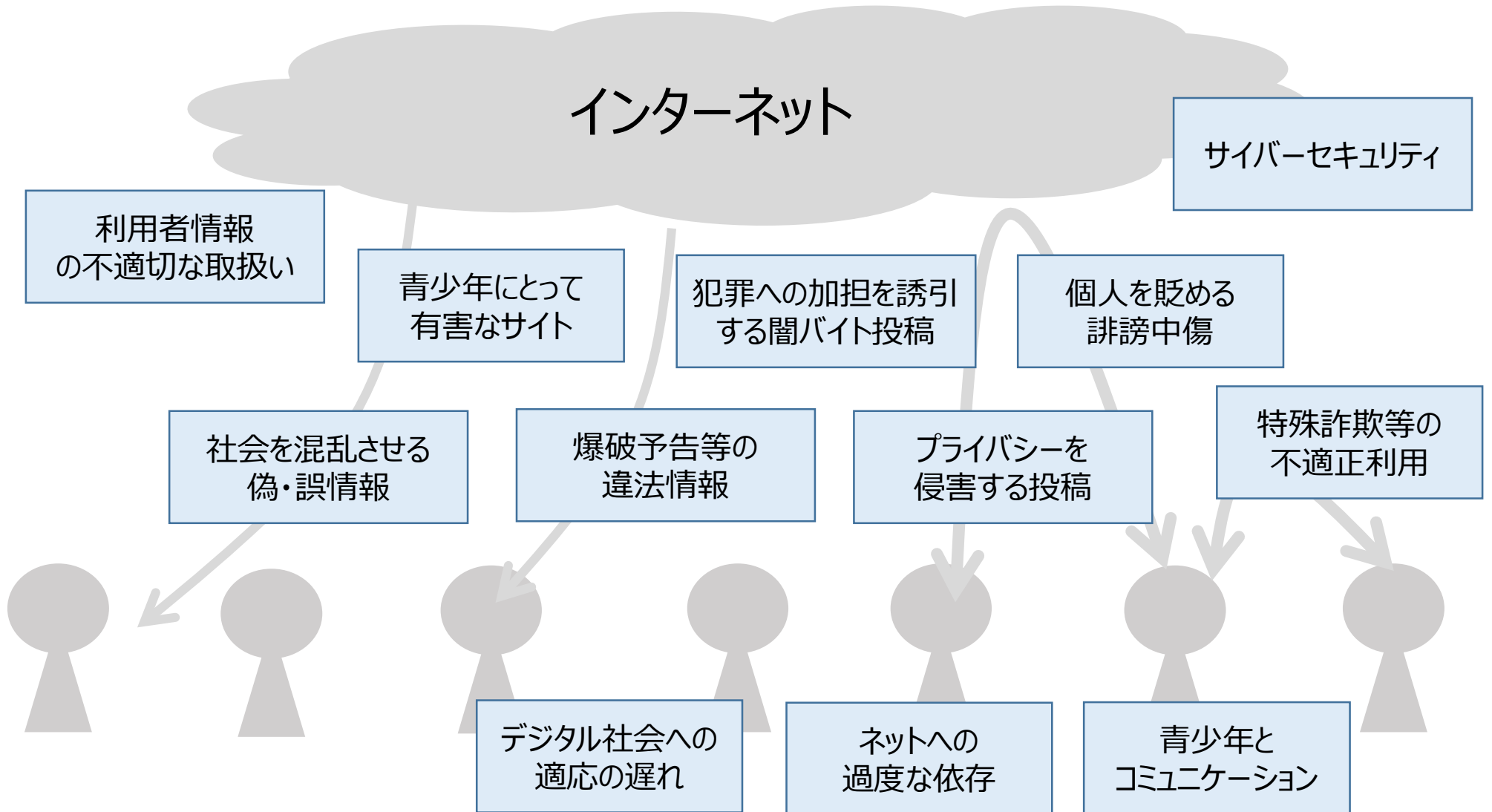




利用者情報の適切な取扱いの確保に関する 背景及び現状について

令和6年3月1日
総合通信基盤局

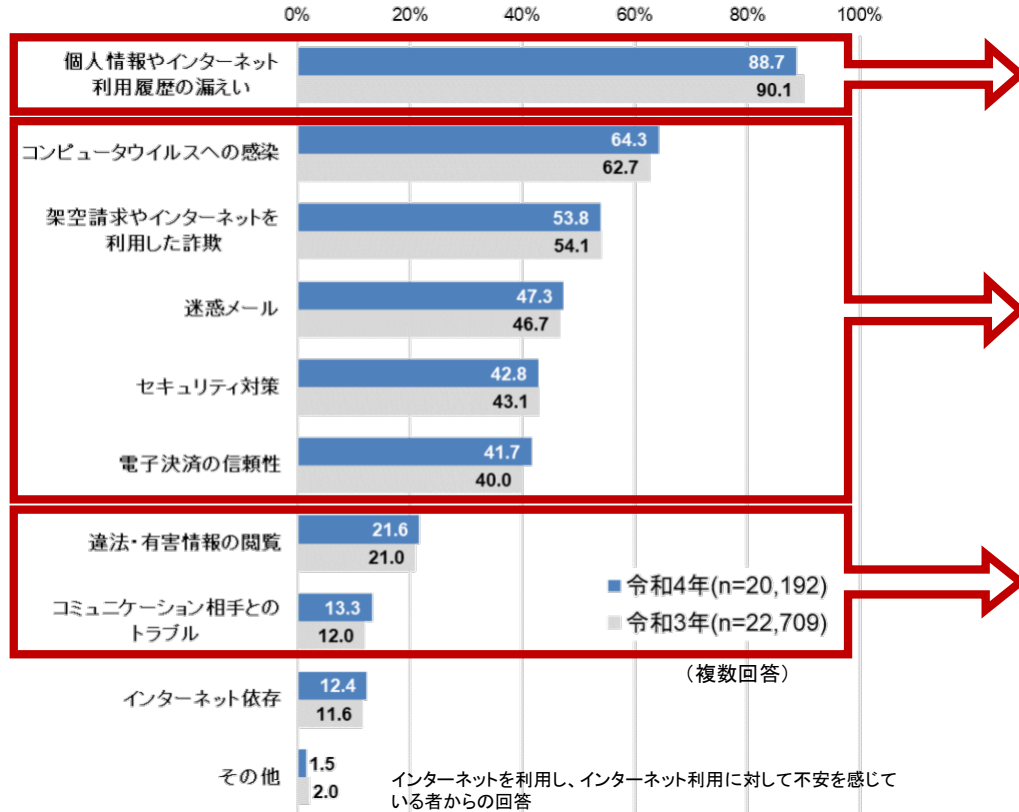
- ICTサービスの拡大とともに、サービス利用に伴う諸課題も拡大・多様化



- まずは、利用者の不安が顕在化している、**①利用者情報の保護**、**②不適正利用への対処**にフォーカスして検討を行う。

インターネット利用における不安の内容

不安の具体的な内容は、「**個人情報やインターネット利用履歴の漏えい**」(88.7%)が最も高く、「**コンピュータウイルスへの感染**」(64.3%)、「**架空請求やインターネットを利用した詐欺**」(53.8%)と続く。



対処すべき政策課題

利用者情報の保護
の更なる促進

ICTサービスの
不適正利用への対処

その他
(誹謗中傷等の違法・有害情報への対応等)

- 電気通信事業を取り巻く環境変化を踏まえ、電気通信サービスの円滑な提供及びその利用者の利益の保護を図るため、以下の措置を講ずる電気通信事業法の一部を改正する法律が令和4年6月に成立し、令和5年6月16日に一部が施行
- 利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務を提供する電気通信事業者に関し、利用者情報の適正な取扱いに関する規律を策定

①情報通信インフラの提供確保

- ブロードバンドサービスについては、契約数が年々伸び、「整備」に加え、「維持」の重要性も高まっている。
- 新型コロナウイルス感染症対策を契機とした社会経済活動の変化により、テレワークや遠隔教育などのデジタル活用の場面が増加している。
※ デジタル田園都市国家構想の実現のためにも、ブロードバンドの全国整備・維持が重要。

- 一定の**ブロードバンドサービスを基礎的電気通信役務(ユニバーサルサービス)に位置付け**、不採算地域におけるブロードバンドサービスの安定した提供を確保するための**交付金制度を創設**する。
- 基礎的電気通信役務に該当するサービスには、**契約約款の作成・届出義務、業務区域での役務提供義務**等を課す。

②安心・安全で信頼できる通信サービス・ネットワークの確保

- 情報通信技術を活用したサービスの多様化やグローバル化に伴い、情報の漏えい・不適正な取扱い等のリスク※が高まる中、事業者が保有するデータの適正な取扱いが一層必要不可欠となっている。
※ 国外の委託先から日本の利用者に係るデータにアクセス可能であった事案などが挙げられる。

- 大規模な事業者※が取得する**利用者情報について適正な取扱い**を義務付ける。
- 事業者が利用者に関する情報を第三者に送信させようとする場合、**利用者に確認の機会を付与**する。

※ 大規模な検索サービス又はSNSを提供する事業についても規律の対象とする。

③電気通信市場を巡る動向に応じた公正な競争環境の整備

- 指定設備(携帯大手3社・NTT東・西の設備)を用いた卸役務が他事業者に広く提供される一方、卸料金に長年高止まりとの指摘がなされている。
- NTT東・西が提供する固定電話について、従来の電話交換機網からIP網への移行を令和3年1月に開始、令和7年1月までの完了を予定している。

- 携帯大手3社・NTT東・西の指定設備を用いた卸役務に係るMVNO等との協議の適正化を図るため、**卸役務の提供義務及び料金算定方法等の提示義務**を課す。
- 加入者回線の占有率(50%)を算定する区域を都道府県から各事業者の業務区域(例えばNTT東は東日本、NTT西は西日本)へ見直す。

目的

電気通信サービスの高い信頼性を保持するとともに、利用者自らが安心して利用できるサービスを選択することが可能となる

全体的観点からの適切な判断や、情報漏えい時の迅速な対応が可能となる

自ら PDCAを実施して、各事業者の実態を踏まえた情報の適正な取扱い体制を確保

「利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務」を提供する電気通信事業者に対する規律 (※)

(※) 検索情報電気通信役務、媒介相当電気通信役務を提供する者も対象

規律内容

- ① 特定利用者情報 (※) の取扱規程 (≒社内ルール) の策定・届出
 (※) 通信日時・通信内容、氏名・住所などのほか、特定の個人を識別できないが、ID・パスワード等により識別することができる利用者の情報が含まれる。
- ② 特定利用者情報の取扱方針の策定・公表
- ③ 毎事業年度、特定利用者情報の取扱状況を自己評価、取扱規程・取扱方針に反映
- ④ 上記事項の統括責任者の選任・届出、職務遂行義務
- ⑤ 特定利用者情報の漏えい時の報告

(詳細)

■規律対象者について

- ・ 無料の電気通信サービス：「利用者数1,000万人以上」の電気通信事業者を対象とする
- ・ 有料の電気通信サービス：「利用者数500万人以上」の電気通信事業者を対象とする

※ 「利用者」は契約締結者又は利用登録によりアカウントを有する者。「利用者数」は、月間アクティブ利用者(1月に1度でもサービスを利用した者)数の年平均値

■情報取扱方針の記載事項について

- ・ 特定利用者情報を保管するサーバーの所在国や特定利用者情報を取り扱う業務を委託した第三者の所在国等とする

■特定利用者情報の漏えい時に報告を要する場合について

- ・ 利用者の数が1,000人を超える特定利用者情報の漏えいが生じた場合等とする

事業者は、自らの実態を踏まえた情報の適正な取扱い体制を確保し、
 それにより、利用者は、安心・安全で信頼できるサービスを選択することが可能となる

特定利用者情報を適正に取り扱うべき電気通信事業者の指定

- **特定利用者情報規律の対象事業者については、電気通信事業法第27条の5において、利用者の利益に及ぼす影響が大きいものとして総務省令で定める電気通信役務を提供する電気通信事業者を、特定利用者情報を適正に取り扱うべき電気通信事業者として、総務大臣が指定することが規定されている。**
- **利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務は、電気通信事業法施行規則第22条の2の20において、**
 - **無料**の電気通信役務：利用者数※が**1,000万以上**であるもの
 - **有料**の電気通信役務：利用者数※が**500万以上**であるもの**と規定されている。 ※ 前年度における月間のアクティブユーザ数の年間平均値。**
- 電気通信事業法第169条第2号の規定において、総務大臣による指定は、情報通信行政・郵政行政審議会の諮問事項となっている。今回の指定については、令和5年12月18日に告示を行い、告示から1月後の令和6年1月18日に適用開始。指定された事業者は、特定利用者情報の適正な取扱いが求められる。
- 今般指定する事業者は下表のとおり。今後、電気通信事業報告規則第2条第3項及び同条第4項の規定に基づく利用者数の年次報告を踏まえ、新たな対象者の指定又は既存指定事業者の指定解除の告示改正を行う。

特定利用者情報を適正に取り扱うべき電気通信事業者（19社）

• iTunes株式会社	• 東日本電信電話株式会社
• X Corp.	• マイクロソフト・コーポレーション
• エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社	• Meta Platforms, Inc.
• 株式会社NTTドコモ	• UQコミュニケーションズ株式会社
• エヌ・ティ・ティ・ブロードバンドプラットフォーム株式会社	• LINEヤフー株式会社
• Google LLC	• 楽天グループ株式会社
• KDDI株式会社	• 楽天モバイル株式会社
• ソフトバンク株式会社	• 株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレス
• TikTok Pte.Ltd.	• Wireless City Planning株式会社
• 西日本電信電話株式会社	

目的

利用者の知らない外部送信がなくなり、
利用者が安心・安全で信頼できる電気通信サービスを利用することが可能となる

「利用者の利益に及ぼす影響が少くない電気通信役務」を提供する電気通信事業を営む者に対する規律

規律内容

電気通信サービスを提供する際に、氏名などの個人情報だけでなく、IDや閲覧履歴等を含め、
利用者に関する情報を外部送信する指令を利用者に送信する場合、外部送信のプログラムを送る前に、
当該利用者に**確認の機会**（通知又は公表、同意取得、オプトアウト措置のいずれか）**を付与**

(詳細)

■規律対象者について

- ・ 利用者に関する情報を多く保存しているスマートフォンやパソコンからの外部送信を規律するため、ブラウザ又はアプリを通じて提供されるスマートフォンやパソコンで利用されるサービス（メッセージ通信、検索サービス、SNS、オンラインショッピングモール、ニュース配信サイト等）を提供する電気通信事業者又は第三号事業を営む者を対象とする

■利用者に通知又は公表すべき事項について

- ・ 送信される利用者に関する情報の内容、当該情報の送信先となる電気通信設備を用いて取り扱う者の氏名・名称、送信されることとなる利用者に関する情報の利用目的とする

■通知又は公表の方法について

- ・ 日本語での平易な表現による記載、適切な文字サイズでの表示、容易にアクセスできるようにする
- ・ ポップアップによる通知やトップページ等での公表など、利用者が認識し理解しやすい形で表示する

外部送信の確認の機会が得られ、

利用者が安心・安全で信頼できるサービスを利用することが可能となる。

- 「電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン」（令和4年個人情報保護委員会・総務省告示第4号。以下「電気通信GL」という。）において、同ガイドラインの遵守状況及び電気通信事業者による情報の取扱いについては、定期的にモニタリングを行い現状を把握することとされている。
- 昨年度は、本会合の下に設置されていた「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」（以下「利用者情報WG」という。）において、電気通信GLの遵守状況及び電気通信事業者による情報の取扱いの状況について、モニタリングを実施。

電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドラインの解説 抜粋

第52条

- 1 本ガイドラインについては、社会情勢の変化、国民の意識の変化、技術動向の変化等諸環境の変化を踏まえ、必要に応じ見直しを行う。
- 2 本ガイドラインの遵守状況及び電気通信事業者による情報の取扱いについては、前項の本ガイドラインの見直しに必要な限度において、定期的にモニタリングを行い現状を把握することとする。

個人データ等の保護についての考え方は、社会情勢の変化、国民の認識の変化、技術の進歩、国際的動向等に応じて変わり得るものであり、本ガイドラインは、法の施行後の状況等諸環境の変化を踏まえて、必要に応じ見直しを行うものとする（第52条第1項関係）。

前項の本ガイドラインの見直しに必要な限度において、本ガイドラインの遵守状況等に関して定期的にモニタリング(※)を行い、現状を把握するとともにその結果を踏まえ必要な見直しを検討することとする。

(※)モニタリングの項目は必要に応じて検討されることとなるが、第14条、第15条等に関する実施状況(プライバシーポリシーへの第15条第2項記載事項の掲載状況、利用者にとって分かりやすい示し方の工夫、利用者の選択の機会の提供状況、アプリケーションに関するプライバシーポリシーの有無等、アプリケーション提供サイトにおけるアプリケーション提供者への情報の取扱いに関する要請の状況等)についてモニタリングを行うことが想定される。

- 具体的なモニタリングの進め方は、特に、昨年度の利用者情報WGにおけるヒアリング項目のうち、「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」において確認するとされた項目等を中心にヒアリングを実施し、各事業者の取組状況の確認を行う。
- 具体的には、事前に配布したヒアリングシート（次頁）への回答を踏まえつつ、下記の項目についてヒアリングを実施。

透明化法に係る主な確認項目	ヒアリング項目
1. 取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示	<ul style="list-style-type: none"> ①サービス提供時にどのような利用者情報を取得し、どのように利用しているか。特に、広告ビジネスにおいてどのように利用しているか。 ②取得する利用者情報の内容やその利用目的（自社での利用だけでなく、第三者提供含む。）について利用者へ知らせるに当たり、利用者が十分に理解できるよう、どのような工夫をしているか。 ③自社の広告配信サービスの対応状況。
2. ターゲティング広告を実施する旨及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示	<ul style="list-style-type: none"> ④利用者情報の取得について、オプトアウトの機会を設けているか。オプトアウトが可能なことや、その設定画面へどのように案内しているか。 ⑤インターネット広告に関しては、本人同意を前提として利用者情報を分析しターゲティングを行う方向性と、個人を対象とせず集団を対象としてターゲティングを行う方向性があるが、どのように考えるか。
3. 消費者がデータの取得・利用を拒否した場合の、サービスを利用するオプション提供の可否の開示	<ul style="list-style-type: none"> ⑥第三者のオプトアウトの仕組みへの案内がされているか。また、利用者が拒否した場合は、サービスの利用について影響がある場合の説明がされているか。
4. データ・ポータビリティの可否・方法の開示	<ul style="list-style-type: none"> ⑦データポータビリティに係る取組を実施しているか。実施している場合には、どのように利用者へ開示・説明しているか。

※その他、EUのDMAにおいては、個人の同意なしに、プラットフォーム上で得た利用者情報をプラットフォーム事業者が提供する他のサービスから得た利用者情報または第三者のサービスから得た利用者情報と結合してはならないことが定められているが、この点どう考えるか。また、対応する取組を行っているか。

着眼点

プラットフォーム事業者の取組を通じ、消費者の理解やオプションなどの認知・利用がどの程度進んでいるか。

※プラットフォームサービスに関する研究会（第47回）（2023年9月19日開催）資料1「利用者情報の取扱いに関するモニタリングについて」（事務局資料）より抜粋の上、表題のみ加工

○以下の各項目について、デジタル広告の観点における各社の取組について記載。

1. 利用者情報の取扱いの状況について

- ① 取得される利用者情報と取得場面
- ② 取得した情報の加工・分析・利用
- ③ 利用者情報の第三者提供
- ④ 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用
- ⑤ 利用者情報に基づくプロファイリングセグメント化

2. 利用規約・プライバシーポリシーについて

(1) 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー

- ① 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
- ② サービス開始前の通知公表・同意取得(導線・掲載)
- ③ プライバシーポリシーの変更に係る周知・同意取得
- ④ 利用開始後にも定期的に通知を行うなどの工夫

(2) 透明性確保のための工夫

- ① 透明性確保のための工夫や対処(ユーザーテスト実施他)
- ② 同意取得や通知に当たっての具体的な工夫(階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン等)

(3) オプトアウト

- ① オプトアウトを設けているか(方法・対象範囲等)
- ② オプトアウトをしてもサービス利用継続が可能か
- ③ ダッシュボード等を設けているか(方法・対象範囲等)
- ④ オプトアウトに関する通知事項、導線

(4) データポータビリティ

- ① データポータビリティの取組(方法・対象範囲等)
- ② 対象情報、方法、提供フォーマット、提供先、相互運用性等
- ③ 電磁的開示請求への対応、開示方法、提供フォーマット等

3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況

- ① 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
- ② 他アプリ提供社やサイト運営者に対する情報提供
- ③ 情報収集モジュールやJavaScriptによる外部送信
- ④ ③の場合の、他アプリ提供者やサイト運営者に対する情報提供
- ⑤ 情報収集モジュールやJavaScriptについて、送信される情報の内容や送信先の変更等
- ⑥ 複数の他アプリやサイトから収集した情報の管理

4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況

- ① 他社に対するデータ提供の状況
- ② 他社との連携、留意点(利用者説明、安全管理等)

5. サードパーティによる情報収集への対応

- ① サードパーティによる情報取得に関する方針
- ② クッキーの代替手段の情報取得の動きへの考え方

6. PIA・アウトカムについての考え方

- ① PIAの導入状況
- ② 利用者情報の取扱いに関するアウトカムに係る検討
- ③ 利用者にPIAの結果やアウトカムを説明しているか

7. 個人情報保護管理者の設置

- ① 設置状況
- ② 名称等
- ③ 業務内容

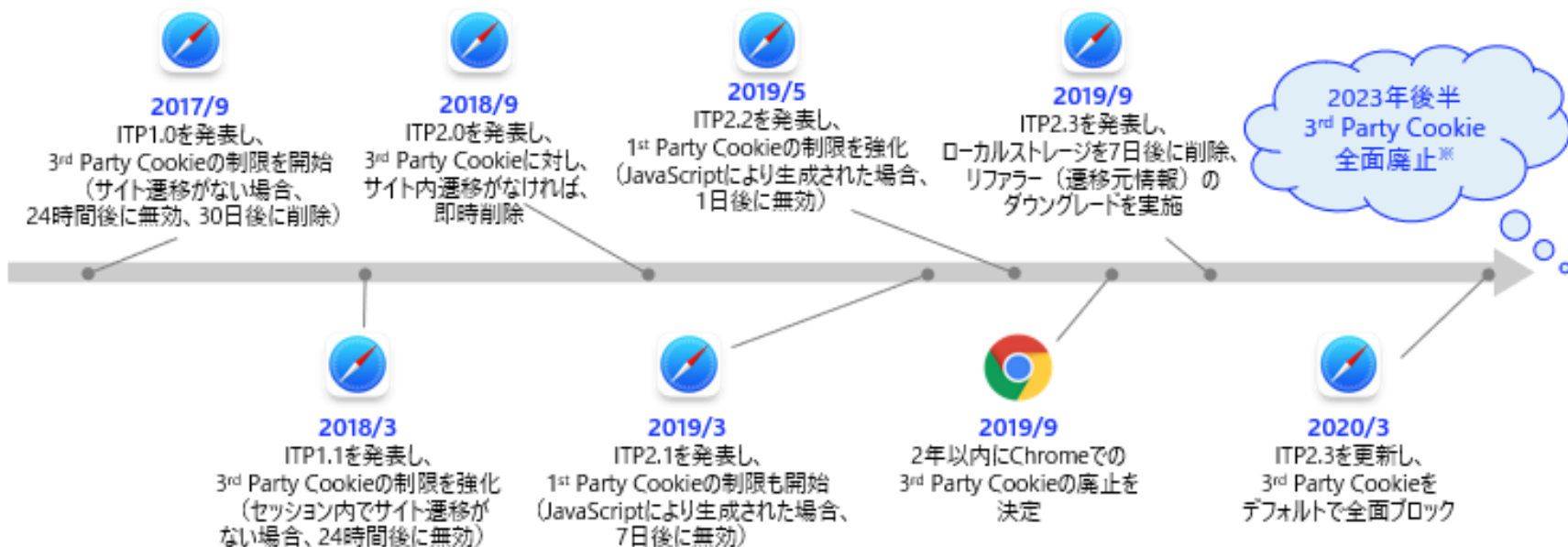
「プラットフォームサービスに関する研究会」は、今年度のモニタリングの実施及び結果を踏まえて、総務省による今後の利用者情報の取扱いに関するモニタリングについて、以下のとおり提言する。

- 「電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン」第52条第2項等に基づき、デジタル広告分野に限らず利用者情報の取扱いについて、継続的にモニタリングを行うべきである。
- 上記のモニタリングを行うにあたり、総務省において安定的な枠組みを作ることが必要である。
- 上記のモニタリングを行うにあたり、事業者からの情報提供が十分に得られるように、総務省においては、ヒアリング項目や方法の工夫を行うとともに、必要に応じ制度的な対応も検討すべきである。
- 上記のモニタリングを行うにあたっては、特に利用者保護の観点に立ち、新たなターゲティング手法の登場等の業界の動向を踏まえながら、プラットフォーム事業者における情報取得の方法等、利用者情報の取扱いについて確認していく必要がある。
- 上記のモニタリングを行うにあたっては、特に、今般のモニタリング結果において要検討事項と指摘された事項について検討を深めることが必要である。その上で、プラットフォーム事業者が、アカウントを取得していない利用者やログインしていない利用者からも情報を取得していること、第三者や、第三者のウェブサイトを通じて情報を取得していることに関し、利用者保護の観点から、対応を行うべき点がないかについて検討を行うことが必要である。

3rd party cookie廃止を受けた代替技術の動向

利用者の十分な自覚がないまま、データを収集する仕組みを問題視したAppleやGoogleは独自に3rd Party Cookieに対する規制を進めている。

Apple・GoogleによるCookie規制の流れ



※ 2021/6に英国競争当局 (CMA) の指摘を受けて、サードパーティクッキー廃止を1年延期

事務局注：2023年12月18日のGoogle Japan Blogによれば、Chromeブラウザでの3rd party cookie廃止に関しては、段階的な廃止に向けて、3rd party cookieへのアクセスをデフォルトで制限し、ウェブサイト間トラッキングを防止するトラッキング保護機能のテストを2024年1月4日から、全世界のChromeユーザーの1%に展開。2024年後半に全てのユーザーの3rd party cookieを段階的に廃止するとされている。
(<https://japan.googleblog.com/2023/12/chrome-cookie.html>)

3rd party cookie廃止を受けた代替技術の動向

参考) IDFAに関する方針変更

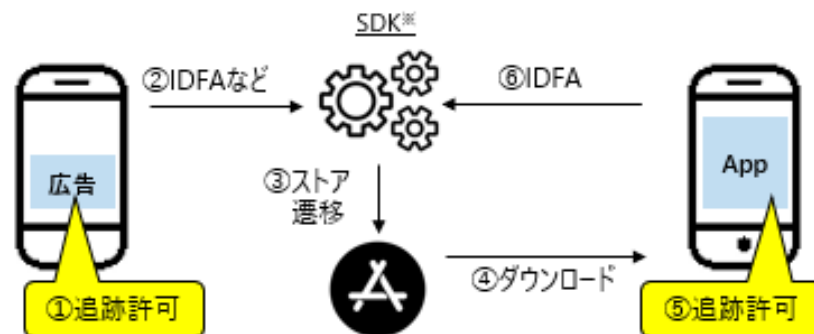
< Worldwide Developers Conference 2020での発表 (2020年6月) >

- 「IDFA」が2020年秋のiOSのバージョンアップにより、各アプリごとに「IDFAの取得可否を確認する」仕様に変更 → IDFAオプトイン化が21年初旬に延期され、一部仕様変更 (2020年9月)
- 米フェイスブックなどは「アップルの競争上の利益を追求している」と批判
- Financial Times誌によると、このプライバシー方針の刷新の影響を、テクノロジー調査会社Lotameが試算したところ、Snapchat (Snap)、Facebook、Twitter、YouTubeの大手SNS4社合計98億5,000万ドルの売り上げ減。2021年第3、第4四半期の4社の売上は平均でマイナス12%と試算された
- 同じくFinancial Times誌が取材したEric Seufertによると、Facebook単体でも半年で83億ドルの売り上げ減。
- 一方のAppleは、今年第3四半期の広告売上が2兆円に達し、好調

出所) 日経Xトレンド (<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00421/00004/>)、ギズモードジャパン記事 (<https://www.gizmodo.jp/2021/11/att-blows-9-85-billion-dollar.html>) などよりNRI作成

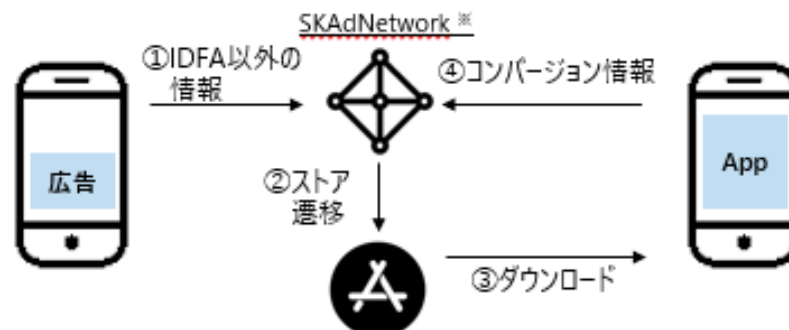
今後の広告配信計測方法

①これまでと同様の計測+オプトイン



※SDK: アプリに組み込んで使う、広告配信に必要な機能を、ひとまとめたツールキットの総称

②Apple提供「SKAdNetwork」を活用



※SKAdNetwork: アップルが提供するプライバシーに配慮したトラッキングツール

- スマートフォンの普及に伴い、アプリケーション等により取得・蓄積された**利用者情報（アドレス帳、位置情報等）**が、**本人の意図しないかたちで外部送信されている事案が発覚、社会問題化したことを踏まえ、総務省においてアプリ提供者等の関係事業者等が利用者情報を適正に取扱う上で従うことが望ましい事項（プライバシーポリシーの作成・掲載等）**について「スマートフォンプライバシー イニシアティブ（SPI）」を取りまとめて公表。（平成24年8月以降、2度改訂）
- また、上記取組を検証し、その結果のとりまとめ（SPO）を随時実施。

【総論】

1 基本原則

- 2 適用対象
- 3 用語の定義

① 透明性の確保

② 利用者関与の機会の確保

③ 適正な手段による取得の確保

④ 適切な安全管理の確保

⑤ 苦情・相談への対応体制の確保

⑥ プライバシー・バイ・デザイン

【各論】1 アプリケーション提供者等における取組（アプリ提供者及び情報収集モジュール提供者）

(1) プライバシー・ポリシーの作成

- ▶ 以下の項目を記載したプライバシーポリシーを、アプリケーションや情報収集モジュールごとに分かりやすく作成する。

(記載項目)

① アプリ提供者等の氏名又は名称

② アプリ提供者等が取得する利用者情報の項目等

③ アプリ提供者等による取得方法

④ 利用目的の特定・明示

⑤ 第三者提供、外国の第三者に対する提供、共同利用及び情報収集モジュールに関する記載事項

⑥ 同意取得の方法及び利用者関与の方法*1,2

⑦ 問合せ窓口

⑧ プライバシーポリシーの変更を行う場合の手続

*1 同意取得： 一部のプライバシー性の高い情報については、原則同意を取得する（電話帳、位置情報、通信履歴等）。

*2 利用者関与： 利用者がアプリによる利用者情報の利用や取得の中止を希望する場合に、その方法を記載する。

(2) 適切な安全管理措置

- ・ 利用者情報の漏洩、滅失、毀損の危険回避の措置を講ずる

(3) 情報収集モジュール提供者に関する特記事項

- ・ アプリケーション提供者へ①取得する情報の項目、②利用目的、③第三者提供の有無等について通知する。

2 その他の関係事業者における取組

- (1) 移動体通信事業者・端末提供事業者： アプリ提供者の適切な取扱い支援・啓発活動、連絡通報窓口の整備等を行う
- (2) アプリ提供サイト運営事業者、OS提供事業者： 同上、OSによる利用許諾がある場合に分かりやすい説明を行う
- (3) その他関係しうる事業者： アプリケーション紹介サイトは有益な情報源となり得る

- スマートフォン上のプライバシー対策の国内外の情勢変化、各種事案を踏まえ、利用者情報の更なる保護に向けて議論を行う。

論 点	
① スマートフォン上のプライバシー対策	1. スマートフォン上のプライバシー対策について、外部送信規律の法制化、情報収集モジュール等の情勢変化を踏まえ、スマートフォン利用者情報取扱指針を見直すべきか。
② 利用者情報に係るモニタリング等	1. 個人情報保護ガイドラインに基づく定期的なモニタリング（デジタル広告市場の競争評価最終報告（デジタル市場競争会議）を踏まえた検討含む。） 2. プラットフォームサービスに関する研究会第50回でとりまとめられた「利用者情報の取扱いに関するモニタリング結果」で指摘された事項（例：非ログイン利用者の保護のあり方、第三者からの情報取得に係る利用者保護のあり方）について検討すべき事項はあるか。利用者情報の取扱いに係る委託先の監督のあり方について検討すべき事項はあるか。

① スマートフォン上のプライバシー対策

- スマートフォン利用者情報取扱指針は、見直しをしたほうがよい。スマートフォンプライバシーイニシアティブ（SPI）は基本的には、外部送信規律と守備範囲としては同じであるとともに、法的拘束力のないベストプラクティスなので、法制化から、一歩進んだレベルを目指すべき。【森構成員】
- プラットフォーム研究会の議論が外部送信規律の法制化に反映されているかという点、それは必ずしもそういうわけではない。例えば、外部送信技術の規制の対象者をどうするのか、外部送信技術の中身としてどのような情報を送信するのか、送信先はどこか、通知・公表でいいのか、それともオプトアウトさせなければいけないのか、改めて見直していかなければいけない。【森構成員】

② 利用者情報に係るモニタリング等

- モニタリングについては、PDCA、計画に基づくモニタリングがうまく機能できているかということも含めて、定期的に振り返るような場をつくるなどの仕組みが求められているのではないか。【大谷座長代理】
- 利用者保護の観点に立ってモニタリングを進めるべきであるということが重要なポイント。【森構成員】
- サービスに係るアカウントを持っていない、ログインしていない場合に、情報を取得することを知る機会がない、あるいは、それに対して同意をする機会がないため、そのような場合にはプライバシーポリシーの工夫や、ユーザに対する情報提供が効果を発揮していない。もし、それらの方々からも情報を取得している場合、プライバシーポリシー等によらない保護の方法、本人関与の方法というものを法制度的に考えていかなければいけない。【森構成員】
- EUにおいて、Metaの情報収集について、競争法の文脈で、裁判所による一定の判断があった。その中で、果たして同意が機能しているのかということも議論されたようなので、いずれ御紹介いただきたい。【森構成員】

		2月	3月	4月	5月	6月	7月
親会		第1回：2/6（火） 事務局説明 WGの設置等 ★					
利用者情報WG	①スマートフォン上のプライバシー対策	第1回：3/1（金） ①事務局説明 ②有識者発表（過去SPO） ③有識者発表（諸外国の状況） ★	★ 第2回ヒアリング①等	★ 第3回・第4回 ヒアリング②・③	★ 第5回 ①事務局説明 (SPI改定事項 の論点整理)	★ 第6回 ①事務局説明(SPI 改定案) ②セキュリティ報告※2	★ 第7回 ①事務局説明 (報告書案)
	②係るモニタリング 利用者情報に			★ 第4回・第5回 有識者発表 (前回モニタリング時の課題)	★		▲ (時期未定) 見直し案 公表 (仮)

※ 1 議論の状況等に応じ変更可能性有

※ 2 「ICTサイバーセキュリティ政策分科会」で議論した内容を本WGにおいても報告予定（SPI改定案も含む）

① スマートフォン上のプライバシー対策：スマートフォン利用者情報取扱指針（SPI）見直しに向けて

スマートフォン上のプライバシー対策について、外部送信規律の法制化、情報収集モジュール等の情勢変化を踏まえ、スマートフォン利用者情報取扱指針を見直すべきか。

項目案	論点案
1. 位置付け	<ul style="list-style-type: none"> 法的拘束力のないベストプラクティスであることを踏まえ、法令から、一步進んだレベルを目指すべきであるとの意見があるがどう考えるか
2. 国内制度の反映	<ul style="list-style-type: none"> SPI最終改正（平成29年）以降の国内制度整備の状況を反映させるべきではないか （例）個人情報保護法改正（R2）個人関連情報の第三者提供規制等 電気通信事業法改正（R4）外部送信規律等
3. 諸外国等の動向を踏まえた対応	<ul style="list-style-type: none"> 諸外国や国際標準の動向を踏まえ、SPIに追加等が必要な事項はあるか （例）子どもの利用に適したプライバシープラクティス 等
4. 民間の取組を踏まえた対応	<ul style="list-style-type: none"> 民間の先進的な取組等を踏まえて、SPIに追加等すべき事項はあるか （例）利用者を識別する情報の取扱い 等
5. その他	<ul style="list-style-type: none"> 現状のSPIに規定しているアプリ提供事業者、情報収集モジュール提供事業者、アプリ提供サービス運営事業者、OS事業者を対象とすることでよいか その他SPIの見直しにあたり検討すべき事項はあるか

実施年	スマートフォンをめぐる利用者情報に係る総務省等での取り組み
平成24年1月～6月	「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会 スマートフォンを経由した利用者情報の取扱いに関するWG」を設置・活動
平成24年8月7日	スマートフォン プライバシー イニシアティブ (SPI) 公表
平成25年9月4日	スマートフォン プライバシー イニシアティブ II (SPI II) 公表
平成26年5月13日	スマートフォンプライバシーアウトック (SPO) 公表
平成27年4月17日	スマートフォンプライバシーアウトック II (SPO II) 公表
平成28年4月27日	スマートフォンプライバシーアウトック III (SPO III) 公表
平成29年7月10日	スマートフォンプライバシーイニシアティブ III (SPI III) 公表

※平成28年以降令和4年までの毎年、スマートフォンプライバシーアウトックを公表している。

SPI 構成	→	SPI III の構成
<p>第 I 部 スマートフォンと利用者情報に関する現状</p> <p>第1章 スマートフォンに関する現状</p> <p>第2章 スマートフォンにおける利用者情報の現状</p> <p>第3章 利用者情報に係る制度とこれまでの取組</p> <p>第 II 部 課題認識と具体的対応</p> <p>第4章 スマートフォンにおける利用者情報の性質・分類</p> <p>第5章 スマートフォンにおける利用者情報の取扱いの在り方</p> <p>1 スマートフォン利用者情報取扱指針</p> <p>2 指針の実効性を上げるための様々な取組</p> <p>3 今後の技術・サービスの進展に対する柔軟な対応</p> <p>第6章 利用者に対する情報提供・周知啓発の在り方</p> <p>1 基本的考え方</p> <p>2 情報提供・周知啓発を行う内容の詳細</p> <p>3 関係者における取組</p> <p>第7章 国際的な連携の推進</p>	<p>【改訂のポイント】</p> <p>① 現状説明等を含んだ報告書形式を改め、利用者情報取扱関係者等が必要時に端的に参照できるよう、「利用者情報を取り扱う者が従うべき指針」及び「周知啓発に係る取組」に特化して策定</p> <p>② 曖昧な箇所の明確化・わかり易さの観点からの用語・記述の整理、構成変更</p> <p>(例) 適用対象の整理、アプリケーション提供事業者と情報収集モジュール事業者の役割を整理し別に記載 等</p> <p>③ 詳細なルール等の追記</p> <p>(例) プライバシーポリシー作成・掲載ルールの詳細化 (適切な掲載場所、通知・公表のタイミング等) 周知啓発の取組の具体例追記 第三者検証の手法等を記載 等</p> <p>④ 改正個人情報保護法を踏まえた修正</p> <p>(例) 外国の第三者に提供する場合の記載事項 等</p>	<p>はじめに</p> <ul style="list-style-type: none"> - 改訂の背景、範囲、改訂の方向性、主な改訂内容について記載 <p>第1章 スマートフォンにおける利用者情報の取扱いの在り方</p> <ul style="list-style-type: none"> - SPI第5章「1 スマートフォン利用者情報取扱指針」の曖昧な箇所の明確化・わかり易さの観点からの用語・記述の整理、構成変更 - スマートフォン利用者情報取扱指針に関する補足 (法的根拠や具体的な実行取組例)の追加 <p>第2章 利用者及びアプリケーション提供者等のリテラシーの向上</p> <ul style="list-style-type: none"> - SPI第6章「1 基本的な考え方」、SPI第5章「2 指針の実効性を上げるための様々な取組」、SPI II、SPO I～SPO IIIの内容を取り纏め

第1章「スマートフォンにおける利用者情報の取扱いの在り方」の概要

■ 第1章（特にスマートフォン利用者情報取扱指針）では、各関係事業者等の特性・事情を考慮しつつ、SPIⅢの目的や基本原則を踏まえてそれぞれの関係事業者等が取り組むことが期待される取組を示している。

1. スマートフォン利用者情報取扱指針

<p>1. 総則</p>	<p>【目的】 ・安心安全な環境整備 ・市場の中長期的な成長</p> <p>【対象者】 関係事業者等 (スマートフォンをめぐるサービス提供に関係している事業者等)</p> <p>【基本原則】 (1) 透明性の確保 (2) 利用者関与の機会の確保 (3) 適正な手段による取得の確保 (4) 適切な安全管理の確保 (5) 苦情相談への対応体制の確保 (6) プライバシー・バイ・デザイン</p>		
<p>2. アプリ提供者等における取組</p>	<p>アプリ提供者</p> <p>情報収集モジュール提供者</p>	<p>【プラポリの作成】 8項目からなるプラポリを作成</p> <p>【プラポリ等の運用】 (1) 通知・公表又は同意取得 (2) 利用者関与の方法</p> <p>【苦情相談への対応体制の確保】 【安全管理措置の確保】 【開発時の留意事項】</p>	<p>他の事業者 者に該当 する場合、 それぞれの 取組を行う</p>
<p>3. 行動ターゲティング広告</p>	<p>広告関係事業者</p>	<p>行動ターゲティング広告を行う場合、業界ガイドラインに基づき取り組む</p>	
<p>4. その他関係事業者</p>	<p>アプリケーション提供サイト運営者・OS提供者</p> <p>移動体通信事業者</p> <p>その他関係しうる事業者</p>	<p>基本原則や指針等を考慮しつつ、望ましい取組を協力して進めることが期待される。</p>	

2. 今後の技術・サービスの進展に対する柔軟な対応

新技術・サービスの進展、利用者情報の利用形態の変化等を踏まえ、必要に応じ、見直しを図られることが望ましい。

第1章1「スマートフォン利用者情報取扱指針」

総則

- 本指針は、関係法令等の遵守・十分な情報提供による利用者の判断等の支援を達成し、中長期的な市場の成長・安心安全な環境の整備を行うことを目的とし、基本原則及び取組を定めている。
- なお、利用者の判断・行動を支援する観点から、利用者情報を取得しないアプリ提供者についても、指針に基づき取り組むことが望ましい。

目的	関係事業者等取り組むことが望ましい基本的事項を定めることにより、次に掲げる事項を達成し、スマホにおける イノベーションの継続的な創出・市場の中長期的な成長 の促進、利用者がスマホやそれを通じて提供される利便性の高いサービスを 安全・安心に利用できる環境を整備 することを目的とする。 ① 関係事業者等 による 関係法令等の遵守 に資すること ② 利用者 が自らの利用者情報の取扱いに関する情報を十分に得て、アプリの利用に関し 適切に判断し、行動することを支援 すること
-----------	--

対象者	アプリ提供者等を中心として 、スマホ上の利用者情報の取扱いに係るあらゆる 関係事業者等 において、 それぞれの役割に応じた形で適用 ※アプリケーション提供サイト運営事業者（以下、「アプリ提供サイト事業者」という。）・OS提供事業者等がアプリ等を提供し、利用者情報を直接取得する場合、アプリ提供者等の取組も行う。 ※アプリ提供者及び情報収集モジュール提供者には、 スマホから利用者情報を自ら取得しない者も含む 。
------------	---

基本原則	<p>（１） 透明性の確保 利用者情報の取得・保存・利活用及び利用者関与の手段の詳細について利用者に通知し、又は容易に知りうる状態に置く。利用者に通知又は公表あるいは利用者の同意を取得する場合、その方法は利用者が容易に認識かつ理解できるものとする。</p> <p>（２） 利用者関与の機会の確保 その事業の特性に応じ、その取得する情報や利用目的、第三者提供の範囲等必要な事項につき、利用者に対し通知又は公表あるいは同意取得を行う。また、利用者情報の取得停止や利用停止等の利用者関与の手段を提供するものとする。</p> <p>（３） 適正な手段による取得の確保 利用者情報を適正な手段により取得するものとする。</p> <p>（４） 適切な安全管理の確保 取り扱う利用者情報の漏えい、滅失又はき損の防止その他の利用者情報の安全管理のために必要・適切な措置を講じるものとする。</p> <p>（５） 苦情相談への対応体制の確保 利用者情報の取扱いに関する苦情相談に対し適切かつ迅速に対応するものとする。</p> <p>（６） プライバシー・バイ・デザイン 開発時から、利用者の個人情報やプライバシーが尊重され保護されるようあらかじめ設計するものとする。利用者の個人情報やプライバシーに関する権利や期待を十分認識し、利用者の視点から、利用者が理解しやすいアプリやサービス等の設計・開発を行うものとする。</p>
-------------	--

アプリ提供者等は、自身の利用者情報の取扱いに責任を有するとともに、相互に協力して取組を行うことが望ましい。

		アプリ提供者	情報収集モジュール提供者
期待される役割		利用者情報を取得する場合、 自身の利用者情報の取扱いに責任を負う	
		情報収集モジュールの透明性の確保や利用者関与の機会を確保することができるよう 情報収集モジュール提供者と協力	情報収集モジュールの利用者情報の取扱いに関する透明性等が確保されるよう アプリ提供者を支援
具体的な取組内容	プラポリの作成	個別のアプリや情報収集モジュールについて、以下の①から⑧までの事項について明示する プラポリをあらかじめ作成 ① アプリ提供者等の氏名又は名称 ② アプリ提供者等が取得する利用者情報の項目等 ③ アプリ提供者等による取得方法 ④ 利用目的の特定・明示 ⑤ 第三者提供、外国の第三者に対する提供、共同利用及び情報収集モジュールに関する記載事項 ⑥ 同意取得の方法及び利用者関与の方法 ⑦ 問合せ窓口 ⑧ プラポリの変更を行う場合の手続	
	プラポリ等の運用	情報収集モジュールに関する記載事項 (1) 通知・公表又は同意取得の方法 ・ 容易に参照できる場所への掲示又はリンクの掲載 ・プライバシー性の高い情報の取得時における個別の情報に関する同意取得 (2) 利用者関与の方法 ・利用の停止又は消去	(3) アプリの更新等によるプラポリの変更 ・プラポリ変更時の利用者への通知 ・目的外利用時の同意取得 ・ アプリ提供者へのプラポリの通知 ・ 問い合わせ又は利用者情報の削除等の申出への対応
	苦情相談への対応体制の確保	苦情相談窓口・連絡先を設置するなど必要な体制の整備	
	適切な安全管理措置	情報収集モジュール提供者の相談窓口等への利用者の誘導	
	開発時の留意事項	不要となった際の利用者情報の消去、委託先の監督	
	行動ターゲティング広告に関する特記事項	アプリ等の企画及び設計の段階 からの利用者情報の 取扱いに関する検討、適切な仕組みの実装、 プラポリの記載事項とアプリの挙動の整合性の検証など	
		広告関係事業者（通常、アプリ提供者又は情報収集モジュール提供者に該当することが多い）は、行動ターゲティング広告を行う場合、配慮原則を踏まえて作成された自主的なガイドラインを踏まえて作成された自主的なガイドラインに基づき取組	

(参考) 他の関係事業者における取組

アプリ提供者等以外の関係事業者等についても、基本原則等を考慮しつつ、アプリ提供者や情報収集モジュール提供者、利用者に対して、適切な支援を実施することが望ましい。

具体的な取組	
アプリ提供サイト運営事業者、OS提供事業者	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アプリ提供者等に対する、適切なプラポリの作成・公表等の対応の促進 ✓ プラポリの表示場所を提供するなど、アプリ提供者等に対し、適切な対応を行うよう支援 ✓ 利用者への説明や情報取得の方法が適切ではないアプリが判明した場合の対応（アプリ提供サイトから削除等）の実施 ✓ 連絡通報窓口の設置
移動体通信事業者・端末製造事業者	<ul style="list-style-type: none"> ✓ OSによるパーミッションがある場合、利用者に分かりやすい説明を行う努力を継続 ✓ 目的に応じ注意すべきパーミッション等がある場合、利用者が安全に利用できるための方策を検討 ✓ アプリ提供サイトへのアプリの登録審査時に本指針を踏まえた基準等を作成し、あらかじめ公表
その他関係しうる事業者等	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アプリ紹介サイト運営者、アプリを通じて取得された利用者情報を用いて広告に関する事業を行う者など関係する事業者は、可能な限りプラポリ概要の掲載等を検討したり、説明や利用者情報取得、第三者提供等の方法が適切でないアプリが判明した場合の対応を検討するなど、基本原則や指針等を考慮しつつ、望ましい取組を協力して実施

※上記事業者が、アプリ又は情報収集モジュールを提供する場合は、アプリ提供者又は情報収集モジュール提供者における取組も実施する。

(参考) 第2章「利用者及びアプリケーション提供者等のリテラシーの向上」

誰もが安心してスマホを使用できるよう、利用者及びアプリ提供者等に対して周知啓発等を行い、リテラシーの向上を図る。
(第三者検証を行う際の参考となるよう、これまでの検討結果も整理)

対象	利用者	アプリ提供者等
<p style="text-align: center;">対象別の 情報提供・ 周知啓発 内容</p>	<p>■ 高齢者 【基本的な考え方】 利用者情報の取扱いのみならずスマホの利用支援も含めた支援</p> <p>【活動主体】 スマートフォンを利用する高齢者と接点を有する関係事業者等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体や地域コミュニティ ・国民生活センターや消費生活推進員との連携 <p>【具体的な内容】 既存の講習会を通じた利用者情報の取り扱われ方・スマホ利用時の留意点等の周知啓発</p> <p>■ 青少年 【基本的な考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リスクの認識、同意の意味についての理解の促進 ・保護者等も含めた周知啓発 <p>【活動主体】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンを利用する青少年・保護者と接点を有する関係事業者等 ・教育関係者・保護者、学生団体、地域コミュニティ <p>【具体的な内容】 セミナーや研修会、ワークショップ等を通じた周知啓発</p>	<p>■ アプリ提供者 【基本的な考え方】 個人のアプリ提供者などアプリ提供者の事情に応じた周知啓発</p> <p>【活動主体】 業界団体、アプリ提供者サイト運営者、OS提供事業者、専門学校</p> <p>【具体的な内容】 業界団体によるガイドラインの作成・公表、プラボリのモデル例、その他チェックシート等の啓発ツールの作成</p> <p>■ 情報収集モジュール提供者 【基本的な考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報収集モジュールの事情に合わせた情報提供・周知啓発 ・当該海外事業者に対しても支援を実施 <p>【活動主体】 業界団体、アプリ提供者サイト運営者、OS提供事業者</p> <p>【具体的な内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本指針を踏まえたガイドラインの作成 ・日本語でのプラボリの作成に係わる情報提供・周知啓発

第三者検証

基準

【想定される実施内容】アプリに関するプラボリの検証、アプリの動作に関する技術的検証（動的解析・静的解析）
 【第三者検証結果の公表】公表による法的リスクの低減、第三者検証結果の表示形式（複数の検証項目の検証結果を個別に並列）

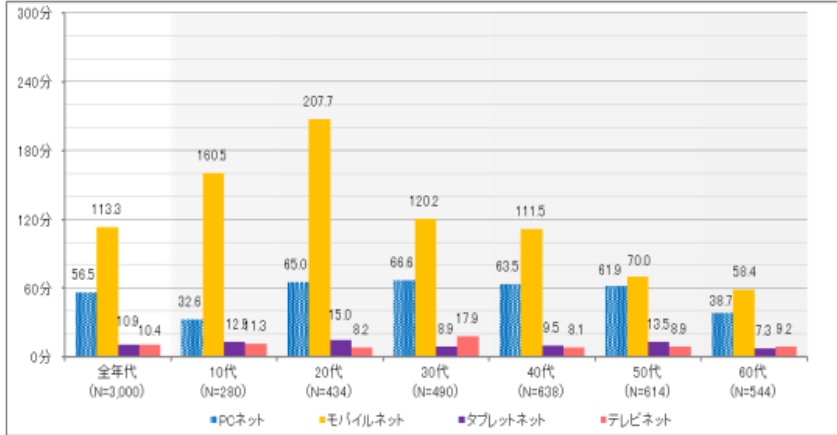
(参考) 主な機器によるインターネット利用時間と行為者率

第3章3-1 主な機器によるインターネット利用時間と行為者率

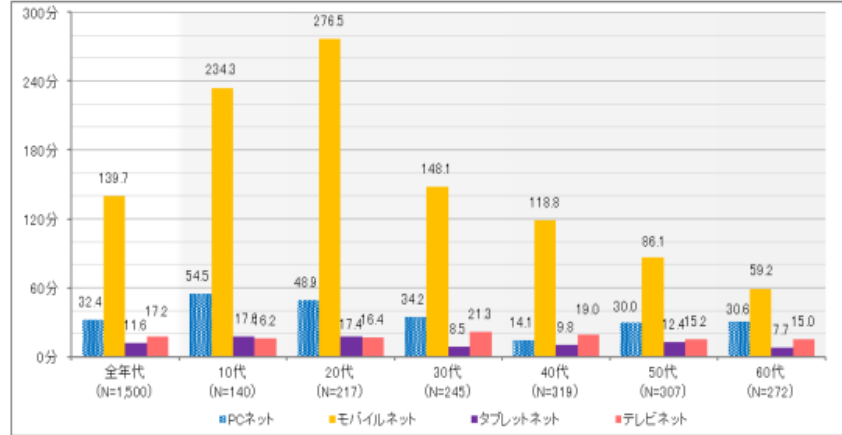
9

- 平日、休日ともに10代及び20代の「モバイル機器(「スマートフォン」及び「フィーチャーフォン」)」によるインターネットの平均利用時間が長い傾向。
- 「モバイル機器」によるインターネット利用の行為者率について、平日の20代及び30代、休日の20代で90%を超過。

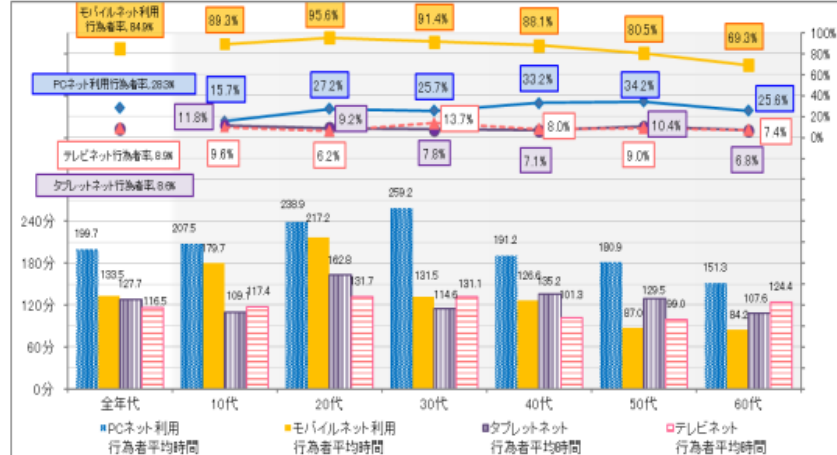
【令和4年度】[平日]主な機器によるインターネット平均利用時間(全年代・年代別)



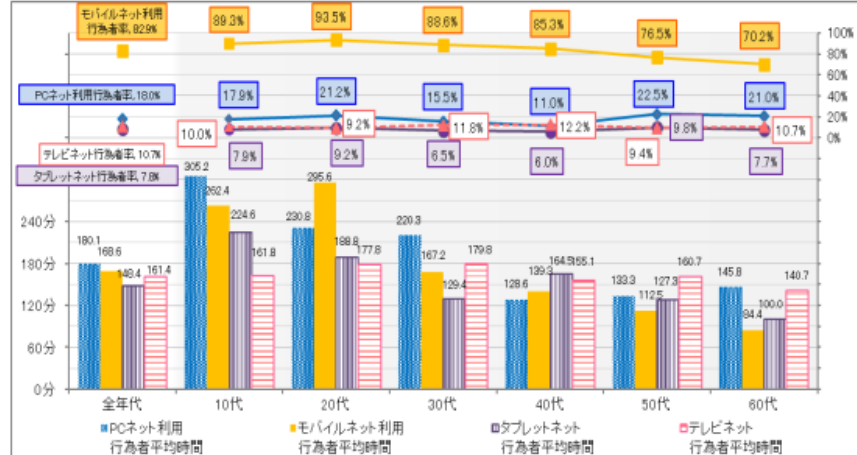
【令和4年度】[休日]主な機器によるインターネット平均利用時間(全年代・年代別)



【令和4年度】[平日]主な機器によるネット行為者率・行為者平均時間(全年代・年代別)



【令和4年度】[休日]主な機器によるネット行為者率・行為者平均時間(全年代・年代別)



參考資料

- 国内制度
- 諸外国動向（EU、英国等）
- 民間の動向

令和2年改正個人情報保護法の概要

1. 個人の権利の在り方

- ・ **利用停止・消去等の個人の請求権**について、一部の法違反の場合に加えて、**個人の権利又は正当な利益が害されるおそれがある場合にも拡充**する。
- ・ **保有個人データの開示方法**（現行、原則、書面の交付）について、**電磁的記録の提供を含め、本人が指示できる**ようにする。
- ・ 個人データの授受に関する**第三者提供記録**について、**本人が開示請求できる**ようにする。
- ・ 6ヶ月以内に消去する**短期保存データ**について、保有個人データに含めることとし、**開示、利用停止等の対象**とする。
- ・ オプトアウト規定（※）により第三者に提供できる個人データの範囲を限定し、**①不正取得された個人データ、②オプトアウト規定により提供された個人データについても対象外**とする。
（※）本人の求めがあれば事後的に停止することを前提に、提供する個人データの項目等を公表等した上で、本人の同意なく第三者に個人データを提供できる制度。

2. 事業者の守るべき責務の在り方

- ・ 漏えい等が発生し、個人の権利利益を害するおそれが大きい場合（※）に、**委員会への報告及び本人への通知を義務化**する。
（※）一定の類型（要配慮個人情報、不正アクセス、財産的被害）、一定数以上の個人データの漏えい等
- ・ **違法又は不当な行為を助長する等の不適正な方法**により個人情報を利用してはならない旨を明確化する。

3. 事業者による自主的な取組を促す仕組みの在り方

- ・ 認定団体制度について、現行制度（※）に加え、**企業の特定分野(部門)を対象とする団体を認定できるようにする**。
（※）現行の認定団体は、対象事業者の全ての分野(部門)を対象とする。

4. データ利活用の在り方

- ・ 氏名等を削除した「**仮名加工情報**」を創設し、内部分析に限定する等を条件に、**開示・利用停止請求への対応等の義務を緩和**する。
- ・ 提供元では個人データに該当しないものの、**提供先において個人データとなることが想定される情報の第三者提供**について、**本人同意が得られていること等の確認を義務**付ける。

5. ペナルティの在り方

- ・ 委員会による命令違反・委員会に対する虚偽報告等の**法定刑を引き上げる**。
- ・ 命令違反等の罰金について、法人と個人の資力格差等を勘案して、**法人に対しては行為者よりも罰金刑の最高額を引き上げる**(法人重科)。

6. 法の域外適用・越境移転の在り方

- ・ 日本国内にある者に係る個人情報等を取り扱う外国事業者を、**罰則によって担保された報告徴収・命令の対象**とする。
- ・ 外国にある第三者への個人データの提供時に、**移転先事業者における個人情報の取扱いに関する本人への情報提供の充実等**を求める。

目的

電気通信サービスの高い信頼性を保持するとともに、利用者自らが安心して利用できるサービスを選択することが可能となる

全体的観点からの適切な判断や、情報漏えい時の迅速な対応が可能となる

自ら PDCAを実施して、各事業者の実態を踏まえた情報の適正な取扱い体制を確保

「利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務」を提供する電気通信事業者に対する規律（※）

（※） 検索情報電気通信役務、媒介相当電気通信役務を提供する者も対象

規律内容

- ① 特定利用者情報（※）の取扱規程（≒社内ルール）の策定・届出
（※） 通信日時・通信内容、氏名・住所などのほか、特定の個人を識別できないが、ID・パスワード等により識別することができる利用者の情報が含まれる。
- ② 特定利用者情報の取扱方針の策定・公表
- ③ 毎事業年度、特定利用者情報の取扱状況を自己評価、取扱規程・取扱方針に反映
- ④ 上記事項の統括責任者の選任・届出、職務遂行義務
- ⑤ 特定利用者情報の漏えい時の報告

（詳細）

■規律対象者について

- ・ 無料の電気通信サービス：「利用者数1,000万人以上」の電気通信事業者を対象とする
- ・ 有料の電気通信サービス：「利用者数500万人以上」の電気通信事業者を対象とする

※ 「利用者」は契約締結者又は利用登録によりアカウントを有する者。「利用者数」は、月間アクティブ利用者(1月に1度でもサービスを利用した者)数の年平均値

■情報取扱方針の記載事項について

- ・ 特定利用者情報を保管するサーバーの所在国や特定利用者情報を取り扱う業務を委託した第三者の所在国等とする

■特定利用者情報の漏えい時に報告を要する場合について

- ・ 利用者の数が1,000人を超える特定利用者情報の漏えいが生じた場合等とする

事業者は、自らの実態を踏まえた情報の適正な取扱い体制を確保し、
それにより、**利用者は、安心・安全で信頼できるサービスを選択することが可能となる**

目的

利用者の知らない外部送信がなくなり、
利用者が安心・安全で信頼できる電気通信サービスを利用することが可能となる

「利用者の利益に及ぼす影響が少くない電気通信役務」を提供する電気通信事業を営む者に対する規律

規律内容

電気通信サービスを提供する際に、氏名などの個人情報だけでなく、IDや閲覧履歴等を含め、
利用者に関する情報を外部送信する指令を利用者に送信する場合、外部送信のプログラムを送る前に、
当該利用者に**確認の機会**（通知又は公表、同意取得、オプトアウト措置のいずれか）**を付与**

(詳細)

■規律対象者について

- ・ 利用者に関する情報を多く保存しているスマートフォンやパソコンからの外部送信を規律するため、ブラウザ又はアプリを通じて提供されるスマートフォンやパソコンで利用されるサービス（メッセージ通信、検索サービス、SNS、オンラインショッピングモール、ニュース配信サイト等）を提供する電気通信事業者又は第三号事業を営む者を対象とする

■利用者に通知又は公表すべき事項について

- ・ 送信される利用者に関する情報の内容、当該情報の送信先となる電気通信設備を用いて取り扱う者の氏名・名称、送信されることとなる利用者に関する情報の利用目的とする

■通知又は公表の方法について

- ・ 日本語での平易な表現による記載、適切な文字サイズでの表示、容易にアクセスできるようにする
- ・ ポップアップによる通知やトップページ等での公表など、利用者が認識し理解しやすい形で表示する

外部送信の確認の機会が得られ、

利用者が安心・安全で信頼できるサービスを利用することが可能となる。

- 国内制度
- 諸外国動向（EU、英国等）
- 民間の動向

- 2022年11月、EUのデジタルサービス法の一部が施行。本規則の目的は、安全で予測可能かつ信頼できるオンライン環境のための調和された規則を定めることにより、仲介サービスのための域内市場の適切な機能に貢献することであり、その中でイノベーションを促進し、消費者保護の原則を含む憲章に謳われた基本権が効果的に保護されること（第1条）、とされている。
- 本法においては、コンテンツモデレーション等に関し様々な義務が規律されているが、その他、ダークパターンの禁止（第25条）、プロファイリングに基づく広告の表示や推奨システムのパラメータに係る透明性確保（第26条及び第27条、第38条及び第39条）、**未成年者のオンライン保護（第28条）**等の義務が課せられている。

1. 対象事業者・対象サービス

2023年4月、17のサービスがVLOP、2のサービスがVLOSEに指定された。また、2023年12月、3のサービスがVLOPに追加指定された。サービスの一覧については、次ページのとおり。**2024年2月から、EU内のすべてのプラットフォーム事業者に法順守義務の発生。**
VLOP及びVLOSE【第33条】：EU域内の月間平均実質利用者数が4,500万人以上の、超大規模オンラインプラットフォーム（VLOP）または超大規模オンライン検索エンジン（VLOSE）と指定されたオンラインプラットフォーム

2. 利用者情報に係る規律の概要

- ダークパターンと呼ばれる、サービス利用者を欺いたり操作したりするような方法や、サービス利用者が自由に意思決定を行う能力を著しく歪めたり損なうような方法で、オンラインインターフェイスを設計、編成、運用してはならない。（第25条）
- 推奨システムで使用される主なパラメータ、およびサービス利用者がこれらのパラメータを変更するあるいはパラメータに影響を与えるための選択肢を、平易でわかりやすい言葉で、利用規約に含めなければならない。推奨システムに選択肢がある場合、サービス利用者が、選択肢をいつでも選択、変更できる機能を提供しなければならない（第27条）。超大規模事業者は、GDPR 第4条4項で定めるプロファイリングに基づかない、推奨システムのオプションを少なくとも1つ提供しなければならない。（第38条）
- **未成年者がアクセスできるオンラインプラットフォームの提供者は、そのサービスにおいて、未成年者のプライバシー、安全、およびセキュリティを高い水準で確保するための適切かつ相応の措置を講じるものとする。（第28条）**

3. 執行

- ・義務違反の場合、第52条第3項に基づき、当該サービス提供者の前会計年度の全世界年間売上高の6%の罰金や日次平均売上高または収入の5%の賦課が課される可能性がある。

	VLOP				VLOSE
運営者	SNS・ビデオ共有サイト	オンラインマーケットプレイス	アプリストア	その他ウェブサイト等	オンライン検索エンジン
Alibaba		Alibaba AliExpress			
Alphabet	Youtube	Google Shopping	Google Play Chrome Web Store	Google Maps	Google Search
Amazon		Amazon Store			
Apple			Apple AppStore		
Booking.com				Booking.com	
ByteDance	Tiktok				
Meta	Facebook Instagram				
Microsoft	LinkdIn				Bing
Pinterest	Pinterest				
Aylo	Pornhub				
Snap	Snapchat				
Stripchat	Stripchat				
WGCZ Holding	XVideos				
ウィキメディア財団				Wikipedia	
X Corp.	Twitter				
Zalando SE		Zalando			

出典：以下の欧州委員会HPより作成
 第一弾（2023年4月25日に計17のVLOP、計2のVLOSEが指定された）：https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_2413
 第二弾（2023年12月20日に計3のVLOPが指定された）：https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_6763

- 2022年11月、EUのデジタル市場法の一部が施行。本規則の目的は、ビジネスユーザー及びエンドユーザーの利益のために、ゲートキーパーが存在するEU 全域のデジタルセクターにおいて、すべての事業者が競争可能で公正な市場を確保するための調和された規則を定め、域内市場の適切な機能に貢献すること（第1条）、とされている。
- 本法においては、公正な競争環境の整備の観点から様々な義務が規律されているが、第15条において、**消費者のプロファイリングのための技術について、独立監査済みの説明を欧州委員会に提出しなければならないとする義務がゲートキーパーには課せられている。**

1. 対象事業者・対象サービス

2023年9月、アルファベット、アマゾン、アップル、バイトダンス、メタ、マイクロソフトがゲートキーパーに指定された。指定されたサービスについては、次ページのとおり。**2024年3月から、ゲートキーパーに対し法順守義務の発生。**

ゲートキーパー【第2条（1）】：コアプラットフォームサービス【第2条（2）】（※）を提供する事業者で、以下を満たす事業者を指定【第3条】

- ① EU域内における過去3年間の年間売上高が75億ユーロ以上、もしくは直近年度の平均時価総額が750億ユーロ以上であり、かつ3つ以上の加盟国において同じコアプラットフォームサービスを提供
- ② 直近の年度において、EU域内の月間エンドユーザー数が4,500万人以上かつ年間ビジネスユーザー数が1万者以上のコアプラットフォームサービスを提供
- ③ ②の基準を過去3年度において満たす

※コアプラットフォームサービス【第2条（2）】：オンライン仲介サービス、オンライン検索エンジン、SNS、オンライン広告サービス 等

2. 第15条に基づく報告

第15条に基づく消費者のプロファイリングのための技術の説明については、2023年12月に欧州委員会が報告様式を公表しており、以下のセクション1～7のとおり構成されている。

1. ゲートキーパーに係る一般情報
2. 消費者のプロファイリング技術に係る情報
3. 監査人に係る一般情報
4. 監査手続きに係る情報
5. 監査の結論
6. 機密情報を含まない要約
7. 宣言

3. 執行

- ・義務違反の場合、当該ゲートキーパーの前会計年度の全世界年間売上高の10%の罰金【第30条第1項】や日次平均売上高の5%の1日ごとの賦課【第31条第1項】が課される可能性がある。

ゲートキーパー	コアプラットフォーム							
	SNS	メッセンジャー	仲介	ビデオ共有	検索	広告	OS	ブラウザ
Alphabet			Google Maps Google Play Google Shopping	Youtube	Google Search	Google	Google Android	Chrome
Amazon			Amazon Marketplace			Amazon		
Apple			App Store				iOS	Safari
ByteDance	Tiktok							
Meta	Facebook Instagram	Watsapp Messenger	Meta Marketplace			Meta		
Microsoft	LinkdIn						Windows PC OS	

欧州委員会HP (https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en) より作成

■ 2022年12月、英国科学・イノベーション・技術省（DSIT）は、セキュリティ、プライバシーの確保の観点から、アプリ流通におけるアプリストア運営者やアプリ・デベロッパ等の役割を整理を図るため、アプリストア等に対するコード・オブ・プラクティスを公表（2023年10月改訂）

■ コード・オブ・プラクティスの概要について以下のとおり（主にアプリストア運営者（赤字）、主にアプリ等開発者（緑字））

1. セキュリティとプライバシーの基本要件を満たすアプリの承認

- ① セキュリティとプライバシーに関する要求事項の規定（原則2を含む）
- ② アプリ投稿・更新の承認前の、①を確認するセキュリティチェックを含む審査プロセスの確保
- ③ セキュリティチェックの概要の提供
- ④ 悪意あるアプリの報告等のためのアプリ報告システムの確保
- ⑤ 悪質なアプリを確認した場合、48時間以内に当該アプリを利用できなくする
- ⑥ 悪質なアプリを確認した場合、同じデベロッパの他のアプリも審査
- ⑦ アプリのセキュリティ、プライバシー確保のために独立した第三者との協力を検討

2. セキュリティ、プライバシーの基本要件にアプリが準拠している確認

- ① アプリ内で業界標準の暗号化を使用
- ② ユーザがオプション及びパーミッションの無効化を選択した場合に、アプリの基本機能が動作することを保証
- ③ アプリが機能的に必要としない許可や権限を要求しない
- ④ アプリのセキュリティ、プライバシー要件の遵守
- ⑤ アプリの簡単なアンインストール・プロセスの確保
- ⑥ アプリの既知の脆弱性への対応、監視プロセスの確保
- ⑦ ローカルデータを削除する仕組みの提供

3. 脆弱性開示プロセスの導入

- ① 連絡先や問い合わせフォームなど脆弱性開示プロセス
- ② 全てのアプリが脆弱性開示プロセスを有し公表していることの確認
- ③ 脆弱性を運営者に報告できるよう連絡先や問合せフォームを持つ

4. ユーザを守るためのアプリのアップデート

- ① 脆弱性を修正するためのアップデートの提供
- ② SDK等がアップデートを受けた場合にアプリをアップデートしなければならない
- ③ アプリ等開発者がアップデートを提出した場合、ユーザにアップデートを促す
- ④ 明確な説明なしにアップデートを拒否してはならない
- ⑤ 2年アップデートされない場合の状況の確認、アプリ削除の検討

5. セキュリティやプライバシーの情報提供

- ① アプリが削除された場合、ユーザへの通知、削除方法の提供
- ② ユーザデータの保管場所、プライバシーポリシーの範囲でデータが扱われること、最後の更新日などの情報提供
- ③ ユーザデータの保管場所、プライバシーポリシーの範囲でデータが扱われること、最後の更新日などの情報提供
- ④ 位置情報等へのアクセスについての情報とその理由の提供

6. 開発者へのセキュリティ、プライバシーのガイダンス提供

- ① アプリの提出に先立ち、この実施規範をアプリ開発者に提示
- ② デベロッパガイドライン、ポリシー変更の公表
- ③ この実施規範を越えるセキュリティ、プライバシーのプラクティスの情報提供
- ④ モニタリング等による、アプリ開発者のサプライチェーン管理の支援

7. 開発者への明確なフィードバック提供

- ① アプリ申請を却下した場合の、その理由の明確化など実用的なフィードバック提供
- ② アプリを削除した場合の、その理由の明確化など実用的なフィードバック提供

8. 個人情報漏洩への適切な措置の確保

- ① 個人情報漏洩を伴うインシデントを認識した場合のアプリ開発者への通知
- ② 個人情報漏洩を伴うインシデントを認識した場合の関係者への通知
- ③ アプリを通じた個人情報漏洩が発生した場合の、アプリの利用制限の検討

- 国連子どもの権利条約、UK GDPR、データ保護法に基づいて、英国個人情報保護監督機関（ICO）によりインターネット上の子供のデータ保護のために制定された15の行動規範であり、2021年9月2日に施行された。
- 「イギリスにおいて子供がアクセスする可能性がある情報社会サービス」（アプリ、サーチエンジン、オンラインゲーム、SNS、インターネットに接続されるおもちゃやデバイス、ニュースなど）について子供の利用に適したプライバシープラクティスが求められている。なお、子供がアクセスする可能性がないことを示さない限り情報社会サービスのすべてが対象となり、必ず Children's Code を遵守しなければならない。イギリスにおいて子供が利用する可能性がある場合、そのものやサービスを提供する企業がイギリスに拠点を置いている必要はない。

1. 子供が利用する可能性があるオンラインサービスを企画・開発する際には、子供にとって最善であるかどうかを第一に考慮すること。
2. データ保護影響評価（Data protection impact assessment、DPIA）を実施し、データ処理に際し子供の自由が損なわれるリスクがある場合はそれを軽減するための対策を取ること。
3. Children's Code の適用に際し個別ユーザの年齢に見合ったリスクを考慮すること。それができない場合は、すべてのユーザにこの Code を適用すること。
4. プライバシー情報やその他の規約、規定、社会規範は、簡潔で明確で、子供の年齢に見合った言葉で書かれなければならない。さらに利用を開始する際には、個人情報かどのように利用されるのかを簡単に説明しなければならない。
5. 子供の個人情報が子供の心の健康、業界の行動規範、規制当局による規定及び政府の助言に反する形で利用されてはならない。
6. 社内規定、方針及び社会規範を維持すること（プライバシー関連方針、年齢規制、行動規則、コンテンツ方針を含む）。
7. 高いプライバシー設定がデフォルトでなければならない（もしくは、子供の利益を考慮した上で異なったデフォルト設定とする必要不可欠な理由があることを証明しなければならない）。
8. 個人情報を取得し維持する場合、子供が能動的に理解したうえで利用するサービスの提供に必要な最小限のものでなければならない。どのようなサービスを利用するのか子供に複数の選択肢を与えること。
9. 子供の利益を考慮したうえで必要不可欠であると証明できる場合を除き、子供のデータを公表してはならない
10. 位置情報オプションをデフォルト設定でオフにし、位置情報トラッキングがオンになっている場合はそれが子供にわかりやすい形で表示されていること。他者に対して位置情報が開示されている場合は、各セッションの最後にデフォルト設定がオフになること。
11. ペアレンタルコントロールを提供する場合、年齢に応じた情報を子供に提供すること。オンラインサービスに親や保護者が子供のオンライン活動や位置情報を監視できる機能がある場合、監視されていることを子供が明らかにわかるようにすること。
12. ユーザプロファイリング機能はデフォルトでオフにすること（デフォルトでオンにする場合、子供の利益を考慮したうえでそうしなければならない必要不可欠な理由があることを証明すること）。子供を悪影響から保護するための適切な手段が取られたプロファイリングのみ許可される（特に体や心の健康に悪影響があるコンテンツを含む場合）。
13. 子供が不必要に個人情報を提供したりプライバシー設定をオフにしたりするように誘導するようなナッジ技術（誘導技術）を使ってはならない。
14. オンラインに接続したおもちゃやデバイスを提供する場合、本 Code に準拠できる効果的なツールを含めなければならない。
15. 子供がデータ保護の権利を行使し、懸案事項がある場合はそれを報告できるような分かりやすく利用しやすいツールを提供しなければならない。

- 米国では、13歳未満の子供を対象にしたウェブサイトやオンラインサービスを提供する事業者に対し特定の要件を課すことで、子供たちのプライバシーを保護することを目的に、1998年に児童オンラインプライバシー保護法が制定された。
- 2013年、子供によるモバイル機器やSNSの利用の増加に対応するため、ウェブサイト等の運営事業者のみならず、アプリの開発者やネットワーク系事業者なども含むように改定された。また、個人情報として、位置情報、写真及び動画が追加された。
- 2023年12月から、FTCにおいて、COPPA改正に向けた意見公募（2024年3月11日締切）が行われている。

1. COPPAの要件（※1）

※1 <https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-312>

13歳未満の子供を対象としたウェブサイトの運営事業者、あるいはオンラインサービスのプロバイダーが、下記の要件を満たさずに子供から個人情報を得たり、情報を保持したりすることは違法行為となる。事業者が満たすべき要件は以下のとおりである。ウェブサイトあるいはオンラインサービス上で子供からどのような情報を収集し、また、その情報がどのように利用され、開示されるのかを告知しなければならない。

- ① 子供から個人情報の収集、利用、あるいは開示を行う前に、子供の親（あるいはその保護者）より検証可能な同意を得なければならない。
- ② 子供から収集した個人情報につき、親がその内容を確認し、その情報の更なる利用や保持を停止する合理的な手段を提供しなければならない。
- ③ 子供に対し、ゲームへの参加や賞品の提供、あるいはその他の活動の条件として、その参加に必要であると合理的に考えられる以上の個人情報を開示することを要求してはならない。
- ④ 個人情報に係る機密情報、安全性、倫理性を保護するための合理的な手続を実施し、維持しなければならない。

2. 執行（※2、3）

※2 <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2019/09/google-youtube-will-pay-record-170-million-alleged-violations-childrens-privacy-law>

※3 FAQ-B-2 (<https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-coppa-frequently-asked-questions>)

2019年にはGoogle及びその傘下にあるYouTubeに対し、YouTubeが親の同意なしに子供の個人情報を収集し、利用者のインターネット上の動向を追跡した点に関し、FTC及びニューヨーク州司法長官が申立てを行った。これに対し、Google及びYouTubeは計1億7,000万ドルの和解金を支払うことで合意した。（※2）（違反した場合の罰金額は個々の事案により決定される。（※3））

3. 意見公募の概要（※4）

※4 <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/12/ftc-proposes-strengthening-childrens-privacy-rule-further-limit-companies-ability-monetize-childrens>

- 子供の個人情報の使用と開示に新たな制限を加え、企業が子供のデータを収益化するためのサービスへのアクセスを制限する能力をさらに制限することを目的として、児童オンラインプライバシー保護法（COPPA）の改正提案及び意見募集の実施が発表された。
- 改正案の概要として、①ターゲット広告に個別のオプトインの義務づけ、②個人情報の収集への子供の参加を条件付けの禁止、③内部業務例外に対する支援の制限、④子供にオンライン滞在を促すことの制限、⑤Ed Techに関する変更、⑥セーフハーバー・プログラムに対する説明責任の強化、⑦データ・セキュリティ要件の強化、⑧データ保持の制限

訳語参照：※1及び※2ともに内閣府調査結果

https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12927443/www8.cao.go.jp/youth//kankyau/internet_torikumi/tyousa/r03/gaikoku_html/2_3.html#s2_3_2

CCPA執行開始

CPRA施行

2020年1月

2020年7月

2020年11月

2023年1月

カリフォルニア州消費者プライバシー法 施行
(CCPA: California Consumer Privacy Act)

住民投票で改正法案であるカリフォルニア州プライバシー権法案可決
(CPRA: California Privacy Rights Act)→さらなるプライバシー保護強化へ

CCPA概要

- カリフォルニア州居住者の個人情報を収集等する一定の事業者（州内拠点は不要）に適用されるプライバシー保護法。
- 「個人情報」は、特定の消費者又は世帯を識別等できる情報とされ、**オンライン識別子**も含まれる。
- 改正法案であるCPRAにより、監督当局であるCCPAの設立、オプトアウト権の拡張（販売に加えて共有が追加）、センシティブ個人情報の新設、訂正権の新設等、プライバシー保護がさらに強化された。

CCPA及びCCPA規則に基づくプライバシーポリシー・通知に関する義務

- 一般的なルールとして、**簡潔でわかりやすい表現**を用いること、**読みやすく、目立つ形式**を使用することなどが定められている。

プライバシーポリシー		通知
記載内容		記載内容、通知方法等
① 収集、開示、又は販売される個人情報について知る権利 ・消費者が、収集、利用、及び開示される個人情報について事業者の開示を求める権利を有すること ・直近12か月に当該事業者が収集した個人情報の種類 など	個人情報の収集時	・収集する個人情報の 類型 ・ 利用目的 ・ “Do Not Sell My Personal Information” リンク ・ プライバシーポリシーへのリンク/URI ・ 消費者が想定しない目的で消費者のデバイスから個人情報を収集しようとするときはジャストインタイム通知 （例：ポップアップ）を行う など
② 削除請求権 ③ 販売からのオプトアウト権 ④ 消費者プライバシー権を行使したことにより差別されない権利 ⑤ 代理人による権利行使方法 ⑥ プライバシーポリシーの最終改定日 など	販売からのオプトアウト権 金銭的インセンティブ	消費者が、ホームページやモバイルアプリのダウンロード/ランディングページ上の “Do Not Sell My Personal Information” リンクをクリックして飛ぶウェブページ等に、個人情報の販売からのオプトアウト権の説明やリクエストフォームを記載するなど 事業者が個人情報の収集等について金銭的インセンティブを提供している場合には、消費者がオプトインする前に金銭的インセンティブの概要、関連する個人情報の類型等を通知するなど

CPRA可決

2020年11月

CPRA規則成立

2022年7月

CPRA施行

2023年1月

CPRA執行開始予定

2024年3月末

1. 定期監査とリスク評価の実施義務

- 消費者のプライバシーまたはセキュリティに重大なリスクを生じさせる処理を行う事業者に対して、以下の義務が規定される。
 - 1年ごとのサイバーセキュリティ監査
 - 定期的なリスク評価のプライバシー保護局への提出

2. プロファイリング、自動意思決定技術

- 「プロファイリング」を、個人データの自動処理によって職場での成績、経済状況、健康状況、趣味嗜好、興味、扶養関係、行動、位置・移動などを予想することと定義。
- 消費者についての選好、性格、心理的傾向、性質、行動、態度、インテリジェンス、能力及び素質を反映する消費者のプロファイルを作成するために個人情報から引き出された推定も個人情報の定義に追加。
- プロファイリングを含む、事業者による自動意思決定技術の利用についてのアクセス権・オプトアウト権を規定

3. カリフォルニア州プライバシー保護局の創設

- 新たに創設されるプライバシー保護局は、CPRAの執行権、規則の制定権、対象事業者の調査権および監査権等を有する

4. 訂正する権利

- 消費者の権利として、新たに訂正請求権が追加される。

5. 「同意」の定義を新設、ダークパターンの禁止

- 「同意」の定義を新設：自由に与えられた、特定（個別）の、必要な情報を提供された上での、明確な意思表示
- ダークパターンによる合意は、同意に該当しない旨明記

6. 「共有」という概念の新設

- CCPAにおける「売却」に加え、「共有」についても、消費者がオプトアウト権を有するなど、多くの場面で「売却」と同様の規制が課せられる。
→事業者は、“Do Not Sell or Share My Personal Information”というはっきりと目立つリンクをHP上に設置しなければならない
- 「共有」とは、事業者が第三者に対し、クロスコンテキスト行動広告のために、消費者の個人情報を伝えること。
- 「クロスコンテキスト行動広告」とは、消費者が自らの意思でやり取りしているサイト等以外のサイト等における行動から得られた個人情報に基づき行われるターゲティング広告。

7. センシティブ情報

- 「センシティブ情報」というカテゴリが新設され、当該情報の利用を、一定の場面に制限することを求める権利が消費者に認められる。
- 消費者が上記の権利を行使するため、事業者はホームページ上に「Limit the Use of My Sensitive Personal Information」という明確かつ目立つリンクを提供することが義務付けられる。

8. 開示請求

- 2022年1月1日以降に収集されたパーソナルデータに関して、事業者が不可能または不均衡な努力を要することを証明しない限り、過去12ヶ月より前のパーソナルデータも開示対象となる。

クッキー等規制 (8条)

- 端末装置の処理・蓄積機能の利用、端末装置からの情報の取得（クッキーの利用等）は一般的に禁止され、以下の場合に限り許される。

許される場合	想定される適用例
もっぱら電子通信サービス提供に必要な場合	メッセージサービスのHTTPセッション維持
利用者が同意した場合	ターゲティング広告、コンテンツのパーソナライズ
利用者が個別に求めるサービスの提供に必須な (strictly necessary) 場合	ユーザー入力、ログイン認証状態、表示言語の記憶
もっぱらオーディエンス測定に必要な場合	閲覧者のWebページ滞在時間等の解析
オンラインサービス、端末装置のセキュリティ維持・復旧、不正利用防止、障害検知・防止に必要な場合	当該ユーザーが通常利用しているブラウザとは別のブラウザからのログイン試行の検知、これに対する警告
ソフトウェア・アップデートに必要な場合 ただし以下の3つの条件を満たす必要がある。 ① セキュリティ上の必要によるものであり、ユーザーの選択したプライバシー設定を変更しないこと ② 個別アップデートごとに事前にユーザーに情報提供すること ③ 利用者が自動アップデートを延期又は中止できること	ブラウザが最新のセキュリティアップデートをインストールしているか否かの確認
緊急通報において端末装置の位置を特定するために必要な場合	同左
同意又は一定の公益保護を目的とする法令上の根拠がある場合、及び二次利用の目的が当初の処理目的と相容れる (compatible) 場合は、二次利用が可能	不正ログイン検知情報を捜査協力目的で捜査機関に提供

- GDPR施行後、クッキーの取扱いに関する複雑な表示が常に出ることで、いわゆるクッキー疲れが発生し、本来のプライバシーに関する選好を示すことを消費者が実施できない場合があることが指摘されている。
- **ターゲティング広告モデルに関して、消費者が効果的な選択をするため、2023年春以降、欧州委員会のもと、マルチステークホルダーで、任意の取組について検討が進められてきたところ、2023年12月19日、欧州委員会は高次原則についてまとめたクッキー誓約書案 (下記) を公表した。** (2024年4月の最終版公表に向けて現在も議論中)

1. 同意要求には、いわゆる必須クッキーに関する情報や、正当な利益に基づくデータ収集に関する言及は含まれない。
2. コンテンツが少なくとも部分的に広告によって賄われている場合は、ユーザーが初めてウェブサイト/アプリにアクセスする際に、前もって説明する。
3. 各ビジネスモデルは、簡潔、明確かつ選択しやすい方法で提示される。(トラッカーを受け入れた場合と受け入れなかった場合の結果についての明確な説明が含まれる。)
4. トラッキングに基づく広告や有料オプションが提案された場合、消費者は常に、よりプライバシー侵害の少ない別の広告形態の選択肢を持つ。
5. 広告目的のクッキーへの同意は、すべてのトラッカーに必要であるべきではない。関心のある人々のために、詳細設定において、広告目的のために使用されるクッキーの種類に関するより多くの情報が、よりきめ細かい選択を行う可能性をもって、与えられるべきである。
6. 消費者が選択した広告モデルを管理するために使用されるクッキー (例えば、特定の広告のパフォーマンスを測定するためのクッキーや、文脈的な広告を実行するためのクッキー) については、消費者が既にいずれかのビジネスモデルへの選択を表明しているため、個別の同意は必要ない。
7. 消費者は、最後の要求から 1 年間の期間ではクッキーを受け入れるように要求されるべきではない。消費者の拒否を記録するクッキーは、消費者の選択を尊重するために必要である。
8. 少なくとも上記と同じ原則で、事前にクッキーの好みを記録する可能性を消費者に提供するアプリケーションからのシグナルは受け入れられる。

概要

- 国際標準化機構（ISO : International Organization for Standardization）が「Information technology – Online privacy notices and consent（消費者向けオンラインサービスにおける通知と同意・選択）」と題する規格を、2020年6月に出版。
- 通知及び同意について、組織の義務として、次の点が記載されている。

通知

通知	
通知の義務	通知が必要な状況を特定し、必要な場合はいつでも本人に通知。
適切な表現	本人に対し、明確かつわかりやすい方法で通知。
多言語	本人が使用すると想定される言語で通知。
適切なタイミング	本人に通知する適切なタイミングを決め、文書化。
適切な場所	オンラインの場合も含め、本人が簡単に見つけてアクセスできるようにする。
適切な形態	どのように通知を提供し、アクセスできるようにするかを決める。
継続的な参照	同意した際の通知の最新版などを本人が容易に参照できるよう、保管。
アクセシビリティ	オンラインサービスの技術に適した、本人がアクセス可能な方法で通知を提供。

同意

同意	
同意の適切さの識別	同意または明示的な同意が適切な状況かを特定した上で同意を求める。
フリー/インフォームドコンセント	本人が強制や強要を受けず、意図的な行為（チェックボックスのクリック、ボタン押下、スライドバーのスライド等）で得られた同意であること。 十分な情報が提供され、変更や撤回が簡単に行うことができること。
対象アカウントの明示	アカウントに紐付いた同意収集の場合、どのアカウントか明示。
他の同意からの独立性	プライバシーに関する同意は、他の事項に関する同意と明確に区別して取得。
必須/任意の個別同意	必須要素と任意要素のそれぞれについて、本人が個別に同意を提供できる仕組みとする。
頻度	適切な間隔を置いて、既存の同意の確認、あるいは新規の同意取得を行う。
適時性	適切なタイミングで同意を取得。

- 他、Annexとして、PCやスマホで同意を取得する際のユーザーインターフェース例、同意の証跡例が添付されている。

※「プラットフォームサービスに関する研究会 第二次とりまとめ」より抜粋

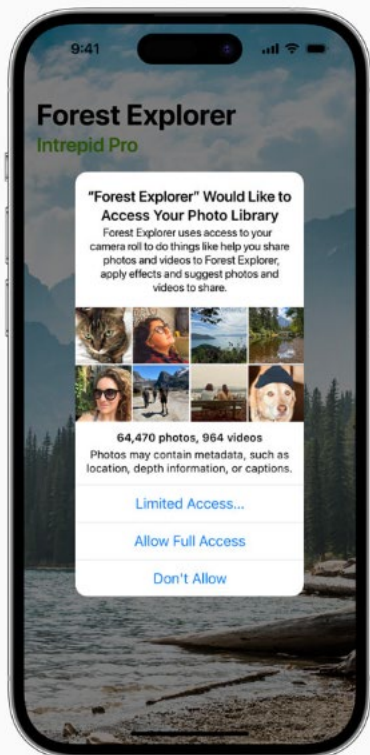
※なお、本国際規格については、2023年1月に「JIS X 9252:2023 情報技術—オンラインにおけるプライバシーに関する通知及び同意」として国内でも規格化されている。

- 国内制度
- 諸外国動向（EU、英国等）
- 民間での取組

- 2023年6月、Appleは、アプリのプライバシー強化などに関する取組（写真のプライバシーの許可の機能強化、青少年が写真を送受信する際の青少年に警告する機能の強化、センシティブな内容の警告（全年齢対象）等）を発表。
- 2023年7月、Appleは、フィンガープリント対策として、デバイスデータへのアクセスの理由・根拠を開発者らに要求することを発表した。（2023年秋以降運用開始）

写真のプライバシーの許可の機能強化

新しく組み込まれた写真ピッカーは、ユーザーのライブラリのほかの部分のプライバシーを守りながら、特定の写真をアプリと共有するのに役立ちます。アプリがユーザーの写真ライブラリ全体へのアクセスを求めると、何が共有されるかについての詳しい情報が表示され、ユーザーが選択した内容に関するリマインダーが時折表示されます。



写真へのアクセス許可を確認するメッセージに、アクセスを許可する写真とビデオの数とともに、これらの写真の例が示されるようになります。

コミュニケーションの安全性

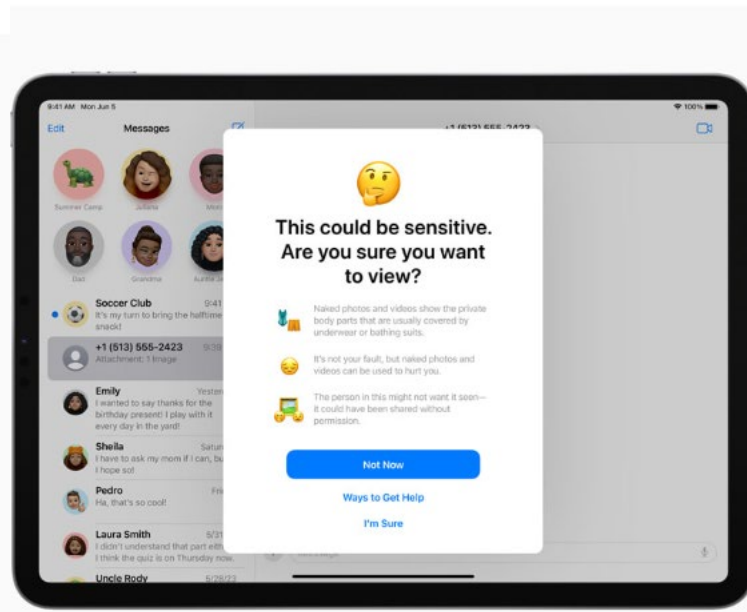
「コミュニケーションの安全性」はメッセージで裸体を含む写真を送受信する際に子どもに警告するように作られた機能ですが、静止画に加えてビデオコンテンツも対象とようになります。新しいAPIにより、デベロッパは「コミュニケーションの安全性」に直接統合できます。さらに、この機能は子どもがAirDrop、連絡先ポスター、FaceTimeビデオメッセージを送受信する際、写真ピッカーを使って送信するコンテンツを選ぶ際に、子どもの安全を守るのに役立ちます。「コミュニケーションの安全性」のための画像およびビデオの処理はすべてデバイス上で行われるので、Appleも、いかなる第三者もコンテンツにアクセスできません。これらの警告は、ファミリー共有プラン内の子どものアカウントに対して有効になり、保護者が無効にすることができます。



「コミュニケーションの安全性」により、メッセージに加え、AirDrop、連絡先ポスター、FaceTimeビデオメッセージ、および写真ピッカーを使用し、ヌードを含むビデオや写真を受信したり、送信しようとすることから子どもが守られるようになります。

センシティブな内容の警告

「センシティブな内容の警告」は「コミュニケーションの安全性」の中核にあるのと同じプライバシー保護テクノロジーを使って、成人ユーザーがメッセージ、AirDrop、連絡先ポスター、FaceTimeビデオメッセージで望まないヌード写真やビデオを受信した際や、電話アプリで連絡先ポスターを受信した際に、それらの写真やビデオが表示されないようにするために役立ちます。この機能はオプションで、ユーザーは「プライバシーとセキュリティ」設定で有効にすることができます。「コミュニケーションの安全性」と同様、「センシティブな内容の警告」の画像およびビデオの処理はすべてデバイス上で行われるので、Appleも、いかなる第三者もコンテンツにアクセスすることはできません。



「センシティブな内容の警告」は、成人ユーザーがメッセージやAirDropのほか、電話アプリの連絡先ポスターやFaceTimeビデオメッセージを受信した際に、望まないヌード画像やビデオを見ないようにするために役立つオプション方式の機能です。「センシティブな内容の警告」は「プライバシーとセキュリティ」設定で有効にできます。

出典・参照 <https://www.apple.com/jp/newsroom/2023/06/apple-announces-powerful-new-privacy-and-security-features/>
<https://developer.apple.com/jp/news/?id=z6fu1dcu>
https://developer.apple.com/documentation/bundleresources/privacy_manifest_files/describing_use_of_required_reason_api

- 2023年2月、Googleは、Android向けプライバシーサンドボックスのベータ版を公開したことを発表。
- プライバシーサンドボックスのベータ版は、**アプリやウェブサイトを横断してアクティビティを追跡できる識別子は使用せず**、プライバシーを中心に設計した新しいAPIを提供する、としている。

特徴	手法	概要
関連性の高いコンテンツと広告を表示	Topics	Topics は、ユーザーのアプリ使用状況に基づき、そのユーザーの関心の高いカテゴリを推測します。アプリや広告プラットフォームは、Topics を使用することで、ユーザーにとって関連性の高い広告を表示できます。カテゴリのトピックの選定はユーザーの端末上だけで実行されるため、 ユーザーが使用しているアプリに関する情報が外部の第三者と共有されることはありません 。また、ユーザーは自身のデバイスでトピックを確認したり管理することができます。
	Protected Audience API	Protected Audience API では、アプリの開発者が定義する「カスタム オーディエンス」とアプリ内のインタラクション履歴に基づいて広告を表示する新しい方法が導入されます。 これらの情報および関連付けられた広告はローカルに保存されるため、ユーザーの識別子が外部の関係者と共有されることはありません 。これにより、企業はプライバシーに配慮した方法で既存の顧客にリマーケティングできるようになります。
隠されたトラッキングを制限	SDK Runtime	SDK (Software Development Kit) Runtime は、サードパーティの広告コードをアプリのコードから分離して実行するためのプロセスを提供します。これにより、サードパーティの広告プロバイダーがアクセスできるアプリとそのユーザーデータは制限され、ユーザーにより高いセキュリティを提供し、プライバシー保護を強化することができます。

- SPIの策定などを受けて、一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムにおいては、「スマートフォンのアプリケーション・プライバシーポリシーに関するガイドライン」が策定されている。(2012年初版、2023年更新)
- 本ガイドラインは、主にスマートフォンのアプリケーションを開発もしくは提供する事業者、個人等が、利用者の端末内情報の取り扱いに関して、利用者にわかりやすく適切に「アプリケーション・プライバシーポリシー」を作成し、掲示できるようにとりまとめたものであり、「個人情報保護に関する法律についてのガイドライン」、「電気通信事業における個人情報保護等に関するガイドラインの解説」、「スマートフォンプライバシーイニシアティブⅢ」に基づき必要要件(第1部)を示すとともに、「アプリケーション・プライバシーポリシー」の実装に当たって推奨される要件(第2部)、実装に当たってのモデル案(第3部)が示されている。

第1部：充足すべき必要要件

■ 個人情報保護法

- 保有個人データに関して本人が知り得る状態に置くべき事項
- オプトアウトに関する原則
- 外国にある第三者に提供する場合
- 仮名加工情報を取得した場合
- 匿名加工情報を作成、提供した場合
- 共同利用を行う場合

■ 電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン

- プライバシーポリシー(アプリケーションソフトウェアに係るプライバシーポリシー)
- 位置情報
- 利用者に関する情報の外部送信

■ スマートフォン プライバシー イニシアティブ iii

- スマートフォン利用者情報取扱指針

第2部：実装に当たっての推奨要件

1. 同意を必要とするものについて
2. アプリケーション・プライバシーポリシーの変更について
3. 同意が得られなかった場合、オプトアウトした場合に制限される事項について
4. 取得した利用者情報の取扱いについて
5. 必要要件以外の同意取得について
6. 本人の知り得る状態について
7. 日本語以外での説明に対する対応について
8. 既存のアプリケーションの本ガイドラインへの対応について

第3部：実装に当たってのモデル案

(参考) アプリケーション・プライバシーポリシー 概要案

アプリケーションの「アプリケーション・プライバシーポリシー」を、ダウンロード前もしくはインストール前にスペースの関係上全てを表示できない場合には、下記のような概要を用意し、詳細についてはリンク等で表示できるようにしてください。

(例)

〇〇〇(アプリケーション提供者名)の本アプリケーションおよび本サービスにおける情報の取扱いの概要は以下の通りです。詳細につきましては、アプリケーション・プライバシーポリシー(※リンク先を表示)より必ずご確認ください、内容をご理解の上、ご利用ください。

1. 本アプリケーションで取得する情報と目的は以下の通りです。
 - ①アプリケーションによるサービス(地図情報)：GPSによる位置情報
 - ②広告表示：GPSによる位置情報、広告ID
2. 当社のアプリケーション・プライバシーポリシーに適合することを確認した広告会社が、広告を目的として情報収集モジュールを通じて〇〇の利用者情報を取得します。
3. 本サービスは、ご利用者が本アプリケーションの削除(アンインストール)もしくは〇年以上ご利用されなかった場合に終了するものとし、適正な管理のもとお客様に提供いただいた情報を廃棄します。
4. 本サービスでは、ご利用者の操作やお申し出により、ご利用者の情報の全部もしくは一部の取得停止、変更、削除、利用の停止をすることができます。
5. 本アプリケーションおよび本サービスにおける利用者情報の取扱いに関するお問い合わせ、ご相談は以下の窓口でお受けいたします。

- 窓口名称：株式会社〇〇〇 お客様係
- お問い合わせ方法：下記の問い合わせフォームより
- お問い合わせフォーム：<http://www.xxxx.xxxx.co.jp/xxxx/xxxx/> (※リンク先を表示)

詳細は以下よりご確認ください。

アプリケーション・プライバシーポリシー (※リンク先を再表示)

自主的な取組 - ガイドラインの策定

インターネット広告ビジネスにおいて取得・利用される個人に関する情報の取扱いについて、事業者向けの指針を定め、自主的な取組により、ユーザーが安心してインターネット広告を利用できるよう、信頼性・安全性の確保に努めている。

●プライバシーポリシーガイドライン

< https://www.jiaa.org/gdl_siryogdl/privacy/ >

インターネット広告ビジネスにおいて取得・管理・利用される個人に関する各種情報の取扱いに関して、会員社が遵守すべき基本的事項を規定したガイドライン

- 2000年8月より検討を開始し、米国のプライバシー保護の取り組みを参考に、個人情報保護法および関連する各事業分野のガイドラインを踏まえて、2004年11月策定。2014年2月、2016年5月、2017年5月、2022年10月に改定

●行動ターゲティング広告ガイドライン

< https://www.jiaa.org/gdl_siryogdl/bta/ >

インターネットユーザーのウェブサイト、アプリケーション、その他インターネット上での行動履歴情報を取得し、そのデータを利用して広告を表示する行動ターゲティング広告に関して、会員社が遵守すべき基本的事項を規定したガイドライン

- 行動ターゲティング広告の興隆を受けて2008年7月より検討を開始し、プライバシーポリシーガイドラインを前提に、米国連邦取引委員会 (FTC) や米国業界団体 (NAI、IAB等) の自主規制原則を参考として、2009年3月策定。2010年6月に、総務省の配慮原則を踏まえて改定。2014年2月、2015年5月、2016年5月に再改定

参考：現行ガイドラインの記載内容 - 子供のデータ

策定当時（2004年）、米国COPPA（13歳未満の子供の情報を取り扱う際に保護者の同意を得ることを義務付け）を参考に国内での取扱いを検討し、留意事項を示している。

●プライバシーポリシーガイドライン 第5条（適正な取得）解説

15歳未満の子供から親権者の同意なく個人情報をみだりに取得しないように留意する必要がある。

※ 15歳という年齢は、民法上単独で養子縁組などの身分行為を行うことができる年齢とされているものであり、義務教育の修了年齢であることなども併せて考えると社会的常識からもこの年齢に達するまでは個人情報について自ら管理できる能力が充分にはないと考えることができるものとして設定した。

青少年のリテラシー不足への配慮について、総務省「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を参考に記載している。

●プライバシーポリシーガイドライン 第16条（利用者への配慮）

今後一層のスマートフォン等の普及、進展が見込まれる現状においては、あらゆる世代の利用者への配慮が求められるところであり、その利用実態や特有の事情を踏まえ、とりわけ青少年や高齢者にも分かりやすい形で適切な説明を行うことに留意する。

参考：現行ガイドラインの記載内容 - 識別子

ブラウザクッキーやスマートフォン等の端末識別IDの取扱いについて、原則的な考え方を示している。

●プライバシーポリシーガイドライン 第7条（利用目的の通知、公表、明示）解説

クッキー情報、端末識別IDなどの識別子情報や位置情報は、インフォーマティブデータに含まれるが、個人情報に該当しない場合であっても利用者の関心が高いことに鑑み、これらの情報を利用する場合は、その利用方法、利用目的等を公表しまたは本人に通知もしくは明示するものとする。

●プライバシーポリシーガイドライン 第15条（スマートフォン等の端末識別IDについて）解説

参考として、安全に利用者を識別する手法の条件（①ないし③は必須要件、④は考慮されるべき要素）を以下に挙げる。

- ① 利用者にとって透明性・予見性が確保されている。
- ② 利用者が自身で（容易に）オプトアウトできる。
- ③ 利用者が自身で（容易に）リセット（再発番）できる。
- ④ 他事業者のデータと紐付かない。

- スマートフォン等のアプリ向け広告ではOS提供会社が用意している広告識別子を利用することを推奨