

令和元年度

データの流通環境等に関する消費者の意識に関する調査研究の請負

－報告書－

2020.3.31

みずほ情報総研株式会社
経営・ITコンサルティング部



0.調査の背景と目的	2
1. 調査内容	3
1. 1 調査の概要	3
1. 2 データの流通の現状及び課題に関する調査	4
1. 3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査	65
ア 一般国民向けアンケート調査	65
イ 企業向けアンケート調査	94
1. 4 データの流通・利活用の将来見通しと提言	119
1. 5 オープンデータの活用状況に関する調査	120
1. 6 5Gに関する意識・状況調査	125
1. 7 調整会合への協力	126
1. 8 外部有識者へのヒアリング	127

0. はじめに

0.1 調査の背景と目的

- 本調査の背景と目的は以下のとおりである。

<背景>

- ICTの進歩とともにデータの流通量は増加を続けており、5Gの商用化開始及びその普及はその傾向を一層加速させる。
- このような傾向の下、世界各国で個人に関する情報（以降、「パーソナルデータ」という。）を活用したサービスが登場しているほか、日本においては情報銀行のような新たな取組も始まりつつある。

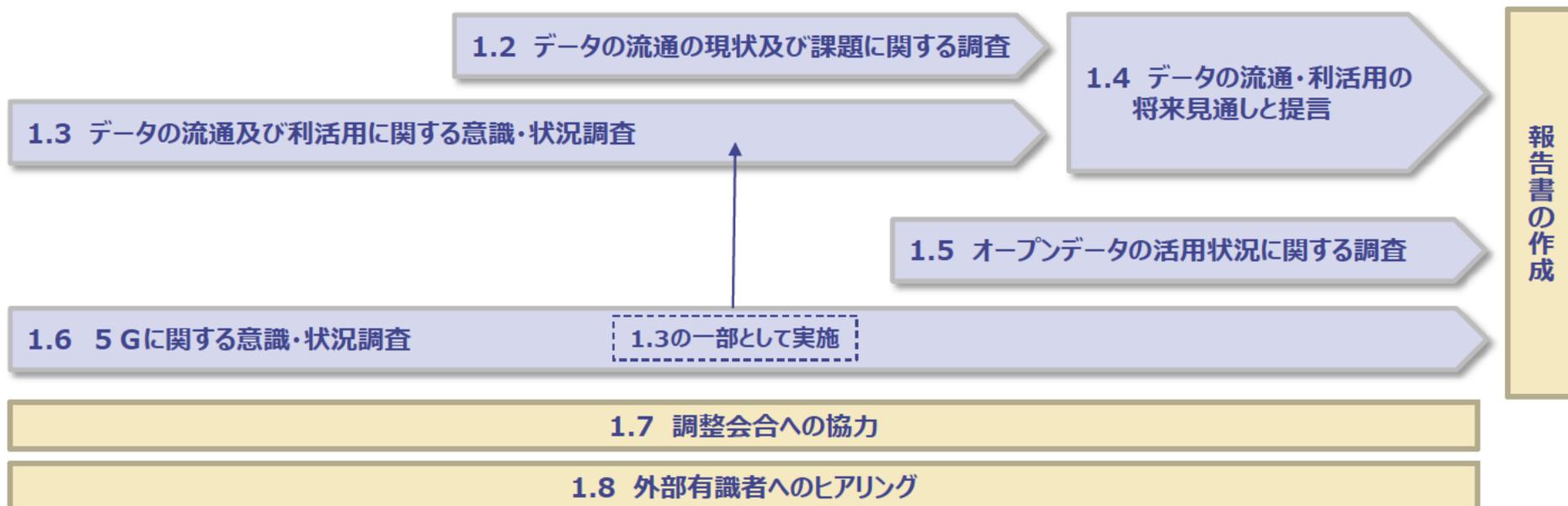
<目的>

- 本調査研究では、こうした背景に基づき、5Gに対する日本の消費者の認知度を把握するとともに、パーソナルデータやオープンデータ等を含むデータの流通の現状を把握することにより、5Gの商用化によって我が国においても進展することが想定される、様々なデータを活用したサービスの将来像を展望することを目的とする。

1. 提案内容

1.1 調査の概要

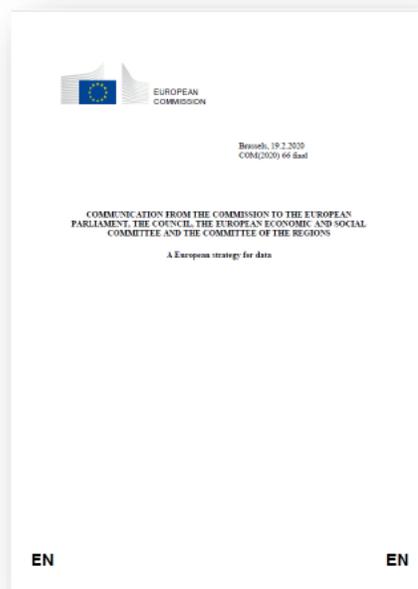
- 本調査は以下の調査項目から構成されている。
 - 「1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査」では、調査の背景となるデータ流通の現状・課題について文献調査により整理を行った。
 - 「1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査」では、対象国における個人・企業のパーソナルデータ・オープンデータ等のデータ流通及び利活用に関する意識調査を行った。
 - 「1.4 データの流通・利活用の将来見通しと提言」では、1.2及び、1.3の結果を踏まえたまとめを行った。
 - 「1.5 オープンデータの活用状況に関する調査」では、国内外のオープンデータを活用した最新の取り組みについて文献調査を実施した。
 - 「1.6 5Gに関する意識・状況調査」では、日本の個人がデータ流通を加速させる基盤となる5Gに対する認知度・利用意向を調査する。1.3で実施するアンケートの設問とすることで調査を効率的に実施した。
- 上記の他、本調査では、「1.7 調整会合への協力」、「1.8 外部有識者へのヒアリング」を実施した。
- 調査の結果を報告書としてとりまとめた。



1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ア 近年のデータの流通の潮流（欧州におけるデータ流通・活用戦略-a）

- 欧州委員会は2020年2月19日、デジタル政策の方針を示した「欧州のデジタルの未来を形成する」と、その施策を示した「欧州データ戦略」、「人工知能（AI）白書—卓越性と信頼に向けた欧州アプローチ」を公表
- 欧州委員会のウルズラ・フォン・デア・ライエン委員長は、「欧州のデジタルにおける未来を形成する戦略を示した。この戦略はサイバーセキュリティ、重要なインフラストラクチャ、デジタル教育、民主主義、メディアなど、すべてをカバーする。欧州におけるデジタルは、オープン、公平、多様、民主等の欧州の長所を反映していく」と述べている。また、「AIは人々に奉仕するべきであり、常に人々の権利を順守しなければならない」と述べている。
- 今回の公表資料は、今後の欧州のデジタル戦略の基本方針と政策と位置付けられ、年内に企業がEU市場にアクセスするためのルール、オンラインプラットフォームの責任強化、基本的権利を保護するためのデジタルサービス法などの追加措置が示される予定



(出典) European Commission website, European data strategy, Making the EU a role model for a society empowered by data.

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ア 近年のデータの流通の潮流（欧州におけるデータ流通・活用戦略-b）

- 「欧州のデジタルの未来を形成する」は、欧州の価値観とルールにもとづいたデジタル社会の実現に向けた今後5年間のデジタル政策基盤となる非立法文書
- その中では、デジタル社会における公平な恩恵の享受、社会変革に伴うリスク、課題（市民の個人データのコントロール、サイバー攻撃等による重要インフラへの影響等）に対処、個人の自由かつ安全な社会参画機会の提供、企業によるデータの活用によるイノベーションと公正な競争と協力を促すフレームワークの提供、社会全体の信頼性の高いデジタル化された流通の仕組みが必要としている
- 基本方針は、①人に役立つ技術、②公正で競争力のある経済、③民主的で持続的な社会の実現が柱
- EUの規制力、産業・技術力強化、外交力、対外金融手段により欧州のアプローチを推進し、“グローバル”な相互作用の形成を目指す

基本方針	施策の構成
1. 人に役立つ技術	<ul style="list-style-type: none">• AI分野の卓越性と信頼性（信頼できるAIの法的枠組み）• 最先端のデジタル技術への投資• 5G、6Gの推進、ギガビット接続投資• 欧州サイバーセキュリティ戦略、セキュリティ指令の見直し• デジタルスキル強化、キャリア移行• プラットフォーム労働者の条件改善• 公共部門のデータフローとサービスのための標準化
2. 公正で競争力のある経済	<ul style="list-style-type: none">• 欧州におけるデータ戦略を公表し、データガバナンス、データアクトの検討• 大規模プラットフォームに対する公正、競争性担保のための事前規制の検討• 国際競争力のあるEU産業のための産業戦略パッケージ提案• デジタル金融のためのフレームワーク• デジタル化に対応した21世紀型の事業税• 新たな消費者アジェンダ（消費者の情報取得と選択）
3. 民主的で持続的な社会の実現	<ul style="list-style-type: none">• オンラインプラットフォームと情報サービスプロバイダーの責任拡大• プラットフォームのコンテンツに対する監視強化と規則を検討• eIDAS規制の見直し、民間部門への拡大• 視聴覚メディア部門のデジタル革命と競争力強化• 欧州選挙への外部介入脅威への対処（欧州民主主義行動計画）• 欧州の環境予測、危機管理能力向上を企図した高精度デジタルモデルの開発• 循環型エレクトロニクスイニシアティブ• 高効率データセンター、通信事業者の環境影響• 健康データへのアクセスと交換（電子健康記録の推進）

（出典）European Commission COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS, Shaping Europe's digital futureからみずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ア 近年のデータの流通の潮流（欧州におけるデータ流通・活用戦略-c）

- 「欧州データ戦略」には、2030年までに欧州のデータ空間（Data space）を一つとする計画の概要が示されている。
- 計画は、欧州単一市場全体のデータの活用、生産性向上、競争市場の拡大、透明性のあるガバナンス、公共サービスの改善等、データ経済への包括的アプローチに寄与
- 同データ戦略は、①共通データ空間と部門（セクター）別データ空間を設け、②非個人データへのアクセスと共有、③クラウド機能の強化、④個人データと非個人データに対するユーザーコントロールの改善、⑤EUルールのグローバル展開とデータ保管の誘致施策の5つの柱から構成される

計画の柱	計画概要
1. 共通欧州データ空間の創設のための横断的なデータガバナンスフレームワーク	<ul style="list-style-type: none"> • 欧州における共通データ空間のガバナンスに関する法的枠組みの検討・提案 • 公共部門の価値が高いデータセットを対象としデータ利用（APIの標準化、無料化） • 横断的なデータ共有のインセンティブを提供する立法措置（データ法）の必要性の検討（公共利益のための企業と政府間のデータ共有、企業間データ共有の支援（産業データ等）、データの責任ある利用のためのルール、公正、透明、合理的条件下でのデータアクセス、データアクセス促進のためのIPRフレームワーク検討、データ分析と機械学習のためのデータプールに向けた方策、買収等によるデータ蓄積の競争への影響精査） • デジタル経済におけるデータの重要性分析とデジタルサービス法における既存政策枠組みの見直し
2. データへの投資、およびデータのホスティング、処理、使用、相互運用性に関するヨーロッパの機能とインフラストラクチャの強化	<ul style="list-style-type: none"> • データアクセスと共有を実現するためのクラウドインフラへの投資（40～60億ユーロの共同投資を行うためのデータ共有アーキテクチャ、ガバナンスメカニズム、高エネルギー効率なクラウドインフラへの投資） • クラウド連携に関する加盟国覚書、EU市場におけるクラウドサービスプロバイダーのEU規制への遵守 • 「クラウドルールブック」の策定（セキュリティ、エネルギー効率、サービス品質、データ保護、データポータビリティ） • 公共調達におけるルールブックに沿ったデータ処理サービスの欧州共通の基準、要件 • 欧州におけるクラウドサービスマーケットプレースのローンチ • Horizon Europeプログラムにおけるプライバシー保護技術、産業・個人データ空間を支える技術開発支援
3. 個人のエンパワーメント、スキルと中小企業への投資	<ul style="list-style-type: none"> • GDPR20条にもとづき、個人のポータビリティ権利の強化等、市民の自己データの管理による個人データ保護体制の完成 • デジタル分野の専門家の育成、デジタルリテラシーの向上、デジタル教育におけるデータへのアクセス、利用強化 • 中小企業に対するデータアクセスの改善、新サービス、アプリケーション開発機会の創出
4. 戦略的セクターおよび公共分野における欧州共通の分野別データ空間の整備	<ul style="list-style-type: none"> • 戦略的経済セクターおよび公共利益の領域における欧州共有データ空間の発展 • セクターにおけるデータプール、データ利用・交換技術、インフラ、ガバナンスの仕組み、水平的（セクター間）枠組み • 対象は、①製造業（非個人データ）、②環境・気象（グリーン・ディール）、③交通、④健康・医療、⑤財務・金融、⑥農業、⑦エネルギー、⑧行政機関向けデータ、⑨スキルデータ
5. オープンかつ積極的な国際的アプローチの採用	<ul style="list-style-type: none"> • EU市民の個人データ、商業上の重要データへのアクセスへの欧州価値観、法的枠組みの遵守を前提としたデータ移転と流通 • 欧州内、欧州と他地域間のデータフローの測定、経済価値評価のためのフレームワーク • EUの効果的なデータ規制・政策枠組みを活用した他国・地域からのデータ保管・処理の誘致 • アフリカにおけるデータ経済の支援

（出典）COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS A European strategy for dataからみずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ア 近年のデータの流通の潮流（欧州におけるデータ流通・活用戦略-d）

- 「人工知能（AI）白書—卓越性と信頼に向けた欧州アプローチ」は、EUにおけるAIに関する取組とハイレベル専門家グループのガイドライン等を踏まえ、欧州における信頼性の高い安全なAI開発を可能とするための方策を示した。白書では技術に関連するリスク軽減とAIの理解促進のための政策オプションが提示されている。なお、EUでは、AIに関する法律公表を目指していたが、本白書は、欧州データ戦略の付属文章と位置付けられている。
- 白書においては、特定セクターと機能に優先度をつけたうえで、リスクベースでのアプローチによる規制的枠組みが提言されている。
- 以下には、信頼あるAI活用のエコシステム実現に向けた規制的枠組みを示す。なお、白書は、提案であり現在パブコメ中（5月19日締切）

施策	施策概要（提案）
1.ハイリスクAIアプリケーションの定義	<ul style="list-style-type: none">• 重大なリスクの発生が予想される“分野”におけるAIアプリケーションかつ当該分野でのAIの応用が、重大なリスクが発生する可能性が高い“利用方法”• 重大なリスクは、「負傷、死亡、重大な物質、非物質的損害、個人、法人によって合理的に回避できない影響を与えるもの」• セクターとしては、医療、運輸、エネルギー、公共セクターの一部。加えて、労働者の権利に影響を与える採用プロセス、遠隔生体認証による監視技術
2.ハイリスクAIシステムに対する監査、適合性評価の提言	<ul style="list-style-type: none">• AIシステム事業者の活動を監視するため、EUと各国当局との緊密な連携を確立• 金融、航空、医薬品・医療機器、消費者保護、データ保護など、既存規制や承認等に関して、AIシステムの独立した監査と評価を行うことを提言• 適合性評価は、EU加盟国により指定された機関により実施• ハイリスクの適合性評価に関しては、適合性評価のメカニズムの一部と位置付ける
3.ハイリスクシステムにおける評価項目	<ul style="list-style-type: none">• 学習データ：十分に広範で、差別や危険を回避するシナリオがカバーされている。プライバシーや個人情報が適切に保護される• データの保持：AIシステムのトレーニングと学習データに関する記録を保持する。AIシステムの構築・テスト・検証プロセスを導入。評価機関等による検査のための利用を確保• 情報提供：AIシステムの能力と限界に関する情報、AIシステムを利用する際の消費者への明確な情報提供• 堅牢性・正確性：発生する可能性のあるリスクを事前に考慮した開発。結果の再現性。すべてのライフサイクルにおけるエラーや不整合を処理。攻撃に対する回復力• 人的監視：設計段階や運用中の人間による監視により、信頼できる倫理的で人間中心のAI活用とする。人間による監視は、適切なレベルとタイプは用途と効果により異なる• リモート生体認証：AIは、遠隔での生体認証にのみ利用できる。顔認証の使用が正当化され、適切な保護対象となっている公共の場所での利用ができる。EU委員会は、正当化する可能性のある状況、共通の保証措置に関する検討を開始する。
4.ハイリスク以外のシステムに対する任意表示	<ul style="list-style-type: none">• ハイリスクに分類されないAIアプリケーションは、AI対応製品およびサービスの信頼性を消費者に示すための任意のラベリングスキーム• ラベリングスキームへの参加は任意であるが、開発者又は導入者がラベルを使用することを選択した場合、要件は拘束力を有する
5.製品安全責任法との関係	<ul style="list-style-type: none">• 既存のEU製品安全責任法は、透明性の欠如など、AIがもたらすリスクや状況に対処するために改善される可能性がある• EUの製品安全法がスタンダードのソフトウェアとAIシステムの機能に対する変更を取り込む

（出典）WHITE PAPER On Artificial Intelligence - A European approach to excellence and trustからみずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ア 近年のデータの流通の潮流

□ 内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室「データ流通・活用ワーキンググループ第二次とりまとめの中で、各国でのデータ利活用の特徴的な取組が紹介されている。Midata（英国）、My Data Global（フィンランド）、My Data Initiative（米国）、芝麻信用（中国）。

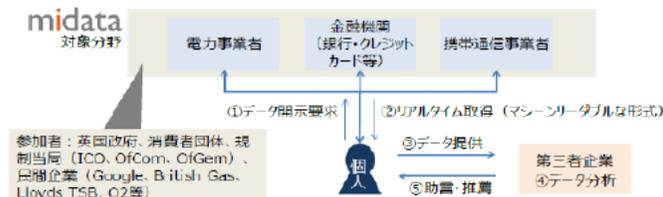
様々な分野でのデータの流通・利活用ビジネスでの具体的事例（パーソナルデータの利活用）

諸外国におけるパーソナルデータ利活用の特徴的な取り組み

■ midata（英国）

個人が、民間企業が保有する個人データをリアルタイムに利用しやすい形式で提供を受け、当該データを用いることで他の事業者からより良いサービスを受けられるようになる政府主導のシステム。

□ midataの仕組み



出典：第1回データ流通・活用ワーキンググループ 経済産業省説明資料

■ My Data Global

「個人は自らのパーソナルデータを管理すべき」という信念に基づき、フィンランドが2015年から提唱している施策。

2018年10月にMydata Globalが設立され、欧州を中心に世界各地に拠点も設置。日本でも「MyData Japan」により、MyDataの考え方を広める活動が行われている。

□ フィンランドが提唱するMyData施策の概要図



□ MyDataが掲げる原則

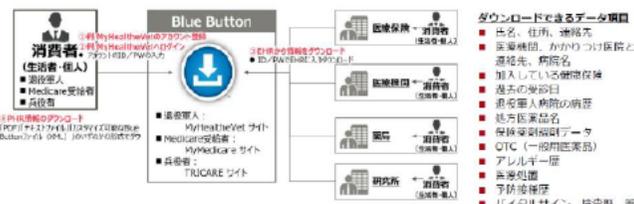
- ・ パーソナルデータの個人中心の制御
- ・ 結合点としての個人
- ・ 個人のエンパワーメント
- ・ ポータビリティ：アクセスと再利用
- ・ 透明性と説明責任
- ・ 相互運用性

出典：MyData Japanウェブサイト

■ My Data Initiative（米国）

米国で2010年から始まった、自らの個人情報を安全、適時、電子的にやり取りする技術的な枠組みを連邦政府主導で進める取組。「Blue Button（医療データ）」等において、データポータビリティ拡大を目指す。

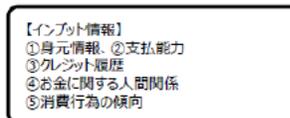
<Blue Buttonの概要>



出典：第1回データ流通・活用ワーキンググループ 経済産業省説明資料

■ 芝麻信用（中国）

アリペイ（アントフィナンシャル社のオンライン決済サービス）付帯機能として開始された信用スコアサービス。スコアで個人の信用力を企業等に示すことができ、従来の信用評価では信用力を示すことができなかった個人のためのサービスとされている。



【芝麻信用によるスコア算出】



【高スコアユーザーのメリット】

- ・ デPOSITが不要になる。
- （例：自転車・車・雨傘・本の貸出等シェアリングエコノミー、ホテル、病院、賃貸物件）
- ・ アントフィナンシャル社の金融サービスでスコアに金利優遇
- ・ シンガポールやルクセンブルクのどが取得しやすくなる
- ・ 適活サイトでスコアを表示可能

※スコアを信用するかどうかは、利用者に委ねており、アントフィナンシャルは責任を負わない

出典：第5回データ流通・活用ワーキンググループ 国際大学 庄司准教授説明資料

（出典）内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室「データ流通・活用ワーキンググループ第二次とりまとめ（概要版）」（令和元年6月）

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (ア) プライバシー上の課題に関する事例調査

- 総務省の国民のための情報セキュリティサイトでは、プライバシーについて「一般に、“他人の干渉を許さない、各個人の私生活上の自由”をいうと考えられています。いいかえると自分が他人に知られたくない情報のこと」と示している。
- 近年SNS等インターネットの利用が進むにあたり、個人のプライバシーが侵害されるような事案が少なからず発生している。
- プライバシーが侵害されるケースとして大きく「①本人に関する情報を第三者が無許諾で公表」、「②デマ、偽情報による本人のプライバシー侵害」、「③プライバシー情報を含む個人の情報分析により不当な扱いや不利益を被る」の3つに分類することができる。特に③がICTの進展とビッグデータの組み合わせにより今後増えていく課題であると想定した。

ネット上でプライバシーが侵害されるパターン

分類	内容
①本人に関する情報を第三者が無許諾で公表	<ul style="list-style-type: none"> • SNSに自分の写真が勝手にアップされた。
②デマ、偽情報による本人のプライバシー侵害	<ul style="list-style-type: none"> • SNSに自分にに関して事実とは異なる内容情報を書き込まれた。 • さらに、それらの情報が多くの人によって拡散された。 • ネット上では、事件が発生すると犯人探し「特定」しようとする人々がいる。これらの行為を指す「ネットリンチ」と呼ばれる用語も存在する。特定結果をまとめた「まとめサイト」も存在する。
③プライバシー情報を含む個人の情報が分析により不当な扱いや不利益を被る	<ul style="list-style-type: none"> • AIによって自身の評価が下がり生命保険に入ることができなかった。 • さらに、間違った情報を元に評価されると②の要素も含まれる。 • なぜそのような判定・評価となったのかわからない場合もある（アルゴリズムのブラックボックス化）。

ネット上における個人プライバシーに関連するトラブル事例

事例	概要
池袋自動車暴走事故でのデマ	2019年4月の事故。容疑者の家族に関する誤情報が流された（企業の役員、首相の元秘書）。ジャーナリストや国会議員が拡散した。
常磐道あおり運転暴行事件でのデマ	2019年8月の事故。逮捕者とは別の人の名前が容疑者として拡散された。無関係の女性が犯人特定され、氏名、写真がネット上で公開された。デマを拡散した市議会議員は謝罪の後、議員辞職した。
リクナビDMPフォー	リクルートキャリア社が販売を行っていたサービス。学生の内定辞退率を本人の同意なしに利用・分析、外部に販売した。2019年12月4日には、情報を利用した企業（38社）に対して行政指導が行われた。
AIバイアス	マイクロソフトのAI「Tay」が差別発言を行い、リリース直後にサービス停止に至った。ユーザーが意図的に差別表現をAIに学習させたことが原因。
AI採用打ち切り	米amazonがAI採用システムの運用を取りやめた。女性差別する欠陥が生じていることが判明。機械学習に使用したデータに偏りがあったことが原因。（2018年10月11日ロイター）
信用スコアリングによるデメリット	本人の信用度合いを各種情報を元にスコア付けする。中国のアリババの「芝麻信用」は、個人融資用として活用が始まった。スコアが高ければ低利での融資が受けられ、逆に低いと制限を受けることになる。

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (ア) プライバシー上の課題に関する事例調査

- SNS等への情報の蓄積が進むにあたり、個人の死後のデータの取り扱いが今後の課題となる可能性がある。
- 議論が先行するのは米国である。背景には、エンターテインメント業界からの要望があった。亡くなったセレブリティを指す「Deleb（デレブ）」の用語も生まれている。
- 情報セキュリティ大学院大学の湯浅 壘道 教授によると、米国では「個人に関するデータ等の権利を死後にも拡張するため、パブリシティの概念を援用し、州法のパブリシティの権利に関する規定を改正して、本人の死後にも延長する州が出現している。」また、「これらの州法において保護の対象となるのはセレブリティだけに限定されない。」とのことである。

項目	内容
対象者	セレブリティ（著名人）に限定されない。
権利保護の対象	氏名、肖像、音声、署名、風貌
法的問題	パブリシティの権利を死後にも保護すべきかについては議論が分かれている状況。 <ul style="list-style-type: none">・保護期間・権利の行使者（例：法人、親族限定、遺言で指定した人）・保護対象者（例：セレブリティに限定、死によって有名になった人も対象）・連邦憲法修正第1条（言論の自由の保障）

（出典）湯浅 壘道「情報ネットワーク法学会第19回研究大会 個別報告予稿集 アメリカにおける死者のデータ等保護の動向」（2019年11月2日～11月3日）よりみずほ情報総研作成。

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (ア) プライバシー上の課題に関する事例調査

□ 以下は、州法により認められているものを抜粋した。裁判で認められているケース等もあるが対象外としている。

州名	内容
アーカンソー州	2015年に州議会はパブリシティ法を可決したが、州知事が拒否権を行使した。2016年にパブリシティ法が再度可決され、州知事も署名して発効した。パブリシティ法は、名前および肖像を保護対象としており、州民が死亡した後も、そのパブリシティを保護する旨が規定されている。死後は、遺言執行人、相続人、本人があらかじめ指定したものが権利を行使できる。
カリフォルニア州	制定法により名前、肖像、画像、音声または風貌を本人の同意なく商業目的で使用することを犯罪とするとともに、無断使用について民事上の救済規定を定めている。死後は、70年間権利が有効である旨が明文で規定されており、権利は原則として本人の子または孫が行使することができるが、本人の生前の契約により譲渡することも可能である。この保護年数は、カリフォルニア州の著作権法の規定に合わせたものである。
フロリダ州	州法により本人の書面による同意なく個人の名前または風貌を商業、取引または広告目的で使用することを禁じている。死後も40年間権利が有効である旨が明文で規定されており、本人の配偶者または子が権利を行使できる。またコモン・ロー上の権利としてのパブリシティも、死後も有効である旨を示唆した州裁判所の判決もある。
ハワイ州	2009年に制定法を可決し、「すべての個人または人格は、個人または人格の名前、声、署名、および肖像を使用する財産権を有する」と規定して、財産権としてのパブリシティの権利を明確に保障した。またハワイ州法においては、この権利は自由に譲渡したりライセンスしたりすることが可能であると規定している。死後は70年間保護されることが明文で規定されており、親族が行使することができる。
イリノイ州	1990年にパブリシティ法が制定され、個人の「アイデンティティ」を商業目的で無断使用することを禁じ、無断使用に対して刑事罰及び民法上の救済が規定された。死後も50年間保護されるが、パブリシティ法の制定後に本人が死亡した場合に限られる。
インディアナ州	1994年にパブリシティ法が制定され、名前、声、署名、写真、画像、肖像、本人を識別できる外観、ジェスチャー及びマニエリスムが保護の対象とされている。これらの権利は譲渡可能であり、死後の保護期間は100年とされている。
ケンタッキー州	「公人 (Public Figure)」の名前および風貌を商業利用から保護することについて規定しており、この保護は死によっても終了しないと定め、死後の保護期間は50年間としている。死後は、本人の財産の執行人または管理人が利用について同意する権利を有する。
ルイジアナ州	死亡した兵士についてのみパブリシティ法で保護しており、照合目的で死亡した兵士の名前、肖像または写真を、本人または生存する直近の親族（血縁上または婚姻上）の同意なく使用することを禁じている。したがって、本人が死亡した後は、生存する直近の親族が同意する権利を行使できる。
ネブラスカ州	商業目的で個人の名前、写真、肖像またはパーソナリティを使用することはプライバシー侵害としている。死後も保護は継続することが規定されており、権利は配偶者または本人の代理人が使用に関する同意を行うことができるとしている。ただし保護期間は定められていない。
ネバダ州	商業目的で個人の名前、写真、肖像またはパーソナリティを使用することをプライバシー侵害としている。死後は50年間保護されるが、相続人は登録しなければならず、本人の死後6か月以内に登録しなかった場合は、権利を放棄したものとみなされる。

(次ページに続く)

(出典) 湯浅 壘道「情報ネットワーク法学会第19回研究大会 個別報告予稿集 アメリカにおける死者のデータ等保護の動向」(2019年11月2日～11月3日)より
みずほ情報総研作成。

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (ア) プライバシー上の課題に関する事例調査

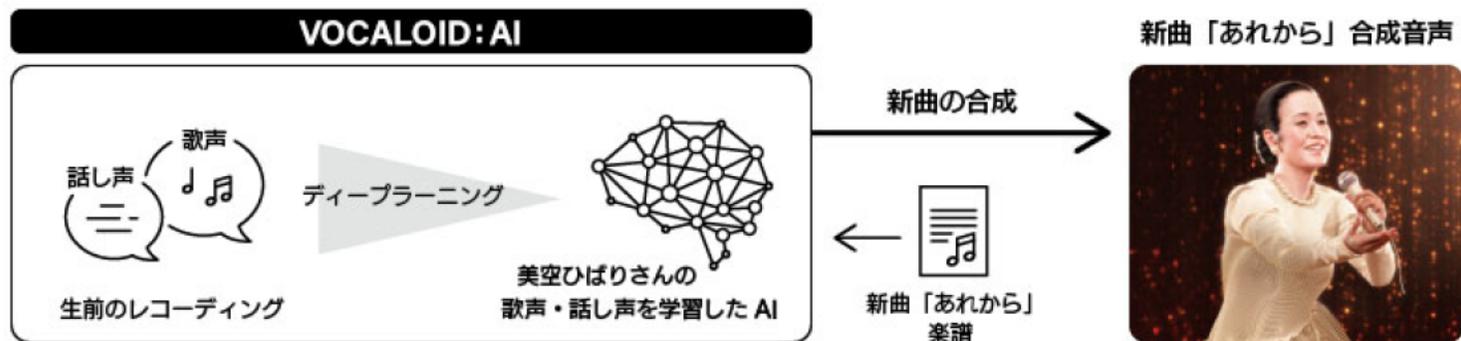
州名	内容
オハイオ州	個人の「ペルソナ」としてのパブリシティの権利を保護する規定を置いている。「ペルソナ」は名前、声、署名、または肖像が商業的価値を有している個人のことを指し、ハワイ州法やワシントン州法における「人格」とほぼ同様である。商業目的での個人のペルソナの無断利用に対しては刑事罰及び民事上の救済措置が規定されている。死後の保護期間は60年間とされている。
オクラホマ州	2016年になりすまし禁止法（Catfishing Liability Act）を制定し、その中で生存者と故人を問わず、個人の名前、声、署名、または肖像を無断で意図的に使用することを禁止した。死後も保護され、保護期間は100年間とされている。なお、他の刑事法には、死後の権利が永遠に保護されると解されるものも存在する。
ペンシルバニア州	生存する個人及び死者の両方について、氏名または肖像が商業的価値を有する場合に限り、広告または商業目的で無断使用することを禁じている。ペンシルバニア市民として死亡した場合に限り、死後は30年間保護される。
テネシー州	1984年に個人の権利の保護に関する法律を制定した。その中で、個人の名前、写真または肖像を財産権として保護し、自由に譲渡やライセンス化を認めている。死後の保護期間は10年間である。
テキサス州	死亡した個人についてのみパブリシティを州法で保護している珍しい州である。1937年以降に死亡した個人の名前、音声、署名、写真または肖像を、製品、商業または財に関連して無断で使用することを禁じている。死後は50年間有効であり、譲渡可能である。
ヴァージニア州	故人の名前または写真を無断で広告または商業目的で使用することを禁じ、無断使用に刑事罰及び民事上の救済規定を置いている。死後は20年間保護することとしているが、誰が権利行使できるのかについては明文規定を欠く。
ワシントン州	個人または人格は、個人または人格の名前、声、署名、または肖像を無断で使用されない財産権を有すると規定しており、この権利は自由に譲渡したり、ライセンスしたりすることが可能であると規定している。またこの権利は死によって消滅することはないと明文で規定されており、死後の権利は、個人の場合は10年間、人格の場合は70年間保護される。なお個人と人格の相違について、後者は名前、声、署名、または肖像が商業的価値を有している個人のことを指す。

（出典）湯浅 壘道「情報ネットワーク法学会第19回研究大会 個別報告予稿集 アメリカにおける死者のデータ等保護の動向」（2019年11月2日～11月3日）よりみずほ情報総研作成。

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (ア) プライバシー上の課題に関する事例調査

- 歌手「美空ひばり」の動画がAI技術によって制作され、令和元年の「第70回NHK紅白歌合戦」において放送された。
- NHKでは、「美空ひばり」が、帰ってきます。」「美空ひばりが紅白で、復活！」という紹介が行われた。
- ヤマハ株式会社の人工知能技術を搭載した歌声合成技術「VOCALOID:AI」が用いられた。美空ひばり氏の生前の音声、映像データを学習データとして用いてAIが深層学習技術（ディープラーニング）を行うことで、氏の歌声、歌い方、話し声の特徴を再現した。
- 曲の振り付けは、歌手天童よしみ氏が担当した。振り付けによる動作をモーションキャプチャー技術によって取り込んだ。



(出典) NHK「【AI美空ひばり】紅白出場！制作の舞台裏を描いたNHKスペシャルの拡大版を放送！」

<https://www6.nhk.or.jp/nhkpr/post/original.html?i=20369>

美空ひばりの新曲ライブの実現を支援 あの歌声を当社最新の歌声合成技術『VOCALOID:AI™』で再現

https://www.yamaha.com/ja/news_release/2019/19090302/

美空ひばり VOCALOID:AI™ - AIに関する取り組み - ヤマハ株式会社

https://www.yamaha.com/ja/about/ai/vocaloid_ai/

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (イ) 現にサービス提供の前提として行われている個人情報の取得及びその利用の実態

- 情報の収集・授受や、商品購入がネットでは多く利用されている。これらはE Cサイト、SNS、情報共有サイトにおいて、アカウントの作成・登録をおこなうことで、各種サービスが利用できるようになる（閲覧のみの場合は、アカウント不要の場合も多い）。
- ちなみに、クレジットカード作成、銀行口座開設や携帯電話等のサービスを含む申込みの場合には、公的機関の書類（画面キャプチャー）の提出が求められる場合もある。
- 本調査では、我が国でサービスを提供している上述した事業者において、アカウントを作成・登録する際にどのような情報を必要としているか、公表情報から情報収集を行った。
- 登録情報として比較的入力求められることが多かったのは、氏名、生年月日、メールアドレス(キャリアメールを含む)、携帯電話番号であった。

目的：	アカウントの新規作成・登録の際に求められるユーザ情報の把握。	
対象：	我が国の大手E Cサイト、SNS、情報共有サイト。	
調査方法：	文献調査。事業者のFAQや利用規約からアカウント作成に当たりどのようなユーザ情報が必要となるかの情報収集を行う。 ※なお、実際にスマートフォン等からユーザー登録画面にアクセスし情報登録を行うものではない。	
アカウント作成・登録に必要な情報：	<ul style="list-style-type: none">• ユーザ情報<ul style="list-style-type: none">➢ 氏名➢ 年齢➢ 生年月日➢ 住所➢ メールアドレス・キャリアメール➢ 電話番号・携帯電話番号➢ 所得➢ 口座情報、クレジットカード情報 ※有料サービスの場合➢ その他	<ul style="list-style-type: none">• ユーザ情報以外の情報<ul style="list-style-type: none">➢ 秘密の質問・回答➢ パスワード➢ 関心ある情報➢ 保有情報機器➢ その他

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (ウ) サイバーセキュリティ上の課題に関する事例調査

□ 以下に、我が国におけるサイバーセキュリティインシデント事例一覧を示した。

情報源候補		サイバーセキュリティインシデント事例				
情報名	概要	昨年 順位	個人	順位	組織	昨年 順位
IPA 情報セキュリティ10大脅威 2019	毎年公表される調査。個人と企業別に分けてランキング形式でセキュリティインシデントを公表している。2019年は、個人において、メール等を使った脅迫・詐欺の手口による金銭要求、企業においては、サプライチェーンの弱点を悪用した攻撃の高まりが新たにランクインした。 https://www.ipa.go.jp/security/vuln/10threats2019.html	1位 (*1)	クレジットカード情報の不正利用	1位	標的型攻撃による被害	1位
		1位	フィッシングによる個人情報等の詐取	2位	ビジネスメール詐欺による被害	3位
SCAN SECURIT	インシデント事例が個別に掲載されている。セキュリティインシデント情報を扱う類似サイトは他にも多数存在する。 https://s.netsecurity.ne.jp/category/incident/incident/latest/	4位	不正アプリによるスマートフォン利用者への被害	3位	ランサムウェアによる被害	2位
		NEW	メール等を使った脅迫・詐欺の手口による金銭要求	4位	サプライチェーンの弱点を悪用した攻撃の高まり	NEW
		3位	ネット上の誹謗・中傷・デマ	5位	内部不正による情報漏えい	8位
		10位	偽警告によるインターネット詐欺	6位	サービス妨害攻撃によるサービスの停止	9位
		1位	インターネットバンキングの不正利用	7位	インターネットサービスからの個人情報の窃取	6位
		5位	インターネットサービスへの不正ログイン	8位	IoT機器の脆弱性の顕在化	7位
		2位	ランサムウェアによる被害	9位	脆弱性対策情報の公開に伴う悪用増加	4位
		9位	IoT 機器の不適切な管理	10位	不注意による情報漏えい	12位

(出典) IPA 情報セキュリティ10大脅威 2019

(*1) クレジットカード被害の増加とフィッシング手口の多様化に鑑み、2018年個人1位の「インターネットバンキングやクレジットカード情報等の不正利用」を本年から、①インターネットバンキングの不正利用、②クレジットカード情報の不正利用、③仮想通貨交換所を狙った攻撃、④仮想通貨探掘に加担させる手口、⑤フィッシングによる個人情報等の詐取、に分割。

Copyright © 2020 Mizuho Information & Research Institute, Inc. All rights reserved.

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-a：越境データの流通に関する規制

□ 国・地域をまたがるデータ流通に関する主な法規制は以下のとおり。

国	名称
二国間	EU米国間における「プライバシーシールド（Privacy Shield）」（2016年）
多国間	「越境プライバシー保護ルール（CBPR：Cross Border Privacy Rules）」（アジア太平洋経済協力（APEC：Asia Pacific Economic Cooperation））
	「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドライン（OECD8原則）」（OECD）

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-a：越境データの流通に関する規制

□ EU米国間における「プライバシーシールド（Privacy Shield）」（2016年）

規制概要

- EU・スイスとアメリカ間のPrivacy Shield Frameworkは、EU・スイスからアメリカに個人データを移送する際に、データ保護要件を遵守することを目的として、2016年に米国商務省、欧州委員会、スイス政府によって策定され、承認。米国企業はEUのプライバシー原則を遵守すると自己申告し、米商務省に登録すれば個人データを持ち出すことが可能。現在、Google、Microsoft、Facebook等の2400社強の企業が登録している。
- EUは、プライバシーシールド後に適用を開始したGDPRにより欧州域外への個人データの移送を原則禁止とする一方、米国企業は例外的にプライバシーシールドの枠組みの中で域外へのデータ移送を認可している。
- プライバシーシールド策定以前は、欧米間の個人データの移送は、米商務省とECが2000年に定めた「Safe Harbour」協定で定められており、米国企業は同協定に署名することで、個人情報を米国に移送することが認められていた。

規制原則

プライバシーシールドは、以下の原則に基づいている。

- **データを取り扱う企業への強い義務（Strong obligations on companies handling data）**
米国商務省が参加企業の定期的な更新とレビューを行い、企業が自ら提出した規則を遵守しているか確認を行う。遵守していない企業は制裁を受け、リストから除外される。第三者へのデータ移送の条件を強化することで、プライバシーシールド企業からのデータ移送の場合も、同レベルの保護が保証される。
- **米国政府のアクセスに関する明確なセーフガードと透明性の義務化（Clear safeguards and transparency obligations on U.S. government access）**
米国はEUに対し、法執行と国家安全保障のための公的機関のアクセスについて、明確な制限、セーフガード、監視メカニズムの対象となることを保証している。
- **個人の権利の効果的な保護（Effective protection of individual rights）**
プライバシーシールドの下で自分のデータが悪用されたと考える市民は誰でも、紛争解決メカニズムの恩恵を受けられる。また、個人は各国のデータ保護当局に相談することも可能で、連邦取引委員会と協力して、EU市民による苦情が調査・解決されるようにする。
- **年次共同レビューメカニズム（Annual joint review mechanism）**
法執行及び国家安全保障の目的のためのデータへのアクセスに関するコミットメント及び保証を含め、プライバシー・シールドの機能を監視する。

（出典）EU「European Commission launches EU-U.S. Privacy Shield: stronger protection for transatlantic data flows」
（https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_16_2461）、The International Trade Administration (ITA)（<https://www.privacyshield.gov/Program-Overview>）、日経クロステック（<https://xtech.nikkei.com/it/atcl/news/16/071302077/>）

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

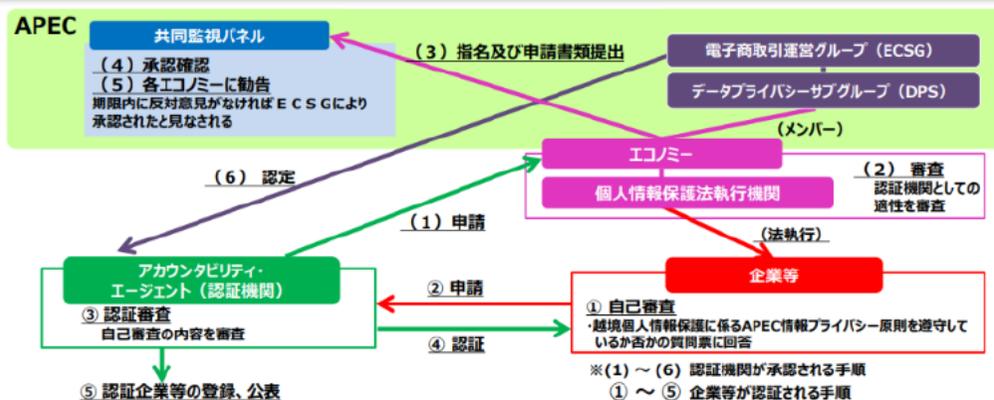
■ ①-a：越境データの流通に関する規制

□ 「越境プライバシー保護ルール（CBPR：Cross Border Privacy Rules）」（アジア太平洋経済協力（APEC：Asia Pacific Economic Cooperation））

規制概要

- ビジネスのグローバル化に伴い、APECは、国境を越えて移転する個人情報適切に保護するためCBPRシステムを構築し運用している。本システムは、企業等が、自社の越境個人情報保護に関するルール、体制等に関して自己審査を行い、その内容について予め認定された中立的な認証機関から審査を受け、認証を得るもの。つまり、事業者の越境個人情報保護に係る取組に関し、APECプライバシー・フレームワークへの適合性を認証する制度。
- CBPRでは、①自己査定（事業者がCBPR質問票に回答）、②適合性審査（APEC認定機関（アカウントビリティ・エージェント）による審査）、③認証・受け入れ（認証したアカウントビリティ・エージェント、認証を受けた事業者の事業者名、連絡先をAPEC及び当該国のウェブサイトで公表）、④紛争解決・執行（事業者がCBPRルール違反があった場合、アカウントビリティ・エージェント及び執行機関が当該事業者を執行）の4要素から成り立っている。
- 日本においては、2014年にこの枠組への参加が認められ、また、2016年には、一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）が我が国初の認証機関として認定され、同年6月より認証事業が開始。我が国においてもグローバルに活躍する企業等の越境個人情報保護の取組に対し、APECのCBPR認証を付与することが可能になっている。

CBPRの概念図（経済産業省作成）



(出典) 経済産業省 (<https://www.meti.go.jp/press/2016/12/20161220004/20161220004.html>)、前田恵美「データ移転とAPEC越境プライバシールール（CBPR）について」

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-a：越境データの流通に関する規制

□ 「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドライン（OECD8原則）」（OECD）

規制概要

- 大量のデータを瞬時に処理できるコンピュータが普及して国際的な通信ネットワークが構築されれば、個人データの国際流通が深まる可能性を受け、1980年、OECDの理事会は「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドラインに関する理事会勧告（OECDプライバシーガイドライン）」を採択。2013年に現在のガイドラインへと改訂。
- OECDプライバシーガイドラインでは、以下に示す8項目からなる原則により成り立っている。これら原則は、現在、世界各国の個人情報やプライバシー保護に関する法規制の基本原則として取り入れられている。

No.	原則	ガイドラインにおける規定（JIPDEC仮訳）
①	収集制限	個人データの収集には制限を設け、いかなる個人データも、適法かつ公正な手段によって、及び必要に応じてデータ主体に通知し、又は同意を得た上で収集すべきである。
②	データ内容	個人データは、利用目的の範囲内において利用し、かつ利用目的の達成に必要な範囲内で正確、完全及び最新の内容に保つべきである。
③	目的明確化	個人データの収集目的は、データが収集された時点よりも前に特定し、当該利用目的の達成に必要な範囲内における事後的な利用又はその他の目的での利用は、その利用目的に矛盾しない方法で行い、利用目的を変更するにあたっては毎回その利用目的を特定すべきである。
④	利用制限	個人データは、第9項（上記③目的明確化の原則）により特定された目的以外の目的のために開示すること、利用可能な状態に置くこと又はその他の方法で利用すべきではない。ただし、以下の場合はこの限りではない。 a) データ主体の同意がある場合、又は、 b) 法令に基づく場合。
⑤	安全保護措置	個人データは、その滅失若しくは不正アクセス、き損、不正利用、改ざん又は漏えい等のリスクに対し、合理的な安全保護措置を講ずるべきである。
⑥	公開	個人データの活用、取扱い、及びその方針については、公開された一般的な方針に基づくべきである。その方法は、個人データの存在及び性質に応じて、その主要な利用目的とともにデータ管理者の識別及び通常の所在地を認識できる方法によって示すべきである。
⑦	個人参加	個人は次の権利を有する。 a) データ管理者が自己に関するデータを保有しているか否かについて、データ管理者又はその他の者から確認を得ること。 b) 自己に関するデータを保有している者に対し、当該データを、i. 合理的な期間内に、ii. 必要がある場合は、過度にならない費用で、iii. 合理的な方法で、かつ、iv. 本人が認識しやすい方法で、自己に知らしめられること。 c) 上記（a）及び（b）の要求が拒否された場合には、その理由が説明されること及びそのような拒否に対して異議を申立てることができること。 d) 自己に関するデータに対して異議を申し立てること及びその異議が認められた場合には、そのデータを消去、訂正、完全化、改めさせること。
⑧	責任	データ管理者は、上記の諸原則を実施するための措置を遵守する責任を有する。

（出典）OECD「The OECD PRIVACY FRAMEWORK」、JIPDEC（https://privacymark.jp/wakaru/kouza/theme5_01.html）

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-b：越境データの促進に関する取組（政策的取組）

- 日米間における円滑で信頼性の高い自由なデジタル貿易の促進による両国間の貿易の安定的拡大等に向け、日米間の電子商取引のルールを定めた協定である「デジタル貿易に関する日本国とアメリカ合衆国との間の協定（日米デジタル貿易協定）」を確立。
- 本協定はデジタル貿易の分野に関するハイレベルなルール。両国は引き続き同分野での国際ルールづくりを実施予定。

協定概要

- 平成30年の日米首脳会談における日米共同声明を踏まえ、平成31年4月に行われた第一回閣僚協議において、デジタル貿易協定の締結に向けた交渉を開始することを決定。両国間での交渉後、令和元年10月7日に本協定の署名が行われた。
- 本協定の締結により、日米間のデジタル貿易が促進され、両国間の経済的な結びつきがより強固になることを通じ、両国間の貿易が安定的に拡大し、ひいては自由で開かれた国際経済の発展につながることを期待。

データ流通の促進に関連する条文（抜粋）

- いずれの締約国も、一方の締約国の者と他方の締約国の者との間の電子的な送信に対して関税を課してはならない。（第7条）
- 一方の締約国は、他方の締約国の領域において創作等されたデジタル・プロダクトに対し、他の同種のデジタル・プロダクトに与える待遇よりも不利な待遇を与えてはならない。（第8条）
- 締約国は、署名が電子的形式によるものであることのみを理由に当該署名の法的な有効性を否定してはならない。（第10条）
- いずれの締約国も、情報の電子的手段による国境を超える移転が対象者の事業の実施のために行われる場合には、**当該移転を禁止し、または制限してはならない。**（第11条）
- 各締約国は、デジタル貿易の利用者の個人情報の保護について定める法的枠組みを採用し、又は維持する。（第15条）

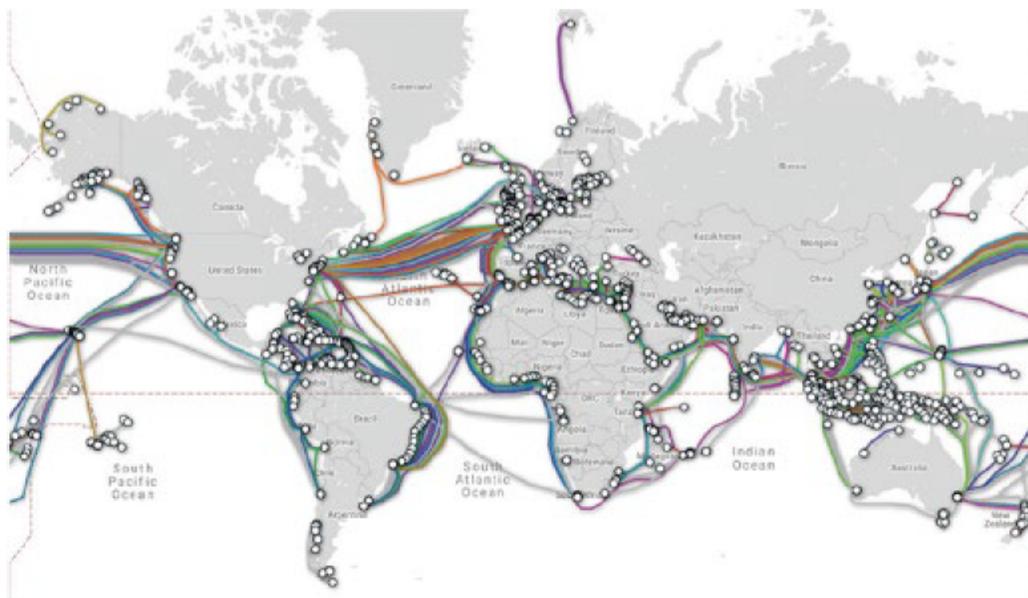
（出典）内閣官房（https://www.cas.go.jp/jp/tpp/ffr/pdf/190925_TPP_gaiyou.pdf）、外務省（<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000527426.pdf>）

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-b：越境データの促進に関する取組（海底ケーブル）

- データ利用量の増加に伴い、国内だけではなく、自国外への越境するデータも増えている
- データを安定的に送り届けるため、海底ケーブルの敷設が進められている。

- 近年、国際間をまたぐインターネット上のデータ通信の99%は海底ケーブルによって実現されているとの調査結果がある。
- 現在、海底ケーブルを積極的に敷設しているのは、米国企業（Google、Facebook、Microsoft、Amazon）と、中国企業（中国電信、中国聯合通信、中国移动通信）であり、ICT事業者や通信事業者である。
- 米国の調査会社、テレジオグラフィ社は、「2016年から2020年までに合計で40万キロメートルを超える107本の新しい海底ケーブルが敷設されており、その価値は138億ドル超」と予測している。



(出典) 海底ケーブルマップ 2019 / TeleGeography - PriMetrica, Inc. <https://www.dri.co.jp/auto/report/telegeo/tgsubmap.html>

IJ「Internet Infrastructure Review (IIR) Vol.41」(2018年12月19日発行) <https://www.ij.ad.jp/dev/report/iir/041/03.html>

日本経済新聞「「ネットの海の道」地球30周分 米中しのぎ割る」<https://vdata.nikkei.com/newsgraphics/submarine-cable/>

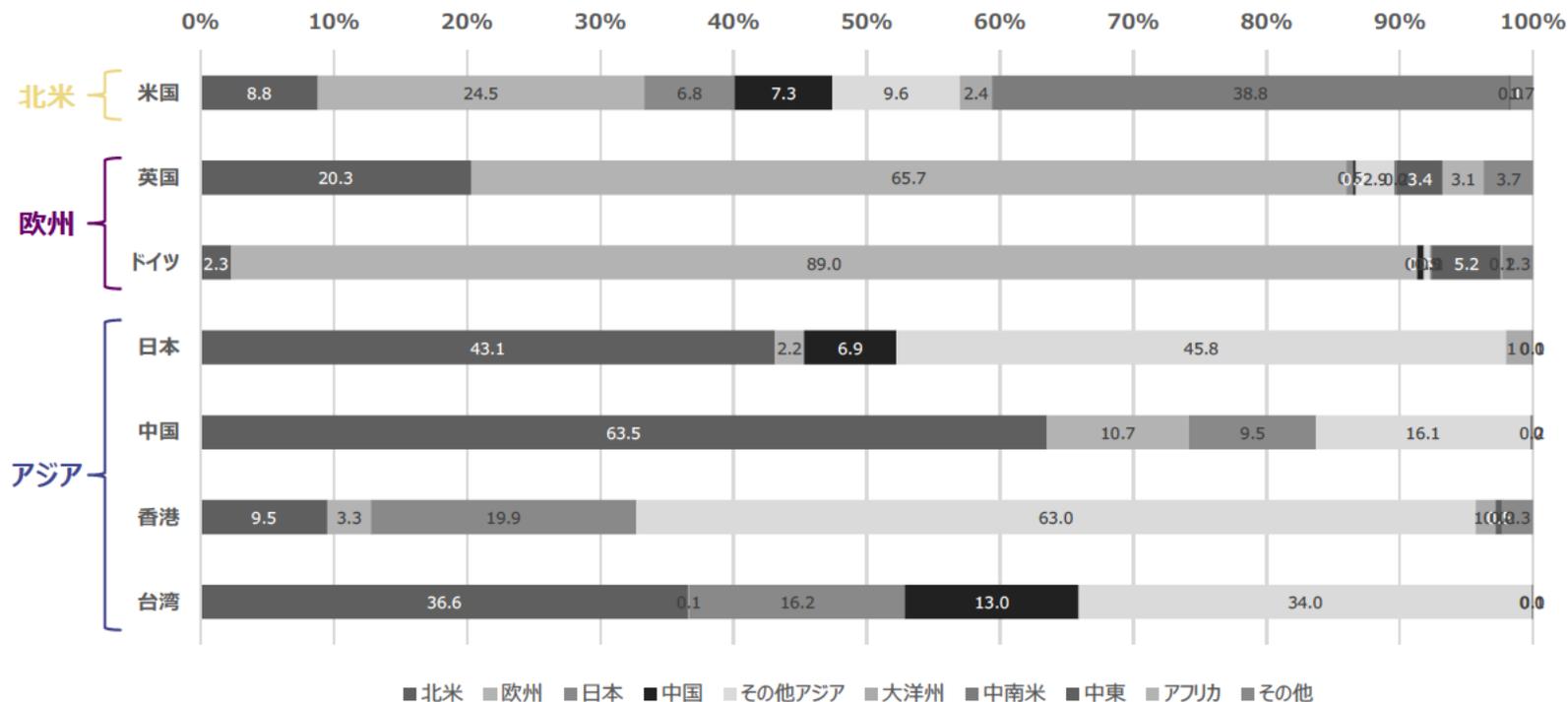
P. Edwards. A map of all the underwater cables that connect the Internet, 2015 (<https://www.vox.com/2015/3/13/8204655/submarine-cables-internet>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-b：越境データの促進に関する取組（海底ケーブル）

□ 2017年における各地域における域内・域外との越境通信容量の内、主要国の通信相手国・地域のシェアは以下のとおり。

- 日本や中国などのアジア地域は、アジア域内に加え、米国との通信量が大きい。香港は8割強がアジア域内との通信で、アジアのハブとして機能。
- 米国は、中東・アフリカ以外の地域と満遍なく繋がっており、中南米と他地域の通信中継地の役割を担う。
- ドイツは、欧州域内との通信容量が9割。英国は、欧州域内が6割強、北米が2割で、欧州と米国の通信の中継地点として機能。

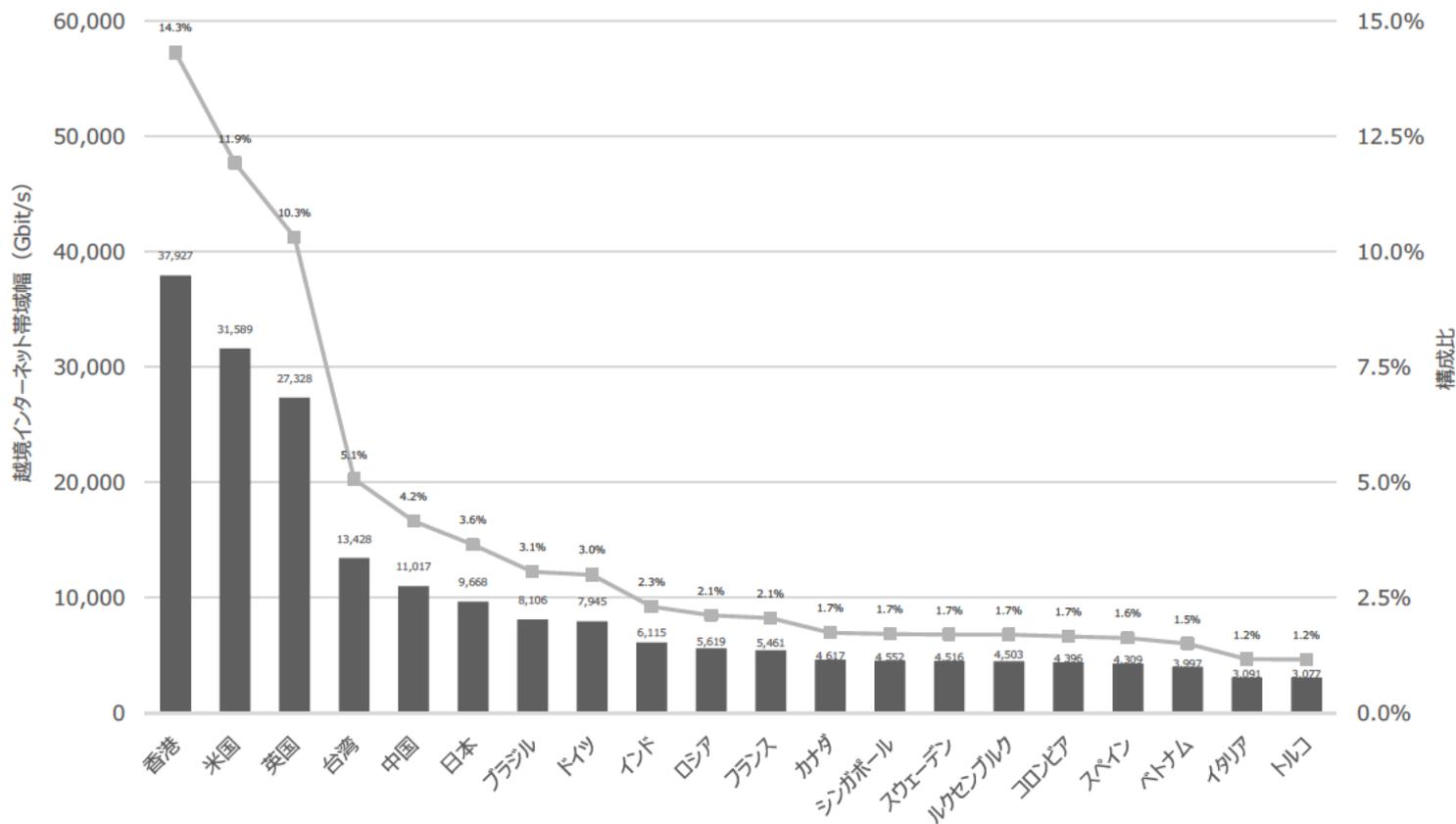


(出典) ジェトロ世界貿易投資報告2018年版P40 (<https://www.jetro.go.jp/world/gtir/2018.html>) よりみずほ情報総研作成 (TeleGeographyデータから、JETRO作成)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-b：越境データの促進に関する取組（海底ケーブル）

- 使用された越境インターネット帯域幅の大きい（＝海外とのデータ通信料が多い国・地域）トップ20は下図の横軸のとおり。
- 香港、米国、英国、台湾、日本等は、各地域のハブ拠点として機能しており、これらの国を經由して諸外国と通信することが多い。

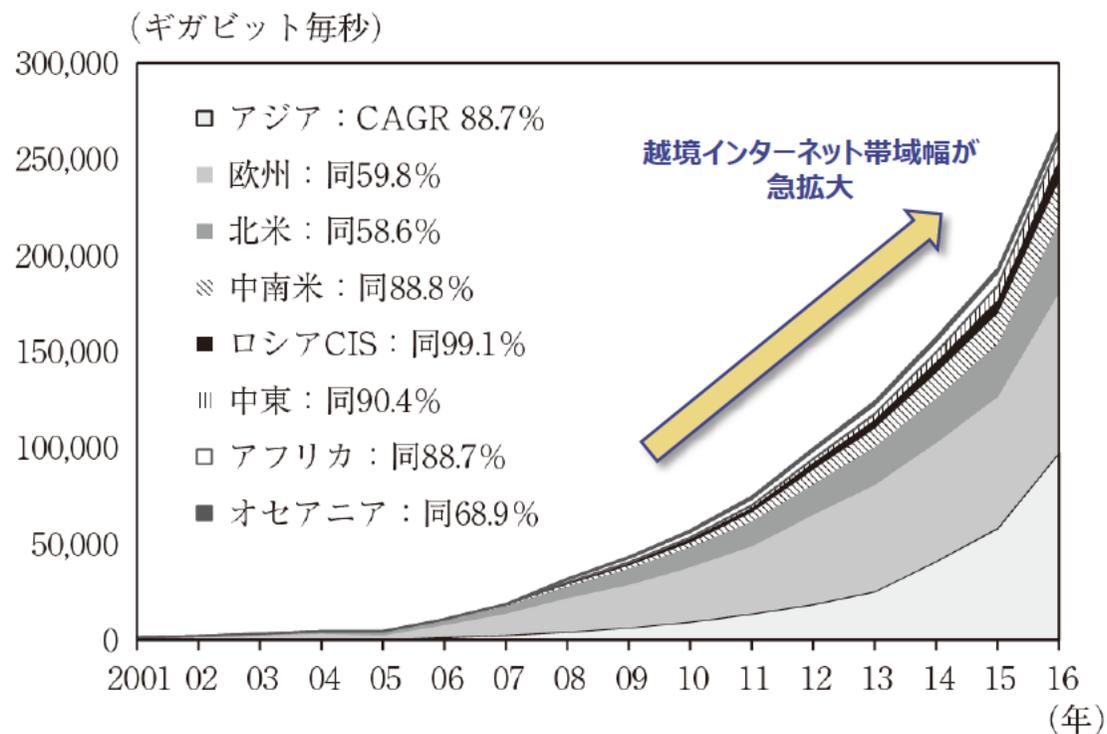


(出典) ジェトロ世界貿易投資報告2018年版P39 (<https://www.jetro.go.jp/world/gtir/2018.html>) よりみずほ情報総研作成 (ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database 2017から、JETRO作成)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-b：越境データの促進に関する取組（海底ケーブル）

- 越境データ・フローの量に近似する、越境インターネット帯域幅は以下のとおり。
- 2001年の1,608Gbit/sから2016年には264,968Gbit/sまで急拡大（約165倍）。特にアジア全体及び欧州が占める割合が高く、それぞれ、36.8%、31.4%。
- また2001年から2016年にかけての年平均成長率（CAGR）によると、ロシア、中南米、中東、アジア、アフリカなど、新興国の伸びが顕著。

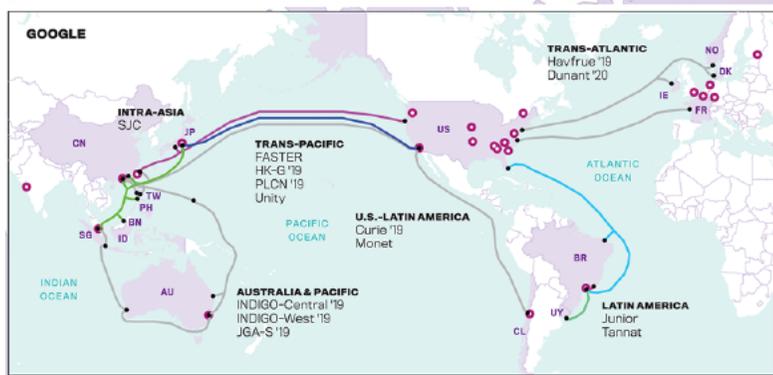
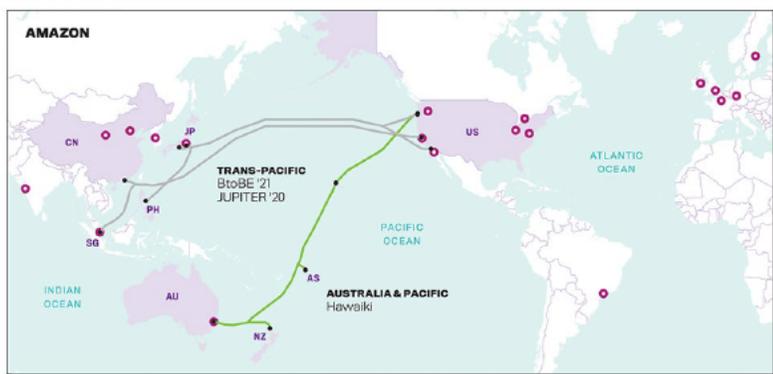


(出典) ジェトロ世界貿易投資報告2018年版P39 (<https://www.jetro.go.jp/world/gtir/2018.html>) より抜粋 (ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database 2017から、JETRO作成)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ①-b：越境データの促進に関する取組（海底ケーブル）

- 2016年から2020年にかけて、107本（40万km以上）の海底ケーブルが新規建設される予定。
- 特にコンテンツプロバイダーは、高い帯域幅の需要があるため、近年、海底ケーブル建設に積極的姿勢を見せている。
- Amazon、Google、Facebook、Microsoftといった米国コンテンツプロバイダーは、アジア（日本、中国、シンガポール等）、欧州、オセアニア等と海底ケーブルにより接続しているほか、それら地域にデータセンターを設置している。



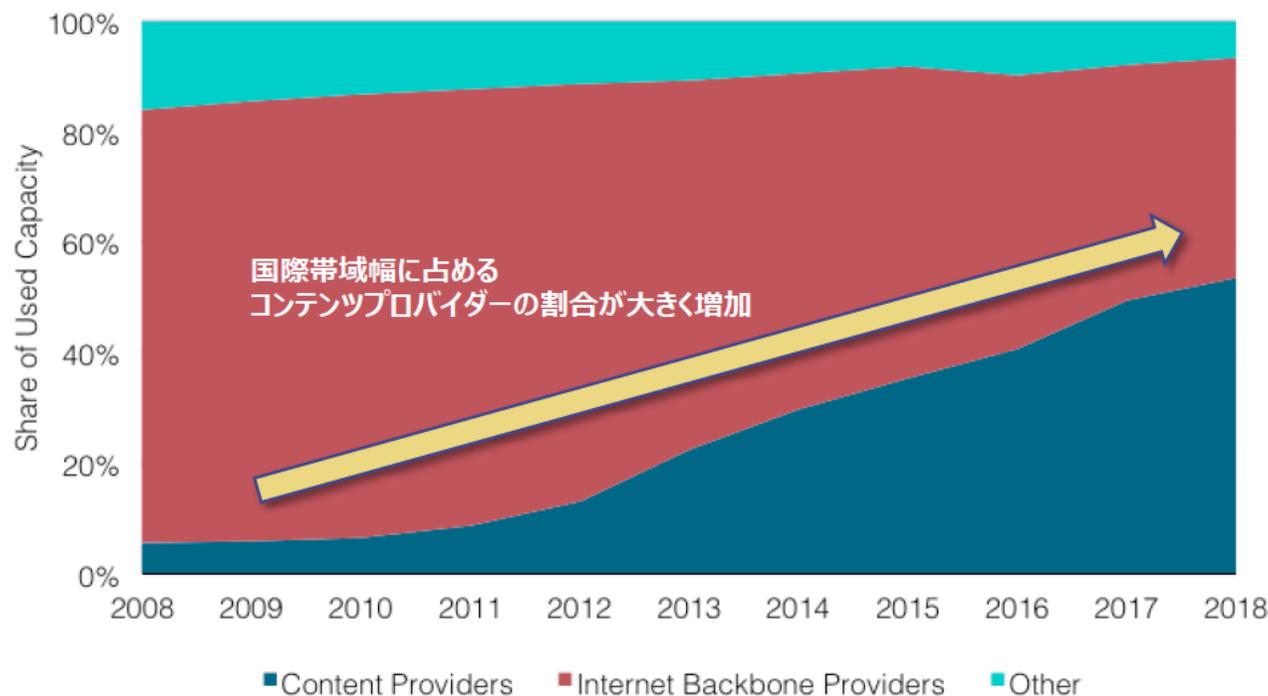
● Datacenter ■ Landing country Only publicly-announced cables are shown. Content providers may have capacity on other systems than those listed here.

(出典) TeleGeography “Submarine Cable Map 2019”

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (参考) ①-b: 越境データの促進に関する取組 (海底ケーブル)

- コンテンツプロバイダーの国際帯域幅 (international bandwidth) の伸びは、近年、他のユーザ (通信事業者等) の伸びを大きく上回っている。2014年から2018年の間、コンテンツプロバイダーが展開した国際容量は8倍以上に増加し、530Tbpsに達している。
- 2012年以前は総利用量に占めるコンテンツプロバイダーのシェアは10%未満だったが、2018年には54%に急増。通信事業者であるインターネットバックボーンプロバイダーを抜いて、コンテンツプロバイダーが国際容量の最大の利用者となっている。



(出典) TeleGeography "A Complete List of Content Providers' Submarine Cable Holdings"

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ 法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組について、一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会では、以下の団体に情報銀行の認定を行っている。

	認定種類	サービス名	事業者名	事業概要
<p>「情報銀行」サービス実施中の事業。安心・安全なサービスを提供しているサービスであることを認定。</p>	通常認定	paspit	株式会社DataSign	<ul style="list-style-type: none"> ● パーソナルデータを安全に保管し、便利に活用できるサービス。 ● paspit上に保管されたユーザのパーソナルデータに対し、そのデータを活用したい、データ活用企業からユーザに個別にデータ提供オファーが届く。そのオファーに対し、ユーザが承諾すると、企業がパーソナルデータを分析し、ユーザに合わせたサービスや便益を提供する。
	<p>今後「情報銀行」サービスを実施予定の事業。計画、運営・実行体制が認定基準に適合しているサービスであることを認定。</p>	P認定	地域型情報銀行サービス（仮称）	中部電力株式会社
		情報提供サービス（仮称）	株式会社J.Score	<ul style="list-style-type: none"> ● 同社のAIスコアを取得したユーザが、登録済のデータを自身の意思で企業へ提供することで、情報提供料や特典等の対価を受領することができるサービス。
		地域振興プラットフォーム（仮称）	フェリカポケットマーケティング株式会社	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の産学官民が、地域の情報をオープンに利活用し、地域の活性化のための新しい付加価値サービスを創出できる「地域振興プラットフォーム（仮称）」機能を担う。 ● ユーザは、地元店舗等から有益でお得な情報やクーポン・ポイント等が提供される。
		「データ信託」サービス（仮称）	三井住友信託銀行株式会社	<ul style="list-style-type: none"> ● ユーザからの委任に基づき、個人情報を通正に管理及び利用することで、ユーザ個人に便益を還元していくことを目的としたサービス。

（出典）一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会（<https://www.tpdms.jp/certified/>）資料を元に、みずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ Paspit

サービス名	paspit	事業者名	株式会社DataSign
概要	<p>パーソナルデータを安全に保管し、便利に活用できるサービス。</p> <p><サービス概要></p> <ul style="list-style-type: none">● ユーザのパーソナルデータをpaspitが保管し、様々な場所にあるデータを、ユーザの指示に基づき集約する。● 保管されたパーソナルデータに対し、データを活用したい、信頼できるデータ活用企業から個別にデータ提供オファーが届く（※ユーザが承諾しない限りデータは提供されない）。● データ活用企業は、ユーザのパーソナルデータを分析することで、顧客に合わせたサービスや便益を提供。 <pre>graph LR subgraph Paspit_PDS [paspit PDS内蔵情報銀行] D1[データ保管] D2[オファー] D3[データ転送] D4[サービス/便益] D1 --> D2 D2 --> D3 D3 --> D4 end User[paspitユーザー] --> D1 D2 --> Company[データ活用企業] User -- 承諾 --> D3 Company --> D4 D4 --> User</pre>		

(出典) 一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会 (<https://www.tpdms.jp/certified/>) 資料を元に、みずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ 地域型情報銀行サービス（仮称）

サービス名	地域型情報銀行サービス (仮称)	事業者名	中部電力株式会社
概要	<p>「コミュニティサポートインフラ」の創造を経営ビジョン等に掲げ、その実現に向けて取り組んでいる。本サービスでは、生活者のパーソナルデータを「地域型情報銀行」が集約・管理し、安全安心に地域内で流通させることで、生活者の日常生活の利便性を向上させるとともに、地域内の健康増進と地域消費の活性化を目指す。</p> <p><サービス概要></p> <ul style="list-style-type: none"> ● ユーザは、アプリを通じて基本属性や興味・関心事項、行動履歴・予定などのパーソナルデータを「地域型情報銀行」に預託する。 ● これにより、パーソナルデータの提供先であるサービス事業者（地域の店舗等）からキャンペーン情報やクーポン、ポイント等の便益を受け取ることができる。 ● ユーザは、アプリ上で預託したパーソナルデータを確認・修正・削除することができるほか、預託したパーソナルデータの提供先やそれらがどのように活用されているかを確認でき、自らパーソナルデータの提供項目や提供先を設定することが可能である。 <div data-bbox="451 664 1632 1210" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>The diagram illustrates the data flow between three main entities: the individual (提供元), the regional information bank (地域型情報銀行部門), and the service provider (サービス事業者). The individual provides personal data (including basic attributes, interests, and actions) to the bank. The bank then provides this data to the service provider for marketing support. In return, the service provider provides campaigns and coupons back to the bank, which then distributes them to the individual. A text box notes that the bank does not physically transfer data to the provider and that the provider does not have direct access to the individual's data.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>個人 (提供元)</p> <p>パーソナルデータの預託</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本属性 ・興味・関心 ・行動履歴・予定 ・配信情報に対するリアクション <p>キャンペーン・クーポンの配信、便益</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;"> <p>地域型情報銀行部門</p> <p>中部電力</p> <p>パーソナルデータの第三者提供</p> <p>キャンペーン・クーポンの配信依頼、便益</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>マーケティング支援サービス部門</p> <p>サービス事業者 (提供先)</p> <p>クーポン番号*およびパーソナルデータの属性情報の提供 ※ 情報銀行において個人を識別可能な番号</p> <p>パーソナルデータの活用業務の委任</p> <p>キャンペーン・クーポンの配信依頼、便益</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・ パーソナルデータは、物理的には提供先に移転せず、マーケティング支援サービス部門内に保管されます。 ・ マーケティング支援サービス部門は、提供先からのパーソナルデータの取扱いの委託により個人に便益を提供します。 ・ この際、提供先は、マーケティング支援サービス部門に保管されているパーソナルデータへの直接のアクセス権限を持ちません。 </div> </div>		

(出典) 一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会 (<https://www.tpdms.jp/certified/>) 資料を元に、みずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ 地域型情報銀行サービス（仮称）

サービス名	情報提供サービス（仮称）	事業者名	株式会社J.Score
概要	<p><サービス概要></p> <ul style="list-style-type: none">● 同社のAIスコアを取得したユーザが、ユーザ自身の意思で登録済のデータを企業へ提供することで、情報提供料や特典等の対価を受領することができるサービス。		

(出典) 一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会 (<https://www.tpdms.jp/certified/>) 資料を元に、みずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ J.Scoreの取組

- 株式会社みずほ銀行とソフトバンク株式会社により設立されたFinTech企業。2016年11月設立。
- 提供サービスは大きく以下の3つ。

① AIスコア

- メールアドレス、パスワードを登録後、チャット形式での質問回答結果を元にAIを活用して1000点満点中のスコアを算出。チャットでの質問事項は下表のとおり。その後、必要に応じて、性格やライフスタイルなど、約150の情報を任意で追加入力することで、分析精度を高める仕組み。

区分	回答項目
属性情報	ニックネーム／誕生日・月／性別／最終学歴
仕事	勤務形態／業種／職種／企業規模／入社年・月／年収
生活	結婚の有無／子供の有無・人数／同居家族の有無
住まい	自宅の郵便番号（上三桁）、住居のタイプ、現住まいの居住年数
他社での借入れ状況	有無

- スコア取得者は約115万件（2020年2月末現在）。

② AIスコア・レンディング（個人向け融資サービス）：2017年9月より開始

- 上記のAIスコア診断後、スコアに応じて、ユーザにふさわしい条件を提示してレンディングするサービス。
- 契約極度額は10万円～1000万円、貸付利率は0.8%～12.0%。スコアに応じて変動。

③ AIスコア・リワード（メンバー向けサービス）：2018年10月より開始

- AIスコアをベースとしたリワード専用のスコア及びスコアランクに応じ、アライアンス企業から、様々なライフスタイルにおいて活用できるリワード（特典）を受けられるサービス。
- 6つのスコアランク（右表）に応じて無料で各リワードを受け取ることができる。

スコアランク	リワードスコア
ダイヤモンド	950～1000
プラチナ	900～949
ゴールド	800～899
シルバー	700～799
ブロンズ	600～699
ピューター	～599

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ J.Scoreの取組

■ AI活用ポリシー策定

- 2019年5月、AIを適正かつ有益に活用していくための方針として、以下の考えのもと、下表に示す「AI活用ポリシー」を独自に定めている。

＜AI活用に対するJ.Scoreの考え＞

- AIスコアの提供にあたっては、個人の成長意欲を高め、夢や目標を叶えることに資するよう努める
- 公平性を担保するために、AI活用の結果について、社内外の識者によるモニタリングを継続
- 恣意性を排除するために、客観的事実を基準とし、不当な差別を回避

項目	内容
人権の尊重	J.Scoreは、憲法及び国際的な基準に則り、AIの活用においてもお客さまの人権を尊重するよう努めるとともに、ビジネスパートナーに対してもかかる考え方を尊重するよう求めています。また、J.Scoreは、お客さまの夢や目標の実現をサポートし、誰もが安心して挑戦し成長していくことのできる社会の構築に向け、AIスコアの提供にあたっては、個人の成長意欲を高め、夢や目標を叶えることに資するよう努めます。
プライバシーの保護とセキュリティの強化	J.Scoreは、AIスコアの算出やサービスの提供において、個人情報保護法をはじめとする関係法令を遵守し、お客さまの個人情報を取り扱います。また、個人情報に関するあらゆるセキュリティリスクに対処するため、適切な安全管理措置を施し、万全な情報管理に努めます。
公平性と透明性の確保	J.Scoreは、AIを活用したすべてのサービスの構築・提供において、公平性を担保すべく、AI活用の結果について社内外の識者によるモニタリングを継続していきます。また、AIの構築にあたっては、恣意性を排除すべく、客観的事実を基準とし、不当な差別を回避するよう努めます。
人材の教育	J.Scoreは、AIの技術発展・社会に対する影響・課題に関する議論について情報収集に努めます。その上で、AIの高度化・複雑化への対応と不当利用の未然防止に向け、役職員に対するAIの知識及び倫理に関する教育の拡充に努めます。
ステークホルダーとのコミュニケーション	J.Scoreは、お客さまやビジネスパートナーをはじめとするあらゆるステークホルダーとコミュニケーションを取るために、適切な体制を整え、さらに魅力的なサービスを生み出せるよう努めます。また、今後もあらゆるステークホルダーからご助言をいただき、必要に応じて本ポリシーに反映させていただきます。

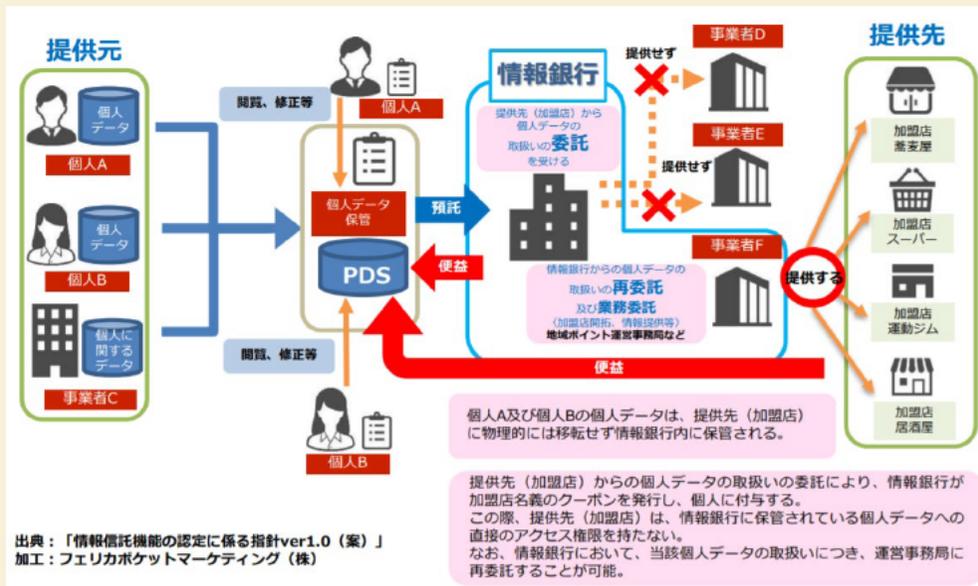
(出典) J.Score「AI活用ポリシー」(https://www.jscore.co.jp/ai_policy/)、総務省資料 (https://www.soumu.go.jp/main_content/000673948.pdf)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ 地域型情報銀行サービス（仮称）

サービス名	地域振興プラットフォーム （仮称）	事業者名	フェリカポケットマーケティング株式会社
概要	<p>地域の活性化に貢献する「地域のための情報銀行」を目指しており、地域の産学官民が、地域の情報をオープンに有効利活用し、地域の活性化のための新しい付加価値サービスを創出できるような「地域振興プラットフォーム（仮称）」機能を担う予定。</p> <p><サービス概要></p> <ul style="list-style-type: none"> ● ユーザは、地元店舗などから有益でお得な情報やクーポン・ポイント等が提供される。 ● ユーザは、本人の個人情報を、誰が、どのように保有し、どのように利用されているかの情報を閲覧することが可能であり、本人の意思で削除・修正ができる。 		



（出典）一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会（<https://www.tpdms.jp/certified/>）資料を元に、みずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ 地域型情報銀行サービス（仮称）

サービス名	「データ信託」サービス（仮称）	事業者名	三井住友信託銀行株式会社
概要	<p><サービス概要></p> <ul style="list-style-type: none">● ユーザからの委任に基づき、ユーザの個人情報を適正に管理及び利用することで、ユーザに便益を還元していくことを目的としたサービス。		
<h3>「データ信託」サービスの一例</h3> <pre>graph LR; A[個人] -- ①「データ信託」サービスの契約締結 ②データ利活用業者への提供を許諾(随時変更可能) --> B[当社「情報銀行」]; A -- ③個人データ登録 --> C[データ取得業者]; C -- ④個人データ提供 --> B; B -- ⑤データの管理 --> B; B -- ⑥データ参照 --> D[データ利活用業者]; B -- ⑦対価の還元 --> A; D -- ⑦'パーソナライズ・サービス --> A;</pre>			

(出典) 一般社団法人日本IT団体連盟情報銀行推進委員会 (<https://www.tpdms.jp/certified/>) 資料を元に、みずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ イタリア・Weopleの取組に関する議論

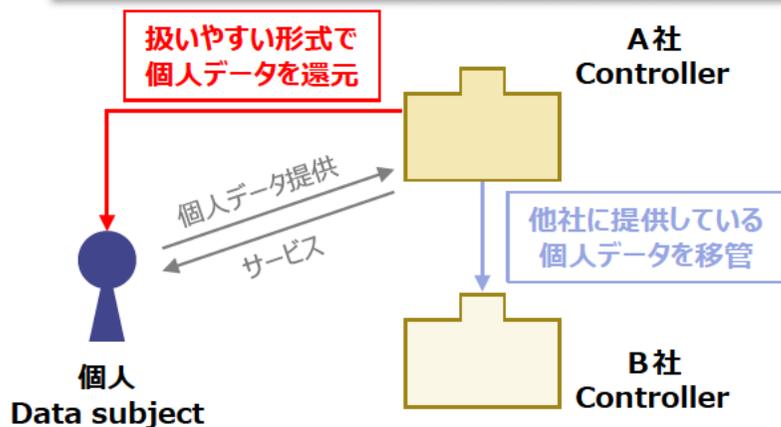
- Weopleは、ユーザが預託するパーソナルデータを管理し、その預託データを匿名データにして企業に販売するサービスを提供している。ユーザは自由にWeopleサービス上でデータの預託、削除可能。
- Weopleでは、管理者（controller※）とデータ主体（data subject※）の間に立つ仲介者として、データ主体から委任された権限によってWeopleがデータポータビリティの権利を行使し、特に大手小売業の企業が保有する個人データを、自社のデータベースにまとめることを要求している。この事象に対し、イタリアのデータ保護当局（Garante per la protezione dei dati personali）が欧州データ保護委員会（European Data Protection Board）に対し、データポータビリティの権利の適用可能性について意見照会を実施している。

※ Controller：自然人又は法人、公的機関、部局又はその他の組織であって、単独で又は他の者と共同で、個人データの取扱いの目的及び方法を決定する者を意味する。その取扱いの目的及び方法がEU法又は加盟国の国内法によって決定される場合、管理者又は管理者を指定するための特別の基準は、EU法又は加盟国の国内法によって定めることができる。（GDPR Article 4(7)、個人情報保護委員会訳）

※ Data subject：識別された自然人又は識別可能な自然人（GDPR Article 4(1)、個人情報保護委員会訳）

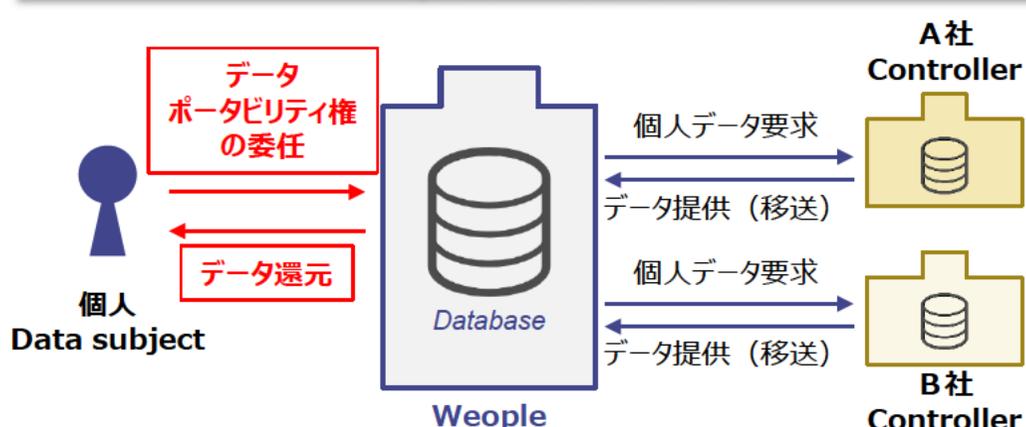
- この事象に対し、イタリアのデータ保護当局が示唆した論点は以下の2点。
 - パーソナルデータの商品性（merchantability）
 - パーソナルデータが仲介者のデータベースに移送されることによる、ポータビリティの対象となるデータベースの重複
- GDPRにおけるデータポータビリティの概要、及びWeopleが提案するスキームのイメージ図は以下のとおり。

GDPRにおけるデータポータビリティ権の概要



(出典) 総務省「デジタル経済の将来像に関する調査研究」を元にみずほ情報総研作成

Weopleが提案するスキーム



(出典) Garante per la protezione dei dati personali Webページを元にみずほ情報総研作成

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ イタリア・Weopleの取組に関する議論

■ GDPR第20条（データポータビリティの権利）では以下のとおり、規定されている（個人情報保護委員会和訳）。

1. データ主体は、以下の場合においては、自己が管理者に対して提供した自己と関係する個人データを、構造化され、一般的に利用され機械可読性のある形式で受け取る権利をもち、また、その個人データの提供を受けた管理者から妨げられることなく、別の管理者に対し、それらの個人データを移行する権利を有する。
 - (a) その取扱いが第6条第1項(a)若しくは第9条第2項(a)による同意、又は、第6条第1項(b)による契約に基づくものであり、かつ、
 - (b) その取扱いが自動化された手段によって行われる場合。
2. データ主体は、第1項により自己のデータポータビリティの権利を行使する際、技術的に実行可能な場合、ある管理者から別の管理者へと直接に個人データを移行させる権利を有する。
3. 本条の第1項に規定する権利の行使は、第17条を妨げない。この権利は、公共の利益において、又は、管理者に与えられた公的な権限の行使において行われる職務の遂行のために必要となる取扱いには適用されない。
4. 第1項に規定する権利は、他の者の権利及び自由に不利な影響を及ぼしてはならない。

(出典) Weople Webページ (<https://weople.space/en/>)、Garante per la protezione dei dati personali Webページ (<https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9126725#ENGLISH>)、個人情報保護委員会 (<https://www.ppc.go.jp/files/pdf/gdpr-provisions-ja.pdf>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ ②法令以外での情報銀行やパーソナル・データ・ストア（PDS）に関する取組

□ スコアリング事業者の取組

- 国内における主なスコアリング事業者の取組は下表のとおり。金融、通信（情報通信含む）、決済分野など、ユーザのビックデータを保有する企業を中心に活動が本格化している。

類型	企業名	サービス名	開始時期	サービス概要
金融、通信	J.Score (みずほ銀行とソフトバンクにより設立)	AIスコア	2017年9月	<ul style="list-style-type: none"> ■ 年齢、性別等の属性情報、仕事、生活、住まい、他社での借り入れ状況のほか、性格やライフスタイルなどの情報に基づき、AIにより個人をスコアリング。 ■ 上記のスコアリング結果に基づき、個人向け融資サービス「AIスコア・レンディング」（スコアに応じてユーザにふさわしい条件を提示してレンディングするサービス）、メンバー向けリワードサービス「AIスコア・リワード」（AIスコアをベースとしたリワード専用のスコア及びスコアランクに応じ、アライアンス企業から、様々なライフスタイルにおいて活用できるリワード（特典）を受けられるサービス）を提供
金融	セカンドサイト (新生銀行グループ)	SXスコア	2018年4月	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新生銀行グループ各社の顧客統計データやウェブ上のオープンデータなどを活用し、機械学習を用いた独自のAIを開発し、個人の金融商品・金融サービスの購買ニーズや延滞・貸倒リスクなどを予測・算出する「SXスコア」を提供。
決済	LINE Credit	LINE Score	2019年6月	<ul style="list-style-type: none"> ■ LINEプラットフォーム上のビックデータ、および、利用前にユーザが入力する属性等の十数個の情報を元に、AIを活用したLINE独自のスコアリングモデル「LINE Score」を開発（100点～1000点でスコア算出）。スコアにあわせて、お得なキャンペーンやプレゼントなどを提供 ■ サービス開始から約5ヶ月目の11月19日にスコア登録ユーザーが300万人を突破。
情報通信	ヤフー	Yahoo!スコア	2019年7月	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本人確認の度合い、信用行動度合い、消費行動度合い、Yahoo! JAPAN利用度合いを測る4カテゴリーに属するスコアと、それらを集約した総合スコアで構成される「Yahoo!スコア」を開発。Yahoo!スコアを活用した、ビジネスソリューションサービスの提供を開始。 ■ なお、Yahoo! JAPANのプライバシーに関する取組が、ユーザや社会の視点で適切かどうかを第三者の視点で確認するため、様々な分野の有識者からなるアドバイザーボード「プライバシーに関するアドバイザーボード」を設置。議論の結果、2019年10月より、初期設定ではYahoo!スコアが作成されない仕様に変更。
通信	NTTドコモ	ドコモスコアリング	2019年8月	<ul style="list-style-type: none"> ■ ドコモ回線利用者向けの融資サービス「ドコモ レンディングプラットフォーム」の中で、ドコモのビックデータを活用した「ドコモスコアリング」を提供。ドコモの幅広いビジネス展開によって得られた各種サービスの利用状況等のビックデータを解析し、自動的に算出したユーザごとの信用スコアを金融機関の審査に活用する仕組み。

(出典) J.Score Webページ (<https://www.jscore.co.jp/>)、新生銀行 ニュースリリース (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000005652.html>)、LINE ニュースリリース (<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2019/2759>)、LINE ニュースリリース (<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2019/2988>)、ヤフー Webページ (<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2019/06/03a/>)、ヤフー Webページ (<https://privacy.yahoo.co.jp/advisoryboard.html>)、NTTドコモ Webページ (https://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/2019/08/29_00.html)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 非識別加工情報の活用事例

□ 住信SBIネット銀行株式会社

- 住信SBIネット銀行株式会社は、独立行政法人住宅金融支援機構が保有する100万件以上のユーザの非識別加工情報を活用し、幅広い顧客層に安価で良質な住宅ローンを提供するためのAI審査モデルの構築に向けた取組を2019年8月に開始した。今後、非識別加工情報と住信SBIネット銀行株式会社のAI技術を活用した審査業務の高度化により、クレジットコストの抑制とローコストオペレーションを推進することで、日本社会全体における与信・貸出コスト低減を牽引するとしている。
- 国の行政機関や独立行政法人等が保有する個人情報を、特定の個人が識別できないように加工し、かつその個人情報を復元して特定の個人を再識別できないように加工した「非識別加工情報」の提供制度を2017年5月に導入したが、民間企業として国内で初めて住信SBIネット銀行株式会社が非識別加工情報の提供を受けた。

□ 株式会社エクサウィザーズ

- 千葉県市川市では、2019年7月に「非識別加工情報提供制度」を施行。同月、AIを活用したデータ解析を行う「株式会社エクサウィザーズ」から市川市に、非識別加工情報を利用した事業提案があり、同年11月に非識別加工情報の利用に関する契約を締結。2019年12月開催の第3回市川市個人情報保護審議会時点では、2020年3月下旬までに非識別加工情報をエクサウィザーズに提供することを予定している。
- 非識別加工情報の提供が実現された暁には、市川市の介護サービス利用者13,000名のデータ（市民の給付状況、生年月日、性別、住所など）を非識別加工情報として市川市が加工する。株式会社エクサウィザーズがそのデータを活用し、千葉市の将来の介護費や医療費、要介護度の予測を実施することを予定している。

(出典) 住信SBIネット銀行株式会社 (https://www.netbk.co.jp/contents/company/press/2019/corp_news_20190815.html)、市川市個人情報保護審議会 第3回議事録 (<https://www.city.ichikawa.lg.jp/common/000330456.pdf>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 匿名加工情報の活用事例

□ 株式会社ジェーシーピー

- 小売業界のマーケティング担当者や証券アナリスト、行政機関などに向け、日本の消費活動を把握する指標として「JCB消費NOW」を提供。JCBグループが発行するクレジットカード会員の属性や決済情報を個人が特定できないように統計化し、その情報を活用して消費指数を作成し、公開している。
- JCB消費NOWの作成手順のイメージは下図及び下表のとおり。



①統計のサンプルとなる会員データの抽出	<ul style="list-style-type: none"> ✓ JCBグループ会員のお客様情報・クレジット利用情報の中から統計のサンプルとなるデータをランダムに抽出。 ✓ ランダム抽出の対象となったデータは、法令で定める適切な加工を施し、匿名加工情報とする。
②個人が特定できないよう、匿名加工情報へと加工	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 法令で定める適切な加工を施すことで、顧客データを個人を特定することができない匿名加工情報にした後、統計作成に活用。 ✓ さらに個人が特定されやすい少数のデータ（属性が一致する人数が2名以下のレコード）を削除。
③統計情報の作成	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 匿名加工情報をもとに、属性の偏り、カード決済・現金決済の消費増減のバランスを調整するなど統計の補正を行い、「JCB消費NOW」を作成。 ✓ 完成した統計情報は、JCB消費NOWサイトで統計閲覧会員に公開。

(出典) 株式会社ジェーシーピー (<https://www.global.jcb/ja/press/00000000162706.html>, <https://www.jcb.co.jp/service/pop/jcbconsumptionnow.html>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (I) 各国におけるデータの流通を巡る規制当局の動向

□ CCPA（California Consumer Privacy Act：カリフォルニア州消費者プライバシー法）（2018年6月成立）

規制概要

- カリフォルニア州議会が定めた州法。憲法上の人権に位置づけられる**プライバシー権の保護**を主な目的とする法律。「消費者」に**8つのプライバシー権利**を与え、「消費者の個人情報を処理する事業者」に**8つの義務**を負わせる。（米国内に拠点を持ち、消費者（カリフォルニア州の住民）の個人情報を処理する日本企業本社は上記事業者該当する場合が多く、それら企業はCCPAのコンプライアンス対応を執る必要あり。）
- CCPAは2018年6月に成立し、2020年1月より施行。
- また、2019年12月まで実施したパブリックコメントを踏まえ、2020年2月に**CCPAの規則（California Consumer Privacy Act Regulations）案**を公表しており、2020年7月に規則案を施行する予定。
- CCPA制定以降、マサチューセッツ州、ニューヨーク州等の**10州以上でCCPAをモデルとする法案が各州議会に提出**されているほか、アメリカ全土として**包括的な連邦プライバシー法制定の機運が高まっている**。
- 次頁以降に、上述の①8つのプライバシー権利（消費者）、②8つの義務（事業者）のほか、③同法で対象とする個人情報の種類を示す。

※上記の「権利」及び「義務」の“数”（それぞれ8つ）は情報発信主体によって数え方が異なるが、本調査ではJETROの数え方を踏襲。

（出典）JETRO「カリフォルニア州消費者プライバシー法(CCPA)実務ハンドブック」(https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2019/c74bb9695c95edf9/20191225.pdf)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (工) 各国におけるデータの流通を巡る規制当局の動向

□ CCPA (California Consumer Privacy Act : カリフォルニア州消費者プライバシー法) (2018年6月成立)

消費者の8つのプライバシー権利

■ 8つのプライバシー権利(「消費者」向け)の概要は下表のとおり。

No.	権利 (JETRO資料)	権利概要 (個人情報保護委員会による仮日本語訳)	関連条項
①	略式開示請求権	消費者は、消費者の個人情報を収集する事業者が、その事業者が収集した個人情報の類型及び特定の部分を自身に対して開示するように求める権利を有する。	CCPA 第1798.100条 (a)
②	拡張開示請求権	消費者は、当該消費者の個人情報を収集する事業者に対し、以下の事項について、自身に開示するように要求する権利を有する。消費者についての個人情報を収集する事業者は、第1798.130条第 (a) 項 (3) 号により、その消費者から検証可能な消費者要求を受領する場合、第 (a) 項に定める情報を消費者に開示する。	CCPA 第1798.110条 (a)、 CCPA 第1798.110条 (b)
③	アクセス及びポータビリティの権利	消費者から個人情報へのアクセスについて検証可能な消費者要求を受領する事業者は、本条により求められる個人情報を、その消費者に対して無償で速やかに開示又は送付する措置をとる。情報は郵便で又は電子的に送付することができ、電子的に提供される場合その情報はポータブルであるものとし、技術的に可能な範囲で当該消費者がその情報を障害なしに他の主体 (entity) に送信できる容易に利用可能なフォーマットとする。事業者は、いつ消費者に個人情報を提供してもよいが、12か月間に2回を超えて消費者に対して個人情報を提供することは求められない。	CCPA 第1798.100条 (d)
④	事業目的で個人情報の販売又は開示を行う事業者に対する情報請求権	消費者は、当該消費者の個人情報を販売し又は事業目的のために開示する事業者に対して、自身に以下を開示するように要求する権利を有する。消費者についての個人情報を販売し、又は事業目的のために消費者の個人情報を開示する事業者は、第1798.130条第 (a) 項 (4) 号により、消費者からの検証可能な消費者要求を受領した場合、第 (a) 項に定める情報をその消費者に開示する。	CCPA 第1798.115条 (a)、 CCPA 第1798.115条 (b)
⑤	個人情報の販売に関するオプトアウト権	消費者は、消費者の個人情報を第三者に販売する事業者に対して、その消費者の個人情報を販売しないように指示する権利を常に有する。この権利はオプトアウトの権利とする。	CCPA 第1798.120条 (a)
⑥	子供のためのオプトイン権	第 (a) 項 (CCPA 第1798.120条 (a)) にかかわらず、消費者が16歳未満であるという認識を事業者が実際に有していた場合、その事業者は、消費者が13歳以上16歳未満の場合には当該消費者自身が、又は消費者が13歳未満の場合には当該消費者の親又は保護者が、積極的に消費者の個人情報の販売を認めていない限りは、消費者の個人情報を販売しない。消費者の年齢を意図的に無視する事業者は、その消費者の年齢について認識していたとみなされる。この権利は「オプトインの権利」とする。	CCPA 第1798.120条 (c)
⑦	削除権	消費者は、事業者が消費者から収集した当該消費者についてのいかなる個人情報をも削除するように求める権利を有する。本条第 (a) 項により消費者から個人情報の削除についての検証可能な消費者要求を受領する事業者は、その消費者の個人情報を記録から削除し、また、サービス提供者に対して記録から個人情報を削除するように指示する。	CCPA 第1798.105条 (a) CCPA 第1798.105条 (c)
⑧	CCPA上の消費者の権利の行使を理由として差別されない権利	事業者は、消費者が本巻のもとで消費者の権利を行使したことを理由として消費者を差別しない。以下を含む。ただし、これに限られない。	CCPA 第1798.125条 (a)

(出典) JETRO「カリフォルニア州消費者プライバシー法(CCPA)実務ハンドブック」(https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2019/c74bb9695c95edf9/20191225.pdf)、個人情報保護委員会「カリフォルニア州消費者プライバシー法(2018年)」(<https://www.ppc.go.jp/files/pdf/ccpa-provisions-ja.pdf>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (工) 各国におけるデータの流通を巡る規制当局の動向

□ CCPA (California Consumer Privacy Act : カリフォルニア州消費者プライバシー法) (2018年6月成立)

事業者の8つの義務

■ 8つの義務(「消費者の個人情報処理する事業者」向け)の概要は下表のとおり。

No.	義務 (JETRO資料)	義務概要・関連条項 (CCPA Regulationを元にみずほ情報総研和訳、CCPAを元に個人情報保護委員会和訳)	関連条項
①	消費者への通知義務	第999.305条 個人情報の収集時における通知/第999.306条 個人情報の販売からのオプトアウトの権利の通知/ 第999.307条 金銭的なインセンティブの通知/第999.308条 プライバシーポリシー	CCPA規則案 第2節
②	消費者要求への対応のビジネスプラクティスに関する義務	第999.312条 知る要求と削除の要求の提出方法/第999.313条 知る要求及び削除の要求への対応/第999.314条 サービス提供者/ 第999.315条 オプトアウトの要求/第999.316条 個人情報の販売をオプトアウトした後にオプトインする要求	CCPA規則案 第3節
③	研修義務	事業者のプライバシー慣行やCCPAの遵守に関する消費者からの問い合わせに対応する責任を負うすべての個人は、CCPAおよびこれらの規則のすべての要件、そしてCCPAおよびこれらの規則の下で消費者に権利を行使させる方法を知らされているものとする。(CCPA 規則案 第999.317条 (a))	CCPA 規則案 第999.317条
④	記録管理義務	事業者は、CCPA に基づいて行われた消費者からの要求の記録と、当該要求にどのように対応したかの記録を、少なくとも24ヶ月間維持しなければならない。事業者は、これらの記録を維持するために、合理的なセキュリティ手順および慣行を実施し、維持しなければならない。(CCPA 規則案 第999.317条 (b))	CCPA 規則案 第999.317条
⑤	要求の検証義務	第999.323条 検証に関する一般原則/第999.324条 パスワードで保護されたアカウントの検証/ 第999.325条 非アカウント保有者の検証/第999.326条 授権されたエージェント	CCPA 規則案 第4節
⑥	未成年者に関する特別の義務	第999.330条 13 歳未満の未成年者/第999.331条 13 歳から 16 歳までの未成年者/第999.332条 16 歳未満の未成年者	CCPA 規則案 第5節
⑦	差別の禁止	第999.336条 差別的プラクティス/第999.337条 消費者データの価値の算定	CCPA 規則案 第6節
⑧	個人情報の性質に照らして合理的なセキュリティの手続と慣行を実装する義務	個人情報を保護するため情報の性質に適切な妥当なセキュリティ手続とプラクティスを実施し維持する義務に事業者が違反した結果として、第1798.81.5条第 (d) 項 (1) 号 (A) 6に定める、自身の暗号化されておらず、かつ修正されていない個人情報、無権限アクセス、流出、窃取又は開示の対象となった消費者は、以下のいずれかについて民事訴訟を提起することができる。(CCPA 第1798.150条 (a)(1))	CCPA 第1798.150条

(出典) JETRO「カリフォルニア州消費者プライバシー法(CCPA)実務ハンドブック」(https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2019/c74bb9695c95edf9/20191225.pdf)、個人情報保護委員会「カリフォルニア州消費者プライバシー法(2018年)」(<https://www.ppc.go.jp/files/pdf/ccpa-provisions-ja.pdf>)、CCPA Regulation TEXT OF MODIFIED REGULATIONS (<https://oag.ca.gov/sites/all/files/agweb/pdfs/privacy/ccpa-text-of-second-set-clean-031120.pdf?>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (I) 各国におけるデータの流通を巡る規制当局の動向

□ CCPA (California Consumer Privacy Act : カリフォルニア州消費者プライバシー法) (2018年6月成立)

CCPAにおける個人情報の定義 (CCPA 第1798.140条(o))

- (1)「個人情報」とは、特定の消費者又は世帯を、識別し、関連し、叙述し、合理的に関連付けることができ、又は直接的に若しくは間接的に合理的にリンクさせることのできる情報を意味する。個人情報には、以下に限定されるわけではないが、特定の消費者又は世帯を識別し、関連し、叙述し、合理的に関連付けることができ、又は直接的に若しくは間接的に合理的にリンクさせることのできるものであれば、以下が含まれる。
 - (A)識別子。例えば、実名、別名、郵便住所、一意個人識別子、オンライン識別子であるインターネット・プロトコル・アドレス、電子メール・アドレス、アカウント・ネーム、社会保険番号、運転免許証番号、旅券番号、又はその他の類似の識別子。
 - (B)第1798.80条第(e)項で述べる個人情報の類型。
(第1798.80条第(e)項：「個人情報」とは、特定の個人を、識別し、関連し、叙述し、又は関連付けることができるいかなる情報を意味する。個人情報には、以下に限定されるわけではないが、当該個人の名前、サイン、社会保険番号、身体的特徴若しくは記述、アドレス、電話番号、旅券番号、運転免許証番号若しくは州の識別カード番号、保険証券番号、教育、雇用、雇用履歴、銀行口座番号、クレジットカード番号、デビットカード番号、又は、その他の財務情報、医療情報若しくは健康保険情報、を含む。「個人情報」には、連邦、州又は地域の政府の記録から適法に一般公衆に対して利用可能となっている、公に利用可能な情報を含まない。)
 - (C)カリフォルニア州法又は連邦法のもとでの保護された分類の特性。
 - (D)商業的情報。個人の財産の記録、購入、取得又は検討した製品又はサービスの記録、又は、その他の購入又は消費の履歴又は傾向についての記録を含む。
 - (E)バイOMETリック情報。
 - (F)インターネット又はその他の電子的なネットワーク活動の情報。閲覧履歴、検索履歴、及び、インターネット・ウェブサイト、アプリケーション又は広告との消費者のやりとりの情報を含むが、これに限られない。
 - (G)地理位置データ。
 - (H)音声、電子、視覚、温度、嗅覚、又は類似の情報。
 - (I)職業又は雇用に関する情報。
 - (J)公に利用可能な、家族教育権とプライバシー法(合衆国法典(「United States Code」)20、第1232g条；連邦規則集(「Code of Federal Regulations」)34、パート99)に定義されている個人識別情報ではない情報として定義される教育情報。
 - (K)消費者についての選好、性格、心理的傾向、性質、行動、態度、インテリジェンス、能力及び素質を反映する消費者のプロファイルを作成するために本項で識別された情報から引き出された、推定。
- (2)「個人情報」には、公に利用可能な情報は含まれない。本号の目的上、「公に利用可能」とは、連邦、州又は地域の政府の記録から適法に利用可能な情報を意味する。「公に利用可能」とは、消費者が知らないうちに、当該消費者について事業者が収集したバイOMETリック情報を意味しない。
- (3)「個人情報」には、非識別化された消費者情報又は消費者情報集合体は含まれない。

(出典) 個人情報保護委員会「カリフォルニア州消費者プライバシー法(2018年)」(<https://www.ppc.go.jp/files/pdf/ccpa-provisions-ja.pdf>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (工) 各国におけるデータの流通を巡る規制当局の動向

□ 大阪トラック (2019年6月)

取組概要

- 2019年6月開催のG20大阪サミットの際に、安倍晋三内閣総理大臣が主催した「デジタル経済に関する首脳特別イベント」において立ち上げられた、デジタル経済、特にデータ流通や電子商取引に関する国際的なルール作りを進めていくプロセスの総称。G20参加国のほか、2019年1月にダボスで発出され、78の世界貿易機関加盟国による電子商取引に関する共同声明に参加する他のWTO加盟国とともに、今後、データ流通や電子商取引に関する国際的なルール作りを進めることで、WTOでの電子商取引に関する交渉が本格的に進むことを目指している。
- G20大阪首脳宣言におけるデータ流通に係る宣言は以下のとおり。

強固な世界経済の成長の醸成

貿易と投資

8. 我々は、G20茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合閣僚声明を歓迎する。我々は、**自由、公正、無差別で透明性があり予測可能な安定した貿易及び投資環境を実現し**、我々の開かれた市場を維持するよう努力する。国際的な貿易及び投資は、成長、生産性、イノベーション、雇用創出及び開発の重要なエンジンである。我々は、世界貿易機関（WTO）の機能を改善するため、必要な**WTO改革への支持を再確認**する。我々は、第12回WTO閣僚会議に向けた取組を含め、他のWTO加盟国と建設的に取り組んでいく。我々は、WTO加盟国によって交渉されたルールに整合的な紛争解決制度の機能に関して、行動が必要であることに合意する。さらに、我々は、WTO協定と整合的な二国間及び地域の自由貿易協定の補完的役割を認識する。我々は、ビジネスを可能とする環境を醸成するため、公平な競争条件を確保するよう取り組む。

イノベーション：デジタル化、データ・フリー・フロー・ウィズ・トラスト（信頼性のある自由なデータ流通）

11. データ、情報、アイデア及び知識の越境流通は、生産性の向上、イノベーションの増大及びより良い持続的開発をもたらす一方で、プライバシー、データ保護、知的財産権及びセキュリティに関する課題を提起する。これらの課題に引き続き対処することにより、我々は、**データの自由な流通を更に促進し、消費者及びビジネスの信頼を強化することができる**。この点において、国内的及び国際的な法的枠組みの双方が尊重されるべき必要がある。このような**データ・フリー・フロー・ウィズ・トラスト（信頼性のある自由なデータ流通）は、デジタル経済の機会を活かすものである**。我々は、異なる枠組みの相互運用性を促進するために協力し、開発に果たすデータの役割を確認する。我々はまた、貿易とデジタル経済の接点の重要性を再確認し、**電子商取引に関する共同声明イニシアティブの下で進行中の議論に留意し、WTOにおける電子商取引に関する作業計画の重要性を再確認する**。

(出典) 外務省 (https://www.mofa.go.jp/mofaj/ecm/it/page25_001989.html)、G20大阪首脳宣言 (https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/g20/osaka19/jp/documents/final_g20_osaka_leaders_declaration.html)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ (工) 各国におけるデータの流通を巡る規制当局の動向

□ 大阪トラック (2019年6月)

G20サミット以降の取組

- G20サミット後の大阪トラック関連の取組については以下のとおり。WTOやOECDの会合等の場で、データ流通や電子商取引に関する国際的なルール作りの重要性、必要性等について発信。

時期・期間・場所	取組概要	内容?
2019年7月15日～17日、 於：ジュネーブ	WTOでの電子商取引に関する有志国会合	電子商取引の貿易関連の側面に関するルール作りを進める目的で開催され、外務省、経済産業省及び財務省から関係者がそれぞれ出席
2019年9月24日～27日、 於：ジュネーブ	WTOでの電子商取引に関する交渉会合	電子商取引の貿易関連の側面に関するルール作りを進める目的で開催され、日本を含む80超の国・地域が参加。日本から、外務省、経済産業省及び財務省の関係者がそれぞれ出席
2019年10月11日、 於：ジュネーブ	WTOパブリック・フォーラムにおける公開ワークショップ	<ul style="list-style-type: none">■ 世界貿易機関 (WTO) パブリック・フォーラムのプログラムの一つとして、「大阪トラック」に関するワークショップがジュネーブのWTO本部内で開催■ 日本政府からは、大阪トラックの立ち上げ経緯やWTOにおける電子商取引交渉の現状を紹介した上で、大阪トラックの下、WTOにおけるルール作りを一層促進し、データとデジタル経済の十分な潜在力の活用に向けた国際的な政策討議を進めていく上で他の国際機関や産業界等との協力が重要となっていることについて報告
2019年10月22日～25日、 於：ジュネーブ	WTOでの電子商取引に関する交渉会合	電子商取引の貿易関連の側面に関するルール作りを進める目的で開催され、日本を含む80超の国・地域が参加。日本から、外務省、経済産業省、財務省及び金融庁の関係者がそれぞれ出席
2019年10月24日、 於：パリ	OECD貿易に関するグローバル・フォーラムにおける特別セッション	<ul style="list-style-type: none">■ 経済協力開発機構 (OECD) 貿易に関するグローバル・フォーラムの特別セッションとして、「デジタル貿易」に関する特別セッションが開催■ 「『大阪トラック』を含むデジタル貿易」と題した特別セッションでは、日本政府より、データ流通とデジタル経済の更なる活用のための国際的な議論を促進するためのプロセスである「大阪トラック」の設立に至る経緯や、今後の方向性について説明を実施。「大阪トラック」の下でのルール作りの推進を働きかけた
2020年1月22日、 於：ジュネーブ	世界経済フォーラム年次総会 (ダボス会議) における「大阪トラック」セッション	世界経済フォーラム (WEF) 年次総会 (ダボス会議) において、若宮健嗣外務副大臣が、日本政府とWEFが共催した「大阪トラック」セッションに出席したほか、各国政府関係者や経営者との意見交換を実施

(出典) 外務省 (https://www.mofa.go.jp/mofaj/ecm/it/page25_001989.html)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

□ 各国のPF規制の動向、各国のスタンス

- 米国、欧州、日本のPF規制・スタンスのまとめは以下のとおり。詳細は次頁以降に後述。
- 対象分野や国によりスタンスは異なるが、大きく、①法規制等による規制を促すもの、②法規制等を策定せずに民間企業の自主的な対応を求めるものに大別される。特にEUは法規制等を策定した上で対策を講じる傾向にある。一方、米国はデータポータビリティ、プライバシー、フェイクニュースに係る分野で連邦全体に適用する法律を企図した動きが見られる。（下表太字・太波線）

国・地域	PF規制・スタンス			
	データポータビリティ	プライバシー	フェイクニュース・政治広告	その他、PF規制
米国	<p>法律による規制（予定）</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2010年、オバマ大統領がデータポータビリティ拡大を目指して「My Data イニシアチブ」を発表。自らの個人情報、安全、適時、電子的にやり取りする技術的な枠組みを連邦政府主導で進めるとした ■ 一転、トランプ政権では、My Dataに関する直接的な言及は見られないものの、近年、データポータビリティとインターオペラビリティに関する法案「Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching (ACCESS) Act」が連邦議会にて提案中 	<p>連邦全体の規制はないが、州レベルで規制</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 包括的な保護法制は現在存在しない ■ ただし、カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）など、州法レベルで包括的な保護法制が成立するほか、直近では、EUのGDPRに呼応するように、包括的な連邦法を志向する動きも見られる 	<p>規制はなく、民間の自主的な対応に委ねるが、ディープフェイクは法による規制の可能性あり</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 偽情報への法的規制には慎重な姿勢。そのため、フェイクニュースや偽情報に対する対応は、基本的にはプラットフォーム事業者による自主的な取組が進められている ■ ただし、ディープフェイク技術の使用状況について年次報告を作成することを義務づける法案「Deepfake Report Act」が、現在、下院で審議中 	<p>—</p> <p>（その他、主だった規制は見当たらない）</p>
欧州	<p>規則による規制</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ GDPRの中で、パーソナルデータに関する個人の一般的な権利として、データポータビリティ権を規定。 	<p>規則による規制</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ デジタルサービスやコンテンツがEU域内の国境を越えて自由に流通する、デジタル単一市場の構築を政策目標として、個人の権利保護の明確化等に向けたGDPR（一般データ保護規則）が2018年5月施行 ■ また、通信分野におけるプライバシー等の保護の拡充に向け、eプライバシー規則（ePrivacy Regulation）（案）の策定が進められている 	<p>規制はないが、行動規範で民間の自主的な対応を求める</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 民間主体との対話を重視し、Code of Practice（行動規範）の策定によりプラットフォーム事業者等の関係者に自主的な対応を求める方向で取組が進められている 	<p>規則による規制</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 欧州委員会は、オンラインプラットフォーム事業者に対し、ビジネス目的のサービス利用者への契約条件の明示、苦情対応組織の設置などの義務付けを行う「オンラインプラットフォームの公平性・透明性向上に関する規則」を2019年7月に公布
日本	<p>規制はないが、特定分野で拡大を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 現状では、データポータビリティに関する制度なし ■ 金融や電力、医療等の分野におけるデータポータビリティの在り方を検討しているほか、官民データ活用推進基本法では、「官民データの円滑な流通を促進するため、データ流通における個人の関与の仕組みの構築等」に取り組むこととしている 	<p>法による規制</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2005年に全面施行された個人情報保護法をベースに、対応 	<p>規制はなく、民間の自主的な対応に委ねる</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 総務省「プラットフォームサービスに関する研究会」にて対策の在り方を検討。まずは民間部門における自主的な取組を基本とした対策を進めることが適当とした上で、今後の状況次第では、政府としての関与を行うことも考えられると指摘。 	<p>法律による規制（予定）</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性及び公正性を高める必要性の高いものを提供する「特定デジタルプラットフォーム提供者」に、デジタルプラットフォームの取引条件等の情報の開示、自主的な手続・体制の整備、運営状況の報告と評価を求める「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律案」を2020年2月に閣議決定

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

□ 各国のPF規制の動向、各国のスタンス

■ データポータビリティ関連の各国PF規制・スタンスの動向は以下のとおり。

国	対応状況
米国	<ul style="list-style-type: none">■ 2010年、オバマ大統領がデータポータビリティ拡大を目指して「My Data インシアチブ」を発表。自らの個人情報、安全、適時、電子的にやり取りする技術的な枠組みを連邦政府主導で進めるとした。一方、トランプ政権では、My Dataに関する直接的な言及は見られない。ただし、医療分野の「Blue Button」等において、<u>特定分野でデータポータビリティ拡大を目指す動きはある。</u>■ 近年、データポータビリティとインターオペラビリティに関する法案「Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching (ACCESS) Act」が連邦議会で提案中。データポータビリティに関わる条文（第3条）として以下がある（みずほ情報総研仮訳）。<ol style="list-style-type: none">① 大規模通信プラットフォーム・プロバイダの一般的義務： 大規模通信プラットフォーム・プロバイダは、その運営する大規模通信プラットフォームごとに、構造化され、一般的に使用され、機械で読み取り可能な形式で、ユーザまたはユーザの指示に基づいて行動する競合通信プロバイダへのユーザ・データの安全な転送を開始するための、透明で、第三者がアクセス可能な一連のインタフェース（アプリケーション・プログラミング・インタフェースを含む）を維持しなければならない。② 競合通信プロバイダの一般的な義務： 大規模通信プラットフォームプロバイダから移植されたユーザーデータを受け取る競合通信プロバイダは、取得したユーザーデータを合理的に保護しなければならない。③ 特定のサービスに対する免除： 大規模通信プラットフォーム・プロバイダがユーザーデータの収集、使用、または共有から直接または間接的に収入またはその他の報酬を得ていない製品またはサービスには、本項に基づく義務は適用されないものとする。
欧州	<ul style="list-style-type: none">■ パーソナルデータに関する個人の基本的権利の保護を企図したGDPRの中で、<u>パーソナルデータに関する個人の一般的権利として、データポータビリティ権（第20条）を規定。</u>自らのパーソナルデータを機械可読性のある形式で取り戻したり、技術的に可能な場合には自らのパーソナルデータのある管理者から別の管理者に直接的に移行させる権利などが規定された。
日本	<ul style="list-style-type: none">■ 現状、データポータビリティに関する規定はないが、ただし、金融や電力、医療等の分野におけるデータポータビリティの在り方を検討している。■ また、官民データ活用推進基本法では、「官民データの円滑な流通を促進するため、<u>データ流通における個人の関与の仕組みの構築等</u>」に取り組むこととしている。

(出典) 経済産業省 (https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/detakatuyo_wg/dai1/siryuu4-2.pdf)、内閣官房 (https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/501302_3729515_misc.pdf)、米国議会 (<https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/2658/text>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

□ 各国のPF規制の動向、各国のスタンス

- **プライバシー（利用者保護）関連**の各国PF規制・スタンスの動向は以下のとおり。

国	対応状況
米国	<ul style="list-style-type: none">■ 連邦レベルでは事業分野・情報の分野ごとの規律が存在しているが、包括的な保護法制は現在存在しない。■ ただし、カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）など、<u>州法レベルで包括的な保護法制が成立</u>。また直近では、EUのGDPRに呼応するように、<u>包括的な連邦法を志向する動きも見られる</u>。
欧州	<ul style="list-style-type: none">■ デジタルサービスやコンテンツがEU域内の国境を越えて自由に流通する、デジタル単一市場の構築を政策目標として、個人の権利保護の明確化等に向けたGDPR（一般データ保護規則）が2018年5月施行■ GDPRに引き続き、通信分野におけるプライバシー等の保護の拡充に向け、通信の秘密等の適応対象を通信サービスに加え、ウェブメールやSNSなどの通信サービスに拡大する「eプライバシー規則（ePrivacy Regulation）（案）」の策定が進められている。GDPRは全ての個人データを保護対象とし、個人データの権利を規定するのに対し、eプライバシー規則（案）は個人データか否かを問わず、<u>通信と端末機器の情報を保護対象とし、通信の秘密とプライバシーの権利を規定しようとしている</u>。
日本	<ul style="list-style-type: none">■ 2005年に全面施行された個人情報保護法がベース。2015年の改正（2017年に全面施行）では、情報通信技術の進展が著しいことから、3年ごとの見直し規定を設けている。2020年改正予定の個人情報保護法では、①利用の停止、消去、第三者提供の停止の請求に係る要件の緩和、②開示のデジタル化の推進、③開示等の対象となる保有個人データの範囲の拡大、④オプトアウト規制の強化等を、個人データに関する個人の権利の在り方として、検討している。

（出典）総務省「プラットフォームサービスに関する研究会中間報告書」（https://www.soumu.go.jp/main_content/000613197.pdf）、個人情報保護委員会（https://www.ppc.go.jp/files/pdf/191129_houdou_koshi.pdf）

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

- 偽情報への対抗するため法律を整備し、罰則を定めている国もある。
- また、各国政府機関では偽情報への対応策として、①偽ニュースのブロック（削除を含む）、②一般国民への事実確認のためのリソースの提供、③偽ニュースの危険性についての国民教育が行われている。

■ 欧州、米国、日本、フェイクニュース（政治広告含む）関連の各国PF規制・スタンスの動向は以下のとおり。その他の国の取組は参考として示した。

国	対応状況
米国	<ul style="list-style-type: none"> ■ 合衆国憲法修正第1条により表現の自由を手厚く保障してきた伝統もあり、偽情報への法的規制には基本的に慎重な姿勢。そのため、フェイクニュースや偽情報に対する対応は、<u>基本的にはプラットフォーム事業者による自主的な取組が進められている。</u> ■ ただし、2016年の大統領選挙時における問題をきっかけに、連邦議会において、プラットフォーム事業者（Facebook、Google、Twitterなど）の幹部らを招喚した公聴会が行われるなど、フェイクニュース対策の在り方などについて調査と議論が行われている。2019年5月には、連邦下院議会議長の演説を合成・改変したディープフェイク動画がSNSで拡散し、プラットフォーム事業者により削除等の対応方針が分かれるという事態が生じた。この問題を受け、ディープフェイク動画がもたらす危険についての理解を深めることを目的とし、<u>ディープフェイク技術の使用状況について年次報告を作成することを義務づける法案「Deepfake Report Act」</u>が2019年10月に上院で可決され、2020年3月現在、下院で審議中。
欧州	<ul style="list-style-type: none"> ■ ロシアによる偽情報のキャンペーンを契機として、偽情報に関する検討が行われてきた。基本的な方向性としては、<u>民間主体との対話を重視し、Code of Practice（行動規範）の策定によりプラットフォーム事業者等の関係者に自主的な対応を求める方向で取組が進められている。</u>
日本	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総務省「プラットフォームサービスに関する研究会」にてフェイクニュース対策の在り方を検討を行い、2020年2月に最終報告書が公表された。「政府の介入は慎重であるべきという考え」の下、まずは民間部門における自主的な取組を基本とした対策を進めることが適当とした上で、自主的スキームが達成されない場合や効果がない場合には、プラットフォーム事業者の自主的な取組に関する透明性やアカウントリテリテの確保など、政府として一定の関与を行うことも考えられると指摘している。
参考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 英国にはオンラインプラットフォームによって投稿されたニュースの有効性を規制する法律がない。 ■ 2018年4月に内閣府は虚偽情報への対応を支援するため「迅速対応ユニット（RRU）」を設置。アナリスト・エディター、データサイエンティスト、メディア、デジタルエキスパート等の専門家で構成されている。オンラインで共有され、関与しているニュースや情報を監視し、新たに発生する問題に対して迅速、正確、完全性をもって特定する。 ■ 2020年2月、安全なインターネット環境の確保に向け、将来の政府の対策を示すことを目的に、DCMS（デジタル・文化・メディア・スポーツ庁）と内務省にて共同作成した「オンラインセーフティ白書（Online Harms White Paper）」を公表。「フリーでオープンかつセキュアなインターネット」、「オンライン表現の自由」などをビジョンとし、オンラインの安全に向けた新たな規制の枠組みの策定（利用者の安全に関する責任を企業に負わせ、サービス上のコンテンツや活動による被害に対処するために、新たに法的な注意義務を創設する（16パラグラフ））等について説明している。
フランス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年11月、選挙時における偽情報への対策を目的に、「情報操作との戦いに関する法律」が議会で成立。選挙期間内（投票日前3カ月）に、オンラインを通じて意図的・人為的・自動的に対象に伝播され、投票の誠実性を損なうような、不正確もしくは誤解を招く主張または非難に係る情報が拡散される場合、候補者等から申立を受けた裁判官は、虚偽だと客観的に証明される情報についてプラットフォーム事業者に送信防止措置を命じることができ、裁判官は申立から48時間以内に停止に関する判断を行わなければならないとされている。

（出典）総務省「プラットフォームサービスに関する研究会最終報告書（案）」（https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000071.html）、総務省「プラットフォームサービスに関する研究会中間報告書」（https://www.soumu.go.jp/main_content/000613197.pdf）、英国政府（<https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper/online-harms-white-paper>）、The Law Library of Congress「Initiatives to Counter Fake News」（April 2019）<http://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>

in Selected Countries]、「Alex Aiken introduces the Rapid Response Unit」<https://gcs.civilservice.gov.uk/news/alex-aiken-introduces-the-rapid-response-unit/>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

(前頁からの続き)

国	対応状況
ドイツ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 難民の増加に伴うSNS上のヘイトスピーチや偽情報等の増加への対策として、「ネットワーク執行法（NetzDG）」が成立し、2017年10月に施行。ドイツ国内の登録利用者数200万人以上のプラットフォームは、苦情処理に関する報告義務や、申告のあった違法コンテンツへの対応義務を負う。 ■ 違法なコンテンツを削除しないソーシャルネットワークサービス事業者に対して5000万ユーロの罰金が科される可能性がある。 ■ また、法律や判決をインターネット上で無料で閲覧できるようにすることで、国民が正確な法律情報にアクセスできるようにしている。
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2019年10月「オンラインの偽情報・情報操作防止法案（New Protection from Online Falsehoods and Manipulation Bill）」が施行された。 ■ 同法では、「シンガポールの安全保障、安寧な社会環境や他国との友好関係に脅威を与える偽情報」を対象としている。政府が虚偽と判断した場合には、<u>プラットフォーム事業者に対して当該コンテンツの削除等を命じることができる。さらに、企業が虚偽情報を流すプラットフォームに広告を出すことについても禁止している。</u>
マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年4月に「フェイクニュース対策法（The Anti-Fake News Act）」が制定された。しかし、「フェイクニュース」や「悪意」の定義が曖昧なため、恣意的運用が強く懸念され、政権交代後、新政権は廃止法案を議会へ提出、2019年10月に廃止法案が下院議会において再可決された。今後、国王の同意を得ることにより、廃止される見通し。 ■ なお、同対策法では、「フェイクニュース」を「ニュース、情報、データ及び報告であって、全体的に又は部分的に虚偽であるか又は虚偽であるもの（特徴、視覚的記録若しくは音声による記録の形式であるか又は言葉若しくは考えを示唆することができるその他の形式であるかを問わない。）」を含むものと定義している。 ■ 政府機関のMALAYSIAN COMMUNICATIONS AND MULTIMEDIA COMMISSION（MCMC；通信マルチメディア委員会）が「<u>sebenarnya.my※1</u>」と呼ぶ、<u>ファクトチェックのポータルとアプリを運用している。利用者はインターネット上に流れている情報を検索し正確性をチェックできる。ウェブサイトの他、スマートフォンアプリを提供されている。</u>
ロシア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 偽ニュース対策法を制定している。2019年3月18日にプーチン大統領はフェイクニュース対策のために「Federal Law on Amending Article 15-3 of the Federal Law on Information, Information Technologies and Protection of Information（情報法）」と、「Federal Law on Amending the Code of Administrative Violations」の2つの法律に署名を行い法案が成立した。 ■ 前者では、「<u>偽ニュースの定義が行われており、「人々の生命、健康、または財産を危険にさらす恐れがある場合、真実のメッセージを装って配布される社会的に重要な虚偽の情報；公共の秩序や治安に対する大規模な違反の可能性を生む；あるいは、運輸・社会インフラ、信用機関、通信回線、産業、エネルギー企業の業務を妨げる可能性がある。」</u>としている。さらに、同法律では、<u>ウェブサイト運営者に偽情報の削除を求めるとともに、削除がされない場合にはインターネットサービスプロバイダーにサイトへのアクセスをブロックできるようにしている。</u> ■ また後者では、偽のニュース流布、またそれによる被害が生じた場合の罰金が規定されている。
中国	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「サイバーセキュリティ法」（2016年11月7日に全人代常務委員会で採択）において、経済的および社会的秩序を乱す虚偽ニュースをインターネット上で作成または拡散することを禁じている（第12条第2項）。 ■ また、「中華人民共和国刑法（PRC）（第9次改正法）」により、情報通信ネットワーク等を通じ、公の秩序を著しく乱す虚偽の情報を流布する罪が追加された。最高7年の懲役となる。

※1 マレーシア「sebenarnya.my」ウェブサイト <https://sebenarnya.my/>

(出典) The Law Library of Congress (米国議会図書館) 「Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries」(April 2019) <http://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 「Piyao (中国語で「噂に反論するの」意)」

- 中国では、偽情報を含む「うわさ」がソーシャルメディア上に流通している。中国政府はこれらの対策のためにウェブサイト「Piyao」を立ち上げている。Piyaoでは政府や当局からの発表、専門家の意見、偽情報の特定方法に関するアドバイスが公開されている。利用者は、同サイトの上で正しい情報を確認することができる。
- 偽情報の特定には人工知能が用いられる。
- 政府の「中央サイバースペース問題委員会」と「国営メディアの新華通訊社」によって運営されている。
- 2018年8月29日(水)から提供開始された。Webサイト、スマートフォンアプリ、WeiboとWeChat上にアカウントが設置されている。



- 2020年4月11日にWeiboで流れた噂。「寧波小中学校の2020年4月13日-7月31日(合計16週間)の学校数のスケジュールには月曜日から日曜日までの授業がなく、休みの日がない。」
- 寧波イブニングニュース記者が寧波市教育局にこの情報を確認、嘘であることを説明している。

(出典) The Law Library of Congress (米国議会図書館) 「Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries」(April 2019) <http://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>, CNET「China's new 'denying a rumor' platform identifies fake news」(Aug. 31, 2018) <https://www.cnet.com/news/chinas-new-denying-a-rumor-platform-identifies-fake-news/>

<http://www.piyao.org.cn/index.htm>

(出典) Piyaoウェブサイトより

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

□ PF事業者の自主的な対応

■ **プライバシー関連**のPF事業者の自主的な対応状況は以下のとおり。プライバシーに関連する、GDPR、CCPAを中心に各社の対応を整理。

企業	対応状況		
	GDPR	CCPA	その他
Google	<ul style="list-style-type: none"> GDPR遵守を確実に果たすとして、Google Cloud Platform、および、G Suiteの全てのサービスにおけるユーザーの個人データの処理に関して、機密性の高い個人データの保護を強化する追加のセキュリティ機能の提供、ユーザーが実施するGoogle サービスのプライバシー評価を支援するためのドキュメントとリソースの提供、規制状況の変化に合わせて、ユーザーに提供する機能や能力の継続的な進化を実施しているとしている。 	<ul style="list-style-type: none"> CCPAのユーザの権利に係るユーザの個人情報は販売しないという姿勢。 CCPAのコンプライアンス要件の準拠に向け、制限付きデータ処理機能の開発に取り組んでおり、一部の固有IDや、サービスの提供で処理されるデータの使用方法を制限し、特定のビジネス上の目的でのみ使用されるようにすると説明。 	<ul style="list-style-type: none"> 2020年1月14日、ChromeでのサードパーティCookieのサポートを段階的に2年以内に廃止する予定である旨をGoogle Blog上で発表。ユーザーは、自分のデータがどのように使用されるかについて、透明性、選択、コントロールなどのプライバシーをより求めているとして、ユーザやパブリッシャー、広告主のニーズに対応し、回避策を緩和するツールを開発した後、段階的に廃止する予定。
Amazon	<ul style="list-style-type: none"> 2018年4月9日、GDPRの施行前に、GDPRサービス準備状況に対する監査が全て完了し、AWSの全てのサービスについてGDPRに準拠したことをWeb上で発表。 	<ul style="list-style-type: none"> AWSを利用するユーザに対し、ユーザがCCPAに備えるために「Using AWS in the Context of Common Privacy & Data Protection Considerations」および「Preparing for the California Consumer Privacy Act」という白書を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> —
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> Instagram、Oculus、WhatsAppを含む関連企業における個人情報の取り扱いはすべて、GDPR基準に準拠する予定で、利用者によるプライバシー管理を可能にするともに、個人データに関する選択権について周知するため、既存ツールの見直しと拡張を行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ソーシャルメディア企業はユーザについて収集したデータを直接的に販売していないため、CCPAの対応として、ウェブトラッキングの慣行を変更しないと広告主に説明している。 	<ul style="list-style-type: none"> —
Apple	<ul style="list-style-type: none"> GDPR施行直前に、同社サイトに「Data and Privacy」ページを開設。アプリやサービスの利用状況について同社が保有しているデータをユーザーがダウンロードできるようになった。 	<ul style="list-style-type: none"> カリフォルニア州の消費者の個人情報を販売することなく、プライバシー権の要求に応じて差別することも無いという姿勢 プライバシーポリシーの中で、どのような個人情報が収集されるか、個人情報の出典、利用目的、Appleがその個人情報を開示するかどうか、開示する場合には開示先の第三者のカテゴリーなど、Appleのプライバシー慣行を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> —

(出典) Chromium Blog (<https://blog.chromium.org/2020/01/building-more-private-web-path-towards.html>)、Google Cloud (<https://cloud.google.com/security/gdpr?hl=ja>)、Google広告ヘルプ (<https://support.google.com/google-ads/answer/9614122?hl=ja>)、CPO Magazine (<https://www.cpomagazine.com/data-protection/facebook-refuses-to-change-web-tracking-practices-believes-that-ccpa-does-not-apply-to-them/>)、Facebook Business (<https://ja-jp.facebook.com/business/news/facebooks-commitment-to-data-protection-and-privacy-in-compliance-with-the-gdpr>)、AWS blog (<https://aws.amazon.com/jp/blogs/news/all-aws-services-gdpr-ready/>)、AWS (<https://aws.amazon.com/jp/compliance/california-consumer-privacy-act/>)、Apple (<https://privacy.apple.com/>)、Apple (<https://www.apple.com/legal/privacy/california/>)

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 国内外のPF規制の動向

□ PF事業者の自主的な対応

■ フェイクニュース（政治広告含む）関連のPF事業者の自主的な対応状況は以下のとおり。

企業	対応状況		
	EU Code of Practice（行動規範）	その他	
		フェイクニュース関連	政治広告関連
Google	<ul style="list-style-type: none"> 2018年9月の行動規範公表直後となる9月26日、同行動規範に署名 2019年1月から5月にかけて、行動規範に関する取組状況を提出 	<ul style="list-style-type: none"> 自社サービス（Google検索、Googleニュース、YouTube及び広告システム）における偽情報対策に関するホワイトペーパーを2019年2月に公開。同文書では、①検索ランク等のアルゴリズムの改善などによる「情報の質の確保」、②身元を偽ったり、スパム行為を行う利用者など、悪意のある主体への「<u>対抗措置</u>」をとること、③検索サービスやニュースサイトにおいてファクトチェックの情報を見つけやすくするなど利用者により多くの文脈の「<u>提供</u>」という3本柱を対策の基本スタンスとしている。 なお、2016年10月に、ファクトチェック機関との連携により、ファクトチェック結果が検索結果画面やGoogleニュースの画面に表示される取組を開始したほか、ファクトチェッカーに対してファクトチェック結果を表示させるためのツールの提供も行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> 選挙広告に関する透明性レポートを公開し、広告主や広告費、ターゲティングに関する情報など、政治広告に関する詳細な情報の提供を行っている。2019年11月、政治広告に係るポリシーを見直し。 公共の有権者登録情報や支持政党などのデータを、<u>政治広告のターゲティング</u>に提供することを中止すると発表したほか、<u>ディープフェイク</u>や著しい偽情報を発信する政治広告も禁止し、<u>政治広告の透明性を高める情報開示の範囲を拡大</u>とした。
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> 2018年9月の行動規範公表直後となる9月26日、同行動規範に署名 2019年1月から5月にかけて、行動規範に関する取組状況を提出 	<ul style="list-style-type: none"> ①ポリシーに違反するコンテンツやアカウントの「<u>削除</u>」、②偽情報や不正なコンテンツの拡散の「<u>抑制</u>」、③信頼できる第三者ファクトチェッカーからのチェック結果の活用等の追加コンテキストの「<u>情報提供</u>」という3本柱を基本的スタンスとして対策を行っている。 なお、第三者ファクトチェックは、2016年12月から、各国のファクトチェック機関と連携しながら取組を行っており、ファクトチェック機関がコンテンツを虚偽と評価すると、ニュースフィードにおける該当記事の表示順位が下がり、さらに、繰り返しフェイクニュースを配信するページやウェブサイトには配信数の抑制などの制限が課され、収益化や広告に関する機能が利用できなくなる仕組みを導入している。 	<ul style="list-style-type: none"> 政治広告の広告主に対して身元証明を求めると、政治広告であることの表記や広告主の表記を行うこと、政治広告に関する情報を検索可能な広告ライブラリを公開するなどの取組を順次進めている。また、2019年9月、政治広告を外部のファクトチェック機関からのファクトチェック対象外とするポリシーを発表。 そのほか、2019年10月、2020年の米国大統領選挙を前に、外国勢力の介入への対応として大量の偽アカウントを削除したと発表。また、虚偽情報の流布や投票妨害を防止するための対策を導入し、<u>メディアリテラシーを高めるための取組に200万ドルの投資</u>を行うと発表。
Mozilla	<ul style="list-style-type: none"> 2018年9月の行動規範公表直後となる10月16日、同行動規範に署名 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> —
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> 2018年9月の行動規範公表直後となる10月10日、同行動規範に署名 2019年1月から5月にかけて、行動規範に関する取組状況を提出 	<ul style="list-style-type: none"> 主に、①スパム等のコンテンツやアカウントに関するポリシー「<u>策定</u>」及び「<u>削除</u>」、②信頼性の高い情報の「<u>提供</u>」などを行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> 政治広告に関する透明性の確保方策として、「<u>広告の透明センター</u>」を開設し、広告主や広告費、ターゲティングに関する情報など、政治広告に関する詳細な情報の提供を行ってきた。2019年11月、偽情報を含む広告が有権者の投票行動に悪影響が及ぶことを防ぐため、Twitter上の政治広告を全世界で禁止する<u>ポリシー変更</u>を実施。

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 「地方豪族企業」

- インターネットのサービス提供を通じて利用者の情報を収集・利活用する「プラットフォーマー」と呼ばれる世界的企業が存在する。
- 一方、リアルの世界において、特定地域に立地し、地域内の利用者に対して生活に必要な、購買、移動、消費に関する各種サービスを提供している企業（地方豪族企業）が存在する。
- 庄司昌彦氏（武蔵大学社会学部教授。兼、国際大学グローバルコミュニケーションセンター主幹研究員）によると、地方豪族企業について、「特定地域に立脚し、消費者の生活に密着した事業を行い多角化する一方、状況によって素早く事業内容を転換することもある企業」と定義している。
- 地方豪族企業は、多様なサービス提供を通じて、地域内のデータを一元的に収集・蓄積している。それらのデータを自社内で連携させたり、地元行政機関の有するオープンデータと組み合わせることで、より高度なサービスを提供できる可能性がある。特定地域におけるデータ利活用におけるカギを握る存在といえる。

類型※	業務イメージ	企業例	データ活用における可能性
1. 鉄道系企業	交通系事業を中核に、広告事業、物品販売事業、不動産事業、車両メンテナンス事業、レジャー施設・ホテル運営・ツアー・タクシーなどを実施。	東京急行電鉄（東急）や、東武鉄道、阪急電鉄、西武鉄道、近畿日本鉄道などの大手私鉄や、その他の私鉄企業など	自社内での部署を超えた連携・活用、一部を地元の行政系オープンデータと連携させることで交通事業の高度化や中心市街地の活性化、観光産業の活性化など
2. 建設系企業	土木・建築事業などを中核に、資材販売、住宅設備機器販売、不動産業、人材派遣、清掃業などを実施。	田名部組、穴吹興産、島津興業など	自社の有する社会インフラ系情報と、行政のオープンデータと組み合わせ、都市開発、災害対応など
3. エネルギー系企業	ガソリンスタンド運営・石油製品販売を中核に、自動車販売、自動車用品販売、修理、各種保険販売、不動産事業などを実施。	オカモトホールディングス、関彰商事、大森石油、日米商会、りゅうせきなど	地域内のエネルギー需要動向・使用状況、自動車利用状況の変化など

※類型について：上記の他、4. その他（運送系、スーパーマーケット系、飲食業系、医療・社会福祉法人系など）も存在する。

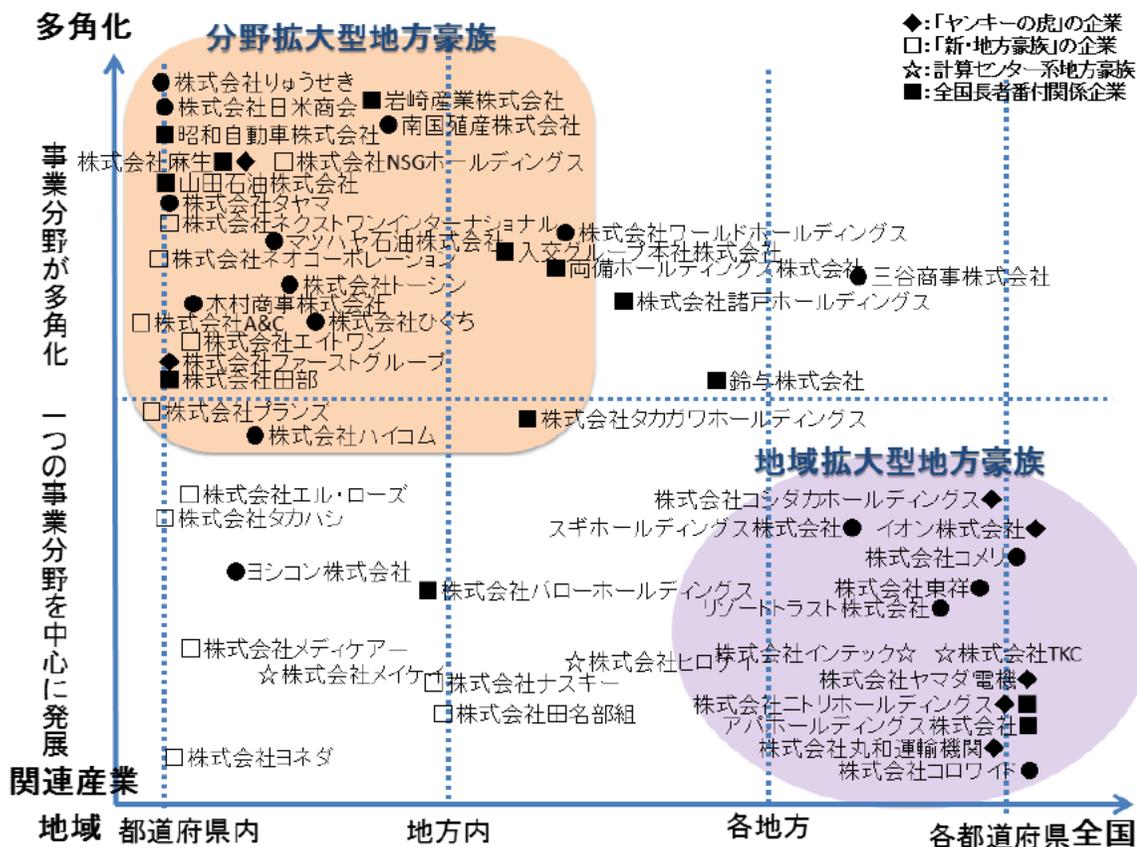
（出典）庄司昌彦、永井公成「地方豪族」が縮小時代の地域情報化を担う」<http://www.glocom.ac.jp/opinionpaper/op08>

（出典）庄司昌彦「官民データ活用に向けた「地方豪族企業」の考察」http://www.eco.shimane-u.ac.jp/ssi2018/manu/ren01_02.pdf

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 「地方豪族企業」

- 庄司昌彦氏（武蔵大学社会学部教授。兼、国際大学グローバルコミュニケーションセンター主幹研究員）が行った分類結果を以下に示す。
- また、同氏によって地方豪族企業のリストも公開されている（<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pr8fa-JR7eNsHGLZRcmS8rT0ooCv7plKH2w0fNkFmEc/pubhtml>）。



(出典) 庄司昌彦、永井公成「地方豪族企業リスト・分類図」<http://www.local-socio.net/2017/03/listremake.html>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 拡大するデータ量 – エリクソン「エリクソンモビリティレポート」(2019年11月) より –

- エリクソン (スウェーデン) は、四半期ごとに「エリクソンモビリティレポート」を公表している。
- 同レポートの2019年11月公表版では、2025年までの期間における世界及び地域別のモバイル経由でのトラフィックの予測を行っている。これによると、モバイルデータトラフィックは2025年には160エクサバイト/月 (10¹⁸バイト)、固定系データトラフィックは、400エクサバイト/月となる。

Mobile subscriptions	2018	2019	Forecast 2025	CAGR** 2019-2025	Unit
Worldwide mobile subscriptions	7810	8,040	8,940	2%	million
> Smartphone subscriptions	5,020	5,550	7,400	5%	million
> Mobile PC, tablet and mobile router subscriptions	270	290	330	2%	million
> Mobile broadband subscriptions	5,630	6,160	8,060	5%	million
> Mobile subscriptions, GSM/EDGE-only	2,010	1,720	700	-14%	million
> Mobile subscriptions, WCDMA/HSPA	2,040	1,890	830	-13%	million
> Mobile subscriptions, LTE	3,600	4,340	4,790	2%	million
> Mobile subscriptions, 5G	-	13	2,600		million
Mobile data traffic*	2018	2019	Forecast 2025	CAGR** 2019-2025	Unit
> Data traffic per smartphone	5.5	7.2	24	22%	GB/month
> Data traffic per mobile PC	12.2	14.8	27	11%	GB/month
> Data traffic per tablet	5.6	6.9	16	15%	GB/month
Total data traffic***	2018	2019	Forecast 2025	CAGR** 2019-2025	Unit
Total mobile data traffic	27	38	160	27%	EB/month
> Smartphones	24	35	150	28%	EB/month
> Mobile PCs and routers	2.1	2.7	7.5	18%	EB/month
> Tablets	0.7	0.8	2.7	22%	EB/month
Total fixed data traffic	110	140	400	20%	EB/month
Fixed broadband connections	1,060	1,110	1,300	3%	million

(出典) エリクソン「エリクソンモビリティレポート」(2019年11月) ウェブサイト <https://www.ericsson.com/en/mobility-report/reports/november-2019/mobile-traffic-by-application-category>

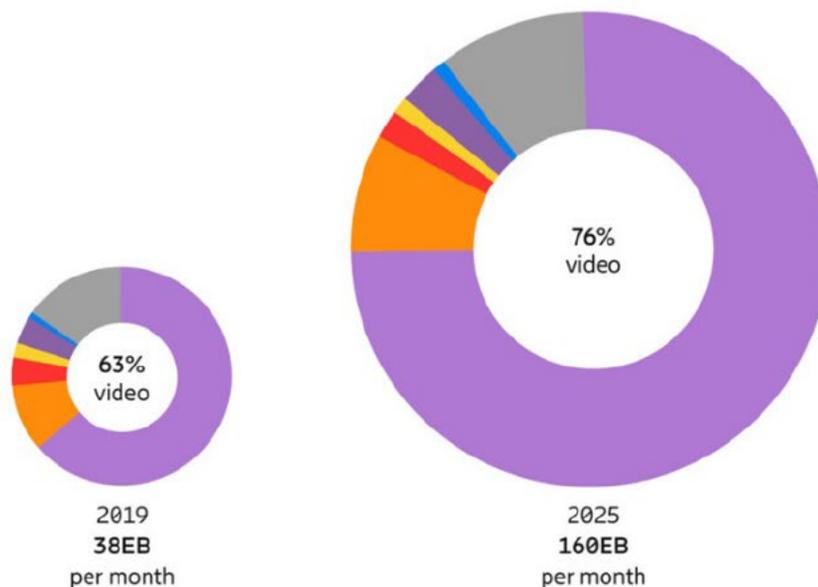
1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ アプリケーションカテゴリ別のモバイルトラフィック – エリクソン「エリクソンモビリティレポート」(2019年11月) より –

- エリクソン (スウェーデン) が2019年11月に公開した「エリクソンモビリティレポート」によると、モバイル経由での通信トラフィックは2019年から2025年の間で年27%ずつ増加すると予想している。
- 主な要因はビデオであり、年約30%ずつ増加する。なお、ここでのビデオには、ストリーミングサービスや、オンラインコンテンツ内に埋め込まれたビデオが含まれる。
- SNSも年約20%ずつ増加するが、全体におけるビデオの成長率が高くなるため目立たなくなっているとの分析がされている。全体でのシェアをみると約8%減少。

Mobile traffic by application category per month (percent)

Video Social networking Web browsing Audio Software download and update P2P file sharing Other segments



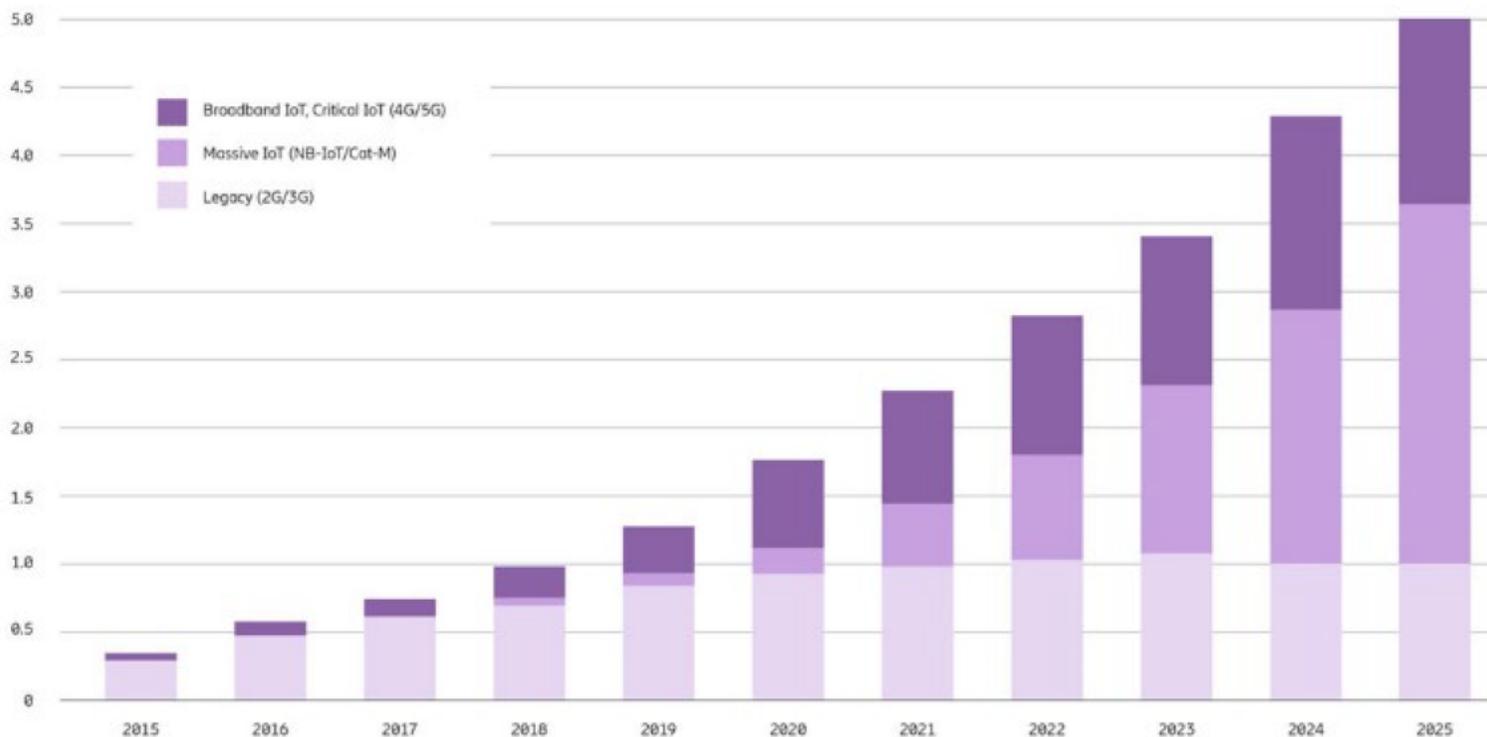
(出典) エリクソン「エリクソンモビリティレポート」(2019年11月) ウェブサイト <https://www.ericsson.com/en/mobility-report/reports/november-2019/mobile-traffic-by-application-category>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ IoT接続数 – エリクソン「エリクソンモビリティレポート」(2019年11月) より–

□ エリクソン (スウェーデン) が2019年11月に公開した「エリクソンモビリティレポート」によると、セルラーIoT接続数は、2025年に50億に達すると予測している。

Cellular IoT connections by segment and technology (billion)



(出典) エリクソン「エリクソンモビリティレポート」(2019年11月) ウェブサイト <https://www.ericsson.com/en/mobility-report/reports/november-2019/iot-connections-outlook>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

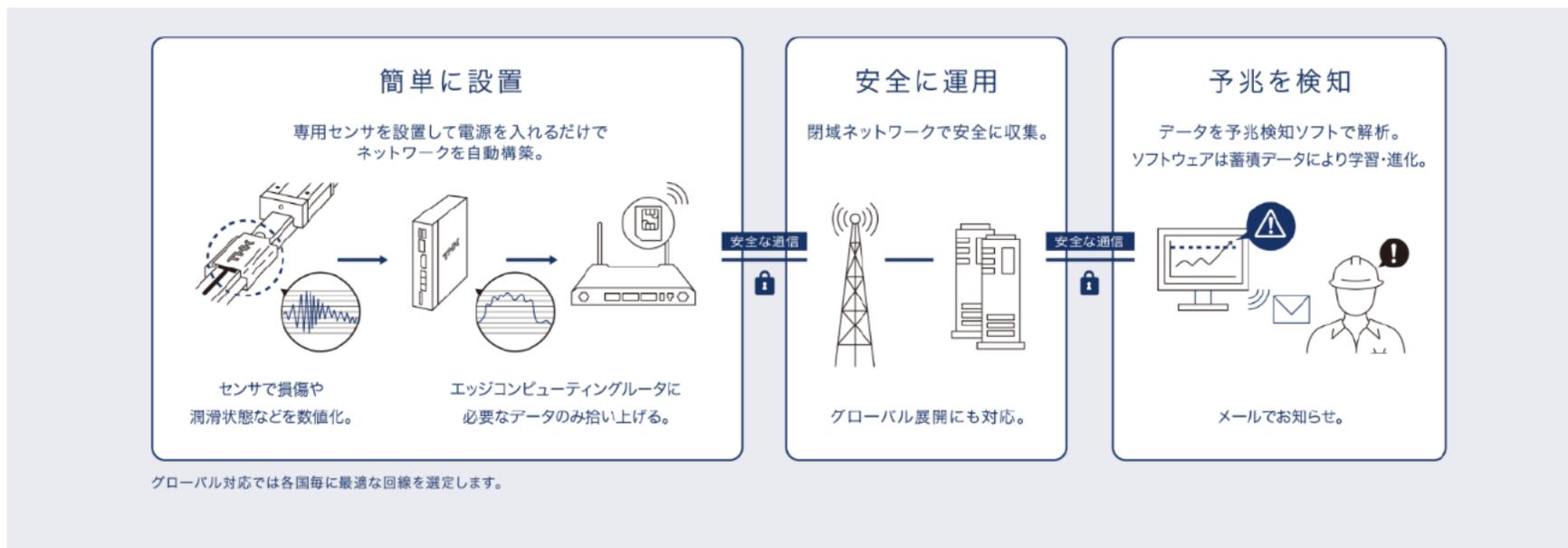
■ センサーを通じて収集されたデータを高度活用している事例 ～製造現場を中心に

- 企業活動によって生み出される「産業系データ」が、通信ネットワークを通じて収集・蓄積・分析されることで、より高度で効率的な生産活動の発展につながる。また、工場やオフィス施設内の温度、湿度、CO2濃度等の「環境データ」がリアルタイムでモニタリングされることで、従業員の安全確保や生産性向上に役立てることができる。
- これらのデータは、多地点に設置された多数のセンサーを通じて、固定ネットワーク、LTEや将来は5G等のモバイルネットワークを経由して収集され、クラウド上に蓄積される。モバイルネットワークを利用する場合は、工場内部のレイアウト変更に合わせて、センサーの設置場所変更もスピーディに行いやすくなる。
- 多数のセンサーを通じてデータを収集・蓄積・分析することで、データの利活用を進める取組は、製造業において進みつつある。以降では、国内外の取組を紹介する。

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 「製造業向けIoTサービス「OMNledge（オムニエッジ）」」

- 工場内にある製造設備等の稼働データの見える化を簡単に実現してデータ活用促進を支援するサービスも出ている。
- 製造業向けIoTサービス「OMNledge（オムニエッジ）」は、THK・NTTドコモ・シスコシステムズ・伊藤忠テクノソリューションズによって開発され、2019年12月から販売されている。
- 工場内の工作機器や射出成型機などの部品にセンサーを後づけで装着することで破損や潤滑状況を把握できるようにする。各データはドコモのLTE回線を通じて収集・解析されることで予兆検知できる。無償トライアルの際には、106件の依頼があった。うち、精密機器製造メーカー、自動車部品メーカー、食品加工メーカーが導入済。
- 今後、対象データを広げ、かつ連携させ、設備全体の状態把握ができることを目指している。
- 現在はLTE回線を用いて情報のやり取りをおこなうが、今後は5Gの活用も視野に入れている。

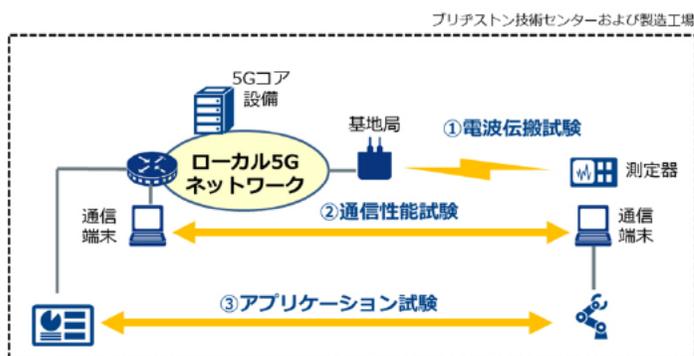


(出典) 「OMNledge」ウェブサイト <https://www.thk.com/omniedge/jp/> <https://www.m2ri.jp/topics/detail.html?id=373>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

<国内事例>

取組	分野	内容
NTTコミュニケーションズとブリヂストンによる、ローカル5Gを用いたスマートファクトリーの取組	製造	ブリヂストンの技術センターと製造工場での製造現場におけるローカル5Gの本格検証を2020年6月から開始する。 同社によると、「通信品質実験、大容量データ送受信実験などを行い、将来的なセンサー類のワイヤレス化や、高精細カメラによる高スキル者の技能分析など、製造現場のDXにおけるローカル5Gの活用領域を共同で検討します。」とのことである。同実験では4.5GHz帯および28GHz帯の実験試験局免許を取得し、検証が行われる予定である。
コニカミノルタとNECによるローカル5Gの導入	製造	コニカミノルタでは、2020年秋に自社の研究開発棟の完成に合わせて導入予定。同社は、監視カメラの動画・画像を収集・分析する画像IoT事業を行っている。現在は介護施設向けにサービスを提供している。 今後、ローカル5Gから収集する場合の課題の検証を実施する。将来は、医療、製造、オフィス分野への展開を目指す。
ファナック、日立、ドコモによる製造現場における5Gの有効性を検証	製造	ファナック、日立製作所の工場にローカル5G環境を設置し、完全無線通信化による製造現場の高度化を目指した実証実験に取り組む。 ドコモは5Gを通じて工場内の機器等で収集されるデータの見える化・活用の検討を行う。 今後3社は同実証を通じて「製造現場でのリアルタイムなデータを活用した生産性や品質管理の向上などに向け、5Gの活用について幅広く検討を進めてまいります。」としている。



(出典) NTTコミュニケーションズウェブサイト <https://www.ntt.com/about-us/press-releases/news/article/2020/0326.html>



(出典) NTTコミュニケーションズウェブサイト コニカミノルタとNEC、ローカル5G活用によるDX推進パートナーとして連携強化

第一弾として、コニカミノルタ高槻新棟にローカル5G導入
<https://www.konicaminolta.com/jp-ja/newsroom/2020/0312-01-01.html>

(出典) (お知らせ) ファナック、日立、ドコモ、5Gを活用した製造現場の高度化に向け共同検討を開始

-工場・プラント内における5Gの有効性を検証-

<2019年9月2日>

https://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/2019/09/02_01.html

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

<海外事例>

取組	分野	内容
エリクソン「The IoT factory」	製造	同社の中国南京にある4G/5G向け機器製造工場において、製造装置等に設置された約1,000のセンサーからセルラーIoT経由（NB-IoT）で隔日での情報を収集できるようにした。それまで人手で管理していたが、本システムによって、作業量が50%削減可能となり、人手での管理を完全廃止する予定である。
エリクソンのエストニアタリンにおける工場でのIoTの取組「モバイルセンサーによる環境モニタリング」	製造	エストニアのタリンにあるエリクソンの製造工場で、専用のセルラーネットワークを介して、無人搬送車、拡張現実（AR）、膨大な数のセンサーを稼働させている。同工場では、複数のモバイルセンサーによって温度、ノイズ、CO2の環境モニタリングを行い、従業員の安全性を高めた生産環境を提供している。これらのモバイルセンサーは工場のレイアウトの変更に合わせて再配置を行うことができる。その他、専用セルラーネットワークを活用して無人搬送システム（AVG）、ARによるトラブルシューティングの導入により効率的な生産をサポートしている。
Telenor、Sony、Ericssonによる「スマートIoTヘルスケアデバイスの開発」	ヘルスケア・物流	人のモニタリングを簡単に接続してできるようにするIoTヘルスケアデバイス。ヘルスケア分野だけではなく、物流分野におけるものの位置情報のトラッキングにも応用可能としている。

エリクソンの5G-Smart-Factories-Nanjing



エリクソンのタリン工場



スマートIoTヘルスケアデバイスイメージ

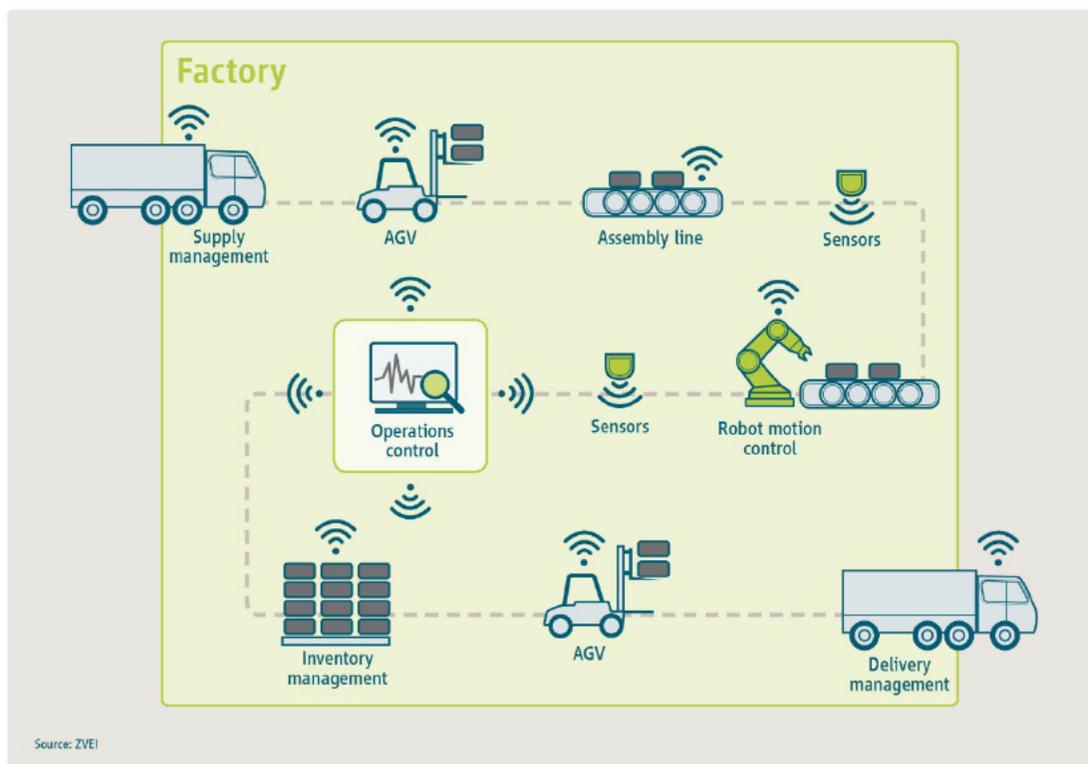


(出典) エリクソンウェブサイト <https://www.ericsson.com/en/press-releases/2019/9/ericsson-automated-smart-factory-operational-in-china>
<https://www.ericsson.com/en/networks/trending/insights-and-reports/5g-for-manufacturing>
<https://www.ericsson.com/en/news/2019/7/wireless-industry-digitalization-ericsson-tallinn-5g-production>
<https://www.ericsson.com/en/news/2020/3/iot-healthcare-devices>

1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査

■ 「5G-ACIA」 (5G Alliance for Connected Industries and Automation)

- 工業向け5G用に必要な技術や規制等の検討を目的とした世界規模のコンソーシアム。約50社が参加する。ドイツフランクフルトにある電気電子工業連盟 (ZVEI ; German Electrical and Electric Manufacturers' Association) が事務局を務める。
- なお、ZVEIは連邦政府のIndustrie4.0構想の実現化に向けて設立された「インダストリー4.0プラットフォーム」事務局の設立団体の1つ。同事務局は「インダストリー4.0実現戦略」を公表している。



(出典) 「5G-ACIA」ウェブサイト <https://www.5g-acia.org/>

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査

■ア 一般国民向けアンケート調査

目的：	データの流通・利活用に当たり、一般国民がパーソナルデータの提供に抵抗を感じる点、提供してもよい点、また、ターゲティング広告、PDS・情報銀行、信用スコアリング等のデータ利活用型サービスについての利用意向の把握を行った。また、「安心・安全なデータ流通・利活用に関する調査研究（2017年3月）」にて実施したアンケートとの比較も実施した。																						
対象：	<ul style="list-style-type: none"> ・対象国：日本、米国、独国、中国。 ・対象者：対象国に住む居住者。 ・年齢（20,30,40,50,60代以上）と性別（男性,女性）の、5属性×2属性で回収。 <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代以上</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>男性</th> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> </tr> <tr> <th>女性</th> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> <td>100名</td> </tr> </tbody> </table>						20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	100名	100名	100名	100名	100名	女性	100名	100名	100名	100名	100名
	20代	30代	40代	50代	60代以上																		
男性	100名	100名	100名	100名	100名																		
女性	100名	100名	100名	100名	100名																		
回収目標数：	4,000件（内訳：日本 <u>1,000</u> 件、米国1,000件、独国1,000件、中国1,000件）																						
調査方法：	ウェブアンケート調査																						
実施期間：	<u>3月上旬～中旬</u>																						
質問構成：	① 属性	性別、年代、職業、職種等																					
	② インターネット利用状況	利用サービス、自身活用能力、利用頻度																					
	③ <u>パーソナルデータを提供することへの不安感</u>	提供しているパーソナルデータ、パーソナルデータ提供への不安、パーソナルデータ別の不安感																					
	④ <u>企業が活用するパーソナルデータについての認識</u>	自身のパーソナルデータが利活用されていることへの認知状況、ターゲティング広告への印象、データ提供を行うにあたりメリットを重視するか																					
	⑤ データ利用目的とデータの提供	データ利用目的別の提供意向																					
	⑥ <u>データ提供に当たっての条件</u>	提供に当たり重視する条件、企業に求める取組																					
	⑦ <u>データ流通に係る新たな制度・取組</u>	<u>匿名加工に対する安心感、PDS・情報銀行の利用意向</u>																					
	⑧ <u>データ活用の将来像についての意識</u>	<u>スコアリングサービス等</u>																					

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

SC1.あなたの性別と年齢を教えてください。

		n	男性 1 9 歳 以下	男性 2 0 - 2 9 歳	男性 3 0 - 3 9 歳	男性 4 0 - 4 9 歳	男性 5 0 - 5 9 歳	男性 6 0 歳 以上	女性 1 9 歳 以下	女性 2 0 - 2 9 歳	女性 3 0 - 3 9 歳	女性 4 0 - 4 9 歳	女性 5 0 - 5 9 歳	女性 6 0 歳 以上
全体		4000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
国	日本	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	アメリカ	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	ドイツ	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	中国	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0

SC2.あなたの職業をお答えください。

		n	男性 1 9 歳 以下	男性 2 0 - 2 9 歳	男性 3 0 - 3 9 歳	男性 4 0 - 4 9 歳	男性 5 0 - 5 9 歳	男性 6 0 歳 以上	女性 1 9 歳 以下	女性 2 0 - 2 9 歳	女性 3 0 - 3 9 歳	女性 4 0 - 4 9 歳	女性 5 0 - 5 9 歳	女性 6 0 歳 以上
全体		4000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
国	日本	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	アメリカ	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	ドイツ	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	中国	1000	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

SC3.あなたの職種を教えてください。

		n	経営・事務企画	営業・販売事務	基礎研究・技術研究	技術開発・設計業務	製品企画・開発	購買・仕入業務	製造・生産・品質管理	調査・広告・宣伝	情報システム業務	物流・配送業務	広報・編集業務	人事・総務・経理	その他
全体		2838	10.0	10.5	3.1	7.5	2.5	2.8	13.5	1.2	5.4	4.3	1.0	11.1	27.2
国	日本	724	10.6	19.3	2.8	5.9	1.8	1.7	8.7	1.2	4.1	5.1	0.7	11.5	26.5
	アメリカ	568	7.7	7.0	3.3	7.0	1.9	0.9	9.0	1.9	9.7	3.5	0.7	4.4	42.8
	ドイツ	667	9.7	10.2	1.6	4.3	3.3	3.6	9.7	1.2	4.9	5.4	1.5	8.8	35.5
	中国	879	11.1	5.6	4.2	11.5	2.7	4.4	23.1	0.6	4.1	3.2	1.1	17.0	11.4

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q1.インターネットを利用したサービスについて、あなたが普段利用しているものをすべてお選びください。（いくつでも）

- 日本では、多くなった順に「インターネットショッピング」（76.8%）、「地図・ナビゲーション（駅探,Googleマップ等）」（65.0%）、「支払い・決済（クレジットカード、デビットカード）」（63.7%）。
- 中国は他国と比べて各サービスの利用率が高い。特に高かったのは「QRコード決済（PayPay、LINE Pay、楽天ペイ等）」（85.4%）、「ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）」（81.5%）。

	n	ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）	インターネットショッピング	オークション・フリマ	情報検索・ニュース	ソーシャルゲーム・オンラインゲーム	音楽配信	動画配信	地図・ナビゲーション	株取引・オンラインバンキング	チケット予約	健康管理・運動記録	QRコード決済（PayPay、LINE Pay、楽天ペイ等）	支払い・決済（クレジットカード、デビットカード）	予定管理・カレンダー	ファイル共有サービス	公的サービス（政府機関や自治体等の公的機関が提供するオンラインサービス）	上記のいずれのサービスも利用していない	
全体	4000	61.4	74.8	22.2	61.4	36.9	45.8	61.7	66.8	35.6	39.2	25.3	45.7	61.4	32.9	21.0	26.1	5.2	
国																			
	日本	1000	49.1	76.8	28.7	57.1	24.6	28.5	57.8	65.0	24.8	36.8	18.0	46.8	63.7	33.0	16.1	19.2	6.4
	アメリカ	1000	61.0	69.9	14.0	55.3	34.5	46.5	59.5	64.1	27.8	34.0	20.7	27.3	53.1	29.9	21.9	21.1	7.2
	ドイツ	1000	54.0	76.3	32.6	60.9	35.4	42.9	53.9	60.0	38.5	37.0	13.2	23.2	51.1	25.4	10.8	23.1	5.8
	中国	1000	81.5	76.0	13.6	72.4	53.1	65.1	75.4	78.0	51.1	49.1	49.3	85.4	77.5	43.4	35.2	40.9	1.2

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q2.あなたはインターネットをどの程度使いこなしていますか。自身の情報収集・発信のレベルについて、最も近いものを選んで下さい。

- 日本では、多くなった順に「メールの送受信、ホームページ・ブログ・SNS等の閲覧・書込みなど、ネット利用には支障はないレベルである（どちらかといえば、受信や閲覧の方が多）」（44.7%）、「メールの受信や、情報の検索、特定のホームページ・ブログ・SNS等の閲覧など、情報収集目的の利用は自分ひとりで可能であるが、自ら情報を発信するような利用は難しい」（22.5%）、「メールの送信、ブログ・SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等の書込みなど、自ら情報発信を積極的に行っている」（16.6%）となった。
- 調査対象国においても「メールの送受信、ホームページ・ブログ・SNS等の閲覧・書込みなど、ネット利用には支障はないレベルである（どちらかといえば、受信や閲覧の方が多）」が最も高くなった。
- 中国では「メールの送信、ブログ・SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等の書込みなど、自ら情報発信を積極的に行っている」（36.0%）も高くなった。

		n	メールの送受信、ブログ・SNS等の書込みなど、自ら情報発信を積極的に行っている	メールの送受信、ホームページ・ブログ・SNS等の閲覧・書込みなど、ネット利用には支障はないレベルである（どちらかといえば、受信や閲覧の方が多）」	メールの送受信や、情報の検索、特定のホームページ・ブログ・SNS等の閲覧など、情報収集目的の利用は自分ひとりで可能であるが、自ら情報を発信するような利用は難しい	メールの受信や、情報の検索、特定のホームページ・ブログ・SNS等の閲覧など、情報収集目的の利用は自分ひとりで可能であるが、自ら情報を発信するような利用は難しい	上記のようなことをやった経験がほとんどない
全体		4000	28.3	40.4	15.0	7.2	9.1
国	日本	1000	16.6	44.7	22.5	5.0	11.2
	アメリカ	1000	32.1	44.3	10.9	6.2	6.5
	ドイツ	1000	28.4	34.3	14.0	12.4	10.9
	中国	1000	36.0	38.4	12.7	5.0	7.9

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q3.あなたは普段インターネットをどのくらいの頻度で利用していますか。

- 各国とも「毎日少なくとも1回は利用（毎日）」が8-9割。
- 日本、アメリカ、ドイツでは9割となった。

		n	利 用 （ 毎 日 少 な く と も 1 回 は	利 用 に （ 毎 日 少 な く と も 1 回 は	利 用 に （ 毎 週 少 な く と も 1 回 は	利 用 に （ 毎 月 少 な く と も 1 回 は	利 用 に （ 毎 年 少 な く と も 1 回 は	ど 年 に 利 用 し な い （ ほ と ん
全体		4000	89.9	6.1	2.0	0.5	1.5	
国	日本	1000	92.7	3.7	0.8	0.7	2.1	
	アメリカ	1000	92.3	3.4	1.9	0.7	1.7	
	ドイツ	1000	90.2	5.9	2.5	0.5	0.9	
	中国	1000	84.2	11.5	2.9	0.2	1.2	

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q4.あなたは、普段インターネット上でサービスやアプリケーションを利用するにあたり、あなたのパーソナルデータを提供していますか。
※提供していることを認識しながらサービスを利用している場合も含まれます。

- ・ パーソナルデータを「提供したことがある（普段から提供している+提供したことはある）」は、各国とも7-8割となった。
- ・ 特に中国が86.7%と他国よりも高くなった。なお、日本は74.1%であった。

		n	普段から提供している	提供したことはある	提供したことはない	よく分からない、覚え
全体		4000	27.8	48.5	16.2	7.5
国	日本	1000	23.4	50.7	14.2	11.7
	アメリカ	1000	25.7	50.0	17.6	6.7
	ドイツ	1000	25.6	43.3	22.8	8.3
	中国	1000	36.6	50.1	10.1	3.2

【パーソナルデータの例】

○氏名・住所 ○連絡先（メールアドレス、電話番号等） ○年代 ○生年月日 ○身長・体重 ○勤務先名（学生の場合は、学校名） ○所得・年収 ○学歴 ○生体情報（顔画像、指紋など） ○趣味 ○病歴・病状 ○位置情報、行動履歴 ○商品等の購買履歴 ○Webサイトへのアクセス履歴 ○口座情報・クレジットカード番号 ○公的な個人識別番号（【日本のみ】マイナンバー、【海外】ソーシャルセキュリティナンバー等）

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q5.あなたは、企業等が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、あなたのパーソナルデータを提供することについてどのように思いますか。あてはまるものをお選びください。

- パーソナルデータを提供することに「不安（とても不安を感じる+やや不安を感じる）」は各国とも6-8割程度となった。
- 特に日本が78.2%と高くなった。次に高くなったのは中国で73.9%となった。両国の差は約5ポイントとなった。
- さらに、日本の不安感について詳しくみると、「とても不安を感じる」（20.0%）、「やや不安を感じる」（58.2%）となった。なお、全体では、それぞれ16.6%、54.3%となった。日本は他の対象国と比べるとパーソナルデータの提供に不安感を有している割合が多い傾向にある。
- 日本における前回調査結果との比較をおこなうと、「不安」は前回調査では83.1%、今回調査では78.2%となり、約5ポイント低下している。なお、他国の状況をみると、中国は、0.5ポイント増、アメリカは5ポイント増、ドイツは3.7ポイント低下した。

		n	とても不安を感じる	やや不安を感じる	あまり不安を感じない	全く不安を感じない	よく分からない
全体		4000	16.6	54.3	21.3	4.4	3.5
国	日本	1000	20.0	58.2	14.7	1.6	5.5
	アメリカ	1000	18.8	47.8	22.6	6.2	4.6
	ドイツ	1000	16.2	48.6	27.9	4.8	2.5
	中国	1000	11.2	62.7	20.1	4.8	1.2

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q6.あなたはパーソナルデータを提供することについてどのように思うか、それぞれの項目についてあてはまるものをお選びください。（それぞれひとつだけ）

- ・ パーソナルデータを提供することに「不安（とても不安を感じる+やや不安を感じる）」を感じる情報をみる。対象国において高くなった順に、
「15. 口座情報・クレジットカード番号」（82.6%）、
「16. 公的な個人識別番号（マイナンバー、ソーシャルセキュリティナンバー等）」（82.6%）
「9. 生体情報（顔画像、指紋など）」（76.7%）、
「12. 位置情報、行動履歴」（69.0%）、
となった。

本結果は、前回調査と同じ傾向を示した。

- ・ 逆に、「不安ではない（あまり不安を感じない+全く不安を感じない）」パーソナルデータについて注目すると、
「3. 年代」（70.9%）、
「10. 趣味」（68.4%）
「5. 身長・体重」（68.2%）、
「8. 学歴」（63.4%）、
となった。

- ・ 日本で不安が高くなったパーソナルデータに注目する。
「15. 口座情報・クレジットカード番号」（92.5%）、
「9. 生体情報（顔画像、指紋など）」（87.3%）、
「1. 氏名・住所」（84.4%）
「12. 位置情報、行動履歴」（84.0%）、

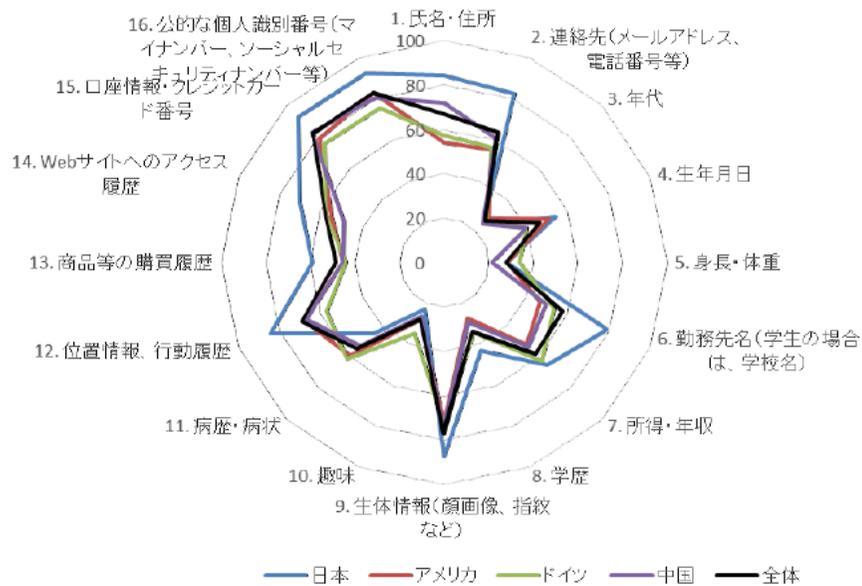
- ・ 逆に、「不安ではない（あまり不安を感じない+全く不安を感じない）」パーソナルデータについて注目すると、
「10. 趣味」（73.3%）、
「3. 年代」（71.8%）、
「5. 身長・体重」（68.6%）
「8. 学歴」（54.4%）、
となった。

- ・ 種類によっては、多くの人が利用に対して不安を感じないパーソナルデータも存在する。

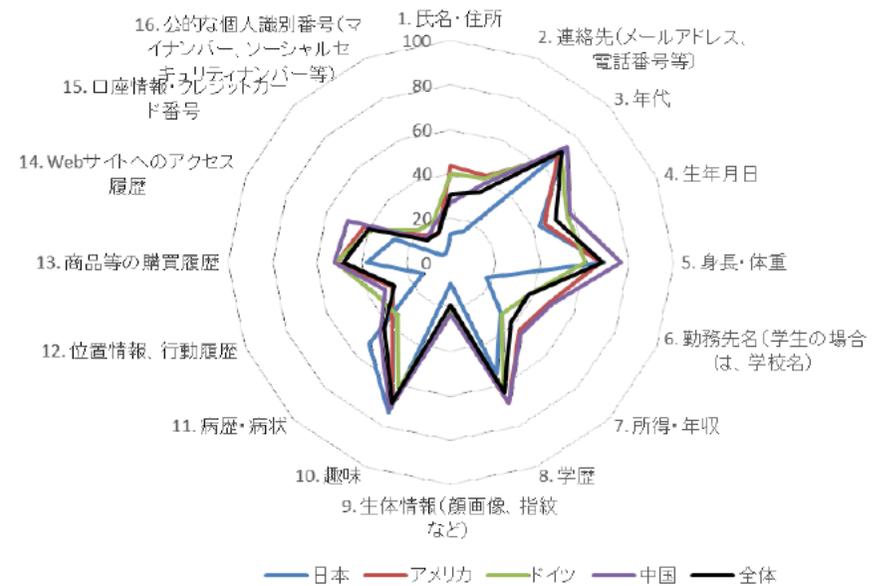
1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q6.あなたはパーソナルデータを提供することについてどのように思うか、それぞれの項目についてあてはまるものをお選びください。（それぞれひとつだけ）
 (続き)

不安である



不安ではない



1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q7.現在、Google、Apple、Facebook、Amazonなど大手インターネット企業が提供するインターネットサービスやアプリケーションが広く利用されています。あなたは、こうした企業が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、以下の点についてどの程度認識していますか。あてはまるものを一つお選びください。（それぞれひとつだけ）

1. パーソナルデータを提供していること

- インターネット企業に対して、自身のパーソナルデータを提供することを「認識している（よく認識している+やや認識している（一部データについては認識していない場合を含む））」に注目する。
- 各国とも6-8割程度が認識しているとなった。
- 対象国のうち、特に中国が84.5%と高くなった。認識が最も低くなったのはドイツで57.8%となった。

		n	よく認識している	やや認識している（一部データを含む）	あまり認識していない（一部データを含む）	全く認識していない	そのようなサービスやアプリケーション
全体		4000	36.8	32.9	15.6	6.7	8.1
国	日本	1000	34.5	34.4	15.2	4.8	11.1
	アメリカ	1000	37.5	29.9	15.9	7.8	8.9
	ドイツ	1000	26.7	31.1	23.1	10.5	8.6
	中国	1000	48.3	36.2	8.0	3.6	3.9

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q8.あなたにパーソナライズ化（最適化）された広告等について、どのように思いますか。最もあてはまるものをお選びください。

- ・ パーソナライズ化された広告に対して、各国において最も高くなった意見に注目した。
- ・ 各国とも、「自分のことがよく分析されており、自分の趣向に合った広告等が提示されているが、これ以上パーソナルデータを提供したくない」が最も高くなった。
- ・ 特に米国において40.7%となった。これは、日本（28.3%）、ドイツ（34.8%）、中国（31.8%）と比べても高い値となった。
- ・ なお中国では、「自分のことが分析されていると感じるものの、現在は自分の趣向に合った広告等が提示されていないが、パーソナルデータをさらに提供することで趣向に合った広告等が提示されるのであれば、パーソナルデータを提供してもよい」と肯定的な意見も同じくらい高くなった（30.7%）。

		n	自己のパーソナルデータが分析され、提示されていることについて、最もあてはまるものをお選びください。	自己のパーソナルデータが分析され、提示されていることについて、最もあてはまるものをお選びください。	自己のパーソナルデータが分析され、提示されていることについて、最もあてはまるものをお選びください。	自己のパーソナルデータが分析され、提示されていることについて、最もあてはまるものをお選びください。	自己のパーソナルデータが分析され、提示されていることについて、最もあてはまるものをお選びください。	自己のパーソナルデータが分析され、提示されていることについて、最もあてはまるものをお選びください。
全体		4000	14.3	33.9	17.7	14.0	5.0	15.2
国	日本	1000	6.4	28.3	15.6	18.8	5.1	25.8
	アメリカ	1000	16.6	40.7	9.4	11.4	4.2	17.7
	ドイツ	1000	17.9	34.8	15.1	14.2	6.7	11.3
	中国	1000	16.3	31.8	30.7	11.4	3.8	6.0

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q9.企業がパーソナルデータをビジネスに活用する例としては、あなたの嗜好等に応じた広告（例：ターゲティング広告）の提示などが挙げられます。こうした点は、Google・Apple・Facebook・Amazonなど大手インターネット企業が提供するサービスやアプリケーション（例：Gmail、Facebook）をあなたが利用するにあたって影響を与えますか。あてはまるものを一つお選びください。

- 自信のパーソナルデータがビジネスに活用される場合、その企業のサービスやアプリケーションの利用を控えるかを尋ねたところ、各国とも「影響しない（特に影響しない（利用を続ける）+あまり影響しない）」、「影響する（やや影響する+非常に影響する（利用を控える）」は半々程度となった。

		n	を特に影響しない（利用を続ける）	あまり影響しない	やや影響する	非常に影響する（利用を控える）
全体		4000	16.7	34.8	37.9	10.6
国	日本	1000	12.6	41.3	35.2	10.9
	アメリカ	1000	21.5	29.9	35.4	13.2
	ドイツ	1000	16.1	34.7	38.8	10.4
	中国	1000	16.5	33.4	42.3	7.8

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q10.あなたは、パーソナルデータの提供を判断する上で、そのサービスやアプリケーションによって受けるメリット（利便性や有益性等）についてどの程度重視しますか。あてはまるものを一つお選びください。

- パーソナルデータの提供を判断するうえでメリットを重視する（とても重視する+やや重視する）の回答が高くなったのは、中国（92.5%）であり、最も低くなったのは、日本（57.3%）であった。
- 「重視する」の回答率について前回調査と比べると、中国は、83.6%であり、8.9ポイント上昇した。一方、日本は67.1%であり、9.8ポイント低下した。

		n	とても重視する	やや重視する	あまり重視しない	全く重視しない
全体		4000	23.9	49.5	21.2	5.5
国	日本	1000	11.1	46.2	34.2	8.5
	アメリカ	1000	29.6	43.5	21.0	5.9
	ドイツ	1000	24.5	46.1	22.3	7.1
	中国	1000	30.5	62.0	7.1	0.4

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q11.あなたは、以下に挙げる利用目的において、あなたのパーソナルデータを提供してもよいと考えますか。公共目的及び企業等の事業目的のそれぞれについて、あてはまるものを1つお答えください。 ※情報の提供にあたっては適切にあなたの同意がとられ、提供した情報をあなたが識別できなくなるように加工されることを前提とします。（それぞれひとつだけ）

パーソナルデータを「提供可能（提供してもよい+条件によっては提供してもよい）」と感じる利用目的についてみる。全対象国において高くなった順に、

- 「1. 大規模災害などの緊急時や防災に関わる内容の場合」(77.4%)、
 - 「8. 自分への経済的なメリットが受けられる（割引・ポイント付与・クーポン等）」(71.1%)
 - 「3. 国家・国民の安全保障に関わる内容の場合（テロ対策・防犯・犯罪捜査など）」(69.8%)、
 - 「2. 国民の健康・福祉に関わる場合（医療・新薬開発等）」(69.5%)、
 - 「7. 自分へのサービスが向上する（無料で使えるようになる・追加サービスや機能が使えるようになるなど）」(69.5%)となった。
- 逆に、パーソナルデータを「提供したくない（あまり提供したくない+どんな場合でも提供したくない）」と感じる利用目的について注目すると、
- 「11. 企業の経営方針の策定・判断やマーケティングへの活用」(47.4%)、
 - 「10. 新商品や新しいサービスの開発に活用」(39.2%)
 - 「6. 地域振興・観光など地域経済の活性化に繋がる場合」(38.7%)、
 - 「9. 製品の機能向上やサービス品質の向上」(35.1%)、
- となった。

日本でパーソナルデータを提供可能とした目的に注目する。なお、カッコの中は、今回調査、前回調査結果となっている。

- 「1. 大規模災害などの緊急時や防災に関わる内容の場合」(73.1%,83.9%)、
 - 「8. 自分への経済的なメリットが受けられる（割引・ポイント付与・クーポン等）」(71.2%,67.6%)、
 - 「7. 自分へのサービスが向上する（無料で使えるようになる・追加サービスや機能が使えるようになるなど）」(68.4%,65.4%)、
 - 「2. 国民の健康・福祉に関わる場合（医療・新薬開発等）」(66.2%,73.3%)、
- となった。

日本における前回調査での順番が高くなったのは次のとおりであった。

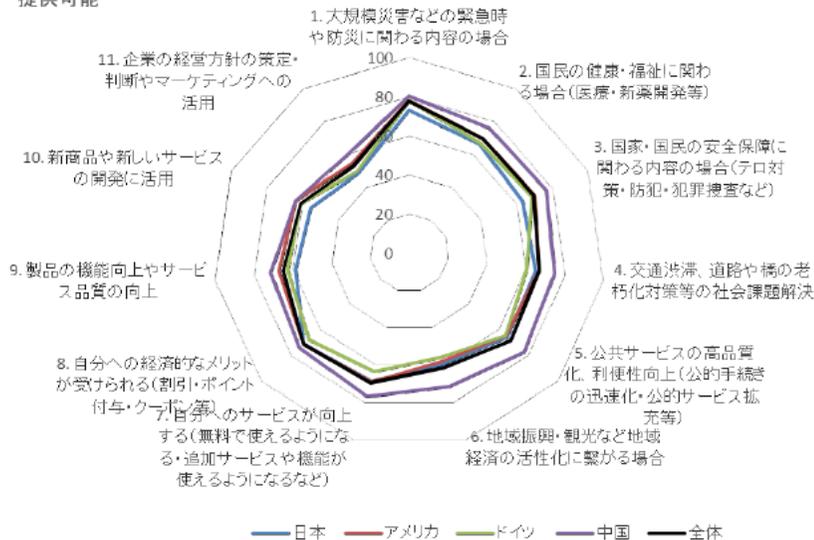
- 「大規模災害などの緊急時や防災に関わる内容の場合」83.9%、
 - 「国民の健康・福祉に関わる場合（医療・新薬開発等）」73.3%、
 - 「国家・国民の安全保障に関わる内容の場合（テロ対策・防犯・犯罪捜査など）」70.6%、
 - 「自分への経済的なメリットが受けられる（割引・ポイント付与・クーポン等）」67.6%
- となった。

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

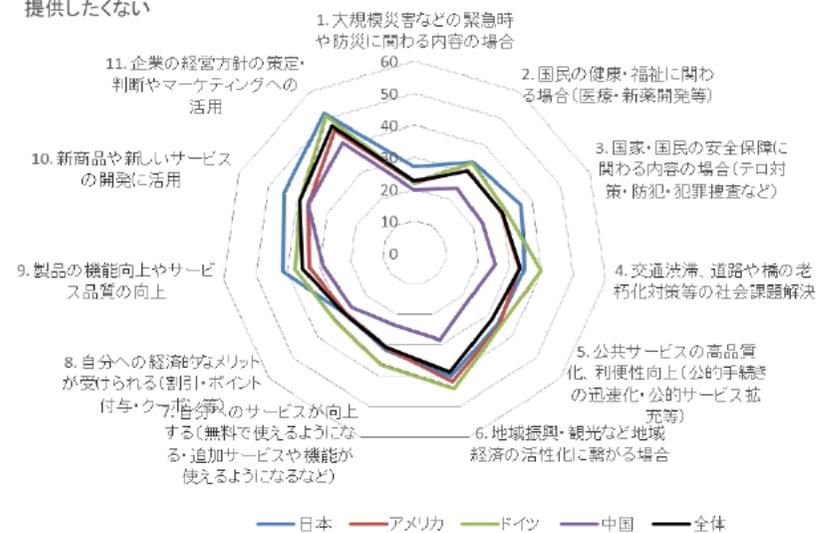
Q11.あなたは、以下に挙げる利用目的において、あなたのパーソナルデータを提供してもよいと考えますか。公共目的及び企業等の事業目的のそれぞれについて、あてはまるものを1つお答えください。 ※情報の提供にあたっては適切にあなたの同意がとられ、提供した情報をあなたが識別できなくなるように加工されることを前提とします。（それぞれひとつだけ）

- 逆に、日本でパーソナルデータを「提供したくない」利用目的について注目すると、
「11. 企業の経営方針の策定・判断やマーケティングへの活用」(52.0%)、
「10. 新商品や新しいサービスの開発に活用」(44.8%)、
「9. 製品の機能向上やサービス品質の向上」(41.4%)、
「6. 地域振興・観光など地域経済の活性化に繋がる場合」(40.3%)、
となった。
- **日本及び中国では、公共目的に対して提供したくないとの回答が高くなった。**
- **また、企業の利用であっても自分に何らかのメリットがあれば提供してもよいとの考えも有していた。逆に企業が自社の利益のために閉じているような目的の場合には、提供したくないとの回答が高くなった。**

提供可能



提供したくない



1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q12. 企業等が提供するサービスやアプリケーションを利用するにあたり、提供者からあなたのパーソナルデータの提供を求められた場合、提供してもよいと思う条件としてあてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）

- ・ パーソナルデータを提供してもよいと思う条件についてみる。
- ・ 全対象国において高くなった順に、
「自分のプライバシーが保護されること」(54.7%)、
「提供したデータの流出の心配がないこと」(47.2%)、
「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」(42.3%)、
「提供したデータが誰に提供されるか明確であること」(42.0%)となった。
- ・ 日本でパーソナルデータを提供してもよいと思う条件についてみる。
「提供したデータの流出の心配がないこと」(62.5%)、
「自分のプライバシーが保護されること」(61.4%)、
「提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと」(55.7%)、
「提供したデータが誰に提供されるか明確であること」(45.8%)となった。
- ・ 他国において、特徴的な条件についてもみる。
- ・ ドイツにおいては、「提供したデータを自身で管理できること」(41.0%)が3番目に高くなった。
- ・ 中国においては、「国が組織を運営していること」(48.3%)が2番目、「提供したデータが、どのように使われているかフィードバックがあること」(39.0%)が4番目に高くなった。
- ・ 日本は、「提供したデータの流出の心配がないこと」が最も高い結果となった。回答割合は全対象国では、47.2%、日本は62.5%となり、約15ポイントの差となった。

	n	提供したデータの流出の心配がないこと	提供した企業によるデータの悪用の心配がないこと	提供したデータの管理体制がわかりやすいこと	提供したデータの第三者への提供の仕組みがわかりやすいこと	提供したデータが誰に提供されるか明確であること	提供したデータが、どのように使われているかフィードバックがあること	提供したデータを自身で管理できること	自分のプライバシーが保護されること	組織を運営している民間企業が昔からある安定した民間企業が運営していること	ICTに強い民間企業が組織を運営していること	国が組織を運営していること	周囲の人が使っていること	その他（具体的に）	特に提供するための条件はない
全体	4000	47.2	42.3	27.1	24.2	42.0	35.1	37.6	54.7	16.2	14.8	22.7	13.3	0.3	11.2
国															
日本	1000	62.5	55.7	38.0	34.2	45.8	38.5	29.9	61.4	15.8	13.2	15.7	12.4	0.2	12.7
アメリカ	1000	46.8	42.0	24.2	21.9	42.2	29.6	41.8	56.7	16.5	17.6	14.4	11.7	0.5	13.7
ドイツ	1000	41.5	36.9	23.3	19.4	39.5	33.2	41.0	47.3	12.4	8.2	12.3	11.5	0.4	13.2
中国	1000	38.0	34.7	22.9	21.1	40.3	39.0	37.7	53.3	20.1	20.3	48.3	17.6	0.1	5.3

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q13.サービス提供者に対し、あなたのパーソナルデータを提供する際に重視する事項を優先度が高いものから選択してください。（それぞれひとつだけ）

【1位/番目】

- ・ パーソナルデータを提供する際に重視する事項についてみる。最も重視する項目に注目する。
- ・ 全対象国において高くなった順に、
「提供先が十分なセキュリティを担保すること」(30.9%)、
「提供されたデータの利用目的」(15.4%)
「データの提供に対する適切な同意の取得」(13.9%)、
「提供されたデータを用いたサービス等のメリットの享受」(10.8%)となった。
- ・ 日本でパーソナルデータを提供してもよいと思う条件についてみる。
- ・ 「提供先が十分なセキュリティを担保すること」(50.2%)、
「適切なデータの取扱方法」(10.3%)、
「提供されたデータの利用目的」(8.9%)、
「データの提供に対する適切な同意の取得」(8.7%)となった。
- ・ 他国で、特徴的な条件についてもみる。
- ・ ドイツにおいては、「提供されたデータの利用目的」(23.5%)が最も高くなった。
- ・ **日本は全対象国と同じく「提供先が十分なセキュリティを担保すること」が最も高い結果となった。回答割合は全対象国では30.9%、日本は50.2%となり、約20ポイントの差となった。**
- ・ 日本では、「提供先が十分なセキュリティを担保すること」への回答が集中する傾向を示した。
- ・ 全対象国のうち、「提供先が十分なセキュリティを担保すること」が日本に次いで回答割合が高くなったのは、中国(39.1%)であった。

		n	適切なデータの提供に対する同意の取得	適切なデータの取扱方法	提供項目	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	提供されたデータの享受	提供先が十分なセキュリティを担保すること
全体		4000	13.9	9.8	10.4	8.8	15.4	10.8	30.9
国	日本	1000	8.7	10.3	8.5	6.3	8.9	7.1	50.2
	アメリカ	1000	13.9	12.4	15.9	9.7	14.8	12.1	21.2
	ドイツ	1000	19.4	8.9	9.9	10.5	23.5	14.7	13.1
	中国	1000	13.5	7.7	7.3	8.8	14.4	9.2	39.1

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q13.サービス提供者に対し、あなたのパーソナルデータを提供する際に重視する事項を優先度が高いものから選択してください。（それぞれひとつだけ）（続き）

【2位/番目】

		n	適切な同意の取得に対する	適切なデータの取扱方法	提供するデータの種類の提供項目	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	提供されたデータのメ	提供先が十分なセキュリティを担保すること
全体		4000	15.5	15.3	11.8	12.2	18.1	11.4	15.8
国	日本	1000	15.7	20.4	10.0	7.8	17.5	9.3	19.3
	アメリカ	1000	12.9	16.8	13.9	14.3	14.9	11.0	16.2
	ドイツ	1000	16.5	12.7	10.9	15.1	19.9	13.0	11.9
	中国	1000	16.7	11.2	12.4	11.5	20.0	12.3	15.9

【3位/番目】

		n	適切な同意の取得に対する	適切なデータの取扱方法	提供するデータの種類の提供項目	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	提供されたデータのメ	提供先が十分なセキュリティを担保すること
全体		4000	16.2	16.0	13.3	13.7	16.8	12.1	12.0
国	日本	1000	15.0	19.1	14.4	12.5	18.9	11.7	8.4
	アメリカ	1000	17.1	15.2	13.3	13.5	16.1	11.2	13.6
	ドイツ	1000	15.8	13.4	12.7	15.6	14.3	13.2	15.0
	中国	1000	16.8	16.2	12.8	13.2	17.8	12.1	11.1

【4位/番目】

		n	適切な同意の取得に対する	適切なデータの取扱方法	提供するデータの種類の提供項目	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	提供されたデータのメ	提供先が十分なセキュリティを担保すること
全体		4000	14.9	17.2	15.2	13.9	14.5	13.7	10.8
国	日本	1000	16.5	16.3	14.1	11.9	17.4	15.4	8.4
	アメリカ	1000	16.1	16.1	14.4	14.0	15.1	10.7	13.6
	ドイツ	1000	12.2	18.1	14.9	16.8	11.9	13.4	12.7
	中国	1000	14.9	18.1	17.2	12.7	13.4	15.1	8.6

【5位/番目】

		n	適切な同意の取得に対する	適切なデータの取扱方法	提供するデータの種類の提供項目	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	提供されたデータのメ	提供先が十分なセキュリティを担保すること
全体		4000	14.7	15.4	15.2	17.1	13.5	14.3	9.9
国	日本	1000	16.5	13.3	16.2	18.5	16.1	14.0	5.4
	アメリカ	1000	14.1	14.6	13.5	17.0	14.0	12.9	13.9
	ドイツ	1000	15.0	16.4	15.2	14.8	10.4	15.2	13.0
	中国	1000	13.3	17.1	15.7	18.1	13.6	15.1	7.1

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q13.サービス提供者に対し、あなたのパーソナルデータを提供する際に重視する事項を優先度が高いものから選択してください。（それぞれひとつだけ）（続き）

【6位/番目】

		n	適切なデータの提供に同意の取得	適切なデータの取扱方法	提供されるデータの種別	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	利用されたデータの利	提供されたデータのメ	提供先が十分なセキュリティを確保すること
全体		4000	14.0	13.9	18.2	16.9	11.5	15.8	9.8	
国	日本	1000	15.0	11.3	19.4	18.0	13.1	18.6	4.6	
	アメリカ	1000	14.9	13.8	16.5	17.0	13.2	13.4	11.2	
	ドイツ	1000	11.9	15.6	19.0	15.8	9.9	14.4	13.4	
	中国	1000	14.2	14.8	17.8	16.8	9.9	16.7	9.8	

【7位/番目】

		n	適切なデータの提供に同意の取得	適切なデータの取扱方法	提供されるデータの種	企業データ提供先の組織・	提供されたデータの利	利用されたデータのメ	提供先が十分なセキュリティを確保すること
全体		4000	10.9	12.6	16.0	17.5	10.3	22.1	10.8
国	日本	1000	12.6	9.3	17.4	25.0	8.1	23.9	3.7
	アメリカ	1000	11.0	11.1	12.5	14.5	11.9	28.7	10.3
	ドイツ	1000	9.2	14.9	17.4	11.4	10.1	16.1	20.9
	中国	1000	10.6	14.9	16.8	18.9	10.9	19.5	8.4

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q14.あなたが、安全・安心を感じて、自身のデータを提供するために、企業はどのような取組を実施すべきでしょうか。効果的であると思う取組を教えてください。（いくつでも）

- 安全・安心を感じて自身のデータを提供するために企業にどのようなことを期待するかについてみる。
- 全対象国において高くなった順に、
「個人が特定できないように、提供されたデータに対して匿名化などの加工処理を実施」(49.0%)、
「データ漏えい等の問題が発生した場合における対応策や責任範囲の明確化」(43.7%)
「データの利用目的や内容を分かり易くして公表する」(41.6%)、
「プライバシーマーク等のプライバシー保護対策における認証の取得」(40.6%)となった。
- 日本で安全・安心を感じて自身のデータを提供するために企業にどのようなことを期待するかについてみる。
「個人が特定できないように、提供されたデータに対して匿名化などの加工処理を実施」(60.1%)、
「データ漏えい等の問題が発生した場合における対応策や責任範囲の明確化」(55.1%)、
「プライバシーマーク等のプライバシー保護対策における認証の取得」(49.9%)、
「データの利用目的や内容を分かり易くして公表する」(46.4%)となった。
- 前回調査との比較を行う。
- 前回調査で、2番目に高くなった「データの利活用内容や提供先に関する定期的な情報提供や透明性の向上」が今回調査では8番目となった。
- 逆に前回調査では7番目であった「プライバシーマーク等のプライバシー保護対策における認証の取得」が、今回調査では3番目となった。
- 他国で、特徴的な条件についてもみる。
- アメリカにおいては、「いつでも情報の収集や使用を無効にできる仕組み（オプトアウト）の明確化（≒オプトアウト手続きを容易に実施できる）」(43.3%)と「いつでも情報の収集や使用を無効にできる仕組み（オプトアウト）の明確化（≒オプトアウト手続きを容易に実施できる）」(43.3%)が2番目に高くなった。「データを第三者に提供する場合の具体的な条件の明確化」(40.0%)は4番目に高くなった。
- ドイツにおいては、「データの利活用内容や提供先に関する定期的な情報提供や透明性の向上」(35.0%)が2番目に高くなり、「データを第三者に提供する場合の具体的な条件の明確化」(30.4%)は4番目に高くなった。
- 日本は全対象国と同じく「個人が特定できないように、提供されたデータに対して匿名化などの加工処理を実施」が最も高い結果となった。回答割合は全対象国では49.0%、日本は60.1%となり、11.1ポイントの差となった。
- 日本及び中国は、「データ漏えい等の問題が発生した場合における対応策や責任範囲の明確化」を求める傾向がアメリカやドイツと比べて高くなる。

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q14.あなたが、安全・安心を感じて、自身のデータを提供するために、企業はどのような取組を実施すべきでしょうか。効果的であると思う取組を教えてください。（いくつでも）（続き）

	n	データの利活用内容や提供先に関する定期的な情報提供や透明性の向上	データの第三者に提供する場合の具体的な条件の明確化	いつでも情報の収集や使用を無効にできる仕組み（オプトアウト）の明確化（オプトアウト手続きを容易に実施できる）	自分の提供したパーソナルデータをいつでも簡単に取り出すことができる仕組みが提供されること（データポータビリティの仕組み）	データの利用目的や内容を分かりやすくして公表する	プライバシーマーク等のプライバシー保護対策における認証の取得	データを第三者提供した際の記録の作成・保管	個人が特定できないように、提供されたデータに対して匿名化などの加工処理を実施	データ漏えい等の問題が発生した場合における対応策や責任範囲の明確化	その他
全体	4000	37.1	37.3	36.7	32.8	41.6	40.6	32.3	49.0	43.7	4.2
国											
日本	1000	37.1	43.4	42.9	31.5	46.4	49.9	39.7	60.1	55.1	0.4
アメリカ	1000	35.2	40.0	43.3	37.3	43.3	33.3	25.4	46.8	38.6	6.5
ドイツ	1000	35.0	30.4	22.3	23.2	35.0	29.5	27.6	47.9	30.1	8.6
中国	1000	41.0	35.4	38.3	39.3	41.8	49.6	36.6	41.3	51.1	1.3

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q15.企業がサービス提供等のビジネスを行う上で、あなたから提供されたデータについて、個人が特定できないように加工した上で利活用している場合、どのように感じますか。あなたの考えに近いものをお答えください。（いくつでも）

- 企業が個人が提供したデータを匿名加工して利用した場合の安心感をみた。「安心である（とても安心できる+比較的安心できる）」の回答に注目する。
- 全対象国では、「安心である」は61.5%。
- 各国別にみると、高くなった順に、「中国」（72.4%）、「アメリカ」（59.0%）、「ドイツ」（57.5%）、「日本」（56.9%）となった。中国での匿名加工によって得られる安心感が非常に高い結果となった。
- 日本において前回調査との比較を行う。「安心である」は前回の54.1%から、今回は56.9%となり、2.8ポイント上昇した。「不安である」は7.2ポイント低下している。

		n	とても安心できる	比較的安心できる	あまり安心できない	全く安心できない	よく分からない	安心である	安心できない	よく分からない
全体		4000	13.0	48.5	25.0	7.0	6.7	61.5	31.9	6.7
国	日本	1000	7.5	49.4	28.0	7.0	8.1	56.9	35.0	8.1
	アメリカ	1000	20.5	38.5	23.7	9.9	7.4	59.0	33.6	7.4
	ドイツ	1000	11.0	46.5	25.8	7.1	9.6	57.5	32.9	9.6
	中国	1000	12.8	59.6	22.3	3.8	1.5	72.4	26.1	1.5

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

現在、パーソナルデータストアや情報銀行と呼ばれる【新たなパーソナルデータ利用の仕組み】が提唱され、取り組みも開始されています。【従来のパーソナルデータ利用の仕組み】：企業があなたが提供したパーソナルデータを保有し、企業の働きかけ等に応じてデータの利活用内容や提供先等を個人が選択する。【新たなパーソナルデータ利用の仕組み】：企業が保有するあなたのパーソナルデータを個人に還元し、個人が自分の情報を利活用したり、提供先等を管理（コントロール）できる。メリット：企業に提供しているデータや提供先を容易に把握・管理できる、企業が活用するデータや第三者提供先を自分で選択できる等。デメリット：自らの責任でデータや提供先等を管理しなければならない、データの提供先等を全て自分で判断しなければならない等。パーソナルデータストアは「Personal Data Store」の頭文字をとってPDSと呼ばれ、個人が自分のパーソナルデータを蓄積・管理し、横断的に、自由に活用できるようにする「仕組み・ツール」のことです。また、情報銀行／情報信託PDSなどの仕組みを活用し、個人が自らパーソナルデータを管理しつつ、個人の許可に基づいて、企業などの第三者がパーソナルデータを活用したり、それによって個人にポイントや金銭などの何らかの便益が還元されるようにする「事業・サービス」です。

Q16.あなたは、この新たな仕組みに基づくサービスを利用してみたいと思いますか。あなたの考えに近いものをお答えください。

- ・ パーソナルデータストアや情報銀行への利用意向を尋ねた。
- ・ 「利用したい（是非利用したいと思う+やや利用したいと思う）」の回答に注目する。
- ・ 全対象国では、「利用したい」は54.2%。
- ・ 国別にみると、高くなった順に、「中国」（79.0%）、「アメリカ」（51.5%）、「ドイツ」（51.5%）、「日本」（34.7%）となった。
- ・ 中国の利用意向が非常に高い結果となった。日本は、対象国中では最も低い結果となった。
- ・ 日本の傾向をみる。「利用したくない」（36.9%）、「利用したい」（34.7%）となり、利用したいと利用したくないが拮抗している状況にあった。
- ・ 前回調査との比較を行う。「利用したい」は前回の19.2%から、今回は34.7%となり、15.5ポイント上昇した。「利用したくない」は20.1ポイント低下した。
- ・ 日本は各国と比較すると、利用したいの回答は低くなったものの、前回調査と比べると利用意向が高まる結果となった。

		n	既に利用している（利	是非利用したいと思う	やや利用したいと思う	あまり利用したいと思	全く利用したいと思わ	必要としていない	よく分からない	既に利用している（利	利用したい	利用したくない	必要としていない	よく分からない
全体		4000	5.8	19.2	35.0	18.6	3.5	4.8	13.3	5.8	54.2	22.0	4.8	13.3
国	日本	1000	2.7	6.4	28.3	32.4	4.5	7.2	18.5	2.7	34.7	36.9	7.2	18.5
	アメリカ	1000	9.8	20.6	30.9	14.7	4.9	3.8	15.3	9.8	51.5	19.6	3.8	15.3
	ドイツ	1000	4.6	19.2	32.3	17.1	3.4	7.1	16.3	4.6	51.5	20.5	7.1	16.3
	中国	1000	6.0	30.5	48.5	10.0	1.0	0.9	3.1	6.0	79.0	11.0	0.9	3.1

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q17.前問で利用したくない（あまり利用したいと思わない、全く利用したいと思わない）とお答えした方にお伺いします。利用したくない理由について、あなたの考えに近いものすべてをお答えください。（いくつでも）

- ・ パーソナルデータストアや情報銀行を使用したくない人に理由を尋ねた。
- ・ 全対象国では、高くなった順に、「自分で情報を集約・管理すると漏えいした場合が不安だから」（42.6%）、「自らの責任範囲や負担が大きいため」（26.5%）、「提供しているデータの管理や提供先について関心がないから」（20.5%）、「自分自身が情報を管理するより企業等に任せた方が安心だから」（14.0%）となった。
- ・ 日本では、高くなった順に、「自分で情報を集約・管理すると漏えいした場合が不安だから」（42.3%）、「自らの責任範囲や負担が大きいため」（31.2%）、「既存の仕組みで問題ないと思うから」（14.6%）、「よくわからない」（16.0%）となった。
- ・ 日本の前回調査との比較を行う。1～4位までとなった理由に変化はなかった。
- ・ 1番高くなった「自分で情報を集約・管理すると漏えいした場合が不安だから」は前回の36.8%から、今回は42.3%となり、5.5ポイント上昇した。2～4位までの場合は低下した。

		n	既存の仕組みで問題ない	自らの責任範囲や負担が大きいため	自分自身が情報を管理するより企業等に任せた方が安心だから	自分で情報を集約・管理すると漏えいした場合が不安だから	提供しているデータの管理や提供先について関心がないから	自分自身が情報を管理するより企業等に任せた方が安心だから	その他	よくわからない
全体		880	13.1	26.5	14.0	20.5	42.6	1.6	11.6	
国	日本	369	14.6	31.2	11.1	12.5	42.3	0.8	16.0	
	アメリカ	196	10.7	24.0	10.2	24.5	48.0	2.6	9.2	
	ドイツ	205	13.2	15.6	18.0	25.4	38.5	2.0	9.8	
	中国	110	11.8	35.5	22.7	30.9	41.8	1.8	4.5	

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q18.あなたの住所、年齢、年収等やインターネットやSNSの利用に関する情報を元に、個人の信用度を算出する信用スコアリングサービスがあります。スコアが高くなると特定サービスを利用する場合に優遇された条件が提示されたり、逆に低くなると追加の情報提供が求められたり、利用を断られることもあります。信用スコアリングサービスにより自身が評価されることについて、あなたはどのように感じますか。あてはまるものをお選びください。

- 信用スコアリングサービスに対する利用意向を尋ねた。
- 「抵抗なし（抵抗はない+どちらかという抵抗はない）」の回答に注目する。
- 全対象国では、「抵抗なし」は39.6%。
- 国別にみると、高くなった順に、「中国」（72.3%）、「アメリカ」（30.9%）、「ドイツ」（29.9%）、「日本」（25.4%）となった。
- 中国が「抵抗なし」の回答が非常に高い結果となった。さらに、「抵抗なし」72.3%、「抵抗あり」25.4%となった。

		n	抵抗はない	どちらかという抵抗はない	どちらかという抵抗がある	抵抗がある	よく分からない	抵抗なし	抵抗あり
全体		4000	8.3	31.3	32.0	19.1	9.3	39.6	51.1
国	日本	1000	4.2	21.2	39.6	19.9	15.1	25.4	59.5
	アメリカ	1000	8.6	22.3	34.2	24.8	10.1	30.9	59.0
	ドイツ	1000	6.0	23.9	32.7	27.7	9.7	29.9	60.4
	中国	1000	14.4	57.9	21.4	4.0	2.3	72.3	25.4

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q19.信用スコアリングサービスによる評価について、前設問で[Q18=1-4の回答内容表示]とお答えになった理由をお選びください。（いくつでも）

- 信用スコアリングサービスに対する抵抗あり、抵抗なしの理由をみた。
- 全対象国では、「抵抗あり」の理由として最も高くなったのは、「信用スコアの算出方法が不透明だから」24.8%であった。
- 逆に「抵抗なし」の理由として最も高くなったのは、「自分の信用力を示す手段として便利だと思うから」17.9%であった。
- 日本においても同様の順番となった。

	n	信用スコアが受けられそうだから、様々な優遇が受けられるから	自分の信用力を示す手段として便利だと思うから	様々なデータを併せて自分のことを総合的に評価されるため、偏りが少ないと思うから	評価結果が悪くても、一定期間が経つれば、算出から	複数の信用スコアサービスの中から自分に合ったものを選んで使えばよいから	信用スコアを高くするために自分の生活や行動を見直すことができるから	その他（抵抗がない理由について具体的に）	信用スコアが低くなるから、不便な思いをしそうだから	自分の信用力が今よりも低くなるから	信用スコアの算出方法が不透明だから	評価結果が悪かった時に、見直しができないから	評価結果の説明がされないから	信用スコアを意識しすぎて生活が苦しくなるから	その他（抵抗がある理由について具体的に）
全体	3628	17.8	17.9	12.4	10.2	14.5	15.3	0.2	20.0	13.0	24.8	15.3	16.5	18.9	2.2
国															
日本	849	11.3	11.4	7.9	5.4	11.0	6.9	0.2	27.8	13.9	34.3	16.4	23.6	24.5	1.5
アメリカ	899	9.3	10.6	11.9	9.6	6.7	7.6	0.0	23.2	13.0	24.7	20.9	19.9	18.9	4.7
ドイツ	903	8.9	11.0	7.3	8.7	8.3	7.3	0.7	20.8	16.5	31.0	16.7	18.4	19.6	2.3
中国	977	39.5	36.5	21.4	16.3	30.4	37.2	0.1	9.5	8.9	10.8	7.8	5.3	13.4	0.4

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q20.国によって定められる、プライバシーやデータ保護に関する規制やルールは、生活や社会の便利さ・快適性を重視すべきですか、または、個人の安心・安全性を重視すべきだと思いますか。あなたの考えに近いものを1つお選びください。

- 「便利・快適性重視（便利・快適性を重視すべきである+どちらかという便利・快適性を重視すべきである）」と「安心・安全性を重視（どちらかという安心・安全性を重視すべきである+安心・安全性を重視すべきである）」とで比較を行った。
- 全対象国では、「安心・安全性を重視」（66.7%）、「便利・快適性重視」（33.3%）となった。この傾向は、日本、アメリカ、ドイツにおいても同じ傾向を示した。
- 「中国」のみ、「安心・安全性を重視」（50.9%）、「便利・快適性重視」（49.1%）となり、両者がほぼ同率の結果となった。

		n	便利・快適性を重視する	どちらかという便利さ・快適性を重視する	どちらかという安心・安全性を重視する	安心・安全性を重視する	便利・快適性重視	安心・安全性を重視
全体		4000	10.8	22.5	38.6	28.1	33.3	66.7
国	日本	1000	5.6	15.9	40.9	37.6	21.5	78.5
	アメリカ	1000	11.6	17.5	40.3	30.6	29.1	70.9
	ドイツ	1000	7.3	26.3	35.7	30.7	33.6	66.4
	中国	1000	18.7	30.4	37.5	13.4	49.1	50.9

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■ア 一般国民向けアンケート調査

Q21.あなたが普段、私的な用途のために利用している端末をすべてお選びください。 ※利用の目安は、直近1ヶ月以内に触ったことがあるか、スマートフォンまたは従来型の携帯電話（フィーチャーフォン）については、月々の通信料金を支払っている場合でお答えください（いくつでも）

	n	スマートフォン	従来型の携帯電話（フィーチャーフォン）	タブレット	ノートPC	デスクトップPC	ゲーム機	テレビ	その他	あてはまるものはない
日本	1000	84.7	10.1	23.8	50.2	24.8	11.7	40.4	0.9	3.1

Q22.あなたの世帯構成をお答えください。

	n	単身	夫婦のみ	親と子（親とあなた）	親と子（あなたと子）	親と子と孫	その他
日本	1000	19.5	23.1	17.8	31.0	3.2	5.4

Q23.あなたが普段移動する際によく利用している交通手段をいくつでもお答えください。（いくつでも）

	n	徒歩	自転車・バイク	自動車	バス	電車	移動しない・出かける
日本	1000	49.2	30.9	58.4	16.4	37.6	2.6

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査

■ イ 企業向けアンケート調査

目的：	データの流通・利活用に当たり、企業のパーソナルデータやその他データの活用状況・利用にあたっての課題と感じている点などを調査を行った。 また、「安心・安全なデータ流通・利活用に関する調査研究（2017年3月）」にて実施したアンケートとの比較も実施した。	
対象：	・対象国： <u>日本、米国、独国</u> 。 ・対象者：職種が経営者・役員、勤め人（フルタイム）専門職に該当する人。 ・対象企業：本社が日本、米国、独国のいずれかにある従業員100名以上の一般企業。	
回収目標数：	800件（内訳： <u>日本600、米国100、独国100</u> ）	
調査方法：	ウェブアンケート調査	
実施期間：	<u>3月上旬～中旬</u>	
質問構成：	① 本人及び、勤務先	性別、年代、職業、職種、本社所在地、業種、従業員数、役職、年間売上高、ビジネスの特徴等
	② <u>企業によるデータの利活用状況</u>	データ収集・蓄積・活用の状況、サービス開発・提供のためのデータ活用状況、サービス開発・提供のための活用しているデータ、データの活用分野
	③ <u>データ活用に係る課題・障壁</u>	個人データ以外のデータの利用にあたっての課題
	④ <u>企業によるデータ収集時の留意点</u>	パーソナルデータ収集の際に重視する点、企業が行う効果的・有効な取組、個人情報の取得元の開示、セキュリティ対策、匿名加工情報の活用状況・課題、データの越境移転状況
	⑤ <u>データ流通に係る新たな制度・取組</u>	GDPRとの業務上での関わり度合（日本のみ）、PDS・情報銀行の認知度及び利用意向、オープンデータの活用状況

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

SC1.あなたの性別をお答えください。

		n	男性	女性
全体		800	50.0	50.0
国	アメリカ	100	50.0	50.0
	ドイツ	100	50.0	50.0
	日本	600	50.0	50.0

SC2.あなたの年齢をお選びください。

		n	19歳以下	20歳	21歳	22歳	23歳	24歳	25歳	26歳	27歳	28歳	29歳	30歳以上	
全体		800	0.0	2.4	17.6	7.8	12.3	9.0	11.0	10.4	9.6	16.4	2.9	0.5	0.3
国	アメリカ	100	0.0	9.0	11.0	6.0	14.0	11.0	9.0	8.0	12.0	13.0	5.0	1.0	1.0
	ドイツ	100	0.0	4.0	16.0	8.0	12.0	10.0	10.0	13.0	7.0	18.0	2.0	0.0	0.0
	日本	600	0.0	1.0	19.0	8.0	12.0	8.5	11.5	10.3	9.7	16.7	2.7	0.5	0.2

SC3. あなたがお住いの地域をお答えください。 ※アメリカ、ドイツ、日本別の回答を行った。分析対象外。

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

SC4.あなたの職業をお答えください。

		n	公務員	経営者・役員	勤め人（フルタイム）	勤め人（パートタイム）	専門職（弁護士、会計士など）	自営業	自由業	学生	専業主婦（主夫）	無職・定年退職者	その他
全体		800	0.0	4.0	89.4	0.0	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
国	アメリカ	100	0.0	11.0	79.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ドイツ	100	0.0	11.0	65.0	0.0	24.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	日本	600	0.0	1.7	95.2	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

SC5.あなたの職種をお答えください。

		n	経営・事務企画	営業・販売事務	基礎研究・技術研究	技術開発・設計業務	製品企画・開発	購買・仕入業務	製造・生産・品質管理	調査・広告・宣伝	情報システム業務	物流・配送業務	広報・編集業務	人事・総務・経理	その他
全体		800	13.1	19.0	3.0	9.4	2.0	2.0	12.4	1.3	7.5	2.3	0.6	9.9	17.6
国	アメリカ	100	10.0	6.0	0.0	7.0	0.0	2.0	19.0	3.0	6.0	2.0	1.0	7.0	37.0
	ドイツ	100	17.0	11.0	1.0	9.0	1.0	1.0	16.0	1.0	11.0	4.0	0.0	8.0	20.0
	日本	600	13.0	22.5	3.8	9.8	2.5	2.2	10.7	1.0	7.2	2.0	0.7	10.7	14.0

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

SC6.貴社の本社の所在地をお答えください。

		n	米 国	独 国	日 本	そ の 他
全体		800	12.5	12.5	75.0	0.0
国	アメリカ	100	100.0	0.0	0.0	0.0
	ドイツ	100	0.0	100.0	0.0	0.0
	日本	600	0.0	0.0	100.0	0.0

SC7.貴社の業種をお答えください。

		n	〔農 林 水 産 業 ・ 鉱 業 〕	〔エ ネ ル ギ ー ・ イ ン フ ラ 〕	〔製 造 業 〕	〔商 業 ・ 流 通 〕	〔サ ー ビ ス 業 、 そ の 他 〕	〔情 報 通 信 産 業 （ I C T 企 業 ） 〕	あ て は ま る も の は な い
全体		800	0.6	5.6	29.0	22.3	29.1	13.4	0.0
国	アメリカ	100	3.0	4.0	21.0	20.0	36.0	16.0	0.0
	ドイツ	100	1.0	5.0	24.0	29.0	27.0	14.0	0.0
	日本	600	0.2	6.0	31.2	21.5	28.3	12.8	0.0

SC8.貴社の従業員数をお選び下さい。直近の通年会期末の状況（連結ベース）についてお答えください。※分析対象外。

SC9.あなたの役職についてお選び下さい。 ※分析対象外。

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q1.貴社の年間売上をお選び下さい。直近の通年会期末の状況（連結ベース）についてお答えください。ドルから円の換算には、貴社の社内基準を適用ください。単位にはご注意ください。

		ドル 100未満 million （1億）	ドル 500未満 million （5億）	ドル 1000未満 million （10億）	ドル 5000未満 million （50億）	ドル 1億 （10億）	ドル 5億 （50億）	ドル 10億 （100億）
n								
全体	800	30.8	21.3	12.3	14.9	7.4	13.5	13.5
国								
	アメリカ	100	25.0	23.0	16.0	19.0	4.0	13.0
	ドイツ	100	29.0	29.0	11.0	18.0	8.0	5.0
	日本	600	32.0	19.7	11.8	13.7	7.8	15.0

Q2.貴社の事業（創業）年数をお答えください。

		5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 20年未満	20年以上 30年未満	30年以上	
n							
全体	800	1.8	6.1	13.6	13.3	65.3	
国							
	アメリカ	100	2.0	17.0	18.0	14.0	49.0
	ドイツ	100	7.0	16.0	26.0	20.0	31.0
	日本	600	0.8	2.7	10.8	12.0	73.7

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q3.貴社が展開しているビジネスについて、展開市場（国内／海外）及びビジネスモデル（B to C / B to B）の観点から、当てはまるものを全てお選びください。その中で、現在の売上全体に占める割合が最も高いものを一つお選びください。

※ B to B : Business to Business (Business to Governmentも含まれます) / B to C : Business to Consumer ※ 海外市場への展開は、輸出・直接投資・業務提携等の方法を通じて、実際に製品を扱っている場合指します。【展開しているビジネス】※項目ごとに選択できる数が異なります。

【1. 貴社で展開しているビジネス（いくつでも）】

		n	C 自 国 市 場 / B t o	B 自 国 市 場 / B t o	C 海 外 市 場 / B t o	B 海 外 市 場 / B t o
全体		800	68.6	65.0	24.8	30.3
国	アメリカ	100	72.0	65.0	32.0	31.0
	ドイツ	100	73.0	76.0	42.0	49.0
	日本	600	67.3	63.2	20.7	27.0

【2. 貴社で最も展開しているビジネス（1つだけ）】

		n	C 自 国 市 場 / B t o	B 自 国 市 場 / B t o	C 海 外 市 場 / B t o	B 海 外 市 場 / B t o
全体		800	46.0	43.9	5.4	4.8
国	アメリカ	100	44.0	43.0	9.0	4.0
	ドイツ	100	31.0	48.0	12.0	9.0
	日本	600	48.8	43.3	3.7	4.2

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q4.ソリューションについて以下の3つに分けてお伺いします。1. 製品・サービスを通じたデータ収集 2. 製品・サービスを通じたデータ蓄積 3. 製品・サービスを通じたデータ処理 (AIの適用含む) それぞれの導入時期についてお答えください。導入予定、または導入を考えている方はいつごろを見込んでいるのか、最も近いものをお答えください。自社内部向けの開発の他、他事業者のソリューションの導入等が含まれます。(それぞれひとつだけ)

- 「導入済み」に注目した。
- 日本においては、「1. 製品・サービスを通じたデータ収集」24.5%、「2. 製品・サービスを通じたデータ蓄積」24.3%、「3. 製品・サービスを通じたデータ処理 (AIの適用含む)」16.8%となった。
- 前回調査においては、それぞれ26.3%、24.2%、13.8%であった。大きな変化はみられない。
- 対象国別にみると、日本は、アメリカ、ドイツと比べて「導入済み」の回答が低くなった。

【1. 製品・サービスを通じたデータ収集】

		n	以前 導入済み (2019 以降)	- 導 入済み (2019 以降)	頃 導入 予定 (2020 年)	頃 導入 予定 (2020 年)	以 降 導入 予定 (2020 年)	定 時 期 は 未 定 だ が 導 入 予 定	導 入 す る 予 定 は な い	わ か ら な い
全体		800	23.8	8.4	4.1	1.6	1.3	2.8	4.1	54.0
国	アメリカ	100	39.0	14.0	8.0	8.0	4.0	4.0	0.0	23.0
	ドイツ	100	34.0	23.0	11.0	4.0	5.0	5.0	3.0	15.0
	日本	600	19.5	5.0	2.3	0.2	0.2	2.2	5.0	65.7

【3. 製品・サービスを通じたデータ処理 (AIの適用含む)】

		n	以前 導入済み (2019 以降)	- 導 入済み (2019 以降)	頃 導入 予定 (2020 年)	頃 導入 予定 (2020 年)	以 降 導入 予定 (2020 年)	定 時 期 は 未 定 だ が 導 入 予 定	導 入 す る 予 定 は な い	わ か ら な い
全体		800	15.4	5.8	6.8	4.6	1.8	3.5	5.3	57.0
国	アメリカ	100	23.0	8.0	17.0	10.0	5.0	5.0	5.0	27.0
	ドイツ	100	24.0	13.0	12.0	14.0	7.0	6.0	3.0	21.0
	日本	600	12.7	4.2	4.2	2.2	0.3	2.8	5.7	68.0

【2. 製品・サービスを通じたデータ蓄積】

		n	以前 導入済み (2019 以降)	- 導 入済み (2019 以降)	頃 導入 予定 (2020 年)	頃 導入 予定 (2020 年)	以 降 導入 予定 (2020 年)	定 時 期 は 未 定 だ が 導 入 予 定	導 入 す る 予 定 は な い	わ か ら な い
全体		800	20.1	9.8	3.8	3.4	1.1	3.0	4.6	54.3
国	アメリカ	100	25.0	19.0	8.0	12.0	4.0	4.0	3.0	25.0
	ドイツ	100	25.0	24.0	12.0	11.0	2.0	4.0	5.0	17.0
	日本	600	18.5	5.8	1.7	0.7	0.5	2.7	4.8	65.3

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q5.新たな製品・サービスの開発や提供について、以下の3つに分けてお伺いします。

貴社では、上記のようなデータ利活用の対応はいつ頃から始めましたか。導入予定、または導入を考えている方は、始める時期はいつごろを見込んでいるのか、最も近いものをお答えください。（それぞれひとつだけ）

- 「導入済み」に注目した。
- 日本においては、「1. データ収集に係るあるいは当該機能を用いた製品・サービスの開発や提供」20.3%、「2. データ蓄積に係るあるいは当該機能を用いた製品・サービスの開発や提供」20.3%、「3. データ処理（AIの適用含む）に係るあるいは当該機能を用いた製品・サービスの開発や提供」14.7%となった。
- 前回調査においては、それぞれ23.2%、20.3%、13.3%となった。大きな変化はみられない。
- 対象国別にみると、日本は、アメリカ、ドイツと比べて「導入済み」の回答が低くなった。

【1. データ収集に係るあるいは当該機能を用いた製品・サービスの開発や提供】

		n	以前 導入 済み (2 0 1 5 年	- 導 入 済 み (2 0 1 6 年	頃 導 入 予 定 (2 0 2 0 年	頃 導 入 予 定 (2 0 2 5 年	導 入 予 定 (2 0 3 0 年	定 時 期 は 未 定 だ が 導 入 予	導 入 す る 予 定 は な い	わ か ら な い
全体		800	19.1	9.0	4.5	1.6	1.0	2.1	4.4	58.3
国	アメリカ	100	34.0	15.0	11.0	5.0	3.0	2.0	1.0	29.0
	ドイツ	100	27.0	27.0	13.0	5.0	3.0	1.0	3.0	21.0
	日本	600	15.3	5.0	2.0	0.5	0.3	2.3	5.2	69.3

【3. データ処理（AIの適用含む）に係るあるいは当該機能を用いた製品・サービスの開発や提供】

		n	以前 導入 済み (2 0 1 5 年	- 導 入 済 み (2 0 1 6 年	頃 導 入 予 定 (2 0 2 0 年	頃 導 入 予 定 (2 0 2 5 年	導 入 予 定 (2 0 3 0 年	定 時 期 は 未 定 だ が 導 入 予	導 入 す る 予 定 は な い	わ か ら な い
全体		800	11.6	6.5	6.9	3.5	1.8	3.1	5.9	60.8
国	アメリカ	100	14.0	15.0	16.0	8.0	6.0	4.0	6.0	31.0
	ドイツ	100	13.0	15.0	20.0	12.0	4.0	6.0	6.0	24.0
	日本	600	11.0	3.7	3.2	1.3	0.7	2.5	5.8	71.8

【2. データ蓄積に係るあるいは当該機能を用いた製品・サービスの開発や提供】

		n	以前 導入 済み (2 0 1 5 年	- 導 入 済 み (2 0 1 6 年	頃 導 入 予 定 (2 0 2 0 年	頃 導 入 予 定 (2 0 2 5 年	導 入 予 定 (2 0 3 0 年	定 時 期 は 未 定 だ が 導 入 予	導 入 す る 予 定 は な い	わ か ら な い
全体		800	16.3	9.5	4.0	3.0	1.8	2.4	4.6	58.5
国	アメリカ	100	15.0	23.0	9.0	12.0	4.0	5.0	2.0	30.0
	ドイツ	100	26.0	20.0	13.0	8.0	5.0	3.0	4.0	21.0
	日本	600	14.8	5.5	1.7	0.7	0.8	1.8	5.2	69.5

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q6.貴社におけるデータの利活用についてお伺いします。貴社では、サービス開発・提供等のために、以下のデータを活用していますか。もしくは今後活用することを考えていますか。 ※本設問のデータ活用には、他社へのデータ提供（第三者提供）も含まれます。（それぞれひとつだけ）

- 自社のサービス開発・提供等のためにデータを「活用している（既に積極的に活用している+ある程度活用している）」に注目した。
- 日本においては、「1. サービス等から得られる個人データ（顧客の基本情報、登録情報など）」25.2%、「2. 製品やサービスから得られる個人データ以外のデータ（製品の稼働状況、利用状況など）」23.0%、「3. 個人データを元にしたスコアリングデータ」18.0%となった。
- 前回調査においては、それぞれ30.7%、26.9%となった。スコアリングデータは今回のみの設問。
- **「1. サービス等から得られる個人データ」は前回30.7%、今回25.2%と5ポイント低下した。**
- 日本は、アメリカ、ドイツと比べて「活用している」割合が低くなった

【1. サービス等から得られる個人データ（顧客の基本情報、登録情報など）】

		n	既に積極的に活用している	ある程度活用している	まだ活用できていないが、活用を検討していない	活用する予定はない	分からない	活用している	検討中	活用する予定はない	分からない
全体		800	21.5	13.5	6.3	6.0	52.8	35.0	6.3	6.0	52.8
国	アメリカ	100	5.0	17.0	8.0	1.0	23.0	68.0	8.0	1.0	23.0
	ドイツ	100	35.0	26.0	8.0	9.0	22.0	61.0	8.0	9.0	22.0
	日本	600	14.3	10.8	5.7	6.3	62.8	25.2	5.7	6.3	62.8

【3. 個人データを元にしたスコアリングデータ】

		n	既に積極的に活用している	ある程度活用している	まだ活用できていないが、活用を検討していない	活用する予定はない	分からない	活用している	検討中	活用する予定はない	分からない
全体		800	13.6	11.1	8.8	8.5	58.0	24.8	8.8	8.5	58.0
国	アメリカ	100	26.0	19.0	17.0	7.0	31.0	45.0	17.0	7.0	31.0
	ドイツ	100	19.0	26.0	18.0	10.0	27.0	45.0	18.0	10.0	27.0
	日本	600	10.7	7.3	5.8	8.5	67.7	18.0	5.8	8.5	67.7

【2. 製品やサービスから得られる個人データ以外のデータ（製品の稼働状況、利用状況など）】

		n	既に積極的に活用している	ある程度活用している	まだ活用できていないが、活用を検討していない	活用する予定はない	分からない	活用している	検討中	活用する予定はない	分からない
全体		800	15.8	15.0	7.8	5.8	55.8	30.8	7.8	5.8	55.8
国	アメリカ	100	27.0	28.0	9.0	6.0	30.0	55.0	9.0	6.0	30.0
	ドイツ	100	26.0	27.0	16.0	8.0	23.0	53.0	16.0	8.0	23.0
	日本	600	12.2	10.8	6.2	5.3	65.5	23.0	6.2	5.3	65.5

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q7.貴社事業において、今後どのような段階までデータを活用することが想定されますか。あてはまる段階を全てお選びください。（いくつでも）

- 自社事業において、今後活用が想定されるものを尋ねた。
 - 各国において高くなった順にみる。
 - 日本は、「製品・サービス設計」（29.0%）、「商品企画」（25.3%）、「流通・販売」（24.3%）。
 - アメリカは、「商品企画」（42.0%）、「研究開発」（41.0%）、「生産」（34.0%）。
 - ドイツは、「製品・サービス設計」（44.0%）、「商品企画」（39.0%）、「研究開発」（35.0%）。
- 日本は、他国と比べると「流通・販売」での活用が上位となっている。
- アメリカやドイツは、日本と比べると、「研究開発」での活用が上位にきている。

		n	商品企画	研究開発	製品・サービス設計	生産	流通・販売	アフターサービス	価値向上	ブランディング	その他
全体		800	29.1	27.6	31.4	22.8	26.0	21.8	21.1	14.0	25.3
国	アメリカ	100	42.0	41.0	33.0	34.0	29.0	24.0	33.0	21.0	10.0
	ドイツ	100	39.0	35.0	44.0	33.0	33.0	25.0	18.0	12.0	14.0
	日本	600	25.3	24.2	29.0	19.2	24.3	20.8	19.7	13.2	29.7

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q9.貴社において、製品やサービスから収集可能な個人データ以外のデータ（製品の稼働状況、利用状況など）の取り扱いや利活用に関して、現在または今後想定される課題や障壁についてお選びください。当てはまると思われるものを全て選択してください。（いくつでも）

- 個人データ以外のデータの取り扱いや利活用に関して、今後想定される課題について聞いた。
- 各国において高くなった順にみる。
- 日本は、「データの収集・管理に係るコストの増大（データのフォーマット等が共通化されていない、データ品質の確保等）」（20.7%）、「データを取り扱う（処理・分析等）人材の不足」（20.2%）、「ビジネスにおける収集等データの利活用方法の欠如、費用対効果が不明瞭」（18.5%）。
- アメリカは、「データの収集・管理に係るコストの増大（データのフォーマット等が共通化されていない、データ品質の確保等）」（31.0%）、「個人データとの線引きが不明瞭（個人データに該当しないという判断が困難）」（36.4%）、「ビジネスにおける収集等データの利活用方法の欠如、費用対効果が不明瞭」（24.0%）。
- ドイツは、「データの収集・管理に係るコストの増大（データのフォーマット等が共通化されていない、データ品質の確保等）」（33.0%）、「個人データとの線引きが不明瞭（個人データに該当しないという判断が困難）」（30.0%）、「データを取り扱う（処理・分析等）人材の不足」（23.0%）。
- 日本、アメリカ、ドイツともデータ収集・管理に伴うコストの増大が最も高くなった。日本、アメリカにおいては、前回調査と同じ課題が最上位となった。ドイツでは、前回「データの所有権の帰属が自社ではないまたは不明な場合があること」が最も高くなった。なお、今回調査では上位とはならなかった。

		n	個人データとの線引きが不明瞭（個人データに該当しないという判断が困難）	データ品質の確保等	データの収集・管理に係るコストの増大	データの所有権の帰属が自社ではないまたは不明な場合があること	ビジネスにおける収集等データの利活用方法の欠如、費用対効果が不明瞭	データを取り扱う（処理・分析等）人材の不足	その他	特に課題・障壁はない
全体		800	18.1	23.5	11.0	18.6	20.4	1.4	47.1	
国	アメリカ	100	25.0	31.0	15.0	24.0	19.0	3.0	36.0	
	ドイツ	100	30.0	33.0	13.0	14.0	23.0	1.0	31.0	
	日本	600	15.0	20.7	10.0	18.5	20.2	1.2	51.7	

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

- 前回調査の結果を示す。
- 個人データ以外のデータの取り扱いや利活用に関して、今後想定される課題について聞いた。
- 各国において高くなった順にみる。
- 日本は、「データの収集・管理に係るコストの増大（データのフォーマット等が共通化されていない、データ品質の確保等）」（29.1%）、「ビジネスにおける収集等データの利活用方法の欠如、費用対効果が不明瞭」（24.2%）、「個人データとの線引きが不明瞭（個人データに該当しないという判断が困難）」（22.6%）。
- アメリカは、「データの収集・管理に係るコストの増大（データのフォーマット等が共通化されていない、データ品質の確保等）」（39.3%）、「個人データとの線引きが不明瞭（個人データに該当しないという判断が困難）」（36.4%）、「データの所有権の帰属が自社ではないまたは不明な場合があること」（25.2%）。
- ドイツは、「データの所有権の帰属が自社ではないまたは不明な場合があること」（43.6%）、「データの収集・管理に係るコストの増大（データのフォーマット等が共通化されていない、データ品質の確保等）」（40.9%）、「個人データとの線引きが不明瞭（個人データに該当しないという判断が困難）」（32.7%）。

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q10.個人データの取り扱いに関する貴社のお考えについてお伺いします。貴社は、個人データを収集する際、何を最も重視しますか。重要だと思われる事項を優先度が高いものから3つ選択してください。（それぞれひとつだけ）

- 個人データを収集する際に重要と思う事項についてみる。ここでは1番目の回答に着目した。
- 各国において高くなった順にみる。
- 日本は、「収集するデータのセキュリティの確保（インシデントの防止など）」（28.7%）、「適切なデータの取扱方法の明示」（14.7%）、「データの提供に関する個人からの適切な同意の取得」（13.7%）。
- アメリカは、「収集するデータのセキュリティの確保（インシデントの防止など）」（30.0%）、「データの提供に関する個人からの適切な同意の取得」（20.0%）、「収集するデータに対する個人のアクセス方法（開示請求方法など）の明示」（15.0%）。
- ドイツは、「収集するデータの利用目的の明示」（18.0%）、「適切なデータの取扱方法の明示」（15.0%）、「収集するデータのセキュリティの確保（インシデントの防止など）」（14.0%）。
- 前回調査では、日本、アメリカ、ドイツのいずれも「データの提供に関する個人からの適切な同意の取得」が最上位であったが、今回の調査では、日本、アメリカは「収集するデータのセキュリティの確保」、ドイツは「収集するデータの利用目的の明示」が最上位の課題であり、一致しなかった。

【1位／番目】

		n	データの提供に関する個人からの適切な同意の取得	適切なデータの取扱方法の明示	収集するデータの種類の項目の明示	データを収集する組織・企業の概要説明	収集するデータの利用目的の明示	個人へのデータ提供に利用するサービス等の提供と付与	個人データの提供に利用するデータのセキュリティの確保（インシデントの防止など）	アクセス方法（開示請求方法）の明示	その他
全体		800	13.9	13.5	8.0	7.6	11.3	7.9	27.0	8.4	2.5
国	アメリカ	100	20.0	5.0	8.0	3.0	6.0	12.0	30.0	15.0	1.0
	ドイツ	100	9.0	15.0	11.0	11.0	18.0	10.0	14.0	5.0	7.0
	日本	600	13.7	14.7	7.5	7.8	11.0	6.8	28.7	7.8	2.0

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q11.個人データを安心・安全に流通・利活用するために、企業はどのような取組を実施することが効果的だと思いますか。個人データの安心・安全な流通・利活用に効果的だと思う取組を全て選択してください。（いくつでも）

- 個人データの安心・安全な流通・利活用に効果的だと思う企業の取組を尋ねた。
- 各国において高くなった順にみる。
- 日本は、「データ漏えい等のインシデント発生時における対応指針（対応フロー、責任範囲の規定等）の明示」（43.7%）、「データの第三者提供時における確認・記録の作成、及びその記録の保管（トレーサビリティの確保）」（35.7%）、「適切な個人情報保護の体制を整備していることを表す認定（プライバシーマークなど）の取得」（35.2%）。
- アメリカは、「データの提供・利用に関する同意プロセスの簡略化（利用目的、第三者提供の有無などの分かり易い表示など）」（35.0%）、「データ漏えい等のインシデント発生時における対応指針（対応フロー、責任範囲の規定等）の明示」（34.0%）、「本人からの要望を踏まえ、提供されたパーソナルデータをいつでも・簡単に取り出すことができる仕組みの提供（データポータビリティの仕組み）」（33.0%）。
- ドイツは、「提供されたデータの利活用内容や提供先に関する定期的な情報の提供（メール、Webでの公開など）」（32.0%）、「データの提供・利用に関する同意プロセスの簡略化（利用目的、第三者提供の有無などの分かり易い表示など）」（31.0%）、「適切な個人情報保護の体制を整備していることを表す認定（プライバシーマークなど）の取得」（24.0%）、「データ漏えい等のインシデント発生時における対応指針（対応フロー、責任範囲の規定等）の明示」（24.0%）。

		n	のす提 公供 開定 期さ なれ た 情 報 の 提 供 （ メ ー ル 、 W e b に 関 ）	ブ い つ ア ウ ト 手 段 の 簡 略 化	テ イ の 仕 組 み	ナ ル テ レ ビ ジ オ	本 人 か ら の 要 望 を 踏 ま え 、 簡 単 に 取 り 出 す こ と	分 か り 易 い 表 示 な ど	簡 略 化 の 利 用 目 的 、 第 三 者 提 供 の 有 無 な ど	取 得 を 表 す 認 定 （ プ ラ イ バ シ ー マ ー ク な ど ）	適 切 な 個 人 情 報 保 護 の 体 制 を 整 備 し て い る こ と	テ イ の 確 保	作 成 、 及 び 第 三 者 提 供 時 に お け る 確 認 ・ 記 録 の 保 管	等 の 明 示	デ ー タ 漏 え い 等 の イ ン シ デ ン ト 発 生 時 に お け る 対 応 指 針 （ 対 応 フ ロ ー 、 責 任 範 圍 の 規 定 ）	そ の 他
全体		800	25.6	23.3	23.4	30.0	33.0	32.0	40.0	5.3						
国	アメリカ	100	23.0	27.0	33.0	35.0	29.0	23.0	34.0	13.0						
	ドイツ	100	32.0	15.0	19.0	31.0	24.0	19.0	24.0	17.0						
	日本	600	25.0	24.0	22.5	29.0	35.2	35.7	43.7	2.0						

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q12.個人データを取扱う企業は、提供された個人データがどのように流通されているかを追跡できるトレーサビリティを確保することが法律により義務化されました。トレーサビリティを確保するため、個人データを提供した企業は、データ提供先の名前等の記録を一定期間保存すること、個人データを第三者から提供された企業は、提供者の名前やデータの取得経緯等を確認・記録し、一定期間その記録を保存することが必要となっております。貴社では、情報を提供した本人から情報の取得元に関する問い合わせがあった場合、開示対応を行っていますか。

- 情報を提供した本人から情報の取得元に関する問い合わせがあった場合、勤め先において、開示対応を行っているかについて尋ねた（日本のみの質問）。ここでは「わからない」（57.2%）を除いてみる。
- 高くなった順に「実施している」（19.8%）、「今後実施すること予定・検討している」（8.7%）、「実施する必要がない（個人データを取り扱っていない等）」（6.2%）となった。

	n	実施している	今後実施すること予定・検討している	個人データの第三者提供や個人データの提供を受けているが、実施しない予定が困難であるため、実施しない	個人データの第三者提供等を行っていないが、実施していない	実施する必要がない（個人データを取り扱っていない等）	わからない
日本	600	19.8	8.7	5.5	2.7	6.2	57.2

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q13.貴社は、個人データの取扱いにあたって、個人データを安全に管理・保護するセキュリティの取組として、どのような取組を重視していますか。重要な取組だと思われるものを全て選択してください。（いくつでも）

- セキュリティの取組として、どのような取組を重視するか取組を尋ねた。
- 各国において高くなった順にみる。「特に実施しているものはない」は除いてみる。
- 日本は、「従業員に対するセキュリティに係る教育・訓練の実施」（29.0%）、「個人データを取扱う施設等の機器や記録媒体の持ち込み・持ち出しの制限」（28.7%）、「個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理」（27.5%）。
- アメリカは、「個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理」（37.0%）、「従業員に対するセキュリティに係る教育・訓練の実施」（34.0%）、「暗号化による個人データの保護・管理」（30.0%）。
- ドイツは、「従業員に対するセキュリティに係る教育・訓練の実施」（25.0%）、「個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理」（22.0%）、「暗号化による個人データの保護・管理」（21.0%）、「セキュリティ診断・監視サービスの活用」（21.0%）。
- 全対象国において、「従業員に対するセキュリティに係る教育・訓練の実施」、「個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理」は上位3位に入る対策となった。
- なお、日本においては「個人データを取扱う施設等の機器や記録媒体の持ち込み・持ち出しの制限」が上位に入った。

	n	個人データのセキュリティの管理・保護	個人データの発生時の対応	従業員に対するセキュリティの教育・訓練の実施	個人データの入室管理	個人データの持ち込み・持ち出しの制限	個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理	暗号化による個人データの保護・管理	セキュリティ診断・監視サービスの活用	定期的なセキュリティ診断・監視の実施	外部セキュリティ監査（内部、外部）の実施	プライバシーマーク（Pマーク）の取得	情報セキュリティマネジメント（ISMS）の認証取得	外注先選定の要件の強化や外注先に対する監査や検査の実施	その他	特に実施しているものはない
全体	800	21.4	21.1	29.1	19.8	26.3	28.0	22.6	20.5	24.5	24.6	14.3	16.5	14.8	1.9	29.4
国																
アメリカ	100	25.0	28.0	34.0	26.0	21.0	37.0	30.0	23.0	27.0	28.0	8.0	17.0	28.0	3.0	12.0
ドイツ	100	16.0	13.0	25.0	13.0	17.0	22.0	21.0	21.0	18.0	15.0	5.0	18.0	13.0	3.0	22.0
日本	600	21.7	21.3	29.0	19.8	28.7	27.5	21.7	20.0	25.2	25.7	16.8	16.2	12.8	1.5	33.5

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q14.匿名加工情報についてお伺いします。匿名加工情報とは、個人情報加工して、特定の個人を識別することができない、かつ作成元となった個人情報を復元することができないようにしたデータです。匿名加工情報は、個人情報の取扱いに関する義務よりも緩やかな一定の規律の下で、取扱うことができるのが特徴となっています。貴社は、特定の個人を識別することができないように加工した匿名加工情報を提供、又は活用することを検討していますか。

- 勤務先企業における匿名加工情報の活用意識について尋ねた。
- 各国において高くなった順にみる。「匿名加工情報について知らない」は除いてみる。
- 日本は、「匿名加工情報については知っているが、自社の状況は分からない」（13.2%）、「既に提供、又は活用している」（11.7%）、「個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理ニーズや有用性があれば提供を検討する」（5.7%）。
- アメリカは、「既に提供、又は活用している」（22.0%）、「匿名加工情報を提供、又は活用することを検討している」（18.0%）、「個人データのアクセス制限、アクセス記録の管理ニーズや有用性があれば提供を検討する」（16.0%）。
- ドイツは、「ニーズや有用性があれば提供を検討する」（21.0%）、「匿名加工情報を提供、又は活用することを検討している」（18.0%）、「既に提供、又は活用している」（17.0%）。
- 全対象国において、「提供・活用している、もしくは検討中（既に提供、又は活用している+匿名加工情報を提供、又は活用することを検討している+ニーズや有用性があれば提供を検討する）」に注目すると、アメリカ56.0%、ドイツ56.0%、日本22.5%となった。上記のうち、「既に提供、又は活用している」に注目すると、アメリカ22.0%、ドイツ17.0%、日本11.7%となった。

		n	既に提供、又は活用している	匿名加工情報を提供、又は活用することを検討している	ニーズや有用性があれば提供を検討する	匿名加工情報の取扱いについては興味はないが、提供又は活用を検討することはない	匿名加工情報を取扱う予定はない（検討していない）	匿名加工情報の状況は分からない	匿名加工情報について知らない
全体		800	13.6	8.4	8.9	6.5	5.0	12.9	44.8
国	アメリカ	100	22.0	18.0	16.0	9.0	6.0	9.0	20.0
	ドイツ	100	17.0	18.0	21.0	13.0	3.0	15.0	13.0
	日本	600	11.7	5.2	5.7	5.0	5.2	13.2	54.2

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q15. 貴社が匿名加工情報を提供又は活用するにあたって、どのような課題が存在すると思いますか。当てはまると思われるものを全て選択してください。(いくつでも)

- 勤務先企業における匿名加工情報の活用にあたっての課題について尋ねた。
- 各国において高くなった順にみる。「わからない」は除いてみる。
- 日本は、「匿名加工にあたって削除した情報や加工方法に関する情報の漏えいを防止するための安全管理措置」(15.5%)、「保有しているデータの適切な匿名加工方法」(14.2%)、「データの匿名加工化によりデータの有用性喪失」(12.3%)。
- なお、日本では「わからない」が60.7%となった。
- アメリカは、「匿名加工情報の提供・活用に求められる情報の公開義務(匿名加工情報に含まれるデータ項目、加工方法、第三者提供時の提供方法など)」(28.0%)、「匿名加工にあたって削除した情報や加工方法に関する情報の漏えいを防止するための安全管理措置」(25.0%)、「データの匿名加工化によりデータの有用性喪失」(21.0%)。
- ドイツは、「データの匿名加工処理に係るコスト」(27.0%)、「匿名加工にあたって削除した情報や加工方法に関する情報の漏えいを防止するための安全管理措置」(24.0%)、「保有しているデータの適切な匿名加工方法」(23.0%)。
- アメリカで最も高くなった「匿名加工情報の提供・活用に求められる情報の公開義務」や、ドイツで最も高くなった「データの匿名加工処理に係るコスト」は、日本においては下位となっている。
- これらは、今後日本において、匿名加工情報の利用が進んだ場合に課題と捉えられる可能性がある。

	n	保有しているデータの適切な匿名加工方法	匿名加工情報にあたって削除した情報や加工方法に関する情報の漏えいを防止するための安全管理措置	データの匿名加工処理に係るコスト	項目(匿名加工方法、第三者提供時の提供方法など)	データの匿名加工化によりデータの有用性喪失	匿名加工情報ではないのか等(匿名加工情報に対する国民の不安・抵抗感)	わからない
全体	800	15.4	17.8	13.4	15.0	13.6	11.5	52.4
国								
アメリカ	100	15.0	25.0	18.0	28.0	21.0	20.0	26.0
ドイツ	100	23.0	24.0	27.0	22.0	14.0	15.0	29.0
日本	600	14.2	15.5	10.3	11.7	12.3	9.5	60.7

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q16. 貴社事業では、データの越境移転を行っていますか。データの越境移転とは、個人情報データを、国境をまたいで自国や他国のデータセンター等に移転したり利活用することを指します。貴社で行っている越境移転で最も多いパターンをお選びください。越境移転を行うデータの例：顧客の個人データ、従業員に関する情報、製品・サービスを通じて収集する各種情報

- ・ 勤務先企業におけるデータの越境移転の状況について尋ねた。
- ・ 各国において「越境移転を行っている（国内から国外へ、国外から国内への双方向＋国内から国外へのみ）」に注目する。なお、「わからない」は除いてみる。
- ・ 日本は15.7%、アメリカ37.0%、ドイツ49.0%となった。

		n	国内から国内への双方向、国外	国内から国外へのみ	国外から国内へのみ	過去には行っていたが、現在は行っていない	過去・現在ともに行っていない	わからない
全体		800	16.3	6.3	5.8	1.9	19.9	50.0
国	アメリカ	100	26.0	11.0	14.0	0.0	22.0	27.0
	ドイツ	100	33.0	16.0	13.0	2.0	15.0	21.0
	日本	600	11.8	3.8	3.2	2.2	20.3	58.7

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q17.EUでは、2016年5月に、EU域外への個人データの移転を制限する一般データ保護規則（GDPR）を制定いたしました。2018年5月から施行されたGDPRは、個人データを取扱う企業に対して、EUから他国への個人データ移転を制限すると共に、厳しい罰則金を課しています。また日本においても2020年に個人情報保護法が改正されます（3年ごとに見直されます）。あなたの業務の中で、こうした法規制を意識する機会がありますか。また、こうした法規制によって業務が変わりましたか。注）GDPR:General Data Protection Regulation

- 回答者が業務の中で、GDPRを意識する機会があるかについて尋ねた（日本のみ）。
- 「法規制を意識する機会があり、業務も変わった」（18.7%）、「法規制を意識する機会はあるが、業務は変わっていない」（19.7%）、「法規制を意識する機会はほとんどなく、業務も変わっていない」（61.7%）となった。
- 「GDPRの法規制を意識する機会がある（法規制を意識する機会があり、業務も変わった＋法規制を意識する機会はあるが、業務は変わっていない）」と回答したのは 38.3%に上った。

	n	たが あ り、 業 務 も 変 わ つ た	わ は つ つ あ る が 、 業 務 は 変 わ つ て い な い	も は 変 わ つ て い な い	法 規 制 を 意 識 す る 機 会 は な く 、 業 務 も 変 わ つ て い な い
日本	600	18.7	19.7	61.7	

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q18.企業が顧客の情報を管理・活用するデータ流通の形態に対して、個人データは個人のものであるとの考えに基づき、個人が個人データの管理・活用をコントロールし、個人データを安心・安全に流通させる取組（例：パーソナルデータストア、情報銀行）が検討されています。パーソナルデータストアや情報銀行のような個人データの流通に係る新たな取組を知っていますか。最も当てはまると思われるものを選択してください。

- ・ パーソナルデータストアや情報銀行等、個人データの流通に係る新たな取組の認知状況を尋ねた。
- ・ ここでは、「何らかの形で認知している（具体的な内容も含めて、知っている+知っているが、具体的な内容までは知らない+名前は聞いたことがある）」の回答に注目する。
- ・ 日本では36.0%、アメリカ57.0%、ドイツ66.0%となった。
- ・ 前回調査と比較すると日本は36.2%であり、変化はなかった。
- ・ さらに「具体的な内容も含めて、知っている」についても比較をおこなうと、今回7.3%、前回5.5%とほとんど差がなかった。

		n	て、具体的内容も含めて知っている	な知つて内容までは知らない	る名前は聞いたことがある	た知らない（初めて聞いた）	その他
全体		800	10.0	15.6	16.8	50.4	7.3
国	アメリカ	100	21.0	23.0	13.0	38.0	5.0
	ドイツ	100	15.0	34.0	17.0	25.0	9.0
	日本	600	7.3	11.3	17.3	56.7	7.3

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■イ 企業向けアンケート調査

Q19.個人がパーソナルデータの管理・活用をコントロールし、データの提供先も自ら決定するパーソナルデータストアは、安心・安全なデータの流通・利活用の促進に寄与することが期待されています。例えば、パーソナルデータストアが確立することで、個人の定めるデータ取扱いルールを満たす企業は個人からデータの提供を受けること（1対N）ができます。そのため、従来の特定期企業と個人の間によるデータ流通形態（1対1）よりデータの流通が加速します。このようなパーソナルデータストアが今後のデータ流通・利活用を促進させることを期待していますか。

- パーソナルデータストアがデータ流通を促進すると思うかについて尋ねた。
- ここでは、「期待している（とても期待している+やや期待している）」の回答に注目する。
- 日本では28.0%、アメリカ40.0%、ドイツ46.0%となった。
- 前回調査と比較すると日本は30.5%であり、変化はなかった。

		n	すでに利用している	とても期待している	やや期待している	あまり期待していない	期待していない	どちらともいえない	その他
全体		800	5.4	13.0	18.8	12.9	4.8	38.6	6.6
国	アメリカ	100	11.0	20.0	20.0	6.0	3.0	38.0	2.0
	ドイツ	100	12.0	21.0	25.0	10.0	2.0	26.0	4.0
	日本	600	3.3	10.5	17.5	14.5	5.5	40.8	7.8

1.3 データの流通及び利活用に関する意識・状況調査 ■I 企業向けアンケート調査

Q20.貴社のオープンデータの利活用状況及び利活用意向について伺います。貴社で利用中もしくは、利用を検討している情報についていくつでもお答えください。（いくつでも）

- オープンデータの利活用分野について尋ねた。
- 対象国別に高くなった順にみる。ここでは、「オープンデータは利用していない／利用を検討していない」除いてみる。
- 日本では「各種調査・統計データ」（12.5%）、「医療・介護・福祉分野の各種情報」（11.5%）、「環境・エネルギー分野の各種情報」（8.8%）となった。
- アメリカでは、「各種調査・統計データ」（28.0%）、「教育分野の各種情報」（23.0%）、「医療・介護・福祉分野の各種情報」（22.0%）となった。
- ドイツでは、「各種調査・統計データ」（26.0%）、「教育分野の各種情報」（17.0%）、「環境・エネルギー分野の各種情報」（15.0%）となった。
- 各国とも、「各種調査・統計データ」の回答が最も高くなった。
- アメリカは各活用分野を選択する割合が日本及びドイツに比べて高くなった。
- アメリカ、ドイツでは「教育分野の各種情報」が2番目に高くなった。なお、日本は6.2%で8番目に高くなった。

		n	各種調査・統計データ	各種公共施設情報	防災分野の各種情報	観光分野の各種情報	教育分野の各種情報	保育・子育て分野の各種情報	医療・介護・福祉分野の各種情報	地図・地形・地質情報	環境・エネルギー分野の各種情報	各種の土地利用・インフラ	交通分野の各種情報	変更等の情報	各種民間施設の所在	オープンデータは利用を検討
全体		800	16.1	6.9	10.0	6.4	9.6	5.4	12.8	7.5	10.8	8.4	8.3	8.8		54.6
国	アメリカ	100	28.0	14.0	20.0	12.0	23.0	8.0	22.0	15.0	18.0	15.0	13.0	16.0		27.0
	ドイツ	100	26.0	11.0	11.0	6.0	17.0	5.0	11.0	8.0	15.0	13.0	11.0	11.0		32.0
	日本	600	12.5	5.0	8.2	5.5	6.2	5.0	11.5	6.2	8.8	6.5	7.0	7.2		63.0

1.4 データの流通・利活用の将来見通しと提言

- 1.2 データの流通の現状及び課題に関する調査において、モバイル、IoTの普及に伴い世界のデータ流通量は今後も増加していく見込みであることが分かった。
- 1.3.ではデータ利活用に関する個人及び企業の利活用の実態と意向・課題等を調査した。
- 個人の場合、前回調査と比べて第三者に個人情報を委ねることに対する意識は厳しくなっていた。日本においては、前回よりも利用に関する許諾意識は若干和らぐ傾向にあった。事前にパーソナルデータの利用目的が明確に示され、個人や社会への便益が提示されると提供しやすくなることが分かった。また、パーソナルデータはすべて提供しづらいわけではなく、提供可能なものもあることが示された。
- 企業の場合、他国と比較して日本の企業はパーソナルデータの利活用実績や今後活用する予定があまり高くない結果となった。
- 個人にアンケート調査を行ったところ、各国とも自身のパーソナルデータを匿名加工すれば提供してもよいという回答が高くなった。
- パーソナルデータを個人が特定できないようにする「匿名加工情報」が利活用促進の手段として期待される。

1.5 オープンデータの活用状況に関する調査

- オープンデータの活用に関して、国内外で既に行われている具体的事例等について、先行研究や政府文書等の文献により調査を行った。

文献調査

- 内容:自治体が保有するデータを公表しているケースが多い。それらのデータを活用して有用な情報を発信している事例について探索を行った。
- 情報源:先行研究や政府文書等
 - ー内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室「オープンデータ100」※1
 - ー総務省「オープンデータ活用事例集」※2
 - 他

有識者ヒアリング 「1. 8外部有識者へのヒアリング」

- 内容:オープンデータの有識者に対して文献調査結果を参考にしてもらいながら、注目事例の紹介をいただいた。
- 有識者:GLOCOM 庄司昌彦氏。

※1 <https://cio.go.jp/opendata100>

※2 https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/detakatuyo_wg/index.html

1.5 オープンデータの活用状況に関する調査

■ オープンデータ

□ オープンデータ及び公共部門情報の再利用に関する指令

(Directive on open data and the re-use of public sector information、Directive (EU) 2019/1024)

- 2019年、欧州委員会は、オープンデータと公共部門情報の再利用に関する欧州指令（通称、「オープンデータ指令」）を施行。オープンデータの利用促進、製品やサービスのイノベーション促進に向け、オープンデータの再利用と再利用を促進するための取り決めを規定したもの。オープンデータの対象は、①加盟国の公的部門団体が保有する既存の情報、②（指令2014/25/EUで定義された分野の）公営企業が保有する情報、③（同指令第10条に基づく）研究データ。
- 同指令は、2003年発効（2003/98/EC）、2013年改正（2013/37/EU）の公共部門情報指令（Public Sector Information Directive、通称、PSI指令）の後継指令。

指令の狙い（指令概要）

- 動的データの公表とAPIの取り込みを促進する。
- 公営企業がデータの再利用のため、公表している（dissemination）限界費用以上を請求することを認める現在の例外を制限する。
- 指令の適用範囲を以下のように拡大する。
 - 特定の規則の下で公営企業が保有するデータ：
原則として、機関が再利用可能とするデータだけに本指令を適用する。データを再利用するために要した費用は、公表（dissemination）のための限界費用を上回ってもよい。
 - 公的資金を通じて得られた研究データ：
加盟国は、公的資金による研究データへのオープンアクセスのための方針を策定するよう求められる。新しいルールにより、既にオープンナリポジトリに含まれる研究データの再利用が容易になる。
- 排他的な取り決めを避け、公共部門情報を含む官民協定の透明性要件を強化する。

本指令で対象とするデータセット（指令対象）

- 本指令では、再利用することで社会や経済の利益となりうる「高価値データセット」のリストを、機械可読で、APIを通じて、必要な場合は一括ダウンロードで、無償で利用できるように求めており、そのデータセットは以下の6種類（指令の“ANNEX I”にて規定）。
- ①空間データ、②地球観測と観光、③気象、④統計、⑤企業と企業所有権、⑥モビリティ

加盟国への実装時期

- 加盟国は**2021年7月16日まで**に本指令を国内法化することが求められている。

（出典） EC「European legislation on open data and the re-use of public sector information」 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/european-legislation-reuse-public-sector-information>)、 EC「DIRECTIVE (EU) 2019/1024 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 20 June 2019 on open data and the re-use of public sector information」 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1561563110433&uri=CELEX:32019L1024>)

1.5 オープンデータの活用状況に関する調査

- オープンデータの取組事例を民間、自治体に分けて一覧化した。

分野	取組名	主体	概要
民間	東京公共交通オープンデータチャレンジ	公共交通オープンデータ協議会	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通データを活用し、人々の移動をスムーズにできるアプリケーションを募集。賞金総額は300万円。 オープンデータチャレンジは現在第4回（2019年11月18日～2020年10月15日）を開催している。 東京オリンピック・パラリンピックの交通移動のスムーズな移動を目指し、2019年に公共交通オープンデータセンターの運用を開始した。
	地域課題検索支援ツール LOCAL INSIGHT	株式会社ナイトレイ	<ul style="list-style-type: none"> オープンデータを一元的に収集・分析・資料作成ができるクラウドサービス。データをマップに落とし込み直感的に状況把握ができる。
	WheelLog! (ウィーログ!)	株式会社ナノコネクト	<ul style="list-style-type: none"> 参加型バリアフリーマップ。同社のウェブサイトによると「車いすで走行したルートや利用したスポットなどユーザー体験に基づいた全世界のバリアフリー情報をみんなで投稿しシェアできるサービス。」とある。 総務省「ICT地域活性化大賞2019」において「優秀賞」を受賞。
	5374.jp	一般社団法人コード・フォー・カナザワ	<ul style="list-style-type: none"> ゴミの回収日と分別を支援するスマホアプリ。プッシュ通知や多言語対応、不要品のリサイクルコミュニティなど、付加価値による事業化を目指す。無償版は複数都市で利用の実績がある。理事長の福島県一郎氏は地元のベンチャー企業であるアイパブリッシング株式会社の代表取締役となる。
自治体	データ解析を通じた地域課題解決の取り組み	横浜市立大学データサイエンス学部	<ul style="list-style-type: none"> 横浜市と連携したデータ活用の推進・取組を推進。横浜市消防局、医療局等と連携実績あり。
	オープンガバメント社会の構築	神戸市企画調整局創造都市推進部	<ul style="list-style-type: none"> IT 活用人材の育成を掲げ、「神戸市データアカデミー」を開催。 ヤフー株式会社と事業連携協定を締結しており（平成30年オープンデータ等と、ヤフーの検索データ等を掛け合わせて市政課題の解決に向けた取り組みをおこなっている。

1.5 オープンデータの活用状況に関する調査

□ 総務省「オープンデータ活用事例集」において紹介されている事例を参考として示した（国内事例:21件、海外事例:20件）。

国内事例		海外事例	
公共交通機関のルート検索サービス	JITOTZU（地と図）鉄道写真を楽しむためのプラットフォーム	Beyond Floods（米国）	Fooducate（米国）
交通事故予測アプリ	bibliomaps ビブリオマップ神戸版	コレラ大流行予測モデル（イエメン）	Intelligent Zoning Engine（ドイツ）
高梁川たびコンシェル Tabit（タビット）	マイっぽ	Viomedo（ドイツ）	500 Cities: Local Data for Better Health（米国）
半田市観光案内スキル	オープンデータマップ	QMENTA（スペイン）	VendorRank（米国）
めくるんの交通安全・日めくるん	Korette	MentalCheck（スペイン）	Monitora, Brasil!（ブラジル）
Coaido 119	いしぶみガイド -京都1200年をたどる旅	NeighborhoodScout（米国）	Solar Ready（米国）
不動産仲介サービス	chariP naVi	Bank Local（米国）	Young Europeans（EU）
Sagri	バリアフリー地図アプリ「Bmaps」（ビーマップ）	OpenActive（英国）	GovTree（オーストラリア）
メドプラス	金沢空きチャリBot	Spotify（スウェーデン）	韓国奨学財団アプリ（韓国）
さっぽろ観光あいのりタクシー	古今金澤	komoot（ドイツ）	
ザ・地域統計パワーバトル		Lose It!（米国）	

（出典）総務省「オープンデータ活用事例集」 http://www.soumu.go.jp/main_content/000618053.pdf

1.5 オープンデータの活用状況に関する調査

□ 内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室「オープンデータ100」において紹介されている事例を抜粋して示した。

事例	概要・テーマ	事業者等
会津若松市消火栓マップ	スマートシティ会津若松の実現へ	Code for Aizu
アグリノート	農業×ICTを支えるオープンデータ	ウォーターセル株式会社
イーグルバス	運用状況の見える化へのチャレンジ	イーグルバス株式会社
カーリル	日本だからできた図書館システム	株式会社カーリル
家計簿・会計アプリZaim	公共データでサービスを格上げ	株式会社Zaim
かなざわ育なび.net	行政データを集約してひとり一人にあわせてリアルタイムに反映	横浜市 金沢区
花粉くん	オープンデータを“可愛く”使う	株式会社博報堂アイ・スタジオ
ココゆれ	オープンデータで付加価値を	大和ハウス工業株式会社
5374(ゴミナシ).jp	コードで地域課題を解決する	Code for Kanazawa
さっぽろ保育園マップ	分散化したデータを一元的かつ容易に閲覧できる	Code for Sapporo（パパママまっぷチーム）

（出典）内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室「オープンデータ100」 <https://cio.go.jp/opendata100>

1.6 5Gに関する意識・状況調査

- 日本の一般国民がデータ流通を加速させる基盤となる5Gに対する認知度・利用意向を調査した。アンケート実施概要は下記の通り。
- アンケート実施結果を単純集計表を作成した。

目的：	第5世代移動通信システム（以下「5G」という。）に関して、認知度や利用意向、期待する点などの把握。																		
対象：	<ul style="list-style-type: none">・年齢（20,30,40,50,60代以上）と性別（男性,女性）の、5属性×2属性で回収設計する。 ※20代のセルに10代を含むことも可能である。・各セルで分析に必要な十分なサンプル数が確保できるようにする。 <p style="text-align: center;"> 【性年代別の割付（目標回収数）案】</p> <table border="1" data-bbox="745 692 1429 856"><thead><tr><th></th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代以上</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>100名</td><td>100名</td><td>100名</td><td>100名</td><td>100名</td></tr><tr><td>女性</td><td>100名</td><td>100名</td><td>100名</td><td>100名</td><td>100名</td></tr></tbody></table>		20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	100名	100名	100名	100名	100名	女性	100名	100名	100名	100名	100名
	20代	30代	40代	50代	60代以上														
男性	100名	100名	100名	100名	100名														
女性	100名	100名	100名	100名	100名														
回収目標数：	日本 1,000件																		
調査方法：	ウェブアンケート調査																		
調査台帳：	アンケート調査会社が保有する調査モニタ（会員台帳）																		
設問項目：	ア 5Gの名称及びその機能的特長（高速、低遅延、同時多接続）に関する認知度 イ 5Gの利用意向や利用するに当たっての条件 ウ 5Gの商用開始に伴って期待するサービス																		
アウトプット：	単純集計表（全設問）																		

1.7 調整会合への協力

- 本調査の内容と、総務省の実施する他の調査研究との内容上の整合性を確保するため調整会合への出席を行った。
- 調査概要についての説明を実施した。

1.8 外部有識者へのヒアリング

□ 本調査の内容の充実や正確性の向上等を目的としてパーソナルデータ及びオープンデータに関する外部有識者へのヒアリングを行った。

目的：	パーソナルデータ及びオープンデータに関する外部有識者・先進企業等へのヒアリングを行い、調査の内容の充実や正確性の向上等を図る。
期間：	2月中旬～3月中旬までの期間
調査方法：	ヒアリング調査
ヒアリング数：	3名・3機関

パーソナルデータ	<ul style="list-style-type: none"> 生貝直人（東洋大学経済学部総合政策課 准教授） 橋田浩一（東京大学大学院情報理工学系研究科 附属ソーシャルICT研究センター 教授） 	
オープンデータ	<ul style="list-style-type: none"> 庄司昌彦（武蔵大学社会学部 教授 / 国際大学GLOCOM 主幹研究員） 	
情報銀行	<ul style="list-style-type: none"> マイデータ・インテリジェンス (MDI) 	<ul style="list-style-type: none"> 「情報銀行トライアル企画」は電通グループの取り組み。2019年7月3日～12月31日までの実施。
	<ul style="list-style-type: none"> Jスコア 	<ul style="list-style-type: none"> 2020年春サービス提供開始予定。同社はみずほ銀行とソフトバンクが共同設立した企業。
信用スコアリング	<ul style="list-style-type: none"> J.Score「AIスコア」 	<p>(同社ウェブサイトより引用)</p> <ul style="list-style-type: none"> AIスコア・レンディングとは？1,000点を上限とするAIスコアによって金利・利用限度額が決まる新しい融資の形AIスコア・レンディングの特徴お借入申込みの前に条件がスマホ・PCでいつでも確認できる（※）ので、安心・便利 （※）算出したスコアの水準に基づき表示される金利・極度額等の条件は参考値となります。
匿名化ソリューション	<ul style="list-style-type: none"> NTTテクノクロス 	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報を匿名化するための38種の加工技法、匿名加工情報が本当に匿名性が担保されているのか検証するための13種類の評価技法を兼ね備えた、プライバシーを高度に保護し個人情報を利活用できるように加工する「匿名加工情報作成ソフトウェア」を2018年にローンチ。