

講座

Web 広告

村山 哲治

Cookie 規制を控え Web サイト運用の 今後

■ Cookie の利用に規制の波

みなさんは最近スマートフォンなどでタイムラインに流れてくる広告をクリックすると、その広告の下に Cookie (クッキー) の承諾を求めるボタンが表示されるようになったことにお気づきでしょうか。

これはスマホに限りません。PCの Web コンテンツでも何か登録や申請、購入といったアクションをしたときにこうした表記がされるようになってきました。

政府も今後、企業の Cookie 利用に関して規制しようとする動きがあるなど、Cookie をめぐる個人情報の取り扱いに対する規制が厳しくなりつつあり、サイトの運用側も利用者側も今後さまざまな影響を受けそうです。

そこで今回はあらためて Cookie とはどのようなもので、今後どうなっていくかについて解説してみたいと思います。

実はサイトの運用者でも Cookie とは何か？と問われると、その概要をきちんと説明するのは難しいものです。ネットのさまざまな便利な仕組みは、この Cookie の技術で賄われてきた部分が多く、運用者も利用者も「便利

という恩恵の裏に潜むリスクに関してさほど意識を払ってこなかったという経緯があるからではないでしょうか。

■ そもそも Cookie とは どんなものなのか

Cookie とは、ユーザーとサーバー間で特定の情報をやり取りするテキストファイルのことです。ユーザーが特定のサイトにアクセスすると、その履歴やログイン情報がサイトから送られてきた Cookie のテキストファイルに記録されます。同じサイトを再訪問した際には、ユーザーのブラウザ上の Cookie がそのサイトのサーバーに送られ、サーバー上のユーザー情報と照合し、その本人を特定するといった技術です。

Web サイトを便利に活用するために、そしてユーザーの情報をマーケティングに活用するために、無くてはならない技術といえます。

その技術はユーザーである私たちが SNS を利用したり、よく閲覧する EC サイトにアクセスする際にいちいちログイン情報を入力しなくても閲覧できたり、買い物の途中でページを離脱しても、再度アクセスした際、カートにその中身がそのまま維持され、再び買い物を続けられる利便性につながっています。Cookie によって私たちの閲覧情報が保存されていることがその背後にあります。

サイトの運用側では、大きく次の3つの領域で使われています。

- アクセス解析
- ユーザーサービス
- ターゲティング/リターゲティング広告

アクセス解析は Web サイトを運営するにあたって、必要不可欠です。サイトの運用目標に対してさまざまなユーザー分析ができるのは、サイトに残したユーザーの Cookie を利用しているからです。

そうしたユーザーの Cookie データを活用することで、ユーザー一人ひとりを識別した情報を出し分けることができ、細かなサービスの提供が可能となっています。

また、効率的なネット広告を展開するのにも必要不可欠です。Cookie データに記録された年齢や性別、趣味嗜好などからユーザーの

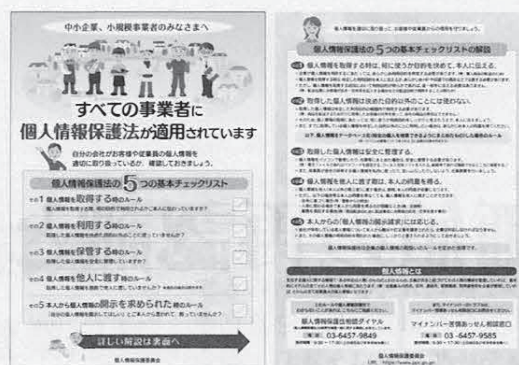
属性や嗜好にあわせた行動ターゲティング広告や、一度サイトを訪れたことがあるかどうかを Cookie で判断し、自社サイト以外のページを見ている時でも的確に広告を表示できるリターゲティング広告の実施——といった活用がされています。

■個人情報保護の世界的な流れ

ネットを利用しさまざまなやり取りをする中で、先ほど説明したような個人を特定できるような膨大な情報が行きかうようになってきたことから、個人情報を保護する動きが世界的に高まっています。その大きなきっかけになったのが、2012年にイギリスで Cookie 法（e プライバシー規制）が制定され、続いて2018年にはGDPR（EU一般データ保護規則）が施行されたことです。GDPRとは、個人データのEU域外の移転が原則禁止とされるもので、Cookie もこの中に含まれていました。これはEU圏内の規則ではありますが、ネットがつながっている以上、他の国々も看過できない規則であり、日本でも公正取引委員会が Cookie の利用への規制を検討しているようです。

そんな折、昨年8月就職情報サイト運営会社が、学生の内定辞退率を予測して販売していたことがニュースになったのはまだ記憶に新しいと思います。これは自社の就職応募者のそれぞれの辞退率を知りたい企業が、就職応募者の Cookie 情報をサイト運営会社に提供し、就職サイト上の情報と就職応募者の Cookie 情報から、その個人と過去の就職サイト利用ユーザーの行動履歴と照合することで内定辞退率を算出していたというものです。この一連の仕組みが個人情報保護法違反にあたるとして、サイト運営会社に行政指導が行われ話題となりました。

それまでそのサイトを信用し、サービスを便利に利用していたユーザーにしてみればまさか自分の情報がそんな風に活用され、しかも売買されたとなると何か恐ろしささえ感じるものです。これはその就職情報サイトに限ったことではなく、個人情報を残す仕組みになっているサイト全てにそういうリスクがあるということでもあるのです。



政府の個人情報保護委員会にも動き

■サイト運用者として取るべき対策とは

これまでネットの技術として一般ユーザーにはその名称があまり知られることもなかった Cookie ですが、こうした個人情報保護の潮流から目にする機会が非常に増えてきました。事件や企業の倫理観、モラル、規制といったネガティブな状況でこの Cookie が取りあげられてくると、ユーザーの Cookie に対するイメージもネガティブになり、サイトに対しては取り扱い方への眼が、これまで以上に厳しくなるでしょう。

サイト運用者として必要な対策は大きく二つあると思います。

一つは、Cookie に代わる技術やサーバーが今後どうなるかアンテナを張っておくこと。

例えば、米国のガムガムという企業が開発したAIサービスは Cookie の個人情報を使わずに、サイト内の画像や言葉を解析してそれを読むユーザー層を割り出し、自動的に広告を流す仕組みを提供し始めておりそのサービスは、日本でも19年の利用企業が約150社と前年比で倍増しています。ほかにも同様に Cookie を使わない技術が次々と出始めています。

そしてもう一つは、個人情報取り扱いにおいて Cookie でどんな情報を収集し、どの範囲で活用するのかといったポリシーを明示し、同意を取り付けること。まず行わなければならないのはここからでしょうね。

（東京ドアーズ／人間力教育センター代表）