

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 WG

とりまとめ(案)

令和4年6月  
事務局

# 目次

<b>第2部 利用者情報の適切な取扱いの確保について</b> .....	5
<b>第1章 プラットフォームサービスに係る利用者情報を巡る現状と課題</b> .....	5
<b>1 プラットフォームサービスに係る利用者情報の現状と課題</b> .....	5
(1) プラットフォーム事業者の重要性 .....	6
(2) 利用者情報の取扱いに関する動向 .....	9
<b>2 現行制度と政策</b> .....	18
(1) 個人情報保護法及び電気通信事業 GL .....	18
(2) SPI 及び SPO .....	23
(3) 一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 (JIAA) .....	24
(4) 位置情報プライバシーレポート .....	24
(5) 一般社団法人 LBMA Japan .....	25
(6) AI 利活用ガイドライン・情報銀行におけるプロファイリングの取扱い .....	25
(7) デジタル市場競争本部 .....	26
(8) 競争政策とデータ保護・消費者保護の関係 .....	27
<b>3 海外動向</b> .....	28
(1) 米国 .....	28
(2) EU .....	30
(3) ISO/IEC .....	38
<b>第2章 プラットフォーム事業者等による利用者情報の取扱いのモニタリング結果</b> .....	39
<b>1 モニタリングの概要</b> .....	39
<b>2 モニタリングの結果</b> .....	42
(1) 利用者情報の取扱いの状況について .....	42
(2) 利用規約・プライバシーポリシーについて .....	45
(3) 他アプリやウェブサイトを経由した情報収集 .....	52
(4) 他社へのデータ提供他社との連携の状況 .....	54
(5) サードパーティーによる情報取得への対応 (デジタル広告) .....	54
(6) アプリ提供マーケットについて .....	55
(7) PIA・アウトカムについて .....	57
(8) 個人情報保護管理者の設置状況 .....	58
(9) 全体を通じて .....	58
<b>第3章 今後の取組の方向性</b> .....	60
<b>1 利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた論点</b> .....	60
<b>2 今後の対応の方向性</b> .....	66

(1)	電気通信事業法・個人情報保護法・電気通信事業 GL 等を踏まえた対応.....	66
(2)	官民連携した取組の推進 .....	74
(3)	定期的なモニタリングの実施.....	75
(4)	専門的な知見の蓄積と発信の重要性.....	76
(5)	利用者の理解促進・外部レビュー.....	76
(6)	国際的な対話と連携の推進に向けて .....	78





## 第2部 利用者情報の適切な取扱いの確保について

### 第1章 プラットフォームサービスに係る利用者情報を巡る現状と課題

#### 1 プラットフォームサービスに係る利用者情報の現状と課題

スマートフォンやIoT等を通じて、様々なヒト・モノ・組織がインターネットにつながり、大量のデジタルデータの生成・集積が飛躍的に進展するとともに、AIによるデータ解析などを駆使した結果が現実社会にフィードバックされ、様々な社会的課題を解決するSociety 5.0の実現が指向されている。

インターネットへの接続についても大半がモバイル経由で行われており、SNS、動画共有サイト、ニュース配信、検索等含めた多くの情報流通がスマートフォン等経由で行われている。スマートフォン等を通じたインターネットの活用は社会経済活動のインフラとなるとともに、今後AIの活用やIoT化の進展に伴いデータ流通環境等を大きく変化させることが想定される。ポストコロナ時代に向けて、デジタルシフトは更に進んでいくことが想定される。

この中で、様々なサービスを無料で提供するプラットフォーム事業者の存在感が高まっており、利用者情報<sup>1</sup>が取得・集積される傾向が強まっている。また、生活のために必要なサービスがスマートフォン等経由でプラットフォーム事業者により提供され、人々の日常生活におけるプラットフォーム事業者の重要性が高まる中で、より機微性の高い情報についても取得・蓄積されるようになってきている。これらの情報を踏まえ、プロファイリングやその結果を踏まえたレコメンデーションが幅広く行われることにより、利用者の利便性が高まる一方、知らないうちにその結果に利用者が影響される可能性も高まっている。

利用者の利便性と通信の秘密やプライバシー保護とのバランスを確保し、プラットフォーム機能が十分に発揮されるようにするためにも、プラットフォーム事業者がサービスの魅力を高め、利用者が安心してサービスが利用できるよう、利用者情報の適切な取扱いを確保していくことが重要である。

イノベーションや市場の発展を維持しつつ、利用者が安心してスマートフォンやインターネットを通じたサービスを利用していくことができる環境を確保していく上でも、関係する事業者それぞれにおいて利用者情報の適切な取扱いが確保されることが重要であると考えられる。

---

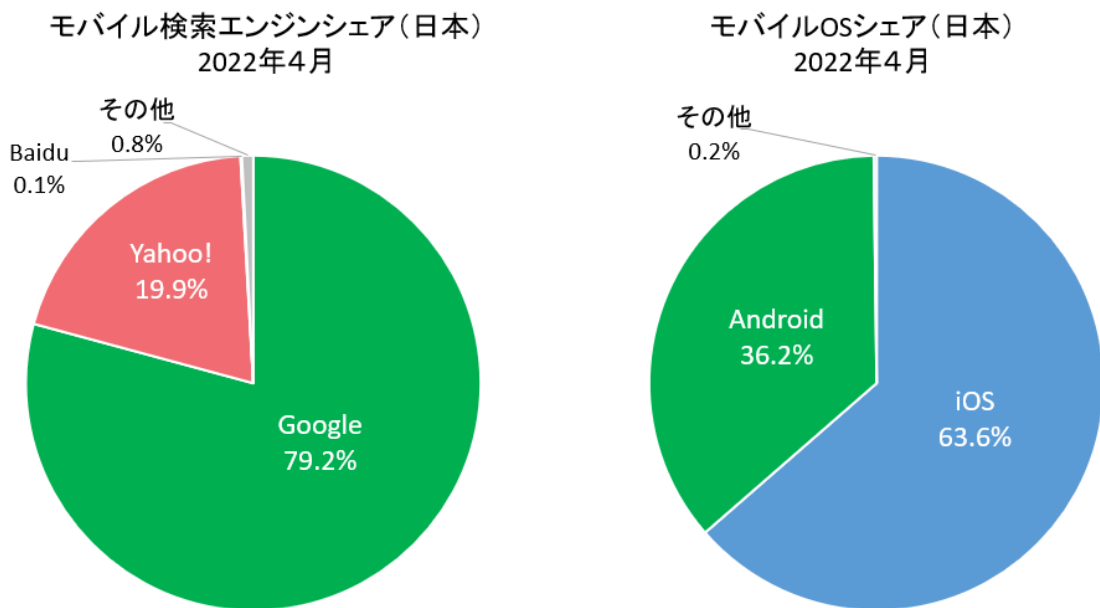
<sup>1</sup> 利用者情報としては、①利用者の識別に係る情報（氏名、住所等の契約者情報、ログインに必要な識別情報、クッキー技術を用いて生成された識別情報、契約者・端末固有ID）、②通信サービス上の行動履歴や利用者の状態に関する情報（通信履歴、ウェブページ上の行動履歴、アプリケーションの利用履歴、位置情報、写真、動画、システム利用ログ、端末の設定等）、③第三者の情報（電話帳）等が含まれる。

そのため、スマートフォンやタブレットなどの通信端末の位置情報や、ウェブ上の行動履歴、利用者の端末から発せられ、又は、利用者の端末情報に蓄積される端末 ID やクッキーなどの端末を識別する情報等の実態を把握した上で検討を行うことが適切である。

#### (1) プラットフォーム事業者の重要性

現在の我が国における市場の動向として、モバイルの検索エンジンのシェアは約 79%が Google であり、約 20%が Yahoo!<sup>2</sup>となっている。

また、モバイル OS のシェアは、約 64%が Apple の提供する iOS (iPhone) であり、約 36%が Google の提供する Android である。各 OS に対応したアプリは、OS 提供事業者である Apple が運営する AppStore (iOS) 又は Google が運営する Google Play (Android) から入手可能となっている。

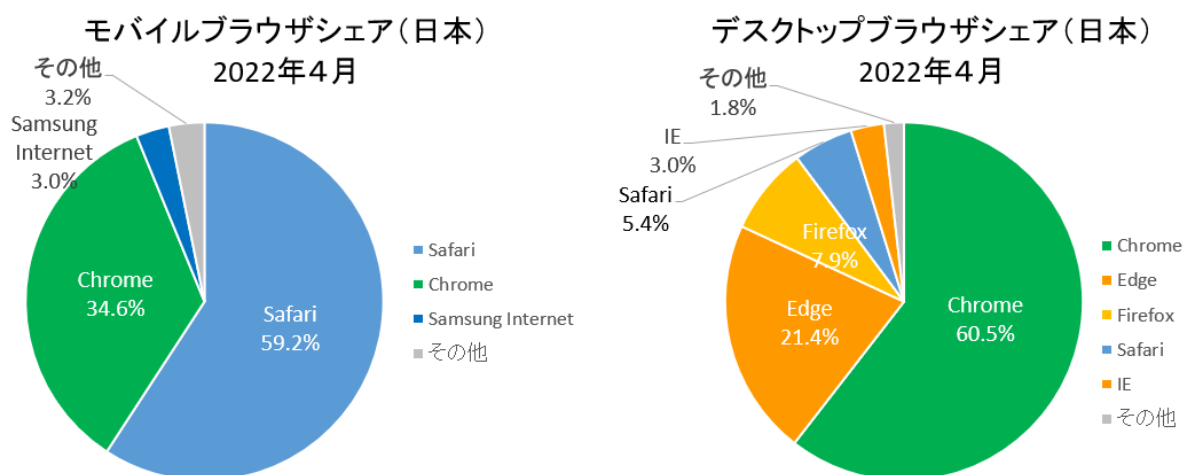


出典：statcounter GlobalStats から総務省作成

<sup>2</sup> Yahoo! Japan は、2010 年から Google の検索技術を利用している。

インターネット閲覧に用いるブラウザについては、モバイルブラウザのシェアは、約59%がAppleの提供するSafari、約35%がGoogleの提供するChromeである。デスクトップ(PC)ブラウザのシェアは、約61%がGoogleの提供するChrome、約21%がMicrosoftの提供するEdge、約5%がAppleの提供するSafariである。

なお、利用者がスマートフォンなどのモバイル経由でインターネットに接続し、プラットフォーム事業者の提供するサービスを活用するケースが多くなってきていると考えられる。インターネット広告は継続して高い成長をしており2021年のインターネット広告媒体費2兆1,571億円(前年比122.8%)のうち検索連動型広告費が7,991億円(前年比117.7%)、ビデオ(動画)広告費が5,128億円(前年比132.8%)となっている<sup>3</sup>。また、SNSや動画共有系等のソーシャル広告費が7,640億円(前年比134.3%)<sup>4</sup>と大きく伸びている。これらをモバイル経由の広告が牽引していると考えられる。2019年におけるインターネット広告のうち、約76%がモバイル広告となっており、約24%がデスクトップ広告となっているとされる。

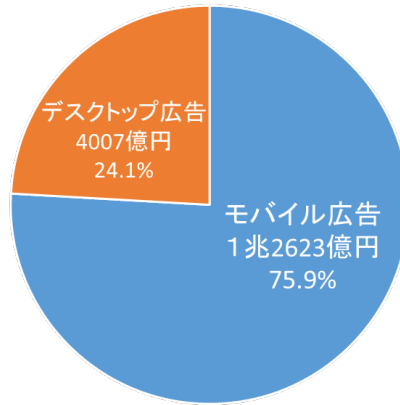


出典：statcounter GlobalStats から総務省作成

<sup>3</sup> 2021年の日本の総広告費は6兆7998億円(前年比110.4%)、そのうちインターネット広告費は継続して高い成長率を保ち2兆7,052億円(前年比121.4%)とされる(出典：2021年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析(2022年3月9日))。

<sup>4</sup> 2021年のソーシャル広告のうち、SNS系が3,168億円、動画共有系が2,610億円とされる(出典：2021年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析(2022年3月9日))。

インターネット広告媒体費(日本)  
2019年 総額1兆6630億円



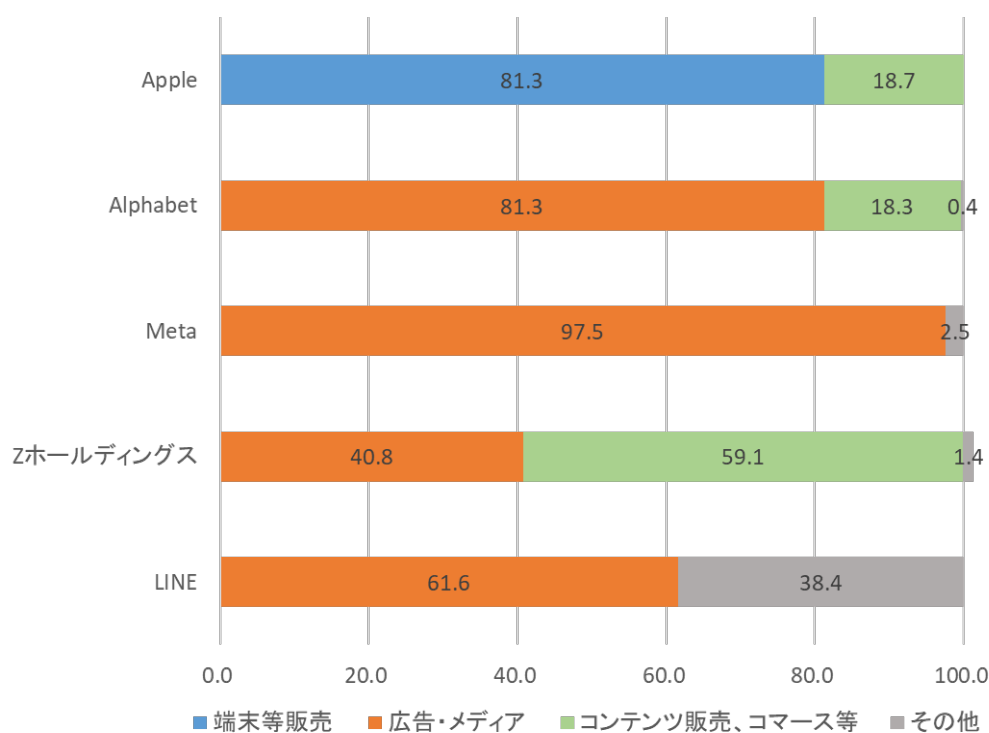
出典: 2020年4月3日 電通報  
「日本の広告費 インターネット広告媒体費詳細分析 No.2」  
から総務省作成

このように、検索、OS、ブラウザなどのインターネットを利用する際に不可欠な各分野において、プラットフォーム事業者は大きな役割を果たしている。

プラットフォーム事業者のセグメント別売上比率を見ると、広告の売上については、Meta 及び Alphabet (Google) はそれぞれ約 98%、約 81%と大きな割合を占めており、LINE、Z ホールディングスもそれぞれ約 62%、約 41%と相当の割合を占めている。また、コンテンツの売上については、会社によって割合に差異があるものの、Z ホールディングスが約 59%、LINE が約 38%、Apple が約 19%、Alphabet (Google) が約 18%と重要な位置づけとなっている。端末販売については、Apple が約 81%と大きな割合を占めている。

プラットフォーム事業者の事業領域には共通している部分と独自の部分があり、利用者情報の取得・蓄積・利用についてもそれぞれのプラットフォーム事業者による事業活動を踏まえたものとなることが想定される。

## プラットフォーム事業者のセグメント別売上比率<sup>5</sup>



### (2) 利用者情報の取扱いに関する動向

#### ① スマートフォンにおけるアプリケーションに関連する動向

スマートフォンにおいては、様々なアプリケーションが利用されているが、アプリケーションのプライバシーポリシーの掲載率は2016年以降大幅に向上してきている<sup>6</sup>。これは、スマートフォンのOSを提供するとともにアプリケーション提供マーケットを運営しているApple及びGoogleがプライバシーポリシー掲載に関するガイドラインの策定や規制強化を実施しアプリケーション提供者に働きかけを強めてきたことによる影響が大きいと考えられる<sup>7</sup>。

<sup>5</sup> Apple、Alphabet、Metaについては「How Big Tech Makes Their Billions」から2021年のデータにより総務省作成。Zホールディングスについてはセグメント別連結損益計算書推移表(IR情報)から2021年度のデータにより総務省作成。LINEについてはZホールディングス決算補足説明資料(IR情報)からLINEに関する2021年度データにより総務省作成(広告・メディア事業以外の内訳は不明のため、「その他」として計上)。

<sup>6</sup> 本研究会(第21回)資料5「スマートフォン プライバシー アウトルックの取組内容の紹介」P6、利用者情報WG(第12回)資料2「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」等

<sup>7</sup> Appleは2016年6月にApp Store審査ガイドラインを大幅に改正しデバイスからの利用者情報(位置情報、連絡先、カレンダー等)のアクセスを実施するアプリケーションはプライバシーポリシーを明示すべきとし、2018年10月には全てのアプリにプライバシーポリシーの掲載

一方で、会社全体やサービス全体を対象としたプライバシーポリシーを掲載するアプリケーションも多く、当該アプリケーションのどの情報をどの目的のために取得するかは読み取りにくいとの指摘があり、簡略版の掲載率についても低水準で推移しており課題がある。

OSにより、位置情報<sup>8</sup>、カメラ、マイク、センサー、電話帳、カレンダー、フォトライブラリー、ヘルスデータ等のプライバシー性の高い情報へのアクセスを行う場合には、アプリケーション内で利用者に個別許可を求める機能等や利用者が各アプリのアクセス可能なデータを設定できるダッシュボード機能<sup>9</sup>も導入されている。さらに、アプリがカメラやマイクを仕様した際にステータスバーに表示する機能、位置情報に関して大まかな位置を提供する機能等<sup>10</sup>やデータ取得の同意取得時に「今回のみ」許可するオプション等も導入されている。

---

を義務づけており、2020年12月以降新規アプリの提出/更新時にアプリのプライバシー情報（取得するデータ等）について提出するように義務づけ、提出されたアプリのプライバシー情報はApp Storeのアプリ紹介ページで表示される。また、Googleは2016年12月にプライバシーポリシーが掲載されていないアプリへの警告、2017年には個人情報を利用者の同意なく収集するアプリに対する警告を行っている。さらに、Googleは2022年7月から全てのアプリにプライバシーポリシーを掲載するとともに、アプリが取得するデータについて提出することを義務づけることを2021年5月に発表した。（本研究会（第21回）資料5「スマートフォンプライバシーアウトルックの取り組み内容の紹介」P7～8、利用者情報WG（第4回）資料2「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」P21、利用者情報WG（第12回）資料2「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」P38）

<sup>8</sup> OSにより、GPS、携帯電話基地局、Wi-Fi、Bluetooth、ビーコン等から、端末の位置情報を生成。

<sup>9</sup> Appleの提供するiOSの場合には、2012年からアプリが特定の利用者情報（カメラ、カレンダー、位置情報等）にアクセスする際に個別同意を取得する仕様及び利用者が各アプリのアクセス可能なデータを設定できるダッシュボード機能が導入されており、2016年のiOS10から同意を取得する際に情報の取得理由・利用目的等の説明文の記載が必須となっている。Googleの提供するAndroidの場合には、2015年のAndroid6.0からパーミッションモデルが変更され、インストール時には危険でないパーミッションのみ付与し、危険なパーミッションはアプリ内で個別に利用者の同意を取得仕様及び利用者が各アプリのアクセス可能なデータを設定できるダッシュボード機能が新たに導入された。（本研究会（第21回）資料5「スマートフォンプライバシーアウトルックの取り組み内容の紹介」P12～13、利用者情報WG（第12回）資料2「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」P39、「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いの現況等に関する報告書～スマートフォンプライバシーアウトルック～（概要）」P21、「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る技術的検証等の諸問題に係る実証調査研究～スマートフォンプライバシーアウトルックⅢ～」P26）

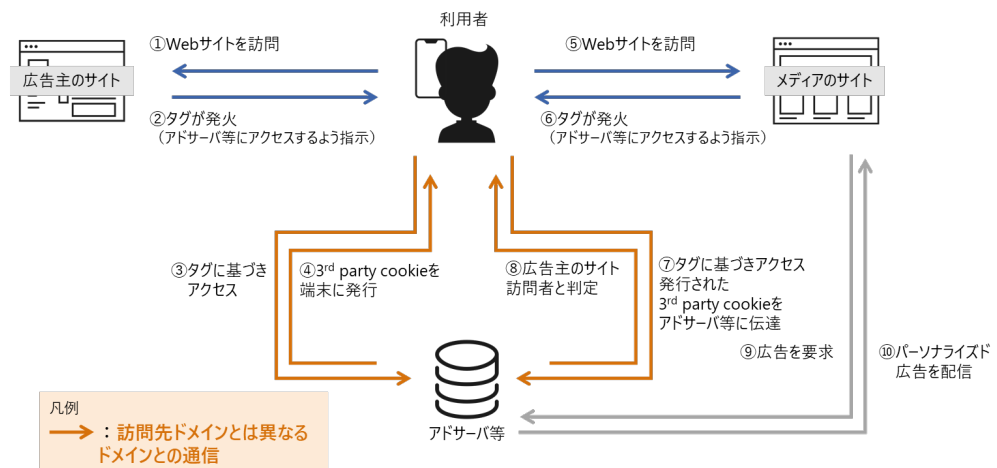
<sup>10</sup> iOSはiOS14（2020年9月）から、AndroidはAndroid12（2021年10月）から導入（利用者情報WG（第12回）資料2「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」P40）。OSの機能として利用者に利用する位置情報の精度と利用タイミングを選択する機会を提供。また、アプリの位置情報利用に関して、アプリの事前審査を行うとともに、アプリ開発者向けの教育コンテンツを提供。

## ② Cookie<sup>11</sup>、広告 ID、タグ等に関連する動向

Cookieには、First Party Cookie<sup>12</sup>と Third Party Cookie<sup>13</sup>があり、Third Party Cookieには、SNS 事業者、広告事業者、アクセス解析事業者、データ仲介事業者等に対する情報送信に利用されるものが多く見られる。また、イメージタグや JavaScript のタグ<sup>14</sup>、OS が発行する広告 ID<sup>15</sup>等による情報収集も多く行われている。

広告事業者等は、このような Third Party Cookie、タグ、広告 ID 等をキーに、クロスサイトやクロスデバイス（以下「クロスサイト等」という。）でトラッキングを行い（以下「クロスサイトトラッキング等」という。）ウェブサイトの閲覧履歴<sup>16</sup>の取得・蓄積・分析等を行った上で、広告配信等に活用していると考えられる。

### 行動ターゲティング広告の仕組み



出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-1 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」 P24

あるウェブサイト訪問時に、そのウェブサイトに設置された情報収集モジュールやタグにより、訪問先のウェブサイトとは異なるドメインへのアクセス (HTTP リクエスト) が発生するケースが多く見られる<sup>17</sup>。

<sup>11</sup> ウェブサイトを訪問した際、ブラウザ上に一時的に情報を保存する仕組み。Cookie によって保存された情報を Cookie 情報とも言う。Cookie の名称、有効期限、送信先のドメインと Value 等の項目を含み、Value という項目を利用してサイトの訪問端末を識別している。

<sup>12</sup> Cookie のうち、利用者が訪問したウェブサイトにおいて一時的に保存される情報を特に First Party Cookie という。

<sup>13</sup> Cookie のうち、利用者が訪問したウェブサイトにおいて、当該ウェブサイトの運営者ではなく、第三者である SNS 事業者、広告事業者、アクセス解析事業者、データ仲介事業者等によって一時的に保存される情報を特に Third Party Cookie という。

<sup>14</sup> 現在は JavaScript のタグ (JS タグ) が主流であり、従来のイメージタグより多くの情報 (例：ページに表示される情報、画面サイズなどの環境情報、フォーム入力情報等) が取得可能であり、ほかの JS タグの強制的読み込み等も可能で、ウェブサイト運営者が知らないうちに JS タグが増える場合があると指摘される (本研究会 (第 22 回) 資料 3 「利用者情報取扱いの実態」 P12~14)。

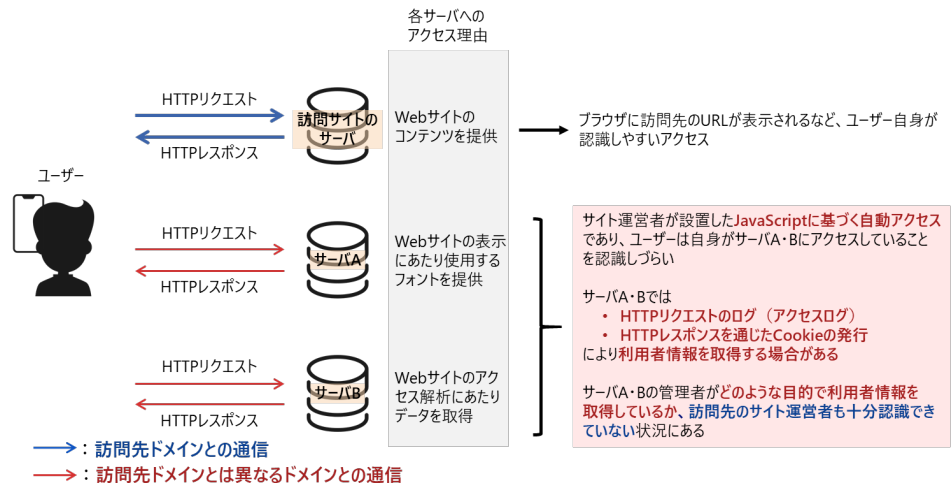
<sup>15</sup> Apple が発行する IDFA、Google が発行する AAID 等

<sup>16</sup> 利用者情報 WG (第 3 回) 資料 1 「オンライン広告における利用者情報取扱いの動向」 P2、利用者情報 WG (第 4 回) 資料 3 「利用者端末情報等に関する規制の方向性」 P6~P9

<sup>17</sup> 国内 16 万サイトのクロール結果を分析した (株) DataSign の調査結果によると、訪問



## ウェブサイト訪問時における HTTP リクエストの発生状況



出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-1 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」 P15 を一部修正

一方、このようなタグや情報収集モジュール等による異なるドメインへのアクセスやそれに伴う情報の外部送信の状況等については、それが設置されるウェブサイト管理者が実情を把握しにくく<sup>18</sup>、そのためプライバシーポリシーがきちんと書けていない場合<sup>19</sup>も多いとの指摘がある。また、利用者にとってもプライバシーポリシーが分かりにくく、自分のデータがどう扱われているか把握することが難しいという課題がある。

近年、オンライン広告におけるプライバシー侵害への危機感が高まり、欧米において利用者情報の取扱いに関する透明性やアカウントビリティを高める法制度の適用がみられることも背景とし、プラットフォーム事業者等関係事業者においてクロスサイトトラッキング等をブロック又は抑制する方向で様々な検討が行われている。

例えば、モバイル及び PC とともにプラットフォーム事業者が高いシェ

先とは異なるドメインへの通信を発生させているタグや情報収集モジュールの導入率としては、目的が「広告」が最も多く導入率約 110%（グーグル合同会社の Display&Video360 及び Google 広告が計約 44%、Twitter 広告が約 9%、Facebook 広告が約 8%、Yahoo! 広告が約 5% 等となっている）、次に目的が「アクセス解析」のものが多く導入率約 90%（グーグル合同会社の Google アナリティクスが約 83%）とされる。タグや情報収集モジュールの概要を示す一つの情報として参考 4 を参照（利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-1 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール」 P18～23）。

<sup>18</sup> タグや情報収集モジュール等の提供者から、ウェブサイト管理者等に外部送信に関する情報の概要や利用者への説明、オプトアウト等について、日本語で分かりやすく示して説明していくことが、ウェブサイト管理者等の支援にもつながるものと指摘される。

<sup>19</sup> ネット通販など消費者向けウェブサイトを運営する主要 100 社のうち 5 割が、Cookie 等により、具体的な提供先を明示せずに外部とユーザーの利用データを共有していたとされる（日本経済新聞 2019 年 2 月 26 日 1 面）。また、国内の消費者向け主要ウェブサイトの約 2 割で外部から分かりにくいデバイスフィンガープリント等の利用者追跡技術が使われているとされる（日本経済新聞 2020 年 12 月 19 日）。



アを有しているブラウザにおいては、Apple が提供する Safari (モバイル/PC) において ITP(Intelligent Tracking Prevention)が実装され Third Party Cookie をはじめクロスサイトトラッキング等が既にブロック<sup>20</sup>されている。このような動きは他のブラウザでもみられ、Firefox は ETP(Enhanced Tacking Protection)が実装されクロスサイトトラッキング等による Cookie 等が制限され、初期設定(デフォルト)でリダイレクトトラッキングも制限されている。また、Google は Chrome における Third Party Cookie の段階的廃止を計画(2023 年後半に廃止見込み<sup>21</sup>)していることを発表している。

また、OS が提供する広告 ID に関して、Apple の提供する IDFA(Identifier For Advertisers)については、これを利用するために 2021 年 4 月 26 日以降、利用者の同意を取得することが必要となった(ATT: App Tracking Transparency Framework)。

Google は、2019 年 8 月に Web 上のプライバシーを強化する一環として、Privacy Sandbox Initiative を発表した<sup>22</sup>。ユーザのプライバシー保護を強化しながら、インターネットの情報を無料あるいは低価格で提供し続けるための事業のサポートする観点から、Google が提案し、コミュニティの誰もが提案やフィードバックで貢献できる取組とされる<sup>23</sup>。同 Initiative は、Chrome における Third Party Cookie の廃止と並行して、フィンガープリントのようなユーザにとって認識しにくいクロスサイトトラッキング等により、個人の閲覧及びアプリ利用データを企業等が独自で収集しつなぎ合わせることで個人を特定されること等を防ぐとしており、目的にあった API で情報を必要なものに制限し、集約化や匿名化されたデータ、ローカルデバイスでの情報処理等を組み合わせプライバシー保護を強化することを目指すとしている。

インタレストベース広告(IBA)を目的とする FLoC(Federated Learning of Cohorts)はブラウザにより同種の興味関心を持つ数千人のグループ(Cohorts)を作成し IBA の対象とすることを提案し<sup>24</sup>、

---

<sup>20</sup> Apple は 2017 年に Safari に ITP(Intelligent Tracking Prevention)を実装することを発表し、段階的に実装が進められ、2020 年 3 月に発表された Full Third-Party Cookie Blocking and More では完全な Third Party Cookie のブロックが行われているほか、すべてのスクリプトが書込み可能なストレージの有効期間を 7 日間に制限している。

<sup>21</sup> Google は従来 Chrome における Third Party Cookie の廃止期限を 2022 年としていたが、2021 年 6 月に発表したブログポスト“An updated timeline for Privacy Sandbox milestones”において、Chrome における Third Party Cookie の廃止期限を 2023 年後半まで延長したと発表。同ブログポストにおいて、英国 CMA(Competition and Market Authority)との関係も踏まえ、Privacy Sandbox のウェブコミュニティへの影響を見定め第一段階として 2022 年後半以降に Chrome の技術的仕様を固めた上で、第二段階として 2023 年中盤以降に 3 ヶ月かけて 2023 年後半までに Third Party Cookie を廃止する見通しが言及されている。  
(<https://japan.googleblog.com/2021/06/cookie.html>) (2021 年 6 月 29 日)

<sup>22</sup> <https://www.blog.google/products/chrome/building-a-more-private-web/> (2019 年 8 月 22 日)

<sup>23</sup> <https://developer.chrome.com/ja/docs/privacy-sandbox/proposal-lifecycle/>

<sup>24</sup> Google は Privacy Sandbox Initiative としてオープンスタンダードを開発するとし、World Wide

Chromeにおいて、オリジントライアルを行った<sup>25</sup>。トライアルの結果、プライバシーに関する懸念があること、機械学習で分けられた数表示のコホードIDでは企業がテストしたり分析しづらいというフィードバックが多数あり<sup>26</sup>、2022年1月25日にGoogleはFLoCの開発を停止し、新たな提案であるTopicsを推進すると発表した。

Topics APIは人間によって分類されて認識可能な興味・関心（トピック）に改め、ユーザへの透明性と選択を向上させるとともに、過去にユーザ活動を観測した企業のみにもトピックを提供したり、一定のノイズを加えたり、センシティブなカテゴリーを避けることなどにより、プライバシー保護の向上を目指している。

具体的には、ブラウザで保持するトピック数は最大15個（各エポック（現在は1週間と定義）のユーザの閲覧履歴に基づく上位5トピックが、過去3週間分保持）とされる<sup>27</sup>。Topics APIの呼び出し元（通常はSSP）は最大で3つのトピックを受け取る。呼び出し元は1週間（エポック）につき1トピックを3週間分渡される。呼び出し元が過去3週間に、該当するトピックのサイトにユーザが訪問していることを観測していることが前提となる。各API呼び出し元が複数あるトピックから一つのみ渡される理由は、API呼び出し元によって違うトピックを受け取ることで、API呼び出し元が同じユーザであることを特定し

---

Web Consortium(W3C)の場においても議論を進めており、2021年1月25日にChromium Blog記事やホワイトペーパーが発表された。FLoCでは、ブラウザがインストールされた端末中で機械学習を利用して行動履歴をAIにより分析し、同種の興味関心を持つ数千人のグループ（Cohorts）を作成し、広告配信主は、Cohortsを配信先として選択できるように提供されるとした。

<sup>25</sup> 2021年3月からChromeにおいてオリジントライアル（Origin Trial）を開始した。Privacy Sandboxは、世界的に高いシェアを持つブラウザのChromeがあるからこそできる構想であるとの指摘もあり、英国のCMAは2021年1月からPrivacy Sandboxについて調査を開始し、同年6月にGoogleのコミットメントに対するコンサルテーション、同年11月にGoogleによる修正コミットメント（セクションD：透明性及び第三者と協議をすること、セクションE：Privacy Sandboxの提案へのCMAの関与（開発とテストに関する透明性のあるプロセス）、セクションF：Third Party Cookieを廃止する前に停止期間をおく（懸念事項に対応）、セクションG：Googleによるデータ利用（Third Party Cookie廃止後にはChromeのウェブ閲覧履歴、Google AnalyticsによるデータをGoogleの広告システムにおけるトラッキングやターゲティングに用いない）、セクションH：非差別（競争をゆがめない）、セクションI：レポート及び法令遵守等）のコンサルテーション、同年12月に変更後のコミットメントに対する意見の検討が行われた。2022年2月にはCMAはGoogleのコミットメントを受諾した。（An update on our Privacy Sandbox commitments(Google、2021年11月26日、<https://blog.google/around-the-globe/google-europe/update-our-privacy-sandbox-commitments/amp/>)、Notice of intention to accept modified commitments offered by Google in relation to its Privacy Sandbox Proposals(CMA、2021年11月26日、[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/1036204/211126\\_FINAL\\_modification\\_notice.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1036204/211126_FINAL_modification_notice.pdf))

<sup>26</sup> <https://developer.chrome.com/ja/docs/privacy-sandbox/feedback/>

<sup>27</sup> 利用者は、割り当てられたトピックを確認・削除したり、Topicsの機能のオプトアウトができる予定であるとされている。<sup>28</sup> 例えば、サイトAのAPI呼び出し元はあるユーザについて「猫」というトピックを受け取り、サイトBの別のAPI呼び出し元は「自動車」というトピックを受け取るとする。この場合2つのサイトのユーザが同じであることを特定するのは難しくなると考えられる。

づらくするためとされる<sup>28</sup>。

トピックの数はオリジントライアル期間中は 350 件だが、最終的なトピックの数は数百から数千になる可能性があり、将来的にはトピック分類は信頼された外部組織によって管理されることを目指している。API 呼び出し元が Topics API を呼び出すとブラウザがその利用者に割り当てられたトピックを返し、受け取ったトピックを他のシグナルと合わせてターゲティングに活用できるとしている。現在、Chrome において、Topics のオリジントライアルを開始している。

また、Google はリマーケティングやウェブサイトによって定義されたカスタムオーディエンスを目的とする TURTLEDOVE<sup>29</sup>でアドサーバではなく利用者の端末内のブラウザ上で広告オークションを実行することを実現する提案を発表した。この TURTLEDOVE の実現に向けて、FLEDGE (First Locally-Executed Decision over Groups Experiment) が提案されており、広告のオークションは引き続きユーザーのローカルの端末で行われつつ、一部の追加入札情報を「信頼できるサーバ」で行うとしている<sup>30</sup>。Chrome において FLEDGE のオリジントライアルも開始している<sup>31</sup>。

また、広告主等のサービス利用者が保有する会員データ等の個人情報とプラットフォーム事業者等のサービス提供者が保有するデータを突合して広告の配信や効果検証を行うサービス<sup>32</sup>も行われている。この際、個人データの第三者提供、委託等に該当するか確認した上で、適切な同意取得や安全管理措置等が求められるとの指摘がある。

### ③ 業界団体等の動向

上記でみたようなグローバルなプラットフォーム事業者によるクロスサイトトラッキング等を規制する方向の動きを踏まえ、オンライン広告市場におけるアドテク企業やパブリッシャーが様々な対応を検討する動きがみられる。

業界団体である欧州インタラクティブ広告協議会 (IAB Europe) と IAB テックラボ (IAB Tech Lab) は、GDPR に準拠しながら、従来からのプログラマティック広告を利用し続けられるようにするための業界標準基準として TCF (Transparency and Consent Framework) を 2016 年

---

<sup>28</sup> 例えば、サイト A の API 呼び出し元はあるユーザについて「猫」というトピックを受け取り、サイト B の別の API 呼び出し元は「自動車」というトピックを受け取る。この場合 2 つのサイトのユーザが同じであることを特定するのは難しくなると考えられる。

<sup>29</sup> TURTLEDOVE は、“Two Uncorrelated Requests, Then Locally-Executed Decision On Victory”の頭文字の略語。広告の入札オークションを、広告事業者等のサーバから、ブラウザ (ブラウザがインストールされた個人の端末内) に移行させる提案。

<sup>30</sup> GOOGLE ADS のブログポスト“Building a privacy-first future for web advertising”(2021 年 1 月 25 日、<https://blog.google/products/ads-commerce/2021-01-privacy-sandbox/>)

<sup>31</sup> FLEDGE については、これまでに 100 以上の組織が W3C での会議に参加し、企業から 6 つを超える提案が出され、現行バージョンの改善を支援した。

<sup>32</sup> データクリーンルームの提供事例として、Google の Google Ads Datahub、Meta の Advanced Analytics、電通・NTT ドコモなど 5 社による docomo data square 等が挙げられる。

に策定、2019年にTCF 2.0に改定している。TCFをベースとした、利用者情報の取扱いに関する同意状況を広告事業者等に送信する同意管理プラットフォーム（CMP：Consent Management Platform<sup>33</sup>）の導入の動きが進んでいる。一方、2020年11月に、TCFについてベルギーのデータ保護当局（APD）によるレビューでTCFにおけるIAB Europeの役割に関して懸念事項が指摘され、2022年2月に、GDPR違反の決定が行われた<sup>34</sup>。この決定はTCFの利用を禁止するものではない<sup>35</sup>が、IAB Europeは2022年3月にベルギー市場裁判所（the Belgian Market Court（Court of Appeal of Brusselsの一部））に対して控訴し<sup>36</sup>、2022年4月にIAB EuropeはAPDへ2022年2月の決定において求められたアクションプランを提出した。2022年5月、IAB Europeは、本控訴の際に併せて提出していたAPDの決定の執行停止請求を取り下げると発表しており、他方、APDは、（ベルギー市場裁判所による控訴審判決が予定されている）2022年9月1日より前には本アクションプランの有効性に関する決定は下さないとの意向を認めている<sup>37</sup>。

業界団体はデジタル広告のアーキテクチャの再構築（re-architect）が必要であるとして、Project Rearcを立ち上げるとともに、PRAM（Partnership for Responsible Addressable Media）としてデジタル広告に係わる業界団体<sup>38</sup>、広告主、エージェンシー、パブリッシャー、アドテク企業等が横断的に参加した取組についても進めている<sup>39</sup>。代

---

<sup>33</sup> IAB TechによるCMPの概要としては、利用者が何について同意又は拒否したかが記録され、ベンダー間で流通するとされている。データにアクセスできるベンダーは登録されており、同意取得のステータスに従って対応することとされている。一方、TCFに準拠していないものもCMPと称しており、一般の利用者には判別が難しい状況であることについても注意が必要である。（利用者情報WG（第3回）資料1「オンライン広告における利用者情報取扱いの動向」P6～7）

<sup>34</sup> 決定はGDPRにおける協調メカニズムに基づくものであり、CMPを通じてベンダーに配信される利用者の同意取得状況等の情報（TC Strings）が個人データに該当し、IAB Europeがデータ管理者であるが求められる義務を果たしていない、CMP上で利用者に与えられる情報が十分ではないとした上で、事業者の正当な利益（legitimate interest）を根拠とした処理の禁止、TCF参加企業のGDPR遵守状況に対する厳格な審査・モニタリングを求め、IAB Europeに制裁金の支払い（25万ユーロ）と2ヶ月以内のアクションプラン（是正措置）の立案を求めている。（利用者情報WG（第10回）資料2「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」P50～51）

<sup>35</sup> IAB Europeは、TCFのCMPのポップアップによる同意取得等が違法とされたわけではなく、継続利用できるとしている（[https://iab europe.eu/wp-content/uploads/2022/04/IAB-Europe-APD-FAQ\\_v3.docx-1.pdf](https://iab europe.eu/wp-content/uploads/2022/04/IAB-Europe-APD-FAQ_v3.docx-1.pdf)、P2-3）。

<sup>36</sup> “IAB Europe Appeals Belgian Data Protection Authority Ruling”（<https://iab europe.eu/all-news/iab-europe-appeals-belgian-data-protection-authority-ruling/>、2022年3月4日）

<sup>37</sup> “IAB Europe Withdraws Request for Suspension of Execution of the APD Decision on IAB Europe and the Transparency & Consent Framework (TCF)”

（<https://www.exchangewire.com/blog/2022/05/13/iab-europe-withdraws-request-for-suspension-of-execution-of-the-apd-decision-on-iab-europe-and-the-transparency-consent-framework-tcf/>、2022年5月13日）

<sup>38</sup> 全米広告業協会（4A's）、全米広告主協会（ANA）、インタラクティブ広告協議会（IAB）、IAB Tech Lab、Network Advertising Initiative（NAI）、世界広告主連盟（WFA）

<sup>39</sup> PRAMを構成する4つのワーキンググループのうち、技術基準のワーキンググループにおいてIAB Tech Labが主導しProject Rearcでの実施作業を継続するとしている。①TCF 2.0をベースにした各国の規制に対応する規格としてのGlobal Privacy Platform（GPP）、②同意や設定を

替 ID として Unified ID 2.0<sup>40</sup> (メールアドレスハッシュ化) を用いて、利用者の一定の関与の下に<sup>41</sup> クロスサイトトラッキング等を実現しようとする動きもある。また、フィンガープリントを用いて、クロスサイトトラッキング等を行おうとする検討する動きもある。これについては、同意取得の在り方やオプトアウトの在り方をどのようにするのかという課題も指摘される<sup>42</sup>。

また、パブリッシャーが First Party Cookie によるターゲティングを重視する動きも活発化している。また、ユーザが閲覧している Web ページを AI で分析し、そのページのコンテキストに合致する広告を出稿する Contextual Targeting についても検討が行われている<sup>43</sup>。

このように、パーソナルデータの取扱いをめぐる各国における法規制や自主規制の動きがある中で、先にみたような OS やブラウザを提供するプラットフォーム事業者による広告 ID やブラウザの Third Party Cookie の規制などクロスサイトのトラッキング制限の検討が行われており、これはデジタル広告業界に大きな影響を与えるものである。このような動きに対応しつつ、業界団体や業界内でも利用者の関与を可能にするサービスやソリューションの開発、事業連携を進める動きも検討されつつある状況であり、現在は大きな転換期にあるものと指摘される<sup>44</sup>。

---

広告サプライチェーン全域で監督可能とする仕様としての Accountability Platform、③ユーザが使用可能な ID トークンのベストプラクティス、④売り手側により定義されたオーディエンスや文脈によるシグナリングを助けるための分類法とデータ透明性基準という 4 つの規格が提案され、2021 年 3 月に意見募集草案が発表されている ((利用者情報 WG (第 3 回) 資料 1 「オンライン広告における利用者情報取扱いの動向」 P11、利用者情報 WG (第 12 回) 資料 1 - 1 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」 P74、76、78-81)、 (“Standards for Responsible Addressability and Predictable Privacy”、IAB Tech Labo、<https://iabtechlab.com/standards/addressability-accountability-privacy/>、2021 年 3 月))。

<sup>40</sup> 利用者のメールアドレスを暗号化・ハッシュ化することで識別子を作成し共通 ID として利用する仕組み。識別子は定期的に再作成され、独立した機関が管理する。(利用者情報 WG (第 12 回) 資料 1 - 1 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」 P46)

<sup>41</sup> 利用者の事前同意 (オプトイン) が前提とされ、オプトアウトにより全ての利用が停止される。(利用者情報 WG (第 12 回) 資料 1 - 1 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」 P46)

<sup>42</sup> Apple は Device Fingerprint は規約で禁止するとしており、Privacy Sandbox 構想を提案している Google は個々のユーザレベルのトラッキングに賛成していないとされ、Third Party Cookie のサポートを終了した時点で他の代替 ID もサポートしないと表明している (利用者情報 WG (第 3 回) 資料 1 「オンライン広告における利用者情報取扱いの動向」 P11 等)。一方、プラットフォーム事業者は自社の中ではメールアドレスやログイン情報等のアカウント情報をキーとした上で顧客情報を集約・分析できるためウォールドガーデンになっているという指摘がある。また、プラットフォーム事業者がルールメイカーとなることによる業界構造や市場競争への影響についても留意すべきとの指摘もある。

<sup>43</sup> 利用者情報 WG (第 3 回) 資料 1 「オンライン広告における利用者情報取扱いの動向」 P10 等

<sup>44</sup> 利用者情報 WG (第 1 回) 資料 4 「インターネット広告市場の動向と利用者情報の取扱いに関する取組について」 P27~28

## 2 現行制度と政策

### (1) 個人情報保護法及び電気通信事業 GL

事業者による個人情報等の取扱いについて個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号。以下「個人情報保護法」という。）により規律されている。令和 2 年には、個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律（令和 2 年法律第 44 号。以下「令和 2 年改正法」という。）が成立し、個人情報の不適正利用の禁止、漏えい等報告及び本人通知の義務化、個人関連情報の第三者提供規制の追加、保有個人データの開示方法の見直し、保有個人データの利用停止・消去等の請求権の要件緩和、仮名加工情報制度の新設、域外適用の範囲の拡大、特定部門を対象とする認定団体の追加、法人重科の導入等見直しが行われた。また、2021 年には、デジタル社会の形成を図るための関係法律の整備に関する法律（令和 3 年法律第 37 号。以下「令和 3 年改正法」という。）が成立した。令和 2 年改正法・令和 3 年改正法（第 50 条の規定に限る）は、2022 年 4 月に施行された<sup>45</sup>。

電気通信事業法（昭和 59 年法律第 86 号）に通信の秘密等が規定されているところ、2020 年には、電気通信事業法及び日本電信電話株式会社などに関する法律の一部を改正する法律（令和 2 年法律第 30 号）が成立し、域外適用の追加等の見直しが行われ、2021 年 4 月から令和 2 年改正（域外適用）が施行された。

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（以下「電気通信事業 GL」という。）は、個人情報等の適正な取扱い及び通信の秘密等に関し、電気通信事業者の遵守すべき事項が規定されている（電気通信事業 GL は、電気通信事業において取り扱われる個人情報の性質等を踏まえ、個人情報保護管理者、プライバシーポリシー、各種情報の取扱い（通信履歴の記録、位置情報等）についても規定している。）。電気通信事業 GL は、個人情報保護法改正及び電気通信事業の性質等を踏まえて見直しが行われ、2022 年 4 月に施行された。

電気通信事業 GL の主な改正内容については、全体の構造としては、「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン（通則編）」（以下「個人情報保護委員会ガイドライン」という。）において、「3-2 不適正利用の禁止」、「3-5 個人データの漏えい等の報告等」、「3-7 個人関連

---

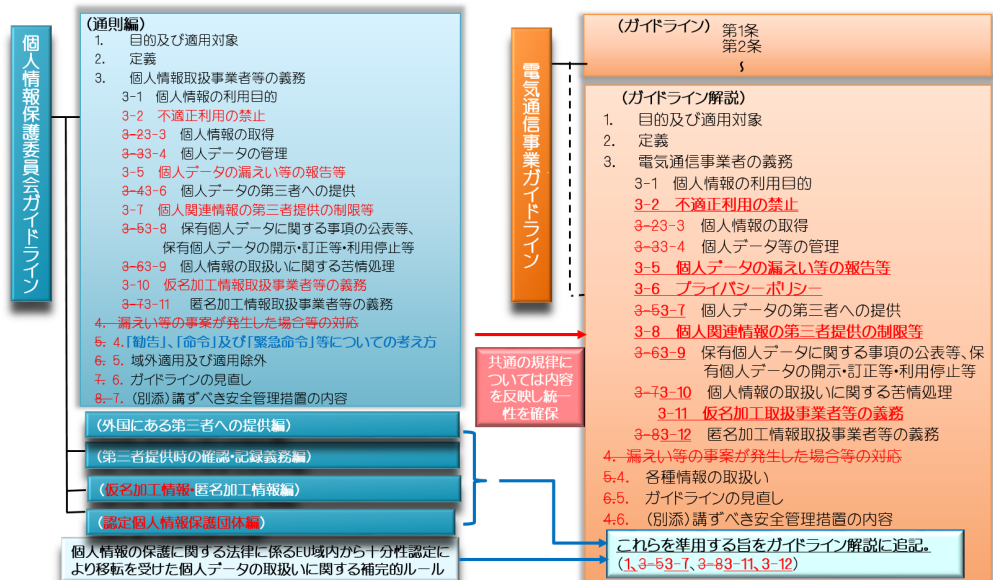
<sup>45</sup> 「個人情報の保護に関する基本方針」についても 2022 年 4 月 1 日に改定された。(1)個人情報等をめぐる状況として、AI、IoT、クラウドサービスや 5G 等のデジタル技術の飛躍的な進展や新しい生活様式の進展により、多種多様かつ膨大なデータの収集・分析等が容易かつ高度化しており、イノベーションの創出や利活用が期待される一方、顔識別・認証技術、AI 等の高度なデジタル技術を活用して行われる個人の行動、政治的立場、経済状況、趣味・嗜好などに関する高精度な推定（いわゆるプロファイリング）、さらには、大量の個人情報等を取り扱う民間事業者などの出現等が指摘されている。自分の個人情報等が悪用されるのではないか、これまで以上に十分な注意を払って取り扱ってほしいなどの個人の不安感が引き続き高まっていることが指摘されている。

情報<sup>46</sup>の第三者提供の制限等」、「3-10 仮名加工情報取扱事業者等の義務」の4つの項目が新たに設けられたことに対応し、電気通信事業 GL においても、「3-2 不適正利用の禁止」、「3-5 個人データの漏えい等の報告等」、「3-8 個人関連情報の第三者提供の制限等」、「3-11 仮名加工情報取扱事業者等の義務」が新たに設けられた。

また、電気通信事業 GL の解説においては、利用目的の特定、不適正利用の禁止、漏えい等報告、外国第三者提供の制限、個人関連情報の第三者提供の制限、保有個人データに関する事項の公表等、保有個人データの開示・訂正等・利用停止等・第三者提供記録の開示、仮名加工情報取扱事業者等の義務、域外適用について、個人情報保護委員会ガイドラインの事例のほか、電気通信事業の固有の事情等を踏まえた事例が追加された。

例えば、「利用目的の特定」については、電気通信事業 GL の解説において「本人から得た情報から、本人に関する行動、関心等の情報を分析するいわゆるプロファイリングが行われる場合、電気通信事業者は、どのような取扱いが行われているかを本人が予測・想定できる程度に利用目的を特定しなければならない。特に、この分析により、2-4「要配慮個人情報」（法第2条第3項関係）の項目に相当する情報が生成される場合には、あらかじめ本人の同意を得ることが望ましい。これら用法について、本人の同意を取得することなく不用意に広告のセグメント情報として広告配信その他の行為に用いないようにすることが望ましい。」と記載<sup>47</sup>されている。

### 個人情報保護委員会ガイドラインとの関係



<sup>46</sup> 提供先において個人データとして取得されることが想定される情報であり、例えば、Cookie等の端末識別子を通じ収集されたある個人のウェブサイトの閲覧履歴、ある個人の商品購買履歴・サービス利用履歴、ある個人の位置情報などが考えられる。

<sup>47</sup> 電気通信事業 GL 解説 3-1-1 利用目的の特定 (GL 第4条第1項関係)



## 個人情報保護法の改正内容と電気通信事業 GL 改正

	改正項目	電気通信事業 GL
令和 2年 改正	①短期保存データの保有個人データ化	「2定義」中のGL第3条柱書の規定を維持。解説（2-8保有個人データ）における関連の記載を削除。
	②利用目的の特定	GL第4条第1項の解説（3-1-1利用目的の特定）に事例を含め説明を記載。 <b>解説の説明を充実。</b>
	③不適正利用の禁止	GL第5条の次に <b>規定を新設。「3-2不適正利用の禁止」を新設</b> し、解説に事例を含め説明を記載。
	④漏えい等報告・本人通知の義務化	旧GL第14条の次に <b>規定を新設。「3-6個人データの漏えい等の報告等」を新設</b> し、解説に事例を含め説明を記載。 <b>権限委任の際の報告先について解説に追記。電気通信事業者に該当する事例を追記。</b>
	⑤オプトアウト規定における第三者提供範囲の限定	旧GL第15条第2項を改正。解説に事例を含め説明を記載。
	⑥越境移転時の本人説明充実化	旧GL第16条を改正。解説においてガイドライン（外国にある第三者への提供編）を参照。 <b>外国の制度等に関する情報提供について解説に追記。</b>
	⑦個人関連情報第三者提供時の本人同意確認の義務化	旧GL第18条の次に <b>規定を新設。「3-8個人関連情報の第三者提供の制限等」を新設</b> し、解説に事例を含め説明を記載。 <b>位置情報が個人関連情報として位置づけられる場合の扱いについて解説に追記。</b>
	⑧保有個人データに関する公表事項等	旧GL第19条第1項第1号を改正、同条同項第3号の次に規定を追加。解説に事例を含め説明を記載。
	⑨保有個人データの開示方法	旧GL第20条の第1項・第2項を改正。解説に事例を含め説明を記載。 <b>電気通信事業者の望ましい対応について解説に追記。</b>
	⑩第三者提供記録の開示請求	旧GL第20条の内容に第5項を新設。解説に事例を含め説明を記載。
	⑪利用停止・消去等の要件緩和	旧GL第22条の内容に第5項及び第6項を新設。解説に事例を含め説明を記載。
	⑫仮名加工情報の創設	旧GL第28条の前に <b>規定を新設。「3-11仮名加工情報取扱事業者等の義務」を新設</b> し、解説でガイドライン（仮名加工情報・匿名加工情報編）を参照。 <b>通信の秘密に関する情報の関係について解説に追記。</b>
	⑬域外適用対象拡大	GL第2条の解説（1-2適用対象）において、域外適用の対象となる事例、対象とならない事例を記載。 <b>電気通信事業者特有の事例について解説に追記。</b>
	⑭認定団体制度の充実	GL第1条の解説(1-1目的)において、ガイドライン（認定個人情報保護団体編）を参照。
	⑮ペナルティの引上げ	—
改正 3年 令和	⑯学術研究機関等の責務	旧GL第28条の後に <b>規定を新設。「4. 学術研究機関等の責務」を新設</b> し、解説に説明を記載。 ※「5. 各種情報の取扱い」（旧GL第32条～）の前に新設

利用者情報の取扱いに関しては、電気通信事業 GL において、これまで総務省が作成してきたスマートフォン プライバシー イニシアティブ（SPI）や位置情報プライバシーレポート等の指針の内容も踏まえた規定が既に設けられている。スマートフォン及びウェブにおいて、プラットフォーム事業者、アプリケーション提供事業者、ウェブサイト運営者、広告事業者等関係する主体がそれぞれ適切に対応ができるような環境整備について、スマートフォン プライバシー イニシアティブ（SPI）の考え方などを参照しつつ電気通信事業 GL 等の改正が行われた。

具体的には、個人情報保護管理者の記述を充実するとともに、個人データの適切な取扱いを確保する上での考え方や方針としてプライバシーポリシーに記載することが望ましい項目についてスマートフォン プライバシー イニシアティブ（SPI）を踏まえた8項目及び委託、利用者の選択の機会（取得・利用の停止）、データポータビリティ等<sup>48</sup>を追記した形で整理して定めた。

また、利用者が実質的に理解した上で必要な判断ができるように、

<sup>48</sup> 利用者が事業者内に蓄積された自らの利用者情報の取扱いについてコントロールができる観点から、オプトアウト有無・方法の開示、データポータビリティの有無・方法の開示等を行うことは重要である。



利用者にとって分かりやすい通知・公表<sup>49</sup>及び選択の機会の提供について、ベストプラクティスを踏まえた形でまとめて電気通信事業 GL 中に示し、事業者が利用者情報の取扱いに関する通知・公表や選択の機会を提供する際に参照できるようにした<sup>50</sup>。

さらに、電気通信事業 GL 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定期的にモニタリングを行う<sup>51</sup>旨を規定し、プライバシーポリシーへの掲載状況、利用者にとって分かりやすい示し方の工夫、利用者の選択の機会の提供状況、アプリに関するプライバシーポリシーの有無、アプリ提供サイトにおけるアプリ提供者への情報の取扱いに関する要請の状況等をモニタリングの具体的な項目等として解説に記載した。

---

<sup>49</sup> ダッシュボード等を活用することも期待される。

<sup>50</sup> 企業がプライバシーに関する問題に能動的に対応し、消費者やステークホルダーと継続的なコミュニケーションを行い、説明責任を果たしていくことは、プライバシーガバナンスの観点から重要である（「DX 時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック ver1.2」(2022 年 2 月 18 日、総務省・経済産業省)、[http://www.iotac.jp/wp-content/uploads/2022/03/DX 時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック ver1.2.pdf](http://www.iotac.jp/wp-content/uploads/2022/03/DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック ver1.2.pdf))

<sup>51</sup> 「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」[課題⑩：[パーソナル・データ]パーソナル・データの取得・利用に係る懸念]の「7 対応の方向性」において、取引透明化法におけるパーソナル・データの取扱いに関する開示やモニタリングの対応については、総務省の行うヒアリングに透明化法のレビュー担当者がオブザーバ参加する形で対応するなど、連携した形で行うこととされている。

## 利用者情報の適正な取扱いの確保に対応した改正項目と対応

改正項目	電気通信事業 GL
① 個人情報保護管理者 (改正 GL 第 14 条本文・解説)	旧 GL 第 13 条にある「個人情報保護管理者」の記述を充実。 漏えい等防止や漏えい等事案に係る被害拡大防止措置の実施や報告体制について追記。 業務の改善命令の発動に係る指針について追記。
② プライバシーポリシーの策定・公表 (改正 GL 第 15 条第 1 項本文・解説)	旧 GL 第 14 条にあるプライバシーポリシー（個人情報保護を推進する上での考え方や方針）を（個人データ等の適切な取扱いを確保する上での考え方や方針）に改める。プライバシーポリシーに記載することが望ましい項目を GL において定めるとともに、解説に整理し記載（※）する。 ※スマートフォンプライバシーイニシアティブ（SPI）を踏まえた 8 項目及び委託、利用者の選択の機会（取得・利用の停止）、データポータビリティ等について追記。
③ 利用者にとって分かりやすい通知・公表及び選択の機会の提供 (改正 GL 第 15 条第 1 項解説)	プライバシーポリシーを作成・公表する際に、利用者がこれを理解した上で自らの判断により選択の機会を行使することができるよう分かりやすくこれを示すこととする。
④ アプリケーションソフトウェアに係るプライバシーポリシー (改正 GL 第 15 条第 2 項、第 3 項 解説)	情報の取扱いについて GL において記載。解説において、記載することが望ましい項目を GL において定め、解説に整理し記載（※）する。 ※委託、利用者の選択の機会（取得・利用の停止）、データポータビリティ等について追記。
⑤ 位置情報 (改正 GL 第 41 条第 1 項解説)	位置情報は個人データ等と位置づけられる場合は、適切な取扱いを確保する観点からプライバシーポリシーの策定・公表等を行うことが適切であることを記載。
⑥ モニタリングの実施 (改正 GL 第 45 条第 2 項本文・解説)	旧 GL 第 39 条におけるガイドラインの見直しにおいて、第 2 項としてガイドラインの見直しに必要な限度で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モニタリングを行う旨を規定し、モニタリングの具体的な項目等について解説に記載。 解説等において、モニタリング項目として、プライバシーポリシーへの改正第 15 条第 1 項記載事項の掲載状況、利用者にとって分かりやすい示し方の工夫、利用者の選択の機会の提供状況、アプリに関するプライバシーポリシーの有無等、アプリ提供サイトにおけるアプリ提供者への情報の取扱いに関する要請の状況等を記載。

## プライバシーポリシーの策定・公表

### <プライバシーポリシーへの記載事項>

- (a) 関係法令・本電気通信事業GL遵守
- (b) ガイドラインに定める事項
  - (i) 電気通信事業者の氏名又は名称
  - (ii) 取得される情報の項目
  - (iii) 取得方法
  - (iv) 利用目的の特定・明示
  - (v) 通知・公表又は同意取得の方法及び利用者関与の方法
  - (vi) 第三者提供の有無
  - (vii) 問合せ窓口・苦情の申出先
  - (viii) プライバシーポリシーの変更を行う場合の手続
  - (ix) 利用者の選択の機会の内容、データポータビリティに係る事項
  - (x) 委託に係る事項
- (c) 安全管理措置に関する方針
- (d) その他利用者の権利利益の保護に関する事項

SPIを踏まえた8項目

デジタル広告市場の競争評価 最終報告等を踏まえた追加事項

### 利用者にとって分かりやすい通知・公表及び選択の機会の提供

#### 【改正GL第15条第1項解説（3-5-1 プライバシーポリシーの策定・公表）】

○ プライバシーポリシーの記載事項について、利用者にとって分かりやすく示すことが適切である旨を、GL上に記載。

○ 解説に、電気通信事業者は、利用者が個人データ等の取扱いを理解した上で自らの判断により選択の機会を行使することができるよう、プライバシーポリシーを分かりやすく示す(※1～※3)ことが望ましいことを記載。

#### ※1) 分かりやすい表示の工夫

- (例) ・階層構造（要点を複数の短い項目にまとめ各項目を選択すると詳細な内容を見られる構造）
- ・アイコン・イラスト・動画等の視覚的ツール
- ・利用者が認識しやすいようにジャストインタイムの通知を行う
- ・要点を分かりやすく解説した簡略版やユーザーガイドを併せて作成すること等

#### ※2) 利用者が自ら内容を理解し選択する上で有用な工夫

- (例) ・利用者が認識しやすいようにポップアップによる同意取得を行うこと
- ・ダッシュボードや個人データ等の取得・利用の停止の機会の提供、
- ・Consent RecordやCMP等、利用者が同意内容を後から一覧性をもって把握できる仕組みの提供

※3) 当該電気通信事業者の利用者の状況を踏まえ分かりやすい通知・公表及び同意取得の提供を検討する観点から、必要に応じて、ユーザーテスト実施、アドバイザーボードや諮問委員会等の設置、ステークホルダーとの対話が有用であることを記載

## (2) SPI 及び SP0

総務省の「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会」（座長：堀部政男一橋大学名誉教授）は、利用者が安心安全にスマートフォンのアプリを利用できる環境を確保するため、スマートフォンの利用者情報の適切な取扱いについて検討し、スマートフォン プライバシー イニシアティブ (SPI) を 2012 年に公表した。スマートフォン利用者情報取扱指針として、6つの基本原則とアプリ提供者、情報収集モジュール提供者等の利用者情報取得者における取組、アプリ提供サイト運営者等の関係事業者における取組を示した。

SPI の実施状況等について 2013 年からスマートフォン プライバシーアウトLOOK (SPO)として毎年継続的に調査を実施しこれを公表してきている。主に、人気アプリ 100、新着アプリ 100 についてプライバシーポリシーの掲載有無、掲載の場合には SPI に定められた 8 項目が記載されているか等を調査しており、プライバシーポリシーの掲載率などは向上してきている。

直近とりまとめられた SPO IXにおいて、人気アプリは Android、iOS ともにプライバシーポリシー掲載率は初めて 100%に達した。重要とされる事項（アプリ提供者名、取得項目、利用目的、第三者提供の有無等）も記載率は高い。一方、新着アプリなどでプライバシーポリシー掲載率や定められた項目の記載率は人気アプリよりも低い傾向にある。

電気通信事業 GL においても SPI を踏まえた規定（アプリケーションポリシーを提供する場合、アプリケーションを提供するウェブサイトを運営する場合、アプリケーションのプライバシーポリシーに記載すべき具体的項目）が設けられており、SPI の内容を踏まえた事業者団体のガイドライン等も策定されている。

アプリマーケット運営事業者の取組としては、Google、Apple ともに OS のバージョンを上げるたびに、プライバシー関連機能は強化されている。Apple は、App Store のアプリ紹介ページに、アイコンで取得される情報と利用目的について分類して表示しており、アプリ提供者にはアプリ更新や新規アプリの際に情報提出が義務化されている。

### (3) 一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 (JIAA)

JIAA において、インターネット広告ビジネスにおいて取得・利用されている個人に関する情報の取扱いについて、事業者向けの指針として、「プライバシーポリシーガイドライン」(2004 年策定、2017 年再改定)、「行動ターゲティング広告ガイドライン」(2009 年策定、2016 年再改定)を策定。JIAA はガイドラインの啓発活動を行うとともに、技術の進展やビジネスの実態の変化に応じ見直しを行っている。行動ターゲティング広告ガイドラインでは、行動ターゲティング広告でのユーザへの「透明性の確保」と「関与（オプトアウト）の機会の確保」の徹底を原則とし、媒体運営者、情報取得者、配信事業者に区分してその事業領域ごとに遵守事項を規定している。

JIAA 会員社は広告配信事業者がメインであり、会員社ではない媒体社や広告主にまでは直接規律が及ばないという課題が指摘される。

アド fraud を含む無効配信の除外と広告掲載先品質に伴うブランドセーフティの確保に関して事業者を認証し公開する JICDAQ の取組が 2021 年 4 月に開始された。

### (4) 位置情報プライバシーレポート

位置情報プライバシーレポートは 2014 年に策定され、電気通信事業者が取り扱う位置情報として基地局に係る位置情報、GPS 位置情報、Wi-Fi 位置情報の概要について整理した上で、十分な匿名化の枠組みについて

検討した。これを踏まえ、「十分な匿名化」の加工基準等がまとめられ、民間ガイドラインが作成された。また、利活用モデルなどについて検討された。

電気通信事業 GL 及びその解説において、位置情報プライバシーレポートを踏まえた記載<sup>52</sup>（通信の秘密に該当する位置情報及び通信の秘密に該当しない位置情報等の取扱いについて）があり、これを踏まえ事業者団体のガイドライン等も策定されている。

位置情報としては端末から直接取得される移動体端末を所持する者の位置を示す情報だけでなく、他の様々な手段や情報からも位置情報が取得できるようになってきている。例えば、リアル店舗での購買履歴、キャッシュレス決済履歴、ビーコン等により位置情報を取得することが可能である。位置情報はある人がどこに所在するかというプライバシーの中でも特に保護の必要性が高い情報であるという性質は変わらないものの、通信と密接に関連し電気通信事業者が取得・利用の主体となるものから、その他の者が取得・利用の主体になるものまで多様化が進んでいる。利用者のプライバシーを保護し安心できる電気通信サービスの利用環境の実現を図ることを前提とした上で、位置情報の精度・種類・性質等も踏まえた上で、個人情報保護法上の整理とも整合性がある形でその取扱いの在り方について検討していくことが重要であるとの指摘がある。

#### (5) 一般社団法人 LBMA Japan

スマートデバイス利用者のプライバシーに配慮し位置情報等の健全で持続可能なデータの利活用を促進する観点から、「デバイスロケーションデータ」の利活用に関するガイドライン（A. 原則、B. 規程）を作成している。令和2年個人情報保護法改正などを踏まえ、2022年4月に改正し、2022年5月からは一般にも公表している。

#### (6) AI 利活用ガイドライン・情報銀行におけるプロファイリングの取扱い

「AI 利活用ガイドライン」（2019年8月 総務省 AI ネットワーク社会推進会議）において、AI の利用者が留意すべき10の原則を提案した。

「⑥プライバシーの原則」として、AI の利用者における最終利用者及び第三者プライバシー尊重、パーソナルデータの収集・前処理・提供等におけるプライバシーの尊重、自己等のプライバシー侵害への留意及びパーソナルデータ流出の防止が定められている。また、「⑦尊厳・自律の原則」

<sup>52</sup> 電気通信事業 GL 第41条において、「電気通信事業者は、あらかじめ、利用者の同意を得ている場合、電気通信役務の提供に係る正当業務行為その他の違法性阻却事由がある場合に限り、位置情報（移動体端末を所持する者の位置を示す情報であって、発信者情報でないものをいう。以下同じ。）を取得することができる」（第1項）、「電気通信事業者は、あらかじめ利用者の同意を得ている場合、裁判官の発付した令状に従う場合その他違法性阻却自由がある場合に限り、位置情報について、他人への提供その他の利用をすることができる。」（第2項）、「救助を行う・・・機関からの要請により、救助を要する者の位置情報の取得を求められた場合・・・生命又は身体に対する重大な危険が切迫しており、かつ、その者を早期に発見するために当該位置情報の取得が不可欠であると認められる場合に限り、当該位置情報を取得することができる」（第5項）と定められている。また、位置情報が個人データに該当する場合には、個人情報保護管理者を置くとともに、プライバシーポリシーを定め公表することが適切とされている。

の一貫として、人間の尊厳と個人の自律の尊重、AI による意思決定・感情の操作等への留意、AI を利用したプロファイリングを行う場合における不利益への配慮等が定められており、この中で「AI サービスプロバイダ及びビジネス利用者は、個人の権利・利益に重要な影響を及ぼす可能性のある分野において AI を利用したプロファイリングを行う場合には、対象者に生じうる不利益等に慎重に配慮する」こととし、「消費者的利用者は、AI によるプロファイリングが行われている可能性があることを踏まえ、自らの情報が正しく利用されているかを意識し、必要に応じ、AI サービスプロバイダ及びビジネス利用者に確認することが望ましい」とされている。

なお、「情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会」において「情報銀行におけるプロファイリングの取扱いに関する議論の整理（案）」が検討され、2022年4月に意見募集が行われた。本整理案においては、プロファイリングを取り扱う上での想定されるリスクの例として、プライバシー権侵害、不当な差別・選別（ブラックボックス問題、自動バイアス、不適切なデータの混入可能性や検証困難性、差別の再生産、バーチャルスラム問題）、行動への萎縮、民主主義への影響、自己決定権への介入等が例示されている。また、本人にとって利益のない情報（犯罪傾向の予測等）や選挙や民主主義を不当にゆがめる可能性がある政治的信条の予測等については、要配慮プロファイリングと位置づける検討などが行われている。

## （7） デジタル市場競争本部

2021年4月にデジタル市場競争会議により「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」が発表され、同報告書中で「課題⑩：[パーソナル・データ] パーソナル・データの取得・利用に係る懸念」への対応については、電気通信事業 GL などの見直しにより対応することが求められた<sup>53</sup>。これ

<sup>53</sup> 「デジタル広告市場の競争評価 最終報告」（2021年4月27日、デジタル市場競争会議）「課題⑩：[パーソナル・データ] パーソナル・データの取得・利用に係る懸念」の「7 対応の方向性」において、「プラットフォーム事業者をはじめとするターゲティング広告に関係する事業者等による消費者のパーソナル・データの取得・利用に係る懸念を払拭するために一定の対応が必要である」とされ、具体的には以下のような情報の開示が適切になされていることが求められる。

- ▶ 消費者が自らのパーソナル・データに係る取扱いについて予見可能性をもって理解し得る程度の情報として、①「取得する情報の内容」、②「取得の条件」（取得方法等）、③「使用の条件」（利用目的、利用の方法、第三者に提供する場合の条件、本人の関与等）の開示（\*開示に当たっては、併せて、クロスサイト等でのデータ利用などにおいて複雑なデータの流れや使用方法についての説明の検討も必要となる）。
- ▶ ターゲティング広告を実施する旨及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示。
- ▶ 消費者がデータの取得・利用を拒否した場合でも、サービスを利用するオプションが提供されるか否かについての開示。
- ▶ データ・ポータビリティの可否・方法についての開示。

これらの4つの項目については、「総務省においては、「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」等の指針等の今秋に向けた見直しを検討しているところ、その見直しにおいて、盛り込むよう求めることとする。」とされるとともに、「総務省の同ガイドラインの見直し改定・運用に当たっては、個人情報保護委員会との連携も引き続き行い、関係省庁の間での対応に齟齬が生じないようにすることとする」とされていることを踏まえて、今後総務省において検討を進めていくことが必要である。

を踏まえ、電気通信事業 GL の見直しが行われ 2022 年 4 月に施行されるとともに、同 GL に基づき定期的にモニタリングが行われることとされた。

本年 5 月～6 月に、デジタルプラットフォーム取引透明化法の対象にデジタル広告市場を追加する政令改正案等の意見募集が行われた。デジタル広告市場の特定デジタルプラットフォーム提供者として指定される事業者に対するモニタリング・レビューを行う際に、「課題⑩：[パーソナル・データ] パーソナル・データの取得・利用に係る懸念」の対応部分については、電気通信事業 GL を踏まえたモニタリングの実施と連携して調整されることが想定される。

2022 年 4 月に、モバイルエコシステムに関する競争評価の中間報告（案）及び新たな顧客接点（ボイスアシスタント及びウェアラブル）に関する協奏評価の中間報告（案）が発表され、意見募集が行われた。

#### （8） 競争政策とデータ保護・消費者保護の関係

公正取引委員会競争政策研究センターは 2020 年 11 月より「データ市場に係る競争政策に関する検討会」を開催し、2021 年 6 月に報告書を発表している。同報告書において、これまでの検討結果等<sup>54</sup>も踏まえ、競争政策の観点から「パーソナルデータが取り扱われるデータ市場に係る議論を行う際」には、「Competition（競争）」、「Data Protection（データ保護）」及び「Consumer Protection（消費者保護）」の 3 つについて別個に議論するのではなく、三位一体での議論を行い、3 つのバランスを欠かないようにすることが重要である」と指摘<sup>55</sup>されている。また、この観点を踏まえ、パーソナルデータを含めたデータポータビリティの確保や情報銀行に係る取組等について検討されている。

---

<sup>54</sup> 「データと競争政策に関する検討会 報告書」（2017 年 6 月 6 日、公正取引委員会競争政策研究センター）、「デジタル・プラットフォーム事業者と個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（2019 年 12 月 17 日、公正取引委員会）、「デジタル広告分野の取引実態に関する最終報告書」（2021 年 2 月 17 日、公正取引委員会）“Privacy and competitiveness in the age of big data”（2014 年 3 月 26 日、European Data Protection Supervisor（EDPS））等

<sup>55</sup> 同報告書において、「競争、データ保護及び消費者保護の 3 つが対立し得るデータ市場の構造を見極めながら、当該三位一体のフレームワークを意識して取組を進めていく必要がある」、「仕組み作りに際して、幅広い関係者を交えて丁寧に検討したり、政府等も関与をして検討・取組は、安心感・信頼性を高め有効」等と指摘されている。

### 3 海外動向

#### (1) 米国

##### ① 米国の個人情報保護関係規制

米国では、公共部門と民間部門毎に、連邦や州の個別法（例：金融、子供のデータ、健康データ等）に個人情報に関する規定が設けられている。

FTC（Federal Trade Commission：連邦取引委員会）は、「不公正若しくは欺瞞的な行為又は慣行を禁止」する FTC 法第 5 条に基づき、企業のプライバシーポリシーや IT セキュリティ等に関しても規制・執行している。

##### ② カリフォルニア州 CCPA/CPRA

カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA: California Consumer Privacy Act）は、2020 年 1 月施行、7 月当局による執行開始（CCPA 規則は 2020 年 8 月発効<sup>56</sup>）。CCPA において、個人情報<sup>57</sup>の収集やオプトアウト権に関しては、プライバシーポリシーへの記載だけではなく、これとは別に消費者への通知が必要とされる。例えば、個人情報の収集に係る通知を行う際のルールとして、専門用語を避けた簡潔で分かりやすい表現、小さな画面でも読みやすく目立つ形式とすること等を定めている。また、通知内容として個人情報の種類一覧、個人情報の種類ごとの利用目的、オプトアウトページ及びプライバシーポリシーへのリンク（オフラインの場合は URL）等を定めている。これらは、ある意味階層表示の一つと分類できる。

2020 年 11 月住民投票が行われ、CCPA を改定するカリフォルニア州プライバシー権法（CPRA: California Privacy Rights Act）が成立<sup>58</sup>した。CPRA 通知項目としてクロスサイトトラッキング等に関する事項<sup>59</sup>や

<sup>56</sup> CCPA 規則では通知とプライバシーポリシーを別のもので規定している。

<sup>57</sup> CCPA 第 1798.140 条(o)にて「「個人情報」とは「特定の消費者又は世帯を、識別し、関連し、叙述し、合理的に関連付けることができ、又は直接的に若しくは間接的に合理的にリンクさせることのできる情報を意味する。」とされており、具体的には、同条中「(A) 識別子。例えば、一意個人識別子、オンライン識別子・又は類似の識別子。」、(F) インターネット又はその他の電子的なネットワーク活動の情報。閲覧履歴、検索履歴、及び、インターネット・ウェブサイト、アプリケーション又は広告との消費者のやりとりの情報を含む」等が含まれると規定され、同条 (x) にて「一意個人識別子」とは、デバイス識別子、インターネット・プロトコル・アドレス、クッキー、ビーコン、ピクセルタグ、モバイル広告識別子等が含まれるとされている。

<sup>58</sup> 2022 年 1 月以降に取得した個人情報に CPRA 適用、2023 年 1 月に CPRA 全面施行、2023 年 7 月以降当局の執行開始予定

<sup>59</sup> アドネットワーク運営者、個人情報を間接取得する者等についても、CPRA に基づき、取得時



個人データの保存期間等が含まれることとなった。また、Third Party Cookie 等を利用したクロスサイトトラッキング等に対応した「共有するな」ボタンの義務化<sup>60</sup>が定められた。さらに、CCPAにおいて、個人情報に、プロフィールを作成するために識別された情報から引き出された推定<sup>61</sup>についても含まれることとされており、CPRAにおいても同様<sup>62</sup>である。

2021年7月、カリフォルニア州司法長官が公表した全27のCCPAの執行事例のうち、プライバシーポリシーがCCPAに準拠していないというのが14件で最多となっている。カリフォルニア州消費者プライバシー権法(CPRA)の規則案は策定中で、2021年11月にパブリックコメントが実施された。

### ③ NIST Privacy Framework

米国国立標準技術研究所(NIST)によってNIST Privacy Framework(NIST PF)は、個人のプライバシー保護を実現する上で参考にすべき枠組みとして、セキュリティ分野の枠組みであるNIST Cybersecurity Framework(NIST CF)の姉妹編として作成され、NIST CFとNIST PFをシームレスに統合した文書としてSP800-53が提示されている。この中で、同意取得を行う際の推奨手法として、同意をよりカスタマイズするTailored Consent、ジャストインタイムの同意、同意の撤回などを記載し、通知を行う際の推奨手法として、ジャストインタイムの通知などを記載している。プライバシー影響評価についても言及している。

### ④ 個人情報保護関係の法案の検討

---

通知を直接行うか、又は取得時通知で通知すべき事項をプライバシーポリシーとして公表する義務を有する。

<sup>60</sup> 消費者の「共有」のオプトアウト(停止請求)権(16歳未満の消費者についてはオプトイン)が規定された。これにより、行動ターゲティング広告目的の開示を確実に消費者のオプトアウト権の対象となると考えられる。また、オプトインその他の「同意」に関し、GDPRの「同意」(4(11))とほぼ同じ要件(自由意志性、明確性等)が規定され、いわゆる「ダークパターン」による同意取得は無効とされている。

<sup>61</sup> CCPA第1798.140条(o)「個人情報」の中に「(K)消費者についての選好、性格、心理的傾向、性質、行動、態度、インテリジェンス、能力及び素質を反映する消費者のプロフィールを作成するために本項で識別された情報から引き出された、推定。」が含まれるとされている。

<sup>62</sup> CPRA第1798.140条(v)「個人情報」の中でも同様である。また、CPRA第1798.140(z)に「プロファイリング」の定義がおかれ、「自然人の一定の局面の評価、特に、自然人の職場での成績、経済状況、健康状況、趣味嗜好、興味関心、扶養関係、行動、位置・移動などに関する諸局面の分析のため・個人情報について何等かの形で自動化処理をすること」とされている。

米国において連邦レベルで複数の利用者情報の取扱い等に関する法案が提出されている。例えば、2021年5月に提出されたソーシャルメディアアクト（Social Media Disclosure and Transparency of Advertisements Act of 2021<sup>63</sup>）において、大規模な事業者が学術経験者やFTCがプロファイリングやカテゴリーのライブラリーにアクセスできるようにすることを求めている。

2022年1月、米商工会議所を含む20団体が、プライバシーに係る連邦法の成立を求める書簡を連邦議会に対して提出したりするなど、連邦法制定に向けた動きが活発化している。連邦データプライバシー法案では、民主党案であるCOPRA（Consumer Online Privacy Rights Act）、共和党案であるSDA（SAFE DATA Act）がある。また、2022年1月には、ターゲット広告の禁止等を内容とする監視広告禁止法（Banning Advertising Act）が連邦議会に提出されている。

## ⑤ NAI Code of Conduct

NAI（Network Advertising Initiative）<sup>64</sup>は、テラード広告（興味関心に基づく広告、クロスアプリ広告、リターゲティング）及び広告配信・レポートに関して、通知とオプトアウトメカニズムの提供等の選択の提供を求める自主規制原則としてNAI Code of Conduct<sup>65</sup>を策定している。

透明性と通知については、テラード広告に関するデータの収集・転送及び利用方法について、NAI会員のサイトとともにNAI会員が契約しているテラード広告を掲載するウェブサイトやアプリにおいて明確かつ目立つように通知を行うべき事項を定めている。

## (2) EU

### ① GDPR

EUでは、個人データやプライバシーの保護を1995年から適用されていた「EUデータ保護指令（Data Protection Directive 95）」より厳格に規定し加盟各国に直接適用する法として、一般データ保護規則（GDPR）

---

<sup>63</sup> ロリ・トラハン（Lori Trahan）下院議員（マサチューセッツ州3区選出・民主党）議員が2021年5月20日に提出。

<sup>64</sup> サードパーティーであるデジタル広告企業で構成される自主規制団体（2000年設立）。オンラインエコシステムの健全性や消費者による選択の機会を確保する観点から、オンラインやモバイルにおける広告目的のデータ収集・利用、使いやすいオプトアウトの仕組み等に関する自主基準を策定している。

<sup>65</sup> 2000年に初版が発行され、2008年、2013年、2015年、2020年に大幅に改定されている。

General Data Protection Regulation) が 2018 年 5 月に施行された<sup>66</sup>。

GDPR の規定に関して、同意、透明性、自動化された個人に対する意思決定とプロファイリング、データ保護影響評価 (DPIA)、データポータビリティの権利<sup>67</sup>等についてガイドラインが定められ、詳細に解説されている。

同意については、「同意に関するガイドライン」において、GDPR 第 4 条(11) に規定する有効な同意の要素である、「自由/自由に与えられた」、「特定の」、「説明を受けた」、「不明瞭でない意思表示」について解説し、情報を提供する在り方や有効な同意を得るための追加的条件（同意の証明、同意の撤回）を定めている。

同ガイドラインにおいて、有効な同意の要素である「自由/自由に与えられた」について、力の不均衡、条件性<sup>68</sup>、粒度<sup>69</sup>、不利益を受けずに同意を拒否又は撤回できることが考慮事項として示されている。また、同意が「説明を受けた」上でのものとなる最小限の内容としては、管理者の身元、同意が求められるそれぞれの取扱業務の目的、収集され利用されるデータ（そのタイプ）、同意を撤回する権利の存在、関連する場合 GDPR 第 22 条(2)(c) に従い自動化された意思決定のためのデータ利用についての情報及び十分性認定及び第 46 条で述べられる適切な保護措置がないことによるデータ移転の起こり得るリスクについて情報を提供する必要があるとされている。

また、同ガイドラインにおいて、情報を提供する在り方として、メッセージが法律家だけでなく標準的な人にも容易に理解できるように明確かつ平易な用語を用いることされ、理解が困難な長文のプライバシーポリシーや法律の専門用語の多い説明を使用することができないとされている。同意は、他の事項とはっきり区別できるように<sup>70</sup>し、理解しやすく容易にアクセスできる方法で提供しなければならないとされている。また、同意を取得する対象がどのような種類の人々かを評価することが求められており、それを踏まえ理解できるように情報を示し説明することとされている。さらに、小さなスクリーン又は限定されたスペ

---

<sup>66</sup> GDPR 第 4 条(1)において「個人データ」とは、「識別された自然人又は識別可能な自然人（データ主体）に関する情報を意味する。識別可能な自然人とは、特に、氏名、識別番号、位置データ、オンライン識別子のような識別子を参照することによって、・・・直接的又は間接的に識別されうる者をいう。」と規定されている。

<sup>67</sup> 豪州では、個人情報保護については 1988 年連邦プライバシー法により規制されている一方で、2017 年に消費者データ権（Consumer Data Right。企業が保有する個人情報へ安全にアクセスする権利を消費者に付与するもの。）が導入されている。また、OECD では、競争委員会において、データポータビリティと相互運用方策の実施に関わる調査をするための討議が本年 6 月に行われている。

<sup>68</sup> GDPR 第 7 条(4)にあるように、サービス提供を含む契約がそれに結びついた個人データを取り扱うための同意を要求している場合には、最大限これを考慮される。

<sup>69</sup> 粒度（Granularity）として、一つのサービスが複数の目的のためにいくつもの取扱業務を行う場合、データ主体はひとまとまりの取扱いの目的に同意しなければならないのではなく、どの目的に対して承諾するのか選択できるようにすべきとされている。

<sup>70</sup> 同意するかどうかについて説明を受けた上での決定をすることに関連する情報が、一般的な条件の中に隠されてはならないことを意味している。

ースの中に情報を入れるときには、階層化された情報提示の方法が考えられるとされている。

さらに、(事業者はそのサービスに合わせた同意フロー、同意メカニズムを自由に作ることができるものの) 有効な同意は「陳述又は明確な積極的行為」による「不明瞭でない表示」を必要とすることとし、例えば、あらかじめチェックの入ったオプトインのチェックボックスの利用やデータ主体の沈黙、アクティブ化しないこと、単にサービスを利用することは、選択についての積極的な表示とみなすことはできないとしている。また、同意の撤回については、實際上、同意と同等の容易さでその同意の撤回をできなければならない<sup>71</sup>としている。

透明性は、市民が自らに影響を及ぼすプロセスについて理解し、必要に応じてこれに異議を唱えられるようにすることで、そのようなプロセスへの信頼を生み出すためのものと位置づけられている。「透明性に関するガイドライン」において、GDPR 第 12 条に規定する「簡潔で、透明性があり、理解しやすく、容易にアクセスできる」、「明瞭かつ平易な文言が使われなければならない」などについて解説している。

同ガイドラインにおいて、「簡潔で、透明性がある」については、階層的なプライバシーステートメント/プライバシー通知を用いることが推奨<sup>72</sup>されている。GDPR 第 13 条及び第 14 条に基づく情報全体を包括的に提供する要件<sup>73</sup>がある一方、その情報を簡素で、透明性があり、理解しやすく容易にアクセスし得る形式でデータ主体に提供するという要件の間で緊張関係がある中でこれを両立する観点から、階層的なプライバシーステートメント/プライバシー通知が推奨されている。階層的なアプローチにおいて、第一の階層に、最も重要な情報である、取扱目的の詳細、管理者の身元、データ主体の権利の説明、データ主体への影響が最も大きい取扱いや不意打ちとなりかねない取扱いに関する情報も含めることが勧告されている。また、プッシュ及びプル通知の事例としてのプライバシーダッシュボード、ジャストインタイムの通知、視覚化ツールの事例としてのアイコンなどが手法として推奨されている。

「理解しやすく」については、対象とする者の平均的な人々に理解されるものであることが求められ、ユーザインターフェイス/通知/ポリシーなどの有効性について確信できない場合にはユーザによる公開討論、

---

<sup>71</sup> 撤回のためだけに他のインターフェイスへ変えることは不当な努力を求めるとされている。また、同意が撤回される場合、撤回前のデータ取扱業務は適法であるが、撤回後は関係するデータの取扱いを中止し、そのデータを消去しなければならないとしている。

<sup>72</sup> 同ガイドラインにおいて、データ主体が、オンラインの文脈において大量のテキストをスクロールすることを要せず、プライバシーステートメント/プライバシー通知のアクセスしたい箇所を直ちに表示できるようになると指摘されている。

<sup>73</sup> 管理者の身元と連絡先の詳細、データ保護オフィサーの連絡先の詳細、取得目的とその法的根拠、正当な利益、関係する個人データの種類、個人データの取得者、第三国への移転の詳細、保存期間、データ主体の権利(アクセス、訂正、消去、取扱いの制限・異議、ポータビリティ)、同意撤回の権利、監督機関に不服を申立てる権利、契約上の要件、個人データが発生した情報源、プロファイリングを含む自動化された意思決定の存在や使われているロジックや想定される結果に関する情報等

可読性テスト、業界団体・消費者擁護団体・規制当局との対話の仕組みを通じた試験を行うことができるとされている。対象とする者が自らの個人データの用途に関して理解することにより、後の時点で不意をつかれることとならないようにすることが必要<sup>74</sup>とされている。

「容易にアクセスできる」については、データ主体が情報を探す必要がないことを意味し、階層的なプライバシーステートメント、アプリの場合ダウンロード前やダウンロード後2タップ以内にアクセスでき、アプリ固有のプライバシー情報を示すことなどが示されている。

これらについては、実装例を含め国際的なベストプラクティスが参考になると考えられる。

英国データ保護機関（ICO：Information Commissioner's Office）はGDPRを踏まえ、より効果的に通知・同意取得を行うことができるために推奨する工夫として、次の5つの手法を挙げている：①階層的アプローチ、②ダッシュボード、③ジャストインタイム、④アイコン、⑤モバイル及びスマートデバイスの機能性。

また、仏国データ保護機関（CNIL）もGoogleのAgreementの中にプライバシーポリシーの仕組みとして階層的アプローチを含めている。

### ICOにおいて推奨される通知・同意取得における工夫

#### 1. 階層的アプローチ（A layered approach）

重要な通知内容を含む短い通知文に、より詳細な情報を追加する層を設ける。

#### 2. ダッシュボード（Dashboards）

管理ツールで、データの使用方法を通知し、データの使用状況を管理できるようにする。

#### 3. ジャストインタイム通知（Just-in-time notices）

個々の情報を収集するとき等に、情報をどのように利用するか簡単な表示を行う。

#### 4. アイコン（Icons）

特定の種類のデータ処理の存在を示す、意味のある小さなシンボル。

#### 5. モバイルおよびスマートデバイスの機能性（Mobile and smart device functionalities）

ポップアップ、音声アラート、モバイルデバイスのジェスチャーなど。

出典：利用者情報WG（第2回）資料1「実効性のある通知・同意取得方法の在り方に関する実証事業の報告」P7

また、GDPRはプロファイリング<sup>75</sup>及び自動化された個人に関する意思

<sup>74</sup> 同ガイドラインにおいて、特に、複雑なデータ、技術的データ、又は予期せぬデータの取扱いの場合、第29条作業部会が示している見解は、取扱いによる最も重大な結果としてどのようなものが生じるのかを、明確な文言で別途明記すべき、すなわち、データ主体が実際に被る影響はどのようなものか明記するとされている。

<sup>75</sup> プロファイリングは、「自然人と関連する一定の個人的側面を評価するための、特に、当該自然人の業務遂行能力、経済状態、健康、個人的嗜好、興味関心、信頼性、行動、位置及び移動に関する側面を分析又は予測するための、個人データの利用によって構成される、あらゆる形

決定<sup>76</sup>が個人の権利に正当化されない影響を与える形で使用されないことを確保する規定<sup>77</sup>を導入している（透明性と公平性、アカウントビリティ、情報を持つ権利（第5条(1)(a)、第12条、第13条、第14条）、取扱いの根拠としての同意（第6条(1)(a)）、アクセス権（第15条）、訂正の権利（第16条）、異議を述べる権利（第21条(1)、(2)）、適切な保護措置（第22条、全文第71項）、データ保護影響評価（DPIA）、データ保護オフィサー（DPO）等）。「自動化された個人に対する意思決定とプロファイリングに関するガイドライン」<sup>78</sup>において詳細が規定されている。

## ② e プライバシー指令／e プライバシー規則案

### 【e プライバシー指令】

2002年のe プライバシー指令に基づきCookie設定について情報提供、拒否権の提供が義務づけられ、2009年同指令改正によりCookie設定について同意取得を義務づけた。2018年GDPRにより同意の要件が厳格となった<sup>79</sup>。

ePrivacy指令における、厳密必須Cookieの該当例として、英仏データ保護当局は、入力内容の保持、認証、セキュリティ対策、コンテンツ提供、ネットワーク管理、ユーザの嗜好の保存を示している。他方、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となるため同意取得が必要とされている。アクセス解析はイギリスが非該当としているが、フランスはサイト内に閉じた統計化利用であれば該当としている。

同様に、同意取得方法の有効性について、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についてはケースバイケースで判断される、といった見解が示され

---

式の、個人データの自動的な取扱い」と定義されており、①自然人についての個人的側面を評価(evaluate)するためのもの、②個人データについて実施されるもの、③自動的な処理によるものという3つの要素があると定義されている（GDPR第4条(4)）。

<sup>76</sup> 部分的にプロファイリングと重なっているかプロファイリングによって生じているかもしれないとされる。自動化された意思決定には、①関係する個人により直接提供されたデータ、②個人について観察されたデータ（アプリケーションを通じて集めたデータなど）、③既に作成されている個人のプロファイルのような派生データ又は推定データなどが用いられるとされている。

<sup>77</sup> プロファイリングの利用には、潜在的に、①一般的なプロファイリング、②プロファイリングに基づく意思決定、③データ主体に対して法的効果又は同様の大きな影響を与える、プロファイリングを含む、もっぱら自動化された意思決定の3つの方法があるとされている。

<sup>78</sup> 2018年2月6日採択

<sup>79</sup> 曖昧でない明確で肯定的な意思表示が求められることとなり、オプトアウト、暗黙の同意、みなし同意が不可となった。

ている。

### 【e プライバシー規則案】

2017年1月に欧州委員会がe プライバシー規則案を公表し、同年欧州議会の委員会が議会修正案を可決した。その後 EU 閣僚理事会での議論が難航したが、2021年2月に EU 閣僚理事会で e プライバシー規則案について合意され、公表された。これを踏まえ、EU 閣僚理事会及び欧州議会による協議等を通じて正式な立法手続が開始されている。

e プライバシー規則案は、GDPR の特別法であり、電子通信サービス (ECS) 及び利用者の端末装置の情報の取扱いを規制している。域外適用の明文化 (第3条)、規制対象となる電子通信サービスの範囲拡大・適用対象の明確化と電子通信データ処理を規制 (第5条～第7条)、端末装置のデータ処理・蓄積機能の利用、端末装置からの情報取得を規制 (第8条「いわゆる Cookie 等規制」) を規定<sup>80</sup>している。Cookie 等に係る同意取得方法 (第三者による代行やブラウザ設定による同意も可能)、同意を取得せず Cookie 等を設定できる場合の明確化、同意証明方法、同意撤回権の通知等を明確化している。同意がなくとも「正当な利益」で広く許容されるという考え方は採用されなかった。

欧州司法裁判所の考え方が取り込まれており、最初からチェックされたチェックボックスを示し利用者が同意を拒否するためチェックを外さなければならない状況では有効な同意は取得しえないとされている。また、広告最適化のために Third Party Cookie を設置するウェブサイト管理者は、当該 Cookie の設定元の第三者であるネット広告エージェンシー、ソーシャルメディアなどとともに、GDPR 上の共同管理者の立場に立ち、個人データの利用目的について利用者に情報提供し、利用者から同意を取得する義務を負うこととされている。

### ③ DSA/DMA (規則案)

#### 【DSA】

2020年12月に欧州委員会により Digital Services Act (DSA) (規則案) が議会に提出された。2022年4月22日に欧州委員会、欧州議会、EU 理事会によるトリロークにより三者が DSA に関する暫定的政治合意に達した<sup>81</sup>。オンライン・プラットフォーム及び超大規模オンライン・プラットフォームに対し、事業者の規模に応じた利用者保護のための義務が規定されている。

全ての仲介サービスに対して、コンテンツモデレーション措置を定

<sup>80</sup> 端末装置が有する処理機能の利用というのが新たに規則範囲に加えられた。スマートフォンなどの端末の処理機能が高度化したことに対応したものと思われる。グーグル社の Privacy Sandbox のように端末装置で AI 処理を利用したターゲティング広告や IoT 機器やコネクテッドカー等についても対象となる可能性が出てきた。

<sup>81</sup> 条文は現時点で未公表であり、今後詳細にわたる調整が見込まれる。今後議会・理事会の正式承認を経て発効する予定。

めた利用規約の公開と透明性報告義務、ダークパターンの禁止が規定された。

オンライン・プラットフォームに対しては、オンライン広告の透明性確保（広告であること、広告主及び広告表示決定に用いられた主なパラメータ等を表示する義務）、ターゲティング広告の説明・同意取得、拒否・撤回した場合のサービス利用保証、特別カテゴリー情報によるターゲティング禁止、未成年に対するターゲティング広告禁止等が義務として規定されている。また、レコメンダー・システムの主要パラメータやサービス受領者が利用可能であるオプションについて、明確、アクセス可能かつ容易に理解できる方法で明示するというレコメンダー・システムの透明性について規定<sup>82</sup>されている。

超大規模オンライン・プラットフォームに対しては、オンライン広告の透明性の追加の義務（広告表示から1年後まで広告内容・広告主・広告表示期間・使用された主なパラメータ・受領者総数に係るデータベースを編纂・APIを介して一般に利用可能とする義務、レコメンダー・システムを利用する場合は利用規約においてパラメータ等を明確かつアクセスしやすく理解しやすい方法で明示する義務等）、レコメンダー・システムに関する追加の義務（プロファイリングによらないレコメンダー・システム提供義務を含む）が規定されている。また、オンライン広告の透明性をさらに向上させるため、行動規範の策定を奨励・促進している。

欧州委員会は、超大規模オンライン・プラットフォームが DSA の規則を実施し遵守しているかどうかをモニタリングし、不遵守の場合などには罰金・違約金などを課すこともできるとしている。

## 【DMA】

2020年12月に欧州委員会により Digital Market Act (DMA) (規則案) が議会に提出された。2022年3月24日に欧州委員会、欧州議会、EU 理事会によるトリログにより三者が DMA に関する暫定的政治合意に達した<sup>83,84</sup>。オンライン仲介サービス、オンライン検索エンジン、オンラインソーシャルネットワークサービス等の「コア・プラットフォームサービス」を提供する、①EU 域内における過去3年間の年間売上高が75億ユーロ以上、もしくは直近年度の平均時価総額が750億

---

<sup>82</sup> DSA 案第 24a 条

<sup>83</sup> “Deal on Digital Markets Act: EU rules to ensure fair competition and more choice for users” ( <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20220315IPR25504/deal-on-digital-markets-act-ensuring-fair-competition-and-more-choice-for-users>、2022年3月24日)、  
“Digital Markets Act: Commission welcomes political agreement on rules to ensure fair and open digital markets” ( [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_1978](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1978)、2022年3月25日)

<sup>84</sup> 暫定的な条文案は2022年3月11日に公開 ( <https://www.consilium.europa.eu/media/56086/st08722-xx22.pdf> ) されたが、最終化と翻訳が継続中であり、さらに欧州議会と欧州理事会による採択が必要である ( [https://ec.europa.eu/competition-policy/sectors/ict/dma\\_en](https://ec.europa.eu/competition-policy/sectors/ict/dma_en) )。



ユーロ以上であり、かつ3つ以上の加盟国において同じコアプラットフォームサービスを提供、②直近の年度において、EU 域内の月間エンドユーザ数が 4,500 万人以上かつ年間ビジネスユーザ数が 1 万者以上のコアプラットフォームサービスを提供、③②の基準を過去 3 年度において満たす事業者を、ゲートキーパーとして指定して規律を課すものである。

当該ゲートキーパーのコア・プラットフォームサービスを利用して第三者サービスのエンドユーザの個人データを、オンライン広告サービスを提供する目的で取り扱うことの禁止<sup>85</sup>(第5条第2項(a))、コア・プラットフォームサービスの個人データを、当該ゲートキーパーが提供する他のサービスや第三者サービスの個人データと組み合わせることの禁止(同項(b))、ゲートキーパーが提供されている他のサービスにおいて、コア・プラットフォームサービスの個人データを相互利用(cross-use)すること(その逆も)の禁止(同項(c))、個人データを組み合わせるために当該ゲートキーパーの他のサービスにエンドユーザをサインインさせることの禁止(同項(d))、エンドユーザの活動を通じて生成されたデータの効果的なポータビリティの提供(第6条第9項)、ビジネスユーザやそのエンドユーザによるコア・プラットフォームサービスの利用により生成された個人データ等への効果的なアクセスを、当該ビジネスユーザとその認証した第三者に対して提供すること(同条第10項)、メッセージングサービスの基本機能のインターオペラビリティの確保(第7条第1項)<sup>86</sup>、コア・プラットフォームサービス等に適用する消費者のプロファイリングの技術について独立した監査を受けた説明の欧州委員会への提出(第15条第1項)等の規定が定められている。

#### ④ AI 規則案

2021年4月に欧州委員会により公開された「人工知能に関する統一のとれたルールを定めかつ特定の法律を改正するための規則案(AI規則案)<sup>87</sup>」によれば、AIシステムのリスクを4段階に分類し、各段階に応じて規制を設けることとしている。AIを利用したプロファイリングについても、次のように、分類の対象となっているものがある。

・容認できないリスク

：基本的人権を侵害するようなAIシステムの利用は禁止。

公的機関による一般的な目的のためのソーシャルスコアリング、法執行を目的とした公共の場のリアルタイム遠隔生体認証、サブリミナル技術、特定の弱みにつけ込むことで人の行動をゆが

<sup>85</sup> ただし、GDPRの要件を満たす同意がある場合は例外として許される(第5条第2項)。以下、同項(d)についてまで同様。

<sup>86</sup> ゲートキーパーは、効果的なインターオペラビリティのために厳格に必要な個人データについては、収集、および、メッセージングサービス事業者との交換を行うものとされ、当該収集と交換は、GDPR及びePrivacy指令上、完全に適法とされる(第7条第8項)。

<sup>87</sup> Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council laying down harmonized rules on Artificial Intelligence and amending certain Union Legislative Acts

めて身体的・心理的な影響を与える可能性のある AI システム等。

・ 高リスク

: 市民の生活や健康を脅かす恐れがある、また安全性に問題が懸念されるなどの場合の AI 利用。

人事の採用や信用評価、司法判断に利用されるケースについては、特定の要件（高品質のデータセットの利用、適切な情報管理、利用者への情報共有、人間による適切な監視措置等）を満たすことが求められ、適合性評価手続を実施し、CE マークを貼付する義務がある。提供開始後もリスクや品質の管理を行う必要あり。通行者を確認するための顔認証ツール等の遠隔生体認証。

・ 限定的リスク

: 深刻な危険はない。

利用には透明性に関する要件を満たす必要がある。

・ 最小のリスク

: リスクを伴わないか、リスクがごくわずかの利用<sup>88</sup>。

### (3) ISO/IEC

ISO (the International Organization for Standardization)は、各国の標準化団体の世界的な連合である。2020年6月に出版されたISO/IEC29184<sup>89</sup>（消費者向けオンラインサービスにおける通知と同意・選択）において、階層的アプローチを推奨している。通知は処理の根拠に関わらず常に必要でありその内容は第三者にも示されるべきであると考えられる。同意は適切な状況において、PII<sup>90</sup>主体に十分な情報が与えられた上で自由にされる必要があり、意図的な行動により同意を得るとともに、同意の修正や撤回が簡単にできることが望ましい。

付属書において、PC やスマートフォンで同意を得る場合のユーザインタフェースの例や、同意領収書 (Consent Receipt) 又は同意記録 (Consent Record) の例が示されている。

---

<sup>88</sup> 信頼できる AI 利用を促進 ～世界に先駆けて提案された EU の規制枠組み～

(<https://eumag.jp/issues/c0821/>)

<sup>89</sup> 2014年10月に経済産業省が公表した「消費者向けオンラインサービスにおける通知と同意・選択に関するガイドライン」をベースとした日本提案の規格案。通知内容として、目的の記述、PII 管理者、PII の収集、収集方法、PII 収集のタイミングと場所、使用方法、保管 PII の位置情報及び法的管轄権、第三者への移転、保管期間、PII 主体による関与、同意のために行った選択へのアクセスに関する情報、処理の根拠、リスク等の16項目について規定されている。

<sup>90</sup> 個人識別可能情報 (PII: Personal Identifiable Information)

## 第2章 プラットフォーム事業者等による利用者情報の取扱いのモニタリング結果

### 1 モニタリングの概要

主要な電気通信事業者及びプラットフォーム事業者における利用者情報の取扱いについて、利用者情報の取扱いの状況、利用規約・プライバシーポリシー、アプリやウェブサイトを経由した情報収集の状況、他社へのデータ提供、他社との連携の状況、サードパーティーによる情報取得への対応方針、アプリ提供マーケット、PIA・アウトカムについての考え方、個人情報保護管理者の設置状況についてモニタリングシートへの記入及びモニタリングを行った。

#### 利用者情報の取扱いに関する主なモニタリング項目

- 項目1 利用者情報の取扱いの状況について
- 項目2 利用規約・プライバシーポリシーについて
  - (1) プライバシーポリシーの内容
  - (2) 透明性確保のための工夫
  - (3) オプトアウトやダッシュボードの導入状況
  - (4) データポータビリティ等への取組状況
- 項目3 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
- 項目4 他社へのデータ提供、他社との連携の状況
- 項目5 サードパーティーによる情報取得への対応方針について
- 項目6 アプリ提供マーケットについて(※アプリ提供マーケットを運営している場合)
- 項目7 PIA・アウトカムについての考え方
- 項目8 個人情報保護管理者の設置状況

モニタリングにおける主な論点は次のとおり。

- ・ プラットフォーム事業者による利用者情報の取扱いの状況はどのようになっているか。【項目1】
- ・ 利用規約やプライバシーポリシーの内容はどのようになっているか。特に、各事業者において様々な形で利用者へ分かりやすく伝えるための工夫、透明性確保のための工夫はどのようになっているか（階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン、モバイル及びスマートデバイスの特徴の利用等プライバシーポリシーにおける工夫はどのようになっているか。）。【項目2(1)、(2)】
- ・ ユーザテストの実施や有識者の意見を聴くなどしながら対応が行われているか。利用者にとってそれぞれ異なる各取組を見つけにくい点やより分かりやすくするための課題があるか。【項目2(2)】
- ・ 利用者が利用者情報の提供や利用を希望しない場合のオプトアウト等、利用者による事後的なコントロールの提供状況はどうなっているか。データポータビリティについてどのような取組を行っているか。(オプトアウトやデータポータビリティがある場合、利用のしやすさに課題はないか。)。【項目2(3)、(4)】

- ・ 位置情報などプライバシー性の高い情報についてスマートフォンやウェブから取得する際に、どのような形で利用者の同意を得た上で、どのような配慮を行っているか。
- ・ 他アプリやウェブサイトを経由してどのように情報収集を行っているか。  
【項目 3】
- ・ 他社へのデータ提供、他社との連携の状況はどのようになっているか。  
【項目 4】
- ・ サードパーティーによる情報取得に関してどのような対応方針であるか。  
【項目 5】
- ・ アプリ提供マーケットにおいて、アプリ提供者にどのような働きかけをしているか。【項目 6】
- ・ PIA についてどのように実施されているか、利用者へ与える影響（アウトカム）についてどのように考えてサービス設計をしており、利用者への説明が行われているか。プロファイリングがどのように行われており、どう使われているか。【項目 7】
- ・ 個人情報保護管理者に相当する役職を設置しているか。設置している場合、当該役職の業務内容はどのようなものか。【項目 8】

## プラットフォームサービス事業者等における利用者情報の取扱いモニタリング 質問項目

- |  |   |
|--|---|
| 1. 利用者情報の取扱いの状況について                                      | 3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況                       |
| ① 取得される利用者情報と取得場面  | ① 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況                        |
| ② 取得した情報の加工・分析・利用  | ② 他アプリ提供社やサイト運営者に対する情報提供                      |
| ③ 利用者情報の第三者提供  | ③ 情報収集モジュールやJavaScriptによる外部送信                 |
| ④ 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用                                    | ④ ③の場合の、他アプリ提供者やサイト運営者に対する情報提供                |
| ⑤ 利用者情報に基づくプロファイリングセグメント化                                | ⑤ 情報収集モジュールやJavaScriptについて、送信される情報の内容や送信先の変更等 |
| 2. 利用規約・プライバシーポリシーについて                                   | ⑥ 複数の他アプリやサイトから収集した情報の管理                      |
| (1) 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー                               | 4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況                        |
| ① 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー                                 | ① 他社に対するデータ提供の状況                              |
| ② サービス開始前の通知公表・同意取得(導線・掲載)                               | ② 他社との連携、留意点(利用者説明、安全管理等)                     |
| ③ プライバシーポリシーの変更に係る周知・同意取得                                | 5. サードパーティによる情報収集への対応(※PF事業者)                 |
| ④ 利用開始後も定期的に通知を行うなどの工夫                                   | ① サードパーティによる情報取得に関する方針                        |
| (2) 透明性確保のための工夫  | ② クッキーの代替手段の情報取得の動きへの考え方                      |
| ① 透明性確保のための工夫や対処(ユーザーテスト実施他)                             | ③ Topicsの導入目的、設計、説明(※Google)                  |
| ② 同意取得や通知に当たっての具体的な工夫(階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイトム、アイコン等) | 6. アプリ提供マーケットについて(※Google、Apple)              |
| (3) オプトアウト   | ① アプリ提供マーケットにおけるSPIIに関する取組                    |
| ① オプトアウトを設けているか(方法・対象範囲等)                                | ② アプリ提供者に対する働きかけ                              |
| ② オプトアウトをしてもサービス利用継続が可能か                                 | 7. PIA・アウトカムについての考え方                          |
| ③ ダッシュボード等を設けているか(方法・対象範囲等)                              | ① PIAの導入状況                                    |
| ④ オプトアウトに関する通知事項、導線                                      | ② 利用者情報の取扱いに関するアウトカムに係る検討                     |
| (4) データポータビリティ   | ③ 利用者にPIAの結果やアウトカムを説明しているか                    |
| ① データポータビリティの取組(方法・対象範囲等)                                | 8. 個人情報保護管理者の設置                               |
| ② 対象情報、方法、提供フォーマット、提供先、相互運用性等                            | ① 設置状況  |
| ③ 電磁的開示請求への対応、開示方法、提供フォーマット等                             | ② 名称等   |
|  | ③ 業務内容  |

※ 電気通信事業者には、取得される位置情報、アプリやウェブサイト経由の取得の状況、端末からの取得情報、位置情報と加入者情報を組み合わせた分析、参考に行っている GL も聞いた。

2022 年については、このモニタリングシートに基づき、利用者情報 WG において次のとおり電気通信事業者及びプラットフォーム事業者に対してモニタリングを行った。モニタリングシートの詳細については、参考 5-1 及び 5-2 のとおりである。

2022 年 4 月 22 日利用者情報 WG (第 11 回) NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク、  
楽天モバイル

5 月 12 日利用者情報 WG (第 13 回) Apple、Yahoo!、LINE

5 月 17 日利用者情報 WG (第 14 回) Google、Meta<sup>91</sup>

<sup>91</sup> Meta は、2022 年 5 月 26 日 (米国時間) に、プライバシーポリシーを改正し、同年 7 月 26 日から施行することを発表した。同社へのモニタリングは、改定前のプライバシーポリシーを前提としている。

## 2 モニタリングの結果

項目	概要
1. 利用者情報の取扱いの状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アカウント作成時や契約時等に利用者が提供する情報とともに、サービス利用・閲覧を通じて自動的に収集される利用・閲覧履歴やデバイスに関する情報、第三者パートナーから受領する情報等が組み合わされて用いられている。</li> <li>・広告ビジネス（ターゲティングや効果測定等）に、上記から得られる登録情報、セグメント情報、利用履歴、コンテキスト情報、これらから推定した利用者の興味・関心（パーソナライズ化・カスタマイズ）等が用いられる場合がある。</li> </ul>
2. 利用規約・プライバシーポリシー (1) プライバシーポリシーの内容 (2) 透明性確保のための工夫 (3) オプトアウトやダッシュボード (4) データポータビリティ等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プライバシーポリシーについて、どの事業者もHPに掲載があり、アプリ内などから呼出せる場合が多い。</li> <li>・アカウント作成時にプライバシーポリシーを示し包括同意を得ようとしている場合もある。その他、個人情報を利用する場合に応じた確認の機会が設けられている場合もある。</li> <li>・各事業者において、プライバシーポリシーだけでなく、プライバシーポリシーの内容を分かりやすく簡潔に説明したプライバシーセンター等を設けたり、そこから一元的にプライバシー設定等を可能とするなどの工夫している。</li> <li>・アカウント管理画面（ダッシュボード等）から、利用者が利用者情報の取得や第三者提供や連携を含む取扱いについて事後的に把握・管理できるようにしている事業者もある。</li> <li>・オプトアウトの提供の有無については、全ての事業者が回答。オプトアウトの仕組みはダッシュボードやアカウント設定などを通じて大半の事業者において提供されている。</li> <li>・データポータビリティの提供の有無については、全ての事業者が回答。海外プラットフォーム事業者は全てデータポータビリティに対応済との回答であり、利用者のコンピューターへのダウンロードや一部の第三者への転送等が可能とされる。</li> <li>・電気通信事業者は非対応であり、具体的な検討を行う状態に至っていないという見解。</li> </ul>
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報収集モジュール（イメージタグ、JavaScriptのタグ、SDK等）が設置されている場合等に、当該アプリやサイトを訪問する利用者に関する利用者情報（端末情報、訪問サイト、購入履歴、閲覧した広告、他サービス利用状況等）が送付される場合がある。</li> <li>・広告商品利用時に、広告主や他アプリやサイトの提供者等との利用規約において、利用者情報を提供する前に、利用者から必要な同意等を取っていることを要求する事業者がある。</li> </ul>
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社の利用者情報の取扱いはプライバシーポリシーに記載があるとしている。他社へのデータ提供は、利用者から同意を取得した場合に行われている。</li> </ul>
5. サードパーティによる情報収集への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広告サービスを利用するサイト運営者や広告主等が、自らを経由し提供される個人情報等について、利用者に対してどのような説明や同意取得等をするべきかを必ずしも明確に把握・理解していない場合もあると考えられる。</li> </ul>
6. アプリ提供マーケットについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アプリ提供マーケット運営者は、アプリ提供者（デベロッパー）に義務付けや情報提供を行うなどの支援を行っている。</li> </ul>
7. PIA・アウトカムについての考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・PIAの実施状況については、大半の事業者が何らかの形で回答。一方、独自のPIAを行っているとしているが、その基準が明確ではない場合がある。また、PIAの結果も公表されていない場合が多い。</li> </ul>
8. 個人情報保護管理者の設置状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・データ/個人情報保護責任者、最高プライバシー/最高情報セキュリティ責任者等が置かれている場合が多い。</li> </ul>

### (1) 利用者情報の取扱いの状況について

プラットフォーム事業者による利用者情報の取扱いの状況はどのようなになっているか。【項目1】

- ① 取得される利用者情報と取得場面
- ② 取得した情報の加工・分析・利用
- ③ 利用者情報の第三者提供
- ④ 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用
- ⑤ 利用者情報に基づくプロファイリング・セグメント化

#### ① 取得される利用者情報と取得場面

- ・アカウント作成時や契約時等に利用者が提供する情報とともに、サービス利用・閲覧を通じて自動的に収集される利用・閲覧履歴やデバイスに関する情報、第三者パートナーから受領する情報等が組み合わされて用いられている。
- ・位置情報はプライバシー性の高い情報として、厳密な管理を行っている。位置情報の種類に応じて、取得する際に同意を取得するかオプトアウトの提供等をしている。住所等を推定されないように、位置情報の加工や取扱いにおいても注意が払われている。端末からGPS等の位置情報を取得する場合、OSの機能により同意取得が行われる。
- ・一方、ビーコンや店舗における電子マネー決済など端末情報と別の情報を組み合わせ位置情報が取得できる手段が増えてきている。これらの位置情報についての通知・公表や利用者の同意の在り方などについて

て新たな課題がある。

## ② 取得した情報の加工・分析・利用

- ・ 各事業者により詳細については異なっているが、例えば、
  - サービス提供・維持、サービスのパーソナライズ化及び改善
  - パーソナライズ（最適化）された広告表示
  - 新しいサービスやコンテンツの開発・改善、
  - 認証・入力補助・セキュリティ・不正利用防止、
  - パフォーマンス測定
  - 利用者とのコミュニケーション
  - 統計情報の作成

等に、取得した情報が使用されている。

- ・ 利用者情報に基づき利用者のプロファイリングを行い、その結果も踏まえてサービスのパーソナライズ（レコメンデーション）やターゲティング広告等に広く行われている。

## ③ 利用者情報の第三者提供の状況

- ・ 個人を特定する情報については、他社と共有しないとする事業者や、ユーザ本人の同意がない限り共有しないとする事業者がいる。
- ・ 広告及び測定の目的で、利用者のブラウザやデバイスから情報を直接第三者に取得させたり、広告の効果や測定結果などを提供したりする事業者もある。
- ・ グループ内における共有を行う事業者もある。

## ④ 広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用

- ・ 広告ビジネス（ターゲティングや効果測定等）に、上記から得られる登録情報、セグメント情報、利用履歴、コンテキスト情報、これらから推定した利用者の興味・関心（パーソナライズ化・カスタマイズ）等が用いられる場合がある。
- ・ 全ての事業者が、利用者から取得した利用者情報を広告表示に活用する場合があるとしている。
- ・ 広告設定について、利用者自身が一定の管理をできる事業者もある。
- ・ パーソナライズされた広告をオプトアウトする機能を提供する事業者もある。

## ⑤ プロファイリング・セグメント化情報

- ・ プロファイリングやセグメント化を行うために、ユーザ登録情報、サービスの利用状況や閲覧情報などが用いられている場合が多い。
- ・ プロファイリングやセグメント化した結果については、ターゲティング（パーソナライズ）広告の表示のみに用いている場合もあれば、機



能やコンテンツのパーソナライズ、おすすめの表示、マーケティングなどに用いられる場合がある。

- ・ 人種、宗教、健康などのセンシティブ情報について、保有しないとする事業者や用いないとする事業者がいる。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	<p>①取得場面・状況：Apple IDの作成、デバイス購入やアクティベーション、Appleサービスへの接続時などに利用者情報を取得。</p> <p>②利用状況：サービスの強化、取引処理等のため、アカウント情報、取引情報、デバイス情報、使用状況データ、位置情報等を利用。</p> <p>③第三者提供：特定タスクを行うサービスプロバイダ、サービス提供のパートナー、アプリ/ウェブサイトからのアクセス等で一定の情報を共有</p> <p>④広告ビジネスへの利用：広告提供のためデバイス情報、位置情報、App Storeでの検索履歴等のコンテキスト情報を利用。追跡は行わない。</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：アカウント情報、ダウンロード・購入情報等に基づきセグメントを作成し、これに基づきターゲット広告を配信。</p>
Google LLC	<p>①取得場面・状況：利用者が作成し提供する情報、Googleのサービスにアクセスするために利用するアプリ、ブラウザ及びデバイスに関する情報、Youtubeのコメントや広告を出すための情報、サービス利用時の位置情報、利用者はGoogleアカウントへアクセスし情報収集範囲を変更可能</p> <p>②利用状況：サービス提供、サービス維持向上、新しいサービスの開発、コンテンツや広告などカスタマイズしたサービス提供、パフォーマンス測定、ユーザーとのコミュニケーション、自社/ユーザー一般の人々の保護のために、取得した情報を使用。</p> <p>③第三者提供：プライバシーポリシーに同意の上で利用を開始。利用者の同意を得た場合（機密性の高い情報は明示的に同意）、外部処理の場合、法律上の理由の場合、個人を特定できない情報を公表又はGoogleのパートナーと共有することがある。</p> <p>④広告ビジネスへの利用：「広告は、Googleアカウントに追加された個人情報、Googleのサービスを利用している広告主から提供されるデータ、Googleが推定した興味・関心に基づいて表示される」、例えば、利用者が行った検索により、利用者に関連した広告を表示する場合がある。利用者は広告主からの情報（例：広告主サイトでの商品購入やサイト訪問情報等）に基づいてパーソナライズ広告を目にする場合がある。利用者による一定のプライバシー管理が可能。名前やメールアドレス等利用者を直接特定できる情報は利用者の求めがない限り広告主と共有しない。</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：パーソナライズした広告に同意する利用者にお勧め、コンテンツのパーソナライズ化、検索結果のカスタマイズ化等を含めたサービスのカスタマイズのため利用。人種・宗教・性的指向・健康等のセンシティブな情報に基づきパーソナライズ広告が表示されることはない。</p>
LINE	<p>①取得場面・状況：主にアカウント開設やサービス利用の際、電話番号、プロフィールネーム、プロフィール画像、氏名、住所、生年月日、メールアドレス、サービス利用履歴等を取得</p> <p>②利用状況：サービス提供・維持、サービスやコンテンツの開発・改善、セキュリティ・不正利用防止、最適化された提供等に利用。</p> <p>③第三者提供：同意を取得して利用者情報を第三者提供する場合がある</p> <p>④広告ビジネスへの利用：スタンプ購入履歴、サービス利用履歴、検索履歴等の利用者情報を利用して広告を配信する場合がある</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：登録情報や利用履歴等の情報を元に、利用者の興味関心属性を推定・分類</p>
Meta	<p>①取得場面・状況：(i) 利用者等が実行及び提供するもの（アカウント作成時にデータポリシーに同意の上、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日を取得、プロフィールの追加情報等を提供することも可能。利用者のエンゲージメント情報（いいね！を押したFBページ等））、(ii) サービス利用時に使用するデバイスの情報（デバイスの特徴、ネットワーク及び接続等）、(iii) 広告主、パブリッシャー、広告エージェンシーなど第三者パートナーから受領する情報（例えば広告主がリッチ化したカスタマーデータを用いて広告のオプティミゼーションを構築）。</p> <p>②利用状況：利用者のための製品・サービス提供（パーソナライズ化及び改善）、広告表示、測定・分析等のサービスに利用。</p> <p>③第三者提供：集約した統計やインサイトの提供、パートナー、ベンダーとサービスプロバイダ、研究機関や教育機関名、法的要請</p> <p>④広告ビジネスへの利用：利用者の趣味、関心、アクション、つながり等の情報を広告やクーポンなど表示するコンテンツ選定及びパーソナライズのために利用、個人データを販売することや利用者の明確な許可を得ず利用者を直接特定できる情報を広告主と共有することはない。</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：利用者などから取得及び認識したデータに元々利用者のつながり、嗜好、関心、アクティビティ、サービスの利用状況や反応、つながり関心を持つ人、場所、物などを利用してパーソナライズ製品を作成。</p>
Yahoo !	<p>①取得場面・状況：端末操作を通じて利用者が入力する情報（例：ID作成時の登録情報）、書面で提供される情報、サービス利用等の利用・閲覧に伴い自動的に送信される情報（例：IPアドレス、閲覧履歴、検索キーワード、購買履歴、位置情報、Yahoo! JAPANのウェブCookie情報、端末情報等を参照して利用）、第三者から提供を受ける場合</p> <p>②利用状況：認証、入力補助、パーソナライズ、サービス等の改善・新たなサービス等の検討、広告表示、位置情報と連動したサービス等に活用。</p> <p>③第三者提供：利用者の同意を得て第三者に提供する場合がある。氏名や住所などを除外した上で、プライバシーポリシーに定める目的のために必要最小限のデータのみを連携</p> <p>④広告ビジネスへの利用：Yahoo! JAPANIDの登録情報、過去の履歴（Yahoo! JAPANサービス、広告主やパートナーサイトの利用履歴）慎重に扱うべき個人に関するデータは利用しない（人種、宗教、性的嗜好）</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：利用者の居住地域、性別、生年月、サービス利用履歴等を分析し、Yahoo!ニュースやショッピング等で表示</p>

事業者名	モニタリング結果概要
(株)NTTドコモ	<p>①取得場面・内容：契約者情報、会員情報、ウェブ/アプリ利用情報・dメニュー利用履歴、購買・決済情報、趣味・嗜好等を取得</p> <p>②利用状況：各種サービス・機能の提供、自社サービスの品質維持・向上、保全、新サービス等の規格、広告ビジネス、モバイル空間統計等</p> <p>③第三者提供：パートナー(ドコモグループ、dポイント加盟店等)との協業に必要な同意の範囲内で提供（氏名・メールアドレス等は削除）</p> <p>④広告ビジネスへの利用：dメニュー、メッセージSやマイマガジン等の広告媒体への広告出稿及び効果測定等のソリューションを提供しており、ターゲティングや統計解析のためにcookieや位置情報を活用</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：Cookieや位置情報等を用いたプロファイリング・セグメント化を行う等の取組を実施。</p>
KDDI(株)	<p>①取得場面・内容：閲覧履歴・決済履歴・購買履歴等を含む利用履歴や登録情報等を取得。GPS位置情報、基地局位置登録情報を取得。各アプリのアプリプライバシーポリシーに従って、広告ID、端末IPアドレス、GPS情報など必要な情報を取得。</p> <p>②利用状況：サービスごとに利用実態の分析やレコメンドーションに利用するほか、識別子（auID）をキーとして様々なサービスで取得した情報を集約し、サービス横断での利用実態の分析を行い、マーケティング活動を目的に利用者のプロファイリングやターゲティング広告に利用。</p> <p>③第三者提供：各サービス提供に必要な範囲で利用者情報を第三者提供（例：グループ会社と連携した割引や特典付与等）</p> <p>④広告ビジネスへの利用：広告主としてcookie等を利用して、広告配信事業者を介して様々なサイトやアプリにおいて、広告を掲載。別途同意を得た利用者の情報についてグループ会社を介し、WEB広告等を提供。</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：提供したい属性情報をターゲティングセグメントとして用い、各種利用情報を分析し利用。位置情報のマーケティング利用・グループ会社へのマーケティング目的での第三者提供は、同意を撤回できるオプトアウト機能を提供。</p>
ソフトバンク(株)	<p>①取得場面・内容：サービスの申込み時などに氏名、住所、生年月日、性別、電話番号、職業、勤務先、メールアドレスなどを取得。位置情報は約款同意を取得し通信サービス提供に必要な範囲で取得（基地局、Wi-Fi位置情報等）。自社サイトにGoogle Analyticsを利用、アプリにより端末からIDFA、Advertising ID、端末IPアドレス、GPS情報などを取得する場合がある。</p> <p>②利用状況：取得時の利用目的の範囲で、サービス提供やお問い合わせ対応、商品開発等を目的とした経営分析などに利用。広告ビジネスを目的として、個人情報保護法に則り匿名加工情報として加工、利用。公共計画などを目的として統計データとして利用。</p> <p>③第三者提供：利用者の同意に基づき実施</p> <p>④広告ビジネスへの利用：契約者情報から作成したセグメント、設置した広告タグから収集した利用者情報に基づきターゲティング広告配信実施。広告主として広告配信事業者の広告タグを利用し、広告配信事業者を介して様々なサイトやアプリにおいて広告を掲載。</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：年齢、性別、位置情報に基づいたセグメントを作成し、広告ビジネスに活用</p>
楽天モバイル(株)	<p>①取得場面・内容：サービス利用時に契約者情報、匿名化した位置情報、GPS位置情報、Wi-FiやBluetoothに基づく位置情報、端末識別ID（IMEI）、端末機種名、OS情報、広告ID（IDFA、Advertising ID）の端末情報、通信ログ・利用履歴等を取得。</p> <p>③第三者提供：楽天グループへの共有、公的機関等による開示命令への対応</p> <p>④広告ビジネスへの利用：利用者情報を利用したサービスに関する広告の提供</p> <p>⑤プロファイリング・セグメント化：特になし</p>



## (2) 利用規約・プライバシーポリシーについて

### ① 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー

利用規約やプライバシーポリシーの内容はどのようになっているか。

#### 【項目 2 (1)】

- ・ 利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシー
  - ・ サービス開始前の通知公表・同意取得(導線・掲載)
  - ・ プライバシーポリシーの変更に係る周知・同意取得
  - ・ 利用開始後にも定期的に通知を行うなどの工夫
- ・ プライバシーポリシーについて、どの事業者も HP に掲載があり、アプリ内などからも呼び出せるようになっている場合が多い。分かりやすく伝えられるように、具体例などを示している事業者もある。
  - ・ アカウント作成時にプライバシーポリシーを示し包括同意を得ようとしている場合もある。この他、個人情報を利用する場合に応じた確認の機会が設けられている場合もある。
  - ・ プライバシーポリシーに重要な変更を行う場合には、通知を公開したり、告知している事業者もあり、同意を取得している事業者もある。
  - ・ 利用開始後、定期的な通知は一般に行われていないが、新規加入時等や重要な変更時にデータ設定に関する設定について確認する機会を設けたり、アカウント管理画面(ダッシュボード等)で確認が可能となっている事業者もある。
  - ・ 変更の際には、新旧対照表等を用意している事業者もある。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・Appleプライバシーポリシー(階層構造)、プライバシー概要等に、取り扱う利用者情報、利用目的等を記載し、企業HPで公表。 ・プライバシーポリシーに加えて、 <b>個人情報の利用を必要とする製品および特定の機能を有効にする前には、確認する機会</b> を設けている。 ・重大な変更がある場合には一週間前までに公開し、利用者のデータを保有している場合には直接連絡する。
Google LLC	・Googleのプライバシーポリシーについて、できるだけわかりやすく伝えられるよう具体例、説明動画、主な用語の定義を提示している。 ・ <b>アカウント作成時には、プライバシーポリシーへのリンクといくつかのプライバシー設定</b> が提示され、特定の処理について説明するとともに、パーソナライズド広告への <b>同意等、ユーザーが選択を行う機会</b> を提供。
LINE	・変更通知を様々な方法で実施、最終更新日時を常に表示、利用者による明示的な同意なくポリシーに基づく利用者の権利を縮小することはない。 ・取得する情報、利用目的、情報を第三者提供する場面及びユーザーの権利等を規定したプライバシーポリシーを、企業HPとアプリで公表。個別サービス・機能等において別途のポリシー・規約を策定・公表している場合もある。 ・ <b>アカウント開設時に利用規約とプライバシーポリシーを掲載し、同意取得</b> の上でアカウントを開設している。
Meta	・取得する情報の種類、利用目的、共有方法等の項目をデータポリシーに記載して企業HPで公表。 ・ <b>ユーザーの利用登録時に、サービス利用規約、データポリシー、Cookieポリシーの確認・同意</b> を求める。 ・定期的にユーザーにプライバシー設定の見直しを促している。データポリシーを変更する場合利用者に通知している。
Yahoo !	・プライバシーポリシーに、利用者情報の取得方法、利用目的、第三者提供等について記載し、企業HPで公表。 ・ <b>Yahoo! JAPAN ID取得時に、約款に含めて同意を取得</b> し、サイト下部やアプリ設定にもリンクを掲載。 ・重要なプライバシーポリシー等の改訂時には、アプリにおけるプッシュ通知に加え、全ユーザーへのメール送信などを実施。
(株)NTTドコモ	・「NTTドコモ パーソナルデータ憲章」に基づき、「NTTドコモ プライバシーポリシー」においてパーソナルデータの取得、利用目的、安全管理、問合せ窓口等を公表。第三者提供について、「パーソナルデータの取扱いに関する同意事項」として、公表。 <b>1クリックでアクセス可能</b> 。 ・ <b>利用者が同意した内容について容易に確認可能とする「パーソナルデータダッシュボード」</b> の仕組みを用意。変更時は周知期間を設けて周知。
KDDI(株)	・「KDDIプライバシーポリシー」として利用する情報や目的、その他必要事項を公表。企業HPや主要なウェブのフッターにリンクを設置し、 <b>1クリックでアクセス可能</b> 。 <b>通信サービス等契約タイミング</b> でプライバシーポリシーを示し <b>同意取得</b> 。 <b>auID新規作成時</b> 等にもプライバシーポリシーを表示。 ・アプリごとにアプリラベルを制定し、アプリ特有の利用目的等を記載。
ソフトバンク(株)	・利用目的、共同利用、第三者提供等、利用者情報の取扱い全般についてプライバシーポリシーに記載、企業HPで公表。 ・必要に応じて各サービス約款・利用規約にも利用者情報の取扱いについて記載し、企業HP等で公表。 ・軽微な修正はHPでお知らせ。変更前の利用目的と関連性を有する範囲の重要な変更は一斉メール送付、サービス利用時等に同意取得を予定。
楽天モバイル(株)	・「楽天モバイルによるお客様の個人情報の取扱いについて」というサイトで、利用目的、取得する個人情報の種類、グループへの提供等、プライバシーポリシー概要を記載・公表。位置情報等については、 <b>契約の申込みやアプリ利用開始時に同意に関する文言を個別に明確に表示した上で同意取得</b> (同意しないことも可能であり、同意している利用者も事後にオプトアウト可能)

## ② 透明性確保のための工夫

各事業者において様々な形で利用者へ分かりやすく伝えるための工夫、透明性確保のための工夫はどのようなになっているか。(階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン、モバイル及びスマートデバイスの特徴の利用等プライバシーポリシーにおける工夫はどのようなになっているか。)【項目2(2)】

- ・ 透明性確保のための工夫や対処(ユーザテスト実施他)
- ・ 同意取得や通知に当たっての具体的な工夫(階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイム、アイコン等)

- ・ 各事業者において、プライバシーポリシーだけではなく、利用者に伝えるための工夫としてプライバシーポリシーの内容を分かりやすく簡潔に説明したプライバシーセンターやプライバシーポータル等を設け、そこから一元的にプライバシー設定等を可能とするなどの工夫している。
- ・ アカウント管理画面(ダッシュボード等)から、利用者が利用者情報の取得や第三者提供や連携を含む取扱いについて事後的に把握・管理できるようにしている事業者もある。
- ・ 利用者がプラットフォーム事業者による情報取得や取扱い、第三者提供や連携の影響(集められる情報、利用目的、利用されるリスク等)を簡単に把握し、どのプラットフォームを使っても不利益を被らないことが重要と指摘される。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・Appleプライバシーポリシーで階層的アプローチ。プライバシーポリシーに加えて、プライバシー概要(簡略版)、プライバシー機能(各サービスが備えているプライバシー保護機能を説明)、プライバシーコントロール(プライバシー設定の方法を説明)等を企業HPで公表。 ・個人情報情報の利用を必要とする製品および特定の機能については、データとプライバシー情報を埋め込み形で提供。そのような製品固有の情報は、データとプライバシーのアイコンと一緒に表示する。
Google LLC	・利用者の理解を高めるためGoogleのプライバシーポリシーは画像やアニメーション動画を使用し主要なコンセプトをわかりやすくハイライトし説明。 ・利用者がプライバシーとセキュリティ設定を確認し管理することを推奨しており、ヘルプページやセーフティインターネットデーなどに合わせて周知啓発。 ・ナビゲーションのしやすさ、わかりやすさを考慮して、プライバシーポリシーを再設計し、プライバシー設定に直接アクセスできるリンクを提供。
LINE	・プライバシーポリシーの内容などをわかりやすく説明するための「プライバシーセンター」を開設・公表。 ・プライバシーポリシーの各項目の冒頭に、できる限り当該項目の概要を記載するよう努めている。
Meta	・2020年7月に“Communicating About Privacy”を発表。人に焦点を当てて、プライバシーに関する効果的なコミュニケーションを検討し、文脈や利用者、サービスを考慮した最適なソリューションが必要と提言。質の高い通知の開発を促進するため業界と規制当局が協力することも提案。 ・利用者情報の共有を管理するために使用できる機能及び設定を学べるプライバシーツアーを提供。利用者情報の取扱いやプライバシー設定の情報、プライバシー設定リンク等を集約したプライバシーセンターを立上げ。
Yahoo !	・「プライバシーセンター」で、図表、アニメーション等を用いて利用者情報の取得・活用・連携について説明、定期的に更新。 ・同意取得や重要な通知に際してはポップアップを利用するなど、目に付くようにしている。
(株)NTTドコモ	・プライバシーポリシー、「知ってナットク!ドコモのパーソナルデータ活用」、「パーソナルデータダッシュボード」を公表しているほか、利用者の認知度・満足度のアンケート調査を行い、継続的にコンテンツを拡充。
KDDI(株)	・プライバシーポリシーや利用規約の中で説明しきれない詳細な内容はプライバシーポータルで補足説明。位置情報のマーケティング利用や特定の同意事項について、オプトアウト機能を提供し、これをプライバシーポータルに集約しリンク。 ・外部有識者で構成されるアドバイザリーボードを設置し、プライバシーポリシー改定等に反映。
ソフトバンク(株)	・利用規約やプライバシーポリシーを理解しやすくするため、プライバシーセンターにて、イラストや階層的アプローチを用い、平易な言葉で説明。
楽天モバイル(株)	・イラストや階層的アプローチを用いてプライバシーポリシー概要を説明。さらに同サイトに、「個人情報保護方針」「電気通信事業における個人情報の取扱いについて」「広告宣伝のための個人情報の取扱いについて」等、個別の事業・アプリ等に応じたプライバシーポリシーのリンクを貼っている。アプリのリンクからプライバシーポリシーにアクセスすることも可能。

## ヤフー株式会社 「ユーザーの理解を容易にするための工夫」

**安心な毎日を更新しています。**  
Yahoo! JAPAN プライバシーセンター




日々の洗ったマークにシャツの洗濯を忘れていたり、ニュースを読みながら検索する内容を忘れていたり、そんな愛おしい毎日を守るために、お客様からお預かりした大切なデータを守ることに、これは私たちの、あたりまえの使命です。

一方でお客様のデータには、社会の課題を解決する力があります。データを活用し、快適で安心な毎日を更新し続けること、これは私たちの、もう一つの重要な使命です。

「ヤフーは便利だ」「ヤフーなら信頼できる」。これらもそう思うようになっていただくために、私たちがお客様のプライバシーとどう向き合っているかをお伝えします。



**データの取り扱い**

**データは大切に守ります。活用目的は公開します。**

インターネット上に存在するお客様のデータは、お客様そのものの価値に、私たちは安心して応えます。私たちは、お客様のデータをパーソナルデータと定義し、徹底したセキュリティの下、何よりも大切にお取り扱いしています。そして、**データの活用目的**をすべて公開し、プライバシーに十分配慮した上で、適切に活用していきます。

**パーソナルデータ**

パーソナルデータにはどんな情報が含まれるのかご紹介します。

**パーソナルデータの物販**

パーソナルデータがどのようなように取得されるのかお知らせします。

**パーソナルデータの活用**

パーソナルデータがどんなシーンで使われているのかご紹介します。

**パーソナルデータの連携**

パーソナルデータをパートナー企業と連携することがあります。

**法執行機関からの請求**

対応方針や透明性レポートについてご紹介します。

**プライバシーに関する情報の具体的な取り扱いにつき、動画、イラスト付きのYahoo! Japanプライバシーセンターで説明している。**

(出所) <https://privacy.yahoo.co.jp/>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」 P41

## 株式会社NTTドコモ 「利用者の選択の機会の内容、データポータビリティに係る事項」、 「ユーザーが同意状況を認識・確認するための工夫」

**パーソナルデータダッシュボード**

ドコモは法令遵守はもちろんのこと、お客様のプライバシーに十分配慮した上で、お一人おひとりに便利・おトクをお届けし、社会貢献できるよう、データを有効に活用してまいります  
※ドコモのプライバシーに対する取組みは、こちら（プライバシー-影響評価）

ご自身のデータの取り扱いに関する同意事項の確認はこちら

[「同意事項一覧」へ](#)

ご自身の位置情報の利用に関する同意状況の確認・変更はこちら

[「位置情報利用の管理」へ](#)



**第三者提供の管理**

ご自身のデータ提供に同意いただくと、さまざまな特典をお受け取りいただけます  
※サービスのご利用に必要なデータ提供は、表示されておりません

設定を変更する

ご自身のデータの提供先の確認状況

① ドコモグループ、dポイント加盟店、その他提供先とは

	ドコモグループ	dポイント加盟店	その他提供先
基本情報	☑	☑	☑
利用情報	☑	☑	☑
位置情報	☑	☑	☑
医療健康情報	☑	☑	☑

**パーソナルデータダッシュボードを提供している。**

(出所) <https://datadashboard.front.smt.docomo.ne.jp/>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」 P31

## KDDI株式会社 「情報収集モジュールやタグ等の設置有無」

### 動作環境、Cookie情報の利用、広告配信等について

#### お客様情報表示について

本サイトは、au IDによるログイン後は、ログアウト等をしないう限り、ログイン状態が継続します。ログイン中は、お客様の情報を本サイト上で表示します。

※ ログイン状態を継続したくないお客様は、ログアウトをするか、ブラウザのクッキー (Cookie) を削除することでログイン前の状態にすることができます。

表示されたお客様情報および当該情報を複製または出力した媒体は、お客様の責任により管理して下さい。

My au利用規約

#### クッキー (Cookie)

本サイトでは、お客様が訪問された際、より便利に閲覧していただくため、また継続的に本サイトを改善する目的で、Cookieを使用しております。

Cookieは、本サイトの運用に関連するサーバから、お客様のブラウザに送信する情報で、お客様のコンピュータに記録されます。お客様のコンピュータへ直接的な悪影響を及ぼすことはありません。

当社は、本サイトへのアクセス状況を把握するため、当社または当社の業務委託先のCookieを使用する場合がございます。

お客様は、ご自身でブラウザの設定を操作することで、Cookieの受信を拒否することも可能です。その場合でも本サイトの閲覧に大きな支障を来すことはありません。ブラウザの設定方法は各ソフトのヘルプページもしくは製造元へお問い合わせください。

#### アクセスデータについて

本サイトでは、お客様のアクセスデータを集計するための、収集タグを埋め込んでいるページがあります。アクセスデータには、お客様がアクセスされたページのURL、アクセスされた日時、ブラウザを識別する情報等が含まれます。

当社は、アクセスデータを、お客様の利便性向上および本ホームページの品質維持・向上のために利用させていただきます。また、当社は、アクセスデータをCookie並びに当社が付与する個人識別子 (以下「当社識別子」といいます) およびお客様の属性情報等と組み合わせることにより、本ホームページにおいて、お客様さまごとに有益と思われる情報を表示させることができます。

お客様は、下記の企業のオプトアウトページより、無効化 (オプトアウト) することにより、当社による本ホームページにおける当社識別子およびお客様の属性情報の利用を停止することができます。

- Adobe.comオプトアウトページ
- Google アナリティクス オプトアウト アドオン (Googleアナリティクス、Googleオプティマイズ)
- 株式会社ユーザーローカル オプトアウトページ
- 株式会社ロックオン オプトアウトページ
- 株式会社PopIn オプトアウトページ
- デジタル・アドバイジング・コンサルティング・ソリューション株式会社 オプトアウトページ

※ 当社の「4. インフォマティクデータの利用目的と取得方法、オプトアウト」をご確認の上、①の「データマネジメントプラットフォームにおけるクッキーを希望しない」より設定ください。

- 株式会社 電通 オプトアウトページ
- 株式会社マクミラ オプトアウトページ
- 株式会社マルクト
- クリックテールオプトアウトページ
- ※ 当社の「Disable Clicktale」より設定ください。
- 株式会社セールスフォース・ドットコム

※ ただし、検索機能およびチャット機能利用の為に、Cookieを使用しない場合であっても、本サイトから株式会社 SyncThoughtまたはLivePerson Netherlands B.V.のサイトへ、ホスト名、ユーザーエージェント、リファラ等が自動的に送信されます。

この処理に同意されない場合は、本サイトをご利用いただけません。

**Webサイトの利用を通じて情報収集していることを通知し、外部送信先ごとにデータ利用を停止する方法を通知している。**

(出所) <https://www.kddi.com/terms/requirements/>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG (第 12 回) 資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」P21

## ソフトバンク株式会社 「プライバシーポリシーの変更を行う場合の手続き」

### 2019年9月30日改訂

改訂箇所	改訂前	改訂後
1. 個人情報の利用目的	電気通信サービスの提供等を目的として、	電気通信サービスの提供等 (関連商品の販売および貸与を含み、以下同様とします) にあたり、
	4) 当社は、当社が取り扱う個人データを、個人の識別ができない情報に加工した上で、第三者に提供する場合があります。	4) 当社は、当社が取り扱う個人データを、個人の識別ができない情報に加工した上で、第三者に提供する場合があります。  [注] ※ お客様情報の利活用にあたってのプライバシー保護の取り組み
附則	この改訂規定を、2018年7月12日より適用します。	この改訂規定を、2019年9月30日より適用します。

(出所) <https://www.softbank.jp/help/terms/>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG (第 12 回) 資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」P28



### ③ オプトアウトやダッシュボードの導入状況

利用者が利用者情報の提供や利用を希望しない場合のオプトアウト等、利用者による事後的なコントロールの提供状況はどうなっているか。(オプトアウトがある場合、利用のしやすさに課題はないか)【項目2(3)】

- ・ オプトアウトを設けているか(方法・対象範囲等)
- ・ オプトアウトをしてもサービス利用継続が可能か
- ・ ダッシュボード等を設けているか(方法・対象範囲等)
- ・ オプトアウトに関する通知事項、導線

- ・ オプトアウトの提供の有無については、全ての事業者が回答。オプトアウトの仕組みはダッシュボードやアカウント設定などを通じて大半の事業者において提供されている。また、この他、データの保存や保存期間、広告への利用の設定などを通じ、データの取扱いを一定程度コントロールする仕組み等を提供している場合がある。
- ・ オプトアウトを行うと、オプトアウトした情報の取得が停止されるとともに、オプトアウト前に取得されたデータは利用されなくなるとしている。一方、当該データが消去されるのかどうかははっきりしない場合もある。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・パーソナライズド広告への個人情報利用、位置情報・iPhone解析情報の提供を、企業HPとデバイスから拒否可能。 ・上記のオプトアウトをしてもサービス利用の継続可能。
Google LLC	・利用者はGoogleアカウントを作成する際に、Googleと共有する情報を選択可能。利用者は、アカウント作成後も、Google アカウント設定（アカウントダッシュボード）にアクセスして、特定の設定ボタンをON/OFF可能（オプトアウトとオプトイン）。 ・「Googleアカウントダッシュボード」や「マイアクティビティ」等を利用して利用者自身のデータの閲覧や削除を容易にしている。
LINE	・利用者情報の第三者提供（他社アプリとの連携など）や位置情報の取得、ターゲティング広告等についてオプトアウト可能。 ・オプトアウトしてもLINEアプリの利用は継続可能。
Meta	・アプリ内「設定とプライバシー」から、プライバシー、位置情報へのアクセス、広告表示等の設定・管理、Facebook外のアクティビティについて、Metaが収集した情報の消去・情報収集機能のOFF等が可能。 ・表示される広告をコントロールしたり、Facebook外のアクティビティや位置情報の収集を拒否したりすることは可能（設定変更してもサービスの利用継続が可能）だが、 <b>広告表示を完全にOFFにすることはできない。</b>
Yahoo !	・Yahoo! JAPAN IDの「登録情報」やプライバシーセンターから、外部アプリケーションのデータ利用、グループ企業へのデータ連携、個別の外部企業へのデータ提供、行動ターゲティング広告のオプトアウトが可能。 ・オプトアウトしてもサービスの利用継続は可能。
(株)NTTドコモ	・利用者が意思表示できる項目は原則すべて「パーソナルデータダッシュボード」から選択可能。オプトアウト後も継続してサービスを利用可能。 ・オプトアウト導線は、dポイントクラブアプリ・サイトで2クリックで到達可能、プライバシーポリシーから1クリックで到達可能。
KDDI(株)	・位置情報のマーケティング利用やマーケティング利用目的でのグループ会社への第三者提供等の同意事項については、 <b>各同意の取得時やau IDのアカウント管理画面にて、オプトアウト可能。</b> GPS情報の取得についても、 <b>各取得アプリで取得停止可能。</b> オプトアウトしても各サービス利用は継続可能。
ソフトバンク(株)	・統計サービス、推奨型広告、DM送付のオプトアウトが可能。各アプリ、各サイトポリシー、MySoftBank（契約管理サイト）等、オプトアウト画面や窓口が複数あるが、できるだけプライバシーセンターで案内するよう努めている。 ・オプトアウトしてもサービス利用は継続可能。
楽天モバイル(株)	・保有個人データの利用停止等、位置情報・通信ログ・利用履歴等の取得に係る個別同意取得の撤回について、窓口への問合せによりオプトアウト可能。Rakuten Link（通話アプリ）については、アプリ内で位置情報、（広告配信を含む）サービス向上のための情報利用についてそれぞれ設定変更可能。利用者情報については、プライバシーポリシーで認められた範囲で、オプトアウトしてもサービス利用の継続可能。位置情報については、オプトアウトしてもサービス利用の継続可能。

## グーグル合同会社 「ユーザーが同意状況を認識・確認するための工夫」

情報の管理、確認、更新

ログイン中いつでも、お使いのサービスにアクセスして情報を確認、更新できます。たとえば、Google フォトと Google ドライブはいつでも、お客様が Google サービスを使用して保存した特定の種類のコンテンツを管理できるように作られています。

また、ご自分の Google アカウントに保存された情報を確認、管理できる場所もご用意しています。Google アカウントには次の設定画面があります。

**履歴（アクティビティ）を管理するダッシュボードを提供している**

プライバシー管理

**アクティビティ管理**

ご自分のアカウントに保存するアクティビティの種類を指定します。たとえば、通勤時間の予測が表示されるようにロケーション履歴をオンにする、よりご自分の好みに合ったおすすめ動画が表示されるように YouTube の再生履歴を保存する、などの活用法があります。

[アクティビティ管理に移動](#)

**広告設定**

Google のサイトで、また Google と提携して広告を表示するサイトやアプリで表示される広告についての設定を管理できます。関心のある事項を変更したり、より関連性の高い広告を表示するための個人情報使用の可否を選択したり、特定の広告サービスをオンまたはオフにしたりできます。

[広告設定に移動](#)

**ユーザー情報**

各種 Google サービスにおいて他のユーザーに表示されるご自分の情報を管理できます。

[ユーザー情報に移動](#)

**共有おすすめ情報**

広告に表示されるアクティビティ（投稿したレビューやおすすめなど）にご自分の名前と写真を表示するかどうかを選択できます。

[共有おすすめの情報に移動](#)

**アクティビティ管理**

アカウントに保存されるデータにより、Google サービス全体でさらにカスタマイズされた機能をご利用になれます。Google アカウントに保存されるデータはご自身で設定できます。

**Safer with Google**

アカウントにどのデータを保存するかを管理できます。 [詳細](#)

**ウェブとアプリのアクティビティ**

Google マップや Google 検索などの Google サービスにおいて、検索の高速化、おすすめ機能の精度向上、カスタマイズの充実を図るため、Google のサイトやアプリでのアクティビティを保存します。これには、位置情報などの関連情報も含まれます。 [詳細](#)

オフ [有効にする](#)

**サブ設定**

Chrome の履歴と Google サービスを使用するサイト、アプリ、デバイスでのアクティビティを含める。

音声録音を含める。 [詳細](#)

(出所) <https://policies.google.com/privacy#infochoices>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」 P33

### ④ データポータビリティ等への取組状況

データポータビリティについてどのような取組を行っているか。(データポータビリティがある場合、利用のしやすさに課題はないか)【項目 2 (4)】

- ・ データポータビリティの取組(方法・対象範囲等)
- ・ 対象情報、方法、提供フォーマット、提供先、相互運用性等
- ・ 電磁的開示請求への対応、開示方法、提供フォーマット等

- ・ データポータビリティの提供の有無については、全ての事業者が回答。海外事業者は全てデータポータビリティに対応済との回答であり、利用者のコンピューターへのダウンロードや一部の第三者への転送等が可能とされている。
- ・ 電気通信事業者及び国内プラットフォーム事業者はデータポータビリティに対応していない、又は一部のデータのみダウンロード可能との回答であった。なお、電気通信事業者は、具体的な検討を行う状態に至っていないという見解が示された。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・「データプライバシー」のページから、利用者が「データのコピーをリクエスト」をクリックすると、当該利用者がAppleに保存しているデータのコピーをリクエストできる。 <b>利用者は自らのデータのコピーをダウンロード可能</b> （JSON、CSV、XML又はPDF形式のスプレッドシート又はファイルでのApp利用やアクティビティ情報、原フォーマットによる文書、写真及びビデオ、VCF、ICS及びHTMLフォーマットによる連絡先、カレンダー、ブックマーク）
Google LLC	・「Google Takeout」は利用者にデータポータビリティに関する管理権限を提供。利用者は、Googleに保存した <b>自らのデータの最新版のコピーをダウンロードしたり、第三者に直接ポーティングすることが可能</b> 。Googleは2011年からポータビリティ製品を提供し、対策を講じてきている。
Meta	・2010年には「Download Your Information (DYI)」ツールをリリース。また、「Transfer Your Information (TYI)」を提供。 ・DYIツールにより①利用者が <b>Facebook上で入力、アップロード、共有した情報</b> （プロフィール情報、投稿、いいね！、コメント等）、②利用者の <b>Facebookアカウントに関連する情報</b> （ログイン、使用デバイス、フィード・ウォッチ・ニュースの推奨に使用する情報）等を <b>ダウンロード可能</b> 。 ・TYIツールにより、 <b>写真やビデオをBackBlaze、Dropbox、Koofr、Googleフォトに転送可能</b> 。
Yahoo !	・ <b>Yahoo! JAPANの各履歴</b> （サービス利用履歴、位置情報の履歴、アクセス履歴）や <b>登録情報のダウンロード可能</b> 。
LINE	・データポータビリティには非対応。 ・「トーク履歴の送信」機能でTextファイルでのトーク履歴のダウンロード・送信は可能。
(株)NTTドコモ	・データポータビリティ非対応。
KDDI(株)	・データポータビリティ非対応。ユーザーニーズや事業分野ごとの必要性に応じて実施を検討。
ソフトバンク(株)	・データポータビリティ非対応。
楽天モバイル(株)	・データポータビリティ非対応。

## Facebook Japan株式会社 「通知・公表又は同意取得の方法、利用者関与の方法」、 「利用者の選択の機会の内容、データポータビリティに係る事項」

ユーザー自身で情報の開示ができる機能を提供している。

### 個人データをダウンロード

Facebook情報は、完全なコピー、または特定の情報や期間に限定したものをいつでもダウンロードできます。閲覧しやすいHTML形式、あるいは他のサービスからインポートしやすいJSON形式のどちらかを選択して情報を受信できます。

個人データのダウンロードはパスワードで保護されており、他の人はアクセスできません。コピーの作成後、数日以内にダウンロードしてください。

ダウンロードせずに情報を確認したい場合は、いつでも**個人データ管理ツール**にアクセスできます。

### ファイルオプションを選択

ダウンロードするファイルフォーマット、メディアの画質および期間を選択できます。HTML形式は見やすく、JSON形式は他のサービスでより簡単にファイルをインポートすることができます。メディアの画質は、写真や動画の画質のことで、ファイルサイズにも影響します。

フォーマット HTML	▼
メディアの画質 高	▼
期間(必須)	▼

### ダウンロードする情報を選択

すべて、または必要な情報のタイプを選択してダウンロードできます。

#### Facebook全体でのアクティビティ

選択をすべて解除

- 保存済みのアイテムとコレクション**  
保存した投稿のリスト、およびコレクションでのあなたのアクティビティ
- メッセージ**  
Messenger上で他の人と送受信したメッセージ

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」 P17

# LINE株式会社 「通知・公表又は同意取得の方法、利用者関与の方法」、 「利用者の選択の機会の内容、データポータビリティに係る事項」

## ●プライバシーポリシー

### 7. パーソナルデータに対するお客様の選択肢

お客様は、当社に対して通知法において認められる限りにおいて、ご自身のパーソナルデータにアクセスする権利やパーソナルデータを訂正する権利など、当社が取り扱うお客様のパーソナルデータに係る権利を有しています。

当社は、お客様自身が、プロフィール編集、パーソナルデータの取崩・使用・共有に関する設定、管理を行うことができる機能を当社サービス上で提供しております。

お客様は、当社が取り扱うお客様のパーソナルデータについて、通知法において認められる限りにおいて、アクセスする権利、訂正を求めたり、消去を求めたり、取扱いを制限する権利、取崩を撤回する権利、データポータビリティの権利、データ取崩の存在を確認する権利、データ取崩に基づく自動的な決定のレビューを要求する権利などを有します。

またお客様は、通知法において認められる限りにおいて、一定の場合に当社によるお客様のパーソナルデータの取扱いに異議を申し立てる権利を有します。

当社は、パーソナルデータをアプリ上からお客様自身で管理することができるよう、プロフィール編集、取崩・使用・共有に関する設定、取崩の公開範囲、広告のオプトアウト、アカウント等などのパーソナルデータの取崩・管理に係る機能を当社サービス上で提供しております。古い情報や不正確な情報が残っていないか定期的に確認頂き、適切に変更してください。

具体的には、以下のような機能を提供しています。

- ・公開プロフィール情報の確認・変更、およびLINE IDの設定
- ・通知範囲やメールアドレスの確認・変更、メールアドレスの確認、およびFacebookアカウントの連携解除
- ・他のお客様がお客様のLINE IDを使ってお客様に連絡することを許可するかどうか
- ・お客様の電話番号を保持している他のお客様に、LINEでお客様に連絡することを許可するかどうか
- ・端末内のアドレス帳を用いて連絡先を自動的に追加するかどうか
- ・通知が保持される範囲に関するパーソナルデータに関するお客様自身の選択肢

また、一部の端末または地域では以下の機能を提供しています。

- ・サービス向上のための機能利用を許可するかどうか(\*)
- ・位置情報の取崩(2)
- ・電話番号の取崩(3)

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

お客様が、当社に対し、当社サービス上で提供できないパーソナルデータの表示や管理できないパーソナルデータの訂正・削除、利用目的の通知、その他通知法で認められる権利の行使を求めるときには、お問い合わせフォームからご連絡ください。お客様の権利を行使した際、処理が完了するまでお待ちください。

## ●LINE Privacy Center

### あなたの選択肢、あなたの権利

あなたがあなたのパーソナルデータを保有している場合、あなたには以下の権利があります。



利用者情報の利用選択方法について記載

### パーソナルデータの管理

LINEアプリの設定でいつでもパーソナルデータの確認変更ができます。例えば、

- ・「プロフィール」では、表示、アイコン連携およびその他の情報を変更できます。
- ・「アカウント」では、電話番号を削除したり、メールアドレスやその他の詳細を変更したりできます。
- ・「プライバシー」設定では、広告の最適化のオン/オフ、位置情報取得のオン/オフ、他の人があなたのLINE IDやその他の情報を渡って検索することを許可に関するオン/オフを切り替えることができます。

特定の置で他の利用可能な機能もあり、上記の例が限定的な場合があります。あなたの所在地によっては機能が異なる場合があります。詳しくは、あなたのプライバシーを管理する手段を説明するページをご覧ください。



実際の画面イメージで理解を促進

(出所) [https://linecorp.com/ja/privacy/your\\_choices\\_your\\_rights/](https://linecorp.com/ja/privacy/your_choices_your_rights/)

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」 P35

## (3) 他アプリやウェブサイトを経由した情報収集

他アプリやウェブサイトを経由してどのように情報収集を行っているか。【項目 3】

- ・ 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況
- ・ 他アプリ提供社やサイト運営者に対する情報提供
- ・ 情報収集モジュールや JavaScript による外部送信
- ・ 上記の場合の、他アプリ提供者やサイト運営者に対する情報提供
- ・ 情報収集モジュールや JavaScript について、送信される情報の内容や送信先の変更等
- ・ 複数の他アプリやサイトから収集した情報の管理

- ・ 情報収集モジュール（イメージタグ、JavaScript のタグ、SDK 等）が設置されている場合等に、当該アプリやウェブサイトを訪問する利用者に関する利用者情報（端末情報、訪問サイト、購入履歴、閲覧した広告、他サービス利用状況等）が送付される場合がある。
- ・ 広告商品利用時に、広告主や他アプリやウェブサイトの提供者等との利用規約において、利用者情報を提供する前に、利用者から必要な同意等を取扱していることを要求する事業者がある。
- ・ 広告商品利用時に、広告主や他アプリやウェブサイトの提供者に、プ



ライバシーポリシー等における記載事項、オプトアウトの提供、掲載場所等の詳細を示して対応を要求する事業者<sup>92</sup>もある。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・ユーザーの指示がある場合に、他社から個人データを提供される場合がある。
Google LLC	・ユーザーが同意した場合に、サービスへのアクセスに使用したアプリ、ブラウザ、デバイスに関する情報（固有ID、ブラウザ/デバイスの種類、設定、OS、携帯電話事業者名、電話番号、アプリのバージョン番号等）を収集。 ・収集したデータを、内容、用途、ユーザーの設定内容に応じてそれぞれ異なる一定期間保持。ユーザーが作成/アップロードしたコンテンツ等はユーザーがいつでも削除可能。その他サーバーログ内の広告データなどは一定期間後に自動的に削除が匿名化。
LINE	・提携事業者が運営する他アプリやWebサイトにLINEの広告配信等のためのツール（SDKやタグ）が設置された場合、当該アプリ・サイトを訪問したユーザーに関する情報を取得する場合がある。 ・他アプリやWebサイトにおいて、LINEがCookie等により訪問履歴等の広告関連情報を収集し、広告の効果測定等に利用すること、オプトアウトの方法について通知し、ユーザーから必要な同意を取得することを規約で義務づける等している。
Meta	・広告主、広告事業者その他の事業者から、デバイス情報、ウェブサイトの訪問履歴やCookieデータ、購入履歴、閲覧した広告、他社製品・サービスの利用状況等の情報を収集している。 ・広告主からは、（ログイン状態か否か、アカウントを持っているか否かにかかわらず）ユーザーの電子メールアドレス、Cookie、広告IDなどの情報を受領し、（当該ユーザーがアカウントを持っている場合）当該アカウントと、受領した情報を紐付ける。 ・Metaに情報を提供する事業者が、利用者情報を取得・利用・共有する正当な権利を有していることを要求している。
Yahoo !	・広告主や広告配信先等のウェブページやアプリにYahoo! JAPANの「ウェブビーコン」等を設置してCookieや端末情報を参照することで、端末識別情報等取得する場合がある。 ・遵守事項として、広告主のウェブサイト、アプリ等のトップ画面から1～2回の操作で到達できる場所において、ヤフーが情報収集する場合がある旨、Cookie等の設定により情報収集をコントロールできる旨等を記載することを求めている。
(株)NTTドコモ	・広告を掲載する提携サイト・アプリに対して、情報収集モジュールやJavaScriptの提供を行い、cookie等取得し広告に活用。提供先事業者は、導入の際に規約に同意。規約内にて、アプリやサイトを利用するお客様に対してモジュール等の説明を求めると規定。複数のサイトから収集した情報は、dアカウントで認証されたユーザーのデータを統合管理。
KDDI(株)	・SuperShip(株)のモジュールに対応したアプリ・ウェブを通じて、ターゲティング広告に必要な属性情報の提供のため、広告配信識別子及びIPアドレスを取得することがある。取得の際は個別に同意を取得し、オプトアウト導線を設置・公表。 ・所定の説明や通知公表を行うことを案内するとともに、広告が表示された際のマーク等からオプトアウトの方法が表示するよう、アプリ提供者やサイト運営者に周知。 ・同意の範囲を超えた利用がされないよう、特定の設備内に閉じて管理。
ソフトバンク(株)	・他サイト等において、訪問・閲覧履歴等の情報を直接取得することがある。他サイト等の運営事業者向け書面、相手方との契約書において、他サイト等における「ユーザーへの通知」や「ユーザーの同意を要する場合は同意取得」を求めている。 ・送信される情報の内容や送信先を変更することはない。
楽天モバイル(株)	・グループ会社も含め他社のアプリやサイト上で収集している情報はなし（自社が運営するアプリやサイトを通じて、グループ会社の情報収集モジュールを用いた情報収集のみを行っている。）。

楽天モバイル株式会社 「情報収集モジュールやタグ等の設置有無」

**Cookieポリシー**

楽天株式会社およびその個人情報保護方針を採用する楽天グループの会社（以下、「私たち」といいます）のウェブサイトおよびサービス上では、Cookieその他のトラッキングのための技術が使用されています。

Cookie等とは、お客様のウェブサイトへアクセスした際にユーザーのデバイスに保存されるテキストファイルおよびこれに類似する技術（Webビーコン等を含む）によって保存される電子ファイルといえます。私たちは、ユーザーエクスペリエンスの向上を目的として、また、ウェブサイトがどのように利用されているかを把握する目的でCookie等を使用しています。また、Cookie等の使用により、私たちは、お客様が私たちのウェブサイトへ以前に訪れたことがあるかどうかを知ることもできます。

本ポリシーにおいて、私たちが管理するCookie等（楽天のCookie）および私たちのウェブサイトおよびサービス上で提携する会社が設置するCookie等（第三者が設置するCookie）の詳細、ならびにお客様による管理・選択方法を記載しています。私たちのウェブサイトには下記の3種類のCookie等が設定されています。

(1) ウェブサイトの動作に必要不可欠なCookie等  
ウェブサイトのページ間の移動や、セキュリティページのアクセスなど、ウェブサイトの機能を利用するうえで必要不可欠なCookie等です。

(2) 効果測定目的のCookie等  
訪問回数や、最も頻りに閲覧されているページなど、お客様がどのようにウェブサイトを利用しているかについての情報を収集するために使用されます。

(3) 広告・宣伝のためのCookie等  
本ポリシーおよび私たちの個人情報保護方針の規定に基づき、オンライン広告、レポートの作成、ならびにサービスおよびウェブサイトの改善の目的で使用しています。

**楽天のCookie**

【目的広告・宣伝のためのCookie等】を利用した広告を打たくない場合は、以下の手順に従い、楽天の行動ターゲティング広告の機能無効化（オプトアウト）を行ってください。ただし、無効化以降はお客様の履歴、行動履歴等に基づきに配信される連関性の高い広告等は継続して表示されます。また、ブラウザの変更、Cookie等の削除及び別のOSやスマートデバイスの変更等の異なる環境においては無効化が必要となります。

お客様の現在のステータス：  
このブラウザにおいて、楽天の行動ターゲティング広告の機能は「有効」な状態です。

**第三者が設置するCookie**

私たちのウェブサイトやサービス上において、他社が発行するCookie等を利用して行動履歴の取得や広告配信が行われる場合があります。当該第三者のプライバシーポリシー等を確認ください。および第三者が発行したCookie等による広告配信の無効化をご希望の場合は、下記をご確認ください。

- 広告・宣伝のためのCookie
- 効果測定目的のCookie

**楽天グループ株式会社が定める「Cookieポリシー」のリンク先において、Webサイトの利用を通じて情報収集していることにつき説明を行っている。**

**クロスデバイスのためのCookie等およびその利用**

私たちは、お客様が複数のブラウザや環境で私たちのサービスを利用する場合であっても、お客様に適切と思われる広告をタイムスに提供するため、お客様に紐づく複数の識別子（Cookie ID、ADID/IDFA、IPアドレス等）を組み合わせます。これにより、異なるブラウザまたは環境を使っているお客様を一致を認識し、または推察することにより、お客様により適切な広告をお届けすることがあります。また、送付の許容するところに従い、提供先である第三者からクロスデバイスのために情報を受け取る場合があります。

**Cookie等の管理方法**

多くのブラウザでは、自動的にCookie等を有効にしていますが、ユーザーの選択によって、Cookie等を拒否し、また、ユーザーのデバイスに保存されているCookieを削除することもできます。なお、Cookie等を削除した場合は、ウェブサイトが正常に動作しなくなる場合がありますので、ご注意ください。Cookie等の設定に関する具体的な方法については、ブラウザのヘルプメニュー等をご確認ください。 <http://www.allaboutcookies.org/>をご覧ください。

**Cookie以外の広告配信のオプトアウト**

- + 郵送ダイレクトメール(DM)
- + e-Mail
- + スマートフォン

(出所) <https://grp12.ias.rakuten.co.jp/optout/>

Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. **NRI**

<sup>92</sup> 広告商品利用時等に用いられるタグや情報収集モジュール等の提供者から、アプリ提供者やウェブサイト管理者等に外部送信に関する情報の概要や利用者への説明、オプトアウト等について、日本語で分かりやすく示して説明していくことが、必要とされる同意取得や利用者へのオプトアウトの機会等の提供、プライバシーポリシー等における適切な説明等を行う観点からも重要であると指摘される。

(4) 他社へのデータ提供他社との連携の状況

他社へのデータ提供、他社との連携の状況はどのようになっているか。

【項目 4】

- ・ 他社に対するデータ提供の状況
- ・ 他社との連携、留意点(利用者説明、安全管理等)

- ・ 自社の利用者情報の取扱いはプライバシーポリシーに記載があるとしている。他社へのデータ提供は、利用者から同意を取得した場合に行われている。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・Apple関連会社と、Appleを代理して行動するサービスプロバイダと、Appleのパートナーと、デベロッパおよびパブリッシャーと、またはお客様の指示を受けてその他の第三者と、個人データを共有することがある。また、Appleは第三者自身のマーケティングを目的として第三者と個人データを共有することはない。
Google LLC	・ユーザーの同意を得た場合、ドメイン管理者の場合、外部処理の場合、法律上の理由の場合に、ユーザーの個人情報を自社以外の企業、組織、個人と共有。
LINE	・他社に利用者情報を提供する場合、提供する情報をわかりやすく表示した上、同意を取得。契約により安全管理に努め、オプトアウト機能を提供する等している。 ・他社にユーザーの識別子を提供する場合は、提供先の企業ごとに異なる識別子を提供するよう努めている。 ・プライバシーポリシーに記載したグループ会社との間で、利用者情報を連携する場合がある。 ・LINEアプリにサードパーティが情報を取得するモジュールを設置する場合、情報を取得する事業者の名称、取得される情報の項目、利用目的等について、ユーザーへ情報提供を行っている。
Meta	・Metaの分析サービスを利用する他社（統計やインサイトを提供）、広告主（利用者のデモグラフィック情報や趣味・関心に関する情報を提供）、効果測定を行う他社（広告効果の分析のためにデータ集計を行う）等に情報提供している。
Yahoo !	・同意取得した場合に限り、プライバシーポリシーの範囲内で、グループ企業、パートナー企業（ヤフーが定める基準を満たす安全管理措置を講じている第三者のみ）に利用者情報を提供する。
(株)NTTドコモ	・同意を得たものについて、パートナーとの協業等のために、必要最小限のデータを第三者提供。同意を得た範囲での利用目的となるよう、提供先との二者間の契約等で規定。
KDDI(株)	・第三者提供の同意を得た範囲内のデータ・利用目的で他社に対してデータ提供を行うことがある。 ・利用者情報、位置情報は目的に応じて集計・セグメント化等を行い、必要最低限の情報提供を行うよう留意。 ・第三者提供先には、契約を締結し、目的外利用を禁止。
ソフトバンク(株)	・サービス約款・利用規約等及びプライバシーポリシーに明記の上、通知・同意取得して第三者提供。オプトアウトも用意。 ・再提供、派生データの作成、公表、利用終了後の削除等の禁止または報告義務などを契約で取り決め。利用終了後の削除などの確認、安全管理を行っている。
楽天モバイル(株)	・グループ内でのデータ提供あり。「楽天モバイルによるお客様の個人情報の取扱いについて」で説明。第三者提供にあたっては、ガイドラインに従った安全管理を実施。 ・グループから他者への提供あり。プライバシーポリシーにおいて説明し、ガイドラインに従った安全管理を実施。

(5) サードパーティーによる情報取得への対応（デジタル広告）

サードパーティーによる情報取得に関してどのような対応方針であるか。【項目 5】

- ・ サードパーティーによる情報取得に関する方針
- ・ クッキーの代替手段の情報取得の動きへの考え方
- ・ Topics の導入目的、設計、説明(※Google)

- ・ 広告主がメールアドレスや電話番号をアップロードし、ハッシュ化した上で当該事業者が保有するメールアドレスや電話番号と突き合わせするタイプの広告サービスを提供する事業者がある。当該事業者は

ハッシュ化した形で受領するものであり、広告主側に提供する情報に関して適切な対応を行った上で提供するように促していると説明<sup>93</sup>があった。

- ・ 様々な形でクロスサイト等の情報が取得されており、一般利用者にとって全体像を理解することが容易ではない状況にある。また、広告サービスを利用するウェブサイト運営者や広告主等が、自らを經由し提供される個人情報等について、利用者に対してどのような説明や同意取得等をするべきかを必ずしも明確に把握・理解していない場合もある<sup>94</sup>と考えられる。
- ・ 近年、異なるウェブサイト間で収集されるデータの収集と使用を制限する方向での動きが多くあるとの指摘がある（例えば、Apple は Safari における Cookie 利用を制限し、Google も 2023 年に Third Party Cookie を段階的に廃止する方向である）。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Safariでは、「サイト越えトラッキングを防ぐ」の設定を有効にすることで、クロスサイトトラッキングデータを定期的に削除。</li> <li>・ Safariで「すべてのCookieをブロック」の設定が可能。</li> <li>・ Appで収集した情報をサードパーティーと共有することについて、App Store Reviewガイドライン「5.1.2 データの使用と共有」に規定し、App Storeにおいて利用者がアプリをダウンロード前にアプリのプライバシーポリシーを確認可能となった。</li> <li>・ 利用者情報を第三者と共有する場合は、その第三者がアプリのプライバシーポリシーやApp Store Reviewで求められているものと同様のデータ保護が提供されることを確認する必要がある。アプリで収集したデータはアプリの改善や広告表示といった目的でのみ第三者と共有できる。</li> <li>・ Safariは、フィンガープリントを作成することにより、利用者を追跡することを防いでいる。</li> </ul>
Google LLC	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プライバシーサンドボックスの重要な目的は、個別利用者に関するデータの共有、秘密裏の追跡など不透明又は利用者が見えない技術から人々を保護する開発すること。</li> <li>・ 2022年1月にFLoCの開発から得た知見やフィードバックを踏まえ、Topicsを発表。ブラウザが利用者の閲覧履歴に基づいて、その週に関心の高い項目を少数選び、3週間だけ保持。利用者がTopicsに参加するサイトにアクセスすると過去3週間のそれぞれの週から項目を1つずつ3つ選びそのサイト及び広告パートナーに共有される。項目にはセンシティブなカテゴリーは含まれない。自分のデータの共有方法やコントロールのわかりやすい方法を提供する。</li> </ul>
LINE	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ LINEアプリにサードパーティーが情報を取得するモジュールを設置する場合、情報を取得する事業者の名称、取得される情報の項目、利用目的等について情報提供を行っている。</li> <li>・ Cookieの代替手段の検討及び研究を行っている。</li> </ul>
Meta	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オンライン広告業界では、以前から、異なるウェブサイト間で収集されるデータの収集と使用を制限する方向で動いている。</li> <li>・ Metaのアプリは、プライバシーを保護しながらパーソナライズされた広告を可能にするテクノロジーを構築し、自由でオープンなウェブをサポートすること。</li> <li>・ 処理する個人情報を最小限にしながらパーソナライズされた広告を提供し個人情報の保護に貢献するPETsへ投資している。</li> </ul>
Yahoo !	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パートナー企業に対して、cookieやアプリ開発キットなどを用いたパーソナルデータの取得を認めている場合があり、プライバシーセンターにおいてこれを説明するとともに取得先を公表している。（例：Yahoo! JAPANに対して広告を出稿・配信したり、コンテンツを提供する広告主、広告代理店、広告配信会社やコンテンツプロバイダーなどのパートナー企業が、Yahoo! JAPANに掲載された広告やコンテンツの効果を測定したり、Yahoo! JAPANのお客様に向けて行動ターゲット広告を配信したりする場合）</li> </ul>

## (6) アプリ提供マーケットについて

アプリ提供マーケットにおいて、アプリ提供者にどのような働きかけをしているか。【項目6】

- ・ アプリ提供マーケットにおけるSPIに関する取組
- ・ アプリ提供者に対する働きかけ

<sup>93</sup> 例えば、Meta の場合、「パートナーが当社にデータを提供する前に、パートナーが利用者のデータを取得、利用、共有する正当な権利を有していることを当社は当該パートナーに要求する」としている。

<sup>94</sup> 実際にどのような対応が行われているかプラットフォーム事業者において確認していないことが問題ではないかとの指摘があった。

- Apple 及び Google のアプリ提供マーケットともに、アプリがアクセスしようとしている利用者情報について、利用者が十分な情報を得た上で判断できるように、アプリ提供者（デベロッパー）に義務づけを行ったり、情報提供を行うなどの支援を行っている。SPI を参照すべき政府のガイドラインの一つとして提示しているアプリ提供マーケットもあった。
- App Store Review ガイドラインにおいて、アプリのプライバシーポリシーにおいて利用者情報の取扱いについて詳細に規定すること、データ収集についての同意取得や同意の撤回の提供、利用目的でデータの用途を十分説明すること、ユーザのアクセス許可設定を尊重すること、不要なデータアクセスに同意するよう誘導や強制しないこと等を示している。
- Google API 利用規約は、アプリ提供者が収集、使用、他社と共有する利用者情報について明確かつ正確に定めたプライバシーポリシーを提供し遵守することを義務づけている。また、明示的な同意なく、利用者の非公開データを第三者に開示すること、スクレイピング、データベース構築その他利用者情報の恒久的コピー作成等を禁止している。
- 自社開発アプリについても、社内マニュアル等により SPI への準拠等の取組みを進めている事例がある。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>SPIが参照すべき政府ガイドラインの一つとして強調されている（開発者向けのドキュメント「ユーザーのプライバシーを保護する」）。</li> <li>アプリの開発者に対し、App Store Review ガイドライン「5.1プライバシー」とApp Storeのアプリのプライバシーに関する詳細情報の表示で、プライバシーポリシーの記載、利用者情報の取扱いについて詳細に規定。（例：全てのアプリは、App Storeと各アプリ内にアクセスしやすい形でプライバシーポリシーへのリンクを含める。プライバシーポリシーはわかりやすく明確なものである必要、利用者が分かりやすい方法で同意を撤回できるようにする、データの用途を目的で十分に説明する。不要なデータアクセスに同意するように利用者を誘導したり強制したりしない等）</li> <li>iOS14.5からアプリが他社の所有するアプリやウェブサイトを横断して行動を追跡する場合、利用者の許可を得ることが義務付けられた。</li> </ul>
Google LLC	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリやゲームが利用者の端末上でアクセスしようとしているデータについて、利用者が十分な情報を得た上で判断できるよう支援に努めている。</li> <li>Google API利用規約は、デベロッパーに利用者情報へのアクセス等を明確に定めたプライバシーポリシーを提供し遵守することを求めている。</li> <li>明確なオプトインの同意なしに、利用者の非公開データを他の利用者やサードパーティーに開示することや、スクレイピング、データベース構築、その他利用者データの恒久的コピーを作成することを禁止している。</li> <li>2015年発売のAndroid Marshmallowでは利用者がこまめに許可を確認、付与、拒否できるランタイム権限を導入。</li> </ul>
(株)NTTドコモ	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社開発アプリは、SPIを参照した社内マニュアルを策定。アプリプライバシーポリシーの概要版・詳細版に記載すべき事項、画面デザインや画面遷移等に関する社内マニュアルを策定。</li> <li>同意画面はアプリアプリ概要版の表示及び詳細版閲覧リンクを設置し、項目ごとに開閉可能な階層型で作成する運用を行っている。</li> </ul>
KDDI(株)	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社アプリ提供プラットフォーム上で提供するアプリに対し、SPI提唱項目に準拠したアプリケーションプライバシーポリシーの開示を必須化。</li> <li>社内規程を作成し、アプリプライバシーポリシーの作成義務化、SPI II で推奨される監査まで実施。KDDIが提供するアプリすべてにおいて、全社ガイドラインをもとに、プライバシーポリシーに即した挙動となっているか審査。</li> </ul>
ソフトバンク(株)	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリによる情報収集は、アプリに組み込むSDKを含め、アプリ毎に収集する情報と提供先をレビューした上で、アプリ利用者へのコミュニケーションの在り方を指導している。</li> <li>アプリケーション提供サイトについては運営していない</li> </ul>
楽天モバイル(株)	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリごとにSPI8項目を網羅したプライバシーポリシーを作成・公表（アプリ内および公式サイトでの公開、各アプリストアにリンク掲載。一部、問合せ窓口や開示請求の手順等は共通のポリシーとしてウェブサイトにとまとめて掲載。）。</li> <li>アプリケーション提供サイトについては運営していない。</li> </ul>



(7) PIA<sup>95</sup>・アウトカムについて

PIAについてどのように実施されているか、利用者へ与える影響（アウトカム）についてどのように考えてサービス設計をしており、利用者への説明が行われているか。プロファイリングがどのように行われており、どう使われているか。【項目7】

- ・ PIAの導入状況
- ・ 利用者情報の取扱いに関するアウトカムに係る検討
- ・ 利用者にPIAの結果やアウトカムを説明しているか

- ・ PIAの実施状況については、大半の事業者が何らかの形で回答。一方、独自のPIAを行っているとしているが、その基準が明確ではない場合がある。また、PIAの結果も公表されていない場合が多い。

事業者名	モニタリング結果概要
Apple Inc.	・GDPR及び人権活動の一環として、主な製品やサービスについて、及び新たな製品やサービスを開発する際にPIAを実施。アルゴリズムシステムに依拠した意思決定があるか否か、当該意思決定による個人や人権への影響を評価することを含む。
Google LLC	・全社的なプライバシーリスクを特定、評価、対処するための年次評価を行うとともに、事故発生の際にプライバシーリスクを評価。 ・社内全体からの意見に加え、データ保護オフィスの専門家の承諾を得るまで、製品や機能の提供を開始することはない。
LINE	・新規サービス・機能のリリース時等にPIAを実施し、プライバシーへの影響を評価している。PIAの結果を踏まえて、サービス等実装の際に、説明やチュートリアルを追加。
Meta	・プライバシーリスクを評価し、特定したプライバシーリスクを識別し軽減するプライバシーレビュープロセスを導入。目的の限定、データの最小化、データの保持、透明性と管理、データへのアクセスと管理、説明責任などの観点から行われる。 ・プライバシー・レビュー・プロセスによりプライバシー・リスクを評価し、特定したプライバシーリスクを識別し、軽減。 ・新しいプロダクトや機能に、プライバシー・バイ・デを確実に組み込むための説明責任プロセス、技術的メカニズム等を構築。
Yahoo !	・PIAの試験運用を始めており、今後、親会社であるZホールディングス株式会社のデータガバナンスの方針に沿って本格運用に向けて取組を進める予定。利用者に対する説明は検討予定。
(株)NTTドコモ	・「NTTドコモ パーソナルデータ憲章」に沿った実効性を担保するために、プライバシー影響評価制度（PIA制度）を導入。データ活用部門自らがプライバシー観点での懸念点の有無を自己評価、プライバシー保護施策を検討、評価結果に基づき施策・サービスの実施是非を判断。一定の基準に該当するパーソナルデータ活用事案は社内のPIA会議でプライバシーの影響を評価。PIAの結果を利用者に説明する取組は行っていない。
KDDI(株)	・新規サービス開始前等にPIAを実施。データガバナンス室が中心となり、外部の有識者の意見も聴取し、PIAを実施。結果公表の予定はない。 PIAに基づき、特に配慮が必要な事項やわかりにくいと思われる事項に対して説明方法や内容工夫等の取組を実施。
ソフトバンク(株)	・CDO（Chief Data Officer）を責任者とし、社長をレポートラインとする全社横断の専門組織にて、プライバシー・バイ・デザインの考え方で、データ利活用前に案件ごとのPIA（リスクの評価）を実施。 ・サービス案内時や、利用開始前に、特にユーザーが気にすると思われるポイントに留意して説明を行っている。
楽天モバイル(株)	－

<sup>95</sup> PIA(Privacy Impact Assessment、個人情報保護評価)：個人情報保護委員会が2021年6月30日に公表した「PIAの取組の促進について－PIAの意義と実施手順に沿った留意点－」によれば、「PIAは、個人情報等の収集を伴う事業の開始や変更の際に、個人の権利利益の侵害リスクを低減・回避するために、事前に影響を評価するリスク管理手法。」とされており、「個人情報のフローの整理」を行った上で、「事業者側のオペレーションなどに伴い想定されるリスク要因、消費者・利用者側の利用方法等に伴うリスク要因なども踏まえて、リスクを洗い出し、整理」し、「特定したリスクについて「影響度」及び「発生可能性」の観点で評価を実施」した上で、リスクへの対応方針・対応策を検討するとしている。また、「報告書のサマリーを作成」「公表することが有効」、事案に応じて「第三者機関のチェック」を得ることが有用と指摘されている ([https://www.ppc.go.jp/files/pdf/pia\\_overview.pdf](https://www.ppc.go.jp/files/pdf/pia_overview.pdf)、[https://www.ppc.go.jp/files/pdf/pia\\_promotion.pdf](https://www.ppc.go.jp/files/pdf/pia_promotion.pdf))。

(8) 個人情報保護管理者の設置状況

個人情報保護管理者に相当する役職を設置しているか。設置している場合、当該役職の業務内容はどのようなものか。【項目8】

- ・ 設置状況
- ・ 名称等
- ・ 業務内容

- ・ データ/個人情報保護管理責任者、最高プライバシー/最高情報セキュリティ・責任者等が置かれていることが多い。

(9) 全体を通じて

今回モニタリングの対象とした各事業者において、プライバシーポリシーの内容を分かりやすく説明するための工夫を行っている。アカウント管理画面やダッシュボード等から、利用者が情報取得や第三者提供等を事後的に把握・管理できるようにしている事業者もある。

一方で、広範な利用者情報の取扱いの全体像を一般の利用者に説明・理解させることは容易ではない。全ての事業者が、利用者から取得した利用者情報を広告表示に活用する場合があるとしており、情報収集モジュール等により、クロスサイトトラッキング等が幅広く行われている。

利用者は多様であり、背景、知識、経験などが異なるため、それを踏まえて利用者が理解できるように、多様な方法を用意する必要があると指摘される（例えば、金融商品は法律の中で消費者の多様性を考慮した規制がある）。

特に、消費者が想定しづらいものやプライバシー性が高い情報の取得等について、注意喚起をする仕組みが必要であると指摘される。情報開示が進展する中で、情報開示の視点で外部レビューやモニタリングを行っていくことが重要であると指摘される。

利用者情報を取得・集約・分析することにより、当該利用者の詳細なプロファイリングを行い得る状況であることを鑑みると、利用者情報の取扱いについて一定のルール整備を検討していくことが必要であると考えられる。また、各事業者において、今後更に利用者情報の取扱いについて分かりやすい通知・説明や同意取得を工夫していくことが求められるものであり、その状況について継続的にモニタリングを行っていくことが必要であると考えられる。

## 情報収集モジュールの状況

	サービス名	カテゴリ	URL
Google	Google アナリティクス	アクセス解析	<a href="https://analytics.google.com/">https://analytics.google.com/</a>
	Google Fonts	ウェブフォント	<a href="https://fonts.google.com/">https://fonts.google.com/</a>
	Google マップ	地図	<a href="https://www.google.com/maps">https://www.google.com/maps</a>
	Display & Video 360	広告	<a href="https://marketingplatform.google.com/about/display-video-360/">https://marketingplatform.google.com/about/display-video-360/</a>
	Google Developers	ウェブツール	<a href="https://developers.google.com/">https://developers.google.com/</a>
	Google アナリティクス(gtag)	アクセス解析	<a href="https://analytics.google.com/">https://analytics.google.com/</a>
	Google Cloud CDN	CDN	<a href="https://cloud.google.com/cdn/">https://cloud.google.com/cdn/</a>
	Google 広告	広告	<a href="https://ads.google.com/">https://ads.google.com/</a>
	YouTube	動画再生	<a href="https://www.youtube.com/">https://www.youtube.com/</a>
	Google タグマネージャ	タグマネージャ	<a href="https://marketingplatform.google.com/about/tag-manager/">https://marketingplatform.google.com/about/tag-manager/</a>
	セキュリティ	reCAPTCHA	<a href="https://www.google.com/recaptcha/about/">https://www.google.com/recaptcha/about/</a>
	Google カスタム検索エンジン	サイト内検索	<a href="https://cse.google.com/cse/">https://cse.google.com/cse/</a>
	Google+	ソーシャルプラグイン	<a href="https://plus.google.com/">https://plus.google.com/</a>
	Google 翻訳	多言語化	<a href="https://translate.google.com/">https://translate.google.com/</a>
Google Ad Manager	広告	<a href="https://admanager.google.com/home/">https://admanager.google.com/home/</a>	
Google カレンダー	ウェブツール	—	
Meta	Facebook for Developers	ソーシャルプラグイン	<a href="https://developers.facebook.com/">https://developers.facebook.com/</a>
	Facebook 広告	広告	<a href="https://www.facebook.com/business/ads">https://www.facebook.com/business/ads</a>
	Instagram	ソーシャルプラグイン	<a href="https://www.instagram.com/">https://www.instagram.com/</a>
	Facebook ログイン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://developers.facebook.com/docs/facebook-login">https://developers.facebook.com/docs/facebook-login</a>
Twitter	Twitter 広告	広告	<a href="https://ads.twitter.com/">https://ads.twitter.com/</a>
	Twitter Platform	ソーシャルプラグイン	<a href="https://developer.twitter.com/">https://developer.twitter.com/</a>
	Twitter アナリティクス	アクセス解析	<a href="https://analytics.twitter.com/">https://analytics.twitter.com/</a>
Yahoo!	Yahoo! 広告	広告	<a href="https://promotionalads.yahoo.co.jp/">https://promotionalads.yahoo.co.jp/</a>
	Yahoo! タグマネージャ	タグマネージャ	<a href="https://marketing.yahoo.co.jp/service/tagmanager/">https://marketing.yahoo.co.jp/service/tagmanager/</a>
	Yahoo Analytics	アクセス解析	—
LINE	LINE Ads Platform	広告	<a href="https://www.linebiz.com/jp/service/line-ads/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-ads/</a>
	LINE ソーシャルプラグイン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://social-plugins.line.me/">https://social-plugins.line.me/</a>
	LINE で送るボタン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://social-plugins.line.me/ja/how_to_install#lineitbutton">https://social-plugins.line.me/ja/how_to_install#lineitbutton</a>
	LINE 公式アカウント	ソーシャルプラグイン	<a href="https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/</a>

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1－1「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」より総務省作成

### 第3章 今後の取組の方向性

#### 1 利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた論点

##### ① 利用者情報を取巻くグローバルな情勢の変化

第2章のモニタリング結果からもみてきたように、電気通信事業者やプラットフォーム事業者は、個人情報保護法や電気通信事業 GL など踏まえつつ、網羅的なプライバシーポリシーを作成するだけでなく、利用者情報の取扱いの説明について既に様々な工夫を行ってきている。しかしながら、一般利用者にとって、利用者情報の取扱いについて理解し把握することは困難である場合も多いとの指摘もある。

第1章でみてきたように、日々の生活の中においてスマートフォン等の利用が不可欠になる中で、スマートフォン等で取り扱われる利用者情報の質や量が拡大し、機微情報や機密情報が含まれる可能性もある。さらに、スマートフォン等の利用者情報と、電子マネーを使った決済や購買履歴などの外部情報についても結びついた上で利活用される可能性がある。

これら利用者情報等がクロスサイト等で取得・集積・分析され、プロファイリングやターゲティングも高度化・精緻化している。適切に用いられれば利用者へのサービス提供やレコメンドの向上につながるなどイノベーションの促進に役立つという指摘もある。一方、商品広告の表示目的だけでなく、様々なマイクロターゲティング、プロファイリング結果を踏まえた採用や与信などの個人に影響を与えうる意思決定にも用いられるおそれもあり、利用者情報を提供した結果の本人に対する影響・アウトカムをあらかじめ説明することが困難となる場合もあることが指摘される。また、このような利用者情報の取扱いが社会へ様々な影響を与える可能性も指摘される。

このような情勢等も踏まえ、各国はクロスサイト等の情報の取扱いに関して、特に本人へのサービス提供と直接関係がない本人が意図しない取扱いや本人の合理的な期待を超える取扱いを行おうとする際は本人にこれを知らせ、本人同意を求めること、事後的な検証可能性を高めるための透明性確保や報告・公表義務を課すこと等の規制強化を進めているところであり、グローバル展開するプラットフォーム事業者もこれに対応しつつある。

我が国においても、利用者保護の観点から、このような業界の状況やグローバルな規制状況なども踏まえつつ、適切な対応を検討していくことが求められていると考えられる。

##### ② 利用者情報の適切な取扱いの確保



スマートフォンやタブレットなどの通信端末の位置情報や、ウェブサイト上の行動履歴、利用者の端末から発せられ、または、利用者の端末情報に蓄積される端末 ID や Cookie などの端末を識別する情報等については、通信の秘密やプライバシー保護の関係で、その適切な取扱いの確保のための規律を検討していく必要がある。

特に第 1 章及び第 2 章でもみたように、異なるアプリやウェブサイトを通じた横断的なパーソナルデータの取得・収集・分析が進んでおり、利用者のサービス提供に直接結びつくものではないため利用者が指示したり意識したりしていないものも多くある。このような利用者が十分認識しない中でのパーソナルデータの取得・収集・利活用について、利用者情報の取扱いに係る通知・公表や同意取得の在り方について、検討を行い、指針やルールを明確化していく必要があると考えられる。また、様々な機会を通じて取得したパーソナルデータについて、何らかの ID などに基づき名寄せを行い、多角的にプロファイリングを行う場合は今後増えてくると考えられる。このプロファイリングの実施や特定の個人への適用、それによるサービスや判断についてどう考えるべきか検討が必要であると指摘される。

利用者に適切に通知・公表や同意取得を行っていく観点から、下記のような点が重要であると考えられる。

第一に、利用者と直接の接点があるアプリ提供者やウェブサイト運営者等のサービス提供者が、第 1 章で指摘されたように当該アプリやウェブサイトにおいて、取得者が誰かも含めどのような情報取得や情報提供を行っているか把握していない場合があるという問題がある。まずは、当該アプリやウェブサイト等のサービスを提供する際において、誰がどのような情報取得を行うとともに、第三者にどのような情報提供を行う必要があるのかについて検討した上で、これを把握することが必要<sup>96</sup>である。

第二に、アプリ提供者やウェブサイト運営者等のサービス提供者が、上記のプロセスを経た上でこれを踏まえ、取得者や取得・提供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通知・公表又は同意取得を行っていく必要がある。この際、内容に応じて、通知・公表や同意の取得等について検討を行う必要があると考えられる。

さらに、第 1 章でも指摘されたようにプロファイリング<sup>97</sup>の有無や情報利用による利用者へ与える影響（アウトカム）が重要であり、これを利用者に伝えていく必要があると考えられる。特に利用者が受けうる不利益についての情報については重要であると考えられる。このような影響について利用者に分かりやすく伝えていくよう促していく必要があると考えられる。

---

<sup>96</sup> 適切なデータやプライバシーのガバナンスを行う上でも、そもそも、自らがどのような情報取得を行い、第三者にどのような情報提供を行うのか把握することは、前提条件となると考えられる。

<sup>97</sup> 断片的な情報等により、誤ったプロファイリングが行われそれが適用されることによる問題が発生する可能性も指摘される。

### ③ 分かりやすい通知や同意取得の在り方

第2章でみたように、プライバシーポリシー等について、分かりやすく見せるための仕組みや工夫については、大手のプラットフォーム事業者や電気通信事業者においては一定の検討が行われている。利用者の意見や外部レビューなども踏まえながら継続的にこのような工夫を行い、利用者に分かりやすく通知・公表や同意取得を行うとともに、利用者が理解した上で有効な選択を行える環境を整えていく必要があると考えられる。

第2章でもみたように、例えば、階層的な通知、個別同意、プライバシー設定の工夫などについては、EUのGDPRに基づく同意取得や透明化のガイドラインや米国のNIST Privacy Frameworkにおいて推奨されるとともに、カリフォルニア州CCPAにおいても規定された重要な事項<sup>98</sup>を示す階層的な通知が求められるなど、欧米において共通的な認識が形成されていると考えられる。

このような階層的な通知、個別同意、プライバシー設定の工夫については、我が国における当該サービスの利用者に合わせた形で、必要に応じてユーザ調査なども実施した上で、導入されることが望ましい。

一例として、野村総合研究所により、我が国のインターネットの利用者について、通知・同意取得における利用者の考え方について、因子1：企業の情報利用に対する抵抗感、因子2：ネットサービスの利用における自己効力感により4種類のパーソナリティに分類し、そのパーソナリティに応じた工夫の効果に係る調査結果<sup>99</sup>がある。

---

<sup>98</sup> 個人情報の種類一覧や個人情報の種類ごとの利用目的、オプトアウトページ及びプライバシーポリシーのリンク等

<sup>99</sup> この他、因子3：面倒と感じる気質（先延ばし・怠慢・依存）が指摘されている。

【参考：野村総合研究所による分析】

自己効力感が高く、抵抗感が強い利用者（Seg. 1）は、先進的なネットサービスの利用に意欲的であるものの、抵抗感が強い利用者（Seg. 1 及び Seg. 3）は自身の情報の取扱いに敏感<sup>100</sup>でありその内容によりサービスそのものの利用を忌避する傾向がある。

通知・同意取得における利用者の考え方の違い

		企業の情報利用に対する抵抗感 (因子 1)	
		抵抗感が弱い	抵抗感が強い
ネットサービスの利用における自己効力感 (因子 2)	自己効力感が高い	Seg.2	Seg.1
	自己効力感が低い	Seg.4	Seg.3

出典：利用者情報 WG（第 2 回）資料 1 「実効性のある通知・同意取得方法の在り方に関する実証事業の報告」

通知・同意取得に当たり利用者の理解や安心に資すると思われる工夫

#	工夫	工夫の概要
1	階層的な通知	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライバシーポリシー等の全文をもって通知を行うのではなく、利用者の関心の範囲や粒度に合わせて通知内容を階層化する。</li> <li>階層の考え方や実装方法には、大きく以下の 3 つが考えられる。               <ul style="list-style-type: none"> <li>1-1 目次（見出し）と詳細：                   <ul style="list-style-type: none"> <li>第 1 階層にプライバシーポリシー等の目次や見出しを示し、利用者が関心に基づきクリック・画面タップ等を行うことで、該当項目の詳細内容（第 2 階層）を通知する。</li> </ul> </li> <li>1-2 重要事項と全文：                   <ul style="list-style-type: none"> <li>利用者の関心が特に高いと思われる項目（取り扱う情報の種類、利用目的等）について第 1 階層において通知する。また、利用者が第 1 階層で示される項目以外に関心を持った場合、容易に確認できるように、プライバシーポリシー等の全文（第 2 階層）へのリンクを第 1 階層に用意する。</li> </ul> </li> <li>1-3 サービス・アプリ単体としての通知と企業全体としての通知：                   <ul style="list-style-type: none"> <li>サービスやアプリ固有のプライバシーポリシー等を企業としての通知とは別に整備する。</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>階層的な通知を行う際に、モバイル端末の画面上の制約等から、アイコンを用いて利用者の注意をひく方法も考えられる。</li> </ul>
2	サービスの利用タイミングに合わせたタイムリーな通知	<ul style="list-style-type: none"> <li>一定期間サービスの利用がない場合や位置情報・閲覧履歴等の利用者自身が提供していることを認識しづらい情報を取得する場合は、サービスの利用開始時・アカウント作成時における通知とは別に、適宜利用者の認識がしやすいタイミングで通知を行う。</li> <li>通知の方法として、サービス利用画面におけるポップアップの表示やプッシュ通知等が挙げられる。</li> <li>工夫 # 4 の「プライバシー設定」を併せることで、利用者自身が通知の有無や頻度を変更できるようにすることも有効と考えられる。</li> </ul>
3	個別同意 (情報種別・利用目的・第三者提供先別等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>取り扱う情報の種類や利用目的、第三者提供先等に応じて、個別に利用者が同意できるフォーマットを提供する。</li> <li>ただし、利用目的や第三者提供先等について詳細・具体的に同意を求めることが、かえって利用者の煩わしさにつながる可能性があるため、同意を求める際の粒度について、検討が必要となる。</li> </ul>
4	プライバシー設定 (同意状況の確認・撤回、履歴の消去、情報の更新等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用者がサービス利用に当たり、同意した内容を確認することや同意を撤回（オプトアウト）することを容易にさせるための設定を提供する。</li> <li>利用履歴の消去や企業からの通知頻度の変更等の機能についても、一体的に設定・管理することを可能とする画面（ダッシュボード）を提供することも想定される。</li> </ul>
5	同意の証跡 (コンセンストシート)	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用者が同意内容について、後から振り返ることができるように、同意項目や同意取得する際の通知内容をメール等で利用者に還元する。</li> </ul>

出典：利用者情報 WG（第 2 回）資料 1 「実効性のある通知・同意取得方法の在り方に関する実証事業の報告」 P11

上記に挙げられる通知・同意取得に当たり利用者の理解や安心に資すると思われる工夫のうち、「1 階層的な通知」、「3 個別同意」、「4 プライバシー設定」について、実際に利用者インタビューを行った上で、利用者の考え方の違いを踏まえてその有効性についての分析を行った。





<sup>100</sup> 抵抗感が強い利用者は情報の利用停止意向も強く、不要な情報提供に対して否定的であることが指摘される。

その結果、プライバシーポリシーの内容を何ら変更せず、表示方式の工夫だけを行った場合であっても、階層的な通知のうち、「1-1 目次（見出し）と詳細」の工夫を講じた場合には、利用者全体の約 25%が「現状よりしっかり読む」と回答し、特に抵抗感が強い利用者（Seg. 1 及び Seg. 3）30%以上が「現状よりしっかり読む」と回答している。「1-2 重要事項と全文」の工夫を講じた場合には、利用者全体の約 22%が「現状よりしっかり読む」と回答し、特に抵抗感が強い利用者（Seg. 1 及び Seg. 3）は約 26%が「現状よりしっかり読む」と回答している。

また、取り扱う情報の種類や利用目的、第三者提供先等について、個別に利用者が同意できるフォーマットを提供する「3 個別同意」は、利用者全体の約 64%が「利用したい」と回答しており、実装に対してニーズの高い工夫である。

さらに、利用者がサービス利用にあたり、同意した内容を確認することや同意を撤回（オプトアウト）することを容易にさせるための設定を一覧的に設定・管理することを可能とする画面（ダッシュボード）等を提供する「4 プライバシー設定」は、利用者全体の約 67%が「利用したい」と回答しており、また、抵抗感の強弱や自己効力感の高低にかかわらず全てのセグメントの利用者（Seg. 1～Seg. 4）において5割以上の利用者が利用意向を示している。

### 利用者の理解や安心に資すると思われる事業者の取組の検証結果

<p>ユーザー自身により開示手続きが取れる機能を提供</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>全体の約半数が機能を「利用したい」と回答した。</li> <li>また、全体の過半数がこの機能によって「企業を信用できる」と回答した。 <ul style="list-style-type: none"> <li>特に「自己効力感が高く、抵抗感が強い利用者」は66%が「企業を信用できる」と回答した。</li> </ul> </li> </ul>	<p>過去のプライバシーポリシーを確認</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>全体の6割弱が「確認したい」と回答した。</li> <li>また、全体の6割がこの機能によって「企業を信用できる」と回答した。 <ul style="list-style-type: none"> <li>特に「自己効力感が高く、抵抗感が強い利用者」は73%が「企業を信用できる」と回答した。</li> </ul> </li> </ul>
<p>同意状況を一覧化し、必要に応じて撤回するダッシュボードを提供</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>全体の6割弱が「利用したい」と回答した。</li> <li>また、全体の6割弱はこの機能によって「企業を信用できる」と回答した。 <ul style="list-style-type: none"> <li>特に「自己効力感が高く、抵抗感が強い利用者」は70%が「企業を信用できる」と回答した。</li> </ul> </li> </ul>	<p>プライバシーポリシーとは別に、わかりやすいユーザーガイドを提供</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>全体の約7割が「確認したい」と回答した。</li> <li>また、全体の約65%がこの機能によって「企業を信用できる」と回答した。 <ul style="list-style-type: none"> <li>特に「自己効力感が高く、抵抗感が強い利用者」は77%が「企業を信用できる」と回答した。</li> </ul> </li> </ul>

総じて利用者の需要が高く、特に事業者が重視すべき「自己効力感が高く、抵抗感が強い利用者」はいずれの工夫に対しても特に好意的な反応を示していることから、これらの工夫については積極的に取り組むことが推奨される。

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」 P63

また、①プライバシーポリシーとは別に分かりやすいユーザガイドを提供、②過去のプライバシーポリシーを確認、③同意状況を一覧化し必要に応じて撤回するダッシュボードを提供、④ユーザ自身により開示手続きが取れる機能等は、半分以上の利用者が利用したい・機能等が提供されることで企業を信用できると回答した。特に自己効力感が高く抵抗感が強い利用者が高い効果があった。

「利用したい」・「確認したい」と回答した割合

赤字：60%以上の回答者が「利用したい」・「確認したい」と回答

通知・同意取得における 利用者の考え方  利用者の理解や安心に資すると思われる工夫	全体	ネットサービスの利用における自己効力感			
		自己効力感が高い		自己効力感が低い	
		企業の情報利用に対する抵抗感			
		抵抗感が強い	抵抗感が弱い	抵抗感が強い	抵抗感が弱い
		Seg.1	Seg.2	Seg.3	Seg.4
① プライバシーポリシーとは別に、わかりやすいユーザーガイドを提供	69%	83%	65%	71%	44%
② 過去のプライバシーポリシーを確認	59%	77%	54%	60%	32%
③ 同意状況を一覧化し、必要に応じて撤回するダッシュボードを提供	57%	71%	58%	55%	37%
④ ユーザー自身により開示手続きが取れる機能を提供	50%	64%	50%	42%	31%

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」より事務局作成

機能等が提供されることで、企業を「信用できる」と回答した割合

赤字：60%以上の回答者が「信用できる」と回答

	全体	ネットサービスの利用における自己効力感			
		自己効力感が高い		自己効力感が低い	
		企業の情報利用に対する抵抗感			
		抵抗感が強い	抵抗感が弱い	抵抗感が強い	抵抗感が弱い
		Seg.1	Seg.2	Seg.3	Seg.4
① プライバシーポリシーとは別に、わかりやすいユーザーガイドを提供	65%	77%	63%	64%	46%
② 過去のプライバシーポリシーを確認	60%	73%	60%	59%	39%
③ 同意状況を一覧化し、必要に応じて撤回するダッシュボードを提供	58%	70%	59%	56%	39%
④ ユーザー自身により開示手続きが取れる機能を提供	55%	66%	58%	49%	39%

出典：利用者情報 WG（第 12 回）資料 1-2 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」より事務局作成

このような利用者調査等の結果も参考にしながら、プライバシーポリシーに階層別の表示や簡略版の作成などの工夫を行い読みやすさを高めることが期待される。

また、取得される情報の種類や利用目的、第三者提供先などに関する個別同意や同意した内容の確認を可能とする Consent Receipt<sup>101</sup>のような仕組みや、サービス開始後の随時に可能なオプトアウトなどのプライバシー設定を可能とするダッシュボード等の提供等により、個人による理解やコントロールを高めることが期待される。

特に、この設計を行う際に、第三者提供、機微情報の取得・利用、通常は想定されない利用等は特に注意喚起をする仕組みが求められると

<sup>101</sup> ISO/IEC29184 付属書（第 1 章参照）

考えられる。また、利用者が十分な情報を得た上で意思決定を行うことを可能とすることが重要であり、これをゆがめるようないわゆるダークパターン<sup>102</sup>とならないように十分な注意が求められる。

これらを通じて、各サービスの利用者の知識や性格などの考慮しながら、様々な性格の利用者の理解や安心に資する方法を工夫し導入していくことが求められるものと考えられる。

## 2 今後の対応の方向性

### (1) 電気通信事業法・個人情報保護法・電気通信事業 GL 等を踏まえた対応

本研究会において、電気通信サービス・機能の連携・融合などの進展に対応するための規律の在り方として、政策対応上の基本的方向性として「利用者の端末情報の適切な取扱いを確保することにより、利用者が自らの端末を用いて安心して通信サービスを利用することができるようにすることは重要。」とされており、「利用者の端末情報がOS事業者、通信事業者、プラットフォーム事業者、アプリ事業者等によって、利用者の意思に反して取得・活用されていたとすると、通信の秘密の対象であるか否かに係わらず、プライバシー上の適切な保護を検討する余地が生じ得るところ、端末情報の適切な取扱いの確保のための具体的な規律の在り方については、e プライバシー規則案の議論も参考にしつつ、今後検討が必要」と考えられる<sup>103</sup>。

このような通信サービスの利用に関わる利用者端末情報<sup>104</sup>とそれに紐づく情報の保護については、「通信関連プライバシー」として保護されるべき利用者の権利として、把握されるべきであると考えられる。即ち、情報通信が我が国の経済・社会活動、国民生活の基盤として重要な役割を果たすようになりつつあることを踏まえ、電気通信事業者や電気通信事業者の設備のみに着目するのではなく、電気通信サービスの利用者の権利に着目し、通信の秘密に加えて電気通信サービスの利用者のプライバシー保護を電気通信事業法の目的として考えていく必要があると考えられる。また、このような利用者端末情報等を取り扱う者の全てが、保護すべき義務を負うこととすることが考えられる。

---

<sup>102</sup> DSA においても、ダークパターン規制が欧州議会修正案として追加されている。例えば、いずれかの同意の選択肢をより視覚的に目立たせたり、利用者が既に選択した後に変更を促したり、サービスの終了手続きをサインアップより著しく面倒にすること等が挙げられる。

<sup>103</sup> 本研究会中間報告書（2019年4月）P27

<sup>104</sup> 端末に保存された利用者情報（脚注1参照）であって、通信サービスの利用に関わるもの。cookie 等を含む利用者の識別に係る情報や通信サービス上の行動履歴や利用者の状態に関する情報を含む概念。なお、これらは個人関連情報に該当し得るが、提供先が個人関連情報を個人データとして取得されることが想定されるときは、個人情報保護法による第三者提供規制がかかる。個人データとしての取得が想定される場面以外では同法の規制は適用されないため、そのような利用者端末情報の取得・提供等については、規制のない状態になっていると指摘される。

また、ターゲティング広告やプロファイリングを使った利用者への影響について後から検証できる環境を整え、透明性を確保していく観点から、利用者情報の利用の状況についての公表や保存についての仕組みについて考えていく必要があると考えられる。

このため、適切な利用者情報の取扱いを確保する観点から、電気通信事業 GL において必要とされる事項（例：表示や公表、望ましい取扱い等）を定めた上で、同 GL の遵守状況や事業者の自主的な取組の状況について、定期的にモニタリングを行うべきであると考えられる。

また、変化の激しいデジタル広告などを含めた通信関連プライバシーの保護のためには共同規制が有用である<sup>105</sup>と考えられるがこの共同規制について外縁を明らかにして国内外事業者に対する実効性を高めるため、事業者に法律上の義務を課すことが有用であるとの指摘<sup>106</sup>も踏まえ、電気通信事業法等における規律の内容・範囲等について、e プライバシー規則案の議論も参考にしつつ、cookie や位置情報等を含む利用者情報の取扱いについて具体的な制度化に向けた検討を進めることが適当であると考えられる<sup>107</sup><sup>108</sup>と 2021 年 9 月に発表された中間とりまとめにおいて記載された。

中間とりまとめを踏まえ、電気通信事業法における情報規律の在り方を検討している電気通信事業ガバナンス検討会及び利用者情報 WG において幅広い関係者からも意見を伺いながら検討を行った結果、2022 年 2 月に電気通信事業ガバナンス検討会報告書がとりまとめられた。この報告書案の内容を踏まえ、2022 年 3 月に電気通信事業法の一部を改正する法律案が提出され、2022 年 6 月に成立した。

---

<sup>105</sup> デジタル広告については、共同規制や自主的な取組が望ましいと考えられる。事業者単体ではなく、全体として継続比較できる方法が重要ではないか。（利用者情報 WG（第 5 回）寺田構成員）

<sup>106</sup> 共同規制だとしても法令として表示義務があった方が望ましい、利用者目線による法的義務を前提とした共同規制であるべきとの指摘があった。また、グローバルな状況を見ると、既に同意取得義務やオプトアウト義務がかけられており、モニタリングをしてその結果を踏まえて表示義務をかけるのでは遅いのではないかと指摘があった。（利用者情報 WG（第 5 回）森構成員、生貝構成員、太田構成員等）。

<sup>107</sup> 規模に応じたリスクも考慮に入れ、リスクベース、キャパシティベースでハードローもソフトローも検討してはどうか、ベースを下げるというわけではなく、トップに対する規制を引き上げていく必要があるとの指摘があった（利用者情報 WG（第 5 回）生貝構成員）。利用者保護の OTT 規制については、公平性の観点からも大事であり、日本の制度が遅れると、利用者は日本の事業者より海外の事業者の方が信頼できるようになってしまい日本の事業者にとっても良くない、事業者と利用者の認識のズレを埋めていく必要があるとの指摘があった。また、オフラインであれば把握しやすいがオンラインにおいて通知等もされずに取得されると利用者目線から懸念を持たれるとの指摘があった（利用者情報 WG（第 5 回）佐藤構成員、太田構成員等）。また、ゆるやかな法規制をかけ、実際にやることは共同規制で自主的な取組を尊重されるべきではないかとの意見があった（利用者情報 WG（第 5 回）沢田構成員）。

<sup>108</sup> 「通信関連プライバシー」は、電気通信事業分野で特に求められるものであり、利用者が最もコントロールしにくい部分についてルール形成が必要である、利用者保護の観点から立法化について前向きに取り組むべきではないかとの指摘があった（利用者情報 WG（第 6 回）石井構成員）。e プライバシー規則案を踏まえて制度化に関する検討を進めるべきではないか、モニタリングをしてから法改正を検討するのでは少し弱いのではないか等の指摘があった（利用者情報 WG（第 6 回）森構成員、太田構成員）。



その内容は、電気通信事業者又は第三号事業を営む者が利用者に対し電気通信役務を提供する際に、利用者の電気通信設備を送信先とする情報の外部送信を指令する通信を行おうとするときは、当該通信によって送信されることとなる当該利用者に関する情報を①総務省令で定めるところにより当該利用者へ通知又は容易に知り得る状態に置く、②同意を取得、③オプトアウトのいずれかの措置をとることとするものである。

## 利用者に関する情報の外部送信に係る規律の概要【電気通信事業法第27条の12】

### 1. 規律の対象

電気通信事業者又は第三号事業(※1)を営む者(※2)

※1 電気通信設備を用いて他人の通信を媒介する電気通信役務以外の電気通信役務を電気通信回線設備を設置することなく提供する電気通信事業

※2 内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案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を提供する者に限る

### 2. 規律の内容

電気通信事業者又は第三号事業を営む者が利用者に対し電気通信役務を提供する際に、利用者の電気通信設備を送信先とする情報の外部送信を指令するための通信(※)を行おうとするときは、当該通信によって送信されることとなる当該利用者に関する情報等を当該利用者へ

(1)通知又は容易に知り得る状態に置く、(2)同意を取得、(3)オプトアウトのいずれかの措置を取ることとする。

※ 情報送信指令通信：利用者の電気通信設備に記録された当該利用者に関する情報を当該利用者以外の者の電気通信設備に外部送信するための指令を与える電気通信の送信

#### (1)通知又は容易に知り得る状態

総務省令で定めるところにより、

- ①送信されることとなる利用者に関する情報の内容
- ②情報の送信先となる電気通信設備
- ③その他総務省令で定める事項

をあらかじめ、利用者へ通知し、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

#### (2)同意取得

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

#### (3)オプトアウト

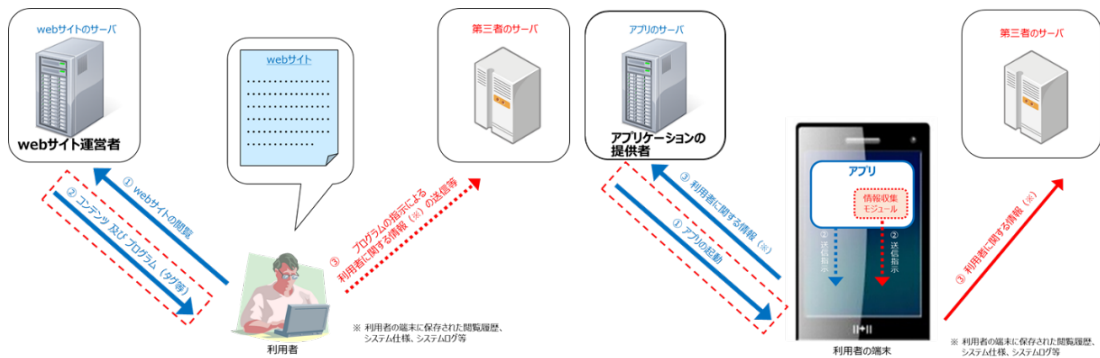
- ① 利用者の求めに応じて次のいずれかに掲げる行為を停止する措置を講じていること
  - 利用者に関する情報の送信
  - 利用者に関する情報の利用
- ② オプトアウト措置、オプトアウト措置に係る利用者の求めを受け付ける方法その他の総務省令で定める事項について利用者が容易に知り得る状態に置いていること
- ③ 当該利用者がその情報について①に規定する措置の適用を求めている

#### 措置を取ることが不要とする情報

- ① 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  
符号、音響又は画像を端末上に適正に表示するために必要な情報その他の利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要なものとして総務省令で定める情報(例：OS情報、画面設定、言語設定に関する情報 他)
- ② 電気通信事業者又は第三号事業を営む者が当該利用者に対して送信した識別符号  
電気通信事業者又は第三号事業を営む者が電気通信役務を提供した際に利用者へ送信した識別符号(利用者を他の者と区別して識別するために用いる文字、番号、記号その他の符号をいう)であって、電気通信事業者又は第三号事業を営む者に送信されるもの(例：First Party Cookie等)



## 利用者に関する情報の外部送信の際に講じるべき措置



2022年6月に成立した電気通信事業法改正法（令和4年法律第70号）に基づき、ウェブサイト運営事業者やアプリケーション提供事業者が利用者の閲覧履歴等の情報を第三者のサーバ等に送信するプログラム等の送信を行う際に、利用者に確認の機会を付与することを求める外部送信規律の施行に向けて、官民連携して検討を推進していくことが重要である。

外部送信規律について定めた電気通信事業法第27条の12において、総務省令で定めることとされている事項は、次の5点である。これらが施行に向けて検討が必要とされる5つの論点であると考えられる。

### 論点1【電気通信事業法第27条の12 柱書き】

内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の影響に及ぼす影響が少なくない電気通信役務

### 論点2【電気通信事業法第27条の12 柱書き】

利用者に通知し又は容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件

### 論点3【電気通信事業法第27条の12 柱書き】

利用者に通知し又は容易に知り得る状態に置くべき事項

### 論点4【電気通信事業法第27条の12 第4号ロ】

オプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項

### 論点5【電気通信事業法第27条の12 第1号】

利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報

論点1の「内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務」については、対象となる電気通信役務の「内容」、電気通信役務の「利用者の範囲」、電気通信役務の「利用状況」をそれぞれ検討する必要がある。

電気通信役務の「内容」として、例えば次が該当すると考えられる。

- ・登録・届出対象となる電気通信役務である、固定・携帯電話、インターネット接続サービス、利用者間のメッセージ媒介サービス
- ・登録・届出対象不要の電気通信役務のうち、オンライン検索サービス、SNS・電子掲示板・動画共有サービス、オンラインショッピングモール<sup>109</sup>、各種情報のオンライン提供（例：ニュース配信、気象情報配信、動画配信、地図等）

電気通信役務の「利用者の範囲」としては、現段階においては、ウェブサイトを通じた電気通信役務を利用する利用者やアプリケーションを通じた電気通信役務を利用する利用者が想定される。

利用者の利益に及ぼす影響が少ないと認められる利用状況がどのようなものであるか、内容、利用者の範囲、利用状況を勘案して今後適切に判断していく必要がある。この際、利用者の利益に及ぼす影響について、リスクベース、アウトカムベースで検討することが望ましいとの意見が多くあった。

論点2の「利用者に通知し又は容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件」については、「共通的に満たすべきと考えられる要件」、「特に通知する際に満たすべきと考えられる要件」、「特に容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件」をそれぞれ検討する必要がある。

共通的に満たすべきと考えられる要件としては、

- ・日本語で記載する、専門用語を避ける、平易な表現を用いる。
  - ・階層化等により最初に表示される画面は要点を端的に示すものとする（原則としてスクロールしない程度の分量、適切な文字サイズ）。
  - ・送信先ごとに送信される情報の内容及び利用目的が分かるようにする。
- 等が考えられる。

特に、通知する際に満たすべきと考えられる要件としては、

- ・情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報（URL等）をポップアップ等により能動的に通知する。
  - ・階層化等により追加的に表示する情報がある場合は、当該情報の表示を希望する利用者が該当情報が表示された場所に容易にたどり着くことができるようにする。
  - ・又は、上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で、通知すべき事項を表示する。
- 等が考えられる。

---

<sup>109</sup> これらに付随した「メッセージ媒介サービス」は届出事業となる。

特に、容易に知り得る状況に置く際に満たすべきと考えられる要件<sup>110</sup>としては、

- ・ ホームページ（トップページ）、情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて容易に知り得る状態に置くべき事項を表示<sup>111</sup>する
- ・ アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において、容易に知り得る状態に置くべき事項を表示する
- ・ 階層化等により追加的に表示する情報がある場合は、当該情報の表示を希望する利用者が該当情報が表示された場所に容易にたどり着くことができるようにする
- ・ 又は、上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で、利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項を表示する等が考えられる。

論点3の「利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項」については、利用者に認識させるべき事項について定めるものである。法定された「送信されることとなる当該利用者に関する情報の内容」、「当該情報の送信先」の内容を検討するとともに、「その他総務省令で定める事項」として定めるべきものを検討する必要がある。

送信されることとなる利用者に関する情報の内容としては、送信される利用者に関する情報の項目を一覧にして示すことが考えられる。

利用者に関する情報の送信先としては、当該電気通信設備を設置又はこれを用いて利用者情報の送信を受けてこれを取り扱う者（情報の取扱いの責任主体）の氏名・名称等を示すことが考えられる。

その他総務省令で定める事項としては、送信されることとなる利用者に関する情報の送信先における利用目的（第三者提供等のその他参考となる事項を含む。）、オプトアウト措置その他利用者の関与の方法等が考えられる。

論点4の「オプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項」については、オプトアウト措置をとる際に利用者に認識させるべき事項について定めるものである。

共通的に満たすべきと考えられる要件としては、

- ・ 日本語で記載する、専門用語を避ける、平易な表現を用いる。
- ・ 利用者がないうを容易に理解し、オプトアウト措置の手続を容易

---

<sup>110</sup> Web サイト上のタグや情報収集モジュールによって「閲覧先と異なるアクセス」や「それによる情報取得」が起きていることについて認識している者は全体の3割程度であるとの調査結果等も踏まえると、認識をしていない者でも確認ができるようにポップアップ等のプッシュ型の手法も活用して利用者が認識できるような工夫を行うことが望ましいとの指摘があった。

<sup>111</sup> 1回の操作で到達できるウェブページで表示する場合、ホームページ及び情報送信指令通信を行うウェブページにおいて接続先（アクセス先）を明示することが考えられる。

に行うことができる。

- ・階層化等を用いる場合を含め、最初に表示される画面は要点を端的に示すものとし、利用者がオプトアウト措置に関する説明等を容易に読むことができるようにする。

等が考えられる。

特に、オプトアウト措置を講じていることを示す際に満たすべきと考えられる要件としては、

- ・ 情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報（URL 等）をポップアップ等により能動的に通知する
- ・ ホームページ（トップページ）、情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから 1 回の操作で到達できるウェブページにおいて容易に知り得る状態に置くべき事項を表示<sup>112</sup>する
- ・ アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから 1 回の操作で到達できる場所において、容易に知り得る状態に置くべき事項を表示する
- ・ 又は、上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で、利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項を表示する

等が考えられる。

また、利用者の求めを受け付ける方法としては、メール、専用のフォームへの入力、ダッシュボードによる操作やこれと同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で受け付けることが考えられる。

その他、オプトアウト措置をとる際に利用者に認識させるべきものとして総務省令で定める事項としては、オプトアウト措置の内容、送信されることとなる利用者に関する情報の項目、利用者に関する情報の送信先、送信されることとなる利用者に関する情報の送信先における利用目的等が考えられる。

論点 5 の「利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報」については、措置を取ることが不要とする情報として、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と位置づけられる情報を定めるものである。

法定の「符号、音響又は画像を端末上に適正に表示するために必要な情報」としては、OS 情報、画面設定情報、言語設定情報等が考えられる。

この他にも、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して措置を取ることが不要とする情報として、入力をした情報の保持等に必要な情報、認証に必要な情報、セキュリティ対策に必要な情報、ネットワーク管理に必要な情報等が考えられる。

---

<sup>112</sup> 1 回の操作で到達できるウェブページで表示する場合、ホームページ及び情報送信指令通信を行うウェブページにおいて接続先（アクセス先）を明示することが考えられる。

論点	検討の方向性
<b>1. 規律の対象</b>	
<b>論点1</b> 内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少ない電気通信役務 [法第27条の12柱書]	<b>【内容】</b> ○固定・携帯電話、インターネット接続サービス、利用者間のメッセージ媒介サービス ○オンライン検索サービス、SNS・電子掲示板・動画共有サービス、オンラインショッピングモール、各種情報のオンライン提供(例:ニュース配信、気象情報配信、動画配信、地図等) 等 <b>【利用者の範囲(利用状況)】</b> ○ウェブサイト又はアプリケーションを通じた電気通信役務を利用する利用者 ○利用者の利益に及ぼす影響が少ないと認められる利用状況ではないこと
<b>2. 規律の内容</b>	
<b>(1) 通知又は容易に知り得る状態</b>	
<b>論点2</b> 通知又は利用者が容易に知り得る状態に置く際に満たすべき要件 [法第27条の12柱書]	<b>【共通事項】</b> ○日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる ○階層化等によりスクロールせずに全体が表示できる、文字が適切なサイズで表示される ○送信先ごとに送信される情報の内容及び利用目的がわかるようにする <b>【通知】</b> ○情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報(URL等)を能動的に(ポップアップ等により)する ○階層化等により追加的に表示する情報がある場合には、利用者が容易にたどり着くことができる ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する <b>【容易に知り得る状態】</b> ○ホームページ(トップページ)、情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて表示する ○アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において表示する ○階層化等により追加的に表示する情報がある場合には、利用者が容易にたどり着くことができる ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する

<b>2. 規律の内容(つづき)</b>	
<b>(1) 通知又は容易に知り得る状態(つづき)</b>	
<b>論点3</b> 通知又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項 [法第27条の12柱書]	<b>【送信されることとなる利用者に関する情報の内容】</b> ○送信される利用者に関する情報の項目の一覧 <b>【利用者に関する情報の送信先となる電気通信設備】</b> ○当該電気通信設備を設置又はこれを用いて利用者情報の送信を受けてこれを取り扱う者(責任主体)の氏名・名称 <b>【その他総務省令で定める事項】</b> ○送信されることとなる利用者に関する情報の送信先における利用目的(第三者提供等を含む。) ○オプトアウト措置その他利用者の関与の方法
<b>(2) オプトアウト</b>	
<b>論点4</b> オプトアウト措置の際に利用者が容易に知り得る状態に置く事項 [法第27条の12第4号ロ]	<b>【共通事項】</b> ○日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる、利用者が内容を容易に理解し、オプトアウト措置の手続きを容易に行うことができるようにする ○階層化等によりスクロールせずに全体が表示できる、文字が適切なサイズで表示される、その他利用者がオプトアウト措置に関する説明等を容易に読むことができるようにする <b>【オプトアウト措置(を講じていること)】</b> ○情報送信指令通信が行われる際に、通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページの所在に関する情報(URL等)を能動的に(ポップアップ等により)する ○ホームページ(トップページ)、情報送信指令通信を行うウェブページ又はこれらから1回の操作で到達できるウェブページにおいて表示する ○アプリケーションの起動前、当該アプリケーションの起動後最初に表示される画面又はそこから1回の操作で到達できる場所において表示する ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で表示する <b>【利用者の求めを受け付ける方法】</b> ○メール、専用のフォームへの入力、ダッシュボードによる操作 ○上記と同等以上に利用者が認識し理解しやすい形で受け付ける

2. 規律の内容(つづき)	
(2)オプトアウト(つづき)	
<p>論点4 オプトアウト措置の際に 利用者が容易に知り得 る状態に置く事項 [法第27条の12 第4号ロ]</p>	<p>【その他総務省令で定める事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○オプトアウト措置の内容(情報の送信を停止又は送信された情報の利用の停止)</li> <li>○送信されることとなる利用者に関する情報の項目</li> <li>○利用者に関する情報の送信先となる電気通信設備を設置する者(サービスを提供するための自社サーバを使用する者)又はその機能を利用する者(サービスを提供するために他社サーバの容量等を使用する者)の氏名・名称</li> <li>○送信されることとなる利用者に関する情報の送信先における利用目的</li> </ul>
3. 措置を取ること不要とする情報	
<p>論点5 利用者が電気通信役務 を利用する際に送信を することが必要な情報 [法第27条の12第1号]</p>	<p>【符号、音響又は映像を適正に表示するために必要な情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○OS情報、画面設定情報、言語設定情報</li> </ul> <p>【その他総務省令で定める情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○入力をした情報の保持等に必要情報</li> <li>○認証に必要な情報</li> <li>○セキュリティ対策に必要な情報(サービス提供者のセキュリティに関するものに限る。)</li> <li>○ネットワーク管理に必要な情報</li> </ul>

以上のような方向性を踏まえ、施行準備に向けて、電気通信事業法施行規則や電気通信事業 GL に関する検討を進めた上で、適切に制度に基づく対応が行われることが期待される。

なお、今後、満たすべき要件や望ましい方法については電気通信事業法施行規則や電気通信事業 GL 等において示されることとなるが、その際に各サービスや利用者の特性に応じて最新の技術や工夫も取り入れられるように、利用者がより認識し理解しやすい方法と認められるものについては柔軟に取り入れられるような仕組みとすることが望ましい<sup>113</sup>。また、事業者や事業者団体における取組状況や利用者や消費者団体等の意見も踏まえた上で、具体的な取組事例等について収集し公表していくことも検討することが期待される。

## (2) 官民連携した取組の推進

外部送信の規律の施行に向けて、関係する事業者・事業者団体や利用者・消費者団体などの意見をオープンに聞きながら、官民連携して検討を推進していくことが適当である。

外部送信の規律の対象となる、ウェブページやアプリケーションを通じた電気通信役務を利用者が安心して使える環境を確保しつつ、電気通信事業者や第三号事業を営む者によるイノベーションについても促すように、利用者側及び事業者側の双方の視点を踏まえ、相互に共通認識を得ていくことが重要である。

特に、この官民連携を通じて、通知又は容易に知り得る状態やオプトアウト等のベストプラクティス等について把握し、電気通信事業 GL・解説からも参照可能とすることが考えられる。また、事業者団体・経済団体等とも連携しながら、本規律の対象となる者に対応方法を周知するとともに、規律対象とならない者に対しても利用者に関する情報が外部送信さ

<sup>113</sup> 望ましい同意取得の要件についても検討を行い電気通信事業 GL 等において示していくべきだとの意見が複数あった。また、利用者が十分な情報を得た上で意思決定を行うことを可能とすることが重要であり、利用者を誘導したり、誤認させたりするいわゆるダークパターンとならない観点からも注意が必要であるとの指摘があった。

れる際に利用者に確認の機会を付与する方法のベストプラクティスについて共有し広めていくことは有用である。

また、利用者側が、外部送信に関する確認の機会について理解しこれを活用することができるように、利用者・消費者団体と事業者・事業者団体が対話を重ねるとともに、外部送信の仕組みや確認の方法等についても情報を発信していくことが期待される。

本規律への施行状況等についてモニタリングを継続した上で、官民連携しベストプラクティスを把握しこれを幅広く広めるとともに、課題についても把握し、それに対して必要な対応を継続的に検討していくこととする。

### (3) 定期的なモニタリングの実施

2022年4月に施行された電気通信事業GL及びその解説に記載されたモニタリング事項を踏まえ、その遵守状況や事業者の自主的な取組の状況を定期的にモニタリングする。あらかじめ必要とされる事項を法令又はガイドラインなどで一定の基準を示した上で、取り扱う利用者情報の内容や利用目的等も考慮した上で、国内外のプラットフォーム事業者、電気通信事業者など関係者との間で継続的な対話を行い、関係事業者及び事業者団体による自主的な取組を進め、その履行状況を政府が定期的にモニタリングするという共同規制的なアプローチを適切に機能させることが重要である<sup>114</sup>。モニタリング結果については公表することにより、透明性・アカウンタビリティを確保していくことが有用であると考えられる。

この際、利用者側が意味のある判断を行うことができるように、取得される情報や利用目的を示す際に利用者側への影響について考慮しそれを分かりやすく示していくことが有用であると考えられる。例えば、利用者情報の取得により何が起こるかを示すと分かりやすいとの指摘がある。また、弱者に対する不利益や差別が起きない観点からも、ベストプラクティスを考えていくことも重要であるとの指摘がある。

さらに、このような、利用者へ与え得る影響（アウトカム）を検討する観点からも、PIAやリスク分析・評価を実施することも有用であると考えられる。PIAについては、第2章にも述べたように、主な事業者は何らかの形で取り組んでいるが、その基準や結果等が明らかとなっていない場合が多く見られる。今後は、一定の基準<sup>115</sup>を参照するとともに、PIA報告書を公表するなどの取組が進められることが有用であると考えられる。また、通信の秘密、個人情報、プライバシー等が適切に保護されるためには、情報漏えい等の防止のために安全管理措置を取ることが必要不可欠であり、セキュリティ確保の観点から、適切な安全管理措置やガバナンスが確保されることも重要である。

また、今後の制度見直しなどにも資するように、外部送信の規律の導入の動向についてもモニタリングを行うことが適当である。さらに、プロフ

<sup>114</sup> リスクベースで大規模プラットフォーム事業者や移動通信事業者など利用者への影響が大きい事業者を重点的にモニタリングすることを検討する。

<sup>115</sup> ISO/IEC29134が発表されており、JISX9251:2021として2021年1月規格化された。



アイリングの状況等についてもモニタリングを行うことを検討していくことが適当である。

#### (4) 専門的な知見の蓄積と発信の重要性

デジタルプラットフォーム事業者による利用者情報の取得・収集・分析やデジタル広告市場の動向等については、技術やサービスの発展が早く、また現在も情勢が変化している状況である。

また、モニタリングは利用者情報の取扱いに係る技術的な動向を踏まえて行う必要があり、モニタリングを通じて把握した技術的動向について技術的解説や整理としてとりまとめることが望ましい。

本第二次とりまとめにおいて利用者情報WGの検討結果を踏まえ把握された事項についてとりまとめた。今後も、専門的知見を有する有識者にタスクフォース等として技術的解説や整理をとりまとめいただくとともに、継続的にこれを更新していくことを検討することが望ましい。電気通信サービスの利用者の位置情報についても、多様な取得方法の動向やその取扱いの在り方なども含め、継続的に専門的知見を集めていくことが望ましい。

このような専門的知見を官民連携し蓄積し必要に応じ発信していくことは、モニタリングのために資するとともに、次に述べる利用者の理解促進のための取組を進める上でも、外部レビュー等を行う上でも有益なものと考えられる。

#### (5) 利用者の理解促進・外部レビュー

##### ① 利用者の理解促進に向けた取組

デジタル広告市場におけるターゲティング広告に対する消費者の不安はその仕組みが見えていないことに由来する側面があるとの指摘がある。事業者団体などによるソフトローによる取組が行われているとしても外部からそれが見えづらい部分もあると指摘される。

インターネットやプラットフォームサービスが、青少年から高齢者まで、様々なリテラシーの者の誰もが安心して使いやすいものとなるように、関係事業者や業界団体等が、外部に開かれた形で対話や情報発信を継続し、透明性を高め利用者に対して周知啓発を推進し、利用者のリテラシー向上を図っていくことが期待される。ターゲティング広告の仕組みを説明する啓発や情報発信を行うことや、オプトアウトサイト等により利用者の選択の機会を提供するとともに利用者の権利を保護するための注意喚起を行うことも重要であると考えられる。

これは、各事業者が利用者に対して通知・公表又は同意取得をしていく際にも、それを利用者が認識し理解を高めるために有用であり、業界全体としての取組が進展することが期待される。

また、利用者側にとっても、個々の情報の取扱いについて通知・公表や同意を受けるだけでなく、各事業者が利用者情報を適切に取り扱う



観点から企業全体としてどのような考え方によりどこまで取り組んでいるか、今後どのように取り組んでいく予定であるかといった企業の取組姿勢について理解できることは、当該企業に対する信頼醸成につながるものと考えられる<sup>116</sup>。業界としての自主ルール等がある場合には、経済団体や業界団体等において利用者に向けて分かりやすく説明し理解を得ていくことも信頼醸成につながるものと考えられる。

## ② 外部レビュー

利用者の理解促進を図る上でも、専門的見地から事業者のプライバシーポリシー等の内容や利用者情報の取扱いや説明・同意等の在り方について外部レビューが実施され、その結果が公表されることも有用であると考えられる。

海外において、下記のように消費者団体や財団法人、コンサルティング企業等がプライバシーポリシー等の外部レビューを行い結果が公表されている<sup>117</sup>。このような取組が我が国においても行われていくことも有用であると考えられる。

また、プライバシーポリシーの公表意義は企業活動の透明性やアカウントビリティの観点からも社会的・制度的に大きいことが指摘される。利用者情報の適切な取扱いについて検討し、プライバシーポリシー等の説明を行い、適切な運用を実現していく企業のプライバシーガバナンスを確立していくことは、今後企業の事業の成長を促し競争力を向上させる観点からも重要性が高まってきている。

---

<sup>116</sup> 「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック ver1.2」においても、企業がプライバシーに関する問題に能動的に対応し、消費者やステークホルダーに対して積極的に説明責任を果たし、社会からの信頼を獲得することが必要であるとされ、経営者は、プライバシー問題の向き合い方について、経営戦略と捉えることで、企業価値向上につながると指摘されている。

<sup>117</sup> この他、モニタリング指標として、世界広告主連盟（World Federation of Advertisers）のレポンシブルメディア（GARM: Global Alliance for Responsible Media）などもある。

## 海外におけるプライバシーポリシー等の外部レビューの例

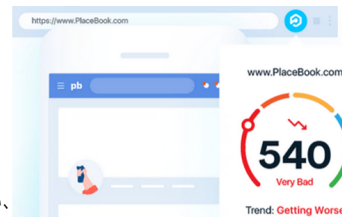
### Ranking Digital Rights (米)

- New America (市民プラットフォーム、シンクタンク的な機能を有する財団) のプログラムの一つ。
- 世界的なデジタルプラットフォーム、通信会社について、プライバシーポリシー等の開示情報に基づき、①ガバナンス、②表現の自由、③プライバシー※1の3つの観点からランキングを作成※2する取組。
- ※1 プライバシーは、①プライバシーポリシーのアクセスや明確さ、②利用者情報(収集、共有、利用目的、保存期間、ターゲット広告の選択、データ開示、追跡の明確な開示)、③政府の要求、④セキュリティの4つの視点から評価
- ※2 各事業者や提供サービスを総括したレポートを公表、利用者が見たい項目を選びランキング表示可能
- 2015年よりほぼ毎年実施(2020年までで合計5回)。

2020年レポートのURL：<https://rankingdigitalrights.org/index2020/>

### privacymonitor (米)

- Osano, Inc. (データプライバシーのコンサルティング等を行う米企業) が無料で提供するプライバシーポリシー評価Webサイト、及びプラグイン(ブラウザ拡張機能)。
- 様々なWebサイトのプライバシーポリシーに5段階評価を付けており、<https://www.privacymonitor.com/score/>でWebサイトのドメイン名を入力したり、プラグインをインストールしたブラウザでWebサイトを訪れたりすると、当該Webサイトの評価を見ることができる。
- 例えば、最上の「Exceptional」を付けられるWebサイト(全体の5%未満)概ね、①法令の要請又はオプトインの同意がない限りデータを第三者に提供しない、②サービス提供のために必要最小限のデータしか収集しない、などの特徴が認められる。



### Claudette (欧)

- 欧州消費者機構(32か国44の独立した消費者団体からなるグループ)が2018年のGDPR施行に合わせて実施したプロジェクト([https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-066\\_claudette\\_meets\\_gdpr\\_report.pdf](https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-066_claudette_meets_gdpr_report.pdf))。
- AIソフトウェア「Claudette」により、主要テクノロジー企業のプライバシーポリシーを調査。
- 個別の企業のポリシーの評価は明らかにしなかったが、全体のポリシーの条項の3分の1以上は「潜在的問題がある」か「情報不足」と判断。ポリシーの文章の11%には不明瞭な表現が検出され、一部のポリシーは当該企業がデータを共有できるサードパーティーを明示していなかった、と指摘。

## (6) 国際的な対話と連携の推進に向けて

利用者情報の取扱いはグローバルに共通した課題であり、主要先進国の規制当局において検討が進んでいる。グローバルに事業活動を展開する複数のデジタルプラットフォーム事業者が大きな存在感を有しており、利用者情報に関するその取組の影響も大きくなる中で、国際的に連携した取組を進めることが有用である。

既に、日EUの間では、日EU・ICT政策対話<sup>118</sup>(第26回)(2021年2月)及び日EU・ICT戦略ワークショップ<sup>119</sup>(第11回)(2021年4月)の場において、電気通信事業法の域外適用の規定が2021年4月に施行され外国事業者であるプラットフォーム事業者へも電気通信事業法を適用するとともに、利用者情報の適切な取扱いに関して検討を行っていること等について日本側から紹介し、欧州側から2020年12月に公表されたデジタルサービス法(DSA)案及びデジタル市場法(DMA)案の概要について説明

<sup>118</sup> 総務省と欧州委員会(通信ネットワーク・コンテンツ・技術総局)との間で、ICT政策全般について、定期的実施している政策対話

<sup>119</sup> 総務省と欧州委員会(通信ネットワーク・コンテンツ・技術総局)が共催し、日EUの官民の相互理解と連携協力の推進するために定期的に開催している戦略ワークショップ

があった。独占的地位を占めるプラットフォームへの懸念が日 EU で共有され引き続き意見交換を継続<sup>120</sup>することとなるとともに、モニタリングや透明性確保の重要性等が日 EU 双方から指摘された<sup>121</sup>。また、日 EU・ICT 政策対話（第 27 回）（2022 年 2 月）及び日 EU・ICT 戦略ワークショップ（第 12 回）（2021 年 11 月）及び（第 13 回）（2022 年 4 月）の場において、日本側からは中間とりまとめについて紹介し EU 側からは、Digital Services Act (DSA: デジタルサービス法) 及び Digital Market Act (DMA: デジタル市場法) の概要や欧州内での議論状況等について紹介があった。

二国間の間では、日独 ICT 政策対話<sup>122</sup>（第 5 回）（2021 年 3 月）において、令和 2 年改正電気通信事業法（外国法人等に対する法執行の実効性の強化）及び利用者情報の適切な取扱いに関して検討について日本側から紹介し、独側から EU から昨年末公表された DSA/DMA 案を受けたドイツの取組について説明があった。日独 ICT 政策対話（第 6 回）（2022 年 3 月）において、日本側から利用者情報の取扱いに関する政策動向を紹介した。

また、日仏 ICT 政策協議<sup>123</sup>（第 21 回）（2021 年 6 月）において、プラットフォーム政策の一環として利用者情報の取扱いについて日本側から説明し、フランス側からも同国におけるプラットフォーム政策について説明があった。

インターネットエコノミーに関する日米政策協力対話（政府間会合）（第 12 回）（2021 年 11 月）を実施し、日本側からは中間とりまとめについて紹介し米国側と問題意識を共有し意見交換を行った。

2022 年 5 月には、金子総務大臣が欧州委員会ヴェステアー上級副委員長及びブルトン委員、英国 DCMS ナディーン・ドリーズ大臣と会談し、デジタル空間における利用者保護について意見交換を行い、協力関係の深化を図る方針を確認した。

今後、本第二次とりまとめの内容なども踏まえ、このような対話を積み重ねて我が国における制度的な検討やプラットフォーム事業者等のモニタリング等の取組を進める<sup>124</sup>とともに、積極的に二カ国の枠組みにおける対話と連携を進めることが有用である。

また、さらに、多国間連携の場として、OECD、アジア太平洋国際協力 (APEC) 等の国際的機関<sup>125</sup>や地域連合の場においても我が国における取組を説明し、連携しつつ対応を進めていくことが期待される。

---

<sup>120</sup> 「日 EU・ICT 政策対話（第 26 回）の結果」（2021 年 2 月 26 日総務省報道発表）

<sup>121</sup> 「日 EU・ICT 戦略ワークショップ（第 11 回）の結果」（2021 年 4 月 20 日総務省報道発表資料）

<sup>122</sup> 総務省とドイツ連邦共和国・連邦経済エネルギー省との間で、ICT 政策に関する情報交換・意見交換の場として、定期的実施している政策対話

<sup>123</sup> 総務省とフランス共和国・経済財政復興省との間で、デジタル分野における政策について相互理解を深め連携・協力の推進を目的として、定期的実施している政策協議

<sup>124</sup> 国際的に技術的な知見やモニタリングのプラクティスの共有等を行うことも有用であると考えられる。

<sup>125</sup> 2011 年に国際連合人権理事会で「ビジネスと人権に関する指導原則：保護、尊重及び救済の枠組みにかかる指導原則」が作られ、人権デュー・ディリジェンス（人権への影響の特定、予防、軽減、対象方法について説明するための、企業による一連の流れ）の実施が原則に掲げられている。



## 参考資料集

- 参考1      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WG      構成員等名簿
- 参考2      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WG      開催状況
- 参考3      海外動向関連参考資料
- 参考4      訪問先とは異なるドメインへの通信を発生させている情報収集モジュールやタグ検出数 TOP100
- 参考5—1    電気通信事業者における利用者情報の取扱い状況
- 参考5—2    プラットフォーム事業者における利用者情報の取扱い状況

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 WG 構成員等名簿

(敬称略・五十音順)

【構成員】

	生貝 直人	一橋大学大学院 法学研究科 准教授
	石井 夏生利	中央大学 国際情報学部 教授
	板倉 陽一郎	ひかり総合法律事務所 弁護士
	太田 祐一	株式会社 DataSign 代表取締役社長
	小林 慎太郎	株式会社野村総合研究所 上級コンサルタント
	佐藤 一郎	国立情報学研究所 情報社会相関研究系 教授
	沢田 登志子	一般社団法人 EC ネットワーク 理事
(主査)	穴戸 常寿	東京大学大学院 法学政治学研究科 教授
	新保 史生	慶應義塾大学 総合政策学部 教授
	高橋 克巳	NTT 社会情報研究所 主席研究員
	寺田 眞治	一般財団法人日本情報経済社会推進協会 主席研究員
	古谷 由紀子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 監事
	森 亮二	英知法律事務所 弁護士
(主査代理)	山本 龍彦	慶應義塾大学大学院 法務研究科 教授

## 【オブザーバー】

デジタル市場競争本部事務局

個人情報保護委員会事務局

- |        |  |
|--------|--|
| 伊藤 直之  | 一般社団法人 MyDataJapan 常務理事                                  |
| 奥田 真滝  | 一般社団法人電気通信事業者協会 業務部長                                     |
| 岸原 孝昌  | 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 専務理事                              |
| 仲上 竜太  | 一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会 技術部会長                            |
| 長田 三紀  | 情報通信消費者ネットワーク  |
| 野口 尚志  | 一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 理事 兼<br>行政法律部会長                  |
| 平野 祐子  | 主婦連合会 副会長  |
| 柳田 桂子  | 一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 事務局長                                |
| 若目田 光生 | 一般社団法人日本経済団体連合会 デジタルエコノミー推進委<br>員会企画部会データ戦略ワーキング・グループ 主査 |



**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 WG 審議経過**

会合	開催日	主な内容
第 1 回	令和 3 年 3 月 18 日	<p>【事業者団体ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会 「インターネット広告市場の動向と利用者情報の取扱い等に関する取り組みについて」</li> </ul> <p>【事業者ヒアリング】利用者情報の取扱いについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社 NTT ドコモ</li> <li>・KDDI 株式会社</li> <li>・ソフトバンク株式会社</li> <li>・楽天モバイル株式会社</li> </ul> <p>【構成員発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高橋構成員 「位置情報の取扱いの検討について」</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた検討課題」 「今後の検討の進め方（案）」</li> </ul>
第 2 回	令和 3 年 4 月 6 日	<p>【事業者ヒアリング】利用者情報の取扱いについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Apple Inc.</li> <li>・ヤフー株式会社</li> </ul> <p>【構成員発表等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小林構成員 「実効性のある通知・同意取得方法の在り方に関する実証事業の報告」</li> <li>・株式会社インターネットイニシアティブ 「ePrivacy 規則 閣僚理事会案について」</li> </ul>
第 3 回	令和 3 年 4 月 22 日	<p>【構成員発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・寺田構成員 「オンライン広告における利用者情報取扱いの動向」</li> </ul> <p>【事業者ヒアリング】利用者情報の取扱いについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Facebook Japan 株式会社</li> <li>・Google 合同会社</li> <li>・株式会社 Agoop</li> </ul>
第 4 回	令和 3 年 5 月 18 日	<p>【事業者ヒアリング】利用者情報の取扱いについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・LINE 株式会社</li> </ul> <p>【構成員等発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社日本総合研究所 「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」</li> <li>・森構成員 「利用者端末情報等に関する規制の方向性」</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「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主な論点」</li> </ul>

第5回	令和3年 6月4日	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個人情報保護委員会事務局 「令和2年度改正個人情報保護法ガイドライン（案）について」</li> <li>・事務局 「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改正に向けた考え方（案）」</li> <li>・事務局 「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主な論点」</li> </ul>
第6回	令和3年 7月9日	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「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WG 中間とりまとめ（案）」</li> </ul>
第7回	令和3年 11月2日	<p>【事業者団体ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会 「インターネット広告における利用者情報の取扱いに関する動向および今後の取り組みについて」</li> </ul> <p>【事業者ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社インティメート・マージャー 「インティメート・マージャーの取り組みについて」</li> <li>・LiveRamp Japan 株式会社 「より高いユーザーエクスペリエンスを提供する世界最高水準のセキュリティ/プライバシー対応した人ベースのIDソリューション」</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「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改正 骨子（案）」</li> </ul>
第8回	令和3年 12月1日	<p>【事業者団体ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人 LBMA Japan 「位置情報データのマーケティング・サービス活用」</li> </ul> <p>【事業者ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・トレジャーデータ株式会社 「トレジャーデータ GDP とプライバシー保護に向けた取り組み」</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「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改正（案）」</li> <li>「利用者情報の適切な取扱いの確保に向けた今後の取組の方向性について」</li> </ul>
第9回	令和4年 1月24日	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「今後の検討の進め方について（案）」</li> <li>「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改正案の概要」</li> </ul>
第10回	令和4年	【事業者発表】

	3月16日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社野村総合研究所 「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」</li> </ul> <b>【その他】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「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」 「利用者に関する情報の外部送信の際の措置について」 「今後の検討の進め方について（案）」</li> </ul>
第11回	令和4年 4月22日	<b>【事業者モニタリング】</b> 利用者情報の取扱いについて <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社NTTドコモ</li> <li>・KDDI株式会社</li> <li>・ソフトバンク株式会社</li> <li>・楽天モバイル株式会社</li> </ul> <b>【その他】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「利用者情報の取扱いに係るモニタリングについて」</li> </ul>
第12回	令和4年 4月27日	<b>【事業者発表】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社野村総合研究所 「利用者情報に関する技術動向及び業界団体による自主ルール等の状況」 「プライバシーポリシー等のベストプラクティス及び通知同意取得方法に関するユーザー調査結果」</li> <li>・株式会社日本総合研究所 「スマートフォン上のアプリケーションにおける利用者情報の取扱いに係る調査・分析」</li> </ul>
第13回	令和4年 5月12日	<b>【事業者モニタリング】</b> 利用者情報の取扱いについて <ul style="list-style-type: none"> <li>・Apple Inc.</li> <li>・ヤフー株式会社</li> <li>・LINE株式会社</li> </ul>
第14回	令和4年 5月17日	<b>【事業者モニタリング】</b> 利用者情報の取扱いについて <ul style="list-style-type: none"> <li>・Google 合同会社</li> <li>・Facebook Japan 株式会社</li> </ul>
第15回	令和4年 6月17日	<b>【事業者ヒアリング】</b> 外部送信規律について <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム</li> <li>・一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会</li> <li>・主婦連合会</li> </ul> <b>【その他】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局 「今後の検討の進め方（案）」 「利用者に関する情報の外部送信の際の措置について」</li> </ul>
第16回	令和4年 6月22日	<b>【事業者ヒアリング】</b> 外部送信規律について <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人日本経済団体連合会</li> <li>・一般社団法人新経済連盟</li> <li>・一般社団法人日本インタラクティブ広告協会</li> <li>・一般社団法人日本スマートフォンセキュリティ協会</li> <li>・一般社団法人MyDataJapan</li> <li>・一般社団法人電気通信事業者協会</li> </ul>

		<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局</li> </ul> <p>「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主な論点」</p>
第17回	令和4年 6月27日	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務局</li> </ul> <p>「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WG 第二次とりまとめ（案）」</p>

## 海外動向関連参考資料

## 【米国関係】

- ① CCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）関係
- ② CPRA（カリフォルニア州プライバシー権法）による主な修正・拡張事項
- ③ NIST Privacy Framework、NIST SP800-53 Revision 5 関係

## 【EU】

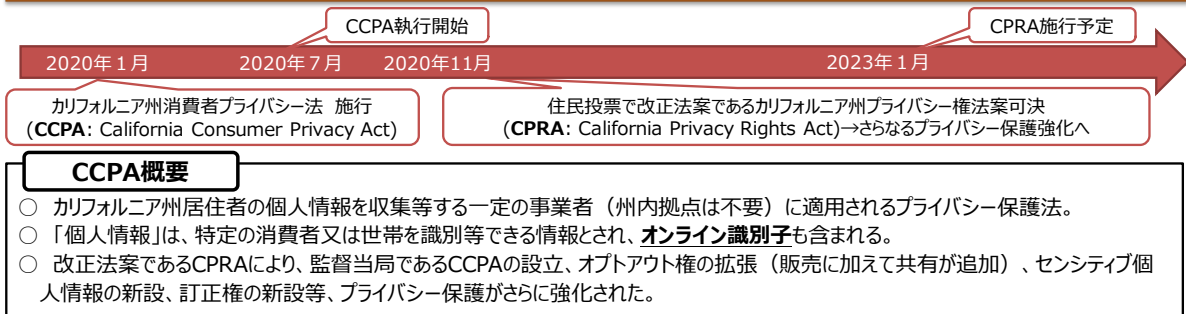
- ① GDPR（一般データ保護規則）関係
  - ・ 有効な同意について（GDPR 4 条関連）
  - ・ 透明性確保について（GDPR12 条関連）
  - ・ ICO（英国データ保護機関）が推奨する通知・同意取得における工夫
- ② e プライバシー規則案
  - ・ e プライバシー規則制定に向けた動き
  - ・ クッキー設定に係る判例・e プライバシー規則検討に係る論点
  - ・ e プライバシー規則の動向（閣僚理事会最終案）
  - ・ 同意の有効要件（e プライバシー規則（案）4a 条関連）
  - ・ クッキー等規制（e プライバシー規則（案）8 条関連）
- ③ デジタル・サービス・アクト（DSA）案
- ④ デジタル・マーケット・アクト（DMA）案
- ⑤ AI 規則案

## 【ISO/IEC】

- ・ ISO/IEC 29184



## CCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）関係



### CCPA概要

- カリフォルニア州居住者の個人情報を収集等する一定の事業者（州内拠点は不要）に適用されるプライバシー保護法。
- 「個人情報」は、特定の消費者又は世帯を識別等できる情報とされ、**オンライン識別子**も含まれる。
- 改正法案であるCPRAにより、監督当局であるCCPAの設立、オプトアウト権の拡張（販売に加えて共有が追加）、センシティブ個人情報の新設、訂正権の新設等、プライバシー保護がさらに強化された。

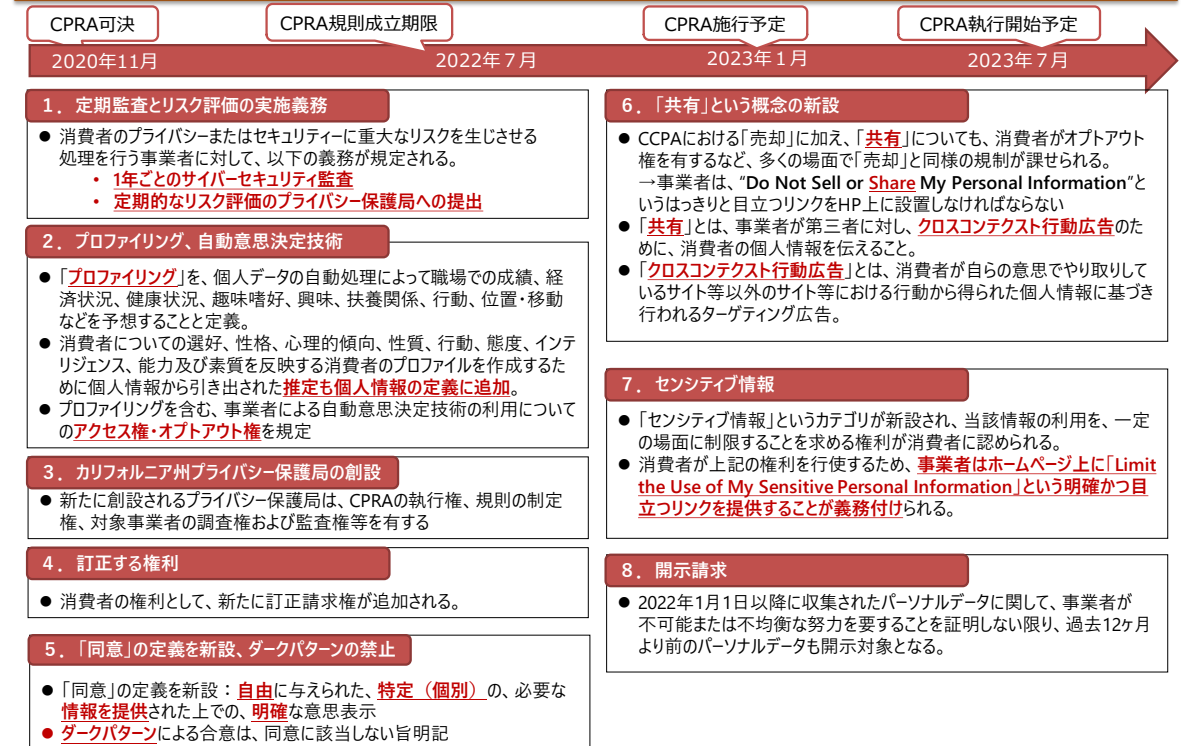
### CCPA及びCCPA規則に基づくプライバシーポリシー・通知に関する義務

- 一般的なルールとして、**簡潔でわかりやすい表現**を用いること、**読みやすく、目立つ形式**を使用することなどが定められている。

プライバシーポリシー	通知
記載内容	記載内容、通知方法等
① 収集、開示、又は販売される個人情報について知る権利 <small>・消費者が、収集、利用、及び開示される個人情報について事業者の開示を求める権利を有すること</small> <small>・直近12か月に当該事業者が収集した個人情報の種類 など</small>	個人情報の収集時 ・収集する個人情報の <b>類型・利用目的</b> ・ <b>“Do Not Sell My Personal Information”</b> リンク ・ <b>プライバシーポリシーへのリンク/URL</b> <small>・消費者が<b>想定しない目的</b>で消費者の<b>デバイス</b>から個人情報を収集しようとするときは<b>ジャストインタイム通知</b>（例：ポップアップ）を行う など</small>
② 削除請求権 ③ 販売からのオプトアウト権 ④ 消費者プライバシー権を行使したことにより差別されない権利 ⑤ 代理人による権利行使方法 ⑥ プライバシーポリシーの最終改定日 など	販売からのオプトアウト権 消費者が、ホームページやモバイルアプリのダウンロード/ランディングページ上の <b>“Do Not Sell My Personal Information”</b> リンクをクリックして飛ぶウェブページ等に、個人情報の販売からのオプトアウト権の説明やリクエストフォームを記載するなど 金銭的インセンティブ 事業者が個人情報の収集等について金銭的インセンティブを提供している場合には、消費者がオプトインする前に金銭的インセンティブの概要、関連する個人情報の <b>類型等</b> を通知するなど



## CPRA（カリフォルニア州プライバシー権法）による主な修正・拡張事項



### 1. 定期監査とリスク評価の実施義務

- 消費者のプライバシーまたはセキュリティに重大なリスクを生じさせる処理を行う事業者に対して、以下の義務が規定される。
  - ・**1年ごとのサイバーセキュリティ監査**
  - ・**定期的なリスク評価のプライバシー保護局への提出**

### 2. プロファイリング、自動意思決定技術

- 「**プロファイリング**」を、個人データの自動処理によって職場での成績、経済状況、健康状況、趣味嗜好、興味、扶養関係、行動、位置・移動などを予想することと定義。
- 消費者についての選好、性格、心理的傾向、性質、行動、態度、インテリジェンス、能力及び素質を反映する消費者のプロファイルを作成するために個人情報から引き出された**推定も個人情報の定義に追加**。
- プロファイリングを含む、事業者による自動意思決定技術の利用についての**アクセス権・オプトアウト権**を規定

### 3. カリフォルニア州プライバシー保護局の創設

- 新たに創設されるプライバシー保護局は、CPRAの執行権、規則の制定権、対象事業者の調査権および監査権等を有する

### 4. 訂正する権利

- 消費者の権利として、新たに訂正請求権が追加される。

### 5. 「同意」の定義を新設、ダークパターンの禁止

- 「同意」の定義を新設：**自由**に与えられた、**特定（個別）**の、必要な**情報を提供**された上での、**明確**な意思表示
- **ダークパターン**による合意は、同意に該当しない旨明記

### 6. 「共有」という概念の新設

- CCPAにおける「売却」に加え、「**共有**」についても、消費者がオプトアウト権を有するなど、多くの場面で「売却」と同様の規制が課せられる。
  - 事業者は、「**Do Not Sell or Share My Personal Information**」というはっきりと目立つリンクをHP上に設置しなければならない
- 「**共有**」とは、事業者が第三者に対し、**クロスコンテキスト行動広告**のために、消費者の個人情報を伝えること。
- 「**クロスコンテキスト行動広告**」とは、消費者が自らの意思でやり取りしているサイト等以外のサイト等における行動から得られた個人情報に基づき行われるターゲティング広告。

### 7. センシティブ情報

- 「センシティブ情報」というカテゴリが新設され、当該情報の利用を、一定の場面に制限することを求める権利が消費者に認められる。
- 消費者が上記の権利を行使するため、**事業者はホームページ上に「Limit the Use of My Sensitive Personal Information」という明確かつ目立つリンクを提供することが義務付けられる。**

### 8. 開示請求

- 2022年1月1日以降に収集されたパーソナルデータに関して、事業者が不可能または不均衡な努力を要することを証明しない限り、過去12ヶ月より前のパーソナルデータも開示対象となる。



## NIST Privacy Framework、NIST SP800-53 Revision 5関係

### 概要

- 米国国立標準技術研究所（NIST : National Institute of Standards and Technology）が2020年1月に、企業のリスクマネジメントを通じたプライバシー改善ツールとして、「NIST Privacy Framework」を公表（その前に公表された「NIST Cyber Security Framework」の姉妹編の位置付け）。法的効果や強制力を持つものではない。
- NISTは、「NIST Privacy Framework」と「NIST Cyber Security Framework」をシームレスに統合した文書として、「NIST Security and Privacy Controls for Information Systems and Organizations（SP800-53 Rev5）」を2020年9月に公表し、同意取得や通知を行う際の留意事項を提示。

Privacy Framework		SP800-53 Revision5	
Core (機能)	以下5つの機能ごとに、カテゴリー・サブカテゴリーを設けて細分化。	○ <b>同意取得の管理</b> （個人のインフォームド・デシジョン促進のために、個人情報収集前に、個人が処理に同意するためのツールまたはメカニズムを実装）を強化する手法として、 <b>Tailored Consent、ジャストインタイムの同意、撤回</b> を提示。	
	Identify-P（特定）		
	Govern-P（統治）		
	Control-P（制御）		
	Communicate-P（消費者やステークホルダーとの対話体制の整備）		
Profiles	Protect-P（保護）	○ <b>通知の管理</b> （組織が定義した頻度での通知、平易な言語で明確かつ分かりやすい表現、処理を許可する権限の識別、処理目的の特定等）を強化する手法として、ジャストインタイムの通知等を提示。	
	Current state（現在の姿：CoreとTierで具現化）と Desired target state（めざすべき姿）のギャップを明確化		
Implementation Tier (Coreに対する評価基準)	Tier1：Partial（部分的に対応できている）	○ <b>リスク評価の管理</b> として、システム、プログラム又はその他の活動について、 <b>事前にプライバシー影響評価を実施</b> するとしている。	
	Tier2：Risk Informed（リスクが認識できている）		
	Tier3：Repeatable（対応に再現性がある）		
	Tier4：Adaptive（変化に適應できる）		



## 有効な同意について（GDPR 4条関連）

### GDPRにおける有効な同意

- GDPR第4条により、有効な同意といえるには、①自由に与えられ、②特定され、③説明を受けた上での、④不明瞭ではない積極的な意思表示であるという4つの要素を充足しなければならないと定められている。
- Guidelines on Consent under Regulation 2016/679（最終改定（Ver1.1採択）2020年5月4日）により、4要素の詳細・具体例が示されている。

#### ①「自由に与えられる」（任意）

- データ主体に選択権・支配権があること
  - ・ 強制されたと感じない
  - ・ 同意しなくてもネガティブな結果に直面すると感じない
  - ・ 同意が契約条件の交渉できない部分としてまとめられて（抱き合わせになって）いない
- Ver1.1で、同意がサービス提供の条件になってはいけないことが明記された。
  - ・ ユーザーが同意しなければ当該サービスを使わず、**他社の同等のサービス**を探すことになる場合は、任意の同意とはいえない
  - ・ **Cookieウォール**（同意を求めるポップアップに同意しないと、ウェブサイトが利用できない）による同意は任意とはいえない

#### ②「特定されている」

- 特定の目的に対し、同意するか否かをデータ主体が選択できる
  - ・ 同意の目的は明確に記述する
  - ・ 同意取得に関係した情報は、他の情報から明確に分離する
  - ・ 別目的に使う場合は同じデータでも追加の同意が必要である
- 特定の目的に対し、特定の同意を与えられるよう、管理者は個別のオプトインを提供すべきである

#### ③「説明を受けている」

- 同意を取得する前に、データ主体に情報提供することが必要不可欠である
  - 最小限の内容として、管理者の身元、同意が求められる各取扱業務の目的、収集・利用されるデータ（そのタイプ）、同意を撤回する権利の存在等が挙げられている。
- ※本要素については、次ページのICOからの推奨事項も参照されたい。

#### ④「不明瞭ではない積極的な意思表示」

- 同意は、データ主体が積極的に行動・宣言して与えられるべきである
  - ・ 契約書への合意やサービス条件の承諾だけでは、積極的な同意とはみなされない
  - ・ あらかじめチェックの入ったオプトインのチェックボックスやオプトアウトの仕組みも無効（承諾「しない」ことに行動が必要）
- Ver1.1で、**ウェブページのスクロールやスワイプ等は、明確で積極的な意思表示とはいえない**ことが明記された。





## 透明性確保について（GDPR12条関連）

### GDPRにおける透明性確保

- GDPR第12条では、「データ主体への情報提供」「権利行使に関するデータ主体との連絡」「データ侵害に関する連絡」について、透明性確保に関する一般ルールを定めている。
  - ① 簡潔で、透明性があり、理解しやすく、容易にアクセスできる方式でなければならず
  - ② 明瞭かつ平易な文言が使われなければならない
  - ③ 子どもに情報を提供する際は、明瞭かつ平易な文言という要件が特に重要であり
  - ④ 書面で、又は適切であるときは電子的な手段を含め、その他の方法によらなければならない
  - ⑤ データ主体によって要求された場合は、口頭で提供することができ
  - ⑥ 一般に無償で提供されなければならない
- Guidelines on Transparency under Regulation 2016/679（最終改定2018年4月11日）により、透明性確保のために推奨される通知方法・工夫の例示が示されている。

	具体的な意味合い	推奨される通知方法・工夫の例
簡潔である	主体に情報疲労をさせない為に、情報管理者が情報／通知を効率的かつ簡潔に提示する	階層的なプライバシーステートメント／プライバシー通知により、大量のテキストスクロールを不要とする
透明性がある	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ データ主体が使われ方を事前に知らなければならない</li> <li>・ リスクを事前に評価し、正しくデータ主体に伝える</li> </ul>	事前にリスクの有無を丁寧に評価する
理解しやすい	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ごく普通の人でも理解できるようにすることが必要である</li> <li>・ 可能ならば対象者に理解してもらいやすい説明を行うべき</li> </ul>	理解のしやすさや有効性が分からないときは、公開討論やテストで試行する
容易にアクセスできる	必要な情報がどうすれば確認できるかが一目瞭然である	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ サイト上に、明瞭に視認できる形でプライバシーステートメント／プライバシーノートを公表する</li> <li>・ アプリの場合は、ダウンロード前のオンラインストアや、アプリ内から情報に容易に（2タップ以内で）アクセスできるようにする</li> <li>・ 個人データを収集する時点で、プライバシーステートメント／プライバシーノートへのリンク、又は個人データを収集するのと同じページにその情報を表示する</li> </ul>



## ICO（英国データ保護機関）が推奨する通知・同意取得における工夫

### ICOが推奨する通知・同意取得における工夫

- 英国のデータ保護機関であるThe Information Commissioner's Office（ICO）は、GDPR第4条の有効な同意の4要素のうち③「説明を受けている」について、公式サイト（※）で、スマートフォンに表示すると良い画面等の例を示しつつ、望ましい情報提供の在り方を解説している。

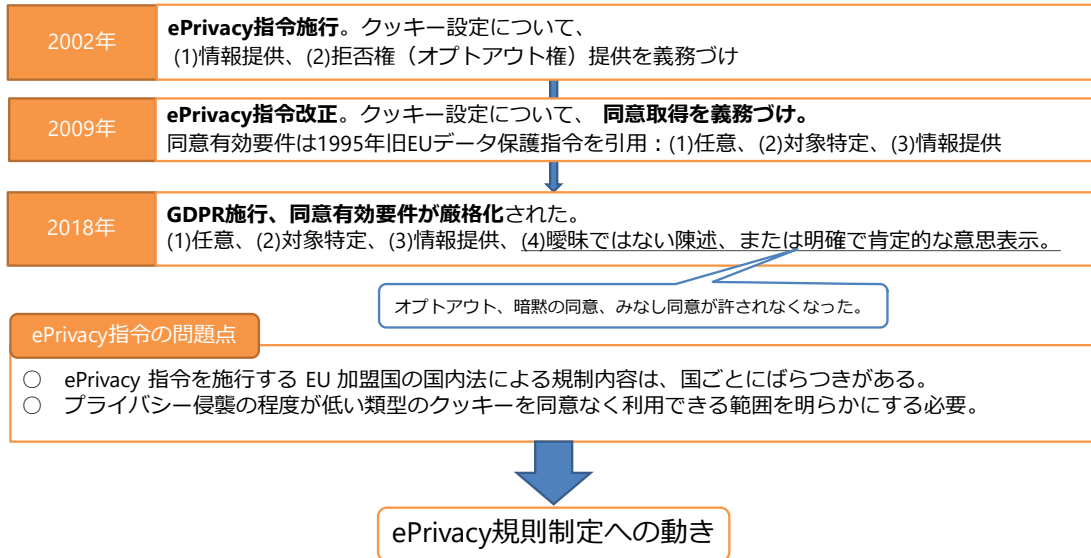
1	階層的アプローチ (Layered Approach)	重要な通知内容を含む短い通知文に、より詳細な情報を追加する層を設ける。
2	ダッシュボード (Dashboards)	管理ツールで、データの使用方法を通知し、データの使用状況を管理できるようにする。
3	ジャストインタイム通知 (Just-in-time-notices)	個々の情報を収集するとき等に、情報をどのように利用するか簡単な表示を行う。
4	アイコン (Icons)	特定の種類のデータ処理の存在を示す、意味のある小さなシンボル。
5	モバイル及びスマートデバイスの機能性 (Mobile and smart device functionalities)	ポップアップ、音声アラート、モバイルデバイスのジェスチャーなど。

※ICOウェブサイト "What methods can we use to provide privacy information?"  
<https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/the-right-to-be-informed/what-methods-can-we-use-to-provide-privacy-information/>



## eプライバシー規則制定に向けた動き

EUでは、オンラインサービス利用者の端末装置でのデータ処理に対する規制（クッキー規制）が行われている。2017年以來、EU域内規制を統一するためePrivacy規則案がドラフトされていたが、2021年2月10日、欧州連合理事会（閣僚理事会）が、加盟国がePrivacy規則案に合意したことを発表。



## クッキー設定に係る判例・eプライバシー規則検討に係る論点

欧州司法裁判所(CJEU)の裁判例により、同意有効要件、クッキー設定に複数主体が関与する場合の責任範囲等に関する判例法が確立されつつある。

### あらかじめチェックされたチェックボックスによる同意取得の有効性（Planet49判決）

GDPR が規定する同意は、能動的な意思表示でなければならない。

**あらかじめチェックが入られたチェックボックス**を示し、利用者が同意を拒否するためにはこのチェックを外さなければならない状況では、**有効な同意は取得し得ない**。

### クッキーを設定する第三者の責任（Fashion ID判決）

広告最適化の目的でサードパーティークッキーをウェブサイトを設置するなど、第三者による端末装置におけるデータの読み書きを許容する**ウェブサイト管理者**は、クッキー設定元の第三者であるネット広告エージェンシー、ソーシャルメディア等とともに、**GDPR 上の共同管理者の立場**に立ち、端末識別子、閲覧・行動履歴など取得される**個人データの利用目的について利用者に情報提供し、利用者から同意を取得する義務を負う**。

2019年11月以來、閣僚理事会輪番議長国がePrivacy規則案のドラフトを提出。端末装置におけるデータ処理に関する適法根拠として、サービス提供に必須な場合（**必須クッキー**）の他、何を含めるかが論点となった。

・広範  
・GDPR第6条1(f)の  
適法根拠を採用

利用者の権利・利益に優越する  
サービス提供者の「**正当な利益**」

利用者への情報提供、オプトアウト提供  
などの条件の下での、**セキュリティ維持**

限定的



## eプライバシー規則の動向（閣僚理事会案）

閣僚理事会案 2021/2/10

- **クッキー規制**：端末装置におけるデータ処理は、以下の場合等に許される。
  - ・ 電子通信サービス提供のために**必要**な場合
  - ・ 利用者の**同意**がある場合
  - ・ 利用者が個別に求めるサービスの提供に**必須**の場合
  - ・ サービス提供者がもっぱら**オーディエンス測定**のために必要とする場合
  - ・ オンラインサービスの**セキュリティ維持**等のために必要な場合
  - ・ **セキュリティ**のためのソフトウェアアップデートに必要な場合
  - ・ 緊急通報
  - ・ 他目的への**二次利用**は、以下の判断要素に照らして当該他目的が当初の処理目的と相容れるものである(**compatible**)場合のみ許される。
    - ✓ 当初の目的と当該他目的との関係
    - ✓ 当該他目的処理を行うに至った状況
    - ✓ 対象データがセンシティブなデータを含むものかどうかなど処理の性質
    - ✓ 当該多目的処理が利用者に及ぼす影響
    - ✓ 暗号化・仮名化などの安全措置の有無
- **クッキー利用の同意をサービスの提供条件とするには、当該事業者が、同意を提供条件としない同等のサービスを提供している（利用者から選択権を奪わない）** ことが必要。
- 利用者氏名等不詳でも、端末識別子による特定によりクッキー同意証明を認める。
- 毎年1回以上、**同意撤回権**があることを通知する義務
- **域外適用**：利用者がEU内に所在する場合、域外事業者にも適用。  
EU代理人の選任が必要となる。
- 規則違反に私的訴権、非営利団体による代理訴訟、非金銭的損害の賠償を認める。
- 電子通信データの違法利用について、€20M または世界売上 4% の行政制裁金

- 適法根拠に「**正当な利益**」は採用せず、限定列挙のみ
- 従来からの判例の蓄積などを取り込んだ内容
- オーディエンス測定、compatibleな場合の二次利用等、今後解釈の検討が必要な適法要件もある

閣僚理事会・欧州議会による正式な立法手続へ  
※今後、内容の修正もあり得る



## 同意の有効要件（eプライバシー規則（案）4a条関連）

EUでは、オンラインサービス利用者の端末装置でのデータ処理に対する規制（クッキー等規制）が行われている。2021年2月10日、欧州連合理事会（閣僚理事会）が、EU 域内規制を統一するためのePrivacy規則案に加盟国が合意したことを発表した。

### 同意の有効要件等（4a条、前文）

- ePrivacy規則における同意の定義は、GDPRによる同意の定義に従う。  
→①**自由**に与えられたこと、②**特定**されていること、③**事前に説明を受けた**こと、④**不明瞭ではない積極的な意思表示**であることが必要（**オプトアウト、暗黙の同意、みなし同意は不可**）。
- 端末装置の処理・蓄積機能を利用する者、又は端末装置からデータを収集する者が同意を取得する責任を負うが、同意取得を第三者に代行させることも可能。
- **ブラウザ／アプリのソフトウェア設定**によるクッキー設定等への同意も、有効な同意と認められる。  
※ただし、同意の対象は特定されていなければならないので（GDPRの同意有効要件）、ブラウザ／アプリの仕様が、広告・アクセス解析等の目的ごとの同意管理に対応する必要がある。
- ユーザーが直接表明した同意の意思表示（※）は、上記のソフトウェア設定に優先する。  
※例えば、クッキーバナーに表示されるボタンのクリック等。
- サービス提供者がデータ主体を（氏名などにより）特定できない場合、**当該端末装置から同意が与えられたことを示す技術プロトコル**をもって、クッキー設定等に関する同意を取得することができる。
- 同意したユーザーに対しては、**12か月を超えない間隔**で定期的に、当該**同意を撤回**できることを**リマインド**しなければならない。ただし、当該ユーザーがこのようリマインドの受領を受け取らないことを希望する場合は、この限りではない。
- クッキー設定等に対する同意をサービス提供の条件としても、①クッキー設定等の目的に関する**明瞭で正確な理解しやすい情報提供**がされ、かつ②**同じサービス提供者による同等のサービスでクッキー設定等に対する同意をサービス提供の条件としないもの**を利用者が選べる場合には、**利用者から選択権が奪われたとはみなされない**（＝同意の任意性がある）。



## クッキー等規制（eプライバシー規則（案）8条関連）

### クッキー等規制（8条）

- 端末装置の処理・蓄積機能の利用、端末装置からの情報の取得（クッキーの利用等）は一般的に禁止され、以下の場合に限り許される。

許される場合	想定される適用例
もっぱら電子通信サービス提供に必要な場合	メッセージサービスのHTTPセッション維持
利用者が同意した場合	ターゲティング広告、コンテンツのパーソナライズ
利用者が個別に求めるサービスの提供に必須な（strictly necessary）場合	ユーザー入力、ログイン認証状態、表示言語の記憶
もっぱらオーディエンス測定に必要な場合	閲覧者のWebページ滞在時間等の解析
オンラインサービス、端末装置のセキュリティ維持・復旧、不正利用防止、障害検知・防止に必要な場合	当該ユーザーが通常利用しているブラウザとは別のブラウザからのログイン試行の検知、これに対する警告
ソフトウェア・アップデートに必要な場合 ただし以下の3つの条件を満たす必要がある。 ① セキュリティ上の必要によるものであり、ユーザーの選択したプライバシー設定を変更しないこと ② 個別アップデートごとに事前にユーザーに情報提供すること ③ 利用者が自動アップデートを延期又は中止できること	ブラウザが最新のセキュリティアップデートをインストールしているか否かの確認
緊急通報において端末装置の位置を特定するために必要な場合	同左
同意又は一定の公益保護を目的とする法令上の根拠がある場合、及び二次利用の目的が当初の処理目的と相容れる（compatible）場合は、二次利用が可能	不正ログイン検知情報を捜査協力目的で捜査機関に提供



## デジタルサービスアクト（DSA）案の経緯と今後の予定

- EUにおいては、仲介サービス提供者（特にSNS、マーケットプレイスなどのオンラインプラットフォーム）の説明責任を明確にすることにより、安全で信頼できるオンライン環境を確保し、利用者の基本権の保護を向上させることを目的としたデジタルサービスアクト（DSA）案を検討中。
- 2020年12月に欧州委員会が提案したDSA案について、2021年11月25日にEU理事会が、2022年1月20日に欧州議会が、それぞれ修正案を採択したところ、2022年4月22日に欧州委員会、欧州議会、EU理事会による協議（トリローク）にて暫定的政治合意に達した。

### EUにおける立法過程

#### ① 欧州委員会による法案提出

欧州委員会がEU理事会と欧州議会に法案を提出する

#### ② 欧州議会・EU理事会それぞれによる審議・暫定立場採択

欧州議会・EU理事会それぞれで、協議に向けた暫定的な立場・修正案が採択される

#### ③ 欧州議会・EU理事会・欧州委員会による修正案への合意

②を受け、3者による非公式協議（トリローク）を行い、最終的な修正案を決定

### DSA案に関する経緯・今後の予定

2020年12月15日

欧州委員会がデジタルサービスアクト（DSA）案を提出

2021年11月25日

EU理事会にて修正案を採択

2022年1月20日

欧州議会にて修正案を採択

2022年4月22日

トリローク（欧州委員会、欧州議会、EU理事会による協議）にて暫定的政治合意。

今後、欧州議会・EU理事会の正式承認を経て発効予定（早ければ年内）。



## EUにおけるデジタルサービスアクト（DSA）案の概要①

- 全ての仲介サービス提供者（プラットフォーム事業者等）に対して、**違法コンテンツの流通に関する責任を規定するとともに、事業者の規模、影響力に応じたユーザ保護のための義務を規定。**

### 1. 対象事業者



#### ① 仲介サービス 【第2条(f)】

ネットワークインフラを提供する仲介サービス。インターネットアクセスプロバイダ（ISP）、ドメイン名レジストラ等（以下の②～④を含む）

#### ② ホスティングサービス 【第2条(f)】

クラウドやウェブホスティングなどのホスティングサービス（以下の③～④を含む）

#### ③ オンライン・プラットフォーム 【第2条(h)】

SNS、マーケットプレイス、アプリストアなど、売り手と消費者を結びつけるオンライン・プラットフォーム

#### ④ 超大規模オンライン・プラットフォーム（VLOP）【第25条】

オンライン・プラットフォームのうち、欧州の4億5000万人の消費者のうち10%以上の消費者にリーチするプラットフォーム。違法コンテンツの流布等において特にリスクがあるため特定のルールを適用。

※5/18時点においては、トリローグの合意により、超大規模オンライン検索エンジン（VLOSE）に関する義務も規定されたが条文が未公表のため、VLOPと同じ義務が課されるかは不明。

### 2. 仲介サービス提供者の違法コンテンツに対する責任【第二章】

- 「単なる導管」、「キャッシング」、「ホスティング」の3類型に分けて**違法コンテンツに対する免責条件を規定。**
- **一般的モニタリング等の義務を課さない、匿名でのサービス利用・支払いの保証** 等



## EUにおけるデジタルサービスアクト（DSA）案の概要②

### 3. 透明、アクセシブルで安全なオンライン環境のための義務【第三章】

#### ① 全ての仲介サービス提供者の義務

- **コンテンツモデレーション措置を定めた利用規約の公開**、ダークパターンの禁止、連絡窓口・国内法定代理人の設置
- **透明性報告義務**（違法コンテンツの通知件数・削除件数、加盟国・公式言語ごとのコンテンツモデレータ数、コンテンツモデレーションの方法と対応に関する苦情件数、自動化ツールの使用有無及び使用方法 等）

#### ② ホスティングサービス提供者の義務

- 違法コンテンツの通知受付体制整備、対応理由の通知、刑事犯罪コンテンツの司法当局等への通知・無効化又は削除

#### ③ オンライン・プラットフォームの義務

- 違法コンテンツ対応への苦情受付体制整備、不正使用に対する対策、信頼された旗手からの通知への対応
- **透明性報告義務の対象事項の追加**（受領した苦情の件数、苦情に対して行われた決定、決定に要した平均時間 等）
- オンライン広告やレコメンダー・システムの透明性、同意拒否・撤回時のサービス利用権確保、未成年者保護

#### ④ 超大規模オンライン・プラットフォーム（VLOP）の義務

- サービスのリスク評価・リスク軽減措置の実施、独立した外部監査の実施、規制当局及び研究者のデータアクセス
- コンプライアンス・オフィサーの設置、行動規範の作成、危機対応への協力
- **透明性報告義務の対象事項の追加**（リスク評価結果、リスク軽減措置、監査結果 ※6ヶ月毎に公表）
- オンライン広告の透明性追加（広告内容、主なパラメータ等をデータベース化し、一般利用可能とする）、プロファイリングによらないレコメンダー・システム提供、ディープフェイク対応

### 4. モニタリング及びエンフォースメント【第四章】

- 各加盟国はDSAの執行責任者であり調査権限等を持つ**デジタルサービス調整官**を設置。
- 欧州委員会は**超大規模オンライン・プラットフォームをモニタリング**。  
**義務違反の場合、前年度の総売上高の最大6%の罰金等を科すことが可能。**





## デジタル市場アクト (DMA) 案の概要①

- EUにおいては、ゲートキーパーに該当する、コアプラットフォームサービス(オンライン仲介サービス、オンライン検索エンジン、SNS、広告サービス等)を提供する事業者に対し、データの利用やデータのアクセスをはじめとした規律を課す、デジタル市場アクト(DMA)案を検討中。
- 2020年12月に欧州委員会が提案したDMA案について、2021年11月25日にEU理事会が、2021年12月15日に欧州議会が、それぞれ修正案を採択したところ、2022年3月24日に欧州委員会、欧州議会、EU理事会による協議(トリローク)にて暫定的政治合意に達した。

### 1. 対象事業者

ゲートキーパー<sup>【第2条(1)】</sup>:

コアプラットフォームサービス<sup>【第2条(2)】</sup>を提供する事業者で、以下を満たす事業者を指定<sup>【第3条】</sup>

- ① EU域内における過去3年間の年間売上高が75億ユーロ以上、もしくは直近年度の平均時価総額が75億ユーロ以上であり、かつ3つ以上の加盟国において同じコアプラットフォームサービスを提供
- ② 直近の年度において、EU域内の月間エンドユーザー数が4,500万人以上かつ年間ビジネスユーザー数が1万者以上のコアプラットフォームサービスを提供
- ③ ②の基準を過去3年度において満たす

### 2. 対象サービス

コアプラットフォームサービス<sup>【第2条(2)】</sup>:

オンライン仲介サービス、オンライン検索エンジン、SNS、オンライン広告サービス 等



## デジタル市場アクト (DMA) 案の概要②

### 3. 主な規律内容

- ① ゲートキーパーのコアプラットフォームサービスを利用している第三者サービスのエンドユーザの個人データを、オンライン広告サービス提供の目的で取り扱うこと<sup>【第5条第2個(a)】</sup>
- ② コアプラットフォームサービスの個人データを他のコアプラットフォームサービスあるいは当該ゲートキーパーの他のいかなるサービスの個人データ、あるいは第三者サービスの個人データと組み合わせることの禁止<sup>【第5条2.(b)】</sup>
- ③ ゲートキーパーが提供する他のサービスにおいて、コアプラットフォームサービスの個人データの相互利用(その逆も)の禁止<sup>【第5条2.(c)】</sup>
- ④ 個人データを組み合わせるために、当該ゲートキーパーの他のサービスにエンドユーザをサインインさせること<sup>【第5条2.(d)】</sup>
- ⑤ エンドユーザの活動を通じて生成されたデータの効果的なポータビリティの提供<sup>【第6条第9項】</sup>
- ⑥ コアプラットフォームサービスを通じてビジネスユーザによって提供されるサービスの、エンドユーザによる利用に直結している場合のみ、ビジネスユーザに対して、個人データへのアクセスを提供すること(エンドユーザがオプトインで共有に同意を与えた場合に限る。)<sup>【第6条第10項】</sup>
- ⑦ メッセージングサービスの基本機能のインターオペラビリティの確保<sup>【第7条第1項】</sup>
- ⑧ コアプラットフォームサービス等に適用する消費者のプロファイリングの技術について、独立した監査の説明の欧州委員会への提出<sup>【第15条第1項】</sup>

### 4. 執行

- ・義務違反の場合、当該ゲートキーパーのグローバルでの年間売上高の10%の罰金<sup>【第30条第1項】</sup>や日次平均売上高の5%の定期的な支払い<sup>【第31条第1項】</sup>が課される可能性がある。



## AI規則案

- 欧州委員会は、2021年4月にAI規則案を公表。現在第一読会のステータスにあり、欧州議会とEU閣僚理事会において議論が行われている。
- AIシステムのリスクレベルを分類した上で、各リスクに応じて規制。

リスクレベルの分類	対象のAIシステム	規制内容
容認できないリスク (Unacceptable risk)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サブプリナル技術を利用したAIシステム</li> <li>・特定の集団の脆弱性を利用するAIシステム</li> <li>・公的機関による一般的な目的のためのソーシャルスコアリング</li> <li>・法執行を目的とした公共の場のリアルタイム遠隔生体認証</li> </ul>	利用禁止
ハイリスク (High risk)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品のセーフティコンポーネントとして、EU法令に基づき第三者適合性評価が求められるAIシステム</li> <li>・次の分野におけるAIシステム <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自然人の生体認証及びカテゴリー化</li> <li>✓ 重要インフラの管理・運用</li> <li>✓ 教育及び職業訓練</li> <li>✓ 雇用、労働者管理及び自営業へのアクセス</li> <li>✓ 基本的な民間サービス及び公的サービス並びに便益へのアクセスと享受</li> <li>✓ 法執行</li> <li>✓ 移民、亡命、及び国境管理</li> <li>✓ 司法及び民主的プロセスの管理</li> </ul> </li> </ul>	<要件> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リスク管理体制の構築</li> <li>・データ及びデータガバナンス</li> <li>・技術文書の作成</li> <li>・記録管理</li> <li>・透明性及び利用者への情報提供</li> <li>・人間による監督</li> <li>・正確性・堅牢性・サイバーセキュリティ</li> </ul> <プロバイダの義務> <ul style="list-style-type: none"> <li>・品質管理システムの導入</li> <li>・技術文書の作成</li> <li>・自動的に生成されるログの保存</li> <li>・適合性評価手続き</li> <li>・EUデータベースシステムへの登録</li> <li>・CEマークの貼付 等</li> </ul>
特定の操作のリスク (specific risks of manipulation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・感情認識システム</li> <li>・生物分類システム(合法のもの以外)</li> <li>・ディープフェイク(ディープラーニング技術を利用して合成したフェイク画像や動画) 等</li> </ul>	透明性の確保
ローリスク (Low risk) / 最低限のリスク (Minimal risk)	ハイリスクのAIシステム以外のAIシステム	新たな義務はなし。 ただし、ハイリスクAIシステムに求められる要件等の自主的な適用の促進を目的とした行動規範の策定が推奨されている。



## ISO/IEC 29184

### 概要

- 国際標準化機構 (ISO : International Organization for Standardization) が「Information technology – Online privacy notices and consent (消費者向けオンラインサービスにおける通知と同意・選択)」と題する規格を、2020年6月に出版。
- 通知及び同意について、組織の義務として、次の点が記載されている。

通知		同意	
通知の義務	通知が必要な状況特定し、必要な場合はいつでも本人に通知。	同意の適切さの識別	同意または明示的な同意が適切な状況かを特定した上で同意を求める。
適切な表現	本人に対し、明確かつわかりやすい方法で通知。	フリー/インフォームドコンセント	本人が強制や強要を受けず、意図的な行為(チェックボックスのクリック、ボタン押下、スライドバーのスライド等)で得られた同意であること。十分な情報が提供され、変更や撤回が簡単に行うことができること。
多言語	本人が使用すると想定される言語で通知。	対象アカウントの明示	アカウントに紐付いた同意収集の場合、どのアカウントか明示。
適切なタイミング	本人に通知する適切なタイミングを決め、文書化。	他の同意からの独立性	プライバシーに関する同意は、他の事項に関する同意と明確に区別して取得。
適切な場所	オンラインの場合も含め、本人が簡単に見つけてアクセスできるようにする。	必須/任意の個別同意	必須要素と任意要素のそれぞれについて、本人が個別に同意を提供できる仕組みとする。
適切な形態	どのように通知を提供し、アクセスできるようにするかを決める。	頻度	適切な間隔を置いて、既存の同意の確認、あるいは新規の同意取得を行う。
継続的な参照	同意した際の通知の最新版などを本人が容易に参照できるよう、保管。	適時性	適切なタイミングで同意を取得。
アクセシビリティ	オンラインサービスの技術に適した、本人がアクセス可能な方法で通知を提供。		

- 他、Annexとして、PCやスマホで同意を取得する際のユーザーインターフェース例、同意の証跡例が添付されている。



訪問先とは異なるドメインへの通信を発生させている  
情報収集モジュールやタグ検出数 TOP100

No	サービス名	カテゴリ	URL
1	Google アナリティクス	アクセス解析	<a href="https://analytics.google.com/">https://analytics.google.com/</a>
2	Google Fonts	ウェブフォント	<a href="https://fonts.google.com/">https://fonts.google.com/</a>
3	Google マップ	地図	<a href="https://www.google.com/maps">https://www.google.com/maps</a>
4	Display & Video 360	広告	<a href="https://marketingplatform.google.com/about/display-video-360/">https://marketingplatform.google.com/about/display-video-360/</a>
5	Google Developers	ウェブツール	<a href="https://developers.google.com/">https://developers.google.com/</a>
6	Google アナリティクス (gtag)	アクセス解析	<a href="https://analytics.google.com/">https://analytics.google.com/</a>
7	Google Cloud CDN	CDN	<a href="https://cloud.google.com/cdn/">https://cloud.google.com/cdn/</a>
8	Facebook for Developers	ソーシャルプラグイン	<a href="https://developers.facebook.com/">https://developers.facebook.com/</a>
9	Google 広告	広告	<a href="https://ads.google.com/">https://ads.google.com/</a>
10	YouTube	動画再生	<a href="https://www.youtube.com/">https://www.youtube.com/</a>
11	Google タグマネージャ	タグマネージャ	<a href="https://marketingplatform.google.com/about/tag-manager/">https://marketingplatform.google.com/about/tag-manager/</a>
12	Twitter 広告	広告	<a href="https://ads.twitter.com/">https://ads.twitter.com/</a>
13	Twitter Platform	ソーシャルプラグイン	<a href="https://developer.twitter.com/">https://developer.twitter.com/</a>
14	Facebook 広告	広告	<a href="https://www.facebook.com/business/ads">https://www.facebook.com/business/ads</a>
15	BootstrapCDN	CDN	<a href="https://www.bootstrapcdn.com/">https://www.bootstrapcdn.com/</a>
16	Font Awesome	ウェブフォント	<a href="https://fontawesome.com/">https://fontawesome.com/</a>
17	jQuery	JavaScript ライブラリ	<a href="https://jquery.com/">https://jquery.com/</a>
18	reCAPTCHA	セキュリティ	<a href="https://www.google.com/recaptcha/about/">https://www.google.com/recaptcha/about/</a>
19	Yahoo! 広告	広告	<a href="https://promotionalads.yahoo.co.jp/">https://promotionalads.yahoo.co.jp/</a>
20	Google カスタム検索エンジン	サイト内検索	<a href="https://cse.google.com/cse/">https://cse.google.com/cse/</a>
21	WordPress.com	CMS	<a href="https://wordpress.com/">https://wordpress.com/</a>
22	GitHub	ホスティング	<a href="https://github.com/">https://github.com/</a>
23	Google+	ソーシャルプラグイン	<a href="https://plus.google.com/">https://plus.google.com/</a>
24	Adobe Typekit	ウェブフォント	<a href="https://fonts.adobe.com/typekit">https://fonts.adobe.com/typekit</a>
25	Yahoo! タグマネージャー	タグマネージャ	<a href="https://marketing.yahoo.co.jp/service/tagmanager/">https://marketing.yahoo.co.jp/service/tagmanager/</a>
26	Intimate Merger	DMP	<a href="https://corp.intimatemerger.com/">https://corp.intimatemerger.com/</a>
27	Xandr	広告	<a href="https://www.xandr.com/">https://www.xandr.com/</a>
28	Scale Out	広告	<a href="https://supership.jp/business/scaleout/">https://supership.jp/business/scaleout/</a>
29	The Trade Desk	広告	<a href="https://www.thetradedesk.com/">https://www.thetradedesk.com/</a>
30	トレジャーデータ	DMP	<a href="https://www.treasuredata.com/">https://www.treasuredata.com/</a>
31	Amazon S3	ホスティング	<a href="https://aws.amazon.com/s3/">https://aws.amazon.com/s3/</a>
32	Twitter アナリティクス	アクセス解析	<a href="https://analytics.twitter.com/">https://analytics.twitter.com/</a>
33	Instagram	ソーシャルプラグイン	<a href="https://www.instagram.com/">https://www.instagram.com/</a>
34	Google 翻訳	多言語化	<a href="https://translate.google.com/">https://translate.google.com/</a>
35	マイクロアド	広告	<a href="https://www.microad.co.jp/services/adplatform/">https://www.microad.co.jp/services/adplatform/</a>
36	PubMatic	広告	<a href="https://www.pubmatic.co.jp/">https://www.pubmatic.co.jp/</a>
37	OpenX	広告	<a href="https://www.openx.com/">https://www.openx.com/</a>
38	Rubicon Project Exchange	広告	<a href="http://rubiconproject.com/">http://rubiconproject.com/</a>
39	FONTPLUS	ウェブフォント	<a href="https://fontplus.jp/">https://fontplus.jp/</a>
40	TypeSquare	ウェブフォント	<a href="https://typesquare.com/">https://typesquare.com/</a>
41	ユーザーヒート	ヒートマップ	<a href="https://userheat.com/">https://userheat.com/</a>
42	はてなブックマークボタン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://b.hatena.ne.jp/guide/bbutton">https://b.hatena.ne.jp/guide/bbutton</a>
43	マイナビ新卒採用ロゴ	人材系ツール	—
44	Google Ad Manager	広告	<a href="https://admanager.google.com/home/">https://admanager.google.com/home/</a>
45	Yahoo Analytics	アクセス解析	—
46	UNPKG	CDN	<a href="https://unpkg.com/">https://unpkg.com/</a>
47	Criteo	広告	<a href="https://www.criteo.com/products/">https://www.criteo.com/products/</a>
48	LINE Ads Platform	広告	<a href="https://www.linebiz.com/jp/service/line-ads/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-ads/</a>
49	YubinBango	ウェブツール	<a href="https://yubinbango.github.io/">https://yubinbango.github.io/</a>
50	Xaxis	広告	<a href="https://www.xaxis.com/">https://www.xaxis.com/</a>

No	サービス名	カテゴリ	URL
51	TAPAD	広告	<a href="https://www.tapad.com/">https://www.tapad.com/</a>
52	GlobalSign	SSL 証明書	<a href="https://www.globalsign.com/">https://www.globalsign.com/</a>
53	ONE BY AOL	広告	<a href="https://www.onebyaol.com/">https://www.onebyaol.com/</a>
54	BiNDup	CMS	<a href="https://bindup.jp/">https://bindup.jp/</a>
55	LINE ソーシャルプラグイン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://social-plugins.line.me/">https://social-plugins.line.me/</a>
56	Adobe Audience Manager	DMP	<a href="https://www.adobe.com/analytics/audience-manager.html">https://www.adobe.com/analytics/audience-manager.html</a>
57	BidSwitch	広告	<a href="https://www.bidswitch.com/">https://www.bidswitch.com/</a>
58	logly lift	広告	<a href="https://lift.logly.co.jp/">https://lift.logly.co.jp/</a>
59	Pardot	マーケティングオートメーション	<a href="https://www.pardot.com/">https://www.pardot.com/</a>
60	Google カレンダー	ウェブツール	—
61	AudienceOne	DMP	<a href="https://solutions.dac.co.jp/audienceone">https://solutions.dac.co.jp/audienceone</a>
62	fluct	広告	<a href="https://corp.fluct.jp/service/publisher/ssp/">https://corp.fluct.jp/service/publisher/ssp/</a>
63	i-mobile	広告	<a href="https://adpf-info.i-mobile.co.jp/">https://adpf-info.i-mobile.co.jp/</a>
64	DMP DC Catalyzer	DMP	<a href="https://www.data-chemistry.co.jp/dmpdcatalyzer/">https://www.data-chemistry.co.jp/dmpdcatalyzer/</a>
65	Juicer	DMP	<a href="https://juicer.cc/">https://juicer.cc/</a>
66	Ptengine	アクセス解析	<a href="https://www.ptengine.jp/">https://www.ptengine.jp/</a>
67	DataCurrent Tag Manager	タグマネージャ	—
68	SiteGraphics	データ収集	<a href="https://www.videor.co.jp/service/communication/sitegraphics.html">https://www.videor.co.jp/service/communication/sitegraphics.html</a>
69	User Insight	アクセス解析	<a href="https://ui.userlocal.jp/">https://ui.userlocal.jp/</a>
70	Amazon API Gateway	ウェブツール	<a href="https://aws.amazon.com/api-gateway/">https://aws.amazon.com/api-gateway/</a>
71	Logicad	広告	<a href="https://www.logicad.com/">https://www.logicad.com/</a>
72	FreakOut	広告	<a href="https://www.fout.co.jp/">https://www.fout.co.jp/</a>
73	AdStir	広告	<a href="https://ja.ad-stir.com/">https://ja.ad-stir.com/</a>
74	Gravatar	ソーシャルプラグイン	<a href="https://www.gravatar.com/">https://www.gravatar.com/</a>
75	BowNow	マーケティングオートメーション	<a href="https://bow-now.jp/">https://bow-now.jp/</a>
76	LINE で送るボタン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://social-plugins.line.me/ja/how_to_install#lineitbutton">https://social-plugins.line.me/ja/how_to_install#lineitbutton</a>
77	Amazon Cloud Front	CDN	<a href="https://aws.amazon.com/cloudfront/">https://aws.amazon.com/cloudfront/</a>
78	New Relic Browser	アクセス解析	<a href="https://newrelic.com/products/browser-monitoring">https://newrelic.com/products/browser-monitoring</a>
79	Wix	CMS	<a href="https://www.wix.com/">https://www.wix.com/</a>
80	Amazon Cognito	ウェブツール	<a href="https://aws.amazon.com/cognito/">https://aws.amazon.com/cognito/</a>
81	LINE 公式アカウント	ソーシャルプラグイン	<a href="https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/</a>
82	Taboola	広告	<a href="https://www.taboola.com/">https://www.taboola.com/</a>
83	GMO SSP	広告	<a href="https://gmosp.jp/">https://gmosp.jp/</a>
84	ミエルカヒートマップ	ヒートマップ	<a href="https://mieru-ca.com/heatmap/">https://mieru-ca.com/heatmap/</a>
85	SpotX	広告	<a href="https://www.spotx.tv/">https://www.spotx.tv/</a>
86	MediaMath	広告	<a href="https://www.mediamath.com/">https://www.mediamath.com/</a>
87	LiveRamp	データ収集	<a href="https://liveramp.com/">https://liveramp.com/</a>
88	LinkedIn マーケティングソリ	DMP	<a href="https://business.linkedin.com/marketing-solutions">https://business.linkedin.com/marketing-solutions</a>
89	Outbrain	広告	<a href="https://www.outbrain.com/">https://www.outbrain.com/</a>
90	YIELD ONE	広告	<a href="https://yieldone.com/">https://yieldone.com/</a>
91	AddToAny	ソーシャルプラグイン	<a href="https://www.addtoany.com/">https://www.addtoany.com/</a>
92	TubeMogul	広告	<a href="https://www.tubemogul.com/">https://www.tubemogul.com/</a>
93	AD EBIS	アクセス解析	<a href="https://www.ebis.ne.jp/">https://www.ebis.ne.jp/</a>
94	E-IR	IR 系ツール	<a href="http://www.pronexus.co.jp/solution/listed_company/ir_sol/e-ir/">http://www.pronexus.co.jp/solution/listed_company/ir_sol/e-ir/</a>
95	エックスサーバー Web フォン	ウェブフォント	<a href="https://www.xserver.ne.jp/functions/service_webfont.php">https://www.xserver.ne.jp/functions/service_webfont.php</a>
96	Facebook ログイン	ソーシャルプラグイン	<a href="https://developers.facebook.com/docs/facebook-login">https://developers.facebook.com/docs/facebook-login</a>
97	Polyfill	JavaScript ライブラリ	<a href="https://polyfill.io/">https://polyfill.io/</a>
98	popin	広告	<a href="https://www.popin.cc/home/">https://www.popin.cc/home/</a>
99	CA ProFit-X	広告	<a href="https://caprofitx.jp/">https://caprofitx.jp/</a>
100	a8.net	アフィリエイト	<a href="https://www.a8.net/">https://www.a8.net/</a>

出典 : DataSign 「DataSign Web サービス調査レポート 2021.7」 (2021 年 7 月 31 日)

電気通信事業者における利用者情報の取扱い状況 モニタリングシート回答（2022年）における項目の比較

社名	株式会社 NTT ドコモ	KDDI 株式会社	ソフトバンク株式会社	楽天モバイル株式会社
1. 利用者情報の取扱いの状況、位置情報の取得・分析				
1-1.	<p>利用者情報取得の場面・取得する情報の内容</p> <p>利用者情報について、次のとおり情報取得等を実施。 【取得する情報の内容】</p> <p>①契約者情報 ・氏名、住所、性別、生年月日、電話番号等</p> <p>②会員情報 ・氏名、住所、性別、生年月日、職業、メールアドレス、dアカウントID、dポイントクラブ会員番号、端末識別子等</p> <p>③WEB・アプリ利用情報、dメニュー利用履歴 ・訪問したWEBサイトの閲覧履歴、cookie情報等 ・アプリ起動回数等のアプリ利用ログ、端末IPアドレス等</p> <p>④購買・決済情報 ・dカード、d払い等の決済利用情報等 ・dポイントカード等の利用履歴等情報 ・ケータイ払い購入商品、金額等</p> <p>⑤趣味・嗜好 ・dポイントクラブアンケートにより取得した情報</p> <p>【同意取得場面】</p> <p>①契約者情報 ・携帯電話サービス契約時</p> <p>②会員情報 ・dポイントクラブ会員加入時</p> <p>③WEB・アプリ利用情報、dメニュー利用履歴 ・dポイントクラブ会員加入時 ・アプリケーション利用開始時</p> <p>④購買・決済情報 ・dポイントクラブ会員加入時 ・dカード契約時</p> <p>⑤趣味・嗜好 ・dポイントクラブ会員加入時</p> <p>【取得の場面】</p> <p>①契約者情報 ・携帯電話サービス契約時</p> <p>②会員情報 ・dポイントクラブ会員加入時</p> <p>③WEB・アプリ利用情報、dメニュー利用履歴 ・WEBサイトやアプリ利用等、当社サービス又は当社以外のサービス利用時</p> <p>④購買・決済情報 ・dカード、d払い、ケータイ払い、dポイントカード等、当社サービス利用時</p> <p>⑤趣味・嗜好 ・dポイントクラブアンケート回答等時</p>	<p>主にWebサービスやアプリの利用時に、サービスの利用履歴や登録いただいた情報を利用者情報として取得。利用履歴には閲覧履歴・決済履歴・購買履歴等が含まれる。</p>	<p>【取得の場面】 サービスのお申込時、御利用時、お問い合わせ対応時等において取得。なお、取得時の同意については、2-2の回答を御参照いただきたい。</p> <p>【取得する情報の内容】 氏名、住所、生年月日、性別、電話番号、職業、勤務先、メールアドレスなど</p> <p>なお取得する主な情報については、プライバシーセンターにて公表。 ・プライバシーセンター パーソナルデータとは (<a href="http://s://www.softbank.jp/privacy/personaldata/about/">http://s://www.softbank.jp/privacy/personaldata/about/</a>)</p>	<p>【取得の場面】 ・サービス（回線、オプション、その他楽天モバイルから提供しているアプリ等のサービス）利用時</p> <p>【取得する情報の内容】 ・利用者の氏名、年齢、住所、電話番号等の情報</p>
1-2.	<p>位置情報取得の場面・取得する情報の内容</p> <p>位置情報について、次のとおり情報取得等を実施。 【取得する情報の内容】</p> <p>・アプリによる端末上の位置情報へのアクセスを許可設定した端末から取得するGPS位置情報 ・端末の在圏情報（基地局位置情報）、Wi-Fi位置情報（アクセスポイントに関する情報）等</p> <p>【同意取得の場面】 ・dポイントクラブ会員加入時 ・アプリケーション利用開始時</p> <p>【取得の場面】</p>	<p>auカーナビ・My au・au PAY等のアプリケーションにてGPS位置情報を取得。また、アプリ利用時に取得するGPS位置情報以外に、基地局側で取得する位置登録情報も取得。</p>	<p>【取得の場面】 御契約時の通信サービスの約款等により、同意を取得し、通信サービス提供に必要な範囲で取得。 ・基地局に係る位置情報*： 電源をONにしたタイミングや個々の通信時以外に移動体端末の所持者がエリアを移動するタイミングなど （*位置登録情報：通話やメール等の通信を成立させる前提として取得している情報） ・Wi-Fi位置情報*：</p>	<p>【取得の場面】 ・匿名化した位置情報等： 回線サービス提供に伴う取得 ・GPS位置情報： アプリ等でGPS取得を許可されている場合の取得</p> <p>【取得する情報の内容】 ・匿名化した位置情報等 ・GPS位置情報</p>

		・端末の在圏登録時、d Wi-Fi アクセスポイント通信時、当社サービス利用時等		<p>端末がアクセスポイントと接続し、外部と通信を行う前提として、端末が MAC アドレス等をアクセスポイントに送信するタイミングなど  (*Wi-Fi のアクセスポイントと移動体端末間の通信を位置情報の測位に応用することによって、利用者によるインターネット接続の前後を問わず取得される位置情報)</p> <p>【取得する情報の内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基地局に係る位置情報： 基地局の識別番号、端末の識別番号、取得日時など</li> <li>・Wi-Fi 位置情報： 日時、端末 MAC アドレスなど</li> </ul>	
1-3.	アプリやサイト（ブラウザ）経由の取得の状況・今後の予定	1-1、1-2 の回答のとおり、アプリやサイト経由で利用者情報・位置情報を取得。	弊社提供サービスを御利用いただくに伴うサービスの利用情報等を取得。	<p>【取得の状況】</p> サービスごとに、サービス提供に必要な範囲で、取得。例えば、弊社 Web サイトでは Google Analytics を利用してサイト訪問者の行動履歴（ページ遷移、離脱等）を取得。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・サイトポリシー（<a href="https://www.softbank.jp/help/sitepolicy/">https://www.softbank.jp/help/sitepolicy/</a>）</li> </ul> <p>【今後の予定】</p> お客さまへの説明についてより一層分かりやすくする取組を検討。	Rakuten Link、My 楽天モバイルなどアプリによる取得あり。今後もアプリやブラウザによる取得の予定あり。
1-4.	端末からの取得情報（センサー情報等）	1-1、1-2 の回答のとおり、端末から端末情報・位置情報を取得。	<p>広告 ID、端末 IP アドレス、GPS 緯度経度情報など、アプリケーションごとに必要な情報を取得。  詳細は各アプリのアプリプライバシーポリシーに規定。</p>	<p>【GPS、位置センサー等の取得情報】</p> 日時、IDFA もしくは AdvertisingID、端末 IP アドレス、GPS 緯度経度情報など、アプリケーションに依存する。	端末識別 ID (IMEI)、端末機種名、OS 情報、端末に紐づく広告 ID (IDFA、Advertising ID)、位置情報 (WiFi、Bluetooth) を取得
1-5.	取得情報の加工・分析・利用状況	<p>次のとおり、取得情報の加工・分析・利用をプライバシーポリシーの利用目的の範囲内で実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・御契約内容に基づく各種サービス・機能の提供</li> <li>・自社サービスの品質維持・向上</li> <li>・自社サービス・アプリ・システム等の保全</li> <li>・新商品や新サービスの企画、アンケート分析</li> <li>・キャンペーン提案等、広告ビジネス活用 等</li> </ul>	<p>取得した情報は、サービス毎に利用実態の分析やレコメンデーションに利用するほか、当社が付与した識別子 (au ID 等) をキーとして様々なサービスで取得した利用者情報を集約し、サービス横断での利用実態の分析を実施し、自社サービスのマーケティング活動を目的にサービス利用者のプロファイリングやターゲティング広告に利用。</p>	<p>【利用・分析状況】</p> 取得時の利用目的の範囲でサービス提供やお問い合わせ対応などのために利用。また、商品開発などを目的とした経営分析などに利用。 利用の目的の詳細については、プライバシーポリシーを御参照いただきたい ( <a href="https://www.softbank.jp/privacy/contact/sb-policy/">https://www.softbank.jp/privacy/contact/sb-policy/</a> )。 <p>【匿名加工情報への加工】</p> 広告ビジネスを目的とし、個人情報保護法に則り、匿名加工情報として HP に公表の上、加工、利用している。 詳細は、「ソフトバンクのデータ取り扱いに関する方針」を御参照いただきたい ( <a href="https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/">https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/</a> )。 <p>【統計情報への加工】</p> 公共計画などを目的とし、匿名化、秘匿化、統計処理の加工を行い、統計データとして利用。 詳細は、「ソフトバンクのデータ取り扱いに関する方針」を御参照いただきたい ( <a href="https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/">https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/</a> )。	【構成員限り】
1-6.	位置情報と位置情報以外の情報（加入者情報等）を組み合わせた分析・利用状況	<p>端末の在圏情報（基地局位置情報）について、非識別化処理・集計処理・秘匿処理による個人識別性の除去等を行ったうえで人口統計情報化し、「モバイル空間統計」としてサービスを提供。</p>	<p>各サービスの改善の分析等のほか、位置情報に性別・年代の属性情報を付与してエリアの人口動態が分析できるサービスを官公庁や自治体、その他民間企業に対し提供 (<a href="https://k-locationanalyzer.com/">https://k-locationanalyzer.com/</a>)。</p>	<p>位置情報と位置情報以外を組み合わせた分析・利用を実施。</p> <p>例として、位置情報を統計化したデータと年代などを組み合わせることで、地域ごとの年代別の人流の変化を分析することで、新型コロナウイルスへの対策検討や、災害時の避難状況の把握などに利用。  詳細は、「ソフトバンクのデータ取り扱いに関する方針」を御参照いただきたい (<a href="https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/">https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/</a>)。</p>	【構成員限り】
1-7.	利用者情報の第三者提供の状況	<p>パートナーとの協業に必要とする同意の範囲内でパートナー企業へ提供。  パーソナルデータをお客様の同意に基づきパートナー</p>	<p>各サービスの提供に必要な範囲で利用者情報の第三者提供を実施。  例えば、弊社グループ会社と連携した割引や特典の付</p>	<p>個人データの第三者提供は、お客さまの同意に基づき、実施。  お客さまの同意に基づき、サービスを提供するために</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・楽天グループへの共有（キャンペーンのポイント付与、広告）。</li> <li>・公的機関等による開示命令への対応。</li> </ul>

		(ドコモグループ、d ポイント加盟店、その他提携先)へ提供の際は、氏名、電話番号、メールアドレスを削除。	与等のために利用者情報を提供する場合がある。	必要な連携のほか、お客さまにより良いサービスを提供するために、例として、お客さまひとり人の興味・関心のある広告を配信するために連携を行っている。 詳細は、「パーソナルデータの連携」を御参照いただきたい (https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/data-transfers/)。	
1-8.	広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況	d メニュー、メッセージSやマイマガジン等の広告媒体への広告出稿及び効果測定等のソリューションを提供しており、ターゲティングや統計解析のために cookie や位置情報を活用。	広告主として、cookie 等を利用し、広告配信事業者を介してインターネット上の様々なサイトやアプリにおいて、弊社の広告を掲載。 また、3-1 の回答のとおり、別途同意をいただいたお客様の情報について弊社グループ会社を介し、WEB 広告等を提供。	広告ビジネスに、利用者情報を利用。 詳細は、「ターゲティング広告や分析機能などの利用に関する方針」を御参照いただきたい (https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/ads/)。	利用者情報を利用した当該サービスに関する広告の提供。
1-9.	利用者のプロファイリング・セグメント化状況	広告ビジネスにおいて cookie や位置情報等を用いたプロファイリング・セグメント化を行う等の取組みを実施。	お客様に提供いただいた属性情報 (性別・年齢・家族構成など) をターゲティングセグメントとして用いるほか、各サービスの利用頻度や各種利用情報を分析し、利用。	年齢、性別、位置情報に基づいたセグメントを作成し、広告ビジネスに活用。 個人の特定につながるようなプロファイリングは行っていない。 詳細は、「ターゲティング広告や分析機能などの利用に関する方針」を御参照いただきたい (https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/ads/)。	・特になし。
1-10.	利用者情報、位置情報取得との関係での留意事項、参照している GL 等	cookie の取得や利用にあたっての留意事項として、Web サイト等の利用者の導線上にて、パーソナルデータを利用している外部サービス (3rd パーティの情報収集モジュール等) を自動検出し通知 (https://www.nttdocomo.co.jp/utility/term/)。 利用者情報、位置情報の取得及び利用においては、「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」、「位置情報プライバシーレポート」、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を遵守。	お客様に対して取得データ・利用目的を明確に提示し、必要最低限かつ具体的なデータの取得・目的を提示して同意を取得。 また、位置情報のマーケティング利用・グループ会社へのマーケティング目的での第三者提供については、同意をいただいた後も撤回できるオプトアウト機能を提供。 参照しているガイドラインは、「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」をはじめとした特定分野ガイドライン、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」、「位置情報プライバシーレポート」等の政府文書や認定個人情報保護団体の指針等である。	【留意事項】 法令やガイドラインの遵守に加え、(設問6のPIAに関連し) 利用者情報や位置情報の利活用案件ごとに、プライバシーへの影響を、社内の専門組織が評価するとともに、必要に応じて、社外有識者への確認を実施。 PIA では、リスクの評価結果に応じて、リスク低減を行い、また、お客さまに対しては、分かりやすさと詳細さのバランスを考慮した説明を行う等の取組を実施。  【参照している GL 等】 ・個人情報保護法関連の各種ガイドライン、電気通信事業法関連のガイドライン、「位置情報プライバシーレポート」、「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」、「カメラ画像利活用ガイドブック」、「AI・データの利用に関する契約ガイドライン」、「DX時代の企業のプライバシーガバナンスガイドブック」等、政府の文書。 ・認定個人情報保護団体の指針や各種業界団体等のガイドブック及び社内規定類。	・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 ・電気通信事業における「十分な匿名化」に関するガイドライン ・スマートフォン プライバシー イニシアティブ ・位置情報プライバシーレポート ・同意取得の在り方に関する参考文献

## 2. 利用規約・プライバシーポリシー

### プライバシーポリシー等

2-1.	利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーの内容、掲載場所	「NTT ドコモ プライバシーポリシー」は、「NTT ドコモ パーソナルデータ憲章」に基づき、パーソナルデータの取扱いに関する方針として「当社がパーソナルデータをどのように取扱っているのか」「お客さまが自分のパーソナルデータをどのように管理することができるのか」などを明らかにしている。 具体的には、パーソナルデータの取得、利用目的、安全管理及びお客様問い合わせ窓口等を公表 (https://www.docomo.ne.jp/utility/privacy/)。 あわせて、お客様が各種サービスを利用される際のパーソナルデータの第三者提供について「パーソナルデータの取扱いに関する同意事項」として公表 (https://www.docomo.ne.jp/utility/personal_data/consent_matters/)。	1-10 の回答で記載しているガイドライン等を踏まえ、利用する情報や目的、その他必要事項を弊社方針として記載した「KDDI プライバシーポリシー」を制定・公開。「KDDI プライバシーポリシー」については、企業 HP や主要な WEB ページのフッターにリンクを設置し、1 クリックでアクセスができるようにしている。 また、アプリごとに「アプリプライバシーポリシー」を制定し、アプリ特有の利用目的等を記載している。 <参考> ・KDDI プライバシーポリシー (https://www.kddi.com/corporate/kddi/public/privacy/) ・アプリプライバシーポリシー (例: My au アプリ [iOS]) (https://www.kddi.com/app-policy/ios/app-policy-Myau-1.2.html)	パーソナルデータの取扱いについて、個々のサービスでお客さまへの御説明が必要な場合は、各サービス約款・利用規約等に記載。また、パーソナルデータの取扱い全般をプライバシーポリシーに記載し、弊社 HP に公開。 ・プライバシーポリシー (https://www.softbank.jp/privacy/contact/sb-policy/)	次のページに集約 (https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/)。
2-2.	サービス利用開始前の利用者への示し方、通知/同意取得の方法 (導線等)	「NTT ドコモ プライバシーポリシー」は、コーポレートサイトのトップページから 1 クリックで辿り着ける場所に配置。 個別のサービス利用申込みの際には、利用規約等にパーソナルデータの取扱いについて「NTT ドコモ プライバシーポリシー」にて公表している旨を規定。	各種サービスの契約・申込時にプライバシーポリシーを掲示。具体的には、WEB 画面では申し込み動線の中で表示。対面での申し込みの際は、重要事項説明書に利用目的を明示し、口頭で御案内している。	プライバシーポリシーは、弊社ホームページに公表しており、また、各サービス約款・利用規約は、必要に応じて弊社 HP 等に公表。 ・プライバシーポリシー (https://www.softbank.jp/privacy/contact/sb-policy/)  お客さまがサービスをお申し込みされる際は、各サービス約款・利用規約及びプライバシーポリシーを通知し、同意を取得。	2-1 の回答のとおり当社 Web サイト上に掲載し、いつでも誰でも閲覧可能な状態としている。また、アプリに関してはアプリからプライバシーポリシーにリンク可能な状態としている。 回線契約時やアプリ利用開始時にリンクを掲載し同意した上での申し込みを受けている。 位置情報等に関する情報に関しては、契約の申込みやアプリ利用開始時に別の利用の同意に関する文言を個別に明確に表示した上で承諾を取得している (承諾をしないことも可能であり、また、同意しているユーザーも事後にオプトアウト可能としている)。

				例として、携帯電話の契約締結時には、ショップなどでお客さまに利用規約の説明を行い、同意を取得している。	
2-3.	変更の際しての通知/同意取得の方法	2019年12月の「NTTドコモ プライバシーポリシー」再編の際に、3か月以上の周知期間を設け、dポイントクラブ会員向けにSMSやメール等によるプッシュ通知、郵送等による周知を徹底。 2022年4月1日施行された個人情報保護法の改正に伴い、プライバシーポリシーの内容をより分かりやすくお伝えするため、2022年3月30日にコーポレートサイト「ドコモからのお知らせ」にてプライバシーポリシーの改定について周知。	各サービスの利用規約等で情報の取扱いについても規定しており、利用目的等を変更した際には都度同意をいただいている。またKDDI プライバシーポリシーについては、最新版を弊社HP上にて公表しているほか、通信サービスを含む各種サービスの契約タイミングで最新版のプライバシーポリシーを参照し同意をいただいている。 加えて、au IDの新規作成・ログイン時にもプライバシーポリシーをはじめとした規約や同意事項等を表示し、より多くのお客様に御確認いただけるような取組を実施。	軽微な修正の場合*は、HPでお知らせを実施。 *変更前の利用目的と関連性を有すると合理的に認められる範囲 重要な変更の場合には、一斉メール送付、サービス利用時等に同意取得を予定。	目的の範囲内の変更についてはウェブサイト上で公開。 目的の範囲を超えた変更については現状実績なし。
2-4.	利用開始後（最初の同意・通知後）における、定期的な通知等の工夫	定期的な通知はしていないが、利用者が同意した内容について容易に確認可能とする「パーソナルデータダッシュボード」の仕組みを用意。	プライバシーポリシーのほか、各サービスの利用規約および各アプリプライバシーポリシーに関しては、弊社HP上で最新版及び過去版を公表しているほか、特定のサービスについては、お客様のau IDアカウント管理画面上で、お客様が同意した規約バージョンの内容と最新バージョンの確認ができるようにしている。また、定期的な通知はしていないが、改定の内容により、弊社HPのお知らせ欄やサービス利用時等での再表示などの対応を実施。	現在、利用開始後の定期的な通知は行っていない。	2-1の回答のとおり当社Webサイト上に掲載し、いつでも誰でも閲覧可能な状態としている。アプリに関してはアプリからプライバシーポリシーにリンク可能な状態としている。また、変更が生じる場合は、2-3の回答のとおりウェブサイト上で公開。アプリに関しては再度ログインする場合等に同意を取得している。
透明性確保のための工夫					
2-5.	利用者情報の取扱いを分かりやすくするための考え方、工夫や対処（利用者への働きかけや情報提供、ユーザーテストの実施等）	「NTTドコモ プライバシーポリシー」及び関連コンテンツ「知ってナットク！ドコモのパーソナルデータ活用」、「パーソナルデータダッシュボード」を公表しているほか、利用者の認知度・満足度等のアンケート調査を実施し、継続的にコンテンツを拡充。	プライバシーポリシーや各種利用規約の中で説明しきれない詳細な内容についてはプライバシーポータル（ <a href="https://www.kddi.com/corporate/kddi/public/privacy-portal/">https://www.kddi.com/corporate/kddi/public/privacy-portal/</a> ）にて補足説明をするようにしている。 また、位置情報のマーケティング利用等、特定の同意事項に関してはオプトアウト機能を提供し、プライバシーポータルからオプトアウト機能へリンクするなどして、お客様のプライバシーに関わる情報をプライバシーポータルに集約。 プライバシーポータルの制作にあたってはユーザーテストを実施しており、今後もおお客様の御意見や第三者の評価を踏まえたアップデートを継続的に実施。	【考え方】 利用者情報の取扱いを分かりやすくするため、次のような考え方、世界観をもって、取り組んでいる。 ・重要なポイントを分かりやすく、Web等でコミュニケーションすることで ・手続きの負担感や分かりにくさを解消し ・お客さまが、いつでも確認して安心でき ・その時その時で、意思を反映・変更、開示請求もできる  【利用者への働きかけ等】 現在、さらに透明性を確保する具体的な工夫や対処を検討中。	次のページのようなイラストを用い概要説明する等の方法による情報提供（ <a href="https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/">https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/</a> ）。
2-6.	同意取得/通知に際しての、利用規約やプライバシーポリシーを理解しやすくするための工夫（階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタイトム、アイコン、モバイル及びスマートデバイスの特徴の利用等）	利用者が同意事項を確認できる「パーソナルデータダッシュボード」やパーソナルデータの活用例を例示する「知ってナットク！ドコモのパーソナルデータ活用」を公表。 アプリケーションプライバシーポリシー（以下「APP」という。）では、利用者にとって分かりやすい表示方法として、概要版の表示及び詳細版閲覧用のリンクを設けているほか、項目ごとに開閉可能な階層型で作成する運用。	外部有識者で構成されるアドバイザリーボードを設置し、そこでの御意見・議論を踏まえ、昨年以下の取組を実施。 ①プライバシーポリシーの改定 記載内容のシンプル化、章建ての見直し等 ②プライバシーポータルの改修 情報の取り扱いに関するイラスト等での解説の追加 ③au ID作成・ログイン時に表示する同意画面の改善 階層化等のUIの見直し また、今後もおお客様の意見や第三者の評価をいただきながら継続的に改善を実施する予定。	お客さまが、利用規約やプライバシーポリシーを理解しやすくするため、2022年3月31日にプライバシーセンターを開設し、イラストや階層的アプローチを用い、平易な言葉で説明するページを新設。 ・パーソナルデータの取扱い方法などを分かりやすく説明するウェブサイト「プライバシーセンター」を開設～お客さまのプライバシーへの配慮を一層強化～（ <a href="https://www.softbank.jp/corp/news/info/2022/20220329_01/">https://www.softbank.jp/corp/news/info/2022/20220329_01/</a> ）	2-5の回答に記載のページのとおり、個別のプライバシーポリシー以外にイラストを用いた全体のプライバシーポリシーの概要を設け、その下に個別の事業・アプリに応じたプライバシーポリシーを設ける階層的なアプローチをとっている。また、アプリに関しては、アプリからプライバシーポリシーにリンク可能な状態としている。
オプトアウト					
2-7.	利用者情報の提供を希望しない意思を示すオプトアウトの設置状況（方法、対象範囲等含む）	利用者が自身のパーソナルデータの取扱いについて意思表示できる項目は、原則全て「パーソナルデータダッシュボード」から選択できるようにしている。 パートナーへの第三者提供については、提供情報（基本情報/利用情報/位置情報/医療健康情報）×提供先（ドコモグループ/dポイント加盟店/その他提携先）ごとに停止できるオプトアウトを用意。 位置情報の利用については、ドコモが利用しないように意思表示することができる設定変更画面を用意。	位置情報のマーケティング利用やマーケティング利用目的でのグループ会社への第三者提供等の同意事項については、各同意の取得時及びau IDのアカウント管理画面にて、お客様がオプトアウトできるようにしている。 また、GPS情報の取得についても、各取得アプリで取得の停止を行うことができるようにしている。	プライバシー保護の取組において、公式アプリやMy SoftBank（お客さま向けの契約等を管理できるサイト）などで、統計サービス、推奨型広告、DM送付のオプトアウトを用意し、お客さま自らがこれらを利用停止できる手段を設けている。	利用者情報に関してはプライバシーポリシーに基づき削除、停止等を認めている。 位置情報等に関する情報については、オプトアウトを認めている。
2-8.	オプトアウトをした場合のサービス利用継続の可否	利用者が自身のパーソナルデータの取扱いについて意思表示できる項目は、原則全て「パーソナルデータダッシュボード」から選択できるようにしている。 利用者はオプトアウト後も継続してサービスを利用できるようにしている。	2-7の回答に記載のオプトアウトを行った場合でも、各サービスの利用は継続可能。	利用継続は可能。	利用者情報に関しては、サービスを継続したままオプトアウトできる範囲はプライバシーポリシーで認められた範囲のみ。 位置情報等に関する情報についてはオプトアウトしたままサービス利用継続可能。
2-9.	利用者情報の提供について個	利用者が自身のパーソナルデータの取扱いについて意	2-7の回答に記載のオプトアウトやメールマガジンの	現在、個別に選択できるダッシュボード等を検討中。	2-5、2-6の回答に記載のものとおおり。

	別に選択できるダッシュボード等の設置状況（方法、対象範囲等含む）	思表示できる項目は、原則全て「パーソナルデータダッシュボード」から選択できるようにしている。 「パーソナルデータダッシュボード」では、「第三者提供の管理」、「位置情報利用の管理」、「個人関連情報の個人データとしての取得・利用の管理」、「お知らせ配信の設定」、「dアカウント連携サービスの変更」が可能。	停止等の手続について、プライバシーポータルに動線を設置。		
2-10.	オプトアウトに関する通知事項、導線	「NTT ドコモ プライバシーポリシー」で公表。 オプトアウト導線について、dポイントクラブアプリ・サイトの「設定・確認」の「会員情報の確認・変更」メニューから2クリックで到達可能。 また、プライバシーポリシーの「5. お客さまによるパーソナルデータの管理」から1クリックで辿り着ける場所に配置（ <a href="https://www.docomo.ne.jp/utility/privacy/">https://www.docomo.ne.jp/utility/privacy/</a> ）。	2-7 の回答に記載のオプトアウトやメールマガジンの停止等の手続について、プライバシーポータルに動線を設置しているほか、au ID 作成・ログイン時に同意をいただく際に、当該画面においてあわせてオプトアウトの方法をお知らせしている。	オプトアウトすべき対象によって、オプトアウト画面や窓口は異なるが、できるだけプライバシーセンターで、オプトアウト方法を御案内できるよう努めている。 現在は、 ・アプリの場合は各アプリのオプトアウト画面等 ・サイトの場合はサイトポリシーからオプトアウト案内等 ・弊社運営データの場合 My SoftBank のオプトアウト画面等 情報が収集・利用されるメディア上でオプトアウトをそれぞれ御提供。	個人データに関する利用停止手続きは次のページに記載（ <a href="https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/request/index.html">https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/request/index.html</a> ）。 通信ログ等の取得個別同意の撤回については次のページに記載（ <a href="https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/utilization/index.html">https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/utilization/index.html</a> ）。 Rakuten Link（通話アプリ）についてはアプリ内にて設定機能を提供。
データポータビリティ					
2-11.	データポータビリティに関する取組（データポータビリティを求める方法、対象範囲）	現時点ではデータポータビリティに対応していない。	現時点では対応していない。ユーザーズや事業分野ごとの必要性に応じて実施を検討する。	現在は対応していない。	なし。
2-12.	データポータビリティが可能である場合 ・提供されるデータのフォーマット ・提供先の要件 ・インターオペラビリティ確保に関する考慮状況	—	—	—	—
2-13.	個人情報保護法に基づく開示請求への対応状況（電磁的な開示の実施状況、開示請求の方法、提供フォーマット等）	開示請求方法は、「個人情報開示申請書」と本人確認書類を弊社宛に郵送いただき、契約者本人宛に回答を送付。書面又は外部記録媒体にて開示を行っており、申請時に回答方法を選択いただく。 開示請求手続方法は、「NTT ドコモ プライバシーポリシー」にて公表（ <a href="https://www.nttdocomo.co.jp/utility/personal_data/request/?icid=CRP_UTI_privacy_to_CRP_UTI_personal_data_request">https://www.nttdocomo.co.jp/utility/personal_data/request/?icid=CRP_UTI_privacy_to_CRP_UTI_personal_data_request</a> ）。	申請書を書面にて送付いただく形で受け付け、電磁的開示（USB メモリ）、書面にて開示。	コールセンターに「個人情報専用窓口」を設け、専門スタッフが個人情報責任部署や関係部門と連携し、お客さまへの開示等請求対応を実施。 提供フォーマットは、お客さまの求めに応じ、文書又は電磁的な記録（PDF 文書）の電子メールで実施（2022年4月1日の改正個人情報保護法改正を受け、提供形態を追加。）。 ・パーソナルデータお客さま相談窓口（ <a href="https://www.softbank.jp/privacy/management/procedure/">https://www.softbank.jp/privacy/management/procedure/</a> ）	次のページのとおり（ <a href="https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/request/index.html">https://corp.mobile.rakuten.co.jp/guide/privacy/request/index.html</a> ）。
3. 他アプリやサイトを經由した情報収集の状況					
3-1.	他アプリやサイトを經由した情報収集の状況	パートナーの Web サイトで、ドコモの情報収集モジュールにより cookie 等の情報を取得する場合がある。	弊社グループ会社でデジタル広告を配信する「Supership 株式会社」のモジュールに対応したアプリ・WEB を通じて、ターゲティング広告に必要な属性情報の提供のため、広告配信識別子及び IP アドレスを取得することがある。 取得にあたっては、お客様から個別に同意を取得している。加えて、オプトアウトの動線も設置し、公表。  情報収集モジュールや JavaScript を提供することによる利用者情報の送信等はモニタリングシート及びプレゼンテーション資料に記載の Supership 社との取組以外には実施していない。 なお、ロイヤリティマーケティング社とは、別途個別に第三者提供の同意を取得し、ポイントの付与やお知らせの配信等を目的とし、個人データを相互に提供をしている。繰り返しとなるが、情報収集モジュール等を用いた送信ではなく、社間でデータを送受信している。 また、mediba 社とは、広告配信事業やメディア事業の一部を委託しており、個人情報保護法の委託の規定に基づき、同社に個人データの提供を実施。	他サイト等において、ユーザーの訪問・閲覧履歴等の情報について、弊社が直接取得することがある。	グループ会社も含め他社のアプリやサイト上で、当社のために収集している情報はなし（当社が収集しているのはあくまで当社の運営するアプリやサイトを通じて、グループ会社の情報収集モジュールを用いたもの。）。
3-2.	他アプリ提供者やサイト運営者に対し、どのような同意取得や通知を促しているか	Web サイト運営者がドコモの情報収集モジュールを導入する際の契約において、所定の Web ページへのリンクを表示する等、Web サイト訪問者への説明を行うことを規定（ <a href="https://www.nttdocomo.co.jp/utility/term/handling_information.html">https://www.nttdocomo.co.jp/utility/term/handling_information.html</a> ）。	所定の説明や通知・公表を実施することを案内するとともに、広告が表示された際の i マーク等からオプトアウトの方法が表示するよう周知。	他サイト等運営のパートナー向け書面、相手方との契約書において、他サイト等における「ユーザーへの通知」や「ユーザーの同意を要する場合の同意取得」を求めている。	3-1 の回答のとおり。
3-3.	情報収集モジュールや JavaScript	当社の広告を掲載する提携サイト・アプリに対して情	3-1 の回答のとおり。	3-1 の回答のとおり。	3-1 の回答のとおり。



	ipt の他アプリ提供者やサイト運営者への提供による利用者情報の外部送信の状況	報収集モジュールや JavaScript の提供を行い、cookie 等を取得し広告に活用。			
3-4.	3-3 に該当する場合の、他アプリ提供者やサイト運営者への情報提供状況	情報収集モジュールや JavaScript の提供先事業者に対して、導入いただく際に規約を同意いただいている。規約内にて、アプリやサイトを御利用されるお客様に対してモジュール等の説明を求めめることを規定。 また、当社 HP にて取得している情報やオプトアウト方法を公表 ( <a href="https://www.nttdocomo.co.jp/utility/term/handling_information.html">https://www.nttdocomo.co.jp/utility/term/handling_information.html</a> )。	3-2 の回答のとおり。	3-2 の回答のとおり。	3-1 の回答のとおり。
3-5.	情報収集モジュールや JavaScript について、送信される情報の内容や送信先等の変更等	これまで、当社が提供する情報収集モジュールや JavaScript について、送信される情報の内容、送信先等を変更したことはない。 今後、変更の必要ある場合が生じた際は、提携サイト・アプリ事業者に対しての説明及びアプリやサイトを御利用されるお客様に対する適切な周知方法を検討して参る。	送信される内容や送信先の変更は原則行予定はないが、仮に変更がある場合は、サイト運営者等に周知を実施。	送信される情報の内容や送信先を変更することはない。	3-1 の回答のとおり。
3-6.	複数の他アプリやサイトから利用者情報を収集している場合の、情報管理状況	複数のサイトから収集した情報について、d アカウントで認証されたユーザのデータを統合管理。	同意の範囲を超えた利用がされないよう、特定の設備内に閉じて管理。	—	3-1 の回答のとおり。
<b>4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況</b>					
4-1.	他社に対する、取得した利用者情報・位置情報に基づくデータ提供の内容、提供に関する留意点（ユーザーへの説明、他社の監督、安全管理など）	「基本情報」、「利用情報」、「位置情報」、「医療健康情報」について同意を得たもので、パートナーとの協業等のために必要最小限のデータを第三者提供。 第三者提供にあたっては、提供情報、提供先、提供先の利用目的を定めた上で利用者の同意を得るようにしている。 提供先における利用目的は、利用者から同意を得た範囲から逸脱しないよう、提供先との二者間の契約等においても規定。 業務委託に伴う提供においては、個人データの安全管理について委託先の監督を実施。	お客様から第三者提供の同意をいただいた範囲内のデータ・利用目的で他社に対してデータ提供を行うことがある。 利用者情報、位置情報の提供に際しては、目的に応じて集計・セグメント化等を行い、必要最低限の情報の提供を行うように留意している。 第三者提供先に対しては、記録義務等の法律で求められる事項のほか、社間での契約を締結し、目的外利用を禁止している。また、弊社からの第三者提供先の大半を占めるグループ会社に対しては、コンプライアンス・情報セキュリティ等の観点でガバナンスを徹底し、お客様データを適正に取り扱っている。 また、第三者提供に際して、au ID アカウント管理画面内で同意の撤回（オプトアウト）を行うことができるようにしている。 また、委託に伴い個人データを提供する場合は、委託先の監督等当社が定める安全管理措置を講じている。	【お客さまへの説明】 他社への提供は、個々のサービス約款・利用規約等及びプライバシーポリシーに、第三者提供を明記の上、お客さまに通知し、同意を取得。 また、提供を望まないお客さま向けにオプトアウトを用意。 ・パーソナルデータの連携 ( <a href="https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/data-transfers/">https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/data-transfers/</a> )  【他社の監督・安全管理】 ・委託先： 契約時に、安全管理措置についての契約条項を盛り込むとともに、締結後もデータ取扱いの実地監査など、適切な安全管理措置が行われているか、監督を実施。 ・第三者提供先： 契約時に、再提供、派生データの作成、公表、利用終了後の削除などの禁止又は報告義務などを取り決めている。 また、利用終了後の削除などの確認、安全管理を行っている。	楽天グループ内でのデータ提供あり。2-5、2-6 の回答のとおり、イラストを用い概要説明等の方法による分かりやすい説明を実施。第三者提供にあたっては、ガイドラインに従った安全管理を実施。
4-2.	利用者情報・位置情報の取得・活用に関する、他社との連携状況、連携に関する留意点（ユーザーへの説明、他社の監督、安全管理等）	ID 連携、ポイント連携、決済連携、サービスの共同開発、その他付加価値創出を実施。 他社との連携においてはそれぞれが独立した取扱い主体として利用者への説明責任を果たし、提供されたデータの目的外利用の禁止等を明確化。	グループ会社とサービスの提供や各種特典・割引サービスの提供等のため情報の連携を行っている。提供にあたっての留意点は 4-1 の回答に記載の内容と同様。また、お客様への最適な情報提供のためにも連携を行っているが、au ID アカウント管理画面内で同意の撤回（オプトアウト）を行うことができるようにしている。	個々のサービス利用前にサービスの約款・利用規約等で説明を行い、法令の必要に応じた同意を取得。 なお、位置情報の利活用については、プライバシーセンターで説明。 ・ソフトバンクのデータ取り扱いに関する方針（位置情報の取扱い） ( <a href="https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/">https://www.softbank.jp/privacy/personaldata/utilization/data-anonymization/</a> )	楽天グループからの提供。プライバシーポリシーにおいて説明。ガイドラインに従った安全管理を実施。
<b>5. アプリ提供マーケット</b>					
5-1.	SPI に関する取組状況	当社が開発するアプリケーションについては、スマートフォンプライバシーインシティブ（以下「SPI」という。）を参照し、APP の概要版・詳細版にて規定すべき項目、画面デザインや画面遷移等に関する社内マニュアルを策定し、マニュアル策定部門や関連部門の照会を経て APP を策定しアプリケーションへ組み込む運用。	社内規程を作成し、弊社のお客様向けに提供しているアプリについてはアプリプライバシーポリシー作成の義務化に加え、SPI II で推奨される監査まで実施。また、KDDI が提供されるお客様向けアプリすべてにおいて、全社ガイドラインをもとに、プライバシーポリシーに即した挙動となっているか審査を実施。	アプリマーケットの運営は行っておらず、アプリケーション提供者の立場のみ。 アプリによる情報収集は、アプリに組み込む SDK を含め、アプリ毎に収集する情報と提供先をレビューした上で、アプリ利用者へのコミュニケーションの在り方を指導。	当社はアプリケーション提供サイトを運営していないため、アプリケーションの提供者という立ち位置になる。 アプリケーションごとにプライバシーポリシーを作成、公表（アプリ内および公式サイトでの公開、各アプリストアにリンク掲載）しており、SPI にて提唱されている 8 つの項目を網羅するようにしている（一部、問い合わせ窓口や開示請求の手順等は共通のポリシーとしてウェブサイトにとまとめて掲載する形をとっている。）。 アプリケーション単位で情報収集モジュールの情報も掲載しており、対象モジュールのポリシーへのリンクのほか、取得される具体的な項目についてもプライバシーポリシー内に記載するようにしている。
5-2.	アプリケーションプライバシーポリシーの作成や利用者情	当社が開発するアプリケーションについては、SPI を参照して社内マニュアルを整備し、アプリ提供主管部門	弊社アプリ提供 PF 上で提供するアプリに対して、SPI 提唱項目に準拠したアプリプライバシーポリシーの開	アプリマーケットの運営は行っていない。	次のページのようなイラストを用い概要説明等の方法による情報提供 ( <a href="https://corp.mobile.rakuten">https://corp.mobile.rakuten</a> ).

	報取扱いの透明性確保の観点からのアプリ提供者に対する働きかけや情報提供	はマニュアル策定部門への照会を必須とする運用フローを実施。 同意画面は、利用者にとって分かりやすい表示方法として、アプリケーションプライバシーポリシー概要版の表示及び詳細版閲覧用のリンクを設けているほか、項目ごとに開閉可能な階層型で作成する運用。	示を必須化し、利用者情報の送信に関する透明性の確保に努めている。	co.jp/guide/privacy/)	
6. PIA・アウトカムについての考え方					
6-1.	PIAの導入状況 (GDPRのDPIAの具体的な実施方法や、その他の実施事例)	パーソナルデータの取り扱いにおける理念を明確化し、自らを規律するものとして、「NTT ドコモ パーソナルデータ憲章」を制定。 パーソナルデータを利用する際に憲章に沿った実行性を担保するために、プライバシー影響評価制度（以下「PIA制度」という。）を導入。 PIA制度の仕組みとして、まず、パーソナルデータを活用した施策・サービスを実施するにあたっては、必ずデータ活用部門自らがプライバシー観点での懸念点の有無などについて自己評価し、必要なプライバシー保護施策を検討するとともに、評価結果に基づき施策・サービスの実施是非を判断することとしている。 さらに、一定の基準に該当するパーソナルデータ活用事案については、社内のPIA会議でプライバシーへの影響を評価（詳細は6-2の回答のとおり。）。	新規サービスの開始前や新たな情報利用の取組を行う際に、PIAを実施する体制を整備している。 GDPRの規制対象の範囲内では実施の体制を整備している。	CDO (Chief Data Officer) を責任者とし、社長をレポートラインとする全社横断の専門組織にて、プライバシー・バイ・デザインの考え方で、データ利活用前に案件ごと*のPIA（リスクの評価）を実施。 *通信の秘密、個人情報、その他プライバシー情報を扱う案件は全件確認を実施。	【構成員限り】
6-2.	利用者情報の取扱いに関するアウトカムについての検討状況（検討している場合、どのような考え方にに基づき判断しているか）	社内にプライバシー影響評価に関する諮問機関であるPIA会議を設置し、活用するパーソナルデータの性質や利用態様に応じた付議基準を設け、一定のパーソナルデータ活用事案については、データ活用部門による自己評価に加え、PIA会議において多角的な視点からプライバシーへの影響を評価する仕組みを設けている。 自己評価のみの場合もPIA会議で議論する場合も、パーソナルデータ憲章に反していないか、お客様や社会から受容していただけるかどうかという観点で、リスク評価を実施。	プライバシー保護を所掌する専門組織であるデータガバナンス室が中心となり、当社が定めたフロー・基準にてPIAを実施。一定の評価項目を用い、お客様に対し、プライバシー上のリスクがないか、リスクの回避策が十分かを検証し、サービスの開始前に適切な対処が実施できるように努めている。 また、PIAに際しては外部の有識者の意見も聴取し、客観的な視点での評価も取り入れている。	PIA時、アウトカムについて検討。 【判断にあたっての考え方】 様々な関係者にとって、利益・便益というプラスの側面と、不利益や気持ち悪さなどネガティブな側面、双方から確認。 具体的には、 ・お客様にとって： 便益につながる利用か？、不利益は生じないか？、プライバシー侵害にあたらぬか？、気持ち悪さはないか？など ・事業者にとって： 利用目的の範囲か？、必要な利用か？、価値を生む利用か？、利用環境、利用者、廃棄など安全管理に問題はないか？など ・社会にとって： 社会的に価値ある利用か？、漏えいした場合のリスクの程度は大きいかなど	【構成員限り】
6-3.	利用者に対する、PIAの結果やアウトカムの説明の取組状況	PIAの結果について、現状お客様に説明する取り組みは行っていない。 なお、当社としては、お客様にとって重要なのは、事業者がどのようにプライバシー影響を評価しているかではなく、実際に「どのような情報がどのような目的で利用されるのか」、「どのようなメリットがあるのか」、「取得・利用等を停止・拒否する手段はあるのか」という点だと考えており、それらの内容を含む施策・サービス等の概要について、施策・サービス等に係る報道発表やHP、同意取得時の説明ページなどにおいて御案内をするよう努めている。	PIAの結果そのものの公表は今のところ予定はしていないが、PIAに基づき、お客様に対して、特に配慮が必要な事項や分かりにくいと思われる事項に対して説明の方法や内容を工夫する等の取組を実施。	サービスの案内時や、御利用開始前に、特にお客様が気になるポイントに留意して説明。 なお、その説明の程度は、分かりやすさと透明性のバランスをはかるため、PIAの結果やアウトカムに応じて、説明の詳しさを変える取組を実施。	【構成員限り】
7. 個人情報保護管理者の設置状況					
7-1.	設置状況	個人情報保護を含む情報管理全般の責任者として、情報セキュリティ管理責任者（CISO）を配置しており、代表取締役副社長が情報セキュリティ管理責任者（CISO）及び個人情報保護管理者（CPO）を兼務している。情報セキュリティ管理責任者（CISO）の配置について、情報セキュリティポリシーにて公表（ <a href="https://www.docomo.ne.jp/utility/personal_data/security/">https://www.docomo.ne.jp/utility/personal_data/security/</a> ）。	【構成員限り】	弊社個人情報保護規定で、個人情報保護管理者を設置している。	設置済み（2018年より）
7-2.	名称等	情報セキュリティ管理責任者（CISO）、個人情報保護管理者（CPO） 2022年4月現在では、代表取締役副社長 丸山 誠治がCISO及びCPOを務めている（ <a href="https://www.docomo.ne.jp/info/news_release/2021/05/12_00.html">https://www.docomo.ne.jp/info/news_release/2021/05/12_00.html</a> ）。	【構成員限り】	【当該役職の名称】 個人情報保護管理者  【当該役職に就任している方の氏名】 常務執行役員 最高データ責任者(Chief Data Officer/CDO)	プライバシーオフィサー、佐藤公司（楽天モバイル法務コンプライアンス部 部長（責任者））

				佐々木 一浩 【兼務の場合の他の役職】 コンシューマ事業統括 副統括担当 顧客基盤推進本部長	
7-3.	業務内容	個人情報保護に関する業務において、「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」の遵守するための内部規定の策定、監査体制の整備及び電気通信事業者の個人データの取扱いの監督を含む情報管理全般の責任者となっている。	【構成員限り】	データ利用のルール作成、判断。	プライバシーポリシーの策定、社内でのデータ利用に関する相談、承認対応、インシデント発生時の対応等を行う組織の責任者

プラットフォーム事業者における利用者情報の取扱い状況 モニタリングシート回答（2022年）における項目の比較

参考5-2

社名	Apple. Inc	Google LLC	LINE株式会社	Meta	ヤフー株式会社
最新の情報	<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/">https://www.apple.com/jp/privacy/</a>	<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja">https://policies.google.com/privacy?hl=ja</a>	<a href="https://line.me/ja/terms/policy/">https://line.me/ja/terms/policy/</a>	<a href="https://ja-jp.facebook.com/policy.php">https://ja-jp.facebook.com/policy.php</a>	<a href="https://privacy.yahoo.co.jp/">https://privacy.yahoo.co.jp/</a>
事業領域	IT機器の製造・販売、ソフトウェア、各種サービスの提供	検索エンジン提供、広告事業等	SNSサービス、広告事業、コンテンツ販売等	オンライン・ソーシャル・ネットワーク・ウェブサイト及びこれに関連するサービス等	検索エンジン提供、広告事業（メディア事業）、EC事業等
1. 利用者情報の取扱いの状況					
1-1. 利用者情報取得の場面・取得する情報の内容	<p>【取得の場面】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Apple ID の作成</li> <li>デバイスの購入、アクティベーション</li> <li>ソフトウェアアップデート</li> <li>Apple のサービスへの接続 等</li> </ul> <p>【取得する情報の内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アカウント情報：E メールアドレス、登録されているデバイス、アカウントのステータス、年齢など、Apple ID など</li> <li>デバイス情報：デバイスを特定できるデータ（デバイスのシリアル番号など）、デバイスに関するデータ（ブラウザのタイプなど）</li> <li>連絡先情報：名前、E メールアドレス、住所、電話番号など</li> <li>支払い情報：銀行口座の詳細、請求先住所、クレジットカード情報などの支払い方法など</li> <li>取引情報：Apple の製品とサービスの購入に関するデータ、Apple のプラットフォームでの購入に関するデータなど</li> <li>不正防止情報：デバイス信頼スコア（※1）など</li> <li>使用状況データ：Apple の製品やサービスの使用に関するデータ（閲覧履歴、検索履歴、製品の操作、クラッシュデータ、パフォーマンスなどの診断データなど）</li> <li>位置情報：「探す」のサポートのみを目的とした詳細な位置情報 と、おおよその位置情報。※ユーザーは位置情報の提供を拒否設定が可能。</li> <li>健康に関する情報：個人の健康状態に関するデータ</li> <li>フィットネス情報：ユーザーが共有することを選択したフィットネスとエクササイズの情報</li> <li>財務情報：給与、所得、資産について収集された情報、Apple のブランドの金融サービスに関する情報</li> <li>政府発行の ID データ：特定の地域で、ワイヤレスアカウントの設定やデバイスのアクティベーションをする場合など限られた状況において、政府発行の ID を要求</li> <li>ユーザーから提供されるその他の情報：カスタマーサポートとのやり取り等、Apple とのコミュニケーションの内容などの詳細</li> </ul> <p>(Apple プライバシーポリシー (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/</a>))</p> <p>(※1)「詐欺行為の発見と防止に役立てるため、購入時に、デバイスの使用状況に関する情報（通話やメール送受信のおおよその回数など）に基づいて、デバイスの信頼スコアが計算されま</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Google サービスの利用時に Google が収集する情報</li> <li>Google は、すべてのユーザーにより良いサービスを提供するために情報を収集する。ユーザーの使用言語といった基本的な事項を理解することや、お客様にとって最も役に立つ広告などの広告か、おおすすめの YouTube 動画はどれか、などの複雑な事項を推定することが含まれる。Google がどの情報を収集するか、その情報がどのように使用されるかは、お客様がどのように Google のサービスを利用されるか、またプライバシー設定をどのように管理するかによって変わる。Google はユーザーが作成し、提供する情報（例えば Google アカウント）、Google のサービスにアクセスするために利用するアプリやブラウザ及びデバイスに関する情報を収集し、おおすすめの YouTube 動画を提示するなどユーザーにより役立つ情報を提供するために活用。また、Google サービス利用時の位置情報も収集するが、ユーザーは Google アカウントにアクセスして、Google に共有する情報や位置情報のような情報をいつ削除するかを確認、管理することが可能。Google は、包括的なプライバシーポリシー (<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja#infochoices">https://policies.google.com/privacy?hl=ja#infochoices</a>) により、ユーザーがどのように自らのデータを管理できるかを分かりやすく示す努力を行っていく。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主にお客様のアカウントの開設やサービス利用の場面において、電話番号、プロフィールネーム、プロフィール画像、氏名、住所、生年月日、メールアドレス、サービス利用履歴等の情報を取得。</li> <li>利用者情報取得の場面及び取得する情報の詳細は、プライバシーポリシーに記載し、公表 (<a href="https://line.me/ja/terms/policy/">https://line.me/ja/terms/policy/</a>)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>弊社は、個人データを収集し使用する方法について、利用者に明確で有意義かつ容易にアクセスできる情報を提供。また、弊社は、意義ある透明性の促進に努めており、可能な限り多くの人々が情報にアクセスできるよう、平易な言葉遣い、レイアウト、色調及びアイコンを主に使用するデザイン方針を採用。</li> <li>個人データの収集</li> <li>人々は、友人や家族とつながりを保ち続けるために、世界で起きていることを知るために、また、利用者にとつて重要なことを共有・表現するために、弊社のサービスを利用。弊社は、こうした使用者の興味・関心に合わせてサービスを提供するために、個人データを収集する必要がある。</li> <li>弊社は、Facebook、Instagram 及び Messenger の各サービスを提供する際、(i)利用者等が実行および提供するもの（誰と繋がっているかを含む）、(ii)利用者が弊社サービスを利用するに当たって使用するデバイスの情報、及び(iii)広告主、パブリッシャー、広告エージェンシーなど、第三者パートナーから受領する情報、という3つの基本カテゴリーの利用者に関する情報を受領。それぞれについて、Facebook のサービス、Instagram 及び Messenger に適用される弊社のデータに関するポリシーに概説されている。利用者は、Facebook 又は Instagram のアカウントを最初に作成する際に、データに関するポリシーに同意いただいている。</li> <li>弊社が提供するサービスの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日のみである。Instagram の利用に際して提供を求められる情報は、メールアドレス又は電話番号、及び生年月日のみである。また、利用者は、自らの選択により、自身の住所、言語、学歴、仕事、趣味及び好きな映画や本、音楽に関する情報等、プロフィールの追加情報を弊社に提供することも可能。さらに、利用者の弊社サービスとのエンゲージメントに関する情報も収集。この利用者のエンゲージメントに関する情報には、例えば、利用者が「いいね！」ボタンを押した Facebook ページ、利用者が参加している Facebook グループ、利用者が使用している他のアカウント、利用者が閲覧するコンテンツ、プラットフォームにアップロードするコンテンツ（投稿、写真、動画、ストーリー等）及び任意で行うフィードバック（広告が不適切であ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yahoo! JAPAN は、プライバシーポリシーに従って、次のような場合にパーソナルデータを取得。</li> <li>①端末操作を通じてお客様に御入力いただく場合</li> <li>代表例： <ul style="list-style-type: none"> <li>Yahoo! JAPAN ID を取得する際に、登録情報を入力し、送信していただく場合</li> <li>アンケート調査にご協力いただく場合</li> </ul> </li> <li>②お客様から直接または書面などを通じて御提供いただく場合</li> <li>代表例： <ul style="list-style-type: none"> <li>お客様から本人確認書類を御送付いただく場合</li> </ul> </li> <li>③お客様によるサービス等の利用・閲覧に伴って自動的に送信される場合</li> <li>代表例： <ul style="list-style-type: none"> <li>Yahoo! JAPAN のウェブページへのアクセスに伴って送信された「IP アドレス」を取得する場合</li> <li>Yahoo! JAPAN のウェブページの閲覧履歴を取得する場合</li> <li>Yahoo! JAPAN の検索機能を利用する際に入力された検索キーワードを取得する場合</li> <li>Yahoo! JAPAN のショッピングサービスでの購買履歴を取得する場合</li> <li>「Yahoo!防災速報」「Yahoo!天気」「Yahoo!MAP」などをインストールされている端末に対して、所在地に応じた災害情報などをお知らせするために、端末の位置情報を取得する場合（お客様が御利用の端末の設定で、Yahoo! JAPAN に位置情報を送信するための設定が有効になっている場合に限る）</li> <li>Yahoo! JAPAN の広告主や広告配信先などのウェブページやアプリを利用した場合には、そのパートナーのウェブページやアプリに Yahoo! JAPAN の「ウェブビーコン」などを設置して「クッキー」や端末情報を参照することで、お客様が御利用の端末を識別するための情報を取得する場合</li> <li>④第三者から情報の提供を受ける場合</li> <li>Yahoo! JAPAN 以外の第三者が取得した情報の提供を受けることで、パーソナルデータとして取得させていただく場合がある。</li> </ul> <p>なお、これらは当社のプライバシーセンター (<a href="https://privacy.yahoo.co.jp/">https://privacy.yahoo.co.jp/</a>) の「パーソナルデータの取得」(<a href="https://privacy.yahoo.co.jp/acquisition/">https://privacy.yahoo.co.jp/acquisition/</a>) においてお客様に対して詳細を説明。</p> </li></ul>

		<p>す。送信データは、お客様のデバイスの実際の値が Apple には分からないように設計されています。スコアは一定の期間、Apple のサーバに保存されます。』(「iTunes Store とプライバシー」(https://support.apple.com/ja-jp/HT208477))</p>			<p>ること又は興味がないこと等)が含まれる。</p> <p>弊社は、利用者が弊社のサービスを利用するのに使用するデバイスからの情報及び当該デバイスに関する情報を収集。弊社のデータに関するポリシーで説明しており、弊社が収集するデバイス情報には、次のようなものがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・デバイスの特質: オペレーティングシステム、ハードウェアとソフトウェアのバージョン、電池レベル、信号強度、ストレージの空き容量、ブラウザの種類、アプリとファイルの名称と種類、プラグインなどの情報。</li> <li>・デバイスの信号: Bluetooth シグナル及び近くの Wi-Fi アクセスポイント、ビーコン、セルタワーに関する情報。</li> <li>・ネットワークおよび接続: 携帯電話会社名、インターネットサービスプロバイダ名、言語、タイムゾーン、携帯電話番号、IP アドレス、接続速度、場合によっては近くにある又はネットワーク上にある他のデバイスに関する情報など、弊社が利用者の利用を手助けするための情報(動画を携帯電話からテレビにストリーミングするなど)。</li> </ul> <p>第3者から受領するデータには、他の利用者から共有されたデータ(例えば、利用者が他の利用者の写真を共有した場合)、広告主、アプリ開発会社、パブリッシャーからの情報(例えば、広告主がハッシュ化されたカスタマーデータを用いて広告のオーディエンスを構築する場合など)が含まれる。</p>	
1-2.	取得情報の加工・分析・利用状況	<p>【取得情報の利用目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスの強化: 製品やサービスのパーソナライズ・改善。また、監査やデータ分析、トラブルシューティングなど。</li> </ul> <p>例: ユーザーが Apple Music のサブスクリプションを利用して曲にアクセスする場合、Apple は、リクエストされたコンテンツの提供とロイヤルティの算出のために、再生された曲に関するデータを収集する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引の処理: ユーザーとの取引の処理</li> <li>・ユーザーとのコミュニケーション: 取引やアカウントについての連絡、製品やサービスのマーケティングのための関連情報の提供等。</li> </ul>	<p>Google は、Google のサービスを通してお預かりした情報を次の目的に使用。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスの提供 ユーザーの情報を、サービスを提供するために使用。例えば、検索キーワードを処理して結果を表示するため、ユーザーの連絡先から共有相手の候補を表示してコンテンツを共有しやすくするためなどに使用。</li> <li>・サービスの維持、向上 ユーザーの情報を、サービスを意図したとおりに稼働させるために使用。例えば、障害事例を追跡するため、あるいは報告をいただいた問題の解決に取り組むために使用。また、ユーザーの情報を、Google のサービスを向上させるために使用。例えば、特にスペルミスの多い検索キーワードを把握し、各種サービスでのスペルチェック機能の向上に役立てる。</li> <li>・新しいサービスの開発 既存のサービスで収集した情報を、新しいサービスの開発に役立てる。例えば、Picasa (Google の最初の写真アプリ) でユーザーがどのように写真を整理するかを把握したことが、Google フォトの設計とサービス開始に役立った。</li> <li>・コンテンツや広告など、カスタマイズしたサービス提供</li> </ul>	<p>取得した情報は、必要に応じて加工・分析した上、次のような目的で利用。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①サービスの提供・維持 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ログイン時の認証</li> <li>・メッセージの送信</li> <li>・お客様へのご連絡 等</li> </ul> </li> <li>②弊社サービスやコンテンツの開発・改善 <ul style="list-style-type: none"> <li>・サービス利用に関する統計の作成</li> <li>・お客様の購入履歴からトレンドを把握して新規サービスの開発を行う</li> <li>・サービスの利用状況を基に画面デザインの改善を行う 等</li> </ul> </li> <li>③セキュリティ・不正利用の防止 <ul style="list-style-type: none"> <li>・利用規約違反、不正アクセスなど、不正利用の有無の確認</li> <li>・不正利用が発生した場合のお客様への御連絡 等</li> </ul> </li> <li>④お客様に最適化されたコンテンツの提供 <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様が購入されたスタンプと関連する他のスタンプを推薦する</li> <li>・お客様のサービス利用状況等を基に広告を配信する 等</li> </ul> </li> </ol> <p>取得情報の利用状況の詳細は、プライバシーポリシーに記載し、公表 (https://line.me/ja/terms/policy/)。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人データの利用 弊社のデータに関するポリシーには、利用者による選択に服することを条件として、弊社が弊社の有する情報をどのように利用するのかが明記されている。例えば、弊社は、次の目的のために受領したデータを利用。</li> <li>・利用者のための弊社の製品及びサービスの提供、パーソナライズ化及び改善: 弊社は、(i) 機能及びコンテンツ(フィード及び広告など)のパーソナライズ化並びに、利用者に合わせてコンテンツの推奨、(ii) よりパーソナライズ化された、広告支援サービス (Facebook のサービス、Instagram 及び Messenger を含む。)において整合的な体験を提供するために情報の連結、(iii) それらのサービスの開発、検証及び改善、といった弊社のサービスを提供及び改善するために受領した情報を利用。</li> <li>・測定、分析及びその他のビジネスサービスの提供: 弊社は、保有する情報(訪問したウェブサイトや閲覧した広告など、利用者の弊社製品外におけるアクティビティを含む。)を、広告主などのパートナーが広告効果やサービス利用状況を測定し、その</li> </ul>	<p>Yahoo! JAPAN は、取得したパーソナルデータを、サービス等(※)の提供、改善や新たなサービス等の検討、サービス等の御利用状況などの調査、分析に利用。具体的な活用例は次のとおり。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①認証 ログインの際に、同じお客様からのログインかどうかを確認するため、Yahoo! JAPAN ID、パスワードその他のお客様の登録情報を利用。 また、ログイン方法の再設定の際には、上述の登録情報等に加えて、お客様のログイン時のサービス等の御利用履歴を利用していただく場合がある。</li> <li>②パーソナライズ 個々のお客様に最適なサービス等を提供する場合に、Yahoo! JAPAN 独自の基準で推定したお客様の興味関心に関する情報を利用。 具体的には、お客様の居住地域、性別、生年月日などの情報や、お客様のサービス等の御利用履歴(検索キーワード、閲覧されたウェブページ、御利用になったアプリ、購入された商品など)を分析して、お客様の興味関心に関する情報を推定し、コンテンツやサービス等を個々のお客様に合わせて最適化。</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セキュリティおよび不正防止：損失防止、不正防止。児童ポルノ排除のための事前スクリーニング・スキャンニングを含む。</li> <li>・法令遵守：適用法令の遵守のための利用</li> </ul> <p>(Apple プライバシーポリシー (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/</a>))</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パフォーマンス測定</li> </ul> <p>Google は、Google のサービスがどのように利用されているのかを把握するために、分析や測定のためのデータを使用。例えば、Google のサイトへのユーザーのアクセスに関するデータを分析して、サービスデザインの最適化などに役立てる。また、広告主が広告キャンペーンの効果を把握できるよう支援するために、ユーザーが操作した広告に関するデータを使用。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユーザーとのコミュニケーション</li> </ul> <p>Google は、収集したユーザーのメールアドレスなどの情報を、直接ユーザーに御連絡を差し上げるために使用。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Google、Google のユーザー、一般の人々の保護</li> </ul> <p>Google は、収集した情報を Google のサービスの安全性と信頼性を向上させる取り組みに使用。こうした取組には、Google、Google のユーザー、もしくは一般の人々に害を及ぼすおそれのある不正行為、不正使用、セキュリティ リスク、又は技術的な問題の検知、防止、対応などがある。</p>			<p>パートナーのウェブサイト、アプリ、サービスをどのようなタイプの人々が利用し、どのように反応しているかを分析できるようにする目的で利用。これにより、広告主は、高度な透明性及び測定にかかる知見を得られるとともに、より効果的な広告予算の活用方法に関する十分な情報に基づく意思決定が可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安全性、健全性及びセキュリティの促進： <ul style="list-style-type: none"> <li>・弊社には、保有する情報を、アカウントとアクティビティの認証、悪質な行為への対処、スパムなどの問題の検知と防止、弊社製品の保全維持、弊社製品の内外における安全とセキュリティの推進のために利用。</li> <li>・公益目的のための研究及びイノベーション： <ul style="list-style-type: none"> <li>・弊社は、一般社会福祉、技術進歩、公共の利益及び健康と福祉といったトピックに関する研究及びイノベーションの実施及び支援を目的として、受領した情報（弊社と協働する選抜された研究パートナーからの情報など）を利用。例えば、弊社は救助活動を支援するために、災害発生時の避難行動パターンに関する情報を分析。</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<p>例えば、Yahoo! ニュースでは過去に閲覧したニュース記事などを分析して関心が高いと推定される記事を表示し、Yahoo! ショッピングでは商品の閲覧履歴や購買履歴などを分析しておすすめ商品情報を表示。</p> <p>③ サービス等の改善・新たなサービス等の検討</p> <p>お客様のサービス等に対するニーズを分析して、サービス等の改善や新たなサービス等の検討をするために、お客様の居住地、性別、生年月などの情報や、お客様のサービス等の御利用履歴（検索キーワード、閲覧されたウェブページ、ご利用になったアプリ、購入された商品など）を利用。</p> <p>④ 広告の表示</p> <p>個々のお客様のニーズに即した、より適切な広告が表示されるように、お客様の居住地、性別、生年月等の情報を利用し、また、お客様のサービス等の御利用履歴（検索キーワード、閲覧されたウェブページ、御利用になったアプリ、購入された商品、位置情報等）や提供を受けた情報を分析して Yahoo! JAPAN 独自の基準で推定したお客様の興味関心に関する情報を利用。 ※複数の環境（端末、アプリ、ブラウザ等）の情報を利用する場合があります。</p> <p>⑤ 入力補助等</p> <p>商品を購入される際等に必要なおお客様の情報の入力、送信を簡単に行っていたできるように、自動的に入力画面に表示させたり、送信用の情報を生成したり、お客様がご利用になろうとするサービス等の提供者に転送して登録したりする場合には、お客様の登録情報を利用。</p> <p>⑥ 本人確認</p> <p>本人確認が必要な一部のサービス等を御利用いただく場合や、お客様からのお問い合わせを受けお客様の本人確認を行う場合に、氏名、生年月日、住所、電話番号、銀行口座番号、クレジットカード番号、運転免許証番号、配達証明付き郵便の到達結果等の情報を利用。</p> <p>⑦ お問い合わせ対応</p> <p>お客様からのお問い合わせに対応する場合には、お客様についての情報やサービス等の御利用状況などを利用。</p> <p>⑧ 代金請求</p> <p>有料サービスを御利用のお客様に代金を請求する場合には、購入された商品名や数量、利用されたサービスの種類や期間、回数、ご利用金額や、氏名、住所、銀行口座番号やクレジットカード番号などの情報（登録情報を含みます）を利用。</p> <p>⑨ お知らせ等の御連絡や送付</p> <p>お客様にお知らせや連絡（Yahoo! JAPAN やパートナーの提供するサービス等のご案内を含みます）をしたり、商品などを送付したりする場合には、お客様の氏名、住所、メールアドレスなどの連絡先情報を利用。</p> <p>⑩ 位置情報と連動したサービス等の提供</p> <p>お客様がサービス等を御利用になる端末の位置情報を取得し、サービス等の提供にあたって利用させていただく場合があります。</p>
--	--	--	--	--	---	---

						<p>Yahoo!カーナビでルート案内をしたり、Yahoo! MAPでお客様の現在地を表示したりする場合には、お客様の端末の位置情報を利用。また、お客様が現在いらっしゃる地域の災害に関する情報をタイムリーに提供する等、サービス等の提供に不可欠な場合のほか、お客様により一層快適にサービス等を御利用いただくために利用。</p> <p>⑪メールの解析による便利機能の提供、広告の最適化</p> <p>Yahoo!メールでは、Yahoo!メールで送受信されるメールを機械的に解析した結果を利用し、お客様により便利にYahoo!メールをお使いいただくための機能を提供したり、お客様の関心と関連性が高いと判定された広告やお知らせを配信したりしている。</p> <p>⑫迷惑行為・不正利用の対策</p> <p>利用規約違反や詐欺、不正アクセスなどの犯罪行為、不正・不当な目的でのサービス等の利用を防止、検出、調査する場合には、お客様の登録情報やお客様によるサービス等の御利用履歴などを利用。</p> <p>⑬企業や自治体での統計データの活用</p> <p>Yahoo! JAPANのデータソリューション事業において、お客様のデータを元に作成した「誰かの情報」とは言えない状態になった統計データを、企業や自治体が活用。</p> <p>⑭通信環境改善</p> <p>通信環境の改善やその公表に向けた参考資料とするために、お客様の御利用環境情報を、携帯電話事業者に提供する場合がある。</p> <p>⑮利用状況等の調査・分析</p> <p>サービス等の利用者数やYahoo! JAPANやパートナーが配信する広告の閲覧数、クリック数などを調査・分析するために、お客様によるサービス等の御利用履歴を利用。</p>
1-3.	利用者情報の第三者提供の状況	<p>・サービスプロバイダ：サービスプロバイダとして特定のタスク（製品の顧客への配達など）を行う契約を結んだ第三者。本プライバシーポリシーに準拠し、Appleの指示に従って個人データを取扱う義務を負う。Appleが提供する個人データを自らの目的のために使用することはできず、Appleの要請実行後は個人データを削除又は返却する。</p> <p>・パートナー：サービス・製品を提供するための連携先。ユーザーの個人データを保護する義務を負う。</p> <p>例：Apple CardやApple CashなどのAppleの金融サービスにおける連携先</p> <p>・アフィリエイト：パフォーマンスCookieが、ユーザーがアフィリエイトサイトからAppleのウェブサイトへアクセスし、製品を購入したりサービスを利用したことを、その詳細なアフィリエイトに知らせる。個人を特定できる情報は収集せず、収集した情報は集計するため、匿名性が保たれている。</p> <p>・その他：ユーザーの同意を取得した場合など</p> <p>(Apple プライバシーポリシー (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/</a>), AppleによるCookieの使用について (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/cookie/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/cookie/</a>))</p>	<p>ユーザーは、Googleのサービスを利用されるときに、次の内容が明記されたプライバシーポリシーに同意の上で、利用を開始する。次のプライバシーポリシー該箇所を御参照ください。</p> <p>Googleは、以下の場合を除いて、ユーザーの個人情報をGoogle以外の企業、組織、個人と共有することはありません。</p> <p>ユーザーの同意を得た場合</p> <p>Googleは、ユーザーの同意を得た場合に、Google以外の者と個人情報を共有します。機密性の高い個人情報 (<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-sensitive-info">https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-sensitive-info</a>) を共有する場合は、ユーザーに明示的な同意を求めます。</p> <p>外部処理の場合</p> <p>Googleは、Googleの関連会社およびその他の信頼できる企業または個人に対し、個人情報をGoogleのために処理させる目的で当該個人情報を提供します。その場合、当該関連会社、企業、または個人は、Googleの指示に基づきGoogleのプライバシーポリシーならびにその他の適切な機密保持およびセキュリティの</p>	<p>お客様から同意を取得して利用者情報を第三者提供する場合がある。</p> <p>例えば、他社のアプリでお客様がLINEアプリ内で設定されたプロフィール情報を利用する必要がある場合、お客様の同意を取得した上、当該情報を提供。</p>	<p>弊社は、弊社製品の提供と改善をサポートするサードパーティパートナー又はFacebookのビジネスツールを使って自社ビジネスを拡大するサードパーティパートナーと連携することによって、弊社のサービスを運営し世界中の人々に無料でサービスを提供している。弊社は、利用者の情報を他者に販売していないし、今後も決してしない。また、パートナーに対しては、弊社が提供するデータの利用と開示方法について厳しい制約を課している。情報を共有する外部パートナーの種類は次のとおり。</p> <p>・弊社の分析サービスを利用するパートナー</p> <p>弊社は、個人又は事業者が自身の投稿、リスティング、ページ、動画、その他Facebook製品内外のコンテンツに対する人々の反応を把握できるように、集約した統計やインサイトを提供。</p> <p>・広告主</p> <p>弊社は、広告を見た人のタイプや広告の効果についてのレポートを広告主に提供しているが、利用者が許可する場合を除き、利用者を選定する情報(利用者への連絡や特定につながる利用者名やメールアドレスなど)は共有しない。例えば、利用者</p>	<p>お客様の個人情報を第三者に提供する場合、お客様の同意を得て提供させていただく場合がある。</p> <p>また、プライバシーポリシーに定める範囲に限定して、パーソナルデータを第三者に提供させていただくことがあるが、お客様のデータは、氏名や住所など直接特定の個人を識別することができる情報を「除外」した上で、プライバシーポリシーに定める目的のために必要最小限のデータのみを選択。</p>



	<p>/www.apple.com/jp/legal/privacy/jp/cookies/))</p>	<p>方策に従って当該処理を行います。たとえば、Google ではカスタマー サポートの提供をサービス プロバイダーに委託することがあります。</p> <p>法律上の理由の場合 Google は、個人情報へのアクセス、使用、保存、または開示が以下の理由で合理的に必要なと誠実に判断した場合、その情報を Google 以外の者と共有します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>適用される法律、規制、法的手続きまたは強制力のある政府機関の要請 (<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-legal">https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-legal</a>) に応じるため。政府から受けた要請の教と種類についての情報は、Google の透明性レポート (<a href="https://transparencyreport.google.com/user-data/overview?hl=ja">https://transparencyreport.google.com/user-data/overview?hl=ja</a>) で開示しています。</li> <li>違反の可能性の調査など、適用される利用規約の遵守徹底を図るため。</li> <li>不正行為、セキュリティや技術上の問題について検知、防止またはその他の対応を行うため。</li> <li>法律上の義務に応じて、または法律上認められる範囲内で、Google、Google ユーザー、または一般の人々の権利、財産、または安全に害が及ぶことを防ぐため。</li> </ul> <p>Google は、個人を特定できない情報 (<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-info">https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-info</a>) を公開する、または Google のパートナー (サイト運営者、広告主、デベロッパ、権利者など) と共有することがあります。たとえば、Google サービスの一般的な利用傾向がわかる (<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-trends">https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-trends</a>) 情報を公開します。また、特定のパートナー (<a href="https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-specific-partners">https://policies.google.com/privacy?hl=ja#footnote-specific-partners</a>) に、広告および測定のためにパートナー自身の Cookie や類似の技術を使用してユーザーのブラウズまたはデバイスから情報を収集することを許可しています。</p> <p>Google が合併、買収、または資産譲渡の対象となった場合、Google は引き続きユーザーの個人情報の機密性が保持されるよう取り計らい、個人情報が増悪される前、または別のプライバシーポリシーの適用を受けるようになる前に、対象のユーザーに通知します。</p>			<p>のデモグラフィック情報や趣味・関心に関する一般的な情報 (例えば、広告を見た利用者は、マドリッドに住んでいる 25~34 歳の女性で、ソフトウェアエンジニアリングに関心があるといった情報) を、ターゲット層を把握するために役立たせる目的で広告主に提供している。また、どの Facebook 広告が購入やアクションにつながったかを確認し、広告主に知らせる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>効果測定を行うパートナー企業 弊社は、利用者に関する情報を、弊社のパートナーに分析や測定レポートを提供する目的で、データ集計を行う企業と共有。</li> <li>弊社製品で商品およびサービスを販売するパートナー 利用者が有料コンテンツの受信を申し込むか、弊社製品内で販売されるものを購入する場合、当該コンテンツのクリエイターや販売者は、利用者の公開情報や他の共有情報及び取引完了に必要な情報 (配送先や連絡先情報など) を受信。</li> <li>ベンダーとサービスプロバイダー 弊社は、技術インフラサービスの提供、弊社製品の利用状況の分析、カスタマーサービスの提供、決済の代行、アンケートの実施などにより弊社の事業を補助するベンダーとサービスプロバイダーに、情報とコンテンツを提供。</li> <li>研究機関や教育機関 弊社は、自社の事業やミッションを支える学問やイノベーションを推進し、広く社会の福祉、技術の発展及び公共の利益、健康、福利に関する発見とイノベーションに資する調査を実施するために、調査パートナーおよび学術機関に情報とコンテンツを提供。</li> <li>法執行機関や法的要請 弊社は、一定の状況において、法執行機関に対し、又は捜査令状、裁判所による命令、召喚状といった法的要請に応じて、適用法令に遵守するべく情報を共有。</li> </ul>	
1-4.	<p>広告ビジネスモデルへの利用者情報の活用状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apple の広告プラットフォームはユーザーを追跡しない。</li> <li>Apple の App から収集したユーザーやデバイスのデータを、他社製 App から収集されたユーザーやデバイスのデータと組み合わせさせてターゲティング広告又は広告測定のために使用しない。</li> <li>Apple の App から収集したユーザーやデバイスのデータをデータブローカーと共有しない。</li> <li>コンテキスト情報: 広告を提供するために、以下のコンテキスト情報を使用する。広告は、複数のユーザーから集約して作成するセグメント情報に基づき提供し、個人を特定して提供しない。 - デバイスの情報 - デバイスの場所 - App Store での検索</li> </ul>	<p>Google はユーザーから共有されたデータとともに Google のサービスを提供、維持、改善し、新しいサービスを開発。ユーザー御自身によるプライバシー管理によって、パーソナライズされたコンテンツ、広告を含めたサービスの提供に利用することができるようになる。Google アカウントにサインインし、アクティビティ管理のページから、ウェブとアプリのアクティビティをオンにすると、Google はユーザーに対しパーソナライズされた広告をユーザーの関心に基づき示すことがある。例えば、「マウンテンバイク」と検索すると、ユーザーは Google から提供された広告を表示するサイトを見るとスポーツ用品の広告を目にするかもしれない。Google がユーザーに広告を出すために利用する情報は、広告設定 (<a href="https://adsettings.google.com/authenticated">https://adsettings.google.com/authenticated</a>) からユーザー御自身で管理することができる。また、ユ</p>	<p>お客様により最適化した広告を配信するために利用者情報を利用。</p> <p>例えば、お客様のスタンプ等の購入履歴、よく御利用される弊社サービス、検索履歴等の情報を利用して広告を配信することがある。</p>	<p>弊社は、広告やクーポンなどの利用者に表示するスポンサーコンテンツを選定及びパーソナライズする目的で、利用者に関して弊社が保有する、利用者の趣味・関心、アクション、つながりなどの情報を利用。</p> <p>弊社が利用者の個人データを広告主に販売することはない。また、利用者の明確な許可を得ずに、利用者を直接特定できる情報 (氏名、メールアドレスまたは他の連絡先情報など) を広告主と共有することもない。</p> <p>その代わりに、広告主は自社の広告の配信を希望するオーディエンスの類型などを弊社に知らせることができ、弊社は興味を持ちそうな人にその広告を配信。</p>	<p>Yahoo! JAPAN は、お客様により適切な広告を表示するために、お客様から取得した次のようなパーソナルデータを利用して広告などを配信。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Yahoo! JAPAN ID の登録情報 (生年月、性別など)</li> <li>広告配信時に取得する情報 (時間帯、おおよかな現在地、広告が表示されるページ、広告表示時に検索していたキーワードなど)</li> <li>広告配信前に取得した過去の履歴 (※) ① Yahoo! JAPAN サービスの利用履歴 (過去に検索したキーワード、閲覧したウェブページや広告、利用したアプリ、購入した商品、利用時間帯、地域、デバイスなど) ② 広告主やパートナーサイトの利用履歴 ※法令に基づく場合を除き、履歴を蓄積</li> </ul>

		<p>-Apple Newsと“株価”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Appleは、個人を特定できる情報は他社と共有しない。Appleは、Appleと連携してAppleの製品およびサービスを提供したり、マーケティングに協力したり、Appleの代わりに広告を販売したりする戦略的パートナーに、個人を特定しない情報を提供する義務を負っている。</li> <li>Apple Payの取引や「ヘルスケア」Appのデータに、Appleの広告プラットフォームがアクセスしたり広告目的に使用したりすることはない。</li> <li>Appleは、ユーザーの性的指向、宗教的信条、又は支持政党に関する情報には関知せず、広告主にも提供しない。</li> <li>App Store又はApple Newsにデバイスの位置情報へのアクセスを許可した場合、Appleの広告プラットフォームは、App StoreとApple Newsで地理的にターゲットされた広告を表示するためにデバイスの現在地を使用することがある。*ユーザーは位置情報の提供を拒否設定できる。</li> <li>Appleの広告プラットフォームは、個人情報を使用して、パーソナライズされた広告を配信する。*ユーザーは「パーソナライズされた広告」をオフにして、Appleに個人情報を広告ターゲティングに使用させないことができる。</li> </ul> <p>(Appleの広告とプライバシー (https://support.apple.com/ja-jp/HT205223))</p>	<p>ユーザーは広告主からの情報に基づいてパーソナライズ広告を目にすることがあるかもしれない。例えば、広告主のサイトで商品を購入したのであれば、広告主はサイトを訪問した情報を利用して広告を表示することが可能。</p> <p>データが広告においてどのように収集、利用されるのかについては次のリンクより確認できる。</p> <p>プライバシーポリシー (https://policies.google.com/privacy?hl=ja#whycollect)</p> <p>パーソナライズド広告 (https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?p=privpol_p13nad&amp;visit_id=637545784792993386-2692730420&amp;r=1)</p> <p>広告が表示される理由 (https://support.google.com/ads/answer/1634057?p=privpol_whyad&amp;hl=ja&amp;visit_id=637545784792993386-2692730420&amp;r=1)</p>			<p>する期間は次のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>分析し、独自の基準で興味関心別に分類する目的のために蓄積する各種履歴：最大180日間</li> <li>お客様が特定のウェブサイトを訪問された履歴に基づいて広告を配信する目的のために蓄積するページ閲覧履歴：最大2年</li> </ul> <p>また、人種、宗教、性的指向、健康状態など、慎重に扱うべき個人に関するデータは利用しない。</p> <p>なお、お客様は広告設定で、広告配信前に取得した過去の履歴を利用し、お客様の興味・関心を分析、推知して配信する「行動ターゲティング広告」の有効化/無効化を選択できる。</p>
1-5.	<p>利用者のプロファイリング・セグメント化状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>似たような特徴を持つユーザーをグループにまとめてセグメントを作成し、これらのグループを使用してターゲット広告を配信する。ユーザーの利用者情報は、割り当てられたセグメント及び配信する広告を決定するために使用される場合がある。プライバシーを保護するため、ターゲット広告は5,000人以上のユーザーがターゲット基準に該当する場合のみ配信される。セグメントに割り当てのために、次のような情報が使用される場合がある。</li> <li>-アカウントの情報：Apple IDアカウントに登録された名前、住所、年齢、性別、デバイス、名前(名)や敬称などの情報は、性別を推測するために使用される場合がある。</li> <li>-ダウンロード又は購入した項目とサブスクリプション：ダウンロードした音楽、映画、ブック、テレビ番組、Appと、App内の課金及びサブスクリプション。App Storeから特定のAppをダウンロードしたことや、App Storeからの特定のApp内での課金(サブスクリプションを含む)に基づくターゲティングは、当該Appのデバイスによる場合のみ許可される。</li> <li>-Apple Newsと“株価”：閲覧した記事のトピックやカテゴリのほか、フォロー、登録、又は通知するように設定している出版物。</li> <li>-広告：Appleの広告プラットフォームによって配信された広告に対する操作。</li> <li>ユーザーは、自身のセグメント情報を確認可能 (Appleの広告とプライバシー (https://support.apple.com/ja-jp/HT205223))。</li> </ul>	<p>Googleは収集した情報を、パーソナライズド広告に同意するユーザーにおいて、おすめ提供、コンテンツのパーソナライズ化、検索結果のカスタマイズを含めたGoogleのユーザーのためのサービスをカスタマイズするために利用。セキュリティ診断のツールでは、利用するGoogleの製品ごとにセキュリティ設定のヒントを提供。</p> <p>ユーザーの設定によって、ユーザーは関心に基づいたパーソナライズド広告を目にすることがある。例えば、「マウンテンバイク」と検索すると、ユーザーはGoogleから提供された広告を示すサイトを見るとスポーツ用品の広告を目にするかもしれない。ユーザーは広告設定より管理することができる。広告設定のページにおいて、ユーザーには次の点が通知されている。「広告は、Googleアカウントに追加された個人情報、Googleのサービスを利用している広告主から提供されるデータ、Googleが推定した興味/関心に基づいて表示されます。」</p> <p>ユーザーは、人種、宗教、性的指向、健康のようなセンシティブな情報に基づいてパーソナライズド広告が表示されることはない。また、名前やメールアドレスのようなユーザーを個人的に特定する情報をユーザー御本人の求めがない限り広告主に共有しない。詳細については、次のリンクより確認できる。</p> <p>プライバシーポリシー (https://policies.google.com/privacy#whycollect)</p> <p>パーソナライズド広告 (https://support.google.com/adspolicy/answer/143465?p=privpol_p13nad&amp;visit_id=637545784792993386-2692730420&amp;r=1)</p>	<p>お客様の御登録情報やサービス利用履歴等の情報を基に、お客様の興味関心や属性を推定・分類した上、コンテンツの推薦や広告配信に利用。</p>	<p>弊社は保有する情報を、機能とコンテンツのパーソナライズ、弊社製品の内外における利用者へのおすめの表示を含め、弊社製品を提供するために利用。</p> <p>弊社は、利用者に合わせて関連性の高いパーソナライズ製品を作成するために、利用者などから取得及び認識したデータに基づく利用者のつながり、嗜好、関心及びアクティビティを利用。また、利用者の弊社製品の利用状況並びに弊社製品に対する反応及び利用者が弊社製品の内外でつながりを持ち関心を抱いている人、場所、物についても同様に利用。</p>	<p>個々のお客様に最適なサービス等を提供する場合には、Yahoo! JAPAN独自の基準で推定したお客様の興味関心に関する情報を利用。</p> <p>お客様の居住地域、性別、生年月などの情報や、お客様のサービス等の御利用履歴(検索キーワード、閲覧されたウェブページ、御利用になったアプリ、購入された商品など)を分析して、お客様の興味関心に関する情報を推定し、コンテンツやサービス等を個々のお客様に合わせて最適化している。例えば、Yahoo!ニュースでは過去に閲覧したニュース記事などを分析して関心が高いと推定される記事を表示し、Yahoo!ショッピングでは商品の閲覧履歴や購買履歴などを分析しておすめ商品情報を表示。</p>

プライバシーポリシー等						
2-1.	利用者情報の取扱いに係るプライバシーポリシーの内容、掲載場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apple プライバシーポリシー (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/</a>) <ul style="list-style-type: none"> <li>-階層構造</li> <li>-PDF 版もあり (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/pdfs/apple-privacy-policy-jp.pdf">https://www.apple.com/legal/privacy/pdfs/apple-privacy-policy-jp.pdf</a>)</li> </ul> </li> <li>Data &amp; Privacy (<a href="https://www.apple.com/jp/legal/privacy/data/">https://www.apple.com/jp/legal/privacy/data/</a>) <ul style="list-style-type: none"> <li>-個々のサービスで取り扱う個人データの説明</li> <li>-上述の「Apple プライバシーポリシー」の「Apple がお客様から収集する個人データ」で引用されている。</li> </ul> </li> <li>プライバシー 概要 (<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/">https://www.apple.com/jp/privacy/</a>) <ul style="list-style-type: none"> <li>-ユーザー向けの簡略版。アイコンを使用して分かりやすくしている。</li> </ul> </li> <li>プライバシー 機能 (<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/features/">https://www.apple.com/jp/privacy/features/</a>) <ul style="list-style-type: none"> <li>-Safari やマップ等の Apple のサービスが備えている、プライバシー保護機能を説明。</li> </ul> </li> <li>プライバシーコントロール (<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/control/">https://www.apple.com/jp/privacy/control/</a>) <ul style="list-style-type: none"> <li>-プライバシー設定の方法を説明。なお、掲載場所については、2-2 の回答も参照。</li> </ul> </li> </ul>	<p>Google は、大勢の人々が日常的に新しい方法で世界について知り、世界の人々とコミュニケーションをとることを支援する様々なサービスを開発。Google のプライバシーポリシーについて、できるだけ分かりやすくお伝えできるよう、具体例、説明動画、主な用語の定義を提示。詳細については、次のリンクより確認できる。</p> <p>プライバシーポリシー (<a href="https://policies.google.com/privacy#whycollect">https://policies.google.com/privacy#whycollect</a>)</p>	<p>利用者情報の取扱いを定めたプライバシーポリシーを策定・公表。</p> <p>プライバシーポリシーには、取得する情報、利用目的、情報を第三者提供する場面及びお客様の権利等を規定 (<a href="https://line.me/ja/terms/policy/">https://line.me/ja/terms/policy/</a>)。</p> <p>また、プライバシーポリシーの内容などを分かりやすく説明するための「プライバシーセンター」を開設・公表 (<a href="https://linecorp.com/ja/privacy/">https://linecorp.com/ja/privacy/</a>)。</p> <p>弊社 Web サイト又は LINE アプリ内から LINE プライバシーポリシーの内容を確認することが可能。</p> <p>個別サービス・機能等において別途のポリシー・規約を策定・公表している場合もある。</p>	<p>弊社のデータポリシーにおいて、弊社製品 (Facebook、Instagram、Messenger その他) を運営するに当たって使用する情報について、「弊社が取得する情報の種類」、「弊社が取得した情報の利用目的」、「情報の共有方法」、「ポリシー変更の際の通知方法」等の項目により説明。</p> <p>詳しくは、次のリンクを御覧いただきたい (<a href="https://www.facebook.com/privacy/explanation">https://www.facebook.com/privacy/explanation</a>)</p>	<p>弊社においては、お客様との契約の具体的な内容となる文書である利用規約の中で、プライバシーポリシーを規定 (<a href="https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf2nd">https://about.yahoo.co.jp/common/terms/chapter1/#cf2nd</a>)。これは、プライバシーポリシーがお客様との約束であり、その内容が弊社の債務になるとの位置づけを明確にするもの。内容は次のとおり。</p> <p>※なお、このプライバシーポリシーについて、お客様にとってより分かりやすく情報提供することを目的として、弊社ではプライバシーセンターというページを用意しており、同センターにおいて、パーソナルデータの取得、パーソナルデータの活用、およびパーソナルデータの連携について、それぞれ詳細を説明 (<a href="https://privacy.yahoo.co.jp/">https://privacy.yahoo.co.jp/</a>)。また、過去のプライバシーポリシーは、プライバシーポリシー末尾の改定履歴から閲覧することが可能。</p>
2-2.	サービス利用開始前の利用者への示し方、通知/同意取得の方法 (導線等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>本プライバシーポリシーに加えて、お客様の個人情報の使用を必要とする製品及び特定の機能については、データとプライバシー情報を埋め込む形で提供している。この製品固有の情報は、データとプライバシーのアイコンと一緒に表示される。</li> <li>該当の機能を有効にする前には、こうした製品固有の情報を確認する機会が設けられる。また、この情報は、該当の機能に関連する「設定」や、オンライン (<a href="https://www.apple.com/jp/legal/privacy/">https://www.apple.com/jp/legal/privacy/</a>) でいつでも確認することが可能。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーが Google アカウントを作成する際、プライバシーポリシーへのリンクとプライバシーに関する選択肢及びアカウント作成の流れ自体に関する明確な説明が示される。ユーザーはアカウント作成後いつでもプライバシーポリシーにアクセスしたり、設定を変更することが可能。</li> <li>アカウント設定の流れには、プライバシーポリシーの概要も含まれる。したがって、新たなアカウントを作成するすべてのユーザーがプライバシーポリシーの概要を閲覧することとなる。この方法は、プライバシー監視機関 (ICO) を含むデータ保護当局との協議を経て採用。</li> <li>アカウント作成の流れの最後に、ユーザーは、利用規約への同意を示すボックスとは別の、「上述の[すなわち、ユーザーが選択した設定による]ユーザー情報の処理」に対する同意を示すチェックボックスにチェックすることを求められ、アカウント作成プロセス終了前にさらにプライバシーポリシーの説明が示される。</li> <li>アカウント作成時には、ユーザーにいくつかのプライバシー設定が提示され、特定の処理について説明されるとともに、パーソナライズド広告への同意など、ユーザーが選択をおこなう機会が提供される。</li> </ul>	<p>LINE アカウント開設時に利用規約とプライバシーポリシーを掲載し、お客様に同意いただいた上、アカウントを開設することとしている。</p> <p>また、弊社 Web サイト又は LINE アプリ内からプライバシーポリシーの内容を確認することが可能。</p>	<p>弊社は、弊社のサービスの利用者が自らの個人データがどのように利用されているかに関する十分な情報を確実に受領し、また、弊社と共有する情報を精査及び管理するための権限を確実に付与されるようにするための多くの方法を利用。これにより、利用者は、弊社のサービスへの登録及びエンゲージメントの選択において、十分な情報に基づいた意思決定が可能。</p> <p>弊社による個人データの収集及び利用に関するすべての利用者への十分な通知を担保するために、利用者になるかもしれない人には全て、最初の登録前に弊社のデータに関するポリシーが提示。利用者は、登録時に、関連するサービス利用規約、データに関するポリシー及び Cookie に関するポリシーを確認及び同意するよう求められる。登録が完了した利用者は、ほぼすべての Facebook のサービスウェブページから、Instagram ウェブサイト並びに Facebook のサービス及び Instagram 上のアプリ内メニュー経由で、データに関するポリシーへ容易にアクセス可能。</p>	<p>○Yahoo! JAPAN ID 取得時の導線</p> <p>Yahoo! JAPAN ID 取得時に掲出される約款に利用規約 (プライバシーポリシーを含む) が含まれており、これらに承諾いただいた上で ID 登録いただいている。</p> <p>○サービス利用時の導線</p> <p>約款としてサービス御利用時に同意いただいている。掲出場所はサービスにより異なるが、サイト下部 (フッタ部分) やアプリ設定において利用規約 (プライバシーポリシーを含む。) 及びプライバシーセンターへのリンクを掲出。</p>
2-3.	変更の際しての通知/同意取得の方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>重大な変更があった場合、変更の少なくとも 1 週間前までにプライバシーポリシーが掲載されているサイトに通知を公開し、ユーザーのデータを Apple が保有している場合は変更について直接連絡する (Apple プライバシーポリシー (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/</a>) の「プライバシーに関するご質問」)。</li> </ul>	<p>Google では、プライバシーポリシーに記載しているとおり、ユーザーへの変更通知を状況に応じて様々な方法で実施。Google は、最終更新日時を常に表示し、旧バージョンもユーザーが参照できるようにアーカイブに保存。一部のサービスについてはメールでお知らせするなど、重要な変更についてはより明確な方法で告知。Google はプライバシーポリシーを遵守することを重く捉え、ユーザーによる明示的な同意なくポリシーに基づくユーザーの権利を縮小することはない。</p>	<p>重要な変更に当たっては、アプリ内のバナー表示やアプリ内の通知機能、SNS を利用する等して周知を図っている。</p> <p>また、必要に応じてアプリ起動時にポップアップ表示をしてお客様から変更したプライバシーポリシーへの同意を取得する場合がある。</p>	<p>データポリシーに変更を加える場合、弊社は事前に利用者へ通知し、利用者が改訂後のポリシーを確認し、今後製品の利用を続けるかどうかを検討できる機会を設ける。</p>	<p>重要なプライバシーポリシー等の改定にあたっては、アプリにおけるプッシュ通知に加え、全ユーザーへのメール送信など、確実に本人に通知できる方法を採用。</p>

2-4.	<p>利用開始後（最初の同意・通知後）における、定期的な通知等の工夫</p>	<p>・ 該当の機能を有効にする前には、こうした製品固有の情報を確認する機会が設けられる。また、この情報は、該当の機能に関連する「設定」や、オンライン (<a href="https://www.apple.com/jp/legal/privacy/">https://www.apple.com/jp/legal/privacy/</a>) でいつでも確認することが可能。</p>	<p>Google は、Google アカウントに保存される情報を管理し、プライバシーとセキュリティの設定を見直し、かつ、自身の意向に合わせて調整することを、ユーザーに推奨している。アカウントの作成の最後の段階において、ユーザーは、アカウントのカスタム設定に関する通知を受け取りたいかどうかに関して、チェックボックスで選択することが可能。また、Google は、ヘルプページや、サイバーセキュリティ月間やセーフターインターネットデー等に合わせた取組などを通じて、ユーザーへの周知を実施。</p>	<p>2-3 の回答のとおり、重要な変更があった場合にはお客様に分かりやすい方法での周知を図っている。 今後もよりお客様に分かりやすい形での変更をお知らせできるよう努めてまいります。</p>	<p>弊社は、利用者に対してプライバシー関連の設定に関する情報を提供し、利用者が自らのプライバシー関連の設定を管理するのを支援するための様々な啓発ツール及び機能を利用。Facebook のサービスの事例は次のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ プライバシーツアー： <ul style="list-style-type: none"> <li>新規及び既存利用者は、自らの情報がどのように共有されるかを管理するために、自らが使用することのできる機能及び設定を段階的に学べるツアーに参加することが可能。新たな利用者は全員、プライバシーツアーに参加するよう促される。</li> </ul> </li> <li>・ ヘルプセンター： <ul style="list-style-type: none"> <li>弊社は、広範囲にわたるトピックを検索可能なヘルプセンターを公開。ここでは、弊社のサービスの流れや利用者による管理に関する詳細情報が提供されている。</li> </ul> </li> <li>・ アカウント設定： <ul style="list-style-type: none"> <li>全ての利用者は、「設定とプライバシー」内の「設定」からプライバシー関連の設定及び管理に容易にアクセスすることが可能。</li> </ul> </li> <li>・ プライバシー設定の確認： <ul style="list-style-type: none"> <li>プライバシー設定の確認ツールでは、利用者はデータ共有範囲に関する自身の選択を確認することが可能。このツールは利用者の重要なプライバシー関連の設定に関するリマインダーの役割を果たし、利用者に自身が選択した内容を維持するか又は更新するかについて評価するよう促す。</li> </ul> </li> <li>・ 全体公開投稿リマインダー： <ul style="list-style-type: none"> <li>利用者が友達のみとの共有ではなくコンテンツを一般公開する意図があるかを確認するために、弊社は、利用者がコンテンツを一般公開するという選択を行う前に、短い通知を利用者に送る。</li> </ul> </li> <li>・ Facebook ヒント： <ul style="list-style-type: none"> <li>さらに、弊社は、利用者に対して、ヒントを通じて Facebook のサービス上での管理の活用や個人情報の保護に関する啓発を定期的実施。ヒントは利用者のフィードに表示され、世界中の利用者が自身に合ったかたちで Facebook のサービスを利用できるようにするためにパーソナライズされるものとして製品内に組み込まれているものである。ヒントは利用者のアカウントを安全に保つ方法から Facebook のサービス上での個人情報の管理及び保護、そして友達との交流の新たな方法まで広範なトピックを扱っている。</li> </ul> </li> <li>● プライバシーセンター： <ul style="list-style-type: none"> <li>最近、新しいグローバルなプライバシーセンターの立ち上げを発表。プライバシーセンターは、弊社のアプリやテクノロジーにおけるプライバシーに対する弊社のアプローチについて、利用者の皆様に知っていただくための、使いやすい、集中的な教育ハブである。プライバシーセンターでは、利用者情報の収集と使用に関する弊社のアプローチについて、最新で透明性の高い、理解しやすい情報を提供。プライバシーセンターには、共有、セキュリティ、データ収集、データ使用、広告という5つの</li> </ul> </li> </ul>	<p>直近では 2021 年 9 月、プライバシーセンターのリニューアルをお知らせする電子メールにおいて、お客様のプライバシー設定の確認のお願いを実施。 引き続き、お客様のデータの取り扱いに関する設定について、御確認をお願いするための電子メールを定期的送信することなどの取組を継続していく予定。</p>
------	--	---	---	---	---	---

					共通のプライバシーピックに関するモジュール、利用者のプライバシーオプションとプライバシーツールに関する教育及びプライバシーの更新に関する内容が含まれている。また、利用者がすぐに行動を起こせるように、関連する規約やポリシーなどの資料や、関連するプライバシー設定へのダイレクトリンクも提供している。	
透明性確保のための工夫						
2-5.	利用者情報の取扱いを分かりやすくするための考え方、工夫や対処（利用者への働きかけや情報提供、ユーザーテストの実施等）	<ul style="list-style-type: none"> <li>2-1の回答のとおり、Apple プライバシーポリシーに加えて、「プライバシー 概要」「プライバシー 機能」「プライバシーコントロール」等を掲載。</li> <li>データとプライバシーのアイコンについては、2-2を参照。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーの理解を高めるため、Google のプライバシーポリシーでは、画像やアニメーション動画及び主要なコンセプトを分かりやすくハイライトした説明を実施。</li> <li>Google は、プライバシーとセキュリティの設定を確認及び調整し、自動削除などのツールを利用することなど、ユーザー自身が Google アカウントに保存されている情報を管理されることを推奨。</li> <li>Google は、ユーザーに対してヘルプページやセーフティーネットデーなどに合わせた取組を通じて、これらをお伝えしている。</li> </ul>	お客様に対してプライバシーに関する意識調査を実施した上、利用者情報の取扱いについての懸念を把握し、プライバシーポリシーを読みづらいつける理由等を把握することで、データに基づいた効果的な対策を実施できるように努めている。	<p>自分の個人情報を理解し、管理できるようにするためには、関連するデータ取扱い方法について利用者に通知することが不可欠である。しかし、その通知は意味のあるものでなければ効果的であるとは言えない。日本人が日々接する組織やサービスの数が多いことを考えると、「通知疲れ」を起こさずに十分な情報を提供するにはどうすれば良いか、という点が課題となる。利用者は情報を得る必要があるが、単に伝える情報の量を増やすだけでは十分ではない。弊社としては、事業者に対して長く複雑な、あるいは法律用語を多用した事前の通知するよう求める事細かなルールを適用することは、消費者の利益にならないと考えている。むしろ事業者は、人々に情報を提供すると同時に、人々が自分にとって意味のあるプライバシーの選択ができるようにする新しい方法を見つける必要がある。</p> <p>その出発点として、「人」に焦点を当て、プライバシー情報をどのように理解し、異なるタイプのプライバシー通知とどのように関わり合いを持って行くのかを考えることが重要である。プライバシーに関する効果的なコミュニケーションとは、デジタルサービスを利用する人々の多様性や、コネクテッドデバイスや人工知能などの進化するテクノロジーを人々がどのように理解し、どのように作用するかを認識し、それに合わせて設計することでもある。「人」を中心に据えることによつてのみ、利用者とのコミュニケーションのためのより良いアプローチを開発することが可能。要するに、プライバシーに関する通知をデザインしたり、プライバシーについて利用者とコミュニケーションをとるのに、画一的なアプローチはないということである。むしろ、様々なコンテキスト、利用者、サービスを考慮した上で、最適なソリューションを提供する必要がある。</p> <p>弊社は、2020年7月にホワイトペーパー「Communicating About Privacy」を発表して以来、消費者にプライバシーに関する情報を提示するためのより良いアプローチを模索するために、世界中のステークホルダーと協議を重ねながら、この課題を深く追求してきた。ホワイトペーパーでは、自分の情報がどのように使用されているかを人々に知らせるための、最良と思われるデザイン手法を幅広く紹介している。その中で明らかになったのは、すべての消費者にとって有効な、唯一の「正しい」プライバシー通知の方法はないということである (<a href="https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Privacy-Transparency-White-Paper.pdf">https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/07/Privacy-Transparency-White-Paper.pdf</a>)。</p>	<p>プライバシーポリシーにおいてお客様に弊社のパーソナルデータの取扱いについてのすべてを分かりやすく説明することは困難であることから、図表等を用いてその詳細を分かりやすく説明した「プライバシーセンター」を御用意し、パーソナルデータの取得、パーソナルデータの活用、パーソナルデータの連携について、それぞれ詳細を説明し、様々なフィードバックを得て定期的に更新。</p> <p>利用目的については、プライバシーポリシーおよびプライバシーセンターのトップページに利用目的を掲げた上で、その利用目的の詳細については、プライバシーセンター内の「パーソナルデータの活用」のページにおいて説明。さらに、パーソナルデータの活用のページでは、「広告の表示」等、利用の具体例として15の項目を掲げ、その項目ごとどのようなデータを利用しているのか説明。</p> <p>このようなプライバシーポリシー及びプライバシーセンターの内容や、同意取得にあたってのお客様への情報提供の在り方については、法務部門が事業部門と調整の上判断し、お客様のプライバシーに与える影響等に応じて、さらにデータ・ディレクター (DD) 会で検討した上で、チーフ・データ・オフィサー (CDO) が責任者として決裁する仕組みを導入。</p> <p>さらに、これらのガバナンスシステムが適切に機能していることを社内のデータ利用等に通じた者が同様に第三者的な立場から監視・評価するための仕組みとして、データ・プロテクション・オフィサー (DPO) を設置しております。</p> <p>また、上述のガバナンスシステムが適切に機能することを担保するための取組として、プライバシー影響評価 (PIA) の試験運用を始めており、本格運用を目指して取組を進めている。</p> <p>加えて、第三者から監視・評価を受けるための仕組みとして、親会社である Zホールディングス株式会社において外部の多様な専門家により構成されるアドバイザリーボード (ユーザー目線を踏まえたプライバシーに関する有識者会議) を組織している。</p>
					他の多くの事業者と同様に、弊社もす	

					<p>に、消費者がより詳細な情報を見つけられるようにリンクを貼ったり、階層状のプライバシー通知を採用。しかし、階層化された通知をナビゲートすることは複雑であると批判する声もある。事業者は、提供する情報が多すぎると批判される一方で、少なすぎるとも批判され、板挟みにあっている。これは、何らかの規律によって、通知の基準やデザインを一つに規定しようとするこの限界を示している。</p> <p>法的枠組みは、様々な状況で適切なデザインを可能にし、実際にそれを奨励するための十分な柔軟性を提供する必要がある。すべての事業者及び利用者にとって唯一の解決策がないことを考えると、規制の課題は、1つのアプローチを義務づけることなく、また利用者が読み取れない長くて内容が凝縮した事前通知を奨励することなく、どのようにして企業に高い基準の要求を課すかということである。弊社は、検討の指針となる重要な原則がいくつかあると考えている。</p> <p>すなわち、企業は、長々とした事前通知を示すべきではなく、また、消費者と企業との関係が開始する時に潜在的に関連する情報のすべてが、一度にすべて消費者に提供される必要もない。このようなアプローチは、その時点では消費者に関係のない可能性のある多くの情報を消費者に過剰に提供する危険性がある。長い通知は、消費者が自分のプライバシーについて熟慮して決定するのに役立たない。むしろ、消費者と事業者との関係の中で、文脈の中で、また時間をかけてプライバシー情報を提供することに重点を置くべきである。</p> <p>また、ホワイトペーパーでは、より質の高い通知の開発を促進するために、業界と規制当局が協力して通知の基準を策定することや、説明責任の手段を再設計して、単に結果だけではなく、適切なプライバシー設計プロセスの遵守を求めることなどの提案も行っている。弊社は、この分野での先進的な考え方に貢献する役割を果たしたいと考えている。</p> <p>また弊社では、プライバシー保護の取組を詳細に説明したデータポリシーや、2-4 の回答で述べたデータプライバシー保護の取り組みを人々に伝える方法を数多く用意している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ニュースルームのプライバシーに関するセクションで、プライバシーにどのように対処したかについて、特定の機能または論点を踏まえ、より詳細な情報を提供し、人々とコミュニケーションをとっている。</li> <li>・また、弊社のデータ処理活動や、利用者のデータをどのように利用しているかについて、より良く理解してもらうために、プロダクト内での通知や文脈を踏まえながら説明するページを通じて、弊社のプライバシー管理に関する情報を提供することもある。</li> <li>・さらに、ヘルプセンター及びプライバシーセンター（2-4 の回答を参照）を利用して、弊社のプライバシー慣行に関して利用者が抱く可能性のある質問に対する回答を</li> </ul>	
--	--	--	--	--	---	--

					提供。 ・プライバシーや個人情報の取扱いに関する利用者からの問い合わせに対応するための専門チームを設置。	
2-6.	同意取得/通知に際しての、利用規約やプライバシーポリシーを理解しやすくするための工夫 (階層的アプローチ、ダッシュボード、ジャストインタム、アイコン、モバイル及びスマートデバイスの特徴の利用等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2-1の回答のとおり、Apple プライバシーポリシーで階層的アプローチ、2-2の回答のとおりデータとプライバシーのアイコンを採用。</li> <li>・2-1の回答のとおり、「プライバシーコントロール」でプライバシー設定の方法を説明。</li> <li>・データとプライバシーのページ (<a href="https://privacy.apple.com/">https://privacy.apple.com/</a>) を用意(「プライバシーコントロール」のページにもリンクあり)。次のことが可能。 <ul style="list-style-type: none"> <li>-Apple IDに紐付けてAppleに保管されているデータのコピーの取得</li> <li>-ユーザー自身のApple IDを一時的に無効化する。</li> <li>-ユーザー自身のApple IDを削除し、当該IDに関連づけられているデータを削除する。</li> <li>-個人データの訂正を申請する。</li> </ul> </li> <li>・ユーザーは、「iPhone 解析を共有」するか否かを選べる。ONにすると、毎日自動的に送信するようになる(Appleに保管する個人情報の把握と管理: <a href="https://support.apple.com/ja-jp/HT208501">https://support.apple.com/ja-jp/HT208501</a>)(デバイス解析とプライバシー: <a href="https://support.apple.com/ja-jp/HT210682">https://support.apple.com/ja-jp/HT210682</a>)。</li> </ul>	<p>Googleは、有識者や規制当局に対しGoogleの説明責任を果たすために、Googleのデータ慣行を包括的かつ正確に記載する必要性とのバランスを取りながら、ユーザーの関心を最大限に高めるプライバシーポリシーの作成に多大な資源を投入してきた。また、Googleは、プライバシーポリシーの範囲外でも、ユーザーが自分の選択がプライバシーに与える影響を理解できるように、Google製品上で直接設定する機能を追加することで、プライバシーに関するユーザーの関心を高める方法を模索している。</p> <p>ユーザーのエンゲージメントに影響を与えるGoogleのプライバシーポリシーの項目のうち、2018年のプライバシーポリシーの最新版を設計する際にGoogleが考慮した要素は次のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ナビゲーションのしやすさ: Googleは、明確な見出し、簡単なナビゲーション、オーバーレイなど、ユーザーが探しているものを見つけやすくするために、プライバシーポリシーを再設計・再編成した。</li> <li>・分かりやすさ: Googleは、プライバシーポリシーに、より明確な表現と詳細な説明を導入。また、説明用の動画や図を追加し、文字による説明に加えて、よりわかりやすい視覚的な情報を提供。</li> <li>・透明性と管理: Googleは、ユーザーがプライバシーポリシーを読んだ際に、すぐユーザーがプライバシー設定を変更できるように設定に直接アクセスできるリンクを提供することで、設定変更を容易にした。</li> </ul>	<p>プライバシーポリシーの内容などを分かりやすく説明するための「プライバシーセンター」を開設・公表。</p> <p>また、プライバシーポリシーについては、できる限り各項目の冒頭に当該項目の概要を記載するようにしている。例えば、プライバシーポリシーの「取得するパーソナルデータ」や「パーソナルデータの利用目的」の冒頭に当該項目の概要を説明した後、詳細内容を説明するようにしている。</p> <p>なお、個別機能・サービスにおいて別途ポップアップで説明等を行う場合もある。</p>	<p>弊社は日々新しいプライバシー管理機能の開発や、利用者に分かりやすい設計に取り組んでいる。そのための研究に注力し、社外のデザイナー、開発者、プライバシー専門家、規制当局なども協力していく。</p> <p>上述のとおり、2020年7月、弊社は、事業者はプライバシー設計の決定において「人」を中心に据えることで、プライバシー情報をよりよく伝える必要性を強調したホワイトペーパー(向上)を発表。うまくいけば、リテラシーレベルやテクノロジーへの精通度にかかわらず、すべての人が、自分のデータをいつ、どのように共有するかについて、十分な情報を得た上で選択できるようになる。しかし、データとプライバシーに関する選択を人々に理解してもらうという課題は、個々の事業者だけでなく、一方で、政府だけでもまた、解決できないことである。そのため、ホワイトペーパーでは、事業者、政策立案者、その他の専門家が協力し合うことの重要性も強調している。</p> <p>弊社が設立し支援する業界横断的な取組であるITCラボを通じて、私たちは様々な専門家や企業と協力し、データやプライバシーの選択について人々により良く知らせるためのクリエイティブなデザインソリューションを開発している(<a href="https://www.ttlabs.net/">https://www.ttlabs.net/</a>)</p> <p>弊社は長年にわたり、プライバシー情報を利用者と共有するための新しい方法を常に模索してきた。例えば、データポリシーのデザインを変更し、より読みやすく、透明性高く、適切なものにした。 「プライバシー設定の確認」のような製品内プロンプトの追加を行ったり、さらには「この広告が表示されている理由」や「Facebook外のアクティビティ」などの機能を展開。</p>	<p>2-5の回答のとおり、プライバシーポリシーにおいてお客様に弊社のパーソナルデータの取扱いについてのすべてを分かりやすく説明することは困難であることから、図表等を用いてその詳細を分かりやすく説明した「プライバシーセンター」を用意し、パーソナルデータの取得、パーソナルデータの活用、パーソナルデータの連携について、それぞれ詳細を説明。</p> <p>2021年9月にはこのプライバシーセンターをリニューアルし(<a href="https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/09/09b/">https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/09/09b/</a>)、できる限り説明を段階的に表示することで一度に表示する文量を減らし、アニメーションも交えて説明するなど、アクセシビリティを向上し、一層分かりやすく、目を通したくなるようなページになるようにしている。</p> <p>また、お客様の情報に関する設定を一ヶ所に集約し、「プライバシー・メール配信設定」として提供。</p> <p>加えて、同意取得や重要な通知に際してはポップアップを利用するなどしてお客様が必ず目にするよう工夫している。</p>
オプトアウト						
2-7.	利用者情報の提供を希望しない意思を示すオプトアウトの設置状況(方法、対象範囲等含む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1-1、1-4の回答のとおり、ユーザーは位置情報の提供を拒否設定することができる。</li> <li>・1-4の回答のとおり、ユーザーはパーソナライズされた広告への個人情報の利用について拒否設定することができる。</li> <li>・ユーザーは、iPhone解析情報(ハードウェアおよびオペレーションシステムの仕様に関する詳細、パフォーマンスの統計情報、および各デバイスとAppの使用状況(個人が特定されることはありません))の提供を拒否設定できる(デバイス解析とプライバシー: <a href="https://support.apple.com/ja-jp/HT210682">https://support.apple.com/ja-jp/HT210682</a>)。</li> </ul>	<p>ユーザーは、Googleアカウントを作成する際に、Googleと共有する情報を選択することが可能。同時に、アカウント、プライバシー、セキュリティに関するいくつかの重要な設定管理項目が提示。アカウント作成後も、ユーザーは、<a href="https://myaccount.google.com/">https://myaccount.google.com/</a>にあるGoogleアカウントの一括管理用ダッシュボードを通じて、いつでもGoogleアカウント設定を確認し変更することが可能。このツールは、デスクトップ及びモバイルのデバイス上のあらゆるブラウザを通じて使用できる。</p> <p>Googleのユーザーはアカウントダッシュボードにアクセスして、特定の設定ボタンをON又はOFFにすることが可能(オプトアウトとオプトイン)。例えば、ロケーション履歴は、ユーザーがサインインしたデバイスを持って訪れた場所に関する情報をGoogleアカウント上に保存。これは、位置情報を収集し保存する特定の方法及び、位置情報は、Googleマップ、フォト、検索を含む、Googleの製品とサービスを使うにあたってユーザーに様々な利</p>	<p>利用者情報の第三者提供(連携)や位置情報の取得等についてオプトアウトの機能を用意し、お客様が連携や情報提供を停止できる手段を提供。</p>	<p>弊社が提供するサービスの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、氏名、メールアドレス又は電話番号、性別、生年月日のみである。Instagramの利用に際して利用者が提供を求められる情報は、メールアドレス又は電話番号、及び生年月日のみである。また、利用者は、自らの選択により、自身の住所、言語、学歴、仕事、趣味及び好きな映画や本、音楽に関する情報等、プロフィールの追加情報を弊社に提供することも可能。この追加情報の提供は完全に利用者の任意で、これらの追加情報を提供しなくて利用者は弊社のサービスを利用し続けることが可能。</p> <p>利用者がより自身のプライバシーを管理することができるように、弊社は既存の管理方法を改善し、新しい管理方法を構築してきた。</p> <p>設定や管理するためのページを見つけやすくするために、「設定」メニューを再設計した。ダッシュボードを通じて、利用者はプライバシー設定、セキュリティとログイン情報、広告設定、その他の設定にアクセスし、</p>	<p>Yahoo! JAPAN IDの「登録情報」において、プライバシー・メール配信設定画面を設置。</p> <p>ここでは、「各アプリケーションでのデータ利用において、外部アプリケーションのデータ利用について、「グループ企業へのデータ連携設定」において、グループ企業へのデータ連携について、「外部企業へのデータ提供設定」において、個別の外部企業へのデータ提供について、それぞれオプトアウトが可能。</p> <p>上述の設定については、プライバシーセンターの「プライバシー設定」においても御案内</p>



			<p>点をもたらししている。</p> <p>ユーザーは、これらをいつでも無効にでき（オプトアウト）、無効にした後も、Google マップ、フォト、検索を含む Google の製品やサービスを使い続けることが可能。</p>		<p>変更することが可能。</p> <p>Facebook 外のアクティビティでは、利用者がウェブサイトやアプリを利用した際に弊社が受け取った情報を確認し、その情報をアカウントから消去したり、今後弊社がアカウントに関連付けた情報を保存する機能をオフにすることができるツールも用意されている。</p> <p>「広告表示の設定」では、広告の仕組みや広告に関するすべての設定をまとめて確認できる。</p> <p>また、広告コンテンツをより調整しやすくするために、Ad Topics と Interest Categories を Ad Topics Control に統合し、1つのサーフェイスで広告コンテンツを調整できるようにした。統合された Ad Topics Control は、より広範な広告トピックをカバーし、トピックの透明性と制御機能を拡張している。「広告トピックを管理」では、引き続き利用者に選択したトピックに係る広告の表示を減らす機能を提供し、利用者が関連付けられた場合、対応するターゲティングセグメントから削除し、広告配信において選択したトピックに関連する広告コンテンツをフィルタリングすることを目的としている。これらの機能により、利用者は広告体験に対する主体性を持つことが可能。</p> <p>また、日本を含め、定期的に利用者にプライバシー設定の見直しを促している。</p>	
2-8.	オプトアウトをした場合のサービス利用継続の可否	・2-7 の回答のオプトアウトを行ってもサービス利用継続可。		<p>お客様が他社のアプリとの連携を解除した場合や位置情報の取得をオプトアウトした場合であっても LINE アプリの利用は継続可能。</p>	2-7 の回答参照。	<p>お客様がオプトアウトした場合であっても各サービスの利用継続は可能。</p> <p>また、行動ターゲティング広告を拒否した場合でも、広告の精度が悪くなる以外にお客様に不利益が生じることはない。</p>
2-9.	利用者情報の提供について個別に選択できるダッシュボード等の設置状況（方法、対象範囲等含む）	<p>・2-6 の回答のとおり、データとプライバシーのページがある。</p> <p>・2-7 の回答のオプトアウトを、iPhone や Mac などデバイスから設定可能。</p> <p>-iPhone 等：「設定」&gt;「プライバシー」</p> <p>-Mac：「システム環境設定」&gt;「セキュリティとプライバシー」&gt;「プライバシー」</p>		<p>お客様が LINE アプリにおける利用者情報を連携している他社のアプリについては、LINE アプリ内で連携中の他社アプリが一覧表示される画面を提供しており、当該画面内から連携解除が可能。</p>	<p>弊社は、利用者が弊社の提供するサービスでの体験をカスタマイズして管理するための一連のツールや機能を提供。</p> <p>「この広告が表示される理由」ツールにより、利用者は広告主のパーソナライズにマッチした要素を理解し、今後このデータがどのように使用されるかを管理することが可能。このツールは、例えば、Facebook 上のどの広告からでも、右上の3つの点をクリックすることでアクセスでき、これまでに数百万人の日本人に利用されてきた。「この広告が表示される理由」から、利用者は簡単に広告設定にアクセスし、調整することが可能（2-7 の回答参照）。</p> <p>広告コントロールツールは、広告のパーソナライゼーションに特定の種類のデータが使用されないようにするなど、パーソナライズ広告の配信に特定の種類のデータがどのように使用されるかについて、利用者が具体的なかつ細かな調整を行えるようにしている。</p> <p>2020年、弊社は「Facebook 外のアクティビティ」機能という、かつてなかった機能を導入。この機能により、利用者は事業者や組織が自社アプリ又はウェブサイトの訪問、コンテンツの閲覧、及びショッピングカートへのアイテムの追加などの利用者のインタラクションに関して弊社と共有しているアクティビティの概要の確認や、各自の Facebook のアカウントと当該アクティビティとの関連づけを解除することが可能。</p>	2-7 の回答のとおり、Yahoo! JAPAN ID の「登録情報」において、プライバシー・メール配信設定画面を設置しており、お客様はいつでも設定変更が可能。

2-10.	<p>オプトアウトに関する通知事項、導線</p>	<p>・2-7～2-9の回答参照</p>	<p>Google では、詳細なプライバシーポリシーを作成・公表しており、ユーザーのデータの取扱い方法や、Google のプロダクト及びサービスにおいてユーザーのデータとプライバシーを保護するために Google が講じている対策をユーザーにお知らせしている。</p> <p>Google は、Google が収集する情報の種類、データを収集する理由、ユーザーが自身の情報を更新、管理、ダウンロード及び削除できる方法をユーザーが理解しやすいように、利用しやすいオンラインのリソース、説明手段、及び動画を開発している。Google が、safety.google/privacy/data 等のリソースを開発した理由は、ユーザーの情報は保護されており、適切に管理されていることをユーザーに御理解いただきたいからである。さらに、できるだけ分かりやすくお伝えできるように、具体例、説明動画及び主な用語の定義も追加して、ユーザーが Google の情報の取扱いに関するプラクティスにアクセスできるようにしている。</p> <p>Google では、ユーザー自身のデータの閲覧・削除を容易にしている。ユーザーが、どのデータを保存し、共有し、又は削除するかについて、情報を得た上で選択できるように、Google が収集するデータの種類及びデータを収集する理由を理解しやすいようにしている。例えば、ユーザーは、自身の Google アカウントのダッシュボードにアクセスして、利用している Google のプロダクト及び保存しているデータの概要を見ることができる。また、「マイ アクティビティ」を使えば、ユーザーは自身の Google アカウントから直接データを見たり削除したりすることが容易に行える。特に検索については、ユーザーに対して、検索履歴を閲覧又は削除できる方法をわかりやすく説明している。</p> <p>Google は、Chrome の Incognito モード、検索、YouTube、マップ等のプライバシー保護機能に加えて、プライバシー診断ツールも開発して、ユーザーが Google アカウントに保存されるデータの種類をわずかな時間で選択できるようにした。ユーザーは、これらの設定を希望するだけ何度でも変更することが可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユーザーはいつでも、Google アカウントに保存されたデータの概要を表示 (<a href="https://myaccount.google.com/dashboard">https://myaccount.google.com/dashboard</a>) し、データをダウンロードすることが可能。</li> <li>・Google アカウントに一定期間保存されたアクティビティを自動的に削除 (<a href="https://support.google.com/accounts/answer/465#auto-delete">https://support.google.com/accounts/answer/465#auto-delete</a>) するように選択可能。また、いつでも手動でアクティビティを削除 (<a href="https://support.google.com/accounts/answer/465">https://support.google.com/accounts/answer/465</a>) 可能。</li> <li>・Google が使用する匿名化手法 (<a href="https://policies.google.com/technologies/anonymization">https://policies.google.com/technologies/anonymization</a>) により、個人に関連づけられないデータが作成される。</li> </ul> <p>最後に、Google がプライバシーポリシーに記載していない目的のためにユーザーの情報を使用する場合は、事前にユーザーの同意を求める。</p>	<p>ターゲティング広告については、オプトアウトの機能について説明するページを用意し、当該ページの記載内容に沿ってお客様がオプトアウトを行うことができるようにしている。</p> <p>また、LINE アプリの「設定」内に利用者情報の第三者提供（連携）や位置情報の取得に関するオプトアウトの機能と説明ページ等を用意し、お客様がオプトアウトを行うことができるようにしている。</p> <p>なお、LINE プライバシーポリシーの「パーソナルデータに対するお客様の選択肢」において、オプトアウトの機能を用意していることや、その具体例を記載。</p>	<p>2-7の回答参照。</p> <p>利用者は、「設定とプライバシー」から、プライバシー設定、セキュリティ及びログインに係る情報、広告の表示の設定、その他の設定にアクセスし、変更することが可能。また、ヘルプセンターでは、プライバシー設定やツールについての分かりやすい説明や、よくある質問に対する回答などを提供。</p>	<p>Yahoo! JAPAN ID の「登録情報」において、プライバシー・メール配信設定画面を設置しており、お客様はいつでも設定変更が可能となっているほか、プライバシーセンターのトップ画面から「プライバシーの設定」へ遷移することが可能。</p>
-------	--------------------------	----------------------	---	---	--	---

データポータビリティ						
2-11.	データポータビリティに関する取組（データポータビリティを求める方法、対象範囲）	<p>・データとプライバシーのページで、「データのコピーをリクエスト」をクリックすると、当該ユーザーがAppleに保存しているデータのコピーをリクエストすることが可能。</p>	<p>・Google Takeout は、ユーザーにデータポータビリティに関する管理権限を提供。ユーザーは、Google に保存した自身のデータの最新版コピーを自身のコンピュータにダウンロードしたり、サードパーティのプロバイダーのサイトに直接ポーティングすることが可能。</p> <p>・Google は 10 年以上前からデータポータビリティについて準備し、2011 年からポータビリティ製品を提供してきた。Google はこの課題について、常に先取りして対策を講じてきた。ユーザーは複数のサービスの中から新たなサービスを試し最も気に入った製品を選択できるようになり、その結果、サービス間の競争が促進される。</p>	<p>いわゆるデータポータビリティには対応していないが、「トーク履歴の送信」機能を利用して Text ファイルでトーク履歴をダウンロード・送信することは可能。</p> <p>また、お客様からの同意を前提として、LINE アプリで利用されているお客様に関する情報（プロフィール等）を他社アプリと連携する機能は用意している。</p>	<p>弊社は、あるサービスとデータを共有する場合、そのデータを別のサービスに移動できるようにすべきであると考えている。データのポータビリティは、利用者に管理権限と選択肢を与えるとともに、イノベーションを促進する。弊社には、2010 年に Facebook の「Download Your Information」ツールをリリースするなど、データポータビリティへの取り組みに長い歴史がある。2010 年以降、弊社は、利用者がサービス間を容易に移動できるようにし、利用者に選択肢を与え、開発者がイノベーションを起こし競争できるようにするために、新しいデータポータビリティツールに投資を続けてきた。2019 年以降、弊社の創業者兼 CEO のマーク・ザッカーバーグは、「規制はデータポータビリティの原則を保証すべき」と、データポータビリティに関する規制を繰り返し求めている。</p> <p>データポータビリティに対する弊社のコミットメントは、GDPR などのデータ保護法案でデータポータビリティが法的要件となるずっと以前から、様々なツールを開発してきたことでも証明されている。弊社のポータビリティツールによって、利用者は弊社のアプリで共有したデータを簡単に閲覧したりダウンロードしたりすることが可能。弊社が提供する主なポータビリティツールには、「Download Your Information (DYI)」と「Transfer Your Information (TYI)」の 2 つがある。</p> <p>Facebook と Instagram において利用可能な「Download Your Information」ツールには、2 つの情報が含まれている。1) プロフィール情報、投稿、「いいね!」、コメントなど、リクエストする利用者が Facebook 上で入力、アップロード、共有した情報、2) リクエストする利用者の Facebook アカウントに関連する情報（Facebook へのログイン、使用デバイス、フィード、ウォッチ、ニュースの推奨に使用する情報など）である。利用者は、「設定とプライバシー」内の「設定」下、「あなたの情報」における「個人データをダウンロード」を選択することで、リクエストを開始することが可能。そのページから、利用者は、リクエストのデータのカテゴリーの追加や削除、ダウンロードリクエストのフォーマットの選択、写真、ビデオ、その他のメディアの画質の調整、情報の特定の日付範囲の指定が可能。利用者が Facebook に参加した時期によっては、100 以上のカテゴリーからデータを選択することができます。Instagram の利用者は同様のカテゴリーの情報をダウンロードすることが可能。Instagram の利用者は、自分のプロフィールにアクセスし、「三」をクリックし、「アクティビティ」下の「個人データをダウンロード」を選択することで、Instagram のデータをダウンロードするリクエストを開始することが可能。</p> <p>2020 年、弊社は、Facebook 利用者が Facebook の写真やビデオを BackBlaze、Dropbox、Koofr、Google フォトに直接転送できる「Transfer Your Information」ツールを開始。また、それ以降も、新しいデータタイプ（ノート、投稿、イベントなど）と新しい転送先（P</p>	<p>Yahoo! JAPAN ID の「登録情報」において、パーソナルデータの管理画面を設置しており、お客様はいつでも Yahoo! JAPAN の各履歴（サービス利用履歴、位置情報の履歴、アクセス履歴）や登録情報のダウンロードデータの作成・ダウンロード（弊社指定のフォーマットによります）ができるが、データ提供先の指定については現時点で対応していない。</p>

					hotobucket、Google カレンダー、Google ドキュメント、Blogger、WordPress など)を追加し続けている。利用者は、設定とプライバシー」内の「設定」下、「あなたの情報」における「個人データを転送」を選択して、写真やビデオの転送要求を開始することが可能。そこから、利用者は転送先を選択し、その転送先に適したデータ（例：投稿日の範囲や特定のフォトアルバム）を選択することが可能。今後、新しいデータの種類や転送先を追加していく予定。	
2-12.	データポータビリティが可能である場合 ・提供されるデータのフォーマット ・提供先の要件 ・インターオペラビリティ確保に関する考慮状況	・2-11の回答のとおり、ユーザーは御自身のデータのコピーをダウンロードすることが可能であり、それらには次が含まれる： -JSON、CSV、XML 又は PDF 形式のスプレッドシート又はファイルでの App 利用やアクティビティ情報 -それぞれの原フォーマットによる文書、写真及びビデオ -VCF、ICS 及び HTML フォーマットによる連絡先、カレンダー、ブックマーク	・ユーザーは、製品、データの種類、用途に応じて選択できる様々な業界基準のフォーマットで、自身のデータをエクスポート可能。例えば Google ドライブから、Google ドキュメントの文書を .docx ファイルとしてエクスポートし、Microsoft Office で簡単に使うことが可能。データを複数のフォーマットでダウンロードできるようにすることで、フレキシビリティを最大化し、利用者自身のデータ活用方法の選択肢を広げている。 ・Data Transfer Project (DTP) は、Google が 2018 年に、世界中の人々が簡単に利用できるデータポータビリティの提供を目指して、他社と連携してオープンソースの構築を行うべく立ち上げた。プロバイダー間における直接のデータ転送の実現を目指すものである。直接転送ができないと、利用者がデータのコピーを新たなプロバイダーへ移行したい場合、データを個人用デバイスに一旦ダウンロードした後、新しいプロバイダーへ再アップロードしなければならない。世界中の消費者は、保存容量が限られた個人用デバイスや、高額なデータ回線使用料といったデータ移行を困難にしかねないインフラ面での制限に直面している。ユーザーの管理権限と選択権を最大化するために、データポータビリティは、より包括的で柔軟かつ開かれたものでなければならない。Google は、全てのユーザーが、異なるプロバイダー間で直接、データをシームレスかつ安全に移行できるようにするために、業界のパートナーと協力し立ち上げたイニシアチブで、どの企業も安全で拡張性のある直接データポータビリティソリューションを構築できるようにするものである。直接的なデータポータビリティとは、ユーザーが自分のデータを個人のデバイスにダウンロードすることなく、あるサービスプロバイダーから別のサービスプロバイダーに直接転送することを指す。このプロジェクトは、2つの製品インターフェース間で、データを直接インポート及びエクスポートする接続を可能にする。ユーザーは、DTPにより低帯域幅でデータのアップロードやダウンロードを行うことによる多額の個人支出を強いられることはない。このことは、新興国の人々や低速、従量制の接続環境にある人にとって、特に重要である。	2-11の回答のとおりです。	「DYI」ツールを使って、利用者はいつでもデータファイルをリクエストでき、HTML ファイルまたは機械読み取り可能な JSON フォーマットでダウンロードすることを選択可能。HTML は、Facebook で一般的に使用されている、見やすいデータ形式です。ダウンロードをリクエストすると、利用者は ZIP ファイルへのリンクを受け取る。このファイルをダウンロードして取り出すと、「index」という名前の HTML ファイルが含まれ、ウェブブラウザでウェブページのように開くことができるようになる。ZIP ファイルには、リクエストされた画像や動画を含むファイルの入ったフォルダが含まれている。JSON は機械が読めるデータ形式なので、JSON データのインポートをサポートする他のサービスにデータをアップロードすることができる。 弊社は、利用者が情報のダウンロードを要求したときに、アカウントを安全に保ち、情報を保護するために、多くのセキュリティ対策を実施。情報のコピーのダウンロードを開始する前に、まず、パスワードの再入力をお願いしている。また、ダウンロードを開始する前に、追加の認証ステップを完了するようお願いすることもある。アカウント保護のため、ダウンロードのリクエストは数日後に期限切れとなりますが、利用者はいつでも新しいリクエストをすることが可能。 また、「TYI」ツールを使って、サービス間で直接データの転送をリクエストすることも可能。このツールは、オープンソースの「Data Transfer Project」を利用している。弊社は 2018 年にオープンソースの DTP (Data Transfer Project) に参加し、業界のパートナーと協力して、サービス間の直接転送を可能にするデータポータビリティを構築している。DTP は、任意の 2 つのオンラインサービスを接続できるオープンソースコードによる共通のフレームワークの構築に取り組む組織（現在は Meta、Apple、Google、Microsoft、Twitter、Smugmug）の協力によるものであり、利用者の主導でプラットフォーム間のデータを合法的かつ安全で信頼できる方法でシームレスにポータビリティできるようにすることを目的としている。オープンソースプロジェクトの動機は、各企業が独自のデータポータビリティシステムを一から構築するのではなく、アダプターやデータモデルを共有することで、より多くの企業がデータのインポートやエクスポートを容易に行えるようにすることである。 DTP は、あるシステムから別のシステムへシームレスにデータを移動させるために、さまざまな相互運用可能なサービスに依存し	2-11の回答のとおり、Yahoo! JAPAN IDの「登録情報」において、パーソナルデータの管理画面を設置しており、お客様はいつでもYahoo! JAPANの各履歴（サービス利用履歴、位置情報の履歴、アクセス履歴）や登録情報のダウンロードデータの作成・ダウンロード（弊社指定のフォーマットによる）ができるが、データ提供先の指定については現時点で対応していない。

					<p>ている。例えば、DTP は OAuth と呼ばれるオープンスタンダードの認証システムを使用しており、転送元と転送先が互いに通信し、転送が許可されていることを確認することが可能。同様に、利用者が転送を承認すると、DTP は、異なるシステム間でデータがシームレスに移動できるように、共通のデータ型を使用して、非常に異なるシステムの相互運用を可能にするフレームワークを提供。</p> <p>プライバシーとセキュリティは最優先事項である。そのため、利用者がデータのコピーを転送するよう要求した場合、アカウントの安全を確保するためのセキュリティ対策を多数実施。すべてのデータは転送中に暗号化され、転送を開始する前にパスワードの入力が求められ、転送が完了するとアクセストークンが削除される。</p> <p>現在のサービス間データポータビリティのソリューションでは、転送を行うために2つの異なるサービス間を直通させる必要がある。TYI を実現する DTP フレームワークは、企業がポータビリティツールを構築するたびに一から作り直す必要がないよう、サービス間の直接ポータビリティを容易に提供できるようにする。どのような企業でも、オープンソースの DTP フレームワークを利用して統合したシステムを構築することが可能。TYI ツールは、セキュリティレビューを受け、転送されるデータを適切に保護することを義務づける特定の業界標準のセキュリティ要件に同意した転送先への転送をサポートしている。さらに多くの企業が DTP フレームワークを採用し、弊社のサービスの利用者さらなるコントロールを提供できるようにすることを期待。</p>
2-13.	個人情報保護法に基づく開示請求への対応状況（電磁的な開示の実施状況、開示請求の方法、提供フォーマット等）	<p>・電磁的な開示を行っている。2-6 の回答のデータとプライバシーのページで、「データのコピーをリクエスト」をクリックすると、当該ユーザーが Apple に保存しているデータのコピーをリクエストするページに行くことができる。</p>	<p>Google は従前より、ユーザーが自身の情報にアクセスしたり削除するための堅牢で使いやすいツールを提供してきた。これらのツールを、さらに堅牢かつ直観的に使用できる方法を引き続き模索している。</p> <p>Google のプライバシー設定と管理の中心である Google アカウントには、使用している Google のサービス、メールや写真などの保存データの概要を確認できるダッシュボードがある。また、Google アカウントには、Google のサービス全般を通じて検索、閲覧、視聴するなどのアクティビティから収集されたデータを簡単に確認し、削除できるツールであるマイアクティビティも提供している。</p> <p>過去のオンライン上のアクティビティを簡単に振り返ることができるよう、トピック、日付、サービスで検索できるツールが用意しており、ユーザーは「データをダウンロード」からアカウントに保存されたデータのコピーにアクセスするか、プライバシーに関するトラブルシューティング又は Google プライバシーヘルプセンターからアクセス可能な「データへのアクセス権をリクエスト」のフォームを送信することが可能。</p> <p>また、Google は、個人情報保護法に基づくユーザーからの要求に対応するために、メールエイリアス (appi-inquiries-external@google.com) を設定し、プライバシーポリシーに関する日本のユーザーへの法定開示事項においてこれを公表。</p>	<p>○開示請求の方法 弊社 Web サイト内のお問い合わせフォーム又は郵送にて開示請求を受け付けている。</p> <p>○開示方法 基本的にはお客様へ PDF を送信する方法で開示。 お客様が希望された場合には郵送での開示も実施。</p>	<p>弊社は、個人情報にアクセスするための使いやすいセルフヘルプツールを利用者に提供。「DYI」「TYI」ツールについては、2-11 及び 2-12 の回答を御覧いただきたい。</p> <p>また、弊社は、消費者がプライバシーに関する質問又は弊社のプライバシー慣行に関する質問を行えるように様々な連絡窓口を提供している。</p> <p>例えば、Facebook のサービスについては、利用者及び利用者以外の方々も専用の問い合わせ用フォーム (<a href="https://www.facebook.com/help/contact/861937627253138">https://www.facebook.com/help/contact/861937627253138</a>) を使用して Facebook のデータに関するポリシーについての質問、利用者の情報に関する質問、苦情、リクエストを弊社まで問い合わせることが可能。また、弊社のデータに関するポリシーの末尾にある TRUSTe (外部の第三者紛争解決プロバイダー) のウェブサイトへのリンクを通じて、同社と連携することも可能。</p> <p>弊社のデータに関するポリシーには、弊社に郵送のメールで連絡することを希望する利用者向けの宛名及び住所も記載されている。また、プライバシーや個人情報の取扱いに関する利用者からの問い合わせに対応するための専門チームを設置。利用者は、弊社のサービスに投稿されたコンテンツについて肖像に係るプライバシーに関する苦情を申し立てることも可能。弊社のプライバシーに関する運営の専門家チームによって受領された質問に対しては、速やかに回答がな</p>

					れる。 また、弊社は、弊社のヘルプセンターにおいて、プライバシー設定とツールに関する分かり易い説明、問い合わせ用フォームへのリンク、及びよくある御質問への回答を提供。	
3. 他アプリやサイトを経由した情報収集の状況						
3-1.	他アプリやサイトを経由した情報収集の状況	<p>【Apple が他のソースから受け取る個人データ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>個人：他の個人から他のユーザーに関するデータを収集することがある（例：他の個人からユーザーに製品やギフトカードを送付、Apple のサービスやフォーラムへの参加への招待等）。</li> <li>ユーザーの指示がある場合： <ul style="list-style-type: none"> <li>-ユーザーが、モバイル通信事業者に対し、アカウントのアクティベーションのためにユーザーの通信事業者アカウントに関するデータを Apple と共有するように指示する場合</li> <li>-Apple での購入に対するリワードを獲得できるようにロイヤルティプログラムへの参加に関する情報を共有するようにユーザーが指示したりする場合 など</li> </ul> </li> <li>Apple のパートナー：セキュリティおよび不正防止の目的で、ユーザーが Apple ID の作成時に提供する情報を第三者からの情報を利用して検証することがある（Apple プライバシーポリシー（<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/jp/">https://www.apple.com/legal/privacy/jp/</a>））。</li> </ul>	<p>本質問は、他の第三者企業から情報を提供される可能性がある状況について説明を求められておりと理解し、次のとおり回答する。</p> <p>Google は、ユーザーが同意した場合、Google のサービスへのアクセスに使用したアプリ、ブラウザ、およびデバイスに関する情報を収集。Google が収集する情報には、固有 ID、ブラウザの種類および設定、デバイスの種類及び設定、オペレーティングシステム、モバイルネットワークに関する情報（携帯通信事業者名や電話番号など）、アプリケーションのバージョン番号などが含まれる。また、Google のサービスとユーザーのアプリ、ブラウザ及びデバイス間の通信についての情報も収集。例えば、IP アドレス、障害レポート、システムアクティビティ、リクエストの日時と参照 URL などがあ</p> <p>また、信頼できるパートナーからユーザーに関する情報の提供を受けることもある。例えば、マーケティングパートナーから Google のビジネスサービスのマーケティングサイトに関する情報の提供を受けたり、セキュリティパートナーから不正使用防止のための情報の提供を受けることがある。また、広告主から、広告やリサーチのサービスをその広告主に提供するための情報の提供を受けることがある。</p> <p>これらはすべて、プライバシーポリシーに明記しております。</p>	<p>弊社の提携事業者が運営する他アプリや Web サイトに弊社の広告配信等のためのツールが設置された場合、当該アプリ・サイトを訪問されたお客様に関する情報を取得する場合があります。</p>	<p>弊社は、パートナー（弊社のプロダクトを使用して自社の製品やサービスの広告、マーケティング、サポートを行う企業や人々）、測定ベンダー（弊社やその広告主にマーケティング関連のサポートを行う企業）、第三者（弊社と情報を共有しているが弊社の製品を使用していない組織や団体）から、弊社のプロダクト上およびプロダクト外の利用者の活動に関する様々な情報を収集および受領しています。弊社が受け取る情報の例としては、デバイス情報、利用者が訪問したウェブサイトとクッキーデータ、利用者が行った購入、利用者が見た広告、利用者がパートナーの製品やサービスをどのように利用しているか、などがあります。</p> <p>パートナーは、利用者の電子メールアドレス、クッキー、広告デバイス ID などの情報を弊社と共有します。これは、利用者がアカウントを持っている場合、その活動とアカウントをマッチさせるのに役立ちます。弊社は、利用者が弊社のプロダクトにログインしているか、アカウントを持っているかにかかわらず、この情報を受け取ります。</p> <p>また、パートナーがコミュニケーションの管理支援などのサービスを提供するよう弊社に指示した場合、利用者とのコミュニケーションを弊社と共有することがあります。</p>	<p>Yahoo! JAPAN の広告主や広告配信先等のウェブページやアプリを利用した場合に、当該パートナーのウェブページやアプリに Yahoo! JAPAN の「ウェブビーコン」等を設置して Cookie や端末情報を参照することで、お客様が御利用の端末を識別するための情報等を取得する場合があります。</p>
3-2.	他アプリ提供者やサイト運営者に対し、どのような同意取得や通知を促しているか	<p>・6 の回答参照</p>	<p>例えば Google Play では、アプリとゲームがユーザーのデバイス上でアクセスしようとするデータについて、ユーザーが十分な情報を得た上で判断できるよう支援している。その一環として、以前から、デベロッパーへ、Google Play ストアのアプリー観で、どのように個人情報収集しているかを開示することを義務づけてきた。2015 年に Android Marshmallow を公開した時には、ユーザーがいつでも、自身のデバイスでこまめに許可を確認、付与、拒否できるランタイム権限を導入した。</p>	<p>他アプリや Web サイトにおいて、弊社が Cookie 等により訪問履歴等の広告関連情報を収集し、広告の効果測定等に利用すること及びオプトアウトの方法について通知を行うとともにお客様から必要な同意を取得することを規約で義務づける等の対応を実施。</p>	<p>1-3 参照</p> <p>パートナーは、利用者がパートナーのサービスを訪問、利用した場合、またはパートナーが連携する外部パートナーを通して、利用者のデータを受け取ります。弊社は、これらのパートナーが弊社にデータを提供する前に、パートナーが利用者のデータを取得、利用、共有する正当な権利を有していることを当該パートナーに要求します。</p>	<p>広告主のウェブサイト、アプリケーション等におけるユーザーの訪問・行動履歴情報を利用する広告商品御利用時の遵守事項として、ユーザーの訪問・行動履歴情報を取得させる自身のウェブサイト、アプリケーション等において、記載していただく項目を定め、この記載は、対象ウェブサイト等のトップ画面から 1~2 回の操作で到達できる場所に記載することを求めている。</p> <p>なお、記載を求める事項の詳細は次のとおり。</p> <p>(1) ヤフー株式会社を始めとする第三者の提供する広告配信サービスを利用する場合がありますが、その場合において、Cookie 等によって当該第三者がユーザーの対象ウェブサイト等の訪問・行動履歴情報を取得、利用する場合があります旨</p> <p>(2) 広告配信サービスを提供する第三者によって収集された対象ウェブサイト等におけるユーザーの訪問・行動履歴情報が、当該第三者のプライバシーポリシーに従って利用される旨</p> <p>(3) 広告配信サービスを提供する第三者の提供するオプトアウト手段により、当該第三者による対象ウェブサイト等において収集されたユーザーの訪問・行動履歴情報の広告配信への利用を停止させることができる旨</p> <p>(4) ユーザーが Cookie 等の設定を行うことにより、訪問・行動履歴情報が収集される</p>

3-3.	情報収集モジュールや JavaScript の他アプリ提供者やサイト運営者への提供による利用者情報の外部送信の状況	<p>—</p> <p>(参考1) Safari は追跡者からあなたを守る。インテリジェント・トラッキング防止機能が、インターネット広告から追いかけるられないようにする。ウェブページの中には、サイトを閲覧するあなたの行動を何百ものデータ収集会社に監視させ、あなたのプロフィールを作成して広告を表示するものがある。Safari のインテリジェント・トラッキング防止機能はデバイス上の機械学習を使って、これらの追跡型広告をブロックできるようにする (プライバシー概要 (<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/">https://www.apple.com/jp/privacy/</a>))。</p> <p>(参考2) iOS 14.5 と iPadOS 14.5 からは、アプリが他社の所有するアプリやウェブサイトを横断してあなたの行動を追跡する場合、あなたの許可を得ることが義務付けられた (プライバシーコントロール (<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/control/">https://www.apple.com/jp/privacy/control/</a>))。</p>	本質問は Google がデータに関してパートナーとどのようにやり取りしているのかという質問であると理解している。Google のプライバシーポリシーに規定されている。	弊社の提携事業者が運営する他アプリや Web サイトに弊社の SDK やタグが設置された場合、当該アプリ・サイトを訪問されたお客様に関する情報が弊社に送信される場合がある。	パートナーは、弊社のビジネスツール、統合、および Meta Audience Network の技術を使用して、弊社と情報を共有します。これらのパートナーは、利用者がサイトやアプリを訪問したり、サービスを利用したりする際に、あるいは、パートナーが協力する他の企業や組織を通じて、利用者の情報を収集します。Meta の Pixel は、JavaScript を使用したビジネスツールで、パートナーがパートナーのウェブサイト訪問者やウェブサイト上で行った行動に関するデータを共有できるようにするものです。弊社は、パートナーが利用者の情報を提供する前に、その情報を収集、使用、共有する権利を持っていることを当該パートナーに要求します。	この可否を定めることが可能である旨 お客様が Yahoo! JAPAN の当該広告主や広告配信先などのウェブページやアプリを利用した場合に、そのパートナーのウェブページやアプリに Yahoo! JAPAN の「ウェブビコン」などを設置して Cookie や端末情報を参照することで、お客様が御利用の端末を識別するための情報を取得することがある。
3-4.	3-3 に該当する場合の、他アプリ提供者やサイト運営者への情報提供状況	—		ガイドラインや媒体資料を用いて提携事業者内に案内する運用。	<p>ビジネスツール利用規約は、広告、マッチング、測定、分析に関連して、パートナーが Facebook 広告製品を使用した結果、弊社が受け取ったデータの使用方法について規定しています。</p> <p>弊社は、さまざまなオンラインマーケティングおよび開発者リソース、弊社の担当者や広告主/代理店との営業およびマーケティングのやり取り、製品およびデータ処理規約 (Facebook ビジネスツール利用規約および Facebook データ処理規約など) を通じてビジネスツール (JavaScript ベースの Pixel を含む) に関する情報を提供します。</p> <p>オンラインリソースの例としては、以下が挙げられます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 顧客との再エンゲージメントとリターゲティングの方法   Meta for Business <a href="https://www.facebook.com/business/goals/reengage-customers">https://www.facebook.com/business/goals/reengage-customers</a></li> <li>- Facebook ピクセルの設定とインストール方法   Meta Business ヘルプセンター <a href="https://www.facebook.com/business/help/952192354843755?id=1205376682832142&amp;ref=fbf_retargeting">https://www.facebook.com/business/help/952192354843755?id=1205376682832142&amp;ref=fbf_retargeting</a></li> <li>- Meta ピクセル <a href="https://developers.facebook.com/docs/meta-pixel">https://developers.facebook.com/docs/meta-pixel</a></li> <li>- プライバシーとデータ使用に関するビジネスハブ <a href="https://www.facebook.com/business/m/privacy-and-data">https://www.facebook.com/business/m/privacy-and-data</a></li> </ul>	弊社が広告クライアント様に無断で外部へ送信することはない。
3-5.	情報収集モジュールや JavaScript について、送信される情報の内容や送信先等の変更等	—		送信される情報の内容や送信先が変更になる場合には、当該変更に関して提携事業者への案内または弊社 Web サイト上での公表を適宜実施。	JavaScript ピクセルを使用して共有されるデータは、ビジネスツール規約に従い、「ビジネスツールデータ」として扱われます。ビジネスツール利用規約のセクション 1b に規定されているように、弊社は、利用者が弊社に提供したビジネスツールデータを第三者 (広告主を含む) と共有することはありません (ただし、弊社がかかる提供を認められることを利用者が弊社に通知した場合、またはかかる提供が法律により義務付	当社が広告クライアント様に無断で、送信される情報の内容や送信先を変更することはない。

3-6.	複数の他アプリやサイトから利用者情報を収集している場合の、情報管理状況	-	<p>Googleは収集したデータを、データの内容、データの用途、ユーザーの設定内容に応じてそれぞれ異なる一定期間保持。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Googleが収集するデータには、ユーザーがいつでも削除できるもの（ユーザーが作成又はアップロードしたコンテンツなど）がある。ユーザーは、アカウントに保存されているアクティビティ情報も削除可能。また、一定期間後に自動的に削除されるよう設定することも可能。</li> <li>その他のデータ（サーバーログ内の広告データなど）は、一定期間後に自動的に削除されるか、匿名化される。</li> <li>サービスの使用頻度に関する情報など一部のデータは、ユーザーがGoogleアカウントを削除するまでGoogleが保持。</li> <li>また、セキュリティ、詐欺および濫用の防止、取引記録の保持など、正当な業務上又は法律上の目的のために必要に応じて他のデータよりも長期間保持するデータもある。</li> </ul>	<p>弊社が付与したお客様の内部識別子と関連づけて管理する場合があります。</p>	<p>第三者のアプリやウェブサイトから収集した情報は、以下のとおり、弊社のデータポリシーに基づいて管理/保存されています。弊社のグローバルなサービスとしてのデータの運用と移転方法</p> <p>弊社では、グループ企業内だけでなく、弊社のパートナーや利用者が世界中でつながる共有者などの外部者とも、本ポリシーに従って情報を世界規模で共有しています。利用者の情報は、本ポリシーに記載される目的で、米国やその他利用者の居住地以外の国に移転、転送、保存、処理される場合があります。このようなデータの移転は、Facebook利用規約およびInstagram利用規約に明記されるサービスの提供や、弊社製品のグローバルな運用と利用者への提供のために必要です。弊社は、標準契約条項を活用するほか、該当する場合には特定国に関する欧州委員会の十分性認定に依拠し、米国や米国以外の国へのこのようなデータの移転について利用者の同意を取得しています。</p>	<p>当社が取り扱うお客様等のYahoo! JAPAN ID、パートナーのID、広告ID (Advertising Identifier (IDFA)及びGoogle Advertising Identifier (AAID)を含むが、これに限らない)、Cookieその他の各種識別子を紐づけて管理し、プライバシーポリシー記載の利用目的に利用する場合がある。</p>
4. 他社へのデータ提供、他社との連携の状況						
4-1.	他社に対する、取得した利用者情報・位置情報に基づくデータ提供の内容、提供に関する留意点（ユーザーへの説明、他社の監督、安全管理など）	・3-1の回答参照	<p>Google以外の者との個人情報共有に関するGoogleのポリシーは、Googleのプライバシーポリシーの「ご自分の情報の共有」の項に記載。Googleのプライバシーポリシーは、あらゆる種類の個人情報並びに第三者にグローバルに適用されます。</p> <p>Googleは、次の場合を除いて、ユーザーの個人情報とGoogle以外の企業、組織、個人と共有することはない。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーの同意を得た場合</li> </ul> <p>Googleは、ユーザーの同意を得た場合に、Google以外の者と個人情報を共有します。たとえば、ユーザーがGoogle Homeから予約サービスでレストランを予約した場合、ユーザーの許可を得たうえでユーザーのお名前や電話番号をレストランと共有します。機密性の高い個人情報と共有する場合は、ユーザーに明示的な同意を求めます。</p>	<p>他社に利用者情報を提供する場合、提供する情報を分かりやすく表示した上、お客様から同意を取得するようにしている。</p> <p>また、他社にお客様の識別子を提供する場合、安全管理の観点から、提供先の企業ごとに異なる識別子を提供するよう努めている。</p> <p>他社に利用者情報を提供する場合、弊社と他社との間で、利用者情報を保護するための契約を締結し、利用者情報が安全に管理されるよう努めるとともに、お客様に対して事後のオプトアウト機能を提供する等している。</p>	1-3参照	<p>お客様に同意いただいた場合に限り、お客様へより良いサービスを提供するために、プライバシーポリシーの範囲内でグループ企業、パートナー企業へのデータ連携を行うことについて、連携するデータの範囲、連携先に範囲等についてプライバシーセンターの「パーソナルデータの連携」の項目で説明。</p> <p>また、弊社は、弊社が定める基準を満たす安全管理措置を講じている第三者にのみパーソナルデータを提供。</p> <p>なお、位置情報については、プライバシーセンターの「位置情報の利用について」の項目で、取得したお客様の位置情報（端末から取得可能なGPS位置情報、Wi-Fi情報、Bluetooth情報等）をサービス等の提供（お客様からのお問い合わせへの対応、お客様へのお知らせ、適切かつ安全なサービス等の提供のための不正対策を含む）、改善や新たなサービス等の検討、サービス等の御利用状況等の調査、分析に利用させていただく旨を説明。</p>
4-2.	利用者情報・位置情報の取得・活用に関する、他社との連携状況、連携に関する留意点（ユーザーへの説明、他社の監督、安全管理等）	・3-1の回答参照	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドメイン管理者の場合</li> </ul> <p>Googleサービスを使用する組織の従業員または学生の場合、お使いのGoogleアカウントには、アカウントを管理するドメイン管理者および販売パートナーがアクセスできます。</p> <p>ドメイン管理者および当該販売パートナーは次のことを行うことができます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーのアカウントに保存された情報（メールなど）にアクセスし、その情報を保持すること。</li> <li>ユーザーのアカウントに関する統計情報（ユーザーがインストールしたアプリの数など）を表示すること。</li> <li>ユーザーのアカウントのパスワードを変更すること。</li> <li>ユーザーのアカウントのアクセス権を一時的に停止または停止すること。</li> </ul> <p>適用される法律、規制、法的手続き、または強制力のある政府機関の要請に応じる</p>	<p>グループ会社との間で、お客様により良いサービスを提供するために取得した利用者情報を連携する場合があります。</p> <p>利用者情報を連携するグループ会社の範囲は、プライバシーポリシーに記載することによってお客様に説明。</p>	<p>ここ数年間、弊社はデータの扱い方を変更し、データへのアクセスとデータの管理に関するパートナーの責任の持ち方を変えてきました。APIへのアクセスを制限し、アプリレビューを拡張し、アプリ開発者の調査を開始しました。開発者がFacebookのプラットフォームを責任を持って使用し続けるために必要なツールと情報を確実に持つようにするため、弊社は次の4つの分野で改善を図ってきました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>開発者にデータの使用とシェアに関するさらに明確になったガイダンスを提供します。</li> <li>開発者に責任を持たせるための新しいツールとコントロールをビルドする。その中には、年ごとのデータの状況の確認プロセスがあります。このプロセスでは、開発者はFacebookプラットフォームAPI経由で自分たちがアクセスするデータのタイプをレビューし、データの使用方法がFacebookの規約とポリシーに準拠していることを確認で</li> </ul>	<p>2-5の回答のとおり、同意取得にあたってのお客様への情報提供の在り方については、法務部門が事業部門と調整の上判断し、お客様のプライバシーに与える影響等に応じて、さらにデータ・ディレクター（DD）会で検討した上で、チーフ・データ・オフィサー（CDO）が責任者として決裁する仕組みを導入。</p> <p>さらに、これらのガバナンスシステムが適切に機能していることを第三者から監視・評価を受けるための仕組みとして、社内のデータ利用等に通じた者が同様に第三者的な立場から監視・評価するための仕組みとして、データ・プロテクション・オフィサー（DPO）を設置。</p> <p>また、弊社は、弊社が定める基準を満たす安全管理措置を講じている第三者にのみパーソナルデータを提供。</p> <p>なお、4-1の回答のとおり、位置情報については、プライバシーセンターの「位置情報の利用について」の項目で、取得したお客様</p>



			<p>ために、ユーザーのアカウント情報を受け取ることを。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ご自分の情報またはプライバシー設定の削除や編集を行うユーザーの権限を制限すること。</li> </ul> <p>・外部処理の場合 Google は、Google の関連会社及びその他の信頼できる企業又は個人に対し、個人情報を Google のために処理させる目的で当該個人情報を提供。その場合、当該関連会社、企業又は個人は、Google の指示に基づき Google のプライバシーポリシー並びにその他の適切な機密保持及びセキュリティの方策に従って当該処理を行う。例えば、Google ではカスタマーサポートの提供をサービスプロバイダーに委託することがある。</p> <p>Google は、個人情報にアクセスできる担当者を、その情報の処理のためにその情報を必要とする Google の社員、請負業者又は業務委託先及び代理人に限定している。内部ツールへのアクセスは厳重に管理されており、システムの悪用に対してはゼロ・トレランス・ポリシーを採用。従業員であるか否かを問わず、当該担当者はいずれも、厳格な契約上の守秘義務を負っており、当該義務を履行しなかった場合は懲戒処分又は契約解除の対象となることがある。</p> <p>・法律上の理由の場合 Google は、個人情報へのアクセス、使用、保存又は開示が、次の理由で合理的に必要だと誠実に判断した場合、その情報を Google 以外の者と共有。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・適用される法律、規制、法的手続又は強制力のある政府機関の要請に応じるため。政府から受けた要請の数と種類についての情報は、Google の透明性レポートで開示。</li> <li>・違反の可能性の調査など、適用される利用規約の遵守徹底を図るため。</li> <li>・不正行為、セキュリティや技術上の問題について検知、防止又はその他の対処を行うため。</li> <li>・法律上の義務に応じて又は法律上認められる範囲内で、Google、Google のユーザー又は一般の人々の、権利、財産又は安全に害が及ぶことを防ぐため。</li> </ul>		<p>きます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開発者のエクスペリエンスを改善する。開発プロセスとアプリレビュープロセスをカスタマイズして多種多様な開発者をより良くサポートできるようにし、アプリダッシュボードを更新して必要なすべてのアクションをさらに容易に確認できるようにしてきました。</li> <li>・利用者のエクスペリエンスを改善する。アプリで利用者にポジティブなエクスペリエンスを提供するための追加のポリシーガイダンスを提供しています。</li> </ul> <p>最初の分野での取り組みの一環として、弊社は2020年7月、弊社のプラットフォームとツールを使用する際、データを保護し、利用者のプライバシーを尊重するという責任を事業者と開発者が明確に理解できるように、新しいプラットフォーム規約と開発者ポリシーを導入しました。</p> <p>新たなプラットフォーム規約と開発者ポリシーは、既存の Facebook プラットフォームポリシー (Messenger プラットフォームを含む)、Instagram プラットフォームポリシー、拡張プラットフォーム製品に関する補足規約、技術提供者修正条項を簡素化し置き換えるものです。</p> <p>プラットフォーム規約: プラットフォーム規約は更新され、データ利用の制限、データセキュリティ要件、規定の実施、利用規約と保証 (知的財産権など) に焦点が当てられています。これは、Facebook プラットフォームで製品とソリューションをビルドする際の、開発者の権利と責任をより良く概説するのに役立ちます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プラットフォームデータの利用とシェア: 更新されたプラットフォーム規約では、Facebook のプラットフォームから開発者が受け取るデータの二層構造を定義し、各層のデータをどのように利用しシェアするかに関する明確なガイダンスが提供されています。プラットフォームデータと制限プラットフォームデータというこの新しい区分は、情報開発者が利用者の明示的な同意なしに第三者とシェアできるものを制限し、利用者データのセキュリティ保護を強化します。</li> <li>・データの削除: データ削除に関するポリシーの要件も明確化しています。開発者は、正当なビジネス上の目的のためのデータ利用の必要がなくなった場合、開発者が製品やサービスの運営を中止した場合、弊社 Facebook 社が削除を要請した場合、または開発者がデータを間違って受け取った場合、開発者はデータを削除することが求められます。</li> <li>・施行&amp;監督: 更新された規約では、開発者に対する弊社のデータセキュリティ要件の規定が強化されています。データ漏えいが発生した場合には、弊社に通知し、すぐに問題の修復を始め、妥当な範囲で弊社と協働することが求められています。また、監査、停止、施行に関する弊社の規定も明確化しています。</li> <li>・開発者ポリシー: 統合、品質コントロール、ユーザーエクスペリエンス、コンテンツ、美的、機能に関する要件をそれぞれ分け、開発者ポリシーという単一のドキュメントに</li> </ul>	<p>の位置情報 (端末から取得可能な GPS 位置情報、Wi-Fi 情報、Bluetooth 情報等) をサービス等の提供 (お客様からのお問い合わせへの対応、お客様へのお知らせ、適切かつ安全なサービス等の提供のための不正対策を含む)、改善や新たなサービス等の検討、サービス等の御利用状況等の調査、分析に利用させていただく旨を説明。</p>
--	--	--	---	--	---	---

					まとめました。 1-4及び3-1参照	
5. サードパーティによる情報取得への対応方針						
5-1.	ウェブブラウザやアプリ経由等でサードパーティが情報取得することについての方針 (Third Party Cookieや広告ID等の取扱い) ウェブとアプリで方針は同じか異なるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>一部のWebサイトでは、第三者コンテンツ提供者を使用している。第三者コンテンツ提供者は、製品やサービスの広告を出すためにWebサイト間でユーザをトラッキングする可能性がある。Safariでは、「サイト越えトラッキングを防ぐ」の設定を有効にすることで、ユーザが第三者コンテンツ提供者のWebサイトを閲覧しない限り、トラッキングデータは定期的に削除される（Safariとプライバシー: <a href="https://support.apple.com/ja-jp/HT210675">https://support.apple.com/ja-jp/HT210675</a>）。</li> <li>Cookieは、サイト側が同じ人が再訪してきたときに分かるように、訪問者のデバイスに残していくデータである。Safariで「すべてのCookieをブロック」の設定ができる(iPhone, iPad, iPod touchでSafariから閲覧履歴とCookieを消去する: <a href="http://support.apple.com/ja-jp/HT201265">http://support.apple.com/ja-jp/HT201265</a>)。</li> <li>Appで収集した情報をサードパーティーと共有することについて、App Store Reviewガイドライン(<a href="https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/#legal">https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/#legal</a>)「5.1.2 データの使用と共有」に規定するとともに、App Storeでは、すべてのAppleプラットフォームを対象に、ユーザーがAppをダウンロードする前にAppのプライバシー方針を確認できるようになった(<a href="https://developer.apple.com/jp/app-store/app-privacy-details/">https://developer.apple.com/jp/app-store/app-privacy-details/</a>)。Appのユーザーデータをサードパーティーと共有する場合は、そのサードパーティーがAppのプライバシーポリシーやApp Store Reviewガイドラインで求められているものと同等のData protectionをユーザーに提供していることを確認する必要がある。</li> <li>法律で許可されているものでない限り、事前にユーザーの許可を取らずに、ユーザーの個人データを使用、送信、共有することはできない。</li> <li>Appで収集したデータは、Appの改善や広告の提示といった目的のみサードパーティーと共有することができる。</li> <li>ユーザアクティビティをトラッキング(※)するには、App Tracking Transparency APIを介して、ユーザーの明示的な許可を得る必要がある。トラッキングについて詳しくは「ユーザーのプライバシーとデータの使用」(<a href="https://developer.apple.com/jp/app-store/user-privacy-and-data-use/">https://developer.apple.com/jp/app-store/user-privacy-and-data-use/</a>)に記載。(※)トラッキングとは、デベロッパーが自身のAppで収集したユーザーやデバイスに関するデータを、ターゲット広告や広告効果測定を目的として、他社のApp、Webサイト、またはオフラインのプロパティから収集又はユーザーやデバイスに関するデータに紐付ける行為を指す。また、ユーザーやデバイスに関するデータをデータブローカーに共有することもトラッキングに該当する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第三者とのユーザーの情報共有に関するGoogleのポリシーは、Googleのプライバシーポリシーの「ご自分の情報の共有」に規定。Googleのプライバシーポリシーはすべてのユーザーデータ及び第三者についてグローバルに適用されるものである。詳細は1-3の回答を御参照いただきたい。</li> <li>Googleは、ユーザーのデータを匿名化、統計化し個人が特定できない形で第三者と共有することがある。</li> </ul>	LINEアプリにサードパーティが情報取得するモジュールを設置する場合、情報取得する事業者の名称、取得される情報の項目、利用目的等について、お客様へ情報提供を実施。	<p>弊社は、人々の公開データおよびプライベートデータを収集するために設計された自動化されたアクティビティが、あらゆるウェブサイトやサービスを標的にしていることを承知しています。また、スクレイパー（悪意のあるアプリ、ウェブサイト、スクリプト）は、弊社が構築し、そして改善する防御に対応して、検出を回避するために絶えず戦術を適応させており、非常に敵対的な領域であることも承知しています。</p> <p>攻撃者にとってスクレイピングをより難しく、より高い代償を必要とするための大規模なセキュリティ戦略の一環として、弊社は2011年からバグ発見報奨金プログラムを運用しています。このプログラムは、外部の研究者が潜在的なセキュリティ脆弱性を報告することによって、弊社の製品とシステムのセキュリティとプライバシーの向上に貢献するものです。このプログラムは、コミュニティをより良く保護するために問題をより早く検出・修正するのに役立つっており、また、資格のある参加者に報酬を授与することによって、より質の高いセキュリティ研究が促進されています。2021年だけでも、46カ国以上の研究者に230万ドル以上を授与し、合計で約25,000件の報告を受け、800件以上に対して報奨金を授与しています。</p> <p>2021年12月には、弊社はバグ発見報奨金プログラムの拡大を発表しました。拡大されたプログラムでは、弊社は以下のような報酬を提供しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報または機密情報（例：電子メール、電話番号、住所、宗教または政治的所属）を含む、少なくとも10万件のユニークなFacebook利用者レコードを含む保護されていないまたは公開されているデータベースに関する報告</li> <li>弊社のプラットフォームにおけるスクレイピングバグに関する有効な報告</li> </ul>	<p>Yahoo! JAPANは、パートナー企業に対して、「Cookie」や「アプリ開発キット」などを用いたパーソナルデータの取得を認めている場合があり、プライバシーセンターの「パーソナルデータの取得」第三者による情報の取得」においてこれらを説明するとともに取得先を公表。</p> <p>代表例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Yahoo! JAPANに対して広告を出稿・配信したり、コンテンツを提供したりする広告主、広告代理店、広告配信会社やコンテンツプロバイダーなどのパートナー企業が、Yahoo! JAPAN上に掲載された広告やコンテンツの効果測定したり、Yahoo! JAPANのお客様に向けて行動ターゲティング広告を配信したりする場合（Yahoo! JAPANは、お客様にあったYahoo! JAPANまたはパートナー企業のコンテンツや広告の提供のため、お客様がご利用の端末に対して送信・保存する両者のCookieを関連づけることがある）</li> <li>これらのパートナー企業および市場調査会社が、自らまたはYahoo! JAPANやYahoo! JAPANの提携先事業者の依頼を受けて、Yahoo! JAPAN上のお客様のサービスの利用状況等を調査する場合</li> </ul>
5-2.	フィンガープリント、Unifie	・2-1の回答の「プライバシー機能」の「フ	すべての人に開かれたウェブを維持するた	弊社の広告事業では、フィンガープリン	オンライン広告業界では、以前から、異なる	広告事業において、現在の3rd Party Coo

	<p>d ID 2.0等のクッキーの代替手段での情報取得の動きについての考え方</p>	<p>フィンガープリント』作成の防止」記載のとおり、Safariは、広告主やウェブサイトが個々のデバイスが持つ特性のユニークな組み合わせを使って「フィンガープリント」を作成し、あなたを追跡するのを防ぐ。簡略化されたシステム構成を提示し、トラッカーの目に多数のデバイスが同一に見えるようにすることで、各ユーザーのデバイスを特定しにくくしている。</p>	<p>めに、広告は不可欠な要素である。しかし、変化するユーザーのプライバシー保護への期待に応えられなければ、そのエコシステムの存続は望めない。多くの人々はウェブを閲覧する際に身元や情報が安全に保たれることを求めている。このため、Chromeチームではプライバシーサンドボックスを紹介した。</p> <p>プライバシーサンドボックスの重要な目的は、個別ユーザーに関するデータを共有したり秘密裏に追跡したりする、不透明若しくはユーザーから見えない技術から、人々を保護する技術を開発することである（これはフィンガープリントとして広く知られている。）。</p> <p>一例としては、端末のIPアドレスを悪用して、オプトアウトの知識がない利用者やオプトアウトの選択肢がない利用者を特定しようとするといった手法が挙げられる。Chromeは、ウェブサイトの通常の動作を妨げることなく利用者のアイデンティティを保護するために、IPアドレスをマスクする方法の新たな仕様提案としてGnatcatcher (<a href="https://github.com/bslassey/ip-blindness">https://github.com/bslassey/ip-blindness</a>) を公開。他の提案仕様と同様に、ウェブコミュニティからのフィードバックに基づき今後も改良を続けてまいる。この点に関するGoogleの考えに関する詳細はこちら (<a href="https://japan.googleblog.com/2021/02/2021-privacy-sandbox.html">https://japan.googleblog.com/2021/02/2021-privacy-sandbox.html</a>) より確認可能。</p>	<p>ト、Unified ID 2.0といったCookieの代替手段を現時点では導入していないが、Cookieの代替手段の検討及び研究は実施。</p>	<p>ウェブサイト間で収集されるデータの収集と使用を制限する方向で動いています。Appleは数年前からSafariブラウザでクッキーを使用する機能を制限しています。Googleも2023年後半にサードパーティ製クッキーを段階的に廃止する予定です。</p> <p>弊社のアプローチは、プライバシーを保護しながらパーソナライズされた広告を可能にするテクノロジーを構築すると同時に、自由でオープンなウェブをサポートすることです。</p> <p>弊社は今後もプライバシーに係る透明性と利用者による管理を確保するべく投資していきます。また、業界における他の事業者もこうした原則をプライバシーに対するアプローチの基礎に据えるでしょうし、またそうすべきだと考えています。しかし、まだまだやるべきことがあることも認識しています。ここ数年、私たちが取り組んできた方法のひとつであり、今後も優先的に取り組んでいくものが、プライバシー保護技術(PETs)への投資です。これは、処理する個人情報を最小限にしながらパーソナライズされた広告を提供し、個人情報の保護に貢献することを目的としています。PETsは、暗号技術や統計学などの高度な技術を駆使しています。これらの技術は、広告の測定やパーソナライゼーションなどの重要な機能を維持しながら、処理するデータを最小限にするのに役立ちます。</p> <p>例えば、購入した商品やメールアドレスなどの個人情報を遠隔地のサーバーやクラウドに送信することなく、利用者のデバイスに残っているデータを使ってアルゴリズムを学習する方法を検討しています。また、例えば、MPC (Secure Multi-Party Computation) は、2つ以上の組織が、互いに情報を知ることができなくしながらも協同することができるシステムのように、プライバシーに配慮した広告測定システムの構築に向けた業界の取り組みをリードしています。</p> <p>また、World Federation of Advertisers (世界広告主連盟) のクロスメディア測定イニシアチブなど、業界のイニシアチブに参加し、高度な広告ユースケースを可能にするプライバシー重視の測定システムの構築を支援しています。</p> <p>これらの技術はソリューションの一部ですが、同時に、データの最小化などプライバシーに関する基本的な原則を守りながら、当社の製品がデータを収集・使用する方法を検討し続ける必要があります。そして、人々のプライバシーを尊重しつつ、パーソナライズされた広告のメリットを維持できると信じています。</p> <p>また、業界やパートナー企業、政策立案者などと協力して、人々のプライバシーを確保しつつ、自由でオープンなインターネットをサポートし、あらゆる規模の企業が広告を通じて顧客にリーチできるようにする方法を模索することにも注力しています。当社は、Cookieやデータ収集に関するポリシーや慣行の変化に合わせて、この活動を継続していきます。</p>	<p>kieによる場合よりもお客様のプライバシー保護を担保できる代替手段があれば導入を検討する可能性はある。</p>
5-3.	Topicsの導入目的、設計内容		Googleは、ウェブにおけるユーザーのプライバシーを改善しつつ、パブリッシャー、クリ			

			<p>エーターや開発者が隆盛するビジネスを構築するためのツールを提供し、すべての人にとって安全で健全なウェブを守るために、プライバシーサンドボックスというイニシアチブを始めた。Google は、広告が多くの人にとって重要であり、また、オンラインの無料コンテンツへのアクセスを支える不可欠な手段であることも理解している。</p> <p>Google は、interest-based advertising (興味/関心に基づく広告) における新しいプライバシーサンドボックスの取組である Topics を 1 月に発表。Topics は、これまでの FLoC (<a href="https://privacysandbox.com/proposals/floc">https://privacysandbox.com/proposals/floc</a>) の開発から得た知見とコミュニティから寄せられたフィードバックに基づいており、FLoC に代わるものである。</p> <p>Topics は、ブラウザが、ユーザーの閲覧履歴に基づいて、例えば「フィットネス」や「旅行」などといったその週に関心の高い項目 (トピック) を少数選ぶ。これらの項目は、3 週間だけ保存され、古い項目は削除される。項目の選定は、Google や他の外部サーバーは一切介さず、完全にユーザーのデバイス上で実行される。ユーザーが Topics に参加するサイトにアクセスすると、過去 3 週間のそれぞれの週から項目を 1 つずつ、計 3 つ選び、そのサイト及び広告パートナーに共有される。Topics は、ブラウザがこれらのデータに対する重要な透明性と管理を与えることを可能にする。また、Chrome においては、項目の表示、不要なデータの削除、機能の無効化を完全にできるようにするユーザーコントロールを開発している。</p> <p>さらに重要な点として、項目は慎重に選別されるため、性別や人種などといったセンシティブなカテゴリは含まれない。また、Topics はブラウザで動作するので、Third Party Cookie などのトラッキング手法と比べ、自分のデータがどのように共有されているかを確認し、コントロールするためのより分かりやすい方法を提供する。また、ユーザーが関心を持っている項目をウェブサイトに提供することで、オンライン事業者がフィンガープリンティングのような隠密性の高いトラッキング技術を使うことなく、適切な広告の配信を継続することが可能。</p>			
6. アプリ提供マーケット						
6-1.	SPI に関する取組状況	<p>・SPI が参照すべき政府ガイドラインの 1 つとして強調されている (「ドキュメント ユーザーのプライバシーを保護する」(<a href="https://developer.apple.com/jp/documentation/uikit/protecting_the_user_s_privacy/">https://developer.apple.com/jp/documentation/uikit/protecting_the_user_s_privacy/</a>))。</p>	<p>Google Play は、アプリやゲームがユーザーのデバイス上でアクセスしようとしているデータについて、ユーザーが十分な情報を得た上で、判断できるような支援に努めている。その取組の一環として、Google Play ストアのアプリの掲載情報に個人情報の収集と使用の方法を開示するよう、デベロッパーの皆様に義務づけている。</p> <p>詳細については、「How Play works」のウェブサイト (<a href="https://play.google.com/intl/ja_jp/about/howplayworks/">https://play.google.com/intl/ja_jp/about/howplayworks/</a>) を御覧いただきたい。</p>			
6-2.	アプリケーションプライバシーポリシーの作成や利用者情報取扱いの透明性確保の観点からのアプリ提供者に対する働きかけや情報提供	<p>・App のデベロッパーに対し、App Store Review ガイドライン (<a href="https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/#legal">https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/#legal</a>) 「5.1 「5.1 プライバシー」と、App Store での App のプライバシーに関する詳細情報の表示 (<a href="https://developer.apple.com/jp/app-store/app-privacy-details/">https://developer.apple.com/jp/app-store/app-privacy-details/</a>) で、プライバシーポリシーの記載、利</p>	<p>Google はセキュリティに投資しており、デベロッパーによる悪用や不正を検出する、いくつものシステムを導入。例えば、デベロッパーによるユーザーの情報へのアクセスについて定めた Google API 利用規約は、デベロッパーが収集、使用、他者と共有する利用者情報について明確かつ正確に定めたプライバシーポリシーを提供し遵守することを義務づけている。</p>			

		<p>用者情報の取扱等について詳細に規定。例えば、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-すべての App には、App Store Connect のメタデータフィールドと各 App 内にアクセスしやすい形で、プライバシーポリシーへのリンクを必ず含める必要がある。プライバシーポリシーは分かりやすく明確なものである必要がある。</li> <li>-ユーザーや使用状況に関するデータを収集する App では、収集するデータが収集の時点またはその直後の時点で匿名であると考えられる場合でも、そのデータ収集に関してユーザーから同意を得る必要がある。</li> <li>-有料の機能は、ユーザーデータへのアクセスをユーザーが許可することを条件とすることはできない。</li> <li>-App では、簡単にアクセスできるわかりやすい方法でユーザーが同意を撤回できるようにする必要がある。</li> <li>-必ず、「目的」でデータの用途を明確かつ十分に説明する必要がある。</li> <li>-App では、ユーザーのアクセス許可設定を尊重する必要がある。不要なデータアクセスに同意するようユーザーを誘導したり、だましたり、強制したりすることは許されない。可能であれば、アクセスに同意しないユーザー向けに別の方法を用意してすることが推奨される（例えば、位置情報の共有に同意しないユーザーには、住所を手動で入力できる機能を用意することができる、など）。</li> <li>-ユーザーに情報を視覚的に提示する際は、必ず SafariViewController を使用する必要がある。SafariViewController を非表示にしたり、別のビューやレイヤーで隠したりすることは許されない。また、SafariViewController を使用して、ユーザーの認知や同意なしに App でユーザーのトラッキングを行うことは許されない。</li> <li>・App Store では、ユーザーが App のダウンロードする前に App のプライバシー方針を確認できる。個々の App のプロダクトページで、ユーザーはその App が収集するデータの種類を確認できるほか、その情報がユーザーのトラッキングまたは個人やデバイスとの紐付けに使われているかどうかを確認することができる。(ユーザーのプライバシーとデータの使用 (<a href="https://developer.apple.com/jp/app-store/user-privacy-and-data-use/">https://developer.apple.com/jp/app-store/user-privacy-and-data-use/</a>))。</li> <li>・アプリのトラッキングの透明性：iOS 14.5 と iPadOS 14.5 からは、アプリが他社の所有するアプリやウェブサイトを横断してあなたの行動を追跡する場合、あなたの許可を得ることが義務付けられた (プライバシーコントロール (<a href="https://www.apple.com/jp/privacy/control/">https://www.apple.com/jp/privacy/control/</a>))。</li> </ul>	<p>また、デベロッパーが明示的な「オプトイン」の同意なく、利用者の非公開データを他の利用者やサードパーティに開示することや、スクレイピング、データベース構築、その他利用者データの恒久的コピーを作成することも禁止している。</p> <p>さらに、Google の API サービス利用者データポリシーは、デベロッパーがユーザーの Google アカウントデータにアクセスするための許可を求めることを義務づけている。それらのアクセス許可の要求は、ユーザーにとって合理的なものでなければならず、アプリ実装に必要な情報に限定される必要がある。デベロッパーは、アプリの既存機能やサービス実装に必要な Google ユーザーのデータへのみ、ユーザーへアクセスを求めることが可能。</p> <p>Google Play では、アプリとゲームがデバイス内のどのようなデータにアクセスを求めかについてユーザーが十分な情報を得た上で判断できるよう支援している。この取組の一環として、以前から、デベロッパーが Google Play ストアのアプリリストで、どのようにユーザーの情報を収集し使用しているかを開示することを義務づけてきた。2015 年に Android Marshmallow を発売した時には、利用者がいつでも、自身のデバイスでこまめに許可を確認、付与、拒否できるランタイム権限を導入。</p>			
7. PIA・アウトカムについての考え方						
7-1.	PIA の導入状況 (GDPR の DPIA の具体的な実施方法や、その他の実施事例)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・GDPR 及び人権活動の一環として、主な製品やサービスについて PIA を行うとともに、新たな製品やサービスを開発するにあたって PIA を統合している。レビューは、アルゴリズムシステムに依拠した意思決定がある</li> </ul>	<p>プライバシーとセキュリティに対する Google の投資は、すべてのプロダクトにおいて一貫している。Google の製品や機能は、Google 社内全体からの意見に加えて、世界中のユーザーや専門家から定期的に意見を募る Google のプ</p>	<p>弊社では、PIA を導入。具体的には、新規サービス・機能のリリース時等に PIA を実施し、プライバシーへの影響を評価している。</p>	<p>弊社は、プライバシー・レビュー・プロセス (以下「プライバシー・レビュー」という。) を導入。このプロセスは、人々の情報の収集、使用、又は共有及び、弊社のプライバシー及びセキュリティ慣行に関する外部への説明</p>	<p>2-5 の回答のとおり、弊社がガバナンスシステムが適切に機能することを担保するための取組として、プライバシー影響評価 (PIA) の試験運用を始めており、今後、親会社である Zホールディングス株式会社のデータガ</p>

		<p>るか否か、当該意思決定による個人や人権への影響を評価することを含む。リスクレベルが、識別されたリスクによって1年から2年にわたる再評価期間とともに全てのデータ利用に割り当てられる。もしもアルゴリズムシステムの開発に個人データが利用されている場合には、ユーザーのために、Apple の業界を牽引するコントロールに合わせて、ユーザーがそれらのデータ利用に同意しコントロールする手段を提供する。また、私たちの PIA プロセスの一環として、全ての企業買収でプライバシー慣行を十分に評価することもしている。PIA では、私たちがビジネスを行う関連法域において法律がどのようにプライバシーに影響を与え、関連するプライバシーリスクをどのように評価するのかを考慮する（プライバシー・ガバナンス (<a href="https://www.apple.com/legal/privacy/en-ww/governance/">https://www.apple.com/legal/privacy/en-ww/governance/</a>)）。</p>	<p>プライバシーとデータ保護オフィスの専門家の承諾を得るまで提供を開始することはない。</p>		<p>に係るプライバシーリスクを評価するプロセスである。また、このプロセスは、弊社が特定したプライバシーリスクを識別し、軽減するためのものでもある。</p> <p>プロダクトや機能の開発、新規又は変更された慣行の見直しは、プライバシーに関する次のような観点から実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的の限定： 人々に価値を提供する、限定された明確な目的のためにのみデータを処理する。</li> <li>・データの最小化： 明確な目的を達成するために必要な最小限のデータを収集・作成する。</li> <li>・データの保持： 明確に示された目的を遂行するために実際に必要とされる期間のみ、データを保持する。</li> <li>・外部によるデータ誤用： データの乱用、偶発的な損失及び権限のない第三者によるアクセスからデータを保護する。</li> <li>・透明性と管理： プロダクトの動作やデータの取扱いについて、積極的に、明確に、正直に伝える。可能な限り、また適切な場合には、人々が管理できるようにする。</li> <li>・データへのアクセスと管理： 弊社が収集又は作成したデータに人々がアクセスし、管理できるようにする。</li> <li>・公正さ： 弱い立場にある人々のリスクを特定して軽減し、人々のために価値が創造されるようなプロダクトを構築する。</li> <li>・説明責任： 弊社の意思決定、プロダクト、業務に関わる内部プロセスおよび技術的コントロールを維持する。</li> </ul> <p>プライバシー・レビューは、弊社のコンプライアンス義務を評価して遵守し、法的要件を超えた広範なプライバシーリスクを特定して軽減するために使用される、深く協力的で部門横断的なプロセスである。このプロセスは、プライバシーチームが主導し、プロダクト、エンジニアリング、法的規制、セキュリティ、ポリシーなどのバックグラウンドを持つ、法務、ポリシー、その他を含めた横断的なチームに所属する社内プライバシー専門家の専門家グループが実施。このグループは、プライバシー審査の決定と提案を行う役割を担っている。</p> <p>このプロセスの一環として、横断的なチームは、プロジェクトに関連するプライバシーリスクを評価し、それらのリスクをコントロールするために発売前に行う必要のある変更があるかどうかを判断する。横断的なチームのメンバー間で何をすべきかの合意が得られない場合、チームはより上層のリーダーシップに諮り、解決のために必要であればさらに CEO に諮る。</p>	<p>バランスの方針に沿って本格運用に向けて取組を進める予定。</p>
7-2.	<p>利用者情報の取扱いに関するアウトカムについての検討状況（検討している場合、どのような考え方にに基づき</p>	<p>・7-1の回答参照</p>		<p>PIA を実施する際、プライバシーの観点における影響の有無・程度、利用者への不利益の有無、利用者の予想に反して情報が外部に公開されないか、利用者が気持ち悪いと感じ</p>	<p>弊社は、全社的なプライバシーリスクを特定、評価、対処するための年次評価を行うとともに、事故発生後にプライバシーリスクを評価するプロセスを実施するプライバシー</p>	<p>2-5 の回答のとおり、弊社のガバナンスシステムが適切に機能することを担保するための取組として、プライバシー影響評価 (PIA) の試験運用を始めており、本格運用を目指す</p>

	判断しているか)			ないか等といった点を考慮。	リスク評価プログラムを設計。今後、時間をかけて評価しながら、プライバシーリスク評価プロセスを進化・成熟させていく。 さらに、新しいプロダクトや機能にプライバシー・バイ・デザインを確実に組み込むための説明責任プロセス、セーフガード、技術的メカニズムを構築した。私たちを取り巻く世界に即座に対応する必要がある中で、こうしたプロセスにより、新しいプロダクトや機能におけるプライバシー面での配慮を改善することが可能。	して取組を進めているが、この中でお客様に提供する便益とデータの利用によるユーザーへの影響のバランスが取れているか考慮される予定。
7-3.	利用者に対する、PIAの結果やアウトカムの説明の取組状況	・プライバシー・ガバナンスについて次のリンクを参照 ( <a href="https://www.apple.com/legal/privacy/en-ww/governance/">https://www.apple.com/legal/privacy/en-ww/governance/</a> )。		PIAの結果を踏まえて、サービス・機能の実装の際に説明やチュートリアルを追加する等の対応を実施。	プライバシーに関する決定は、私たちが利用者とどのようにコミュニケーションをとるかというDNAに組み込まれている。 ニュースルームの投稿（「データを安全に転送するための手順」など）、データポリシー、透明性レポート、利用者へのグローバルな通知と更新、Facebookヘルプセンター（利用者がプライバシーや共有の設定を行う際に利用できる「プライバシーチェックアップ」など）を通じて、プライバシーに関する決定事項を明らかにしている。	PIAの本格運用にあたって検討予定。
8. 個人情報保護管理者の設置状況						
8-1.	設置状況	・データ保護責任者	Google では、プライバシーやセキュリティの領域において、人員体制も含め多くのリソースを投じている。また、世界の様々な拠点で担当者が従事しており、プロダクトやサービス毎に担当が異なる場合もある。	弊社では、個人情報保護管理者：CPO (Chief Privacy Officer) を設置。 CPO は、弊社の個人情報保護に関する方針を決定し、それらを周知・実行する役割を担っている。	製品担当の CPO（最高プライバシー責任者）とポリシー担当 CPO を任命。	お客様のデータを守るために、CISO（最高情報セキュリティ責任者）・CDO（最高データ責任者）・DPO（データ・プロテクション・オフィサー）を設置。
8-2.	名称等	・8-1の回答のとおり	各企業において、最適な管理者が選任されるためには、その要件は実効的かつ合理的な観点から判断されるべきであり、(特定の肩書や物理的な存在を要求する等の) 規範的なものになりすぎないようにすべきと考える。	8-1の回答のとおり。	製品担当 CPO Michel Protti バイスプレジデント兼ポリシー担当 CPO Erin Egan	CISO（最高情報セキュリティ責任者） CDO（最高データ責任者） DPO（データ・プロテクション・オフィサー）
8-3.	業務内容	・8-1の回答のとおり		8-1の回答のとおり。 プライバシーチームは、包括的なプライバシープログラムの構築にあたって中心的な役割を果たしている。チームのミッションは「Meta のあらゆる活動において利用者のプライバシーを尊重すること」であり、これが取組の指針となっている。 プライバシーチームはプライバシーに関する責任を担う数多くの組織の一つに過ぎない。Meta では、様々な組織で様々な役割を担っている何千人もの社員が、パブリックポリシーやプライバシー戦略、法務といったビジネスのあらゆる側面にプライバシーへの配慮を浸透させるために努力している。プライバシーを適切に取り扱うには、部門を越えた深いレベルでの連携が必要である。私たちは、Meta の全社員がその責任を担っていると考えている。 バイスプレジデント兼ポリシー担当 CPO の Erin Egan が率いるプライバシー関連公共政策チームは、新しい規制のフレームワークなど、プライバシーに関するグローバルな議論に Meta が参加できるよう指揮を執っている。また、世界各国の政府や専門家から受けた指摘が、Meta の製品デザインやデータの使用方法に反映されていることを、プライバシー審査プロセスなどで確認している。 プライバシー委員会は、Meta の取締役会から独立した委員会である。四半期ごとに会合		OCISO（最高情報セキュリティ責任者） セキュリティ対策を推進するために、CISO と各組織の情報セキュリティ責任者を設置し、あらゆるシーンでお客様のデータを守るために組織的な対策を徹底。 OCDO（最高データ責任者） 法令を遵守しプライバシーに配慮したデータの利活用を推進するために、2017年度から CDO とサービスごとのデータ責任者を設置。 ODPO（データ・プロテクション・オフィサー） 2020年5月に、ヤフー株式会社を取り扱うお客様のデータの保護について、客観的・中立的な立場からの助言や、活用方法の監視などを通じて、適切なデータ活用を進めていくことを目的に、DPO を新設。  お客様が安心して快適にサービスを利用できるよう、データの管理を徹底。

					<p>を開き、プライバシーに関する取組について評価を実施。類似分野の監督職の経験が豊富な社外取締役で構成されている。</p> <p>委員会メンバーは、Metaのプライバシープログラムの現状や、FTC 命令の遵守状況に関して、プライバシープログラムの継続的な審査と報告を職務とする社外の評価者から定期的に報告を受ける。</p> <p>内部監査チームは、プライバシープログラムとそれを支えるコントロールフレームワークの全体的な健全性を、独立した立場から保証する。</p> <p>(<a href="https://about.facebook.com/ja/actions/protecting-privacy-and-security/privacy-progress/">https://about.facebook.com/ja/actions/protecting-privacy-and-security/privacy-progress/</a>)</p>	
--	--	--	--	--	--	--