

個人情報の利用目的のシステム実装を最適化する内包的枠組み ～NTT ドコモのプライバシーポリシー再編への適用～

間形文彦¹ 藤村明子¹⁴ 亀石久美子¹ 加藤俊介² 板倉陽一郎³⁴

概要: 「パーソナルデータは新しい石油」といわれ、その利活用がユーザや社会に利便性と新たな価値を提供している。その一方で、本人の意思に反する利活用をした事業者が法的制裁を受け、社会的な批判を浴びる事例も後を絶たない。事業者は個人情報の利用目的を特定し、通知又は公表若しくは同意を得てその目的の範囲内で取扱うことはもちろん、その目的と取扱いをユーザにより分かりやすく説明する責任がますます求められる傾向にある。

同じユーザに対して複数のサービスを展開する事業者の場合、サービスごとに個人情報の利用目的を次々と定めることが多い。その場合、業務と利用目的の対応関係は複雑となりがちで、複数サービスの提供を受けるユーザは自分の個人情報が何の目的で利用されるのか把握するのは容易でない。他方、事業者にとっても複数の業務において利用目的を逸脱せずに個人情報を扱えるか正しく判断することは困難となる。

そこで、数多くの外延を列挙して定義する従来の利用目的の特定方法に代わり、ユーザの意思決定に重要な契約履行上の必要性と利用行為の方向性の2つの軸による内包的枠組みを用いて利用目的を分類する方法を提案し、その枠組みを適用した事例を紹介する。

キーワード: 個人情報, 利用目的, プライバシーポリシー, プライバシー

A connotative framework for optimizing system implementation of purposes of processing of personal information ～ applied to reorganization of NTT DOCOMO privacy policy～

FUMIHIKO MAGATA^{†1} AKIKO FUJIMURA^{†14} KUMIKO KAMEISHI^{†1}
SHUNSUKE KATO^{†2} YOICHIROU ITAKURA^{†34}

Keywords: Personal data, Purposes of processing, Privacy policy, Privacy

1. 背景

1.1 はじめに

2011年、世界経済フォーラムにおいて「パーソナルデータは、インターネットにおける新しい石油」[1]といわれてから10年近くを経た。高度化したICTによってパーソナルデータが大量に収集、蓄積されビッグデータとなり、IoT、AIの導入・普及によってさらにデータの収集と処理が加速し[2]、データの新たな利活用による様々なサービスが次々と生まれ、ユーザや社会に利便性と新たな価値を提供している。その一方で、ユーザの想定しえない（本人の意思に反する）パーソナルデータの利活用がされ、事業者がユーザの反発を招き、法的な処分を受け、または社会的に大きな批判を浴びる事例も後を絶たない。

過去から現在までの大量にストアされたパーソナルデータを従来のサービスの枠を超えた新たなサービスに利活用しようとする、パーソナルデータの収集を開始した当初と現在、あるいは未来との間に、その利用目的に違いが生じる可能性がある。サービス開始当初におけるパーソナル

データの利用目的と新しいサービスにおけるその利用目的が異なることは、ユーザの想定外となることが十分に考えられ、法的な問題にもなりかねない。また、新たなサービスの開始と同時にユーザのパーソナルデータの取得を開始する場合であっても、そのサービスが画期的であるが故にパーソナルデータをどう取扱っているのかユーザに全く想像できない場合もあり得る。

パーソナルデータの新たな利活用がユーザにとって想定外の取扱いとならないために、事業者は、形式的に法令を遵守するにとどまらず、ユーザ本人に対し利用目的を明確に示し、その利用目的の範囲内でパーソナルデータを取扱わなければならないことは当然である。

1.2 利用目的に関する法規制

わが国の個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号、以下、「法」という。）においては、事業者は、個人情報の取得前にあらかじめ利用目的を公表、もしくは取得後に速やかに本人に利用目的を通知又は公表し（法第18条）、利用目的はできるだけ特定（法第15条1項）して、

¹ NTTセキュアプラットフォーム研究所 NTT Secure Platform Laboratories

² 株式会社NTTドコモデジタルマーケティング推進部 NTT DOCOMO, INC. Digital & Marketing Department

³ 弁護士・ひかり総合法律事務所 HIKARI SOGOH LAW OFFICES

⁴ 理化学研究所革新知能統合研究センター(AIP) RIKEN AIP

その範囲内で個人情報を取扱わなければならない、原則としてあらかじめ本人の同意を得ずに利用目的の達成に必要な範囲を超えて取り扱うことは禁止されている（法第16条1項）。これにより、本人は自分の個人情報がどのように事業者利用されるか想定でき、場合によっては離脱が保証される（Notice and Choice）。

EUのGeneral Data Protection Regulation（以下、「GDPR」という。）も「特定され、明確であり、かつ、正当な目的のために収集されるものとし、かつ、その目的に適合しない態様で追加的取扱いをしてはならない」（GDPR第5条1項(b)）と定める。その他、米国、アジア諸国などにも個人情報の利用目的の特定と制限について、わが国やGDPRの定めと概ね同様の定めがある[3]。

2. 現状の問題点

個人情報の利活用に伴う個人情報の利用目的について、現状の問題点を概観する。

2.1 多サービス展開における利用目的の定め方

GAF（Google, Apple, Facebook, Amazon）をあげるまでもなく、ユーザに掛かる情報についてデータベースを構築しこれを利活用してユーザに複数のサービスを展開する事業者は多い。こうした事業者はサービス提供にあたってサービス利用規約あるいはプライバシーポリシーを定め、これに個人情報の利用目的を明記する（法定公表事項の充足）。事業者がサービス毎に利用目的を定めるとすれば、サービスが増える度に、事業者の取扱う個人情報全体の利用目的も増えることになる。また、事業者が他の事業者の事業を買収等すれば、買収先のサービスと共にその利用目的が自社に加わることになる（法16条2項）。

あるサービスにおける個人情報の利用目的の定義は、事業者において当該サービスを主管する組織が担うことが多い。事業者が統一した利用目的の定め方や用字用語の方針を定めていなければ、組織毎、担当者毎に記載の観点や表現方法が区々となり、そのサービスや組織に固有の表現が使われることもある。

2.2 業務と利用目的の対応判断の必要性

事業者がある業務において個人情報を取扱う際、取得時に定めていた利用目的と照らして当該業務の実施が許されるかを判断しなければならない場合がある。例えば、新たなサービスの企画における個人情報の取扱い業務の設計、既存のサービスの改良などにおける個人情報の取扱いの変更、個人情報の取扱いに関わる業務監査、個人情報の目的外利用が疑われる係争対応などである。

ある業務がどの利用目的に該当して許されるのか（または許されないのか）を正しく判断できなかった場合、個人

情報の思わぬ目的外利用を引き起こすリスクがあり、逆に、適法な取扱いを違法と断じてサービス提供を断念するなどの機会損失リスクも発生し得る。

このように、業務が利用目的に含まれるか、という対応の判断は、法的問題にとどまらず、事業戦略上の経営問題にも直結する。

2.3 事例による問題分析

個人情報の利用目的の問題を分析するにあたり、本節では架空事例を設定して実務上の具体例の形で提示しよう。

【事例の前提】

- ・事業者Xは、会員制サービスを提供している
- ・事業者Xは、オンラインでの服飾/インテリア販売業、クレジットカード業、旅行代理業を営み、個々のサービスの利用規約ごとにそれぞれ利用目的が設定されている
- ・Xは個人情報を異なるサービス間で相互に利用することについてユーザの同意を取得済みである
- ・本架空事例の中で、他の関連法律の論点（位置情報や通信の秘密、その他オンライン販売、クレジットカード、旅行代理業に関する法令の論点など）は発生していないとする

【事例1】

事業者XのA部門では、新たな関連サービスの立ち上げを予定している。そこでクレジットカード分野の既存サービスSを頻繁に利用しているユーザから意見を募集したいと考えた。意見収集手段として、各個人ユーザ宛てに郵便もしくは電子メールにて、直接、新サービスに関するアンケートを送付することを検討している

事例1の中で、Aが実施したい業務は以下となる。

業務①：サービスSの個人ユーザの利用状況を調査・分析する
業務②：①を踏まえて選定した対象個人ユーザに郵便もしくは電子メールにて直接アンケートを送付する

AがサービスSの利用規約に記載されている利用目的に照らしたところ、下記の記載があった。

サービスSの利用目的（抜粋である）：
X社は個人情報を以下の目的のために利用します
…
(a)企画開発・調査・分析、およびそれらに関連する対応のため
(b)お客さまへのお問合せの実施のため
…

【事例1の分析】

Xが保有している「個人ユーザの利用状況」には、各個人ユーザの個人情報が含まれる。

業務①②が、いずれの利用目的に対応しているか検討する。

業務①について：

Aが実施する業務は、利用状況を調査・分析する行為である。これが利用目的(a)に対応することについては、特段の疑義はないと考えられる。

業務②について：

一方、Aが対象個人ユーザにアンケートを送る業務については、判断に迷うことになる。

以下、業務②の対応判断について事業者の側面とユーザの側面に分け、それぞれ2つの問題を述べる。

事業者の側面

(1) 業務と利用目的の対応判断の困難

業務②のような、事業者から対象個人ユーザにアンケートを直接送る業務は、いずれの利用目的に対応するか。

利用目的(a)：「それらに関連する対応のため」

利用目的(b)：「お問合せの実施のため」

いずれに対応するか判断に迷う理由は、お客さまに直接アンケートを送るという行為が、(a)「関連する対応」に該当しそうであるし、(b)「お問合せの実施」にも該当しそうだからである。

このように、文言だけから業務と利用目的の対応を正しく導き出すことが困難となるケースは実務上しばしば起きる。

利用目的は、自然言語で表現されるものであるから、文言にあらわれたものから判断をすることになる。だが、2.1で述べたように利用規約の成立背景の違いなどを理由に、利用目的が当初は綿密に作成されていたとしてもその当時に想定していた文言の解釈がのちに引き継いだ部署に伝わっていなかったり、担当者の変更を経てその当時に想定していた文言の範囲などの趣旨がわからなくなったりすることが発生しうる。また、当初の解釈や趣旨が伝わっていたとしても、作成時には想定していなかった業務が生じた時には、いずれの利用目的が対応するかを一から判断しなければならなくなる。

さらにいえば、通常業務では個人情報の利用規約などの法律文書を扱っていない部署（例えば、サービスを担当する主管部など）が、上記のような事情を重ねた利用規約を読解し、文言を自らの業務に的確に置き換えることを期待するのは、実務上、酷であるといえよう。サービス開始までにコンプライアンスチェックを別途行うとしてもサービス主管が利用目的を的確に把握できないというのは目的外利用の発生などの原因ともなる。

a 特許における構成要件該当性の判断に近い。もっとも、特許の明細書は特許権の発生の過程で特許庁の審査を経るのに対して、個人情報保護法や

こうした問題にどのように対応すべきか。自然言語である利用目的の文言の表現を変更したとしても、文理上、解釈上の曖昧さの排除はできない。さりとて、利用目的をその必要に応じて随時変更・追記し、通知又は公表、必要に応じて同意を取得するという都度の対策を行うことは煩雑である。

そこで、曖昧さを低減させ、業務と利用目的の対応判断を容易にするための対策として、当該利用目的の制定時の起草者意思等、過去の経緯や、読み手の解釈に左右されないように、利用目的を一定の軸に沿って整理していく試みが必要であると思われる。

(2) 利用目的に応じたシステム実装の困難

事業者が管理する個人情報データベースを含むシステムについての問題を述べる。

ある業務を実行するにあたり、取扱うデータが個人情報の場合には、利用目的に応じた個人情報の取扱いを実施する機能を備えておかなければならない。この時、当該業務と利用目的の対応関係が不明確なままでは、個人情報をどのように取扱うべきかという要件定義ができず、機能の実装が困難となる。

個人情報の取扱いにあたり、利用目的に関連して事業者のすべき行為には、ユーザの意思表示の反映（ユーザへの通知又は公表、同意の取得、同意の撤回等）がある。これらは法律上の義務であるから個人情報をどのように取扱うべきかという要件定義に不可欠のものである。

これらをどのように実装すべきかは利用目的に応じた個人情報の取扱い方によって定まる。

例えば、ある利用目的に関連して実施すべき行為が公表であれば、利用目的を公表するためのインターフェースや画面遷移を実装することになる。また、明示的に個別の同意を取得する場合ならば、利用目的を明示するためのインターフェースや画面遷移に加え、同意の可否に関わるボタンや確認画面の表示などを実装することになる。

そこで、利用目的に応じた個人情報の取扱いに関わる機能の実装を容易にするためには、業務と利用目的との対応関係を明らかにするだけでなく、利用目的に関連して実施すべき行為とシステムの機能を整理していく試みが必要であると思われる。

ユーザの側面

(3) 利用目的のわかりにくさ

(1)と関連するが、ユーザに対し、利用規約を一読して自分の個人情報が利用目的(a)と(b)いずれに沿って実施されたかを判断して欲しいと（事業者自身が困難であるにもかかわらず）期待するのは全く現実的ではない。

GDPRにおける利用目的の記載には、そのような審査は存在しない。

そこで、ユーザに利用目的をわかりやすく示すためにも、利用目的を単に記載するだけでなく、(1)で述べたとおり、利用目的を一定の軸に沿って整理していく試みが必要であると思われる。

(4) 意思決定の困難

利用目的を理解できないユーザは、その利用目的を受け入れるかどうかについて、事業者に自分の意思を伝えることができない。

例えば、ユーザにとっては、自分が現在契約しているサービスとは関係がない目的のために、事業者による個人情報の利用されることは想定外であると認識することがあり得る。Xからクレジットサービスの提供を受けているだけなのに、唐突に旅行サービスに関わるアンケートが届くことに対し不信・不快に感じることもあろう。

そのクレジットサービスを契約する段階で、別のサービス（ここでは旅行サービス）に関する郵便物の送付を拒否したい場合は、ユーザはクレジットサービスを契約しないという意思決定をすることとなるが、(3)で述べたように、利用目的を適切に理解できないのであるから、そのような決定そのものが困難である（Notice and Choiceの機能不全）。

ユーザが許容できない利用目的については、ユーザの意思表示に基づいて事業者が利用を停止するという手段（オプトアウト）も実務上は取り得るが、ユーザが利用目的を適切に理解できない場合は必然的に意思表示によって何が停止されるのかという効果も理解できないため、形式的な違法性は免れたとしても、ユーザにおける意思決定が困難であることは変わらない。また、一括して利用規約全体に同意するシステム設計になっている場合には、ユーザは利用目的ごとの意思表示の選択ができず、もしユーザの望まない利用目的が含まれているときは当該サービス自体をあきらめるという極端な選択肢しか残されていないことになってしまう。

そこで、ユーザの意思決定を容易にするために、まず利用目的をわかりやすく示し、次いで利用目的に対してユーザが取りうる手段・手続を定めることが必要であると思われる。

3. 原因分析と解決へのアプローチ

3.1 問題の原因分析

2章で扱った事例には、実務において生じる問題点が複数含まれている。ここではより単純な事例を用いて、業務と利用目的の対応に関わる問題を抽出し分析する。

会員制サービス事業者が、事業者単位ではなく、個人情報を利用する業務を主管する個々の組織単位で利用目的を

できるだけ特定して記述しようとするれば、利用目的の外延を列挙することになりがちである。例えば、次のような具合である。

- ・サービスに関するお知らせ
- ・キャンペーン・イベント等のご案内
- ・業務提携先のサービス等に関するご案内
- ・その他お知らせの実施のため
- ・お問い合わせ等への対応のため
- ・ご意見への対応のため
- ・広告の表示・配信
- ・各種アンケートの実施および謝礼等の発送
- ・キャンペーン・イベント等における景品の発送

このように列挙されると、まず、その数が多いために、ある業務が上記のどれに該当するかを判断するのに手間がかかる。次に、該当しそうな利用目的の候補が見つかったとしても、それが「サービスに関するお知らせ」なのか「広告の配信」なのか、その判断に迷うケースも出てこよう。

このように利用目的をその外延で定義すると、類似する表現の利用目的がいくつも並ぶことがある。これが業務と利用目的との対応関係の複雑さを生む一つの要因となっている。

3.2 問題解決へのアプローチ

問題の原因を利用目的の外延的定義に求めるとすれば、その解決策は類似の利用目的の違いが分かるように分類することであろう。分類の基準となるのは、概念が適用される事物に共通な性質の有無である。上記3.1の例でいえば、「サービスに関するお知らせ」と「広告の配信」の区別ができる共通な性質の有無に着目することになる。例えば、そのサービスを「利用している」か「利用していない」かに着目すると、利用しているサービスに関わるお知らせは、広告の配信業務とは別の業務であることが明確になる。広告の配信がユーザの拡大を狙いとすれば、そのユーザに利用中のサービスを勧奨する広告の配信は通常は行わない業務だからである。対象となるサービスを「利用していないこと」が共通である場合には、「サービスに関するお知らせ」と「広告の配信」は同類と分類でき、前者がこの性質を持たない場合、すなわち共通の性質がない場合には、「サービスに関するお知らせ」と「広告の配信」は別の業務に分類される。

このように個人情報を利用するある業務が類似する利用目的のどれに該当するか迷わないようにするためには、それを区別する共通の性質の集合、すなわち利用目的の内包を示し、内包の有無で分類することが有効な解決手段となりうる。

4. 提案

個人情報の利用目的に共通する性質の集合である内包を提案する。利用目的は、本人が事業者に自分の個人情報を委ねるに値するかを自ら判断するのに必要な情報であるから、本人のその判断に資する性質でなければ意味がない。同時にその性質が本人の意思を反映した個人情報の取扱いに資するものであることが望ましい。

4.1 本人の判断に資する利用目的の性質

4.1.1 契約履行上の必要性

本人が事業者に自分の個人情報を委ねるに値するかを判断する材料の一つに「契約履行上の必要性」がある。「契約履行上の必要性」とは、ユーザと事業者が商品・サービスの提供を約する契約を履行する際に、ユーザの個人情報の利用が必要となる性質のことである。

例えば、販売した商品をユーザの自宅に配達する契約を履行するためには、ユーザの氏名・配達先住所が必要不可欠である。ユーザが事業者に氏名・配達先住所を知らせることを拒むとすれば、商品の配達という契約の履行は不可能である。つまり、ユーザは契約の履行を望む限り、事業者が商品の配達のために個人情報を利用するのを拒むことができない。他方、販売した商品をユーザの自宅に配達する契約において事業者が知りえたユーザの住所に広告を送付する場合は事情が異なる。商品の配達に広告送付は必要がない。この場合、事業者の都合で商品配達と広告送付を抱き合わせでもしない限り、広告送付を目的とした個人情報の利用の可否についてはユーザが判断する余地がある。この例から分かるように、契約履行上の必要性は、本人が事業者に個人情報の利用を認めて商品・サービスの提供を受けるかどうかの意思決定をする上で、欠かせない性質である。

契約履行上の必要性について、わが国の法に定めはないが、GDPRには個人データの取扱いを認める条件の一つに「契約履行のために取扱いが必要となる場合」(第6条1項(b))があり、「データ主体に対し、公正かつ透明性のある取扱いを確保するために付加的な情報を提供する」ことを求めている(第13条2項(c), (e))。これを考慮しても、契約履行上の必要性の有無をユーザに分かりやすく示すことには意味がある。

4.1.2 利用行為の方向性

本人が事業者に自分の個人情報を委ねる際に関心が高い性質の一つに、個人情報を利用する事業者の行為の方向性がある。事業者の個人情報の利用行為が向かう対象をユーザ、商品・サービス、第三者に分類し、これを「利用行

為の方向性」と名付ける。

例えば、事業者が取得したユーザの氏名・住所をユーザの自宅への訪問販売に利用するのは、事業者の行為がユーザに向かう場合であり、事業者が取得したユーザの意見を商品・サービスの改善に利用するのは、事業者の行為が商品・サービスに向かう場合であり、事業者が取得したユーザの氏名・住所を名簿屋に販売するのは、事業者の行為が第三者に向かう場合である。

これらの例から分かるように、事業者の利用行為の方向性は、本人が事業者に個人情報の利用を認めたときに自分にどのような影響があるかを判断する上で、重要な性質である。

利用行為の方向性のうち、事業者の行為が第三者に向かう場合については、法に第三者提供の制限(法第23条)がある。個人情報を第三者に提供する場合には、原則として本人同意が必要となる。本人同意にあたり、第三者に個人情報を取扱わせても良いかどうかの判断がしやすいように、事業者の利用行為が第三者に向かう場合についてユーザに分かりやすく示す必要があるのはいうまでもない。

4.2 内包的枠組みの提案

契約履行上の必要性と利用行為の方向性の2つの性質を組み合わせた、6象限の枠組みを提案する。

4.2.1 枠組みを構成する内包

提案する枠組みを図1に示す。この枠組みは、横軸を「契約履行上の必要性」とし、縦軸を「利用行為の方向性」とする。

横軸は利用目的を「契約履行に不可欠なもの(第一、第三、第五象限)」と「契約履行に不可欠でないもの(第二、第四、第六象限)」の左右に2分割する。左象限には、事業者がユーザと契約した商品・サービスの提供上、必要不可欠な利用目的が分類され、右象限にはユーザと契約した商品・サービスの提供に必要な不可欠でない利用目的が分類される。

縦軸は利用目的を「ユーザ」「商品・サービス」「第三者」の上中下に3分割する。上(第一、第二象限)、中(第三、第四象限)、下(第五、第六象限)は、それぞれの利用行為の向かう対象「ユーザ」「商品・サービス」「第三者」別に分類される。

b 個人情報保護委員会のガイドライン(通則編)において、「本人の同意を得(る)」とは、本人の承諾する旨の意思表示を当該個人情報取扱事業者が認識することをいい、事業の性質および個人情報の取扱状況に応じ、

本人が同意に係る判断を行うために必要と考えられる合理的かつ適切な方法によらなければならない。」とされている(2-12)。

		契約履行上の必要性	
		契約履行に 不可欠	契約履行に 不可欠でない
利用 行為の 方向性	ユーザ	第一象限	第二象限
	商品・ サービス	第三象限	第四象限
	第三者	第五象限	第六象限

図 1 契約履行の必要性と利用行為の方向性を軸とした利用目的の内包的枠組み

第一から第六までの各象限は、共通の性質を持つ利用目的の集合、すなわち以下の利用目的の内包を構成する。

第一象限

契約履行に不可欠、かつ利用行為の向かう対象をユーザとする利用目的

例えば、注文した商品の自宅への配達、請求書の郵送などがある。

第二象限

契約履行に不可欠でなく、かつ利用行為の向かう対象をユーザとする利用目的

例えば、新サービスのご案内、販売促進キャンペーンのご案内などがある。

第三象限

契約履行に不可欠、かつ利用行為の向かう対象を商品・サービスとする利用目的

例えば、ユーザの注文に応じたシステム設定、ユーザの使用する設備の故障修理などがある。

第四象限

契約履行に不可欠でなく、かつ利用行為の向かう対象を商品・サービスとする利用目的

例えば、商品・サービスの改善、新商品・新サービスの企画・開発などがある。

第五象限

契約履行に不可欠、かつ利用行為の向かう対象を第三者

とする利用目的

例えば、クレジット関連サービスの利用状況の把握、債権の譲渡などがある。

第六象限

契約履行に不可欠でなく、かつ利用行為の向かう対象を第三者とする利用目的

例えば、ユーザ名簿の販売などがある。

4.2.2 内包別の本人への対応

契約履行上の必要性の有無と利用行為の3つの方向性の組み合わせにより、事業者がユーザにどのような対応をするか判断するための手段とすることができる。

事業者が個人情報を取得・利用する際に、利用目的に関して取りうる本人への主な対応を列挙する。①から⑤へ昇順に事業者にとって負担のより重い、本人の意思をより尊重した対応となる。

①通知又は公表

個人情報の取得にあたり利用目的を本人に通知又は公表するのは事業者の法的義務である。

②明示的個別説明

利用目的の①通知又は公表よりも丁寧に、利用目的を個別に明示して説明する。④明示的個別同意の取得が法的義務であるならば、②は当然に必要な対応であり義務である。④が法的義務でない限り②は義務ではない。

③同意の取得（明示的個別同意を除く）

第三者提供を目的としない利用目的について同意を取得することは法的義務ではない。第三者提供を目的とする利用目的の場合は、第三者提供の同意の取得は法的義務である。

④明示的個別同意の取得

利用目的を個別に明示して説明した上で、同意を取得する。第三者提供を利用目的とする場合は、原則として第三者提供の③同意の取得で足りるが、通常の説明では本人が理解できない場合や本人への影響が大きい場合等では義務とされることがある。

⑤同意の撤回の受付

瑕疵のない本人の意思表示に基づいて取得した同意を本人が撤回することを許すことは（少なくともわが国の個人情報保護法においては）事業者の法的義務ではない。

事業者は、以上①から⑤の対応をどういう場合にすべきかを内包によって自ら定めることができる。法的義務に該当する場合は選択の余地がないが、該当しない場合には内包によって軽重の目安をつけることが可能だからである。

前述したとおり契約履行上の必要性は、本人が事業者に個人情報の利用を認めて商品・サービスの提供を受けるかどうかを決定する上で欠かせない。本人の意思を尊重するならば利用目的が契約履行に不可欠でない場合の方が、不

可欠な場合よりも本人への対応は重くなる。不可欠な場合はその目的が本人にとって自明または理解が容易であるのに対して、不可欠でない場合はそうではないからである。

また、利用行為の方向性は、本人が事業者に個人情報の利用を認めたときに自分にどのような影響があるかを判断する上で重要であることも先に述べた。利用行為が向かう対象がユーザの場合と商品・サービスの場合とでは、前者の場合の方が後者の場合よりも本人への対応は重くなる。利用行為が与える本人への影響が直接的で大きいからである。第三者提供を利用目的とする場合には、同意取得の法的義務が課せられているため、本人への対応は当然に重いものとなる。

以上のように、契約履行上の必要性の有無、利用行為の向かう対象の別により、本人の意思を尊重すれば対応に軽重が生まれる。2軸に現れた軽重を枠組みに従って組み合わせると、内包に合わせて本人への対応に差を設けることができる。

		契約履行上の必要性	
		契約履行に不可欠	契約履行に不可欠でない
利用行為の方向性	ユーザ	明示的個別説明 ☆ 同意 ☆ 同意の撤回 ☆	明示的個別説明 ★★ 同意 ★ 同意の撤回 ★
	商品・サービス		明示的個別説明 ★ 同意 ☆ 同意の撤回 ☆
	第三者	[第三者提供の場合] 明示的個別説明 ☆ 同意 ★★★ 同意の撤回 ☆	[第三者提供の場合] 明示的個別説明 ★★★ 明示的個別同意 ★★★ 同意の撤回 ★

【凡例】 ☆ 原則不要 ★ 配慮が望まれる ★★ 配慮がより望まれる ★★★ 法的義務

図 2 本人への対応の例

図 2 は本人への対応②から⑤を、「☆ 原則不要、★ 配慮が望まれる、★★ 配慮がより望まれる、★★★ 法的義務」に分けて整理した例である。①通知又は公表を除いたのは、①が全象限にわたって等しく法的義務とされ、象限に差がつかないことから簡単のためである。なお、図 2 中の☆はあくまで原則であって、特別な義務が課せられる個人情報等の例外があることを断っておく。

5. 効果

本提案の内包的枠組みによって個人情報の利用目的を整

理することによる効果を述べる。

5.1 ユーザにとっての内包的枠組みの効果

個人情報の利用目的がこの内包的枠組みによって示されれば、ユーザは自分の個人情報の利用目的の全体像を俯瞰することができ、事業者が個人情報を利用する必要性の有無と自分への影響の有無を把握することができる。ユーザは象限ごとに利用の同意・不同意、利用の撤回などの判断と事業者への意思表示が容易になるだろう。例えば、第一、第三、第五象限にあたる利用目的は、自分が受けようとするサービスの提供になくしてはならない利用目的であるから、その利用目的を受け入れなくてはサービス提供そのものを受けることができないことが分かる。サービス提供を受けるとしても、事業者による個人情報の利用の同意・不同意を検討する余地があるのは、第二、第四、第六象限の利用目的であり、さらに、自分に事業者から直接的な行為が及ぶのは第二象限の利用目的であることが分かる。サービス提供における必要性と自分への影響の理解に基づいて、自分の個人情報の利用の可否について事業者はその意思を伝えることが可能となる。

5.2 事業者にとっての内包的枠組みの効果

個人情報の利用目的をこの内包的枠組みによってユーザに説明すれば、事業者は個人情報を利用する合理的な理由とユーザへの影響の有無を説明できる。サービス提供に不可欠な個人情報の利用については、サービスを提供する以上、ユーザに同意・不同意の選択肢を与えることはできないが、サービス提供に不可欠ではない個人情報の利用についてはユーザに同意・不同意の選択をさせても契約したサービス提供に問題が生じないことが明確になる。それが明確になれば、事業者はユーザの意思表示に従って個人情報の利用の可否を判断し実行できるシステムの実装が容易になる。例えば、第一、第三象限にあたる利用目的を達成するための業務においては、ユーザの意思を反映する余地がない。つまり、ユーザの意思を確かめるためのインターフェースやロジックをシステムに実装する必要がない。他方、第二、第四象限にあたる利用目的を達成するための業務においては、ユーザに利用の同意・不同意を選択させ、その意思表示に基づいて個人情報の取扱いの可否を判断する余地がある。また、第五、第六象限に当たる利用目的を達成するための業務においては、ユーザに利用の同意・不同意を選択させ、その意思表示に基づいて個人情報の第三者提供の許可と禁止を厳格に管理しなければならない。つまり、ユーザの意思を確かめるためのインターフェースやロジック、第三者への出力を制御する仕組みをシステムに実装する必要が生じる可能性があることが分かる。

このように内包的枠組みを適用した6つの利用目的は、業務を設計しシステム実装する際に、個人情報の取扱いに関わる基本的な条件を与えることになる。

6. 内包的枠組みのドコモへの適用

株式会社NTTドコモ（以下、「ドコモ」という。）は個人情報を含むパーソナルデータを取扱う際に大切にする理念を明確化した「NTTドコモ パーソナルデータ憲章」を公表し、それに基づきプライバシーポリシーを再編することを同時に発表した[4]。

再編前のドコモのプライバシーポリシーは、電気通信業、クレジットカード業、金融業の3業種ごとに個人情報の取扱い方針を定めるが、ドコモの事業はこれらの業種を包括する会員サービス事業となっている。ドコモのユーザの99.95%は会員サービスの契約者であることから、個人情報の取扱い方針は、業種別ではなく会員サービスを軸に再編し、ユーザにとって分かりやすい構成・表現に改める必要があった。

プライバシーポリシーの再編にあたっては、当然ながら3業種に分かれて記載されている数十もの個人情報の利用目的も再編の対象になる。そこでドコモは本提案の内包的枠組みを採用し、会員規約において同意済みの利用目的の全範囲を漏れなく第一から第四までの象限に分割し、4つの利用目的に再編した。6象限ある枠組みのうち、第五、第六象限を除いたのは、ドコモは個人情報の第三者提供の際には、原則として提供の目的等を説明した上で同意を取得することとしているためである。

さらにドコモは再編前の利用目的の表現を4つの利用目的の下にそれぞれ外延的に例示することによって、利用目的の具体性を維持し、再編前後の利用目的の記載の対応関係を明確にしている。



図3 ドコモの再編後の個人情報の利用目的

図3中の「サービス・商品等の提供に必要なこと／お客さまへの提案や企画開発・調査等にかかわること」は契約履行上の必要性の軸に対応し、「一人ひとりのお客さまにかかわること／サービス・商品等にかかわること」は利用

行為の方向性の軸に対応している。ドコモは、個人情報の取扱いをこの4つの利用目的のいずれか1つにのみ対応させ、重複がないように業務を定義して運用することとした。さらにドコモは、利用目的に対する本人の意思をより尊重するため、ユーザが自ら同意事項を一覧で確認し、利用の可否をドコモに意思表示できる機能「パーソナルデータダッシュボード」を順次実装していく予定である。

これらの取り組みに対しては様々な意見も提示され得るが、ドコモが顧客の目線に立ったパーソナルデータの取扱業務をシステムに実装可能な形で運用していくために、筆者らが共に検討したものである。

7. まとめ

個人情報の利用目的は、事業者が個人情報を取扱う個々の業務を具体的に特定しようと外延を羅列するだけでは、特定性という法的要求を満たすことに終始しかねない。ユーザは列挙された多数の利用目的の全体を把握することが難しく、他方、事業者は業務と利用目的の対応関係が複雑でシステム実装が容易でない。そこで利用目的の内包に着目し契約履行上の必要性と利用行為の方向性の2軸で分類する内包的枠組みを提案した。内包的枠組みによって、ユーザは自分の個人情報の利用の必要性と自分への影響が理解でき、その理解に基づいて利用の可否について同意・不同意の判断が可能になる。事業者は、ユーザの同意・不同意の判断に重要な要素である、個人情報の利用の必要性と利用行為の向かう対象を説明でき、ユーザの意思表示に基づくシステム実装が容易になる。ドコモのプライバシーポリシーの再編はこの内包的枠組みを採用した最初の事例となるものである。

参考文献

- [1] WORLD ECONOMIC FORUM. “Personal Data: The Emergence of a New Asset Class”, p5
http://www3.weforum.org/docs/WEF_ITTC_PersonalDataNewAsset_Report_2011.pdf
- [2] 総務省 平成30年版 情報通信白書 第1部 特集 人口減少時代のICTによる持続的成長, p3
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/pdf/n100000.pdf>
- [3] 個人情報保護委員会委託調査、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
https://www.ppc.go.jp/files/pdf/201803_shogaikoku.pdf
- [4] NTTドコモ、報道発表資料「(お知らせ) ドコモのパーソナルデータの取り扱いについて～パーソナルデータ憲章の公表、およびプライバシーポリシーをよりわかりやすく再編～」
https://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/2019/08/27_00.html (URLは報道発表時点のもの)