

ビッグデータ・マイナンバー時代の情報システム社会

八木 晃二

この記事は、第9回情報システム学会シンポジウム（2016.5.14）における講演の口述内容をまとめたものです。

最初に、簡単に自己紹介をさせていただきます。私はちょうど30年前に野村総合研究所に入社しました。当初はSEとかシステムコンサルタントをやっていましたが、2003年にシリコンバレーにある野村総合研究所の現地法人、NRパシフィックの社長として赴任いたしました。その頃もうアメリカではID (identifier) 要は識別子に紐付いた属性情報を使って如何にビジネスをやっていくか、かなり活発に議論がされておりました。アメリカのソーシャルセキュリティ番号自身はもう80年前からあって、40年くらい前から納税者番号兼ソーシャルセキュリティ番号として使われていました。当時私が行ったときも、IDに紐付いた情報を如何に使うか、という事がいろいろと活発に行われていたということです。

2005年に帰ってきた後、野村総合研究所の中でDigital Identityのソリューション事業をやっているということで、会社

の中でいろいろな事業を立ち上げて参りました。

それらをやっているうちに、2008年にID Federationの標準化団体Open ID Foundation Japanの初期の立ち上げをやらせていただいて、昨年まで代表理事をやっていた、というような経歴でございます。

そういった過程の中で日本の共通番号、マイナンバー制度にもいろいろと提言の機会を頂きまして、ちょうど今のマイナンバー法が成立する直前ですけれど、2冊の著書を書かせていただいたりもしております。もしもご興味がおありでしたら、読んでいただきますと幸いです。

■ビッグデータ時代の到来

まず、ビッグデータ時代の到来ということです。こちらの写真を私はよく使うのですが、上が2005年、下が2013年、何かというとローマ法王の即位式の時の写真でございます。(2013年の即位式では、観衆のほぼ全てがスマートフォンで写真を撮影している。)この10年の間にデジタル化があつという間に進んだという事を一番表している写真ではないかなと思います。

私がちょうど30年前にこの業界に入っ

Koji Yagi
Nomura Research Institute Ltd.
野村総合研究所
第9回情報システム学会シンポジウム
[シンポジウム講演]
2016年5月14日受付
© 情報システム学会

てからの株価の推移ですが、いろいろなバブルがはじけました。1990年前後のバブル経済、2000年前後のITバブル、それから米国住宅バブル（リーマンショック）がありました。そして今アベノミクス、バブルかどうかわかりませんが、これが続いているという状況の中でIT業界を見ると、基本的には2000年前後に大きく潮目が変わったのかなと、個人的には思っております。要はインターネットが爆発的に普及する前と、インターネットが爆発的に普及した今ではビッグデータとかIoTとかが技術の主流になって、大きく2つに分かれているのではないかとこのように考えています。

それからもうひとつ、私はいつも情報システム社会を考えるとときに4つの視点から見るようにしています。1番目はITを使っていろいろなサービスを受領するというか、利用する消費者の視点です。2番目はITを使ってサービスを提供する民間事業会社の視点、さらに3番目はIT企業、情報システムを構築する会社の視点、最近ではAmazonとか楽天とか、SBI証券、Yahoo、リクルートとかいう会社はほとんどこの2番目と3番目の区別がなくてこれを融合したような会社になります。最後に行政機関の役割ですが、ひとつは情報システム活用に関する法制度をきちんとやっていってプライバシーを守るとか、そういったものをやる視点と、それから公共自身がITを使っているようなサービスを提供する、ということだと思えます。

先ほど言いました、2000年までの前半のところを大雑把にトピックス的にまとめると、要はサービス提供者が事業モデル

とか要件定義をやってですね、IT企業がそれに対するSIを提供する、それからそれに対するいろんなメーカー中心にアーキテクチャとソフトウェアの開発、そういったものが行われた時代が2000年頃までの時代ではなかったか、というふうに思います。

技術もいろいろと変わってきております。メインフレーム、クライアントサービス、それからWeb3階層、4階層システムと変わってきていて、その中心はIT企業が如何に安くて速くて高品質の情報システムを作っていくか、ということで流れてきた時代だと思います。

大きく開発手法、言語、それからシステム連携、開発手段、とここに分けただけでもいろいろな技術的なキーワードが研究され、開発されてきた2000年頃までの時代、私もこの時代をIT企業で過ごしてきたわけです。技術者としては非常に楽しい時代ではなかったかというふうに思います。

かたや、2000年を過ぎたころからこういったものの主体がサービス提供者に移ってきたのではないかなと思います。要はCEO=CIOという時代です。それから先ほど言いましたようにAmazonさんとか楽天さんとかYahooさんといったのも、2番目と3番目を融合したような会社ですね、これがビジネスの主流になってきたという時代だと思います。こういった方々が何をやっているかという、IT技術を使って如何に多くの消費者のデータ、パーソナルデータを収集、蓄積、連携し、分析して差別化を図っていくか、というようなことをやられている。こういった時代が

2000年からの時代ではないかというふうに思います。

■事例検証

少し具体的に事例で検証してみます。例えばシチュエーションとして、A子さんという方があるマンションに引っ越してきました。気温30度を超える非常に暑い日です。そのような中でちょうどお腹が減ったので、コンビニでおにぎりを3個、それから最近若者に人気のアイスクリームを買いに行こうと、そういうことをシチュエーションとして考えてみました。

Aさんがそこで何をやったかという事ですが、引っ越してきたばかりで土地感がありません。そこで、Googleで近くのコンビニをまず検索しました。気温30度のすごく暑い9月のとある日で、近くで運動会もやっている。そのなかでAさんは無事にコンビニに着いておにぎり3個を買い、それから本当はアイスクリームを1個買おうと思っていたけれど、ちょうど冷蔵庫の前を歩いているとクーポンが送られてきて半額だったので2個買おうということで買い、それから冷蔵庫の前をちょっと過ぎて飲料水の前を歩いているとずっと気になっていた高級ワインの広告がスマホに表示されたのでそのワインを迷わず購入しそれをレジに持って行って清算するわけです。その時に現金ですか、nanacoで払うか、ソラチカカードのような、新しいパスモのクレジットカードか、ということで、結局旅行を考えてAさんはパスモのクレジットカードを使用して支払いを済ませた、というような事例でございます。

ここで検証してみたいのは、暑い日でもよくアイスが残っていたこと、それから近くで運動会をやっているのだけにおにぎりもちゃんと残っていて買えました、という点です。興味があったアイスクリームのクーポンが、冷蔵庫の前でちょうど送られてきた。それから飲料水売場の前に行くと高級ワインの広告がスマホに送られてきて、なおかつソラチカカード、パスモのクレジットカードを使って支払いを済ませた。ただ、何か買わされたような、使わされたような、気持ち悪いね、偶然なのか、という事ではないかと思います。

コンビニが行っていること、これは当然、自社のおにぎりだとか、他社のアイスとかワインを仕入れて商品陳列して、如何にお客様が欲しいものを必要なだけ仕入れて全て売り切ろうという事だと思います。お客様の欲しいものがある、必要なだけ仕入れる、それから全て売り切る、という事ではないかと思います。

例えば今までですと、いつどこで誰がどういうふうを買った、とそういう販売履歴、在庫管理をきちんとするシステムを企業としては、正にその2000年までの時代は作っていたわけです。コンビニさんが予測、販売、それから購買システムを作って、裏にITベンダーがいて、こういったような構図でいろんなソフトウェアを提供して作っていた時代、これが前半の時代だと思います。

それから少し経つと、じゃあ、その日に売れそうな商品、そばで運動会があるのでいつもよりおにぎりを3倍もしくは5倍仕入れておこう、とかですね、今日は気温30度くらいの暑い日なのでアイスクリー

ムも多めに仕入れよう、とかですね。それから今テレビとか SNS でこのアイスクリームがすごく評判が良いので、それを多めにに入れておこう、というようなことをやっている時代です。

SNS の情報だとかお天気サイト、それから市役所ではどこの小学校、中学校で今日何時から運動会をやっている、こういった情報に IT ベンダーが連携をして、コンビニの購買システムや販売予測システムと連携していく時代、これが前半から後半への時代ではないかと思えます。

さらに全て売り切るというところで、如何にリピート客になってもらうか、ということは何をし始めているかと言いますと、今度はコンビニのポイントシステム、それも nanaco だけではなくて、例えばアイグループの全部のコンビニのポイントと航空会社のマイレージシステムを連携して、これに API を使っている様々な会社と連携する。ポイントに魅力をつけてリピート客を増やしていく、ということをやっているのが今の時代だと思えます。

さらにもう一歩進んで、たまたま冷蔵庫の飲料水の前を歩いていたら、気になっていたワインの広告が来ていて、自分がワイン好きであるという事を何となく知られているような時代、例えば EC サイトで自分がよくワインを買っているだとか、金融資産をたくさん持っているだとか、SNS でこのワインがすごく人気が出ているとか、それから位置情報システムで自分が店舗の中のどこを歩いているか、こういうものが連携されてクーポンが送られてくる、2000 年からは、こういうことがやられ始めている時代だと思えます。

これをまとめると、要はいろんな所の情報が identifier を元に連携されて、いろんなサービスが行われている、これが今の時代じゃないかな、というふうに思います。すなわち、様々なサイトとかいろいろな所にある情報を連携して売り上げ利益を拡大する、という事だと思えます。それが identifier、識別子に紐づいて連携されている、これがビッグデータの時代だと、こういう ID の視点で見ることができると思えます。

もうちょっと言うと、正にリアルなコンビニの店舗で買い物をするわけですが、当然ネットで買い物した物の受け取り、もしくは宅配便の受け取りもそうですけれど、コンビニで買い物したついでにネットで買い物したとか、宅急便の受け取りもリアルな店舗でできるということで、よりリアルとネットの融合という IT 活用が進んでいるということです。

それから、例えば仮に東急さんのように百貨店から鉄道から不動産、全部持っているというようなところで、東急百貨店もしくは東急ストアでも 2000 円ぐらい何か買い物した時に、情報連携がされることによってその人が実はたまプラーザで 2 億円の豪邸を持っているお客さんであることが分かる、といったことが可能になります。それまでは連携できていなかったのですが、それが連携されることによって、お客様に対するおもてなしの仕方も大きく変わってくる訳です。今まさに取り込まれている真っ最中だと思えます。こういったことがリアルの話とネットと IT を活用しているんなことが連携されていくという事です。

言うまでもないことですが、楽天さんなどは正に楽天市場から銀行、証券、いろいろなものが楽天 ID で連携されてサービスがやられていく時代、こういう時代が来ているということだと思います。

それを少し抽象的に言うと、従来は何かを買おうとした時に、今までは自分がインターネットサイトに入って、どこでどういうものが安いかなど自分が検索していました。多分近い将来は、自分が生産者とながれている、もしくはサービス提供者とながれているわけですね。それで自分に合ったものを向こうから勧めてきて、大体何十代、何歳でどのくらいの資産を持っている人はどういう物を、いつもどんな物を買っているか、こういう時代になってきている。こういう時代がもうすぐ来ている、というか正にやられつつある。こういう時代ではないかな、と思います。

先ほど言いましたように、こういう形でセブンイレブンのようなコンビニさんもいろいろなものと連携して売上、利益の拡大を図っていく。ただ、やはり気になるのは何となく気持ち悪いよね、私の情報漏れているんじゃないの、というふうに感じるということだと思います。

■マイナンバー制度の導入

事例で簡単に説明をさせていただきましたが、そういった中でマイナンバー制度が導入されたわけでございます。2015年の10月5日に施行されて、私が説明するまでもないですが、改めて言いますと、目的は公平公正な社会の実現、それから行政の効率化、国民の利便性向上、加えて災害対策、という事になっています。主な仕組

みとしては付番をする仕組みと情報連携をする仕組み、それから本人確認をする仕組みを導入するという事でございます。

いろいろ原則とか通知とか書いてありますけれども、昨年から通知カードで皆さんに配られ、希望される方は個人番号カードという IC カードに変えることもできますよ、という制度でございます。スケジュール的には、昨年の10月から番号が通知カードで通知されまして、今年の1月から順次利用が開始されて、個人番号カードに変えたい人は申請すれば変えられる。今のところ、1000万人強ぐらいの申請が出ていて、実際に交付されたのは多分300万人弱ぐらいのカードが出ているはずですよ。

住基カードの普及が650万枚ぐらいで、現時点ではまだそこまで普及していない、というように聞いております。個人番号カードについては、徐々に申請された方から交付されている。2017年には情報提供ネットワークシステムというのが作られて、そこで運用が開始される、というようなスケジュールでございます。

こういった形で、個人番号カード、通知カードも含めてですけど、それと情報提供ネットワークがあつて、今回はまず税と社会保障の分野でやっていく。そして徐々に連携の対象範囲を増やしていく、というのがこのマイナンバー制度の全体像でございます。今回の1月から開始されたところは、まず税と社会保障の分野ということで、会社および金融機関などから、いろいろな法定調書だとか源泉徴収票を税務署に出さなければいけませんので、そこに対してこのマイナンバーをきちんと書く。それから社会保障の受け取りとか申請に対し

て、マイナンバーを紐づけていく、これが今年の1月から開始されているマイナンバー制度でございます。

当初、このマイナンバーというのは納税者番号として導入され、現在は社会保障と連携されていく、ということまではされているわけです。今後の予定ではいろんな分野と幅広く連携していこう、ということが検討されているという事でございます。

改めて、マイナンバーって何の番号なの？ という見方は人によって違うのですが、冷静に考えると今回の番号は納税者番号だと思います。そこに対して、まず社会保障番号を紐づける、というようなことをやっていく。かたや民間企業が既にインターネットバンキングのIDやFacebookのID、それからパスポートのような物に振られているIDがある。いつもちょっと誤解があるのでここで触れますが、パスポートに振られている番号というのは人に振られている番号ではなくて、パスポートというモノに振られている、物を識別するための番号です。ここ誤解がないように理解していただきたいと思います。なので、パスポートは10年に1回更新すると番号が変わります。それは旅券が変わるから番号が変わる。それは世界の標準で決まっています、世界中どこに行ってもパスポートに振られている番号というのは個人に振られている番号ではなくて旅券の券面に振られている、物に振られているIDです。そういうものもありますし、口座番号、それからクレジットカード番号、もありますけれども、人、物、それから最近では電子マネーにもIDが振られていますので、お金にも振られている。という事で、民間

では既に非常に多くのIDが、基本的には皆さんの申請に応じて振られています。先ほどの楽天だったら、楽天のIDといろんなものが連携され、FacebookとかGoogleとかのIDもいろんなものと連携されている。そこに新しく納税者番号としてのマイナンバーが強制的に入って社会保障番号とまずは連携している。民間企業は、ID連携による情報のやりとりというのはもう10年来以上やられているわけですが、そこに対してこのマイナンバーが入ってきたということだと思います。

我々の調査だと、民間企業のIDを、大体国民一人あたり20個以上持っている。日本の場合ですね。要はID氾濫国というふうに呼んでいます。いろんなIDを日本国民は持たされている、というのが今の現象です。ただ、銀行のカードを作るとか、FacebookのIDを作るのもGoogleのIDを作るのも、基本的には本人の自由による。情報連携では一部無視されている部分もありますけれども、基本的には本人が同意した上で情報連携がされている、というのが今の民間企業のID連携と言われている分野でございます。

それに対して、今回のマイナンバーというのはどういうものかということ、長期間、広範囲に、それも強制的に全国民に新しい識別子が振られた、という理解で良いのではないか、というふうに思います。

こういった、すでに日本というか世界中がビッグデータ社会になって、人、物、金にIDが紐づいて情報連携がされている中で、日本においては新しく強制的に全国民にマイナンバーが振られた、ということだと思います。

ちょっと閑話休題的な話になってしましますが、マイナンバー制度というのはよく番号法とかマイナンバー法とか言いますが、正式名称は「行政手続きにおける特定の個人を識別するための番号の利用に関する法律」です。なおかつこれは、個人情報保護法の特例法という位置づけでございます。そういった形で今年の10月5日に施行されたのがマイナンバー法で、基本的には証券口座と保険は2016年から3年以内に連携することが言われています。この辺はけっこう金融機関に任されています。金融機関によってはすぐに口座番号にマイナンバーを提出してくださいという企業と、引っ越しとかのタイミングで出してくださいという企業、皆さんけっこう混乱されているのではないかと思います。金融機関によってかなり扱いが違ってきます。基本的に、3年以内にやれば良いことになっています。なおかつそこは金融機関によってやり方はかなり任されていますので、ある金融機関からは「すぐに出せ」と言われているけれど、ある金融機関からは「何も言ってこないね」、というようなことが今の状況ではないか、というふうに思います。

銀行口座に関しては、今年の9月に個人情報保護法とマイナンバー法が両方とも改正されました。そのタイミングで、銀行口座については2018年から任意でマイナンバーを連携するという事になっています。ただ国税通達によると、口座開設にはマイナンバーは必須になっています。実際には新規の口座に関しては2018年からはマイナンバーを提示しないと口座を開くことができない、というふうになると思

ます。そういった状況です。

加えてもう一つ、IDという言葉ですけれど、結構ここに混乱があります。日本の場合、IDという時にIdentityの事を指す場合と、識別子であるIdentifierという識別子を指す場合があります。Identifierというときさっき言いましたように、人に振られているものとか、物に振られているものとかお金に振られているものとかいろいろありまして、この区別がついていない。それから日本だとIDカードというのもよく混乱を招きます。Identification、身元証明のためのカードの事もIDカードと呼びますし、それから所有物認証、Authenticationの時に使うカードの事もIDカードと呼んだりするので、日本の場合、IDという言葉が混乱して使われています。皆さんも頭の中でも、きっと混乱されているのではないかと思います。なおかつ今回のマイナンバーの個人番号カードというのは、Identificationのカードとしても使いますし、所有物認証の所有物としても使います。そこへなおかつ、人に振られているIdentifierが書かれている。要は納税者番号が書かれている、というのが今のマイナンバーの状況です。

再三出ましたように、身元証明書、例えば、パスポート、それから免許証もそうですけれど、そういう物に書かれている番号というのは人に書かれている番号ではありません。所有物の券面に書かれた番号です。免許証も再発行すると番号が変わります。この辺がどうも混乱されて、非常に難しい設計になっているので、これを少し区別しながら理解する必要があるのではないかと思います。

■ ID時代の情報システム社会

こういった状況ですけれど、改めてビッグデータ時代、それからマイナンバー時代を合わせてこれを私はID時代というふうに呼んでいます。そういう時代の情報システム社会というのはどうあるべきか、という事について少しお話をさせていただきましたと思います。

先ほども言いましたように、2000年頃までのコンビニがやっていた事を改めて見てみると、サービス提供者であるコンビニさんがやっていた事は、如何にどういう物が売れ筋なのかという事を把握して、小さい店舗で売り切れなく余りすぎないように、陳列数、在庫数を管理して、なおかつ、どこにどういう人が住んでいて、どこに一番人通りが多いのか、どこに出店すればお客様が多いのか、ということを一生涯懸命調査して、陳列の仕方、出店の仕方、どういうものをどれだけ置くかということ、システムを作ってやってきた。要は自社の蓄積したデータを活用して購買履歴管理システムだとか、それを使った販売予測、在庫管理システム、それから交通量、人の流れを調査・分析するシステム、陳列方法・売上分析システムを一生涯懸命作って商売を行うという活動を、前半の2000年頃ではやっていたという時代だと思います。

後半に入ってきて、この時代にはビッグデータ時代の始まりということで、どうやってリピート客を呼び込んで自分のお店で商品を買ってもらうか、どうやって自分の店に頻りに足を運んでもらうか、そして商品を買ってもらうか、という事をやり始めました。自社に限らない、他社のデータ、

他の場所にあるデータも収集連携した情報システムということで、例えばリピート客を増やすために電子マネーやポイントシステムを作ったり、航空会社とかグループ企業とのポイント連携システムを作る。それから先ほどもお話をしましたけれど、海外の何とかビールの評判が良いという話があって、ネットで予約したらそれをコンビニで受け取れる。ついでに、宅配便も受け取れる。よくネットとリアル融合システムと言われますけれど、そういったものを作る。

それから店舗の近くを歩いていたらクーポンが送られてきたとか、今はそこまで実はできていないのですが、今後は店舗の中を歩いていて、冷蔵庫の前を歩いていたらいつも買っているビールのクーポンがスマホにパッと現れる。位置情報システムと連動してですね。CLOと呼んだりレコメンドシステムと呼んだりしますが、そういったものを正にやりつつある。そういう時代だと思います。こういった事がやられています。

でも結局、便利だけど何か気持ちが悪いやね。プライバシーが侵害されているのではないかな、という事だと思います。これをどう払しょくするか。例えば昨年ベネッセさん、それからJR東日本さんの問題がかなり騒がれました。あれからどうなったのだろうかということ。それからマイナンバー制度が導入されたけど、皆さん何となく「私の資産情報漏れてないの?」とか、2018年から銀行の預金口座と個人番号を紐づけていくわけですが、基礎年金番号が125万件抜けちゃった、というのがあったけどマイナンバーを紐づけて大丈夫な

の？それから最近よくリベンジポルノの話で話題になりますけれど、2015年にYahooさんが「忘れられる権利」のための仕組みを導入、というふうに発表しました。表現の自由との兼ね合いってどうなるのか、たぶん、いろんな事が懸念としてはあるのではないかと、というふうに思います。

例えば自分自身がDNAの情報をちょっと面白半分調べてもらう、もしくはある年齢になって調べてみた。がんの遺伝子の状況が分かってと自分は良かったけれど、その遺伝子を受け継いでいる孫が実はがん保険に入れなくなった、ということだっで起こり得るわけです。いろんな不安、懸念というのがID時代を迎えてやはり気になってくるのではないかと思います。

そういった中で、昨年9月に個人情報保護法が改正されました。そのきっかけの一つとなったのがベネッセさんの情報漏えい事件と、JR東さんの情報の第三者提供です。情報漏えいはよく話題になりますけれど全然性格は違ってきます。ベネッセさんの件は、実はスマホのUSBから情報が漏れたという事で、個人情報保護法違反ではないけれど再発防止を考えようと、罰則が去年9月の個人情報保護法の改正で強化されました。それから、名簿屋とかデータブローカが存在が明確になりましたので、やはり去年の改正ではそういうものに対する罰則が強化された、というのが去年の9月の個人情報保護法の改正の目玉の一つであったと思います。

かたや、JR東日本さんの件はスイカの乗車履歴の情報をJR東日本さんとしては一応匿名化したつもりで日立さん及びそこから先に提供したけれども、実は匿名化

が不十分であった、というのがこの事件だったと思います。それに対してはやはり個人情報保護法改正の中で、どこまでやれば匿名化したと言えるのか、というようなことが議論されてきました。基本的には最終的にどこまでやったら、という結論は出ていなくて、個人情報保護法委員会の判断に委ねられる、という状況になっています。

結局、プライバシーが何となく不安だね、例えばAさんがY社で高級外車を買った、Z社で別荘を買った、という事だけだったら良いですが、そこに対して別なところで、何か競馬やギャンブルが好き、と誰かがつぶやいた情報がリンクされていくと、Aさんは自分が知らないところで、派手好きで浪費家という個人像が勝手に作られてしまう、というような事になります。このへんは正に自分のidentityが勝手に確立されてしまう、こういう危険がやはりプライバシー保護、自己情報をどうコントロールできるか、ということにつながっていくのではないかと思います。

今みたいな情報を如何にOECDの8原則に沿って、自己情報をコントロールできる制度設計をやっていくか、ということが大切になっていくと思います。

ちょっと私なりに、将来のあるべき姿はどういうふうになっていくのだろう、ということについて説明してみたいと思います。さっきのコンビニの例で考えてみます。今までは、要はコンビニがサービス提供者として何をやりたいか、ということが中心だったと思います。そこに対して、私がコンビニに対してやってほしいこと、例えば自分が今おいしくて安いビールが飲みたいと思った時に、LINEのこの公式アカウ

ントとこの公式アカウントに対して、3時間以内で買える安くて美味しいビールを教えてほしい、相手も限定して、期間も限定して、なおかつその時に自分の住所情報と自分のやりたいことを提供する。なおかつ3時間後にはこの情報を全部消してくれ、というようなことを要求する。それを要求した後で、サービス提供者の方で例えば医療データと連携されて、私は実は尿酸値と血糖値が高いので、サッポロの極ZERO、糖質ゼロ、プリン体ゼロ、のビールのレコメンドが来た。それから近くのコンビニはここだけ、市役所のオープンデータと紐づいてこの道路は工事中だからちょっと迂回して行ってください、というようなデータも送ってくる。それからさっきと一緒に冷蔵庫の前に立ったら、その極ZEROのクーポンが送られてくる。それから、本当はプライバシー保護との関係ですごく難しいところですけど、自分の資産情報との連携でこの人は裕福なので高級ワインのおすすめが来る。将来的には、例えばセブンイレブンのnanacoのポイントを使って住民票の写しがそこでゲットできると言ったようなサービス。それらも、自分が相手と期間と使い方、目的を限定して提供してサービスを受ける。こういったシステムを如何に作っていくか、ということじゃないかと思えます。

要は、自分がサイバー空間上に自分の要求と情報を提供して、そこから多くのパーソナルデータが活用されて最善のサービスや商品の提供を受ける、という事です。そう言った時にやはり公共の役割、行政機関の役割というのは非常に大きく、サービスを受ける自分は自分の情報を自分で

コントロールしたいわけです。かたやサービス提供者というのは法令を守りつつ、パーソナルデータを活用して競争力のあるサービスを提供したい、ということだと思います。それに対して、個人の情報保護、当然大元の憲法とかがあるとして、個人情報保護法とか番号法とかそういうものできちんと規制をしていながらこういった世界を作っていく。ただ、難しいのはここに乗数効果とか公共事業が入ってくるので、話がぐしゃっとなってしまうのが難しいところではないかと思えます。

■まとめ

まとめに入らせていただきます。

要は、私は、個人的に超ID社会を迎えたと呼んでいます。人、物、金が組織とか国を超えていろいろ連携されていく時代がやってきているわけです。今日、いろんな方がお話をされていますが、ウェアラブル端末とかスマートウォッチとかいろいろ出ていますし、IoTの時代が来ている。JALさんのスマートウォッチを使った、搭乗員が今どこにいるのか、何時どのへんにいるのか、という位置情報を集めて、飛行機はどの搭乗口に着くからそこに何番と何番の人は行って、みたいなことをやる。さっきのコンビニの誰がどこの場所にいる、というような位置情報を示すのと一緒ですけど、ビーコンという仕組みを使ってこういったサービスの向上が図られているような時代でもございます。

シスコ社の予想だと、2020年には500億個の物がネットワーク化されるとあります。こういった形で企業の視点、つまり個人の情報を安心してビジネスに活用で

きるという視点と、個人の視点、つまり安心して企業に情報を渡してサービスを受けることができるということ。こういった両方の視点からみた超 ID 社会というのが実現されないと、まあ便利だけど何か不安だよね、先ほども言いましたようにいろんな事件も起きていますので、そういった事が起きていくのではないかと、ということなんじゃないかというふうに思います。

いつも、IT 企業、それから消費者、それからサービス提供者、こういった多方面の視点で見なければいけないのではないかと思います。ご参考までにどんなことをいつも理解しておかなければいけないかという事をまとめてみました。

要は、IT を活用してサービスを提供する民間企業、それから正に IT を提供する IT 企業、それから法制度によって国民にとって安心安全な情報システム社会を実現するという公共機関の役割と、ここは乗数効果が非常に難しいですけど、これら全ての立場において IT の振興によって日本社会を良くしようということです。そういった中でやはり国民にとっては IT を活用して便利な生活をして、プライバシーもちゃんと守られている、という事が大切だ

と思います。

これで終わりますが、今日申し上げたかったことを改めてまとめてみると、ビッグデータの時代とは何か、そのリスクは？ということ。サイバー空間上のいろんな情報が ID によって紐づけられる、人、物、金、いろんなもの連携されている ID 社会が出現してきている時代だと思います。その時に、個人にとっては便利の享受とともにプライバシー侵害のリスクが高まります。このリスクをどうするか、そういった中でマイナンバー法というのは全国民に強制的に長期間、広範囲に使用されるマイナンバーという識別子が配布されたわけです。ついでに新しい身元証明書である個人番号カードも出現した、という事だと思います。その中で、ID 社会、ID 時代の情報システム社会がどうあるべきか、という事が大切になります。IT を活用した便益の享受とプライバシー保護、これを両立させる情報システム社会を実現していくこと、それが本当の豊かな社会につながっていくのではないかと、というふうに考えております。

以上で私の話を終わります。どうもありがとうございました。(拍手)