

利用者情報の外部送信に関する 規律(省令案)について

2022年8月25日

一般社団法人 日本インターネットプロバイダー協会
行政法律部会長 野口 尚志

対象の画定 (利用者に及ぼす影響が少なくない電気通信役務について)

- 事業者の規模にかかわらず規律の対象としていることは、望ましいことと考えます。
- なお、自社情報の発信や自社商品の販売を行うサイトなどは、第3号事業とされておらず、今回の規律の対象から外れるため、今後はこのようなサイトからの利用者情報の収集をどのように規律するか、議論が必要と思います。
- 規律対象外のサービスと、規律対象のサービスを兼営する事業者が、利用者情報をサービス間で実質的に「共有」するような事例も考えられます。

通知・公表

(利用者に通知し，又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く方法)

- Webデザインや技術の変化は短期間で起こるため，クリックの回数などの詳細な方法を省令で定めず，事業者の良心にゆだねることは，妥当だと考えます。
- なお，何が平易な表現であるか，どの程度以上の専門用語が理解を妨げるかは，サイトやサービスの性質（どのような層の利用者を対象としているか）によっても変わりうると思われまます。
- 日本国内向けのwebサイトでも，日本語のコンテンツがないような場合（在日・訪日外国人向けサイトなど），通知・公表を日本語とすることについて，例外が必要かもしれません。

通知・公表

(利用者に通知し，又は当該利用者が容易に知り得る状態に置く事項)

- ・送信先の氏名又は名称（実質的には会社の正式名称）は，相手を特定する基礎的な情報ですが，会社名よりもサービス名が有名な場合などもあるため，ガイドラインなどで実質的にわかりやすい周知の方法の例示などが期待されます。
- ・また，内容の一部はリンク先での表示のほうが能率的な場合が考えられるため，その場合の整理もされるほうが望ましいと考えます。

オプトアウト

(オプトアウト措置に関し利用者が容易に知り得る状態に置く事項)

- 現行法上、オプトアウトを希望する利用者への差別的取扱いの禁止までは規定されていないかもしれませんが、特にSNSや検索のような日常生活に不可欠なサービスについては、オプトアウトによりサービスから排除されるようなことがないようにする必要があります。

今後の検討について

ポップアップと同等以上とは、どのような方法だろうか？

通販サイトでクレジットカード情報をバックグラウンドで決済代行会社に自動的に送信するしくみは、外部送信にあたるのだろうか？

これは「通知又は公表を要しない事項」にあたるのだろうか？

現場の疑問がいろいろ出ることが予想されますので（まじめな事業者ほど悩むと思います）、行政解釈の公表、ガイドラインの作成なども必要と思います。（JAIPAも協力していきます。）