



第2回会合における構成員からのご意見

2021年4月22日
事務局

規律の在り方

- 小林構成員の発表に関して、個別同意やプライバシー設定に対して、利用意向が高いことから、面倒と思うよりも、個人が自分でコントロールしたいことが明らかになっている。【太田構成員】
- 同意疲れとの関係に関しては、意味もわからず同意ボタンが出てきて、とりあえず同意ボタンを押さないと先に進めない、ポップアップが邪魔という、理解できないままの意味のない同意に対して面倒と感じると理解。その上で、利用者情報の取得や利用に関して、ただ同意を得ることが必要になるという規律は意味をなさず、適切な通知およびコントロール性の確保が重要なのだと思う。【太田構成員】
- Apple Inc.からの発表および質問から回答があったように、iPhoneアプリに関しては、ポップアップで許可を押さければ、事業者をまたいだ端末識別（IDFAを用いたトラッキング）が可能であり、利用目的は限定されない。また、IDFVに関しては、1st Party に閉じているという説明があったが、同じ開発元のアプリであれば、アプリをまたいだ端末識別が可能であり、ユーザーのコントロールビリティはない。一方Safariブラウザの仕様を考えると、同意の有無に関わらず、事業者やサイトをまたいだ計測を一方的にブロックする仕様になっており、1st Party Cookieについては、ユーザーがCookieを削除するという一定のコントロールビリティは確保されている。また、Google Analyticsなどの1st Partyが計測を行うことに関して、Googleではサイト利用者にオプトアウトリンクを示すように利用規約で義務付けている。【太田構成員】
- つまり、それぞれの会社の考え方や、ブラウザ、アプリによってもユーザーがコントロールできる範囲がまちまちであるため、利用者のみならず事業者も混乱している状況が発生している。よって、取得する情報の種類や用途に応じて一定の規律を示すことが必要であると考えます。【太田構成員】

<p>透明性確保の重要性</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 欧州の消費者は、GDPRのような同意中心の規制アプローチを本当に望んでいるのだろうか（面倒くさくないのか）？と常々疑問に感じていたが、小林構成員のご報告を伺い、それは自分が、「企業の情報利用に抵抗感がありながらも面倒と感じる依存気質」だからだ、ということがわかった。このような層にも、個別同意やプライバシー設定が好意的に受け入れられる理由は、それによって企業の姿勢（お任せしても大丈夫な相手かどうか）が判断できるからだと思う。【沢田構成員】 ■ Yahoo株式会社の姿勢はまさにそれで、利用者のデータを活用する、という事実をはじめ、データ連携先など全て隠さずに見せることで、正直な会社という信頼を得られているのだと思う。（当該調査で利用者コメントにあったとおり。）【沢田構成員】 ■ 面倒くさがるの利用者は、実際には、熟慮して個別にオプトアウトしたりはしないかも知れないが、不都合なことを隠していないと思えることがまず重要で、Apple Inc.のように利用者に選択を委ねる方法も、透明性確保の一環と捉えられると思った。もちろん、しっかりと詳細を知りたい利用者には情報開示は何よりも重要。【沢田構成員】 ■ 今後の方向性としては、同意をどう取るかよりも、利用者が、自分に関するデータを（集約・分析される前提で）提供しても良い相手かどうかを総合判断できるだけの「十分な情報開示」を中心に据えたインセンティブ設計が必要ではないか。【沢田構成員】
<p>透明性確保の方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 資料1において参照されていた英国ICOの推奨事項はとても良いので、これを参考に、それぞれの事業者が、自社の顧客層の特性を勘案して工夫を凝らしていただけると良いと思う。その上で、第三者がその「透明度」をレイティングする、といった形であれば、利用者情報の保護に資する新たな技術や方法の導入・促進に繋がりやすいと思う。【沢田構成員】 ■ 他方、透明性が不十分なまま“怠惰な利用者”を取り込むケースや、開示された情報に虚偽や誤りがあった場合のことを考えると、実効性を担保するためには、何らかのペナルティを検討する必要があるかもしれない。【沢田構成員】



同意の前提となる説明の在り方

- 透明性評価の1つの基準として、利用者に同意を求める際に利用者目線での説明が十分になされているか、という視点を挙げておきたい。【沢田構成員】
- 「当社が〇〇することについて同意しますか？」だけでは、利用者はよくわからないまま同意してしまう可能性がある。同意した結果、利用者に何が起こるのかの説明を加えるのが望ましいと思う（（例）「あなたはこんなニーズを持っている可能性がある」と当社が推測した情報に基づいて、他社の広告が表示されます。）また、同意しなかった場合にどうなるかも説明して欲しい。【沢田構成員】
- この点、Yahoo株式会社のプライバシーセンターは例示も含めてかなりわかりやすく記載されていて、良いと思った。【沢田構成員】