

消費者と企業を信頼でつなげる
データ流通エコシステム

マイデータインテリジェンス 事業紹介



森田 弘昭

株式会社マイデータ・インテリジェンス取締役執行役員COO

広告代理店の営業を経て、1998年電通テック入社。銀行、クレジットカード会社、2005年から電通にて不動産会社、大手流通チェーンを中心に「デジタル」「CRM」「プロモーション」領域で、数多くのプロジェクトをプロデュース。その後、顧客企業のオウンドメディア、SNS、デジタルプロモーション等の戦略・実装に携わり、デジタルマーケティングセンター長、ID事業室長を歴任。2018年9月より株式会社マイデータ・インテリジェンス 取締役COOに就任。生活者のパーソナルデータという委託を受け、安心安全にデータ流通を行う基盤を柱に、生活者と企業をつなぐ新たなエコシステム構築を目指す。

はじめに

私たちのビジネスと思想、大きな課題

1. 情報銀行普及に向けての課題

- ・消費者の安心安全をベースにした利用促進
- ・企業の経営課題に直結するDX

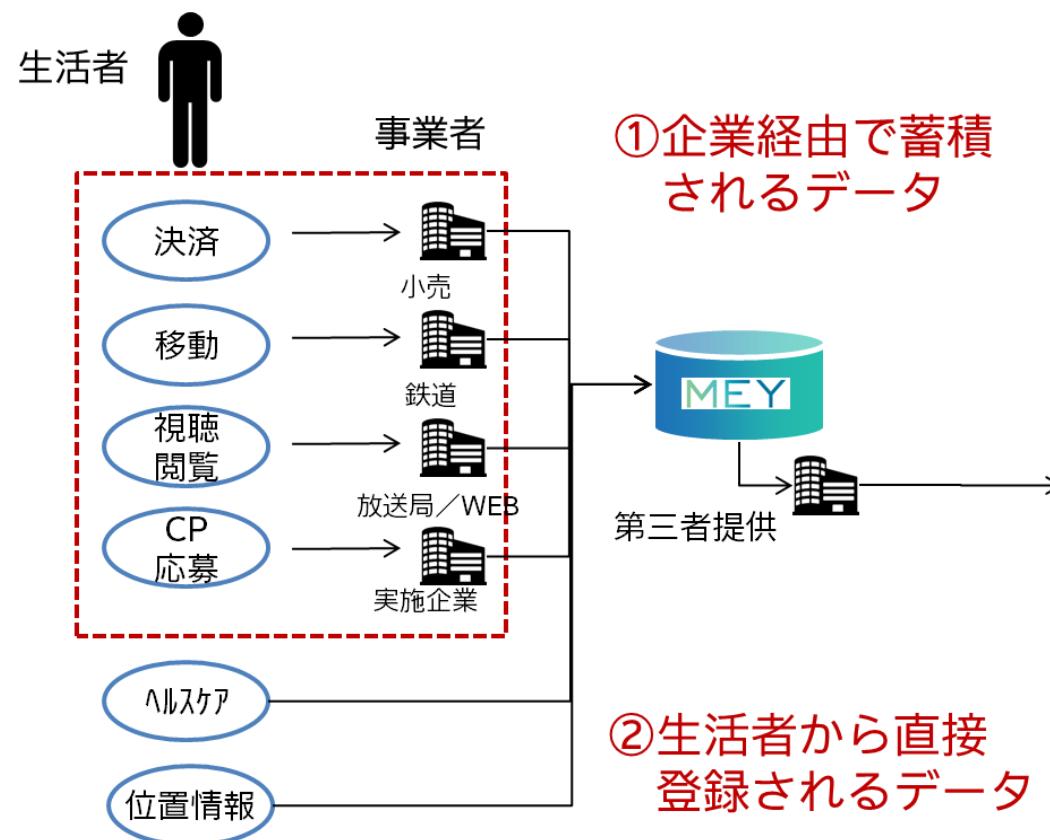
2. マイデータインテリジェンスの取組み

- ・消費者向けサービスと価値
- ・情報銀行として預託されるデータ
- ・情報銀行ソリューションについて
- ・ケーススタディ

MY DATA INTELLIGENCE

社名	株式会社マイデータ・インテリジェンス (MY DATA INTELLIGENCE INC.)
住所	〒105-0004 東京都港区新橋1-9-5 新橋M-SQUARE Bright 11F
設立	2018年9月3日
資本金	3億3,335万円（資本準備金含む）
株主構成	株式会社電通テック 75.0% 株式会社電通国際情報サービス 25.0%
代表者	代表取締役社長執行役員 CEO 石井 尚二
役員	<ul style="list-style-type: none">•取締役執行役員 COO 森田 弘昭•取締役執行役員 福田 勝•取締役 松本 卓一•取締役 蓮田 隆文•取締役 大金 慎一•監査役 澤口 友樹

- 「情報銀行」は生活者がご自身のパーソナルデータを預託し、企業に第三者提供する許諾を自らの意思で行い、提供先企業から対価を得る、個人データの資産化を目指す仕組みです。
- 日本にとって大きな課題である人口減少、労働者減少や働き方改革、企業が直面する課題や事業成果の効率性に直結するデータ流通のエコシステムを担う役割として、生活者と企業、社会を結ぶ、AIやIoTにより高度情報社会の一翼を担うサービスを提供します。



許諾を得たパーソナルデータ利活用

事業課題に沿ったデータの収集

個人特定データによる、
データマネタイズの高度化

情報銀行



- 生活者からの預託／許諾管理にもとづくデータ運用



- データポータビリティ／トレーサビリティ（改ざん防止）



- 厳格なセキュリティ基準（情報銀行ガイドラインver1.0）

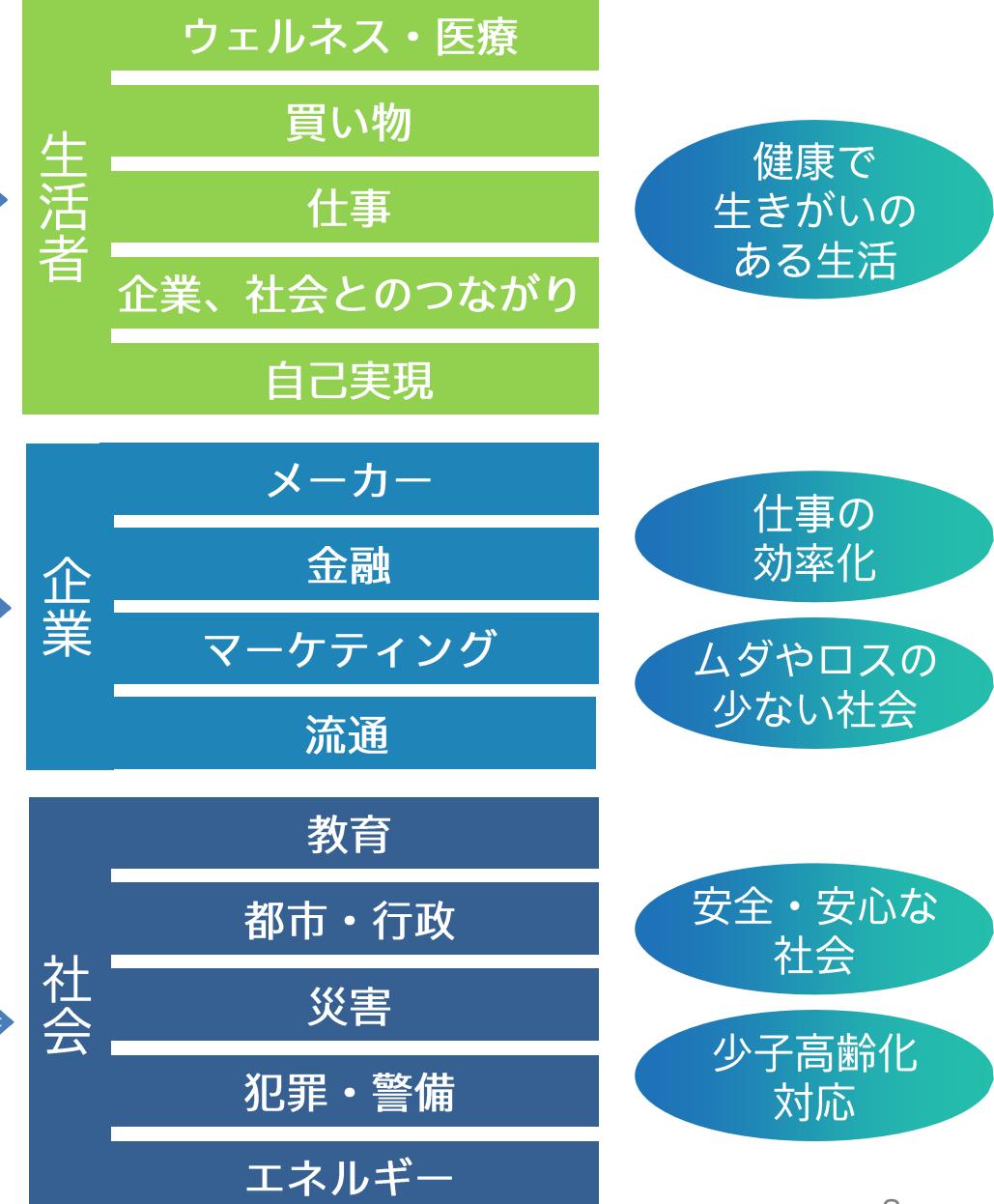
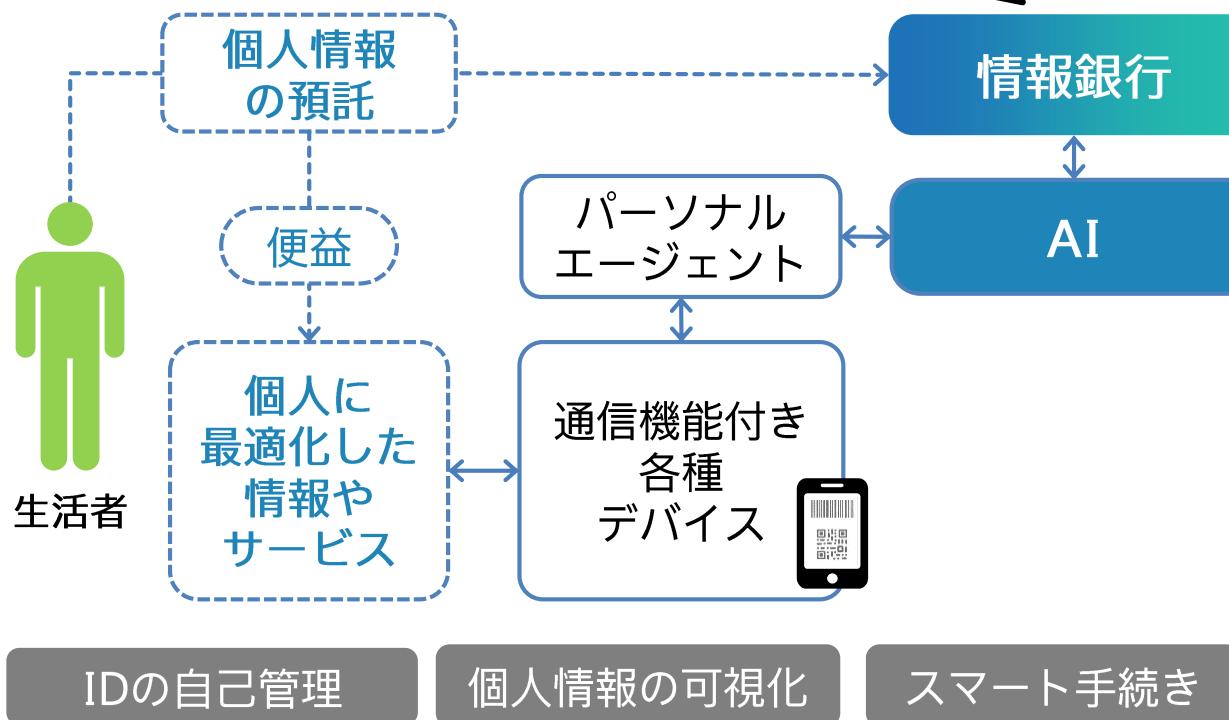


2019年6月、一般社団法人日本IT団体連盟へ
「情報銀行 通常認定*」を申請。

* 「情報銀行」サービス実施中の事業を対象に、計画、運営・実行体制が
認定基準に適合し、かつ見直しを継続して行うことで、安心・安全な
サービスを提供しているサービスであることを認定するもの。

我々が目指す情報銀行のあるべき姿

暮らしをテーマにデータを収集。
情報銀行が**生活者と企業の接着剤**となり
「データ流通社会」の実現へ。
さらに**社会変革に寄与するプラットフォーム**に！



個人からの情報預託は「個人」「社会」のそれぞれにメリットをもたらす

個人が情報を預託することにより、個別的・社会両面に最適化される状況が生まれ

個人／社会それぞれに以下の様なメリットが生まれる

分野	個人のメリット	社会課題のメリット（影響）
成長・自己実現 ・嗜好性や自己適正の可視化・把握	・望ましい生き方・知識・技能習得が推奨される ・適切な進路や仕事が提案される	・生活満足度向上による社会の安定化 ・生産性の向上による国力の向上
情報生活 ・個人・状況に最適化された情報の選別	・情報過多による疲労感・不快感が軽減される ・不要な広告・危険な情報が排除される	・質の悪い情報による社会不安の軽減
ウェルネス ・日常的な精神状態・体調・生活等のモニタリングにより心身の健康の維持	・継続的なQOLの向上による幸福度の向上 ・適切な医療行為を受けるための基礎情報	・医療費・社会保障費の低減
消費生活 ・モノのID化・データ化 ・サプライチェーン全般のデータ化 ・個人のライフステージ、消費実態等の把握	・嗜好性・生活パターン・状況・タイミングにマッチした快適な購買が提案・実現される ・保有物等の見える化と管理の最適化	・リユース・廃棄・リサイクルの適正化 ・不要在庫・廃棄の解消 ・資源問題の軽減

生活者（ユーザー）のパーソナルデータ管理における「課題」

生活者は自身にかかるデータを、サービス等の利用の際に登録し、そのデータを企業は利用してきた。しかしながら「預ける」という目線で、もしくは企業がそのデータを「利活用」する場合の課題を検証。

パーソナルデータを預けたいか？

なぜか？

金融機関
銀行、証券、保険

預けている

「信頼」しているから

プラットフォーマー
Facebook、Amazon、
LINE

預けたくない
預けている

サービスが使いたいから
(「信頼」してはいない)

情報銀行
(パーソナルデータの自社利用、
第三者提供をする企業を含む)

預けたくない
預けるかも？

存在を知らない。
データが勝手に利用されそう。
良いことがある“かも”しぬない



信頼なしで企業がユーザーから情報を集めるのは困難。

生活者情報銀行への意識

情報銀行の認知度は低い

認知度

1.9% 人に説明できる程度に詳しく知っている

「名前を聞いたことがある」

19.0 74.0 知らない

5.1 人に説明はできないが、概念を理解している

利用意向

4.4% 利用したい

あまり利用したくない 利用したくない

17.9 40.2 37.5

やや利用したい

(注)内閣官房調べ。1千人を対象に調査

企業へ開示してもよい情報（36項目中）

TOP10（開示してもよい）

(%)

1	自家用車の有無	45.8
2	出身地	34.1
3	自家用車の車種	34.0
4	健康状態	31.6
5	実際の小売店等での購買商品	28.0
6	学歴	26.7
7	実際の小売店等での購買金額	26.3
8	身体情報（寸法、体重等）	25.7
9	家族構成	25.4
10	ECサイトでの購買商品の情報	25.3

WORST10（開示したくない）

(%)

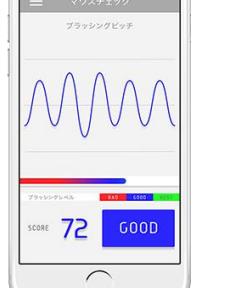
1	クレジットカード番号	3.2
2	銀行などの口座情報	3.4
3	移動情報（GPS行動履歴）	4.7
4	決済実績（累積購買額など）	6.4
5	住所情報	8.1
6	電話番号	8.7
7	ポイントカード会員番号	9.3
8	Webページの閲覧履歴	9.6
9	会社歴	12.3
10	キャンペーン応募時の入力情報	13.2

(独自調査／n=1,116、男女・10～60代、2018年7月)

情報銀行普及に向けての課題

- 消費者の安心安全をベースにした利用促進

40代主婦の24時間ライフカレンダーと利用するサービス例

時間	朝	午前	昼	午後	夕方	夕食どき	就寝前	
利用シーン	<ul style="list-style-type: none"> ・お弁当をつくる 	<ul style="list-style-type: none"> ゴミ出し アクセサリーをハンドメイド出品 	<ul style="list-style-type: none"> エクササイズ 	<ul style="list-style-type: none"> ・家計簿の確認 ・週末の予定をたてる 	<ul style="list-style-type: none"> 買い物 	<ul style="list-style-type: none"> ・献立の記録 	<ul style="list-style-type: none"> ・スマホ運動歯ブラシで歯磨き 	
場所	自宅	自宅	自宅	スポーツクラブ	自宅	スーパー	自宅	
アプリ	<ul style="list-style-type: none"> ・みんなのお弁当 by クックパッド 	<ul style="list-style-type: none"> ・ごみの日アラーム ・おそうじログ(おそうじ専用のメモ&リマインダー) 	<ul style="list-style-type: none"> ・メルカリ ・minne 	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツクラブ運動記録アプリ 	<ul style="list-style-type: none"> ・レシピ OZmall 	<ul style="list-style-type: none"> ・shufoo (無料チラシアプリ) ・レシピde冷蔵庫 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンダッテ 	<ul style="list-style-type: none"> ・G・U・M PLAY 

分断するデータ

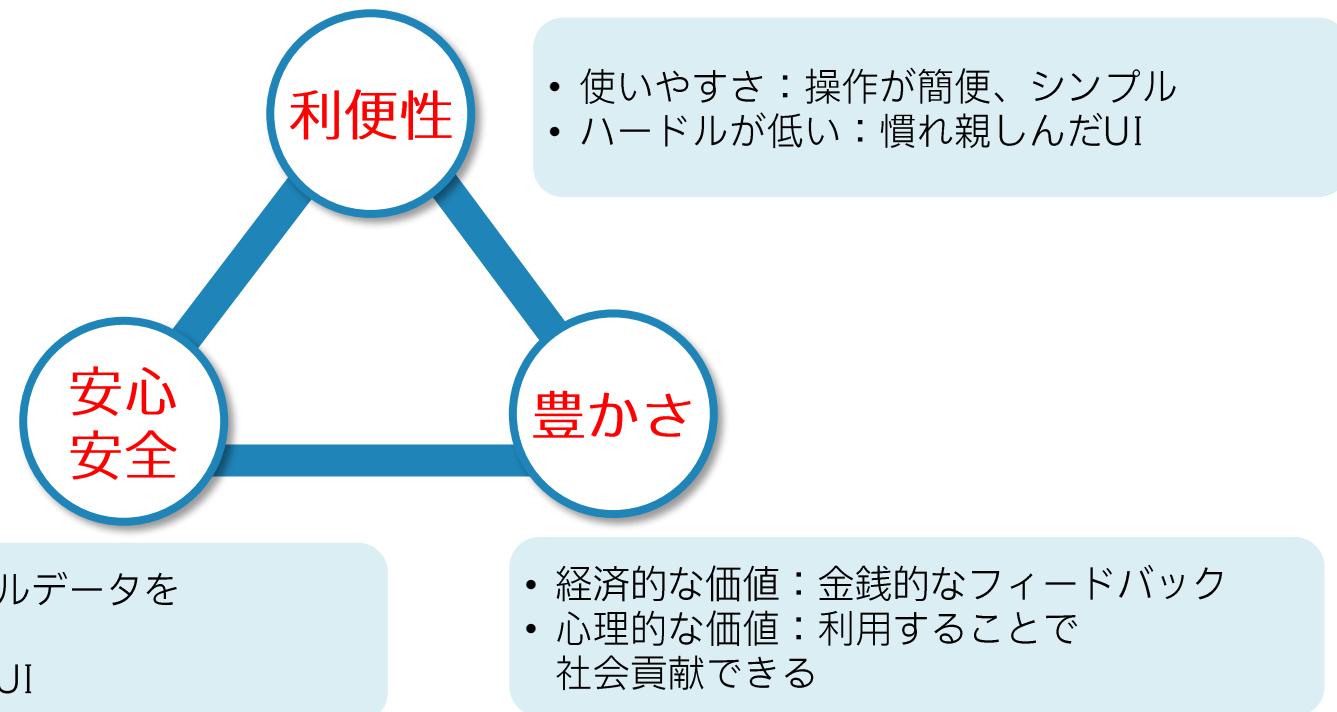


パーソナルデータの流通を推進する上での課題



生活者

3つの基準を確立できるか？



生活者における「情報銀行」の普及に向けて

民間企業の限界
「情報銀行」の必然性づくりに向けた
情報発信

生活者



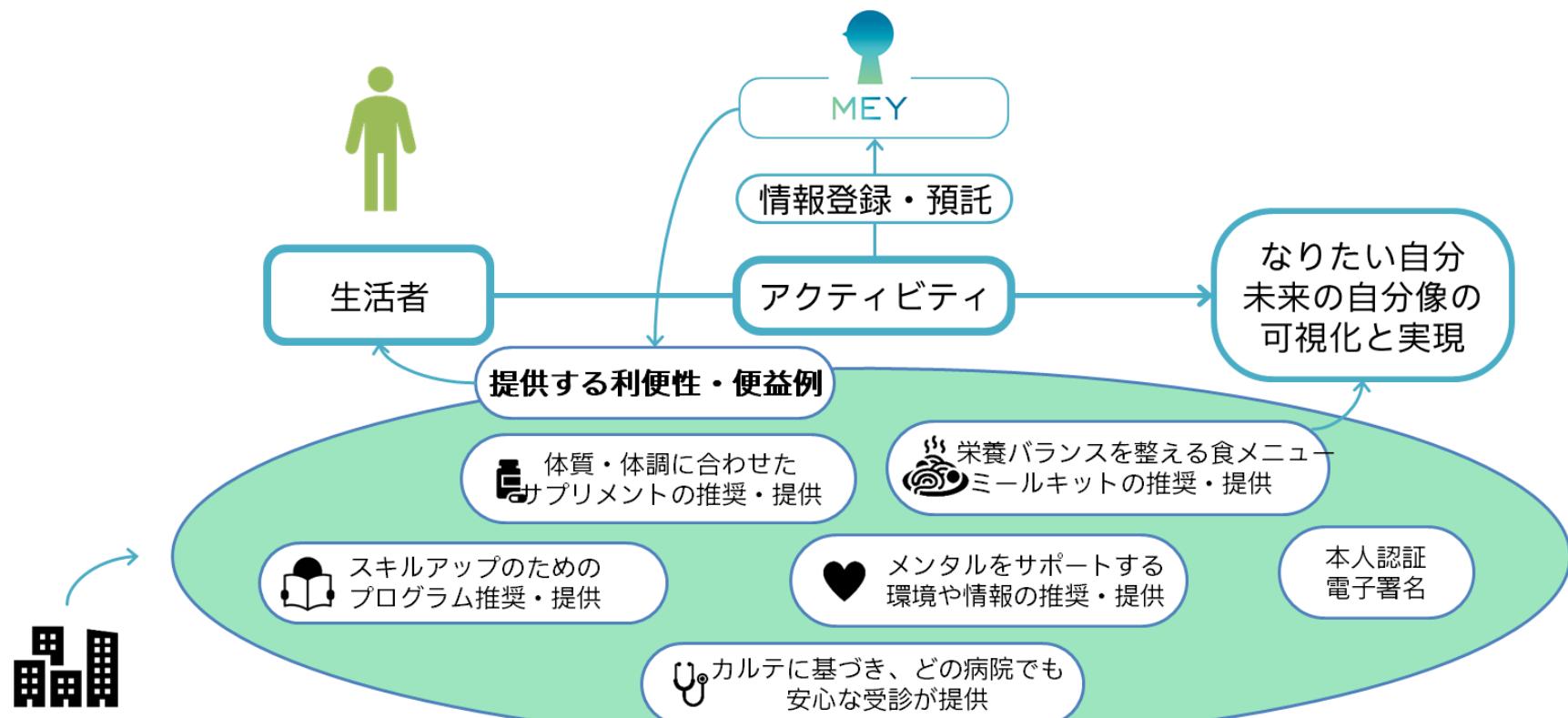
● 利便性の体験

- ・ 生活者がデータを信託するための理屈=「利便性」「便益」の理解
- ・ 安心安全にデータ信託～流通される「体験」と「納得感」

日々の暮らしに役立つサービス
をアプリで提供

スマホひとつで
手続きが簡略化

MEY登録がもたらす
スマート社会での安心



情報銀行普及に向けての課題

- データ利活用における消費者と企業の信頼

「プライバシー保護」「本人許諾」は今や事業の最大リスク

利用規約に記載していても、本人同意がとれていない状態での第三者提供は企業活動に取返しのつかない影響を及ぼします。



リクナビ問題、データ購入38社も責任問われる可能性

個人情報保護委員会「厚労省と連携」

データの世纪 ネット・IT サービス・食品 法務・ガバナンス

2019/8/8 19:11 | 日本経済新聞 電子版

保存 共有 印刷 その他▼

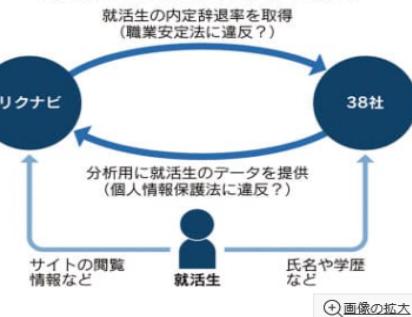
就職情報サイト「リクナビ」を運営するリクルートキャリア（東京・千代田）が「内定辞退率」の予測を企業に販売していた問題で、予測データを購入していた38社にも責任が問われる可能性が出てきた。根本匠厚生労働相が8日、個人情報の取り扱いが適切かどうかの調査対象になるとの認識を示した。

【関連記事】リクナビ問題、トヨタも「内定辞退率」を購入

個人情報保護委員会も同日、日本経済新聞社の取材に「厚労省と連携しながら事実関係を確認していく」と話した。

根本厚労相は、データの購入企業について、一般論としながら「職業安定法で個人情報の適切な対応が求められている。労働者を募集する企業に違反が認められれば厳正に指導などをする」と話した。東京労働局がリクルートキャリアの調査に入ったことが分かっているが、購入した38社にも対象が広がる見通しだ。

導入した38社の責任も問われる可能性

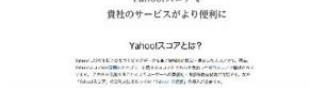


その他事例

Yahooスコア オプトアウト型第三者提供の炎上

批判が噴出した「Yahoo!スコア」問題、板倉陽一郎弁護士が考える論点

6/15(土) 10:43配信



Yahoo ! スコアの案内ページ (<https://info-score.yahoo.co.jp/promotion/partner/>) (2019年6月14日現在)

ヤフーはスコア提供はユーザ本人から同意を得た場合で、本人の利益になる場合にしか提供しないと説明を行っている。しかし、デフォルトの設定で、スコア算出が行われ、それを止める方法が分かりづらいなど、多くの識者から問題点が指摘されている。

また、スコアを本人が確認できる仕組みのあり方や、他サービスとのID連携に対する同意がそのままスコア提供への同意となっていることなども懸念されている。



ヤフーが打ち出したビッグデータ活用サービス「Yahoo!スコア」。ヤフーは6月3日、ユーザーの購買履歴や行動履歴から独自に算出した「信用スコア」を生成し、7月1日から外部企業への提供を行うと発表した。

Japan Taxi 明確な同意のないデータ利用に対する批判

JapanTaxi、「車載タブレットで乗客の顔写真撮影」で行政指導 乗客に明示へ

2019年03月25日 12時40分 公開

[ITmedia]



印刷



247



Share



48

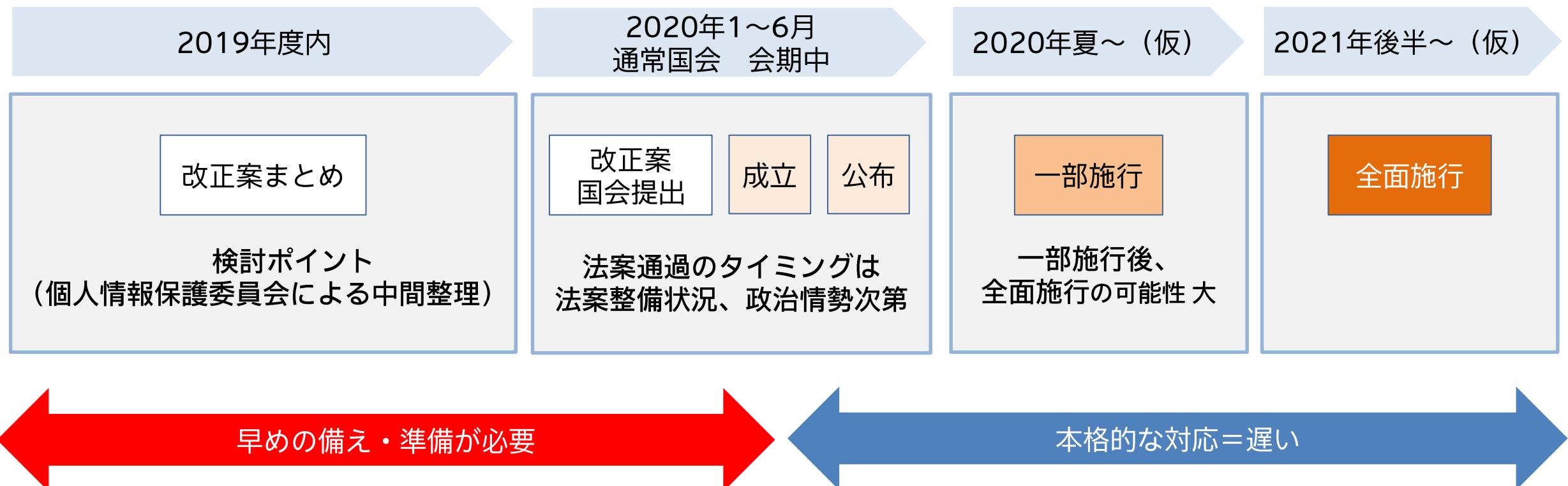


タクシー配車アプリ「JapanTaxi」を運営するJapanTaxiは3月24日、タクシー車両に搭載したタブレットのカメラで乗客の顔写真を撮影して性別を推定し、広告の出し分けを行っていることについて昨年11月、政府の個人情報保護委員会から「カメラの存在や利用目的の通知が不十分」と行政指導を受けていたと発表した。指導を受け同社は、カメラの存在や挙動をタブレット上で乗客に説明する機能の開発に着手しており、4月にリリースするという。

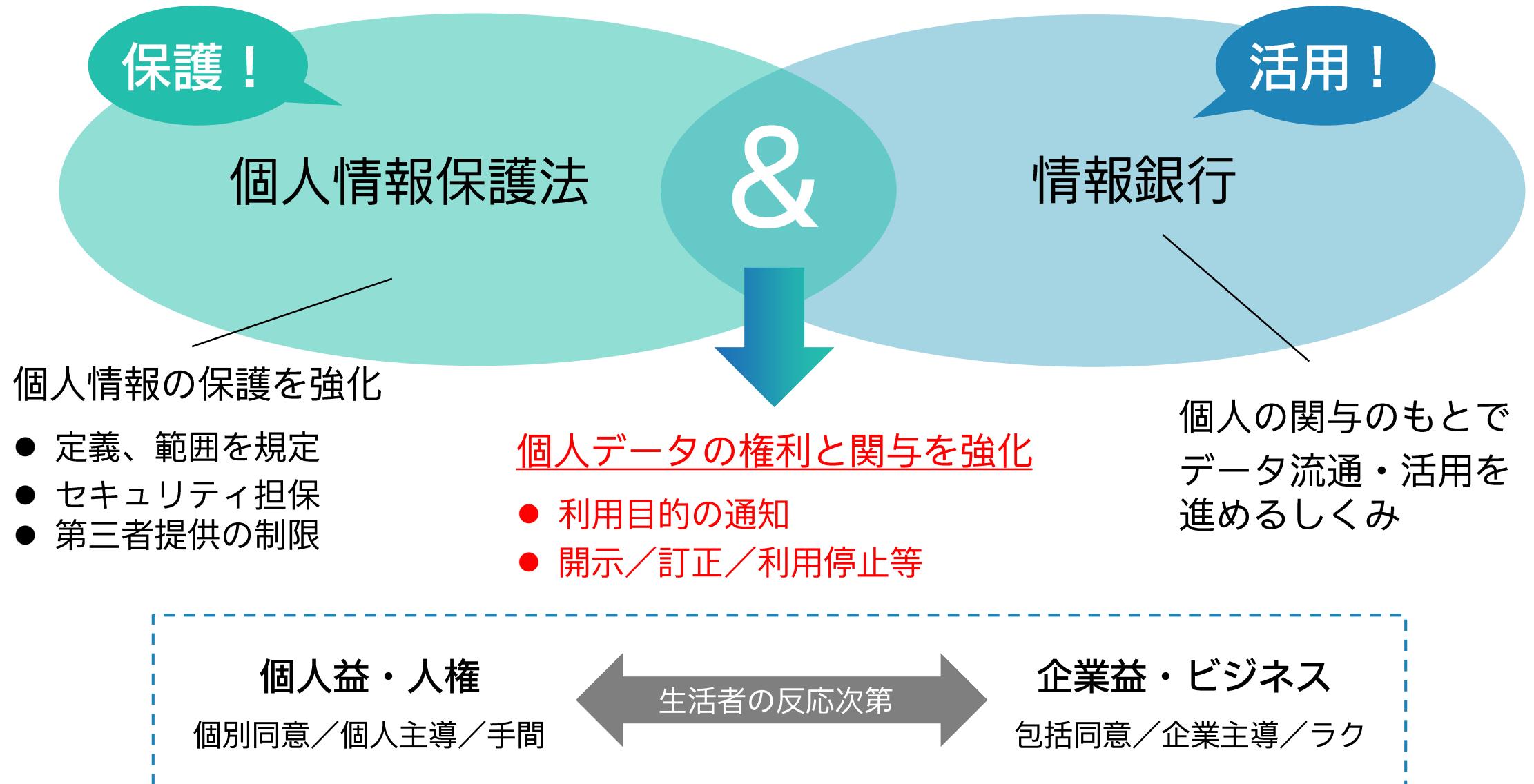
個人情報保護法・改正の動き

2020年夏頃に公布予定。各企業は全面施行されるまでに対応する必要がある。

DX（デジタル・トランスフォーメーション）への影響を考えると早期準備が不可欠。



個人情報は「保護 or 活用」ではなく「両立」の時代へ



企業が消費者と信頼を保つための直面する重要課題

1. パーソナルデータの利用にあたり、グループ会社や事業部をまたぐ場合の
同意取得対策
2. 利用目的が追加されたときに**どのように同意取得するか**
3. Cookie等の**識別非特定情報の取得**
4. 利用停止権における**システム対応が必要**
5. **利用目的の明示や、利用規約の簡素化を行う**



従来の顧客管理システムでの管理ではなく、
同意ベースの顧客管理基盤が必要

情報銀行普及に向けての課題

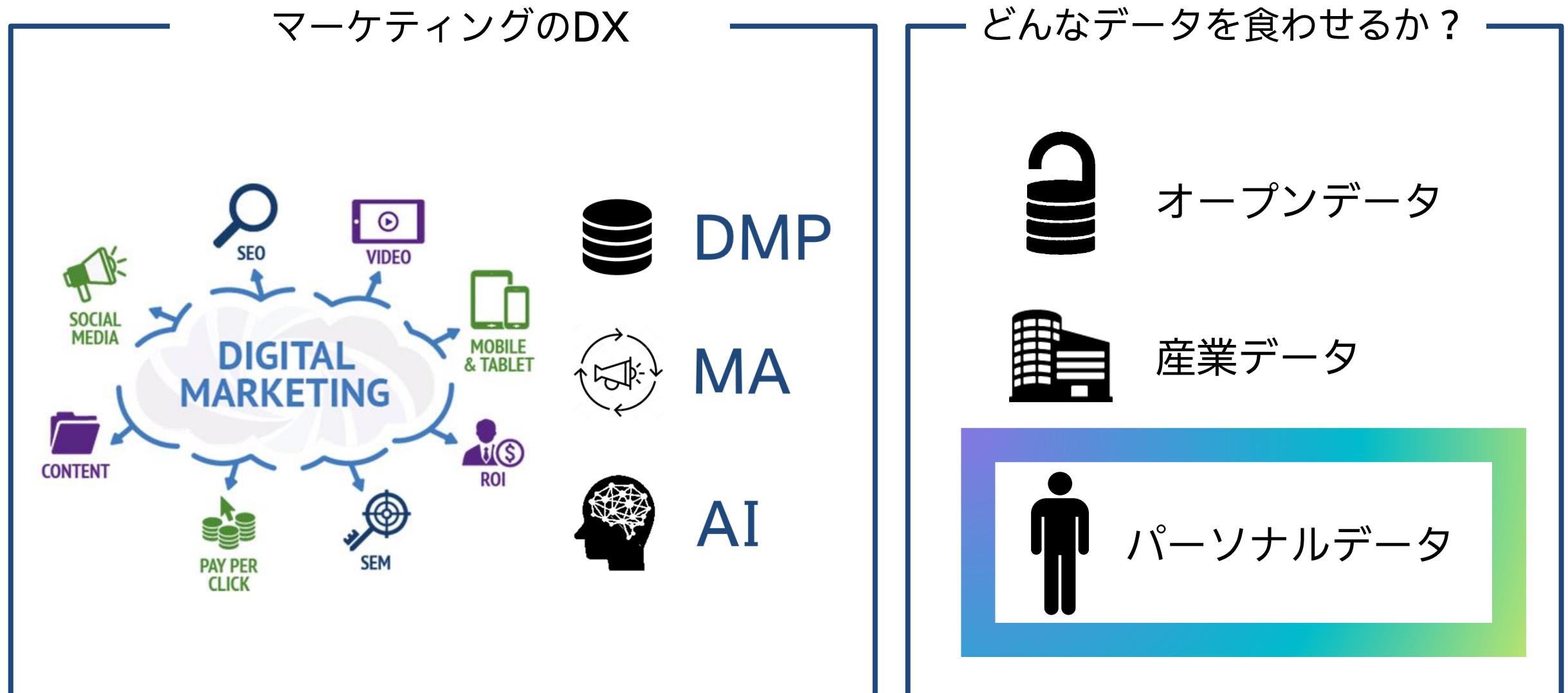
- 企業の経営課題に直結するDX

DX

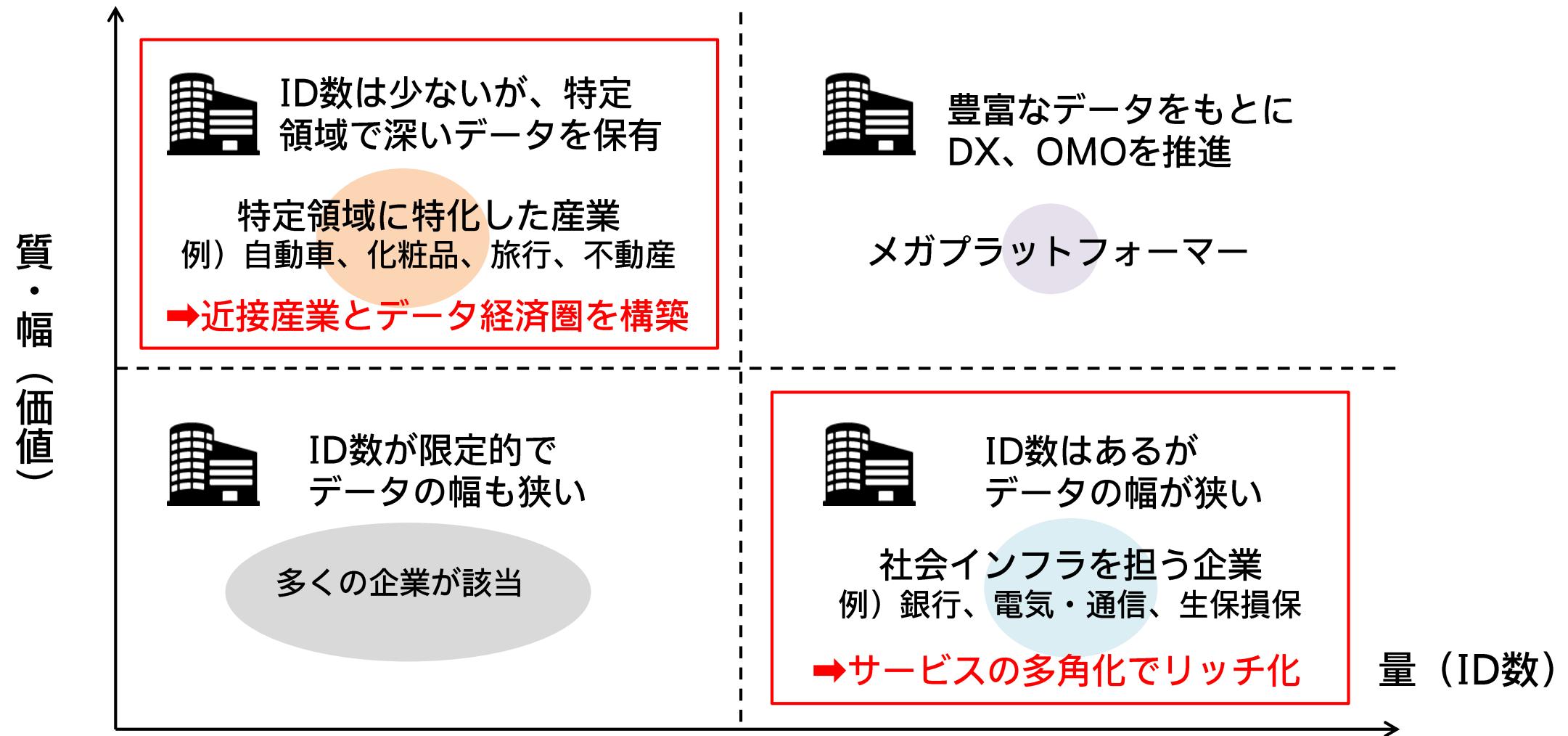
DIGITAL
TRANSFORMATION



どんなデータを起点に、マーケティングのDXをデザインするか？



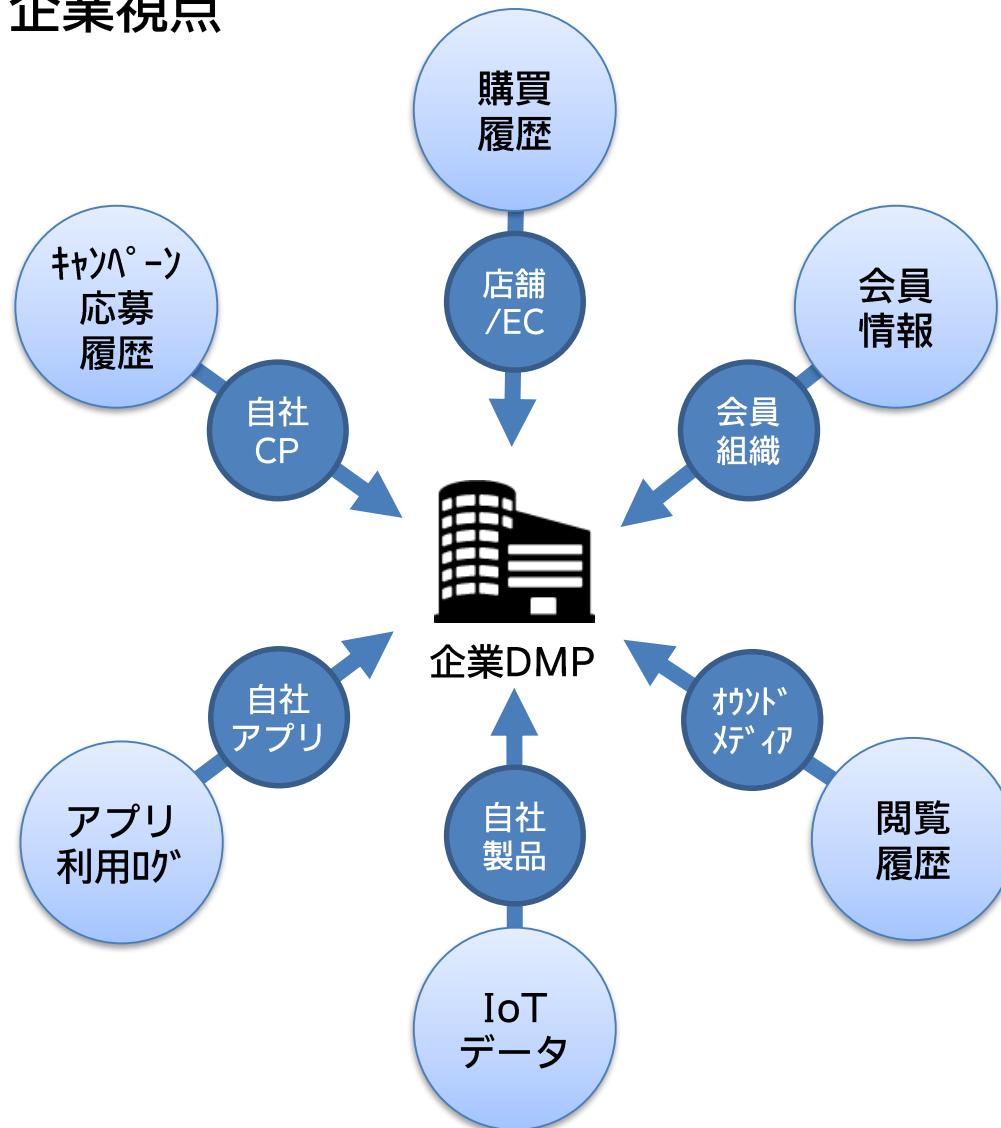
顧客データ保有企業における悩み



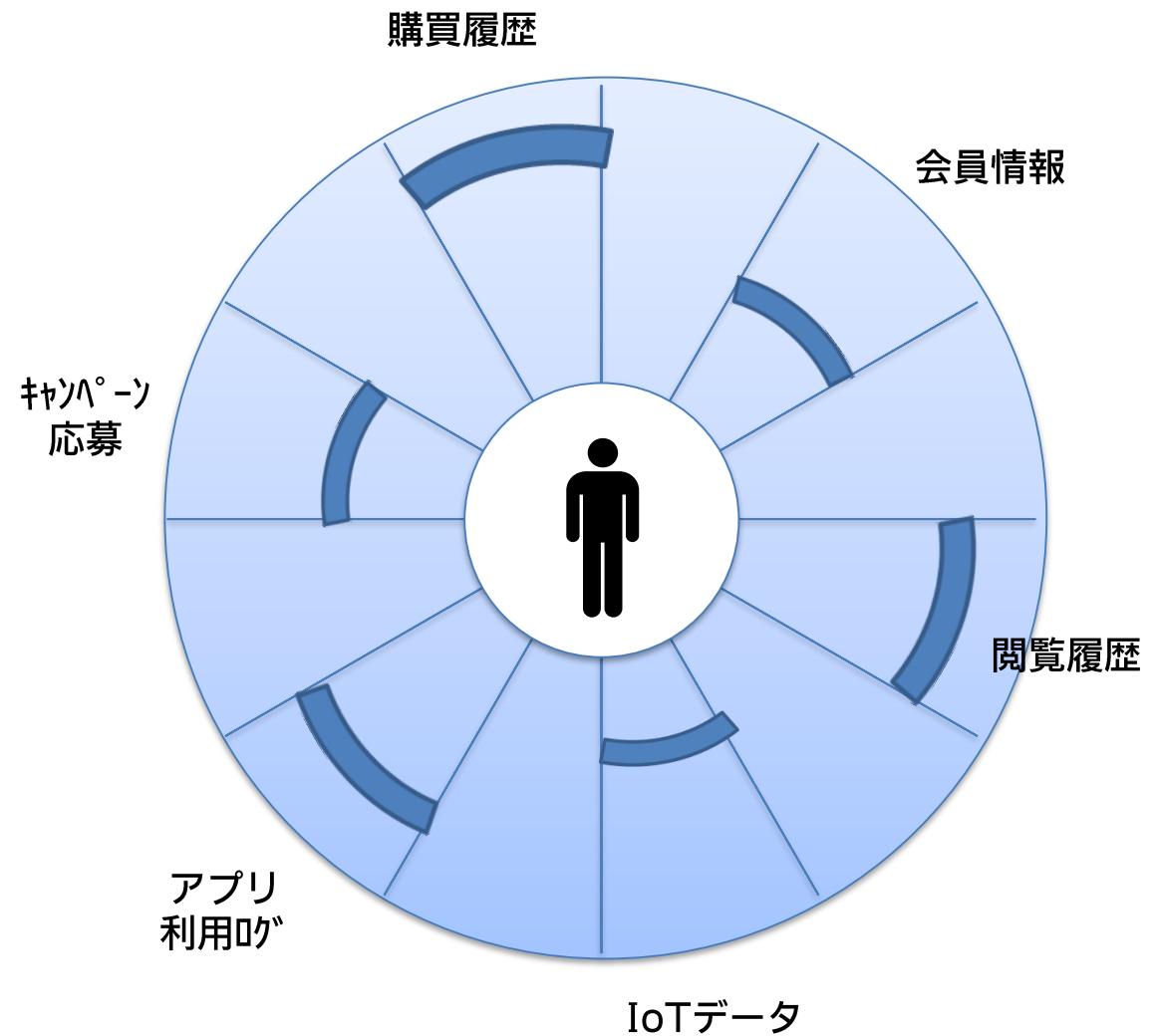
各社マネタイズの壁に直面

企業で取得できるデータの限界

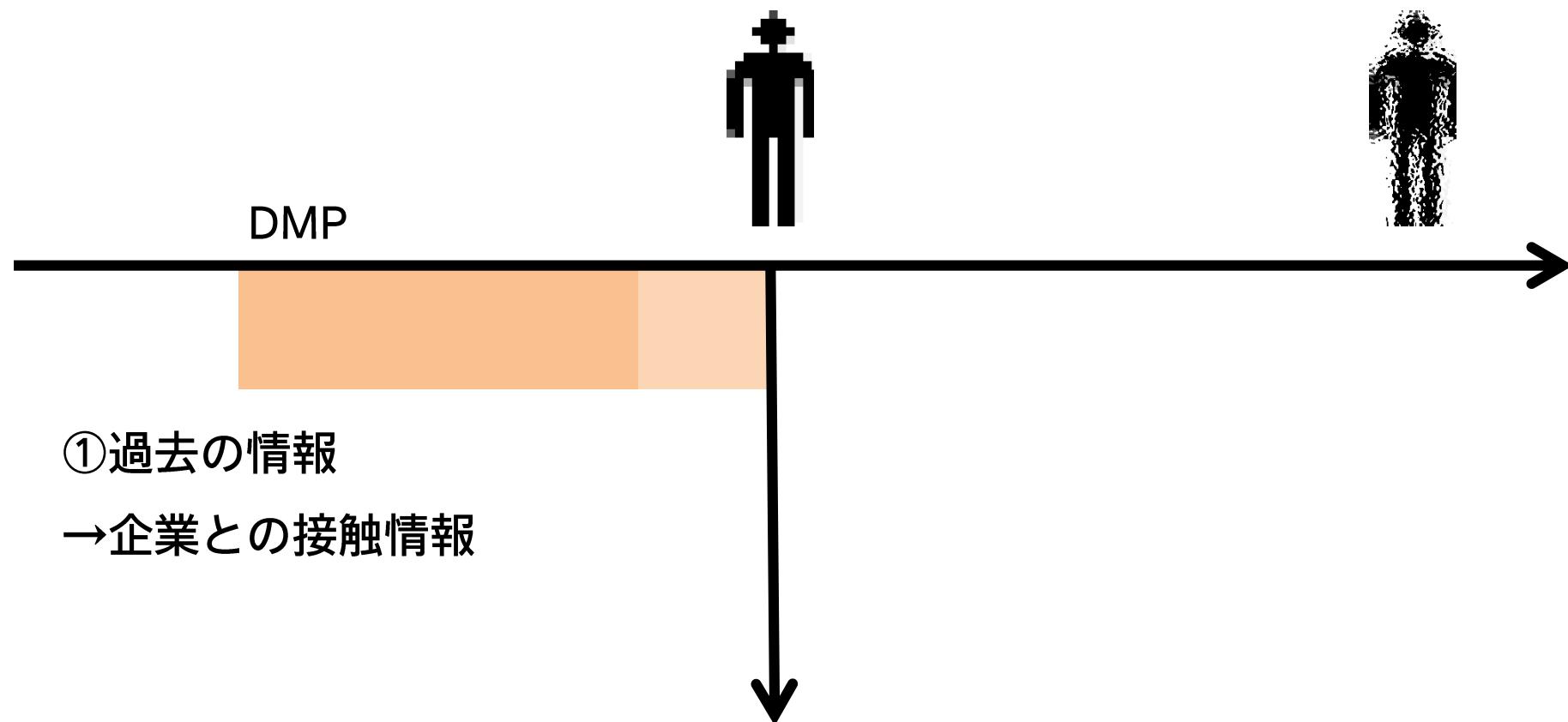
企業視点



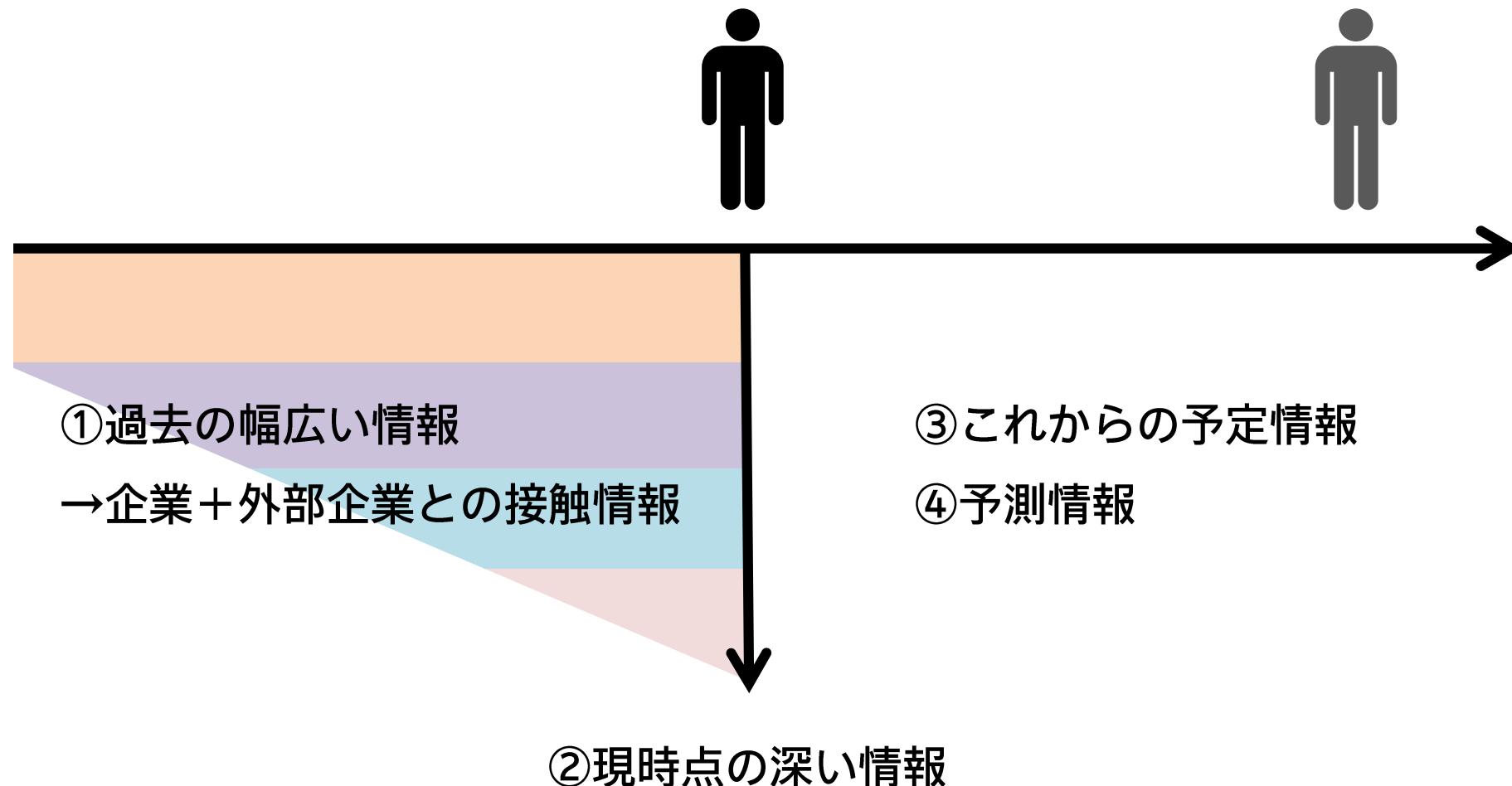
生活者視点



現在収集しているデータイメージ



情報銀行が取得していくデータ



企業の個人データ活用／流通への課題

当初の狙い

- 個人データ活用において「協調領域（共同ID・顧客管理基盤）」を設定
- 個人情報の共同管理し、データ活用を提案

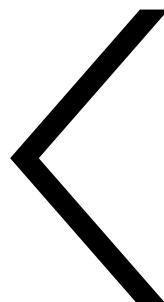
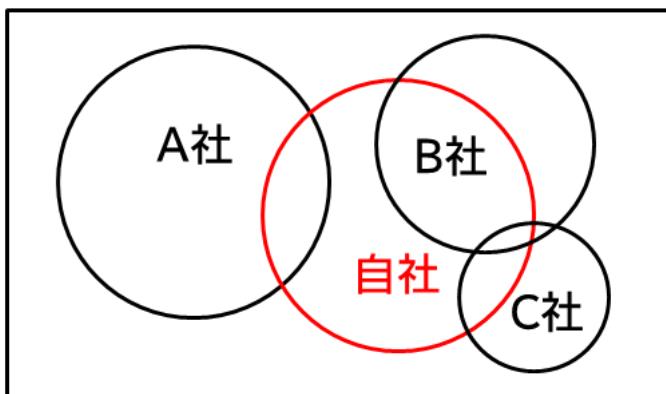
課題

生活者クレーム

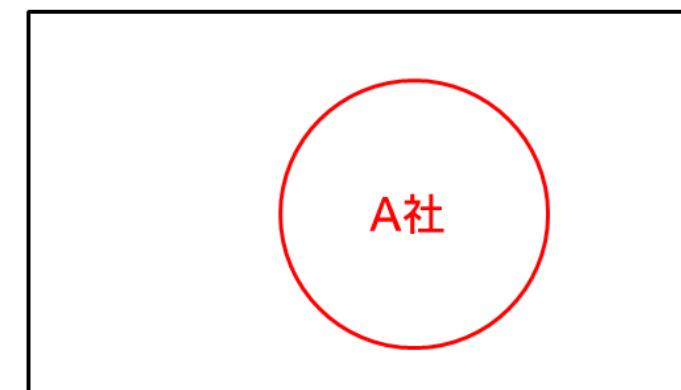
「プライバシーポリシー」問題

競争力担保

→結果、企業はデータ流通を阻む「閉じた環境」で顧客データ管理を推進



A社



まずは自社内での
データ戦略の整備が先決事項…

パーソナルデータ流通を推進する上での課題



データの収集？情報銀行を活用できる？

データ流通の 透明性・健全性 をいかに担保するか？

本人認証、許諾をどうするか？

企業間連携をどうするか？

事業成果につながるか？

マイデータインテリジェンスの取組み

- 消費者向けサービスと価値

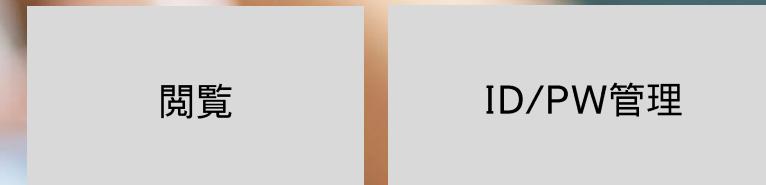
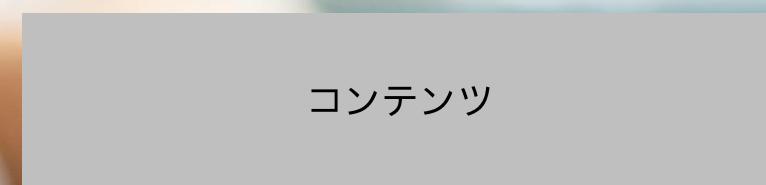
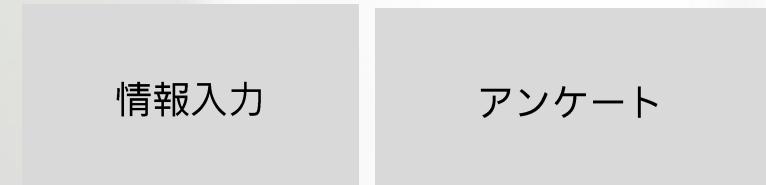
マイデータ・バンク「MEY」のスキーム



マイデータバンク《MEY》アプリ

主な機能

- マイデータ・バンク「MEY」への参加登録
- パーソナルデータの登録
- 参加企業によるデータ提供オファー
- 許諾の取消、利用停止
- ID/パスワードの管理機能
- 収集データ、許諾データの管理機能
- データコレクション
- 便益管理



マイデータバンク「MEY」アプリ：データオファーフロー

TOPページ

データ提供オファー一覧



データ提供オファーを受ける



データを提供する



便益(ベネフィット)
を得る



↑
データ提供
オファー

↓
データ提供

↑
便益提供

↓
第三社提供

↑
データ提供
便益原資

MEY

データ提供先企業（データ利活用企業）

データコントロールと証跡管理（管理、許諾／拒否、許諾取り消し等の機能）

提供状況を管理する



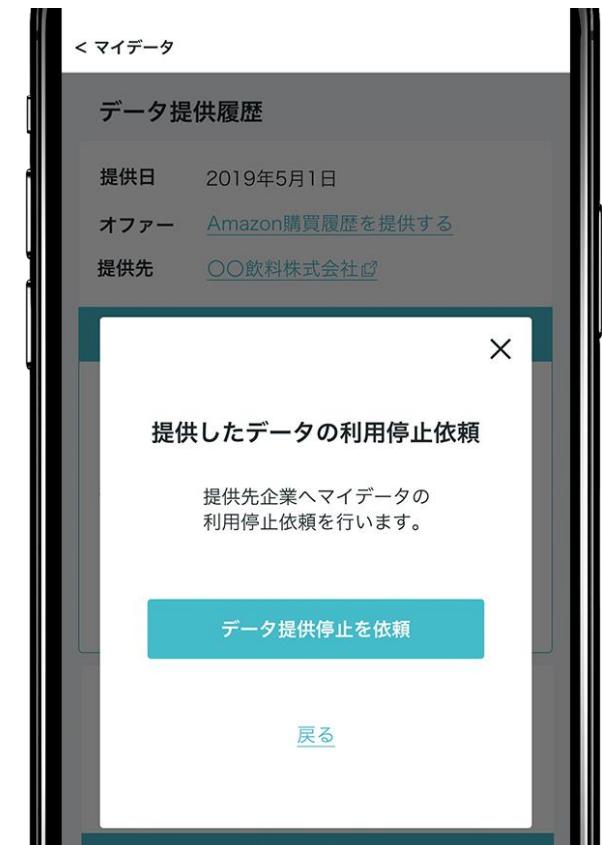
提供日、オファー、提供先等の
マイデータの提供状況を管理・確認できる

データ提供の許諾／拒否



生活者自らの意思で、
マイデータ提供の許諾／拒否を選択できる

許諾取り消し データ利用停止依頼



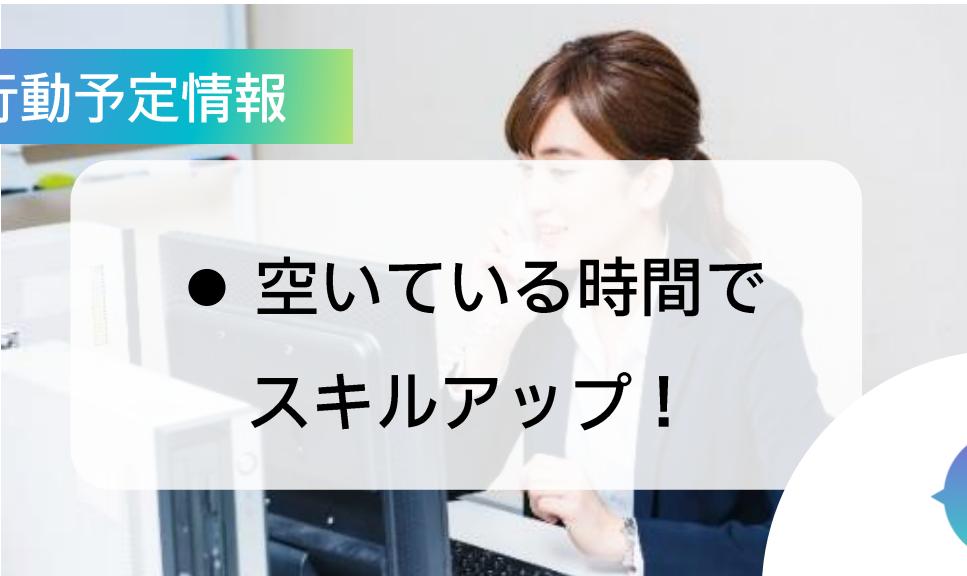
許諾の取り消しや提供したデータの
利用停止依頼を申請できる

データの預託と提供で得れる「生活者」メリット

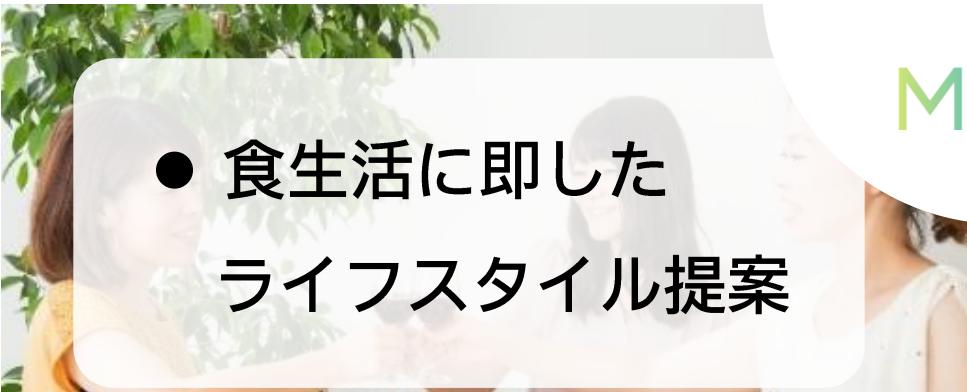


行動予定情報

- 空いている時間で
スキルアップ！



- 食生活に即した
ライフスタイル提案



食事情報



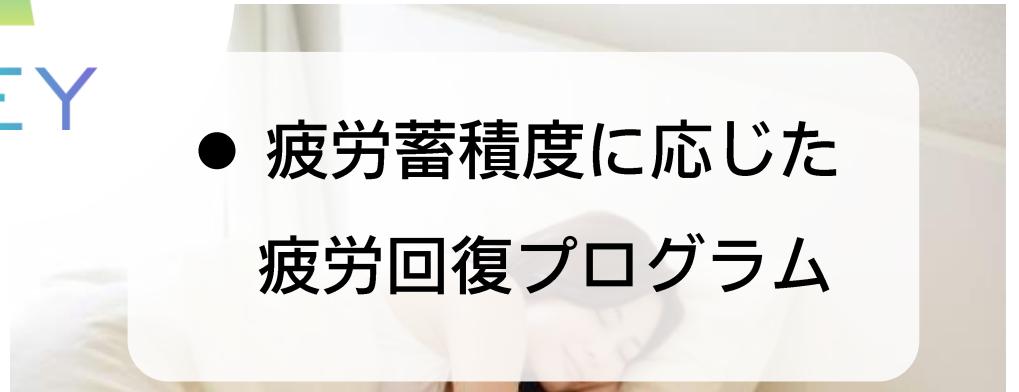
買い物情報

- 購買行動に即した
購入サポート提案



MEY

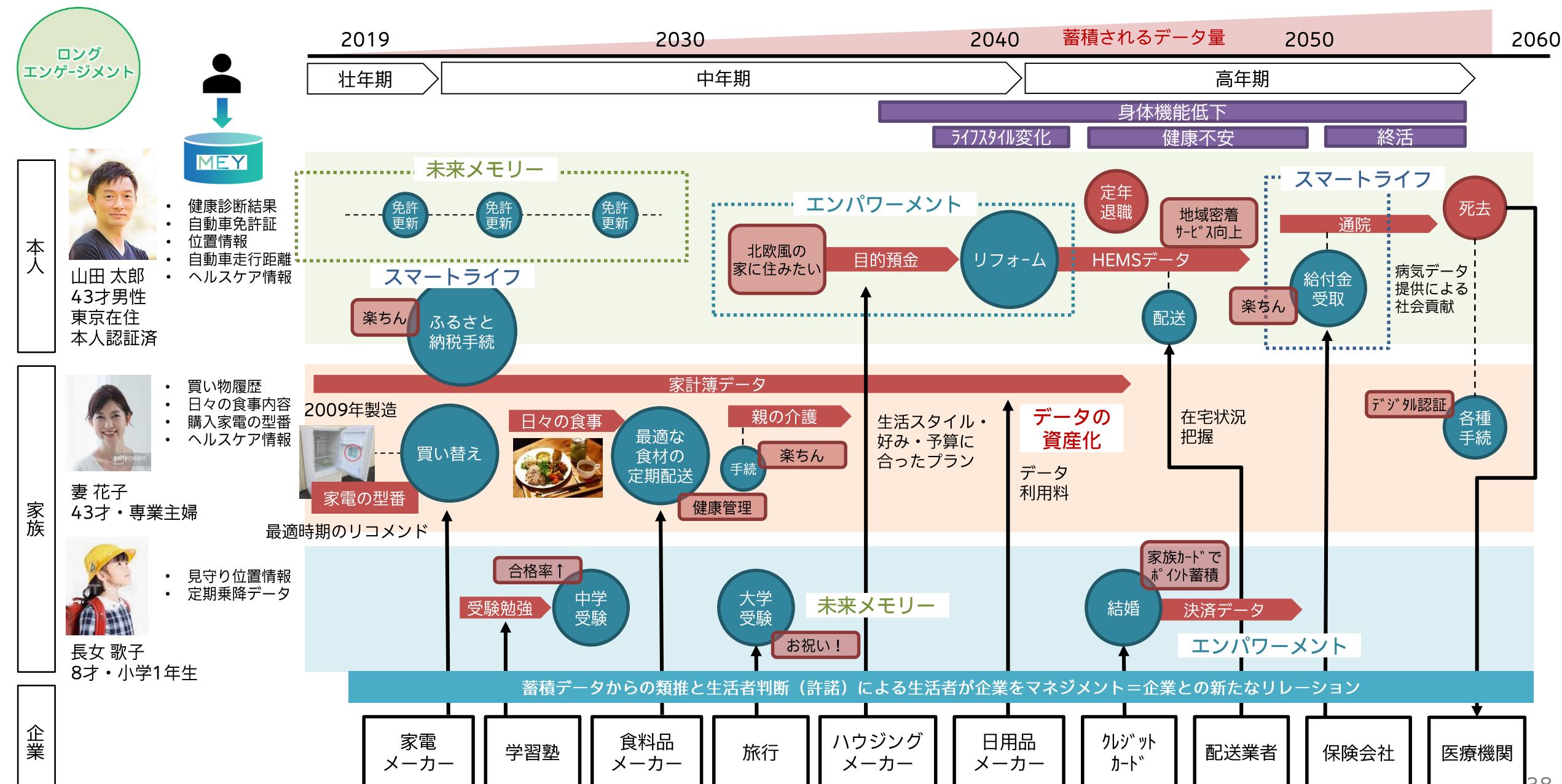
- 疲労蓄積度に応じた
疲労回復プログラム



ヘルスケア情報



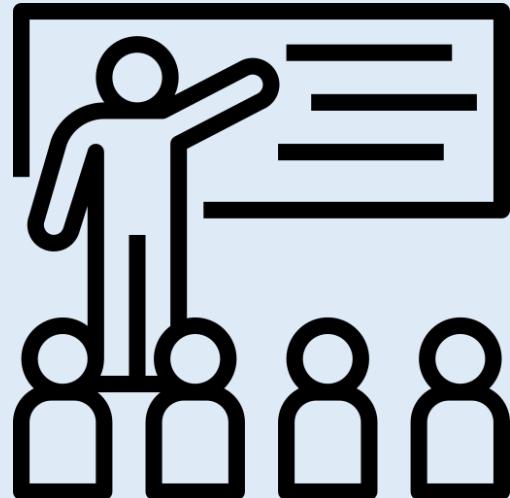
データの連続性で生まれる生活者と企業の関係



マイデータインテリジェンスの取組み

- 情報銀行ソリューションについて

「生活者との信頼」を構築し、「企業との信頼」を構築へ。



- DXに取り組む企業
- データ戦略に行き詰まりを感じている企業
- CDPのホワイト化に取り組む企業
- 新たな顧客体験の創出、新事業に取り組む企業
- グループ企業のID統合に取り組む企業

III

信頼されるために必要な 情報銀行の機能

1. 分かる

- 預けているデータ
- その利用方法
- 得られるベネフィット

2. コントロールできる

- 使われ方/加工方法
- 提供先と提供されたデータの内容

3. やめられる

- 止めたいときに止められる
- 消したいときに消せる



課題

事業者自身が不正をしていない
ことを証明するのが難しい

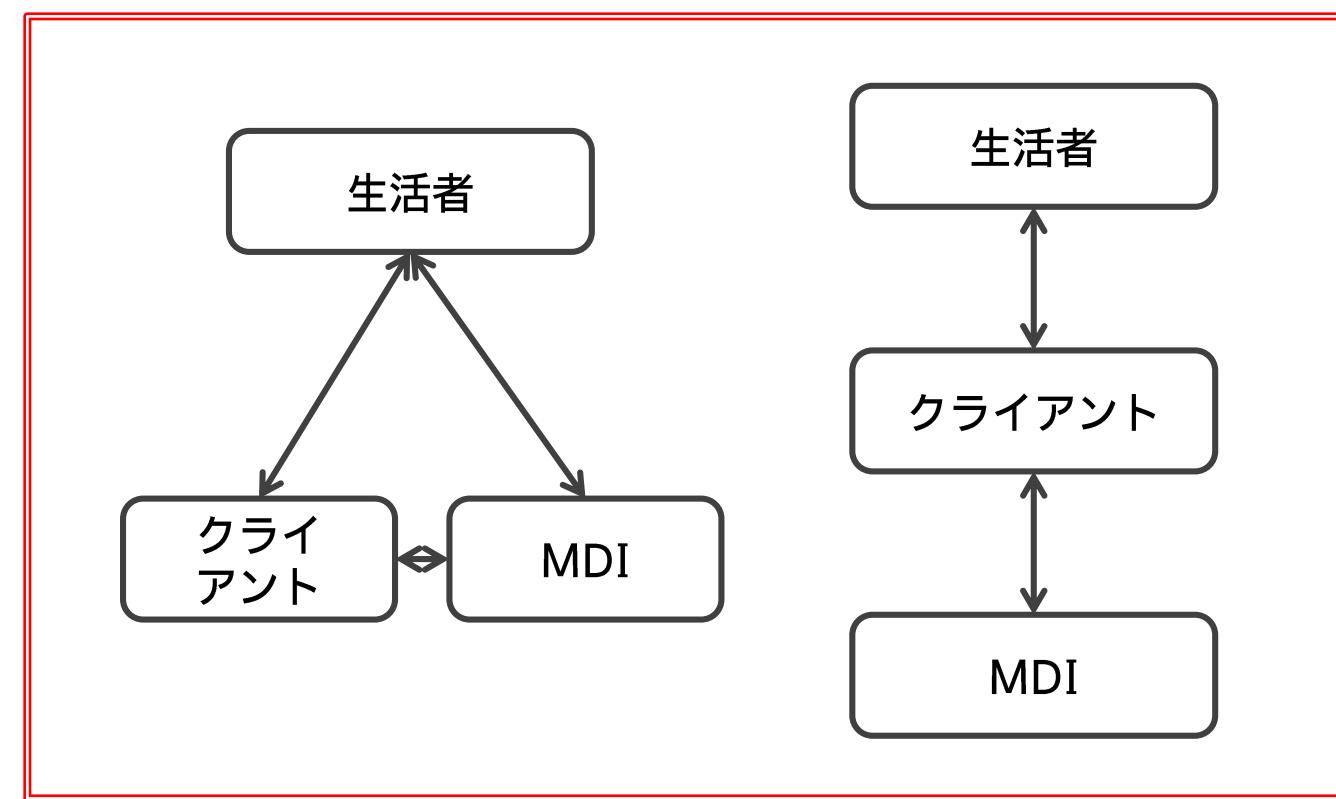
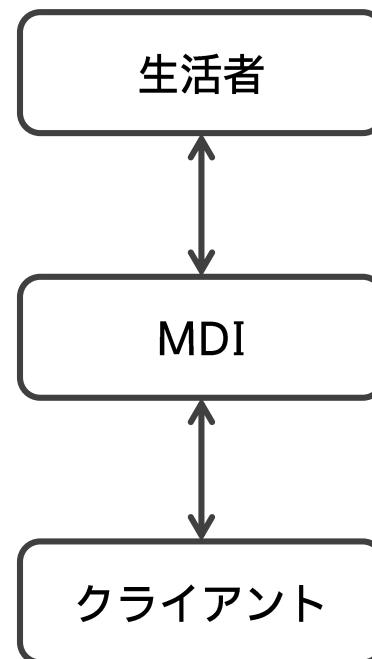
ソリューション

コードチェックが可能で、
改ざん耐性を持ったDB (DLT)

当面の基本戦略：クライアント経由のサービス提供と価値提供

認知と必然性が短期的に
見出しにくい

クライアントサービスの動線の中でMDIをビルトイン。
⇒2019年は、顧客企業への価値提供を中心にファクト形成を図る。



MDIのソリューションと概要

マイデータ・バンク「MEY」

当社が運営する情報銀行にて、
生活者と企業をつなぐサービス。

「情報銀行P/F」

企業が提供するサービス等の
顧客情報の管理、
データのリッチ化支援。

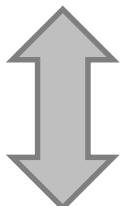
マイデータ・バンク「MEY」		
1	マイデータバンクサービス	MEYの情報銀行機能を活用した、個人特定情報管理・調査・データ収集等の総合的なサービス。
2	データ取得サービス	データオファー、その後のパーソナルデータの第3者提供による利活用によるデータの販売。
3	情報配信サービス	生活者に情報配信の許諾を得た「広告」「メール配信」、MEYアプリ内の「プッシュ通知」「コンテンツ提供」を行うデータ販売・運用サービス。
4	デジタル本人確認サービス	オンラインで本人認証確認をするAPIを提供するサービス。
5	データアセットサービス	顧客企業のサービスとMEYが連携し、データの充足化や販売などを通じて、データのマネタイズをサポート。
6	個人情報管理・照会サービス	個人特定情報の管理をMEY上で行い、APIで必要に応じた情報のみを提供。
情報銀行プラットフォーム		
7	情報銀行プラットフォーム SAAS	情報銀行基盤「MEY」プラットフォームを、企業単位専用の運用でご利用いただくサービス
8	情報銀行プラットフォーム OEM	情報銀行基盤「MEY」プラットフォームを、御社向けにカスタマイズしてOEM提供する。
9	CMP(Consent Management Platform) データ許諾・同意管理	企業が利用するデータの生活者同意/許諾管理を行うSaaS提供。利用規約テンプレートサービス
10	オンラインプライバシー通知	パーソナルデータを利用している外部サービスの無効化(オプトアウト)機能
データ・インテリジェンス		
11	データ活用コンサルティング	現状の企業が保有するデータのホワイト化、事業におけるデータ活用のマネタイズポイント等、パーソナルデータを活用する上でのコンサルサービス。
12	データ分析	パーソナルデータの効果的な活用や課題に対する因子発見、データ生成・分析業務
13	コンプライアンス・規約制作支援	PD活用における企業のプライバシーポリシーの建付け、セキュリティなどのガバナンス体制など、コンプライアンス面での運用支援サービス。
マーケティング・プロモーション		
14	プロモーション運用サービス	販促キャンペーン、サンプリング展開等の運用

参考) 情報銀行とデータ流通基盤整備の動き

競争領域

生活者向け
サービス機能

情報銀行基盤



協調領域

共通フォーマット化

生活者の導線に沿ったサービス提供
による直接的なデータ預託機能。

許諾/顧客管理、データ流通機能を
運用する情報銀行基盤の提供。

企業間でのデータ流通を支える
共通APIやデータテーブルの共通化。

・ケット テクノロジー 国際・アジア スポーツ 社会 地域 オピニオン 文化 マネー ライフ
無料登録会員の方は、有料記事を月10本まで試し読みできます(残り9記事) [会員プランを見る](#)

経済 [フォローする](#)

「情報銀行」データ仕様を統一 政府、年度内に具体案

2019年5月28日 1:30 [有料会員限定]

... 全て表示

政府は個人データの提供に対価を支払う「情報銀行」への参入の動きが広がっているのをにらみ、やり取りするデータの仕様を統一する方針だ。今は各社がバラバラに仕様を決めているので提供者の個人が管理しづらかったり、企業のデータ活用が滞ったりする恐れがある。円滑にデータが流通する環境を整えて、本格的な普及につなげる。

情報銀行機能提供によるデータ戦略

マイデータバンクサービスとは、情報銀行プラットフォーム「マイデータ・バンクMEY」をご活用いただき、安心・安全に御社データ資産の価値を高めることができるサービスです。

顧客データ管理

MEYで御社顧客のフラグ立てを顧客管理とデータの充実化を図ります。

本人確認

SMS認証をベースに本人確認を的確に行い、顧客管理を徹底。

※e-KYCも提供可能。

データ取得

MEY登録時、データコレクション機能、企業単位でのユーザーへのデータ提供を行う機能。

許諾/取消管理

MEY内で預かる御社関連データなどの許諾やデータ活用取消を一括で管理。

データエクスチェンジ

MEY内で預かる御社関連データと他の企業とのデータエクスチェンジやコラボを推進。

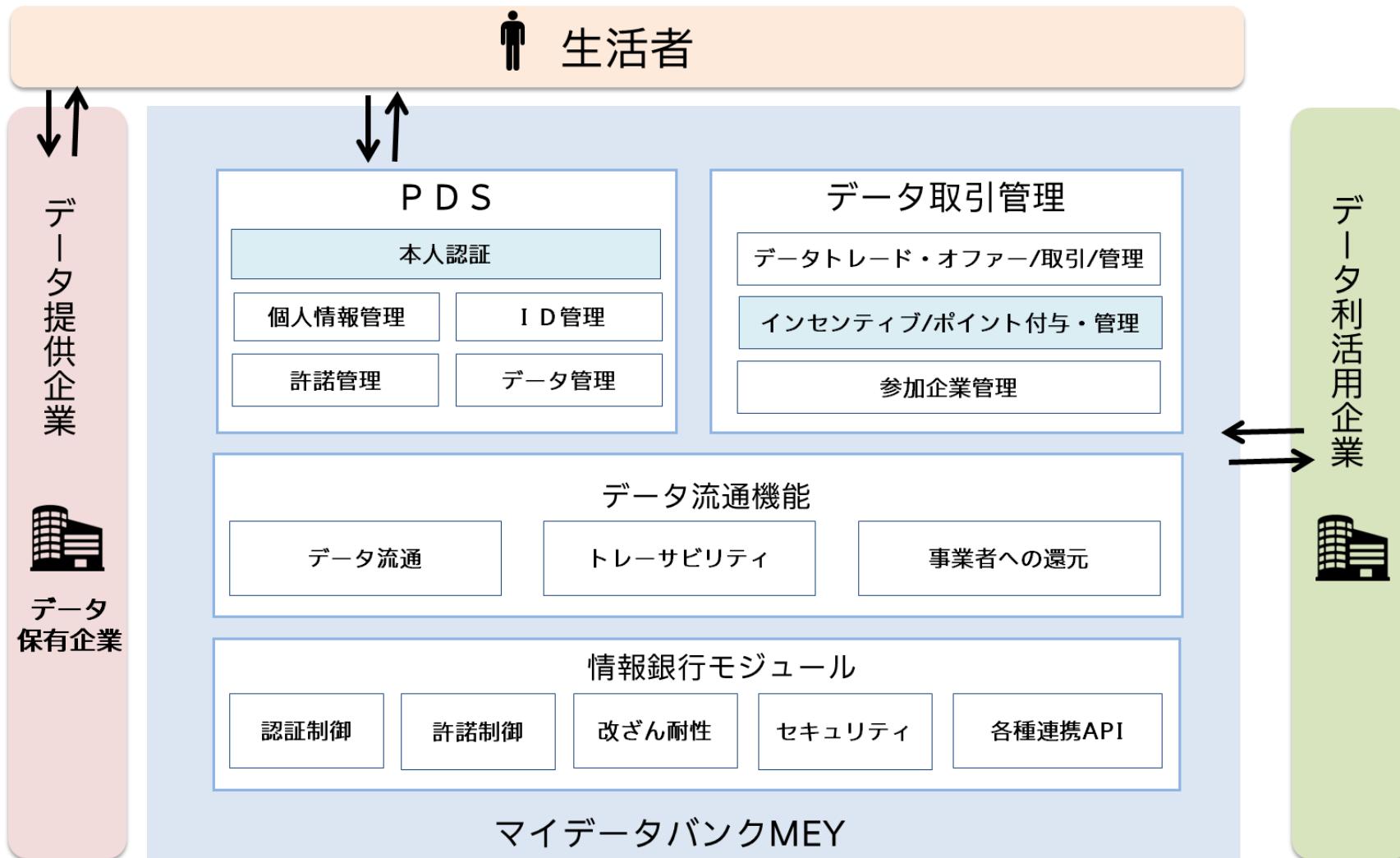
情報配信

MEY登録した御社顧客、他MEY会員にメール、MEYアプリ等で情報配信。

※企業へ第3社提供後の配信も可能。

マイデータバンクMEYシステム構成図

厳格な顧客管理機能はありながらも、従来の顧客管理基盤にはない機能が実装されていることが特徴。



「データ倫理委員会」

IT団体連盟の情報信託機能のガイドラインVer1.0にあるように、データの流通における厳格な監査、倫理面での運用を行う義務が課されている中、当社においても外部有識者と共に、情報銀行として個人データをデータ利活用企業へ第三者提供する場合やデータ提供企業、生活者からニーズや問い合わせなどを議論し、情報銀行運営に諮問、指示をする「データ倫理委員会の設立」し、安全かつ信頼性を担保した情報銀行「MEY」を運営しております。

