

プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関する
ワーキンググループ（第8回）

令和3年12月1日

【**宍戸主査**】 おはようございます。定刻でございますので、ただいまより「プラットフォームサービスに関する研究会 プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループ」の第8回会合を開催いたします。

本日も皆様お忙しいところをお集まりいただき、誠にありがとうございます。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、構成員及び傍聴はウェブ会議システムにて実施させていただいております。本日も多数の傍聴者の方がおいでになっていると拝見しております。

事務局よりウェブ開催に関する注意事項について御案内がございますので、よろしくお願いいたします。

【**丸山消費者行政第二課課長補佐**】 事務局の消費者行政第二課、丸山でございます。ウェブ開催に関する注意事項を幾つか御案内させていただきます。

本日の会合の傍聴者につきましては、ウェブ会議システムによる音声及び資料投影のみでの傍聴とさせていただきます。事務局において、傍聴者は発言ができない設定とさせていただきますので、音声設定を変更しないようお願いいたします。

構成員の方々におかれましては、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュートにして、映像もオフにさせていただきますようお願いいたします。

御発言を希望される際には、事前にチャット欄に発言したい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て、主査から発言者を指名いただく方式で進めさせていただきます。

発言する際には、マイクをオンにして、映像もオンにして御発言ください。発言が終わりましたら、いずれもオフに戻してください。接続に不具合がある場合は、速やかに再接続を試していただくようお願いいたします。

そのほか、チャット機能で随時事務局や主査宛てに連絡をいただければ、対応させていただきます。

本日の資料は、本体資料が資料1から資料4まで、参考資料が1から4までとなります。

参考資料2については、前回の会合において構成員の皆様から事業者等に対して御指摘いただいた事項に対する回答をまとめたものになります。内容については後日の回答を受けたものも含めております。資料4の事務局の資料が全て構成員限りとなります。構成員の皆様には別途、構成員限り資料を御用意しております。

注意事項は以上となります。

本日、石井構成員は10時15分頃から11時45分頃までの御参加、山本主査代理と新保構成員は御欠席となります。

それでは、これ以降の議事進行は宍戸主査にお願いしたいと存じます。宍戸主査、よろしく申し上げます。

【宍戸主査】 承知しました。それでは議事に入ります。

本日は、まず資料1に基づき、一般社団法人LBMA Japan様から「位置情報データのマーケティング・サービス活用」について御発表いただき、質疑応答を行います。

続いて資料2に基づき、トレジャーデータ株式会社様から「トレジャーデータCDPとプライバシー保護に向けた取組」について御発表をいただき、質疑応答を行います。

その次に、事務局より資料3に基づき「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）に対する前回会合における主な御意見と対応（案）」について御説明をいただき、質疑応答を行います。

その次に、事務局より資料4に基づき「利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた今後の取組の方向性」について御説明をいただき、質疑応答を行う。そして最後に、時間があれば、全体を通した意見交換を行わせていただきます。

本日もアジェンダが盛りだくさんでございますので、円滑な議事進行に御協力を願えればと思っております。

それでは、まず資料1「位置情報データのマーケティング・サービス活用」について、一般社団法人LBMA Japanの川島様から御発表いただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

【川島氏】 皆さん、初めまして。私は一般社団法人LBMA Japan代表理事を務めております川島邦之と申します。よろしくお願いいたします。

本日は、我々一般社団法人、Location-Based Marketing Association Japanから、位置情報データのマーケティング及びサービスへの活用に関して、本ワーキンググループでのトピックスとなっておりますユーザー情報等の利用についてお話をさせていただければと

思っています。

まず、我々の団体について御紹介させていただければと思いますが、The Location-Based Marketing Association、The LBMAは、2010年に設立された団体として、本部はカナダにあるNPO法人です。全世界26都市にチャプターと呼ばれる支部を持っており、全部で1,600社の事業者会員を持っている団体として、位置情報データを活用したマーケティングやサービス及びそれに伴うイノベーションを推進していくことが、団体の活動目的となっております。

我々は、その日本支部を兼ねているLBMA Japanであり、日本支部としての設立は2019年の10月に設立しましたが、一般社団法人としては2020年の2月に設立しております。そのため、設立から今1年と半年ちょっとといったところです。私が代表理事を務めておりますけれども、理事メンバーとして記載されているメンバーが担当しております。本日は理事から1名、内山が参加させていただいております。

LBMA Japanメンバーですが、事業者会員については、昨日理事会があり、新たに2社追加になりましたので、現在45社が加盟しております。15社で設立したのですが、1年半で45社までの団体となってまいりました。

我々が、その目的の位置情報マーケティング及びサービスを推進するために何をしているかというところで少し御紹介ができればと思っておりますが、2021年度の活動としまして、4つのカンファレンスを開催させていただきました。全てオンラインでの開催となっておりますが、ビジネスカンファレンス、DXカンファレンス、それからCEATECではカンファレンスを開催させていただきました、幾つかセッションを登壇させていただきましたが、そのうちのひとつでは個人情報保護委員会と「改定個人情報保護法：個人関連情報と位置情報データについて」というようなセッションも開催させていただいたりします。

メンバーでどのような活動をしているかというところですが、大きくここに記載のあるようなことをしております。目的としては、もちろんその業界を盛り上げていきましょう、位置情報活用のマーケティング及びサービスの市場規模を大きくして行って、どんどんイノベーションを起こしていきましょう、ということ掲げています。そのような中で、最新情報・意見交換会や、世界的団体として活動させていただいておりますので、世界の他のチャプターとの交流であったり、ベストプラクティスの共有等を実施するとともに、当然ながら位置情報関連の相談窓口や、エンドユーザーである一般の方々からの問合せに対しても窓口を設けて対応させていただいております。

先日発表させていただいた中で言いますと、位置情報マーケティング・サービスのカオスマップを11月に発表させていただいております。これは昨年に引き続き2回目の発表になりますが、様々な位置情報を活用したサービス・ビジネスがどんどん広がってきているということを実視化することで、皆さんにも興味を持っていただき、また、それをどんどん広げていくということを実現していきたいと思っております。

さて、ここからが今日の本題となってきますが、まず、我々の中で、「デバイスロケーションデータ」という言葉を新しく定義させていただいております。これが何を指しているかと言いますと、GPS、Wi-Fi、Beaconなど、様々なスマートデバイスから取得できるロケーションデータ、位置情報データのことを総称しております。

名称を統一した、このデバイスロケーションデータというものが、どのようなことに使っているかと言うと、大きくこのような活用方法があります。実際にこのような活用をされていますという事例を記載させていただいております。

特に昨今、この1年半ぐらいに関して言いますと、感染予防及び対策のための人流解析というところで、皆さんも目にする機会が多かったかと思っておりますが、それ以外にももちろん様々な利用・活用方法があるかと考えておりますし、このようなことにつながっているのが最終的にはスマートシティ、スーパーシティという施策に対して、データ活用していただく、していく、ひいてはそれが全てSociety5.0といったような枠組みの中で活用されていくことで、どんどんとそのイノベーションが推進されていくということが、好ましい方向性だと我々も考えております。

しかし、もちろんそのデータを活用していただく、デバイスロケーションデータを活用していただくためには、プライバシーへの絶対的な配慮が必要であると考えております。そのような観点から、当団体は、このデバイスロケーションデータを正しく有効に利活用していただくという活動を進めております。その中で、大きくこのデバイスロケーションデータを取得する際には、必ずそれを承諾を得た状態で端末から取得されるということが必要であると考えているとともに、それが最終的には健全で持続可能な利活用につながっていくことだと考えております。

その考えに基づき、このデバイスロケーションデータ利活用に関する共通ガイドラインというものを、我々の中で構築・運営させていただいております。このガイドラインを発表させていただいたのは2020年6月になりますが、それまでは、位置情報データを活用した事業を運営する各社が、それぞれ法令に基づき、独自のルールを展開されて、その利活

用を行ってきたと認識しておりますが、業界全体として、一社一社でやっていくことも大切ですが、全体的な指針を一つ作った方が良いのではないかと考え、当団体を創らせていただくとともに、共通ガイドラインを作成・発表させていただくという形になっております。

このガイドラインを作成・発表するに際しては、様々な法曹・弁護士・倫理学者との議論を重ねながら、個人情報保護委員会事務局への相談も含め、構築して運営をしているという状況でございます。

このガイドラインは何に基づいていますかという点、大きく5つの利活用五原則というものを設けさせていただいております。基本的人権の尊重、透明性追求、選択性担保、プライバシーデザインですね、安全性の確保及び持続可能性の向上ということで、この五原則に基づいて、デバイスロケーションデータを利活用し、またそれを取得するためのルールづくりをしていくということ、ガイドラインを設けて当団体の会員に対しては守っていただくことで推進をさせていただいているところです。規定に関しては、現時点では一般社団法人LBMA Japanメンバーのみの公開とさせていただいている状況です。

実際にその個人情報との向き合いといいますか、個人情報保護法に対して、このデバイスロケーションデータというのはどのような位置付けかについてです。現在においては、個人情報の保護に関する法律に定められている個人情報とデバイスロケーションデータが紐付いた状態、または紐付き得る状態で運用している場合に関しては、全て個人情報として取り扱うということをガイドラインで定義しております。

そのため、個人情報と全く切り離れた状態で、位置情報データとして取り扱う場合のみが、デバイスロケーションデータとしての取扱いとなります。そうでない場合として、個人情報と紐付く場合は個人情報として取り扱うということを定義しており、また、電気通信事業法に規定される通信の秘密に該当する位置情報データを取り扱う場合は、総務省で発行されているガイドラインに基づく運用とするよううたっております。

しかし、2022年4月1日の改正個人情報保護法の施行以降に関しましては、見込みとしまして、この範疇ではなくて、デバイスロケーションデータ自体が個人情報となり得るケースが存在します。さらに、そうでない場合でも、個人関連情報に当たる場合があると考えており、今後、LBMA Japanの発行するガイドラインでは、個人関連情報として取り扱う際のルールの規定というものを行っていき、データを取得する際、データを管理する際、またそれを利活用する際、特に第三者への連携、配慮をどのような形でしていくかについて

てを、テクニカルにどう配慮するかとともに、契約として、このような契約を利用者と結ぶこと、又は第三者と結ぶことについて、ガイドラインに載せていこうと考えておるのが現状でございます。

発表としては以上となります。ありがとうございました。

【宍戸主査】 川島様、御発表ありがとうございました。

それでは、ただいまのLBMA Japan様の御発表について、質問やコメントがあればいただきたいと思います。大体10分程度の質疑応答の時間を予定しております。

今の段階で佐藤先生、太田さん、高橋さんから御発言、御質問がありますので、時間の関係で、小林さんまでですね、4人一気にまとめていただいて、それで応答いただければと思います。まず佐藤先生、お願いします。

【佐藤構成員】 国立情報学研究所の佐藤でございます。御説明ありがとうございます。

1点御質問させていただきたいのですが、現行の個人情報保護法において、個人情報というものとデバイスロケーションデータを分けて取り扱われているところ、おそらく問題なのは、デバイスロケーションデータとされているものでも、直接の個人情報でなくても、様々な外部情報との照合を含めて個人情報になり得るものが出てくるところだと思います。実際改正個人情報保護法を見ると、情報の蓄積で個人情報になり得るという整理をされています。

そもそもその個人関連情報というのは、ある種の別に法規制が増えたわけではなくて、取扱いを明確化するために単に入れただけであるため、現状においても、この改正法と同じような状態、つまり蓄積によって個人情報化するデバイスロケーションデータというのはあるかと思いますが、その判断はどうされているのでしょうか。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に太田さん、お願いします。

【太田構成員】 ありがとうございます。4点質問があります。

まず1点目です。デバイスロケーションデータに関する説明が7ページにあり、GPS、Wi-Fi、Beaconなどを書いてあるのですが、こちらにIPアドレスも含まれるという認識でよろしいでしょうか。

次に10ページにおいて、デバイスロケーションデータは「『許諾を得たユーザーの端末』から取得されています」という記載がされていますが、GPSとBeacon、Wi-Fi、IPアドレスで、色々変わってくると思います。まずGPSに関して、iPhoneやAndroidで、アプリから位置情報の許諾を求められるということがありますが、その許諾というのはそのアプリケ

ーションが使うことに関しての許諾であって、LBMA Japanに所属している企業様で、位置情報のSDKを提供しているようなところが使うことに対する許諾というのを得られているのかどうかは怪しいのではないかと考えています。あとはWi-Fi、GPS、IPアドレスなどに関しては、許諾が得られているケースというのはあまりないのではないかと考えているのですが、LBMA Japanのガイドラインでは、きちんと明示的に許諾を取るように、SDKとしても許諾を取るようにというガイドラインがあるのかどうかという質問です。

次、3つ目は、12ページのガイドラインの話で、私もこのガイドラインをずっと読みたいと思っているのですが、一般公開されておらず、会員限定になっています。一個人としても、きちんとガイドラインを守っているのかや、個人からの窓口もあると先ほどおっしゃられていたので、そのような確認をするためにも、ガイドラインはぜひ公開していただけるとありがたいのですが、なぜ会員限定なのかを教えてください。

次に4つ目、ガイドラインというのがありますけれども、それらを会員企業が守っているかどうかの確認はどのようにモニタリングをされているのかについて教えていただきたいです。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、次に高橋さん、お願いします。

【高橋構成員】 高橋克巳です。1点に絞ってコメントします。デバイスロケーションデータという形で整理されたのは非常に利用者の理解のために良いことだと思います。その上で、ちょっと曖昧ですので、デバイスロケーションデータに関して、次のことできちんと整理をされてはいかがでしょうか。

位置情報の精度、頻度、追跡期間といったパラメーター、それから種類、GPSなど色々あると思われませんが、何を使うのか、それからほかの利用者情報と一緒に何を取得するのかと、このようなことが基礎となるというように、位置情報プライバシーレポートには書かれておりますので、明らかにされる方が良いと思います。

また付け加えてのコメントとなりますが、10ページ目に「個人が特定されないよう、加工が施されます。」と書いてあります。これは非常に結構なことですが、一般的に言うと、個人を特定して使うこともあると思いますので、無理に書くことはなく、必要に応じてということだと思います。こちらについても検討をお願いしたいと思います。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に小林さん、お願いします。

【小林構成員】 ありがとうございます。実は、LBMA Japanさんがこれだけグローバルに展開されているというのをしっかり認識できてなくて、今日大変勉強になりました。あ

りがとうございました。

その上で、今回のガイドラインというのがとても良いもののように思うのですが、グローバルでもLBMAさんは色々活動されているので、そのグローバルのルールと、日本でこのように出されたものとの関係性はどのようになっているのか。グローバルのものを何か参照して取り入れている部分があったり、また日本独自のものはどこかというのを確認したいです。

あと2点、細かいところですが、このワーキンググループでも何回か指摘されていることとして、決済データのように、NFCとかタッチしたポイント、これもある意味、デバイスデータと言えるものかと思っており、このようなものが対象となり得るのでしょうか。

それから最後、今回、個人情報との関係はすごく意識されているのですけれども、通信の秘密、ロケーションデータについても、通信の準備段階のデータについては、どこからどこまでが通信の秘密だったり、該当しなかったりといったところが割と議論になったりしますので、そのようなところまで踏み込んで検討されていらっしゃるようでしたら、御回答いただければと思います。3点、以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。一回ここで切って、可能な範囲で、川島様から御回答いただける点についてお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

【川島氏】 分かりました。そうしましたら、最初に御質問いただいた内容について、現行の個人情報保護法と改正後のもので、「個人関連情報」が出てくることは、今までなかったコンセプトではなく、明確化されたものだということは我々も認識をしております。現行に関して言いますと、個人情報と紐付くデータ及び紐付き得るデータは全て個人情報として扱う。それはデバイスロケーションデータ単体として扱うことはできないという認識で考えていますので、我々の観点としましては、個人関連情報という定義ができてきたことに基づいて、この場合は個人情報、この場合は個人関連情報という形で、そこも細分化された内容になったかと考えています。

次の御質問ですが、IPアドレスは含まれているのかについてですが、LBMA Japanで定義しているデバイスロケーションデータというものに関しては、スマートデバイスを通して取得される情報のうち、位置情報、明確に言うと、緯度経度、時間、精度を含むものと定義付けているため、対象外となっています。

それに際して次の御質問が、SDKで許諾を取っているかについてですが、SDKを含んでいるアプリケーションの場合であっても、そのSDKが何を取得するかということを明確に利

ユーザーに対して提示する及びそれをもって許諾を得るということを推奨しておりますので、SDKが単体としてというよりは、そのSDKを含んだアプリケーションで許諾を取るという形にしております。

会員限定にこれを公開している理由というところですが、我々の中で事業者としてこのような運用をしていくということ、会員企業内で議論し、会員企業が、ある意味莫大な時間を使ってまとめ上げていっているものであるとともに、今回4月に向けて改定をしていくというところもあります。そのため、現時点までは、会員の中で色々つくっていきながらやっていくということで会員限定にしておりますが、将来的に公開することも含めて、検討はしていきたいと考えております。

それから、ほかに御質問いただいた内容で、グローバルのお話があったかと存じます。グローバルとの関係性では、もちろんこの我々の中でのガイドラインをつくっていく中で、CCPAであったりGDPR及び実際にそれぞれの北米やヨーロッパのチャネルがこのようなことをしているであったり、このようなことに気をつけているということについて議論を重ねておりますが、日本独自のルールというのではなく、ある意味それがプライバシーの中でどう位置づけられるかに関しては、日本では個人情報保護法に照らし合わせたルールづくりという形で対応しております。

NFCに関しては、今のところ、このデバイスロケーションデータとして緯度経度精度というものを前提に考えておりますので、そのようなものを取得できる状態を使い、例えばオフィス内で社員がどう動いたかの分析をするような場合がありNFCを使うものを対象とすることもあります。

あとは内山さん、何か補足があればお願いします。

【内山氏】 御回答が漏れているものとしまして、太田様からの御質問で、ガイドラインをモニタリングしているかの御質問につきましては、年1回会員企業に対するヒアリングを行っており、このガイドラインの項目ごとに現状の遵守状況を報告いただくことで、モニタリングとさせていただいております。

それから、高橋様からのデバイスロケーションデータとして整理が必要ではないかという御質問につきまして、どのような種類の位置情報を取得しているのか、精度、頻度、追跡期間、保存期間、それからほかにどの情報を取得するのも併せて、そのプライバシーポリシーの中で記載することということをガイドラインにおいて規定をさせていただいております。

そして、小林様からの御質問で、通信の秘密は、少し曖昧な類型があるかもしれませんが、準備段階のおそらくWi-Fiのプロブリングエストのことかと思いますが、現在、Wi-Fiにつきましても、明らかなオプトインが取れないという問題がございますので、ガイドラインにおきましても、パンフレットを掲示することをもって、まずは利用者に対するオプトインの代替ということをさせていただいております。その一方で、オプトアウトにつきましても、それができないという問題もがございますので、これは別途の課題となっております。

【宍戸主査】 よろしいでしょうか。そうしますと、ちょっと時間は押しておりますが、せっかくでございますので、古谷さんから御発言、御質問をいただき、それから板倉先生の御質問を私の方で読み上げさせていただきます。まず古谷さん、お願いします。

【古谷構成員】 質問ではなく意見の形に変えさせていただきます。

まず、ガイドラインですが、社会にコミットするものだと思うため、ぜひ公開していただきたいと思います。それが1点です。

2点目としては、5ページにおいて「位置情報関連の相談窓口の設置」という記載があったかと思うのですが、ホームページを拝見したところ、「Contact Us」といったところの中に入っており、「コンタクト」と「相談」は全く意味合いが違うので、できればトップページに「相談窓口」として載せてほしいと思っております。

また、業界団体内の相談窓口というのは、一般的には企業寄りと批判されるところもございますので、どのような人が、どのような考え方に基づいてやっているのかやプロセス等も含めて、利用者保護になっているのかどうかを可視化する形で進めていただければと思います。以上です。

【宍戸主査】 古谷さん、貴重な御指摘をありがとうございます。

それで、チャット欄を御覧いただきたいと思いますが、板倉先生から御質問が出ております。「法人のIoTセンサーに入っている通信デバイスの位置情報のような、個人に関する情報とすら言えなさそうなものは、ガイドラインの対象外ですか」という御質問です。

板倉先生、補足ございますか。

【板倉構成員】 いいえ、このままですが、例えば株式会社ソラコムは、位置情報管理画面があり、このようなものは対象になっているのかという質問です。

【宍戸主査】 それではこの点、あるいは先ほどの古谷さんからの御意見にもコメントがあればですが、お答えいただければと思います。よろしくをお願いします。

【川島氏】 まず、法人かどうかは別として、例えばBeaconなどの情報を、位置情報データに関してはデバイスロケーションデータとして定義することもあります。例えば社員の位置情報となると、それは完全に個人情報に当たる部分もありますので、先ほど申し上げましたとおり、個人情報と紐付いた状態のデータは、デバイスロケーションデータ単体として整備はしていません。

内山さん、コメントがあればお願いします。

【内山氏】 現状において、通信会社様が提供されるものであれば、当然電気通信事業法の対象になりますので、デバイスロケーションデータというのは電気通信事業法及び個人情報保護法の対象外においても、しっかりとガイドラインを定義するものであるという考え方に基づいており、現状の法人IoTセンサーに入っている通信デバイスは、まだ議論の対象にはなっていない認識です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。大変、本日は貴重な情報、それからやり取りをさせていただいたと思います。引き続きよろしく願いいたします。

それでは、時間の関係もございますので、次のアジェンダに移りたいと思います。資料2「トレジャーデータCDPとプライバシー保護に向けた取組」に基づき、トレジャーデータ株式会社、山森様から御発表をお願いいたします。

【山森氏】 ありがとうございます。初めまして。私はトレジャーデータで事業開発やパートナーシップの担当の役員をしております山森と申します。よろしく願いいたします。本日このほか、日本支社に当たるトレジャーデータ株式会社の取締役である堀内も同席をしております。

それでは早速、我々の御説明を開始します。本日は、弊社の製品の概要、使い方といった部分と、プライバシー保護に向けた取組を御紹介できればと考えております。

まず、会社の概要ですが、トレジャーデータ自身は、2011年、約10年ほど前にアメリカで創業された会社でございます。現在約500名ほどの社員が20か国におります。その中で日本支社は最初につくった支社でございます。現在200名超の社員を抱えています。顧客の数は450社を超えております。資本関係としましては、2018年に、Armという会社を買収され、親会社であったArmが別の会社にさらに売却をされるということもあり、現在はSoftbank Vision Fund 2の傘下にあります。また、先日ソフトバンク株式会社様からも資本の出資をいただきまして、そのような資本関係の下、事業運営をしております。

海外で展開をしているものですから、データセンターも日本のみならず、USA、ヨーロ

ッパ、韓国に持っており、それぞれのリージョン、国で必要なコンプライアンスの基準、GDPR等に対応していております。

トレジャーデータの機能といますか、使い方、どのようなソリューションかについて説明します。こちらがよくトレジャーデータのCDP(Customer Data Platform)を御利用いただく際のデータの流れを表したものになります。

トレジャーデータのCDPは真ん中に位置しております。企業の方々は様々なデータをお持ちです。顧客の会員データとしては、例えば、基幹システムやデータウェアハウスに入っていたりするものがあります。購買データやCRMデータも同様です。このほかウェブサイトのアクセスログや、アプリのログ、SNSから取れるデータ、外部から買い付けるようなデータ等があり、我々は、このようなものを1か所に集めるために必要な機能でありAPI連携をしやすいConnectorと呼んでいるものを御提供しており、トレジャーデータCDPは、データを1か所に集めやすくするという役割を一つ担っております。

その中に入ったデータは、この場でお話しされているであろうクッキーや個人情報等も含めて、キー等にして、新しい顧客マスターが作られていきます。その顧客マスターを基にセグメントをつくって、外部のツールに連携していきます。具体的には、例えば過去1年に自分の会社で洋服を買ってくれたお客様で、直近3か月間購買がない女性の方だけにメールを送りたいといった場合に、そのような方のメールアドレスのリストをつくるような役割をCDPの中で行っております。

そして、つくったセグメントのデータを広告配信プラットフォームや、メールやSNSを配信用のマーケティングオートメーションツール等に連携し、BIツールに出したり、あるいは、コールセンターの方が見るような画面のところに連携をするといったようなデータを出す方の連携機能といったものも、APIを使って御用意できるようにしております。

こちらは、実際にどのようなデータの流れになるかを、前のページよりも具体的にお示ししたものです。各種ウェブサイトやモバイルアプリ、顧客マスターデータといったものが、JavaScriptタグやSDK、私が先ほど言ったConnectorといったものを使って、集められます。これを、SQLを使って統合を進め、顧客マスターのようなものをつくり、こちらを配信に使っていくといったところです。

前半の部分の工程はエンジニアの方がやるような工程で、右側のところは我々が画面を用意しております、例えば特定の志向性のように、同意が取れている方だけにメールを送るようなことを、マーケターの方が自分でそのコード等を書かずに操作できるようにす

るためのUIを提供しているとお考えいただければと思います。

一つここでトレジャーデータがどのようなことをやっているかを御説明する上で、ここにいらっしゃる皆様には釈迦に説法になってしまうかもしれませんが、マーケティングがCRMの領域でデータを統合していく、顧客の名寄せとかを行っていく際に使われるキーの例についてお話しさせていただきます。

メールアドレス、電話番号は御存じのところかと思うんですが、最近ですと、クッキーの中にも3種類あり、サードパーティークッキーだけではなく、クライアントサイドで発行するファーストパーティークッキーと、サーバーサイドで発行するファーストパーティークッキーがあり、このほか広告識別子といったものが一般的には用いられております。それぞれ同意を取らないといただけないものもございますので、ボリューム等に差が出てくるといったところでございます。

トレジャーデータが有している機能は、このうちクッキーの発行機能を有しております。そのため、サーバーサイドのファーストパーティークッキーとクライアントサイドのファーストパーティークッキー、サードパーティーのクッキーといった3種類のクッキーが発行できる機能を持っております。

ポイントといたしましては、トレジャーデータのCDPの中に入れるデータ自体は、お客様が自分で集めてくる形になりますので、最初契約いただいた時点では、データベースの中には何も入っておりません。そこがパブリックDMPと呼ばれるものと大きく違うところでございまして、データを入れる箱であり、そのデータを集めたり、加工したり、外部の広告プラットフォームや、マーケティングオートメーションツールでデータを連携するための機能を有しており、つながるための手を持っているようなイメージでございます。

トレジャーデータ自身は、そのお客さんがどのようなデータを入れて何をしているかというところは基本的には関与しません。そのため、欧米の概念でいうと、データプロセッサという位置付けを取っております。

プライバシー保護や、そのコンプライアンスの遵守といったところに向けては、我々からお客様に対して、例えば個人情報保護法の改正が行われていて、このような対応が必要になるというような趣旨について、もちろん非弁行為にはならないようには注意しつつ、情報発信を行ったりしております。また、同意に基づいたマーケティングを行うために必要な機能を我々の方で用意して使っていただくように提供しております。そのような形で取組を行っております。

実際の機能のところを少し御説明したいと思うのですが、「データ収集時の義務」と「データ保管時の義務」と、大きく2つに分けて我々は考えております。基本的には、その目的をしっかりと明示した上で、データの収集の許可を取って、それをお客様にお知らせするというところと、開示請求や削除請求、利用停止請求等があった際に対応するというところとです。

あとは、セキュリティ上のプライバシー侵害を起こさないための機能として、一つがConsent Management Solutionがございます。この後少し御説明します。そのほかは監査機能、全部のログを管理者の方が見られるという機能や、データベースやデータに絡むレベルで、誰がアクセスできるか管理するというPolicy-based Permissionという機能、集まっているデータについてどのようなデータがあるかを可視化するためのBI機能のようなものも一部有しておりましたので、そのようなところで上記の義務を守れるようにサポートを行っております。

実際、我々のお客様の約半分は海外のお客様で、欧州のお客様もいらっしゃいますので、GDPR対応等も行っております。もちろん様々なシステムをお客様はお使いですが、全部に対して機能提供しています。トレジャーデータだけでやっているわけではないのですが、少なくともトレジャーデータの中にお客様が入れている情報をどうやって管理するかであったり、しっかりと同意を取るというところについては、CMPツールとの連携を行いながら実装している例が多いです。

アクセス権等としては、特定のレコードに紐づくデータを抽出したり、訂正、削除する権利が当たりますが、データサブジェクトリクエストへの対応をしたり、トラッキングをやめてほしいといった場合には、そのSDKを停止させて、イベントログの収集をやめるオプトアウトもできるようになっております。

このほか、我々は海外のお客様起点というところもありますので、そのような面では、GDPRやCCPAに対応していく必要もございます。グローバルのコンプライアンスを守るためのツールとして、例えばCMPツールですとOneTrustさんや、あと海外のCIAM(Consumer Identity Access Management)ツールですとMicrosoftさんのAzure Active Directory、SAPさんのGIGYA、Auth0さん、AkamaiさんのIdentity Cloudがあり、このようなツールの中にお客様の個人情報と同意データが入っていることが結構多いのですが、そのようなものしっかりと連携をし、我々の中に入れた後は、その同意がある人にだけメールを送ったり、通知を送るみたいな操作ができるような連携を実現しております。

このほか、トレジャーデータ単体でも、もちろんオプトアウトの設定等はできるようになっておりますので、ここにお示ししたような情報の収集を停止するというようなボタンを、我々が提供しているサンプルコードを使って、実装することができるようになっております。

今後、トレジャーデータは元々CMPツールと呼ばれるものではないですが、一部その類似機能、コンセントマネジメントのための機能を追加で提供していこうと考えております。いわゆるCMPツール等を使った場合に、データを取った後のところというのは、どうしてもデータベース側での管理になってしまいますので、その部分を我々がサポートするべきという考え方を持っております。

そのため、お客様のアクセスする様々なチャネルにおいて、同意を集めた情報等を一元管理してダッシュボードとして可視化する機能や、お客様の同意状況を一覧で見られる機能や、お客さんに紐付くデータの削除機能、あとはトラッキングの停止機能といったものが、今現在でも有しているのですが、その設定をより簡単にできるようにするアップデートを予定しております。

そのため、我々が提供する予定のコンセントマネジメント機能としましては、リアルタイムで同意管理して、同意のある人のデータだけをMAツール等に連携させるという状態をつくったり、レコードが削除されるようなものはワークフローと呼ばれる機能を使って自動的に、日時や一定の頻度で行われるようにしたり、顧客ID別に同意のステータスを可視化できるような、ダッシュボードのようなものを用意していくということを今後計画しております。

実際に、現在、モックは出来上がっておりまして、その一部をお示しします。皆さん、お手元の画面だとひょっとしたら小さくて見づらいかもしれないのですが、クッキーの同意を取得するものと、目的別に同意を取り分けるもの、自分の同意状況、何をオンで、オフにするかという、パーソナルデータダッシュボードと呼ばれている会社さんもあると思うのですが、自分のデータで何を使って良いのかという設定ができる画面をつくるための機能、APIを提供するという計画を持っております。

こちらが機能のお話でございまして、機能を提供するだけでは我々は不十分だと考えております。そのため、法令のアップデートや、取るべき対応、コンプライアンスが必要なことについて、我々から利用しているお客様にしっかりと情報発信するということをすべきだと考えており、直近、取組を行っております。

その代表例が2つございます。一つが、我々はシステムを提供しておりますので、その中で有償のトレーニングコンテンツがございます。こちらは新規で契約いただいたお客様や、お客様の実装をサポートするパートナー企業の皆様には必ず受けていただくようお願いをしているトレーニングでございます。

こちらの中で、外部の弁護士事務所と提携をいたしまして、その先生方をお願いをして、ここに書いたような個人情報保護法の解説ですとか、改正個人情報保護法、海外の法令、実際にプライバシーポリシーやクッキーポリシーはこのようにつくるといった演習まで含めて、これら全部で10時間近いような時間がかかりますが、講義を提供しております。

また、弊社は自社でセミナーをよく主催しているのですが、その中でも講演をさせていただいておりまして、改正個人情報保護法をテーマにした講演をさせていただき、そこにお客様を呼び、「しっかり見てください。これは必ずマーケティングやCRMを今後やっていく上で対応しないといけない。」ということをお伝えしております。

こちらのイベントは、改正個人情報保護法や、クッキーを今後どのように使えるのか、使えないのかといったようなテーマで、ほかの登壇者も含めて来ていただいたのですが、5日間配信で合計2,000名以上の方を集めて情報発信を行うことができました。

このほか、我々のお客様のデータ、CDPの中に我々の契約している利用企業が入れているデータをどのように扱うかということに関しては、冒頭で申し上げたように我々はデータプロセッサの位置付けでございますので、サービスに最低限必要である、運営上必要である統計情報やログへのアクセスのものを除き、個別の中は全く見ていません。そのようなことをしっかりと禁止をする内規もございまして、ホームページ上でConsumer Statementという形で公表もしております。もしさらに詳しく見られたい方がいらっしゃいましたら、こちらにリンクも貼っておりますので、御覧いただければと存じます。では私からのプレゼンテーションは以上になります。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、ただいまのトレジャーデータ株式会社様からの御発表について、質問やコメントがあれば、またチャット欄でお知らせいただければと思います。大体10分ぐらいをめどと考えておりますが、まず太田さん、お願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。4点質問があります。

8ページにおいて、「Data Processorとして行う業務以外を行わない」という記載がございます。その上で、7ページに書いてあるtd_global_idについて考えたいのですが、こ

ちらはドメインまたぎ可能であり、トレジャーデータを使っているユーザー・企業さんで、横断して同じIDになる認識しております。

まず1点目は、その横断しているtd_global_idで、各企業のデータを紐付けようと思えば紐付けられてしまうが、それは絶対にしないという認識であっていますか。

2点目は、企業ごとの突合は絶対に行わないとしても、外部の広告プラットフォームにつなぐ際に、td_global_idを介してデータを渡しているケースもあると考えており、その場合はtd_global_idで突合を行っていることから、データプロセッサとは言えないのではないかと考えておりますが、そこに対して、どのような解釈でデータプロセッサとなっているのかを教えてください。

次ですが、サードパーティクッキーであるtd_global_idが、Chromeなどで使えなくなった際に、現在、Unified IDやATS等、様々なソリューションが出ていますが、トレジャーデータさんとして、メールアドレスとかそういったものをハッシュ化したもので突合していくようなソリューションというのは提供される計画がありますでしょうか。

次に、13ページのオプトアウトについて、ユーザー企業でオプトアウトを準備していただくというような記載になっておりますが、先ほどの話とともに、ユーザー企業で準備されているケースというのはあまり見かけたことがないため、td_global_idのオプトアウトについては、トレジャーデータさん側で用意するのが望ましいのではないかと考えております。こちらは意見です。以上です。ありがとうございます。

【宋戸主査】 ありがとうございます。時間の関係上、ある程度まとめてお答えをいただくようにしたいと思いますので、次の御質問もさせていただければと思います。申し訳ありません。それでは沢田さん、お願いします。

【沢田構成員】 ありがとうございます。ECネットワークの沢田と申します。御説明ありがとうございました。質問2点です。

1点目はシンプルな質問で、コンセントマネジメントにおいて同意が非常に重要視されていると理解しました。この同意は一回同意したら未来永劫有効という考え方を取られているのか、それとも賞味期限というか有効期限のようなものがあるのか、有効期限があるとしても一律に決めるのではなくて、ユーザーがコントロールできるダッシュボードを用意すれば良いという考え方なのか、どのような考え方なのでしょう。それが1点目の質問です。

2点目は、太田さんの4点目と同じ部分ですが、13ページのオプトアウトに関して、ユ

ユーザー企業が設定するということですが、「この説明はエンドユーザーにも分かりやすい」とか、「これはちょっと分かりにくい」といったデータを御社で持っている、コンサルテーションというか、助言をされたりすることもあるのかどうか。エンドユーザーにとって分かりやすいか分かりにくいといった知見を、御社でお持ちかどうかというのが2点目です。以上です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、続いて寺田さん、お願いいたします。

【寺田構成員】 JIPDECの寺田と申します。詳細な御説明ありがとうございます。

私からの質問としましては、トレジャーデータさんの基本的な考え方としては、ツールの提供という形だとは思いますが、これらを悪用したり、間違った使い方をした場合、そういったものに対してどのように対応されているのでしょうか。プラットフォーム的な観点になってくるかと思いますが、その場合に、どこかからおかしな使い方をしているよというのを聞いた場合もあると思うのですが、何らかのモニタリングみたいなことはされているのかどうかというのが2点目です。

3点目としては、そもそも、いわゆるクライアント企業さんがきちんと守って、個人情報であったりとか、そういったところを守ることができる企業かどうかといったところの選別をされているのか、契約のみで縛っているのか、それとも何らかの調査をされているのかという点になります。私からは以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは続いて、森先生お願いします。森先生のところで一回切らせていただきたいと思います。

【森構成員】 弁護士の森です。御説明ありがとうございました。

4ページにおけるCDPのサービスについて、もう少し理解を深めたいと思います。この青い線のところがCDPのサービスであると伺いました。左端、一番左側のところのデータ収集・連携機能のところ、例えば一番上は顧客／会員データ、その次が購買データ、その次がCRMデータとなっていて、これは御社のお客さん、その顧客企業が元々持っているものと理解いたしました。

それと違って下の方です。ソーシャルデータやWebデータ、外部データなどがありますが、このようなものは、このCDPの機能を使って外から取ってくる、つまり御社で、トレジャーデータさんとして集められたパブリックDMPがあるわけではないと伺いましたが、その外部のパブリックDMPのベンダーなどから買ってきたり、あるいはSNSのデータを集めているところから買ってきたりすることができる機能なのではないでしょうか。それとも、もう少

し個別にこの顧客企業、御社のお客さんの会社が、自力でSDKなどを使って集めたりできるようなものなのでしょうか。4ページの左下のところの、おそらくは元々お客さんが持っていないデータを、お客さん、顧客企業がどのように集められるようになっているのか。この青い矢印でお示しいただいているデータ収集のところについて教えていただければと思います。よろしくお願いします。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、お願いいたします。

【山森氏】 質問も色々関係があると思うので、質問いただいた順番ではないですがお答えします。まず森先生の御質問に関しましては、DMPやSNSからのデータ収集は、各広告プラットフォームが用意しているAPI等を介して広告の配信のレポートを取り込む形になっています。こちらは広告プラットフォームと契約をされていれば、基本的には広告主の方は利用できるものになっているはずです。

外部から買い付ける場合は、当社がその契約のサポート等を行うわけではなく、データプロバイダーとCDPを利用されている企業様が直接契約を結びます。弊社はデータの受け渡しをする際の機能を提供しています。例えばクラウドプラットフォーム上にデータを置いてある場合に、そのデータを顧客が利用しているCDPに取り込むためにクラウドプラットフォームと接続する機能を持っているため、新規の開発業務等を行わずともデータの取り込みができるような形になっています。当社自体が何かデータの販売のマーケットプレイス等を持っているわけではありません。

少し戻って、太田さんの御質問になるんですが、グローバルIDを使って企業同士のものを我々の中で紐付けているということは一切ございません。グローバルIDを発行しつつ、どのようにデータプロセッサの位置付けの整理をしているのかというところは、お恥ずかしい話ですが、GDPRの関係のところ、リーガル部門が大分英語で細かい整理をしていて、今私が説明できるほど理解していないため、別の機会に御説明させてください。実際問題、EU等で、何も問題にはなっていないので、やましいことはないとは思っているところです。

トレジャーデータが、今後クッキーが使えなくなっていく中で、メールアドレスをハッシュ化して突合するようなソリューションをつくるかというところについて、我々はそのような統合ITソリューションを提供する予定はございません。

そのほか、太田さんと沢田さんからいただいている、オプトアウトを自分で設定すると不親切というか、よろしくないのではないかというところについては、おっしゃるとおり

だとは思っていますので、本日御説明した中にあるようなコンセンスマネジメントの機能を提供していくというところで、一部設定が簡易にできるようにしていくとともに、クッキーを使うかどうかのところの同意については、実務上はCMPとの連携で行っていただくというケースも多いため、そちらとの連携もしっかり行っていくことで対処していきたいと思っております。

また、同意の有効期限というところだと、現状ではお客様が同意のステータスを後から変更できるような機能を提供する方向性で考えておりますが、もし法令上その同意が有効な期間は1年といったところが定められるようでしたら、もちろん対応していきたいと考えております。

寺田様のモニタリングに関する御質問については、我々は、データプロセッサという位置付け上、お客様が実際どのようなデータを使っているかについて、実際のデータの中をのぞくということはやらない、できないとなっておりますが、カスタマーサクセスのメンバーがお客様と日々折衝する中で、御利用状況や施策について伺うことがありますので、もし何かおかしそうなことや、危ういことがあるとか、何か迷っている、これはやっても良いのかなという話があれば、社内で共有され、例えば弁護士の先生を御紹介したりするというような対応をしております。そのため、回答としましては、データレベルでの中をのぞいてのモニタリング自体は行っておりませんが、資料の配付や打合せ等のコミュニケーションを通じての啓蒙活動等を行っているというところでございます。

佐藤様から、（チャット欄において、）顧客企業がトレジャーデータが発行したIDを使って、他社のデータとの名寄せを制限しているかという御質問いただいておりますが、このようなことは、皆さんされていないため、御安心いただければと思います。加えて、サードパーティークッキー自体はもうほぼ機能しなくなりつつありますので、今後そういった問題が発生する状況そのものがなくなっていくと思います。もうiOS上ではサードパーティークッキーは既にほとんど機能しなくなっています。ファーストパーティークッキーでの内容設定は、ドメインをまたいでできませんので、このようなサードパーティークッキーを使って色々なデータを紐付けて、3年ほど前に起きたような問題が起きるみたいなところについては……。すみません。佐藤さんと太田さんからの発言について、よく分かりません。

【宍戸主査】 山森さんの方で、チャット欄を見ながら御回答いただいている途中ですが、傍聴の方もおられますので、整理させていただきたいと思っております。

佐藤先生から、「トレジャーデータが発行されたIDで、トレジャーデータ自身が名寄せはしないという御回答があった。それに対して顧客企業が、トレジャーデータが発行したIDを使って他社のデータとの名寄せを制限しているかについて確認したい」という御質問がチャット欄にあり、今、山森さんから、そのようなはしていないという御回答があったと受け止めましたけれども、それに対して太田さんから、なお御確認したいことがあるというところです。

【山森氏】 太田さん、佐藤さんの御発言は、いわゆる個人情報保護委員会から出た、パブリックDMPでの提供元・提供先の話のことかと思ったのですが、太田さんがおっしゃっているのは、リターゲティングのリストをつくったりする際に、td_global_idでリストをつくって、プラットフォーム側に連携しているというような話でしょうか。

【太田構成員】 それも含めて、例えばA社がトレジャーデータを使っており、B社がトレジャーデータを使っている場合で、A社とB社が「td_global_idでデータ連携できますね」と言っていて、A社とB社が、トレジャーデータが知らないところでデータの受け渡しをしているという事例です。

【宍戸主査】 私の認識もそのとおりです。

【山森氏】 そのようなデータ連携の問題点や、個人の権利や利益が害されるおそれのあるデータ連携を行ってはいけないという説明は顧客に対して行ってはおりますが、td_global_idによるデータの突合自体を防ぐような機能としてあまり有効なものがないと思います。

【太田構成員】 それは、td_global_idをつくらず、顧客ごとにIDをつくったりすれば、容易に防げることだと思います。

【山森氏】 今後ブラウザ側の仕様の変更により、サードパーティークッキー自体がなくなりますので、そのようなことも自ずとできなくなります。そうした変化が起きることや、自社のIDやファーストパーティーデータを現在以上に活用するべきであることを積極的に発信し、そのための機能も拡充しています。御指摘の方向性での変化を促していきたいと考えております。

【宍戸主査】 佐藤先生、太田さん、ひとまずよろしいですか。

【佐藤構成員】 ありがとうございます。

【宍戸主査】 もう一点だけ。古谷さんからも御質問の御希望があるので、お願いいたします。古谷さん、どうぞ。

【古谷構成員】 17ページにおける、Consumer Statementを拝見させていただいたのですが、顧客企業が適正なデータ管理をしているかどうかに関する説明は文書で行っているところなのですが、それ以外の対応をお聞きしたいと思っています。例えば利用者から問合せがあったことに対する何らかの支援みたいな形はしているのかどうか、教えていただければと思います。

【山森氏】 支援とは、どのような場合の支援のことでしょうか。

【古谷構成員】 例えば、要するに適切なデータ管理というところで、文書で説明するだけではなく、具体的に利用者から何か問合せがあった場合に、このように管理すべきであったり、逆にこのようなやり方にしなければいけないというような、アドバイスなのか、そのような支援などはされているのかどうかをお聞きしたかったところです。文書だけで十分ではないという前提認識の下にお聞きしています。

【山森氏】 部分的に行っております。例えば個人情報保護法の改正等があった際に、その内容をまとめて資料化し、我々から御説明したり、法律的に踏み込んだ話にはできないため、別途弁護士の方をお呼びしたセミナーを行うという形で、専門家が説明する機会も設けてはおります。

【古谷構成員】 分かりました。要するに、最初何か新しく変わったり、何かした際に、御社から説明はするが、逆にユーザーや顧客企業から何かあった際に、アドバイスのようなところまではやっていないということでしょうか。

【山森氏】 はい、おっしゃるとおりです。

【古谷構成員】 分かりました。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。時間の関係で、ここまでとさせていただきたいと思います。非常に貴重なお話を山森様からいただき、また質疑応答で色々と理解が深まったところがございます。

1点、先ほど御回答があった中で、必ずしも十分にこの場でお答えが難しいので、御確認をして別の場であるということをおっしゃった点があったと思いますので、そこについては、別の御質問等も追加であるかと思っておりますので、事務局からメール等でやりとりさせていただいて、御回答いただき、こちらに共有させていただけないかと思いますが、この点よろしゅうございますか。

【山森氏】 はい、大丈夫です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。本日はどうもありがとうございました。

それでは続きまして、アジェンダの3つ目でございます。資料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）に対する前回会合における主な御意見とその対応（案）」について、事務局から御説明をお願いいたします。

【小川消費者行政第二課長】 事務局の消費者行政第二課の小川でございます。資料3に基づきまして、御説明をさせていただきます。

1枚おめくりください。この資料の構成といたしまして、前回会合において構成員の皆様方からいただいた主な御意見について項目ごとに整理をしております、それに対する対応案について記載をさせていただいております。順番に御説明させていただきます。

まず、個人関連情報の関係でございますが、佐藤構成員から、個人関連情報として、例を追記してはどうかという御意見をいただきました。これに対する対応といたしましては、その個人関連情報の事例、これは個人情報保護委員会から出されているガイドラインの事例の1から5に加えまして、事例6として「ある個人の契約者固有IDやある個人の利用する情報端末に係る端末識別子」、事例7として「情報収集モジュール等を通じて収集された、ある個人のアプリケーションの利用履歴や利用者端末情報」といった事例を追記してはどうかという案でございます。

次に、仮名加工情報の関係でございます。こちらも佐藤構成員からですが、電気通信事業者において、利活用の観点で規制が緩まった部分があるが、問題がないか検討が必要ではないかという御意見でございます。それから、漏えい報告義務などがなく、共同利用で使えるといった性質があるということで、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という御指摘をいただいております。

これに対する対応案でございますが、仮名加工情報であっても、通信の秘密に関する情報の場合には、守るべき事項があるということを解説に記載してはどうかと検討しております。次に、一番下のところですが、例えば「通信の秘密に関する情報については、電気通信事業法上、漏えい報告義務がかかり、同意又は違法性阻却事由の範囲内でのみ利用できる」ということですので、仮に「仮名加工情報とした場合でも、これらの制限を免れるものではなく、個人情報法上の共同利用のみに依拠した提供はできないこと」を解説に記載してはどうかということでございます。

次に、2ページをお願いします。電気通信役務利用者情報保護管理責任者について、小林構成員から、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ということについて御意見をいただきました。こちらについては、現行ガイドラインにございます個人情報

報保護管理者を改正しようという案でございますので、現行の個人情報保護管理者につきましても、「必要な権限を有する役員などの組織横断的に監督することのできる者」ということで記載済みでございます。

次に、プライバシーポリシーの関係でございます。太田構成員から、プライバシーポリシーへの記載事項について、オプトアウトの有無・方法も記載対象かという御意見。また、小林構成員から、利用者の選択の機会の内容について整理してはどうかということでございます。こちらにつきましては、両方合わせまして、解説において、「利用者の選択の機会の内容」として、「電気通信役務利用者情報の取得・利用に関するオプトアウトの機会の有無、電気通信役務利用者情報の取得・利用に関するオプトアウトの方法、本人が事業者により自己の情報を取得・利用されることを拒否した場合にもサービスが利用可能か」というような詳細の定義について、注記を行う方向で検討してはどうかということでございます。

それから、その一番下のところでございますが、佐藤構成員から、「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」の部分について、「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。」という御意見がございました。こちらについては、【利用者に分かりやすい示し方】において、「プライバシーガバナンスガイドブック」について解説の中に記載する方向で検討してはどうかということでございます。

次に、3ページでございます。古谷構成員からの御意見でございますが、プライバシーポリシーについて「分かりやすく」というときに、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を中心に加味すべきではないかという御意見でございます。

こちらに対する対応案として、プライバシーポリシーのところの解説におきまして、下線のところでございますが、「利用者が理解できるように分かりやすい通知・公表や必要に応じた同意取得を行うことが重要」ということで、【利用者に分かりやすい示し方】という項目をつくりまして、プライバシーポリシーについて、「利用者がこれを理解した上で自らの判断により選択の機会を行使することができるように分かりやすくこれを示すことが望ましい。」と記載した上で、※脚注のような形で、小さい字で恐縮ですが、「電気通信事業者の利用者や業種・事業規模・事業内容に応じ、分かりやすい表示の工夫等を検討することが望ましい。」と書いた上で、「例えば」ということで、階層構造、アイコン、ジャストインタイムの通知、要点を分かりやすく解説した簡略版やユーザーガイドなどを

作成することが、表示に関する具体的な工夫として考えられるとしております。

また、利用者が認識しやすいように、ポップアップによる同意取得、ダッシュボード、オプトアウトの機会の提供やCMPなど、利用者が何に同意したか、後から一覧性をもって把握できる仕組みの提供などについても、利用者が自ら内容を理解し選択する上で有用な工夫と考えられるとしております。

「なお」ということで、分かりやすい通知・公表、同意取得の提供を検討する際には、「必要に応じて、ユーザーテストを実施しその結果を分析・参照したり、第三者的な立場の外部の有識者からなるプライバシー保護に関するアドバイザリーボードや諮問委員会等を設置しステークホルダーの意見等を踏まえつつ継続的に取り組んでいくこと等が考えられる。」ということを追記してはどうかということでございます。

次に、4ページでございます。対象範囲でございますが、寺田構成員から、「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。」という御意見がございました。こちらにつきましては、電気通信役務利用者情報の定義を解説に置くということで、端末の利用者情報も含まれることを明確化する方向で検討してはどうかということでございます。

具体的には、こちら※のところを書かせていただいておりますが、電気通信役務利用者情報の内容として、「電気通信事業者が取り扱う電気通信役務利用者に関する情報であって、個人データ及びその他の利用者に関連して取得された情報のこと。」とし、「具体的には」ということで、個々の通信に関する情報とともに通信サービスの利用者に関する情報ということで、2つございますが、①として「利用者から提供された情報」、②として「通信サービスを提供する中で取得した情報、知り得た情報」ということで、事例について括弧内で記載をさせていただいております。

それから、太田構成員から、「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など、対象になっていないという意識があるのではないかと。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。」という御意見がございました。本ガイドラインの電気通信事業者とは、電気通信事業法第2条第4号に定める電気通信事業を行う者を指しているということになっております。こちらの内容につきまして、解説におきまして、電気通信事業参入マニュアル（追補版）などを引用しながら明確化することを検討してはどうかということでございます。

また、寺田構成員から、「個人情報保護の範囲を超える部分について、要件を整理した

らどうか。」ということですが、今回の利用者情報の適正な取扱いの確保に対応した改正事項につきましては、従来からある個人情報保護管理者及びプライバシーポリシーを充実するという形で検討しているということをごさいます、位置付けとしては、従来同様、「望ましい」という位置付けになっております。

それから次に、5ページでございます。前回の会合におきまして、プロファイリングについて構成員の方々から多くの御意見をいただいております。

寺田構成員からは「不利益や差別となるのは、要配慮個人情報だけではないのではないか。」、また沢田構成員からは「(ユーザーとしては) 行動分析から広告を出すということも教えて欲しい。アクセスただけで属性を推知する場合も、利用目的を分かりやすくして欲しい」、高橋構成員からは「(プロファイリングについて) 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している」、石井構成員からは「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」ということで「透明性の観点が必要ではないか」、生貝構成員からは「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。」というような御意見をいただいております。

これに対する対応案でございますが、プロファイリングについては、大変重要な論点であります。しかし、個人情報保護制度全般に関係することもございまして、今回のガイドラインにおいては、個人情報保護委員会ガイドラインの内容を踏まえつつ、解説において記載できる範囲で記載することとするとしております。また、本研究会においては、GDPRを含めた海外の規制動向なども踏まえ、電気通信事業におけるプロファイリングに対する対応の在り方について引き続き議論を継続する、ということとしてはどうかということでございます。

ガイドラインにおきましては、前回も少し御相談させていただいておりますが、「利用目的の特定」、これは個人情報保護委員会ガイドラインのところにも書かれているところでございますが、そこで個人情報保護委員会ガイドラインの記述から、下線部分をより充実するということをごさいます、「本人から得た情報から、本人に関する行動・関心等の情報を分析する」というところに、「いわゆるプロファイリング」という言葉を補った上で、「特に」という段落を付け加えまして、「特に、この分析により、「2-4要配慮個人情報（法第2条第3項関係）」の項目に相当する情報が得られる場合には、予め本人の同意を得ることが望ましい。これら情報について、本人の同意を取得することなく不必要に

広告のセグメント情報として広告配信その他の行為に用いないようにすることが望ましい。」ということで記載をしてはどうかという対応案でございます。

それから、次6ページでございます。位置情報についてですが、こちらも多く御意見をいただいております。高橋構成員からは「位置情報は範囲が広い」、太田構成員からは「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。」、小林構成員からは「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。特出しして位置情報についてまとめるのも良いのではないか。」というような御意見をいただいております。

こちらに対する対応案でございますけれども、位置情報につきましては、電気通信役務利用者情報と位置づけられるということで、その適切な取扱いを確保する観点から、電気通信役務利用者情報保護管理責任者を置くということと、プライバシーポリシーをさらに公表することが適切であるということを検説に追記することを検討してはどうかしております。また、本研究会において、最近の新たな動向なども踏まえて、位置情報に対する対応の在り方について引き続き議論を継続してはどうかという対応案とさせていただきます。

7ページ、最後のページでございます。モニタリングにつきましては、古谷構成員からは「実効性のためには、モニタリングの結果報告も必要。」ということで、こちらにつきましては、「実効性や透明性の観点から、モニタリングの結果については公表を行う」としております。具体的には、このガイドラインにつきまして、来年4月に施行されるという予定で、来年4月以降、電気通信事業者からモニタリングに関する資料を提出いただいて、本ワーキンググループにおいてヒアリングや分析を行った上で、その結果についても公表するということを検討してはどうかということでございます。

最後でございますが、太田構成員からは「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。」という御意見でございます。こちらにつきましては、その中間とりまとめでも、「専門的な知見の蓄積・発信の重要性」が記載されているということで、この外部通信モジュールも含めまして、専門的な知見を蓄積した上で発信することも含めて実態をモニタリングしてはどうかということでございます。説明は以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、ただいまの御説明について、質疑応答あるいはコメントがあれば承りたいと思います。アジェンダの4つ目に関連するところもあろうかと思しますので、そちらでもよろしいのですが、今の段階でこの資料3について、御質問、御意見があれば承りたいと思います。

それでは佐藤先生、お願いします。

【佐藤構成員】 佐藤でございます。最初に、1ページ目に私の申し上げたことを取り入れていただきまして、誠にありがとうございます。次に、コメントが2点ございます。

1点目ですが、プロファイリングに関しては、小川課長からも御説明がありましたが、電気通信事業者だけに閉じていない話と思っております。その観点で言いますと、この電気通信事業ガイドラインでやることというよりは個人情報保護法全体に関わる場所ですので、個人情報保護委員会に対して、プロファイリングに関して今後どのような法制度があるべきかを御検討いただくことをお願いしたいと思っております。それが1点目でございます。

2点目は、非常に細かいことですが、7ページのモニタリングのところの、太田様の御指摘のところに係る補足ですが、外部通信モジュールというのは、JavaScriptのライブラリーであれば確かに観測性はあるのですが、実際問題としては、そのサーバー側に処理をだいぶ委託しているので、実は見えていないところがあります。そのため、我々が求めることは、何らかの外部ライブラリーを事業者さんが利用するのであれば、そのライブラリーがどのような情報を収集して、どういうところに情報を送っているのかということを中心に御説明していただくという何らかのその制度をつくるのが重要かと思っております。以上でございます。

【宍戸主査】 佐藤先生、ありがとうございました。ほかによろしいでしょうか。それでは、時間の関係もございまして、この先の議題の中で必要な御議論があればいただきたいと思っております。

アジェンダの4つ目でございますけれども、「利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた今後の取組の方向性」について、事務局から御説明をお願いできますでしょうか。

【小川消費者行政第二課長】 消費者行政第二課の小川でございます。構成員の先生方は資料4という資料を御覧いただければと思います。構成員限りの取扱いになっております。

まず、資料4の1ページでございます。こちらについては、公開資料として、参考資料

3 「電気通信事業ガバナンスの在り方と実施すべき措置」、令和3年11月26日に開催された電気通信事業ガバナンス検討会をお付けしておりますので、この18ページ目を御覧いただければと思います。資料4の1ページ目とこの18ページ目は内容が同じでございます。

まず、議論すべき内容として、「電気通信役務利用者情報が送信される際、電気通信事業を営む者を対象として、電気通信サービスへの信頼性を確保する観点から、利用者に確認の機会を適切な方法で与える規律を設けることが適当ではないか」と記載しております。

具体的には、この下に図を書かせていただいております。例えばこの左側のWebを見に行く場合がございますが、利用者があるウェブサイト閲覧のためにアクセスし、このウェブサイトのサーバーを運営しているウェブサイト運営者が電気通信事業を営む者であるという場合を想定しています。

そうしますと、ウェブサイト閲覧のために利用者がアクセスし、このウェブサイト運営者が提供している電気通信サービスを利用するということですが、ウェブサイトのサーバーの方から、ウェブサイトのコンテンツが送られてきて、ウェブサイトの内容を見ることができ、同時にこのウェブサイト埋め込まれているタグによる指示が利用者の端末に送られてくるというような通信が発生しまして、このタグの指示により、赤い点々で書かれておりますように、利用者が知らないうちに、第三者の、別のサーバーに、利用者の端末から情報が送信されることがあるということでございます。

送信される内容としては様々ございますが、例えばWebの閲覧履歴や、システムログ、画面設定等が送られる場合があるということでございます。このように、第三者などに、利用者の端末から、利用者が知らない間に情報を送信するというような、このタグによる指示を送信するという行為について、どう捉えるかということが論点となっております。

右側の図にありますアプリケーションの場合ですと、このアプリケーションの提供者というのが、電気通信事業を営む者ということを想定しているわけでございます。そうしますと、例えばアプリケーションを起動するということで、通信が発生しまして、そのことを契機として、アプリケーションの中に埋め込まれている情報収集モジュールにより、利用者が知らないうちに、第三者のサーバーに利用者の端末から情報が送信されることがあるということでございます。このようなアプリケーションの起動を行うための通信を送信するという行為について、どのように捉えるかということでございます。

資料4の2ページを御覧いただければと思います。このような場合について、まず規律の対象者としては、電気通信事業者又は第三号事業を営む者、ウェブサイト運営者やアプ

り提供者などを想定してはどうかということでございます。第三号事業を営む者の定義としては、下に書かせていただいておりますが、「電気通信設備を用いて他人の通信を媒介する電気通信役務以外の電気通信役務を電気通信回線設備を設置することなく提供する電気通信事業者」ということございまして、これは電気通信事業法164条第1項第3号に該当する事業ということでございます。

それから、規律の内容の案につきましては、この電気通信事業者又は第三号事業を営む者が利用者に対し電気通信サービスを提供する際に、先ほど申しました、タグによる指示を送信する、またはアプリの起動をするための通信を送信するといったようなものについて、「情報提供指令通信」というように定義できるのではないかとということです。

この内容としては、利用者の電気通信設備に記録された当該利用者に関する情報を利用者以外の者、先ほどですと第三者のサーバーなどに送信する指令を与えるような電気通信の送信のようなものを行おうとするときには、原則として利用者の同意を取得するというような規律が考え得るのではないかとございます。

しかしながら、このような同意を不要とする場合というのが想定されるのではないかとということで、2つ事例が想定されるのではないかと考えております。利用者がその電気通信サービスを利用する際に送信することが通常必要となる情報ということで、例えば画面を適切に表示するために、OSの情報や画面設定、言語設定やファーストパーティークッキーというものは一般には必要でございますので、そのような情報については同意を不要とすることが想定されるのではないかと考えております。

2つ目でございますが、その情報の送信を利用者の求めに応じて停止するオプトアウト措置が行われており、利用者がオプトアウト措置の適用を求めている場合が想定されるのではないかと考えております。この場合には、オプトアウト措置があることや、オプトアウト措置の適用を求める方法などについて、利用者が容易に知り得る状態にあるということが重要であると考えております。

このオプトアウト措置に関連し、構成員の先生方は、資料4の5ページ目、6ページ目、また公表資料としては、参考資料4の12ページ、13ページ目を御覧いただければと思います。これは、このワーキンググループの第1回目、昨年3月18日に、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA）からプレゼンいただいた資料です。参考資料4の12ページにあるように、JIAAが策定している「行動ターゲティング広告ガイドライン」において、「関与（オプトアウト）の機会の確保」ということの徹底を原則としているとのことにつ

いて御紹介いただいております。また、参考資料4の13ページにあるように、このJIAAのガイドラインの第5条にオプトアウトについての記載があり、利用者に対し、オプトアウトを提供する、この取得又は利用の可否を容易に選択できる手段（オプトアウト）を、自らの告知事項を記載したサイト内のページから簡単にアクセスできる領域で提供するということが書かれているということについても御紹介いただいております。事務局からの説明は以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、この資料4、あるいは関連して資料3でも結構でございますが、御質問、コメントがあればいただきたいと思います。

まず板倉先生、お願いします。

【板倉構成員】 ありがとうございます。まず、参考資料3の18ページの整理の書きぶりが、提供の同意やオプトアウトのように書いてあります。しかし、この会議でも何回か出てきましたが、ここに出ているような例は、基本的には、第三者サーバーがタグを設置してもらっているだけであるという認識です。

個人情報保護委員会のQAか、パブコメの回答においても、それは直接取得というパターンで、一番典型的な広告のためのタグを載せているような場合は、義務を負うのが第三者サーバーと書いてある方の人であるというのが個人情報保護法の基本的な整理です。もちろん、それは様々なパターンがあり、リターゲティング広告の際は、左側のウェブサイトのサーバーやアプリのサーバーの提供者が義務を負う場合もありますが、この場合は電気通信役務利用者情報の義務を負うのは、左側の青い人のように書いてあるのですが、基本的には、赤い人が取得の委託をしているということだと思います。この整理は、個人情報保護法とずれると非常に大変なことになるため、ずらさない方が良いと思います。

そうであれば、サードパーティークッキーを第三者サーバーが取得の委託をお願いしている場合や、リターゲティング広告でアプリのサーバーから実際に第三者サーバーに個人情報関連情報をアップするような場合など、色々なパターンがあるため、分けないといけないとともに、両方に義務をかけるのかについても整理しないといけないと思います。

何となくピックアップされているのが、ウェブサイトのサーバーをやっている方の人ですが、通常のパターンの場合は、第三者のサーバーと書いてある人が取得の同意乃至オプトアウトを用意しなければいけないという話であり、JIAAのガイドラインも当然そうになっているわけで、そのようにするのですかという話です。この場合、ウェブサイトのサーバーの方は取り扱っていないという整理になっているのですね。ただ経由して飛んでいく場

合です。しかし、それが電気通信事業法では違うということになると大混乱になるため、私は合わせた方が良くと思います。

もう一つは、ガイドラインの方の整理で、電気通信役務利用者情報を入れる旨記載があり、今のところはそうでしょうが、電気通信役務利用者情報は、ここから先法制化の議論をどこでやるのかは分かりませんが、本ワーキンググループでやるのか、電気通信事業ガバナンス検討会でやるのかについてもお聞かせいただきたいです。

その際に、そのガイドラインもまた別に出ますということになるとすると、これも両方見なければいけないため、どうするのでしょうか。通信の秘密の行政処分のための基準も出していると思います。それは別途ある認識です。そうすると、この電気通信事業ガイドラインと電気通信役務利用者情報の何らかの指針のようなものと、通秘の行政処分の基準と3つあるということになって、それらの整理はどうするのでしょうか。

また、これも後々でいいのですが、なぜか電気通信事業ガイドラインだけ、主体が総務省だけになっていて、よく分かりません。先ほどの佐藤先生の御質問にもありましたが、全体に関わるものだから全体で検討してくれと個人情報保護委員会に言った方が良くのではないかと、あそこに付け加える例も、別に電気通信事業者に限らず参考になるので、当然実務では参考になると思うのですが、その際になぜかクレジットが総務省だけということになると、一体それはどこまで個人情報保護法の一般的な基準として参考にしていいのかについて困ると思います。

だから、その主体のところは、2015年改正のときからなので、なぜそうなっているのかよく分かりませんが、どこかで整理しなければならないと思います。以上3つぐらいのことを言いましたが、ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。いずれも根本的な御指摘をいただいたかと思えます。続いて太田さん、お願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。私は、構成員限りの資料の3ページ目についてです。「利用者に関する情報の取得に関する規律（案）」というところで、規律の対象は第三号事業を営む者も含むというところで、規律の内容に関して、原則として利用者の同意を取得としてあって、その下に同意の取得を不要とする情報ということで、必要な情報とオプトアウト措置が行われていることという記載があるのですが、裏を返すと、オプトアウト措置がなくても、同意を取得すれば良いですよというように読めてしまいます。

何が問題かという、要するに同意をとりあえず取ればいいのかという話になってくる

と、先ほど板倉先生からあったように、直接取得なのかどうかという問題ではありますが、「例えばクッキーを第三者に直接取得させています」ということの同意取得なのでしょう。どのような情報が必要で、何を同意とみなすのかというところについて、同意取得をすればオプトアウトの措置がなくても良いとなってしまうと、適当に「クッキーを使うけど良いですか」、「SDKでそのIDFAやAIDを使うけど良いですか」、という同意にとどまってしまう、第三者が直接取得していることなのか、委託なのか何なのかというのが分からないとともに、それが嫌だと思った人で、一回同意した後にオプトアウトしたいと思った人がオプトアウトできなくても良いと読めてしまうため、このオプトアウト措置というのは必須の事項で、その上で同意を取得するという内容の方が良いのではないかと思います。

また、オプトアウトに関しても、オプトアウトというものが何を意味するのかというところで、現状は広告事業者さんが用意しているオプトアウトというのは、行動ターゲティング広告の配信を停止するオプトアウトであって、情報の送信を停止する、情報の取得を停止するオプトアウトでないことが多いですので、オプトアウトというのが何を意味しているのかというところも整理をして、この規律の内容からすると、情報の送信自体を停止するというような措置が必要になるのではないかと考えております。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは次に寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 よろしく申し上げます。太田さんのお話のページと同じページにおいて、「同意の取得を不要とする情報（案）」というのがあるのですが、これを単純に一括りにしてはまずいと感じています。というのも、OSの情報や表示言語というのは単純な表示のためのものにはなるのですが、例えば、ファーストパーティークッキーについては、サービスで使うものであるという形があるため、少なくとも何らかのサービスで使うということであれば、通知や公表は必要ではないかと考えており、その点は付け加えた方が良いのではないかと考えています。

これらの情報の中でも、必須情報とそうではない情報という分類の仕方がありますので、この辺についても検討しておく必要があるのではないかと考えています。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に沢田さん、お願いいたします。

【沢田構成員】 ありがとうございます。どちらかといえば資料3に関する確認ですが、資料4で御説明いただいたガイドラインの対象者に関するものなので、佐藤先生と板倉先生とほぼ同じ問題意識になるかと思えます。資料4で、わざわざ第三号事業者、電気通信

事業法第164条第1項第3号が対象だと言っているということは、資料3のガイドライン自体は、そこは対象ではないと理解されるのかを確認したいです。

そうだとすると、板倉先生がおっしゃっていたように、ここに書いてあることは、対象でないとする電気通信事業法の適用を受けない人たちに対しても、すごく参考になると思うので、ぜひ紹介したいと思うんですが、参考にするだけなのか、将来的にはこの中身が個人情報保護法にも反映されるので、今からよく見ておくと良いという言い方になるのか、直接対象だから罰則などはかからないが直接対象だと説明するのか、どのように説明すれば良いのかなかなか難しく感じています。

ウェブサイト運営者やアプリ提供者に、どのように説明したら良いのが難しいので、ガイドラインの最初の方で、対象範囲、「このような理由でこの事業者が対象である」といった法律との関係を御説明いただけると良いと思います。それについて、電気通信事業参入マニュアル（追補版）で説明できているということになってはいますが、それだと少し説明としては不足というか、分かりにくく、不親切だと思いますので、もう少しきちんと書いて欲しいという希望が1点です。

2点目は、太田さんがおっしゃった、同意よりもオプトアウトをきちんと実現して欲しいというのは全く同じ意見です。長くなってしまうのでとどめたいと思います。ありがとうございました。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは続いて、生貝構成員、お願いします。

【生貝構成員】 ありがとうございます。私から、先ほど太田様、寺田様からあったところと同じスライドについて、2点ほどです。

一つは、ハードローに落としていくとなった際に、規律の在り方というのは、端末に記録された情報なのか、あるいは端末の処理能力を利用することなのか。ヨーロッパでいうと、eプライバシー指令は前者、規則はおそらく後者になるわけですが、それによってかなり対象となるものが異なってくると思います。具体的には、プライバシーサンドボックスであったり、どのくらい技術ニュートラルに規律できるかというところにも関わってくるかと思っています。

とはいえ、当然、範囲を広げようとする、色々なものが入ってき得るところもございますので、ここは将来の見通しを含めて、よく御検討をされると良いのかなというのが1点目です。

それから2点目として、まさしく今日の、（・・・・）。

【宍戸主査】 生貝先生、音声が途切れているので、申し訳ないですが、回復するか、チャット欄に書いていただくか、どちらかの御対応をお願いできますか。

【生貝構成員】 分かりました。手短に最初の部分から簡単に申し上げます。

まず一つは、このハードローに落とすときの規律の在り方として、端末に保存された情報という切り口にするのか、端末の処理能力を利用することという切り口にするのか。eプライバシー指令は前者、eプライバシー規則案はおそらく後者ということで、これをどう書くかで技術ニュートラルな今後を見据えた規律の在り方にできるかどうかというのが関わってくるのだらうというのが1点目です。

それから2点目といたしましては、今日の文脈上、前半からの続きでプライバシーという個人の権利利益というのが、ここでは大きな議論になっているわけですが、電気通信事業法の中で考えるとしたら、通信に準じたものというのが、この通信の信頼性という観点から、個人あるいは法人の情報というのもおそらく分け隔てなく規律していくことになるのだらうと思います。そういったところとの兼ね合いというのも、まさに何を目的として、このような制度をつくらうとするのかということからしっかり議論をしていけると良いのだらうなと感じています。以上でございます。失礼しました。

【宍戸主査】 ありがとうございます。高橋構成員、お願いします。

【高橋構成員】 高橋克巳です。私は情報提供指令通信に関して、質問とコメントがあります。

この情報提供指令通信は、基本的には第三者へ提供することを規制の対象とする趣旨だと思いますが、通信の当事者に関してもこれは含み得るのかということが質問であります。私は、これは当事者に関して言えば、普通の規律で制限されていると思うので、含む必要はないと考えています。もちろん、この①で抜くということなのかもしれないのですが、そのようなことをする必要はないので、ここははっきりと「通信の当事者以外の第三者への情報提供する指令通信」とした方が良いのではないかと思います。もちろん、このことは、板倉さんの1つ目のコメント次第で全体が変わることもありますが、以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは次に、小林さん、お願いします。

【小林構成員】 おそらく皆さんは、構成員限り資料の2ページを見ながら言っていますが、今回のこちらの規律（案）についての前提を皆さんが御了承された上で、実際に細かい議論をしていただいていると思います。私も基本この全体の大まかな方向性というの

は賛同させていただくという前提でお話しさせていただくと、板倉先生からもありますが、3ページの図にあるウェブサイトのサーバーと第三者のサーバーで、情報送信されている部分について誰が主体になるかということについて、私が色々御支援している事業者さんですと、実際に第三者のサーバーにどんな情報が送られるタグが入っているのかというのをきちんと認識していない事実が結構あるかと思います。

これが、さらには入れ子になって、さらにどこかに転送されていくということもあり、無限のチェーンになっており、コントロールできないチェーンまで発生していることがありますので、一義的には、この向かいにいるウェブサイトのサーバーのウェブサイトの運営者がしっかりオプトアウトというものができるということを利用者に対して提示していくということが必要だと思います。そのため、私は今回ここで提示している考え方、この絵のイメージは、まずはウェブサイト運営者で情報提供指令通信についてしっかり把握した上で、それについてオプトアウトの動線を用意するということが基本になるのではないかと思います。

その上で、皆さんもおっしゃっているとおり、ここは情報の取得に対するオプトアウトであるべきで、それについては、様々な事業者さんが提供されておりますが、現在、されている者、されていない者がおりますので、皆さんしっかりオプトアウトでき、情報の取得を止めることができるということを前提に、規律を考えられたら良いと思います。

ただ1点、諸刃の剣みたいなのところがあって、もしこれを広告表示ということ念頭に置くと、必ずしもオプトアウト、情報取得が止まることによって、本人にとって、良い結果にならないかもしれない点です。ターゲットの精度が落ちることによって、逆に本人に関係のない広告が表示されるということになります。ここは今回の法令の規律の外側にあるとは思いますが、そのようなところも踏まえながら、規律を検討しなければいけないのではないかとこののを付言させていただきます。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。太田構成員、追加コメントを手短にお願いできますか。

【太田構成員】 ありがとうございます。手短に。今の規律（案）の中で、同意の取得を不要とする情報の①の必要な情報ということで、OS情報や、ファーストパーティークッキー、画面設定等がありますが、これは必要な情報として抜くのではなくて、例えばこのOS情報・画面設定・言語設定等はフィンガープリントにも使われている情報ですので、それは情報としてはファーストパーティーが必要な情報かもしれないですが、サードパーテ

イーにとっては違う目的で使われるものということもあり得ますので、この情報なら良いという分けをするのではなく、同じ情報であっても目的が違うため、その目的によって、必要な目的であれば同意を不要とするというような書き方が良いと思いました。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それから石井先生がもう退出されていると思いますが、チャット欄にコメントを残されております。「オプトインもオプトアウトも情報の取得を対象にする必要があると考えます。今回の新たな規律の趣旨からすると、取得に対する規律であることを明確化する必要があるというふうに考えられる。」ということがあります。

一通り、御発言希望の構成員の皆様から御意見をいただきました。御質問もいただきました。

【森構成員】 書き込みが遅くなったのですが、私もお願いしても良いでしょうか。

【宍戸主査】 大変失礼しました。森先生、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。遅くなりました。先ほどから御議論のある、ファーストパーティーなのか、サードパーティーなのかということと併せて、電気通信事業法なのか、個人情報保護法なのかということについて申し上げたいと思います。

私はファーストパーティー側で一義的に責任を負うべきであるという小林さんの意見に賛成です。これは私としては、個人情報の話というよりはむしろその電気通信の話として考えるべきだと思っています。その理由が、左側、このウェブサイトを見ていたらいつの間にかそれが広告事業者に取られていたという問題について、この消費者の気持ちになって考えた場合、それは「何だ、俺がいろんなウェブサイト見たのが全部筒抜けか。」という問題なわけです。

だからこそ、この問題は、もしかしてその通信の秘密を侵害するんじゃないかということで、プラットフォームサービスに関する研究会でその通信の秘密との関係が問題になると、2019年に問題提起をし、結論としては、通信の秘密ではないということになりましたが、そのようにユーザーから見えていたわけです。

右側、アプリの方ですが、SDKの情報収集モジュールの問題も、これも「俺がアプリを使っていたら、そのアプリから何か関係ないものまで含めて筒抜けか。」ということだったので、スマートフォンプライバシーイニシアティブができたわけです。これはまさしく消費者行政第二課で、まだ分かれる前だったかもしれませんが、つくったわけです。

そのように、事業者からということになりますと、また違う見方もできるかもしれませんが、ユーザーから見た場合には、これは個人情報というよりは、スマートフォンを握り締めている、あるいはそのパソコンの前に向かっていて起こったことであって、これは通信の問題として利用者保護を図るべきことじゃないかと思います。

もう一つですが、先ほど板倉先生から取得の委託という話がありまして、それはそうかもしれないと思うのですけれども、取得の委託であったならば、頼まれたファーストパーティーが責任を負わないかという、そんなことはないと思います。警察からカメラを置いてくれというようにその店舗運営者が頼まれて、その店舗運営者が警察のカメラを置いたとします。これはカメラの画像自体は全然その店舗運営者はタッチしていなくて、警察にだけ行くわけですが、そのときに店舗運営者は、そのままこっそり置いておいていいかという、それはそんなことではないと思います。店舗運営者にも責任はあると思います。そのため、ファーストパーティーに大きな責任があると思います。

そして、ファーストパーティーもサードパーティーも併せてかという話もありましたが、これは私は併せてで全然良いと思っています。ただし、その規制の仕方として、サードパーティーがどういうものに当たるのかということの整理は必要だと思います。先ほど小林さんのお話で、広告事業者から来たものをそのまま載せ込んでいて、ファーストパーティーとしては何も知らないことがあるというようなお話がありましたが、私としては、第三号事業者に対して、そのようなファーストパーティーの責任を実質的には負うものとして、共犯として、両方規律するというのが良いと思っています。

いずれにしてもこれは電気通信の話であり、かつファーストパーティーが一義的な責任を負うものとして、今この事務局から御提案いただいた方向で進めて良いと思います。以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。それでは、既に予定の時間ではございますが、重要なところでございますので、幾つかいただいた構成員からの御質問や御意見について、現段階で可能な範囲で、事務局から御説明いただけますか。

【小川消費者行政第二課長】 事務局の消費者行政第二課、小川でございます。貴重な御指摘を多々いただきまして、誠にありがとうございます。

まず、主体の話ですが、板倉構成員、小林構成員、森構成員から御意見をいただいたところでございます。こちらについては、板倉構成員がおっしゃるように、個人情報保護法上は情報を直接取得する者が個人情報保護法上の義務を果たすこととなっておりますが、

今回、電気通信サービスへの信頼性を確保するという観点から、ウェブサイト運営者やアプリケーション提供者に一定の規律をかけてはどうかということで、これは森構成員からお話しいただき、また小林構成員からお話しいただきました。

中間とりまとめの際にも御議論いただきましたように、実際に情報を取得するタグの設置を委託した人や、情報収集モジュールを提供した第三者のところにだけプライバシーポリシーが書いてあったとしても、通常、利用者はなかなかそこにたどり着けないということでもございます。そのため、利用者が直接相対しているウェブサイトの運営者、アプリケーションの提供者が、どのようなタグがあるのか、情報収集モジュールがあるのかを把握した上で、利用者が理解できるように確認の機会を与えることが必要ではないかということをお話しいただいております。この中間とりまとめにおける考え方を踏まえて検討をしたものと御理解をいただきたいと思っております。

それから、太田構成員から、何が有効な同意なのか、同意においてもオプトアウトを必須としたらどうかというような御意見もございました。同意が適切に、もちろん有効な同意になることは必要でございます。これはもし制度ができた段階で、どのような同意が適切なのかというような議論を深めていくということかと思っております。

それから、オプトアウトが何を意味するのかということについて、太田構成員、小林構成員から、また石井構成員からも御意見をいただきました。こちらについては、どのような選択ができるのかということについて、実態を踏まえて検討を深めていきたいと思っております。

それから、寺田構成員から、2ページの必要な情報のところのOS情報、画面設定、言語設定と、ファーストパーティークッキーは少し性質が違うのではないかと御指摘は、そのとおりでございます。また、これは太田構成員の2回目の御指摘にもございましたが、これらの情報の性質を踏まえてさらに検討してまいりたいと思っております。

それから、沢田構成員からの御指摘でございますが、資料3・資料4に関連するところであり、資料3のところの説明が少し分かりにくくて恐縮でございましたが、資料3の4ページの誰が対象になるのかというところで、電気通信事業ガイドラインは、電気通信事業を行う者、これは電気通信事業を営む者を指しているということでございまして、元々電気通信事業者だけではなく、まさにこの電気通信事業法第164条第1項第3号の第三号事業者も含めた形で対象となっているということでございます。そのような意味では、直接御参照いただけるということでございます。このようなことについては、より分かりや

すく周知をしていきたいと思っております。

それから、生貝構成員から、この規律が端末に記録されたものか、処理能力かということで、端末に記録されたものというのはeプライバシー指令のときからということで、処理能力の方は今後eプライバシー規則案で議論されているということですが、この処理能力のところについてどのように捉えれば良いのかというのは、議論が必ずしも深まり切っているというわけではないと思っております。今回は端末に記録されたものを中心に議論しておりますが、処理能力について、どのような議論が行われているかということについては、今後も注視をしてみたいと思っております。

生貝構成員から通信の信頼性を確保するという観点から、個人情報、それから法人に関する情報も含めて電気通信事業法において規律するという考え方であろうかという御指摘がございましたが、そのとおりだと思っております。

それから高橋構成員から、第三者への提供で当事者も含み得るのかということで、当事者については、完全に排除しているということではございませんが、主眼としては、第三者への外部送信を主眼にしていると考えております。

非常に雑駁でございますが、このような形かと思っております。貴重な御指摘ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。非常によく、今の段階での事務局のお考え、それから構成員のコメントに対する応答と、整理していただいたかと思えます。

まだまだ御議論したいこともあるかと思えますけれども、予定の時間を例によって私の段取りが悪くて超過しておりますので、もし追加の御意見、あるいは前半のプレゼンテーションに対する御質問等も含めてございましたら、皆様の方で事務局までお寄せいただけないかと思っております。

その他、事務局から連絡事項がありましたらお願いいたします。

【小川消費者行政第二課長】 宍戸先生、事務局の消費者行政第二課の小川でございますが、一言先ほど御説明を漏らしてしまいました。今後の取扱いについての御質問をいただいたと認識をしております。このような御議論を本ワーキンググループでいただいたことを、よろしければ今後、電気通信事業ガバナンス検討会の方に改めてフィードバックをさせていただきます。そこで御議論いただければと思っております。以上事務局からです。

【宍戸主査】 ありがとうございます。その件も承知いたしました。構成員の皆様も御

了承いただければと思います。ほかに事務局より連絡事項はございますか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局ですが、次回会合につきましては、また、御連絡させていただきます。事務局からは以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、閉じようかと思いましたが、板倉先生から「個人情報保護法と電気通信事業法が分かれてしまうというのは理解しましたが、結局それは共同管理者概念がないことに起因すると思いますので、個人情報保護法に管理者及び共同管理者概念を入れることも含めて検討すべきと申し上げたい。」というコメントをいただいております。

もちろん個人情報の定義、あるいはそもそもの管理者概念、あるいは委託の問題、共同利用の問題、色々と個人情報保護法の側で御検討いただくべき論点というものもあるかと思いますが、幸いにしてというか、不幸にしてといえますか、このワーキンググループのメンバーの方々の中には、個人情報保護法にも大変精通して、また個人情報保護委員会ともコンタクトのある、非常に影響力の強い方も、板倉先生を筆頭に大勢いらっしゃるので、ぜひこの場での議論を、それ以外の場面でも、「総務省でこのような検討しているが、個人情報保護法でどのように受け止めるべき問題か。」というようなことも含めて、より議論を活発にしていいただければと思います。

そういった議論を、このような公開の総務省のワーキンググループの場で行い、その議論の仕切りということも含めて透明化していくということが重要であると、今の段階で私としては受け止めているところでございます。

今日はこのぐらいにさせていただきます。以上で「プラットフォームサービスに関する研究会 プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループ」第8回会合を終了させていただきます。

本日もお忙しい中、御出席いただき、また、お昼の時間まで食い込んで議論にお付き合いいただき、誠にありがとうございました。これにて散会といたします。