

IMES DISCUSSION PAPER SERIES

信用スコアに関する規律のあり方：
わが国と米国における信用情報の取扱いを踏まえて

はやし まこ
林 眞子

Discussion Paper No. 2022-J-4

IMES

INSTITUTE FOR MONETARY AND ECONOMIC STUDIES

BANK OF JAPAN

日本銀行金融研究所

〒103-8660 東京都中央区日本橋本石町 2-1-1

日本銀行金融研究所が刊行している論文等はホームページからダウンロードできます。

<https://www.imes.boj.or.jp>

無断での転載・複製はご遠慮下さい。

備考：日本銀行金融研究所ディスカッション・ペーパー・シリーズは、金融研究所スタッフおよび外部研究者による研究成果をとりまとめたもので、学界、研究機関等、関連する方々から幅広くコメントを頂戴することを意図している。ただし、ディスカッション・ペーパーの内容や意見は、執筆者個人に属し、日本銀行あるいは金融研究所の公式見解を示すものではない。

信用スコアに関する規律のあり方： わが国と米国における信用情報の取扱いを踏まえて

はやし まこ
林 真子*

要 旨

スマートフォン・アプリ等を通じて収集した多様な情報をもとに、消費者の信用力を数値化したスコアを、与信等の判断に利用するサービスが登場している。こうした信用スコアの適切な利用は、消費者に対し与信の機会を増やす可能性がある一方で、不適切な利用は消費者に経済的・社会的不利益を与えかねない。本稿では、わが国の信用スコアに関するサービスの発展を展望し、信用スコアを算出・提供する事業者が情報を適切に取り扱うために必要な規律を検討した。

取り扱う情報の内容等が類似するわが国および米国の信用情報機関に対する規制の内容をもとに検討を行った結果、情報の利用にあたっての消費者からの同意取得に加え、情報の特性や利用目的に合わせた追加的な規範の重要性を指摘した。情報の提供先における信用スコアの利用状況の確認義務や、信用スコアの透明性を高めるための開示義務が挙げられる。さらに、信用スコアを巡る米国の議論も踏まえると、データの正確性確保、差別的影響の防止に必要な措置を講じることが求められる。イノベーションの進展状況に合わせ、情報の適切な取扱いを機動的に確保する観点から、こうした規律については、まずは事業者の自律的な取り組みとして実践されるべきである。その上で、サービスが社会に普及した場合には、義務の内容を明確にする観点から、信用スコアを含む信用情報の収集・第三者提供という機能に応じた規制の立法も検討に値する。

キーワード：信用スコア、スコアリング、信用情報機関、信用情報、個人情報保護法、貸金業法、公正信用報告法

JEL classification: K22

* 日本銀行金融研究所 (E-mail: mako.hayashi@boj.or.jp)

本稿の作成に当たっては、神作裕之教授（東京大学）、宍戸常寿教授（東京大学）の各氏および金融研究所スタッフから有益なコメントを頂いた。ここに記して感謝したい。ただし、本稿に示されている意見は、筆者個人に属し、日本銀行の公式見解を示すものではない。また、ありうべき誤りはすべて筆者個人に属する。

目次

| | | |
|----|---|----|
| 1. | はじめに | 1 |
| 2. | 信用スコア・サービスの概要とわが国における法的問題の所在 | 3 |
| | (1) 信用スコア・サービスとは | 3 |
| | (2) 信用スコア・サービスに関する法的問題の所在 | 5 |
| 3. | わが国における信用情報機関等への規制の現状と信用スコア・サービスへの規律 | 8 |
| | (1) 信用情報機関の義務と信用スコア運営企業に対する規律への示唆 | 8 |
| | イ. 兼業制限等 | 9 |
| | ロ. 加盟会員の監督 | 11 |
| | ハ. 情報の提供先における利用目的の限定 | 12 |
| | ニ. 加盟会員による信用情報の使用・提供義務と消費者本人からの同意取得等 | 13 |
| | (2) 金融分野における情報の取扱いと信用スコア・サービスへの規律：機微情報の取得に関する制限 | 16 |
| | (3) 小括 | 19 |
| 4. | 米国の信用情報機関における情報の取扱いに関する規制 | 21 |
| | (1) 米国における信用情報機関と信用スコア | 21 |
| | (2) 米国における金融・信用分野についての個人情報の取扱いに関する規制の概要 | 22 |
| | イ. 規制の枠組み | 22 |
| | ロ. FCRA における消費者信用報告機関による情報の取扱いに関する規制 | 22 |
| | (3) オルタナティブ・データを用いた信用スコアを巡る議論 | 27 |
| | イ. オルタナティブ・データを用いた信用スコアの登場 | 27 |
| | ロ. オルタナティブ・データを用いた信用スコアを巡る議論 | 28 |
| | (4) 小括 | 30 |
| 5. | むすびにかえて | 33 |
| | 参考文献 | 38 |

1. はじめに

情報通信技術の発展を背景に、事業者が、スマートフォン・アプリの提供等を通じて、ユーザーである消費者に関する多様な情報を収集することが可能になっている。そうした情報をもとに消費者の信用力を評価して数値化し（以下、信用力を数値化することを「スコアリング」という。）、与信の判断等に利用するビジネスが登場している。

個人の信用力を表す数値を「信用スコア」といい¹、海外に目を向けると、米国では、営利企業である信用情報機関が、消費者のクレジットやローンといった与信サービスの取引履歴（以下、「クレジット・ヒストリー」という。）をもとに算出した、FICO Score と呼ばれる信用スコアが従来から普及している²。また、中国では、近年、アント・グループの芝麻信用において、デジタル・プラットフォームを通じて収集された消費者個人の属性やその評価につながる多様な情報をもとに、機械学習を用いて算出された信用スコアの利用が広がっている^{3,4}。

わが国においては、与信の判断において勤務先や年収、年齢等のほか、借入残高や返済状況といった信用情報⁵が参照されてきたが、信用スコア自体は普及してこなかった⁶。しかし、J.Score や LINE Credit が、上記のような情報にとどまらず、消費者の嗜好やアプリの利用状況等の多様な情報をもとに消費者の信用力を信用スコアとして

¹ 岡田[2019]29頁。

² 詳細は、4節(1)参照。

³ 総務省[2018]95～96頁。芝麻信用では、(i)身分特質(社会的地位・身分、年齢・学歴・職業等)、(ii)履行能力(過去の支払い状況や資産等)、(iii)信用歴史(クレジット・取引履歴等)、(iv)人脈関係(交友関係及び相手の身分、信用状況等)、(v)行為偏好(消費の特徴や振り込み等)の5つの領域について個々人の点数を算出し、総合点数で格付けているとされている。同95頁。

⁴ なお、芝麻信用の提供する信用スコアは、与信以外にさまざまなサービスの提供に用いられている。詳細は、後掲注19参照。

⁵ 信用情報とは、個人(消費者)や企業の信用に関する情報をいう。西ヶ谷[2003]113頁。本稿では、とくに断りのない限り、わが国・米国それぞれの文脈において、それぞれの信用情報機関が収集・提供する消費者の信用に関する情報を指す用語として「信用情報」の語を用いることとする。

⁶ わが国でも、従来からクレジットカード会社等の与信サービス業者内部で、与信判断のためのスコアリング自体は行われているが、スコアリングの結果が信用スコアとして外部に対し可視化されるものではない。岡田[2019]29頁参照。こうしたスコアリングについては後掲注15に伴う本文参照。

可視化し、それを用いて貸付等を行うサービスを開始している^{7,8}。将来的には、こうした事業者が、サービス提供の判断に利用する目的を有する第三者に、信用スコアを提供することも考えられる（以下、信用スコアの算出とその第三者提供を行うサービスを「信用スコア・サービス」といい、信用スコア・サービスを行う事業者を「信用スコア運営企業」という。）⁹。

信用スコアや、その算出に用いられるデータ（以下、「インプット・データ」という。）のうち、消費者個人に紐づくものは個人情報保護に関する法律（以下、「個人情報保護法」という。）上の個人情報¹⁰に当たり、信用スコア運営企業は個人情報取扱事業者¹¹となる。また、信用スコア運営企業は、それ自身が与信を行う場合には、個人情報保護法に加えて、個人情報保護委員会および金融庁の定める「金融分野における個人情報保護に関するガイドライン」（以下、「金融分野ガイドライン」という。）や、それに相当する規制に服するほか¹²、業規制における個人顧客情報の取扱いに関する規定が適用される¹³。このように、信用スコア運営企業における情報の取扱いにかかる規制は、個人情報保護法を共通

-
- ⁷ 日経ビジネス「20～30代利用 コロナで脚光、LINEの信用スコア融資」(<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO61978660Y0A720C2000000/>、2022年4月13日)。信用スコアの算出に用いられるデータとしては、J.Scoreでは性格、好み、ライフスタイル等に関する質問への消費者本人の回答等が含まれる(J.Scoreウェブサイト(<https://www.jscore.co.jp/about/values/>、2022年4月13日)参照)。また、LINE CreditのLINE Scoreであれば、対話アプリ「LINE」の利用パターン、交友関係、決済履歴等が含まれる(上記日経ビジネス記事参照)。
- ⁸ なお、2020年には、割賦販売法において、一部のクレジット(販売信用)サービスに対し、人工知能(artificial intelligence: AI)等を利用した与信枠の決定を認める改正が行われた(詳細は後掲注24参照)。
- ⁹ 情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2019]27頁では、情報銀行(後掲注56に伴う本文参照)の普及により信用スコアの作成や流通が促進される可能性があるとされ、想定される信用スコアの取扱いの例として、情報銀行が取得した個人に関するデータを利用してスコアリングを行い、第三者に信用スコアを提供する形も挙げられている。この場合の情報銀行は、本稿の想定する信用スコア運営企業に当たる。
- ¹⁰ 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により特定の個人を識別することができるもの、または、個人識別符号が含まれるものをいう(個人情報保護法2条1項)。
- ¹¹ 個人情報データベース等(個人情報保護法16条1項)を事業の用に供している者(同2項)。
- ¹² 金融分野ガイドライン(https://www.ppc.go.jp/files/pdf/kinyubunya_GL_220330.pdf、2022年4月13日)参照。クレジットカード会社等、割賦販売法で規制される与信事業者については、個人情報保護委員会および経済産業省の定める「信用分野における個人情報保護に関するガイドライン」(https://www.ppc.go.jp/files/pdf/shinyou_GL_220330.pdf、2022年4月13日)に服する。
- ¹³ 例えば、銀行法施行規則13条の6の6は、銀行に対し、信用情報機関から提供を受けた個人である資金需要者の借入金返済能力に関する情報を、資金需要者の返済能力の調査以外の目的のために利用しないことを確保するための措置を講じる義務を定めている。

の土台としつつ、当該企業の業種に応じて複数存在する。もっとも、わが国において信用スコア・サービスが普及してこなかったこともあり、規制の内容は、信用スコア運営企業の業務特性に応じたものとはなっていない。

しかし、信用スコアは、消費者個人を評価することを通じて、与信等のサービスへのアクセス可否の判断につながる情報であり、利用のされ方によっては消費者本人に大きな経済的・社会的不利益を与えうることから、その特性に応じた適切な取扱いを確保する必要があると考えられる。そこで、本稿は、わが国における信用スコア・サービスの今後の発展を展望し、信用スコア運営企業が情報を適切に取り扱うために必要な規律を検討する¹⁴。その際に、特に、取り扱う情報の性質および業務の内容において類似点を有するわが国および米国の信用情報機関との比較を行いながら検討を試みたい。

本稿の構成は以下のとおりである。2節では、信用スコア・サービスの概要と法的問題の所在を整理する。3節では、わが国の信用情報機関にかかる規制および金融分野の機微情報の取扱いに関する規制、4節では、米国の信用情報機関における情報の取扱いに関する制度および信用スコアを巡る議論を紹介したうえで、それらとの対比を通じた分析を行うことによって、信用スコア運営企業が情報を適切に取り扱うための規律のあり方について示唆を探る。最後に、5節で以上を総括する。

2. 信用スコア・サービスの概要とわが国における法的問題の所在

(1) 信用スコア・サービスとは

わが国で従来から行われているスコアリングの典型例は、クレジットカードの入会審査である。クレジットカード会社では、消費者の勤務先、勤続年数、年収、職業、電話番号、借入やローン、年齢、住宅状況、居住年数、配偶者の有無、家族構成といった入会申込書に記載された消費者個人に関する情報に加え、信用情報機関への照会

¹⁴ なお、近年の情報通信技術の発展をふまえた信用スコアに関する法的課題についてのわが国における先行研究として、AIを用いて算出した信用スコアに関するサービス設計に当たり、倫理的観点から事業者が留意すべき点を論じた笹川[2019]、採用活動等におけるプロファイリングの利用およびAIを用いた与信判断に関するわが国の立法動向を論じた板倉[2020]、リテール決済のキャッシュレス化をふまえたスコアリングの意義と課題を論じた金子[2020]、信用スコアを提供する事業者が服しうる規制として個人情報保護法と私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(以下、「独禁法」という。)を挙げ、留意点を論じた戸田・寺門[2020]がある。本稿は、主に、これらの先行研究では詳細に検討されてこなかった、信用情報の取扱いに関する制度と信用スコア・サービスの比較という観点から分析を行うものである。

結果や自社の与信サービス利用履歴等のクレジット・ヒストリーを考慮してスコアリングが行われ、その結果が内部的に利用されている¹⁵。

近年注目されている信用スコアは、こうした情報に限られない幅広い種類の情報をもとに、機械学習を用いて算出される点の特徴といえる。また、信用スコアが社会に普及している米国の信用情報機関の事例等をふまえると、信用スコア運営企業が信用スコアを第三者に提供することも考えられる(以下、信用スコアの提供を受けた事業者を「スコア利用企業」という。)

本稿で検討の対象とする信用スコア・サービスの流れを整理すると、以下のとおりである¹⁶。(i)消費者から信用スコア運営企業に対して、自身に関する情報の提供が行われる。こうした情報は、消費者自身が直接申告する場合のほか、同企業の提供するサービスを消費者が利用することを通じて取得される場合も考えられる。(ii)信用スコア運営企業によりスコアリングが行われたうえで、同企業自身が与信等のサービスを営んでいる場合には、消費者に対して与信等が行われる。(iii)スコア利用企業の希望に応じ、信用スコア運営企業からスコア利用企業に対して消費者の信用スコアが提供される。(iv)スコア利用企業から消費者に対して、信用スコアに基づきサービスが提供される。(v)スコア利用企業から信用スコア運営企業に対して、消費者に関するデータが提供されることがある(例:消費者に不正な行動があれば信用スコアに反映される。)¹⁷。以上の流れをまとめたものが図1である。

信頼に足る信用スコアが提供され、それが与信の判断に適切に利用されることによって、従来は、十分な銀行取引やクレジット・ヒストリーの蓄積がない、勤務先や年齢といった典型的な要件を満たさない等の理由で、金利や金額の面で好条件の与信を受けられなかった消費者や個人事業主が与信を受ける機会が増す可能性がある¹⁸。これは与信サービス業者にとっても、顧客層の拡大を意味する。また、信用スコアの健全な流通によって、与信審査が効率化されるほか、信用スコア・サービスを利用する消費者自身が、取引やサービスの購入の場面で割引特典等の利益を受けることにも繋がらう¹⁹。

¹⁵ 岡田[2019]29頁。

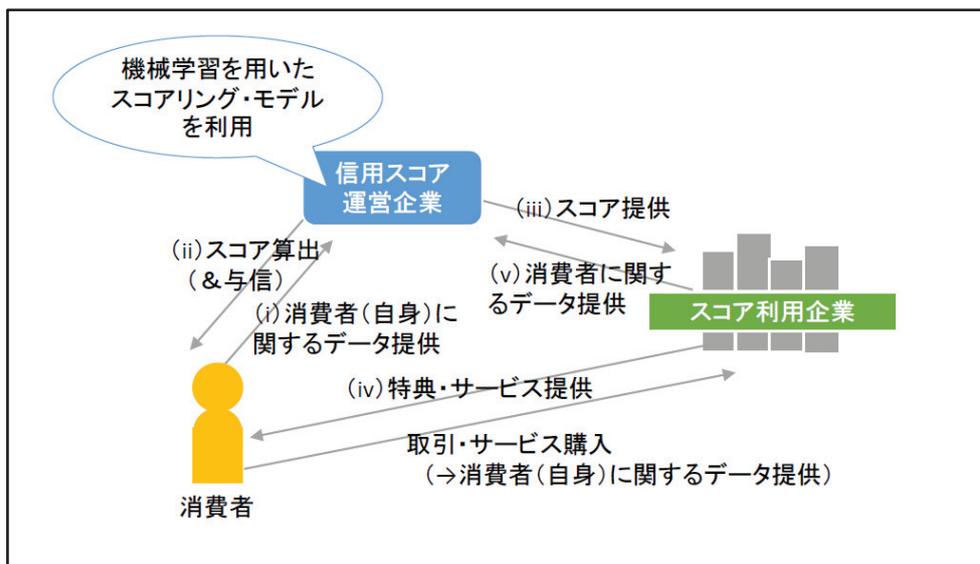
¹⁶ 以下の記述は、本稿の想定する信用スコア・サービスを説明するものであり、必ずしも実在する事業者の提供するサービスを説明するものではない。

¹⁷ 城田[2019]14頁参照。信用スコアに反映されるべき消費者の不正な行動に関する情報としては、飲食店予約の無断キャンセルや物品レンタルの返却遅延の履歴等が考えられる。

¹⁸ 例えば、金融分野においては、機械学習を利用した与信審査により、従来の審査方法であれば与信を受けられなかった個人事業主等が与信を受けられるようになるとの期待があるとされる。パーソナルデータ+α研究会[2022]9頁。

¹⁹ 例えば J.Score では、スコアにもとづく「スコアランク」に応じて、提携企業のサービスにおける特別会員資格の付与や、割引が提供される。J.Score ウェブサイト(<https://www.jscore.co.jp/re>)

図 1 信用スコア・サービスの流れ



資料：城田 [2019] 14 頁を参考に執筆者作成

(2) 信用スコア・サービスに関する法的問題の所在

わが国において、信用スコア・サービスが消費者にメリットをもたらす形で健全に発展していくためには、その基盤として、信用スコア運営企業に対して、その情報の取扱いに関する適切な規律が必要と考えられる。このため、本稿では、消費者の信用力を評価するための情報を収集・提供する点で信用スコア運営企業と共通する信用情報機関、および消費者に関する情報を与信判断に利用する点で共通する金融分野の事業者に対する情報の取扱いに関する規律との比較を通じて、信用スコア運営企業およびスコア利用企業に対する規律のあり方を検討する。

わが国の信用情報機関は、その加盟会員である貸金業者・銀行・クレジットカード会社等²⁰から登録される消費者の信用情報²¹を管理するとともに、加盟

ward/about/、2022 年 4 月 13 日)参照。中国の芝麻信用では、一定のスコアがあればシェア・サイクル、電気自動車レンタル、本の貸し出しサービス等を保証金なしで利用できるといわれている。総務省[2018]95～96 頁。

²⁰ いずれの信用情報機関においても、会員資格が定められ、加盟の申請を前提とする加盟制度がとられている。なお、貸金業法は、後述の指定信用情報機関(後掲脚注 23 および 24 参照)と信用情報提供契約を締結した相手方である貸金業者のことを、とくに「加入貸金業者」と定義している(41 条の 20)。本稿においては、とくに加入貸金業者に限定しない場合は、「加盟会員」の用語を用いる。

²¹ 貸金業法上の指定信用情報機関は、加盟会員である加入貸金業者から、借入を申込んだ消費者本人の氏名や住所等、本人を識別するための情報のほか、契約年月日、貸付の金額、

会員に対して消費者の信用情報を提供する組織である。加盟会員は、信用情報機関から提供される信用情報を用いて返済能力や支払可能見込額（以下、「返済能力等」という。）を調査することによって、消費者の返済能力等に応じた適切な信用供与が可能となり、過剰貸付等を未然に防ぐことができるほか、消費者にとっても、自身の実績に基づいた返済能力等の評価によって信用供与を迅速に受けることが可能となっている²²。

わが国においては、日本信用情報機構（JICC）、シー・アイ・シー（CIC）、全国銀行個人信用情報センターという 3 つの信用情報機関があり、うち、前 2 社は、貸金業法または割賦販売法に基づく指定信用情報機関^{23、24}である。

信用情報機関、加盟会員、消費者の関係をまとめたものが図 2 である。はじめに、消費者は、加盟会員に借入等の申込を行う。これに伴い、加盟会員は信用情報機関に当該消費者についての信用情報を照会し、その情報をもとに与信の判断を行う。また、加盟会員は、当該消費者との取引に関する申込内容や返済の状況を、信用情報機関に提供（登録）する。消費者は、信用情報機関に対して自らの信用情報の開示を求め、確認を行うことができる²⁵。

貸付の残高、元本または利息の遅延の有無といった情報を収集する(同法 41 条の 35 第 1 項、同法施行規則 30 条の 13 第 1、2 項)。

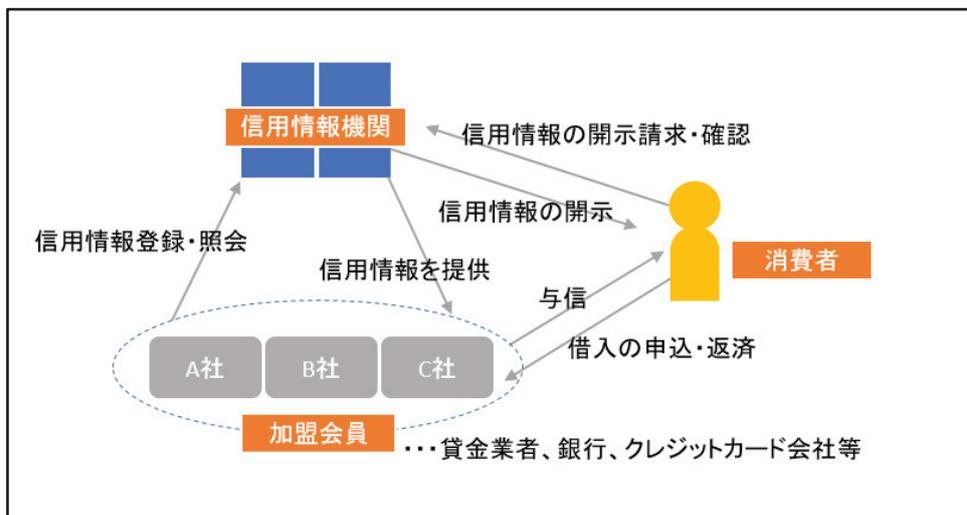
²² 日本信用情報機構(JICC)ウェブサイト(<https://www.jicc.co.jp/about/whats/>、2022 年 4 月 13 日)参照。

²³ 貸金業法 41 条の 13 第 1 項、割賦販売法 35 条の 3 の 36 第 1 項。

²⁴ 貸金業法に基づく指定信用情報機関制度は、貸金業者に指定信用情報機関の保有する信用情報を参照し借り手の総借入残高を把握させることによって、住宅ローン等、一般に低金利で返済期間が長く、定型的である一部の貸付けを除き、借入れの総額が年収の 3 分の 1 を超える貸付けを原則禁止するために導入されたものである(総量規制。貸金業法 13 条の 2)。割賦販売法に基づく指定信用情報機関制度は、過剰与信防止策として、クレジットカードや個別クレジットの与信事業者に「支払可能見込額の調査」を義務付け、消費者の支払能力を超えるクレジット契約の締結を禁止するもので、支払可能見込額の調査においては指定信用情報機関の提供する信用情報を利用し他社のクレジット債務額や支払状況を調査することを義務付けている(割賦販売法 30 条の 2、30 条の 2 の 2、35 条の 3 の 3、35 条の 3 の 4)。なお、同法は、2020 年改正により、経済産業省の認定を受けた一部のクレジットカード会社等について、支払可能見込額の算定において利用される従来の包括支払可能見込額の調査に代えて、高度な技術的手法を利用した利用者支払可能見込額の調査を可能としている(同法 30 条の 5 の 4)。同改正をふまえ、貸金業法の改正を提言するものとして、右崎[2021]。

²⁵ JICC ウェブサイト(<https://www.jicc.co.jp/about/whats/>、2022 年 4 月 13 日)参照。

図2 信用情報機関制度の概要



資料：JICC ウェブサイト (<https://www.jicc.co.jp/about/whats/>、2022年4月13日) をもとに執筆者作成

信用スコア運営企業は、消費者の信用力を評価するための情報を収集・提供する点で、信用情報機関と共通している。信用情報機関は、加盟会員を通じて消費者の信用情報を収集し、当該情報を加盟会員に提供する構造であるのに対し、信用スコア運営企業は、消費者の信用力の評価に必要な情報を収集し、信用スコアとして数値化のうえ第三者（スコア利用企業）に提供する。

もちろん、信用スコア運営企業と信用情報機関の間にはさまざまな相違点がある。信用情報機関が収集する情報については、与信サービスの取引履歴という客観的な事実²⁶であるのに対し、信用スコア運営企業が収集する情報については、これに限られず、消費者本人が申告する属性等の情報やプラットフォーム上での行動傾向データも含まれる²⁷。また、第三者に提供する情報をみても、信用情報機関では客観的な事実であるのに対し、信用スコア運営企業では自社が算出した信用スコアである。さらに、情報の提供先としても、信用情報機関では貸金業者、銀行、クレジットカード会社等の加盟会員に限られるのに対し、信用スコア運営企業ではこれらに限られない幅広い事業者となりうる。

信用情報機関と信用スコア運営企業の間には、このような相違があるものの、信用情報機関と同様、信用スコア運営企業においても、消費者の信用に関する情報が適切に取扱われる必要がある。こうしたことから、信用スコア運営企業について、信用情報機関に対する規制に相当する規律が必要ではないかを3節(1)

²⁶ 前掲注21参照。

²⁷ LINE ウェブサイト (<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2019/2759>、2022年4月13日)参照。

で検討する。あわせて、スコア利用企業についても、信用情報機関の加盟会員に対する規制に相当する規律の必要性を検討する。

また、信用スコア・サービスに関する法的問題として、消費者の信用に関する情報の収集・提供に加え、スコアリングという行為自体に対する規律のあり方も重要である。すなわち、従来、与信判断に用いられなかった広範かつ大量の情報を参照し、機械学習を用いて信用スコアを算出する行為に伴う問題につき、検討が必要である。大量のデータとアルゴリズムを用いた人物評価に関しては、わが国ではプロファイリングの問題として議論されている²⁸、²⁹。本稿では、3節(2)において、わが国における金融分野の情報の取扱いに関する規制との比較を通じて、与信目的のスコアリングに必要な規律を検討するとともに、事業者一般に対するプロファイリング規制の現状を整理することで、信用スコア運営企業に課される義務を確認する。

3. わが国における信用情報機関等への規制の現状と信用スコア・サービスへの規律

(1) 信用情報機関の義務と信用スコア運営企業に対する規律への示唆

わが国の信用情報機関は、個人情報保護法による個人情報の取扱いに関する義務を負う。加えて、貸金業法または割賦販売法に基づく指定信用情報機関であればこれらの法律に基づく義務、全国銀行個人信用情報センター（以下、「全銀信用センター」という。）³⁰であれば同センターにおける個人情報保護指針（「全国銀行個人信用情報センターにおける個人信用情報の保護と利用に関する自主ルール」ともいう。以下、これを「センター自主ルール」という。）³¹に基づく義

²⁸ 例えば、山本[2016]、パーソナルデータ+α研究会[2022]、情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会(第22回)会議資料「資料22-2 情報銀行におけるプロファイリングの取扱いに関する議論の整理(案2)」(https://www.soumu.go.jp/main_content/000803781.pdf、2022年4月14日)。

²⁹ プロファイリングについて、欧州一般データ保護規則(General Data Protection Regulation: GDPR)4条は、「自然人と関連する一定の個人的側面を評価するため、特に、当該自然人の業務遂行能力、経済状態、健康、個人的嗜好、興味関心、信頼性、行動、位置及び移動に関する側面を分析または予測するために行われる、パーソナルデータの自動的な処理」と定義している。本稿では、パーソナルデータ+α研究会[2022]に倣い、「パーソナルデータとアルゴリズムを用いて、特定個人の趣味嗜好、能力、信用力、知性、振舞いなどを分析または予測すること」(同[2022]6頁。)を指す用語として「プロファイリング」の語を用いる。信用スコア・サービスにおけるスコアリングも、プロファイリングにあたる。

³⁰ 一般社団法人全国銀行協会(以下、「全銀協」という。)が設置・運営している。

³¹ センター自主ルール(https://www.abpdpc.gr.jp/shishin/pdf/190329_pdp0300_03.pdf、2022

務を負う。

以下では、貸金業法やセンター自主ルールに基づき信用情報機関が負う具体的な義務の内容を整理したうえで³²、信用スコア・サービス運営企業に対する同等の規律の必要性を検討する。

イ. 兼業制限等

(イ) 規制の概要

信用情報機関のうち指定信用情報機関には、信用情報提供等業務³³と他の業務との兼業制限（貸金業法 41 条の 18 第 1 項）、役員の兼職制限（同法 41 条の 15）が課されている。もっとも、これらの規定については、その業務を適正かつ確実にを行うにつき支障を生ずるおそれがないと認められ、内閣総理大臣の承認・認可を受けた場合は適用除外となる（同法 41 条の 18 第 1 項但書、41 条の 15）。

指定信用情報機関について兼業が制限される趣旨としては、信用情報を取り扱う指定信用情報機関の透明性、中立性、公平性等を確保するとともに、他業の経営悪化により、信用情報提供等業務を継続できなくなる状態に陥ることを防止する必要性にあるとされる³⁴。役員³⁵の兼職制限において、原則として兼職が禁止されている事業としては、貸金業、信用販売等の与信サービス業、サービス業、債務の保証業およびリース業が定められている（貸金業法施行規則 30 条の 2）。役員の兼職制限の趣旨は、指定信用情報機関の役員が上記のような事業者の役員となった場合には、借り手のリスクに応じた適切な与信が行われるように役割を果たすことが期待される指定信用情報機関の業務の適切性が確保

年 4 月 13 日)は、全銀協が会員となっている全国銀行個人情報保護協議会(個人情報保護法 47 条 1 項の認定個人情報保護団体)が定める個人情報保護指針であり、全銀協が、全銀信用センターおよびその会員に対し遵守させるべき事項が定められている。

³² なお、議論の簡略化のため、以下では貸金業法とセンター自主ルールの規定を念頭において検討を進める。もっとも、以下で取り上げる貸金業法の指定信用情報機関の義務については、割賦販売法においても概ね対応する規定が存在する。兼業の制限(割賦販売法 35 条の 3 の 41)、役員の兼職の制限(35 条の 3 の 38)、加入包括信用購入あつせん業者及び加入個別信用購入あつせん業者に対する監督(35 条の 3 の 46)、指定信用情報機関から提供された特定信用情報の支払可能見込額の調査以外の目的での使用等の禁止(35 条の 3 の 59)、包括支払可能見込額の調査(30 条の 2)、個別支払可能見込額の調査(35 条の 3 の 3)、指定信用情報機関への特定信用情報の提供等に係る同意の取得等(35 条の 3 の 57)。

³³ 信用情報の収集および貸金業者に対する信用情報の提供を行う業務(貸金業法 2 条 15 項)。

³⁴ 上柳・大森[2008]355 頁。

³⁵ なお、指定信用情報機関の役職員は秘密保持義務も負っている(貸金業法 41 条の 16)。

されないおそれがあり、それを防止する必要性にあると説明されている³⁶。

他方、信用情報機関のうち全銀信用センターについては、法律に基づく兼業・兼職制限はないものの、センター自主ルールによって、全銀信用センターに登録された信用情報の利用または提供を、加盟会員からの照会や消費者本人からの開示請求があった場合等に限定している（センター自主ルール 33 条）。これによって、他業での信用情報の利用によって全銀信用センターの透明性・中立性・公平性が損なわれることはないようになっている。加えて、そもそも、全銀信用センターは一般社団法人全国銀行協会に設置されたものであり、他業の経営悪化の影響をおよそ観念する必要はない。以上から、全銀信用センターについても、指定信用情報機関についての兼業制限と同等の規律のもとにあるといえる。

（ロ） 検討

スコアリングのために取得したインプット・データや信用スコア自体は、信用情報機関の収集する信用情報と同様に、与信の判断材料となる情報であり、与信サービス業者の利益や競争力の源泉であるとともに、消費者本人にとっては希望する条件で借入れができるかどうかに影響を与えうる。このため、信用スコア運営企業についても、指定信用情報機関が兼業を制限される趣旨と同様、その業務の透明性、中立性、公平性等が求められるといえる。他方で、信用スコア運営企業は、消費者に対し与信へのアクセスの選択肢を増やしようものの、現時点では、社会的になくなくてはならない機能を提供しているとまではいえず、信用情報機関と比べると、他業の経営悪化リスクを回避する必要性は高くないといえる。

指定信用情報機関の兼業制限および役員の兼職制限は、内閣総理大臣の承認・認可を受けた場合は、適用除外されるものとなっている。このような扱いは、兼業・兼職を行っても透明性・中立性・公平性等および他業の経営悪化リスクの観点で問題がないと認められる場合には、これらの兼業・兼職を制限しなくてよいとする規律と解される。よって、これを信用スコア運営企業にあてはめれば、透明性・中立性・公平性等が確保されている場合には、兼業・兼職制限は必要ないと考えられる³⁷。

³⁶ 上柳・大森[2008]352 頁。

³⁷ 信用スコア運営企業が業務の透明性・中立性・公平性等を兼業・兼職制限以外の方法によっていかに実現するかについては、別途議論が必要である。

ロ. 加盟会員の監督

(イ) 規制の概要

指定信用情報機関には、加入貸金業者が指定信用情報機関から提供を受けた信用情報を資金需要者等の返済能力調査以外の目的で使用しないよう、加入貸金業者に対して必要かつ適切な監督を行う義務が課せられている（貸金業法 41 条の 23）³⁸。金融庁の事務ガイドライン³⁹においては、これに加え、指定信用情報機関は、信用情報提供契約の締結を希望する貸金業者を厳正に審査することが定められている⁴⁰。また、より具体的な監督の内容としては、適切かつ継続的なモニタリングの実施のほか、信用情報の不適正な使用に対する処分の実施等がある⁴¹。

(ロ) 検討

わが国の信用情報機関は、信用力の評価を行わず⁴²、消費者の借入残高や返済状況といった客観的事実の集積情報を提供する者である。これに対し、信用スコア運営企業は、消費者に関する情報をもとに信用スコアを算出し、同スコアを提供する者である。信用スコアは、信用力の評価が数値化された情報であるため、与信における貸出利率の決定や、消費者が受けられるサービス内容等に直接的に影響する可能性があるという特性を指摘することができる。このため、消費者本人の想定しない信用スコアの利用がなされないようにする要請、すなわち情報の取扱いの適切性を確保する要請は相応に大きいといえる。よって、信用スコア運営企業は、スコア利用企業における信用スコアの利用状況を確認することが必要であり、不適切なスコア利用（目的外利用）があった場合には当該スコア利用企業に対して情報の提供を停止する等の措置によって、規律付けることが望ましい。

³⁸ 全銀信用センターも、加盟会員について、そのセンター自主ルール等の遵守状況等についてモニタリングするほか、問題があると認められる場合には処分および罰則の実施、また信用情報の不適切な利用があった場合には処分および罰則の実施とともに、再発防止策を講じることとされている（センター自主ルール 45 条、46 条）。

³⁹ 金融庁「事務ガイドライン（第三分冊：金融会社関係）13 指定信用情報機関関係」（<https://www.fsa.go.jp/common/law/guide/kaisya/13.pdf>、2022 年 4 月 13 日）（以下、「事務ガイドライン」という。）

⁴⁰ 事務ガイドライン I-3-5。

⁴¹ 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の安全管理措置等についての実務指針」（III.（別添3）9-2、9-3）（https://www.ppc.go.jp/files/pdf/zitsumushishin_220330.pdf、2022年4月15日）20頁参照。

⁴² 例えば、センター自主ルール 13 条では、与信取引上の判断において全銀信用センターの加盟会員は自主性を有し、全銀信用センターから提供された情報に拘束されないとしている。

ハ. 情報の提供先における利用目的の限定

(イ) 規制の概要

指定信用情報機関から加入貸金業者に提供された情報の利用目的は、返済能力の調査に限定されている（貸金業法 41 条の 38）⁴³。利用目的が限定されている趣旨については、個人情報保護のため、信用情報は、その提供された本来の目的以外の目的に使用されるべきではないためであると説明されている^{44, 45}。

(ロ) 検討

信用情報機関に関する規律において、信用情報機関から提供された信用情報の利用目的を返済能力の調査に限定することにより、信用情報機関が情報を取得する時点で、第三者提供先における利用目的を返済能力の調査に特定するとともに、それ以外の目的での利用を制限する効果がある。これは、個人情報保護法における個人情報の利用目的の特定（個人情報保護法 17 条 1 項）と利用目的による制限（同法 18 条）の規律に沿うとともに、利用目的の内容に関し、信用情報は、その本来の利用目的が返済能力の調査であることを規定しているといえる。すなわち、信用情報の利用者が利用目的を自由に設定する余地はないことになる。

わが国では未だ発展途上にあるものの、信用スコアは、貸付にとどまらず、多様なサービス提供の場面での利用を可能とすることで、消費者に利益をもたらすものである。このため、信用スコア・サービスに関する規律として、信用スコアの利用目的を返済能力の調査のみに限定することは適当ではないと考えられる。もっとも、個人情報保護法の要請からは、信用スコア運営企業が信用スコアの第三者提供に関する同意を消費者から取得するに当たり、スコア利用企業における信用スコアの利用目的を事前に特定することは必要であると考えら

⁴³ 全銀信用センターから加盟会員に提供された情報についても、与信取引上の判断（返済能力または転居先の調査）、信用情報に関する苦情処理、正確性または最新性の維持のために必要な場合等に利用目的が限定されている（センター自主ルール 11 条）。

⁴⁴ 上柳・大森[2008]381 頁。

⁴⁵ また、金融分野ガイドラインにおいても、金融分野における個人情報取扱事業者は、信用情報機関から得た資金需要者の返済能力に関する情報については、当該資金需要者の返済能力の調査以外の目的に使用することのないよう、慎重に取り扱うこととされている（同ガイドライン 12 条 2 項）。

れる^{46, 47}。

二. 加盟会員による信用情報の使用・提供義務と消費者本人からの同意取得等

(イ) 規制の概要

加盟会員である貸金業者（加入貸金業者）は、与信取引（リボルビング契約を除く）に際し、指定信用情報機関が保有する信用情報を使用することだけでなく、当該取引を通じて取得した信用情報を指定信用情報機関に提供することが義務付けられている（貸金業法 13 条 2 項、41 条の 35）。これらの加入貸金業者の信用情報の使用・提供義務は、正確な与信審査を行ううえで重要な信用情報の精度を担保するためのものと説明されている⁴⁸。

また、加入貸金業者は、指定信用情報機関に信用情報の提供を依頼する場合、または、消費者との貸付けに係る契約締結に際し消費者本人から取得した信用情報を指定信用情報機関に提供する場合には、あらかじめ、消費者本人から同意を取得することが義務付けられている（貸金業法 41 条の 36 第 1 項、2 項）⁴⁹。その際には、当該消費者に関する信用情報を、自らが加入している指定信用情報機関に提供すること（同法 41 条の 36 第 2 項 1 号）に加え、当該指定信用情報

⁴⁶ 戸田・寺門[2020]50 頁はプライバシーポリシー等において利用目的を特定する必要があると指摘している。また、利用目的の特定の程度について、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）では、「最終的にどのような事業の用に供され、どのような目的で個人情報を利用されるのかが、本人にとって一般的かつ合理的に想定できる程度に具体的に特定することが望ましい」とされるが（同ガイドライン 3-1-1）、明確かつ画一的基準はなく、実務上は、適法・違法のラインを探るのではなく、消費者本人によりよく理解される内容を追求することが重要であるとする。同[2020]51 頁。

⁴⁷ なお、こうした同意取得において、事業者に対して、独禁法 2 条 9 項 5 号をはじめとする優越的地位の濫用規制が適用される可能性に留意する必要性が指摘されている。戸田・寺門[2020]52～53 頁。消費者の同意さえあれば、信用スコアの利用目的を制限する必要はないという考え方がありうる一方、上記の事情に鑑み、一定の制限を求める（例えば、雇用や教育機会の提供に際する信用スコアの参照を禁止する）ことも考えられる。

⁴⁸ 上柳・大森[2008]375 頁。

⁴⁹ 信用情報機関が、消費者との間で、加盟会員への情報提供について直接的な同意取得を行っているわけではない。例えば JICC は、加盟会員に対し、消費者との取引における申込書類や契約書に (i) 加盟先信用情報機関及びその提携する信用情報機関に登録されている情報を返済能力の調査にのみ使用すること、(ii) 信用情報機関に契約に関する情報（本人を特定するための情報、契約内容に関する情報、返済状況に関する情報等）を提供すること、(iii) 信用情報機関に情報が登録される期間、(iv) 加盟先信用情報機関が他の加盟会員及び提携する信用情報機関の加盟会員に情報提供すること、(v) 加盟先の信用情報機関とその提携する信用情報機関といった内容を明記して同意を取得することを義務付けている（JICC ウェブサイト(https://www.jicc.co.jp/credit_info/consent/、2022 年 4 月 13 日)参照)。

機関が上記の信用情報を他の加入貸金業者に提供すること（同項2号）、当該指定信用情報機関が他の指定信用情報機関の加入貸金業者の依頼に応じ、他の指定信用情報機関の加入貸金業者に当該信用情報を提供すること（同項3号）について同意を取得することとされている。個人情報保護法により、原則として、本人の同意を得ずに個人データ⁵⁰を第三者に提供することは制限されているものの（個人情報保護法27条1項柱書）、貸金業法に基づく信用情報の提供等は「法令に基づく場合」（同項1号）に該当し、本人の同意を得ずに個人データを第三者に提供することができると考えられる。ただし、可能な限り資金需要者等の利益の保護を図る観点から、別途、貸金業法において、一定の場合に同意の取得を義務付けているものであると説明されている⁵¹。

全銀信用センターについても、加盟会員は消費者との取引の都度、同センターに信用情報を照会および登録することについて、消費者本人から同意を取得する取扱いとなっている（センター自主ルール9条1、2項）⁵²。その際には、当該加盟会員が信用情報機関に登録されている当該消費者の個人情報と返済能力の調査の目的で利用すること、信用情報機関に登録される個人情報の種類と登録期間、これらの情報が信用情報機関・提携する信用情報機関の加盟会員によって利用されること等について、同意を取得することとなっている⁵³。

（ロ） 検討

まず、加入貸金業者に課されている信用情報の使用・提供義務と同種の義務を、スコア利用企業に課す必要があるかという点である。指定信用情報機関制度は正確な与信審査によって過剰貸付を防止する制度趣旨に基づいて創設されたものであり、こうした制度趣旨は信用スコア運営企業には当てはまらない。このため、スコア利用企業に対しては信用情報の使用・提供義務を課す必要性までは認められない。

⁵⁰ 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16条3項）。

⁵¹ 上柳・大森[2008]377～378頁。こうした規制の趣旨は、個人情報保護法がめざす消費者の利益の保護と同等のものであると考えられる。

⁵² なお、消費者本人から第三者提供の同意取得の際の具体的な方法について、金融分野ガイドラインにおいては、書面によって、(i) 個人データの提供先の第三者、(ii) 提供先の第三者における利用目的、(iii) 第三者に提供される個人データの項目を本人に認識させた上で同意を得よう努めることとされている（同ガイドライン12条1項）。また、個人情報を信用情報機関に提供する場合には、本人から同意を得る際に、上記(i)～(iii)に加え、個人データが当該機関の会員企業にも提供される旨の記載及び当該機関の会員企業として個人データを利用する者の表示を行うよう努めることとされている（同ガイドライン12条2項）。信用情報機関の加盟会員である貸金業者や銀行は、こうした規律に服することになる。

⁵³ 全国銀行個人信用情報センターの利用・登録に係る同意書ひな型等（http://www.abpdpc.gr.jp/shishin/pdf/220331_pdp0300_06.pdf、2022年4月13日）。

次に、信用情報機関の加盟会員と同様に、スコア利用企業が消費者に関する情報を信用スコア運営企業に提供する際に、当該情報の利用目的を示した上で、消費者本人の同意を得る必要があるかという点である。

信用スコア運営企業は、スコア利用企業から提供された消費者に関する情報を、そのまま第三者である他のスコア利用企業に提供することはないが、当該情報が反映されたスコアを他のスコア利用企業に提供することが考えられる。信用スコアは与信審査に用いられる可能性があり、貸金業者や金融機関が扱う信用情報と同じように慎重に扱われるべきものと考えられる。したがって、スコア利用企業は、消費者に対し、スコア算出の基礎となる消費者に関する情報を、信用スコア運営企業に提供することに加え、当該情報が反映されたスコアが、信用スコア運営企業から他のスコア利用企業に提供されることについて、その利用目的と合わせて示したうえで、消費者本人から同意を取得すべきと考えられる⁵⁴。

さらに、信用スコア・サービス固有の論点として、スコア利用企業の範囲やそれに伴うスコアの利用目的が、随時、追加または変更される可能性が挙げられる⁵⁵。スコア利用企業が、こうした変更が発生する度に、消費者に通知し同意を取得するのは、当該企業にとってコストが高いうえ、消費者を混乱させる可能性もある。そこで、信用スコア運営企業またはスコア利用企業が、消費者に対し、情報流通の全容について、消費者本人から包括的な同意を取得しておくことが考えられる。

包括的な同意取得については、日本 IT 団体連盟の認定情報銀行制度が参考になる。認定情報銀行制度とは、実効的な本人関与（コントロールビリティ）を高めて、パーソナルデータの流通・活用を促進するという目的のもと、消費者本人が、同意した一定の範囲において、信頼できる主体（認定情報銀行）に個人情報の第三者提供を委任するものである。第三者提供の際には、認定情報銀行が、本人に代わり第三者提供の妥当性を判断することを認める包括的な同意取得も可

⁵⁴ 情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2019]28 頁も、情報銀行が信用スコアを提供する場合には信用スコアが提供先においてどのように利用されるのか及びそれによるリスクについて、または、情報銀行がスコアリングを行う企業に個人情報を提供する場合には、取得または第三者提供される個人情報がスコアリングに利用されること及びそれによるリスクについて、消費者本人に対し明示的に説明することを挙げている。

⁵⁵ 指定信用情報機関は、貸金業法で、加入貸金業者の名簿を公衆の縦覧に供することが義務付けられているほか(同法 41 条の 25)、上述のとおり、利用目的も限定されている。全銀信用センターも、加盟会員の名称等を公表することとしているほか(センター自主ルール 44 条)、利用目的についても上述のとおりである。消費者は、自身の情報が、借入申込先の与信業者から信用情報機関に提供され、また、信用情報機関から加盟会員である与信業者に提供されうること、そして、自身の情報がどのような目的で利用されることを把握できる建付けになっている。

能となっている⁵⁶。

この点、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。）⁵⁷では、第三者提供の同意取得に当たっては、本人が同意に係る判断を行うために必要と考えられる合理的かつ適切な範囲の内容を明確に示さなければならないとされている（同ガイドライン3-7-2-1）。さらに、金融分野ガイドラインでは、努力義務ではあるものの、第三者提供の同意取得に当たっては、原則として、書面により、(i) 個人データの提供先の第三者、(ii) 提供先の第三者における利用目的、(iii) 提供する個人データの項目を、本人に認識させたいうえで同意を取得することが求められている（同ガイドライン12条1項）。

金融業者が認定情報銀行として個人情報の第三者提供を行う場合、包括的な同意については、前述の金融分野ガイドライン12条との抵触が問題となりうる。しかし、認定情報銀行制度における包括同意は、消費者本人のコントロールビリティを高めるための機能の提供と紐づいていることや、同制度において認定情報銀行が社外委員を含む審査会や外部の認定団体による強いガバナンスのもとで活動している⁵⁸ことをもって、同条の努力義務を果たしているとの解釈論も示されている⁵⁹。このような考え方によれば、信用スコア運営企業が金融分野ガイドラインに服する場合であっても、消費者本人のコントロールビリティを高めるための機能を提供し、外部の目を取り入れた強いガバナンスを確保することができるならば、包括的な同意を許容することが考えられる⁶⁰。

（２）金融分野における情報の取扱いと信用スコア・サービスへの規律：機微情

⁵⁶ 情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2021]3頁。

⁵⁷ 通則ガイドライン(https://www.ppc.go.jp/files/pdf/211116_guidelines01.pdf, 2022年4月13日)。

⁵⁸ 認定情報銀行のガバナンス体制に関する基準として、例えば、社外委員を含む諮問体制（データ倫理審査会）を設置していることや、認定団体との間で、認定基準を遵守すること、更新手続き、認定基準に違反した場合などの内容、認定内容に大きな変更があった場合は認定団体に届け出ること等を定める契約を締結することが求められている。情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2021]14頁。

⁵⁹ 金融サービスにおける顧客情報の利用を巡る法律問題研究会[2021]12頁注50。

⁶⁰ 認定情報銀行の事業内容に関する基準の中で、消費者本人のコントロールビリティを高めるための機能として、情報銀行に委任した個人情報についての(i)第三者提供に係る条件の指定および変更、(ii)提供履歴の閲覧、(iii)第三者提供・利用の停止(同意の撤回)を可能にすること等が挙げられている。情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2021]17頁。これらを参考に、例えば、スコア利用停止や、場合によってはスコアの元となる情報の削除(リセット)を、消費者本人が信用スコア運営企業に対し常時請求できるようにすること等が考えられる。

報の取得に関する制限

消費者に対する与信については、返済能力調査・支払可能見込額調査義務（貸金業法 13 条、割賦販売法 30 条の 2、30 条の 2 の 2、35 条の 3 の 3、35 条の 3 の 4）や、貸金業者に対する総量規制（貸金業法 13 条の 2）に服するものの、与信を行うか否かの判断自体は与信業者に委ねられるものである。したがって、与信業者が従来よりも幅広い種類の情報をもとに機械学習を用いて与信判断のためのスコアリングを行うことが、法律上ただちには問題とならないと考えられる。ただし、金融分野ガイドラインにおいて、機微情報（個人情報保護法上の要配慮個人情報⁶¹並びに労働組合への加盟、門地、本籍地、保健医療及び性生活に関する情報）を取得しない努力義務が課されており（金融分野ガイドライン 5 条 1 項）⁶²、同ガイドラインに服する与信業者がスコアリングのインプット・データとして機微情報を取得することは原則禁止されると考えられる⁶³。なお、機微情報に含まれる、個人情報保護法上の要配慮個人情報については、取得に本人の事前同意が必要とされるが（同法 20 条 2 項）、同法において取得を禁止する規定は存在しない。

ある信用スコア運営企業に金融分野ガイドラインが適用される場合、その企業はスコアリングのインプット・データに機微情報を含めることができない。一方、信用スコア運営企業が金融分野ガイドラインに服さない場合、同ガイドラインに基づく制限はない。金融分野ガイドラインにおいて、与信業者が機微情報の取得を行わない努力義務を課されているのは、個人情報の利用によって本人に対する不当な差別や偏見その他の不利益が生じないように配慮するという個人情報保護法の趣旨に沿ったものと考えられる。一方、インプット・データに機微情報が含まれる信用スコアが与信判断に用いられる場合には、与信を受ける消費者は機微情報を踏まえた与信判断を受けることとなる。個人情報保護法の趣旨を踏まえると、信用スコア運営企業が金融分野ガイドラインに服さない場合であっても、提供先において信用スコアが与信判断に利用されるのであれば、そのインプット・データに機微情報を含めるべきではないと考えられる。

また、与信業者において、機微情報の取得が禁止される中、インプット・データに機微情報自体が含まれないとしても、機械学習を用いた分析によって、機微情報にあたる消費者の属性等が特定されることが考えられ、それが与信判断に

⁶¹ 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）。

⁶² 信用分野ガイドラインも同様の努力義務を定める(II-2-(2))。

⁶³ 同様の指摘は、パーソナルデータ+α研究会[2022]15 頁。

用いられたり、同等のスコアリング結果となったりする潜在的な危険性がある。同様の危険性は、信用スコア運営企業自身が与信を行う場合だけでなく、スコア利用企業が与信を行う場合にも当てはまる。

この点について、個人情報保護法上、要配慮個人情報の取得には本人の事前同意が必要となっており⁶⁴、他の個人情報一般に比べ厚く保護される一方、プロファイリングによる要配慮個人情報の推知について本人の事前同意は必ずしも求められていない⁶⁵。信用スコア運営企業がスコアリング・モデルを用いた分析を通じ、消費者本人の同意なく要配慮個人情報にあたる属性を特定することも、個人情報保護法上、ただちには規制されないと考えられる。

なお、従来わが国にプロファイリングに関する規制は存在していなかったが、2020年の個人情報保護法改正において一定の対応が行われた。具体的には、これに伴う2021年の通則ガイドライン改正により、同法17条1項で定められる個人情報の利用目的の特定について、個人情報がどのように取扱われているか本人が予測・想定できる程度に利用目的を特定しなければならないことが明確化された⁶⁶。例えば、行動履歴等の情報を分析して、信用スコアを算出して第三者に提供する場合には、そのような処理が行われているということを本人が予測等できる程度の利用目的とする必要があるとされている⁶⁷。さらに、個人情報保護法に個人情報の不適正利用を禁止する規定が新設されており(同法19条)、差別的なプロファイリングは不適正利用に該当する可能性が指摘されている⁶⁸。これらの規制は、信用スコア運営企業にも課されることとなる。

金融分野ガイドラインにおいて機微情報の取得が原則禁止されていることとの関係で、信用スコア運営企業も機微情報をスコアリングのインプット・データに含むべきでないとする、信用スコア運営企業に対し、スコアリングの過程に

⁶⁴ 個人情報保護法20条2項。

⁶⁵ 本人の同意なしにプロファイリングによって要配慮個人情報を新たに生み出すことは、要配慮個人情報の「取得」に当たると解するべきか、という重要な解釈問題の存在が指摘されている。宇賀[2018]143頁。プロファイリングが要配慮個人情報の取得に該当すると解釈を試みるものとして、山本[2017]266頁。こうした解釈を否定するものとして、宇賀・藤原・山本[2016]11頁〔藤原静雄発言〕。

⁶⁶ 通則ガイドライン3-1-1。

⁶⁷ 通則ガイドライン3-1-1【本人から得た情報から、行動・関心等の情報を分析する場合に具体的に利用目的を特定している事例】参照。

⁶⁸ 田中・北山[2020]26～28頁。なお、通則ガイドライン3-2で、個人情報保護法19条の不適正利用の例として「採用選考を通じて個人情報を取得した事業者が、性別、国籍等の特定の属性のみにより、正当な理由なく本人に対する違法な差別的取扱いを行うために、個人情報を利用する場合」が挙げられている。

おける機微情報の推知を禁止することも考えられる。しかし、現行法上、金融分野ガイドラインに服するか否かに関わらず、プロファイリングによる機微情報の推知は禁止されているとはいえ、信用スコア運営企業に対しこうした規制を課すことは難しい。少なくとも、個人情報保護法におけるプロファイリング規制をふまえ、機微情報にあたる属性等に基づく不当な差別が生じないように、対策が求められるといえる⁶⁹。スコアリングによる差別を防止する対策については、事業者による具体的な取組みもみられている⁷⁰。

(3) 小括

信用スコア運営企業は、消費者に関する情報を収集し、消費者の信用力を評価するための情報を第三者に提供する点で信用情報機関と共通する。信用力を評価するための正確な情報が流通することは、健全な与信サービス市場の形成にとって必要であり、消費者にとって適正な条件での借入に繋がる。また、消費者本人の意図しない形で情報が利用されると当該消費者に経済的・社会的不利益を与えうる。このため、信用力を評価するための情報には、その取扱いに際して、一般的な個人情報よりもさらに厚い保護が求められるべきである。こうした観点から、3 節 (1) では、わが国の信用情報機関の情報の取扱いに関する規制につき、その実質的意義を踏まえ、信用スコア運営企業やスコア利用企業が負う必要性のある規律について検討した。

具体的には、イ. 兼業制限等、ロ. 加盟会員の監督、ハ. 利用目的の限定、ニ. 加盟会員による信用情報の使用・提供義務と消費者本人からの同意取得について検討を行った。その結果、以下を指摘した。まず、イ. 兼業制限等については、信用スコア運営企業において、当該規制の趣旨である業務の透明性・中立性・公平性等が確保されている限りは、こうした規律は不要と考えられる。ロ. 加盟会員の監督については、信用スコア運営企業においては、当該規制の趣旨である提

⁶⁹ 同様の指摘として、笹川[2019]23 頁では、不当な差別や社会的排除が発生するスコアリング・モデルとなることがないように、スコアリング・モデルの構築に関して一定程度人が関与することが必要であるとする。

⁷⁰ 例えば、J.Socre では、スコア提供先の選定基準に「不当な差別、不利益を生じる懸念のある企業の回避」を含めており、「本人の努力と関係しない理由でサービスから排除」、「結婚、進学、就職等の重大なライフイベントの判定に使用」、「通信、交通、病院等の生活インフラの提供を拒絶」等の利用目的の場合にはスコアを提供しないとされる。また、スコアの説明変数の因果関係等の精査について、投入されるデータの組合せを含めた効き具合や各項目のスコアへの反映のされ方を点検し、意図しない形でモデルに展開されていないことを事後的にも確認しているとされる。情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会(第 21 回)会議資料「資料 21-1 第 20 回検討会における主な意見」(https://www.soumu.go.jp/main_content/000790347.pdf, 2022 年 4 月 13 日)4 頁参照。

供先における不適切な情報の利用（目的外利用）がなされないよう確保する要請が相応に高いことから、監督義務に類似するものとして、スコア利用企業における情報の取扱いの状況を確認する義務が必要と考えられる。ハ．利用目的の限定については、信用スコア運営企業において、当該規制のように返済能力の調査に利用目的を限定することは、貸付にとどまらない多様な目的での信用スコアの利用も展望される信用スコア・サービスのビジネスモデルに反するものである一方、消費者から第三者提供について同意を取得するうえでは、その利用目的を特定しておくことが必要と考えられる。ニ．加盟会員による信用情報の使用・提供義務に関しては、信用スコア・サービスについては、当該規制の趣旨である過剰貸付の防止を目的に設立された制度とはいえないことから、加盟会員に相当するスコア利用企業に情報の使用・提供義務を課す必要はない。他方、加盟会員による消費者からの同意取得等については、個人情報保護法と同様の趣旨の規制と推察でき⁷¹、スコア利用企業も、消費者からの同様の同意取得を求めることが個人情報保護法の要請から必要である。なお、信用スコア・サービスによる消費者の個人情報の流通について消費者本人の同意をどのように確保すべきか、という点に関しては、認定情報銀行制度を参考に、消費者本人のコントロールabilityを高めるための機能を提供し、かつ強いガバナンス体制を確保することで、信用スコア運営企業が包括的な同意を取得することが許容されうることもあわせて指摘した。

このほか、3 節（2）では、金融分野ガイドラインにおいて機微情報の取得が禁止されていることとの関係で、信用スコア運営企業も機微情報を取得すべきではないことや、スコアリングの中で機微情報にあたる属性等に基づく与信判断が生じうる危険性を指摘した。

以上は、信用スコアやインプット・データが「信用力を評価するための情報」であることに着目し、同様の性質をもつ信用情報を取り扱う者に対し、わが国の法制度上課されている規制との比較という観点から、信用スコア運営企業が負うべき義務を検討したものといえる。一方、信用スコア運営企業が扱う情報と、わが国の信用情報機関等が扱う信用情報は、範囲や性質が異なる面もあり、信用スコア運営企業に対する規律のあり方を検討するうえではこうした相違点にも留意すべきである。

そこで、4 節では、わが国の信用情報機関より幅広い種類の情報を収集した上で、それを用いてスコアリングを行い、より広い範囲の第三者に提供する、米国の信用情報機関とそれに関する規制について整理・検討する。

⁷¹ 前掲注 51 およびそれに伴う本文参照。

4. 米国の信用情報機関における情報の取扱いに関する規制

(1) 米国における信用情報機関と信用スコア

米国における信用情報機関は、消費者や企業の信用情報の提供だけでなく、マーケティングやリスク分析等のサービスを提供する営利企業である⁷²。

信用情報機関において保有されている個人情報には、消費者ローン、住宅ローン、クレジットカード、携帯電話、公共料金、家賃、物品レンタル等に関する個人の利用や支払に関する履歴に加えて、自己破産や担保権の実行の有無、裁判所の判決等の公的情報、職歴、学歴等が含まれる⁷³。

さらに、米国では、FICO Score と呼ばれる個人向け信用スコアが広く普及している⁷⁴。FICO Score とは、信用情報機関が保有する消費者に関する情報をもとに、Fair Isaac Corporation の提供するスコアリング・モデルを用いて算出される信用スコアである。スコアリングにあたってはクレジット・ヒストリー、すなわち、消費者の返済履歴、借入等の残高、信用取引の期間、利用している与信の組み合わせ、与信の申込の頻度が考慮される⁷⁵。

信用情報機関が保有する消費者の信用情報は、クレジット・レポート⁷⁶として事業者提供されており、事業者がある消費者についてのクレジット・レポートを信用情報機関に請求する際は、当該信用情報機関が算出した FICO Score もあわせて請求することができるようになっている⁷⁷。

⁷² 全国信用情報センター連合会[2006]6頁。Experian、Equifax、TransUnionの大手3社の実質的な寡占状態にある。例えば、Experianは、個人の信用データに加え、行動データ(購買データ、位置データ、SNSデータ等)や顧客データ(売上データ、マーケティングデータ、リスクデータ等)、外部データ(業界データ、各種経済指標等)といった多様なデータを分析し、マーケティング・意思決定分析・債権回収・不正検知・顧客ポートフォリオ管理等のソリューション開発を行っているといわれている。岡野[2016]10頁。

⁷³ 全国信用情報センター連合会[2006]5頁。

⁷⁴ 主要な貸し手の9割以上が同スコアを利用しているとされている(FICO Score ウェブサイト(<https://www.ficoscore.com/about>、2022年4月13日))。

⁷⁵ FICO Score ウェブサイト(<https://www.ficoscore.com/education>、2022年4月13日)参照。

⁷⁶ クレジット・レポートとは、信用情報機関に報告された個々の消費者のクレジット・ヒストリーの要約であると説明されている。Equifax ウェブサイト(<https://www.equifax.com/personal/understanding-credit/#credit-report>、2022年4月13日)参照。

⁷⁷ FICO Score ウェブサイト(<https://www.ficoscore.com/education>、2022年4月13日)参照。

(2) 米国における金融・信用分野についての個人情報の取扱いに関する規制の概要

イ. 規制の枠組み

米国における個人情報の保護に関する法的枠組みとしては、連邦レベルでの公的・民間部門を包括的に規制する制定法は存在していない。特定の分野について個別の制定法が設けられており（いわゆるセクトラル方式）、それ以外は自主規制に委ねられている⁷⁸。

金融・信用分野については、1970年公正信用報告法（Fair Credit Reporting Act: FCRA）⁷⁹において、信用情報の取扱いに関する規定が置かれている⁸⁰。また、消費者信用機会均等法（Equal Credit Opportunity Act: ECOA）⁸¹が、人種、肌色、宗教、国籍、性別、婚姻の有無、年齢等による差別を禁止している⁸²。

ロ. FCRAにおける消費者信用報告機関による情報の取扱いに関する規制

FCRAでは、消費者信用報告機関（Consumer Reporting Agency: CRA）等による情報の取扱いが規制されている。同法では、CRAとは、消費者信用報告

⁷⁸ 松前[2021]80頁。

⁷⁹ 15 U.S.C. §§ 1681-1681x.

⁸⁰ 松前[2021]82頁。なお、FCRAに加え、「1999年金融サービス近代化法（Gramm-Leach-Bliley Act: GLBA, Financial Services Modernization Act of 1999, Pub. L. 106-102, 113 Stat. 1338）」において、金融機関における顧客のプライバシー保護のための規定が置かれている。同[2021]82頁。同法は、第5編において、金融機関による非公開個人情報の第三者との共有について規制している。金融機関は、個人顧客の非公開情報について、顧客のプライバシー保護に関する取扱いの指定を策定して顧客に開示しなければならない（503条（15 U.S.C. § 6803））、当該金融機関がその情報をその「関係者（affiliate）」ではない第三者と共有するためには、顧客に対しこうした情報の利用を拒否する機会（いわゆる、オプトアウトの機会）を提供しなければならないとしている（502条(b)項(1)（15 U.S.C. § 6802(b)(1)））。また、口座番号等をマーケティング目的で他社と共有することは許されていない（502条(d)項（15 U.S.C. § 6802(d)））。ただし、CRAへの情報提供やCRAの消費者信用報告は、上記の規制全般についての例外として認められている（502条(e)項(6)（15 U.S.C. § 6802(e)(6)））。

⁸¹ 15 U.S.C. §§ 1691-1691f.

⁸² 15 U.S.C. § 1691(a). なお、GDPRにおけるプロファイリング規制に関して論じている石井[2018]32頁は、プロファイリングは対象となる個人を前もって決められたカテゴリーに置くことによる差別の危険性を持つが、こうした危険性への対応は、必ずしもプライバシー・データ保護法制によってなされるべきとは限らず、米国では機会均等を保障する諸法令が、人種、肌色、性別、宗教、年齢、障害の有無、国籍、婚姻の有無及び遺伝情報等による差別を禁止していると指摘する。

(consumer report)⁸³を第三者に提供する目的で情報⁸⁴を収集または評価する者と定義されており(603条(f)項)、これを行う者はCRAとしてFCRAの規制に服することになる^{85, 86}。

また、消費者信用報告のうち、消費者の人格に関する情報でありかつ消費者の周囲の者へのインタビュー調査を通じて得られる情報を含むものは、調査消費者信用報告(investigative consumer report)⁸⁷と呼ばれる。調査消費者信用報告については、当該報告の利用者やCRAに対し追加的な措置が要請される⁸⁸。その理由は、こうした方法による情報取得が、消費者個人のプライバシーの侵害の可能性が大きいことに求められている⁸⁹。

FCRAの主な内容として、以下では、(イ)CRAによる情報の提供とその利用目的の限定、(ロ)消費者に対する消費者信用報告の開示義務、(ハ)情報の正確

⁸³ 消費者信用報告とは、「(A)主として個人、家族又は世帯のための与信取引・保険取引目的、又は(B)雇用目的、(C)その他FCRA604条により認められる目的で、消費者の適格性を判断する要素として収集、利用、または利用される予定である、CRAの有する消費者の信用度、信用状態、信用力、人格、一般的な評判、個人的特性、生活様式に関する、書面、口頭その他の方法で示された情報の一部または全部」と定義される(同法603条(d)項(1)(15 U.S.C. § 1681a(d)(1)))。信用情報機関が提供するクレジット・レポートは、この消費者信用報告に該当する。

⁸⁴ FCRAでは、CRAが収集する情報の種類は限定されておらず、CRAは一部の例外を除き多様な情報を提供しうるものとなっている。例外は、一定の古い情報と医療関連情報である。前者については後掲注104およびそれに伴う本文参照。後者について、雇用目的や、クレジット・保険取引に関して、消費者の医療関連情報を消費者信用報告に含めることは、保険取引に関して消費者が積極的に同意した場合等を除き、禁止されている(604条(g)(1)項(15 U.S.C. § 1681c(g)(1)))。

⁸⁵ 先述の信用情報機関大手3社(前掲注72参照)はCRAである。なお、金融機関も消費者信用報告を行う場合CRAに該当することとなるが、自身と消費者の間の取引実績しか含まない報告は消費者信用報告に当たらない(603条(d)項(2)(A)(i)(15 U.S.C. § 1681a(d)(2)(A)(i)))。

⁸⁶ 州法レベルでは、個人情報を取り扱う事業者全般に対する規制が存在し、例えばカリフォルニア消費者プライバシー法(California Consumer Protection Act: CCPA)がある。なお、CCPAは2018年に制定、2020年より施行された後、同年11月に改正法案が成立し、2023年よりカリフォルニア州プライバシー権法(CPRA)として施行される予定となっている。以下では、適宜、FCRAについて、CCPAの内容と比較する。基本的には、FCRAによって規制される行為やGLBAによって保護されるデータは、CCPAの対象となっていない(CCPA1798.145条(d)項(1)、(2)、(e)項)。ただし、情報セキュリティが確保されなかった場合の事業者の責任を定めた同法1798.150条の規定は免除されない(同法1798.145条(d)項(3))。

⁸⁷ 対象となる消費者の近隣住人や友人等へのインタビューを通して収集される、当該消費者の人格、一般的な評判、個人的特性、生活様式に関する情報についての消費者信用報告(603条(e)項(15 U.S.C. § 1681a(e)))。

⁸⁸ 詳細は後掲注96および108に伴う本文参照。

⁸⁹ Editorial Board [1972] p.834.

性を確保する措置、(ニ) 消費者信用報告の利用者・CRA への情報提供者の義務について整理する⁹⁰。

(イ) CRAによる情報の提供とその利用目的の限定

FCRA では、CRA による消費者信用報告の提供先の範囲・利用目的に制限を設けつつ、一定の場合（雇用目的）を除き、CRA による消費者信用報告の第三者提供について消費者の同意は不要とされている^{91、92}。

FCRA において提供先として認められている者の範囲は、わが国の信用情報機関の加盟会員の範囲よりも広く、また、当該情報の利用目的についても、多様な相手方への情報の提供を念頭に、返済能力の調査には限定されていない。より具体的には、FCRA 上、CRA は、消費者信用報告を次の場合に提供できると定められている。(i) 裁判所の命令に従う場合、(ii) 関連する消費者の書面による指示に基づく場合、(iii) 一定の条件を満たす者に対して提供する場合、(iv) 養育費履行強制庁の要請に従う場合、(v) 養育費の認定に必要な場合、(vi) 預金保険機構または信用組合庁へ提供する場合である（604 条(a)項）⁹³。とくに、(iii) は、クレジット取引、雇用、保険の引受け、行政機関の付与する免許その他便益の受給資格の判定、投資家等による信用または既存債務の・繰上償還リスクの評価または査定等に関連して、その消費者の情報を使うことに信ずるに足る理由がある者に対し、消費者信用報告の提供を認めるものとなっている（同項(3)）

⁹⁰ 1970 年に制定された FCRA は、1996 年まで大きな改正はなされなかったが、同年の改正で消費者のプライバシー保護手段を充実させたのち、2003 年に「公正かつ正確な信用取引のための法律 (Fair and Accurate Credit Transactions Act of 2003, P.L. 108-159.)」によって、他人の社会保障番号等を不正に入手し、本人になりすましたローンの借入れ等を行う ID 詐取 (井部・杉浦[2006]21 頁注 50) への対応が加えられた (McEneny and Kaufmann [2004] pp.1215-1217 参照)。

⁹¹ これに対し、CCPA では、消費者は、事業者が収集する個人情報の分類や特定部分につき開示を請求する権利を有し（1798.100 条(a)項）、個人情報の第三者への売却を行う事業者は第三者への売却または提供がありうることで、消費者に第三者への売却または提供を指示しないというオプトアウト権があることを消費者に通知しなければならない（1798.120 条(a)、(b)項）。個人情報の収集時点という最も初期の時点で消費者にオプトアウトの機会を与えることを通じて、消費者の希望に反して個人情報が行き渡ってしまうことを防止しているとされる。西村あさひ法律事務所データ保護プラクティスグループ[2020]66 頁。

⁹² ただし、ID 詐取 (前掲注 90 参照) の防止策として、消費者は、全国規模の CRA (後掲注 109 参照) に対し、当該消費者についての消費者信用報告の提供を停止する措置 (security freeze) を請求でき、当該措置が取られている間は、消費者信用報告の内容は開示されることはない (FCRA 605A 条(i)項 (15 U.S.C. § 1681c-1(i)))。

⁹³ 15 U.S.C. § 1681b(a)。

⁹⁴。このうち、雇用目的で消費者信用報告を利用しようとする者に提供する場合には、当該消費者信用報告の利用者がそのことを消費者に対し事前開示し、消費者から同意を取得することが必要とされている（604条(b)項(2)）⁹⁵。

なお、調査消費者信用報告に関しては、追加的な措置によって、当該報告が行われるか否かにつき消費者による関与が可能となっている。すなわち、当該報告をCRAに請求する者は、最初の請求から3日以内に、当該報告の対象となる消費者に対して、当該報告が当該消費者の人格、一般的な評判、個人的特性、生活様式に関する情報を含むものであることを通知するとともに、通知を行ったことをCRAに対し証明する必要がある⁹⁶。事前通知を受けた消費者は、当該報告が行われることを望まない場合、与信の申請を取り下げることによって、こうした消費者信用報告を阻止できる⁹⁷。

(ロ) 消費者に対する消費者信用報告の開示義務

CRAは、消費者からの請求に応じて、当該消費者について登録されているすべての情報、情報の提供元、過去1年間（雇用目的のものは2年間）に消費者信用報告を提供した先を開示しなければならない（609条(a)項）⁹⁸。

消費者が信用スコアの開示を請求した場合、CRAはその提供する情報およびスコアリング・モデルが当該消費者への与信を行う者により実際に利用される信用スコアとは異なる場合があることを説明した上で、(i) 与信目的のために当該CRAが算出した当該消費者の最新の信用スコア、(ii) 当該CRAが使用したスコアリング・モデルにより算出される信用スコアの値の範囲、(iii) 当該モデルの元で、当該消費者の信用スコアに悪影響を与えている主たる要因（上位4つまで）、(iv) 当該スコアの作成された日、(v) 当該スコアを提供した者の名前を通知しなければならない（609条(f)項(1)）⁹⁹。

(ハ) 情報の正確性を確保する措置

⁹⁴ 15 U.S.C. § 1681b(a)(3).

⁹⁵ 15 U.S.C. § 1681b(b)(2).

⁹⁶ FCRA606条(a)項(15 U.S.C. § 1681d(a))。CRAは、当該報告の請求者から、消費者に対し通知を行ったこと等の証明を受け取らない限り、当該報告の準備または提供を行うことを禁止されている。同法606条(d)項(1)(15 U.S.C. § 1681d(d)(1))。

⁹⁷ Editorial Board [1972] p.834.

⁹⁸ 15 U.S.C. § 1681g(a).

⁹⁹ 15 U.S.C. § 1681g(f)(i)。なお、同条における信用スコアとは、与信を行う者が、消費者のクレジットに関する行動を予測するために統計的手法またはモデリングシステムにより求められる数値または分類と定義されており、不動産担保スコアやローンの自動引受システムによる評価は含まない(609条(f)項(2)(15 U.S.C. § 1681g(f)(2)))。

FCRA では、CRA は、消費者等から当該消費者に関する登録情報の正確性につき異議が申し立てられた場合、その情報について無料で再調査を行い、異議の通知を受領した日から 30 日以内に、調査の対象となった情報が不正確か否かを決定し、不正確な場合もしくは確認できない場合には当該情報を削除しなければならないものとされている（611 条(a)項(1)(A)）¹⁰⁰。調査の対象となった情報を CRA へ提供した者は、当該調査へ協力する義務を負う（623 条(b)項(1)）¹⁰¹。

FCRA では、CRA は、消費者信用報告を作成するときは、報告に係る個人に関する情報を可能な限り正確に保つための相当な手続に従わなければならない（607 条(b)項）¹⁰²。CRA へ情報を提供する者は、その情報が不正確であると知っているまたは信じるに足る立場にありながら、当該情報を CRA へ提供することは禁止されている（623 条(a)項(1)(A)）ほか、消費者との取引情報を定期的または通常業務の一環として CRA に提供している者には、CRA に対して適宜情報の更新・訂正を報告する義務が課されている（同項(2)）¹⁰³。

このほか、FCRA では、10 年以上前の倒産、7 年以上前の裁判歴や逮捕歴、7 年以上前の口座情報やその他不利な情報等については、基本的に消費者信用報告から除かなければならないとされる（605 条(a)項(1)～(5)）¹⁰⁴。古い情報の利用に特別な規制がなされる理由として、情報を適切にアップデートし、当該消費者についての最新状況を反映した状態に保つことの困難性等が指摘されている¹⁰⁵。

(二) 消費者信用報告の利用者・CRA への情報提供者の義務

消費者信用報告の利用者が、消費者信用報告に基づいて消費者に不利な意思決定を行う場合には、当該決定、スコアおよび情報を消費者に通知し、当該消費者信用報告を作成した CRA の名前と住所等を通知する義務が定められている

¹⁰⁰ 15 U.S.C. § 1681i(a)(1)(A). CRA は、消費者からの求めに応じて、過去 6 か月（雇用目的の場合 2 年）間に誤りを含む消費者信用報告を利用した者に対し、当該消費者信用報告の削除等を通知するものとされている（611 条(d)項(15 U.S.C. § 1681i(d))）。

¹⁰¹ 15 U.S.C. § 1681i(b)(1).

¹⁰² 15 U.S.C. § 1681e(b). 例えば、内容の矛盾する情報や、消費者の申立てにより一度削除・訂正された情報が再び報告された事案では、相当な手続に従わなかったものと判断されている。相川[1998]70 頁。

¹⁰³ 15 U.S.C. § 1681s-2(a). これに対し、CCPA では、消費者に、消費者の情報を収集する事業者に対して、収集または第三者に売却、提供する情報の種類・内容の開示や、当該消費者から収集された情報の削除を求める権利が認められているもの（CCPA1798.110 条(a)項、1798.115 条、1798.105 条(a)項）、事業者に対して、再調査や情報の正確性を確保するための義務等は課されていない。

¹⁰⁴ 15 U.S.C. § 1681c(a)(1)-(5).

¹⁰⁵ Editorial Board [1972] p.833.

(615条(a)項)¹⁰⁶。

なお、調査消費者信用報告の場合には、前述のとおり当該報告の利用者による消費者への事前通知が必要となっている¹⁰⁷。この通知は、当該報告が含む情報の種類とともに、消費者は当該報告のための調査の性質と範囲の開示を求める権利を持つという記述を含む必要があり、当該報告の利用者は消費者からの請求に応じ、当該開示を行わねばならない(606条(a)項(1)、606条(b)項)¹⁰⁸。

CRA への情報提供者については、消費者の与信枠に対してネガティブな影響を持つ情報(延滞、支払の遅延、倒産、その他デフォルト情報)を全国規模のCRA¹⁰⁹に提供する場合、提供から30日以内にそのことを消費者に書面で通知する義務が定められている(623条(a)項(7)(A)、(B)、(G)(i))¹¹⁰。

(3) オルタナティブ・データを用いた信用スコアを巡る議論

イ. オルタナティブ・データを用いた信用スコアの登場

信用情報機関に登録されている情報が不足しているために、クレジット・ヒストリーから算出される伝統的な信用スコアを取得できないケースがある。こうしたケースは、所得や人種による偏りがある¹¹¹。クレジット・ヒストリーに基づく伝統的なスコアリングは、信用スコアを取得できない人々に対し与信へのアクセスを閉ざすことによって、特定のグループに対する不公正を生み出すおそれがあると指摘されている¹¹²。

こうしたなか、米国のフィンテック事業者は、伝統的なクレジット・ヒストリーとは異なるデータ(alternative data。以下、「オルタナティブ・データ」という。)を用いたスコアリング方法を開発している¹¹³。オルタナティブ・データを用いたスコアリングの一例が、2015年にリリースされたFICO Score XDであ

¹⁰⁶ 15 U.S.C. § 1681s-2(a).

¹⁰⁷ 前掲注 96 およびそれに伴う本文参照。

¹⁰⁸ 15 U.S.C. § 1681d(a)(1), (b).

¹⁰⁹ FCRA603 条(p) (15 U.S.C. § 1681a(p))項で定義される CRA。

¹¹⁰ 15 U.S.C. § 1681s(a)(7)(A), (B), (G)(i).

¹¹¹ 例えば、Consumer Financial Protection Bureau [2015] p.6。

¹¹² Hurley and Adebayo [2016] p.156.

¹¹³ Rea [2020] p.5. なお、オルタナティブ・データの例として、Rea [2020] p.5 では、公共料金の支払履歴、賃貸履歴、デビットカードの決済履歴、自動車の所有やペイデイローンが挙げられている。

る¹¹⁴、¹¹⁵。Equifax、そのグループ会社である National Consumer Telecom Utility Exchange、不動産系データを保有する LexisNexis Risk Solutions のデータを利用するもので、不動産や銀行口座等の資産情報や公的記録に関する情報、伝統的なクレジット・ヒストリーに加えて、テレビ、電気やガス等の公共料金、通信費等の支払い履歴等を参照して算出される。なお、本スコアの提供は、消費者信用報告として FCRA に服する行為と位置付けられる。

ロ. オルタナティブ・データを用いた信用スコアを巡る議論

オルタナティブ・データを用いたスコアリングにより、多くの消費者が与信にアクセスできるようになることが期待されるが、その一方で、FCRA や差別禁止を定める ECOA では対応が難しい課題が指摘されている¹¹⁶。

(イ) 信用スコアの正確性・透明性の低下

参照されるデータの種類・量の増加は、誤ったデータの混在も増加させ、不正確な情報を参照するリスクを高めうる¹¹⁷。FCRA では、CRA の開示をもとに消費者が自ら登録されているデータを確認し、誤りがあった場合は異議を唱えることを契機として不正確な情報が修正される。オルタナティブ・データのような、より多くのデータを参照するスコアリングに対し、同様の方法では不正確な情報の修正を実現することは現実的に難しい旨が指摘されている¹¹⁸。

また、こうしたスコアリングでは、消費者の金融行動と直観的には関係のない要素もインプット・データとして用いうる。ただし、スコアリングに用いられるアルゴリズムの秘匿性から、インプット・データの正確性や、人種等のセンシ

¹¹⁴ 以下、FICO Score XD の概要についての記述は Equifax ウェブサイト (<https://www.equifax.com/business/fico-score-xd/>、2022年4月13日) および LexisNexis Risk Solutions ウェブサイト (<https://risk.lexisnexis.com/products/fico-score-xd>、2022年4月13日) を参照したもの。

¹¹⁵ このほか、ZestFinance が行っていたスコアリングも、従来の信用情報に加え、消費者のオフライン・オンラインでの活動に関するビッグデータを参照するものとされる。Hurley and Adebayo [2016] p.164.

¹¹⁶ Hurley and Adebayo [2016] pp.183-184. 同 [2016] は、これらの課題を指摘するとともに、既存の法規制を補完するための立法として、モデル法案 (“The Fairness and Transparency in Credit Scoring Act”) を提示している。本節では、同 [2016] を中心に、与信目的で用いられる信用スコアに関する米国の議論を紹介する。より多様な目的で消費者を格付ける信用スコアに関する議論として、Citron and Pasquale [2014]。

¹¹⁷ 同様の指摘は、Hurley and Adebayo [2016] p.153。

¹¹⁸ Hurley and Adebayo [2016] p.198.

ティブな情報の取扱いの有無を、消費者や規制当局が判断することが難しいという問題がある¹¹⁹。

こうした問題への対応として、正確性・透明性に関する事業者の義務強化の必要性が指摘されている。具体的には、Hurley and Adebayo [2016]では、スコアリング・モデルの開発者や利用者に対し、正確性に関する厳格な基準の策定、データの定期的なレビューや法令等遵守のセルフチェックの実施が提案されている¹²⁰。また、Chopra [2021]では、消費者の理解に資するよう、開発者や利用者に対し、インプット・データの加工のされ方、スコアを上げる方法やファクターのウェイトを開示させるべきと提案している¹²¹。

(ロ) 差別の永続化等

オルタナティブ・データを用いたスコアリングは、人種や性別といったセンシティブな属性に加え、信仰、所属するコミュニティ等に基づいてなされるものであり、既存の差別を永続化したり、悪化させるおそれがあると指摘されている¹²²。また、一見すると無害なデータであっても、センシティブな属性情報の代理変数となっていることがあり、それが不注意にスコアリングに利用される可能性も指摘されている¹²³。同様に、スコアリングに用いられるデータから、性別や人種といった属性情報を取り除いたとしても、これらの属性と密接に関連した職種、雇用期間、住居情報等の情報が含まれる限り、差別的な影響がもたらされうることも指摘されている¹²⁴。なお、消費者が差別的なスコアリングに直面した場合、与信における人種や宗教等による差別を禁止する ECOA 違反を問題とし、民事訴訟による救済を模索することになる。しかし、過去の裁判例を参考とする限り、とりわけオルタナティブ・データを用いたスコアリングのように大量のインプット・データを参照する複雑なアルゴリズムについては、原告がそれによる差別的な影響の存在を立証することは、現実的にかなり難しいと考えられている¹²⁵。

こうした問題に対し、Hurley and Adebayo [2016]は、消費者の救済に際し、消費者に重い立証責任を課すのではなく、スコアリング・モデルの開発者や利用者の方にシフトさせることを提案している¹²⁶。さらに、センシティブな情報と相

¹¹⁹ Hurley and Adebayo [2016] p.197.

¹²⁰ Hurley and Adebayo [2016] pp.198-199.

¹²¹ Chopra [2021] pp.642-643.

¹²² Hurley and Adebayo [2016] p.167.

¹²³ Hurley and Adebayo [2016] p.199.

¹²⁴ Lauer [2017] p.238.

¹²⁵ Hurley and Adebayo [2016] p.195.

¹²⁶ Hurley and Adebayo [2016] p.199.

関性の高い要素をスコアリングで重視することを禁止するとともに、機械学習に用いられるデータが特定のグループに有利なものとならないようにすること等を、開発者や利用者に求めることも提案している¹²⁷。このほか、インプット・データの種類の制限も考えられる。米国ニューヨーク州では、2019年11月に議会法案 Assembly Bill A5294 が採用され、CRA に対し、ある消費者についてのスコアリングにおいて、当該消費者が SNS でつながる人々の信用力を考慮要素とすることが禁止された¹²⁸。立法の背景として、低所得のコミュニティに属する個人は、似たような個人と SNS を通じた交友関係を持つことは明らかであり、SNS 利用に関するデータをスコアリングに取り入れることで、そうした個人がさらに低いスコアによる不利益を受けるおそれが挙げられている¹²⁹。FCRA 上、一部の古い情報や医療情報等を除き、CRA によって収集・提供されるデータの種類の制限はないが、連邦法上も、スコアリングにおいて消費者の SNS のデータを含むインターネット閲覧に関するデータの利用を制限する等の対応が必要であるとの指摘がある¹³⁰。

(ハ) スコアリングの不適切な利用

スコアリングが消費者の信用力の予測ではなく、コストの高いローン商品に頼らざるをえない消費者を特定し、搾取的な取引を行うために用いられる危険性が指摘されている¹³¹。Hurley and Adebayo [2016]は、スコアリングは、消費者の返済能力の予測のために用いられることを求めるべきと指摘する¹³²。また、スコアリングの利用者に、当該モデルが予測する信用力の定義を開示させるべきという提案もなされている¹³³。

(4) 小括

本節では、米国における信用情報機関に対する規制として FCRA を取り上げ、その内容を整理した。

はじめに、FCRA は、消費者信用報告を第三者に提供する者（CRA）を規制の対象として、その義務等を定めている。わが国においても、既存の業規制で捕捉

¹²⁷ Hurley and Adebayo [2016] p.199.

¹²⁸ Act of Nov. 25, 2019, ch. 540, § 2, 2019 N.Y. Laws 540 (codified as amended at New York. General EN. Business US. Law AW § 380-j (h)).

¹²⁹ Assembly Bill A5294 のもととなった上院法案 Senate Bill S2302, sponsor memo (<https://www.nysenate.gov/legislation/bills/2019/s2302>, 2022年4月13日)参照。

¹³⁰ Chopra [2021] pp. 644-645.

¹³¹ Hurley and Adebayo [2016] pp.167, 200.

¹³² Hurley and Adebayo [2016] pp.200-201.

¹³³ Hurley and Adebayo [2016] p.201. Chopra [2021] p.644.

できない新しいサービスが生まれうるなか、米国のアプローチを参考に、信用スコア・サービス運営企業を含む、消費者の信用力の評価に関する情報を扱う者に対する共通のルールを整備することも検討に値しよう。

次に、FCRA は、信用情報の取扱いに関し、必ずしも消費者本人からの同意取得を要件としない一方、事業者の利用目的の制限や正確性に関する義務を課すものであった。また、CRA は、消費者のクレジット・ヒストリー等の収集・提供のみならず、スコアリングおよび信用スコアの第三者提供も行っており、信用スコアの透明性を高めるような開示義務を負っていた。こうした開示義務は、わが国においても、スコアリングおよび信用スコアの第三者提供を行う信用スコア運営企業によって果たされることが望ましい¹³⁴。

米国の信用情報の取扱いに関する法制度は、情報の利用に消費者本人の明示的な同意を条件として求めることよりも、消費者が正しい意思決定をできるような情報を開示することを重視していると解する見解もある¹³⁵。米国における信用情報の利活用促進と消費者保護のバランスのとり方は、わが国の制度のあり方を考える上でも一例として参考に値する。

ただし、FCRA では、雇用目的で用いられる消費者信用報告について例外的に消費者の同意を求めているほか、調査消費者信用報告について、当該報告を CRA に請求する者によって消費者に事前通知等が行われることで、消費者に当該報告の提供または準備が行われることを回避する機会が与えられている点に留意する必要がある。FCRA では、近隣住民や友人等へのインタビューを通じて、消費者個人の人格等に関する情報を取得することは、消費者個人のプライバシーへの侵害が大きいとして、消費者本人の関与度を高める措置をとっているといえる。信用情報の中でも、情報の種類や取得の方法によってその取扱いに対する規制に差が設けられていることは、特にわが国の信用スコア・サービスへの規律のあり方を考える上で重要な示唆となりうる。信用スコアが、与信判断のための評価を越えて、対象となる消費者の人格、すなわち社会的な信用度を評価する意味を持つことがありうるならば、そうしたスコアの算出・提供については、調査消費者信用報告の作成・提供に対する規制が通常の消費者信用報告よりも強化されているのと同様に、追加的な規律が必要であると考えられる。

また、本節(3)では、オルタナティブ・データを用いた与信目的のスコアリングに関する問題点と、その対応についての議論を紹介した。わが国で広がりつ

¹³⁴ なお、情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2019]29頁も、情報銀行が信用スコアを取り扱う場合について、同様の指摘をしている。

¹³⁵ Anidjar and Mizrahi-Borohovich [2020] p.197.

つある信用スコア・サービスについても、そこで議論されている問題や対応策は参考に値する。

信用スコア運営企業が保有するインプット・データの一覧と算出されたスコアの開示のみに基づき、消費者がスコアの不適切性や誤りを認識・主張することは難しい。そこで、米国で提案されていた正確性・透明性に関する事業者の義務の強化といった点を参考に、信用スコア運営企業に対し、消費者の請求に応じてスコアリング・モデルの仕組みや目的をわかりやすく明確に説明する開示義務を課すことが考えられる¹³⁶。こうした開示が行われることで、消費者にとってスコアが不適切であるかどうかや、その正誤を判断する足掛かりとなり、個人情報保護法上の訂正・削除請求権¹³⁷が実現しやすくなるものと考えられる。また、こうした開示を信用スコアの算出・提供の前に行えば、消費者が当該信用スコア・サービスを利用するかどうかを判断する材料となり、信用スコアの算出・提供についての消費者本人の同意を実質的なものとする観点でも有用と思われる。

スコアリング・モデルの開発者・運用者の側に差別的な影響をもたらさないような仕組みを担保させるという考え方¹³⁸については、わが国においても進展がみられる。例えば、AI システムの開発・運用を行う事業者等に対する行動目標やその仮想的な実践例等を例示したガイドライン¹³⁹が策定されており、同ガイドラインは、信用スコア運営企業が AI を用いたスコアリング・モデルを開発する際にも参考にすべきものといえる¹⁴⁰。本節 (3) ロ. (ロ) で述べたとおり、米国ニューヨーク州法では、信用力の判断において SNS に関する一部の情報を利用することが禁止されている。わが国でも、信用力の判断に利用することに差別防止の観点から問題のある情報がある場合は、信用スコア運営企業がそうした種類の情報をインプット・データとして利用することを禁止することも検討に値する。

¹³⁶ 前掲注 121、133 およびそれらに伴う本文参照。なお、笹川[2019]22～23 頁も、AI を用いたスコアリングを行う事業者について、算出しているスコアの意義を明確にし、ユーザーである消費者にわかりやすく説明するべきとの指摘をしている。

¹³⁷ 個人情報保護法 34 条 1 項。

¹³⁸ 前掲注 69 参照。

¹³⁹ AI 原則の実践の在り方に関する検討会 AI ガバナンス・ガイドライン WG「AI 原則実践のためのガバナンス・ガイドライン ver.1.1」(https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/pdf/20220128_1.pdf, 2022 年 4 月 15 日)。

¹⁴⁰ このほか、情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会[2019]29 頁は、情報銀行が信用スコアを取り扱う場合に留意すべき点として、情報銀行が消費者本人のためにデータを活用することを原則とするものであることから、遺伝情報や差別につながる過去の情報をスコアリングに用いないことを挙げている。

なお、以上は与信目的のスコアリングに関する議論だが、信用スコアの利用目的が与信判断以外に広がっていくとすると、消費者保護の観点は一層重要になるといえる。低いスコアにより消費者にさらなる不利益が引き起こされ、当該消費者の人生を取り巻く環境が連鎖的により困難なものとなっていくとの指摘¹⁴¹は、スコアリングに潜む負の社会的側面として無視すべきではないと考えられる。

5. むすびにかえて

本稿では、信用スコア・サービスにかかわる事業者の情報の取扱いに関する規律のあり方について、わが国の信用情報機関における情報の取扱いや金融分野の機微情報の取扱いに関する規制等に加えて、米国の信用情報機関における情報の取扱いに関する規制やオルタナティブ・データを用いた信用スコアに関する議論を参考に、考察を試みた。

3節では、わが国の信用情報機関や加盟会員が負う義務の内容とその意義を踏まえ、信用スコア運営企業やスコア利用企業が負うべき義務について検討を行った。信用スコア運営企業は、消費者の信用力を評価するための情報を収集し、第三者提供する点で、信用情報機関と類似の役割を果たしている。信用情報機関の負う義務の一部、より具体的には、情報の提供先における不適切な取扱いがないように確認する義務、情報の提供先における利用目的を特定したうえで消費者からの同意を取得する義務を信用スコア運営企業に課す必要性が高いことを指摘した。また、金融分野で機微情報の取得が原則禁止されていることとの関係で、信用スコア運営企業においても機微情報を取得しないことや、プロファイリングによる差別的な影響を防ぐことの必要性を指摘した。

4節では、わが国の信用情報機関よりも幅広い種類の情報を収集し多様な事業者提供するとともに、信用スコアの算出および第三者提供を行っている米国の信用情報機関に関する規制を概観したうえで、信用スコア・サービスにかかわる事業者の情報の取扱いに関する規律についての示唆を探った。第1に、FCRAが、消費者信用報告を第三者に提供する者をCRAと定義し、これに対する義務等を定めるというアプローチは、わが国で信用スコア・サービスにかかわる事業者の情報の取扱いに関する規律を整備するうえで検討に値することを指摘した。第2に、FCRAが、CRAについて、信用スコアを提供する場合にはスコアにネガティブな影響を与えた要素を開示する義務を課しているように、信用スコア運営企業は信用スコアの透明性を高める開示を行うことも考えられることを指

¹⁴¹ Citron and Pasquale [2014] p.32.

摘した。第3に、FCRAが、消費者信用報告の中で特に調査消費者信用報告については追加的な措置を要請している点を参考に、信用スコアが消費者の社会的な信用度を評価する意味合いを持ちうるならば、単に信用に関する情報の収集・提供を行うことから必要になる規律を越えて、追加的な規律が求められうることを指摘した。

また、4節(3)では、オルタナティブ・データを用いたスコアリングに関する米国での議論を紹介した。そこで指摘されていた問題や対応策については、幅広い種類の情報を参照する信用スコア・サービスについて参考とする点が多く、スコアリングの仕組みや目的をわかりやすく消費者に示すといった一層の開示を信用スコア運営企業が義務として果たすことが適切であると指摘した。また、米国では、差別防止に関しては、ECOA等が与信における差別的な取扱いへの救済を用意しているものの、オルタナティブ・データを用いたスコアリングによる差別的な影響については原告による立証が困難になることをふまえ¹⁴²、事業者の側で差別を防止させる具体的な提案等について紹介した。

以上を踏まえ、わが国の信用スコア・サービスにかかわる事業者の情報の取扱いに関する規律について、若干の考察を行いたい。

わが国における信用スコア・サービスについては、個人情報保護法や、業規制等における信用情報の取扱いに関する規定が適用される余地はあるが、信用スコアやインプット・データの取扱いを直接的に規律する規制は存在しない。信用スコアは個人の信用力の評価につながる情報という意味で信用情報といえ、その適切な取扱いを確保するためのルールが必要であると考えられる。

この点、わが国の信用情報機関制度は、(i) 信用情報の第三者提供について消費者の同意取得を大前提としたうえで、(ii) 信用情報の不適切な利用を防ぐべく、個人情報保護法上の義務に加え、兼業制限・兼職制限、加盟会員の監督、利用目的の制限(返済能力の調査等への限定)といった業規制や自主ルールに基づく措置を講じることで、信用情報の適切な取扱いを担保する枠組みであると評価できる。

与信業者は、貸金業法により、指定信用情報機関への情報提供が義務付けられており、消費者は、信用情報機関への情報提供に同意しない限り与信を得られないことから、与信を望む消費者は、信用情報機関を通じた自らの信用情報の流通に同意せざるをえないともいえる。こうした事情をふまえると、わが国の信用情報機関制度では(i)の同意は取得されているものの、その実質的な意義は限定

¹⁴² 前掲注125およびそれに伴う本文参照。

的であり、むしろ (ii) の規範が重要な役割を果たしていると評価できる。

また、米国の信用情報機関を規制する FCRA は、CRA や消費者信用報告の利用者に対し、利用目的の制限や正確性、消費者への情報開示に関する事業者の義務を課すことで、消費者からの同意取得を緩和しつつ、情報の適切な取扱いを図るものであった。加えて、米国では ECOA が与信における人種等に基づく差別的な取扱いを禁止していることも、情報の適切な取扱いを担保する枠組みを補強しているといえる。ただし、FCRA においては、雇用目的での消費者信用報告には消費者の同意取得を必要としたり、調査消費者信用報告については事前通知を通じ当該報告が行われるか否かにつき消費者の関与を可能にしており、信用情報の利用目的や種類等によっては消費者からの同意取得等を要請している。

わが国の信用情報機関が収集・提供する情報は、その種類や利用目的が限定されており、(ii) によって信用情報の適切な取扱いが実現しているのであれば、(i) を緩和することも検討に値する。

以上を踏まえ、信用スコア・サービスについての規律のあり方を検討すると、信用情報機関制度のように、取り扱う情報の種類や利用目的が限定されている限りは、(i) を緩和することも考えられる。一方で、信用スコア・サービスは、ビジネスとして芽が出始めたところであり、将来的な発展性に配慮する観点から、スコアの利用目的の範囲を与信判断に限定することは適当ではない。そうした現状においては、(i) 消費者からの同意取得に加えて、(ii) 信用スコアに関する情報の特性や利用目的に合わせた追加的な規範を組み合わせて不適切な利用を防ぐことが重要と考えられる。その際には、事業者のイノベーションの進展状況に合わせて、情報の適切な取扱いを機動的に確保する観点から、まずは事業者の自主的な取組みによって規範を定め、実践していくべきである¹⁴³。将来的には規制の対象としていく可能性を否定するものではないが、現時点では、いまだビジネスとしての黎明期にあたるわが国の信用スコア・サービスは、そもそもサービスとして社会に受容されるかも課題となっている。そうした課題を克服するうえでは、事業者自らがその社会的責任を果たすために自主的な取組みとして規律を充実・徹底することが有効であり、事業者にもその動機があると思われる¹⁴⁴。このため、

¹⁴³ 笹川[2019]27頁注6は、AIを用いた信用スコアに関するサービスについて、そのサービス自体が黎明期にあること、多様な情報と目的を有するものであること等をふまえ、こうしたサービスを対象とする規制法を設ける立法論は時期尚早であると指摘している。

¹⁴⁴ 類似の指摘として、パーソナルデータ+α研究会[2022]11頁では、不用意なプロファイリングの実施等が社会的・倫理的問題を提起した事例も現に生じており、企業のレピュテーションを維持するためにも社会的・倫理的問題を検討する必要がある、プロファイリングに関する一定の自主的な取組みは、企業自身にとってレピュテーション・マネジメントの観点から有益で

民事法による救済の実効性には限界があるものの、自主的な取組みによる規律付けにも相応の実効性を期待できると考えられる。

そして、(ii) にあたる自主規制の内容としては、3 節で論じた信用スコア運営企業によるスコア利用企業における信用スコアの利用状況の確認義務や、4 節で論じた信用スコアの透明性を高めるための開示義務、とくにスコアリングの仕組みや目的について消費者にわかりやすく説明するといった一層の開示、また正確性の確保や差別的影響の防止のための措置を信用スコア運営企業がその義務として行うことが必要である。こうした義務については、スコア利用企業に対するガバナンスや信用スコアの透明性の向上を通じて、消費者に対するサービスの透明性・公平性を確保することが、結果的に当該サービスの発展につながると考えられる¹⁴⁵。

以上は、現状を前提とした提案であるが、今後、信用スコア・サービスが社会に普及した場合には、立法によって信用スコアに関する規律を整備することが望ましいと考えられる。信用スコアの低さを理由に消費者がスコア利用企業から希望するサービスを受けられない等のケースが生じた場合には、信用スコアやその取扱いの不適切さを巡る法的責任が問題となりうる。もっとも、信用スコア運営企業による信用スコアの算出と提供によって消費者にもたらされる影響について、信用スコア運営企業に如何なる責任が生じるかは、既存の法制度上必ずしも明らかではない。こうした状況では、消費者の救済には限界が生じる可能性がある。事業者にとっても、たとえばインプット・データの正確性の確保や差別的影響の防止に関して如何なる措置を講じていけば妥当な信用スコアといえるかという基準や、スコア利用企業に対するガバナンスのあるべき基準が明確になれば、それを遵守することで、自らの行為が不法なものであるとされるリスクを削減できる。また、情報の利用価値が高まることで、新規事業者による信用スコア・サービスへの参入や、消費者の信用力の評価にかかわる情報を利活用する新たなサービスの創出がなされる場合が考えられる。こうしたサービスの裾野のひろがりによって、必ずしも自主的な取組みによる規律を期待できないサービス提供者があらわれうる中、消費者の保護に関する課題に確実に対応し

あるとしている。例えば、ヤフー社の提供していた信用スコアである「Yahoo!スコア」については、サービス開始後に、デフォルト仕様で信用スコアを算出する仕組み等について批判が集中し、最終的にサービス終了に至ったとされる。同[2022]6 頁。

¹⁴⁵ 信用スコアの透明性を高める説明については、弊害も指摘されている。例えば、スコアが上がる具体的な行動を明らかにすることで、ユーザーがスコアを上げるために自身の自然な行動と異なる行動をとり、これによってスコアの分布や高低が本来あるべき姿と異なるものになり、他のユーザーやスコアを利用する事業者に不利益が生じる等の弊害がありうるため、必ずしもすべてを説明することが良いのではなく、説明の範囲について検討することが大切であるとの指摘がある。笹川[2019]23 頁。

ていく観点からは、米国 FCRA のような、信用スコアを含む信用情報の収集・第三者提供という機能に応じた規制の立法も有益となろう。こうした立法によって、日本法では信用情報機関や金融業者として捕捉されない者であっても、また自主規制を期待できない主体であっても、消費者の信用力の評価にかかわる情報、すなわち特別な保護を必要とする情報を取り扱う事業者として最低限必要な共通の義務を法律で明確化し、情報の適切な取扱いを確保することも考えられる。

情報通信技術の発達により、金融業者の提供するサービスが多様化しうるとともに、これまでよりも、より幅広い業態の業者が金融にかかわるサービスを提供しうる状況である。信用スコア・サービスは、こうした金融と非金融の融合が生じる可能性のあるサービスの一例といえる。

本稿は、業種にかかわらず、信用スコア・サービスを提供する主体がどのような義務を負うべきかという点につき、消費者の信用力の評価にかかわる情報の取扱いという観点から考察を試みたものである。なお、本稿では信用スコアの流通を、信用スコアの第三者提供を通じたものとして分析したが、第三者提供にあたらない、グループ企業内での共有という形での信用スコアの流通も考えられる¹⁴⁶。信用スコアを含む消費者の信用力の評価にかかわる情報のグループ企業内での共有を念頭においた規律の検討については、今後の課題としたい。金融サービスへの非金融業者の参入が拡大していく中で、既存の業規制では網羅的にカバーされないサービスへの規律がいかにあるべきか、模索が続くものと考えられる。本稿が、こうした議論の一助になれば幸いである。

¹⁴⁶ 特定の者との間で共同して利用される個人データが当該特定の者に提供される場合であって、その旨並びに共同して利用される個人データの項目、共同して利用する者の範囲、利用する者の利用目的等をあらかじめ本人に通知している場合等は、第三者提供にあたらない（個人情報保護法 27 条 5 項 3 号）。こうした場合に該当する事例として、グループ企業で総合的なサービスを提供するために取得時の利用目的（同法第 17 条 2 項の規定に従い変更された利用目的を含む）の範囲内で情報を共同利用する場合が挙げられている（通則ガイドライン 3-6-3 (3)【共同利用に該当する事例】参照）。たとえば、デジタル・プラットフォームにおいて複数のサービスがグループ企業により提供されていて、当該デジタル・プラットフォームにおいて算出された消費者の信用スコアが共通のスコアとしてそれぞれのサービスで参照されることなどが考えられる。

参考文献

- 相川忠夫、「アメリカの公正信用報告法—懇談会報告書との比較」、『ジュリスト』1144号、1998年、67～72頁
- 石井夏生利、「プロファイリング規制」、『ジュリスト』1521号、2018年、32～37頁
- 板倉陽一郎、「A I時代の個人情報保護」、『法の支配』197号、2020年、127～137頁
- 井部千夫美・杉浦宣彦、「金融取引の守秘義務についての比較法的考察—欧米の個人金融取引における守秘義務についての法制度を中心に」、金融研究研修センター・ディスカッションペーパー、金融庁、2006年 (<https://www.fsa.go.jp/frtc/nenpou/2006a/06.pdf>、2022年4月13日)
- 上柳敏郎・大森泰人編著、『逐条解説 貸金業法』、商事法務、2008年
- 宇賀克也、『個人情報保護法の逐条解説 [第6版]』、有斐閣、2018年
- ・藤原静雄・山本和徳、「鼎談—個人情報保護法改正の意義と課題」、『行政法研究』13号、2016年、1～41頁
- 右崎大輔、「社会の実態と乖離した貸金業法の改正を提言する—金融事業者間の規制のイコルフットィングの確保を」、『月刊消費者信用』459号、2021年、26～32頁
- 岡田 崇、「気になるこの用語 第14回—信用スコア（クレジットスコア）」、『国民生活』87号、2019年、29～30頁
- 岡野靖丈、「世界最大手のグローバル信用情報機関エクスペリアンの変貌」、『金融 IT フォーカス』2016年4月号、野村総合研究所、2016年、10～11頁 (https://www.nri.com/-/media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/publication/kinyu_itf/2016/04/itf_201604_5.pdf?la=ja-JP&hash=D81D5B08D1E8283B0CA7DAE05602B9B363F5E633、2022年4月13日)
- 金子宏直、「スコアリング」、『法とコンピュータ』38号、2020年、41～48頁
- 金融サービスにおける顧客情報の利用を巡る法律問題研究会、「顧客情報の活用に関する行為規範のあり方」、『金融研究』第40巻第1号、日本銀行金融研究所、2021年、1～34頁
- 笹川豪介、「AI スコアサービスの可能性と倫理的諸問題への対応」、『金融法務事情』2123号、2019年、20～27頁
- 情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会、「情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会とりまとめ（令和元年10月8日）」、総務省、2019年 (https://www.soumu.go.jp/main_content/000648745.pdf、2022年4月13日)
- 、「情報信託機能の認定に係る指針 ver2.1」、総務省、2021年 (<https://>

- www.soumu.go.jp/main_content/000764120.pdf、2022年4月13日)
- 城田真琴、「情報銀行と信用スコアリングビジネスの展望」、野村総合研究所、2019年 (https://www.nri.com/-/media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/report/cc/mediaforum/2019/forum274_1.pdf?la=ja-JP&hash=F1086FB861245DECA48C6394AC49F544070E6AF8、2022年4月13日)
- 全国信用情報センター連合会、「日米比較から探る—アメリカのクレジットビューローとは」、『個人信用情報専門誌・アイ』64号、2006年、3～11頁
- 総務省、『平成30年版 情報通信白書』、総務省、2018年 (<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/pdf/30honpen.pdf>、2022年4月13日)
- 田中浩之・北山 昇、「規制対象範囲・適正性の判断軸は？—不適正利用の禁止義務への対応」、『ビジネス法務』2020年8月号、2020年、25～28頁
- 戸田謙太郎・寺門峻佑、「ユーザー目線の明瞭な説明と同意取得、独禁法に注意 信用スコア事業の展開」、『ビジネス法務』2020年8月号、2020年、49～53頁
- 西ヶ谷葉子編、『クレジット・金融用語辞典〈改訂版〉』、金融財政事情研究会、2003年
- 西村あさひ法律事務所データ保護プラクティスグループ、松本絢子・河合優子編『いますぐわかる CCPAの実務対応』、中央経済社、2020年
- パーソナルデータ+α研究会、「プロファイリングに関する最終提言案」、『NBL』1211号、2022年、4～24頁
- 松前恵環、「連載 米国個人情報・プライバシー保護法制をつかむ 第1回—米国の法制度の概要と近時の議論動向」、『NBL』1185号、2021年、79～86頁
- 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、34～44頁
- 、『プライバシーの権利を考える』、信山出版社、2017年
- Anidjar, Leon Yehuda, and Inbar Mizrahi-Borohovich, “Reinventing Credit Data Sharing Regulation,” *Southern California Interdisciplinary Law Journal*, Vol.29, 2020, pp. 177-225.
- Chopra, Sahiba, “Current Regulatory Challenges in Consumer Credit Scoring Using Alternative Data-Driven Methodologies,” *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*, 23, 2021, pp. 640-641.
- Citron, Danielle K., and Frank Pasquale, “The Scored Society: Due Process for Automated Predictions,” *Washington Law Review*, 89, 2014, pp. 1-33.

- Consumer Financial Protection Bureau, “Data Point: Credit Invisibles, The CFPB Office of Research,” Consumer Financial Protection Bureau, 2015 (available at https://files.consumerfinance.gov/f/201505_cfpb_data-point-credit-invisibles.pdf, 2022 年 4 月 13 日).
- Editorial Board, Minnesota Law Review, “The Fair Credit Reporting Act,” *Minnesota Law Review*, 56, 1972, pp.819-841.
- Hurley, Mikella, and Julius Adebayo, “Credit Scoring in the Era of Big Data,” *Yale Journal of Law & Technology*, 18, 2016, pp. 148-216.
- Lauer, Josh, *Creditworthy: A History of Consumer Surveillance and Financial Identity in America*, Columbia University Press, 2017.
- McEneney, Michael F., and Karl F. Kaufmann, “Fair Credit Reporting Act Developments,” *The Business Lawyer*, 59(3), 2004, pp. 1215-1225.
- Rea, Stephen, “A Survey of Fair and Responsible Machine Learning and Artificial Intelligence: Implications of Consumer Financial Services,” 2020 (available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3527034>).