

パーソナルデータ利用に関する選好分析：プライバシーポリシーの利用者選好へのインパクト

高崎，晴夫

<https://doi.org/10.15017/1931692>

出版情報：九州大学，2017，博士（経済学），課程博士
バージョン：
権利関係：

氏 名 : 高崎晴夫

論 文 名 : パーソナルデータ利用に関する選好分析
—プライバシーポリシーの利用者選好へのインパクト—

区 分 : 甲

論 文 内 容 の 要 旨

本論文の目的は、パーソナライゼーションサービスにおけるパーソナルデータの開示及びサービス利用への選好に関して経済学的視点から分析を行い、プライバシーの保護を図りつつパーソナルデータの利活用を促進するための政策的知見を得ることにある。

新産業創出等を目指す観点から、近年、ネットワークを介して収集される位置情報等のパーソナルデータを経済的に利活用していくことが期待され、そのための各種支援策が講じられつつある。例えば、わが国においても個人情報保護法の改正等による制度整備が進展しているが、一方で、これらの制度整備がどの程度プライバシー懸念を解消しパーソナルデータの利活用に貢献するかについて、必ずしも十分に検証されてはいない。本論文ではわが国で試みたいいくつかの実験的サービスを対象に実証分析を行うことで、望ましい制度整備へ資する知見を得ることを試みる。

実証的な分析に先立ち、本論文では関連分野における先行研究の整理を行った。先行研究の整理を通じて、プライバシーの保護やパーソナルデータの利活用に関しては、多くの研究が法学的視点からの研究である一方で経済学的な研究が比較的少ないこと、さらに比較的僅少な経済学的研究の中にはプライバシーの経済学と呼ばれる研究群が存在することが示された。

さて、これまでのプライバシーの経済学には、消費者のプライバシー懸念がパーソナライゼーションサービスの利用意向に与える影響について、また、プライバシー懸念を緩和させる方策について、一定の研究蓄積が存在する。具体的には、事業者への信頼や過去の肯定的経験がパーソナライゼーションサービスの利用意向を高めることに資すること、プライバシーポリシーの存在はプライバシー懸念の解消に必ずしも有効でないこと、などが実証的に明らかとなっている。しかし、今回調査した先行研究においては、いずれのケースにおいても、プライバシー懸念を画一的なものとして捉えており、具体的な懸念の内容を詳細に分類、分析するには至っていない。本論文ではこの点に着目し、プライバシー懸念の多様性に着目した分析を行うことで、先行研究では得られなかった知見を導出することを目指した。

本論文では、大きく二つの実証分析を行っている。第一の分析は、オンラインショッピングの利用におけるプライバシー懸念とサービス利用意向に関する分析である。なお、分析に当たっては、経済産業省が実施した「情報大航海プロジェクト」で生成されたデータを活用して統計的手法による分析を行った。

具体的には、オンラインショッピング時に感じる可能性があるプライバシー懸念について、具体的に「オンラインサービスへの潜在的不安（潜在的不安）」「自身の情報を開示することに対する抵抗感（情報開示抵抗感）」「自身の情報が二次利用されることを通じた侵害への懸念（二次利用侵害懸念）」の三種類に分類し、それぞれに影響を与える要因を明らかにするとともに、これらのプライ

バシー懸念がサービスの利用意向にいかなる影響を与えるかについて分析を行っている。

実証分析の結果、具体的な三種類のプライバシー懸念に対し、プライバシーポリシーの認知は影響を与えないといった先行研究の結果が今回のデータによっても確認できたことに加え、日常的なソーシャルサービス型インターネットサービスの利用が二次利用侵害懸念を強めること、日常的な非ソーシャル型インターネットサービスの利用が情報開示抵抗感を強めることなど、プライバシー懸念の多様性に着目したことによる新たな知見も得られた。また、潜在的不安はオンラインショッピングの利用意向に影響を与えない一方、情報開示抵抗感及び二次利用侵害懸念は一定の懸念レベルを超えると利用意向を弱めるという興味深い結果も得られている。

第二の実証分析は、スマートフォンのアプリケーションによって収集されたライフログの活用によって惹起されるプライバシー懸念に関する分析である。この分析では、利用者が普段感じているオンライン上の多様なプライバシー懸念の存在等がライフログのビジネス上での活用可能性にいかなる影響を与えているかを分析した。分析に当たっては、スマートフォンアプリの利用実験の場において実験参加者から収集したデータを使用することで、懸念の増加、減少、消失といった具体的な変化の方向それぞれに対する影響要因の分析を試みている。

本分析では、利用者がサービスの利用以前に当該サービスに対する不安を感じている場合、サービス上の措置等ではその不安の払拭が困難であることが明らかとなった。また、オンライン上全般のプライバシーに関し本来的に懸念を有している利用者であっても、そのこと自体が特定サービスに対するプライバシー懸念に影響を必ずしも与えているわけではないこと、企業が定めるパーソナルデータの取扱いにおいて目的外利用を禁止する規定については、かえってプライバシー懸念を増加させるという知見が得られた。

これら二つの実証分析から得られた知見を基に、本論文では具体的な政策に対するインプリケーションについて検討を行っている。具体的には、2015年に改正・公布された改正個人情報保護法および2013年に経済産業省によってまとめられた消費者と事業者の信頼関係構築のあり方に関する議論を取り上げ、これらの要点を整理し、本論文の実証分析結果に基づき評価を行った。

評価の結果、これらの政策について実証分析を踏まえると、改正個人情報保護法については利用者のプライバシー懸念の緩和に資することが期待されるが、経済産業省の議論に関しては、プライバシーポリシーに依拠する有効な同意のあり方において、十分な効果が期待できない可能性があることが示された。

本論文を通じて、これまで法学的議論が中心を占めていたプライバシーの保護及びパーソナルデータの利活用促進に関する政策的研究について、経済学的視点から新たな知見を提示し、現状の一部の制度議論について改善に資する提言を行うことができた。