

## ●目 次●

はしがき・i／凡例・iii

【特別寄稿】

プロファイリング、いまむかし——本書の刊行を祝して

—————山本 龍彦

.....xxi

## 第1章 プロファイリング総論

### 第1節 本書の基本的考え方

—————福岡真之介

I	本書の目的	2
II	プロファイリングの定義	3
III	プロファイリングの有益性	5
IV	プロファイリングの問題点	6
1	プライバシーの侵害	6
2	内心の自由の侵害	6
3	不当な差別・不公平の助長	7
4	民主主義への悪影響	8
5	間違ったプロファイリング結果の利用	8
6	小括	9
V	プロファイリングに関するルールの内外的動向	9
VI	プロファイリングと個人情報の関係	10
1	プロファイリングの段階	10
2	個人情報収集の目的	11
VII	プロファイリングの適切性についての考え方	12
1	法律レベル——条文	12
2	法律レベル——解釈が必要	13

3	倫理レベル	14
4	小括	14
VIII	プロファイリングの適切性の判断枠組みの基本的考え方	15
1	憲法	15
2	個人情報保護法	15
3	プライバシー法理	16
4	信義則	17
5	独占禁止法	18
6	小括	18
IX	リスクベース・アプローチの採用	19
1	リスクベース・アプローチとは	19
2	リスク分類の考え方	20
3	リスク分類の具体例	22
4	レベルの判断者	23
X	まとめ	24

## 第2節 プロファイリングの定義

————— 杉浦 健二

I	はじめに	25
II	プロファイリングの定義	25
1	GDPR	26
2	CCPA/CPRA	29
3	日本	30
	(1) 個人情報保護法・30/(2) プロファイリング最終提言・31	
4	本書におけるプロファイリングの定義	32

## 第3節 プロファイリングとプライバシー

————— 杉浦 健二

I	プライバシーとは	33
II	個人情報保護法におけるプライバシーの位置づけ	35
III	プロファイリングとプライバシー侵害	37

## 第2章 各国のプロファイリング関連制度

### 第1節 日本におけるプロファイリング関連制度

———田中 浩之

I	総論	42
II	個人情報保護法との関係	42
1	利用目的の特定	43
2	適正な取得／要配慮個人情報の取得	44
3	不適正利用禁止義務	50
4	本人の権利	53
5	第三者提供規制・個人関連情報規制	54
6	データ最小化の原則	55
III	プライバシーとの関係	56

### 第2節 EUにおけるプロファイリング関連制度

———仁平 孝明

I	はじめに——EUにおけるAI関連政策の位置づけ	59
1	人々のためのテクノロジー (Technology that works for people)	60
2	公正で競争力あるデジタル経済 (A fair and competitive digital economy)	60
3	開かれた民主的で持続可能な社会 (An open, domestic and sustainable society)	61
II	EUにおけるAIとプロファイリング関連制度の進展 (概要)	62

<b>Ⅲ 現行法下でのプロファイリングへの規律</b> .....	63
1 総論 .....	63
2 欧州一般データ保護規則（GDPR）とAI技術を利用したプロ ファイリング .....	63
(1) GDPRにおけるプロファイリングの規律枠組み・63／(2) プロファ イリング一般への規律・64／(3) プロファイリングを含む個人に対する 自動化された意思決定・64／(4) GDPR22条の適用有無によるデータ主 体への保護程度の差異・68	
3 GDPRに加えて欧州人権条約およびEU基本憲章違反が問題に なった事例 .....	69
(1) 行政当局が不正行為を行う可能性が高い個人をプロファイリングし た事例・69／(2) プラットフォームを通じて事業を行う者への運営会社 によるプロファイリングが問題になった事例 .....	71
4 AI技術の進展や巨大プラットフォーマーの存在を踏まえた制度整 備 .....	73
(1) 総論・73／(2) AI倫理ガイドライン・AI白書・73／(3) AI規則 案・75／(4) プラットフォーム事業者等によるプロファイリングへの規 律（デジタル・サービス法／デジタル・マーケット法）・83／(5) 政治 広告の透明性とターゲティングに関する規制・90／(6) 今後の展望・91	

### 第3節 米国におけるプロファイリング関連制度

——吉永 京子

<b>I 概要</b> .....	93
<b>II 行動ターゲティング広告対策との関連での「オンライン     ・プロファイリング」</b> .....	94
1 (オンライン) プロファイリングの定義 .....	94
2 (オンライン) プロファイリングに関する規制の概要と経緯 .....	97
3 (オンライン) プロファイリングの利点とリスク .....	97
4 (オンライン) プロファイリングに関する広告事業者による自主 規制 .....	98
<b>III ビッグデータ分析によるプライバシーリスク</b> .....	99
<b>IV プロファイリングに関する事案</b> .....	100

V	AIとアカウンタビリティ（2020年以降）	101
VI	考察	104

## 第3章 プロファイリングの具体的事例と企業の取組み

### 第1節 プロファイリングの具体的事例

——山城 尚嵩

I	はじめに——具体的事例を検討する意義	110
II	民間による利用	112
1	ターゲティング広告・レコメンデーション	112
	(1) レコメンデーション——Amazonの「あなたへのおすすめ」機能・113／(2) ターゲティング広告——Target社による妊娠予測スコア・115	
2	パーソナライズド・プライシング	116
3	採用・人事	119
	(1) ソフトバンク・サッポロビールによるAI採用システム・119／(2) AmazonのAI採用システム・121／(3) リクナビDMPフォロー・122／(4) 日本IBMにおける人事評価・129	
4	金融・信用分野	130
	(1) 芝麻信用・130／(2) J.Score・AIスコアサービス・132／(3) Yahoo!スコア・134／(4) Apple Card・136	
III	公的機関による利用・統治機関に関連する利用	137
1	申告漏れ納税者の発見および滞納者の応答予測（国税庁・地方自治体）	138
2	児童虐待予測（厚生労働省・地方自治体）	138
3	受刑者・少年・保護観察対象者への再犯率・再非行率等の予測（法務省）	139
4	教育データの利活用（デジタル庁・地方自治体）	140
5	保育所の入所選考システム（地方自治体）	142

6	教師評価制度（米国・ワシントン D.C.）	143
7	福祉手当の不正受給予測システム（オランダ）	144
8	警察による犯罪発生予測システム	145
	(1) Predpol・145/(2) 京都府警察の「予測型犯罪防御システム」	146
9	裁判所による再犯予測システム（COMPAS）	148
10	ケンブリッジ・アナリティカ事件	149
IV	おわりに	151

## 第2節 企業の「AI ポリシー」とプロファイリング

—————南摩 雄己

I	「AI ポリシー」の意義・プロファイリングとの関係	152
II	日系企業における「AI ポリシー」の策定状況	153
1	策定状況の調査内容・調査結果	153
2	考察①：「AI ポリシー」たる規程の名称	153
3	考察②：策定主体たる企業からの考察	156
4	考察③：策定された内容の考察	157
III	「AI ポリシー」の策定に当たり検討すべき事項について の若干の考察	160
1	はじめに	160
2	「AI ポリシー」の法的性質	161
3	「AI ポリシー」策定の意義	161
4	「AI ポリシー」策定手続	162
5	「AI ポリシー」の運用	163

## 第4章 プロファイリングの適切性の判断枠組み

### 第1節 プロファイリング導入の適否

—————木村菜生子・後藤 大・森田岳人

I	プロファイリングの有用性とリスク	166
II	プロファイリングと正当性	167
III	日本および諸外国の法制度やガイドライン等におけるプロファイリングの原則禁止	168
1	個人情報保護法	168
2	情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会における議論	168
3	EUのGDPR	169
4	EUのAI規則案	171
IV	公的部門におけるプロファイリング	172
1	はじめに	172
2	公的部門におけるプロファイリングの特徴と留意点	172
	(1) 膨大かつ重要な個人情報の保有・172/(2) 回避困難性・173/(3) 個人の生活や社会への重大な影響・174/(4) 規模拡大の容易性・174/(5) 人権保障、適正手続の保障、法律による行政の原理・174	
V	民間のプラットフォーマーによるプロファイリング	175
VI	プロファイリングに正当性が認められず、導入が許されない場面	177

## 第2節 プロファイリングと利用目的

—————小和田敦子・田中浩之・宮本庸弘

I	はじめに	179
II	プロファイリングに影響を及ぼす「利用目的」に関する規律	179
1	概要	179
2	個人情報保護法	180
	(1) 利用目的の特定と通知・公表・明示・180/(2) 利用目的の変更・182/(3) 不適正取得・183/(4) 不適正利用の禁止・183	
3	独占禁止法	184
4	ガイドライン等	185

	(1) 電気通信事業分野における個人情報保護に関するガイドライン・185／(2) デジタル広告分野の取引実態に関する最終報告書・185
<b>Ⅲ</b>	<b>GDPRにおける「利用目的」に関する規定の概要</b> ……………186
1	データ保護の基本原則における利用目的の限定……………186
	(1) GDPR 5条・186／(2) プロファイリング GL・187
2	個人データの取扱いを適法化する「同意」の前提となる「利用目的」の特定……………188
3	特別な種類のデータの取扱いに関する同意と利用目的……………190
4	管理者の情報提供義務における利用目的……………191
5	データ主体によるアクセス権の対象……………191
6	データ主体により個人データの消去や取扱い制限を求める際の「利用目的」の考慮……………192
7	自動化された意思決定に関する権利……………192
<b>Ⅳ</b>	<b>プロファイリングと利用目的規制に関する考察</b> ……………193
1	利用目的の特定の程度……………193
	(1) プロファイリングと利用目的の特定・193／(2) プロファイリングに関連した利用目的の特定に関する規制および議論の状況・194／(3) まとめ・197
2	利用目的の通知・公表の方法……………201
	(1) 通知・公表の趣旨・201／(2) 公表の方法・201／(3) 個人に重大な影響を与え得るプロファイリングについても公表のみで足りるか・203／(4) 通知の方法・203／(5) まとめ・205
3	すでに取得しているデータを用いてプロファイリングを行う場合……………206
	(1) 従前の利用目的の達成に必要な範囲内といえるか・206／(2) 利用目的の変更が認められるか・206／(3) 匿名加工情報・208／(4) 仮名加工情報・209／(5) まとめ・210
4	利用目的とデータの最小化……………211
<b>V</b>	<b>結びに代えて</b> ……………212

## 第3節 プロファイリングにおける公平性

宮下 萌・鮫島 滋



I	はじめに	214
II	プロファイリングにおける「反差別」と「公平性」	215
	1 「反差別」ないし「公平性」に関する規範への各国・団体の取組みの一例	215
	2 一括りに論じられない「公平性」	216
	3 「差別ではないからといって公平ではない」ということの意味	218
	4 国連「人種差別と新興デジタル技術：人権面の分析」からの示唆	222
	(1) 国連「人種差別と新興デジタル技術：人権面の分析」報告書・222	
	／(2) 新興デジタル技術の直接差別的・間接差別的設計／利用における人種差別の事例・222／(3) 勧告・223／(4) 若干の検討・225	
III	事例検討	227
	1 ボストン市 Street Bump 事案	228
	2 Facebook（現在は「Meta」）行動ターゲティング広告事案	228
	3 検討	229
IV	AI 品質における公平性	231
	1 公平性要求実現のための施策	232
	2 開発基盤・ツール活用（AI 品質における公平性まとめ）	235
V	日本における取組みおよび文脈	237
	1 個人情報保護法制度およびガイドライン	237
	2 個人情報保護法制度と差別禁止法との関係性	239
VI	プロファイリングにおける公平性を確保するための取組み（リスクベース・アプローチ）	241
	1 プロファイリングにおける公平性検討の対象	241
	2 プロファイリングにおける公平性を確保するための取組み	242
	(1) サービス提供の中止・242／(2) リスク低減策・244	
VII	結びに代えて	245

## 第4節 プロファイリング対象者への説明

——杉浦 健二

I	はじめに	249
II	プロファイリングにおける説明	250
1	求められる説明の内容は、説明の対象者に応じて異なる	250
2	プロファイリング対象者に対して説明が求められる理由	251
	(1) 自己の権利利益が侵害されていないか検証する機会を与えるため・251/(2) 判断結果に対する納得感や信頼を得るため・252/(3) 自己調整の機会を確保するため・252	
3	AIにおける説明可能性、透明性、アカウントビリティ	253
	(1) 説明可能性・253/(2) 透明性・254/(3) アカウントビリティ・255/(4) プロファイリングにおける説明と、各概念の位置づけ・255	
4	プロファイリングにおける説明によって生じ得る弊害やリスク	255
	(1) 営業秘密やノウハウ、知的財産権を侵害するリスク・255/(2) プライバシー権を侵害するリスク・255/(3) 判断精度の低下・256/(4) 開発・運用コストの増大・256/(5)ゲーミング、悪用のリスク・256	
5	求められる「適切な範囲」の説明	256
III	説明可能なAI (XAI)	257
1	説明可能なAIとは	257
	(1) モデルの解釈可能性を高めるアプローチ (Interpretable Models)・257/(2) モデル非依存型アプローチ (Model-Agnostic Methods)・257/(3) 例示説明型アプローチ (Example-Based Methods)・258	
2	説明可能なAIが抱える課題	258
	(1) 説明内容の偽装・258/(2) 説明内容に誤りが混入している場合がある・258/(3) 近似的な説明を行うことには限界が存する・259/(4) 説明可能なAIの技術は敵対的な攻撃に対して脆弱である場合がある・259	
IV	プロファイリング対象者に対する説明に関する国内外の法令およびガイドライン等	259
1	GDPR (欧州一般データ保護規則)	260
	(1) ①一般的なプロファイリングおよび②プロファイリングに基づく意	

思決定・260/(2) ③完全自動意思決定の原則禁止・261

2	AI 白書（欧州委員会、2020年2月）	264
3	信頼できる AI のためのアセスメントリスト（欧州委員会、2020年7月）	264
4	AI とデータ保護に関するガイダンス（英国 ICO、2020年7月）	265
5	AI 規則案（欧州委員会、2021年4月）	265
6	CPRA（米国カリフォルニア州プライバシー権法）	266
7	NIST「説明可能な AI の 4 原則」案（米国国立標準技術研究所、2020年8月）	267

(1) 説明可能な AI の 4 原則・267/(2) 説明の 5 類型・267

8	個人情報保護法（日本）	269
9	放送受信者等の個人情報保護に関するガイドライン	269
10	人間中心の AI 社会原則（内閣府、2019年3月）	269
11	AI 利活用 GL（総務省 AI ネットワーク社会推進会議、2019年8月）	270
12	AI 原則実践 GL	271
13	プロファイリング最終提言	272
14	情報信託機能指針	273
15	デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会論点整理（消費者庁、2020年8月）	273

## V（検討）プロファイリング対象者に対して求められる説明

1	プロファイリング対象者の権利利益に与える影響の程度を基準とすること（リスクベース・アプローチ）	275
2	各項目の説明	276

(1) プロファイリングが実施されていること・276/(2) ロジックの基本的な情報・278/(3) プロファイリング対象者から取得する個人データの取得方法や取得するデータ項目・278/(4) プロファイリング結果が利用される範囲・279/(5) 結果に影響を与えた主要なデータ項目・280

3	説明が実施されるタイミングと方法	281
	(1) 事前の説明が求められる項目・281/(2) 事後の説明が求められる項目・281	
4	修正要素	282
5	リスクベース・アプローチにより説明の分類を試みることの課題	282
	(1) 具体例の充実と運用監視の仕組みの必要性・282/(2) 「説明」の限界・282	
VI	結びに代えて	283

## 第5節 プロファイリングにおけるアカウントビリティ

—————石田優一・福富友美

I	はじめに	284
II	プロファイリングにおけるアカウントビリティ	286
1	アカウントビリティの概念に関する国内外のガイドライン等	286
	(1) AIの被利用者への説明、対話等のコミュニケーションの要素を主に含むもの・286/(2) 被利用者による異議申立て、再発防止、被害者への賠償等の救済の側面をも含むもの・288	
2	アカウントビリティと関係し得る個人情報保護法の規定	292
	(1) 序論・292/(2) 個人情報保護法19条(不適正な利用の禁止)・293/(3) 個人情報保護法23条(安全管理措置)・294/(4) 個人情報保護法32条1項4号(保有個人データに関する事項の公表等)・294	
3	プロファイリングにおいてアカウントビリティが求められる法的な理由	295
	(1) 序論・295/(2) プライバシー権の観点・296/(3) プライバシー権以外の人格権の観点・297/(4) 信義則上の説明義務の観点・298/(5) 結論・300	
4	プロファイリングにおいてアカウントビリティが求められる倫理的な理由	300
	(1) AIを利用した製品について社会からの受容を受けるという観点・300/(2) 開発者やAIを利用する事業者がその法的または社会的責任を	

果たす観点・300／(3) AIの品質を担保する観点・301

- 5 アカウンタビリティの内容の検討 ..... 301
  - (1) アカウンタビリティとは・301／(2) アカウンタビリティの内容検討に当たってのリスクベース・アプローチの採用・302
- 6 事例ごとのリスクレベルの内容の検討（人事採用の場면을例に） ..... 305
  - (1) 求職者向けのウェブサイトにおけるAIによるレコメンド機能・307／(2) マッチング要素が強い採用場面におけるAIの利用・308／(3) AIによるスコアリングの結果が就労の自由そのものに影響し得る場合・309／(4) 整理解雇の場面におけるAIの利用・309

## 第6節 プロファイリングにおける人間の関与

—————古川 直裕

- I 人間の関与とは ..... 312
- II 本節における用語 ..... 312
- III 関与の方法 ..... 313
  - 1 人間の関与の多様性 ..... 313
  - 2 人間の関与の類型化 ..... 315
  - 3 本書の対象とメリット・デメリットの分析 ..... 317
- IV 人間の関与が求められる根拠 ..... 319
  - 1 AIの早期実用化と漸次的精度向上 ..... 319
  - 2 法令等による要請 ..... 320
  - 3 誤判定の防止 ..... 320
  - 4 バイアスの防止 ..... 321
  - 5 説明可能性の確保 ..... 321
- V 関与のあり方を決めるための考慮要素 ..... 322
  - 1 分析対象者に対して与える影響の内容および程度 ..... 322
  - 2 処理の迅速性 ..... 322
  - 3 コストおよび処理件数 ..... 323
  - 4 推論用データの量および内容 ..... 323
  - 5 判断ルールの明確性 ..... 323

6	分析対象者による検討の可否	324
7	関与する人の数および能力	324
8	AIの性能	324
9	現状	324
10	分析対象者の同意	324
<b>VI</b>	<b>判断枠組みの提示</b>	325
1	判断枠組みの必要性	325
2	リスクベース・アプローチ（ステップ1）	325
3	レベル3の詳細化（ステップ2）	327
4	最終調整（ステップ3）	329
<b>VII</b>	<b>社会的・国家的利益</b>	329
1	類型化	329
2	検討	330

## 第7節 プロファイリングにおける同意

————— 渡邊道生穂

<b>I</b>	<b>はじめに</b>	332
<b>II</b>	<b>前提の整理</b>	333
1	本稿における検討対象	333
2	保護されるべき権利・利益	333
	(1) 個人の尊厳・人格権・333／(2) 公平性・334	
3	留意点	334
	(1) AIと人との違い・334／(2) 同意絶対主義ではない・335／(3) 同意の実態・335	
<b>III</b>	<b>関連規定</b>	336
1	EU	336
	(1) データの取扱いを許容する法的根拠・336／(2) 同意要件・337	
2	日本	338
	(1) 関連規定・338／(2) 法の目的・339／(3) プロファイリングにおける同意を考える際の視点・341	

IV 検討	342
1 同意の要否	342
(1) 同意を求めることの難しさ・342/(2) 同意に代わる手段・342/(3) 同意を必要とする場合の判断基準・344/(4) 具体的検討・345	
2 同意の有効性	349
(1) 有効な同意の要素・349/(2) 同意が無効になる類型・351	
3 他の代替手段	351
V まとめ	352

## 第8節 プロファイリング結果の第三者提供

—————坂田晃祐・福田真之介

I はじめに	353
II 現行規制の概観	354
1 日本における規制	354
(1) 個人データの第三者提供に関する規制・354/(2) プロファイリング結果の第三者提供に着目した規制・358	
2 諸外国における規制	360
(1) EU・360/(2) アメリカ・カリフォルニア州・361/(3) 中国・362	
III プロファイリング結果の第三者提供に伴うリスク	363
1 一般の個人データの第三者提供との異同	363
(1) 取得時利用目的の記載および第三者提供先の利用目的・363/(2) 通常の第三者提供の場合、提供先利用目的を明示させる必要性に乏しいこと・365/(3) プロファイリング結果の第三者提供に(2)の説明が妥当しないこと・366	
2 本人に生じ得るリスク・権利侵害	366
(1) プライバシー権の侵害・366/(2) 消費者契約法違反・368/(3) 信義則違反・369	
IV 結果の第三者提供に対して異なる規制を及ぼすべきか	370
1 結論	370
2 いかなる規制内容が望ましいか	371

(1) 提供先利用目的の情報提供または通知公表の義務づけが方向性として望ましいこと・371/(2) 一部の結果の第三者提供について、オプトアウトを認めるべきでないこと・372/(3) その他の規制の可能性・373	
3 リスクベース・アプローチによる規制対象の考察	373
<b>V プロファイリング結果の本人提供を求める場合における</b>	
<b>検討点</b>	375
1 はじめに	375
(1) インフォームドコンセント・アプローチ・376/(2) 消費者法的アプローチ・376/(3) 民法的アプローチ・376/(4) 独禁法的アプローチ・377	
2 インフォームドコンセント・アプローチ	377
3 消費者法的アプローチ	378
4 民法的アプローチ	378
5 独禁法的アプローチ	379
6 検討	380

## 第5章 まとめ

1 本書で採用するリスクベース・アプローチの概要	384
2 そもそも導入することが許されないプロファイリング	384
3 リスクベース・アプローチの適用	385
(1) 利用目的の特定・386/(2) 公平性・387/(3) 説明・388/(4) アカウンタビリティ・392/(5) 人間の関与・393/(6) 同意・397/(7) プロファイリング結果の第三者提供・398	
<b>編者略歴・著者略歴</b>	404
<b>事項索引</b>	411