

匿名加工情報・個人情報の適正な利活用の在り方に関する動向調査

調査報告書

平成 30 年 3 月

MRI 株式会社三菱総合研究所

社会 ICT イノベーション本部

目次

1. 認定個人情報保護団体及びその他の業界団体における個人情報保護指針等の作成・運営状況の調査	1
1.1 認定個人情報保護団体における個人情報保護指針等の作成・運営状況の調査	1
1.2 業界団体における個人情報・匿名加工情報の利活用に向けた取組.....	9
1.3 小括	12
2. 事業者が保有する個人情報・匿名加工情報の利活用実態についての調査	13
2.1 事業者の個人情報・匿名加工情報の利活用実態に関するヒアリング調査.....	13
2.2 事業者の個人情報・匿名加工情報等の利活用実態に関するアンケート調査	18
2.3 事業者のプライバシーポリシーに関する文献調査	25

本調査の目的

平成 29 年 5 月 30 日に全面施行された改正個人情報保護法においては、個人情報の有用性として、「個人情報の適正かつ効果的な活用が新たな産業の創出並びに活力ある経済社会及び豊かな国民生活の実現に資するものであること」が追記され、安全性を確保しつつデータの積極的な利活用の推進に寄与するものとして、匿名加工情報制度が新たに創設された。

個人情報を含むパーソナルデータの取得・収集・分析・流通が社会的活動及びイノベーションや経済成長における重要な役割を果たすようになる中、個人情報の有用性を認めつつも、個人情報保護法及びプライバシーの観点からパーソナルデータの利活用を躊躇する場合があります、個人情報を含むパーソナルデータの適正な取扱いを通じた利活用の推進に向けた取組や環境整備が求められている。

本調査では、個人情報・匿名加工情報の利活用の実態について調査し、法に適応した適正な利活用の在り方について整理・分析するとともに、利活用に関する事例集をとりまとめることにより、認定個人情報保護団体及び事業者団体の自主的な取組や各事業者における個人情報を含むパーソナルデータの適正な利活用を支援することを目的とする。

1. 認定個人情報保護団体及びその他の業界団体における個人情報保護指針等の作成・運営状況の調査

個人情報保護法では、個人情報を事業の用に供する者を広く対象として、個人情報の取扱いに関して共通する必要最小限のルールが定められるとともに、個人情報を取り扱う者において、それぞれの事業等の分野の実情に応じて、自律的に個人情報の適正な取扱いが確保されることが期待されており、認定個人情報保護団体及びその他の業界団体における個人情報保護に係る取組が、パーソナルデータの利活用を進展させる前提ともなり得る。

このことから、各産業分野における個人情報保護指針の作成・運営状況や、業界におけるパーソナルデータの利活用（特に、個人情報の第三者提供、共同利用、委託、匿名加工情報の作成・提供・利用など）について現状や今後の展望を把握するため、認定個人情報保護団体及びその他の業界団体に対してヒアリング調査を実施し、分野・業種ごとの状況を把握した。ヒアリングを実施した団体は認定個人情報保護団体が8団体、その他の業界団体が5団体、計13団体である。

1.1 認定個人情報保護団体における個人情報保護指針等の作成・運営状況の調査

個人情報保護法において、個人情報取扱事業者等による個人情報の適正な取扱いを確保することを目的として、「認定個人情報保護団体」の制度が設けられている。認定個人情報保護団体には、個人情報保護法第47条第1項で規定される個人情報等の取扱いに関する苦情の処理などを行うほか、業界の特性に応じて自主的に「個人情報保護指針」を作成し、その指針に基づいて対象事業者に対して、適切な個人情報の取扱いがなされるよう指導していくことが求められている。2018年3月30日現在、44団体¹が認定を受けている。

本調査では、認定個人情報保護団体に対し、個人情報保護指針等の作成・運営状況に関するヒアリング調査を実施した。個人情報保護指針は、認定個人情報保護団体の事業分野の特性に応じて策定されているため、様々な業界がカバーされるようヒアリング対象となる団体を抽出し、次の団体²に対してヒアリングを行った。

表 1-1 ヒアリング対象団体

(順不同)

団体名	対象事業者の 事業分野	個人情報保護指針の名称
一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）	全般	JIPDEC 個人情報保護指針
全国銀行個人情報保護協議会	銀行業	個人情報保護指針
一般社団法人生命保険協会	保険業	生命保険業における個人情報の保護の

¹ 最新の団体数は個人情報保護委員会ウェブサイトを参照。

² 以下、法人格の記載は省略する。

団体名	対象事業者の 事業分野	個人情報保護指針の名称
		ための取扱指針
一般社団法人日本クレジット協会	クレジット事業	個人情報保護指針
一般社団法人医療データベース協会（AMDJ）	経済産業分野	医療データベース協会の会員における個人情報の適正な取扱いのための指針
一般財団法人日本データ通信協会（JADAC）	電気通信業	電気通信事業における個人情報保護指針
一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）	モバイルコンテンツ関連事業	モバイルコンテンツ関連事業における個人情報保護指針
一般財団法人放送セキュリティセンター（SARC）	放送事業	放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針

出所：認定個人情報保護団体一覧（平成30年3月30日現在）より作成

(1) 認定個人情報保護団体の対象事業者（事業分野）における個人情報・匿名加工情報の取扱いの概要

ヒアリングを行った各認定個人情報保護団体における対象事業者（主に各団体の会員事業者）が取り扱う個人情報の種類や取得目的、第三者提供の状況を以下に示す（表 1-2）。

対象事業者において取得されている個人情報は、各事業者における顧客管理情報やサービス提供記録にかかる情報が中心であり、個人の顧客との取引・サービス提供が主な目的であった。一方、顧客情報を統計化した情報を用いてサービスの利用傾向やニーズを分析し、宣伝やダイレクトマーケティングに生かしている事例もみられた。

表 1-2 認定個人情報保護団体のヒアリング結果（対象事業者の業種・事業、取り扱っている個人情報の種類・取得目的）

団体	対象事業者の業種・事業	取り扱っている個人情報の種類・取得目的
日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主にプライバシーマークの付与事業を行っており、付与を受けた事業者が対象事業者となっている。 ・ 対象事業者は業界横断的に多分野の事業者が加入している（比較的、通信・システム事業者・通販事業者が多い）。 ・ 銀行やクレジットカード事業者は、業界をカバーする別の認定個人情報保護団体に加入 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者が多分野にわたるため、取り扱っている個人情報は多様であり、取得目的について、特段の傾向は見られない。

団体	対象事業者の業種・事業	取り扱っている個人情報の種類・取得目的
	<p>していることが一般的であるが、プライバシーマークの付与を受けているため JIPDEC の対象事業者にもなっている場合がある。</p>	
<p>全国銀行個人情報保護協議会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主な対象事業者は銀行業を営む事業者。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者は、預金情報、借入の情報等を取り扱っている。 ・ 預金取引や融資取引における顧客管理を目的に取得している。
<p>生命保険協会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者は日本で事業を行う全生命保険会社 41 社。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者は生命保険に関する募集情報、契約情報、審査情報として、氏名、性別、生年月日、住所、病歴・健康情報、信用情報、保険の給付額等の個人情報を扱っている。 ・ 利用目的は保険契約の引き受け、管理、保険金・給付金の支払い、各種商品の案内、事業に関する情報提供等がある。
<p>日本クレジット協会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者は、クレジット事業を営む事業者。 ・ また、信用保証を行う事業者、リース事業者等も対象事業者となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者が取り扱う個人情報は、顧客の属性情報、信用情報、契約情報、クレジットの利用情報、本人確認情報がある。 ・ 個人情報の取得目的は、与信判断および与信後の管理、各種案内等がある。
<p>医療データベース協会 (AMDJ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者は医療関連のデータを匿名加工して第三者提供を行う事業者（一部事業者は、委託により医療関連データの分析も行う）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ レセプトデータ、DPC データ（包括医療費支払制度）、検査値などの医療関連データを取り扱っている。 ・ 研究機関や製薬会社に対し、個人情報を匿名加工して第三者提供することを目的としている。
<p>日本データ通信協会 (JADAC)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象事業者の大半は電気通信事業者であり、特に電話関連、ケーブルテレビ、インターネットプロバイダーの事業者が多い。 ・ 団体として積極的に対象事業者の拡大を図っており、電気通信事業者以外（運送業、製造 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要事業者においては顧客情報の取扱いが中心。 ・ 顧客満足度向上のためのサービス提供や料金請求といった顧客管理を目的としている。

団体	対象事業者の業種・事業	取り扱っている個人情報の種類・取得目的
	業等)も対象事業者に加わっている。	
モバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF)	<ul style="list-style-type: none"> 対象事業者は、主にネット上でBtoCのサービスを行うコンテンツ事業者。 	<ul style="list-style-type: none"> 対象事業者は、顧客情報や従業員情報等をもっている。その他利用者情報として、広告の閲覧状況やコンテンツの提供を受けた際の活動内容等の消費者の行動履歴を持っている。 サービス提供の一環としてデータを取得している。
放送セキュリティセンター (SARC)	<ul style="list-style-type: none"> 対象事業者は地上系放送関連事業者、ケーブルテレビ関連事業者、衛星放送関連事業者等。 	<ul style="list-style-type: none"> 取り扱っている個人情報は、有料放送の顧客情報と地上波放送等の会員情報及び個人情報である視聴履歴が中心である。 個人情報の取得目的は、有料放送サービスの顧客管理の他、キャンペーン等で取得する情報や会員クラブ情報の活用、放送受信者の意見の把握などである。

出所：各団体へのヒアリング結果を基に作成

各認定個人情報保護団体は、個人情報保護法や個人情報保護委員会によるガイドラインを踏まえつつ、個人情報保護法第53条に基づき個人情報保護指針を作成している。個人情報保護委員会がウェブサイトにおいて公表している各団体の個人情報保護指針をみると、44団体中32団体（2018年3月30日時点）において匿名加工情報の取扱いに関する記載がある。

今回ヒアリングを行った団体の対象事業者においては、匿名加工情報の実際の活用状況は限定的であったが、医療分野のように、治験や創薬など個人に紐づく複数の情報を前提とした上で情報の分析を行い、サービス提供を実施している分野では匿名加工情報の作成・提供が実施されていた。また、その他業種・分野では従前自社内の個人情報や統計情報のみを活用して分析を行っていた企業から、より広く細かい分析が可能な匿名加工情報を収集してマーケティングや商品開発に活用したいとのニーズが挙げられた。

上記のニーズに対する主要な課題としては、必要な情報をどの業界・企業が保有しているかが分からないこと、他業種から匿名加工情報の提供を受ける場合にはその業種での取扱いに係るルールを知る必要があること、所属している団体・企業において匿名加工情報をどのようにビジネスに活かせば良いか分からないことなどが指摘された。

これらの指摘を踏まえ、匿名加工情報の利用が更に進むためには、どの業界・企業がどのような情報を保有しどのようなルールに基づいて取り扱っているかが明らかになること、何に使うかという目的を明確にして企業が目的起点でビジネスに必要な情報を検討すること、匿名加工情報の利用のメリットが具体的に見出せることが必要であると考えられる。

(2) 個人情報保護指針の作成

前述のとおり、個人情報保護法第 53 条により、認定個人情報保護団体は個人情報保護指針を作成するよう努めなければならない、と規定されており、指針を作成または変更した場合には個人情報保護委員会に届け出ることとなっている。これに従い、各団体とも個人情報保護指針を策定している。作成方法としては、個人情報保護法第 53 条第 1 項で「消費者の意見を代表する者その他の関係者の意見を聴いて」指針を「作成するよう努めなければならない」と規定されている。このことから、各団体においては、対象事業者や業界の特性等に応じて指針作成プロセスに参画する関係者を選定し、内部のタスクフォース・委員会や有識者の意見等を踏まえて、個人情報保護指針を策定している。

また、各認定個人情報保護団体における個人情報保護指針において、団体における自主ルールや、個人情報保護委員会ガイドラインへの上乗せ規定等、指針作成に関して特徴的な取組もみられた（表 1-3）。具体的には、匿名加工情報に関する各ステークホルダーの意見を確認する、対象事業者が指針を理解しやすいようにハンドブックを別途作成する、匿名加工情報の活用の事例集を作成する、個人情報に該当するものをより具体的に例示する、匿名加工情報の提供契約における留意点の提示、などであるが、いずれも、各認定個人情報保護団体の対象事業者がパーソナルデータの利活用を検討する契機となったり、具体的な利活用における取組を促進するなどの効果が期待されるものとなっている。

表 1-3 個人情報保護指針の策定に関連した特徴的な取組

団体	特徴的取組
日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）	<ul style="list-style-type: none"> 匿名加工情報の作成方法に関しては、対象事業者の業種が多様で、利用目的に応じて加工方法が変わるため、一律に規定をすることは困難。 一律な指針ではなく、様々な利用目的に応じて事業者が参照できるよう、事例集³を作成・公表している。
生命保険協会	<ul style="list-style-type: none"> 対象事業者が匿名加工情報の利活用を行う際の参考に資する情報提供としてまとめたレポートを作成している。
医療データベース協会（AMDJ）	<ul style="list-style-type: none"> 医療関連データで個人情報に該当するものを具体的に例示し、委員会ガイドラインに上乗せしている。

³ https://www.jipdec.or.jp/protection_org/u71kba00000001hh-att/AOP_006.pdf

日本データ通信協会 (JADAC)	<ul style="list-style-type: none"> 匿名加工情報については、総務省の位置情報に関するガイドライン等を参考に、各ステークホルダーに意見を確認しながら作成した。 指針策定に加え、対象事業者の理解を促すため、対象事業者向けのハンドブックを作成した⁴。
モバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF)	<ul style="list-style-type: none"> 匿名加工情報の提供先に対して、契約等により匿名加工情報の利用目的を限定するよう、委員会ガイドラインに上乘せして提供元企業が提供先企業に対しエンフォースを確保することを定めている。
放送セキュリティセンター(SARC)	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報となる視聴履歴の具体的な取扱いについて、指針で定めている。 匿名加工情報は、対象事業者向けに視聴履歴のユースケース資料を作成している。

出所：各団体へのヒアリング結果を基に作成

(3) 運営状況

前述したとおり、業種分野を超えて個人情報・匿名加工情報の利活用を行う場合、他分野でのルールも把握する必要があるためパーソナルデータの活用が進みにくいという課題があるが、認定個人情報保護団体によって業種を超えたパーソナルデータの活用に対する指針や利活用事例が示されることは、各対象事業者が利活用する際の一助になると期待されている。

a. 業界における個人情報・匿名加工情報の第三者提供・共同利用・委託の状況

個人情報については、業務委託は、いずれの業界でも発送業務やデータ処理業務などで多く行われている。また、保険業界、銀行業界、クレジットカード業界では、資格審査等において、共同利用や本人同意に基づく第三者提供が行われている（表 1-4）。

匿名加工情報の第三者提供については、医療データベース協会を除き、行われていないと認識しているとの回答であった。その理由として、業界の課題としてある企業のデータを他の企業に提供するとビジネス上の信頼を損なう恐れがあるといったレピュテーションリスクの懸念や匿名加工情報を利活用するメリットが明確になっていないことなどが挙げられている。これらの課題に対しては、データの特性やビジネスの様態などを踏まえ、業界毎に適切な匿名加工の基準を検討することが重要と考えられる。また、大手事業者等が匿名加工情報の利活用を行うことなどにより、業界内での匿名加工情報の利活用が飛躍的に広まる可能性もある。

医療データ分野については、医療データベース協会によれば、対象事業者がレセプトデータ、DPC データ、検査値といった医療データを匿名加工し、製薬会社や研究機関に提供している（創薬や治験、その他研究などに用いられる）。

⁴ <https://www.dekyo.or.jp/kojinjyoho/contents/law/1.html>

表 1-4 個人情報の第三者提供等の状況

団体	個人情報の第三者提供等の状況
日本情報経済社会推進協会 (JIPDEC)	<ul style="list-style-type: none"> ・対象事業者における共同利用は一定数存在する。 ・第三者提供や委託については、受け渡しの記録や台帳を作成することで明確に管理されている。
全国銀行個人情報保護協議会	<ul style="list-style-type: none"> ・手形の不渡りなどの情報共有を目的として、対象事業者間で共同利用している。 ・グループ会社から、同意を得た上で個人情報の提供を受けているケースもある。
生命保険協会	<ul style="list-style-type: none"> ・モラルリスク対策を目的として、契約時の本人同意に基づき対象事業者間で共同利用する情報交換制度（契約内容登録制度・契約内容照会制度、医療保障保険契約内容登録制度、支払査定時照会制度）により第三者提供を実施している。
日本クレジット協会	<ul style="list-style-type: none"> ・業法に基づき、同意を得た上で与信管理のため信用情報機関への情報の提供・登録及び信用情報機関を通じた情報取得を行っている。 ・業務委託先であるカード作成事業者・請求書印刷事業者に委託による提供を行っている。
医療データベース協会 (AMDJ)	<ul style="list-style-type: none"> ・研究機関や製薬会社への提供を中心に実施している。 ・他の健康保険組合との比較を目的に、健康保険組合への提供や疫学データとして、生命保険事業者・医療保険事業者への提供も実施している。
日本データ通信協会 (JADAC)	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ内での委託により料金請求やイベントの案内等のために提供している。
モバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF)	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリサービスでは、IDに基づく行動履歴等の情報を提供しているが、個人情報を持っていない場合が一般的であり、このようなサービス類型では個人情報保護法上の第三者提供に当たらない場合が多い。
放送セキュリティセンター (SARC)	<ul style="list-style-type: none"> ・有料放送では関連会社のコールセンターに委託による提供を行っている。 ・ケーブルテレビ事業者では親子会社間で共同利用しているケースがある。

出所：各団体へのヒアリング結果を基に作成

b. 苦情処理の仕組み

苦情処理については、個人情報保護法第 52 条に基づき、各認定個人情報保護団体とも、Web の苦情受付フォーム、メール、電話により受け付けている。実際には個人情報に関係のない苦情も多く寄せられるが（むしろ、個人情報保護に関する苦情はあまり多くないとの回答が多かった）、それらの苦情に関しても担当の窓口を案内する等適切に対応している団体が多い。

c. 情報発信

認定個人情報保護団体としての情報発信は、各団体とも会員向けの情報発信（メールマガジンや会報等）が中心であるが、会員向けの講習会・セミナーや、Webによる消費者向けの情報発信（広報・啓発等）などを行っている団体もあった。講習会・セミナーのテーマは、直近では対象事業者向けの個人情報保護法改正に関するものが多かったが、一般向けに開催して新たな対象事業者の獲得を図っている団体もあった。

1.2 業界団体における個人情報・匿名加工情報の利活用に向けた取組

業界団体における個人情報・匿名加工情報の利活用に向けた取組を調査するため、業務上個人情報を取り扱う可能性のある団体に対し調査を依頼し、5つの業界団体（IT・エレクトロニクス業界、広告業界、小売業界、旅行業界）⁵に対してヒアリングを行った。

(1) 概要

業界団体においても、個人との取引やサービス提供に必要な個人情報の取得・利用が中心であるとの回答が多かった。

取得している個人情報は、顧客の氏名、年齢、性別、住所、連絡先といった顧客管理用の情報とサービスの利用履歴やウェブサイト上のアクセスログ、商品の購入履歴などが中心であった。

現時点では匿名加工情報を利用していない場合でも、将来的には可能性は十分あるのではないかという下記のような見方も示された。

- ・ 医療分野は新薬・医療費削減等メリットが分かりやすいため、次世代医療基盤法に見られるように、医療情報の分野で利活用が期待できる。
- ・ 個人情報保護法上、個人情報を匿名加工情報として提供することが制度的に担保されているとしても、消費者に受け入れられるのかという懸念があり、企業間で様子見の状況が続いている。企業が匿名加工情報の利活用を行うことを表明し、消費者から受け入れられれば、各企業も続くのではないかと考えられる。
- ・ エリアごとの消費動向の分析など営業面において匿名加工情報を活用したいニーズはあるが、提供する側としては情報主体（主には顧客）からクレームを受けるなどのリスク⁶を負うことができるか、提供を受ける側としては匿名加工情報が適正に加工されているのか、不安があり、慎重に考えているのが現状。これらが払拭されれば、匿名加工情報の利活用は進むものと考えられる。

一方、匿名加工情報についてはまだ利活用のメリットが見えていない、会員企業や業界内で利用している事例を団体として把握していない、という回答も見られ、下記のような見方も示された。

- ・ 個々の顧客やターゲットに直接リーチできないため匿名加工情報の用途が考えにくい。
- ・ 重要な顧客のデータはすでに保有している一方、それらのデータについては、匿名加工するとしても他社に提供するという事は経営戦略上の観点から考えにくい。
- ・ 匿名加工情報の提供は適法であるとしても、レピュテーションリスクが懸念される。

上記のとおり、匿名加工情報の利用に対するレピュテーションリスクへの懸念、メリット及び用途が明らかでないとの指摘があることから、具体的な匿名加工の方法に対する啓発

⁵ 小売業界については2団体にヒアリングを行った。

⁶ 適法に取り扱っている場合でも、情報主体からクレームを受けるリスクはゼロではないという認識であった。

を行い消費者からの理解を得ていくことや、匿名加工情報の利活用実績が明らかになり企業が匿名加工情報の利用に対するメリット及び用途を認識することにより、今後匿名加工情報の利活用が広がると考えられる。

(2) 個人情報保護ガイドラインの作成

ヒアリングを実施した5つの業界団体のうち、4つの業界団体では、個人情報保護委員会のガイドラインを参考にしてプライバシーポリシーに関するガイドラインや個人情報を含む幅広い情報に関する指針を示している。業種によっては個人情報保護法への対応の判断が難しく、会員事業者がビジネスを行う際に必要以上に躊躇してしまう状況があり得る。そのため、個人情報保護法に基づく適切なビジネスができるようこれらの指針が自主的に作成されていた。例えば、広告業界の団体で、個人情報に該当しないユーザの情報に関する取扱いを定めている事例が見られた。

一方、匿名加工情報の作成方法に関しては、ヒアリングした業界団体としてはルール等を作成していなかった。その理由としては、上述のように匿名加工情報の作成・提供・利用に関する効果を当該業界団体として十分に把握できていないことや、団体内に匿名加工情報の適正な加工を行えるだけの知見や人材がないため現状では着手できていないとの回答もあった。

なお、業界団体としては加工方法等を策定せず、各会員企業に対応を任せる方針を取っている団体もあった。なお、この団体では、会員社の多くがプライバシーマークを取得しており、個人情報の取扱いについてはプライバシーマークの方針に従っている場合が多いため、業界固有のルールは特に策定していないとのことであった。

(3) 運用状況

a. 業界における個人情報・匿名加工情報の第三者提供・共同利用・委託の状況

個人情報の取扱いを含む委託はいずれの業界でも多く行われており、以下のような事例が挙げられた。

- ・ 保守・メンテナンスの申込・依頼について、コールセンターで受けた個人情報の取扱いを協力企業へ委託するケース
- ・ ネット上のキャンペーンに応募した消費者の個人情報の取扱いを広告主から広告会社等へ委託するケース
- ・ 店舗やコールセンターで取得した、商品の発送、データ入力等に必要な個人情報の取扱いを配送業者へ委託するケース
- ・ ランドオペレーターとして旅行サービス手配業を行うために必要な、外国からの旅行客の個人情報の取扱いを外国の旅行業者から委託されるケース

他方、共同利用については、セミナーを共同開催するような場合や従業員情報を企業・健康保険組合・労働組合で利用するケース以外では、あまり行われていないとのことであった。

本人同意による第三者提供については、ヒアリングを行った 5 つの業界団体のうち 1 つの団体の業界では行われている例があるとのことであった。第三者提供が行われている事例としては、例えば、旅行サービスの手配やそれらサービスの受領のための手続きに必要な範囲内での航空会社や運送事業者・宿泊先・免税店等への提供が挙げられた。このように第三者提供が限定的であった背景としては、保有している個人情報が経営戦略上、自社のマーケティングを実施するための重要な情報として取り扱われており、他社への提供については慎重に考えられていることが挙げられる。

また、匿名加工情報の第三者提供に関しては、いずれの業界でも行われていないという認識であった。

b. 苦情処理の仕組み

関係業法により苦情受付が定められているある業界団体では、個人情報に関するものに限らず、業界内の苦情の受付を Web の苦情受付フォーム、メール、電話により行っている。電話による受付が大半を占めるが、店舗を持っているところでは対面での苦情受付も行っている。中心的な苦情はサービスに関するものである。個人情報の漏えい等の事故があった場合は、各事業者から個人情報保護委員会へ報告するとともに、業法を所管する省庁への報告を行うこととしている。また、同様に関係業法により苦情受付が定められている他の業界団体では、団体が会員に事実確認を行い、内容を判断した上で、必要に応じて会員に必要な対応を助言として求めている。非会員に対する苦情についても苦情元の消費者又は苦情先の事業者に必要なアドバイスをを行い、悪質な事例については行政・警察に相談している。

業法により苦情受付が特段定められていない団体では、基本的に各会員企業において苦情対応窓口が設けられており、一次的な受付は各会員企業に委ねられている。各会員企業における対応では、ウェブサイトに掲載されている所定の手順や様式に従って行われており、個人情報の目的外利用等に関する苦情よりも、個人情報の取扱いとは関係のない苦情（例：接客時に、期待した説明がなかった等）が寄せられることが多い。

c. 情報発信

情報発信はいずれの団体においても会員企業向けのものが中心であり、セミナーや勉強会、会員企業間の情報交換の場の提供などが行われている。

消費者向けの情報発信については、行動ターゲティング広告においてオプトアウトを行うために複数の事業者が API 連携により運営しているウェブサイト上で、情報発信・啓発を行っている団体もあった。このような取組は、自身の情報の取扱いに対する消費者向けの可視化の取組として有効であり、成果を大きくするという観点から、これらの取組自体を消費者向けに周知・啓発することが望ましいと考えられる。

1.3 小括

(1) 個人情報の外部移転

個人情報に関しては、本調査においてヒアリングを実施した認定個人情報保護団体の対象事業者やその他の業界団体の会員事業者では、サービス提供のための業務委託が行われているケースが多くみられた。

共同利用や第三者提供については、生命保険や銀行、クレジットカード会社などモラルリスクへの対応や与信情報の共有が必要とされている業界や、旅行会社によるサービスの手配など、実務上、企業間での情報の共有や提供が必要かつ社会的に受容されている業界で限定的に行われている。これらの業界では、共同利用や、サービス利用時に本人同意を得ることにより、第三者提供が行われている。

一方、上記以外の業界において共同利用や第三者提供があまり行われていない理由としては、顧客情報は経営戦略とも密接に関わる情報であるため外部への提供は想定していないことが挙げられた。

(2) 匿名加工情報の利活用

匿名加工情報に関しては、医療分野において医療データベース事業者による匿名加工情報の利活用が進んでいる。具体的には、病院、健康保険組合、調剤薬局から匿名加工情報の提供を受け、分析等の処理を行って製薬会社や大学・研究機関等に提供している。なお、医療データベース事業者は個人情報保護法改正により匿名加工情報の規定が設けられる以前から同様の事業を行っていたが、法改正によって法的根拠がより明確になったとのことである。他の分野においては、ヒアリングを行った認定個人情報保護団体及び業界団体では、匿名加工情報の利活用は行われていないと認識している一方、匿名加工情報の作成・提供の事例集作成や情報提供などを行っている認定個人情報保護団体もあることから、現時点では、今後の利活用にむけた土台作りが進められている段階といえる。

今後、匿名加工情報の加工方法や、匿名加工情報の利活用実績及び活用による効果を具体的に示すことができれば、各業界において利活用を行う事業者が増えてくると考えられる。

(3) その他の取組

認定個人情報保護団体及びその他の一部の業界団体においては団体における苦情処理の仕組みが整えられており、日常的に事業者に代わって苦情の処理が行われている。また、認定個人情報保護団体及びその他の業界団体ともに対象事業者・会員事業者に向けた情報発信が行われている。

業界団体によっては、苦情処理や情報発信など、認定個人情報保護団体として求められる機能を備えている団体もあり、今後認定個人情報保護団体となり、個人情報保護の適正な取組を行う団体が増えていくことが期待される。

2. 事業者が保有する個人情報・匿名加工情報の利活用実態についての調査

事業者が保有する個人情報・匿名加工情報の利活用の実態を把握するため、事業者へのヒアリング調査（2.1）、アンケート調査（2.2）、文献調査（2.3）の3つの調査を行った。

ヒアリング調査は、匿名加工情報の作成・第三者提供を実際に行っている以下の事業者を対象に実施した。

- a. 小売事業者
- b. クレジットカード事業者
- c. 調剤薬局
- d. 医療データベース事業者
- e. 介護事業者（ケアプラン分析・提案事業者を含む）
- f. システム事業者

アンケート調査は、IoT推進コンソーシアム⁷の会員を対象に、パーソナルデータの利活用実態に関する調査を実施した。

また、文献調査は、匿名加工情報の作成及び第三者提供を行う際の公表を行っている事業者のプライバシーポリシー及び個人情報保護法に基づく公表情報の整理を行った。

2.1 事業者の個人情報・匿名加工情報の利活用実態に関するヒアリング調査

匿名加工情報の利活用の実態について事業者ヒアリングを行い、匿名加工情報の第三者提供の目的と内容、方法について別添の事例集として整理した。以下では事例集のポイント及び事業者ヒアリング結果を記載する。

(1) 事業者の匿名加工情報利活用事例集の概要

事例集の作成にあたり、小売事業者、クレジットカード事業者、調剤薬局、医療データベース事業者、介護事業者（ケアプラン分析・提案事業者を含む）、システム事業者にヒアリングを実施した。また、それぞれにおける匿名加工の対象データは、ID-POS データ、クレジットカード利用情報、医療データ（処方箋記載事項）、医療データ（レセプトデータ）、介護サービス利用情報、役員報酬・従業員賃金等情報である。

以下に、匿名加工の対象データ別の加工者・提供元、提供先、及び提供元・提供先における目的の概要を整理した。

⁷ 産学官が参画・連携し、IoT推進に関する技術の開発・実証や新たなビジネスモデルの創出推進するための体制を構築することを目的として設立され、約3,000社の法人の他、有識者、地方公共団体、中央省庁から構成されている。主な活動として、①IoTに関する技術の開発・実証及び標準化等の推進、②IoTに関する各種プロジェクトの創出及び当該プロジェクトの実施に必要な規制改革等の提言等の推進、に取り組んでいる。

表 2-1 事業者における匿名加工情報の利活用事例の概要

事例の概要	加工者・提供者・利用者、利活用目的
<p>1. 購買履歴 (ID-POS データ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 小売事業者が収集したポイントカード等の「利用者が、いつ、どの店舗で、何をいくつ購入したか」という ID-POS データについて、匿名加工を行った上で、商品の仕入れ元のメーカーや卸業者に販売するというもの。 ● POS データではなく、ID-POS データなので、メーカーや卸業者はターゲットを絞った詳細な分析が可能となる。 	<p>【匿名加工情報の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小売事業者(a) <p>【匿名加工情報の利用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ メーカー・卸業者 <p>【匿名加工情報の利活用目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 小売事業者：商品の仕入れ元のメーカー等から、匿名加工情報の分析結果に基づいた、各社商品の店舗における売り場の棚割り等の販売方法について提案を受けることを目的としている。 ● メーカー・卸業者：自社の商品をエンドユーザーが購入している状況を詳細に分析し、よりターゲットを絞った効果的なマーケティングが可能となる。
<p>2. 購買履歴 (クレジットカード利用情報)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● クレジットカード事業者が収集した利用者の属性や利用履歴について、匿名加工を行った上で研究機関に提供し、マーケティングや商品開発に関する分析等を依頼するというもの。 ● 統計情報ではなく、匿名加工された個々の消費者の購買に関する履歴を用いることで、自社顧客の実績データに基づく詳細なマーケティング分析や商品開発への活用が期待されている。 	<p>【匿名加工情報の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ クレジットカード事業者(b) <p>【匿名加工情報の分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 研究機関 <p>【匿名加工情報の利活用目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● クレジットカード事業者：保有する情報を外部研究機関に提供し、AI による分析結果の提供を受けることで、今後の事業計画の参考としたり、新たな事業に関する示唆を得ることを目的としている。(なお、具体的な分析方法・分析項目等の設定は研究機関に委ねられている。)
<p>3. 処方箋記載事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 調剤薬局が取り扱う処方箋に含まれる患者情報(年齢・性別)及び調剤情報(薬局、調剤年月日、薬剤名)について、匿名加工を行った上で、専門シンクタンクに提供するというもの。専門シンクタンクは医薬品産業・ヘルスケア産業・研究機関等に対し、情報提供やコンサルティングを行っている。 ● 処方箋に含まれる個人情報の第三者提供について本人同意を取得することは難しいため、匿名加工を行うことで多くの情報の活用が可能となる。要配慮個人情報を含むため、安全性に配慮するためにも匿名加工を行っている。 	<p>【匿名加工情報の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 調剤薬局(c) <p>【匿名加工情報の集約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ シンクタンク <p>【匿名加工情報の利用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 製薬会社 ・ 研究機関 <p>【匿名加工情報の利活用目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 調剤薬局：シンクタンクを通じて、保有する処方箋情報を医薬品の市場分析や研究開発等に役立てるため。 ● シンクタンク：処方箋情報等の分析を行い、製薬会社、研究機関等にデータベースやコンサルティングのサービスを提供する。 ● 製薬会社・研究機関：製薬会社は、エンドユ

事例の概要	加工者・提供者・利用者、利活用目的
	<p>ユーザーに自社・他社の薬がどのように販売・利用されているかを把握することを目的としている。大学等の研究機関は、薬の服用等に関する研究を目的としている。</p>
<p>4. レセプトデータ（健康保険組合）</p> <ul style="list-style-type: none"> ●健康保険組合が保有するレセプトデータについて、匿名加工を行った上で医療 DB 事業者提供するというもの。医療 DB 事業者は健康保険組合や研究機関や製薬会社等に対して、データ提供やコンサルティングなどのサービスを提供。 ●疫学情報として取り扱うため、本人同意を得られたデータのみでは十分でなく、統計的に分析可能な規模で、偏りの少ないデータが必要であり、匿名加工情報を用いている。本人同意が不要であることには、情報収集が迅速に行えるというメリットもある。 	<p>【匿名加工情報の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・健康保険組合 <p>【匿名加工情報の集約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・医療データベース事業者 (d) <p>【匿名加工情報の利用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・健康保険組合 ・研究機関 ・製薬会社等 <hr/> <p>【匿名加工情報の利活用目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●健康保険組合：組合員に対する保健事業の効果増大や効率化を図るために検討する際、自らが保有するレセプトデータ等と医療 DB 事業者の保有する他組合のデータの比較・分析結果を参考として用いる。 ●医療データベース事業者：レセプトデータ等のデータベース化及び分析を行い、健康保険組合、研究機関、製薬会社等に提供する。 ●研究機関・製薬会社等：匿名加工された医療ビッグデータを用いて新薬・新サービスの開発や学術的研究を行う。
<p>5. 介護サービス利用情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ●介護事業者が保有する介護データ(ケアプラン、アセスメント情報等)について、匿名加工を行った上でケアプラン分析・提案事業者提供するというもの。ケアプラン分析・提案事業者は、AI 開発事業者との業務提携により、AI を用いて、利用者の体調や症状に合った、より効果的なケアプランをケアマネージャーに提案するシステムを開発中。 ●匿名加工を行うことで、要配慮個人情報を含む介護データの第三者提供について本人同意が不要になり、AI による分析において重要なデータ量の確保、偏りのないデータ収集が可能となっている。 	<p>【匿名加工情報の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・介護事業者(e) <p>【匿名加工情報の集約・分析委託】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケアプラン分析・提案事業者(e) <p>【匿名加工情報の分析】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・AI 開発事業者 <hr/> <p>【匿名加工情報の利活用目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●過去の利用者の介護サービスの内容及びアセスメントの情報を分析して、サービス利用者の状況に応じた、自立支援の効果が期待できるケアプランを提案する AI システムの開発に用いる。
<p>6. 役員報酬・従業員賃金等情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ●税理士事務所・公認会計士事務所が保有す 	<p>【匿名加工情報の作成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・税理士事務所 ・公認会計士事務所

事例の概要	加工者・提供者・利用者、利活用目的
<p>る企業データ（企業情報、役員情報（役職、年齢、報酬、退職金等）、従業員の賃金指標等）について、匿名加工を行った上でシステム事業者を提供するというもの。</p> <p>●役員情報は企業にとっても税理士・公認会計士にとっても参考となる有用な情報だが、個人情報として収集するのでは本人同意を得ることが難しく、匿名加工を行っている。</p>	<p>【匿名加工情報の利用】</p> <p>・システム事業者(f)</p>
	<p>【匿名加工情報の利活用目的】</p> <p>●税理士事務所・公認会計士事務所：取引先企業に対するアドバイス（主に税務に関するもの）を行う際に、取引先企業と類似した企業に関するデータをシステム事業者が提供するデータベースから抽出し、参考として利用する。</p> <p>●システム事業者：企業情報（業種・所在地・規模に応じた役員報酬・従業員賃金等）に関するデータベースを作成し、自社サービスの会員（税理士事務所・公認会計士事務所）等に提供する。</p>

出所：三菱総合研究所作成

上記のうち、(a)～(f)はヒアリングを実施した事業者である。また、小売事業者、調剤薬局、医療データベース事業者、システム事業者は、個人情報保護法の改正により匿名加工情報が制度化される以前から同様の事業を行っていたとのことである。

事例集では、上記の各事例について、ポイント、関係者間での匿名加工情報の授受（チャート）、匿名加工の対象となる個人情報、匿名加工情報の利活用目的、匿名加工に用いた手法、匿名加工情報の提供方法を整理している。各事例の詳細は事例集を参照されたい。

(2) 個人情報・匿名加工情報の第三者提供のメリット

匿名加工情報を実際に利活用している事業者へのヒアリングでは、匿名加工情報の利活用のメリットとして次の3点が挙げられた。

- 個人情報の漏えいについて、その可能性が限りなく低減するよう対策しているが、匿名加工情報の場合は、仮に匿名加工情報の提供先で漏えいした場合でも消費者の実害を低減することが可能である。また、個人データの取扱いの委託の場合には、委託元には委託先の監督義務が生じるが、匿名加工情報の提供の場合には、提供元にそのような義務は生じない。
- 匿名加工情報からは消費者の行動等の履歴が把握できるため、統計情報に比べ詳細な分析が可能となる。また、提供元において一定の加工基準に基づいて匿名加工情報を作成することで、情報の項目や加工基準にばらつきが少なくなり、各情報の比較・分析が容易となる。
- 個人情報を保有する事業者から匿名加工情報として提供を受ける場合には、目的外利用及び第三者提供の際の本人の同意が不要なため、個人情報として提供を受ける

場合と比較して、より多くの事業者から大量の情報の提供を受けることができ、より多角的な検討が可能となる。また、過去のデータ（個人情報）の場合は改めて本人同意を取ることが困難な場合が多いが、匿名加工されていれば過去のデータも活用できる。

また、匿名加工情報の提供においては、データベース事業者・システム事業者が介在する事例が大半であり、情報の保有者と情報の利用者をつなぐ役割を果たしていた。これにはヒアリング結果もふまえると、以下のような理由が考えられる。

- 匿名加工の方法がわからない事業者に対してシステム・ツールを提供することで、適切な匿名加工を行うことができ、また、複数の提供元がある場合でも均質な情報とすることができる。
- データを適切に加工・分析できる人材が限られているため、加工・分析技術に長けるデータベース事業者・システム事業者へのニーズが少なくない。
- 情報の保有者・利用者間の直接のチャンネルがないことが多いため、仲介する存在が求められる。

なお、いずれの事業者も Web の受付フォーム、メール、電話により苦情の受付を行っているが、匿名加工情報の作成及び第三者提供を含む個人情報の取扱いに関して苦情を受けたことは特にないとのことであった。

2.2 事業者の個人情報・匿名加工情報等の利活用実態に関するアンケート調査

企業における個人情報・匿名加工情報等の活用状況やニーズ、課題を把握するため、IoT推進コンソーシアムの会員企業に対しウェブによるアンケートを実施した。実施期間は2018年3月8日から同月16日までで、207件の回答があった。

回答した企業の構成は以下（図2-1）のとおりであるが、特定のコンソーシアムの会員企業を対象としていることから、各項目の分析に関しては、回答者の事業内容や従業員数に偏りがあることに留意する必要がある⁸。

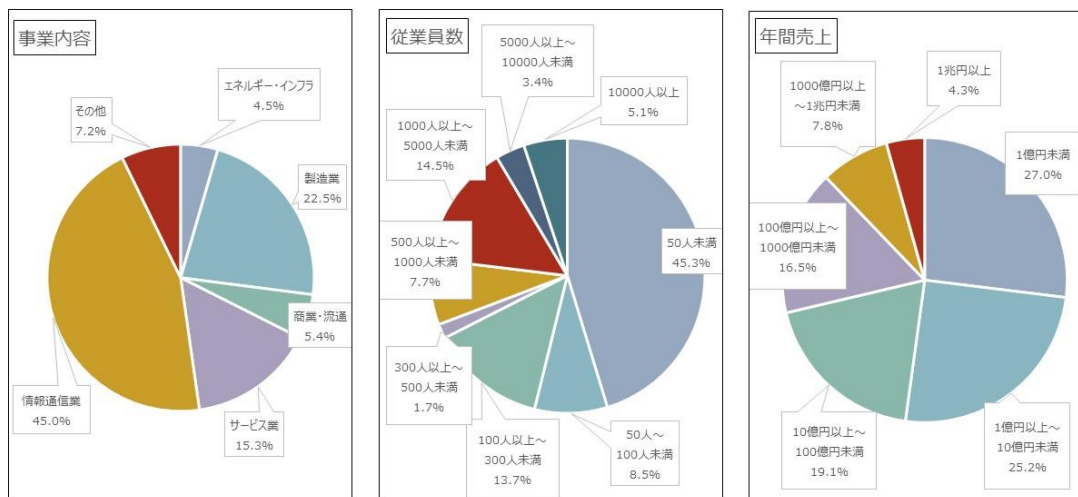


図 2-1 事業者アンケートの回答者構成

(1) パーソナルデータ⁹の利活用状況について

パーソナルデータの利活用状況について、全体では約25%が「利活用を行っている」と回答しており、「検討している」も含めると50%弱となった（図2-2）。

企業規模別で比較すると、資本金規模が大きいほどパーソナルデータの利活用が多い傾向がある一方、従業員数に関しては明確な傾向が見られなかった。

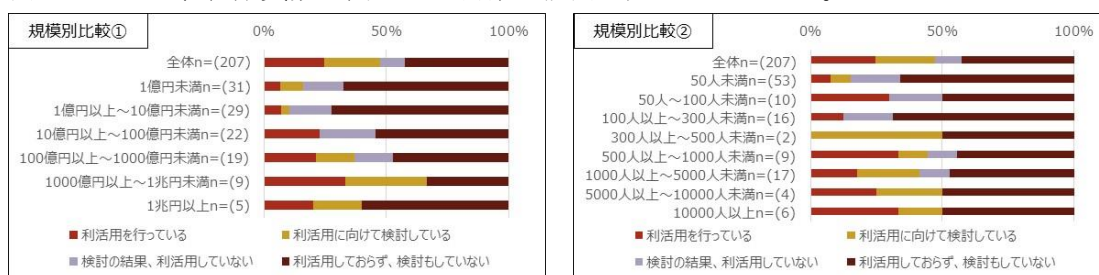


図 2-2 パーソナルデータの利活用状況

⁸ 例えば、回答者の事業内容については情報通信業が45.0%と最も多く、ついで製造業が22.5%となっているが、このことから業種分布に偏りがあることがわかる。

⁹ 本アンケートでは「個人情報・匿名加工情報・統計情報」をパーソナルデータとして設問を設けている。

(2) 利活用しているパーソナルデータの種類とその利用形態について

利活用しているパーソナルデータの種類について利活用の形態ごとに見ると、「従業員向け健康保険事業の増進」を除き、いずれの目的でも統計情報が最も多く見られた(図 2-3)。

個人情報と匿名加工情報を比較すると、調査研究、商品・サービス開発では、「既に利活用している」単独の場合でも、「利活用を検討している」と合計した場合でも、匿名加工情報の方が個人情報よりも多かった。他方、マーケティングでは双方ともに個人情報の方が多いという結果になった。事業全体の計画では、個人情報、匿名加工情報ともにあまり多くはなかった。

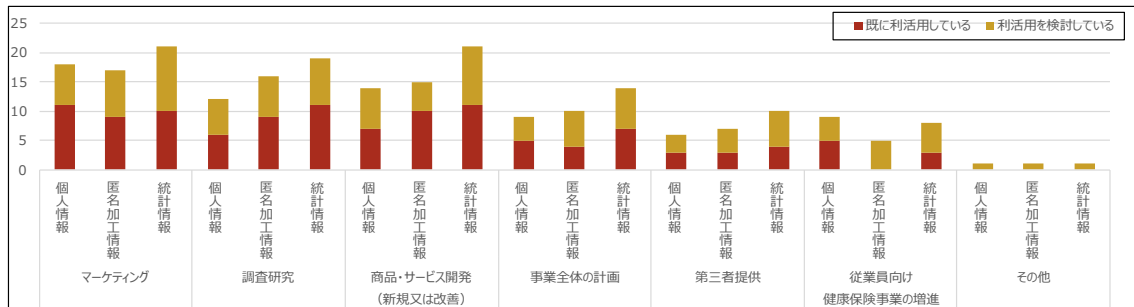


図 2-3 パーソナルデータの種類と利用形態

利活用しているパーソナルデータの種類については、「利活用を検討している」段階のものも含め、「購買履歴」と「Web 閲覧履歴」が多く挙げられた(図 2-4)。一方で、「電気・ガス・水道の使用履歴」と「クレジットカード情報」については、回答はなかった。前者は、多くの企業で取得されている情報であるため、利活用も多いと考えられる。後者については保有する業種が限られていることから、今回のアンケート調査では回答が少なかったことも考えられる。

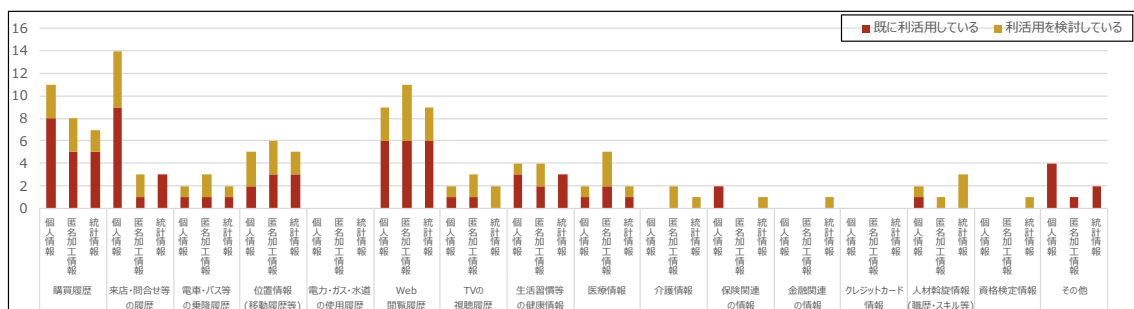


図 2-4 利活用しているパーソナルデータの種類

(3) パーソナルデータの第三者への提供について

第三者への提供が行われているパーソナルデータとしては、「購買履歴」、「位置情報(移動履歴等)」、「Web 閲覧情報」が挙げられている(図 2-5)。このうち、購買履歴と Web

閲覧履歴については、提供する側・提供を受ける側のいずれでも回答があったが、位置情報（移動履歴等）については、提供する側の回答が多いのに比較して提供を受ける側の回答は少ない（図 2-6）。

今後の提供が検討されているものとしては「TV の視聴情報」が挙げられているが、提供を受ける側ではあまり回答がなく、ニーズが見られない結果となった¹⁰。

また、パーソナルデータの提供について検討中という回答が多く見られ、「自社で保有するパーソナルデータの提供を進めたい」というニーズが出ているとも考えられる。

なお、医療データ、介護データについては需給ともに低い結果となっているが、これは前述の回答企業分布による影響もあると考えられる。

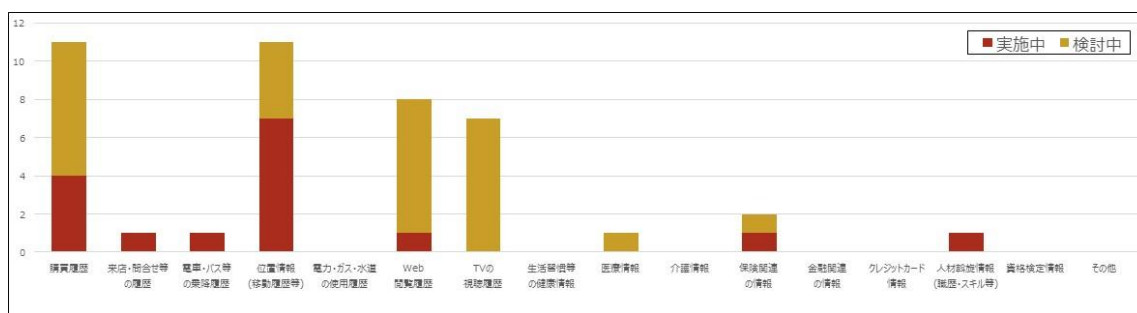


図 2-5 提供を行っているパーソナルデータ

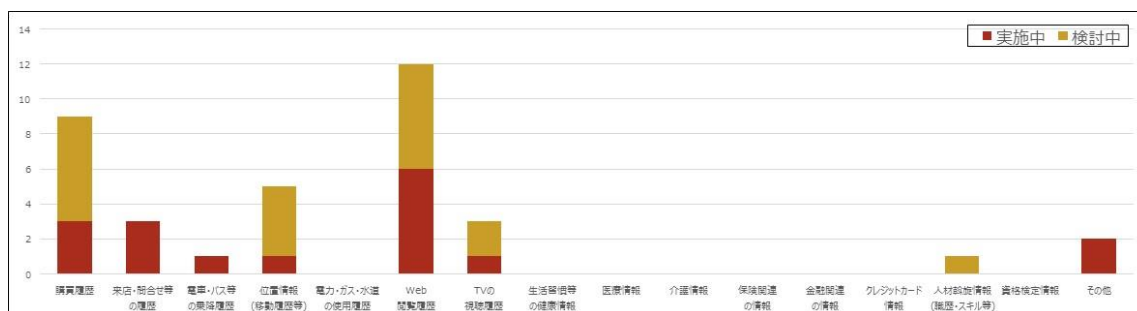


図 2-6 提供を受けているパーソナルデータ

パーソナルデータの提供方法については、すでに実施中のものについては、提供を行っている側からみると、個人情報の第三者提供と統計情報の第三者提供が多いが、検討中も含めると、個人情報の共同利用が多くなる（図 2-7）。この点については直接設問を設けていないが、複数事業者がアライアンスを組んで個人情報を取得し共同利用してサービスを提供することが構想されているためではないかと考えられる¹¹。

提供を受けている側からみると、実施中のものだけでなく検討中を合わせた場合についても、個人情報の第三者提供が最も多い。また、検討中を合わせてみると、匿名加工情報の第三者提供が多くなる点は注目される。

統計情報が少ない点に関してはさまざまな理由が考えられるが、行政による統計が充実

¹⁰ 本調査結果からは需給にミスマッチがあると解釈することも可能だが、前述のとおり回答者の業種分布に偏りがあると考えられるため、慎重に解釈すべきと考えられる。

¹¹ コンソーシアム会員の担当者が回答しているため、そうした新規事業・新サービスを検討している可能性が高いとも考えられる。

しており企業間での提供の必要性が現状では低い、ということも一つの理由と考えられる¹²。

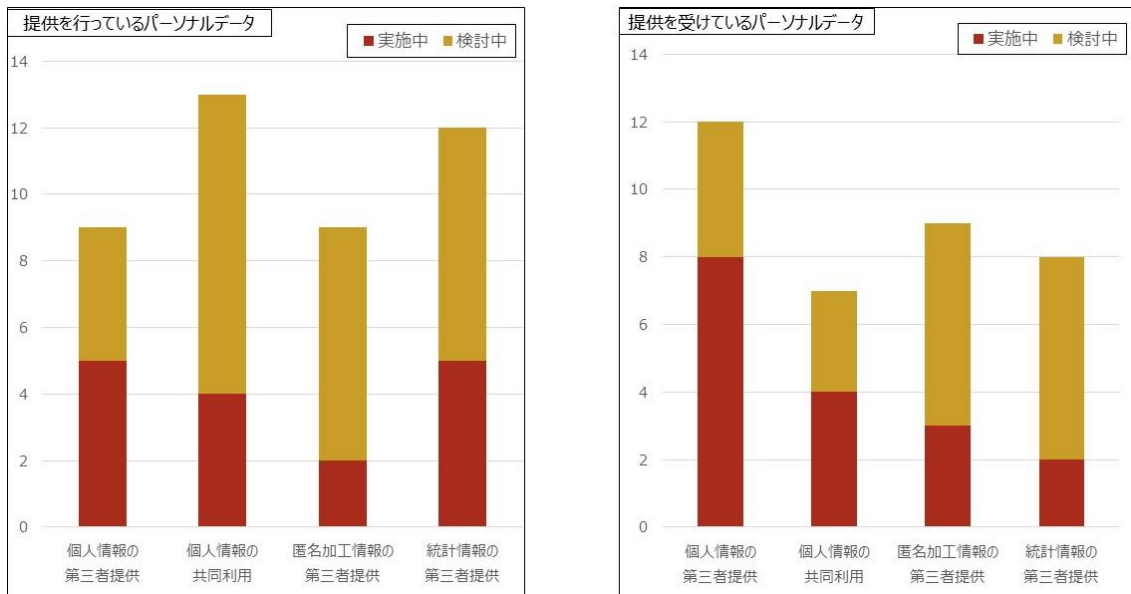


図 2-7 パーソナルデータの提供方法

パーソナルデータの提供先・提供元の事業内容（業種）に関しては、回答として示された提供先・提供元を整理したものを以下に示す（表 2-2, 2-3）。ただし、回答者の業種に偏りがあることや、回答数が少数に留まったことから、当該整理は（業界における）一例であることに留意が必要である。

回答者がパーソナルデータの提供を行っている、又は提供を行うよう検討している提供先としては、広告業、情報処理・提供サービス業、百貨店・量販店、学校法人が挙げられている。また、回答者がパーソナルデータの提供を受けている、又は提供を受けることを検討している提供元としては、百貨店・量販店、放送業、広告業、学校法人が挙げられている。

表 2-2 パーソナルデータの提供状況 1（提供元（回答者）→提供先）

提供元（回答者）の事業内容		提供先
情報通信業	→	広告業
情報通信業、商業・流通業、製造業	→	情報処理・提供サービス業
情報通信業	→	百貨店・量販店
情報通信業、その他	→	学校法人

表 2-3 パーソナルデータの提供状況 2（提供元→提供先（回答者））

提供元の事業内容		提供先（回答者）の事業内容
百貨店・量販店	→	情報通信業

¹² 行政が提供する公的統計で最も充実していないのは位置情報（移動履歴等）とも考えられるが、前述のとおり、本アンケートではあまりニーズがみられなかったことから、ここではこのように考えることもできる。

放送業	→	情報通信業
広告業	→	情報通信業
学校法人	→	情報通信業

(4) 匿名加工情報の利活用のメリットについて

匿名加工情報を利活用するメリットとしては、(匿名加工情報の提供を受けた側における)個人情報漏えいリスクの軽減、第三者提供や目的外利用について本人同意が不要など手続きの簡略化、本人同意が不要なため大量のデータを利活用できる、が多く挙げられている(図 2-8)。これらの結果は事業者ヒアリングで上げられたメリットとも一致する。



図 2-8 匿名加工情報利活用のメリット

(5) 匿名加工情報の利活用に向けた課題について

匿名加工情報の利活用に向けた課題としては、「匿名加工情報についてよく知らない」、「利用方法がわからない」という回答が多く、利活用事例の紹介等により認知や理解が進み、かつ社会的な受容や定着が進めば、匿名加工情報の利活用が一層広がるのではないかと考えられる(図 2-9)。

認定個人情報保護団体・業界団体へのヒアリングにおいても、匿名加工情報へのニーズについては、具体的な利用事例を説明することで初めて回答が得られたケースもいくつかあり、こうした理解の促進は重要な要素の一つと考えられる。もう一点、匿名加工情報を実際に利用していない場合にはレピュテーションリスクへの懸念が相対的に大きいようにも感じられたが、事例を通じて匿名加工情報の認知が進めば、社会的な受容とともにレピュテーションリスクへの懸念も減少すると考えられる。また、データの利活用は、新たなサービスの提供や、社会の効率化等、消費者へのメリットを生むことから、このメリットに対する理解を広めて社会的な受容を高めることも重要であると考えられる。

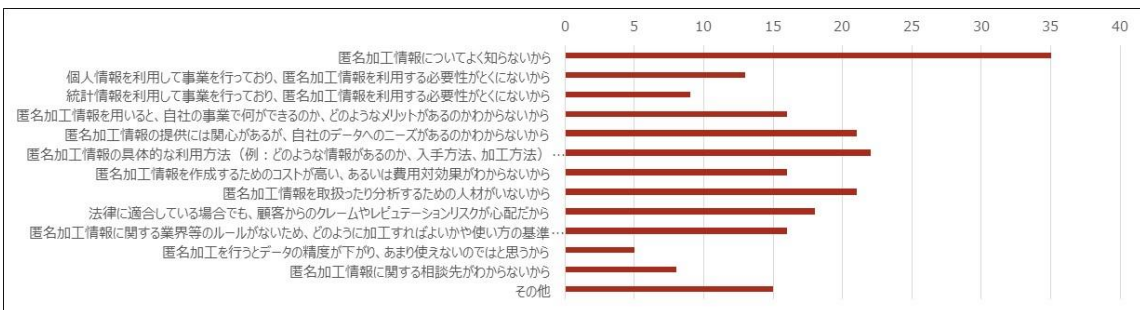


図 2-9 匿名加工情報の利活用に向けた課題

a. 回答者のパーソナルデータ利活用状況別にみた課題

次に、匿名加工情報の利活用に向けた課題について、回答者（企業）のパーソナルデータの利活用状況別に分析した（図 2-10）。

既にパーソナルデータの利活用を行っている事業者では、具体的な利活用方法やそのための人材が課題と感じている。一方で、利活用の検討段階にある事業者は、顧客からのクレームやレピュテーションリスクを課題として挙げており、消費者がどのように受け止めるかを心配している。パーソナルデータの利活用を行っていない事業者では「よく知らない」という回答が多く見られた。

このことから、まずは前述のとおり匿名加工情報に関する認知度・理解度を深めることが重要であり、これによって「検討段階」にある事業者が感じている課題は相当程度解決されることが考えられる。

また、その次のフェーズでは、より詳細な利活用支援や人材育成などが重要な課題になると考えられる。この点については、JIPDEC が行っている相談サービス¹³や、3章で後述するカナダ・Privacy Analytics 社による'DE-ID UNIVERSITY'という匿名化に関する情報提供を行う Web サイト運営などの取組も参考になる。

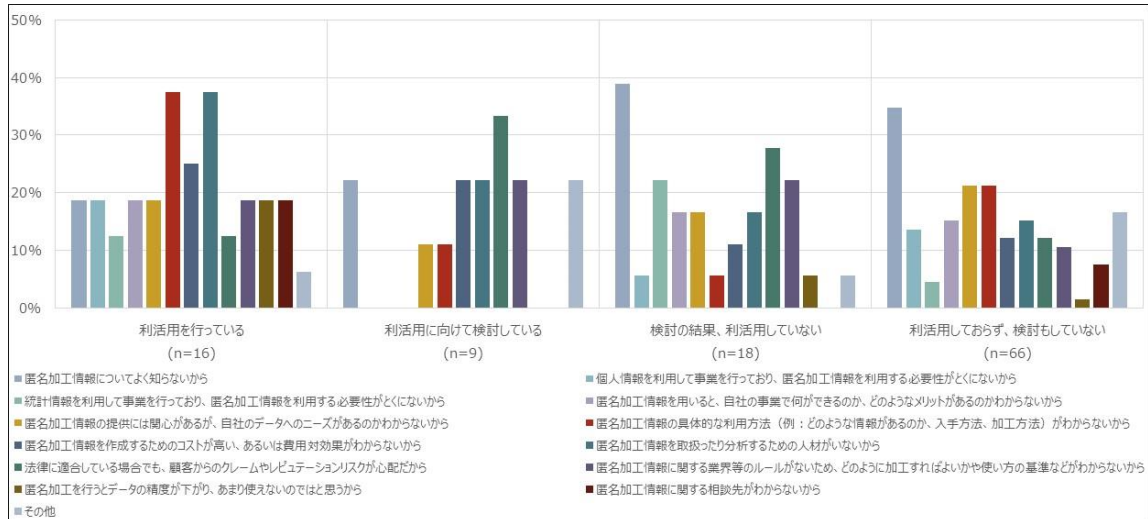


図 2-10 パーソナルデータの利活用状況別の匿名加工情報利活用の課題

¹³ https://www.jipdec.or.jp/protection_org/u71kba00000001hh-att/AOP_007.pdf

b. 回答者の企業規模別にみた課題

回答者の規模別に匿名加工情報の利活用の課題を分析したところ、小規模な事業者では「よく知らない」という回答が多く見られ、ある程度の規模以上になると「具体的な利用方法がわからない」という回答が多くなるという結果となった(図 2-11)。小規模企業では人員不足が考えられる一方、大規模企業では、情報や知識はあるが、具体的な目的が明らかになっていない、という状況が想定される。

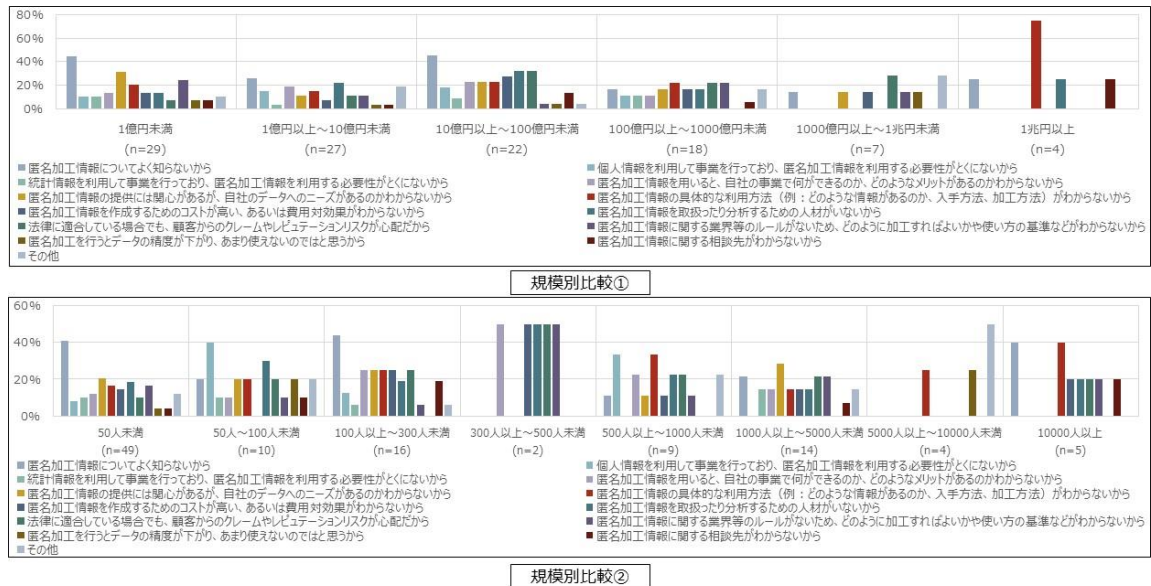


図 2-11 規模別の匿名加工情報利活用の課題

2.3 事業者のプライバシーポリシーに関する文献調査

事業者の個人情報・匿名加工情報の利活用の実態に関して、2018年2月時点において匿名加工情報の作成及び第三者提供を行う際の公表（個人情報保護法第36条第3項及び第4項）を行っている事業者（158社）について、そのプライバシーポリシーの調査を文献(Web)調査にて実施した。

今回の調査で対象とした業種別の事業者数は下表(表2-4)のとおりである。業種別では、卸売・小売及び医療福祉分野の事業者における利活用事例が多い。

表 2-4 業種別の調査対象事業者数

業種	件数
卸売・小売	60件
金融	5件
サービス	9件
情報通信	9件
製造	11件
専門技術サービス	3件
農業	2件
医療福祉	43件
その他	16件

以下に分析結果を整理した。

a. プライバシーポリシーの構成

ウェブページに掲載されているプライバシーポリシーは概ね以下の3部構成（または、③の内容が②に組み入れられた2部構成）となっている例が多い。

- ①プライバシーポリシー（個人情報保護方針）
- ②個人情報の取扱いについて
- ③匿名加工情報の取扱いについて

それぞれ①～③の記載項目及び内容を分析したところ、概ね以下のような内容が記載されていた（表2-5）。

表 2-5 プライバシーポリシーの典型的な構成

項目	内容等
①プライバシーポリシー (個人情報保護方針)	個人情報保護に係る抽象的な方針等を規定。 例) 個人情報の定義、法令・ガイドライン遵守、目的外利用の禁止、個人情報の開示・訂正・利用停止等、安全管理、業務委託先の指導・監督、質問・苦情の窓口
②個人情報の取扱いについて	利用目的、共同利用、第三者提供、開示方法を具体的に記載。 共同利用の場合は、 ①共同利用をする旨 ②共同利用する個人情報の項目 ③共同利用者の範囲 ④利用目的 ⑤個人情報管理責任者の氏名、連絡先 の5点を規定
③匿名加工情報の取扱いについて	①匿名加工情報を作成する旨 ②匿名加工情報に含まれる情報の項目 ③第三者に提供する情報の項目 ④第三者への提供方法 の4点を規定

また、特に医療福祉分野や税理士法人等の業界では、情報の保有者と情報の利用者をつなぐ役割を果たしているようなデータベース事業者・システム事業者が提供するプライバシーポリシーのテンプレート（ひな形）を活用しているケースが多く見られ、各企業の記載内容に大差はなかった。

例えば、健康保険組合、病院では、個人情報・匿名加工情報の提供先である医療データベース事業者が提供している共通のテンプレートを利用してプライバシーポリシーを公表している例が多く見られた。税理士事務所・公認会計士事務所についても、匿名加工情報の提供先である主要システム事業者が、共通のテンプレートを提供していた。

一方、共通のテンプレートを使用しているケースを除くと、事業者の規模（資本金等）が大きいほど個人情報の利用目的が多岐に渡って記載されている傾向にあった。これは、規模の大きい事業者ほど多様な事業を行っていることが多いためと思われる。

b. その他（個々の情報項目について）

その他の共通の事項として、以下のようなケースが多く見られた。

- ・ 個人情報の定義・件数
 - 個人情報の定義は、個人情報保護法上の定義を引用したものが多く、各社が取り扱う具体的な個人情報の項目が提示されているケースは少なかった。
 - データ件数の記載は見られなかった。
- ・ 情報の入手元
 - 情報の具体的な入手元が提示されているケースは少なかった。
 - 情報の入手元として、Cookie でアクセスログを収集している場合については、

明記されていることがほとんどであった。

- ・ 第三者提供及び共同利用
 - 第三者提供の形態（例：グループ型¹⁴、パートナー型¹⁵、アグリゲーション型¹⁶）は、記載されている情報だけで判別することは困難であった。
 - 共同利用については、グループ会社で個人情報を共有していることや、カード ID 毎に情報を管理していることが記載されているケースが散見された。

¹⁴ グループ企業内で第三者提供を行うパターン。

¹⁵ 対等な事業パートナー間でデータ提供を行うパターン。

¹⁶ 複数のデータを集約して利用、または提供するパターン。

匿名加工情報・個人情報の適正な利活用の在り方に関する動
向調査報告書

2018年3月

株式会社三菱総合研究所
社会 ICT イノベーション本部