



第7回会合における構成員からの主なご意見

2021年12月1日
事務局

1 事業者団体ヒアリング

<p>一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 (JIAA)</p>	<p>■ インターネット広告は、仕組みが分かりにくいことが、消費者の不安の元になっているところがあるが、そこを解説いただけることは非常に重要。【佐藤構成員】</p>
	<p>■ JIAAは、世の中に様々なソリューションが提案される中、どのような広告施策が、どのような仕組みで、日本の個人情報保護法においてどのように解釈されるか等を、一般社会に対して認知を広げていく役割を担っている団体として期待。【太田構成員】</p>
	<p>■ データクリーンルーム及びUnified ID 2.0について、技術的な仕組みが信頼に足るのかについて疑義があるため、きちんとしたモニタリングが必要ではないか。【寺田構成員】</p>
	<p>■ JIAAとして、どのようなものをリスクと考え、それに対してどのようなソリューションを考えているのか、という具体的な対応関係が少し見えにくく感じた。特に、リスクについては、「プライバシーへのリスク」という抽象的なものではなく、より具体的な検討が必要だと感じた。例えば、「同意疲れ」の問題や政治的マイクロターゲティングについてはどう考えるのか。心理的プロファイリングとしてどこまでが許容範囲なのか（消費者の意思決定の自由をどのように考えるのか）、など、リスク内容のより具体的な分析が必要。技術的なソリューションが何を実現しようとしているのか。その具体化をぜひお願いしたい。【山本主査代理】</p>

2 事業者ヒアリング

<p>株式会社インテイマー・マージャー</p>	<p>■ クラスタ情報を使って分析やターゲティング広告を実施する方法については、GoogleのFLoCの取組をはじめとして、別の問題が生じるおそれがあるため、導入される場合は、当該問題をきちんと解決していただきたい。【佐藤構成員】</p>
--------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3 電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン改正 骨子（案）

<p>個人関連情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 個人関連情報の例として、「電気通信役務利用者情報」の関連で広く例を選んではどうか。【佐藤構成員】
<p>仮名加工情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 仮名加工情報のように利活用の観点で規制が緩まった部分について、電気通信事業者においては問題がないのか、検討が必要ではないか。【佐藤構成員】 ■ 仮名加工情報については、比較的加工の程度は小さいにもかかわらず、漏えい報告義務がないこと、また事業者が相違な目的で利用するために集めた個人データをひとつにまとめられること、共同利用で仮名加工情報を許容すると共同利用参加事業者間で自由にデータの共有ができる性質がある。事業者において仮名加工情報を通じて通信の秘密が漏れるおそれもあり対応が必要ではないか。【佐藤構成員】
<p>電気通信役務利用者 情報保護管理責任者</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 電気通信役務利用者情報保護管理責任者について、プライバシーガバナンスガイドブックにも記載があるが、どのクラスが担うのが望ましいか、役員クラスではないか。【小林構成員】
<p>プライバシーポリシー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ プライバシーポリシーへの記載事項について、P13のオプトアウトの有無・方法も記載対象という理解でよいか。【太田構成員】 ■ P18「(v) 利用者の関与の方法」と「(ix) 利用者の選択の機会の内容」が重複する。(v) は通知・同意取得に寄せて、(ix) は利用者の関与の機会確保に寄せればよいのではないか。【小林構成員】 ■ データポータビリティを求める規律も望ましい。個人情報法本体よりもこちらのGLで定める方が合っているかもしれない。【生貝構成員】 ■ P19の「利用者にとって分かりやすい通知・公表及び選択の機会の提供」の部分において、「プライバシーガバナンスガイドブック」について言及してはどうか。【佐藤構成員】

<p>プライバシーポリシー (つづき)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ プライバシーポリシーについて、事業者の「わかりやすく」という主眼が、「自分たちのサービスを理解してもらおう」とユーザーを受益者として扱うということのみではなく、ユーザーが自らデータ利用について選択したりコントロールしたりする存在であるということも加味すべきではないか。【古谷構成員】
<p>対象範囲等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 端末の利用者情報の取扱いが対象となることを明確化してほしい。【寺田構成員】 ■ プライバシーポリシーの記載事項について、特に、ウェブサイト運営者や広告事業者は対象になっていないという意識があるため、どのように周知・啓蒙を行っていくかを検討する必要がある。【太田構成員】 ■ 個人情報法の範囲を超える部分について、要件を整理してはどうか（例えばデータポータビリティなど）【寺田構成員】
<p>プロファイリング</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ プロファイリングについて、不利益や差別となるのは要配慮個人情報だけではない。米国では住んでいる地域等で差別してはならないとされる。不正利用の防止という観点もある。【寺田構成員】 ■ プロファイリングについては、ユーザーとしては知りたいことがもう少しある。要配慮個人情報を作り出すだけでなく、行動分析から広告を出すということも明確に書いて欲しい。アクセスただけで属性を推知されるのであれば利用目的に具体的に書いてほしい。ただし取得した者とそのような利用をする者が異なるケースでは、利用目的でカバーするのは難しいのかも知れない。【沢田構成員】 ■ プロファイリングについて利用目的のところを書くのは限界。本格的な検討が必要。GDPRでは利用目的よりも上位概念の透明性で整理。【高橋構成員】 ■ プロファイリングでセグメント分けして広告配信に使うこと自体が不適正利用とは言いがたい。GDPRでは透明性、異議申立て、自動化された意思決定の対象とされない権利の3点セットがある中で、どうするか検討が必要。透明性の観点が重要ではないか。【石井構成員】 ■ プロファイリング規制は望ましい。ロジックの透明性、レコメンデーションとの関わりを検討してはどうか。【生貝構成員】

位置情報	<ul style="list-style-type: none"> ■ 位置情報は範囲が広いので、位置情報に特化したGLをまとめるなどした方が良い。【高橋構成員】
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 位置情報プライバシーレポートも古くなってきていると感じており、別途切り出した議論やガイドラインが必要になってきているのではないか。【太田構成員】
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 位置情報、通信関連プライバシーについて、モバイル端末から取得する情報としては、コンビニの決済情報なども基地局情報等とは違うデータだが、位置情報のように使われている。特出して位置情報についてまとめるのも良いのではないか。【小林構成員】
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 電気通信役務利用者情報は広いが、位置情報のGLにおける位置づけは通秘に該当する場合もあって、高度な保護が必要とも言われていたので、上乘せが必要で、電気通信役務利用者情報に当たるとだけ言うのは微妙。通秘ではないとしても通信関連プライバシーとして保護するということができることに意義があるので、GLでも通信関連プライバシーという言葉を使うことを避けたい。【森構成員】
モニタリング	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実効性のためには、モニタリングの結果報告も必要。【古谷構成員】
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実態を把握するための有効なモニタリングを行えるようにしていきたい。特に外部通信モジュールは観察が可能であるため、オプトアウトの有無や方法などは実態をモニタリングすることが可能。【太田構成員】