

レジデンシャルプロキシ対策アライアンス第1回会合 ICT-ISAC発表資料

一般社団法人 ICT-ISAC
ステアリングコミッティ運営委員長
小山 寛

はじめに:ICT-ISACとは

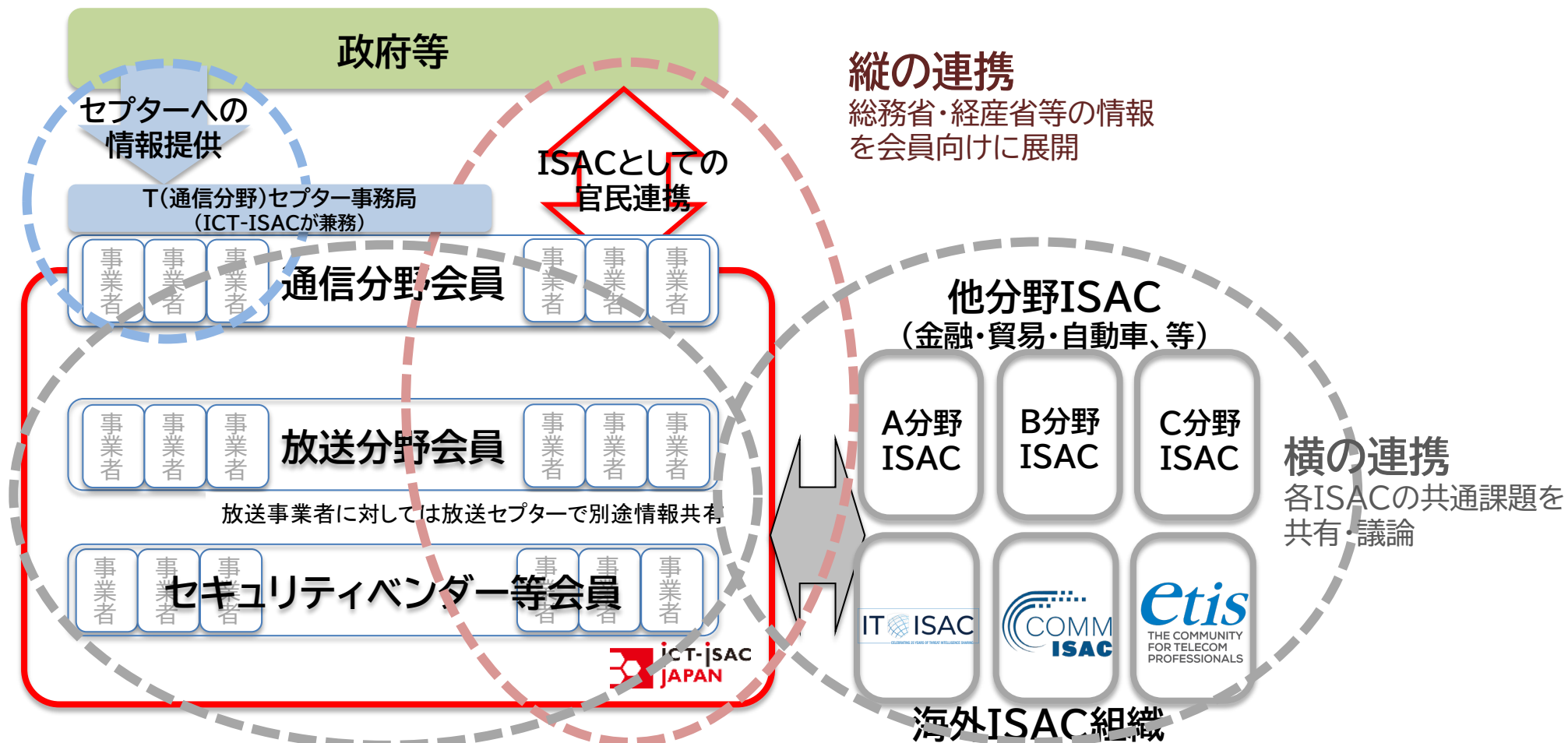
ICT分野(通信・放送・セキュリティ・SI)の情報共有・分析センター(Information Sharing and Analysis Center)
2002年 Telecom-ISACとして発足し、2016年にICT-ISACとしてリニューアル
「ICT分野のISAC」であると同時に「情報通信分野のセプター事務局」の役割

縦の連携

通信分野セプターへ提供
された情報を重要インフ
ラ事業者(通信)へ展開

横の連携

WG等で個社の対応情報・ベ
ストプラクティス等を共有

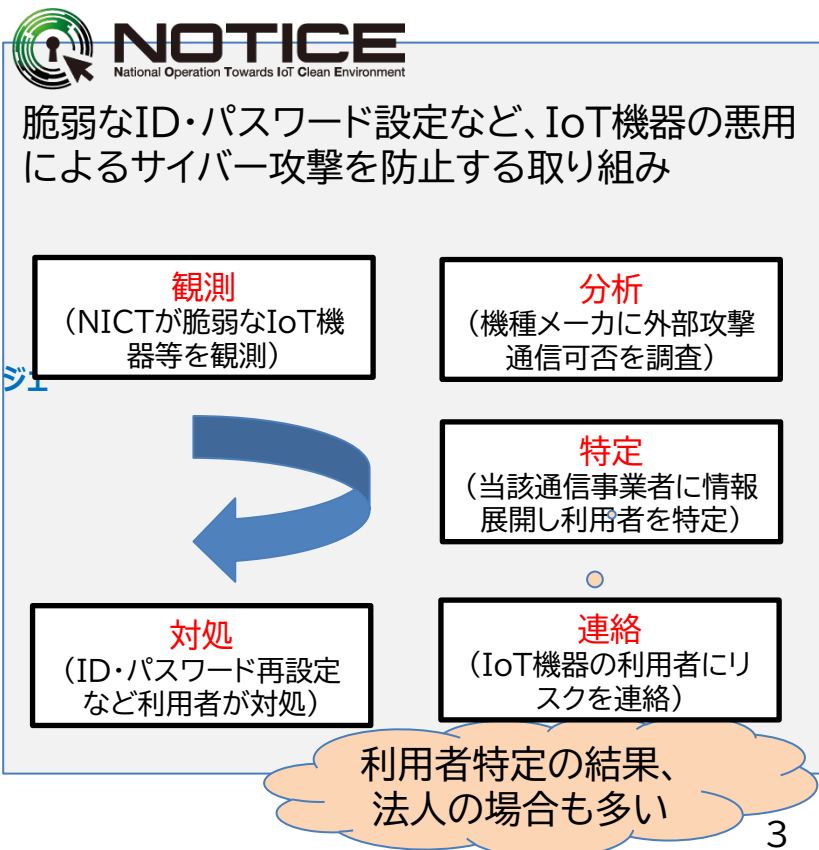


2006年から、インターネット空間(デジタルインフラ)の安心安全に向けた官民連携施策に取り組む
2019年から、IoT機器の悪用によるサイバー攻撃を防止する取り組み「NOTICE」に参画中

サイバー攻撃のトレンド



ICT-ISACが進める官民連携プロジェクト



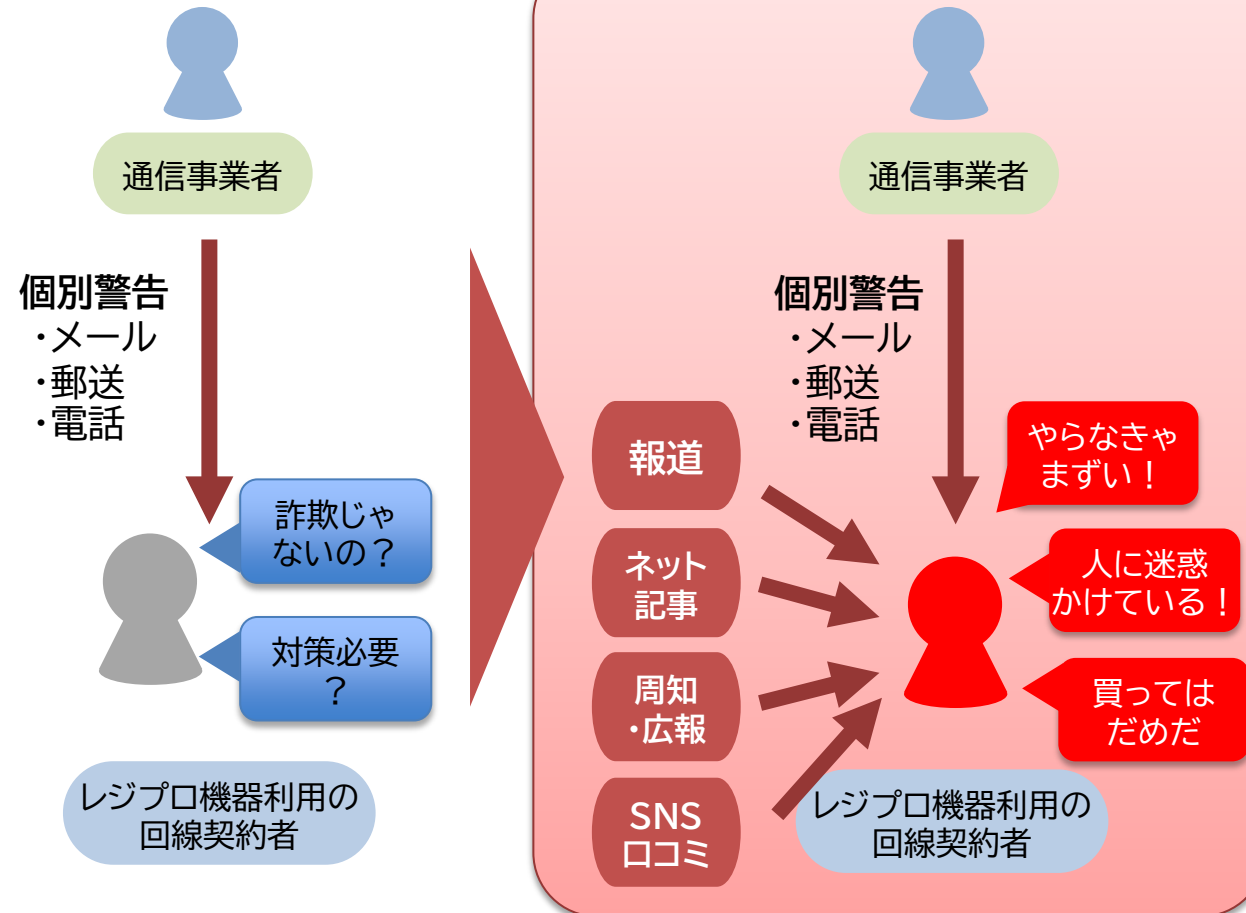
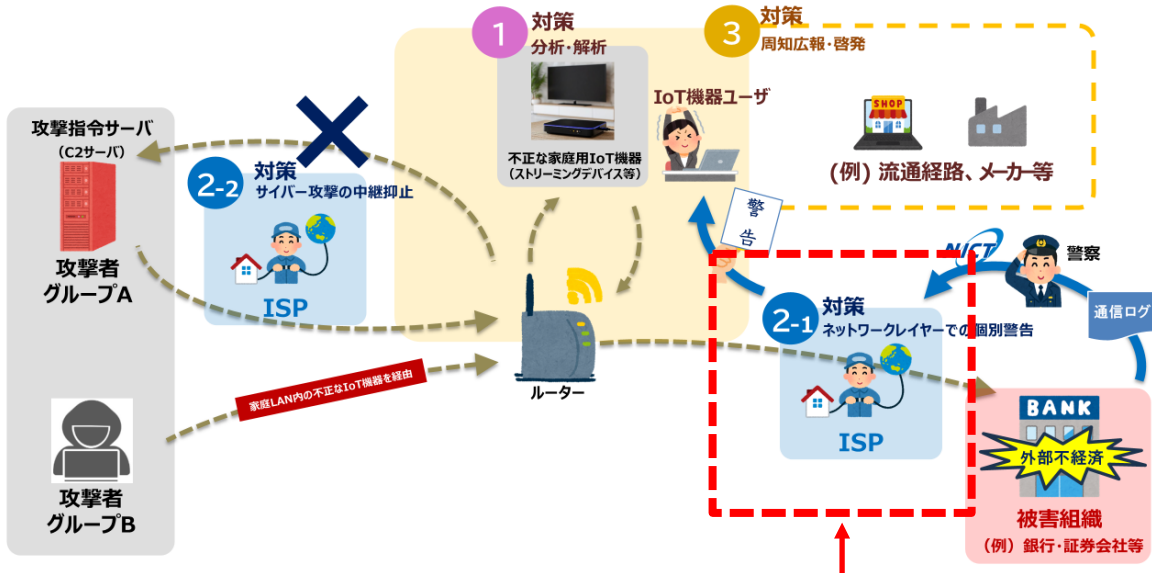
昨今、実在企業を騙った詐欺が横行しており、ISPが行う個別警告(注意喚起)も詐欺と誤解される可能性大

ISPからの個別警告を「信頼し、対策につなげる」
ために、複数チャネルから情報をインプット

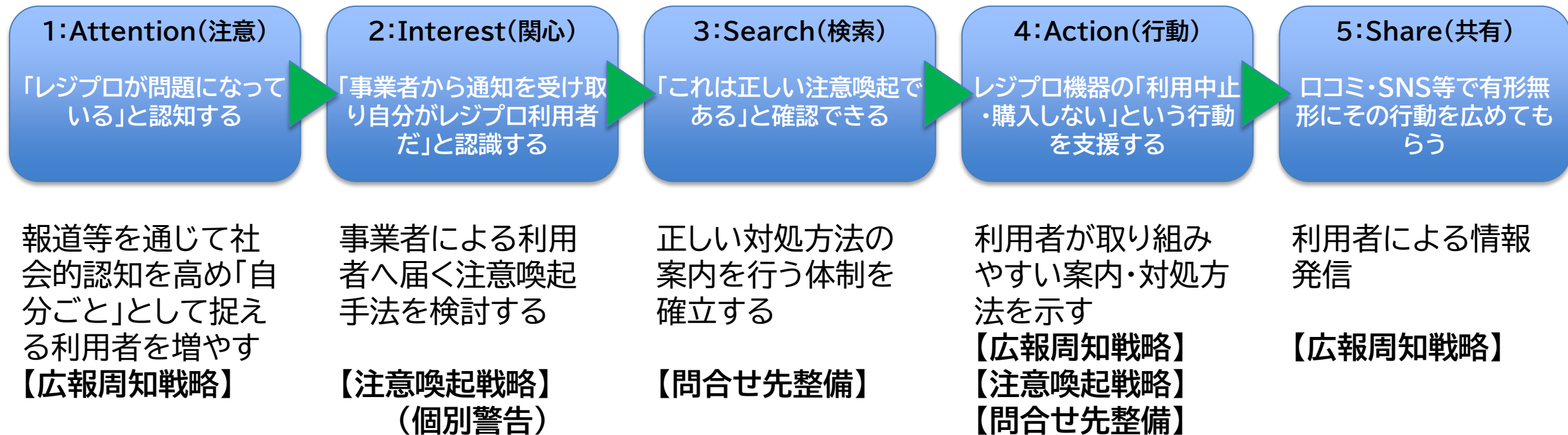
不正な家庭用IoT機器の抑止による社会全体のレジリエンス強化

対策の方向性 警察庁・総務省・NICT・ICT-ISACで緊密に連携し、攻撃エコシステム全体に一気通貫で対応。

- ① 不正なIoT機器の情報収集・分析 等
- ② IoT機器ユーザへの個別警告やサイバー攻撃の中継抑止などのネットワークレイヤーでの対策 等
- ③ ワンボイスでの周知広報・啓発（流通経路、メーカー等へのアプローチも今後検討）



レジプロ利用者の認知プロセス(AISAS*)に対応した効果的な**アプローチ**を検討、
認知の特性に応じて「広報周知戦略」「注意喚起戦略」「問合せ先整備」を効果的に組み合わせて実施。



*AISAS: 消費者の行動を「注意→関心→検索→行動→共有」の5段階で捉える購買行動モデル。インターネットやSNSの普及を背景に2005年に電通により提唱された。

レジプロ利用者に届く「広報周知戦略」の実施を前提に、「メール」「郵送」「架電」「訪問」による個別警告を行い、行動変容を支援する「問合せ先整備」との組み合わせの最適解を探りながら進めたい。

手段*	メリット	デメリット	費用(イメージ)
メール	- お客様の時間を選ばない - 広報サイトURLをクリックしやすい	- メールを提供していない場合あり - 開封率は低い - キャリアメール開封率は低下	安
郵送	- お客様の時間を選ばない - 詳細内容やチラシを同封できる - 開封率は高い	一通一通手作業による通知が想定されるため、メールより手間	やや安～やや高
架電	口頭で確認しつつ説明可能	詐欺等と混同される恐れ	やや安～やや高
訪問	対面で説明可能	- 事前に別手段で日時調整が必要 - 訪問にあたって高スキルな人員が要	かなり高

* 手段は事業者によって実施の可否に違いあり

いずれも取り組みについて「信用してもらう」ことが前提 → 事業者以外からの「広報周知戦略」が重要
個別警告(注意喚起)で何を伝えるか明確化し、各ISP固有の事情を踏まえた注意喚起方法を選択実施する

【構成員限り】

利用者に行動変容を促す周知広報

- 個別警告の土台となる信頼の醸成
- レジプロの危険性の社会認知
- メディア・自治体・教育活動との連携

事業者による個別警告の詳細設計

- 利用者にとっての見え方
- 利用者に最終的に求める行動
- 伝達手法の使い分け

行動変容を支援する仕組みづくり

- FAQ、動画配信
- 利用者向け対応マニュアル
- ISP横断で利用可能なコンテンツ

根治に向けた施策の検討

- 製造および流通段階での対策
- 買い替え促進施策
- 地域による回収・交換支援の可能性