

平成25年7月、J R東日本が電子マネーのスイカに記録された乗降データを日立製作所に有償提供していたことが明らかになり批判を受けた。その際、J R東日本の利用者に無断で提供されたため「気持ち悪い」という反感が起きたとされている。これに対してJ R東日本側の回答は特定の個人を識別できるような個人情報ではないことから法的に問題は提供したデータは乗降駅、利用目的、利用額、年齢、性別などであった。という年齢層の市民がどのような時間帯に多くJ Rを利用しているのか、スイカを用いてどのような商品を購入しているのかという市民のニーズを探求することがビジネスに繋がることは容易に分かる。

総務省が平成25年7月16日に公表した2013年版「情報通信白書」によれば、国内企業がビックデータを国内にてフル活用した場合の小売業者など4分野における販売促進などの経済効率率は、年間7兆7700万円にも達すると公表された。身近な例でいうと、広島県を本拠地とするアンデルセンというパ

ン製造販売事業者では、POSシステムからの販売履歴情報を解析し、来店客数を関連づけることで商品売れ行きパターンを予測できる販売管理システムを導入した。その結果、商品売り切れを生じさせることで機会喪失してしまわないように、逆に、売れ残りを最小限にするよう、より正確な製造販売計画が策定できるようになったとのことである。我が国の大小様々な企業がビックデータを利用することによって得られる利益は計り知れないものがある。

ところが、J R東日本が回答したように、日立製作所に有償提供した情報が個人情報に当たらないと簡単に言い切れないほど、情報通信技術は発展している。この流れを受け、政府も平成25年の通常国会に個人情報保護の保護に関する法律(個人情報保護法)の改正準備作業をしていると聞く。個人情報保護法(以下、「法」という)では、「個人情報」とは、生存する個人に関する情報であつて、特定の個人を識別することができるもの(他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができる

ることとなるものを含む)とした(法第2条第1項)。そして、J R東日本のような個人情報取扱事業者に対しては、法に列挙する例外的場合を除いては「あらかじめ本人の同意を得ないで」個人データを第三者に提供してはならないとすることで「個人情報保護を図っている(法第23条第1項)」。

これを逆読みすれば、特定の個人を識別することができないように匿名化できれば個人情報に当たらず、よって、本人の同意を得ずに第三者に有償提供しても法的に問題がないということとなる。J R東日本の回答はまさにこの理屈である。しかし、他の媒体、たとえば、ツイッターやフェイスブックなどのソーシャルメディアに書き込むプロフィールやコメントなどのソーシャルメディアデータと突き合わせをすれば誰であるかと特定できてしまうと懸念する意見も出ている。

この点、J R東日本では、「他のデータを紐づけたり、提供データから個人を特定する行為は契約で厳格に禁止している」と回答したと聞くが、ここから見える我が国の現状は、

容易照合性の判断基準が情報通信技術の発達によりあいまいになっているにもかかわらず、あいまいなまま特定できないと回答しつつ、他方で民間ベースの契約条項により歯止めをかけ、何とか個人情報の無断流出を避けようとしているのである。法的に許容されるほど匿名化された情報であるかどうかの判別にあいまいさが残れば、国内企業はこのあいまいさを避けるため不必要に本人からの同意を取り続けることになろう。このままでは各業界のガイドラインが乱立して混乱を招くとの指摘もあり、法改正による統一的対応が必要である。ただ、大きな経済的効果が期待できるビックデータの活用ができつつ、100%識別不可能で万能な匿名化技術などはないという佐藤二郎国立情報学研究所教授の指摘が正しいと思う。

法改正の動きを見守りつつ、データの種別、特性、利用目的などを踏まえ、データ提供者には個人の匿名化を求め、データ受領者には個人の特定を行わないように求めるなど、技術と規律を適切に組み合わせたい。

## 法律 40 29 法相 R

# ビックデータと個人情報保護

高橋 司 たかはし・つかさ

弁護士。1963年生まれ。北海道大学大学院法学研究科修了。「高橋・日浦法律事務所」代表。