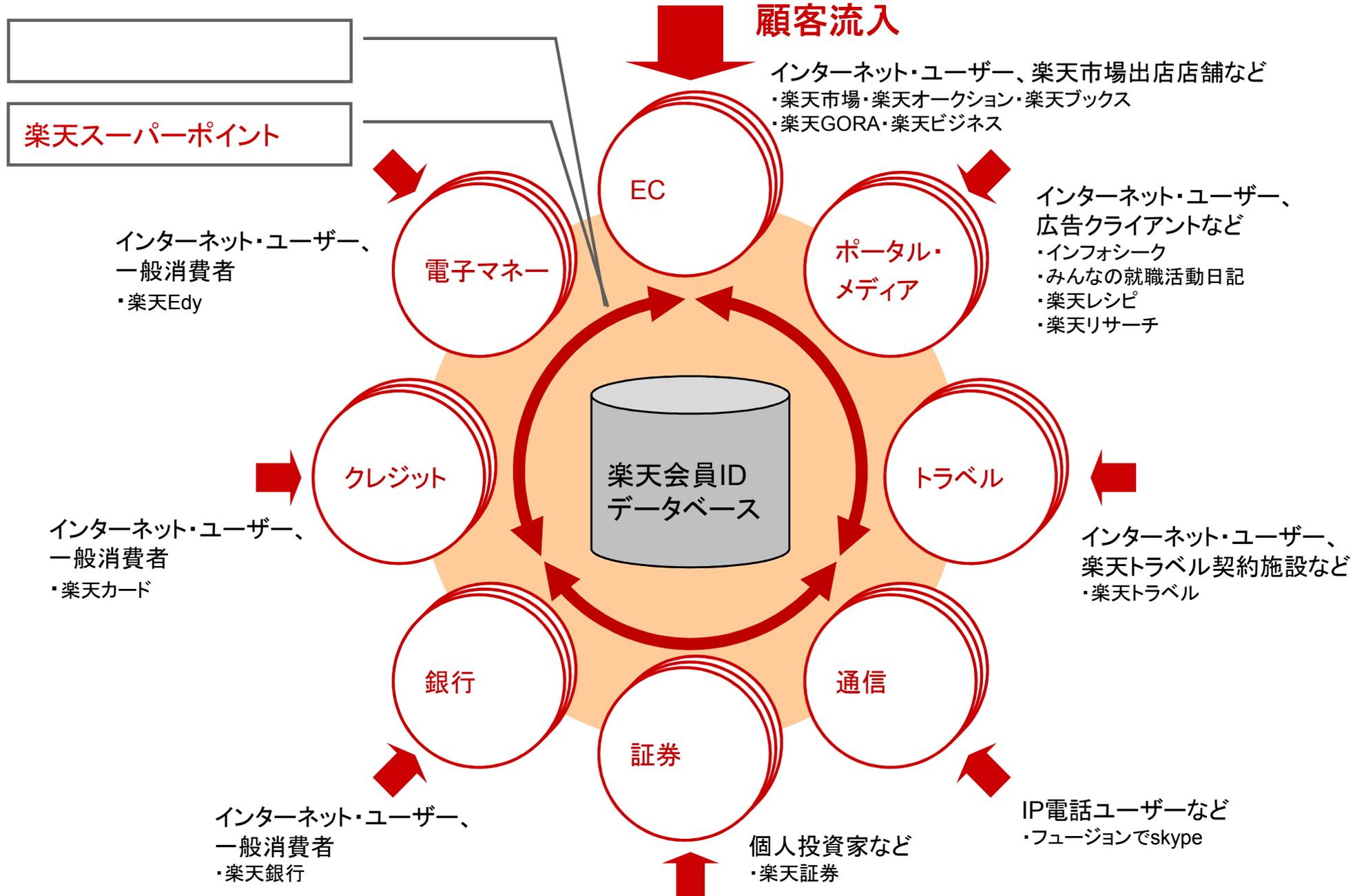


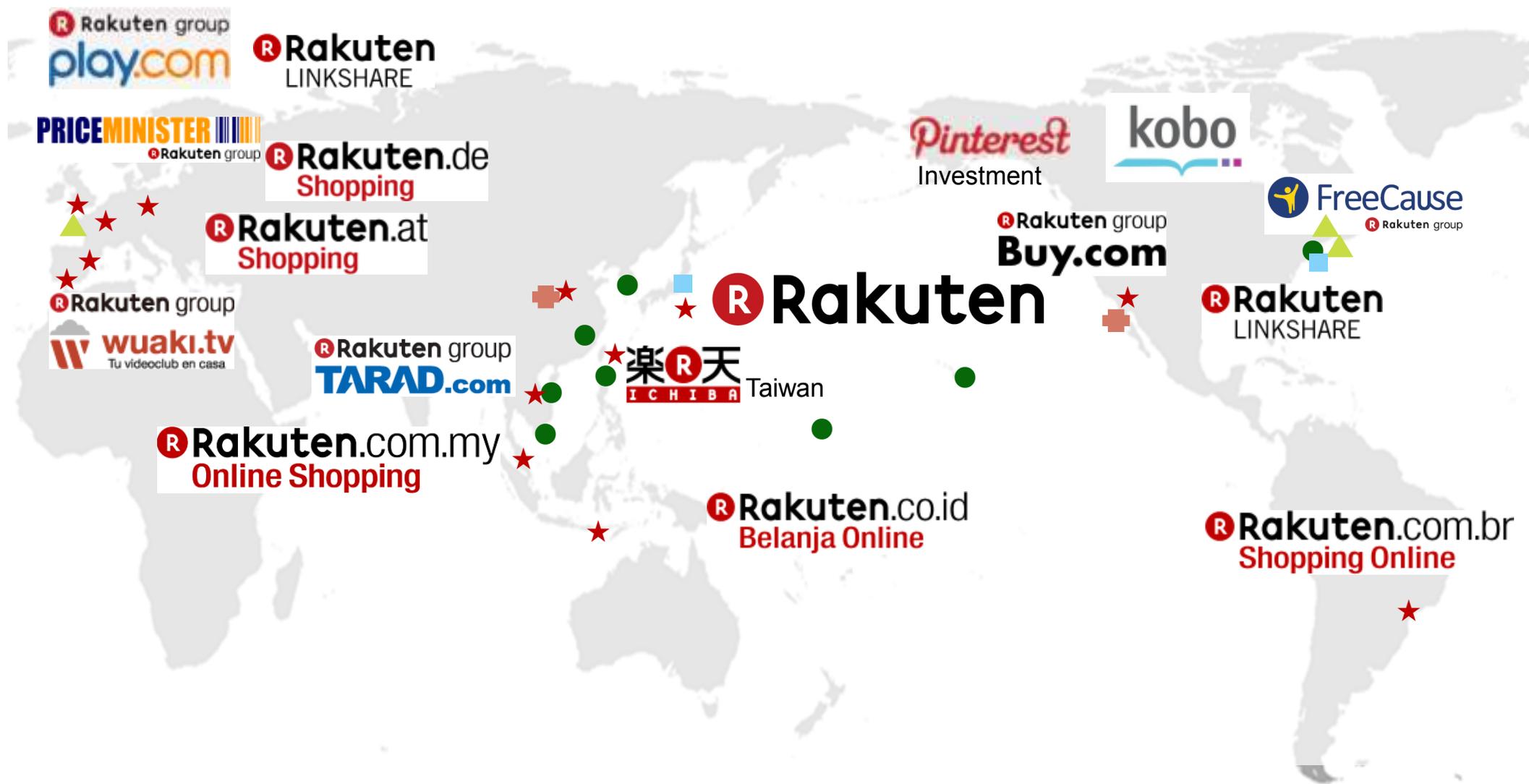


プライバシー保護と ビジネス・イノベーション

楽天グループについて



世界13カ国にてサービスを展開中



ビジネスにおける データの活用

ヒトの情報“ライフログ”のみならず、モノの情報“(マシンの)センシングログ”なども含まれる、ありとあらゆるデータ

	ライフログ	センシングログ
IDコード	ID、パスワードなど	製造番号など
基本属性	名前、住所、家族構成、所属会社名、役職、趣味など	製造年月日、製造場所など
行動情報 (利用履歴)	購買履歴、閲覧履歴、位置情報、通信履歴など	機械の動作履歴など
付加情報 (関係性・分析情報)	評判、分析結果、信用情報など	トラッキング履歴分析など

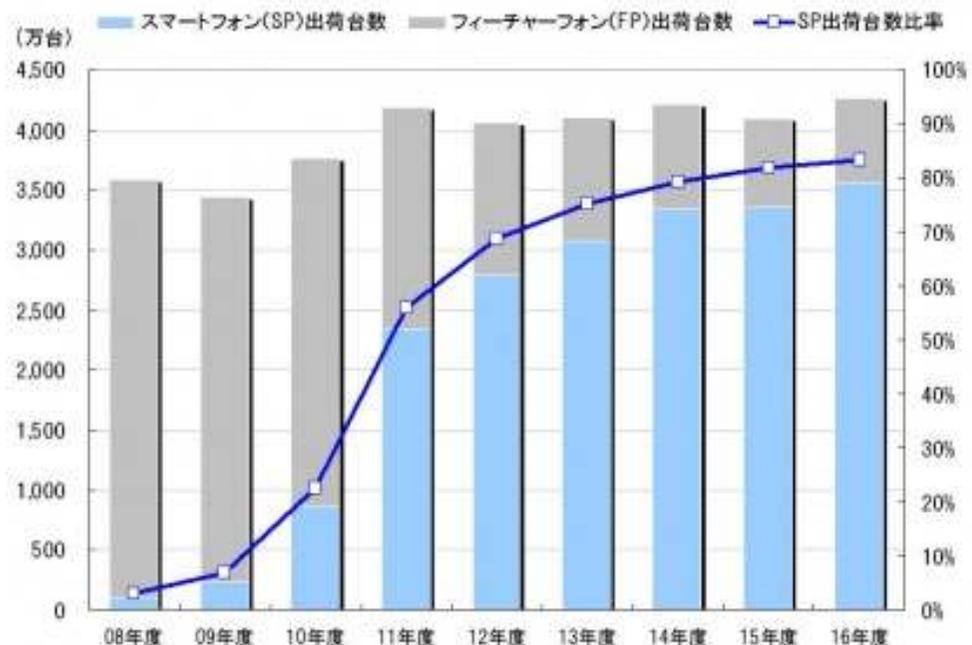
出典:野村総研資料より加工して作成



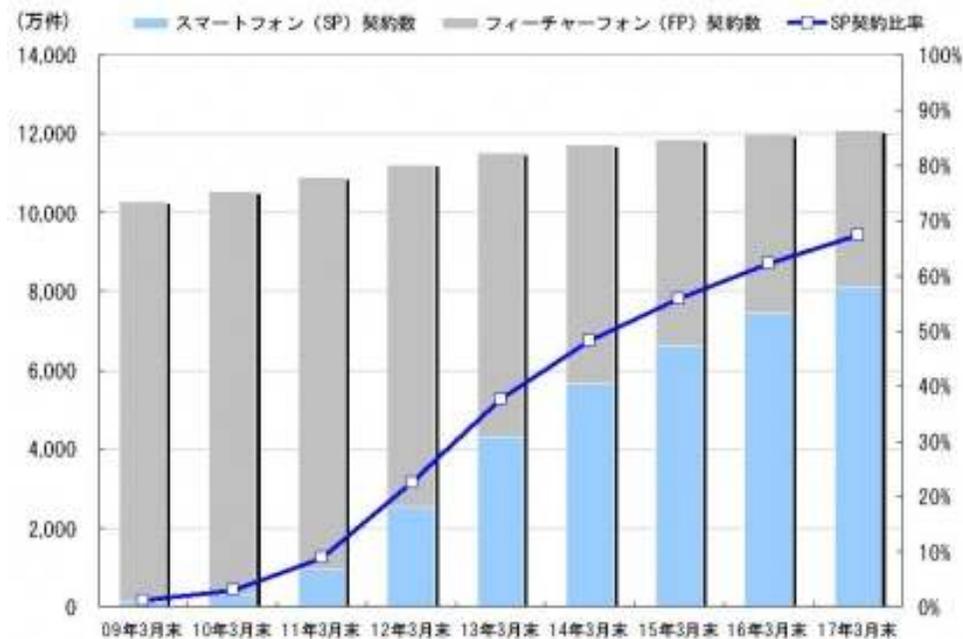
新たな価値創造のため、
構造化データから非構造化データまで、産官学でデータ解析が進む

2013年にはケータイの約40%まで浸透と予測（MM総研） O2Oのトレンドへ突入

【図1】スマートフォン出荷台数の推移・予測（12年3月予測）】



【図2】スマートフォン契約数の推移・予測（12年3月予測）】



出典: MM総研「スマートフォン市場規模の推移・予測」(2012年3月)



実空間情報の統合へ
リアルタイムでの各種情報の統合が進む

新たなニーズの掘り起こしにより売上拡大や顧客増大へ

➤リターゲティング

最近チェックした商品やお気に入り登録した商品などを「リマインド」



➤ページパーソナライズ

会員のステータスや属性等に応じてページを「カスタマイズ」



➤レコメンデーション

過去の購買履歴等からコンテンツを「出しわけ」



米国を中心とした海外では、実店舗の差別化を目的として、実空間からネットへの誘導を行い、クーポンやディスカウント等と組み合わせて付加価値を提供するサービスが増えつつある。

ShopSavvy



ShopKick



CheckPoints

Check-in
everywhere you shop.



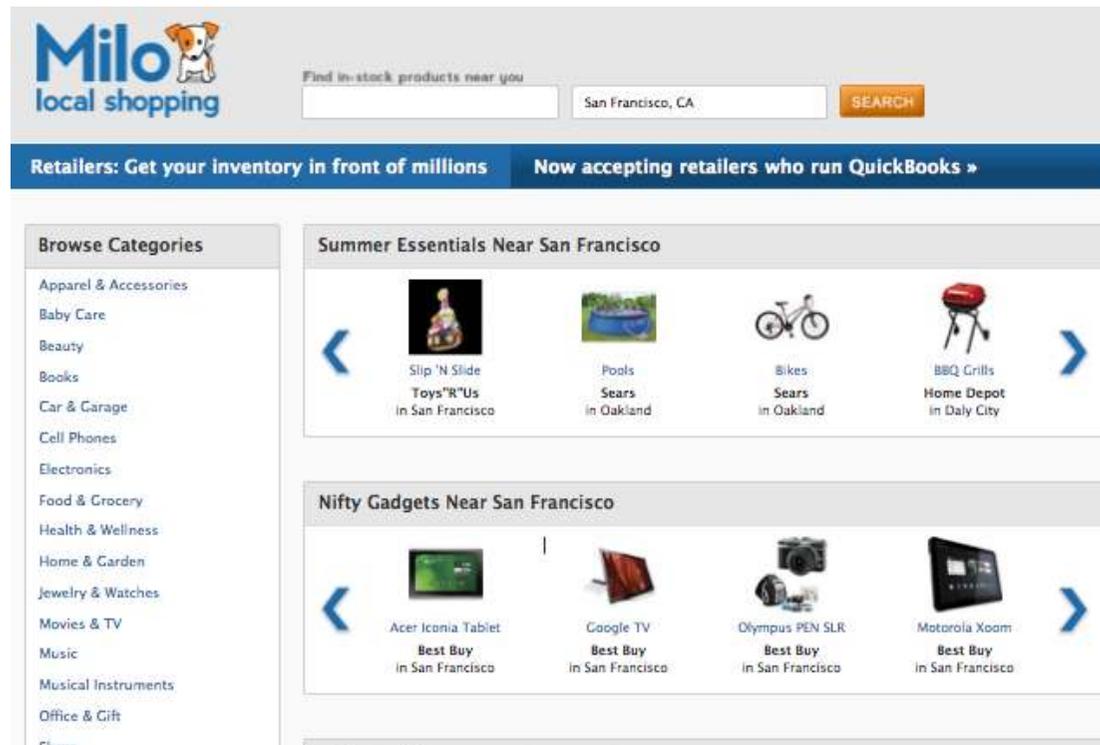
Earn Points
for scanning products.



Redeem
points for great prizes.



- Milo(マイロ) :
リアルな在庫情報と連動した商品検索
- トヨタの自動車クラウド:
位置情報、走行距離・状態、使用傾向の収集・解析
ナビでリアルタイム情報、適した自動車ローン商品を推薦 など



■ 経済的意義：新たなビジネス価値の発見

- ・販売促進や顧客サポートへの活用→売上拡大や顧客数増加、経済活性化へ
(例:レコメンド、パーソナライズ化)
- ・社会システム基盤への活用→新たな新産業の創出
(例:車の位置情報や交通システムを連携させた交通渋滞解決システム)

■ 社会的意義：国民の生活の質と利便性の向上

- ・個人に最適化された情報の提供→時間の有効活用、スパム情報からの解放
(例:広告、検索など)
- ・セキュリティ対策への活用→健全な環境作りで国民を守る
(例:サイバー攻撃対策、与信審査、監視カメラなど)
- ・ライフラインとしての活用→緊急時に国民を守る
(例:災害時の救援計画策定、防災対策への反映)
- ・健康・医療分野への活用→国民衛生の向上
(例:お薬電子手帳、ヘルスケア情報と農業の連携による機能性食品の開発)
- ・行政の効率的な運営への活用→税金の有効活用
(例:スマホの位置情報を使った観光客動向調査とよりよい観光政策立案)

プライバシー政策に関する考え方

- データ活用の経済的・社会的意義とプライバシー保護との調和
- 市場競争を通じた民間の自主的な創意工夫を主な対応方法とする
- 国際的なデータ流通に対応できる柔軟なルール
- ネットとリアルは同じレベルで規律されるべき

EU域内ルールの一貫を目指す趣旨は理解するが、保護法益に比して過剰な規制が見受けられる。民間による新サービス創出意欲が萎縮してしまうことが懸念される。

- 保護と利用のバランスが欠け、実現可能性が考慮されないルールが生まれることにより、民間における技術的・資金的な負担増が懸念される。
- 政府が技術標準の策定等にまで関与していくことで、技術革新のスピードに追いつけなくなる懸念がある。
- 第三国に対してもEUと同レベルの保護がないと原則転送ができないルールでは、国際間の自由なデータ流通が阻害されてしまう。各国の文化やルールを踏まえた柔軟な対応が困難



本当に守るべき保護法益を再度確認のうえ、
実現可能性及び国際的な相互運用性が高く、プライバシー保護とイノベーション推進のバランスを確保したルール作りが必要不可欠。

政府における議論がようやく始まったところ

民間企業の多くは、問題意識が強くない



政府全体で統一化された推進力ある政策検討と

消費者保護とビジネスイノベーションのバランスのとれた議論が求められる

- プライバシー保護とビジネスイノベーションのバランスの線引き
 - ・自己情報コントロールする権利はどの程度認められるべきか
 - ・最終的に保護したい法益は何か
 - ・データ解析結果であって個人にひもづかない状態のものについては、自己情報コントロールを認める必要がないとの意見があるがどうか

- 「実現可能性が高い」とはどの程度をさすのか
 - ・莫大なコストをかけてまで技術的に対応することは社会全体としてのコスト負担を考えるとどこまで対応すべきか。

- 「必要最小限」のルールとした場合の執行強化はどう考えるべきか
 - ・米国のように、企業の自主的対応と引き換えに、監督機関を新設してプライバシー保護に関する執行強化を進めるのか、民間認証機関による認証システムで対応するのか。

 Rakuten