

パーソナルデータの利活用を促進するための 環境整備に関する検討状況について

平成 25 年 5 月 21 日
経済産業省商務情報政策局
情 報 経 済 課

1. 検討経緯

平成 24 年 11 月に IT 融合フォーラム*・パーソナルデータ・ワーキンググループを設置し、計 5 回開催。個人情報やプライバシーの保護とのバランスを取りつつ、新たな事業創出の源泉としてパーソナルデータを適切に利活用するための方策について議論・検討。

パーソナルデータを消費者、事業者、ひいては社会全体で有益に利活用していくためには、データの取得目的、活用方法等に関する、消費者と事業者における認識の共有や信頼関係の構築が重要であるとの認識の下、利活用を行う事業者に求められる取組などについて整理し、政策提言を行った（ワーキンググループの報告書は 5 月 10 日に公表。）。

*IT 融合フォーラム：IT を触媒として既存産業が変容したり、異業種が融合する分野を「IT 融合分野」と形容し、こうした新産業創出に向けた政策推進の場として設置（平成 24 年 6 月 1 日に有識者会議を開催。）。ワーキンググループ等を設置し、異分野の産学官の連携促進、具体的な課題の抽出や検討を実施。

2. 概要

消費者と事業者の間の信頼関係を構築するための手法として「分かり易い表示」、「情報提供機関の活用」、「消費者による開示情報の選択」という 3 つに焦点を当てて検討。

(1) 「分かり易さ」に関する手法・アプローチ

事業者が消費者の期待を裏切る形でパーソナルデータを利用したと評価され、社会的な批判を受けるといった事態をなくすため、消費者の理解を助けるような利用規約等の「記述事項」と「表現振り」について整理。

(2) 情報提供機関の活用

消費者と事業者の間の信頼関係の構築を阻害する要因の一つである双方の情報不足を解消するには、必要な情報を提供する機関を活用することが有効との考えの下、消費者に対して事業者の信頼性に関する情報を提供する機関、事業者に対してパーソナルデータの取扱い等に関する情報を提供する機関について、求められる役割や能力等を整理。

(3) 消費者による開示情報の選択

事業者が求める情報を開示するか、サービスを利用しないかの二者択一ではなく、消費者が自ら判断した情報の開示度合いに応じてサービスを提供する仕組みがあれば、消費者の納得感や受容度を高める効果があると考えられることから、その在り方について整理。

3. 今後の取組

「分かり易い表示」に関する手法・アプローチの構築と普及（標準化等）、事前相談受付の検討、個人情報保護法に基づくガイドラインへの反映等を行う。

パーソナルデータの利活用については、現在、新たな IT 戦略の立案を行っている IT 総合戦略本部の下で、今後、政府全体として、立法措置を含めて検討するべきであるとの議論がなされており、本検討結果を含め、政府全体の議論に貢献していきたい。

以 上