



第3回会合における構成員等からの主なご意見

2024年5月24日
事務局

1. (株)三菱総合研究所発表に係る意見交換(ダークパターン関連)

- ダークパターンには様々な分類があるが、欧州では、最近欺瞞的な部分が着目されている。【安江氏】
- SPIにおいて、ダークパターンまたは欺瞞的な行為の禁止を明確に示す必要があるのではないか。その上で、ダークパターンの判断の線引きは難しい面もあるが、具体的に例示が必要ではないか。さらに、法的根拠を与えるために、電気通信事業法で禁止する規定を追加しても良いのではないか。【寺田構成員】
- ダークパターンとされる中でも欺瞞的なものをSPIの中で例示し禁止すべきだと思う。その上で、ダークパターンと同意のあり方についても整理が必要。AppleもGoogleもデータの収集や仕様に対して同意を必須としているが、アプリ利用開始時の規約同意で、すべてのデータ利用に対して同意をさせる、というのは、欺瞞的なダークパターンと言え、非ログイン時のデータの取扱いについて、書いていない、どこに書いてあるかわからない、というようなものも、ダークパターンであると言えるのではないか、という観点でも検討し、SPIで方向性を示すべき。【太田構成員】
- ダークパターンについて、横串の概念を通して、欺瞞的な商慣行について注意喚起することは良いことだと思う。他方で、ダークパターンの中でも特定の行為については、消費者契約法等の既存の法律で個別に規制されている面があると思うので、SPIにはそういった既存の規制との紐付けも記載することで、実効性が高まると考えられる。【呂構成員】
- ダークパターン対策については、消費者庁とも連携することが必要ではないか。また法規制なども必要ではないか。【木村構成員】
- 本来的な詐欺であれば法律で規制されるが、ダークパターンは消費者側の錯誤を惹起するレベルのもので、巧妙なスキームになっている。市場で排除されていくことが原則だと考えているが、実態を見ると、市場原則が働いていないように見える。【江藤構成員】

1. (株)三菱総合研究所発表に係る意見交換(プロファイリング関連)

- プロファイリングについては、米国のF T Cが、プロファイリングの言葉を使わずとも、最近ではA Iのフェアネスの観点で活発に取り組んでいると認識している。【生貝構成員】
- プロファイリングについて、自身に関する情報を自分で確認することができない点は不安。【木村構成員】
- プロファイリングは一様に悪であるという誤解が広まっている気がするので、どのようなプロファイリングが望ましくないのかを考え、利用方法に視点を置いて考えるのが良いのではないか。利用者側にコントロールビリティを与えても判断が難しく、もとより不利益を与えないような形で規定することが必要なのではないか。【寺田構成員】
- プロファイリングは全て悪だと思われていないと思う。個人情報の取得に該当しないことから、むしろやりやすい状況になっているのではないか。【森構成員】
- 有益なプロファイリングも存在することから、それを阻害しないようにする必要がある。【寺田構成員】
- 子供やセンシティブデータなど、プロファイリングの禁止とコントロールビリティの付与を排他的に考えなければならない対象も存在すると考えている。【寺田構成員】
- 利用目的に着目するよりも、プロファイリングを通じてどのような情報が生成されるかに着目することが重要なのではないか。【森構成員】
- 利用者のコントロール権は前提として必要だと考えているが、実際にコントロールすることが難しいのではないか。コントロールを放棄してしまう人もおり、そういった人を念頭に置けばコントロール権の付与以外のアプローチも必要ではないか。【寺田構成員】
- アメリカでは機会均等の観点からプロファイリングに基づく広告の出し分けが禁止されているなど、日本と考え方が異なる部分もあり、グローバルな基準を設定することは難しいことから、日本においてどうあるべきかは別途考える必要がある。【寺田構成員】

2. (株)日本総合研究所発表 (アプリストア規約審査等)に係る意見交換

- AppleとGoogleのアプリストア上での対応の足並みが揃っていることは、通信関連プライバシーがプラクティスとして形成されていることの表れであると感じた。Appleが先行し、Googleがそれに追随していることは、ユーザの期待を感じ取った結果、そのようになっているのだろうと思う。【森構成員】
- Appleのプライバシーマニフェストは、透明性の確保の観点から良い取組であると思う。【森構成員】
- スマホからアクセスするウェブ、これはアプリ内のウェブも含むが、こちらについては、SPIも含め、スマホウェブの外部送信に関しては言及されていないことは問題だと思っているので、今回スマホウェブにも焦点をあてるべき。【太田構成員】
- 消費者が自ら判断して設定することは理想ではあるが、現実として難しい面もあるので、事業者側できちんと設定を行った上で、必要に応じ変更することが望ましいのではないか。【木村構成員】
- ユーザのコントロールビリティについては、GoogleやAppleは同意を必須化しており、部分的には同意の撤回をも求めており、一定の対応がなされている。【森構成員】
- EUやアメリカでは取得ではなく利用目的に着目するアプローチが増えつつあるが、日本では軽視されているように思う。【寺田構成員】

3. 事務局発表に係る意見交換

- モニタリングを実施するに当たっては、経年変化や事業者ごとの差異などを捉えられるよう、KPIを設定することが必要ではないか。【寺田構成員】
- ダークパターンやプロファイリングについて、事業者の申告ベースでは実態がわからないため、第三者による実態調査を行うことが必要ではないか。【寺田構成員】
- 委託先管理等の安全管理措置については、外部から観測することが難しく、利用者情報においても公表を義務づけるべきではないか。【寺田構成員】
- 情報漏えいについて、利用者が知らないうちに不利益を被ることになるので、大手事業者は公表していると思うが、引き続き公表を続けていく必要があると思う。【木村構成員】
- サードパーティクッキーの廃止に伴い、ファーストパーティデータの活用、ユニバーサルID、データクリーンルーム等の取組が広がってきている。これらは個人データの第三者提供が伴うと考えられるところ、同意の有効性についてモニタリングを行う、またはKPIを設定するべき。【寺田構成員】
- プラットフォーム事業者がどのようなデータを収集しているかの実態を調査するとともに、広告プラットフォーム事業者がデータを収集している点にも着目して、モニタリング対象とするべきではないか。特に外部送信規律について、できれば実態を踏まえた上でモニタリングを行うことが望ましいと思っているので、非ログイン時のデータ収集を含めて外部送信について実態調査（または既存調査を参照）をおこなった上で、広告プラットフォーム事業者もモニタリング対象としていただきたい。【太田構成員】
- ヒアリングシートについて、昨年のヒアリングシートの「他アプリやサイトを経由した情報収集の状況」については、事業者ごとに解釈が異なったりしており、分かりにくいので、見直しをお願いしたい。【太田構成員】

4. (株)日本総合研究所発表 (非ログイン時等の 利用者情報の 取扱)に係る意 見交換

- 非ログイン利用者は、自らの情報を取得されたくないためログインしていないケースもあると思われることから、非ログイン時の利用者情報の取扱いについて、ログイン時と同様に説明がなされること、オプトアウトをすることができるようにすることが必要。【寺田構成員】
- 煩わしい広告が多く、削除機能があっても分かりづらい。非ログイン時にどうすれば広告を制御できるのか、わかりやすくすべき。【木村構成員】
- アカウントを持っていない場合、利用規約を見る機会すらないので、非ログイン時以上に対応が必要になるのではないか。【森構成員】
- アカウントの保持・非保持それぞれどういう書き方になっているかも実態を調査することが必要ではないか。【太田構成員】
- GDPRの施行に伴い、アカウントを持っていない場合についてもEU域内では何らかの措置が講じられていると思うので、欧州向けのプラポリを確認することも有用だと思う。【生貝構成員】
- 非ログイン時に取得されている利用者情報について、事業者側でどの程度有用に活用されているのかも実態把握できるとよいのではないか。【江藤構成員】