オプトアウト方式で取得する非特定視聴履歴の取扱いに関するプラクティス（ver.1.0）

平成 31 年 3 月

視聴関連情報の取扱いに関する協議会

目　次

はじめに 1

第１ 総則 2

１．目的 2

２．適用対象及び適用関係 2

３．参照ガイドライン等 2

４．用語の定義 2

５．視聴関連情報の取得に係る方式の類型 4

第２ プラクティス 6

１．ユースケースの概要と留意点 6

２．視聴者の理解促進のための対応 12

３．識別子の運用に関する事項 13

第３ その他 14

１． プラクティスの見直し 14

２．継続検討課題 14

別添　総務省実証実験　視聴者への説明文 15

用語解説 19

「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」名簿及び開催概要 21

はじめに

近年、テレビをインターネットに接続して、双方向のデジタル放送サービスを利用したり、動画配信サービスを利用したりする視聴者が増えている。一般にインターネット接続されたテレビであれば、技術的には、視聴者がいつ、どのチャンネルの番組を視聴していたのか把握することが可能となっている。この視聴に関するデータ（以下「視聴関連情報」という。）は、番組作りへの反映、リコメンド、自動録画、ターゲティング広告、視聴ポイント、クーポン等のサービスに用いることができ、新たな価値を生み出すビッグデータとして、その活用が期待されている。

しかし、放送は長年一方向のサービスであったため、視聴関連情報がインターネットを通じて事業者に取得されることは、一般の視聴者には想像しづらく、また視聴関連情報から個人の趣味・嗜好を推測しうるため、プライバシーへの配慮が求められると指摘されている。このため、これまで事業者の多くは視聴関連情報の活用に大きく踏みだすことができずにいた。

この状況を改善するため、有識者、民間地上放送事業者、テレビメーカー、有料放送事業者、放送関連団体を構成員とする「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」（座長：青山学院大学　内山隆教授）を組織して、視聴者のプライバシーに配慮して、適正に視聴関連情報を活用するための取扱いについて検討を行った。その成果として、視聴関連情報のうち、個人情報には当たらない「非特定視聴履歴」をオプトアウト方式（「４．用語の定義」参照）で取得して利用する場合におけるプラクティスをとりまとめた。

本プラクティスはその検討に当たって、総務省の実証事業で実施された「在京民放 5 社による放送の同時配信サービスに関する技術実証」の結果を随所に参照している。とりまとめた内容は、今後、放送局が非特定視聴履歴を利用していくための、共通の基礎資料となるものである。

本プラクティスを出発点にして、今後も継続的に、本協議会のもとで各事業者が連携し、視聴関連情報を活用した魅力的で安全・安心なサービスづくりを推進していく予定である。

平成 31 年 3 月
視聴関連情報の取扱いに関する協議会

第１ 総則

１．目的

本文書は、人々の生活スタイルや新しい視聴スタイルを理解し、パーソナルデータを活用した魅力的で安全・安心なサービスを提供するため、放送に関わる事業者における、オプトアウト方式で取得する非特定視聴履歴の適正な取扱いの推進を目的とする。

２．適用対象及び適用関係

本文書は、非特定視聴履歴の適正な取扱いに関し遵守すべき行為を適用対象とする。

非特定視聴履歴を取り扱う事業者が、放送受信者等の個人情報等を取り扱う場合には、放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン（平成 29 年総務省告示第 159 号）及びその解説並びに本文書が適用される。

３．参照ガイドライン等

次に掲げるガイドライン等は、本文書の適用において有用であるため、本文書とあわせて参照すること。

- 放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン（平成 29 年総務省告示第 159 号）及びその解説
- 放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針（平成 29 年 7 月　認定個人情報保護団体　一般財団法人放送セキュリティセンター）

４．用語の定義

本文書で用いる用語は、原則、「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン」及び「放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針」の定めによるものとする。両文書で定義されていない用語及び頻出する専門用語については、以下で定めるものを用いる。なお、その他専門的な用語については、巻末の「用語解説」を参照のこと。

4.1. 視聴関連情報

- 放送受信者等の視聴に伴って収集される全ての情報(視聴履歴や機器の操作履歴など、視聴に伴って取得される全ての情報が対象となる。)

4.2. 非特定視聴関連情報

- 視聴関連情報のうち、個人情報に該当しないもの。特定の個人に紐付かない情報であっても、例えば同じ社内の別のデータベースに保存される特定の個人を識別することができる情報と容易に紐付けることが可能である（容易照合性がある）場合には、個人情報として取り扱われる。

4.3. 非特定視聴履歴

・ 非特定視聴関連情報であって、特定の日時において視聴する放送番組を特定できる情報。

4.4. オプトアウト方式

・ 視聴者の明示的な同意を事前に取得する代わりに、予め視聴関連情報の取得や利用を通知・公表しておき、本人からの求めに応じて、その利用を停止する手続きを用意することで、視聴関連情報を利用する方式。

図表　非特定視聴履歴に係る情報の関係

<table>
<tr><td colspan="3">視聴関連情報</td><td>・ 放送受信者等の視聴に伴って収集される全ての情報(視聴履歴や機器の操作履歴など、視聴に伴って取得される全ての情報が対象となる。)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">個人情報</td><td colspan="2">視聴関連個人情報</td><td>・ 視聴関連情報のうち、個人情報（特定の個人※1を識別できるもの）に該当するもの</td></tr>
<tr><td></td><td>視聴履歴</td><td>・ 視聴関連個人情報であって、特定の日時において視聴する放送番組を特定できる情報。
・ なお、この情報により視聴した放送の受信の契約者等が誰なのか（特定の個人）が識別できれば良く、実際に視聴した者（契約者の家族のうち、誰が実際に視聴したのか等）が個別に特定される必要はない。（視聴の都度、個人情報の提供に関して同意する場合を除く。）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">個人情報以外</td><td colspan="2">非特定視聴関連情報</td><td>・ 視聴関連情報のうち、特定の個人を識別できないもの。※2</td></tr>
<tr><td></td><td>非特定視聴履歴</td><td>・ 非特定視聴関連情報であって、特定の日時において視聴する放送番組を特定できる情報。</td></tr>
</table>

※1　特定の個人：視聴関連個人情報、視聴履歴について「特定の個人を識別できる」とは、契約者情報等に紐付くことにより特定の放送受信者等が識別されれば足り、実際に視聴した者が特定される必要はない。

※2　特定の個人に紐付かない情報であっても、例えば同じ社内の別のデータベースに保存される特定の個人を識別することができる情報と容易に紐付けることが可能である（容易照合性がある）場合には、個人情報として取り扱われる。

出所）認定個人情報保護団体　一般財団法人放送セキュリティセンター「放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針」（平成 29 年 7 月）

５．視聴関連情報の取得に係る方式の類型

非特定視聴履歴の取得に係る方式には、オプトアウト方式とオプトイン方式（事前に本人から明示的に同意を取得する方式）の二つがある。それぞれの特徴と活用の範囲を次図表に示す。

図表　視聴関連情報の取得に係る方式の類型別の特徴と活用の範囲

		非特定視聴履歴		（参考）視聴履歴オプトイン方式
		オプトアウト方式	オプトイン方式	
特徴	視聴者の認識性	事前に同意を得る行為を伴わないため、認識しているか不明	事前に同意を得る行為を伴うため、認識していると外形的に判断される	事前に同意を得る行為を伴うため、認識していると外形的に判断される
	視聴者の手間（操作性）	手続き不要	手続き必要	手続き必要
	漏えい時の特定個人の識別リスク	比較的小さい	比較的小さい	高い
	データ量	多い	やや少ない	少ない
活用の範囲	分析・レポーティング	可（告知が望ましい）	同意の範囲に含まれれば可	同意の範囲に含まれれば可
	リターゲティング番組宣伝	可（告知が望ましい） ※現状、リターゲティング番組宣伝は、実証段階にある。	同意の範囲に含まれれば可	同意の範囲に含まれれば可
	商用リターゲティング	可（告知が望ましい） ※現状、商用リターゲティングは、未実施の段階にある。	同意の範囲に含まれれば可	同意の範囲に含まれれば可
	第三者提供	可（告知が望ましい） ※現状、第三者提供は、未実施の段階にある。	同意の範囲に含まれれば可	同意の範囲に含まれれば可

なおオプトアウト方式で取得する非特定視聴履歴に関し、放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン（平成 29 年総務省告示第 159 号）の解説 112-113 頁において「視聴する放送番組を特定することができる情報のプライバシー性に配慮する観点からは、このような非特定視聴履歴についても、その取得の前に、同意を得る、又は取得に関する告知を徹底するなどの取扱いについて、認定個人情報保護団体が作成する個人情報保護指針等の業界団体等の自主ルールとして定めることにより、プライバシーに配慮した自主的な取組がなされることが望ましい。」とされていることから、告知及びオプトアウトの具体的な方法については、今後の継続検討課題とする。

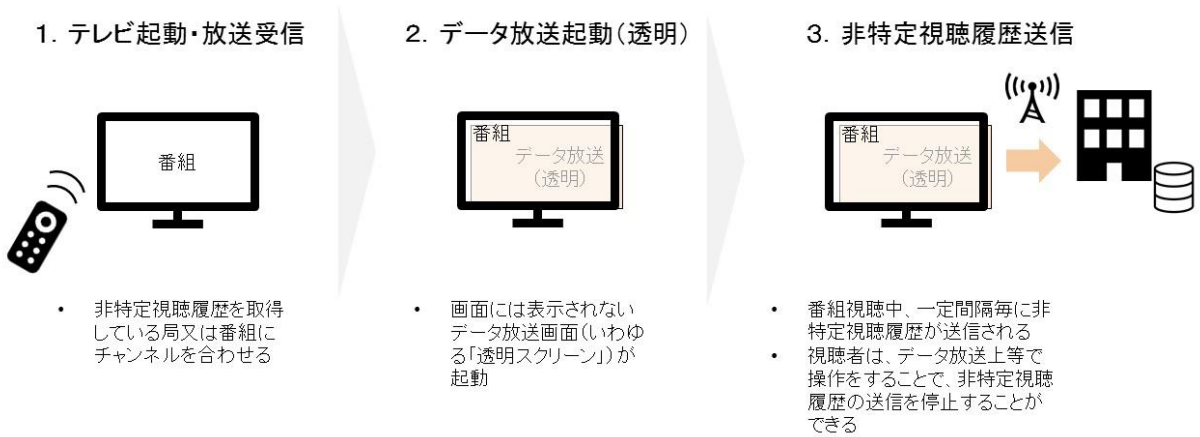
（参考）データ放送による非特定視聴履歴を収集する仕組み

データ放送の機能を用いると、テレビをインターネットに接続している場合、
１．非特定視聴履歴を収集する局又は番組にチャンネルを合わせると、
２．画面に表示されないデータ放送画面（いわゆる「透明スクリーン」）が立ち上がり、
３．非特定視聴履歴を、インターネット回線経由で放送局のサーバーへ送信する。

送信できる非特定視聴履歴は、当該放送局のものに限られ、視聴時刻、放送局の識別 ID、IP アドレスが含まれる。

視聴者は、自ら操作する等して、非特定視聴履歴の送信を停止することができる。

図表　データ放送による非特定視聴履歴を収集する仕組み



第２ プラクティス

１．ユースケースの概要と留意点

ケース１．分析・レポーティング

ａ）概要

・ 視聴者の非特定視聴履歴と、視聴者が保有する Web 端末の Web データを収集し、それらと調査会社・データ会社の持つパネルデータを非特定化したものを、放送局側でマッチングし、分析・レポーティングをした上で、結果を広告主に提供する。

ｂ）取り扱うパーソナルデータ

データ種別	具体的なデータの内容	取得方法	データ編集・加工
非特定視聴履歴	・放送局の識別 ID ・IP アドレス ・視聴時刻	視聴者が番組を視聴することにより取得	IP アドレスをもとに、Web データ、パネルデータと紐付ける
Web データ	・放送局の識別 ID（cookie/広告 ID） ・動画視聴データ ・Web アクセスデータ ・IP アドレス	視聴者が Web サービスにアクセスすることにより取得	IP アドレスをもとに、非特定視聴履歴、パネルデータと紐付ける
パネルデータ	・調査会社の識別 ID（cookie/広告 ID） ・性別 ・年齢 ・居住都道府県 ・興味関心 ・IP アドレス	調査会社、データ会社から購入	放送局側は、IP アドレス等をもとに、非特定視聴履歴、Web データと紐付けるのみ 調査会社・データ会社側は、パネルデータを放送局側に提供する前に、ID を不可逆に変換する

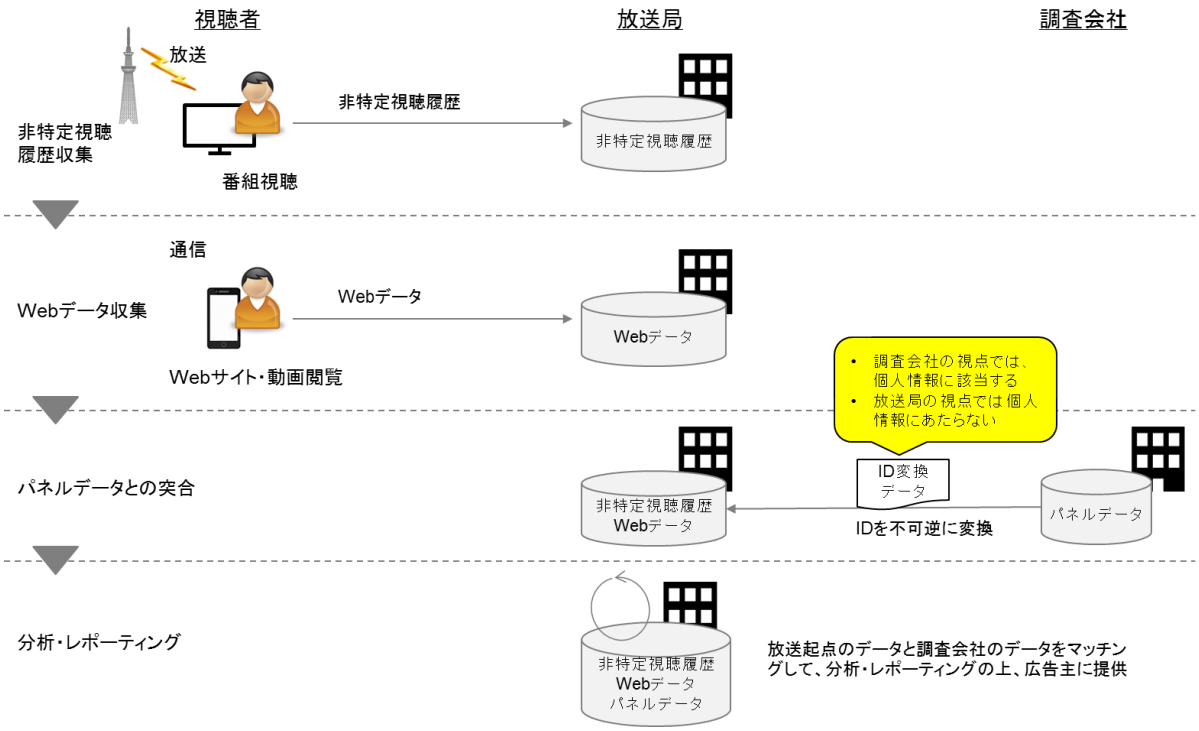
ｃ）パーソナルデータの利用目的

・ 視聴者の特性を把握した上での、番組の制作・編成
・ マーケティングデータとして提示した上での、営業活動
・ ＣＭ出稿の効果検証

ｄ）パーソナルデータを提供する外部事業者

・ なし

e）データ取扱いの流れ



f）留意点と対応

ステップ	留意点	対応
非特定視聴履歴収集 Web データ収集	✓ 放送局が取得する視聴関連情報、Web データに個人情報が含まれていないか	• 視聴履歴（個人情報）を取得している局の視聴関連情報の局 ID を、中間 ID に変換することで対応する。
	✓ 放送局では、非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合されることのないように管理されているか	• 非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合されることのないように管理する。
	✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わっているか	• プライバシーポリシー又は利用規約にて明示する。
	✓ オプトアウトの方法、あるいはそれに代わるような利用者保護の方法が明示され	• プライバシーポリシー又は利用規約にて、明示する。 • アクセスしやすく、使い勝手

ステップ	留意点	対応
	ているか	のよいオプトアウト機能を提供する。
	✓ データ廃棄の方法（手段、サイクル等）は適切か、それがユーザーに明示されているか	• 保存期間を定める。（保存期間を無期限とするのも可。ただしその場合は、定期的に管理状況を確認し、必要がなくなったときは速やかに消去する。）
	✓ 問合せ先は明示されているか	• 問合せ先を明示する。
パネルデータとの突合	✓ 調査会社・データ会社から提供されるパネルデータが、不可逆で、非特定なものに限定されているか	• 不可逆の変換方法について、契約等で規定する。 • パネルデータは、放送局にとって非特定となるよう変換済みのデータのみを受領する。
	✓ 放送局側のデータと調査会社・データ会社側のデータをマッチングした場合も、非特定情報の範囲に限定されているか	• 内規で個人の識別行為を禁止する。 • 想定外に、個人が識別されることが分かった場合は、処理を中止する。
分析・レポーティング	✓ 広告主に分析・マッチング結果のデータを提供した場合、広告主側のデータとマッチングしても非特定情報の範囲に限定されているか	• 集計結果のみを渡す。ローデータは提供しない。

ケース２．リターゲティング番組宣伝

ａ）概要

・ 視聴者の非特定視聴履歴と DMP データをもとに広告セグメントを作成し、広告セグメントに基づいて番組告知の広告を配信する。

ｂ）取り扱うパーソナルデータ

データ種別	具体的なデータの内容	取得方法	データ編集・加工
非特定視聴履歴	・ 放送局の識別 ID ・ IP アドレス ・ 視聴時刻	視聴者が番組を視聴することにより取得	DMP データと統合し、広告セグメントを作成する
DMP データ	・ IP アドレス ・ プロファイル情報	DMP 事業者が、提携する事業者から収集	非特定視聴履歴と統合し、広告セグメントを作成・抽出する

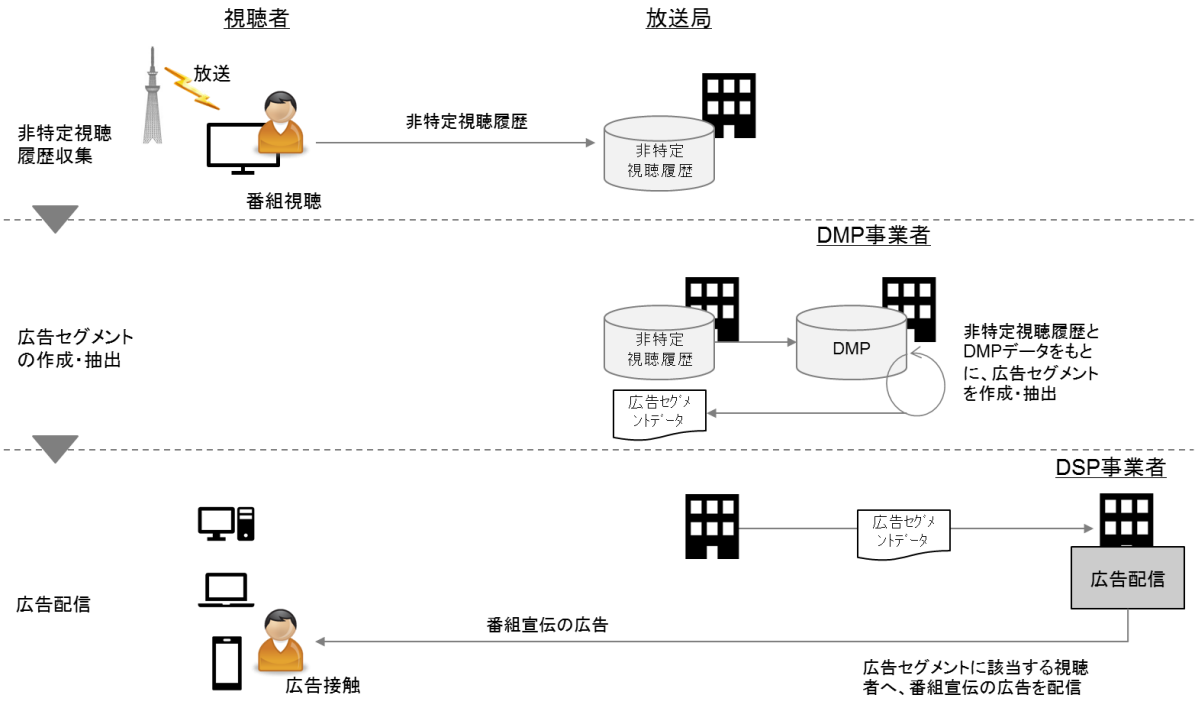
ｃ）パーソナルデータの利用目的

・ 非特定視聴履歴をもとに作成した広告セグメントに対する番組宣伝の広告配信

ｄ）パーソナルデータを提供する外部事業者

・ なし

e）データ取扱いの流れ



f）留意点と対応

ステップ	留意点	対応
非特定視聴履歴収集	✓ 放送局が取得する視聴関連情報に個人情報が含まれていないか	• 視聴履歴（個人情報）を取得している局の視聴関連情報の局 ID を、中間 ID に変換することで対応する。
	✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わっているか	• プライバシーポリシー又は利用規約にて明示する。
	✓ オプトアウトの方法、あるいはそれに代わるような利用者保護の方法が明示されているか	• プライバシーポリシー又は利用規約にて明示する。 • アクセスしやすく、使い勝手のよいオプトアウト機能を提供する。
	✓ データ廃棄の方法（手段、サイクル等）は適切か、それがユーザーに明示されて	• 保存期間を定める。（保存期間を無期限とするのも可。ただしその場合は、定期的に管理

ステップ	留意点	対応
	いるか	状況を確認し、必要が無くなったときは速やかに消去する。）
	✓ 問合せ先は明示されているか	• 問合せ先を明示する。
広告セグメント作成・抽出	✓ DMP 事業者への委託は適切に管理されているか	• 「委託管理基準」※1 を適用する。 • 委託先が非特定視聴履歴と個人情報の両方を取り扱う場合は、上乗せで「個人情報の容易照合性クリアランス基準」※2 を適用する。
広告配信	✓ DSP 事業者への委託は適切に管理されているか	• 委託管理基準※1 を適用する。
	✓ 配信する広告は視聴者に不信感を与えることはないか	• 配信の条件を作成して運用する。

※1 委託管理基準

適切にデータ管理を行いうる事業者を選定し、次について契約上義務付けを行うとともに、データの取扱い状況を監督する。

- 第三者へのデータ提供の禁止
- 安全管理措置の実施
- 個人情報との紐付けの禁止
- 目的達成後の非特定視聴履歴等の速やかな廃棄等、適切な措置を取ること。

※2 個人情報の容易照合性クリアランス基準

- 個人情報を取り扱う場合には、厳格に取り扱う運用がされている。
- 個人情報を取り扱う部署と、非特定視聴履歴を取り扱う部署が明確に分かれている。
- 同じ担当者、同じ責任者が、個人情報と非特定視聴履歴の双方にアクセスできない。
- 個人情報にアクセスできる者が、1)システム上、2)社内ルール上限定されている。
- 非特定視聴履歴にアクセスできる者が、1)システム上、2)社内ルール上限定されている。

２．視聴者の理解促進のための対応

視聴者に対して、非特定視聴履歴の取扱いについてわかりやすく伝えるとともに、視聴者のプライバシーに配慮するため、次について対応する。

具体的な対応事例は、「別添 総務省実証実験　視聴者への説明文」を参照。[1]

2.1. 通知媒体

- テレビ画面に加えて、ホームページにおいても、非特定視聴履歴の取扱いについて掲載する。
- テレビ画面上での非特定視聴履歴の取扱いは、対象番組放映時のみではなく、データ放送のメニューからいつでも表示可能にする。
- 非特定視聴履歴の取扱いに関する事業者の取組等を一般財団法人放送セキュリティセンター（SARC）ホームページに掲載する。

2.2. 通知、取扱い停止の方法

- テレビ画面上で、対象番組放映時のみではなく、データ放送のメニューからいつでも非特定視聴履歴の取扱い停止を可能にする。ただし対象番組が少ない過渡期や系列局等における対応を除く。

2.3. 取得項目、取得方法

- 用語はできるだけ共通化する。
- ポリシー上の用語を共通化のために変更する場合は、視聴者への通知は省略することができる。

[1] 同別添では、非特定視聴履歴を、「視聴データ」と呼称している。

３．識別子の運用に関する事項

非特定視聴履歴の管理に用いる識別子（ID）は、個人が特定されるリスクを低減するため、次に掲げる汎用的に用いられている又は汎用的に用いられる可能性のある識別子は原則利用しない。

（汎用的に用いられている又は汎用的に用いられる可能性のある識別子）

- テレビの製品番号
- B-CAS カードの番号

第３ その他

１． プラクティスの見直し

本文書は、制度改正や技術の進展を踏まえ、定期的に見直しを行って、所要の措置を講じる必要がある。このため、本文書策定後も、対象事業者やその他の関係者の意見を聴いて、適宜、見直しをする。

２．継続検討課題

・非特定視聴履歴を、共同で利用するためのプラクティス

・非特定視聴履歴を、商用リターゲティング、第三者提供に用いる場合のプラクティス

別添　総務省実証実験　視聴者への説明文

2019 年 1 月 18 日

テレビ視聴データに関する 5 社共同実験について

日本テレビ放送網株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社 TBS テレビ、株式会社テレビ東京、株式会社フジテレビジョン（以下「参加放送局 5 社」）は、関東地区のインターネットに接続されているテレビを対象に、各社個別に収集している視聴データ（視聴中のチャンネル情報や番組の視聴時刻情報など）を参加放送局 5 社で集約・分析する共同技術実証実験を実施いたします。
本実証実験は、視聴者の皆様のさらなる利便性向上や放送コンテンツ制作への活用を目指すために実施する試みで、昨年 9 月 26 日に発表したプレスリリース『在京民放 5 社による放送の同時配信サービスに関する技術実証について』に記載されている総務省から株式会社野村総合研究所への委託実証事業の一環として行うものです。

1実証実験に参加する放送局

この実証実験に参加する放送局は以下の 5 社です。

日本テレビ放送網株式会社
株式会社テレビ朝日
株式会社 TBS テレビ
株式会社テレビ東京
株式会社フジテレビジョン

2 実証実験期間

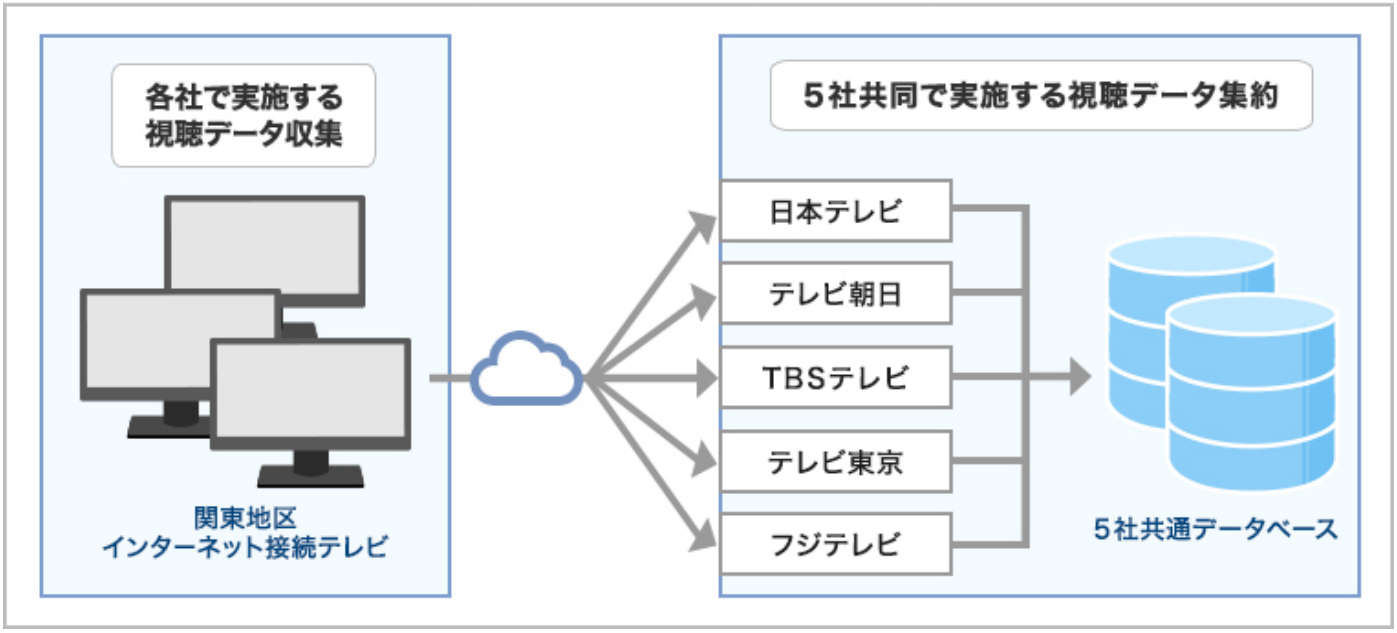
参加放送局 5 社は、以下の期間の視聴データを 5 社共同で集約いたします。

2019 年 1 月 21 日～ 2 月 4 日

3 視聴データの共同利用について

参加放送局は、それぞれ自局で放送する番組の視聴データを個別に収集します。実証実験では個別に収集された各局のデータを共通ID（詳細は 5 項ご参照下さい）で集約・統合し、次項記載の利用目的の範囲内で、参加放送局 5 社で共同利用いたします。

視聴データの収集と集約の流れ



4 実証実験で集約した視聴データの利用目的について

今回の実証実験のために集約された視聴データの利用目的は以下の通りです。

・視聴状況調査、及び調査結果の番組制作への反映と、放送サービスの利便性向上。
・安心、安全な視聴データ集約・管理システムの検証。
・新たなマーケティング手法等の可能性の研究。

また、5 社で集約・分析した視聴データを、統計化したうえで、第三者に開示する可能性があります。

5 実証実験で取り扱う視聴データ

参加放送局 5 社が実証実験で取り扱う視聴データは以下の 5 つです。

・参加放送局が同一受信機を一意に識別するために発行する 5 社共通の ID（以下「共通 ID」といいます。なお、本実証実験の共通 ID として、Ｂ－CASカードIDや製造番号等を利用いたしません。）
・視聴中の参加放送局 5 社のチャンネル情報
・番組の視聴時刻情報
・IPアドレス
・テレビ受信機に設定された郵便番号

また、視聴データの集約のために、以下の情報をテレビ受信機内のデータ記憶領域に保存します。
・記録された情報が本実証実験用の情報であることを判定するための情報
・共通 ID
・本実証実験への視聴データ提供を視聴者が停止したかを識別する情報(詳細は 8 項をご参照下さい)

※参加放送局 5 社以外の視聴や録画による視聴は含まれません。
※実証実験で取り扱う視聴データは、インターネット回線を利用して収集しますので、実証実験の対象となるのは、インターネットに接続しているテレビのみとなります。
※一部の番組と一部の受信機については、視聴データを集約いたしません。
※本実証実験で取り扱う視聴データは、特定の個人を識別できる情報を含んでいません。加えて、データ処理過程で個人を特定することができないようにする措置をとっています。

このように、参加放送局 5 社は実証実験において特定の個人を識別することができませんので、実証実験で取り扱うデータは個人情報保護法上の「個人情報」には該当しません。

6 外部事業者への業務委託について

収集した視聴データ等のうち参加放送局が本実験において共同で集約したものは、4 項記載の利用目的の範囲に限定し、参加放送局 5 社以外の外部事業者に業務委託することがあります。

ただし、その場合でも適切なデータ管理を行いうる事業者を選定し、当該事業者に対し、第三者へのデータ提供の禁止、データの漏えい禁止、安全管理措置の構築、個人情報との紐づけの禁止、目的達成後の視聴データ等の速やかな廃棄等を契約上義務付けるなど、適切な措置をとります。

7 視聴データの削除について

本実験のために集約・統合したデータは、実験終了後に全て削除いたします。

8 本実験における視聴データの集約を停止したい場合

実証実験期間中、参加放送局全てのデータ放送において、データ放送トップ画面から、5 社共通の実証実験告知ページへ遷移するボタンを配置します。遷移先の実証実験告知ページの実証実験に「協力しない」を押下してください。5 社共通データベースへの視聴データの送信を停止します。

個別に収集する視聴データの送信停止については、各社ごとにデータ放送及びホームページ等に掲載しておりますのでご参照ください。

９ 本実証実験のお問い合わせ先

本実証実験に関するお問いわせは、以下の参加放送局各社の視聴者窓口にお問合せください。

日本テレビ放送網株式会社 03-6215-4444
午前 8:30-午後 10:30
ホームページ https://www.ntv.co.jp/

株式会社テレビ朝日 03-6406-5555
月曜～金曜午前 8:00-午後 11:15 土曜 午前 10:00-午後 10:00
日曜 午前 10:00-午後 6:00 祝日 午前 11:00-午後 7:00
ホームページ https://www.tv-asahi.co.jp/

株式会社TBSテレビ 03-3746-6666
午前 10:00-午後 10:00
ホームページ https://www.tbs.co.jp/

株式会社テレビ東京 03-6632-7777
月曜～金曜午前 10:00-午後 9:00
土曜日曜祝日 午前 11:00-午後 7:00
ホームページ http://www.tv-tokyo.co.jp/

株式会社フジテレビジョン 03-5531-1111
午前 9:30-午後 9:00
ホームページ https://www.fujitv.co.jp/

◆リリース

2018.09.26
在京民放 5 社による放送の同時配信サービスに関する技術実証について

用語解説

用語	用語解説
B-CAS カード	デジタル放送受信機に同梱されている IC カード。地上デジタル放送、BS デジタル放送、110 度 CS デジタル放送の番組の著作権保護、有料放送、自動表示メッセージ、データ放送の双方向サービスなどに利用されている。
cookie	ウェブサイトの提供者が、ウェブブラウザを通じて訪問者の PC 等に一時的にデータを書き込んで保存させる仕組み。識別番号を書き込むことで利用者や端末を識別するのに用いることができ、これにより、ウェブサイトの提供者は、利用者に関する情報をサーバー側で記録して把握することができる。
DMP (Data Management Platform)	データマネジメントプラットフォームの略で、様々なサーバーに蓄積されるデータを一元管理・分析し、広告投資を最適化していくためのツール。
DSP (Demand-Side Platform)	デマンドサイドプラットフォームの略で、オンライン広告において、広告主（購入者）側の広告効果の最大化を支援するツール。広告主がターゲットとするユーザー属性などに基づいた最適な広告枠の選定、あるいは、過去の成果を反映することで行われる配信条件の最適化等の機能を提供する。
IP アドレス	インターネットやイントラネットなどのＩＰ（Internet Protocol）ネットワークに接続されたコンピュータや通信機器１台１台に割り振られた識別番号。データ通信における送信元の識別等に使われる。
広告 ID	スマートフォンやタブレット端末のアプリで利用される広告用の端末識別 ID。 広告用の端末識別 ID のうち、Apple の iOS 端末用のものに idfa(Identifier for Advertising)があり、Google の Android 端末用のものに aaid(Android Advertising Identification)がある。
識別子	コンピュータで扱う装置やプログラム、あるいはデータを互いに区別するために使われる文字列や数字。
パーソナルデータ	個人の属性情報、移動・行動・購買履歴、ウェアラブル機器から収集された情報等、個人情報を含む個人と関係性が

用語	用語解説
	見いだされる広範囲の情報を指す。
パネルデータ	同一の対象を継続的に観察し記録したデータ。
リターゲティング	広告の配信方式のうち、広告主の提供コンテンツを訪問・閲覧したことがあるユーザーの行動を追跡し、他の広告枠上で同じ広告主の広告を表示させることで、再度の訪問を促す方式のこと。
ローデータ	集計や編集などを施していない、最初に記録された状態のままのデータ。

「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」名簿及び開催概要

構成員等名簿（敬称略・順不同、◎は座長、○は副座長）

【構成員】

◎ 内山　隆	青山学院大学 総合文化政策学部　教授
○ 宍戸　常寿	東京大学大学院 法学政治学研究科　教授
牧田　潤一朗	原後綜合法律事務所 弁護士

日本テレビ放送網(株)
(株)テレビ朝日
(株)TBS テレビ
(株)テレビ東京
(株)フジテレビジョン
(株)ジュピターテレコム
スカパーJSAT(株)
日本放送協会
(株)WOWOW
東芝映像ソリューション(株)
パナソニック（株）
ソニービジュアルプロダクツ(株)
三菱電機(株)
(一社)日本民間放送連盟
(一社)日本ケーブルテレビ連盟
(一社)衛星放送協会

【オブザーバー】

(一社)電子情報技術産業協会
(株)電通
(株)博報堂 DY メディアパートナーズ
総務省

【事務局】

（一財）放送セキュリティセンター
（株）野村総合研究所

開催概要

回	開催日	議題
第 1 回	平成 30 年 12 月 18 日	• 検討の概要 • 国内外におけるパーソナルデータをめぐる動向 • 2018 年度実証実験における非特定視聴履歴の収集・利用について
第 2 回	平成 31 年 2 月 8 日	• 国内外におけるパーソナルデータをめぐる動向 2 • 利活用のユースケーステーマ案 • 利活用のための検討事項 • 成果物の構成案及び位置づけ
第 3 回	平成 31 年 3 月 20 日	• 視聴関連情報の活用の事例 • 総務省実証実験の報告 • オプトアウト方式で取得する非特定視聴履歴の取扱いに関するプラクティス（仮称）（案） • 今後の進め方について