The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	TALK2 : 位置情報活用のためのガイドラインの策定
Author(s)	山下, 大介
Citation	ELSI VOICE. 2022, 2, p. 8-13
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/88296
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

TALK2:

位置情報活用のための ガイドラインの策定

山下 大介（やました だいすけ）

一般社団法人LBMA Japanガイドライン委員会 主任編集委員／
株式会社ブログウォッチャー Chief Data Protection Officer

IT関連のスタートアップ、大手通信会社における新規事業の企画推進等を経て、2015年11月より株式会社リクルートホールディングスに入社。GAFA等プラットフォームとの提携業務や、SaaSプロダクトのカスタマーサクセス構築業務を経て、2017年よりブログウォッチャーに着任。社会における位置情報データの有効な活用を図るため、社内外における指針やガイドラインの策定を推進。[※5]

ELSI VOICE NO.2

業界共通の運用ルールを

私は株式会社ブログウォッチャーという会社で、データプライバシーに関して社内、社外の双方でどのようにコミュニケーションを構築していくかを設計する業務にあたるとともに、LBMA Japan のガイドライン策定にあたっては主任編集委員を務めました。そこで、LBMA Japan が 2020 年 6 月に発表しました、デバイスロケーションデータ（位置情報等のデータ）の利活用によるビジネス展開におけるガイドライン（P.05 の※ 3 参照）、つまり各社共通の原理原則・ルールの具体的な内容についてご紹介します。

まず、ガイドラインの前提として、今回対象としたデバイスロケーションデータは、個人情報保護法で規定される個人情報以外のデータである位置情報や広告識別子、すなわち ADID（Advertising Identifier）とか IDFA（Identifier for Advertising）と呼ばれる、スマホやタブレット端末それぞれに付与される固有の ID を含んだものを指します。では、なぜこのデバイスロケーションデータの活用にあたってルールをつくる必要があったのかと申し

【※5】2022年より株式会社プライバシーテックを設立し、代表取締役を務める。企業のDX推進におけるプライバシーガバナンスの技術提供・組織開発支援を行っている。

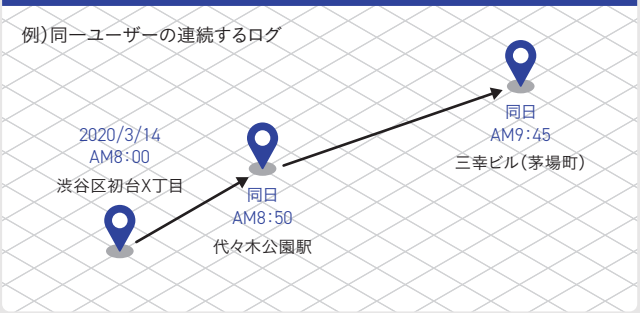
ますと、現行法においては位置情報や広告識別子は個人情報には含まれていないのですが、実際には「位置情報」とか「行動履歴データ」という言葉を聞くと、皆さん自分の行動が追跡されているのではないかとか、プライバシーが侵害されているんじゃないかといった不安や懸念を抱かれるかと思います。

そこで、デバイスロケーションデータがどのようなケースにおいて個人情報化していくのか、個人が識別できるような形になっていくのかをまずご説明します。例えば、ある人が朝 8 時に家を出て、ある地点を通過して職場に通っているというデータがあるとして、このデータだけを見ると誰だかわからないけれども、それが毎日連続的に重なっていったり、その情報を照合できるもの、例えば首相だったら新聞に日々の動静が公開されていますから、朝何時に家を出て、何時に首相官邸に行って……、といった明らかな行動の情報と履歴を照らし合わせたりすることで、表に公開されていること以外の個人情報も明らかになってきます（資料 2）。これは新聞に限らず、さまざまなメディアを通して自宅や勤務地が明らかになっている人であれば、誰にでも起こりうることです。

●資料2：デバイスロケーションデータに潜む懸念（1）

法律上、デバイスロケーションデータは
個人情報には該当しないものの、データの様態・使い方次第で
特定の個人を識別できる（＝個人情報化する）可能性が生じる。

連続的に蓄積することによる識別性が向上する例



この3点のログだけで、（見る人が見れば）誰であるか察しが付く。
複数のログや、日が連続すると、特定の個人の識別可能性はさらに高まる。

一方、デバイスロケーションデータを他のデータと関連付けることによって個人の識別性が上がるケースもあります。例えばデバイスロケーションデータにショッピングをしたデータや、ほかのサイトを見たデータなどを関連付けることによって、きっとあの人だろうという推測がつくケースが出てきます（資料 3）。法律上、デバイスロケーションデータは個人情報には該当しないとはいえ、こうしたケースはまさにデータの形や姿、使い方次第で特定の個人を識別でき、個人情報化する可能性が生じると考えられます。

●資料3：デバイスロケーションデータに潜む懸念（2）

他の情報との関連付けによる識別性が向上する例

例）異なるデータソースのログの関連付け

カラオケ店アプリのデータ（ロケーションログ）

lat	lon	time	adid
123.xx	39.xx	20200313	**abc1234**
125.xx	41.xx	20200313	**abc1234**

レシピアプリのデータ（閲覧ログ）

adid	time	viewpage
abc1234	20200315	aabbcc
abc1234	20200322	axbwbc

茅場町勤務・赤羽在住でカラオケ店を利用し、週末に料理をする人
（いずれの情報も単独では非個人情報である）

この意味付けの組み合わせで、誰であるか察しが付く。
複数のログや他の情報が組み合わさると、
特定の個人の識別可能性とペルソナの解像度はさらに高まる。

我々が課題としたのは、各社がこういった個人情報化する可能性があるデータをどのように運用するか、あるいは運用にあたってどのようなルールを設けるかという部分でした。従来はそれが各社ばらばらだったので、業界共通のルールを策定し、業界全体で基準を統一してやっていくことをガイドライン策定の目的、ゴールとしました。

ガイドラインの二つの柱

実際のガイドラインを二つの柱に分けてご説明します。まず一つ目が原則編です。これはエンドユーザーや社会に向けて広く、データの「利活用の 5 つの原則」を策定しています（資料 4）。特に最も重要な原則として、基本的人権の尊重を明記しました。差別や偏見、個人の不利益につながるデータの利活用を禁止するということです。ほかにも透明性の追求、選択性の担保、安全性の確保、持続可能性の向上を据えたものになっています。

●資料4：データの「利活用の5つの原則」（LBMA Japan提供）

持続可能なデータ利活用を進めるうえで、個人の権利尊重を
原理原則として定義。

1	**基本的人権尊重の原則** 不当な差別や偏見、その他の不利益につながり得るデータの利活用を禁止
2	**透明性追求の原則** 誰が、いかなる目的で、どのように利活用しているかを明示
3	**選択制担保の原則** 個人の意思を尊重し、プライバシー・バイ・デザインの概念に基づく設計
4	**安全性確保の原則** セキュリティ基準に則り、機密性の高い情報として管理・運用
5	**持続可能性向上の原則** 従業員教育や人材育成の継続、社会の発展につながるデータの利活用を推進

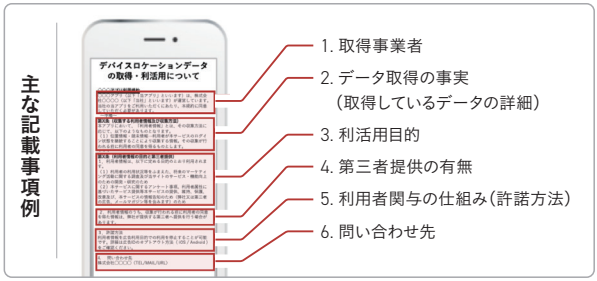
もう一つはガイドラインを遵守すべき事業者に対して、ビジネスケース別に具体的なルールや基準を規定しています（資料 5）。例えば、データを取得する際には、ユーザー側が自分のデータが活用されることをしっかりと認識できるような画面の見せ方（UI ＝ User Interface）を具体的に提示すること。また、広告配信を行う際には個人情報と関連付けたり、行動を分類してセグメントをつくったりするのですが、その際に機微の高い意味合いを得るようなセグメントはつくらないこと。例えば特定の地域に行ったことがユーザーにポジティブに捉えられれば問題はないけれども、得てしてネガティブに捉えられますから、ケースに応じて慎重にやりましょうと明示しています。

●資料5：具体的なビジネスごとにルール・基準値等を規定

実際の業務運用にあたって直面する課題に対して、業界横断での基準を設定。

例）データ取得時の許諾を得るプロセス

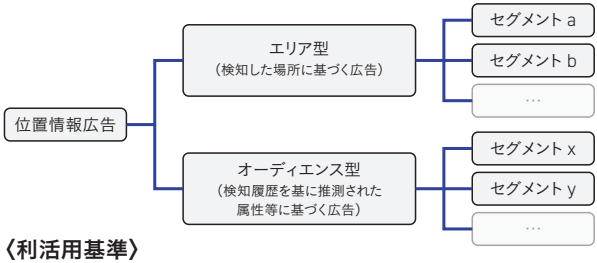
同意取得の画面例（デバイスロケーションデータ取得開始時）



例）位置情報広告配信時の基準

〈要旨〉

- 個人情報との関連付けを禁止。
- 機微の高いセグメント作成や意味合いを得る利活用の禁止。



〈利活用基準〉

- 一般社会通念上、倫理面での懸念がありうる目的による活用を禁止。
- セグメントに対するクリエイティブの組み合わせに配慮する。

さらに、策定したルールがビジネスをする事業者側の主観的な判断や意思に偏ったものにならないように、関連省庁や外部識者等、さまざまな方面の方の意見を傾聴する機会も設けました。具体的にはガイドライン委員会——これはLBMAに加盟する会社で構成されているのですが——に加えて、大阪大学の研究者、各社の法務担当者や顧問弁護士、個人情報保護委員会や内閣府、経済産業省、総務省など関連省庁の方々とも直接議論させていただきました。そのフィードバックとして、今後は当然、法律も変わっていくと思います。その際、データビジネスの業界として主体的に法整備の方向性や流れをつくることに携わっていける可能性をつくりだせたという点では、非常に有益だったと考えています。

通常こういったガイドラインをつくると、それまで自由にやっていたことができなくなるといった懸念や不安の声が現場から上がりがちですけれども、私自身も現場で仕事をしており、その経験や感覚を大事にする形で策定しましたので、結論としては好評をいただいています。ただし、このガイドラインは、今後の技術の進化や情勢の変化にあわせて、継続的に見直しや改訂を進めていくべきものと考えています。