

西村あさひ法律事務所

米国の連邦レベルでの個人情報保護法に関する最新動向
FTC による Advance Notice of Proposed Rulemaking の公表とその後の動向

北米/個人情報保護・データ保護規制ニュースレター

2022 年 9 月 29 日号

執筆者:

E-mail✉ [石川 智也](mailto:ishikawa@nishimura-asahi.com)E-mail✉ [佐々木 将也](mailto:sawada@nishimura-asahi.com)

米国連邦取引委員会(Federal Trade Commission (FTC))は、2022 年 8 月 11 日、FTC 法に基づき、商業的監視(Commercial Surveillance)及びデータセキュリティ(Data Security)に関する規則の制定に向けて、Advance Notice of Proposed Rulemaking (ANPR)を公表した¹。米国の連邦レベルにおけるプライバシーの問題については、FTC が FTC 法 5 条への違反を理由に多額の制裁金を課す実務が存在し、仮に規則が制定されれば、特にダークパターンやセキュリティの問題について FTC による執行リスクが高まるおそれがある。

米国においては、現在、連邦レベルの個人情報保護法である American Data Privacy and Protection Act (ADPPA)の法案が議会に提出されているが、FTC による ANPR の公表は、ADPPA 法案と関係なく、並行して FTC が独自に規制に向けた検討を行うものである。執行リスクを考えるならば、ADPPA 法案よりも、この ANPR を契機とする規則制定の方が、今後の米国の実務への影響は大きいという見方もあり得る。本稿は、このような ANPR の概要について紹介するものである。

1. ANPR の概要

ANPR は、まず、現代のプライバシー法制が直面する問題状況を表現するための概念として、「商業的監視」と「データセキュリティ」を定義する。「商業的監視」とは、消費者のデータ及びそこから直接派生する情報の収集、集約、分析、保持、移転又はそれによる収益化をいい、「データセキュリティ」とは、データ侵害リスクの軽減、データ管理・保持、データ最小化、及び侵害の通知・開示のプラクティスをいうとされる。ここで「消費者」とは、単に商品・サービスを購入し、又はその対価としてデータを提供する個人のみならず、企業や労働者をも含むとされる。

そのうえで ANPR は、商業的監視社会において消費者を適切に保護するためには、個別の事案ごとの対処では足りず、プライバシーとデータセキュリティについて企業が遵守すべき要件を明確化したうえで、初回の違反についても制裁金を課す権限を FTC に付与すべきであると提言する(現在は、初回の違反について制裁金を課す権限がないために、合理的なプライバシー保護措置を講じた企業が、そうでない企業よりも競争上の不利益を受けることになると指摘している)。

2. ANPR を通じて FTC の懸念が示されているプラクティス

ANPR においては、プレスリリースでの説明²やパブリックコメントを募集するための質問事項³を通じ、一定のプラクティスに対する FTC の懸念が窺われるところである。そのようなプラクティスについては、今後米国において規制の対象である旨が明確になる可能性があることはもちろんのこと、グローバルでのあるべき実務を考えるに当たっても参考になるように思われる。各国の当局が、このようなプラクティスについて同様の問題意識を持つこともあるだろう。FTC の懸念が窺われるプラクティスとしては、ごく一部について紹介するものであるが、例えば以下のようなものが挙げられる。

¹ [Commercial Surveillance and Data Security Rulemaking | Federal Trade Commission \(ftc.gov\)](#)参照。なお、ANPR においては、FTC 法 5 条の解釈や、過去の執行実例が多く紹介されているため、それ自体も参考になる。

² [FTC Explores Rules Cracking Down on Commercial Surveillance and Lax Data Security Practices | Federal Trade Commission](#) 参照。

³ [Federal Register :: Trade Regulation Rule on Commercial Surveillance and Data Security](#) の IV. Questions 参照。

- 個人情報了他者と共有することを望まない消費者に対して、サービスの提供を拒否したり、個人情報を非公開にするために割増料金の支払いを要求したりすること(プレスリリース)
- 契約締結後にプライバシーポリシーを変更し、企業のより広範な監視を可能にすること(プレスリリース)
- 消費者のオンライン活動を長引かせる技術(例: 動画の自動再生、無限スクロール、大衆人気の定量化)の採用(Q17)

同様に、問題意識のレベルではあるものの、ANPR の質問事項からは、以下のような政策案の方向性も看取できる。

- 10 代の若者は成人と比して風評被害を予測する能力が低いという特徴を考慮して、13 歳未満の児童に対し COPPA⁴ 同様の消去メカニズムを提供すること(Q14)
- 児童の年齢(例: 13 歳から 15 歳、16 歳から 17 歳など)によって、規制の内容を区別すること(Q18)
- 保護者の同意の有無にかかわらず、児童を対象とするパーソナライズド広告を制限すること(Q21)
- 企業に対して、対象データの暗号化など、データセキュリティ対策の実施を義務付けること(Q32)
- 顔認識、指紋、その他の生体認証技術を使用又は促進する商業的監視行為を制限すること(Q38)
- 特定のサービス(金融、ヘルスケア、検索、ソーシャルメディアなど)を提供する企業がパーソナライズド広告やターゲティング広告を行う事業を所有・運営することを制限すること(Q39)
- 住宅、クレジット、雇用などの重要な分野において企業が自動意思決定システムを採用することを一部制限すること(Q53)
- 自動意思決定システムにおけるアルゴリズムエラーを防止するための措置を企業に義務付けること(Q56)
- 消費者に、事前の正当な同意を撤回する選択肢を与えること(Q77)

3. ADPPA との関係と今後の見通し

今回の ANPR は、実は 3 対 2 の僅差で公表が可決されたものである。FTC のいずれの委員も、「ADPPA ないし強力な連邦プライバシー法の成立それ自体には賛成」との立場をとり、議会こそが最も迅速かつ効率的に消費者保護を実現できると理解していたようであるが⁵、FTC としては ADPPA の成否を見届けることなく規則制定に向けたプロセスを開始すべきという立場と、FTC としては ADPPA 法案の審議に水を差すべきではなく規則制定に向けたプロセスは開始すべきではないという立場とで、賛成・反対が分かれたようである。ANPR において示された懸念の幾分かは ADPPA によって解決するものの、仮に ADPPA が成立したときに FTC による規則制定がどのように進捗するのかは、現時点では見定めることが難しい。

また、FTC は、2022 年 9 月 19 日に、デジタルダークパターンに関する報告書を公表しており⁶、これも ANPR を通じた規則制定と同じ FTC の懸念を示すものといえよう。Appendix A には、ダークパターンの類型とその亜種がまとめられており、日本を含め各国でも参照されることがあるように思われる。今後も、米国のプライバシー法制からますます目が離せない。

⁴ [Federal Register :: Children's Online Privacy Protection Rule](#) 参照。

⁵ [FTC Press Conference Event \(kvgo.com\)](#) 参照。

⁶ [FTC issues illuminating report on digital dark patterns | Federal Trade Commission](#) 参照。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニューズレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニューズレター購読をご希望の方は [N&A ニューズレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニューズレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室 [E-mail](#) 