



# 第13回会合における事業者からの主な発言

---

2022年6月17日  
事 務 局

御社は広告の配信事業者としての側面もあると思う。様々なサイトがタグやAPIなど、色々な仕組みでYahooの広告を表示していると思うが、そういったサイトにYahooのタグなどが設置されていることについて、Yahooから事業者に対して、利用者に対する説明振りに関し、情報提供やひな型など出しているのか。【板倉構成員】

## ヤフー株式会社

- サイトにタグを設置いただくクライアントに対して、こういった内容をプライバシーポリシーなどでユーザーに分かりやすいように説明してください、ということをお願いしている。定期的に監視を行い、不備があれば指摘できる体制なども検討している。

取引先も含め、ヤフーが決めているプライバシーポリシーを実践できるよう、モニタリングも含め、どのようにしているか。【古谷構成員】

## ヤフー株式会社

- たくさんの方に広告サービスを使っていただくということで、モニタリングにはまだ課題があると認識している。広告を掲載する際に行っていただきたいことは説明しており、理解していただけたところに広告を掲載している。

モニタリング項目3.2におけるヤフーにデータ取得をさせているサイト等において、求めている事項について、それを遵守できていないことをどのように把握しているか。また、そのような状況に対してきちんと遵守させるようにするために、サイト等の運営者に対して遵守させるための施策について、どのようなことを考えているか。【太田構成員】

## ヤフー株式会社

- 全てのサイトで遵守できているかについては、外部から御指摘などをいただくこともあるので、改善の余地があるのではないかと認識をしているところ。
- 遵守させる施策については、営業担当者などから説明し、広告掲載いただいているメディアの方にきちんと必要性を御理解いただき、重要性を理解した上で対応いただく、という人海戦術で現状は効率が悪いと思う。効率化できるソリューションなどあれば良いとは思いますが、検討段階。

Yahoo! JAPANのサイトから情報を取得している第三者の一覧のようなものを表示しているとのことだが、これらの第三者は基本的に行動ターゲティング広告を配信する目的で利用するということが書いてあるが、本当に広告目的のみでデータを利用しているのか、ということについてどのように確認しているのか。あるいは確認していないのか。【太田構成員】

### ヤフー株式会社

- 契約を締結しており、広告目的以外に利用すれば、契約違反となる。立ち入って詳細に監査を行ったりしてデータの流れや利用状況を完全に把握することは難しい。ガバナンス体制の中の会議体で、目的外利用などされる可能性や懸念の有無などを確認し、本当にそこにデータを出して良いのかを検討した上で、当該第三者が取得できるようにしている。

プライバシーを基本的人権として捉えているか。プライバシーポリシーが非常にユーザーに分かりやすく充実した内容になっていると思うが、もう少し広く人権という観点で捉えれば、もう少し広い観点での表示にもなり得るのではないか。【古谷構成員】

### ヤフー株式会社

- 海外他社とでは適用される法制度なども異なっていて同じ言葉で表現することは難しい。とはいえヤフーにおいて顧客のプライバシー保護を第一と考えており、これには近い意味を含むものと思っている。例えば事業者側で顧客のプライバシーに影響があるような、特に不利益になる影響があることや顧客が予測できないようなことを、事業者側の理論で生じさせないようにしようと考えている。顧客の権利利益についてどのように理論的に結びついているか、そこまで精緻な整理が社内できているわけではないが、思想としては、顧客の基本的人権は当然侵害しないこと、顧客の権利利益に本人が不測の影響を与えない、不利益にならない、といったことを考えていると御理解いただきたい。

プライバシーポリシーの改定内容の履歴が示されており、なかなかここまでしているところはないと思うが、記載されている改定内容（改定理由）が不十分に思える。もう少し具体的に何か課題があったから解決するために改定に至ったと思うが、そういったところの考え方を教えてほしい。【古谷構成員】

### ヤフー株式会社

- 改定履歴は外部からの指摘を受けて、最近ようやく対応できたところである。説明手法についてはまだ不足があるのは認識しているので、さらに改善していきたい。改定理由は、新旧対照表を出し、重要なところをサマリやQ&Aで書いているが、細かく説明し過ぎてしまうところが重要なのか顧客に伝わりづらいところもあるので、重みづけなど苦労している。ただ、重要なところはきちんと理解していただきたいので、サマリやQ&Aを作り、より詳細に見ていただくということであれば、改定履歴の新旧対照表を用意している。それでも足りなければお問合せをいただくことで、考えている。

オープンなエコシステムや自由な競争環境と、プライバシーやセキュリティはどちらかがエクストリームを追うものではないとの認識。また、当然それぞれの企業の施策にはそれぞれのビジネスモデルに応じた選択というものがあるとも考える。欧州のデジタル市場法においてサイドローディングを求められていたり、アメリカにおいてもそのようなことが求めているオープン・アプリ市場法案が審議中など、世界的に難しい状況にある。こういった状況に対する考え方を教えて欲しい。【生貝構成員】

### ヤフー株式会社

- プライバシーの考え方については、過渡期にあると考えており、顧客によっても感度や気にする点が違う中で、様々なサービスを提供して、使っていただいているため、悩みが色々ある。こちらから押しつけるのではなく、顧客が選べた方が良さだろうとは考えている。その上で、顧客がサービスを利用するのはプライバシー保護のためではなく、一義的には利便性を享受したいがために使うので、きちんと利便性を提供した上で、顧客の予測可能性を害するような使い方になっていないか、権利利益への予測不能な影響や不利益を与えてしまうことにならないようにする、というところが重要ではないかと考えている。

PIAの窓口をDCO室ではなく、DPO部門に設置しているのはなぜか。【小林構成員】

### ヤフー株式会社

- 試験運用を始めるにあたり、差し当たってPIAに関する専門性を有しPIAの実施を指示することができるDPOを窓口とすることで、まずはPIAを必要とする案件を漏れなく補足することを目的として、暫定的にこのように取り決めた。
- 現在、本格運用に向けて取り組みを進めており、設置部門についても改めて検討を行う予定。

PIAに基づくリスク対策の評価は、DD会に付議するのか。【小林構成員】

### ヤフー株式会社

- 試験運用を始めるにあたり、形式的にはDD会への付議を要件としていないものの、開発/企画責任者の承認の上、専門部門（セキュリティ部門、法務部門）による影響評価を行い、影響への対処と評価を実施し、これらをDPO部門がレビューすることとしている。なお、PIAを実施する中でリスク評価にあたり部門を超えて検討が必要な場合などは複数のDD間で調整が行われることを想定している。また、PIAの実施を通じて認識したリスクやそれに基づき設定した禁止事項等（たとえば、特定のデータについて他の特定のデータと結合させてはならない等）が全社に及ぶ場合については、DD会で検討したり報告したりすることも想定している。
- DPO部門によるレビューでDD会での検討や報告を求めることもある。
- 現在、本格運用に向けて取り組みを進めており、その中で改めてPIAに関するチェック体制について検討を行う予定。

位置情報については直接的に取得方法であるGPS、Wi-Fi情報、Bluetoothもあるが、間接的な情報(実店舗における決済や、ビーコン的なもの)からも取得できることから、どのように利用者に説明しているのか。【佐藤構成員】

## ヤフー株式会社

- 直接的な位置情報のほか、オフライン決済時の店舗に紐づく住所情報を精度向上のための補完情報として利用する場合がある旨をプライバシーセンターにおいて説明している (<https://privacy.yahoo.co.jp/utilization/location.html>)。
- プライバシーセンターにおける記載は次のとおり。

-----

Yahoo! JAPANでは端末の機能を利用して、位置情報の送信の設定を許可いただいたアプリにおいて、以下の位置情報を取得して利用しています。

- ・GPS位置情報
  - ・端末の周囲にあるWi-Fiアクセスポイントと電波強度の情報
  - ・接続したBluetooth対応機器の識別情報 (Bluetooth対応機器に接続していない場合、その識別情報は利用されません)
- また、以上の位置情報に加え、精度向上のために、補完情報として以下の情報を利用する場合があります。
- ・オフライン決済時の店舗にひもづく住所情報

-----

位置情報の履歴の提供についても間接的に取得されている位置情報は含まれているのか。【佐藤構成員】

### ヤフー株式会社

- 「パーソナルデータの管理＞位置情報の履歴」では、お客様がYahoo! JAPANの特定のアプリで位置情報（端末から取得可能なGPS位置情報、Wi-Fi情報、Bluetooth情報等）の取得・利用を許可した場合に、許可したアプリから取得した位置情報を対象としており、決済情報は含まれていない。

ビーコンが代表的だが、パーソナルデータに関してはOS側で取得を制限できる情報とアプリケーションから制限される情報が混在している状況にあり、ユーザーはOSで制限しているつもりでも、アプリが他の手段で取得しているケースも想定される。その意味ではユーザーの理解と、実際の情報の取得を一致させる必要があるが、それに関わるヤフー株式会社の取組を教えていただきたい。さらに、これに関わってOSベンダーへの望むことはあるか。【佐藤構成員】

### ヤフー株式会社

- プライバシーセンターの「Yahoo! JAPANが配信する広告などへのパーソナルデータの利用」において、Yahoo! JAPANの配信する行動ターゲティング広告の有効化/無効化についての説明と合わせて、スマートフォン端末の広告設定について、iOS、Androidが発行する広告用の一時的なIDを使ってアプリに掲載される広告についての有効化/無効化の設定に関する説明も実施（<https://btoptout.yahoo.co.jp/optout/index.html>）。
- また、2020年9月15日にスマートフォンにおける行動履歴に基づいた広告の配信設定の変更を行った際には、その内容をメールでの御案内及び主要サービスでの周知を実施するなど、お客様に御理解いただけるように努めている。

モニタリング項目3.2について、他アプリ提供者やサイト運営者に対して「オプトアウトの方法について通知を行うとともにお客様から必要な同意を取得することを規約で義務づける等の対応を行って」いるとのことだが、どの程度遵守されているのか。また、他アプリ提供者やサイト運営者に対して、これらの義務を遵守させるためにどのような施策を行っているのか。【太田構成員】

## LINE株式会社

- 具体的な遵守状況の把握については不十分な点があるため、具体的な施策を現在検討中である。

資料1-3（説明資料）P28の「LINEの面から外部事業者への情報送信」に関して、LINE株式会社の掲載ページにて「他社媒体に掲載した本サービスの広告の費用を広告代理店に支払う目的で広告掲載効果を測定するため」と利用目的を限定されているが、一覧にはFacebookやGoogle等も含まれ、これ以外の目的での利用もされている認識である。特別な契約を、別途、FacebookやGoogle等と契約を結んでいるのか。【太田構成員】

## LINE株式会社

- 弊社掲載ページに「広告掲載効果を測定するため、または利用状況の分析等のために」と記載し、他社モジュールごとに利用目的を記載しているとおり、他社モジュールの利用目的は広告の効果測定には限定されないものと考えている。



パーソナルデータは間接的・推測的に取得できるものが多いのが実状である。位置情報を例にとると、位置情報を直接的に取得方法、GPSやWi-Fi情報だけでなく、店舗などに設置したビーコンや実店舗決済などを通じて間接的に取得できる。その一方でOS側は前述の直接的に取得できる位置情報だけを想定していることもあり、ユーザーはOS側で位置情報の取得を止めたつもりでも、アプリケーションはBluetoothやビーコンなどを通じて、事実上、端末の位置情報を取得できる状況が想定される。LINE株式会社としては、間接的に取得する位置情報を含めて、間接的や推測的に取得されるパーソナルデータについて、次の質問にお答えいただきたい。

質問①：どのように管理（ユーザーの取得可否の設定と実際の取得情報状況の一致性の確保）しているのか

質問②：どのようにユーザーに説明されているのか。

質問③：パーソナルデータの第三者提供においては、提携先の契約等が重要であるが、契約と実際の利用状況に齟齬があってはいけないわけで、どのように契約内容の実施を担保しているのか。

質問④：委託に関しても、単なるデータ前処理もある一方で、データ分析まで含まれると、LINE株式会社と同等の対応が必要であるが、それについても教えていただきたい。

質問⑤：LINE株式会社は未成年者の利用も多いはずだが、未成年者向けの説明と保護者による管理をどのように取り組まれているか。

【佐藤構成員】

## LINE株式会社

### 【質問①】

- プライバシーポリシーや個別の設定画面、ヘルプページ内で分かりやすく説明することによって、ユーザーの皆様の取得可否の設定内容と取得情報との間に認識の齟齬が生じないように努めている。

### 【質問②】

- GPS位置情報やBeaconに関する情報については、設定時の同意画面やヘルプページにおいて、アプリ側の設定をオンにするだけでなく、端末側の位置情報やBluetoothに関する設定をオンにしなければLINEは情報を取得しないことを説明している。
- また、上述の位置情報の設定内容に関わらず、IPアドレスを取得し、取得したIPアドレスをユーザーの皆様の位置を推測する場合がありますことを説明している。

**LINE株式会社**

(つづき)

**【質問③】**

- 提供先の企業等との間で、パーソナルデータを適切に取り扱う旨の契約を締結するとともに、必要に応じて提供先に対して注意喚起や周知等を行うことによって、契約内容が担保されるよう努めている。

**【質問④】**

- パーソナルデータの取扱いを委託する場合、適切な委託先を選定した上、当該委託先との間で、パーソナルデータが適切に取り扱う旨の契約を締結している。
- また、当該契約内容が担保されるよう委託先におけるパーソナルデータの取扱い状況について定期的に評価を実施している。

**【質問⑤】**

- LINE安心安全ガイドでは、子供向けにLINE IDやQRコードを知らない人に教えない、インターネットに投稿しない等のネットマナーを分かりやすく記載して説明している。また、青少年に安心安全にLINEを御利用いただくための取組の一環として、18歳未満の利用者、年齢認証を行わない利用者のLINE IDの検索機能を制限するとともに、QRコード経由でのグループ参加も年齢認証で制限している。

**プライバシーポリシーが非常に長く、かつ文章のみで記載されているが、スマホ上では読みにくいと思われる。図示するなど読みやすくする工夫への取組を教えてください。【古谷構成員】**

**LINE株式会社**

- LINEプライバシーポリシーの各項目の冒頭にサマリを記載し、全文を読まなくとも概要が理解できるよう努めている。
- また、LINEプライバシーポリシーの概要をまとめたプライバシーセンターを設置し、イラスト等とともにユーザーの皆さまに分かりやすく説明をすることで、内容を御理解いただけるよう努めている。

プライバシーポリシーの中にある、重要な内容、たとえばパーソナルデータの提供に対して委託等により外国の従業員がアクセスすることがあるといった記載があるが、ユーザーが知りたいのは、さらにどのように管理して、問題発生時にどのように信頼できる対応をするかだと思われる。別の「安全管理」の項目をみてもよく分からないので、今後ユーザーが判断できるための情報提供を希望する。

【古谷構成員】

### LINE株式会社

- LINEが講じているパーソナルデータの安全管理措置については、セキュリティ&プライバシー (<https://linecorp.com/ja/security/article/110>) のページで補足説明をしている。
- LINEプライバシーポリシーにも上述ページへのリンクを貼り、ユーザーの皆さまのアクセスが容易になるよう努めている。
- また、インシデントが生じた際には、対象となったお客様への通知やセキュリティ&プライバシーのページでインシデントの内容の公表等を行っている。

プライバシーポリシーの記載箇所が「LINEについて」の項目にあったが、これでは見つけられないと思う。重要な内容なため、すぐ分かる場所への記載を要望する。【古谷構成員】

### LINE株式会社

- 御意見を踏まえて、プライバシーポリシーへの導線については検討する。

プライバシーセンターがスマホ上で見つけられない（Webでは見つけられた）。【古谷構成員】

### LINE株式会社

- スマートフォンのLINEアプリからは、設定内のLINEプライバシーポリシーにアクセスしていただき、同ポリシー内からプライバシーセンターにアクセスしていただくことが可能である。