



## 第2回会合における構成員等からの主なご意見

---

2024年4月16日  
事務局

## 1. 新保教授発表の概要

- SPIの検討が始まった当時は、Googleが70あるプライバシーポリシーを統合するという発表を行い、当時プライバシーポリシーへの関心が高まっていたこともあり、炎上していた。実際には分かりやすいダッシュボードが用意されたことで、統合によりむしろわかりやすくなったのではないかという方向の議論となった。【新保教授】
- 当時、利用者情報が外部送信されている事実が利用者から分からない事案が問題視され、SPIが取りまとめられた。【新保教授】
- 現在は審査をはじめとしてプラットフォーム側の取組も進んでおり、利用者側にも分かりやすい環境が整ってきている。【新保教授】
- 利用者とアプリケーション提供者双方においてリテラシー向上が図られたことも、現在、かなり安心してアプリを利用することができるという環境が整っている【新保教授】
- 個人情報保護法の改正や個人情報保護委員会の設立など、エンフォースメントの素地が変わってきた。プライバシーポリシーは世の中に浸透してきてはいるものの、読んでいない人も多い。形骸化したプライバシーポリシーよりも、ポップアップ等によってわかりやすいものを示していく方向性が望ましいのではないか。【新保教授】

## 2. (一社) モバイル・コンテンツ・フォーラム発表の概要

- 通知公表すべき事項が様々な法令やGLに散在しており、一覧で見ることが出来ない点を課題として感じているため、SPIで整理して示すべきではないか。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】
- MCFが記載推奨事項として示している点について、これまでの改訂で随時取り入れてもらっているが、まだ反映されていないものもあるので、利用者の理解を助けるため、追記を検討してほしい。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】
- スマートフォン以外のスマートデバイスについても適用可能性を検討してほしい。直ちに適用させることは難しいと思うが、スマートフォンの相違点など、調査確認するべきではないか。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】
- 例示を多く示し、チェックシート型になるというよりは、事業者がリスクマネジメントを考えるよう、必要要件をまとめるような方向性にとしてほしい。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】
- 用語の定義に差異が生じないよう、海外の標準に合わせるべき。
- ISO/IEC 27701 (JIS Q 27701) はGDPRともマッピングされたもので、グローバル標準として参照するべき。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】
- ISO/IEC 29134 (JIS X 9251) のPIAはまだまだ一般化していないので、是非推進するべき。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】
- ISO/IEC 29184 (JIS X 9252) は日本から提案し各国の意見を反映して作成したものであり、同意についてしっかりと定義しているので、同意のあり方を検討する上で参照するべき。付属書にはインターフェースの例も書いてあり、ダークパターンについて考える上でも参考になる。【モバイル・コンテンツ・フォーラム】

### 2. (一社) モバイル・コンテンツ・フォーラム発表に係る意見交換

- 個別のアプリごとにプライバシーポリシーを作成することや、概要版のサンプルを提示すること、プライバシーポリシーの改訂履歴の提示を推奨している点は良い取組だと思う。【太田構成員】
- ISO等の国際規格を参照し、取り込んでいくことは重要。【太田構成員】
- 現在行われている運用としては、プライバシーポリシーで包括的に同意を取って、個別の同意は取得しない運用であることが多い。本来は同意が必要となったタイミングで個別に同意を取る方が望ましいのではないかと。包括的な記載に対して最初に同意を取得しているものの、利用者が何に同意したかが分からない状況になっていると思う。また、同意の有効性に問題があるとも考える。【太田構成員】
- 同意を取得する際は、利用者が何に同意したかが明記され、確認できるようにすべき。文字が多く何に同意したかが分からなかったり、アプリケーションを使いたい気持ちが先行して読まなかったりする人も多い。【木村構成員】
- 写真アプリを利用して、知らないうちに海外のプライバシーポリシーに同意したことになり、個人情報を取得された事例もある。事業者側は、利用者にとって理解できる形で表示するようにすべき。【木村構成員】
- 例示を多く示すのか、それとも要件のみ書くのかということや、関連法令全て盛り込んで書くのか、関連法令は参照を設け上乗せのみ書くのかということについて、プライバシーポリシー等の実装に当たられる方たちにおいてどちらが使いやすいかという現場の声を丁寧に拾って決めていただけるとよい。【呂構成員】
- チェックシート型になると、過度にマニュアル化してしまい、リスクと関連付けられていない形式的なものになってしまう可能性がある。【山本主査】

### 3. (株) マクロミル発表の概要

- CookieバナーやCMPは同意を取得するための手法なので、中身はプライバシーポリシーに任せた上で、プライバシーポリシーを見なくても同意できるようになっている。また、拒否するボタンや同意を保留するボタンがない例も見受けられる。【マクロミル】
- 同意ボタンを押させたいがために、ダークパターンのようにになっているケースがある。例えば、同意ボタンは表示されているが、拒否ボタンは詳細を開いて最後まで見なければ見つからないようなものがある。【マクロミル】
- ATTの同意率を高めるためにプレポップアップを作成している例があるが、これが本来プレポップアップに書かれている内容と関係ない話を書いてしまっていないかという点でダークパターンとなっていることがある。【マクロミル】
- ユーザ識別が不完全で、初回の同意以降も表示され続けるCMPがある。【マクロミル】
- 利用者がオプトアウト設定をしても、提供先において設定が反映されていないケースがある。【マクロミル】
- 海外では、同意者・非同意者で利用者情報をしっかり区別して取り扱っている事業者もいる。【マクロミル】
- 広告表示理由等を説明するインフォメーションアイコンについて、利用者からあまり認知されていない。【マクロミル】
- 広告表示の理由やどのようにデータを利用しているかが分かるように表示したり、セグメントデータの選択やターゲティング広告の停止等の細かいコントロールが出来るようにしたりしている事業者もいる。【マクロミル】
- 外部送信規律にしっかりと対応していても、PCの閲覧が前提で、スマートフォンではわかりづらくなっていることがある。【マクロミル】
- インターネットはNotice and Consentの考え方で発達してきたが、正しく情報提供すれば利用者が判断できることを前提とした自己決定論には限界があるのではないか。適合性原則により利用者のリテラシーに即した取扱いが必要ではないか。【マクロミル】

### 3. (株)マクロミル発表に係る意見交換①

- 提供したことがあるデータのアンケート結果について、電話番号を提供したことがある人が4割程度となっているが、多くの人が利用しているLINEでは電話番号の登録が必須であるにも関わらず、このような結果であることに違和感がある。電話番号はサービス利用に必要なものであって、利用者からすると「提供」している感覚ではないのだろうと理解した。【太田構成員】
- アプリの利用履歴やWebサイトの閲覧履歴を提供したと回答した人が少ない。「提供」の解釈次第ではあると思うが、ファーストパーティは各種履歴を取得しているはずなので、実態と利用者の認識が乖離していると思う。利用者の感覚に合わせて丁寧に情報提供を行うとともに、官民ともに啓発活動をしていくことが必要ではないか。【呂構成員】
- 利用者としては、アプリの登録時には情報を提供したかどうかをあまり意識しておらず、知らない会社から広告が送られてきたり、レコメンドされたりしたときに、情報を取得されていたことに気づくのが一般的な感覚。【寺田構成員】
- 参考資料2-2では、情報の取得について3割程度しか認知されていないという結果が出ている。また、A/Bテストの結果では、より詳細を記している方が信頼度が下がる結果となっており、記載した方が不信感が生まれ、あまり記載しなければ利用者也提供していることに気づかず、信頼度が上がるという状態になっているのではないか。【太田構成員】
- 海外事業者は広告の制御等がしっかりと行われているとのことだったが、国内ではそうではないのではという点について、国内でも徐々に制度化が進んでいるものの、海外では一歩進んだことが法律によりエンフォースメントされている。国内では制度がないため、守る必要がないという意識なのではないかと考えている。【太田構成員】
- そもそも何が書いてあるのかが理解できない人が多く、不安を抱く人も多いと考えられるところ、その不安な気持ちをどう軽減していくか、事業者において工夫すべき。【木村構成員】
- わかりやすくパッケージされた状態にするなど、まずは間口を広くした状態で利用者に提示した上で、興味がある人は深掘りすることが出来るようにする、問い合わせにしっかり対応するようにすることが重要ではないか。【マクロミル】
- 事業者としての「きちんとやっている」と利用者から見た「きちんとやっている」は異なる。【木村構成員】

### 3. (株) マクロミル発表に係る意見交換②

- CMPと情報銀行は、必ずしも対立するものではなく、自己決定論に限界が来ているというよりは、サードパーティクッキーが使えなくなり、囲い込みが増えていく中で、利用者のコントロールビリティを如何に確保していくかという問題だと思う。【太田構成員】
- プライバシーサンドボックスも囲い込みの一環であり、どうコントロールできるようにするかが重要。【マクロミル】
- インターネットは学術ネットワークから始まったところ、途中から消費者が大量に流れ込み、適合性原則の導入が遅かったように思うが、他分野と同様に必要。【森構成員】
- 情報銀行は自己決定を実質化・強化するもので、情報銀行を使うかどうかを選択する、また自分の信頼できそうな情報銀行を選択して、そこに任せるという選択でもありますし、また、基本的には同意ベースで第三者提供することを情報銀行はミッションとしていますので、同意を実質化するためにどうするかという宿題も右側のほうでやっている。他方で、左側の情報提供モデルのほうも、これはこれで全部読んでもらって、まるっと同意してもらって、実際には中身を読んでいない、プラポリを読まないと書かれていますけれども、これをどうにかしようじゃないかという話になってきて、例えば要約版をつくるとかアコーディオン表示をすとかということですので、何となく対立軸というよりは、同意とか選択を分かりやすくして実質化する、実効化する方向に進んできているのかなと私は感じております。【森構成員】
- 利用者に対して知らせることのインセンティブについて考えていく必要がある。【山本主査】
- ファーストパーティデータは、自分の意思で入力するので提供していることが直感的に分かるが、サードパーティによって取得されているものは認知出来ないのではないか。ユーザが自分のデータを取得されていることについて、認知できていない現状で受容性調査の結果を論じても無意味なのではないか。【森構成員】
- アプリ提供者側からすれば、利用者は全て同じ顔にしか見えないため、利用者の属性についてどこまで配慮するかが難しいと思う。【江藤構成員】
- 利用者はデータを提供していることについて理解できておらず、事業者側もしっかりと理解できていない。食品表示ラベルのプライバシーポリシー版のような、型を作って埋めていく方法にした方が、利用者側も理解しやすく、事業者側も対応しやすいのではないか。【太田構成員】