



第1回会合における構成員からのご意見

2021年4月6日
事務局

JIAA取組

- 業界の取組として大変重要。【生貝構成員】
- どうしても業界のソフトローといったものは、なかなか外部から実際の取組というものが見えづらくなるどころ、今日の質疑で具体的なところがかなり段々わかってきた部分がある。こういった場での外部からの様々な意見を受け入れていくという意味でも、まさに継続的に意見交換をしていく、共同規制のような取組というものを作っていくことができるかということが大変重要と思った。【生貝構成員】
- この分野はハードローとソフトロー、そのどちらともつかないような様々な規範というのが非常に複雑に存在しているという中で、ePrivacy規則は今日のテーマのほとんどを1つのルールブックとしてまとめようとする試みであり、まさに規範そのものの技術進化に合わせたアップデートというところを含めて、どうルールブック全体の見通しをよくしていくかということが改めてこの分野でも重要と感じた。【生貝構成員】
- JIAA会員社は広告配信事業者がメインになっており、そこでプライバシーポリシーにきちんと書こうといったことは会員社が遵守しているという状況であっても、その会員社が情報を集める先というのは、媒体社であったり広告主のサイトであったりしてそこまで規律が及んでいないというところは、JIAAも課題として上げていたと思うので、そういったところに規律が及ぶような仕組みをJIAA含めて考えていければいいと思う。【太田構成員】

プライバシーポリシー

- JIAAの会員企業や本日の事業者の取組は大変先進的で、参考になるところもたくさんあって素晴らしいと思う一方で、世の中に出回っているプライバシーポリシーにはそうではないところがたくさんある。利用者の観点から見ても、読んでもプライバシーリスクがあるのかないのか判断しようがないというものがほとんどではないか。今後の検討にあたっては、先進事例を色々紹介してすばらしいものを褒める取組とともに、一般のサイトにもより透明性を求め、個人が利用するときにプライバシーのリスクがあるのかないのかをきちんと判断できるようなプライバシーポリシーへのステップアップを検討いただくといいのではないかなと思う。【沢田構成員】
- 事業者自身がどういう風に利用者の情報を使うかということと共に、サイト運営者として、第三者がデータを収集する接点としてのウェブサイトやアプリケーションの運営に当たってのポリシーや、広告主としてのポリシー、どんな仲介サービスを使い、どんな考え方でマーケティングしていくのか（JIAAのガイドラインを遵守しているとか、海賊版サイトには広告を出さないとか）、そういったことも含めて、これら3つくらいのポリシーをそれぞれ企業が開示していくような取組が望ましいのではないかな。【沢田構成員】

位置情報

- 位置情報に対するイコールフットイングのニーズがすごく高いと認識。【小林構成員】
- 今後の議論において、ただ位置情報といっても対象とする種類が色々あるという話と、事業者の範囲も多岐にわたると思いい、そこを明確化する必要があるだろう。【小林構成員】
- 携帯の基地局で言えば、電気通信事業者、キャリアだけでいいが、Wi-fi、ビーコンになってくると、電気通信事業者のほかにプラットフォーマーが入ったり、Wi-fi、ビーコンを設置する事業者が入ってきて、範囲が広がってくる。恐らくここが一番イコールフットイングが問題になってくるのではないか。【小林構成員】
- GPSについても、位置情報を測位するもので、プラットフォーマー、アプリ提供事業者、電気通信事業者の間の何かこの整理がいるだろう。【小林構成員】
- コンビニの購買履歴や鉄道の乗降履歴等、こういったものに付随される位置情報となると、なかなか電気通信事業分野を超えてしまうのかなということがあって、こういったものを今回の射程にするというのはどうであるか。【小林構成員】
- NTTドコモがdポイント事業を使って購買履歴や様々なデータをシームレスに集めてといったことがあったりすると、それも入ってくるのかもしれない、こういったものも今回の射程に入れるべきなのかどうかというのを事業者がどうお考えになっているのか。【小林構成員】
- 12ページのWi-Fi位置情報について、受信強度(RSSI)と到達時間差(TDoA)測位の使い分けで、電波の反射を理由に挙げられているが、むしろTDoAは少なくとも10m×10m以上の部屋がないと、電波の到着時間差が測るのが難しいためである反射、つまり狭い空間におけるマルチパスの影響はTDoAよりもRSSIの方が大きいのが実状かと思う。【佐藤構成員】
- Wi-Fiであったり、GPSといった、そういった測位を使った情報にどうしても話が特化していくが、現実には、例えば、購買履歴でも、どこの店で買ったという時点で、店の名前で位置情報が取れるというのが実情だと思う。よって、今後そういったプライバシー、こうしたところの位置情報を議論するときに、やはり位置情報というのがいろいろな手段で取れるということを前提にしていけないといけないと考えている。【佐藤構成員】

<p>位置情報 (続き)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 位置情報を、今の考え方でいくと、通信事業者にとってどんどん不利になっていくような検討ばかりになっているのではないかとこのことを気にしている。キャッシュレスが進むと、当然店舗というところで位置情報というのがもうPOI、それ自身がもう意味を持っている状態になっている。あるいは、カメラでも、場所によって、場所を特定して、そこで何が行われているのかという場所の情報プラス、そういった行動であったりとか、附帯の情報というのが非常に増えた状態になってきているということで、位置情報の考え方そのものを、現在の考え方からもう少し変えていく必要があるのではないかとこのことを感じている。【寺田構成員】 ■ 位置情報を広げて考えるべきというのは全く同感。来店記録は位置情報になる場合があると考えられる。Wi-Fi位置情報はスマホのMACアドレスで管理され、それが複数の店舗間で結びつけられれば移動履歴にもなる。それは例えば顔画像でも同様のことがいえ、同じ人の顔がこの店に行った、あの店に行ったということで同じようなことが起きる。よって、技術的観点から、寺田構成員の御指摘はまっとうなものだと思う。【高橋構成員】 ■ 位置情報についても、電気通信事業法等が、現在の実態からズレてきているように感じた（同じ情報実践をしても、形式的に異なる規律がかかる、など。憲法14条の問題にも関わる。）。実態に合致した規律枠組みの再構成が重要ではないか。また、その新たな規律枠組みについては、海外事業者にもわかりやすいものが必要だと感じる。【山本主査代理】
<p>プロファイリング</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全体のご報告を通じて、ある種のズレを感じた。例えば、JIAA様も含め、プライバシー保護等に向けて積極的に取り組みを行っており、それ自体高く評価しているが、他方で、それが本当に消費者の知りたいこと、社会のために本当に必要なことと合致しているのか、疑問がないではない。例えば、消費者が本当に知りたいのは、どのような情報が取得されるか、ではなく、取得された情報からどのような分析（プロファイリング）がされるのか、どこまで細かくセグメントが切られるのか（セグメントの粒度）なのではないか、こうした分析によりどのような不利益を受けうるか（例えば内定辞退率のプロファイリング・スコアリングは就職活動に影響する、政治的信条や心理的脆弱性等のプロファイリングは投票行動に影響する、など）、ではないか。しかし、現状、こうしたことについて、十分な透明性が確保されているとはいえないように思われる。【山本主査代理】
<p>PIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 情報分析（プロファイリング）による人権へのリスク、民主主義へのリスクが実体的に評価されるには至っていないように感じた。今後は、情報分析やセグメント化（ターゲティングの根拠）の透明性やリスク評価についても焦点を当てていくべきではないか。【山本主査代理】