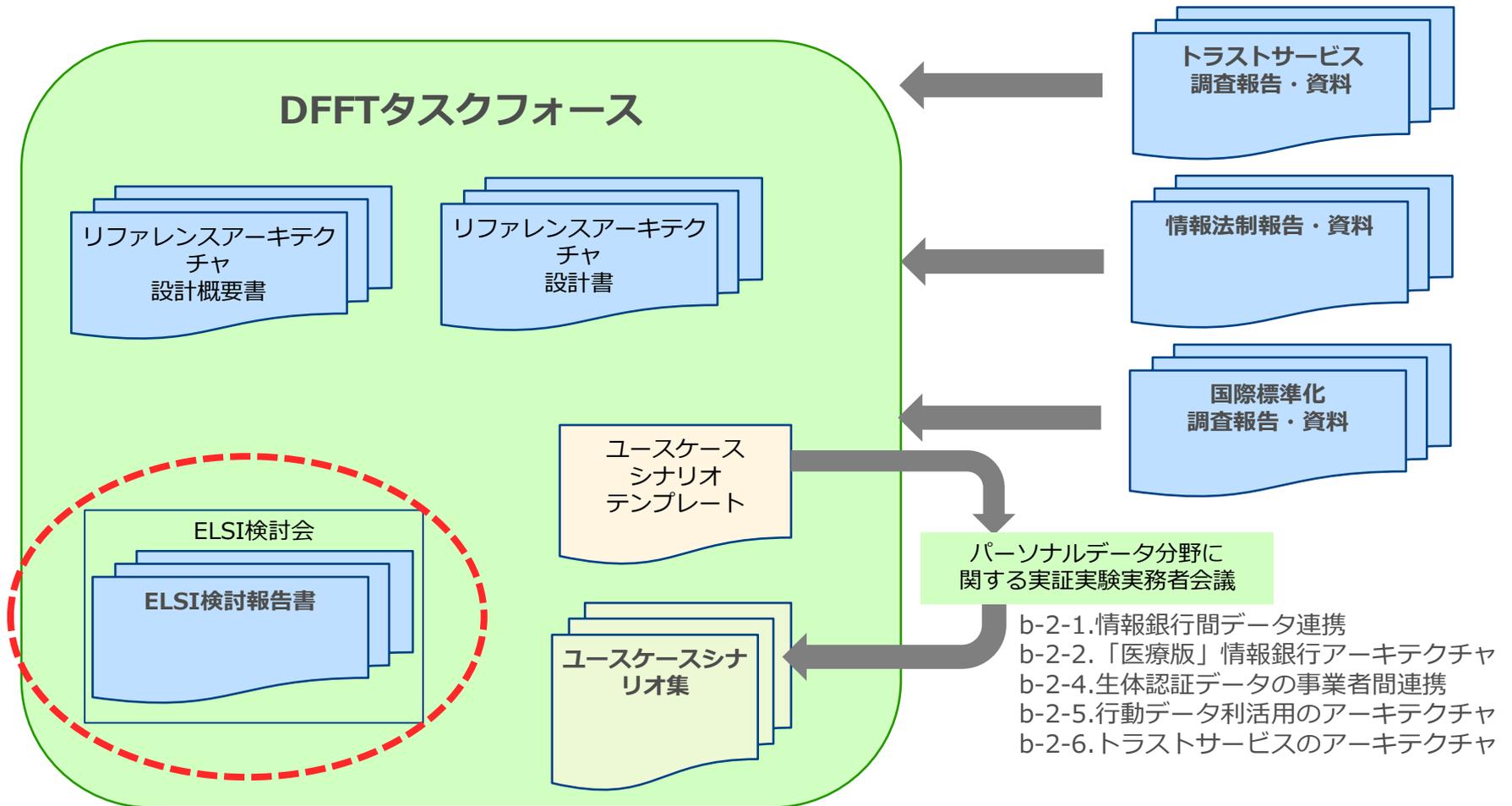


# 「パーソナルデータ分野に関する ELSI検討」 報告書 概要

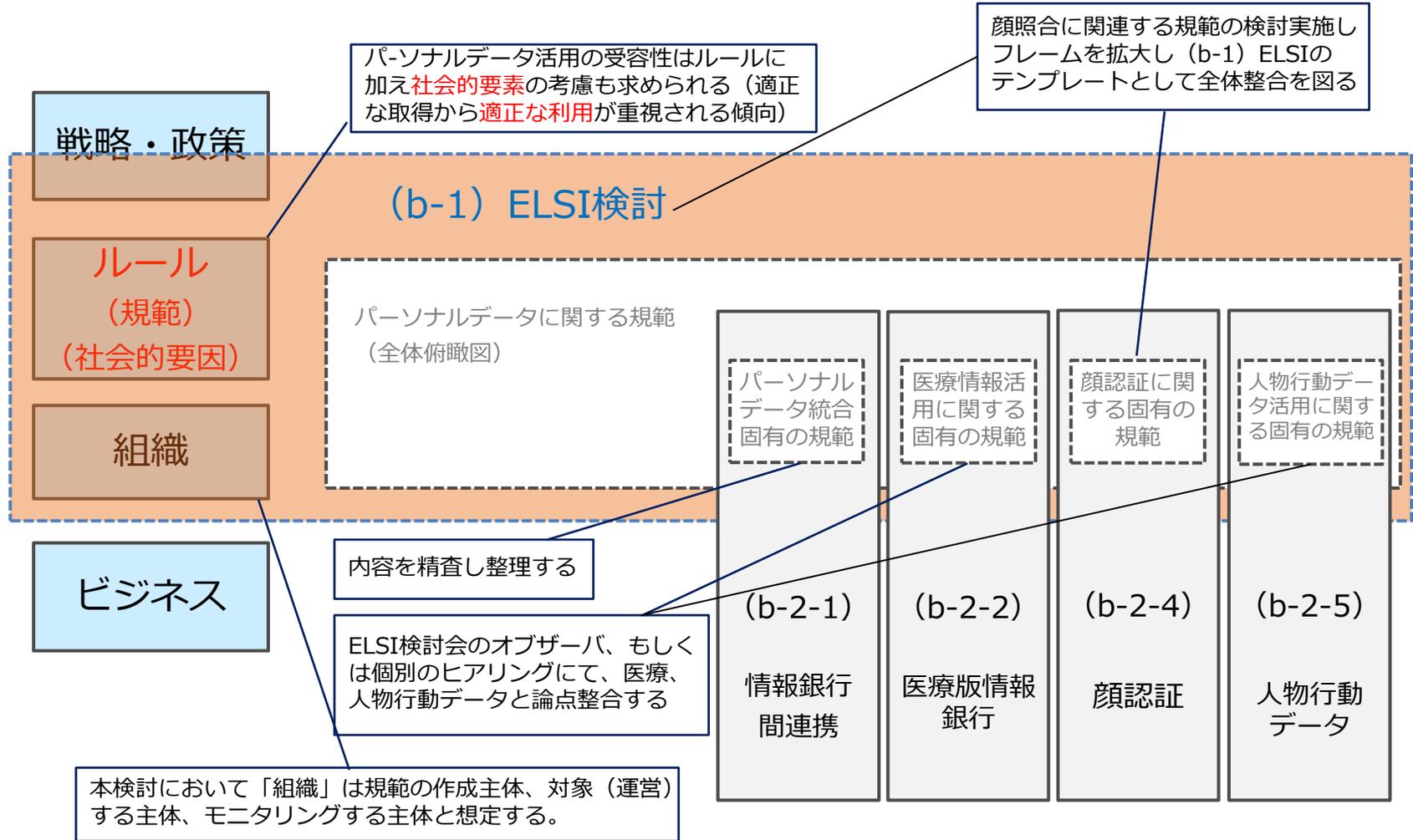
2020/3/31

一般社団法人データ流通推進協議会

# ELSI検討会の位置づけ



# (b-1) ELSI検討会と各採択案件との位置付け



※ ELSI(Ethical, Legal and Social Issues)

# アーキテクチャー（ルール層）

パーソナルデータのアーキテクチャー（ルール層）においては、法制度に留まらず、広義の社会規範やPEST分析における社会的要因をスコープに入れるべきではないか？

## P:Politics (政治的要因)

規制など市場のルールを変化させるもの

- ・法律、法改正（規制・緩和）・税制、現在・増税
- ・政治、政権交代　・裁判制度　・政治団体、デモ

## E:Economy (経済的要因)

景気や経済成長など、価値連鎖に影響を与えるもの

- ・景気動向　・経済成長率　・物価　・為替　・株価
- ・金利　・原油　・消費動向

## S:Society (社会的要因)

人口動態の変化など需要構造に影響を与えるもの

- ・人口動態　・密度　・構成　・流行　・世論　・世帯
- ・宗教　・教育　・言語　・高齢人口　・少子化

## T:technology (技術的要因)

I Tなど、競争ステージに影響を与えるもの

- ・インフラ　・I T活用　・イノベーション　・特許
- ・新技術、技術開発

# パーソナルデータ分野に関するELSI検討会 構成員

	氏名（敬称略）	所属	第1回	第2回
座長	山本 龍彦	慶應義塾大学法科大学院法務研究科 教授	出席	出席
委員	江川 尚志	日本電気株式会社 技術イノベーション戦略本部 標準化推進部 シニアエキスパート	出席	出席
委員	大島 義則	長谷川法律事務所 弁護士	出席	出席
委員	河島 茂生	青山学院女子短期大学 准教授	出席	出席
委員	坂下 哲也	一般財団法人日本情報経済社会推進協会 常務理事	出席	出席
委員	永井 朝子	B S R ディレクター	出席	出席
委員	長谷川 敦士	武蔵野美術大学 造形構想学部 教授	出席	出席
委員	藤田 卓仙	一般社団法人世界経済フォーラム第四次産業革命日本センター ヘルスケア・データ政策プロジェクト長	出席	出席
委員	古谷由 紀子	サステナビリティ消費者会議 代表	出席	出席
委員	若目田 光生	一般社団法人データ流通推進協議会 理事	出席	出席

# 検討会のテーマと進捗

開催日		討議内容
第1回	12月27日 開催済み	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ELSI検討プロジェクトの概要、目標、スケジュール等の確認</li> <li>• 各実証プロジェクトの情報共有 (b-2-2) 医療領域「情報銀行」、(b-2-4) 生体認証データ (b-2-5) ) 特定エリアにおける行動データ</li> <li>• ルール層における規範の種類、俯瞰に関するアプローチの討議</li> <li>• 調査すべき規範や事案に関する討議</li> </ul>
第2回	2月5日 開催済み	<ul style="list-style-type: none"> <li>• パーソナルデータの規範の洗い出し結果の報告と討議</li> <li>• パーソナルデータ活用事業に関連する規範等の調査方法</li> <li>• 日本における事業者のパーソナルデータの適正活用における行動原則や企業へ期待すべきアクションについての討議</li> <li>• 報告書の目次（案）についての討議</li> </ul>
第3回	2月22日 開催済み	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 第1回、第2回を通して検討した内容に基づき作成した調査報告書のレビュー</li> <li>• 各実証プロジェクトの結果、下位アーキテクチャー含めた俯瞰</li> <li>• 継続検討課題の洗い出し、提言</li> <li>• 事業者がパーソナルデータの適正利用するための原則案</li> </ul>

# 最終報告書の目次

---

1. 本報告書の目的
  - 1.1 本報告書における「アーキテクチャ」の定義と意義
  - 1.2 ELSI検討と各採択案件の本報告書における位置づけ
2. ELSIに関するアーキテクチャ検討方法（アプローチ方法）
  - 2.1 検討内容
  - 2.2 パーソナルデータに関するアーキテクチャ（整理一覧表）
  - 2.3 抽出した「規範」のプロフィール（別冊）
  - 2.4 小括
3. パーソナルデータを活用した適正な事業開発の基本要件
4. 信頼性の確保のためにステークホルダーに求められる行動

## 検討方法まとめ

- ・海外展開やインバウンドをも視野に入れ、事業者がより消費者や社会にフレンドリーな形で事業を展開していくうえで、足りないものは何なのかを浮かび上がらせるため、国や社会において形成されている多様な「規範」の層を、事業者が俯瞰（overview）することができるよう整理を行う。
- ・本アーキテクチャの構築にあたっては、重ねて述べるように「事業者の主体性」を重視し、「規範」の抽出は、消費者・ユーザーからの信用や信頼関係を構築するために必要不可欠なものを中心に行う。
- ・本アーキテクチャ構築に際して、グローバルな視点として、国連や国際団体のほかに、我が国と「人間中心」という価値観を共有しているアメリカとEUといった地域を中心に「規範」の洗い出しを行う。

# パーソナルデータアーキテクチャーの検討内容について

本報告書における「規範」には、法令、ガイドライン、企業ポリシーなど様々なものが含まれているが、事業者がアーキテクチャーを俯瞰する際に、重要となる3つの整理軸とその理由は次の通りである。

アーキテクチャ整理軸	理由
<b>事業に関する規範カテゴリー</b>	政府の法令や、非公的団体によるガイドラインなどさまざまな「規範」が存在するため、それぞれの規範の拘束力や、技術進化への対応について検討していくうえでの参照軸となるため、それらを6つのカテゴリーから整理している。
<b>事業展開が行われる地域</b>	グローバルな事業展開を考えるうえで、どの地域で「規範」が形成・運用されているのかが重要となるため、それらを地域別に整理している。
<b>事業に関する規範の形成主体</b>	「規範の不在」や、現行の「規範」にある問題点について、事業者や業界が主体的に関わり、問題を解決していくために、「規範」の形成を行っている主体が誰なのかを把握できるよう整理している。

# ○事業に関する規範カテゴリー

規範には国家や自治体、各省庁が形成する法令から、業界団体や自社で設定するガイドラインやポリシーまでさまざまなものがある。昨今の技術進化のスピードを鑑みると、パーソナルデータ分野に対して、国家がすべて対応するのには限界があり、多様な「規範」をカテゴリカルに把握することが重要となる。

またこれらのカテゴリーは、主として規範の執行性や拘束力にも関係がある。例えば政府機関による法律は、基本的に業界団体のガイドラインや自社ポリシーよりも名宛人に対する拘束力が働くものの、法律の中にも基本法や倫理規定として機能しているものもあり、一概に法律＝拘束力が強いとは言い切れない部分もある。またガイドラインの中にも、政府系と団体系で拘束力の強弱のグラデーションがある。そのため各規範の拘束力の程度について把握することが必要となる。

▼規範のカテゴリーとしては以下のようなものがある。

- ・ 国際原則（国際団体／政府系）
- ・ 国内・地域の法令・条例
- ・ 政府系ガイドライン
- ・ 団体ガイドライン
- ・ 企業ポリシー
- ・ 国内勉強会・研究会に基づく報告書

# ○事業展開が行われる地域

海外への事業展開の可能性を考え、日本国内にのみ視線を閉じることがないように目配りする必要があります。なおその際に注意が必要であるのは、インバウンド拡大など、単に事業展開を日本国内のみでおさめる、または当該法令の地域とは別の地域（e.g. アメリカにおける他の州）で展開するからといってグローバルな視点が必要なくなるわけではないという点である。

他国・他地域の方々にサービスを提供することが増加することが予想される場合には、その国・地域の規範への目配りも必要と思われる。（e.g. GDPR、カリフォルニア州消費者プライバシー法）

## ○事業に関する規範の形成主体

新しい技術に対し、国や自治体が規範を設定する前に、業界団体などで自主的に規範を形成することもあり得る。これは、あらかじめ規範が設定されていることにより、無法図に事業が展開され、後からユーザー・消費者の反発を招き、結果として事業展開がストップしたり、取りやめになってしまうこともあり得るからである。そのため、「規範」の設定がなされていた方が、長期的に事業者にとってビジネスが有利に働く場面がある。そのため、規範形成に事業者や業界団体が積極的に関与していくためにも、誰が規範形成の主体となりうるのかを把握することが必要である。

さらに、規範形成の主体によって規範のカテゴリーや採用しうるインセンティブ設計にも違いがでる（例えば、主体が政府機関ならば法令による制裁規定を採用できるが、業界団体の場合は同様の制裁規定は採用できない）。

# パーソナルデータに関するアーキテクチャ一覧 表1

(下記のものはその一部)

①事業に関する規範カテゴリー	名称	規範形成主体	関連性(顔照合)	関連性(人物行動)含・属性取得	関連性(医療情報)	拘束力・執行性
国際原則(国際団体)	倫理的に配慮されたデザイン(第2版)	IEEE	★	★	★	★
	ヘルシンキ宣言	世界医師会(WMA)	★	★	★★★	★
国際原則(政府系)	国連ビジネスと人権に関する指導原則	国連	★	★	★	★★
	AIに関する理事会勧告	OECD	★	★	★	★★
	Data Free Flow with Trust	G20	★	★	★	★
	信頼のおけるAIのための倫理ガイドライン	EU	★	★	★	★★
国内・地域の法令・条例	憲法13条 プライバシー権(情報自己決定権、肖像権)	日本	★★(★)	★★	★★	★★★
	消費者基本法	日本	★	★	★	★★
	消費者安全法	日本	—	—	—	★★★
	個人情報保護法	日本	★★	★★	★★	★★★
	次世代医療基盤法(および同法施行規則、基本方針等)	日本	—	—	★★★	★★★
	医療法、および医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン等	日本	—	—	★★★	★★★
	臨床研究法(および医学研究関連法令ガイドライン)	日本	—	—	★★★	★★★
	医薬品医療機器法およびGCP省令等関連規範	日本	—	—	★★★	★★★
	カリフォルニア消費者プライバシー法	カリフォルニア州	★★	★★	★★	★★★
	ワシントン州生体識別子法	ワシントン州	★★	★★	—	★★★
	イリノイ州生体情報プライバシー法(BIPA)	イリノイ州	★★★	★★	—	★★★
	サンフランシスコ市当局による顔認識技術の使用を禁止する条例	サンフランシスコ市	★★★	★★	—	★★★
	防犯カメラに係る補助制度	各自治体	★★★	★★	—	★★
政府系ガイドライン	Facing Facts	FTC	★★★	★★	—	★★
	FIPPs(Fair Information Practice Principles)	FTC等	★	★	★	★★
	ビデオ機器を通じた個人データの処理に関するガイドライン(最終版)	EU	★★★	★★	—	★★★
	人間中心のAI社会原則	内閣府	★	★	★	★★
AI活用原則案/AI活用ガイドライン案	総務省	—	—	★	★★	
国際的な議論のためのAI開発ガイドライン案	総務省	—	—	★	★★	
団体ガイドライン	プライバシーフレームワーク	米国公認会計士協会	★★	★★	★	★★
	企業行動憲章	経団連	★	★	★	★
	経団連サイバーセキュリティ経営宣言	経団連	★	★	★	★
企業ポリシー	Artificial Intelligence at Google Our Principles	Google	★	★	★	★
	NECグループAIと人権に関するポリシー	NEC	★	★	★	★
	特設Webサイト「プライバシー」	Apple	★★	★★	★	★
	IBM顔認証ポリシー	IBM	★★★	★	—	★
国内勉強会・研究会	HRbDに基づくチェックリスト	NEC&KGRI	★	★	★	★
	プロファイリングに関する提言案	パーソナルデータ+α研究会	★	★	★	★
	大阪ステーションシティICT大規模実験に関するレポート	映像センサー使用大規模実証実験検討委員会	★★★	★	—	★

# パーソナルデータに関するアーキテクチャ一覧 表2

下記のような受容性の違いを見誤り、不用意に事業やサービスを実装した場合、事業者にとって予期せぬ反対運動や抗議につながってしまう。さらに、これらは、プライバシー設計に必要な観点として配慮する必要がある。

## 事業者にとって重要な視点① 受容性

<p>地域・民族・宗教による受容性の違い</p>	<p>地域・民族・宗教等が異なると、サービスの受容性にも相違がみられる。例えば先述した通り、欧州と米国では、社会における基底的価値観に差があることが指摘される（尊厳重視か自由重視か）。さらに米国も一枚岩というわけではなく、州によってそうした価値観に差がありうる（e.g. カリフォルニア州）。そのため、事業者がサービス展開を行う前に、こうした地域・民族・宗教上の受容性の違いを把握しておくことが重要となる。</p>
<p>少数民族など受容性の違い</p>	<p>少数民族などは、新技術が用いたサービスによって迫害を受けてしまう可能性もある。特に事業者が展開しようとする技術が、「監視」に転用できるようなものであると、それら技術を用いて、自社の技術が思いもよらぬ形でこうした人々への弾圧のために用いられてしまう場合がある。もちろん、同様の技術は、こうした迫害を受けている人々の「ケア」や「保護」のために用いられることもあるため、一概に断じることはできないが、事業者は事業展開を行う際に、BtoB、特にエンドユーザーがどのように自社の技術を用いるかを慎重に見極める必要がある。</p>

## 事業者にとって重要な視点② インクルージョン

<p>消費者と事業者との関係性</p>	<p>新技術を有する事業者側は、消費者に対して非常に優位な立場に立っている場合があることに自覚的になる必要がある。（独禁法上の「優越的地位の乱用」とまで言えるかはともかく）事業者が、消費者側の選択権を奪うことになってしまっていないかに注意を払う必要があり、さらにその優位な立場を利用して、プライバシーをはじめとする基本的権利を行使した消費者を商品価格やサービスの点で、差別的に取り扱っていないかに注意を払う必要がある（e.g. CCPA）</p>
<p>特に社会的に脆弱な立場の人々（子供、高齢者）との関係性</p>	<p>児童や高齢者をはじめとする、特に社会的に脆弱な立場に置かれている人々に対しては、新技術が、ケア（見守り）の手段となる一方で、コントロール（管理）や差別の手段に変貌する場合がある。児童の場合には、親による情報コントロールビリティに配慮する必要がある（e.g. COPA） 高齢者の場合にも、例えば認知症の症状を有する人を、サービス展開の中でどのように包摂し、目配りしていくかが重要となる（e.g. 消費者安全法）</p>

# パーソナルデータに関するアーキテクチャ一覧 表2

(下記のものはその一部)

どのような問題か	事例	地域・対象	備考
反対運動	大阪ステーションシティ人流分析	日本	NICTにより、「JR西日本」の所有する大阪駅ビル「大阪ステーションシティ」内に92台のデジタルビデオカメラを設置。同所を通行する一般の人を撮影したうえ、災害発生時等の安全対策への実用に資する人流統計情報の作成が可能か否かを検証するための実験
反対運動	Amazon「Rekognition」	アメリカ	アマゾンの顔認証システム「Rekognition」の法執行機関への導入をめぐり、人権侵害の恐れがあるとして、ACLUなど複数のNGOが販売中止を要求した。特に人種によって認識の正確さにバイアスがある点が差別を助長すると指摘している。
報道	万引き犯検知システム	フォーチュン誌	ウォルマート社が入店時に顔のスキャンを行って万引き犯を検知し、警備員に警告を伝達するFaceFirst社のシステムの導入について報じられた。プライバシーに対する懸念が提起され、ウォルマートは2015年に導入を注視している。
報道	リクナビ問題	日本経済新聞	リクルートキャリア社が、就職活動中の学生が企業の情報収集を行う際の閲覧履歴などのデータを収集し、当該データをAIが分析、内定辞退率などを算出し、その情報を複数の企業に販売していた問題
報道	GooglePhotosの誤認識	Guardian	GooglePhotosアプリが、黒人を「ゴリラ」と認識し、Googleが謝罪した
報道	パレスチナ人の監視技術	JapanCnet	マイクロソフトが出資したイスラエル新興企業AnyVisionが開発した顔認証技術がパレスチナ人の監視に用いられていたとの報道。マイクロソフトは自社の倫理規定に反しないかを調査中。
報道	ウイグル族の監視技術	東京新聞	中国のウイグル族監視に関与している杭州海康威視数字技術に、ソニーとシャープが画像センサーを提供しているとの指摘がある。

# 「規範」のプロフィール例①

## I 国際原則（国際団体）

### 倫理的に配慮されたデザイン

*Ethically Aligned Design*

#### 顔照合との関連性 ★

→この原則は、AI/Sに関するフレームワークを定めたものであるため、顔照合ともある程度関連する。

#### 人物行動追跡との関連性 ★

→この原則は、AI/Sに関するフレームワークを定めたものであるため、人物行動追跡ともある程度関連する。

#### 医療情報との関連性 ★

→この原則は、AI/Sに関するフレームワークを定めたものであるため、医療情報ともある程度関連する。

#### 執行性 ★

→公的機関ではないIEEEにより策定されているため、拘束力は薄い。

#### 概要

①規範カテゴリーは、「国際原則（国際団体）」である。②この国際原則は、アメリカに本拠を置くIEEEにより策定されているが、この学術団体は、全世界規模での影響力を有しているため、あらゆる国・地域での技術開発において参照すべきものとなる。③規範形成の主体は、公的機関ではないIEEEである。

#### 内容

この国際原則は、AI/S（Autonomous and Intelligent Systems）により、個人や社会に及ぼされるプライバシーや差別などへの影響を鑑みて、主として非技術的な倫理的な側面からこれらシステムの設計を行うためのフレームワークを確立すること目指したものとして策定されている。ここでいう「倫理」には、社会的公正性、環境持続性、さらには個人の自己決定への要求が含まれている。AI/Sの倫理的および価値ベースの設計、開発、および実装は、①人権、②人間の幸福、③データエージェンシー（個人のID制御能力の維持）、④目的に対する有効性・適合性、⑤透明性、⑥説明責任、⑦潜在的な誤用からの保護、⑧オペレーターの安全能力という一般原則が適用される。

より詳しくは...（参照文献）

上記はFirst Editionのものである。at [https://standards.ieee.org/content/dam/ieee-standards/standards/web/documents/other/ead1e.pdf?utm\\_medium=undefined&utm\\_source=undefined&utm\\_campaign=undefined&utm\\_content=undefined&utm\\_term=undefined](https://standards.ieee.org/content/dam/ieee-standards/standards/web/documents/other/ead1e.pdf?utm_medium=undefined&utm_source=undefined&utm_campaign=undefined&utm_content=undefined&utm_term=undefined)

# 「規範」のプロフィール例②

## Ⅱ 国内・地域の法令・条例

### 消費者基本法

#### 顔照合との関連性 ★

→本法律は、消費者保護を目的とし、事業者と消費者の間の情報量格差を前提にしており、顔照合ともある程度関連する。

#### 人物行動追跡との関連性 ★

→本法律は、消費者保護を目的とし、事業者と消費者の間の情報量格差を前提にしており、人物行動追跡ともある程度関連する。

#### 医療情報との関連性 ★

→本法律は、消費者保護を目的とし、事業者と消費者の間の情報量格差を前提にしており、医療情報ともある程度関連する。

#### 執行性 ★★

→本法律は、基本理念を定めた基本法的性格をもつものであるため、事業者に対する拘束力はないが、国の施策の基礎となっている。

#### 概要

①規範カテゴリーは、「国内・地域の法令・条例（法律）」である。②この法律は、国内で事業展開を行う際には参照すべきものとなる。③規範形成の主体は、日本である。

#### 内容

本法は、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差」を踏まえた、「消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念」等を定めるものである。国が取り組むべき基本的な施策として、消費者の安全確保や、消費者契約の適正化、公正で自由な競争の促進といったものが挙げられている。

（次ページへ続く）

# 「規範」のプロフィール例②

## Ⅱ 国内・地域の法令・条例

### 消費者基本法

(続き)

なお本法の第9条に基づき、政府は「消費者基本計画」を定めており、その施策の方針は以下の図の通り、①消費者の安全の確保、②表示の充実と信頼の確保、③適正な取引の実現、④消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成、⑤消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備、⑥消費者行政の体制整備からなる。

5年間で取り組むべき施策の主な内容					
<b>① 消費者の安全の確保</b>	<b>② 表示の充実と信頼の確保</b>	<b>③ 適正な取引の実現</b>	<b>④ 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成</b>	<b>⑤ 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備</b>	<b>⑥ 消費者行政の体制整備</b>
(1)事故の未然防止 ・危険な物質・商品の情報提供、販売規制 (2)事故等の情報収集と発生・拡大防止 ・事業者からの情報、子供・高齢者の事故情報等の収集強化と適切な注意喚起 (3)原因究明調査と再発防止 ・消費者安全調査委員会の体制強化 (4)食品の安全性の確保 ・製造工程管理等の的確な運用・取組の拡大 ・食品と放射性物質に関する正確な情報提供	(1)景品表示法の普及啓発・厳正な運用 ・事業者への普及啓発による法令遵守の徹底 ・課徴金制度の活用など厳正な執行 (2)商品・サービスに応じた表示の普及・改善 ・家庭用品、住宅、美容医療等の表示ルールを整備運用 (3)食品表示による適正な情報提供・関係法令の厳正な運用 ・食品表示一元化の着実な実施 ・新たに施行する機能性表示の理解増進、更なる検討	(1)横断的な法令の厳正な執行、見直し ・特定商取引法、消費者契約法の見直し ・成年後見制度の活用による高齢者・障害者の権利擁護 (2)商品・サービスに応じた取引の適正化 ・電気通信事業法の改正 ・割賦販売法の法改正の検討 ・商品先物の不招請勧誘による被害防止の取組の徹底 ・高齢者向け住まいの届出促進、前払金等の在り方検討 (3)情報通信技術の進展に対応した取引の適正化 (4)犯罪の未然防止・取締り ・特殊詐欺等の取締り強化 (5)規格・計量の適正化	(1)政策の透明性確保と消費者意見の反映 (2)消費者教育の推進 ・ライフステージに応じた体系的な消費者教育 ・学習指導要領の改訂の検討 ・地域協議会の設置支援 (3)消費者団体、事業者・事業者団体等の取組の支援・促進 ・消費者団体の活動支援 ・消費者志向経営の促進 (4)公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保 (5)環境に配慮した消費行動等の推進	(1)被害救済、苦情処理、紛争解決の促進 ・適格消費者団体の資金の確保等の支援の検討 ・不当収益をはく奪し、被害者を救済する制度の検討 ・商品・サービスに応じたADR(裁判外紛争処理)の活用促進 (2)高度情報通信社会の進展への対応 ・パーソナルデータに関する制度見直し (3)グローバル化の進展への対応 ・国境を越えた取引に関するトラブルの相談体制の充実 ・外国人からの消費者相談に対応する体制の充実	(1)国の組織体制の充実・強化 ・消費者庁、消費者委員会、関係府省庁等の体制充実と情報共有・連携強化 ・国民生活センターによる相談支援機能の強化 (2)地方における体制整備 ・どこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制整備 ・認知症の高齢者等の見守りネットワーク等の促進 ・消費生活相談員の人材・処遇の確保 ・「消費者ホットライン」の3桁化(188)による相談窓口の認知度向上
<small>※(1)(2)・・・の項目ごとに、①法令・ガイドライン等の整備・見直しの状況、②周知の状況、③各種措置の実施状況、④消費者相談の件数・内容等を、KPI(重要業績評価指標)として設定</small>					

図 (出典：消費者庁 消費者基本計画の概要より抜粋 at

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/basic\\_plan/pdf/150324adjustments\\_6.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/pdf/150324adjustments_6.pdf))

# 「規範」のプロフィール例③

## Ⅱ 国内・地域の法令・条例

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

#### 顔照合との関連性 ★★

→この法律が保護している「個人情報」には、バイオメトリクス情報が含まれているため、顔照合にも関連する。

#### 人物行動追跡との関連性 ★★

→この法律は、消費者に対して、事業者の個人情報の収集・使用などに対する開示請求権や個人情報の削除権、販売のオプトアウト権が認められているため、継続的な人物行動追跡にも関連する。

#### 医療情報との関連性 ★★

→この法律が保護している「個人情報」には、第 1798.80 条第(e)項で述べる個人情報のカテゴリー（この中に医療情報が含まれている）が該当するため、医療情報にも関連する。

#### 執行性 ★★★

→違反者に対しては、民事罰の執行または損害賠償請求の訴訟提起がありうる。

#### 概要

①規範カテゴリーは、「国内・地域の法令・条例（法律）」であり、アメリカ合衆国のカリフォルニア州法になる。また違反に対して、州司法長官の訴訟提起により民事罰が課せられる他、州の消費者も民事訴訟を提起することができる場合があるため、強い執行性を有する。②この法律は、アメリカ合衆国のカリフォルニア州の住民を対象とし、州内で事業を行う事業者が対象のため、同州内で事業を行う事業者に最も深く関係するものである。ただしアメリカ合衆国の別の州または合衆国外で事業を行う場合でもまったく関係がないわけではないことに注意が必要である。③規範形成の主体は、州（アメリカ合衆国）である。

# 「規範」のプロフィール例③

## II 国内・地域の法令・条例

### カリフォルニア州消費者プライバシー法

#### California Consumer Privacy Act (CCPA)

(続き)

#### 内容

・この法律は、「憲法上のプライバシー権を促進すること及び消費者の個人情報に関連する既存の法律を補完することを意図して」(第1798.175条)、2018年6月に制定され、2020年1月1日より施行されている。カリフォルニア州司法長官により、実際の運用のためのCCPA規則(California Consumer Privacy Act Regulations)の草案が、2019年10月10日に公表されており、同年12月6日までの間、パブリックコメント手続きにかけられていた。

(略)

・この法律の特徴は、カリフォルニア州の消費者に、大きく分けて4つのカテゴリー(計8つの権利)を保障している点にある。

①まず第一に、**消費者が、どの個人情報が収集され、使用され、共有され、または販売されたのかを知る権利**である。

②次に、**事業者および事業者のサービスプロバイダーである拡張子によって保持されている個人情報の削除権**である(第1798.115条(a)(b))。

③**消費者が、事業者に個人情報の販売を停止するよう指示することができるオプトアウトの権利**(第1798.120条(a))がある。

④**消費者がCCPAに基づいてプライバシー権を行使した場合に、価格またはサービスの面での差別的な待遇をされない権利**がある(第1798.125条(a))。

(略)

より詳しくは... (参照文献)

(略)

# 「規範」のプロフィール例④

## V 企業ポリシー

顔認識テクノロジーに関する当社の見解について

顔照合との関連性 ★★★

→マイクロソフトが顔認識技術に絞って示した見解であるため、顔照合には深く関連する。

人物行動追跡との関連性 ★

→マイクロソフトが顔認識技術に絞って示した見解であるが、人物行動追跡にも応用可能であると考えられるため、ある程度関連する。

医療情報との関連性 —

→マイクロソフトが顔認証技術に絞って示した見解であるため、医療情報にはほとんど関連しない。

執行性 ★

→企業内での自主的な規制程度に作用する。

## 概要

①規範カテゴリーは「企業ポリシー」である。②この規範はもっぱら自社内における規範として示されたものであるが、グローバル企業が社外に提示している側面もあり、国際的に事業展開する者は参照すべきものになる。③規範の形成主体は、マイクロソフト社である。

## 内容

(略)

顔認識技術について「社会的責任と市場での成功のいずれかを選択しなければならないテクノロジー企業が、徹底的な市場競争において世界のために最善を尽くすことは考えにくい」として法規制の導入を訴える。そのために顔認識技術のもたらす機会を挙げ、次に対応すべき課題として偏見と差別が生まれ得ること、プライバシー侵害を起こし得ること、人々が自由な移動を妨げられたり、政府による長期的な監視対象となって民主主義を損ない得ること、を挙げ、必要な立法について米国を念頭に述べる。

こうした法規制の議論と同時に、法規制の先にあるもの、として公正性、透明性、説明責任、差別的使用の禁止、通知と同意、合法的監視、の6箇条を自社の行動規範にすると宣言。

より詳しくは... (参照文献) (略)

# 小括一調査・整理から得られた知見

## 小括のまとめ

- ・ パーソナルデータ流通における「信頼」の確保・担保の重要性
- ・ 消費者からの反発や危惧の存在
- ・ パーソナルデータに対する日本人の「閉じた」感覚から、パーソナルデータ分野をめぐる「規範」の環境変化による事業者の視座転換の必要性
- ・ 基本的権利（情報やデータに対する自己決定を含む）への配慮、透明性と説明責任、公平・公正性の担保といったグローバルな「デフォルト」の動向への配慮と、積極的な参画の必要性
- ・ 各法令や条例間のインターオペラビリティの不足
- ・ 「脆弱な主体」や（消費者・事業者間における）優越的な地位の濫用への配慮
- ・ ガバメントアクセスに対する姿勢

本報告書では、パーソナルデータを活用した事業開発を行おうとしている事業開発者（サービス・デザイナーまたはビジネス・デザイナー）に向けて、その適正な事業開発のための基本要件を提示したいと考える。すでに開発のための原則として、アーキテクチャにおいても取り上げているが、政府による「人間中心のAI社会原則」が策定されている。その内容は、事業者の目線からすれば、非常に抽象的である（例えば「人間中心」とは何を指すのか）ため、上記原則の内容を踏まえつつ、本報告書の小括でまとめたものを参考に、ビジネスサイドが実践の場で利活用できるよう一程度の具体化を図った鑄直しを行う必要がある。

本報告書では、合法性ではカバーしきれない、事業者がユーザー・消費者と共にAI社会を歩んでいくための6つの基本要件を提示し、さらに次章において事業者だけに留まらないより広範囲のステークホルダーに求められる3つの行動（アクション）について提言する。

**基本要件① グローバルな目線の必要性**

**基本要件② 責任あるビジネス、バリューチェーンの推進**

**基本要件③ 消費者（個人）を主役に据えた事業全体のデザイン**

**基本要件④ 消費者目線を踏まえた通知及び同意**

**基本要件⑤ フェアネス**

**基本要件⑥ 透明性と説明責任**

# 6つの基本要件と3つの行動に関する提言

---

## 4. 信頼性の確保のためにステークホルダーに求められる行動

### 4.1 認定制度の創設

・事業者は、自社ポリシーの策定といった狭い範囲にとどまらず、ユーザー・消費者からの信頼性を勝ち取っていくために、バリューチェーン全体を通じた信頼確保に努める必要がある。

### 4.2 認定制度自体のブランド力強化

・事業者は、上述の認定制度構築に当たっては、国民の認知度を高め、一定のブランド力を確保するような取り組みを行っていく必要がある。

### 4.3 市民社会との対話と共働

・事業者は、市民の代表として、消費者団体やNPOといったマルチステークホルダーと、消極的な「待ち」ではなく、より「積極的」に対話を行い、事業者自身が新たな規範形成に参画していく姿勢が必要となる。

EOF