

情報信託機能の認定スキームに関する検討会（第 20 回）議事概要

日時：2021 年 11 月 4 日（木）15 時 00 分～17 時 00 分

場所：Web 開催

構成員）宍戸座長、生貝構成員、石原構成員、伊藤構成員、井上構成員、太田構成員、落合構成員、高口構成員、小林構成員、立谷構成員、田中構成員、日諸構成員、藤本構成員、古谷構成員、真野構成員、美馬構成員、森構成員、森下構成員、山本構成員、若目田構成員

説明員）一般社団法人日本 IT 団体連盟、株式会社 J.Score

オブザーバー）デジタル庁、個人情報保護委員会事務局、

一般社団法人日本 IT 団体連盟

事務局）総務省、経済産業省

- 資料 20-1 第 19 回検討会における主な意見（プロファイリング）（総務省）
- 資料 20-2 情報銀行認定制度における令和 2 年度個人情報保護法改正への対応（総務省）
- 資料 20-3 プロファイリングに関する審査の在り方と課題（IT 連）
- 資料 20-4 情報銀行認定事業者としての取組みと情報銀行事業におけるプロファイリングの取扱い（株式会社 J. Score）（非公開）

□意見交換

<第 19 回検討会における主な意見（プロファイリング）>

●情報銀行との関係でのプロファイリングとは、情報銀行自身が個人から預かった情報をプロファイリングして、その得た情報を誰かに提供する場面を想定しているのか。プロファイリングについて、どういう用途を想定しているのか。

プロファイリング結果につき、情報銀行がどのように利用することを前提としているのか。そのプロファイリング結果を誰かに提供する、ビジネスとして生かす等を前提としての議論なのか。（森下構成員）

●情報銀行自身がプロファイリングを行う場合に加え、情報銀行からの提供先がプロファイリングをする場合、情報銀行へプロファイリングの結果が提供される場合についても議論する。プロファイリング結果については、情報銀行自身が使う場合と提供先にその結果を提供して活用してもらう形のいずれもあると考えている。（事務局）

●禁止カテゴリーの創設につき、「実務上プロファイリング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」との意見がある。AI を使う場合に、広告の対象がどういう人なのかはブラックボックスで、AI が相関性を判断して処理することはあろうが、「実務上プロファイルが明確に作成することはほぼなく」とまでいえるのか。例えば 30 代の女性や郊外に住んでいる人を対象に広告をする場合、

データベースから、この人はそういう人なのではないかと推測したり、その推測の結果を適用したりすることがプロファイリングだとすると、そのプロファイルを作成することがほぼないとは言い難いように思われる。(森構成員)

●実務上の実感としてはない場合が多い。例えば Amazon の協調フィルタリング等において、豚肉とラマダンに使うペルシャ絨毯をよく購入している人に対しては、イスラム教徒だという属性はつかない。しかし、購入傾向から、宗教的な品物のレコメンドが成立する。このように AI の処理の中、パラメータの分岐でレコメンドが発生しているのだが、明確なプロファイルは発生していないので、それを人間が検知するのは難しい。このような観点からも、一般のプロファイリングに要配慮プロファイリングが紛れ込むことを回避するのは、民間事業者からすると難しい。(美馬構成員)

●政治広告のような、相関関係などよりは一定の対象へ広告を貼ろうといった広告主側の意図がある場合を想定していた。それぞれの守備範囲の問題であると理解した。(森構成員)

●禁止カテゴリーの創設につき賛成するが、何を禁止カテゴリーにするかはリスクの大小によることが想定され、リスクの捉え方は視点によってかなり違ってくる。例えば個人の権利の視点なのか、あるいは社会制度的な視点なのかを示さないと禁止カテゴリーが創設できない。具体的に禁止カテゴリー作成の根拠となるものはあるか。(古谷構成員)

●禁止カテゴリーをどのように創設していくかは、今後議論していくべき。要配慮プロファイリングに注意しましょうという考え方は、プライバシーの保護の考えから来ている。プライバシーは、個人のためだけではなく、伝統的に、民主主義といった社会的な利益のためにも守られてきた。個人的利益および社会的利益に対するリスクの大きさ等の観点から禁止カテゴリーを具体的に議論していく必要がある。(山本構成員)

<情報銀行認定制度における令和2年度個人情報保護法改正への対応>

●「仮名加工情報」につき、法律上同一事業者内での目的外利用はできるが、情報銀行内での目的外利用もしてはならないと考えるのか。してもよいと考えるのであれば、指針上、匿名加工情報を作成して提供する場合も同意を取るとされているので、「仮名加工情報」として目的外利用することも含め個人から同意を取ることとした方がよい。

「個人関連情報」について、例えば情報銀行が用いている 3rd Party Cookie とひもづける形で DMP から視聴利益などを取得し、情報銀行が持っている個人情報と突合する場合、Cookie で同意を取るのか、情報銀行のサービスとして同意を取るのか等、同意が併存する場合の整理も問題となり得る。

外国の第三者に対する個人データの提供に関し、情報銀行の提供先の事業者が海外のクラウドを用いているかについて、情報銀行として確認すべきかもしれない。(美馬構成員)

●情報銀行における「仮名加工情報」の利用については、「取得」と「提供」はしないと記載したとおりであり、情報銀行内部で「仮名加工情報」を作成して利用するという事はあり得ると考えている。(事務局)

●「仮名加工情報」は、情報銀行の中で利用目的とは違う活用をすること、例えば分析してアルゴリズムや統計を作ることも考えられる。情報銀行が包括同意を取る際、その中で「仮

名加工情報」として利用することを提示しておく、情報銀行として消費者への説明を果たすことにつながる。

情報銀行が「個人関連情報」を取得することはありえ、この場合、本人から同意を取得する義務という個人情報法の規律に加え、どのような事業者からその「個人関連情報」を収集するのかについてまで規定することも考えられる。(小林構成員)

●情報銀行が個人関連情報を取得する場合があるという意見があり、また、情報銀行から提供先に「個人関連情報」を提供することは想定されると書いてあるが、情報銀行は情報を個人データとして預かっている、情報銀行自体が「個人関連情報」をその事業として取り扱うことはないのではないか。情報銀行が別の事業の中で「個人関連情報」を持っているということはあり得る。(伊藤構成員)

●現在の指針上、「個人関連情報」は範囲外と認識している。今回「個人関連情報」が定義されたことを受け、これも情報銀行の範囲に入れていくべき。その場合、情報銀行が提供先として受け取る際の同意取得において、提供元の明示等の規律は導入する必要がある。

開示請求について、現在の指針では請求自体が簡易、迅速にできることが規定されているが、改正法の電磁的記録の提供は、請求自体は別に電磁的でなくてもよく、電磁的記録で提供をするということなので、現行指針ではカバーされていないのではないか。電磁的記録による提供をすることを追記することも考えられる。(太田構成員)

●保有個人データの開示方法について、情報銀行自身がどのような形式で開示のデータを返すのかは、もう少し具体的に書いてもいい。(生貝構成員)

●「仮名加工情報」については、情報銀行が内部で目的外利用することは考えられ、情報銀行の付加価値として、「仮名加工情報」の分析から得られた知見を活用することはありうる。しかし、これまでの情報銀行認定制度は、提供元から受け取ったデータを正しい提供先を選定して提供するという想定していたので、情報銀行から出ていかないものを扱うべきかは問題となる。

「個人関連情報」も同様で、「個人関連情報」を取り扱うかは情報銀行のビジネスモデルとして検討すべき。取り扱うとして、「個人関連情報」を取得して情報銀行で個人情報になる場合に、どこが提供元なのかを明確にすべきとの意見には賛成する。「仮名加工情報」と「個人関連情報」のいずれも、情報銀行の今のビジネスモデルとの関係で適当なのか議論すべき。(森構成員)

●資料上、個人データ取扱いの委託につき、委託された業務以外で取り扱うことはできず、突合もできないことが記載されているが、個人情報ガイドラインでは委託として整理した上で、提供先で同意を得る等の対応が必要と記載されている。これは、委託として情報銀行側で同意を得て提供元からデータを受け取り、委託として突合できることを記載したものと考えられるので、そのようなケースについて検討したほうがよい。(太田構成員)

●漏えい報告について、金融分野ガイドラインは今回の改正前から漏えい報告を義務づけしており、今回の改正を受け上積みがありうることから、これから出てくるであろう上積みの内容も参考にすることが考えられる。

不適正利用については、プロファイリングに限らず、今後の改定の間までに出てくる議論

があれば、取り入れていくとよい。

域外適用、越境移転の在り方について、情報提供は、例えば銀行が送金をするのに100か国先までの情報を集めるのは難しく、この義務の範囲に沿って個人情報も調査を思うので、情報の開示範囲の拡充はかなり重い義務になる可能性がある。越境移転において、情報提供以外の方法で何らかの規律を追加するほうが合理的である。(落合構成員)

●いただいたご指摘はいずれも検討させていただく。(事務局)

<プロファイリングに関する審査の在り方と課題 (IT 連) >

●データのミニマイゼーションが重要だというのは理解しているが、評価が難しい。例えば最後の Target 社の事例は、購買履歴から次はこの商品を購入すると予測したら、たまたまそれが妊婦に関わる機微なもので、要配慮プロファイリングが発生したというものであり、過剰なひもづけとは少し違う。(美馬構成員)

●プロファイリングとは、何らかの類型化をして、そこに識別可能な名称等をつけて取り扱う場合、例えば「この人は何々教徒である」とか、「政治信条がこうである」として1つの群として扱うものを指すのか。例えば生データを重ね合わせた結果、ある複数の商品を買った人はこの商品も買うからと、そのセグメントに対してオファーをする場合、対象の集合体に対して識別子をつけて区別しない限りプロファイリングにならないのか。

また、情報銀行がある情報を提供先に渡すときに、他のデータとの組合せによりプロファイリングの効果を得ることが予見できる場合、その可能性を本人に伝えたり、提供先に禁止させたりするなど、情報銀行が何らかの措置をとるよう規制を課すのか。(真野構成員)

●プロファイリングの定義だが、今回は、本人の評価に関するものと判断した。つまり、マーケティングや市場分析にとどまらず、例えば30代女性で特定の購入履歴がある人はこういうサービスを好むであろうという推定をし、本人を評価したことをプロファイリングとした。(日本 IT 団体連盟)

●プロファイリングについては、これまでの議論から実務的な運用をもう少し知る必要があると考えた。やや単純に、セグメントがリストとして切り出されており、そのリストが残っているイメージがあったが、ターゲティングと地続きの形で回っていて、必ずしも切り出せない場合もあると感じた。実態として、どこかの時点でセグメントを切り出して、そのリストが残るという形であれば、そのリストに乗っている対象の類型が一定の「属性」ということになるのだろう。

例えば Target 社の事例であれば、ベビー用品のクーポン券が送付されたことから、「ベビー用品のクーポン券を送るべき人たち」というセグメント・リストがあったように推測される。この人たちは妊娠の可能性があり、「ベビー用品のクーポン券を送るべき人たち」というラベルが貼られてリストができているのであれば、たとえ「妊娠している人たち」というラベルが直接貼られていないとしても、その切り出しの作業は、ターゲティングの目的から見て「要配慮プロファイリング」といえるのではないかと。

提供先がプロファイリングの効果を得ることが予見できる場合のリスクについては、もう少し考える必要はあるが、情報銀行の規律対象となると考える。(山本構成員)

●「不当な差別や偏見、その他の不利益を生じる可能性がないかを確認する」との箇所は根拠を明確にしておく必要がある。不当な差別や偏見等は時代や社会によっても変わることや、例えばアンコンシャス・バイアスが存在し、そもそも不当な差別や偏見だとは気づかないケースもあるところ、情報銀行による確認の適切性をどう判断するのか。

また、プロファイリングによる本人のリスクの記載につき、最後の「評価によって差別が助長される」との記載は明確だが、他の項目は個人の感覚のような記載である。問題となるのが例えば意思決定なのか、何らかの権利侵害なのか、そういった内容でリスクを判断しないと、十分な対策ができないのではないか。(古谷構成員)

●データ倫理審査会において、感覚で審査しないで、指標なり具体的な手段を明確にせよというのはそのとおり。今回の記載は教本に基づくものであり、審査の視点が記載されているものであるが、事例などを踏まえて進化させていきたい。(日本 IT 団体連盟)

●古谷構成員同様、リスクの具体化の記載は主観的な感覚に頼っていると感じる。EU の AI 規則でも、Cognitive liberty など、サブリミナルのような、認知プロセスに入り込み、意思形成過程をゆがめ、操作することを非常に問題視している。非常に細かくセグメントが切られてターゲティングが送られるような場合には、vulnerability を利用する形でつけ込むことも考えられ、意思決定への介入もリスクとして存在する。森構成員の意見のように、政治プロセスといえますか、民主主義、選挙の公正に対する影響もリスクとして考えておく必要がある。(山本構成員)

<情報銀行認定事業者としての取組みと情報銀行事業におけるプロファイリングの取扱い> (当日非公開、議事概要のみ公開)

●情報銀行認定スキームの社会的な認知度が低いのはとおりであり、せっかく認定を取っていただいたのであるから、認定事業者が安全な事業者であることは、認定側で示していくべき。認知度の向上は非常に重要な問題である。

AI スコアの流通において、特に提供先の選定や、提供先でスコアをどう使うかは問題である。選定基準に、不当な差別、不利益を生じる懸念のある企業の回避とあるが、どのような基準で不当な差別、不利益が生じるおそれがあると考えているのか。(森構成員)

●実際には各企業の事業そのものが、不適當となる(差別や不利益を生じる)可能性は少ないと思われ、重要なのは利用する目的が不当な差別や不利益に繋がらないということだと考えている。具体的には「本人の努力とは関係しないような理由でサービスの対象から排除されてしまう」、あるいは「結婚、進学、就職といった重大なライフイベントの判定に使われる」、「通信、交通、病院等の生活インフラの提供を拒絶される」といった利用目的の場合には AI スコアを提供しない方針。単純に企業の事業目的だけではなく、どういう利用目的で使っていくのかを見ていくことが重要。(株式会社 J.Score)

●データポータビリティの議論が進んでいる中で、このデータポータビリティを使ってデータを収集する機会を、どの程度実質的な機会として捉えているのか。また、データポータビリティにより GAF A のようなデジタルプラットフォームが持っているデータを取り込むといったものを推進していったほうが良いと考えるか。(小林構成員)

●GAF A 等の保有する様々なデータについて、このような形で有効だと明確に申し上げることは難しいが、データは異質なものが組み合わせることによって新しい価値やビジネスの創造につながるものだと考えている。

他社との議論から感じることは、むしろ豊富にデータを持っている企業に自社データのみでは限界を感じていると述べるケースを多く見受ける。このような企業と情報銀行スキームを使ってスコアを含むデータを掛け合わせることで新しいビジネスをできないかとの議論につながる。個人のお客様への十分な説明と同意は前提として、データの掛け合わせは、このビジネスを発展させる上で非常に重要なトリガーになりうる。(株式会社 J.Score)

●今後、AI スコアの利用を情報銀行へ発展していく場合、いずれ AI スコアが個人の同意に基づいて第三者に提供されることが想定される。その際に、提供先や利用目的等は審査することのだが、提供先の企業が AI スコアを利用する目的はレンディングに限られず、提供先の利用目的を J.Score が審査して大丈夫であれば、このスコアがレンディング以外の目的に使われ得るという認識でよいか。

ある情報につき、プロファイリングに該当する・しないと情報単位で定義するのは難しい。J.Score の中で AI スコアをレンディングに使用することはプロファイリングや個人の選別ではなかろうが、そのスコアを別の目的で使用し、それが機微な選別に関わってくる場合はプロファイリングになると考えられる。情報単位でプロファイリングを絞っていくと、いろいろなビジネスの展開の阻害にもつながりうる。(高口構成員)

●弊社の AI スコアを情報の 1 つとして企業に提供し、他のビジネスにおける活用方法を検討することはまさしくチャレンジ課題と認識し取り組んでいる。弊社のデータ、スコアは、レンディングサービス提供に活用しているが、他のビジネスにおける活用方法について、例えばシェアリングサービスのプロセスを改善できないか、あるいは、新しいリスクコントロール商品の開発に活用できないかといったことを議論しており、お客様の同意と承諾をいただくことを前提として研究開発することを検討している。

スコアリングは何らかの目的を定めて行われるものであるが、他の目的に転用できるのか、どのような他分野での有効性があるのか、情報銀行というスキームを使って確認し、お客様の役に立つ新しいサービスの開発にチャレンジをしていく領域だと認識をしている。(株式会社 J.Score)

●AI スコアのレンディングと個人のコントロールのバランスについて質問したい。例えばアンケートにどう答えるとどれくらい金利が下がるのかは、利用者からすると知りたい事項だが、それを教えてしまうと仕組みをハックされ、事実とは回答するといったことが生じうる。利用者に回答内容によるスコアが変動の仕組みを説明するのか。(太田構成員)

●まずスコア変動の仕組みについて説明はできない。金融機関は融資を行う際、スコアリングなどを用いて審査し、条件を最適化しているのが一般的である。弊社はスコアリング結果そのものをお客様と共有する、多分日本で初めて行ったチャレンジングなビジネスモデルである。AI スコア変動の仕組みは審査ロジックに直結することもあり、不正防止もあり開示はできない。

世の中が変わっていく中で、データの重要性、お客様のセグメントが、変わるとともに、

モデルの中身も少しずつ変わるため、AI スコア変動の仕組みは一概、一様に回答できるものでもない。(株式会社 J.Score)

●AI でよく起こる間違いとして、説明変数としては十分相関が取れるのだが、因果関係がないものを入れて、公平性等の問題が生じることがある。今回、趣味等、因果関係が疑わしいものもスコアリングに使われているようだが、説明変数について、因果関係等も含めて精査されているのか。(美馬構成員)

●どの情報がどの程度重みづけをされ、どのように投入されてきているかは回答できないが、投入されるデータの組合せを含めた効き具合の検証、およびそれぞれの項目が最終的にどのような形で AI スコアに反映されているのかは点検している。意図しない形でモデルに展開されていないことは事後的にも確認している。お客様からの問い合わせなどをモニタリングしながら、正しく運用されているか、サイクルを回すことが重要。(株式会社 J.Score)

●スコアリングそのものについては、ファイナンシャルインクルージョンの観点からも、否定的には考えてはない。

スコアに対する異議申立てに対して、どのような対応をしているのか。

また、AI スコア自体は、個人情報保護法上、要配慮個人情報ではないとの点は理解できるが、出てきた結果自体が要配慮個人情報そのものではなくとも、それを推知するプロファイリングを「要配慮プロファイリング」と名づけて、一定の注意を行っていく必要はあると考えており、今回のケースはそれに当たる可能性もある。J.Score の中ではレンディングという返済可能性をみるとしても、提供先での受け止められ方、使われ方次第で、スコアが独り歩きしていくこともあり得る。そうであれば、不利益を与え得るデータのカテゴリーになっていく。提供先の審査のほか、その後、提供先がスコアを適切に使用しているか J.Score 側が定期的なモニタリングないしチェックするような機会はあるのか。仮にあるとすると、どのように行っているのか。(山本構成員)

●AI スコアへのご意見に対しては丁寧に説明をするしかない。入力いただいた情報を踏まえ適正なレンディング条件を提供するためのスコアリングモデルにより計上した結果であることをお伝えし、理解いただいている。

要配慮プロファイリングに当たらないように取り組んでいるが、AI スコアが第三者に渡っていき、それが独り歩きする形で使われていくと、それが要配慮プロファイリングに該当するリスクがあることは理解している。

だからこそスコアを流通させる場合には特に留意が必要であることから、提供先について、現段階ではかなり制限しており、認定上求められている情報管理体制に加えて、レピュテーションリスクを共有できる企業に限定している。また、お客様に共有・同意いただく利用目的や、事後の変更については事前に弊社の承認を得ること、また事後のモニタリングにより問題があった場合には弊社が立入りで先方企業の取扱い状況について確認することについても御理解をいただく運用としている。(株式会社 J.Score)

●J.Score では AI 活動の原則が定められており、ビジネスにおける人権尊重の観点から非常にいい取組みだが、現在、ビジネスにおける人権尊重の面で、こういった方針を示すだけでなく、実際にどんな負の影響、マイナスの影響が生じるのか、あるいは生じたものに対

してどのような是正をしているのか、あるいは救済をしているのかという手続的観点、いわゆる人権デューデリジェンスが非常に求められている。多くの企業でこのビジネスにおける指導原則、人権に関する指導原則に則った形で進めているのだが、そういったものを具体的に活用しているのか。(古谷構成員)

● 実際の実務への落とし込みは大変重要だと思うが、今後レベルアップしていく課題と考える。現状は、AI活用ポリシーを制定し、時勢に応じた改定の必要性についてAI倫理審査会で議論することに加えて、AI活用ポリシーを社内研修で毎年全社員に対して徹底させて実効性を上げている。行動レベルで更に実効性を保っていくやり方については引き続き検討していきたい。(株式会社 J.Score)

以上