教育と従業員監視でリスクに備えるサービス
- ⑤ ソーシャルアプリサポート: ソーシャルアプリのカスタマーサポート。多言語対応可。
- ⑥ airy: 社内向けSNSの提供。
- サイト制作 CMS導入「INBOUND」: お問い合わせ獲得のためのCMS構築サービス
- コブログ: 月10万円からのブログポータルASP
- ブリッジ: ソーシャル多言語コミュニケーション支援サービス 【学生団体(UniX)によるリテラシー講座の模様】



提供：株式会社ガイアックス

③ リテラシー向上に向けた周知啓発活動

スマートフォン環境下では、青少年をはじめとする利用者が自らそのスマートフォンにまつわるリスクを学んでいくことが重要となる。各携帯電話事業者等では、引き続き、学校等の教育機関の場において安心・安全に利用できるための講習会を全国各地で開催しているところである。民間団体の取組としては、安心ネットづくり促進協議会において、各地のPTA等の地域の関係者と連携し、各地域においてセミナー等による周知啓発活動を開催している。引き続き、青少年インターネット環境整備法の理念の下、教育関係者、保護者、行政、事業者等の関係者が一体となって草の根的な活動を展開していくことが期待される。

(3) 企業・大学等におけるソーシャルメディアガイドライン作成による意識の向上

スマートフォンの普及や様々なソーシャルメディアサービスの登場等を背景としてソーシャルメディアの利用が拡大する中で、ソーシャルメディアの利用者がトラブルに巻き込まれたり、トラブルの原因となってしまうことがないよう、企業、大学、地方自治体等において、ソーシャルメディア利用における注意を促すためのガイドラインを策定する取組が進められている。

例えば、聖心女子大学においては、個人としてのソーシャルメディアの利用に当たって学生がトラブルに巻き込まれることがないよう「聖心女子大学におけるソーシャルメディア扱いのガイドライン」を策定し、ソーシャルメディアの利用における情報の扱いやソーシャルメディアにおける安全性とプライバシーの保護等に関する留意点等を提示している。

図表 3-1-26: 聖心女子大学「聖心女子大学におけるソーシャルメディア扱いのガイドライン」

地方自治体や企業においても、様々な組織・団体でソーシャルメディアガイドラインの策定が進められているところであり、以下に地方自治体として京都市の事例を、企業として日本コカ・コーラ株式会社の事例を紹介する。

京都市では、行政サービスにおいてソーシャルメディアを積極的かつ安全に活用するため、同市の職員が公私を含めてソーシャルメディアガイドラインを活用する際の手続や留意点等を提示している。

図表 3-1-27: 京都市「京都市ソーシャルメディアガイドライン」

○ ソーシャルメディアの利用における情報の扱い

【・貢献できる参加者になる ・よく考えてから投稿する ・発信内容は、将来まで影響する】

- ◎機密性の保持……………守秘義務のある情報や私的な情報について、Web上に発言してはいけません。どの程度機密性がある情報なのか、発言・投稿する前によく考えてください。
- ◎プライバシーを保護……………ソーシャルメディア上で、本人の許可なく他人の個人名や写真をもちいた議論を行ってはいけません。あなたが公共の場で表現しないようなことは、Web上でも同じように表現してはいけません。
- ◎間違いを正し明記する……………もしあなたが誤った内容を発信してしまった場合は、それを認め、先手を打って素早く訂正してください。ブログに記事を載せた場合、あなたは先に掲載した記事自体を修正しようとするかもしれません。しかし、修正以前の古い記事をそのまま保持している人もいます。訂正したことを明記することが賢明です。
- ◎他者に敬意を払うこと……………よくない行動について議論する、あるいは特定の考えや人物を批判する場合、他者に配慮することを十分に心がけて下さい。
- ◎偽名を使わないこと……………誰か別の人になり済まさないこと。匿名による発言であっても、追跡ツールを用いれば、誰が発言を行ったか特定することができます。

○ ソーシャルメディアにおける安全性とプライバシーの保護について

インターネットは世界中の利用者に開かれています。しかし、扱いを間違えると危険に遭遇することもあります。また、被害者ではなく、知らないうちに加害者になっている場合もあります。ソーシャルメディアのチャンネルを使用する際には、次のようなことを自問するようにしてください。

- ✓ あなたのプロフィールや個人的な情報、写真を閲覧されないよう、限定公開やプライバシー保護の設定をしましたか？
- ✓ 個人情報などがどのように悪用される可能性があるか考えたことがありますか？
- ✓ 大切な人が、あなたのことを、あなたが公開した記事や写真をもとに評価しても、大丈夫ですか？
- ✓ 情報は公共の場で披露しても大丈夫な内容ですか？
- ✓ インターネットに発信した情報は取り消すことが困難なことを知っていますか？
- ✓ 自分以外の写真や情報に関して投稿する際、きちんと許可を取っていますか？
- ✓ スパイウェアやインターネットウィルスから保護するためのソフトはインストールされていますか？

○ 大学名を明示してインターネット上に発信する場合の注意事項・遵守事項

- ◎発信に際して
 - ・正確な情報発信に努めること
 - ・発言が偏らないよう注意すること

◎ソーシャルメディアサイトを立ち上げる場合

- ・承認を求めること
- ・責任を持つこと
- ・管理人を決めコメントを監視すること
- ・聖心女子大学のロゴを無断で使用しないこと

(出典)「聖心女子大学におけるソーシャルメディア扱いのガイドライン」から抜粋

○ 運用の留意点

- 利用者からの意見に対しては、誠実に対応する。
- 利用者の書込みに対して、すぐに回答できない場合、まず、その旨を回答し、後日、正式に回答するなど、利用者の視点に立った対応を行う。
- 情報発信に当たっては、写真・動画を組み合わせることで、視覚的にPRできるが、個人情報、肖像権・著作権等について、十分に配慮する。等

○ トラブル対応の留意点

- 批判や苦情が殺到し、收拾がつかなくなった場合(このような状態を「炎上」という。)等
…反論や抗弁は控えるなど、冷静に対応する。等
- なりすまし(他の利用者のふりをして、インターネット上のサービスを利用すること。)が発生した場合
…本市が開設したソーシャルメディアのアカウントのなりすましが発生していることを発見した場合は、当該ソーシャルメディアの開設者に削除依頼を行う。等
- 事実と反する内容が投稿された場合
…正しい情報を発信し、必要に応じて、正しい情報を発信しているホームページへのリンクを掲載する。等

○ 安全に活用するための留意点

- 本市若しくは本市と利害関係にある者又は団体の秘密に関する情報を発信してはならない。
- 本市の権利を侵害する情報や、正当な理由なく他者の権利を侵害する情報を発信してはならない。
- 本市のセキュリティを脅かすおそれのある情報を発信してはならない。
- 自らの職務に関する情報を発信する場合は、守秘義務を遵守するとともに、意思形成過程における情報の取扱いに留意しなければならない。
- 個人で利用している場合において、本市職員であることを明らかにして、本市行政に関する情報を発信するときは、自らは直接職務上関わらない事項であっても、読み手側は「本市職員＝職務で関わっている」と捉える可能性があるため、不正確な記述が多大な影響を及ぼすことについて留意しなければならない。

出典：京都市公表資料より総務省作成

日本コカ・コーラ株式会社においては、自社が様々なソーシャルメディアにおいて多数の公認アカウントを有する中で、企業のマーケティング活動やコミュニケーション活動における新たなプラットフォームとして活用が進むソーシャルメディアに関して、自社のビジネスに携わる全ての関係者が理解を深めるための手引きとして、さらに自社の有する様々なブランド価値やそのポジティブなインパクトについて、ソーシャルメディアを活用して積極的に広めていくためのガイドラインとして策定している。

図表３－１－２８：日本コカ・コーラ株式会社「コカ・コーラシステムソーシャルメディアの利用に関する行動指針」

○ 本行動指針の基本理念
➢ リーダーシップ：より良い未来を築くため、勇気を持って積極的に行動する
➢ コラボレーション：一人一人の知恵と才能を結集し、最大限に活用する
➢ 誠実さ：常に正直である
➢ アカウンタビリティ：自分の行動には必ず責任が生じることを認識する
➢ 情熱：強い信念と責任を示す
➢ 多様性：当社のブランドと同様、多様性を尊重する
➢ 品質：自分たちのアクションについては、確実に良いものを生み出すことを保証する
○ ソーシャルメディアに関するコカ・コーラからのコミットメント
■ ソーシャルメディア活動においてコカ・コーラが掲げる５つの基本的価値観
➢ 透明性の担保
➢ 消費者のプライバシーの保護
➢ 第三者の権利の尊重
➢ 技術利用に対する責任
➢ 傾聴と事例の活用
○ 社員及び協力会社によるソーシャルメディアの利用について
■ コカ・コーラシステムの全社員及び協力会社社員がソーシャルメディアを利用する際に求められること
➢ 事業運営規範など、該当する方針等の厳守
➢ ブランド価値を守る"番人"としての役割を担う
➢ 否定的な投稿に対する対応は、専門家に任せて、自分の判断では行わない
➢ 仕事に纏わる記載をする場合は、特に配慮をする
○ コカ・コーラシステム認定ソーシャルメディア担当者に対して求めること
➢ 所定のトレーニングプログラムを受講して、認定を受ける
➢ コカ・コーラを代表する立場であることを明らかにする
➢ 記録を取る
➢ 迷った場合は投稿しない、を基本スタンスとする
➢ 他者の権利を侵害しない
➢ ローカルでの投稿が、世界的影響を及ぼし得ることを忘れない
➢ インターネットの恒久性を認識する。

出典：日本コカ・コーラ株式会社公表資料より総務省作成

さらに、関係業界においても、SNS の利用が急速に拡大する一方で SNS におけるセキュリティやプライバシーに係る問題が表面化していることを踏まえ、ネットワーク・セキュリティに関する活動を行っている特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会が SNS セキュリティワーキンググループ（以下「SNSWG」という。）を設置し、SNSWG の報告書として「SNSの安全な歩き方」をとりまとめ、公表している。

SNSWG においては、SNS にまつわる被害・問題事例の分析を行い、問題要素を「プライバシーにかかわる情報集積」、「マルウェアや詐欺のプラットフォームとしての利用」、「偽アカウント、アカウントの乗っ取り」、「不適切な発言や行為」の４項目に整理・分類するとともに、これらの問題を回避し、SNS に係るトラブルを避けるための措置として「SNSを安全に歩くための１０項目」を提示している。

図表 3-1-29 : 特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会「SNSの安全な歩き方」主な問題の分類

- プライバシーに関する情報の集積
- 不用意な公開：電話番号、住所、その他
- 設定の不備：オプトアウトの原則
- 知識不足：公開範囲、位置情報、詐欺行為、オンライン広告
- アプリケーションによる公開：アプリの設定
- ”友達”による情報の公開：位置情報、タグ付けなど
- 他の情報との関連付け：ハッカー逮捕
- WIREDのスタッフライター、マット・ホーナン
- マルウェア感染や詐欺行為のプラットフォームとしての利用
- 偽アカウント・アカウントの乗っ取り
- 不適切な発言・行為

出典：WG第2回会合資料3「ソーシャルメディアのセキュリティの現状」
(特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会)

図表 3-1-30 : 特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会「SNSの安全な歩き方」SNSを安全に歩くための10項目

1. 常に公開・引用・記録されることを意識して利用する
2. 複雑なパスワードを利用し、セキュリティを高める設定を利用する
3. 公開範囲を設定し、不必要な露出を避ける
4. 知らない人とむやみに”友達”にならない、知っている人でも真正の確認をする
5. ”友達”に迷惑をかけない設定を行う
6. ”友達”から削除は慎重に、制限リストなどの利用も考慮する
7. 写真の位置情報やチェックインなど、技術的なリスクを理解し正しく利用する
8. むやみに”友達”のタグ付けや投稿を行わない
9. 対策ソフトを利用し、危険なサイトを利用するリスクを低減する
10. 企業などの組織においては、SNSガイドラインを策定し遵守する

出典：WG第2回会合資料3「ソーシャルメディアのセキュリティの現状」
(特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会)

第2章 スマートフォンのアプリケーション利用における新たな課題

1 スマートフォンのアプリケーション利用における課題

従来の携帯電話やパソコンでインターネットを利用する場合において、安心・安全に利用する観点からいくつかの課題が生じてきた。例えば、大量に送信される迷惑メール、ネット依存、青少年の利用に伴う被害等が挙げられる。これらに対し、関係事業者や行政機関においてその課題への対応に取り組んできたところである。

以下、本WGでは、スマートフォンが急速に普及する状況を踏まえ、WGでの議論や構成員から提出いただいた御意見をもとに、今後検討していくべき課題として、下記のとおり整理した。具体的には、ソーシャルメディアの利用に係る全般的な課題、青少年の利用に特化した課題、その他従来の課題に伴う課題に分類することとした。

(1) ソーシャルメディアの利用に当たっての課題

① スマートフォンを安心・安全に使用方法の周知啓発活動を強化すべきではないか。プライバシーに配慮し、年齢・性別等に応じた対策が必要ではないか。

- まずは、スマートフォン利用における現状について、年代別、性別等での現状と課題を整理すべきではないか。
- これらの課題については、フィルタリングの改善等システム的に対応可能なもの、システム的に対応できないもの（意識改革等の周知啓発）に分類して検討を行うべきではないか。
- ソーシャルメディアについては、同じ趣味・嗜好を持つ者同士が結びつくといったプラスの面の促進といった観点から検討を行うべきではないか。
- 青少年保護を徹底させるためには、利用者が青少年であることを認識することが必要であり、プライバシーの観点からは相反する点でもあり、両者のバランスを取っていくことが重要ではないか。
- このような観点を踏まえ、ソーシャルメディアを安心・安全に利用できるよう、周知啓発を強化していくことが重要ではないか。
- 教育機関、自治体、企業等で、「ソーシャルメディアガイドライン」を作成しているが、このガイドラインの作成やその効果的な周知への支援も安心・安全な利用に向けた方策として必要ではないか。

② 携帯電話事業者による従来の携帯電話とは異なり、スマートフォンは様々な事業者が関わっており、利用者が必要なサポートを受けられにくいのではないか。

- スマートフォンには関係する事業者が複雑で、リテラシーの十分でない利用者が行

き詰まったときに必要なサポートを受けられにくい。たとえば、利用者が困ったときにサポートできるような利用者側に立ったエージェント機能が必要ではないか。

③ アプリケーションのプライバシーポリシーに加え、利用規約等の利用者への説明を利用者に分かりやすく取り組むべきではないか。

- アプリケーションの利用規約についても、アプリケーションのプライバシーポリシーと同様に、記載に工夫が必要ではないか。また、利用者においても、これらを確認すべきではないか。
- 青少年のコミュニケーションツールとしての利用と犯罪目的の悪用との間の境目がなくなりつつあることから、プライバシー情報等の公開設定やコミュニケーション可否に関する標準設定をデフォルトオフにすることも行うべきではないか。

④ サービス提供事業者のモラル向上策等の利用者への取組についてより一層の強化を図っていくべき。多くのアプリケーション事業者に対し、消費者保護や青少年保護等の知識の習得に向けた啓発が必要ではないか。

- アプリケーション提供事業者がモラル向上に取り組むべく、プライバシーポリシーのようなモラル向上に向けた方策を検討することも考えられるのではないか。
- アプリケーション提供事業者は、小規模や個人で開発を行っている場合もある中、利用者と一定の契約関係に立つことから、消費者保護や未成年者保護等を含め、事業者としての法的知識が不十分な場合も考えられ、事業者に求められる役割を再検討すべきではないか。具体的には、コンプライアンス・ハンドブック、研修等により、行政や業界団体全体で支援をしていくことが必要ではないか。

(2) 青少年のソーシャルメディアの利用に関する課題

① アプリケーション等の様々なサービスが提供されることにより、リテラシーの多様化が進むため、各層の状況に応じたリテラシー向上の取組が必要ではないか。

- スマートフォンを使用する学生に特化して、安心ネットづくり促進協議会等の場を通じ、そのリスクの周知と安心・安全な使用方法の周知活動を強化すべきではないか。

② 青少年の利用の実態と保護者の意識の乖離をどう埋めるか。

- スマートフォンの急速な普及に伴い、青少年がスマートフォンを利用する状況について、保護者が把握しきれない状況になっているのではないか。そのため、保護者への一層の周知啓発が重要ではないか。
- 保護者等のリテラシーの意識を可視化するため、高校生向けに開発されたインターネットリテラシー指標の対象を拡充すべきではないか。

③ フィルタリング・年齢確認等、青少年の安心・安全な利用に向けた取組は一層重要。

- スマートフォンは利用者層の幅が広く、アプリケーションインストール、アプリケーション利用、プライバシー情報へのアクセス等において保護者による制御（ペアレンタルコントロール）が必要ではないか。
- 無料通話を含むコミュニケーションアプリは、第三者機関でどう取り扱うべきか。
- SNS サービスにおいて、青少年が安心・安全に利用できるようメッセージ監視の取組が行われているが、昨今のスマートフォン環境下でどのように考えていくべきか。
- Wi-Fi 環境が広がる中、Wi-Fi 機能を持つ端末における実態を把握するべきではないか。
- ソーシャルゲーム等と同様に、コミュニケーションアプリにおいても年齢認証等の取組を進めるべきではないか。
- アプリケーション等のスマートフォン環境下におけるフィルタリングサービスについて、取組が進むように推進していくべきではないか。
- スマートフォンによるゲーム利用が広がる中、ゲーム利用によるトラブルが生じているのではないか。

④ コミュニケーションアプリのプラットフォーム化により、個人の様々な情報と連絡手段の結びつきが強くなっているが、それによる課題は生じていないか。

- コミュニケーションアプリには実名登録と非実名登録のサービスもあるが、相違は生じているか。
- コミュニケーションアプリにおいて、即座に返信することに束縛感を感じている場合が多いのではないか。「既読」機能が特に圧迫感を与えていないか。
- コミュニケーションアプリを含むソーシャルメディアの利用が広がる一方、SNS 疲れのようなコミュニケーション上の課題にどう対処するか。
-

(3) 従来のネット利用の課題のスマートフォン環境下における対応

① 特に青少年において、スマートフォンの急速な普及に伴い、依存傾向等の諸課題に変化が生じていないか。

- 従来の携帯電話やパソコンに比べ、スマートフォンの利便性・操作性という特徴から、依存傾向が進んでいるのではないか¹⁰²。
- スマートフォンを持ちながら歩くことによるトラブルが生じていないか。

¹⁰² スマートフォン環境下におけるネット依存傾向に関する調査としては、橋元良明 東京大学大学院情報学館教授による「スマートフォン利用と依存傾向（速報版）」（本WG第3回資料）が上げられる。この速報版としての調査結果では、スマートフォンの普及でネット利用時間が長期化し、特にソーシャルメディア、ネット動画の利用時間が長くなっており、スマートフォン利用者の方が非スマートフォン利用者よりも相対的に依存傾向が高く、ネット上の人間関係の悩みを抱えている。

② 情報の伝搬力を飛躍的に高めるツールであり、システム上の技術的な動作の同期化とともに、利用者の行動が集団で同期化したり、知り合い同士の利用者では善意のデマや炎上のリスクも生じてしまうのではないか。

- ネットワークが混雑する中、利用者の再試行動作や「おめでとうメール」といった集団同期現象により、ネットワークのさらなる混雑が生じてしまう。ネットワークやシステムに過剰な負荷がかからないよう対策を講じるべき。具体的には、アプリケーションの設計段階での仕組み作りが必要ではないか。
- スマートフォンは情報の伝搬力を飛躍的に高めるツールであり、利用者が知り合い同士である場合も多く、善意のデマが生じやすい。
- スマートフォンの普及に伴い、コミュニケーション機能が充実するようになっているが、サクラサイトに誘導するような迷惑メッセージが生じているのではないか。また、スマートフォンで携帯電話用のサイトだけでなくPCサイトも利用できることから、アダルト情報サイトによるトラブルも増えているのではないか。
- スマートフォン利用による情報漏えいリスクが高まっていると同時に、ソーシャルメディア炎上リスクも高まっているのではないか。パンフレット作成や相談員育成等の周知啓発を事業者だけでなく行政・業界団体全体で取り組んでいくべきではないか。

2 今後取り組むべき新たな課題と対応

第2章1では、従来の携帯電話の利用等の観点をもとに、考えられる課題について整理を行った。これら課題を中心に、本WGにおいて、引き続き検討を行い、その対応策を講ずる必要があるものについて検討していくこととしたい。具体的には、青少年をはじめとする利用者、青少年に関わる関係者（保護者・教職員等）、ソーシャルメディアサービスに関わる事業者、行政等、主体別に期待される役割を整理していくこととするのが肝要である。

おわりに

「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」は、2012年（平成24年）12月21日に第1回会合を開催し、幅広い関係者の方々からのプレゼンテーションや議論をいただいた上で、2013年（平成25年）3月12日の第5回会合及び28日の第6回会合において、中間取りまとめについて議論を行った。本WGでは、これまでに示したとおり、スマートフォンの安心・安全な利用の観点から、大きく3つの論点について議論を行ってきた。

利用者情報の適正な取扱いの観点からは、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」における指針等を踏まえ、利用者情報の取扱いについてOS提供事業者、キャリア、アプリケーション提供事業者、広告配信業者など、関係する多様な主体が協力しながら、各領域における課題を共有するとともに、連携した自主的取組を検討・推進することが求められており、その成果を利用者に分かりやすく説明し、利用者自らが判断できる環境を整えていくことが重要である。

行動規範としての「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」の指針の実効性を高め、安心・安全なスマートフォンの利用環境を確保していくために、関係者の自主的な取組の推進が強く期待されている。その実効性を確保する上でも、中間取りまとめを踏まえ、今後最終的な提言に向けて検討を行っていく予定である。是非関係者の幅広い議論と関心を高め、必要に応じて御意見をいただいた上で議論を深めていきたい。

また、サービスの適正な提供の在り方の観点からは、この中間取りまとめでは、中間取りまとめ以降に議論を深めていくこととしていたことから、現状の分析を行うにとどめている。今後最終取りまとめに向けて、利用者からの具体的な相談事例を分析の上、集中的に議論を行っていく予定である。

さらに、アプリケーション利用における新たな課題への対応については、スマートフォンが急速に普及しつつある現状下では、明確には顕在化してはいるものの、今後顕在化してくるものと懸念される課題について検討を行っていく。従来の携帯電話やインターネット利用における様々な課題がスマートフォン環境下でどのように変化しているか、特に、コミュニケーション機能を有するアプリがスマートフォンの特性を活かしより一層伸張する中、青少年が利用するに当たってどのような課題が考えられるかである。この中間取りまとめで取り上げた課題を中心に、関係事業者、青少年をはじめとした利用者、保護者等の青少年の関係者、行政がそれぞれどのように対応していくべきか、具体的な方策を今後検討していくこととする予定である。

今後、最終取りまとめに向けて、これらの3つの課題について、その対応策までを整理することにより、さらにスマートフォンが一層普及するに当たって、スマートフォンを安

心・安全に利用することができる環境をいち早く整えられるよう、議論を重ね、最終取りまとめにおいて今後の取組について提言を行っていきたい。

**参考資料１ 「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」
審議経過**

- (１) 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
- (２) スマートフォンサービス等の適正な提供の在り方
- (３) スマートフォンのアプリ利用における新たな課題への対応

会合	開催日	(１)	(２)	(３)	主な議題
第１回	平成 24 年 12 月 21 日	○		○	(１)利用者情報 【プレゼンテーション】 ・ スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会 「スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会の活動報告」 ・ 一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム 「スマートフォンのアプリケーション・プライバシーポリシーに関するガイドラインについて」 ・ アンドロイダー株式会社 「スマートフォンセキュリティ時代！「アンドロイダー」の取り組み」 【その他】 ・ スマートフォン プライバシー イニシアティブに関連した最近の動向について (３)青少年アプリ利用 【プレゼンテーション】 ・ 株式会社ディー・エヌ・エー 「通話アプリ「comm」について」 【その他】 ・ スマートフォンの代表的な利用における現状と課題
第２回	平成 25 年 1 月 22 日	○		○	(１)利用者情報 【プレゼンテーション】 ・ 一般社団法人 日本スマートフォンセキュリティ協会 「JSSEC アプリ解析技術タスクフォース活動のご紹介」 ・ 株式会社 アイ・エス・レーティング 「スマートフォン・アプリケーション格付け準備状況」 【その他】 ・ スマートフォンの利用者情報を巡る課題と最近の動向 ・ 論点案 (３)青少年アプリ利用 【プレゼンテーション】 ・ 株式会社野村総合研究所 「ソーシャルメディア利用実態」 ・ 株式会社ガイアックス 「G a i a X ー株式会社ガイアックスー」 ・ 特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会 「ソーシャルメディアのセキュリティの現状」 【その他】 ・ スマートフォンの代表的な利用における課題 ・ 論点案

会合	開催日	(1)	(2)	(3)	主な議題
第3回	平成25年 2月20日		○	○	(2)サービス提供 【その他】 ・スマートフォンサービス等の適正な提供の在り方の現状 (3)青少年アプリ利用 【プレゼンテーション】 ・藤川 大祐 構成員 「青少年のスマートフォン利用に関わる課題について」 ・NHN Japan 株式会社 「LINEのご紹介と各種対策について」 ・東京大学大学院情報学環 教授 橋元 良明 氏 「スマートフォン利用と依存傾向 ―総務省情報通信政策研究所との共同研究から」 ・独立行政法人国民生活センター 「スマートフォンへの移行に伴うトラブルとその特徴（サイト・アプリの利用を中心に）」 ・Facebook,Inc. 「Facebookの取り組み」 【その他】 ・中間取りまとめに向けて（案）
第4回	平成25年 2月25日	○			(1)利用者情報 【プレゼンテーション】 ・一般社団法人インターネット広告推進協議会 「スマートフォン向け広告における利用者情報の取り扱いに関するガイドラインの取り組み」 ・社団法人 電気通信事業者協会 「TCAにおけるスマートフォンの利用者情報等の適正利用に関する取り組み」 ・トレンドマイクロ株式会社 「スマートフォンのプライバシー保護に関する取り組み」 【その他】 ・アプリケーション・プライバシーポリシーの策定・公表状況及び第三者検証の在り方について ・中間取りまとめ（案）の骨子について
第5回	平成25年 3月12日	○			(1)利用者情報 【その他】 ・中間取りまとめ（案）について ・今後に向けた論点について

参考資料２ 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 構成員・オブザーバー名簿

※敬称略 五十音順

(平成25年4月16日現在)

構成員氏名・役職						主たる課題
會田 雅樹	首都大学東京 大学院 システムデザイン研究科	教授				(2) (3)
池永 全志	九州工業大学大学院工学研究院電気電子工学研究系	教授				(2) (3)
石井 夏生利	筑波大学図書館情報メディア系	准教授				(1)
石田 幸枝	公益社団法人全国消費生活相談員協会 IT研究会	代表				(1) (3)
上沼 紫野	虎ノ門南法律事務所	弁護士				(1) (3)
金井 修	一般社団法人全国高等学校PTA連合会	理事				(3)
北 俊一	株式会社野村総合研究所	上席コンサルタント				(1) (2)
近藤 則子	老テク研究会	事務局長				(2)
齋藤 雅弘		弁護士				(2)
沢田 登志子	一般社団法人ECネットワーク	理事				(1) (3)
新保 史生	【主査代理】慶應義塾大学総合政策学部	教授				(1)
曾我部 真裕	京都大学大学院法学研究科	教授				(1) (3)
高橋 伸子		生活経済ジャーナリスト				(2)
竹内 和雄	兵庫県立大学環境人間学部	准教授				(3)
武田 岳彦	社団法人日本PTA全国協議会	会長				(3)
中尾 康二	情報通信研究機構サイバー攻撃対策総合研究センター	研究統括				(1)
中崎 尚	アンダーソン・毛利・友常法律事務所	弁護士				(3)
新美 育文	【主査代理】明治大学法学部	教授				(2) (3)
平野 晋	中央大学総合政策学部	教授				(2)
藤川 大祐	千葉大学教育学部	教授				(3)
堀部 政男	【主査】一橋大学名誉教授					(1) (2) (3)
森 亮二	英知法律事務所	弁護士				(1) (3)
若林 亜理砂	駒澤大学法科大学院法曹養成研究科	教授				(2)

※ 各構成員は以下の課題(1)～(3)のうち「主たる課題」に記載の課題について、主に議論を行っていただく。

- (1) 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
- (2) スマートフォンサービス等の適正な提供の在り方
- (3) スマートフォンのアプリ利用における新たな課題への対応

オブザーバー

オブザーバー氏名・役職			主たる課題
古賀 靖広	KDDI 株式会社 渉外・広報本部 渉外部長		(1) (2) (3)
松井 敏彦	ソフトバンクモバイル株式会社 渉外本部 約款・サービス部長		(1) (2) (3)
吉澤 和弘	株式会社エヌ・ティ・ティ・コム 取締役常務執行役員 経営企画部長		(1) (2) (3)
朝倉 孝之	一般社団法人ソーシャルゲーム協会 副事務局長		(2) (3)
岸原 孝昌	一般社団法人モバイルコンテンツ・フォーラム 常務理事		(1) (2) (3)
西本 逸郎	一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会 事務局長		(1)
宮澤 由毅	一般社団法人インターネット広告推進協議会 新領域ワーキンググループリーダー		(1)
吉岡 良平	一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用監視機構 事務局長		(1) (3)
辻畑 泰喬	消費者庁消費者制度課 課長補佐		(1)
関根 章文	文部科学省スポーツ・青少年局青少年課 課長補佐		(3)
村上 貴将	経済産業省商務情報政策局情報処理振興課 課長補佐		(1)

※ 各構成員は以下の課題（１）～（３）のうち「主たる課題」に記載の課題について、主に議論を行っていただく。

- （１） 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
- （２） スマートフォンサービス等の適正な提供の在り方
- （３） スマートフォンのアプリ利用における新たな課題への対応