

プライバシーポリシーの内容を確認する状況の整理

佐藤 広英（信州大学／情報通信研究機構）

太幡 直也（愛知学院大学／情報通信研究機構）

金森 祥子（情報通信研究機構）

野島 良（情報通信研究機構）

Classification of situations to read the contents of the privacy policy

Hirotsune Sato (Shinshu University / National Institute of Information and Communications Technology)

Naoya Tabata (Aichi Gakuin University / National Institute of Information and Communications Technology)

Sachiko Kanamori (National Institute of Information and Communications Technology)

Ryo Nojima (National Institute of Information and Communications Technology)

要 旨

本研究の目的は、プライバシーポリシーの内容を確認する状況の詳細を明らかにするとともに、その整理を行うことであった。クラウドソーシングを用いて調査対象者1,000名を募集し、日常生活においてプライバシーポリシーの内容を確認する（確認しようとする）状況について自由記述で回答するよう求めた。1,849の回答をカテゴリー分類した結果、全体としては、「買う・購入・決済・支払い」、「利用（サービス・アプリ・製品）」、「入力・記入・収集される」に関する度数が多かった。次に、各カテゴリーを利活用シーンにおける時間軸と、直面する状況の二つの分類軸をもとに整理した結果、次の二点が明らかになった。第一に、サービス利用前の段階では、金銭が関わるような状況や、新規にサービスを利用する状況、それらに伴い個人情報の入力を求められる状況においてプライバシーの内容を確認する機会が多いことが示された。第二に、サービスを利用している段階では、個人情報漏洩・紛失事故のように信用性を損なうような何らかの事象が発生し、不安や不信を抱いたりするような状況においてプライバシーポリシーの内容を確認する機会が多いことが示された。

キーワード：プライバシーポリシー、個人情報、利活用シーン

問 題

我々は普段、インターネット上のさまざまなサービスを利用する際、企業・サービス側の個人情報の取り扱い方針が記されたプライバシーポリシーの内容を確認し、同意することが求められる。日本では、個人情報保護法（個人情報保護委員会、2003）の第18条において「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」と定められており、企業・サービス側は、ユーザーに対する利用目的の通知・公表のためにプライバシーポリシーを利用している。海外においても、EU一般データ保護規則（General Data Protection Regulation; GDPR）のように、個人情報取得の際のユーザーに対する利用目的の通知・公表が法制度において義務付けられている（個人情報保護委員会、2016）。このように、ユーザーのプライバシーを保護するためにプライバシーポリシーを提示して同意を取得するという仕組みは、世界中で基本的な理念となっている（Cranor, 2012）。

しかし、プライバシーポリシーを読んで確認するユーザーは実際には少なく、同意取得の仕組みが形骸化していることが指摘されており（e.g., Cate, 2010）、その原因を検討する研究が行われている。例えば、McDonald & Cranor（2008）は、プライバシーポリシーを読むことのコストに着目し、プライバシーポリシーを読むための時間的コストとそれに基づく金銭的コストを計算した結果、時間的コストは年間約201時間であり、もしプライバシーポリシーを一字一句読むとしたら、金銭的コストは年間約7,810億ドルになると推定している。また、他の研究では、プライバシーポリシーの内容を確認しない原因として、文章の長さや内容の難解さが挙げられている（金森他、2017；Reidenberg et al., 2015）。金森他（2017）は、日常生活においてプライバシーポリシーの内容を確認する程度を検討した。その結果、各種ウェブサービスでは「全文を読む」と回答した割合は10%未満にとどまり、「流し見る程度」「全く読まない」と回答した割合は50%以上であった。また、プライバシーポリシーの内容を確認しない理由について尋ねた結果、「文章の量が多かった」（76.7%）、「難しそうな語句が多かった」（37.7%）などが多く挙げられており、プライバシーポリシーの内容を確認しない原因は、その長さや内容の難解さにあることを示している。

また、プライバシーポリシーの内容理解を促すための方法に関する研究も行われている。例えば、篠田・間形・藤村・久保田・千葉（2020）は、プライバシーポリシーを提示する際、絵を交えた表現や概要的な表現を用いることで、内容の理解しやすさが高まることを示している。また、Harkous, Fawaz, Shin, & Aberer（2016）は、Pribotというチャットボットを用いて、プライバシーポリシーを提示しての同意取得を進める方法を提案している。

その他、国内外企業の提供するプライバシーポリシーの内容の違いに着目する研究も行われている。金森・佐藤・太幡・野島（2020）は、国内外企業の提供するプライバシーポリシーの内容について比較した結果、国内企業の提供するプライバシーポリシーは、国外企業の提供するプライバシーポリシーよりも固有表現の曖昧性（文章に含まれる固有表現全体における抽象度の高い情報の比率）が高く、情報量（文章に含まれる固有表現の数）が少ない

ことを明らかにしている。

以上のように、プライバシーポリシーの内容を確認しない原因に関する研究や、プライバシーポリシーの内容理解を促すための方法に関する研究などが行われている。しかし、プライバシーポリシーの内容を確認するユーザーの心理や行動に焦点を当てた研究は現状では少ない。ユーザーは日常生活においてさまざまな状況でプライバシーポリシーの内容を確認しようと動機づけられると想定される。しかし、具体的にどのような状況でプライバシーポリシーの内容を確認する（確認しようと思う）のかという点については明らかではない。そこで、本研究では、クラウドソーシングサービスを用いて幅広い年齢層を対象とした調査を実施することを通して、我々が日常生活においてプライバシーポリシーの内容を確認する状況の詳細を明らかにするとともに、それを整理することを目的とする。本研究で得られた知見は、プライバシーに関する情報モラル教育に活かすことができるとともに、企業・サービス側におけるプライバシーポリシーの提示の仕方に活かすことができると考えられる。

方 法

調査対象者

Yahoo!クラウドソーシングを用いて調査対象者を1,000名募集し、ウェブアンケートへの協力を依頼した。1,000名（男性632名、女性345名、その他3名、年齢： $M = 45.97$, $SD = 10.60$ ）から回答を収集し、「なし、分からない」と回答した238名を除く762名を分析対象とした。調査は、2020年6月2日に実施した。

質問項目

Yahoo!クラウドソーシング上のウェブ調査画面において、性別と年齢を尋ねる項目とともに、プライバシーポリシーの内容を確認する状況に関する質問項目を設定した。具体的には、「あなたが、企業やサービス・アプリケーションのプライバシーポリシーの内容を確認する（あるいは、確認しようと感じる）のはどのようなときですか？そのときの具体的な状況や場面を自由にお答えください」、「あなたは、どのようなサービスを利用するとき（登録するとき）に企業やサービス・アプリケーションのプライバシーポリシーの内容を確認していますか（あるいは、確認しようと思いませんか）。具体的な企業名やサービス・アプリケーション名を、できるだけ多く挙げてください」という教示文のもと、それぞれ自由記述で回答するよう求めた。

データの処理

プライバシーポリシーの内容を確認する状況を特定するための手がかりとして、日本語の表現意図における時や条件に関する表現に着目した。二つの自由記述で得られた記述のうち、時や条件に関する表現（「～時」、「～際」、「～場合」、「～前」、「～後」とそのひらがな表記を含む語句）を含む回答と、それらの表現を含まないものでもプライバシーポリシーの内容を確認する状況であると判断できる回答を抽出した。なお、一つの回答に複数の要素が含まれる場合は分割し、それぞれ独立した回答とした。その結果、分析対象となったのは1,849の回答であった。

結果と考察

プライバシーポリシーの内容を確認する状況の分類

得られた回答について、意味内容を基に同一内容のものをまとめ、第一著者がカテゴリー分類を行った。その結果、プライバシーポリシーを確認する状況を、「買う・購入・決済・支払い」「利用（サービス・アプリ・製品）」「入力・記入・収集される」「不安・不信・疑問」「登録・加入・作成・契約（サービス・会員・アカウント）」「金銭関連」「新規・初めて」「アンケート」「確認したいと思った（サービスなどの利用に関わらず）」「申し込み・申請・応募」「インストール・ダウンロード」「開始前・利用前」「要求された・求められた」「目にした・見た・聞いた」「取引する」「就職・転職」「サイトの問題」「アクセスした」「その他」の19カテゴリーに分類した。各カテゴリーの回答例と度数を Table 1に示した。回答のうち、企業・サービスの種類に言及するものについては Appendix にまとめた。

「買う・購入・決済・支払い」は、ネットショッピングにおいて商品を購入するときや金融商品を購入するときなど、何かを購入するとき個人情報やクレジットカード番号などの入力が求められる状況に関する回答を分類した。「利用（サービス・アプリ・製品）」はサービスを利用中に疑問を感じたときやコメントを投稿するときなど、サービスを利用中に個人情報の取り扱いについて懸念が生じた状況に関する回答を分類した。「入力・記入・収集される」は、個人情報を入力するときなど、状況を限定せずに個人情報やクレジットカード番号の入力が求められる状況全般に関する回答を分類した。「不安・不信・疑問」は、あまり知らないサービスから連絡が届いたような状況や、利用しているサービスにおいて情報漏洩などが発生し、信用性に懸念が生じたような状況に関する回答を分類した。「登録・加入・作成・契約（サービス・会員・アカウント）」は、サービスへの会員登録をするときや何らかの契約をするとき、サービスを初めて利用するとき個人情報を入力して登録・加入する状況に関する回答を分類した。「金銭関連」は、金融サービスや支払いなど、金銭に関わる状況全般に関する回答を分類した。「新規・初めて」は、サービスを利用する状況のうち、「新しく」や「初めて」といった単語が含まれる回答を分類した。「アンケート」は、さまざまなアンケートに答える状況に関する回答を分類した。「確認したいと思った」は、利用有無に関わらず、個人情報の取り扱いがどのようになっているのかに興味があり、確認しようと思う状況に関する回答を分類した。「申し込み・申請・応募」は、個人情報を入力して懸賞やキャンペーンに応募するような状況に関する回答を分類した。「インストール・ダウンロード」は、新しくアプリケーションをインストールするときやダウンロードするかどうか悩んだときなど、インストール・ダウンロードする際に個人情報の取り扱いに問題がないかを確認する状況に関する回答を分類した。「開始前・利用前」は、何らかのサービスの利用を検討している段階や開始する前の段階であることに言及する回答を分類した。「要求された・求められた」は、企業・サービス側からプライバシーポリシーの確認を要求される状況や、確認して同意しないとサービスが利用できないような状況に関する回答を分類した。「目にした・見た・聞いた」は、企業・サービスのプライバシーポリシーが更新されたことを目にした状況や、不祥事等がメディアで取り上げられるような状況に関する回答を分類し

Table 1 プライバシーポリシーを確認する状況のカテゴリーごとの度数

No	カテゴリー名	回答例	度数
1	買う・購入・決済・支払い	ネットショッピングで購入するとき／クレジットカード決済をするとき／保険、金融商品、車など購入するとき	299
2	利用（サービス・アプリ・製品）	個人情報が要のサービスを利用しているとき／サービスを利用して何か疑問に思ったとき／コメントを投稿するとき	295
3	入力・記入・収集される	個人情報を入力するとき／クレジットカードや銀行口座の登録が必要なサービスのとき／プライベートな情報を入力するとき	284
4	不安・不信・疑問	怪しい企業やサイトのとき／情報漏洩があった場合／信用性が疑われるとき／不具合が発生したとき	233
5	登録・加入・作成・契約（サービス・会員・アカウント）	レンタルビデオ店の会員登録をするとき／サービスやアプリを始めるとき／重要な契約をするとき	188
6	金銭関連	金銭を伴うとき／銀行や証券口座、サブスクなどお金が関係するとき／課金するとき	141
7	新規・初めて	初めて利用するとき／最初に使おうと思ったとき／新しく取引を始めるとき	84
8	アンケート	アンケートに答えるとき／アンケートモニターになるとき／報酬付きのアンケートに答えるとき	67
9	確認したいと思った（サービス等の利用に関わらず）	個人情報の取り扱いがどのようになっているのか知りたいとき／興味があるとき／調べたいとき	53
10	申し込み・申請・応募	懸賞で応募するとき／サンプル調査に応募するとき／キャンペーンに応募するとき	40
11	インストール・ダウンロード	アプリケーションをインストール・ダウンロードするとき／アプリをダウンロードするか迷ったとき	28
12	開始前・利用前	証券会社の取引を検討しているとき／使うかどうか検討中のとき／お金がからむサービスを利用開始するとき	21
13	要求された・求められた	確認を要求されたとき／確認（クリック）しなければ先に進めないとき／同意しないと前に進めないとき	21
14	目にした・見た・聞いた	ポリシーの更新が告知されたとき／ニュースで取り上げられたとき／その企業が不祥事を派生させたとき	21
15	取引する	取引するとき／商品を海外へ輸出するとき／新技術を協力会社と進めるとき	10
16	就職・転職	就活をしているとき／転職を考えるととき／会社に入社するとき	9
17	サイトの問題	サイトのページが一変しているとき／サイトが下の方に非常に長いとき	5
18	アクセスした	たまたま表示されたとき／なんとなくネット徘徊中に／サイトにアクセスするとき	4
19	その他	解約するとき／退会するとき／時間があるとき／通信が伴うとき	46

た。「取引する」は、取引相手の企業の個人情報の取り扱いに問題がないかを確認する状況に関する回答を分類した。「就職・転職」は、就職・転職を考えている企業の個人情報の取り扱いに問題がないかを確認する状況に関する回答を分類した。「サイトの問題」は、ウェブサイトに書かれた内容に違和感があり、不信感を抱くような状況に関する回答を分類した。「アクセスした」は、偶然プライバシーポリシーが画面に表示されるような状況に関する回答を分類した。

全体としては、「買う・購入・決済・支払い」、「利用（サービス・アプリ・製品）」、「入力・記入・収集される」に関する度数が多かった。これらは、いずれも個人情報の入力が必要となる状況に関するカテゴリーである。したがって、我々は、日常生活の中で、主に個人情報を入力する状況において、企業・サービスにおける自身の個人情報の取り扱いに懸念が生じ、プライバシーポリシーの内容を確認しているといえるだろう。

なお、金森他（2017）では、プライバシーポリシーの内容を「流し見する程度」「全く読まない」と回答した割合は50%以上であったのに対し、本研究では7割以上がプライバシーポリシーの内容を確認する（しようと思う）状況を回答していた。Ajzen & Fishbein（1977）によると、態度と行動は一貫したものではなく、態度は行動を規定する要因の一つに過ぎないとされる。プライバシーポリシーの内容を確認しようと思ったとしても、実際に行動には至らないことが多いと考えられる。

利活用シーンに基づく状況の整理

プライバシーポリシーの内容を確認する状況について、利活用シーンにおける時間軸（サービスの利用前、利用中、利用後）と、直面する状況（利用シーン、心理的状況・状態）の二つの分類軸を基に、第一著者が19カテゴリーを6パターンに整理した（Figure 1）。なお、複数の時間軸に該当すると考えられるものについては、両方の時間軸に割り当てた。

まず、利用前ステージには、「登録・加入・作成・契約」「申し込み・申請・応募」「インストール・ダウンロード」「取引する」といった利用シーン、「入力・記入・収集される」

	利用	状況・状態
利用前 ステージ	登録・加入・作成・契約 申し込み・申請・応募 インストール・ダウンロード 取引する	入力・記入・収集される 金銭関連 新規・初めて 確認したいと思った 開始前・利用前 要求された・求められた 就職・転職 アクセスした
利用 ステージ	買う・購入・決済・支払い 利用（サービス・アプリ・製品） アンケート 申し込み・申請・応募	不安・不信・疑問 金銭関連 目にした・見た・聞いた サイトの問題 アクセスした
利用後 ステージ	その他（解約する、退会する）	不安・不信・疑問 目にした・見た・聞いた

Figure 1 利活用シーンに基づく状況の整理

「金銭関連」「新規・初めて」「確認したいと思った」「開始前・利用前」「要求された・求められた」「就職・転職」「アクセスした」といった状況・状態が該当していた。主に、金銭が関わるような状況や、新規にサービスを利用する状況、それらに伴い個人情報の入力求められる状況においてプライバシーポリシーの内容を確認するケースが多いと解釈された。プライバシーポリシーは、企業・サービス側におけるユーザーの個人情報の利用目的を明示するものであり、サービスを利用する前の段階で目にすることが多いだろう。特に、個人情報の入力が必要となる状況では、その情報がどのように利用されるのかをプライバシーポリシーを通して理解することが、自身のプライバシーを管理する上で必要であると考えられる。

次に、利用ステージには、「買う・購入・決済・支払い」「利用（サービス・アプリ・製品）」「アンケート」「申し込み・申請・応募」といった利用シーン、「不安・不信・疑問」「金銭関連」「目にした・見た・聞いた」「サイトの問題」「アクセスした」といった状況・状態が該当していた。主に、利用しているサービスにおいて、情報漏洩などの事案が発生し、運営する企業・サービス側に対して不安や不信を抱いたりするような状況においてプライバシーポリシーの内容を確認するケースが多いと解釈された。東京商工リサーチ（2021）によると、2012年から2020年までに個人情報漏洩・紛失事故を公表した上場企業とその子会社の累計は424社、事故件数は788件に上り、さらに、漏洩・紛失した可能性のある個人情報は累計1億1,404万人分に達しているとされる。利用しているサービスにおいて個人情報漏洩・紛失事故が発生した場合、そのサービスにおいて自身の個人情報がどのように利用されるのか不安を抱き、プライバシーポリシーの内容を確認するという状況が考えられる。

利用後ステージには、「その他」のうち「解約する」「退会する」といった利用シーン、「不安・不信・疑問」「目にした・見た・聞いた」といった状況・状態が該当していた。ただし、「解約する」「退会する」という回答は全体のうち4件にとどまっていた。したがって、サービス利用後においては、サービスに対する不安や不信により解約・退会するような状況においてプライバシーポリシーの内容を確認するケースがあるが、そのような状況でプライバシーポリシーの内容を確認するケースは非常に少ないと考えられる。

本研究のまとめと今後の課題

本研究は、我々が日常生活においてプライバシーポリシーの内容を確認する状況の詳細を明らかにし、整理することを目的とした。本研究の結果、全体としては、「買う・購入・決済・支払い」、「利用（サービス・アプリ・製品）」、「入力・記入・収集される」に関する度数が多いことが明らかとなった。そして、利活用シーンにおける時間軸と直面する状況の二つの分類軸をもとに整理した結果、次の二点が明らかになった。第一に、サービス利用前の段階では、金銭が関わるような状況や、新規にサービスを利用する状況、それらに伴い個人情報の入力求められる状況においてプライバシーの内容を確認するケースが多いことが示された。第二に、サービスを利用している段階では、個人情報漏洩・紛失事故のように信用性を損なうような何らかの事象が発生し、不安や不信を抱いたりするような状況においてプライバシーポリシーの内容を確認するケースが多いことが示された。

本研究の貢献として、従来検討されていなかったプライバシーポリシーの内容を確認する状況を、利活用シーンごとに具体的に示した点が挙げられる。本研究で得られた知見は、次の二つの事柄に活用できると考えられる。第一に、プライバシーに関する情報モラル教育で

ある。本研究は、インターネット上のさまざまなサービスを利用する際にプライバシー管理が必要となる状況を具体的に示したものである。現在の情報モラル教育では、自身のプライバシー管理についての啓発が行われている（国立教育政策研究所，2011）。本研究で得られたプライバシーポリシーの内容を確認する状況は、自身のプライバシーを管理すべき状況として啓発に活かすことができると考えられる。

第二に、プライバシーポリシーの提示の仕方である。プライバシーポリシーは、主に、サービスを利用する前の段階における企業とユーザーとの間の同意取得のために用いられている。しかし、本研究の結果、ユーザーは、利用中に不安を感じてプライバシーポリシーの内容を確認する状況があることが確認された。例えば、Yahoo! JAPAN（2021）では、ユーザーデータの取り扱いについて、文章によるプライバシーポリシーを提示するだけでなく、ユーザーに分かりやすい文章で、内容を要約して紹介するプライバシーセンターというサイトを公開している。このように、プライバシーポリシーを提示する側は、個人情報の取り扱いをそのまま記すだけでなく、ユーザーの不安を取り除くような提示の仕方を模索していく必要があるだろう。

最後に、プライバシーポリシーを確認する状況は、個人情報に関する法制度の改正など、社会状況によって大きく変わると考えられる。今後も同様の調査を継続して行うことによって、プライバシーポリシーの内容を確認するユーザーの心理や行動の変化を検討していくことも重要だと考えられる。

引用文献

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, 888-918.
- Cate, F. H. (2010). The limits of notice and choice. *IEEE Security Privacy*, 8, 59-62.
- Cranor, L. F. (2012). Necessary but not sufficient: Standardized mechanisms for privacy notice and choice. *Journal on Telecommunications & High Technology Law*, 10, 273-307.
- Harkous, H., Fawaz, K., Shin, K. G., & Aberer, K. (2016). PriBots: Conventional privacy with chatbots. *Workshop on the Future of Privacy Indicators, at the Twelfth symposium on Usable Privacy and Security (SOUPS) 2016*. Retrieved from <https://www.usenix.org/conference/soups2016/workshop-program/wfpn/presentation/harkous> (2021年10月28日)
- 金森祥子・野島 良・岩井 淳・川口嘉奈子・佐藤広英・諏訪博彦・太幡直也 (2017). プライバシーポリシーを読まない理由に関する一考察 コンピュータセキュリティシンポジウム2017論文集, 874-881.
- 金森祥子・佐藤広英・太幡直也・野島 良 (2020). プライバシーポリシーの固有表現の曖昧性と情報量による分類：透明性に関する一考察 人工知能学会第34回全国大会論文集. https://doi.org/10.11517/pjsai.JSAI2020.0_3N5OS11b02
- 個人情報保護委員会 (2003). 個人情報の保護に関する法律 個人情報保護委員会 Retrieved from https://www.ppc.go.jp/files/pdf/201212_personal_law.pdf (2021年10月28日)
- 個人情報保護委員会 (2016). 一般データ保護規則（仮日本語訳） 個人情報保護委員会 Retrieved from <https://www.ppc.go.jp/files/pdf/gdpr-provisions-ja.pdf> (2021年10月28日)

- 国立教育政策研究所 (2011). 情報モラル教育実践ガイダンス 国立教育政策研究所 Retrieved from <https://www.nier.go.jp/kaihatsu/jouhoumoral/guidance.pdf> (2021年10月28日)
- McDonald, A. M., & Cranor, L. F. (2008). The cost of reading privacy policies. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 4(3), 543-568.
- Reidenberg, J., MacDonald, A. M., Schaub, F., Sadeh, N., Acquisti, A., Breaux, T., Cranor, L. F., Liu, F., Grannis, A., Graves J. T., et al. (2015). Disagreeable privacy policies: Mismatches between meaning and users' understanding. *Berkeley Technology Law Journal*, 30, 39-88.
- 篠田詩織・間形文彦・藤村明子・久保田 敏・千葉 直子 (2020). プライバシーポリシーの適切な同意取得に向けた表現・表示方法に対する利用者評価の調査 情報処理学会論文誌, 61(6), 1146-1174.
- 東京商工リサーチ (2021). 「上場企業の個人情報漏えい・紛失事故」調査(2020年)東京商工リサーチ Retrieved from https://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20210115_01.html (2021年10月28日)
- Yahoo! JAPAN (2021). Yahoo! JAPAN プライバシーセンター Yahoo! JAPAN Retrieved from <https://privacy.yahoo.co.jp/> (2021年10月28日)

付 記

本研究の一部は、日本パーソナリティ心理学会第30回大会にて発表された。なお、本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

本研究の分析にあたり、公益財団法人未来工学研究所の笠井祥氏、林隆臣氏にご協力を賜りました。心より感謝申し上げます。

Appendix
企業やサービス・アプリケーションの種類

No	種類	度数
1	アンケートサイト	19
2	ポイントサイト	15
3	ショッピングサイト	8
4	ネットショッピング	8
5	ネット通販	7
6	通販サイト	7
7	アプリ	5
8	アンケート	5
9	クレジットカード会社	5
10	銀行	5
11	通信販売	5
12	通販	5
13	SNS	4
14	ゲーム	4
15	ポイントサービス	4
16	証券会社	4
17	ECサイト	3
18	クラウドソーシング	3
19	ショッピング	3
20	金融関係	3
21	銀行のアプリ	3
22	懸賞	3
23	保険会社	3

注) 度数3以上のもののみを示した。

(2021年10月31日受理, 11月16日掲載承認)