

利用者情報に関するワーキンググループ（第9回）

令和6年9月3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9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、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。

本WGメンバーの幹部職員で、夏の人事異動により着任した職員につきまして、事務局から簡単に紹介させていただきます。7月5日付で、総務事務次官として竹内が、総合通信基盤局長として湯本が、電気通信事業部長として大村が、基盤局総務課長として吉田が着任しております。また、8月5日付で、利用環境課長として大内が着任いたしました。今後とも、よろしくお願いいたします。

さて、本日は、利用者情報の取扱いに関するヒアリングのため、LINEヤフー株式会社から関原様、海賀様にお越しいただいています。主査の了解の下、冒頭の事務局とLINEヤフー様のプレゼンについては公開、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。傍聴者の皆様におかれては御承知おきください。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います。なお、山本主査、呂構成員は御欠席、木村構成員は14時20分頃までの御参加となっています。また、森構成員におかれては14時50分頃までの御参加となっています。

これ以降の議事進行は、生員主査代理にお願いしたいと存じます。生員主査代理、どうぞよろしくお願いいたします。

【生員主査代理】 それでは、議事進行させていただきます生員でございます。よろしくお願いいたします。

本日から3回にわたりまして、プラットフォーム事業者の皆様から利用者情報の取扱いに関するヒアリングを実施いたします。本日は、まず、事務局から本ヒアリングの趣旨について御説明いただき、次に、LINEヤフー株式会社から御発表をいただきます。

まずは、事務局より説明をお願いいたします。

【小玉利用環境課課長補佐】 事務局でございます。

資料9-1に基づき、利用者情報の取扱いに関するモニタリングについて御説明いたし

ます。

1 ページ目でございます。お願いします。

総務省では、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、電気通信事業者による情報の取扱いについて定期的にモニタリングを行い、現状を把握しているところです。また、2021年4月に、内閣官房デジタル市場競争本部のデジタル広告市場の競争評価最終報告において、いわゆるデジタルプラットフォーム透明化法に係るモニタリングと連携するとされていることを踏まえ、デジタル広告分野における同法の規律対象としてなっておりますLINEヤフー様、Meta様、グーグル様の3者に対して実施するものです。当該モニタリング結果は、経済産業省のモニタリング会合に共有予定です。

御参考まで、6 ページ目に移りますけれども、デジタルプラットフォーム透明化法の概要でございます。基本理念として、デジタルプラットフォーム事業者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的に行うことを基本としつつ、国が関与するといった枠組みになっております。

資料の一番下に、行政庁の役割を記載しています。行政庁は、この基本理念の中で事業者から提出される報告書等を基に、プラットフォームの運営状況のモニタリングをすると位置づけられております。

元に戻りまして、2 ページ目でございます。

当該モニタリングは、昨年度も、2023年度でございますが、そちらも、今回と同じく経産省と連携する形で行わせていただいております。その際は、総務省プラットフォーム研究会というところで実施をしておりました。その実施後に同研究会から提言をいただいております。デジタル広告の関係で重要なのは、最も下の部分でございます。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との提言をいただいております。今回のモニタリングは、こうした提言を踏まえたものになっております。

3 ページ目は、モニタリングの確認項目についてでございます。

昨年度と同様、デジタル広告市場の競争評価、最終報告で確認する項目を中心にヒアリングを実施いたします。最も左の欄でございますが、大きく4つございまして、取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示。2番目として、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の機会の提供についての開示。3番目、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。4番目として、データポータビリティの可否・方法の開示でございます。

その次の中央の欄でございますけれども、主なヒアリングの観点といたしまして、先ほど御紹介したプラットフォーム研究会に関する提言を反映し、例えば、ログインの有無やアカウントの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。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保護を取得・利用していることについて、利用者に適切に説明しているかなどについて焦点を当てることとしております。

4ページ目は、詳細なヒアリング項目です。

このWGで先生方から多くの御示唆や御意見をいただき作成したものでございます。赤字部分が昨年度からの差分でございますけれども、ログインの有無やアカウントの保有の有無による利用者情報の取扱いの差異や、第三者や第三者の運営するウェブサイトからの情報収集の状況を追記しています。こちらを事業者にお送りし、回答いただきまして、今回資料9-3としてつけさせていただきます。

5ページ目をお願いいたします。

5ページ目はスケジュールです。本日9月3日にLINEヤフー社、4日にMeta社、9日にグーグル社からヒアリングを実施し、事業者の皆様、先生方の御意見等を踏まえ、可能であれば9月中に取りまとめ案を事務局からお示しできるよう準備したいと考えております。

経済産業省との関係では、一番下の青枠に記載しておりますが、秋頃にモニタリング会合の骨子案をまとめられるとお伺いしておりますので、それに間に合う形で総務省のモニタリング結果を共有できればと考えております。その先は、経済産業大臣の大臣評価が作成され、案を作成の上パブリックコメントを行い、取りまとめられていくと伺っております。

御説明は以上でございます。よろしくをお願いいたします。

【生貝主査代理】 どうもありがとうございました。それでは、早速でございますけれども、続きまして、LINEヤフー株式会社、関原様、海賀様より御説明をお願いいたします。

【海賀氏】 それでは、画面を共有させていただきます。

そうしましたら、こちらの資料に基づいてこれから説明をさせていただきたいと思っております。

通信安定のためにビデオをオフにしてお話しさせていただきます。

本日は、当社の利用者情報の取扱いに関する説明の機会を頂戴しまして、誠にありがとうございます。

私は、LINEヤフー株式会社特別渉外室の海賀と申します。

本日は、CPGOという、当社のプライバシーガバナンスについて統括する立場の関原も同席しております。関原さん、少し御挨拶など可能でしょうか。

【関原氏】 LINEヤフーの関原と申します。LINEヤフー株式会社のプライバシーガバナンス全体を見ております。本日はよろしくお願いたします。

【海賀氏】 個別の御質問には、既にヒアリングシートで回答させていただいているところではあるのですが、本日は、こちらの資料に基づきまして、LINEヤフーの利用者情報に関する取扱いについて、全体像について、資料に沿って御説明をさせていただきます。

当社は、昨年10月1日に、LINE株式会社とヤフー株式会社、あと親会社のZホールディングス株式会社などが合併しまして、LINEヤフー株式会社になりました。お客様に対して、ライフプラットフォームとして日常に「WOW」や「！」といった価値を届けるために、お客様の利用者情報の取扱いは非常に重要なものとなっています。

なお、合併してまだ1年弱というところもございまして、社内でも、旧LINEサービスと旧ヤフーサービスに関する考え方などが、必ずしも統一されていない部分など多々ございまして、ヒアリングシートでも、その点は分けて記載させていただいておりますが、本日の質疑応答に関しましても、基本的にはLINEに関する御質問については関原が、ヤフーのサービスに関する質問については海賀が御説明させていただきたいと思っております。

続きまして、LINEヤフー社のプライバシーガバナンス体制についてのスライドでございます。

当社は、データプロテクション基本方針というものを公表しておりまして、その中で、ユーザープライバシーファーストを掲げております。これを実現するプライバシーガバナンス体制として、こちらの図にありますとおりの体制を敷いております。真ん中辺りを見てくださいと、データ利活用する側ということで書いている中に、CDO・CPGOというのがございます。こちら、CDOはチーフ・データ・オフィサーの略でして、CPGOはチーフ・プライバシー・ガバナンス・オフィサーの略なのですが、この2名がプライバシーガバナンスに関しては中心になってまいります。CDOは全社のデータ領域に関する業務を統括し、CPGOは全社の個人情報保護領域のガバナンス業務を統括いたします。

この前の時間でもやっていたのですが、PIAの実施について、運用など、関係部署と協力して行っております。

また、各フレームワークの導入運用など、そういった具体的なプライバシー保護の取組についても行っております。

この体制の中で当社として非常に重要に考えているのが、単にCDOがデータ利活用のアクセラ、CPGOがブレーキといったような考え方ではなく、ユーザーの皆様からお預かりしたデータについて、それぞれが責任を持ってプライバシー保護活動を推進するというのが体制の特徴です。また、この体制の中で、データ利活用する側とデータ利活用される側としてのユーザー、ここは常に利益相反の可能性がございます。ですので、データ利活用する側から独立した立場で、データ利活用する側に対して監視・助言をするものとしてDPO、データ・プロテクション・オフィサーを設置しております。データ・プロテクション・オフィサーはデータ利活用する側から独立してありまして、独立した立場で経営層に助言をしたり、取締役会の報告なども行っております。また、さらに、外部の目線での助言を経営者に対して直接していただくために有識者会議を設置しております。

合併によって、LINEのサービスとヤフーのサービスが1つの会社に統合されました。そのことから、我々はLINEヤフー株式会社として、両サービスのプライバシーポリシーを統合することにいたしました。LINEとヤフーがそれぞれプライバシーポリシーとプライバシーセンターを持っていたのですけれども、合併が発表されて、合併が実際される10月まで半年程度の間だったのですけれども、この間に、限られた時間ではありましたが、CPGOの関原が中心となって、このプライバシーポリシーの統合について議論を進めてまいりました。こちらは、関係者がほぼ毎日やり取りをして、何とか公表にこぎ着けました。

プライバシーポリシーの統合の方針なのですけれども、ヤフーもLINEも、それぞれのプライバシーポリシーに対する考え方がございました。ヤフーに関しては、プライバシーポリシーでのユーザーコミュニケーションというのはおのずと限界があるというところで、非常に簡潔に、シンプルに分かりやすくということでプライバシーポリシーを作っておりますが、逆に、LINEのプライバシーポリシーは、項目例示など、プライバシーポリシーの中でしっかりユーザーコミュニケーションしていこうというスタンスでした。こちら、項目例示が多いLINEのプライバシーポリシーをベースにLINEヤフーのプライバシーポリシーに統合しております。

LINEヤフープライバシーポリシーの項目は、LINEのプライバシーポリシーの項目に基本

的に準拠しているのですが、そちらにヤフーのサービスに関するものを統合いたしまして、このような項目になっております。

まず、はじめにのところでプライバシーポリシーについて説明しておりまして、その適用範囲、取得するパーソナルデータ、取得したパーソナルデータの利用目的、提供する場合、安全管理措置、あとはパーソナルデータに対するお客様の選択肢、また、外部送信技術と関連しますけれども、他社モジュール、Cookieなどの利用について、あと、その他の重要な情報、参考、また、4月に特定利用者情報規律が適用になりましたけれども、そちらの特定利用者情報に関する情報取扱方針としての内容を、11番で公表させていただいております。

ちなみに、各項目につきましては、冒頭に太字でサマリーを記載しておりまして、その枝番で各項目の詳細を記載するという構造にしており、最初、冒頭読むとサマリーが分かるということで、分かりやすさに配慮しております。

続きまして、プライバシーセンターです。

プライバシーセンターにつきましては、こちら、LINE側はプライバシーポリシーの内容をより分かりやすく一般のユーザーに説明するというものだったのですが、旧ヤフーのプライバシーセンターは、プライバシーポリシーを補完する目的で、プライバシーポリシーの解釈であったりとか具体的な事例であったりとか、そういったものを多分に盛り込んでおりましたので、旧ヤフーのプライバシーセンターをベースにLINEでの事例を統合するというにいたしました。こちら、プライバシーポリシーと基本的には同じ項目になっているのですが、例えば子供たちのプライバシー保護であったりとか、プライバシーの設定であったりとか、アドバイザリーボードであったりとか、そういったものについてより詳しく踏み込んで御説明をしております。

ちなみに、こちら、ユーザーに分かりやすく情報提供できるように、基本的にはプライバシーセンターを読めば分かるということで、利用者情報の取扱いに関するインフォメーションをこちらに集約するという方針で考えております。また、記載については、複数の部署、例えばPRであったりとかCSであったりとか、日常お客様とのコミュニケーションなどが発生する部署も含めて複眼的にチェックをして、分かりやすさについて配慮しております。修正や追加を行う場合についても、同じように複眼でチェックしております。

こういったプライバシーポリシーに基づいて取得する利用者情報なのですが、主に、以下、記載しているとおりでして、お客様から御提供いただく情報として、電話番号であ

ったり、プロフィール情報、サービス利用に関連する情報として購入履歴やアプリの利用日時など、第三者から取得する情報としてウェブサイトの訪問履歴などがございます。より具体に関しましては、プライバシーポリシーやプライバシーセンターに掲載公表しておりますので、こちら御覧いただきましたらと思います。

また、プライバシーポリシーの変更時の周知に関してなのですが、こちら、プライバシーポリシーに変更があった場合は、ウェブサイトで公表しております。ウェブサイトと記載しておりますけれども、基本的には、先ほど申し上げましたように、プライバシーセンターに情報を集約していく方針でございますので、プライバシーセンターのお知らせのところで公表をしております。直近だと、9月2日にプライバシーポリシーに関して軽微な変更がありましたので、そちらについてお知らせを掲載しております。また、大きな変更、例えば10月1日、昨年のプライバシーポリシー統合に関しましては非常に大きな変更でございましたので、こちらにつきましては、再同意であったり、個別通知などを実施しております。

ちなみに、統合プラポリの特設ページを作成しております、こちらもプライバシーセンターのお知らせから行けるのですが、こちらは、かなり大きな変更でございましたので、イラストを使ったりとかFAQを用意したりなどして、分かりやすさに配慮した説明を心がけて作成いたしました。

また、右側はプライバシーポリシーの同意とありますけれども、こちら、合併のタイミングで、プラポリ統合に関して説明をしたモーダルでございます。こちら、後で確認することもできますが、同意するを押していただきますと、プライバシーポリシーに同意していただいたということで利用者情報を取り扱わせていただくということになっております。

続きまして、広告に関する設定です。

ターゲティング広告のオプトアウト設定を提供しております。こちら、LINEの設定とヤフーの設定それぞれ違って、まだここは統合できていないので、ちょっと複雑ですが、こちら、プライバシーセンターでプライバシー設定についてというページを設けておまして、そちらで一通り説明をしておりますので、プライバシー設定について分かりづらいということなどございましたら、プライバシーセンターのプライバシー設定というページを見ていただきましたら、全体感が分かるかと思っております。

こちら、プライバシーセンター上のリンク先からもオプトアウト可能でして、また、各

アプリでもプライバシー設定というものを用意しております。そちらでオプトアウトの設定が可能となっております。

また、外部送信規律への対応につきましては、こちらは利用者情報の外部送信に関する公表事項というページを設けて対応しております。こちらは、プライバシーセンターであれば、この赤く囲っている外部送信に関する公表というところへクリックしていただくと、利用者情報の外部送信に関する公表事項のページへ飛ぶことができます。こちらで、外部送信先の一覧について公表しております。

また、プライバシーポリシーの、先ほど申し上げました8番の項目、他社モジュール、Cookieなどの利用について、ここからの利用者情報の外部送信に関する公表事項のページへ飛ぶことができます。それぞれワンクリックの操作で遷移が可能となっております。

外部送信先一覧は、様々な一覧の仕方があるかと思うのですが、当社は合併を機にサービスごとにまとめております。なので、利用するサービス名で探していただきまして、その中から、それぞれ外部送信先をまとめておりますので、御覧いただきましたらと思います。

簡単ではございますが、以上で、LINEヤフーの利用者情報の取扱いについて、全体像について御説明をさせていただきました。御清聴いただきありがとうございました。

【生貝主査代理】 それでは、どうも御説明ありがとうございました。ただいまのLINEヤフー様の御説明につきまして、質疑のほうに移らせていただきます。

先ほど事務局から御案内しましたとおり、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。

【小玉利用環境課課長補佐】 生貝先生、事務局でございます。

今準備ができて、非公開設定に切り替えられましたので、QAの部分からお願いをいたします。

【生貝主査代理】 どうもありがとうございました。

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います。私のほうから名簿順に指名をさせていただきます。各構成員の御質問ごとにLINEヤフー様より回答をいただくという流れを進めたいと思います。構成員のほうで発言をされない場合、あるいは回答の必要がなく御意見のみの場合は、その旨、御発言ください。進行の都合上、お一人からの御質問は2分程度でお願いいたします。また、LINEヤフー様から

の御回答も1回2分程度でお願いできればと思います。

なお、構成員の御質問が一巡しましたら、別途質疑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、よろしくお願ひいたします。

【江藤構成員】 ありがとうございます。海賀様、関原様、本日は詳細な御説明いただきまして、ありがとうございます。

私のほうからは、事前に頂きましたヒアリングシート、1-5、利用者のプロファイリング（目的利用する情報等セグメント化状況）の箇所について、1点、御質問させていただければと申します。

プロファイリングによる属性の推定の問題についてですけれども、この問題については、昨今、ヨーロッパ、アメリカなどでかなりいろいろな形で規制がかかってきているということで、日本におけるユーザーの関心も極めて高いところではないかなというふうに思っております。事前に拝見させていただきましたLINEアプリ上の広告の最適化、サービスの最適化において実施しないことという項目を拝見しましたところ、そちらでは健康状態や政治的信条、宗教など、お客様の機微な属性を推定分類する行為、これについては行わないというふうな記載がございました。

私のほうから確認させていただきたいのは、こちらで申します機微な属性というものが、上記の例のほかにもどのようなものがあるのかということについて、可能な範囲で御教示いただければと思います。例えば、性的指向などの属性というものは含まれないという理解でよろしいのでしょうか。また、個人情報保護上は、要配慮個人情報については取得に同意が必要ということになっておりますが、要配慮個人情報ではない個人情報からプロファイリングによって、こうした不当な偏見が生じかねないような情報をプロファイリングによってスイッチするというようなことはないという理解でよろしいのでしょうか。この点について御教示よろしくお願ひいたします。

【生貝主査代理】 それでは、LINEヤフー様、御回答をお願いいたします。

【関原氏】 それでは、LINEに関する御質問ですので、私のほうから回答させていただければと思います。

先生御指摘の部分につきましては、基本的には、日本の個人情報保護法が規定しております要配慮個人情報については、生成しないということを想定しているところでございます。また、他国の法令で性生活といったものの推定が禁じられている場合もございますの

で、そういったもののプロファイリングですとか、あとは性的指向のプロファイリングは行っておりません。

私からは以上です。

【生員主査代理】 ありがとうございます。それでは、よろしければ、続きまして、太田構成員から御発言よろしく願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。海賀さん、御説明ありがとうございました。

何点か質問させていただきます。2分ということなので、できるだけ絞って質問させていただきます。

まず1点目、冒頭、海賀さんからもあったように、まだ十分に統合ができていなくてヒアリングシートもLINE、ヤフーを分けて回答している部分もあるというお話でしたが、そのような状況の中で、なぜプライバシーポリシーを統合したのでしょうか。これは、利用者から見ても、どの部分がLINEでどの部分がヤフーかというのは全然分からなくて、分かりにくいと感じておりまして、統合された理由をお聞きしたいです。

次に、ヒアリングシートの内容の中の話になるのですが、13歳未満とか18歳未満のデータを用いない、18歳未満のデータについてはターゲティング広告を用いないということが書いてありましたが、これはヤフーだけの話で、LINEの場合は18歳未満もターゲティング広告に使っているんでしょうかというところでございます。こちら、2点目の質問です。

次ですけれども、また話は変わるんですが、今回③でアカウント未保有者が利用する場合どうなっているかというところの差異を書いてほしいというのがあったのですが、追加で聞きたいところとして、LINEには、利用者が端末のアドレス帳をアップロードするという機能があると思います。アップロードした電話番号というのは、アカウントを持っていないし、かつ利用もしていない人というのが含まれているという気がしておりまして、そういうLINEのアカウントを持っていないし利用もしていないけど、自分の電話番号がLINEに送信されているという状況の中で、その電話番号がアップロードされた人というのは、電話番号がどう利用されているかというのをどうやって確認できるのかというところをお聞きしたいです。

次に、データクリーンルームの3-7-2のところの質問ですけれども、データクリーンルームにおける分析の場合には、LINEヤフー側で利用者の同意を取得しているということだったんですけれども、こちらはデータクリーンルーム利用企業からLINEヤフーさんへ

の個人情報の第三者提供としては、整理されていないということなのではないかという質問です。

最後に、ソーシャルログインにより授受される情報の内容ということで、プロフィール情報が第三者に提供される場合があるということだったのですけれども、友達のプロフィール情報というのが第三者に提供される場合があるのかないのかをお聞きしたくて、ある場合は、その友達のプロフィール情報が第三者に提供される場合、その友達からはどうやってどういう取得しているのかということをお聞きしたいです。

以上です。

【生貝主査代理】 それでは、ただいまいただいた御質問、LINEヤフー様、御回答よろしくお願いたします。

【関原氏】 LINEに関する御質問が多かった理解なので、一旦私のほうから回答させていただいて、補足があれば海賀のほうから補足をさせていただければと思います。

まず、1点目のプライバシーポリシーを統合された理由について御質問があったという理解です。太田先生に御指摘いただいたところもありながらも、やはりLINEとヤフーでかなり大量のパーソナルデータを持っており、今後いろいろ利活用ですとか管理をすることが増えていくと、様々な環境にデータを置くことになる可能性があると思っております、そういった場合にLINEとヤフーの基本的なパーソナルデータの管理ルールが2つあると、誤ってインシデントが起きたりですとか、1つのポリシーで管理ができていないと想定外の利用が行われてしまうケースもありえると考えております、そのため、2つのポリシーで分離して管理すべきという意見もあるかとは思いますが、当社としては、1つのポリシーにした上で、1ポリシーで全体を管理していくべきという方針を出させていただきまして、プライバシーポリシーも統合した次第でございます。

2点目は、LINEのアプリについて18歳未満についてターゲティング広告を実施しているのかどうかという御質問だったのかなと思っております、基本的に当社では年齢情報自体を持っていないケースもございますので、18歳未満のユーザーに対して広告配信が行われることはございません。

また、3点目の端末のアドレス帳についてですが、例えば私がアドレス帳をアップロードした場合に、私の端末に入っている電話番号もLINEヤフーで取得するというのは、おっしゃるとおりと考えております。そちらにつきましては、アドレス帳の、例えば私の友人である電話番号の対象者にアップロードの時点で個別の通知は行っておらず、LINEヤフー

のプライバシーポリシーで公表するという形を取らせていただいております。

ただ、日本の個人情報保護法の観点で言いますと、電話番号のみでは個人情報には該当しないという理解ですので、友人を本人とした個人情報には該当しないと考えており、法的要件は満たしていると考えております。

すみません、4点目の御質問をもう一度お願いできますでしょうか。

【太田構成員】 4点目は、データクリーンルームの話です。データクリーンルームでは、データクリーンルームの利用企業が御社に対して、電話番号とかメールアドレスとかアップロードすると思うのですけれども、そこで突合を行うと思うのですけれども、この回答、3-7-2の回答を見ると、LINEヤフーさん側で同意を取得していると書いてありましたので、データクリーンルーム利用企業から御社への第三者提供、個人情報の第三者提供として整理されているとすると、利用企業側で同意を取らなきゃいけないというふうになるはずなのですけれども、そうではないということで、どういう整理になっているのかなという質問でございます。

【関原氏】 その部分につきまして、LINEヤフー側で同意を取っているという理解です。

最後に、5点目は、プロフィール情報について第三者提供しているケースもありまして、あとは友達の情報について第三者提供をしているケースがあるかどうかという御質問だったという理解です。そちらについては、あるという回答になります。友達の情報についても、ユーザーのほうで友達リストを渡すという事で同意を取った上で情報提供するという第三者提供は行っているところでございます。そちらにつきましては、同意をして提供しているユーザーの情報という側面もございまして、あとは、友達側から制御をかけられるようにしておりまして、LINEアプリの設定の中で自分を友達に追加している人が、外部サービスへの友達リストの提供を許可した場合、その外部サービスが自分のプロフィール情報にアクセスすることを許可するかどうかを選択できます。例えば、私の友人でAというラインユーザーがいた場合に、Aさんが自分の情報を第三者提供したくない場合には、LINEアプリの設定の中でオン、オフが可能なような仕様になっております。

私からは以上ですが、海賀さんのほうから補足があればお願いします。

【海賀氏】 ありがとうございます。私からの補足としては、最初の1点目ですけども、関原から申し上げましたとおり、大量のデータを我々お預かりしている状況ですので、その管理がいつまでも統合できないというのは、安全管理措置上のリスクがあるということも外部からも指摘されておりました。

そのような中で、システムの統合について、このプライバシーポリシーが別になっていることによって、データの管理が分かれていることで、いろいろと障害が出てしまうというのを避けるためということで、統合という方針にしました。

統合したことによって、ユーザーから見たときのサービスごとの分かりづらさというところが出てくるというのはまさにおっしゃるとおりだと思っておりますので、そこに関してはプライバシーポリシープライバシーセンターに、様々な方の御意見を踏まえて、引き続き改善をしてみたいと思っておりますのでございます。

私から補足、以上です。

【生貝主査代理】 よろしゅうございましょうか。どうもありがとうございます。

【太田構成員】 ありがとうございます。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。それでは、続きまして、木村構成員のほうから御発言よろしくお願ひいたします。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。

私からは、5点お願ひします。

1点目は、確認のために質問させてください。ヤフーさんとLINEさんが統合したということで、利用者から見て、1つの会社なので、データはどうなっているのかということが大変不思議だと思うのですけれども、アプリ内のデータはそれぞれ管理されているのか、それとも、例えばヤフーで得たデータをLINEでも使えるのかということがよく分からないので、もう少し分かるように説明していただきたいのが1点目です。

それから2点目が、事前にいただいた回答の中で、EU圏の対応において特段の差異なしという表現がよくあるのですけれども、日本において法律とかガイドラインにはまだなくてもEUの規制を取っているという点があれば教えていただきたいと思ひます。

それから3点目は、プライバシーポリシーとプライバシーセンターについて、利用者に分かりやすくしているというような記述があるのですけれども、事業者から見て、利用者がどの程度理解しているかとか、どの程度の方が読んでいるかということを知りたいと思ひますでしょうか。そのような検証を行っているかどうかということを知りたいと思ひますし、行っているとすれば、どのようなことを行ったかを教えてください。

4点目としましては、非ログイン時での情報取得について、同じIPアドレスでログインしているときとログインしていないときがあると思ひますけれども、利用したときに、

そのデータはIPアドレスで合わさってしまうのでしょうか。それとも、別々のものとして扱われるのでしょうか。

5点目としまして、広告のオプトアウトですけれども、私、実際にヤフーの広告のオプトアウトを見てみたのですけれども、利用継続は可能だと回答にあるのでここでは知っているのですけれども、その旨がどうも画面に見当たらないのですけれども、ウェブの画面のほうに、そういうことがきちんと書いてあるのか、私が単に見逃しているのかというのを教えてください。

以上です。よろしくお願いいたします。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。それでは、御回答のほうよろしくお願いいたします。

【関原氏】 それでは、私のほうからまず、共通的なところを回答させていただいた上で、海賀のほうから必要に応じて補足をさせていただければと思います。

まず、1点目の木村先生から御質問がございました、ヤフーとLINEで統合した上で、データを別々に管理しているのかといった御質問と理解いたしました。

回答といたしまして、基本的には別々に管理をさせていただいております。ただ、例えば、10月の統合以降にID連携という施策を実施しております、プライバシーポリシーへの同意に加えて、ユーザーの皆様から任意で、ヤフーのアカウントとLINEのアカウントをひもづけて一定の利活用をすることについて同意画面を表示しております。そちらのID連携に御同意いただいたお客様につきましては、当然ユーザーメリットがある形で、ヤフーのデータとLINEのデータをひもづけてサービスを提供しているケースもございますので、基本的には別々に管理しながらも、そういったケースにつきましては、ひもづけて利用するケースもございます。

2点目のEUの部分につきましては、基本的にはEUの規制を踏まえて対応しております。ただし、シート記載のとおり、EU圏のユーザーに対しては、プロファイリングやターゲティング広告は実施しておりませんので、機能やデータの利活用については、国によって異なる点がございますので、その点をご承知おきいただければと思います。

また、3点目のプライバシーポリシーやプライバシーセンターについて、どの程度の方が読んでいるのかどうかというところの御質問ですが、現在、まだ統合して1年たっていないというところがございます、LINEヤフーとしては、まだそういったリサーチは行っていないところでして、今後、そういったことも行っていきたいと考えてはおります。

4点目は、非ログイン時に取得したIPアドレスをひもづけるかどうかというところの御質問と理解いたしました。こちらについては、LINE広告については、そちらの非ログイン時に取得したIPアドレスと、ログイン時に取得したIPアドレスはひもづけていないという回答になります。残りのヤフーサービスと、5点目につきましては、海賀さんのほうで御回答お願いできますでしょうか。

【海賀氏】 続き、海賀から回答させていただきます。IPアドレスのところなのですが、ヤフー広告に関しましては、ユーザーエージェントと組み合わせて、コンバージョン計測のために用いられるということでひもづく場合があるということで確認しております。

また、広告オプトアウト後についての利用継続についての記載のところなのですが、こちら、我々のスタンスというところもあるのですが、特に我々、サービス提供の対価として個人情報の提供を求めているというスタンスではないので、基本的にはオプトアウトしていただいたから利用を止めますというような考え方は持っておりません。なので、あえて利用継続は可能だというふうに書くまでもなく、当然利用継続可能だというスタンスでありますので、記載はしていないのですが、今後については、ユーザーのお問合せであったりとか、社会の状況などを見て記載する必要があるかどうかというのは検討させていただきたいと思っております。

また、関原が回答したところで補足させていただきたいところなのですが、LINEヤフーの1点目なのですが、LINEのデータ、ヤフーのデータのところなのですが、基本的に統合してまだ1年もたっていないところですので、別々のデータベースで取り扱われていますけれども、今後、LINEヤフーとしての新サービスをリリースしたりであったりとか、あとはそれぞれ、同じようなサービスを統合したりということは今後あるかもしれません。

そういったこととなりますと、データベースが別々よりも、まとめて持ったほうがサービスとして利用しやすいということもあり得るかと思っておりますので、そういった場合は、データの統合なども進んでいくことになろうかと思っております。もちろんそこに関しましては、新しい統合プライバシーポリシーであったりとか、あとは関原から説明いたしましたID連携の同意に関して、同意されたユーザーに関して、そのように対応させていただくということで考えております。

補足は以上です。

【木村構成員】 分かりました。ありがとうございます。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。それでは、よろしゅうございましたら、続きまして、寺田構成員から御発言のほうお願いいたします。

【寺田構成員】 よろしく申し上げます。LINEヤフーさんのプライバシー保護に関しては、年々、質と量、充実してきており、非常にいいことだと考えております。一方で、海外プラットフォームと比べると、説明の不足とか利用者関与の不足というのも一応見られるのかなと思っています。

事前にお送りした質問事項、少々数が多過ぎるというのと、実際には対応されているということを私自身は知っていますけども、一般にはあまり知られていないようなことについての確認という部分も含まれていましたので、ここでは2つに絞ってお聞きしたいと思えます。

1つ目が、1-2-2です。若年層に対しての広告に関してになります。未成年とか若年層への広告規制というのはもちろん入っているのですが、この広告の表示は、ヤフーさん側で保有している年齢を基に規制していると認識していますが、一方で、こういった若年層の方のデータであったりとか、そういったものを広告事業者とか広告主に提示したり、あるいは提供したりということは一切されていないと考えてよろしいでしょうかというのが1点目です。

それから、もう1点が2-5になります。ヤフージャパンさんにおいて、ログインしていない場合、あるいはアカウントの非保有者、こういった方々はファーストデータ、Cookieを含め、端末保有の識別子とか、それと、それにひもづいたプロファイリングのデータ、こういったものについて、情報開示であったり、利用停止といったことは一切できないと考えてよろしいでしょうか。

もちろん、個々の広告に関して、インフォメーションマークとかこういったところで、個別の対応というのは一部できるとは思っていますが、ヤフーさん自身で取得された、こういったデータというものに関してはログインしない限り、つまりヤフーIDを持たない限り、一切情報開示とか利用停止というのは不可能になっていると考えてよろしいでしょうか。

以上になります。

【生貝主査代理】 それでは、御回答のほうお願いいたします。

【海賀氏】 ありがとうございます。基本的にはヤフーサービスに関する御質問かなと思いますので、私のほうから回答をさせていただきます。未成年が広告配信対象に含まれることがあるかというところについては、年齢ターゲティングや行動ターゲティングに未成年は含まれません。ただ、ターゲティングなしで、例えば地域ターゲティングだったり、そういったものに関して、未成年のユーザーというのが含まれるという可能性はございます。

また、統計情報として提供する場合に、その中に未成年のデータというのは統計の中に含まれてしまうということがございます。例えば、広告がどの年代に発信されたかというレポートの中で、何歳以下というのが含まれる場合が、統計情報に関してはございます。あと、未成年の年齢ターゲティングや行動ターゲティングについては、当社でできないようにということでシステム上、制限してしまっていて、また、ターゲティング状況につきましては、当社が定める審査を事前事後にしております。というのが1点目でございます。

続きまして、2点目にいただいております、アカウント非保有者のファーストパーティーデータについての利用停止などの設定についてなんですけども、ヤフー広告のディスプレイ広告に関しましては、ヤフージャパンサービス上での過去の行動履歴データというのを削除するという機能がございます。この機能を利用してお客様の端末の広告識別子などにひもづいた行動履歴というのは削除することが可能でございます。

また、お客様のほうで広告識別子をリセットしていただいたり、そういったことで、お客様自身で設定を変えることで、アカウント非保有者については我々が氏名とか個人情報を保有していないお客様になりますので、そこを、端末識別子などを変えていただくと、ひもづかないようにということも可能かとは思っております。

また、アカウント非保有者については、広告オプトアウト設定ページでファーストパーティーデータとサードパーティーデータの利用停止が設定可能となっております。ただ、こちらについても、端末の識別子にひもづいておりますので、端末の識別子を変えますと、また設定が元に戻ってしまうというところがございます。

2点目、以上です。

【寺田構成員】 ありがとうございます。

【生貝主査代理】 どうもありがとうございます。

それでは、続きまして、森構成員から御発言のほうよろしくお願いたします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。寺田さんのお話にもありましたけれど

も、非常にしっかりした取組をやっていると思えました。私、事前に質問を送りできていなくて誠に申し訳ないのですが、今の構成員の皆様の質問と重複していて、補足的にお尋ねしたいということですので、もし御回答いただけるようでしたら、お願いしたいと思います。

ヒアリングシート2-8-2です。今も少しお話に出ていましたオプトアウトですが、これにつきまして、特に③、アカウントのない人のオプトアウトについては、一番下のところに、行動ターゲティング広告の有効か無効かの設定ができますというふうにありますけども、これは、ユーザーに対してCookieをリフレッシュしてくれとか、広告IDをリフレッシュしてくれというように指示をされているということなのか、それとも画面上、例えば、ウェブサイトに行けば、ユーザー識別をしてリフレッシュが可能なのか、アカウント、すみません、私もしっかりいじってからお尋ねすればよかったのですが、アカウントをお持ちの方はログインをして、ログインしてからオプトアウトの手続きをしてくださいと。アカウントがなければ、ただいまのお知らせをもって受け付けましたということなのか、それともユーザー側で作業してくれというようにおっしゃるのかということをお教えいただければと思います。

あと、もう一つは、これも太田さんの御質問にあったことですが、データクリーンルームのことですが、LINEヤフーさんにおかれましては、3-7-3を拝見しますと、クライアントに対して、サービス利用事業者に対して、統計情報を開示しておられるということだと思っております。ですので、クライアントからメールアドレスとかを受け取って、アップロードしてもらって、それについてLINEヤフーさんで把握しておられる情報を結合して調べたところ、あなたのところのユーザーは、一番多いのは40代の男性で都会にいる人です、その次が30代の男性でみたいな、そういう話だと思っておりますが、そうだといたしますと、クライアントに返すデータというのは、これは統計情報であるということで、太田さんも言っておられましたけども、問題は、クラウドからアップロードしてもらったメールアドレスとか、サービスの一番冒頭で行われるところをどう整理しておられるかということですが、3-7-2を拝見しますと、LINEサービス関連では、当社側で利用者の同意を取得しておりますということですので、そちらで、そういったサービスをするので第三者提供を受けると、あるいは委託提供を受けた上で手持ちのデータを結合することについて、こっちで、提供先であるLINEヤフーさん側で同意を取得しているという整理をされていると理解しました。

一方で、ヤフージャパンサービス関連のほうで拝見しますと、弊社からクライアントへの第三者提供の整理としており、とあるのですけれども、そこがちょっと分からなくて、クライアントに返すのは統計情報なわけですから、第三者提供はされていないのではないのでしょうかということです。逆に第三者提供を受けておられる、メールアドレスとかのクライアントからを受けておられる、いや、これは第三者提供ではありませんと、これは委託提供で新しい情報を付加するパターンですと。QAの7-41ですか、どちらかあると思うのですが、いずれにしても、なかなかLINEヤフーさんからクライアントへの第三者提供にはならないのかなと。統計情報としてお返しされていますので、というように感じましたので、その点について、ここで即興的にお尋ねしておりますけれども、もし御説明が可能であればお願いしたいと思います。以上です。

【生貝主査代理】 それでは御回答のほう、よろしくお願ひいたします。

【海賀氏】 ありがとうございます。ヤフーのサービスに関する視点のところが多かったようにお聞きしましたので、まずは私から説明させていただきまして、その後、関原から説明させていただきましたらと思います。

最初にいただきました、非ログインの際のターゲティング広告に関するユーザーの設定ですけれども、ユーザーのほうで勝手に端末の識別子を変えてくださいというような、そういったところではなく、非ログインであっても、今チャットでお送りさせていただきました、URLにアクセスできるかと思います。こちらの設定で、まず、利用のオプトアウトというのが可能です。

また、先ほど寺田先生にご回答した、行動履歴の削除というところに関しましてもリンクをしております。加えて、例えばiOSであったり、Androidで広告用のIDを設定する方法というのも、参考までにお見せしているという構成になっております。このようにインフォメーションさせていただいております。

1点目、以上でございます。

続きまして、データクリーンルームに関するところの整理につきましては、森先生おっしゃるとおり、統計情報の提供なので、特に個人データの第三者提供になっていないというところは、私も同じ理解でおります。クライアントからの委託提供を受けたデータに関して、ヤフーの持つデータを付加するということに関して、同意をとっているというところが正確なところでございます。誤った誤解を生じさせるような表現でしたら訂正させていただきます。

【森構成員】 ありがとうございます。行動ターゲティング広告のウェブページを見たことがなかったです。今、初めて拝見して、なるほど、これはしっかりログインしていませんというふうに出まして、それでそうだったらこうだということで、しっかりとした動線がつくっていただいているということは分かりました。すみません、これを見てからお尋ねすればよかったです。ありがとうございます。

【海賀氏】 とんでもないです。ぜひ認知が高まるように、動線なども工夫したいと思っております。ありがとうございます。

【生貝主査代理】 よろしゅうございますね。ありがとうございます。

そうしましたら、次に、呂構成員、今日は御欠席でございますけれども、事前に御質問をいただいているということで、事務局から代読のほうお願いいたします。

【小玉利用環境課課長補佐】 事務局でございます。呂先生から事前にいただいた質問を読み上げさせていただきます。

1つ目は、全体的に情報の取得・利用についてきめ細かい設定が可能となっていて、ユーザーの選択可能性が確保されているという観点から、ベストプラクティスとなり得る、大変望ましい形だと思いました。

その上で、さらにアドバンスな話となってしまいますが、こうした選択ができることがユーザーに知られていない場合も多いのではないかという認識です。例えば、2-8-1で御紹介いただいているLINEアプリの設定>プライバシー管理>情報の提供から位置情報やコミュニケーション関連情報の取得・利用に関する設定ができることなど、御存じない方が多い印象です。この状況を改善するために、ユーザーがサービス利用を開始した後も、プライバシー設定の見直しについてプッシュ型で定期的な案内を行うといった施策も考えられるのではないかと思います。そういった施策の取組状況はいかがでしょうかというものです。

2つ目に移ります。

前半は、御回答内容に関する正確性の観点からの確認、後半は御質問です。

「なお、LINEサービスに関しては、通信の秘密に関する情報の取得・利用や位置情報の取得・利用に関する同意については、LINEアカウント登録時にオプトアウトをすることが可能です。」と御回答をされていますが、「LINEみんなの使い方ガイド」というサイトの「新規登録をする」というページの手順10の画面のとおり、LINEアカウント登録時の通信の秘密に関する情報の取得・利用に関しては、「同意する」、「同意しない」のいずれかを、ユー

ザーがフラットに選択できるようになっているという理解です。

したがって、正確には、デフォルトオンになっていてオプトアウトすることができるというより、オプトイン同意を取っているというものと認識しております。ヒアリングの質問項目が「オプトアウト」にフォーカスしていたので、それに合わせて御回答くださったものと思いますが、オプトインのほうが望ましい形ではあるので、念のため確認させていただきました。

これが前半の確認でございます。

他方、手順11の画面によると、位置情報の利用、取得については、「上記の位置情報の利用に同意する（任意）」、「LINE Beaconの利用に同意する（任意）」にデフォルトでチェックが付いていて、かつ、「OK」ボタンしかないように見受けられます。そうすると、ユーザーとしては同意するほうにかなり誘導されると思いますが、先ほどの通信の秘密に関する同意取得の方法と差異を設けている理由はありますか。

「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」では、位置情報についても、通信の秘密と同様、プライバシー性の高い情報として扱うことが強く求められているという理解でございます。

以上でございます。すみません。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。御回答のほうよろしくお願いいいたします。

【関原氏】 それでは、後半側がLINEに関する部分でしたので、前半を含めて私のほうから回答させていただければと思います。

まず、呂先生からの1点目につきましては、例えばヤフー側ですと、プライバシー設定の見直しに関するメール配信を行ったり、また、LINEのほうでも周知の施策を過去に行っておりました。LINEヤフー社におきましても同じような周知を行いたいと考えているところですが、こういった形で周知するかも含めて、現在検討中です。

また、プライバシーセンターでは、ユーザーの関心が高いと思われまますプライバシーの設定のリンクをトップの右側に配置したり、あとはユーザーの目につきやすくするための工夫を凝らしております。

また、2点目につきましては、LINEのアカウントをつくる時の位置情報同意の御質問と理解いたしました。あとは通信の秘密の同意については、先生御指摘のとおり、こちらの言葉の使い方がよくなかったですが、ポップアップで通信の秘密の取得・利用などについて、同意する、しないの選択が可能なボタンが出てきて、同意の有無を選択できる形に

なっておりますので、オプトアウトというよりは同意の有無をいずれも選択できるというのが正確な回答となります。

位置情報につきましては、GPS位置情報などについて出させていたいただいているところでして、確かに先生の御指摘のとおり、位置情報の取得・利用などに関する同意画面においては、チェックボックスにチェックがついた状態で掲出してありますが、チェックをユーザーご自身で外すことが可能になっておりますし、また、チェックボックスとは別に同意ボタンがありますが、そちらをクリックすると、OS側のLINEアプリの位置情報の取得に関するポップアップが出てきて、そちらについても同意が必要という形になっております。そちらはユーザーご自身の任意のアクションがないと同意はできません。そういった仕様を踏まえて、少し通信の秘密に関する同意とは異なる仕様とさせていただいております。

私からは以上です。

【生貝主査代理】 呂構成員の御質問に対して、御回答ありがとうございました。

それでは、御質問のほう、ただいま構成員の皆様から一巡はさせていただいたところでございますが、改めまして、全体を通して、構成員、あるいはオブザーバーの皆様方から御質問や御意見等ありましたら、ぜひ御自由に御発言いただければと思います。御発言の際は、チャットに御発言されたい旨を書き込んでいただければ、こちらから指名させていただきますので、よろしく願いいたします。いかがでございましょうか。

それでは、太田構成員、よろしく願いいたします。

【太田構成員】 ありがとうございます。私からは意見を何点か述べさせていただければと思います。

まず、1点目、プライバシーポリシーを一括で表示するかどうかというところについて、先ほど御回答いただいた内容について、大量のデータを管理する上でプライバシーポリシーは統合していたほうが良いという話だったのですけれども、やはり利用者側から見ると、プライバシーポリシーが一括して書いてあると、これがヤフーのことなのかLINEのことなのか分からないという状況がありますので、ここは特にヤフーとLINEは結構違いがあるサービスだと思っておりますので、そこは分けたほうが良いのではないかと感じております。

これは次の同意のところの意見にも関わるのですが、最初の利用するとき、アカウントの作成で、今の呂先生からの質問の中にも出てくるのですが、同意が幾つかあるのです。まず、利用規約への同意というところを見ると、これは多分ヤフー側に行っ

ているのですけれども、アカウント登録しなくても実際に利用することにより、本利用規約に同意したと見なされますということが書いてあって、まず、ヤフーを使うと利用規約に同意することになっていて、利用契約の中にプライバシーポリシーが含まれているように見えるので、プライバシーポリシーにも同意しているのであろうと。

次に、LINEのほうに行くと、LINEのアカウント登録をしようとする、ここからは利用規約への同意は、利用規約のリンクが含まれているので、そこもあるのですけれども、電話番号を入力したらプライバシーポリシーに同意しますよというステップ、先ほどのLINEのみんなの使い方ガイドを見ていくと分かるのですけれども、電話番号を入力したら同意しますよ、これは明示的に同意するボタンとか、同意するチェックボックスがあるわけではなく、電話番号を入力して次に進むと同意したことになりますよと書いてあって、そこで同意すると。

次に進むと、先ほど呂さんの説明の中で、通信の秘密に関する同意と言っていたところなのですが、この画面が出てきまして、こちらは不正利用の防止、サービスの提供、広告配信への利用に関して同意を取得するような場面になっておりまして、こちらでまた同意するボタンが出てきます。

最後に、位置情報の利用に関しても、オーケーボタンを押したら同意ですというのが出てきて、全部で4回出てきて、この中で任意の同意として分かるものは、僕は最後の呂先生は位置情報のところが分かりにくいという話だったので、むしろ位置情報のところは括弧、任意と書いてあるので、これは任意だと分かりやすいです。その前に出てくる通信の秘密のところの画面は、同意するボタンがハイライトされておりまして、かつ同意を取得している内容については、先ほど申し上げたとおり、サービスの提供だったりとか広告の配信だったりとか不正利用の防止だったりするので、これは同意しないと先に進めないような印象になっております。

このように同意がたくさんあって、かつヤフーに関する同意とLINEに関する同意というのが混在していて、自分が何に同意をしているのか、どこで同意をする必要があるのか、同意しなくてもいいのかというのが全く、多分初見の人は全く分からないという状況だと思います。かつ通信の秘密の同意に関しては、これはEBPBのダークパターンの分類のパターンの、ダークパターンが幾つか含まれているものになっておりまして、ここに関しては早急にダークパターンについての、これがいいダークパターン、悪いダークパターンという線引きというのが必要だなと感じております。

最後に、これヒアリングの中で、先ほどの質問の中で、電話番号は個人情報じゃないので通知公表しなくても法令上問題ないという回答があったかと思うのですが、むしろそうやってLINEヤフーさんが考えているということに僕は驚いているのですが、少なくとも、サービスを利用してなくて自分の電話番号がアップロードされている可能性があるということですか、その事実とか利用とか、オプトアウトできるのであればオプトアウトについて、アカウント未保有者に対してちゃんと説明するコンテンツが必要だと思います。

これはアカウントを持っているけれどもログインしていないというのとか、持っていないけど利用しているとは違った性格のものであれども、ここの視点で、アカウントも持っていないし、サービスも利用していないけれども、自分の情報が取得されているというところの事実に関して、電話番号は個人情報じゃないかもしれないですが、プライバシーインパクトを考えると、電話番号というのは非常に機微な情報だと思いますので、ちゃんと説明するコンテンツが必要だと思います。以上です。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。御意見ということではございますけれども、もしLINEヤフー様から何か御回答等ございましたらと思いますけれども、よろしいでしょうか。

【関原氏】 それでは、私のほうから。先生、貴重な御意見ありがとうございます。さらにも社内に持ち帰らせていただいて、社内のほうで検討させていただければと思います。あとは電話番号のところにつきまして、私の説明がよくなかったかもしれないのですが、そこは日本の法令上の整理をお伝えしただけで、社内でも電話番号は個人情報に該当するものとしてセキュリティーの情報区分上は機密性が高い情報となっておりますので、厳重な管理をしております。

【生貝主査代理】 関原さん、どうもありがとうございました。太田構成員、よろしくうございますかね。

【太田構成員】 ありがとうございます。

【生貝主査代理】 それでは、続きまして、寺田構成員のほうから御発言よろしくお願いいいたします。

【寺田構成員】 よろしくお願ひします。先ほど質問させていただいた件に関してなんですが、特にアカウントを保有していない方の利用者関与について、プライバシー設定から行う、ヤフーさんのほうで用意されているプライバシーセンター、そこからプライバシ

一設定と遷移していくものですが、どこをたたいても、大体ログインしていない場合、ログインしていませんので、できませんみたいなのが出てしまうんですね。その時点で、もう下に読みに行かずにできないのだと早合点してしまう方がかなりいらっしゃるんだらうなと思っています。

できれば、この辺りの改善をしていただきたいというのが意見の1点目で、これにさらに関係して、その先ですが、基本的に利用者の端末での設定に依存するということところが非常に多くなっています。これをしてしまうと、実は他社のサービスにも大きな影響が出てきてしまう可能性があるということで、できれば、事業者のほうで、クッキーであったり、識別子、そういったものを保有していますので、こちらを利用した対応というものをもう少し進めていただけたらいいんじゃないかなと思っています。

私からの意見は以上です。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。LINEヤフー様から、特にレスポンス等何かございますでしょうか。

【海賀氏】 いつも貴重な御意見ありがとうございます。持ち帰らせていただいて検討させていただきたいと思います。ありがとうございます。

【生貝主査代理】 どうもありがとうございます。それでは、江藤構成員からもよろしくお願いいたします。

【江藤構成員】 どうもありがとうございます。先ほど木村委員のほうから御質問があったプライバシーポリシーがどの程度、読まれているかということで、例えば銀行などの約款と比べて、プラットフォーム事業者、あるいは電気通信事業者、そういったところの特殊なところは、かなり独占的な企業、独占的というのは市場において非常に独占的な力を有しているところではありますので、こういったプライバシーポリシーというのは、理想的には7割、8割、かなり幅広い人に、約款などとは違って読んでいただく性質があるものではないかなと理解しております。

その関係で、呂委員が御指摘されたオプトイン、オプトアウトの点です。デフォルトをどちらに設けるかというところで、先ほど海賀様がおっしゃったところで、私ははっと気づかされたのですが、私どもはサービス利用の対価として情報をいただいているのではないということ、この点については、私自身も何か論文でむしろ逆なことを言ってしまったようなこともあって、むしろ情報というものをもって、皆さんはこういった無料のすばらしいサービスを使っているのだというように、公衆にそういった情報を提供したこと

もありましたので、そうではないということを知ってもらいます。また、そういう理解に基づいて、こういった仕組みが設けられているということをユーザーに広く知ってもらうことはとても重要だと思っております。

しかし、もしそう考えるのであれば、やはりオプトアウトの仕組みを、どちらかというところとオプトインの仕組みに転換していくような流れになっていくのが望ましいのではないかと。

もう1点申し上げますと、今回、我々ワーキンググループの中で、かなり、いわゆる、かつては情報弱者と呼ばれた、情報弱者ではないです、ごめんなさい、非常に脆弱な個人と呼ばれた未成年だったり、あるいは高齢者という方について、もう少しセグメント、年齢の世代別にかなり同意能力の理解の違いがあるので、そういった方々に少し変わった形、デフォルトとは別の形でのオプトイン方式などを提供することはできないかというようなことなどが議論になったことがございました。

こういったところを1年ごとに取組を進めていただいているということですが、一応そういうところはかなり私個人としても、気にしているということをお伝えできればと思った次第です。以上です。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。LINEヤフー様から何かございますでしょうか。

【海賀氏】 先生、ありがとうございます。我々としてのスタンスということで、私、お話しさせていただきましても、一方で、公正取引委員会の指針だったりとかそういったところでは、データが対価になるということを前提にして進められていたりとかします。私が申し上げたことは、多分学術的に見たときにもう少し詰めなければいけないのだろうなと思っております。

ユーザーに対するスタンスとしては、そういうふうには思っているのですが、そういった学問的なところの追求というところは、ぜひ一緒に協調して進められたらと思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。それでは、ほかの皆様からはいかがでしょうか。今のところチャットで発言希望いただいている方からは御発言いただきましたが、オブザーバーの方も含めまして、いかがでしょうか。木村様、お願いいたします。

【木村構成員】 すみません、先ほど今、江藤構成員からもお話があって、私も質問したのですが、やはりプライバシーポリシーとかプライバシーの同意というのは、誰

にやってもらるか、どうしてほしいのかという原点に戻りますと、今後、調査などをしていただいて、どのぐらいの方が読んでいて、そして、どの程度理解しているのかということとをきちんと把握していただいて、よりよいものにしていただきたいと思いますと思っております。以上です。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。特にLINEヤフー様のほうからはよろしゅうございますかね。

【関原氏】 そこについては、今後も努力させていただければと思いますし、どういう形でコミュニケーションすれば、一番分かりやすく読んでいただけるかということも含めて検討してまいりたいと思います。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。それでは、太田構成員のほう、よろしくお願いたします。

【太田構成員】 すみません。2度目ですけれども、追加で言いたいことがあって希望させていただきました。

先ほどの続きですけれども、ダークパターンのちゃんと切り分けの重要性についてなんですが、例えば、今回のLINEさんのアプリケーション、今回新しく電話番号を取得して、LINEのアカウントを最初からつくってみるというのをやってみて、ガイドに従って……、ガイドに従ってじゃないです。画面の中で、同意しないを選択できるものは全て同意しないで進めていくということをやってみたところ、先ほどの通知の秘密の同意が同意しないと進めないように見えるみたいな話もありましたが、そこに書いてある内容というのが、不正利用の防止、サービスの提供、開発、改善、広告配信を行うために、以下の情報を利用しますと書いてありまして、これに同意しないを押すとどうなるのかということとを情報提供させていただくと、広告の配信とかサービスの提供とか不正利用の防止というところに同意をしないと押したのですけれども、その状態で、どういうふうにアカウントが作成されるかということと、プライバシー管理のところ、広告の設定はオプトインした状態になります。これ、僕はすごくびっくりして、同意しないを押したのに、なぜかオプトインした状態になっているというところがあって、かつ、先ほどの、話は戻りますが、ソーシャルログインによって友達の情報が提供される、されないの設定というところも、これも常に許可になっている状態です。

通信の秘密のところの内容、これすごくたくさん書いてあって、そこに書いてある内容と結構齟齬があると僕は感じているのです。これは法的にどうなのかというところは、僕

は分からないですけれども、一般の利用者がこれを見て、まず、同意するをしないと使えないように見えるというところがダークパターンなのではないかというところと、同意しないとしたときに、広告配信とかサービスの提供が書いてあるというところで、同意しないを押したにもかかわらず、広告のデータ利用はオプトイン状態になっている。かつ、友達から自分の情報が友達経由で第三者に提供されることもあるというような状況になっているというのは、結構利用者の認識と、ここでとっている同意する、しないのボタンの意味と乖離があるように感じておりまして、法的にどうこうというよりはダークパターンの重要性、ダークパターンをどういうふうに回避する必要があるのか、それがどういうダークパターンがよくなって、消費者の選択に影響を及ぼすのかというところはちゃんと研究を重ねて、いい悪いの線引きができるといいなと強く感じたというところでございます。

以上です。

【生貝主査代理】 御意見ということで、ありがとうございます。

それでは、ほかに構成員、あるいは皆様からごさいませんでしょうか。よろしゅうございましょうか。LINEヤフー様からも特に大丈夫でしょうかね。

【海賀氏】 私からは大丈夫です。関原さん、ありますか。

【関原氏】 大丈夫です。

【生貝主査代理】 どうもありがとうございます。それでは、特にほかにこれ以上、御意見ごさいませんでしょうしたら、この辺りで意見交換を終了させていただければと思います。関原様と海賀様におかれましては、大変御丁寧に事前の書面と、本日合わせまして御回答いただきまして、ありがとうございました。

それでは、事務局のほうから連絡事項をお願いしてよろしいでしょうか。

【小玉利用環境課課長補佐】 ありがとうございます、先生。事務局から連絡事項をさせていただきます。

次回会合は明日になりますが、9月4日水曜日、10時にMeta様のヒアリングを予定しております。

本日の議事録につきましては、事務局で作成の上、皆様に御確認いただいた後、公表することを予定しております。以上でございます。

【生貝主査代理】 ありがとうございます。

それでは、以上で利用者情報に関するワーキンググループ、第9回会合を終了とさせていただきます。皆様方、本日はお忙しい中御出席いただきまして、どうもありがとうございます。

いました。

以上