

# 利用者情報の取扱いに関する モニタリングについて

---

2026年5月  
総合通信基盤局

- 「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、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中、そうした観点からの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統合的な形とし、モニタリングについても連携した形で行うこととする。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。

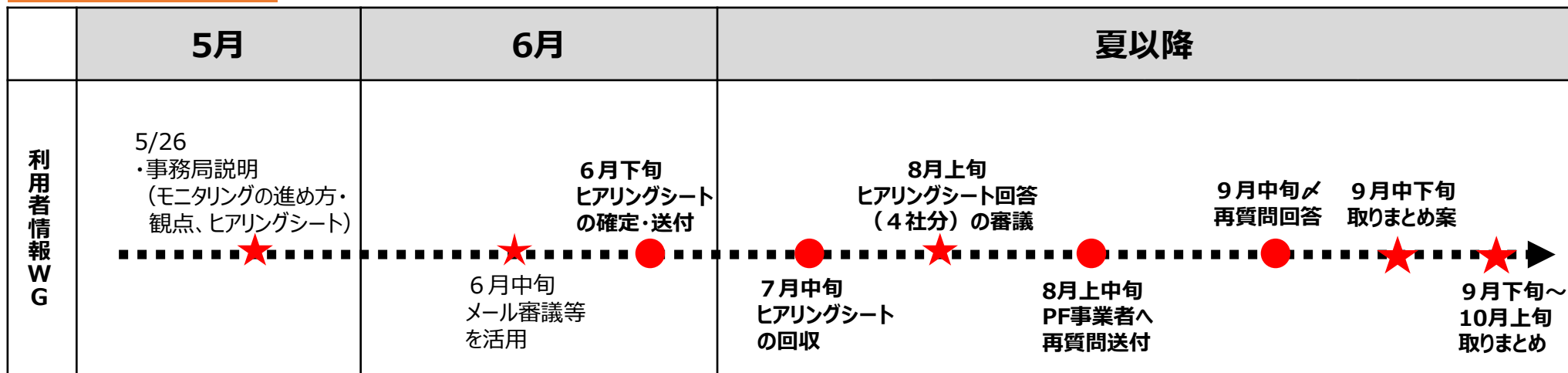
また、課題⑩（パーソナル・データの取得・利用に係る懸念）に係る透明化法における評価についても、総務省が上記モニタリングに基づき策定する評価を参考にしつつ、透明化法に法定された協議により経済産業省が総務省に協議を行い、事業者のコンプライアンスに支障を生じさせないように配慮し齟齬が生じないようにすることが必要である。

- 2026年度は、デジタル広告市場における透明化法の規律対象事業者に新たにTikTok社が指定されたことを踏まえ、従来の3社（Google、Meta、LINEヤフー）に加えて**TikTok Pte.Ltd.（以下、TikTok社という）に対してもモニタリングを実施予定。**
- モニタリング結果については、今後、経済産業省「デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合」及び「ICTサービスの利用環境の整備に関する研究会」へインプット予定。

# 2026年度のモニタリングの進め方(案)

- モニタリングの観点に技術的・専門的な内容が含まれ、ヒアリングの場での即時回答では十分な把握が困難であるところ、正確かつ効率的な把握の観点から、書面による確認が適切と考えられる。このため、今年度のモニタリングは、**原則として書面による確認とし、必要に応じてヒアリング**を実施することとしたい。
- 各社のヒアリングシートの回答をもとに議論を行った上で、追加の質問を実施することとしたい。

## スケジュール案



(参考) 2025年度のスケジュール (※はメール審議)

- ・ 5/19 モニタリングの進め方・観点 (WG②④)
- ・ 7/14~17 ヒアリングシート (WG②⑧※)
- ・ 9/3 事業者ヒアリング1 (WG②⑨)
- ・ 9/5 事業者ヒアリング2 (WG③⑩)
- ・ 9/12 事業者ヒアリング3 (WG③⑪)
- ・ 9/29 取りまとめ案 (WG③⑫)
- ・ 10/7・8 取りまとめ (WG③⑬※)

「利用者情報に関するワーキンググループ」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、**AIの活用、サードパーティクッキーの代替技術といった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**、利用者のプライバシーに与える影響に十分留意しつつ、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り、利用者保護を確保する観点から、プライバシーポリシーをはじめとする利用者への情報提供について、**①特にアカウントを保有していない利用者に対してどの程度実施されているか、②利用者の理解がどの程度進んでいるか、提供されているオプションなどの認知や利用がどの程度進んでいるか**引き続き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り、**同意やオプトアウトの方法について、利用者目線でダークパターンになっていないかどうかの検証を具体的に**行っていく必要がある。
- 上記のモニタリングを行うにあたり、プラットフォーム事業者のサービスの直接の利用者のみならず、それ以外のインターネット利用者の情報も幅広く収集され得るというデジタル広告の特性も踏まえ、**プラットフォーム事業者による透明性の確保や本人へのオプションの提供等の取組が実効性のある形で行われているか**更に確認していく必要がある。

透明化法に係る確認項目	2025年度モニタリングの主な結果の概要	2026年度モニタリングの観点
1. 取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示	<p><b>【利用者によるプライバシーポリシーの閲覧状況、理解度】</b>                      ・Meta以外の既存2社は把握していないため、引き続き動向を注視していく必要がある。</p> <p><b>【利用者情報を収集している第三者やウェブサイトによる利用者への説明や同意取得】</b>                      ・既存3社ともに規約等で義務付けしているものの、一部を除き、実際の対応状況の把握はされていないため、第三者において適切に実施されているか、主要なパートナー企業への調査などを求めていく。</p> <p><b>【第三者や第三者が運営するウェブサイトによる利用者情報の収集や利用】</b>                      ・<u>既存3社全て、自社のプライバシーポリシーで利用者に説明していることを確認。</u></p>	<p>a. プライバシーポリシー等が利用者にとどの程度読まれ理解されているかを把握しているか。また、<u>理解の向上に資する取組を行っているか。</u></p> <p>b. 第三者による利用者への同意取得や通知・公表の履行状況について、プラットフォーム事業者が、<u>第三者への確認・指導などを行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。</u></p> <p>c. プラットフォーム事業者が、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の情報を取得・利用していることについて、自社のプライバシーポリシー等で利用者に説明しているか。  <b>【既存3社是对应確認済、TikTok社に対して確認実施】</b></p>
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	<p><b>【アカウント作成時のオプトアウト機会の提供】</b>                      ・Google以外の既存2社は提供しておらず、引き続き動向を注視していく必要がある。</p>	<p>・アカウント作成時にターゲティング広告の同意を拒否する選択肢が設けられているか。</p>
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	<p><b>【オプトアウトした場合の利用者情報の取扱い】</b>                      ・広告以外の用途に使用される場合があることから、引き続き動向を注視していく必要がある。</p>	<p>・オプトアウトしても広告以外の用途で利用者情報が使用される場合があるか</p>
4. データ・ポータビリティの可否・方法の開示	<p><b>【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】</b>                      ・データ・ポータビリティの機能を提供しているものの、既存3社ともに提供していないところ、引き続き動向を注視していく必要がある。</p>	<p>・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は可能か</p>

※この他、定点観測として確認している項目がある。

※TikTok社に対しては、2025年度までのモニタリングにおいて既存3社が対応済みとなった項目についても確認を行うこととする（詳細は6頁目参照）。

### その他の観点①【外部送信】

タグや情報収集モジュール等の外部送信ツールの提供者として、望ましい対応が講じられているか(アカウント非保有者向けのオプトアウト手段の提供等)。

【参考】 SPSI 抜粋

#### 1. 2. 2. 情報収集モジュール提供者の取組

≪期待される役割≫

- 情報収集モジュール提供者は、利用者情報を取得する場合、自身の利用者情報の取扱いに責任を負うことが強く求められる【基本的事項】。
- 加えて、情報収集モジュール提供者は、情報収集モジュールの挙動や取得した情報の利用に一義的に関与していることから、情報収集モジュールの利用者情報の取扱いに関する透明性等が確保されるようアプリケーション提供者を支援することが望ましい【望ましい事項】。

### その他の観点②【広告配信におけるAI等の活用】

AIの活用等の新たな技術による利用者のターゲティングについて、利用者への透明性の確保や利用者情報の取扱いの観点から懸念等はないか(有効活用ケースも含む)。

【参考】 SPSI 抜粋

- ② センシティブ情報<sup>38</sup> 不当な差別や偏見その他の不利益が生じないようにその取扱いに特に配慮を要する情報を収集する場合については、取得する情報の項目を明示した上で、個別の情報に関する同意取得を行うことが強く求められる<sup>39</sup>【基本的事項】。また、プロファイリングによりセンシティブ情報を予測・生成する行為は、センシティブ情報の取得につながるおそれも否定できないと考えられることから、原則として実施しないこととし、実施する場合には、利用者本人に対して個別の同意取得を行うことが望ましい【望ましい事項】

### その他の観点③【体制整備】

日本拠点におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための体制整備、人材育成が実施されているか。

【参考】

日本におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための専門人材の配置

○以下の各項目について、プラットフォーム事業者各社の取組について記載（赤字は昨年度からの追加分）

### ○透明化法に係る確認項目に対応する質問事項

1. 利用者情報の取扱いの状況について
  - 1-1 取得する利用者情報の内容と取得場面
  - 1-2 取得した利用者情報の加工・分析・利用の目的
  - 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 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
2. 利用規約・プライバシーポリシーについて
  - (1) 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
    - 2-1 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーでの記載箇所【TikTok社のみ】
    - 2-2 サービス開始前の利用者への通知・同意取得（導線等）
    - 2-3 プライバシーポリシー等に関する利用者の理解度の把握状況及び理解の向上に資する取組（情報提供、周知・啓発活動等）の状況【確認項目1-a】
  - (2) 透明性確保のための工夫
    - 2-4 利用者情報の取扱いを分かりやすくするための考え方、工夫や対処（利用者への働きかけや情報提供、ユーザテストの実施等）
  - (3) オプトアウト
    - 2-5-1 オプトアウト手段の設置状況（方法、対象範囲等）
    - 2-5-2 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）
    - 2-5-3 アカウント登録時におけるオプトアウト手段の提示【確認項目2】
    - 2-6-1 オプトアウトした場合のサービス利用継続の可否【TikTok社のみ】
    - 2-6-2 オプトアウトした場合の利用者情報の取扱い（広告以外の目的での利用の状況等）【確認項目3】
    - 2-7 オプトアウトに関する通知事項、導線、ステップ数。特に、利用者が認知しやすくする工夫
  - (4) データポータビリティ
    - 2-9-1 データポータビリティに関する取組（方法・対象範囲）
    - 2-9-2 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【確認項目4】
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による同意取得や通知、説明等について、第三者への具体的な実施状況の確認や改善指導、確認結果を踏まえた対応を行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。【確認項目1-b】
  - 3-2 第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集を行っている旨、自社のプライバシーポリシー等で利用者に対して説明しているか【TikTok社のみ】【確認項目1-c】
4. サードパーティによる情報収集への対応
  - 4-1 自社サービスにおける外部送信規律への対応状況

### ○その他の観点に対応する質問事項

5. タグや情報収集モジュール等の外部送信ツールの提供者として、望ましい対応が講じられているか（アカウント非保有者向けのオプトアウト手段の提供等）【その他の観点①】
  - 5-1 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
  - 5-2 第三者や第三者のウェブサイト等の基準、条件
  - 5-3 第三者へ提供しているタグ・情報収集モジュールに関する情報の提供状況（タグ・情報収集モジュールの仕様、第三者向けの外部送信規律への対応方法の公表・通知）
  - 5-4 タグ・情報収集モジュール等の外部送信ツールに関するオプトアウト手段の提供状況
  - 3-1 第三者や第三者のウェブサイト等による同意取得や通知、説明等について、第三者への具体的な実施状況の確認や改善指導、確認結果を踏まえた対応を行っているか（ダークパターン回避の取組を含む）。【確認項目1-b】（再掲）
  - 3-2 第三者や第三者のウェブサイト等を経由した情報収集を行っている旨、自社のプライバシーポリシー等で利用者に対して説明しているか【TikTok社のみ】【確認項目1-c】（再掲）
6. AIの活用等の新たな技術による利用者のターゲティングについて、利用者への透明性の確保や利用者情報の取扱いの観点から懸念等はないか。【その他の観点②】
  - 6-1 AI技術を活用したプロファイリングの状況
  - 6-2 AI技術を活用したプロファイリングの利用に際してプライバシー保護その他利用者の利益の保護の観点から留意している取組
  - 6-3 AI技術による不適切なターゲティング広告の排除の状況・実績
  - 6-4 サードパーティークッキーの代替技術に関する取組、利用者への説明の状況
7. 日本における体制整備【その他の観点③】
  - 7-1 日本におけるプライバシー保護・法令遵守を確保するための体制整備、人材育成（専門人材の配置等）の状況【LINEヤフーは日本本社のため、人材育成のみ確認】

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)

4. 課題解決の方向性

課題⑩ パーソナルデータの取得・利用に係る懸念

7 対応の方向性

(1) 上記6で明らかになった課題については、プラットフォーム事業者をはじめとするターゲティング広告に係る事業者等による消費者のパーソナルデータの取得・利用に係る懸念を払拭するために一定の対応が必要であるとされたところ、具体的には以下のような情報の開示が適切になされていることが求められる。

- 消費者が自らのパーソナルデータに係る取扱いについて予見可能性をもって理解し得る程度の情報として、①「取得する情報の内容」、②「取得の条件」(取得方法等)、③「使用の条件」(利用目的、利用の方法、第三者に提供する場合の条件、本人の関与等)の開示。
- 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。
- 消費者がデータの取得・利用を拒否した場合でも、サービスを利用するオプションが提供されるか否かについての開示。
- データ・ポータビリティの可否・方法についての開示。

また、消費者から適切な方法により取得し利用するパーソナルデータに基づくターゲティング広告の適切な提供を担保するため、消費者の理解がどの程度進んでいるか、提供されているオプションなどの認知や利用がどの程度進んでいるかなどについて、政府が専門家や関係者の意見も聴きながらモニタリングを行っていくことが適切である。