GDPR 第 62 条に基づく共同処理

オランダ、ハンガリー、イタリア、リトアニアの SAS がスマートテレビ戦略案件において実施した共同事業

最終報告書

Nemzeti
Adatvédelmi és
Információszabadság
Hatóság

GPDP | GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

DATENSCHUTZSTELLE
FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

AP | bescherming in een digitale wereld

目次

はじめに 3

1 共同作戦 4

1.1 調査の理由 4
1.2 調査範囲 4
1.3 調査方法論 4

2 発見事項の概要 6

3 検出された重要なデータフロー 7

3.1 インストール時のデータフロー 7
3.2 スタンバイ 8
3.3 オフ 8
3.4 2 回目の待機時間 9
3.5 通常使用 10

4. テレビ業界の不透明性 11

4.1 多くの関係者が関与している 11
4.2 デバイス製造者の法的役割 11
4.3 デバイス製造者とパートナーの共同データ管理者としての役割 11
4.4 データ管理者役割の（採用に関する）その他の所見 11
4.5 市場におけるデータ主体の立場 12
4.6 結論 12

5. プリインストールアプリケーション 13

6. 共同作戦の結論 14

はじめに

2022 年 4 月 28 日に発表された執行協力に関するウィーン声明（[1]）を受け、欧州データ保護委員会（EDPB）は、オランダ監督当局（以下「NL SA」）が提案したスマートテレビに関する事例を戦略的案件として選定した。インターネット接続テレビでは、通常の使用中に大量のデータが交換される。NL SA は、スマートテレビが一般家庭に初めて設置された時点から、使用中、ソフトウェア更新の受信および起動時において、通常の使用中にどのような個人データが処理されているかについて、職権による調査を開始することを提案した。ハンガリー、イタリア、リヒテンシュタインの監督当局（以下、HU SA、IT SA、LI SA）は、調査能力を戦略的に統合するため、オランダの提案に参加することを決定した。

[1]https://www.edpb.europa.eu/system/files/2022-04/edpb_statement_20220428_on_enforcement_cooperation_en.pdf

1 共同作戦

2022 年夏、オランダ監督当局（NL SA）は、インターネット接続テレビにおけるテレメトリー通信を通じた個人データ処理に関する調査計画を提案した。欧州データ保護委員会（EDPB）は 2022 年 10 月 10 日、本件を戦略的案件の一つと決定した。NL SA は他の監督当局に対し、この分野での調査開始を呼びかけた。ハンガリー、イタリア、リヒテンシュタインの監督当局は、この調査への参加を約束した。

1.1 調査の理由

欧州データ保護委員会（EDPB）は、インターネット接続機器が全加盟国および多くの分野で普及している現状を踏まえ、これら機器に関する共同調査の必要性を認識した。現在、欧州のほぼ全ての消費者が家庭内で 1 台以上の接続機器を使用している。したがって、常時インターネットに接続された機器のデータ保護法遵守状況を監視する必要がある。最も一般的な家電製品の一つは依然としてテレビである。過去数年間でテレビに追加された数多くの機能を踏まえ、EDPB はインターネット接続テレビに関する調査が現在および近い将来においても重要性を維持すると見込んでいる。EDPB は極めて実践的なアプローチを採用し、インターネット接続テレビを初めて設置する際および家庭での通常の使用中に発生するデータフローを単純に調査することを決定した。これにより、通常は消費者にとって隠れたままのデータフローを明らかにすることを目的としている。

1.2 調査範囲

参加監督当局は、3 社の異なる製造者から 3 種類の異なるデバイスを調査した。選定基準は、EU および EEA において最大の市場シェアを持つ製造者の最も人気のあるモデルに基づいた。法的観点からは、調査は透明性の原則とデータ最小化の原則に焦点を当てた。この限定的な範囲により、参加した 4 つの監督当局は統一された管理可能な調査を実施することができた。

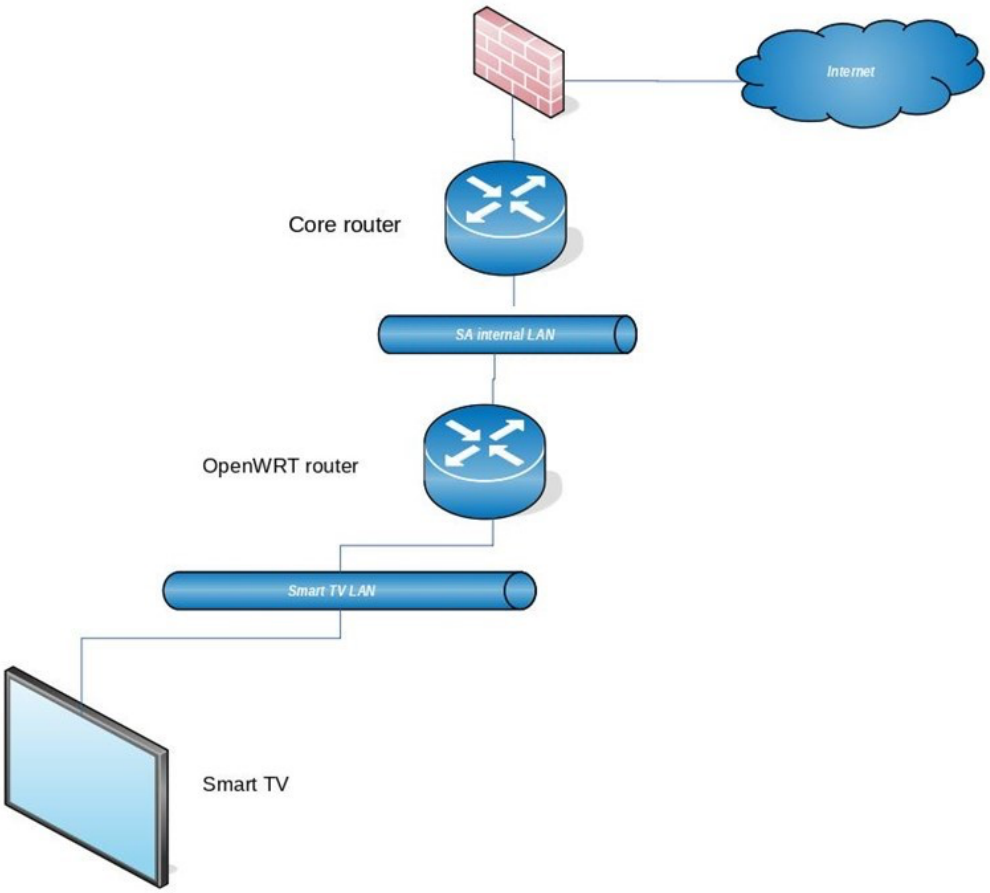
1.3 調査方法論

2023 年 8 月、参加した 4 つの監督当局は、同日に同時並行で一連の技術的調査を実施した。調査方法は事前に調整され、調査対象となった全ブランドで同様のものだった。

目的は、デバイスとルーター間のインターネット通信を捕捉することだった。この分析は、以下の 4 つの特定の時点に関連付けられた：

- 初回インストール時
- 待機/アイドル状態時
- 通常の使用中
- デバイスの電源が切られている時

技術調査後、SA は結果をデバイス製造者と共有し、コントローラーへのデータフローの説明を求めた。さらに SA は製造者に対し追加情報の提供を要請している。


Internet
Core router
SA internal LAN
OpenWRT router
Smart TV LAN
Smart TV

2 発見事項の概要

SA は共同調査終了後も調査を継続する可能性がある。本報告書作成時点で一部調査が継続中であることを考慮し、SA は調査対象の特定事業体を明示せず、一般的な所見のみを提示することを選択した。

監督当局は、選定された全デバイスに共通する複数の発見事項を確認した。

第一の発見事項は、技術検査中に**大量のデータフローが検出**されたことである。第 3 章では、調査の 4 段階（スマートテレビの初回設置時、アイドル状態時、通常使用時、電源オフ時）から得られたトラフィックデータに関する知見を提示する。

第二の発見事項は、インターネット接続テレビが動作する**エコシステムが不透明**であることだ。調査で確認されたデータフロー、明らかになった契約関係、検討したプライバシーポリシーから、デバイス製造者、第三者アプリ開発者、OS 提供者、広告ネットワーク、視聴データ取引業者など、多様な主体が関与する高度なエコシステムが存在することが判明した。第 4 章では、スマートテレビエコシステムの不透明性について詳述する。

本章では、多くの関係者が関与しているため、個人データ処理における（共同）管理者としてどの当事者を指定すべきか判断が難しいと考える。単なるデータ管理者の特定だけでは不十分である。この法的役割を割り当てるだけでなく、それに伴う責任を実際に履行しなければならない。共同運用を通じて明らかになったのは、デバイス製造者がデータ管理者の役割を担っており、状況によっては他者と共同で担っていることである。 しかし、接触したデバイス製造者は、自らのデータ管理者としての役割を非常に限定的に捉えているようだ。彼らが市場に投入したデバイスの使用を通じて引き起こされるデータ処理活動全体について、（共同）管理者としての役割を担うことに消極的であるという印象を受けた。

調査では、データ主体がデバイス利用のためには利用規約やプライバシーポリシーを受け入れる以外に現実的な選択肢がない状況に直面していることが判明した。前述の観察結果を踏まえれば、データ主体が自身の個人データ処理に関して適切なデータ管理者に連絡を取ることが困難であるのも当然と言える。

最終的な発見事項として、調査対象の**全スマートテレビにプリインストールアプリが搭載されていた。**一部の状況では、これらのアプリをテレビから削除できなかった。これはデータ最小化の原則とデータ主体の権利の効果的な行使に関して懸念を生じさせる。第 5 章でこれらの懸念について詳述する。

第 6 章では、監督機関が本共同調査における所見をまとめている。

3 検出された重要なデータフロー

スマートテレビは、多くの異なる当事者（ドメイン）に向けて多数のデータフローを生成する。これは、デバイスの初回インストール時、スタンバイ時、および通常の使用時に発生する。すべてのデバイスにおいて、デバイスが「オフ」の状態でもデータフローは存在する。

処理されるデータの種類を見ると、GDPR の観点から個人データを含む。これは、消費者のプライベート IP アドレスが常に処理されること、そしてそれが他の多数のデータ（例：日時、デバイス ID、アカウント ID、広告 ID、ファームウェアバージョン、国、アプリ起動/停止、リモコン電池残量、電源オン/オフ日時、TV 設定、TV シリアル番号）と組み合わせて処理されるためである。この複合データセットの主な目的は次の通りである：(i) 個々のデバイスへのサービス提供、(ii) テレビ稼働中のデバイス及びユーザー識別、(iii) テレビ利用状況情報の収集、(iv) 消費者への推奨事項や広告などのパーソナライズド情報提供。[2]

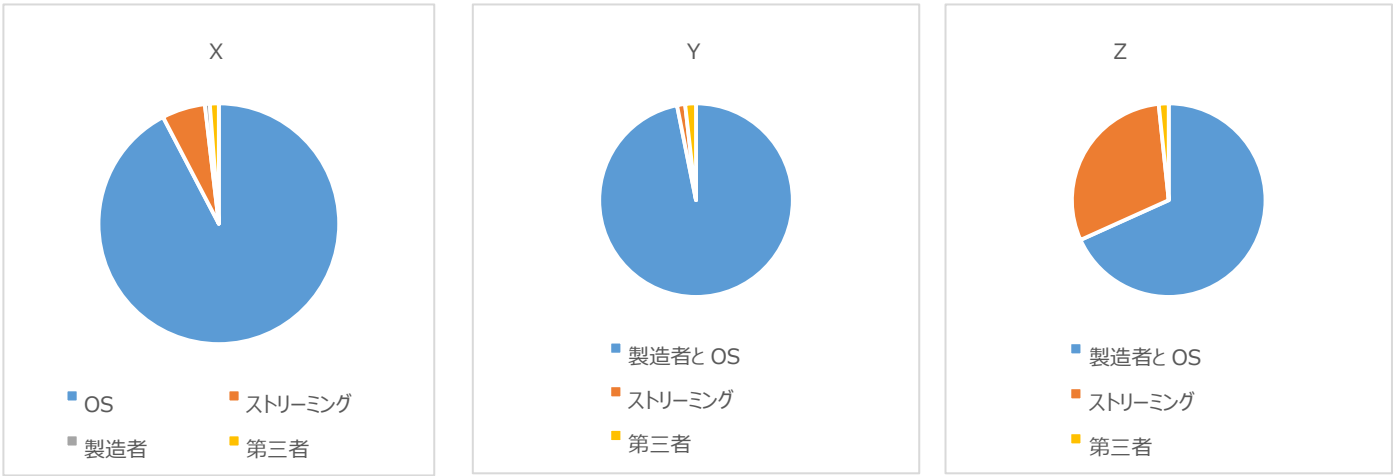
調査対象の全製造者において、データフローの大部分は暗号化されている。検出されたデータフローの内容は、適切な場合にセキュリティアセスメント（SA）のさらなる調査の方向性となり得る。別の調査方向としては、検出された全データストリームが、消費者がテレビを通常使用するために実際に必要であるかどうかが挙げられる。

インストール時に収集したデータフローから、以下の 4 種類の当事者を分類できる：

- **製造者**：接続テレビの製造者がオペレーティングシステム（OS）も提供している場合がある。この場合、データフローは OS データフローとして表示される。
- ***OS* 提供者**：接続されたテレビにインストールされた OS の提供者に関連するドメインへのデータフローである。
- **ストリーミングサービス提供者**：YouTube、Netflix、Amazon Prime Video、Disney Plus などに限定されない、ストリーミングサービスを提供する第三者へのデータフローである。
- **第三者**：データ保護上の役割（データ処理者、共同管理者、独立管理者など）に関わらず、分析の実施や追跡、パーソナライズド広告などのサービスを提供する当事者である。

3.1 インストール時のデータフロー

インストール時には、ほぼ全てのデータフローが OS に関連している。さらに、ストリーミングサービス、製造者、第三者へのデータフローも存在する。

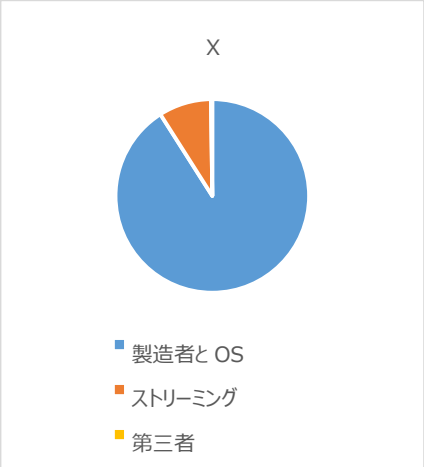


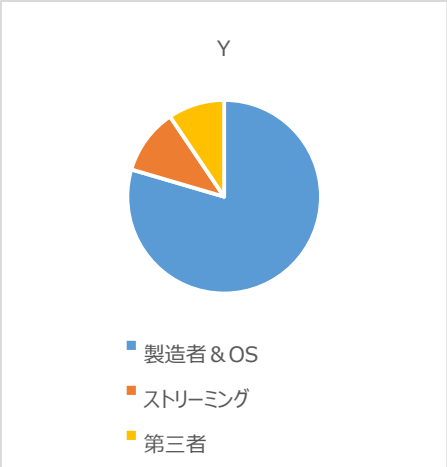
[2]これらの目的は、エコシステム内の各社のプライバシーポリシー、製造者からの回答、および SA の調査結果に基づいて導き出されたものである。

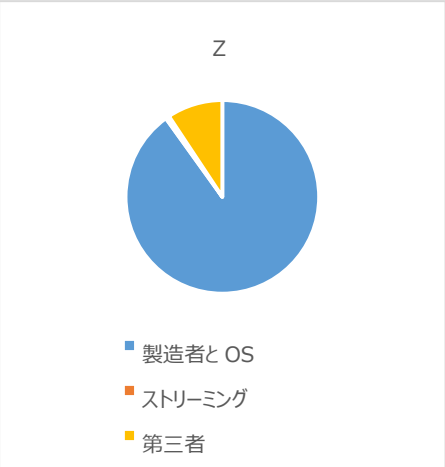
パーティーの種類	スマートテレビ X	スマート TV Y	スマート TV Z
OS	92.32%	96.85%	68.26%
ストリーミング	5.81%	1.35%	30.08%
製造者	0.66%	-	-
第三者	1.2%	1.80%	1.66%

3.2 スタンバイ

接続されたテレビがスタンバイモードにある間、データフローの大部分は OS 提供者に記録された。データフローの第二の大きなカテゴリーはストリーミングサービスである。



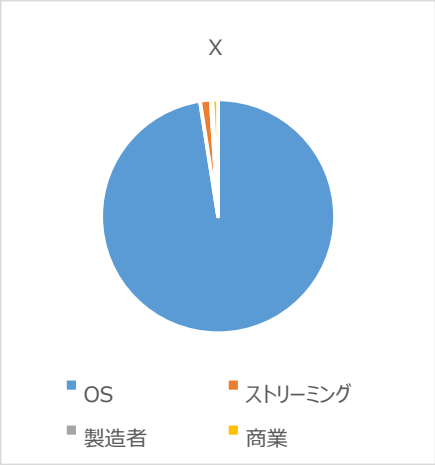


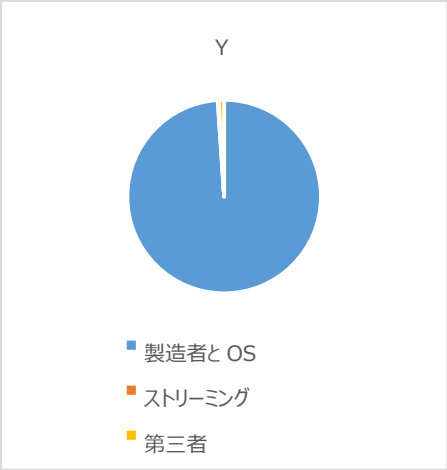


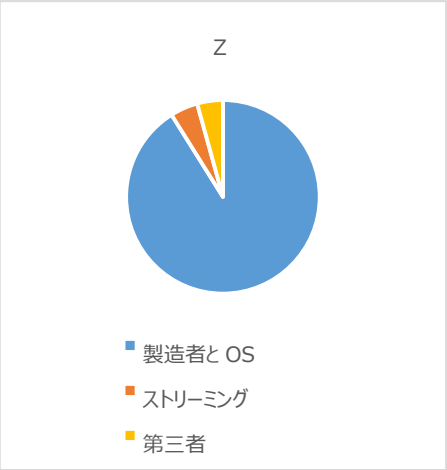
パーティーの種類	スマートテレビ X	スマート TV Y	スマート TV Z
OS	90.98%	78.85%	90.09%
ストリーミング	8.79%	10.9%	0.60%
製造	-	-	-
第三者	0.23%	9.37%	9.31%

3.3 オフ

接続されたテレビが「オフ」にされた 24 時間において、4 つのドメインカテゴリ全てへのデータフローが測定された。デバイスがオフ状態の間に記録されたデータフローの大部分は、OS 提供者に関連するドメインに関連している。しかしながら、デバイスがオフ状態であっても、ストリーミングサービス、製造者、その他の第三者との接続が依然として行われている点は興味深い。



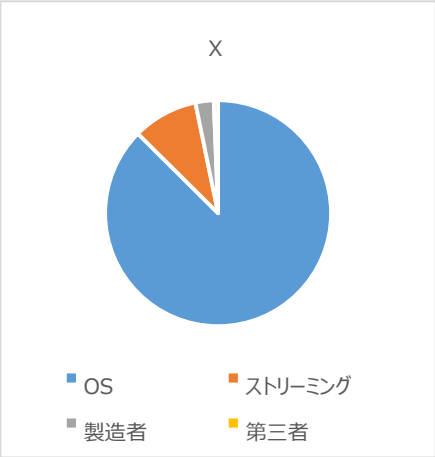


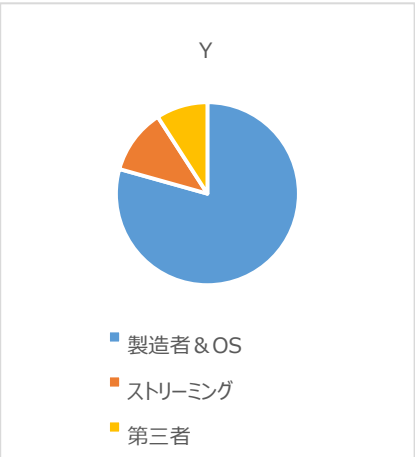


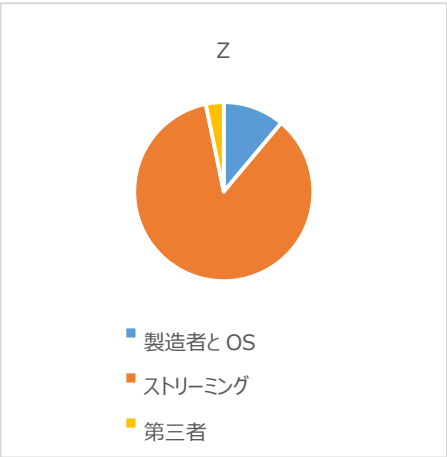
パーティーの種類	スマートテレビ X	スマート TV Y	スマート TV Z
OS	97.52%	98.84%	91.10%
ストリーミング	1.48%	0.17%	4.61%
製造	0.22%	-	-
第三者	0.78%	0.89%	4.29%

3.4 2 回目の待機時間

24 時間後、テレビを再び電源を入れ、スタンバイ状態にした。ここでもデータフローの大部分は OS 製造者に関連するドメインに向けられており、次に多いのはストリーミングサービスに属するドメインである。しかしデータフローは接続されたテレビの製造者やその他の提供者にも向かっている。



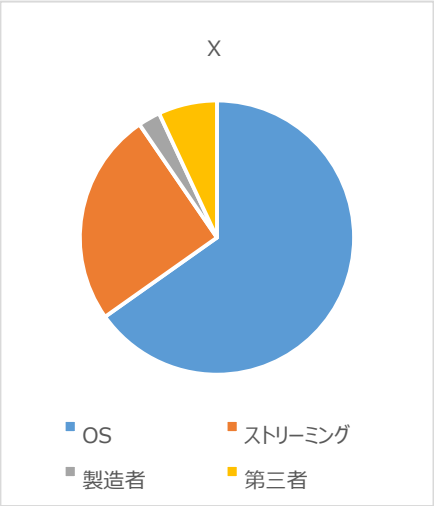


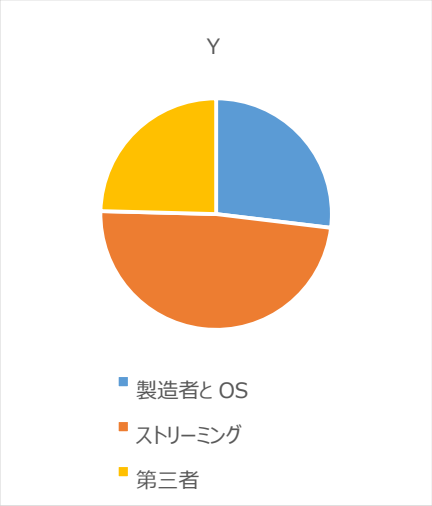


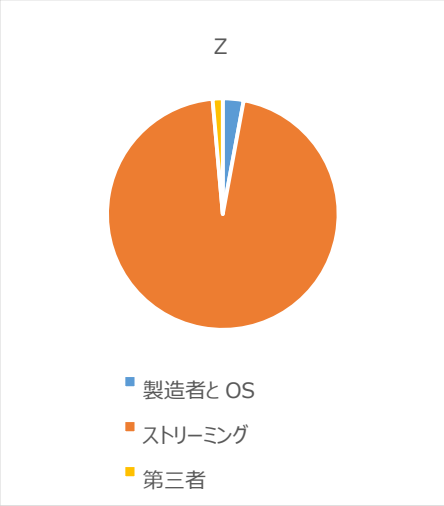
パーティーの種類	スマートテレビ X	スマート TV Y	スマート TV Z
OS	87.43%	79.35%	11.10%
ストリーミング	9.34%	11.52%	85.67%
製造	2.62%	-	-
第三者	0.61%	9.13%	3.24%

3.5 通常使用

通常の使用時、被験者はブラウザでいくつかのウェブサイトを閲覧し、YouTube で 4 本の動画を視聴した。予想通り、この段階のデータの大部分は「ストリーミングカテゴリ」に分類される。さらに、基本使用フェーズでは「第三者」カテゴリーのデータフローが増加した。これはスマート TV のブラウザでウェブサイトを閲覧する際にも予想される現象である。「第三者」カテゴリーのデータフローの割合には顕著な差異が見られる。







パーティーの種類	スマートテレビ X	スマート TV Y	スマート TV Z
OS	65.20%	26.90%	2.90%
ストリーミング	25.24%	48.51%	95.69%
製造者	2.62%	-	-
第三者	6.94%	24.59%	1.41%

4. テレビ業界の不透明性

4.1 多くの関係者が関与している

データフロー、SA が特定した契約関係、およびデバイス製造者のプライバシーポリシーから、様々な種類の事業体が関与する高度なエコシステムが存在することが導き出される。これらの事業体には、デバイス製造者、OS 提供者、第三者アプリ、広告ネットワーク、視聴データ取引業者などが含まれるが、これらに限定されない。

一般的に、SA によって収益源が特定されている。それらは、デバイス製造者がデバイスの販売だけでなく、コンテンツサービス提供者との契約やテレビ視聴データのマーケティングからも収入を得ていることを明らかにしている。

消費者はスマートテレビを使用する際、多くの企業や主体と関わる。調査対象の全デバイス製造者はパートナーと協業している。

透明性はさらに複雑だ。スマートテレビには通常複数のユーザー（例：家族全員）がいるが、この問題は本共同調査の物質的範囲には含まれていない。

4.2 デバイス製造者の法的役割

デバイス製造者は、ビジネスパートナーが処理するデータに関して、単なる製造者として GDPR 上のデータ管理者としての役割を担わない。

場合によっては、デバイス製造者はオペレーティングシステムや、第三者の提供者が提供するサービスを補完する一部のサービスをユーザーに提供する。このシナリオでは、関連する利用規約（ToS）やプライバシーポリシーで確認されている通り、製造者は自社のサービスに関連し、かつそれに限定されたデータ管理者としての役割も果たすが、エコシステム全体には及ばない。一般的に、前述のプライバシーポリシーで提供される情報は、デバイス製造者によるデータ処理に限定されている。しかしスマート TV のエコシステムは非常に広範である。

結果として、スマート TV サービスの分断されたエコシステムを考慮すると、データ主体はデバイス使用を開始する前に、自身の個人データがどのように扱われるかを理解するため、多数の当事者による異なるプライバシーポリシーを複数読む必要がある。

4.3 デバイス製造者とパートナーの共同データ管理者としての役割

デバイス製造者がパートナーと契約を結ぶ場合、当該契約に基づくデータ処理の目的と手段を、合意による決定を通じて共同で決定する可能性がある。デバイス製造者が、OS 提供者として、あるいは単なるデバイス製造者として、プリインストールアプリを提供する第三者と契約を結ぶ決定は、後者によるデータ処理を決定する。つまり、その決定がなければ処理は発生しない。

4.4 データ管理者役割の（採用に関する）その他の所見

既に述べた通り、デバイス製造者はユーザーのスマートテレビにおける個人データ処理の一部について自らをデータ管理者（コントローラー）と宣言しているが、テレビ上で追加サービスを提供する第三者のビジネスパートナーを独立したデータ管理者として指定している。

共同調査で入手したデバイス製造者の文書からは、提供されるサービスに関する拘束力のある契約を通じて契約関係が正式に定められており、特に当事者の役割、セキュリティ対策、第三者が依拠する法的根拠に基づくユーザーへの情報提供について、データ処理義務も明示的に言及されていることが明らかになった。

ごく一部のケースでは、第三者提供者がデータ処理者として活動している。この場合、デバイス製造者と第三者提供者の関係は、GDPR 第 28 条に正式に準拠したデータ処理契約によって規定されている。一般的に、データ処理者として関与する第三者は、補完的なソフトウェアなどのサポートサービスや広告サービスを提供している。

4.5 市場におけるデータ主体の立場

ブランドを問わず、データ主体はデバイスを使用するために広範なプライバシーポリシーを受け入れる以外に現実的な選択肢がない状況に直面する。例えば、テレビのインターネット機能やデバイスのオペレーティングシステムを使用するにはユーザーアカウントが必須となる場合がある。これにより、当該アカウント提供者のプライバシーポリシーが全て適用される。

同様に、SA は調査対象のインターネット接続テレビにおける必須アカウントの運用合法性について懸念を表明している。

収益源の分析によれば、デバイス製造者は機器販売だけでなく、コンテンツサービス提供者との契約やテレビ視聴データのマーケティングからも収入を得ている。したがってデータ主体は、デバイス製造者の消費者であるだけでなく、自らが生成するデータに関しての収入源でもある。

4.6 結論

以上の点を考慮し、監督当局は**スマートテレビのエコシステムが極めて複雑**であると結論づける。データ主体にとっては、関与する多数の当事者とその役割の違いを考慮すると、**自身のスマートテレビから発生した個人データがどこへ流れているのかを特定することは困難**である。OS の提供者ではなく、第三者のアプリと拘束力のある契約を結ぶ場合、デバイス製造者が「データ管理者ではない」という立場を取ることで、監督当局の調査能力は制限される。データフローを調査する際、デバイス製造者は監督当局の質問に対して他の事業者を指し示す。これにより、データ主体と監督当局の双方にとって、プロセス全体が不透明になる。

5. プリインストールアプリケーション

調査対象の全スマートテレビにおいて、監督当局はデバイスにプリインストールアプリが搭載されていることを確認した。これは、消費者が自宅で初回設定を行う前または設定中に、特定のアプリケーションが既にデバイスにインストールされていることを意味する。これらのアプリは、ユーザーが要求または使用していない場合でも、スマートテレビを通じてデータを処理する。これは、ユーザーが組み込みアプリを提供するサービス提供者にアカウントを持っているかどうかにかかわらず発生する。プリインストールアプリの配置は、デバイス製造者とコンテンツサービス提供者間の契約に基づいて行われている。

調査対象の製造者は、スマートテレビ市場における競争上の理由と消費者の利便性から、最も人気のあるアプリケーションをプリインストールしていると述べた。

しかし調査当局は、これらのアプリがデバイスから削除できないケースが存在することを確認した。

共同調査では、第三者製アプリのインストールが、ユーザーにインストールされるアプリが通知されず、インストールするアプリを選択できない状態で自動的に行われている事例が確認された。これはデータ最小化の原則に関する疑問を提起する。

6. 共同作戦の結論

観察結果の概要は第 2 章で示した。本章では、共同調査における協力関係に関する監督当局の見解を述べる。

共同調査の開始時、監督当局はスマートテレビの初回インストールおよび使用時に発生するデータフローの調査に着手した。事前に監督当局は、具体的にどのようなデータフローが発見されるか把握していなかった。

準備段階において、SA は技術調査の実施方法の決定において相互に協力することが非常に有益であると判断した。同一の調査手順を踏むことで、SA は異なるデバイス製造者間の差異を特定できた。SA が単独で調査を実施していた場合、このような差異の存在に気付かなかったであろう。情報要求の準備や、受け取った回答の一般的な議論においても、SA は共同作業の恩恵を受けた。遭遇した課題を一般的なレベルで議論することで、各 SA が単独で調査した場合と比較して、スマートテレビのエコシステムに対するより広い視野を得ることができた。

共同調査の終盤に差し掛かると、調査対象のデバイス製造者ごとにデータフローや回答内容が異なるため、調査の次の段階では共同調査のメリットが失われることが判明した。このため監督当局は共同調査を終了し、各々が担当するデバイス製造者固有の問題を個別に調査することを決定した。

なお、調査対象となったデータ管理者は全て EEA 域外に所在しており、GDPR 第 60 条に基づくワンストップショップ協力の対象外であることに留意すべきである。