

# プロファイリングの効用と課題

2015年4月16日

株式会社野村総合研究所  
ICT・メディア産業コンサルティング部

小林慎太郎

# 内容

---

1. プロファイリングとは？
2. 良い使い方／悪い使い方
3. 欧米における規制の動向
4. 課題－今後の議論に向けて－

## プロファイリングの効用と課題に関する名言

---

「個人の情報は、その部分、部分のみをとり出しても、ある特定の個人の全体像を浮かび上がらせることは困難である。しかし、部分的な情報が個人に付された統一的な番号で集められ、組み合わせられるならば、バラバラでは意味ないが、多数の部分の合成によって意味を持つようになるモンタージュ写真のように、個人を識別することが可能になってくる。ところが、個別的情報のなかに誤っているものがある場合には、本人の真の姿をとらえることができなくなる。それは、あたかもいびつな金魚ばちに入れられて、ゆがんでみえる金魚のようなものである。」

出所)堀部政男「現代のプライバシー」岩波新書(1980年)

# 「いわゆるプロファイリング」

- 「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」では、継続検討課題の一つとして位置づけられた。

## VII 継続的な検討課題

### 1 新たな紛争処理体制の在り方

- ・ 略

### 2 いわゆるプロファイリング

- ・ 多種多量な情報を、分野横断的に活用することによって生まれるイノベーションや、それによる新ビジネスの創出等が期待される中、プロファイリングの対象範囲、個人の権利利益の侵害を抑止するために必要な対応策等については、現状の被害実態、民間主導による自主的な取組の有効性及び諸外国の動向を勘案しつつ、継続して検討すべき課題とする。

### 3 プライバシー影響評価(PIA)

- ・ 略

### 4 いわゆる名簿屋

- ・ 略

出所) 高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部「パーソナルデータの利活用に関する 制度改正大綱」2014年6月24日

# “Profiling”の定義

---

## ■ オックスフォード辞書によるProfilingの定義

- ある分野における能力を評価・予測するため、若しくは人々の分類の識別を支援するために、個人の精神的及び行動的特性を記録・分析すること。

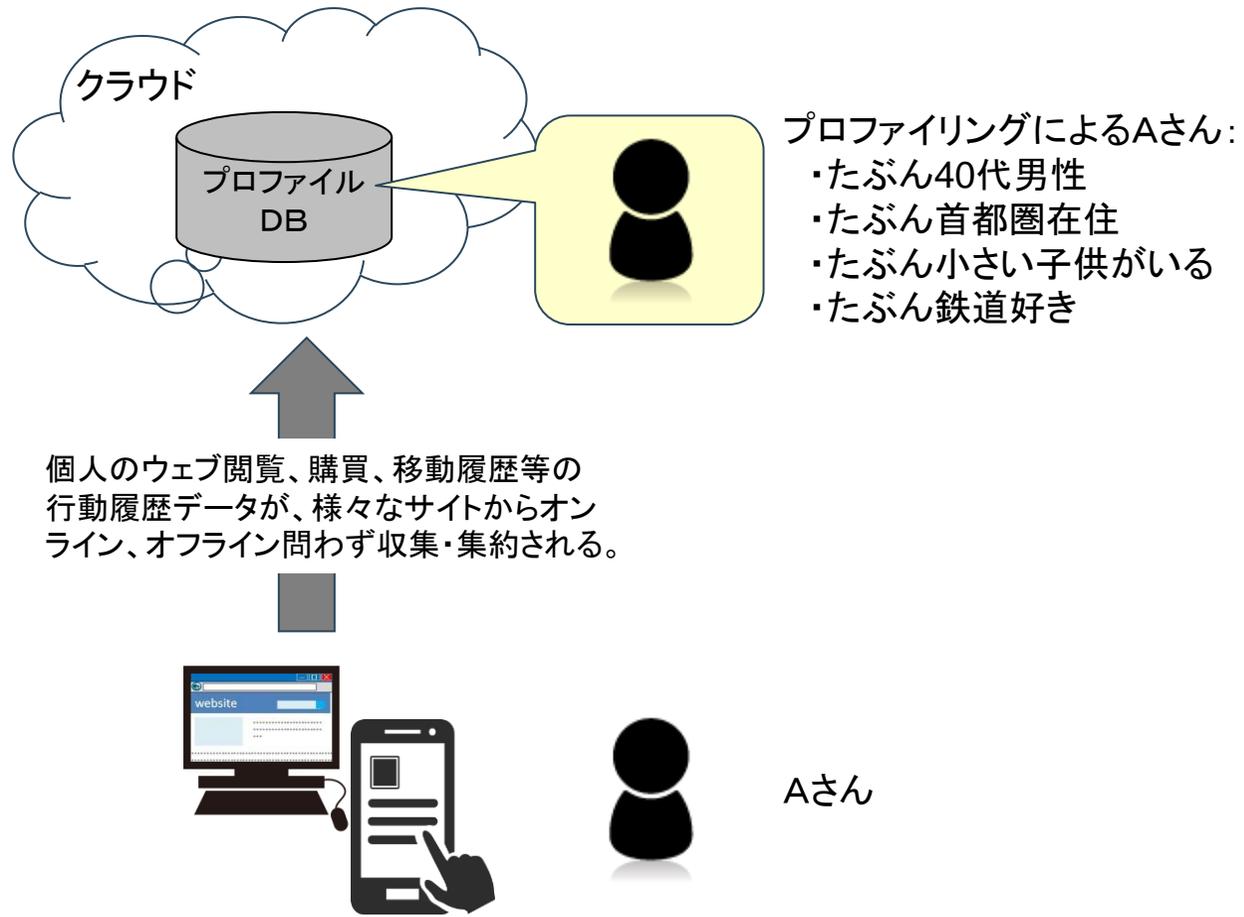
出所)Oxford Dictionaries 邦訳は筆者。原文は、“The recording and analysis of a person’s psychological and behavioural characteristics, so as to assess or predict their capabilities in a certain sphere or to assist in identifying categories of people.”

## ■ 欧州連合(EU)におけるProfilingの定義

- 自然人に関する一定の個人的側面を評価すること、又は、特に、当該自然人の職務上の成果、経済状況、位置、健康、個人的嗜好、信頼性若しくは行動を分析又は予測することを意図した、あらゆる形式の自動個人データ処理をいう

出所)EUデータ保護規則(議会修正案・2014年3月12日) 邦訳は石井夏生利「個人情報保護法の現在と未来」(2014年)による。

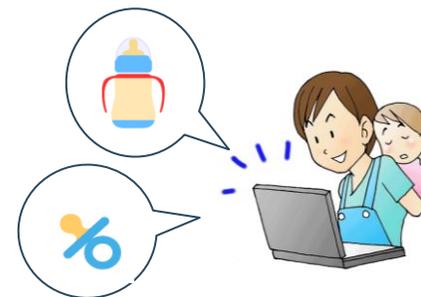
# プロファイリングのイメージ



## 良い使い方の例

### ■ ターゲティング広告（※消費者が不快に感じない範囲の利用であることが前提）

- 消費者の属性や購買履歴に基づいて、消費者が関心を持ちそうな商品・サービスの案内に関するダイレクトメールが届く。
  - 乳幼児のいる消費者に、乳幼児用の商品のクーポンが提供される。
  - 鉄道好きの消費者に、鉄道イベントの案内が届く。
- 消費者にとって、意味の無い広告の表示される頻度が減る。
  - 子供にお酒の広告を表示しない。
  - 男性に、化粧品の広告を表示しない。
  - 同じ広告を、何度も表示しない。



### ■ 不正アクセスの検知

- 普段とは異なる場所やデバイスからのアクセスを検知して知らせる。
  - 消費者に、普段利用されたことのない場所からログインのあったことを通知する。



## 悪い使い方の例

### ■ 行き過ぎた行動ターゲティング

- 小売店が、商品購入者の購買履歴を、性・年齢などの属性やウェブの閲覧履歴を組み合わせて分析し、妊娠や慢性疾患の可能性といった顧客プロフィールを作成し、それに基づいて妊娠検査薬やサプリメントなどのダイレクトメールを送信する。



### ■ 人物評価

- SNS上の評判を集めた情報をプロファイリングして、人事採用面接のためのスクリーニング(ふるい分け)に用いる。



### ■ 信用力の評価

- 金融機関が、SNS上の評判を用いて個人の信用能力を評価し、融資の判断をする。



# 米国における規制の動向

## ■ ソーシャルメディアの情報等を採用活動に用いる行為に関する制裁事例

- Spokeo社は、ソーシャルメディア、電話帳、公的機関の記録等のオンライン、オフラインあわせて数百の情報源からデータを収集し、個人の詳細なプロフィールデータを作成し、「履歴書以上の情報」と謳って、従業員採用時のスクリーニング情報として販売していた。
- 米国連邦取引委員会(FTC)は、正確な個人の信用報告の作成を義務づける「公正信用報告法」に違反するとして、Spokeo社に対して80万ドルの課徴金を初めとする制裁を科した。

出所) 米国連邦取引委員会(FTC) ” Spokeo to Pay \$800,000 to Settle FTC Charges Company Allegedly Marketed Information to Employers and Recruiters in Violation of FCRA”(2012年6月12日)

## ■ 立法に関する動向

- 行動ターゲティングとあわせてプロファイリングに関する検討を長年継続。立法で消費者のプライバシー権を明確にし、事業者が自主的に遵守すべき規範の作成・運用促進を指向。簡潔でわかりやすい通知による透明性の確保、選択の機会提供による自己情報コントロールの確保、コンテキストの尊重とそのためのプライバシーリスク評価の実施等の規定を提案。
  - ・ オンラインプロファイリングに関する議会報告(2000年6月)
  - ・ オンライン行動広告・自主規制原則の実現に向けて(2007年12月)
  - ・ 消費者プライバシー権利章典(2012年2月) →消費者プライバシー権利章典法案(2015年2月27日)
- 別途、プロフィールデータを仲介するデータブローカーへの規制強化を検討中。

# EUにおける規制の動向

## ■ 立法に関する動向

- EUデータ保護規則(議会修正案・2014年3月12日)において、プロファイリングは深刻化する重大なプライバシーリスクであるという認識に基づき、事業者への規制強化を、厳しい罰則(違反者には、1億ユーロ又は全世界売上高の5%を上限とする課徴金が科される。)とともに提案。

### [主な規制]

- ・ 全ての自然人は、プロファイリングに異議を申し立てる権利を有すること、プロファイリングへの異議申し立ての権利に係る情報が本人へ明示的に提供されなければならない。(20条1項)  
⇒透明性、自己情報コントロールの確保
- ・ 人種、民族的出自、政治的意見、宗教・信条、労働組合への加入の有無、性的嗜好・性的主観を基に個人を差別する効果のあるプロファイリング、又はそのような効果をもたらす手段を禁止。(20条3項)  
⇒機微情報に関わる処理を禁止
- ・ 高いレベルの説明責任を求め、データ保護影響評価(プライバシー影響評価(PIA)に相当)の実施を要請。(32a条、33条)  
⇒個人情報保護部会が、プライバシーリスク評価のガイドライン、ベストプラクティスを策定予定
- ・ 仮名データによるプロファイリングはリスクは高くないと推定。ただし、そうした仮名のプロフィールデータが事業者によって特定の個人に帰属されうる場合、もはや仮名とは見なされるべきではない。(前文58a項)

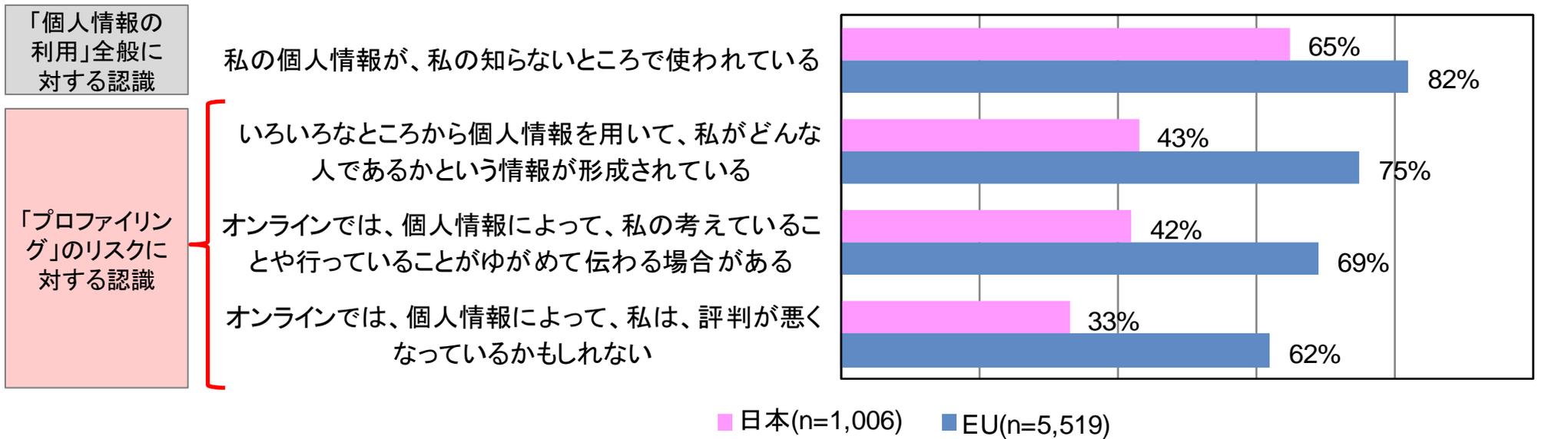
出所) EUデータ保護規則(議会修正案・2014年3月12日)及び石井夏生利「個人情報保護法の現在と未来」(2014年)を参考に作成。

# EUと日本のプロファイリングに対する意識の比較

■ 日本の若年層は、EUと比較して、プロファイリングリスクに対する認知度は低い。

※下記は、日本、EU若年層の各項目に対する「非常に懸念している／いくぶんか懸念している」の回答割合。

日本、EU若年層の個人情報の利用に対する懸念の割合



出所) IPA「eIDに対するセキュリティとプライバシーに関するリスク認知と受容の調査報告」(2010年8月)、  
 IPTS “Young People and Emerging Digital Services An Exploratory Survey on Motivations, Perceptions and Acceptance of Risks” (2009)  
 (注1) 日本の若年層について、IPAによる調査。EU市民については、IPTS(Institute for Prospective Technological Studies)による調査。  
 (注2) IPAの調査は2010年3月2日～16日に実施。対象者は、日本の15～25歳。  
 (注3) IPTSの調査は、2008年6月の終わりから9月にかけて実施されたもの。対象者は、フランス、イギリス、ドイツ、スペイン4カ国の15～25歳。

## 課題 — 今後の議論に向けて —

---

### ■ 指針や規範の必要性

- プロファイリングは諸刃の剣。使い方によって、消費者にとって、良いものになったり、悪いものになったりする。プロファイリングによるプライバシーリスクを評価するための指針・ガイドラインの作成、民間事業者が自主的に従う行動規範の作成・運用などを誘導することについて検討が必要ではないか。

### ■ 諸外国の動向を踏まえた対応

- 我が国では、未だプロファイリングに関する対する問題は顕在化しておらず、消費者のリスク認知度も高くない。しかし、欧米では、ビッグデータ活用の普及とともに、プロファイリングの使い方を規制する論議が加速している。電気通信事業分野では、国境を越えてパーソナルデータがプロファイリングに利用されており、諸外国の動向を踏まえた対応の検討が必要ではないか。

### ■ 個人情報保護法の改正に向けた対応

- 電気通信事業分野では、「匿名加工情報」をオンライン上でリアルタイムに大量に集積・プロファイリング処理して利用・提供することが可能となる一方で、特定の個人が識別されてしまうリスクも高まる。また、プロファイリングによって、「要配慮個人情報」に該当しうる信条や社会的身分に類するデータを生成する場合がある。こうしたリスクへの対応が求められるのではないか。