

パーソナルデータ利活用および プライバシー保護に関する動向

2015年6月5日

国際社会経済研究所

小泉 雄介

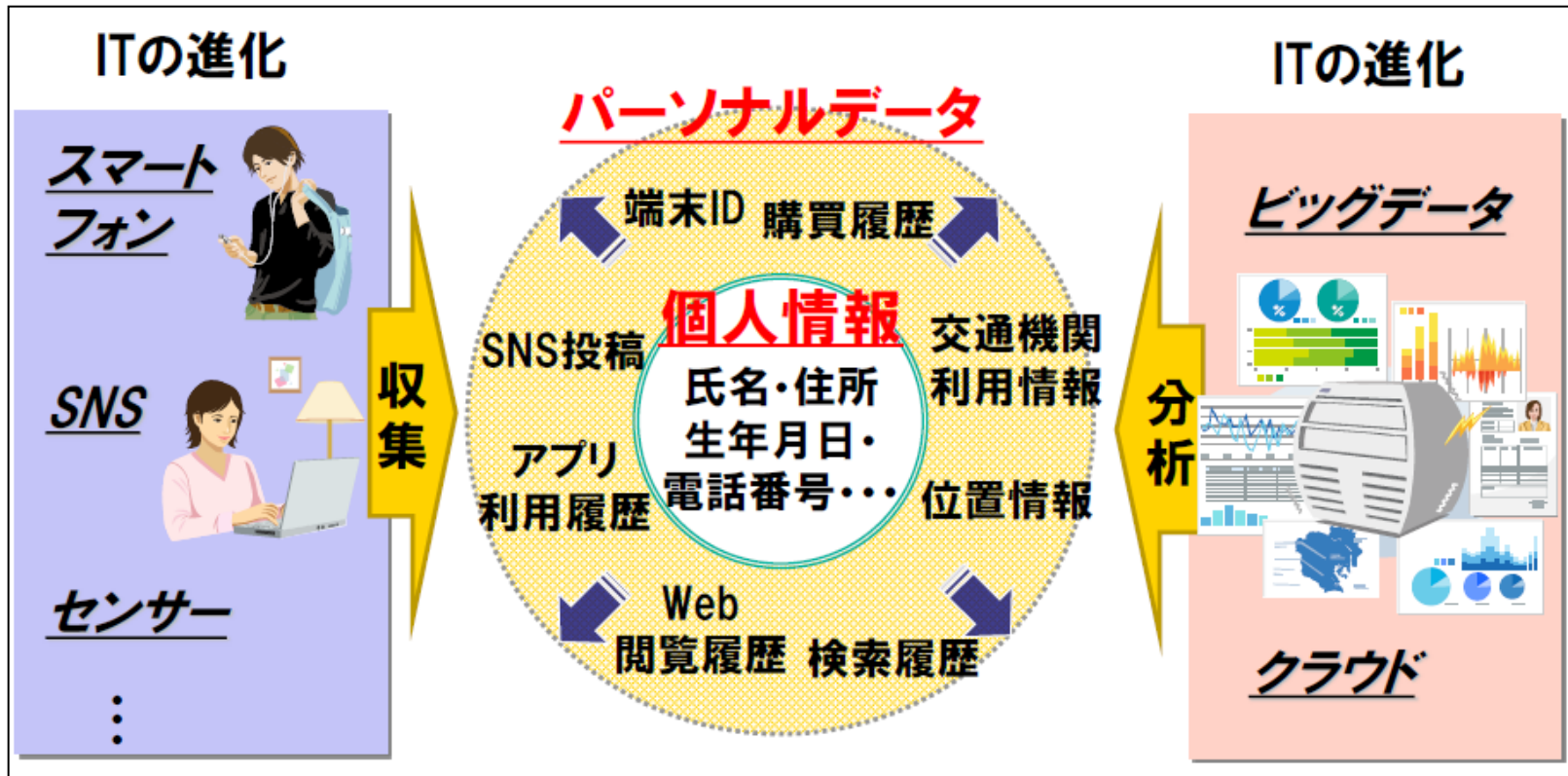
y-koizumi@pd.jp.nec.com

1. 個人情報保護法の改正動向

2. パーソナルデータ利活用に向けた取組み

個人情報を取り巻く環境変化

- 急速なICT技術やグローバル化の進展と、個人の権利利益を侵害するリスクの拡大
 - スマートフォン、監視カメラ、IoT機器(ウェアラブル端末、スマートメーター、車載センサー)等、個人データ収集手段の高度化
 - SNSなど、個人によるデータ公開・共有化の拡大
 - クラウドコンピューティング等による越境データ流通の増大 ⇔ データローカライゼーションの動き
- EU、米国、OECD、欧州評議会など、世界的にデータ保護制度の見直しが進められている



日本の個人情報保護制度

1. 個人情報保護に関する法令

(1) 民間分野

- 個人情報保護法(2003年公布、2005年施行)
 - 監督機関は各事業者を管轄する各省庁
 - 近年、改正のニーズが高まっていた

(2) 行政分野

- 行政機関個人情報保護法(1988年公布、2003年改正、2005年施行)
- 各自治体の個人情報保護条例(約1800自治体)

(3) 関連する法令

- 社会保障・税番号法(2013年5月31日公布、2015年10月5日より順次施行)
 - セクトラルモデル(分野別番号モデル)のID番号制度
 - 社会保障・税分野におけるデータ保護監督機関(特定個人情報保護委員会)の設置(2014年1月)
 - 番号制度に関わる行政機関・自治体にプライバシー影響評価(PIA)の実施義務
 - 行政職員に対する罰則強化(最大刑が「2年の懲役刑又は100万円の罰金刑」から「4年の懲役刑と200万円の罰金刑の併科」に。また、法人に対する両罰規定を新設)

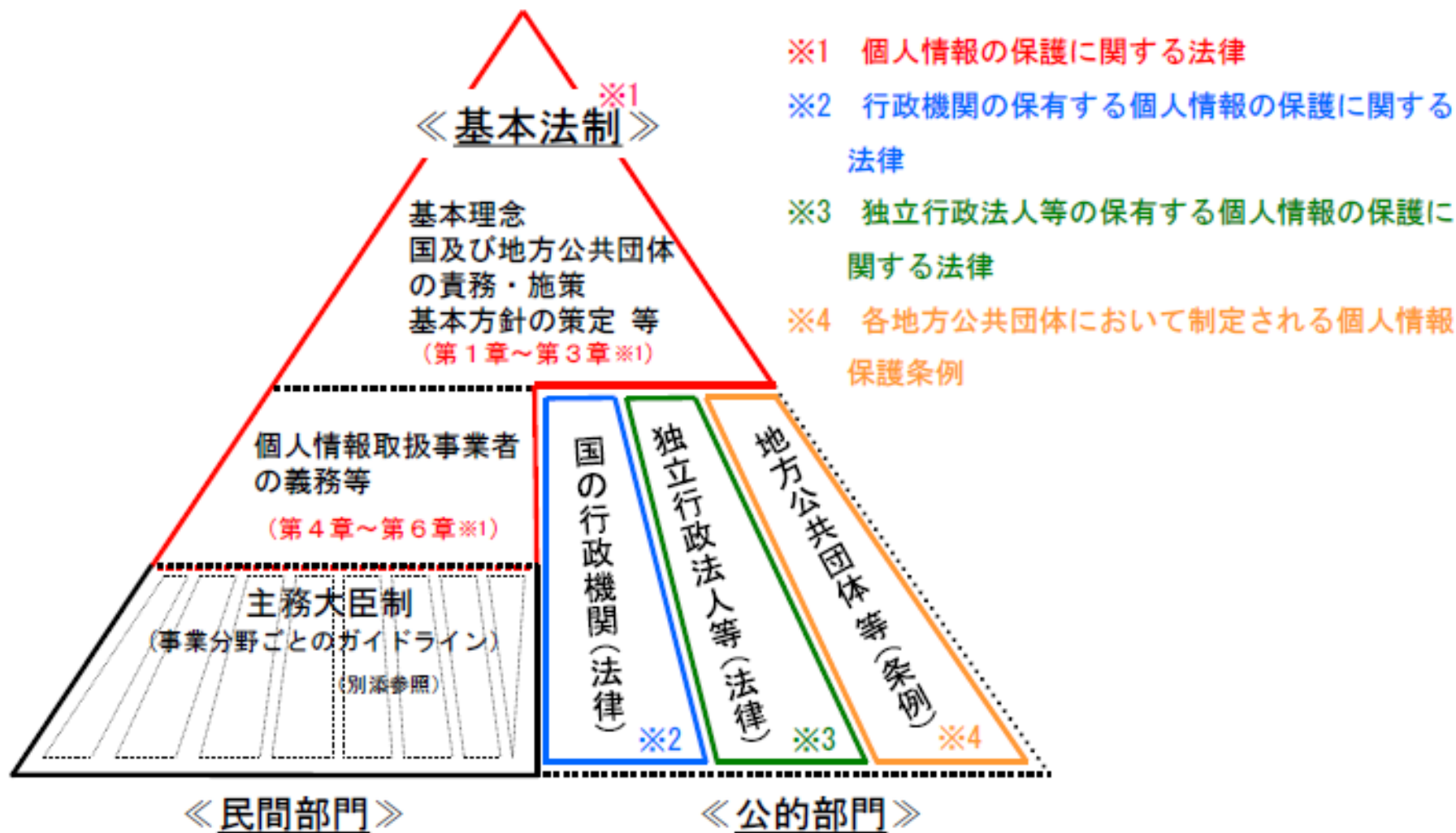
2. 個人情報保護に関する自主規制

(1) 第三者認証制度

- プライバシーマーク制度(1998年運用開始)
 - JIS Q 15001:2006をベースとする制度
 - EUデータ保護指令を参照して制定
 - 累計で16,000社以上が認証を取得

(出典: 国際社会経済研究所)

日本の個人情報保護に関する法体系イメージ(現行法)



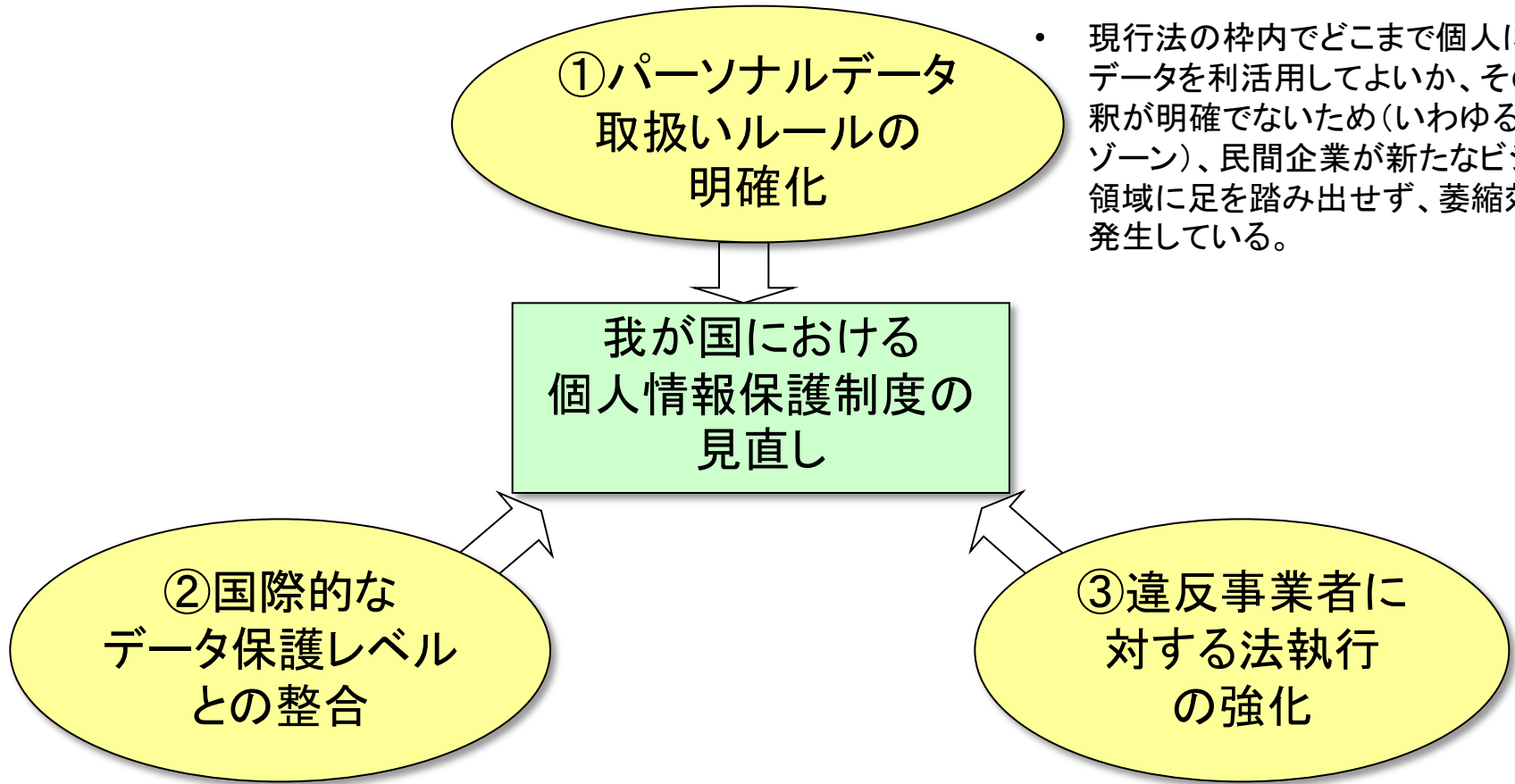
出典: 消費者庁資料

個人情報保護法改定法案の検討経緯

- 2013年5月 安倍首相の成長戦略スピーチ
 - 「匿名化してプライバシーを守った上で、積極的にデータを利用できるようにします。」「諸外国の例を参考に、まずは、国がガイドラインをつくることにします。」
- 2013年6月 [「世界最先端IT国家創造」宣言](#)
 - 「IT総合戦略本部の下に新たな検討組織を設置し、…パーソナルデータの利活用のルールを明確化した上で、個人情報保護ガイドラインの見直し…等の取り組みを年内できるだけ早期に着手するほか、第三者機関の設置を含む、新たな法的措置も視野に入れた、制度見直し方針を年内に策定」
- 2013年9月 IT総合戦略本部 パーソナルデータに関する検討会 検討開始
- 2014年6月 [パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱](#)
- 2014年12月 パーソナルデータの利活用に関する制度改正に係る法律案の骨子(案)
- 2015年3月10日 [個人情報保護法改正法案の閣議決定、国会提出](#)
- 2015年5月21日 衆議院本会議で改正法案可決

- 2015年6月中～下旬 改正法成立、公布見込み
- 2016年1月 個人情報保護委員会の設置
- 2017年 改正法全面施行
 - 改正法は3年毎に施行状況を検討し、必要な場合は所要の措置を講じる

日本における個人情報保護制度見直しの要因



- 現行法の枠内でどこまで個人に関するデータを活用してよいか、その法解釈が明確でないため(いわゆるグレーゾーン)、民間企業が新たなビジネス領域に足を踏み出せず、萎縮効果が発生している。

- 日本のデータ保護法制は国際的には「十分なレベルにある」とは見られていない。
- EUはデータ保護指令において、十分な保護レベルにない第三国への個人データ移転を禁じているため、日本企業は特例的な方法を用いてデータ移転をしている。
- 第三国へのデータ移転禁止条項はシンガポールやマレーシア、台湾、香港等の保護法でも導入。

- 電話勧誘業者や名簿業者、スマホアプリ事業者、海外事業者等によって個人情報が増える。
- 保護法には違反事業者に対する罰則規定があるが、これまで罰則適用は1件もない。
- 違反事業者に対する法執行の甘さは結果的に利用者の不安や不満を引き起こし、法令を遵守する大多数の事業者までが皺寄せを受ける羽目に。

【ご参考】 JR東日本-日立Suica事件

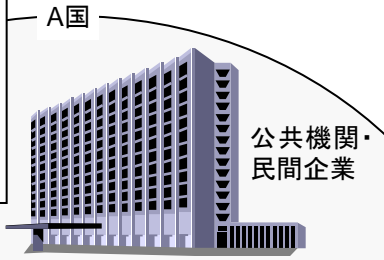
(投影のみ)

【ご参考】 EUデータ保護指令の概要

個人データ取扱いに係る個人の保護及び当該データの自由な移動に関する欧州議会及び理事会の指令(EU指令)
(1995年10月採択、1998年10月発効)

EU+EEA加盟国に
国内法規を要求

EU+EEA



- 公正かつ適法な利用
- 利用目的の明確化
- 個人情報の正確性
- 本人の同意の上での取得・利用
- 特定カテゴリーの個人情報の利用禁止
- セキュリティ対策
- その他

- 独立的な監督機関の設置(第28条)

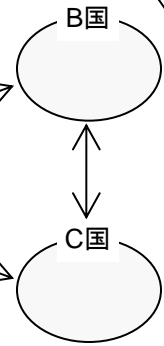
監督機関

- 個人情報へのアクセス権、訂正・消去する権利の保証



- 以下の事項を本人に通知
- データ管理者
 - 個人情報の利用目的
 - 第三者への提供
 - アクセス権、訂正権
 - その他

域内での個人情報の自由な移転は認める



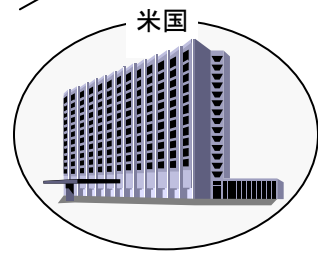
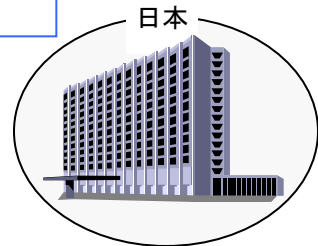
- EU加盟国(2013年7月現在)
 - ベルギー
 - ドイツ
 - フランス
 - イタリア
 - ルクセンブルク
 - オランダ
 - デンマーク
 - イギリス
 - アイルランド
 - ギリシャ
 - スペイン
 - ポルトガル
 - オーストリア
 - フィンランド
 - スウェーデン
 - キプロス
 - チェコ
 - エストニア
 - ハンガリー
 - ラトビア
 - リトアニア
 - マルタ
 - ポーランド
 - スロバキア
 - スロベニア
 - ブルガリア
 - ルーマニア
 - クロアチア
- 計28カ国

- EEA加盟国(2012年1月現在、EU加盟国以外)
- アイスランド
- リヒテンシュタイン
- ノルウェー

合計31カ国

第三国が個人情報に関する十分なレベルの保護を保証する場合のみ、移転を許可(第25条)

第三国への移転を許可する例外規定もあり(第26条)



(出典:国際社会経済研究所)

【ご参考】 EUから第三国へのデータ移転方法

【現行のEU指令の規定】

- 下記の場合にEU域内の管理者から第三国の管理者(又は処理者)へのデータ移転が可能。
 - ① 十分性認定: 欧州委員会が十分なレベルの個人データ保護を保証していると認定した国等(第25条)
 - スイス、カナダ、アルゼンチン、イスラエル、アンドラ、ガーンジー、マン島、ジャージー(左記3つは英国の王室属領)、フェロー諸島(デンマークの自治領)、ウルグアイ、ニュージーランド。
 - 認定に当たっては「個人データの第三国移転: EUデータ保護指令第25条及び第26条の適用(WP12 5025/98)」に基づいて評価。
 - ② 米国については特例として、セーフハーバー・スキーム
 - セーフハーバー原則を遵守すると自己宣言する米国企業に対して「十分なレベルの保護」を行っていることを認める協定。
 - 自己宣言した企業は米国商務省のサイト(Safe Harbor List)に掲載。(2011年7月時点で2716社(Not Currentを含む))
ex. Google, Amazon, Facebook, Microsoft, Apple等
 - セーフハーバー原則は「通知」「選択」「第三者提供」「セキュリティ」「データの完全性」「アクセス」「執行」の7つ。
 - ③ 例外規定として、
 - 拘束的企業準則(Binding Corporate Rules: BCR)(第26条第2項):
多国籍企業、企業グループ内部での個人データ移転を対象。監督機関が承認。
 - 標準契約条項(モデル契約条項)(第26条第4項):
欧州委員会が策定。2001年様式、2004年様式、2010年様式がある。
 - その他、データ主体が明確な同意を与えている場合や、データ主体及び管理者間の契約の履行のために必要な場合等(第26条第1項)

【ご参考】 EU規則案と日本の個人情報保護法の比較

- 日本の個人情報保護法は、以下に挙げるような多くの点で、EU規則案よりも規定が緩やかである。

- 対象事業者(個人情報取扱事業者)の範囲が狭い
- 第三者提供など一定の場合を除いて本人の同意取得が必要とされていない
- 特定カテゴリの情報(特定機微情報)の取扱いに関する規定がない
- 開示・訂正・消去請求権が本人の権利として明示的には認められていない
- ダイレクトマーケティングに対する異議申立の権利がない
- プロファイリングを受けない権利の規定がない
- 個人情報漏洩時等の報告・連絡義務がない
- 第三国への個人情報移転を禁じていない
- 独立的な監督機関(第三者機関)に関する規定がない
- 司法救済を求める個人の権利(事業者を訴える権利等)が規定されていない等

【ご参考】 全世界的なデータ保護制度見直しの動き

EU	<ul style="list-style-type: none"> ・1995年 EUデータ保護指令 採択 ・2012年1月 EUデータ保護規則案 公表 ・2014年3月 EU規則案欧州議会修正案の採択(理事会は未決) 	<p>「忘れられる権利」など</p>
米国	<ul style="list-style-type: none"> ・1974年 プライバシー法(連邦行政機関を対象) 制定 ・民間分野は自主規制中心(医療、金融、教育等を除く) ・2012年2月 消費者プライバシー権利章典 公表 ・2012年3月 FTCのプライバシー・フレームワーク 公表 	<p>Do Not Track など</p>
OECD	<ul style="list-style-type: none"> ・1980年 プライバシーガイドライン 採択 ・2013年7月11日 プライバシーガイドライン改定 	<p>FTC 3条件など</p>
APEC	<ul style="list-style-type: none"> ・2004年 APECプライバシー・フレームワーク 採択 ・2011年 越境プライバシールール(CBPR) 採択 ・2014年4月 日本のCBPRへの参加が認められる 	
欧州評議会	<ul style="list-style-type: none"> ・1980年 個人データ保護条約第108号 採択 ・2012年11月 同条約見直し案を諮問委員会が採択 ・2014年12月 データ保護アドホック委員会が見直し案を承認 	

個人情報保護法改正のポイント

① パーソナルデータ利活用のための改正 (= 規制緩和)

- 匿名加工情報(個人特定性低減データ)の導入(第36条～39条)
- 利用目的の変更を可能とする規定の整備(第15条第2項)
- 民間団体(認定個人情報保護団体)による自主規制ルール作成(第53条)

② 海外制度との国際的調和のための改正 (= 規制強化) (= EU 十分性認定のため)

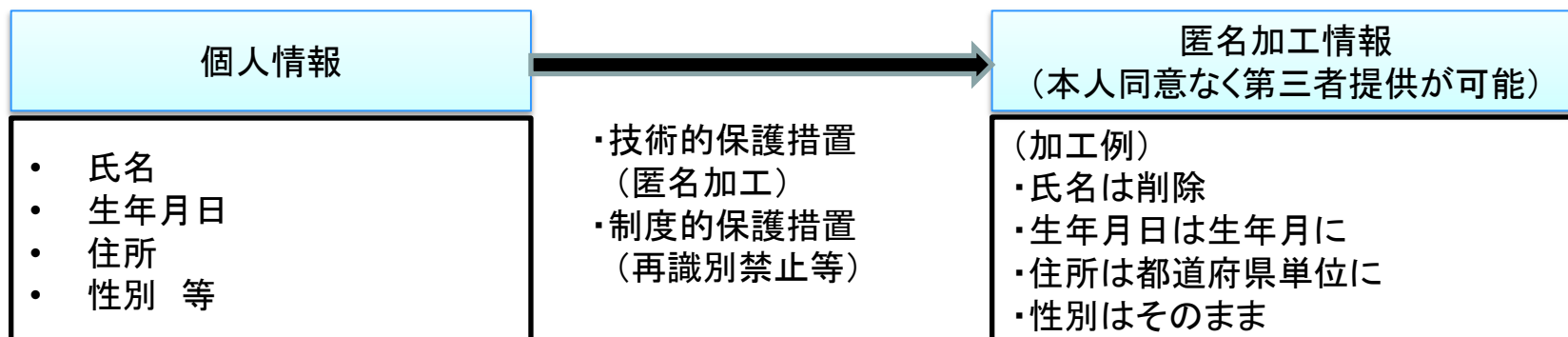
- 個人情報の定義の明確化(第2条第1項～2項)
- 要配慮個人情報(機微情報)の導入(第2条第3項)
- 個人情報保護委員会の新設(第50条～65条)
- 域外適用、外国執行当局への情報提供、第三国データ移転(第75条、78条、24条)
- 取り扱う個人情報量が5,000人以下の事業者の除外規定削除(第2条第5項)

③ いわゆる名簿屋対策 (= 規制強化)

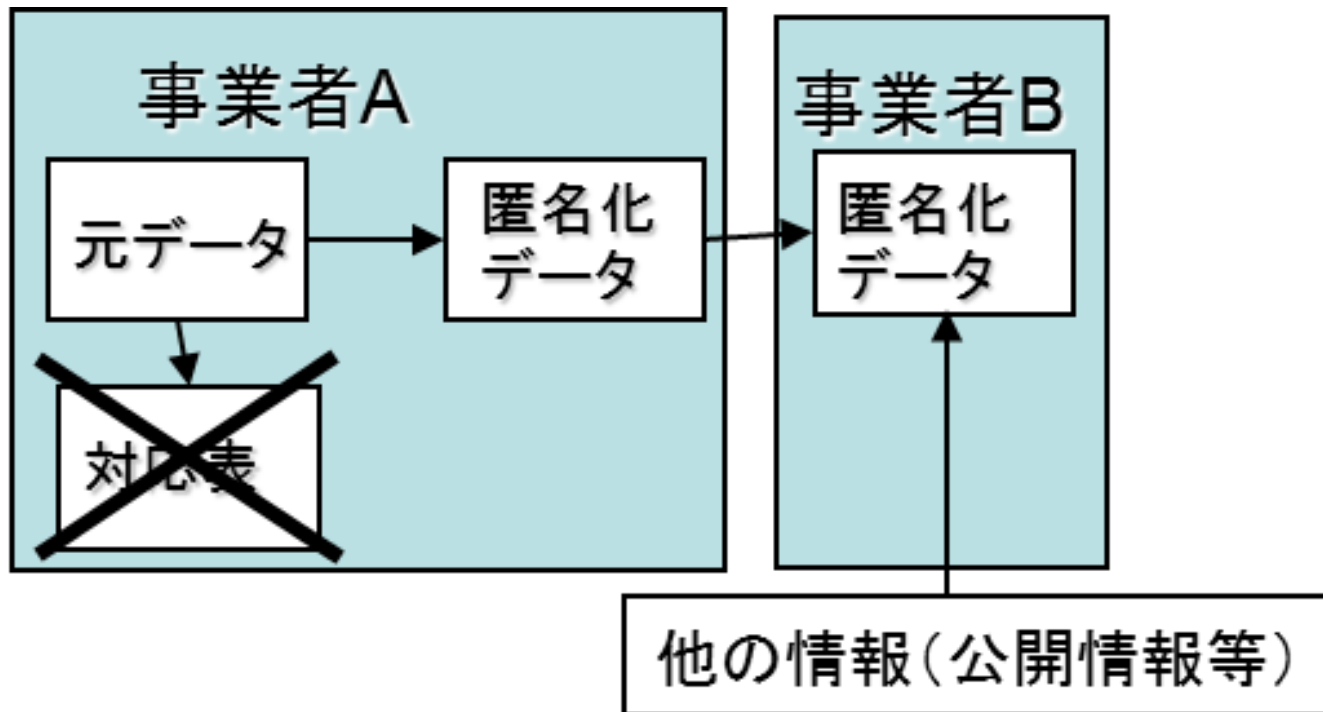
- 第三者提供のオプトアウトの届出義務(第23条第2項)
- 第三者提供に係る確認・記録の作成義務(第25条、26条)
- 個人情報データベース等提供罪の新設(第83条)

個人情報保護法の改正：匿名加工情報の導入

- 「個人情報の定義」における際限ない「容易照合性」の拡大への対処
 - 現行法の下では、「匿名化」されたデータであっても、個票が残る場合には、データ提供先で「他の情報と照合する」ことで個人が再識別されるリスクが残存するため、「非個人情報」と断定することが難しい(→本人同意のない二次利用が難しい)
 - 現行法における個人情報の定義:「生存する個人に関する情報であつて、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(他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。)をいう。」
 - JR東日本Suica問題、医療ビッグデータ(レセプトデータ二次利用)等で問題が顕在化
- この課題への対処法として「匿名加工情報」が新設された
 - 「容易照合性」の議論を棚上げし、仮に容易照合性があったとしても、一定の制度的保護措置(提供先での本人を識別するための行為の禁止、第三者提供する旨の公表等)を取ることで個人のプライバシーに与える影響を少なくする。
- 今後の課題
 - 匿名加工基準の行方(委員会が基準を制定、民間団体が詳細ルールを作成)
 - 国際的整合性(EU十分性認定への影響)
 - EUデータ保護規則案のPseudonymous dataは個人データ(本人同意必要) ⇔ 匿名加工情報は個人情報ではない



【ご参考】匿名化データと第三者提供(現行法)



- ・図の場合、事業者Aにおいて匿名化データは、「容易照合性」がないので、個人情報に該当しない。
- ・したがって、匿名化データの第三者提供に当たって、基本的に本人同意は不要のはず。
- ・ただし、事業者Bにおいて、他の情報と照合することで個人が特定できる可能性がある。

⇒そのため、事業者Aは匿名化データを第三者提供することに及び腰になってしまう。

【ご参考】 骨子案における匿名加工情報

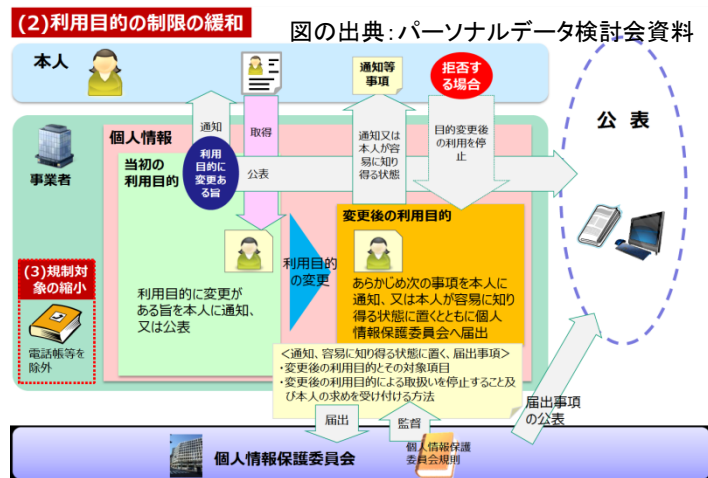
(1) 匿名加工情報



図の出典：パーソナルデータ検討会資料

個人情報保護法の改正： 利用目的の変更

- インターネット業界の要望を受けて、大綱(2014年6月)に「利用目的の変更時の手続を見直す」と記載。
- 骨子案(2014年12月)に「利用目的の制限の緩和」として、 個人情報取得時に利用目的変更がありうることを通知または表示、利用目的変更時にオプトアウトの通知または公行えば、事前同意なく利用目的の変更が可能とされた。
- これに対して、消費者団体や有識者から、「消費者に対するし討ちのための規定だ」「OECDガイドライン違反になる」「EU十分性認定の阻害要因になる」等の強い懸念が噴出。
- 骨子案の「利用目的の制限の緩和」に対しては 経済団体(JEITA)も下記3点から懸念を表明、自民党・公明党に対して意見陳述。
(http://home.jeita.or.jp/press_file/20150303101433_IYph27MSI0.pdf)
 - ①消費者との信頼関係を損なう。
 - ②諸外国のデータ保護原則に合致しないとみなされる恐れがある。
 - ③むしろ、現行の利用目的変更規定(第15条2項)を柔軟に解釈すべき。
- 自民党が「個人情報保護法改正に関する提言」を公表。
- 改正法案で「利用目的の制限の緩和」は項目ごと削除された。
 - 代わりに第15条2項の利用目的変更規定における「利用目的を変更する場合には、変更前の利用目的と相当の関連性を有すると合理的に認められる範囲を超えて行ってはならない」の「相当の」を削除することで決着。



【ご参考】「利用目的の制限の緩和」へのJEITA意見書

パーソナルデータの利活用に関する制度改革に係る法律案の骨子案に対する JEITA 意見書

2015年2月18日
一般社団法人電子情報技術産業協会
法務・知的財産権委員会
個人データ保護専門委員会

昨年12月19日開催のIT総合戦略本部「第13回パーソナルデータに関する検討会」において、事務局より提出された法律案の骨子案における事業者の負担軽減等に関する個別意見については、経団連の意見書に集約させている。ただし、骨子案P6で示された「利用目的の制限の緩和」について、建設的な議論を進めるための提案をさせていただきたく、以下に意見を述べたい。

1. パーソナルデータの取扱いに関するJEITAの基本スタンス

JEITAは電子・情報機器メーカーの業界団体として、消費者・ユーザーからの信頼を損なわないことを大前提として、国際的な個人情報保護制度との調和と、真摯に個人情報保護に取り組む善良な事業者にとって現在以上の過重な負担が課せられないよう求める観点から、個人情報保護制度に関する意見提言を続けてきた。

近年の急速なICTの進歩とグローバル化の進展、ビッグデータ利活用に対するニーズの増加といった個人情報を取り巻く環境変化を受けて、EU、米国のみならず、OECD、APEC、欧州評議会、アジア新興諸国等において、全世界的に既存の個人情報保護制度の見直しが進められている。

各国の個人情報保護制度は、歴史・文化・法制度の違い、国民性により差はあるが、近年データ保護の諸原則は全世界的に収斂しつつある。

我々は、高度にグローバル化した経済社会において、データの国境を越えた流通と利活用を妨げないために、日本においても国際的に調和の取れた個人情報保護制度に向けた見直しが必要と強く認識している。

日本における制度の見直しは、まず個人情報保護法の制定から10年以上が経過した日本社会の実情に照らして実施すべきものであり、我が国の成長戦略に資するための立法が進められるべきである。欧米で先行する見直し作業の内容を鵜呑みにしたり、EUから「十分性認定」を取得することのみを目的とするものではない。

しかし、全世界的な個人情報保護の潮流との整合性を図ることによって、国際的なルール作りの場や二国間協議の場での発言力を高め、アジア諸国等の新興国が台頭する新たなグローバル環境の中で、日本がプレゼンスを発揮していくことは重要である。

2. 「利用目的の制限の緩和」に関する意見

JEITAは以下の観点から、今回の骨子案で示された「利用目的の制限の緩和」について更に建設的なものとするための提案をしたい。

①当該緩和案におけるオプトアウトによる利用目的変更（変更前に取得したデータにも適用）については、パーソナルデータ検討会で複数の有識者委員や消費者団体委員から強い懸念が示された。このような消費者側の不安や懸念は、消費者との信頼関係を最重視すべき民間企業にとって、決して望むところではない。今後、政府側には、このような不安や懸念が生じないような制度設計、運用、周知を望みたい。一方、事業者側もこの緩和案を採用する場合には、消費者に対する透明性を確保するため相応の説明が必要であることを自覚すべきと考える。

②当該緩和案が、OECDのプライバシーガイドラインや、EU、米国といった諸外国のデータ保護原則における「目的明確化の原則」や「利用制限の原則」に合致しないものとしての誤解を招き、第三国データ移転制限条項を持つ諸外国（EU、アジア新興諸国等）から法改正後の我が国の保護レベルが「十分でない」とみなされることがないように、政府側には適切な制度運用と、国際社会に対する適切な説明を望みたい。

③現在、個人情報の取得後に利用目的変更が必要なケースの多くは、OECDガイドラインに基づく現行法の手続（変更後の利用目的の通知・公表（第15条第2項¹、第18条第3項²）、新たな利用目的による同意再取得（第16条第1項））に対応している³。

しかし、現行の個人情報保護法第15条第2項に定める「相当の関連性を有すると合理的に認められる範囲」については柔軟性を欠く解釈によって、事実上「相当の関連性」の範囲が非常に狭まっている。そこで、EUデータ保護指令の「legitimate interests（正当な利益）」や米国消費者プライバシー権利章典に言う「コンテキスト」を参考に、ガイドライン等で利用目的の変更を時代に則して柔軟に捉えられるようにし、明確化すべきと考える。その場合でも、現行法で認められているこれら利用目的の変更手続は、改正法において届出義務等、現在以上に過重な負担を課す制度とならないことを希望する。

以上

¹「個人情報取扱事業者は、利用目的を変更する場合には、変更前の利用目的と相当の関連性を有すると合理的に認められる範囲を超えて行ってはならない。」

²「個人情報取扱事業者は、利用目的を変更した場合は、変更された利用目的について、本人に通知し、又は公表しなければならない。」

³他方、今回の緩和案で示された「利用目的の変更」を実施する要件は厳格で、事業者に相当の負担を課す内容となっており、現行法第15条第2項および第18条第3項で規定された利用目的変更時の手続に比べ、使い勝手が良い制度ではない。

【ご参考】 骨子案における個人情報の定義

個人情報の定義



事業者

個人情報

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**

他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるもの



氏名

住所

生年月日

次のいずれかに該当する文字、番号、記号その他の符号のうち政令で定めるものが含まれるもの
(個人情報であることを明確化)



指紋データ



顔認識データ



旅券番号



免許証番号



携帯電話番号

(1) 特定の個人の身体の一部の特徴を電子計算機のために変換した符号

(2) 対象者ごとに異なるものとなるように役務の利用、商品の購入又は書類に付される符号



個人情報と紐づく移動履歴



個人情報と紐づく購買履歴

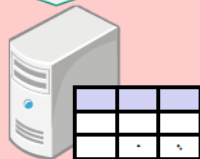
体系的に構成

個人情報データベース等

個人情報を体系的に構成

個人データ

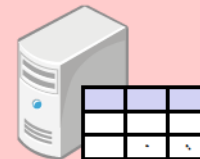
個人情報データベースを構成する個人情報



保管

保有個人データ

個人データのうち、開示等の権限を有し、政令で定める期間以上保管するもの



図の出典：パーソナルデータ検討会資料

【ご参考】 衆議院内閣委員会での審議

- 向井審議官（内閣官房）の国会答弁（5月8日）
- 「単に機器に付番されます携帯電話の通信端末IDは、個人識別符号には該当しないと考えられます。
- 一方、マイナンバー、運転免許証番号、旅券番号、基礎年金番号、保険証番号、これらは個人識別符号に該当するものと考えております。
- また、携帯電話番号、クレジットカード番号、メールアドレス及びサービス提供のための会員IDについては、さまざまな契約形態や運用実態があることから、現時点におきましては、一概に個人識別符号に該当するとは言えないものと考えております。」

顔認識(facial recognition)サービスの分類

①顔検出:

- 映像内の顔の存在を検出し、顔の位置を同定する処理。

②顔映像からの属性推定:

- 顔映像から年代や性別といった属性を推定する処理。

③顔照合:

- 顔映像から抽出した特徴情報(前頁の顔認識データに該当)を用いて、複数の顔映像が同一人物の顔であることを照合する処理。
 - (1) 個人を「特定」しないが、「識別」して追跡する場合
 - (2) 個人を「特定」する場合

※「特徴情報」とは、顔映像から抽出された個々人にユニークな特徴を示す数値データ。

※「特定」「識別」は、パーソナルデータ検討会技術検討WG報告書の用語。
「特定」:ある情報が誰の情報であるかが分かること。
「識別」:ある情報が誰か一人の情報であることが分かること。

④顔認証:

- ID/パスワード等に代わる個人認証手段(アクセスコントロール手段)として、顔映像を照合する処理。

顔認識サービスの事例

○JR東日本ウォータービジネスの次世代自動販売機

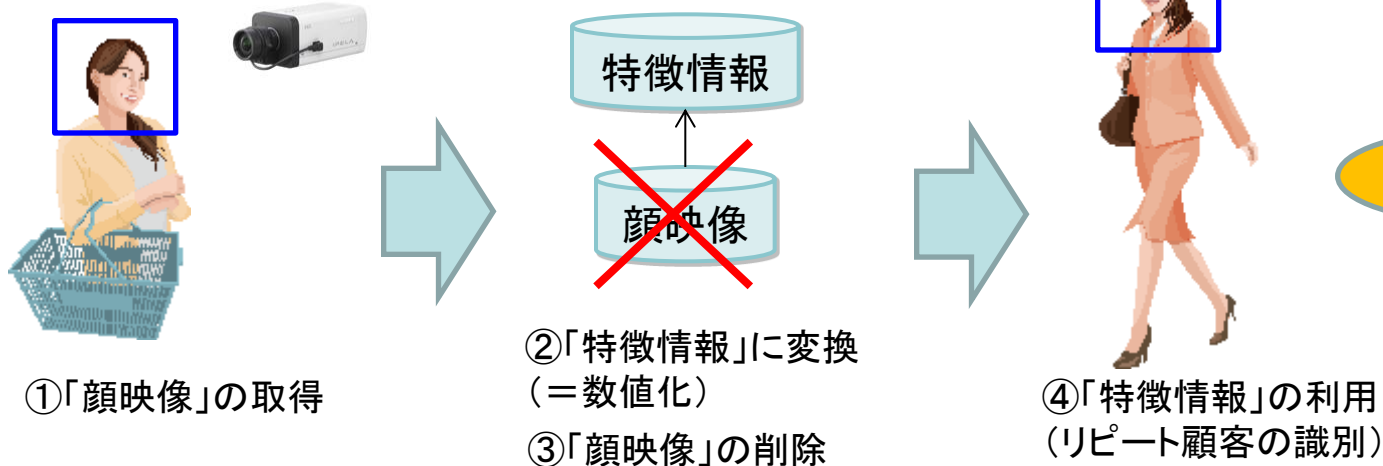
②属性推定

- カメラの顔認識により推定した性別・年代や、時間帯・気温・天候を判定材料に、お薦めの飲料品を提示。



(図の出典: JR東日本ウォータービジネス資料)

○NECの「顔認証技術活用マーケティングサービス」



③顔照合

○次世代コンビニ「ローソン パナソニック前店」

②属性推定

- パナソニックのカメラを店内に6台配置し、棚の商品を手にとったが元の棚に戻したときのような「顧客が買わなかった時のデータ」も取得。
- 「何月何日何時、30代後半の男性が、新商品のパンを買わなかった」といったデータが蓄積される。(出典: THE PAGE 2014年2月15日記事)



(図の出典: 株式会社ローソンのHP)

顔認識サービスの事例

○大阪駅における顔認識技術の実証実験

③顔照合

- 情報通信研究機構(NICT)は2014年4月から2年間、大阪ステーションシティにおいて、映像センサー(90台のカメラ)から施設内の状況を映像データとして取得し、通行人の顔映像を特徴情報に処理した後、特徴情報で行動を追跡することにより、シティ内の人の流量や滞留の度合い等を把握し、災害発生時の安全対策等への利用可能性を検証する実証実験を計画。
- しかし、新聞報道後に「勝手に顔を撮ってほしくない」といった市民からの抗議が寄せられたため、4月開始は事実上断念することになったという。(毎日新聞2014年3月6日記事より)

○FacebookのTagSuggest機能

③顔照合

- 利用者がアップロードした写真に人物が含まれる場合、既に当該利用者と「友人」関係にある人については、その人が誰であるかの「タグ」を「サジェスト」する機能。
- 2012年にFacebookはこの機能を一時中断したが、2013年に再開された。

○万引き犯やクレーマーを識別する防犯カメラ

③顔照合

- 来店客の顔データに対して、「万引き犯」「クレーマー」といったフラグを立てることが可能な防犯カメラシステムに対して、「顔データを無断共有している」という報道がなされたが、提供元企業から本人同意の上で共有しているとの反論がなされている。

【ご参考】 プライバシー保護眼鏡

(投影のみ)

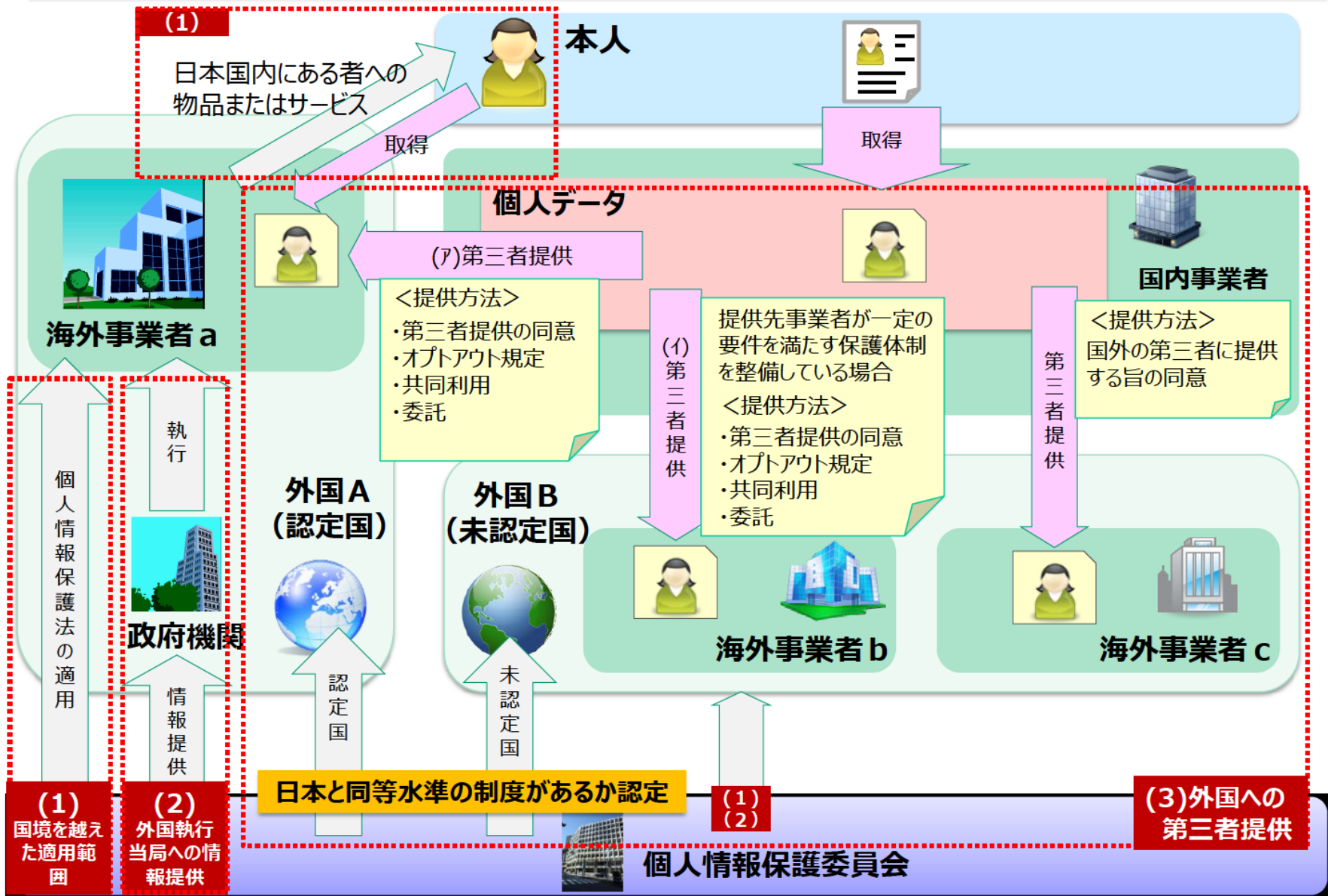
顔認識データ：個人情報保護法上の扱い

- 「顔映像」は「個人情報」に該当
 - 経済産業分野ガイドライン等において「防犯カメラに記録された情報等、本人が判別できる映像情報」は個人情報に該当すると例示。
- 「防犯カメラ」の扱い
 - 経済産業分野ガイドライン等において、一般に防犯目的のためにビデオカメラを設置し撮影する場合は、「取得の状況からみて利用目的が明らかであると認められる場合」(個人情報保護法第18条4項4号)に該当し、その利用目的を公表等する必要がないとされている。
 - ただし、カメラを防犯以外の目的で利用する場合には、「取得の状況からみて利用目的が明らか」とは認められない可能性が高いため、当該利用目的を公表または本人に通知する必要がある(経済産業分野ガイドライン)。
- 「特徴情報」の扱い
 - 現行法では「特徴情報」が単体で個人情報なのか否かはグレーだった。
 - 改正法案(骨子案)では、「顔認識データ」(＝特徴情報)は単体で個人情報(個人識別符号)として例示されている。
 - ⇒ 前述の「③顔照合」や「④顔認証」が該当

個人情報保護法の改正： 自主規制ルール

- 昨年6月の大綱では「マルチステークホルダー・プロセスを活用した機動的な自主規制ルールの策定と、委員会による認定」の考え方が制度改正の1つの目玉
⇒改正法案では、「認定個人情報保護団体による個人情報保護指針の作成」（現行法にも存在）に自主規制ルールの考え方が統合
- 自主規制ルールが必要になる事業領域例
 - 匿名加工情報の加工方法
 - 顔認識技術の商用利用 等
- 顔認識技術の商用利用（個別の運用方法で悩む場面が発生）
 - 利用目的の「通知または公表」の方法
 - Web公表で良いのか？（おそらくNG）
 - 現地での掲示が必要な場合、どこに掲示をすればよいのか？（カメラの位置 or 入口？）
 - 防犯用途のカメラや商用利用のカメラが複数存在する場合、どうやって区別するのか？
 - 商用利用での撮影を望まない顧客への対応をどうすればよいか
 - 取得した顔特徴データに対する利用停止請求があった場合にどうすればよいか 等
- このような詳細ルールについては（個人情報保護委員会が作成するレベルのものではないため）、顔認識製品を提供するITベンダーやそれを利用するユーザ企業がイニシアティブを取って、自主規制ルールで明確化していく必要がある。

【ご参考】 骨子案における外国への個人データ提供



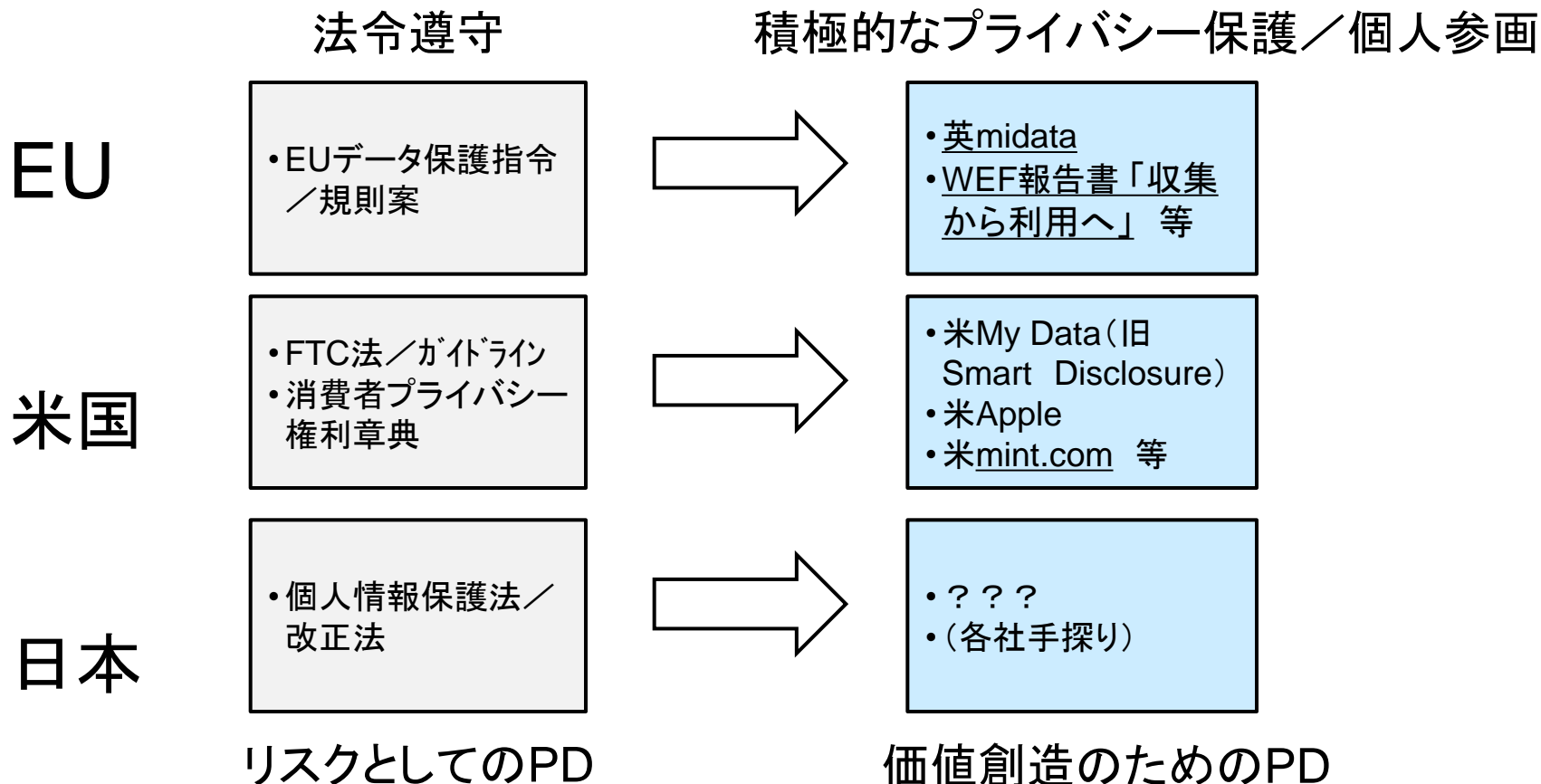
図の出典: パーソナルデータ検討会資料

1. 個人情報保護法の改正動向

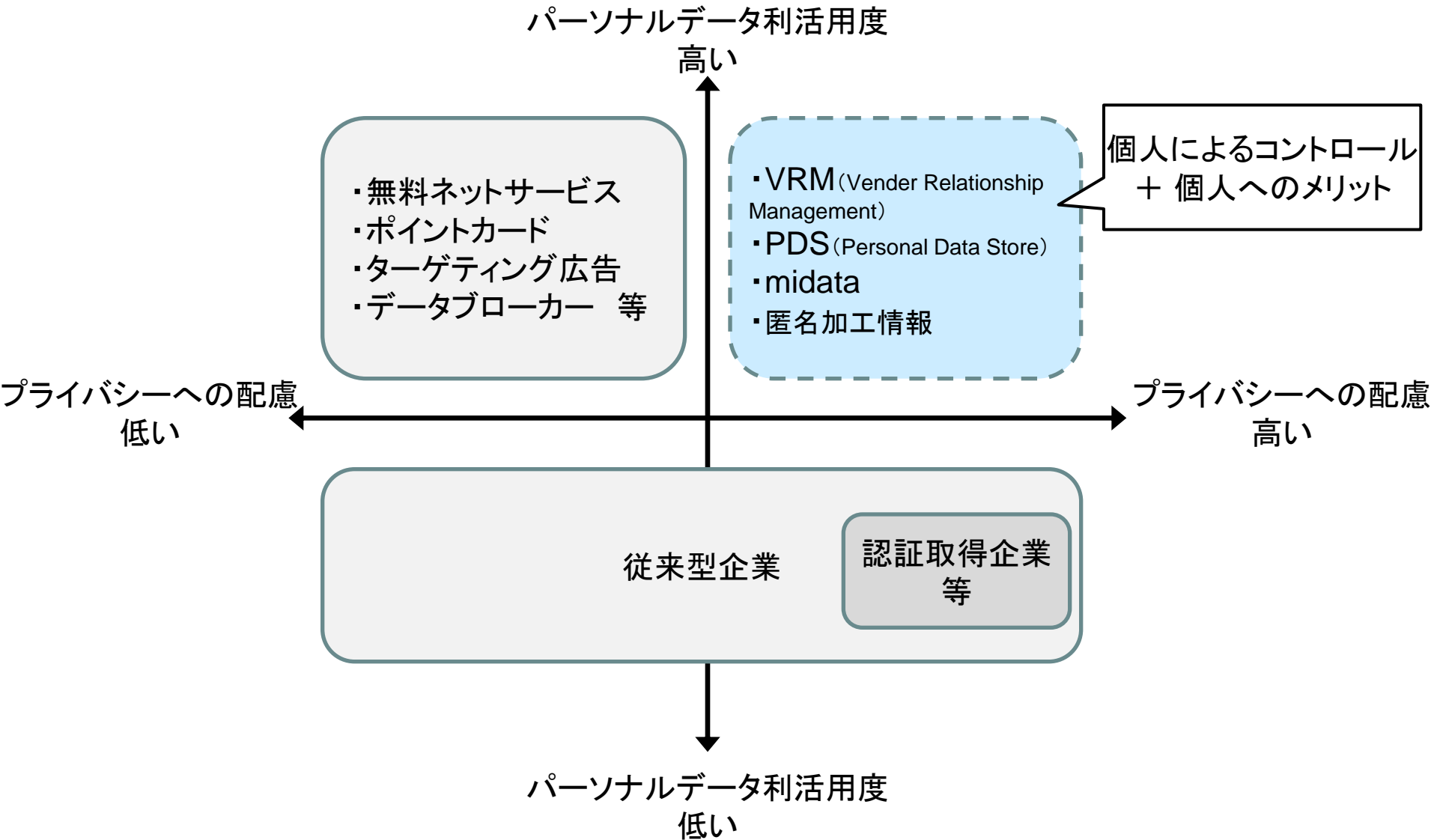
2. パーソナルデータ利活用に向けた取組み

競争戦略としてのプライバシー保護(1/2)

- 従来は、企業における「パーソナルデータ利活用」と「プライバシー保護」は二律背反的な関係になりがちだった
 - 「法律さえ守っていれば何をやってもよい」
- 今後は単なる法令遵守を超えて、データを利活用しつつ積極的にプライバシー保護を提供する取組みが重要に
 - データ利用方法の透明性向上、自己情報コントロール手段の提供、プライバシー・バイ・デザイン 等
 - 各種の漏洩事件等を通じた消費者意識の高まりも背景に



競争戦略としてのプライバシー保護(2/2)



プライバシー現実主義者、原理主義者

- 米国のアラン・ウェスティン博士(自己情報コントロール権としてのプライバシー権の提唱者)とHarris Interactive社による米国市民に対する意識調査
 - 「プライバシー原理主義者(Privacy fundamentalist)」: プライバシー問題を非常に重視しており、自分のプライバシーの多くが失われていると感じる傾向にあり、これ以上プライバシーが侵害されることに強い抵抗感を感じている。
 - 「プライバシー現実主義者(Privacy pragmatist)」: プライバシーを重視し、自分の個人情報を企業や政府機関による誤用・濫用から守ることに高い関心を持つが、個人情報の利用目的が明確であり、自分が恩恵を受けることができ、個人情報の誤用を防止するための措置が取られている場合には、個人情報の提供を厭わない。
 - 「プライバシー無関心者(Privacy unconcerned)」: プライバシーに無関心で、他人が自分の個人情報をどう利用するかについてあまり心配していない。
- 市民の6割強が利益と保護のバランスが取れていれば個人情報を提供する「プライバシー現実主義者」、3割弱が個人情報の提供に消極的な「プライバシー原理主義者」。
 - 自分の個人情報に無頓着な「プライバシー無関心者」は少数派。

	プライバシー無関心者	プライバシー現実主義者	プライバシー原理主義者
2003年	10%(↓)	64%(↑)	26%
1999年	22%	54%	25%

出典: www.prnewswire.com、ITpro記事

世界経済フォーラム(WEF): 「収集から利用へ」

- ・World Economic Forum, "Unlocking the Value of Personal Data: From Collection to Usage" (2013年2月)。
- ・WEFが2012年に世界各地で6回に渡り開催したマルチステークホルダー・ダイアログの成果物。

● 個人データ利用の新たな展望

伝統的アプローチ

個人の自覚とともに能動的に収集されたデータ

個人データの定義は予め規定され、「0か1か」である

特定の目的で収集されたデータ

個人はデータ主体である

個人は法的な同意を提供するが、本当に参画している訳ではない

政策のフレームワークは、個人に与えるリスクを最小化することに焦点を当てている

新たな展望

M2Mの通信で受動的に収集されるほとんどのデータ: 個人に通知することが困難

個人データの定義はコンテキスト的であり、社会的規範に依存する

経済的価値とイノベーションは、データセットの結合と二次利用によってもたらされる

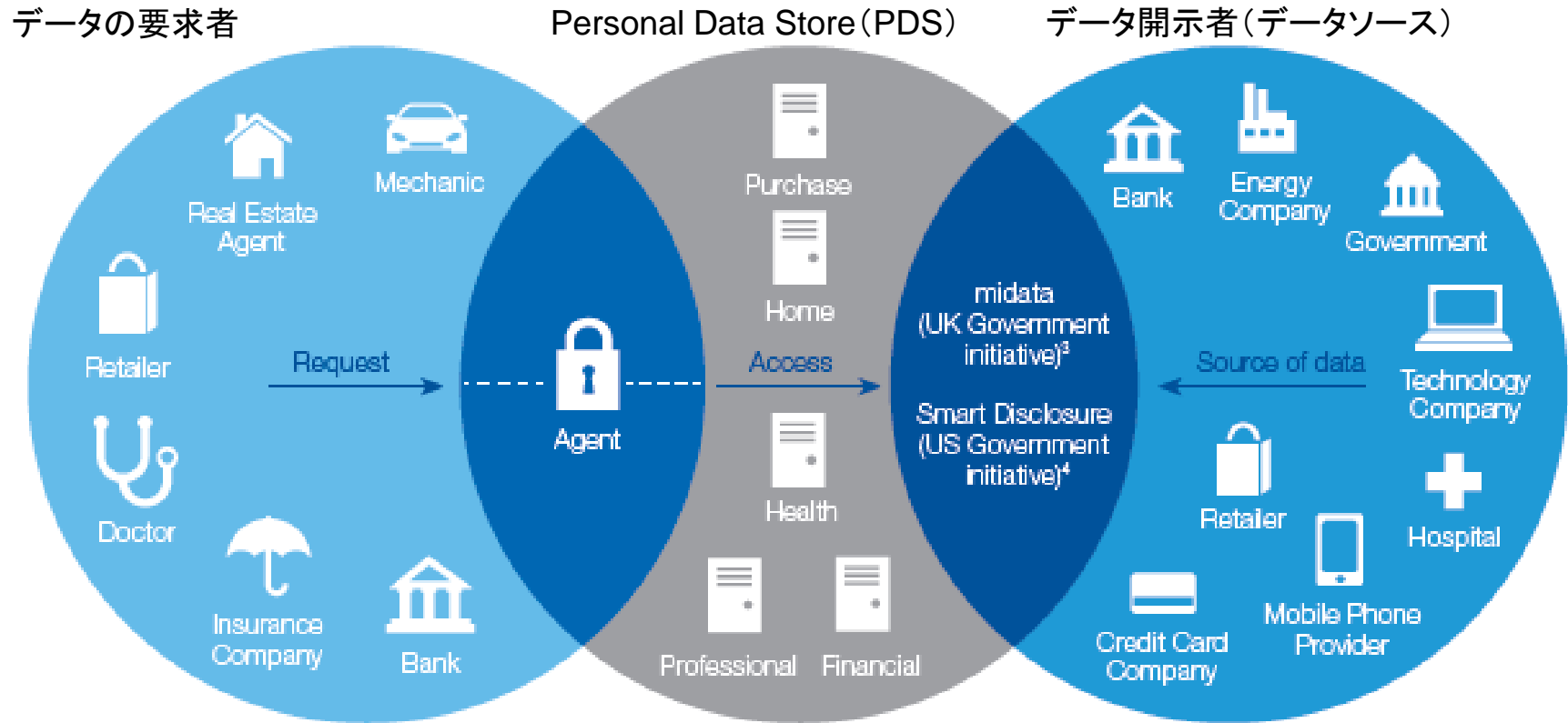
個人はデータ主体でも、データ管理者でも、データ処理者でもありうる

個人は参画し、いかにデータが利用され、いかに価値が作られているかを理解している

政策は、個人の保護とイノベーションや経済成長とのバランスを取ることに焦点を当てている

世界経済フォーラム(WEF): 「収集から利用へ」

●個人が参画しエンパワーされるメカニズムの出現



個人データにアクセスしたい企業は、データエージェント経由でアクセスを要求できる

いくつかのPDSは、個人に自分のデータの使用方法に対するコントロール手段を提供している

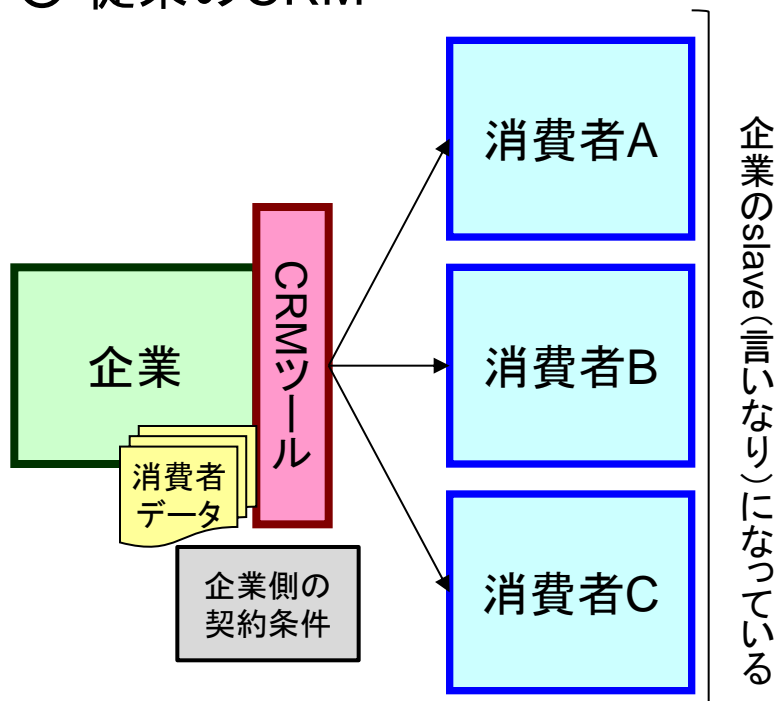
いくつかの政府(英国や米国)は民間企業と協業し、個人に自分のデータへの一定フォーマット(PDSに保存したり、他の企業等に提供が可能なフォーマット)でのアクセスを与えている

Project VRM(Vender Relationship Management)

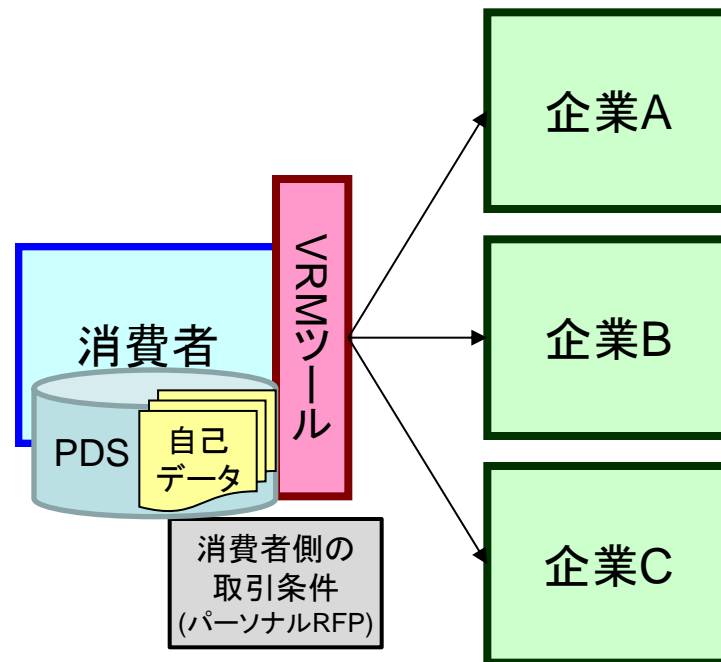
- ITジャーナリストの[Doc Searls氏](#)※が、2006年にハーバード大学Berkman Center for Internet & Societyのフェローとして立ち上げたプロジェクト。(同氏は2010年にフェローを卒業)
 - ※ Linux Journalのシニア・エディターであり、オープンソースの世界の重要なオピニオンリーダーの一人。
- Project VRMの目的
 - [CRMの抱える多くの問題](#)(消費者を囲い込む(lock-in)することがベストプラクティスだという「誤解」など)[を解決する唯一の手段は、消費者サイドの改善](#)だという理論が背景にある。すなわち、[CRMの消費者サイドのカウンターパートがVRM](#)である。具体的
の目的は下記の2つ。
 1. [個人が企業との関係をコントロールできるようなVRMツールの開発を促進](#)する。
 2. VRM関連の理論や、VRMツールに関する調査研究を実施する。
- VRMの諸原則
 - VRMは「[自由な消費者は、囚われた消費者よりも価値が高い](#)」という信念に基づく。
 - 消費者が自由であるためには、下記が必要。
 1. 消費者は[独立したアクター](#)として企業との関係に入らなければならない。
 2. 消費者は[自分自身のデータの集積点](#)でなければならない。
 3. 消費者は[自分が生成・収集したデータに対するコントロール](#)を有さなければならない。すなわち、消費者は自分のデータを選択的かつ自発的にシェアできなければならない。
 4. 消費者は企業との[取引条件を自分で提示する](#)ことができなければならない。
 5. 消費者は*いかなる特定企業のコントロールからも離れて自分の要求と意思を自由に表明*できなければならない。

Project VRM: CRMからVRMへ

○ 従来のCRM



○ あるべき姿 (VRMによる補完)



・Attention Economy (消費者の「注意」の経済)

- 企業は消費者データの分析や広告等に巨額を投じ、消費者は企業の提示する契約条件に従属

- 企業が主権者として、消費者を「ターゲット」にし、「惹きつけ」、「獲得」し、「囲い込み」、「管理」する。
- 企業は「奴隷所有者」的な発想で消費者を扱う。

・Intention Economy (消費者の「意思」の経済)

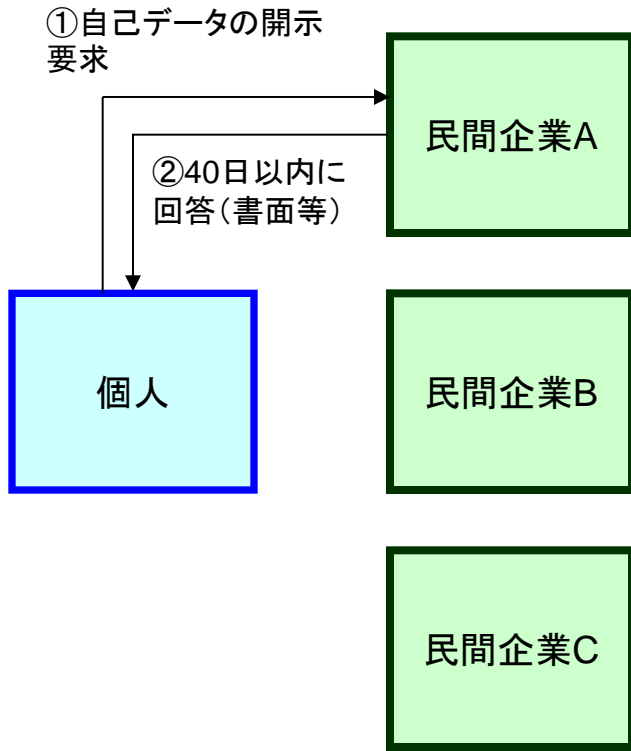
- 消費者自身による購買意思や取引条件の提示 (パーソナルRFPとしての提示)

- 消費者が主権者として、企業から「独立」できる。
- 消費者は「エンパワーされた参加者」として企業との取引関係をコントロールできる。
- 企業も消費者の正確なニーズを知ることができる。

出典: 国際社会経済研究所

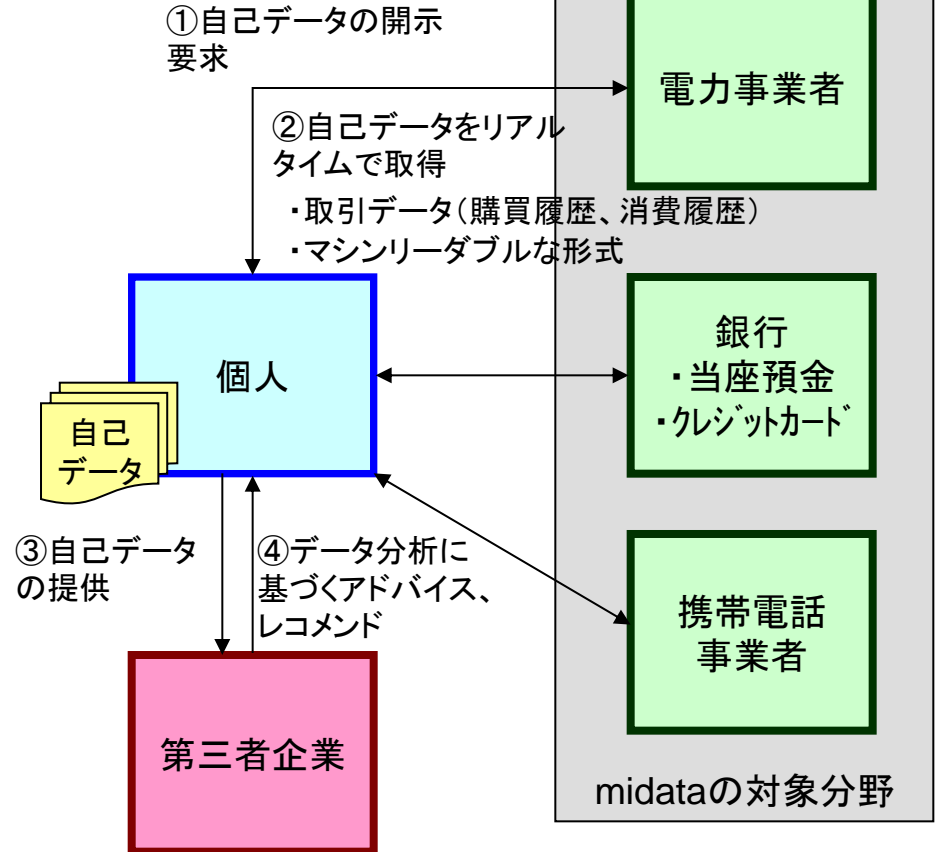
英国midata: 全体イメージ

○従来の自己データ開示制度



- 企業に対する自己データの開示要求は法的権利として認められているが、取得に最大で40日間かかる(データ保護法の規定)
- 電子的形式で取得する権利は認められていない
- 国民の半数以上が開示要求権を知らない

○midataの枠組み



- 個人が開示要求をした際、自己データをリアルタイムで取得することが可能になる
- 第三者企業も利用できるような、一定のマシンリーダブルな形式の電子データを取得可能

英国midata: 概要

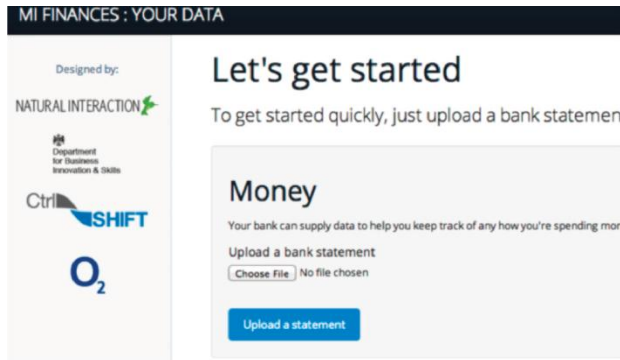
- 主管官庁
 - BIS(ビジネス・イノベーション・職業技能省)
- midataの目的
 - ① 個人が民間企業から自分の個人データを一定のマシンリーダブルな電子的形式で、ポータブルかつ安全な仕方で取得できるようにする。
 - ② 個人が一定形式の自己データを第三者企業に提供し、第三者企業からアドバイス等を受けられるようにする。(そのようなアプリケーションの開発を促進する。)
- midataプロジェクトへの参画者
 - 英国政府、消費者団体、規制当局(ICO、OfCom、OfGem)
 - 民間企業(Google、British Gas(ガス)、Lloyds TSB(銀行)、O2(携帯電話事業者)等)
- 経緯
 - 2011年4月: BISがmidataを含む消費者向け戦略”Better Choices: Better Deals - Consumers Powering Growth”を発表。midataは英国の成長戦略の一環である。同月、midataプロジェクトを立ち上げ。
 - 2012年7月～9月: パブリックコンサルテーション(パブコメ)を実施。
 - 2012年11月: パブコメ結果を受け、BISは、企業の自主的取組みが不十分な場合には、企業に対して消費者に電子的に個人データを開示することを義務付ける法律を制定する旨を公表。
 - 開示義務があるのは本人の購買・消費に関する取引履歴。
 - 事実的なデータのみが対象で、当該企業による付加的な分析結果は対象外。
 - 2013年1月: パブコメ結果を受けて実施したPIAの報告書を公表。
 - 2013年7月: 消費者の実データを利用したアプリケーションの開発と検証を実施するmidata inovation lab (mIL)を発表。1000の消費者ボランティアから個人データを取得。
 - 2013年11月: mILで作られた5つのデモアプリに関するレポートを公表。
 - 2014年7月: midataプロジェクトの進捗状況をレビューし、現時点では上記分野における自主的取組みが不十分とは言えず、企業に電子的な個人データ開示を命じる企業規制改革法の権限行使は見送ると結論。



英国midata: mLで開発したアプリ

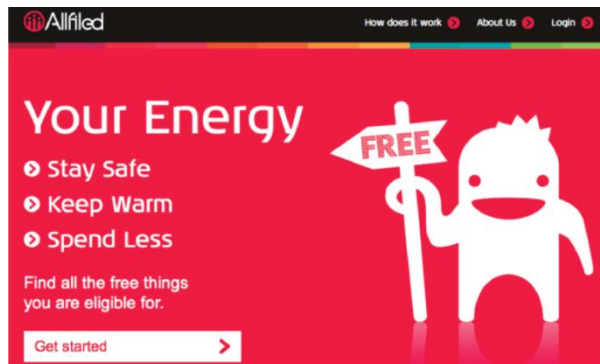
①Mi Finances

– 口座管理



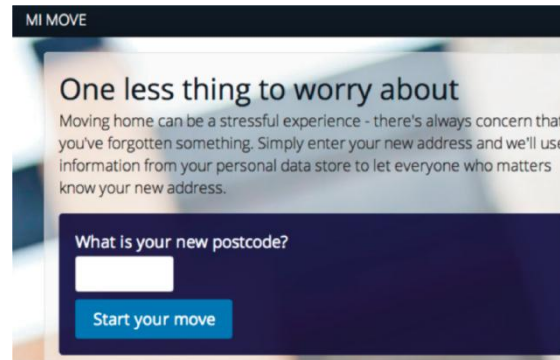
②Stay Safe, Keep Warm, Save Money

– 電力料金割引



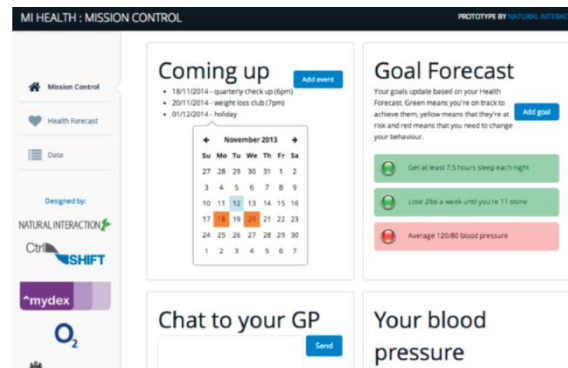
③Expert Home Mover

– 引越しワンストップ



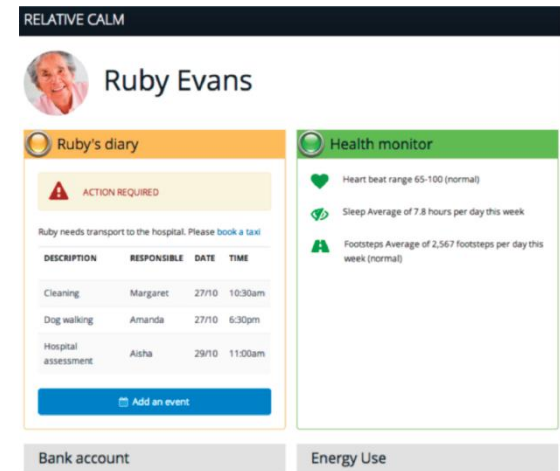
④Mi Health

– PHR



⑤Relative Calm

– 高齢者等見守り



出典: 英国BIS(ビジネス・イノベーション・職業技能省)資料

英国midata: 比較サイトGocompare.com

- 2015年3月にサービス開始
- 銀行から自分の取引データ(midata)をダウンロードし、本サイトに送信することにより、各種金融商品を比較し、最適な商品のレコメンドを受けることが可能

The screenshot displays the Gocompare.com website interface. At the top, the logo and navigation bar are visible. Below the header, there is a green banner with the text "Try our advanced current account search". The main content area features the "midata" logo and a description: "Use our midata-powered search tool to find the right account based on your past usage". A blue button labeled "Search using midata" is present. Below this, a section titled "What type of current account are you considering?" offers three options: "BASIC" (selected), "STANDARD", and "PACKAGED". The "CURRENT ACCOUNTS RESULTS" section shows "1 - 25 of 25 current accounts". A table of results is displayed with columns for "Product & Provider", "Interest Rate (AER)", "Authorized overdraft", "Account extras", "Yearly fee", and "Switching incentive". The first row shows an interest rate of 0.00%, no account extras, and a free yearly fee. Below the table, a "Representative Example:" section is visible, followed by three columns: "FEATURES", "BENEFITS", and "TO APPLY".

Product & Provider	Interest Rate (AER)	Authorized overdraft	Account extras	Yearly fee	Switching incentive
	0.00%		No and more... account extras	Free to use	

Representative Example:

FEATURES	BENEFITS	TO APPLY
In Credit Interest Rates	Bank Card	Age
Introductory rates	ATM Daily Limit	Income

米国Mint.com: オンライン家計簿サービス

○ Mint.comのサービスの全体像

①Mintアカウント作成

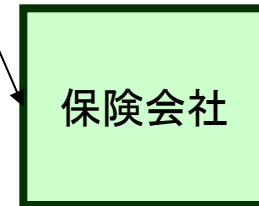
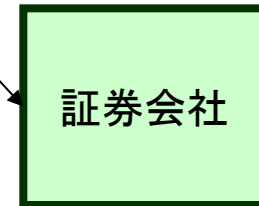
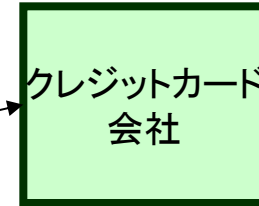
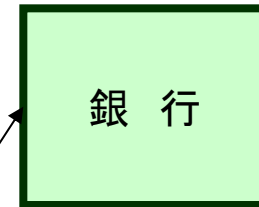
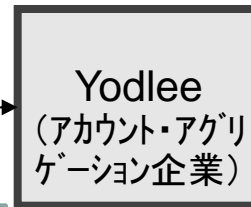
- ・メールアドレス、PW、ZIPコードの登録

②取引データ自動収集の設定

- ・金融アカウントのID/PWの入力



③Yodlee経由で金融企業から取引データを自動収集



提携先
約1800社

④サービスの提供(無料)

- ・毎月の支出額をカテゴリー別に管理
- ・口座残高、ローン残高、保険口座、証券口座の管理
- ・ユーザに合った預金口座、クレジットカード、各種保険、証券商品等のレコメンド(※新規契約時に金融企業から手数料がMintに支払われる)
- ・ユーザ集団のカテゴリーごと支出額平均値が分かる
- ・予算設定機能、ゴール設定機能 等

- 保有データ
- ・メールアドレス
- ・ZIPコード
- ・金融取引データ
- ・金融資産データ等

※Mintが支払う
手数料は年間
200万ドル

米国Mint.com: 背景と経緯

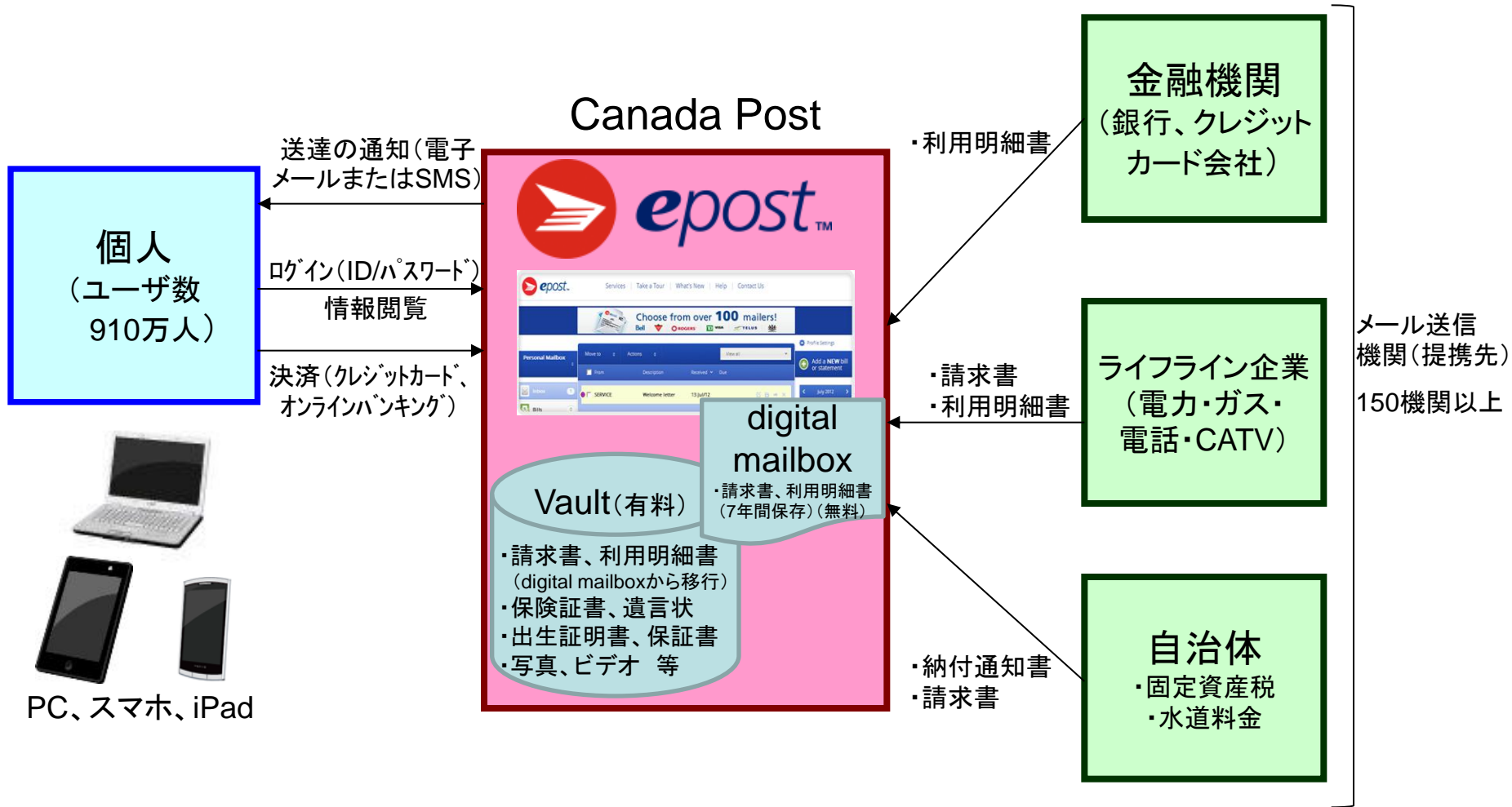
○背景

- 米国における家計簿ソフトは元々、税務申告のニーズから始まった。
 - 米国では源泉徴収制度がなく、全ての納税者が確定申告を行う必要がある。申告書作成にかかる時間は平均26.4時間。
- 2008年9月のリーマンショックにより、米国において将来に備えた貯蓄や賢い消費方法を真面目に考えるような節約志向を持った消費者が増加した。

○サービスの経緯

- 2006年 会社設立
- 2007年9月 サービスリリース
- 2008年3月 ユーザ数20万人
- 2009年1月 ユーザ数90万人
- 2009年9月 Intuit社に1億7000万ドルで買収。ユーザ数150万人
- 2012年春 ユーザ数300万人
- 2012年半ば ユーザ数600万人
- 2013年7月 ユーザ数1000万人以上に
- 2015年1月 USA Today記事で「10 essential apps for your tablet」に選ばれる

カナダepost: 全体イメージ



出典: 国際社会経済研究所

産業競争力懇談会(COCCN)活動紹介

- 2014年度推進テーマの1つ「オープンデータ利活用とプライバシー保護」
 - 日立、NEC、産総研、国際社会経済研究所、富士通研究所、東芝、沖電気、三菱電機、清水建設、早稲田大学 等
- 政策提言：日本版パーソナルデータ・エコシステムの構築
 - 日本は諸外国として比してプライバシーに対する不安感が高い傾向にある。パーソナルデータ利活用促進のために個人情報保護法の改正が進められているが、法制度の整備だけで個人の不安感や不利益感が解消されるものではない。法令の遵守に留まらず、個人のプライバシーを守りながら個人に対して新たな価値やメリットを提示する仕組みとして日本版パーソナルデータ・エコシステムを官民連携して構築することが求められる。
 - (施策1)個人によるデータコントロール環境の整備・推進
 - (施策2)トラストフレームワークの整備
 - (施策3)パーソナルデータ・エコシステムを前提とした新産業創出支援