

デジタル広告の観点における各社の取組について ー消費者の権利・利益から考えるー

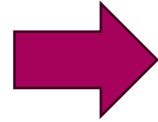
(公社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

顧問 古谷由紀子

1. 利用者情報の取扱いにおける説明にもとづき選択

必要条件

- ・理解できること
- ・判断できること
- ・行動できること



企業に求められること

情報を提供する

- ・必要な情報を
- ・適切な方法で
用語
わかりやすく
- ・適切な場所に

問題があると・・・

- ・理解できない
- ・判断できない
- ・誤認する
- ・被害・不利益を受ける

消費者の権利

- ・安全が確保される権利
- ・選択する権利
- ・知らされる権利
- ・意見が反映される権利
- ・消費者教育を受けられる権利
- ・被害の救済を受けられる権利
- ・基本的な需要が満たされる権利
- ・健全な環境が確保される権利

■ 消費者がコントロールするための情報になっているか

- 必要な情報を提供

例

- 「パーソナライズされた広告」「カスタマイズ広告」は消費者の役に立つとの前提
⇒ 各種調査では異なる結果も多いこと（消費者の懸念・不安）への配慮に応えた情報が提供されているか
- プラットフォーム事業者と多数の関係者が存在
⇒ 広告主との関係（契約、提供される利用者情報など）など見える情報があるか

- 適切な方法で提供

例

- 利用者情報の取得について
たとえば、「ユーザーが作成し、提供する情報を収集」との記載は適切か
⇒ 消費者は企業に「提供した」認識はないのではないか。
実際は、「書き込み」とか「入力した情報」との認識ではないか

- 適切な場所に提供

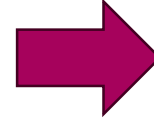
例

- プライバシーポリシー、プライバシー設定の管理などの進展
⇒ 必要な情報に気づく場所に記載されているか
⇒ 求めている情報の記載場所をすぐ探せるか

2. 信頼できる、有益な「企業」を選択

必要条件

- ・姿勢、取組、対応（方針、体制）への信頼性
- ・サービス内容が
消費者の利益になる、不利益を招かない



企業に求められること

情報開示

- ・プライバシーポリシー
- ・レポート など

取組や情報の信頼性が確保されないと・・・

消費者は判断できない

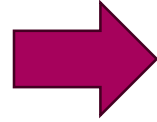
消費者の権利

- ・安全が確保される権利
- ・**選択する権利**
- ・**知らされる権利**
- ・意見が反映される権利
- ・消費者教育を受けられる権利
- ・被害の救済を受けられる権利
- ・基本的な需要が満たされる権利
- ・健全な環境が確保される権利

3. 被害・不利益の解消

必要条件

・安心して使えること



企業に求められること

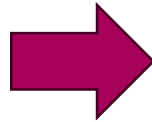
安全確保の仕組み

- ・同意
- ・第三者提供
- ・ニーズに合った広告
- ・PIAの実施 など

取組の信頼性を確保されないと・・・

消費者は自己を守れない

・消費者の声が聞き届けられること



苦情への対応の仕組み

- ・誰が対応するか
- ・声を聞く仕組み
- ・サービスなどの改善になるか

実効性のある被害・不利益解消の制度になっていないと・・・

泣き寝入り、問題は改善できない

消費者の権利

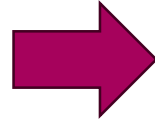
- ・安全が確保される権利
- ・選択する権利
- ・知らされる権利
- ・意見が反映される権利
- ・消費者教育を受けられる権利
- ・被害の救済を受けられる権利
- ・基本的な需要が満たされる権利
- ・健全な環境が確保される権利

4. 企業と消費者の構造的格差への支援

消費者の現状

企業と消費者の関係

・情報、交渉力、専門性等の格差



企業に求められること

消費者啓発・教育

・自社の持つ情報（事業情報、苦情など）の活用による取組

参考

消費者基本法

（目的）

第一条 この法律は、**消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差**にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

参考

消費者教育推進法

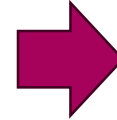
（事業者及び事業者団体の努力）

第七条 **事業者及び事業者団体**は、事業者が商品及び役務を供給する立場において**消費者の消費生活に密接に関係していること**に鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、**消費者教育の推進のための自主的な活動**に努めるものとする。

5. モニタリングのあり方について

現在のヒアリングシート・説明の限界

- ・要請事項は表面上は満たされてる
- ・企業はできていることを説明、問題の報告はほとんどない



本当か、実効性のある取組みになっているか

- 消費者の権利・利益を
- ・尊重しているか
 - ・侵害していないか
 - ・救済できているか

今後求めたいこと

自主的取り組みの報告について

- ・内部監査に関する報告
- ・外部のモニタリング項目の工夫

透明化法と同様な取組

- ・利用条件等の情報の開示
- ・自主的な手続き・体制の整備