

本格的な事業化に向けて動き出す「情報銀行」

◆「情報銀行」に三井住友信託銀行とフェリカポケットマーケティングが認定

2019年6月末に三井住友信託銀行とイオングループのフェリカポケットマーケティング（FPM）が初の「情報銀行」の認定を受けた。

「情報銀行」は購買履歴や健康情報といった個人データを本人の同意のもとで預かり、そのデータを必要とする企業に提供する。その報酬として個人には金銭やポイント、サービスなどを還元し、企業からは仲介手数料を受け取る。「情報銀行」は新たなビジネスを創出する仕組みとして国も後押ししていて、個人が安心して利用できるよう、総務省の指針をもとに日本IT団体連盟が18年12月から「情報銀行」の認定制度を開始した。

三井住友信託銀行は高いセキュリティ体制を活かし、健康情報などによる事業化を検討している。FPMは地域活性化のために地元商店に地域住人の購買データなどを仲介する事業を計画している。電通グループのマイデータ・インテリジェンスは10社で実証実験を進めていて6月に認定を申請している。

◆「情報銀行」の普及にはデータ提供者への丁寧な説明と信頼が不可欠

「情報銀行」の事業化が始まったが、個人のデータ活用への関心や理解は深まっていない。政府のIT総合戦略本部が19年3月に発表したデータ活用に関する意識調査では「情報銀行」の名前の認知度は26%で、内容まで理解していると回答したのは7%だった。「情報銀行」のしくみを説明したうえで利用意向を問う設問に肯定的だったのは22%で、その際、最も重視する条件として「プライバシーの保護」、「データの流用・悪用の心配がない」ことをあげている。

また、日立製作所と博報堂が19年6月に公表した共同調査では、個人データの利活用に不安を感じるという回答が過半数を占めていて、その理由として「拒否権があるか不明」や「活用の説明が十分でない」と回答している。

個人情報保護などセキュリティ体制やデータの具体的な運用への不安が根強いなか、参入企業はデータ提供によるメリットだけでなく、収集したデータの取り扱いや管理について説明し、信頼を得る必要がある。

【新井佳美】