

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21回)

令和4年12月2日

【宋戸主査】 おそろいではないようではありますが、定刻でございますので、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21回会合を開催いたします。

本日も皆様お忙しいところお集まりいただき、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の丸山です。ウェブ開催に関する注意事項を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いております。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いておりますので、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、映像もオフにさせていただき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。こ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をいただければ、対応させていただきます。

本日の資料につきましては、本体資料が資料1から資料8まで、参考資料が1から3までとなります。

参考資料1について少し触れさせていただきます。外部送信規律に係る総務省令等についてということで、電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令案のうち、外部送信規律に係るものも含めましてパブリックコメントにかけた上で、先月11月25日に別添1のとおり公表しております。これはパブコメからの見え消し版になっております。また、パブリックコメントの際に提出された外部送信規律に係る意見に対する総務省の考え方についても、別添2のとおりお付けしております。省令案については現在、公布に向けた手続をしているところです。

なお、外部送信規律に係る省令案は第3号事業に係るものですが、こちらについては経済産業省等の関係省庁との協議を経たものでございます。

また、電気通信事業法の一部を改正する法律附則第6条に基づく3年後の見直し等までの間も、外部送信規律に係るこの法律の運用、具体的には省令改正や業務改善命令になりますが、こちらに当たっては、総務省は経済産業省等と事前の協議を行い、必要な措置を講じてまいることとしております。

注意事項は以上となります。

本日、佐藤構成員、新保構成員、古谷構成員は御欠席となります。また、山本主査代理は11時頃までの御参加となります。

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、事務局より利用者に関する情報の外部送信に関するガイドラインの解説の修正案について御説明をいただき、質疑応答を行います。

続きまして、このガイドライン解説案につきまして、事業者ヒアリングといたしまして関係団体の皆様からお話をいただきます。具体的に申しますと、まず主婦連合会様、次に日本経済団体連合会様、在日米国商工会議所様、日本インタラクティブ広告協会様、日本スマートフォンセキュリティ協会様、モバイル・コンテンツ・フォーラム様、MyDataJapan様、電気通信事業者協会様の順で御意見をいただき、まとめて質疑応答を行います。最後に全体を通した意見交換を行うこととさせていただきます。

それではまず、事務局より資料1に基づいて御説明の方をお願いいたします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局です。資料1に基づきまして、外部送信規律に係るガイドラインの解説案につきまして御説明させていただきます。前回の会合にお

いて、事務局の第1案をお示ししておりますが、そのときの御議論、またその後の検討において修正をしております。主な修正点を黄色の網かけのとおりお示しておりますので、こちらを中心に御説明をさせていただきます。

まず、2ページ目になります。真ん中の辺り、なお書きのところで、委託先との関係について記載しておりますが、米印の3ということで説明を加えております。この解説案を挿入しようとしております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中には、個人情報保護法の関係で第三者に該当しない場合という項目がありますが、今回の外部送信規律への適用はございませんので、委託先である第三者に対して利用者に関する情報が送信される場合であっても、外部送信規律に従い確認の機会を付与する必要があると記載しております。

続いて、用語の説明の、情報送信指令通信のところになります。こちらについては、技術的な観点も踏まえまして正確に記載するように努めております。利用者に関する情報を端末設備から外部に送信させ収集するための仕組みを実現するコード等の情報の送信が含まれるということで、まず、米印の1として、この規律は外部送信規律と言ってきておりますが、外部といっても第三者に限られず、利用者以外のことを示すため、電気通信役務を提供する電気通信事業者及び第三者が該当するというで補足しております。

コード等の情報の送信ということで、米印の2と米印の3で、ウェブサイトの場合とアプリケーションの場合と両方、補足説明を加えております。

続いて3ページの下の方、(4)利用者以外の電気通信設備のところですが、記載の順番として、まずは第三者のサーバーだけでなく、電気通信役務を提供する電気通信事業者のサーバーも含まれるという順番の書きぶりにしております。

続いて3ページの下から、対象役務の関係になります。4ページのところですが、全体を通じて考え方を明確にするようにという御意見をいただいておりますので、4ページの(2)のところで、SNS等が該当する役務になりますが、その書きぶりを追加しております。

また、4ページの下の方で、この類型に該当するメインとして、シェアリングサービス、マッチングサービスも含まれますので、これを明記するとともに、オンラインショッピングモールのところに米印をつけまして、5ページに行きますが、補足説明を加えております。

続いて5ページの(3)になりますが、検索サービスの関係になります。もともと全

でのウェブページを対象とするという書きぶりにしていましたが、これは通常の方法により閲覧ができるものに限られますので、違法性のため閲覧が制限されているページや特殊なソフトなどを使用しないとアクセスできないようなページは含まれないことを、そこに記載しております。

(4) のところ、5ページからの6ページにかけてですが、各種情報のオンライン提供サービスなどを説明しているページになりますが、こちらも「他方で」から始まるところで、本来業務の遂行手段の範囲を超えて、独立した事業としてオンラインサービスを提供している場合には、このサービスが電気通信事業に該当する可能性もあることと、金融事業者の場合についての説明書きを加えております。

なお、こういった形で考え方の説明を加えておりますが、個別具体的なサービスの該当性などについては、今後、FAQなどで御質問などいただきながら明らかにしていきたいと考えております。

続きまして7ページから、通知又は容易に知り得る状態に置く方法になります。8ページのところの、通知等を行う場合ですが、これについては、次の1から3までの全てを満たす方法により、情報送信指令通信を行おうとするときに継続的に行うことが必要であるとしています。もともと通知等を行うべき事項に変更が生じた場合には、変更の内容に基づいて改めて通知等を行うことが望ましいとしておりましたが、変更があった場合には改めて通知をしていただく必要もありますので、通知等のタイミングについては継続的に行うことが必要であるという形にしております。

続きまして、真ん中辺りの記載例のところになります。こちらについては、タグという用語を使うべきではない、あえて使うべきだ、それから、もともとカスタマイズといった言葉を使っていたが、そういう言葉も専門的ではないかというような、いろいろな御意見をいただきました。こうしなければいけないということは特になく考えておりますので、タグを使う例、それからタグを使わないで説明する例なども踏まえて、記載例を一つ加えながら記載ぶりを変更しております。あくまでも一例ということで記載をしているものです。

また、8ページ一番下のところ、米印の2ですが、専門用語かどうか等の判断基準に当たっては、アンケートを行ったり、外部の有識者の意見を踏まえたりすることなどが考えられることを記載しております。

続きまして9ページのところになります。これら通知などを記載する場所の関係です

が、プライバシーポリシーやクッキーポリシー等が既にある場合には、その中にも記載することが考えられると、もともと記載しておりましたが、その方法については、タイトルや見出し等に明記しておくとともに、一括して確認できるように工夫することが望ましいとしています。

それを反映する記載例を9ページから10ページに記載しております。あくまでも一例としてお示ししております。

続きまして10ページの、通知の場合に特に求められる事項になります。ポップアップなどの場合ですが、ポップアップの画面に一部を表示する場合には、残部を別に表示する場合がありますので、それを補足的に加えております。残部に到達する遷移の程度については1回程度が考えられるということで記載しております。

続きまして10ページから11ページにかけてですが、プライバシーに関する通知等に関する国際標準規格に基づくJIS規格化の取組がされており、現在パブリックコメント中と聞いております。こちらについては外部送信規律の対応に当たっても参考となり得ますので、その旨、記載しております。

続いて11ページの、容易に知り得る状態に置く場合に特に求められる事項になります。中ほどで、容易に到達できるウェブページについては、もともと遷移先のことを書いておりましたが、遷移先に到達できる具合については1回程度の操作ということを示しております。

続きまして13ページになります。通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項の関係で、まず1つ目、送る情報の内容の関係になります。主旨は特に変更しておりませんが、「等」や「その他」の使い具合の関係で補足的に説明しております。送信される情報を具体的に列挙することなく、「等」や「その他」のあいまいな表現を安易に使用することは避けるという主旨でして、ある程度の情報が具体的に列挙されているのであれば、「等」や「その他」は使っていただいて問題ないと考えているものです。

13ページの(3)、情報の利用目的の関係になります。一番下のところですが、「情報送信指令通信ごとに」としておまして、これについては、タグや情報収集モジュールごとに記載する必要があるということで、情報送信指令通信が行われるたびに通知等をする必要はないとしておりました。具体的にはウェブサイト単位でまとめて表示していただければ良いということで、ウェブページごとに通知等を行わなければならないということではないことを補足的に記載しております。

14ページの「また、」からの段落のところ、プライバシーポリシーなどのリンクを示す場合について記載しております。また、リンク先のことについては、概略を送信元の方で示していただきたいと考えておりますが、その際には、通知又は容易に知り得る状態に置く際に共通して求められる事項（1）についても満たすことが必要であるとしております。その下に書いてある記載例は、先ほど御紹介したものと同一ものになります。

14ページ、一番下のところ、通知等を行うことが望ましい事項ということで、15ページのところで幾つか御紹介しておりますが、そこに米印を追加しております。利用者に関する情報が、外国の関係でどこに送信されることとなるかといった情報を通知等いただくことも考えられますので、そういったことで米印に書いております。

続きまして16ページから、適用除外の関係になります。17ページから18ページにかけて、真に必要な情報への該当性ということで、表の記載ぶりの見直しなどを行っております。米印の1でマルがついているものについては、その目的で送信される場合に限り、真に必要な情報に該当するものという大前提を記載しているほか、各利用目的について、それぞれ米印で、その内容について補足説明をしております。

続きまして19ページの（4）のところ、セキュリティ対策の関係になりますが、もともとサービス提供者のセキュリティ対策に限られるという形になっておりましたが、当該電気通信役務のセキュリティ対策に限ると修正をしております。

続きまして19ページから20ページのところになりまして、4-1-2のFirst Party CookieのIDの関係になります。こちらについては内容は変更しておりませんが、考え方についてより明確に記載するように努めております。

米印の1のところ、法律上で適用除外になっているのはあくまでもFirst Party Cookieに保存されたIDであって、それ以外の情報の送信に関しては、外部送信規律の原則どおり、利用者に通知等を行うことが必要であるとしております。

また、米印の2にありますとおり、First Party Cookieに保存されたIDを利用して、サービス提供者以外の第三者に利用者に関する情報を送信することもあり得ますが、この場合も適用除外になるわけではなく、当規律の原則どおり、利用者に通知等を行うことを要することを示しております。

続きまして21ページから、利用者が同意している情報になります。同意取得の方法などに当たっても義務付けるべきであるという御意見をいただいておりますが、考え方という観点では、必要であるという表現に修正しております。2段落目の「ただし、」から始ま

るところですが、同意取得に当たっては、利用者に適切な通知等を行い、かつ適切な方法で同意を取得することが必要であるとしています。補足の米印1は、通知等のところと同じです。米印の2も、先ほど申し上げた同様のJIS規格の関係になります。

4-2-1、同意取得に当たっての利用者への通知等のところで、これも考え方は同様ですが、同意の対象となる情報の内容及び情報の送信先等については、利用者が容易かつ適時に確認できることが必要であるとしています。一方で、利用者に対し、通知又は容易に知り得る状態に置く方法に記載する通知等を行うべき方法により、通知等を行うべき事項に記載する通知等を行うべき事項について、通知等を行うことについては望ましいという記載にとどめております。

22ページですが、望ましい同意取得の方法について、同意の取得によって適切な確認の機会を設けるためには、利用者の具体的かつ能動的な同意を取得することが必要であるところは修正しております。また、その方法の例示の関係ですが、デフォルト・オンなどのことを書いておりましたが、それが認められるような記載ぶりにも取られかねませんので、同意するためのチェックボックス等をあらかじめ空欄にしておく方法等が考えられると修正しております。

続きまして23ページから、オプトアウトの関係になります。24ページの(3)で、オプトアウトに係る利用者の求めを受け付ける方法になります。事例1ですが、メールの送信としておりましたが、ここはボタンのクリックやタップと修正しております。

また、事例1、2、3、4、順不同になりますが、4つ目としてリンクの表示というのも加えております。米印の3で補足説明をしておりますが、ほかの事業者のウェブサイトなどにおいてオプトアウト措置を設けている場合には、当該ウェブへのリンクを表示することも可能であるとしております。また、そういったリンクを表示する場合には、該当ページが英語などの場合については、リンクを表示するだけでなく、リンク先の具体的な操作方法を併せて日本語で表示することが必要であるとしております。

また、25ページの(4)、オプトアウト措置の適用を求めた場合に、サービス提供の制限などがある場合は、それを書いていただくことになっておりますが、もともと関心に合致した広告の掲載がされなくなるといったことを書いておりましたが、それは削除しております。

最後ですが、25ページの一番下、オプトアウト措置に関して利用者が容易に知り得る状態に置く方法について、これは望ましいということを書いておりますが、その際、オプト

アウト措置の申込みについては、利用者において誤解等が生じることのないように留意する必要があることと、オプトアウトを新たに設置したり変更があったりした場合は、最新の内容について十分周知することが望ましいことを記載しております。

御説明は以上となります。御議論よろしくお願ひいたします。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、ただいまの御説明につきまして、質問やコメント等はございますか。若干時間は限られておりますが、あればいただきたいと思ひます。どうぞよろしくお願ひいたします。また、チャット欄や「手を挙げる」などで私にお知らせいただければと思ひます。

太田構成員、お願ひします。

【太田構成員】 ありがとうございます。まず、いろいろと前回の会議で指摘された点が反映されておりましたので、御対応ありがとうございます。

大きく2点ありますが、まず、8ページの記載例についてですが、根本的にこの記載例の書き方について意見がありまして、まず、この記載例は、要するに記載の例だけ載っていて、送信先で何を目的としてやっているときにこういう記載例が良いですよという事例として書いていないと。この書き方だと、広告の最適化だけをやっている、A社は情報の収集・分析だけをやっている事例のときの記載例だと思っており、ただ、現実、特にA社で情報の収集と分析だけをしていることはあまり考えにくいなと考えておまして、もう少し実態に即した事例と、実態に即した記載例が必要ではないかなと思っております。

また、送信元の利用目的として、ここでは広告配信の最適化ということだけが目的になっておりますが、これだと足りないのではないかなと思っておりまして、例えば最適化をどのようにするのでしようかというところを書く必要があるのかなと思っております。例えば行動ターゲティング広告であれば、行動を収集して、その行動を分析した上で、あなたに合わせた広告を配信しますというようなことは、提供元の利用目的側に係ると思うのですが、そういったいろいろな情報の収集の方法や配信の方法などがある中で、全てを包含して広告配信の最適化と書かれてしまうと、あまり提供元の利用目的というところが明確に説明できていないのではないかなと考えております。ですので、提案としては、きちんと事例ですね。例えばGDPRでも、ガイドラインには、何かオンラインショップをやっている会社がこういうことをやっていた、そのときに必要なのはこういう例ですのようなものを結構詳しく書いていたり、最近ブラジルでCookieと個人情報のガイドラインも出ましたが、そこにもきちんとそういう具体例プラス記載例のような形で書いてあるので、

そういう書き方が良いのではないかなと思います。

長くなって申し訳ないのですが、次、14ページのところで、プライバシーポリシーのリンクについてです。送信先のプライバシーポリシーのリンクを示すときに、英語の場合はきちんと日本語の概要を書きましょうというのがあるのですが、ただ共通事項として求められているのは、日本語で専門用語を使わずに容易に分かるということです。どう書いてあったか忘れましたが、共通事項では専門用語を使わずに簡単にきちんと分かるようにしなさいということが書いてあるので、例えばプライバシーポリシーのリンク先が日本語ではあるのですが、専門用語がたくさん使われていて分かりにくい場合や、すごく長い文章の中の一部にほんの少し書いてあって、それがどこに書いているかよく分からない場合や、そういう状況の場合はそもそもこの要件を満たしていないと思います。したがって、英語のときは日本語を書きなさいではなくて、リンク先が日本語を用いて専門用語を避けて平易な表現を用いている場合であれば良いのだが、そうではない場合は、日本語であってもきちんと概略を示すことが必要なのではないかと考えております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。次に高橋構成員、お願いいたします。

【高橋構成員】 17ページに載っている電気通信役務の提供のために真に必要な情報の表について、補足説明を加えていただいて、誠にありがとうございました。ただし、これも説明が、先ほど太田構成員の話の前半と似たような感じで、コンテキストが正確に伝わらない懸念があるので、やはり、できればマル・バツ表でなくて、文章で説明された方が良いでしょうと思います。

特に、例えばビデオ・楽曲等のストリーミングというのはマルですが、外部のストリーミングを使うようなケースも多いので、一概にマルとは言えない。あるいはアクセス解析というのは、これはバツとなっていて、アクセス解析を外に飛ばすのは今回の記述上バツだと思うのですが、自社でアクセス解析をするのは、これは真にかどうか分からないですが、必要な情報とも思われるので、一概にマル・バツでは表現できないし、思考停止、誤解を招きかねないので、文章で表現されてはいかがでしょうか。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 細かいところを直していただいて、非常にありがたいと思っています。私の方からは2点、3ページの(3)のところ、定義のところですが、もう少し包括的に

書けないかなと思っています。というのが、ここに書かれているもの以外に、例えばOSや端末能力、こういったものも含まれますし、写真やダウンロードしたアプリの情報など、そういったものも当然含まれるものだと思いますので、もう少し書き加えるか、あるいは包括的に端末の中にある部分という形で書き下した方が良いのではないかなと思っています。

もう1点が、8ページのところです。ここで、あまり勘違いすることはないと思うのですが、継続的という言葉方をしてしまうと、何かずっと毎回のように入れかかれないので、ここは少し丁寧に説明していただいた方が良いのではないかなと思っています。

私の方からは以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それではMCF岸原オブザーバー、お願いします。

【岸原オブザーバー】 1点だけコメントというか、感想的なところですが、9ページのところで、プライバシーポリシーに括弧で、情報の外部送信に関する内容を含むという形で、見出しを含めて注意書きを記載するのが望ましい例という形で載っているのですが、今回は情報の外部送信に関するのが大きなテーマなので、現段階では望ましいかもしれないのですが、プライバシーポリシーに書いてあることはこれだけではなくて、ほかのことも重要でもありますし、あとは、将来的にこれで最終的にはもう確定ということではなくて、新たな状況が起きてくればどんどんいろいろなものがテーマで挙がってくることを考えると、これ自体が望ましいのかなと。記載の仕方がすごく何かニュースヘッドライン的な形になるので、新しいテーマが出たら、今度は括弧書きをまた外すのかというところもあるので、記載例としてこれを記載すること自体が望ましいかどうか疑問がありますということです。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。あとはチャット欄で板倉構成員から、2ページの注3について、「委託先である第三者に対して利用者に関する情報が送信される場合であっても、本規律に従い確認の機会を付与する必要がある」のところは、「取扱いの委託に伴って委託先の第三者に対して利用者に関する情報が送信される場合であっても、本規律に従い、確認の機会を付与する必要がある」とされてはどうかと思いますというコメントをいただいております。

事務局から、今までいただいた御指摘等について何かございますか。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 コメントいただきまして、ありがとうございます。いただいた点を踏まえて、修正等については検討させていただければと思います。あ

りがとうございました。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

それでは、時間が本日はビジーでございますので、先に進ませてもらいたと思います。事業者様等、団体のヒアリングに移りたいと思います。

まずは資料2によりまして、主婦連合会木村オブザーバーより御説明の方をお願いいたします。

【木村オブザーバー】 主婦連合会、木村でございます。本日はこのような機会をいただきまして、ありがとうございます。利用者の立場ということで説明をさせていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

では、おめくりください。まず、通知又は容易に知り得る状態に置く方法の記載についてということですが、初めてのケースですと、必ず通知を確認しなければならない場合がありますよね。そういうときにポップアップ形式で強制的に見えるようにということをお願いしたいと思います。

もう一つは、トップページから簡単に知り得るように、分かりやすいトップページの中で「ここですよ」と表現していただきたいですし、確認するときにはポップアップでないかもしれませんが、トップページに分かりやすい表現でリンクがあるようにしていただきたいと思います。と申しますのは、最初に許可しても、後から変更したいことがあったり、後でどういうことだったのかと確認したいことがあるので、利用者から分かりにくい場所にあたりするのではなくて、現状、いろいろ見てみましたが、現段階では分かりにくい場所にあたりする場合や、表現が分かりにくい場合がございますので、そこは今後配慮いただきたいと思います。

次、お願いいたします。通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項についてですが、これは先ほどのガイドラインの解説案にもございましたとおり、このようにありますが、ただ、私ども利用者から考えたときに、利用者がどのような情報がどこに外部送信されているのかということを確認できて、そのサイトを利用することを選択できることが必要だと考えております。

次、お願いいたします。実際の記載内容ですが、ガイドラインの解説案の15ページにありまして、こちらの方を拝見した時に、あくまでも一例だとは思いますが、誤解を招くのかなという感じを受けましたので、それを基に説明させていただきます。

まず、送信情報の内容というところで、先ほど申し上げましたとおり、送信される情報

について、利用者が分かるように全て明確に記載していただきたいと思います。15ページの方では、利用者の履歴に関わる情報、閲覧したURL履歴だけ書いてありましたが、そうになるとガイドラインの解説案を見た事業者の方が誤解されるといけませんので、ここもきちんと利用者を特定するための情報、例えば氏名や各種アドレスや電話番号などですね。それからもう一つは、利用者の利用に関わる情報というところで、閲覧したURL履歴やショッピング履歴や位置情報などになると思うのですが、そうしたことをきちんと明確に書いていただきたいと思います。そして、あとは送信先において取り扱うこととなるものの情報、そして情報の利用目的ですね。こちらはガイドラインの解説案に書いてあるとおりです。これはあくまでも一例だと考えております。そしてその他として、同意やオプトアウトの機会の有無や問合せ先について、これは書くことが望ましいということですが、ここはきちんと利用者としては書いていただきたいと希望いたします。

次、お願いいたします。通知又は容易に知り得る情報に置く方法に関して、文字の色の使い方を含め、利用者の認識や理解につながる事例ということで、こちらのほうはきちんと利用者が見えないといけませんので、背景と文字のコントラストはカラーユニバーサルデザインを取り入れた視認性の高い文字色と背景であるべきだと思います。また、文字は拡大しなくても見やすい大きさであること、そして読みやすいフォント、こちらの方もフォントによっては見にくいものがございますので、ユニバーサルデザインフォントなどを利用することが望ましいと思います。

また、文章ですが、読み上げソフトやスクリーンリーダーをお使いになる方もいらっしゃるので、読み込めるように配慮していただきたいと思います。そして、画面のスクロールを行うことなく、できるだけ全体を表示すること、又は分かりやすい階層化をしていただきたいと思います。そして、日本語として誰もが容易に理解できる表現でお願いいたします。と申しますのは、私たちは普段使っている言葉なので分かっているつもりになっているのですが、一般の方はなかなか、今でも片仮名言葉は困るなど、専門用語が分かりにくいということを私どもの方にもいただきますので、ぜひお願いしたいと思います。

次、お願いいたします。この関係ですが、当該電気通信役務の提供のために真に必要な情報の事例ということで、一例としまして、オプトアウトとはどういうことなのかを具体的に説明していただきたいなと思います。と申しますのは、画面にオプトアウトと出てきても、さて何のことだろうと分からない方がいまだに多いです。分かっている方も何かあいまいに理解していることもありますので、利用者というのは、アプリケーションなどを利

用したいときは、もう利用したいという気持ちが先立ってしまって、ほとんど考えないで同意することが多いと考えられます。そのため、外部送信によってどのような情報が送られてどのように利用されるかということが、なかなか理解するまでもなくオーケーと押ししてしまうと思うんですね。そういうことをなるべく避けるために、きちんと理解できるようにすることが必要だと考えております。

次、お願いいたします。オプトアウト措置の提供に関して利用者が容易に知る得る状態に置くべき事項というところで、先ほどと重なりますが、オプトアウトとはどういうことなのかを具体的に説明していただきたいと思います。ただ、こちらの場合は、いろいろなことを説明すると画面がいっぱいになってしまいますので、例えばリンクしていただくことも考えられると思います。また、オプトアウト措置によってどのような情報が送信されるのかということもきちんと明確に書いていただきたいこと、そして利用目的もきちんと示していただきたいです。また、オプトアウト措置を行うことによってどのような利用制限が起こるのかということも明確に伝えていただきたいと思います。また、オプトアウトをどのようにすれば良いのか、先ほどガイドライン案の解説のときに事務局から説明がありますが、4つほど方法がありましたが、どのような方法があるのかということ、そしてもう一つは、問合せ先をきちんと記述していただきたいと思います。

私どもは利用者ですが、デジタル社会の推進に当たっては、外部送信する情報を明示することは本当に必要だと思っております。これまでである意味グレーだったと思うのですが、利用者の何の情報がどこに送信されるかについてこのガイドラインを遵守することで、利用者と事業者の信頼関係を築くことが重要だと考えております。そして、これは国際的な動きにもきちんと準じていくことだと思っております。あともう一つは、様々な利用者がいらっしゃいますので、先ほど申しあげましたけれども、画面を見やすいということや言葉が分かりやすいことの配慮も必要だと思っております。新たな状況や、また、このガイドライン案を実施して不都合や不具合があることもあると思いますので、それは随時検討していくことが必要であると私は考えております。

以上のことをまとめますと、利用者に関する情報の外部送信に関しては、徹底した透明性や分かりやすさ、そして不正利用を防ぐセキュリティ管理、そしてもう一つ、利用者による選択の機会の提供が求められます。安心安全な暮らしを守るために通信を利用していきたいと思っておりますので、どうぞよろしくをお願いいたします。以上です。

【宍戸主査】 木村様、ありがとうございました。それでは続きまして、日本経済団体

連合会若目田オブザーバーより、資料3に基づいて御説明の方をお願いいたします。

【若目田オブザーバー】 経団連データ戦略ワーキンググループ主査の若目田でございます。本日は説明の機会をいただき、ありがとうございます。本日は私以外に、実務に詳しいワーキンググループの中井委員も質疑等の対応で参加をさせていただいております。

ページをおめくりください。御存じのとおり、経団連にはキャリア様のような立場や、もしくはその上で情報提供などを行うサービス事業者、さらには海外の大手プラットフォーム事業者など様々な規模・立場の事業者がおりますので、今回議論される外部送信規律に関しても様々な意見がございます。こうした意見を取りまとめる立場として御説明をさせていただきたいと思っております。

まず、総じてお願いしたいスタンスとしては、記述の具体化も必要ですが、利用者の不安・ニーズを把握した上で、事業活動のバランスをとる観点から、今後の様々なアクションに向けて実効性を高めるガイドラインとしていただくことが重要だと考えております。

今回この場に臨むに際し、総務省の協力を得て、会員企業向けのガイドライン解説案の説明会を開催し、好事例等を募ってまいりました。加えて、それぞれの立場を代表する事業者と個別の意見交換を行った結果として確認できた状況につき、何点かお伝えしたいと思っております。

まず1点目ですが、今回の規律の対象役務に該当するか否かに関わらず、利用目的の明確化やオプトアウトの動線の提示等を行う企業、さらには同意管理ツールなどを採用し、ダイナミックに対応できるようにしている企業が増えていることが確認できました。そこでは、JIAAのガイドラインを参考にしている、という声もありました。

また、ポリシー策定に加えて、プライバシー関連手続をユーザー様が容易に理解していただくためのコンテンツ、プライバシーセンターやポータルなどのコンテンツを作って、各社のサービスに応じた創意工夫を行うケースも増えていると理解しています。これに関しましては、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調査等でも、ベストプラクティスとして我々のワーキンググループの企業をご紹介いただいたと承知しております。

こうした取組に対する認知も進みつつあることから、外部送信規律に対しても、今回の規律に対応するポリシー明記に関わらず、ポータルの活用など、既存の取組を基礎に継続・改善していきたいという意見もありました。なお、それら事業者の取組に関連して、経団連は経済広報センターという関連団体と連携し、プライバシーや個人情報の生活者の

不安、疑問を吸い上げて、生活者にとって分かりやすいコンテンツ、漫画等を使った情報発信、コミュニケーション等の取組も実施しております。そこではクッキーの説明など、例えば今回の規制対象ではない飲料メーカーが既に取り組んでいる事例等も紹介しながら普及啓発に努めております。今回の規制の事例に関しましても、適宜対象としながら啓発活動を継続していきたいと思っております。

他方、現時点で多くの事業者は今回の解説案の内容理解に努めている状況です。「自社の取組は解説案が求めるレベルを既に充足している」と確信を持って事例を出すのはなかなか難しいこともございまして、会員各社からの事例提供には至っていないのが正直なところでございます。

次のページをお願いします。以上を踏まえますと、通知等の記載に関しては、既に取り組んでいる事業者の創意工夫などを損なわないよう、各社の裁量工夫にある程度任せるべきではないか、という意見でございます。

他方、「自社のサービスが役務に該当するか否かの判断や、適用除外の判断に迷う」などの声もございました。このため、FAQの充実や相談窓口の設置など、今後このガイドラインにとどまらない継続的な施策が重要ではないかと考えております。変化も激しいと思いますので、そのような疑問や新たな技術への対応については、ガイドラインやFAQ等が適宜追補されることを期待しております。

ガイドラインによって規律への対応方法を全て言語化し、事例を拾い切るには限界があると思います。FAQ等の手段によるタイムリーな対応や、企業が事例を出しやすくなるような対応も考えていく必要があるのではないかと考えております。

これ以降、解説案に対する会員企業からの意見を幾つか御紹介させていただきたいと思えます。

次のページは「規律の概要」に関する意見です。同意についてですが、個人情報保護法における個人関連情報の提供の同意、又は個人データの第三者提供の同意が双方必要なサービスとなるケースがございます。この場合は双方の同意を同時に取得することも認められる旨、示すべきではないかという意見がございました。

2つ目は、総務省からの御説明によってある程度クリアになりましたが、Googleアナリティクスのケースなどが今回の外部送信指令に該当するかどうか明示してはどうか、という意見がありました。

次のページをお願いします。これは冒頭の繰り返しになりますが、まだまだ自社の役務

が規律の対象となるのかどうか迷うケースがあります。電気通信事業参入マニュアルには様々な図解などもございますが、それも含め、極力明快地に記載いただくべきではないかと思えます。金融サービスのケースについては、今回の修正案に補足の説明がありましたが、それを読んでもまだ若干分かりにくい、というのが正直なところでございます。

次ですが、これも難しい側面があります。日本のウェブサイトで多く利用されているモジュールやツールの多くは、デファクトサービスになると思えます。これをある程度念頭に置いて具体的な記述にしてほしいという意見や、ウェブサイトだけでなく、スマートフォンアプリにおける記載例もあった方が良くはないか、という意見がございました。

次に「ウェブページの階層化」という表現が8ページにございましたが、階層化に対する考え方や理解は、事業者によって結構違うと思えます。この点は明確にしてはどうかという意見がございました。

次は、若干漠とした意見になりますが、まずは通知等の記載の仕方そのものよりも、本規制の背景も含め、多くの利用者に関心を持ってもらうことが重要ではないかということ。この点、各社のサービスに応じて容易かつ正確に理解できるように工夫する余地をある程度残すべきではないかと思えます。

例えば今回の我々の検討においても、プライバシーセンターのようなパートで分かりやすいコンテンツをつくり、動線を取ることによって、多くの利用者にとってプライバシー等に関する教育や啓発の一助になるのではないか、という前向きな意見もありました。その下は具体的な意見ですので、割愛させていただきます。

次のページをお願いします。本規制対象となる送信先がFirst Partyであった場合、利用目的の記載の仕方を明確に示していただきたいという意見です。今回の規制の対象外に当たるケースを想定し、もう少し説明を補足してはどうかという主旨となります。

次は、先ほどの太田構成員からの御説明も該当すると思えます。「送信先において記載例などが示されている場合」という記載がありましたが、送信先が記載例を示し、送信先・送信元が相互に透明性を高めていくことが重要だと思えます。送信先に対する記載例が増えるような働きかけも有効ではないか、という意見がございました。

最後のページは「適用除外」に対する意見となります。先ほどの改訂版の中で説明を加えていただいておりますので、解消した部分もあろうかと思えますが、First Party Cookieに関する記載に分かりにくい箇所がある、という意見がございました。

最後になりますが、オプトアウトに対する事例の部分です。これには様々な事業者のケ

ースがあると思います。事例は複数あった方が良いのではないかという意見と、先ほどと同じく、ウェブページではなくアプリの場合の事例なども示した方が良いのではないかという意見がございました。

経団連からの説明は以上になります。

【宋戸主査】 若目田オブザーバー、ありがとうございます。それでは続きまして、在日米国商工会議所、杉原様より御意見の方をお願いいたします。

【杉原氏】 皆様おはようございます。本日またこのような機会をいただきまして、誠にありがとうございます。在日米国商工会議所でございますが、私たちも大きな方向性としては経団連様とあまり変わらないのかなと思ひまして、発表させていただきます。

まず、全体的な意見と申しましては、あまり詳細なルールを決めずに、ある程度各社の創意工夫に任せてほしいと思っております。例えばですが、ヒアリング内容にあるような表示例を出すときも、それだけが正解ではないことを明示していただければありがたいかなと思います。

少し細かくなります。11ページ、情報送信指令通信を行う利用目的のところですが、送信先となるものの利用目的まで記載することとなりますと、その粒度によっては事業者にとって大きな負担となることが予想されると同時に、利用者の理解と、それから事業者の負担のバランスというものを考えていただければありがたいと思っております。

同じく11ページの、情報通信指令通信ごとにとしているタグの話ですが、ウェブページやアプリケーションに埋め込まれたタグや情報収集モジュールごとに記載する必要があるということですが、これも粒度によっては事業者に大きな負担となりますので、ある程度範囲を限定するか、あるいは粒度を限定しないと、これは、同時にですが、利用者にとっても理解することに非常に負担となることも考えられると思われまますので、その辺のバランスをよろしくお願ひしたいと思っております。

次に12ページのところですが、プライバシーポリシー等への通知事項というところで、既にプライバシーポリシー等に記載してある場合の対応について記載されているところではございますが、グローバル企業の場合、各規制当局からの要求事項が多くて、この12ページの御指摘のそのままですと、分量の問題や、あるいは言語の問題など、どの程度の概略が必要なのかという細かいところも必要となつてまいりますので、大枠を決めていただいて、後は実質を重視して、記載の形を細かく決めないでほしいと思っております。

最後に、これは提案ということになりますが、総務省ではなくて恐縮ですが、経済産業

省がデータ越境移転に関する研究会の報告書の中で、データに関する規制権限は多くの国で複数の機関に分散しているが、個別分野の規制当局がデジタル経済の複雑な構造を必ずしも理解しているわけではない。当局間や業界間で情報が分断されるサイロ化の問題が散見され、その結果として、規制の重複や複数の法令間で法定手続の要件が極めて分かりにくくなるなどの現象が生じていると。これは総務省ではございませんが、このような報告書が出ているということですので、提案ということにはなりますが、政府間でこのようなデータを扱う部署・部局・各省が一度このような規制を整理してはどうかと思いますので、最後に提案をさせていただきます。

以上でございます。ありがとうございます。

【宍戸主査】 杉原様、ありがとうございます。それでは続きまして、日本インタラクティブ広告協会柳田オブザーバーより、資料4に基づいて御発表の方をよろしくお願いたします。

【柳田オブザーバー】 日本インタラクティブ広告協会JIAA事務局の柳田でございます。インターネット広告の事業者団体として自主ルールも設けまして、会員社による取組を行っておりますが、新たな外部送信規律に関して一般の利用者の理解のために適切な記載例を示すに当たっては、どのような規律であるのかが明確になることが必要だと感じております。

まず、規律の対象となる事業者の立場でのお願いになりますが、規律の内容自体を具体的に記載いただけないだろうかと考えております。規律の対象や内容に誤解が生じますと、真面目な事業者ほど慎重になって、事業活動そのものが委縮することになりかねないためです。例えば規律の概要に、対象となる外部送信の例示を記載するなどすると、理解しやすいのではないのでしょうか。

また、対象役務の該当性を分かりやすく解説いただきたいと考えております。前回の会合でもグレーゾーンに関して明確にすることができないかとの御意見がありましたが、特に第1項第4号関係に該当する事業者は、改正事業法の対象になることや事業法への認識が薄いと思われます。例えば情報提供しているインターネットメディアは適用対象になるのであらうと思いますが、自己の情報発信のためと考えて、対象ではないと解釈してしまうことも考えられます。対象役務、対象範囲、対象となる外部送信が何か、つまりはこの規律の目的は何かとイコールということになりますが、それを明確にお示しいただきたいと考えております。

次の2ページをお願いします。この図は6月の第16回会合で御説明した際のもので、第三者の広告サービスを利用するThird Party型の行動ターゲティング広告についての図になりますが、First Party型の場合は、第三者サービスではなく、送信先は自社サービスで、媒体運営者と一体ということになります。昨年12月の第8回の参考資料において、ブラウザについてはタグの指示、アプリについては情報収集モジュールの指示によって第三者のサーバーに情報が送信されることについて、規律が必要であるとの図が示されておりまして、この点について特に御検討されてきたと認識しております。

広告においては、媒体運営者の多くは、タグなどによって利用者の情報を第三者の外部サービスに直接取得させています。利用者にとって自らが接しているウェブサイトが情報を取得することについては理解しやすいものですが、そのウェブサイトのプライバシーポリシーなどに記載されていることが当たり前ですが、外部サービスに取得され、利用されていることは、理解しにくいことが問題であると指摘されていたものと思います。次のページから、この点を中心に意見を述べさせていただきます。

次の3ページをお願いします。記載方法や内容の例示としては、構成や記載する項目などのアウトラインを示していただくことが適当ではないかと考えております。同じサービスの説明をするのに、事業者によって説明がまちまちな現状がありますが、事業者の実態は多様ですし、送信先の外部サービスとの連携も必要ですので、業界において事業者の実態を踏まえつつ、利用者の分かりやすさのために、なるべく標準化することが必要ではないかと考えます。

広告だけでも、記載しているような様々な目的があります。外部サービスも多種多様な複数の機能を提供するものも、単独の機能のものもありますし、さらに、それを複数導入していることが多いです。また、JIAAの自主ルールは、行動ターゲティング広告、つまり行動履歴情報を蓄積して分析・分類して広告を出し分けるという、プライバシーに配慮する必要がある広告サービスにのみ適用しているものですので、情報の蓄積を伴わない、広告取引や配信、計測、プライバシーと結びつかない不正対策や広告以外のマーケティング施策は適用の対象外です。そういう意味でも、規律を明確にさせていただいた上で、利用者にとって望ましい記載方法や内容を業界で検討することが必要だと考えます。

次の4ページは参考として第16回会合ではドラフトを御紹介いたしましたが、現在、プライバシーポリシーガイドラインの改訂版を公表しております。ウェブサイトなどを運営する媒体運営者について、直接情報を取得する事業者について、前のページで申し上げた

とおり、行動ターゲティング広告に関して、後ほど8ページに抜粋を載せております行動ターゲティング広告ガイドラインの原則に従うことを記載しております。

次の5ページですが、容易に知り得る状態に置く方法については、利用しているサービスでの情報の取扱いの全体を理解しやすいことに留意が必要だと考えております。先ほどアウトラインを示すことが適当ではないかと申し上げましたが、例えば外部サービスに送信している場合、プライバシーポリシーに、例えば外部送信の事実、それから送信する目的、送信する情報の例示を簡潔に記載して、そこからリンクする別ページに、送信先の名称、目的、通知等をすべき事項が記載された送信先のページへのリンク、それからオプトアウト方法が記載された送信先ページへのリンクを、外部サービスごとに記載する。あるいは送信目的や送信先が多数ある場合は、目的別に分類して記載する方法も考えられるのではないのでしょうか。事業者が自らの情報の取扱いについて、利用者に確認や関与の機会を提供することが重要であることから考慮しなければならないと考えます。

また、プライバシーポリシーは事業者の事業全体について定めているなど頻繁に変更するものではなく、一方で広告だけでも多数のサービスを導入していることが一般的ですし、追加や変更、それから一時的なニーズで設置するケースもありますので、導入は固定したものではありませんので、プライバシーポリシーとは別ページに容易に更新ができるようにしておく方が望ましいと考えます。

次の6ページですが、通知については、過剰になると、利用者にとってサービスの利用体験を妨げることになりまして、不満や不快感を抱かれるおそれがありますので、利用端末やサービスの特性を考慮して、妥当な方法で実装する必要があると考えます。また、モバイルアプリや一部ブラウザはOSやブラウザの仕様に従うことを考慮する必要がありますし、グローバルで事業を行っている事業者は最も厳しい国の法制度に合わせていることにも配慮が必要だと思います。

次の7ページですが、オプトアウト措置については、情報を取得して管理しているサービスがオプトアウト機能を提供するものであることを前提として、外部サービスの場合、遷移先のウェブページが送信先の外部サービス提供者のウェブページでよいことを明記いただきたいと思います。それから、モバイルアプリで使用される広告IDについて、オプトアウトはOSの設定を案内しているものですが、これも考慮していただきたいと思います。

また、オプトアウト措置のことから少し外れますが、行動ターゲティング広告をオプトアウトした利用者であるかどうか、あるいは同意した利用者であるかどうかを照合するた

めの外部送信もありますので、そうした目的も適用対象だとすれば、その記載についても検討が必要だと考えております。

次の8ページは、行動ターゲティング広告ガイドラインの抜粋を掲載しております。オプトアウトを提供するのは、情報取得者、その情報を利用して広告配信を行う配信事業者です。媒体運営者は、そのリンクを設置することにより、オプトアウトを提供することを規定しています。

次の9ページは、第16回会合で御説明した図ですが、外部サービスの場合の一般的なオプトアウトの例です。

次の10ページは、その他、自社、第三者を問わず様々な外部送信の技術がありますが、何をどのように説明するべきか、一般人の感覚を基準として説明する必要があると考えております。タグやモジュールごとよりも外部サービスごとに記載することが適切なのではないかと考えております。先ほど粒度という御意見もございましたけれども、そういったことも含めて検討することが必要だと考えております。

最後に11ページ、これは、利用制限については、今回の案では該当する箇所が修正されていたと思います。

なお、本日は、前回の会合でお示しいただいた案に関して、主に課題の多いThird Party型の広告での外部サービスへの送信について申し上げたのですが、今回お示しいただいた案では、First Partyについてかなり内容が加筆変更されているように感じました。例えば望ましい同意の取得の方法、4-2-2ですが、「利用者の具体的かつ能動的な同意を取得することが必要である」とされており、「(ウェブページやアプリケーションに埋め込まれたタグや情報収集モジュールごとに)に同意を取得することが望ましい」とされていまして、さらに、「当該対象役務を利用したことをもって同意したとみなす方法や」という箇所が削除されています。前回の案であれば、適用除外ということであると、書きぶりはもう少し工夫が必要だとは思いましたが、First Party型の広告配信や自社内での顧客分析なども外部送信に該当するとしても、利用者がその利用のために接しているウェブサイトなどでの情報利用については、利用者の理解という点で言えば、現在のプライバシーポリシーなどの記載内容や、確認や関与の機会の提供がなされている、あるいは同意管理ソリューションが導入されているといったようなことで、おおむね問題のないものと考えていたのですが、個人情報保護法では、同意については、本人が予測できる範囲において包括的に取得することもできるとされているにもかかわらず、今回このような規律の解説案

が示されたことに、ちょっと戸惑っております。この内容は、令和2年改正個人情報保護法など、国内外の規制に準じて事業設計や開発、運用を始めたばかりの中で、デジタル広告産業だけではなく、産業界全体にとって非常に重大なことだと思えます。これについては、今日この場で事業者団体として御意見を申し上げることが難しいですし、改めて関係する皆様の御意見もお聞きして御検討をお願いしたいと存じます。

以上でございます。

【宋戸主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、日本スマートフォンセキュリティ協会仲上オブザーバーより、資料5により御説明のほうをお願いいたします。

【仲上オブザーバー】 皆さん、こんにちは。日本スマートフォンセキュリティ協会技術部会の仲上でございます。本日はこのような発表の機会を設けていただき、ありがとうございます。スマートフォンセキュリティ協会では従来、スマートフォンプライバシーイニシアティブ等でプライバシーポリシーの話もさせてきていただいておりますが、その話も踏まえた上で、今回のお話をさせていただきます。

それでは次のページに行ってくださいまして、まず、外部送信に係る利用者に関する情報の取扱いというところで、通知又は容易に知り得る情報に置く方法について、今まで議論していただいております、更新もされているところかとは思いますが、前回のお示しいただいた内容から内部で意見を募ったところ、スマートフォンセキュリティ協会としても、スマートフォンプライバシーイニシアティブで平成24年に公表させていただいたプライバシーポリシーへの準拠が進んでいる状況の中で今回の施策が進んでいくことを考えますと、今回、改正個人情報保護法に対応した個人情報に関するガイドラインで規定されたプライバシーポリシーについてもアップデートがかかっておりますので、こちらに矛盾なく対応していくところが重要だろうと思っております。

スマートフォンにおける利用者情報を取得しようとするアプリケーション提供者、それから情報収集モジュール提供者というところにつきましては、今回の範囲に入ってくるかと思うのですが、以下の項目について明示するプライバシーポリシーをあらかじめ作成しというところは、事業者様皆様、御認識いただいているところかと思っておりますので、何か同じようなものがたくさん出てくるところも非常に利用者からすると分かりづらいところになってくるかと思えます。

一方、第三者送信というところでは、送信先の問題等もありますので、送信先の記載の工夫をするといった点では、先ほどの御発表にあった内容で、別立てにするといった工夫

も必要なのかなと思っている次第でございます。

続きまして、外部送信に係る利用者に関する情報の取扱い、「適正に表示するために」というところで、3ページに移ってまいります。まず1つ目、適正に表示するために必要な情報とその他電気通信役務の提供のために真に必要な情報ということで、今回も更新いただきまして文言等を修正させていただいているところではあるのですが、表形式でマル・バツで判断されているところが誤解を生むのではないかという意見が上がってきております。

真に必要な情報というのは、提供者からすると、利用者が利用者情報の送信のオプトアウトを選択したとしても、利用者の期待するサービスの提供が可能な情報と定義できるかと思いますが、このサービスの提供の内容に応じて、その判断が異なると考えております。

例として、アクセス解析というところにもともとバツがついていたかと思っております。今回修正されたものにも同じくバツの状態になっているのかなと思っておりますが、こういったマル・バツでの表現というところだと、なかなかバツの重さというものがありまして、取得された利用者個人の情報をマスキングして統計処理されたアクセス情報や、そういった観点でいくと、それはサービスの安定的かつ合理性のあるサービス提供に必要な情報と言えるのではないかということであるとすると、なかなか一概にバツと一まとめにしてしまうのも難しいのではないかと考えております。

記載方法としては、真に必要な情報への該当ケースというものを例示しつつ、個別に解説して、これに従っているかどうかをまとめていく必要があるのではないかという意見が上がっております。

続きまして4ページ目になりますが、「当該電気通信役務に対する不正な行為の検知を行い、」というところですが、これはいわゆるサイバーセキュリティの観点で、オプトアウトされてしまって、これらの情報が送信できなくなってしまうと、サイバーセキュリティ上問題があるのではないかというところになります。

こちらは、サイバーセキュリティ対策としては、従来はオンプレミス環境で自社が運営するデータセンターに設置された装置でIPアドレス等の分析を行って、サイバー攻撃かどうかということ判断していたのですが、昨今はクラウド型でサービス提供されていることもありますし、クラウド形態でセキュリティ対策が行われている事例も普及しつつあります。

そういった場合に、第三者送信にこれが該当してしまって、クラウドセキュリティソリ

ューションもバイパスしなければならないとなると、そこが新たな攻撃の基点になってしまうことも考えられますので、こういった観点については、不正行為の検知を行い、該当不正行為による被害の軽減を図るために必要な情報というものが除外されていることは、非常に良いことかと思えます。

一般的には以下のような情報が該当すると考えておりました、ほかにも様々なセキュリティ装置によって参照されるリクエスト情報はあるかと思うのですが、IPアドレス、それからIPアドレスによって判断可能な国情報やプロバイダー情報、それから利用者のブラウザ環境を含むリクエストヘッダー情報やアクセス先URL、それからリクエストクエリといった、いわゆる一般的にサーバーが受信する情報、これらの情報を一概にアクセス解析バツと言われてしまうと、なかなかこういった情報の取得は難しいと思われますので、利用ケースからは、これらの情報を真に必要な情報として捉えていただく必要があるかと思えます。

続いて5ページ目、最後になりますが、こちらアクセス解析等で「負荷を軽減させるために」ということになっておりますので、いわゆるロードバランシングの話になってくると思うのですが、これらも配信拠点の動的な選択と、最近コンテンツデリバリーネットワークが利用されて、全世界的に自分の近いところからコンテンツが送信されるということで、単純なデータセンター内のサーバーの負荷分散だけではなく、ロケーション的な考え方も必要になってまいりますので、IPアドレスや端末等の種別も必要かと思えます。

JSSECからは以上となります。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、モバイル・コンテンツ・フォーラム岸原オブザーバーより、資料6によりまして御説明のほうをお願いいたします。

【岸原オブザーバー】 このたびはプレゼンの機会をいただき、ありがとうございます。ガイドラインの解説案の、主に総務省から要望されました事例に関して、今回業界の意見を取りまとめていますので、その点に関してお話しさせていただければと思います。

次のページをお願いいたします。これは、これまでMCFのほうでも、業界ヒアリングに当たってということで、MCFの取組について御紹介させていただいておりましたが、今回はMCFのこういった利用者情報の外部送信の取組等で、総務省のスマートフォンプライバシーイニシアティブに基づくモバイルコンテンツ関連事業者向けのガイドライン、こういったものをベースに意見を取りまとめております。

次のページをお願いいたします。ガイドラインの検討を深めるため、特に先ほどの真に必要な情報等、そういったところの適合性に関しては、法規制の目的について考えていくのが有効ではないかと思っております。特に利用者に与える根源的なリスクとは何か、保護すべき人権とは何かということを中心に考えていければと思っております。

また、最新のインターネットサービスでは、様々な機能、サーバー等を組み合わせて、クラウドやAIなど、利便性を高めることを行っております。そういった点で、内と外を縦割りの分的に分ける発想ではなく、Data Free Flow With Trustのビジョンで示されているように、インターネット全体を水平的に分けて考える思想が必要ではないかなと思っております。

そういった点で、利用者に正当に事業を提供するトラストの領域が法規制の対象とする必要もないですし、逆に事業者、利用者双方に過度な負担を与えることになるのではないかとと思っております。

次のページをお願いいたします。こちらも総論になります。変化の激しい不確実性の高い状況に対応するためには、エンフォースメントのある省庁のガイドラインと柔軟性のある業界ガイドラインによって共同規制が機能することが有効だと考えております。そのため、事例の掲載に当たり、以下のような注記を記載することを提案させていただければと思います。最新の事例等については、適時業界団体のガイドライン等を参照することということで御提案をさせていただければと思います。

明確性の原則で過度に詳細を規定することは、ローラグを発生させて不確実性への対応が困難になるため、ある程度、記載内容についての一般化が必要ではないかと思っております。

また、利用者の利便性や負担を考慮せず、単なるエンフォースメントの強化だけでは、せっかくの法規制も機能しなくなるかと思っておりますので、比例性の原則を引用したバランスをとった施策が必要ではないかと思っております。

次のページをお願いいたします。例えばITサービスでは、利用者の何となくの不安を解消する必要があると喧伝されることが多々ありますが、明確性と安定性が求められる法規制の強化だけでは対応は困難ではないかと思っております。エンフォースメントの有効性と、ローラグから不確実性への対応が困難になるという弊害も考慮すべきではないかと思っております。そういった点で、法規制だけではなく、啓発教育と規制要素では、法と社会規範、市場、アーキテクチャーという要素がありますが、こういったものの全体的に連携した取組、その中で法規制を考えていくという発想が必要ではないかと思っております。

次のページをお願いします。これまでモバイルコンテンツ業界として、利用者情報の利用の透明性を確保するために、アプリケーションプライバシーポリシーのガイドラインを策定する等によって、普及に尽力してきました。また、このSPIの取組は、スマートフォンのプラットフォーム事業者のグローバルで適用されるガイドラインにも掲載されており、利用者にとっても事業者による利用者情報の利用状況を把握する上で、合理的に視認可能な方法ではないかと考えております。

次のページお願いいたします。通知等を行うべき事項の情報の利用目的についてということで、こちらの方にも書いてありますように、概略は利用者に分かりやすいというメリットがあることは理解しますが、モジュール提供事業者等の第三者の法的な責任に該当する事項に関して、アプリ事業者が第三者的に概要を取りまとめるのは相当に困難ではないかと思えます。特に英語で記載されている情報を日本語に翻訳することは、様々な課題が考えられるかと思えます。利用者にとっても、送信先のウェブページのリンク等で表示される通知とすべき事項の概略について、送信先のウェブページの記載自体は複雑なものが多く、概要をどのように書くかは送信元となる事業者の理解、解釈により、通知すべき事項が同等であるにもかかわらず各社ごとに内容が違ふことが予想されます。これでは利用者にとってもかえって分かりづらい記載になるのではないかと思います。そのため、ガイドラインで具体的な記載例を定めるのではなく、事業者団体ごとに通知すべき概略等の記載レベルを検討していくことを推奨すべきではないかなと思えます。

次のページお願いいたします。通知等を行うことが望ましい事項ということで、アプリケーションの記載例を、現状のアプリケーションプライバシーポリシー、今回の法令に準拠するように追記した記載例を作成させていただきました。今後また業界のガイドライン等の改訂によって、より分かりやすい表現になるかと思えますが、現状提供しているものからの法律準拠ということで、一つの例として御提案させていただきます。

次のページお願いいたします。真に必要な情報の事例について、これは今回の修正された案ではないのですが、前回の部分で意見としてある程度取りまとめて、記載例として書いております。この考え方ということで、判断の部分になります。次のページに行っていただければと思います。

真に必要な情報の事例の根拠と基本的な考え方ということで、法規制の目的としての利用者の根源的なリスクと保護すべき権利等はどういうものであるかということ、海外の事例等からも考慮して考えてみました。これをベースに、ある程度先ほどの記載例という

ことで考えております。一つは、根源的なリスクとは、大規模に、自動的、継続的に、多様な手段で利用者情報を収集分析することで、個人の意思を不当にコントロールするリスクから利用者の選択の自由を保護するという考えから判断をしております。また、利用者に希望したコンテンツサービスでの利用において過度な確認・同意を求めることは、確認・同意疲れを引き起こすため、かえってマイナス面も大きいのではないかと考えておりますので、バランスを取った施策が必要かと思えます。また、EU等のグローバルな基準との整合性も考慮して、様々な資料を参考に、一般化した記載となるように考えてみました。

MCFからの発表は以上でございます。

【宋戸主査】 岸原オブザーバー、ありがとうございます。それでは続きまして、MyDataJapan伊藤オブザーバーより、資料7により御発表をお願いいたします。

【伊藤オブザーバー】 MyDataJapanの伊藤と申します。今回もこのような機会をいただきまして、ありがとうございます。私たち一般社団法人MyDataJapanは、パーソナルデータに関する個人中心のアプローチを推進しておりまして、個人をエンパワーすることを目的として、政府や企業という立場から独立して市民の立場で社会課題に取り組んでいる、シビルソサエティーとして活動している団体となります。よろしくをお願いいたします。

次のページよろしくお願ひします。ここから2ページは、通知又は容易に知り得る状態に置くべき事項の記載方法について、意見を記載しております。このページ、送信先の利用目的と送信元の利用目的については、先ほどの最初の方、太田構成員からもあった話に通じるころかと思ひます。

まず1点目、送信先の利用目的を送信先のプライバシーポリシーのリンクで代替することが考えられますが、それが代替できる場合は、通知又は容易に知り得る状態に置く際に共通して求められる事項を満たす場合のみに限るべきであると思ひます。それは何かというと、日本語を用いて専門用語を避けて平易な表現を用いられていつつ、適切な大きさ等で利用者の電気通信設備の映像面に表示されるようにすることということで、この辺りが全て満たされていれば、プライバシーポリシーへのリンクでその先にアクセスすることで理解することができると思ひますので、そのようにするべきと考えます。

次の送信元の利用目的については、こちらにも広告配信を最適化するためということは利用目的として詳細ではないと考えております。こちらはどのように記載すべきかというところの事例として、後ほどのページ4にあります。具体的にきちんと説明をするべきと考えております。

次のページよろしくお願ひします。次は送信される情報の内容ですが、単純に送信される情報の種類や名称が羅列されているだけですと、ユーザーのリテラシーというものがまちまちであることが考えられますので、リテラシーが高くない利用者であっても、その利用目的や、どのようなリスクがあり得るかということ、きちんと個人が想定できるような書き方をすべきだと考えております。送信される情報ごとに、それによって何が行われるかということに記載すべきですし、その処理によってもし個人のリスクが想定されるのであれば、それを明示することが望ましいと考えます。例えば、IPアドレスである程度の場所が推知できるようになっておりますが、時間を置いて、ある場所でアクセスして、また、ある場所でアクセスすると、その場所から次にアクセスした場所に移動したことが分かったりしますので、そういうことをきちんと明示することも望ましいと考えております。

次、送信先の氏名又は名称ということで、これは送信先の氏名、いわゆる企業名とサービス名というところが、どちらかユーザーにとってより知られている方を明示する、もしくは併記することが望ましいとされていますが、これは一律、それぞれ会社名とサービス名というものを併記する方がユーザーにとって分かりやすいのではないかなどと考えております。

次、よろしくお願ひします。こちらが先ほどの4点を反映したような事例となっております。これはアプリではなくて、どちらかというところだとパソコン等のブラウザでアクセスした状態が出てくるようなイメージをしておりますが、まず、送信元の利用目的、これは広告配信の最適化というところ、例えばそのうちの一つの手法としてリマーケティング広告や行動ターゲティングがあるとすると、それは送信元でどういうことをやっているかということ、きちんと書いております。送信先の氏名又は名称というところで書いており、その後、送信元のオプトアウトができることをきちんと記載しております。オプトアウト、真ん中の方でもあるのですが、きちんと送信元のオプトアウト、送信元から送信先に送信されること自体のオプトアウトと、あと送信先での利用のオプトアウトを、きちんと分けて書いております。

真ん中に行きまして、きちんと企業とサービス名、それぞれを併記しつつ、送信先での利用目的も、これは、こちらのプライバシーポリシーにアクセスしても英語ですので、こちらを日本語で分かりやすく概略を記載しております。

オプトアウトについて、先ほどもオプトアウトがどういうものかというところが分から

ないユーザーもいらっしゃいますので、ここに広告の表示自体を停止するものではありません等々の説明がありますが、オプトアウトをするサイトにアクセスしても、英語だどどのようにオプトアウトすれば良いのか分からないので、どうすればオプトアウトができるのかということをごきちんとして日本語で説明しています。

最後に、送信される情報の内容ですが、先ほどIPアドレスの事例を示しましたが、IPアドレスを取得といっても、それがどのように使われるかということが分からないので、このように、なかなかユーザーが想定しづらいようなものに関しては、何の目的に使われるのかということをごきちんとして記述すべきと考えております。

次、お願いします。次は容易に知り得る状態についてです。解説の方では、トップページに表示すること等も考えられるということや、ページのフッター、そういうことが考えられると書かれていますが、野村総研の調査においても、外部送信が行われていることを認識している生活者の割合が低い、3割ぐらいいかないことを鑑みると、例えばトップページのフッターにリンクがあるだけでは、容易に知り得る状態とは言えないのではないかと考えております。ですので、少なくともトップページ等に通知等を行うべき事項が記載されたページへのリンクは表示すべきですが、通知と同様に、ポップアップ等の能動的な手法で行うことが望ましいと考えております。

また、追加として今後検討すべきところとして、ISO/IEC29184、今、JISX9252としてパブリックコメント中ですが、オンラインにおけるプライバシーに関する通知及び同意の中に、プライバシーポリシーの適切な表示場所というところがあります。これの追加情報、アディショナルインフォメーションとして、利害関係者が関連する通知を容易に見つけてアクセスできる、公衆がアクセシブルな共通リポジトリの使用を検討することが望ましいとありまして、第三者が、その内容がきちんとして適切なかどうか、正当なかどうかということをご検証・評価できるようにする必要があると思いますので、そのような通知内容について公開すること自体がそもそも意味がありますので、それをどこかしらのリポジトリをつくって、そこにコピーを置いておいて容易に見られるようにすることが、今後考えられるのではないかと考えております。

次、お願いします。通知についてですが、ユーザビリティにおいては、通知等を行うべき事項が記載されたページへのリンクを通知することが望ましいと考えております。下に例示として、CMPのようなものや、ブラウザでこういうものが出てきたりしますが、こういうものを配置しつつ、これが常に表示されるなどですと、クリック疲れだつたりを起

こしてしまうので、幾つかの同意管理ツール、プラットフォームでは対応されていますが、画面上にマークがフローティングするような状態にしておいて、ふだんは邪魔をしないような形で、そこをクリックすると簡単に詳細を確認ができるようなことが考えられると思います。

これは一つ、JIAAのインフォメーションアイコンを参考に事例として置かせていただいているのですが、今、各社、同意管理プラットフォームを提供している、なおかつ、このようにフローティング対応している企業がいらっしゃいますが、各社バラバラの仕様になっておりますので、こういうものを各社共通のアイコンを作って利用して、ユーザーに対して表示していくことで、一般の利用者の認知も広げていけるのではないかと考えております。

次、お願いします。同意について、私たちMyDataJapanとしては、以前のヒアリングでも、有効な同意とか適切な同意取得については検討してガイドラインで具体例を示すべきとは言っているのですが、前のガイドラインの解説案では、同意取得に当たっては、利用者に適切な通知等を行い、かつ適切な方法により同意を取得することが望ましいということで、「望ましい」となっているのですが、これに関して今回、修正案として、「望ましい」ではなくて「必要である」と書いていらっしゃるとは思っておりますが、きちんと利用者に適切な通知等を行い、かつ適切な方法により同意を取得しなければならないとすべきです。

同意を取得する際にも、通知等を行うべき事項を通知すべきであって、これの際に拒否もきちんと同意と同様に行えるようにすべきで、左側にあるように、同意ボタンだけがあるものは、これは有効な同意とは言えないと。右側にあるように、同意する・拒否する、両方ありつつ、その詳細がきちんと確認できるようにすべきですと。

一方で、こういうことを対応している事業者でも、同意すると拒否するのボタンの大きさを変えたり、色を変えて同意するを押すように促すようなダークパターンをやっているような事業者もいらっしゃいますので、こういうようにならないようなデザインとすべきと考えます。

また、拒否をした場合に何が起きるのか、サービスレベルが変わってしまうのか、もしくは全く変わらないということであれば、きちんとそういうことを明示すべきだと思います。

次、お願いします。こちらは最後になりますが、真に必要な情報について、こちら、構

会員やオブザーバーの方からも意見がありましたように、マル・バツの表にしてしまうと、これが独り歩きしてしまう可能性もありますので、きちんと文章で説明すべきと思います。既に今回のガイドラインの解説からは消されていますが、利用者の思考、ユーザーインターフェースをパーソナライズするためのものは、基本的には他者がパーソナライズというのは他者が利用者の意思に関係なく思考を分析することですので、これは真に必要だとは言えないと。ですので、利用者自身で能動的にユーザーインターフェースをカスタマイズするために提供するような情報にすべきだと思います。

また、ビデオ、楽曲のストリーミング等も、これは米印で詳細が追記されていますが、第三者のビデオストリーミングサービス等は対象とならないのはありつつ、第三者のビデオストリームに対して何らかのアクションを行うことが必要なサービス等など、条件によって変わってきますので、この辺りも文書で説明されるのが望ましいと思います。

以上、MyDataJapanからの発表です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、最後の御発表になるかと思います。お待たせをいたしました。電気通信事業者協会山田オブザーバーより、資料8に基づいて御発表の方をお願いいたします。

【山田オブザーバー】 電気通信事業者協会の山田と申します。今年の7月に奥田の後任として着任いたしました。どうぞよろしくをお願いいたします。また、本日は発表の機会をいただきまして、ありがとうございます。当協会は、ネットワーク設備を持って電気通信サービスを提供している事業者を中心に、現在47社で活動しております。今回、ガイドラインの解説案に関する記載例及び事例について、会員事業者に意見集約を行い、取りまとめをさせていただきましたので、紹介をさせていただきます。

それでは資料に入りまして、1ページ目をお願いいたします。通知又は容易に知り得る状態に置く方法の記載例になりますが、1ページ目がウェブ、2ページ目がアプリとなります。

まず、1ページ目のウェブになりますが、こちらについてはヘッダーもしくはフッター部分に外部送信に関するリンクを用意するのが一般的であり、良いのではないかと考えます。また、ガイドラインに準拠した方法で分かりやすく記載をするのですが、どうしても1ページに収まらないケースも出てくると思いますので、その場合は最低限のスクロールも可能とする整理をぜひお願いしたいと思います。

2ページ目、お願いいたします。こちらはアプリとなりますが、ウェブ同様にヘッダー

もしくはフッターの場所が考えられるのですが、加えて、アプリケーションのメニュー配下に外部送信に関するリンクを用意するのが良いのではないかと考えます。また、こちらもウェブの方と同様になりますが、最低限のスクロールに関しては許容されるような整理をぜひお願いしたいと思います。

それでは、3ページ目となります。こちらの記載内容については直接本規律に記載するものではないのですが、利用者の認識や理解の向上につながる好事例の一つとして、図にありますような親しみやすいイラストやアイコンなどを使用して、利用者に対して分かりやすく説明するのが良いのではないかと思いましたので、紹介をさせていただきます。

それでは4ページ目、お願いいたします。オプトアウト措置の提供に関して利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項の記載例となります。図の左部分になりますが、オプトアウト措置を講じている旨の記載がありまして、その後ろに企業ごとにオプトアウト措置を受け付けできるように記載するのが良いのではないかと考えます。

続きまして5ページ目、お願いいたします。当該電気通信役務の提供のために真に必要な情報となりますが、サイト品質改善のための措置に当たり必要な情報が該当すると考えます。例として下に記載をさせていただいておりますが、サイトやアプリのインターフェース等の改善のために、お客様、利用者の方がサイト内でどのページ間での行き来が多いのかなどのアクセス履歴を確認することで、お客様がよく御覧になられているページのリンクを視認・操作しやすい場所に設置できるなど、お客様にとっても使い勝手の良いサイト構成を検討することができるようになりますので、このようなケースに関しても対象とするよう、検討の方をお願いしたいと思います。

次のスライドをお願いします。こちらは最後となります。参考として、その他意見の方を記載させていただいております。本日は時間の関係もございまして、一つ一つは紹介をいたしません。記載の意見のほかにも、事業者が判断に迷わないようにガイドラインにおいて規律内容の明確化を求める意見が多く来ておりますので、そちらに関してもぜひお願いしたいと思います。

電気通信事業者協会からは以上となります。

【宍戸主査】 ありがとうございます。ただいま7名様から大変詳細な御説明あるいは御意見を頂戴いたしました。今後のガイドライン解説を作る上での、あるいはそれを超えて一般的に、杉原様からより大きなデータ政策の在り方、政策形成過程の在り方についても御意見をいただきましたが、このワーキンググループ、また関係の方々において、しっ

かり受け止めて議論をさせていただきたいと思います。

それでは、ただいまの7者様の御説明や御意見に関し、御質問、御意見等があれば承りたいと思います。なお、主婦連合会様は御都合により既に退席されておられますので、主婦連合会様への御質問については、御質問いただいた上で、事務局を通じて後日回答いただくこととさせていただきます。

それでは、御質問等、御意見等のある方は、私にチャット欄でお知らせいただければと思いますが、いかがでしょうか。

それでは、板倉構成員、お願いいたします。

【板倉構成員】 全体的なコメントと皆さんからの御発表を見ての感想とお願いといったようなところになりますが、一つは、最後のTCAのところにもありましたが、今回の外部送信規律は個人情報保護法の利用目的規制と私は決定的に違うと思っております、個人情報保護法の利用目的規制は、自分たちがどういう事業をやるかに合わせてできる限り特定して、その記載の仕方も工夫をするところが肝になってくるわけですが、外部送信規律の内容というのは、主として入れる広告サービスやモジュールの仕様に従って、どのような情報がどのように移転して何に使われるというのは固まっているわけです。ですので、その見せ方というのは、通知や公表の仕方、知り得る状態に置く仕方というのは、そこを訪れるユーザーのレベル等に応じて工夫をしたい。そこは創意工夫をすると言っていた方がいいですが、利用目的等について創意工夫をすると言われると、それは間違っているとわざるを得ないと思います。

特に、今回は広告だけの話ではないですが、広告の市場については取引透明化法で指定されていて、しかも2つに分かれています、1つは一体型のプラットフォームと仲介型のプラットフォームですが、一体型の方も、2つはGoogleとフェイスブックというか、メタですね。仲介型の方はGoogleということになっていて、かなりこのモジュールがどのように書いたら良いかというのが割合としては大きいので、そもそものデジタル市場競争本部のときも、この取引透明化法の広告の話と、こちらの利用者情報は連携してやってくださいということになっていたと思いますので、割合が大きいところは、モジュール側というか、広告のサービス側でこのように書きましようというのを固めていただくのが非常に効果的だろうと思います。

実際Googleは、これも前のこの会議でも言ったかもしれませんが、個人情報保護法に基づく公表事項を日本向けに日本語で既に記載しています。かなりこれは助かるのだろうと

思います。他方で、私も広告を掲載するメディアや広告事業者側のお話を聞くと、広告関係はどのような情報がどのようにいってというのが、割と教えてもらえないというか、きちんと情報開示されていない状況にあります。そちらの提供先の方のモジュール側できっちり書いていただければ、それをみんなで見ると。これはこういう広告のサービスに対応したものであることが分かればいいわけで、利用目的などを創意工夫して書くというのは、そもそもの認識が私はおかしいと思いますし、提供先の方の会社は限られていますが、こちらの会議等でも来てヒアリングには応じていただいていますので、そこは外部送信する側とされる側、場合によっては我々も当然一緒にお話をして固めていく手続を想定した方が良く、それでかなりの部分が解決すると私は思っております。

取りあえず以上です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 板倉構成員、ありがとうございます。それでは小林構成員、お願いいたします。

【小林構成員】 御説明ありがとうございました。野村総合研究所の小林でございます。MyDataJapanやMCF、それからTCA、それぞれ具体的な表示方法の例を御提案いただいたのではないかなと思ひまして、これまで総務省の事務局の方で一生懸命、文章でいろいろと説明をされてきたものが、形づくられてきた、まさにこういう事業者なり業界団体様の方から提案いただくことで、具体的に実際に事業に即した形で、また消費者にも配慮した形の表示の方法が形成されていくのだなと改めて感じましたので、ぜひこういう流れを取り込んでいただきたいなと思ひました。岸原様からは、ガイドライン、業界団体に委ねたらというのもありましたが、この時点では、まずはこういう業界団体の方から記載例を御提案いただいて、事務局の方でこういったものをうまく取り入れていただくという、そういう流れで運用されると良いのかなと思ひました。これは感想でございます。

その上で、資料8で、TCAからリンクの御案内がありました。ここに来てハッと思ったのが、これまで、こういったリンクを、どういう名称で表示するのかというところが、まだ定まっていな思ひしております。本アプリケーションにおける、例えば「外部送信について」など、ここのリンクの一番最初の表示がどういう形の名称で案内すると良いのかというのは、これは工夫というよりは、ある程度用語については決めておくというか、幅をお示しされるといいのかなというのは感じたところです。例えばCCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）などでしたら、そういうワードをきっちり決めて御提示しているわけですが、そこまではなかったとしても、ある程度の表示の文言を、バルーンで表

示する場合であったとしても、決めておく方が良いのではないかなど、皆様の御提案を受けて感じたところがございます。

以上でございます。

【宋戸主査】 ありがとうございます。それでは、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。御説明いろいろありがとうございました。大変勉強になりました。今日いただいた中でも、まだそこまでいっていないというお話もありましたが、参考にできる好事例も随分いろいろあったのではないかと思います。

MyDataJapanがおっしゃっていたような、マークを使った形というのも、邪魔にならない、かつ目的を達成できるという意味でとても良いと思いましたが、今日御紹介いただかなかった中でも、これは分かりやすいなという実例が時々ありますので、そういうものを集めるのが良いかと思いましたが。ガイドラインとしては、きっちりこれでないといけないというのは避けるべきで、こういうことを達成したいという考え方を示した上で、ガイドラインを読んで遵守しようとする事業者に分かりやすくお伝えするための工夫が幾つか必要と思った次第です。

3つぐらいあるのですが、まず1つは、好事例集のようなものです。ガイドラインの中に記載例として書くのは限界もあるので、別立てしてベストプラクティス集のようなものを作れば良いのではないかと思いはじめました。業界団体として考えるものでも良いですし、実際に出回っているものの中で、利用者サイドから見て分かりやすい良い例があればお知らせして、その中から先生方がこれは良いと思ったものを選んでベストプラクティス集として作ると。それは板倉構成員がおっしゃったような利用目的の書き方ということではなくて、見せ方とかオプトアウトの説明の仕方とか、送信先と送信元との関係、利用者が拒否した結果どうなるかなど、全体のことを指しています。そういうものがあれば良いのではないかというのが1点。

2点目が、幾つか御指摘もありましたが、個人情報保護法との関係を分かりやすくしてほしい。このガイドラインは個人情報保護に関するガイドラインの一部だと思いますので、その点はしっかり書くべきではないかと思えます。委託先に送信する場合も第三者に当たるなど、個人情報保護法と違う部分に関しては書かれていますが、それに加えて、例えば3ページ用語の説明の中の、利用者に関する情報をもう少し充実させるべきという御意見もありました。利用者に関する情報には個人情報保護法の個人情報に当たるものもあるので、そこをはっきり書いた方が良いのではないか、それ以外のところに関して、個人情

報保護法との関係をもう少し書いてあげると親切と思いました。これが2点目です。

3点目は、対象範囲がはっきりしないという話です。電気通信事業参入マニュアルを見てもまだよく分からないところがあります。マニュアルにはフローチャートもありますが、何故分かりにくいかというと、規制当局目線で書いているからだと思います。自分のビジネスについてイエス・ノーで選んでいくと、最終的に対象か対象でないか答えが出るような、事業の内容から入っていけるようなフローチャートが必要ではないかと思いました。

すいません、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す。それでは、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。事務局からの修正版の解説の御説明もありがとうございます。それから皆様の御発表もありがとうございました。ガイドラインの解説の方は、随分前回の議論を踏まえてしっかりと修正をしていただいたと思っています。

皆様の御意見を伺っていても、特に顕著だったのは、経団連の若目田オブザーバーとJIAAの柳田オブザーバーとJSSECの仲上オブザーバーの御意見の中にあっただと思います。First Party送信の部分はどう考えるかというお話が割とクローズアップされていたのではないかと思います。Third Party送信ではなくて、送信元とのやり取り、First Partyとのやり取りの部分。これは確かに全く御指摘のとおりで、一つは、そもそも規制の対象だということが分かりにくい。それはしっかり解説に書いていただいている、何しろそもそものネーミング自体が外部送信なわけですから、外部送信ではなくて内部送信だろうということなので、そこが難しいわけですが、それははっきりしました。では今度、First Partyとのやり取りというのは、Third Partyに送信される場合とは違って、一つはFirst Party側にデータベースができるということですよ。だからそこでこれまでの普通のプライバシーポリシーに入ってきてしまう、つまりFirst Party側のデータベース、自分たちで例えば個人情報はこのようにしていますというところに登録ユーザーが来れば、Cookieで登録ユーザーだと分かれば、そこに入ってきてしまうわけですので、我々がもともと考えていた外部送信の規制というのは、Third Party側にできるデータベース、DMPのデータベースをターゲットにしていたわけですが、そうではなくて、普通の事業会社としてのデータベースの中にデータが入ってくるという特性があります。

そういう意味で、例の個人情報保護法との関係みたいなことが、その限りでは非常に差し迫った問題になるところがありますし、あともう一つは、First Partyとのやり取りというのは、消費者にとってそんなに想定外ではないと思うのです。その点で、先ほどから適

用除外のマル・バツ表のところはいろいろ御意見ありましたが、高橋構成員も、アクセス解析、別にFirst Partyがやるのは適用除外で良いのではないかとおっしゃっていましたが、今度はFirst Partyとのやり取りというのは、我々が典型的に考えていた外部送信ではないので、そういう典型的なものではない特性を持っています。データベースの点、それから想定外ではないという点においてですね。ですので、適用除外のところ、マル・バツ表のところですっきり抜いていくといえますか、ここは規制対象にはなっているが、いわゆる外部送信とは違うからこうでこうでということをしかり書いていただくことを、高橋構成員だけではなくていろいろな方から御指摘があったと思いますので、そこをやっていたのが一つの大きな課題なのかなと思います。

あとは各論といえますか、先ほど小林構成員がおっしゃったとおり、いろいろ具体的な記載例の御提案などありまして、そういうのを見ていただくと、特にMyDataJapanの記載例などを見ていただくと、例えばあのようになっていけば分かるし、なっていないと分からない。例えば事業者名とサービス名の併記など、これは私は必須だと思っていて、それも具体例を見ていただくと、これはさすがにこう書かないと分からないなどというのがあると思いますので、そこは活用して、ガイドラインの解説にそういう各事業者団体・業界団体やシビルソサエティーの御意見を取り込んで、バージョンアップしていただければ良いかなと思っています。

以上です。

【宋戸主査】 ありがとうございます。この後でございますが、まず、構成員で、太田構成員、それから生貝構成員から御発言の希望があります。まず順番にお伺いをし、その後、オブザーバーでいらっしゃいますが、柳田オブザーバー、それから野口オブザーバーから御発言の希望がありますので、その順番で回していきたいと思います。

それではまず、太田構成員、よろしくお願ひします。

【太田構成員】 ありがとうございます。まずは質問だけさせていただければと思います。MyDataJapanからの発表の中の6ページに、JIAAのインフォメーションアイコンなどを活用するのが良いのではないかと提案があったと思うのですが、ちょうどJIAAも今日参加されていることなので、JIAAにお聞きしたいのは、こういった業界として今回の外部送信に関して共通のアイコンを作ることや、先ほど小林構成員からもあったように、リンクのタイトルなどを、外部送信についてなのか何なのかというところを、業界として標準化して、皆でこれで定めていこうというような動きを、JIAAは何かしら考えていらっしゃる

のか、もしくはJIAAが適当ではなければ、そういった適当な団体がほかにもあるのかというところを教えていただきたいです。以上です。

【宍戸主査】 太田構成員、これは後で柳田オブザーバーのほうから御発言あるときに一括してお答えいただくという手順でもよろしいですか。

【太田構成員】 はい、大丈夫です。

【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、お願いいたします。

【生貝構成員】 大変重要な御説明ありがとうございました。私から簡単に2点ほどですが、1つは、沢田構成員をはじめございましたようなベストプラクティスの分かりやすい事例の収集といったところは大変重要なのだろうと。それは恐らくこの法律のスタートと同時に作るところもあるかと思えますし、また、以前にも申し上げたとおり、この法令はどう時間をかけて運用されていくのかということのモニタリングが大変重要になってくるかと思えますので、そういったことの活動とも併せながら、業界団体の方々とも協力しつつ、そういったベストプラクティス、場合によってはバッドプラクティスをきちんと示していくことも重要かと思えますが、しっかり育てていけることが大変重要なのかと感じております。

それから2点目につきましては、このセッションの最初に板倉構成員からございました送信先モジュールの広告プラットフォーム側での対応というのは大変重要なところかと思えますので、場合によりましては解説の中でもそのことについて明確に触れていただく価値があるのではないかと。このワーキンググループは、プラットフォームサービスに関する研究会というところでもあり、特に重要な対象である広告というものは、まさしく一部の事業者が非常に重要な役割を様々な形で担っている、そういうことを既に御言及ございましたデジタル市場競争本部の方や、あるいは取引透明化法等の運用ともしっかり連携をしながらやっていくといったこと、杉原様から少し御言及がございましたような、当局間でのしっかりとした情報共有というところにもつながってくるのかなと感じております。

以上でございます。

【宍戸主査】 生貝構成員、ありがとうございました。それではまず、柳田オブザーバーの方から、先ほどの太田構成員からの質問への御回答も含めて御発言をお願いできればと思います。

【柳田オブザーバー】 ありがとうございます。まず、太田構成員から御質問いただい

た件ですが、JIAAのインフォメーションアイコンを認知いただいて、このような御提案をいただけることはありがたいこととは思っておりますが、現在のインフォメーションアイコンの運用に関しましては、JIAAが定めているプライバシーポリシーガイドラインと、それから行動ターゲティング広告ガイドラインの、この2つのガイドラインの遵守状況を確認して認定を行って、認定した事業者だけが、広告の上又は広告の周辺に表示して、情報の取扱いの説明やオプトアウトに誘導するためのアイコンと位置づけをしておりますので、これをほかの用途に展開していくことをJIAAが今現在考えることができるかということ、なかなか、アイデアとしてはアイコンという分かりやすいもので誘導することは有効かなとは思いますが、JIAAのアイコンに関して言うと、今現在の運用からは考えにくいところです。もしするとすれば、我々JIAAだけではなく、関係する皆様と枠組みから考えていかなければいけないことになるのかなと思っております。

それから、リンク先のタイトルをそろえるなど、あるいはその内容も含めて、説明書きなども含めてだと思いますが、太田構成員から御意見もありましたが、何の場合のどういう記載例なのかということはお書きいただいた方が良いというお話もありましたが、まさにその点でして、広告利用といたしても様々あると。それからマーケティングという広告以外の目的でも様々ありますし、情報収集モジュールであったりタグであったりといったもので、第三者への外部送信を行って利用する方法も様々ある中で、どのように書いていくべきか、タイトルも含めて業界でしっかり考えていくことで、利用者の皆様に御理解いただきやすい方法を、業界として標準化というと少々言い過ぎかもしれませんが、そろえていくことが進めていければと思っております。JIAAはかなり前からこれはテーマとして出ていましたが、なかなか実現してこなかったところでもありますので、引き続きの課題と考えております。

それと、御質問させていただきたいと思ったのは、先ほど板倉構成員が透明化法のことをおっしゃっていましたが、今回の情報送信モジュールや、我々は情報送信モジュールという言い方をしていますが、タグに関しては、特定プラットフォームに該当する、透明化法に該当するような事業者だけのことではないと認識をしております、それで私どもの説明が足りなかったところがあるのかなと思ったのですが、資料の5ページのところに少し書かせていただいたのですが、広告の目的でも、大手だけではなく、中小を含めて多くの国内外の広告プラットフォームや関連ツールを導入しているのが、今のメディア事業者、プラットフォーム事業者の実態でして、そうしますと、第三者への外部送信ということだ

けを考えましても、多数の事業者がある、多数のツールがあるのが現状でして、これが分かりにくさを生んでいることも一方で課題はあるのですが、これが多数あるということは、広告市場にとっては公正で自由な競争が確保されているということですので、大手だけではなくて、中小も含めたところで我々は考えておりました、この辺りをどうお考えでの御発言だったのかなというところを質問させていただきたいと思いました。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは、これは板倉構成員への御質問ということですので、このタイミングでお願いいたします。

【板倉構成員】 全くおっしゃるとおりで、例えばBtoBの企業は、社名を見てもサービス名を見ても、さっぱり分からないと。電通、博報堂系の業界の人だったら絶対知っているようなところでも、市民に聞いたら全然分からないので、それはもう全くおっしゃるとおりです。おっしゃるとおりですが、そういうところは多分、記載例を作れと言っても、小さいところは作るのも難しいし、まずは、シェアも大きいし、みんな入れているだろうから、Googleとフェイスブックは記載例を作ってくれと。プラットフォーム圏の下にありますので、彼らは呼びやすいという意味もあって、そのように申し上げました。

もちろんそこにモジュールを出している事業者が個別の者で参加されるであったり団体に参加されるというのは望ましいし、みんな参加してくれるのだったらその方が良いだろうとは思いますが。捕まえやすいところ、それは競争の関係からもある指定されているので、特に影響が大きいという意味で挙げただけで、小さいところがやらなくて良いという意味ではもちろんないです。そこはおっしゃるとおりです。

【宍戸主査】 ありがとうございます。柳田オブザーバー、この点よろしいですか。

【柳田オブザーバー】 大丈夫です。ありがとうございました。

【宍戸主査】 それでは、お待たせしました。野口オブザーバー、お願いいたします。

【野口オブザーバー】 プロバイダー協会の野口と申します。先日、パンチの件など、チャットでいろいろ食いついてしまってすいませんでした。私が所属する部会で、今回全般のお話ですが、聞いてみたのですが、JAIPA特有の問題や要望は上がってこなかったのですが、既にほかの方からの指摘と重複するかもしれないのですが、電気通信事業者の場合ですと、例えば契約の締結のときの説明や書面交付などを行っていきまして、そういった方法などについて、一般的には電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン、こういったものを読みながらやっていると思います。同意の取り方やウェブページでの説明の仕方などについて、今回のガイドラインほど具体的なものにはなっていないと思いま

すが、少し重なる部分があったりいたします。

また、個人情報保護については、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など、そういったものにも沿ってやっていると思いますので、これらは今回のガイドラインとは目的も違うものですから、ガイドラインがそれぞれできていくことは全然仕方ないのですが、電気通信事業者が例えば今どんなガイドラインの下でやっているのかということも参考にさせていただいて、そういったものとも一貫性があるって、相互関係も意識したようなものに仕上げただけだと、スムーズに各社が、特に中小の事業者などが、いろいろなガイドラインをスムーズに守っていけるので、うれしいのではないかなと、そのように思いました。

私からは以上です。

【宍戸主査】 野口オブザーバー、ありがとうございます。貴重な御指摘をいただいたと思います。

一通り、手の挙がっている方からは御発言をいただいたように私からは見えているのですが、引き続き、御発表への御質問でもいいですし、既に幾つもいただいておりますが、全体を通じての御意見等ございましたら承りたいと思います。いかがでしょうか。またチャット欄で私にお知らせいただきたいと思います。

太田構成員、お願いします。

【太田構成員】 全体を通じてというところで、最初に私が意見として申し上げました事例のところですね。そこで、先ほどのJIAAの話にもありましたが、目的というところは非常に多岐にわたってしまっていて、今の事例の中にある広告の最適化というところだけでまとめてしまうのは、なかなか、それがガイドラインの解説に書いてあることによって、広告のタグを入れたらこれを書いておけば良いのかといった感じで、そうやって広がってしまうところを懸念しております。

なので、一部、どなたかからも意見があったと思いますが、記載例というところではなくて、ベストプラクティス集のような資料を作って、今回御提案のあった中で、きちんと今回の規律を網羅しているものを掲載していくという方法をとるのが良いのではないかなと思われました。したがって、記載例のところはあくまで限定的なところでの記載例であって、実際の実態を鑑みると、こういった書き方に実際はなるであろうというところをきちんと示していくべきかなと思っております。

First Partyの件で森構成員からも意見がありましたが、First Partyに送られるという

ところに関して、今回、First Party Cookieに書かれているIDだけが送信される場合だけが対象外となっているというのは分かりにくいですし、それ以外のものも送られていたら、それは適用除外ではないですよというところは分かりにくいのですが、森構成員もほかの事業者団体もおっしゃられるように、First Partyに送られるということは、Third Partyに送られるということとは意味合いが異なってくるというのは、このガイドラインの中で示しても良いのかなと考えております。

以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは若目田オブザーバー、お願いいたします。

【若目田オブザーバー】 ありがとうございます。全体の部分でも少し申し上げましたが、今回の法改正に合致する事例につきましては、「既にこれで規制の対応ができています」という事例を紹介するのは難しい、というのが正直なところでございます。一方、先ほど紹介したように、いわゆる消費者様に提供する部分では、そのような事例を経団連の関連組織が紹介しているケースもあります。

太田構成員からもお話がありました。提供事例に対し、規制に合致するかどうかを審査する雰囲気ではないため、もう少し自由闊達にみんなで事例を出し合いやすくするための取組みが必要ではないでしょうか。それらを踏まえ、比較的に事例集の改版を行い、悩み・疑問が出れば、随時追加していくような検討の流れを御検討いただくと非常に良いのかなと。当然、今回の解説案もある程度の段階で世に出していくこととなりますので、この場の議論に関しては齟齬なきようにしておいて、時宜に応じて委ねていくとますます活性化するのではないかなと思います。

あと、森構成員や太田構成員からもありました、First Partyの部分に関しましても、課題を共有でき大変ありがたく感じています。よろしくお願ひしたいと思ひます。

それから、板倉構成員からご指摘のありました、送信先への働きかけの重要性は、経団連の意見として申し上げた点でございます。メジャーな送信先を想定した記載事例を提供いただけますと周知が進むのではないかと、という点は意見としてお伝えしたところであり、板倉構成員からのコメントにも合致しますので、ぜひ御検討をお願いしたいと思ひます。

以上でございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。ほかにいかがでしょうか。

沢田構成員、お願ひします。

【沢田構成員】 お時間があるようでしたら発言させてください。適用除外の考え方について、今さらですが、法律では、適用除外になると通知もしなくて良いとされているのは少しどうなのかなと実は思っています。正当な目的で真に必要なものだからオプトアウトの対象にはせず、利用者が希望しても利用し続けるんですよということは全然あって良いと思うのですが、そうであっても説明だけしてくれても良いのではないかという思いは利用者としてはあります。第三者に情報を送信するのは、広告であれアクセス解析であれ、いけないことだとは誰も言っていないわけです。重要なのはセキュリティ関連だと思うのですが、それに限らず全て正当な目的でやっていることで、でも何が問題だったかというのと、どんなデータがどこに何の目的で送られているかを、今まで利用者は知らなかったと知らされてこなかった点が問題なので、真に必要であればこそ、堂々と書いておいてよと思います。

その上でオプトアウトできるかできないかというところはグラデーションがあって良いと思うのですが、法律上の要請としてはそうになっていないものの、適用除外に当たるものも、できれば説明だけはしておいてほしいなという希望でございます。前回、セキュリティのところで適用除外の範囲を広げる方向へ発言してしまったのを少し反省してしまして、本当はそこもきちんと書いてほしかったと言うべきだったなと思っております。その上で、しつこいですが、オプトアウトはできなくて良いですと思いました。

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。それではさらに、オブザーバーで御参加の経団連の中井様からもお願いいたします。

【中井氏】 中井と申します。お時間いただき、ありがとうございます。皆様のような御議論を伺っていて、幾つか実務的なところから少しコメントさせていただければと思います。3点ほどあるかなと思っています。

JIAAがおっしゃっていたように、広告含めたこれらの技術の運用は本当に様々ございまして、1点目ですが、今回の議論の中で、例えばあるモジュールを入れればどの情報が送られるかは、ある程度自動で決まるといったお話もあったかと思うのですが、今の現状としては、必ずしもそうでないケースが結構ございまして、同一のモジュールをA社・B社が入れていたとしても、それぞれが様々なオプションを選ぶことで、同一のモジュールに対して送られる情報が異なることは往々にあり得ることなので、その点も少し御検討いただければなと思います。

あと、ツールの中で、アクセス解析ツールのようなものもよくあるのですが、このようなツールもツールごとによって異なるのですが、ツールを提供している主体者が、いわゆるGDPRで言うところのプロセッサーであると定義されている部分もありまして、そうなると、そのツールを入れた際に、データの処理の指示は、基本的には導入した側に利用目的などが生まれてくるので、そのようなケースもどのように書いていくのか、利用目的がバラバラになったケースもあるのかなとは少し思ったので、その辺りも御検討いただければと思っています。

3つ目ですが、これも議論の中であった適用除外のところですが、今回嗜好性のようなところがマル・バツの表から消えていたかと思うのですが、これも発表者のどなたかからあったかもしれませんが、第三者のツールによってコンテンツの嗜好性を並び替えることも当然あり得ますが、一方で、自社が持っている自社のコンテンツの並び替えのようなものを自社のアルゴリズムでやっていることも通常としてはあり得るので、この辺りが適用除外になるのかといったようなところも検討していただければなと思っています。

同じところ、4点目になってしまったら申し訳ないのですが、First Partyの部分についてもどう考えるのか、ガイドラインでぜひ明示してほしいなと思っています。アクセス解析自体も、これも例えば自社でやっているケースもありますし、自社のサーバーでアクセスログを取得して解析をしていくこともあるので、このようなケースが、そもそも今回の情報送信指令になっているのか、それとも適用除外となるのか、それとも適用除外にそもそもアクセス解析という行為自体がならないのかということに関しては、ぜひ現状も含めて明確にいただければありがたいなと思っております。

私からは以上です。ありがとうございます。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは次に、寺田構成員、お願いします。

【寺田構成員】 私からは、全体というところですが、今回の外部送信の対象が個人情報保護法の対象から広がったような形になって、GDPRのパーソナルデータの定義に近づいたのかなと思っていますが、規律内容はかなり異なっていると。アメリカの場合は現在、オプトアウト必須化が潮流として流れてきているということで、国内でも国外でも規制内容がどんどん細部で異なるところが増えてきているように思っています。

もともと今回の検討でも、グローバルとの協調といったことが前提としてあったと思いますので、日本のグローバルな企業に関して言えば、今の状況というのはかなりつらい状況になってきているのではないかなと多少危惧するところもありますので、今後もう一度

この辺り、違いとかそういったところを客観的に見て、どうしていくのかというのを考えていくことが必要ではないかなと思っています。

最後に感想ですが、以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。それでは森構成員、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。幾つかFirst Party送信についての御意見もありますので、ちょっと補足をさせていただきます。あと、沢田構成員から、適用除外の場合でも通知公表ぐらいしてくれても良いのではないかと。これは全く御趣旨としてはごもつともで、本当にすばらしい御意見だと思います。オプトアウトは許さないにしても、適用除外であろうがなかろうが、オプトアウトを許さなくても良いことになっていますので、そこは実は私も不満なところでした、今、寺田構成員から、アメリカではオプトアウト義務化が潮流だというお話もありましたが、私もそこは不満に思っていますので、その不満も共有できていると思います。

何で私がFirst Party送信を適用除外でしっかり取り込んでいこうと言っているかということについて、沢田構成員に釈明をさせていただきたい。良いではないか、別にFirst Party送信でも通知公表ぐらいしてくれと。それは全くごもつともで、そこは反論できないのですが、一体的な規制になっているので、例えば通知公表の仕方とか分かりやすさなど、そういうところで、一方でFirst Party送信だと、その説明というのは、First Partyのデータベースでの説明、簡単に言うとプライバシーポリシーでの説明になりますねと。Third Party送信だと、これはもう外部送信だから、その外での説明になりますねということで、外に出すことはユーザーにとっては想定外なわけですから、それはきちんと書くことをしっかり書いてもらわないと困るというのがあるわけで、なので、First Party送信とThird Party送信と一緒に持って飛ばうとすると、一緒に厳しい規制にしようとする、それはこれまでのプライバシーポリシーがあるのではないかなど、そういう突っ込みも受けますので、そういう意味では体を軽くして、ユーザーにとって想定外の部分をしっかりくくり出して、そこについてきちんと分かりやすいルールをつくっていこうというのが私の意図でございます。御指摘は全くごもつともだと思います。

そういう話ですので、私としても、海外のグローバルプラットフォームに外部送信しているものが非常に多いと。これはもう誰の目にも明らかなわけですが、それは日本人として分かりやすいルールをまずつくって、もちろんそういうグローバルな慣行を参考にさせてもらうことはありだと思うのですが、そこは我々は我々のルールをしっかりつくってい

くと。国内の事業者も含めて分かりやすいルールをつくっていくことが重要ななと思っています。

以上です。

【宍戸主査】 森構成員、ありがとうございます。ほかに御質問あるいは御発言、全体としていかがでしょうか。

生貝構成員、お願いします。

【生貝構成員】 本当にアディショナルな程度ですが、先ほど寺田構成員からも、海外の様々な動きをしっかりと調べ続けるべきだということに関して、海外の動き、本当に個人データ関連の規制だけ見ていけば、大体この分野と分かったのですが、特に先般、例えばヨーロッパですと、官報掲載されて来年施行されるデジタルサービス法の中ですと、青少年のデータを利用したターゲティング広告や、特別カテゴリーデータを利用したターゲティング広告などに対して、特にプラットフォームとの関わりでは強い規律が課されるようになってきており、青少年データの関わりですと、アメリカで審議されているADPPAの中でもかなり特別な取扱いがなされていたりするところであり、また、デジタルサービス法の中ですと、そういったターゲティング広告に関わる、透明化とともにデータベースをしっかりと作って公表していくべきだといったことなども含めて、様々な議論がなされている。恐らく利用者情報の保護というところも、国際的に見ても、様々な形で見なければならぬ法令が増えてきているといったことは、少し申し上げたいと思います。以上です。

【宍戸主査】 ありがとうございます。

沢田構成員から森構成員へ、First Party送信を適用除外に含めることには異論ありません。御指摘のとおり、利用者にとって想像しやすく意外性はそんなにはないと思いますという趣旨の御発言をチャット欄で書いていただいております。

大体予定した時間ですが、特に何か御発言等ございますか。よろしいでしょうか。

森構成員から沢田構成員へ、フォローありがとうございます。通知公表ぐらいしてくれという御指摘、反論する余地のないものだと思います。

それでは、本日ここまでとさせていただきたいと思います。ふだん10時からでございますが、30分前に倒して始めて、7名様から非常に貴重なインプット、御指摘をいただき、また、その後も、構成員、オブザーバーの皆様から重要な御指摘をいただきました。

本日の御議論を踏まえまして、事務局において解説案について修正などをさせていただき、次回会合にまた改めてお示しをさせていただきたいと思います。

その他事務局より連絡事項があれば、お願いをいたします。

【丸山消費者行政第二課課長補佐】 事務局です。皆様、御議論いただきまして、ありがとうございました。ヒアリングにおいても、事例等も含めて御紹介いただきまして、ありがとうございました。御議論を踏まえて修正等に取り組んでまいりたいと思います。

次回会合につきましては、別途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した。

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21回会合を終了とさせていただきます。

本日は皆様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。繰り返しになりますが、本日御発表いただきました7者様には心より御礼を申し上げます。

それでは、以上をもちまして、本日の会合は閉会といたします。ありがとうございました。