

生活者に信頼される 情報銀行とは

2019/3/15

情報信託機能普及協議会

情報信託機能普及協議会について

■ 情報信託機能普及協議会の目的

“情報信託機能(情報銀行)の普及を目的に”

・生活者に対して、安心してパーソナルデータを預託できる情報銀行の仕組みを提供し、生活者が情報銀行を介して最適なサービスを楽しむことができる社会を実現します。

・事業者に対して、生活者が安心してパーソナルデータを預託することができる情報銀行の仕組み作り、必要な制度論点を抽出・適材適所への提言を行うことで、情報銀行事業に参入しやすい環境づくりを推進します。

情報銀行普及を目指した協議会の活動 第1弾

情報銀行の普及の鍵を握るのは生活者です。生活者の信頼と安心を得るための情報銀行の”あるべき姿”を炙り出すために、グループインタビューを実施しました。

生活者は情報銀行に何を求めるのか？(＝情報銀行への期待と不安)

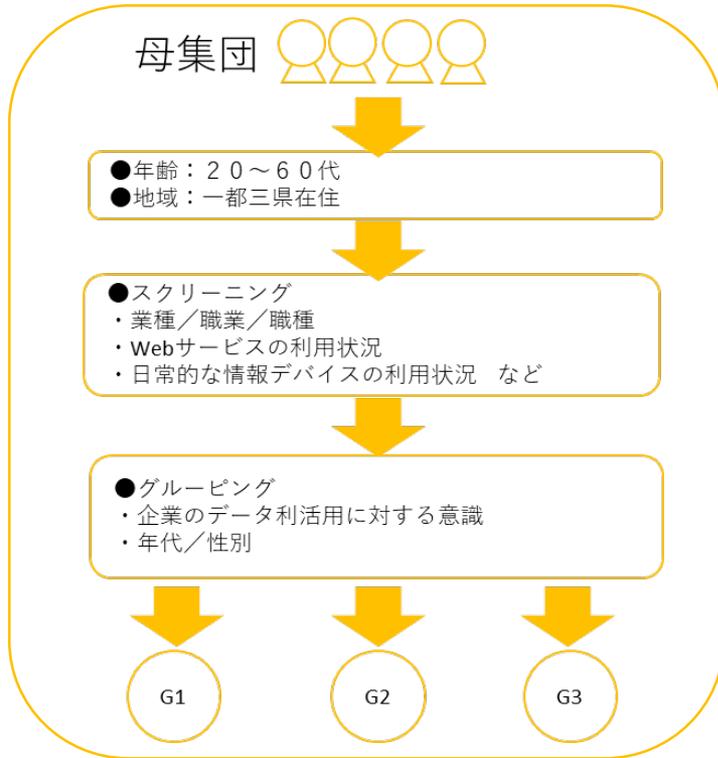
- サービス(便益)が享受できること
- データの安全安心が担保されていること
- 情報セキュリティが機能していること
- データのコントローラビリティが実現されていること

本グループインタビューから、生活者のための情報銀行が多く生まれるための論点仮説を抽出しました。

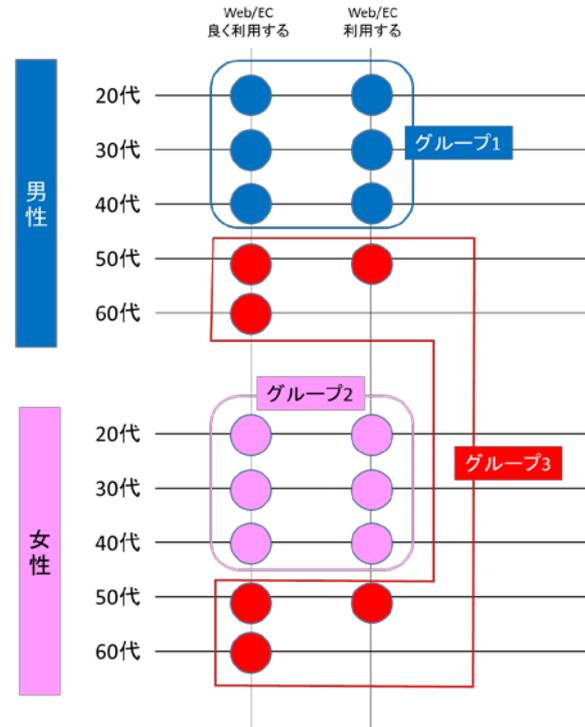
※今後、グループインタビューの結果を受けて、Webアンケートの実施を予定。

グループインタビュー概要

【抽出手順】



【グループごとの構成】



【インタビュー概要】

- ①提供している個人情報の管理や運用に対して、どのような意識を持っているか。
- ②自分が提供した個人情報が思わぬ利用のされ方で不快感を感じた経験はあるか、その時どのように対処したか。
逆に思った以上の満足のいくサービスを受けた経験はあるか。
- ③(イメージ動画による情報銀行の説明の後)情報銀行に対する印象と期待について。

指針に関する論点

グループインタビューにより得られた意見から、認定指針に対する論点を整理した。

ポジティブな意見	ネガティブな意見	認定指針に対する論点
情報銀行を利用することによって、同居する高齢者の健康管理に役立つのではないかと感じている	情報がネット上で管理されるのであれば、高齢の方にとっては障壁になるのではないかと感じている	【代理登録・利用】 高齢者などが情報銀行からの便益を享受しやすくするために、本人の代理としての「データ後見人」の責任範囲を定義すべきではないか。 他にも親が子供の情報を登録する場合など、登録者と便益の受益者が異なるケースに関しても指針で定義すべきかの必要性。
情報銀行を利用することによって、生活がより便利になるが、	それに伴って、情報銀行を利用する生活者の自己責任も増えることになる	【データの利用】 ・提供している情報の量や質に対して、提供されるサービス、便益に対する満足度などは個人差が出る。 ・提供している情報を、情報加工・分析を行って使用した場合に、提供されるサービス・便益との間に生ずる不一致感。 これらは、モデル約款(契約)、データ倫理審査会、相談窓口等のいずれで論ずることになるのか。
情報銀行が行うサービス事業者の審査は厳格であれば、安心できる	自分の情報はギャンブルに関連する業種等に提供して欲しくない	【サービス事業者の選定基準】 サービス事業者の選定基準を、オープンに生活者に分かり易く表現することを指針の中で義務付けても良いのではないかと感じている。
		【データ倫理審査会の審議事項】 提供先第三者の適切性やユーザーインターフェースの適切性などが、データ倫理審査会の審議事項として指針に記載されているが、事業者にとっても審議事項のポイント化がされると良いのではないかと感じている。
	登録をしていた情報銀行がサービスを終了した後に、自身の個人情報を削除するか分からず不安	【サービス終了後の対応】 一定期間の相談窓口の設置や、個人データの削除など、情報銀行のサービス終了後の対応についての記載を指針に入れるべきではないかと感じている。

●その他気になる点

「指針ver1.0」のP.1に記載されている、「将来的には、認定基準及び認定スキームについては、本検討会及び認定団体において継続的に見直しを行う」についてですが、今後の指針の見直し方法についても検討するべきではないでしょうか。

その他の参考意見

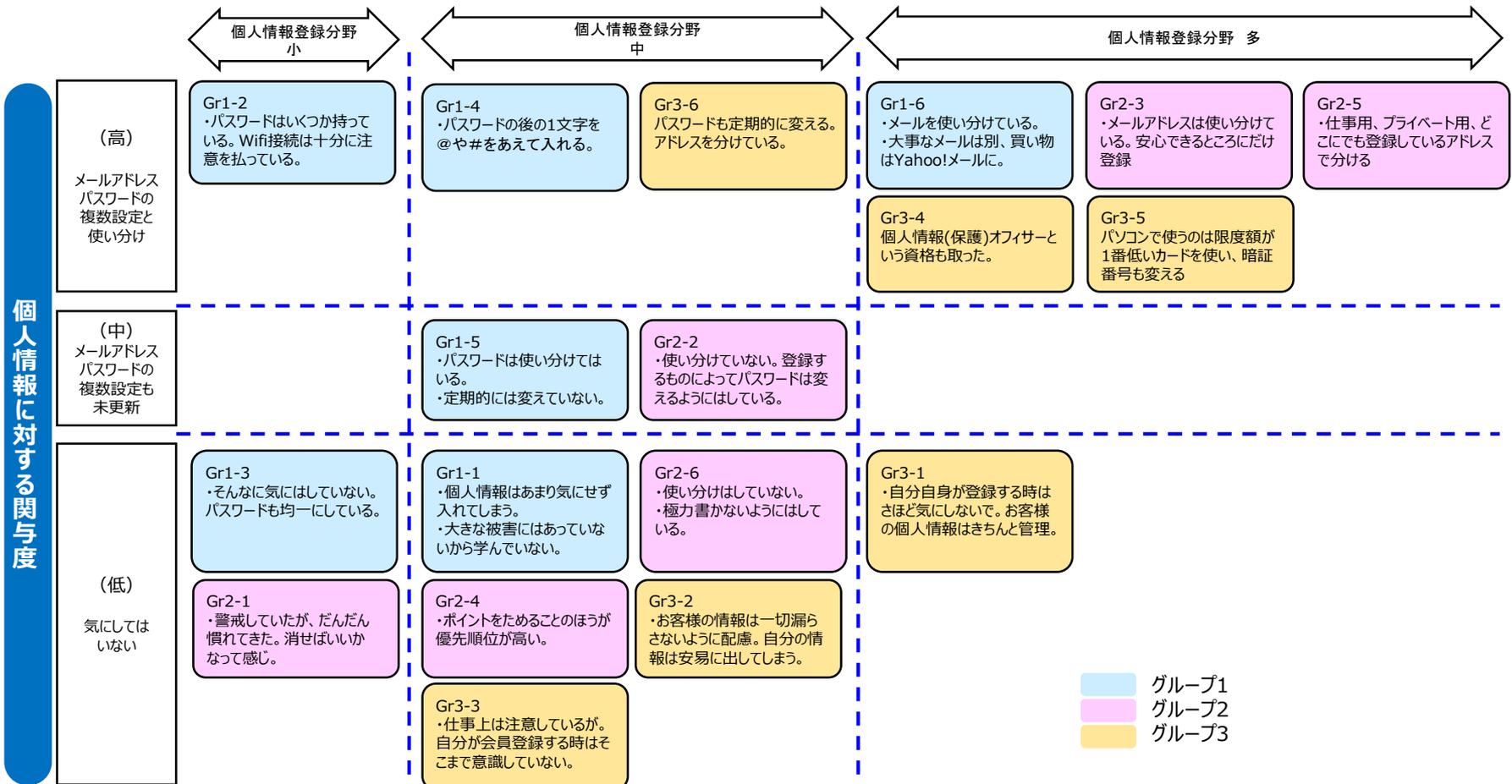
その他、グループインタビューにより得られた参考意見を整理した。

ポジティブな意見	ネガティブな意見	参考意見
	情報銀行が立ち上がっても、個人情報を提供しなければサービスを受けられない。自分に合った最適なサービスを受けるためには、情報の更新を継続しなければいけない。	【自己情報の更新】 定期的かつ継続的に個人情報を更新してもらうために、情報銀行だけでなく提供先第三者も含めたスキームにおいて、生活者目線での適切なインセンティブ設計・サービス設計を行う必要がある。
情報銀行が増えてきたときにどれを選べば良いのか分からないと思う。		【情報銀行の情報開示】 生活者が自分の価値に合った情報銀行を比較検討できるように、生活者に対して提供すべき情報や公表の仕方を検討すべきではないか。
	自分のデータの提供先や提供内容をコントロールしたいが、データの種類や量が増えてくると、コントロールが困難になってしまうのではないか。	【データのコントロール】 情報銀行で取り扱うデータや提供先の種類と数が増えてきたときに、サービス設計やUI設計の工夫が生活者に支持されるキーになるのではないか。

Appendix

グループインタビューから得られた意見 現在の個人情報管理に対する自己関与度

過去の「不快感」の経験をもとに、提供する個人情報の管理に取り組んでいる(情報関与度)内容は以下の通り。利用分野が少ない層は「気にしない」が多く、情報関与度が低い。利用分野が少なくても情報管理知識を習得している層と利用分野が多い層は、個人情報を自ら防御するための方法を取得し実践しているケースが多い。



グループインタビューから得られた意見 個人情報管理面の工夫事例

情報関与度の高い層は、個人情報を提供する「相手の重要度」を設定しメールアドレス・パスワードを使い分けている。重要度の高い相手からのメールは安心して情報を閲覧し、重要度の低い相手からのメールは見ないようにしている。また、判断のできない相手には、個人情報にアルファベットをひとつ付けるなど情報漏洩先が特定できる工夫もしている。

Gr1-2

Wi-Fi接続は使わない アカウントを使ってアクセス。

・本当に最低限。Wi-Fi接続は使わないアカウントを使ってアクセス。フリーアドレスはメールアドレスやSNSを登録しないと使えないことがあるが、どこに漏れてもいいステアアカウントを使う。（4：同意）（5：FacebookやTwitterはステアアカウントを持っている）（銀行の取引などのメールアドレスは）それは別。ステアアカウントで迷惑メールが来て、開いていないから全く問題ない。

Gr1-4

@や#をパスワードにあえて 入れるようになった。

・パスワードの最初は変えず、後の1文字だけ変えたりはする。Yahoo!のアドレスに不正アクセスされたことがあり、情報を抜かれて、iTunesの残金を使われた。@や#をパスワードにあえて入れるようになった。不正アクセスがあつてから、自動入力にしないで、自分で入力するようになった。

・株式をやっているので、メールとかで情報が入ることがある。入ると入らないでは違う。電話もかかってくる。（担当の方が情報をくれるのか）そういう場合もある。いち早く入れないといけないから、情報は早い方がいい。

・iPhoneは、パスワードアプリを使って管理している。あとは指紋認証だけにしていて、フリーのWi-Fiは使わない。

Gr2-3

個人情報にアルファベット を1つ付ける。漏洩先が分かるようにしている。

・（セキュリティは）勉強はしないが周りから話を聞いたりする。それでメルアドの使い分けをした。あとは経験としてネットで買い物をするようになって自分で学んだのもあると思う。

・「ちょっと大丈夫かな。どうしても使いたい」と思うと住所、名前の後にアルファベットを1つつけて登録する。そこから漏洩したら、アルファベットがついているからわかる。どうかなつてときにそれを使うことがある。

・大手ではなく個人がしているようなところ。大手がしているところと比べたら、本人に悪意はなくても…。外で住所を書かないといけないときは、住所の最後にAを入れたりする。そこからというのがわかる。

Gr2-5

仕事用、プライベート用、 どこにでも登録しているアド ドレス、3つに分けている。

・だんだん麻痺してきているかもしれない。最初のうちはおそろおそろだったが、いろいろなサイトに登録しているうちに、ま〜いいかかって感じでどんどんゆるくなっている。

・メールアドレスは使い分けている。仕事用、プライベート用、どこにでも登録しているアドレスで分けている。それで少し安全を少し確保している感じ。

・フリーメールのアドレスは最悪退会したらいい。プロバイダーのアドレス、携帯のアドレスは個人情報に近いから登録するときに使い分ける

Gr3-3

アプリを頻繁に使っていると、 情報が漏れそうな気がする。

・企業のホームページからアクセスして会員登録する場合、アプリから会員登録する場合、管理するところが違う。アプリを頻繁に使っていると、情報が漏れそうな気がする。だからアプリはあまり入れていない。

・必要な時はWEBサイトから入る。トリバゴは使っているがいつもWEBサイトから。JR系や航空系、ホテルなどはそのホームページから予約する。アプリは便利だが、アプリの方がセキュリティが甘い感じがする。あまりアプリは信用していない。

グループインタビューから得られた意見 これまで経験した「不快感」

提供した個人情報の運用に対して、具体的な「不快感」を経験した事例は下記通り。
情報を提供した「相手が特定できる」場合は対処行動を起こし、「相手が特定できない場合」に強い「不快」を感じている。
利用分野数が少ない若年層は「不快感」が少なく、利用分野数が多い女性層及び年配層は「不快感」が多い傾向にある。

	個人情報登録分野 小	個人情報登録分野 中	個人情報登録分野 多				
不快な経験	グループ 1	Gr1-2 迷惑メールが増えた。 (原因不明)	Gr1-3 不動産のDMや勧誘電話が増えた。	Gr1-1 個人情報を色々なサイトに 入力したら、不動産投資会 社からTELがあった。	Gr1-4 海外の不正アクセスでメールの アドレス・パスワードが盗難。内 容を見られ、メールに残ってい たAmazonポイントやiTune のポイントが使われた。	Gr1-6 クレジットカードを使用してい ないのに、関西で15万円買 い物したと連絡が来た。	該当者なし
				Gr1-5 子供の関係で教材や塾の 勧誘のDMや電話が来る。	Gr1-6 フリーメールに42,000件の 未読メールが来ている。		
	グループ 2	該当者なし	Gr2-1 サイトに登録したら、迷惑 メールが来るようになった。	Gr2-2 どこかの企業に登録したら、 迷惑メールが来るようにな った。	Gr2-6 子供の年齢は知らないはず なのに、塾・家庭教師から電 話勧誘があった。	Gr2-3 引っ越しの見積もりをしよう としたら、知らない業者から沢 山電話が来た。	Gr2-5 音楽をDLしたらアカウント が乗っ取られてしまった。
				Gr2-4 個人情報の登録後、どのから 漏洩したか分からないが、今 まで届かなかったメールが多 く届くようになった。	Gr2-3 Facebookに登録している メールアドレスに、フィッシング メールが良く届く。Facebook に報告。	Gr2-5 アンケートに答えたら、イン ターネットプロバイダを替えな いかと携帯に直接電話が来 た。	
	グループ 3	該当者なし	Gr3-2 クレジットカードが不正利用 され更新した。	Gr3-6 メルマガ登録したら、類似の メーカーからどンドンメールが 来た。	Gr3-1 転職サイト1つに登録したら、 10社位の転職サイトから メールが来るようになった。	Gr3-4 海外旅行でトリップアドバイザーに 手配を依頼したがホテル がとれていなかった	
			Gr3-3 アマゾンで安い金額で出品し ている個人に注文したところ、 品物が届かなかった。連絡した ら補償してくれた。	Gr3-6 LINEで購入していないスタ ンプの金額の請求された。	Gr3-1 証券会社の口座を作ったら 関係のないところから電話が 来るようになった。	Gr3-5 偽のサイトから欲しかった旅行 バッグを購入。消費者センター に電話したが、お金は戻ってこ なかった。	

グループインタビューから得られた意見 現在体験している「満足感」

現在の自己管理の元で提供した個人情報の運用に対して、具体的な「満足感」を経験している事例は下記通り。
利用分野が少ない層(特に若者層)は、クーポンや割引など即効的且つ物理的なメリットに「満足」を感じている。
利用分野が多い層は、個人の特性に合致する情報や付加価値の高いサービスに対して「満足」を感じる層もいる。

	個人情報登録分野 小	個人情報登録分野 中	個人情報登録分野 多				
満足な経験	グループ1	Gr1-2 誕生日・誕生月に割引がある。	Gr1-3 Amazonや楽天のセールDM	Gr1-1 温泉旅館からのメール。個人々人に向けての違う内容?のメールをもらった。	Gr1-4 投資案件の情報が入手しやすくなった。	Gr1-6 買った履歴を見て、新作を案内してくれる。	該当者なし
		Gr1-1 ステーキ屋からの誕生日無料クーポン。	Gr1-5 車のディーラーからのメンテナンス車検の連絡。	Gr1-6 飲み会の案内メールが来て、プランを立てやすくなった。			
	グループ2	該当者なし	Gr2-1 登録したサイトから、誕生日月に割引があった。	Gr2-2 洋服屋さんでポイントカード登録したら、DMでセールのお知らせが来た。	Gr2-4 化粧品店で個人情報登録後、他の化粧品会社からサンプルが届くことがあった。(系列店ではなく別会)	Gr2-3 KIRINのサイトに会員登録したら、オンラインショップのクーポンがよくメールが届く。	Gr2-5 旅先で、感想と個人情報を書いて渡したら、誕生日の月に特別割引のハガキが来た。
グループ3	該当者なし	Gr2-6 ディズニーランドのペアチケットが当たった。	Gr2-4 洋服屋さんで会員登録したら、DM持参でノベルティをいただいた。	Gr2-3 一休から会員限定セールやクーポンがもらえる。	Gr2-5 ファッション系セレクトショップのオンラインサイトに登録したら、特別に新作予約をさせてくれて、消費税分値引きサービスをしてくれた。		
グループ3	該当者なし	Gr3-3 Web上のショッピングサイトの懸賞で、4万円当選した。	Gr3-6 口コミを書いて旅行に招待	Gr3-4 治験の案内にエントリーした事で、自分の健康状態に気づけた。	Gr3-5 素敵な宿の案内が勝手にくられてくる。		
		Gr3-1 スタバのWEB登録ワンモア 150円→100円時々、好きなドリンクなど	Gr3-6 試写会に当選0.15		Gr3-5 会員登録すると割引サービス、セール情報が贈られてくる。		

※経験は任意に抽出。ひとり2つまでの経験に限定。

グループインタビューから得られた意見 現在の体験している「満足感」詳細

クーポンや割引などに「満足」を感じ事例が多い中、付加価値の高いサービスへ「満足」を感じた事例の内容は以下の通り。自分の提供した情報と利用実績にもとづく「自分のための」特典情報に接する「満足感」が高い。

Gr1-2

いい温泉旅館に泊まった後、直接僕に対してメッセージが入ったお得な情報を送ってくれる

・いい温泉旅館に泊まった時、メールアドレスを登録したら、年1回くらい、直接僕に対してのメッセージが入ったお得な情報を送ってくれる。それは嫌な思いをしなかった。

(その理由)

・1日10組くらいしか泊まれない宿で、過去に泊まった人に「ご利用ありがとうございます」と担当者名が入っていて、顧客を気にしてくれている感じがする。

Gr2-3

一休に登録をしたら、サイト全体でなく、個人のピンポイントでお得な情報をお得な情報もらえる。

・一休に登録をしたら会員限定のセールがあったり、2,000円分のクーポンをもらえたりする。それがいきなり届く。他のサイトだと、サイト全体のセールはあったりするが、一休はピンポイントでお得な情報もらえる。

(いい情報がほしいから個人情報情報を全部登録したのか)ポイントがたまる。これからも使うかなと思ったとき、予約する度に個人情報を入力するのは面倒。登録したらクーポンが届くようになった。

Gr2-5

登録者限定に新作の画像を見せてくれ、予約もさせてくれた。

・大きな店ではなく個人でしているファッション系のセレクトショップのオンラインショップ。大手ではないから大丈夫かなと思ったが、どうしてもほしい服があったから登録した。

・登録した人限定に新作の画像を見せてくれて、予約もさせてくれた。登録したら消費税分を値引きをしてくれるという特典があった。

・HPには書かれていなかった。個人でしているから情報も細かく出ていない。大まかにそのお店の住所、電話番号は載っているが、「果たしてここで買って品物は届くのか」って戸惑うような作りだった。大手で販売しているところも少なかったし、予約をしないと買えなかった。

Gr3-4

治験の案内エントリーで、すごく血圧が高いことを知った。

治験の案内エントリーしたことで、すごく血圧が高いことを知った。その後薬をもらった。

(エントリーをして自分の健康状態を調べたことで、相手の会社からなにかあったのか)自分の健康状態が良くなったことに気づけた。

Gr3-3

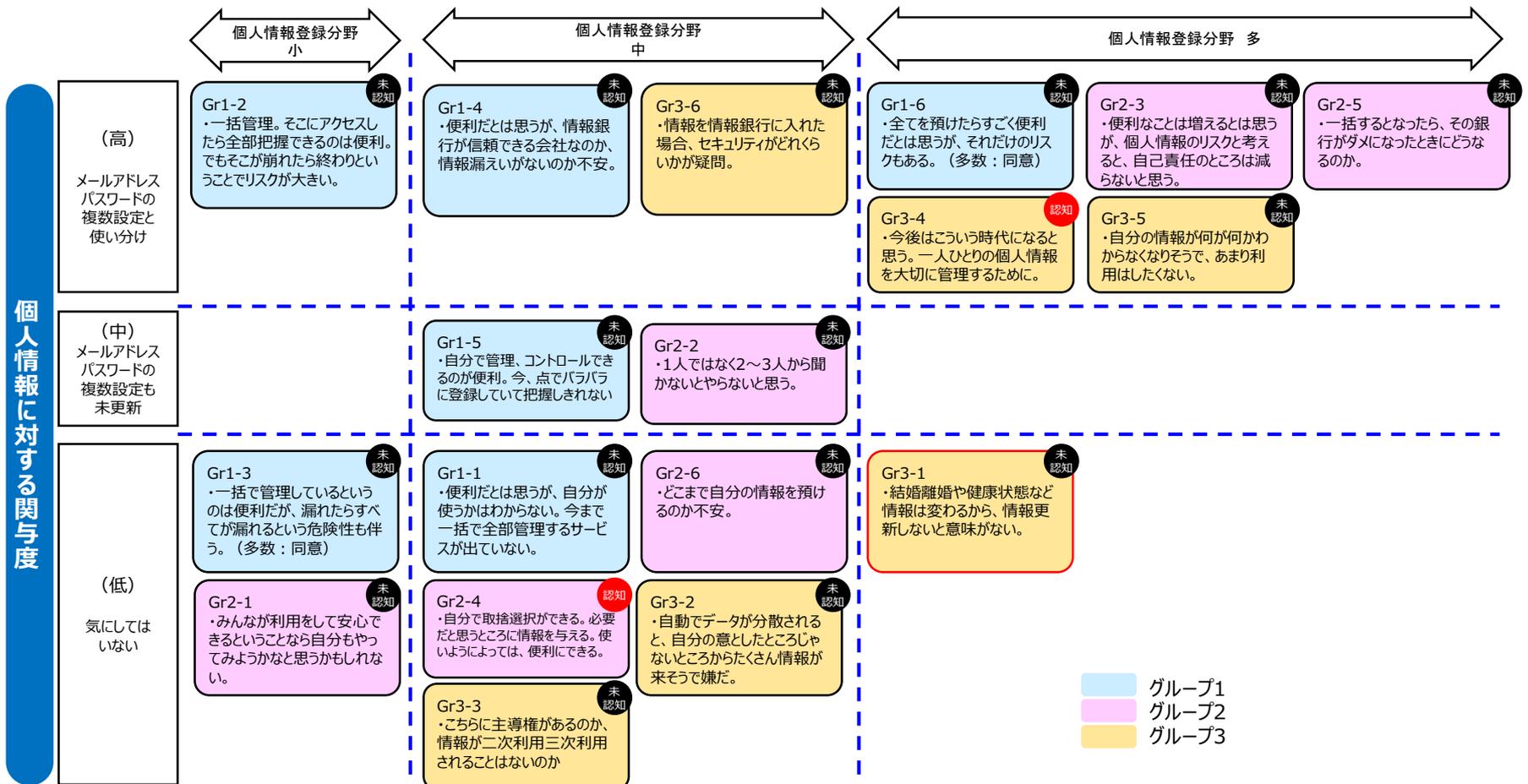
WEB上の懸賞で4万円当たった。

・WEB上で懸賞に当たったことがある。例えば株価の下四桁を当てると、ショッピングサイトの懸賞で、当たった人で山分けで、1人あたり4万円当たった。

・写真画像をアップすることが条件だったのでしばらくその写真が載っていたが、その後特に嫌な思いはなかった。

グループインタビューから得られた意見 情報銀行にどの様な印象を持ったか

個人情報への情報関与度×登録分野数からみた、情報銀行の認知と説明後の印象は下記となる。認知者は2名。利用分野は少なくとも自己管理意識と行動力が高い層は、情報銀行へ高い受容性を示している。一方、利用分野が多く「不快感」を蓄積してきた層は、情報銀行の利用に警戒感が強く消極的姿勢を示している。



グループインタビューから得られた意見 情報銀行の具体的な印象と疑問

情報銀行に対する印象と疑問の詳細例は以下となる。

全体的にこれまでのリスク経験をもとに、セキュリティに対する不安を示し、自己管理が必要となる予感をしている。また、事業者による「銀行」名称の影響度が強く、事業者の「収益」と自身の「利息」に対する疑問も示している。

Gr1-5

何に使われているか紐付いて全部把握できるのか。そこに興味がある。

・何に使われているか紐付いて全部把握できるのか。そこに興味がある。

(嫌ではないか)

自分のコントロールできる範囲で情報が使われるなら便利でいいが、ちゃんとコントロールできる範囲にあるかを知りたい。

正規に使っている企業から二次利用で漏れた場合など、どれだけ情報を紐づけてコントロールできているか。

マイナンバーと何が違うのか。マイナンバーはそういう発想だったような気がする。

Gr2-3

個人情報のリスクと考えると、自己責任のところは減らないと思う。

・最近ニュースになっているTポイントをすごく浮かべた。Tポイントに登録するだけでものすごい数の会社に個人情報が渡っていることになっている。
・本人の承諾を得ずに利用するというニュースを見た。それを思い出した。そういうニュースが出てきて、個人情報を取り扱う側が、反発を得てTポイントをやめる動きがあると聞く。こういうのが始まって、こういうことに反発するところはあると思う。そこは自己責任になる。情報銀行ができ、個人情報を扱う業者はそこそこ大きくなりかけたところ、Tポイントとかに加盟しているところが集まるような気がする。便利なことは増えるとは思いますが、個人情報のリスクと考えると、自己責任のところは減らないと思う。

Gr2-4

デメリットとメリットがわかっていないと利用するという勇気は出ないかもしれない。

先駆けとして利用するのは、デメリットとメリットがわかっていないと利用するという勇気は出ないかもしれない。もっと世の中に浸透して、それによって好評な声がいっぱい聞こえてきて、自分でメリットとデメリットがわかって利用したいという気持ちが入り、情報が漏洩しない信頼性があれば医療機関とか必要としているところには提供してもいいかな。使い方によっては便利なのかなと思った。

Gr3-1

情報銀行が民間企業なら利益を生まないといけない。

・情報銀行が民間企業なら利益を生まないといけない。情報を提供する度に、ただで個人に書いてもらっていた情報に料金がかかるのか。個人が預ける時は、個人に支払うのか。

情報銀行に個人が情報を登録するようになった場合、今まで提供してきた情報をリセットするわけにいかない。今まで提示した情報と、これから提示した情報はどうなるのか。

(今まで提示した情報になにかできることはないかと伝える) そうなると情報銀行に提供する意味はない。

Gr3-5

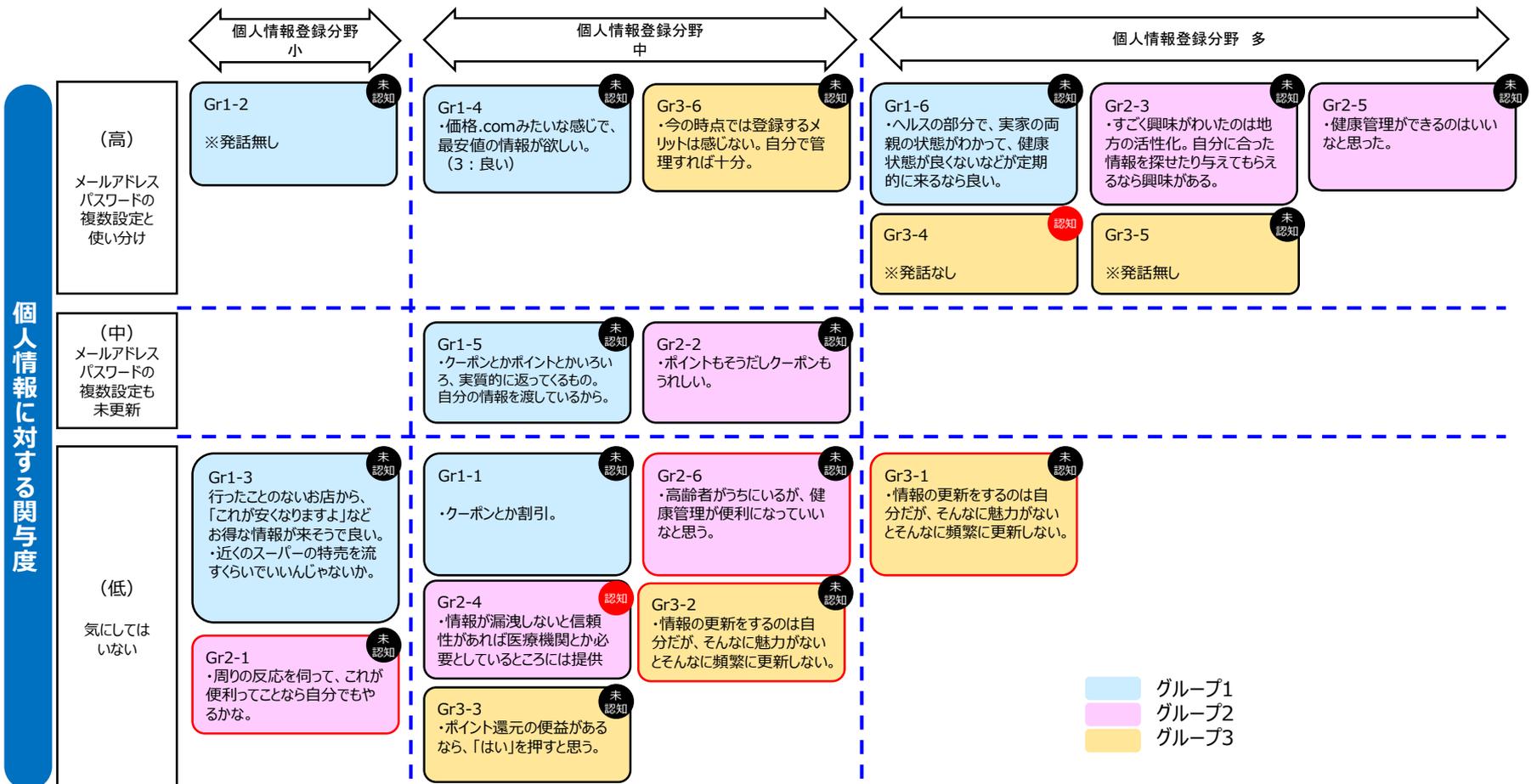
情報銀行を作ったらどこが儲かるのか。

情報銀行を作ったらどこが儲かるのか。自分はしてもらわなくていい、入らない。今でいい。ネットワークみたいなのにあって、こういうものが好きとか傾向とか、それに伴ってDMが来る。子どもが大学に入っただけで好きなことを判断しているような専門学校から来るのが怖い。そんなことまでしない。

(国が自分で情報を管理できるようにと、他の国ではやっていることだがどうか) そんなことにお金を使わなくていい。

グループインタビューから得られた意見 情報銀行を便利と感じるメリット

個人情報への情報関与度×登録分野数からみた、情報銀行利用のメリットへの期待は下記となる。
情報銀行利用によるメリットと期待は、一部で旅行や健康の付加価値サービスを望む声はあるが、クーポンや割引など即効的且つ物理的なメリットを想像している層が多い。楽天などのビジネスモデルをイメージしている可能性が高い。



個人情報に対する関与度

グループインタビューから得られた意見 情報銀行を便利と感じるメリット(具体例)

情報銀行利用によるメリットと期待の具体的なイメージを示した事例は下記が上がっている。

Gr1-6

身近なところからだ
入りやすいと思う。

・抵抗がある人には身近なものから、食事とか、車に乗っている人なら車が何キロ走ったからタイヤが危ないとか、身近なところからだ入りやすいと思う。金融などハードルを上げると入りにくいと思う。

Gr2-3

一人旅情報をとるのは大変。
自分に合った情報を探せたり
与えてもらえるなら

・すごく興味がわいたのは地方の活性化。行ったことがないところに行くとき、そのことを調べるが地方の情報はすごくムラがある。自治体が発信している情報は、地域によってやる気があるか、不得不得意というもある。私が求めている情報が探せなかったりする。データを元に活性化をして、旅行に行ったり遊びに行くときにも役に立つのかな。一人旅が好き。旅行サイトを見ていて、多くなってきたとはいえ、一人旅の情報をとるのは大変。自分に合った情報を探せたり与えてもらえるなら興味がある。

Gr2-5

データが1つにまとめて
管理されたら、最新の血液
結果はこれですって出せる。

・健康管理ができるのはいいなと思った。
(どんなイメージか)
血液検査の結果は紙でくることが、だんだんたまっていって順番もわからなくなる。複数の病院に行っているが、一から説明しないといけないことがある。違う病院だと連携がない。データが1つにまとめて管理されたら、最新の血液結果はこれですって出せる。

Gr2-6

高齢者がうちにいるが、
健康管理が便利になって
いいと思う。

・高齢者がうちにいるが、健康管理が便利になっていいと思う。
(イメージがわいたこと)
複数の病院にかかっているが、薬の飲み合わせもある。病院同士で提携をして、やってほしい部分もある。

Gr3-3

ポイントが5倍10倍になると
か、最初に登録するきっかけ
になるのはそういうことが多い。

・いくつか会員登録しているショッピングサイトで、購入履歴や閲覧履歴を情報銀行に預けていいですか？で「はい」を押したら、ポイントが5倍10倍になるとか、最初に登録するきっかけになるのはそういうことが多い。こちらの便益に合うだろうと企業が商品を提示してきて、それに同意したことで、しない人よりなにか違うことを提示してくれるといい。ポイント還元の特典があるなら、「はい」を押すと思う。