

越境移転と個人関連情報に関するプライバシーポリシーでの記載調査と分析

中島 尚斗 †

明治大学総合数理学部 先端メディアサイエンス学科 菊池研究室 †

1 はじめに

デジタル技術の革新により、私たちの個人情報の利用は多様化している。そのため、個人情報保護法が改定され、2022年4月より施行されている。プライバシーポリシーによって企業は利用者にどのように個人情報を保護しているかを示さなくてはならない。しかし度重なる法改正により、企業のプライバシーポリシーの改定が追いついていないことが多い。加えて、長く難解な表現により生活者の理解が困難になる問題が生じている。

そこで、本研究では生活者の理解困難度を定量化するため、専門知識を持たない複数の評価者が、国内の主要な企業198社のプライバシーポリシーに対して企業の個人情報保護方針を生活者が正しく認識出来る十分な記載がなされているかを評価することを試みる。調査後に評価の結果に基づき、誤認を与える要因を分析をする。

2 個人情報保護法

2.1 概要

日本の個人情報保護規定は、個人情報の保護に関する法律 [1] で定められている。デジタル社会の進展に伴い個人情報の利用が著しく拡大していることを背景に作成された。令和2年改正の個人情報保護法 [2] では、漏えい等報告・本人通知の義務化、外国にある第三者への提供、保有個人データの開示方法、個人データの利用の停止・消去等の請求、公表等事項の充実、不適正利用の禁止、個人関連情報、仮名加工情報が変更や追加された。しかし、2021年に行ったプライバシーポリシー分析 [3] によると、多くの業界で第三者提供に関する記述が不足している傾向が明らかになった。

2.2 越境移転

外国にある第三者へ個人データの提供できる条件は次の3つである [4]。(1) 移転先の所在国の名称、当該国における個人情報の保護に関する制度、移転先が講ずる個

人情報の保護のための措置の情報を提供し、本人の同意を得る。(2) 基準に適合する体制を整備した事業者が必要な措置をとり、本人の求めに応じて必要な措置等に関する情報を提供する。(3) 日本と同等の水準国であるEU、英国の場合であること。

2.3 個人関連情報

個人関連情報は、個人に関する情報であって、個人情報、仮名加工情報及び匿名加工情報のいずれにも該当しないものである。個人関連情報を第三者に提供することで、提供先が個人データとして取得することが想定される時には、本人同意が必要となる [4]。例えば、Webサイトの閲覧履歴や利用環境を記録し、マーケティングや操作性の向上に利用するクッキーは、現在多くの企業が導入している代表的な技術である。クッキーの他にも、IPアドレスや端末固有の識別子、購買履歴、閲覧履歴、位置情報など、特定の個人の識別には至らないものの個人に関連する情報が含まれるものが個人関連情報として定義された。

永井ら [5] は2021年にクッキー Consent バナーに関する調査を行い、生活者に誤解を与えるダークパターンの存在を明らかにしている。そのため企業には、生活者が自らの意思でクッキー等利用の可否を決定するための分かりやすい説明や拒否方法の呈示が求められる。

3 プライバシーポリシー調査

3.1 調査目的と方法

企業のプライバシーポリシーを調査し、十分な記載の有無、誤認を与える問題点を明らかにすることが調査の目的である。対象企業は、東洋経済 Online の「好感度が高い企業・ブランドトップ200」[6]の内、プライバシーポリシーを公表していた198社を選定した。選定した企業を22の業種に分け、特に越境移転・個人関連情報を適切に記載しているかを調査した。調査は20代の男女各1名によるものであり、評価者A、Bともに個人情報に関して専門的な知識を持たない。また、評価者は1社あたりの調査時間を計測した。

†Kikuchi Laboratory, Department of Frontier Media Science, School of Interdisciplinary Mathematical Science, Meiji University.

表1 評価記号

	越境移転	個人関連情報
○	条件3つの記載あり	記述あり
△	条件1,2つの記載あり	(該当なし)
×	条件記載なし	(該当なし)
-	外国の記載なし	記述なし、個人データとして第三者提供をしない

表2 プライバシーポリシーの記載結果

	合計	越境移転					個人関連情報		
		○	△	×	-	○割合(%)	○	-	○割合(%)
百貨店・小売り	16	3	0	5	3	18.8	14	2	87.5
自動車	8	1	1	4	2	12.5	6	2	75.0
食品	56	1	2	22	31	55.4	43	13	76.8
衣料・生活用品	19	5	1	5	8	26.3	13	6	68.4
住宅設備	4	1	0	3	0	25.0	4	0	100.0
ゲーム	3	1	0	2	0	33.3	3	0	100.0
電気・精密機器	34	6	5	14	9	17.6	29	5	85.3
重・軽工業	4	1	0	3	0	25.0	3	1	33.3
運輸	5	1	0	3	1	20.0	2	3	40.0
スポーツ用品	6	0	3	1	2	0.0	5	1	83.3
情報通信	9	6	2	1	0	66.7	9	0	100.0
航空	2	1	1	0	0	50.0	2	0	100.0
レンタル	1	0	0	0	1	0.0	1	0	100.0
化粧品	5	1	0	1	3	20.0	4	1	80.0
ハウスメーカー	4	0	0	2	2	0.0	3	1	75.0
テーマパーク	2	0	0	2	0	0.0	1	1	50.0
組合	2	0	0	0	2	0.0	1	1	50.0
映画	1	0	1	0	0	0.0	1	0	00.0
医薬品	8	0	1	3	4	0.0	6	2	75.0
通信販売	4	2	0	0	1	50.0	0	1	0.0
警備	1	0	0	0	1	0.0	0	1	0.0
旅行	4	4	0	0	0	100.0	4	0	100.0

表3 評価者2名の評価ずれ企業数

	評価者A	評価者B	合計
越境移転	○	△	2
		×	1
		-	2
	△	○	0
		×	1
		-	2
	×	○	1
		△	4
		-	8
	-	○	0
△		2	
×		5	
個人関連情報	○	-	9
	-	○	6

表4 高評価企業の特徴

利用しているもの	企業数	割合(%)
個人情報保護委員会のHP・PDF	22	91.7
図	1	4.2
表	11	45.8
プライバシーセンター	3	13.6
プライバシーマーク	6	25.0
動画	1	4.2

3.2 評価と分析

図1 評価と分析
 図1 2人で行った調査結果が不整合した企業数を表3に示す。越境移転・個人関連情報の記載が2人の評価ともに十分である企業は、記載が十分かつ理解がしやすいプライバシーポリシーを作成していると考えられる。

3.2 評価基準

越境移転は、当該外国における個人情報の保護に関する制度、当該第三者が講ずる個人情報の保護のための措置、当該本人に参考となるべき情報の条件の記載の有無で判断する。結果の表現記号を表1に示す。

3.3 調査結果

評価者A、Bの調査では、評価ずれが生じた。そのため、評価ずれ企業を再調査した。結果を表2に示す。個人関連情報については多くの業種で記載が多くある。情報通信(66.7%)、旅行(100.0%)の業種では、越境移転の記載が十分である。一方、自動車(12.5%)、電気・精密機器(17.6%)、医薬品(0.0%)の業種では記述が不十分な傾向がある。ただし、調査した企業数が5社未満の業種は、傾向をつかむには不十分と考えた。

4.1 高評価企業

越境移転・個人関連情報の記載が2人の評価ともに十分である企業を高評価企業とした。高評価企業数は全24社である。この高評価企業の特徴を表4に示す。共通する特徴は、個人情報保護委員会のHPやPDFを利用していることである。これにより、越境移転の条件を満たしている。高評価企業の中には、プライバシーセンターを作成する企業もある。例として図1にヤフー株式会社のプライバシーセンターを示す。このプライバシーセンターでは、プライバシーポリシーがわかりやすくまとめているだけでなく、理解の助けとなるプライバシーポリシーの用語を解説している。

4.2 評価ずれとその要因

評価がずれた企業数は全38社である。評価がずれた主な要因は、1. 越境移転の当該本人に参考となる情報で



図1 ヤフー株式会社のプライバシーセンター ([8] より引用)

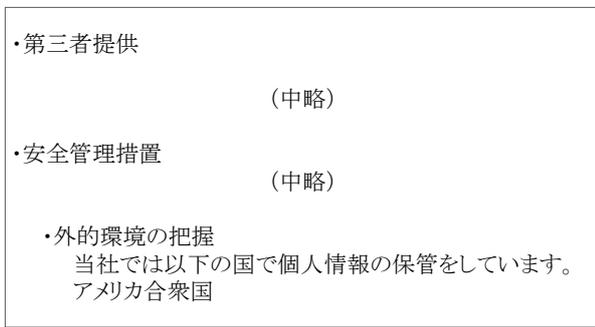


図2 評価ずれの生じたプライバシーポリシー例

表5 検証

	安全管理措置		文字リンク		テキストの隠れ	
	個数	割合 (%)	個数	割合 (%)	個数	割合 (%)
判断ずれ	7	18.4	27	71.0	2	5.3
全体	19	9.6	156	78.3	15	7.5

あるか否か, 2. 第三者提供の項目以外での越境移転に関する記載, 3. 文字リンクの見逃しなどである. 2番目に挙げた要因は, 越境移転の要件が記載されている箇所がまちまちであり安全管理措置が記載されている項目にあったため見逃しが生じていた. 評価ずれが生じた例を図2に示す.

評価ずれの要因としてあげた第三者提供以外の項目での記載, 文字リンクに読み逃し, アコーディオンメニューによるテキストの隠れなどがある. 評価ずれの要因を全企業で調査した. 結果を表5に示す. 安全管理措置は, 第三者提供の項目以外で越境移転に関する記載が多かった項目である. 安全管理措置内での記載は全体より判断ずれの方が割合が高いため, 誤認を与える要因の一つと考えられる. 逆に文字リンクやテキストの隠れは全体の方が判断ずれ企業より割合が高い.

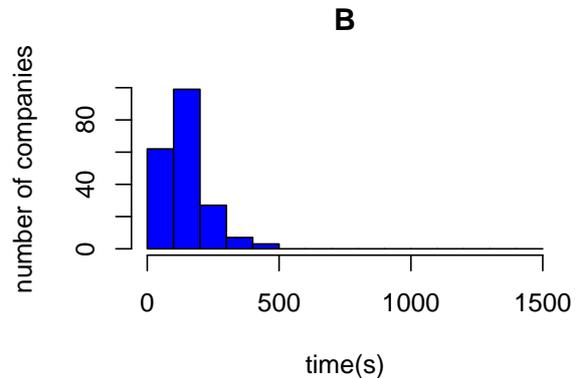
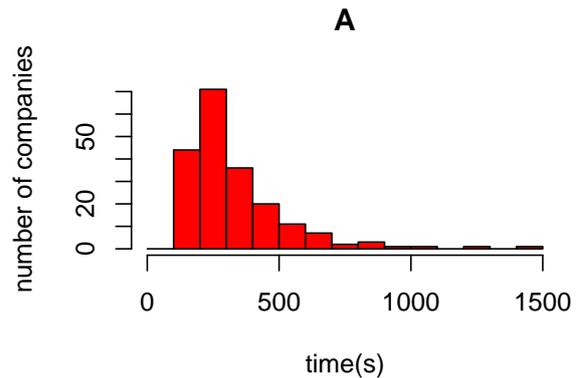


図3 計測時間の分布

4.3 計測時間

二人の調査時間を図3に示す. 評価者Aの平均330.7秒, 評価者Bの平均147.2秒である. 評価者Aが評価者Bよりも調査時間長い傾向にある. 評価者Aは, 一部の企業について著しく長く時間がかかっている. 他より時間がかかる企業は, 必要な情報を読み取りにくいプライバシーポリシーと考えられる.

4.4 考察

安全管理措置での越境移転記載が誤認の要因として大きかった理由は, 誤認の要因と考えられる文字リンクをせずに, リンクをそのまま貼るなどの対策をすることでご認識を防止することができると思われる.

5 おわりに

本稿では, プライバシーポリシーの調査と分析を行い, 誤認を与える要因を明らかにした. いくつかの業種では調査した企業数が少なく, 傾向がつかめない結果と

なり今後の課題とする。

また、改正された個人情報保護法の越境移転と個人関連情報の2項目だけを行ったため、他の項目の調査は今後の課題とする。

参考文献

- [1] e-Gov ポータル, “平成十五年法律第五十七号 個人情報の保護に関する法律”, (<https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=415AC0000000057>, 2022年11月参照).
- [2] 個人情報保護委員会, “改正個人情報保護法 特集”, (https://www.ppc.go.jp/news/kaiseihou_feature/, 2022年11月参照).
- [3] 森啓華, 永井達也, 高田雄太, 神菌雅, 紀, “プライバシーポリシー分類による法律遵守の分析”, *Computer Security Symposium 2021*, pp. 1061-1068, 2021.
- [4] 個人情報保護委員会, “マンガで学ぶ個人情報保護法”, (https://www.ppc.go.jp/news/anime_personalinfo/top/, 2022年11月参照).
- [5] 永井達也, 高田雄太, 神菌雅紀, “クッキー consent バナーにおけるダークパターンの実態調査”, *Computer Security Symposium 2021*, pp. 1053-1060, 2021.
- [6] 東洋経済 Online, “好感度が高い企業・ブランド「トップ200」”, (<https://toyokeizai.net/articles/-/141280>, 2022年8月参照).
- [7] 個人情報保護委員会, “令和2年改正個人情報保護法について”, (<https://www.ppc.go.jp/personalinfo/legal/kaiseihogohou/>, 2022年11月参照).
- [8] ヤフー株式会社, “Yahoo! JAPAN プライバシーセンター”, (<https://privacy.yahoo.co.jp/>, 2022年11月参照).