

<山本構成員ご発表部分>

【資料19-3, 10頁～】

(1) 要配慮プロファイリング

① 要配慮プロファイリングの定義

・要配慮個人情報(個情法2条3項)を推知するプロファイリング等(対象者に重大な不利益を与える可能性のあるプロファイリング)をいう。

(例) 疾患予測、センシティブな身体および精神状態の予測、社会的信用力の予測、人事採用・人事考課のための適性・能力の予測、政治的信条の予測、犯罪傾向の予測など

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員のご回答・意見
要配慮プロファイリングの定義	・プロファイリングに、プロファイリング先の人の心理への介入も含めて議論いただいているが、これらの切り分けについてもう少し整理すべき。	・プロファイリング自体の問題と、これに基づいて結果的に心理的な誘導を行う問題とは分けられるが、プロファイリング自体がプライバシー侵害に当たる場合もありえる。当該プロファイリングがどのような影響を与えるか、といったインパクトアセスメント等は重要。
	・人事採用や人事考課の例では、出身地のような社会的身分に繋がる情報もあるが、そうではない情報から判断している場合もある。個情法上の要配慮個人情報のみ限定して議論するのか、情報銀行におけるプラスアルファの規律として要配慮である部分を広げて考えるのか。	・「要配慮プロファイリング」の定義を、要配慮個人情報を推知するプロファイリング等と記載しているので、個人情報保護法上の要配慮個人情報よりも広めの捉え方をしている。

【資料19-3, 11頁】

②要配慮プロファイリングの取扱いに関する論点

(i) 禁止カテゴリーの創設

- ・犯罪傾向の予測(本人にとって利益を生まない)、政治的信条の予測(選挙や民主主義を不当にゆがめる可能性がある)などは、本人の同意があっても取り扱うべきでないため、禁止カテゴリーとしてプロファイルの作成を禁止してはどうか。

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員の回答・意見
禁止カテゴリーの創設	<p>・実務上プロファイルが明確に作成されることはほぼなく、AIを使用する場合、学習結果として一定の傾向を推奨する形になる。例えば、ある商品をレコメンドするアルゴリズムで、過去の購買傾向から見込み顧客を計算した際、結果として「高齢者かつ独り暮らし」の人が対象となりうるが、実際にかかるプロファイルは作成されていない。</p> <p>【補足】意識的に仮説を立てて必要なデータを取得しておいた場合や、そのような動作を行う種類のAIを使用した場合、「高齢者かつ独り暮らし」のセグメントがデータベース上に残ることはある。また、必要なデータを取得しておいた場合、当該セグメントに属したことの事後的な検証は可能。</p> <p>・禁止カテゴリーを創設し、その中のデータについては同意がある場合でも取り扱うべきではないと解する余地は、十分ある。この場合、禁止カテゴリーといったデータの種別で考えるほか、リクナビ事件のように、スキーム自体がフェアではないとしてデータの処理に着目し、当該行為を禁止するやり方もある。</p> <p>・要配慮個人情報ではない情報から最終的に「要配慮プロファイリング」が行われる可能性があり、禁止カテゴリーの創設は重要。</p>	<p>・例えばあるユーザーXが「高齢者かつ一人暮らし」のセグメントに属していることは、事後的に検証できないのか。ある特定の情報がターゲティングのうえ配信されたという記録は残り、Xの属するセグメントは送信した情報と送信したユーザーカテゴリから事後的に推測されるのではないか。</p> <p>・禁止カテゴリーでは情報ベースで類別していくか、スキームベースで類別していくのか、どちらもあり得ると思う。何かしらの同意があっても駄目なケースは洗い出すべき。</p>

【資料19-3, 11頁】

(ii) 使用・提供禁止データの創設

- ・情報銀行は、遺伝情報など、本人が努力しても変更・修正できない情報を要配慮プロファイリングに利用すべきではなく(パターン3)、これらの情報を要配慮プロファイリングを行う者に対して提供すべきではない(パターン2)のではないか。

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員の回答・意見
使用・提供禁止データの創設	・例えばローンの与信審査に利用する場面で、勤務先が宗教団体等であるといった情報が収集される可能性がある。このような場合、原則は排除すべきとしながら、本人の同意があれば可能として例外処理をしてよいのか。	・宗教団体に属している等の情報を同意のもとプロファイリングに使用することについては慎重であるべき。勤務先をインプットするとしても、「宗教団体」といった言葉を使わず、一段丸めた表現を使うなどの配慮が必要。出さないとスコアが落ちるかもしれないプレッシャーのもと、任意でも出さざるを得ないと考えてしまうこともあり得る。

(iii) 厳格な同意取得

- ・情報銀行によるプロファイリングの実施(パターン3)、提供先による実施(パターン2)について明示的に説明し(重要事項として強調し、リスク等についても説明)、事前に同意を得る。

(iv) 説明責任・透明性の徹底

【資料19-3, 12頁】

③データ倫理審査会の役割——ガバナンス体制

○情報銀行が要配慮プロファイリングを行う場合(パターン3)

(i)事前審査

- ・要配慮プロファイリングを実施する場合、事前にデータ倫理審査会の審査を経る。

(ii)説明項目の検討

- ・透明性確保

(iii)定期的なHRIA(Human Rights Impact Assessment)

- ・アルゴリズムの公正さのチェック。差別的インパクトの査定とアルゴリズムへのフィードバック。

(iv)個別審査

- ・プロファイリング結果に対する異議申立てへの対応。

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員の回答・意見
データ倫理審査会の役割(要配慮プロファイリング)	・異議申立ては個人の救済という意味でも重要だと思うが、事業者のリスク評価において、消費者の異議申立てを通じてリスク評価を見直すというアプローチもある。	・アセスメントしてフィードバックするというエコシステムをどのように適切に回していけるのかが重要であり、個別の救済の結果をフィードバックしてアルゴリズムの修正を導くこともあり得る。この両者をどう有機的に結びつけるか、エコシステムをどう構築していくのかが重要である。

(v)提供先による利用状況の審査

- ・提供先は情報銀行のデータ倫理審査委員会に対して報告義務を負う。

(vi)その他、以下についても検討することが考えられる。

- ・アルゴリズムの公正等を専門的に審査できるWG設置

- ・監査機関による監査

- ・苦情等を受けつける窓口の設置(特に一定の決定に利用する場合、人間が関与する必要性も考慮)。

【資料19-3, 13頁】

- 情報銀行が要配慮プロファイリングの結果を利用する場合(パターン1、パターン3)
 - ・要配慮プロファイリングの結果(スコア等)が目的に従って利用されているかを審査する。
 - ・スコア等を踏まえ個人に関する重要な決定を行う場合には、個別審査(異議申立てへの対応)を行う
 - ・パターン1の場合、情報銀行が有効な個別審査を行う観点から、アルゴリズム等に関する一定の情報につき提供元へ報告義務を課す。

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員の回答・意見
データ倫理審査会の役割 (要配慮プロファイリング)	<ul style="list-style-type: none"> ・提供元が「要配慮プロファイリング」を行う場合も想定すると、提供先が「要配慮プロファイリング」を行う場合と同様に、提供元でデータ倫理審査会に類似する機関(同等機関)があり、上記機能を有しているかについて審査する必要がある。 ・「要配慮プロファイリング」では、該当する行為を具体化し、明確にすることが重要。例えば信用情報のみ受け取った場合、元のデータに何が含まれていたのか分からないこともあり、信用スコアをそのまま使用する場合については上積み要素が必要。どこまで元のデータの中に含まれていたものを考慮すべきなのかが問題。 ・情報銀行自身がプロファイリングをする場合や、第三者に委託した場合にどこまで許容され、これらに差をつけるべきか等の点について、信頼性が一番高い情報銀行自身が担う際は特に厳しくするという考え方もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「要配慮プロファイリング」の規律は、情報銀行が具体的に果たす役割によって変わってくるものであり、信用スコアについてのパターン1～3のいずれに相当するものであるかによっても変わり、データ倫理審査会の役割も場面で変わってくる。具体的な局面、場面で生じる責任については、今後議論していきたい。

第19回検討会における主な意見(プロファイリング)

○情報提供先事業者が要配慮プロファイリングを行う場合(パターン2)

- ・提供先にデータ倫理審査会に類似する機関(同等機関)があり、上記機能を有しているかどうかを審査する(データ倫理審査会運用ガイドライン8.2.5参照)。
- ・提供先の同等機関からHRIAの報告等を受け、適切性を審査する。

【資料19-3, 14頁】

(2) その他のプロファイリング

① 一般プロファイリング

- ・レコメンドやターゲティング広告のために、性別、年代、趣味・嗜好などを予測することを含む、消費者に不利益を与える可能性が低いもの。

② 一般プロファイリングの取扱いに関する論点

- ・本人に対して、プロファイリングの有無と目的を開示し、内容を例示する義務を課す(例: 閲覧履歴や購買履歴等から、性別・年代を分析・予測している、など)(パターン2, 3)。

③ データ倫理審査会の役割

- ・情報銀行がプロファイリング・リストを作成し、その中に要配慮プロファイリングが含まれていないかを審査(パターン3)、提供先からプロファイリング・リストを受け取り、その中に要配慮プロファイリングが含まれていないかを審査(パターン2)

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員の回答・意見
データ倫理審査会の役割(一般プロファイリング)	・「一般プロファイリング」を行う過程で要配慮プロファイル的な要素が入り込む場合の取扱いは重要な論点であり、データ倫理審査会等の審査体制が今後重要になってくる。	・「一般プロファイリング」のプロセスの中で、要配慮的な要素が出てくるので線引きは難しい。両者の区別が相対的なものである。インパクトアセスメント等で一般プロファイリングについても審査会が把握し、場合によっては要配慮に引き上げる等の判断することもあり得る。

【その他】

項目	構成員からの主な質問・意見	山本構成員の回答・意見
GDPR	・GDPRを参考にする場合、情報銀行の包括同意での第三者提供が認められているのは特殊な部分なので、プロファイリングなどの検討を進める上でも、考慮する必要がある。個別同意なのか包括同意なのかによって、基準は変わってくる。	

<生員構成員ご発表部分>

【資料19-4, 4~12頁】

1. AI規則案

○AIシステムをリスクに応じて以下に分類した規律を置く

(1) 許容できないリスク(禁止されるAI利用行為)

① サブリミナル技術を用いて人の行動を著しく歪めること

② 子供や障害者等の弱者の脆弱性につけ込む利用

③ 公的機関による社会的スコアリング

④ 法執行目的での公共の場でのリアルタイム遠隔生体測定識別(例外有)

(2) ハイリスク(AIの利用自体は禁止されない)

① 他のEU法令で規制されるAIシステム

② 本規則で新しく指定されるAIシステム(プロファイリングと関連が深いもの抜粋)

・ 教育や職業訓練での学生や希望者の評価や受入れの可否

・ 雇用、労働管理、自営業へのアクセス

・ 重要な民間・公共サービス(公的支援金給付、融資、緊急対応措置)

・ 法執行 等

・ ハイリスクAIシステムの要求事項⇒リスクマネジメントシステムの構築、データ及びデータガバナンス 技術文書、記録保持、透明性と利用者への情報提供、人間による監視、正確性・堅牢性・サイバーセキュリティ

・ ハイリスクAIシステム提供者の義務⇒上記要求事項の遵守確保、品質マネジメントシステムの構築、技術文書の作成、適合性評価の実施、自動生成ログの保存、本規則不適合時の是正、リスク検知時の監督機関への通知、監督機関との協力、CEマーク付与、データベース登録等

(3) 限定的リスク — 透明性の確保

(4) 低リスク・無リスク — 行動規範の設定

【資料19-4, 13~18頁】

2. デジタルサービス法

○オンライン広告に対する規律(透明性)

- ・オンラインプラットフォームは、サービスの受領者がいつ誰のために広告が表示されるのかを理解するために必要な一定の個別化された情報を確保するよう求められるべき。サービスの受領者は、特定の広告が自分に表示されることを決定するために使用される主なパラメータに関する情報を持つべきで、そのために使用される論理の意味のある説明を提供されるべき(前文52)→第24条
- ・超大規模オンラインプラットフォームは、オンラインでの広告配信がもたらす新たなリスク、例えば公衆衛生、治安、市民の言論、政治参加、平等などに現実的かつ予見可能な悪影響を与える不正な広告やマニピュレーション技術、偽情報などに関する監督・調査を容易にするため、オンラインインターフェースに表示される広告のリポジトリへの一般アクセスを確保すべき(前文63)→第30条

○推薦システムに対する規律

- ・大規模なオンラインプラットフォームでは、受信者が適切に情報を得て、提示された情報に影響を与えることができるようにしなければならない。推薦システムの主なパラメータをわかりやすく提示し、情報の優先順位を受信者が理解できるようにする必要がある。また、受信者のプロファイリングに基づかない選択肢を含め、受信者が主要パラメータの代替選択肢を享受できるようにするべき(前文62)→第29条

【資料19-4, 19～22頁】

3. デジタル市場法

○ゲートキーパーの義務

- ・ゲートキーパーが中核プラットフォームサービスの競争性を不当に損なわないようにするために、ゲートキーパーは、よりパーソナライズされていない代替手段を提供することで、エンドユーザーがそのようなビジネス慣行へのオプトインを自由に選択できるようにすべき(前文36)→第5条
- ・ゲートキーパーは少なくとも、個人データおよびユーザーの活動から得られたデータに依拠しているかどうか、適用される処理、プロファイルが作成され最終的に使用される目的、ゲートキーパーのサービスに対する当該プロファイリングの影響、およびエンドユーザーが当該プロファイリングの関連する使用を認識し、同意を求めめるために取られた措置を含む、プロファイリングが実行される根拠についての説明を提供すべき(前文61)

○監査の義務

- ・ゲートキーパーは、…(サービスに適用する)消費者のプロファイリング技術について、独立した監査を受けた説明を欧州委員会に提出しなければならない(第13条)

項目	構成員からの主な質問・意見	生員構成員の回答・意見
デジタル市場法（EUにおけるプラットフォーム規制法案へのコメント）	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル市場法案のような規律は情報銀行のような成長途上の業界では、ビジネスの健全な育成に対して逆に作用するリスクがある。 ・プラットフォーム規制については、情報銀行が将来的に市場の中で競争上優位になってきた場合には取り入れることを考えていくべきだが、現状では、特に重要なものがあれば、それに限って取り入れることになる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル市場法案のようなプラットフォーム規制に関しては、情報銀行におけるルールを考えるにあたり適当でない部分も多いと思いつつ、規模やリスク等による広い意味での非対称規制をどう考えていくかという意味で参考になるため紹介した。

【資料19-4, 23・24頁】

4. 消費者権利指令

○パーソナライズド・プライシングの透明化

- ・消費者は、自らの意思決定における潜在的なリスクを考慮に入れるように、提示された価格が自動的決定に基づいてパーソナライズされたときには明確に通知されるべきである。
- …自動意思決定に基づくパーソナライゼーションを含まない場合、市場の需要に応じて非常に柔軟で迅速な方法で価格を変更する「動的」または「リアルタイム」価格設定などの手法には適用されない(前文45)

項目	構成員からの主な質問・意見	生員構成員の回答・意見
消費者権利指令	<p>・パーソナライズド・プライシングにおける通知義務について、消費者から見たときに事業者がどのような内容の通知・表示すべきかについて、何か規律はなされているのか。</p>	<p>・同指令の情報提供に関しては、事業者に対する消費者への情報提供義務という規律の仕方になるが、この仕組み自体まだあまり使われておらず、今後よく調べていきたい。</p>
その他	<p>・本人が亡くなった場合のデータの取扱いについて、SNS等も独自に対応しつつあるが、データバンク的なものの相続についてどう考えるべきであるか。</p>	<p>・EU法制レベルでの対応は知る限り存在しないが、情報銀行などを含むデータシェアリングサービスに関する細かいルールも法の枠組みで今後作成されてくるはずであり、データガバナンス法の文脈で検討されるかもしれない。</p>