戦略的イノベーション創造プログラム
Cross-ministerial Strategic Innovation Promotion Program

「パーソナルデータ分野に関するELSI検討」
報告書

2020/3/31

一般社団法人データ流通推進協議会

1　内容

2　適用 3
3　本報告書の目的....3
3.1　本報告書における「アーキテクチャ」の定義と意義....4
3.2　ELSI 検討と各採択案件の本報告書における位置づけ 6
3.3　顔照合（生体認証）....8
3.4　人物行動追跡データ....8
3.5　医療版情報銀行....8
4　ELSI に関するアーキテクチャ検討方法（アプローチ方法）....9
4.1　検討内容 11
4.1.1　事業に関係する規範カテゴリー 12
4.1.2　事業展開が行われる地域....13
4.1.3　事業に関係する規範の形成主体 13
4.2　パーソナルデータに関するアーキテクチャ（整理一覧表）....14
4.2.1　表１（アーキテクチャ一覧）....14
4.2.2　表２（事業者にとって重要な２つの視点・問題となった事案）....16
4.3　抽出した「規範」のプロフィール**（別冊）**....17
4.4　小括 18
5　３．パーソナルデータを活用した適正な事業開発の基本要件....21
5.1　基本要件①　グローバルな目線の必要性....22
5.2　基本要件② 責任あるビジネス、バリューチェーンの推進....22
5.3　基本要件③　消費者（個人）を主役に据えた事業全体のデザイン 22
5.4　基本要件④　消費者目線を踏まえた通知及び同意....23
5.5　基本要件⑤　フェアネス 23
5.6　基本要件⑥　透明性と説明責任....23
6　信頼性の確保のためにステークホルダーに求められる行動 23
6.1　認定制度の創設....23
6.2　認定制度自体のブランド力の強化....24
6.3　市民社会との対話と共働....24

2　適用

本書は、内閣府が実施し国立研究開発法人　新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）が管理法人を務める「戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）第２期／ビッグデータ・AI を活用したサイバー空間基盤技術／パーソナルデータアーキテクチャ構築」事業において、一般社団法人データ流通推進協議会(以下　当協議会)が提案し、採択された「DFFT(Data Free Flow with Trust) 実現のためのアーキテクチャ設計と国際標準化推進の研究開発」のために、当協議会が実施した「パーソナルデータ分野に関する ELSI 検討」報告書である。

3　本報告書の目的

我が国の内閣府第五期科学技術基本計画において提案された Society5.0 と呼ばれる社会像は、これまでの情報社会（Society4.0）において「知識や情報が共有されず、分野横断的な連携が不十分であるという問題」があったことを踏まえ、①IoT（モノのインターネット)、②人工知能（AI)、③社会変革の３つを柱に、「フィジカル空間のセンサーからの膨大な情報がサイバー空間に集積されます。サイバー空間では、このビッグデータを人工知能（AI）が解析し、その解析結果がフィジカル空間の人間に様々な形でフィードバックされ」、「これまでには出来なかった新たな価値が産業や社会にもたらされることに」なるといわれている[1]。

情報通信白書（平成 30 年版）によれば、「AI の分析精度向上や様々な領域での活用により新たな価値を生み出すためには、データの量だけではなく、その種類・質が重要であり、多種類（多分野、多サービス）の高品質（高精度、高精細）なデータを大量にもっていることが競争力を左右するだけではなく、イノベーションの源泉にもなる」とされ、そのために「市場での優位性の基準が、データへと移転」するとされている[2]。こうした状況の中で、事業におけるパーソナルデータ分野の占める位置づけは、昨今ますます重要性を増している。

その一方、すでにパーソナルデータの利活用（特に顔照合の分野）については、利用者と事業者双方にとって利便性の向上や生産性の向上といった様々なメリットをもたらす一方で、個人にとってもデータのコントロールを把握できないことによる不安から、海外を中心にプライバシーをはじめとする人権への配慮を求める声が消費者団体などを通じて挙がっている。

本報告書は、パーソナルデータ分野の利活用を考える事業者がこうした諸問題に対して主体的に取り組むことによって、事業展開における競争力の維持を目指すということを目

[1] 総務省 HP「Society5.0」 at https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/index.html

[2] 平成 30 年版情報通信白書３頁。

的とする。

そのために本報告書は、下記２で掲げるように、我が国や世界において多層的に形成されている様々な「規範」の層を「アーキテクチャ」として捉え、これらについての調査と整理を行うことによって、パーソナルデータ分野全体を対象とするアーキテクチャを構築することを目的とする。事業者が主体的に諸問題に取り組む際の参照軸となる。そこでは、インバウンド拡大なども視野に入れ、事業者にグローバルな視点を獲得してもらうために、国内にとどまらず、海外の「規範」もいくつか洗い出している。

なお、データ流通が、特定の業種業態に閉じたものではないことを鑑みると、アーキテクチャの構築には、業種業態を超えた連携が必要となり、その実現には技術、制度的課題を解決せねばならない。そこで、本アーキテクチャ設計は、下記1.2で示すように、パーソナルデータ利活用の分野の中でも現在、そして今後、特に重要となるであろう顔照合（生体認証)、人物行動追跡データ、医療版情報銀行といった３つの分野からの課題も洗い出し、アーキテクチャ構築に関わる研究開発を進めている。

なお実施に当たっては、「パーソナルデータ分野アーキテクチャ検討会議」、「ELSI（Ethical, Legal and Social Issues）検討会」、「パーソナルデータ分野における実証実験実務者会議」を設置・運営し、有識者や実務者の助言や意見を反映させている。この場を借りて厚く御礼申し上げたい。

まとめ
・Society5.0の社会像を目指すうえでのパーソナルデータ活用の前に対応されるべき消費者・ユーザーからの不満や不安の声
・諸問題への配慮により、事業者の事業開発やサービス展開における競争力の維持
・パーソナルデータ分野におけるアーキテクチャの構築の必要性・有用性

3.1　本報告書における「アーキテクチャ」の定義と意義

情報技術の進化のスピードはこれまでと比べても格段に早くなっており、その一方でシステム全体はより複雑化の体をなしつつある。そうした複雑化が、イノベーションの創出に対するブレーキとなってしまうことを鑑みれば、複雑化したシステム間の相互接続性やシステムの拡張性等が確保されることこそが重要となる。そのために、適切な「アーキテクチャ」を設計することで、それに基づいた技術開発、標準化、ルール形成等を行う必要があるといえる。

本報告書における「アーキテクチャ」とは、パーソナルデータを取り扱う事業者(事業の計画時、検討時も含む)及びパーソナルデータを取り扱う可能性を有する事業者(事業の計画時、検討時も含む)を対象として、ビジネスモデルやサービスの設計を行う際のガイドとなる機能を果たすことを目指している。そこでは、機能、データ、アセット等を各層

に分け、各層の構成要素とそれらの関係性を可視化し、システム全体を俯瞰する設計図となる[3]（**図 1**）。

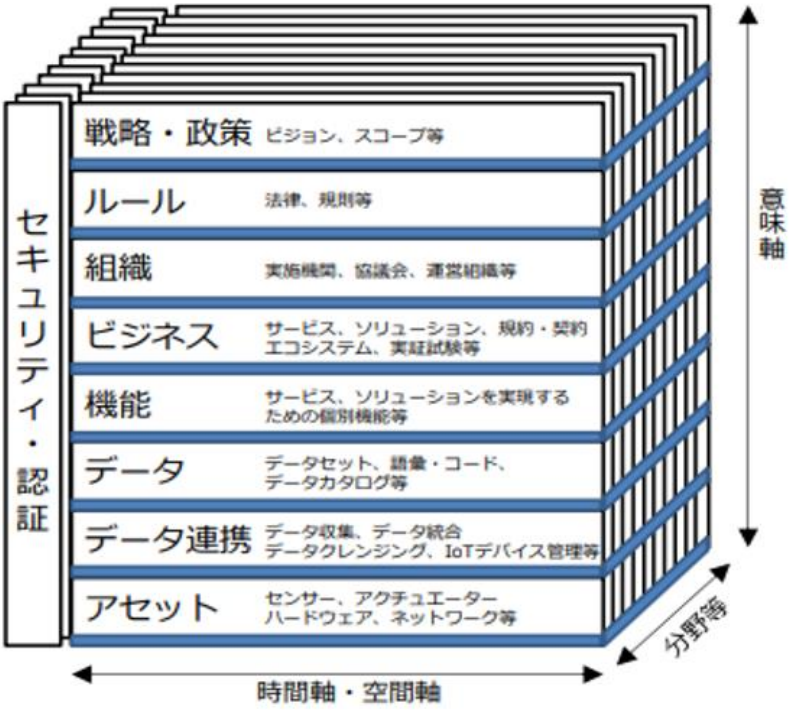


図 1　（出典：NEDO「戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）第 2 期ビッグデータ・AI を活用したサイバー空間基盤技術におけるアーキテクチャ構築及び実証研究」公募要領）

上記のようなアーキテクチャを設計・整理することで、各事業者がパーソナルデータの取り扱いの適正性や潜在する課題を顕在化させることができ、適切なパーソナルデータの利活用モデルの普及についての一翼を担うことができると考えられる。さらには、パーソナルデータを取り扱う事業の共通要件を明確にすることで、分野・事業間の連携を推進することにもつながっていくと考えられる。

換言すれば、パーソナルデータを扱う全ての事業者が、新たな事業開発またはサービス設計をスタートする段階において、本アーキテクチャ設計書を一覧してもらうことで、事業・サービス展開の際に、どのような「規範」に目配りし、配慮をすれば、消費者・ユーザーフレンドリーな事業・サービス展開が可能となるのかを事業者自身が検討することができるようになる。

さらに本アーキテクチャ設計書は、「規範の不在」も洗い出すことも目指している。一見すると「規範の不在」は、何事にも縛られることなく「自由」に事業・サービス展開を

[3] NEDO「戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）第 2 期ビッグデータ・AI を活用したサイバー空間基盤技術におけるアーキテクチャ構築及び実証研究」公募要領を参照

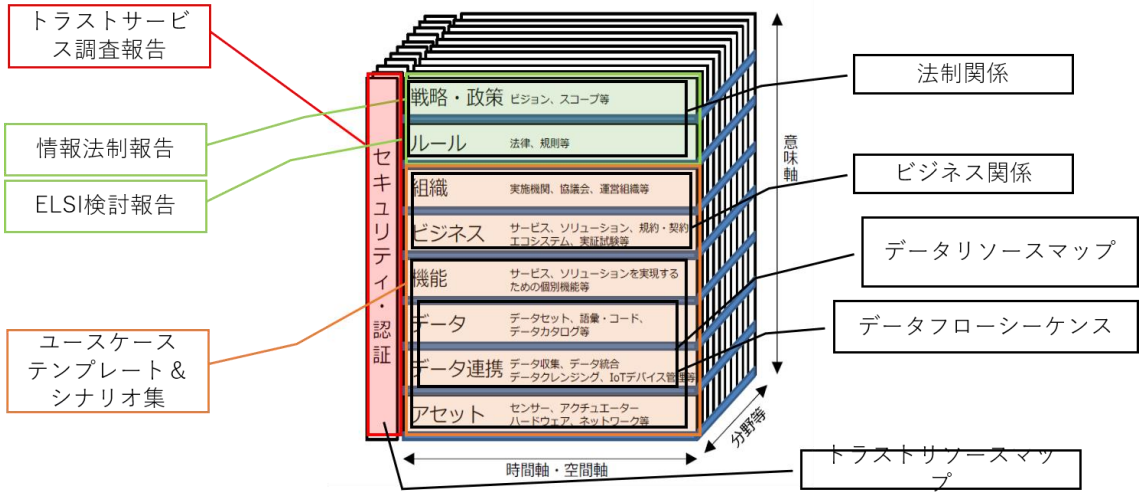
事業者が行えることを意味するように思えるが、しかしながらそれは裏面を見れば事業・サービス展開にあたって事業者が標準とすべき道標がない状態でもあり、それはすなわち事業・サービス展開後に、消費者・ユーザーが不利益を被る、または不満や不安を抱き事業・サービスの見直しや中止を迫られるといった危険性が増すことを意味している。これは事業者にとっても歓迎すべき状態ではない。必要な場合には事業者または業界が主導してこうした「規範の不在」を積極的に解消するためにも、本アーキテクチャの意義は非常に大きいものといえる。

以上のような「事業者の主体性」を重視し、事業・サービス展開「前」に参照してもらうべき「規範」のカタログを目指しており、その具体的な内容については本報告書 4.2 及び 4.3 をご覧いただきたい。

まとめ
・「アーキテクチャ」＝パーソナルデータを取り扱う又は取り扱う可能性のある事業者を対象としたビジネスモデルやサービスの設計を行う際のガイド的機能を担うもの
・事業・サービス展開の際に、どのような「規範」に目配りし、配慮をすれば、消費者・ユーザーフレンドリーな事業・サービス展開が可能となるのかを事業者自身が検討することができることを目指す
・「規範の不在」の洗い出しも目指す
・「事業者の主体性」の重視

3.2　ELSI 検討と各採択案件の本報告書における位置づけ

本 ELSI 検討は、標題にもあるように「SIP 第 2 期／ビッグデータ・AI を活用したサイバー空間基盤技術／パーソナルデータアーキテクチャ構築／DFFT(Data Free Flow With Trust)実現のためのアーキテクチャ設計と国際標準化推進の研究開発業務」に基づくものであり、Society5.0 リファレンスアーキテクチャ（図 2）における「戦略・政策（ビジョン・スコープ等）」、「ルール（法律、規則等）」、「組織（実施期間、協議会、運営組織等）」にまたがったものとなっている。



（出所：NEDO 「戦略的イノベーション創造プログラム（ＳＩＰ）第2期ビッグデータ・AIを活用したサイバー空間基盤技術におけるアーキテクチャ構築及び実証研究」公募要領におけるSociety 5.0リファレンスアーキテクチャ図を記載）

図 2 （出典：NEDO「戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）第 2 期ビッグデータ・AI を活用したサイバー空間基盤技術におけるアーキテクチャ構築及び実証研究」公募要領における Society5.0 リファレンスアーキテクチャ図に日本総研が加筆）

レイヤ	ELSI 検討会での位置づけ
戦略・政策	ELSI 検討では、「規範の不在」を洗い出すことで、今後の「戦略・政策」につなげていく側面もある。今後のビジョンにとって必要な企業に期待されるべきアクションについては、本報告書の 5 をご覧いただきたい。
ルール	ELSI 検討の主要部分を構成する。後述する 3 つの整理軸から、規範を整理・検討し、事業者目線での「俯瞰（overview）」を行えるようなものを構築する。これについては、本報告書表 1（4.2.1）をご参照いただきたい。 またパーソナルデータの利活用に関する消費者・ユーザーの受容性を図るためには、単なる法令をはじめとする「規範」のみならず、様々な社会的要因にも目を配る必要がある。この受容性とインクルージョンの違いに関しては、本報告書の表 2（4.2.2）をご参照いただきたい。
組織	ELSI 検討の主要部分を構成する。アーキテクチャの整理軸について、「組織」に関係するものとして、「事業に関係する規範の形成主体」が挙げられている。これについては、本報告書の 4.1.3 をご参照いただきたい。

さらに、ELSI 検討において構築されるアーキテクチャは、医療版情報銀行、顔認証、人物行動データといった他の採択分野とも連携を図り、それぞれとの論点を共有し、各分野における固有の規範も含めた全体の俯瞰図として機能する（図 3）。他の採択分野との連携を図る意義については、次項を参照していただきたい。

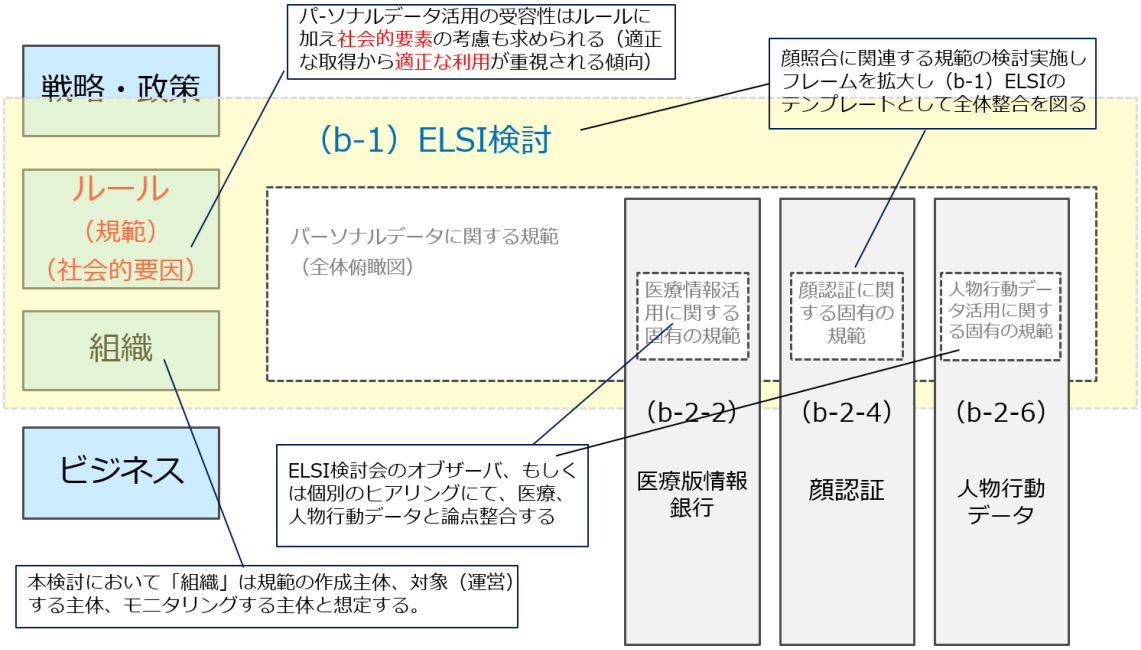


図 3　全体の俯瞰図

3.3　顔照合（生体認証）

顔照合をはじめとする生体認証技術は、なりすましの防止等、社会生活における様々な場面での利用が促進されることで、個人にとっても社会にとっても大きなメリットがある一方で、容易に個人が本人の意思で変更不可能な情報でもあるため、プライバシーに対する潜在的なリスクが常に付きまとう。そこで、生体認証（特に顔照合）関連の事業開発を行う事業者のために、顔照合に関連する「規範」を俯瞰するアーキテクチャを検討する意義は非常に大きいと言える。

3.4　人物行動追跡データ

人物行動データは、動線データと購買情報などをかけあわせて分析することにより、観光やイベントの領域などにおいてエリアマーケティングで活用されることで、当該地域に大きな経済効果をもたらすメリットをもつ一方で、大阪ステーションシティの一件をはじめとして、ユーザー・消費者が自身のデータをどのように取得され、保存され、利活用されているのかがわからず不満や不安を抱くことにもつながる。そこで、人物行動データの利活用による事業開発を行う事業者のために、人物行動データに関連する「規範」を俯瞰するアーキテクチャを検討する意義は非常に大きいと言える。

3.5　医療版情報銀行

スマートフォン普及に伴う ICT 化が社会で進む一方、医療情報については、デジタル

化・電子化がすすめられてはいるものの、現在のところ医療機関と医療版情報銀行のような仕組みは遅々として進んでいない。医療情報は個人情報保護法上のよう配慮個人情報に該当するため、慎重な取り扱いが必要となる。他方、個人の医療情報がデータ流通により利活用が進めば、当該個人にとっても社会にとっても大きな利益につながりうる。そこで、医療情報の個人によるコントロールのもとでの医療情報の利用サービス構想に取り組む事業者のためには、医療情報に関連する「規範」を俯瞰するアーキテクチャを検討する意義は非常に大きいと言える。

4　ELSI に関するアーキテクチャ検討方法（アプローチ方法）

上記のように本研究開発と報告書の目的は、新たに事業展開を行う事業者側の視点に立ち、事業展開の際にパーソナルデータ分野に関するどのような「規範」に目を配っていくのか、さらには海外展開やインバウンドを視野に入れ、グローバルな視点からみて、事業者がより消費者や社会にフレンドリーな形で事業を展開していくうえで、足りないものは何なのかを浮かび上がらせることにある。そのために、本報告書では、国や社会において形成されている多様な「規範」の層を、事業者が俯瞰（overview）することができるよう整理を行っている。

本アーキテクチャを事業者が活用するにあたっていくつか注意点がある。まず本アーキテクチャの構築にあたっては、重ねて述べるように「事業者の主体性」を重視しており、またその目的として消費者・ユーザーから予期せぬ反発・不安・不満を浴びることなく、消費者・ユーザーにフレンドリーな事業・サービス展開を目指すことを掲げている。そのため、その構築にあたってのパーソナルデータ分野に関する「規範」の抽出は、消費者・ユーザーからの信用や信頼関係を構築するために必要不可欠なものを中心に行っている。

この点、例えば昨今のリクナビに関する一連の問題に対し、個人情報保護委員会と並び、厚生労働省が根拠規範として職業安定法に基づき行政指導を行っているが、このように各業界におけるいわゆる「業法」の中にもパーソナルデータ分野に関連する規範が存在する。しかしながら本アーキテクチャは、特定の業界をターゲットとするものではなく、業種横断的にパーソナルデータ分野に関連する「規範」を抽出しているため、今研究開発ではこれらについての検討は除外されている。これらについては今後の検討課題とさせていただきたい。

さらに、本アーキテクチャ構築に際して、グローバルな視点として、国連や国際団体のほかに、主としてアメリカと EU といった地域を中心に「規範」の洗い出しを行っている。もちろん、真の意味でのグローバルな事業展開のための視点を得るためには、欧米圏だけでなく、アジア圏、特に昨今の AI 開発における発展目覚ましい中国や、インド、中東などにも目配りをする必要があることは確かである。しかしながら、現在、世界の AI に対する方針の特徴は、大きく分けて３つに分類されるといわれている。まず一つが、アメリカであり、これは「自由（liberty)」を重視する。すなわち、個人情報も含め、個人

と私企業の間での「自由」な情報流通こそが、最も重視すべき価値として社会に通底している側面がある。これと対抗する形のものが、「尊厳（dignity)」であり、その価値を標榜するのがヨーロッパ圏である。個人による情報自己決定権を重視する立場である[4]。他方で、これら二つの規定的価値観は、「人間中心」という部分において共通している点もある。すなわち、「自由」にせよ「尊厳」にせよ、これらはいずれも私たち「人間」にとっての普遍的・根底的な価値（人権 human rights）であり、そのどちらを主軸に据えるかという違いに過ぎないと捉えることもできる。他方、これとは異なる特徴を有するのが、「調和（harmony)」を標榜して AI に対する方針を固めつつある中国圏である[5]。アリババグループにおけるスコアリングシステム「ジーマ信用」などが普及し、社会信用体系が AI によるスコアリングにより構築されていくなかで、社会全体でデータを共有し、「人と AI の調和」を図っていく方針である[6]。

この点、我が国は、政府の統合イノベーション戦略推進会議が平成 31 年の 3 月 29 日に「人間中心の AI 社会原則」を策定し、これに基づいた AI 開発利用原則を定める方針を採用している。本報告書においても、この「人間中心」の原則は、基本的に大前提としているため、こうした前提の価値観を共有するアメリカ、そしてヨーロッパの動向に特に目

---

[4] この点については、宮下紘『プライバシー権の復権（自由と尊厳の対立)』(中央大学出版部、2015 年）150 頁を参照。; *See*, James Q. Whitman, *The Two Western Culture of Privacy: Dignity Versus Liberty*, 113 YALE L.J. 1151(2004).

[5] 例えば、2019 年 6 月 17 日に公表された中国国家次世代 AI ガバナンス専門委員会による「次世代 AI ガバナンス原則」では、公平・公正、包摂・共有、プライバシーの尊重、セキュリティ・制御可能性、責任の分担、開放・協力、アジャイルガバナンスといった EU における原則と遜色ないものが並ぶ中、まずもってその第一を「調和（和諧)・友好」が示されている点が大きな特色である。出典：AI ネットワーク社会推進会議「報告書 2019」 at https://www.soumu.go.jp/main_content/000637096.pdf　また、北京 AI 原則も同様に、「調和と協力（Harmony and Cooperation)」が挙げられており、この点について、江間有沙（東京大学未来研究センター）は、次のように指摘する。「筆者の経験から言って「調和（Harmony)」という単語は、中国で人工知能ガバナンスを議論するときに度々用いられる傾向がある。ここで言う「調和」の対象は人と人だけではなく、環境や動物、人工物との関係性にまで敷衍（ふえん）される傾向にあり、「人間中心」を掲げる欧米および日本の AI 原則と区別するため意図的に用いている場合もある。」」(江間有沙「中国で「AI の倫理」はどう語られているのか、国際学会に参加してわかった実態」日経クロステック 2019 年 11 月 26 日 at https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/01119/112500001/?P=2)

[6] この点を指摘するものとして、山本龍彦「情報政策を巡る欧米中の三つ巴の争い：日本はどの道を歩むべきか：情報政策は「国のかたち」に関わる国家論的な問題（特集 社会を変えるデータ利活用)」金融財政事情 Vol.69-No.30（金融財政事情研究会、2018 年 8 月 6 日）17 頁。

を配る必要があると思われたことから、これら二地域を重点的に規範の抽出を行った。もちろん、これ以外の地域でも同様の価値観を共有する地域が世界的に広がりつつあるし、またこれら価値観を共有しない地域への目配りも重要であるとの意見もいただいているため、これらについては今後の検討課題としたい[7]。

まとめ
・海外展開やインバウンドをも視野に入れ、事業者がより消費者や社会にフレンドリーな形で事業を展開していくうえで、足りないものは何なのかを浮かび上がらせるため、国や社会において形成されている多様な「規範」の層を、事業者が俯瞰（overview）することができるよう整理を行う。
・本アーキテクチャの構築にあたっては、重ねて述べるように「事業者の主体性」を重視し、「規範」の抽出は、消費者・ユーザーからの信用や信頼関係を構築するために必要不可欠なものを中心に行う。
・本アーキテクチャ構築に際して、グローバルな視点として、国連や国際団体のほかに、我が国と「人間中心」という価値観を共有しているアメリカと EU といった地域を中心に「規範」の洗い出しを行う。

4.1　検討内容

本報告書における「規範」には、法令、ガイドライン、企業ポリシーなど様々なものが含まれているが、事業者がアーキテクチャを俯瞰する際に、重要となる３つの整理軸とその理由は次の通りである。

パーソナルデータ分野アーキテクチャ整理軸	理由
事業に関係する規範カテゴリー	政府の法令や、非公的団体によるガイドラインなどさまざまな「規範」が存在するため、それぞれの規範の拘束力や、技術進化への対応について検討していくうえでの参照軸となるため、それらを６つのカテゴリーから整理している。
事業展開が行われる地域	グローバルな事業展開を考えるうえで、どの地域で「規範」が形成・運用されているのかが重要となるため、それらを地域別に整理している。

[7] 例えば、委員からのご指摘の中では、中東のアラブ首長国連邦におけるスマート・ドバイが作成した AI Principles & Ethics が挙げられた。そこでは、「AI システムは、公平で、透明性があり、説明責任性があり、理解可能性があるべきである（AI systems should be fair, transparent, accountable and understandable）」とされている。 at https://www.smartdubai.ae/pdfviewer/web/viewer.html?file=https://www.smartdubai.ae/docs/default-source/ai-principles-resources/ai-ethics.pdf?sfvrsn=d4184f8d_6

事業に関係する規範の形成主体	「規範の不在」や、現行の「規範」にある問題点について、事業者や業界が主体的に関わり、問題を解決していくために、「規範」の形成を行っている主体が誰なのかを把握できるよう整理している。

4.1.1　事業に関係する規範カテゴリー

規範には国家や自治体、各省庁が形成する法令から、業界団体や自社で設定するガイドラインやポリシーまでさまざまなものがある。昨今の技術進化のスピードを鑑みると、パーソナルデータ分野に対して、国家がすべて対応するのには限界があり、多様な「規範」をカテゴリカルに把握することが重要となる。

またこれらのカテゴリーは、主として規範の執行性や拘束力にも関係がある。例えば政府機関による法律は、基本的に業界団体のガイドラインや自社ポリシーよりも名宛人に対する拘束力が働くものの、法律の中にも基本法や倫理規定として機能しているものもあり、一概に法律＝拘束力が強いとは言い切れない部分もある。またガイドラインの中にも、政府系と団体系で拘束力の強弱のグラデーションがある。そのため各規範の拘束力の程度について把握することが必要となる。

➢　主なカテゴリーは以下の通りである。

カテゴリー	概要
Ⅰ　国際原則 政府系／国際団体	グローバルな視点を加味すると、国連やEUなどが提示している原則は、事業者が事業の世界展開をする際のスタンダード（標準）として、見逃すことはできない。また公的機関でなくとも、国際的な学会・団体が提示するものにも一定の影響力をもつものが存在するため、それに対する目配りが必要である。
Ⅱ　国内・地域の法令・条例 制裁有／制裁無→インセンティブ設計も参照	公的な手続きに基づき形成された規範であり、違反した場合に、罰金や民事訴訟の提起など一定の制裁を科されるかの生がある。ただし制裁が科せられない、基本法や倫理規定として機能しているものもある。
Ⅲ　政府系ガイドライン	公的（行政）機関により策定され、法令に策定根拠を置くものがある。事業者に対する行動基準の明確化という効果があり、自主的に遵守することが推奨される。ただし、EU等のガイドラインについては、法的拘束力を有するものもあるとされる点に注意が必要である。
Ⅳ　団体ガイドライン	非公的な主体（例・業界団体）により策定されており、事業者が自主的に順守することが推奨される。ただし業界内のガバナンスにより事実上の（≠法的な）拘束力を有する場合がある。
Ⅴ　企業ポリシー	第三者による監視がなく、各社ごとの内部基準として機

	能する。法的な拘束力はないが、市場においてグローバルスタンダードを形成する大企業が提示しているものについては、事業者のビジネス展開の観点から目配りする必要があると考える。
VI　国内勉強会・研究会に基づく報告書	業界関係者、有識者（研究者）などが集まった私的な研究会を指している。専門知の観点から、事業者や業界に対する一定の提言という形を採用している。法的な拘束力はないが、事業者にとっては事業展開の際の参照軸として機能する。

- 規範を遵守するインセンティブ設計について

  また、規範の名宛人が当該規範を遵守しようと行動するための動機付けについて、制度がどのように設計されているかという視点も重要となる。例えば、法律であっても制裁規定を設けた設計になっているか否かによって事業者側が守ろうとする動機づけに変化が生じる。さらに、業界団体のガイドラインであっても、第三者による認定制度とセットにするような設計になっているか否か、さらに補助金のような行政からの給付のための基準とセットになっているかどうか、公的機関によるモニタリングがあるか否かという点でも違いがみられる。

4.1.2　事業展開が行われる地域

海外への事業展開の可能性を考え、日本国内にのみ視線を閉じることがないよう目配りする必要がある。なおその際に注意が必要であるのは、インバウンド拡大など、単に事業展開を日本国内のみでおさめる、または当該法令の地域とは別の地域（e.g. アメリカにおける他の州）で展開するからといってグローバルな視点が必要なくなるわけではないという点である。他国・他地域の方々にサービスを提供することが増加することが予想される場合には、その国・地域の規範への目配りも必要と思われる。
e.g. GDPR、カリフォルニア州消費者プライバシー法

4.1.3　事業に関係する規範の形成主体

新しい技術に対し、国や自治体が規範を設定する前に、業界団体などで自主的に規範を形成することもあり得る。これは、あらかじめ規範が設定されていることにより、無法図に事業が展開され、後からユーザー・消費者の反発を招き、結果として事業展開がストップしたり、取りやめになってしまうこともあり得るからである。そのため、「規範」の設定がなされていた方が、長期的に事業者にとってビジネスが有利に働く場面がある。そのため、規範形成に事業者や業界団体が積極的に関与していくためにも、誰が規範形成の主体となりうるのかを把握することが必要である。

さらに、規範形成の主体によって規範のカテゴリーや採用しうるインセンティブ設計にも違いがでる（例えば、主体が政府機関ならば法令による制裁規定を採用できる

が、業界団体の場合は同様の制裁規定は採用できない)。

4.2　パーソナルデータに関するアーキテクチャ（整理一覧表）

※「パーソナルデータに関するアーキテクチャ（検討一覧表）」の見方について
顔照合、人物行動追跡、医療情報の各項目の関連度合い、さらに各規範の執行性・拘束力を★の数（１～３）で区別し、事業展開を行う際に事業者がアーキテクチャを俯瞰できるような仕組みとなっている。各規範のより詳細な説明・解説は、「すべてのプロフィール」と呼ばれる部分で行う。

4.2.1　アーキテクチャ一覧

表 1　アーキテクチャ一覧

①事業に関係する規範カテゴリー	名称	規範形成主体	関連性(顔照合)	関連性（人物行動）含・属性取得	関連性（医療情報）	拘束力・執行性
国際原則（国際団体）	倫理的に配慮されたデザイン（第 2 版）	IEEE	★	★	★	★
	ヘルシンキ宣言	世界医師会（WMA）	★	★	★★★	★
国際原則（政府系）	国連ビジネスと人権に関する指導原則	国連	★	★	★	★★
	AI に関する理事会勧告	OECD	★	★	★	★★
	Data Free Flow with Trust	G20	★	★	★	★
	信頼のおける AI のための倫理ガイドライン	EU	★	★	★	★★
国内・地域の法令・条例	憲法 13 条　プライバシー権（情報自己決定権、肖像権）	日本	★★（★）	★★	★★	★★★
	消費者基本法	日本	★	★	★	★★
	消費者安全法	日本	―	―	―	★★★
	個人情報保護法	日本	★★	★★	★★	★★★
	次世代医療基盤法（および同法施行規則、基本方針等）	日本	―	―	★★★	★★★
	医療法、および医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのｶﾞｲﾀﾞﾝｽ等	日本	―	―	★★★	★★★

	臨床研究法（および医学研究関連法令ガイドライン）	日本	―	―	★★★	★★★
	医薬品医療機器法および GCP 省令等関連規範	日本	―	―	★★★	★★★
	カリフォルニア消費者プライバシー法	カリフォルニア州	★★	★★	★★	★★★
	ワシントン州生体識別子法	ワシントン州	★★	★★	―	★★★
	イリノイ州生体情報プライバシー法（BIPA)	イリノイ州	★★★	★★	―	★★★
	サンフランシスコ市当局による顔認識技術の使用を禁止する条例	サンフランシスコ市	★★★	★★	―	★★★
	防犯カメラに係る補助制度	各自治体	★★★	★★	―	★★
政府系ガイドライン	Facing Facts	FTC	★★★	★★	―	★★
	FIPPs（Fair Information Practice Principles）	FTC 等	★	★	★	★★
	ビデオ機器を通じた個人データの処理に関するガイドライン（最終版）	EU	★★★	★★	―	★★★
	人間中心のＡＩ社会原則	内閣府	★	★	★	★★
	AI 利活用原則案／AI 利活用ガイドライン案	総務省	―	―	★	★★
	国際的な議論のための AI 開発ガイドライン案	総務省	―	―	★	★★
団体ガイドライン	プライバシーフレームワーク	米国公認会計士協会	★★	★★	★	★★
	企業行動憲章	経団連	★	★	★	★
	経団連サイバーセキュリティ経営宣言	経団連	★	★	★	★
企業ポリシー	Artificial Intelligence at Google Our Principles	Google	★	★	★	★
	NEC グループ AI と人権に関するポリシー	NEC	★	★	★	★
	特設 Web サイト「プライバシー」	Apple	★★	★★	★	★

	IBM 顔認証ポリシー	IBM	★★★	★	―	★
国内勉強会・研究会	HRbD に基づくチェックリスト	NEC＆KGRI	★	★	★	★
	プロファイリングに関する提言案	パーソナルデータ＋α研究会	★	★	★	★
	大阪ステーションシティ ICT 大規模実験に関するレポート	映像センサー使用大規模実証実験検討委員会	★★★	★	―	★

4.2.2　事業者にとって重要な 2 つの視点・問題となった事案

下記のような受容性の違いを見誤り、不用意に事業やサービスを実装した場合、事業者にとって予期せぬ反対運動や抗議につながってしまう。さらに、これらは、プライバシー設計に必要な観点として配慮する必要がある。

表 2　事業者にとって重要な 2 つの視点・問題となった事案

事業者にとって重要な視点①　受容性	
地域・民族・宗教による受容性の違い	地域・民族・宗教等が異なると、サービスの受容性にも相違がみられる。例えば先述した通り、欧州と米国では、社会における基底的価値観に差があることが指摘される（尊厳重視か自由重視か）。さらに米国も一枚岩というわけではなく、州によってそうした価値観に差がありうる（e.g. カリフォルニア州）。そのため、事業者がサービス展開を行う前に、こうした地域・民族・宗教上の受容性の違いを把握しておくことが重要となる。
少数民族など受容性の違い	少数民族などは、新技術が用いたサービスによって迫害を受けてしまう可能性もある。特に事業者が展開しようとする技術が、「監視」に転用できるようなものであると、それら技術を用いて、自社の技術が思いもよらぬ形でこうした人々への弾圧のために用いられてしまう場合がある。もちろん、同様の技術は、こうした迫害を受けている人々の「ケア」や「保護」のために用いられることもあるため、一概に断じることはできないが、事業者は事業展開を行う際に、BtoB、特にエンドユーザーがどのように自社の技術を用いるかを慎重に見極める必要がある。
事業者にとって重要な視点②　インクルージョン	
消費者と事業者との関係性	新技術を有する事業者側は、消費者に対して非常に優位な立場に立っている場合があることに自覚的になる必要がある。（独禁法上の「優越的地位の乱用」とまで言えるかはともかく）事業者が、消費者側の選択権を奪うことになってしまっていないかに注意を払う必要があり、さらにその優位な立場

	を利用して、プライバシーをはじめとする基本的権利を行使した消費者を商品価格やサービスの点で、差別的に取り扱っていないかに注意を払う必要がある（e.g. CCPA）
特に社会的に脆弱な立場の人々（子供、高齢者）との関係性	児童や高齢者をはじめとする、特に社会的に脆弱な立場に置かれている人々に対しては、新技術が、ケア（見守り）の手段となる一方で、コントロール（管理）や差別の手段に変貌する場合がある。児童の場合には、親による情報コントローラビリティに配慮する必要がある（e.g. COPA）　高齢者の場合にも、例えば認知症の症状を有する人を、サービス展開の中でどのように包摂し、目配りしていくかが重要となる（e.g. 消費者安全法）

4.3　抽出した「規範」のプロフィール（別冊）

ここでは、アーキテクチャに抽出し、整理した「規範」すべてについて解説を行っている。ただし、そのすべてについて詳細に網羅することはせず、原則として各「規範」については、概要程度の説明に留め、その中でも特に重要性があるものと考えられるものにのみ、詳しい解説を入れている。いずれにせよ、ここで書かれているプロフィールは、事業者が、事業展開に際して、「意識」しておいた方がよいものとして取り上げられている。そのため、少なくとも自身が展開しようとする事業の「合法性」については、自社の法律専門家（法務部、インハウス・ロイヤー、顧問弁護士など）との検討を行う必要がある。

各「規範」のプロフィールの見方

顔照合との関連性　★～★★★（ほとんど関連しないもの（―）としている）
→※簡易な理由
人物行動データとの関連性　★～★★★
→
医療情報との関連性　★～★★★
→
執行性　★～★★★
→

概要
①～。②～。③～。

内容
～

※１「規範」と他の採択案件との関連性、執行性（事業者に対する拘束力）を三段階で表示。→に★の数の理由を記載している。
※２　多くのものは、各関連性の説明と、「概要」、短い「内容」のみにとどめる。

※３　最重要のもののみ、「内容」部分に、より詳細な説明書きを追加する。
※４　「概要」の①、②、③はエクセルシートにおける①規範カテゴリー、②事業展開の地域、③規範形成主体をそれぞれ説明している。
※５　いずれもあくまで事業者の主体性を重視して解説することを心掛けた。

→別冊へ

4.4　小括

本章の最後に、これから事業・サービス展開を行うことを計画している事業者に対する本報告書のアーキテクチャ検討により得られたいくつかの知見を提示したい。

・パーソナルデータ分野を含むデータ流通においては、アーキテクチャ一覧表でもふれている通り、我が国は「信頼のおけるデータ流通のルール作りに取り組む方針 DFFT(Data Free Flow with Trust)」をダボス会議を通じて提唱しており、「信頼」の確保・担保は事業者にとって事業展開を行う上での、必要要件となりつつある。

・そのうえで、昨今、パーソナルデータ分野の利活用については、事業者に対する消費者（加えて研究者）からの反発や危惧が徐々に上げられている。その中でも利活用がかつてから進み、問題が顕在化しているのが顔照合に関係するカメラや顔認識技術に関する問題である。例えば、世界においては、表２に挙げたように Amazon Rekognition の公的機関への導入をめぐって大きな反発を呼んでいるし、我が国においても、例えば、情報通信研究機構（NICT）の「大阪ステーションシティ」の事案は、大きく取り上げられた。本報告書においても、この大阪ステーションシティの事件の調査報告書は取り上げているところである。

・加えて、パーソナルデータに対する日本人の「閉じた」感覚も問題となろう。「規範」一覧を一見すればわかる通り、パーソナルデータ分野における制度において、我が国の個人情報保護法にだけ目を配ればよいわけでは決してなく、むしろ全体から見れば我が国の法制度はそのほんの一角を占めるに過ぎない。特に欧州における GDPR に加え、アメリカのいくつかの州におけるプライバシー保護の機運の高まりが見て取れる。こうした流れの中で近年には、アメリカの連邦レベルにおいても、包括的な個人情報保護法制の仕組みを有する CORPA が提出されており、法案が通過するかの見通しは不透明ではあるものの、徐々にパーソナルデータ分野に関する共通感覚が、グローバルな環境においても形成されつつあることがわかる。こうしたパーソナルデータ分野をめぐる「規範」の環境変化は、事業者に一定の視座転換を迫るものと考えられる。すなわち日本国内に閉じたクローズドな感覚で事業を進め、グローバルな感覚との乖離が生じると、グローバルな現地への事業展開はもちろん、国内で事業展開を行う場合にも、インバウンド拡大の折、結果的に海外からの旅行者にとって、日本の観光評価を下げ、事業者の競争力にとってもマイナス

の影響を与える可能性がある。また、本アーキテクチャの構築にあたっては、国際標準化の場に諮り、国際コンセンサスを取り、仲間作りすることも視野に入れており、この意味でも、事業者の視座転換の必要は大きいといえる。

・その点でいえば、主要な国際原則の中には、基本的権利（情報やデータに対する自己決定を含む）への配慮、透明性と説明責任、公正・公平性（Fairness）の担保といった事項が盛り込まれており、これらは国際原則の「デフォルト」といってもよいだろう（e.g. 倫理的に配慮されたデザイン、信頼のおけるAIのための倫理ガイドライン）。企業ポリシーをみても、グローバル企業に関しては、こうした「デフォルト」を一定程度、受容し、自社の「規範」として取り込んでいることがわかる。さらに、GDPRやCCPA、BIPAといった各種法令においても、同意取得や通知、さらにはデータ・ポータビリティの権利やデータのオプトアウトの権利を、ユーザー・消費者に付与することで、基本的権利としての情報自己決定権に配慮する方向性も採用されているところである。

・この点、こうした「デフォルト」は、かつてプライバシー保護制度の礎となったOECD8原則（目的の明確化、利用制限、収集制限、データクオリティ、セキュリティ保護、オープンネス、個人参加、アカウンタビリティ）を思い起こさせるものでもある。もちろん、各種の国際原則は同原則そのものではなく、それぞれパーソナルデータ分野におけるAIの活用なども視野に入れた「モダン化」が進められている側面もある。現在、AI原則が本報告書でも扱いきれないほど数多く出されているが、これは、そうした模索検討を多方面で行っている結果ともいえる。GDPRが採用したプロファイリングに対する制限など今後の「デフォルト」に何が入るのかは引き続き注視していく必要がある。

・またここから、各種国際原則等は、その後の各国における法制度構築の参照軸として機能する可能性があり、こうした「デフォルト」に目を配り、それに事前に対応しておくことは、事業者の事業展開にとって大きなメリットとなるだろう。つまり、「デフォルト」に従った法制度が構築されるのを「待ち」、後になってから対応するのではなく、むしろ「デフォルト」が形成されつつある時点で積極的にそれに対応しておく、またはそもそも「デフォルト」の構築に事業者自身がステークホルダーを巻き込んで積極的に参画していくことで、その後の事業展開と市場競争において優位に立つことができるのである。

・「デフォルト」という観点でいえば、我が国における消費者基本法に基づく「消費者基本計画」の施策の内容は示唆的である。プロフィールでも取り上げたが、そこでは、❶消費者の安全の確保、❷表示の充実と信頼の確保、❸適正な取引の実現、❹消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成、❺消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備、❻消費者行政の体制整備といった6点が掲げられており、これらは消費者をパーソナルデ

ータ流通の「主役」に据えるという観点からみれば、パーソナルデータ分野においても事業者が取り組むべき方向性を指し示す十分なフレームワークを提供しているように思われる。

・なお本報告書の調査の過程で、事業者の目線からは、例えば各法令・条例間による規定の違いや、官民のセキュリティポリシーの差異によって生じるインターオペラビリティ（相互運用性）の不足が問題に映る場面にもたびたび遭遇する。例えば、地方自治体の個人情報保護条例間における「死者」の個人情報の取り扱いの差異などはその典型である。これは、より広域にまたがる事業展開や、官民のデータ連携といった事業展開を阻む要因となってしまうことが予想される。

・さらに表２の事業者にとって重要な視点として「児童」に対する配慮を必要とする点を指摘しているが、この点に関して、例えばアメリカの連邦法である児童オンラインプライバシー保護法（COPA）は、13 歳未満の「子ども」の情報取得に、親への通知と同意を義務付け、親によるコントロール権を付与している点が注目される（⇒親のコントローラビリティの観点）こうした児童への配慮が、ある種の社会における「脆弱な主体」に対する配慮から聞いているのだとするならば、児童のみならず、高齢者や障害を有した人々などに対する視点もまた事業者にとって欠かせないものとなる。

・加えて、消費者と事業者の関係に関して、例えばカリフォルニア州消費者プライバシー保護法（CCPA）は、消費者が CCPA に基づき権利を行使したことで、価格やサービスの面で待遇の差別をしてはならないと規定している。事業者が消費者に対して優位な立場を背景にして、データを差し出させてしまうようなことにならないよう注意が必要である。（⇒フェアネスの観点）　→　消費者が主役

・他方でガバメントアクセスの視点についても、今後のグローバルな「デフォルト」を注視しておく必要がある。すなわち、パーソナルデータの取得に際して事業者が、自身の事業展開の目的を掲げ、消費者もそれにコミット（同意）してデータを渡しているとするならば、先の T ポイントカード問題を挙げるまでもなく、その目的外利用の最たるものとなる政府（特に警察）への提供は、（公共の利益という側面を踏まえたとしても）常に慎重になる必要がある。こうした消費者の信頼感のための事業者と政府との一定の「距離感」は、事業設計の段階から事業者としての方針を明確にしておくことが重要であろう。

以上、本報告書のパーソナルデータに関するアーキテクチャを整理・検討によって明らかになったように、グローバルな動向からは、日本の企業・事業者も一定の視座の転換（すなわち、AI 原則が事業開発の阻害になるのではなく、そこで提示されているものへのコミッ

トが市場での競争力になり得る）が迫られているといえる。企業戦略としても、単なるパーソナルデータ利活用がもたらす「リスク回避」を目的としたガバナンス強化に注力するのではなく、自社の事業を通じてパーソナルデータの利活用が引き起こす社会的危害の解決・克服の姿勢に転じることが、イノベーションの発展や事業の成長につながると考えられる。また、アーキテクチャの整理・検討で検討した「規範」を実質化していくために、より積極的な取り組みが必要な場合もあり得るところである。

そこで、次章と次々章においては、こうした調査・整理で得られた知見を踏まえつつ、事業者に求められるパーソナルデータ分野における事業開発の際の基本要件と、事業者のみならず、パーソナルデータ分野のエコシステムを形成しているステークホルダー全体に求められる行動について、一定程度の提言を行いたいと考える。

まとめ
・パーソナルデータ流通における「信頼」の確保・担保の重要性
・消費者からの反発や危惧の存在
・パーソナルデータに対する日本人の「閉じた」感覚から、パーソナルデータ分野をめぐる「規範」の環境変化による事業者の視座転換の必要性
・基本的権利（情報やデータに対する自己決定を含む）への配慮、透明性と説明責任、公平・公正性の担保といったグローバルな「デフォルト」の動向への配慮と、積極的な参画の必要性
・各法令や条例間のインターオペラビリティの不足
・「脆弱な主体」や（消費者・事業者間における）優越的な地位の濫用への配慮
・ガバメントアクセスに対する姿勢

5　パーソナルデータを活用した適正な事業開発の基本要件

最後に、本報告書では、パーソナルデータを活用した事業開発を行おうとしている事業開発者（サービス・デザイナーまたはビジネス・デザイナー）に向けて、その適正な事業開発のための基本要件を提示したいと考える。すでに開発のための原則として、アーキテクチャにおいても取り上げているが、政府による「人間中心の AI 社会原則」が策定されている。その内容は、事業者の目線からすれば、非常に抽象的である（例えば「人間中心」とは何を指すのか）ため、上記原則の内容を踏まえつつ、本報告書の前記 2.4 小括でまとめたものを参考に、ビジネスサイドが実践の場で利活用できるよう一程度の具体化を図った鋳直しを行う必要がある。

本報告書では、合法性ではカヴァーしきれない、事業者がユーザー・消費者と共に AI 社会を歩んでいくための６つの基本要件を提示し、さらに次章において事業者だけに留まらないより広範囲のステークホルダーに求められる３つの行動（アクション）について提言する。

5.1 基本要件① グローバルな目線の必要性

・事業者は、パーソナルデータ分野の事業開発にあたって、たとえ日本国内に限定して事業を行う場合であっても、日本国内のみに目を向けるのではなく、常に諸外国の「規範」にも備えておく必要がある（e.g. GDPR の域外適用の可能性）。
・特に昨今のインバウンド拡大により、大勢の外国人旅行者が訪れることを想定すれば、単に日本国内の所管法令を遵守するだけでは事足りない可能性がある。
・事業者もまた、国際社会の構成員であり、人権尊重の役割を担うために、国際的な常に国際的動向に目配りを行う必要があるのではないだろうか（e.g. 国連ビジネスと人権に関する指導原則）

5.2 基本要件② 責任あるビジネス、バリューチェーンの推進

・事業者は、データの流通におけるサプライチェーン（「責任ある調達」）を行うための取り組みを推進することが必要となる（パーソナルデータの調達・提供）。
・事業者は、自社のパーソナルデータを収集する技術が、販売先や取引先においてどのように扱われるのかを注視し、末端のユーザー・消費者の「信頼」の確保に向けて行動を行う必要があるのではないか。

5.3 基本要件③ 消費者（個人）を主役に据えた事業全体のデザイン

・事業者は、単に技術的な視点だけではなく、事業全体のデザインとして、消費者が主体的に選択を行うことのできる事業設計を行う必要がある。
・例えば、いわゆる情報自己決定権の実装を目指した事業設計などがそれにあたる（e.g. 情報自己決定権、PbD、GDPR）。またその一環として、データ・ポータビリティの実現が考えられる（e.g GDPR、CCPA）。
・なお技術的な点に目を向ければ、ユーザー・インターフェース・デザインのコンセプトとして注目すべきものに、Ethical Design がある[8]。また「ユーザーの積極的な関与及び、ユーザー並びにタスク要求の明確な理解」と定義される「人間中心デザイン（Human-

[8] これは、デザインの実践における、道徳的行為及び責任ある選択に関係するものであり、デザイナーが、製品のクライアント・同僚・エンドユーザーらとの連携方法、設計プロセスの実施方法、製品の機能、設計段階における製品の倫理的・道徳的意義の検討といったものをガイドするものである。その際に、デザイナーは、①利便性、②アクセシビリティ、③プライバシー、④ユーザー関与、⑤説得、⑥焦点、⑦持続可能性、⑧社会といった点について注目すべきとされる。*See*, at https://alistapart.com/article/daily-ethical-design/

Centered Design, HCD)」という概念も注目されている[9]。

5.4 基本要件④ 消費者目線を踏まえた通知及び同意

・通知および同意については、各国の法制度や原則の中でも大前提なものとなりつつある（e.g.個人情報保護法）この点、事業者は、通知および同意について、ユーザーや消費者の目線に立ち、過度な形式主義に陥るのではなく、システム的要件やアジェンダとして仕様書に書き込むといった方向で実質化を図っていく必要がある（e.g. GDPR における「同意の条件」）。

・さらに「受容性・インクルージョン」の視点から、児童や高齢者といった「脆弱な主体」に対する通知および同意については、保護者の関与に配慮する必要がある（e.g. GDPR、COPA、消費者安全法）

・例えば、事業者は、消費者（個人）のコントローラビリティの実質化として、情報審査機能などを積極的に取り入れていく必要がある。その際に、契約の要素に着目し、モデル契約書を参照軸として自社の標準化を行う必要がある（e.g. AI データ契約ガイドラインの契約書ひな形、情報信託機能の認定に係る指針）

5.5 基本要件⑤ フェアネス

・事業者は、パーソナルデータの分析・活用による差別的な結果がでてくることを常に意識し、ユーザー・消費者が差別を受けないよう配慮する必要がある（e.g. 倫理的に配慮されたデザイン、信頼のおける AI のための倫理ガイドライン）。

5.6 基本要件⑥ 透明性と説明責任

・例えば、事業者は、目的の明確化は当然のこと、ガバメントアクセスなどに対し、どのように対応していくのかについてのポリシーを形成しておく必要がある（e.g. 捜査関係事項照会）。

・事業者は、ユーザー・消費者と継続的にコミュニケーションを行う仕組みをサービス設計に組み込んでいく必要がある（e.g. 倫理的に配慮されたデザイン、信頼のおける AI のための倫理ガイドライン）。

6 信頼性の確保のためにステークホルダーに求められる行動

6.1 認定制度の創設

・事業者は、自社ポリシーの策定といった狭い範囲にとどまらず、ユーザー・消費者からの信頼性を勝ち取っていくために、バリューチェーン全体を通した信頼確保に努める必要

[9] *See*, at https://www.smashingmagazine.com/2018/03/ethical-design-practical-getting-started-guide/ ;*See also*, at https://vimeo.com/300109442

がある。

・そのために、業界全体で規範に対するインセンティブを高める設計として、共同規制や認定制度の創設に取り組んでいく必要がある（e.g. 表１・各種認定制度）。

・これ以外にも政府と協力した共同規制の取り組みなども考えられる（e.g. FTC 法５条）。

6.2　認定制度自体のブランド力の強化

・事業者は、上述の認定制度構築に当たっては、国民の認知度を高め、一定のブランド力を確保するような取り組みを行っていく必要がある。

6.3　市民社会との対話と共働

・事業者は、市民の代表として、消費者団体やNPOといったマルチステークホルダーと、消極的な「待ち」ではなく、より「積極的」に対話を行い、事業者自身が新たな規範形成に参画していく姿勢が必要となる。

本書の著作権は一般社団法人データ流通推進協議会が有する