

プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関する
ワーキンググループ（第10回）

令和4年3月16日

【宋戸主査】 それでは、定刻となりましたので、ただいまより「プラットフォームサービスに関する研究会 プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループ第10回会合」を開催させていただきます。

本日も、皆様お忙しいところをお集まりいただき、誠にありがとうございます。本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、構成員及び傍聴はウェブ会議システムにて実施させていただいております。

事務局より、ウェブ開催に関する注意事項について御案内がございますので、よろしくお願いたします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局の消費者行政第二課、丸山でございます。

ウェブ開催に関する注意事項を幾つか御案内させていただきます。

本日の会合の傍聴者につきましては、ウェブ会議システムによる音声及び資料投影のみでの傍聴とさせていただきます。事務局において傍聴者は発言ができない設定とさせていただきますので、音声設定を変更しないようお願いいたします。

構成員の方々におかれましては、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュートにして、映像もオフにいただけますようお願いいたします。

御発言を希望される際には、事前にチャット欄に発言したい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て主査から発言者を指名いただく方式で進めさせていただきます。

発言する際には、マイクをオンにして、映像もオンにして御発言ください。発言が終わりましたらいずれもオフに戻してください。接続に不具合がある場合は、速やかに再接続を試していただきますようお願いいたします。

そのほか、チャット機能で随時事務局や主査宛てに連絡いただければ対応させていただきます。

本日の資料は、本体の資料が資料1から資料4、参考資料が1から7となります。

注意事項は以上となります。

本日、板倉構成員と新保構成員は御欠席となります。

それでは、これ以降の議事進行は宍戸主査にお願いしたいと存じます。

宍戸主査、よろしくお願いいたします。

【宍戸主査】 承知しました。それでは、議事に入らせていただきます。

本日は、まず資料1に基づき、事務局より、電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン及びその解説の改正について御説明いただき、質疑応答を行いたいと思います。

続きまして、資料2に基づき、野村総合研究所様から利用者情報の取扱いに関する諸外国の法令・自主規制・事例について御説明いただいた後、質疑応答を行います。

最後に事務局より、資料3に基づき、利用者に関する情報の外部送信の際の措置について、及び資料4に基づき、今後の検討の進め方について御説明いただいた後、質疑応答を行います。その際、構成員の皆様からは御意見などもいただいた上で終了ということを考えております。

それでは、早速、アジェンダの1番目でございますけれども資料1「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン及びその解説の改正案に対する意見募集結果」について、事務局より御説明をお願いいたします。

【小川消費者行政第二課長】 事務局の総務省消費者行政第二課の小川でございます。

資料1に基づきまして御説明させていただきます。

まず、1枚おめくりいただきまして、「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン及びその解説の改正案」につきまして、意見募集を本年の1月27日から2月25日まで行いましたが、提出意見の総数は21件ということで、個人の方から14件、また法人・団体からは、下の表にございますような7つの御意見をいただいているということでございます。御意見を寄せていただいた方々、ありがとうございます。

それでは、提出された御意見に対する考え方について御説明させていただきます。まず、全般についてでございますが、一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会様、また株式会社ラック様のからは賛同の御意見をいただいております。

次のページでございますが、一般社団法人新経済連盟（以下「新経連」という。）様、また在日米商工会議所（以下「ACCJ」という。）様からでございますが、電気通信事業の個人情報保護に関するガイドラインにつきまして、個人情報保護法についても対象としているということで、金融分野や医療分野などと同様に、個人情報保護委員会との共同のガ

イドラインとすべきではないかというような御意見をいただいております。

こちらについての考え方ですが、本ガイドラインにつきましては、このたびの改正を契機に、総務省と個人情報保護委員会との間で協議を行った結果、総務省及び個人情報保護委員会の共管ガイドラインという新ガイドラインとして策定されることとなりました。なお、2022年3月2日の第200回の個人情報保護委員会において、「「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」の改正及び個人情報保護委員会との共管とすることについて」が決定されて、公表されているということでございます。

こちらについて、個人情報保護委員会の事務局からも補足で御説明いただければ幸いです。お願いいたします。

【赤阪参事官】 個人情報保護委員会事務局参事官の赤阪でございます。

ガイドラインの共管化につきまして補足させていただきます。令和2年の個人情報保護法改正が、この4月に全面施行され、また、昨年成立した個人情報保護法制を一元化するための法律についても、この4月にその一部が施行されるという状況となっております。こうしたことも契機としまして、分野別の個人情報保護に関するガイドラインのうち、これまで事業所管大臣の単管になっていたものについてそれぞれの省庁と御相談しまして、今般、個人情報保護委員会との共管とさせていただくこととしました。この電気通信事業における個人情報保護に関するガイドラインにつきましても、先ほど総務省から御説明のありましたとおり、2022年3月2日の第200回個人情報保護委員会におきまして共管とする旨、決定したところでございます。

説明は以上となります。

【小川消費者行政第二課長】 ありがとうございます。

それでは、御説明を続けさせていただきます。

5ページから6ページまでのところで、こちらはACCJ様からでございますが、個人情報保護委員会のガイドラインとの関係についての御意見になっております。

こちらについての考え方でございますけれども、本ガイドラインについては、個人情報の保護に関する法律についてのガイドラインの規定に準拠しながら、通信の秘密その他の電気通信事業特有の事情等に鑑みて必要となる規定も併せて、電気通信事業者に適用される規律を示したものであるということでございます。

一方、本ガイドラインにおいて特に定めのない部分については、個人情報の保護に関する法律についてのガイドラインが適用されることとなります。できる限り一元的に電気通

信事業者に適用される規律が示されるということは、むしろ電気通信事業者にとって利便性が高いものであると考えているところでございます。企業が個人情報適切に保護しながら、効率的に事業を展開するための取組は重要でございまして、この御意見については参考とさせていただきます。

次に、新経連様からの御意見でございますが、データを活用したビジネスの創出・展開やイノベーションを阻害しないということは重要だという御意見でございます。こちらについての考え方といたしましては、本ガイドラインは、電気通信役務の高度化・多様化がデジタル社会を実現し国民生活に大きな利便性をもたらしているということを前提とした上で、電気通信役務の利便性の向上を図るとともに、利用者の権利利益を保護することを目的として、電気通信事業者における個人情報の適正な取扱いについて具体的な指針を示しているということでございます。

それから、7ページに参りまして、7ページから8ページまでにかけて、ACCJ様からの御意見でございます。プライバシーポリシーに記載すべき事項ということで、データポータビリティと委託に関する事項につきまして御意見をいただいております。

データポータビリティに係る事項については、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」における提案に応じて規定されたものではないかということで、それをデジタル広告事業者のみならず全ての電気通信事業者に対して自動的に適用するのかといった御意見でございます。また、委託につきましては、個人情報保護法上は第三者提供の同意取得の例外となっているのではないかというような御指摘でございます。

これらに対する考え方でございますが、まず、データポータビリティの話につきましては、確かに「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」において、データポータビリティの可否・方法についての開示について、総務省において検討される電気通信事業における個人情報保護に関するガイドラインの見直しにおいて、盛り込むように求められたということを踏まえて対応したものでございますが、この事項につきましては、本研究会の間とりまとめなども踏まえまして、デジタル広告事業者のみならず全ての電気通信事業者において記載することが望ましい事項としているものでございます。

また、委託に関する事項につきましても、電気通信事業者においては、委託処理の透明化を進めることが望ましいということで、プライバシーポリシーにおいて定めることが適切である事項として規定しているというものでございます。

それから、10ページに参りまして、こちらACCJ様からの御意見でございます。モニタ

リングについての御意見でございます。モニタリングを行うときに、電気通信事業者がその内容を確実に予見できるように十分な時間の猶予をもって定める必要があり、また電気通信事業者の意見を聞く必要があるとともに、またモニタリングが電気通信事業者に対して法的拘束力を有するかのようにならないようにする必要があるといった御意見でございます。

こちらに対する考え方でございますが、モニタリングは、中間とりまとめなども踏まえまして、本ガイドラインの遵守状況や電気通信事業者による情報の取扱いについて現状を把握するという通じて、本ガイドライン及び解説の見直しなどに係る検討に資することを目的としたものとなります。実効性や透明性の観点から、モニタリングの結果については公表を行うことを考えるということで、また、モニタリング手続そのものに法的拘束力があるわけではないという考え方でございます。

ここまでがガイドライン本体についての御意見でございます。

13ページ以降がガイドラインの解説に対する御意見でございます。まず、最初の御意見はソフトバンク株式会社様からでございますが、賛同の御意見として承ります。

それから、14ページから15ページまでにかけては楽天モバイル株式会社様の御意見でございますけれども、電気通信事業の個人情報保護に関するガイドラインにつきまして、一元的に参照できるということに意味があるということの御指摘でございまして、こちらについて、個人情報の保護に関する法律についてのガイドラインの規定に準拠しながら、もともと一元的に示したものとなっているという記載を少し変えている部分について、どのような考え方かというような御指摘でございます。

こちらについての考え方でございますけれども、本ガイドラインにつきましては、先ほども言及しましたが電気通信事業者に適用される規律を示したもので、できる限り一元的に電気通信事業者に適用される規律が示されるということは、まさに御指摘いただいているように電気通信事業者にとって利便性が高いものであると考えております。一方、従前より、本ガイドラインに特に定めのない部分につきましては、当然のことながら「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン」が適用されるということになっておりまして、この一部修正した部分につきましては、その旨を明確化しただけだということでございますので、そのように御理解いただきたいという考え方になっております。

それから、16ページはソフトバンク株式会社様からの賛同の御意見でございます。

それから、16ページから17ページまでにかけてのACCJ様からの御意見でございますが、

通信の秘密の部分について、参考文献などを明確化している部分でございますが、この※4のところ、「同意取得の在り方に関する参照文書」についても参考になるので記載すべきではないかという御意見でございます。こちらについては、ACCJ様からの御意見も踏まえまして修正してはどうかということでございます。具体的には、この考え方のところがございますように『有効な同意の取得の在り方については、「同意取得の在り方に関する参照文書」 (https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/privacy.html) も参照のこと』ということによって、より一覧性が高まるような形に修正してはどうかという形になっております。

それから、次のソフトバンク株式会社様からの御意見については、明記されたことへの賛同の御意見ということでございます。

それから、19ページから20ページまでにかけてのソフトバンク株式会社様からの御意見でございます。本ガイドラインの位置付けと、令和4年3月4日に閣議決定された電気通信事業法の一部を改正する法律案との関係でございますが、こちらの考え方として、新ガイドライン及びその解説はあくまでも令和2年及び3年の個人情報保護法改正を踏まえたものということございまして、3月4日に閣議決定された電気通信事業法の一部を改正する法律案が今後成立した場合の規定内容については、これは別途検討するものということになっております。

適用される者の範囲でございますが、これは従前より本ガイドラインについては電気通信事業を営む者も含めて対象としておりまして、その適用事業者の範囲を変更する予定はございません。

それから、20ページから21ページまでにかけて、個人の方の御意見でございます。適用関係ということで御意見をいただいております。基本的に関覧履歴について、A社が自社のウェブサイトにてB社のタグを設置して、B社がそのタグを通じてA社のウェブサイトを読んだユーザーの閲覧履歴を取得している場合に、A社はB社のタグによって収集されている閲覧履歴を取り扱っていないということであれば、A社がB社に閲覧履歴を提供したことにはならないと、B社が直接ユーザーから閲覧履歴を取得したこととなるといった考え方でございます。

このような場合に、A社がB社に個人データの取扱いを委託している、例えばA社に代わって当該閲覧履歴を取得して、これをA社に提供しているという場合については、A社は、プライバシーポリシーにおいて、委託に関する事項としてこれを示すことが適切であると

しております。一方、A社がB社に個人データの取扱いについて何ら委託していないという場合については、委託に関する事項としてこれを定めることは要しないということで考え方を示しております。

それから、22ページから23ページまでにかけて、株式会社NTTドコモ様の御意見でございます。プライバシーポリシーの示し方でございますが、こちらについては、利用者にとってできるだけ分かりやすい形で個人データの取扱いについて示すことが望ましいということで、スマートフォン プライバシー イニシアティブなどの事例について、考え方として示させていただいております。

それから、少し飛びまして25ページから26ページまでにかけて、楽天モバイル株式会社様のところでございます。これは漏えい等報告の関係でございまして、その次のソフトバンク株式会社様の御意見もそうですが、個人情報保護法第147条の規定によりまして、総務大臣等は、電気通信事業においては、個人情報保護法第26条第1項の規定による権限、漏えいなどがあつたときの報告を受理する権限の委任を受けるということになるということで、具体的な受付などの情報についてはホームページに公表されているということでございます。

それから、28ページでございます。高精度または連続した位置情報を取り扱った場合について事例としてお示ししているわけですが、これは電気通信事業者に限られるわけではないのではないかというような株式会社NTTドコモ様からの御意見でございます。

こちらの事例については、電気通信事業者の理解を助けることを目的として典型的なものを示したものであるということでございますが、電気通信事業者以外の個人情報取扱事業者においても、事例2のような場合について、提供先の第三者が個人データとして取得することが通常想定される場合というのは該当し得るということで考え方を示しております。

それから、29ページで、電磁的記録の提供による方法のところについて、個人の方の御意見でございますが、これは当然のことながら保有個人データの開示請求については、本人に対して、本人が請求した方法によって遅滞なく開示する必要があるということでございますので、もし書面の交付による方法を御希望される場合には書面の交付といったことが考えられるということでございます。

31ページでございます。位置情報について、個人情報保護管理者を置き、プライバシーポリシーを定めるといったような記載がありますが、ほかのものとの位置付け関係についての御意見でございます。

こちらについては、位置情報についてもほかの個人データ等と同様に新ガイドライン第14条、また第15条に従って取り扱うことが適切であるとするものでございますので、位置情報に特化した個人情報保護管理者を置いたり、プライバシーポリシーを定めることを求めるものでは当然ないということでございます。

それから、32ページ、33ページのところは株式会社NTTドコモ様の御意見でございます。モニタリングについての御意見でございまして、モニタリングの実施方法はこういったものなのかであったり、また、その「望ましい」、「適切である」というものについて履践されてない場合に、何らか事実上のサンクションが課されるということはないという理解で良いかというようなものでございます。

モニタリングの実施方法につきましては、昨年12月1日に開催されました第8回の本ワーキンググループの資料3において、前回会合における主な御意見と対応ということで、同年11月2日に古谷構成員からいただいた、モニタリングの実効性を確保するためにモニタリングの結果を公表すべきではないかというような御意見について回答したところが、本ワーキングにおける考え方ではないかと考えております。その内容でございますが、モニタリングにつきましては、本ガイドライン及びその解説の見直しなどに係る検討に資することを目的としたものということで、実効性や透明性の観点から、モニタリングの結果については公表を行うことを考えております。具体的にはということで、本年4月以降、電気通信事業者からモニタリングに関する資料を御提出いただく予定です。また、本ワーキンググループにおいてヒアリングや分析を行った上で、その結果についても公表することなどが考えられるとしております。また、このヒアリングを行う際に、本ワーキンググループを含めた有識者の御意見をお伺いする機会を設けることが考えられるとしております。

それから、「望ましい」、「適切である」と示されているものがもし履践されていないという場合についても、何らかの事実上のサンクションが課されるということはないという理解かというのは、御指摘のとおりでございます。

駆け足で恐縮でしたけれども、主な内容は以上でございます。修正箇所については、先ほど申し上げたようにACCJ様からの御意見を踏まえて※4のところに追記したというところが1点あるということでございます。よろしくお願いいたします。

【宍戸主査】 小川課長、ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明について、構成員の皆様から質疑応答あるいはコメントが

あれば承りたいと思います。チャット欄で私にお知らせいただければと思います。

それでは、佐藤構成員、お願いいたします。

【佐藤構成員】 国立情報学研究所の佐藤一郎でございます。ありがとうございます。

コメントなのですが、今回、電気通信事業ガイドラインを総務省と個人情報保護委員会で共管するというので、それ自体は反対するものではなく、その方が良いと思います。ただ、民間企業でも担当組織が2つになると概して足が遅くなりますが、特にITまたICTの分野というのは、技術動向もそうですし、本日のこの後の議題である諸外国の動向というところも非常に足が速い分野でございますので、制度変更に関わることが、2つの組織が関わることで遅くなったりしないように、その点は留意していただければと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 佐藤構成員、ありがとうございます。御意見として承りました。

ほかに御意見あるいは御質問等はありませんでしょうか。いかがでしょうか。

沢田構成員、お願いいたします。

【沢田構成員】 ありがとうございます。御説明、大変ありがとうございました。

今のお話を伺って、感想なのですが、パブリックコメントに寄せられた事業者からの御意見を見ていると、電気通信事業法に対する一般のイメージと、今回のガイドラインとの間で若干の違和感を覚えるところがあるのではないかと思います。電気通信事業法は、電気通信の設備を持つインフラに近い事業者向けのガッツリとした業規制で、監督官庁が行う規制と細かい規則を定め、違反すると行政処分というイメージで捉えている人が多いと思います。執行権限のある総務省が出すガイドラインなので、法的拘束力があって、違反すると罰せられると受け止められるのかと思います。

よく読むと定義が法と少し違っていたり、「望ましい」という位置付けの記載もあって、全体が法規制と同レベルの規律というわけではないことは分かります。プライバシーポリシーに関する部分や位置情報に関する部分など、全ての事業者に参加していただきたい内容もかなりあると思いますので、これは電気通信事業を営む者の義務を強化するのではなくて、様々な事業者がプライバシーガバナンスを実現するに当たって、参考として役に立つものであるというような広報の仕方をしていただけると良いと思いました。

モニタリングという言葉も、監督権限の行使という印象がなくもないので、「望ましい」というレベルの事項について実態を継続的に調査して今後にかかしていくということが伝

わるように、説明のところで工夫した方が良いのではないかという感想を持ちました。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。御意見を承りました。

ほかに御質問あるいは御意見等はございませんでしょうか。いかがでしょうか。

今、佐藤構成員、それから沢田さんからそれぞれ御意見をいただきましたけれども、いずれもごもっともな御意見だろうと思います。佐藤構成員がおっしゃったことは、この場は総務省のワーキンググループでございますけれども、個人情報保護委員会事務局も御出席でございますので、今の点もぜひ委員会の中で引き取って、今後の進め方、電気通信分野における個人情報保護の在り方について、個人情報保護委員会と、それから総務省でぜひ適切な連携を図っていただければと思います。

また、沢田構成員がおっしゃった本ガイドラインのこの後の運用あるいは周知ということについても、引き続き総務省、それから個人情報保護委員会において御留意いただければと思います。

御意見、御質問等がないようでございますので、それでは、電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン及びその解説の改正案につきましては、先ほど事務局から御説明いただいた内容ということで本ワーキンググループとして御了解いただけますでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

【宍戸主査】 ありがとうございます。御賛成あるいは黙示の承認をいただいていると思います。チャット欄において、御賛成の意を表明していただいている構成員、ありがとうございます。

それでは、電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン及びその解説の改正案につきましては、事務局において本日御報告いただいた内容で公布等の手続について進めていただきたいと考えております。この件につきましては、本ワーキンググループで長いこと様々な御意見をいただき、御審議に御協力いただき、構成員の皆様、また関係するオブザーバー、ヒアリングに御協力いただいた事業者の方に、私からも御礼を申し上げたいと思います。ありがとうございました。

それでは、次のアジェンダに移らせていただきたいと思います。資料2「利用者情報の取扱いに関する諸外国の法令・自主的規制・事例」につきまして、株式会社野村総合研究所の南島様から御説明いただきたいと思います。

どうぞよろしくお願ひいたします。

【南島氏】 野村総合研究所の南島と申します。本日はよろしくお願ひいたします。

本日は、目次にある法令等について御報告させていただきます。調査に当たりましては、1次リソースの確認に努めておりますが、森・濱田松本法律事務所の田中浩之弁護士をはじめとしまして一部弁護士の方や調査機関のレポートを参考にさせていただいております。この場を借りてお礼させていただきます。なお、御報告内容に関する責任は弊社に帰属するものと考えております。

それでは、ePrivacy指令からお話しさせていただきます。御存じの方も多いと思いますが、ePrivacy指令では、Cookieの利用に関して同意取得を求めています。Cookieの利用が厳密に必須な場合は同意取得不要となるわけですが、厳密必須Cookieの該当例について、イギリス、フランスのデータ保護当局は資料のように示しております。入力内容の保持、認証、セキュリティ対策、コンテンツの提供、ネットワーク管理、ユーザーの嗜好の保存は厳密必須Cookieに該当いたします。

他方で、ソーシャルプラグイン、ソーシャルメディアトラッキング、オンライン広告、クロスデバイストラッキングは非該当になります。アクセス解析に関しては英仏で意見が分かれておりまして、英国が非該当としているのに対して、フランスはサイト内に閉じた統計化利用であれば厳密必須Cookieに該当するとしています。

イギリスのデータ保護当局が示しているCookieの利用目的に関する個別の考え方はこちらになります。入力内容の保持、認証、セキュリティ対策が厳密必須Cookieに該当するというのは御理解しやすいところと思いますが、コンテンツの提供についても、純粋な提供に関しては厳密必須Cookieに該当します。ただ、御留意いただきたいのは、パーソナライズやモニタリングにはこれが含まれません。また、ユーザーの嗜好の保存というものには、CMP等の同意管理ツールによるCookieの同意設定も含まれます。

厳密必須Cookieに該当しない目的の考え方です。広告目的の利用は、頻度の制限やアドクラウドの検出なども該当しないとされています。

ここまで、Cookieの利用に関して同意取得不要のケースについて御紹介いたしましたが、同意取得する場合も、この取得方法の有効性について英仏独のデータ保護当局は示しております。チェックボックス等を操作することなく、スクロール、別ページへの遷移をもって同意取得することは有効とは認められない。ブラウザやOSの設定のみに依拠して、同意取得を判断することは、将来的な可能性は認めつつも、現状は有効とは認められない。利

用規約に含める形など、個別でない形は認められない。同意ボタンの方が拒否よりも目立つユーザーインターフェースは認められない。Cookie同意をウェブサイトのアクセス条件とするいわゆるCookie Wallについて、英仏はケース・バイ・ケースで判断されるとしています。

これまでのePrivacy指令の変遷につきましては、昨年4月の本ワーキンググループの資料でも取り上げておりますので、適宜御参照いただければと思います。

Cookieの利用に関する執行状況を10ページ目に記載しています。2020年以降、プラットフォームを中心に高額な制裁金が科されるようになってまいりました。

ここまでがePrivacy指令についてです。

ePrivacyの内容について、各国法に優先して適用する規則案の議論が進められております。EUの立法手続に簡単に触れますと、通常立法の場合、欧州委員会が法案を提出し、欧州議会で議論、その後閣僚理事会で議論されて法律が成立します。この流れを読会と呼び、法案の修正が終わるまで第一、第二、第三と読会を繰り返します。規則案は2017年に欧州委員会から提出されまして、現在も第一読会にあります。

その変遷をこちらにまとめておりますが、議論は難航しているようで、本日まで欧州議会、閣僚理事会それぞれが修正案を公表しています。現在は、昨年2月に閣僚理事会が合意した案が最新版になります。本日は、その合意案に対して欧州のデータ保護会議（EDPB）と、デジタル広告に関する業界団体（IAB Europe）が公表している意見を御紹介させていただきます。閣僚理事会合意案の目次ですとか概要は、過去の本ワーキンググループの資料を御確認いただければと思います。

EDPBとIAB Europeの意見は19ページ目以降ですが、本日は両者の見解が異なっている点について御説明させていただきます。

まず、1つ目ですけれども、Cookieの利用に関して、EDPBがブラウザやOSに対しCookieの同意メカニズムの導入を義務付けるべきとしているのに対して、IAB Europeはそうした要求を求めない中立的な法律とすべきと主張しています。また、Cookieの利用に関する同意取得においては、EDPBが業種にかかわらず等しく義務付けるべきとしているのに対して、IAB Europeは、広告配信の結果の測定ですとか不正防止目的への利用というのは、同意取得を必要としないものとして認めるべきと主張しております。

最後に、IAB EuropeはCookieへの同意をコンテンツへのアクセスの同意条件とする、いわゆるCookie Wallについて明示的に認めるべきと主張しています。

ここまでがePrivacy規則案に関する御報告でした。

次に、DSA案について御説明させていただきます。日本でDSA案と紹介されることが多いですが、これも先ほどのePrivacy規則と同じく、レギュレーションで規則案になります。2020年に法案が提出されまして、DMA案と一緒に議論が進められております。ePrivacyが事業規模にかかわらず適用されるものであるのに対して、DSAはマーケットプレイスやSNSなどのプラットフォームに対し、その社会的な影響に鑑みて上乘せして規制を適用するというものになります。DSAも第一読会のステータスにありまして、今後、委員会、議会、閣僚理事会による3者対話が進められる予定です。本日は、今年1月に欧州議会が公表した修正案について御紹介いたします。

DSA案の構成です。I章、II章に定義や適用対象が記載されておりまして、具体的にプラットフォームに求める責務はIII章に記載がございます。先ほど、規模に応じて科される責務が変わると申しましたけれども、プラットフォームを事業規模別に4区分に分けておりまして、それぞれに対する責務というものが34ページ目に整理されております。本日は、利用者情報の取扱いですとか、オンライン広告に関する部分について御紹介させていただきます。

まず、オンライン広告の実施に当たってですけれども、ユーザーが認識しやすい形でのリアルタイムでの通知ですとか、リポジトリの公開がプラットフォーム事業者に求められます。このリポジトリと呼ばれるものにはどんな情報が含まれるべきかということについて、細かいところですが、この真ん中のところの(c)のところですが、広告が表示された期間、ユーザーが対象となったセグメント、また到達したユーザーの総数、該当数といったことも含んでおります。このようなオンライン広告の実施に関する情報も公開せよということなのですが、こうした通知やリポジトリの公開に向けた自主規制や行動規範の作成を欧州委員会は促しております。

また、欧州議会の修正案では、ダークパターンに関する規制が追加されました。ダークパターンに当たるものとして、37ページに例示があります。いずれかの同意の選択肢をより視覚的に目立たせることや、同意を拒否した場合にそれを阻害するポップアップを何度も表示すること、またユーザーの終了手続をサインアップよりも著しく面倒にすることがダークパターンに該当するということが示されています。

以降は、細かな責務がそれぞれ記載されておりまして、43ページ目まで進ませていただきます。第24a条、リコメンダーシステムの透明性というところについて、プラットフォ

ーマーに求められる責務として、検索結果などのコンテンツを推奨する際の仕組みについてオープンにするよう求めています。

また、第29条では、超巨大プラットフォームに対して、プロファイリングに基づかないコンテンツの推奨方法というものを別途提供することを求めるとともに、ユーザー自身がその推奨結果の仕組みを修正可能な機能の提供というものを求めています。

第30条では、フェイクニュースに関してプラットフォームが認識した場合は、コンテンツを提供するに当たり、この内容がフェイクニュースであるということを明示するよう求めています。

第36条はオンライン広告の行動規範ということで、先ほどお話しした内容になります。

ここまでのDSA案でございました。

次に、TCFと呼ばれる自主規制について御紹介させていただきます。TCFとは Transparency and Consent Framework というものの略称でして、現在、Cookieの同意管理ツールであるCMPを支える技術仕様として世界中のベンダーの方に参考とされています。TCF自体はIAB Europeが2018年に公表しまして、2019年にバージョン2.0にアップデートされました。繰り返し出ているIAB Europeという団体の説明については、49ページ目を御確認ください。

このTCFなのですが、GDPRやePrivacy指令の遵守を目的に策定されましたが、現在、ベルギーのデータ保護当局よりGDPR違反の指摘を受けております。違反の理由としては、大きく3点あると見ています。1つ目、IABはTCFの策定を主導しているため、このGDPRにおけるデータ管理者に当たるとデータ保護当局は見ているのですが、IABは管理者に求められる責務を果たしていないというものです。これは、データ保護責任者やプライバシー影響評価の実施といった形式的な部分だけではなく、TCFの参加企業に対する審査やモニタリングをIAB Europeが十分にできていないということを問題視しているものと考えております。。

2つ目、TCFにおける正当な利益に基づくデータ処理の禁止です。詳細はこの後御説明します。

3つ目、CMPで広告目的の利用に関して同意取得を求めるわけですが、その際の通知内容がオンライン広告におけるリアルタイム入札の仕組みをユーザーに認識させるには十分ではないというものです。

IAB Europeですけれども、このベルギー当局の決定に不服として地裁に控訴いたしましたし

た。

本日は、TCFにおける同意取得の考え方について御紹介させていただきます。TCFでは、Cookieを含むトラッカーの利用目的とデータの処理方法に応じて、同意取得が必要なケースと不要なケースに整理しています。資料中、赤が同意が必要なケースで、青が不要なケースです。例えば利用目的について御紹介すると、デバイスへの情報の保存やアクセス、コンテンツのパーソナライズド、このあたりは同意が必要です。他方で、セキュリティやコンテンツの技術的な配信は同意不要としています。データ処理の話で申しますと、正確な位置情報の使用やデバイスのアクティブスキャンは同意が必要であるのに対して、オフラインのデータソースとの照合ですとか、クロスデバイスのリンクは同意取得不要としています。

これらの同意取得に当たって、どのような通知をすべきかということの例示もTCFでは示しております。そのTCFの示し方ですけれども、法的な表現とユーザーフレンドリーな表現の両方について言及がございます。TCFでは、実務上の利用を想定しまして、利用目的と処理の組合せについてStacksという表現で説明しており、事業者の方の理解を促しています。例えばパーソナライズド広告を実施したいときには、TCFで整理するところの利用目的の2番、3番、4番の組合せで実施するものである、というような形で紹介しています。

トラッカーの利用に関し、同意の取得が要・不要の整理をするとともに、同意取得が必要な際のユーザーインターフェースの具体的な要件についてもTCFでは言及がございます。同意取得に当たっては階層的なアプローチというものを推奨しておりまして、初期階層、2階層目のそれぞれにおける通知事項をこのように記載しております。また、ユーザーインターフェースに関する全体のルールとしてバナーの示し方ですとか、フォントのスタイルについても言及がございます。

先ほど、一部の利用目的、処理については同意を要さない正当な利益に基づく処理が可能とTCFでは整理しているとお話いたしましたけれども、正当な利益に基づく処理を行う際は、より通知内容を厚くすべしというような案内もTCF上では言及がございます。

ここまでがヨーロッパを中心とした法令等の動向でした。

次に、米国に移ります。米国ですけれども、2020年にCCPAが施行されましたが、来年からはCPRAが施行されます。カリフォルニア州以外でも、バージニア州とコロラド州でプライバシー保護法令が来年から施行される予定です。また、ニューヨーク州、ワシントン州

においても法案が提出されております。

CCPAの執行状況について、昨年7月、カリフォルニア州の司法長官が公表を行いました。全27の執行事例のうち、執行理由としては、プライバシーポリシーがCCPAに準拠していないというものが14件で最多となっております。CCPAでは、プライバシーポリシーとは別にノーティスの提供を求めたり、Do Not Sell My Informationというオプトアウトの規定が特徴的でしたが、このような通知に関する違反が執行の理由となっているようです。いずれの執行事例も制裁金の賦課には至っておりません。

来年の1月から施行されるCPRAですけれども、特徴的な改正箇所を資料のとおり7つにまとめております。このうちの1番では、セキュリティチェックの結果を当局に提出するということを求めており、また6番では、Do Not Sell My Informationとはまた別に、Limit the Use of My Sensitive Personal Informationという新たな通知を義務付けておまして、このあたりが事業者の負担になると考えております。

CPRAの規則案ですが、現在策定中でして、昨年11月にパブリックコメントが実施されました。本日は、パブリックコメントに対してGoogleが寄せたコメントを御紹介いたします。Googleは、GDPRやほかの手法との整合性を取ることを求めています。例えばセキュリティチェックで言いますと、他法令で実施されたレビューの再利用を求めていますし、プロファイリングに関する定義もGDPRとそろえるべきと主張しています。

先ほど、Do Not Sell My Informationに加えてセンシティブデータの取扱いに関してもオプトアウト規定の提示が必要だということを御紹介しましたけれども、このようなオプトアウトの手段の提供に関しても事業者独自の手段を認めるべきというようにGoogleは主張しております。

ここからは、CPRAとバージニア、コロラドの州法との比較について取り上げた資料を御説明させていただきます。通知、同意取得の内容ですとかセンシティブ情報、子供のデータの取扱いに関する比較をしております。

まず、ISOの通知項目の対応状況を71ページ目にまとめました。通知内容の比較ですけれども、CPRAでは新たに保存期間に関する通知が義務付けられております。また、分かりやすくアクセスしやすい通知方法が求められるという点は3つの州法に共通しております。

CPRAでは、実は共有の概念というものが加わりました。これはこの後御説明いたします。

各州法では、ダークパターンによる同意取得は有効とは認められないという言及がされております。CPRAでは共有という概念が新たに加わりまして、クロスコンテキストの行動

ターゲティング目的で消費者のパーソナルデータを開示したり、利用可能にすることがこれに該当します。

日本法では、ウェブサイトタグを設置して、データを、タグを設置した事業者が直接取得する場合には、サイト管理者からタグ設置事業者へのデータ提供は生じていないと理解されるかと思えますけれども、CPRAではこれが共有の概念に該当するというものだと認識しております。

以降は細かな話になります。

ここまで州法について御紹介させていただきましたが、連邦法に関する議論も米国では盛り上がっております。過去、オバマ政権下でも盛り上がりましたが、現在、各州法の乱立を受けまして、事業者側も統一的な法令の制定を求めているようになっています。今年1月、商工会議所はプライバシーに関する連邦法の成立を求める書簡を提出しました。

その連邦法なのですが、民主党案であるCOPRAが最有力と言われていまして、次いで共和党案であるSDAも注目されています。両者に大きな違いは見られず、基本的に州法に優先する位置付けとして議論されております。

また、米国ではターゲティング広告を禁止する法案も今年1月に提出されました。DSAがプラットフォーム規制であるのに対して、この米国の監視広告禁止法というものは、ターゲティング広告そのものを禁止する法案ということになります。

最後に、FTCの執行状況についてお話しさせていただきます。FTCの2021年以降の執行状況を86ページ目にまとめております。苦情の増加を受けまして、FTCではダークパターンに対する執行を強化しております。現状の多くは商契約に関するダークパターンに関する執行で、利用者情報の通知・同意取得には及んでいないものの、今はそういう状況でございます。

FTCの活動でもう一つ御紹介させていただきますと、昨年10月にFTCは、ISP事業者による情報の取得・利用状況について調査したスタッフレポートを公開しました。調査対象は、米国のモバイルインターネット市場の98%を占めるこちらの6社です。これはその6社が利用者情報をどのように取得・利用しているか、また、どのようなプライバシー保護措置を講じているかをまとめたものになります。

取得・利用実態ですが、基本的にはコアとなるサービスの提供、その他サービスの提供、広告目的で利用者情報を取得しているものの、6社のうち幾つかの事業者に関しては複数のサービスから取得したデータを統合している、通信サービスの提供に必要としないデー

タを取得している、また、センシティブな情報を使って広告主が利用者をターゲットできる、リアルタイムの位置情報を第三者に提供しているといったような対応が見られました。

また他方で、FTCは、講じているプライバシー保護措置に関しては、幾つか問題があると考えております。データを売却しないと通知しているのですが、売却以外にデータを利用、移転、収益化する方法が無数にあることを明らかにしていない、選択肢を提供していると事業者は説明しているが、インターフェースに問題がある、データの保持期間が事実上事業者任せられている、自由裁量の下に処理されているといった形です。

これらの調査を踏まえてFTCが見解を示しています。利用者は、自身の情報を取得すること自体は認識しているものの、サービスとは無関係の目的で取得・結合されるデータの範囲が広いということに驚くと思われ、このような取扱いに関して選択の機会を提供しているというように事業者の方は説明されているわけですが、明確に提供されているとは言えないものも多数あり、そうしたことを踏まえまして、ISP事業者というのは大規模な広告プラットフォームと同様にプライバシーを侵害する可能性があるという結論付けております。その理由ですが、多くのISP業者が利用者の暗号化されていないトラフィックにアクセスできる、身元を特定できる、ウェブサイトや地理的位置に関して追跡することができる、また、それらの情報を大量に保有するとともに結合することができるといったことを理由としております。

本資料は、92ページ目以降、事例ということで通知・同意取得における工夫の例示を御紹介させていただいております。ICOが1から5の工夫を紹介しておりまして、本資料ではそれぞれの工夫について日本語の解説を行うとともに、そういった工夫を取り入れておられる事業者の実装例を御紹介させていただきました。

では、弊社からの御説明は以上になります。ありがとうございました。

【宋戸主査】 ありがとうございました。南島様、非常に貴重かつ膨大な資料をおまとめいただいた上で、本日は非常に手際よく御説明いただき感謝しております。この資料2は、今後の本ワーキンググループだけではなくて、ネット上の利用者情報の取扱いを議論する上での貴重な文献だろうと思います。

なお、これとは別に参考資料7を御覧いただきたいと思います。これは株式会社三菱総合研究所に御作成いただいた米国「Kids Online Safety Act」法案についてです。これは、私の方で見ておいた方が良くはないかということをお願いして御用意いただいたものですけれども、いわゆる青少年のオンラインプライバシー、あるいは安全性の保護につい

て米国で別途議論があるということで、これも併せて御参照いただくと良いと思っております。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御質問あるいはコメントがあれば承りたいと思います。また例によってチャット欄で私にお知らせいただきたいと思います。いかがでございましょうか。

それでは、佐藤構成員、お願いいたします。

【佐藤構成員】 株式会社野村総合研究所の南島様に御説明いただいた資料ですが、非常に網羅的かつ最新の動向を的確にまとめていただいている、本当に素晴らしいものなので、大変感謝させていただきたいと思っております。

資料に関しては、多分これから私はこれを一生懸命読んで勉強しなければいけないところだと思うのですが、ただ一方で、これだけの調査をしていただいた上で、我々がこの資料をどう受け止めるのかというところが次の課題になってくるかと思えます。

考えなければいけないことがあるのですが、例えば後半の91ページのところでISP事業者の立場に関する議論があって、こうした部分というのは通信の秘密に直結するようなところですので、日本の事業者においてこうした問題が起きないと私は信じておりますが、総務省を中心として実態がどうなっているのかということは調査していただきたいと思えます。

あと、全体の電気通信事業法の改正に関わる場所に関してコメントさせていただきたいです。電気通信事業の、例えば通信の秘密であったり、プライバシーに関わる場所というのは、例えが良いのかどうか分からないのですが、自動車の排気ガス規制に近いところがあって、アメリカですと1970年代にマスキー法というのがつくられて、ホンダを先駆けとして日本の自動車会社はそれに積極的に対応して日本の自動車メーカーの地位をつくり、一方、米国の自動車メーカーはそれに後ろ向きだったために、当時は最新の技術を持っていたけれど、どんどん衰退していくわけです。

これだけヨーロッパの方が、またアメリカもそうですけれども、規制が厳しいとはいえ、その中でどうやるのかということ各事業者が真剣に取り組んでいくには、それだけ規制に対応することにもイノベーションが必要で、彼らがイノベーションを重ねてきていることとなります。日本は緩い規制、排ガス規制で言うと緩い排ガス規制を施行してしまったために、イノベーションが遅れてしまう事態を考えなければいけません。また、我々はこのような検討会、また総務省もそうだと思うのですが、EUにしても、米国側にしてもそう

ですが、規制の方法に関しては、もうかなりはるか先に行っているという状況が今回の調査で非常に見えてきたところですので、どのようにキャッチアップしていくのか、またイノベーションというものをどのように適切に進めていくのかということ、もう一度最初の初期段階に立ち戻って議論していかなければいけないのかと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 佐藤構成員、御意見ありがとうございました。

それでは、次に森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 ありがとうございます。御説明ありがとうございました。大変勉強になる本当にすごい膨大な、かつ驚くべき情報も含む調査をしていただいたと思います。ありがとうございました。

すみません、その前に、今の佐藤構成員のお話を伺っていて、全くごもっともだと思いました。私が日頃から少し感じているところもありますので、それに賛成ですということをお願いしたいと思います。

日本の場合、特に突出して緩くなっているのが制裁に関するところですので。個人情報保護法については前回の改正でも検討されまして、例えば罰金の上限額が上がるとか、そういうことが若干はあったわけですが、制裁金や課徴金やそういうものを導入するということには至りませんでした。その結果として、例えばそういった制裁と紐付けてインセンティブのスキームをつくるといった制度デザインができない状態になっているということです。

他方で、何千億円も課徴金、制裁金がかかるような米国でどんどんイノベーションが達成されているということは、佐藤構成員の御指摘どおりで注目すべきところとして、規制を強化すると二言目にはイノベーションということで反対されます。もちろんイノベーションは非常に重要なのですが、果たして規制強化とイノベーションというのは本当に関係があるのでしょうか。さらに言うと、イノベーションという言葉の意味が、私が理解しているところと、ほかの文脈で伺うところと違っているのではないかというような気もしております。

佐藤構成員の御意見に関するところでしたが、株式会社野村総合研究所の南島様の御説明に関して、2点申し上げたいと思います。

1つは、51ページの辺りから、IAB EuropeがGDPR違反に問われたという衝撃的なお話がありまして、これはすごく驚くべきことだと思いましたが、教えていただきたいのは、58ページの辺りです。TCFで正当な利益によってカバーされている部分があり、利用者の同

意と正当な利益でカバーされている部分があるというお話でしたが、これを見れば分かるということなのかもしれませんが、どの部分をTCFは正当な利益でカバーしようとしているのかということについて、もし、簡単な御説明をいただければお願いしたいと思います。それが1点目です。

もう1点は、84ページのターゲティング広告禁止法について、これもびっくりするような法律ですけれども、これは成立しそうかどうかについて、報道などがあれば教えていただきたいと思います。よろしく申し上げます。

【宍戸主査】 森構成員、ありがとうございます。時間の関係がございましたので、御質問はまとめて一括して、株式会社野村総合研究所様に御回答をいただこうと思っております。

ということで、次に、沢田構成員、お願いいたします。

【沢田構成員】 大変ありがとうございました。勉強になりました。

FTCの執行事例を御紹介いただきましたけれども、この執行の根拠法はFTC法第5条と考えて良いのでしょうかというのが質問です。

次に、コメントさせていただきますと、制裁なども含めて、日本は規制が緩いという話は、まさにそのとおりかと思うのですが、それでは、どのような規制の在り方であったらイノベーションを阻害せずに適切に目的を果たせるかということは、それぞれの法規制の中で考えるべきだと思います。個人的にはEUのやり方というのは、細かいことを色々と決めているけれど、何となくユーザーのニーズに合っているか見えないというか、役人がつくっているというか、規制当局の視線でしか情報としては入ってこないもので、本当にこれでEUの利用者が幸せになれるのかという疑問を持っています。その一方で、アメリカFTCのやり方は、この説明では利用者に伝わらないのではないかと、やっていることと言っていることが違うのではないかと、など実務に根差して改善を促すという現実的な方法をまず取っているように見えます。かつ制裁がないということではなくて、FTCは制裁も課せるし、民事訴訟も消費者の代わりにできるということで、最後の砦として、きちんと機能している点が羨ましいと思っていました。これは感想です。

以上です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございました。

それでは、次に、石井構成員、お願いいたします。

【石井構成員】 ありがとうございます。大変勉強になる資料を御提供いただきまして、

ありがとうございました。私からは大きく2点お聞きしたいと思います。

まず1点目は、ePrivacy規則案の方で、EDPBとIAB Europeの意見をそれぞれ並べる形で御紹介いただいています。規則案が採択されると、EDPBが指針の策定などを行っていくことになるのではないかと思います。現状の御提案がそのまま通るとということですが、そうなったら、EDPBが示している考えが有権解釈的になってくるというような位置付けで理解しておいてよろしいでしょうか。

それから2点目で、様々な非常に重要な論点をお示しいただいていますが、その中で1つお聞きしたいのは、Cookie Wallのところですか。ページでいいますと6ページ目の※において、正当な目的があるときには、一定のコンテンツへのアクセスを制限することは許容されるとされています。Cookie Wallも全て駄目だというわけではないという話で、それはそれで理解できるのですが、もう少し具体的なケースは出ていないということでしょうか。もう少し具体的な例があると理解も進むと思いますので、もしあれば教えていただきたいと助かります。その関連で、CPRで特徴的な規制の1つで、権利行使を理由とした差別を禁止するようなルールがあったと思いますが、例えば、行動ターゲティング広告に対してオプトアウト権を行使したときに、権利行使を理由とする差別を禁止すると、Cookie Wallへの規制と似たような話になってくるのでしょうか。この辺りについて、もしお考えがあれば教えていただければと思います。

【宍戸主査】 石井構成員、ありがとうございます。

それでは、続きまして、古谷構成員、お願いいたします。

【古谷構成員】 ありがとうございます。

私の方は、問題解決として、消費者、利用者側の権利といったところに着目して、アメリカと欧州との比較をしながら見ていたのですが、例えば、63ページのスライドについて、アメリカでは消費者の権利といったところを中心に規律というのが考えられているという印象があり、一方で、欧州では、利用者の同意や正当な利益等あるのですが、消費者の権利はあまり明記しておらず、異議申立の権利は書いているのですが、それ以上は書いていないというところで、このような消費者の権利は欧州では強いと思うのですが、そのような消費者の権利からのアプローチというのはあまりないのか、それともこれはアメリカに特有なのか、その違いがもし分かれば教えていただきたく思います。お願いいたします。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それでは、続いて、生貝構成員からお願いいたします。

【生員構成員】 大変貴重な、充実した御説明、ありがとうございました。私の方はコメント、感想を、大きく分けて3点ございます。

まず改めて、最初に佐藤構成員、そして森構成員がおっしゃっていただいたことは非常にそのとおりだと思います。特にエンフォースメントに関するところでは、やはり、比較的この分野、GDPRが厳しくて、アメリカが緩いというようなイメージが、もう最近はあまりないと思うのですが、昔からあると思われまして、例えば、2009年の和解という形ですけれど、FTCによるFacebookの制裁金5,000億円一つ取っても、おそらくGDPRのエンフォースメント制裁金を全部足したよりも、あれ1件のほうが多いくらいです。

それから、規制の多層性というところに関して、やはり日本では、利用者情報保護はできるだけ個人情報保護法1本でやっていくべきだという議論もあることは承知しているのですが、ヨーロッパを見ても、あるいはアメリカを見ても、本日御提示いただいている法案等に加えて、非常に多数の州法のネットワークというところを含めて、やはりかなり多層的な、まさに様々な法制に基づく規律の中でイノベーションを進めているところでございます。そのような中で、やはり私自身は、我が国としても利用者情報の保護というところに個人情報保護法、あるいは必ずしも電気通信事業法だけにとどまるわけでもない、しっかりとした各法目的の組合せということをつくり上げていくことが重要なのだということ、今回の示唆としても改めて感じたのが1点です。

それから、2点目といたしまして、いわゆる青少年保護やセンシティブデータの保護というのを行動ターゲティング広告などの中でどのように考えていくか。アメリカの中でも、監視広告禁止法案を含めて御紹介をいただいたところであり、また、本日の資料の中に入っていたかは見落としてしまったのですが、デジタルサービス法の中でも、まさしく議会修正で、子どもやセンシティブデータに関するターゲティング広告というものに対する追加的な規律というものが可決されていたところかと思えます。

別の文脈では、先ほど宍戸主査も御言及いただいたKids Online Safety Actのような、新たな青少年保護の在り方、そして、レコメンダーやプロファイリングといったようなものが持つ、まさに青少年のパーソナルデータの取扱いというところは、我が国ではあまり議論されていなかったところかと思う部分もございます。それから、センシティブデータ一般を利用したプロファイリング、これは日本ですと、例えば、今度導入される個人関連情報に関しても、比較的、情報の性質にはさほど着目しない規律というものが導入されるところかと思えますが、やはりリスクベース、センシティブベースといったようなところ

をどのように考えていくかというのが、今後の運用を含めて重要になるのではないかと感じています。これが2点目です。

そして、さらに3点目といたしまして、特に、例えばヨーロッパを見ていると、本日非常に広範な動きを御紹介いただきましたが、それ以外にも様々な法制の議論というものが進んでいるところです。1つは、デジタルサービス法とセットのデジタル市場法の中でも、データの様々なソースに基づく組合せに関する一定の規律でございますとか、データポータビリティでございますとか、そのようなところが含まれるわけではありますが、当然、法目的というのは全く同じではなく、まさしくそういった切り分けや、どの法とどの法で、この規律全体をつくっていくのかということをよく考える必要があるでしょうし、それからもう一つ、ヨーロッパで、2022年2月23日にデータ法という非常に包括的なデータの流通と利活用に関する法制というものが提案されて、非常に大きな議論を呼んでいるところでございます。この法制というのは、IoT端末から生成されるデータ一般というものに対して、企業ユーザーか個人ユーザーかを問わず、自らのデータへのアクセスと、そのポータビリティというものを認めていこうということが一つの柱になっています。このような電気通信に関するデータについて、保護と利用というものをどのように考えていくかという点でも示唆が大きいところかと思っておりますので、併せて今後の展開をよく注視していく必要があるのかなと感じているところです。

以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、太田構成員、お願いいたします。

【太田構成員】 私からは2点ありまして、まず1点目は、最初に佐藤構成員がおっしゃられたことと似たような話なのですが、やはり説明を聞いていると、日本とは違う世界の話なのではないかという気がしてきてしまいます。実際にはオンラインで、特に違う世界で起きていることに対するヨーロッパやアメリカの対応ではなくて、同じ世界の中で、先ほどイノベーションという話もありましたけれども、イノベーション含めてビジネスで戦っている中で起きていることであるという認識が必要だと思っております。

その中で、なぜこのような動きをヨーロッパ、アメリカはしているのかというところを、きちんと正しく認識をして、日本においてもどのようにアクションを取っていくのかをきちんと考えていく必要があると思っております。

2点目は、ePrivacy規則について、EDPBとIABで意見の違いがあるというような形で御

紹介をいただいております。要するに、規制の強化に対してIABはもう少し緩和をしてほしいというような主張だと思っておりますが、アメリカであったり、日本においては年末あったように、経済団体が規制強化に対して反対をするという表明をたくさんされたと思うのですが、そういったことというのは、アメリカやヨーロッパで、IAB以外に、そのような規制強化をやめろといった反対勢力による活動というのは行われているのかどうかというところが気になっております。もし、御存じであれば教えていただきたいと思えました。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それでは、このラウンド、最後にさせていただきたいと思っておりますが、山本主査代理、お願いいたします。

【山本主査代理】 ありがとうございます。山本です。

本当に、この資料、大変貴重なものだと思っております。ありがとうございます。これから勉強なくてはと思っています。

私からの質問、コメントがセットになるようなものなのですが、本日起り上げていただいた各種立法の目的についてです。先ほど生員構成員からも御指摘があったところだと思っておりますが、この立法目的について、やや整理した形で教えていただきたいと思っています。

というのも、結局、盛りだくさんな内容ということなのですが、このような資料というのを企業の方とか、あるいは消費者の方が見ると、圧倒的なボリュームにたじろぐということもある気がしています。要するに、どのような関係で、こういった仕組みがつくられているのか、やはりこれらの海外の立法というのを、それぞれの立法目的に応じて体系的に整理して考えていく必要があるのではないかと考えています。

例えば、ダークパターンの規制というのは、プライバシー保護の問題なのか、それとも消費者の自己決定の保護の問題なのか。行政的にいえば、例えば、プライバシーということになれば個人情報保護委員会や総務省なのかもしれませんし、消費者の自己決定の保護ということになれば消費者庁の問題かもしれない。そのような意味で、やはりここも複雑に絡み合ってくるという気もしています。ターゲティング広告を規制するアメリカの監視広告禁止法も、これが果たしてプライバシーの問題なのか、それとも自己決定の問題なのか、あるいは民主主義の問題なのか。ここも立法目的が複層的にあるのだらうと思っております。生員構成員御指摘のデータポータビリティ権も、ここにもあるし、競争法的な目的も入っ

てくるということになると、かなり複雑になっているのかと思います。

結局、法制度の目的とは何か、何を実体的に保護しようとしているものなのかという説明がないままで、具体的な取組のレベルを見せられてしまうと、ミスリーディングな部分も出てくると思いますし、これらを日本にコピペしようとするとな非常に複雑になってしまい、結局、いびつな感じで体系性を失ってしまうということにもなるかと思いますが。

繰り返しになりますけれども、先ほど古谷構成員がおっしゃったように、特に権利として、それぞれが何を保護しようとしているのかということを見ていくことが、消費者の保護やプライバシーの保護にとっても、イノベーションにとっても、重要かと思いますが。この部分が明らかにならないと、どちらも進まないということになってくるのではと思います。

すみません。長くなりました。EUは、憲法レベルの基本権というのが根っこにあって、各法のファインディングスのレベルでも、常に上位の基本権への参照、言及が見られるところではあります。米国においても、おそらくシビルライツ、公民権との関係が常に意識されていると思います。日本というのは非常にプラグマティックで、事案ベースの、下から問題が起きて対応するという感じになるので、柔軟性という点ではポジティブなのですが、やはり今後少し体系的に考えていかないと、とにかくむちゃくちゃになってしまうという懸念はありますので、目的を今お分りの範囲で少し整理した形で教えていただければと思います。もし、本日難しければ、また今度と思っております。

すいません。長くなって恐縮です。以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。

それでは、私が把握している限りでは、森構成員、沢田構成員、石井構成員、古谷構成員、太田構成員、それから最後の山本主査代理の少し高めの球の御質問等ございましたけれども、併せて、現時点で可能な範囲で、南島様から御回答をお願いできますでしょうか。

【南島氏】 お話しさせていただきます。

正当な利益に関する処理なのですが、それは資料の53ページにございまして、ここで同意取得が必要なケースと、そうでないケースというものを整理しておりますが、ここで言うと、この青い部分というのが同意取得不要ということで、正当な利益に基づく処理の内容だと認識をしております。

この処理を行う際には、同意取得は要らないのだけれども、説明に当たって、より通常の同意取得をする場合に比べて丁寧に利用目的等を説明しなくてはならないといったことを、60ページ目で言及しております。

2つ目の森構成員の御質問でありました、ターゲティング広告禁止法案の動向ですが、こちらについては続報がなくて、取りあえず法案提出されたという状況以上のものはつかんでおりません。

2つ目ですけれども、沢田構成員からいただいたFTCの執行事例ですが、こちらは第5条に基づく執行例です。

すみません。資料の一部、出所の訂正をさせていただければなのですが、86ページ目です。出所についてですけれども、こちらはFTCのウェブサイトをベースに記載をしております。Cookieの執行事例と出所が重なってしまっていたところを、おわびの上、訂正させていただきます。

次に、石井構成員からいただいたEDPBとIAB Europeを比較しているのは、格が合っていないのではないかと御指摘なのですが、ごもっともだと思っております。

ただ、IAB Europeのような業界団体の意向を全く無視して規制は進んでいるということではないと思っております。太田構成員のロビーイングの話ではないですが、もし規制当局だけの意向でePrivacy規則の議論が進んでいるのだとしたら、これほどまでに修正案が繰り返し提出されたりですとか、時間がかかっていないと勝手に思っております。こういった実務を司る事業者の意見というものも踏まえながら、欧州では議論を進めているという認識の下、本日、御意見をお持ちさせていただきました。

Cookie Wallに関して、ケース・バイ・ケースのところ、もう少し具体例がないのということなんですが、こちらにつきましては、先ほど厳密必須Cookieの考え方とは違って、この※4で書かせていただいている以上の情報というものもつかんでおりません。

最後にいただいた山本主査代理の御意見ですけれども、なかなか各法律の目的のところを、こういった弊社で整理するということが難しいかなと思っております。世の中に起きている事象を収集するということについては取り組ませていただきますが、その背景にある理念ですとか考え方といったものについては、こういった本ワーキンググループのような場で、まさにその専門家である皆様から抽出いただいて、御意見を重ねていただけるものかなと思っております。

以上になります。

【宍戸主査】 ありがとうございました。

私からも簡単に申し上げたいと思いますが、今、寺田構成員からチャット欄で、「グローバルな潮流に合わせなければ、イノベーションもガラパゴスするのではないのか。規制

緩和だけでなく、規制の潮流、グローバルな潮流に合わせるということが必要ではないか」というようなコメントもいただいておりますが、佐藤構成員から口火を切っていただいて、構成員の皆様がおっしゃられたことは、おおむね共通しているかと思えます。

他省庁での議論で恐縮ですけれども、経済産業省のガバナンスイノベーションに関する検討に関する議論においては、今後のイノベーションと両立するための規制ということで、事業者のコンプライン・アンド・エクスプレインを求め、そのために実効性を確保するための課徴金制度の活用を提言するという議論をしていたと記憶しております。また、そのような議論は、そのまま、現在、デジタル臨時行政調査会で取りまとめられましたデジタル原則におきましても、実効性確保の手段として、課徴金制度、制裁金制度の活用なども挙げられていたと思っております。いずれも私は、巻き込まれているわけでありますけれども、そのような規制スタイルのスマート化と併せて、このような利用者情報の保護について、日本らしい、しかし、世界の潮流に合ったやり方を実現していく。そういった観点から個人情報保護法を司られる個人情報保護委員会と電気通信事業法を所管される総務省とでの適切な連携というのが、本日のアジェンダの1番目とも重なりますけれども、やはり求められる状況だろうと思えます。

そして、その役割分担、連携等も含めて、山本主査代理が御指摘されましたような、最終的に、どのような権利、あるいは公益を実現していくために、どのような規制及び規制主体、規制手法を適切に組み合わせていくのかということ、これは一省庁の議論だけではなかなか難しいかもしれませんが、様々なところで、そのような議論を積み重ねていって、組み合わせていくということが必要であり、今後の本ワーキンググループでも、そのような議論ができれば良いのではないかと感じたところでございます。

ということで、南島様、本当にありがとうございました。

そこで、アジェンダの3番目に、この流れで続けたいと思っておりますけれども、事務局より、資料3「利用者に関する情報の外部送信の際の措置について」及び、資料4「今後の検討の進め方について（案）」、御説明をお願いしたいと思います。

【小川消費者行政第二課長】 事務局の総務省消費者行政第二課、小川でございます。まず、資料3に基づきまして、利用者に関する情報の外部送信の際の措置について御説明をさせていただきます。

1枚おめくりいただきまして、こちらの内容、もう皆様御案内のところでございます、本研究会の中間とりまとめのところからの抜粋でございます。

電気通信事業法等における利用者情報の取扱いに関する規律の内容・範囲について、eプライバシー規則（案）の議論も参考にしながら、具体的な制度化に向けた検討を進めるといようなものを昨年6月に取りまとめていただいております。

2ページでございますが、その後、電気通信事業ガバナンス検討会において検討が進められたということございまして、2022年2月18日に報告書が取りまとまっているということでございます。

3ページ目でございますが、このプラットフォームサービス研究会と電気通信事業ガバナンス検討会の関係でございますが、先ほどの中間とりまとめの意見募集を行ったところで、昨年8月26日に中間とりまとめ（案）について、電気通信事業ガバナンス検討会に報告し、また続いて本ワーキンググループにおいて昨年12月1日に議論いただいた外部送信の際の規律の案につきまして、同年12月14日に、電気通信事業ガバナンス検討会のほうにインプットしているところです。そのようなものも踏まえて、また事業者ヒアリングなども踏まえて、最終的な報告書が取りまとめられたということでございます。

4ページでございますけれども、こちらは電気通信事業ガバナンス検討会の資料にもなっているものでございますが、具体的に行う内容として、電気通信事業を営む者が利用者に対して電気通信役務を提供する際に、ウェブサイトを設置されたタグを送信する、またアプリケーションを起動する際の電気通信を行うことによって、利用者の意思によらずに、その利用者の端末設備に記録された利用者に関する情報を外部の第三者などに送信する状況が生じているということで、それに対して、利用者が安心して利用できる電気通信役務の提供を通じて、電気通信役務の信頼性を確保する観点から、電気通信事業を営む者がこのような電気通信を行おうとする際に、利用者の確認の機会を適切な方法で与える規律が必要ということでございます。

次の5ページが、電気通信事業ガバナンス検討会の報告書のガイドブックの抜粋でございます。

この太字のところを御覧いただければと思いますが、まず、アプリやウェブサイトにおいて、どのような情報取得や情報の外部送信を行うべきか、その必要性も含めて検討、把握した上で、取得や外部送信する情報の種類や用途などに応じて、利用者が理解できるように、利用者に対して確認の機会を与えることが必要であるとされており、これはまさに、この研究会の中間とりまとめの内容を踏まえたものでございます。

「そのため」ということでございますが、電気通信事業を営む者について、この情報を

外部送信する指令をするための通信を行おうとするときには、原則として通知・公表を行い、もしくは利用者の同意を取得、あるいはオプトアウト措置を提供することにより、利用者に対して確認の機会を与えることが確保できるようにすることが必要であるといったような報告書の内容となっております。

この報告書の内容を踏まえまして、6ページでございますが、3月4日に電気通信事業法の一部を改正する法律案につきまして閣議決定され、国会に提出されているということでございますが、3つ柱がございますが、②のところの四角囲みのところが、この情報を外部送信しようとするときに、利用者へ確認の機会を付与するといったような内容となっております。

ここまでが前提情報でございますが、本日の資料でございますが、9ページのところに、御参考までに該当条文の全文もつけております。それを7ページ、8ページで、大体どのような構造になっているかということについて資料化しておりますので、そちらについて簡単に御説明をさせていただければと思います。

まず、規律の対象でございますが、電気通信事業者または第三号事業を営む者ということになっております。

それで、具体的に※2がございますが、利用者の利益に及ぼす影響が少なくないものとして総務省令で定める電気通信役務を提供する者ということになっております。電気通信事業者として届出・登録している者とともに、第三号事業を営む者についても、御自身が対象になるということをはっきり御理解いただく必要もございます。そのため、対象となる事業者を明確にする観点から、どういった役務が対象になるのかというのを、今後、官民連携して議論した上で、明確に総務省令で定めることによって、事業者にも、また消費者の方々にも、どこが対象になるかというのが分かるようにしていくといったような内容でございます。

また、規律の内容でございますが、こちら通知又は容易に知り得る状態に置く、あるいは同意取得又はオプトアウトのいずれかの措置を取るということでございます。

まず、通知又は容易に知り得る状態でございますが、総務省令で定めるところによりということになっておりまして、送信されることとなる利用者に関する情報の内容と、それから情報の送信先というもの、それから、その他総務省令で定める事項について、あらかじめ利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置かなければならないというふうになっております。利用者へ通知又は容易に知り得る状態に置くというところの具

体的な手法については、1行目の総務省令で定めるところによりということ、今後、御議論も踏まえて検討していくということになります。

それから、次のページでございますが、2つ目の同意取得につきましては、その情報が送信先に送信されることについて利用者が同意しているということでございます。

3つ目のオプトアウトでございますが、こちらについては、利用者の求めに応じて、その利用者に関する情報の送信または利用者に関する情報の利用のいずれかが停止する措置を講じているということでございます。こちらについてはJIAAなどが作成されているガイドラインなども参考にしながら、今後、検討されることになろうかと思っておりますけれども、オプトアウト措置に係る利用者の求めを受け付ける方法、その他の総務省令で定める事項について、利用者が容易に知り得る状態に置いているということございまして、こういった状況が整った上で、利用者がその情報についてオプトアウトの措置の適用を求めているということが求められているということでございます。この条件に該当しない場合には、このオプトアウトの適用になっていないということになろうかと思っております。

それから、措置を取ることを不要とする情報というのが2類型ございます。

1つ目が、利用者が当該電気通信役務を利用する際、送信することが必要な情報ということで、いわゆる必須とされるものでございまして、符号、音響または画像を端末上に適正に表示するために必要な情報で、その他の利用者が電気通信役務を利用する際に送信することが必要なものとして総務省令で定める情報というようになっております。

具体的には、例えば、OS情報とか、画面設定情報とか、言語設定に関する情報というのも1つ考えられるということございまして、こちらについても、また民間事業者、事業者団体や消費者の皆様のお意見を聞きながら、実態を踏まえて決めていくということになろうかと思っております。

最後でございますけれども、この②でございますが、これは具体的には、例えば、First Party Cookieなど、電気通信事業者または第三号事業を営む者が利用者へ送信した識別符号であって、それをまた同じ電気通信事業者または第三号事業を営む者に送信をするといった場合が、この措置を取ることを不要とする情報というふうな形になっております。

こちらの資料の御説明は以上でございます。続いて、資料4について説明をさせていただければと思っております。今後の検討の進め方の案ということでございます。

まず本日、3月16日でございますが、電気通信事業ガイドラインの改正、パブリックコ

メント結果について御報告し、また海外動向について、株式会社野村総合研究所様から御報告いただいたということですが、今後、2022年4月1日に改正電気通信事業ガイドラインが施行されるという予定でございます。これも踏まえまして、4月、5月にかけて、事業者団体、または事業者のモニタリングをしていくということ、それから、利用者情報の取扱に係る技術動向、これは中間取りまとめでもまとめることが必要とされておりましたが、これをまとめていくということ、また、この外部送信の関係も含めまして、ベストプラクティスであるとか、あと事業者団体、事業者からのヒアリングというのをしていくことが必要ではないかということでございます。

先ほど省令で5つ定めることが必要なものがございましたが、そういうことも踏まえまして、ベストプラクティス事例なども参考になるものがあるかと思いますが、外部送信の際に講ずるべき措置についての御議論をこの場で検討を進めていただければと思っております。

こういった御議論を進めていただく上で、本ワーキンググループにおきまして、これは今後、宍戸主査とも御相談の上ですけれども、事業者団体や消費者団体などからも必要がある場合にはオブザーバー参加などをいただくことも含めて、御相談をしていければと思います。

また、6月に向けては、論点の取りまとめ、また第二次とりまとめの案などを御検討を進めていただければと思っております。

事務局からは以上でございます。

【宍戸主査】 小川課長、ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明について、質疑応答、あるいはコメントに移りたいと思います。また、御質問やコメントのある方は、私にチャット欄でお知らせをいただきたいと思っております。

本日の議論を踏まえまして、今後の検討の進め方につきましても御意見等あれば、絶賛受け付け中でございますので、ぜひいただければと思います。

それでは、まず寺田構成員、お願いいたします。

【寺田構成員】 ありがとうございます。1点、非常に気になっているところがありますので、少し意見させていただきたいと思っております。

資料3のページ6です。外部送信の規律の内容について、外部送信の際に、通知又は容易に知り得る状態に置く、あるいは同意を取得、オプトアウトのいずれかの措置を取るこ

とというような形になっているのですが、このうちの通知又は容易に知り得る状態というのは、これは必須にするべきだと思っています。

例えば、ISO/IECの29184、オンラインにおけるプライバシーに関する通知と同意というところでも、まずPIIの収集については、通知はどんな場合でも必須であるとされています。その上で同意が必要な場合は同意を取るという、そのような考え方になっています。どのような場合であっても通知は絶対に必須にするべきで、そうでないと、例えば、同意やオプトアウトでも、よく内容が分からないうちに、それがされてしまうというのは非常によろしくないと思いますので、これ、3つ並列ではなく、通知又は容易に知り得る状態というのは必須であるべきだと思っています。

併せて、規律の内容のところ、通知すべき内容に、どういったものがというだけではなくて、利用目的というのは、ここの中に入っていないので、利用目的というのを必ず通知の中に入れるべきだと思っています。そうでないと、ただ情報を捉えています、これを送信しますというだけでは利用者側で何がされているというのがよく分からないということになります。そのため、この点も必須で、必ずこの中に入れておくべきだと思っています。

私からは以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それでは、続いて、太田構成員、お願いいたします。

【太田構成員】 今、寺田構成員がおっしゃったところと大分かぶっているところはあるのですが、同じく投影いただいているページで、まずは規律の対象として、利用者の利益に及ぼす影響が少なくないものとして総務省令で定める電気通信役務の提供をする者に限るというところなのですが、こちら、小川課長がおっしゃったように、対象を明確にするという意味で、このような記載があるということであり、さらに絞って対象を少なくしていくというものではないということは明確にしていきたいと思っております。

次に、通知又は容易に知り得る状態に置くというところで、もともとの報告書の通知又は公表から少し変わっていると思います。公表というのは、多分、公表しないといけないのですが、容易に知り得る状態に置くというのは、公表していなくても、何か問合せがあった際に、すぐに答えられれば、それで良いというような違いがあったと思っております。そこに対して、気になる方はお問合せしてくださいで終わってしまうということになりかねないなというところを、いかにきちんと有効性のあるように知り得る状態に置く、

又は通知するののかというところを担保する必要があると感じております。

同意を取得、オプトアウト、ここの書き方、3つ並んでいますけれども、多分、条文の書き方的に、同意を取得していたり、オプトアウトの措置を取っていれば、通知又は容易に知り得る状態に置くことをしなくても良いというような書き方になっていると思いますので、多分、素直に読んでしまうと、8ページの同意取得のところは、すごく簡単に書かれていて、その情報が送信先の電気通信設備に送信されることについて利用者が同意しているということだけを記載していれば、通知も知り得る状態にすることもしなくて良いというような書き方で、それがそのまま伝わってしまうと、何か取りあえず同意ボタンを出しておいて、別に説明しなくてもいいやとなってしまうと思います。きちんと総務省令やガイドラインで定めていかななくてはならないと思います。

First Party Cookie等と書かれていますが、これは説明があつたとおり、同じ電気通信事業者又は第三号事業者に送信されるものであって、First Party CookieもGoogleアナリティクスはFirst Party Cookieでトラッキングをしています。それはGoogleにFirst Party Cookieに書かれている値が送信されているので、それは対象にならない。Googleアナリティクスの場合は、こちらが必要なかどうか、①に該当するかどうかというところは、これから議論をする必要があるということで、First Party Cookieを使っているから②に該当するということには伝わらないようにしたいなと考えております。

以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。

それでは、次に、高橋構成員、お願いします。

【高橋構成員】 高橋克巳です。私も同じところに関してコメントさせていただきます。

内容に関しては、今後、議論していくところもあると思いますので、今後、議論のために、少し整理しておきたい点をコメントします。

これ、全体を見ると、やはり情報という単位で様々な規律が書かれようとしているのですが、もはやそれでは苦しくて、結局、データ処理という単位で規律を書いていたほうが良いと思うので、そのような形に表現を倒せるように御検討をお願いできればと思います。

それで、そのデータ処理というのは、結局、本日も何度も出てくるように、情報を何の目的でどのように使うのかと、そういうようなことになるわけです。ですので、例えば、この下に、措置を不要な情報というように書いてありますけれども、措置の要・不要とい

うのは情報単位で決まるわけではなくて、データ処理で決まるということであると思います。それが1点です。

あと、もう一つは、とても細かい話なのですが、この②関連のことで、これはCookieを指しているのか、Cookie IDを指しているのかというのを、少し質問しておきたいと思います。条文案に関しても、識別符号というようにはっきりと書かれてしまっていて、Cookie全体を識別信号と表現できなくもないとは思いますが、少し狭いかと思います。Cookieというのは、識別IDも含めた、様々な情報を放り込める箱のようなものですので、細かいですが、質問したいです。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

次に、石井構成員、お願いいたします。

【石井構成員】 既に寺田構成員、太田構成員、高橋構成員からもコメントあった場所と同じですが、利用者に関する外部送信の規律のところ、(1)・(2)・(3)で、通知又は容易に知り得る状態に置くこと、同意を取得すること、オプトアウト、それぞれに性格が違うものを並べてしまっている面があると私は思っています。この法案は法案として、今回制度の見直しをきちんと行っていただくということを前提として、それぞれの適用の仕方というか、本来的には同意を取ることが望ましいとは思いますが、できるだけ同意を取得する本来筋を維持できるような整理をしておく必要があるのではないかと考えました。

それから、先ほどヨーロッパの規制ですとか、アメリカの規制とか、非常に細かく詳しく御説明いただいたところに関しまして、アメリカも行動ターゲティング広告、それからCookieの規制ですとか、そうしたものにかなり積極的な姿勢が見られるというところも踏まえて、今後、検討を進めていくと良いと思いました。

先ほど、法目的について、山本主査代理や生員構成員から御指摘のあった点ですが、立法目的については、ヨーロッパは人権保障、基本権としてプライバシーを捉えていて、eプライバシー規則案は特別法の位置付けになると思います。アメリカはFTC法第5条を間借りする形で、消費者のプライバシーを保護するという位置付けで今までやってきていますし、カリフォルニア州のプライバシー保護も消費者保護の趣旨で、個人情報の販売を止めるとか、そういったルールが入ってまいりますので、消費者保護と人権保障というのは大分違った性質のものではあるということだと思います。

それを踏まえて、日本がどのような利用者情報を保護し、特に個人のプライバシーとの関係でいかなる趣旨で利用者情報を保護するのか、利用者情報の保護がどのような性質、背景を持った概念であるのかということについて、できれば、本ワーキンググループの中で1回議論してみると良いと思います。

私の個人的な見解としては、消費者保護の領域でプライバシー保護の考え方が発展してきたわけではなくて、憲法学の方で発展してきた議論を踏まえて日本では制度化されていると思いますので、考え方としては、ヨーロッパの人権保障という趣旨になじむ制度になっているはずだと思います。

以上です。

【宍戸主査】 石井構成員、ありがとうございます。

それでは、続いて、生貝構成員、お願いいたします。

【生貝構成員】 ありがとうございます。

外部送信規律に係るところではなくて、先ほど絶賛募集されていた今後の進め方というところに関することになります。

本日の最初のパブリックコメントのところにも係る、少し全体的なところなのですが、これはかねてから少し私自身関心を持っていたところであるのですが、今回、特にACCJ様からパブリックコメントで非常に充実した有意義な御意見を出していただいている、またそれとは別に御説明をいただいていた電気通信事業法との関わりでも、様々御意見をいただいたというように報道等を含めて仄聞しているところでございます。

他方で、私自身、この分野、様々関わっていても、ACCJ様という団体は、まさに本ワーキンググループ及び親会を含めて、非常に重要な事業者である海外のプラットフォームからの御意見という性質が強いのかなというようには想像するのですが、実は正確に理解できていない部分があります。これは今回、御意見を出していないアジアインターネット日本連盟（AICJ）様も同様です。ですので、おそらくこのような検討会の外で様々な形で御覧になっている国民一般からすると、もっとよく分からないのだろうと、何となくアメリカから意見が来ているというくらいに見えるのだろうというように思います。やはり1つは、どういった人たちの間で対話がなされて、こういう立法や、あるいは制度の議論が行われているかが、社会一般に広く伝わるのは、すごく重要ですし、プラス、特に団体様のような組織というのは、官民の共同規制を進めていく上でも非常に重要なパートナーという位置付けも有するわけでございます。

個人的に、まさに御意見を出していただいている団体様が、自主規制的なことを行う組織なのかどうかというところも、きちんと理解できていない部分があるのですが、そういった中で、まさしく今までのモニタリング等でも、個社様から御出席いただいて、非常に有意義なインプットを頂戴しているところがございますが、まさに非常に積極的に、この分野に対する意見を出していただいている、そういった団体様からの御意見をいただいて、こういった性質の、こういったお立場で、議論に御参画いただいているのかということも少し御説明いただく機会をいただいても良いのではないかと思います。

少し別の論点のコメントになりますが、以上です。ありがとうございます。

【宋戸主査】 ありがとうございます。

それでは、次に、森構成員、お願いいたします。

【森構成員】 既に先生方からの的確に様々な御意見いただいたところでして、今の生員構成員の団体の、依って立つところがどうなのかということも、確かに一度御説明いただいた方が良くと思いますし、特に今回、プラットフォームサービスに関する研究会から電気通信事業ガバナンス検討会にお渡しする形で、外部送信についての法改正というのは進んだわけですが、その中で、政策決定や立法手続における、ここでどのような法律改正をするのかということを決めていく過程のプロセスの適切さといったことも議論になり、また、マスメディア等で取り上げられたところではなかったかと思しますので、そういった政策決定過程の適正さといったことについての目配りもしつつ、お進めいただければと思います。

それから、これまた既出でございますが、寺田構成員、太田構成員の御指摘の点、全くごもっともと思っております、条文上、確かに「通知し、又は容易に知り得る状態にする。ただし、同意がある場合、オプトアウトは除く」というように第27条の12はなっておりますけれども、ここはここで、同意とはこのような意味であり、オプトアウトとは、こういうことが前提であるという形で、あらかじめ情報をしっかり利用者に見てもらおう状態にしておくことは可能だと思いますので、それはぜひやるべきだと思います。

次に、このページで、1つは一番上の規律の対象のところの※2なのですが、電気通信事業者又は第三号事業者で、そのうち利用者の利益に及ぼす影響が少なくないものとして、省令で定める電気通信役務を提供する者に限るということで、※2でホワイトリストになっております。しかし、これに関しては、もともと電気通信事業者又は第三号事業者を営む者という、そもそもの規律の対象に対して、本当にそれだけでいいのかと、本当は全ウ

ウェブサイトなのではないかと、私も実はそういう意見ですけれども、そういう御意見もかなりあったところですので、それほど限定的に考えることなく、ここではホワイトリストになっていますが、不必要に限定しない。例えば、利用者数でということにいけるのかといいますと、利用者数は少なかったとしても、非常に機微な情報を取り扱っているウェブサイトの閲覧履歴であるというようなこともありますので、そこは柔軟に、あまり制限しない方向でしていくべきではないかと思っております。

それから、もう一つ、この規律の内容のところですが、通知又は容易に知り得る、同意、オプトアウトと並んでおりまして、この場合はこう、例えば、この場合には、必ず同意を取りなさいというようなことは、条文上できないわけですが、やはり同意を取る必要が高い場合、通知だけで良い場合というのはあると思っておりますので、そういったことも、先ほど小川課長からベストプラクティスのお話もありましたけれども、何らかの形で示していければ良いのではないかと思います。

以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。

それでは、佐藤構成員、お願いいたします。

【佐藤構成員】 佐藤でございます。もう既に皆さんおっしゃられたことと大分重なるところなのですが、3点ほど申し上げます。

まず、石井構成員の御指摘と関わるのですが、こういう話となると、例えば、どんな行為に対してどのような規制をするのかという、そういう比較的各論的な議論になるのですが、省令とはいえ、やはり消費者に対して、業者に対して基本的な考え方といいたしめようか、そもそもこういうことが求められるということを明確にしておくことが、単に省令をつくって制度をつくったという、その先、それをどう啓蒙するかというところにも影響してきますので、やはり個々の省令というよりは、広い議論が必要だろうということが、まず1点目です。

それから2点目は、外部送信に関してです。高橋構成員が既におっしゃられましたけれども、外部送信をする情報というものも実はいろいろあり得て、例えば、サービスそのものに、それを実現する上で必要な情報を必要なところに送信する場合もあるし、そうでないケース、例えば、広告のために情報を送信するようなケースもあって、その辺りは分けられるような形の制度設計、もしできればその方が良いと思います。その辺も含めて、皆さん、御議論いただければと思います。

あと、同様に情報の種別に関して言うと、先ほど南島様から色々と御説明がありましたけれども、海外、特にアメリカですと、未成年者の情報に関しては非常に厳しく扱っていたり、また、ヨーロッパですと、いわゆる要配慮情報に関して非常に厳格な規定を置いていたりしますので、そうした情報の種別も今後いろいろ議論していただいて、省令は対象だけでなく、今後の利用者情報全体に係るようなところも含めた形で議論ができれば幸いかと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それでは、特に高橋構成員からCookieの問題について御質問もありましたし、それ以外にも、事務局から今の時点で何かリプライがあればお願いいたします。

【小川消費者行政第二課長】 消費者行政第二課、小川でございます。先生方から非常に貴重な御意見をたくさん賜りまして、ありがとうございます。たくさんいただいているところでございますが、まず順番に可能な範囲でということ、まず、通知又は容易に知り得る状態と同意取得とオプトアウトということでございますが、同意取得を有効に取る、またオプトアウトを適切に行うためには、当然のことながら、きちんとした説明が必要だと思われまので、それは前提とした上でということと考えております。

その他については、オプトアウトのところは省令もございまして、それ以外も、省令、ガイドラインなどを含めて、また御議論をいただく形かと思っております。

それからあと、寺田構成員から、利用目的が、その通知すべき内容に必要ではないかと御指摘いただき、こちらは確かにごもつともございまして、7ページの(1)の③のところの、その他訟務省令で定める事項とございますので、そこにどういったものを定めるのかということ、今後、議論の中に対象としていくものなのかなと思っております。

それから、太田構成員から、規律の対象については、規律対象を明確化するというのが、まず趣旨ということでございます。

森構成員からも、利用者数ということで御指摘いただいておりますけれども、こちら利用者数というのは、スタートアップなどは除外するというような議論もございましたが、具体的には、どのような形が適切かというのは、今後、議論をいただければと思っております。

それから、通知又は容易に知り得る状態のところの容易に知り得る状態というのが、電話で問合せしたらとか、この場合に含まれるのかということ、それではなかなか利用者の確

認の機会にならないのではないかと御指摘はそのとおりかと思われまので、この場合の通知又は容易に知り得る状態というのが、こういった形で分かりやすいものになるのかというのは、今後、いろんな御議論いただきながら明確化していくということかと思っております。

それから、First Party Cookieのところの御指摘は、そのとおりでございます。

それから、高橋構成員からでございますが、利用目的は先ほどコメントしたとおりでございますが、CookieかCookie IDかということでございますが、これは基本的に、もう情報に書かれておりますので、基本的には識別符号ということに該当するかどうかというところで判断するわけでございますけれども、同じ識別符号としても使われている、そこに着目して、Cookieということで見るとということかと思っております。

それから、石井構成員からは、非常に重要な御指摘をいただいたところでございます。人権保障という観点というのは非常に重要で、そういった形でも、いろんな御議論を積み重ねてきていただいていると考えておりますけれども、こちらについても、今後も御議論いただきながらと思っております。

それから、生貝構成員から、このような団体からの御意見もいただいております。ということで、これは非常に重要な点でございますが、官民協働のガバナンスという点からも、こういった御議論、いろいろ貴重な御意見をいただいている団体から、また直接御意見をいただく機会というのも、本ワーキンググループにおいても重要かと思っておりますので、今後、4月以降、ヒアリングというところに、事業者団体からのヒアリングというのも、日程として、御相談をしていければと思っておりますのでございます。

それから、重複してしまい恐縮ですが、基本的に同意の取り方やオプトアウトの形について、制度全体として、ベストプラクティスをできる限り、いろいろとお伺いした上でお示しをしていくということで、参照いただけるような形になると一番良いのではないかなと考えているところでございます。

佐藤構成員からですけれども、省令とはいえ、幅広い議論が必要というのは全く御指摘のとおりでございますが、それから未成年の関係については貴重な御指摘をいただきまして、論点として捉えていきたいと思っております。

外部送信するときに必要なものというのは、先ほどの資料の8ページのところでございますが、まさに措置を取ることを不要とする情報ということで、①が、利用者が当該電気通信役務を利用する際に送信することが必要な情報ということで、この範囲に、どこま

で物に含まれるのかというのは、まさに重要な論点として御議論いただければと思っております。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

全体として、今現在の国会で御審議いただく改正法案の5つの省令事項だけでなく、情報送信指令通信、それからその核となる識別符号の概念、それから同意の在り方等について、この場で引き続き議論をしていく。

その際には、石井構成員からも御指摘ありましたけれども、利用者保護の目的は、ある種、複合的な部分もあろうかと思えますけれども、それを踏まえた議論を行い、また、その観点から見たときの、この法の求める枠内でのベストプラクティスが、どういうところにあるべきなのかということも含めて、引き続き民間事業者の方々の御意見などを丁寧にお伺いしながら、議論させていただければと私としても思っているところでございます。

本日も、非常に精力的な御議論をいただきまして、ありがとうございます。

事務局より何か連絡事項があれば、お願いしたいと思います。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局です。本日もたくさんの御意見等いただきまして、ありがとうございました。

前半に宍戸主査よりありましたとおり、電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン及びその解説の改正案については、速やかに準備の上、事務局において公布手続などを行ってまいります。

次回会合につきましては、また事務局から御案内させていただきます。

事務局からは以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

これにて本日の議事は全て終了となります。以上で、プラットフォームサービスに関する研究会プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループの第10回会合を終了とさせていただきます。皆様、お忙しい中、御出席いただきありがとうございました。これにて散会といたします。