

# カリフォルニア州消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act of 2018）施行前改正の現状と展望

板倉陽一郎<sup>13</sup> 寺田麻佑<sup>23</sup>

カリフォルニア州消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act of 2018, CCPA）については、成立直後から2020年1月の施行までに改正が予定されているとされてきたが、実際に多数の改正法案が議会に提出されており、成立する見込みである。また、米国における連邦レベルでのデータ保護立法の動きも活発であり、これが成立した場合の州法との関係についても議論が進みつつある。本発表では、CCPAの施行前改正の現状を分析するとともに、連邦法を見据えた今後の展望を論ずる。

## Current Status and Prospect of Revision of California's Consumer Privacy Act of 2018 before its Implementation

YOICHIRO ITAKURA<sup>13</sup> MAYU TERADA<sup>23</sup>

The California Consumer Privacy Act (California Consumer Privacy Act of 2018, CCPA) has been scheduled to be amended immediately after its enactment until its implementation in January 2020, and a number of amendments have actually been submitted to Congress and are also expected to be enacted. Plus, the movement of the data protection legislation in the federal level in the U.S. is also active, and the discussion there is also advancing on the relation with the state law in the case that this is established. In this paper, the current status of the pre-implementation revision of the CCPA and the future prospects for the federal law will be discussed and considered.

### 1. 問題状況

#### 1.1 カリフォルニア州消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act of 2018）の成立

カリフォルニア州消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act of 2018, 以下CCPA）の成立について、既に筆者らはEIP81において整理をしたところであるが、概要以下のとおりである[1][2]。

CCPAの成立には、州民からの消費者プライバシー権利法案（The Consumer Right to Privacy Act of 2018）の提出が先んじていた。これは、カリフォルニア州における州民発案手続によって提出されようとしたもので、2017年10月頃からの手続を経て、実際に、2018年5月には、州民発案に必要な署名の倍近い、36万筆の署名が集まっていた。このまま発案されれば、2018年11月の州知事選挙において、州知事選と同時に議題になる予定であった。

しかしながら、州民発案によって成立した州法については、州民発案によってしか改正できないという手続上の難点があり、GAFAMのうち三社（AMAZON以外）を抱えるカリフォルニア州にとって、機動的な改正が必要となるプライバシー法の形式としては非現実的であった。そこで、2018年5月中旬に、カリフォルニア州議会のロバート・ヘルツベルク上院議員とエド・チャウ議員によりカリフォルニア州消費者プライバシー法案（法案記号：AB 375）が

提出され、カリフォルニア州議会全会一致での可決をみた。これがCCPAである。CCPAは消費者プライバシー権利法案の内容を充足するものであり、州民発案は取り下げられた。

CCPAは、カリフォルニア州民法（Civil Code）の第3部第4章（Part 4 of Division 3）に1.81.5編(Title)を加えようとするものである。

CCPA自体は3条からなるが、第1条は法令の名称、第2条は法令制定の背景を定めるもので、第3条が民法を改正する本体部分である。1.81.5編には新規制定となる1798.100条から1798.198条が含まれている。施行は2020年1月1日である（1798.198条(a)）が、前述のような突貫工事での立案であったため、施行までに改正されるであろうと予想されていた。

その内容は詳細には筆者らの整理[1]を参照されたいが、連邦法レベルで包括的なデータ保護法を有さない米国において、包括的なデータ保護についての内容を含むもので、①多様な開示請求権、②消去請求権、③オプトアウト権、④権利行使に伴う差別の禁止、⑤連絡先提供義務、プライバシーポリシー制定・更新義務等の事業者の義務、⑥域外適用可能性のある「消費者」「事業者」の定義、⑦法廷損害賠償に掛かるクラス・アクションと父権訴訟の組み合わせによる執行の担保などの特徴を有する。いわゆるデータ保護機関は設置されず、民事罰は裁判所を通じて州司法長官が行使する。

カリフォルニア州所在の事業者、特にIT関連の企業にとっては影響が大きく、対応が必要であるが、そうでない場合であっても「消費者」「事業者」の定義において域外適用可能性が排除されておらず、欧州一般データ保護規則

1 弁護士・ひかり総合法律事務所  
Attorney at Law, Hikari Sogoh Law Offices

2 国際基督教大学教養学部准教授  
Associate Professor of Law, College of Liberal Arts, International Christian University

3 理化学研究所革新知能統合研究センター（AIP）  
RIKEN AIP

(GDPR)に続いて、国外の事業者への影響を論ずるものもある。

## 1.2 CCPA の施行前改正 (既に成立したもの)

予想されていた施行までの改正につき、CCPAはSB1212により、既に2018年9月23日に改正されている。その内容としては、個人情報の定義(1798.140条(o)(1))につき、「個人情報」とは、特定の消費者又は世帯(household)について、直接的又は間接的に、識別(identify)し、関連し(related to)、説明し(describes)、関係し得(is capable of being associated with)、又は合理的にリンクできる情報(could reasonably be linked)を意味する(1798.140条(o)第1項)。氏名、IPアドレス、eメールアドレス等(A)、購買履歴等(D)、閲覧履歴、検索履歴等(F)、位置情報(G)等を含むが、特定の消費者又は世帯を識別し、関連し、説明し、関係し得、又は合理的にリンクできるのであれば、これらに限られない。」(下線斜体は改正部分。以下同じ)として明確化した。その他、定義の明確化等の整理が見られるが、実質的な改正は、州司法長官による執行は2020年1月1日の施行後半年以上経過してからという経過措置規定(1798.130条(7)(C))程度に留まる。

## 1.3 CCPA の施行前改正 (提案されているもの)

このように、SB1211は軽微な改正に留まるものであったが、本稿執筆時である2019年8月27日現在、実質的な改正を伴う改正法案が複数審議されており、主たるものとして、①AB874(「公表された情報(publicly available information)」についての改正)、②AB1335(「個人情報」には「匿名化された(deidentified)情報」及び「集計された消費者情報(aggregate consumer information)」が含まれないこと等の明確化)、③AB25(「個人情報」の定義から従業者情報を除く)、④AB846(顧客ロイヤリティプログラムの合法化)、⑤AB1146(自動車補償/リコールの適用除外)、⑥AB1564(請求方法提供義務からフリーダイヤルの電話番号を除く)、⑦AB1202(データブローカーの登録制)が存在する。すべて下院は可決しており、上院での審議の最中である。

なお、2019年9月13日が、州上院において法改正を投票する最終日であり、2019年10月13日が、州知事において、上院を通過する法案を署名又は拒否することができる最終日である。

以下、法案について個別に検討する。

## 2. CCPA の施行前改正法案の検討状況

### 2.1 AB874

1798.140条(o)を改正し、「公表された情報(publicly available information)」について、①連邦政府、州政府、地

方政府によって利用可能とされており、②「利用可能」については当該政府の記録において、保有され、利用可能とされていた目的の範囲内において用いられる場合をいう、とされていた点について、②を削除するものである。

これによって、CCPAにおける「個人情報」からは、連邦政府、州政府、地方政府によって利用可能とされている情報(ただし、本人が知らぬ間に事業者によって集められた生体情報を除く。この点は改正されていない)が除外されることになり、政府によって公開された情報は利用目的の如何にかかわらず、「個人情報」に該当しないものとして利用できるようになる。

2019年8月27日に上院第三読会が予定されている。

### 2.2 AB1355

1798.100条、1798.110条、1798.115条、1798.120条、1798.125条、1798.130条、1798.140条及び1798.185条を改正するもので、「個人情報」の定義に「匿名化された(deidentified)情報」及び「集計された消費者情報(aggregate consumer information)」が含まれないことを明確化する他、相互参照の誤りを修正するものである。

2019年8月27日に上院第三読会が予定されている。

### 2.3 AB25

1798.130条及び1798.145条を改正し、収集前の利用目的等の通知等の対象から「求職者、従業員、株主、役員、職員、医療スタッフ及び取引先(a job applicant to, an employee of, owner of, director of, officer of, medical staff member of, or contractor of that business, as specified)」の情報を収集する場合を除くものである。ただし、2021年1月1日まで、施行後1年のみの暫定的な除外となっている。

2019年8月27日に上院第三読会が予定されている。

もともと、「消費者」との語に関わらず、定義上その対象は制限されていないことから、従業者情報等も含まれるのではないかという解釈論が唱えられていたが、議会としてはそのような解釈を追認しつつ、時限的かつ、場面を制限して、これを義務の対象に含めないこととする立法ということになる。1年の経過措置後は、従業者等に対してもプライバシーポリシーの掲示、更新義務が発生することになるため、準備が必要な場合もあろう。

### 2.4 AB846

1798.126条を加え、顧客ロイヤリティプログラムを可能とするものである。新規の条項であるため、全文を掲示すると、2019年8月27日時点での法案は以下のとおりである。

ロイヤリティプログラムのマーケティングのための情報提供を許すものであるが、ロイヤリティプログラムを比較的丁寧に定義しているのは、データ保護法制としては例

をみない。

2019年8月27日に上院第三読会が予定されている。

1798.126. (a) This title shall not be construed to prohibit a business from offering a different price, rate, level, or quality of goods or services to a consumer, including offering its goods or services for no fee, if either of the following is true: the offering is in connection with a consumer's voluntary participation in a loyalty, rewards, premium features, discounts, or club card program.

(b) A business shall not offer loyalty, rewards, premium features, discounts, or club card programs that are unjust, unreasonable, coercive, or usurious in nature.

(c) As used in this section, "loyalty, rewards, premium features, discounts, or club card program" includes an offering to one or more consumers of lower prices or rates for goods or services or a higher level or quality of goods or services, including through the use of discounts or other benefits, or a program through which consumers earn points, rewards, credits, incentives, gift cards or certificates, coupons, or access to sales or discounts on a priority or exclusive basis.

(d) Nothing in this section shall be construed to deny a consumer's rights pursuant to Section 1798.120.

(e) A business shall not sell the personal information of consumers collected as part of a loyalty, rewards, premium features, discounts, or club card program.

#### 1798.126 条

(a) 本編は、以下のいずれかに該当する場合、事業者が、無料で商品またはサービスを提供することを含む、商品またはサービスの異なる価格、レート、段階、または品質を消費者に提供することを禁ずると解釈されないものとする：当該提供が、消費者のロイヤリティ、報酬（リワード）、プレミアム機能、割引、またはクラブカードプログラムへの自発的な参加に関連している。

(b) 事業者は、不公正、不合理、強制的、または本質的に不愉快な方法で、ロイヤリティ、報酬（リワード）、プレミアム機能、割引、またはクラブカードプログラムを提供してはならない。

(c) 本条における「ロイヤリティ、報酬（リワード）、プレミアム機能、割引、またはクラブカードプログラム」には、1人又は複数の消費者に対して、商品若しくはサービスの低価格又は料金で提供すること、又は高レベルの商品若しくは高品質のサービスを提供することを含む。ここには、消費者が、割引やその他の特典を使用するもの、または消費者がポイント、報酬、クレジット、インセンティブ、ギフトカードまたは賞状、クーポンを獲得するプログラム、または優先または排他的に販売または割引へのアクセスを

得られるサービスが含まれる。

(d) 本条は、1798.120 条に基づく消費者の権利を否定すると解してはならない。

(e) 企業は、ロイヤリティ、報酬、プレミアム機能、割引、またはクラブカードプログラムの一環として収集された消費者の個人情報を販売してはならない。

#### 2.5 AB1146

1798.145(g)条を加え、自動車補償／リコールに伴う個人情報の取扱いを適用除外とするものである。新規の条項であるため、同様に全文を掲示すると、2019年8月27日時点での法案は以下のとおりである。

かなり具体的な場面において、「車両情報」及び「所有権情報」について、適用除外を定めるものである。CCPAも法令に基づく場合の取扱いは適用除外としているのであるから、車両法に基づく必然的な個人情報の取扱いについて立法が必要であるのかについては疑念なしとしないが、不要だという場合には明確化のための立法ということになる。

2019年8月27日に上院第三読会が予定されている。

1798.145(g) (1) Section 1798.120 shall not apply to vehicle information or ownership information retained or shared between a new motor vehicle dealer, as defined in Section 426 of the Vehicle Code, and the vehicle's manufacturer, as defined in Section 672 of the Vehicle Code, if the vehicle or ownership information is shared for the purpose of effectuating, or in anticipation of effectuating, a vehicle repair covered by a vehicle warranty or a recall conducted pursuant to Sections 30118 to 30120, inclusive, of Title 49 of the United States Code, provided that the new motor vehicle dealer or vehicle manufacturer with which that vehicle information or ownership information is shared does not sell, share, or use that information for any other purpose.

(2) For purposes of this subdivision:

(A) "Vehicle information" means the vehicle information number, make, model, year, and odometer reading.

(B) "Ownership information" means the name or names of the registered owner or owners and the contact information for the owner or owners.

(g) (1) 1798.120 条は、車両または所有権情報が、米国法典 49 編の 30118～30120 条に基づいて実施された車両補償またはリコールによりカバーされる車両修理を実施するため、または実施を見越して共有される場合には、車両法の 426 条で定義されている新しい自動車ディーラーと、車両法の 672 条で定義されている車両のメーカーとの間で保

有または共有される車両情報または所有権情報には適用されない。車両情報または所有権情報を共有する新しい自動車ディーラーまたは車両メーカーは、その情報を他の目的で販売、共有、または使用してはならない。

(2) 本副章において：

(A) 「車両情報」とは、車両情報の番号、メーカー、モデル、年、走行距離計の読み取り値を意味する。

(B) 「所有権情報」とは、登録された1人または複数の所有者の名前、および1人または複数の所有者の連絡先情報を意味する。

## 2.6 AB1564

1798.130(a)条を改正し、請求方法提供義務からフリーダイヤルの電話番号が必須であるという点を除くものである。単純に、事業者のコストから要望があったものと思われる。

2019年8月27日に上院第三読会が予定されている。

## 2.7 AB1202

1.81.48編を加え、データブローカーの登録制を導入しようというものであるが、2019年8月12日付で保留となっており、他の法案に比べると成立の見込みは低いものとみられる。

## 2.8 小括

以上のとおり、2019年8月27日に上院第三読会が予定されている法案6本については、成立が強く見込まれる。相当数の改正法案が提出され、議論された結果としてではあるが、大幅な改正を加えるものはないといえよう。特にデータの利活用について積極的な事業者においてはAB874に重要性があり、顧客ロイヤリティプログラムを保持している事業者においてはAB846に事業の安定性という意味があるが、それ以外は小規模な改正といつてよいのではないか。施行前に、GAFA等からの大きなロビイングがあることも予想されたが、成立が見込まれる改正法にはそのような痕跡は見当たらない。

## 3. 連邦レベルでのデータ保護立法の議論

連邦レベルでのデータ保護立法の議論については、「2018年9月には連邦議会上院において大手IT企業からの公聴会が開かれるなど連邦レベルでのプライバシー立法への検討が本格的に開始されたが、この動向は連邦法が州法に専断し、カリフォルニア州法を覆し連邦法を適用するための動きであると概ね受け止められてきた。」「これまでも運転者プライバシー保護法をめぐる州法と連邦法間の管轄権が問題とされてきたが、連邦最高裁は州際通商条項の下、連邦の権限であることを容認してきた。」との整理が重要である[3]。カリフォルニア州議会と異なり、連邦議会

における具体的なデータ保護立法の審議は進んでいるようには思われない。

そのような中でも、ベテラン民主党下院議員二名によるDraft Federal Frameworkの提案が注目される[4]。下院エネルギーおよび商業委員会のシニアメンバーであるAnna Eshoo議員(D-CA)、および下院司法委員会の上級メンバーであるZoe Lofgren議員(D-CA)によるもので、以下のような特徴を有している。

- ・州のプライバシー保護法に優先するものではなく、Gramm-Leach-Bliley法(GLBA)やHealth Insuranceの移転および説明責任法(HIPAA)など、他の連邦データ法に対して影響を与えるものではない。
- ・消費者金融保護局をモデルとした新しい「米国デジタルプライバシー機関」を設置する。
- ・技術的に可能であれば、パーソナライズされたターゲティングをオプトアウトする権利を個人に与える。対象となる事業者は、パーソナライズされていないバージョンのサービスを提供する必要がある。
- ・個人が法の違反のために差止め命令による救済を求めることができる私的請求権、および法違反に対して、非営利団体が個人のために、または国家の要求に応じて事件を起こすことができるより広範な形の集団的な申立(金銭上の損害および手数料を含む)権限を付与するなど、さまざまな手段を模索。
- ・州の検事総長(AG)による執行を許可する。AGは、訴訟を自ら起こすか、非営利団体に提訴する権利を割り当てることができる。
- ・(1) アクセス権、(2) 訂正権、(3) 削除権、(4) ポータビリティ権(限定的)、(5) 自動決定の人による見直し権、(6) パーソナライズされたコンテンツをオプトアウトする権利、および(7) 通知を受ける権利

専断のみを目指す立法ではない点で注目されるが、他のデータ保護立法同様、具体的な審議が進むものではないため、なおも議論を注視することになる。

## 参考文献

- [1] 板倉陽一郎、寺田麻佑「カリフォルニア州消費者プライバシー法(California Consumer Privacy Act of 2018)成立の意義と背景」情報処理学会研究報告電子化知的財産・社会基盤(EIP), 2018-EIP-81.
- [2] 石井夏生利「カリフォルニア消費者プライバシー法の論点」NBL1136号(2018年)32頁.
- [3] 宮下紘「米国プライバシー法の概要と新たな展開」法の支配192-2号(2019年1月)30頁.
- [4] Akin Gump, Senior California Democrats Stake Out Privacy Position with Draft Federal Framework, June 27, 2019