

利用者情報の取扱いに関する モニタリングについて

令和6年9月3日事務局

利用者情報の取扱いに関するモニタリングについて

○「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」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。

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)

(ガイドラインの見直し)

- 第52条 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。
- ○「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、2021年4月27日)では、透明化法※ におけるパーソナルデータの扱いについての経済産業大臣評価は、総務省の評価と連携することになっている。

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 2021年4月27日) ※「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性 の向上に関する法律」(令和2年法律第38号)

○ パーソナル・データの取扱いへの懸念は、<u>ターゲティング広告に対する消費者のネガティブな受止めによる広告主にとってのブランド毀損リスクともなっている</u>中、そうした観点からの<u>透明化法におけるパーソナル・データの取扱いに関する開示やモニタリングの対応については、上記の総務省のガイドラインの見直しの結果を踏まえ整合的な形とし、モニタリングについても連携した形で行うこととする。</u>その実施に当たっては、総務省のガイドラインの実施状況を勘案しつつ、必要最小限のものとなるよう努めることとする。

具体的には、パーソナル・データの取扱いに関するプラットフォーム事業者からのヒアリングについては、例えば、総務省の行うヒアリングに透明化法のレビュー担当者がオブザーバ参加する形で対応することが想定される。

また、課題⑩(パーソナル・データの取得・利用に係る懸念)に係る透明化法における評価についても、総務省が上記モニタリングに基づき策定する評価を参考にしつつ、透明化法に法定された協議により経済産業省が総務省に協議を行い、事業者のコンプライアンスに支障を生じさせないように配慮し齟齬が生じないようにすることが必要である。



2024年度も、昨年度に引き続き、デジタル広告市場における透明化法の規律対象事業者(LINEヤフー、Meta、Google)に対し、モニタリングを実施。

(参考) 2023年度モニタリングの提言(今後のモニタリングに向けて)

「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。

利用者情報の取扱いに関するモニタリング 主なヒアリング項目

○2024年度のプラットフォーム事業者への主なヒアリング項目は以下のとおりであり、具体的には次ページのとおり。

透明化法に係る 主な確認項目(5.を除く)	主なヒアリング観点	対応する主なヒアリング項目
1. 取得する情報の内容、 取得・使用の条件の開示		 取得する利用者情報の内容、取得場面、利用目的等、利用者情報の取扱いの状況(非ログイン・非アカウント保有時との取扱いの差異を含む) 掲載場所や利用開始前の利用者への示し方等、プライバシーポ
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	 ログインの有無やアカウント保有の有無によって、利用者に対する 説明の水準に差異がないか。特に、非ログイン・非アカウント保有 の利用者に対して適切に説明されているか。 利用者からの直接取得ではなく、第三者や第三者の運営する ウェブサイトを通じて利用者情報を取得・利用していることについて、 利用者に対して適切に説明されているか。 	リシーに関する事項(非ログイン・非アカウント保有時との取扱いの差異を含む) ・ 利用者へのわかりやすい説明等、透明性確保のための工夫(非ログイン・非アカウント保有時との取扱いの差異を含む) ・ オプトアウト機会の設定の可否やオプトアウト方法について利用者が認知しやすくするための工夫(非ログイン・非アカウント保有時との取扱いの差異を含む) ・ 第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集の状況、利用者への説明
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	• 今年度改めて確認すべき事項はあるか。	・ オプトアウトをした場合のサービス継続利用可否
4. データ・ポータビリティの可 否・方法の開示	・ 今年度改めて確認すべき事項はあるか。	・ データポータビリティの取組状況・ 利用者から直接取得した情報を元に生成した情報のポータビリティ
5. その他	 サードパーティークッキーの廃止に向けた動きの中で、利用者のターゲティング手法に変化はあるか。変化後の利用者情報取得の方法等はどのようになっているか等、利用者情報の取扱いの観点から懸念はないか。 利用者情報を取得・利用するに当たり、同意の取得やオプトアウト機会の付与など、利用者関与の機会が設けられているか。それらの機会について、利用者が容易に認知・理解できるようになっているか。 モニタリングの進め方について、工夫すべき点はあるか。 	 サードパーティクッキーの代替手段による情報取得の動向に関する考え方 通常の利用者になじみのない情報取得の仕組みに関する説明、同意取得や通知等の工夫 利用者情報の取扱いに関する自己評価や改善に係る取組状況

(参考)2024年度プラットフォーム事業者向けヒアリングシート

○ 赤字は昨年度からの差分。

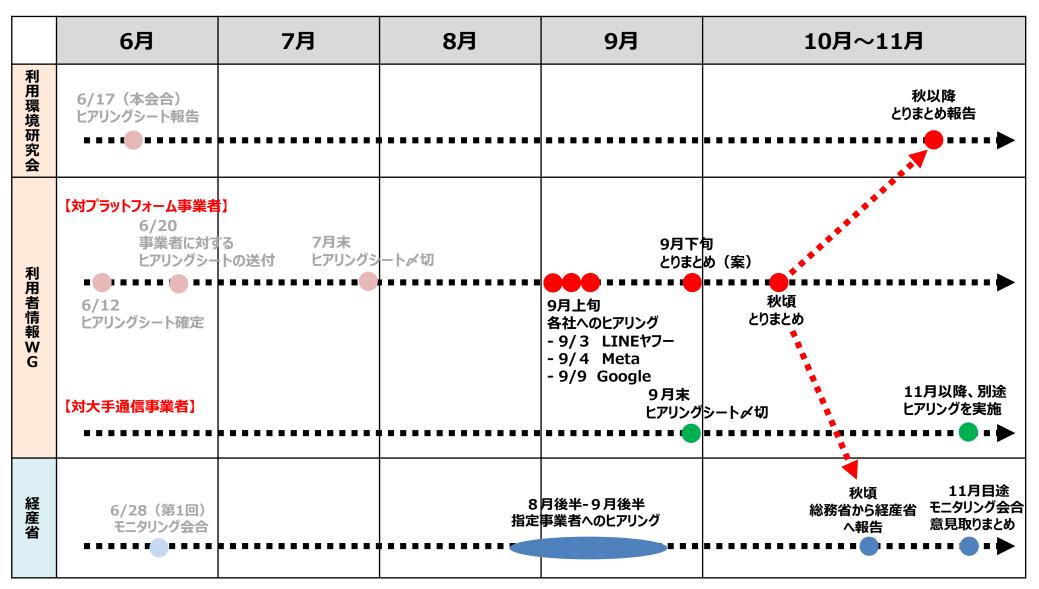
- 1. 利用者情報の取扱いの状況について(非ログイン・非アカウント保有時の取扱いの差異を含む、 EU圏における取扱いとの差異を含む。)
 - 1-1 取得する利用者情報の内容と取得場面
 - 1-2-1 取得した利用者情報の加工・分析・利用の目的
 - 1-2-2 青少年や高齢者等の脆弱な個人の利用者情報の取扱いに係る配慮
 - 1-3 利用者情報の第三者提供の状況
 - 1-4 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況
 - 1-5 利用者情報に基づくプロファイリング (目的、利用する情報等)・セグメント化の状況
 - 1-6 非ログイン時に取得した利用者情報のアカウントへの紐付けの有無、利用者への説明
 - 1-7 サードパーティクッキー廃止等の技術動向を踏まえた利用者情報の取扱いに係る変更点(取
- 2. 利用規約・プライバシーポリシーについて(非ログイン・非アカウント保有時の取扱いの差異を含む、 EU圏における記載・対応との差異を含む。)
- (1) 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー

得方法、取得内容、利用目的等)

- 2-1 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーの記載箇所
- 2-2 サービス開始前の利用者への通知・同意取得(導線、通知・同意画面までのステップ等)
- 2-3 プライバシーポリシーの変更に係る通知・同意取得
- 2-4 利用開始後にも定期的に通知を行うなどの工夫
- 2-5 非ログイン・非アカウント保有時のサービス利用可能範囲の差異
- (2)透明性確保のための工夫
 - 2-6-1 利用者情報の取扱いの透明性確保のための工夫や対処(ユーザーテスト実施、ダークパ ターンとならないための工夫等)
 - 2-6-2 通常の利用者にはなじみのない利用者情報の取得の仕組み(ソーシャルプラグイン、タグ、 カスタムオーディエンス等)に関する説明
 - 2-7 同意取得や通知に当たって、利用者に理解しやすくするための工夫(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
- 2-8-1 オプトアウト機会を設けているか(方法・対象範囲等)
- 2-8-2 オプトアウト設定に関する利用者に対する支援(簡便な設定手段等)
- 2-8-3 アカウント登録時におけるオプトアウト手段の提示
- 2-9-1 オプトアウトをしてもサービス利用継続が可能か
- 2-9-2 広告への利用をオプトアウトした場合の利用者情報の取扱い
- 2-10 利用者情報の提供について個別に設定できるダッシュボード等を設けているか(方法・対象 範囲等)
- 2-11 オプトアウトに関する通知事項・導線、設定画面までのステップ、利用者が認知しやすくする工
- (4) データポータビリティ
- 2-12-1 データポータビリティに関する取組(方法・対象範囲等)
- 2-12-2 利用者から取得した情報を元に生成したデータのポータビリティ
- 2-13 対象情報、方法、提供フォーマット、提供先、相互運用性等
- 2-14 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. 第三者や第三者の運営するウェブサイト・アプリを経由した情報収集の状況
 - 3-1 第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集の状況(収集する情報、利用目的、収集 場面等)
 - 3-2 情報収集する第三者や第三者のウェブサイト等の基準、条件
 - 3-3 第三者や第三者のウェブサイト等へ同意取得・通知をどのように促しているか、促した結果の対応 状況について確認しているか
 - 3-4 第三者のウェブサイト等に対する情報収集モジュールに関する仕様の情報提供
 - 3-5 第三者のウェブサイト等に対する情報収集モジュールに関する仕様変更に関する情報提供
 - 3-6-1 複数の第三者や第三者のウェブサイト等から収集した情報の管理
 - 3-6-2 第三者や第三者のウェブサイト等から収集した情報に基づくプロファイリング(セグメント化)の状
 - 3-7-1 データクリーンルーム等の提供有無
 - 3-7-2 データクリーンルーム等をサービス提供する場合に、利用者情報の提供元の第三者へどのように 同意取得を促しているか、促した結果の対応状況について確認しているか
 - 3-7-3 データクリーンルーム等のサービス提供を行っている場合、サービス利用事業者に対して、どのよう な情報を提供しているか
 - 3-7-4 データクリーンルーム等をサービス提供する場合に、自社の利用者に対して、データクリーンルーム 等での突合目的で利用者情報を利用することを説明しているか
 - 3-7-5 データクリーンルーム等のサービス提供のために利用事業者から提供を受けた利用者情報を自 社において利用しているか
 - 3-8-1 サードパーティクッキー廃止等の技術動向を踏まえた情報取得に関する方針及び変更点(取 得方法、取得内容、利用目的等)
 - 3-8-2 コンバージョンAPI、ブラウザ内での分析等の代替技術
 - 3-9-1 ソーシャルログインにより授受される情報の内容、利用目的、利用者への説明
 - 3-9-2 ソーシャルログインを利用する事業者・サービスに対して審査を行っているか
- 4. 他社※へのデータ提供、他社との共同利用・連携の状況、※グループ会社会は、
 - 4-1 他社に対するデータ提供の状況
 - 4-2 他社との共同利用・連携の状況、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
 - 5-1 自社サービスにおける外部送信規律への対応状況
- 6. PIA・アウトカム・評価改善サイクルについての考え方
 - 6-1 PIAの導入状況
 - 6-2 利用者情報の取扱いに関するアウトカムに係る検討

 - 6-3 PIAの結果やアウトカムの利用者に対する説明や、利用者との双方向での対話に関する取組状況 6-4 自社内監査又は第三者監査における利用者情報の取扱い状況の評価・改善に係る取組状況
 - 6-5 6-4の評価・改善に用いる指標等
- 7. 個人情報保護管理者の設置
- - 7-1 設置状況
- 7-2 名称等
- 7-3 業務内容



特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律のポイント

(2020年5月27日成立、2020年6月3日公布、2021年2月1日施行)

基本理念

● デジタルプラットフォーム提供者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本 とし、国の関与や規制は必要最小限のものとすることを規定。(規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の 自主的取組に委ねる「共同規制 」の規制手法を採用。)

規制の対象

- デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いプラットフォームを提供する事業 者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」として指定し、規律の対象とする。
 - ※ 政令で大規模なオンラインモール・アプリストアを規制対象と定め、2021年4月1日、規制対象事業者を指定。
 - ※ デジタル広告を規制対象に追加し、2022年10月3日、規制対象事業者を指定。

特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が、①**取引条件等の情報の開示**及び②**自主的な手続・体制の整備**を行い、 ③実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出。
 - ※ 利用者に対する**取引条件変更時の事前通知や苦情・紛争処理のための自主的な体制整備**などを義務付け。

行政庁の役割

_ モニタリング・レビュー

- 報告書等をもとにプラットフォームの**運営状況のレビュー**を行い、報告書の概要とともに**評価の結果を公表**。その際、 取引先事業者や消費者、学識者等の意見も聴取し、関係者間での課題共有や相互理解を促す。
- 独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経済産業大臣は公取委に対し、**同法に基づ** く対処を要請。
- ※ 本法律の規律は内外の別を問わず適用。海外事業者にも適用が行われている独禁法の例等も参考に、公示送達の手続を整備。