事業経営

パーソナルデータの提供に関する消費者の意思決定要因を分析

消費者視点に立ったパーソナルデータ活用事業の発展に寄与

パーソナルデータ

個人情報と匿名情報の双方を含む、個人に関する幅広い情報。例として、性別、インターネットの閲覧履歴、位置情報、消費電力データがある。

情報銀行

個人との契約に基づき個人のデータを管理するとともに、契約により予め指定された条件に基づいて、個人に代わってデータを第三者へ提供する事業のこと。

背景

IoT技術の進展に伴い、**パーソナルデータ**の活用に対する関心が高まっています。わが国では、パーソナルデータの流通・活用を通じて国民生活の質を向上させることを目的に、**情報銀行**などのデータ流通・活用の仕組みが整備されつつあります。このような仕組みが機能するためには、消費者からの自発的なパーソナルデータの提供が重要となりますが、消費者のデータ提供の意思決定の要因は十分に把握されていません。

成果の概要

◇データ提供の意思決定において消費者が重視している要因を分析

30分単位の消費電力データおよび家族構成などの世帯情報といったパーソナルデータの提供意向について、8,000人を対象としたWeb 調査を実施しました。パーソナルデータ提供の意思決定に影響を与え得る4つの要因に焦点を当てて分析した結果、消費者は、金銭的報酬、データの利用目的、データの匿名性、データの第三者提供の仕組み、の順に重要視していることを明らかにしました。

◇第三者提供の仕組みとデータ利用目的の影響について詳細に分析

消費者がデータの第三者提供先の選択に関与できる仕組みであれば、消費者のデータ提供意向が高まることを確認しました。特に、提供先企業・組織のタイプのみを選択するといった、消費者が提供先の選択に「部分的」に関与できる仕組みのときにデータ提供意向が最も高くなることを明らかにしました（図1）。また、消費者への便益提供までに時間を要する新サービス開発や、消費者に直接便益が生じない業務効率化が目的であっても、利用目的を明示することで、消費者のデータ提供意向が高まることを示しました（図2）。

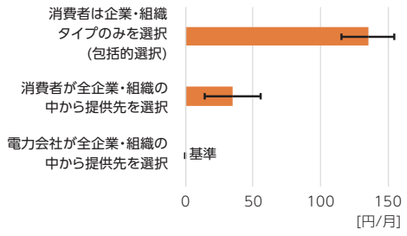


図1　第三者提供の仕組みに対する選好

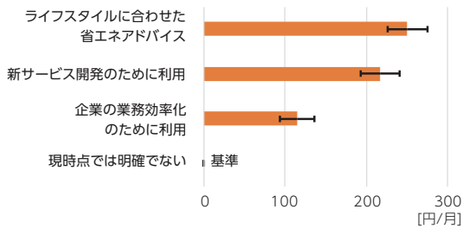
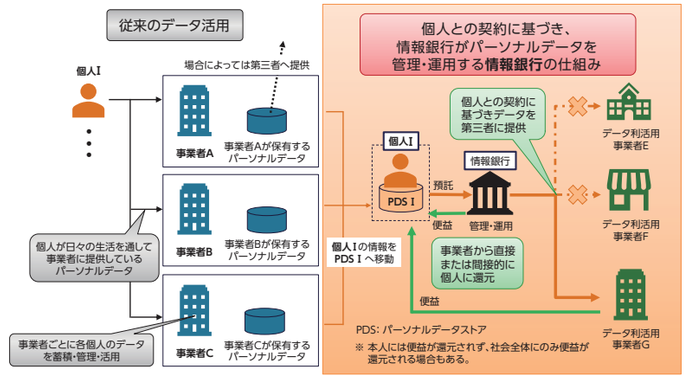


図2　データの利用目的に対する選好

横軸は、各条件に対する消費者の選好を金銭換算（円/月）したもので、数値が高い条件ほど好まれていることを表します。
棒グラフの先端にあるエラーバーは、95%信頼区間を表しています。

田中 拓朗（たなか たくろう）
社会経済研究所 事業制度・経済分析領域

社会的受容性を意識しながら、パーソナルデータ活用事業の発展に貢献していきます。



情報銀行のイメージ

成果の活用先・事例

この分析結果の活用により、消費者の自発的なデータ提供が促進され、パーソナルデータ活用事業の発展が期待されます。

参考　田中、電力中央研究所 研究報告 Y18004（2019）