パーソナルデータ利活用ビジネスの促進に向けた、消費者向け情報提供・説明の充実のための「評価基準」と「事前相談評価」 のあり方について

平成 26 年 3 月 26 日 経済産業省

目次

1	はじめに	1
	1.1 調査の背景と目的	1
	1.2 調査の実施概要	
	1.3 本事業における検討及び評価基準の範囲	2
2	武行体制・手続の検討及び決定	4
	2.1 試行体制・手続の全体概要	4
	2.2 参加事業者に提出を求める書類の決定	5
	(1) 事前相談評価の試行への応募時に提出を求める書類について	6
	(2) 書面評価を行うに当たって提出を求める書類	7
	2.3 評価委員会の組織	14
	2.4 参加事業者の選定基準の決定	16
	2.5 評価手順の決定	16
	2.6 評価基準の検討及び作成	18
	(1) 経済産業省による検討	18
	(2) 評価委員会による検討	23
	2.7 「分かり易い表示」を閲覧した消費者に対して行うアンケート案の作成	27
3	事前相談評価の試行	32
	3.1 参加事業者の選定(公募)方法	32
	(1) 公募の概要	32
	(2) 公募の実施	32
	(3) 公募の結果	32
	3.2 参加事業者の決定	32
	3.3 評価	34
	(1) 実施スケジュール	34
	(2) 事務局による書面評価	35
	(3) 評価委員会による評価	35
4	参加対象事業者へのアンケート調査	39
	4.1 参加対象事業者へのアンケート調査の内容	39
	4.2 参加事業者に対するアンケート調査の結果	49
5	アンケートの実施による消費者の評価の調査	51

	0.1	調査の概要	91
	(1)	実施概要	51
	(2)	調査の目的	51
	(3)	調査の方法	52
	(4)	調查対象者	52
	(5)	調査実施日と実施形態	52
	5.2	調査項目	52
	(1)	事前調查項目	52
	(2)	調査項目	5 3
	5.3	アンケート分析	57
	(1)	属性に関する分析	57
	(2)	サービス横断的分析	60
	(3)	内容の理解度について	62
	(4)	情報量の多さ・少なさについて	68
	(5)	実践案を読んだ後の、事業者に対する信頼	69
	5.4	参考分析:総合的な"分かり易さ"分析	71
	5.5	アンケート結果のまとめ	74
6	事前	が 前相談評価の試行結果を受けた事前相談評価の実施体制等の見直し及び課題の検討	.78
6		が相談評価の試行結果を受けた事前相談評価の実施体制等の見直し及び課題の検討 実施体制・手続等の見直し	
6	6.1	<u> </u>	78
6	6.1 (1)	実施体制・手続等の見直し	78 78
6	6.1 (1) (2)	実施体制・手続等の見直し	78 78 80
6	6.1 (1) (2) (3)	実施体制・手続等の見直し 応募時に提出を求める書類 書面評価を行うに当たって提出を求める書類	78 78 80 81
6	6.1 (1) (2) (3) (4)	実施体制・手続等の見直し	78 78 80 81 82
6	6.1 (1) (2) (3) (4) (5)	実施体制・手続等の見直し	78 78 80 81 82
6	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6)	実施体制・手続等の見直し	78 78 80 81 82 91
6	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)	実施体制・手続等の見直し	78 78 80 81 82 91 91
	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 6.2	実施体制・手続等の見直し 応募時に提出を求める書類 書面評価を行うに当たって提出を求める書類… 評価手順 評価基準 書面評価 評価委員会による評価 評価結果の通知(講評)	78 78 80 81 82 91 91 93 94
	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 6.2 事前	実施体制・手続等の見直し 応募時に提出を求める書類 書面評価を行うに当たって提出を求める書類 評価手順 評価基準 書面評価 評価委員会による評価 評価結果の通知(講評) 事前相談評価の試行を通じて検討されたその他の事項	78 78 80 81 82 91 93 94
	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 6.2 事前	実施体制・手続等の見直し 応募時に提出を求める書類… 書面評価を行うに当たって提出を求める書類… 評価手順 評価基準… 書面評価 評価委員会による評価 評価結果の通知(講評) 事前相談評価の試行を通じて検討されたその他の事項 が相談評価の本格運用に向けて	78 78 80 81 82 91 93 94 .98
	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 6.2 事前 7.1 7.2	実施体制・手続等の見直し	78 78 80 81 82 91 93 94 .98
	6.1 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 6.2 事育 7.1 7.2 (1)	実施体制・手続等の見直し 応募時に提出を求める書類 書面評価を行うに当たって提出を求める書類 評価手順 評価基準 書面評価 評価委員会による評価 評価結果の通知(講評) 事前相談評価の試行を通じて検討されたその他の事項 が相談評価の本格運用に向けて 運用コストについて 評価基準の標準化について	78 78 80 81 82 91 93 94 .98

1 はじめに

1.1 調査の背景と目的

ブロードバンド環境等の通信インフラの整備、スマートフォンなどの個人の活動から情報を得るインターフェース・端末の普及、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)に代表される様々なアプリケーション・サービスの開発、情報処理技術の向上等により、多種多様なデータを収集、分析することが可能になってきている。このような技術向上を背景に、多種多様なデータを積極的に利活用することで、社会課題解決による国民生活の利便性向上、新ビジネス創出、サービスの魅力・付加価値向上等の可能性が高まってきており、社会的な期待も大きい。

一方において、近時はプライバシー意識の高い消費者が増加しており、事業者によるパーソナルデータの取得や利用が、個人情報の保護に関する法律を遵守して行われている場合においても、プライバシーへの配慮が不十分であるとして批判を受けるという事態が発生するに至っている。事業者においては、パーソナルデータを含むデータ利活用が競争力の源泉になりうることを認識しつつ、何をどこまで対応すればいいのか分からないことから、データの利活用に消極的な態度をとらざるを得ないといった状況に至っている例も見られる。

事業者によるパーソナルデータの利活用が批判を受ける原因としては、取得段階でのパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明が、消費者の理解を得る上での機能を十分に果たしていないことが挙げられる。消費者が「このような情報まで取られているとは思わなかった」とか、「このような使われ方をすると思わなかった」といった事業者に対する不信感を抱くことから批判が集中するケースがほとんどであり、事業者が「競争力の源泉」であるパーソナルデータを積極的に利活用できるようにするためには、消費者の十分な理解を前提とした消費者と事業者との間の信頼関係を構築する必要がある。

経済産業省では、平成 24 年 11 月 29 日より、「IT 融合フォーラム パーソナルデータ ワーキンググループ」を開催し、この信頼関係の構築に必要となる方策を検討してきたと ころであり、平成 25 年 5 月 10 日付で取りまとめた報告書において、事業者がパーソナル データを取得する際に満たすべき消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」を提示した。

このような考え方やアプローチ等を広く普及させ、消費者と事業者との間における信頼 関係の構築を進めていくには、取り組もうとする多くの様々な事業者が参照し利用できる ような「評価基準」の策定や、その事業者が「評価基準」に合致した取組を行っているこ とを客観的に評価し消費者に情報提供できるような第三者による評価の仕組みを設けてい くことが望まれる。

しかしながら、事業者によるこのような取組の実例は乏しく、また、事業者側の工夫が 実際に消費者との信頼関係構築に寄与しているか否かの検証も十分にできていない。この ような現状の下で「評価基準」を策定した場合、ともすれば、机上の検討のみに依拠した 具体性に乏しい文書になる恐れがある。一方、その「評価基準」の活用を通じて、信頼関係構築を重視する事業者の裾野を広げようとするならば、事業者の日頃のサービスの検討や提供の現場において、行動指針となるような、可能な限り具体性のある基準でなければならない。

本事業は、このような基本的な認識の下、パーソナルデータを利活用したサービスを展開しようとする事業者を対象とした「事前相談受付制度」(以下「事前相談評価」という。)の取組を試行的に実施することを通じて、具体性のある「評価基準」を策定することを目的として実施した。

1.2 調査の実施概要

本事業では、具体性のある「評価基準」を策定するため、事前相談評価の試行に貢献しようという、パーソナルデータを利活用したサービスを展開し、又は展開しようとする事業者を募り、それぞれの事業者(以下「参加事業者」という。)が作成した、パーソナルデータの取扱いに関する消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案の提出を受けた。参加事業者は、経済産業省や有識者の評価及びその改善に関する助言を得つつ、自身の「分かり易さに関する手法・アプローチ」をはじめとする消費者との間の信頼関係を構築するための取組を、より望ましいものへと改善した。このような事前相談評価の試行に係る一連の過程と並行して、これらの過程から得られた知見を順次反映していく形で、「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践に取り組もうとする事業者や、相談評価を行おうとする第三者の判断の拠り所となる「評価基準」を策定した。「評価基準」の策定に当たっては、参加事業者の実践案の「分かり易さ」に関する消費者アンケートを実施し、消費者目線の「分かり易さ」にも十分配慮した。

また、事前相談評価の試行を通じて得られた知見を元に、効率的な事前相談評価の運用のための課題抽出、当該課題の解決のあり方の検討及び運用コストの試算等を行うとともに、「評価基準」を広く普及するための取組として、当該基準の標準化の方向性について検討を行った。

なお、事前相談評価の試行の結果をより具体的に示すことにより、消費者との信頼関係の構築を重視する企業の裾野を広げることを目的として、経済産業省において、評価の結果、モデルとなるような実践例を取りまとめ、本報告書の別添資料『「分かり易さに関する手法・アプローチ」に係るベストプラクティス集』として添付した。

1.3 本事業における検討及び評価基準の範囲

本事業では、参加事業者による消費者に対するパーソナルデータの取扱いに関する情報 提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の内容(原則として、インタ ーネット上でサービスの説明等のために行う表示)に限って検討した。本事業は、パーソ ナルデータを利用するサービスそのものの内容、パーソナルデータの取扱い手法の妥当性、 個人情報の保護に関する法律をはじめとする各種法令及び各種ガイドライン等への適合性 (例えば、安全管理措置の実施状況など)等に関する検討を行ったものではなく、従って、 「評価基準」もこれらを対象とするものではない。

また、本事業では、評価に当たり事業者から提出された書面やヒアリングを通じて受けたパーソナルデータの取扱いに関する説明の内容と、評価対象である参加事業者によるパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の内容との間に齟齬や乖離がないか評価することを前提として検討した。従って、評価対象に係るサービスの実態と事業者の説明との間に齟齬や乖離がないことも併せて評価することを前提とした検討は行っていない。これを評価するには、例えば、評価対象に係るサービスにおける参加事業者による実際の情報の取扱いについて、システム監査をするなどしてその実態を具体的に調査する必要が生じるものと想定されるが、本事業ではこういった場合が生じることを前提とした検討を行っていない。

なお、消費者との信頼関係を構築するための要素としては、「評価基準」の対象とした、情報提供、説明の内容の他にも、情報提供や説明の方法(当該説明等の画面構成の具体的状況や、当該説明等がどこからリンクされているのか、など)や、消費者による事業者に提供するパーソナルデータの選択の可否などが挙げられる。これらの要素に係る検討を今後さらに実施する場合、本事業の成果を前提とすることが望ましい。本報告書では、本事業実施の過程で得られた知見のうち、これらの要素に係る検討に資すると考える事項を「6.2事前相談評価の試行を通じて検討されたその他の事項」にまとめた。

2 試行体制・手続の検討及び決定

2.1 試行体制・手続の全体概要

「1.1 調査の背景と目的」に示した通り、事業者によるパーソナルデータの利活用が批判を受ける主な原因は、取得段階でのパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明が、消費者の理解を得る上でその機能を十分に果たさず、事業者が消費者の期待を裏切る形でパーソナルデータを利用したと評価され、消費者が事業者に対して不信感を抱くことにある。事前相談評価の試行は、事業者によるパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明が、消費者の十分な理解を前提とした消費者と事業者との間の信頼関係の構築に資するものであるか否かを評価し、その過程で得た知見を反映する形で評価基準を策定するものであることから、これを効果的に実施するために必要となる試行体制・手続の検討及び決定を行った。

「1.1 調査の背景と目的」に示した通り、本事業に係る事前相談評価の取組については、これまで事業者を含め類似の取組の実例は乏しい。従って、参加事業者によるパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明が、消費者の十分な理解を前提とした消費者と事業者との間の信頼関係の構築に資するものであるか否かを評価し、また、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明の「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践に取り組もうとする事業者や、相談評価を行おうとする第三者の判断の拠り所となる評価基準を策定するには、有識者の助言を得つつ慎重に実施することが望ましい。事前相談評価の試行では、有識者による評価委員会を組織しこれらを実施することとした。

事前相談評価の試行を有識者の助言を得て実施するとして、事前相談評価のどの過程において有識者の助言を得ることが最も効率的であるかを検討した。その結果、事務局による書面評価と評価委員会による評価の2段階で実施し、事務局が実施する書面評価において参加事業者から評価に必要な書類の提出を受け、書類の不明確な部分のヒアリング及び形式的に実施可能な評価を実施し、評価委員会において評価すべき点を整理し、効率的な評価ができるようにすることが望ましいとの結論に至った。

また、評価基準の策定に当たっては、消費者目線の「分かり易さ」にも十分配慮することとしており、参加事業者が作成したパーソナルデータの取扱いに関する消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案に対する消費者アンケートの内容について検討した。なお、本事業開始時点においては、評価基準に適合した実践案についての消費者アンケートを実施することを予定していたが、評価委員会における有識者の助言と、消費者アンケートから得られる消費者の示唆にどのような視点の違いがありうるのか、より明確に理解する目的で、事前相談評価の試行への応募時の参加事業者の実践案を対象に消費者アンケートを行うこととした。

以上を前提とし、本事業の全体の流れを図1の通りとし、事前相談評価の試行の体制・ 手続について、表1に掲げる事項を検討、決定した。



図1 事前相談評価の試行の全体の流れ

- (1) 参加事業者に提出を求める書類の決定
- (2) 評価委員会の組織
- (3) 参加事業者の選定基準の決定
- (4) 評価手順の決定
- (5) 評価基準の決定
- (6) 消費者アンケートの内容の決定

表1 事前相談評価の試行の体制・手続に係る検討、決定事項

2.2 参加事業者に提出を求める書類の決定

事前相談評価の試行では、多くの試行への応募を受け、できる限り多様な業種・業態の様々なサービスに対する相談評価を実施することで汎用的な評価基準を作成することができるよう、参加事業者に提出を求める書類を、応募時に提出を求めるものと、書面評価実施時に提出を求めるものに分け、応募時における提出書類については、対象となるサービスの概要と当該サービスにおけるパーソナルデータの取扱いを把握するために必要最小限度の書類の提出を求めるにとどめた。

なお、事前相談評価の本格運用時は、これらを分けることなく、応募時にすべての書類の提出を求めることで、対象となるサービスの内容等の説明と実践案の内容等が同時に把握可能になることから、より効率的な相談評価の運用ができるものと考えられる。

事前相談評価の試行に当たり、参加事業者に提出を求める具体的書類は、表 2 の通りと した。

必要書類

事前相談評価の試行への応募時に提出を求める書類

- (1) パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価の試行応募申請書(別紙 1-1)
- (2) 個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程
- (3) 応募対象サービスに適用される個人情報保護方針及びプライバシーポリシー
- (4) 応募対象サービスに適用される利用規約等のサービス利用に当たって適用され

る契約又は契約条件

- (5) 応募対象サービスの概要説明資料
- (6) 提出書類チェックシート (別紙 1-2)

書面評価を行うに当たって提出を求める書類

- (1) 応募対象サービスで取り扱うパーソナルデータの項目と利用目的、取得方法等を説明する 資料 (別紙 2-1<様式 1>)
- (2) 応募対象サービスにおいて第三者に提供するパーソナルデータについて、その提供先、提供先における利用目的等を説明する資料(別紙 2-1<様式 2>)
- (3) 消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案
- (4) 個人情報の保護に関する法律の遵守状況についてのチェックシート(別紙 2-2)
- (5) 平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の 報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況についてのチェック シート (別紙 2-3)

表 2 「事前相談評価」提出書類一覧

- (1) 事前相談評価の試行への応募時に提出を求める書類について
- ① パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価の試行応募申請書(様式は別紙 1-1 を参照)

事業者が、事前相談評価の試行に応募する意思を表示し、経済産業省がこれを確認 するために利用する。

なお、事前相談評価では、評価対象となるサービスの利用規約やプライバシーポリシーに関連する「パーソナルデータの取扱いに関する消費者に対する情報提供、説明」を作成して評価、改善していくことを前提とするため、当該事業者において必要な意思決定がなされた上で応募されていることを担保するために、事前相談評価の試行に参加することについて決裁権限を持つ者の押印を求めることとした。

② 個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程

パーソナルデータの取扱いについて、当該事業者において組織的にどのように取り 扱うこととなっているのか把握するために利用する。

③ 応募対象サービスに適用される個人情報保護方針及びプライバシーポリシー

事前相談評価の試行への応募対象となるサービスにおけるパーソナルデータの取扱いがどのように説明されているのかを把握するために利用する。

④ 応募対象サービスに適用される利用規約等のサービス利用に当たって適用される契約 又は契約条件

事前相談評価の試行への応募対象となるサービスの利用に係る契約の内容を定める 書類で、当該サービスの内容がどのように説明されているのかを把握する他、第三者 提供等、個人情報の保護に関する法律において本人の同意が求められている事項につ いては、これらの文書に記載されているという実態があることから、これらがどのように説明されているかを把握するために利用する。

⑤ 応募対象サービスの概要説明資料

事前相談評価の試行への応募対象となるサービスの内容を把握するために利用する。

⑥ 提出書類チェックシート(様式は別紙 1-2 を参照)

提出書類に不足がないか参加事業者において確認するために利用する。

- (2) 書面評価を行うに当たって提出を求める書類
- ① 応募対象サービスで取り扱うパーソナルデータの項目と利用目的、取得方法等を説明する資料(様式は別紙 2-1<様式 1>を参照)

事前相談評価の試行への応募対象となるサービスにおいて消費者から取得するパー ソナルデータの取扱いを把握するために利用する。

消費者から取得するパーソナルデータの情報項目ごとに利用目的等を一覧して確認 できるようにすることで、効率的な評価が行えるように配慮した。

本資料において説明を求める具体的事項は表3の通り。

#	記載項目	説明
1	取得方法	当該サービスにおいて取得又は利用するパーソナルデータの
		取得の方法。
2	情報項目	当該サービスにおいて取得又は利用するパーソナルデータの
		項目。なお、以下の $3\sim10$ は、情報項目ごとに記載する。
3	利用目的	当該サービスにおける当該パーソナルデータの利用目的。
4	必須/任意の別	当該サービスを提供するに当たり、当該パーソナルデータの
		利用が必須か否か。
5	取得の中止・利用	消費者が当該パーソナルデータの取得を中止又は利用を停止
	停止の可否	することができるか否か。
6	取得の中止・利用	取得を中止又は利用を停止できる場合、その具体的な方法。
	の停止方法	
7	第三者への提供の	当該パーソナルデータが第三者に提供されるか否か。
	有無	
8	提供先	第三者に提供される場合、その提供先(具体的な企業名)。
9	提供停止の可否	第三者に提供される場合、消費者が第三者への提供を停止で
		きるか否か。
10	提供停止の方法	第三者への提供の停止ができる場合、その具体的な方法。

表 3 応募対象サービスで取り扱うパーソナルデータの項目と利用目的、 取得方法等を説明する資料(別紙 2·1<様式 1>)において記載する事項

② 応募対象サービスにおいて第三者に提供するパーソナルデータについて、その提供先、 提供先における利用目的等を説明する資料(様式は別紙 2-1 < 様式 2 > を参照)

事前相談評価の試行への応募対象となるサービスにおいて「第三者への提供」を行う情報項目について、その提供先と提供の目的を把握するために利用する。

第三者に提供するパーソナルデータの情報項目ごとに提供先における利用目的等を 一覧して確認できるようにすることで、効率的な評価が行えるように配慮した。

本資料において説明を求める具体的事項は以下の通り。なお、事前相談評価の試行においては、評価の対象を個別のサービスとしているが、第三者への提供は個別の事業者に対して行われるものであるため、第三者への提供に関する説明は、提供先の事業者単位の利用目的等について説明を求めることとした。

本資料において説明を求める具体的事項は表 4 の通り。

#	記載項目	説明
1	提供先企業名	提供先となる企業名。
2	情報項目	第三者に提供するパーソナルデータの項目。なお、以下の3
		$\sim\!10$ は、情報項目ごとに記載する。
3	提供先における利	提供先における当該パーソナルデータの利用目的。
	用目的	
4	必須/任意の別	提供先で当該パーソナルデータを利用することが想定されて
		いるサービスを提供するに当たり、当該パーソナルデータの
		利用が必須か否か。
5	取得中止·利用停	消費者が提供先に対して、当該パーソナルデータの取得を中
	止の可否	止又は利用を停止することができるか否か。
6	取得中止・利用の	取得を中止又は利用を停止できる場合、その具体的な方法。
	停止方法	
7	第三者への提供の	当該パーソナルデータが提供先からさらに第三者に提供され
	有無	るか否か。
8	提供先	提供先からさらに第三者に提供される場合、その提供先(具
		体的な企業名)。
9	提供停止の可否	提供先からさらに第三者に提供される場合、消費者が第三者
		への提供を停止できるか否か。
10	提供停止の方法	第三者への提供の停止ができる場合、その具体的な方法。

表 4 応募対象サービスにおいて第三者に提供するパーソナルデータ について、その提供先、提供先における利用目的等を説明する資料 (別紙 2-1<様式 2>) において記載する事項

③ 消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践 案

パーソナルデータの取扱いに関する消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり 易さに関する手法・アプローチ」の具体的内容が表現されたもので、事前相談評価に おける評価の対象である。

「分かり易さに関する手法・アプローチ」は、評価対象となるサービスの性質や参加事業者のこれまでの情報提供や説明のあり方を勘案し、最適であると考えられる手法により実践されるべきものであるから、本書類については一律の様式を定めないこととした。

④ 個人情報の保護に関する法律の遵守状況についてのチェックシート(様式は別紙 2-2 を参照)

「1.3 本事業における検討及び評価基準の範囲」において記載した通り、事前相談評価は、評価の対象となるサービスにおける個人情報の取扱いについて、個人情報の保護に関する法律及び関係ガイドライン等への適合性等に関する検討や評価を行うものではないが、同法を遵守することは、パーソナルデータを利活用するサービスを提供する事業者が最低限求められるものであることから、事前相談評価の実施に当たって、参加事業者がその遵守状況を自己点検できるように作成した。参加事業者が個人情報の保護に関する法律の遵守状況を自ら点検するために利用する。

なお、本チェックシートは、平成 21 年 10 月付「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」(平成 21 年 10 月 9 日厚生労働省・経済産業省告示第 2 号)の遵守状況を自ら点検するために作成した。事前相談評価の試行は、対象事業者を経済産業省所管の事業者に限っており、当該ガイドラインの遵守状況を自己点検できるように作成したが、経済産業分野のうち、個人情報の保護のために格別の措置が講じられる必要がある等の理由から、別途ガイドラインが策定されている分野に係るサービスに関する事前相談評価を行う場合は、事務局によるヒアリング等を通して、当該ガイドラインへの適合性についても、参加事業者が自己点検できるように十分配慮する必要がある。

本チェックリストにおいて参加者に自己点検を求める具体的事項の例は表5の通り。

1. 利用目的について

「マーケティング活動に用いるため」といったような一般的・抽象的な利用目的の特定ではなく、「○○事業における新製品やサービスに関するお知らせを電子メールで送信するため」というように、できるだけ具体的に利用目的を特定している。

など、利用目的に係るチェック項目 5 項目

2. 適正な取得について

親の同意がなく、十分な判断能力を有していない子供から、取得の状況から考えて関係 のない家族の個人情報を取得していない。

など、適正な取得に係るチェック項目3項目

3. 正確性の確保

個人情報の利用目的の達成に必要な範囲において個人データの正確性を確保するため に、確認手続や誤りを発見した場合の修正手続について、社内規程や作業手順等のルー ルを定めている。

4. 安全管理措置について

事業の性質や個人データの取扱い状況等に起因するリスクに応じ、必要かつ適切な安全 管理措置を講じている。

個人データの安全管理措置を講じるための組織体制を整備している。

など、組織的安全管理措置に係るチェック項目 5 項目

雇用契約時等において従業者との個人情報の非開示契約を締結している。

など、人的安全管理措置に係るチェック項目3項目

個人データを取り扱う居室への入退室管理を実施している。

など、物理的安全管理措置に係るチェック項目3項目

個人データへのアクセスにおける制限(識別と認証)を行っている。

など、技術的安全管理措置に係るチェック項目 9 項目

5. 従業者の監督について

従業者が個人データの安全管理措置を定める規程等に従って業務を行っていることを、 あらかじめ定めた間隔で定期的に確認している。

6. 委託先の管理について

委託先には必要のない個人データを提供していない。

など、委託先の管理に係るチェック項目5項目

7. 第三者提供について

個人データを第三者提供提供する場合は、あらかじめ本人から同意を取得している。(親会社、子会社、兄弟会社、グループ会社も第三者提供の「第三者」に該当するため、これらの者に個人データを提供する場合も、あらかじめ本人から同意を取得することが必要)

など、第三者提供に係るチェック項目2項目

8. 事業承継

合併その他の事由により他の個人情報取扱事業者から事業を承継することに伴って個 人情報を取得した場合は、承継前の当該個人情報の利用目的の達成に必要な範囲内で当 該個人情報を取り扱っている。

9. 共同利用について

共同して利用される個人データの項目を、あらかじめ本人に通知又は本人が容易に知り うる状態に置いている。

など、共同利用に係るチェック項目5項目

10. 保有個人データについて

保有個人データについて、

- ・ 個人情報取扱い事業者の氏名又は名称
- ・ すべての保有個人データの利用目的
- ・ 個人情報保護法第 24 条第 2 項に定める保有個人データの利用目的の通知、同法 第 25 条第 1 項に定める保有個人データの開示、同法第 26 条第 1 項に定める保有 個人データの訂正等、同法第 27 条第 1 項に定める保有個人データの利用停止等、 同法同条第 2 項に定める保有個人データの第三者提供の停止の求めに応じる手続
- ・ 保有個人データの取り扱いに関する苦情の申出先 (認定個人情報保護団体の対象 事業者である場合は、当該認定個人情報保護団体の名称及び苦情の解決の申出先)

を本人の知り得る状態に置いている。

本人から保有個人データの利用目的の通知を求められたときは、当該本人に対し、遅滞なく通知をしている。

など、本人への通知に係るチェック項目3項目

本人から保有個人データの内容が事実ではないという理由で当該個人データの内容の 訂正、追加又は削除を求められた場合には、利用目的の達成に必要な範囲内において、 遅滞なく必要な調査を行い、その結果に基づき必要な対応をしている。

など、保有個人データの修正に係るチェック項目 2 項目

本人から、保有個人データが利用目的を超えて利用されている又は不正の手段により取得されたものであるとの理由で当該保有個人データの利用の停止又は消去を求められた場合は、その求めに理由があるか調査し、その求めに理由があることが判明した場合は、違反を是正するために必要な限度で、遅滞なく、当該保有個人データの利用停止等を行っている。

など、保有個人データの利用停止に係るチェック項目 4 項目

保有個人データの利用目的の通知、開示、訂正等、利用停止等、第三者提供の停止の求めに応じない旨及び当該求めと異なる措置を講じる旨通知する場合には、本人に対しその理由を説明するように努めている。

保有個人データの利用目的の通知、開示、訂正等、利用停止等、第三者提供の停止の求めを受け付ける方法を定めている場合、その決定に当たり、本人に過度の負担を課すことにならないように配慮している。

など、開示等の求めに応じる手続に係るチェック項目3項目

11. 苦情の処理

個人情報の取扱いに関する苦情の適切かつ迅速な処理に努めている。

表 5 個人情報の保護に関する法律の遵守状況についてのチェックシート (別紙 2-2) におけるチェック項目 (例:詳細は別紙 2-2 を参照)

⑤ 平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」 の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況についてのチェ ックシート (様式は別紙 2-3 を参照)

参加事業者が作成したパーソナルデータの取扱いに関する消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案が、平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書において消費者との信頼関係構築のために実施することが必要であるものとして提示した事項を実践しているか参加事業者が自己点検できるように作成した。書面評価の効率化に資するよう、参加事業者が同報告書において提示されている事項を漏れなく実施しているか自ら点検するために利用する。

なお、「③ 消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案」に示した通り、「分かり易さに関する手法・アプローチ」は、評価対象となるサービスの性質や参加事業者のこれまでの情報提供や説明のあり方を勘案し、最適であると考えられる手法により実践されるべきものであり、実現に当たっての具体的な実践例を示すことはできるものの、一律にこれについて実施すべきといったようなものが示せる性質のものではないことから、チェックシートの内容も、具体的な対応の内容の是非を点検するためのものではなく、平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書において提示されている事項のそれぞれについて、実践案において十分な配慮を行ったか否かを確認するものとなっている。

また、事前相談評価の試行は、平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況を評価することを目的として開始したため、別紙 2-3 の通りの様式となっているが、事前相談評価の本格運用時は、本事業の成果物として、事前相談評価の試行に基づく評価基準書が存在していることから、当該評価基準書の各評価項目に係る実現状況を確認する必要がある。

本チェックリストにおいて参加者に自己点検を求める具体的事項は表6の通り。

#	チェック項目
1	サービス内容を簡潔に説明している。

#	チェック項目
2	取得するパーソナルデータ(特定の個人が識別できるものに限らず、個人に関する
	個人識別性のないものを含む) を全て記載している。
3	パーソナルデータの取得方法を説明している。
	取得するパーソナルデータの項目と利用目的(何に使うのか)を紐付けて記載して
4	いる。
	取得するパーソナルデータの項目とその利用目的について、例えば、「本サービス
5	に関するお知らせを電子メールで送信するため」と記載するなど、消費者が具体的
	な利用方法を想像できるように、できる限り細分化、具体化して記載している。
C	取得するパーソナルデータは、パーソナルデータの取得や利用について、消費者が
6	サービス内容から想像しづらい項目や機微な情報から順に記載している。
	サービスの提供に取得が必須のパーソナルデータと、サービスの提供には必須では
7	ないがサービスの向上や追加サービスの実施のために取得しているパーソナルデ
	一タを分けて記載している。
8	パーソナルデータを第三者提供や共同利用をする場合、その提供先を明記してい
	る。
9	パーソナルデータを第三者提供や共同利用をする場合、第三者提供や共同利用をす
	る情報項目と当該情報を提供する者を紐付けて説明している。
10	パーソナルデータを第三者提供や共同利用をする場合、パーソナルデータを第三者
10	提供や共同利用する目的を記載している。
	パーソナルデータの取得の中止や取得する情報項目の選択等の可否について明示
11	している。
11	※連携するサービスがある場合で、連携させないことができる場合は、その旨を明
	示している。
	パーソナルデータの取得の中止や取得する情報項目の選択等が可能な場合は、その
	方法を明示している。
12	※連携するサービスがある場合で連携させないことができ、かつ、連携するサービ
	スで利用するパーソナルデータを消費者がコントロールできるときは、消費者がコ
	ントロールできるパーソナルデータを明示している。
13	パーソナルデータの取扱いに関する問い合わせ先を明記している。

表 6 平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキング グループ」の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況に ついてのチェックシート (別紙 2-3) におけるチェック項目

参考:消費者との信頼関係構築のために実施することが必要であるものとして、平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の

報告書において提示されている事項

① 記載事項に関する留意点

利用規約等に記載する項目は、消費者が正しい理解をする上で確実に知って おくべき必要十分なものに絞り込み、全体を簡潔なものとすることが有効あ ることから、以下の 6 項目を中心に記載事項を検討した。

- サービスの概要
- 取得するパーソナルデータと取得の方法
- パーソナルデータの利用目的
- 第三者提供の有無及び提供先
- 提供の停止の可否と、停止の方法
- 問い合わせ先
- ② 分かり易い表現に関する留意点
 - 細分化・具体化:取得する情報項目の種類、利用目的について、可能な 限り細分化し、具体的に記述すること
 - 取得する情報項目の種類と利用目的の紐付け:細分化・具体化された取得する情報項目や利用目的について、それぞれの対応関係を紐付けて記載すること
 - 記載の優先順位付け:情報の重要性に優先順位を付けた上で、重要な情報から順番に記載すること。この際、消費者が想像しにくい項目を優先すること
 - 取得情報の必須度:取得する情報項目が、特定のサービスを行うために 必須の情報として利用されているか、必須ではないがサービスの質の向 上や追加的なサービスの実施に必要な情報として利用されているかに ついて、区別して明示すること
 - 第三者提供の範囲の明示:消費者の理解増進、安心感の向上という観点 から、第三者提供先を可能な限り明示すること

2.3 評価委員会の組織

事前相談評価の試行は、「1.1 調査の背景と目的」において記載した通り、類似の取組の実例は乏しい。従って、実施手順や評価基準等の設計及び検討並びに実践案の評価を行う評価委員会は、高度な専門性を有するものである必要がある。また、パーソナルデータを利用したビジネスの実例にも通じた専門家から構成される必要がある。さらに、事前相談評価の試行の取組は、「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書の考え方を広く普及させるための取組であることから、同ワーキンググループに参加した有識者を評価委員会の構成員とすることが、同報告書の考え方をより一層の一体感をもって実現するために望ましい。一方で、事前相談評価の試行はサービス提供前のサービス

も対象とし、そのようなサービスに係る情報は通常当該企業等の秘密に属するところ、相談評価の実施にはサービスの具体的な内容の把握が不可欠であり、私企業に属する有識者が評価委員になっている場合は、相談評価を受けようとする事業者の参加意向を削ぐことになりかねない。

このような事情を総合的に判断し、評価委員会の委員は表7の通りとした。

	氏名(敬称略)	所属	選定理由・主な類似実績等
1	森 亮二	英知法律事務所 弁護士	IT 融合フォーラム パーソナルデー
			タワーキンググループ 委員
			総務省 緊急時等における位置情報
			の取扱いに関する検討会 座長代理
2	板倉 陽一郎	ひかり総合法律事務所 弁護士	IT 融合フォーラム パーソナルデー
			タワーキンググループ オブザーバ
			_
			総務省 パーソナルデータの利用・
			流通に関する研究会 オブザーバー
3	小松 文子	独立行政法人 情報処理推進機構	IT 融合フォーラム パーソナルデー
		セキュリティセンター 情報セ	タワーキンググループ 委員
		キュリティ分析ラボラトリー	経済産業省 個人情報保護ガイドラ
		ラボラトリー長	イン検討委員会(2011年度) 委員
4	新保 史生	慶應義塾大学 教授	IT 融合フォーラム 有識者会議 委
			員
			経済協力開発機構(OECD)「情報セ
			キュリティ・プライバシー部会
			(WPISP)」副議長
5	村上 康二郎	東京工科大学 准教授	経済産業省 個人情報保護の制度・
			運用に関する研究会 委員
			ISO/IEC JTC1 SC27WG5 委員
6	長見 萬里野	日本消費者協会 会長	産業構造審議会 消費経済部会 委
			員
			総合資源エネルギー調査会 委員
			(消費者問題、消費者教育などの関
			する豊富な経験と知見を有する。一
			般消費者視点でのご意見をいただ
			⟨∘)

表 7 評価委員会 委員一覧

2.4 参加事業者の選定基準の決定

事前相談評価の試行では、できる限り多様な業種・業態の様々なサービスに対する相談 評価を実施し、汎用的な評価基準を作成できるようにすることが望ましい。従って、参加 事業者が必ず満たすべき基準は、できるだけ少なくする必要がある。一方で、経済産業省 が実施する事業は、政策的な波及効果が最も期待される方法で実施すべきであるため、表 現の方法が限定されたり説明が複雑になりやすかったりするなどの理由により、「分かり易 さ」との関係で問題が惹起される可能性が類型的に高いと思われるものや、消費者との間 のあるべきコミュニケーションのあり方について、事業者側に知見の蓄積が少ない比較的 新しいサービスがあれば、そのようなサービスを評価対象とする事業者を優先的に選定す ることが望ましい。

以上を前提とし、参加事業者の選定基準は表8の通りとした。

べき基準】 【応募者多数 の場合に参加

事業者を選定

するための基

【参加事業者 ┃✓ 経済産業省所管の事業者であること

が必ず満たす ✓ 消費者から何らかのパーソナルデータを取得し、取得したパーソナルデ ータを利用したサービスを実施している、又は実施する予定があること

準】

(多種多様なサービスを対象とするための基準)

- ✓ 特定の分野や業態のサービス運営者からの応募が重複又は集中した場合 は、その分野や業態のサービスの中から1社を選定し、他の分野や業態 のサービスを優先して選定する。
- ✓ 規模の大きな会社と規模の小さな会社は、いずれか一方に偏るようなこ となく、できるだけバランスよく選定する。

(「分かり易さ」との関係で問題が惹起される可能性が類型的に高いと思われ るものを対象とするための基準(例))

- スマートフォン向け又はスマートフォン向けのWebサイトを有するサー ビスを提供する事業者を優先して選定する。
- ✓ 第三者提供を行う事業者を優先して選定する。

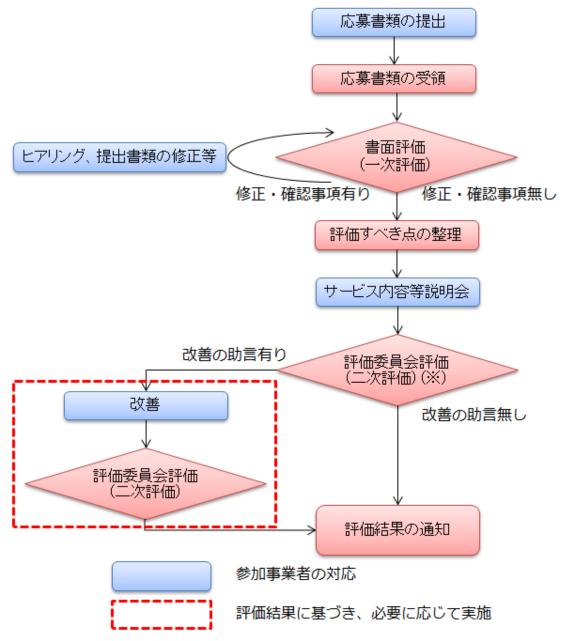
(比較的新しいサービスを対象とする基準(例))

- ✓ 利用者の位置情報を取得してサービスを提供する事業者を優先して選定 する。
- SNSの要素を含むサービスを提供する事業者を優先して選定する。

表 8 参加事業者の選定基準

2.5 評価手順の決定

事前相談評価の試行における評価の手順は、以下の図2の通りとした。



※ サービス内容等説明会を事前に実施し質疑応答も行った上で、メールベースで各委員の評価結果を収集する。

図2 事前相談評価の試行における評価手順の全体像

事前相談評価の試行においては、効率性の観点から、評価を、事務局による書面評価と 評価委員会による評価の2段階で実施することとした。

事務局による書面評価においては、参加事業者から提出を受けた書類の不備の修正依頼 や不明点の参加事業者に対するヒアリング等を通じた確認、形式的に実施可能な評価の実 施、事実の確認の範疇を超える評価委員会における評価が必要な点を整理することとし、 評価委員会による効率的な評価ができるようにした。書面評価においては、少なくとも、表 2 に示した「書面評価を行うに当たって提出を求める書類」の(4)個人情報の保護に関する法律の遵守状況についてのチェックシート (別紙 2-2)、(5)平成 25 年 5 月 10 日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況についてのチェックシート (別紙 2-3)の回答に、「分からない」や「いいえ」が残ることのないよう、ヒアリング等を通して確認することとした。

評価委員会による評価は、評価委員会を 2 回開催して行うこととして評価委員に提案した。当初案では、(1)1 回目の評価委員会では、書面評価による確認では明らかにできなかった点や、書面評価において整理された、評価委員会において評価すべき事項について検討し、改善すべき点の助言を行う。(2)参加事業者は、当該助言を受け改めて実践案を検討、修正した上で事務局に提出する。(3)2 回目の評価委員会で、参加事業者が修正した実践案の改善状況を確認した上で、評価結果を確定する。以上のような手続を想定していたところ、評価委員から、評価の前提として、評価対象サービスの概要と、実践案の概要について直接参加事業者から説明を受けたい旨の要望があったため、1回目の評価委員会では参加事業者による評価対象サービスの概要と、実践案の概要に関するプレゼンテーションを行い、それを前提に評価委員がそれぞれ、書面評価による確認では明らかにできなかった点や、書面評価において整理された、評価委員会において評価すべき事項について検討し、改善すべき点の助言を取りまとめ、事務局が電子メールでそれを受領した上で、当初案の(2)以降の手続を進めることとした。

2.6 評価基準の検討及び作成

- (1) 経済産業省による検討
- ① 試行用評価基準案の構成

事前相談評価の試行実施に先立って、経済産業省において試行用評価基準案を検討、作成した。当該評価基準案では、消費者との信頼関係構築のために実施することが必要であるものとして、平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書において提示されている事項を満たしていることを確認するために必要となる20の評価項目を挙げた。そして、評価基準が、「分り易さに関する手法・アプローチ」の実践に取り組もうとする事業者や、相談評価を行おうとする第三者の判断の拠り所となるよう、評価項目ごとに「評価の観点」と、「評価項目を満たしていると評価できる例」及び「評価項目を満たしていないと判断される例」をそれぞれ記載することとし、これらの者の具体的取組や評価に当たって十分参考になるものとなるよう配慮した。

経済産業省において作成した試行用評価基準案の具体的構成は表9の通りである。

目的

評価基準の位置付けについて記載

適用範囲

評価基準の適用範囲について記載

評価基準の使用方法

評価基準の使用方法(評価を行う際にどのように評価基準を参照するか等)について記載 **評価の実施方法**

評価基準を参照し、実際に評価を行う際、評価や助言をどのように実施するかについて記載

用語の定義

評価基準及び事前相談評価を実施する上で用いる用語の定義を記載

評価項目の詳細

の評価項目の詳細と、それぞれの評価項目における「評価項目を満たしていると評価できる例」及び「評価項目を満たしていないと判断される例」を記載

表 9 経済産業省において作成した試行用評価基準案の構成

② 評価項目一覧

具体的な評価項目としては、大きく 2 つの軸で評価項目を整理し、「A: 消費者との信頼関係の構築のために実施が必要な事項」及び「B: 消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項」としてまとめた。

このうち、「A:消費者との信頼関係の構築のために実施が必要な事項」については、すべての実践例において満たすことを求めるものであり、具体的には「横断的評価項目」、「記載事項に関する評価項目」及び「具体的記載方法に関する評価項目」に分類して掲げている。

また、「B:消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項」については、事業者に対して一律に実施を求めるものではないが、これを実施する実践例については、消費者とのより高度な信頼関係構築に資する取組として、積極的に評価することができるものとしている。

上記の観点で整理した評価項目の一覧は表 10 の通り。

A:消費者との信頼関係の構築のために実施が必要な事項

1. 横断的評価項目

- (1) パーソナルデータの取扱いに関する基本姿勢
 - 1 事業者がパーソナルデータの取扱いに関して必要な情報を偽りなく全て提示している旨を消費者等に対して宣言していること
 - 2 事業者が、サービスの提供開始又はパーソナルデータの取得に先立って、パーソ

ナルデータの取扱いに関する情報を消費者に適切に提供していること

- 3 事業者がパーソナルデータの取扱いを変更する場合に、当該変更情報を消費者に 適切に提供していること
- (2) 表示に関する基本原則
 - 4 全体として平易な文言で記述されていること
 - 5 取得するパーソナルデータに関する事項やサービスの内容等、パーソナルデータ の取扱いに関して必要な情報が簡潔に記載されていること
 - 6 簡潔に記載することができない情報や簡潔に記載することで消費者の誤解を招くおそれのある情報については、リンクを設置するなどの方法により、詳細な情報に容易にアクセスできるようになっていること
 - 7 消費者が確認したい場合に、パーソナルデータの取扱いに関する情報を消費者が 容易に確認できること

2. 記載事項に関する評価項目

- (1) 必要十分な記載事項
 - 8 パーソナルデータの取扱いに関する情報に必要十分な内容として、少なくとも以下の6項目が記載されていること
 - 1) 提供するサービスの概要
 - 2) 取得するパーソナルデータと取得の方法
 - 3) パーソナルデータの利用目的
 - 4) 当該事業者以外の者への提供の有無及び提供先
 - 5) 消費者によるパーソナルデータの提供の停止の可否及びその方法
 - 6) 問合せ先

3. 具体的記載方法に関する評価項目

- (1) 取得するパーソナルデータと取得方法に係る記載方法
 - 9 取得するパーソナルデータの項目とその取得方法について、可能な限り細分化 し、具体的に記載していること
 - 10 取得するパーソナルデータの項目やその取得方法について、重要性に優先順位を つけた上で、重要なものから順番に記載していること。この際、消費者が想像し にくいものを優先して記載していること
 - 11 事業者が取得するパーソナルデータについて、特定のサービスの提供のために必 須のパーソナルデータとして利用されているか、必須ではないがサービスの質の 向上や追加サービスの提供に必要な情報として利用されているかについて、区別 して明示されていること
- (2) パーソナルデータの利用目的に係る記載方法
 - 12 取得するパーソナルデータの利用目的をできる限り特定し、具体的に記載していること

- 13 パーソナルデータの利用目的が、取得するパーソナルデータの項目と対応して記載されていること
- 14 取得するパーソナルデータの利用目的について、重要性に優先順位をつけた上で、重要なものから順番に記載していること。この際、消費者が想像しにくいものを優先して記載していること
- (3) 当該事業者以外の者への提供の有無及びパーソナルデータの提供先に係る記載方法
 - 15 事業者が取得するパーソナルデータを当該事業者以外の者に提供する場合、その 提供先が明記されていること
 - 16 事業者が取得するパーソナルデータを当該事業者以外の者に提供する場合、その 提供の目的が記載されていること
- (4) 消費者によるパーソナルデータの提供の停止の可否及びその方法に係る記載方法
 - 17 消費者が事業者によるパーソナルデータの取得の中止又は利用の停止を選択できるように、事業者がパーソナルデータの項目に応じて取得の中止方法又は利用の停止方法を明示して記載していること

B:消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項

- 4. 消費者が事業者に提供する情報を選択できる場合に満たすべき評価項目
 - (1) 消費者が事業者に提供するパーソナルデータの選択の容易性
 - 18 提供するパーソナルデータの項目(種類)を消費者が容易に選択できるような手段を事業者が提供していること
 - 19 消費者が一旦取得を中止又は利用を拒否・停止したパーソナルデータについて、 再度提供したり、利用を拒否・停止を解除したりすることができるなど、消費者 が当初の設定を変更する簡易な手段を提供していること
 - (2) 消費者が事業者に提供するパーソナルデータに応じたサービス内容の明示
 - 20 消費者が一部のパーソナルデータの提供を拒否・停止したことによりサービス内 容が変化する場合に、その具体的内容が明示されていること

表 10 経済産業省において作成した試行用評価基準案の評価項目一覧

③ 個々の評価項目の記載

各評価項目に関して、「① 試行用評価基準案の構成」に示した通り、評価項目の定義、 評価の観点等を記載し、「分り易さに関する手法・アプローチ」の実践に取り組もうとする 事業者や、相談評価を行おうとする第三者の判断の拠り所となるようにした。

- 1) 評価項目の定義
 - 個々の評価項目ごとに、「○○できていること」という表現で評価項目を定義した。
- 2) 評価の観点

評価項目の定義に基づき、評価を実施するに当たっての観点やその理由を示した。

- 3) 評価項目を満たしていると評価できる例 評価の定義・評価の観点に基づき、評価項目を満たしていると評価される例と して、可能な限り具体的な例を示した。
- 4) 評価項目を満たしていないと判断される例 評価の定義・評価の観点に基づき、評価項目を満たしていないと判断される例 として、可能な限り具体的な例を示した。

評価項目1における記載例を表11に示す。

評価項目1:消費者に対する事業者の宣言

事業者がパーソナルデータの取扱いに関して必要な情報を偽りなく全て開示している旨を 消費者等に対して宣言していること

【評価の観点】

事業者がパーソナルデータの取扱いに関する情報を全て提示していたとしても、消費者からは、本当に必要な情報が全て提示されているのか判断することができない。消費者の信頼を得るためには、事業者は、実態として自らのパーソナルデータの取扱いに関して高い透明性を確保することはもとより、そのことを消費者に宣言・約束し、その実現を組織的に担保することが必要である。

当該評価項目では、上記のような方策が採られているかを確認する。

【上記の評価項目を満たしていると評価できる例】

▶ プライバシーポリシー等において、パーソナルデータの取扱いについて、必要な情報を偽りなく全て提示した上でサービスを提供する旨を契約事項とし、又は対外的に宣言している場合

【上記の評価項目を満たしていないと判断される例】

▶ パーソナルデータの取扱いに係る透明性の確保について、プライバシーポリシー等、対外的にその取扱いを説明する文書において何ら説明がない場合

表 11 経済産業省において作成した試行用評価基準案の評価項目の記載例

(2) 評価委員会による検討

経済産業省において作成した試行用評価基準案は、第1回評価委員会において内容を説明した上で評価委員からの改善提案を受けて修正案を作成、第2回評価委員会においてその内容の確認を行った。第2回評価委員会においては、表12に示す評価項目について、それぞれ表12に示す意見が出され、事前相談評価の試行用評価基準としては採用しないこととした。

	評価項目の内容	不採用とした理由
1	事業者がパーソナルデータの取扱いに	評価項目1について、事業者の姿勢を問題と
	関して必要な情報を偽りなく全て提示	するものであり、「分り易さに関する手法・
	している旨を消費者等に対して宣言し	アプローチ」とは直接的には関係がなく、ま
	ていること	た、パーソナルデータの取扱いに関する事項
		が全て提示されているかについては、実際に
		確認をする術がないため評価基準とするこ
		とが不可能であるため。
2	事業者が、サービスの提供開始又はパー	表示方法の適切さを問題とするものであっ
	ソナルデータの取得に先立って、パーソ	て、表示内容そのものを評価するものではな
	ナルデータの取扱いに関する情報を消	いことから、「1.3 本事業における検討及び
	費者に適切に提供していること	評価基準の範囲」に示した事前相談評価の試
		行の範囲を超えるものであり、評価項目とす
		べきではないため。
3	事業者がパーソナルデータの取扱いを	表示方法の適切さを問題とするものであっ
	変更する場合に、当該変更情報を消費者	て、表示内容そのものを評価するものではな
	に適切に提供していること	いことから、「1.3 本事業における検討及び
		評価基準の範囲」に示した事前相談評価の試
		行の範囲を超えるものであり、評価項目とす
		べきではないため。
4	全体として平易な文言で記述されてい	個々の表示内容の適切さを判断するに当た
	ること	って基本となる事項であり、個別の評価項目
		とするよりも、基本原則ともいえる事項であ
		るため。
		なお、この項目に関しては、「基本原則」と
		して評価基準の冒頭に記載することで取り
		入れた。
5	取得するパーソナルデータに関する事	「パーソナルデータの取扱いに関して必要
	項やサービスの内容等、パーソナルデー	な事項」は、具体的には記載項目8において

タの取扱いに関して必要な情報が簡潔 列挙している事項であり、この部分が重複し に記載されていること ているため。また、「簡潔に記載されている こと」は、個々の表示内容の適切さを判断す るに当たって基本となる事項であり、個別の 評価項目とするよりも、基本原則ともいえる 事項であるため。 なお、後者に関しては、「基本原則」として 評価基準の冒頭に記載することで取り入れ た。 簡潔に記載することができない情報や 表示方法の適切さを問題とするものであっ 簡潔に記載することで消費者の誤解を て、表示内容そのものを評価するものではな 招くおそれのある情報については、リン いことから、「1.3 本事業における検討及び クを設置するなどの方法により、詳細な 評価基準の範囲」に示した事前相談評価の試 情報に容易にアクセスできるようにな 行の範囲を超えるものであり、評価項目とす っていること べきではないため。 消費者が確認したい場合に、パーソナル 表示方法の適切さを問題とするものであっ データの取扱いに関する情報を消費者 て、表示内容そのものを評価するものではな が容易に確認できること いことから、「1.3 本事業における検討及び 評価基準の範囲」に示した事前相談評価の試 行の範囲を超えるものであり、評価項目とす べきではないため。

表 12 評価委員会における検討で不採用とした評価項目及びその理由

また、評価委員の意見に基づき、以下の通り各評価項目について修正を加えた。

評価項目 8 5) (後掲表 13 においては、評価項目 1 5))

・「消費者によるパーソナルデータの提供の停止の可否及びその方法」の「停止の可否」に 加え、「修正の可否」を追加した。

評価項目 10 及び 14 (後掲表 13 においては、評価項目 3 及び 7)

・「重要度が高いもの」の判断が困難であること、「重要度が高いもの」と「想像しにくい もの」という2つの基準が掲げられており、順位付けが困難であることから、「消費者にと って分かりにくいものを明確に記載していること」に変更した。

評価項目 15 及び 16 (後掲表 13 においては、評価項目 8 及び 9)

・「事業者が取得するパーソナルデータ」に加え、「パーソナルデータを加工したデータ」 を追加した。

評価項目 20 (後掲表 13 においては、評価項目 13)

・「消費者が一部のパーソナルデータの提供を拒否・停止したことにより」の「拒否・停止」 に加え、「修正」を追加した。

以上を加味し、事前相談評価の試行用評価基準の評価項目を表 13 の通りとした。

A:消費者との信頼関係の構築のために実施が必要な事項

1. 記載事項に関する評価項目

- (1) 必要十分な記載事項
 - 1 パーソナルデータの取扱いに関する情報に必要十分な内容として、少なくとも以下の 6 項目が記載されていること
 - 1) 提供するサービスの概要
 - 2) 取得するパーソナルデータの取得の方法
 - 3) パーソナルデータの利用目的
 - 4) 当該事業者以外の者への提供の有無及びパーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータの提供先
 - 5) 消費者によるパーソナルデータの提供の停止・修正可否、及びその方法
 - 6) 間合せ先

2. 具体的記載方法に関する評価項目

- (1) 取得するパーソナルデータと取得方法に係る記載方法
 - 2 取得するパーソナルデータの項目とその取得方法について、可能な限り細分化 し、具体的に記載していること
 - 3 取得するパーソナルデータの項目やその取得方法のうち、消費者にとってわかり にくいものを明確に記載していること
 - 4 事業者が取得するパーソナルデータについて、特定のサービスの提供のために必 須のパーソナルデータとして利用されているか、必須ではないがサービスの質の 向上や追加サービスの提供に必要な情報として利用されているかについて、区別 して明示されていること
- (2) パーソナルデータの利用目的に係る記載方法
 - 5 取得するパーソナルデータの利用目的をできる限り特定し、具体的に記載していること
 - 6 パーソナルデータの利用目的が、取得するパーソナルデータの項目と対応して記載されていること

- 7 取得するパーソナルデータの利用目的のうち、消費者にとってわかりにくいもの を明確に記載していること
- (3) 当該事業者以外の者への提供の有無及びパーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータの提供先に係る記載方法
 - 8 事業者が取得するパーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータを当該事業者以外の者に提供する場合、その提供先が明記されていること
 - 9 事業者が取得するパーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータを当 該事業者以外の者に提供する場合、その提供の目的が記載されていること
- (4) 消費者によるパーソナルデータの提供の停止の可否及びその方法に係る記載方法
 - 10 消費者が事業者によるパーソナルデータの取得の中止又は利用の停止を選択できるように、事業者がパーソナルデータの項目に応じて取得の中止方法又は利用の停止方法を明示して記載していること

B:消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項

3. 消費者が事業者に提供する情報を選択できる場合に満たすべき評価項目

- (1) 消費者が事業者に提供するパーソナルデータの選択の容易性
 - 11 提供するパーソナルデータの項目(種類)を消費者が容易に選択できるような手 段を事業者が提供していること
 - 12 消費者が一旦取得を中止又は利用を拒否・停止したパーソナルデータについて、 再度提供したり、利用を拒否・停止を解除したりすることができるなど、消費者 が当初の設定を変更する簡易な手段を提供していること
- (2) 消費者が事業者に提供するパーソナルデータに応じたサービス内容の明示
 - 13 消費者が一部のパーソナルデータの提供を拒否・停止・修正したことによりサービス内容が変化する場合に、その具体的内容が明示されていること

表 13 評価委員会において決定した事前相談評価の試行用評価基準の評価項目

事前相談評価の試行用評価基準に係る評価委員会の討議は以下の通り。

1) 第1回評価委員会

開催日時	平成 25 年 11 月 5 日(火) 9:30~11:50		
場所	圣済産業省内会議室		
議事	・ 経済産業省作成の評価基準案の概要の説明		
	▶ 事務局から、経済産業省作成の評価基準案の概要を説明し、意見を		
	求めた。		
	▶ 11 月 8 日を期限として、経済産業省作成の評価基準案についての		
	意見を各評価委員が事務局あてに提出することとした。		

2) 第2回評価委員会

開催日時	平成 25 年 11 月 13 日 (水) 15:00~17:00		
場所	経済産業省内会議室		
議事	・ 経済産業省作成の評価基準案に対する各評価委員の意見についての計		
	議		
	▶ 各評価委員から提出された経済産業省作成の評価基準に対する。		
	見について討議した。		
	▶ 討議を経て、事前相談評価試行用評価基準を確定させた。		

なお、評価委員会において決定した試行用評価基準は、事前相談評価の試行の実施のために作成したものであり、試行実施中を通じて、試行により明らかになった課題等を反映し、随時改定した。試行を通じた課題整理や具体的な改定内容については、「6.1 試行体制・手続等の見直し」の「(4)評価基準」に示す。

試行用評価基準の検討手順をまとめると、図3の通りとなる。



図3 試行用評価基準の検討手順の全体像

2.7 「分かり易い表示」を閲覧した消費者に対して行うアンケート案の作成

昨今、消費者のプライバシー意識は高まっており、消費者にとって、利用したいサービスにおいて自分のパーソナルデータがどのように取り扱われるのかは、重要な関心事である。他方、一般的に消費者にとってプライバシーポリシーは「冗長で分かりにくい」ものであり、関心が強い事柄を説明するものであるにも関わらず、敬遠されるような存在であった。

事前相談評価の試行は、この「冗長で分かりにくい」プライバシーポリシーを、「分かり 易く」することで、消費者との信頼関係を構築しようとする事業者の工夫、取組を評価し ようとするものであり、この評価に当たっては、消費者の目線・評価が必要不可欠である。 消費者との信頼関係を構築しようとする事業者の工夫、取組について、消費者に評価を求める項目としてまず考えられるのは、そもそもパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明が消費者に読まれなければ意味がないのであり、「読む気になるか」という項目である。次に、事業者の工夫、取組が実際にどう受け止められたのかという、「分かり易さ」や「理解度」に関する項目も、消費者の評価が必要である。これに加え、事業者の工夫、取組が消費者との信頼関係の構築にどの程度影響を及ぼしたのかについても評価が必要であると考えた。プライバシーポリシーは、「冗長で分かりにくいもの」であることが一般化してしまっており、「分かり易い」パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明により消費者との信頼関係を構築しようとする事業者の工夫、取組が、「冗長で分かりにくいもの」に慣れてしまった消費者にとっては、むしろ通常とは異なる「何か胡散臭いもの」と受け止められ、消費者に不安を与える可能性もある。この点に関しては、パーソナルデータの取扱いが消費者にとって関心の高い事柄であるがため、読む気になるか、とか、分かり易いと感じたか、といった観点とは独立して、分かり易いとは思うが何か不安だ、といった感情を引き起こしていないか、消費者に評価を求める必要があると考えた。

以上のような検討の結果、消費者に評価を求める具体的な項目は、次ページ以降に示す項目とした。

<作成したアンケート案>

個人に関する情報(パーソナルデータ)に関する「実践案」に係るアンケート (案)

Q1-1. 【実践案に対する印象】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』を見たとき、どの程度、読みたくなりましたか?<u>直感的な印象</u>で結構ですのでご回答ください。

- ①読む気になった
- ②まあ読む気になった
- ③あまり読む気にならなかった
- ④全く読む気にならなかった

Q1-2. 【"実践案に対する印象"の理由】

Q1-1 のような印象を持たれた理由について、自由に記入ください。

)

Q2.【表現·文章の分かりやすさ】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』については、分かりやすい表現・ 文章で書かれていましたか?

- ①簡単でわかりやすかった
- ②まあまあ、簡単でわかりやすかった
- ③あまり、簡単でわかりやすくなかった
- 4)全く、簡単で分かりやすくなかった

Q3. 【内容の理解度】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』について、内容は理解できましたか?以下の6つの視点について、それぞれ回答してください。

<作成したアンケート案>

		よく理解できた	まあ理解できた	あまり理解できなかった	全く理解できなかった
1	サービスの概要についての説明	1	2	3	4
2	取得する情報と、取得の方法	1	2	3	4
3	取得した情報の利用目的	1	2	3	4
4	第三者提供の有無及び提供先	1	2	3	4
5	情報の提供の停止の可否と停止の方法	1	2	3	4
6	問合せ先	1	2	3	4

Q4.【情報量の多さ・少なさ】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』について、情報量は適切でしたか?

- ①多すぎた
- ②やや、多すぎた
- ③適切であった
- 4)やや、少なすぎた
- ⑤少なすぎた

Q5-1. 【実践案を読んだ後の、事業者に対する信頼】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』を読んで、このサービスの提供主体に対して、信頼できると感じましたか?(安心してパーソナルデータを提供できると感じましたか?)

- ①信頼できる
- ②まあ信頼できる
- ③あまり信頼できない
- ④信頼できない

Q5-2.【"信頼度"の理由】

Q5-1 のような信頼感を持たれた<u>理由</u>について自由に回答ください。

<作成したアンケート案>

※以下の設問は、"自己コントロール"について明記しているサービスのみ表示

Q5-3. 【情報提供に関する選択権の有無による、信頼度の変化】

パーソナルデータの提供内容、提供先などについて、自分で選択ができることによって、 Q5-1 で感じたような信頼度に変化が生じましたか?

- ①信頼度が増した
- ②やや、信頼度が増した
- ③あまり信頼度は増していない
- ④全く信頼度は増していない

Q6. 【不安を感じる点、改善すべき点、良かった点について】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』について、<u>不安を感じた点、改善すべき点、良かった点</u>など、お感じになられたことについて、自由にご意見ください。

不安を感じた点・改善すべき点	
()
良かった点	
()

以 上

3 事前相談評価の試行

3.1 参加事業者の選定(公募)方法

参加事業者の募集は公募により実施し、経済産業省ホームページ上より募集を行った。 評価対象とする事業者は10社程度とし、応募者多数の場合は、あらかじめ決定した参加事業者の選定基準(「2.4参加事業者の選定基準の決定」を参照)に基づき10社程度に絞込むものとした。

(1) 公募の概要

公募は、以下のスケジュールで実施した。また、応募に際して事業者に提出を求める申請書類としては、以下に示す 6 種類の提出を求めた。

【公募期間】

平成 25 年 9 月 20 日~9 月 30 日 (締切)

【提出書類】

- 1) パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価の試行応募申請書(別紙 1-1)
- 2) 個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程
- 3) 応募対象サービスに適用される個人情報保護方針及びプライバシーポリシー
- 4) 応募対象サービスに適用される利用規約等のサービス利用に当たって適用される契約又は契約条件
- 5) 応募対象サービスの概要説明資料
- 6) 提出書類チェックリスト (別紙 1-2)

(2) 公募の実施

参加事業者の公募は、経済産業省のホームページ及びニュースリリースを通じて公表を 行い、さらに応募者数を十分に確保するため、業界団体等への周知、委託先事業者が運営 するメールマガジンにおける委託先事業者による告知等を行った。

(3) 公募の結果

公募の結果、10社の応募があった。

3.2 参加事業者の決定

上記の通り、協力事業者の公募を行い、表 14 に掲げる 10 社の事業者を参加事業者として決定した。表 14 に、各事業者の評価対象となるサービスの概要と、当該サービスのカテゴリーを示すキーワードを【カッコ書き】で記した。キーワードの説明は以下の通りである。

位置情報: 利用者の位置情報を取得してサービスを行っている

SNS : SNS と連携又は SNS を提供している

スマホ : スマートフォン向け又はスマートフォンで利用できるサービス

である

第三者提供: 取得したパーソナルデータを第三者提供している

BtoB : 直接パーソナルデータを取得せず、パートナー企業等の Web サ

イト上でパーソナルデータを取得し、又はパートナー企業が取得

したパーソナルデータを利用している

ベンチャー : ベンチャー企業である

自己情報選択 : 事業者によるパーソナルデータの取得や利用に関して、消費者

がその可否を選択できる

(順不同)

No.	事業者名	対象とするサービス
1	A社	掲示板形式のコミュニケーションサービスを通じて、家族でメッ
		セージのやりとりができるほか、家庭内にある A 社製の家電をキ
		ャラクター化し、家電キャラクターとコミュニケーションをとる
		ことで、外出先から部屋の気温などを確認したり、家電を制御し
		たりできるサービス。
		【SNS】【スマホ】
2	B社	自社サービスや提携先の様々な Web サイトから Web ページの閲
		覧履歴を取得して分析することで、利用者(実際には閲覧ブラウ
		ザ単位。以下同じ。) の属性や興味関心を類推して、利用者に合っ
		たコンテンツや広告を表示するためのデータを作成し、提携先に
		提供する「データプラットフォーム」を運営している。
		【スマホ】【第三者提供】【BtoB】【ベンチャー】
3	C 社	街の「盛り上がり」を発信し、共有するソーシャルネットワーク
		サービス。利用者がスマートフォンから写真やメッセージを投稿
		できるほか、 C 社が、投稿された街中(位置情報により認識)で
		撮られた写真(表情解析)やメッセージ(テキストマイニング及
		び顔文字分析)、心拍数などを分析し、街の盛り上がり状況を地図
		上に表示して可視化するサービス
		【SNS】【スマホ】【第三者提供】【自己情報選択】
4	D社	取得したパーソナルデータを「匿名化」し、流通させるためのプ
		ラットフォームを提供するサービス。
		【第三者提供】【BtoB】

No.	事業者名	対象とするサービス
5	E社	特定の地域(ショッピングモールなど)におけるパーソナルデー
		タの取扱いに関するポリシーを利用者が自ら決定することができ
		るようにし、そのポリシーを一括管理することで、当該地域内に
		おける企業等がこれに従って当該利用者のパーソナルデータを利
		用できるようにするためのプラットフォームを提供するサービ
		ス。
		【第三者提供】【BtoB】【自己情報選択】
6	F社	消費者の Web 上の行動履歴を解析し、利用者にオススメ情報を提
		供するサービスを展開している。SNS とも連携し、Web 上の行動
		履歴以外のパーソナルデータは SNS を経由して取得している。
		Web 行動履歴の解析結果は、消費者におすすめ情報として還元す
		るほか、ビジネスパートナー(広告主)に対して統計化した情報
		を提供している。
		【SNS】【第三者提供】【BtoB】【ベンチャー】
7	G社	自社に関する情報や自社の提供するサービスに関する最新情報を
		提供するオフィシャルメールマガジンを配信するサービス。
		【第三者提供】【BtoB】
8	H社	商業施設等に対して、スマートフォンを利用したスタンプラリー
		システムを提供し、スマートフォンから位置情報を取得すること
		によってスタンプラリーを行い、懸賞に応募したり、クーポンを
		発行したりできるサービス。
		【位置情報】【スマホ】【第三者提供】【ベンチャー】
9	I社	食品を販売するショッピングサイト。同サイト内の閲覧履歴や、
		販売履歴に応じて、消費者ごとにおすすめの商品等を紹介してい
		る。
		【第三者提供】
10	J社	スマートフォンを用いて、家電とクラウドを連携することによっ
		て、会員である消費者の生活スタイルに合わせて家電に機能を追
		加することで家電を進化させる機能を提供するサービス。
		【スマホ】【SNS】【第三者提供】

表 14 決定した参加事業者

3.3 評価

(1) 実施スケジュール

事務局による書面評価(一次評価)及び評価委員会による評価(二次評価)のスケジュ

ールは図 4 の通りである。なお、第 5 回評価委員会では事前相談の試行を通じて明らかになった課題の検討を行ったため、図 4 には含めていない。

実施項目		10月			11月				12月				
		1 W	2W	ЗW	4W	1 W	2W	ЗW	4W	1 W	2W	3W	4W
参加事業者による書類提出 9月30日~10月11日		<	\rightarrow										
書面評価(一次評価)	10月11日~10月25日		\leftarrow		\rightarrow								
評価委員会による評価(二次評価)	11月5日~12月4日												
第1回評価委員会													
・参加事業者によるサービス概要等説明	11月5日					☆							
・委員からの質疑													
第2回評価委員会	11月13日						☆						
・2社分の評価実施による認識共有	11月13日						M						
各委員による評価	11月13日~11月20日						<	\longrightarrow					
評価結果・助言の参加事業者への通知	11月21日							☆					
参加事業者による実践案の修正	11月21日~11月25日								\longleftrightarrow				
第3回評価委員会	44 Boo D												
・参加事業者による実践案の修正案評価	11月28日								☆				
第4回評価委員会													
· 評価結果の講評 12月4日										☆			
・参加事業者からの質疑													

図4 実施スケジュール

(2) 事務局による書面評価

事務局による書面評価は、決定した評価の手続に従い、参加事業者から提出を受けた「2.2 参加対象事業者に提出を求める書類の決定」に記載した各書類について、その不備の修正依頼や不明点の参加事業者に対するヒアリング等を通じた確認、形式的に実施可能な評価の実施、事実確認の範疇を超える評価委員会における評価が必要な点の整理等を行った。事務局による書面評価は、参加事業者による書面提出から2週間で完了した。

事前相談評価の試行における評価は、事務局による書面評価と評価委員会による評価の2 段階で行うものであるが、事務局による書面評価は、評価委員会による評価を効率的に行 うために実施するものである。従って、参加事業者が作成した「分かり易さに関する手法・ アプローチ」の実践案が、明らかに平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナ ルデータワーキンググループ」の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」 の趣旨に反し、それが今後改善される余地がないような例外的な場合を除き、事務局によ る書面評価において不適合の評価をすることが想定されるものではない。事務局が実際に 参加事業者から提出を受けた各書類を確認した結果、このような参加事業者は存在しなか ったことから、参加事業者10社全てについて、評価委員会において評価すべき対象とした。

なお、スケジュールの関係から、事務局による書面評価は、評価委員会の討議の結果確定した事前相談評価の試行用評価基準ではなく、経済産業省作成の試行用評価基準案案を 基に実施した。

(3) 評価委員会による評価

評価手続を決定した時点においては、1回目の評価委員会で参加事業者による評価対象サービスの概要と、実践案の概要に関するプレゼンテーションを行い、それを前提に評価委員がそれぞれ、書面評価による確認では明らかにできなかった点や、書面評価において整

理された、評価委員会において評価すべき事項について検討し、改善すべき点の助言を取りまとめ、事務局が電子メールでそれを受領した上で、当初案(「2.5 評価手順の決定」を参照)の(2)以降の手続を進めることとしていたが、評価基準を検討していた第2回評価委員会において、評価委員より、評価基準が適切なものであるかは実際に参加事業者の実践案を評価して判断する必要があり、また、評価をすることで今後評価委員が行う評価も一定の共通した認識の下行うことができる旨の指摘があり、第2回評価委員会において、2社分の参加事業者の実践案について、評価を行うこととした。それ以降の評価手続については、決定した評価手続(「2.5 評価手順の決定」を参照)に従って評価を行った。

評価委員会による評価は以下に示す通り行った。また、評価委員の意見を受けた事前相 談評価の試行の評価手順の全体像は図5の通りである。

1) 第1回評価委員会

開催日時	平成 25 年 11 月 5 日(火) 9:30~11:50
場所	経済産業省内会議室
議事	・ 参加事業者によるサービス概要と実践案の概要説明
	▶ 参加事業者が、それぞれプレゼンテーション形式でサービス概要と
	実践案の概要を説明した。
	▶ 参加事業者のプレゼンテーションを受け、評価委員からの質疑を行
	った。

2) 第2回評価委員会

開催日時	平成 25 年 11 月 13 日(水)15:00~17:00					
場所	経済産業省内会議室					
議事	・ 2 社分の評価実施による認識の共有					
	▶ 当該時点における評価基準を元に、参加事業者2社分の実践案につ					
	いて実際に評価を実施し、評価基準の適切性の確認と、評価に係る					
	認識の共有を行った。					

3) 各評価委員による評価

実施期間	平成 25 年 11 月 13 日 (水) ~11 月 20 日 (水)
実施事項	・ 各評価委員の評価結果・助言の収集
	▶ 各評価委員に、参加事業者ごとの評価結果・助言の収集用フォーマ
	ットを配布した。
	▶ 各評価委員は、第1回評価委員会における参加事業者のプレゼンテ
	ーション、第2回評価委員会で共有した評価に係る認識を前提に、
	期間内に個別に各参加事業者の実践案について評価を実施、事務局

がメールベースで結果を収集した。

4) 評価結果・助言の参加事業者への通知

実施日	平成 25 年 11 月 21 日 (木)
実施事項	・ 評価結果・助言の参加事業者への通知
	▶ 評価委員の評価コメント・助言について、事務局から参加事業者に
	フィードバックを行い、評価コメント・助言に基づいて、実践案の
	修正案の作成を求めた。

5) 参加事業者による実践案の修正

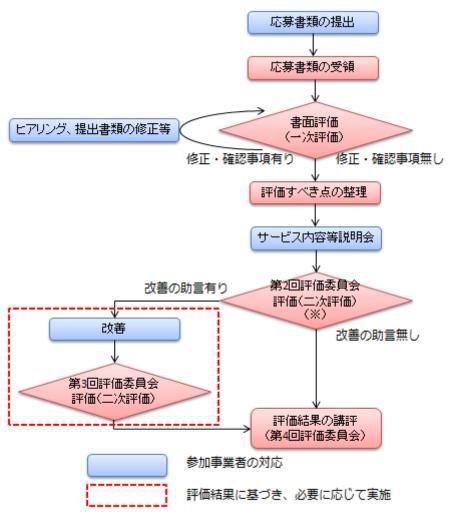
実施期間	平成 25 年 11 月 21 日 (木) ~11 月 25 日 (月)
実施事項	・ 参加事業者による実践案の修正
	▶ 参加事業者が、フィードバックを受けた評価コメント・助言に基づ
	いて実践案の修正案を作成した。

6) 第3回評価委員会

開催日時	平成 25 年 11 月 28 日 (木) 9:30~12:00					
場所	経済産業省内会議室					
議事	・ 参加事業者の実践案の修正案の評価					
	▶ 参加事業者が作成した実践案の修正案について、評価委員会におい					
	てそれぞれ評価を行った。					
	▶ 時間的な制約から、評価委員会による評価は4社分のみ実施し、そ					
	れ以外の評価は、委員長の指示に基づき事務局において実施した。					

7) 第4回評価委員会

開催日時	平成 25 年 12 月 4 日(水)10:00~12:00
場所	一般財団法人 日本情報経済社会推進協会内会議室
議事	・ 評価結果の講評
	▶ 各参加事業者に対して、それぞれ、評価結果の概要、特に評価され
	る点、消費者との信頼をさらに高める上で対応が望まれる点(助言)
	を行った。
	▶ 参加事業者から、評価に関する質疑を受け付けた。



※ サービス内容等説明会を事前に実施し實疑応答も行った上で、第2回評価委員会で実際に2社分の評価を行って評価に係る認識を共有し、メールペースで各委員の評価結果を収集した。

図 5 評価委員の意見を受けた事前相談評価の試行の評価手順の全体像

4 参加対象事業者へのアンケート調査

4.1 参加対象事業者へのアンケート調査の内容

評価委員会による評価結果の講評終了後に、事前相談評価の需要及び本格運用に向けた改善点の調査のために、参加事業者を対象に、以下の観点からアンケート調査を実施した。

- 1) 事前相談評価への参加の動機
- 2) 事前相談評価に期待するもの
- 3) 事前相談評価の結果に対する満足度
- 4) 事前相談評価の手続に関する妥当性と改善点
- 5) 事前相談評価のコスト感

実際のアンケート項目は次ページ以降に記載する通りである。

事前相談評価の試行フォローアンケート

2013.12.10 JIPDEC

このたびは、事前相談評価の試行にご協力いただきまして、どうもありがとうございました。今後の本運用に向け、下記のフォローアンケートにご協力をお願い致します。

	事前相談評価の意義について
1-1.	今回、応募された動機は何ですか?
[必:	須:自由記述]
	(自由記述):
L	
1-2.	応募に当たり、最も期待していたことは何ですか?
[必	須:1つだけ]
	□ 経産省による評価を受けられること
	■ 専門家から助言を受けられること
	□ 評価結果が公表されること
] サービスの改善が図れること
] その他
	(自由記述):
設問 2	事前相談評価の対象について
	今回の試行では、「分かり易い表示の実践案」のみを評価対象としましたが、他に
	評価対象として欲しい内容や対象はありましたか?
	須:複数回答可]
	既存の利用規約やプライバシーポリシーそのものの評価
	」サービスそのものの評価
	こその他
[(自由記述):

設問3. 事前相談評価のフィードバック (12月4日に行われたもの) について

3-1. フィードバック結果の粒度(指摘や助言の細かさ)について、どのようにお感じ
になりましたか?
[必須:一つだけ]
□ もっと詳細にフィードバックして欲しかった
□ ちょうど良かった
□ フィードバック結果としては細かすぎた
※ 「もっと詳細にフィードバックして欲しかった」とお答えの方は、どのような情
報がフィードバックされるのを期待していましたか?具体的にお応えください。
具体的な内容(自由記述):
3-2.フィードバック結果は納得感のあるものでしたか?
[必須:一つだけ]
□ 非常に納得 □ まあまあ納得 □ 納得できない
※ 納得感について、理由をご教示ください。[必須]
理由(自由記述):
設問4. 試行におけるプロセスについて
4-1. 試行の実施方法について、感想をお聞かせください。
[必須:複数回答可]
□ 書類のやり取りのみでも良かった
□ もっと直接のやり取りがしたかった
⇒直接のやり取りを行うべきプロセス:
□ 実践案の作成
□ その他
(自由記述):
4-2. 提出書類の種類や数は十分でしたか?
[必須:一つだけ]
□ 多い □ 妥当 □ 少ない

4 —

4 —

	すべき書類」をご教示ください。
	不要であると考える書類(自由記述):
	追加すべき書類(自由記述):
_	
3.	提出書類の中で作成に最も手間のかかったものは何ですか?具体的な書類名とど んな点に手間がかかったかご教示ください。
必	須:一つだけ]
	頁名:
	〕 提出書類チェックシート
] パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価の試行応募申請書
] 個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程
] 応募対象サービスに適用される個人情報保護方針及びプライバシーポリシー
	応募対象サービスに適用される利用規約等のサービス利用に当たって適用され
る事	契約又は契約条件 おおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおおお
	応募対象サービスの概要説明資料
	手間がかかった点(自由記述):
-	
4.	実践案の作成には、どの程度のコストがかかりましたか?
(]	工数・期間、外部に協力を依頼した場合はその費用)
必	須]
	自由記述:
_	
5.	応募開始から提出書類の提出までの期間は十分でしたか?
必	領:一つだけ]
	■ 長い □ 妥当 □ 短い
*	「長い/短い」とお答えの方は、どのくらいの期間が望ましかったかご教示くだ
ſ	さい。
	自由記述(○日程度が良い、など):

※ 「多い」又は「少ない」とお答えの方は、「不要であると考える書類」又は「追加

4-6. 一次評価から修正案提出までの期間は十分でしたか?

[必	須:一つだけ]
	□ 長い □ 妥当 □ 短い
*	「長い/短い」とお答えの方は、どのくらいの期間が望ましかったかご教示くだ
	さい。
	自由記述 (○日程度が良い、など):
Į	
4 - 7.	応募から評価・講評までの全体の期間は十分でしたか?
	須:一つだけ]
	□ 長い □ 妥当 □ 短い
*	「長い/短い」とお答えの方は、どのくらいの期間が望ましかったかご教示くだ
	さい。
	自由記述(○日程度が良い、など):
Į	
設問 5	今後の運用に向けて
IXIN U.	
5 - 1	
_	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか?
[必	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ]
[必	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] □ 思う □ 思わない
[必	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ]
[必	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] □ 思う □ 思わない
[必 [今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] □ 思う □ 思わない 具体的な理由 (自由記述):
[必 [今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべ
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述]
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述]
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述]
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由(自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述]
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由 (自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述] (1) 申し込み
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由 (自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述] (1) 申し込み
[此 [] 5-2.	今回の試行が本格運用された場合、再度評価を受けてみたいと思いますか? 須:一つだけ] 思う □ 思わない 具体的な理由 (自由記述): 今回の試行を本格運用する場合、以下のそれぞれのプロセスについて、改善すべき点があればご教示ください。 意:自由記述] (1) 申し込み

	(3) 書面評価	
	(4) 一次評価(改善案の作成を含む)	
	(5) フィードバック	
	(6) 書類等の提出期限	
	(7) 事務局との連絡方法	
設問6.	事前相談評価のコスト感について	
今回の記	試行が本格運用になった場合に、どの程度のコストであれば利用をしてみたいか、	
につい	て伺います。	
6-1.	. 今回の事前相談評価の試行が仮に有料だと仮定した場合、どのくらいの費用では - トーンドエリロワ゚ーースーーネーンンンドロッントードル。0	う
[.iv	れば利用してみてもいいと思いますか? 須:各設問一つだけ選択]	
[地	(1) 書面評価 のみ	
	(メールのやり取りのみで、対面での実践案のプレゼンテーションや結果のフィ	,
	一ドバックの機会なし)	
	□ 有料であれば利用しない	
	□ 5万円以下であれば利用を検討する	
	□ 10 万円以下であれば利用を検討する	
	□ 10万円以上でも利用してみたい (上限: 万円程度)	
	(2) 書面評価に加え、対面での実践室のプレゼンテーションあり	
	(2) 書面評価に加え、対面での実践案のプレゼンテーションあり □ 有料であれば利用しない	

6 - 2.

	10 万円以下であれば利用を検討する	
	10万円以上でも利用してみたい	(上限: 万円程度)
(3)	対面での実践案のプレゼンテーショ	
	面評価 (今回の試行と同じ)	
	有料であれば利用しない	
	5万円以下であれば利用を検討する	
	10万円以下であれば利用を検討する	
	10万円以上でも利用してみたい	(上限: 万円程度)
(4)	今回の試行内容に加え、サービスの	内容や情報の管理体制について申請書
	類と齟齬がないか実地検査を行う場	合
	有料であれば利用しない	
	5万円以下であれば利用を検討する	
	10万円以下であれば利用を検討する	5
	10万円以上でも利用してみたい	(上限: 万円程度)
(5)	今回の試行内容に加え、実践案の修	正案の作成を行う場合
	有料であれば利用しない	
	5万円以下であれば利用を検討する	
	10万円以下であれば利用を検討する	5
	10万円以上でも利用してみたい	(上限: 万円程度)
(6)	今回の試行内容に加え、サービスの	内容や情報の管理体制について申請書
	類と齟齬がないか実地検査を行い、	かつ実践案の修正案の作成を行う場合
	有料であれば利用しない	
	5万円以下であれば利用を検討する	
	10万円以下であれば利用を検討する	5
	10万円以上でも利用してみたい	(上限: 万円程度)
- 2. 今回と	全く同じしくみで、評価員が今回の	メンバーではなく、認定された評価員
が評価	を行うと仮定し、かつ有料だと仮定	した場合、どのくらいの費用であれば
利用し	てみてもいいと思いますか?	
[必須:各設	は問一つだけ選択]	
(1)	書面評価のみ	
(メー	ルのやり取りのみで、対面での実践	案のプレゼンテーションや結果のフィ
	ックの機会なし)	
	有料であれば利用しない	
	5万円以下であれば利用を検討する	

	┃ 10 万円以下であれば利用を検討する
	】10 万円以上でも利用してみたい <mark>(上限: 万円程度)</mark>
(2)	書面評価に加え、対面での実践案のプレゼンテーションあり
] 有料であれば利用しない
	□ 5 万円以下であれば利用を検討する
	┃ 10 万円以下であれば利用を検討する
	l 10 万円以上でも利用してみたい <mark>(上限: 万円程度)</mark>
(3)	対面での実践案のプレゼンテーションや結果のフィードバック以外は書
	面評価(今回の試行と同じ)
] 有料であれば利用しない
	□ 5 万円以下であれば利用を検討する
	□ 10 万円以下であれば利用を検討する
	<mark> 10 万円以上でも利用してみたい </mark>
(4)	今回の試行内容に加え、サービスの内容や情報の管理体制について申請書
	類と齟齬がないか実地検査を行う場合
] 有料であれば利用しない
] 5万円以下であれば利用を検討する
] 10 万円以下であれば利用を検討する
(5)	今回の試行内容に加え、実践案の修正案の作成を行う場合
] 有料であれば利用しない
] 5万円以下であれば利用を検討する
] 10万円以下であれば利用を検討する
_	10 70 13 71 12 77 1
(6)	
	類と齟齬がないか実地検査を行い、かつ実践案の修正案の作成を行う場合
] 有料であれば利用しない
] 5万円以下であれば利用を検討する
	10万円以下であれば利用を検討する
	<mark> 10 万円以上でも利用してみたい </mark>

- 6-3. 評価を行う機関として、以下のどれがふさわしいと思いますか?また、評価を行う際に評価機関に求める条件はありますか?
 - (1) 評価機関の候補

[必須:複数選択可]

評価対象事業者に対す	るフ	フォロー	アン	ケー	1
------------	----	------	----	----	---

	経済産業省等政府機関
	社団法人、財団法人等の事業体(民間企業を除く)
	民間企業
(2)	評価機関に求める条件等
[必須	[:複数選択可]
	経済産業省等行政機関による当該事業者の認定
	情報の取扱いに関する第三者認証機関による認証(JIS Q15001、ISMS 等)
	の取得
	秘密保持契約の締結
	特になし
	その他
	具体的に(自由記述):
6-4 評価を	行う機関を経済産業省が認定をすることになった場合、その認定を受けて
	実施する第三者機関になってみたいと思いますか?
[必須:一つ	
□ 思う	
■ 思わた	211
	プロセス次第
	こ (自由記述):
V 11-11-01	
7. その他	

今回の試行に参加してみた感想やご要望などあればお書きください

[任意]

自由記述:			

4.2 参加事業者に対するアンケート調査の結果

参加事業者に対するアンケート調査結果の概要について、以下の通りまとめる。

① 事前相談評価への参加の動機

事前相談評価への参加の動機は、パーソナルデータを利活用するサービスを提供するに 当たって、消費者の理解に基づく信頼関係をいかに構築するのかということについて、参 加事業者がそれぞれ積極的な姿勢をとっており、その取組について第三者からの評価を受 けたいといったものが多かった。

② 事前相談評価に期待するもの

事業者が独自に行う消費者の理解を得るための取組について、事業者個々の努力ではどの程度効果があるのか、説得力があるのかといった疑問が事業者内にあり、「専門家」や「経済産業省」からの一定の評価や「お墨付き」を求める声が多く見られた。

また、今回のような事前相談評価の試行を通じ、「パーソナルデータの利活用」を進めていく上での様々な検討課題について、意識の共有や情報の収集をしたいという声があった。今回の試行では、「分かり易さに関する手法・アプローチ」のみを対象としたが、事業者からは、既存の利用規約やプライバシーポリシーそのものの評価、サービス内容の評価を行ってほしいという意見もあった。

③ 事前相談評価の結果に対する満足度

事前相談評価の結果に対して、消費者、読み手の分かり易さの視点からの指摘を受けたことで、ユーザビリティ向上につながったという意見があった一方、今回の試行では、書類の提出と限られた時間のプレゼンテーションだけであったために、意図をどこまで伝えられたのか疑問であるという意見があった。

④ 事前相談評価の手続に関する妥当性と改善点

今回の試行での手続について、提出書類の種類や数についてはおおむね妥当であるが、評価に当たって新規に書類を作る必要があることや、評価で求められている項目があらかじめ具体的に明らかになっていなかったことが不満であるという意見が見られたほか、全体を通して期間が短く、評価結果や助言に対する十分な検討や対応ができなかったという意見があった。また、評価委員会での評価の講評について、評価結果に対する質疑の時間が不足していたという意見があった。

事前相談評価で得られる評価結果や助言については、書類・プレゼンテーションに対する評価、助言を文書で通知され、それに対して対応するという手続ではなく、口頭等の直接的なやり取りでの相談を通じ、実践案を作成していけるとより良いという意見もみられた。

今回の試行では、参加事業者に、「社内外を問わず、のパーソナルデータの取扱いや法務に関する検討体制があること」、という条件を付さなかったが、そういった体制を条件とすることで、より効率的な評価と助言が可能になるのではないかという意見もあった。

また、評価の本格運用時は、経済産業省等行政機関による評価を求める意見が多数であった。

⑤ 事前相談受付制度のコスト感

事前相談評価の本格運用時に、相談・評価の内容ごとに、どの程度の費用とすることが妥当であるかについては、参加事業者の規模が様々であることや、評価の結果に求めるものが異なっていることから、参加事業者に依って異なる結果となった。

なお、設問 6-1 及び 6-2 の回答では、事業者によって費用に対するコスト感の違いは見られるものの、「実地検査」や「実践案の修正案作成」を行う場合にはいずれの事業者も費用をかけても良いとしており、無料でなければ利用しない、という意見は見られなかった。

5 アンケートの実施による消費者の評価の調査

5.1 調査の概要

(1) 実施概要

参加事業者が作成した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案を閲覧した消費者に対してアンケートを実施し、「分かり易さに関する手法・アプローチ」に関する消費者の評価を調査した。

アンケートは、「既存のサービス利用者に対する調査」ではなく、「モニター調査」を実施した。具体的には、できるだけ性別や年齢等の基本的な属性について分散させた 100 人程度のモニターを募集し、実践案に対するアンケートを行った。なお、当初は評価対象となるサービスが利用可能な場合は調査対象者に当該サービスを一定程度利用してもらい、その上で当該参加事業者の「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案の内容について評価をお願いすることを想定していたが、アンケートの実施時点において、評価対象となるサービスの多くが今後提供されるものであったことから、全てのサービスについて、事前に利用せずにアンケートを行うこととした。

具体的な分析当たっては、以下の図 6 のように、個別のサービスごとの消費者評価分析 を行うだけではなく、サービスの横断的な消費者評価分析も実施した。

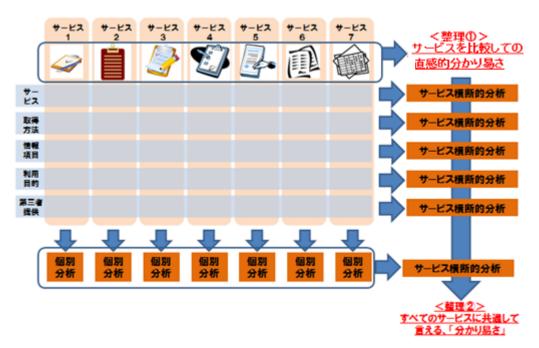


図6 「サービス別分析」×「サービス横断分析」のイメージ

(2) 調査の目的

当該調査は、参加事業者の「分り易さに関する手法・アプローチ」の実践案について、 実際に消費者がどのように感じるか、その理由は何かを把握することを通じて、実践案を 消費者にとってより分かり易くするためのあり方を探ることを目的として実施した。

(3) 調査の方法

CLT (Central Location Test) によって実施した。

具体的には、調査対象者に会場に集合してもらい、その場で実践案を読んでいただき、回答いただいた。回答対象となるサービスが多岐にわたり、また初見では理解が容易でないサービスも含まれていると考えたため、質問等に随時その場で調査運営員が回答できるようにすることも CLT を選択した理由である (実際には、質問はそれほど多くなかった)。

当該調査では、応募対象サービスの概要説明資料を調査対象者に読んでいただいた上で 実践案を読んでいただき、調査項目に回答いただいた。そもそもサービスの内容がある程 度分かっていなければ、実践案の評価もできないと考えたためである。

回答時間は概ね1時間程度と設定し、必要に応じて、回答者ごとに若干の延長を認めた。

(4) 調査対象者

首都圏在住の107名の方を対象とした(集計対象は102名。理由は後述)。

あまりに特定の属性の者に偏りがでないようにするため、「年齢(20代、30代、40代、50代以上の4階層)」、「性別(男性・女性の2階層)」については予めできる限り均等に分布するように調査対象者をスクリーニングした。

なお、今回の対象となるサービスには、スマートフォン、タブレット等による利用を前提としているものがあることから、スマートフォン又はタブレットの利用経験がある者のみを対象としてスクリーニングした。

なお、107 名の回答者のうち、5 名が、30 分以内で回答を行っていたため、集計からは除外した。これは、当該調査では10 サービス分の実践案及び応募対象サービスの概要説明資料を調査対象としたところ、30 分以内で全ての回答を終えた者は、回答の信頼性に疑問がもたれたためである。

(5) 調査実施日と実施形態

平成 25 年 11 月 15 日(金)及び 11 月 19 日(火)に実施した。

なお、質問等を適宜受け付けて十分に回答を行うため、また、情報管理について万全を 期すために、アンケートは5~15人程度までの14のセッションに分けて実施した。

5.2 調査項目

(1) 事前調査項目

スクリーニングのため、また、属性分析を行うための基礎的情報として、以下の項目について、事前に回答いただいた。

Q1:性別(均等割付): 1.男性 2.女性

Q2:年代(均等割付): 1.20代 2.30代 3.40代 4.50代以上

Q3:居住地域(対象外なし): 一都三県

Q4:職業(対象外なし、分散していればよい)

- 1. 学生(高校生・大学生・大学院生・専門学校生等)
- 2. 会社・会社役員
- 3. 公務員・団体職員
- 4. 自営業・自由業 (医師・弁護士など、専門職も含む)
- 5. 派遣·契約社員
- 6. アルバイト・パート
- 7. 専業主婦・専業主夫
- 8. 無職
- 9. その他

Q5:日常的に使用している端末(2又は3が選択されていることが条件)

- 1. パソコン
- 2. スマートフォン
- 3. タブレット

Q6:自分の個人情報の提供に対する考え方(対象外なし)

- 1. より良いサービスを受けるため自分の個人情報を提供することに特に抵抗はない。
- 2. より良いサービスを受けたいとは思うが、自分の個人情報の提供は信頼できる事業者かどうか見極めたうえで慎重に行う。
- 3. 個人情報が漏れる恐れがあるので、原則として自分の個人情報は提供しない。
- 4. 分からない。

(2) 調査項目

10 のサービスすべてについて、それぞれに次ページ以降に示す設問に回答いただいた。

個人に関する情報 (パーソナルデータ) に関する "実践案" に係るアンケート

事業者は、サービス提供のために、皆さんの"個人に関する情報 (パーソナルデータ)"を取得する際に、「どのような情報を収集するのか」、「どのような目的で使うのか」、「どのようなサービスに利用するのか」、「第三者に提供するのか・誰に提供するのか・どのような目的で提供するのか」などといった通知を行うことが必要です。

本調査では、<u>10</u>のサービスについて、パーソナルデータの収集、利用・提供について、 どのような通知内容が、皆さんにとって分かりやすいか、安心してパーソナルデータを 提供できるのか、ということについて評価します。

10のサービスについて、それぞれ同じことを質問しますが、以下の3つをお願いします。

- ①サービス内容の説明を読み、大まかに理解する
- ②個人に関する情報 (パーソナルデータ) の収集、利用・提供に関する通知 (実践案) を大まかに読む
- ③アンケートの設問に解答する

あまり深く考えすぎず、あなたが日常的に新しいサービスを利用する際に、プライバシーポリシーを読む程度の時間・深さで読んだ上で回答してください。

回答時間は、全体で約1時間を想定しています。

Q1-1. 【実践案に対する印象】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』を見たとき、どの程度、読みたくなりましたか?<u>直感的な印象</u>で結構ですのでご回答ください。

- ①読む気になった
- ②まあ読む気になった
- ③あまり読む気にならなかった
- 4全く読む気にならなかった

Q1-2.【"実践案に対する印象"の理由】

Q1-1 のような印象を持たれた<u>理由</u>について、自由に記入ください。

Q2.【表現·文章の分かりやすさ】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』については、分かりやすい表現・ 文章で書かれていましたか?

アンケート調査票

- ①簡単でわかりやすかった
- ②まあまあ、簡単でわかりやすかった
- ③あまり、簡単でわかりやすくなかった
- ④全く、簡単で分かりやすくなかった

Q3. 【内容の理解度】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』について、内容は理解できましたか?以下の6つの視点について、それぞれ回答してください。

		よく理解できた	まあ理解できた	あまり理解できなかった	全く理解できなかった
1	サービスの概要についての説明	1	2	3	4
2	取得する情報と、取得の方法	1	2	3	4
3	取得した情報の利用目的	1	2	3	4
4	第三者提供の有無及び提供先	1	2	3	4
5	情報の提供の停止の可否と停止の方法	1	2	3	4
6	問合せ先	1	2	3	4

Q4.【情報量の多さ・少なさ】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』について、情報量は適切でしたか?

- ①多すぎた
- ②やや、多すぎた
- ③適切であった
- ④やや、少なすぎた
- ⑤少なすぎた

Q5-1. 【実践案を読んだ後の、事業者に対する信頼】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』を読んで、このサービスの提

アンケート調査票

供主体に対して、信頼できると感じましたか? (安心してパーソナルデータを提供できると感じましたか?)

- ①信頼できる
- ②まあ信頼できる
- ③あまり信頼できない
- ④信頼できない

Q5-2. 【"信頼度"の理由】

Q5-1 のような信頼感を持たれた理由について自由に回答ください。

※以下の設問は、"自己コントロール"について明記しているサービスのみ表示

Q5-3. 【情報提供に関する選択権の有無による、信頼度の変化】

パーソナルデータの提供内容、提供先などについて、自分で選択ができることによって、 Q5-1 で感じたような信頼度に変化が生じましたか?

- ①信頼度が増した
- ②やや、信頼度が増した
- ③あまり信頼度は増していない
- 4全く信頼度は増していない

Q6.【不安を感じる点、改善すべき点、良かった点について】

『パーソナルデータの収集、利用・提供に関する実践案』について、<u>不安を感じた点、改善すべき点、良かった点</u>など、お感じになられたことについて、自由にご意見ください。

不安を感じた点・改善すべき点	
)
良かった点	
()

以上

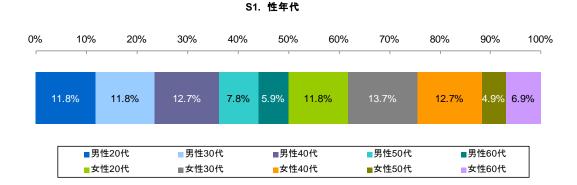
5.3 アンケート分析

(1) 属性に関する分析

① 性・年代

- ○性別・年代については、できる限り幅広い属性の方の意見を収集するために、可能な限 り均等に割付を行うこととした。
- 〇従って、調査対象者 102 名のうち、男性が 51 名、女性が 51 名となっている。
- 〇さらに、年代別でみた場合も、20 代、30 代、40 代、50~60 代がそれぞれ 25%前後と なるようにしている。
- 〇なお、 $50\sim60$ 代については、男性は 50 代が 7.8%、60 代が 5.9%と 50 代が多くなっているのに対し、女性は 50 代が 4.9%、60 代が 6.9%と 60 代の方が多くなっているという特徴はある。

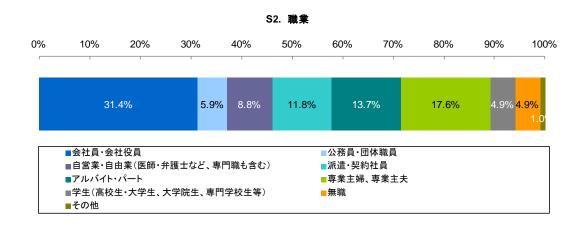
図表 調査対象者の性・年代別分布 (n=102)



② 職業

- 〇職業については特段の割付は実施していない。但し、特定の職業の者のみに偏らないよう、できるだけ多様な職業の者が対象となるようにした。
- 〇実際には、最も多かったのは「会社員・会社役員 (31.4%)」となり、次いで、「専業主婦・主夫 (17.6%)」、さらには「アルバイト・パート (13.7%)」となった。
- 〇なお、「派遣・契約社員 (11.8%)」や、「自営業・自由業 (8.8%)」、「学生 (4.9%)」も含まれているほか、「無職 (4.9%)」も含まれており、多様な回答者が確保できた。

図表 調査対象者の職業 (n=102)

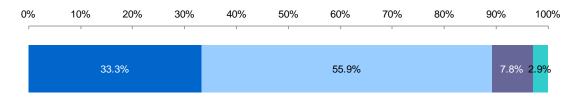


③ サービス利用時の個人情報提供への姿勢

- 〇サービス利用時に、個人情報を提供することに対する姿勢としては、「よりよいサービスを受けたいとは思うが、自分の個人情報の提供は信頼できる事業者かどうか見極めたうえで慎重に行う」と回答した、"肯定的だが、一定の警戒はしている"層が 55.9%と最も多くなった。
- 〇次いで、「よりよいサービスを受けるために自分の個人情報を提供することに特に抵抗 はない」と回答した、"非常に肯定的な層"が 33.3%と3分の1程度に上った。
- 〇比較的肯定的な層が全体の約9割を占めている。
- 〇一方で、「原則として自分の個人情報は提供しない」とする、個人情報の提供に非常に 懐疑的な層も 7.8%に上った。

図表 サービス利用時に個人情報を提供することへの姿勢 (n=102)

SCR. 自分の個人情報で民間事業者に提供してサービスを受けることについて



- ■よりよいサービスを受けるため自分の個人情報を提供することに特に抵抗はない
- ■よりよいサービスを受けたいとは思うが、自分の個人情報の提供は信頼できる事業者かどうか見極めたうえで慎重に行う
- ■個人情報が漏れる恐れがあるので、原則として自分の個人情報は提供しない
- ■分からない・特に考えていない

(2) サービス横断的分析

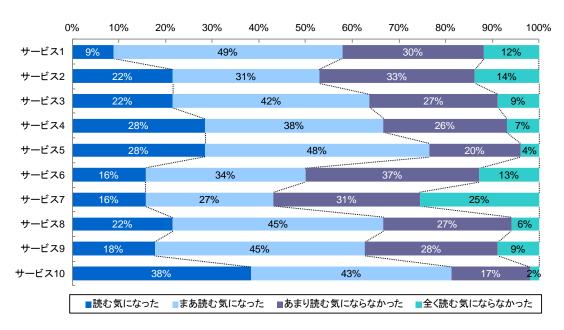
事前相談評価に協力していただいた 10 のサービスについて、横断的に実践案の評価を分析・整理した。

① 実践案に対する印象(どの程度、読みたくなったか?)

- 〇ここでは、実践案について、初見の印象として、内容を読んでみたいと思ったか否かを 確認している。
- 〇「読む気になった」と「まあ読む気になった」とする回答者割合を合わせると、『サービス 10』が最も多く、約 81%となっている。次いで、『サービス 5 (76%)』、『サービス 4 (66%)』が、読みたくなる者の割合が多い。
- 〇逆に、ネガティブな反応をされたものとしては、『サービス 7』が"全く読む気にならなかった"とする回答が 25%、"あまり読む気にならなかった"とする割合が 31%と多くなっている。
- 〇また、"全く読む気にならなかった"と"あまり読む気にならなかった"とする割合を合わせると、サービス 7 に次いで、『サービス 6』も約 50%、次いで『サービス 2』も約 47%がネガティブな反応を示している。

図表 どの程度、読みたくなったか

Q1. どの程度、読みたくなりましたか (N=102)

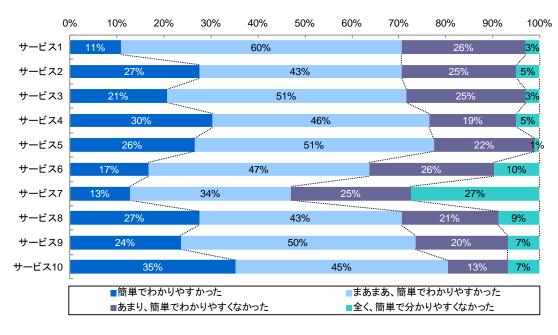


② 表現・文章の分かりやすさ

- ○表現・文章の分かり易さについて確認した。
- "簡単でわかりやすかった"と"まあまあ、簡単でわかりやすかった"という肯定的な回答をした者の割合を合わせると、多くのサービスで 70~80%程度となり、今回の試行に参加いただいたサービスは、表現法としては分かり易く配慮して記載されていたと評価できる。
- 〇強いてあげると、『サービス 7』が否定的な評価が約 52%と肯定的な回答を上回り、次いで、『サービス 6』が否定的な回答が約 36%と相対的に多かった。初見での印象が比較的否定的な、これらの 2 サービスについては、文章・表現についても、否定的な意見が多く集まった。

図表 分かり易い表現・文章で書かれていたか?

Q2. わかりやすい表現・文章で書かれていましたか (N=102)



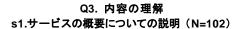
(3) 内容の理解度について

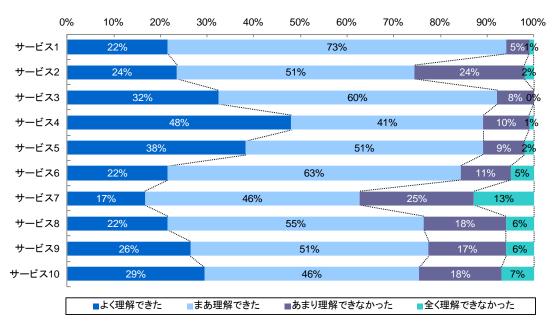
実践案について、実際に内容を読んだ際に、理解ができたかどうか、という点について、 パーソナルデータの取得時に、特に理解が重要となる6つの点について確認した。

① サービスの概要について

- 〇ほとんどのサービスで、"よく理解できた"と"まあ理解できた"を合わせると、7割以上が肯定的な回答をしている。
- 〇この設問については、表示方法や表現方法以外にも、そもそもサービスの仕組みが分かりやすいか、わかりにくいか、と言うことも影響していると考えられることに留意が必要である。
- 〇特に、『サービス 4』は"よく理解できた"が約 48%と非常に肯定的な回答が多くなっている。
- 〇逆に、『サービス 7』は、肯定的な回答も約 63%と多いものの、"あまり理解できなかった"が約 25%、"全く理解できなかった"も約 13%となっている。

図表 「サービスの概要」ついての理解度





② 取得する情報と、取得の方法

サービス7

サービス8

サービス9

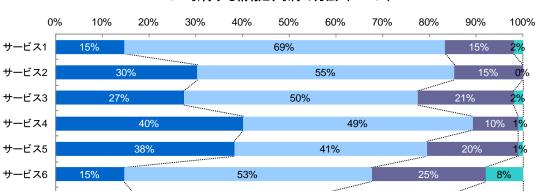
サービス10

28%

■よく理解できた

- 〇ほとんどのサービスで、"よく理解できた"と"まあ理解できた"を合わせると、7割以上が肯定的な回答をしている。
- 〇特に、『サービス 4』は"よく理解できた"が約 40%、"まあ理解できた"が約 49%と非常に肯定的な回答が多くなっている。
- 〇逆に、『サービス 7』は、肯定的な回答も約 58%と多いものの、"あまり理解できなかった"が約 27%、"全く理解できなかった"も約 15%となっている。

図表 「取得する情報と取得の方法」についての理解度



46%

48%

51%

■あまり理解できなかった

■全く理解できなかった

41%

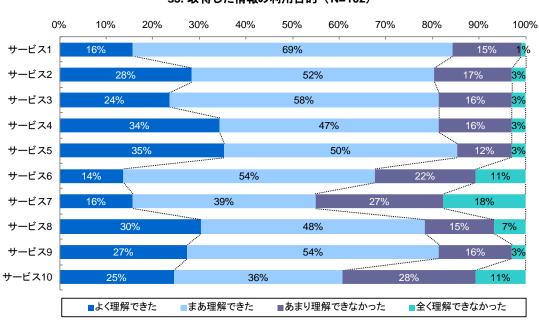
■まあ理解できた

Q3. 内容の理解 s2. 取得する情報と、取得の方法(N=102)

③ 取得した情報の利用目的

- 〇ほとんどのサービスで、"よく理解できた"と"まあ理解できた"を合わせると、8割前後が肯定的な回答をしている。
- 〇特に、『サービス 4』は"よく理解できた"が約 34%、"まあ理解できた"が約 47%と非常に肯定的な回答が多くなっている。同様に、『サービス 5』は、"よく理解できた"が約 35%、"まあ理解できた"が約 50%と非常に肯定的な回答が多くなっている。
- 〇逆に、『サービス 7』は、肯定的な回答も約 55%と多いものの、"あまり理解できなかった"が約 27%、"全く理解できなかった"も約 18%となっている。同様に、『サービス 10』も、"あまり理解できなかった"が約 28%、"全く理解できなかった"も約 11%となっている。

図表 「取得した情報の利用目的」についての理解度



Q3. 内容の理解 s3. 取得した情報の利用目的(N=102)

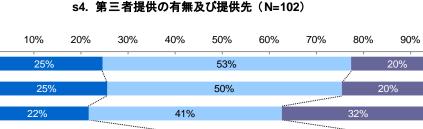
④ 第三者提供の有無及び提供先

0%

- 〇サービス、表示内容によって、結果に明確な差が見られる。
- 〇 "よく理解できた"と"まあ理解できた"を合わせた肯定的な回答は、『サービス 1 (78%)], [y-iz 2 (75%)], [y-iz 4 (78%)], [y-iz 8 (74%)] [zero 6 (78%)]多くなっている。
- 〇一方で、"全く理解できなかった"と"あまり理解できなかった"を合わせた否定的な回 答は、『サービス 10 (59%)』、『サービス 6 (57%)』、『サービス 7 (56%)』、『サービ ス9(52%)』で過半数に達している。これは、実践案において、そもそも第三者提供 についての具体的な記載がみられなかった場合もあることが理由と考えられる。

図表 「第三者提供の有無及び提供先」についての理解度

Q3. 内容の理解



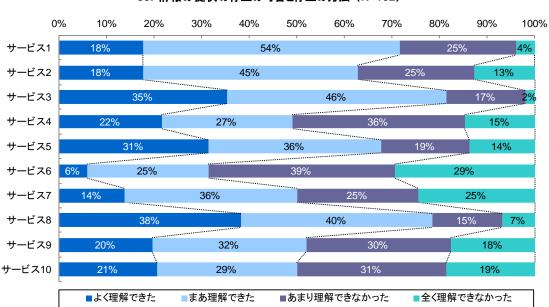
100%

サービス1 サービス2 サービス3 サービス4 40% サービス5 36% サービス6 サービス7 30% 24% サービス8 12% 47% サービス9 サービス10 26% ■よく理解できた ■まあ理解できた ■あまり理解できなかった ■全く理解できなかった

⑤ 情報の提供の停止の可否と停止の方法

- 〇理解度に関する他の項目(情報の利用目的等)と比較すると、理解度は相対的に低い。
- 〇 "よく理解できた"と"まあ理解できた"を合わせた肯定的な回答は、『サービス 3(81%)』、『サービス 8(78%)』などで多くなっている。実践案において、明確にこの項目を設けていたかどうかが影響しているようである。
- 〇一方で、"全く理解できなかった"と"あまり理解できなかった"を合わせた否定的な回答は、『サービス 6 (68%)』で、特に多くなっている。実践案において明確に記載された 箇所が無かったこと、(個人情報について)「必ず取得します」という但し書きがあることにより、利用停止ができないのではないかと判断された可能性がある。

図表 「情報の提供の停止の可否と停止の方法」についての理解度

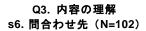


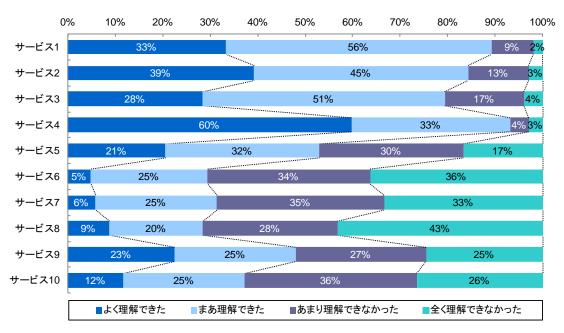
Q3. 内容の理解 s5. 情報の提供の停止の可否と停止の方法(N=102)

⑥ 問合せ先

- 〇サービス、表示内容によって、結果に明確な差が見られる。
- 〇"よく理解できた"と"まあ理解できた"を合わせた肯定的な回答は、『サービス 1(89%)』、『サービス 2(84%)』、『サービス 3(79%)』、『サービス 4(93%)』 などで多くなっている。これらは、実践案において、明確に"問合せ先"という項目を作っていたことが結果につながっていると考えられる。
- 〇それ以外のサービスについては、そもそも事業者向けのサービスにおいては、問合せ先 が明確に記載できないサービスもあったことから、否定的な回答が多くなったとも考え られる。
- ○また、フリーダイヤルの番号は記載されていたものの、問合せ先かどうか不明であるケース、明示はされているが記載が小さく、記載の位置が分かりにくいケースは理解度が低くなったようである。

図表 「問合せ先」についての理解度

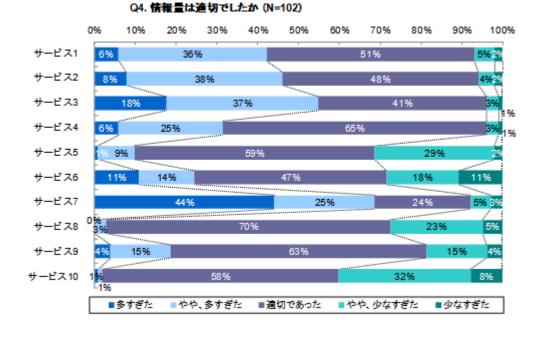




(4) 情報量の多さ・少なさについて

- 〇相対的に、より多くの回答者から「適切であった」と評価されたのは、『サービス 8 (70%)』、『サービス 4 (65%)』、『サービス 9 (63%)』 などである。
- O一方で、"多すぎた"若しくは"やや多すぎた"と評価されたのは、『サービス 7 (69%)』、 『サービス 3(55%)』などである。
- 〇さらに、"少なすぎた"若しくは"やや少なすぎた"と評価されたのは、『サービス 10 (40%)』、『サービス 5 (31%)』などであった。
- 〇同じサービスの同じ実践案に対しても、"多すぎた"とする回答者と"少なすぎた"とする回答者が混在しているし、適当な分量はサービス内容にも依存すると考えられるものの、見やすい字で 1~2 ページ以内に整理されている場合には、情報量として適切であると考える者が比較的多いようである。

図表 情報量の多さ・少なさ

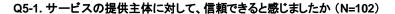


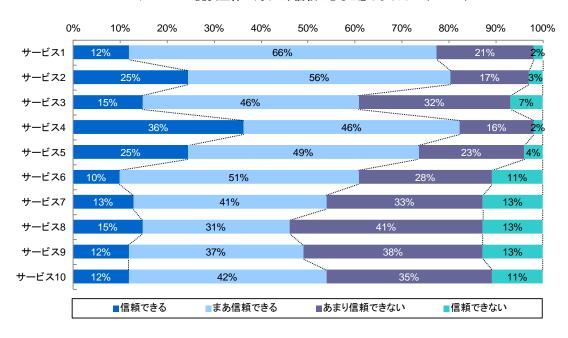
(5) 実践案を読んだ後の、事業者に対する信頼

① 信頼度について

- 〇"信頼できる"及び"まあ信頼できる"とする肯定的な回答を合わせた割合についてみると、『サービス 4(82%)』、『サービス 2(81%)』、『サービス 1(78%)』、『サービス 5(74%)』 などが $7\sim8$ 割であり、相対的に高く信頼されている。
- 〇一方で、"信頼できる"及び"まあ信頼できる"とする肯定的な回答を合わせた割合についてみると、『サービス8(46%)』、『サービス9(49%)』は否定的評価が肯定的評価を上回っており、さらには『サービス10(53%)』、『サービス7(54%)』なども必ずしも高くない。一般的に知名度が高いサービス提供主体であっても、事業者向けのサービスである場合、利用者が具体的にパーソナルデータの利用イメージを理解しきれない可能性があり、事業者向けのサービスの場合は特に、具体例を示すなどして、利用者に理解を求める方が望ましいと考えられる。

図表 実践案を読んだ後の、事業者に対する信頼

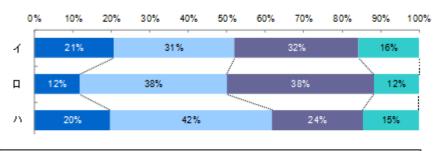




② 「自己コントロール」の明示による信頼度の変化

- 〇自己コンロトールについて明示している3サービスのみについて、その明示による信頼度の変化について確認した。
- 〇いずれのサービスについても、50~60%程度の回答者は"信頼度が増す"ことについて肯定的な評価を示した。但し、残りの半数は、パーソナルデータの自己コントロールについての表示だけでは、信頼度は向上しないようである。
- 〇相対的には、『ハ』が、"信頼度が増す"ことに対する肯定的な回答が多いようであり (62%)、「提供する情報を管理」ということを大きく明確に記載していたり、イメージ画面を表示していたりすることが効果的に作用した可能性がある。

図表「自己コントロール」の明示による信頼度の変化 5-3. 自分で選択ができることによる信頼度の変化の有無 (N=102)



5.4 参考分析:総合的な"分かり易さ"分析

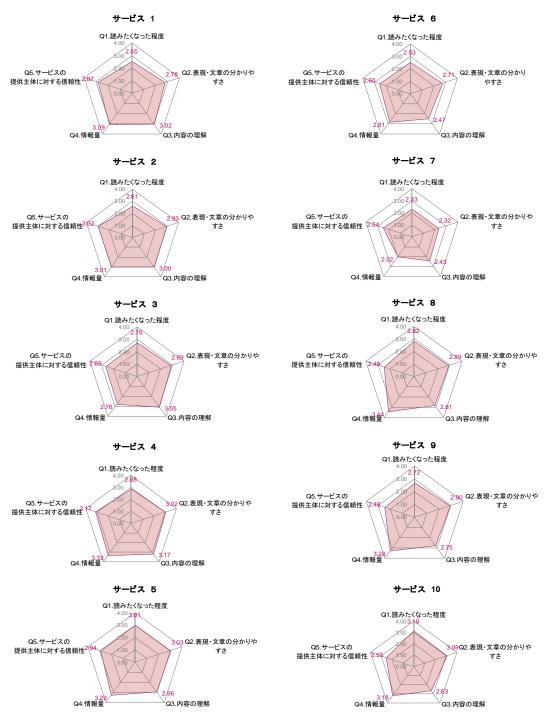
「5.3 アンケート分析」で分析を行ったように、「読みたくなった程度」、「表現・文章の分かりやすさ」、「内容の理解」、「情報量」、「サービスの提供主体に対する信頼性」の5つの視点から、10の対象サービスそれぞれの実践案について分析したが、ここでは、調査結果を横並びに一覧性をもって比較するために、それぞれのサービスについての上記5つの視点に係る調査結果を得点化1し、レーダーチャート形式で分析した。

<総合評価>

- 5つの全ての項目について、バランス良く評価が高いのは、サービス4及びサービス5 であると考えられる。
- ・ これらのサービスに係る実践案は、一般論として、比較的多くのサービス利用者に見てもらい、理解してもらうことができる、実践案の中でも分かり易いものと考えることができ、今後のパーソナルデータの取扱いに関する消費者に対する情報提供、説明のモデル的な形態になりえると考えられる。
- ・ 事業者向けのサービスやサービス内容が複雑なサービスの場合、サービスそのものの 説明に一定の分量を割くことにならざるを得ず、またこういったサービスでは、丁寧 に説明しようとすればするほど、分量が増えてしまう傾向が強く、「分かり易さ」を実 現することは容易ではなく、今後さらなる工夫が求められるものと考えられる。

¹ ここでは、各設問について、肯定的な評価を「4点」と設定し、否定的な評価については点数を下げた。例えば、「通知に対する印象」については、"読む気になった (4点)"、"まあまあ読む気になった (3点)"、"あまり読む気にならなかった (2点)"、"全く読む気にならなかった (1点)"と設定し、それぞれの回答をした者の数を点数に乗じて合算して、回答者数で割って、平均点を算出している。但し、「情報量の多さ・少なさ」については、"適切であった"を最高点の5点とし、"やや、多すぎた"及び"やや、少なすぎた"をそれぞれ 1点として計算している。

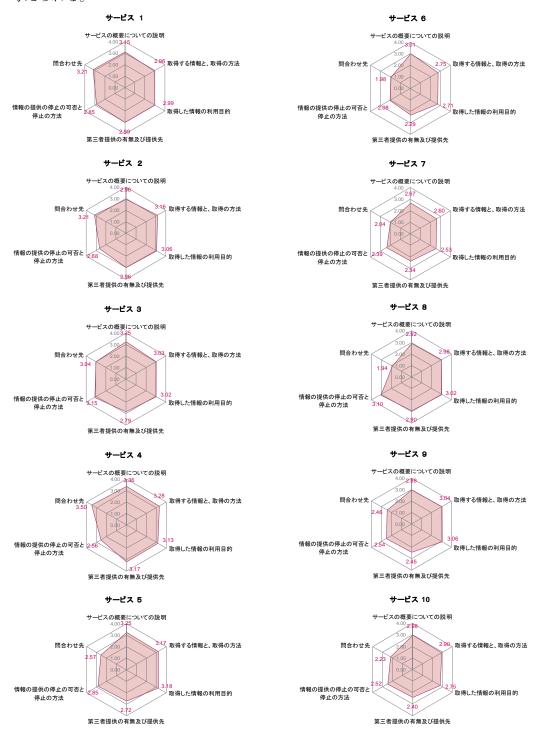
図表 5つの視点から見た、実践案への総合的評価



<理解度に係る評価>

・ 6つの概ね全ての項目について、バランス良く評価が高いのは、サービス1及びサービス3であると考えられる。

- これらのサービスの実践案は、全体の印象や見た目だけでなく、理解にも貢献するような文章の書き方になっていたと考えられる。
- 逆に、多くの項目において評価が相対的に低くなったのは、サービス6と、サービス7 であると考えられる。
- ・ "問合せ先"などが明記されていなかったことなどが理解度が高まらなかった理由と 考えられる。



5.5 アンケート結果のまとめ

実践案に対する消費者のアンケート結果の分析から、「分かり易さ」の実現のためには、 以下のような点に気を付けることが重要であると考えられる。

① 簡潔で分かり易い文章を使うこと

言うまでもないが、簡潔で分かり易い文章にすることがポイントである。

自由回答等の分析からは、①一文を短くすること、②簡潔な用語を使うこと、③大きな 文字を使うこと、などが特に評価されているようである。

逆に、小さすぎる文字を使っている場合、字があまりに多すぎて、印象として"ごちゃ ごちゃしている"という感じを受ける場合、長すぎる説明文、などに対しては、読む気が 失せたり、信頼度が下がったりしている。

但し、"長い文章だが丁寧に説明しようとしていることが感じられて信頼できる"という 意見もあるし、"簡潔に書かれすぎていて機械的だと感じた"という意見なども見られたこ とから、バランスが重要である。

例えば、専門用語では消費者には分かりにくいため、簡易に言い換えるか、過重にならない範囲で注記を付けるなどの工夫も必須になる。

② 項目や文章等に係る抑揚の使用

項目について色を付けたり、目立つような囲みを付けたりするなどの強調があることで、 読む気になる、読みやすくなるという意見が聞かれた。整理がされているという印象を与 えるようであり、どこを読めば良いのかが直感的に分かり易いということのようである。

項目だけではなく、説明の文章についても、「重要な箇所が色や下線で強調されている」 と目が行きやすいようである。

逆に、黒一色のみで、字の大きさを変えている程度の実践案に対しては、分かりづらい、 読む気が起きない、などの評価も聞かれた。

もちろん、あまりにも多く、色や太字、枠囲みなどを使いすぎると、逆にごちゃごちゃ した印象になり、何が重要かわからなくなるので、これらの工夫については、「特に読んで 頂きたい箇所を強調する」という本旨に十分に留意しながら、実践することが必要である。

③ 写真、画面イメージ、キャラクター等の活用

文字だけで説明されるよりも、写真や画面イメージ、キャラクター等を使った実践案の 方が、読む気になる、信頼できる、という評価が多い。例えば、画面イメージが追加され ることで、説明内容について「ごまかされている気がしない」と感じる者もいた。また、 細かい字で淡々と記載されている実践案よりも、キャラクターを利用することで、少しは 読んでみようという気になる、などの効果もあるようである。

ただし、中には、キャラクターの使用などは「ふざけている」と感じる者もいるようで

あり、サービス内容やサービス実施主体のイメージなども勘案した上で、適切に活用する ことが必要である。

④ レイアウトや情報の流れに関する工夫

利用者に対して、どのような順番・流れ・密度で説明を行うのかを考えることも重要で ある。

例えば、最初に「重要な確認事項」という文章を持ってきている場合に、「まずはここを 読めば良いのか」と分かり易く感じられることもあったようである。伝えたいことを項目 別に四角囲みにして、その四角囲みを矢印でつなぐことで、読む者を誘導する形の実践案 がわかりやすかった、とする者もいた。また、スマートフォン等で利用されるチュートリアル(ソフトウエアや製品等の機能やその操作方法について、操作手順に即して誘導的に 情報を提供していくことで解説するもの)形式での実践案に、「一つ一つ確認しながら進めたので良かった」と回答する者もいた。また、より詳細な情報を知りたい者向けに、"Q&Aコーナー"のようなものを設けている場合、より分かり易かったとする意見も聞かれた。

ただし、チュートリアル形式に対しては面倒であるという意見も聞かれ、Q&A コーナーも逐一見るのが面倒であるとか、階層化・分化されているものは面倒であるという意見もあることから、何をどの程度階層化・分化して表示すると消費者の理解を助ける分かり易いものとなるのかという点を十分考慮する必要がある。

なお、「十分な余白」があることで、読んでみたい、見やすい、という印象を与えること もあるようなので、全体的な実践案のレイアウトとして、余白が一定程度とれているかど うか、ということにも配慮すると、より有効な実践案が作成できると考えられる。

⑤ 表形式の活用、記号等の活用

可能な部分については、表形式を活用することも 1 つの方策である。例えば、取得する パーソナルデータはどのような種類か、ということについての表を作成し、その表の中で パーソナルデータの種類ごとに「利用目的」や「第三者提供の有無・提供先」「利用停止の 方法」などを表形式で整理すると、直感的に分かり易いということがある。

また、第三者提供の提供先を明示した上で、それぞれの提供先がどのような利用を行うか、ということを表形式で整理することも、利用の範囲が直感的に分かり易いなどのメリットがあると考えられる。

この際に、表の中の表示として、「〇」や「×」といった記号を有効に使うことで、さらに分かりやすさを高める効果がある場合もあると考えられる。

ただし、表があまりにも長くなったり、煩雑になったりすると、逆に分かりづらくなる恐れがあることには十分に留意が必要である。

⑥ 詳細・分かり易く提示すべき情報

以下の情報については、わかりやすく、強調して、かつ丁寧に実践案に書き込むことで、 サービス利用者の信頼度を高めることに貢献するようである。

1) 情報取得主体に関する情報

一般に知名度が高くない事業者に関して、情報取得主体についての説明が少ない、例えばリンクのみの場合は、信頼が難しいという意見があり、利用者が知らない事業者に対してパーソナルデータを提供する際には、警戒する心理が働くようである。このような心理を解消するには、実践案において、情報取得主体がどのような事業者であるのか、すなわち、事業内容や事業者自身のプロフィールについても詳細に説明する方が望ましいと考えられる。

2) 退会方法、情報提供の停止方法

一度、サービス利用のために情報を提供した場合でも、何か問題が生じたり、パーソナルデータの提供が嫌になったりした場合に、どのようにすれば良いのかを実践案に明示していると、真摯に対応してもらえる企業であり、パーソナルデータの提供者のリスクも縮減できる可能性が期待できることから、信頼度を高める効果があるようである。

サービスの退会方法やパーソナルデータの提供の停止方法については、事業者としては あまり強調したくない部分であるが、積極的かつ明確に記載することが消費者の信頼につ ながる点に留意する必要がある。

3) 問合せ先の詳細な情報

問合せ先についての記載がないと不安に感じ、問合せ先の情報について詳細に記載されていると信頼が増すようである。

問合せ先が記載されていないのは論外であるが、例えば、単にメールアドレスのみが記載されている実践案よりも、事業者所在地、メールアドレスと電話番号が記載されている方が好意的に捉えられている。さらには、担当部署、担当者の氏名などが記載されていると、事業者側の自信と真摯な姿勢が感じられるようで、高い信頼度が得られるようである。加えて、問合せ先の連絡可能時間が長い(例:24時間対応)と、パーソナルデータについての問題が生じたり、確認したかったりする際に融通が効くことから、信頼度を高めることに貢献しているようである。

問い合わせについては詳細かつ真摯に対応を行う姿勢を、実践案において示すことが重要である。

⑦ SNS 等との連携の場合は、明確な説明が必要

SNS のデータを活用してサービスを提供するサービスの場合は、便利で楽しそうなイメ

ージを持つ者もいたが、SNSの情報と勝手に紐づけられて利用されてしまうのではないか、 想定以上のパーソナルデータを取られてしまうのではないか、といった不安を抱かせるよ うである。

従って、SNS をはじめとする外部サービスとのパーソナルデータの連携を行うサービスの場合は、連携される情報や連携の方法、連携することによるメリットなどについて、丁寧に説明することが必要と考えられる。

6 事前相談評価の試行結果を受けた事前相談評価の実施体制等の見直し及び課 題の検討

6.1 実施体制・手続等の見直し

事前相談評価の試行結果並びに消費者及び参加事業者へのアンケートの結果を受けて、 適切かつ効率的な事前相談評価の実施に向け、以下の事項について見直しを行った。

- ① 応募時に提出を求める書類
- ② 書面評価を行うに当たって提出を求める書類
- ③ 評価手順
- ④ 評価基準
- ⑤ 書面評価
- ⑥ 評価委員会による評価
- ⑦ 評価結果の通知(講評)

(1) 応募時に提出を求める書類

応募時に提出を求めた書類は以下の通り。

- 1) パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価の試行応募申請書(別紙 1-1)
- 2) 個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程
- 3) 応募対象サービスに適用される個人情報保護方針及びプライバシーポリシー
- 4) 応募対象サービスに適用される利用規約等のサービス利用に当たって適用される契約又は契約条件
- 5) 応募対象サービスの概要説明資料
- 6) 提出書類チェックリスト (別紙 1-2)

以下で各書類の内容について検討するが、これらのうち、2)、3)及び4)については、事前相談評価に関係なく既に事業者が作成しているものであることから、内容の修正の検討対象は1)、5)及び6)とする(下線)。

① パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価の試行応募申請書応募申請書

上記の応募時に提出を求めた書類のうち、「応募対象サービスに適用される個人情報保護方針及びプライバシーポリシー」、「応募対象サービスに適用される利用規約等のサービス利用に当たって適用される契約又は契約条件」及び「応募対象サービスの概要説明資料」については、参加事業者の公募の時点では、参加事業者によって、「書類として存在するもの」と「Web 上に公開しているもの」があることを考慮し、後者が存在する場合においては、Web 上の URL を示すことで書類の添付は省略可能とし、それぞれの提出パターン(書類として添付する場合と、書類を添付せずに URL を記載する場合)に応じて3種類の申請書を作成していた。しかしながら、参加事業者からは分かりにくいという意見があったた

め、1つの書式でいずれの場合も対応できるよう、書式を統一することとした。

② 提出書類チェックリスト

後述(「④ その他」に記載)の通り、「個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程」を提出書類から除外することとしたため、チェックリストから「個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程」の項目を削除することとした。

③ 応募対象サービスの概要説明資料

応募対象サービスの概要説明資料については、参加事業者の公募の時点においては、サービス内容等説明会(参加事業者によるプレゼンテーション)の実施を想定していなかったため、プレゼンテーションとして見せる様式でこれを作成した事業者はおらず、結果的に参加対象事業者に対して、別途プレゼンテーション用の応募対象サービスの概要説明資料の作成を依頼することとなってしまった。本来これらは別々に作る必要はなく、また、評価委員が評価対象となるサービスについて正しく理解するためには、事業者によるサービス内容の説明は実施されることが望まれることから、当初からプレゼンテーションにより説明することを前提に作成した書類の提出を求めることとした。もとより、本資料の提出を求める趣旨は、評価者がサービスの概要を正しく理解するために用いるからであり、プレゼンテーションの有無に関わらず、書面評価時に必要な情報を過不足なく提供されるように指示する工夫を行う必要がある。なお、この場合でもプレゼンテーションの際に新たな資料の利用を排除するものではなく、プレゼンテーションに当たって参加事業者が何らかの補足資料の使用を申し出た場合、これを許容すべきである。

④ その他

応募時に提出を求めた書類のうち、「個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内 規程」については、通常事業者において社外秘として扱われており、容易に外部に提示す ることができないものであることが判明した。

「個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程」については、そもそも、経済産業省において作成した試行用評価基準案(表 10 を参照)の評価項目 1 との関係で参加事業者における個人情報やパーソナルデータの取扱いに係る姿勢を確認したり、個人情報の保護に関する法律が求める安全管理措置のうち、組織的安全管理措置の実施状況を確認したりするために提出を求めたものである。前者については、「2.6 評価基準の検討及び作成」の「(2)評価委員会による検討」に示した通り、経済産業省において作成した試行用評価基準案(表 10 を参照)の評価項目 1 は評価基準としての採用を見送った。後者については、「1.3 本事業における検討及び評価基準の範囲」に記載した通り、そもそも事前相談評価の試行は法令への適合性を評価の対象とするものではない。以上から、「個人情報やパーソナルデータの取扱いに関する社内規程」は、添付資料から除外した。

以上を踏まえ、応募時に提出を求める書類は以下の通りとした。なお、分かり易さの観点から、一部書類の名称を変更している。

- 1) パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価応募申請書(別紙 3-1)
- 2) プライバシーポリシー等、パーソナルデータの取扱い等について定める文書
- 3) 応募対象サービスの利用に係る契約又は応募対象サービスの利用に当たって適用 される契約条件(利用規約等)
- 4) 応募対象サービスの概要説明資料(プレゼンテーションにより説明できる形式のもの)
- 5) 提出書類チェックシート (別紙 3-2)

上記の改訂を加えた応募時に提出を求める書類のうち、様式が決まっている「パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価応募申請書」及び「提出書類チェックシート」については、それぞれ、別紙 3-1 及び別紙 3-2 として添付した。

(2) 書面評価を行うに当たって提出を求める書類

書面評価を行うに当たって提出を求めた書類は以下の通り。

- 1) 応募対象サービスで取り扱うパーソナルデータの項目と利用目的、取得方法等を 説明する資料(別紙 2-1<様式 1>)
- 2) 応募対象サービスにおいて第三者に提供するパーソナルデータについて、その提供先、提供先における利用目的等を説明する資料(別紙 2-1<様式 2>)
- 3) 消費者に対する情報提供、説明に係る「分り易さに関する手法・アプローチ」の 実践案
- 4) 個人情報の保護に関する法律の遵守状況についてのチェックシート (別紙 2-2)
- 5) 平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況についてのチェックシート (別紙 2-3)

これらのうち、4)については、事前相談評価の試行において、特に不都合は生じなかったため、また、3)については、そもそも自由書式としたため、内容の見直しは行わなかった。なお、「(4) 評価基準」において記載する通り、評価委員会において決定した試行用評価基準(表 13 を参照)の評価項目 4「事業者が取得するパーソナルデータについて、特定のサービスの提供のために必須のパーソナルデータとして利用されているか、必須ではないがサービスの質の向上や追加サービスの提供に必要な情報として利用されているかについて、区別して明示されていること」については、事前相談評価の試行の成果としての評価基準では削除している。書面評価を行うに当たって提出を求める書類の「応募対象サービスで取り扱うパーソナルデータの項目と利用目的、取得方法等を説明する資料」及び「応募対象サービスにおいて第三者に提供するパーソナルデータについて、その提供先における利用目的等を説明する資料」においては、個々のパーソナルデータについて、「必須か否か」を記載すべきとしていたが、「必須か否か」は、「取得するパーソナルデータの項

目やその取得方法のうち、消費者にとって分かりにくいものを明確に記載していること」 (事前相談評価の試行の成果としての評価基準(後述の「(4)評価基準」に記載)の評価項目3)及び「取得するパーソナルデータの利用目的のうち、消費者にとって分かりにくいものを明確に記載していること」(同評価基準の評価項目6)の判断に資することから、引き続き記載を求めることとした。

① 応募対象サービスで取り扱うパーソナルデータの種類項目と利用目的、取得方法等を説明する資料及び応募対象サービスにおいて第三者に提供するパーソナルデータについて、その提供先、提供先における利用目的等を説明する資料

「2.6 評価基準の検討及び作成」の「(2) 評価委員会による検討」において記載した通り、評価委員会において決定した試行用評価基準(表 13 を参照)の評価項目 8 5)(後述の「(4)評価基準」に記載する事前相談評価の試行の成果としての評価基準においては評価項目 1 5))の「消費者によるパーソナルデータの提供の停止の可否及びその方法」に「修正の可否」を追加し、「消費者によるパーソナルデータの提供の停止・訂正の可否及びその方法」(なお、検討の過程で「修正」から「訂正」に文言を変更している)としたことにより、それぞれの資料に「訂正の可否」及び「訂正の方法」という欄を追加した(詳細については別紙 4-1<様式 1>及び別紙 4-1<様式 2>を参照)。

② 平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」 の報告書に示した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実現状況についてのチェックシート

5)については、試行を経て評価基準書が完成したことから、事前相談評価の試行の成果としての評価基準を満たしているか否かをチェック対象としたチェックシートに修正した。また、これにより、名称も「事前相談評価 評価基準の実現状況についてのチェックシート」に変更した(詳細については別紙 4-2 を参照)。

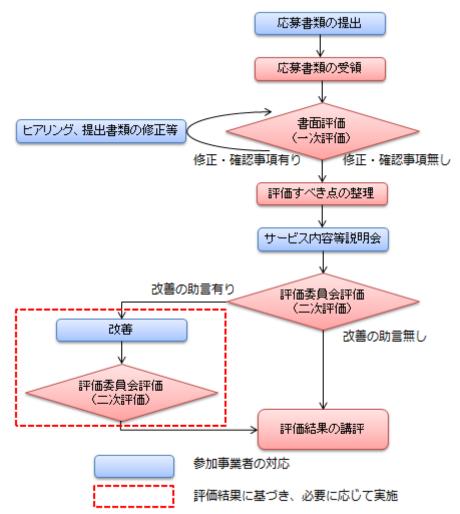
③ その他

消費者に対する情報提供、説明に係る「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践 案については、参加事業者が、評価対象のサービスの提供形態やサービス内容に応じて最 適であると考える方法によって実施すべきものであり、また、書式を定めなかったことに より、事前相談評価に何らかの支障を及ぼすようなこともなかったことから、引き続き自 由書式により作成することが望ましい。

しかしながら、事前相談評価の実施の結果、サービスの提供形態によっては、「書類」として提出を求めることが必ずしもふさわしくなく、Web ページの形式や電子ファイルにより提出を求めた方が、評価作業が効率的に実施できるケースがあることが分かった(詳細は、「(6) 評価委員会による評価」を参照)。

(3) 評価手順

事前相談評価の試行では、図7の通りの手順で評価を実施した。



※ サービス内容等説明会を事前に実施し質疑応答も行った上で、評価委員会で実際に2社分の評価を行って評価に係る認識を共有し、メールベースで各委員の評価結果を収集した。

図7 事前相談評価の試行において実施した評価の手順の全体像

評価手順に関しては、事前相談評価の試行を通じて特に改善が必要な事項はなかった。 事前相談評価の試行においては、初めての相談評価の実施であったため、第 2 回の評価 委員会において、評価基準を見ながら実際に 2 社分の評価を行って評価に係る認識の共有 を行い、メールベースで各評価委員の評価結果を収集したが、事前相談評価の本格運用時 においては、各評価委員の評価に関する認識が一致していることが前提であるため、評価 委員会の場で全ての参加事業者の評価を完結させることとなる。

(4) 評価基準

評価委員会において決定した事前相談評価の試行用評価基準(表 13 を参照)は、試行実施中を通じて、試行により明らかになった課題等を反映し、随時改定していたが、事前相談評価の実施終了を受け、第 5 回評価委員会において、事前相談評価の結果を反映した評

価基準書に係る討議を行った。

第5回評価委員会

開催日時	平成 25 年 12 月 12 日(木)10:00~12:15		
場所	経済産業省内会議室		
議事	・ 評価基準に関する討議		
	▶ 事前相談評価の試行を受けた評価基準の見直しを行った。		

評価委員会において決定した事前相談評価の試行用評価基準(表 13 を参照)においては、評価基準を「A: 消費者との信頼関係の構築のために実施が必要な事項」及び「B: 消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項」としてまとめていた。このうち、「B: 消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項」は、平成 25 年 5 月 10 日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書において望ましい取組として示された「消費者による開示情報の選択」に係る評価基準を示したものである。この評価基準 B は、事業者に対して一律に実施を求めるものではないが消費者とのより高度な信頼関係構築に資する取組であり、いわば加点要素として積極的に評価することができるものとしていた。

しかしながら、第 5 回評価委員会において、消費者とのより良い信頼関係を構築するための要素は、「消費者による開示情報の選択」の可否に限られず、例えば情報提供や説明の方法(当該説明等の画面構成の具体的状況や当該説明等がどこからリンクされているのか、など)等が挙げられるのであり、今回の事前相談評価の試行では、あくまでも「分り易さに関する手法・アプローチ」の具体的内容そのものを評価の対象とすべきであるとの議論が行われ、「B:消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項」については、評価基準からは除外した。

その他、事前相談評価の試行の結果及び第 5 回評価委員会の討議を受けて、各評価項目 について以下の通り修正を加えた。

評価委員会において決定した試行用評価基準 評価項目1

・ 消費者にとって、提供したパーソナルデータがいつまで保有され、当該期間経過後 にどのように取り扱われるのかは重要な関心事であり、消費者との信頼関係構築に は、これらに関する説明が必要であると考えられることから、必要十分な記載項目 として、「保存期間、廃棄」を追加した。

評価委員会において決定した試行用評価基準 評価項目 4

・ 「事業者が取得するパーソナルデータについて、特定のサービスの提供のために必 須のパーソナルデータとして利用されているか、必須ではないがサービスの質の向 上や追加サービスの提供に必要な情報として利用されているかについて、区別して明示されていること」は、サービスそのものの提供には必要ないがサービスを事業として提供するためには必要なものもあり、何を必須とするのかがあいまいになってしまいかねないことから、一律に記載を求めるのではなく、「消費者との信頼関係構築のために実施が望ましい事項」として整理した。

評価委員会において決定した試行用評価基準 評価項目 5

・ 「利用目的をできる限り特定し」について、そもそもできる限りしか特定のしよう がなく、消費者との信頼関係を構築しようとする者はその範囲で明確に利用目的を 特定すべきであることから、「できる限り」を削除した。

評価委員会において決定した試行用評価基準 評価項目 8

・ 第三者への提供をする場合で、事後的に提供先を変更する場合は、その提供先の選 定条件を記載するように変更した。

評価委員会において決定した試行用評価基準 評価項目8及び評価項目9

・ 見やすさの観点から、評価項目8と評価項目9を1つにした。

評価委員会において決定した試行用評価基準 評価項目 10

・ 「消費者によるパーソナルデータの提供の停止」は、そもそもサービスの提供に必要な情報しか取得していない場合は実現しえないものであり、また、平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書においても、その「可否」については記載すべき事項とされているが、その「実施」までは一律に求めているわけではなく、事前相談評価の実施の時点においても、この取組が一般的であるとは言えないことから一律に「実施」は求めず、「消費者が事業者によるパーソナルデータの取得の中止又は利用の停止を選択できるように、」は「消費者が事業者によるパーソナルデータの取得の中止又は利用の停止が可能であるかが記載され、」に、「事業者がパーソナルデータの項目に応じて」は「可能である場合には」に修正した。

評価委員会において決定した試行用評価基準への評価項目の追加

・ パーソナルデータを加工したデータを第三者に提供する場合、その加工方法も消費者の関心の高い事項であることから、評価項目9として、「事業者が取得したパーソナルデータを加工したデータを第三者に提供する場合、加工方法が記載されていること」を追加した。

以上から、事前相談評価の試行の成果として、以下を評価項目とする評価基準書を作成 した。なお、当該評価基準書の具体的な内容は別紙 5 の通りである。

1. 記載事項

- (1) 必要十分な記載事項
 - 1 パーソナルデータの取扱いに関する情報として、以下の7項目が記載されて いること
 - 1) 提供するサービスの概要
 - 2) 取得するパーソナルデータと取得の方法
 - 3) パーソナルデータの利用目的
 - 4) パーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータの第三者への 提供の有無及び提供先
 - 5) 消費者によるパーソナルデータの提供の停止・訂正の可否及びその方法
 - 6) 問合せ先
 - 7) 保存期間、廃棄

2. 記載方法

- (1) 取得するパーソナルデータとその取得方法に係る記載方法
 - 2 取得するパーソナルデータの項目とその取得方法について、可能な限り細分 化し、具体的に記載していること
 - 3 取得するパーソナルデータの項目やその取得方法のうち、消費者にとって分かりにくいものを明確に記載していること
- (2) パーソナルデータの利用目的に係る記載方法
 - 4 取得するパーソナルデータの利用目的を特定し、具体的に記載していること
 - 5 パーソナルデータの利用目的が、取得するパーソナルデータの項目と対応して記載されていること
 - 6 取得するパーソナルデータの利用目的のうち、消費者にとって分かりにくい ものを明確に記載していること
- (3) 第三者への提供の有無及びパーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータの提供先に係る記載方法
 - 7 事業者が取得するパーソナルデータやパーソナルデータを加工したデータ を第三者に提供する場合、その提供先(事後的に提供先を変更する場合は提 供先の選定条件を含む)及び提供目的が記載されていること
 - 8 事業者が取得したパーソナルデータを加工したデータを第三者に提供する 場合、その加工方法が記載されていること
- (4) 消費者によるパーソナルデータの提供の停止の可否及びその方法に係る記載方法

9 消費者が事業者によるパーソナルデータの取得の中止又は利用の停止が可能であるかが記載され、可能である場合には取得の中止方法又は利用の停止方法を明示して記載していること

なお、「B:消費者との信頼関係の構築のために実施が望ましい事項」についても評価基準の内容自体は検討しており、事前相談評価の試行の成果物としての評価基準書には含めないこととしたものの、評価委員会において、今後平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書において示された、「消費者による開示情報の選択」に係る評価の実施を検討する場合の参考になるため、事前相談評価の試行の成果の一部として、本報告書において報告すべきとの指摘があった。

事前相談評価の試行において検討した平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書において示された、「消費者による開示情報の選択」に係る評価基準は以下の通りである。

B:消費者との信頼関係構築のために実施が望ましい事項

Ⅱ.3. 消費者が事業者に提供するパーソナルデータを選択できる場合に満たすべき項目

現状では、消費者がサービスの利用を開始する際に、事業者が一方的に定める利用規約やプライバシーポリシーに応じて、事業者が求める全てのパーソナルデータを提供してサービスを利用するか、一部のパーソナルデータを提供しないためすべてのサービスを利用することを諦めるかという二者択一を迫られる場合が多い。

しかし、例えば、「事業者が提供するサービスのうち、特定のサービスのみの提供を受け、 そのサービス提供に必要なパーソナルデータのみを提供する」、「サービスの質は低下する が、自らの意思で特定のパーソナルデータの提供については拒否する」等、消費者自らが 判断して提供するパーソナルデータに応じたサービスを事業者が提供する仕組みも考えら れる。このような仕組みを設けることができれば、消費者の納得感や受容度を高める上で 効果的であると考える。

従って、消費者が提供するパーソナルデータを選択できる仕組みが消費者の信頼を得る ために適切なものとなっているかについて評価するものとする。

Ⅱ.3.(1) 消費者が事業者に提供するパーソナルデータの選択の容易性

消費者が事業者に提供するパーソナルデータを選択できる仕組みを提供する場合、それが誰でも正しく設定できる簡易な方法で提供されていることが必要であり、また、サービス利用後に状況の変化などにより、消費者が当初の設定を変更したいと考えることも考えられるので、消費者が事後的に任意にその設定を変更できることが必要である。

上記の観点から、本評価項目では、消費者が事業者に提供するパーソナルデータの選択ができる仕組みが簡易な方法で提供されているか、消費者がその設定を任意に変更できるかについて確認する。

評価項目 10:消費者が提供するパーソナルデータを選択する手段の提供

消費者が事業者に提供するパーソナルデータの項目(種類)を消費者が容易に選択できるような手段を事業者が提供していること

【評価の観点】

消費者が事業者に提供するパーソナルデータを選択できる仕組みを提供していたとして も、それを消費者が確認できなければ意味がない。また、提供するパーソナルデータの選 択方法が煩雑であり、消費者に対して過度な負担を強いるような選択方法であった場合も、 消費者の信頼を得るという観点からは望ましいものとはいえない。

本評価項目では、消費者が提供するパーソナルデータを選択できる仕組みを提供する際に、消費者に対してこのような手段があることを分かり易く説明し、消費者が提供するパ

ーソナルデータを容易に選択し、操作できるようになっているかを確認する。

【上記の評価項目を満たしていると評価できる例】

▶ サービス提供を開始する際に、消費者が事業者に提供するパーソナルデータを選択できることについて、ダイアログなどを表示することにより通知されており、かつ、チェックボックスを用いるなど、消費者が提供するパーソナルデータを容易に選択できるようにしている場合

【上記の評価項目を満たしていないと判断される例】

- ▶ 消費者が提供するパーソナルデータを選択する手段を提供しているにも関わらず、 その手段について、消費者が通常の注意を払っても確認できないような周知方法 となっている場合
- ▶ パーソナルデータを提供しなかった消費者に対し、執拗に提供を求める表示を行っている場合

評価項目 11:消費者がパーソナルデータの設定を変更する手段の提供

消費者が一旦取得を拒否又は中止し、利用を拒否又は停止したパーソナルデータについて、再度提供したり、利用の拒否・停止を解除したりすることができるなど、消費者が当初の設定を変更する簡易な手段を事業者が提供していること

【評価の観点】

消費者がサービスの利用を開始する前にそれぞれのパーソナルデータの提供の可否を選択したとしても、サービス利用後に状況の変化などにより、消費者が当初の設定を変更したいと考えるケースもある。消費者の信頼を得るためには、当初の設定を柔軟に変更できることが重要である。

本評価項目では、当初の設定を変更できる手段が、消費者に分かり易い方法で提供されているかを確認する。

【上記の評価項目を満たしていると評価できる例】

▶ 消費者がサービスを利用する中で、提供の可否等に関する設定を変更する手段が 用意されており、そのことが事前に通知されている、又はサービスを利用する中 で容易に消費者が確認できるような態様で案内されている場合

【上記の評価項目を満たしていないと判断される例】

▶ 消費者がサービスの利用を開始した時点で選択したパーソナルデータの提供の可否について、サービス利用中に変更することができない、又はサービスの利用を

開始する際と比較し、サービス利用中のパーソナルデータの設定変更に多くの手間がかかる場合

Ⅱ.3.(2) 消費者が事業者に提供するパーソナルデータに応じたサービス内容の明示

消費者が事業者に提供するパーソナルデータを選択できる手段を提供している場合、それぞれのパーソナルデータが、特定のサービスの提供を受けるために必須の情報であるのか否かについて事前に説明した上で、パーソナルデータを提供しないことによって利用可能なサービスの内容が変化する場合には、消費者による選択の際にその内容が説明されている必要がある。

上記の観点から、本評価項目では、消費者がそれぞれのパーソナルデータについて事業 者に提供するか否かの判断をする際に、事業者が必要な情報を提供しているかを確認する。

評価項目 12: 事業者が取得するパーソナルデータと提供するサービスとの関連性の明示

事業者が取得するパーソナルデータについて、特定のサービスの提供のために必須のパーソナルデータとして利用されているか、必須ではないがサービスの質の向上や追加サービスの提供に必要な情報として利用されているかについて、区別して明示されていること

【評価の観点】

事業者が取得するパーソナルデータが、特定のサービスを提供するために必須の情報として利用されているか、必須ではないがサービスの質の向上や追加的なサービスの実施に必要な情報として利用されているかについて、区別して明示されていることは、消費者の自らのパーソナルデータがどのような位置づけで取得されているかについての理解を促し、消費者の安心感につながるものと考える。

上記の観点から、本評価項目では、上記のように区別されて記載されているかを確認する。

【上記の評価項目を満たしていると評価できる例】

- ▶ パーソナルデータの項目や利用目的ごとに取得が必須であるか否かを記載している場合
- ▶ スマートフォン向けナビゲーションサービスを提供するための必須情報として「位置情報」「位置情報を取得した時間」が取得されることを示し、必須でない情報として「趣味・興味」を取得している旨を明示している場合

【上記の評価項目を満たしていないと判断される例】

▶ e コマースサイトでページ閲覧履歴を取得している場合で、ビジネスモデルから勘

案しても合理的に取得が必須といえないにも関わらず、ページ閲覧履歴を必須情報と記載している場合

※ サービスの提供に必須であるか否かは、単に提供するために絶対的に必要になるか否かで判断するのではなく、当該サービスのビジネスモデルや提供するサービスが最低限要求しているサービスの品質等も勘案して検討する必要がある。例えば、広告モデルで情報提供サービスを提供している場合、確かに情報提供だけをとれば特別な情報は必要ないかもしれないが、情報の提供のためのコストを、属性情報等に基づいたターゲティング広告を掲出することで捻出しており、それによりはじめて事業として成り立っているような場合には、属性情報の利用をサービス提供に当たって必須の情報とすることは合理的である。

評価項目 13:消費者がパーソナルデータの設定を変更する際のサービス内容の説明

消費者が一部のパーソナルデータの事業者による取得を拒否若しくは中止し、利用を拒否若しくは停止し、又は訂正したことによりサービス内容が変化する場合に、その具体的内容を明示していること

【評価の観点】

消費者が一部のパーソナルデータの事業者による取得を拒否若しくは中止し、利用を拒否若しくは停止し、又は訂正したことによりサービス内容が変化する場合には、消費者が提供するパーソナルデータとそれによって受けられるサービスを十分比較した上で、提供するパーソナルデータを選択できるよう、それぞれのパーソナルデータを提供すること、又はしないこと等により、サービス内容にどのような変化があるのか説明されていることが必要である。

上記の観点から、本評価項目では、提供するパーソナルデータの項目に応じたサービス 内容の違いが適切に説明されているかを確認する。

【上記の評価項目を満たしていると評価できる例】

▶ 特定のサービスの提供に当たって必須ではない「Web の閲覧履歴」について、消費者が事業者による取得の中止、拒否・利用の停止、拒否を選択した場合、レコメンド機能の精度が低下する旨を明示している場合

【上記の評価項目を満たしていないと判断される例】

▶ 特定のパーソナルデータの事業者による取得の中止、拒否・利用の停止、拒否を 選択した場合のサービス内容の変化について、消費者が通常の注意を払っても判 然としない場合

(5) 書面評価

書面評価では、参加事業者による応募から評価委員会による評価までの間に、参加事業者と連絡を取りつつ「分り易さに関する手法・アプローチ」の実践案を評価、適宜参加事業者に修正を依頼し、それをさらに評価するサイクルを繰り返す形で実践案をブラッシュアップさせていった。

書面評価は「評価委員会における評価を効率的に実施するための機能」を果たすプロセ スとして設定したもので、当初は、評価委員会の開催に先立ち、提出された書類だけでは 明らかにできなかった点や評価委員会において評価すべき事項を整理することを主たる役 割として想定していた。これに対し、今回の事前相談評価の試行では、評価委員会による 評価に先立ち、参加事業者による評価対象サービス及び実践案の概要に関するプレゼンテ ーションと、評価委員による質疑を行うこととなったことで、初期の段階で評価委員と参 加事業者の直接のコミュニケーションが確保できたため、書面評価が実際に果たした役割 は、「参加事業者がプレゼンテーションを通じてサービスの内容と実践案を説明し、評価委 員に誤解のないように情報を整理してインプットすることをサポートすること」へと変化 した。参加事業者は実践案の説明において、単に実践案で何を工夫したのかという点につ いて説明するだけではなく、書面評価の過程における事務局とのやり取りで解決できなか った点や、参加事業者が判断に悩んでいる点などについて明らかにすることで、評価委員 から効果的な助言を受けることができたものと考える。事前相談評価の本格運用に当たっ ては、事務局は、書面評価において、単に評価委員会において評価すべき事項の整理等の 情報の整理を行うにとどまらず、参加事業者がそれをいかに評価委員会に伝え、助言を引 き出すのかといったことについても対応することが望まれる。

(6) 評価委員会による評価

評価委員会による評価に関しては、評価委員会の開催可能な日程が限られていたこともあり、評価委員会における評価から、事務局による評価委員会における評価の取りまとめ、参加事業者による実践案の修正までの期間が非常に短かったことが反省点として挙げられる。

参加事業者へのアンケートでも、この点は指摘を受けているところであり、改善が必要である。もっとも、事前相談評価の試行の場合は、評価基準を検討しながら評価も同時並行で行っていたが、事前相談評価の本格運用時には評価基準の検討は不要であることから、定期的に評価委員会を開催するなどして、十分な期間を取って評価委員会の実施スケジュールを組み立てることができるものと考えられる。

事前相談評価の試行の結果を受け、望ましい評価スケジュールを図8の通り整理した。

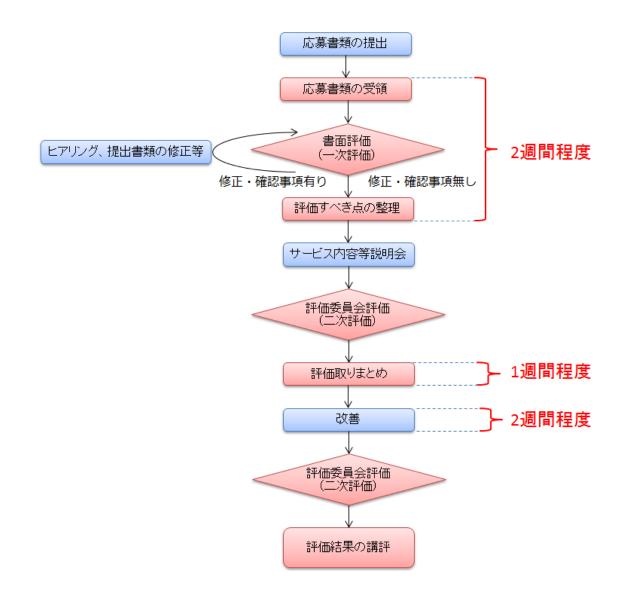


図8 望ましい評価スケジュール

また、評価委員会による評価は、全体で評価に割く時間が限られていたため、一部の参加事業者の評価に多くの時間を割かれ、結果として比較的評価の高かった参加事業者の「分り易さに関する手法・アプローチ」の実践案の評価に時間をかけることができなかったという課題が明らかになった。

評価に多くの時間を要した実践案は、「分り易さに関する手法・アプローチ」そのものに問題があったというよりも、その前段階である消費者とのコミュニケーションのあり方そのものに関するもの、例えば、同じ事柄を指し示すものとして異なる単語を用いたり、使用している用語が一般的ではなく一般消費者をしてその意味内容を正しく把握することが困難であると思われるものが存在したり、個人情報の保護に関する法律で使われている言葉を、実践案では異なる意味内容で使ったりしているといった問題があった。

評価委員会においては、こういった実践案について、書面評価で修正することを基本としつつ、修正しきれないものについては、事前相談評価の実施に先立って、例えば中小企業庁の認定する「経営革新等支援機構」や都道府県の補助事業等の活用を促すなどして、専門家の確認を経て一定の水準に達した後、改めて事前相談評価の対象とすることが望ましいとの意見が出された。事前相談評価の本格運用の開始に当たっては、効率的かつ効果的な相談評価を実施するためにも、十分配慮すべき事項であると思われる。その前提として、事前相談評価の本格運用に先立って、活用可能な都道府県等による補助事業などを十分調査しておき、「消費者との信頼関係を構築しようとする事業者」に対して、きめ細かなサポートができるようにしておくことが望ましい。

さらに、評価委員会による評価は、参加事業者の作成した実践案を紙に印刷し、配布して評価する手法を用いたが、実践案は主としてWebページで公開されることが想定されていて、参加事業者もそれを前提として実践案を作成していたため、評価の効率性を損なう場合があった。すなわち、パソコン用の実践案を紙に印刷することで細かい字が読みにくくなったり、スマートフォン用の実践案では、実践案のページが複数になるケースも多く、実際にどのように消費者がその実践案を見ることになるのか、その全体像を把握することが困難になったりするという問題点が明らかになった。

事前相談評価の本格運用に当たっては、このような問題点を前提とし、実践案を紙に印刷して評価するのではなく、Web ページやモックアップ(実際の表示を紙芝居形式で説明するもの)の電子ファイルを用いて、ディスプレイに表示して評価をすることを基本とするべきである。また、参加事業者としても、もともと実践案をWebページの形式で作成することにすれば、事前相談評価終了後、助言を反映した「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践をそのまま消費者に表示することができ、評価のための資料の作成が生じないため効率的であると考えられる。

(7) 評価結果の通知 (講評)

評価結果の通知方法は、評価委員会を開催して直接評価委員から講評を伝え、質疑応答を行うという方法を取ったが、これは参加事業者からは非常に高評価であった。一方で、有識者と直接意見交換ができる機会はなかなかなく、1 社当たり 10 分という時間では物足りないと感じた事業者もあったようである。

事前相談評価の試行全体を通じていえることではあるが、参加事業者は、有識者とのコミュニケーションを多くとり、自らの実践案をより良くしたいという意識が強かった。事前相談評価の本格試行時においては、このような参加事業者のニーズを汲み、できる限り、参加事業者と評価委員が直接コミュニケーションをできる機会を増やすことが望ましいと考えられる。

なお、後述(「7.1 運用コストについて」)の事前相談評価の本格運用に向けた運用コストの試算においても、これを前提に試算を行っているので参照されたい。

6.2 事前相談評価の試行を通じて検討されたその他の事項

「1.1 調査の背景と目的」に示した通り、今回の事前相談評価の試行は、類似する前例のない新たな取組である。今回の事前相談評価の試行では、評価基準の策定及び実際の評価の過程において評価委員会は様々な議論を行っており、以下に今後の同種の取組を行う際に参考になるであろう事項について記載する。

① 評価の対象、範囲について

事前相談評価の試行においては、参加事業者から提出された書類やヒアリングを通じて受けたサービスに関する説明の内容と、評価対象である「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案の内容との間に齟齬や乖離がないか評価することを前提として検討した。このような手法の他にも、システム監査をするなどして評価対象に係るサービスの実態との齟齬や乖離がないことを評価することも考えられる。また、本事業では評価対象をパーソナルデータの取扱いに関する情報提供や、説明の具体的な内容に限定した。「1.3 本事業における検討及び評価基準の範囲」において記載した通り、消費者との信頼関係を構築するための要素としては、本事業で検討の対象とした、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供や、説明の具体的な内容の他にも、情報提供や説明の方法(当該説明等の画面構成の具体的状況や、当該説明等がどこからリンクされているのか、など)や、消費者による事業者に提供するパーソナルデータの選択の可否などが挙げられる。

評価委員会においても、評価の対象をどの範囲にするのかについては議論になった。

まず、実践案がサービスの実態に照らして適切であるか否かという点も評価対象にしようとする場合、実践案と、参加事業者から提出された書類やヒアリングを通じて受けた説明の内容との間に齟齬や乖離がないことを評価した上で、さらにシステムの監査などを行ってサービスの実態との間に齟齬や乖離がないことも確認することになる。これを実施するには監査を専門とする者の協力を得て、一定の時間をかけて行うことが必要になるが、今回、事前相談評価の試行を行った体制でそれを実施することは不可能であるとの結論に至った。事前相談評価の試行は、平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書を受けた、消費者の十分な理解を前提とした消費者と事業者との間の信頼関係を構築するための「分かり易さに関する手法・アプローチ」の考え方を広く普及させることを目的として実施したものである。事前相談評価の試行の成果として作成された評価基準書について、システム監査も含めた民間事業者等の第三者による評価制度が構築されることは望ましいことではあるが、より裾野広く、即効性ある効果が期待されるのは、このようなアプローチを実践して消費者に向き合ってサービスを提供しようとする事業者自身が参照して利用できるような基準を示すことであるという視点も重要である。

一方、パーソナルデータの提供に関する消費者の選択肢の有無という観点を評価基準に 位置づけるという案は、経済産業省において作成した試行用評価基準案(表 10 を参照)で 示されていたものであった。経済産業省において作成した試行用評価基準案では、①参加 事業者による「分り易さに関する手法・アプローチ」を実践したパーソナルデータの取扱 いに関する情報提供、説明の具体的な内容、②消費者による事業者に提供するパーソナル データの選択の可否及び③情報提供や説明の方法(このうち当該説明等がどこからリンク されているのかなど、消費者の当該説明等へのアクセスのし易さに限る)を評価対象とし、 ①及び③を参加事業者が必ず満たすべき事項とし、②については、一律に実施を求めるも のではないが、これを実施する取組については、消費者とのより高度な信頼関係構築に資 する取組として、積極的に評価することができるもの(いわゆる加点要素)としていた。 しかしながら、評価委員会において、これらはそれぞれ切り分けて考えることができる事 項であり、今回の事前相談評価の試行においては①のみを対象とすべきとする意見があっ た。評価委員会では、②については、消費者とのより良い信頼関係を構築するための要素 は、これに限られるものではなく、これのみを評価対象とすることは望ましくないとの意 見が出された。③については、パーソナルデータの取扱いに関して提供される情報の内容 や、その説明への消費者のアクセスのし易さだけではなく、例えば 1)画面のどこに同意取 得のためのボタンが配置されているべきかといった事項も検討する必要があること、2)その 際、どういった具体的な表示方法(ユーザーインターフェース)であることが、消費者に とって分かり易いのかといった点についても検討する必要があるが、今回の事前相談評価 の試行における評価委員会には具体的表示方法(ユーザーインターフェース)の専門家は おらず、検討が十分にできていないこと、3)今回の事前相談評価の試行においては参加事業 者の実践案を印刷したもの利用して評価をしたが、具体的な表示方法についても評価対象 とするのであれば、実際にどのように表示されているのか確認するために、Web ページや モックアップの電子ファイルを用いて、ディスプレイに表示して評価をすることが不可欠 である(事前相談評価の試行では、パーソナルデータの取扱いに関する説明等は、主とし て Web ページで公開されることが想定されている)との意見が出された。

評価委員会によるこれらの指摘は、今後②及び③について評価基準を作成しようとする際に、先行する取組の成果として、十分参考にすることが望まれる。

② 事業者に求める対応のイメージについて

本事項は、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明の方法を評価する場合に おける検討事項である。

事前相談評価では、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明を 1 つの塊として消費者に表示するもの(従来からプライバシーポリシーや利用規約と同じ形式)と、チュートリアル形式で、消費者が必要なときに必要な情報を消費者に表示するものがあった。後者は主としてスマートフォン向けのサービスで採用されており、今後こういった形式でパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明がされることが多くなると思われるところ、こういった形式が「分かり易さ」の観点からどのように評価されるのか、議論され

た。評価委員会では、チュートリアル形式のような、消費者の操作手順に即して誘導的に情報を提供していくことで幅広い消費者の安心感、納得感、理解度を深める効果が期待できるものの、作為なく網羅的に情報が提供されることが信頼を得る上で重要であるから、全体を網羅した目次ページを用意し、消費者が確認したいと思ったときには当該目次ページから情報提供、説明の全体がリンク等を利用して確認できるようにしておく必要があるだろうとの意見が出された。

③ 直接消費者と対峙しない事業者が講ずべき措置について

本事項は、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明の方法を評価する場合に おける検討事項である。

昨今、他の事業者の Web サイト等で、Web ページ閲覧ソフトごとに利用者のページの閲 覧履歴を収集して分析し、「当該他の事業者」に対して、当該 Web ページ閲覧ソフト利用者 に表示する最適な広告の種類等を自動的に提案するシステムを提供するなど、消費者と直 接対峙することなく、当該消費者のパーソナルデータを取得する事業者が登場しており、 今後こういった形態の事業者がますます増えていくものと考えられる。こういった事業者 は、通常、パーソナルデータを自動的に取得し、また取得するパーソナルデータの提供元 となる消費者に直接連絡する方法をもっておらず、消費者に対して情報提供することが難 しい。パーソナルデータは自動的に取得されることから、消費者も自分のパーソナルデー タが取得されていることに気づかない可能性も高い。評価委員会では、このような事業者 が取り得る方策について議論された。評価委員会では、少なくとも、自分のパーソナルデ ータが取得されていることに気がついた消費者が任意に確認することができるよう、当該 事業者は、「分り易さに関する手法・アプローチ」を実践した自らのパーソナルデータの取 扱いに関する情報提供、説明を Web ページ等において表示しておく必要があるという意見 が出された。また、消費者が自分のパーソナルデータが取得されていることに気づき得る ことを担保するには、「当該他の事業者」は、自らの Web サイトに、たとえばパーソナルデ ータを取得している事業者のアイコンを掲載したり、「Powered by ○○」(○○には事業者 名やサービス名が入る)といった表示をしたりすることが考えられるとの意見が出された。 なお、事前相談評価の試行の参加事業者の中には、消費者と直接対峙する「当該他の事業 者」との契約において、自社が情報取得している旨、情報取得を中止することができる旨 及びその中止の方法を「当該他の事業者」に対して Web サイト上で表示することを義務付 けている事業者もいた。消費者と直接対峙しない事業者が取り得る方策として参考になる ものと思われる。

④ 評価結果について

評価の結果について、全体で合格、不合格という評価結果が出しうるのかということが 議論になった。評価委員会では、個別の評価項目について、これは明らかに望ましい取組 であるということや、これは改善が必要だという評価はし得るが、全体での評価となったときには、個々の評価項目について重要性の重み付けをして評価し、一定の基準引いた上でその基準を満たしていれば「合格」ということをせざるを得ないが、この「重み付け」と「基準の線引き」を客観性かつ妥当性をもって行うことが、現時点ではできないという結論に至った。この点に関しては、今後相談評価を重ねることで、「重み付け」と「基準の線引き」を客観性かつ妥当性をもって行うことができる可能性がある旨意見があり、事前相談評価の本格運用後においては、この水準に達しているのかについて、随時点検が必要になると考えられる。

また、全体で「合格」はもとより、その一部について「合格」とすることでも、消費者にこれを公表した場合、当該評価対象となるサービスや当該サービスを提供する事業者自体が「合格」とされたと受け止められてしまう可能性が指摘された。評価結果を公表する場合は、その評価の範囲を明確にし、その他の観点は評価していないことを明示して消費者の誤解を招かないよう十分な配慮を行わなければならない。消費者が誤解に基づき過度の信頼を事業者に寄せることになれば、消費者の十分な理解を前提とした信頼関係の構築を目指すべきとした平成25年5月10日付「IT融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」の報告書趣旨に悖るものとなる。今後、例えばパーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明の方法について評価基準を作成して評価する場合にも、十分配慮すべき重要な指摘であると考えられる。

⑤ パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明のモデル雛形の提供について

評価委員会では、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明のモデルとなる雛形を提供することの是非が議論された。評価委員会では、雛形を作成すると、それを前提とした「あてはめ」が行われてしまう懸念があり、自らの情報提供、説明と実際のサービスの内容やパーソナルデータの取扱いとの間に齟齬を発生させることを防止するためにも、自らのサービスと向き合ってその内容を文書化することは必要であろうという指摘がされた。事業者が自らのパーソナルデータの取扱いについて消費者に正しくその内容を伝えようとすることは、消費者との信頼関係を構築するために事業者に求められる最も基本的な姿勢であり、例えば、消費者による事業者に提供するパーソナルデータの選択の可否について評価基準を検討する場合等においても参考にすべき事項であると考える(雛形を用意することで、例えば、パーソナルデータの取扱いに関する情報提供、説明においては、消費者が事業者によるパーソナルデータの取得を中止できる旨の説明がされているのにも関わらず、実際にはそれができないといったような事例が発生すること考えられる。)。

7 事前相談評価の本格運用に向けて

7.1 運用コストについて

今後の事前相談評価の本格運用を想定し、運用コストの試算を行った。

なお、試算した運用コストは、事前相談評価の運用コストのみを対象とし、評価基準の 検討及び参加事業者の選定などのコストは対象外とした。

また、参加事業者へのアンケート「4.2 参加事業者に対するアンケート調査の結果」を参照)で明らかになった通り、事前相談評価の試行には、消費者の理解に基づく信頼関係の構築に対して既に積極的な姿勢をとっている事業者が参加している。事前相談評価を本格運用した場合、必ずしもそのような事業者のみが事前相談評価を利用するわけではなく、むしろ相談評価を通じてこれを実現しようとするケースも多くなると考えられる。さらに、参加事業者へのアンケートで明らかになった通り、参加事業者は、有識者とのコミュニケーションを多くとり、自らの「分り易さに関する手法・アプローチ」の実践案をよりよくしたいという意識が強かった。そこで、「評価に必要な時間」について、今回の事前相談評価の試行より多く必要となるバリエーションも示して試算を行う。

事務局の運営費用及び評価委員会の運営費用は、事前相談評価の試行における運用コストの実績を参考に試算した。なお、評価委員会の運営費用は、評価委員を 1. プライバシーの専門家 2. 弁護士など法務従事者 3. 情報セキュリティ専門家 4. 消費者団体の 4 者によって組織するものとし、1 回 2 時間と想定した。また、評価委員への謝金については、事前相談評価の試行における実費で算出すると、定常的に実施することを前提とする事前相談評価の本格運用時における実際のコストに比して安い金額になってしまい参考にならない可能性があるため、「アンケート結果に基づく中小企業のための弁護士報酬の目安」(日本弁護士連合会)を参考に、評価委員会 1 回当たり 50,000 円とした。

事務局の運営費用及び評価委員会の運営費用は、具体的には以下の通りとした。なお、以下の試算では、人件費を中心に運営費用を算出しており、会場借上費等は含まれていない。

- ①事務局による書面評価
 - 1 社当たり 30,000 円
- ②事務局による評価委員会の運営(準備を含む) 評価委員会1回当たり75,000円
- ③評価委員会の実施(評価委員への謝金)

評価委員会 1 回当たり 200,000 円(4 名×50,000 円)

評価委員会を「6.1 試行体制・手続等の見直し」の「(6) 評価委員会による評価」において記載した通り、「1. 参加事業者による説明」「2. 実践案の評価(1回目)」「3. 実践案の評価(2回目)」「4.評価結果の講評と質疑」の4回開催し、それぞれの事業者の「説明」「評

価」「講評と質疑」について、1 社当たり 20 分とした場合の費用は、表 15 の通りである。なお、計算の便宜上、評価委員会は評価対象事業者を6 社ごとに評価するものとした。

1社一回ごと	評価委員会	評価委員会総	事務局運営費用	総運用費用(6	1社当たり
評価時間	総開催数	開催費用(③)	(1)+(2)	社分)	
20分	4 回	800,000 円	480,000 円	1,280,000 円	213,333 円

表 15 事前相談試行運用コスト試算(評価時間 1 社当たり 20 分)

それぞれの事業者の「説明」「評価」「講評と質疑」について、1 社当たり 30 分とした場合の費用は表 16 の通りである。

1 社一回ごと	評価委員会	評価委員会総	事務局運営費用	総運用費用(6	1社当たり
評価時間	総開催数	開催費用(③)	(1)+(2)	社分)	
30分	6 回	1,200,000 円	630,000 円	1,830,000 円	305,000 円

表 16 事前相談試行運用コスト試算 (評価時間 1 社当たり 30 分)

7.2 評価基準の標準化について

平成 25 年 5 月 10 日付「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」で提示された「分かり易さに関する手法・アプローチ」をより広く普及するための取組として、事前相談評価の試行の成果としての評価基準等について、標準化を推進することが考えられる。そこで、今後さらに標準化について検討するに当たって、その前提となる、標準化が必要と思われる事項及び標準化のためのプランの検討を行った。

標準化に向けた検討や具体的なプランの検討に当たっては、既存の標準規格(標準化提案の準備段階にあるものも含む)の調査を行い、また、現行のプライバシーマーク等類似の制度との関連も考慮しつつ、

- 現行制度への拡張(追加・改訂)の可能性の検討
- 新規の標準化提案

という 2 通りのアプローチから、標準化機関に提案を行う際の具体的な作業プランを検討 した。

標準化の必要性が想定されるものとしては、以下が考えられる。

- 1) 利用規約やプライバシーポリシーを分かり易く表現するためのテンプレート
- 2) サービス内容やパーソナルデータの取扱い内容を分かり易く表現するためのテンプレート(情報共有標準ラベル等)
- 3) 評価手順や評価基準を定めた、評価のためのマネジメントシステム

上記のうち、本検討に当たっては、特に 3)を中心とし、標準化のための具体的な活動実施プランを策定した。

(1) 標準化を推進する対象の明確化

上記 1)に関して、利用規約はサービス内容に依存する「契約事項」とも考えられるため、それを標準化することは困難であると考えられる。同様にプライバシーポリシーに関しても、各社各様であることから、テンプレート化は困難であると考えられる。従って、1)に関しては標準化の対象外とし、標準文書の「附録(Appendix)」として事例紹介に留めるのが妥当であると考えられる。

2)に関しても、「分かり易さに関する手法・アプローチ」の実践案はサービス内容によって様々なものが考えられることから、テンプレートの作成までは対象としないことが適切である。ただし、パーソナルデータの取得状況や利用目的の詳細を示す「情報共有標準ラベル」に関しては、情報の整理手法として有効であると考えられることから、標準化のスコープに含めるべきである。

3)の評価手順や評価基準等を含めたマネジメントシステムに関しては、事前相談評価の試行をの成果としての評価基準をもとに標準化に必要な項目の追加や定義等について検討し、標準化が推進できる可能性が高いと考える。標準化提案を提出する機関については、JIS等

の国内標準化機関及び ISO 等の国際標準化機関が想定されるが、既存の標準規格や国際動 向(標準化提案の準備段階にあるものが存在するか等)も踏まえ、計画的な標準化活動が 可能となるようなプランを検討する必要がある。

以下に、上記で示した検討方針に基づき、標準化すべき対象を整理した。

「分かり易さに関する手法・アプローチ」をもとにした標準化提案の対象(案)

1.通知内容

(本標準において規定する内容)

- ① 製品又はサービスの内容
- ② 取得するパーソナルデータの利用目的
- ③ 取得するパーソナルデータの内容と利用方法
- ④ 連携する製品又はサービスの有無
- ⑤ 連携する製品又はサービスの内容
- ⑥ 連携する製品又はサービスが利用するパーソナルデータ ④ オプトアウト方法 の内容と利用方法
- ⑦ オプトアウトの可否と具体的な方法
- ⑧ 消費者がコントロールできる範囲とその方法
- ⑨ パーソナルデータの管理体制
- ⑩ 連携する製品又はサービスとの関係性

2.通知方法

(前記「通知内容」について、具体的な方法について規定)

- ① 通知の対象メディア(通知媒体)
- ② 通知内容の書式(フォント等)

3.表示方法

(前記「通知内容」を表示する場合の具体的な表示方法を規 定)

- ① 必須/任意の取得情報の明確化
- ② 取得情報の表示順
- ③ 取得する情報と当該情報を利用する製品又はサービス の関連
- ⑤ 取得情報の二次利用・共同利用の明示

4.Appendix

(具体例)

- ① 表記内容や表記順等に考慮した利用規約の実現例
- ② 情報共有標準ラベルの様式

(2) 標準化策定に当たり、目標とするターゲット

一口に標準化と言っても、大きく国内における標準と国際標準の2つがある。このうち、 国内における標準規格策定に関しては、日本工業規格(JIS)が最も影響力があり、認知さ れている。従って、国内における標準化に関しては、JIS化を行うことが目標となる。なお、 JIS 化を実施する際には、既に類似の規格が存在するかどうかという点についても考慮が必 要である。類似の規格が既に存在している場合は、既存の規格の拡張とするか、新規に規 格を提案するかを判断しなければならない。また、JIS 規格は工業標準化法により、制定又 は改正後 5 年以内に見直しを行い、必要に応じて改正又は廃止を行うことが定められてい る。従って、既存の JIS 規格の拡張として提案する場合は、改正される時期も考慮する必 要がある。

国際標準に関しては、電気通信分野やインターネット分野に特化したIEEEやW3Cなど、 様々な分野における標準化機構が存在する。なかでも、ISO(国際標準化機構)において制 定される国際標準規格は様々な分野を網羅しており、最も影響力があると言える。従って、 国際標準化に関しては、ISO 化を行うことが目標となる。

(3) 標準化のプロセスとアプローチの検討

以下に、実際に国際標準化提案を行うプロセスについて整理した。標準化機関における標準化プロセス等も考慮し、標準化提案から標準規格の制定までが迅速に実施できるアプローチを検討した。具体的には、

- ➤ 国内での標準化(JIS 化)を先行して実施し、先行事例を作った上で国際標準化 (ISO 化) 提案を行う「迅速手続制度」による標準化提案のアプローチ
- ▶ 提案当初から通常の手続による ISO 化をターゲットとした標準化のアプローチ

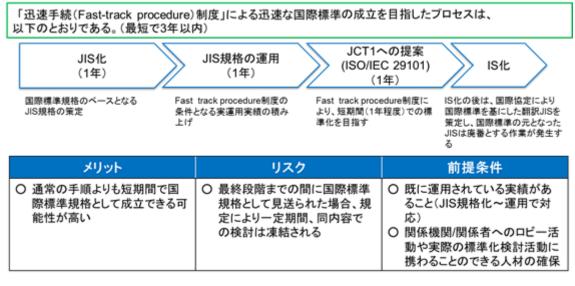
の2通りの可能性が考えられる。

① 「迅速手続制度」による標準化提案のアプローチ

JIS 化を先行して実施し、先行事例を作った上で ISO 化提案を行うアプローチが、「迅速手続(Fast-track procedure)制度」である。JIS 等の既存規格として成立しているという条件がつくが、新規に標準化提案を行うプロセスと比較し、迅速な規格化が見込める。

迅速手続制度における標準化提案は、「1 年程度の実績が既にあること」であり、従ってまずは JIS 化等を推進し、これに基づく運用が実績として存在している必要がある点に注意が必要である。JIS化する場合を例に挙げて、JIS化からの一連のプロセスを考慮すると、概ね3年程度の期間を要すると考えられる。

迅速手続による ISO 化のプロセスをまとめると、図9の通りとなる。



※IS: International Standard (国際規格)

図9 迅速手続による国際標準化のプロセス

② 当初から通常の手続による国際標準化をターゲットとした標準化のアプローチ

JIS 化を実施せず、当初から ISO 化を前提とした標準化提案手法では、ISO が定める通常の手続による手順を踏む必要がある。提案準備期間を含め、約3年半程度の期間を要する。

通常の手続による ISO 化のプロセスをまとめると、図 10 の通りとなる。

「迅速手続(Fast-track procedure)制度」を採らず、直接の国際標準提案を行う場合のプロセスは、 以下のとおりとなる。(提案の準備期間を含め、3.5年程度)

DIS(国際規格 CD(委員会原 FDIS(最終国際 提案内容の草案作成 案)の作成・承 案)の作成・承認 規格案)の作成・ IS化 ~NWIP(~半年) 認(1年) (1年) 承認(1年) 新規に検討を行う検討委員 検討委員会による内容 検討委員会による内容 国際規格としての規格文 書(最終国際規格案)の 会発足のための提案文書作 の検討と規格文書(委 の検討と規格文書(国際 成と委員会の発足 員会原案)の作成・承認 規格案)の作成・承認 作成·承認 (5ヵ国以上の積極的参加) (検討委員会内の投票) (全体の投票) (全体の投票)

メリット	リスク	前提条件
○ 通常の手順により国際標準化が行われるため、関係各国とのコンセンサスを十分にとった標準化推進活動を行うことができる	○ 最終段階までの間に国際標準 規格として見送られた場合、規 定により一定期間、同内容で の検討は凍結される	○ 国際的な関係機関/関係者へ のロビー活動や、それに伴い 実際の標準化検討活動に携わ ることのできる人材の確保

※NWIP: New Work Item Proposal (新規作業項目提案) 図 10 通常の手続による国際標準化のプロセス

なお、上記①②いずれの手法とも、提案の準備期間(各国の関係者との調整などの実施) が必須であり、そのための人材確保が重要である。