

パーソナルデータ 新潮流 (8)

欧州連合 (EU) では2000年にEU基本権憲章が採択され、個人情報保護が基本的人権として尊重される中、昨年5月から一般データ保護規則 (GDPR) が適用された。同規則ではデータ主体 (本人) が自らの個人情報を管理できる権利として、忘れられる権利 (消去権)、情報を他のサービスに移せるデータポータビリティに関する権利、行動履歴などから人物像を分析するプロファイリングに異議を唱える権利、さらには同意を撤回できる権利などが組み込まれ、データ主体に対する権利保護の姿勢を明確に打ち出した。

また米国でも、昨年発覚した大手IT (情報技術) 企業からの個人データ流出事案以降、従来の自由な流通中心のスタンスから権利重視へと軸足を移しつつある。米年1月から施行予定のカリフォルニア州消費者プライバシー法 (CCPA) では開示請求権や消去請求権など、データ主体からの求めに応じて個人情報の開示やデータ削除を可能とする権利が盛り込まれた。CCPAのコンセプトは今後米国全土にわたって広がりを見

権利の尊重と価値の配分を

せることが予見される。

一方、日本の個人情報保護法では、こうした権利保護がまだ十分に規定されておらず、2020年の法改正に向けて新たに利用停止権の導入が提言されているものの、EUや米国の流れに足並みをそろえる状況には至っていない。

近年、インターネットの普及、クラウドコンピューティングの浸透、ソーシャルメディアの発展を通じて情報の流通速度や分散保管、拡散性が一段と加速している。その中で、データ主体は自らのパーソナルデータに対する権利意識をますます強めていく傾向にあり、企業はこうした権利の要求に対して誠実に応えていく姿勢が求められることになる。

最後に、情報の価値についても触れておきたい。パーソナルデータが利益を生み出す源泉であることはもはや疑いようがなく、多くの企業がその価値を認識した上で積極的に利活用を進めようとしている。その結果生み出された利益は企業が独占するのではなく、提供者であるデータ主体に対しても適正に還元することが求められるようになるであろう。

日本で導入が進む情報銀行でもポイントやクーポンの付与といったインセンティブ (誘因) を通じてデータ提供者への対価の還元が検討されている。また、カリフォルニアの州知事はデータ配当金という形でデータ主体に一定割合の利益を還元する制度を提言している。こうした利益の適正配分の仕組みをどのようにデザインし、データ主体からの理解を得られるか、今後パーソナルデータの利活用が社会に根付いていくための試金石となっていこう。

(この項おわり)

個人データ授受の枠組みはこうなる

