

# IT・データ利活用による 新産業創出に向けた我が国の取組み

平成25年11月8日

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課  
佐脇 紀代志

# IT・データ利活用による 新産業創出戦略

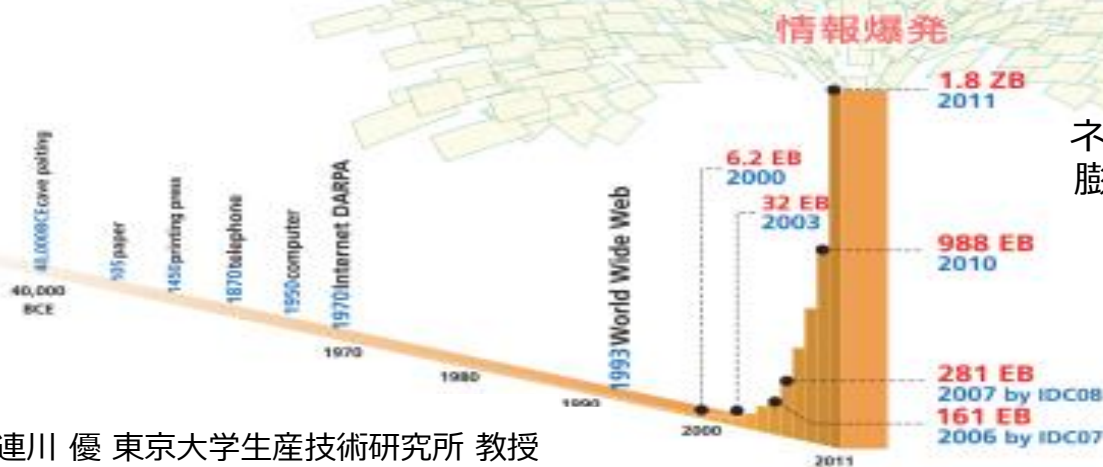
- 「IOT (Internet of Things) 」の世界では、あらゆる産業分野において、膨大なデータをいかに活用するかが競争上重要となる。
- “ビッグデータ” の活用の重要性が叫ばれているが、本質的には、データ量の多寡を問わず、いかにデータから価値を生み出し、新産業の創出や社会課題の解決に繋げるかが鍵

## ビッグデータ・ブーム

- ・ IT企業・供給者中心の視点
- ・ 大量データ自体に着目
- ・ 既存のビジネス・組織・制度等を前提とした受動的対応

## 今後取組むべき領域：データからの「価値創出」

- ・ 需要者、利用者からの視点
- ・ 多種多様なデータからいかに価値を創出するかに重点
- ・ 環境変化を踏まえて、ビジネス・組織・制度等のあり方を見直す主体的対応



ネットに限らずリアルの世界からも膨大なデータが発生 (IOTの実現)

出典：喜連川 優 東京大学生産技術研究所 教授

○ 新ビジネス創出につながるなど、データの持つポテンシャルに世界中が注目している。

## (参考) データ利活用に関する著名人等の発言、報告書の例

○ トーマス H. ダベンポート (ハーバード・ビジネススクール客員教授)

「**ビッグデータの活用こそが企業の未来を決める。**」

「GEは、日本の製造業の企業にとってよい例になると思う。というのは、GEは『ビッグデータこそが、製造業の未来の成功の鍵』と決めたから。実際に、GEはビッグデータの研究開発に25億ドルを投じ、800人のデータサイエンティストを雇用した。」

2012年6月、日本マイクロソフト「Big Data Business Forum」の講演発言より

○ イアン・エアーズ (イェール大学経営大学院教授)

「我々は今、馬車と蒸気機関の競争のような歴史的瞬間にいる。**直感や経験に基づく専門技能がデータ分析に次々と負けている。**」

○ ジョシュア・ゴフ (マッキンゼー シニアエキスパート)

「**ビッグデータ活用を組織の根幹に据えている企業だけが圧倒的な競争優位性を確立し、勝ち残っていくことになるだろう。**」

○ エリック・シュミット (Google会長)

「文明が誕生してから2003年まで累計で、人類は5エクサバイトのデータを生み出した。**今は我々は毎日5エクサバイトのデータを生み出している。**」

○ Big data, Big Impact :New Possibilities for International Development (2012、世界経済フォーラムレポート) より

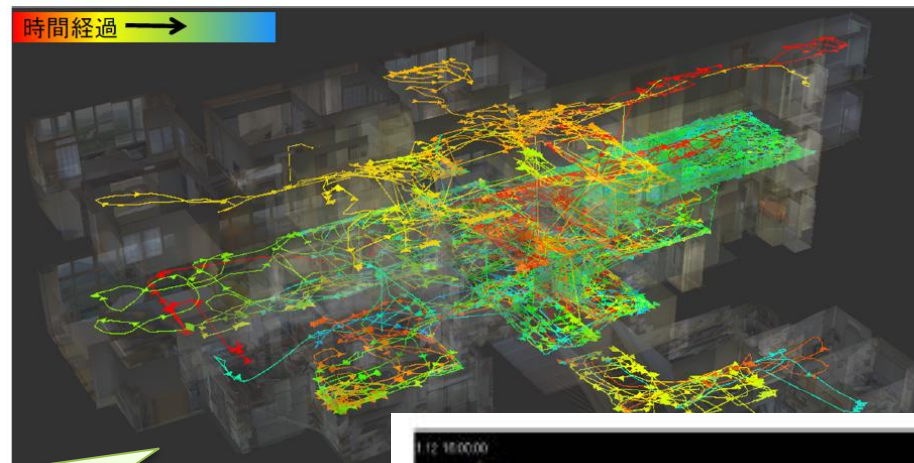
「コンピュータ、GPSデバイス、携帯電話、医療デバイス等を利用する**何十億人もの人々の相互通信により、日々大量のデータが生み出されている。**」

- がんこフードサービスでは、店舗で接客にあたる従業員にセンサーを付け、従業員の行動を計測。
- 従業員の行動パターンを可視化し、導線分析などを行うことにより、店内のオペレーションを改善し、経常利益率が10ポイント増加。



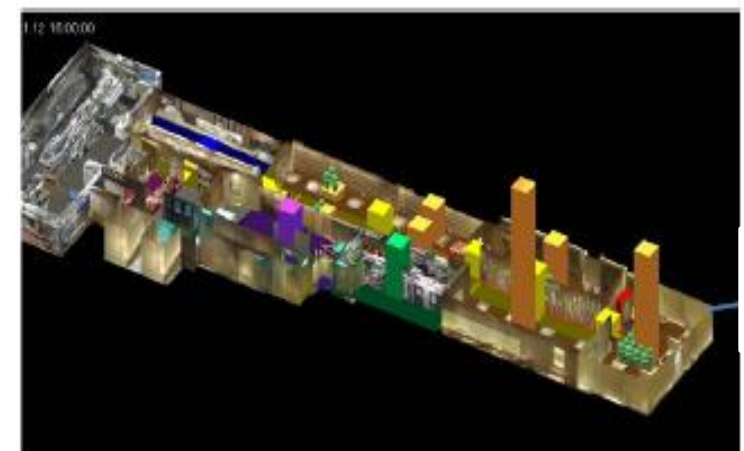
自蔵センサモジュール

- ・加速度センサ
- ・ジャイロセンサ
- ・磁気センサ
- ・気圧センサ



接客担当者の客室滞在時間が、業務時間の5割程度ということが判明。

頻りに調理場や事務所へ行き来しており、接客に注力できていなかった。





- レッドボックス社は、全米に35,400台もの無人レンタル機を有し、アメリカの人口の68%がレンタル機から車で5分以内に居住しているというレンタルDVD大手。1泊1.2ドルでDVDを貸し出す。
- 会員ごとの過去のレンタル履歴から、「次にレンタルされそうなタイトル」「次に利用しそうな地点とタイミング（毎週〇曜日など）」を予測。
- 一方で、「在庫のDVDの枚数」、「レンタル中のDVDの返却予測タイミング、地点」から、「いつ、どのマシンに、どのタイトルが何枚ストックされているか」を予測。

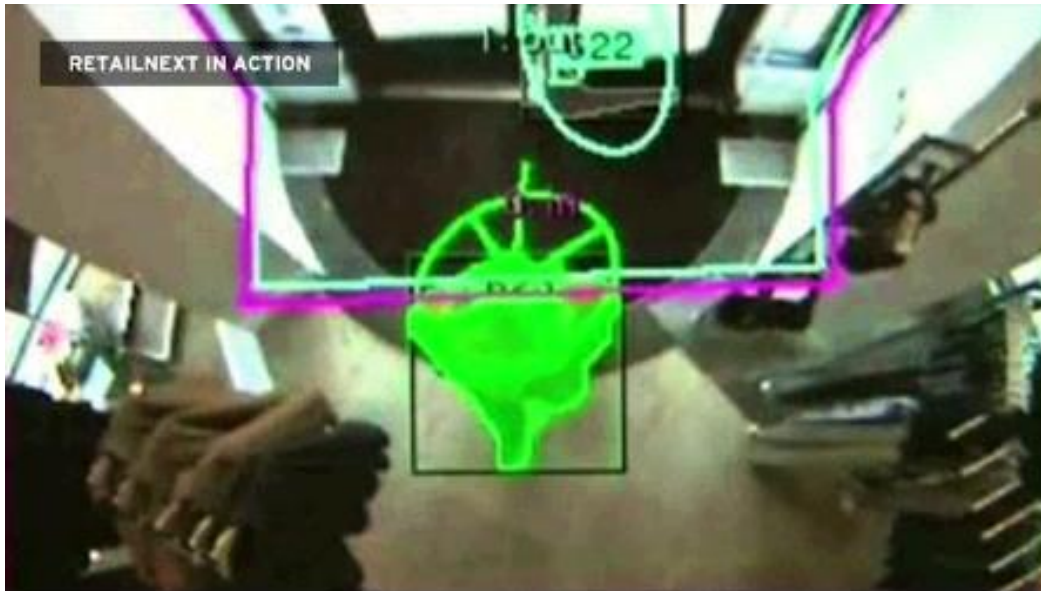


出所) <http://www.redbox.com/facts>



マシンには、DVDが630枚しか入らないため、常に売れ筋だけを用意しなければならない

- 実店舗において、顧客の滞留時間、動線や行動を細かく分析、さらに天候や立地条件、デモグラフィックデータ、イベント等外部データと組み合わせて、売上との相関を分析。
- American Apparel、Montblanc、P&G、Family Dollar、Verison Wirelessなどが導入し、年間3億人以上の買い物客のデータ（50ペタバイト以上）を分析。
  - American Apparel : 売上が30~40%増
  - Montblanc : 売上20%増





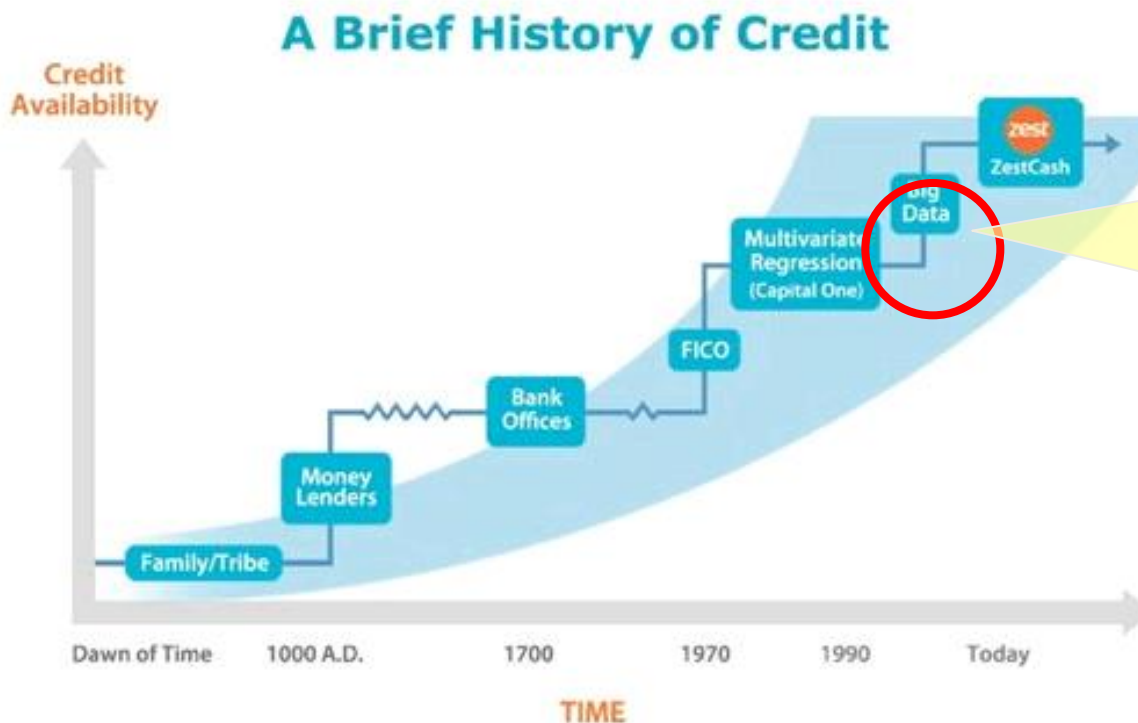
- スーパーなどの店頭のレジでPOSと連動し、**消費者一人一人の購買履歴に応じたクーポンを発行**（日本全体で約1,000万世帯にリーチ可能）。
  - **トランザクションに応じて**：購買者が「今何を購入したか」に基づき、クーポンを発券。自社商品ユーザー、競合商品ユーザー、関連商品ユーザーなど（顧客はメーカー）。
  - **購買履歴に応じて**：ポイントカードなどによって顧客を識別、過去の購買傾向を元にクーポンを発券。自社商品ヘビーユーザー、来店頻度、購入頻度など（顧客はリテラー）。

通常のクーポン使用率：1%程度  
トランザクションベース：6~10%  
購買履歴ベース：25%程度





- 一般的に使われているFICOスコアが15~20程度の変数でリスクを判定しているのに対して、ZestFinanceは**数千もの変数を活用**。
  - 通常では、「返済できない」と電話をしてきた顧客は貸倒の確率が高いハイリスクの顧客と判断されるが、ZestFinanceでは、完済する確率が高い。
  - 携帯電話の支払いを毎月きちんと行っている顧客は、完済する可能性が高い。
  - ローンの申し込み前に同社のWebサイトで顧客が滞在していた時間も重要なシグナル。



クレジットリスクの審査はFICOスコアの活用から、ビッグデータの活用へ (by ZestFinance)

出所) <http://www.zestcash.com/>

これまでの最優秀の信用評価方法によるよりも返済不能率が54%低く、業界平均よりも回収率（返済率）は90%高い。

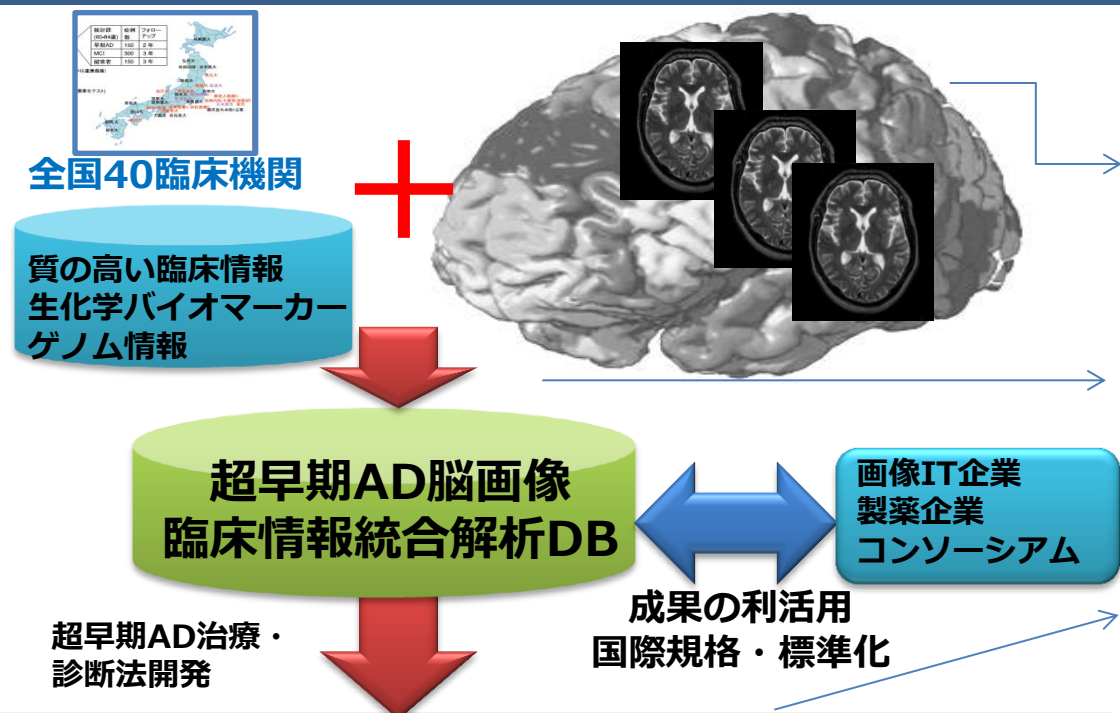
### (ヘルスケア分野) 脳画像・臨床・ITの融合によるアルツハイマー病超早期診断と先制医療の実現

#### 【背景・目的】

- AD (アルツハイマー病) の患者数は世界で3,500万人、2050年には1億人を超える。世界主要7カ国におけるアルツハイマー病薬の市場規模は、現行の4,000億円から10年後には1兆円を超え、脳画像等を用いた超早期AD診断においても、医療機器、診断薬等の数千億円規模の大きな市場が想定されている。
- 脳画像情報・臨床情報・生化学・ゲノム等の情報 (3年間の経時変化を含む) をデータベース化し、高精度脳画像処理・情報解析技術により、超早期 (発症前) ADの高精度診断と治療薬の効果判定を可能とする。

#### 【目指すサービス】

- ADの超早期診断を可能とするシステムを開発し、診断機器と治療薬、IT化した医療技術の一体的な展開を実現する。



発症前等超早期ADの高精度脳画像情報処理技術による計測法開発により、アルツハイマー病の有効な診断技術、治療薬開発

#### 【開発内容】

**研究開発1 (脳画像) :** 高精度画像データ補正、解析技術、脳容積 (海馬等) の変化計測



**研究開発2 :** 臨床拠点間の超高精度画像データ交信、撮像・技術等の標準化、規格化 (クラウド環境での情報維持管理、交信、アプリ開発)

**研究開発3 (統合解析) :** AD脳画像情報と共に臨床、生化学、ゲノム等データを高速に統合解析し、超早期画像、バイオマーカーを抽出。



超早期診断・治療が可能

#### 【委託先】

- 東京大学 (統括)
- バイオ組合  
製薬コンソ (14社 : アステラ、イーザイ 第一三共、武田他)
- 画像IT企業 (10社 : 東芝メディカル、島津 浜ホト、GEヘルス 新日鉄住金インジ 他)

#### 【共研先等】

- 東北大、筑波大  
新潟大、都老人研  
先端医療、国立精神  
国立長寿等11機関
- 臨床研究42機関  
(NEDOプロ認定機関)

- 狭義のIT産業だけでなく、製造業、サービス業、農業等の多様な産業において、IT・データの活用を起点に業界構造が変化。
- IT・データを媒介に異分野が融合する『IT融合』は、新たな産業として『IT融合新産業』を創出。

## ① 新技術を活用したIT分野での新ビジネスの創出 分野での新技術の開発



IT・データを活用した新ビジネス

(例) 検索サービスの登場、ソーシャルメディアの登場

## ② 既存産業のIT活用による競争力強化・新領域への進出

製造業（自動車、ロボット等）、  
サービス業（医療・ヘルスケア）、  
農業 等

× IT・データの活用



ITと既存産業の融合  
による新ビジネス

(例) スマートメーター導入によるDR（※）サービスの導入  
建機の稼働状況の遠隔把握を通じた早期アフターケアの導入  
衝突防止機能を搭載した運転補助機能付き自動車の導入  
※DR: デマンド・レスポンス

## ③ 異分野の産業や社会システムの融合による新産業創出

エネルギー

医療・ヘルスケア

ITを媒介とした融合

自動車、  
交通システム

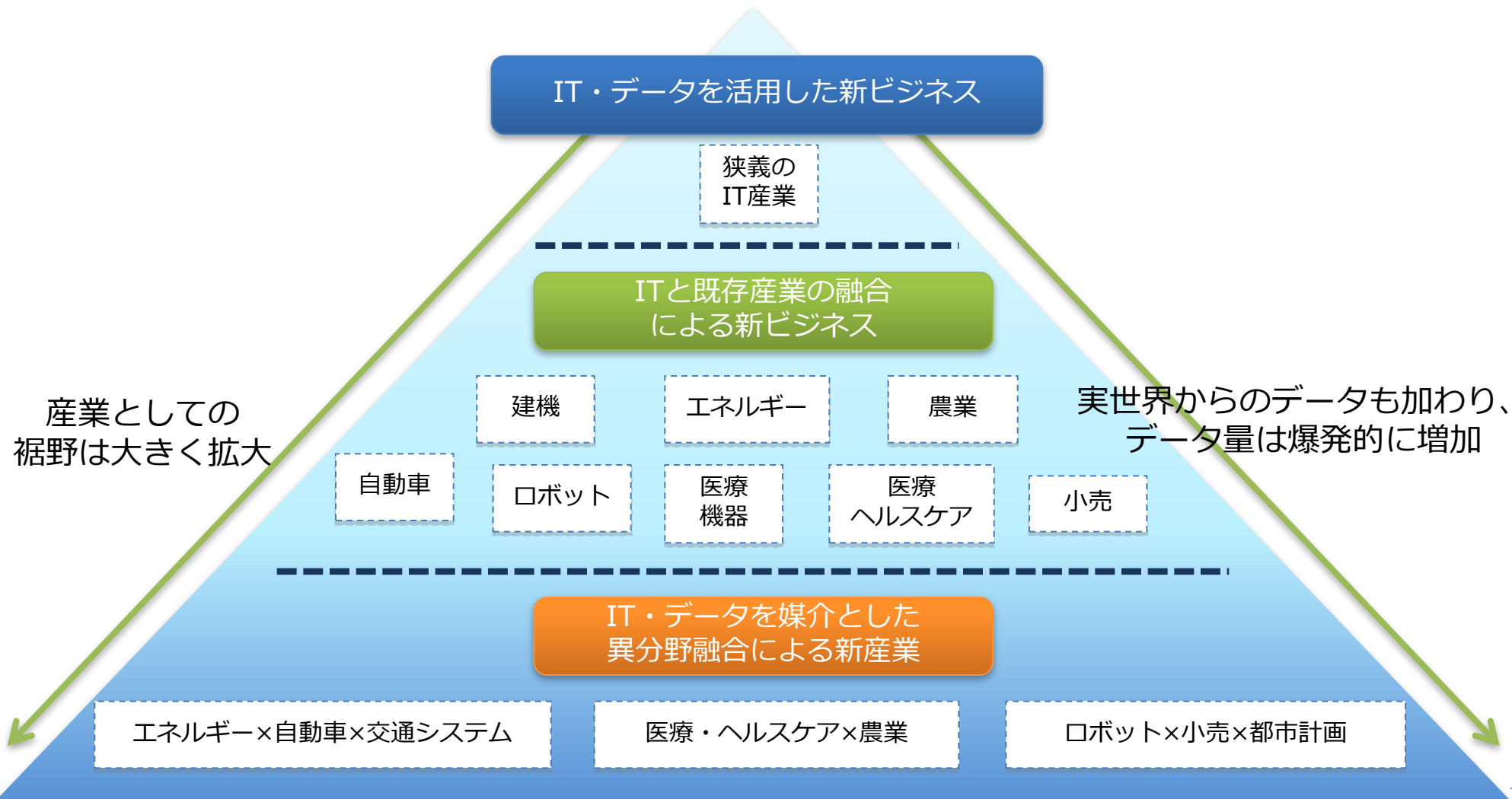
農業



IT・データを媒介とした  
異分野融合による新産業

(例) エネルギーシステムと交通システムの連携によるEV管理・  
渋滞解消ソリューション  
医療・ヘルスケアと農業の連携による機能性食品の開発

- ITが多くの産業に広く浸透すればするほど、広義のIT産業（=IT融合新産業）の裾野は広がり、そこから発生するデータも膨大になる。





- 経済産業省では平成24年6月にIT融合フォーラムを設置し、IT融合新産業の創出に向けた取組を開始。
- IT融合フォーラムは、「有識者会議」、「プロジェクトグループ」、「横断的ワーキンググループ」を設置。

## IT融合フォーラムの全体像

### 有識者会議

- 産学の有識者で構成  
(座長：村井 純  
慶應義塾大学 教授)
- データを価値の源泉と捉える新しい社会像、ビジネス像を提言
- 対応すべき諸課題の洗い出し

大きな方向性の提示

報告・フィードバック

### ワーキンググループ

- <ワーキング①> 公共データWG  
公共データ開放に関するルール、インセンティブ付与の仕組み等の検討
- <ワーキング②> パーソナルデータWG  
個人情報、プライバシー等に関する課題の対処策を検討
- <ワーキング③> データエコノミーWG  
データ流通社会において必要とされるルール等について検討

具体的な課題の抽出

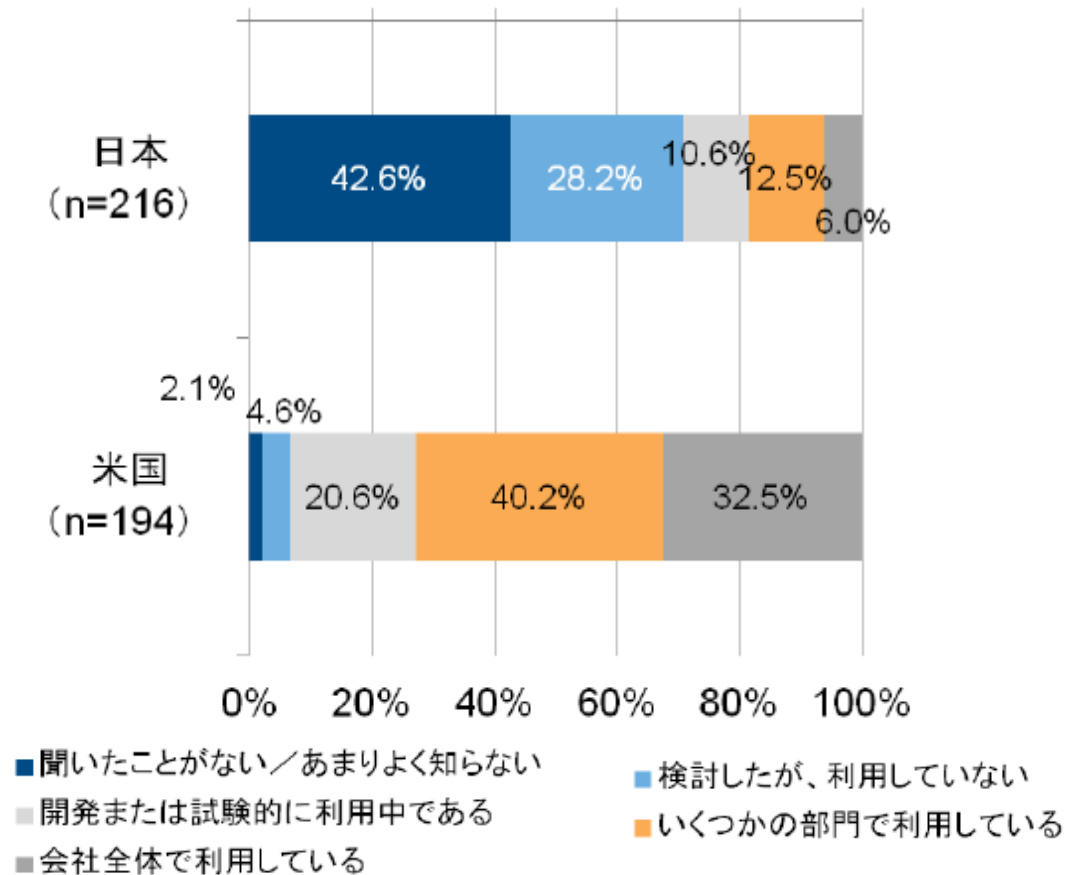
制度的課題の検討による事業の促進

### プロジェクトグループ

- <プロジェクト①> プローブデータ融合プロジェクト  
自動車から取得できるデータを活用した新たなサービスの創出に向けて、異業種を含めた議論を実施し、その実現に向けた課題を抽出
- <プロジェクト②> エンジニアリングデータ融合プロジェクト  
製造業の国際的な競争力の底上げに向けて、効率化のみならず、付加価値の向上に向けたデータの利活用方法、課題抽出などを検討

# 我が国における現状と データ利活用ルール整備の必要性

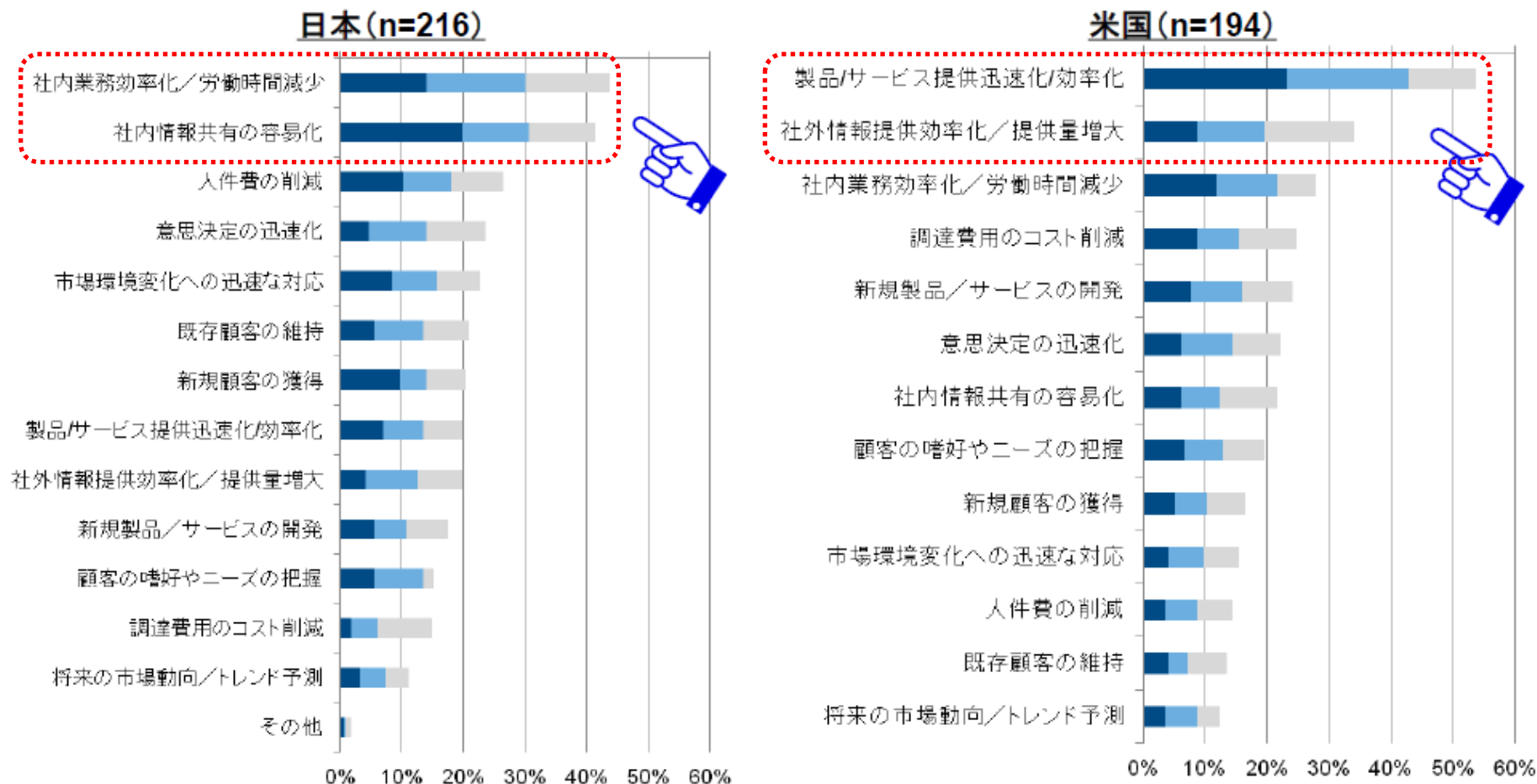
- 米国企業の9割がビッグデータの利活用を開始している一方、日本企業の7割ははまだビッグデータの利活用を始めていない。
- また、日本においては4割もの企業がビッグデータについて「聞いたことがない／あまりよく知らない」という状況である。



※出典：ITを活用した経営に対する日米企業の相違分析（JEITA & IDC Japan）

○ 国内企業では、「社内業務効率化／労働時間減少」、「社内情報共有」といった社内業務に対する貢献が大きいですが、米国企業は「製品／サービス提供迅速化」、「社外情報提供効率化」といったマーケティング活動に直接結びつけて効果を得ている。

問: ITが、貴社やあなたの部門にこれまでもたらした、あるいは現在もたらしている効果として顕著だと思われるものを、順位をつけて3つまで選んでください。



※出典：ITを活用した経営に対する日米企業の相違分析 (JEITA & IDC Japan)



- 我が国でデータ利活用が進まないのは事業環境が整っていないことが大きな要因。
- G8や東アジア諸国等と比較し、インターネット等のハード整備は整っているが、規制・制度等の事業環境の面では、これらの国の後塵を拝している。

## (参考) 世界経済フォーラム調査 ( The Global Information Technology Report 2012 )

- ・ どれだけITが整備・活用されているかを、統計データや国、企業、個人などに対するアンケート調査に基づきランキング
- ・ G8各国及びアジアの成長国（韓国、シンガポール、台湾、香港）と比較すると、日本は総合指標等で下位に位置する。

※ ( ) 内はその他の国も含めた世界全体での順位

### G8及びアジア成長国（韓国、シンガポール、台湾、香港）内のランキング

	総合指標	インターネット等のハード整備に関する指標	規制・制度等の事業環境に関する指標
1	シンガポール (2)	韓国 (2)	シンガポール (1)
2	アメリカ (8)	シンガポール (5)	香港 (7)
3	カナダ (9)	<b>日本 (8)</b>	カナダ (8)
4	イギリス (10)	アメリカ (10)	イギリス (11)
5	台湾 (11)	イギリス (11)	アメリカ (14)
6	韓国 (12)	ドイツ (13)	ドイツ (18)
7	香港 (13)	台湾 (14)	台湾 (24)
8	ドイツ (16)	香港 (16)	フランス (25)
9	<b>日本 (18)</b>	カナダ (18)	<b>日本 (26)</b>
10	フランス (23)	フランス (21)	韓国 (35)
11	イタリア (48)	イタリア (45)	イタリア (75)
12	ロシア (56)	ロシア (60)	ロシア (83)

## 1. プライバシー意識の高い消費者の増加

→ 個人情報保護法を守っても社会的批判を回避できず、企業が萎縮

## 2. データの使い方の変化

→ 他社との連携により新しいビジネスを生む上で、現行法がハードルに

## 3. 企業活動のグローバル化

→ 我が国の規制が不十分として、EUからのデータ移転が困難に

→ 日本の個人情報保護法は、日本人向けにサービス提供する海外事業者には適用されない

- 昨年11月、個人情報、プライバシーに関する課題解決に向けパーソナルデータWGを設置し、検討を開始
- 本年5月に事業者と消費者の信頼関係構築に向けた取組等について取りまとめた

## IT融合フォーラムの全体像

### 有識者会議

- 産学の有識者で構成  
(座長：村井 純  
慶應義塾大学 教授)
- データを価値の源泉と捉える新しい社会像、ビジネス像を提言
- 対応すべき諸課題の洗い出し

大きな方向性の提示

報告・フィードバック

### ワーキンググループ

<ワーキング①> 公共データWG  
公共データ開放に関するルール、インセンティブ付与の仕組み等の検討

<ワーキング②> パーソナルデータWG  
個人情報、プライバシー等に関する課題の対処策を検討

<ワーキング③> データエコノミーWG  
データ流通社会において必要とされるルール等について検討

↑ 具体的な課題の抽出

↓ 制度的課題の検討による事業の促進

### プロジェクトグループ

<プロジェクト①> プローブデータ融合プロジェクト  
自動車から取得できるデータを活用した新たなサービスの創出に向けて、異業種を含めた議論を実施し、その実現に向けた課題を抽出

<プロジェクト②> エンジニアリングデータ融合プロジェクト  
製造業の国際的な競争力の底上げに向けて、効率化のみならず、付加価値の向上に向けたデータの利活用方法、課題抽出などを検討

# 消費者と事業者の信頼関係構築手法 —基本的な考え方、具体的な手段—



- パーソナルデータの利活用に向けた課題は、非常に広範に及ぶが、実際に事業者がパーソナルデータを利活用した際に社会的な批判につながるのは、取得する情報項目や利用目的に関して事業者と消費者の認識にずれがあることに起因することが多い。
- そこで、パーソナルデータWGでは、事業者によるパーソナルデータの収集フェーズに焦点を当てて検討を行った。具体的には、消費者が十分な理解の下でパーソナルデータの利活用に関する納得・受容をし、その結果として消費者と事業者の間で信頼関係が構築されることが重要であるとの問題意識の下、そのために求められる事業者の取組みについて、具体策の検討を行った。

## データ収集

- ◆利用許諾の本人理解  
利用許諾を取る際、どの程度まで工夫すれば本人が理解したといえるか不明確
  - ◆利用目的の記載  
幅広い利用可能を包含するよう、抽象的に記載すればするほど、利用者が何に利用されるのか想定しづらくなり、想定外の使われ方をされたという批判につながりやすい。
  - ◆利用目的の変更等の再同意  
利用目的の変更等により、再度同意を取り直す場合の手続き
  - ◆個人から得た別個人の情報  
個人から取得した情報項目の中に、同意を取得していない別個人の個人情報が含まれる場合、その取扱いが不明確
- 等

## データ管理・データ解析

- ◆匿名化技術  
どこまで匿名化を行えば匿名化がなされたと思わせるのが不明確。また、匿名化により情報としての有用性が低下。更に、同一企業内では、匿名化情報も容易照合性があり、匿名化情報と見なされない。
  - ◆仮名化  
オープンID等の類似技術が存在するものの、仮名化技術に関しては研究段階にあり実証をしながら技術的な評価をする必要がある。
  - ◆暗号化  
たとえ高度な暗号化がされていたとしても、匿名化されていない限り個人情報であると見なされる。
- 等

## データ利活用

- ◆共同利用に関する制約  
個人の情報が他の事業者において利活用される場合、利用規約や当初のプライバシーポリシーがどこまで影響力を及ぼすべきか明確ではない。
  - ◆複数企業間における個人情報の取扱いに関するルール  
複数企業において、個人情報を取り扱う際の責任分界点等に関するルールが明確ではない。
- 等

- パーソナルデータの利活用について、消費者が納得・受容するためには、事業者やその提供するサービスが、
  - ・十分な安心感を持つこと
  - ・強い訴求力があることが重要な要素として作用していると考えられるとの議論がなされた。
- このような議論の枠組みを整理すると以下の図の通りとなる。このうち、WGの検討が事業者の活動に一定の効果をもたらすことが期待される①「分かり易さ」に関する手法・アプローチ、②専門家による中立的な機関の活用、③消費者による開示情報の選択の3点に絞って検討を行った。

納得・受容

安心感

### 「分かり易さ」に関する手法・アプローチ

透明性を確保した上で、現行の冗長で分かりにくい利用規約やプライバシーポリシーではなく、消費者のサービスの理解を促すような、分かり易く簡潔な形で消費者に情報を提供する手法。

### 専門家による中立的な機関の活用

ベンチャーなど社会的信頼の確立途上にある事業者に対して、第三者が客観的に認証・評価・審査を行うことで、信頼性を高める手法。

### 消費者による開示情報の選択

消費者が自ら判断した情報の開示度合いに応じサービスを提供し、消費者の安心感を高める手法。

消費者  
への訴求

### ブランド

消費者の信頼を得るため、事業者自身や、事業者が行うサービスのブランドを高めること（ブランドを高めた企業は、特にレピュテーションリスクに配慮する傾向にあるため、消費者は一定の信頼感持ってデータを提供する傾向にある）。

### サービスの魅力

パーソナルデータの利活用に関する懸念よりもその便益が上回る魅力的なサービスを提供することで、パーソナルデータの利活用に係る消費者の納得感を向上。

- 昨今のパーソナルデータを巡る消費者と事業者間のトラブルの多くは、事業者が消費者の期待を裏切る形でパーソナルデータを利用したと判断され、社会的な批判を受けるというものである。
- こういった問題を解決するには、多くの利用規約等にみられるような、冗長で分かりにくい記述等ではなく、消費者の理解を助けるような、分かり易い形での情報提供が必要である。
- 「分かり易さ」の観点から事業者が留意すべき要素を「記載事項」と「表現振り」に分けて整理した。

## (1) 記載事項に関する留意点

利用規約等に記載する項目は、消費者が正しい理解をする上で確実に知っておくべき必要十分なものに絞り込み、全体を簡潔なものとするのが有効。具体的に以下の6項目が1つの目安となる。

1. サービスの概要
2. 取得するパーソナルデータ
3. パーソナルデータの利用目的
4. 第三者提供の有無及び提供先
5. 提供の停止の可否と、停止の方法
6. 問い合わせ先

## (2) 表現振りに関する留意点

### ①細分化・具体化

取得する情報項目の種類、利用目的について、可能な限り細分化し、具体的に記述することが重要と考えられる。

### ②取得する情報項目の種類と利用目的の紐付け

上記①で細分化・具体化された取得する情報項目や利用目的について、それぞれの対応関係を紐付けて記載することができれば、この問題を回避することが可能となると考えられる。

### ③記載の優先順位付け

情報の重要性に優先順位を付けた上で、重要な情報から順番に記載するという工夫が必要。この際、消費者が想像しにくい項目を優先すべき。

### ④取得情報の必須度

取得する情報項目が、特定のサービスを行うために必須の情報として利用されているか、必須ではないがサービスの質の向上や追加的なサービスの実施に必要な情報として利用されているかについて、区別して明示。

### ⑤第三者提供範囲の明示

現状、多くの利用規約等で、第三者提供先を具体的に明示することは少ないが、消費者の理解増進、安心感の向上という観点からは可能な限り明示していくことが望ましい。

- 利用規約等は、消費者にとっては馴染みの薄い、あるいは難解な表現が用いられることが多い。この点を改善するために、一般的に理解しやすい、平易で簡潔な表現に改めていくという手法が考えられる。
- この手法を用いる場合、定型的な文章ではないため、表現によっては、逆に消費者に不安を与える可能性もある点に留意が必要である。

## ＜平易で簡潔な表示のイメージ＞

**【サービスの概要】**  
このサービスは、「個人の行きたい場所を提案して地図画面に表示する」サービスです。

**【本サービスが利用する情報】**  
このサービスを実現するために、利用者の以下の情報を取得します。

サービス提供に当たって取得が任意の情報項目

- **操作時刻情報** : あなたの一日のライフサイクルを知るために利用します。
- **購買情報** : あなたが購入したもものから興味ある情報を分析します。
- **趣味情報** : 将来の新規サービス開発のために利用します。

サービス提供のため取得が必須な情報項目

- **GPS情報** : 今まで行った場所を保存します。(必須)

**【情報の利用範囲】**  
取得した××情報は○○のために、△△社に限り提供します。

**【情報提供の停止方法】**  
尚、以下の情報は、[こちら](#)から提供を停止することができます。

- 趣味情報
- 操作時刻情報
- 購買情報

さらに詳細な [利用規約](#)、[プライバシーポリシー](#) はこちら。

全体として平易な文言を用いた文章とする。

サービス内容を簡潔に記述する。

取得が必須の情報項目と任意の情報項目を分けて記載する。

取得する情報項目は、サービスから想像しづらい項目から順に記載する。

取得する情報項目と利用目的を紐付けて、簡潔に記述する。

サービスに必須の情報項目を明らかにする。

取得情報が、それを直接取得した事業者以外と共に活用される場合には、その提供先や共有先を明記する。

情報の取得の中止ができる項目と方法が記載されている。

取得する情報項目等にリンクを張るなどして、詳細情報まで容易にアクセス可能とする。



- 食品に貼付してある食品表示ラベルは、以下のような特徴から、消費者にとっても理解し易い。
  - ・ 消費者が、表示項目の全体像を一目で把握できる。
  - ・ 定型化されたフォーマットに入力するだけで、必要な要素を満たす表示内容を容易に整理することができる。
- 利用規約等についても同様にラベル化できれば、消費者の理解を進める上で有益と考えられる。
- なお、この手法を用いる場合、一覧性のメリットを活かすためにできるだけ項目数を絞り込んだ上でフォーマット化すべき点に留意が必要である。

## <ラベルによる一覧表示のイメージ>

項目	記述例
取得者	ABC社 ( <a href="http://www.XXXXXXXX.com/">http://www.XXXXXXXX.com/</a> )
取得情報	サービス提供に必要な情報 氏名、住所、年齢、性別、趣味、好きな楽曲、好きなスポーツ……
	取得者の分析に利用される情報 IPアドレス、位置情報……
	オプトアウトの方法 コントロール画面よりチェックボックスを外す
取得方法	Webページより利用者が入力したもの
取得時	約款の『同意ボタン』を押したときから
利用期限	ユーザ登録を抹消するまで
任意取得情報	有無 有
	取得する情報項目及び利用目的 性別（新サービスの研究・開発）、 位置情報（近隣店舗のクーポン提供）……
	方法 識別情報を削除して個人を特定できない状態で利用 （データサンプル <a href="http://www.XXXXXXXX.com/sample">http://www.XXXXXXXX.com/sample</a> ）
	オプトアウトの方法 コントロール画面よりチェックボックスを外す
第三者提供	有無 有
	提供する情報項目及び利用目的 性別（広告精度の充実） 位置情報（広告精度の充実）
	提供先 Y社、Z社……
	オプトアウトの方法 コントロール画面よりチェックボックスを外す
問合せ窓口	ABC社 ( <a href="http://www.XXXXXXXX.com/">http://www.XXXXXXXX.com/</a> )
基本契約	2011年〇月〇日付け利用規約 ( <a href="http://www.XXXXXXXX.com/tos/2011">http://www.XXXXXXXX.com/tos/2011</a> )
第三者評価	評価機関Aでの評価 ( <a href="http://tos-dr.info/">http://tos-dr.info/</a> )
規約の変更	7日間の掲示を以て変更
詳細な情報へのリンク	利用規約 ( <a href="http://www.XXXXXXXX.com/termservice/">http://www.XXXXXXXX.com/termservice/</a> ) プライバシーポリシー ( <a href="http://www.XXXXXXXX.com/privacy/">http://www.XXXXXXXX.com/privacy/</a> )

取得する情報項目を表記する。

サービスに必須の情報項目を明示する。

オプトアウト方法を表記する。

取得が任意の情報項目を表記する。

取得する情報項目は、サービス内容との関連しづらい項目から順に記載する。

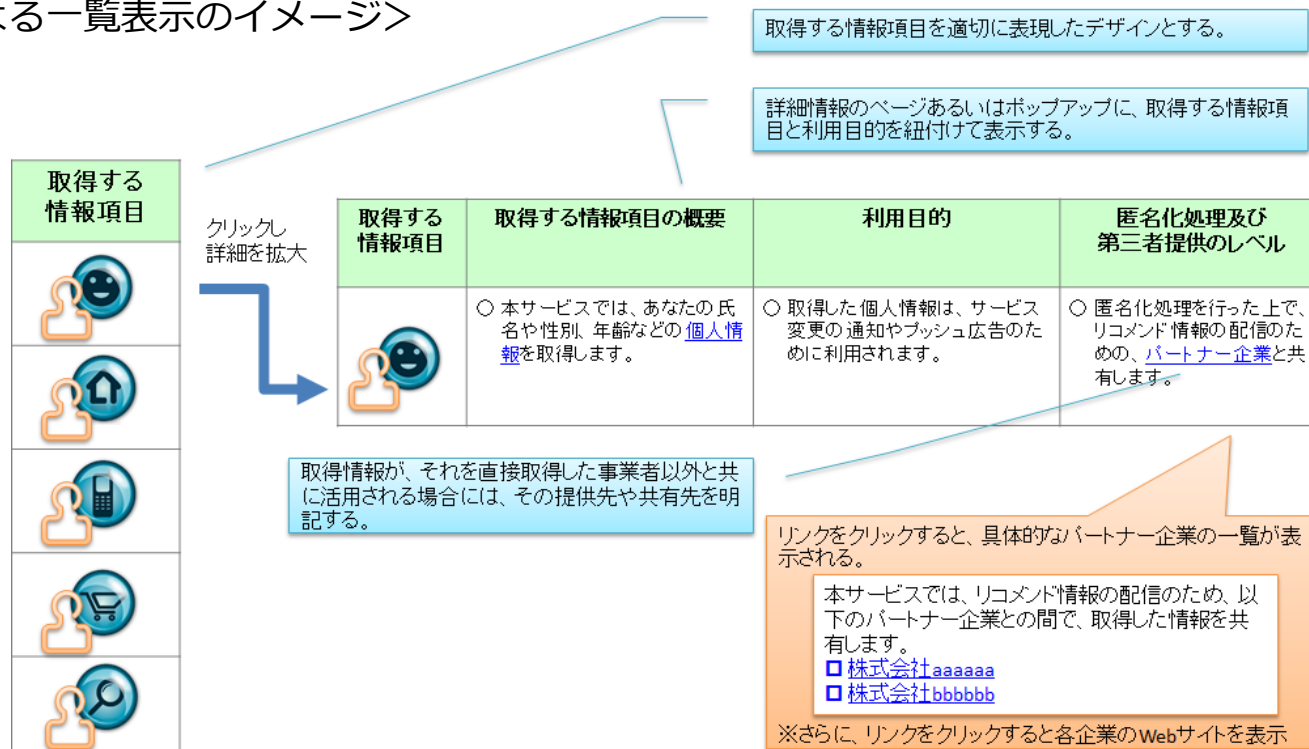
取得する情報項目と利用目的を紐付けて、簡潔に記述する。

第三者提供の情報項目を表記する。

詳細な情報はリンクで表記する。

- アイコンによる一覧表示は、視覚に直接的に訴えることから、消費者が文章を丁寧に読まない場合であっても、あるいは、消費者に大きな負担を強いることなく、瞬時的かつ直感的に内容を理解してもらうことができる。
- この手法を用いる際には、以下の点が重要である。
  - ・ 取得する情報項目を適切に表現したデザインとすること
  - ・ 詳細情報のページあるいはポップアップに取得する情報項目と利用規約を紐付けて表示をすること
- また、直観的に訴えるがゆえに、消費者が勘違いをすることをいかに防止するかといった努力も必要である点に留意が必要である。

## <アイコンによる一覧表示のイメージ>



- 社会的信頼の確立途上にある事業者や、革新的なサービスを提供しようとする事業者にとって、専門家による中立的な機関の活用が事業者自身や事業者の展開するサービスに対する消費者の安心感を高める手法の一つとして有用
- サービス内容と、消費者に提示する利用規約やプライバシーポリシーとの整合性等を事前に評価して欲しいのか、あるいは、消費者との間にトラブルが起きたときに対処方法を相談したいのかにより、コミュニケーションをとるべき機関の性質が異なる。

## 認証・審査機関

- ◆役割  
事業者が提供するサービスを事前に審査し、パーソナルデータを利活用するビジネスとして問題がないという認証・評価を行う。
- ◆能力
  - ・ パーソナルデータを利用したビジネスの実例や関連法規に熟知していること。
  - ・ 社会からの信認が得られていること。
  - ・ 国際的なルール適用、整合性等の評価ができること。
  - ・ 秘密保持が担保されていること。
  - ・ サービス開始後のフォローアップ体制が構築されていること。
  - ・ 事業者のトラブルの発生自体を防ぐ仕組みの構築に対する助言や評価ができること。
  - ・ 評価を行う過程において被評価者とコミュニケーションを取る手段や消費者の声を評価軸自体に反映させる仕組みを提供できること。
- ◆事業者にとっての意義
  - ・ 新たなサービスを開始する時点から、消費者に対し、そのサービスの信頼性を説明しやすくなる。
  - ・ 審査プロセスを通じ、サービスの改善につながる場合がある。
  - ・ 消費者からのクレームなどに対する、説明の説得力を高めることができる。

## 助言・仲裁機関

- ◆役割  
問題解決のための相談、個別事案の仲裁、サービス改善についてのアドバイス等を行う。
- ◆能力  
助言・仲裁機関としての機能を担う主体には、一般的な法律問題、特に、パーソナルデータを利活用したサービスに関連する法規等を熟知していることが求められる。
- ◆事業者にとっての意義
  - ・ サービスに対する誹謗・中傷等が発生した際に、法令等に基づき合理的な事案整理と見解を発信してもらえる。
  - ・ サービスの開始時や問題発生時に、対応方針等についてアドバイスもらえる。

- 現状では、消費者は、事業者が一方的に定める利用規約やプライバシーポリシーに応じて、事業者が求める情報を開示するか、あるいはサービスを利用しないか、という二者択一を迫られる場合が多い。
- しかしながら、例えば、「事業者が提供するサービスのうち、特定のサービスのみを受け、それに必要な情報のみを提供する。」「サービスの精度は低下するが、自らの意思で特定の情報の提供については拒否する。」等の、消費者が自ら判断した情報の開示度合いに応じたサービスを提供する仕組みを設けることができれば、消費者の納得感や受容度を高める上で効果があると考えられる。

## 消費者による選択を行っている事例

### Facebook

米国のFacebookは、Facebook会員たる消費者の個人情報を、一定のセキュリティや認証ルールの下で他の複数のサービス事業者と共有する仕組みを提供しており、この際にFacebookからサービス事業者に共有される個人情報の種類を消費者が選択することを可能としている。

### PPM

IT融合システム開発プロジェクトにおいて実証を行なっている、特定のPrivacy Policy Manager (PPM) は、複数のサービス事業者が利活用する共有の情報管理基盤であり、消費者はPPMに提供した情報のうち、どの情報をサービス事業者が共有するかを、自ら選択することが可能となっている。

## 「消費者による開示情報の選択」を実現するための事業者の利用規約の表示例及び留意点

**取得する情報項目とそれを利用したサービスの内容**

取得する情報項目に応じて、提供するサービスの内容が異なります。どの情報の取得を許可し、サービスを受けるかを以下のチェックボックスを用いて選択してください。

■は提供する情報 □は提供しない情報  
★はサービス提供に当たり必ず必要となるため、□にできません。

サービス内容 (利用目的)	GPS情報 (★)	趣味情報 (□)	操作時刻 情報(□)	購買情報 (■)
クーポン配信 サービス	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
△△サービス	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
.....	.....	.....	.....	.....

第三者に渡すことを許可するかを以下のチェックボックスで選択できます。

■は不許可 □は許可

取得する情報項目	利用目的	提供先
<input type="checkbox"/> GPS情報	.....	-なし-
<input type="checkbox"/> 趣味情報	.....	○○株式会社
<input type="checkbox"/> 操作時刻情報	.....	△△株式会社
<input checked="" type="checkbox"/> 購買情報	.....	△△株式会社

取得する情報項目のコントロールができることを明示する。

コントロールできる情報項目を表示する。

サービス提供に当たり必須となる情報項目を明示する。

取得する情報項目に応じたサービスレベルの違いを明示する。

取得が必須の情報項目と任意の情報項目を分けて記載する。

取得する情報項目と利用目的を紐付けて表示する。

どの情報を第三者に渡すかについて、消費者がコントロールできることを明示する。

- データ取得フェーズにおける事業者の取組みにより、いかに消費者と事業者の信頼関係を構築しうるかという観点から、「分かり易い表示」、「専門家による中立的な機関の活用」、「消費者による選択」という3つの手法に焦点を当て、その在り方を検討した。
- これらの検討を踏まえ、引き続き検討していくことが重要な論点について指摘が行われた。
- このような論点には、中長期的な検討を要するものも含むが、比較的、方向性が明確になったものについては、具体的なアクションに着手することを期待する。

## 引き続き検討すべき論点

### 分かり易い表示

- ・「分かり易い表示」に関する標準化
- ・サービスの拡大に伴う際同意プロセスの在り方

### 消費者による選択

- ・機微性の高い情報を所有することとなるIdPの社会的正統性を担保するような仕組みの検討

### 専門家による中立的な機関の活用

- ・機関自身の社会的正統性等の確保・付与、専門性と中立性の両立に必要な方策

### 社会に広く浸透させていく上での、法的措置、行政の対応の必要性、有効性

- ・信頼関係構築手法を普及・定着するため、個人情報保護法に基づくガイドラインへの反映のほか、個人情報保護法の見直し等、最適な対応が何であるかも含めた検討
- ・信頼関係構築手法を一般化するための規格化
- ・その他の法的措置の可能性について、論点の全体像を整理し、国際的な動向にも留意しつつ、政府レベルでの検討の加速化

## 具体的なアクション

- ①「分かり易さ」を実現するために、情報取得、サービス開始時に事業者が取るべきプロセス（表示等）の標準化
- ②個人情報保護法に基づく主務大臣のガイドラインへの反映
- ③専門家による中立的な機関に関し、社会的正統性等を確保・付与する等の方策を検討するため、例えば、政府関係機関が事前相談受付を試行的に行う。

# データ利活用による新産業創出の 次なる課題



データ利活用を進める上で、以下の様な課題が存在。

## ① 外部性

企業は、自社の競争力を高めるために、データを収集し活用するのが原則。異分野での連携活用でビジネスチャンスが広がるとしても、そのリスクとリターンが読めず、逡巡。IT融合により、社会的な課題解決にも資する新サービスが創造される可能性が大きく、現在の企業の活動に委ねていては具現化しない、大きな外部経済が存在。

## ② 新規性

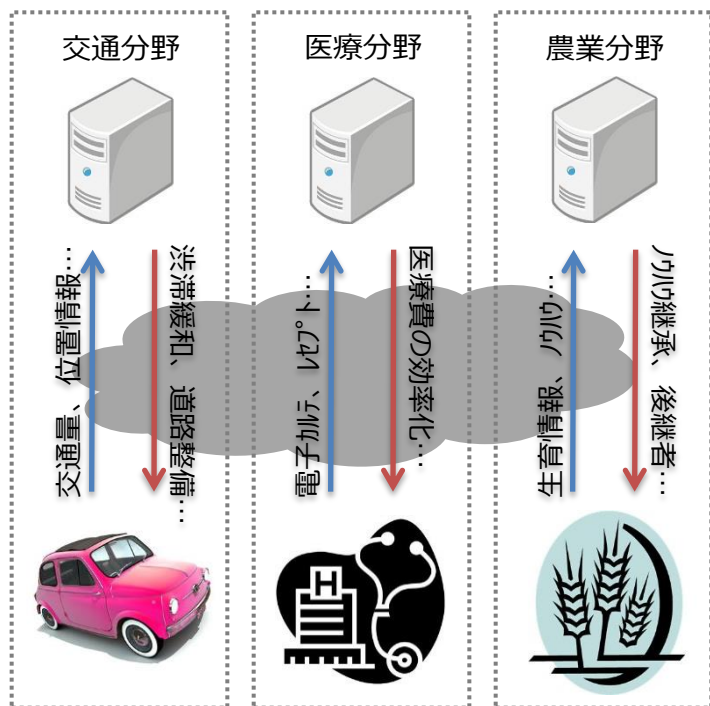
分野を越えたデータ利活用というビジネスモデル自身が新しく、また、そこから生まれるビジネスも新規性が高いため、企業が躊躇。

## ③ 規制・制度

新しいビジネスを生む上で、規制・制度が障害になるケースも存在。

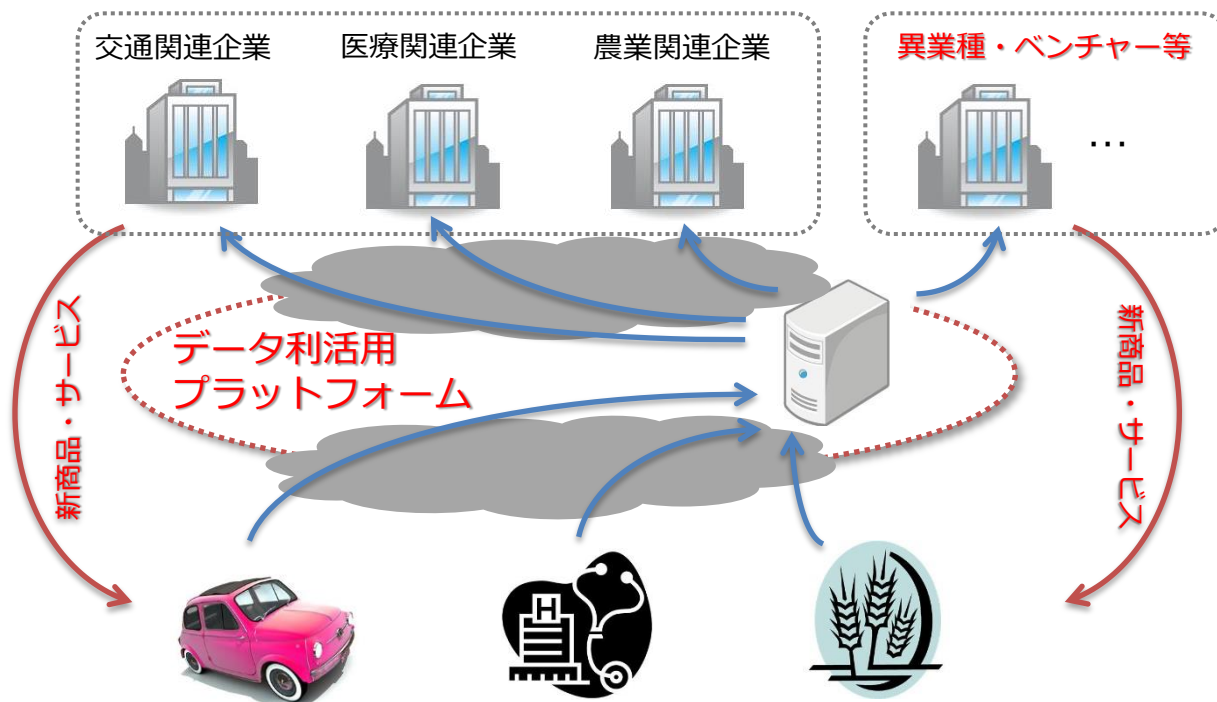
- IT・データ利活用によって国民生活の利便性向上にも寄与する様々な新サービス創出等が期待される一方、外部性、新規性、規制・制度等の課題から、企業・業界の枠を越えたデータ利活用は進まない。
- 企業・業界の枠を越えたデータの利活用を可能とする情報のプラットフォームを構築し、新ビジネスを創出する新たなプレイヤーの誕生が望まれる。

## 【現状】



- ・ データ利活用の範囲は、企業・業界内に限定。
- ・ 顧客に提供される商品・サービス、付加価値の広がりも限定的。

## 【目指す姿】



- ・ 企業・業界の枠を越えて多種多様なデータを活用することができるプラットフォームを構築、横展開することで、既存商品・サービスの付加価値向上、新商品・サービスの創出を促進。
- ・ 国民の利便性や生活の質を向上を図るとともに、経済活性化を促進。

- データ利活用のニーズがあったとしても、特に他社保有のデータに関しては、アクセスのハードルが高く、データを活用した事業モデルの構想に限界がある状況。
- こうした課題を解決し、さらに経済活動全体におけるデータ利活用を促すために、データを有償で購入してデータ取引を媒介するプレイヤーが必要。
- 死蔵しているデータの発掘、データの棚卸しや価値化を促し、新産業創出、市場活性化につなげる。

## データ法人の概要

### ◆データ提供企業

自社に眠っているデータを本法人に提供し、収益を得る。

※「公開してよいデータ」、「公開してよいが可能なら小銭稼ぎしたいデータ」、「公開したくないが条件を交渉して譲渡したいデータ」、「自社で管理するデータ」といった分類を行う作業が必要になり、データ利活用に向けた、社内検討の契機に。



### ◆データ取引を媒介する法人

#### ○データの発掘

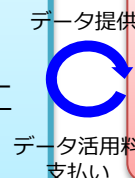
事業者等が保有し、無償、あるいは、有償で提供しようとするデータセットを、発掘し、譲り受ける。

#### ○データの加工・譲渡・販売

取得したデータを、そのまま、あるいは、組み合わせ加工して、無償で一般に、あるいは有償で個別に、譲り渡す。

#### ○データコンサルティング・ライセンスサービス

顧客事業者の求めに応じて、そのビジネスモデルに応じた匿名化、データフォーマット統一加工等のテラーメイド型のサービスを請負い、モノによってはその成果物の外販の権利を得て、それらの条件込みで、取引を行う。



### ◆データ活用企業

この法人から有償でデータを買上げ、新事業創出につなげる。

## 担い手に求められる機能（例）

プラットフォーム事業者としての知見

ポイント流通企業、知財流通の担い手（弁護士事務所）等

データリテラシーを有する人材の確保

データリテラシーを有する人材確保しているIT企業（ブレインパッド、PFI社等）

## 取り扱うデータ（例）

センサー関連情報

位置情報データ

プローブデータ

橋梁・道路等の  
インフラ関連  
データ

農地のモニタ  
リングデータ

天候関連センサ

小売データ/  
その他テキスト  
関連データ

POSデータ

EC購買履歴  
データ

企業の財務  
・与信データ

ソーシャルネッ  
トワーク等の  
テキストデータ

その他B2B取引  
で発生する  
データ

(参考) 政府全体の動き

# 日本再興戦略 IT関連部分抜粋

## 一、日本産業再興プラン

### 4.世界最高水準のIT社会の実現

#### ①ITが「あたりまえ」の時代にふさわしい規制・制度改革

ITやデータを活用したイノベーションにおいて、我が国企業が他国に劣後しないよう、徹底した規制・制度改革を進める。この取組の中で、IT利活用を推進するための法的措置(IT利活用を推進するための「基本法」)の必要性についても検討する。

#### ○世界最高水準のオープンデータやビッグデータ利活用の推進

オープンデータやビッグデータの利活用を推進するための世界最高水準のデータ利活用環境整備を行うため、「IT総合戦略本部」の下に、新たな検討組織を速やかに設置し、「規制改革会議」と連携しつつ、データの活用と個人情報及びプライバシーの保護との両立に配慮したデータ利活用ルールの策定等を年内できるだけ早期に進めるとともに、監視・監督、苦情・紛争処理機能を有する第三者機関の設置を含む新たな法的措置も視野に入れた制度見直し方針を年内に策定する。

#### ③ITを活用した安全・便利な生活環境実現

ビッグデータ等を活用して、安全・便利な生活が可能となる社会を実現するため、関係各府省が連携し、重点課題について、ITを活用した分野複合的な解決に取り組む。

#### ○IT 活用による分野複合的な課題解決

「IT 総合戦略本部」において、本年8月末までに、地域の活性化、行政の効率化、地理空間情報（G空間情報）、農業、医療・健康、資源・エネルギー、防災・減災、道路交通、教育等のうち、解決に取り組むべき課題や地域を特定し、規制改革や政策資源の投入を集中的に行うべく、具体策を固める。また、その成功モデルをパッケージで海外展開することにより、国際貢献と我が国の国際競争力強化に貢献する。



# 世界最先端 I T 国家創造宣言

## I. 基本理念

### 1. 閉塞を打破し、再生する日本へ

- 景気長期低迷・経済成長率の鈍化による国際的地位の後退
- 少子高齢化、社会保障給付費増大、大規模災害対策等、課題先進国
- 「成長戦略」の柱として、I T を成長エンジンとして活用し、日本の閉塞の打破、持続的な成長と発展

### 2. 世界最高水準の I T 利活用社会の実現に向けて

- 過去の反省を踏まえ、**I T 総合戦略本部、政府 C I O**により、**省庁の縦割りを打破、政府全体を横串で通し、I T 施策の前進、政策課題への取組**
- I T 利活用の裾野拡大に向けた組織の壁・制度、ルールの打破、成功モデルの実証・提示・国際展開
- 5年程度の期間（2020年）での実現
- 工程表に基づきPDCAサイクルを確実に推進

## II. 目指すべき社会・姿

世界最高水準の I T 利活用社会の実現と成果の国際展開を目標とし、以下の 3 項目を柱として取り組む。

### 1. 革新的な新産業・新サービスの創出と全産業の成長を促進する社会の実現

- 公共データの民間開放（オープンデータ）の推進、ビッグデータの利活用推進（パーソナルデータの流通・促進等）
- 農業・周辺産業の高度化・知識産業化、○ オープンイノベーションの推進等
- 地域（離島を含む。）の活性化、○ 次世代放送サービスの実現による映像産業分野の新事業の創出

### 2. 健康で安心して快適に生活できる、世界一安全で災害に強い社会

- 健康長寿社会の実現、○ 世界一安全で災害に強い社会の実現
- 効率的・安定的なエネルギーマネジメントの実現、○ 世界で最も安全で環境にやさしく経済的な道路交通社会の実現
- 雇用形態の多様化とワークライフバランスの実現

### 3. 公共サービスがワンストップで誰でもどこでもいつでも受けられる社会の実現

- 利便性の高い電子行政サービスの提供、○ 国・地方を通じた行政情報システムの改革
- 政府における I T ガバナンスの強化



### Ⅲ. 目指すべき社会・姿を実現するための取り組み

#### 1. 革新的な新産業・新サービスの創出と全産業の成長を促進する社会の実現

##### (1) 公共データの民間開放（オープンデータ）・ビッグデータの活用の推進

###### 【主な取り組み】

- 公共データの案内・横断的検索を可能とするデータカタログサイトについて2013年度中に試行版を立ち上げ、2014年度から本格運用を実施。2015年度末には、他の先進国と同水準の公開内容を実現。
- 「パーソナルデータ」の取扱いについて、速やかに新たな検討組織を設置。個人情報保護ガイドラインの見直し、同意取得手続きの標準化等の取組みを年内早期に着手。第三者機関の設置を含む、新たな法的措置も視野に入れた、制度見直し方針を年内に策定。

##### (2) ITを活用した日本の農業・周辺産業の高度化・知識産業化と国際展開（Made by Japan農業の実現）

###### 【主な取り組み】

- 2016年度までに、農業の現場で得られるデータを蓄積・解析することで、篤農家の知恵を多面的利活用する新たな生産方式「A I（アグリインフォマティクス）農業」を構築し、国内外に展開。
- 農業資材・機械等の周辺産業において、「A I 農業」等で得られたデータ・ノウハウを用いて、複合的なサービスの展開を図り、2018年までに業界の主要収益源の一つに成長させる。2020年度には農林水産物輸出目標1兆円に貢献。

##### (3) 幅広い分野に跨がるオープンイノベーションの推進等

###### 【主な取り組み】

- クラウドファンディング等リスクマネー供給の仲介機能強化、知識及びデータの提供、専門家による支援等、環境整備を推進。

##### (4) IT・データを活用した地域（離島を含む。）の活性化

###### 【主な取り組み】

- 地域における実証プロジェクト等により、新たな街づくりモデルやビジネスモデルを構築し、2015年度以降、国内外への普及展開。

##### (5) 次世代放送サービスの実現による映像産業分野の新事業創出、国際競争力の強化

###### 【主な取り組み】

- 4 K、及びスマートテレビに対応した放送については2014年、8 Kについては2016年、衛星放送等における放送開始。
- 2020年には、市販のテレビで4 K、8 K放送やスマートテレビに対応したサービスを受けられる環境を実現。

### Ⅲ. 目指すべき社会・姿を実現するための取り組み

## 2. 健康で安心して快適に生活できる、世界一安全で災害に強い社会

### (1) 適切な地域医療・介護等の提供、健康増進等を通じた健康長寿社会の実現

#### ① 効果的・効率的で高品質な医療・介護サービスの展開

##### 【主な取り組み】

- 医療・介護・健康情報を医療機関の他、遠隔医療、在宅医療・介護や生活支援サービスを含む多様な主体が共有・連携する仕組みとして、医療情報連携ネットワークを標準化や費用対効果の向上等を図りつつ2018年度までに全国へ普及・展開。

#### ② 現役世代からの健康増進等、医療・健康情報等の各種データの活用推進

##### 【主な取り組み】

- 保険者や地方自治体、企業が、健診データやレセプトデータ等に基づく加入者や地域住民、社員の保健指導や本人の参加も含む健康作りを推進するなど、2016年度までには、地域や企業における国民の健康増進・健康管理に有効な方策を確立。

### (2) 世界一安全で災害に強い社会の実現

#### ① 命を守る災害関連情報の提供等、防災・減災体制の構築

##### 【主な取り組み】

- 災害時にすべての国民が正確な災害関連情報を、確実かつ多様な伝達手段で入手可能となる強靱な防災・減災情報インフラを構築。2015年度までに、Jアラートの伝達手段の多重化・多様化を含め重層的な情報収集・伝達体制を構築。
- 2018年度までに、ITを活用して、無人やリモートで操作できる災害対応ロボット等を導入。
- 地理空間情報を利用した避難誘導や消火活動を2016年度までに導入を検証し、2020年度に導入。

#### ② IT利活用による世界一安全で経済的な社会インフラの実現

##### 【主な取り組み】

- 社会インフラの管理者は、2013年度から各施設の現況等のデータをデータベース化し、当該データのプラットフォームを構築し、2014年度から運用開始、2015年度以降、本格運用。各施設管理者間の活用、国民への「見える化」を実現。
- 2020年度までには、国内の重要インフラ・老朽化インフラの20%はセンサー等の活用により点検・補修を実施。



### Ⅲ. 目指すべき社会・姿を実現するための取り組み

## 2. 健康で安心して快適に生活できる、世界一安全で災害に強い社会

### (3) 家庭や地域における効率的・安定的なエネルギー・マネジメントの実現

#### 【主な取り組み】

- 2014年度までに、「デマンドリスポンス」に係る実証を完了、実用化。2016年を目途に行われる予定の電力の小売参入自由化等の法制度整備に併せ、スマートメーターの普及、「デマンドリスポンス」を活用した安定的・効率的なエネルギー・マネジメントを普及。

### (4) 世界で最も安全で環境にやさしく経済的な道路交通社会の実現

#### 【主な取り組み】

- 2014年度には、安全運転支援システムの早期実用化に向けたモデル地区での先導的な実証事業を公道上で実施。
- 車の自律系システムと車と車、道路と車との情報交換等の組み合わせにより運転支援技術の高度化や実用化に向けた公道上での実証を実施。2020年代中には、自動走行システムの試用開始。
- 2018年には交通事故死者数を2500人以下とし、2020年までには、世界で最も安全な道路交通社会を実現（交通事故死者数が人口比で世界一少ない国を目指す）、交通渋滞は大幅削減。

### (5) 雇用形態の多様化とワーク・ライフ・バランス（「仕事と生活の調和」）の実現

#### 【主な取り組み】

- 就業継続が困難となる子育て期の女性や育児に参加する男性などを対象に、労働者にとって、やさしい、週一回以上、終日在宅で就業する雇用型在宅型テレワークの推奨モデルを産業界と連携して支援、2016年までにその本格的な構築・普及を実現。
- 2020年には、テレワーク導入企業を2012年度比で3倍、週1日以上終日在宅で就業する雇用型在宅型テレワーカー数を全労働者の10%以上とし、第一子出産前後の女性の継続就業率を55%（38.0%（2009年））、25歳から44歳までの女性の就業率を73%（現在、66.8%（2011年））まで高める。
- ITを活用したハローワーク等の就職支援機能の強化。

## Ⅲ. 目指すべき社会・姿を実現するための取り組み

### 3. 公共サービスがワンストップで誰でもどこでもいつでも受けられる社会の実現

#### (1) 利便性の高い電子行政サービスの提供

##### 【主な取り組み】

- 官民の協働によって、より利便性の高い公共サービスを創造する。
- このためのクラウドを活用したオープンな利用環境を、データ・フォーマット、用語、コード、文字等の標準化・共通化等を行いつつ整備。

#### (2) 国・地方を通じた行政情報システムの改革

##### 【主な取り組み】

- 政府 C I O 指導の下、重複システムの排除やネットワークの統廃合、政府共通プラットフォームへの移行など、政府情報システムの改革を推進し、2018年度までに現在の情報システム数（2012年度：約1,500）を半数近くまで削減、2021年度目途に、原則すべての政府情報システムをクラウド化し、運用コストを圧縮する（3割減を目指す）。
- I T 投資に当たっては業務改革を徹底。番号制度を導入する行政分野について、行政サービスと業務改革（B P R）及び情報システムの改革の計画を策定し、着実に実施。

#### (3) 政府における I T ガバナンスの強化

##### 【主な取り組み】

- 政府情報システムに関する投資計画を、2014年度予算から、予算編成に合わせて策定・推進。
- 日本版「I T ダッシュボード」（各府省の I T 投資の状況等をインターネット経由で一覧性をもって国民が確認できる仕組み。）の整備を進め、2014年度早期から運用を開始。
- 政府の情報システム調達に関して、標準化・共通化の推進、応札事業者の技術力評価の在り方についての見直し等を実施し、調達コストの削減や透明性向上及び競争力のある市場を構築。

## IV. 利活用の裾野拡大を推進するための基盤の強化

### 1. 人材育成・教育

#### (1) 教育環境自体のIT化

- 学校の高速度ブロードバンド接続、1人1台の情報端末配備、電子黒板、無線LAN環境整備、デジタル教科書・教材の活用等、初等教育段階から教育環境自体のIT化を進め、児童生徒等の学力の向上とITリテラシーの向上を実現。
- 2010年代中にはすべての小学校、中学校、高等学校、特別支援学校で教育環境のIT化を実現。

#### (2) 国民全体のITリテラシーの向上

- 子供から学生、社会人、高齢者に至るまで、年代層別に、ITに関する知識を身につけるための取り組みを推進。

#### (3) 国際的にも通用・リードする実践的な高度なIT人材の育成

- 初等・中等教育段階からプログラミング等のIT教育を推進。
- 産業界と教育現場との連携を強化して、IT人材を育成していく環境の整備と提供、実践的な専門教育プログラム等を構築。
- 起業意識を醸成するイベントやプロジェクト等を通じて、先端人材の発掘・支援。

### 2. 世界最高水準のITインフラ環境の確保

- 低廉かつ高速のブロードバンド環境が利用できるよう事業者間の公正な競争条件の確保等、競争政策を引き続き推進。
- 離島などの不採算地域においても高速のブロードバンド環境の整備・確保。
- 大規模災害時にも、IT利活用が可能となるよう、強靱かつリダンダント（冗長的）なITインフラ環境を確保。

### 3. サイバーセキュリティ

- 「サイバーセキュリティ戦略」（平成25年6月10日 情報セキュリティ政策会議決定）に基づき、具体的な施策を推進することを通じて、世界を率先する強靱で活力あるサイバー空間を構築することにより「サイバーセキュリティ立国」を実現。

### 4. 研究開発の推進・研究開発成果との連携

- 情報通信社会の今後の動向を見据えた研究開発を推進、イノベーションにつながる様々な先端技術（先端的な国際ネットワーク拠点の構築、超高速ネットワーク伝送技術、認識技術、データの加工・分析技術等）の研究開発を迅速かつ的確にIT戦略と連携。
- 総合科学技術会議等とも連携を図りつつ、研究開発を推進、研究開発成果の国際標準に向けた取り組みを推進。



# V. 本戦略の推進体制・推進方策

## 1. 本戦略のPDCAサイクル等の推進管理体制

### (1) 政府CIOの司令塔機能の発揮

- 電子行政、新産業、農業、医療・健康、防災・減災、道路交通、人材育成等の分野について、府省横断的な推進計画の作成。
- 本戦略に係るIT投資の全体最適を実現するための政府としての方針（経費の見積りの方針）の策定。
- 本戦略に係る具体的な施策を、府省統一的に推進するための技術的又は専門的事項などを定める指針（ガイドライン）の作成。
- PDCAサイクルの各段階に応じた、施策の推進（投資効果、進捗状況等）に係る評価の実施。

### (2) IT総合戦略本部における推進管理体制

- IT総合戦略本部の下に、政府CIOを中心とした専門調査会を設置。重点分野については、専門調査会の下に分科会を設置。
- 政府CIOが中心となってIT戦略に関するPDCAサイクルを確立すべく、体制のさらなる強化を検討。

## 2. 目標・進捗管理における評価指標

- 可能な限り、定量的なKPI（重要業績評価指標：Key Performance Indicator）を設定し、推進管理。

## 3. 規制改革と環境整備

規制改革会議と連携し次の取組みを推進。併せてIT利活用を推進するための法的措置（「基本法」）の検討。

- ① **パーソナルデータの取扱いについて**、IT総合戦略本部の下に、新たに検討組織を速やかに設置。データ利活用ルールの策定等は年内できるだけ早期に進める。**第三者機関の設置を含む、新たな法的措置も視野に入れた制度見直し方針を年内に策定。**
- ② 電子行政サービスにおける認証の在り方を含め、利用者の利便性向上とプライバシー保護、本人確認の正確性の担保との両立を図る、本人確認手続き等の見直しについて検討。
- ③ IT利活用の裾野拡大の観点から、関連制度（運用解釈が明確でないものも含む）の精査・検討を行い、**本年中を目途に、「IT利活用の裾野拡大のための規制制度改革集中アクションプラン」（仮称）を策定。**

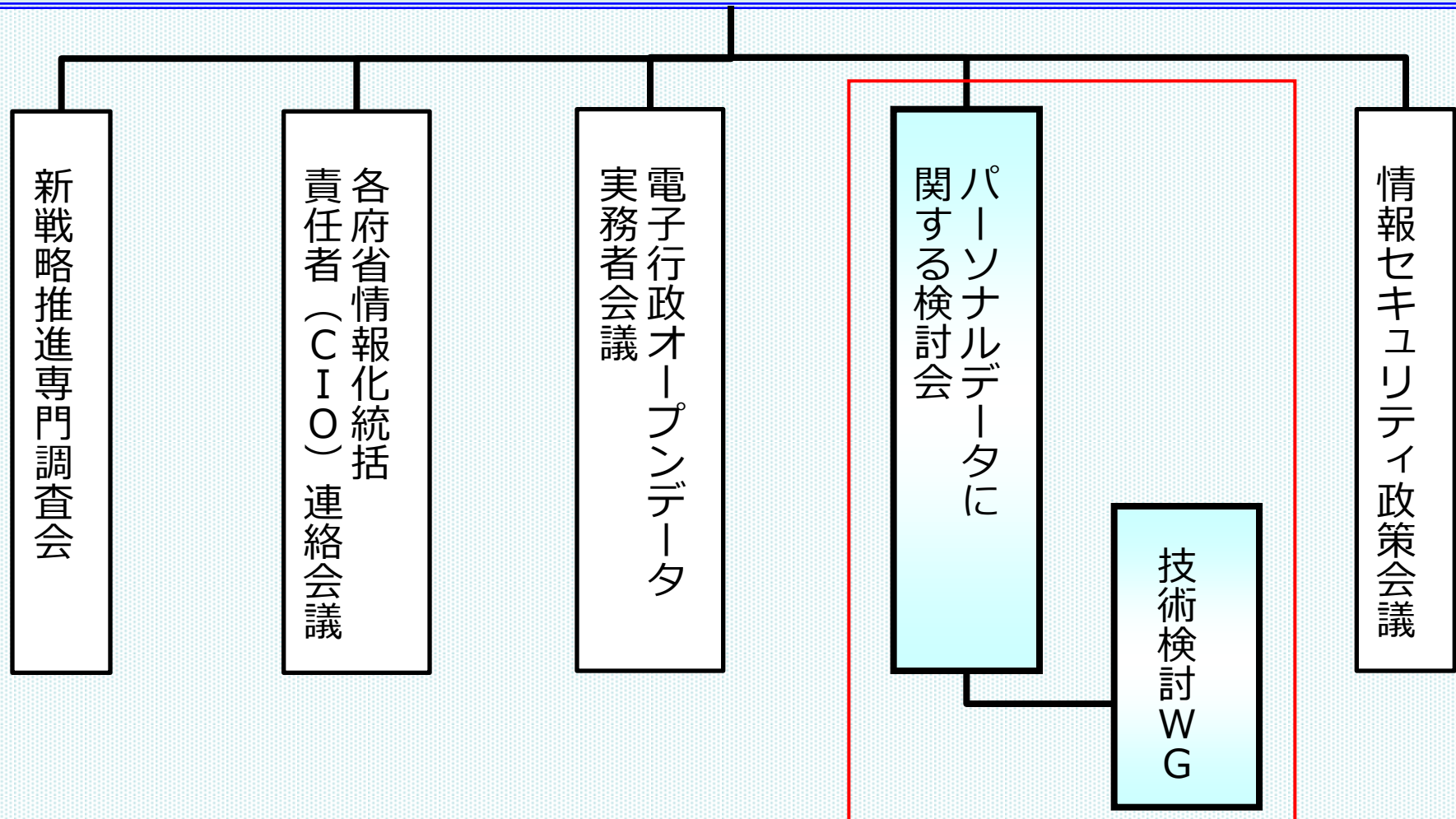
## 4. 成功モデルの実証・展開

- 関係各府省が連携し、地域の活性化、行政の効率化、地理空間情報、農業、医療・健康、資源・エネルギー、防災・減災、道路交通、教育等の重点課題について、ITを活用して総合的に解決するプロジェクトを分野複合的に実施。
- IT総合戦略本部において、課題や地域を特定し、各省の政策資源を集中的に投入し、**国家プロジェクトとして推進し、成功モデルの実証・提示、国際展開。**



# パーソナルデータに関する検討会の体制

## 高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部 (IT総合戦略本部)



(参考) 経済産業省における相談窓口の設置

## 背景

- 近時、情報処理技術の向上等により、多種多様なデータを収集し、分析することが可能になってきています。このような技術の向上を背景に、多種多様なデータを積極的に利活用することで、社会課題の解決、新規ビジネスの創出、サービスの魅力・付加価値向上等を進めていく取組が広がってきています。
- 一方で、パーソナルデータの取得及び利活用に当たっては、個人情報・プライバシー保護とのバランスをとることが重要で、この点の対応が不十分であったために、社会的批判を受けるという事態も見受けられています。

## 実施内容

- 経済産業省は、平成25年5月にIT融合フォーラムパーソナルデータワーキンググループ報告書を公表しました※2。この報告書では、事業者が消費者との信頼関係を構築しサービスを実施する上で、消費者の視点に立った情報提供、同意の取り方、利活用の手法の選択等が重要であると指摘し、そのための具体的な方策を例示しました。今回の日本版PIAでは、この報告書の考え方を踏まえ、消費者とのよりよい信頼関係の構築に資するアプローチ（サービス内容やプライバシーポリシーの分かり易い表示等）を実践しようとする事業者の提案を募り、専門家による助言を得つつ、サービスの改善等を支援することを目指します。（※2：<http://www.meti.go.jp/press/2013/05/20130510002/20130510002.html>）
- 試行事業者を募り、サービス内容、分かり易い表示等の実践案を経済産業省に提出いただきます。ヒアリングや、専門家の助言による改善等を支援し、モデルとなるような実践例を経済産業省のホームページにおいて公表します。
- 試行結果や予定している消費者アンケートの結果などを参考に、「分かり易さに関する手法・アプローチ」の標準化や、その適切性を確認するための評価プロセス等の整理など、日本版PIAの本格実施に向けた検討を進めます。

**【サービスの概要】**  
このサービスは、「個人の行きたい場所を提案して地図画面に表示する」サービスです。

**【本サービスが利用する情報】**  
このサービスを実現するために、利用者の以下の情報を取得します。  
サービス提供に当たって取得が必須でない情報項目

- ▶ **操作時刻情報** : あなたの一日のライフサイクルを知るために利用します。
- ▶ **購買情報** : あなたが購入したもから興味ある情報を分析します。
- ▶ **趣味情報** : 将来の新規サービス開発のために利用します。

サービス提供のため取得が必須な情報項目

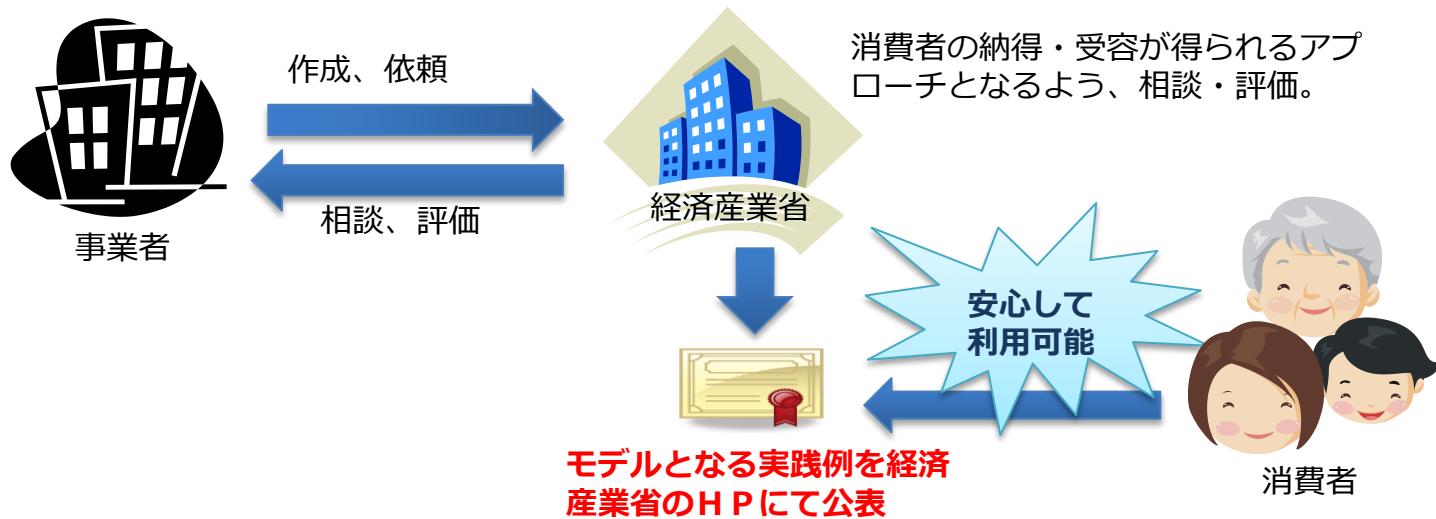
- ▶ **GPS情報** : 今まで行った場所を保存します。(必須)

**【情報の利用範囲】**  
取得した××情報は○○のために、△△社に限り提供します。

**【情報提供の停止方法】**  
尚、以下の情報は、[こちら](#)から提供を停止することができます。

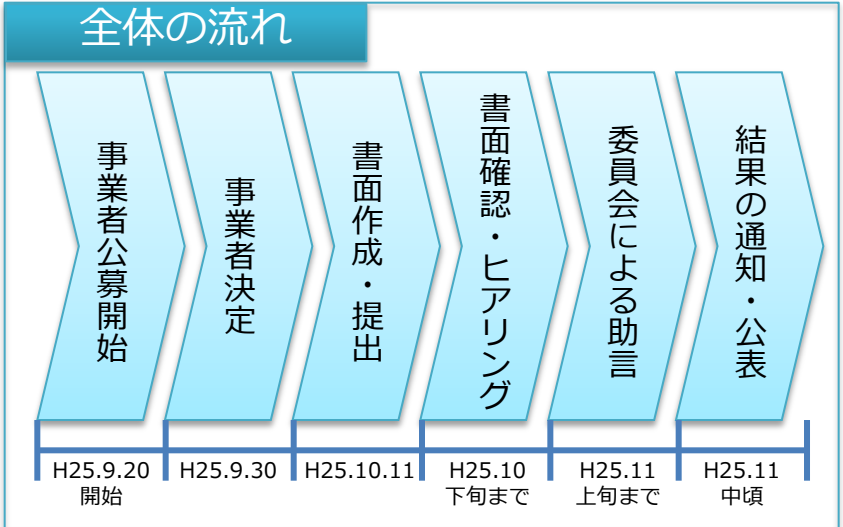
- ▶ 趣味情報
- ▶ 操作時刻情報
- ▶ 購買情報

さらに詳細な [利用規約](#)、[プライバシーポリシー](#) はこちら。



パーソナルデータの利用方法について分かり易い表示等を実施

# 試行実施の概要



### 全体の流れ

事業者公募開始	経済産業省のホームページにて事前相談評価の試行に参加する事業者を募集。
事業者決定	経済産業省が、応募のあった事業者の中から、試行対象を決定。
書面の作成・提出	試行対象となる事業者が、所定の書面を作成の上、経済産業省に提出。
書面確認・ヒアリング	経済産業省が、提出された書面に基づき「分かりやすさに関する手法・アプローチ」として望ましいものであるか評価。必要に応じてヒアリングも行う。
委員会による助言	有識者からなる委員会が、更なる改善の必要性等も含め検討し、助言。
結果の通知・公表	経済産業省が、結果を事業者に通知。モデルとなる望ましい実践例を、経済産業省のホームページで公表。

## 公募について

- 公募期間：平成25年9月20日～平成25年9月30日
- 対象事業者：経済産業省所管事業者
- 必要書類：個人情報やパーソナルデータの取り扱いに関する社内規程、個人情報保護方針及びプライバシーポリシー（いずれかしかない場合はある方のみでも可）、利用規約等のサービス利用に当たって適用される契約又は契約条件（約款等）、サービスの概要説明資料等
- 応募方法の詳細は別添資料をご参照ください。
- ※ 応募多数の場合は、業種、サービス内容、企業規模等を勘案の上、試行事業としての政策的波及効果が相対的に高いと考えられる事業者に絞り込んで選定。

## 相談・評価の観点について

- パーソナルデータワーキンググループの報告書「パーソナルデータ利活用の基盤となる消費者と事業者の信頼関係の構築に向けて」において提示した、信頼関係構築のための「分かりやすさに関する手法・アプローチ」（同報告書（概要版）4ページに記載されている、(1)記載事項に関する留意点、(2)表現振りに関する留意点）等をご覧ください。
- サービス単位で分かり易い適切な表示が実現できているかを中心に、望ましい信頼関係に資するアプローチの実践となるよう相談に応じ、評価します。
- 相談・評価の期間は1ヶ月程度を予定しています。必要に応じてヒアリングを行います。
- 審査を受けるに当たって以下の書類を提出していただきます。
  - 取り扱うパーソナルデータの種類と利用目的、取得方法、第三者提供の有無及び提供先等を説明する資料
  - 取り扱うパーソナルデータの種類・利用目的等を分かり易く表示するなど、具体的な実践内容を説明する資料
  - 個人情報保護法の遵守状況及び「分かりやすさに関する手法・アプローチ」の実践に関する「自己チェックシート」