

一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会 (JIAA)

プライバシーポリシー作成のためのガイドライン

2004 (平成 16) 年 11 月制定

2014 (平成 26) 年 2 月改定

第 1 章 総則

1. ガイドライン作成の目的

本ガイドラインは、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（以下「当法人」という。）の会員各社のインターネット広告ビジネスにおいて取得・管理・利用される個人に関する各種情報が情報価値を持つ（インフォマティブ）と同時に、取り扱いによっては消費者のプライバシーに影響を与える可能性があるとの認識に立ち、会員各社が個人情報保護法および関連省庁のガイドラインを参考にその取扱基準およびプライバシーポリシーを整備し改善していく際の要点を提示し、消費者および広告主が安心してインターネット広告を利用することができるような環境を整えていくことを目的とする。

[解説]

- ・ 会員各社はプライバシーポリシーを策定し、対外的に公表するとともに、対内的には、ポリシーを実現し改善していくための方針を策定し、継続して実行していくことが必要である。

2. 定義

本ガイドラインにおいて、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

個人情報

個人情報保護法に定める個人情報（生存する個人に関する情報であって、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの（他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む））をいう。

インフォマティブデータ

郵便番号、メールアドレス、性別、職業、趣味などの個人に関する情報、顧客番号、クッキー情報、IP アドレス、契約者・端末固有 ID などの識別子情報および位置情報、閲覧履歴、購買履歴などのインターネットの利用にかかるログ情報など、個人を特定することができないものの、プライバシー上の懸念が生じうる情報、ならびにこれらの情報が集積化、統計化された情報であって、特

定の個人と結びつきえない形で使用される情報（当該集積化、統計化された情報を、以下「統計情報等」という）を総称している。

個人関連情報

個人情報およびインフォーマティブデータのうち統計情報等を除いた部分を総称している。

[解説]

- ・ 契約者・端末固有 ID は、インフォーマティブデータに含まれる。取扱上の留意事項については、本ガイドライン第二章第3項を参照。
- ・ 「行動ターゲティング広告ガイドライン」において定義される「行動履歴情報」はインフォーマティブデータに含まれる。ただし、「行動履歴情報」を蓄積・分析してクラスターに分類し、クッキー等の識別子情報と結びつけて行動ターゲティング広告の配信に用いるデータは、統計情報等には含まれない（個人関連情報に含まれることとなる）。
- ・ インフォーマティブデータが他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなる場合は、個人情報に含まれる。

3. 本ガイドラインの対象

本ガイドラインは、インターネット広告ビジネスのために取得する個人関連情報の取り扱いに関するプライバシーポリシーを整備する際の指針を示すものであり、会員各社に適用される。なお、会員各社が消費者から自社のインターネット広告ビジネス以外のサービスのために個人関連情報を取得する場合には、それぞれのサービスの特性等に応じて各社が必要な基準を定めるものとし、本ガイドラインの直接の対象とはしないものとする。

また、会員社が、個人関連情報の取り扱いに関して、諸外国の業界団体等の自主規制基準のうち、当法人が本ガイドラインと同等以上の内容を有すると認めるものに則っている旨を当法人に対して申し出、当法人が申し出に係る事実を正と認めた場合には、当該会員社は当該自主規制基準に従うことにより本ガイドラインに則っているものとみなす。

[解説]

- ・ 新たな形態のビジネスの発生によってプライバシー保護の観点から新たな問題が将来発生する可能性が生じた場合には、当該部分について本ガイドラインに包含すべきかどうか検討するものとする。

第2章 各論

1. プライバシーポリシーの構成

プライバシーポリシーには次のような事項が含まれていることが望ましい。

プライバシーポリシーが適用される範囲
情報を取得する事業者の氏名または名称
想定され得る、取得する個人関連情報の種類
取得方法が特定できる場合には取得方法
個人関連情報の利用目的
個人関連情報を第三者に提供または共同利用する場合は、その旨
個人情報の開示等の求めの受付方法および手数料を定めた場合は、その旨
個人情報の取り扱いに関する問い合わせ窓口や連絡先、連絡方法（手続き）

[解説]

- ・ 取得する情報の種類、取得方法、利用目的等を勘案し、情報の取得源または取得方法（取得源の種類等）を可能な限り具体的に明記することが望ましい。消費者にとって当然予想される情報の種類、取得方法等について記載するよりも、そのサービスを利用する消費者にとって分かりにくいものを特に記載すべきである。
- ・ 消費者本人から求めがあった場合に、法定の要件を満たしていなくとも自主的に利用停止に応じたりする場合にはその旨も盛り込むことが望ましい。
- ・ 安全管理措置に関して具体的にどのような施策を講じているのかについての概要等を記載しておくことも消費者への情報提供という観点からは検討には値する。
- ・ スマートフォンアプリケーション向けに広告配信を行う場合および情報送信モジュール等によりスマートフォンからユーザー情報の送信・取得等を行う場合は、スマートフォンにおける情報の適切な取り扱いに関して、各サービスの実態に即したプライバシーポリシーを定め公表し、アプリケーションからのリンクなどにより、消費者が容易に参照できる場所に掲示するよう努める。

2. プライバシーポリシーを整備する際の留意点

(1) 個人関連情報の適正な取得

個人関連情報を取得する場合には、適法かつ適正な方法で行わなければならない。

[解説]

- ・ 例えば、個人情報の第三者への提供について法の定めを遵守していない事業者

などから個人情報を取得するのは、適法かつ適正な方法とは言えない。第三者提供を受ける場合は、当該第三者提供が適法かつ適正なものであることを確認する必要がある。

- ・ 15 歳未満の子供から親権者の同意なく個人情報をみだりに収集しないように留意する必要がある。

15 歳という年齢は、民法上単独で養子縁組などの身分行為を行うことができる年齢とされているものであり、義務教育の修了年齢であることなども併せて考えると社会的常識からこの年齢に達するまでは個人情報について自ら管理できる能力が充分にはないと考えることができるものとして設定した。

(2) 利用目的

個人関連情報を取得する場合には、会員各社が提供するサービスにかかる利用目的に応じて必要性を十分に吟味のうえ、それぞれの利用目的を可能な限り明確に特定して、プライバシーポリシー上にて明示するものとする。また、必要のない個人情報を取得しないようにする。

また、利用目的を明示する際には、個人情報とインフォマティブデータを分けて記載するなど、分かりやすい形となるよう留意する。

[解説]

- ・ 郵便物を送るなどの必要性がないなら住所まで取る必要はない（例えば地域分布を知りたいければ都道府県レベルに止めるなど）。また、登録時点の年齢分布を調べるだけの目的であれば、年齢か生年を聞けば良いのであって誕生日まで取る必要はない。
- ・ 利用目的の特定にあたっては、利用目的を単に抽象的、一般的に特定するのではなく、会員各社において最終的にどのような目的で取得した情報を利用するかを可能な限り具体的に特定する必要がある（単に「事業活動に用いるため」、「提供するサービスの向上のため」、「マーケティング活動に用いるため」等のように抽象的、一般的な内容を利用目的とすることは、できる限り具体的に特定したことにはならない）。なお、取得した情報を第三者に提供することを想定している場合には、利用目的においてその旨特定しなければならない。
- ・ 「明示」とは、消費者本人に対し、その利用目的を明確に示すことをいい、事業の性質および取得した情報の取扱状況に応じ、内容が本人に認識される合理的かつ適切な方法によらなければならない（ネットワーク上において個人情報を取得する場合は、消費者本人が送信ボタン等をクリックする前等にその利用目的（利用目的の内容が示された画面に 1 回程度の操作でページが遷移するように設定したリンクやボタンを含む）が消費者本人の目にとまるようその配置に留意するなど）。

- ・ クッキー情報、端末識別 ID などの識別子情報は、インフォマティブデータに含まれるが、消費者の関心が高いことに鑑み、これらの情報を利用する場合は、その利用方法、利用目的等を明示するものとする。

(3) 個人関連情報の利用

個人関連情報は明示された利用目的の範囲内（当該目的の範囲内であると合理的に認められる範囲を含む）でのみ利用するものとする。

なお、明示された利用目的と関連性があると合理的に認められる場合には利用目的を変更することができる。ただし、その場合は変更後の利用目的について消費者本人に通知または公表しなければならないものとする。

また、明示された利用目的の範囲を超えて個人関連情報を利用する場合には事前に適切な方法で消費者本人からの同意を得るものとする。

当該事業者について当然に想定されている事業の内容に照らして、個人情報によって識別される消費者本人からみて、自分の個人情報が利用される範囲が合理的に予想できる程度に特定されている場合や、業種を明示することで利用目的の範囲が想定される場合など。

[解説]

- ・ 「明示された利用目的と関連性があると合理的に認められる範囲」とは、社会通念上消費者本人が想定することが困難でないと認められる範囲であり、利用目的で示した個人情報を取り扱う事業の範囲を超えての変更は、あらかじめ本人の同意なく行うことはできない。
- ・ 「本人に通知」とは、本人に直接知らしめることをいい、事業の性質および個人情報の取扱状況に応じ、内容が本人に認識される合理的かつ適切な方法によらなければならない（例えば電子メールを送信することなど）。
- ・ 「公表」とは、広く一般に自己の意思を知らせること（国民一般その他不特定多数の人々が知ることができるように発表すること）をいう。ただし、公表に当たっては、事業の性質および個人情報の取扱状況に応じ、合理的かつ適切な方法によらなければならない（例えば自社のウェブ画面中のトップページから1回程度の操作で到達できる場所へ掲載するなど）。
- ・ 懸賞応募などで、応募の可否等結果の連絡をすることのみを利用目的として取得したメールアドレスに広告メールを送るような場合は目的外利用に該当する。広告メールの送信を目的とするなら、募集の時点でその旨明記すべきである。説明していなかった広告メールの送信等を行う場合は目的外利用にあたるので、改めて消費者本人から広告メール送信についての同意を取る必要がある。

<参考>

同意について（経済産業省「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」）

「本人の同意」とは、本人の個人情報、個人情報取扱事業者によって示された取り扱い方法で取り扱われることを承認する旨の当該本人の意思表示をいう（当該本人であることを確認できていることが前提）。また、「本人の同意を得る」とは、本人の承諾する旨の意思表示を当該個人情報取扱事業者が認識することをいい、事業の性質および個人情報の取扱状況に応じ本人が同意にかかる判断を行うために必要と考えられる合理的かつ適切な方法によらなければならない。

よって、法律行為として法的拘束力をもつ意思表示の形態として、多数当事者との契約関係を画一的に処理するために認められている約款同意という形式についても、民事上の一般的な解釈から考えると、有効と考えられる。

- ・ クッキー情報に関しては、ブラウザの設定により、消費者本人がいやなら拒否することも可能だが、それによりそのサービスの利用ができない場合には、その旨も明示した方がよい。クッキー情報の探知やオプトアウトする方法はブラウザにより異なる。
- ・ タイアップ広告や資料請求などで、個人情報を広告主が取得する場合や会員各社双方と利用する場合には、必ず事前にその旨（当該個人情報が誰によって取得され、その利用目的が何であるのか等）を明示する。この場合、会員各社は個人情報の取扱ルールを定め、あらかじめ広告主にもその遵守の了解を得た上で行うものとする。

（４） 個人関連情報の第三者への提供

個人関連情報（検索することができるように体系的に構成されたものに限る。以下本（４）において同じ）を第三者に提供する場合には、原則としてあらかじめ消費者本人の同意を得ることが必要である。ただし、次の場合を除く。

法律上の義務を履行するために必要な場合

消費者の生命、身体、健康、財産等の重要な利益を保護するために必要な場合であって消費者本人の同意を得ることが困難な場合

また、次に掲げる事項すべてを、あらかじめ消費者本人に通知し、または本人が容易に知り得る状態に置くとともに、消費者本人の求めに応じて当該本人が識別される個人関連情報の第三者への提供を停止する場合（オプトアウト）、本人の同意を得なくても、個人関連情報を第三者に提供することができる。

第三者への提供を利用目的とすること

第三者に提供される情報の項目

第三者への提供の手段または方法

消費者本人の求めに応じて当該本人が識別される個人関連情報の第三者への提供を停止すること

なお、プライバシー侵害のおそれがある情報については、上記オプトアウトの方法によるべきではない。

また、取り扱いの委託および共同利用の場合についてはここでいう第三者への提供には該当しない。

[解説]

- ・ 個人関連情報の第三者への提供において消費者本人の同意を取得するか、オプトアウトによる第三者提供を行うかは、提供する情報の種類、情報提供の方法、提供した情報の利用方法等を勘案して、プライバシーに対する影響の度合いを評価するなどの対応を行うことにより、適正なものとしていくことが望ましい。
- ・ 「提供」とは、個人関連情報を利用可能な状態に置くことをいう。個人関連情報が物理的に提供されていない場合であっても、ネットワーク等を利用することにより、個人関連情報を利用できる状態にあれば（利用する権限が与えられていれば）「提供」に当たる。
- ・ 「本人が容易に知り得る状態」とは、消費者本人が知ろうとすれば、簡単に知ることができる状態に置いていることをいい、事業の性質及び情報の取扱状況に応じ、内容が本人に認識される合理的かつ適切な方法によらなければならない（例えばウェブ画面中のトップページから 1 回程度の操作で到達できる場所へ継続的に掲載するなど）。
- ・ 「第三者への提供の停止」とは、新たな提供を停止することを意味し、既に第三者に提供された個人情報回収することは含まれない。
- ・ 取り扱いの委託とは、懸賞の賞品発送のために宅配業者に住所情報を提供する場合など、会員社の利用目的の遂行のための個人関連情報の取り扱いを第三者に委託することをいう。この場合は、ここでいう「第三者への提供」には該当しない。
- ・ 共同利用とは、たとえば企業ポイント等を通じた連携サービスを提供する提携企業の間等において、取得時の利用目的の範囲内で個人情報を共同利用する場合などで、共同して利用される項目、共同利用者の範囲、利用目的及び取得した情報の管理について責任を有する者の氏名または名称について、あらかじめ本人に通知し、または本人が容易に知り得る状態に置いているときは、ここでいう「第三者への提供」には該当しない。なお、共同利用者の範囲は明確にされていなければならない、消費者の同意なしに事後的にこれを変更することは認められない。
- ・ 応募要件を満たしていないにもかかわらず執拗に懸賞に応募する等、意図的に業務妨害を行う者等が存在した場合にその者の情報について他社に提供するケースなど、会員各社および消費者の権利、財産やサービス等を保護するために情報を開示する場合については、消費者本人の同意（約款同意を含む）を得

ておくことが望ましい。

(5) 個人情報の開示等の求め

消費者本人からの個人情報の利用目的の通知の求め、開示の求め、内容の訂正・追加または削除の求め(以下、内容の訂正・追加または削除を「内容の訂正等」という)、利用停止・消去の求め(以下、利用停止・消去を「利用停止等」という)、第三者提供の停止の求めを受け付けるにあたっては、必ず事前に本人確認を行わなければならない。

また、上記に応じる手続きおよび個人情報の取り扱いに関する苦情の申し出先についてはあらかじめ消費者本人が知りうる状態(本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む)に置かなければならない。

[解説]

- ・ 対象情報の取り扱いに関する苦情・相談等の問い合わせに対し、適切かつ迅速に対応するものとし、問い合わせ窓口や連絡先、連絡方法(手続き)については最終的に消費者本人が連絡可能となるようにする(例えば、問い合わせを受け付けることができる電話番号やメールアドレス等を記載、または同等の役割を果たすヘルプページや問い合わせフォーム等へのリンクを設置するなど)。
- ・ 「本人が知りうる状態(本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む)」とは、ウェブ画面への掲載、本人の求めに応じて遅滞なく回答を行うこと等、本人が知ろうとすれば知ることができる状態に置くことをいい、常にその時点で正確な内容を本人の知りうる状態に置かなければならない。
- ・ 本人確認を含む、個人情報の開示等の手順や消費者本人への通知方法に関しては、会員各社が個人情報の内容とその取扱状況に鑑み必要がある場合には、個別に定めるものとする。いずれの場合でも、各社は、情報の性質や状況に応じて適切な認証方法で必ず本人確認を行い「なりすまし」を防ぐべく努めるものとする。また、個人情報についての問い合わせ窓口を設置および明示しなければならない。

<参考>

開示等の求めについて(経済産業省「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」)

個人情報取扱事業者は、開示等の求めにおいて、その求めを受け付ける方法として下記の()から()までの事項を定めることができる。また、その求めを受け付ける方法を定めた場合には、本人の知り得る状態(本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む)に置いておかなければならない。なお、個人情報取扱事業者が、開示等の求めを受け付ける方法を合理的な範囲で定めたときで、求めを行った者がそれに従わ

なかった場合は、開示等を拒否することができる（開示等の求めとは、保有個人データの利用目的の通知、開示、内容の訂正等、利用停止等、第三者提供の停止の求めをいう）。

- () 開示等の求めの受付先
- () 開示等の求めに際して提出すべき書面（電子的方式、磁気的方式等を含む）の様式、その他の開示等の求めの受付方式（郵送、FAXで受け付ける等）
- () 開示等の求めをする者が本人またはその代理人であることの確認の方法（ただし、確認の方法は、事業の性質、保有個人データの取扱状況、開示等の求めの受付方法等に応じ、適切なものでなければならない）

事例1）本人の場合（来所）：運転免許証、健康保険の被保険者証、写真付き住民基本台帳カード、旅券（パスポート）、外国人登録証明書、年金手帳、印鑑証明書と実印

事例2）本人の場合（オンライン）：IDとパスワード

事例3）本人の場合（電話）：一定の登録情報（生年月日等）、コールバック

事例4）本人の場合（送付（郵送、FAX等））：運転免許証のコピーと住民票の写し

事例5）本人の場合（送付（郵便、FAX等））：運転免許証や健康保険の被保険者証等の公的証明書のコピーの送付を顧客から受け、当該公的証明書のコピーに記載された顧客等の住所にあてて文書を書留郵便により送付

事例6）代理人の場合（来所）：本人および代理人ついて、運転免許証、健康保険の被保険者証、旅券（パスポート）、外国人登録証明書、年金手帳、弁護士の場合は登録番号、代理を示す旨の委任状

- () 保有個人データの利用目的の通知、または保有個人データの開示をする際に徴収する手数料の徴収方法

個人情報取扱事業者は、保有個人データの利用目的の通知、または保有個人データの開示を求められたときは、当該措置の実施に関し、手数料の額を定めることができる。また、手数料の額を定めた場合には、本人の知り得る状態（本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む）に置いておかななければならない。

a. 個人情報の開示請求

- ・ 個人情報に関しては、問い合わせ窓口を設置および明示することで、消費者本人

からの開示要求にすみやかに応えなければならない（個人情報が存在しないときにはその旨を知らせることも含む）。

- ・ 個人情報の開示の方法については、あらかじめ消費者本人への事前の説明が必要であり、書面の交付（ウェブ上の画面を通じた開示を含む）によらない場合には、消費者本人の同意が必要である。
- ・ 以下の項目に該当する場合には、原則、開示要求に応えてはならない。
 - 消費者本人または第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合
 - 開示することが法令に違反することになる場合
- ・ 個人情報を取得している会員各社の業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合（例えば、同一の消費者本人から複雑な対応を要する同一内容について繰り返し開示の求めがあり、事実上問い合わせ窓口が占有されることによって他の問い合わせ対応業務が立ち行かなくなる等、業務上著しい支障を及ぼす恐れがある場合など）については必ずしも開示する必要はない。

[解説]

- ・ 消費者本人に対し、請求の対象となる個人情報を特定するに足りる事項の提示を求めることができる。全般に、個人名だけを伝えて「自分に関する情報にはどんなものがあるのか？」と聞かれても対応はできない。「どのような情報が、どんな形でありそうなので調べて欲しい」というように、種別を特定できるようなことを伝えてもらわないといけない。本人確認と合わせて、窓口にはそれなりの対応マニュアルや人の教育訓練が必要になる。
 - ・ アクセスログなどで、開示をするために膨大な作業等を要し、会員各社の適正な業務の実施に著しい支障を及ぼすものについては必ずしも開示の必要はない。
 - ・ 個人情報の開示の方法については、開示の求めを行った者が同意した方法がない限り書面の交付による方法によらなくてはならない（開示の求めを行った者から開示の方法について特に指定がなく、会員各社が提示した方法に対して異議を述べなかった場合は当該方法について同意があったものとみなすことができる）。
- b. 個人情報の内容の訂正等、利用停止等および第三者提供の停止
- 消費者本人から個人情報が事実ではないという理由で内容の訂正等を求められた場合には、利用目的の達成に必要な範囲で遅滞なく必要な調査を行い、その可否（訂正等を行った場合はその内容も含む）を本人に通知する。
- また、利用目的による制限、適正な取得、第三者提供の制限に違反していることが判明したときは、違反を是正するため必要な限度で原則として利用停止等を

行わなければならないが、それが困難な場合であって本人の権利利益を保護するために必要なこれに替わるべき措置をとるときはこの限りではない。

[解説]

- ・ 個人情報の内容の訂正等については、事実と反するという理由に基づく場合にのみ必要になる。したがって、ユーザーID を本人の希望で変更したいというような希望事項については、顧客満足度の向上を図るといったような政策的な観点から対応の是非を検討すれば足りる。また、内容の訂正等は利用目的の範囲内で行えば足り、例えば、懸賞広告の賞品発送完了後に住所変更になったという理由で訂正を求められた場合や、参考データとして関心のある分野などの情報を取得していた場合に、当該項目の訂正を求められた場合で統計上誤差の範囲として修正の必要がないケースなどについては訂正に必ずする必要はない。ただし、その場合には訂正等を行わない旨を本人に遅滞なく通知しなければならない。
- ・ 適正に取得された個人情報であれば、利用停止すればよく必ずしも削除する必要はない。しかし、個人情報はあくまでも利用目的の範囲内で利用されることを前提としており、利用をしない個人情報をいつまでも保管しておくことは「必要のない個人情報は取得しない」という考え方に抵触すると共に漏えい等のリスクも増大することになる（本章（２）の解説参照）。

（６）個人関連情報の安全性の確保

個人関連情報の漏洩、滅失、毀損の防止など、安全管理のための措置をとらなければならない。

また、個人関連情報は厳重に管理するものとし、漏えい、滅失、き損を防止するために、必要とされる厳重なセキュリティ対策を行わなければならない。また、第三者に取り扱いを委託した場合も同様とし、その場合はさらに委託先に対する必要かつ適切な監督を行わなければならない。当該監督等に瑕疵のあった場合には当該事業者が責任を負うものとする。

[解説]

- ・ 会員各社は、その取り扱う個人関連情報の漏えい、滅失またはき損の防止その他の個人関連情報の安全管理のため、組織的、人的、物理的および技術的な安全管理措置を講じなければならない。その際、個人関連情報が漏えい、滅失またはき損等をした場合に本人が被る権利利益の侵害の大きさを考慮し、事業の性質および個人関連情報の取扱状況等に起因するリスクに応じ、必要かつ適切な措置を講じるものとする。なお、その際には、個人関連情報を記録した媒体の性質に応じた安全管理措置を講じることが望ましい。
- ・ 会員各社は安全管理措置を遵守させるよう、従業員に対して必要かつ適切な監

督をしなければならない。

- ・ 取り扱いの委託をした場合の委託先の「必要かつ適切な監督」には、委託契約において、当該個人関連情報の取り扱いに関して必要かつ適切な安全管理措置として、委託者、受託者双方が同意した内容を契約に盛り込むとともに、当該契約の内容が遵守されていることをあらかじめ定めた間隔で定期的に確認することも含まれる。

(7) 外部リンクに対する免責に関して

外部に対してサイト上でリンクを設定する場合、リンク先における個人関連情報等の保護、管理に対しては会員各社が責任を持つことはできないので、その旨を明示しておく必要がある。

3. プライバシー保護のため会員各社が考慮すべきその他の原則(プライバシーポリシー整備の場面に限らない)

(1) プライバシー保護のための仕組みの導入

各サービスの提供において、取得する情報の種類、情報取得の方法、情報取得後の管理の方法(識別子を基準として複数の情報の関連付けを行うか等)、取得した情報の利用方法(第三者への開示、提供するか否か等)を総合的に勘案して、プライバシーに対する影響の度合いを評価するプロセスや、プライバシー強化技術といったプライバシー保護のための仕組みを事前に計画して導入するべきである。消費者によるサービス利用に先立って必要な対応を行うことにより、消費者に対する説明責任を果たし、消費者からの情報の取得を適正なものとするのが望ましい。

これらのプライバシー保護のための仕組みを会員各社が導入するにあたり、必要な検討を行うものとする。

[解説]

- ・ 例えば、特に重要な情報項目について、消費者に対して取得する旨や利用目的を提示し、同意を取得またはオプトアウトの機会を保障する、消費者からの求めに応じてデータを消去するなどの対応を行うことが望ましい。
- ・ 基本原則として広く提唱されるプライバシー保護の考え方「プライバシー・バイ・デザイン(PbD: Privacy by Design)」その具体的な実施手法である「プライバシー影響評価(PIA: Privacy Impact Assessment)」また、実現する技術「プライバシー強化技術(PETs: Privacy Enhancing Technologies)」を検討されたい。

(2) スマートフォン契約者・端末固有IDに関して

スマートフォンの契約者・端末固有IDは、単体では個人識別性を有しないが他の情

報と容易に照合し、個人識別性を獲得する場合があります、個人情報に準ずる扱いとすべきである。契約者・端末固有 ID 以外で消費者を匿名のまま識別する手法については、スマートフォンを開発する事業者の対応が必要となることから、会員各社はこうした状況を踏まえ、プライバシー保護のための仕組みを導入し事前に評価を行ったうえで、実装を検討すべきである。

[解説]

- ・ 参考として、安全に消費者を識別する手法として必要な要件を以下に挙げる。
 - 消費者にとって透明性・予見性が確保されている。
 - 消費者が自身で（容易に）オプトアウトできる。
 - 消費者が自身で（容易に）リセット（再発番）できる。
 - 他事業者のデータと紐付かない。

（３）消費者への配慮

今後一層のスマートフォンの普及、進展が見込まれる現状においては、あらゆる世代の消費者への配慮が求められるところであり、その利用実態や特有の事情を踏まえ、とりわけ青少年や高齢者にも分かりやすい形で適切な説明を行うことに留意する。

[解説]

- ・ 青少年は、PC やスマートフォン等の機能等は理解し、使いこなす傾向にあるものの、同意のない個人情報の外部送信や不正利用、それらから生ずる二次被害といったリスクや、同意することの意味についての理解が不足していると考えられる。また、高齢者は、上記のリスク等について一般的な認識はあると考えられるが、PC やスマートフォンの機能等の理解不足等によって同意のない個人情報の外部送信や不正利用に巻き込まれる可能性があると考えられる。消費者一般、特に青少年への保護の視点から、また、高齢者への利用支援の視点から、分かりやすい表現で情報提供等を行うべきである。

<今後の課題>

- ・ 会員各社の実態にあわせ、ガイドラインへの追加要望を受け付けていくものとする。
- ・ 法律、政令、その他関連団体の動向に応じて、随時ガイドライン改訂の検討を行うものとする。
- ・ その他、本ガイドラインは必要に応じて適宜改訂を行っていくものとする。

以上