

## 第 2 回カメラ画像利活用サブワーキンググループ 議事要旨 (案)

開催日時：平成 28 年 8 月 30 日 (水) 13:00～15:00

開催場所：経済産業省 別館 9 階 944 会議室

出席者：菊池座長、美濃委員、板倉委員、平林委員、草野委員、水島委員、宮津委員、上田委員、香月委員、辰巳委員、長岡委員代理、佐野課長、柳田課長補佐、鈴木係長、篠原法執行専門職、佐藤課長補佐、加藤係長、美馬氏

議題：

1. 開会
2. 【報告】 第 1 回事例の整理
3. 【審議】 事業者からの事例紹介
  - ・(検討事例 1) 街頭設置カメラを用いた事例 (日本システムウェア)
  - ・(検討事例 2) 車載カメラを用いた事例 (東京ハイヤー・タクシー協会)
4. 座長総括
5. 事務局連絡
6. 閉会

### 【報告】 第 1 回事例の整理

#### 委員からの主な意見

- ・ 当該サブワーキンググループ (以下、SWG) の資料や議事を公開し、SWG の検討内容を周知することは重要である。
- ・ 第 1 回 SWG の主な指摘事項の中で、生活者への通知について記されているが、設置主体と撮影目的だけでなく、設置場所の周知についても議論する必要がある。第 1 回 SWG では、防犯カメラの二次利用も検討対象とするという議論があったが、防犯カメラについては、生活者が設置場所を把握することが特に難しい。
- ・ データ取得における生活者への周知については、センサーやカメラを設置する前の早期告知等、データを取得する前の配慮も必要である。場合によっては、地域説明会や自治体との協議等も必要になると考える。データ取得前の配慮についても、ガイドラインに記載することを検討するべきではないか。
- ・ 第 1 回 SWG の主な指摘事項の中で、普及啓蒙という言葉が使われているが、普及啓発としたほうが良いと考える。

## 【審議】事業者からの事例紹介

### (検討事例 1) 街頭設置カメラを用いた事例（日本システムウェア）

#### 委員からの主な意見

##### ■サービスの前提事項

- ・ もし Placemeter 社が高解像度の映像データを保有し、ユーザが API 接続で映像データを参照可能である場合、ユーザ企業は個人情報取扱事業者になるであろう。

##### ■取得するカメラ画像の取扱いについて

- ・ カメラ画像の粒度が粗いため個人情報に該当しないという整理をしないと、店舗の監視カメラ等との区別ができなくなる。それを踏まえ、議論を進める必要がある。
- ・ 監視カメラの画像においても、個人の顔を認識できる粒度であれば、個人情報に該当する。ユーザ企業の既存の IP カメラでもサービスを利用できるとあるが、その場合、高解像度のカメラが利用されることもあり得る。高解像度のカメラを利用する場合、歩行者や自動車等のカウントのみを目的とし画像データを取得している旨を、消費者に周知する必要がある。
- ・ 画像データの利用については、実際のサービス運用とサービスの研究開発に分けて整理する必要があるのではないか。例えば、開発者が解析アルゴリズムの性能向上のため、カメラ画像を詳しく見ることもあり得る。そのため、サービスの研究開発においては、カメラ画像に個人の顔が映るのであれば、個人情報として取扱うべきではないか。なお、現在の技術では 15 から 20 ピクセルの顔画像であれば、顔画像として認識することが可能である。また、画像の解像度が高ければ、30m 離れたところから撮影された画像であっても、顔の認識が可能である。更に、歩いているシルエットで個人を識別できる技術もある。技術発展のために画像データを利用することは必要であるが、使い方のルールを事前に整理しておくべきである。
- ・ サービスの研究開発を目的としてデータを取扱う場合、同意を取得することが多いが、法律上も制約無く取扱えることが望ましい。また、実際のサービス運用については、歩容が個人情報に含まれる等という議論もあるので、それを含め画像データの取扱いをガイドラインで示す必要があるのではないか。
- ・ 例えば、顔画像を変換した特徴量データについては、個人情報として取扱う必要があるが、生の顔画像データについては、それを見て顔を認識できる場合のみ個人情報に該当する。歩容についても、顔画像データと同様である。取得する画像データの粒度が荒く、画像を識別符号に変換していないのであれば、個人情報に該当しないのではないか。
- ・ データの取扱いについては、Placemeter 専用センサーと Placemeter 専用 IP カメラの利用に分けて検討する必要があるのではないか。
- ・ 個人情報保護委員会は、顔画像の視認も個人情報の取得に該当するとしている。そのため、Placemeter 専用センサーについても、カメラに一瞬でも顔画像が映っていれば、

視認にあたる可能性がある。ただし、歩行者や自動車等をカウントしていることが周知されていれば、利用における問題はない。

- ・ カメラへの一瞬の映り込みが個人情報の取得にあたるのであれば、画像データの粒度を考慮する必要があると考える。
- ・ 画像データが顔を認識できない程の低い解像度であれば、個人情報には該当しない。

#### ■個人情報保護法における義務

- ・ 当該事例において、ユーザ企業が既存の IP カメラを利用する場合、Placemeter 社が画像データを研究開発に利用する旨を予め周知しないと、個人情報の利用目的規制に抵触してしまう。また、日本で取得した個人情報を外国にある Placemeter 社のクラウド環境に転送することから、改正個人情報保護法における越境移転の問題を検討する必要がある。ただし、生のデータをそのまま転送するのでなければ、越境移転の問題は免れる可能性がある。
- ・ Placemeter 社が保有する可能性のあるデータは、検索できるよう体系的に構成されたデータではないため、保有個人データにはあたらない。そのため、個人情報保護法上、ユーザ企業が Placemeter 社を監督する義務は発生しない。また、当該事例では、日本システムウェア社は、どのような画像がどのように解析され、カウント処理が行われているのかを把握することができないため、ユーザ企業に対し、取扱うデータの種類や方法に関する説明をすることが難しい。

#### ■データの廃棄について

- ・ 商店街等が、防犯目的で設置したカメラを、集客分析にも利用するということが想定される。解析が完了したカメラ画像を直ちに削除するとあるが、防犯目的でデータを残すことは必要である。カメラを複数設置することは、コスト負担が大きくなってしまいうため、データの廃棄については、防犯目的の利用においては、カメラ画像を残すことを認める等の特定措置が必要になるのではないかと考える。

### 【審議】事業者からの事例紹介

#### (検討事例 2) 車載カメラを用いた事例 (東京ハイヤー・タクシー協会)

##### 委員からの主な意見

#### ■消費者への通知について

- ・ 映像データの取得について、Web 上の通知とシールによる車外への通知で十分としているが、Web 上の通知とシールによる車外への通知をすれば十分という考え方ではなく、消費者に対し可能な限り十分な説明をするべきである。
- ・ シールによる車外への通知については、どれだけの消費者に見てもらえるのかという問題がある。
- ・ シールによる車外へ通知も見る消費者はいるため、必要ではないかと考える。

- ・ シールによる車外への通知について、「車載カメラ作動中」という表現は、タクシーの車内を撮影している旨の通知と捉えられる可能性があるため、表現を検討する必要がある。
- ・ 例えば、コンビニエンスストア店舗にて映像データを活用する取組みを実施する場合、チェーンの数店舗で試行的に開始することが多い。そのため、Web での通知文面については、そのような点も考慮する必要がある。

#### ■業務形態について

- ・ 地図作成事業者がデータの内容を決定するのであれば、地図作成事業者からの委託を受けてタクシー事業者がデータを取得するというスキームにし、タクシー事業者と地図作成事業者におけるデータの利用目的を、それぞれ示すようにすれば良いのではないかと考える。
- ・ 地図作成事業者がタクシー事業者にデータ取得を委託する場合、タクシー事業者側が地図の作成を目的とした経路選択を行うようになり、消費者の不利益に繋がってしまう懸念がある。

#### ■生データ提供時の加工有無について

- ・ 地図作成事業者がタクシー事業者にデータ取得を委託するスキームの場合、タクシー事業者には、データを加工する法的な義務はかからない。ただし、安全管理措置という観点では、データを加工して地図作成事業者に提供の方が良い。
- ・ 映像データの加工技術を提供するベンダとしては、生データの加工が必要になることは、ビジネス的な観点では望ましいことである。
- ・ 生データ提供時の加工有無については、地図作成事業者がどのような地図を作成するかにより変わってくる。カーナビの地図データ作成を目的としているのであれば、生データの加工は不要ではないかと考える。
- ・ 生データの加工は必要であると考え。例えば、Google のストリートビューは画像データを加工している。特に、第三者提供を行うのであれば、加工は必要ではないかと考える。
- ・ 店舗の倉庫等をカメラで撮影し、商品の在庫情報を把握するソリューションがあるが、そのようなソリューションにおいては、人間の映り込みを考慮し、動体を検知し削除するというプライバシー保護機能が搭載されている。地図作成事業者へのデータ提供についても、必要に応じて生データを加工する必要があるのではないかと考える。
- ・ 生データを提供時に加工する場合、どの程度の加工を施すのかという基準を消費者側の観点で検討する必要がある。
- ・ 当該事例においては、生データを加工し匿名加工情報として取扱うことは困難であると考え。生データの加工については、あくまで安全管理措置として考えるべきではないかと考える。
- ・ 画像データ匿名化の技術レベルが完璧であるならば、匿名加工情報を検討する余地があ

るが、そうでない場合、事業者間の契約でデータの利用目的を制限することが必要ではないか。

- 消費者の立場としては、個人の顔が認識できる画像データについては、画像の加工を求めることが考えられるが、重要なのは、個人が分からないようにしているという説明を消費者が理解できるようにすることである。

#### 座長総括

##### ■（検討事例1）街頭設置カメラを用いた事例（日本システムウェア）

- 当該事例で取得するカメラ画像については、カメラの解像度が低い場合やデータを直ちに削除する場合も、個人情報に該当する可能性がある。
- **Placemeter** 社が保有する可能性のあるデータは、基本的には、個人情報ではあるが保有個人データではない。そのため、個人情報保護法上、ユーザ企業が **Placemeter** 社を監督する義務は発生しない。また、当該事例では、日本システムウェア社は、どのような画像がどのように解析され、カウント処理が行われているのかを把握することができないため、ユーザ企業に対し、取扱うデータの種類や方法に関する説明をすることが難しい。
- センサーやカメラを設置する前に、設置主体やデータの取得目的を消費者に説明することが重要である。

##### ■（検討事例2）車載カメラを用いた事例（東京ハイヤー・タクシー協会）

- 生データの加工については、加工技術が完璧でないことを鑑みると、匿名加工情報の作成を目的とした加工は現実的ではない。
- 生データの加工の有無について、別途検討していく必要があるが、安全管理措置の一環として生データを加工することは有効である。
- データの提供については、第三者提供等、責任のある契約の中で実施するべきである。
- 通知シール及び **Web** での通知については、必要、不要等、様々な意見が出たが、事業者においては、消費者に対する啓発の努力が求められる。

以上