

# プライバシーポリシーを読まない理由に関する一考察

金森 祥子<sup>1</sup> 野島 良<sup>1</sup> 岩井 淳<sup>2</sup> 川口 嘉奈子<sup>3</sup> 佐藤 広英<sup>4</sup> 諏訪 博彦<sup>5</sup> 太幡 直也<sup>6</sup>

**概要:** サービス提供者が、ユーザのパーソナルデータを収集・利用する場合、事前にサービス提供者とユーザの間において合意形成が必要とされている。その方法の一つとして、プライバシーポリシーを提示する方法が広く普及している。ユーザは、提示されたプライバシーポリシーを読んで、同意するまたは同意しないという選択権を持つことにより、ユーザのプライバシーが保護されている。しかし、一般にプライバシーポリシーは長くて難解であるため、読んでいないユーザが多いとされている。本研究では、利用するサービスによって、ユーザがプライバシーポリシーを読む度合いが異なることを調査したので報告する。本研究における調査の結果、ユーザがプライバシーポリシーを読まない理由は、実は長さ・難解さだけではなく、提供を受けるサービスにも依存していることを示した。

**キーワード:** UWS, パーソナルデータ, 同意取得, プライバシーポリシー

## A study for reasons why users do not read privacy policies

SACHIKO KANAMORI<sup>1</sup> RYO NOJIMA<sup>1</sup> ATSUSHI IWAI<sup>2</sup> KANAKO KAWAGUCHI<sup>3</sup> HIROTSUNE SATO<sup>4</sup>  
HIROHIKO SUWA<sup>5</sup> NAOYA TABATA<sup>6</sup>

**Abstract:** Notice and choice have become mandatory activities for service providers in order to collect users' personal data. Therefore, most service providers notify users of their privacy policies. Nevertheless, it is reported that most users do not read privacy policies because they are lengthy and complex. In this paper, we conducted a survey and explored more deeply the reasons why users do not read privacy policies. From our surveys, it becomes clear lengthy and complexity are not only the reason, but also scenarios or conditions have more weight to the reason. In future work, we will investigate these scenarios by imposing more detailed conditions.

**Keywords:** UWS, notice and choice, privacy concern, privacy policy

### 1. はじめに

近年、サービス提供者がユーザのパーソナルデータを収集・利用する際には、ユーザとサービス提供者の間において取得する情報等について合意形成が必要とされている。合意形成を行う手法として、プライバシーポリシーを提

示し(ユーザへの告知)、ユーザの同意を得る(情報提供・開示への同意)という枠組みが一般に広く利用されている。実際、我々が行った簡単な調査では、ALEXA TOP500 By Country (Japan) の上位 30 ウェブサイトのうち、プライバシーポリシーを提示しているサイトが 24 サイト、個人情報取扱規約として提示しているサイトが 3 サイト、提示のないサイトが 3 サイトであった。この枠組みは、法律やそれに付随するガイドライン [1], [2], [3], [4] でも規程されており、法制度の整備とともに普及しつつある。これは、プライバシーバイデザイン [5], 自己情報コントロール権 [6] 等の社会実装の形態の一つとして考えることができる。

<sup>1</sup> 国立研究開発法人情報通信研究機構  
National Institute of Information and Communications Technology  
<sup>2</sup> 群馬大学 Gunma University  
<sup>3</sup> 東京藝術大学 Tokyo University of the Arts  
<sup>4</sup> 信州大学 Shinshu University  
<sup>5</sup> 奈良先端技術大学院大学  
Nara Institute of Science and Technology  
<sup>6</sup> 愛知学院大学 Aichi Gakuin University

## 1.1 本研究の貢献

このように広く普及しているプライバシーポリシーを利用した合意形成の枠組みであるが、実際にはプライバシーポリシーを読んでいるユーザは少なく、形骸化しているという指摘 [7], [8] がある。その原因として、プライバシーポリシーが長いこと [9], [10], 理解が難しいこと [11], [12], [13] が挙げられている。これらの調査結果を受けて、プライバシーポリシーが短く、理解が容易なら、ユーザはプライバシーポリシーを読むのかという別の疑問が生じる。

そこで本稿では、[7], [9], [10] の調査をさらに一歩進め、プライバシーポリシーを読む・読まないというユーザの判断は、長さや難しさだけではなく、サービスの内容にも依存していることを示す。より詳細には、我々は、どのようなサービスのときプライバシーポリシーを読むユーザが増え、あるいは逆に減るかについて調査を行ったので、結果を報告する。また、プライバシーポリシーを読んだ際に、ユーザにとって、具体的にどのキーワードが理解が難しいのかについても調査したため、合わせて報告する。

## 1.2 本稿の構成

本稿の構成は、次の通りである。次節では、プライバシーポリシーと同意取得に関する既存研究、第3節では、日常生活におけるプライバシーポリシーに関する調査の調査手法、結果及び考察について、第4節では、サンプルプライバシーポリシー提示による調査の調査手法、結果及び考察について、第5節ではまとめと今後の展望について述べる。

## 2. 既存研究

プライバシーポリシーを読まないユーザが多いという問題を解決するために、ユーザにとってわかりやすいプライバシーポリシーを提示する方法が提案されている。[14] では、コンピュータで直接読み取って利用できる形式のプライバシーポリシーを作成する仕様が提示されている。[15] では Privacy Bird というアイコンで表示することにより、[16] では表形式で表示することにより、[17] では栄養素表の方法で表示することにより、ユーザにとってよりわかりやすいプライバシーポリシーの提示方法が提案されている。しかし、これらの提案手法は、実社会において広く普及するには、まだ至っていない [18]。

## 3. 日常生活におけるプライバシーポリシーに関する調査

ユーザが日常生活においてプライバシーポリシーを読んでいるか、またプライバシーポリシーの内容を理解しているかについて、調査する。シナリオは、P3P に基づき抽出した 16 項目のパーソナルデータの種類 (表 1) と 5 項目のパーソナルデータの利用目的 (表 2) [19] に着目し、回答者が自身の日常生活におけるシーンを思い浮かべて回答でき

表 1 パーソナルデータの種類

1.	実社会における連絡先情報
2.	オンライン連絡先情報
3.	ユニークな識別子
4.	購買情報
5.	財務情報
6.	コンピュータ情報
7.	閲覧情報
8.	サービスへのリクエスト
9.	個人の特徴情報
10.	メッセージ内容
11.	セッション管理情報
12.	市民情報
13.	健康情報
14.	嗜好情報
15.	位置情報
16.	政府発行の識別子

表 2 パーソナルデータの利用目的

A.	本来のサービス提供
B.	システム管理
C.	マーケティング調査
D.	利用者の行動分析
E.	利用者への推薦

表 3 プライバシーポリシーを読む度合い調査のシナリオ

1.	クレジットカード
2.	お店のポイントカード
3.	お店の顧客登録・カスタマーカード
4.	保険商品・金融商品
5.	住宅 (購入)
6.	住宅 (賃貸)
7.	ネットショッピングサイト
8.	SNS
9.	WEB サービスやアプリのダウンロード・登録時
10.	WEB サービスやアプリの更新時
11.	登録せずに利用する WEB サイト、サービス
12.	病院やエステ、脱毛サロンなど
13.	マーケティング調査 (個人を特定しない)
14.	利用者の行動分析 (個人を特定しない)
15.	図書館などの公共施設の利用登録
16.	公共料金の書類
17.	銀行の口座作成時
18.	宿泊予約サイト

るシナリオとしている。5 項目の利用目的に対して、対象となるパーソナルデータが収集されるシナリオを設定している。例えば、本来のサービス提供という利用目的で、実社会における連絡先情報、オンライン連絡先情報、財務情報、個人の特徴情報等を収集し利用されるシナリオとして、クレ

(%)

		全文を読む	部分的に読む	読むというより、 流し見する程度	表示・記載 されていても、 全く読まない	プライバシーポリ シー等が表示・記載 されているのを見た ことがない
n=						
5. 住宅(購入)	2,000	30	19	19	12	21
6. 住宅(賃貸)	2,000	26	22	20	13	19
17. 銀行の口座作成時	2,000	17	29	30	16	9
4. 保険商品・金融商品	2,000	15	28	31	17	9
18. 宿泊予約サイト	2,000	14	28	30	17	12
16. 公共料金の書類	2,000	12	26	31	18	12
12. 病院やエステ、脱毛サロンなど	2,000	10	19	29	21	21
7. ネットショッピングサイト	2,000	8	28	37	19	9
15. 図書館などの公共施設の利用登録	2,000	8	19	34	23	17
1. クレジットカード	2,000	7	22	45	20	7
13. マーケティング調査(個人を特定しない)	2,000	7	19	35	23	16
9. WEBサービスやアプリのダウンロード・登録時	2,000	6	21	36	22	14
14. 利用者の行動分析(個人を特定しない)	2,000	6	17	34	24	20
2. お店のポイントカード	2,000	5	21	44	23	7
10. WEBサービスやアプリの更新時	2,000	5	20	37	24	15
8. SNS	2,000	5	16	33	24	23
3. お店の顧客登録・カスタマーカード	2,000	5	17	42	26	11
11. 登録せずに利用するWEBサイト、サービス	2,000	4	13	33	29	21

※「全文を読む」のスコアを基準に降順で表示。

図 1 日常生活においてプライバシーポリシーを読む度合い (18 種類の比較)

(%)

		正確に 理解できている	なんとなく 理解できている	あまり 理解できていない	全く 理解できていない	そもそも 理解する気がない
n=						
17. 銀行の口座作成時	1,504	15	60	22	2	1
5. 住宅(購入)	1,341	13	52	29	3	3
16. 公共料金の書類	1,396	13	61	23	2	1
18. 宿泊予約サイト	1,423	13	61	23	2	2
15. 図書館などの公共施設の利用登録	1,216	12	61	24	2	1
6. 住宅(賃貸)	1,369	12	53	29	3	3
1. クレジットカード	1,467	9	62	26	2	1
2. お店のポイントカード	1,407	9	66	22	2	1
7. ネットショッピングサイト	1,456	9	62	26	2	2
4. 保険商品・金融商品	1,483	9	53	32	4	2
12. 病院やエステ、脱毛サロンなど	1,166	8	57	28	3	3
8. SNS	1,078	8	53	33	3	3
3. お店の顧客登録・カスタマーカード	1,264	7	61	28	2	1
13. マーケティング調査(個人を特定しない)	1,224	7	57	32	3	2
9. WEBサービスやアプリのダウンロード・登録時	1,274	7	55	33	3	2
14. 利用者の行動分析(個人を特定しない)	1,140	7	54	35	3	2
11. 登録せずに利用するWEBサイト、サービス	999	6	53	36	3	2
10. WEBサービスやアプリの更新時	1,233	6	54	34	3	2

※「正確に理解できている」のスコアを基準に降順で表示。

図 2 プライバシーポリシーの理解度 (18 種類の比較)

ジットカード作成時、銀行の口座作成時というシナリオを設定している。また、利用者への推薦という利用目的で、実社会における連絡先情報、オンライン連絡先情報、購買情報、閲覧情報、嗜好情報等を収集し、利用されるシナリオとして、宿泊予約サイト利用というシナリオを設定している。マーケティング調査、利用者の行動分析という利用目的については、個人を特定しないという設定のシナリオとしている。18種類のシナリオに関して、プライバシーポリシー

を読む度合いと、理解度について、調査する。我々が設定したシナリオは、表3のとおりである。各シナリオのプライバシーポリシーを読む度合いを1)全文を読む、2)部分的に読む、3)読むというより流し見する程度、4)表示・記載されていても全く読まない、5)プライバシーポリシー等が表示・記載されているのを見たことがないの5段階回答、また理解度1)正確に理解できている、2)なんとなく理解できている、3)あまり理解できていない、4)全く理解できてい

ない, 5) そもそも理解する気がないの 5 段階回答で調査する. なお, 理解度は客観的な評価ではなく, 自己申告による回答である.

### 3.1 手法

全国 20~69 歳のデジタル機器を保有している男女が対象である. サンプル数は 2,000, 男女 10 歳刻みに各 200 サンプルを収集した. 調査手法は, ウェブ調査である.

**調査時期** 2017 年 1 月 23 日から 25 日に実施した.

本調査は, 国立研究開発法人情報通信研究機構パーソナルデータ取扱研究開発審議会の承認を受けて実施した.

## 3.2 結果及び考察

### 3.2.1 プライバシーポリシーの熟読度

18 種類のシナリオに関して, ユーザが日常生活においてプライバシーポリシーを読む度合いを調査した (図 1). 全シナリオを通して, 「プライバシーポリシー等が, 表示・記載されているのを見たことがない」という回答の平均は 14.5% であり, 大多数のユーザがプライバシーポリシーの存在は, 認識していることがわかる. プライバシーポリシーを「全文読む」割合が多いシナリオは, 最大が住宅 (購入)(30%) であり, 住宅 (賃貸)(26%), 銀行の口座作成時 (17%), 保険商品・金融商品 (15%) と続く. プライバシーポリシーを「部分的に読む」, 「読むというより, 流し見する程度」, 「表示・記載されていても, 全く読まない」の合計の割合が多いシナリオは, お店のポイントカード (87.9%), クレジットカード作成 (86.2%), お店の顧客登録・カスタマーカード (84.6%), ネットショッピングサイト (83.6%), WEB サービスやアプリの更新時 (80.5%), WEB サービスやアプリのダウンロード・登録時 (79.6%) の順であった.

### 3.2.2 プライバシーポリシーの理解度

18 種類のシナリオのプライバシーポリシーを「全文を読む」, 「部分的に読む」, 「流し見程度」と回答した回答者に対し, 各プライバシーポリシーに対する「理解度」について調査した (図 2). 「正確に理解できている」割合が多いシナリオは, 銀行の口座作成時 (14.1%), 住宅 (購入)(12.9%), 公共料金の書類 (12.8%), 宿泊予約サイト (12.5%), 図書館などの公共施設の利用登録 (11.8%), 住宅 (賃貸)(11.7%) という結果となった.

### 3.2.3 読まない理由

18 種類のシナリオのプライバシーポリシーについて, 「部分的に読む」, 「流し見する程度」, 「全く読まない」と回答した回答者に対し, 「読まなかった・読み飛ばした理由」を質問した (図 3). プライバシーポリシーを読まない理由としては, 「文章の量が多い」という回答が多く (76.7%), 次に「難しそうな語句が多かった」(37.7%), 「同意しなければ登録が完了しないため, 読んでも読まなくても一緒だと思った」(28.7%), 「どのプライバシーポリシーも同様の内

容で, 読む必要が無いと思った」(26.1%) と続いた. 今回の調査においても, 既存研究 [9], [10], [11], [12], [13] で指摘されたのと同様に, プライバシーポリシーは「長い」「難解である」から読まないという結果が得られた.

### 3.2.4 社会心理学における Satisfice

社会心理学における Satisfice 傾向がプライバシーポリシーを読むユーザに発生しているとも考えられる. [20],[21] では, オンライン調査における Satisfice について言及されており, Satisfice が起こる主要な原因として, 調査項目の内容や表現のむずかしさ, 回答者の能力, 回答者の動機づけが挙げられている. 社会心理学における元来の Satisfice (努力の最小限化) は, 人間の認知的資源に限りがあることが, 要求に対する努力を最小化しようとする傾向につながることを指すとされる. プライバシーポリシーを読む・読まないというユーザの判断が Satisfice に起因するものだと考えると, プライバシーポリシーの難しい内容や表現をわかりやすくすることに加えて, ユーザがプライバシーポリシーを読む動機づけも重要となる.

## 4. サンプルプライバシーポリシー提示による調査

日常生活におけるプライバシーポリシーの熟読度, 理解度の調査の結果, シナリオに依存して熟読度, 理解度が異なることが判明した. 同じプライバシーポリシーを読んで, どの程度理解度に差があるのか, またプライバシーポリシーに記載されている単語のうち, 具体的にどの単語がわからないのかについて調査するために, サンプルプライバシーポリシーを提示して調査した. 我々が提示したサンプルプライバシーポリシーは, 付録 A.1 のとおりである. サンプルプライバシーポリシーには, 収集するプライバシー情報, 収集方法, 収集・利用目的, データの管理, 第三者提供, 個人情報の開示, 子どもの個人情報, 訂正及び削除, 利用停止, プライバシーポリシーの変更, 問い合わせ先等を網羅的に記載した. 企業名, 業種の特定はしないプライバシーポリシーとしている.

### 4.1 手法

3.1 と全て同様である.

### 4.2 結果及び考察

#### 4.2.1 サンプルプライバシーポリシーの理解度

サンプルプライバシー 付録 A.1 を提示して, どの程度理解できたかについて, 調査した (図 4). 理解できている (「正確に理解できている」, 「なんとなく理解できている」の合計) の割合は, 半数程度 (54.1%) であった.

#### 4.2.2 サンプルプライバシーポリシーを読んで理解できなかった単語

サンプルプライバシーポリシーを読んで理解できなかった

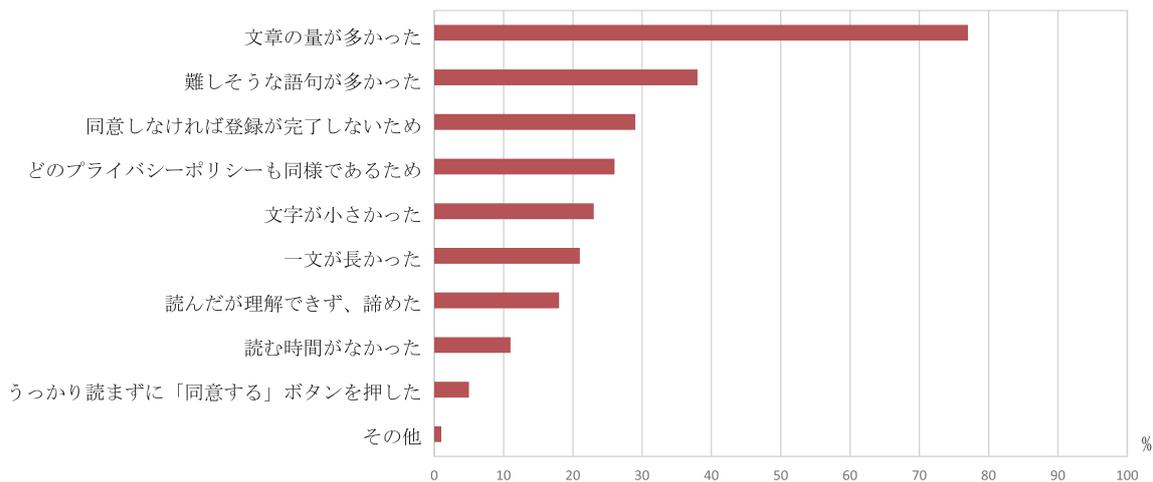


図 3 プライバシーポリシーを読まない理由

		n=	正確に理解できている	なんとなく理解できている	あまり理解できていない	全く理解できていない	そもそも理解する気がない
全体		2,000	6	48	32	4	11
性/年代別	男性20代	200	6	45	28	7	15
	男性30代	200	11	44	32	5	9
	男性40代	200	6	55	30	2	8
	男性50代	200	8	50	32	3	9
	男性60代	200	9	46	31	4	12
	女性20代	200	4	42	34	5	16
	女性30代	200	6	50	31	6	8
	女性40代	200	7	45	37	3	10
	女性50代	200	3	52	32	4	10
	女性60代	200	5	51	33	2	11

図 4 サンプルプライバシーポリシーの理解度

た単語を調査するために、自由回答による記入を求めた。最低一語回答することで次の設問に進むことができる設定とした。また、最高5語まで回答可能とした。サンプルプライバシーポリシーは何度でも読み返すことを可能とした。自由回答の欄に、「理解できない単語がない」と記入した回答者が769サンプル(39%)、「そもそも理解する気がない」、「何らかの要因で読む気がしない」と記入した回答者が47サンプル(2.3%)であった。理解できない単語を記入した回答者1,184サンプルの回答は、Cookie(24.0%)、特性情報(21.8%)、プライバシーポリシー(9.0%)、IPアドレス(5.3%)、個人情報(7.6%)、個体識別情報(6.7%)であった。結果は、第1回答から第5回答の合計値である。また、Cookieの回答は、大文字小文字を区別せずカウントし、カタカナ表記(クッキー)も含める。理解できない単語は、プライバシーポリシー全体に係るプライバシーポリシー、個人情報を除くと、Cookie、特性情報、IPアドレス、個体識別情報を挙げた回答者が多い。

#### 4.3 考察

ユーザがわからないと挙げた単語は、Cookieが圧倒的に多く(24%)、[22]で指摘されているとおり、行動ターゲティング広告はユーザには理解されにくいことが判明した。ユーザがわからないと回答した単語は、付録A.1第2条(2)収集する情報に記載されている単語である。ユーザは収集される情報に関心が高く、その条項にわからない単語があるため、プライバシー侵害に対する不安につながると考えられる。

#### 5. まとめと今後の展望

プライバシーポリシーが提示されていることはユーザに認識されているが、ユーザがプライバシーポリシーを読むことと理解することについては、まだ不十分であることが明らかになった。ユーザがプライバシーポリシーを読まない理由としては、プライバシーポリシーが長い、理解が困難であることが本調査で再確認されたが、提供されるサービスにも依存することが結果として提示された。高価な買

物、機微情報の提供を要求されるものに対しては、プライバシーポリシーを読むユーザが多くなるが、ポイントカード、ネットショッピングサイトなど、頻度が高い状況では、読むというより流し見程度の比率が高くなる。今回の調査では、どのようなシナリオでユーザがプライバシーポリシーを読むのか、読まないのかということ調査したが、今後、提示したシナリオにおいて、プライバシーポリシーを読まないことに結びつく要因を追求したい。また、今回はユーザのプライバシーポリシーの理解度について、自己申告回答を利用したが、客観的な理解度の評価についても、検討を進めたい。

謝辞 本論文作成にあたり、ご協力いただいた公益財団法人未来工学研究所笠井祥氏、林隆臣氏、国立研究開発法人情報通信研究機構黒川貴司氏に感謝いたします。

## 参考文献

- [1] 入手先 (<http://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecdguidelinesontheprotectionofprivacyandtransborderflowsofpersonaldata.htm>) (参照 2017-08-21).
- [2] 入手先 (<https://www.whitecase.com/publications/article/white-house-re-introduces-consumer-privacy-bill-rights-act>)  
入手先 (<https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2012/02/23/we-can-t-wait-obama-administration-unveils-blueprint-privacy-bill-rights>) (参照 2017-08-21).
- [3] 入手先 ([http://ec.europa.eu/justice/data-protection/reform/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/data-protection/reform/index_en.htm)) (参照 2017-08-21).
- [4] 入手先 ([http://www.ppc.go.jp/files/pdf/290530\\_personal\\_law.pdf](http://www.ppc.go.jp/files/pdf/290530_personal_law.pdf)) (参照 2017-08-21).
- [5] 入手先 (<https://www.ipc.on.ca/wp-content/uploads/Resources/7foundationalprinciples.pdf>) (参照 2017-08-21).
- [6] A.F.Westin, "Privacy and Freedom", New York: Atheneum, 1967.
- [7] F.Cate, "The Limits of Notice and Choice", IEEE Security & Privacy, 8(2):59-62, March, 2010.
- [8] President's council of Advisors on Science and Technology, "Big data and privacy: A technological perspective", Report to the President, Executive Office of the President, May, 2014.
- [9] Aleecia M. McDonald, Lorrie Faith Cranor, "The Cost of Reading Privacy Policies", A Journal of Law and Policy for the Information Society (2008 年)
- [10] C.Jensen and C.Potts, "Privacy policies as decision-making tools: An evaluation of online privacy notices", In Proc. CHI '04, pp.471-478, ACM, 2004.
- [11] Joel R. Reidenberg, Travis Breaux, Lorrie Faith Cranor, et al. "Disagreeable Privacy Policies: Mismatches Between Meaning and Users' Understanding", TPRC2014, September, 2014.
- [12] I.Pollach, "What's wrong with online privacy policies?", COMMUNICATIONS OF THE ACM, Vol.50, No.9, pp.103-108, September, 2007.
- [13] J. Reidenberg, A.M. MacDonald, F. Schaub, N. Sadeh, A. Acquisti, T. Breaux, L.F. Cranor, F. Liu, A. Grannis, J.T. Graves, et al., "Disagreeable privacy policies: Mismatches between meaning and users' understanding", Berkeley Technology Law Journal, 30(1),pp.39-88, 2015.
- [14] W3C Working Group, "The Platform for Privacy Preferences 1.1(P3P1.1) Specification", November 2006, <http://www.w3.org/TR/P3P11/>
- [15] Lorrie F. Cranor, Praveen Guduru, and Manjula Arjula, "User Interfaces for Privacy Agents", ACM Transaction on Computer-Human Interaction, Vol.13, No.2, June 2006, pp.135-178.
- [16] Robert W. Reeder, Patric Gage Kelley, Aleecia M. McDonald, "A User Study of the Expandable Grid Applied to P3P Privacy Policy Visualization", WPES' 08, October 27, 2008, ACM.
- [17] Patric Gage Kelley, Joanna Bresee, Lorrie Faith Cranor, and Robert W. Reeder, "A nutrition label for privacy", In Proceedings of the 5th Symposium on Usable Privacy and Security, Article No.4, ACM, 2009.
- [18] 櫻井 宏樹, 高木 浩光, 山名 早人, "WWW における P3P コンパクトポリシーの利用状況に関する調査", DEIM Forum 2010, D8-5, March, 2010.
- [19] 中村徹, 清本晋作, ウェルデルファエル B. テスファイ, ジュザベルサーナオルベラ, "機械学習によるプライバシー設定推測手法の精度向上に関する一考察", コンピュータセキュリティシンポジウム 2016 論文集, Vol.2016, No.2, pp.18-25, October 2016.
- [20] 三浦麻子, 小林哲郎, "オンライン調査モニタの Satisfice に関する実験的研究", 社会心理学研究, 第 31 巻第 1 号, 2015 年, 1-12.
- [21] 三浦麻子, 小林哲郎, "オンライン調査における努力の最小限化 (Satisfice) 傾向の比較: IMC 違反率を指標として", メディア・情報・コミュニケーション研究 2016 年, 第 1 巻, pp.27-42.
- [22] Edith G. Smit, Guda Van Noort, Hilde A.M. Voorveld, "Understanding online behavioural advertising: User knowledge, privacy concerns and online coping behaviours in Europe", Computers in Human Behaviour, Vol.32, March 2014, pp.15-22.

## 付 録

### A.1 サンプルプライバシーポリシー (抜粋)

#### プライバシーポリシー

\_\_\_\_\_ (以下、「当社」といいます。)は、本ウェブサイト上で提供するサービス (以下、「本サービス」といいます。)におけるプライバシー情報の取扱いについて、以下のとおりプライバシーポリシー (以下、「本ポリシー」といいます。)を定めます。

#### 第1条 (プライバシー情報)

- (1) プライバシー情報のうち「個人情報」とは、個人情報保護法にいう「個人情報」を指すものとし、生存する個人に関する情報であって、当該情報に含まれる氏名、生年月日、住所、電話番号、連絡先その他の記述等により特定の個人を識別できる情報を指します。
- (2) プライバシー情報のうち「履歴情報および特性情報」とは、上記に定める「個人情報」以外のものをいい、当社サービスをご利用の際のID、ご利用いただいたサービスやご購入いただいた商品、ご覧になったページや広告の履歴、ユーザーが検索された検索キーワード、ご利用日時、ご利用の方法、ご利用環境、郵便番号や性別、職業、年齢、ユーザーのIPアドレス、Cookie情報、位置情報、端末の個体識別情報などを指します。

#### 第2条 (プライバシー情報の収集方法)

- (1) 当社は、ユーザーが利用登録をする際に氏名、生年月日、住所、電話番号、メールアドレス、銀行口座番号、クレジットカード番号、運転免許証番号などの個人情報をお尋ねすることがあります。また、ユーザーと提携先などとの間でなされたユーザーの個人情報を含む取引記録や、決済に関する情報を当社の提携先 (情報提供元、広告主、広告配信先などを含みます。以下、「提携先」といいます。) などから収集することがあります。
- (2) 当社は、ユーザーについて、利用したサービスやソフトウェア、購入した商品、閲覧したページや広告の履歴、検索した検索キーワード、利用日時、利用方法、利用環境 (携帯端末を通じてご利用の場合の当該端末の通信状態、利用に際しての各種設定情報なども含みます)、IPアドレス、Cookie情報、位置情報、端末の個体識別情報などの履歴情報および特性情報を、ユーザーが当社や提携先のサービスを利用またはページを閲覧する際に収集します。

#### 第3条 (個人情報を収集・利用する目的)

- (1) 当社が個人情報を収集・利用する目的は、以下のとお

りです。

- (a) ユーザーに自分の登録情報の閲覧や修正、利用状況の閲覧を行っていただくために、氏名、住所、連絡先、支払方法などの登録情報、利用されたサービスや購入された商品、およびそれらの代金などに関する情報を表示する目的
- (b) ユーザーにお知らせや連絡をするためにメールアドレスを利用する場合やユーザーに商品を送付したり必要に応じて連絡したりするため、氏名や住所などの連絡先情報を利用する目的
- (c) ユーザーの本人確認を行うために、氏名、生年月日、住所、電話番号、銀行口座番号、クレジットカード番号、運転免許証番号、配達証明付き郵便の到達結果などの情報を利用する目的
- (d) ユーザーに代金を請求するために、購入された商品名や数量、利用されたサービスの種類や期間、回数、請求金額、氏名、住所、銀行口座番号やクレジットカード番号などの支払に関する情報などを利用する目的
- (e) ユーザーが簡単にデータを入力できるようにするために、当社に登録されている情報を入力画面に表示させたり、ユーザーのご指示に基づいて他のサービスなど (提携先が提供するものも含みます) に転送したりする目的
- (f) 代金の支払を遅滞したり第三者に損害を発生させたりするなど、本サービスの利用規約に違反したユーザーや、不正・不当な目的でサービスを利用しようとするユーザーの利用をお断りするために、利用態様、氏名や住所など個人を特定するための情報を利用する目的
- (g) ユーザーからのお問い合わせに対応するために、お問い合わせ内容や代金の請求に関する情報など当社がユーザーに対してサービスを提供するにあたって必要となる情報や、ユーザーのサービス利用状況、連絡先情報などを利用する目的
- (h) 上記の利用目的に付随する目的

#### 第4条 (個人情報の管理)

- (1) 当社は、ユーザーの個人情報を正確かつ最新の状態に保ち、個人情報への不正アクセス・紛失・破損・改ざん・漏洩などを防止するため、セキュリティシステムの維持・管理体制の整備・社員教育の徹底等の必要な措置を講じ、安全対策を実施し個人情報の厳重な管理を行います。

#### 第5条 (個人情報の第三者提供)

- (1) 当社は、次に掲げる場合を除いて、あらかじめユーザーの同意を得ることなく、第三者に個人情報を提供する

ことはありません。ただし、個人情報保護法その他の法令で認められる場合を除きます。

(a) 法令に基づく場合

(b) 人の生命、身体または財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき

(c) 公衆衛生の向上または児童の健全な育成の推進のために特に必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき

(d) 国の機関もしくは地方公共団体またはその委託を受けた者が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合であって、本人の同意を得ることにより当該事務の遂行に支障を及ぼすおそれがあるとき

(e) 予め次の事項を告知あるいは公表をしている場合

(i) 利用目的に第三者への提供を含むこと

(ii) 第三者に提供されるデータの項目

(iii) 第三者への提供の手段または方法

(iv) 本人の求めに応じて個人情報の第三者への提供を停止すること

(2) 前項の定めにかかわらず、次に掲げる場合は第三者には該当しないものとします。

(a) 当社が利用目的の達成に必要な範囲内において個人情報の取扱いの全部または一部を委託する場合

(b) 合併その他の事由による事業の承継に伴って個人情報が提供される場合

(c) 個人情報を特定の者との間で共同して利用する場合であって、その旨並びに共同して利用される個人情報の項目、共同して利用する者の範囲、利用する者の利用目的および当該個人情報の管理について責任を有する者の氏名または名称について、あらかじめ本人に通知し、または本人が容易に知り得る状態に置いているとき

#### 第6条 (個人情報の開示)

(1) 当社は、本人から個人情報の開示を求められたときは、本人に対し、遅滞なくこれを開示します。ただし、開示することにより次のいずれかに該当する場合は、その全部または一部を開示しないこともあり、開示しない決定をした場合には、その旨を遅滞なく通知します。

(a) 本人または第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合

(b) 当社の業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合

(c) その他法令に違反することとなる場合

(2) 前項の定めにかかわらず、履歴情報および特性情報などの個人情報以外の情報については、原則として開示いたしません。

#### 第7条 (子どもの個人情報)

(1) 当社は13歳未満のユーザーの個人情報について、最大限の注意を払います。13歳未満のユーザーの個人情報については、保護者の方の同意の下に提供させていただきます。

#### 第8条 (個人情報の訂正および削除)

(1) ユーザーは、当社の保有する自己の個人情報が誤った情報である場合には、当社が定める手続きにより、当社に対して個人情報の訂正または削除を請求することができます。

(2) 当社は、ユーザーから前項の請求を受けてその請求に応じる必要があると判断した場合には、遅滞なく、当該個人情報の訂正または削除を行い、これをユーザーに通知します。

#### 第9条 (個人情報の利用停止等)

(1) 当社は、本人から、個人情報が、利用目的の範囲を超えて取り扱われているという理由、または不正の手段により取得されたものであるという理由により、その利用の停止または消去(以下、「利用停止等」といいます。)を求められた場合には、遅滞なく必要な調査を行い、その結果に基づき、個人情報の利用停止等を行い、その旨本人に通知します。ただし、個人情報の利用停止等に多額の費用を有する場合その他利用停止等を行うことが困難な場合であって、本人の権利利益を保護するために必要なこれに代わるべき措置をとれる場合は、この代替策を講じます。

#### 第10条 (プライバシーポリシーの変更)

(1) 本ポリシーの内容は、ユーザーに通知することなく、変更することができるものとします。

(2) 当社が別途定める場合を除いて、変更後のプライバシーポリシーは、本ウェブサイトに掲載したときから効力を生じるものとします。

第11条 (お問い合わせ窓口) 本ポリシーに関するお問い合わせは、下記の窓口までお願いいたします。

住所：

社名：

担当部署：

Eメールアドレス：