



第18回会合におけるオブザーバー等からの主なご発言

2022年11月4日
事務局

資料2の1ページ、一番上において、「電気通信事業法の改正によって導入された外部送信規制は、ビジネス全般を対象とするものとはなっていない。これは、自社の情報提供用ウェブサイトや、自社ECサイトなどは電気通信事業に該当しないためである。」と書いてあるが、これは電気通信事業者が運営する自社情報提供用ウェブサイトや、ほかで電気通信事業をやっている会社のECサイトなどは電気通信事業には該当しないが、電気通信役務ではあるので規律の対象になると考えていらっしゃるのか、それも規律の対象にならないと考えているのかどちらなのかを教えてください。【太田構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- ここで書いている趣旨は、今回の電気通信事業法の改正によって規制対象の範囲が電気通信事業者と第三号事業を営む者による電気通信役務が対象になってくると理解しているため、規制の適用対象はその範囲内に限られるということを述べているだけである。したがって、自社の情報提供用のウェブサイトというのは自己の需要に応えるものだと思っているとともに、自社のECサイトも同じ話だと思うため、おのずから今回の規制対象から抜けるということを行っているだけである。

資料2の1ページ、以前から個人情報保護法でやるべきだということについてあまり共感できなかったところ、特に、まず2ポツのところで、個人情報保護法の対象は御案内のとおり個人情報を取り扱う事業者全てであり、今回のケースを規制対象にしようとする、次の個人情報保護法の見直しでCookieに紐付くような情報も個人情報にした上でということになるが、そうするとその規制対象は全部ということになる。そのように全部が良いというようにお考えなのかどうかを伺いたい。今回、電気通信事業者と三号事業者、その対象範囲が分かりにくいというのは、これはごもつともだと思うが、この2ポツの意図されているところは、個人情報保護法を改正すれば、それは全ての事業者、外部送信を行う事業者が全て入ってくるからそちらの方が分かりやすいのだと、早く言えばそういうことか。

【森構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- 全事業者を対象とした個人情報保護法でやるべきかどうかという話については、今の時点で私どもとして、これが良い、これが良くないということを申し上げる段階ではないと考えている。今議論しているのはあくまで電気通信事業法の枠内の話であるため、その枠内について考えるとそういう問題があるという指摘になる。その枠を取り払って全てやるのが良いかどうかというのは、今回の議論とはまた少し別の議論になると思うため、将来的に個人情報保護法改正の検討をするときに改めて議論すべき話だと考えている。

資料2の1ページ、4ポツにおいて、個人情報保護法と電気通信事業法の二本立ての対応で、個人情報保護法に基づく規程類とは別個の電気通信事業法に基づく規程類が必要とならないことを基本原則とした上でとなっているが、事業者の御本業で個人情報を取り扱っていることと、ウェブサイトでどのように外部送信しているか、アプリでどのように外部送信しているかということは、利用者的にはもちろん分けて示していただいたほうが利用者的には分かりやすいが、逆に事業者の立場に立ったときにそれが面倒というか、大変だということなるのか。具体的に何が大変だからそれは煩雑であり、この4ポツのように個人情報保護法ではなく電気通信事業法でやるのが自分たちにとってネガティブな評価になるのかということをお説明いただきたい。【森構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- 個人情報保護法のルールに基づいて、それぞれプライバシーポリシーやCookieポリシーもつくったりする必要があったりと思う。その一方で、外部送信の規制だけではなく、大規模事業者の規制に対応するために何らかプライバシーポリシーやCookieポリシーの中で書かなければいけないものが生じてくるときに、それぞれの基になる規制が別だからということで別々の二本立ての対応が必要になるということだと、事業者にとってもどこまでが個人情報保護法の話で、どこからが電気通信事業法の話なのかを区別した上で書かなければいけないということで煩雑になり、また利用者にとっても非常に分かりにくいことになるため、一本立てで処理できるようなルールとしていただければ事業者にとってもユーザーにとっても良いのではないかとのことである。

資料2の3ページ、送信先における利用目的の通知のところ、「『情報の送信先における利用目的』の通知等で、『広告・宣伝』といった目的を簡潔に示した上で、利用目的が記載された外部送信先のウェブページなどへのリンクを設置するという方法を許容すべきである。」と書いてあるが、例えば楽天のCookieポリシーを拝見すると、第三者が設置するCookieの記載があって、広告・宣伝のためのCookie効果測定目的のためにCookieの2つのカテゴリーがあり、広告・宣伝のためのCookieを開くと山ほど事業者が出てきて、クリックするとそこから先は英語というのはまだまだたくさんあるところ、現行、例えば今のような実務を変えないような形を望ましいと思われるのか。送信先のリンクを開くと英語が出てきてしまって消費者は確認しないだろうといったところは、送信元においては責任を取りたくないという趣旨の話がされているのか、新しい規律にどのように誠実に御対応されるおつもりなのかということも含めてお考えをお聞かせいただきたい。

また、記載の粒度も、何か広告・宣伝で簡潔に示したいということも、それだけだと何に使うのかというのは利用者には伝わりにくいところもあるため、その点も含めて教えていただきたい。【石井構成員】

新経済連盟 佐藤氏

- この辺の書き方には様々なパターンがあるかと思う。ただ、事業者の立場としては、その際、外部送信元でどの程度の粒度で書いていればこの規制の趣旨を満たしているかという考え方を明示していただければということがある。
- その上で、必要であれば若干の書き足しというようなことも当然有り得ると思うが、ただ、書き足していったときに、その結果として長文化してしまうと逆に利用者の理解を妨げる原因にもなってしまっても思っている。その辺のバランスを考えてどういった感じが良いのかということを決めていただければと思うとともに、また、そのときにあまりにも柔軟性がなくかちとしたものになってしまうと、事業者としては対処がしにくい問題もあるかと思うため、そこも含めて検討いただきたい。

資料5の3ページ、論点5について、「ゲームでの対戦において、①パンチが当たった～②倒れた～③勝った等の①から③のそれぞれの場面で利用者に外部送信の確認を求めることになる。」ということで、そういうことがあるのだなというように勉強になったが、どういう趣旨でこういう外部送信をされるのかということをもう少し詳しく教えていただきたい。【森構成員】

MCF 岸原オブザーバー

- 基本的には今のインターネット・サービスでクライアントサーバーという仕組みで動いているのは御存じだと思うが、要するにアプリの中だけでやるわけではなくて、サーバーと常時通信しながらやり取りをしている。これが今回の法律で言うと、全て利用者の端末から出るものは外部送信の対象になっているため、ゲーム対戦中でのやり取りといったものは膨大になる。それを全て表示してそれを利用者に通知したとしても、それ自体が利用者にとってのリスク、あるいは知ることによって対応ということが不可能ではないかと思う。これはシナリオによっても様々な情報が送信されるのには様々なパターンがあるため、これ自体は通常のサービスにおける必要な情報ということで一々利用者に通知する必要もなく、逆にやることによって利用者の理解を阻害するのではないかというのが懸念である。

資料5の4ページ、論点3について、最初の矢印のところでは手段を法令によって限定することとなっているのがいけないということだが、将来のより良き方法の可能性を潰すということについては、同等又はそれ以上のような表現もあり、それほど心配していただくことはないのかなというのが私の意見であるが、その後ろに「特商法や資金決済法等関連する他の法令での規定や法解釈、慣例等とのバランスまで壊す」という御指摘がある。これは具体的に特商法や資金決済法のどのような条項なり文言なりとの間でそういう問題が生じているのか。【森構成員】

MCF 岸原オブザーバー

- 今回の省令案の内容についてではなく、前回の本ワーキンググループにおいて、ポップアップと1回の操作で到達できるということに限定するような記述があったため、それについては手段を過度に制限しているのではないかということである。おっしゃるように、これは1つの例として機能するというのであれば良いかとは思いますが、一方で後段のところの特商法や資金決済法等の関連する法令と、この中でも様々な情報提供という規定があり、1回で到達するというような規定は過去の法令でもない。実際に一般的な文言としては、容易にたどり着く情報として利用者にきちんと情報提供しなさいというような規定になっているため、そういった利用者に容易に知り得る状態というほかの法令の解釈とのバランスが、1回とかそういう手段まで限定すると壊れるのではないかという懸念である。

資料6の6ページ、送信元の利用目的を加筆すべきという御意見について、CDPを使った顧客データと他社データとの突合が行われるというような例を挙げて御説明いただいているが、データの流れるにどのような流れ方をするのかということと、利用目的の通知、公表とかである程度カバーできるのかお聞きしたい。【石井構成員】

MyDataJapan 石垣理事／事務局長

- CDPはトレジャーデータのサービスが代表例になるが、そちらのほうに提供元サイトのほうから何らかの情報を外部送信している。それと同時にほかのサイトのほうから、他社サイトとか色々なところから情報が集まって、それをもう一回取り戻して色々な情報として自社サイトでは取り切れなかったようなデータも含めて処理してサービスを行うなど、様々な利用方法が考えられると思う。

石井構成員から御質問のあったところについて、CDPというか、それに類するサービスというのはよく分かる一方、これは事業者がCDPで何らか突合するようなデータの利用目的をきちんと把握しているのかということもやや心配なところがある。かなりこれは重要な御指摘で、何らかの方法で多分捕捉しなければいけないところがあるのだと思うが、利用目的を提示させれば、ある程度解決するという御趣旨でこれをお書きになられたのか。【佐藤構成員】

MyDataJapan 石垣理事／事務局長

- 全てが解決するとは思っていないが、最低限そういうような形での利用法というのがあって、例えば提供先にCDPに送ったデータを取り戻してサービスに適用しますといったことを利用目的に書くことはおかしくはないのではないかと考えている。