

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.2.2)

令和5年3月

視聴関連情報の取扱いに関する協議会

改定履歴

| 版数 | 発行日 | 主な改定内容 |
|---------|------------------|---|
| ver.1.0 | 平成 31 年 3 月 20 日 | 初版発行 |
| ver.2.0 | 令和 2 年 7 月 31 日 | <ul style="list-style-type: none"> 「第 2 プラクティス 1. ユースケースの概要と留意点」の「ケース 2 リターゲティング番組宣伝」を「リコメンド（番組等）」と改称し、内容を充実 「第 2 プラクティス 2. 視聴者の理解促進のための対応」に具体的な通知項目を追加するなど、内容を充実 「第 2 プラクティス 3. 識別子の運用に関する事項」に「民間放送事業者等が共通的に用いる ID の取扱い」を追加 「第 2 プラクティス」に「4. 共同で利用するための対応」と「5. 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の対応」を追加 その他別添資料等を更新 |
| ver.2.1 | 令和 3 年 3 月 | <ul style="list-style-type: none"> 「第 2 プラクティス 1. ユースケースの概要と留意点」に「ケース 3 リマーケティング（広告等）」を追加 「第 2 プラクティス 4. 共同で利用するための対応」に一部追記 「第 2 プラクティス」に「5. 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の対応」に事例を追加 その他別添資料等を更新 |
| ver.2.2 | 令和 5 年 3 月 | <ul style="list-style-type: none"> 放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン（令和 4 年個人情報保護委員会・総務省告示第 1 号）等の改正を受け、「第 1 総則 4. 用語の定義」を修正 「第 2 プラクティス 1. ユースケースの概要と留意点」から「ケース 2 リコメンド（番組等）」のテレビ以外でのリコメンド、「ケース 3 リマーケティング（広告等）」を削除し、当該ユースケースを別添に記載 |

| | | |
|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none">・ 「第2 プラクティス 4. 共同で利用するための対応」に共同で利用をする場合に本人に通知または本人が容易に知り得る状態に置かなければならない項目を追記・ 「別添3. 民間放送事業者等が共通的に用いるIDの安全な管理手法例」に共通 NVRAM に書き込む共通 ID のリセットについての記述を追記・ その他別添資料等を更新 |
|--|--|--|

目 次

| | |
|--|----|
| はじめに | 1 |
| 第1 総則..... | 3 |
| 1. 目的..... | 3 |
| 2. 適用対象及び適用関係 | 3 |
| 3. 参照ガイドライン等 | 3 |
| 4. 用語の定義..... | 4 |
| 5. 視聴者パーソナルデータの取得に係る方式の種類 | 6 |
| 第2 プラクティス..... | 9 |
| 1. ユースケースの概要と留意点 | 9 |
| 2. 視聴者の理解促進のための対応..... | 19 |
| 3. 識別子の運用に関する事項..... | 21 |
| 4. 共同で利用するための対応..... | 22 |
| 5. 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の対応 | 23 |
| 第3 その他..... | 41 |
| 1. プラクティスの見直し | 41 |
| 2. 継続検討課題..... | 41 |
| 別添1. 2019年度総務省実証実験 視聴者への説明文 | 42 |
| 別添2. データ放送・ホームページにおける民放5局共通指針 | 57 |
| 別添3. 民間放送事業者等が共通的に用いるIDの安全な管理手法例..... | 60 |
| 別添4. テレビ以外でのリコメンド、リマーケティングのユースケース..... | 61 |
| 別添5. 周知告知の種類..... | 84 |
| 別添6. 用語解説..... | 85 |
| 別添7. 「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 | 88 |

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「視聴者パーソナルデータ」という。）は、番組作りへの反映、リコメンド、自動録画、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、視聴者パーソナルデータがインターネットを通じて事業者を取得されることは、一般の視聴者には想像しづらく、また視聴者パーソナルデータから個人の趣味・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者パーソナルデータの活用に大きく踏み出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）（以下「協議会」という。）を組織して、視聴者のプライバシーに配慮して、適正に視聴者パーソナルデータ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、視聴者パーソナルデータのうち、個人情報には当たらない「視聴者非特定視聴履歴」をオプトアウト方式（第1 総則 「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“ver1.0”としてとりまとめた。

その後も本プラクティスは、協議会において継続的に見直しを行い、この度、「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン（令和4年個人情報保護委員会・総務省告示第1号）」等の改正を受け、「第1 総則 4. 用語の定義」および「第2 プラクティス 4. 共同で利用するための対応」について修正や内容の充実を図るとともに、リマーケティング等の個人に直接働きかける利活用は本人の同意を取得することを基本とする方針が合意されたことから、「第2 プラクティス 1. ユースケースの概要と留意点」から、「ケース2. リコメンド（番組等）」のテレビ以外でのリコメンドに関する記載と、「ケース3 リマーケティング（広告等）」を削除する等して“ver2.2”へと改定した。

なお、プラクティスのタイトルである「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」と、協議会の名称である「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」について、この度の改定において「非特定視聴履歴」は「視聴者非特定視聴履歴」に、「視聴関連情報」は「視聴者パーソナルデータ」に改定されているが、プラクティスおよび協議会の名称は、経年の検討で用いられ、広く浸透していることを踏まえて、変更しないこととする。

本プラクティスを共通の基礎資料として、今後も継続的に、協議会のもとで各事業者が連

携し、視聴者パーソナルデータを活用した魅力的で安心・安全なサービスづくりを推進していく予定である。

令和 5 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心・安全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視聴者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、視聴者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。

視聴者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（令和4年個人情報保護委員会・総務省告示第1号）及びその解説並びに本文書が適用される。なお、視聴者非特定視聴履歴が特定の個人を識別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）場合には視聴者特定視聴履歴として取り扱い、「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン」における視聴者特定視聴履歴の取扱いに準じる。

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（令和4年個人情報保護委員会・総務省告示第1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（令和4年4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. 視聴者パーソナルデータ

- ・ 視聴に伴って収集される個人に関する情報（視聴者特定視聴履歴や機器の操作履歴など、視聴に伴って収集される全て又は一部の情報が対象となる。）。

4.2. 視聴者個人関連情報

- ・ 視聴に伴って収集される個人に関する情報（視聴者パーソナルデータ）であって、個人関連情報であるものをいう。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. 視聴者非特定視聴履歴

- ・ 視聴者個人関連情報であって、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、予め視聴者パーソナルデータ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、視聴者パーソナルデータを利用する方式。

図表 視聴者非特定視聴履歴に係る情報の関係

| | | |
|-------------|------------|---|
| 視聴者パーソナルデータ | | <ul style="list-style-type: none"> 視聴に伴って収集される個人に関する情報(視聴者特定視聴履歴や機器の操作履歴など、視聴に伴って収集される全て又は一部の情報が対象となる。) |
| 個人情報 | 視聴者個人情報 | <ul style="list-style-type: none"> 視聴に伴って収集される個人に関する情報(視聴者パーソナルデータ)であって、個人情報(特定の個人を識別できるもの)であるもの。^{※1} |
| | 視聴者特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者個人情報であって、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。^{※1※2} |
| 個人情報以外 | 視聴者個人関連情報 | <ul style="list-style-type: none"> 視聴に伴って収集される個人に関する情報(視聴者パーソナルデータ)であって、個人関連情報であるもの。^{※3} |
| | 視聴者非特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者個人関連情報であって、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。 |

※1 視聴者個人情報、視聴者特定視聴履歴について「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 特定の日時の一ごとに個人情報を提供する本人の意図が明らかであるものを除く。

※3 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」(令和4年4月)

5. 視聴者パーソナルデータの取得に係る方式の種類

視聴者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 視聴者パーソナルデータの取得に係る方式の種類別の特徴と活用の範囲¹

| | | 視聴者非特定視聴履歴 | | (参考) 視聴者特定 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。適切な告知を行うことが重要 | 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 |
| | 視聴者の操作 | 取得や利用を停止するための手続きが必要 | 取得前に取得や利用の同意手続きが必要 | 取得前に取得や利用の同意手続きが必要 |
| | 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・レポート | 適切に告知・運用する | 同意の範囲に含める | 同意の範囲に含める |
| | リコメンド（番組等） <small>注1</small> | テレビ限定で実施し、適切に告知・運用する | 同意の範囲に含める | 同意の範囲に含める |
| | リマーケティング（広告等） <small>注2</small> | 実施しない | 同意の範囲に含める | 同意の範囲に含める |

注1) プラクティス ver.1.0 では「リターゲティング番組宣伝」と呼称していたものを、実態に即して「リコメンド（番組等）」に変更した。なお、「等」には自社イベントの告知等が含まれる。

注2) プラクティス ver.1.0 では「商用リターゲティング」と呼称していたものを、実態に即して「リマーケティング（広告等）」に変更した。なお、「等」には他社情報の告知等が含まれる。

¹ 本図表は法令等の解釈ではなく、プラクティスを整理したものである。

なおオプトアウト方式で取得する視聴者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（令和4年個人情報保護委員会・総務省告示第1号）の解説212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、このような視聴者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）データ放送による視聴者非特定視聴履歴を取得する仕組み

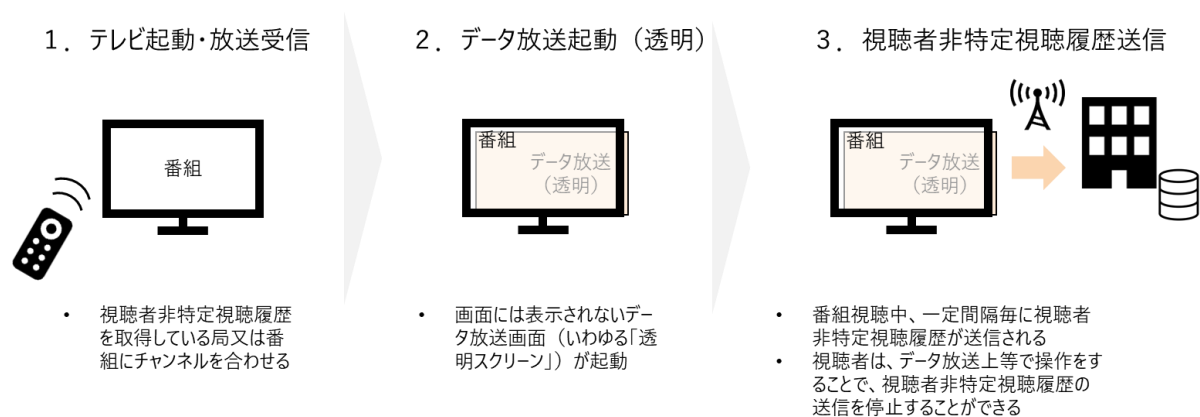
データ放送の機能を用いると、テレビをインターネットに接続している場合、

1. 視聴者非特定視聴履歴を取得する局また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. 視聴者非特定視聴履歴を、インターネット回線経由で放送局のサーバへ送信する。

送信できる視聴者非特定視聴履歴は、視聴した番組に関するものに限られ、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、視聴者非特定視聴履歴の送信を停止することができる。

図表 データ放送による視聴者非特定視聴履歴を取得する仕組み



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・レポートニング

a) 概要

- ・ 視聴者の視聴者非特定視聴履歴と、視聴者が保有する Web 端末の Web 閲覧データを取得し、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・レポートニングをした上で、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 |
|------------|--|-----------------------------|---|
| 視聴者非特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none">・ 放送局の識別 ID・ IP アドレス・ 視聴時刻・ 郵便番号 | 視聴者が番組を視聴することにより取得 | IP アドレス等をもとに、Web 閲覧データ、パネルデータと紐付ける |
| Web 閲覧データ | <ul style="list-style-type: none">・ 放送局の識別 ID (cookieID)・ 広告用 ID (aaaid・idfa)・ IP アドレス・ 動画視聴データ・ Web アクセスデータ | 視聴者が、Web サービスにアクセスすることにより取得 | IP アドレス等をもとに、視聴者非特定視聴履歴、パネルデータと紐付ける |
| パネルデータ | <ul style="list-style-type: none">・ 調査会社の識別 ID (cookie/広告用 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、視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧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、放送局側の視点では元の個人情報に推定できないように変換する |

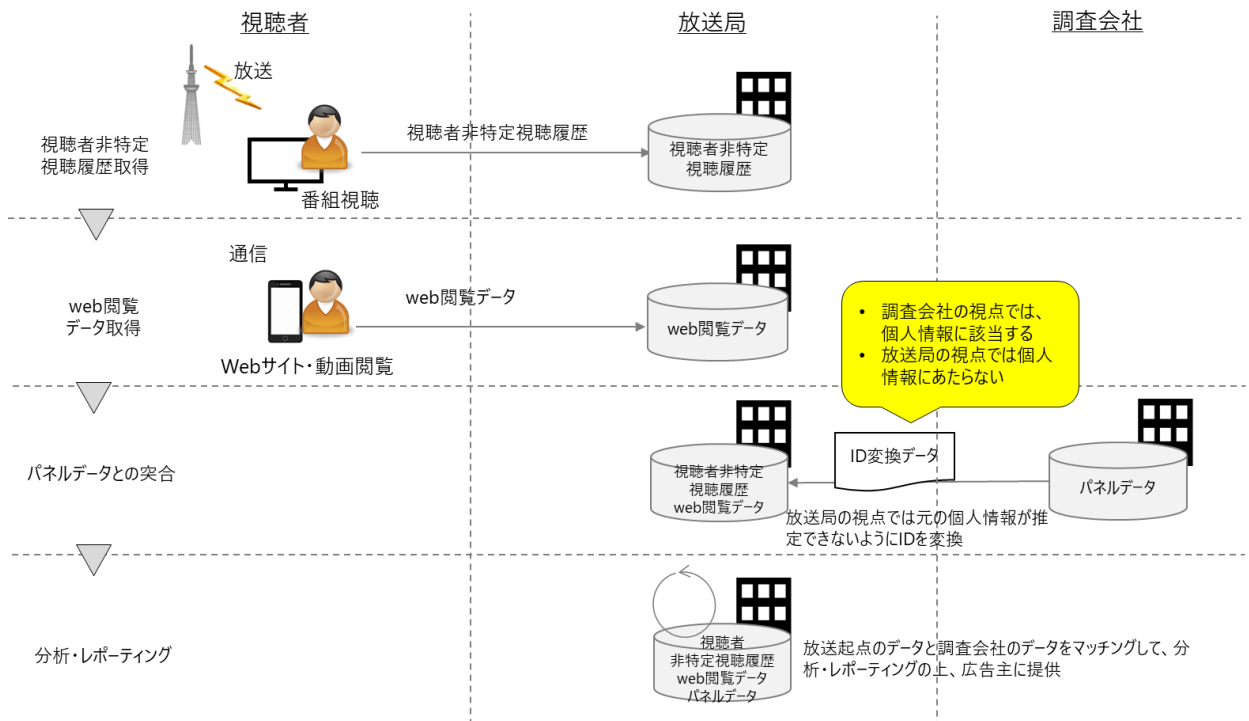
c) パーソナルデータの利用目的

- ・ 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 |
|----------------------------|---|---|
| 視聴者非特定視聴履歴取得 Web閲覧データ取得 | ✓ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴、Web閲覧データに個人情報が含まれていないか | <ul style="list-style-type: none"> 個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない |
| | ✓ 放送局では、視聴者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 | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者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、「個人情報の容易照合性クリアランス基準※」を適用した管理を行う |
| | ✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わるようになっているか | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまた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 | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまた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 |
| | ✓ データの保存期間は明示されているか | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまたは利用規約にて明示する（やむを得ず暫定的に保存期間を無期限とする場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | ✓ 問い合わせ先は明示されているか | <ul style="list-style-type: none"> 問い合わせ先を明示する |
| 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、放送局側の視点では特定の個人を識別できない情報となっているか | <ul style="list-style-type: none"> 元の個人情報が推定できないよう、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 |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|---------------|--|--|
| | ✓ 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 | • 視聴者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、「個人情報の容易照合性クリアランス基準※」を適用した管理を行う |
| 分析・レポート 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 | • 集計結果のみを渡し、ローデータは提供しない |

※ 個人情報の容易照合性クリアランス基準

以下の項目において、個人情報と視聴者非特定視聴履歴は、別々の取扱部門が独自に取得したものであることを前提とする。

- 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、視聴者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、個人情報と視聴者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
- 視聴者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

ケース 2. テレビでのリコメンド（番組等）※

※ 「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」において、個人に直接働きかける利活用は本人の同意を取得することを基本とする方針が合意され、テレビ以外でのリコメンドは実施しないこととなった。テレビ以外でのリコメンドのユースケースに関する過去の検討結果は、別添 4 に記載している。

a) 概要

- 放送局が視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データをもとに作成した放送局の識別 ID に基づき、直接テレビに対してデータ放送画面で表示する番組宣伝等の広告を配信する。

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 |
|------------|--|--------------------------------------|--|
| 視聴者非特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none"> IP アドレス 視聴時刻 郵便番号 | 視聴者が番組を視聴することにより取得 | Web 閲覧データ、DMP 提供データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| Web 閲覧データ | <ul style="list-style-type: none"> 広告用 ID (cookieID・aaid・idfa) IP アドレス 動画視聴データ Web アクセスデータ | 視聴者が、放送局が運営する Web サービスにアクセスすることにより取得 | 視聴者非特定視聴履歴、DMP 提供データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| DMP 提供データ | <ul style="list-style-type: none"> IP アドレス 広告用 ID (cookieID・aaid・idfa) プロフィール推定情報 (性別、年齢、居住都道府県、興味関心) | DMP 事業者が、提携する事業者から取得 | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |

| | | | |
|---------------|--|--|----|
| 抽出済み放送局の識別 ID | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者非特定視聴履歴に基づいたドラマ好き、スポーツ好きのような視聴傾向をもつ世帯のテレビの放送局の識別 ID | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データを統合・分析して作成する | なし |
|---------------|--|--|----|

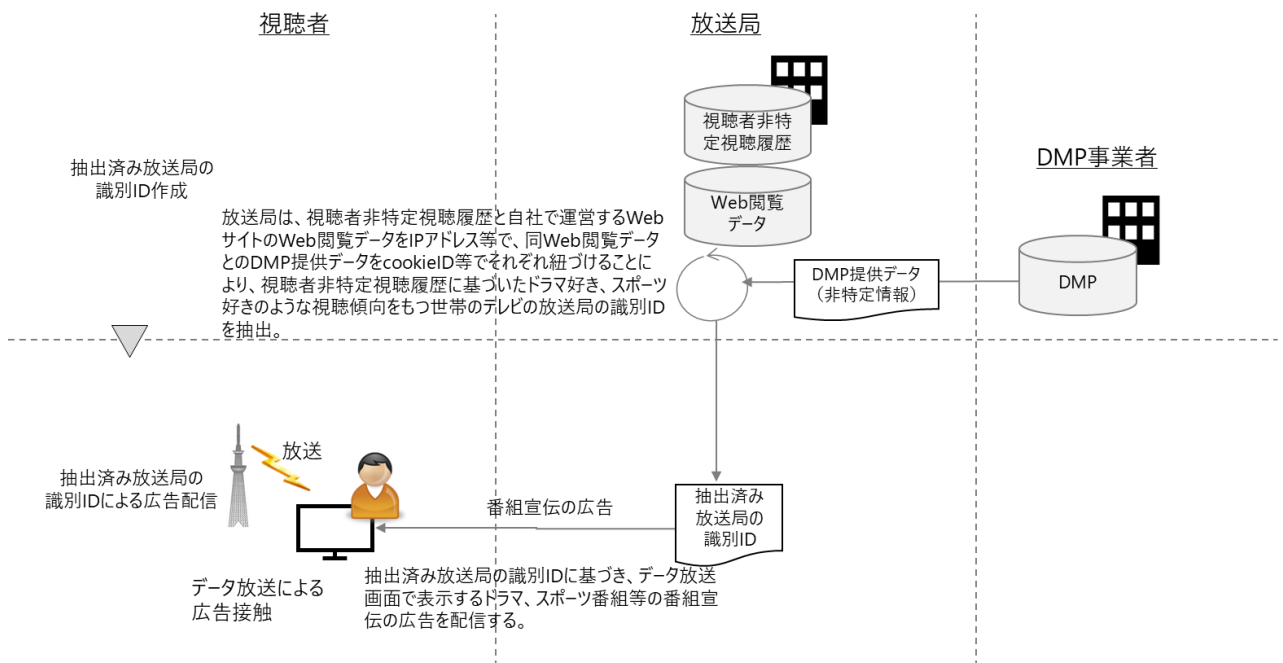
c) パーソナルデータの利用目的

- 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データをもとに作成した抽出済み放送局の識別 ID への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 |
|----------------------------|--|---|
| 視聴者非特定視聴履歴取得 Web閲覧データ取得 | ✓ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴、Web閲覧データ（動画視聴データを含む）に個人情報または個人情報と容易に照合できる情報が含まれていないか | <ul style="list-style-type: none"> 個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない |
| | ✓ 放送局では、視聴者非特定視聴履歴、Web閲覧データが、個人情報と容易に照合されることのないよう管理されているか | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者非特定視聴履歴と Web 閲覧データが個人情報と容易に照合されることのないように、「個人情報の容易照合性クリアランス基準^{*2}」を適用した管理を行う |
| | ✓ オプトアウト、消去は適切に運用されているか | <ul style="list-style-type: none"> 視聴データの取得を視聴者が停止できる手段を提供する オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | ✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わるようになっているか（特に、クロスデバイス ² で分析した結果を利用することについて） | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまたは利用規約にてクロスデバイスで分析した結果を利用することも含めて明示する |

² 異なる種類の端末から取得するデータを、紐付けて利用すること。ここでは、視聴者非特定視聴履歴を、Web 端末から取得するデータと紐付けること。

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|------------------|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用目的や提供範囲の変更が視聴者に適切に伝わるようになっているか | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシー又は利用規約の上部に、変更履歴を明示する |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にて、オプトアウト可能な範囲も含めて明示する • 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 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ データの保存期間は明示されているか | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にて明示する（やむを得ず暫定的に保存期間を無期限とする場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 問い合わせ先は明示されているか | <ul style="list-style-type: none"> • 問い合わせ先を明示する |
| 抽出済み放送局の識別 ID 作成 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ DMP 提供データは、特定の個人を識別できない情報となっているか | <ul style="list-style-type: none"> • DMP 提供データに個人情報が含まれている場合、提供を受けない |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 紐付けテーブルについて、オプトアウトや消去が適切に運用されているか | <ul style="list-style-type: none"> • オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、消去しないことを利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|-----------------------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 放送局内で作成されているか | <ul style="list-style-type: none"> • 放送局内で抽出済み放送局の識別 ID を作成する（外部に作成を委託する場合は、「委託管理基準*1」を適用する。委託先が視聴者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） |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 要配慮個人情報の推知につながることはないか | <ul style="list-style-type: none"> • 要配慮個人情報の推知につながるうる分析をして放送局の識別 ID を抽出しない |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 適切な DMP 事業者が選定・監督されているか（特に、DMP 提供データは適切に取得されているか） | <ul style="list-style-type: none"> • 「委託管理基準*1」を適用する。 |
| 抽出済み放送局の識別 ID による広告配信 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 抽出済み放送局の識別 ID から特定の個人を識別されることはないか | <ul style="list-style-type: none"> • 抽出済み放送局の識別 ID を、同じ属性を持つレコードが一定数以上になるように加工処理することで、特定個人の識別リスクを低減する |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 広告の内容が安心・安全なものとなっているか | <ul style="list-style-type: none"> • 広告の内容は安心・安全なものに限定して運用する |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 配信する広告は視聴者に不信感を与えることはないか | <ul style="list-style-type: none"> • 自主的に定める考査基準に従って運用する |

※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、次のとおり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
- 目的達成後の視聴者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
- 提供を受けたデータの複製の禁止（利用目的の達成のために複製することは除く）
- 目的外利用の禁止（クリエイティブから属性等を推知する等）

※2 個人情報の容易照合性クリアランス基準（再掲）

以下の項目において、個人情報と視聴者非特定視聴履歴は、別々の取扱部門が独自に取得したものであることを前提とする。

- 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、視聴者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、個人情報と視聴者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
- 視聴者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、視聴者非特定視聴履歴の取扱いについて分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、次のとおり対応する。

具体的な対応事例は、「別添 1. 2019 年度総務省実証実験 視聴者への説明文」を参照。

3

周知告知の類型は、「別添 5. 周知告知の類型」を参照。

2.1. 通知媒体

- ・ テレビ画面、ホームページ、スマートフォン等のアプリの通知ページにおいて、視聴者非特定視聴履歴の取扱いについて掲載する。
- ・ テレビ画面上での視聴者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。
- ・ 視聴者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視聴者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においては、対象番組放映時のみに視聴者非特定視聴履歴の取扱い停止を可能にすることも暫定的に可とする。

³ 別添 1 では、視聴者非特定視聴履歴を、「視聴データ」と呼称している。

2.3. 通知項目

- 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。
- 通知項目は次の項目を含めることとする。
(各項目の具体的な記載事例は「別添 2. データ放送・ホームページにおける民放 5 局 共通指針」を参照。)

1. サービスの概要
2. 取得⁴及び利用主体
3. 取得するデータの項目
4. 取得するタイミング
5. 取得方法（クロスデバイストラッキングや世帯 (TV) と個人 (PC・スマホ) との紐付け・連携を含む。)
6. 保管場所
7. 利用目的
8. 利用方法
9. 共同利用
10. 第三者提供
11. 保存期間
12. 本人による関与（オプトアウト）
13. 問い合わせ先

⁴ 事業者によっては、「取得」を「収集」と記載する場合があるが、意味するところは同じである。

3. 識別子の運用に関する事項

3.1. 利用しない識別子

- ・ テレビのデータ保存領域に格納する視聴者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、また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、または汎用的に用いられる可能性のある識別子の例)

- ・ テレビの製品番号
- ・ B-CAS カードの番号等⁵

3.2. 民間放送事業者等が共通的に用いる ID の取扱い

- ・ 共同で取得する放送事業者が発行する識別子 (ID) を、データ放送において受信機の不揮発性メモリー (NVRAM) の放送事業者共通領域に書き込む運用を行う際に、以下の要件を満たす運用を行う。(具体的な管理手法例は「別添 3. 民間放送事業者等が共通的に用いる ID の安全な管理手法例」を参照。)
 1. 識別子及び受信機の不揮発性メモリーを利用する事業者の管理責任が明確になるように、技術基準と運用基準を定め、適切に運用する。
 2. 放送事業者共通領域は、当該データ取得を共同で行わない事業者に対するアクセス制御を行うことはできないため、利用する事業者は第三者の不正アクセスに対する安全管理措置を施す。
 3. 識別子は視聴者からの要望等、必要に応じて削除またはリセットできるようにする。

⁵ 他に類似の番号として、ACAS 番号、C-CAS カードの番号が挙げられる。

4. 共同で利用するための対応

4.1. 利用範囲

- ・ 利用者にとって、各利用目的のためにデータを共有することが合理的に予測できる範囲、とする。例として以下が挙げられる。
 - A) 同一地区の放送局
 - B) 同一系列の放送局（視聴データの取得対象となる番組⁶が当該地区で放送されていない場合、同地区の放送局には視聴データを共有しない。また、系列をまたいで放送されている番組を除く。）

4.2. 告知及びオプトアウトの方法

- ・ 告知は、次の①から⑥までの情報をあらかじめ表示して、共同で利用する事業者の範囲を、リンク等を用いて段階的に表示できるようにする。
 - ① 共同で利用をする旨
 - ② 共同して利用されるデータの項目
 - ③ 共同して利用する事業者の範囲
 - ④ 利用する者の利用目的
 - ⑤ 当該視聴者非特定視聴履歴の管理について責任を有する者の氏名又は名称及び住所並びに法人にあっては、その代表者の氏名
 - ⑥ 共同での利用に関する問い合わせ先（自社の問い合わせ先と異なる場合のみ）
- ・ 取得の停止と、取得したデータを共同で利用する事業者間での集約の停止を、一括でオプトアウトできるようにする⁷。オプトアウト時に、過去に取得したデータの利用停止または消去を行うことによって対応する。

4.3. 問い合わせ対応

- ・ 問い合わせは、共同利用に参加する放送局が主体となって共通して対応する。例として以下が挙げられる。
 - 共通ホームページを設置して、問い合わせ先を明記する。
 - 代表の放送局が問い合わせ対応を行う。
 - ローカル局同士で共同利用する場合は、問い合わせ窓口を同系列の他局に一任せず、当該ローカル局で担う。

⁶ 番組には、広告も含まれる。

⁷ 実証実験の段階では除く。

5. 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の対応

個人情報と視聴者非特定視聴履歴を同一法人内で両方取り扱う場合、視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合できない状態にするために、適切な措置を講じる必要がある。ここでは、個人情報と視聴者非特定視聴履歴を同一法人内で両方取り扱う場合に求められる対応を、組織的措置、技術的措置の両面から整理して「視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合できない状態にした事例」としてとりまとめている。

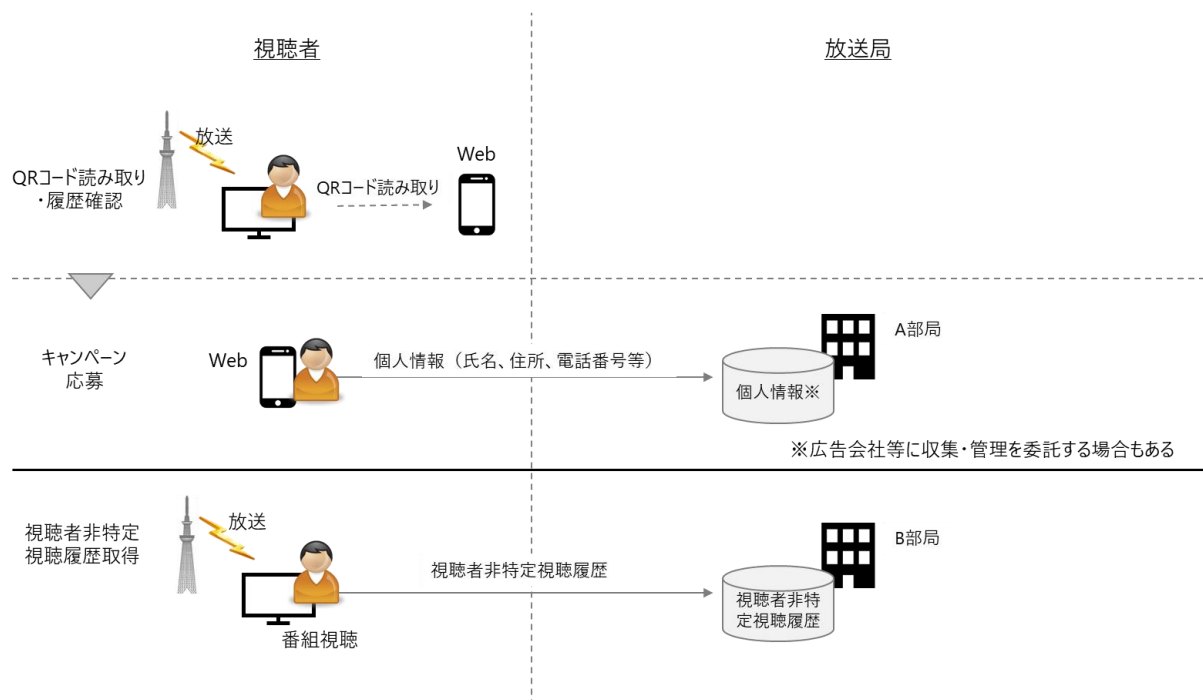
あわせて視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合される可能性が排除できない事例を「視聴者非特定視聴履歴としての活用は認められない事例」としてとりまとめている。

- ・ 視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合できない状態にした事例
 - 対応事例 1：プレゼントキャンペーンの応募
 - 対応事例 2：CM 視聴者のブランドリフト調査
 - 対応事例 3：結線テレビを用いた視聴状況の世論調査
 - 対応事例 4-1：会員情報との紐付け
 - 対応事例 4-2：会員情報との紐付け（視聴者非特定視聴履歴の集約の委託先と会員情報を取り扱う事業者を法人として分離した上で、放送局が視聴者特定視聴履歴を取り扱う場合）
 - 対応事例 4-3：会員情報との紐付け（視聴者非特定視聴履歴の集約の委託先と会員情報を取り扱う事業者を同じ法人として、放送局が視聴者特定視聴履歴を取り扱う場合）
- ・ 視聴者非特定視聴履歴としての活用は認められない事例
 - 事例 1：端末操作履歴等を活用したカスタマーサポート
 - 事例 2：視聴者非特定視聴履歴を分析用に外部提供

対応事例 1. プレゼントキャンペーンの応募

本事例は、放送局がプレゼントキャンペーンの実施に当たって、景品発送等のために A 部局が個人情報を取得しており、その A 部局が管理する個人情報と、B 部局が別に取得している視聴者非特定視聴履歴とを容易に照合できない状態にするための対応を整理したものである。

a) データ取扱いの流れ



b) 視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合できない状態にするために講じる措置

| 組織的措置 | | 技術的措置 | | | |
|-----------------------------------|---|---|-----------------------------|---|---|
| 取り扱う部署 | 規定・運用 | 取得方法 | サーバ | 共通の識別子 (IPアドレス等) | 視聴時刻・番組 |
| 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を取り扱う部署(部局)は分かれている | 双方の取扱い部門やこれらを統括すべき立場の者等が双方のデータベースを取り扱うことを禁止する | 対応不要 (個人情報はWebから、視聴者非特定視聴履歴はデータ放送から取得しており、同じ方法で取得されていない) | 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を別々のサーバで保管する | 個人情報に割り当てられているIPアドレスを取得しない(通常の業務でアクセスできる状態にしない) | 対応不要 (キャンペーン応募で取得した個人情報には視聴時刻・番組の情報は含まれていない) |

c) その他の対応

- ・ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴に個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない。
- ・ 取得項目とそれぞれのデータの利用目的が視聴者に適切に伝わるように、キャンペーン応募のページで取得項目と利用目的を明示する。

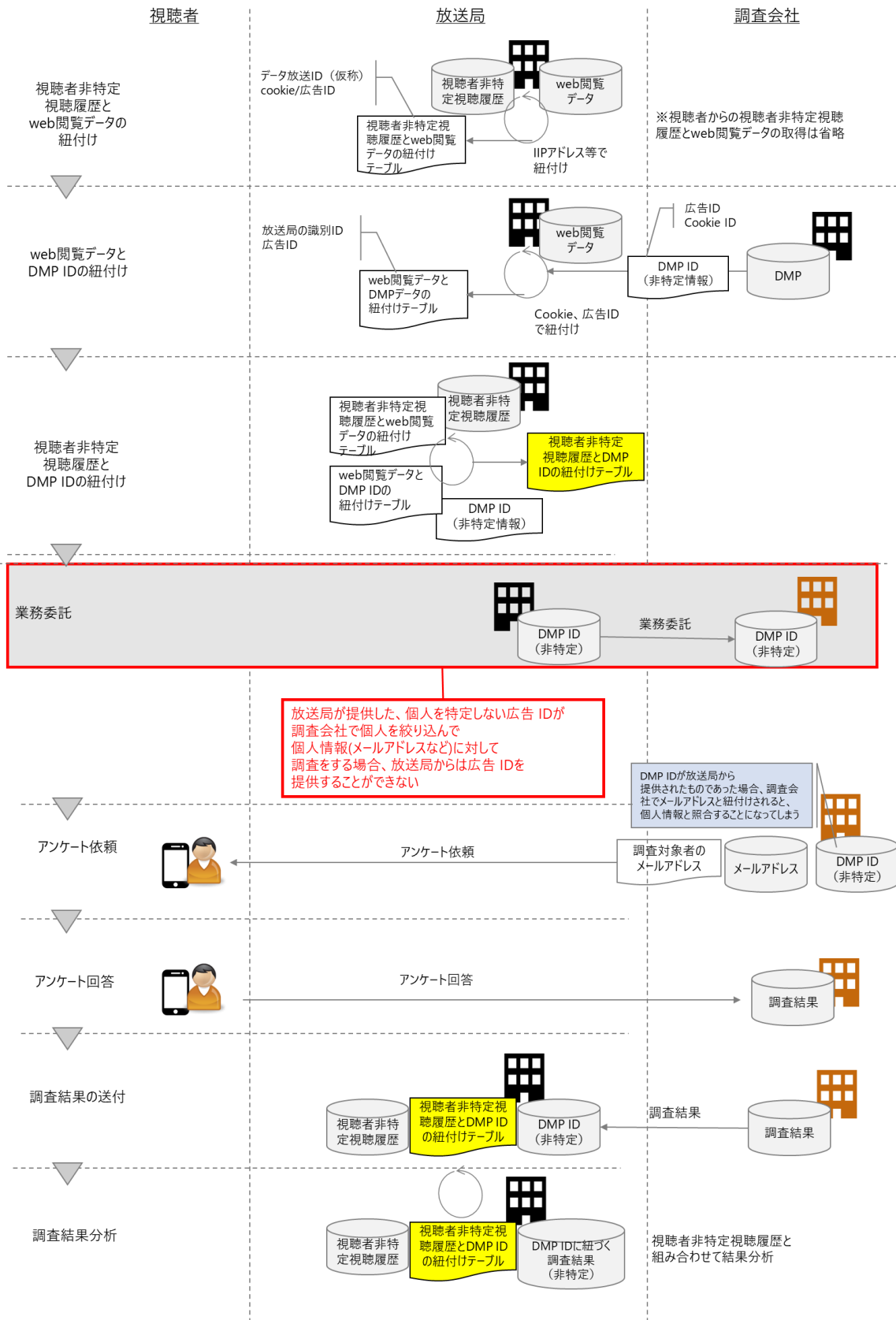
対応事例 2. CM 視聴者のブランドリフト調査

本事例は、放送局が CM 視聴者のブランドリフト調査のため、視聴者非特定視聴履歴と、調査会社で行った視聴者へのアンケート結果を組み合わせる場合の対応を整理している。なお本事例は、同一法人内における容易照合性に対する対応ではなく、提供先における個人情報との照合性の問題を取り扱っている。

放送局が調査会社に業務委託してアンケートを実施する場合、アンケート結果と、保有する視聴者非特定視聴履歴をマッチングするために、マッチングに用いる識別子として広告用 ID を、予め調査会社に提供することが考えられる。この時、調査会社が視聴者へアンケートを送付する際に、放送局から受け取った広告用 ID を、調査会社で保有するメールアドレスに紐付けることはできない。放送局が提供する広告用 ID が、個人情報を含みうるメールアドレスと照合されることになるからである。

このため、放送局は広告用 ID を調査会社に渡さずに、調査会社からアンケート結果を受け取って、放送局内でアンケート結果と視聴者非特定視聴履歴とのマッチングを行っている。なおこのアンケート結果には、放送局にとっての個人情報は含まれておらず、かつ調査会社がアンケート結果を第三者へ提供することについて事前に同意を取得していることが前提となる。

a) データ取扱いの流れ



b) 視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合できない状態にするために講じる措置

| 組織的措置 | | 技術的措置 | | | |
|---|--|---|-----------------------------|---|------------------------------------|
| 取り扱う部署 | 規定・運用 | 取得方法 | サーバ | 共通の識別子 (IP アドレス等) | 視聴時刻・番組 |
| 対応不要 (視聴者非特定視聴履歴を取り扱う放送局と、個人情報を取り扱う調査会社は別の法人である) | 視聴者非特定視聴履歴を取り扱う放送局が、広告 ID を調査会社に提供せず、調査会社から受け取った調査結果と視聴者非特定視聴履歴のマッチングは放送局内で実施する。 | 対応不要 (個人情報は Web から、視聴者非特定視聴履歴はデータ放送から取得しており、同じ方法で取得されていない) | 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を別々のサーバで保管する | 対応不要 (放送局が広告 ID を調査会社に提供しなければ、調査会社に視聴者非特定視聴履歴に紐付くデータはない) | 対応不要 (個人情報には視聴時刻・番組の情報は含まれていない) |

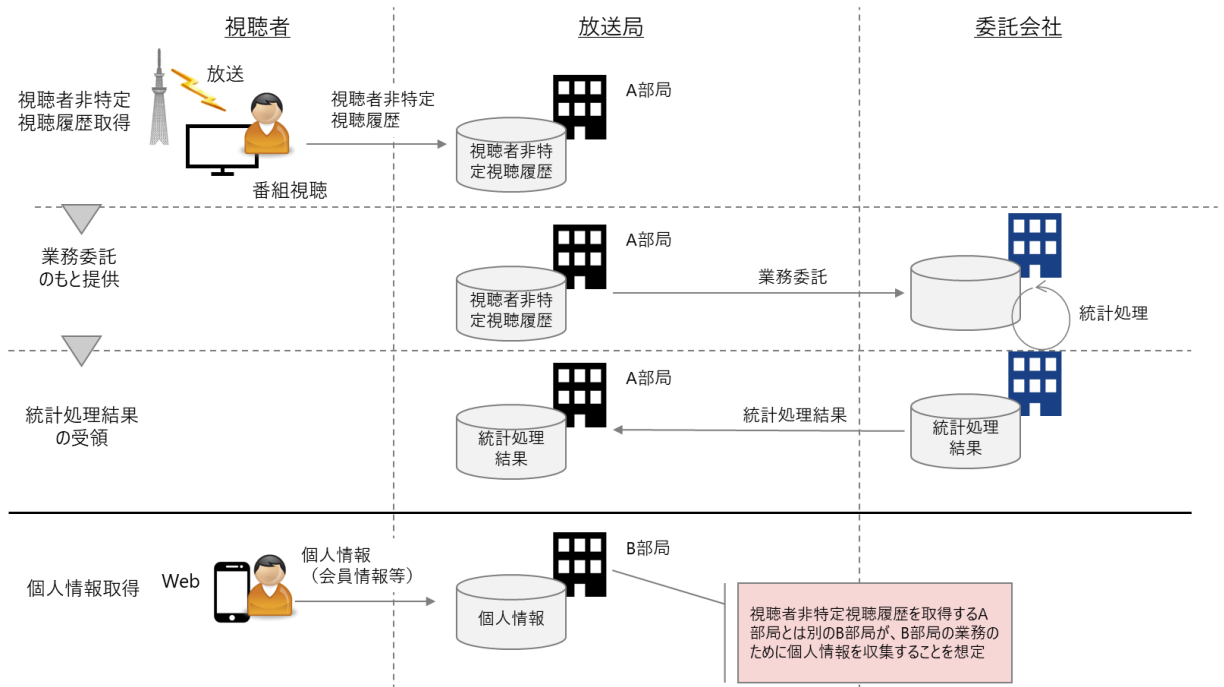
c) その他の対応

- ・ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴に個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない。
- ・ 調査会社から提供を受ける広告 ID に個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない。
- ・ 調査会社から提供を受ける調査結果に個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない。
- ・ 取得項目とそれぞれのデータの利用目的が視聴者に適切に伝わるように、プライバシーポリシーまたは利用規約で取得項目と利用目的を明示する。

対応事例3. 結線テレビを用いた視聴状況の世論調査

本事例は、放送局が視聴状況の世論調査を行うために視聴者非特定視聴履歴を取得して、業務委託により視聴者非特定視聴履歴を統計処理する場合に、別の部局で管理している個人情報との間で容易に照合できない状態にするための対応を整理したものである。

a) データ取扱いの流れ



b) 視聴者非特定視聴履歴が個人情報と容易に照合できない状態にするために講じる措置

| 組織的措置 | | 技術的措置 | | | |
|-----------------------------------|---|---|-----------------------------|--|------------------------------------|
| 取り扱う部署 | 規定・運用 | 取得方法 | サーバ | 共通の識別子 (IP アドレス等) | 視聴時刻・番組 |
| 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を取り扱う部署（部局）は分かれている | 双方の取扱い部門やこれらを統括すべき立場の者等が双方のデータベースを取り扱うことを禁止する | 対応不要 (個人情報は Web から、視聴者非特定視聴履歴はデータ放送から取得しており、同じ方法で取得されていない) | 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を別々のサーバで保管する | 個人情報に割り当てられている IP アドレスを取得しない（通常の業務でアクセスできない状態にしない） | 対応不要 (個人情報には視聴時刻・番組の情報は含まれていない) |

c) その他の対応

- ・ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴に個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない。
- ・ 取得項目とそれぞれのデータの利用目的が視聴者に適切に伝わるように、世論調査のページで取得項目と利用目的を明示する。
- ・ 利用目的を、自社での利用に限定する。
- ・ 委託先に「委託管理基準」と「容易照合性クリアランス基準」を適用する。⁸

⁸ p17～18 の「委託管理基準」「個人情報の容易照合性クリアランス基準」を参照。

対応事例 4-1. 会員情報との紐付け

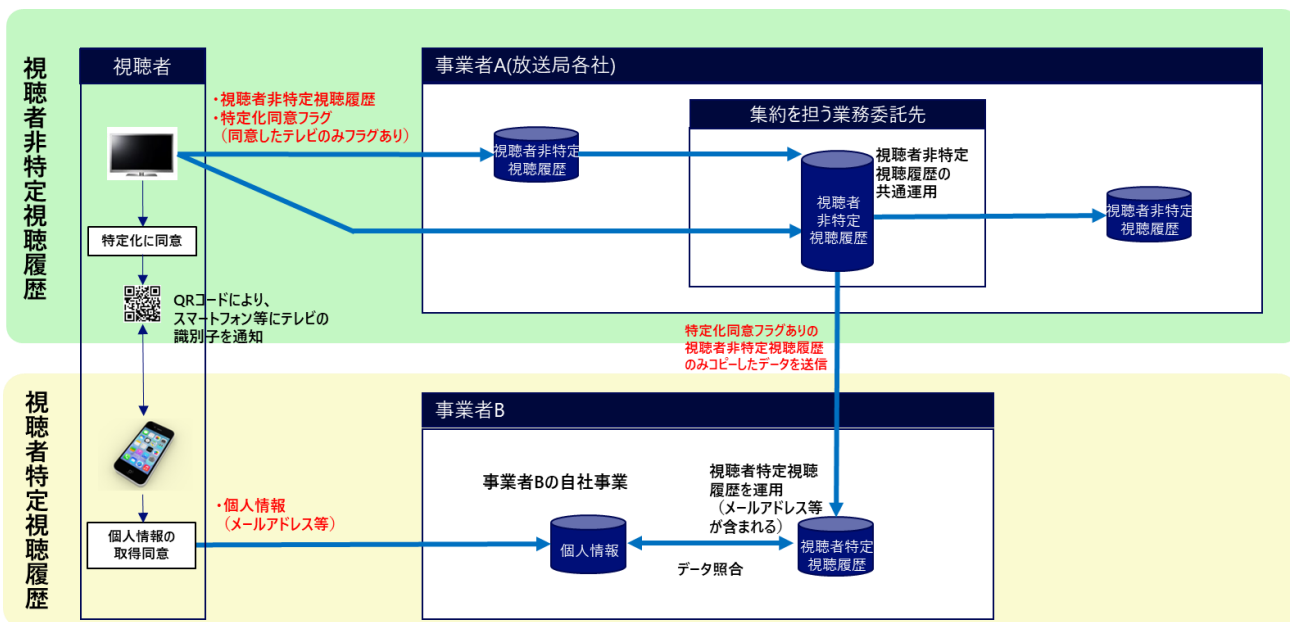
本事例は、放送局が収集した視聴者非特定視聴履歴を、第三者提供先で会員情報と紐づけて分析する場合の対応を整理している。なお本事例は、視聴者非特定視聴履歴が放送局において個人情報と容易に照合できない状態にするための対応を取り扱っている。

放送局は、収集した視聴者非特定視聴履歴を、放送局とは別の法人である事業者 B に第三者提供する。事業者 B は、同社の自社事業として会員情報を有しており、そこにはメールアドレス等の個人情報が含まれている。事業者 B はその会員情報と視聴者非特定視聴履歴を紐づけることで、Web 側のデータからだけでは得られない情報を得ることができる。

なお、本事例は事業者 B において個人情報と紐づけているため、視聴者非特定視聴履歴は視聴者特定視聴履歴となる。視聴者特定視聴履歴の取得にあたっては本人から同意を取得していることが前提となる。そのため、放送局が事業者 B に第三者提供する視聴者非特定視聴履歴は、事前に本人からの同意を取得しているものに限る（※）。

※本人からの同意の取得方法については、個人情報保護法ガイドライン（平成 28 年個人情報保護委員会告示第 6 号～第 9 号及び令和 3 年個人情報保護委員会告示第 7 号）を踏まえて、継続検討課題とする。

a) データ取扱いの流れ



b) プライバシーリスクと対応

| 放送局と事業者 B の関係性 | 事業者 B における 視聴者特定視聴履歴の取扱い |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 放送局において視聴者非特定視聴履歴が個人情報と照合されることなく、かつ事業者 B において視聴者特定視聴履歴を活用するためには、放送局から事業者 B への視聴者非特定視聴履歴の提供は第三者提供であることが前提である。 • 放送局から事業者 B への視聴者非特定視聴履歴の提供は、業務委託や共同利用のもとでは行わない。 | <ul style="list-style-type: none"> • 視聴者非特定視聴履歴は放送局から事業者 B に第三者提供されるため、放送局が事業者 B における視聴者特定視聴履歴の取扱いを管理することはできない。 • しかし、視聴者特定視聴履歴は要配慮個人情報の推知につながる可能性があり、慎重な取扱いが求められる情報であるため、放送局が事業者 B における視聴者特定視聴履歴の取扱いについて「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン」を遵守できるよう、関与する。(※) |

※個人情報保護法ガイドライン（平成 28 年個人情報保護委員会告示第 6 号～第 9 号及び令和 3 年個人情報保護委員会告示第 7 号）を踏まえて、具体的な関与の仕方について検討予定。

対応事例 4-2. 会員情報との紐付け（視聴者非特定視聴履歴の集約の委託先と会員情報を取り扱う事業者を法人として分離した上で、放送局が視聴者特定視聴履歴を取り扱う場合）

本事例は、放送局が収集した視聴者非特定視聴履歴を、第三者提供先で会員情報と紐づけたうえで、放送局に再度提供する場合の対応を整理している。なお本事例は、視聴者非特定視聴履歴が放送局において個人情報と容易に照合できない状態にするための対応を取り扱っている。

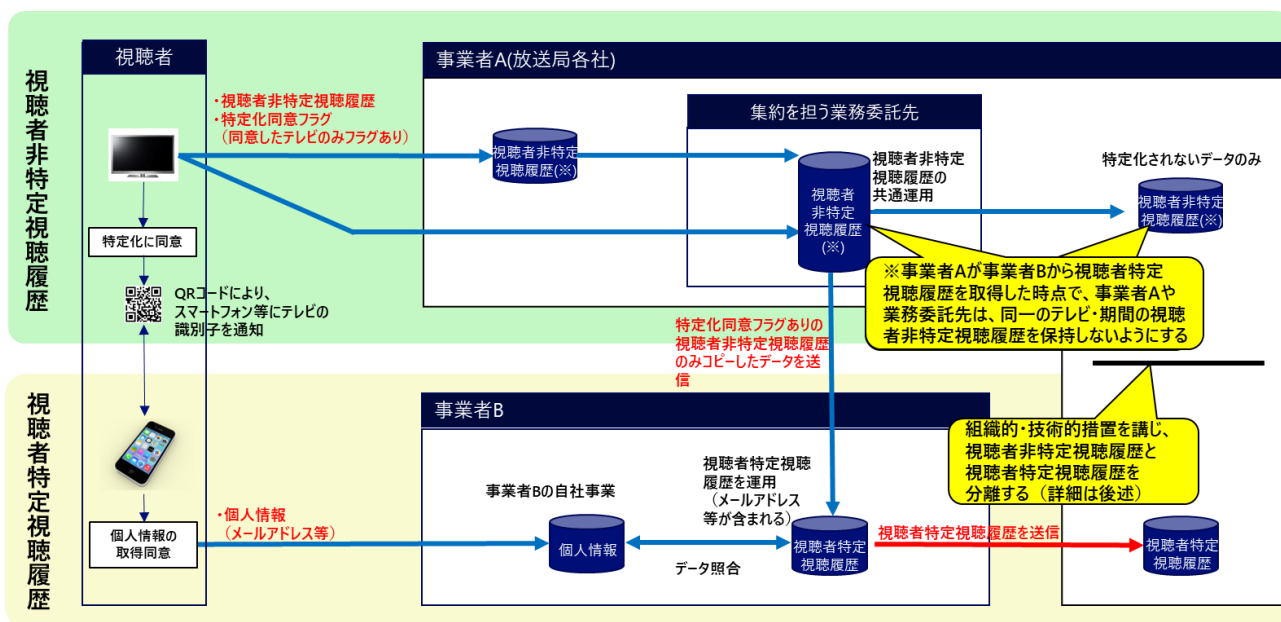
放送局は、収集した視聴者非特定視聴履歴を、放送局とは別の法人である事業者 B に第三者提供する。事業者 B は、同社の自社事業として会員情報を有しており、そこにはメールアドレス等の個人情報が含まれている。事業者 B はその会員情報と視聴者非特定視聴履歴を紐づけたうえで、放送局にそのデータを返す。放送局は、Web 側のデータや属性情報等が付与された情報を得ることができ、番組を視聴したユーザーに関連イベントや関連の通販商品をメール等で案内するなど、自社関連サービスとの連携が期待できる。

なお、本事例は事業者 B において個人情報と紐づけているため、事業者 B が保有し、放送局に返す視聴者非特定視聴履歴は視聴履歴となる。視聴者特定視聴履歴の取得にあたっては本人から同意を取得していることが前提となる。そのため、放送局が事業者 B に第三者提供する視聴者非特定視聴履歴は、事前に本人からの同意を取得しているものに限る。

(※)

※本人からの同意の取得方法については、個人情報保護法ガイドライン（平成 28 年個人情報保護委員会告示第 6 号～第 9 号及び令和 3 年個人情報保護委員会告示第 7 号）を踏まえて、継続検討課題とする。

a) データ取扱いの流れ



b) 放送局内における容易照合性に係るリスクと対応

| 組織的措置 | | 技術的措置 | | | |
|-----------------------------------|---|---|-----------------------------|---|--|
| 取り扱う部署 | 規定・運用 | 取得方法 | サーバ | 共通の識別子 | 視聴時刻・番組 |
| 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を取り扱う部署(部局)は分かれている | 双方の取扱い部門やこれらを統括すべき立場の者等が双方のデータベースを取り扱うことを禁止する | 追加の対応不要 (個人情報は事業者BにおいてWeb経由で、視聴者非特定視聴履歴は放送局がデータ放送から取得しているため、同じ方法で取得されていない) | 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を別々のサーバで保管する | 特定化同意以降に取得する視聴者非特定視聴履歴の識別子は、同意取得以前のものとは別にする(同意撤回時や再同意時にもそれまでとは別の識別子を発行する) | 放送局やその業務委託先は、放送局が事業者Bから視聴者特定視聴履歴を取得した時点で、同一のテレビ・期間の視聴者非特定視聴履歴を保持しない(※) |

※放送局や業務委託先は、同意取得フラグありの視聴者非特定視聴履歴を DB から削除する等の技術的措置を講じることで対応する。

この対応により、視聴者特定視聴履歴と視聴者非特定視聴履歴はそれぞれ別の期間の履歴情報となるため、直接両者を照合することはできない。

ただし、同意のタイミング等のタイムスタンプの照合により、視聴者特定視聴履歴と紐付けされる可能性に鑑みて、視聴者特定視聴履歴と視聴者非特定視聴履歴が一意に照合できないように、技術的な措置を講じる。

c) その他の対応

- ・ 放送局において視聴者非特定視聴履歴が個人情報と照合されることなく、かつ事業者 B において視聴者特定視聴履歴を活用するためには、放送局から事業者 B への視聴者非特定視聴履歴の提供は第三者提供であることが前提であり、業務委託や共同利用のもとでは行わない。
- ・ 視聴者から同意を取得する際には、事業者 B における視聴者非特定視聴履歴の特定化及び視聴者特定視聴履歴の利用目的だけでなく、事業者 B から放送局に視聴者特定視聴履歴が第三者提供されることも利用規約やプライバシーポリシーに明記する。
- ・ なお、事業者 B 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」が適用されることを前提とする。

対応事例 4-3. 会員情報との紐付け（視聴者非特定視聴履歴の集約の委託先と会員情報を取り扱う事業者を同じ法人として、放送局が視聴者特定視聴履歴を取り扱う場合）

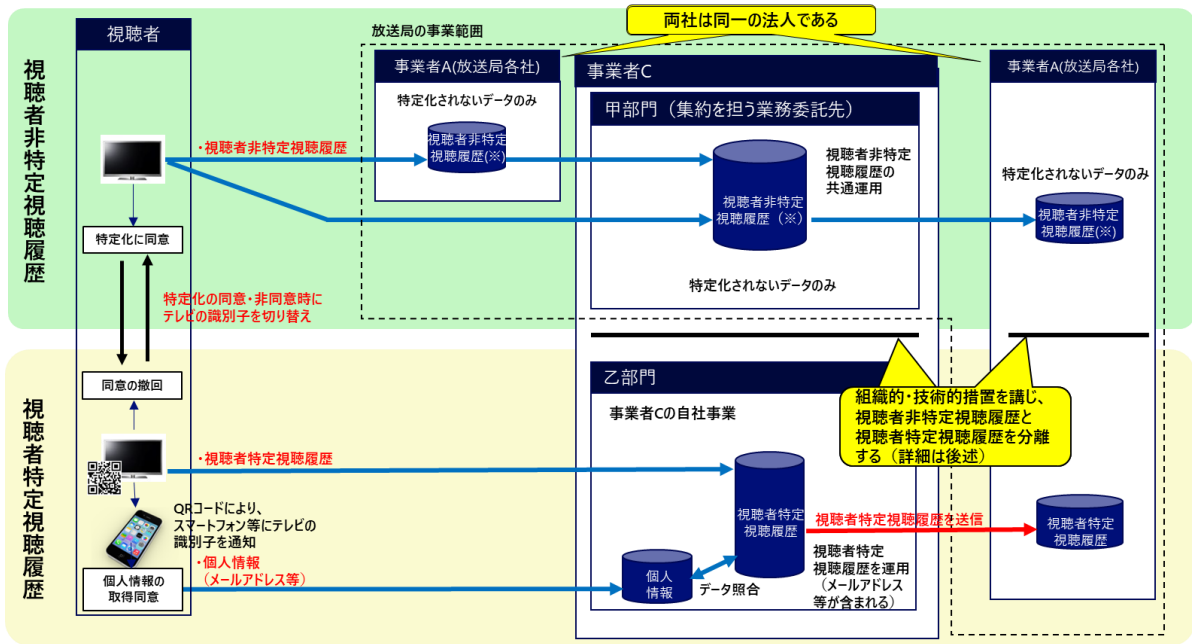
本事例は、放送局が収集した視聴者非特定視聴履歴を、業務委託先で会員情報と紐づけたうえで、放送局に再度提供する場合の対応を整理している。なお本事例は、視聴者非特定視聴履歴が放送局及び業務委託先において個人情報と容易に照合できない状態にするための対応を取り扱っている。

放送局は、収集した視聴者非特定視聴履歴を、放送局とは別の法人である事業者 C の甲部門に業務委託のもとで提供する。また、事業者 C は、視聴者非特定視聴履歴を特定化することに対して本人からの同意が取得できた場合、視聴者非特定視聴履歴をテレビから放送局を経由せずに取得する。同社は自社事業として会員情報を有しており、そこにはメールアドレス等の個人情報が含まれている。事業者 C はその会員情報と視聴者非特定視聴履歴を同社の乙部門において紐づけたうえで、放送局にそのデータを返す。放送局は、Web 側のデータや属性情報等が付与された情報を得ることができ、番組を視聴したユーザーに関連イベントや関連の通販商品をメール等で案内するなど、自社関連サービスとの連携が期待できる。

なお、本事例は事業者 C の乙部門において個人情報と紐づけているため、事業者 C の乙部門が保有し、放送局に返す視聴者非特定視聴履歴は視聴履歴となる。視聴者特定視聴履歴の取得にあたっては本人から同意を取得していることが前提となる。（※）

※本人からの同意の取得方法については、個人情報保護法ガイドライン（平成 28 年個人情報保護委員会告示第 6 号～第 9 号及び令和 3 年個人情報保護委員会告示第 7 号）を踏まえて、継続検討課題とする。

a) データ取扱いの流れ



b) 放送局及び事業者 C 内における容易照合性に係るリスクと対応

| 組織的措置 | | 技術的措置 | | | |
|-----------------------------------|---|---|-----------------------------|---|--|
| 取り扱う部署 | 規定・運用 | 取得方法 | サーバ | 共通の識別子 | 視聴時刻・番組 |
| 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を取り扱う部署（部局）は分かれている | 双方の取扱い部門やこれらを統括すべき立場の者等が双方のデータベースを取り扱うことを禁止する | 追加の対応不要（個人情報は事業者 B において Web 経由で、視聴者非特定視聴履歴は放送局がデータ放送から取得しているため、同じ方法で取得されていない） | 個人情報と視聴者非特定視聴履歴を別々のサーバで保管する | 特定化同意以降に取得する視聴者非特定視聴履歴の識別子は、同意取得以前のものとは別にする（同意撤回時や再同意時にもそれまでとは別の識別子を発行する） | 事業者 C の甲部門及び放送局は、視聴者特定視聴履歴を取得した時点で、同一のテレビ・期間の視聴者非特定視聴履歴を保持しない（※） |

※この対応により、視聴者特定視聴履歴と視聴者非特定視聴履歴はそれぞれ別の期間の履歴情報となるため、直接両者を照合することはできない。

ただし、同意のタイミング等のタイムスタンプの照合により、視聴者特定視聴履歴と紐付けされる可能性に鑑みて、視聴者特定視聴履歴と視聴者非特定視聴履歴が一意に照合できないように、技術的な措置を講じる。

c) その他の対応

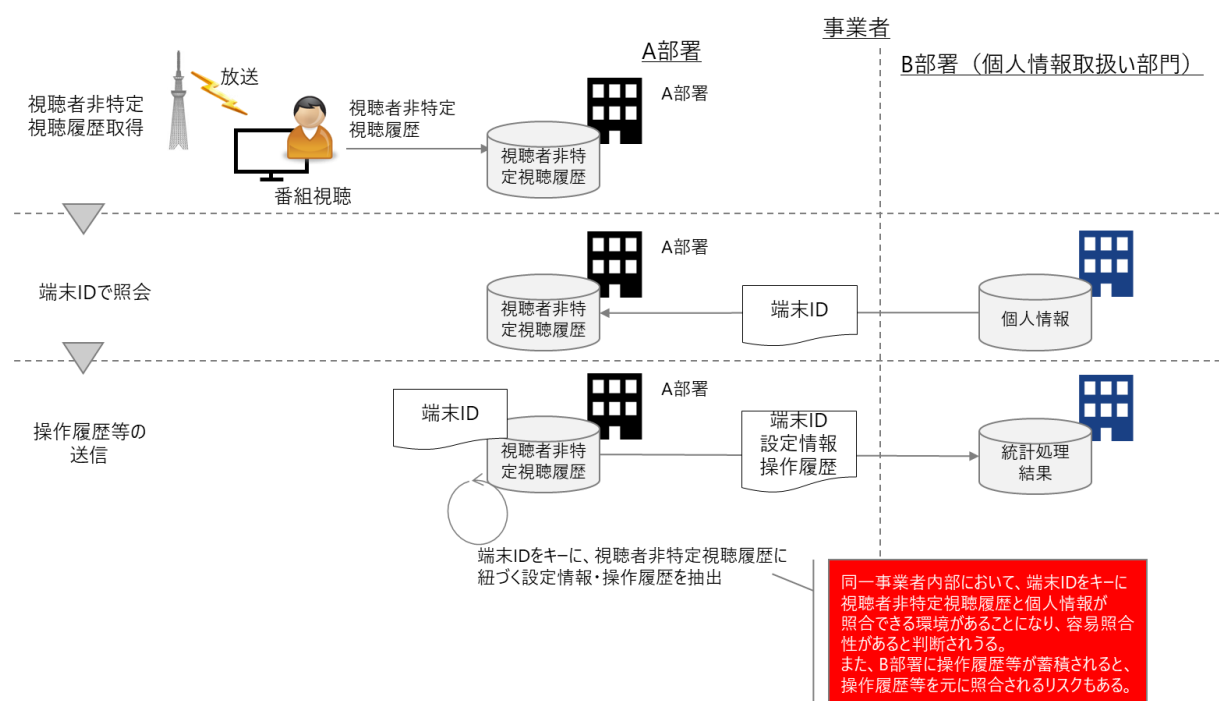
- ・ 視聴者から同意を取得する際には、事業者 C における視聴者非特定視聴履歴の特定化及び視聴者特定視聴履歴の利用目的だけでなく、事業者 C から放送局に視聴者特定視聴履歴が第三者提供されることも利用規約やプライバシーポリシーに明記する。
- ・ なお、事業者 C には「放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン」が適用されることを前提とする。

視聴者非特定視聴履歴としての活用は認められない事例

事例 1. 端末操作履歴等を活用したカスタマーサポート

本事例は、カスタマーサポートを担う B 部署（個人情報取扱い部門）が、A 部署から視聴者非特定視聴履歴に紐づくテレビ端末の設定情報や操作履歴の提供を受け、利用者からの問い合わせにより詳細に答えることを目的としている。しかし、B 部署が保有する個人情報から抽出した端末 ID をキーにして、A 部署が視聴者非特定視聴履歴から設定情報や操作履歴を抽出するため、A 部署の視聴者非特定視聴履歴と B 部署の個人情報が端末 ID をキーにして容易に照合できる状態となっている。

a) データ取扱いの流れ



b) 容易に照合できる状態と判断されるポイント

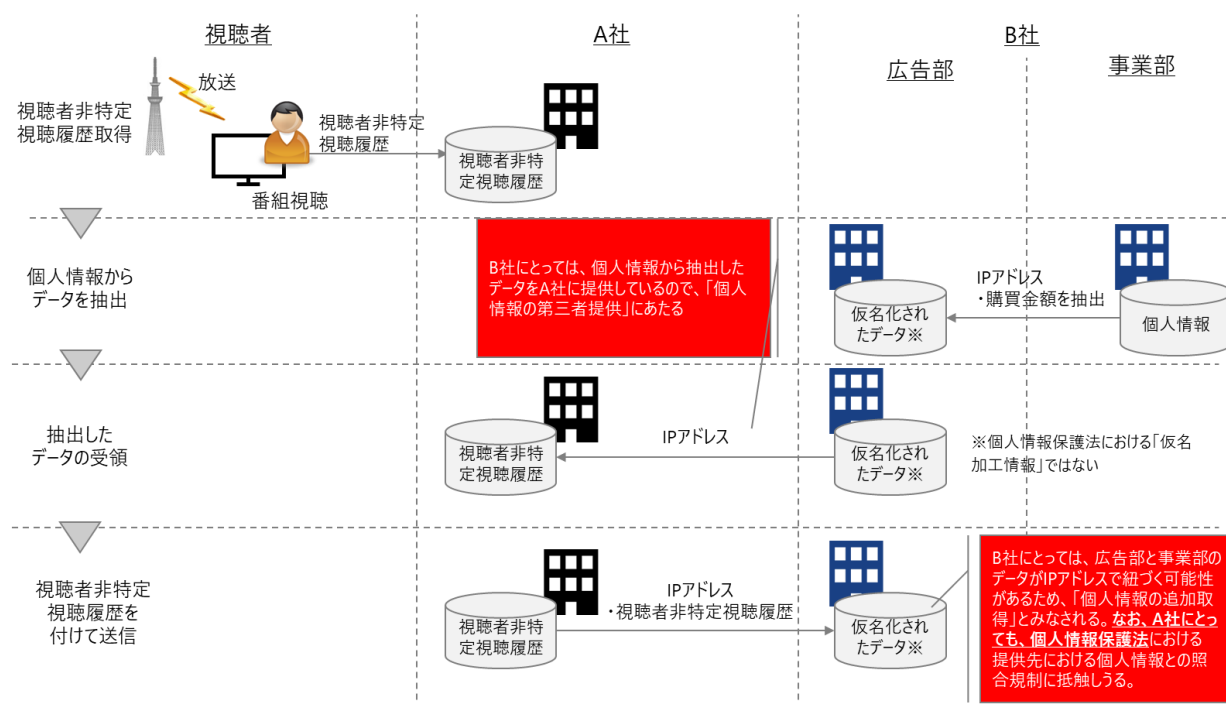
本事例では、端末 ID という共通の識別子が A 部署、B 部署の双方にあることになり、視聴者非特定視聴履歴と個人情報が容易に照合できると判断される。また、B 部署に操作履歴等が蓄積してくると、操作履歴等が両部署にあることになり、同様に容易に照合されるリスクもある。以上のことから、本事例では視聴者非特定視聴履歴として活用することは認められない。

視聴者非特定視聴履歴としての活用は認められない事例

事例 2. 視聴者非特定視聴履歴を分析用に外部提供

本事例は、視聴者非特定視聴履歴を保有しない B 社が、A 社から視聴者非特定視聴履歴の提供を受け、B 社の Web の訪問履歴と視聴者特定視聴履歴を突き合わせて分析を行うことを目的とした事例である。まず、B 社は事業部（個人情報取扱い部門）が保有する個人情報から IP アドレスと購買金額のデータを抽出し、広告部において仮名化されたデータとして保存する。その後、B 社は広告部から IP アドレスを A 社に提供し、A 社は受け取った IP アドレスをキーにして、保有する視聴者非特定視聴履歴を B 社の広告部に提供する。この事例では、B 社内の広告部と事業部のデータが容易に照合できる状態となっている。

a) データ取扱いの流れ



b) 容易に照合できる状態と判断されるポイント

本事例では、B 社の広告部と事業部の保有するデータの間で IP アドレスをキーにして容易に照合される可能性があるため、視聴者非特定視聴履歴としての活用は認められない。

また、視聴者非特定視聴履歴を提供する A 社において、視聴者非特定視聴履歴が、提供先で個人情報と照合されることが想定されるため、本人の同意なしに視聴者非特定視聴履歴を提供することはできず、これは個人情報保護法の第 31 条「個人関連情報の第三者提供の制限等」の規定において明確化された。

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

- ・ 視聴者理解促進のための普及啓発
- ・ 個人情報（視聴履歴）と視聴者非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の留意点と対応
- ・ 視聴者非特定視聴履歴を、共同で利用するためのプラクティス
- ・ 視聴者非特定視聴履歴を第三者提供を伴う利用目的に用いる場合のプラクティス
- ・ リマーケティング（広告等）とテレビ以外でのリコメンド（番組等）で視聴者非特定視聴履歴を利用するプラクティス

テレビ視聴データに関する民放5社共同の技術検証および運用実証実験

2019.12.13

2020.1.14 改訂

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、2019年12月から2020年2月にかけて、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社で集約する共同技術検証および運用の実証実験を実施いたします。

本実証実験の目的は以下の通りです。

- ・データの収集・集約に必要な技術仕様の標準化、プラットフォームの技術検証
- ・放送サービスの向上や、より良い番組制作に役立てるための視聴状況の調査・分析
- ・視聴者の皆様の安全・安心を確保するため、さらに必要な事項の検討
- ・視聴データをリマーケティング(広告等)などに応用する可能性についての机上検討(実際に視聴データを広告等に活用することはいたしません)
- ・災害対策など公共性が高いサービスへの視聴データ利活用の検討

なお、本実験は、総務省から株式会社野村総合研究所への委託調査研究の一環として行うもので、野村総合研究所が設置した有識者によるアドバイザリーボード(※)の助言を受けつつ実施しています。

※アドバイザリーボード: 視聴者の皆さまのプライバシー保護の観点から、法制度や情報工学の専門家、消費者代表の適切な助言を受けるために設置された第三者機関です。

1.実証実験に参加する放送局

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12月18日～12月20日(技術テスト)

2020年1月14日～2月4日

※上記の期間中であっても、一部の番組または一部の機器については視聴データを集約しません。

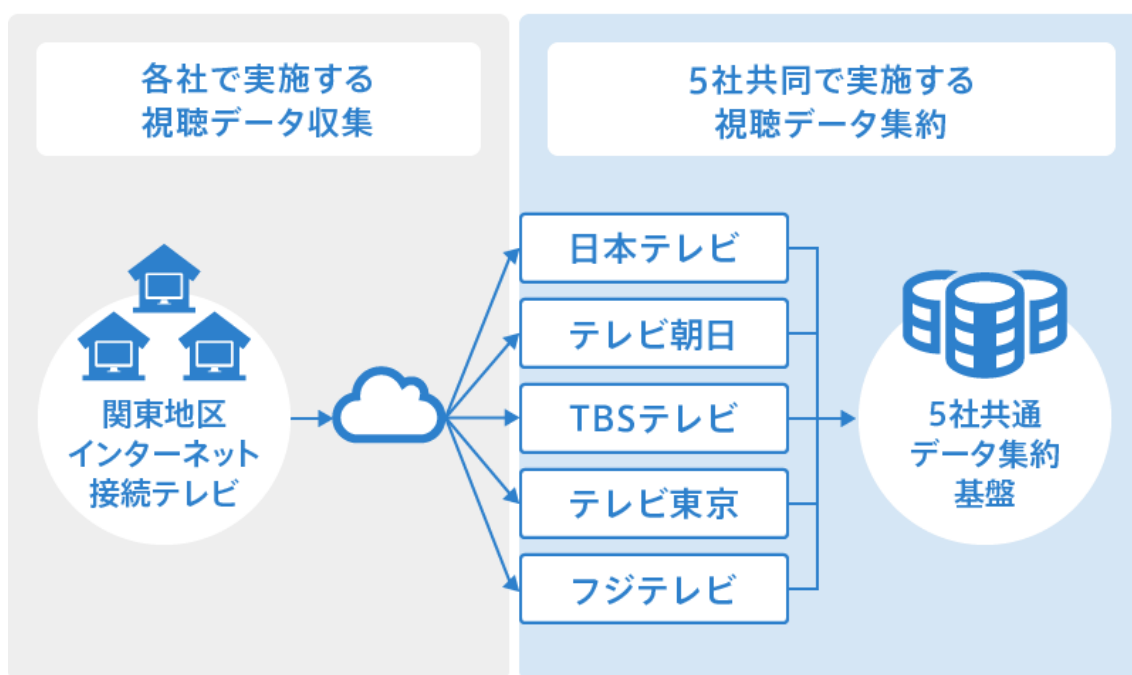
3.実証実験で取り扱う視聴データ

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通りです。この中に、特定の個人を識別することができる情報(個人情報)は含まれません。対象となるのは関東地区のインターネットに接続されているテレビ受信機です。

- ・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
- ・対象受信機に設定されている郵便番号
- ・テレビ受信機を識別するための情報(※)

※参加放送局5社が同一受信機を一意に識別するために、5社共同で発行する共通 ID

視聴データの収集と集約の流れ



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。

- ・記録されたデータが本実証実験用のものか否かを判定するための情報
- ・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

・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(詳細は第 11 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。
- ・技術的な制約により、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、データ処理過程で特定の個人を識別できないようにする措置をとっています。

4.保管場所

集約する視聴データは日本国内のサーバーに保管されます。

5.実証実験で集約した視聴データの利用目的

今回の実証実験のために集約した視聴データは以下の目的で利用します。

- ・データの収集・集約に必要な技術仕様の標準化、プラットフォームの技術検証
- ・放送サービスの向上やより良い番組制作に役立てるための視聴状況の調査・分析
- ・視聴者の皆様の安全・安心を確保するため、さらに必要な事項の検討
- ・視聴データをリマーケティング(広告等)などに応用する可能性についての机上検討(実際に視聴データを広告等に活用することはいたしません)
- ・災害対策など公共性が高いサービスへの視聴データ利活用の検討

6.実証実験で集約した視聴データの利用方法

実証実験で集約した視聴データは、参加放送局や調査会社等が持つ個人情報を含まないデータと組み合わせ分析し、前項の目的のために利用する場合があります。参加放送局は、この過程で特定の個人を識別することができないようにする措置をとっています。

7.共同利用

参加放送局5社は、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ています。実証実験では個別に収集された各局のデータを共通ID(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)で集約・統合し、以下のとおり、共同利用いたします。

●共同利用する視聴データの項目

「3 実証実験で取り扱う視聴データ」に記載の項目と同じです。

● 共同利用する者の範囲

「1 実証実験に参加する放送局」に記載の参加放送局5社です。

● 共同利用する者の利用目的

「5 実証実験で集約した視聴データの利用目的」に記載の利用目的と同じです。

● 共同利用に関する責任社

実証実験幹事社 株式会社フジテレビジョン

問い合わせ先:

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/>

8.業務委託

参加放送局は、実証実験で集約した視聴データの取扱いを第5項記載の利用目的の範囲内で参加放送局5社以外の外部事業者へ委託することがあります。

委託先には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、安全管理措置の構築、個人情報との紐づけの禁止、他の委託元の情報との突合の禁止、目的達成後の視聴データ等の速やかな消去等を契約上義務付けるなど、適切な措置をとります。

9.第三者提供

視聴データそのものを、第三者に提供することはいたしません。なお、視聴データを統計処理した分析結果を、第三者に提供する場合があります。

10.保存期間

本実験のために集約・統合したデータは、2021年3月31日までに全て消去いたします。

11.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、視聴データの集約を停止されたい場合は、参加放送局のいずれかの放送中にデータ放送画面を表示し、5社共通の実証実験告知ページへ遷移するボタンを押して、遷移先の実証実験告知画面で表示される「協力しない」ボタンを押してください。集約を停止しても、番組の視聴に影響はありません。また、集約の停止・再開の設定は、第2項の実証実験期間中であればいつでも変更できます。

なお、集約の停止・再開の設定は、参加放送局または番組ごとではなく、すべての参加放送局及び番組に共通するものです。最後に行った集約の停止・再開の設定が、すべてに反映されます。

データ放送TOP画面※



5社共同実験説明ページ※



※いずれもフジテレビのデータ放送サンプル画面です。各社ごとにデザインが若干異なりますので、あらかじめご了承ください。

各社が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。

日本テレビ: <https://www.ntv.co.jp/pim/log.html>

テレビ朝日: <https://www.tv-asahi.co.jp/tvdata/>

TBSテレビ:

https://www.tbs.co.jp/company/regulation/privacy/privacy_shichou.html

テレビ東京: <https://www.tv-tokyo.co.jp/viewinglog.html>

フジテレビ: <https://www.fujitv.co.jp/data-housou/shichodata.html>

12.お問い合わせ先

本実証実験に関するお問い合わせ先は、以下の参加放送局各社の視聴者窓口です。

在京5社実証実験コールセンター

03-3534-2694

月～金 午前 9:00～午後 9:00 まで

開設期間:1月14日(火)～2月4日(火)

日本テレビ放送網株式会社

03-6215-4444

午前 8:30-午後 9:00

<https://www.ntv.co.jp/>

株式会社テレビ朝日

03-6406-5555

月～金 午前 8:00-午後 11:10 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

<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

<https://www.tbs.co.jp/>

株式会社テレビ東京

03-6632-7777

月～金 午前 9:30-午後 9:00

土日祝 午前 11:00-午後 7:00

<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

<https://www.fujitv.co.jp/>

視聴データとは

Q. 実験に使う「視聴データ」とは何ですか？

視聴状況を記録しているデータです。「視聴ログ」という場合もあります。

今回の実験の対象となるのは、関東地区の、インターネットに接続されているテレビ受信機の視聴データです。

実験で扱う視聴データは、特定の個人を識別できる情報を含んでおらず、個人情報には該当しません。また、分析の過程で個人を特定することはありません。

Q. 具体的にはどういったデータですか？

実験参加放送局5社の放送を視聴しているときの、以下の情報です。

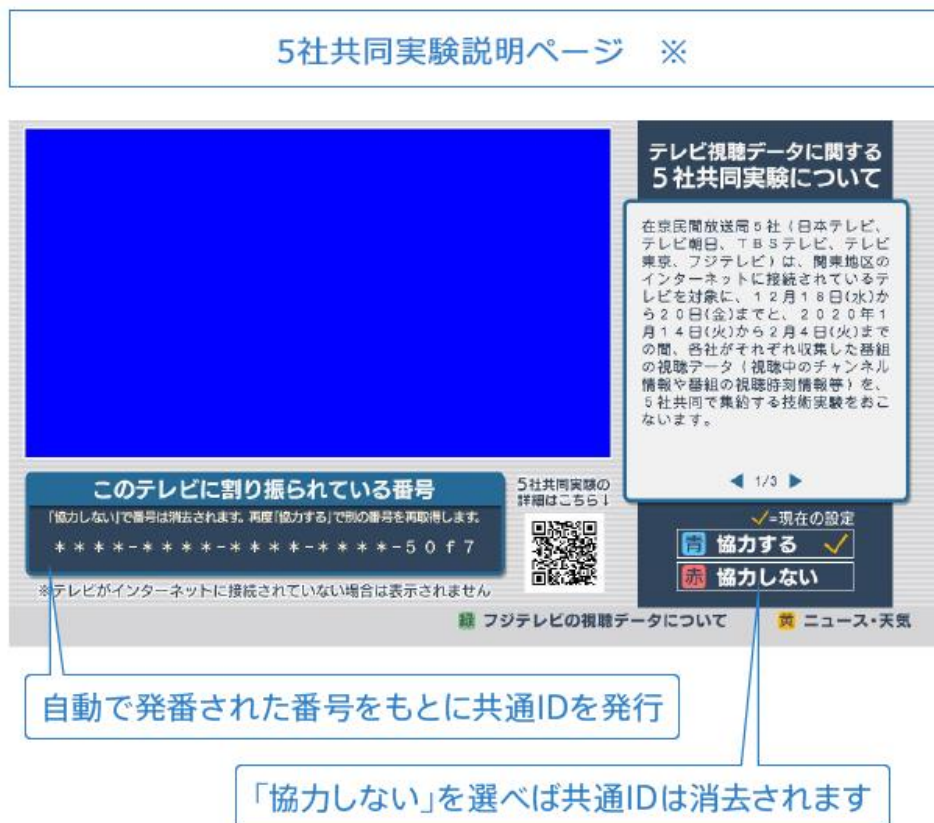
- ①視聴中のチャンネル情報
- ②番組の視聴時刻情報
- ③IP アドレス
- ④対象受信機に設定されている郵便番号
- ⑤テレビ受信機を識別するための情報

Q. テレビ受信機を識別するための情報とは何ですか？

参加放送局5社が、同一のテレビ受信機を識別するために、5社共同で発行する共通 ID です。

受信機固有のシリアルナンバー等は利用せず、自動で発番しています。

共通 ID は、データ放送の5社共同実験の説明画面で、視聴データの集約を停止する「協力しない」ボタンを押すと消去されます。再度「協力する」を選択すると、別の ID が発行されます。



※フジテレビのデータ放送サンプル画面です。各社ごとにデザインが若干異なります。
※実験の説明画面は、データ放送のトップ画面から「5社共同実験」メニューを選ぶと表示されます。

視聴データの仕組み

Q. 実験の視聴データはどうやって集めているのですか？

視聴データは「収集」と「集約」の2つのステップで集めています。

① 「収集」

第1段階の「収集」では、データ放送の仕組みを使って、視聴データをインターネット経由で各放送局のサーバーに送ります。

1… テレビ起動・放送受信

参加放送局の番組にチャンネルを合わせると…



2… データ放送起動（透明）

画面には表示されないデータ放送画面（いわゆる「透明スクリーン」）が起動します



3… 視聴データ送信

インターネットに接続されたテレビでは
透明スクリーンの起動中
一定間隔毎に視聴データが送信されます



上記の図のように、参加放送局 5 社が個別に収集する視聴データの取り扱いについては、各社ごとにデータ放送及びホームページ等で説明を掲載しておりますのでご参照ください。

日本テレビ: 視聴ログ(非特定視聴履歴)の取扱いについて <https://www.ntv.co.jp/pim/lo g.html>

テレビ朝日: 視聴データの取扱いについて <https://www.tv-asahi.co.jp/tvdata/>

TBSテレビ: 視聴データの取扱いについて <https://www.tbsholdings.co.jp/tbstv/privacy/p olicy.html>

テレビ東京: 「視聴データ」について <https://www.tv-tokyo.co.jp/viewinglog.html>

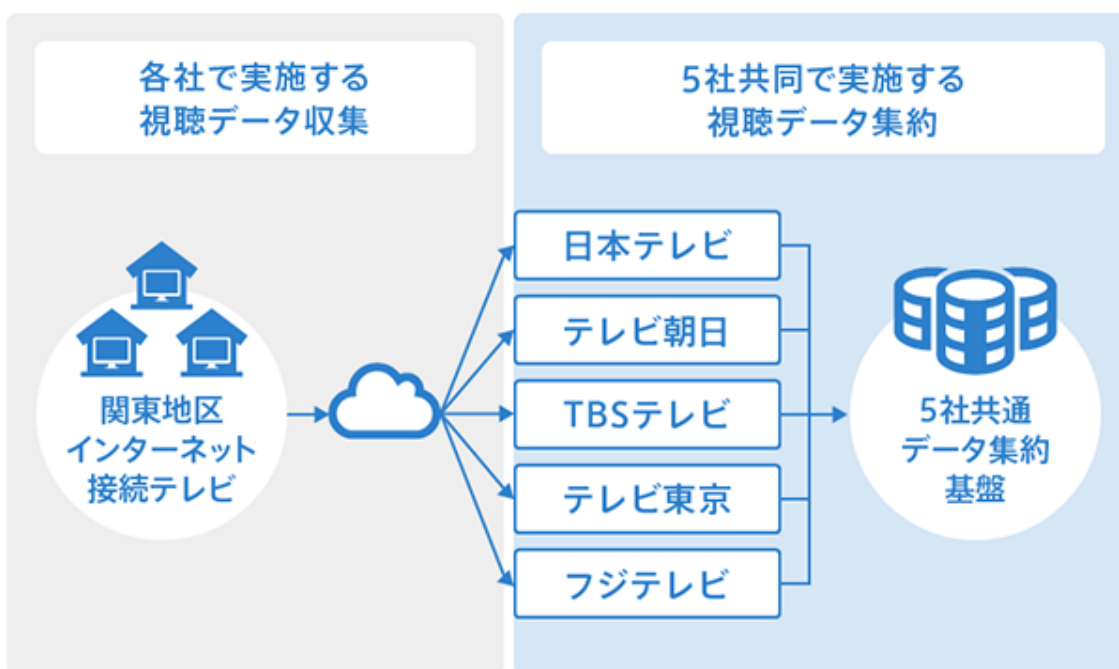
フジテレビ： テレビ視聴データの取扱いについて

<https://www.fujitv.co.jp/userguide/data.html>

② 「集約」

第2段階の「集約」では、各社のサーバーに集めた局ごとの視聴データを、5社共通のデータベースに集約します。集約したデータの取り扱いについては、実験の概要ページをご確認ください。

視聴データの収集と集約の流れ



お使いのテレビが実験の対象かを確認する方法、実験を停止する方法

Q. どうすれば実験向けに視聴データが使われているかどうかを確認できますか？

視聴データの収集は、関東圏のインターネットに接続されているテレビのみが対象になります。

視聴データ実験の設定を確認するには、お持ちのテレビの d ボタンを押し、メニューから「5社共同実験」のボタンを押して画面をご確認ください。実験に「協力する」または、受信機 ID 表

示に英数字が記載されていれば、実験向けに視聴データを提供いただいている状況となっています。

インターネットに接続していない場合は、「5社共同実験」の画面に「現在、インターネットに接続されていません」と表示されます。

Q. どうすれば、実験向けの視聴データ集約を止めることができますか？

実験期間中、各局のデータ放送上に、集約を停止するためのボタンが設置されています。お持ちのテレビリモコンのdボタンを押し、データ放送トップ画面のメニューから「5社共同実験」のボタンを選択・決定して、5社共同実験の説明ページに移動してください。移動先の画面に表示される「協力しない」ボタンを選択・決定していただければ、実験向けのデータ集約を停止します。

集約を停止しても、番組の視聴に影響はありません。

停止・再開の設定は、実験期間中であればいつでも変更できます。

集約の停止・再開の設定は、参加放送局または番組ごとではなく、すべての参加放送局及び番組に共通するものです。最後に行った集約の停止・再開の設定が、すべてに反映されます。

なお、集約の前提となる視聴データの収集は、放送局ごとに実施しています。データの収集を停止する方法については、各社ごとにデータ放送およびホームページ等に掲載していますのでご参照ください。視聴データの収集を停止しても、番組の視聴に影響はありません。

日本テレビ： 視聴ログ(非特定視聴履歴)の取扱いについて <https://www.ntv.co.jp/pim/log.html>

テレビ朝日： 視聴データの取扱いについて <https://www.tv-asahi.co.jp/tvdata/>

TBSテレビ： 視聴データの取扱いについて <https://www.tbsholdings.co.jp/tbstv/privacy/policy.html>

テレビ東京： 「視聴データ」について <https://www.tv-tokyo.co.jp/viewinglog.html>

フジテレビ： テレビ視聴データの収集停止について <https://www.fujitv.co.jp/data-housou/shichodata.html>

実験で集約したデータの取り扱いと利用方法

Q. 実験で集約した視聴データは何に使うのですか？

データを集めるシステムの改善やデータの精度の技術的な検証、より良い番組制作等に役立てるための視聴状況の調査・分析、災害対策など公共性が高いサービスへの利活用の検討などに使います。

Q. 実験で集約した視聴データはどのように取り扱われるのですか？

適切な安全管理措置をとって、日本国内のサーバーに保存されます。

集約した視聴データは、利用目的に沿って、参加放送局や調査会社等が持つ個人情報を含まないデータと組み合わせて分析することがあります。参加放送局は、この過程で個人を特定できないようにする措置をとっています。

また、集約した視聴データは、2021年3月31日までに全て消去いたします。

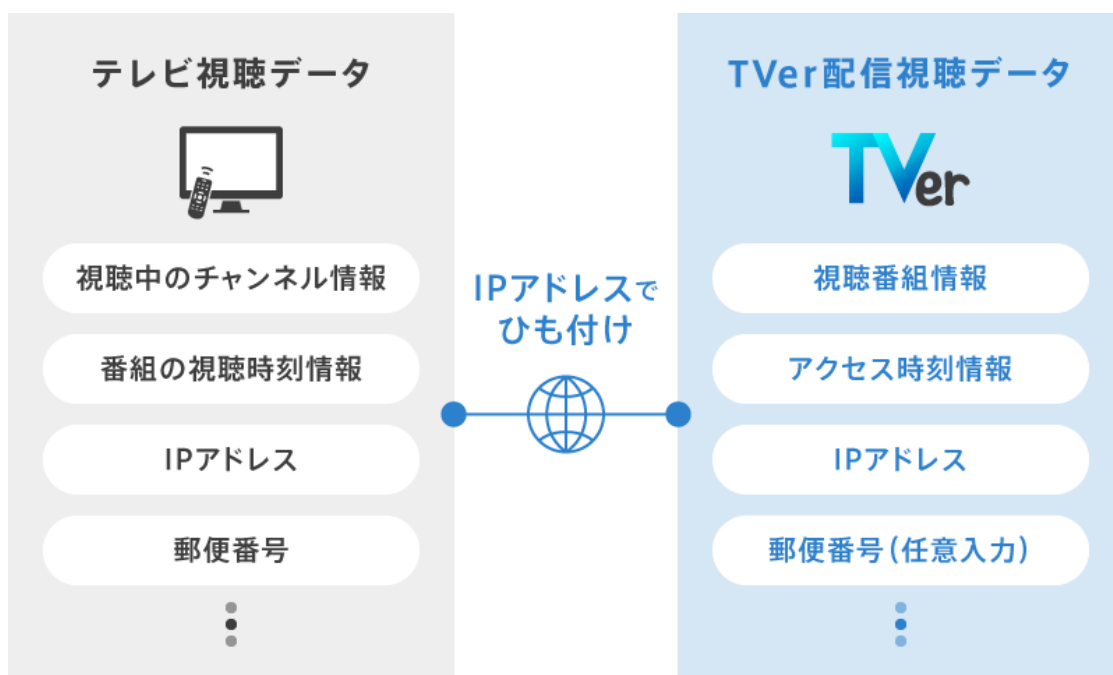
Q. 実験で集約した視聴データの調査・分析は具体的にどのように行うのですか？

実験では、各局の視聴データを共通IDでひも付けて集約し、参加放送局5社横断の視聴状況を分析します。

また、番組のインターネット配信データと組み合わせた分析も計画しています。

(プレスリリース「在京民放5社による放送の同時時間帯同時配信に関する技術実証について」参照)

民放公式テレビポータル「TVer(ティーバー)」上で同時配信した番組のテレビ視聴データのIPアドレスと、TVerでの配信視聴データのIPアドレスをひも付けて、テレビと配信の二つのメディアにまたがる視聴実態の調査、およびテレビ視聴データの分析を行う予定です。



データのひも付けにあたっては、テレビ視聴データの視聴時刻と郵便番号、TVer 配信視聴データのアクセス時刻と郵便番号を補完的に利用し、無効なデータを除去します。

TVerの配信視聴データの取り扱いについては、こちらをご参照ください。

プライバシーポリシー | 民放公式テレビポータル「TVer(ティーバー)」

<https://tver.jp/info/privacy.html>

プライバシー保護について

Q. データを取るのに、事前の同意は取らないのですか？

今回の実験のように、個人情報ではない視聴データを収集することについては、個人情報保護法や総務省が定める放送分野の個人情報保護についてのガイドライン等で、事前の同意を取ることは義務づけられておりません。ただし、視聴データを収集されたくない視聴者の方に配慮し、視聴者の方が視聴データの収集・集約を停止することができるようにしております。

停止方法については、こちらをご参照ください。

Q. 視聴者のプライバシーは具体的にはどのような方法で保護していますか？

参加放送局5社は、テレビ視聴データにかかわる視聴者のプライバシー保護のために設置された「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」(※1)で議論された内容(※2)を遵守するとともに、収集する視聴データが個人情報とひも付くなどして個人を特定できる状態にならないよう、安全管理を徹底しております。

個人情報ではない視聴データの収集については、個人情報保護法や総務省のガイドライン、認定個人情報保護団体指針などで、同意を取ることは義務づけられておりませんが、視聴データを収集されたくない視聴者の方に配慮し、視聴データの収集・集約を停止することができるようにしております。

また、参加放送局5社は、視聴者のプライバシー保護や、データ取り扱いの安全・安心を確保するため、有識者で構成されるアドバイザリーボードの助言を得ながらデータを取り扱います。

実験では、今後の視聴データの収集・集約に向けて、視聴者の方により分かりやすい説明や告知の方法についても検証する予定です。

※1 放送分野の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」が事務局となり、テレビ視聴データ等について、放送局や関係事業者、団体等が意見交換するために設置した会合です。

※2 2019年5月に公表した「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(ver1.0)」に加えて、現在さらにプライバシー保護に配慮した議論を進めています。

Q. IPアドレスは個人情報なのでは？

IPアドレス単独では、個人情報保護法上の「個人情報」には当たりません。また、他の情報とひもづくなどして個人を特定することができる状態にならないよう取り扱っております。

アドバイザーボードについて

Q. アドバイザーボードとは何ですか

今回の技術実証における視聴データの取り扱いについて、視聴者のプライバシー保護や安全なデータ取り扱いについて専門的な見地から助言する会議体です。総務省から実験の委託を受けた株式会社野村総合研究所が設置し、法律、技術分野の学識経験者や弁護士及び消費者代表によって構成されています。アドバイザーボードには実験結果も検証いただき、データが適切に取り扱われたかを確認いただく予定です。

Q. アドバイザーボードのメンバーは？

以下の方々です。(敬称略)

森 亮二 英知法律事務所弁護士(アドバイザーボード座長)

石井 夏生利 中央大学国際情報学部教授

佐藤 一郎 国立情報学研究所教授／所長補佐

牧田 潤一郎 原後綜合法律事務所弁護士

長田 三紀 情報通信消費者ネットワーク

別添2. データ放送・ホームページにおける民放5局共通指針

(2018年度時点での参考資料)

・各社データ放送・HP内 視聴者向け告知文面 表示方法 共通指針

| | | | 共通指針 |
|---|----|---|--|
| 用語 | | 視聴データを表す用語 | 「視聴データ」 |
| | | 収集を表す用語 | 「収集」 |
| | | | 共通指針 |
| A 非 連 動 デ ー タ 放 送 (※) | 1 | 視聴データメニューへの遷移方法 | d ボタン押下後の初期画面に「視聴データ」への遷移ボタンを配置する または メインメニュー内に「視聴データ」への遷移ボタンを表示する |
| | 2 | 遷移ボタン名称 | 「視聴データ」という用語を入れる |
| | 3 | 視聴データ収集対象外のテレビにも、 視聴データメニューへの遷移ボタンを 表示するか？ 視聴データ収集対象外であること について表示するか？ | 原則、表示 |
| B 連 動 デ ー タ 放 送 (※) | 4 | 連動データ放送に「視聴データ」 関連メニューがあるか？ | 原則、非連動データ放送と同様のルールとする ※既存収集番組は、順次対応の必要あり ※新規収集番組は、当初から対応 |
| C デ ー タ 放 送 の オ プ ト ア ウ ト 画 面 面 | 5 | 初期表示で現在の設定状態が 明示されているか？ | オプトアウトの設定状態を表示すること |
| | 6 | オプトアウトボタン名 | 協力する/協力しない |
| | 7 | 視聴データ収集対象外のテレビにも オプトアウトボタンを表示するか？ | 各社 任意設定とする |
| D ホ ー ム ペ ー ジ に 関 連 す る デ ー タ 放 送 | 8 | トップページでの表記 | トップページ内に個人情報関連ページへのリンクを設置 個人情報関連ページ内に、視聴データ関連ページへのリンクを設ける ※トップページ内に、視聴データ関連ページへのリンクを設けてもよい |
| | 9 | トップから何回クリックで たどり着けるか？ | 2回以内 |
| | 10 | ページ名称 | 「視聴データ」という用語を入れる |

※局により呼称が異なる場合がある。「連動」とは、データ放送コンテンツが番組内容と一体化していること。

・各社データ放送・HP内 視聴者向け告知文面 記載内容 共通指針

| 各社データ放送・HP内 視聴者向け告知文面 記載内容 共通指針 | | 共通指針 |
|---------------------------------|--|--|
| 1 | サービスの概要 | 次の要素を記載 ①目的 ②対象機器 ③収集するデータ |
| 2 | 収集及び利用主体 | 各社名を記載 |
| 3 | 収集するデータの項目 | 収集している項目を記載 |
| 4 | 収集するタイミング | 当該局の番組の視聴中に収集していることを記載 |
| 5 | 収集方法 | 「インターネット」という言葉を記載 |
| 6 | 保管場所 | 次の例を参考に、実態を記載 例：「日本国内のサーバー」 |
| 7 | 利用目的 | 1. 「番組」 2. 「調査」または「分析」 3. 「広告」 上記3用語を含めた文章で記載 |
| 8 | 利用方法 クロスデバイストラッキングや世帯(TV)と個人(PC・スマホ)との紐づけ・連携を含む | 次の例を参考に記載 「放送局や調査会社等が持つ様々なデータと組み合わせて、特定の個人を識別することのないよう分析し、第●項の目的のために利用する場合があります。」 「テレビ視聴者が保有していると推定されるスマートフォンやPCなどに対して、番組関連のお知らせや広告を表示する場合があります。」 |
| 9 | 共同利用 | 共同利用する場合には、以下の項目を記載 1 共同利用をする旨 2 共同して利用されるデータの項目 3 共同して利用する者の範囲 4 利用する者の利用目的 5 当該データの管理について責任を有する者の氏名又は名称 6 共同利用に関する問い合わせ先（視聴データの取扱いに関する全体の問い合わせ先と異なる場合のみ） |
| 10 | 第三者提供 | (視聴データそのものは) 「第三者提供はいたしません」 |
| 11 | 保存期間 | 保存期間を設定し、記載 |
| 12 | オプトアウト | 視聴データの収集・利活用に 「協力しない」 |
| 13 | 問い合わせ窓口 | 視聴者センター等を記載 |
| 14 | 視聴データについての各章立て | 章立ても合わせることを望ましい |

国際標準である"ISO/IEC 29184:Online privacy notices and consent"（現状は未発行でドラフト版）の「通知内容（Contents of notice）」を参考にした。

・リマーケティング（広告等）における視聴者向け告知文面 記載項目例

リマーケティング（広告等）を実施する際には、「各社データ放送・HP内 視聴者向け告知文面 記載内容 共通指針」で挙げられている事項に加え、リマーケティング（広告等）について以下の事項を告知する。

1. リマーケティング（広告等）の対象となること
2. リマーケティング（広告等）の仕組み
3. 当該サービスの責任者、連絡先
4. 同一世帯のPC、スマホ等端末が対象となること（方式bのみ）
5. 非特定視聴履歴から抽出した広告用IDとクリエイティブをDSP事業者等に提供すること（方式bのみ）
6. 提供先でも個人を特定しないこと（方式bのみ）
7. オプトアウトの方法

別添3. 民間放送事業者等が共通的に用いる ID の安全な管理手法例

(2022 年度時点での参考資料)

データ放送および視聴者非特定視聴履歴を取り扱うサーバにおいて、それぞれ異なる ID を用いることにより、受信機内部の不揮発性メモリー (NVRAM) への不正アクセスや視聴者非特定視聴履歴取得の通信が傍受されたとしても、集約した視聴者非特定視聴履歴の ID と紐付けることができないように管理する。

<受信機内部における ID 管理>

・受信機内部の不揮発性メモリーの放送事業者共通領域への不正アクセスにより、保存された情報が読み取られたとしても、視聴者非特定視聴履歴に紐付けることができないようにする。放送事業者共通領域に保存する ID は、当該 ID を利用する放送事業者側で、長くとも 1 週間経過毎に、視聴者が当該 ID を利用する放送事業者の放送を視聴した時点で、異なる ID が付されるようにする。視聴者が 1 週間を経過しても視聴しない場合には、異なる ID が付されるのは、1 週間より後の視聴者が最初に当該 ID を利用する放送事業者の放送を視聴した時点となる。放送事業者共通領域には受信機を識別する ID のみ保存し、視聴者非特定視聴履歴の取得には用いない。視聴者非特定視聴履歴取得時に用いる ID は、同一系列局のみアクセス可能な不揮発性メモリーの系列専用領域に保存する。

※放送事業者共通領域に視聴者非特定視聴履歴の ID を保存した場合、不正アクセスによって視聴者非特定視聴履歴の ID 流出となるリスクがある。

<取得・集約における ID 管理>

・視聴者非特定視聴履歴取得時の通信が傍受されたとしても、集約した視聴者非特定視聴履歴に紐付けることができないよう、取得と集約では異なる ID を用いる。集約した視聴者非特定視聴履歴に用いる ID は、受信機内部には保存しない。

<ID の削除またはリセット>

・データ放送コンテンツ上での視聴者の操作により、受信機内部の不揮発性メモリーに保存された ID を削除またはリセットできるようにする。

・ID の流出等のインシデント発生時には、受信機内部の不揮発性メモリーに保存された ID を削除またはリセットする制御を行う。

別添4. テレビ以外でのリコメンド、リマーケティングのユースケース

(プラクティス ver2.1 時点での参考資料)

「視聴関連情報の取扱いに関する協議会」において、視聴者非特定視聴履歴の取得に係る視聴者の認知が不十分であること等から、リマーケティング等の個人に直接働きかける利活用は本人の同意を取得することを基本とする方針が合意され、テレビ以外でのリコメンドとリマーケティングは実施しないこととなった。これを受け、本プラクティス ver2.1 の「第2 プラクティス 1. ユースケースの概要と留意点」から、「ケース2. リコメンド (番組等)」のテレビ以外でのリコメンドに関する記載と、「ケース3 リマーケティング (広告等)」を削除した。一方で、当該ユースケースには、プライバシーに配慮した視聴データの取り扱いに関して参考になる内容が含まれていることから、過去の検討結果を継承するため、別添として以下に記載する。

<テレビ以外でのリコメンド (番組等) >

a) 概要

- ・ 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データをもとに放送局が抽出済み広告用 ID を作成し、その広告用 ID を DSP 事業者にも業務委託のもとで提供する。その後 DSP 事業者から視聴者の Web 端末 (スマートフォン、PC 等) へ、一定の番組や CM を見た一定の属性の視聴者に対して番組宣伝の広告を配信する。

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 |
|------------|---|--------------------------------------|---|
| 視聴者非特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 放送局の識別 ID ・ IP アドレス ・ 視聴時刻 ・ 郵便番号 | 視聴者が番組を視聴することにより取得 | Web 閲覧データ、DMP 提供データと統合し、抽出済み広告用 ID を作成する |
| Web 閲覧データ | <ul style="list-style-type: none"> ・ 放送局の識別 ID (cookieID) ・ 広告用 ID (aaaidfa) ・ IP アドレス ・ 動画視聴データ ・ Web アクセスデータ | 視聴者が、放送局が運営する Web サービスにアクセスすることにより取得 | 視聴者非特定視聴履歴、DMP 提供データと統合し、抽出済み広告用 ID を作成する |

| | | | |
|------------|--|--|---|
| DMP 提供データ | <ul style="list-style-type: none"> • IP アドレス • 広告用 ID (cookieID・aaid・idfa) • プロファイル推定情報 (性別、年齢、居住都道府県、興味関心) | DMP 事業者が、提携する事業者から取得 | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データと統合し、抽出済み広告用 ID を作成する |
| 抽出済み広告用 ID | <ul style="list-style-type: none"> • 一定の番組を見た一定の属性の人の広告用 ID (cookieID・aaid・idfa) | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データを統合・分析して作成する | なし |

c) パーソナルデータの利用目的

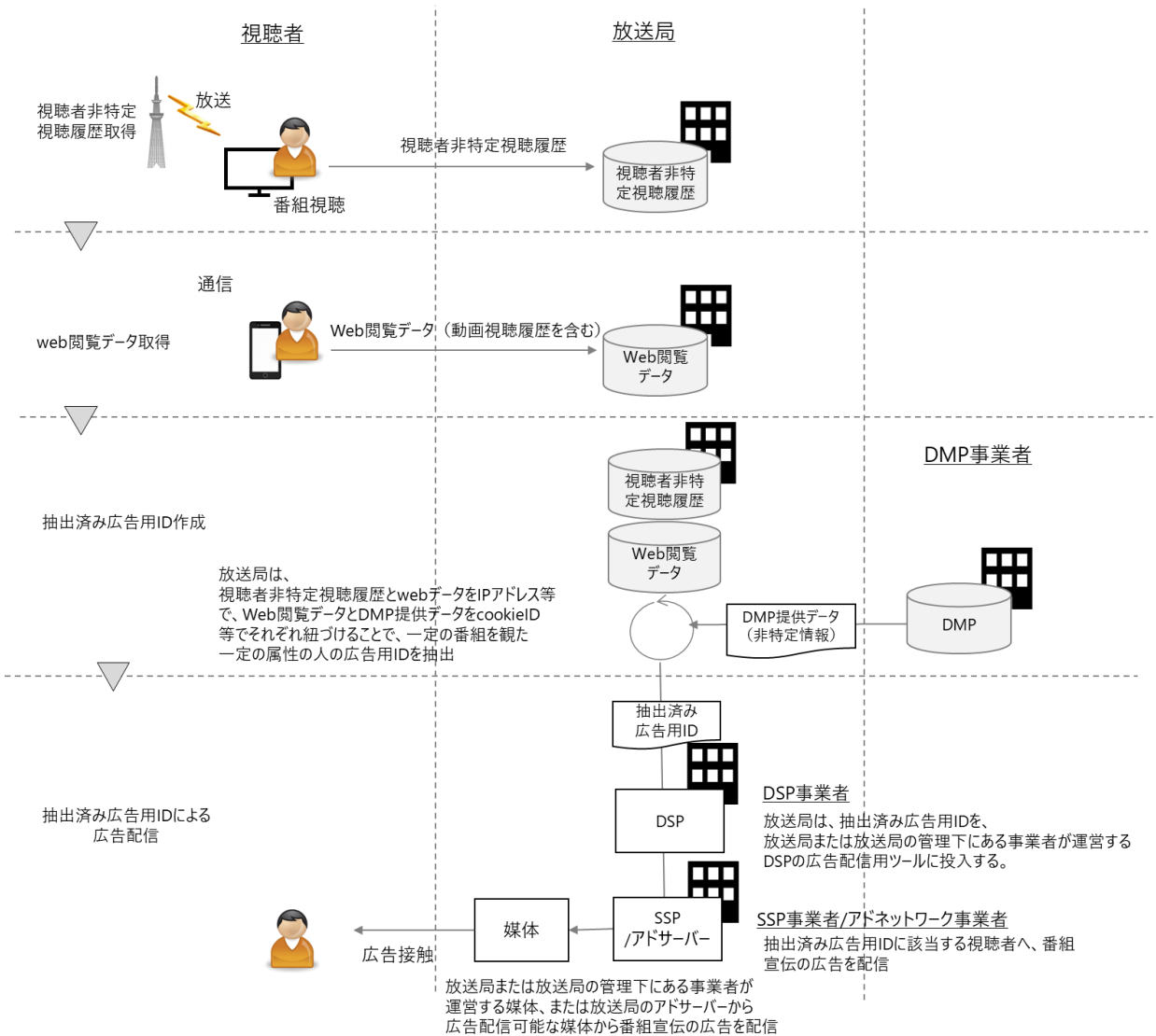
- ・ 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データをもとに作成した抽出済み広告用 ID への番組宣伝の広告配信

d) パーソナルデータを提供する外部事業者

- ・ DSP 事業者、SSP 事業者、アドネットワーク事業者（抽出済み広告用 ID とクリエイティブを業務委託のもとで提供する。）

e) データ取扱いの流れ

- ・ 一般的なリコmend（番組等）のデータ取扱いの流れを次図に示す。



f) 留意点と対応

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|----------------------------|---|---|
| 視聴者非特定視聴履歴取得 Web閲覧データ取得 | ✓ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴、Web閲覧データ（動画視聴データを含む）に個人情報または個人情報と容易に照合できる情報が含まれていないか | <ul style="list-style-type: none"> 個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない |
| | ✓ 放送局では、視聴者非特定視聴履歴、Web閲覧データが、個人情報と容易に照合されることのないよう管理されているか | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者非特定視聴履歴とWeb閲覧データが個人情報と容易に照合されることのないように、「個人情報の容易照合性クリアランス基準*2」を適用した管理を行う |
| | ✓ オプトアウト、消去は適切に運用されているか | <ul style="list-style-type: none"> 視聴データの取得を視聴者が停止できる手段を提供する オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | ✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わるようになっているか（特に、クロスデバイス ⁹ でターゲティングすることについて） | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまたは利用規約にてクロスデバイスでターゲティングすることも含めて明示する |
| | ✓ 利用目的や提供範囲の変更が視聴者に適切に伝わるようになっているか | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシー又は利用規約の上部に、変更履歴を明示する |

⁹ 異なる種類の端末から取得するデータを、紐付けて利用すること。本プラクティス上は、非特定視聴履歴を、Web端末から取得するデータと紐付けて利用すること。

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|---------------|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にて、オプトアウト可能な範囲も含めて明示する • 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 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ データの保存期間は明示されているか | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にて明示する（やむを得ず暫定的に保存期間を無期限とする場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 問い合わせ先は明示されているか | <ul style="list-style-type: none"> • 問い合わせ先を明示する |
| 抽出済み広告用 ID 作成 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ DMP 提供データは、特定の個人を識別できない情報となっているか | <ul style="list-style-type: none"> • DMP 提供データに個人情報が含まれている場合、提供を受けない |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 紐付けテーブルについて、オプトアウトや消去が適切に運用されているか | <ul style="list-style-type: none"> • オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、消去しないことを利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 放送局内で作成されているか | <ul style="list-style-type: none"> • 放送局内で抽出済み広告用 ID を作成する（外部に作成を委託する場合は、「委託管理基準※1」を適用する。委託先が視聴者非特定視聴履歴と個人情報 |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|---------------------------|---|---|
| | | <p>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)</p> |
| | <p>✓ 要配慮個人情報の推知につながることはないか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 要配慮個人情報の推知につながる分析をして広告用 ID を抽出しない |
| | <p>✓ 適切な DMP 事業者が選定・監督されているか（特に、DMP 提供データは適切に取得されているか）</p> | <ul style="list-style-type: none"> 「委託管理基準^{※1}」を適用する。 |
| <p>抽出済み広告用 ID による広告配信</p> | <p>✓ 抽出済み広告用 ID から特定の個人を識別されることはないか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 抽出済み広告用 ID を、同じ属性を持つレコードが一定数以上になるように加工処理することで、特定個人の識別リスクを低減する |
| | <p>✓ DSP、SSP、アドサーバーを運営する事業者は、個人情報と照合することがないように、適切に選定・管理されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> DSP、SSP、アドサーバーは放送局または放送局の管理下にある事業者が運営するサービスに限定する（放送局の管理下にある事業者とは、放送局が資金面、人事面で強い影響を持つ等して、データの取扱い状況を適切に監督できる事業者をいう） 上記サービスを運営する DSP 事業者に委託する際に、「委託管理基準^{※1}」を適用する 委託先が視聴者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 |
| | <p>✓ DSP 事業者に委託のもとで提供するデータに含まれ</p> | <ul style="list-style-type: none"> 提供するデータは、視聴者の属性が含まれない抽出済み広 |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|------|--|---|
| | る、視聴者の属性を推知しうる情報が最小限となっているか | 告用 ID とクリエイティブ ¹⁰ のみとする。広告用 ID の抽出条件は DSP 事業者へは提供しない。クリエイティブは番組等に限る |
| | ✓ 広告配信後に、抽出済み広告用 ID とクリエイティブが消去されているか | • 「委託管理基準 ^{*1} 」を適用する |
| | ✓ DSP 事業者に委託のもとで提供した抽出済み広告用 ID とクリエイティブが指定した広告配信以外の目的に利用されたり、再提供されたりしないか | • 「委託管理基準 ^{*1} 」を適用する |
| | ✓ 広告の内容や配信先の媒体が安心・安全なものとなっているか | • 配信先を放送局または放送局の管理下にある事業者が運営する媒体、または放送局のアドサーバーから広告配信可能な媒体のみとし、広告の内容も安心・安全なものに限定して運用する |
| | ✓ 配信する広告は視聴者に不信感を与えることはないか | • 自主的に定める審査基準に従って運用する |

¹⁰ 画像やロゴ、テキスト等、広告として表示される制作物全般を指す。

※1 委託管理基準（再掲）

適切にデータ管理を行いうる事業者を選定し、次のとおり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
- 目的達成後の視聴者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
- 提供を受けたデータの複製の禁止（利用目的の達成のために複製することは除く）
- 目的外利用の禁止（クリエイティブから属性等を推知する等）

※2 個人情報の容易照合性クリアランス基準（再掲）

以下の項目において、個人情報と視聴者非特定視聴履歴は、別々の取扱部門が独自に取得したものであることを前提とする。

- 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、視聴者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、個人情報と視聴者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
- 視聴者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

<リマーケティング（広告等）>

【方式 a：テレビのデータ放送画面でリマーケティング（広告等）を実施する場合】

a) 概要

- ・ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴及び Web 閲覧データ、DMP 事業者から提供される DMP 提供データをもとに、放送局が抽出済み放送局の識別 ID を作成し、その識別 ID に基づき、一定の番組や CM を見た一定の属性の視聴者へ、関連する商品・サービス・企業等の広告を直接テレビのデータ放送画面に配信する。なお、Web 端末に配信する場合と異なり、DSP や SSP、アドサーバーは介在しない。

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 |
|---------------|--|--|--|
| 視聴者非特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 放送局の識別 ID ・ IP アドレス ・ 視聴時刻 ・ 郵便番号 | 視聴者が番組を視聴することにより取得 | Web 閲覧データ、DMP 提供データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| Web 閲覧データ | <ul style="list-style-type: none"> ・ 放送局の識別 ID (cookieID) ・ 広告用 ID (aaaid・idfa) ・ IP アドレス ・ 動画視聴データ ・ Web アクセスデータ | 視聴者が、放送局が運営する Web サービスにアクセスすることにより取得 | 視聴者非特定視聴履歴、DMP 提供データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| DMP 提供データ | <ul style="list-style-type: none"> ・ IP アドレス ・ 広告用 ID (cookieID・aaaid・idfa) ・ プロファイル推定情報 (性別、年齢、居住都道府県、興味関心) | DMP 事業者が、提携する事業者から取得 | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| 抽出済み放送局の識別 ID | <ul style="list-style-type: none"> ・ 一定の番組を見た一定の属性の人の放送局の識別 ID | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データを統合・分析して作成する | なし |

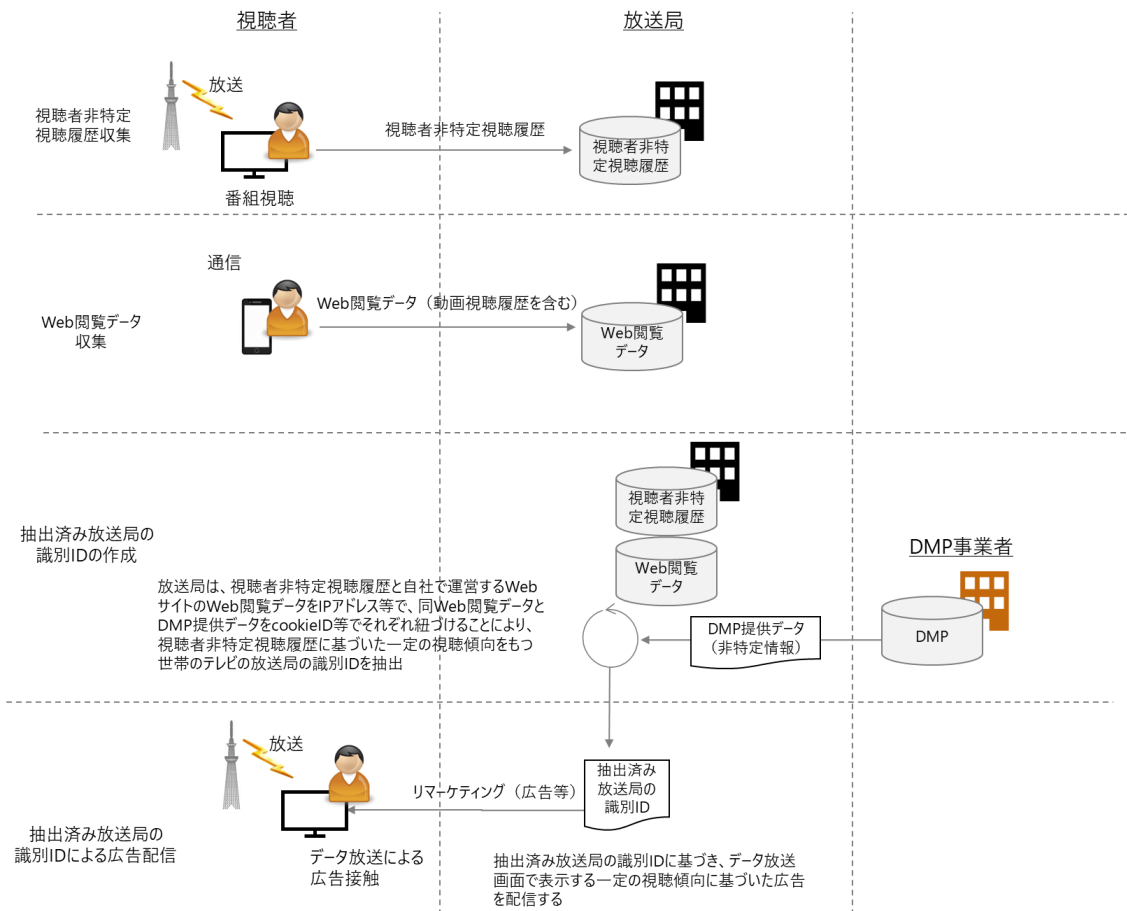
c) パーソナルデータの利用目的

- ・ 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データをもとに作成した抽出済み放送局の識別 ID への広告配信や、他社情報の告知（リコールの告知等）

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 |
|-----------------------------|---|---|
| 視聴者非特定視聴履歴取得 Web 閲覧データ取得 | <p>✓ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ（動画視聴データを含む）に個人情報または個人情報と容易に照合できる情報が含まれていないか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない |
| | <p>✓ 放送局では、視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データが、個人情報と容易に照合されることのないよう管理されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 視聴者非特定視聴履歴と Web 閲覧データが個人情報と容易に照合されることのないように、「個人情報の容易照合性クリアランス基準*2」を適用した管理を行う |
| | <p>✓ オプトアウト、消去は適切に運用されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 視聴データの取得を視聴者が停止できる手段を提供する • オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <p>✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わるようになっているか（特に、クロスデバイスでターゲティングすることについて）</p> | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にてクロスデバイスでターゲティングすることも含めて明示する |
| | <p>✓ 利用目的や提供範囲の変更が視聴者に適切に伝わるようになっているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシー又は利用規約の上部に、変更履歴を明示する |
| | <p>✓ 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</p> | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にて、オプトアウト可能な範囲も含めて明示する |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|------------------------------|--|--|
| | <p>ているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 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 |
| | <p>✓ データの保存期間は明示されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまたは利用規約にて明示する（やむを得ず暫定的に保存期間を無期限とする場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <p>✓ 問い合わせ先は明示されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 問い合わせ先を明示する |
| <p>抽出済み放送局の 識別 ID 作成</p> | <p>✓ DMP 提供データは、特定の個人を識別できない情報となっているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> DMP 提供データに個人情報が含まれている場合、提供を受けない |
| | <p>✓ 紐付けテーブルについて、オプトアウトや消去が適切に運用されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、消去しないことを利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <p>✓ 放送局内で作成されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 放送局内で抽出済み放送局の識別 ID を作成する（外部に作成を委託する場合は、「委託管理基準^{※1}」を適用する。委託先が視聴者非特定視聴履歴と個人情報の両方を取り扱う場合は、上乘せで「個人情報の容易照合性クリアランス基準^{※2}」 |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|-----------------------|--|---|
| | | を適用する) |
| | ✓ 要配慮個人情報の推知につながることはないか | <ul style="list-style-type: none"> 要配慮個人情報の推知につながる分析をして放送局の識別 ID を抽出しない |
| | ✓ 適切な DMP 事業者が選定・監督されているか（特に、DMP 提供データは適切に取得されているか） | <ul style="list-style-type: none"> 「委託管理基準^{*1}」を適用する。 |
| 抽出済み放送局の識別 ID による広告配信 | ✓ 抽出済み放送局の識別 ID から特定の個人を識別されることはないか | <ul style="list-style-type: none"> 抽出済み放送局の識別 ID を、同じ属性を持つレコードが一定数以上になるように加工処理することで、特定個人の識別リスクを低減する |
| | ✓ 配信する広告は視聴者に不信感を与えることはないか | <ul style="list-style-type: none"> 自主的に定める考査基準に従って運用する |
| | ✓ 視聴者が広告を見た際に、その広告が視聴者非特定視聴履歴をもとに配信されている広告であることや、オプトアウトの手段を知ることができるか | <ul style="list-style-type: none"> 視聴者非特定視聴履歴を利用した広告であること、並びに視聴者非特定視聴履歴の取得及び視聴者非特定視聴履歴をもとに配信された広告の表示を停止するオプトアウト方法を、広告が表示されているデータ放送上で視聴者が理解しやすいように案内する等の手段を提供する |

※1 委託管理基準（再掲）

適切にデータ管理を行いうる事業者を選定し、次のとおり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
- 目的達成後の視聴者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
- 提供を受けたデータの複製の禁止（利用目的の達成のために複製することは除く）
- 目的外利用の禁止（クリエイティブから属性等を推知する等）

※2 個人情報の容易照合性クリアランス基準（再掲）

以下の項目において、個人情報と視聴者非特定視聴履歴は、別々の取扱部門が独自に取得したものであることを前提とする。

- 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、視聴者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、個人情報と視聴者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
- 視聴者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

【方式 b：視聴者がリマーケティングについて認知できるように、告知が十分表示されたと考えられる受像機 ID に限定して、リマーケティング（広告等）を実施する場合（以下では、告知が十分表示されたと考えられるケースとして、告知が複数回表示されたと考えられる受像機 ID に限定して、リマーケティング（広告等）を実施する場合を取り上げる）】

a) 概要

- 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴及び Web 閲覧データ、DMP 事業者から提供される DMP 提供データをもとに、放送局が複数回告知視聴済みとして記録された広告用 ID のみを対象として抽出済み広告用 ID を作成し、その広告用 ID を DSP 事業者に業務委託のもとで提供する。その後 DSP 事業者から視聴者の Web 端末（スマートフォン、PC 等）へ、一定の番組や CM を見た一定の属性の視聴者へ、関連する商品・サービス・企業等の広告を配信する。

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 |
|------------|---|--|--|
| 視聴者非特定視聴履歴 | <ul style="list-style-type: none"> 放送局の識別 ID IP アドレス 視聴時刻 郵便番号 | 視聴者が番組を視聴することにより取得 | Web 閲覧データ、DMP 提供データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| 告知視聴状態 | <ul style="list-style-type: none"> 告知視聴済みフラグ | 視聴者が告知を視聴することにより取得 | 複数回告知視聴済みとして記録された広告用 ID のみを抽出する |
| Web 閲覧データ | <ul style="list-style-type: none"> 放送局の識別 ID (cookieID) 広告用 ID (aaid・idfa) IP アドレス 動画視聴データ Web アクセスデータ | 視聴者が、放送局が運営する Web サービスにアクセスすることにより取得 | 視聴者非特定視聴履歴、DMP 提供データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| DMP 提供データ | <ul style="list-style-type: none"> IP アドレス 広告用 ID (cookieID・aaid・idfa) プロフィール推定情報 (性別、年齢、居住都道府県、興味関心) | DMP 事業者が、提携する事業者から取得 | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データと統合し、抽出済み放送局の識別 ID を作成する |
| 抽出済み広告用 ID | <ul style="list-style-type: none"> 一定の番組を見た一定の属性の人の放送局の識別 ID (cookieID・aaid・idfa) | 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データを統合・分析して作成 | なし |

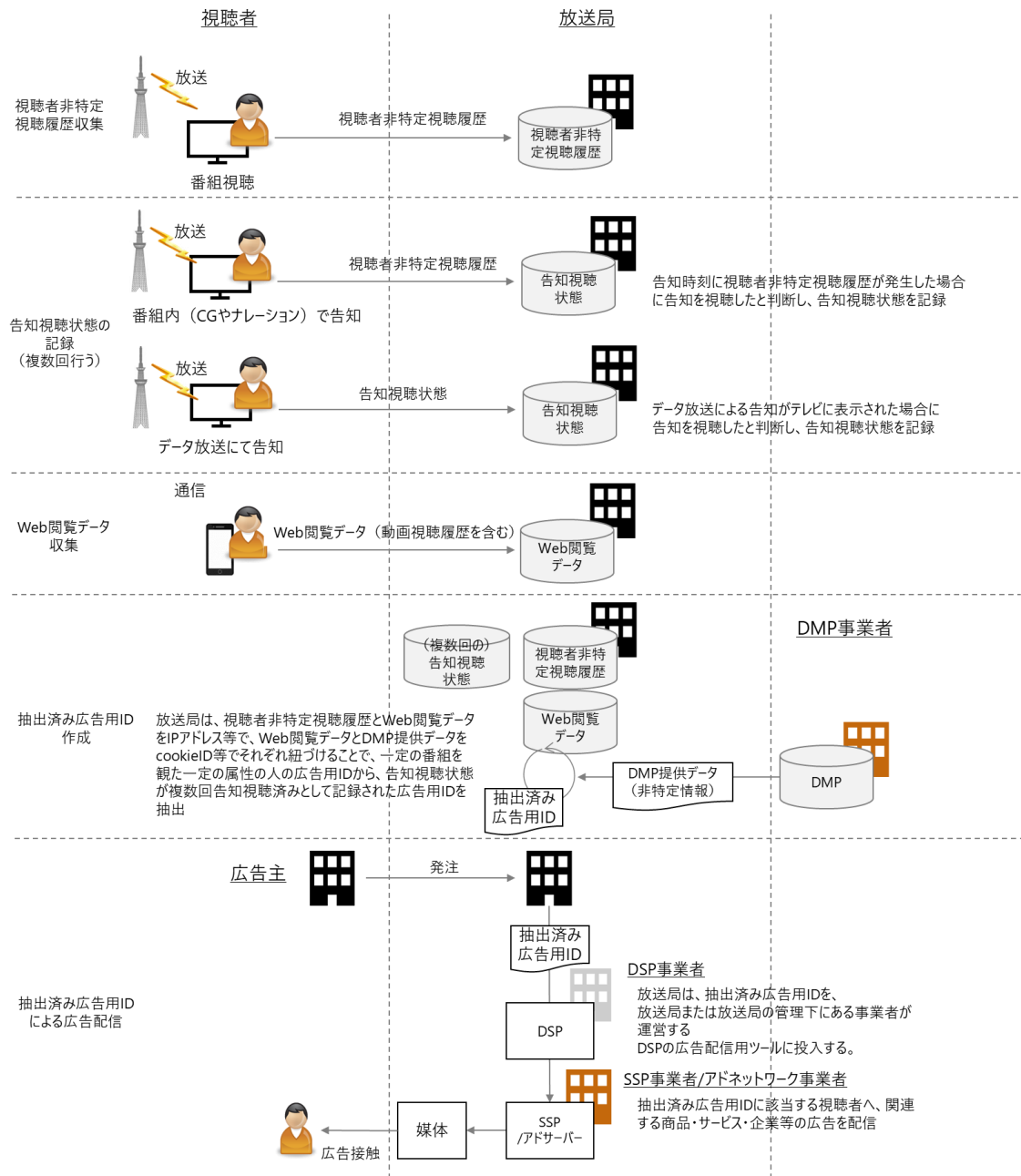
c) パーソナルデータの利用目的

- ・ 視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ、DMP 提供データをもとに作成した抽出済み広告用 ID への広告配信や、他社情報の告知（リコールの告知等）

d) パーソナルデータを提供する外部事業者

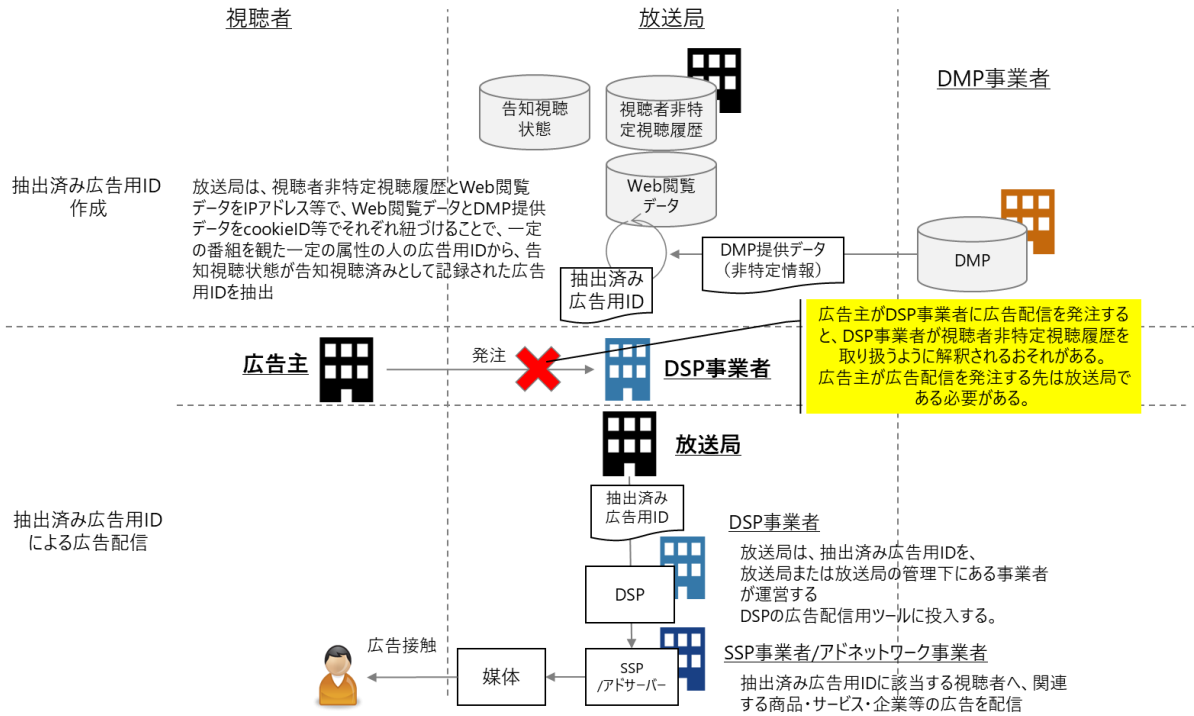
- ・ DSP 事業者、SSP 事業者、アドネットワーク事業者（抽出済み広告用 ID とクリエイティブを業務委託のもとで提供する。）

e) データ取扱いの流れ



※適切でない事例

「抽出済み広告用IDによる広告配信」の段階で、広告主がDSP事業者に広告配信を発注すると、DSP事業者が視聴者非特定視聴履歴を取り扱うように解釈されるおそれがある。リマーケティング（広告等）において視聴者非特定視聴履歴の取扱い主体は放送局でなければならないため、広告主が広告配信を発注する先は放送局である必要がある。



f) 留意点と対応

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|-----------------------------|---|---|
| 視聴者非特定視聴履歴取得 Web 閲覧データ取得 | <p>✓ 放送局が取得する視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データ（動画視聴データを含む）に個人情報または個人情報と容易に照合できる情報が含まれていないか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 個人情報または個人情報と容易に照合できるデータを含まない |
| | <p>✓ 放送局では、視聴者非特定視聴履歴、Web 閲覧データが、個人情報と容易に照合されることのないよう管理されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 視聴者非特定視聴履歴と Web 閲覧データが個人情報と容易に照合されることのないように、「個人情報の容易照合性クリアランス基準*2」を適用した管理を行う |
| | <p>✓ オプトアウト、消去は適切に運用されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 視聴データの取得を視聴者が停止できる手段を提供する • オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <p>✓ 取得するデータの利用目的が適切に伝わるようになっているか（特に、クロスデバイスでターゲティングすることについて）</p> | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にてクロスデバイスでターゲティングすることも含めて明示する |
| | <p>✓ 利用目的や提供範囲の変更が視聴者に適切に伝わるようになっているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシー又は利用規約の上部に、変更履歴を明示する |
| | <p>✓ 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</p> | <ul style="list-style-type: none"> • プライバシーポリシーまたは利用規約にて、オプトアウト可能な範囲も含めて明示する |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|----------------------|--|---|
| | <p>ているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 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 |
| | <p>✓ データの保存期間は明示されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> プライバシーポリシーまたは利用規約にて明示する（やむを得ず暫定的に保存期間を無期限とする場合は、利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <p>✓ 問い合わせ先は明示されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 問い合わせ先を明示する |
| <p>抽出済み広告用 ID 作成</p> | <p>✓ DMP 提供データは、特定の個人を識別できない情報となっているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> DMP 提供データに個人情報が含まれている場合、提供を受けない |
| | <p>✓ 紐付けテーブルについて、オプトアウトや消去が適切に運用されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> オプトアウト時に過去に取得したデータを消去する（やむを得ず暫定的に消去せず取り扱う場合は、消去しないことを利用者に明示したうえで、定期的に管理状況を確認し、データを取得した際の元々の利用目的との関係で必要がなくなったときは速やかに消去する） |
| | <p>✓ 放送局内で作成されているか</p> | <ul style="list-style-type: none"> 放送局内で抽出済み広告用 ID を作成する（外部に作成を委託する場合は、「委託管理基準^{※1}」を適用する。委託先が視聴者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 |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|--------------------|--|---|
| | | 用する) |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 要配慮個人情報の推知につながることはないか | <ul style="list-style-type: none"> • 要配慮個人情報の推知につながるうる分析をして放送局の識別 ID を抽出しない |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 適切な DMP 事業者が選定・監督されているか（特に、DMP 提供データは適切に取得されているか） | <ul style="list-style-type: none"> • 「委託管理基準^{※1}」を適用する。 |
| 抽出済み広告用 ID による広告配信 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 抽出済み広告用 ID から特定の個人を識別されることはないか | <ul style="list-style-type: none"> • 抽出済み広告用 ID を、同じ属性を持つレコードが一定数以上になるように加工処理することで、特定個人の識別リスクを低減する |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ DSP、SSP、アドサーバーを運営する事業者は、個人情報と照合することがないように、適切に選定・管理されているか | <ul style="list-style-type: none"> • DSP、SSP、アドサーバーは放送局または放送局の管理下にある事業者が運営するサービスに限定する（放送局の管理下にある事業者とは、放送局が資金面、人事面で強い影響を持つ等して、データの取扱い状況を適切に監督できる事業者をいう） • 上記サービスを運営する DSP 事業者に委託する際に、「委託管理基準^{※1}」を適用する • 委託先が視聴者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 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ DSP 事業者に委託のもとで提供するデータに含まれる、視聴者の属性を推知し | <ul style="list-style-type: none"> • 提供するデータは、視聴者の属性が含まれない抽出済み広告用 ID とクリエイティブの |

| ステップ | 留意点 | 対応 |
|------|--|--|
| | うる情報が最低限となっているか | みとする。広告用 ID の抽出条件は DSP 事業者へは提供しない。クリエイティブは番組等に限る |
| | ✓ 広告配信後に、抽出済み広告用 ID とクリエイティブが消去されているか | • 「委託先管理基準 ^{*1} 」を適用する |
| | ✓ DSP 事業者に委託のもとで提供した抽出済み広告用 ID とクリエイティブが指定した広告配信以外の目的に利用されたり、再提供されたりしないか | • 「委託先管理基準 ^{*1} 」を適用する |
| | ✓ 広告の内容や配信先の媒体が安心・安全なものとなっているか | • 配信先を放送局または放送局の管理下にある事業者が運営する媒体、または放送局のアドサーバーから広告配信可能な媒体のみとし、広告の内容も安心・安全なものに限定して運用する |
| | ✓ 配信する広告は視聴者に不快感を与えることはないか | • 自主的に定める審査基準に従って運用する |
| | ✓ 視聴者が広告を見た際に、その広告が視聴者非特定視聴履歴をもとに配信されている広告であることや、オプトアウトの手段を知ることができるか | • 視聴者非特定視聴履歴を利用した広告であること、並びに視聴者非特定視聴履歴の取得及び視聴者非特定視聴履歴をもとに配信された広告の表示を停止するオプトアウト方法を、インターネット上の広告または配信媒体上で視聴者が理解しやすいように案内する等の手段を提供する |

※1 委託管理基準（再掲）

適切にデータ管理を行いうる事業者を選定し、次のとおり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
- 目的達成後の視聴者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
- 提供を受けたデータの複製の禁止（利用目的の達成のために複製することは除く）
- 目的外利用の禁止（クリエイティブから属性等を推知する等）

※2 個人情報の容易照合性クリアランス基準（再掲）

以下の項目において、個人情報と視聴者非特定視聴履歴は、別々の取扱部門が独自に取得したものであることを前提とする。

- 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、視聴者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、個人情報と視聴者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
- 視聴者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

別添5. 周知告知の類型

(2022年度時点での参考資料)

視聴者の理解促進のための対応として、下記の周知告知の類型が考えられる。

| | 類型 | 概要 |
|------|---------------|---|
| 自社媒体 | ホームページ/ウェブサイト | <ul style="list-style-type: none">データ収集に関する説明文の掲載動画コンテンツの埋め込み |
| | 番組・PRスポット | <ul style="list-style-type: none">番組内での説明PRスポットの放送 |
| | データ放送画面 | <ul style="list-style-type: none">データ収集の概要説明データ収集のステータス表示オプトアウトボタンの設置 |
| 他社媒体 | EPG（電子番組ガイド） | <ul style="list-style-type: none">データ収集に関する広告の掲出 |
| | 新聞・雑誌 | <ul style="list-style-type: none">一般紙、専門紙等へリリース |
| | ウェブメディア | <ul style="list-style-type: none">SNSの放送事業者公式アカウントによる発信SNSへの広告の掲出TVer上にある自局の広告枠での説明 |

別添 6. 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。 |
| SSP (Supply-Side Platform) | サプライ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、媒体社が広告在庫（広告枠）の販売の効率化や収益の最大化を図るための機能。広告枠、価格、希望広告主の業種などの条件を設定し、複数の DSP などの単価を比較したうえで取引を行い、広告収益を最大化できる広告を自動的に選択するサービスを提供する。 |
| アドサーバー | 配信する広告の掲載面や広告の選択等をコントロールする機能のこと。 |
| 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。 |
| クリエイティブ | 画像やロゴ、テキスト等、広告として表示される制作物全般を指す。 |

| 用語 | 用語解説 |
|------------------|---|
| クロスデバイス | 異なる種類の端末から取得するデータを、紐付けて利用すること。 本プラクティス上は、視聴者非特定視聴履歴を、Web 端末から取得するデータと紐付けること、および、紐づけたデータをテレビや複数の端末に対してリコメンドやリマーケティング等に用いることについて記載している。 |
| 広告用 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 や、ブラウザごとに付番される Cookie ID を指す。 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取得された情報等、個人情報を含む個人と関係性が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。 |
| 不揮発性メモリー (NVRAM) | データ放送コンテンツから読み書きを行うことができる受信機内部のメモリー。受信機の電源が OFF されても書き込まれた情報は消えない。 アクセス制御レベルの異なる以下の領域が存在する。 ・放送事業者共通領域：放送事業者が共通にアクセス可能 ・放送事業者専用領域：放送事業者毎に専用アクセス可能 ・系列専用領域：同一の系列局毎に専用アクセス可能 |
| ブランドリフト調査 | CM 等のブランディング広告を見た人の、そのブランドに対する認知度、好感度、購買意欲等が上昇したかどうかをアンケート等で測る調査。 |
| 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。 |
| リマーケティング | 過去に商品・サービスに接触したユーザーに再度アプロー |

| 用語 | 用語解説 |
|-------|---|
| | <p>チするための方法。本プラクティスでは、一定の番組やCMを見た一定の属性の視聴者へ、関連する商品・サービス・企業等の広告を配信することを指す。</p> |
| ローデータ | <p>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。</p> |

別添7.「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 |
| 森 亮二 | 英知法律事務所 弁護士 |
| 牧田 潤一郎 | 原後綜合法律事務所 弁護士 |
| 植原 啓介 | 慶應義塾大学 環境情報学部 教授 |
| 長田 三紀 | 情報通信消費者ネットワーク |

在京5社視聴データ利活用検討会 協議会 WG

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

朝日放送テレビ（株）

（株）CBC テレビ

（株）BS 日本

（株）TVer

JCOM（株）

スカパーJSAT（株）

日本放送協会

（株）WOWOW

TVS REGZA（株）

パナソニックエンターテインメント&コミュニケーション（株）

ソニー（株）

ソニーマーケティング(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)日本新聞協会

(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

| フェーズ | 回 | 開催日 | 議題 |
|------|-----|------------|---|
| 1 | 第1回 | 平成30年5月25日 | <ul style="list-style-type: none">検討の概要国内外におけるパーソナルデータの活用動向放送局の視聴データへの取り組み |
| | 第2回 | 平成30年6月7日 | <ul style="list-style-type: none">追加事例の紹介TV メーカー、有料放送事業者の視聴データへの取り組み非特定視聴履歴の取扱いのあり方 |
| | 第3回 | 平成30年6月28日 | <ul style="list-style-type: none">キー局/TV メーカー/有料放送事業者の共通点、相違点の整理非特定視聴履歴の取扱いのあり方に関するアンケート集計結果非特定視聴履歴の取扱いのあり方 |
| | 第4回 | 平成30年7月12日 | <ul style="list-style-type: none">第3回会議における論点への各社ご意見の振り返り非特定視聴履歴の取扱いのあり方(中間整理) |

| フェーズ | 回 | 開催日 | 議題 |
|------|-----|-------------|---|
| 2 | 第1回 | 平成30年12月18日 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 |
| 3 | 第1回 | 令和元年7月1日 | <ul style="list-style-type: none"> 個人情報保護法3年ごと見直しの動向 データ利活用に関する国内動向 検討テーマと論点 |
| | 第2回 | 令和元年7月24日 | <ul style="list-style-type: none"> クロスデバイストラッキングに関するルール事例の紹介 民放5社 視聴データへの取り組みの背景・目的 各検討項目の対応の方向性 |
| | 第3回 | 令和元年8月22日 | <ul style="list-style-type: none"> プラクティス改定骨子案 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の留意点 普及啓発について |
| | 第4回 | 令和元年9月10日 | <ul style="list-style-type: none"> プラクティス改定骨子案 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合の留意点 共通IDの運用方式 本フェーズの到達点と今後の進め方 |

| フェーズ | 回 | 開催日 | 議題 |
|------|-----|-----------|--|
| 4 | 第1回 | 令和2年1月15日 | <ul style="list-style-type: none"> 検討テーマと論点 パーソナルデータの取扱いに関する動向・個人情報保護法改正の動向 2019年度実証実験の概要 告知及びオプトアウトの具体的な方法・視聴者理解促進のための普及啓発 共通IDの運用方式（視聴データ収集・集約について） |
| | 第2回 | 令和2年2月14日 | <ul style="list-style-type: none"> 告知及びオプトアウトの具体的な方法・視聴者理解促進のための普及啓発 リマーケティング（広告等）に用いる場合のプラクティス 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合のプラクティス プラクティス ver2.0 骨子案 |
| 5 | 第1回 | 令和2年5月28日 | <ul style="list-style-type: none"> 検討項目と進め方 プラクティス改定版 骨子案 告知及びオプトアウトの具体的な方法・視聴者理解促進のための普及啓発 |
| | 第2回 | 令和2年6月26日 | <ul style="list-style-type: none"> プラクティス ver2.0（案） |
| 6 | 第1回 | 令和2年12月3日 | <ul style="list-style-type: none"> 検討テーマと論点 在名局実証実験の概要 クロスデバイスで非特定視聴履歴を利用するプラクティス 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合のプラクティス リマーケティング（広告等） |
| | 第2回 | 令和3年2月4日 | <ul style="list-style-type: none"> 個人情報と非特定視聴履歴を両方取り扱う場合のプラクティス リマーケティング（広告等） 共同で利用するための対応 在名局実証実験の経過報告 |

| フェーズ | 回 | 開催日 | 議題 |
|------|-----|-----------|--|
| | 第3回 | 令和3年3月11日 | <ul style="list-style-type: none"> 在名局実証実験の結果報告 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 (ver.2.1) 「テレビ視聴データに関する共同実証実験」について |
| 7 | 第1回 | 令和4年10月7日 | <ul style="list-style-type: none"> プラクティス改定方針 プラクティス ver2.2 骨子案 |
| | 第2回 | 令和5年1月25日 | <ul style="list-style-type: none"> プラクティス ver2.2 骨子案 オプトアウト型視聴者非特定視聴履歴の周知告知の在り方に関する検討 |
| | 第3回 | 令和5年3月6日 | <ul style="list-style-type: none"> プラクティス ver2.2 (案) オプトアウト型視聴者非特定視聴履歴の周知告知の在り方および来年度以降の協議会の運営方針に関する検討 |