

第3章 金融機関による個人情報等の利活用を巡る諸問題

加藤 貴 仁

1 本稿の目的

金融機関は、個人情報取扱事業者として、個人情報の保護に関する法律（以下、「個人情報保護法」という。）の規制対象となる（個人情報保護法2条5項）。本稿は、個人情報保護法を初めとする金融機関が個人情報等を取り扱う際に適用される規制の現状を確認し、今後、検討すべき課題などを抽出することを目的とする⁽¹⁾。

金融機関が個人情報等を取り扱う際に適用される規制には様々なものが存在するが、本稿では個人情報保護法に加えて、個人情報保護委員会＝金融庁「金融分野における個人情報保護に関するガイドライン」（2017年2月）（以下、「金融分野ガイドライン」という。）と個人情報保護委員会事務局＝金融庁「金融機関における個人情報保護に関するQ&A」（2017年3月）（以下、「Q&A」という。）を主たる検討対象とする⁽²⁾。

2では、まず、個人情報保護法の一般的な規制の枠組みを確認する。3では、金融分野ガイドラインにおける機微（センシティブ）情報の取扱いに関する規定等を題材として、金融機関が個人情報等を取り扱う際の問題を概観する。4では、今後の課題を述べる。

2 個人情報保護法における個人情報取扱事業者を対象とした規制の概観

(1) 規制対象としての個人情報取扱事業者

個人情報保護法は個人情報取扱事業者を対象とした業規制である⁽³⁾。したがって、まずは、

-
- (1) 特段の断りがない限り、本稿の内容は筆者が本稿のもとになった報告を行った日（2018年1月25日）の個人情報保護法等に基づくものである。個人情報保護法については、2020年3月10日に「個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同日、国会に提出された。本稿では個人情報保護法の改正案の内容を十分に検討することはできなかった。この点は今後の課題としたい。
 - (2) 個人情報保護法については、同法8条等に基づき、様々な指針（ガイドライン）が制定されている。全ての事業者を対象とした一般的なガイドラインとして、個人情報保護委員会が定める「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン（通則編）」、「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン（外国にある第三者への提供編）」、「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン（第三者提供時の確認・記録義務編）」、「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン（匿名加工情報編）」がある。これらの一般的なガイドラインに加えて、「個人情報の性質及び利用方法に鑑み、個人の権利利益の一層の保護を図るため特にその適正な取扱いの厳格な実施を確保する必要がある個人情報」（個人情報保護法6条前段）について、特定の分野を対象としたガイドラインが策定されている。金融・信用関係はその1つであり、その他に医療関係と情報通信関係がある。岡村久道「個人情報保護法〔第3版〕」（商事法務、2017年）531頁。金融関連分野のガイドラインとしては、この他に個人情報保護委員会＝経済産業省「信用分野における個人情報保護に関するガイドライン」（2017年2月）と個人情報保護委員会＝法務省「債権管理回収業分野における個人情報保護に関するガイドライン」（2017年2月）がある。
 - (3) 個人情報保護法1条は、「この法律は、高度情報通信社会の進展に伴い個人情報の利用が著しく拡大していることに鑑み、個人情報の適正な取扱いに関し、基本理念及び政府による基本方針の作成その他の個人情報の保護に関する施策の基本となる事項を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の適正かつ効果的な活用が新たな産業の創出並びに活力ある経済社会及び豊かな国民生活の実現に資するものであることその他の個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする。」と定める（下線部は筆者）。

規制対象となる個人情報取扱事業の定義を正確に理解する必要がある。

個人情報取扱事業者とは、「個人情報データベース等を事業の用に供している者」である（個人情報保護法 2 条 5 項）。個人情報取扱事業者の定義規定の「個人情報データベース等」と「個人情報」の定義は、以下のとおりである。

個人情報保護法 2 条 4 項は、「個人情報データベース等」を、「個人情報を含む情報の集合物であって」、「特定の個人情報を電子計算機を用いて検索することができるように体系的に構成したもの」又は「特定の個人情報を容易に検索することができるように体系的に構成したものとして政令で定めるもの」と定義する。

個人情報保護法 2 条 1 項は、「個人情報」を、「生存する個人に関する情報であって」、「当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等⁽⁴⁾……により特定の個人を識別することができるもの」⁽⁵⁾、又は「個人識別符号が含まれるもの」と定義する⁽⁶⁾。

なお、個人情報保護法の規制対象を理解する際には、ビッグデータやパーソナルデータと個人情報保護法の関係を整理しておくことも有益である。両者の関係は以下のように整理されている⁽⁷⁾。

ビッグデータとは、多種多様で複雑かつ膨大な情報の集積を総称する概念である。個人情報を加工して作り出される匿名加工情報とは異なり、ビッグデータは解析・加工前の情報の集合体を意味する。

パーソナルデータとは、個人の行動や状態に関するデータを広く総称する概念である。たとえば、製品の購買履歴、インターネット上の行動履歴、IP アドレス、位置情報等がパーソナルデータに含まれる。

ビッグデータやパーソナルデータは個人情報保護法の規制対象を画する概念ではないが、これらの中に含まれる情報の取り扱いが個人情報保護法の規制対象となる可能性がある。

(4) ただし、後掲注(6)で紹介する個人識別符号を除く。

(5) なお、他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができるものとなるものを含む。

(6) 個人識別符号とは、①又は②のいずれかに該当する文字、番号、記号その他の符号に該当するものの中で、政令（個人情報の保護に関する法律施行令 [以下「施行令」]）によって指定されるものと定義されている（個人情報保護法 2 条 2 項）。①特定の個人の身体の一部の特徴を電子計算機の用に供するために変換した文字、番号、記号その他の符号であって、当該特定の個人を識別することができるもの、②個人に提供される役務の利用若しくは個人に販売される商品の購入に関し割り当てられ、又は個人に発行されるカードその他の書類に記載され、若しくは電磁的方式により記録された文字、番号、記号その他の符号であって、その利用者若しくは購入者又は発行を受ける者ごとに異なるものとなるように割り当てられ、又は記載され、若しくは記録されることにより、特定の利用者若しくは購入者又は発行を受ける者を識別することができるもの、である。施行令では、個人識別符号としてパスポート番号等が列挙されているほか、「その他前各号に準ずるものとして個人情報保護委員会規則で定める文字、番号、記号その他の符号」も個人識別符号とされている（施行令 1 条 2 号 8 号）。個人情報の保護に関する法律施行規則（平成 28 年 10 月 5 日個人情報保護委員会規則第 3 号）（以下、「施行規則」という。）では、個人識別符号として健康保険法に基づく保険制度の被保険者証の記号、番号及び保険者番号などが指定されている（施行規則 4 条）。したがって、銀行や証券会社が開設する口座の番号は、単独では個人識別符号にはならない。

(7) 有吉尚哉＝本柳祐介＝水島淳＝谷澤進編著『FinTech ビジネスと法 25 講—黎明期の今とこれから—』（商事法務、2016 年）27-28 頁。

(2) 個人情報の取得に関する規制

個人情報取扱事業者の行為規制の対象は、個人情報の取得(個人情報保護法 15 条～18 条)⁽⁸⁾、個人データの管理(個人情報保護法 19 条～22 条)⁽⁹⁾、個人データの第三者提供(個人情報保護法 23 条～26 条)、保有個人データの公表等(個人情報保護法 27 条～34 条)⁽¹⁰⁾、個人情報取扱事業者による苦情の処理(個人情報保護法 35 条)である。これらの規制の中で、以下では、個人情報の取得に関する規制と個人データの第三者提供に関する規制の概要を紹介する。

個人情報の取得に関する規制は、利用目的による制限と個人情報の取得の方法に関する規制からなる。利用目的による制限とは、個人情報取扱事業者が個人情報を取得する際には、利用目的を特定する必要がある(個人情報保護法 15 条)、その範囲でしか個人情報を利用してはならないということである(個人情報保護法 16 条)。

個人情報の取得の方法に関する規制は、偽りその他不正な手段の利用禁止(個人情報保護法 17 条 1 項)、要配慮個人情報⁽¹¹⁾の取得に関する特則(個人情報保護法 17 条 2 項)、利用目的の通知等(個人情報保護法 18 条)からなる。要配慮個人情報の取得に関する特則は、3 で検討する金融機関による機微(センシティブ)情報の取得の制約に関する規制と関連するので、後述する。以下では、利用目的の通知等に関する規制のみを紹介する。

まず、個人情報取扱事業者は、個人情報を取得した場合は、あらかじめその利用目的を公表している場合を除き、速やかに、その利用目的を、本人に通知し、又は公表しなければならない(個人情報保護法 18 条 1 項)。「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン(通則編)」(以下、「通則ガイドライン」という。)3-2-3 によれば、以下の場合は、本人への通知又は公表が必要となる。①インターネット上で本人が自発的に公にしている個人情報を取得した場合、②インターネット、官報、職員録等から個人情報を取得した場合、③個人情報の第三者提供を受けた場合、である⁽¹²⁾。これに対して、個人情報取扱事業者が、本人から直接書面又は電磁的記録に記載又は記録された当該本人の個人情報を取得する場合

-
- (8) 個人情報保護法には「取得」の定義は存在しないが、後掲注(12)で触れるように、単に情報を閲覧する場合は含まれないと解する見解がある。
- (9) 個人データとは、「個人情報データベース等を構成する個人情報」(個人情報保護法 2 条 6 項)のことをいう。
- (10) 保有個人データとは、「個人情報取扱事業者が、開示、内容の訂正、追加又は削除、利用の停止、消去及び第三者への提供の停止を行うことのできる権限を有する個人データであって、その存否が明らかになることにより公益その他の利益が害されるものとして政令で定めるもの又は一年以内の政令で定める期間以内に消去することとなるもの以外のもの」(個人情報保護法 2 条 7 項)のことをいう。
- (11) 要配慮個人情報とは、「本人の人種、信条、社会的身分、病歴、犯罪の経歴、犯罪により害を被った事実その他本人に対する不当な差別、偏見その他の不利益が生じないようにその取扱いに特に配慮を要するものとして政令で定める記述等が含まれる個人情報」(個人情報保護法 2 条 3 項)のことをいう。
- (12) このように通則ガイドライン 3-2-3 は、本注の本文の①と②について「単に閲覧しただけの場合を除く」と明記している。この点を踏まえて、個人情報保護法における「取得」には、情報を閲覧したに過ぎない場合は含まれないと解する見解として、岡村・前掲注(12)127-128 頁がある。

は、あらかじめ、本人に対し、その利用目的を明示しなければならない（個人情報保護法 18 条 2 項）。通則ガイドライン 3-2-4 によれば、以下の場合、あらかじめ、本人に対し、その利用目的を明示しなければならないとされている。①本人の個人情報が記載された申込書・契約書等を本人から直接取得する場合、②アンケートに記載された個人情報を直接本人から取得する場合、③自社が主催するキャンペーンへの参加希望者が、参加申込のために自社のホームページの入力画面に入力した個人情報を直接本人から取得する場合、である。

（3）個人データの第三者提供に関する規制

個人情報取扱事業者が保有する個人データを第三者に提供するためには、原則として、事前に本人の同意が必要となる（個人情報保護法 23 条 1 項）。ただし、要配慮個人情報を除き、オプトアウト手続をとれば、事前に本人の同意を得ることなく個人データを第三者に提供することができる（個人情報保護法 23 条 2 項）。その他に個人データの第三者提供に関する規制として、提供元による記録の作成・保存（個人情報保護法 25 条）と提供先による確認（個人情報保護法 26 条）がある。

なお、個人データの第三者提供に関する規制の対象となる「第三者」については、その範囲を限定する規定がある（個人情報保護法 23 条 5 項）。具体的には、個人情報保護法 23 条 5 項各号に列挙された「個人データの提供先は個人情報取扱事業者とは別の主体として形式的には第三者に該当するものの、本人との関係において提供主体である個人情報取扱事業者と一体のものとして取り扱うことに合理性があるため、第三者に該当しないものとする」（通則ガイドライン 3-4-3）とされている。たとえば、個人データを共同利用すること等を、本人に事前に通知するか公表し、その通知又は公表の範囲内で共同利用する者へ提要する場合（個人情報保護法 23 条 5 項 3 号）、第三者提供に該当しないので、事前の同意もオプトアウト手続も不要となる。

3 金融機関による機微（センシティブ）情報の取り扱いに関連した問題

（1）金融分野ガイドラインにおける機微情報（センシティブ）情報に関する規制

金融分野ガイドラインの特徴の 1 つとして、機微情報（センシティブ）情報に関する規定の存在を挙げることができる。機微情報（センシティブ）情報とは、個人情報保護法 2 条 3 項の定める要配慮個人情報の他、「労働組合への加盟、門地、本籍地、保健医療及び性生活」に関する情報が含まれる（金融分野ガイドライン 5 条 1 項括弧書）⁽¹³⁾。たとえば、「保健医療」の中には要配慮個人情報に含まれるものもあるが、要配慮個人情報に含まれない保健医

(13) なお、2015 年の個人情報保護法の改正によって要配慮個人情報に関する規制が設けられる以前から、同改正の施行に伴い廃止された「金融分野における個人情報保護に関するガイドライン」（平成 21 年 11 月 20 日金融庁告示第 63 号）の中には機微情報（センシティブ）情報に関する規定が存在した。

療に関する個人情報であっても、機微情報に含まれる⁽¹⁴⁾。金融分野ガイドラインにおける機微情報（センシティブ）情報に関する規制は、金融機関が機微（センシティブ）情報を取得又は第三者提供できる場合の制限と機微情報（センシティブ）情報の取得及び第三者提供の方法に関する規制からなる。

まず、金融機関が機微（センシティブ）情報を取得又は第三者提供できる場合は、以下の場合に限られる（金融分野ガイドライン 5 条 1 項）⁽¹⁵⁾。

- ① 法令等に基づく場合
- ② 人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合
- ③ 公衆衛生の向上又は児童の健全な育成の推進のため特に必要がある場合
- ④ 国の機関若しくは地方公共団体又はその委託を受けた者が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合
- ⑤ 源泉徴収事務等の遂行上必要な範囲において、政治・宗教等の団体若しくは労働組合への所属若しくは加盟に関する従業員等の機微（センシティブ）情報を取得、利用又は第三者提供する場合
- ⑥ 相続手続による権利義務の移転等の遂行に必要な限りにおいて、機微（センシティブ）情報を取得、利用又は第三者提供する場合
- ⑦ 保険業その他金融分野の事業の適切な業務運営を確保する必要性から、本人の同意に基づき業務遂行上必要な範囲で機微（センシティブ）情報を取得、利用又は第三者提供する場合⁽¹⁶⁾
- ⑧ 機微（センシティブ）情報に該当する生体認証情報を本人の同意に基づき、本人確認に用いる場合

(14) Q&A8 頁では、その例として、「医師等の診断等によらず、自己判断により市販薬を服用しているといったケース」が挙げられている。逆に、公知なものや外形から明らかなもの（「本人、国の機関、地方公共団体、法 76 条第 1 項各号若しくは施行規則第 6 条各号に掲げる者により公開されているもの、又は、本人を目視し、若しくは撮影することにより取得するその外形上明かなもの」）は、要配慮個人情報であっても機微（センシティブ）情報には含まれないが、個人情報保護法に基づき要配慮個人情報として取り扱われるべきことは変わらない（Q&A9 頁）。

(15) 金融分野ガイドライン 5 条 1 項は、「金融分野における個人情報取扱事業者は、[機微（センシティブ）情報] については、次に掲げる場合を除くほか、取得、利用又は第三者提供を行わないこととする。」と定めているが、同項に違反することは個人情報保護法に違反するわけではない。ただし、金融分野ガイドラインにおいて、『「こととする」』、『適切である』及び『望ましい』と記載されている規定……は、金融分野の個人情報の性質及び利用方法に鑑み、個人情報の取扱いに関して、金融分野における個人情報取扱事業者特に厳格な措置が求められる事項として規定されており、金融分野における個人情報取扱事業者においては、遵守に努めるものとする。（金融（分野）ガイドライン 1 条 2 項）とされている。

(16) Q&A7 頁では、⑦の例として、「例えば、金融機関が保険金の支払いや借り手の与信判断をするために、被保険者や借り手の健康状態に関する情報を各種法令や社会通念等に照らし適切といえる方法で、かつ保険金の支払いや与信判断のために必要な範囲内で、被保険者や借り手から同意を得て取得することが考えられます。反対に、保険金の支払いや借り手の与信判断のために本籍地等に関する情報を取得することは、『業務遂行上必要な範囲』内であるとは認められないことから、原則として、取得等を行うことはできないものと考えられます。ただし、業務遂行上、本籍地の取得等の必要性が認められる場合は、例外として本籍地の取得等が認められることもあり得ます。」が挙げられている。

次に、機微情報（センシティブ）情報の取得及び第三者提供の方法に関する規制の概要は以下のとおりである。まず、機微情報（センシティブ）情報の第三者提供については、要配慮個人情報に該当しない場合であっても、オプトアウト手続を利用することはできないとされている（金融分野ガイドライン 5 条 4 項）⁽¹⁷⁾。その趣旨としては、「機微（センシティブ）情報のうち要配慮個人情報を除く情報についても、情報の性質上特に慎重な取扱いが求められると考えられることから、要配慮個人情報と同様、オプトアウト手続によって第三者提供することができないこととするものです。」（Q&A10 頁）と説明がなされている。その一方、要配慮個人情報に該当しない機微情報（センシティブ）情報の取得については、要配慮個人情報と同じ取り扱い、すなわち、事前の同意（個人情報保護法 17 条 2 項）を得ることが望ましいことは示唆されているが、義務付けられているわけではない⁽¹⁸⁾。

（２）要配慮個人情報及び機微（センシティブ）情報の推知に関する問題

要配慮個人情報及び機微（センシティブ）情報については、要配慮個人情報又は機微（センシティブ）情報に該当しない複数の情報を組み合わせることによって、要配慮個人情報及び機微（センシティブ）情報を推知できる場合があることが問題となり得る。たとえば、個人情報取扱事業者は、購買情報（たとえば、宗教者や医薬品の購買情報）や身体的情報（たとえば、体重・血圧等）から信条や病歴を推知し得る場合があるが、これらの情報は要配慮個人情報には該当しないと解されている⁽¹⁹⁾。

要配慮個人情報又は機微（センシティブ）情報に該当しない複数の情報を組み合わせることによって、要配慮個人情報又は機微（センシティブ）情報を推知することは、プロファイリングの一種である⁽²⁰⁾。プロファイリングについては、個人情報保護法の規制枠組みの中で何らかの対処がなされるべきではないかが論じられている⁽²¹⁾。

(17) なお、要配慮個人情報については、個人情報保護法において、そもそもオプトアウト手続を利用することが認められていない（個人情報保護法 23 条 2 項）。

(18) 「例えば、金融分野ガイドライン第 5 条第 1 項第 5 号及び第 6 号には、『本人の同意に基づき』との記載はありませんが、同第 5 号及び第 6 号の場合に機微（センシティブ）情報を第三者提供する場合等には、上記のとおり個人情報の保護に関する法令等に従い適切に対応する必要があります」（Q&A9 頁）。

(19) 有吉ほか・前掲注(7)26 頁。

(20) プロファイリングとは、EU General Data Protection Regulation (GDPR) Article 4 (4)の定義に従えば、「自然人に関する特定の個人的側面を評価するために、特に、当該自然人の職務遂行能力、経済状況、健康、個人的選好、関心、信頼性、行動、位置もしくは動向を分析または予測するために、個人データを用いて行うあらゆる形式の自動化された個人データ処理」（山本龍彦「ビッグデータ社会とプロファイリング」論究ジュリスト 18 号（2016 年）34 頁）のことをいう。

(21) たとえば、「センシティブな事項を一定の精度で予測するプロファイリングは、少なくとも改正個人情報保護法 17 条 2 項のいう要配慮個人情報の『取得』に該当し、本人の事前同意がない限り、同条違反を構成するよう思われる。」「プロファイリングについて特段の規制のない現行法制下では、取得制限の緩い一般的な（非センシティブな）個人情報等を集積してプロファイリングすることで、迂回的に『要配慮個人情報』にアクセスできてしまう。このことにより、要配慮個人情報の取得にわざわざ本人の事前同意を求めた同条の趣旨が骨抜きにされる可能性もある。」と述べる見解がある（山本・前掲注(20)39 頁）。

金融機関、特に銀行が保有する個人情報には、要配慮個人情報又は機微（センシティブ）情報には該当しないが要配慮個人情報又は機微（センシティブ）情報を推知する際に利用可能な情報が数多く含まれているように思われる。たとえば、振込先やデビットカードの利用先等に係る情報が、このような情報に該当する。銀行が提供するサービスに基づくキャッシュレス決済の利用が増えれば、銀行がこのような情報を保有する機会が増加することに注意を要する。

4 金融機関による個人情報等の利活用の意義と限界

我が国では、金融機関による個人情報等の利活用が進展する余地が大きいように思われる⁽²²⁾。金融機関が顧客の利益に適った金融商品・サービスを提供することは金融機関の存在意義であるが、そのためには金融機関が顧客の状況をより良く知る必要がある⁽²³⁾。個人情報等の利活用は、金融機関が社会から期待されている役割を果たすための重要な手段となる。

その一方、個人情報等が、金融機関が顧客の利益に適った金融商品・サービスを提供するためではなく、金融機関にとって都合の良い金融商品・サービスを顧客が消費するために利用される危険がある。金融機関は、顧客の個人情報を、顧客の意思決定を操作するために利用することもできるのである⁽²⁴⁾。このような危険は決して新しいものではないが、ICT

(22) 金融分野ガイドラインには金融機関による個人情報の第三者提供に関する規定も存在する。たとえば、第三者提供について本人から同意を得る場合（個人情報保護法 23 条 1 項）及び共同利用のために本人に通知する場合（個人情報保護法 23 条 5 項 3 号）は書面による旨の規定（金融分野ガイドライン 11 条 1 項 4 項）、個人データの提供元が個人信用情報機関から会員企業への個人データの提供について同意を得るための手続きに関する規定（金融分野ガイドライン 11 条 2 項）、個人信用情報機関に与信事業に係る個人の返済能力に関する情報を提供する際にオプトアウト手続を利用することを禁止する規定（金融分野ガイドライン 11 条 3 項）、個人信用情報機関に与信事業に係る個人の返済能力に関する情報を提供する際にオプトアウト手続を利用すること禁止する規定（金融分野ガイドライン 11 条 3 項）、である。しかし、金融規制（業務範囲規制）における個人情報の第三者提供の取扱いが不明確であったこともあり、本稿のもとになった報告を行った日（2018 年 1 月 25 日）時点では、金融機関、特に銀行による個人情報の第三者提供（個人信用情報機関に対するものを除く）はほとんど行われていなかった推測される。なお、海外では Card Linked Offer（金融機関から利用者のクレジットカード等の決済情報の提供を受けた第三者が、決済情報の分析に基づき各利用者にクーポンの配付等を行うサービス）と呼ばれるサービスが行われている。有吉ほか・前掲注(7)223-224 頁、片岡義弘＝森下国彦編『FinTech 法務ガイド』（商事法務、2017 年）287 頁。2019 年銀行法改正によって、「顧客から取得した当該顧客に関する情報を当該顧客の同意を得て第三者に提供する業務その他当該銀行の保有する情報を第三者に提供する業務であつて、当該銀行の営む銀行業の高度化又は当該銀行の利用者の利便の向上に資するもの」が銀行の付随業務として位置付けられた（銀行法 10 条 2 項 20 号）。2020 年に予定されている個人情報保護法の改正に伴い金融分野ガイドラインも改正されることが予想されるが、その際、銀行法改正によって個人情報の第三者提供が銀行の付随業務として位置付けられたことへの対応もなされるように思われる。

(23) たとえば、金融庁が 2017 年 3 月 20 日に公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 6 は、「金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。」と定める。また、金融商品取引業者等は、業務の運営の状況が「金融商品取引行為について、顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行つて投資者の保護に欠けることとなつており、又は欠けることとなるおそれがある」という状況に陥らないように、その業務を行わなければならない（金融商品取引法 40 条 1 号）。

(24) 山本龍彦「ビッグデータ社会における『自己決定』の変容」NBL1089 号（2017 年）30 頁（「事

(Information and Communication Technology) の発展に伴い、その危険性が非連続的に高まったように思われる⁽²⁵⁾。このような危険性は、金融商品・サービスの広告・勧誘に係る規制の見直しにつながる可能性を有している⁽²⁶⁾。

金融機関が顧客の状況をより良く知るために個人情報等の利活用を行う場合、次に問題となるのは、金融機関が顧客に提供する金融商品・サービスの差別化が許容される範囲である。金融機関による個人情報等の利活用は、金融機関が顧客ごとに各顧客の状況に適した異なった金融商品・サービスを提供することを可能にすると同時に、顧客が望む条件では金融機関から金融商品・サービスの提供を受けることはできないという状況を生じさせる可能性がある⁽²⁷⁾。銀行口座を初めとして金融機関が提供する金融商品・サービスの中には、多くの個人にとって、日常生活を送るために必要不可欠なものが存在する。このような社会的なインフラに近い金融商品・サービスについては、個人情報等に基づく差別化に一定の限界を設けるべきか検討する必要があるように思われる。

業者によるビッグデータの利活用によって、人の意思形成過程の操作はますます容易に、また巧妙化し、消費者が『決めさせられる』場面はこれまで以上に拡大するように思われる」と指摘する。)

- (25) たとえば、山本・前掲注(24) 30頁・32頁では、「メタボリック症候群(以下「メタボ」という)を気にし始めた30代男性であるXは、ネット上でダイエット関連の商品をチェックしたり、見学のためトレーニング・ジムに立ち寄りたりしていた。ダイエットサプリ等を扱う健康食品会社Yは、Xの閲覧記録や行動履歴(位置情報)等を収集しており、これらの情報を用いたプロファイリングから、Xがメタボを気にする30代男性であることを把握していた。そこでYは、検索エンジン等のサービスを行うインターネット広告事業者Aに、同社のポータルサイト上で、一般的なニュースとともに、メタボの健康への危険性を報じるニュースを、Xにのみ数日間にわたって集中的に配信するよう依頼した。……Yは、Xがこのニュースを閲覧し、メタボへの不安を増大させていることを他の行動履歴等から確認した上で、Xに対してダイエット関連商品のネット広告を配信した。」という例を挙げた上で、「消費者契約法4条3項は、身体を拘束しての『勧誘』を問題視するが、ビッグデータの利活用が進んだネット空間では、消費者が、高度に連携化されたネット広告業界によって構築された見えない『壁』に『拘束』され、パーソナライズ化された情報を集中的に浴びせられることがあり得るというわけである。このとき、商品購入へと至るXの意思形成過程が自律的なものであったと、はたしていえるのだろうか」との指摘がなされている。
- (26) たとえば、2018年12月21日に公表された「仮想通貨交換業等に関する研究会報告書」9頁(注18)では、「仮想通貨交換業者は、いわゆるターゲティング広告を利用し、仮想通貨の取引を積極的に求めている顧客に対しても、他のウェブサービス等の利用時に仮想通貨に関する広告を自動的に表示すること等により誘引を図る場合がある。また、いわゆるアフィリエイト広告として、仮想通貨交換業者以外の者が顧客を取引用ウェブページ等に誘引することで報酬を得る事例も見られる。これらの行為は、仮想通貨の取引以外の金融サービスの提供に際しても同様に見られるものであるが、従来の『勧誘』とは性質を異にするとも考えられ、今後、横断的な検討が必要と考えられる。」と述べられている。
- (27) たとえば、前注(20)で照会したプロファイリングを利用した与信判断などが考えられる。しかし、事業者がプロファイリングに基づきサービスの提供を拒絶することに対しては、「プロファイリング結果は『真実らしく受け取られる』としても、あくまで確率的な判断であって、その人そのものを確定的に記述するものではない……。……個人が、自らの努力や真の能力、自らを取り巻く個別的・具体的状況にかかわらず、人工知能がはじきだした『確率』によって概括的・抽象的・事前的に判断され、人生の重要な機会を奪われ、自律的な生き方を妨げられることは十分に考えられる。」という懸念が示されている。山本・前掲注(20) 41頁。