

外部送信に関する規制と 消費者問題のドグマ

弁護士 森 亮二

目次

1. 広告のためのデータの収集

- cookieによるウェブ閲覧履歴の追跡
- インターネット広告-表示の仕組み
- Facebookの問題性
- 「2人FB」

2. データベース(DMP)の濫用と個人情報保護法の改正

- リクナビ事件-制度導入の直接の契機
- 個人関連情報の導入

3. データベース(DMP)の濫用と電気通信事業法の改正

- ケンブリッジアナリティカ事件
- デジタルシチズンシップとアテンションエコノミー
- 外部送信規律の導入

4. 消費者保護のドグマ

広告のためのデータ収集

cookieによるウェブ閲覧履歴の追跡

平成30年10月22日
個人情報保護委員会

個人情報の保護に関する法律に基づく指導について

個人情報保護委員会は、平成30年10月22日付けで、フェイスブックインクに対し、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）第41条及び第75条の規定に基づき、次のとおり指導を行いましたので、お知らせします。

1. フェイスブック社が提供する「いいね！」ボタンが設置されているウェブサイトを閲覧した場合、ボタンを押さなくてもユーザーIDやアクセス履歴等の情報がフェイスブック社に送信されてしまう事案や、性格診断アプリにより取得した個人情報の一部がコンサルティング会社に不正に提供されていた事案が生じたことに対し、ユーザーへの分かりやすい説明や本人からの同意の取得の徹底及び同社がプラットフォームとしての責任を認識し、プラットフォーム上のアプリケーションの活動状況の監視を徹底すること等を求めた。

お知らせ

■ 報道発表

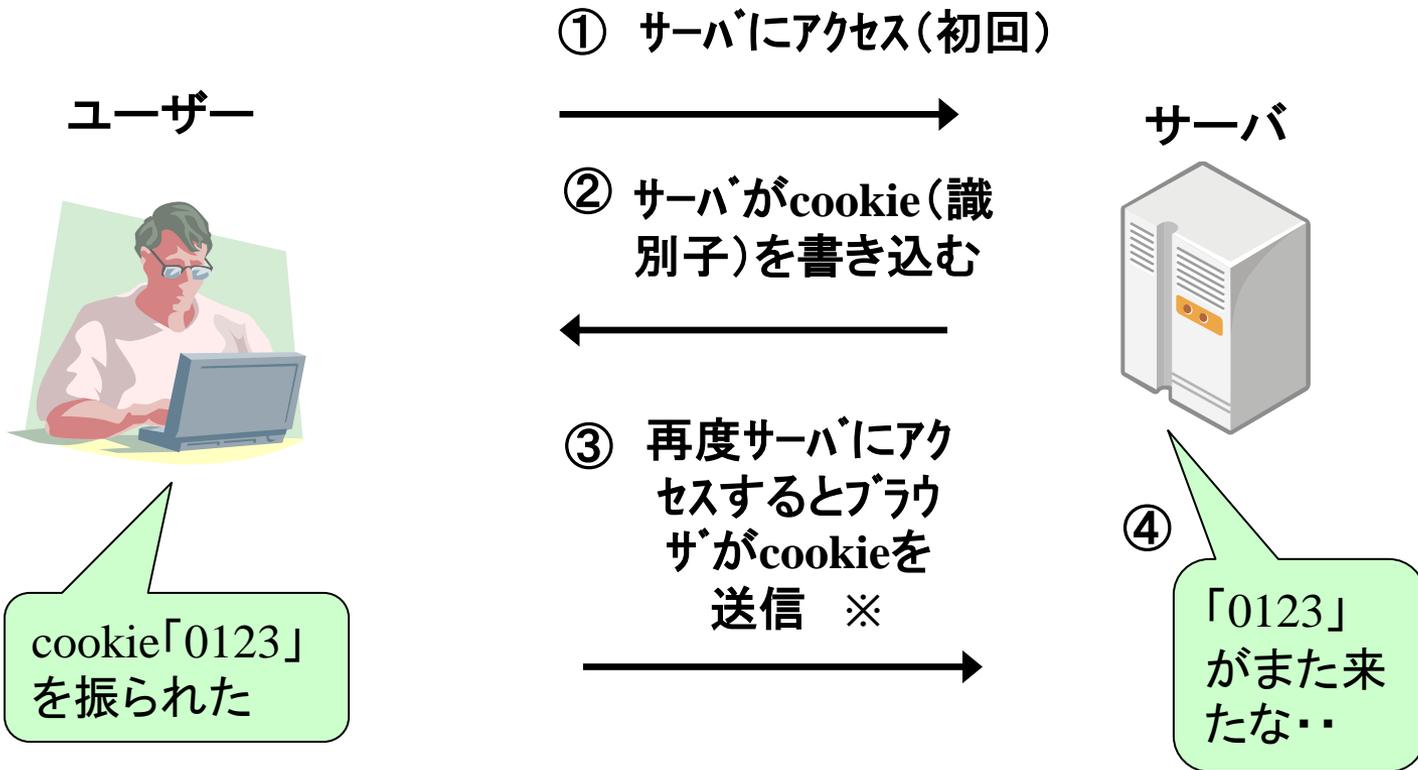
- [> 平成30年度](#)
- [> 平成29年度](#)
- [> 平成28年度](#)
- [> 平成27年度](#)
- [> 平成26年度](#)
- [> 平成25年度](#)

■ 意見募集

■ 調達情報

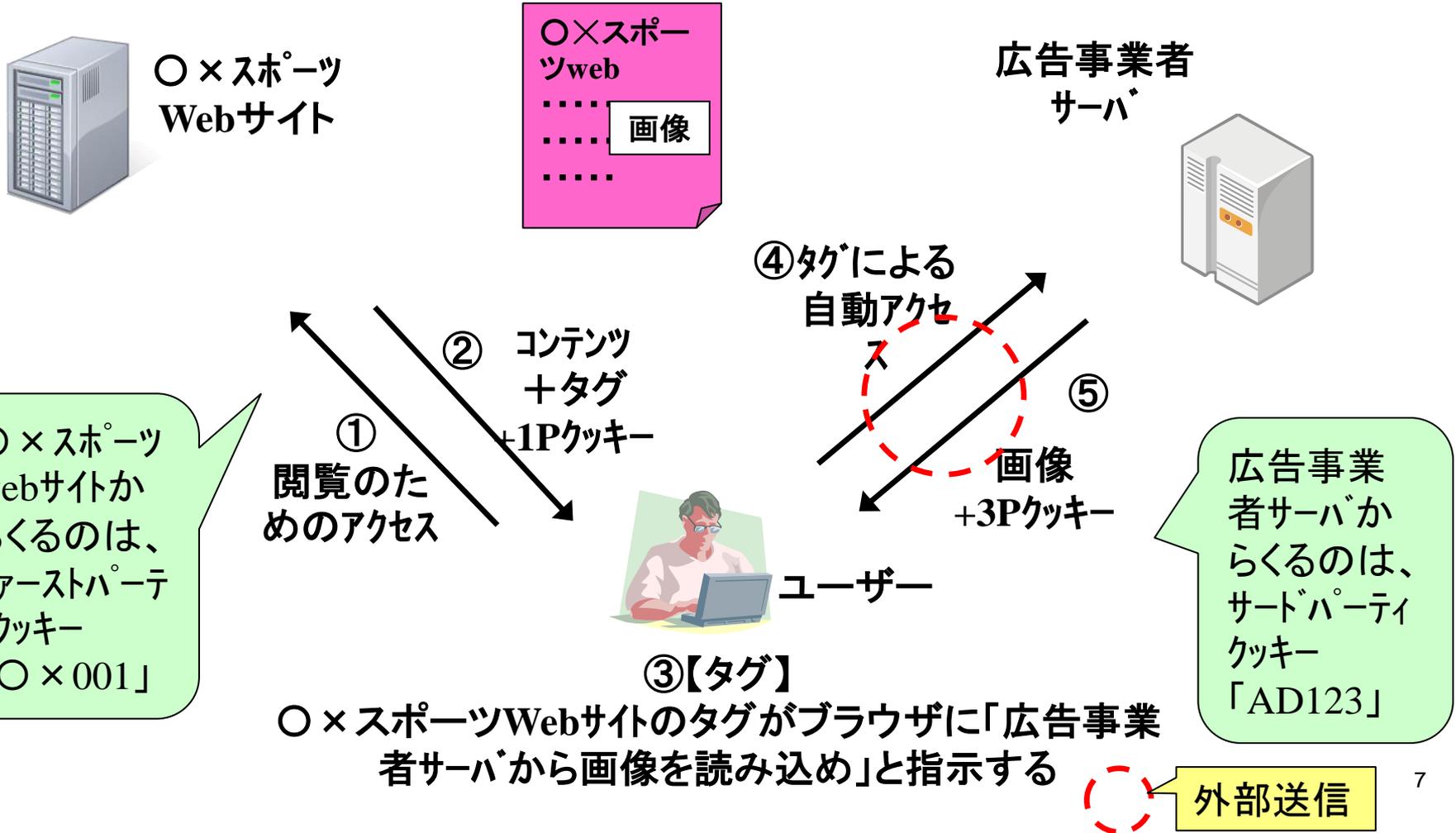
■ 採用情報

クッキーとは

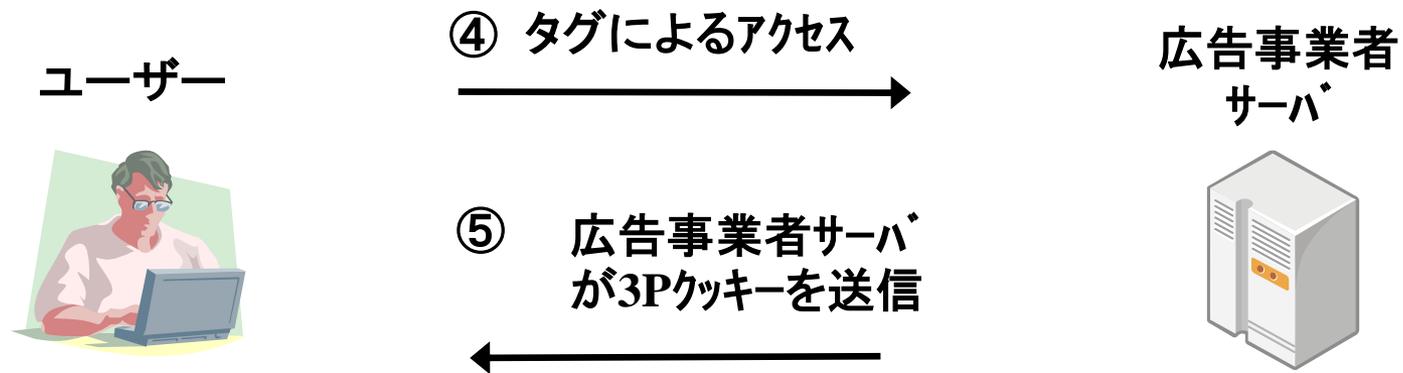


※ cookieには、ドメインが書かれており、ブラウザは**同じサーバにcookieを送り返す**。
ちなみに、ブラウザはcookie、スマホアプリは広告ID。

広告事業者サーバのサードパーティクッキー



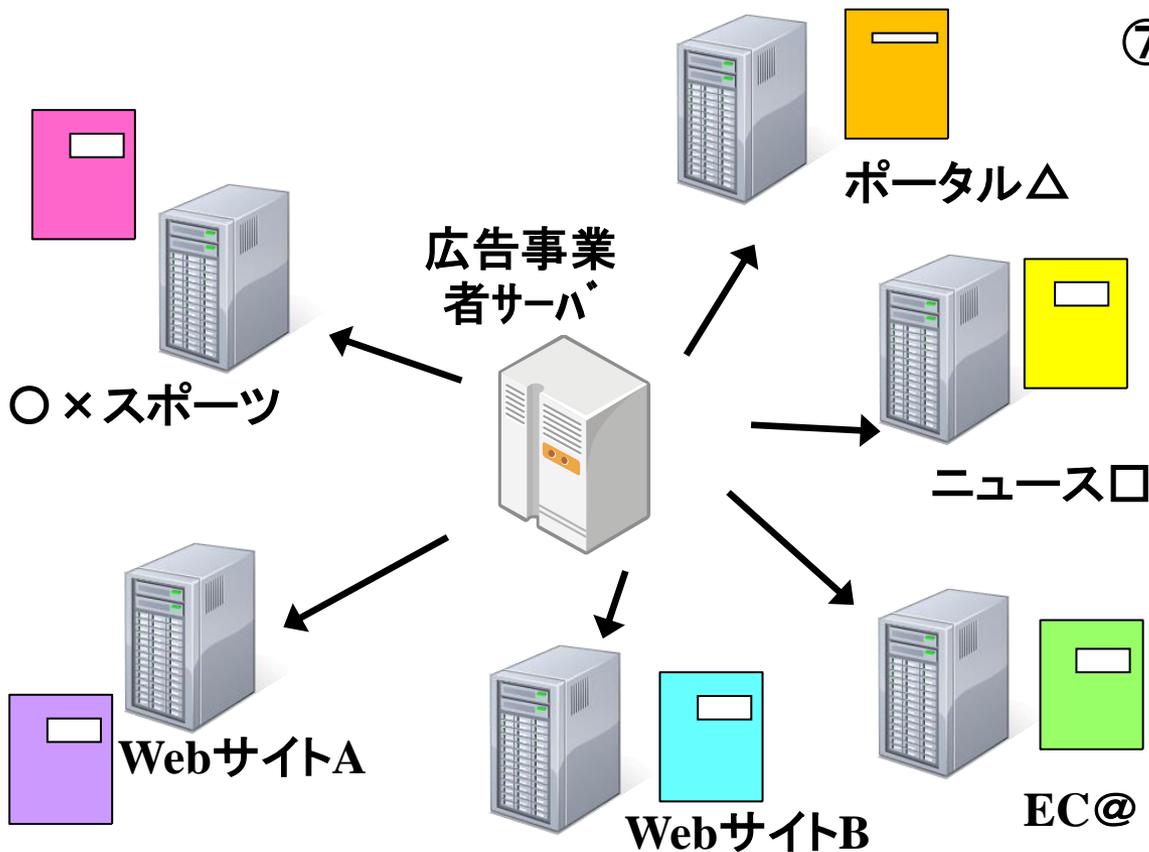
広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ



⑥

- ④のタグによるアクセスの際に広告事業者サーバは「〇×スポーツ」のウェブサイトの指示で来たことが分かる(1pクッキー「〇×001」をもらうことも)
- それにより、「〇×スポーツ」と広告事業者が発行した3Pクッキー「AD123」の組み合わせが広告事業者サーバで完成する。

広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ



⑦・ O×スポーツのwebサイトとおなじように、あちこちのwebサイトに広告事業者がタグを貼っておく。

・ 消費者が、それらのサイトにアクセスするごとに、消費者のブラウザは、広告事業者サーバからもらったクッキー「AD123」を送ってくる。

・ 広告事業者サーバは、どのファーストパーティからアクセスを指示されたかも分かるため、「AD123」をキーにして、ウェブサイトの閲覧履歴を作成できる。

広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ

広告事業者
サーバ



DMP (Data
Management
Platform)

AD123のブラウザのアクセス履歴	
日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	○×スポーツ
2018/06/01 22:18	WebサイトA(ランニングシューズ)
2018/06/02 19:30	WebサイトB(引越し業者)
2018/06/02 19:52	WebサイトC(引越し業者)
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	EC@

※ JavaScriptタグは、1Pクッキーや1Pでの入力情報をブラウザに送信させることができる。 10

広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ

- このような行為は、非常に一般的に行われている。
- 法的評価の検討は、後述の外部送信の規制まで全く進んでいなかった。問題視されたこともあったが、個人情報ではないこともあって、事実上許容されてきた。
- 外部送信のポイントは、
 - 閲覧者に分からない形の収集であること
 - 大々的に行われていること
- 多くの人がウェブの閲覧をプライベートな行為と考えてしまっている（新聞や雑誌のアナロジー）。

インターネット広告 – 表示の仕組み

ご説明は省略します

インターネット広告ビジネスの仕組み

画像(広告)が表示されるまでに起こること



広告事業者サーバX
= 媒体側代理人



この枠買いたい人!
50代男性、所在地港区、引っ越し
業者チェック、ランニングシューズ
探し中、旅行好き

広告事業者サーバY
= 広告主側代理人

1.5円



2円



2.5円



引っ越し業者が
2.5円を買うよ

広告主

50代男性、港区、引っ越
し、旅行好き

RTB(リアルタイム
の入札市場)

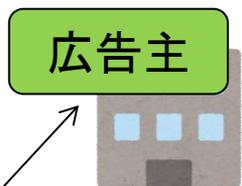
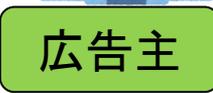
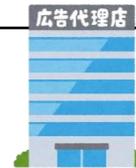
港区のレストラン
が2円を買うよ

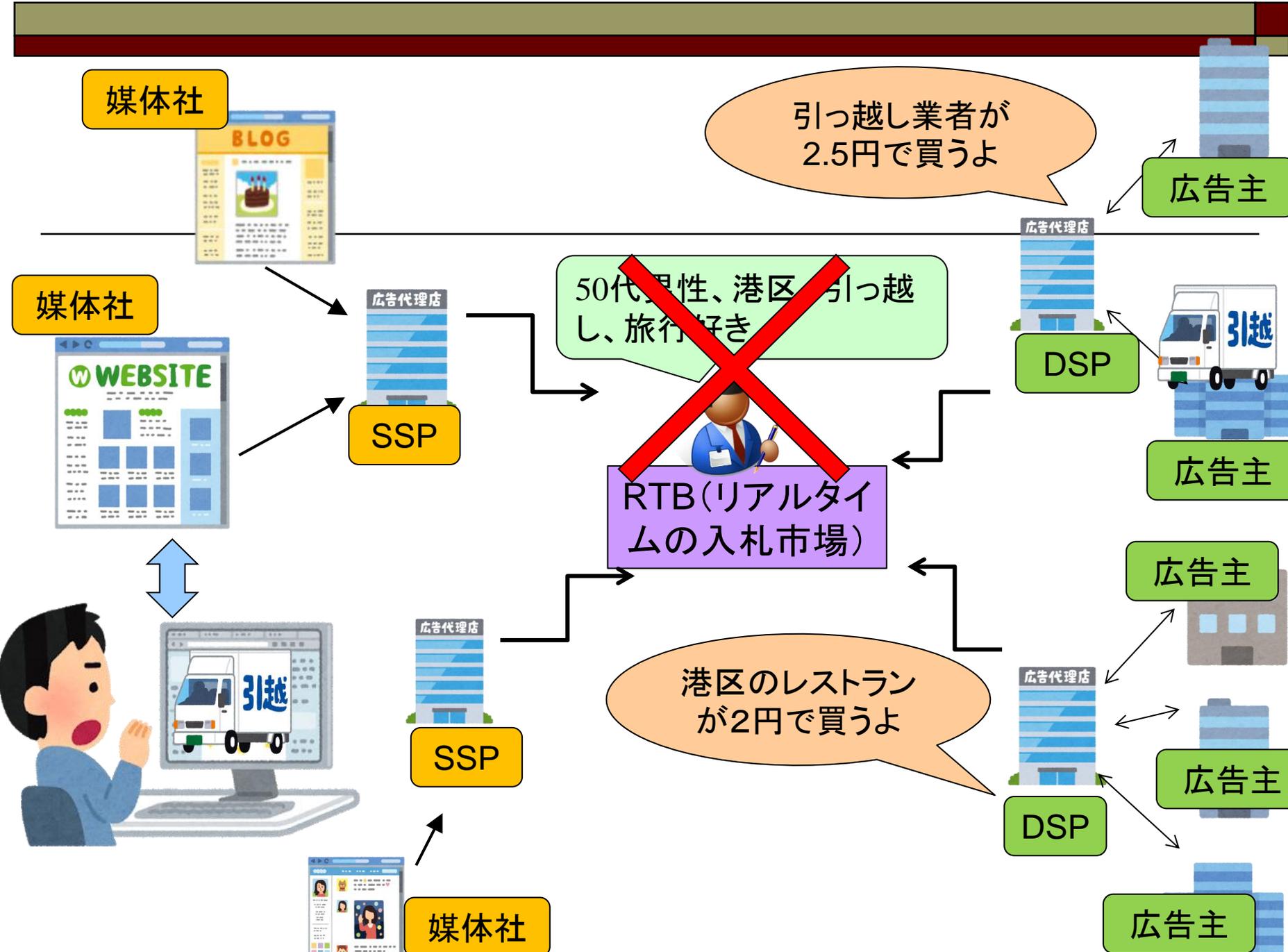
広告主

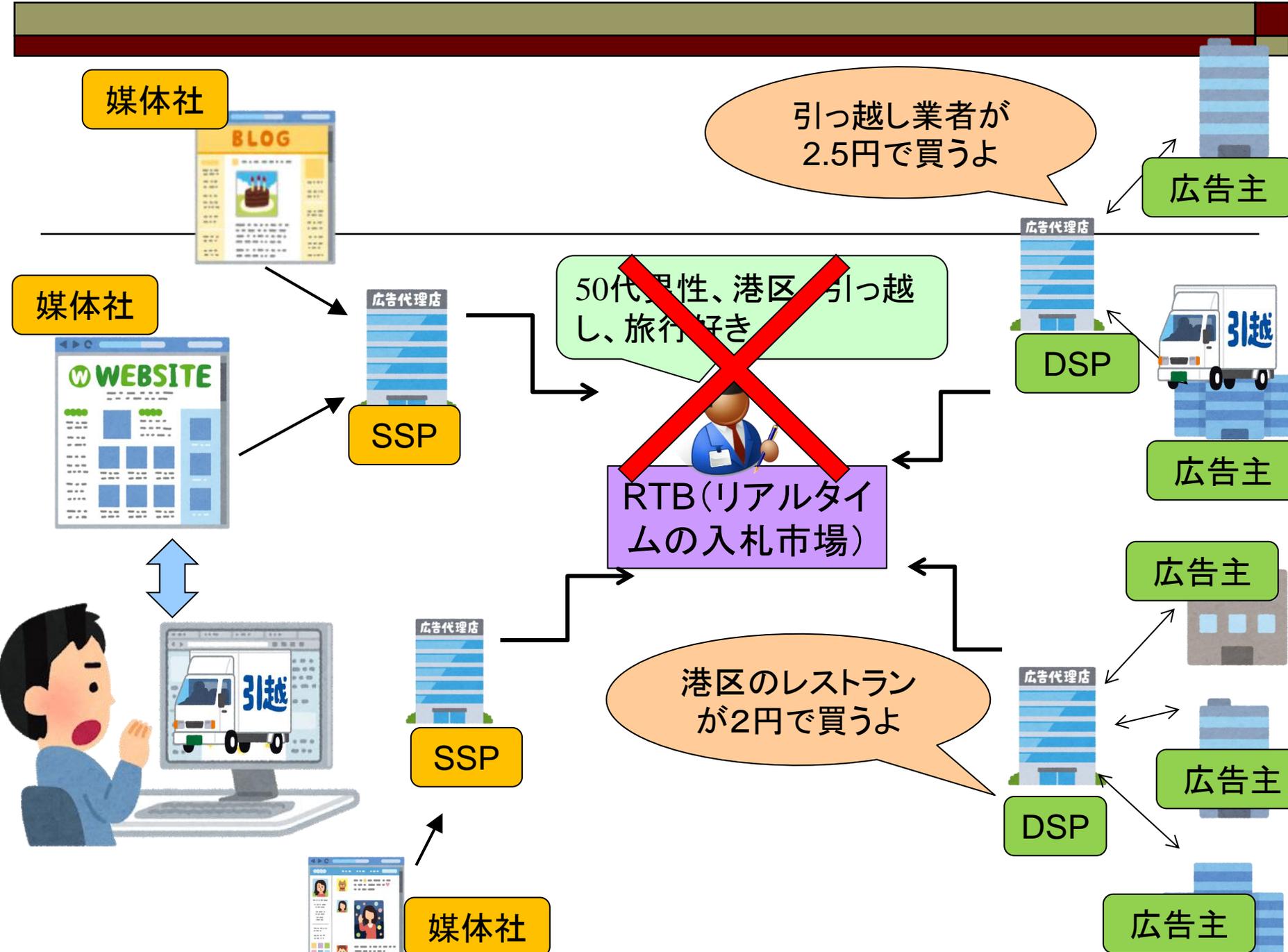
広告主

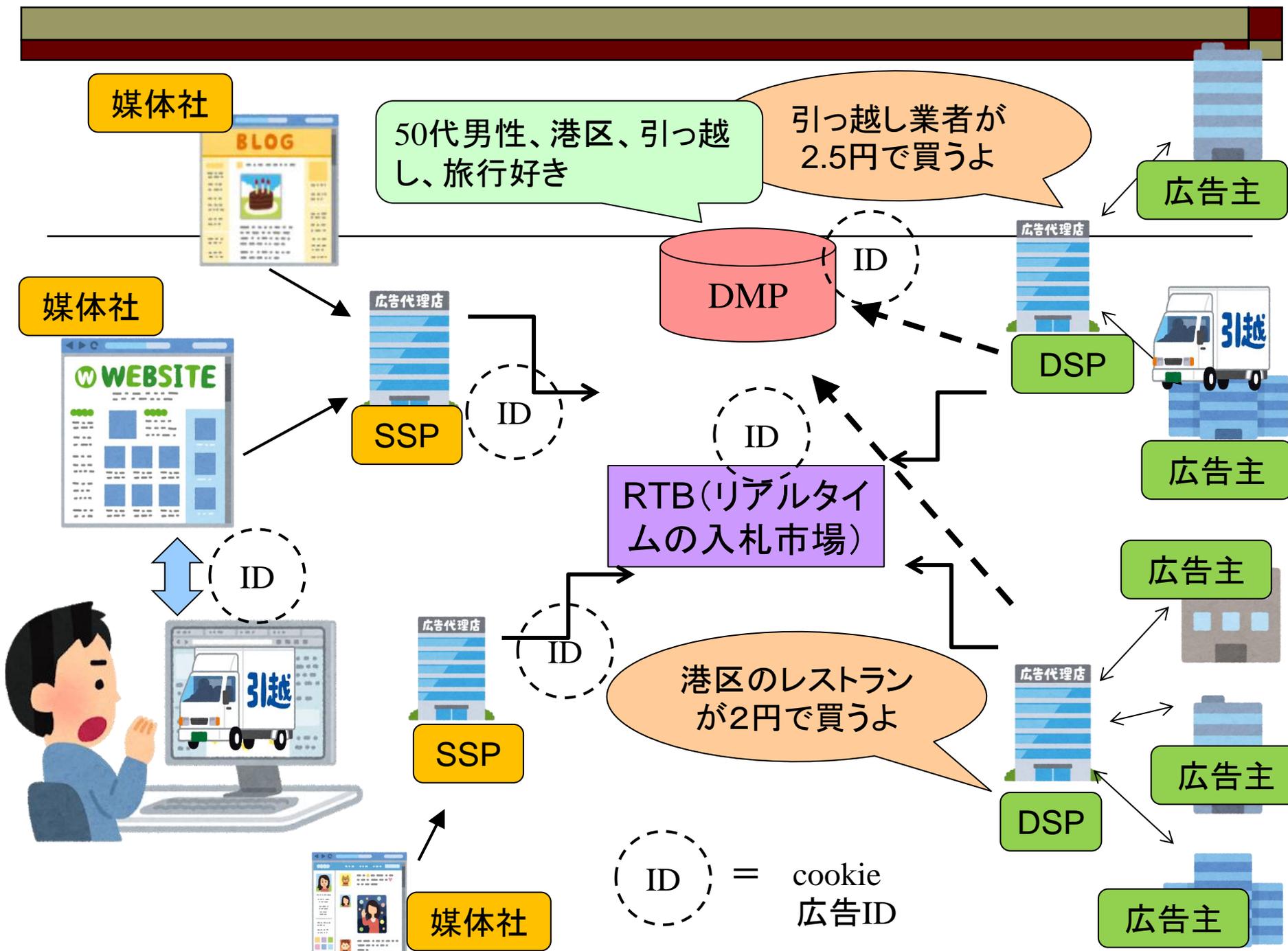
広告主

広告主



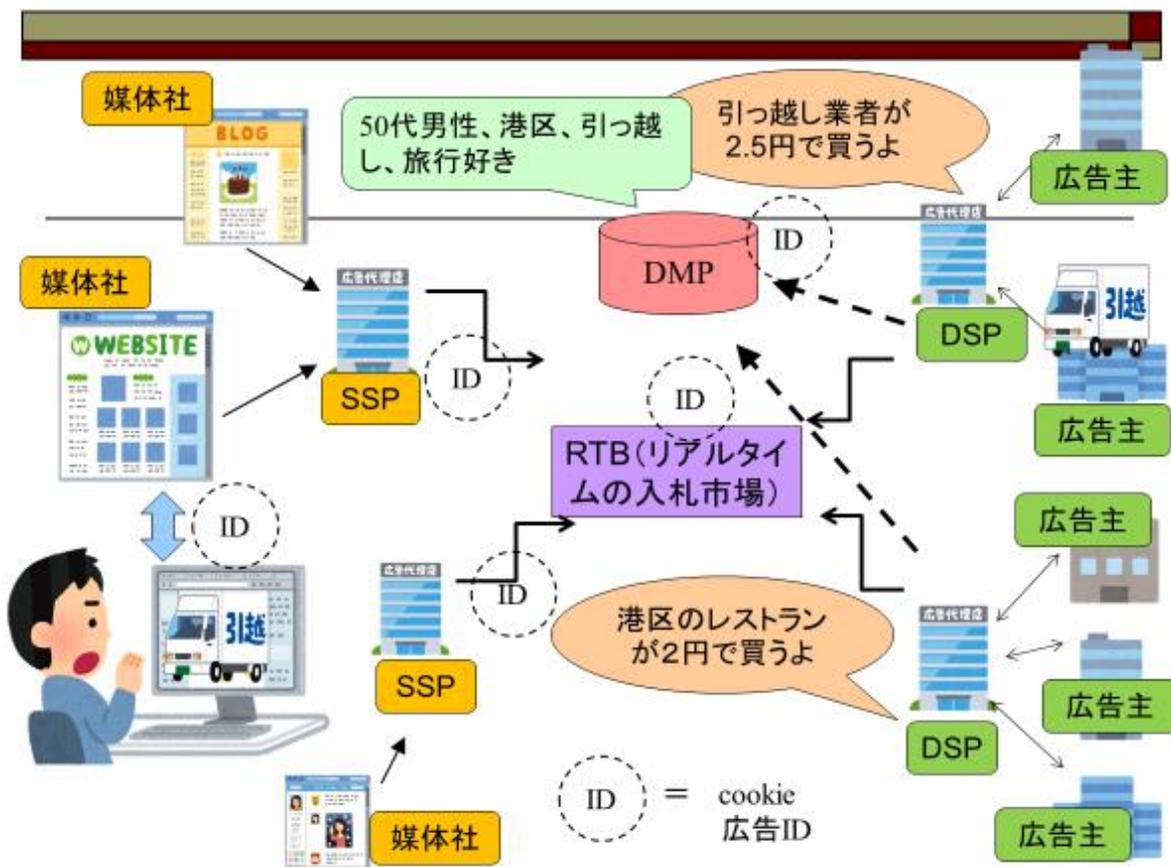






用語集

- SSP:
媒体側代理店
Supply Side Platform
- DSP:
広告主側代理店
Demand Side Platform
- DMP:
閲覧履歴分析データベース
Data Management Platform
- SSPとDSPを1事業者が兼ねることも
⇒ 利益相反？
- 最後にRTBで勝った広告主の広告を
置くアドサーバから広告を送信



Facebookの何が問題か？

「いいねボタン」の何が問題か？



[個人情報保護委員会](#) > [お知らせ](#) > [報道発表](#) > [平成30年度](#) > [個人情報の保護に関する法律に基づく指導について](#)平成30年10月22日
個人情報保護委員会

個人情報の保護に関する法律に基づく指導について

個人情報保護委員会は、平成30年10月22日付けで、フェイスブックインクに対し、個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）第41条及び第75条の規定に基づき、次のとおり指導を行いましたので、お知らせします。

- フェイスブック社が提供する「いいね！」ボタンが設置されているウェブサイトを閲覧した場合、ボタンを押さなくてもユーザーIDやアクセス履歴等の情報がフェイスブック社に送信されてしまう事案や、性格診断アプリにより取得した個人情報の一部がコンサルティング会社に不正に提供されていた事案が生じたことに対し、ユーザーへの分かりやすい説明や本人からの同意の取得の徹底及び同社がプラットフォームとしての責任を認識し、プラットフォーム上のアプリケーションの活動状況の監視を徹底すること等を求めた。

お知らせ

■ 報道発表

- [> 平成30年度](#)
- [> 平成29年度](#)
- [> 平成28年度](#)
- [> 平成27年度](#)
- [> 平成26年度](#)
- [> 平成25年度](#)

■ 意見募集

■ 調達情報

■ 採用情報

「いいねボタン」の何が問題か？

AD123のブラウザのアクセス履歴

日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	○×スポーツ
2018/06/01 22:18	WebサイトA
2018/06/02 19:30	WebサイトB
2018/06/02 19:52	WebサイトC
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	EC@



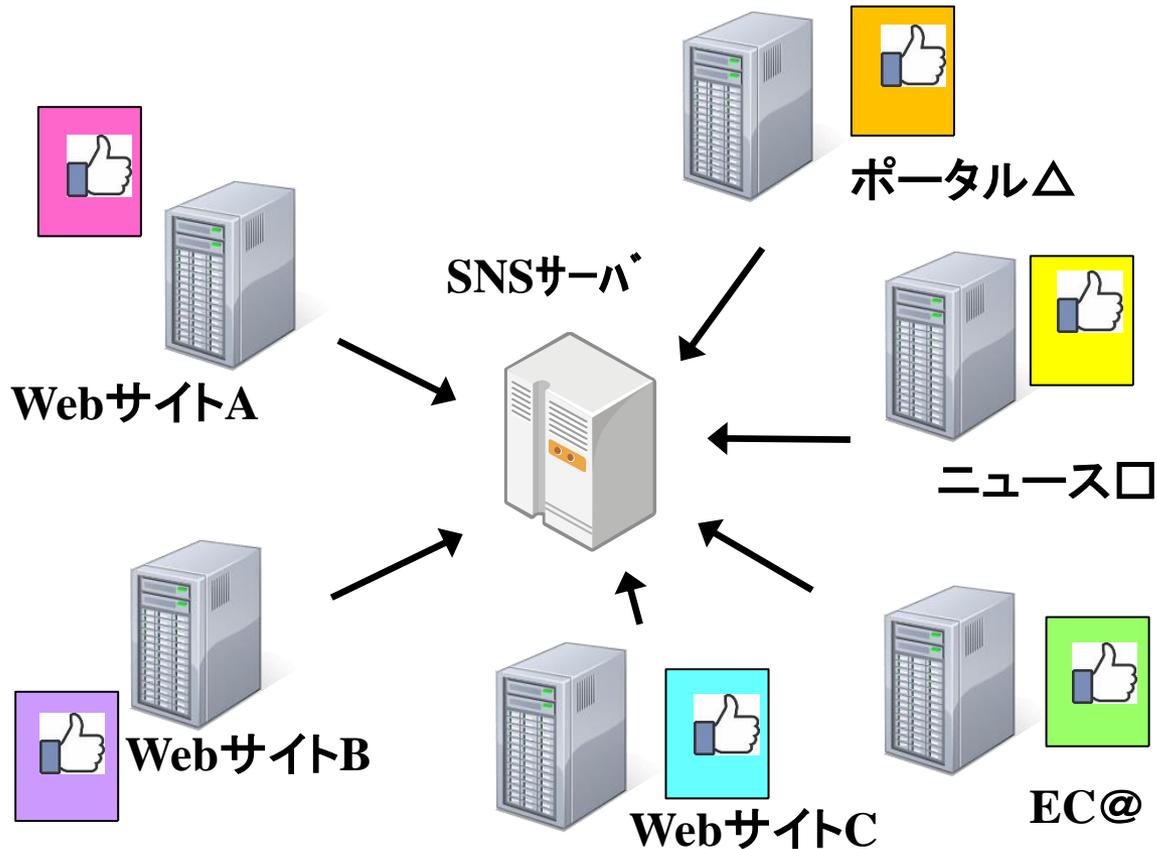
SNS123のユーザー登録情報

氏名	森野亮二郎
所属組織	ABC商事
性別	男性
生年月日	1970年6月1日
住所	東京都港区
学歴	ZZ大学
既婚・未婚	既婚
趣味	旅行、自転車

SNSサーバ



「いいねボタン」の何が問題か？



- 「ボタン」を設置したwebサイトの閲覧履歴をSNSは取得することができる。
- SNS側で登録情報と結合して、個人情報となることが問題

Facebook行政指導のまとめ

- FBのようにユーザーのアカウント情報を持つ企業が、クッキーに紐づくウェブの閲覧履歴を取得すると、個人情報の取得となる。
- いいねボタンにより十分な説明のないまま個人情報を取得することは、
 - 個人情報保護法20条1項の適正取得義務の違反
 - 利用者のプライバシー侵害にあたるおそれがある。

法20条1項

個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならない。

- SNSではないDMP事業者による新しいサービスも登場

「2人FB」

「2人FB」のケース

- SNSの「ボタン」の場合、単なる広告事業者と異なり、SNS側に登録情報があるため、ウェブの閲覧履歴は個人情報となる。
- 広告事業者が保有する情報を、1Pのウェブサイト(たとえばO×スポーツ)に提供するサービスも存在し、その評価が問題になっている(1Pのウェブサイトは、ユーザー登録情報を持っていることもある)。

DMP123のブラウザのアクセス履歴	
日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	O×スポーツ
2018/06/01 22:18	WebサイトA
2018/06/02 19:30	WebサイトB
2018/06/02 19:52	WebサイトC
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	EC@



O×001のユーザー登録情報	
氏名	森野亮二郎
所属組織	ABC商事
性別	男性
生年月日	1970年6月1日
住所	東京都港区
学歴	O×大学
既婚・未婚	既婚
趣味	旅行、自転車

「2人FB」のケース

- たとえばBtoCの事業を展開する企業にとって、ユーザーが自社のウェブサイトの外でどのように行動しているかということは、マーケティング上極めて重要な情報。

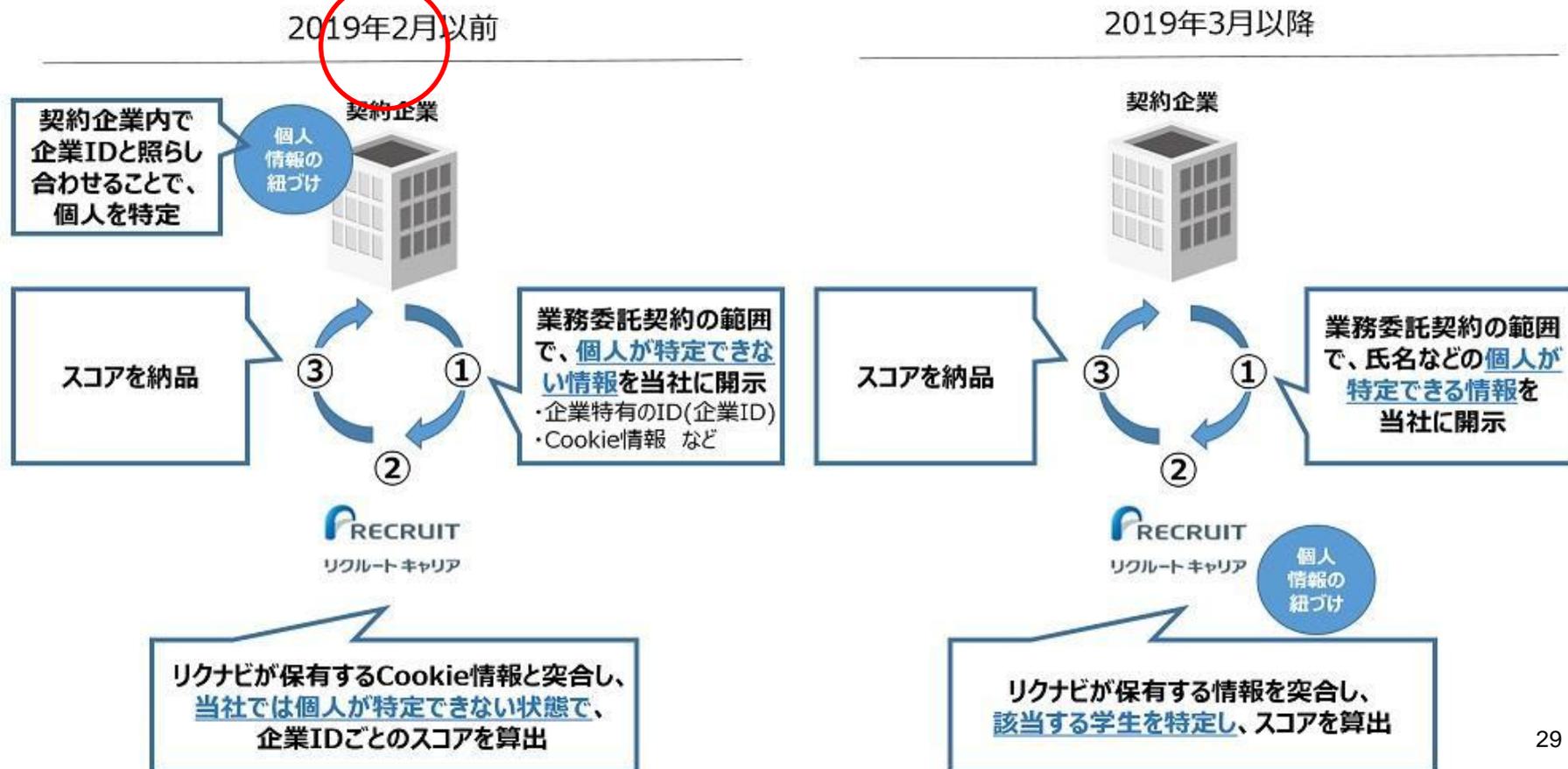
- 広告事業者が持つDMPデータの分析を登録ユーザー情報に結び付けたいという需要は明白で、その需要を満たすサービスが生まれるのも当然。

- ただ、それはそのサービスを利用する登録ユーザーにとっては「不意打ち」である。

- 顔や名前を晒してつきあう事業者が、自分の日々のウェブの閲覧履歴を把握していることを知れば驚くはず。

「2人FB」のケース

『リクナビDMPフォロー』のサービス提供スキーム



データベース(DMP)の濫用と 個人情報保護法の改正

リクナビ事件－制度導入の直接の契機

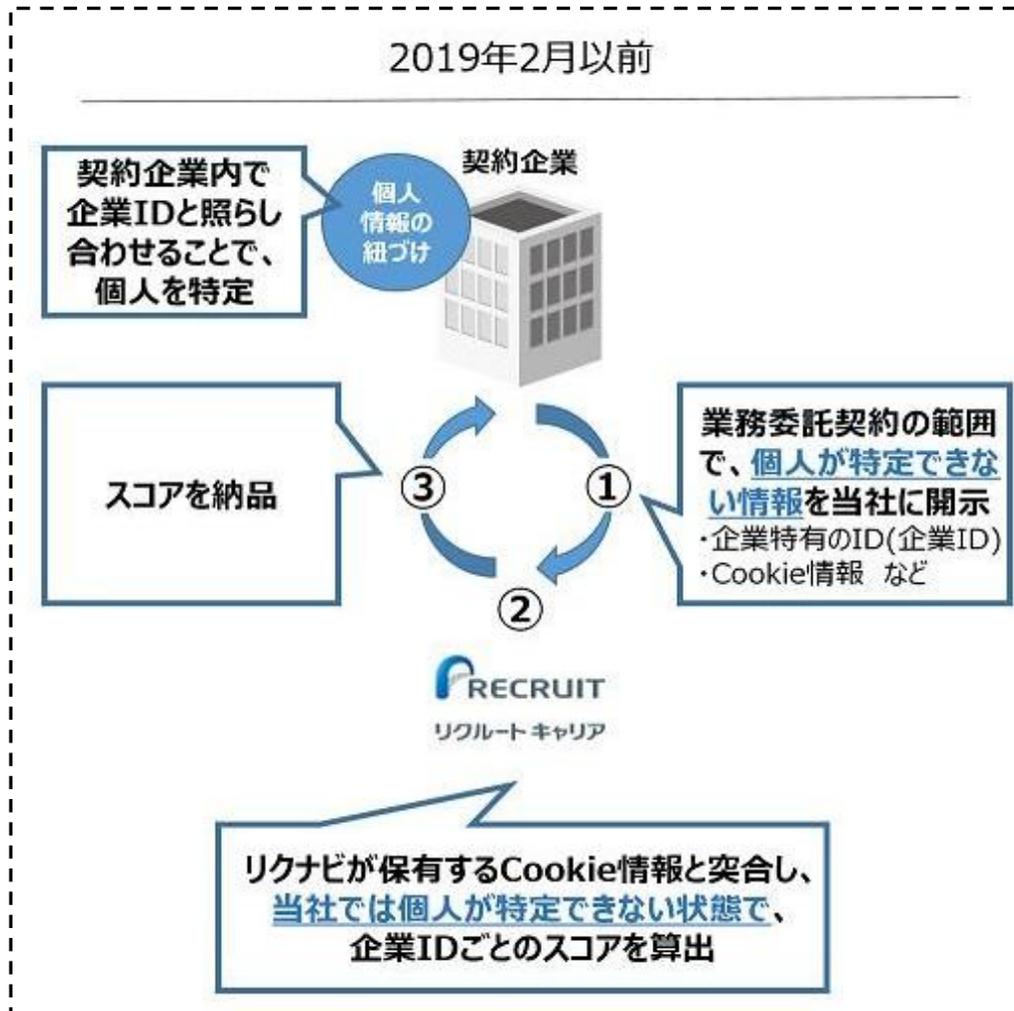
リクナビ事件－事実関係

- リクルートキャリアが、就活中の学生が内定を辞退する確率(内定辞退率)を判定したデータを契約する採用企業に販売していたことが判明。
- 内定辞退率は、①採用企業から提供をうけた過去の内定辞退状況、②就活生の登録情報等、③就活学生の就活サイト等内外のwebサイトの閲覧状況をもとにAIによる分析でスコア化したもの。

学生ID	スコア	離脱辞退可能性
10001	0.4	★★
10002	0.53	★★★
10003	0.61	★★★
10004	0.23	★★
10005	0.1	★

- 2019年2月以前には、リクルートキャリアが採用企業から就活生の企業IDやcookieを受け取り、これに当該就活生のスコアを付して返す運用(リクルート側で非個人情報、採用企業側で個人情報、以下「リクナビ2019」)であったが、2019年3月以降は、リクルートキャリアが採用企業から就活学生の氏名を受け取って、これにスコアを付けて返す運用(リクルート側でも採用企業側でも個人情報、以下「リクナビ2020」)に変更。

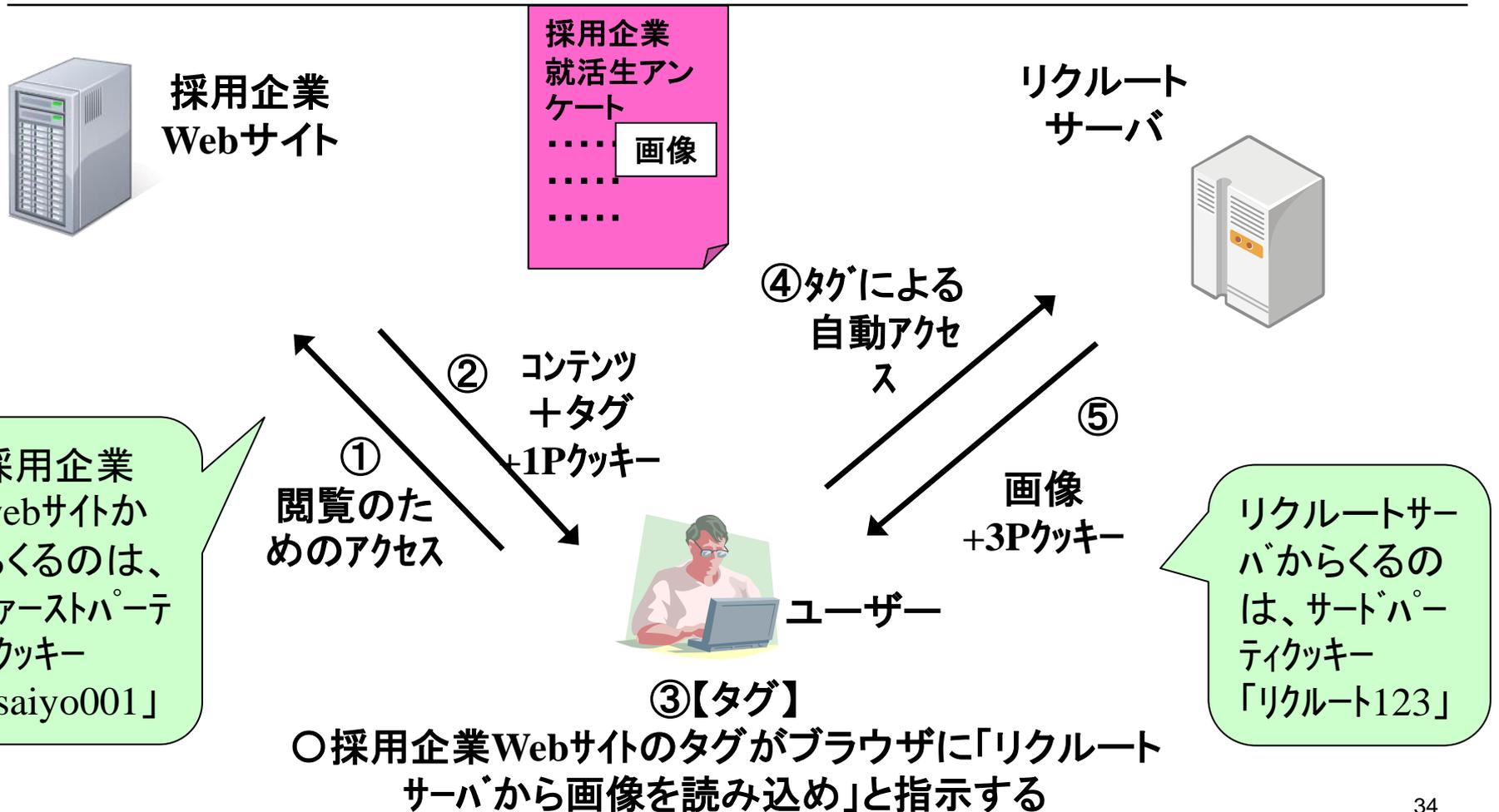
リクナビ2019について



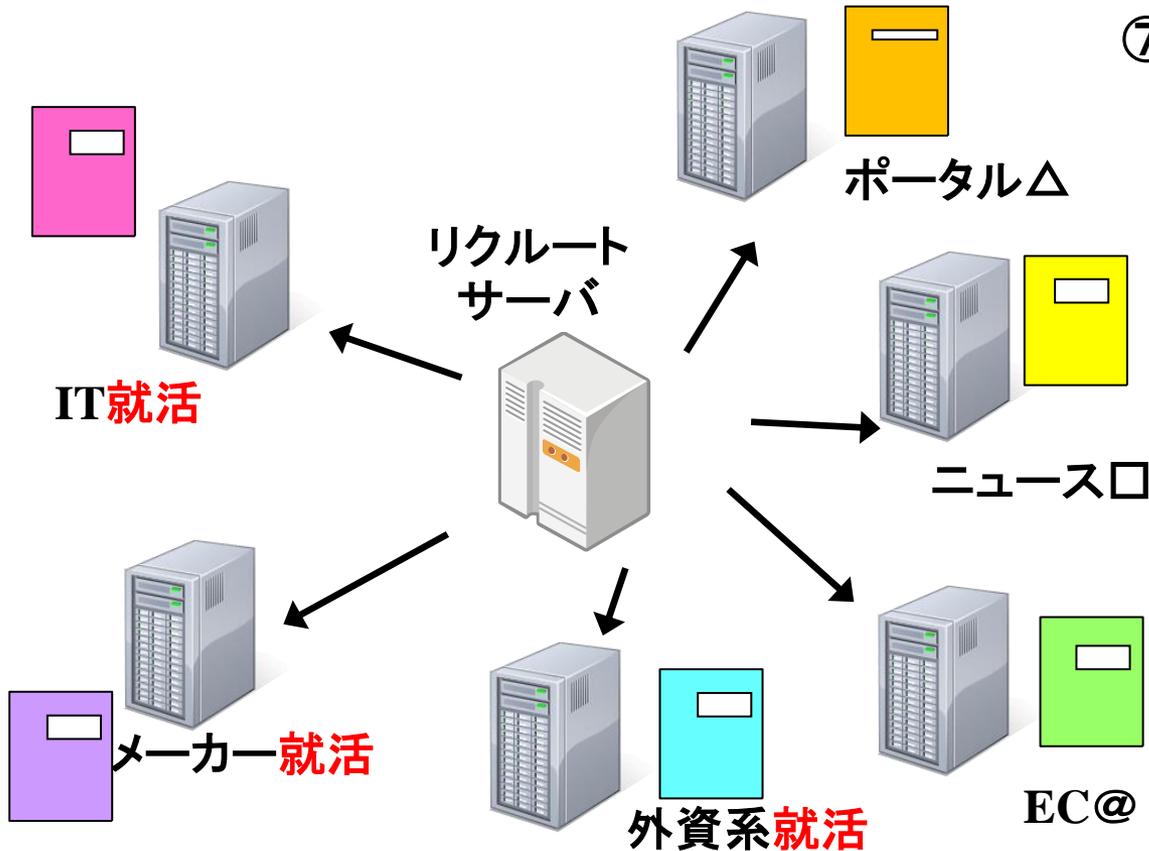
- ① 「cookie情報」が採用企業からリクナビへ
- ② リクナビでは、それをリクナビの「cookie情報」と突合し、スコアを算出
- ③ スコアを採用企業に納品

事件当時のウェブサイトの情報を拡大しただけ。これはどういうことなのか？

リクナビ2019の仕組み



リクナビ2019の仕組み



⑦・ 採用企業webサイトとおなじように、あちこちのwebサイトにリクルートが画像タグを貼っておく。

・ 就活生が、それらのサイトにアクセスするごとに、就活生のブラウザは、リクルートサーバからもらったクッキー「リクルート123」を送ってくる。

・ リクルートサーバは、どのファーストパーティからアクセスを指示されたかも分かるため、「リクルート123」をキーにして、ウェブサイトの閲覧履歴を作成できる。

リクナビ2019の仕組み

リクルート
サーバ



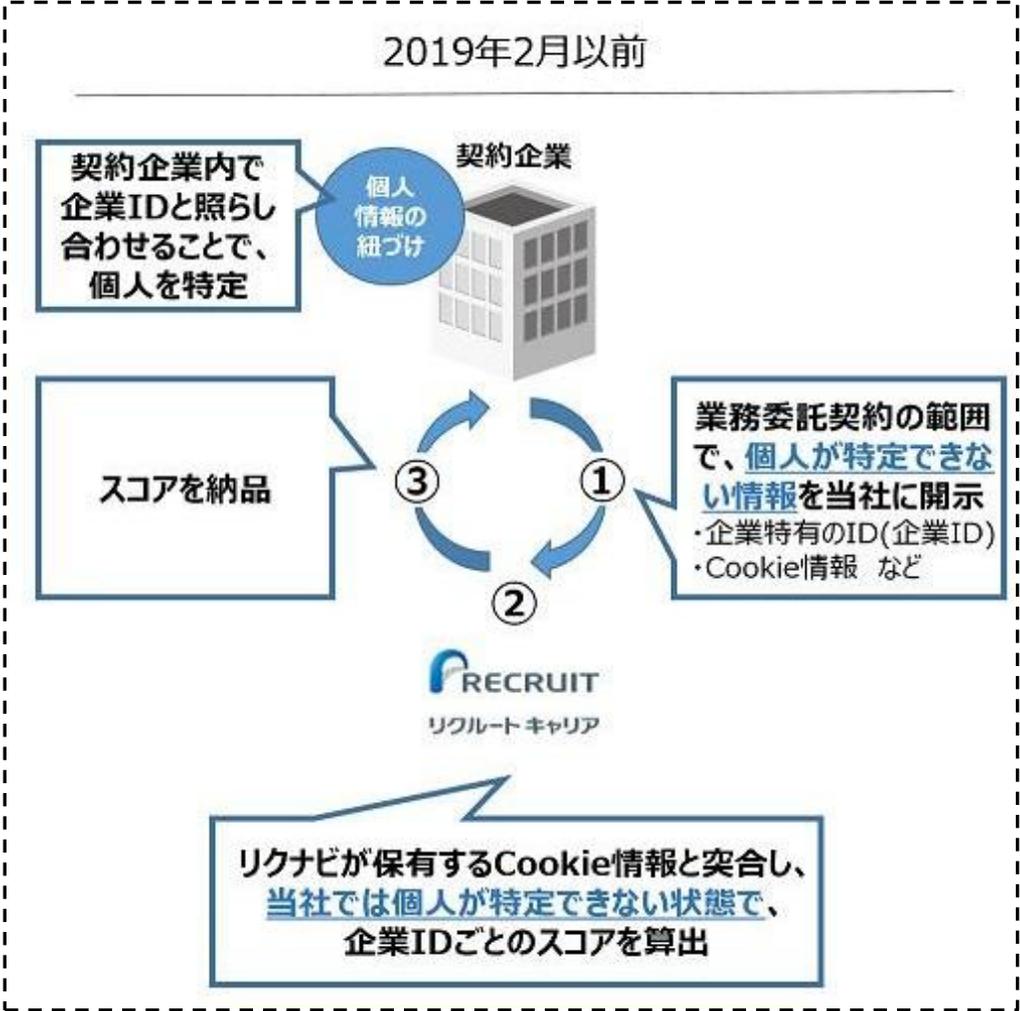
リクルート123のブラウザのアクセス履歴

日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	IT就活
2018/06/01 22:18	<u>外資系就活</u>
2018/06/02 19:30	メーカー就活
2018/06/02 19:52	<u>外資系就活</u>
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	<u>外資系就活</u>

この人本命は外資系ですね、お宅様は、国内企業なので、たぶん内定を蹴るでしょう。

ウェブサイトの情報を補足
するとこんな感じ

リクナビ2019の仕組み



- ① 「cookie情報」(1stPクッキー)が採用企業からリクナビへ
- ② リクナビでは、その1stPクッキー(に対応する自分の3rdPクッキー)の閲覧履歴をベースにスコアを算出(リクナビでは個人が特定できない)
- ③ スコアを採用企業に納品し、採用企業側で1stPクッキーを見て氏名を確認。

リクナビ2019についてのまとめ①

- リクナビ→採用企業については、リクナビ(非個人情報)採用企業(個人情報)のパターンになっている。
- ↓
- この部分は8月の最初の行政指導では個人情報保護委員会の法執行の対象とならなかったが、後に法執行。
- ↓
- ほぼ同時期に(2019年12月)提供元(非個人情報)提供先(個人情報)については、規制の対象にするという令和2年改正の方向性が公表される※

※個人情報保護法いわゆる3年ごと見直し制度改正大綱 第4章4. 端末識別子等の取扱い
「ここ数年、インターネット上のユーザーデータの収集・蓄積・統合・分析を行う、「DMP(中略)」と呼ばれるプラットフォームが普及しつつある。この中で、クッキー等の識別子に紐づく個人情報ではないユーザーデータを、提供先において他の情報と照合することにより個人情報とされることをあらかじめ知りながら、他の事業者提供事業形態が出現している。」

リクナビ2019についてのまとめ②

- DMPは、広告のみに使われるものではないということが広く認識されるきっかけとなった。



- web閲覧履歴を収集し、それを特定の個人に結びつけることは、当該個人が誰かということを知っている人にとっては極めて容易。採用企業はその一例に過ぎなかった。



- DMPは、ウェブの閲覧履歴をベースに「その人はどんな人？」という質問に幅広くこたえられる仕組み。



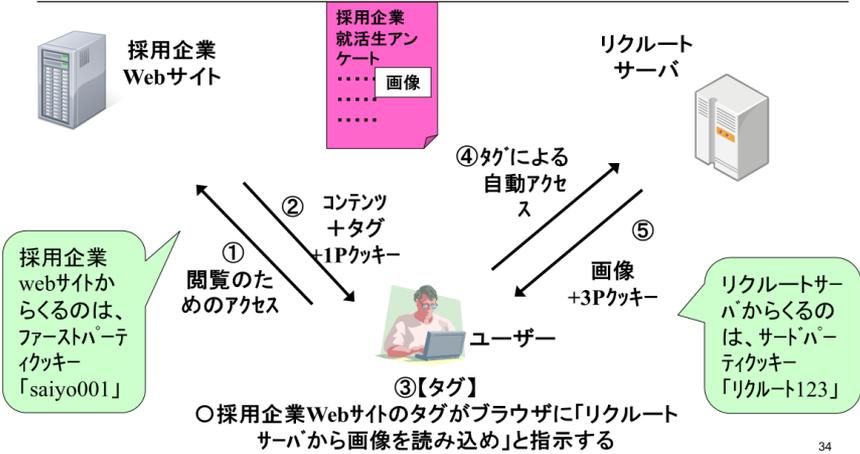
- 広告、すなわち「その人は何を買いそう？」であればOKとされてきた？



- しかし...「その人は内定を辞退しそうか？」「その人は職場に満足しているか？」「その人が投票において重視する政策は何か？」「その人は健康に不安を感じているか？」等の質問に使うことには抵抗があるはず。

個人関連情報の新設

リクナビ2019の仕組み



リクナビ2019の仕組み

リクルートサーバ

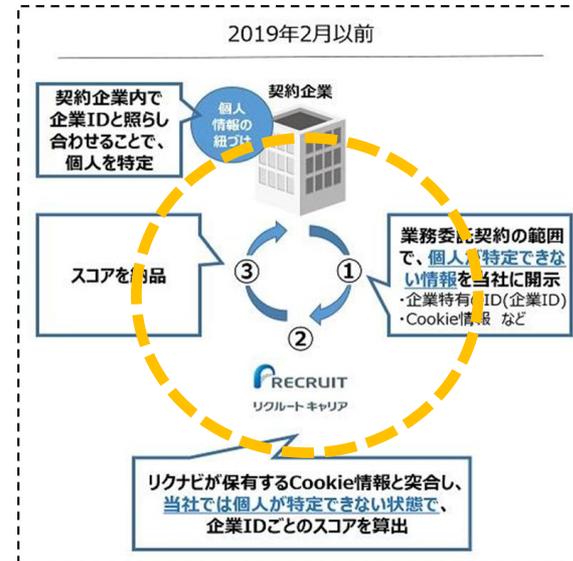
リクルート123のブラウザのアクセス履歴		
日時	アクセス先	
2018/06/01 22:10	IT就活	
2018/06/01 22:18	外資系就活	
2018/06/02 19:30	メーカー就活	
2018/06/02 19:52	外資系就活	
2018/06/02 20:05	ポータル△	
2018/06/04 20:30	ニュース□	
2018/06/01 20:46	外資系就活	

この人本命は外資系ですね、お宅様は、国内企業なので、たぶん内定を蹴るでしょう。

36



← ここまでくれば、個人
関連情報として規制

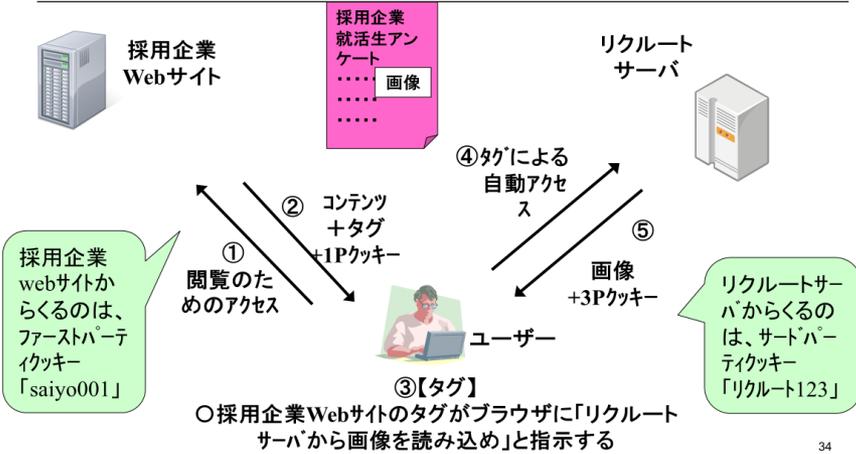


個人関連情報の概要

- 提供元で非個人情報なので、提供元が本人から同意をとるのは原則不可能
- 提供先が同意をとったことを提供元が確認しなければ提供してはならない、という形にしている。
- リクナビでいえば、
 - 採用企業が「『リクナビのDMP情報を買って個人情報に紐づけるけどOK?』と就活生に尋ねて同意をとる
 - リクルートが採用企業に対して、↑の同意を取って頂けましたか? という確認をする
 - ↑の確認ができて初めてリクルートから採用企業へのスコア(個人関連情報)の提供可
- たしかにこの規制で「同意を取ればOK」にはなったが、受容性の低いケースや同意が無効となるケースが多いことに注意

データベース(DMP)の濫用と 電気通信事業法の改正

リクナビ2019の仕組み



リクナビ2019の仕組み

リクルートサーバ

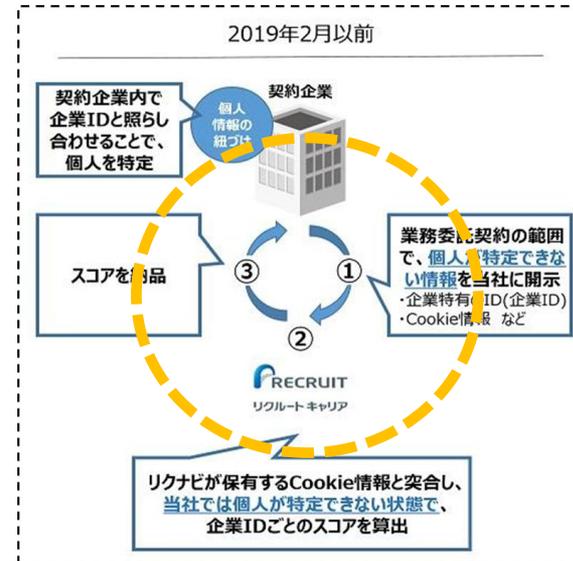
リクルート123のブラウザのアクセス履歴		
日時	アクセス先	
2018/06/01 22:10	IT就活	
2018/06/01 22:18	外資系就活	
2018/06/02 19:30	メーカー就活	
2018/06/02 19:52	外資系就活	
2018/06/02 20:05	ポータル△	
2018/06/04 20:30	ニュース□	
2018/06/01 20:46	外資系就活	

この人本命は外資系ですね、お宅様は、国内企業なので、たぶん内定を蹴るでしょう。

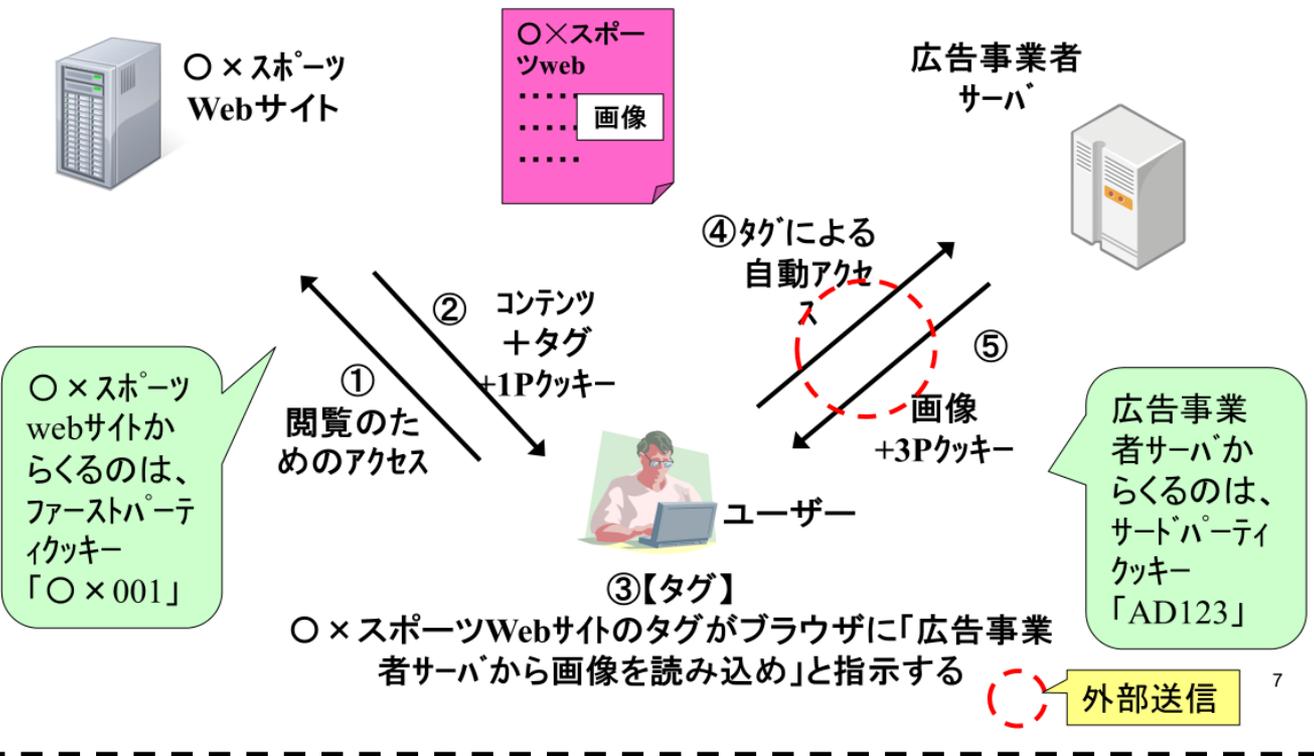
36



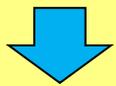
← ここまでくれば、個人
関連情報として規制



広告事業者サーバのサードパーティクッキー



DMPのデータベースのやりとりの規制(個人関連情報)はできたけど、そもそもこれってどうなのよ?



タグの設置による「外部送信」自体の規制の必要性

- 電気通信事業を取り巻く環境の変化により、情報の漏えい・不適正な取扱い等や電気通信サービスの停止が生じた場合には、多様な個人的法益・社会的法益・国家的法益の侵害につながり得る。

1. 個人的法益

- ✓ 情報漏えい等の防止によるユーザのプライバシーの保護
- ✓ 電気通信サービスの円滑な提供を通じた、ユーザの利便性の確保
- ✓ ユーザによる自由な情報発信や知る権利の保障

2. 社会的法益

- ✓ 多様な社会経済活動や国民生活の確保、ひいてはデジタル社会の実現
- ✓ サイバー犯罪による経済的損失の防止
- ✓ 健全な言論環境の確保
- ✓ 電気通信サービスに係る制度そのものに対する信頼の維持

3. 国家的法益

- ✓ 健全な民主主義システムの確保
- ✓ 要人に関する情報の悪用の防止
- ✓ 機密データ等の窃取の防止
- ✓ サイバー攻撃による政府機関や重要インフラの機能停止の防止

- 電気通信サービスの安定的かつ確実な提供を確保し、デジタル技術の利活用に対する利用者の不安を取り除くことで、これら多様な保護法益の確保を図っていく必要がある。
- 国民の誰もが安心して利用でき、信頼性の高い電気通信サービスの提供が確保されることを通じて、電気通信事業の中長期的な発展が促進されるものと考えられる。

- これらの保護法益を確保しつつ、安全で信頼性の高い電気通信サービスの提供を通じたイノベーションの促進を図っていくためには、情報の漏えい・不適正な取扱い等のリスクや電気通信サービスの停止のリスクに適切に対処することが必要。
- 電気通信事業の円滑・適切な運営を確保することが一層重要になっており、電気通信事業ガバナンス※の在り方について検討を行うことが求められる。

(※) 電気通信事業の円滑・適切な運営を確保するための管理の仕組み

ケンブリッジアナリティカ事件

ケンブリッジアナリティカ事件

- 2016年米大統領選でトランプ陣営を、英国のEU離脱を問う国民投票では離脱派をそれぞれ支援したとされる。2018年3月、元社員クリストファー・ワイリーの告発で発覚
- 2014年頃、ケンブリッジ大学の研究者アレクサンダー・コーガンが心理クイズアプリを作成し、このアプリをFB上でダウンロードした約30万人のユーザーと、彼らが「友だち」として登録していたユーザーの計8700万人分のデータを取得。
- 心理学やデータ分析、アドテクノロジーなどの専門家チームがマイクロターゲティングの手法で詳細にプロファイリング。「神経症で極端に自意識過剰」「陰謀論に傾きやすい」「衝動的怒りに流される」と分析されたグループに対し、政治広告を出し、愛国者団体の集会などに誘い、「先鋭化」させていった。



クリストファー・ワイリーの告発本

自分が考えていることを話し、人々が近寄って聞いてくれ、自分の経験などを共有するのと異なり、ひとりひとりの耳元で、ささやくように、それも一人一人に、もしかすると違うことをささやいていく。

私たちは社会の分裂を進めていると思います。もう人々は経験を共有できなくなっています。そして、同じ理解をすることもできなくなっている。社会事象について同じ理解を持つてなければ、社会を運営していくことなんてできるでしょうか？

(ガーディアンへのインタビューで)

オバマ陣営による政治広告の成功

クリストファー・ワイリー「マインドハッキング」

オバマ陣営は特定の有権者に対して特定のメッセージを直接届けるマイクロターゲティングで成功した。マイクロターゲティングを全面展開すると、政治的メッセージを世の中に向かって広く発信するのではなく、プライベート空間に閉じ込める格好になる。プライベート空間で発せられる政治的メッセージという点では、古くからアメリカの選挙運動で使われてきたダイレクトメールも同じである。とはいえ、データを駆使したマイクロターゲティングは次元が違う。数千万人の有権者がいれば、数千万種類の政治的メッセージを作って送れる。個々の有権者はそれぞれの属性に合ったメッセージを受け取るわけだ。メッセージの内容は有権者によって千差万別であり、あなたが受け取るメッセージは隣人が受け取るメッセージと似ても似つかないかもしれない。(中略)

選挙運動がプライベート空間で行われるとどうなるだろうか。政治家は公の場から姿を消し、監視されにくくなる。アメリカ民主主義の土台であるタウンホールミーティングは徐々に表舞台から退き、オンライン上を流れるデジタル広告に取って代わられる。監視がなくなれば、政治的メッセージはもはや政治的メッセージのように作られる必要もなくなる。(中略)われわれは友人から送られてくるメッセージを読むのと同じ感覚で、ソーシャルメディア経由の政治的メッセージを読む。送り手の正体や意図に気付かないままに、である。(26頁)

CAによる刺激・誘導

クリストファー・ワイリー「マインドハッキング」

CAはアメリカ各地の地域レベルで、「スミス郡愛国者」や「私は国を愛する」といったもともらしい名前を使って右派ページを作成した。フェイスブックのレコメンデーションエンジンのおかげで、これらのページはターゲットユーザー—すでに似たようなコンテンツを「いいね！」している—のニュースフィード上に現れる。ユーザーがCAのフェイクグループに参加すると、怒りに火を付けるようなビデオや記事の投稿を大量に見せられる。グループページ上は「これはひどい」「あれはアンフェアだ」といった会話であふれ返る。CAはソーシャルの壁を取り払い、異なるグループをつなげて関係を強めたわけだ。その間ずっと、フェイスブック上に流すメッセージのテストを繰り返して、修正を加え続けた。狙いはエンゲージメントの最大化である。(中略)グループが一定の人数に達すると、CAは物理的なイベントを開催した。参加者が多いと思わせるため、通常はカフェやバーなど比較的小さな場所を会場に選んだ。(中略)彼らがカフェやバーに実際に集まって、怒りや妄想を共有する。こうなると、参加者は自然に「われわれは巨大な運動に参加している」と思い込み、ますますお互いの妄想をかき立て合って陰謀論に傾斜する。(中略)イベントは共和党の予備選が早期に行われる州から順番にアメリカ各地で開かれ、「俺たち(アス・)対(バーサス・)あいつら(ゼム)」の対立構造がますますかき立てられていくのだ。(191頁、192頁)

CAによる誘導

クリストファー・ワイリー「マインドハッキング」

- FBから取得したユーザーのDBを用いて、誘導しやすい対象者（「神経症で自意識過剰」「陰謀論に傾きやすい」「衝動的怒りに流される」）を探す。
↓
- ターゲティング広告、コンテンツのレコメンドによって対象者に対して「働きかける」
↓
- たとえば、フェイクグループ（「〇〇郡愛国者」や「私は愛国者」といったもっともらしい名前）に誘い込んで、エコーチェンバーの効果で集団として先鋭化させる。

AD123のブラウザのアクセス履歴	
日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	〇×スポーツ
2018/06/01 22:18	WebサイトA(ランニングシューズ)
2018/06/02 19:30	WebサイトB(引越し業者)
2018/06/02 19:52	WebサイトC(引越し業者)
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	EC@

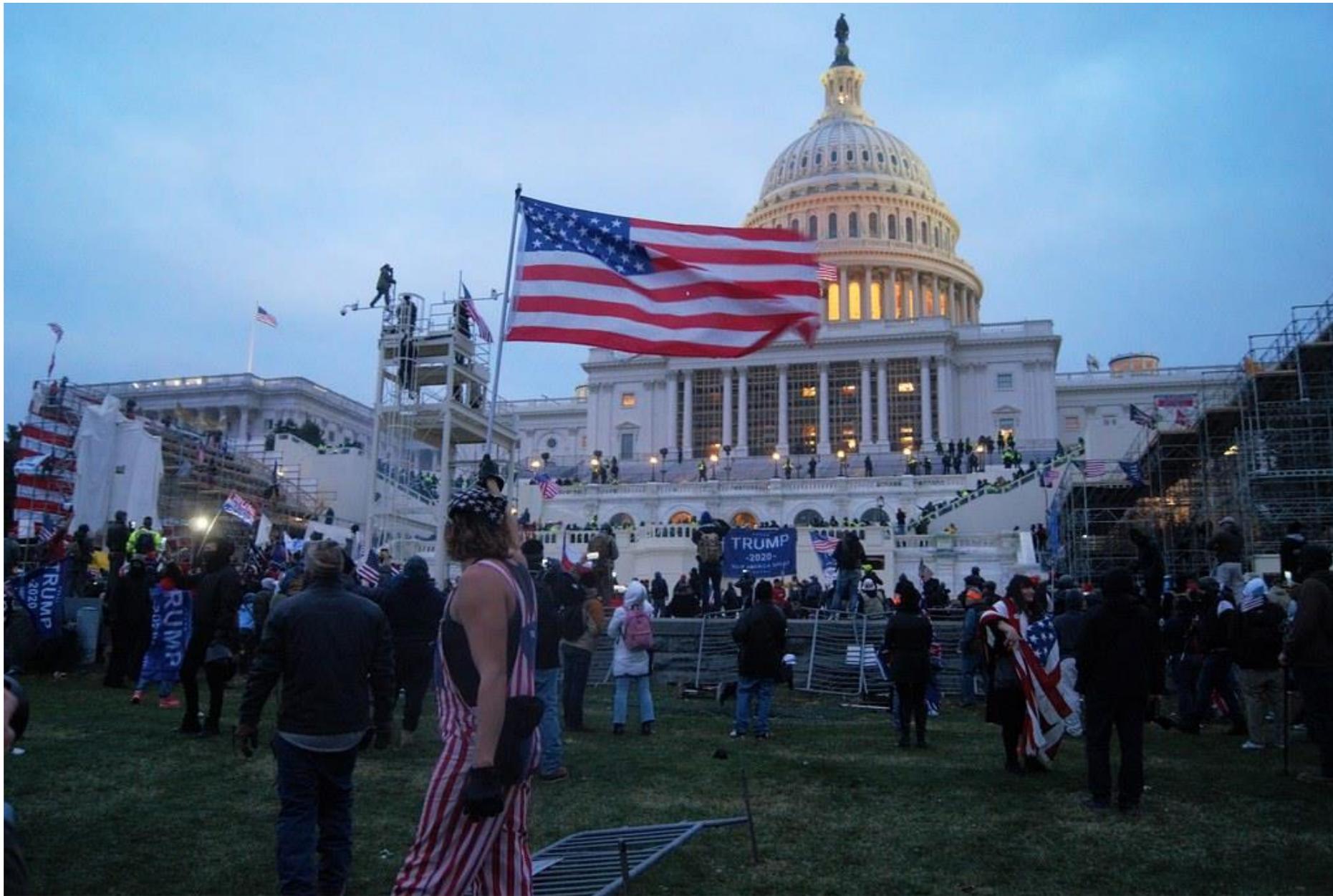
広告事業者サーバ

DMP (Data Management Platform)

- 「陰謀論に傾く」
- 「怒りに流される」

ケンブリッジアナリティカ事件の教訓

- ◆ 選挙に影響を与える目的だがその過程で**社会の分断**が生じる
- ◆ 選挙に影響を受けるということは**国のあり方**に影響されるということ
- ◆ **安全保障上の問題**も(選挙に外国の関与を許す)
- これらが可能になったのは、①**詳細なプロファイリングが可能なFBのユーザーデータベース**、②**FBの広告配信の仕組み**(メールアドレス等で出し分けられる)、③**FBのレコメンドの仕組み**。があったから。
- それらによって、人が操作(マインドハッキング)され、狙い通りの行動をとることになった。



操作された人たちは、大統領選の結果すらも信じられなくなり、さらなる国家的混乱を巻き起こすことに。

ブラジルで前大統領派が大統領府や議会、最高裁を襲撃 政府は200人以上逮捕

2023年1月9日



ブラジルで前大統領支持者が政府機関を襲撃

ブラジルの首都ブラジリアで8日午後、極右ジャイル・ボルソナロ前大統領の支持者たちが、大統領府や議会、最高裁判所などを襲撃し、内部を破壊した。ブラジル当局は8日深夜までに約300人を逮捕したと発表した。

昨年10月の大統領選で当選し、今月1日に就任したばかりの左派ルイス・イナシオ・「ルラ」・ダ・シルヴァ大統領は、暴徒化した襲撃者を厳正に取り締まると約束した。襲撃開始から6時間以上たって、米フロリダ州にいるボルソナロ氏は襲撃をツイッターで非難した。

- 原因についてはいまだ明らかにされていないが、ボルソナロは「ブラジルのトランプ」と呼ばれた人物
- CAのような組織が前回の大統領選において、CAと同様に操作対象者を選定し「マインドハッキング」を行った可能性は否定できないであろう。
- リクナビ事件やCAの事件を通じて明らかとなったDMPのデータベース悪用のリスクについては、世界的に見ても十分な対策がなされていない状況である。

デジタルシチズンシップと アテンションエコノミー

- 元々はユーザーリテラシーに関する「デジタルシチズンシップ」をテーマとする検討会
- 多くの有識者がケンブリッジアナリティカ等に言及

今後の取組の柱を整理したロードマップ^o（案）について

ICT活用のためのリテラシー向上に関する検討会
青少年のICT活用のためのリテラシー向上に関するWG
事務局

- 世代に共通するICT活用に当たっての課題について、以下のとおり整理。

世代共通課題

(1) インターネット上で自分の好みの情報や自分と似た意見に触れやすくなる特性・仕組みの理解

- 基礎的なインターネットの仕組みについての理解が不十分である。
- 「アテンションエコノミー」では、構造的に偽・誤情報が拡散されやすいため、利用者側もその仕組みや、自身もその中に組み込まれていることを認識する必要がある。
- インターネット上の特性（フィルターバブル、エコーチェンバーなど）は、その存在を知らないと自身が遭遇していることに気づけなが、「フィルターバブル」や「エコーチェンバー」といった現象の理解度が低い。
- SNSや検索エンジンで表示される情報に関する「アルゴリズム」について、世代を問わず、その仕組みや効果、影響に関する知識が十分ではない。
- 「認知バイアス」により、無意識のうち合理的ではない行動、偏った判断をすることがある。

(2) 情報を理解するリテラシー（事実と意見、推測、判断、行動の切り分け等）の習得

- 事実の提示、推測、判断、行動の論理の切り分けが理解できないという問題がある。
- かなりの人が間違った情報に触れており、そのうち2割程度しか偽・誤情報と見分けられなかったという民間の調査結果もあり、偽・誤情報に対する弱さは各世代であまり変わらない。

(3) インターネット上の情報を熟慮する機会の確保

- インターネット上では「アテンション」が重要視されることを背景に、反射的な思考や反応が重視される環境にある。
- 情報過多の時代であるからこそ、情報を熟慮し、十分な分析や検証を行う機会を確保する必要がある。

(4) デジタル空間における情報発信者としての意識や社会参加への意識の醸成

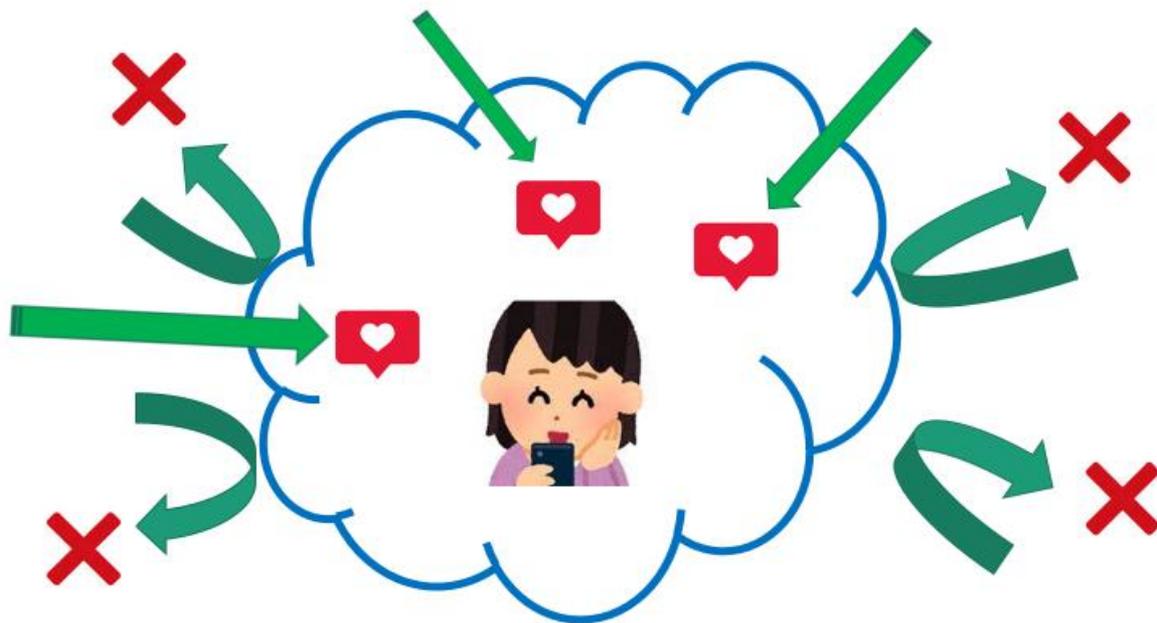
- デジタル空間では、誰でも容易に発信ができ、他人を傷つけてしまう機会も増え、責任が発生するようになっており、情報発信者であることの認識が求められる。
- メディアを使いこなした上で、自分のメッセージを届けて、社会に働きかけるトレーニングが必要。
- これまでの情報消費者的な教育から、社会参加や情報構築教育へ転換する必要がある。

アテンション・エコノミーとは

- 人々の関心や注目の度合いが経済的価値を持つという概念。インターネットの普及が、情報量の爆発的増加と情報そのものの価値の低下をもたらし、情報の優劣よりも注目を集めること自体が重要視され、資源または交換財になるという傾向を指す。（「デジタル大辞泉」より）
- インターネットにおいて最も成功したビジネスモデルは広告であり、そこでの収益は、アクティブユーザー数、PV数、いいねやシェアなどに基づいて計算される。
- どれくらい見てくれたか、いいね！してくれたか、シェアしてくれたか、コメントしてくれたか、が経済的利益に直結。
- いいね！する、シェアする、コメントする等＝「エンゲージメント」

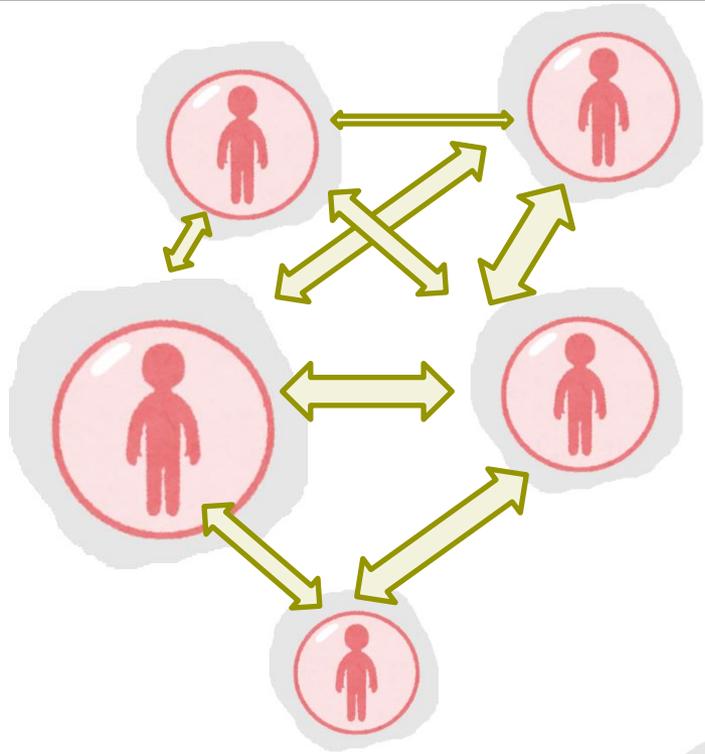
フィルターバブル

本人の望む情報(コンテンツのレコメンデーションや行動ターゲティング広告)ばかりに包まれてしまう状態

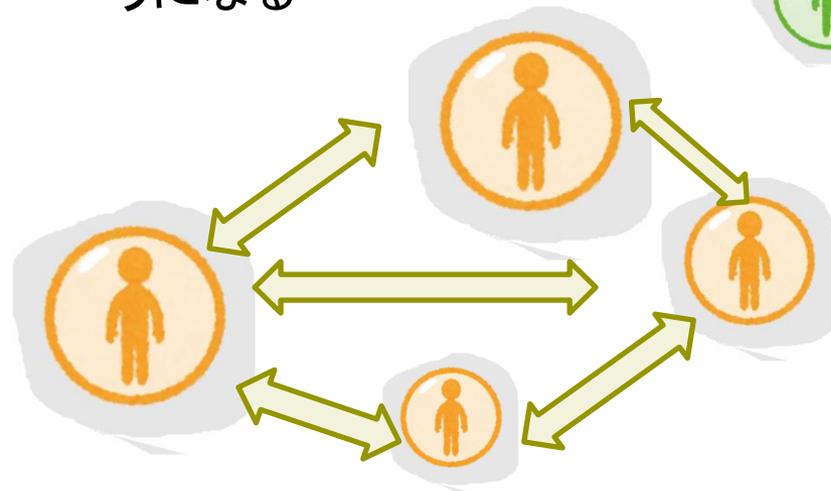
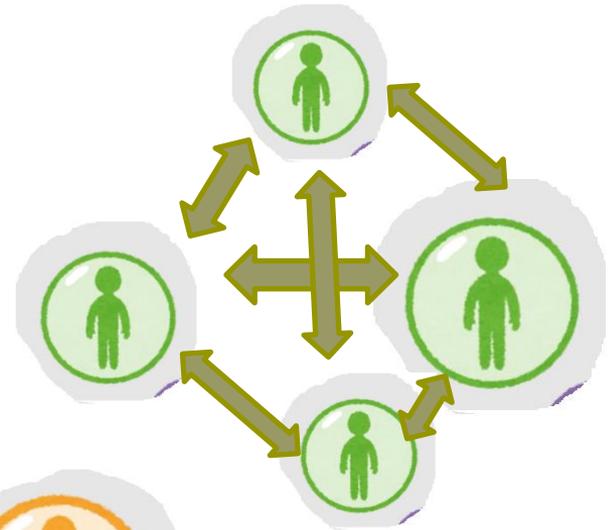


その人の好きそうな情報をお勧めする。

エコーチェンバー



自分と似た意見のユーザーばかりとつながり、自分と似た意見ばかりに触れるようになる



話の合う人、グループをお勧めする

偽情報発信者にとっての経済的動機

「トランプ、メキシコ国境に壁つくる」の記事で9万円。

アメリカ国民が読みたがるニュースを先回りして提供しているんだ

フェイクニュースで大もうけしたマケドニアの19歳大学生

東欧・バルカン半島の小国マケドニア(現・北マケドニア共和国)の、人口5万5000人の町ベレスは、100以上ものトランプ支持のフェイクニュースサイトが立ち上がった「フェイク工場」として有名だ。

(中略)19歳の男子大学生はサイトを立ち上げた最初の月から3000ユーロ(約40万円)の広告収入を手にしたと明かして、「こんなに簡単なのに、やらないほうがおかしい」と話したという。この町では、学生も教師もこぞってフェイクニュースを量産していた。この学生の場合、フェイクニュースの作成は大学の講義が終わってから。ニュースをチェックし、そこに憶測を加えたり、あるいは過激に書き換えたりして、(中略)「普通のニュースを誇張するハーフ・フェイクのニュースが手っ取り早く稼げる」と記者にコツを明かしたこの若者は、こうも話したという。「米国国民が読みたがるニュースを、先回りして提供しているんだ」

プラットフォームにとっての経済的動機

Facebook(現Meta)内部告発

アテンションエコノミー

- 2021年10月、元社員フランシス・ホーゲン・ホーゲンは退職前にコピーした大量の内部文書を元にWSJや議員に対して内部告発。
- 「FBは極端な反応を引き出すコンテンツが、より多くのクリックやコメント、シェアを得られると知っている」と指摘。同社のアルゴリズムの変更で、怒りや分断をあおる内容が拡散しやすくなり、子どもたちの安全も脅かしているとの見方を示した。」(朝日新聞2021.10.06東京夕刊)
- 同氏は、もともとグーグルなどでアルゴリズム部門に携わった後、2019年FBに招かれて入社。民主主義や虚偽情報に関連するチームの責任者を務めた。

プラットフォームにとっての経済的動機

Facebook(現Meta)内部告発

アテンションエコノミー

- 内部告発のきっかけ(「リスク無視したフェイスブック そして告発を後押しする事件が起きた」朝日新聞デジタル 2022年4月16日)
「FBは20年秋の米大統領選後、私が当時いた(偽情報やヘイトスピーチに対処する)部署を解散しました。その時、FBは大統領選での(SNSが社会を分断した)教訓を忘れたのだと感じました。路上で血が流れるようなことは起きず、FBは成功したんだと。リスクの大きさを無視したのです。でもその後、翌年1月に米議会の襲撃事件が起きました」



- ◆ プラットフォーム事業者がアテンションエコノミーにおける経済的利益を重視すること(エンゲージメントの獲得に走ること)が、過激な情報、怒り・分断をあおる情報のレコメンドにつながる結果となっているのではないか。

広告主(第三者)にとっての経済的動機

ケンブリッジ・アナリティカ事件

アテンションエコノミー

説明済み

- 2016年米大統領選でトランプ陣営を、英国のEU離脱を問う国民投票では離脱派をそれぞれ支援したとされる。2018年3月、元社員クリスファー・ワイリーの告発で詳細が発覚
- 2014年頃、ケンブリッジ大学の研究者アレクサンダー・コーガンが心理クイズアプリを作成し、このアプリをFB上でダウンロードした約30万人のユーザーと、彼らが「友だち」として登録していたユーザーの計8700万人分のデータを取得。
- 心理学やデータ分析、アドテクノロジーなどの専門家チームがマイクロターゲティングの手法で詳細にプロファイリング。「神経症で極端に自意識過剰」「陰謀論に傾きやすい」「衝動的怒りに流される」と分析されたグループに対し、政治広告を出し、愛国者団体の集会などに誘い、「先鋭化」させていった。

キーワードを入力



誹謗中傷流通の原因にも

トップ

速報

ライブ

エキスパート

オリジナル

みんなの意見

ランキング

新着記事

| オーサー

| クリエイター

| コメンテーター

羽生結弦さんの離婚報告で考えるべき、過剰報道と誹謗中傷の「負のスパイラル」



徳力基彦

 エキスパート

| noteプロデューサー／ブロガー

11/20(月) 7:00



ネットの普及で、大勢に過剰報道記事が届いてしまう時代に

ただ、インターネット以前であれば、そうした過剰報道の記事を目にするのは、そうした媒体を購入する読者だけでした。

それがネットの普及により、そうした一部の週刊誌がネット上に記事を配信することで、簡単に誰もが過剰報道の記事を目にすることができるようになってしまったわけです。

しかも更に悪いことに、**現在のネット広告の仕組みでは、そうした過剰報道の記事がたかさんの人に読まれれば読まれるほど、より広告収入が上がる仕組みになっています。**

(つづき)

羽生さんのお相手の実名報道をしたメディアには、その後もあえてファンの神経を逆なでするようなタイトルの記事を書いているところもあるようです。

これにより、ファンはタイトルに釣られて記事を読まざるを得なくなり、過激な内容の記事に影響されて、一部のファンは羽生さんのお相手に対してネガティブな感情を溜め込むことになり、誹謗中傷に走ってしまうという「負のスパイラル」が回り始めるわけです。

過激な発言やネガティブなタイトルが金を生む

当然この「負のスパイラル」には、週刊誌だけでなく、一部のネットメディアやYouTuberなどの個人メディアも便乗します。

こうした便乗ネットメディアの記事や便乗YouTuberの動画の多くは、過激なタイトルやネガティブな内容のものが多くの特徴です。

(中略)

ネットメディアの記事にしてもYouTubeの動画にしても、基本的にはアクセスが多ければ多いほど広告収入が増える仕組みです。仮にネガティブな記事や動画に対して、ファンが怒って批判してきたとしても、多くのファンが注目してくれて記事のアクセスが増えれば、収入が上がる仕組みなので批判も怖くないわけです。

その結果、ファンが軽く検索しただけで、ネットやYouTube上に、目をおおいたくなるような内容の記事や動画が出てきてしまう状況が生まれてしまうわけです。

外部送信規律の導入

- 電気通信事業を取り巻く環境の変化により、**情報の漏えい・不適正な取扱い等**や**電気通信サービスの停止**が生じた場合には、多様な個人的法益・社会的法益・国家的法益の侵害につながり得る。

1. 個人的法益

- ✓ 情報漏えい等の防止によるユーザーのプライバシーの保護
- ✓ 電気通信サービスの円滑な提供を通じた、ユーザーの利便性の確保
- ✓ ユーザーによる自由な情報発信や知る権利の保障

2. 社会的法益

- ✓ 多様な社会経済活動や国民生活の確保、ひいてはデジタル社会の実現
- ✓ サイバー犯罪による経済的損失の防止
- ✓ 健全な言論環境の確保
- ✓ 電気通信サービスに係る制度そのものに対する信頼の維持

3. 国家的法益

- ✓ 健全な民主主義システムの確保
- ✓ 要人に関する情報の悪用の防止
- ✓ 機密データ等の窃取の防止
- ✓ サイバー攻撃による政府機関や重要インフラの機能停止の防止

- 電気通信サービスの安定的かつ確実な提供を確保し、デジタル技術の利活用に対する利用者の不安を取り除くことで、これら多様な保護法益の確保を図っていく必要がある。
- 国民の誰もが安心して利用でき、信頼性の高い電気通信サービスの提供が確保されることを通じて、電気通信事業の中長期的な発展が促進されるものと考えられる。

- これらの保護法益を確保しつつ、安全で信頼性の高い電気通信サービスの提供を通じたイノベーションの促進を図っていくためには、情報の漏えい・不適正な取扱い等のリスクや電気通信サービスの停止のリスクに適切に対処することが必要。
- 電気通信事業の円滑・適切な運営を確保することが一層重要になっており、電気通信事業ガバナンス※の在り方について検討を行うことが求められる。

(※) 電気通信事業の円滑・適切な運営を確保するための管理の仕組み

電気通信事業法の目的

個人情報保護法とは異なる

通信サービス利用者の保護、通信の信頼確保



守られている



・通話
・メール

通信の秘密

利用の変化



・ウェブサイト
・アプリ

守られていない

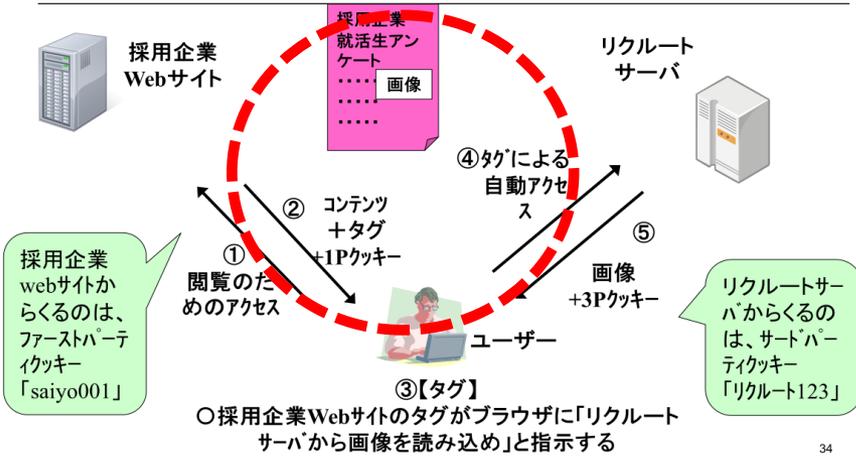
通信関連
プライバシー

2018/06			
2018/06			グッシュス)
2018/06/02	19:30		WebサイトB(引越し業者)
2018/06/02	19:52		WebサイトC(引越し業者)
2018/06/02	20:05		ポータル△
2018/06/04	20:30		ニュース□
2018/06/01	20:46		EC@

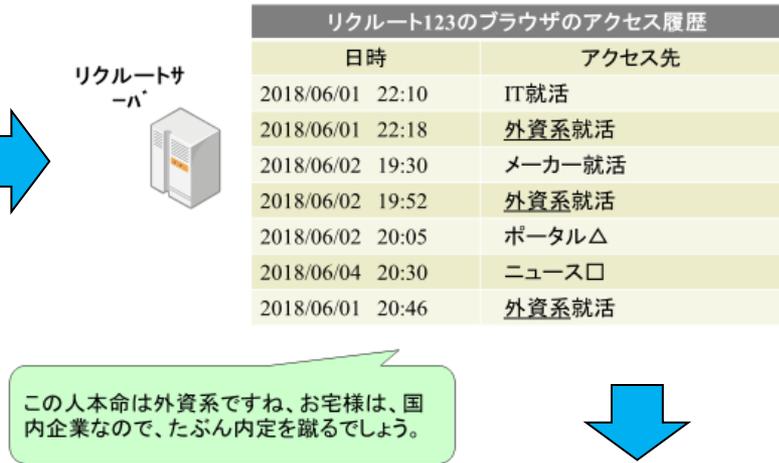
私の通信が筒抜けだ！

※「通信の秘密」には個人情報が含まれるが、それ以外にも
①法人の情報、②パーソナルデータであって個人情報ではないものが含まれる。
('電気通信役務利用者情報'も同じ ⇒ 対象範囲も違う)

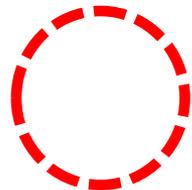
リクナビ2019の仕組み



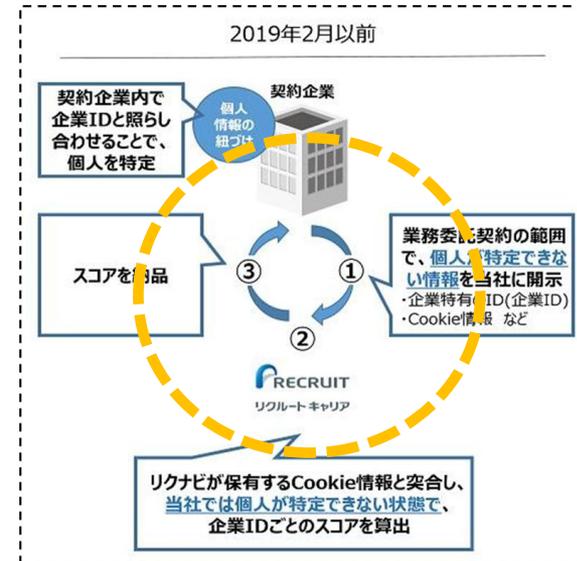
リクナビ2019の仕組み



← この部分だけ個人関連情報として規制



← 野放しだったここを外部送信として規制



電気通信事業法第27条の12ーざっくり

義務を負う人:

電気通信事業者又は第3号事業を営む者(若干の限定あり)

義務の内容:

- 外部送信をするときはそれに関する情報↓を通知公表する
 - 当該利用者に関する情報の内容
 - 当該情報の送信先
 - 送信される情報の利用目的

適用除外:

情報が次に掲げるものである場合は、この限りでない。

- ①どうしても必要な情報
- ②同意を得ている場合
- ③オプトアウトできるようにしてオプトアウトしていない場合

消費者保護のドグマ

消費者保護の2つのドグマ

第1ドグマ： 「消費者被害とは、金銭的被害と健康被害である」

第2ドグマ： 「消費者被害は、契約によってもたらされる」

- ❑ たとえば外部送信の問題においては、金銭被害・健康被害ではなく、かつ契約関係のない事業者によって閲覧履歴の収集等が行われる。同じようなことは、①公共の場所に設置されたカメラ等のセンサー、②IoTによっても生じる。
- ❑ その結果、消費者にとって不利なことを知られたり(リクナビ事件)、脆弱性プロファイリングに基づく操作を受けたり(ケンブリッジアナリティカ事件)する。
- ❑ 現代の消費者保護は、2つのドグマから離れるとともに、インターネットやプラットフォームが社会に与える仕組みを理解して、消費者に対する搾取が現在どのように行われているかを把握する必要がある。

ご清聴ありがとうございました。
