



第11回会合における事業者からの主な発言

2022年5月12日
事 務 局

①契約者情報、②dポイント会員情報（非契約者含む）、③サイト（ドコモのサイト、ドコモのタグが貼ってあるサイト）の訪問者情報の3種類を持っていると理解したが、どのように整理して保護しているのか。【板倉構成員】

株式会社NTTドコモ

- ①に加えて、②と③についてパーソナルデータという同じ括りで捉えて、②と③の対象者に対してもそれぞれ適切な説明、同意取得等を行っている。

同様に、情報の外部送信規律の対象に電気通信事業を営む者が含まれているが、①は入るとして、②と③はどのように対応するのか。【板倉構成員】

株式会社NTTドコモ

- 現状でも外部送信している旨の表示等を行っているが、情報の外部送信規律の対象については今後整理されていくものと認識しているので、それに従いたい。

プライバシーポリシーの見やすさについて、トップページの一番下へのリンク掲載では、慣れていない人にとっては簡単にたどり着くことができないのではないかと思う。工夫の余地はないか。【石井構成員】

株式会社NTTドコモ

- トップページから直接遷移して確認できるような形にしている他、新たな契約を締結する等必要となる場面ではプラポリのリンクを明示する等の対応を図っており、十分な透明性は確保できていると考えるが、ご指摘のとおりウェブサイトの一般的な構成に必ずしも慣れていない方にとっては見つけにくい面もあると考えられるので、引き続き改善検討等進めていきたい。



「サイトのご利用にあたって」は、トップページから何クリックで行けるのか。【石井構成員】

株式会社NTTドコモ

- トップページから直接遷移して確認可能。

「当ウェブサイトにおける情報収集についてのページ」への遷移についても分かりやすくしていただきたい。【石井構成員】

株式会社NTTドコモ

- 引き続き改善検討等進めていきたい。

プライバシーポリシーの変更点がどこなのかが分かると良い。【古谷構成員】

株式会社NTTドコモ

- 引き続き改善検討等進めていきたい。

プライバシーポリシーに、利用者側から何ができるのか、コントロールするために何ができるのか、という書かれ方がされていないが、そういう点をもう少し考慮した方がいいのではないか。【古谷構成員】

株式会社NTTドコモ

- プライバシーポリシー「4. パーソナルデータの取扱いに関する同意」と「5.お客さまによるパーソナルデータの管理」にて、パーソナルデータの管理に関して利用者側からコントロールするためにどこで何ができるのかの概略は説明している。
- 具体的なオプトアウト範囲や同意状況の確認は、ダッシュボードにて一覧性を持たせたうえで、プライバシーポリシーからのリンクも掲載している。
- ダッシュボードの認知度や識別性の向上を通じて利用者の理解をより一層深めていきたい。

モニタリングシートの1.5の関連で、取得情報の加工・分析・利用状況及び利用者それぞれにそれを説明しているかどうか。【古谷構成員】

株式会社NTTドコモ

- 現状では、取得したお客様に関する情報を、ご契約内容に基づく各種サービスの提供、サービスの品質維持・向上、提供サービスに関するシステム等の保全、新商品等におけるアンケート分析といった目的のために加工・分析・利用等しており、取得する情報の性質や取得経緯、利用目的等を勘案して、プライバシーポリシー、アプリケーションプライバシーポリシー、利用規約、サービス提供時の同意取得画面等で説明する等、お客さまにとって分かり易い説明となるよう努めている。
- なお、より分かりやすく、との観点から、先般のプライバシーポリシーの改定の際に、「ドコモのお客さま分析について」との説明を追加し、利用者の理解促進に努めている。

他人に知られたくないセンシティブな情報はコンテキストによっても異なると思うが、PIA等における社内での基準などはあるか。どのように検討しているのか。【小林構成員】

株式会社NTTドコモ

- PIAにおいては、個別事案毎に、利用データのプライバシー性、利用目的、利用時の加工の程度、お客様の予測可能性、お客様にとってのメリット、拒否手段の有無など、様々な要素を総合的に勘案して評価を実施している（一定の基準に該当する施策については、様々な立場（データガバナンス、データ活用、法令制度、広報、CS推進、情報セキュリティ）のメンバーで構成する「PIA会議」において、それぞれの知見に基づき協議のうえ評価を実施）。
- また、社内でプロファイリングのガイドラインを作成し、プロファイリングを行う際の基本原則（プライバシーへの配慮を徹底し透明性の確保に努めること、お客様や社会がより豊かで便利になるような内容や方法で分析すること、お客様に不当な差別・偏見その他の不利益が生じることがないように留意すること等）や留意点などを定めており、例えば、人種や社会的な身分、信条、その他人に知られたくないセンシティブな内容を含む情報を用いたプロファイリングや、それらの情報を推測するプロファイリングは行わない（健康関連サービス等の提供にプロファイリングが欠かせない場合に、お客様から明確に同意を得て実施する場合等を除く）ことなどを定めている。

プロファイリングした情報は、個人情報保護法上は個人情報ではないということになっているが、本人から開示請求があった場合には対応しているのか。【小林構成員】

株式会社NTTドコモ

- 開示請求があった場合は法令に従って対応しているが、プロファイリング結果については、大半が個人情報保護法第33条第2項第2号に基づき不開示とさせていただいているものに該当することになると考えている。

ダッシュボード等の取組が非常に進んでいると思ったが、効果測定も必要と思う。ダッシュボードの利用実態はどのようになっているか。
【山本主査代理】

株式会社NTTドコモ

- ダッシュボードのアクセス状況に係る具体的な数字等は非公表。

データポータビリティについて、検討しているか。検討していれば、どのようなことを検討しているのか。【寺田構成員】

株式会社NTTドコモ

- 現時点では検討していない。今後必要に応じて、検討してまいりたい。

PIAの評価結果によって、施策をストップすることがあるのか。その場合、そのストップの判断はプライバシー保護組織や保護責任者が判断するのか。あるいは、審査のための会議体を設置して、合議で行っている（特定の個人や組織に責任を帰属させない）のか。
【小林構成員】

株式会社NTTドコモ

- PIAにて施策実施がプライバシーインパクト上のリスクありと評価された場合、施策検討部門へその評価結果を伝達し、施策検討部門等の施策実施に係る意思決定組織・機関にて施策実施に関する最終判断を行う。
- リスクの度合いによって、懸念点やその対処策も示すようにし、事後的にもこれらの対処がなされているかチェックも行っている。また、プライバシーインパクト上のリスクが高いことが懸念される施策については、PIAでの評価過程において施策内容の見直しを強く求め、最終評価までに施策内容を見直したケースもある。

モニタリングシートの3.1について、IPアドレスや広告識別子の取得にあたっては、顧客から個別に同意取得しているとのことだが、契約者でない者からのIPアドレス取得については、同意取得はできていないと思うが、どのような対応を行っているのか。【太田構成員】

KDDI株式会社

- auユーザー以外のIPアドレスも、広告の仕組み上送信されてくる。送信にあたっては、当該広告が掲載されている媒体側で、例えばサイトポリシー等で表示いただくようお願いしている。送信されてきたIPアドレスがauユーザー以外の場合は、利用されずに捨てられる。マッチしない場合は破棄される形になっている。

モニタリングシートの3.2について、広告が表示されないwebサイトやアプリからも情報収集しているという認識だが、そのような場合には、オプトアウトについてはどのように対応しているか。【太田構成員】

KDDI株式会社

- 広告枠がある場所でしか情報収集はしていない。当社と連携した広告枠にはインフォメーションアイコンが出ており、それが出ている場合に収集される。そうではない場所で何も公表等せず情報収集はしていないので、そういう場所にはオプトアウト導線は設けていない。

AI開発・利活用原則の策定・公表に関して、PIAを組み込んだとのことだが、例えばリスクを反映して変えたというような説明ができるような、運用上の実践例があれば教えて欲しい。また、「信頼できるAI」を掲げられている関係でも、そういった実践例がある場合、消費者にきちんと説明しているのかどうか。【古谷構成員】

KDDI株式会社

- PIAでチェックした例はあるものの、現時点ではサービス化していないものが多いので、公表できる事例はない。消費者に対しては、サービスが出たときに説明できると良いし、サービスの仕様に反映することによって、間接的にそういった取組が反映されるといいのではないかと思う。

説明資料のP13の広告配信について、取得するIPアドレスは個人を識別できる場合とそうでない場合があると思うが、一対一マッチングなのか、ある程度幅があるのか。顧客に間違った広告配信がされないための工夫があれば、教えて欲しい。【小林構成員】

KDDI株式会社

- KDDIのネットワークで付与しているIPアドレスであれば、基本的にはそのIPアドレスから、au IDと紐付けて、1対1対応を取れるという考え方をしている。IPアドレスの割当てのタイミングによって、例えば1秒前に割当てが変わったにもかかわらず、その1秒前のデータが送られてきて、他人の情報が送り返されてしまうといったことは起こらないと考えて、提供している。

説明資料のP14について、ユーザーを対象にしたある種のターゲティング広告だと思うが、そのオプトアウトを提供しているということで、オプトアウトの実績を教えて欲しい。【森構成員】

KDDI株式会社

- 現時点では非公表。公表は検討していきたい。

データポータビリティについて、検討しているか。検討していれば、どのようなことを検討しているのか。【寺田構成員】

KDDI株式会社

- 具体的な検討は行っていない。領域によって、例えばヘルスケア領域などは必要になってくるだろうとは検討している。ユーザーニーズやサービスの動向などを見ながら準備していきたい。

PIAの評価結果によって、施策をストップすることがあるのか。その場合、そのストップの判断はプライバシー保護組織や保護責任者が判断するのか。あるいは、審査のための会議体を設置して、合議で行っている（特定の個人や組織に責任を帰属させない）のか。

【小林構成員】

KDDI株式会社

- PIAを実施するデータガバナンス室からは法令遵守のための要件やプライバシーリスクとリスク低減策の提示（助言）を行い、最終的な実施判断（どのリスク低減策を採用するか）は事業部側が行う事としているが、基本的には助言が尊重されている。
- データガバナンス室のみで助言ができない場合や事業部側で経営判断を仰ぎたい場合には、第三者組織のアドバイザリーボードや経営層出席の会議体（データガバナンスボード）に付議し、経営判断で実施可否を決めるフローも備えている。

「情報収集モジュール」について、消費者は想像がつかないところもあると思う。アプリケーションも含まれるかもしれないし、ライブラリーも含まれるかもしれず、それを説明されないと理解しないと思われる。具体的にどのように補足しているか。【佐藤構成員】

楽天モバイル株式会社

- 現状では当社説明資料15頁に記載の通りの説明をお客様にしている。
- なお、情報収集モジュールは、「アプリの利用状況を解析してよりお客様にとって便利で快適なサービスを提供することを目的とした、当社以外の第三者が提供するプログラム」であるため、仮にお客様から説明を求められた場合にはそのように補足する。
- また、今後は上記のようなお客様にとってよりわかりやすい説明をウェブページで行っていくことを検討する。

グループ企業との関係では、楽天モバイルの利用目的で説明をすることだが、その第三者提供先を含めてどのように説明するのか。グループ企業とまとめてしまうと、恐らく消費者にも伝わらないし、思っているのと違う使われ方が出てくるかと思うので、そのあたりはどのように配慮しているか。【佐藤構成員】

楽天モバイル株式会社

- 当社では、利用目的を丁寧にお客様にご説明し、その実現のためにグループ会社に情報提供することをご理解いただくことが重要であると考えており、そのために楽天グループへの情報提供に際してもプライバシーポリシー上で利用目的について具体例を交えて丁寧に御説明し、グループ会社の範囲一覧のリンクを掲載した上で情報提供している。今後もその点をよりわかりやすくお伝えできる御説明や工夫を検討する。

説明資料の6ページについて、グループ各社が何をしているのか、特に楽天モバイルがどのように考えて体制を組んでいるのかが見えないので、教えてほしい。個社の上にグループとして管理するという体制なのか、個社のそれぞれの機能を外出しにして、グループ全体で何らかの支援といったそういったものを見ていく、という体制の組み方なのか、どちらなのか。恐らく前者と思われるが、その場合、特に楽天モバイルの体制については、このような単純なものではなくもう少し複雑で、各事業部門との関係や、そこの体制の組み方がどうなっているのかといったことを教えてほしい。特に、プライバシーポリシーオフィサーについては、GDPRに基づいたものであれば、独立した位置づけであると思うが、一部門長であり役員レベルでもなさそうに見えるので、その理由を教えてほしい。【寺田構成員】

楽天モバイル株式会社

- 楽天グループ全体のガバナンス体制としては、グループ各社の法務部門、情報セキュリティ部門等がプライバシー保護を推進していく体制となっている。楽天モバイル含め、グループ各社にプライバシーオフィサーが設置され、個社の法務部長ないしはプライバシー専門のマネージャーが担当する形を取っている。楽天グループ全体のプライバシー保護を統括する組織として、グローバルプライバシーオフィスが設置されている。グローバルプライバシーオフィスには、グループ全体のプライバシーガバナンスを担当する「グローバルプライバシーマネージャー」（BCRに基づいている）、およびGDPRに基づく「グローバルデータ保護オフィサー/Global DPO」が所属している。「グローバルプライバシーマネージャー」は、上位組織である情報セキュリティ・プライバシーガバナンス部部長である執行役員が担当している。
- GDPRに基づく「グローバルデータ保護オフィサー」は、グローバルプライバシーオフィスに所属するシニアマネージャーが担当し、情報セキュリティ・プライバシーガバナンス部部長である執行役員に報告するとともに、グループ本社副社長CISO、及び直接社長に報告可能な形をとっている。また、資料にて示した通り、グループ各社におけるプライバシー保護に関する重要事項については「グループ情報セキュリティ&プライバシー保護委員会」にて審議されることとなっている。この委員会は、現在、グループCISOであり副社長である者を委員長として、毎月定例会議を行っている。委員会の重要決定事項はこの「プライバシーオフィサー」を通じて、各社にて実装が行われるため、「プライバシーオフィサー」は必ずしも役員レベルである必要はなく、WGにてお答えした通り、現場レベルでフレキシブルに対応できることを重視して指名をしている。
- なお、総務省の“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”への対応、楽天モバイル個人情報保護方針の策定は楽天モバイルプライバシーオフィサー、楽天モバイル法務によって行われている。令和2年改正個人情報保護法への対応もグループ全体の方針に基づき、楽天モバイルプライバシーオフィサー、楽天モバイル法務によって改定が行われた。具体的な実務としては事業部が何らかデータを利活用する場合においては個別の案件ごとに、都度、法務審査の実施を必須とする体制を取っている。この法務部門はプライバシーオフィサーを長とする部門である。

説明資料P20について、「当社から依頼された広告配信のために、お客様の個人情報または個人関連情報を利用します」とあるので、その提供されたデータのうち特に個人関連情報、ウェブ閲覧履歴といったものは、もう楽天モバイルを広告主とする広告にしか利用されないということで良いか。【森構成員】

楽天モバイル株式会社

- 提供先の第三者によって他の個人情報と突合される個人情報または個人関連情報については、楽天モバイルを広告主とする広告のみに利用している。

楽天モバイル自身も広告配信事業をしようと思うが、外から個人関連情報を購入したり何らかの形で導入して、それを使って広告配信をするということはないのか。もしあるとすると、どのように説明しているのか。【森構成員】

楽天モバイル株式会社

- 現状（2022年5月時点）では外部からの個人関連情報の購入等はない。

利用者が、自己が提供するあるいは提供したデータをコントロールするための何らかの取組を、整理して教えてほしい。【古谷構成員】

楽天モバイル株式会社

- 楽天グループの広告配信システムを使用しており、オプトアウトの仕組みについても用意している。例えばGPSの位置情報についても利用者端末の方でオプトアウトが可能ないように設定している他、広告配信はメール・SMS・アプリプッシュ通知で行っているが、全てユーザーの意志で配信停止が可能になっている。メールはウェブ上にて、SMSはウェブ・アプリ上にて、アプリプッシュ通知はアプリ・スマートフォンの設定画面上にて、配信停止の設定変更ができるようになっている。
- また、メール・SMSでは配信している文面内にも「配信停止はこちら」という表記をし、配信停止設定画面への導線を設けており、当社がお客様のデータをどのように活用するか、ご自身で管理いただける機能を提供している。

データポータビリティについて、検討しているか。検討していれば、どのようなことを検討しているのか。【寺田構成員】

楽天モバイル株式会社

- 現時点では具体的な検討に至るフェーズではないと考えているが、今後、世の中の動向なども見据えて、引き続き検討したい。