



第16回会合におけるオブザーバー等からの主なご発言

2022年8月25日
事務局

ベストプラクティスをなかなか見いだせないということをおっしゃっていた。具体的にはどのような内容が良いのか、事業者と利用者との対話が必要だと思うが、より良い方法を見いだすために、そういったことは考えていらっしゃるのか。【古谷構成員】

経団連 若目田オブザーバー

- 経団連の最も重要な役割の一つと承知しており、先ほど紹介した関連組織の経済広報センターや、消費者からのモニタリングを受けるようなセンターとコミュニケーションを図っていくことも一つの方策かと思う。
- そうような場の必要性に関して、ほかの構成員の方からも意見があったと思うが、そういった機会があれば積極的に参加していきたい。

基本的な考え方のところ、以前から一般法と特別法のことをおっしゃっている箇所があり、二重規制の問題を御指摘されているところであるが、個人情報保護法と電気通信事業法で、個人情報保護制度の趣旨がかぶること自体は一般法でも特別法でも制限されるものではないとともに、一般法と特別法は、AかBかどちらかが適用されるという話ではなく、その対象を絞っていないか絞っているかの違いであり、共通の規律があったとしても、対象を絞っているものについては、そちらが優先的に適用されますというのが一般法と特別法に係る理解だと思うため、適用関係があったとしても、特別法が優先するというだけの話ではないかと思う。

問題意識として、適用関係を整理すれば何が良くなるのか。具体的には個人情報保護法の規律と、タグを使って直接取得させるという、利用者情報を取得するという、個人情報保護法では必ずしもカバーし切れない領域について、電気通信事業法の規律を設けることとなる。この関係の整理をすることで、新経済連盟にとって何が良くなるのか明らかにしていただきたい。【石井構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- 改正電気通信事業法が成立する前から、私どもが申し上げていたところではあるが、法目的がそれぞれ別々だということで、二重規制には当たらないのだという議論をいただいていたと思う。ただ、実態として、規制がかかってくるときに、罰則等もあるわけだが、オーバーラップする部分があれば、異なる部分もあるのかと思っている。
- 今回、電気通信事業法の関係だと、まずは電気通信事業者と第三号事業者のみが基本対象になってくるということであるが、境界線がどうなるのだろうかということが一つある。また、電気通信事業法に対する体系的な理解も、特に第三号事業者について、あまり実体的な規制もそこまでかかっていないため、十分意識がされていないというところもあると思う。
- 利用者情報が従来の個人情報からもはみ出る部分があるというようなことで、そういったところをなかなか事業者の理解が十分いってないという実態があるため、実務的にワークさせるには、その差異をまず明確にさせていただくことが必要ではないかということをお願いしている。

資料2の3ページにおいて、プライバシーポリシーとクッキーポリシーを二本立てで用意しなければならなくなると、事業者にとって負担があるという意見があるが、利用者情報を取り扱う事業者が、そのクッキーポリシーをつくることすら負担だから嫌だとおっしゃっているのか。そして二本が一本になると楽になるのか。問題意識をもう少し明らかにしていただきたい。

もしクッキーポリシーをつくるのが事業者にとって負担になるということであれば、それはその事業者の姿勢としていかなものかとも思う。その点についても、お考えを伺いたい。【石井構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- 個人情報保護法で必要となってくるような、プライバシーポリシーやクッキーポリシーで明示しなければいけないものと、今回、電気通信事業法で明示することが必要となってくるようなものを別々に分けて、それぞれについてプライバシーポリシーやクッキーポリシーをつくって出さなければいけないとなると、事業者にとっては負担というところも当然ある。それに加え、利用者にとっても非常に分かりにくく、難しいのではないかとことがあるため、ここは別々につくらなくてもいいように、調和させ、一本のもので対応できるようなものにしていただければという意見である。

資料2の2ページにおいて、新たな規制が適用されることとなる事業者の範囲に意見されている。この点について、情報提供サイトと自社サイトの区別が問題になるのではないかと思うが、新経済連盟において何か見解はあるか。【板倉構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- 新経済連盟の中で具体的な議論をしたというわけではないが、実際そういった問題も限界事例としてありそうな気はしており、こうした点についても、問題になりそうなところは考え方を明示していただけるとありがたいと事業者の立場としては思っているところである。

通知・公表すべき内容としての利用目的について質問したい。Third Partyに送信してしまったとき、直接Third Partyが取得した場合に、その利用目的まで正確に把握したり管理することはできないという話は全くそのとおりだと思った。ではFirst Partyとして、御自身のウェブサイトやアプリの中で、情報送信指令通信をなぜ行うのか、その目的というのは書けないものなのか。

それは、利用者としては知りたいところであり、利用者がネットを使うのはタダではないということを知るため、一般的な感覚として共通認識を持つためにも役に立つのではないかと思う。典型的には媒体として広告収入を得るためということかと思うが、もちろんそれに限らないと思うが、そういうことをどこかに書いていただくということは案にならないか。【沢田構成員】

JIAA 柳田オブザーバー

- First Partyが利用目的を記載することについては、資料3の7ページになるが、ガイドラインにおいて、媒体運営者の義務として自社サイトに行動ターゲティング広告が配信されていること及び行動ターゲティング広告を配信する配信事業者の名称を表示するというのがまずあり、その上で自らのウェブサイトを通じて利用者情報を広告提供事業者に取得させる場合には、その旨を書くということになっているため、その意味では広告目的であるということについては明確にFirst Partyの側で記載されることになる。
- ただ課題として御指摘をいただいているとおり、また我々からも課題として提示したとおり、広告以外の目的で利用されるということが、もし送られた先で行われるとすれば、そこを記載していく必要があるということになるが、私どものガイドラインに関しては、そこまでの範囲を対象としていないということである。

ガイドラインをつくって自主的に取り組んで、ベストプラクティスも生み出そうとされているところは、大変御努力に賛同する。その自主ルールの定め方について、事業者だけで定められたのか。発表の最後の方で課題があったと思う。利用者視点から考えると、利用者も関与する形でガイドラインなどを定めることが有効だと思うが、それはされているのかどうか、今後されるのかどうかを伺いたい。

【古谷構成員】

JIAA 柳田オブザーバー

- ガイドラインに関して、例えばこういった政府の検討会で出された消費者の代表の御意見や各事業者がユーザーからの声を受け止め、反映させていることがある。また、現在ユーザーに対する意識調査も行っているが、こうした調査を通じてユーザーの声を丁寧に拾っていくことも行っている。
- ただ、今後例えば具体的な記載内容や、こういった書き方がユーザーの方、消費者の方にきちんと伝わるのかといったことについては、ぜひ消費者の皆様の声をお聞かせいただくような場をつくりたいと思っている。

外部送信のオプトアウト、特にオプトアウトCookieに関するものについて意見したい。オプトアウトCookieの場合には情報送信指令通信が生じるが、どのように消費者の方に伝えていくかが重要かと思う。これは、第8回なり大分前から指摘していることであるが、情報送信そのものは止めず、ただし本人に対するターゲティングをやめ、利用を止めるという議論である。

本日、資料3の18ページを見る限り、取得を止めることと、利用を止めること、それぞれ両方のパターンで機会を確保するという御案内があった。私の想像では、実際に広告事業者としては、取得は止めないで、利用を止めるというところをもっと明確にすることによって、オプトアウトCookieの運用は正確になるのではないかと考えている。【小林構成員】

JIAA 柳田オブザーバー

- オプトアウトに関して取得を止めるということ、あるいは利用を止めるということに関しては、各社の技術によるところも大きく、広告を提供している事業者が、どのようなシステムで、あるいはその他の事業も含めてどのようなことを行っているかということによるところがある。
- ただ、広告での現在のThird Party Cookieのオプトアウトに関して言うと、行動ターゲティング広告の配信に関する部分は利用が止まるということになるため、言い換えれば、行動ターゲティング広告のための情報の取得は停止するとは言えるが、通常の広告配信は継続されるため、そのための情報の取得は継続されることとなる。
- 情報の取得の停止又は利用の停止とガイドラインには記載しているが、例えば完全に取得を停止するというようなシステムの場合もあるかもしれないが、一般的なThird Party Cookieのオプトアウトに関しては、利用を停止するということになっているのは、広告配信自体を停止するわけではないという理由による。

資料5の5ページにおいて、「オプトアウト措置を取っている場合は外部送信に関する通知・公表が不要になるため、通知・公表と同様の措置（ポップアップ等の能動的な手法）をとるべき」と意見されている。同じようなレベルでの措置を必要とするというのは、同じようなインパクトがあるから、影響があるからかということなのかと思った。そこまでレベルを合わせることについての理屈について、もう少し御説明いただきたい。【小林構成員】

MyDataJapan 伊藤オブザーバー

- オプトアウト措置を取っている場合でも、通知・公表と同様のポップアップ等の措置を取るべきかということに関して、私としては同様の措置を取るべきだと思っている。
- オプトアウトの有無で利用者のインパクトというものは変わるわけではなく、用意されているのであれば、利用者にそれを知っていただくことの方が結果的にその事業者に対する信頼の向上にもつながると思っているため、同様の措置を取るべきと考えている。

資料6の1ページにおいて、論点3について、「外国の場合の移転国、移転国の個人情報保護制度」を通知又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項とすべきという意見があったが、調査するのは大変ではないか。外国の電気通信に係る保護制度を書くことができるのか。【板倉構成員】

TCA 奥田オブザーバー

- 御指摘の点はごもっともかと思う。電気通信事業者協会の中でさらに検討をしていく中で、実際できること、できないことなどがあるかと思うため、その実現性も含めて検討していきたいと思う。