

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20回)

令和4年11月4日

【宍戸主査】 それでは、まだお集まりでない構成員の方もおられるようではございますが、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20回会合を開催させていただきます。

本日も皆様、お忙しいところお集まりいただき、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という観点から、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。

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の丸山です。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。

本日の会議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。御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きます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いただければ対応させていただきます。

本日の資料につきまして、本体の資料は資料1から資料3まで、参考資料が1から3ま

でとなります。注意事項は以上となります。

なお本日、生員構成員は11時頃からの御参加、山本主査代理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、よろしくお願いたします。

【宍戸主査】 承知しました。それでは議事に入ります。本日はアジェンダ1個でございますが、外部送信規律に係るガイドライン等についてということで、事務局より資料1、2、それから資料3の御提出がございます。事務局よりこれらの資料について御説明をいただき、質疑応答を含めて御意見をいただくことにしたいと思います。

それでは、事務局から御説明をお願いいたします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局です。まず、資料2について簡単に触れさせていただければと思います。これまで外部送信規律の省令案について御議論をいただけてまいりました。その際、御意見いただいた内容について、今後ガイドライン等で対応すべき事項として6点いただいております。これらを踏まえてガイドライン案を作成しております。このガイドライン案については、年内に案を取りまとめていただきたいと思います。おまして、本日は事務局としての第1案ということで御説明させていただければと思います。

それでは、資料1を御覧ください。外部送信規律に関するガイドライン案ですが、現行の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の中に、外部送信に係る利用者に関する情報の取扱いということで章を1つ設けて、対応したいと考えております。

1ページ目でございます。四角囲みの中がガイドラインの条文自体になりまして、こちらは、法律の条文と省令を電気通信事業者向けに書き下した内容となっております。新たに盛り込んだ内容などはございません。従いまして、四角囲みのガイドライン部分以外の部分が解説になりますが、こちらについて、この後、御説明させていただければと思います。

まず1として、規律の概要になります。こちらは、義務の内容などの概略を説明しております。

2ページ目を御覧ください。米印を2つつけておまして、現行の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の中で個人情報保護法に基づく同意とオプトアウトに関する内容がございますので、この後、出てくる外部送信規律に係る内容はそれとは別であることをこの米印で2点示しております。

続いて1-1で、用語の説明として4点記載しております。

3ページ目になります。1-2として対象役務を設けております。(1)から(4)までガイドラインの条文にある各役務の内容を記載しております。その考え方及び代表的なサービスについて、どういうものが該当するかを記載しているものです。

続きまして6ページ目を御覧ください。2として、通知又は容易に知り得る状態に置く方法になります。2-1は、通知又は容易に知り得る状態に置く際に共通して求められる事項です。6ページから7ページ目にかけて記載しております。

1つ目が日本語を用い、専門用語を避け、及び平易な表現を用いることとなります。それを満たしていると考えられる記載例を2件書いております。

それから米印の1ですが、もともとのサイトやアプリが日本語でない場合には日本語だけでなく英語等も併記することが望ましいこと、米印の2として、専門用語か否か、及び平易な表現か否かというのは、当該電気通信役務で想定される一般的な利用者の知識や理解力等を基準として判断すべきであることを書いております。

2つ目が、操作を行うことなく文字が適切な大きさと利用者の電気通信設備の映像面に表示されるようにすることということです。こちらについては画面の拡大や縮小等、の追加的な操作を行うことなく文字が適切な大きさと表示されるようにすることが必要であることを述べています。

8ページ目になります。3点目として、1及び2のほか、利用者が通知等すべき事項について容易に確認できるようにすることを記載しております。1及び2を満たした上で、通知等を行うべき事項について、利用者が容易に理解できるようにすることが必要ということで、まずはウェブサイトやアプリの背景色との関係で視認性が高い文字色を採用することが望ましいとしています。また、量が多い場合にはウェブの階層化等の方法によりスクロールを行うことなく画面に全体が表示されるようにすることも一例として考えられるとしています。こちらについては今後の技術の進展等も踏まえ、利用者による確認をより容易にするための電気通信事業者による創意工夫が求められることを記載しております。

2-2、通知の場合に特に求められる事項です。1つ目として、通知すべき事項又は当該事項を掲載した画面の所在に関する情報を当該利用者の電気通信設備の映像面に即時に表示することということで、これは具体的には、ポップアップ形式によって即時通知を行うことが考えられるとしています。

9ページ目です。2点目として、ポップアップなどと同等以上に利用者が容易に認識で

きるようにすることとしておりまして、こちらも先ほどと同じように新たな技術やユーザーインターフェースの開発や進展なども踏まえまして、電気通信事業者の方々に創意工夫によっていろいろな方法をとっていただけるようにしたいと考えております。

2-3、容易に知り得る状態に置く場合に特に求められる事項です。1つ目がウェブの場合で、情報送信指令通信を行うウェブページ又は当該ウェブページから容易に到達できるウェブページにおいて、通知等すべき事項を表示しなければならないとしています。容易に到達できるウェブページについては、リンクなどを配置するような方法が考えられるとしています。

2つ目がアプリの場合です。10ページ目になります。アプリを利用する際に、最初に表示される画面又は容易に到達できる画面において通知等すべき事項を表示しなければならないとしています。

3つ目で、こちらも先ほどと同じように事業者の創意工夫などを尊重するために、これまで申し上げたようなものと同様以上に利用者が容易に認識できるような方法を採用することを可能としているものです。ウェブページの場合はトップページに表示することも考えられますので、特にそれを例として記載しております。

11ページに行きまして、通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項です。1つ目として、送信されることとなる利用者に関する情報の内容です。なるべく「等」や「その他」のようなあいまいな表現は避けることが望ましいのですが、利用実態及び利用者の利便に合わせて適切に記載されるのが望ましいとしています。

2点目として、利用者に関する情報を取り扱うこととなる者の氏名又は名称ということで、情報の送信先で実際に取り扱う者、事業者名ということになるかと思いますが、それを記載することが必要となります。社名や事業者名よりもサービス名のほうが認知されやすい場合もあろうかと思いますが、そういう場合はサービス名も併記することが望ましいとしています。

3点目で利用目的です。利用目的については、送信先のみならず送信元における利用目的も記載する必要があるとしています。また、情報送信指令通信ごとにということで、ウェブやアプリに埋め込まれたタグや情報収集モジュールごとに記載する必要があるとしています。

12ページに行きまして、なお書きのところですが。送信先に送信された後に、送信先から送信元に提供する場合や、送信先からさらに別の者に提供される場合なども考えられます

が、そういうことはいずれも送信先が当該情報を取得した後に第三者に提供するものでありまして、本規律の対象外となることを記載しております。

また、通知等すべき事項が記載された送信先のページのリンクを示す場合や、プライバシーポリシーに通知すべき事項が記載されている場合などは、そういったプライバシーポリシーなどへのリンクを示すことも考えられますが、リンクを単に表示するだけではなく、表示される通知すべき事項の概略を併せて示すことが望ましいとしています。ただし、送信先の該当ページが英語等の場合は、日本語で表示することが必要と考えています。

記載例1と記載例2は先ほど御紹介したものと同一内容になりますが、このような書き方であれば通知等を行わなければならない事項を満たしていると考えられるということで、ここで御紹介しております。

なお、各記載事項については、送信先において記載例などが示されている場合はそれを参考にすることが望ましいこと、それからプライバシーポリシーやクッキーポリシーなどが既にあり、この中に通知等を行うべき事項を記載する際には、既に全体の解説案の中にプライバシーポリシーという項目があるので、それに留意しながら、外部送信規律に関する内容が含まれることなどを、タイトルなどに明記しておくことが望ましいとしています。

3-2、通知等を行うことが望ましい事項になります。今まで御説明したものが通知等しなければならない事項ですが、望ましい事項として3点記載しております。配慮すべき事項としていただいていた内容としてオプトアウト措置の有無がありますので、ここでオプトアウト措置の有無を行うことが望ましい事項として記載しております。

12ページから13ページまでにかけて記載例として書いておりますが、先ほどの記載例は全部文章で情報の内容、送信先の情報、利用目的を記載しております。こちらで示している記載例は項目ごとに書き下すような記載にしております。そういった場合にその他として、例えば「オプトアウトの機会を提供していません。」と書いていただくことが考えられるとしております。

14ページからが適用除外になります。4-1-1、電気通信役務を適正に表示するために必要な情報その他の電気通信役務を利用するために送信することが必要な情報ということで記載しております。

15ページになります。まず1つ目として、送信する符号、音響又は影像を利用者に適正に表示するために必要な情報、その他電気通信役務の提供のために真に必要な情報になります。まず符号、音響、影像などの関係はOS情報や画面設定情報、言語設定情報といった

ことが考えられるとしています。

必要不可欠の情報として、閲覧又は表示並びに運用・保守などにおいて不可欠な情報に限られるとしていた一方で、広告やマーケティング、設備分析など、電気通信役務提供に当たって必ずしも外部送信を行うことが真に必要なとはならない情報は対象にならないとしています。真に必要な情報への該当性ということで現在、事務局として考えられるものをマル、バツで表として記載しております。

16ページを御覧ください。2点目として利用者が入力した情報を映像面に再表示するために必要な情報ということで、例えば、買物かごの情報が考えられるとして記載しております。3点目として、入力した認証に関する情報を映像面に再表示するために必要な情報ということで、IDとパスワードを再表示するために必要な情報などが考えられるとしています。

4点目として不正な行為の検知等を行い、又は不正な行為による被害軽減を図るために必要な情報ということで、17ページに行きまして、セキュリティ対策に関し必要な情報が考えられるとしています。

5点目として、電気通信設備の負荷を軽減させるために必要な情報その他の電気通信設備の適切な運用のために必要な情報ということで過剰な負担がかかることを防ぐため負荷分散などの措置が必要な場合が考えられるとして、電気通信設備の適切な運用のための措置に当たり必要な情報の送信などが考えられると記載しております。

4-1-2として、電気通信役務を提供する者が利用者へ送信した識別符号ということで、これについてはFirst Party CookieのIDが考えられるとしております。以上が適用除外の情報となります。

18ページを御覧ください。4-2として利用者が同意している情報になります。利用者が同意している情報については法律で適用除外の対象としておりましたが、省令事項になっていないので、省令には特段言及されていなかったものです。従いまして、ここでガイドラインとして条文として設けた上で解説として記載しているものです。

4-2-1、同意取得に当たっての利用者への通知等です。同意取得に当たって利用者へ通知等する場合には、あらかじめ、これまで申し上げた通知又は容易に知り得る状態に置く方法に記載する通知等を行うべき方法によって、通知等を行うべき事項に記載する通知等を行うべき事項について、通知等を行うことが望ましいとしています。

4-2-2、望ましい同意取得の方法です。利用者の具体的かつ能動的な同意を取得す

ることが望ましいと考えられますので、利用者の過度な負担とされない範囲で、情報送信指令通信ごとに同意を取得することが望ましいとしています。また当該対象役務を利用したことをもって同意したとみなす方法や、同意するためのチェックボックス等にあらかじめチェックを付しておく方法、デフォルト・オンといったものは、利用者が能動的に同意を行ったとは言えないので、そういった方法は避けるべきであるとしています。

19ページを御覧ください。送信または利用の停止を求めている情報、オプトアウトの関係になります。1段落目のところで、オプトアウト措置を講じた際に適用除外となるためには、利用者が容易に知り得る状態に置かなければいけない事項をそういう状態に置いていなければ適用除外にはならないこととなりますので、そのような前提事項を第1段落と第2段落において記載しています。

4-3-1、オプトアウト措置に関して利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項です。20ページからになります。1つ目として、オプトアウト措置を講じている旨、それから2つ目、オプトアウト措置が、情報の送信又は情報の利用の停止のいずれの行為を停止するものであるかの別、3つ目として、利用者の求めを受け付ける方法、すなわち、オプトアウト措置の申込み方法になりますが、考えられる方法として事例を3つ記載しております。

4つ目として、利用者がオプトアウト措置の適用を求めた場合において、当該電気通信役務の利用が制限されることとなるときは、その内容ということで、オプトアウトを求めたときに、例えばウェブサイトの特定の機能の利用ができなくなったり、ウェブサイトにおいて利用者の関心に合致した広告の掲載がされなくなることが想定されますので、そういうことがある場合には書かなければならないとしています。

5、6、7の3点については、通知等をしなければならない事項と同じ内容になります。

記載例として、「情報の利用の停止を希望される場合にはオプトアウトが可能です。希望される場合には次のボタンをクリックしてください。それから、オプトアウトとした場合にはウェブサイト中の一部サービスが利用できなくなる場合があるので、その旨御了承ください。」としております。

4-3-2として、オプトアウト措置に関して利用者が容易に知る得る状態に置く方法ということで、これまで申し上げたことはオプトアウト措置に関して利用者が容易に知り得る状態に置かなければならない事項になりますが、その方法についても通知又は容易に知り得る状態に置く方法に準じるのが望ましいと考えられますので、その旨記載しており

ます。

続きまして、資料2を御覧ください。省令案の御議論に当たって配慮すべき事項をいただいておりますので、それらの対応状況についてここで示しております。まず1つ目として、外部送信規律の対象については可能な限り分かりやすく説明することとなっております。こちらについては、規律の概要のところを考え方等を記載しておりますが、対象サービスについては今後、FAQなどにおいて随時、明確化していきたいと考えております。

2つ目として、通知又は公表を行う際の方法について、文字の色の使い方を含めて好事例を随時追加することとされておりました。こちらについては、該当のところに視認性の高い文字色を採用することが望ましい旨、書いておりますが、そのほか随時事例を追加したいと考えております。

3つ目として、通知又は公表を行う事項のうちの利用目的については、事例等を用いるべく具体的に説明することとされておりましたが、こちらについては該当箇所の一部記載しております。今後さらに追記をしていきたいと考えております。

4つ目として、通知又は公表する事項に関して、オプトアウトの有無についても事例として記載することということでいただいております。こちらも該当部分に望ましい事項として記載しております。

5つ目として、通知又は公表を要しない情報のうち、電気通信役務の提供のため真に必要な情報についてはなるべく具体的に説明することとされておりました。こちらについても該当部分の一部記載しておりますが、今後具体的な内容などについてさらに追記をしていきたいと考えております。

6つ目として、同意取得も含め、外部送信規律の施行状況について適切にモニタリングすることとされておりました。これについては4-2として、同意取得の部分を項目として設けまして、望ましい同意取得の方法等について記載しております。施行状況は今後、適切にモニタリングしていきたいと考えております。

続きまして、資料3を御覧ください。これまで解説案などについて御説明させていただきましたが、ここに記載してあるとおり、記載例や好事例、各種事例などについては一部空欄などにさせていただいている部分もございまして、オブザーバーの皆様、事業所団体の皆様から、こういったものについて御提案などをいただきたいと考えておまして、次回会合についてヒアリングを行わせていただきたいと考えている次第でございます。

簡単ではございますが、解説案などについて事務局から御説明させていただきました。

どうぞよろしくお願いいたします。

【宍戸主査】 事務局、御説明ありがとうございました。それでは、ただいま御説明いただいた内容について、構成員、オブザーバーの皆様から御質問、御意見等いただきたいと思えます。資料1が結構長いので、分けて議論をさせていただきたいと思えます。具体的には1、2、3、4と分けて議論をさせていただくことを考えております。

そこで、まず1ページからの規律の概要でございます。こちらについて御意見、あるいは御質問のある方はチャット欄などで私にお知らせいただきたいと思えますが、いかがでございますでしょうか。

太田構成員、よろしくお願いいたします。

【太田構成員】 5ページは規律の概要の中に入っていますよね、入っていますね。

【宍戸主査】 入っています。大丈夫です。

【太田構成員】 5ページで最後の段落の、金融事業者による証券金融商品等についてのオンライン販売などいろいろ書いてあって、これらは対象とならないと書いてあると思えます。例えばオンライン証券は対象にならないですよという話を書いていると思うのですが、これは、対象にならないものの例としてあまり適切ではないのではないかと常々思っております。

なぜかという、オンライン証券というのは証券の売買だけをしているだけではなくて、それに付随してニュースの配信もしているし、それを有料とか、事業としてニュース配信をしているとか、そういったものがほぼ含まれているのではないかと思っております、そう考えるとオンライン証券はここに対象外と書いてありますが、それに付随してニュース配信等の事業を行っているので対象外ではないことになって、あまりここに対象ではない例として書くのは不適切なのではないかなと思えました。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは森構成員、よろしくお願いいたします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。しっかりと工夫して書き込んでいただいたと思えます。全体的に大変納得するものでした。

細かいことばかりですが、1ページ目です。この四角の外、1行目ですが、「同法施行規則22条の2の27各号の電気通信役務のうち」となっていますが、22条の2の27各号の電気通信役務とイコールではないかと思えましたので、「うち」ではないかなと思えました。

それから2ページ目ですが、下のところの情報送信指令通信の用語の説明のところですが、上から4行目、タグのところを丸括弧で説明していただいて、「HTMLソースのうち利

「利用者の電気通信設備に一定の指示を与える文字列」とありますが、HTMLソースの中に含まれるのかもしれませんが、HTMLソースで書かれているわけではないものもあります。HTMLで書かれているものもありますが、そうでないものもあるので、そういうものを技術的にHTMLソースに含めるのかどうかは御確認をいただいた方が良いかなと思いました。含めるのかもしれませんが、私が知らないだけで。

それから4ページ目です。(3)の検索のときの説明です。「インターネット上における当該検索情報が記録された全てのウェブページの所在に関する情報を検索して表示する、いわゆるオンライン検索サービスが該当する。全てのウェブページの所在に関する情報を検索することが要件であるため、その他の特定分野に限った検索サービスは4の対象となる」としていただきましたが、全てのウェブページの所在ではなく、全てのカテゴリーのウェブページということではないかと思います。全てのウェブページと言いますと何かモデレーションのようなことをして、海賊版サイトなどそういうものは表示しない、検索結果は全てにはわたらないことは当然あり得るかと思いますので、そういうカテゴリーのような書き方にさせていただいた方が良いかなと思いました。趣味の問題かもしれません。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】 私の意見で、まず1つ目が先ほどの太田構成員の御意見と関連するのですが、例えばもともとレガシーなメディアが広告を行っていて、オンライン広告も始めた形で、もともとのビジネスモデルからだんだんオンラインのビジネスへと変わっていく場合に、一体どの時点で電気通信事業法に関係するのかというところが全然明確になっていないというのがありまして、非常にグレーゾーンがたくさん大きくなってしまいますので、この辺りをもう少し明確にすることはできないのかなというのが1点です。

もう1点が4ページ目のところの、これらのサービス、今の広告であったりなどもそうですが、シェアリングサービスやマッチングサービス系、こういったものは多分オンラインプラットフォームというところに含まれると思うのですが、現在の書き方だと今ひとつ、オンラインプラットフォームって何というところが細かく書き下されていないので、こういったところが全て含まれるといったことをもう少し詳しく分かるように書いていただきたいなと思いました。

1点だけここで気になるのが、例えば広告の場合は利用者の求めに応じてというものになるのかどうか少し疑問になってしまいますので、この辺りも少し明確にする必要

があるのかなと思いました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に沢田構成員、お願いいたします。

【沢田構成員】 ありがとうございます。全体的にとても分かりやすくお書きいただきまして、ありがとうございます。これまでの議論もかなり反映していただいて、具体例もあって良いかなと思いました。

今も御指摘があったように規制対象範囲はかなりまだ不明確なところがあるのですが、このガイドラインでは利用者に及ぼす影響が多い少ないではなくて、電気通信事業や電気通信役務に当たるかどうかで整理をされています。それはもう仕方がないと思っているのですが、実務的にはどこで線が引かれるかというのは大きい話です。事業者にとっては社内で経営陣に説明するに当たって、規制対象だからやるのか、規制対象ではないけれどもやるのかというところは必ず必要になってくると思います。今後はFAQで明確化されるということですので、そのときにいろいろお聞きしたいと思いました。

取りあえずは以上です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に板倉構成員、お願いします。

【板倉構成員】 今、皆さんからあったところとほぼ同じですが、何度もしつこく申し上げているように、オンラインショッピングモールと自社サイトのところですが。そこはもう少し書かないといけなくて、オンラインショッピングモールと、あと最後の例に挙げている自社のショッピングサイトや証券サービスなど、ここの境目はかなりあいまいですので、もう少し書き込んであげないといけないなど。

あとはニュース配信サイトとコーポレートサイトの境目というのも、これも私、何回もしつこく申し上げていますが、全く明確ではないので、もし明確にできないのであればこういうのだけはホワイトですと、要するに全く自社の商品を買っているだけだったらオンラインショッピングモールでもないし、それは他人のためでもないのが良いですと。コーポレートサイトも全く自社のIRと会社情報とアクセスぐらいしか載っていないのだったら良いですと。ほかは基本駄目ですと書いてあげないとこれだけでは分からないです。それと、FAQで載せるのは分かりましたが、私のところに御相談に来られる割と大きい会社でも、個人情報保護法に関してもFAQまで読み込んで御相談に来られるところは少ないので、どうしてもガイドラインでももう少し明確に書いた方が良いのではないだろうかと思っています。

大変だと思いますが、よろしく申し上げます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは古谷構成員、お願いします。

【古谷構成員】 ありがとうございます。私からは、7ページのところの日本語を用い専門用語を避けてというところの米印の2のところです。内容自体は適切だと思うのですが、一般的な利用者の知識や理解力等を基準としてといったところが、具体的にそういった内容に当たるのかどうか分からないのではないかなと思いますので、例えば事業者で相談情報やアンケートなど、あるいは有識者の意見など、そういったところで確認をしていくところが求められてくると思います。そういったところも追記していただければと思います。

以上です。

【宍戸主査】 古谷構成員、ありがとうございます。このラウンド、私のアナウンスの仕方が良くなかったと思いますが、大きな項目の1の6ページまでとっておりました。

【古谷構成員】 失礼いたしました。

【宍戸主査】 とんでもないです。2ラウンド目の御発言を先取りしていただいたと扱わせていただきたいと思います。

【古谷構成員】 ありがとうございます。

【宍戸主査】 2ラウンド目の質疑応答のときに事務局から御指摘には回答をしておりますし、また他の構成員から関連して御発言あるだろうと思いますので、そこまでお待ちいただければと思います。

【古谷構成員】 失礼いたしました。

【宍戸主査】 それでは次に佐藤構成員、お願いいたします。

【佐藤構成員】 森構成員から御指摘のあったタグのところ、実はタグの話は、7ページにあるのでそのときに申し上げようと思っていたのですが、森構成員のおっしゃるようにタグの定義のところは慎重にしないといけなくて、HTMLソースに限定して良いのかは、これは微妙なところ。多分、この後、太田構成員からも補足があるはずだと思いますが、丁寧にしたほうが良いかと。

あと、先取的なことになってしまいますが、タグという用語が7ページのところでは記載例で出ています。タグという言葉は、多分、一般の方は理解できないですし、我々技術屋さんでもウェブ回りをやっている人とまたそれ以外のところで多分、タグの定義は違ってくるので僕は想像しているので、このタグという言葉をもっと使っても良いのかも含

めて、ここはもう1回議論したほうが良いのかなと思っております。以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは続きまして石井構成員、お願いいたします。

【石井構成員】 ありがとうございます。先ほど森構成員から御指摘のありました「全て」のところですが、4ページ目です。この言葉の使い方をして良かったのかどうかも問題があるようにも思いますが、「全て」と言ってしまうと、網羅的に表示されるウェブページが確かにありますので、このウェブページの「全て」はどういうことを意味するかは解説の中でより明らかにしておいていただいた方がよろしいかと思いました。森先生の御意見に賛同という趣旨です。よろしく申し上げます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは次に小林構成員、お願いいたします。

【小林構成員】 細かい話1点と、皆さんがお話しされている対象範囲について御指摘させていただきます。

3ページ、利用者に関する情報のところで、Cookieや広告ID等の識別符号とあります。ここは識別符号ということであれば、CookieはCookie IDのほうが適切かなと印象を受けました。これは細かい点。

皆さんが指摘されている5ページの対象範囲のことですが、ここは私、板倉構成員がお話しされていた内容に結構同調しますが、具体的には、と2行目に書いて、ここでニュースや気象情報等の配信を行う云々というのも、これも該当することになっていて、太田構成員からもありましたが、金融商品等に関するものについてはこういったものも交ざってくるものもありますということもあって、それぞれのサービスが単体で本当に情報送信指令通信を行うのか行わないのかというのが判別しづらいことがございますので、このガイドラインには、ある程度もう少し該当するもの、該当しないものという記載が必要だと思います。それとFAQということですが、FAQが本当に良いのかなと。むしろ具体的な事例というのを別冊ぐらいで設けても良いぐらいの、皆さんが気になるころではないかなと思うので、今後の資料の作成について御意見させていただきました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは太田構成員、お待たせしました。HTMLソースのところについてお願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。HTMLソースに書かれていない場合があるのは森構成員の御指摘のとおりで、基本的には一番多い手法としては、正確に言うとDOMを操

作して指示を与えるものが多いのが現実だと考えています。DOMというのはドキュメント・オブジェクト・モデルというもので、DOMを操作して最終的に実行されるものが全部決まるのですが、それをどう書くかというのが難しいです。一応補足としてHTMLソースに書かれていなくてもJavaScript等によってDOMを操作して、情報送信指令通信を与えるものが一般的には多いです。以上です。

もう一つ、僕も言い忘れていたのですが、今、小林構成員からあったCookieや広告ID等の識別符号というので、Cookieは識別符号ではなくて、Cookieに書かれた広告IDという表現になるかなと思います。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。非常に第1ラウンド目から非常にいろいろ御指摘をいただきまして、多分、事務局と主査である私はもうノックダウン寸前という感じもいたしますが、大きくこの第1ラウンドで3点あるかと思えます。

1つは今、太田構成員からも補足をいただきましたタグやCookie ID等の表現について、この辺を技術的に、かつ法令の文言、あるいはガイドライン本体ではございませんので、解説において関係する当事者の方々によく分かるように書くことはできるだろうし、またすべきでないかということが1点でございます。

2点目は4ページの先ほど来出ている検索ですね。(3)のところについて、誤解のないような書きぶりをきちんとしなければいけないのではないかということ。

それから5ページでございますが、この適用範囲に係るオンラインショッピングモール等の扱いについて、ここも電気通信事業法の立て付け全体のこともあるかとは思いますが、このところについては具体的に分かりやすく書いていくべきではないかということをお指摘いただいたと受け止めました。事務局からこの段階で何かアクションはございますか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局です。宍戸主査にまとめていただきましてありがとうございます。大きくまとめていただいた3点を踏まえて、今後修正等を検討できればと考えております。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。佐藤構成員から、ウェブに限ればHTMLソースというよりHTML情報及びそれから参照される情報という表現が良いのではないかという御指摘もいただきました。ありがとうございます。

それでは、既に古谷構成員からも御指摘いただいておりますが、2番目のラウンドに移りたいと思います。すなわち6ページからの2、通知又は容易に知り得る状態に置く方法

につきまして、これは具体的に申しますと6ページから10ページになります。こちら、御質問あるいは御意見のある方はまたチャット欄で私にお知らせいただきたいと思いますと思いますが、いかがでございましょうか。

佐藤構成員、お願いします。

【佐藤構成員】 HTMLソースのところは、ウェブ以外も含めるかによって書きぶりが違ってくるので、ウェブの範囲というところで書きました。

それでコメントはそのタグのところですが、さっきと同じことを繰り返してしまう形ですが、7ページの記載例の1のタグという表現は一般の方は分かるのかというところは心配でして、これから事業者のヒアリングなどがあると思うのですが、そのところは一般の方が分かるかどうかという観点で、いろいろ御意見なりをいただいた方が良いのかなと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは沢田構成員、お願いいたします。

【沢田構成員】 ありがとうございます。一般の方です。分からないです。その問題とは別ですが、同じ記載例につきましてコメントさせていただきます。利用者向けという言葉が記載例の1と2に出てきます。普通このようにウェブで語りかける際は「利用者」という言葉はあまり使わず、「お客様」などを書くと思います。サービスの利用者と区別するため、「当サイトを訪問された方」と言った方が良い場面もあるかもしれず、いずれにしても「利用者」という言葉は考え直していただいた方が良いかなと思いました。

佐藤構成員の御指摘のタグという言葉もですが、「広告をカスタマイズする」という表現をもう少し私たちに分かりやすく言うとしたらどうなるのか、提案があるわけではないですが、問題意識だけ後で申し上げたいと思います。

もう1点。8ページの3の真ん中、「利用者による確認をより容易にするため」の前あたりに、「利用者の利便性や快適性を著しく損なわないように留意しつつ」といったことを入れていただくわけにはいかないかなど。規制の目的とは逆方向で、かえって事業者さんを悩ませてしまうかもしれないのですが、利用者としては、邪魔にならないという点は結構重要だと思っております。

以上3点です。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。それでは森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございます。少し前のところのタグのお話からいきますと、

確かに分からないと言えば分からないですが、ウェブサイトはタグで、広告の場合は寺田構成員に書いていただきましたが情報収集モジュール、SPIにも出てきますが、そう書いたときにタグも情報収集モジュールも今のところ認知率が低いということだと思います。そもそも外部送信のことを3割しか知らないということですので。

従いまして、例えば、これこれ、こういう目的に使う短いプログラムと書けば分かるのかもしれませんが、この際と申しますか、外部送信自体、外部送信って何ですかという話があるわけですので、中核的な機能を果たすタグや情報収集モジュールを知っていただくべく用語として使っていただいて私は良いのではないかと思います。消費者側のリテラシーのようなものも単語とともに、用語とともに増えることもあるかと思しますので、私はタグや情報収集モジュールなどを説明した上で使っていただいても良いのかなと思っています。

2番目のセクションですが、8ページについて、ここで、これのどこということではないですが、容易に確認できるようにすることがテーマになっていて、通知も容易に知り得る状態も共通ですが、記載例1の下あたりにほかとの独立性ですよね。利用規約やプラポリに混入しない方が良く、長くいろいろなことが書かれている中に外部送信のことが交ぜ込まれていても分からないので、そこと独立していた方が良く、良いことを書いていただいた方が良くないかと思します。

そのことは実は第5項関係で書いていただいています、12ページの2つ目の段落に、「また、例えば、通知等すべき事項が記載された送信先のウェブページへのリンクを示す場合や、既にプライバシーポリシーに通知等すべき事項が記載されているときに当該プライバシーポリシーへのリンクを示す場合は、当該リンクを単に表示するだけでなく、リンク先で表示される通知等すべき事項の概略を併せて示すことが望ましい。特に、当該送信先の該当ページが英語等の場合は、日本語で表示することが必要である。」と書いていただいていますし、なお書きにも、「なお、プライバシーポリシーやクッキーポリシーが既にあり、その中に通知等を行うべき事項を記載する際には、プライバシーポリシーに留意しながら、本規律に関する内容が含まれること等をタイトル等に明記しておくことが望ましい。」と、こちらでお書きいただいているわけです。こちらは第5項関係というのは、これは通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項のことなので、その事項の内容というよりはそれをどう表示するかですので、これは先ほどの8ページに共通の要求事項に表示方法として、プライバシーポリシーや利用規約と一定の独立性を持った方が良く、良いことを書

いていただくのが良いと思います。

もう一つは9ページ目ですが、下の記載例1のすぐ4行ぐらい上のところに、「『容易に到達できるウェブページ』については、情報送信指令通信を行うウェブページにおいて、遷移先に当該事項の表示があることが利用者にとって理解できる形でリンクが配置されていれば、当該遷移先のウェブページは、『容易に到達できるウェブページ』に該当する。」と書いていただいておりますが、この遷移先というのはワンクリックということなのか、どんどん遷移していった先でも良いということなのかははっきりしないと思いますので、ここはワンクリック程度など、具体的に書いていただくのが良いのではないかと思います。

以上です。

【宍戸主査】 森構成員、ありがとうございました。それでは板倉構成員、お願いいたします。

【板倉構成員】 今、大分、森構成員が私の言おうと思ったことをおっしゃっていたのですが、同じような話で、どういうタイトルのページに載せるべきかという話が前半の7ページでは出てこなくて、先ほどの12ページの話に入っているので、7ページの頭なのか、森構成員がおっしゃったのは最後の共通事項のところとおっしゃっていましたが、いずれにせよ、同じ記載になるにせよ、書いた方が良いということと、プライバシーポリシーという名前のページに書いたり、クッキーポリシーという名前のページに書いたり、事業者としては、今しているわけです。それを森構成員の御意見のように分離すべきだというのは、一つの見解だと思います。

あまり私、ここは賛成も反対もなく、分離すべきだというのであれば別のページつくりなさいということにはなるのだと思いますが、結構こういうところっていろいろな会社で外注に出していて、お願いするだけでも割とコストがかかる話ですので、そこを確実に分離すべきだというのであれば、総務省としても覚悟を持って分離すべきだと言うべきだと思います。

あとは名前の問題で、プライバシーポリシーと書いてあって外部送信の話が書いてあるのが予測がつくのか、クッキーポリシーというページに書いてあって予測がつくのか。今、総務省が12ページにお書きになっているのは、要するにこの法律の内容が含まれていることを書きましよう、と、ふわっと書いてあります。それは電気通信事業法上の外部送信規律についての法定公表事項と、明確に書くべきなのかが私も意見がなく、どうすべきかというのは迷うところですが、今相談を受けたらどうしようか結構難しい。割ときちんとや

っているところでは、クッキーポリシーに書いている事業者が多いだろうと思います。あまり量が多くなるとプライバシーポリシーの後ろのコーナーに書いている場合が多いと思いますが、ここは皆で検討した方が良いでしょう。

分けましょうというのは一つのやり方だと思います。それならそれで、もう皆、少しずつコストがかかるけどやりましょうという話になり、それ以後はそうなるのでそれでも良いと思いますが、今、プライバシーポリシーの後ろに書いてあるところまで切って直せというのか、「プライバシーポリシー（電気通信事業法上の外部送信規律に関する事項を含む）」という題名にしろと言うのか。ここはもう少し明確にしないと、かなり混乱すると思います。

2つのことを言いましたが、内容を前半にも書くべきだということと、どういうタイトルにすべきだという両方を検討した方が良いでしょう。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは太田構成員、お願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。7ページの記載例1と記載例2についてですが、タグという言葉については、この記載例1のところでは言うのであれば、僕はこのタグを利用してというのを別に書かなくても良いのではないかなと思っていて、ガイドラインの解説の中でタグなどが出てきて、タグというのはこういうものですよというのは説明しつつ、タグという言葉を使うのは良いと思うのですが、この記載例の中にタグというのを入れるというのは、あまりではないかと感じました。

その先にある利用者が閲覧したいURLをA社に送信していますというところですが、閲覧したURLだけを送っているケースというのは実際には考えられないです。ユーザーエージェントやIPアドレスなどもあると思いますが、その辺は何か解説した方が良いでしょうかと思っています。ここに例として、閲覧したURLをA社に送信していますというのがこう書きましょうという例だと思うのですが、実際には閲覧したURLだけを送っているケースはほぼないというのがあるので、その辺の補足は必要かなと思います。

記載例2のところは滞在時間をB社に送信と書いてあるのですが、実際には滞在時間をB社に送信するケースはないです。滞在時間というのは閲覧したURLとURLを閲覧した時間をB社にずっと送っているの、その間の時間ですね。1個前に来た日時とURL、次に来た日時とURLの間隔を滞在時間としてB社内で生成するものであって、滞在時間を送信しているわけではないので、これも記載例としてどうなのかなと思ったところがあります。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 先ほどのプライバシーポリシーなのか、クッキーポリシーなのかというお話のところ、既に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、こちらにプライバシーポリシーについて規定されていて、そこにはその時点であったからというものもあるのですが、利用者情報に関すると思われるものも既に含まれている状態になっていると思います。個人情報と利用者情報というのは異なるものであるということから、こういったところの表現の仕方が別々になってしまっているのだと思うのですが、利用者の視点に立てば、これ多分、個人情報も利用者情報も同じように扱ってほしいのが基本的な考え方だと思いますので、できればプライバシーポリシーにある程度まとめた方が良いのではないかと考えています。

さらにその先に詳細なものとしてクッキーポリシーがあるなど、そういった構造であった方が、利用者からすれば分かりやすいのではないかと考えています。これ、別々に変えてしまうと、何がどう違うのかに関して利用者には分かりづらいのではないかなというのが私の意見です。

以上になります。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは小林構成員、お願いします。

【小林構成員】 今の寺田構成員とかなり意見がかぶりますし、本当は次のラウンドでお話しすべきお話だと思いますが、12ページまで議論が及んだのでここで申し上げさせていただきますと、事業者として外部送信規律についてだけ何かポリシーを新たに作成するのは、継続的に今後管理していく場合に、例えばアプリとウェブをどう管理していくかという問題も出てきたりしますし、その場合にポリシーというのは、実はGoogle、Appleが審査するとき、この外部送信規律というのはどうなるのだという議論もいろいろ出されてくるようにも思います。言いたいところは、プライバシーポリシーとの関係を基軸に考えてルールについて書かれていかれるのが良いかなと思います。

次で言わないようにするので、12ページのところですが、ここでは12ページの先ほど出てきているタイトル等に明記しておくことが望ましいということですが、併せて先に申し上げると、タイトル等というと本当にタイトルに、「プライバシーポリシー・外部送信規律ポリシーについて」と記載するような印象を受けたので、これは例えば「タイトルや見出し等」と記載することで、ある程度その上下関係というのが含意された形で表現されるのが良いのではないかなという御提案でございました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。先ほどもお話ありましたが、HTMLタグといった表現については情報を収集するための仕組みで、HTMLタグ、JavaScript、情報収集モジュール等というように書いた方が良いのではないかとことをチャット欄で寺田構成員から御提案があり、沢田構成員からも御賛成があったこともこの場で付言しておきたいと思います。

それでは森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 先ほど来、プライバシーポリシーに書くか、分けて書くかという話が出ておりますので、私としては分けて書くべきだと考えておりますので理由とともに申し上げておこうと思います。そもそも、ここで外部送信の話が特に出てきている議論されているのは、これは事業者の中にどういう個人情報があるのか、どういうパーソナルデータがあるのかというときに探すわけですね、棚卸しをしますと。マッピングをしたときに、その対象外になっているものだったわけです。外側にあって、ですので捕捉できずに、しっかりした会社であっても、例えばフィンガープリントのようなことをして新聞に報道されるなど、そういうことがこれまであったわけです。

自分たちの中にどんなパーソナルデータがあるかは捕捉をしているけれども、外部送信のことは知りませんでしたと、委託先に任せていましたと、そういう話になってしまうわけですが、これ、実は仕方がないことで、データベースが社内にないためですよね。データベースは送信元、つまりウェブサイトやアプリをつくっているところにあるわけではなくて、送信先にデータベースがあるわけです。送信先でユーザーデータを集めて、先ほど沢田構成員から御指摘ありました広告のカスタマイズ、これも御指摘のとおり説明した方が良くと思うのですが、それが行われるのはAで行われるわけではなくて、Bで行われます。従いまして、会社から見た場合も自分たちで管理しているデータベースではなくて、ふらっと訪れた人たちの情報を外部送信して、外部送信先でそれはFacebookであったり、Googleであったりするわけですが、そこでデータベースが蓄積されるわけですから、そういう意味で別の物として社内的にも扱われた方が良いのではないかと思います。

そういう性質のもので、例えば更新頻度もプライバシーポリシー一般とは違ってきて、その送信先を書かなければいけないというときに、これはウェブサイトのデザインやアプリのモジュールをどうするかのようなことで決まってくるわけなので、更新のペースも一般のプライバシーポリシーとは違う、むしろ早いのではないかと思います。

利用者から見たときにどうかというと、これまた利用者にとってもその会社がどう情報を扱っているかという話ではありません。私が、例えばFacebookの会員ですが、そのときにいろいろなウェブサイトを見るわけです。それはもう私にとって縁もゆかりもないようなウェブサイトも見ますが、その縁もゆかりもないウェブサイトを見た情報がFacebook側に行き、そしてFacebook側で私の個人情報として今度は管理されるわけです。

ですので、私としてはどういう私の閲覧履歴が管理されているかは、それはFacebook側で、すなわちB側での事柄なわけですので、それはA側の送信元でプライバシーポリシーを書いていただいてそれを見てくださいという話ではなくて、外部送信のところは外部送信のところだけで独立して見せてもらって、なるほど、Facebookに行くのだなということで、そのFacebookのプライバシーポリシーを見るのがユーザーの気持ちではないかとも思います。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。この点は、ずっと御議論を伺いながら私もどっちが良いのかと非常に悩ましいなと思っているのですが、森構成員がおっしゃられましたように、一つは利用者にとっての分かりやすさの問題と、もう一つはサイト運営者自身の言わば自分を取り扱っているわけではないかもしれない、自分の中にデータベースがあるわけではないが、実は自分がそれにデータの発出等に関わっているのだという、今回の外部送信規律の特性を踏まえてどういうガバナンスを期待していくか。そのガバナンスの手段のやり方として別サイト、別ページをつくっていただくのがいいのかどうかといったことが一つ論点なのかなと、本日お話を聞いていて受け止めたところです。

この辺りについては今後のヒアリング、また後でお話あると思いますし、資料の3でもお示しありましたが、少し重点的にいろいろ御意見を聞きながらやっていきたいなと、私としては思ったところですが、ここまでで事務局から何かございますでしょうか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 宍戸主査、ありがとうございます。今、御意見いただいた点は追記や修正含めて、皆様からの御意見、ヒアリングなども踏まえながら検討していきたいと思います。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。板倉構成員、お願いいたします。

【板倉構成員】 森構成員のお話、仮想的に反論すると、Cookieを、ここで言う外部送信規律がかかる人が自分のところのデータと紐づけている場合というのがありまして、これは個人情報保護法上も個人データの一部だからそちらできちんとやってねということに

なっています。こういう間みたいなものが出てきたときにどう考えるのかというのが、さらに論点として残ると思います。

森構成員のおっしゃるような厳格に分離するような話であれば、紐づいていても外部送信部分は外部送信部分で書いて、個人データの部分は個人データで、要するにプライバシーポリシーと今まで称している文書で書いてとなりますし、そういうことが多いのであれば一体の方が便利なのではないかという議論にもなって、これも私、結論出すわけではないですが、重なる両方に適用されるものがあるというのは把握した上で進めた方が良いと思ったので申し上げました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。この点は引き続き、議論をさせていただければと思います。小林構成員からもチャット欄で、森構成員の御見解は理解した上で、プライバシーポリシーの中に外部送信規律を位置づけることは矛盾しないのではないかと御指摘いただいております。この点は引き続き今日の議論を、論点を事務局で整理していただき、さらに議論を深めていきたいと思います。ありがとうございます。

それでは、第3ラウンドに進ませてもらいたいと思います。資料1で申しますと11ページから13ページまでで、ここは短いところではございますが、既に小林構成員からも御意見いただいているところです。これまでの議論とも関連しておりますが、この論点3について御意見、御質問等あれば、またチャット欄で私にお知らせいただきたいと思いますが、いかがでございましょうか。

太田構成員、お願いします。

【太田構成員】 ありがとうございます。12ページの上の英語、日本語の話で、特に当該送信先の該当ページが英語等の場合は日本語で表示することが必要であるというところで、これ、送信先の利用目的についてはプライバシーポリシーのリンクでも良いですよ、ただしその先が日本語の場合に限りますよということだと思っておりますが、何かそれだけでは足りないような気がしています。そもそも、2-1の通知又は容易に知り得る状態に置く際に共通して求められる事項というのは、その利用目的にもかかるものだと思っているので、単に日本語で表示することが必要であるではなくて、2-1の求められる事項を満たしている場合に限り、リンクで表示することが認められるような立て付けの方が良いのかなと思いました。

もう1点が、12ページの通知等を行うことが望ましい事項で、オプトアウト措置の有無

などはもちろん望ましいのはそうですが、保存期間なども書いてあります。利用者としては、要するに送信先の事業者がどの国の事業者なのかというのは結構気になる事項かなと思っておりまして、まさに日本の企業なのか、アメリカなのか、中国なのか、どこなのかという情報を記載することが、望ましい情報として書いておくことが考えられるのではないかなと思いました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは森構成員、お願いします。

【森構成員】 11ページですが、(2)のところでサービス名のことがなお書きで書かれています。当該者の氏名又は名称よりもサービス名の方が認知されやすいといった場合は、サービス名等も併記することが望ましいとあるわけですが、サービス名はむしろ必須でも良いのかなと思っています。同じ事業者に複数のサービスで送信することは非常に一般的に見られるかと思えますし、これはサービス名を書いてもらっても全然負担にならないといえますか、むしろ送信元はサービス名で把握しているのではないかと思いますので、サービス名についてはぜひとも書くべきかなと思いました。

それから12ページですが、中ほどの、ちょうど真ん中で、記載例2の下で、各記載事項については、送信先において記載例などが示されている場合は、それを参考にすることが望ましいとありまして、そのとおりだなと思うのですが、ただその送信先が日本のルールに合っているかどうかは分かりませんので、例えば利用目的がすごいもうめちゃくちゃ抽象的にしか書いてないようなこともあり得ますので、送信先において記載例などが示されている場合は、それが日本の法令に適合している限度で参考にすることが望ましいと留保していただいた方が良かったかと思いました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 よろしくお願いします。先ほどから問題になっている利用者情報と個人情報の違いといった話のところですが、念のために、現行の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を見ってみました。そうすると、個人データという形の書き方に既に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はなっていて、その中には外部送信であったり、そういったものも含まれるような状態になっています。

従いまして、今後、この外部送信のためだけのガイドラインだけではなくて、電気通信事業における個人情報に関するガイドラインも併せて改定しないと、どうもうまく整合

性がとれないなというところがありますので、その点だけ留意点としてお話ししておきたいと思いました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それで、太田構成員から追加があるということでお願ひします。

【太田構成員】 ありがとうございます。先ほどのプライバシーポリシーに書く、書かない議論とも重なるようなところですが、12ページの一番下の記載例で、当社のウェブサイトで行っている外部送信についてというのがタイトルの例としてあります。しかし、そもそも今回、外部送信規律と呼んではいますが、規律の対象は外部送信だけではないなと思っております。

僕もこれ、タイトルどうしようかと思って、外部送信についてというタイトルだとどうだろうと思ったときに、僕の認識している外部送信というのは第三者に送信することで、今回の規律の対象というのは別に第三者だけではなくて、相手方に送るものも規律の対象になるものもあるので、それも書かないといけないことを考えると、外部送信についてというのが例になっている、それで良いのかもしれないですが、違和感があるなと思った次第です。そもそも外部送信規律と呼んでいることも、その規律の対象を考えると誤解しそうだと思った次第です。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。何か根本的な御指摘もいただいているような気もしますが、これも重要な点を幾つかいただいていると思います。これもどうでしょう、事務局から何かここまでのところでございますか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 御意見いろいろいただきありがとうございます。踏まえながら検討してまいりたいと思います。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは時間の関係もございますので、第4ラウンドに進ませていただきたいと思います。具体的に申しますと、14ページからなのですが、ここもいろいろあろうかと思っておりますので、中をさらに細分化してお話を伺ったほうがよろしいのかなと思っております。

ということで、まずは4-1、利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く必要まではないと考えられる情報と、14ページから17ページまで、こちらについて御指摘、御質問があればいただきたいと思います。いかがでしょうか。チャット欄でお

知らせいただければと思います。こちらは15ページから16ページまでにかけて、事務局苦心の図も表も入っていますが、それでは板倉構成員、お願いいたします。

【板倉構成員】 2つあるのですが、まず15ページの表の対戦情報（パンチ等）の「パンチ等」の意味が単純に分からないので教えていただきたいです。私、対戦ゲームは、ポケモンGOでしかやらないのですが、ポケモンGOでは出てこない用語でして、一般的でしょうか。これは御解説をお願いします。

もう一つは解釈の問題ですが、17ページの4-1-2は、First Party CookieをCookieシンク等で外に出す場合を想定しているのですが、この場合は要するにこの電気通信役務を提供する者が利用者に送信した識別符号の規律は受けないことが書いてあります。これは条文解釈としてはどういう解釈で当たらないとするのかです。識別符号としては、First Party Cookieは当たってしまうと思うのですが、この場合は要するに除外にならないことが書いてあると思うのですが、何の文言を否定する解釈で言っているのか。文言は否定されないけれども駄目ということになると、それは法律による行政だから駄目なのではないのかと言われかねないので、この2つの御解説をお願いします。

【宍戸主査】 ありがとうございます。これは今の段階でお伺いしたほうがよさそうですね。事務局、今よろしいですか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 板倉構成員、ありがとうございます。15ページのパンチという表現は、適当かどうかはあるかもしれませんが、対戦相手にパンチを打ったや、パンチされたという意味です。

【板倉構成員】 技のパンチなの。そうですか、なるほど、分かりました。何か違うなとは思いますが、分かりました。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 一例として書いているものなので、今後検討できればと思います。17ページのところは、識別符号と条文で書いているので、ここはIDしか含まれないということで、First Party Cookieで取り込まれた情報などが場合によっては真に必要な情報に含まれる場合もあるかもしれませんが、少なくとも前提事項として最初に抜かれているのはIDということに記載しているものです。

【板倉構成員】 識別符号の範囲を超えるのでということですか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 そうですね。

【板倉構成員】 そうしたら、そう書いた方が良くかなと思いました。ありがとうございます。

【宍戸主査】 よろしいでしょうか。ありがとうございます。それでは続いて沢田構成員、お願いいたします。

【沢田構成員】 16ページから17ページにかけて、セキュリティ対策のことが例外事項として書かれています。今後セキュリティ対策のための外部送信はいろいろなケースが考えられそうに思います。例えばですが、クレジットカードの不正利用対策では、今後EMV3Dセキュアといったものが普及することが見込まれています。それ以外の対策も含め、不正事例や限界事例に関わるデータを集約して分析し、結果を共有するところに意味があるので、そうすると17ページの上から4行目、括弧内の「当該電気通信事業者自身のセキュリティに関する対策」の「自身の」が引っかかってきそうな気がします。どうして「自身の」に限るのか分からなかったのですが、クレジットカードであれば経産省、それ以外の各省庁でもセキュリティ対策を検討されていると思うので、記載例についても御相談いただければと思います。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは続いて太田構成員、お願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。まず15ページの表についてですが、第三者が提供するストリーミングというのがどういうものなのか分からなかったのが1点あります。理解としてはビデオ、楽曲のストリーミング、マルとなっていて、第三者が提供しているストリーミングが、バツとなっているのは、自社のサーバーからストリーミングするのはOKだけど、YouTubeをエンベットするのは真に必要ではないですよという意味という理解で良いのが1点目の質問です。

その上の利用者の嗜好というのがありまして、ユーザーインターフェースをパーソナライズするためのものというので、マルになっているのですが、広告との違いというところが結構あいまいになりそうだなと思ひまして。要するに広告はバツだが、利用者の嗜好はマル、利用者の嗜好についてはこの粒度も気になりまして今、思ひて言ったのですが、広告というのは利用者の嗜好に応じて広告を出すといったことは、要するに、マルとバツが混在していることになってしまうというのがあります。その辺をもう少し明確にしたいなというのがあります。

あと幾つかあるのですが、16ページの再表示のところ。 (3) の再表示のところ、この (3) の下の文章に、IDとパスワードが再表示されるようにするために必要な情報などが考えられると書いてありますが、このIDとパスワードを再表示するのはブラウザの

機能であって、Cookieのセッションの情報といった話ではないので、ここに書くものとしては、IDとパスワード再表示というのは外部送信と関係ない部分と考えられるので、不適切と思いました。

次、17ページですが、First Party CookieのIDと書いてあるところですが、一応正確にはFirst Party Cookieに保存されたIDで、First Party Cookie自体にIDがあるわけではないということは一応補足しておきます。書き方をどうするかは別にしてですが。

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。それでは佐藤構成員、お願いいたします。

【佐藤構成員】 15ページのパンチの件は僕、事前レクで何かパンチという言葉を使ってしまったような気がすごくして、僕に責任があったらごめんなさいというところです。多分ここで話としては何かゲームに関わる情報で、実は対戦以外にもいろいろな情報をやり取りするので、もう少し表現を考えたほうが良いのかなということをまず申し上げます。

あと同じ15ページの表ですが、今、太田構成員からも御指摘いただいた利用者の嗜好というところですが、多分、太田構成員もおっしゃっていたように嗜好と書いてしまうとターゲティング広告などに見えてしまうので、ここは例えばユーザーインターフェースであれば利用者によるユーザーインターフェースのカスタマイズ情報や、設定情報という書きぶりにされたほうが良いのかなと思っています。

あと、太田構成員と重なるのですが、16ページの(3)のIDとパスワードの表示というところは違和感があります。あと逆に追加すべきところですが、15ページのところの2段落目で、電気通信事業者が何か提供する上でいろいろな情報を送っても良いです云々というところがあって、その中にOSの情報などがありますが、ここにブラウザの情報を入れておかないと事業者は困ってしまうのかなと直感的には思いました。この辺も多分、事業者さんのヒアリングを今後されたときにいろいろ御意見をいただければ良いのかなと思っています。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございます。私は表の利用者の嗜好について伺おうと思っていましたので、もう既に太田構成員にお聞きいただいたので分かりましたので結構です。分かりましたと言いますか、もう少しマーケティング等の違いも考えてお書きいただいた

方が良いのかなと同意見ですので、これは結構です。

思いついたことで申し上げますと、今日の議論を経てですが、送信元に送信する情報、送信元に送信するっておかしいですが、First Partyとの間のやり取りですね。それも物によっては含まれてくることを、どっちかというそれはもっと早い段階で、1のところでは送信先がFirst Partyであっても含まれるということ第三者という書き方でしたか、利用者以外となっていたかもしれませんが、First Partyとのやり取りも物によっては入ってくることを、ここで少しどこかで説明的に書いていただいた方が良いのかなとも思いました。先ほどの外部送信、実はThird Partyだけではない、First Partyも入ってくる場所と関係しますが、そういうふうにも少し思いました。

抽象的なことで申し訳ありません。以上です。

【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】 今、外部送信は、新しい概念だから用語も含めて確認していった方がよいというお話だったのですが、外部送信だけではないかもしれないのでということだったので、そこは工夫が必要かもしれないですね。新しい概念なので確認していこうということをする上で。

それで私が言いたかったのは、この真に必要な情報の話です。真に必要な情報というのは、これは真に必要な情報が真に必要な目的に使われるときのみにかかって成立する話です。そのことは、15ページの一番上の段落に多分書かれていて、この「なお」からの3行ですね。ここがとても大事なことであると思います。

ですので、これを考えると結局この表はなかなか微妙で、いろいろこのことが成立していないと実はマル・バツが微妙になってくることもあると思いますので、そういうことでこの表自体よほど丁寧に書くか、マルと書くのはなかなか難しい場合もあるのではないかなと思います。バツの例はもしかしたら書けるかもしれないですが、真に必要な情報が真に必要な目的に使われている場合は、マルっぽいものはバツになったりすると思います。その配慮が必要だと思います。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。寺田構成員からチャット欄で、基本的にゲームに限らず、YESやNOなどのように何が選択されたかを送信するもの全般が含まれるのではないかと、ゲームの当たり判定の部分ですよね。どのように表現すべきか難しいですねと御指摘をいただいているところです。

これまた、今の段階で事務局からは何かありますか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】　　たくさん御意見いただきまして、ありがとうございます。そうですね。真に必要な情報への該当性の表が良いのか、あるいは表に補足する形か等含めて、皆さんの御意見をお聞きしながら対応してまいりたいと思います。ありがとうございます。

【宍戸主査】　　ありがとうございます。それでは次に18ページでございます。4-2、利用者が同意している情報ですね。これ、1ページで短いではありますが、これについて御指摘、御意見ございますでしょうか。御質問ももちろんでございます。

寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】　　この同意のところの表現が、全般的におかしいと思っています。というのが、ほとんど全てが望ましいという書き方になっています。何が問題かということ、今回、通知、同意、オプトアウトという部分が義務化される形になっているのですが、同意の場合はあらかじめ通知されたものに対して同意することになってくると思いますので、そういった意味でいくと、本来、今回義務化されている通知のもの全てが義務化されているのと同じだと思います。それが望ましいと書かれてしまっていると、義務化された通知よりも、もう少し通知の仕方が緩くても良いのではないかと、まさかそんな風を読む方はいないと思いますが、表現としてはその辺がそう読まれてしまう可能性があるなということで、この辺りもう少し丁寧に書くべきではないのかと思っています。というのが1点です。

もう一つが適切な同意のところで、利用者の具体的かつ能動的な同意の取得が望ましいとなっているのですが、ここも望ましいではなくて必須化すべきことではないか、義務化すべきことではないかと思っています。というのが、このような書き方をしてしまうと一番最後の行のところで、ダークパターンのところですね。デフォルト・オンが望ましいといったところが、読みようによってはある程度ダークパターンが許容されてしまうように読まれかねない。こういったところも明確にデフォルト・オンは駄目ですよということとはきちんと書いておくべきだと、これが望ましいという書き方になっているのはよろしくないなと思っています。

以上です。

【宍戸主査】　　ありがとうございます。佐藤構成員、お願いします。

【佐藤構成員】　　佐藤でございます。寺田構成員のお話いただいたことと実はかなり

重なってしまっていて、私も望ましいという表現よりは、そうしなければいけないようなところの近いところも含まれているかと思っておりますので、ここは見直していただいた方が良いと思います。

あともう一つ、ここも寺田構成員からお話があったデフォルト・オンの取扱いのところでは、これも表現が弱いのかなと思うのですが、もう一つの視点は逆にデフォルト・オフは多分していただいても良いような気がします。ですので、デフォルト・オンを駄目ですよというのは、これは言うのは当然として、デフォルト・オフはそこは望ましいような形で、事前に設定いただいて。

なぜこう申し上げているのかというと、こういうものを設定するときは、チェックボックスのやり方以外にトグルスイッチなど、そういう言い方をしますが、オンオフのどちらを選択していますかという選択の仕方があって、それを事前にオフにしておいたものに関してはある意味で良いのかもしれないので、そこも表現を御検討いただけると良いのかなと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは古谷構成員、お願いします。

【古谷構成員】 寺田構成員と佐藤構成員の意見に賛同いたします。その上で、事業者の過度な負担とならない範囲でと書かれているところですが、これは事業者と利用者の認識が分かれるところだと思います。

例えば、事業者の考え方や取組の実態など、あるいは利用者のリテラシーによっても非常に大きく異なるので、利用者の状況などを確認しながら進めるようなところも必要ではないかと思っております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。太田構成員、お願いします。

【太田構成員】 ありがとうございます。同じようなことですが、全て望ましいになっているのは法律の立て付け上、仕方がないと言われそうなのですが、ただ、この同意の有効性といった話のときに、別に法律上どう書くのかは僕はよく分かりませんが、こういうのは同意としては認められないと、要するに望ましい同意の取得の方法という書き方ではなくて、こういうふうに同意を取得しないと同意としては認められないという書きの方が良いのではないかなと思います。

その上でこのチェックボックス、デフォルト・オンのようなところは、どちらかという

と同意ボタンしかないであったり、そういうものを避けるべきということを書く方が良いのかなと、今回の外部送信に関しては、そちらの方が事例としては多いのかなと思っております。

同意ボタンしかないのは駄目ですよであったり、GDPRによっていきますが、拒否と同じくらい、いや、拒否も同じくらい簡単にできなければいけないですよというところ、それは望ましいで良いと思うのですが、それを望ましいにするのか、そうしなければいけないにするのかによって書き方は変わってくると思ってしまして、望ましいのままなのであれば、要するに同意ボタンだけは駄目で拒否ボタンもきちんと同じくらい簡単にできないといけないですよというのは望ましい同意なのかなとは思いますが。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。お待たせしました。森構成員、お願いします。

【森構成員】 私も寺田構成員、佐藤構成員の御意見に賛成です。法律上、望ましいになるということは必ずしもないかなと思ってまして、特に今回の外部送信の規律全体の趣旨というのは、もしかしたら意外とするかもしれない外部送信について利用者に確認の機会を与えると、確認の機会を与えるために通知し、又は容易に知り得る状態に置くということになっておりますから、同意の場合であっても確認の機会を与えた程度は同じでなければいけない。確かに確認の機会を与えましたよということではなければいけないので、この利用者への通知等のところ、これについては、通知又は容易に知り得る状態に置く方法に書かれたのと同じものを求めるべきであることになるかなと思います。

望ましい同意取得の方法ですが、これも望ましいになっているのですが、これも必要なものとして書いていただくことができるのではないかなと思ってまして、それは今回の外部送信についての規律というのが、プラットフォームに関する研究会（親会）で以前から言及されていた通信関連プライバシーというものに関することであるということですね。これが通信の秘密であれば、同意というのは、これは確固たる中身を、その中身についてはいろいろ議論があるわけですが、個別具体的明確ということになっていたと思いますが、そういう要件が求められていたわけですね。同意の要件というのは各法領域によって様々あり得るわけですが、通信の秘密はそうになっていた。通信の秘密が通話とかメッセージにおける保護であるのに対して、通信関連プライバシーはウェブサイトの閲覧やアプリの利用についての保護であるわけで、若干近い性質を持っていることになります。通信の秘密と同じものでなくても良いかもしれませんが、その性質に応じて近いものであるべきであっ

て、通信の秘密のときに個別の同意と言われていたようなことは通信関連プライバシーにおいても、また必要なのかなと思っております。

ですので、今回のこの同意取得の方法というのは結構重要な話、後々まで残ってくるのかなと思いますので、望ましいではなくて一定の必要性、通信の秘密に準じる、それは通信の秘密と同じぐらい厳しくしてくださいということではないですが、近いものとして把握していただく必要があるかなと思っております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでチャット欄では、一つは寺田構成員から、JISX9252オンラインにおけるプライバシーに関する通知及び同意が現在パブコメ中であり、グローバルでの基本的な考え方であって今回の議論の内容にも関わるということで、これを参考にされたら良いのではないかという御指摘をいただいております。それから、沢田構成員から、太田構成員がおっしゃるようなこういうのは確認の機会を与えたとは言えないよねという例を書いていただくのが良いのではないか、というコメントをいただいております。

念のため確認しますが、事務局から何かございますか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 御意見いただきありがとうございました。この同意の部分については、適用除外の対象となる同意の取得については要件が省令事項にはなっていないということで考えておまして、こういうふうに望ましいとしているのですが、いただいた御意見などを踏まえてその上で記載ぶりなどは検討していきたいと思っております。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは長い時間御議論をいただいておりますが、最後のラウンドでございます。資料1の19ページから21ページまでにかけて、4-3送信又は利用の停止を求めている情報でございます。こちらについても御質問、御意見をいただければと思いますが、いかがでございましょうか。

太田構成員、お願いします。

【太田構成員】 ありがとうございます。20ページの真ん中あたりに書いてある利用者の求めを受け付ける方法のところ、事例1、2、3とあるのですが、そもそも、今回の外部送信に関してはメール送信によってオプトアウトを受け付けるのはほぼ不可能に近いのではないかと考えておりますので、事例1としてあまり適切ではないのかなと思っております。

その21ページの記載例のところに、希望される場合は以下のボタンをクリックしてください、これが実際よく行われる例になると思うので、(3)のところもそれぞれボタンをクリックして、求めを受け付けるのが一番多い方法になるのかなと思っております。

あと、この利用者の求めを受け付ける方法に関して多いのが、オプトアウトできるページへのリンクを表示するのが多いと思うのですが、それが認められるのかどうなのかがここから分からないなと思ったのがあります。

次に、(4)の、オプトアウトしたら利用が制限される時はその内容というところで、その下の文のところの最後に、具体的には当該ウェブサイトの特定の機能を利用できなくなる、当該ウェブサイトにおいて当該利用者の関心に合致した広告の掲載がされなくなるといったことが想定されるというのがあるのですが、その関心に合致した広告が掲載されなくなるところの結構書き方が問題になることがあります。

ダークパターンのところで記事にもなったのですが、問題となるところは要するにオプトアウトしてしまうとあなたに関係のないひどい広告ばかりが表示されるようになりますよといった書き方というのは、ダークパターンなのではないかというのは言われているところです。それを許容するというのではないことをきちんと書いておかないと、そういうダークパターンによってオプトアウトするとあなたに悪いことがたくさんあるよといった書き方をたくさんして、オプトアウトされないようにするといったことがまかり通るのは避けたいなと思ったところでございます。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは小林構成員、お願いします。

【小林構成員】 ありがとうございます。20ページの今、太田構成員がお話をされた(3)の利用者の求めを受け付ける方法、オプトアウト措置の申込み方法について、私も具体的にはオプトアウトページへのリンクというのが多いのではないかなと思います。その際留意すべきは、大抵こういうツールというのは外部の事業者が提供しているもので、特に米国の事業者だったりすると英文しかないことがあるのが実は多かったです。そういう意味では、12ページで書いていただいたような、日本語で表示することが必要であるようなものとの平仄はここでも検討しなければいけないなと思ってまして、そのリンク先のページが英語である場合にもきちんと利用者に対応できるように、そこの動線のところについては何らかの日本語の手当てが必要になることはコメントさせていただきたいと思います。

あと細かな点ですが、ここの（３）の表現だけ施行規則と少し違っていて、「利用者の求めを受け付ける方法」は、「オプトアウト措置に係る利用者の求めを受け付ける方法」でも良かったのではないかなというのが、見出しの書き方としてのコメントでございます。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは沢田構成員、お願いします。

【沢田構成員】 ありがとうございます。太田構成員御指摘の広告の掲載のところです。野口オブザーバーがチャットで書いていただいていることと似ているかもしれないし、違うかもしれませんが、利用者の関心に合致した広告が出なくなることが「利用が制限される事態」に当たるのかが、そもそも疑問でございました。実態として起こることは、広告は引き続き出るけど自分の関心からは遠くなるかもという話ですよ。それは「利用を制限される」に含められるようなネガティブなこととは言えないのではないかと。オプトアウトしたらどうなるかはもちろん書いてほしいのですが、「利用が制限される」に含めるのはどうなのかなという疑問です。

関連して、広告をカスタマイズするという13ページの記載例ですが、どうやってカスタマイズするかと言ったら、ほかの情報源からの情報と突合したりと思うので、そのことがもう少し分かるように書いてほしいと思いました。それらは「通知等を行うことが望ましい」のところ、12ページに並べていただいた事項に追加するのが良いかも知れません。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 オプトアウトに関して1点だけ危惧していることがあります。タイミングです。初めからオプトアウトの仕組みがあって、そのことを通知されている場合には特に問題はないと思うのですが、後からオプトアウト、いろいろなものが追加されるパターンというのがよくある形になっています。こういったときに利用者きちんとそれが周知されていなければ、それはオプトアウトの措置が適切に運用されていることにはならないと思いますので、そういったことに関しても注意書きが必要なのかなと思っています。

あと1点。オプトアウトのときに太田構成員、それから沢田構成員からのお話があるように、ダークパターンになる可能性というのはかなりあります。このことに関しては、この中でダークパターン、何がよくて悪くてといった話を全部やるのは難しいと思いますので、別途検討することが必要なのかなということで、利用者に対して誤解を与えないであったりネガティブなものを与えないであったり、一定の方針的なものはどこかに書いて

おくべきではないかなと思いました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。今、沢田構成員からコメントいただきましたが、JAIPA 野口オブザーバーからもコメントいただいています。この点ですが、ほかにもございますでしょうか。事務局からございますでしょうか。

森構成員、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。野口オブザーバー、沢田構成員の御指摘、全くごもっともだと思っていて、広告の関連性が下がることは、これは利用制限には入れないようにしていただくべきだと思います。

太田構成員と寺田構成員からダークパターンの御指摘がありましたが、これもまた、いずれも全くごもっともなことだと思っていますが、これもそういうダークパターンが生じるのは関心に合致した広告ということを非常に大きく強調する結果として、本来、これはウェブサイトやアプリのマネタイズであると同時に、広告事業者の収益になる部分なわけですが、そこを非常に強調する、もちろん私は関心に合致した広告にユーザーの利益がないとは言いませんが、そこをすごい強調するとダークパターンになってしまっていて、あなたの興味のないものがいっぱい出ますよということになってしまいますので、これは本来のサービス、本来の電気通信役務とは区別して考えていただくべきものですので、これは外していただくのが良いと思います。

それからもう1点は、21ページのオプトアウト措置に関して利用者が容易に知り得る状態に置く方法ですが、これも望ましいということになっています。通知事項について通知又は容易に知り得る状態に置く方法に記載の方法に準じるのが望ましいとなっていますが、これもここで法令上要求されている確認の機会を与えることは、これはオプトアウトしていなければ通知又は容易に知り得る状態にしなくて良いことになっているわけですが、どうしてオプトアウトが例外になっているかという、それはそれできちんと確認の機会を与えました、だからこの場合は良いですということになっていると思いますので、その確認の機会を与えたか与えないかに関しては、同じである必要があると思います。ですので、ここは準じるのが望ましいではなく、同じ同一のレベルの方法によるべきであるとしていただくべきではないかと思います。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それで、これで一通り、よろしいでしょうか。

今日、大きく4つのラウンドと、最終盤は3つに分けてさせていただきましたが、一応残り時間、全体を通して何かお気づきの点があれば承りたいと思います。

まず佐藤構成員、お願いいたします。

【佐藤構成員】 全体に関するコメントですが、今回の我々議論していたことというのは、どちらかというと対事業者というところだと思います。この制度変更で消費者も当然、影響を受けるわけです。その辺は古谷構成員、沢田構成員の方が当然お詳しいところですが。

例えば今までは聞かれなかったことまでウェブサービスからいろいろなことを聞かれることになったり、突然ポップアップが出てきたり、例えば設定に関して、先ほどデフォルト・オンかデフォルト・オフかといった議論がありましたが、そういったものをいちいちしていかなければいけないところがあつて。残念ですが、ユーザーによっては面倒だから嫌だという人たちも出てくるところもあつて、多分我々はこういったことが必要な措置で、それが消費者を守ることなのだということを言っていかなければいけないわけです。

今回のこの検討会というか、このワーキンググループの射程を超えるのかもしれませんが、対消費者に対してこういう制度変更があることと、その制度変更がどういう意義があるのかを周知していくことを総務省または業界団体、いろいろな方々で御検討いただくことが今回のこの改定を円滑に進める上でも重要ですし、ぜひ消費者の方がきちんとかういった、今回望ましいという表現がたくさん使われておりますが、望ましいという表現にされている行為を積極的に取った事業者が選ばれるような仕組みにさせていただけると良いのかなと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは板倉構成員、お願いします。

【板倉構成員】 ありがとうございます。皆さんの議論を聞いていて出てこなかった点の一つあつて、送信先で同意やオプトアウトをやっていけば良いのではないかということ必ず事業者は考えます。その点については個人関連情報と違って記載がないわけですが、それは駄目だと、要するに、それがあつてもこれは外部送信の規律だから、ウェブサイト側できちんとやるのだということをごどこかに書いておいた方が良いかなと思いました。

もう1つは省令のときにも申し上げましたが、個人情報の利用目的と違って個性があれば出てくるような話ではないので、外部送信先がこの外部送信規律についての例文等を記載している場合はそちらを参照してコピーアンドペーストするのでもう良いのだと。むしろ

る外部送信先は、外部送信先へのこのルールではないですが、あるサービスについては外部送信について書いてくださいというのであれば、積極的に出しておいてくださいというの、どこかに書いておいたほうが良いかなとは思いました。

以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。それでは森構成員、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。そうですね。今の板倉構成員の送信先Third Party側でできる話ではないということも重要なことですので、お書きいただいた方がよいと思います。あと沢田構成員が前半で御指摘されていた広告のカスタマイズのためにという記載例が幾つか出てくるのですが、これは若干違和感ということだったと思いますが、それも全くごもっともだと思いますので、外部送信が通常どういう目的で行われているのかを、もしかしたら冒頭に書いていただいて、カスタマイズのためにユーザーデータベースを集めていることがあって、その際にこのルールというのは収集のためのきっかけとなる外部送信、First Partyによる情報提供について規制をしたものであると。だから規制の客体というのはあくまでもFirst Partyだということを、冒頭でもう少しお書きいただいた方がよいのではないかと思います。

そこにある程度考え方というか、基本的な方針みたいなものが出れば良いのかなと思いますし、主旨から引っ張ってくることができることは結構あると思います。先ほどの確認の機会を与える、もそうですが。

3ページを見ていただきますと送信先のことの問題になっていて、3ページの(4)で、利用者以外の者の電気通信設備、これはどこにかかってくるかといいますと、利用者以外の者の電気通信設備に送信することが規制対象となっているわけですし、そこに、想定はThird Partyですが、この規制としてはFirst Partyも含むことになっているのかなと思います。

そうだとしますと、ここの書きぶりとしては、利用者が電気通信役務を利用する際に通信の相手方となっている者の電気通信設備であり、当該電気通信役務を提供する電気通信事業者のサーバーだけでなく、利用者がウェブサイトの閲覧やアプリケーションの利用を行う際に通信の相手方となっている第三者のサーバーも含まれるという書き方ですが、むしろこれは逆で、Third PartyだけではなくてFirst Partyも含まれると書いていただいた方が、規制全体のもともとの考え方からは自然なのかなと思います。

また、これを読むほうもこれを読んで、そうか、パンチ、キックも入るのだというのは

むしろ意外とするところだと思いますので、入るといえるのは必要な情報で最終的には除かれますが、First Partyとの通信もこの規制に関連するのだというのはむしろ意外とすることではないかと思っておりますので、今、野口オブザーバーが書いていただきましたが、そういう順番で書いていただいた方が、主旨がはっきりするかなと思っておりました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 このガイドラインが外部送信規制に関するガイドラインとして単独で生まれるのか、それとも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の中にも含まれる形で書かれるのかによっても随分変わってくると思いますが、今回の外部送信規制の中で、例えば委託、それから共同利用といったことに関しては一切触れられていないところが少し気になっていて、そういったことはもう一つのガイドラインで参照するようにということであれば、そのようなことを少し書いておいてほしいなと思っております。

First Partyで情報を取得して、それが第三者提供の場合ということもありますし、この辺りが抜けているのかなと感じています。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。様々御指摘、御注意いただきましたが、ほかにはいかがでしょうか。よろしいでしょうか。ゲームの例でチャット欄では、野口オブザーバー、それから板倉構成員から幾つか御指摘いただいております。それでは平野オブザーバー、お願いいたします。

【平野オブザーバー】 主婦連合会の平野でございます。様々な議論ありがとうございました。私たちも気になっている同意の件などについては、望ましいという表現は本当に分かりにくく困っていたところで、その辺を議論していただいております。

私は分からないことが1点ありまして、今回のことと関わっているか分からないですが、最近GoogleなどはThird Party Cookieの使用をたしか2022年にはやめるようなことを言っていて、やめていると思うのですが、何を聞きたいかという、ブラウザフィンガープリントという、同じようなFirst Party CookieとThird Party Cookieの利用と似たような広告の、配信の手法が似ているようなことも、銀行などがよく使っている手法らしいですが、そこにも何か問題があることを聞いているのですが、その点などは触れなくて良いのかなという疑問があります。その辺がよく分かっていないので教えていただければと思っておりました。

て、あえて質問させていただきました。

【宍戸主査】 ありがとうございます。今、平野オブザーバーから御質問いただいた点は、このワーキンググループの立上げの段階からかなり具体的な事例を取り上げながらいろいろ分析をしてきて、特にダークパターンをめぐる議論などは今日、何度も出てきましたが、それに関わる。それ以外にもいろいろな問題があることは分かった上で、ひとまず今、このワーキンググループでの議論としては、改正電気通信事業法で定められた外部送信規律の話についてガイドライン等を整備している段階だと私としては認識しています。

それは事務局から後で情報提供等をいただくこととして、事務局から今の平野オブザーバーからの御質問も含めて何かございますでしょうか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 本日たくさん御意見いただきましてありがとうございます。御意見を踏まえて検討してまいりたいと思います。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。先ほどの平野オブザーバーの御質問に対しても適宜、事務局から、このワーキンググループだとこの辺で議論しました等、御提供いただけると助かります。

【平野オブザーバー】 ありがとうございます。途中から参加しているものでして、全然分からなくて。ありがとうございます。失礼いたしました。

【宍戸主査】 とんでもないです。ありがとうございます。今、寺田構成員からGoogleのThird Party Cookieの禁止というのは2024年に延期されましたといった、情報提供もいただいています。この辺、確かに非常に動きが大きいところでございますので、一般の消費者の方々はもちろんですが、我々も追いかけていくのが大変な世界ですので、こういう公開の場でいろいろ議論させていただくことが非常に重要ななと思っております。

また、このワーキンググループでは省令、それからガイドラインの本体について議論する上でも資料2を御覧いただければ分かるとおおり、様々事業者の方、あるいは関係する団体の方からも御意見を丁寧に伺いながら、それをこの構成員、またオブザーバーの皆様の問題を多角的に分析していただいて慎重に丁寧に議論してきたつもりでございます。

ということで、このガイドラインの解説につきましても本日御議論を踏まえて、事務局で解説案についてまず御修正をいただき、それを次回会合に出していただく、それをまた議論することとしたいと存じます。さらに次回会合において、資料3でお示したとおおりヒアリングを行いたいと思います。このヒアリングの項目、ここに今、書いておりますが、本日幾つか具体的にこういった点は事業者の方に聞いてみたほうが良いのではないかと

った点も論点として出ていると思いますので、この資料3それ自体を修正するのか、あるいは事務局でヒアリング対象者とコミュニケーションを適宜取っていただくのか、我々がガイドラインの解説について議論する上で、情報提供いただきたいことをよくお伝えした上でヒアリングをさせていただきたいと思っております。

最後に、事務局から御連絡事項があればお願いいたします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 ありがとうございます。次回会合については、事務局から御案内いたします。

事務局からは以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。これにて本日の議事は全て終了となります。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の第20回会合を終了とさせていただきます。本日も皆様お忙しい中、御出席いただき、また活発な御議論いただきありがとうございます。これにて散会といたします。