

パーソナルデータ利活用の基盤となる
消費者と事業者の信頼関係の構築に向けて
－ 概要版 －

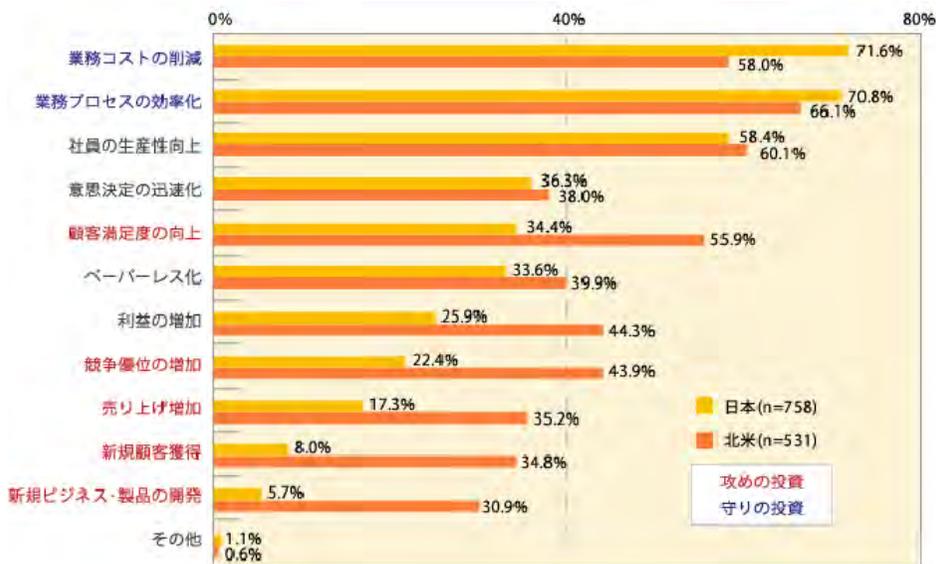
2013年5月10日

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

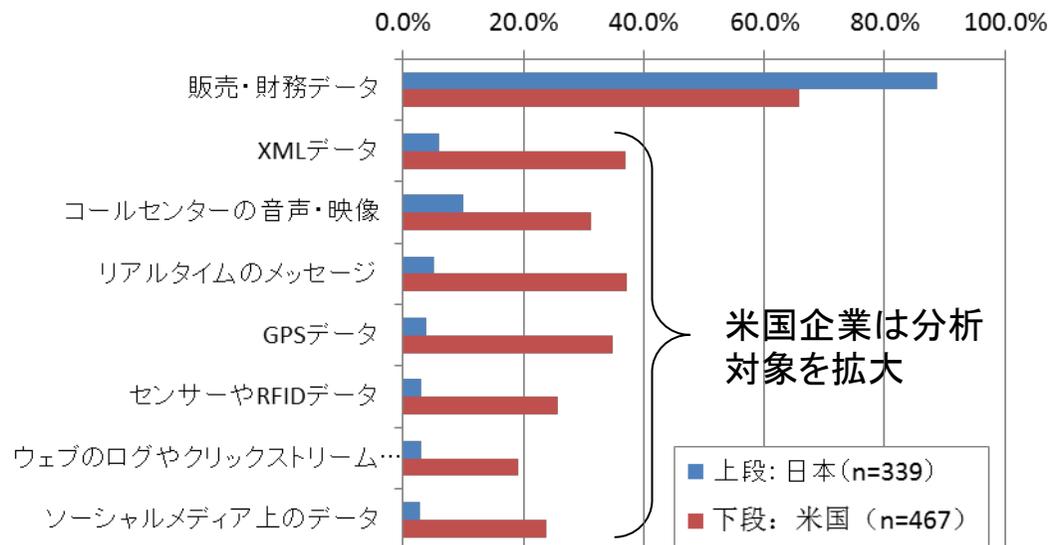
- 近年、データを新たな経営資源として活用しようとする動きが海外企業において活発化しており、様々な新しいデータを分析対象として新ビジネス創出などにつなげているが、我が国においては、従来型の販売・財務データの分析が中心であり、多様なデータの分析に取り組んでいる企業は限定的。
- パーソナルデータは、消費者にとっても利便性の高い新サービスを生み出すことが期待されるが、プライバシーや個人情報保護の観点から社会的な批判が行われるケースもあり、これをリスクと感じ、我が国企業の多くがパーソナルデータを利活用することに消極的。
- このような問題意識から、IT融合フォーラムパーソナルデータWGでは、パーソナルデータの利活用を進める上での、個人情報、プライバシー等に関する課題を中心に、解決策を検討。

日米の企業のIT投資の目的の差



出典: ガートナー「IT投資動向報告書 2008年 日本と世界」(2008年11月)

日米の企業が分析対象としているデータの種類



出典: 野村総合研究所「企業システムとITキーワード調査」(2011年8月~10月) を元に経済産業省にて作成

1-1 パーソナルデータWGにおける今回の検討範囲

- パーソナルデータの利活用に向けた課題は、非常に広範に及ぶが、実際に事業者がパーソナルデータを利活用した際に社会的な批判につながるのは、取得する情報項目や利用目的に関して事業者と消費者の認識にずれがあることに起因する場合が多い。
- そこで、本WGでは、事業者によるパーソナルデータの収集フェーズに焦点を当てて検討を行った。具体的には、消費者が十分な理解の下でパーソナルデータの利活用に関する納得・受容をし、その結果として消費者と事業者の間で信頼関係が構築されることが重要であるとの問題意識の下、そのために求められる事業者の取組について、具体策の検討を行った。

データ収集

- ◆ 取得における透明性の確保
本人から直接パーソナルデータを取得する場合には、取得の事実自体が本人に分かるようになっていなければならないか。
- ◆ 取得や利用目的について同意を得る場合の表現
取得や利用目的について同意を取る際、どのような表現であれば、本人の真意による同意があったといえるか。
- ◆ 利用目的の特定
幅広い利用目的を包含するよう、抽象的に記載すれば利用目的の特定がなされていないこととなるおそれがある。他方で、具体的な目的を多数列挙すれば本人にとって分かりにくいものとなる。

等

データ管理・データ解析

- ◆ 匿名化(非識別化)技術
どこまで匿名化を行えば個人識別性がなくなったと見なせるのか不明。また、匿名化によるプライバシー侵害へのインパクトも不明。匿名化の評価を行う範囲(関連部門内、単一事業者内、提供先第三者等)の合理性。
- ◆ 仮名化
オープンID等の類似技術が存在するものの、仮名化技術に関しては研究段階にあり実証をしながら技術的な評価をする必要がある。
- ◆ 暗号化
たとえ高度な暗号化がされていたとしても、個人情報であると思なされることの当否。

等

データ利活用

- ◆ オプトアウト・共同利用に関する制約
オプトアウトや共同利用として、本人の同意のない個人データの第三者提供が許容されているが、個人情報保護法上許容されている場合でも、プライバシー侵害にあたることあり得る。

等

横断的な課題: 審査・認証機関、助言機関の設置、パーソナルデータに関する原理・原則 等

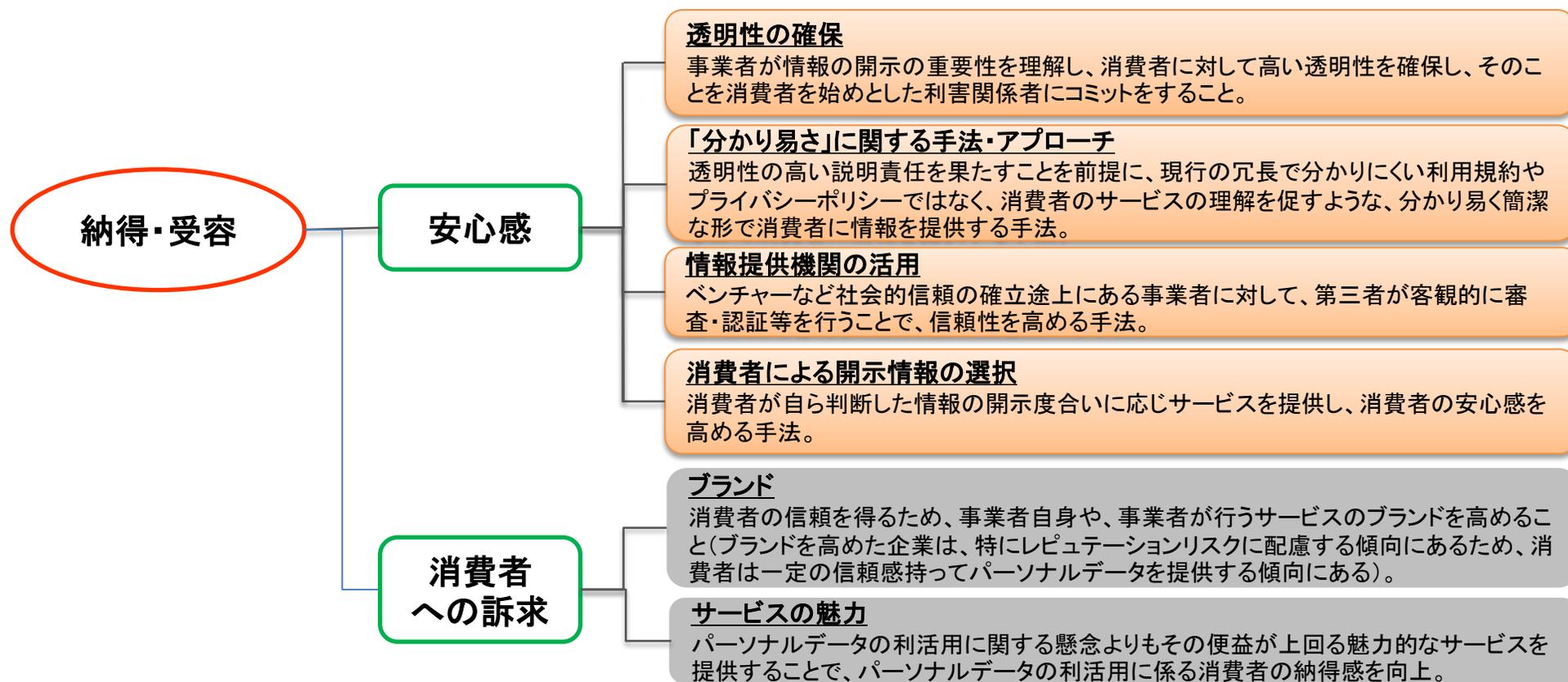
1-2 検討にあたっての議論の枠組み

○本WGでは、パーソナルデータの利活用について、消費者が納得・受容するためには、事業者やその提供するサービスが、

- ・十分な安心感を持つこと
- ・強い訴求力があること

が重要な要素として作用していると考えられるとの議論がなされた。

○このような議論の枠組みを整理すると以下の図のとおりとなる。このうち、本WGでは、政策的対応が期待される①「分かり易さ」に関する手法・アプローチ、②情報提供機関の活用、③消費者による開示情報の選択の3点について検討を行った。



2-1 「分かり易さ」に関する手法・アプローチ

- 昨今のパーソナルデータを巡る消費者と事業者の間のトラブルの多くは、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うものである。
- こういった問題を解決するには、多くの利用規約等にみられるような、冗長で分かりにくい記述等ではなく、消費者の理解を助けるような、分かり易い形での情報提供が必要である。
- 「分かり易さ」の観点から事業者が留意すべき要素を「記載事項」と「表現振り」に分けて整理した。

(1) 記載事項に関する留意点

利用規約等に記載する項目は、消費者が正しい理解をする上で確実に知っておくべき必要十分なものに絞り込み、全体を簡潔なものとするのが有効。具体的に以下の6項目が1つの目安となる。

1. サービスの概要
2. 取得するパーソナルデータと取得の方法
3. パーソナルデータの利用目的
4. 第三者提供の有無及び提供先
5. 提供の停止の可否と、停止の方法
6. 問い合わせ先

(2) 表現振りに関する留意点

① 細分化・具体化

取得する情報項目の種類、利用目的について、可能な限り細分化し、具体的に記述することが重要と考えられる。

② 取得する情報項目の種類と利用目的の紐付け

上記①で細分化・具体化された取得する情報項目や利用目的について、それぞれの対応関係を紐付けて記載することができれば、この問題を回避することが可能となると考えられる。

③ 記載の優先順位付け

情報の重要性に優先順位を付けた上で、重要な情報から順番に記載するという工夫が必要。この際、消費者が想像しにくい項目を優先すべき。

④ 取得情報の必須度

取得する情報項目が、特定のサービスを行うために必須の情報として利用されているか、必須ではないがサービスの質の向上や追加的なサービスの実施に必要な情報として利用されているかについて、区別して明示。

⑤ 第三者提供の範囲の明示

現状、多くの利用規約等で、第三者提供先を具体的に明示することは少ないが、消費者の理解増進、安心感の向上という観点からは、可能な限り明示していくことが望ましい。

2-2 具体的手法の検討(平易で簡潔な表示)

- 利用規約等は、消費者にとっては馴染みの薄い、あるいは難解な表現が用いられることが多い。この点を改善するために、一般的に理解しやすい、平易で簡潔な表現に改めていくという手法が考えられる。
- この手法を用いる場合、定型的な文章ではないため、表現によっては、逆に消費者に不安を与える可能性もある点に留意が必要である。

<平易で簡潔な表示のイメージ>

【サービスの概要】

このサービスは、「個人の行きたい場所を提案して地図画面に表示する」サービスです。

【本サービスが利用する情報】

このサービスを実現するために、利用者の以下の情報を取得します。

サービス提供に当たって取得が必須でない情報項目

- **操作時刻情報** : あなたの一日のライフサイクルを知るために利用します。
- **購買情報** : あなたが購入したものから興味ある情報を分析します。
- **趣味情報** : 将来の新規サービス開発のために利用します。

サービス提供のため取得が必須な情報項目

- **GPS情報** : 今まで行った場所を保存します。(必須)

【情報の利用範囲】

取得した××情報は〇〇のために、△△社に限り提供します。

【情報提供の停止方法】

尚、以下の情報は、[こちら](#)から提供を停止することができます。

- 趣味情報
- 操作時刻情報
- 購買情報

さらに詳細な [利用規約](#)、[プライバシーポリシー](#) はこちら。

全体として平易な文言を用いた文章とする。

サービス内容を簡潔に記述する。

取得が必須の情報項目と必須でない情報項目を分けて記載する。

取得する情報項目は、サービスから想像しづらい項目から順に記載する。

取得する情報項目と利用目的を紐付けて、簡潔に記述する。

取得情報が、それを直接取得した事業者以外と共に活用される場合には、その提供先や共有先を明記する。

情報の取得の中止ができる項目と方法が記載されている。

取得する情報項目等にリンクを張るなどして、詳細情報まで容易にアクセス可能とする。