別紙１

利用者情報ワーキンググループ

第２次報告書

利用者情報に係る外部送信規律の遵守に係る方策について

ICT サービスの利用環境の整備に関する研究会

利用者情報に関するワーキンググループ

令和８年 11 月４日

目次

はじめに 1
第１章　外部送信規律に係る現状と課題 2
１　検討の背景 2
２　外部送信規律の遵守の状況 2
（１）外部送信規律の概要と目的 2
（２）外部送信規律の遵守状況 3
３　利用者の意識 5
４　外部送信に係る技術動向 8
（１）サードパーティ Cookie 等への対策 8
（２）新たな技術による利用者情報の送信・収集 9
（３）利用者情報保護に向けた技術動向 11
５　諸外国における制度動向 13
（１）米国 13
（２）欧州（ＥＵ、英国） 13
第２章　ウェブサイト運営者による外部送信規律の遵守に向けた方策 16
１　目指すべき方向性 16
２　法令遵守を確保するための方策 17
（１）「雛形」の策定 17
（２）遵守状況の定期調査 17
（３）業界団体等との連携 18
３　法令から一歩進んだベストプラクティス 19
（１）利用者関与の在り方 19
（２）望ましい方策 19
４　外部送信規律が適用されないウェブサイト等について 22
５　外部サービス提供者（サードパーティ）との連携 23
第３章　外部送信規律の遵守方策の提示の在り方 25
１　効果的な提示方法の考察 25
２　「手引き」の内容と実践 26
（１）目指すべき方向性 26
（２）盛り込むべき内容と形式 26
（３）手引きの策定 27
（４）規律対象事業者等への周知と実践 27
第４章　利用者の理解度向上に向けた方策 29
１　外部送信規律の実効性確保と利用者意識の醸成 29
２　その他の取組 29
第５章　今後の検討事項 31

【別添】ウェブサイト等における利用者情報の外部送信に係る法令遵守事項及び望ましい対応事項（手引き）

はじめに

本ワーキンググループでは、令和６年３月から電気通信サービスにおける利用者情報の取扱いについて、スマートフォン、とりわけアプリケーションを中心とした議論を行ってきたところであるが、令和７年 12 月から、ウェブサイト上で取り扱われている利用者情報の外部送信や収集・活用について焦点を当てた議論を行うこととした。

令和４年の電気通信事業法の改正においては、安心・安全で信頼できる通信サービス及びネットワークの確保の一環として電気通信事業者が利用者に関する情報を第三者に送信させようとする場合に、利用者に確認の機会を付与する、いわゆる「外部送信規律」が導入されたところであるが、外部送信規律の導入から３年が経過した中で、その遵守状況に課題がある旨の指摘があったことに伴い、必要となる取組や今後の課題について検討を行った。

本取りまとめ案は、これまでの検討内容を明らかにした上で、利用者がウェブサイト及びアプリケーション（以下「ウェブサイト等」という。）を安心して利用できる環境整備を推進していくため、外部送信規律が適切に遵守され、更なる取組として、利用者が自身の情報管理に関与できる仕組みが構築されていくよう、事業者側の取組を促すための方策を提示するとともに、総務省において取り組むべき事項について中長期的な課題も含めた提言を行うものである。

第１章　外部送信規律に係る現状と課題

１　検討の背景

令和６年 12 月から令和７年６月までの本ワーキンググループの議論において、スマートフォンアプリケーションによる利用者情報の取扱いに係るベストプラクティスを取りまとめた「スマートフォン・プライバシー・セキュリティ・イニシアティブ」（以下「SPSI」という。）について、青少年保護の観点による見直しとともに、ウェブサイトやアプリケーションによる利用者情報の外部送信について SPSI の対象にするべきではないか、という点が論点となった。

これを受け、令和７年９月に取りまとめられた「ICT サービスの利用を巡る諸問題に対する利用環境整備に関する報告書」[1]では、「外部送信を含むウェブサイトの課題について、ウェブサイト運営者に対してどのような形でベストプラクティスを確保していくか、今後の課題として、SPSI との関係も含めて、速やかに検討を行うことが適当」とされ、令和７年 12 月から本ワーキンググループで検討を行ったものである。

本検討に当たっては、まずは現行の外部送信規律が遵守されているかを把握した上で、ベストプラクティスを検討することとした。

２　外部送信規律の遵守の状況

（１）外部送信規律の概要と目的

電気通信事業法第 27 条の 12 で定める外部送信規律は、総務省令[2]で指定する電気通信役務をウェブサイトやアプリケーション等で提供し、利用者の端末（PC やスマートフォン、タブレット端末）に保存されている利用者に関する情報を、広告配信や利用者の行動分析、利便性向上等のために活用することを目的として、当該利用者以外の者の電気通信設備（web サーバー等）へ送信している電気通信事業者及び第３号事業[3]を運営する事業者に対して、外部送信する利用者情報、当該情報の利用目的、送信先等について、利用者に対して「通知」又は「公表」、「同意取得」、「オプトアウト[4]手段の提供」の

---

[1] https://www.soumu.go.jp/main_content/001030612.pdf

[2] 電気通信事業法施行規則第 22 条の２の 27

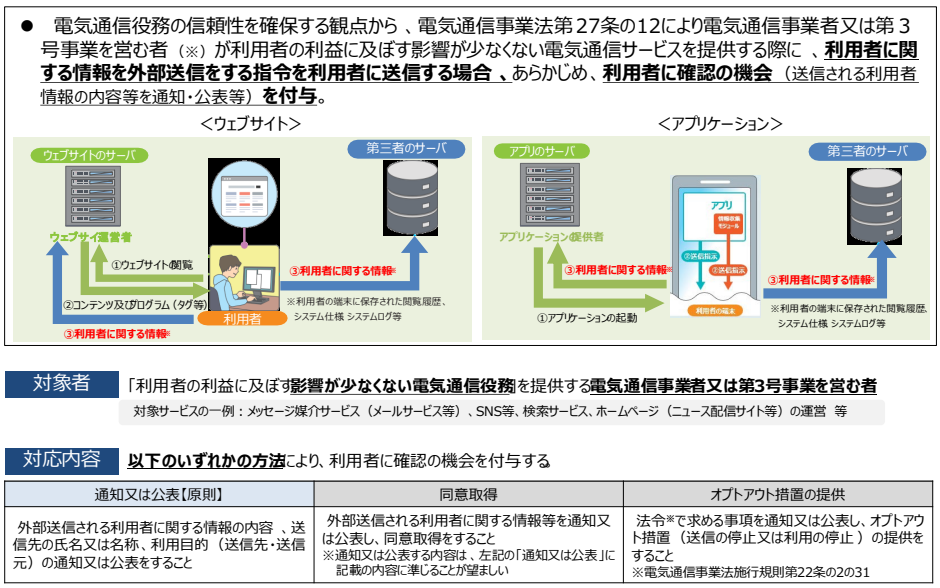
[3] 電気通信事業法第 164 条第１項第３号に規定する電気通信事業をいう。

[4] 利用者の意思により情報の送信又は利用の停止を事後的に行えるようにするための措置。

いずれかの対応を義務付ける規制であり、通知又は公表が最低限求められる（図表１参照）。

本規律は、利用者の情報が外部送信されていることについて、利用者に対して適切な確認の機会等を提供することで、安心して電気通信役務を利用できる環境を確保し、電気通信に対する信頼性を損ねないようにすることを目的として、令和４年の電気通信事業法の改正により導入されたものである。

＜図表１＞外部送信規律の概要



対象者　「利用者の利益に及ぼす**影響が少なくない電気通信役務**を提供する**電気通信事業者又は第3号事業を営む者**

対象サービスの一例：メッセージ媒介サービス（メールサービス等）、SNS等、検索サービス、ホームページ（ニュース配信サイト等）の運営 等

対応内容　**以下のいずれかの方法**により、利用者に確認の機会を付与する

通知又は公表【原則】	同意取得	オプトアウト措置の提供
外部送信される利用者に関する情報の内容、送信先の氏名又は名称、利用目的（送信先・送信元）の通知又は公表をすること	外部送信される利用者に関する情報等を通知又は公表し、同意取得をすること ※通知又は公表する内容は、左記の「通知又は公表」に記載の内容に準じることが望ましい	法令※で求める事項を通知又は公表し、オプトアウト措置（送信の停止又は利用の停止）の提供をすること ※電気通信事業法施行規則第22条の2の31

（出所）総務省資料

（２）外部送信規律の遵守状況

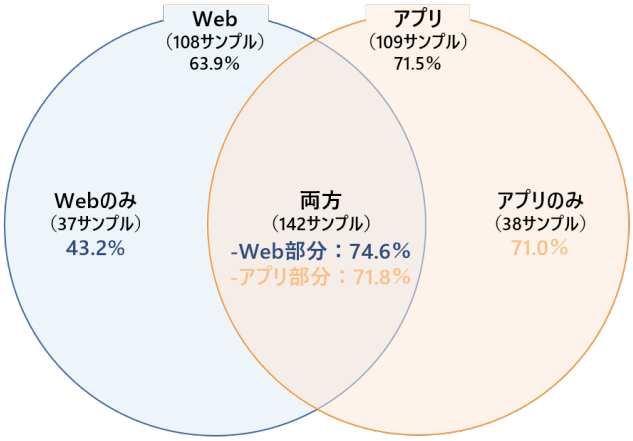
令和７年 12 月に実施した総務省委託調査[5]によれば、ウェブサイトはモバイル端末用アプリケーションと比較して外部送信規律を十分に遵守できていない傾向にあり、特に、アプリケーションによるサービス提供を行っていないウェブサイトでは、遵守率は 43.2%と低い状況にある（図表２、３参照）。

この状況を踏まえると、外部送信規律の対象となるウェブサイト運営者に対して、法令遵守を求めていくことが要される状況にある。

[5] 第 34 回会合（令和７年 12 月 24 日開催）資料 34－２参照。外部送信規律の対象となる電気通信事業者及び第３号事業者が運営するウェブサイトであって、アクセス数が多いウェブサイト、スマートフォン用アプリケーションを抽出して調査。

＜図表２＞調査結果 総合判定①

外部送信規律の対象サービス（Web・アプリ）の遵守率（n=217）



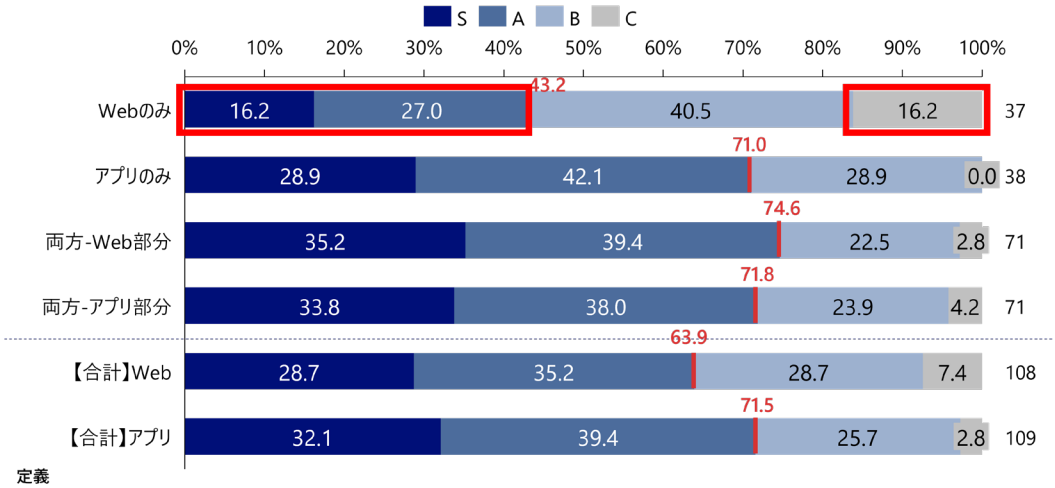
定義

・遵守率：調査対象のうち、項目種別①（法令上の義務として満たす必要がある項目）をすべて満たしているサービスの割合

（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 34 回）資料

＜図表３＞調査結果 総合判定②

総合判定（n=217）



定義

・【合計】Web：「Webのみ」と「両方-Web部分」をまとめた合計、【合計】アプリ：「アプリのみ」と「両方-アプリ部分」をまとめた合計

注：調査結果は、25/12/11時点版

（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 34 回）資料

３　利用者の意識

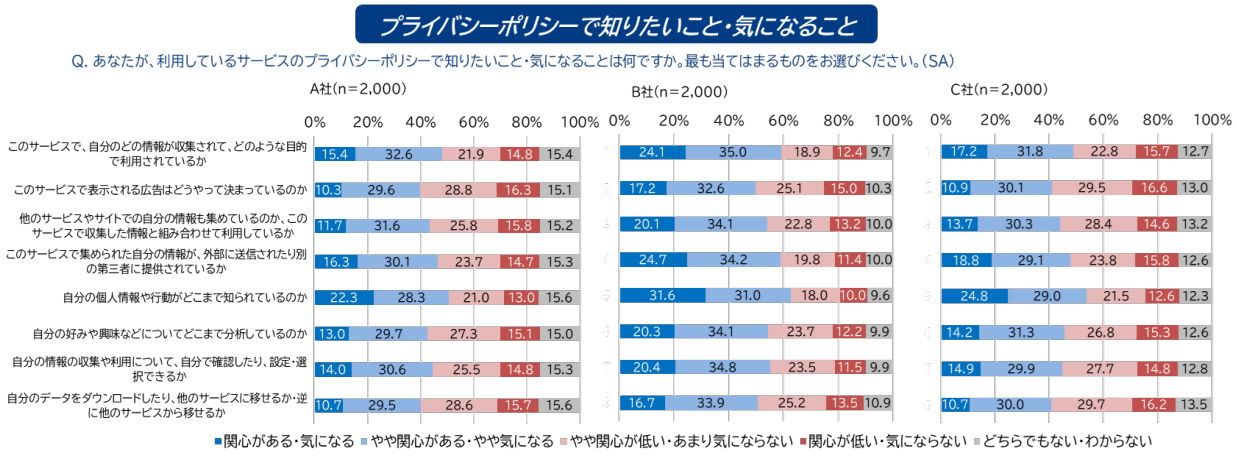
本ワーキンググループの議論において、外部送信規律の適用を受ける事業者側からは、利用者からの反応が乏しく、外部送信に対する利用者側の意識を前提とした対応を行うべきではないかという考え方が示された[6]。

令和７年３月に実施した総務省委託調査[7]では、自身の情報の取扱いについて関心のある利用者は約５割で（図表４参照）、全体の約８割はプライバシーポリシーを流し見程度、あるいは、読んでおらず（図表５参照）、その理由は「読みにくい」、「内容が難しい」が最も多い（約５割）（図表６参照）。

さらに、情報の自己管理について「関心はあるが、難しそうなので何もしない」利用者が最も多い（約４割）等（図表７参照）、説明内容の分かりにくさが利用者の反応の乏しさに一定程度繋がっている可能性がある。

こういった調査結果からも、多くの利用者は外部送信の仕組みを十分に理解していないと考えられ、利用者の意識を検討の前提とすることは適切でなく、むしろ利用者の理解をゴールとして設定し、利用者情報の外部送信に係る対応が行われていくことが適当である。

＜図表４＞　プライバシーポリシーに関する利用者アンケート結果（令和７年度実施）①

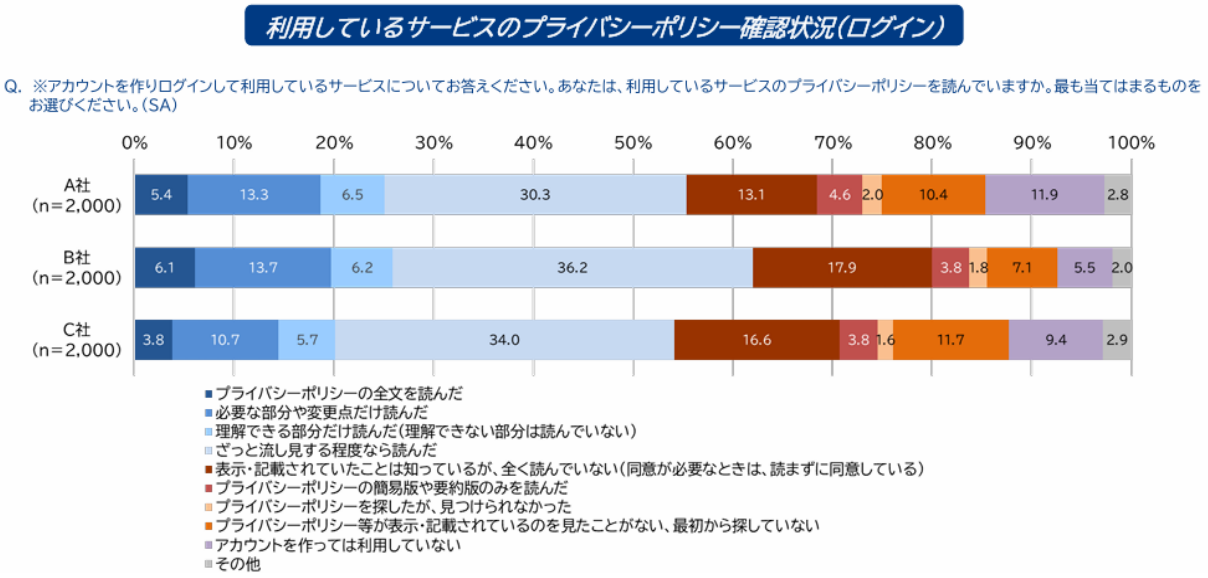


（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 36 回）資料

[6] 第 36 回会合（令和８年３月９日開催）新経済連盟発表資料（資料 36-1）参照。

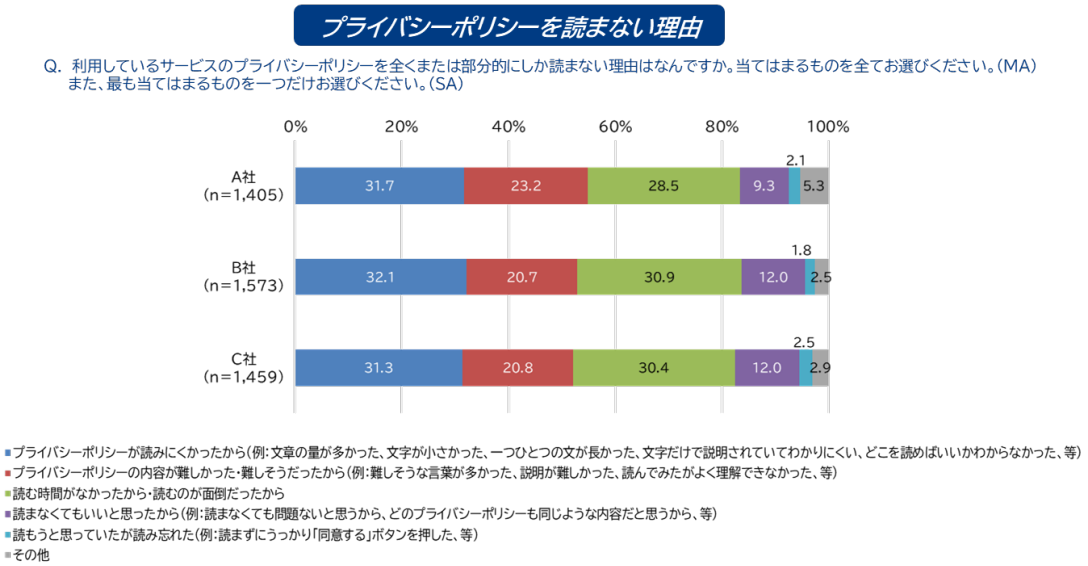
[7] 第 24 回会合（令和７年５月 19 日開催）資料 24-2「プライバシーポリシーに関する利用者アンケート調査結果」参照。

＜図表５＞　プライバシーポリシーに関する利用者アンケート結果（令和７年度実施）②



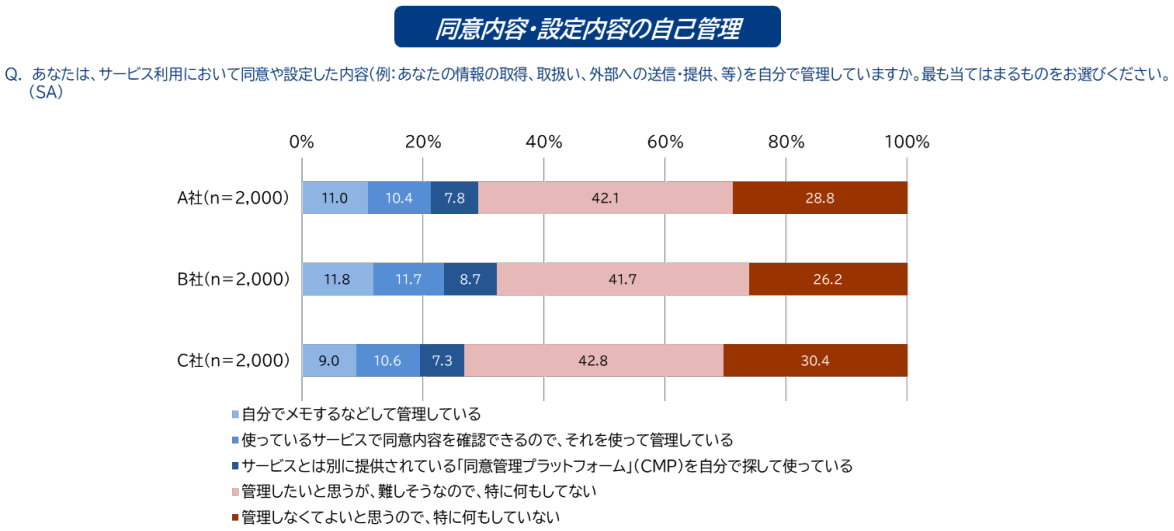
（出所）総務省　利用者情報ワーキンググループ（第 36 回）資料

＜図表６＞　プライバシーポリシーに関する利用者アンケート結果（令和７年度実施）③



（出所）総務省　利用者情報ワーキンググループ（第 36 回）資料

＜図表７＞　プライバシーポリシーに関する利用者アンケート結果
（令和７年度実施）④



（出所）総務省　利用者情報ワーキンググループ（第 36 回）資料

（構成員等の主な意見）[8]

- 外部送信規律に対応しても消費者の反応が薄い、手応えが無いというのが実態。（中略）消費者の認識とニーズを把握した上で、どういう方向で誰に対してベストなのか、それをベストプラクティスとするにはどういったことに気をつければ良いのかを把握するために、実態調査をする必要がある。（新経済連盟㊱）
- 急速な技術革新に伴って消費者の認知や理解が追い付かなくなっているという現状を前提にした上で、消費者に何を求めるべきか、何を意識して貰うのが重要か、認識を合わせる必要があるのではないか。消費者意識のベストプラクティスとは何かというところも考えておく必要がある。（寺田構成員㊳）
- 例えば、何だか分からないが画面が出てきて、クリックしないとこの先に進めないという場合もあって、問題がないから苦情が無いのではなく、理解が進んでいないことも理由としてあるのではないかと思う。（木村構成員㊳）
- 消費者の認識とは入口ではなくゴールである。消費者はまったく認識していないことについてベストプラクティスや規制してほしいとは言わない。外部送信に限らず、テクノロジーが消費者に分からない形で浸透してきており、技術や仕組みが分からなくても、スムーズに利用できている。年齢等に拘わらず、消費者はテクノロジーのことが分からなくなっているという状態に普遍的な脆弱性があり、

[8] 各構成員等の意見に付している丸囲み番号は、ワーキンググループの開催回を示す（以下同）。

そのような時代にあっては、消費者から言われたからやるというような姿勢はおよそ現実的でない。（森構成員㊳）

４　外部送信に係る技術動向

（１）サードパーティ Cookie[9]、[10]への対策

利用者が直接的に閲覧しているウェブサイト等（ファーストパーティ）とは別の第三者（広告配信事業者や解析ツール提供事業者等）が発行するサードパーティ Cookie は、利用者端末に付与されることにより、ウェブサイト横断でのユーザー追跡が可能となり、利用者の行動履歴等が外部送信ツール[11]等を通じて、当該第三者により収集・蓄積されていくことにプライバシー上の課題を有する。

こういった課題に対して、ウェブブラウザ側では、サードパーティ Cookie を完全に遮断又は利用者の選択により遮断する機能が搭載されるようになっている[12]。

また、サードパーティ Cookie を用いない利用者トラッキング技術として、これまで、Local Storage 計測[13]、フィンガープリンティング[14]、URL パラメータ[15]のほか、サーバサイド計測[16]が出現しているが、Apple 社では、これらの技術への対策を講じ、利用者情報の保護を図っている（図表８参照）。

---

[9] Cookie とは、ウェブサイトを閲覧した際に、Web サーバが利用者端末に保存する管理用のファイル。利用者の登録情報等を保存しておくことで、利用者が同じ Web サイトを訪問した場合に、それらのデータを利用できるようにする仕組み。

[10] サードパーティ Cookie とは、閲覧先のウェブサイト（ドメイン）とは異なる第三者（ウェブサイト分析や広告配信を行う事業者等）が発行する Cookie で、ウェブサイトを横断した利用者追跡等に活用される。

[11] ウェブページ上に設置されるタグ（利用者の行動や広告成果等を計測するために埋め込む HTML タグ）やアプリ内に設置される情報収集モジュールなどがある。

[12] Apple 社の Safari、Mozilla 社の Firefox ではブラウザの機能として即時遮断され、Google 社の Chrome 及び Microsoft 社の Edge は利用者側の設定でサードパーティ Cookie を遮断可能。

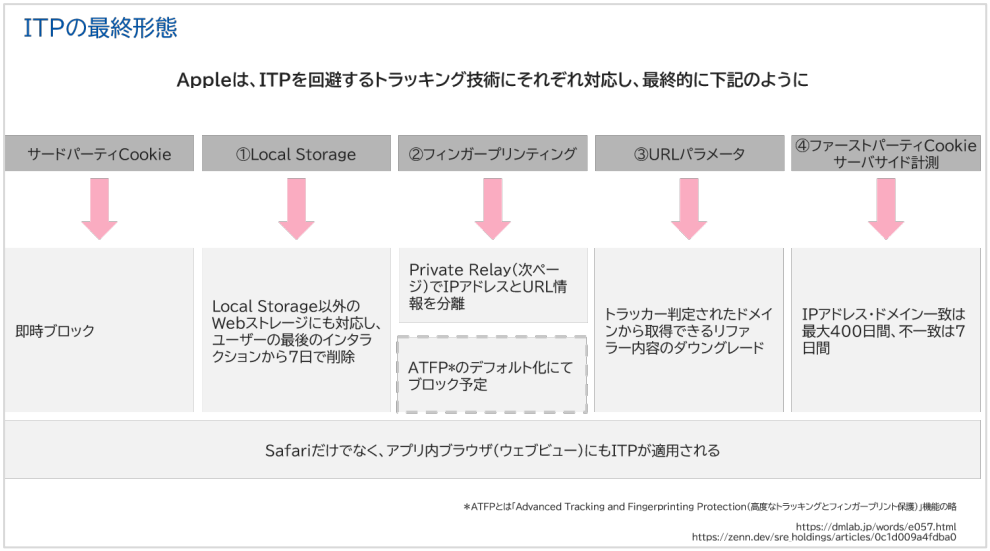
[13] ブラウザや OS のローカル保存領域に、ウェブサイト側が JavaScript で発行した識別子を保存し、ユーザー行動等を計測・分析する技術。サードパーティ事業者による読み込みが可能。

[14] デバイス（ブラウザ）が持つ特徴（ブラウザのバージョン、IP アドレス、UserAgent 等）を統合して利用者識別性を確保する技術で、ウェブサイトを横断したトラッキングが可能になる。

[15] ウェブサイト URL の末尾にユーザーを識別する情報等を追加することで、アクセス解析、広告効果の測定等に活用することが可能になる。

[16] 広告主サーバがファーストパーティ Cookie に書き込んだ利用者情報を計測していく手法。ウェブサイト広告を閲覧した利用者の ID が当該広告主ウェブページの URL パラメータに付され、URL から抽出された ID が広告主サーバへ送信され、同サーバから広告主ウェブサイトのファーストパーティ Cookie に当該利用者 ID を書き込むことで、広告主サーバから計測が可能。

＜図表８＞　Apple 社による Intelligent Tracking Prevention(ITP)の取組



（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 41 回）資料

（２）新たな技術による利用者情報の送信・収集

現在の潮流として、特に広告配信ビジネスにおいては、Google 社の Chrome ブラウザの方針変更 [17]も相まってサードパーティ Cookie は依然として活用されつつ、Apple 社の Safari ブラウザ等においてトラッキングができなくなっていることを補うために、ファーストパーティ側に蓄積されている各種の利用者情報（メールアドレス、電話番号など）を活用、連携させる手法 [18]も広まりを見せており（図表９参照）、それらをよりセキュアに実現するため、広告プラットフォーム等のデータクリーンルーム [19]内で利用者情報や広告効果を分析する仕組みが構築されている（図表 10 参照）。

また、AI 技術の活用により、ターゲット層や広告内容等の最適自動化 [20]、

[17] Google 社は、「Chrome」ブラウザについて、2020 年にサードパーティ Cookie の利用を 2022 年までに廃止し（結果として延期）、代替技術である「Privacy Sandbox」の導入計画を発表した。2024 年 7 月には、サードパーティ Cookie を廃止せず、利用者がウェブブラウジング全体に自身の選択を適用できる仕組みを導入する方針へ転換したが、2025 年 4 月に新方針導入は撤回され、Chrome のプライバシーとセキュリティの設定において利用者によるサードパーティ Cookie の利用設定を可能とする仕組みが継続されることとなった。また、2025 年 10 月には Privacy Sandbox の関連技術の廃止が発表され、事実上の計画終了となっている。

[18] 広告主側とデジタル広告プラットフォーム事業者側でそれぞれ保有しているユーザー（顧客）情報を突合することで、各ユーザーへ様々なアプローチを可能にする。また、利用者のメールアドレスや電話番号等を基礎として生成する広告識別子も活用されている。

[19] ファーストパーティで収集した個人を特定できる情報を保護しながら、デジタル広告プラットフォーム事業者が保有するデータと連携させ、安全な環境でデータ分析・活用を行うクラウド環境のこと。ここで得られた分析・検証結果をもとに広告を最適化する。

[20] 広告主側で広告の目標を設定すれば、ターゲット層、広告の内容、配信のタイミング等につ

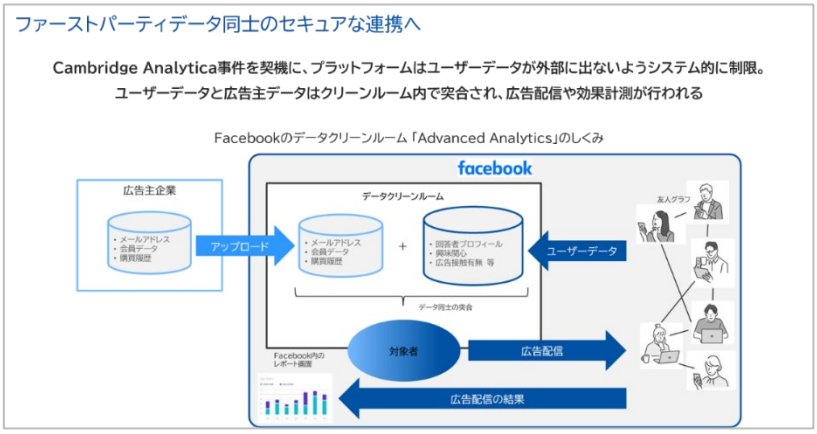
対話型 AI サービスにおける「コンテクスチュアル・ターゲティング」[21]も出現しており（図表 11 参照）、今後、コンテキスト（文脈）とオーディエンスデータ [22]を掛け合わせた高度な最適化への進展が想定される。

このように、サードパーティ Cookie を用いない利用者の追跡やデータ連携を可能とする手法や仕組みが用いられて利用者情報が外部送信され、AI も活用されながら収集・分析が行われる状況にある。

＜図表９＞　ファーストパーティデータを活用した広告配信

（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 41 回）資料

＜図表 10＞　データクリーンルームの活用



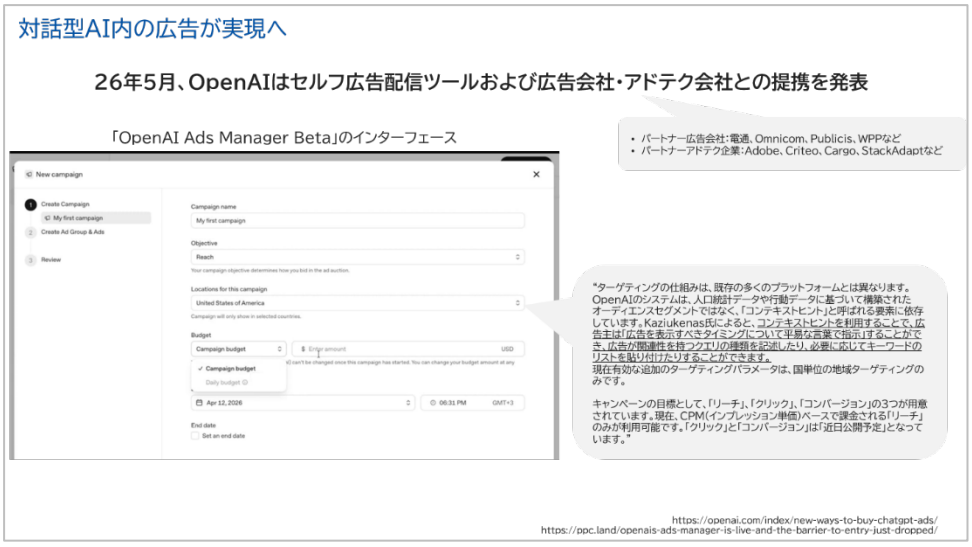
（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 41 回）資料

いて AI が最適解を提示し、自動的に広告配信するサービスが Google 社等で登場している。

[21] AI チャット内で現にやりとりされるコンテキスト（文脈）を元に、関連性の高い広告配信を行う仕組みで、利用者情報を用いることなくターゲティング広告が可能となる。

[22] 顧客の購買履歴やオンラインでの行動、ソーシャルメディアでの活動など、企業が様々なソースを通じて収集した顧客や見込み客の行動、特性、嗜好などに関する情報。

＜図表 11＞　対話型 AI における広告配信



（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 41 回）資料

（３）利用者情報保護に向けた技術動向

ウェブサイト等で取り扱われている利用者情報の取扱いについて、米国や欧州を中心にして、広告業界団体による透明性の確保や利用者による制御を可能とする仕組みづくりが進められている。

① 広告業界団体によるオプトアウト手段の提供

米国を中心とした広告業界団体である Digital Advertising Alliance（DAA）においては、同組織の参画事業者による行動ターゲティングを利用者が一括停止（オプトアウト）できるウェブサイトやアプリを提供するほか[23]、各デジタル広告にインフォメーションアイコンを付与し、広告内で取り扱われている利用者情報の説明やオプトアウト手段を提供[24]するなどの取組が行われている。

日本においても、DDAI（Data Driven Advertising Initiative）が参画事業者による行動ターゲティングからのオプトアウトを可能にするウェブサイトを提供している[25]。

---

[23] DAA のサイト上でダッシュボード形式でオプトアウトが可能となる「WebChoices」、アプリで使用される情報収集モジュールへの利用者同意を表明する「AppChoices」などがある。
[24] 「AdChoice」プログラム。
[25] インターネット広告におけるデータ利活用の適正化を推進する会員組織で、現在、（一社）日本インタラクティブ広告協会（JIAA）理事会の特別事業として運営されている。（https://ddai.info/）

② ウェブサイト運営事業者における利用者情報管理ツールの提供

ウェブサイト運営事業者によっては、閲覧者から収集、加工したデータを開示し、その利用を利用者自身が制御可能にするインターフェース（Consent Management Platform（同意管理プラットフォーム：CMP）やCookie バナー、プライバシーダッシュボード等）を提供している[26]。

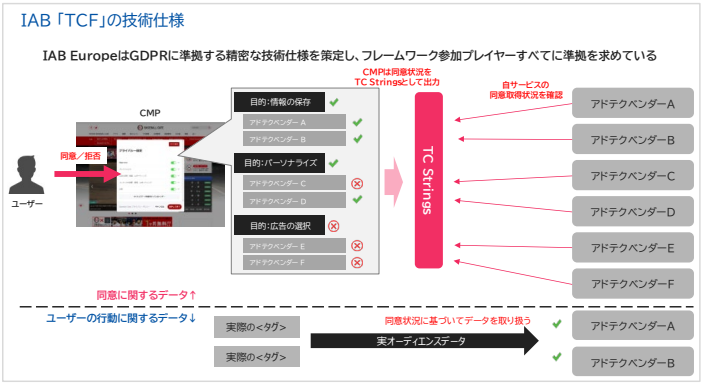
③ 利用者情報の流通、同意管理の技術仕様に関する業界自主ルールの策定

ＥＵの改正ｅプライバシー指令やGDPR（後述５（２）参照）への対応として、2018 年（平成 30 年）４月に、ウェブサイトやアプリが同意に基づく利用者情報の活用（広告配信やユーザー分析等）を可能にするため、広告関連団体による業界自主ルールとして、IAB Europe[27]が「Transparency and Consent Framework（透明性と同意のフレームワーク）：通称 TCF)」を策定した[28]。

TCF では、利用者が同意管理プラットフォーム（CMP）を通じて同意を管理するための技術基準を提供し、参加事業者間で各利用者による同意設定の共有が可能となる（図表 12 参照）。

現在、米国及び欧州の広告関連技術の提供事業者の殆どが TCF に準拠しているが、日本の事業者や業界団体は未対応となっている。その背景としては、国内法で同意取得が義務付けされていないことが考えられる。

＜図表 12＞　Transparency and Consent Framework（TCF）による同意管理



（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 41 回）資料

[26] 一例として、Google 社では「マイアドセンター」、Meta 社では「アカウントセンター」、LINEヤフー社ではLINE、Yahoo!JAPAN のアカウントページや設定ページで確認、設定が可能。
[27] Interactive Advertising Bureau（IAB）の欧州組織。
[28] 2025 年４月にバージョン 2.3 が公開されている。

５　諸外国における制度動向

（１）米国

米国は、児童オンラインプライバシー法（COPPA）[29]等を除き、連邦レベルで個人情報又はプライバシー保護に関して定める包括的な法令は存在せず、州政府単位での法令により規律されている。

参考になる動きとして、2025 年（令和７年）9 月に改正されたカリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）[30]の規則において、Cookie 同意バナーの設計に関して、明示的な承認行為を行わずに画面遷移する場合やポップアップ画面を閉じる行為をもって同意があったものとみなしたり、同意ボタンを目立つように表示させるといった、いわゆるダークパターン[31]とされるような同意取得方法の禁止を明確化するなど、ウェブサイト運営者側の説明義務がより強化された。また、個人情報の売買、共有の停止に関するオプトアウト手続が強化され、ウェブブラウザにおいて、利用者の個人情報の販売・共有の停止を設定できる「オプトアウト・プリファレンス・シグナル（Opt-out Preference Signal)」の設置が義務化され[32]、利用者情報の権利行使をより実効的にする方向性が示されている。

（２）欧州（ＥＵ、英国）

ＥＵでは、2009 年（平成 21 年）の改正 e プライバシー指令において、利用者情報の収集を目的とした利用者端末への情報保存やアクセスについて、利用者の事前同意を原則としたルールが示され、Cookie 等への規制が強化されてきた。2018 年（平成 30 年）から一般データ保護規則（GDPR）[33]が欧州統一ルールとして運用されている中で、同指令はそのまま維持されており、加盟国における実装や執行にばらつきが生じている。また、Cookie 同意バナーの頻出により利用者側で「同意疲れ」が常態化し、利用者の実質的選択権が形骸化していること、企業の遵守コスト負担が大きい等が問題視されている

---

[29] 児童オンラインプライバシー法（Children's Online Privacy Protection Act）
[30] カリフォルニア州消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act）
[31] サービスの利用者を欺いたり操作したりするような方法又は利用者が情報を得た上で自由に決定を行う能力を実質的に歪めたり損なったりする方法で、ユーザインターフェースを設計・構成・運営することを指す。(「スマートフォン プライバシー セキュリティ イニシアティブ」（総務省 利用者情報に関するワーキンググループ（令和７年９月 10 日)))
[32] 改正内容の施行は 2027 年１月１日となっている。
[33] 一般データ保護規則（General Data Protection Regulation）

[34]。

こういった状況を踏まえ、現在見直しが進められており、2017 年（平成 29 年）に公表された電子プライバシー規制案が 2025 年に撤回された後、同年 11 月に新たに、デジタル・オムニバス法案が提案されている。同法案では、電子プライバシー分野について GDPR の下での規制へ移行・統合するとともに、利用者情報の収集等に当たり、原則として本人の同意は維持しつつ、同意疲れや企業側のコスト負担への対応として、低リスク目的（通信、サービス提供、統計、セキュリティ等）での保存やアクセスには同意が不要であることを明確化している（図表 13 参照）。

また、英国では、2020 年（令和２年）のＥＵ離脱前に、GDPR の国内法として整備していた 2018 年データ保護法、ｅプライバシー指令に基づく国内法としてプライバシー及び電子通信規制（PECR）[35]により、ウェブサイト上の利用者情報が規律されてきたが、これらに一部修正を加えた内容となる、データ（使用・アクセス）法[36]が 2025 年（令和７年）６月に制定された。Cookie の取り扱いについては、同意を不要とする場合（統計や機能改善など低リスク Cookie）を明確化し、同意取得方法や撤回権の通知に関する要件を定めている。

米国や欧州の動向も参考としながら、日本の外部送信規律の遵守方策やベストプラクティスについて検討する。

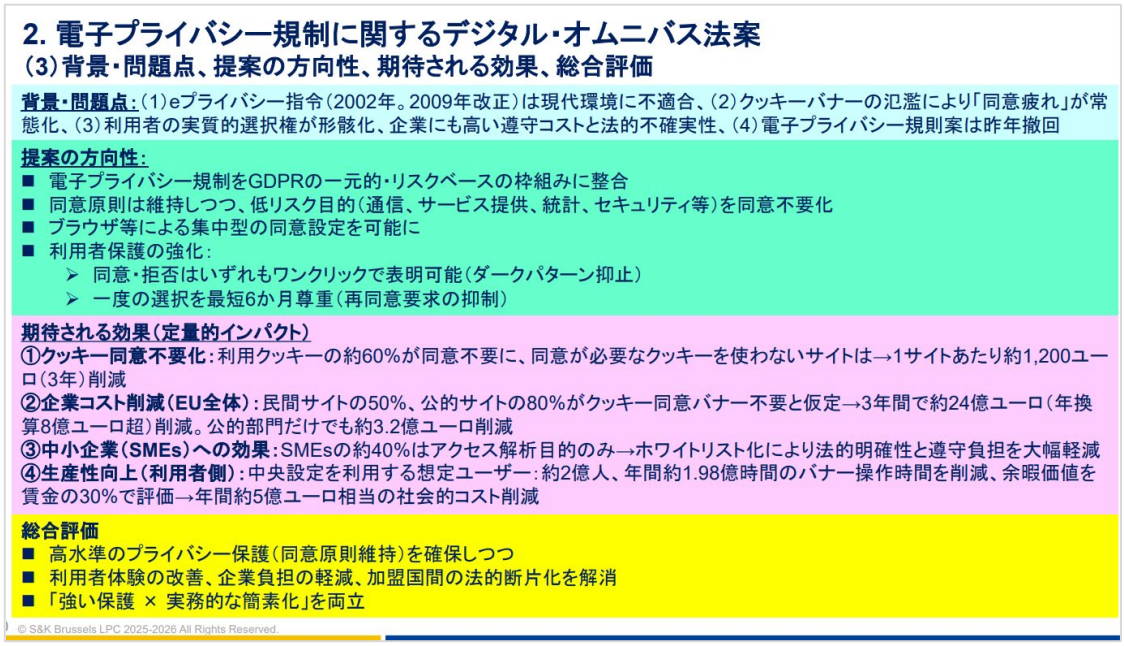
---

[34] 第 35 回会合　資料 35-1「電子プライバシー規制に関する EU デジタル・オムニバス法案の概要と今後の見通し」参照。

[35] プライバシー及び電子通信規制（Privacy and Electronic Communications Regulations）

[36] Data (Use and Access) Act (https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2025/18/contents)

＜図表 13＞電子プライバシー規制に関するデジタル・オムニバス法案



（出所）総務省 利用者情報ワーキンググループ（第 35 回）資料

第２章　ウェブサイト運営者による外部送信規律の遵守に向けた方策

１　目指すべき方向性

ウェブサイトにおける現在の外部送信規律の遵守状況を踏まえれば、外部送信規律の対象となるウェブサイトには法令遵守を求めていく必要があり、その上で、より望ましい対応をベストプラクティスとして求めていくべきである。

前述の総務省調査において、外部送信規律が適切に遵守されていないウェブサイトの大半は、対応はしているものの一部不十分であるというものであった。現在、外部送信規律の法令解釈は、「電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドラインの解説」（以下「ガイドライン解説」という。）において示されているが、必ずしも規律対象事業者にとって分かりやすいものとなっていないことも遵守率が低いことの一因であると考えられ、最低限遵守するべき内容を端的に示すことは法令遵守の確保に有益と考えられる。

また、規律対象事業者に対しては、法令遵守を適切に確保しつつ、利用者自身が利用端末内の情報管理を行えるよう、諸外国の事例も参考としながら、可能な範囲で利用者関与の機会を提供する取組を促していくことが、利用者情報の取扱いとして望ましい。

（構成員等の主な意見）

- 法令をそもそも遵守していないという事業者が多数見られることは非常に重要な問題と思う。総務省には権限があるので、具体的に執行に向けて動いて、計画を練っていただきたい。（山本主査㊳）
- 法令遵守がされていないという現状に対してきちんと対応すべき。法律を守っている事業者が損をするということになり、社会全体からみても良くない。法令遵守は徹底していく必要がある。（上沼構成員㊳）
- 現在の外部送信規律の構造は分かりにくいという声が多く、対応の初期段階で混乱を招く場合もある。（呂構成員㊲）
- 必要とすべき事項や望ましい事項について、さらに分かりやすく記載するための行政からの指導のようなものが必要。（木村構成員㊳）
- 利用者が気にしない、分からないが故に規律ができているという側面もあり、事業者側で規律に対応していく中で、消費者がきちんと認識し、自分でオプトアウトなりをするようになっていくというのが自然で良いのではないか。（太田構成員㊳）

- 実効性ある形で法令遵守を求めていくことに加えて、ベストプラクティスでプラスアルファの内容を示していく方針に賛成。（呂構成員㊳）
- 法令として遵守を促すことと、ベストプラクティスとしてより望ましい追加的な対応についてしっかりガイダンスするという二層構造で考えていくのが望ましいのではないか。その際、実際の運用状況を含めて、諸外国の状況も継続的に見ていく必要がある。ベストプラクティスもそこにあるだろうし、日本の事業者も国際展開していくことが期待されている中で、後押ししていくことにも繋がる。（生貝構成員㊳）
- 法令の遵守状況が芳しくない中にあって、ベストプラクティスをどう位置づけるのかは悩ましく、両者の間でどのような橋渡しができるかが今後の鍵ではないか。法の遵守とベストプラクティスがあまりに乖離し続けるのは望ましくない。（江藤構成員㊳）

２　法令遵守を確保するための方策

（１）「雛形」の策定

本ワーキンググループにおいて、法令適用を受ける事業者側からは、通知又は公表を行う際の「雛形」を配布することが、事業者側の取組を底上げする方策として有益ではないかとの意見が示された。

こういった意見を踏まえれば、法令遵守の実効性確保のためには、ウェブサイト運営事業者が外部送信規律に関する理解を深め、適切に法令遵守されるよう、優良事例も参考としつつ、総務省において、ウェブサイト等における外部送信規律を最低限満たすための「雛形（記載例）」を策定・公表し、対応を促すことが適当である。

（２）遵守状況の定期調査

今般実施された総務省調査により外部送信規律の法令遵守状況が明らかになったことは、法執行の観点からは有益な取組である。利用者保護を適切に推進するためにも、総務省において、ウェブサイト等における外部送信規律の遵守状況を定期的に調査し、実態把握して結果を公表するとともに、対応が不十分なウェブサイト運営事業者について改善を求めることが適当である。

（３）業界団体等との連携

上述（１）及び（２）の取組に関しては、関連する業界団体等とも連携し、ウェブサイト運営事業者に対応を促していくことが望ましい。

（構成員等の主な意見）

- テンプレートを作ったりすると、統一感が出て底上げに有効だったり、分かりやすさが向上するかもしれない。重点的に底上げすべき領域はどの部分なのかを絞り込んだ上で、ツールやテンプレートなども活用してゴールを明確にするのが良い。（新経済連盟㊱）
- テンプレートに類するものは考えてもいいのかなと思う。法令遵守していても、利用者が見て分からないようだと、何のために法律を守っているのかということになってしまう。（上沼構成員㊳）
- 重要な点として、テンプレートを作ったらそのままにしておくのではなく、より望ましい形はどのようなものなのかをしっかり業界と、こうした場を含めて議論し続けていくことが重要である。（生貝構成員㊴）
- 本来、雛形は業界や第三者機関が考えるべきものかと思うが、事業者を向いてではなく一般消費者あるいは必要に応じて情報弱者の目線に重点を置いて、過不足の無い雛形の作成を検討してほしい。（寺田構成員㊴）
- 現在の規制を守るために最低限何をすれば良いのかを端的かつ分かりやすくガイドした方が良いと思う。（呂構成員㊲）
- ソフトロー・アプローチの実効性確保としては、①透明性（事業者がデータの取扱い等について利用者に明確に説明すること）、②モニタリング（公サイドで状況を把握し、実態を共有すること）、③レメディ（問題が生じた場合に是正を促すこと）の３点が重要。（生貝構成員㊳）
- 外部送信規律を守らなくても何も言われないと思っている事業者は結構多いような気がする。総務省が遵守状況を調査しており、かつ遵守できていない事業者には直接連絡を取っているという事実を公表していくことは効果があると考える。（太田構成員㊳）
- 法執行をいずれするということを伝え、その時が来たら本当に法執行をしっかりやることが重要。（森構成員㊳）
- 総務省が外部送信規律を遵守できていない事業者に対して注意喚起を個別に行っている事実を公表することで、法令遵守を求めていく姿勢が伝わる。（呂構成員㊳）

- 遵守状況や進捗の把握は非常に難しいため、モニタリングや業界団体、サードパーティとの連携は重要であり、そのための具体的枠組みや仕組みを今後検討していく必要があるのではないか。（寺田構成員㊴）

３　法令から一歩進んだベストプラクティス

（１）利用者関与の在り方

第１章３で考察した利用者視点に立てば、外部送信規律の遵守に際して、「通知又は公表」に加えて利用者関与の機会を提供することは、利用者全体の意識醸成にも繋がり、結果として事業者への信頼性ひいては企業価値評価が高まる可能性を有している。

利用者関与の方法として、外部送信規律においては、「同意取得」又は「オプトアウト（事後的な停止請求）」が取り得る。個人情報の第三者提供に係る規律に準じれば、利用者による「同意取得」が最も利用者関与の機会提供に資すると考えられる。一方で、急速な技術進歩や複雑化するウェブサービスの構造においては、適切な理解に基づく利用者同意が期待できない場合が想定される。

「オプトアウト」は、一旦は利用者情報を提供するものの、サービス享受と利用者情報の提供について利用者側が比較考慮する機会が付与された上で、利用者の自発的な意思表示により、利用者情報の送信や利用について停止を求めることができるため、同意に比べて機械的な意思表示を行うことは少ないと考えられる。

なお、同意取得、オプトアウトいずれの場合においても、強制的あるいはダークパターンと見做される手法により利用者にその選択を促すことは認められるべきでない。

（２）望ましい方策

① 総論

法令で最低限求めている「通知又は公表」に加え、より一歩進んだベストプラクティスの実践としては、上述のとおり、利用者関与の機会を付与する「同意」又は「オプトアウト」の措置が適当と考えられる。

推奨する措置の考察においては、それぞれの利点や懸念点を比較考慮しつつ、先行する諸外国の状況として、同意取得を義務化しているEUにおいて、利用者側で「同意疲れ」の問題が生じていることや米国カリフォルニ

ア州においてはオプトアウト措置が義務化される状況にあることも参考となる。

この点、現時点での我が国の利用者の意識や認識を踏まえれば、同意取得は必ずしも利用者の自由な意思決定を確保できるとは限らないことから、ベストプラクティスとしては、まずは、利用者の自由な意思決定を歪めない形での「オプトアウト」により利用者関与の機会を確保していくことを推奨することが適当ではないかと考えられる。

なお、「同意」を得る場合は、利用者に対して適切な説明を行った上で、有効な同意を得られる仕組みにより実施されることが望まれる。

② オプトアウトの提供方法

オプトアウトの提供は、通知・公表に比べると一定のコストを要することから、小規模事業者による対応には一定の配慮が必要と考えられる。ウェブサイト運営事業者において個々にオプトアウト手段を実装することのほか、外部サービス[37]提供者（サードパーティ）においてオプトアウト手段を講じている場合は、その手段へ誘導することを推奨することも一案である。

ただしその場合においても、利用者が実効的に選択できるような措置を講じることが適当である。具体的には、オプトアウト手段が英語表記の場合はあらかじめ日本語で補足説明するなど、利用者への十分な配慮を行うべきである。

③ 「雛形」の策定

上述のベストプラクティスの実践をより容易にするためには、総務省において「雛形（フォーマット）」を示すことが適当であると考えられる。

（構成員等の主な意見）

- 個人情報保護委員会が2025年１月に公表した３年ごと見直しの報告書において、個人の権利利益に対するリスクの１つとして、「自身のデータを自由意思に従っ

[37] ウェブサイトやアプリケーションの運営事業者が広告配信や利用者の行動分析、利便性向上等のために利用している外部事業者（サードパーティと呼ばれる）が提供するサービスで、当該外部サービスにおいて、利用者端末から各種の情報を送信するためのタグや情報収集モジュールが提供されている。

て制御出来ないリスク」を挙げており、このことは考慮に入れても良いのではないか。デジタル先進国と言われる国では、コントローラビリティがまず確立した上で、データの利活用が進んでいる状況があるのではないか。（山本主査㊱）

- 消費者委員会のパラダイムシフトの報告書によれば、消費者は、認知バイアス、限定合理性によって、自分の置かれた状況を客観的に正しく判断できない状況にいて、その状況で自由に消費者が選択するのは無理であるが、消費者の選択の実質性を守るために様々なアプローチをすべきで、最終的に消費者の価値観に基づく選択を実現する環境を確保しなければならないとされている。（森構成員㊲）
- 通知・公表にとどめるよりは、利用者が実際に気づいて、選べるというプロセスを重視することが必要であり、オプトアウトあるいはオプトインを求める実践を広めていく必要がある。こうした実践が広まれば、法令遵守ができていない企業が認識を改め、また、ベストプラクティスによって消費者の関心が高まるので、同意をきちんと取ろうとする企業を高く評価するような社会的な風潮も高まるのではないか。（江藤構成員㊳）
- 個人的にはオプトインが必要と考えているが、オプトアウト又はオプトインをベストプラクティスとして位置づけて、それを状況に応じて今後検討していくという形が現実的なのではないか。また、ベストプラクティスを遵守して貰うには、分かりやすい行政からの指導が必要だと思っている。（木村構成員㊳）
- 通知・公表以外にも、オプトアウトを含め、さらに同意も視野に入れて追加するのが良いと考える。まずはオプトアウトかと思っている。（森構成員㊳）
- ベストプラクティスとしてオプトイン（同意）としてしまうと、利用者は良く分からないまま同意するし、事業者は「利用者が同意したから良い」と事業者が自身の責任で制度設計しないことが許される仕組みになってしまう。（上沼構成員㊴）
- これまでの構成員の意見を踏まれれば、推奨措置としてオプトインとオプトアウトは並列的に考えている意見が多く、オプトアウト一択という認識で一致しているわけではないのではないか。（森構成員㊴）
- 自由な意思決定をゆがめない設計が極めて重要と考える。いわゆるダークパターン[38]と言われるようなタイプに属するような、同意のほうが拒否よりも容易な設

[38] サービスの利用者を欺いたり操作したりするような方法又は利用者が情報を得た上で自由に決定を行う能力を実質的に歪めたり損なったりする方法で、ユーザインターフェースを設計・構成・運営することを指す。（「スマートフォン プライバシー セキュリティ イニシアティブ」（総務省 利用者情報に関するワーキンググループ（令和７年９月 10 日））

計などは慎むべきという指針は入れるべきである。また、利用者の同意疲れの問題に配慮することも重要であり、バナーが乱立して利用者が機械的に同意してしまわないような設計をすることが重要である。（江藤構成員㊳）

- 利用者がコントローラビリティを確保するという意味ではオプトインが理想的だが、ファーストパーティ側で実装可能なのかは気になる。オプトアウトであれば、サードパーティが提供しているものがあるが、オプトインが個別のウェブサイトでできるのか。（呂構成員㊳）
- 電気通信事業法の対象外の事業者や、コストをかけにくい小規模事業者でも、自社に合った対応を考えられるように、ベストプラクティスの内容に重みづけをしていけばいいのではないか。（寺田構成員㊳）
- 利用者において自身の情報の重要性は事業者の規模感によって変わるものではないから、小規模事業者に対して配慮するにしても、外部サービスのリンクを張っただけで満足するような措置になることなく、利用者の実効的な選択権の確保をどのように図るかという視点を持ち続けることが重要。（江藤構成員㊴）
- テンプレートを作ったりすると、統一感が出て底上げに有効だったり、分かりやすさが向上するかもしれない。重点的に底上げすべき領域はどの部分なのかを絞り込んだ上で、ツールやテンプレートなども活用してゴールを明確にするのが良い。（新経済連盟㊱）【再掲】

４　外部送信規律が適用されないウェブサイト等について

現在の外部送信規律は、利用者の利益に及ぼす影響が少なくないとして指定された電気通信役務を提供する電気通信事業者等に対する規制となっている（第１章２参照）。

一方で、利用者は自身の情報の取扱いに対して一定程度関心を有していることを踏まえれば、直接の規律対象となっていないウェブサイト等（自社製品をオンライン販売する等自己需要のために運営している場合等）においても、ウェブサイト等を閲覧した利用者の情報が外部送信されている場合は、外部送信規律の趣旨に鑑み、外部送信している事実を利用者に分かりやすい形で示すなど、自主的な取組が推進されることが望ましい。

外部送信規律適用外のウェブサイト等に対しても現行規制の趣旨を周知し、外部送信規律に準じた対応を促していくことが適当である。その際、前

述３で示した規律対象のウェブサイト等に求めていく取組も参考にされるべきである。

（構成員等の主な意見）

- 外部送信規律の対象であるかどうかはあまり本質的な議論ではない。ウェブサイトを運営するに際して、どういうリスクがあるのか、広告等のタグを入れるとどういったプライバシーやセキュリティの問題があるのかということは一般に広く知られるべきであるから、外部送信規律の対象とならないようなウェブサイトも対象にし、課題と対応を示すような文章を作る必要がある。（太田構成員㊲、㊳）
- ベストプラクティスは法令ではないので、対象を限定したり、必要以上にコストを意識したりする必要はないと考える。法令より踏み込んだものでなければベストプラクティスとしての意味をなさない。ただし、電気通信事業法の対象外の事業者や、コストをかけにくい小規模事業者でも、自社に合った対応を考えていただけるように、それぞれのベストプラクティスに重みづけをしていけばいい。（寺田構成員㊳）

５　外部サービス提供者（サードパーティ）との連携

現行の外部送信規律は、指定された電気通信役務をウェブサイトやアプリケーションを通じて提供する電気通信事業者等に義務を課すものであり、外部サービス提供者（サードパーティ）に義務を課すものではない。

しかし、外部サービス提供者は、ウェブサイトやアプリケーションに搭載されるタグや情報収集モジュール等による外部送信の機能について最も知見を有していることから、ウェブサイト運営事業者が利用者関与の機会を提供する形で外部送信規律を遵守できるよう、必要な情報提供を行うなどして連携していくことが望まれる。また、外部サービス提供者が可能な限りオプトアウトの手段を講じることが期待される。

（構成員等の主な意見）

- 外部送信規律の遵守やベストプラクティスの促進において、両方に効く方策としては、外部サービス事業者との連携が効果的であり、グーグルが欧州で外部送信の同意取得をルール化し、適切に対応しないウェブサイトには広告配信を停止するとした際、一気に対応が進んだ。外部サービス事業者に対してどのようにアプロー

チしていくかは議論する必要があるが、そこは力を入れてアプローチしていく必要があると思う。（太田構成員㊲、㊳）

- ウェブサイト運営者の遵守コストの問題は、サードパーティとの連携というところで多分に解決できるのではないか。ソーシャルプラグインも、タグマネージャーも、ファーストパーティが自分でつくるという話ではなく、サードパーティの出来合いのものを設置する仕組みである。サードパーティ側でしっかり情報提供し、グーグルの事例にみられるような連携することによって、コストをかけずに外部送信対応ができるのではないか。（森構成員㊳）
- ファーストパーティが一時的な責任を負うとはいえ、サードパーティにも責任があると考えられ、むしろEUの判例（Fashion ID判決）では、真のコントローラーはサードパーティであるとされ、サードパーティ側での取扱いについては、サードパーティが単独でその責任を負うとされている。最終的に一番大きな利益を上げているのはサードパーティであって、サードパーティがその責任を持ってファーストパーティのフォローをしていくのが理想的だと思う。（森構成員㊳）
- サードパーティ側で、自社サービスを導入した際に送信される情報や利用目的について分かりやすく表示することが良い。また、オプトアウト措置をサードパーティ側で用意することを求めていくことも考えられる。（呂構成員㊲）
- 外部送信する情報やその利用目的は、サードパーティ側から、ファーストパーティや利用者向けに、積極的に公表を行って貰えると良い。特に良く利用されている外部送信ツールに関しては、総務省から、提供者であるサードパーティに対して、公表を促すことを検討しても良いのではないか。（呂構成員㊴）

第３章　外部送信規律の遵守方策の提示の在り方

１　効果的な提示方法の考察

ウェブサイト等において外部送信規律が適切に遵守され、利用者保護のためにより望ましい対応が確保されていくためには、法規定やガイドライン解説の内容を補完する「手引き」としてより分かりやすく示すとともに、対象事業者が参照しやすい形式で新たに提示することが適当である。

この点、本検討の開始に当たり論点となっていた、「スマートフォン・プライバシー・セキュリティ・イニシアティブ（SPSI）」の一環として位置づけるべきかどうかについて、SPSI はスマートフォンアプリケーションを前提とした利用者情報の適正な取扱い等に係る指針を定めたものとなり、アプリケーションとウェブサイトは構造や運営主体も異なることから、特にウェブサイトの外部送信規律への遵守を求めていくに当たっては、実効性や視認性の点で課題がある。

特に、視認性の点からは、既存ガイドラインや SPSI とは独立した形式による提示が適当と考えられる。ただし、SPSI との関係性にも留意すべきである。

（構成員等の主な意見）

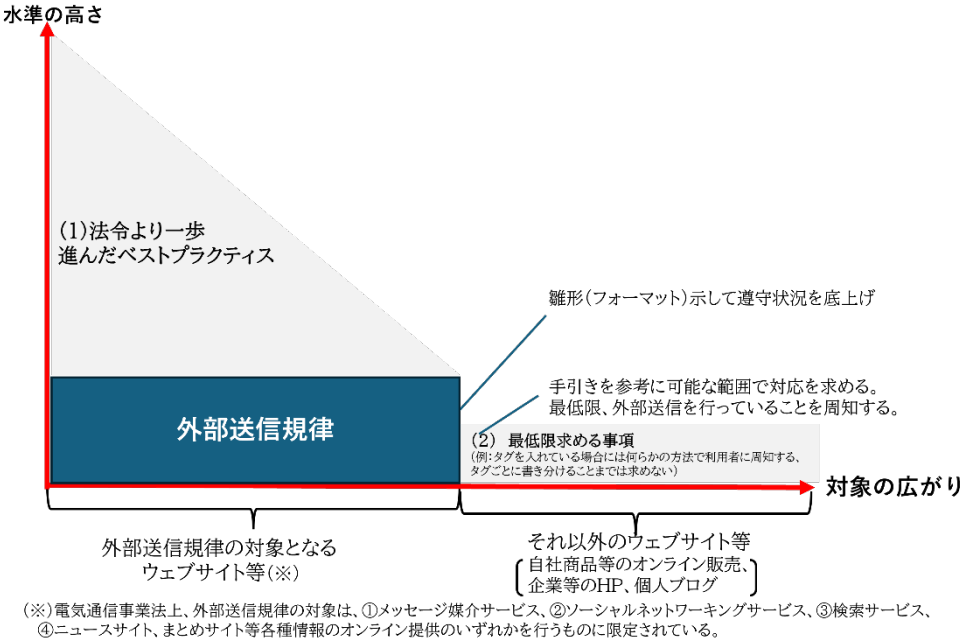
- 法令として遵守を促すことと、ベストプラクティスとしてより望ましい追加的な対応についてしっかりガイダンスするという二層構造で考えていくのが望ましいのではないか。（生貝構成員㊳）【再掲】
- 現在の SPSI は、タイトルに「スマートフォン」とあり、かつ、アプリがメインで、スマホアプリを作る人以外にはそれほど届いていないと思う。そこにウェブサイトを追加しても、既にあるスマートフォン向けの文章がアップデートされたような見え方になれば広がりづらいと思う。読まれない可能性があるので、ウェブサイト向けに特化して作るのが良いのではないか。（太田構成員㊳）
- SPSI と別立てとしてウェブサイト向けのものがあるべきだと思うが、SPSI にも含めるのが良い。（木村構成員㊳）
- ウェブサイトとアプリを両方提供する企業が今後も増えていくことを考えると、（SPSI と）完全に別立てというよりは、例えば基本は一緒で、それとは別に、スマホの場合、アプリの場合、Web の場合といった形で、分かりやすい一つの固まりとしてまとめるような方向で考えた方がよいかと思う。SPSI との関係性が明確に分かるようにして欲しい。（寺田構成員㊳、㊴）
- SPSI とは別立てにしつつ、SPSI とどういう関係づけを作っていくか。分かりやすさや、事業者にとっての理解のしやすさがポイントかと思う。（山本主査㊳）

２　「手引き」の内容と実践

（１）目指すべき方向性

利用者情報の取扱いの透明性を高めて利用者が安心してウェブサイト等を利用できる環境整備を推進するためには、法令事項として求める対応を最低限確保しつつ、ベストプラクティス（同意又はオプトアウトの機会の提供）の実践による対応内容の水準を高めていくとともに、外部送信規律の対象外となっているウェブサイト等に対しても自主的な対応が進められ実践者が広がっていくことで、全体で底上げが図られることが望ましい。

＜図表 14＞「手引き」が目指すイメージ



（出所）総務省　利用者情報ワーキンググループ（第 39 回）資料より抜粋

（２）盛り込むべき内容と形式

「手引き」には、外部送信規律の対象事業者をはじめ、ウェブサイト等で利用者情報の外部送信を行っている事業者に向けて、第２章で考察したように、法令遵守事項のほか、法令から一歩進んだベストプラクティスについて、遵守内容や取り組むべき内容を分かりやすく示した「雛形（フォーマット）」を示しながら、分かりやすく提示することが適当である。

なお、法令遵守事項とベストプラクティスは異なるレイヤーにあることから、全てがベストプラクティスのように受け取られてしまわないように「手引き」の記載には十分に留意する必要がある。

（３）手引きの策定

本検討会における議論を踏まえ、「ウェブサイト等における利用者情報の外部送信に係る法令遵守事項及び望ましい対応事項（手引き）（案）」を策定した（別添参照）。

手引きは、ウェブサイト等運営事業者の理解が一層進むよう、また、今後の技術動向や利用者の認識等に照らし、必要に応じて見直しを行っていくことが望ましい。

（４）規律対象事業者等への周知と実践

外部送信規律の法執行及びベストプラクティスの実践には、策定した「手引き」を広く周知していくことが肝心となる。周知に当たっては、業界関連団体等の協力を得て広く周知され、外部送信規律の遵守が円滑に進むことが望まれる。

これらの実施に当たっては、総務省において必要な支援措置を講じていくことが適当である。

（構成員等の主な意見）

- 法令遵守の問題とベストプラクティスは基本的には違うレイヤーの話だと思うので、全てがベストプラクティスのように受け取られてしまわないようにしなければならない。法令遵守は最低限守るべきもので、誤ったメッセージを送らないよう気をつけなければならない。（山本主査㉞）
- どういう形であれば遵守しやすいのか、JIAA を含め（業界の）意見も聞いていただくと良い。（呂構成員㊳）
- 外部送信規律の遵守は重要であるが、手引きとして示す内容は、規律対象外のウェブサイトにも求めているものであるならば、それに寄りすぎないようにする必要がある。タイトルにも配慮するべき。（太田構成員㊴）
- 手引きの中で示す雛形（フォーマット）は、法令事項を最低限満たすための内容としているが、現実に即したものにすべき。例えば、送信先の利用目的として、「広告、各種情報の配信」だけというのは現実的にはあり得ず、プライバシーインパクトが低いものだけを記載するのは、最低限の内容とは言えないのではないか。（太田構成員㊴）

- 手引きを参考にして、テンプレートなども今後アップデートとしてさらに分かりやすくして、外部送信規律を重視してもらうという方向にしてほしい。（木村構成員㊴）
- オプトアウトしたらその結果どうなるのかが分かるように記載してほしい。そのサイトが使えなくなるのかが分からなくて、オプトアウトはやめておこうとなる人もいるし、一度オプトアウトしたら戻せなくなるのかという点も分かるようにしてほしい。（木村構成員㊴）
- オプトアウトの目的は様々なパターンがある中で、形式的なオプトアウトにならないように消費者が理解できること、ダークパターンに決して陥らないようにすることが必要で、そういった形での雛形の作成が重要。（寺田構成員㊴）
- 外部送信を拒否した場合にサービス利用上の制約があるという内容は良く記載されているが、若干ダークパターンな記載ではないか。必須なものかどうかでCookie設定を区別しているウェブサイトもあり、むしろその方がユーザーに選択権を与えているので、雛形の記載は工夫をした方が良い。（森構成員㊴）
- 「情報収集モジュール」という表現は、技術的なニュアンスが強く、外部送信規律で公表するべき内容としては、「外部サービス」や「外部送信先サービス」の方が適切ではないか。（呂構成員㊴）
- 送信先でどのような情報をどのような利用目的で使用しているのかは、ファーストパーティ側では把握が困難な場合もあり、書き下すのも労力を要する。その意味でも、サードパーティにおいて公表に必要な情報を公表して貰えると有用である。（呂構成員㊴）
- 今後、「手引き」をアップデートする必要があるのであれば、順次アップデートしていくことが必要。（木村構成員㊶）
- 現在も事業者から外部送信規律についての問い合わせを受けていると思うので、今後も（質問を受けた事項を）こまめに取り込んでアップデートしていくのが良い。（呂構成員㊶）

第４章　利用者の理解度向上に向けた方策

１　外部送信規律の実効性確保と利用者意識の醸成

急速な技術革新に伴い、利用者はウェブサイトにおける利用者情報の収集や行動ターゲティング広告のメカニズムや自身の情報管理方法について十分に理解できていないため、外部送信規律の実効性確保には、適切な法執行と利用者啓発の両輪で進めることが重要である。

利用者の理解を促し、自身の情報の取扱いについて自発的に選択を行えるよう、総務省や外部送信規律の対象事業者は、周知啓発を図っていくことが求められる。この際、動画等により利用者に分かりやすい形式とすることが有益である。また、周知啓発に当たっては、必要に応じ、関連団体（消費者団体、業界関連団体等）と連携した取組も検討されるべきである。

２　その他の取組

今後、利用者の啓発等の検討及び周知啓発の実施において必要に応じ、追加的な利用者意識調査や周知啓発による効果測定を実施することが望ましい。

（構成員等の主な意見）

- 執行と啓発の両者は両輪ではないかと思う。総務省がしっかり執行していくことで消費者の気づきにも繋がるし、消費者が気づけば執行が実効的に行われ、さらにベストプラクティスの必要性が社会的に受容されていくことになる。（山本主査㊳）
- デジタル社会における利益侵害、権利侵害は非常に体感しにくくなっている。データがどこに行ってどう使われているかは体感できず、消費者にとって非常に分かりにくい。そのため、Web 横断的に情報が収集されたり、サードパーティに集まってプロファイリングされて、ターゲティングやリコメンドが行われるというデータの巡りについて、動画を作ったりなど、もう少しビジュアライズされた形で多くの利用者、消費者に知って貰わないと、実感できないということはあるのだろう。現状についての戦略的な啓発は重要になってくるのではないかと思う。（山本主査㊲、㊳）
- 利用者の理解がついて来れなくなることは、法令遵守やベストプラクティスの広がりにおいて足かせになることもある。利用者の理解の向上について本気で取り組まないと、この類いの政策はなかなか進んでいかない。（山本主査㊴）
- 動画のようなコミュニケーションツールは非常に重要と思う。利用者の意識向上

だけでなく、事業者側の意識向上にも資する。デジタル法制を巡るコミュニケーションやデザインを前提的に考えていく価値は高い。（生貝構成員㊴）

- 法令遵守をしてもしなくてもユーザーが気にしないという状況だと、事業者としても遵守が進まないので、外部送信規律によってユーザーが何が分かるかといったことをもっと普及啓発し、自分自身の関心事として考えて貰う必要があるかと思う。自分の権利が守られる側がそれを意識しない状態の法律は形骸化してしまうのではないか。（上沼構成員㊳、㊴）
- 利用者啓発を行う場合は、選択力を回復するための制度設計として位置づけていくことが重要。「無料だから仕方無い」という理由で同意をしても自己責任になるので、なぜ事業者が利用者のデータを欲しがるのかというビジネス構造を消費者側でも理解しなければ自身のプライバシーを守ってもらうという方向の議論には繋がっていかないのではないか。（江藤構成員㊴）
- 事業者の協力も得ないと、今のメカニズムを解像度高くユーザーに伝えていくのは難しいかと思う。（山本主査㊱）
- 消費者団体や相談機関などへ周知していくことは重要であり是非お願いしたい。（木村構成員㊴）
- 具体的な方策と具体的な計画を検討し、適切な場で発表すれば、事業者側にも協力して貰えるのではないか。（寺田構成員㊴）
- 利用者啓発により、利用者意識がどのように変わっていくのかについて確認や効果測定していくことも必要ではないか。（山本主査㊶）

第５章　今後の検討事項

利用者情報の外部送信に関して当面取り組むべき事項としては、「手引き」が活用されながら外部送信規律の法令遵守の確保とベストプラクティスの実践について、幅広い関係者において可能な限り速やかに取り組まれることである。

本ワーキンググループの議論においては、利用者情報の収集や外部送信に関する課題として以下の点が挙げられており、今後の中長期的な検討事項として、今後の法執行状況や令和８年の個人情報保護法改正も踏まえ、利用者環境の変化にも配慮しながら、必要に応じ、制度改正を排除せず、検討を行うことが適当である。

① 外部送信規律の適用対象の見直し

現在、外部送信規律は、利用者利益への影響が少なくない電気通信役務に限定されているが、適用対象となる電気通信役務がわかりにくいことから、今後の遵守状況を見つつ、対象範囲の簡素化・明確化の要否について検討してはどうか。

② 利用者関与機会の強化

海外の動向を見据え、ブラウザ等のインターフェースのレベルでのオプトアウト等の規制を検討してはどうか。

③ 今後の技術革新を踏まえた検討

Cookie に依存せずに利用者を特定する手法も登場していることから、こうした代替技術やＡＩをはじめとする新技術が利用者のプライバシーに与える影響等を検証し、必要に応じて外部送信規律の在り方について検討してはどうか。

（構成員等の主な意見）

- 今後の最大の課題としては、外部送信規律の適用対象事業者であり、外部送信すれば外部送信規律が適用されるという状態が望ましい。（森構成員㊲）
- 責任はファーストパーティにあると思うが、ファーストパーティにアドバイスできるのはタグマネージャー等を提供しているサードパーティであるから、サードパーティを規制対象にすることも考えるべきではないかと思う。（森構成員㊲、太田構成員㊲）

- 実際の運用状況を含め、諸外国の状況も継続的に見ていく必要がある。ベストプラクティスもそこにあるだろうし、日本の事業者も国際展開していくことが期待されている中で、後押ししていくことにも繋がる。（生貝構成員㊳）【再掲】
- コンプライアンスをシンプルに行うという意味では、なるべく国際的な規制と調和していた方が良い面がある。特にグローバルに展開する企業にとっては、法務対応やシステム対応を含めた全体のコストを下げられるのではないかと思う。（呂構成員㊲）
- オプトアウトや同意取得を義務にするのであれば、ユニバーサルオプトイン・オプトアウトのように、ブラウザ側やアプリのインターフェース側で操作できる仕組みが必要となり、既に EU でも検討され、カリフォルニア州の CCPA では既に導入されているので、海外動向も注視しつつ、引き続き検討していくべきと考える。（呂構成員㊲）
- 外部送信規律がなかなか浸透しないと、もう一段規制を強めざるを得ないということも検討しなければならないのかと思う。海外と比較すると、進め方が弱く、例えば、利用者情報のオプトアウトは外部送信規律の中に加えることも考える必要が出てきているのかと思う。（寺田構成員㊲）
- 外部サービス、特にサードパーティ送信をしていれば、オプトアウトできるようにする。やり方は色々あるかと思うが、そういうルールになれば、今の規制の持っている複雑さは多分に解消すると思う。（森構成員㊲）
- 特に AI の活用を含め、（利用者情報の取扱いが）どうなっているのかが分かりにくくなっているので、技術動向等を把握して利用者に正確に伝えていくのが重要。（生貝構成員㊶）
- Cookie の代替技術のみならず、AI をはじめとする新技術に留意していくことが必要。（寺田構成員㊶）
- 新しいオンライントラッキング技術が開発されており、利用者啓発は重要であるが、あまり同意に寄りかからせない設計も重要。オプトアウトでは遅すぎる可能性があり、同意に因らずに問題を処理する可能性についても引き続き検討する必要があるという点を言及しても良いのではないか。（江藤構成員㊶）

参考資料１

「利用者情報に関するワーキンググループ」構成員

（敬称略・五十音順）

【構成員】

	生貝　直人	一橋大学大学院　法学研究科　教授
	上沼　紫野	LM 虎ノ門南法律事務所　弁護士
	江藤　祥平	一橋大学大学院　法学研究科　教授
	太田　祐一	株式会社 DataSign　代表取締役社長
	木村　たま代	主婦連合会　常任幹事
	寺田　眞治	一般財団法人日本情報経済社会推進協会　客員研究員
	森　亮二	英知法律事務所　弁護士
（主査）	山本　龍彦	慶應義塾大学大学院　法務研究科　教授
	呂　佳叡	森･濱田松本法律事務所外国法共同事業　弁護士

【オブザーバー】

個人情報保護委員会事務局

経済産業省

一般社団法人日本インタラクティブ広告協会

参考資料２

「利用者情報に関するワーキンググループ」開催状況

第 34 回 （令和７年 12 月 24 日）	・事務局説明（ウェブサイトにおけるベストプラクティスの確保のための論点） ・有識者発表：野村総合研究所（外部送信規律の遵守状況に関する調査）
第 35 回 （令和８年１月 30 日）	・有識者発表： ①S&K Brussels 法律事務所 杉本弁護士（電子プライバシー規制に関する EU デジタル・オムニバス法案の概要と今後の見通し） ②野村総合研究所（ウェブサイト運営者による外部送信規律の遵守に係る好事例）
第 36 回 （令和８年３月９日）	・事業者等ヒアリング：新経済連盟（ウェブサイトにおける外部送信規律に沿った公表・通知のベストプラクティス） ・事務局説明（プライバシーポリシーに関する利用者アンケート調査結果）
第 37 回 （令和８年３月 25 日）	・有識者発表：呂構成員（外部送信規律の成立経緯と今後の課題）
第 38 回 （令和８年４月 17 日）	・事務局説明（これまでの議論の整理）
第 39 回 （令和８年５月 26 日）	・事務局説明（利用者情報の外部送信規律の遵守に関するとりまとめ骨子（案））
第 41 回 （令和８年７月６日）	・有識者発表：マクロミル 原田氏（オンライントラッキング技術の現状） ・事務局説明（利用者情報に係る外部送信規律の遵守に係る取りまとめ（案））

※第 40 回（メール審議：令和８年６月 17 日～19 日）は、本件とは別の議題を審議。

別添

ウェブサイト等における利用者情報の外部送信に係る
法令遵守事項及び望ましい対応事項
（手引き）

総務省

（利用者情報に関するワーキンググループ）

令和８年 11 月４日

目次

1　本手引きの目的と対象 1
（１）目的 1
（２）本手引きの参照が望まれる事業者 1
2　電気通信事業法における外部送信規律 2
（１）概要と目的 2
（２）必要となる対応 4
3　規律対象となる電気通信事業者、電気通信役務 7
（１）対象事業者 7
（２）類型と対象役務（施行規則第 22 条の２の 27） 7
（３）判断のポイント、留意事項 8
4　法令遵守事項 12
（１）措置する内容 12
（２）通知・公表の方法、内容と留意すべき事項 12
（３）通知・公表を行う場合の記載方法等の例 14
（４）同意（オプトイン）措置を講ずる場合の留意事項 18
（５）オプトアウトの措置を講ずる場合の留意事項（法第 27 条の 12 第４号） 18
5　利用者情報保護のためのより望ましい措置 20
（１）法令遵守事項に加え、実施することが望ましい措置（利用者関与機会の提供） 20
（２）オプトアウト措置（推奨） 20
（３）同意の取得 20
（４）記載例と留意事項 21
6　外部送信を行う全てのウェブサイト、アプリケーションによる実施が望ましい事項 25
（１）より実施することが望ましい対応 25
（２）実施することが望ましい対応 25
別添 26
・記載例フォーマット 27
・参考条文 32

1　本手引きの目的と対象

（1）目的

本手引きは、電気通信事業法（昭和 59 年法律第 86 号）第 27 条の 12（情報送信指令通信に係る通知等）で定める所謂「外部送信規律」について、規律対象となる電気通信役務をオンライン（ウェブサイト又はアプリケーション [1]）で提供している電気通信事業者及び電気通信事業法第 164 条第 1 項第 3 号で定める事業（第 3 号事業）[2]を営む者において、法令事項として求める措置を適切に講ずること、また、利用者保護の観点から、より望ましい対応を講ずることができるよう、「電気通信事業における個人情報等の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 4 号）の内容も踏まえ、規律内容や望ましい対応を解説し、記載例（雛形）を示すものである。

また、法規制の対象とならないウェブサイト又はアプリケーションの運営事業者についても、利用者情報の外部送信が行われている場合、利用者にとって、自身の情報が適切に取り扱われることへの期待は、規律対象事業者に対する期待と同様であることから、本書を参照し、外部送信規律の趣旨に照らした対応が行われることが期待される。

（2）本手引きの参照が望まれる事業者

ウェブサイト及びスマートフォン向けのアプリケーション（以下「ウェブサイト等」という。）における広告表示やウェブサイト運営の適正化等を目的として利用者情報を外部送信している以下の事業者を対象とする。

① 電気通信事業法第 27 条の 12 の規律が適用される電気通信事業者及び第三号事業を営む者

② ①には該当しない、利用者情報の外部送信を行っているウェブサイト又はアプリケーションの運営事業者

---

[1] スマートフォン上のアプリケーションについて、アプリケーション提供者等の関係事業者が取り組むことが求められる事項を「スマートフォン プライバシー セキュリティ イニシアティブ（SPSI）」（令和 7 年 9 月）で定めており、アプリケーション提供者等は SPSI も参照すること。

[2] 電気通信設備を用いて他人の通信を媒介する電気通信役務以外の電気通信役務（ドメイン名電気通信役務、検索情報電気通信役務及び媒介相当電気通信役務を除く。）を電気通信回線設備を設置することなく提供する電気通信事業をいう。

２　電気通信事業法における外部送信規律

（１）概要と目的

ウェブサイト等においては、ユーザーの利便性向上やウェブサイト運営事業者側のマーケティング、アクセス解析、広告や提供サービスの適正化等を目的として、利用者端末に、情報送信機能（タグやダウンロード済みのアプリケーションに設置されている情報収集モジュール等）を起動させる指令を送信することで、当該利用者端末に記録された各種の利用者情報が、利用者が認知せずに、当該利用者以外の者に送信されている場合がある。

送信されている情報は、クッキー（Cookie）[3]やその他の手法[4]を用いて保存されるID 等の利用者を類推する端末識別子、利用者のウェブサイト等の閲覧履歴を含む広範なもので、それ単体では個人情報には該当しないものの、ウェブブラウザやアプリケーション上での行動追跡が可能となり、各情報をプロファイリングすることで、当該利用者の行動パターンや嗜好性などが把握可能なプライバシー性の高い情報となる。

上記の情報送信の指令は、利用規約等の範囲内且つ利用者の利便性向上の目的で行われるものも多く、現行の個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第57 号。以下「個人情報保護法」という。）に直ちに抵触するものではない[5]。一方で、利用者による確認の機会が無いまま、プライバシー性の高い情報が取り扱われることは、利用者が安心してウェブサイト等の電気通信役務を利用することを妨げ、電気通信に対する信頼性を損ねることに繋がるおそれがある。

このため、電気通信の信頼性を確保し、利用者の利益を保護することで、電気通信の健全な発達を実現するという観点から、令和４年の電気通信事業法改正において、ウェブサイト等を通じて電気通信役務を提供する電気通信事業者が、利用者端末に対する情報送信指令通信[6]が起動させる情報送信機能を用いて、利用者情報を利用

---

[3] ウェブサイトを閲覧した際に、ウェブサーバが利用者端末に保存する管理用のファイル。利用者の登録情報等を保存しておくことで、次回その利用者が同じウェブサイトを訪問した場合に、それらのデータを利用できるようにする仕組み。

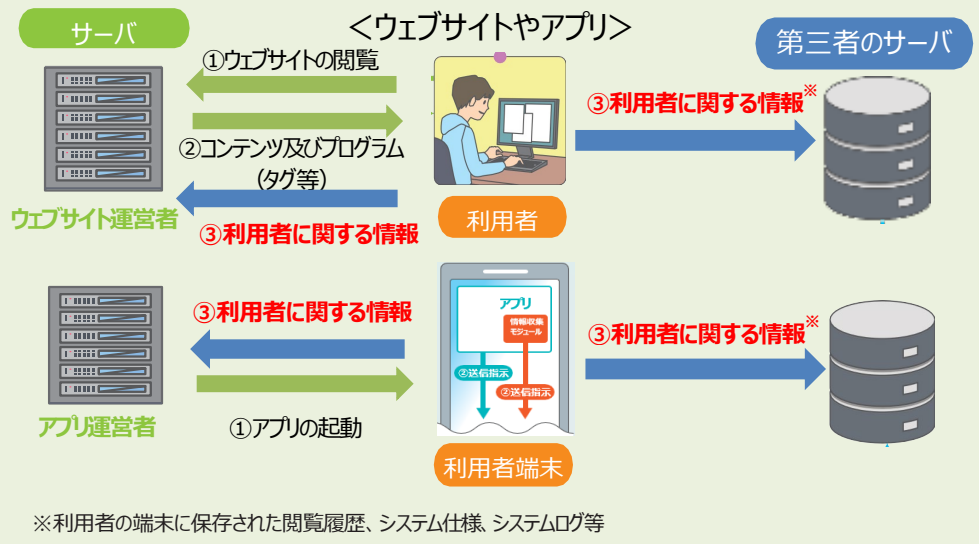
[4] デバイスフィンガープリンティング、URL パラメータ、Local Storage 計測などがある。

[5] 令和６年度の個人情報保護法の改正（３年ごと見直し）では、Cookie ID を含む、特定の個人に対する働きかけが可能となる個人関連情報の不適正利用及び不正取得について、個人情報と同様の規律（当該行為の禁止）が導入される。

[6] PC やスマートフォン等のブラウザやアプリケーションを通じて利用者に関する情報を、利用者以外の者の電気通信設備に送信するプログラム等をいう。

者以外の端末設備に外部送信させようとする時[7]に、当該利用者に対して、「適切な確認の機会」を付与することを求めている。

図表１　外部送信のイメージ



（参考）

総務省が令和７年３月に実施した利用者へのアンケート調査において、利用しているウェブサービスのプライバシーポリシーで知りたいこと・気になっていることとして、

・　自分のどの情報が収集され、どのような目的で利用されているか

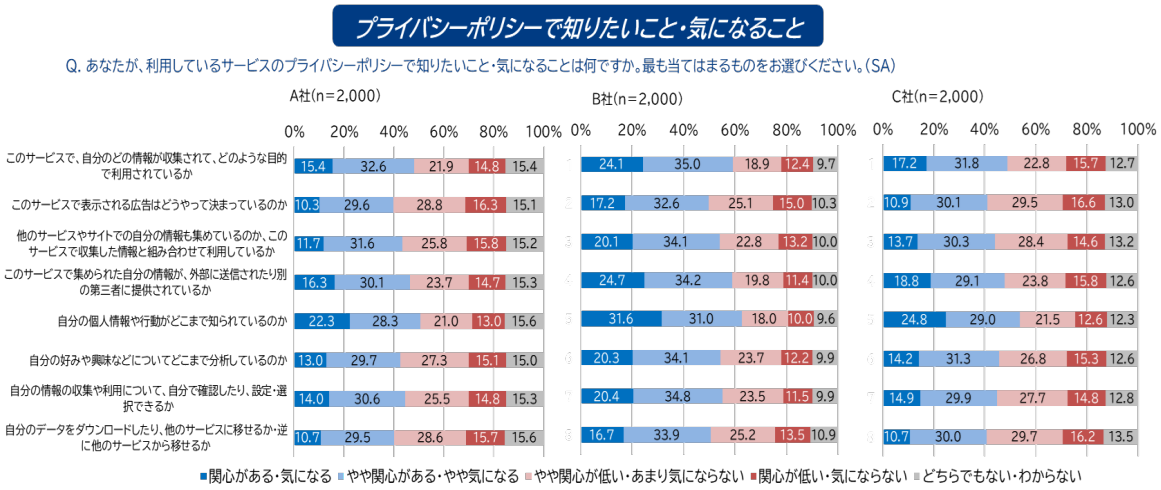
・　集められた自分の情報が外部に送信されたり別の第三者に提供されているか

という点を挙げた利用者が約半数であったという結果となっている。

こういった利用者側の意識に照らしても、外部送信されている情報やその利用目的等について、ウェブサイト等運営事業者において、利用者が適切に確認できる機会を提供することが必要となる。

[7] 外部サービス事業者（サードパーティ事業者）への送信のみならず、ウェブサイト等の運営事業者の電気通信設備に送信させる場合も含む。

図表２　利用者アンケート調査結果（令和７年３月実施）



（出所）総務省　利用者情報に関するワーキンググループ（第 24 回）資料

（２）必要となる対応

①規律対象となる事業者

- ✧　電気通信事業者
- ✧　第３号事業を営む者

情報送信指令通信が行われるウェブサイト等には、検索サービス、SNS サービス、各種情報のオンライン提供サービスなど、電気通信事業の届出等が不要なサービス（電気通信事業者にならずとも提供できるサービス）も含まれ、それらを提供する場合も、「第３号事業を営む者」として対象となる（詳細は、後述３を参照）。

②対象役務

電気通信事業者及び第３号事業を営む者の中には、提供する電気通信役務の利用者数が少ないこと等により、情報送信指令通信によって送信される利用者に関する情報が比較的少ない者も含まれるため、「内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少なくないもの」に限って、規律対象役務としている（詳細は、後述３を参照）。

③義務付けられている対応

利用者へ「適切な確認の機会」を付与するため、以下のいずれかの対応が求められる。

- ✧　同意の取得

✧　オプトアウト[8]
✧　通知
✧　公表

原則として、情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により外部送信されることとなる情報の内容等を、「あらかじめ利用者へ通知し」、又は「容易に知り得る状態に置くこと（公表）」が最低限求められるが（詳細は、後述４を参照）、利用者保護の観点からは、情報送信に対する「同意の取得」、あるいは、「オプトアウト」の措置を講ずることが望ましい（詳細は、後述５を参照）。

（参考）電気通信事業法第 27 条の 12（情報送信指令通信に係る通知等）

電気通信事業者又は第三号事業を営む者（内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少なくないものとして総務省令で定める電気通信役務を提供する者に限る。）は、その利用者に対し電気通信役務を提供する際に、当該利用者の電気通信設備を送信先とする情報送信指令通信（利用者の電気通信設備が有する情報送信機能（利用者の電気通信設備に記録された当該利用者に関する情報を当該利用者以外の者の電気通信設備に送信する機能をいう。以下この条において同じ。）を起動する指令を与える電気通信の送信をいう。以下この条において同じ。）を行おうとするときは、総務省令で定めるところにより、あらかじめ、当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信されることとなる当該利用者に関する情報の内容、当該情報の送信先となる電気通信設備その他の総務省令で定める事項を**当該利用者に通知し**、又は**当該利用者が容易に知り得る状態に置かなければならない**。ただし、当該情報が次に掲げるものである場合は、この限りでない。

一～二（略）

三　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信先の電気通信設備に送信されることについて**当該利用者が同意している情報**

四　当該情報送信指令通信が次のいずれにも該当する場合には、**当該利用者がイに規定する措置の適用を求めていない情報**

イ　利用者の求めに応じて次のいずれかに掲げる行為を停止する措置を講じていること。

[8] 情報利用者の意思により情報の送信又は利用の停止を事後的に行えるようにするための措置。

（１）　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により行われる利用者に関する情報の送信

（２）　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信された利用者に関する情報の利用

ロ　イに規定する措置、当該措置に係る利用者の求めを受け付ける方法その他の総務省令で定める事項について利用者が容易に知り得る状態に置いていること。

3　規律対象となる電気通信事業者、電気通信役務

（１）対象事業者

後述３（２）で示す電気通信役務をブラウザ又はアプリケーションを通じて提供する際、利用者の端末に外部送信を指示するプログラム等を送信する電気通信事業者（登録・届出を要しない第３号事業者を含む）。

（留意点）

対象事業者が、他事業者が提供するサーバやシステム等を用いて、外部送信規律が適用される電気通信役務を提供している場合（例：外部送信規律の対象となるウェブサイトの構築・運営や、当該ウェブサイトの一部機能（問い合わせフォーム、チャットボット等）の構築・運営を他事業者に委託している場合等）、当該サーバやシステム等を提供する事業者は、対象事業者が外部送信規律を遵守するために必要な情報提供を行うなど、対応を協力して行うことが望ましい。

（２）類型と対象役務（施行規則[9]第 22 条の２の 27）

前述２の規律目的に照らし、「利用者の利益に及ぼす影響が少なくないもの」として外部送信規律の対象となる電気通信役務は以下の４類型となる。

下表は該当する電気通信役務の一例であり、登録・届出事業の内容や「電気通信事業参入マニュアル［追補版］」および「電気通信事業参入マニュアル（追補版）ガイドブック」も参照しつつ、提供サービスが規律対象となっているか否かを確認すること。

各類型の判断のポイント、留意事項については、後述３（３）を参照のこと。

（参考）電気通信事業参入マニュアル：

https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/denkitsushin_suishin/tetsuzuki/index.html

図表４　外部送信規律が適用される電気通信役務（オンラインサービス）

分類※1	該当する電気通信役務の一例
類型１（メッセージ媒介サービス） 他人の通信を媒介する電気通信役務	・メールサービス ・ダイレクトメッセージサービス ・チャットサービス ・参加者を限定した（宛先を指定した）会議が可能な web 会議システム

[9] 電気通信事業法施行規則（昭和 60 年郵政省令第 25 号）をいう。以下同じ。

類型２－１（ソーシャルネットワーキングサービス等） 記録媒体に情報を記録し、当該記録媒体に記録された情報を不特定の利用者の求めに応じて送信する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務	・SNS ・電子掲示板（注１）※2 ・動画共有サービス ・オンラインショッピングモール（注２）※2 ・シェアリングサービス ・マッチングサービス
類型２－２（ストリーミングサービス等） 送信装置に情報を入力する電気通信を利用者から受信し、当該送信装置に入力された情報を不特定の利用者の求めに応じて送信する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務	・ライブストリーミングサービス ・オンラインゲーム
類型３（検索サービス） 入力された検索情報に対応して、当該検索情報が記録された全てのウェブページのドメイン名その他の所在に関する情報を出力する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務	・オンライン検索サービス（注３）※2
類型４（ニュースサイト、各種情報のオンライン提供） 不特定の利用者の求めに応じて情報を送信する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務であって、不特定の利用者による情報の閲覧に供することを目的とするもの	・ニュース配信サービス ・気象情報配信サービス ・動画配信サービス ・オンライン地図サービス ・電子書籍サービス ・交通機関等の乗り換え案内サービス ・各種情報のオンライン提供サービス（注４）※2　等

（※１）提供サービスが４類型の複数に該当する場合もある。

（※２）注１～４の解説は後述３（３）を参照。

（３）判断のポイント、留意事項

提供サービスが上述の４類型のいずれに該当するか否かを検討する際の判断のポイント、留意事項は以下のとおり。

①類型１（メッセージ媒介サービス）

「他人の通信を媒介する」とは、他人の依頼を受けて、情報をその内容を変更することなく、伝送・交換し、隔地者間の通信を取次、又は仲介してそれを完成させることをいう。本規律が対象とするオンラインサービスは、情報の本質的な内容の改変を行わず、かつ、送信時の通信の宛先として受信者を指定する場合が該当する。

②類型２－１（ソーシャルネットワーキングサービス等）

利用者から受信した情報を、電気通信事業者の電気通信設備（ウェブサーバ等）の記録媒体（ハードディスク等）において記録して蓄積しておき、不特定の利用者の求めに応じて送信するサービスが該当する。

（注１）

- 外部送信規律の対象外である自社サイトで商品販売するサイト（注２参照）において、商品をレビューするためのレビュー機能を設けている場合

☞ 本機能のみをもって対象とはならない。

（注２）

- 小売事業者が自社サイトで商品販売する行為

☞ 自己の需要のためのものであり、他人の需要に応ずるものでないため、対象外となる。

- 家電小売業者等、様々なメーカーの製品を仕入れて自社のウェブサイト上で商品を販売している場合

☞ 本来業務である小売業の遂行手段として電気通信を用いることになるため、対象外となる。

③類型２－２（ストリーミングサービス等）

利用者から受信した情報を、電気通信事業者の送信装置（ストリーミングサーバ等）から即時に（リアルタイムで）不特定の利用者の求めに応じて送信するサービスが該当する。

④類型３（検索サービス）

検索したい単語等の検索情報を入力すると、インターネット上における当該検索情報が記録された全てのウェブページの所在に関する情報を検索して表示する、いわゆる「オンライン検索サービス」が該当し、その他の特定分野に限った検索サービスは類型４の対象となる。 なお、特殊なソフト等を使用しないとアクセスできないウェブサイト、違法性ゆえに閲覧が制限されているウェブサイトは含まれない。

（注３）

- 外部送信規律の対象外のウェブサイト内の検索（チャットボットも含む）
- 乗換案内等の特定分野に限りオンライン検索を可能とするサービス

☞ 「全てのウェブページ」の所在に関する情報を検索できるものではないため、オンライン検索サービスには該当せず、類型３（検索サービス）には当たらない。
ただし、「乗換案内等の特定分野に限りオンライン検索を可能とするサービス」は、類型４（ニュースサイト、各種情報のオンライン提供）として規律対象となる可能性がある。

⑤類型４（ニュースサイト、各種情報のオンライン提供）

不特定の利用者の求めに応じて情報を送信し、情報の閲覧に供する、各種情報のオンライン提供サービスが該当する。「不特定の利用者」には、アカウント登録をせずに利用する場合のほか、アカウント登録や利用料の支払をすれば誰でも受信（閲覧）できるものも含まれる。

（注４）
＜留意が必要なウェブサイト＞
■企業等が自己の情報発信や自社商品のウェブ販売のために設置するウェブサイト（オウンドメディア）

（規律対象とならないもの）
☞ 他人の需要に応ずるために提供する電気通信役務ではなく、自己の需要のために電気通信役務を提供している場合は、「電気通信事業」に該当しないため、対象外となる。
◆該当例：
- 企業等の採用情報の発信において、職種や事例紹介、働く人へのインタビュー、セミナーの開催等を掲載する場合
- 自社の商品販売のために、口コミ、利用者の声、自社商品のみを使用したレシピ等を掲載する場合
- 他社とコラボしてイベント開催や商品販売をする場合

（規律対象になるもの）
☞ 自己の情報発信や自社商品販売とともに、併せて、（自己や自社商品の情報ではない）各種情報の提供を行っている場合は規律対象となる。
◆ 自己の情報発信に併せて各種情報提供を行っている例：
- 企業等の採用情報の発信において、各業界研究のまとめ、ニュース等を掲載している場合

・企業等のコーポレートサイトにおいて、最新の各業界の動向、ニュース、コラム等を掲載する場合
・個人が運営するウェブサイト上で、おすすめの商品、お店、場所等をまとめたブログ記事を執筆し、利益を得ている場合

◆ 自社商品に併せて各種情報提供を行っている例：
・金融商品、旅行商品等の販売において、投資情報、観光情報等を掲載している場合
・自社商品に関連した他社のイベント、キャンペーン情報を掲載している場合

■就職・転職、アルバイト、不動産等情報サイト

人材派遣業を営む者が、求人情報をウェブサイトで掲載する場合については、人材派遣業のために（自己の需要のために）電気通信役務を提供しているため、対象外となる。また、宅地建物取引業者が自ら販売等する不動産情報をウェブサイトで掲載する場合についても、宅地建物取引業のために（自己の需要のために）電気通信役務を提供しているため、対象外となる。

ただし、情報提供サービスを運営するために、他者の求人情報や不動産販売情報等をウェブサイト等でオンライン提供する場合は、対象となる。

■予約受付サイト等の受付番号システム

◆ 店頭での応対の予約を行うことができるサイト

☞ 当該店頭でのサービス提供を行っている者が自らサイトを運営し、そのサービス提供の一環として利用者からの予約を受け付ける場合には、自己の需要によるものであることから対象外となる。

◆ 受付番号システム（店舗の待ち時間や呼出状況をインターネットを通じて利用者が確認できるサービス）

☞ 当該システムの提供者が店舗に代わって顧客店舗の待ち時間を情報提供し、情報の閲覧に供する場合には、本来業務の遂行手段として、オンラインを活用していると言い切れないため（他人の需要）、外部送信規律の対象となる。

4　法令遵守事項

（１）必要な対応

前述３の電気通信役務を提供する電気通信事業者が、PC やスマートフォン等のブラウザやアプリケーションを通じて、利用者に関する情報を、情報送信指令通信により外部送信している場合（Cookie を用いない場合も含まれる。）、送信している情報の内容、送信先、利用目的等について説明し、ウェブサイト等の利用者に対し、通知又は公表を行う。

（２）通知・公表の方法、内容と留意すべき事項

①通知・公表の方法（施行規則第 22 条の２の 28）

●通知

- ✧ ポップアップ等による即時通知又は利用者が容易に認識できる方法を用いる。
- ✧ ポップアップ等で一部のみを表示する場合は、残りの部分を掲載した画面又はウェブページに容易に到達できるようにする。

●公表（閲覧者が容易に知りうる状態に置くこと）

- ✧ ウェブサイトの場合は、外部送信を行うウェブページ又は当該ウェブページから容易に到達できるウェブページにおいて表示する。
- ✧ アプリケーションの場合は、アプリケーション利用時に最初に表示される画面又は当該画面から容易に到達できる画面において表示する。

●共通事項

- ✧ 日本語により、専門用語を避け、平易な表現を用いる。
- ✧ 利用者側で画面の拡大・縮小等の追記的な操作を行うことなく、適切な文字の大きさで表示されるようにする。
- ✧ 文字数が多い場合はウェブページを階層化する、視認性の高い文字色を採用するなど利用者が参照しやすい構成にする。
- ✧ 外部送信の都度に説明する必要はなく、ウェブサイトやアプリケーション単位で通知・表示すれば足りる。
- ✧ 外部送信を行おうとする際は継続的に通知又は公表を行っている必要がある（ユーザー登録時に説明したことをもって通知又は公表したとはいえない。ただし、同意取得については、後述４（４）参照。）。

②通知・公表を行う内容（施行規則第 22 条の 2 の 29）

以下の事項について、「情報送信指令通信を行う外部サービスごとに」記載する。各記載項目は、最新の状況を利用者に通知・公表する必要がある。このため、送信されている利用者情報等について定期的な確認を行い、変更がある場合は通知・公表されている内容をアップデートすること。

- 情報送信指令通信により利用者端末から外部送信される利用者情報の内容
  - ✧ 適用除外（後述参照）を除く、外部送信している利用者情報。
  - ✧ 一例として、Cookie 等に保存された ID や広告 ID 等の識別符号、利用者が閲覧したウェブページの URL 等の利用者の行動に関する情報、利用者の氏名等、利用者以外の者の連絡先情報等。

- 利用者情報の送信先事業者の氏名又は名称
  - ✧ 併記することが望ましい情報：外部サービスの名称、送信先の国名

- 利用者情報の利用目的
  - ✧ 規律対象事業者、送信先事業者におけるそれぞれの目的を記載。
  - ✧ 端的に記載することが望ましいが、なるべく具体的に用途が判別できるようにする。（例：利用者の属性に基づいた広告を当社及び当社以外のサイトで配信するため、広告の効果を測定・分析するため、本サイトの利便性向上やコンテンツの最適化を図るため、利用者の行動分析や属性分析のため、等）

通知・公表の対象外（適用除外）（法第 27 条の 12 第 1 号～第 4 号）

以下の情報は、通知・公表が必要な情報に含まれない。

- 当該電気通信役務を提供するために必要な情報（施行規則第 22 条の 2 の 30）
  - ✧ 利用者の端末画面に、文字情報、音響、映像を適正に表示するために必要な情報
  - ✧ 利用者が当該電気通信役務を利用する際に入力した情報を、当該利用者の端末画面に再表示するために必要な情報
  - ✧ 利用者が当該電気通信役務を利用する際に入力した認証に関する情報を、当該利用者の端末画面に再表示するために必要な情報
  - ✧ 不正行為の検知、被害軽減を図るために必要な情報
  - ✧ 電気通信設備の負担軽減、適正な運用のために必要な情報

- 利用者に送付した識別符号であって、当該電気通信役務を提供する電気通信事業者（自社）に送信される場合

● 利用者が同意している情報

✧ ただし、利用者に適切な通知等を行い、適切な方法で同意を取得していることが要され（後述４（４）参照）、これが認められない場合は、通知・公表が必要となる。

● 利用者が送信又は利用の停止を求めない情報（オプトアウトしない情報）

✧ ただし、オプトアウト措置が適切に講じられてない場合（後述４（５）参照）は、通知・公表が必要となる。

（３）通知・公表を行う場合の記載方法等の例

①ウェブサイト等での掲載場所

✧ 利用者の端末に最初に表示される画面又は当該画面から容易に到達できる画面において、参照しやすい場所に明記すること（ポップアップで通知することもできる）。

✧ プライバシーポリシーの中で説明することを妨げるものではないが、利用者の視認性や情報への容易な到達性の観点からは、個別に（別立てで）説明するあるいはプライバシーポリシー内で容易に到達できるよう工夫することが望ましい。

②見出しの記載

✧ プライバシーポリシーとは別の見出し（表題）とし、外部送信している情報を利用者が参照しやすくなっていることが望ましい。

✧ プライバシーポリシーの中に記載する場合は、見出しを併記するなど工夫する。

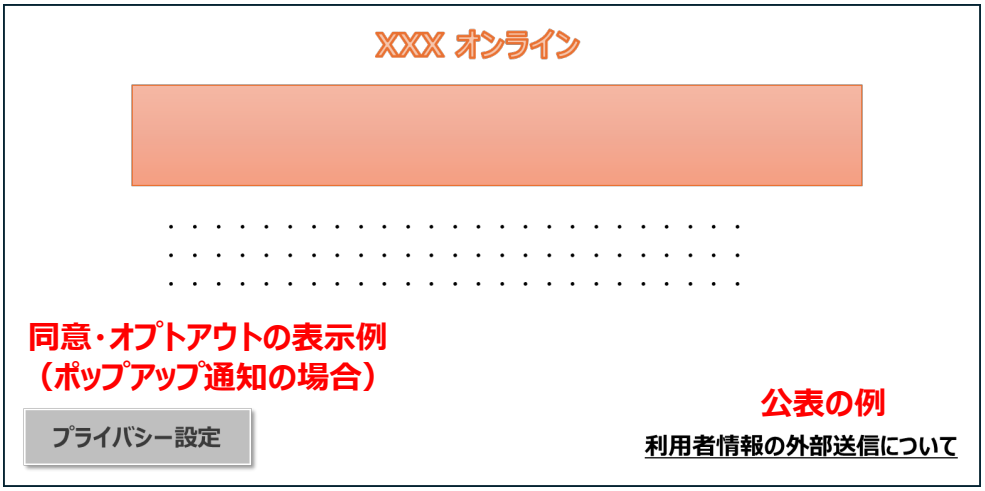
✧ 「Cookie／クッキー」は、一般利用者に必ずしも広く知られている用語でないため、見出しとして使用する場合は、解説を加える。

✧ プライバシー設定の同意又はオプトアウトの手段を講じている場合は、設定画面で外部送信の内容説明をすること。

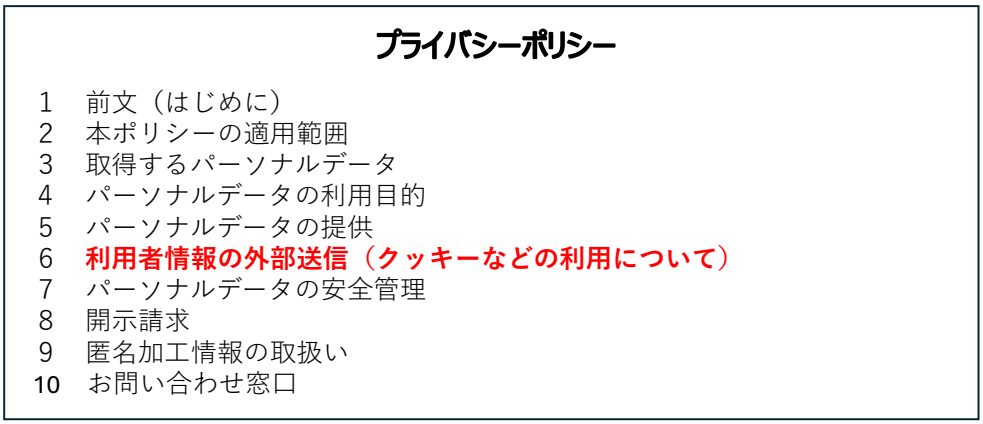
（記載例）

・ 利用者情報の外部送信について
・ プライバシーポリシー、利用者情報の外部送信
・ プライバシーの設定（※同意、オプトアウト措置を講じている場合）

図表５　ウェブサイト等での表示例



図表６　プライバシーポリシー内での表示例



※記載内容、記載順は一例です

③記載例（雛形）

通知・公表を行う内容の記載例を次ページに示す。

記載方法は一例であるが、①～⑤に示す内容について適切に反映されることが望ましい。

外部送信規律
通知・公表の雛形（記載例）

（記載例）

本サービスでは、主に以下の目的で、お客様に関する情報（個人情報を含まない利用者情報）を外部事業者に送信しています。

・広告表示のため　　：広告効果の測定等を通じて、利用者の興味や関心にあった広告の配信・広告の最適化を行うため
・アクセス解析のため：本サービスの利用状況を把握することにより、当社サービスの向上及び利用者の興味やニーズにより適したサービスを提供するため

①

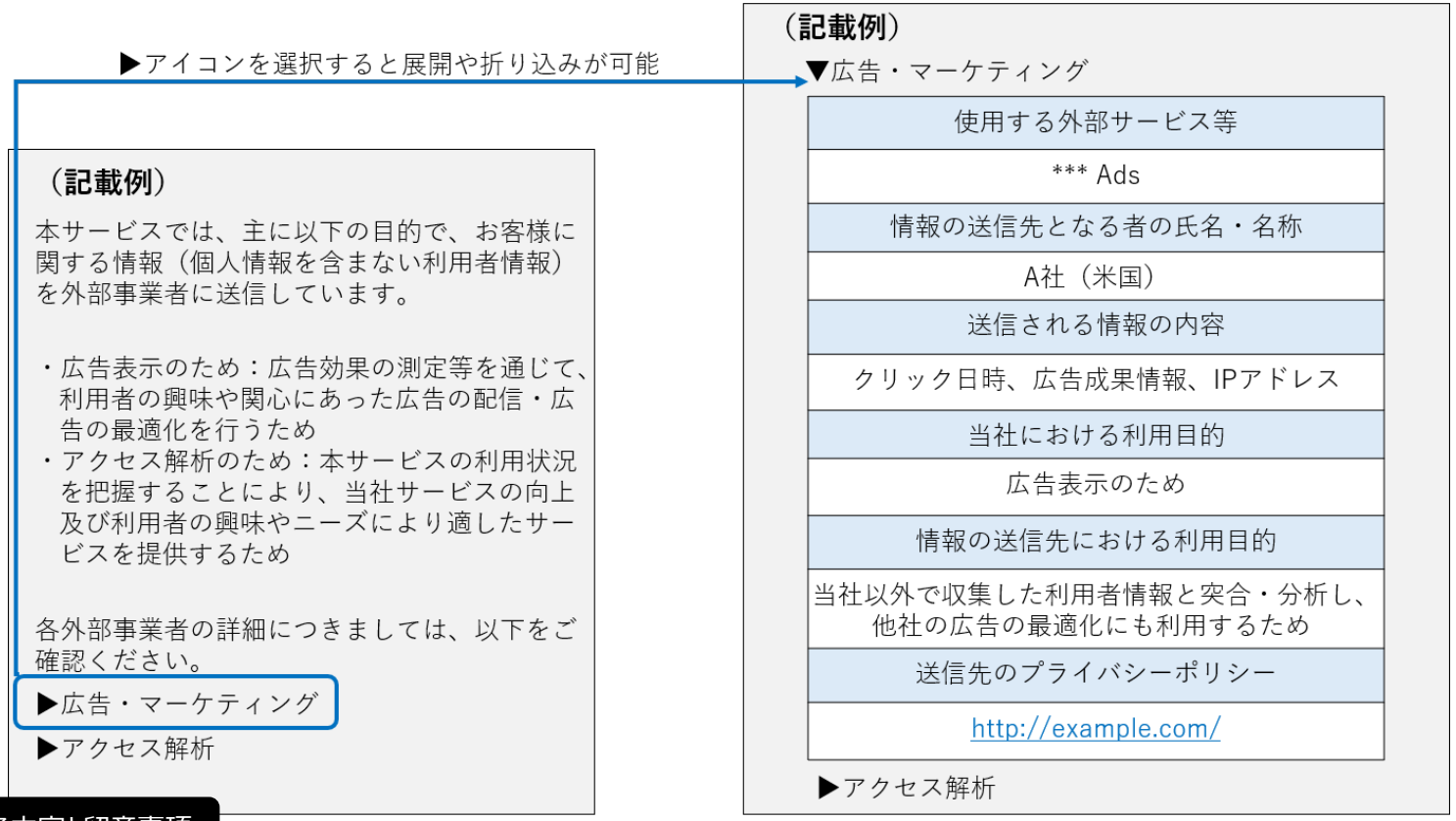
各外部事業者の詳細につきましては、以下をご確認ください。

② 分類	使用する外部サービス等 ③	情報の送信先となる者の氏名・名称 ④	送信される情報の内容	送信される情報の利用目的		
				当社における利用目的	情報の送信先における利用目的	送信先のプライバシーポリシー ⑤
広告・マーケティング	*** システム	A社 （米国）	クリック日時、広告成果情報、IPアドレス	広告表示のため	当社以外で収集した利用者情報と突合・分析し、他社の広告の最適化にも利用するため	http://example.com/
	*** Ads	B社 （日本）	広告成果情報、IPアドレス、ユーザーエージェント			
アクセス解析	*** book	C社 （米国）	デバイス情報、閲覧サイトのURL、閲覧日時、IPアドレス	アクセス解析のため	利用者による閲覧の傾向や履歴の分析のため	http://example.com/

記載する内容と留意事項

①外部送信している情報の利用目的について、具体的かつ分かりやすく説明を行う。
②外部送信を行うツールやシステム等の別に（サービス単位で可）、送信される情報の内容、送信先、利用目的を具体的かつ分かりやすく記載する。
③利用者情報を外部送信しているツール（サービス単位で可）の名称を記載する。
④送信先の国名を記載することが望ましい。
⑤利用目的の記載のほか、送信先事業者のプライバシーポリシーにおける該当箇所を参照できるようにすることが望ましい。

外部送信規律
通知・公表の雛形（記載例）※縦型表示（主にスマートフォンでの利用を想定）



記載する内容と留意事項

①外部送信している情報の利用目的について、具体的かつ分かりやすく説明を行う。
②外部送信を行うツールやシステム等の別に（サービス単位で可）、送信される情報の内容、送信先、利用目的を具体的かつ分かりやすく記載する。
③利用者情報を外部送信しているツール（サービス単位で可）の名称を記載する。
④送信先の国名を記載することが望ましい。
⑤利用目的の記載のほか、送信先事業者のプライバシーポリシーにおける該当箇所を参照できるようにすることが望ましい。

※上記の内容は P16「通知・公表の雛形」と同一。

（４）同意（オプトイン）措置を講ずる場合の留意事項

利用者による同意は、外部送信される情報について利用者が認識し、選択する行為を実行する際に、適切な確認の機会を付与されていることとなるため、前述４（２）による通知・公表を行うことは要されない。ただし、「適切な確認の機会を付与している」といえるには、利用者に適切な通知等を行った上で、適切な方法により同意を取得することが要されるため、以下の対応が十分に実施されていることが必要となる。

なお、オンラインにおけるプライバシーに関する通知の内容及び構成、同意を求めるプロセスを方向付ける管理策について国際標準規格が JIS 化されており参考となる。[10]

①利用者への通知等

- ✧ 同意の対象となる情報の内容、送信先等について、利用者が容易かつ適時に確認できることが必要であり、前述４（２）の本規律で求めている通知・公表の方法及び内容により、通知等を行うことが望ましい。

②同意の取得方法

- ✧ 利用者の具体的かつ能動的な同意を得ることが必要であり、利用者の過度な負担とならない範囲で、外部サービスごとに同意を得ることが望ましい。なお、前述（４）①を実施の上で、利用目的の別に同意を得ることも考えられる。
- ✧ 同意するためのチェックボックスに、あらかじめチェックを付与する方法（デフォルトオン）は、能動的な同意とは見做せないことから避けるべきである。
- ✧ 利用者が同意を行う際に、誤解、不安、恐怖を生じさせないよう留意する必要がある（いわゆる「ダークパターン」の回避）[11]。
- ✧ 利用者から同意を取得した後に、外部送信の内容に変更があった場合は、改めて同意を取得する、あるいは、通知・公表、オプトアウトの措置を講ずる必要がある。

（５）オプトアウトの措置を講ずる場合の留意事項（法第 27 条の 12 第４号）

利用者に対して、情報の送信又は利用を停止する措置を講ずることは、外部送信される情報について利用者が認識し、選択する行為を実行する際に、適切な確認の機会を付与されていることとなるため、前述４（２）による通知・公表を行うことは要さ

---

[10] JIS X 9252 情報技術―オンラインにおけるプライバシーに関する通知及び同意（令和 5 年 1 月 20 日）

[11] ダークパターンの回避方法については、（一社）ダークパターン対策協会が策定している「ダークパターン対策ガイドライン Ver1.2」（2026 年 5 月 20 日）が参考になる。

れない。ただし、「適切な確認の機会を付与している」といえるには、以下の対応が十分に実施されていることが必要となる。

①利用者が容易に知りうる状態に置くべき事項（施行規則第 22 条の 2 の 31）

- オプトアウトを講じている旨
- オプトアウト措置が、「情報の送信」又は「情報の利用」のいずれの行為を停止するものかの別
- オプトアウト措置に係る利用者の求めを受け付ける方法（申込み方法）
  - ✧ 利用者が求めを行う連絡先（事業者名、送信先メールアドレス等。外国の本拠地を置く場合は国内代理人の氏名、連絡先等）
  - ✧ 受付方法の例：
    - ・ ボタンのクリックやタップ
    - ・ ホームページ上の指定フォームへの入力
    - ・ ダッシュボードでの操作（操作方法が明確でない場合は具体的に示す必要）
    - ・ リンクの表示（外部サービス事業者においてオプトアウト措置を設けている場合。リンク先が英語表記の場合、日本語で操作方法を表示することが必要）
- オプトアウト措置の適用により、当該電気通信役務の利用が制限されることになる場合は、その内容
  - ✧ ウェブサイト上の特定の機能を利用できなくなる場合などは明記する必要がある。
- 送信される利用者に関する情報の内容
- 送信される利用者情報を取り扱う者の氏名又は名称
- 送信される利用者情報の利用目的

②オプトアウト措置に関して利用者が容易に知り得る状態に置く方法

- ✧ 前述４（２）の本規律で求めている通知・公表の方法に準じるのが望ましい。
- ✧ 利用者がオプトアウトを行うことにより、誤解、不安、恐怖を生じさせないよう留意する必要がある（いわゆる「ダークパターン」の回避）。
- ✧ 外部送信する内容に変更が生じた場合は、最新の内容について利用者に十分に周知する必要がある。

③オプトアウトの対象・方法

利用者の過度な負担とならない範囲で、外部サービスごとにオプトアウト措置を講ずることが望ましい。なお、利用目的の別にオプトアウトを可能にすることも考えられる。

5　利用者情報保護のためのより望ましい措置

（１）法令遵守事項に加え、実施することが望ましい措置（利用者関与機会の提供）

外部送信規律の適用事業者は、利用者情報の取扱いについて一層の透明性確保を図るため、外部送信される情報に関し、法令事項である通知・公表に加え、利用者関与の機会を付与する対応を行うことが望ましい。

対応方法としては、「同意」又は「オプトアウト」の措置があるが、少なくとも利用者が事後的に外部送信を停止できるオプトアウト措置が推奨される。

同意取得を行う場合は、利用者に対して適切な説明を行った上で、有効な同意を得られる仕組みにより実施されることが望まれる。

（２）オプトアウト措置（推奨）

「情報の送信の停止」又は「情報の利用の停止」のいずれかについて、利用者の意思により事後的に行えるようにするための措置となる。送信又は利用のいずれを停止させるかは、各事業者において適切な方法を選択する。

前述４（５）で示す、利用者に対して「適切な確認の機会を付与している」と認められる措置を講じた上で、後述の記載例も参考に、適切にオプトアウト措置を講ずることが望ましい。対応方法は２段階あり、各事業者の事情に応じていずれかの方法が推奨される。

①対応方法１（送信先事業者のオプトアウト措置を活用する方法）

外部サービスの提供事業者（サードパーティ事業者）においてオプトアウト措置を講じている場合に、当該事業者のウェブサイト上のオプトアウト実施用ページにリンクを貼る方法。

②対応方法２（ウェブサイト等運営事業者がオプトアウト手段を提供する方法）

ウェブサイト及びアプリケーションの提供事業者において個別にオプトアウト手段を提供する方法。

（３）同意の取得

ウェブサイト等の利用に当たり、利用者情報の外部送信（利用も含む）について、利用者からあらかじめ同意を得るための措置となる。

前述４（４）で示す、利用者に対して「適切な確認の機会を付与している」と認められる措置を講じた上で、後述の記載例も参考に、適切に同意措置を講ずることが望ましい。

（４）記載例と留意事項

オプトアウト措置及び同意措置を講ずる場合において、記載することが望ましい内容、表示の方法等について記載例を次ページに示す。

記載方法は一例であり、「記載する内容と留意事項」に示す内容について適切に反映されることが望ましい。

● 利用者の選択内容の適切な反映

利用者が情報の送信停止あるいは利用停止を選択したにもかかわらず、適切にその措置が講じられていない場合は、利用者を欺き、信頼を失墜する行為ともなる。

オプトアウトあるいは同意の措置を自ら講じている場合は、当該措置が技術的に適切に反映されていることを十分に確認する必要がある。

また、送信先の外部サービス事業者が提供している措置についても、技術的に問題が無いか可能な範囲で確認を行うことが望ましい。

利用者情報保護のためのより望ましい対応
オプトアウトの雛形（対応方法①：送信先事業者のオプトアウト措置へリンクする場合）

本サービスでは、主に以下の目的で、お客様に関する情報（個人情報を含まない利用者情報）を外部事業者に送信しています。
・広告表示のため　　：広告効果の測定等を通じて、利用者の興味や関心にあった広告の配信・広告の最適化を行うため
・アクセス解析のため：本サービスの利用状況を把握することにより、当社サービスの向上及び利用者の興味やニーズにより適したサービスを提供するため　①

各外部事業者の詳細につきましては、以下をご確認ください。
各外部事業者への情報送信及びその利用を停止されたい場合②は、それぞれのオプトアウトページよりご対応をお願いします。③
なお、すべての外部送信を拒否する設定を選択された場合、ウェブサイトは継続してご利用いただけますが、●●●の機能が正常に機能しなくなる可能性がありますのでご注意ください。　④
選択した内容を変更したい場合は当該オプトアウトページで再設定できます。　⑤

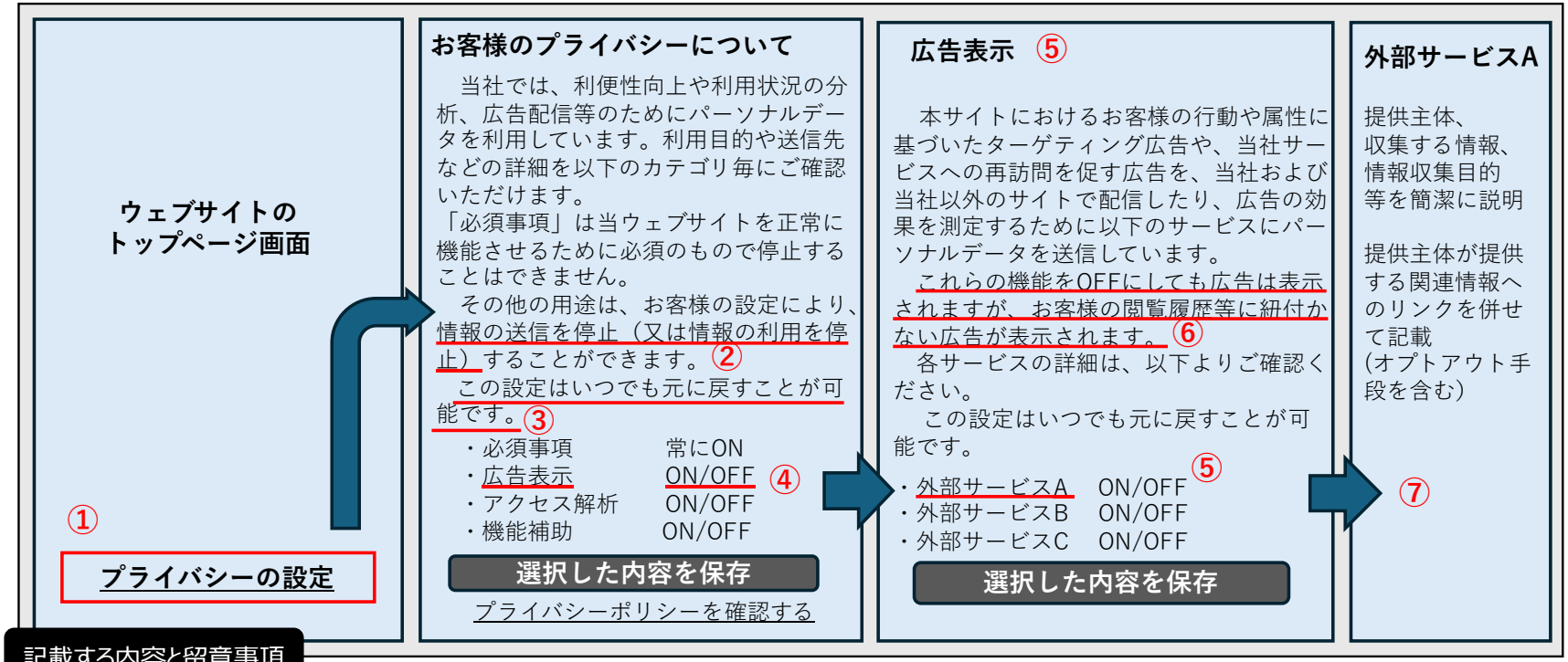
分類	使用する外部サービス等	情報の送信先となる者の氏名・名称	送信される情報の内容	送信される情報の利用目的		送信先のプライバシーポリシー	送信先のオプトアウトページ③
				当社における利用目的	情報の送信先における利用目的		
広告・マーケティング	*** システム	A社（米国）	クリック日時、広告成果情報、IPアドレス	広告表示のため	当社以外で収集した利用者情報と突合・分析し、他社の広告の最適化にも利用するため	http://example.com/	http://example.com/
	*** Ads	B社（日本）	広告成果情報、IPアドレス、ユーザーエージェント			http://example.com/	http://example.com/
アクセス解析	*** book	C社（米国）	デバイス情報、閲覧サイトのURL、閲覧日時、IPアドレス	アクセス解析のため	利用者による閲覧の傾向や履歴の分析のため	http://example.com/	http://example.com/

記載する内容と留意事項

①外部送信を行うツールやシステム等の別に、送信される情報の内容、送信先、利用目的を具体的かつ分かりやすく記載する。【法令事項】
②オプトアウトすることにより、「情報送信の停止」又は「情報の利用の停止」のいずれ（あるいは双方）の行為が停止されるのかを明記する。
③送信先事業者で設置しているオプトアウト実施ページの URL を記載する。英語表記の場合は、あらかじめオプトアウト方法を解説しておくことが望ましい。
④オプトアウトによるサービスの利用可否のほか、サービス利用や機能に制限が生じる場合はその旨を明記する（なるべく具体的に記載）。
⑤利用者側で選択した内容を変更したい場合（元に戻す場合等）の方法を記載する。

※上記の内容を縦型に表示する場合は、P17「通知・公表の雛形（縦型表示）」及び本雛形を適宜参考とされたい。

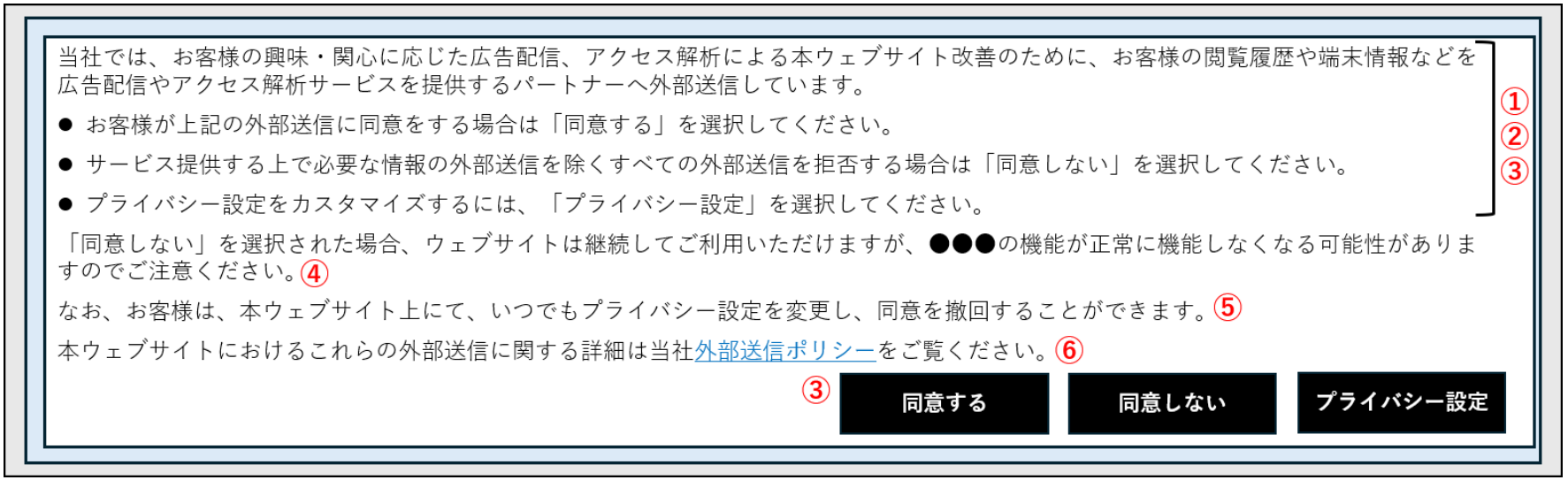
利用者情報保護のためのより望ましい対応
オプトアウトの雛形（対応方法②：自らオプトアウト措置を講ずる場合）



記載する内容と留意事項

①トップページの見やすい場所（あるいは全てのページから閲覧可能な場所）に、オプトアウト措置へのリンクを設置（容易に知りうる状態に置く）。
②利用者情報の取扱いを簡潔に説明し、「情報の送信」又は「情報の利用」のいずれ（又は双方）の停止を可能とするのかを明記した上で、選択を実行するボタン等を設置する。この際、許可しないとウェブサイト閲覧ができないような記載や仕様は避ける（以下同様）。
③設定変更が可能である旨を記載しておくことが望ましい（以下同様）。
④各収集目的から、詳細の確認及び詳細設定ができるページへのリンクを設置する。
⑤情報収集目的別に詳細説明と各外部サービスの実行可否を実行するボタン等を設置する（外部サービス別、利用目的別に選択 OFF が可能）。
⑥オプトアウトを行った場合に起こることの情報提供を行うことが望ましい（特定機能の制限が生じる場合は必須）。
⑦情報収集モジュールの詳細説明を別ページ等で行う。

利用者情報保護のためのより望ましい対応
同意取得の雛形



記載する内容と留意事項

①利用者情報を外部送信している旨を、分かりやすく説明する。外国の法令（EU の e プライバシー指令等）を念頭に表示している場合は、外部送信規律を踏まえ、外部送信を行っている旨が国内の利用者に理解しやすいよう、その内容・用語（Cookie 等）について通知バナー又は遷移先の外部送信ポリシー等において解説を付すことが望ましい。

②利用者情報の送信や利用に同意することによるメリット、同意しないことによるデメリットのみを強調して同意へ誘導する、同意ボタンを押さない限り次のページに遷移できないようする、何もアクションせずに画面遷移した場合に同意と見做す、という仕様にはしない。

③同意を取得する操作に比べて拒否の操作が煩雑にならないようにする。また、同意ボタンを拒否ボタンに比べて目立つように表示しない。

④同意を拒否した場合に起こることの情報提供を行うことが望ましい（サービス利用や機能に制限が生じる場合はその旨を明記する（なるべく具体的に記載））。なお、利用者が一度拒否したにもかかわらず、同意が得られるまで繰り返し通知バナーを掲出するようなことは行わない。

⑤利用者が選択した内容について、いつでも撤回できる方法を提供することが望ましい。

⑥外部送信ポリシー等のリンクをクリックすると、当該ポリシーのページに遷移できるようにする。

６　外部送信を行う全てのウェブサイト、アプリケーションによる実施が望ましい事項

電気通信事業法の外部送信規律は、一部の電気通信役務をオンラインで提供する場合に適用されるものとなっているが、利用者は自身の情報の取扱いに対して一定程度関心を有していることを踏まえれば、規律対象となっていないウェブサイト運用者（自己需要のためのオンラインサービスなど）においても、利用者情報を外部送信している場合は、利用者保護の観点から、外部送信規律の内容に準じて、通知又は公表を行うとともに、利用者関与の機会（オプトアウト措置又は同意の取得）を付与することが望まれる。

（１）より実施することが望ましい対応

法令事項（前述４の通知又は公表）に加え、前述５のオプトアウト措置又は同意の取得を講ずることが望ましい。

（２）実施することが望ましい対応

情報送信指令通信を行う外部サービスにより収集している以下の利用者情報について周知することが望ましい。

前述４（３）で示す法令遵守事項（通知・公表）のフォーマットによる情報提供が望ましいが、外部サービスの別に詳細を明記することはベストエフォートとなる。

（最低限周知することが望ましい事項）

- ✧　外部送信している利用者情報の内容
- ✧　目的
- ✧　送信先

別添

・ 記載例フォーマット

・ 参考条文

・記載例フォーマット

① 外部送信規律 遵守事項記載例

（記載例）

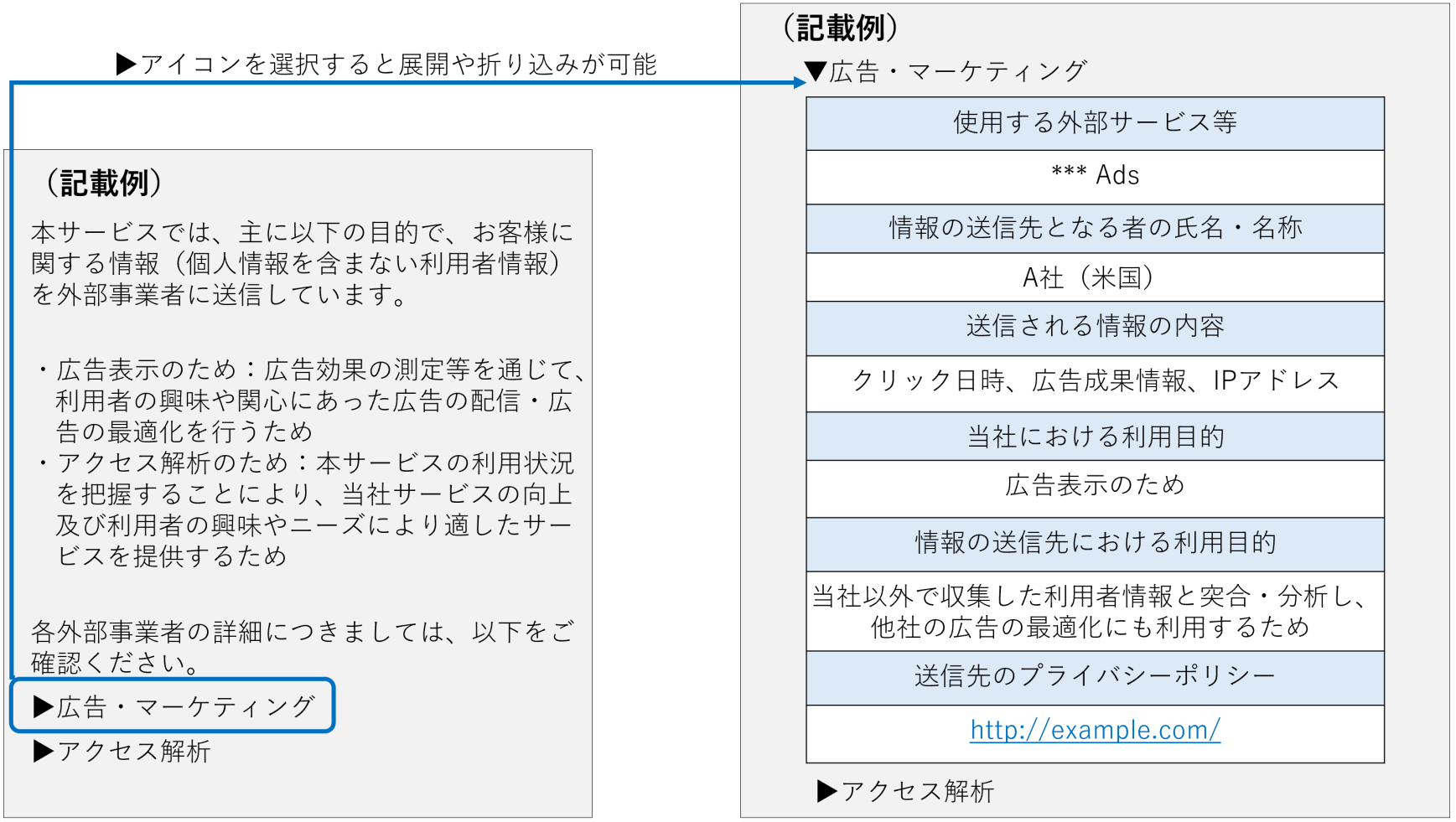
本サービスでは、主に以下の目的で、お客様に関する情報（個人情報を含まない利用者情報）を外部事業者に送信しています。

・広告表示のため　　：広告効果の測定等を通じて、利用者の興味や関心にあった広告の配信・広告の最適化を行うため
・アクセス解析のため：本サービスの利用状況を把握することにより、当社サービスの向上及び利用者の興味やニーズにより適したサービスを提供するため

各外部事業者の詳細につきましては、以下をご確認ください。

分類	使用する外部サービス等	情報の送信先となる者の氏名・名称	送信される情報の内容	送信される情報の利用目的		
				当社における利用目的	情報の送信先における利用目的	送信先のプライバシーポリシー
広告・マーケティング	*** システム	A社（米国）	クリック日時、広告成果情報、IPアドレス	広告表示のため	当社以外で収集した利用者情報と突合・分析し、他社の広告の最適化にも利用するため	http://example.com/
	*** Ads	B社（日本）	広告成果情報、IPアドレス、ユーザーエージェント			
アクセス解析	*** book	C社（米国）	デバイス情報、閲覧サイトのURL、閲覧日時、IPアドレス	アクセス解析のため	利用者による閲覧の傾向や履歴の分析のため	http://example.com/

①外部送信規律　遵守事項記載例（縦型表示：主にスマートフォンでの利用を想定）



②オプトアウト手段を講ずる場合の記載例１（送信先事業者のオプトアウト措置へリンクする場合）

本サービスでは、主に以下の目的で、お客様に関する情報（個人情報を含まない利用者情報）を外部事業者に送信しています。

・広告表示のため　　：広告効果の測定等を通じて、利用者の興味や関心にあった広告の配信・広告の最適化を行うため
・アクセス解析のため：本サービスの利用状況を把握することにより、当社サービスの向上及び利用者の興味やニーズにより適したサービスを提供するため

各外部事業者の詳細につきましては、以下をご確認ください。

各外部事業者への情報送信及びその利用を停止されたい場合は、それぞれのオプトアウトページよりご対応をお願いします。

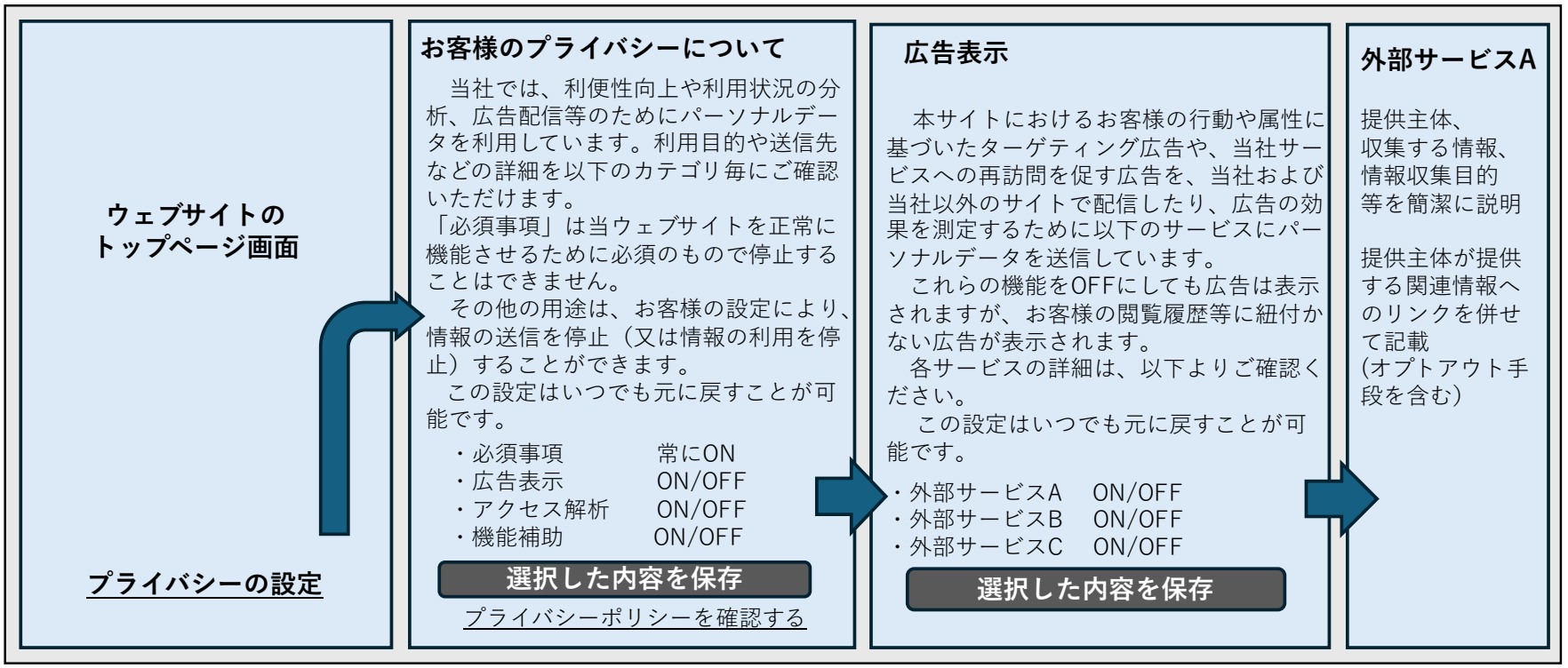
なお、すべての外部送信を拒否する設定を選択された場合、ウェブサイトは継続してご利用いただけますが、●●●の機能が正常に機能しなくなる可能性がありますのでご注意ください。

選択した内容を変更したい場合は当該オプトアウトページで再設定できます。

分類	使用する外部サービス等	情報の送信先となる者の氏名・名称	送信される情報の内容	送信される情報の利用目的		送信先のプライバシーポリシー	送信先のオプトアウトページ
				当社における利用目的	情報の送信先における利用目的		
広告・マーケティング	*** システム	A社（米国）	クリック日時、広告成果情報、IPアドレス	広告表示のため	当社以外で収集した利用者情報と突合・分析し、他社の広告の最適化にも利用するため	http://example.com/	http://example.com/
	*** Ads	B社（日本）	広告成果情報、IPアドレス、ユーザーエージェント			http://example.com/	http://example.com/
アクセス解析	*** book	C社（米国）	デバイス情報、閲覧サイトのURL、閲覧日時、IPアドレス	アクセス解析のため	利用者による閲覧の傾向や履歴の分析のため	http://example.com/	http://example.com/

※上記の内容を縦型に表示する場合は、P28「①外部送信規律　遵守事項記載例（縦型表示）」及び本雛形を適宜参考とされたい。

②オプトアウト手段を講ずる場合の記載例２（自社のウェブサイトでオプトアウト手段を装備する場合）



③同意取得を行う場合の記載例

当社では、お客様の興味・関心に応じた広告配信、アクセス解析による本ウェブサイト改善のために、お客様の閲覧履歴や端末情報などを広告配信やアクセス解析サービスを提供するパートナーへ外部送信しています

- お客様が上記の外部送信に同意をする場合は「同意する」を選択してください。
- サービス提供する上で必要な情報の外部送信を除くすべての外部送信を拒否する場合は「同意しない」を選択してください。
- プライバシー設定をカスタマイズするには 「プライバシー設定」を選択してください。

「同意しない」を選択された場合、ウェブサイトは継続してご利用いただけますが、●●●の機能が正常に機能しなくなる可能性がありますのでご注意ください。

なお、お客様は、本ウェブサイト上にて、いつでもプライバシー設定を変更し、同意を撤回することができます。

本ウェブサイトにおけるこれらの外部送信に関する詳細は当社外部送信ポリシーをご覧ください。

同意する　同意しない　プライバシー設定

・参考条文

- **電気通信事業法（昭和五十九年法律第八十六号）**

（情報送信指令通信に係る通知等）

第二十七条の十二 電気通信事業者又は第三号事業を営む者（内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が少なくないものとして総務省令で定める電気通信役務を提供する者に限る。）は、その利用者に対し電気通信役務を提供する際に、当該利用者の電気通信設備を送信先とする情報送信指令通信（利用者の電気通信設備が有する情報送信機能（利用者の電気通信設備に記録された当該利用者に関する情報を当該利用者以外の者の電気通信設備に送信する機能をいう。以下この条において同じ。）を起動する指令を与える電気通信の送信をいう。以下この条において同じ。）を行おうとするときは、総務省令で定めるところにより、あらかじめ、当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信されることとなる当該利用者に関する情報の内容、当該情報の送信先となる電気通信設備その他の総務省令で定める事項を当該利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置かなければならない。ただし、当該情報が次に掲げるものである場合は、この限りでない。

一　当該電気通信役務において送信する符号、音響又は影像を当該利用者の電気通信設備の映像面に適正に表示するために必要な情報その他の利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要なものとして総務省令で定める情報

二　当該電気通信事業者又は第三号事業を営む者が当該利用者に対し当該電気通信役務を提供した際に当該利用者の電気通信設備に送信した識別符号（電気通信事業者又は第三号事業を営む者が、電気通信役務の提供に際し、利用者を他の者と区別して識別するために用いる文字、番号、記号その他の符号をいう。）であつて、当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により当該電気通信事業者又は第三号事業を営む者の電気通信設備を送信先として送信されることとなるもの

三　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信先の電気通信設備に送信されることについて当該利用者が同意している情報

四　当該情報送信指令通信が次のいずれにも該当する場合には、当該利用者がイに規定する措置の適用を求めていない情報

イ　利用者の求めに応じて次のいずれかに掲げる行為を停止する措置を講じていること。

（１）　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により行われる利用者に関する情報の送信

（２）　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信された利用者に関する情報の利用

ロ　イに規定する措置、当該措置に係る利用者の求めを受け付ける方法その他の総務省令で定める事項について利用者が容易に知り得る状態に置いていること。

（適用除外等）

第百六十四条　この法律の規定は、次に掲げる電気通信事業については、適用しない。

一～二　（略）

三　電気通信設備を用いて他人の通信を媒介する電気通信役務以外の電気通信役務（次に掲げる電気通信役務（ロ及びハに掲げる電気通信役務にあつては、当該電気通信役務を提供する者として総務大臣が総務省令で定めるところにより指定する者により提供されるものに限る。）を除く。）を電気通信回線設備を設置することなく提供する電気通信事業

イ　ドメイン名電気通信役務

ロ　検索情報電気通信役務

ハ　媒介相当電気通信役務

２　この条において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

一　ドメイン名電気通信役務　入力されたドメイン名の一部又は全部に対応してアイ・ピー・アドレスを出力する機能を有する電気通信設備を電気通信事業者の通信の用に供する電気通信役務のうち、確実かつ安定的な提供を確保する必要があるものとして総務省令で定めるものをいう。

二　ドメイン名　インターネットにおいて電気通信事業者が受信の場所にある電気通信設備を識別するために使用する番号、記号その他の符号のうち、アイ・ピー・アドレスに代わつて使用されるものとして総務省令で定めるものをいう。

三　アイ・ピー・アドレス　インターネットにおいて電気通信事業者が受信の場所にある電気通信設備を識別するために使用する番号、記号その他の符号のうち、当該電気通信設備に固有のものとして総務省令で定めるものをいう。

四　検索情報電気通信役務　入力された検索情報（検索により求める情報をいう。以下この号において同じ。）に対応して当該検索情報が記録されたウェブページ

のドメイン名その他の所在に関する情報を出力する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務のうち、その内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が大きいものとして総務省令で定める電気通信役務

五　媒介相当電気通信役務　その記録媒体（当該記録媒体に記録された情報が不特定の者に送信されるものに限る。）に情報を記録し、又はその送信装置（当該送信装置に入力された情報が不特定の者に送信されるものに限る。）に情報を入力する電気通信を不特定の者から受信し、これにより当該記録媒体に記録され、又は当該送信装置に入力された情報を不特定の者の求めに応じて送信する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務のうち、その内容、利用者の範囲及び利用状況を勘案して利用者の利益に及ぼす影響が大きいものとして総務省令で定める電気通信役務

3　第一項の規定にかかわらず、第三条及び第四条の規定は同項各号に掲げる電気通信事業を営む者の取扱中に係る通信について、第二十七条の十二、第二十九条第二項（第四号に係る部分に限る。）、第百五十七条の二、第百六十六条第一項、第百六十七条の二、第百八十六条（第三号中第二十九条第二項に係る部分に限る。）及び第百八十八条（第十八号中第百六十六条第一項に係る部分に限る。）の規定は第三号事業を営む者について、それぞれ適用する。

4・5　（略）

● **電気通信事業法施行規則（昭和六十年郵政省令第二十五号）**

（利用者の利益に及ぼす影響が少なくない電気通信役務）

第二十二条の二の二十七　法第二十七条の十二の総務省令で定める電気通信役務は、次の各号のいずれかに該当する電気通信役務であつて、ブラウザその他のソフトウェア（利用者が使用するパーソナルコンピュータ、携帯電話端末又はこれらに類する端末機器においてオペレーティングシステムを通じて実行されるものに限る。次条において同じ。）により提供されるものとする。

一　他人の通信を媒介する電気通信役務

二　その記録媒体に情報を記録し、又はその送信装置に情報を入力する電気通信を利用者から受信し、これにより当該記録媒体に記録され、又は当該送信装置に入力された情報を不特定の利用者の求めに応じて送信する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務

三　入力された検索情報（検索により求める情報をいう。以下この号において同じ。）に対応して、当該検索情報が記録された全てのウェブページ（通常の方法により閲覧ができるものに限る。次条第三項第一号において同じ。）のドメイン名その他の所在に関する情報を出力する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務

四　前号に掲げるもののほか、不特定の利用者の求めに応じて情報を送信する機能を有する電気通信設備を他人の通信の用に供する電気通信役務であつて、不特定の利用者による情報の閲覧に供することを目的とするもの

（利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置く方法）

第二十二条の二の二十八　法第二十七条の十二の規定により利用者の電気通信設備を送信先とする情報送信指令通信を行おうとするときは、次の各号のいずれにも該当する方法により、次条各号に掲げる事項を当該利用者に通知し、又は当該利用者が容易に知り得る状態に置かなければならない。

一　日本語を用い、専門用語を避け、及び平易な表現を用いること。

二　操作を行うことなく文字が適切な大きさで利用者の電気通信設備の映像面に表示されるようにすること。

三　前二号に掲げるもののほか、利用者が次条各号に掲げる事項について容易に確認できるようにすること。

2　前項の利用者に通知する場合には、同項各号に掲げるもののほか、次の各号のいずれかに該当する方法により行わなければならない。

一　次条各号に掲げる事項又は当該事項を掲載した画面の所在に関する情報を当該利用者の電気通信設備の映像面に即時に表示すること（当該事項の一部のみを表示する場合には、利用者がその残部を掲載した画面に容易に到達できるようにすること。）。

二　前号に掲げる方法と同等以上に利用者が容易に認識できるようにすること。

3　第一項の利用者が容易に知り得る状態に置く場合には、同項各号に掲げるもののほか、次の各号のいずれかに該当する方法により行わなければならない。

一　情報送信指令通信を行うウェブページ又は当該ウェブページから容易に到達できるウェブページにおいて、次条各号に掲げる事項を表示すること。

二　情報送信指令通信を行うソフトウェアを利用する際に、利用者の電気通信設備の映像面に最初に表示される画面又は当該画面から容易に到達できる画面において、次条各号に掲げる事項を表示すること。

三　前二号に掲げる方法と同等以上に利用者が容易に到達できるようにすること。

（利用者に通知し、又は利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項）

第二十二条の二の二十九　法第二十七条の十二本文の総務省令で定める事項は、情報送信指令通信ごとに、次に掲げる事項とする。

一　当該情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信されることとなる利用者に関する情報の内容

二　前号に規定する情報の送信先となる電気通信設備を用いて当該情報を取り扱うこととなる者の氏名又は名称

三　第一号に規定する情報の利用目的

（利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報）

第二十二条の二の三十　法第二十七条の十二第一号の総務省令で定める情報は、次に掲げるものとする。ただし、当該情報をその必要の範囲内において送信する場合に限るものとする。

一　当該電気通信役務において送信する符号、音響又は影像を当該利用者の電気通信設備の映像面に適正に表示するために必要な情報その他当該電気通信役務の提供のために真に必要な情報

二　当該利用者が当該電気通信役務を利用する際に入力した情報を当該利用者の電気通信設備の映像面に再表示するために必要な情報

三　当該利用者が当該電気通信役務を利用する際に入力した認証に関する情報を当該利用者の電気通信設備の映像面に再表示するために必要な情報

四　当該電気通信役務に対する不正な行為の検知等を行い、又は当該不正な行為による被害の軽減等を図るために必要な情報

五　当該電気通信役務の提供に係る電気通信設備の負荷を軽減させるために必要な情報その他の当該電気通信設備の適切な運用のために必要な情報

（オプトアウト措置に関し利用者が容易に知り得る状態に置くべき事項）

第二十二条の二の三十一　法第二十七条の十二第四号ロの総務省令で定める事項は、次に掲げるものとする。

一　法第二十七条の十二第四号イに規定する措置（以下この条において「オプトアウト措置」という。）を講じている場合にあつては、その旨

二　オプトアウト措置が法第二十七条の十二第四号イ（１）又は（２）のいずれの行為を停止するものであるかの別

三　オプトアウト措置に係る利用者の求めを受け付ける方法

四　利用者がオプトアウト措置の適用を求めた場合において、当該電気通信役務の利用が制限されることとなるときは、その内容

五　情報送信指令通信が起動させる情報送信機能により送信されることとなる利用者に関する情報（法第二十七条の十二第一号及び第二号に掲げるものを除く。）の内容

六　前号に規定する情報の送信先となる電気通信設備を用いて当該情報を取り扱うこととなる者の氏名又は名称

七　第五号に規定する情報の利用目的