

「第三回 ビッグデータで取り扱う生活者情報に関する意識調査」を実施

パーソナルデータの利活用に関する生活者の意識変化をとらえるとともに、
新たにIoTや人工知能などの最新技術に対する意識調査を実施

株式会社日立製作所(執行役社長兼 CEO:東原 敏昭/以下、日立)と株式会社博報堂(代表取締役社長:戸田 裕一/以下、博報堂)は、ビッグデータ利活用やIoTに関連する事業を進める中で、生活者のパーソナルデータ*1利活用に対する生活者の意識を調査した「第三回 ビッグデータで取り扱う生活者情報に関する意識調査」を協働で実施しました。

本調査は、ビッグデータやIoT、人工知能等に関する技術やサービスの進展に伴い、生活者のパーソナルデータが各方面で利活用される中で、生活者の意識の変化や新たな技術に対する関心などを定量的に把握することを目的としています。日立と博報堂は、両社におけるビッグデータ利活用の事業推進の一環として、プライバシーに配慮した適切なパーソナルデータの取り扱いに向け、2013年の第一回、2014年の第二回に引き続き、今回、第三回目となる調査を実施しました。

具体的には、前回調査から継続して、生活者が自身のパーソナルデータを利活用されることに対する抵抗感の実態やその軽減方法を調査し、生活者のプライバシーに対する姿勢や理解度に応じて、パーソナルデータの利活用に対する抵抗感や許容度がどのように変化するかを調べ、データを取り扱う企業に求められる取り組みについて検証しています。また、今回新たにIoTや人工知能といった新技術やそれらを活用したサービスに対する期待や不安などに関する調査のほか、2015年の個人情報保護法改正に関する設問を調査項目に加え、法規制が個人の安全性や企業の活用につながるか等の評価も調査しました。

今後、日立と博報堂は、今回の調査から得られた知見を、両社の独自サービスの開発・提供や、顧客企業におけるパーソナルデータ利活用事業の運用支援に生かしていきます。

*1 パーソナルデータ:本調査および本ニュースリリースでは、個人情報(個人情報保護法に規定する、特定の個人を識別できる情報)に限らず、商品の購入履歴やGPSによる位置情報など広く特定の個人を識別しない情報を合わせて、パーソナルデータと定義します。

■調査概要*2

調査日:2016年9月15日、調査手法:インターネット調査、対象者:全国20~60代男女1,030名

＜調査結果のポイント＞ *2 本調査結果の詳細は、添付資料(p4~p12)に掲載。

●過半数がパーソナルデータの利活用に伴うリスクへの不安を回答するが、企業の適切な対策で軽減可能

- ・不安要因のトップ3は「拒否権欠如」「目的外利用のおそれ」「説明・公表不足」
- ・企業によるプライバシー対策として、「いつでも利用を停止できる」「利用終了後、適切に破棄する」ことで不安が軽減するとの回答が7割以上
- ・生活者が詳細の説明が必要であると感じているのは、「利用目的」「第三者への提供の有無」「問い合わせ先」

●IoTや人工知能などの最新技術の活用では、過半数がプライバシーに不安を覚えるが、一定の期待層もあり

- ・IoTにおける懸念は「データ漏えい」「本人が気づかないままにデータ収集されること」
- ・人工知能における懸念は「自身のデータ確認や削除ができない」「意図せず個人が特定されてしまうおそれ」
- ・期待を高めるには、パーソナルデータを活用するサービス、新しい技術の提供における適切な説明が必要

●改正個人情報保護法については、一定の評価がなされるものの、さらなる対応にも期待

- ・「データ保護責任者の任命」など、企業にプライバシー保護の取り組みを促す項目を義務化することが重要と、5割が回答

■日立におけるプライバシー保護の取り組みについて

日立は、組織的にプライバシー保護対策の運用に取り組むため、2014年7月に、情報・通信システム事業関連の部門において、プライバシー保護対策を統括する「パーソナルデータ責任者」、およびプライバシー保護の取り組みに関する知見を集約してリスク評価や対応策の立案を支援する「プライバシー保護諮問委員会」を社内に設置しました。具体的な施策として、日立独自のチェックリストに基づき、データ利活用関連の案件においてプライバシー影響評価を実施(2年間で約160件)するなど、日立が独自にサービス提供する場合だけでなく、顧客サービスの運用を支援する際にも適切にパーソナルデータを取り扱い、サービスにおけるプライバシー侵害の問題化を未然に防止するべく取り組みを進めています。

また、今回の意識調査の結果のほか、実事例で直面した課題、国内外の法制度・技術等の動向、プライバシーに関するインシデント等を踏まえ、継続的にプライバシー保護に向けた取り組みの評価・改善を実施しています。

■博報堂におけるプライバシー保護の取り組みについて

博報堂は、博報堂DYグループの事業会社として、2014年度より“生活者データ・ドリブン”マーケティングを推進しており、さまざまなビッグデータを「生活者データ」として読み解き、広告の制作・配信だけでなく、行動デザイン、顧客育成までを行う各種のサービスを提供しています。

この一環として、グループが蓄積してきた独自データに、情報行動や購買行動のアクチュアルデータ、メディア接触データなど複数の異なるデータソースを掛け合わせて活用するため、独自の「k-統計化&データフュージョン技術」(特許取得済)を駆使し、個人情報保護と結合されたデータの有用性と両立を実現するほか、パーソナルデータ取扱いの局面に応じたプライバシーの保護に取り組んでいます。

■第一回 ビッグデータで取り扱う生活者情報に関する意識調査(2013年5月27日ニュースリリース)
<http://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2013/05/0527.html>

■第二回 ビッグデータで取り扱う生活者情報に関する意識調査(2014年8月4日 ニュースリリース)
<http://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2014/08/0804.html>

■日立のビッグデータ利活用事業におけるプライバシー保護のための取り組み
(2013年5月31日 ニュースリリース)
<http://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2013/05/0531.html>

■ビッグデータビジネスにおける日立のプライバシー保護の取り組み(ホワイトペーパー)
http://www.hitachi.co.jp/products/it/bigdata/approach/wp_privacy.pdf

■博報堂の“生活者データ・ドリブン”マーケティングに関する Web サイト
<http://consulaction.hakuhodo.co.jp/cl/bigdata/01>

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社日立製作所 ICT 事業統括本部 サービスプラットフォーム事業本部
サイバーセキュリティ事業統括本部 [担当:山本・宮澤]
〒140-8572 東京都品川区南大井六丁目 27 番 18 号 日立大森第二別館
TEL:03-5471-2324(ダイヤルイン)

株式会社博報堂 広報室 [担当:竹本・西尾]
〒107-6322 東京都港区赤坂五丁目 3 番 1 号 赤坂 Biz タワー
TEL:03-6441-6161(直通)

■報道機関お問い合わせ先

株式会社日立製作所 ICT 事業統括本部 広報部 [担当:藤井]
〒140-8572 東京都品川区南大井六丁目 27 番 18 号 日立大森第二別館
TEL:03-5471-8900(直通)
E-mail:koho@itg.hitachi.co.jp

株式会社博報堂 広報室 [担当:竹本・西尾]
〒107-6322 東京都港区赤坂五丁目 3 番 1 号 赤坂 Biz タワー
TEL:03-6441-6161(直通)

以上

＜調査概要＞

調査手法：インターネット調査

サンプル数：計 1,030 名

対象者：成人男女(20代～60代の男女、性別ごとに10歳きざみを1セルとして各セル103名)

エリア：全国

調査時期：2016年9月15日

実施者：日立、博報堂

＜調査結果概要＞

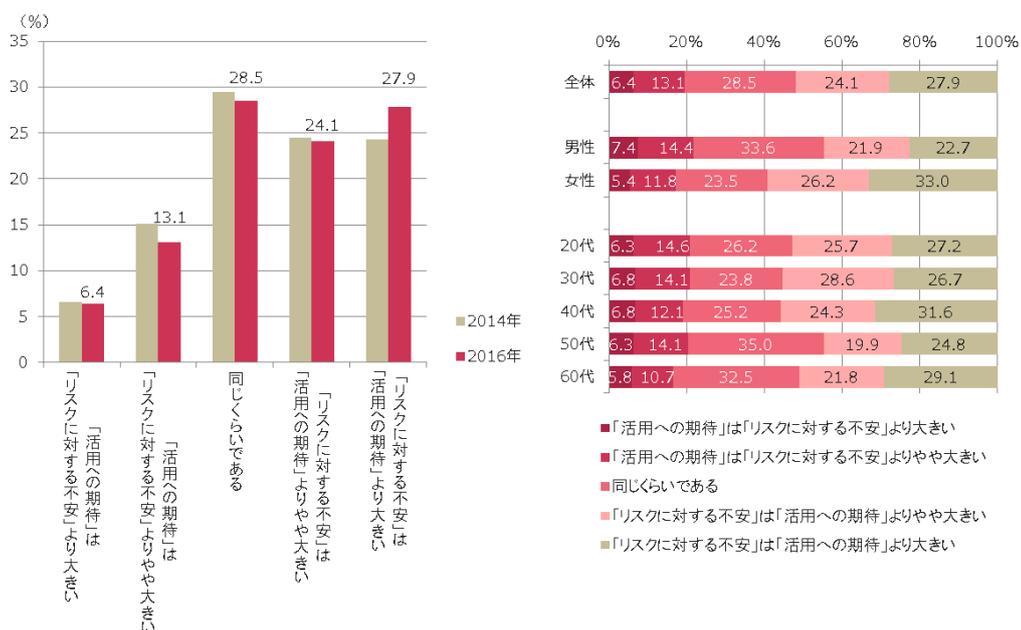
**1. パーソナルデータの利活用に伴う「リスクへの不安が期待より大きい」が微増。
不安を軽減する施策が重要。**

【1-1】パーソナルデータの利活用に「不安が期待より大きい」がやや増えるも、全体傾向は前回調査と変わらず。

パーソナルデータの利活用について、「活用への期待」と「リスクに対する不安」の大きさについて尋ねたところ、「不安が期待より大きい」が、やや増加したものの(2014年 24.3%→2016年 27.9%)、「不安が期待より大きい/やや大きい」(2014年計 48.8%⇒2016年計 52.0%)と回答した生活者が約半数となり、全体傾向は前回調査と同じとなりました。背景としては、前回調査以降、パーソナルデータ関連の漏えい事件が多発しており、メディアでの報道も多く、不安が継続している可能性が考えられます。

また、性別では、男性より女性の方が「不安が期待より大きい/やや大きい」と回答する層が多く(男性計 44.6%、女性計 59.2%)、その差は 14.6 ポイントとなりました。(図1)

Q.企業や公的機関などによるパーソナルデータの活用に関して、どのように感じますか。「活用への期待」と「リスクに対する不安」のどちらが大きいかをお答えください。【図1】



【1-2】不安要因のトップ3は、「拒否権欠如」「目的外利用のおそれ」「説明・公表不足」。

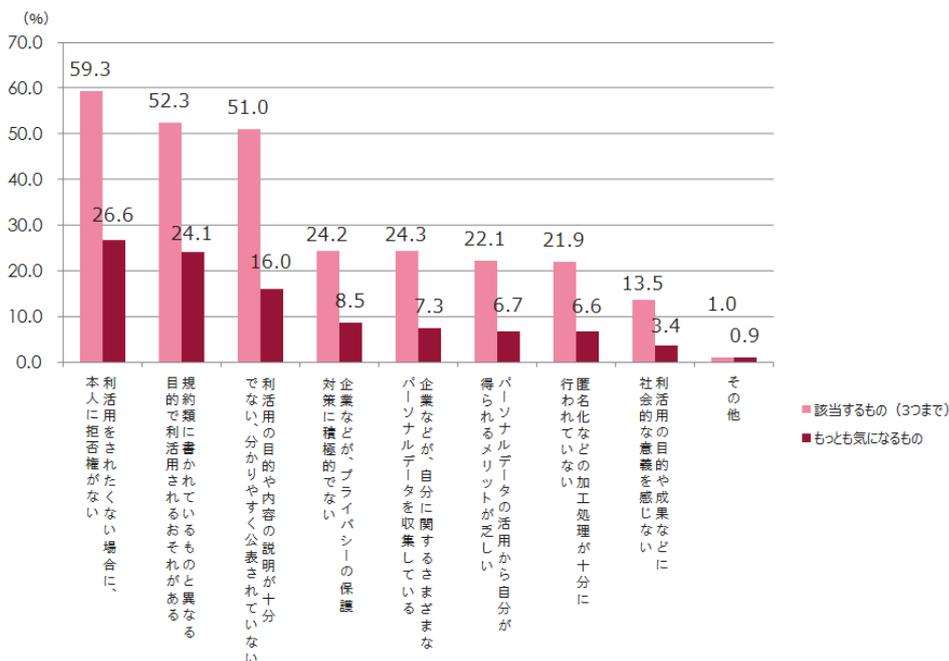
企業が適切な対策を講じることで、不安が軽減される傾向が明らかに。

回答者にパーソナルデータの利活用によって不安を感じる理由を尋ねたところ、前回の調査結果と同様に、「利活用に対する拒否権がない」(59.3%)、「規約類に書かれた目的以外で利用されるおそれ」(52.3%)、「説明が十分でない、公表の分かりやすさの不足」(51.0%)の3項目への集中がみられました。(図2)

また、パーソナルデータの利活用によってプライバシーの侵害に不安を感じるものが「大いにある/少しある」と答えた生活者に、企業がプライバシー対策を実施することで不安が軽減するかどうかを尋ねたところ、いずれの施策においても6割以上の回答者が、特に「いつでも利用を停止することができる」「利用終了後、適切に破棄する」という施策においては7割以上の回答者が不安が軽減するとしており、適切な対策を講じることで、不安や抵抗感が軽減することが明らかになりました。(図3)

Q. パーソナルデータが利活用されることにより、自分のプライバシーが侵害されることに不安を感じる理由は、何ですか。次の中から該当するものを3つまで選んでください。また、その中でもっとも気になるものを1つ選んでください。(n=914)【図2】

(%)



不安要因として主要な3項目を回答した方々の「不安が軽減する」「やや不安が軽減する」上位施策【図3】

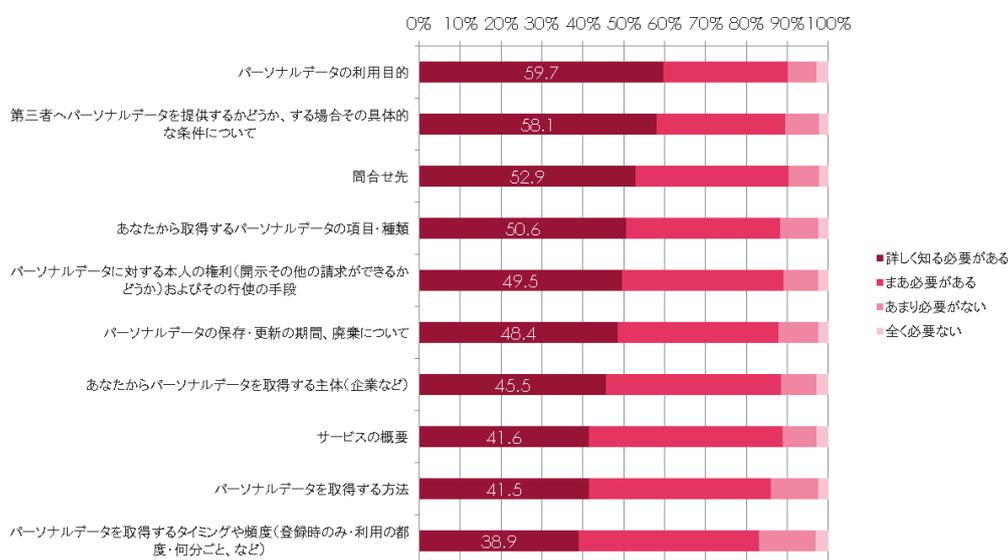
| 不安を感じる主な理由 (該当者数) | 利用に対する拒否権がない (n= 542) | 当初と異なる目的での利用 (n= 478) | 説明・公表が不十分 (n= 466) |
|----------------------|--|---|---|
| 不安が軽減する対策 1位 | 本人からの求めがあれば、いつでもパーソナルデータの利用を停止する 77.5% | 本人からの求めがあれば、いつでもパーソナルデータの利用を停止する 77.8% | 本人からの求めがあれば、いつでもパーソナルデータの利用を停止する 74.5% |
| 2位 | 利用終了後、パーソナルデータを適切に破棄する 73.6% | 利用終了後、パーソナルデータを適切に破棄する 77.0% | 利用終了後、パーソナルデータを適切に破棄する 71.0% |
| 3位 | パーソナルデータを第三者に提供しないこと、または提供する場合に同意取得する 73.4% | 利用するパーソナルデータを限定する 76.6% | パーソナルデータの利用目的を限定、明確化する 70.8% |

【1-3】パーソナルデータの利活用にあたって、生活者に詳細な説明が求められるのは、

「利用目的」「第三者提供の有無」「問い合わせ先」

パーソナルデータを利活用するにあたって、生活者が「詳しく知る必要がある」と回答した割合が高かったのは、「利用目的」(59.7%)、「第三者への提供の有無」(58.1%)。「詳しく知る必要がある/まあ必要がある」では、「問い合わせ先」(52.9%/37.5%計 90.4%)が最も高く、生活者が知りたい情報を明確に提示することで、パーソナルデータの活用に対する不安や抵抗感をさらに軽減することが期待されます。(図 4)

Q. あなたは、サービスなどの利用のためにご自身のパーソナルデータを提供してよいかどうかを判断するうえで、どんな内容を説明してほしいですか。【図4】



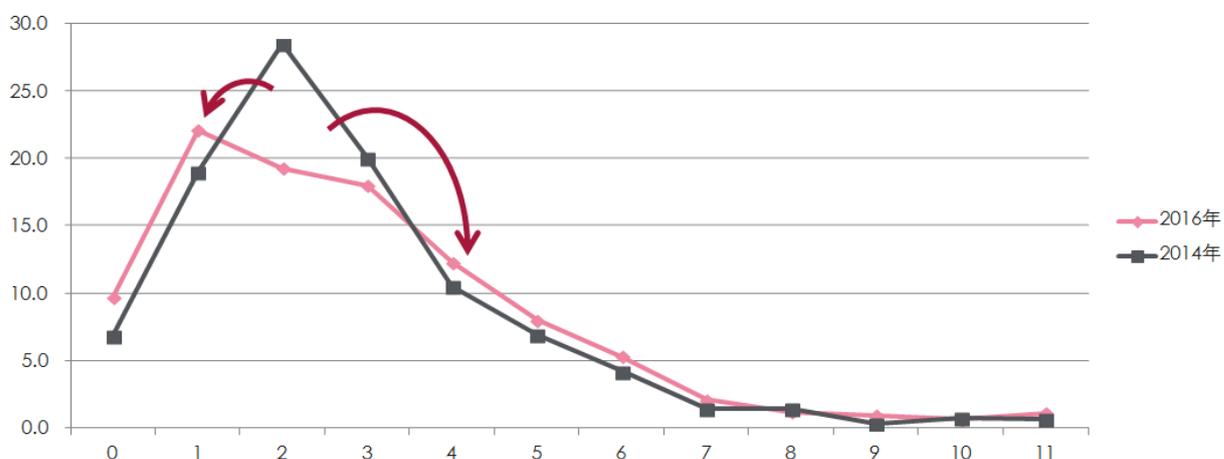
2. パーソナルデータの利活用に対する知識・関心はやや高まり、 データ活用に対して期待/不安を示す特徴的な4つのグループに分化

【2-1】パーソナルデータに関する事例などの知識量や関心度で、二極化の始まりか？

近年のニュースなどで見られたパーソナルデータ活用事例の知識や、自身のデータ管理などに対する姿勢を尋ねた設問で得た回答に重みづけを行うことによって、パーソナルデータの活用に対する「知識・関心」度の状況を調べました。これによると、2014年調査時の分布状況と比べて、平均スコアはやや向上しましたが、全体として「高知識・高関心」、「低知識・低関心」の両方向への分散が目立ち、二極化の始まりとも見られる傾向が出ていることが分かりました。(図5)

パーソナルデータの利活用事例や自身のプライバシーに対する関心・知識の度合いのスコア分布図【図5】

(%)

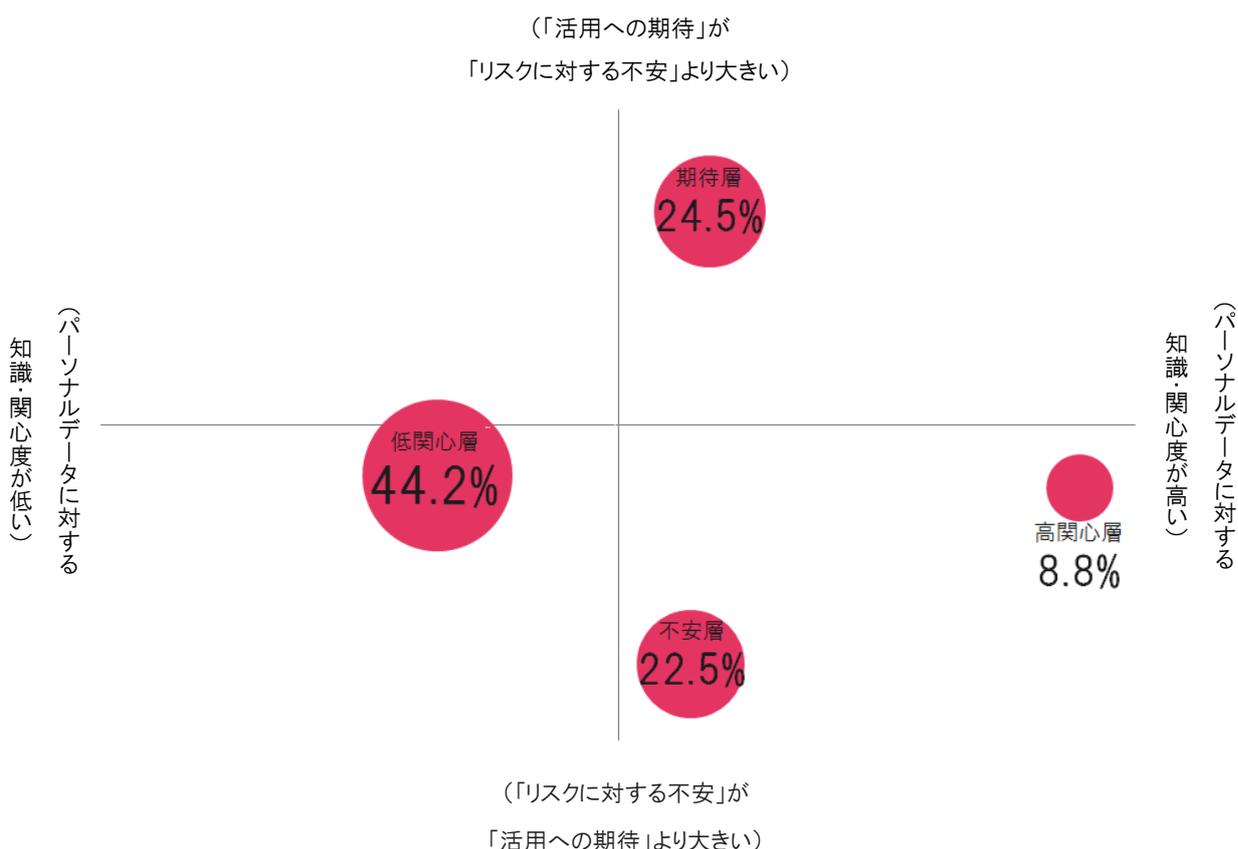


【2-2】パーソナルデータに対する知識・関心度と、期待/不安の度合いを掛け合わせて見ると、 関心度・知識度が中程度の層は、期待層と不安層に2分化

パーソナルデータに対する知識・関心度と、期待/不安の度合いを掛け合わせてマップ化したところ、知識や関心が低いまま漠然とした不安を示す「低関心層」が一番大きなグループを形成し、44.2%を占めました。一方で、ややパーソナルデータに対する知識・関心度が高い層においては、期待/不安を示す2つのグループが存在しています（「期待層」24.5%、「不安層」22.5%）。さらに、知識・関心度が高く、やや不安が大きいグループが存在しており、パーソナルデータ活用の利便性を認識しつつ、その問題点についても理解している層と考えられます（「高関心層」8.8%）。（図6）

期待層を拡大していくためには、低関心層に関心を持ってもらうための適切な情報発信と、不安層に安心を与えるための適切なプライバシー保護施策を行う、という2つの取り組みを合わせて実施していくことが重要であると示唆されます。

『「活用への期待』『リスクに対する不安』大きさ比較(縦軸)』と『パーソナルデータに対する知識・関心度(横軸)』とのクラスタ分析【図6】



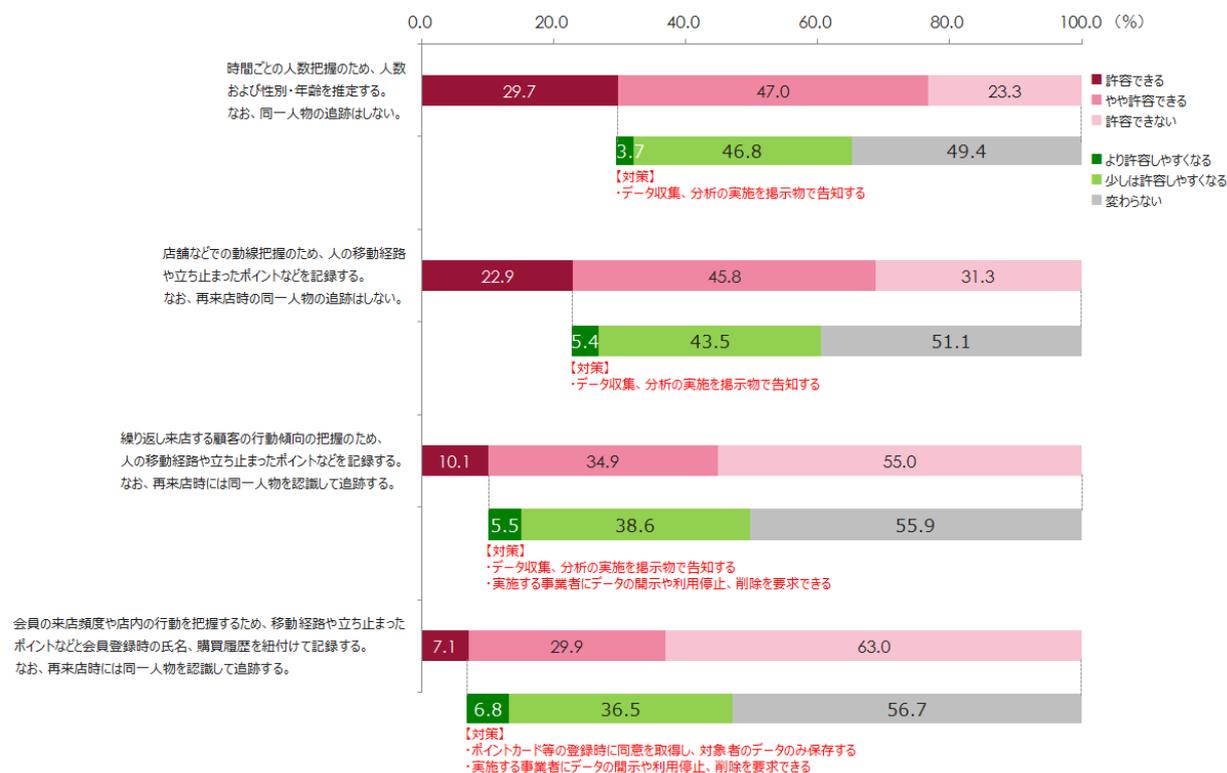
3. 新たな技術動向においても、生活者のプライバシー懸念に対して対策は有効

【3-1】公共空間内のカメラ映像利用では、告知や本人請求への対応で約半数の回答者の許容度が向上

公共空間でのカメラ映像の防犯以外の目的での利用について許容度を聞いたところ、同一人物の認識に関する許容度は、「許容できる」と「やや許容できる」をあわせても 50% 以下の回答であり、低いことが分かります。一方で、掲示物での告知やデータ削除の受け付け等を実施することは、約半数がカメラ映像の利用を許容しやすくするための取り組みとして有効であると回答しました。

Q. 商業施設や小売店等で設置されたカメラで撮影した人物の映像を解析、瞬時に数値データ化したうえで、防犯目的だけでなく商品の陳列や店内レイアウトの改善など、サービスの改善や空間づくりに活用することが検討されています。コンビニやスーパーなど店舗の出入口や防犯カメラに「カメラ作動中」と掲示されているだけの場合、以下のような目的・方法で活用されることを許容できますか。それぞれあなたの考えに近いものを選んでください。（それぞれ 1 つずつ）

また、そのそれぞれの活用方法について、赤字のプライバシー対策を講じることで許容の度合いは変わりますか。【図 7】



【3-2】急速な成長を見せるIoT、人工知能の分野でのプライバシーに不安を感じる生活者は約半数 情報量の急増や処理の高度化による、『意図せざる』リスクへの対策が課題

IoT や人工知能といった新たな技術について、その進展によるパーソナルデータの活用に不安を感じる生活者が、それぞれ 48.6%、46.3%と約半数に及びました。(図 8) IoT の分野では「接続機器が増えることによってデータ漏えいの可能性が高まっていること」(48.9%)や「本人が気づかないままデータ収集されること」(39.6%)、人工知能の分野では「自身のデータを確認や削除できないこと」(39.0%)や「意図せず個人が特定されてしまうおそれ」(36.8%)が強い懸念の上位に挙げられ、生活者にとって想定外のリスクが生じるのではないかと不安感が浮き彫りになりました。(図 9)

こうした意識を踏まえ、企業がこれらの技術を活用するにあたり、IoT においてはセキュリティの確立や利用者などへの告知・周知の徹底、人工知能においてはデータの収集や分析結果を活用する際に適正な制御を組み込むなどの、設計段階、運用段階を通じた多様なプライバシー保護の取り組みが重要であることが示唆されました。

Q. 昨今、注目されているIoTや人工知能といった新しい技術は、さまざまなメリットがある一方で、情報漏えいや悪意ある者による不正操作、人の仕事を奪ってしまうなどというリスクも指摘されています。このようなIoT、人工知能について、あなたの意識に近いものを、選択肢から選んでください。【図 8】



Q. IoT、人工知能を用いてパーソナルデータが収集、分析されるうえで、プライバシー上の懸念とされていることについて、あなたの考えをお答えください。【図 9】

(IoTのプライバシー面における不安要因)



(人工知能のプライバシー面における不安要因)



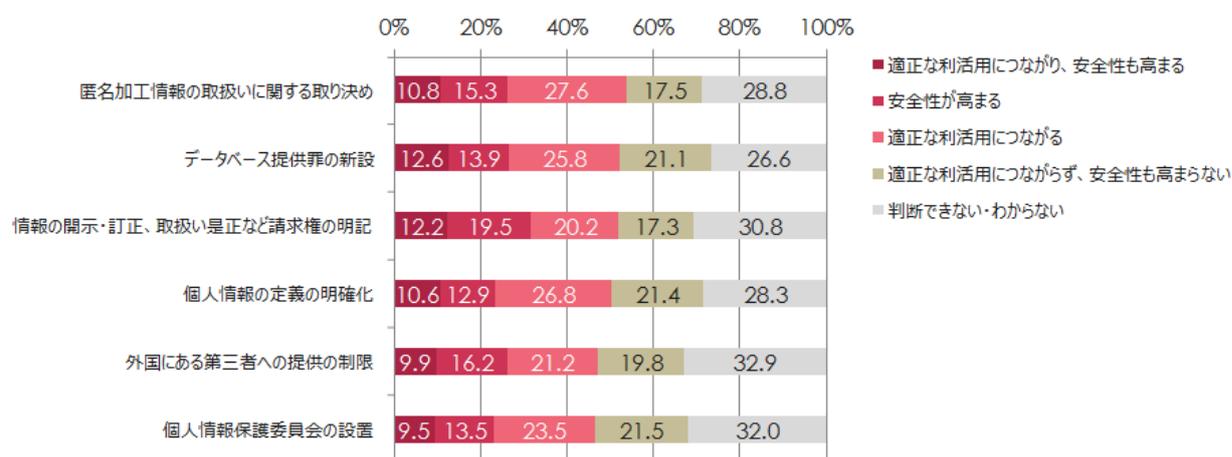
4. 改正個人情報保護法について一定の評価がなされるも、さらなる対応にも期待

【4-1】法改正について、「企業による適正な利活用」または「個人の安全性が高まる」と一定の評価

2015年の個人情報保護法改正における6つのおもな改正部分について、「一般個人にとっての安全性が高まる」、「企業による適正な利活用につながる」の2つの観点で評価を尋ねました。その結果、いずれの改正項目についても回答者の約5割が「安全性が高まる」、「利活用につながる」、「利活用につながり、安全性も高まる」のいずれかを選択し、法改正に対して一定の評価をしていることが分かりました。(図10)

「安全性が高まる」として最も評価されたのは、企業などによって不正な取り扱いがなされた場合には裁判所に是正を訴える権利が明確化された点でした。また、匿名加工情報の取り扱いに対する取り決めは、「安全性が高まる」、「利活用につながる」の両方で評価を受けていることが分かりました。(図11)

Q. 個人情報の適正かつ効果的な活用による新たな産業の創出や、個人の利益機会の保護といった目的に基づいて、昨年、個人情報保護法が改正されました。それぞれあなたの考えに近いものをお選びください。【図10】



個人情報保護法の個々の改正内容に対する評価ランキング【図11】

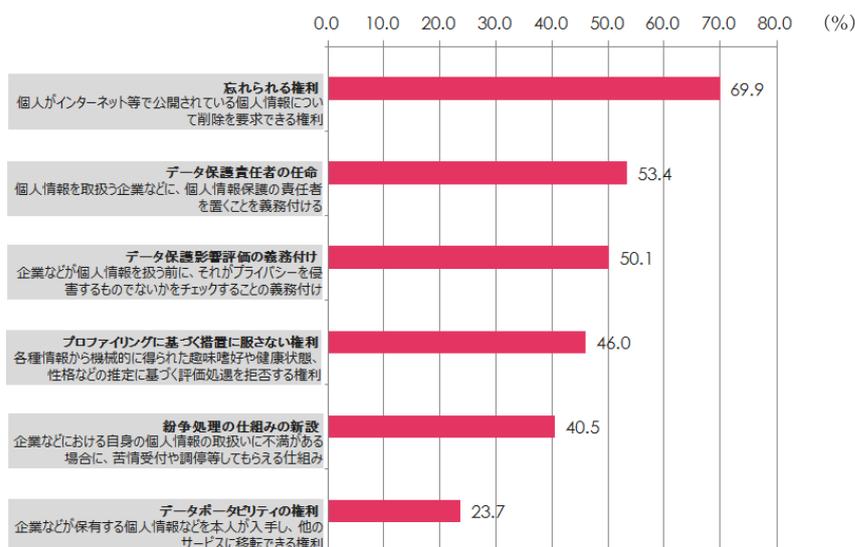
| 一般個人にとって安全性が高まる | | 企業による適正な利活用につながる | | |
|-----------------|----------------------|------------------|--------------------|-------|
| 1位 | 情報の開示・訂正、取扱い是正などの請求権 | 31.7% | データベース提供罪の新設 | 38.4% |
| 2位 | データベース提供罪の新設 | 26.5% | 匿名加工情報の取扱いに関する取り決め | 38.3% |
| 3位 | 匿名加工情報の取扱いに関する取り決め | 26.1% | 個人情報の定義の明確化 | 37.4% |
| | 外国にある第三者への提供の制限 | 26.1% | | |

【4-2】今後の法規制検討で重要とされたのは、「忘れられる権利」「データ保護責任者の任命」「データ保護影響評価の義務化」

今後の法規制検討の対象として最も多くあがったのが、「忘れられる権利」(69.9%)でした。次いで「データ保護責任者の任命」(53.4%)、「データ保護影響評価の義務化」(50.1%)といった、企業にプライバシー保護の取り組みを促す項目があげられています。(図 12)

なお、知識・関心度が高い層では、「プロファイリングに基づく措置に服さない権利」がデータ保護影響評価や保護責任者に関する項目を抑え、2 番目に必要な項目としてあがっており、データに基づく属性の推定などによる不利益やマーケティング活動を受けることに対する危機意識が伺えます。企業には、本人の求めに応じてプロファイリング等の停止を受け付ける等の自主的取り組みが求められます。

Q 今回の個人情報保護法改正では、いくつかの議題が今後の検討課題とされました。また、諸外国に目を向けると、日本の個人情報保護法にはないルールが存在しています。現時点で日本の個人情報保護法に明示的に盛り込まれていないルールについて、あなたが重要だ／日本にも必要だ、と考えるものをお答えください。【図 12】



以上