

外部送信規律への考え方・課題

総務省 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ワーキンググループ 第18回 資料
2022年（令和4年）8月25日
一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）

1. 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

- ・ 影響の度合いは、利用者数などの規模にかかわらず、サービスの形態で規定することが適切
- ・ 規律の対象となるサービスの形態に該当するか否か、また該当した場合の規律の範囲を明確にすることが必要
 - 例えば、個人運営で広告収入を得ている情報提供サイトは対象か、電気通信事業者の自社サービスを紹介する企業サイトは対象外か、ニュースサイトが広告主として自己の広告を出稿するために外部ツールを利用する場合は対象か、等

2. 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・事項／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べき事項について

- ・ 規律の対象事業者が外部送信の目的とともに送信先において公表事項を記載しているウェブページへのリンクを設置することが適切
 - 外部送信の事実や送信先の名称、当該外部サービス導入の目的（広告配信、効果測定などの利用目的）は記載できるとしても、外部送信先が直接取得することとなる項目と利用目的を分かりやすくかつ正確に記載しつづけることは困難
 - 利用者関与の機会（オプトアウト）の機能を実装・提供するのは送信先の外部サービスであり、送信先のオプトアウト画面において送信停止であるのか利用停止であるのか個々に説明がなされることで足りる
- ・ 利用者が容易に到達できることは重要だが、自らのサービスにおける利用者情報の取扱いを説明するページからリンクする別ページに外部送信先の名称と公表事項へのリンクを設置することが合理的な場合がある
 - 多数の外部サービスを利用していることが一般的であることや、一時的に広告主からの依頼に応じてキャンペーン期間のみ外部ツールを導入するケースもあるため、利用者の分かりやすさやメンテナンスが容易に行えることを考慮

外部送信規律への考え方・課題

3. その他全般について

- 当協会のインターネット広告に関するガイドライン等の業界自主ルールによる取組を活かし、利用者の安心・信頼を得て健全に市場が発展していくよう、適切な規律となることを望む
- 規律の対象外となる事業者についても（例えば、広告主のキャンペーンサイトや企業のEコマースサイト等における広告・マーケティング目的での外部送信など）、規律が参考とされることが望まれる
- 広告以外（行動ターゲティング広告配信以外）の目的での利用者情報の外部送信についても規律の対象となることを、対象事業者が理解・認識できるよう十分な周知が必要
 - 当協会のガイドラインは会員社自らが行う広告ビジネス（広告主は含まない）を対象にしたもの。必要な同意取得については個人情報保護法に従うほか、会員社のサービスにおける必要性の判断による。また、オプトアウト機能の提供義務は行動履歴情報を利用する行動ターゲティング広告を対象にしたもので、単なる広告配信やレポートのための利用については対象外
 - 例えば、コンテンツレコメンデーションサービスやアクセス解析ツールやSNSのソーシャルプラグインなど、自らの外部サービス導入の目的は広告以外の目的であるものも多く、送信の仕組みも様々あり得ることから、「ターゲティング広告規制」や「Cookie規制」といった一面的な認識は誤解を生じるおそれがある