

利用者情報に関するワーキンググループ（第11回）

令和6年9月9日

【小玉利用環境課課長補佐】 それでは、定刻となりましたので、ただいまから利用者情報に関するワーキンググループ第11回会合を開始させていただきます。事務局を務めます総務省利用環境課の小玉です。よろしくお願いいたします。

皆様、本日もお忙しい中お集まりいただきましてありがとうございます。

先週に引き続き、利用者情報の取扱いに関するヒアリングのため、Google社からJun Chu プライバシー・サイバーセキュリティ政策マネジャーなど、御担当の皆様にお越しいただいております。また、経済産業省にオブザーバーとして御参加いただいております。

本日、生貝構成員は御欠席となります。江藤構成員におかれては18時までの御参加となります。

これ以降の議事進行は山本主査にお願いしたいと存じます。山本主査、どうぞよろしくお願いいたします。

【山本主査】 ありがとうございます。それでは、よろしくお願いいたします。

本日はGoogle社様より、利用者情報の取扱いに関する取組状況について御発表いただきます。先週と同じく事業者様のプレゼンにつきましては公開、その後の質疑応答、意見交換は非公開で開催させていただきます。それではGoogle様、御説明をお願いいたします。

【Chu氏】 こんにちは、委員の皆様、お迎えいただきましてどうもありがとうございます。本日はお招きいただきありがとうございます。私はJun Chuと申します。Googleのアジア太平洋地域でサイバーセキュリティとプライバシーポリシーの責任者を務めております。本日は、Googleのプライバシーに関する取組とユーザーのプライバシー保護への取組についてお話しできますことを光栄に存じます。

この広告におけるプライバシー保護についても、幾つかの質問が寄せられておりましたので、質疑応答に入る前に、弊社の広告上でのプライバシー保護についても触れさせていただきます。

次のスライドをお願いします。それでは、このプレゼンテーションの中で、プライバシーに対する弊社のアプローチに焦点を当ててお話ししていきたいと思っております。プライバシーポリシーとプライバシー保護の実践の指針となる原則について、まず、お話し申し上げます。

Googleはデータを収集いたします。それは新しいサービスの提供、維持、改善、また新規のサービスの開発ということをまず目的としております。そして、データを収集するもう一つの目的として、パフォーマンスの測定を行っておりますし、ユーザーとのコミュニケーションにも生かしております。さらにGoogle、Googleのユーザー及び一般大衆を保護するためにもデータを活用しております。

最後に、Googleは、パーソナライズされた、個々にあつらえたサービスを提供するためにデータを収集してもおります。Googleマップで交通渋滞を回避したり、別のルートを提案したり、興味のあるようなビデオを推薦したり、御家族の誕生日を知らせるなど、Google製品で役立つパーソナライズされた体験を提供するためにデータが活用されております。

そのために、お客様の個人情報を非公開、安全、セキュリティーの担保された形で保つということがGoogleの責務となっております。そのために、弊社では、皆様と皆様のデータを安全に保ち、そしてしっかりと皆様がコントロールできる、使いやすい設定を提供しております。

次のスライドをお願いします。これから申し上げますのは、Googleがサービスの安全性とユーザー情報のプライバシーを確保するために採用している3つの指針です。これらの原則は、Googleがウェブ上で最高かつ最も包括的なプライバシーとセキュリティー保護を人々に提供することを担保するために、全ての機能と製品開発サイクルに沿って展開されています。最後に、非常に重要なこととして、弊社では、年齢に関係なく全てのユーザーに平等な保護を適用しています。そして、未成年者に関しては特に手厚い保護を行っております。

次のスライドをお願いします。では、この原則に関してもう少し詳しく申し上げたいと思います。

まず、ユーザーの情報の安全性を守るという点です。Googleのプライバシー保護は全て最初から始まっています。Googleでは、全ての製品に保護というものを組み込み、セキュリティーインフラストラクチャーと機能を常に強化し続け、お客様の保護と個人情報の安全を担保しています。

次のスライドをお願いします。オンライン上の脅威を検知・防止するセキュリティーが組み込まれていますので、ユーザーは個人情報の安全性を確信することができます。例えば、Googleから最近、私ではない何者かが私のGoogleアカウントに、いつもとは違う場所からサインインしようとしている、そして私のパスワードの一つが漏えいしていると警告

をしてきました。皆様も御経験がおありかもしれません。私はその警告を受けて、Googleのパスワードマネージャーという一つのページを開き、自分がウェブ上でどこに脆弱性があるのかをすぐに確認し、アカウントの一つのページだけを開くだけでパスワードを全て変更することができました。

次のスライドです。次の原則は、責任を持ってユーザーの情報を扱うというものです。Googleの個人情報保護に関する取組の第3の原則となります。ユーザーのプライバシーはGoogleの責任あるデータ慣行によって保護されています。

次のスライドをお願いします。私たちは、第三者からお客様のデータを保護することをお約束申し上げます。そのため、当社の厳格な方針は以下のとおり決まっております。

お客様の個人情報を第三者に販売することは決してございません。弊社は広告を表示するプロセスの全ての時点で、皆様のデータを非公開に保っております。お客様のお名前やeメールなど個人を特定するような情報を広告主と共有することはありません。例外として、ユーザーから情報を開示していただきたいという指定があった場合を除きます。

また、お客様のプライバシーを保護するために、お客様に代わって業務を行っています。お客様のデータは、お客様の個人情報を取得しようとする試みなど、様々なセキュリティー上の脅威を自動的にブロックする業界最先端のセキュリティー技術によって保護されています。

次のスライドです。ユーザーが自分のプライバシーを簡単に管理できるようにすることも3つ目の原則となっています。Googleでは、お客様の情報を安全に保護するだけでなく、お客様のプライバシーも管理しています。

Googleは、プライバシーポリシーの作成に多大な資源を投入しております。また、Googleの製品に直接コントロールを追加することによって、ユーザー自身が様々なプライバシーに関する選択をし、そしてその選択がプライバシーにどのような影響を与えるのかを理解できるようにしています。プライバシーポリシー以外の部分でも、ユーザーのプライバシーに配慮した取組を行っています。

次のスライドをお願いします。弊社がどのようにプライバシーを設計し組織化したかに影響を与える幾つかの要因がございます。これらの要因についてもう少し詳しく説明させていただきます。

ナビゲーションのしやすさ、すなわち操作のしやすさというのがまず1つ目の要因です。Googleがユーザーの情報をどのように扱っているか、一般の方にも分かりやすく説明する必要があるという質問票に対する回答、コメントを総務省の皆様からいただきました。こ

れを心に留めて対応しております。Googleは実際に明確な見出し、簡単な操作など、ユーザーが探しているものを見つけやすくするために設計、再編成しました。

第2に明確さです。Googleではプライバシーポリシーに、より明確な文言と詳細な説明を導入しました。また、説明用のビデオや図を追加することによって、文字による説明に加え、より分かりやすい視覚的な図解をユーザーに提供いたしました。

最後に透明性と管理、コントロールです。Googleは、ユーザーが設定を自分自身で調整できるように、関連のコントロールに直接移動できるリンクを提供しました。こうすることで、ユーザーがプライバシーポリシーを読んで変更を加えることをしやすくしたものです。

次のスライドをお願いします。これらのことを全てユーザーが自分のプライバシーと透明性をコントロールできるように、そして分かりやすく、使いやすいように最適化されたワンストップショップという形式でつくりました。1か所で全てを管理することができます。ダッシュボードやマイアクティビティーのようなツールが出ております。そしてセキュリティーチェックもございます。こうしたものを活用して、様々な収集されたデータの透明性を提供しております。そしてセキュリティーを脅かすような詐欺行為から皆様をお守りすることができます。

個別に詳細に御説明いたします。数回クリックするだけで、プライバシー設定とGoogleエクスペリエンスをカスタマイズすることができます。

次のスライドをお願いいたします。Googleが収集したデータによって恩恵を受けることもできます。

また、保存されているデータに関しては、自動的に特定の頻度で削除するという設定をしていくことも簡単にできます。3か月ごとに削除、あるいは18か月ごとに削除といった選択ができるわけです。こちらもあつらえていくことができます。ですから、毎回、あるいは数か月ごとに自ら全部削除しなければデータが残ったままという心配はございませんし、いつでもログインをして、自分で手動でデータを削除することもできます。

次のスライドをお願いします。今回の質問票では、ユーザーがサインインしている場合、そしてサインアウトしている状態の場合、あるいはユーザーがGoogleアカウントを持っていない場合に、どのようにデータを収集しているのか、そして使用しているのかを尋ねられておりました。

ユーザーがログインしている場合には、Googleアカウントに保存されている情報を収集し、個人情報として扱っております。Googleアカウントからログアウトされている場合に

は、Googleは、収集した情報をお客様が使用しているブラウザ、アプリケーション、またはデバイスに関連づけられた一つの識別子で保存しています。これによって、優先的に使用する言語など、各閲覧セッションをまたいだお客様の設定を維持し続けることができます。

また、お客様がサインアウトされますと、お客様の広告設定がお客様のデバイスまたはブラウザに保存されます。Googleアカウントからサインアウトすると、パーソナライズされた広告のオン・オフを切り替えることができます。

次のスライドをお願いします。ここでChromeウェブブラウザのGoogleの機能であるインコグニートモード、日本語のシークレットモードを思い出してください。ユーザーはChromeのこのシークレットモードのようなプライベートモードでウェブを閲覧することができます。このモードでは、ブラウジングしている場合、デフォルトでは、どのアカウントやサイトにもサインインしていない状態です。

このシークレットモードにおいては、閲覧履歴、クッキー、サイトのデータ、フォームに入力した情報は全くデバイスに保存されません。つまり、Chromeブラウザの履歴にアクティビティーが表示されません。ですから、同じデバイスを使用しているほかのユーザーにアクティビティーが開示されることはありません。ウェブサイトには新規ユーザーとして表示されるため、サインインしない限りはそのユーザーが誰であるのか分かりません。

そのため、アクティビティーデータが端末に保存されたり、あるいはログインしていないGoogleアカウントに保存されたりすることはありません。全てのシークレットウィンドウを閉じるたびに、Chromeはその閲覧セッションに関係づけられたサイトデータとクッキーを破棄します。

次のスライドをお願いします。ここで、広告におけるプライバシーの考え方、そしてユーザー自身がよりプライバシーを管理できるようにしているという点について説明させていただきます。

次のスライドをお願いします。マイアドセンター、すなわち私の広告センターとは何でしょうか。このマイアドセンターでは検索、YouTubeなどのGoogleサービスで表示される広告を、より細かく制御できるようになります。広告をカスタマイズしたり、プライバシー設定を管理したりするためのオプションが、表示される広告から直接、またはマイアドセンター自体から選択できるようになります。

マイアドセンターでは、Googleサービス上のパーソナライズド広告をいつでもオンまたはオフにできます。パーソナライズド広告をオン、有効の状態にしておきますと、お客様

の情報や、お客様が行った選択から、お客様が関心をお持ちの商品やブランドの広告を見つけるために使用するため、より自らに該当性の高い広告が提示されるようになります。

質問票の中にございました質問に答えたいと思います。ユーザーが自分のアカウントにサインインしている場合とサインアウトしている場合、またはユーザーがGoogleアカウントを持っていない場合に、体験がどのように異なるのかを尋ねる質問でした。Googleアカウントにログインしていない場合には、広告の設定は端末またはブラウザに保存されます。

Googleアカウントからログアウトしているときにパーソナライズド広告をオンまたはオフにしますと、設定を変更した場所によって表示される広告が異なってきます。Googleアカウントからログアウトしているときに、パーソナライズド広告をオンまたはオフにできます。

次のスライドをお願いします。パーソナライズド広告をいつでもオフにできますという点についてももう少しお話しいたします。広告のパーソナライズがオンになっている場合、年齢や性別、推測される興味、広告主との過去のやり取りなど、任意の情報を選択し、それが使用されている理由の詳細を調べたり、それをオフにしたり、また、パーソナライズされた広告を完全に無効にすることもできます。広告が表示されることには、それでも変化はありませんが、表示される広告の関連性はぐっと低くなる可能性が高いです。

パーソナライズド広告をオフにしますと、Googleは、ユーザーのGoogleアカウントに保存された情報やアクティビティーまたは広告センターでのユーザーの選択を使用して広告を表示することはありません。その代わりにユーザーが目にする広告は、置かれている場所に当てはまったもの、文脈に当てはまったものということになります。つまり、そのときにいた場所や時間帯、閲覧している動画やウェブサイトのトピックなど、そのユーザー自身についてパーソナライズされていない一般的な要素に基づいて表示されます。

次のスライドをお願いします。Googleでは、内容が非常に微妙である、センシティブな内容を含む広告については厳しくコントロールをしています。特に子供向けの広告に関しては、子供をターゲットにした広告のパーソナライズドを無効にすることもできますし、子供を保護対象としています。

特定の分野に関しては、方針に基づいて広告を禁止しておりますが、既存のポリシーに基づいて広告配信を禁止するというに加えて、アルコール、たばこ、ティーン向け及びアダルト向けのメディア、美容、化粧品等々、センシティブな広告カテゴリーについては制限をする場合があります。この制限は2023年12月以降、適用されております。YouTube、Googleディスプレイ広告、ディスプレイ&ビデオ360に適用されています。そし

で今後、対象となる製品・サービスも順次追加していく予定です。

次のスライドをお願いします。ここではデータポータビリティに対するGoogleのコミットメントについて紹介したいと思います。

ユーザーが自らのパーソナライズされたデータを取り出すことができるようにしています。例えばGoogle Takeoutを使えば、データポータビリティを通じてユーザーにコントロールを与えています。ユーザーは、Googleに保存しているデータの最新コピーを自分のコンピューターにダウンロードしたり、サードパーティーのサービスプロバイダーのサイトに直接エクスポートしたりすることができます。

Googleは2007年からデータのポータビリティについて考えてきました。長年考えてきた末、2011年からポータビリティ製品を提供してきました。弊社は常にこの問題について先取りをしてきました。消費者がサービスを選びやすくすることは、ユーザーに新しいサービスを試し、最も気に入った製品を選ぶ力を与えることで競争を促進しております。

次のスライドをお願いします。既にお話ししましたね。次のスライドをお願いします。質疑応答に入る前に、プライバシー保護に関して日本で特に行ってまいりました幾つかの取組について紹介させていただきます。

次のスライドをお願いします。Googleは、ユーザーデータのプライバシーとコンプライアンスに対するGoogle自身の取組に加えて、広告主のデータ利用とコンプライアンスに対する理解を積極的にサポートすることで、日本の業界全体のプライバシー保護の取組を強化することに貢献したいと考えております。

例えば、日本の個人情報保護法に関するヘルプセンターやプライバシーポリシーの日本語版補足に加えて、昨年は、広告主がGoogleの主要なタグでどのようなユーザーデータが使用されているかを理解し、新たに追加された日本の電気通信事業法の要件に準拠できるよう日本専用のウェブサイトを公開しました。

また、データクリーンルーム製品の仕組みと日本の個人情報保護法への影響について理解を深めていただくため、外部の法律事務所と協力をし、ホワイトペーパーを作成するとともに、日本の個人情報保護法を考慮した、適切かつ安全な製品導入を促進するためのセミナーを開催いたしました。

弊社は、会社として創業された当初からプライバシーというものをデザインの中に組み込むアプローチを取ってまいりました。Googleの各チームは、皆様がGoogle製品を使用している日々の活動の中で、安全性を担保しようと取り組んでいます。ウェブ上でブラウジ

ングをなさっているのか、受信トレイの管理なのか、Google Meet上で御家族と対面をしていらっしゃるのか、どのような場面でも安全性を高めるために日々取り組んでおります。

次のスライドをお願いします。以上、プレゼンテーションでございました。Googleのプライバシーポリシーについての概要を御紹介いたしました。少しでもお役に立てればと存じます。質問がございましたらおっしゃってください。

【山本主査】 ありがとうございます。ただいまのGoogle社の御説明につきまして、質疑に移ります。

先ほど御案内したとおり、質疑応答、意見交換は非公開で実施いたします。傍聴者の皆様におかれましては、本日の傍聴は以上で終了となります。事務局は非公開設定に切替えをお願いいたします。

【Chu氏】 どうもありがとうございます。

(非公開設定に切替え)

【山本主査】 ありがとうございます。それでは、構成員の皆様から順番に御質問または御意見をいただきたいと思っております。私から名簿順に指名させていただきます。各構成員の御質問ごとにGoogle社より回答いただくという流れで進めたいと思っております。発言をされない場合、回答の必要がなく御意見のみの場合はその旨を御発言ください。進行の都合上、お一人からの御質問は、実質2分程度、通訳を含め4分程度でお願いいたしたく思います。また、Google社からの御回答も、通訳を含め1回4分程度でお願いいたします。

【Chu氏】 よく分かりました。ありがとうございます。

【山本主査】 なお、各構成員の御質問が一巡しましたら、別途意見交換の時間も設けております。

それでは、最初に江藤構成員から御発言をお願いいたします。

【江藤構成員】 どうもありがとうございます。一橋大学で憲法を専攻しております江藤と申します。私からは、事前にいただきましたヒアリングシートに基づきまして3つ質問させていただきます。

まず第一に1-6について。私たちは、非ログイン時に取得した情報がアカウント情報にどのようにひもづけがなされているのかということに強い関心を持っています。いただきました回答では、お客様がGoogleアカウントにログインしていないときは、お使いのブラウザ、アプリケーションまたはデバイスに関連づけられた固有IDによって収集した情報を保存しますとありますが、これはアカウントへのひもづけを行っていらっしゃるという趣旨でしょうか。それとも行っていないという趣旨でしょうか。御回答をお願いします。

【Chu氏】 ありがとうございます。このGoogleアカウントにログインしていないときにも、広告のセッティングはデバイスやブラウザの中に保存されています。Googleアカウントにログインしていないときに、広告のパーソナライズセッティングを有効にしたり無効にしたり、すなわちオンにしたりオフにしたりということが出来ますけれども、それはどこにいるのかによって情報が保存されてきます。

アカウントをログインしていないときには、情報はその方のアカウントそのものには結びついていませんけれども、先ほども言及のありました、独自の固有のIDとブラウザ、アプリ、デバイスというものが結びついています。こうしたブラウザ、アプリ、デバイスと独自のIDが結びついていることによって、1回のブラウザセッションの中で、そのユーザーが好んで使われる言語であるとかセッティングを保存して、一貫して活用することができます。また、提示される広告についても、個人の好みを反映することができます。

【江藤構成員】 分かりました。ありがとうございます。

2つ目、インコグニートモードについてです。Googleマップをシークレットモードで利用する場合には、この位置情報がオンであるときには位置情報の履歴を残さずに、私たちのデバイスで残さずにマップの利用ができると理解していますが、それでもその位置情報というのは、Googleによって当該アカウント保有者のデータとして収集されているのでしょうか。あるいは、それはその都度データは破棄されているのでしょうか。

【Chu氏】 ヘルプページの中でも記述のある内容です。インコグニートモードでマップを使用された場合には、マップの閲覧記録、検索記録、そして通知といったものは保存されないし、通知が送られることもありません。そして、位置情報が更新されたり共有されたりすることもあります。また、ユーザーの活動を基に提示されるマップの内容をパーソナライズするという事もあります。ですから、このマップを使用した活動が、その後の表示内容を左右するということはないわけです。けれども、そしてこの情報が、ほかのアプリであるとか、ボイスサーチ、ほかのGoogleサービスの中で活用されるということもございません。

【江藤構成員】 ありがとうございます。私の持ち時間は過ぎておりますので、最後に簡単に、ウェブとアプリのアクティビティー機能についてお伺いさせていただきます。

この機能をオフにしている場合、Googleは当該情報を収集しているのでしょうか。あるいは、この情報は収集されていないのでしょうか。さらに、この閲覧履歴や、閲覧履歴を削除したような場合には、当該情報というのはGoogleからは完全に破棄されて、その後、匿名化されるか否かを問わず、いかなる場合でも将来にわたって用いられることはない

いう理解でよろしいのでしょうか。

【Chu氏】 ありがとうございます。アカウントにログインをして、そして、このウェブとアプリのアクティビティーという機能をオフにしている場合には、Googleは情報を収集していません。この履歴を収集していません。この閲覧履歴に関しては、Googleアカウントのヘルプページにおいても説明をしているところです。この情報、閲覧履歴に関しては、ブラウザの中で保存されているかもしれません。マイアクティビティーという部分にアクセスするためにブラウザを使用しているかもしれませんので、そこに情報が保存されているかもしれません。けれども、手作業でその情報を削除する方法は説明をしております。そして、または自動削除という設定をすることもできますので、ユーザー自身がコントロールできるようになっています。

あなたのデータを保存するという見出しがプライバシーポリシーの中にございますけれども、その部分で説明をしておりますとおり、どのようなアカウントのセッティングになっていようとも一部のデータが保存されています。この点に関して誤解のないように、今、補足で発言をさせていただきました。

例えばシルバーロックスの広告データなどは、一定の期間が経過いたしますと、そのデータ自身が削除される、あるいは匿名化されます。例えば弊社のサービスをどのぐらいの頻度でユーザーが使用されているのかといった一部のデータに関しては、ユーザーがGoogleアカウントを削除するまでキープしております。そして、一部のデータに関しては、より長期にわたって必要とあれば保存をしております。正当なビジネス、法務上の目的のためです。例えば、セキュリティーであるとか詐欺・不正行為回避、あるいは乱用防止、財務記録を取るためといった目的です。

お役に立ちましたでしょうか。

【江藤構成員】 ありがとうございます。私から以上です。

【Chu氏】 ありがとうございました。

【山本主査】 ありがとうございます。それでは太田さん、お願いいたします。

【太田構成員】 御発表ありがとうございました。DataSignの太田と申します。質問表の1-7でも回答いただいておりますが、7月22日に公表されたプライバシーサンドボックスの新しいアプローチについて質問をさせていただきます。

この文章の中で、サードパーティークッキーを廃止する代わりに、Chromeに新しい機能を導入し、ユーザーがウェブ閲覧全体に適用される情報に基づいた選択を行い、いつでもその選択を変更できるようにしますと公表されています。こちらの内容について、具体的

には、Google Chromeの起動時にサードパーティークッキーの利用を許可するかをユーザーに選択するような機能を追加する予定なのでしょうか。1点目は以上です。

【Chu氏】 重要な質問をどうもありがとうございます。このプライバシーサンドボックスというものは、オンラインのプライバシー保護に資するような画期的なソリューションを見いだすために設定されます。まず、それを想起させていただきます。

確かに7月に更新版を開示いたしました。Chromeとしては、プライバシー保護を継続的に向上させていくということにコミットしております。そして、ユーザーが情報に基づいてサードパーティーのクッキーを使用するか否か、判断できるような選択肢をさらに強化された形で提供するという新しいアプローチを提示いたしました。

ユーザーチョイスというものが具体的にどのようなものになるか、まだ予見することはできませんけれども、様々な企業、そしてデベロッパーの皆様は、サードパーティークッキーに依存しない形でChromeブラウザが活用されていくということを想定しておいていただく必要があります。プライバシーを向上させるための、PETと言われる施策が活用されていくこととなります。

このプライバシーサンドボックスを開発するプロセス全体にわたりまして、様々なステークホルダーから最新の情報を寄せていただいております。透明性という観点からできる限り早く皆様にも共有させていただきます。

もちろん、このインターネット関連のエコシステムに属していらっしゃる関係者は、できる限り早く情報を知りたい、詳細を知りたいという立場であるということに関しては理解しております。詳細については、まだ現在まとめているところでありますので、進捗があり次第、できる限り早く共有をさせていただきます。もうしばらくの御辛抱をお願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。長くなってしまったので、時間があつたらまた後で追加質問させていただきます。

【山本主査】 ありがとうございます。それでは木村さん、お願いいたします。

【木村構成員】 御説明ありがとうございます。主婦連合会の木村です。よろしく願いいたします。

いろいろなことを利用者がコントロールできるというのは大変ありがたいとは思いますが、ウェブやスマホの利用者というのは、そのようなことは何も分からない方も多いと思います。デフォルトでの設定では、いろいろな情報が取得されると考えてよろしいでしょうか。

【Chu氏】 重要な質問をありがとうございました。おっしゃるとおり、弊社のポリシーに関しては説明をしておりますとおり、公開されている情報源からユーザーに関する情報を収集するというようになっております。広告パートナーに代わって広告調査のためのデータを収集する、広告についての測定のために収集するというのを広告に関するポリシーの中で明示しているとおりで。こうしたポリシーに関しては、できる限り明瞭で分かりやすいものにするように努力をしております。

【木村構成員】 ありがとうございます。そのために、御社からユーザーに対して、確認するよというメッセージがあるのでしょうか。

【Chu氏】 そうです。定期的に、各ユーザーの現在のセッティングに関してお知らせをして、プライバシーに関して確認をしていただくという通知をしております。

先ほどの回答について、もう少し追加で発言してよろしいでしょうか。

【木村構成員】 お願いします。

【Chu氏】 ユーザーを保護するというのを念頭に置きまして、ユーザー自身がコントロールできるようにもしておりますけれども、それはまたユーザー自身がコントロールしなければいけないという負担感にもなるわけです。ですから、ユーザーのプライバシーを保護するために、主要なアクティビティセッティングに関しては自動で削除されるようにしています。つまり、ユーザーが過去の閲覧履歴などを削除しようという選択をするときまで待たずに、18か月ごとにアカウントに関わる閲覧等々のアクティビティデータに関しては自動で、そして継続的に削除されるようになっていきます。

【木村構成員】 オーケー。その上で質問させてください。御社の様々なプライバシーポリシー、マイアクティブセンターなど、大変分かりやすいと思うのですが、利用者がどのくらい読んでいて、どのくらい理解していると考えているのでしょうか。全員が理解しているとかお考えでしょうか。もし、そのような調査を行ったことがあれば教えてくださいませんか。

【Chu氏】 ありがとうございます。このGoogleのプライバシーポリシーというものが功を奏するのは、ユーザーがこのプライバシーポリシーを参照していただいたときのみということになるわけです。ですから、できる限り分かりやすいものにするよう、継続的に努めております。先ほどのプレゼンの中でも申し上げましたけれども、できる限り分かりやすい文言で詳細を盛り込んで、そして動画であるとか図解で示すようにしております。先ほども申しましたけれども、Google検索をされるときに、ワンクリックでもうすぐに情報が出てくるようになっていきます。

ですから、このプライバシーポリシーが一般の方々にとってアクセスしやすい、すなわち読みやすいものになるよう、いろいろと考え抜いて努力をしております。そして、ユーザーにコントロール権を与えているわけですから、自らのプライバシー保護についてのコントロールをしていくということがユーザーに与えられた権利でもあり、また責任でもあるということについては、木村様も同じ御意見を持っていただけるものと思います。

実際にお尋ねの件に関して調査をしたか否かという点に関してですけれども、私自身の担当の部門ではないということから、いただきましたコメントを踏まえて、後日、書面に回答をさせていただきます。とは申しませんが、ここで申し上げられますことは、既にお尋ねの件については弊社も認識をしておりますということで、プライバシーポリシーに関しての提示をしている画面のレイアウトを変えたり、セッティングであるとか書式、フォーマットを最近デザインし直したばかりです。そして、常により使いやすいものになるように努めております。

【木村構成員】 ありがとうございます。事業者から見た見やすさと、利用者から見た見やすさは異なると思いますので、ぜひそこは今後も工夫をお願いしたいと思いますし、ユーザーのコントロール権に関しては、おおむね同意しますが、ただ、理解できない方も利用しているということも踏まえて今後も運営をしていただければと思います。

次の質問に行きます。

【Chu氏】 非常に貴重なコメントをどうもありがとうございます。しっかりと受け止めて、後日回答をさせていただきます。

【木村構成員】 よろしくお祈りします。

ヒアリング項目の2-9ですけど、利用者情報の提供について、無効にした後も、Googleの製品やサービスを使い続けることができるのですが、ウェブページにはその記述が画面に見当たらないのですが、それは当然ということで書いていないという理解でよろしいでしょうか。

【Chu氏】 アカウントがなくても、Googleのサービスは使い続けることができます。想定されているとおりです。Googleのデータ、プライバシーのページ、あるいはマイアカウントのページ、所在地のページ等々でセッティングをして、データが提示できるようにはなっています。

ユーザーに対してGoogleがダッシュボード上で提供している全てのツールに関しては、ユーザーからデータを提供することができますけれども、提供しないという選択肢を取っていただくことも可能です。そして、このデータ提供をしないという選択をした場合には、

表示される広告が御本人にあまり関連性のないものになってしまうかもしれないということは、Googleのほうから指摘をしております。それでもGoogleのサービスを使い続けることはできるとお知らせしております。

ですから、このデータ提供をしないという選択肢を取ったとしても、サービスを使用し続けられるということは明らか、自明のことでありますので、あえて記述をする必要はないと考えております。仮に記述をしますと、かえって分かりにくくなるのではないかと考えております。

けれども、常に弊社としては、皆様方からのコメントでありますとか御意見などを歓迎いたしますので、今いただいたコメントも踏まえていきたいと思っております。

【木村構成員】 ありがとうございます。最後になりますけれども、ゲストモードについてです。ここの閲覧履歴を削除されるとあるのですけれども、それはほかの例えば利用者情報やIPアドレスなどと蓄積されるのでしょうか。

【Chu氏】 どうもありがとうございます。まず、このゲストモードがどういうものであるのか説明をさせてください。このゲストモードというのは、パソコン上でChromeを使用する場合に活用できる機能です。モバイル端末であるとかChromebookには存在しないモードです。

パソコン上でのゲストモードでありますけれども、ほかの人のパソコンを借りてChromeを使いたい場合に備えて用意をしたモードであります。そのパソコンの持ち主のデータにアクセスをする必要もありませんし、ほかの人のパソコンで閲覧した閲覧データも、そのパソコンの中に残す必要がない、残ることがないというのがゲストモードです。

ですから、このパソコンを借りてゲストモードで閲覧をされた方が、ゲストモードからログアウトされますと、パソコン上から情報は削除されます。そして、パソコンを貸した方のアカウントに対しても影響はありません。

ゲストモードのヘルプページにも書かれていることですが、一つ注意しなければいけないのは、ゲストモードを使ってログインするときには、信頼できる方のパソコンでしかログインしないでください。特に非常にセンシティブな情報にログインする場合は、信頼できる方のパソコンのゲストモードでログインしてくださいという記述をしております。このパソコンのオーナーは、ゲストモードで行われたアクティビティ、そしてロケーション、所在地に関してアクセスすることがまだできるかもしれないからです。

そしてこうしたデータは、ログインをしたウェブサイト上でまだ見える状態になっているかもしれませんし、インターネットサービスプロバイダー、あるいは検索エンジンのほ

うで見えるようになったままかもしれません。というわけで、ゲストモードを使用する場合には信頼できる方のパソコンでのみ御使用くださいということを推奨しております。

そして、プライバシーを保護したような形で検索をしたいということであれば、もう一つの選択肢がございます。先ほど説明いたしましたように、インコグニートモード、日本語のシークレットモードを活用するというのもう一つのやり方です。

【木村構成員】 ありがとうございます。御丁寧に回答いただきまして感謝いたします。

【Chu氏】 ありがとうございます。

【山本主査】 ありがとうございます。それでは寺田さん、お願いいたします。

【寺田構成員】 ありがとうございます。JIPDECの寺田と申します。よろしく申し上げます。

特にユーザーによるプライバシーコントロールについての詳細な御説明ありがとうございました。プラットフォームの中でも最もユーザーによる管理機能が充実していると感じました。

【Chu氏】 お褒めの言葉ありがとうございます。

【寺田構成員】 その上で2点御質問させていただきます。まず1点目が子供のデータについてです。本人や保護者から生年月日等が提供されていない場合、そういった場合の年齢認証というのはどういったふうに行われているのでしょうか。

【Chu氏】 非常に重要な質問を御指摘いただき感謝申し上げます。ユーザーの年齢確認の主要な手段というのは自己申告ということで変わりはありません。ユーザー自身がアカウントをつくる際に生年月日を入力していただいています。その際には、我々は中立の立場をしています。特定の年齢以上でなければこのコンテンツにアクセスできませんよというような誘導はしていません。そして、一旦生年月日を入力しましたら、後でその生年月日を変更することができないようにしております。

仮に、ユーザーが同意年齢に至っていない、すなわち子供用ではないアカウントをつくれる年齢に至っていない場合には、ファミリーリンクアカウントをという保護者の監督つきのアカウントを開くように誘導します。ユーザーが同意年齢は超えている、それでも18歳未満であるという場合には、デフォルトで保護機能をオンにして設定しています。例えばYouTube上での保護、あるいは年齢に即したデータの提示、あるいはセーフサーチという検索上での保護をオンにしています。

そして、同意年齢に至っていないユーザーを検出するような機能を機械学習で構築しています。自らのアカウントを管理できるだけの年齢に至っていないという理由があると信

じるに足る理由がある場合には、取るべき手順が決められております。

仮にユーザーが同意年齢未満の子供であると考えられる場合には、政府が発行した身分証明書を提示してください、あるいはクレジットを提示してください、同意年齢を超えているということを証明する、そういったIDを提示してくださいという指示をします。このような追加のIDなどの情報を提供していただけない場合には、ファミリーリンクフローという流れに沿って、監督付きのGoogleアカウントを活用していただけるように誘導していきます。この監督付きのGoogleアカウントを使うことで、Googleのプロダクトを継続して御利用いただけます。

【寺田構成員】 ありがとうございます。時間がないのもう一つ、2点目を質問させていただきます。

カスタマーマッチ、あるいはAds Data Hubのような、広告主の顧客データとGoogleのデータを突合するようなサービスについてお聞きします。これらのソリューションは広告主向けのページで説明されていますが、サービス利用者向けのプライバシーポリシーには具体的なソリューションに関する明示的な説明がないと思います。

そのため、サービス利用者、消費者のほうは一般的に認知されていない、また、プライバシーポリシーから推測するというのも非常に難しいものであると感じています。このような利用者に理解されにくいものについて、いずれも比較的新しいソリューションですので、今後どのように説明、周知していくのかという方法を考えていらっしゃいますでしょうか。

【Chu氏】 重要な質問をどうもありがとうございます。まず最初に、弊社のポリシーの中で次のように明確に記述をしております。一般にアクセス可能な情報源からユーザーに関しての情報をGoogleは収集するかもしれません。そして、時によりパートナーから広告、あるいは調査を代理で依頼されることがあるかもしれない、広告に関しての測定を依頼されることがあるかもしれないということも明記しております。

例えば、ポリシーの中で説明をしておりますけれども、広告主からのデータ、そしてGoogleからのデータの提示に関しては、集計されたデータのみを提示するという事になっています。ですから、個人が特定されないような形でのデータのみであるということです。そして、広告の効果についての測定についても、目的をポリシーの中で説明をしております、こうした情報は開示されております。

とは申しませんが、貴重なコメントをどうもありがとうございます。ユーザーの皆様が、こうしたポリシーがあるのだということを知っていただいて初めて、こうしたポリシーが

有効性を発揮することができます。こうしたポリシーができる限り明瞭で分かりやすいものになるよう、努力を続けてまいります。そして、そのために必要なリソースも投じ続けてまいります。ですから、このような貴重なコメントをどうもありがとうございました。よく熟考したいと思います。

【寺田構成員】 ありがとうございました。私からは以上になります。

【Chu氏】 ありがとうございます。

【山本主査】 ありがとうございます。それでは森さん、お願いいたします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。様々なプライバシーについてのいい取組をされているということが理解できました。

私は結構幾つかお伺いしますが、後で質問をお送りしますので、ここでお答えいただかなくても、後ほど文書でお答えいただければ結構でございます。

ヒアリングシートの1-3ですけれども、ページで言うと11ページになりますが、ユーザーの同意を得た場合とありまして、Googleはユーザーの同意を得た場合に、Google以外のものと個人情報を共有します。機密性の高い個人情報を共有する場合は、ユーザーに明示的な同意を求めますと書かれています。つまり、ここでは特別にエクспリシットな同意が必要とされているのですけれども、そうでない同意というものもあるという前提で書かれていると思います。ですので、同意の種類をどのように考えておられて、それぞれどのような場面で適用されているのかということについて教えていただければと思います。

ヒアリングシート1-4、ページにすると14ページですけれども、広告設定についてスクリーンショットを貼っていただいています。ここにはユーザーカテゴリー②③の両方についてとなっているのですけれども、どうも見た感じ的には③がカバーできていないのではないかと感じました。そのことについて御説明いただければと思います。

それからヒアリングシート1-5、ページ16です。ここにはプロファイリングする情報の制限のことが書かれておりまして、①のユーザーについてのみ機密性のカテゴリーに属するセグメント情報は使わないと書かれています。②のユーザー、③のユーザーについてはそのような制限がないのでしょうかということと、できれば、①について禁止されている機密性の高いカテゴリーの情報について全て教えていただきたいと思います。

引き続き2-9-2についてですが、ここでは広告の利用をオプトアウトすることについて書かれています。広告への利用をオプトアウトしたことの効果として、ターゲティング広告が表示されないということは理解しましたが、その効果として情報の収集・分析も止まるのでしょうか。それとも収集・分析は続くけれども、ターゲティング広告は表示さ

れないということでしょうか。

それから次の質問ですが、やはり2-9-2、50ページです。ここには、②③のユーザーがどのようにオプトアウトするかについて書かれています。ここについても③のユーザーがどのようにオプトアウトするかというのが分かりませんでしたので、御確認と言いますか、補足的に御説明いただければと思います。

次の質問は3-3についてです。Googleアナリティクスのヘルプページで、Googleの顧客、アナリティクスを使っている顧客は、保存される情報についてユーザーに通知し、ユーザーが同意または拒否を選択できるようにする必要がありますと書かれています。アナリティクスのユーザーが実際にそのようにしているかどうかということについて確認されているかということについてお尋ねしたいと思います。

最後に3-7-2についてお尋ねします。Ads Data Hubについてです。Ads Data Hubのプライバシーの制限というものがあまして、顧客の義務として、適用される全ての法律及び規制を遵守することとあります。私は、Ads Data Hubについて顧客にGoogleから提供される情報が統計情報であるということは理解しています。その場合でも、一人一人の個人について、Google側のデータを追加してから統計化することについては一定の規制がかかります。私は、そのことをAds Data Hubのユーザー企業が理解しているかどうか、やや疑問ですので、そのことについてGoogleさんのほうで何か御関心、御懸念をお持ちであったり、何か取組をされていたりしましたら、共有していただきたいと思います。

以上です。質問は後ほど文書でお送りします。ありがとうございました。

【Chu氏】 森先生、詳細な一連の御質問をどうもありがとうございます。弊社の回答を非常に詳細に読み込んでくださったあらわれだということで拍手を送りたいと思います。時間に限りがございますので、書面で御提出いただきまして、弊社も書面にて回答させていただきます。ありがとうございました。

【山本主査】 ありがとうございます。呂さんからコメントがチャットで来ていると思いますが、その旨、口頭でお伝えいただければと思います。よろしく願いいたします。

【呂構成員】 ありがとうございます。弁護士の呂でございます。お時間が迫っており、私からは事前に質問を書面で提出しておりますので、そちらに後日書面でご回答いただけますと幸いです。

簡単に感想とお礼のコメントだけでも、世界中で利用されているサービスを提供するリーディングカンパニーであるGoogle様に、このように時間と労力を割いて真摯にご対応いただいていること、大変感謝申し上げます。今後ともよろしく願い申し上げます。

す。

【Chu氏】 御親切なお言葉をどうもありがとうございます。御質問には書面で回答させていただきます。

【山本主査】 ありがとうございます。一応これで一巡回ったところでございます。本当はここで意見交換ということになっていたのですけれども、時間がございませんので、ここまでとさせていただきますと思います。

【Chu氏】 ありがとうございます。

【山本主査】 私もこのワーキンググループの主査として改めてお礼を申し上げたいと思います。本当にたくさんの御質問に対して一つ一つ御丁寧に誠実にお答えいただきまして、ありがとうございました。

【Chu氏】 今回、Googleを代表して、ユーザー保護に関してのこのような場で回答させていただきましたこと、説明させていただきましたことを光栄に存じます。いただきました一連の御質問から非常に重要なトピックであるということは明らかでありますので、今後も弊社は継続してこの件に取り組み、また、投資もしていきたいと思っております。お時間を頂戴いたしますけれども、質問には書面で回答をさせていただきます。

【山本主査】 ありがとうございます。引き続き御協力をお願いいたします。それから、今日は時間切れで、今お話があったように御質問を書面でお送りすることになるかと思っておりますので、御回答のほうもよろしくをお願いいたします。追加の御質問がございましたら、メンバーの皆様、明日の9月10日までに事務局までメールにてお寄せいただければと思います。

それでは、事務局から連絡事項をお願いいたします。

【小玉利用環境課課長補佐】 山本主査、ありがとうございます。次回会合のスケジュールですけれども、9月中を予定しておりますが、確定次第、事務局から御案内をいたします。本日の議事録につきましては、事務局で作成の上、皆様に御確認をいただきます。よろしくをお願いいたします。

【山本主査】 以上で利用者情報に関するワーキンググループ第11回会合を終了させていただきます。本日はお忙しい中、御出席いただきまして、ありがとうございました。

以上