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

板倉陽一郎¹³ 寺田麻佑²³

米国は連邦レベルでは一般的なデータ保護法を持たないことで広く知られているが、2018年、カリフォルニア州において、一般的な消費者プライバシーを保護する法律である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) が成立した。カリフォルニア州、特にシリコンバレーには、日本のユーザも多く有する巨大なインターネット企業が集積しているところ、CCPA 成立の意義と背景を分析することは有益である。本稿では、CCPA 成立の背景を分析した上で、その概要を解説し、日本の事業者、消費者への影響を考察する。

The Significance and Context of the Establishment of California Consumer Privacy Act of 2018

YOICHIRO ITAKURA¹³ MAYU TERADA²³

The United States is widely known for not having a general data protection law at a federal level, but in 2018, California Consumer Privacy Act of 2018, CCPA, a law that protects consumer privacy in general was enacted in the state of California. There is a large concentration of IT-related corporations with many Japanese clients especially in Silicon Valley in California. Thus, it is useful to analyze the significance and context of the establishment of the CCPA. In this paper, after analyzing the context and background of establishment of the CCPA, the outline of the act will be explained and the influence on Japanese business operators and consumers are considered.

1. はじめに

2018年5月25日に欧州一般データ保護規則 (GDPR) が全面適用され、2018年7月17日には日本の個人情報保護委員会と欧州委員会の間で「日 EU 間の相互の円滑な個人データ移転を図る枠組み構築に係る最終合意」が成立し、いよいよ、日欧間では個人データの越境移転についての相互認定が始まろうとしている[1][2]。他方で、世界中の個人データを集積する GAF A (Google, AMAZON, Facebook, Apple) は全て米国を本拠地とする企業であり、個人データを巡る法規制や政策は米国の動向を差し置けては不十分な検討にとどまる。もっとも、トランプ政権下では、FTC (連邦取引委員会) の委員すら、その定員が満たされたのはトランプ大統領就任から1年以上経過した2018年5月であり、オバマ政権下で検討されていた「2015年消費者プライバシー権利章典法」(Consumer Privacy Bill of Rights Act of 2015) については、当時、ホワイトハウスから草案及び関連法案が公表されたが[3]、トランプ政権が積極的に成立させようとしているとは到底思われない。同法案の PDF ファイル (<https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/privacy-final.pdf>) は、現在のホワイトハウスのウェブサイトからは削除されており、端的に「米国法として成立する見込みはなくなった」とするものもある[4]。

このような状況下で、2018年3月にはケンブリッジ・アナリティカ事件が発生している。イギリスに本社をおく選挙コンサルティング企業であったケンブリッジ・アナリティカ社が、2014年の米国中間選挙において、Facebook 上の性格診断アプリを開発・配布し、学術目的であるとして個人データを収集。直接回答者は約27万人だが、Facebook 上の「友達」を含めて8,700万人の個人情報が流出し、米国の中間選挙に利用されたというものである[5]。選挙に利用された点についての評価は相当困難であるが、Facebook からの目的外の個人データの流出、利用については単純な個人データの管理の問題であり、ザッカーバーグは米国議会や欧州議会での弁明に追われることとなった。

ケンブリッジ・アナリティカ事件は当然のように、GAF A への締め付けを厳しくする方向に働き、欧米セーフハーバースキームの十分性認定を無効としたマクシミリアン・シュレムス氏は、GDPR が全面適用される2018年5月25日当日に Google や Facebook 等を「同意を強制している」との理由でデータ保護機関への申立を行い[6][7]、日本の個人情報保護委員会も、「SNS の利用者のみなさまへの留意事項」(ウェブサイト設置された SNS の「ボタン」等に係る留意事項) [8]などの注意喚起を行っている。上述のように、米国でもザッカーバーグ (Facebook) への米国議会における追及の動きはあったが、連邦法の制定という方向には至らなかった。ケンブリッジ・アナリティカ事件は、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」という。) 条(g)においても、成立の背景として挙げられている。他方で、Google や

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

Facebook が所在するカリフォルニア州では、2 年も前から、消費者プライバシー権利法案 (The Consumer Right to Privacy Act of 2018) の成立に向けた動きが進んでいたのである (なお、GAFA の中で AMAZON だけはワシントン州に本社がある)。

2. カリフォルニア州消費者プライバシー法成立の背景

2.1 カリフォルニア州におけるこれまでのプライバシー関連立法

カリフォルニア州は、比較的積極的に、プライバシーに関する法案を成立させてきた。

まず、1972 年、カリフォルニア州の有権者は、カリフォルニア州憲法を改正し、すべての人々の「不可侵の」権利の中にプライバシーの権利を含めるようにした。この改正は、すべてのカリフォルニア州民のための法的かつ執行可能なプライバシー権を確立したものである[a]。このプライバシーの権利の基盤は、個人が個人情報の販売を含む使用をコントロールする能力である (CCPA2 条(a))。

インターネット時代にあつては、2002 年にセキュリティ侵害通知法 (情報漏えいがあった場合の本人通知及び、場合によっては司法長官への報告を義務付けるもの)、2013 年にいわゆる「消しゴム法」(18 歳未満の州民について、投稿コンテンツの削除に関する権利を与えるもの)、同じく 2013 年に、セキュリティ侵害通知法を改正すると共に、追跡禁止 (Do Not Track) 法 (インターネット上のトラッキング (追跡) について拒否できる旨をプライバシーポリシーで表示させることを義務付けるもの) が、それぞれ成立している[9]。

2.2 カリフォルニア州における州民発案

CCPA の成立の背景を理解するためには、カリフォルニア州における州民発案の制度を理解しておく必要がある。カリフォルニア州における、州民発案を含めた直接民主制については山岡規雄氏による詳細な調査[10]があり、これを要約すると、以下の通りである (条文の表記方法は筆者により変更している他、法改正による修正を行っている)。

カリフォルニア州における直接民主制の制度は 1911 年に州憲法に導入された。具体的には、州民発案、州民投票、リコールの各制度である。

州民発案では、住民が州の法案又は憲法改正案を提出し、州民投票でその是非が問われる。①法文の起草 (立法顧問局 (Legislative Counsel) からの援助及び州務長官の助言を得ることができる)、②州司法長官に対する、提案のタイトル

と要旨作成要求 (州選挙法第 9001 条(a))。このタイトル及び要旨が回覧されることとなる。③②の後 150 日以内に、法案の場合は、直近の州知事選挙で、全候補者に投ぜられた票数の 5%の有権者の署名を集めた上で、州務長官に対して、提案する法案の法文を明記した請願書を提出 (州憲法第 2 編第 8 条(b))、④州務長官は、集められた署名の数を審査し、州民発案の要件が満たされていることを確認した後、少なくとも 131 日を経てから実施される総選挙又は総選挙に先立って州レベルで実施される特別選挙の際に当該州民発案を州民投票に付託 (州憲法第 2 編第 8 条(c))、⑤州民投票において、賛成票が反対票を上回れば、当該州民発案は承認される、という段階を経る。一度承認された州民発案は、それが立法府による修正を認めていない限り、他の州民発案又は州議会の発案による州民投票によらなければ改正することはできない (州憲法第 2 編第 10 条(c))。

2.3 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

CCPA の成立の前には、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, 以下「CRPA」という。)の提出が先んじていた。非常によく似た題名であるが、別の法案である。法案の提出を主導したのは Alastair Mactaggart 氏を議長とする「消費者プライバシーのためのカリフォルニア州民 (Californians for Consumer Privacy, 以下、「CCP」という。)」である[11]。Mactaggart 氏はベイエリアで 20 年以上、不動産開発を行って来た人物であり、Emerald Fund Inc.の前社長である。ハーバード大学から学士号と MBA を取得している[12]。

CRPA の提出までには 2 年間の「研究」があったとされている。Mactaggart 氏によれば、CRPA は透明性、統制、説明責任という 3 つの原則に基づいて起草された。CCP は法文及びタイトルと要旨の作成要求を 2017 年 11 月 17 日付で州司法長官に提出し[13]、2017 年 12 月 18 日に正式なタイトルと要旨を受領した[14]。その後、CCP は署名の収集を開始し、2018 年 5 月初旬には 629,000 筆の署名を提出した。これは、2018 年 11 月に予定されている州知事選挙において州民発案の資格を得るために必要な署名 366,000 件の約 2 倍であった[11]。この時点で CCP は、CRPA を州民発案し、州知事選挙の際の議題とすることができたことになる。

2.4 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

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・チャウ議員から CCP に連絡があった。カリフォルニア州議会がプライバシー問題に対処する法律を可決した場合、州民発案を取り下げるかどうかの確認であった。CCP は、議会が 2018 年 6 月 28 日 (木

[a] "All people are by nature free and independent and have inalienable rights. Among these are enjoying and defending life and liberty, acquiring, possessing, and protecting property, and pursuing and obtaining safety, happiness, and privacy." (カリフォルニア州憲法第 1 編第 1 条)。

曜日)午後5時(法定猶予期限)までにCRPAの重要な要素をすべて包含する法律を可決した場合、州民発案を撤回すると回答した[11].

両議員とそのスタッフらは、何とか6月25日の月曜日までに、カリフォルニア州消費者プライバシー法、CCPA(法案記号:AB 375)を全会一致で採択させた。2018年6月28日(木曜日)、午後5時の法定期限が経過する前に、ジェリー・ブラウン知事は法律に署名し、その結果、CCPは2018年の投票からCRPAの州民発案を取り下げた[11].

議員らが州民発案ではない立法により収束を図った理由の一つが、「一度承認された州民発案は、それが立法府による修正を認めていない限り、他の州民発案又は州議会の発案による州民投票によらなければ改正することはできない」というカリフォルニア州憲法のルールである。いうまでもなく、インターネット、情報技術の進歩のスピードは極めて早く、プライバシー・データ保護に関する規範は不断の改正が必要である。10数年の間実質的な改正を行ってこなかった日本の個人情報保護法ですら、平成27年法律第65号附則12条3項で「3年ごと」の見直し条項を置いたほどである。GAFaを始めとしたカリフォルニアのテック企業のロビイングは凄まじい。CCPによれば、「Facebook, Google, Comcast, AT&T, Verizon, Microsoft 及び Uber は、州民発案に反対する PAC (筆者注:政治行動委員会、いわゆる政治資金団体のこと)に約200万ドルを寄付していた。また、(州知事選挙が行われる)2018年11月の反対キャンペーンのために100万ドル以上を準備していると聞いていた。また、別の情報源から、GoogleだけでもCCPに対して4000万ドルを費やす用意があるとも聞いていた」[11].州民発案でCRPAを成立させても、その改正のための州民発案又は州民投票において莫大な金額のロビイングが行われ、今後も混乱をきたすことは明らかであった。そのため、州議会議員らとしては、通常のプロセスで改正可能なCCPAの成立を優先させたものと考えられる。

なお、CCPはCCPAのポイントを以下の10個にまとめている[11].

- ① 1年に2回、収集したすべてのデータを無料で知る権利。
- ② 情報の販売を拒絶する権利。
- ③ 投稿したデータを削除する権利。
- ④ データ侵害についての請求権。
- ⑤ 事業者が権利行使を行っても差別されない権利。
- ⑥ 収集前/収集時点でどのような種類のデータが収集されるか及び、その変更について通知される権利。
- ⑦ 子ども(16歳未満)の情報を販売する前の、オプトイン
- ⑧ データが共有される第三者のカテゴリを知る権利。
- ⑨ データの取得元のカテゴリを知る権利。
- ⑩ 情報を収集した事業者の目的又は商業的な目的を知る

権利。

CCPによれば、このうち、①③⑥⑦⑨及び⑩はCRPAには含まれていないが、CCPAによって新規に追加されたものであった。

3. カリフォルニア州消費者プライバシー法成立の意義

3.1 法律の概要

3.1.1 法律の形式、施行日

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。民法に個人データに関連する個別の義務を規定するというのは日本や欧州では見られない方法であるが、カリフォルニア州民法の1.8編は「個人データ」であり、1.81.5編の直前である1.81.4編は「電気又はガス事業の利用者のデータに関するプライバシー」であるから、カリフォルニア州においては一般的な規定の方法である。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あって、第3条が民法を改正する部分である。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。なお、完全な連番ではないので、98条あるわけではないが、それでも、1万ワード以上のボリュームがある。

施行は2020年1月1日である(1798.198条(a))。CRPAの州民発案が取り下げられることが施行の条件となっている(同条(b))。

以下では、米国における速報的な解説[15][16][17]を参照しつつ、法律の概要を見ていく。

3.1.2 適用範囲

「消費者」

保護対象は「消費者」であり、「消費者」とは、2017年9月1日のカリフォルニア州法規則第18編第17014条に定義されているように、カリフォルニア州の居住者である自然人であって、何らかのユニークな識別子により識別される者を指す(1798.140条(g))。

消費者としての地位によって保護されるものであるもので、従業者や店子としては保護されないとする指摘があるが[17]、定義上、そのような制限はないとするものもある[15].

「カリフォルニア州の居住者」が保護対象であるが、カリフォルニア州の人口は4000万人近くであるし、IPアドレスによって判別しようとするのであれば、米国内のどこからのアクセスであるかを確定することは困難であろう。特にオンラインサービスを前提とする場合、対象となる「消費者」であるかどうかは保守的に(広めに)判定せざるを得ない。

「事業者」

義務の対象となる「事業者」とは、カリフォルニア州で事業を営み、消費者の個人情報の処理の目的及び手段を決定する法人のことであり、以下のいずれかを満たす必要がある(1798.140条(c)).

(A) 第1798.185条(a)第5項に従って調整された年間総収入が2,500万ドル(\$25,000,000)を超えている。

(B) 単独又は子会社等と合わせて、毎年50,000人以上の消費者、世帯(household)、又は端末の個人情報を、購入し、商業目的で受領し、売却し、又は商業目的で提供している。

(C) 消費者の個人情報を売却することにより、年間収入の50%以上を得ている。

「カリフォルニア州で事業を営み」との文言は、広く解されており、オンラインで継続的に、連続した取引を行っている場合には、必ずしも事業所を設置していなくても該当するとされており、「ほとんどの米国企業はカリフォルニア州で事業を営んでいないというのは困難である」と指摘されている[17]。日本企業であっても、グローバルに、又は米国向けにオンラインサービス等を展開している場合、「カリフォルニア州で事業を営み」との要件を満たす場合があると考えられる。

(A) ないし (C) の閾値は中小企業であっても容易に満たすとの指摘もある。(B) については、クレジットカード情報を受領することは明らかに該当し、1日に137件のクレジットカード取引があれば年間50,000件を超える。また、広告収入を得ているウェブサイトであれば、1日137以上のユニークなIPアドレスを受領していれば、やはり同様に50,000件を超えて適用対象になり得る[15]。

このように、CCPAの適用対象たる「消費者」「事業者」には「カリフォルニア州の」という限定が付いているが、オンラインサービス等を展開している場合、米国企業のみならず、日本企業であっても適用可能性を検討する必要がある。

3.1.3 個人情報の定義

「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、これらに限られない。

この定義は極めて広範である。「世帯」についての特定識別可能な情報を「個人情報」の定義に加える例は他にみられない。また、関係し得(is capable of being associated with)という文言も、その広範さを際立たせている。何が個人情

報に該当するののかというよりは、個人に関する情報はあらゆる情報が個人情報に該当すると考える方が合理的であろう[15]。

個人情報該当性のほぼ唯一の例外が「公表された情報(publicly available information)」であるが(1798.140(o)第2項)、公表の主体は連邦政府、州政府、地方政府に限られている。本人が公表している情報は例外事由に該当しないことに注意が必要である。

3.1.4 消費者の権利

CCPがCCPAのポイントとして挙げているように、CCPAにおいては消費者から事業者に対する多彩な請求権が認められるに至った。

開示請求権

収集した個人情報の開示請求権

消費者は、消費者の個人情報を収集する事業者に対し、収集した個人情報の項目及び特定の部分(specific pieces)を開示するよう求める権利を有する(1798.100条(a))。

個人情報にアクセスするための消費者からの検証可能な請求を受領した事業者は、速やかに、個人情報を開示しなければならない。情報は郵送又は電子的に提供することができ、電子的に提供される場合、情報はポータブルで、技術的に実現可能な範囲で、消費者が妨げられることなくこの情報を他の事業者に送信できるようにしなければならない。なお、12ヶ月に2回を超えて、消費者に個人情報を提供する必要はない(1789.100条(d))。

「特定の部分」との文言は分かりづらいが、要するに、事業者が収集した具体的な個人情報の内容を開示させる権利といえる。(d)においては、GDPRで認められているデータポータビリティの権利が一部取り入れられている。他方で、開示請求権が認められるのは12ヶ月に2回までに制限されている。

1789.110条との区別は分かりづらい。「一般的な収集の実務」についての開示と説明するものもあるが[15]、(d)は明らかに具体的な当該消費者の個人情報についての開示請求を想定した規定であると思われる。

個人情報収集元等の開示請求権

消費者は、消費者に関する個人情報を収集する事業者に対し、消費者に以下の項目を開示するよう求める権利を有する(1798.110条(a))。(1)当該消費者について収集した個人情報のカテゴリ、(2)個人情報の収集元のカテゴリ、(3)個人情報を収集又は販売する商業目的、(4)個人情報を共有する第三者のカテゴリ、(5)当該消費者について収集した特定の個人情報。

収集元や、共有者についての開示請求が可能であることが特徴であるが、「カテゴリ」レベルでしか開示を求めるこ

とができない。具体的な収集元を開示させようとするれば、1789.100 条によるということになるだろうか。1789.100 条(d)のような制限はみられないが、これは、収集した具体的な個人情報についての開示を求める権利ではない（データベースに特殊な操作をする必要がない）からではないかと思われる。

個人情報提供先等の開示請求権

消費者は、消費者の個人情報を販売する事業者、又は事業目的で開示する事業者に以下の項目を開示することを求める権利を有する（1789.115 条(a)）。(1)事業者が消費者について収集した個人情報のカテゴリ。(2)第三者に販売された個人情報のカテゴリ、個人情報が販売された第三者のカテゴリ、又は個人情報が販売された第三者それぞれについての、個人情報のカテゴリ。(3) 事業目的で事業者が開示した消費者の個人情報のカテゴリ。

提供先についての開示請求権であるが、収集元同様、「カテゴリ」単位でしか開示を求めることはできない。収集元等の開示請求権同様、具体的な提供先を開示させようとするれば、1789.100 条によることとなるものと思われる。

削除請求権

消費者は、事業者に対し、消費者から収集した消費者に関する個人情報を削除することを要求する権利を有するものとする（1798.105 条(a)）。複数の例外が認められている。例えば、事業者と消費者の取引に必要な場合には削除できない（(d)第1項。商品を発送しようとしているのに住所を削除せよと請求されても困るであろう）。

提供停止請求権

消費者は、消費者に関する個人情報を第三者に販売する事業者に対し、消費者の個人情報を販売しないように指示する権利を有する（1798.120 条(a), オプトアウトの権利）。

消費者（13 歳～16 歳）が 16 歳未満であることを実際に知っている場合、事業者は、消費者の個人情報を売却してはならない。消費者の親又は法定代理人は、13 歳未満の消費者の場合、消費者の個人情報の販売を認めることができる（1798.120 条(d), オプトアウトの権利）。なお、消費者の年齢を故意に無視する事業者は、消費者の年齢を実際に知っているときみなされる。

条文上は、(d)は事業者の義務の形で始まるが（a business shall not sell）、権利であることは条文で明示されている（This right may be referred to as the “right to opt in.”）。

3.1.5 事業者の義務

利用目的の通知義務

消費者の個人情報を収集する事業者は、収集時点又は事前に、収集される個人情報の種類及び個人情報のカテゴリ

を使用する目的について消費者に通知するものとする。事業者は、追加のカテゴリの個人情報を収集したり、追加の目的で収集した個人情報を、本セクションに従った通知を消費者に提供せずに使用したりしてはならない（1798.100 条(b)）。

日本法における利用目的の通知義務とほぼ同じ内容である。CCP はこれを権利であるとして整理しているが（ポイント⑥、⑩）、規定ぶりはあくまで事業者の義務としての構成である。

オプトアウトの権利の通知義務

消費者の個人情報を第三者に販売する事業者は、第 1798.135 条(a)に従って、この情報が販売される可能性があり、消費者が個人情報の販売をオプトアウトする権利を有することを消費者に通知しなければならない（1798.120 条(b)）。

差別的取扱禁止

事業者は、本編で定める消費者の権利を行使したことを理由に、消費者を差別してはならない（1798.125 条(a)(1)）。具体的には、以下を含むが、それらに限られない。消費者に対する商品やサービスの提供拒否（A）。権利行使を行った場合の価格差別、サービスの質の低下等（C, D）。

特に提供停止請求権を行使した場合にも、当該消費者を差別してはならないとしていることが重要である。個人情報の提供や販売にインセンティブを付与することは禁止されていないが（同条(b)）、個人情報を提供することを前提に構築されているビジネススキームは根本的な変更を迫られる可能性が高い。

請求方法提供義務

開示請求権等の対応のために、事業者は、消費者が合理的にアクセス可能な形式で以下を満たす必要がある（1789.130 条(a)(1)(2)）。まず、1798.110 条及び 1798.115 条に基づく開示への対応のため、2 以上の連絡方法（最低限、フリーダイヤルの電話番号と、事業者がウェブサイトを経営している場合、当該ウェブサイトのアドレスを含む）を消費者への提供しなければならない(a)。また、開示請求に対しては、45 日以内に、無料で対応しなければならない(b)。

プライバシーポリシー更新義務

事業者がオンラインに—又は複数のプライバシーポリシーを掲示しており、消費者のプライバシー権に関するカリフォルニア州固有の記述がある場合又は事業者がプライバシーポリシーをインターネット上に維持してしない場合は、事業者は、オンラインプライバシーポリシーを、開示方法等を含む情報を開示すべく、ウェブサイトに開示し、少なくとも 12 か月に 1 回はその情報を更新しなければならない

ない (1789.130 条(a)(5)).

プライバシーポリシーの更新義務は他に例をみないものであるが、実務的には重要である。

3.1.6 適用除外

法令に基づく場合等、ごく一部、適用除外の場合が定められている (1798.145 条. 法令に基づく場合については (a)(1)). 「匿名化された (deidentified) 情報」「集計された消費者情報 (aggregate consumer information)」の公表が適用除外となっていること (同条(a)(5)) は重要であるが、個人情報定義が極めて広範であるため、匿名化された情報や集計された消費者情報に該当するとして適用除外であるという判断を行うのは事業者にとって困難であるとの指摘がある[15].

3.1.7 執行体制

CCPA は民法 (Civil Code) の一部をなすものであるが、カリフォルニア州司法長官による行政執行が予定されている。行政執行との関係では、司法長官から、違反の疑いがあると通知されてから 30 日以内に、違反を治癒できない場合、本編に違反するものとされる (1789.155 条(a)). 本編に違反した事業者、サービス提供者、又はその他の者は、司法長官がカリフォルニア州民の名の下に行う民事訴訟において、カリフォルニア州企業・職業法 17206 条に規定されている民事罰 (課徴金) の責任を負う。民事罰は、違反ごとに最高 7,500 ドルとされる (1789.155 条(b)). 回収された金銭の 20% は、消費者プライバシー基金に充当される (同条(c)(1)).

司法長官が行うこの訴訟は、いわゆる父権訴訟に該当しよう。後に説明するように、市民が法定損害賠償を求めて行う訴訟との調整規定が存在する。

3.1.8 法定損害賠償

CCPA に違反するような行為により、消費者において個別の財産的損害が生じた場合に、損害賠償請求を行うことは妨げられないが、CCPA は、法定損害賠償の制度を設けている。

事業者が、個人情報を保護するための、情報の性質に応じた合理的なセキュリティ手順と慣行を実施し維持する義務に違反した結果として、暗号化されていない、又は未加工の個人情報について、不正なアクセス、侵入、盗難、無断開示が発生した場合、消費者は、民事訴訟において事故又は実際の損害ごとに消費者 1 人当たり 100 ドルから 750 ドルの損害賠償 (法定損害賠償, (A)) や差止等 (B, C) を請求することができる (1798.150 条(a)(1)).

法定損害賠償の額の算定にあたっては、不正行為の性質及び重大性、違法行為の存続期間、違法行為が発生した期間、故意であったかどうか、被告の資産、負債、及び純資

産等が考慮に入れられる (同条(a)(2)).

法定損害賠償請求訴訟には、手続的要件が存在する。まず、個人で起こすにせよ、クラス・アクションとして起こすにせよ、事業者に対して提訴の 30 日前に、書面による通知をする必要がある。30 日以内に違反が治癒された場合は、訴訟を起こすことはできない (同条(b)(1)). 訴訟を提起した場合、消費者は 30 日以内に司法長官への通知を行う必要がある (同条(b)(2)). 司法長官は、通知を受けて、父権訴訟を起こすか (同条(b)(3)(A)), 消費者の起こしている訴訟を停止させるか (C), 何もしないか (B) という選択を行う。

法定損害賠償請求訴訟と父権訴訟の調整規定ということになる。他方、CCPA 違反を主張するとしても、個別の財産的損害についての訴訟については、これらの手続的要件は適用がない。

3.2 日本の事業者、消費者への影響

これまでみてきた通り、CCPA の規定は、日本の事業者にも適用される可能性がある。特に、オンラインサービスを米国向けに展開している場合には要注意である。義務規定の多くは日本の個人情報保護法と重なるが、提供停止請求権の構造は異なるし、ポータビリティの権利も一部取り入れられている。差別的取扱禁止やプライバシーポリシーの更新義務などは目新しい。法定損害賠償請求訴訟を、特にクラス・アクションの形式で米国において提起されれば、対応せざるを得ないであろう (ただし、これを看過したとしても判決を日本で執行できるかという問題は別途存在する)。

他方、日本の消費者は、直接的には CCPA の保護範囲ではないが、CCPA を、GAFA を始めとしたシリコンバレーのテック・ジャイアントが遵守することによって、反射的な利益を受けることが十分に有り得る。これは GDPR によっても発生している事象であるが、新たな法的な現象として極めて興味深い。さらなる分析が必要であろう。

4. 結語

以上、CCPA について成立の意義と背景を分析してきた。CCPA は、その政治的背景から、極めて短期間で起草されたものであり、2020 年 1 月の施行までの間にも (強いロビイングにより) 改正されるのではないかと予想されている。カリフォルニア州は、GAFA が所在していることもあり、そこでのデータ保護法制の影響は世界中に波及する。今後も、継続的な注視が必要である。

参考文献

[1] 日 EU 間の相互の円滑な個人データ移転を図る枠組み構築に係る最終合意,

- <https://www.ppc.go.jp/enforcement/cooperation/cooperation/300717/>
[2] 熊澤春陽個人情報保護委員会委員, ベラ・ヨウロバー欧州委員会委員 (司法・消費者・男女平等担当) による共同プレス・ステートメント (東京, 2018年7月17日),
https://www.ppc.go.jp/files/pdf/300717_pressstatement2.pdf
[3] 渥美坂井法律事務所・外国法共同事業「諸外国の個人情報保護制度に係る最新の動向に関する調査研究報告書」(平成30年3月) 42-43頁.
[4] 石井夏生利『新版 個人情報保護法の現在と未来 世界的潮流と日本の将来像』(勁草書房, 2018年) 408頁.
[5] 西田亮介「ケンブリッジ・アナリティカ事件とその論点」情報処理 59巻7号 (2018年) 596-598頁.
[6] GDPR: noyb.eu filed four complaints over "forced consent" against Google, Instagram, WhatsApp and Facebook,
https://noyb.eu/wp-content/uploads/2018/05/pa_forcedconsent_en.pdf
[7] 佐藤由紀子「GoogleとFacebook, GDPR施行初日にさっそく提訴される」ITmedia2018年5月27日,
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1805/27/news011.html>
[8] https://www.ppc.go.jp/news/careful_information/sns_button_life/
[9] 石井夏生利「アメリカのプライバシー保護に関する動向」情報処理 55巻12号 (2014年) 1346-1352頁.
[10] 山岡規雄「カリフォルニア州における直接民主制」レファレンス 2009年12月号 101-114頁.
[11] "A letter from Alastair Mactaggart, Board Chair, Californians for Consumer Privacy", <https://www.caprivacy.org/about-us>
[12] Emerald Func, Inc., <https://www.emeraldfunc.com/>
[13] CRPAの法文及び, タイトルと要旨の作成要求,
<https://oag.ca.gov/system/files/initiatives/pdfs/17-0039%20%28Consumer%20Privacy%20V2%29.pdf>
[14] 司法長官による CRPA のタイトルと要旨,
https://oag.ca.gov/system/files/initiatives/pdfs/Title%20and%20Summary%20%2817-0039%29_0.pdf
[15] Goldman, Eric, An Introduction to the California Consumer Privacy Act (CCPA) (July 9, 2018). Available at SSRN:
<https://ssrn.com/abstract=3211013> or
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3211013>
[16] Kristen J. Mathews and Courtney M. Bowman, "The California Consumer Privacy Act of 2018" (July 13, 2018),
<https://privacylaw.proskauer.com/2018/07/articles/data-privacy-laws/the-california-consumer-privacy-act-of-2018/>
[17] Lothar Determann, "Analysis: The California Consumer Privacy Act of 2018" (July 2, 2018),
<https://iapp.org/news/a/analysis-the-california-consumer-privacy-act-of-2018/>