

ビッグデータのオーナーシップに関する国際比較分析

本庄智也[†] 横澤誠^{†‡} 木下貴史^{†‡}

近年、センサー価格の低下やソーシャルメディアの普及等によって、データ量が以前にも増して爆発的に増加してきた。また、テクノロジーの進化により、そのような大量のデータ、いわゆるビッグデータを取り扱うことができるようになり、利活用への期待が高まってきている。本稿では、そのビッグデータにまつわる権利・責任、つまりビッグデータのオーナーシップに関して日米欧の法制度や議論の動向の整理を行った。結果、ビッグデータのオーナーシップに関しては不明確な点が多く、データインテンシブな社会を実現するためには、ビッグデータ利活用に関して共通のオーナーシップの認識を醸成していく必要があることが判明した。

The International Comparative Analysis of Ownership in Big Data

TOMOYA HONJO[†] MAKOTO YOKOZAWA^{†‡}
TAKAFUMI KINOSHITA^{†‡}

In recent years, as the price of sensor devices decrease and social media widely spreads, the amount of data has been explosively increasing. Moreover, it becomes possible to handle such a large amount of data, so-called big data, by the evolution of technology. Thus, the expectation of utilizing big data is increasing. In this paper, we tried to organize and analyze legal systems and current discussions regarding ownership in big data. As a result, We found necessity to foster the common understanding of ownership in big data.

1. はじめに

近年、センサー価格の低下やソーシャルメディアの普及によって、データ量が以前にも増して拍車をかけて増加してきている。データ量は年率 40% で増加し続け、2009 年から 2020 年の間に 4 倍になると推計されている[1]。それに加え、Apache Hadoop に代表されるようなオープンソース・ソフトウェアや各ベンダーから提供される製品・サービスの充実、クラウドコンピューティングの普及とともに、このように爆発的に増えたいわゆる「ビッグデータ」を様々な分野で活用しようとする動きが活発になってきた。2013 年 3 月のガードナーの調査によると、42% の IT リーダーがビッグデータにすでに投資をしたか、その計画があると答えている。また安倍内閣が発表した「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」の中でも、ビッグデータの利活用の推進を一つの要素として位置づけており、期待を寄せている。

一方で、収集されたビッグデータが実際にだれのものであるのか、どのような利用が可能で、どのような責任があるのかというオーナーシップについて共通の認識がない。例えば先日、JR 東日本が IC カード乗車券 Suica 利用者の電車の乗車履歴を、匿名化した上で日立に提供したことが大きな話題を呼んだ。最終的に利用者からの大きな反発により JR 東日本は提供を一度停止せざるをえなくなった。このように、事業者と一般消費者の間の認識の違いからビッグデータ利活用が阻害される事例がでてきている。また、ビッグデータにはプライバシーの問題もついてまわる。大量の個人に関わるデータを取り扱うようになってくるため、それを取扱う事業者の責任も重大になってくると考えられ

る。しかし図 1 に示すように、日本における情報漏洩件数はここ何年か横ばいであり、2012 年上半期で既に 954 件を数え、情報漏洩が止まらない。

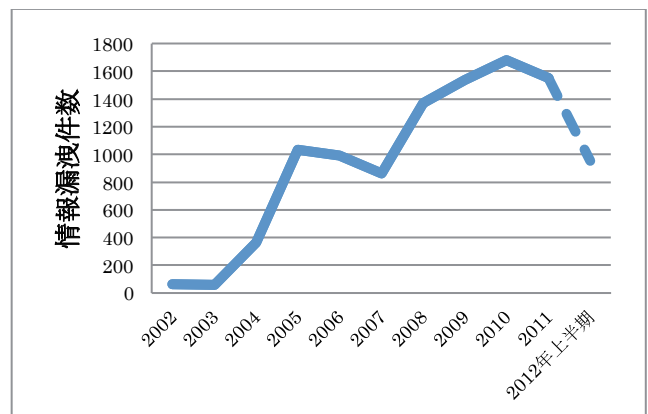


図 1 日本における情報漏洩件数の推移

出所：日本ネットワークセキュリティ協会「情報セキュリティインシデントに関する調査報告書」2006 年度版から 2012 年度上半期速報版より抜粋

そんな中、国際的にもデータ保護法制の見直しが図られている。2012 年 1 月には EU が既存のデータ保護指令を規則に格上げする一般データ保護規則案を発表した。また米国でも、オバマ政権が 2012 年 2 月に消費者プライバシー権利章典を発表するなど、個人データに関する消費者の権利を強化する動きが起こっている。しかし、各国の考え方や規制には差があり、データ保護制度は複雑なものとなっている。このようにビッグデータにまつわる権利や責任、つまりビッグデータのオーナーシップには、不明確な点が多

[†] 京都大学大学院情報学研究所
Graduate School of Informatics, Kyoto University
[‡] 株式会社野村総合研究所
Nomura Research Institute

い。このような状況下では、事業者が萎縮しビッグデータを活用したデータインテンシブな社会を実現することの妨げになりかねない。

そこで、本稿では、法制度で規定されるビッグデータのオーナーシップを明らかにするために、国際的な視点から法制度や議論の動向について整理する。

2. ビッグデータのオーナーシップ

本章では、研究の対象であるビッグデータのオーナーシップという概念について述べる。

2.1 オーナーシップの概念

一般にオーナーシップとは、ある所有の対象物に関し、他の人々あるいは法人に対して、行使しうる権利と負っている責任の束(a bundle of rights and duties)である[2]。オーナーシップについて明らかにするという事は、1)その対象物は誰に帰属するのか、2)どのような権利・責任があるのか、という2点について明らかにすることである。例として、自家用車のオーナーシップを考える。自家用車のオーナーシップの帰属先、つまりオーナーは名義人であることが一般的である。そして、このオーナーには車を運転する権利、他の人が運転することを妨げる権利、売る権利、譲渡する権利、貸し出す権利などが与えられる。一方、税金を納める責任、車を安全管理する責任、貸し出した場合の責任などを負うことになる。また、同じ対象物であってもオーナーシップの形は異なることもある。例えば、車を一人で全額支払って購入した場合は、単独で車を所有することになり、オーナーは車に関わる大半の権利を行使できるが、責任も一人で負うことになる。一方、車を複数人で購入した場合は、その車を共同所有することになり、それぞれのオーナーは勝手に車を売ったり他人に運転させたりすることはできないが、安全管理やメンテナンスなどの負担を分担することができる。このように単独オーナーシップや共同オーナーシップといった違いによって、対象物に対する権利や責任が異なってくる。

これらはデータを所有するといった場合においても同様である。[3]では、企業組織内でのデータマネジメントの文脈において、データのオーナーシップの権利面として、アクセス権や削除権、修正権といったものをあげている一方で、責任の面ではデータの品質管理責任やメタデータの管理責任などをあげている。また、データに関わる各関係者がデータに対して感じるオーナーシップの強さは、根本的にはそのデータの利用から生み出される各関係者にとっての価値の大きさで決まり、様々な潜在的な関係者がデータに関わる活動への各々の貢献に基づき、データのオーナーシップを主張しうるとしている。

2.2 ビッグデータ

2.2.1 ビッグデータの定義

ビッグデータに明確に定まった定義はない。膨大なデータを指し示してビッグデータとしているものから、技術や人材までを含めて広義のビッグデータとしているものもある。そのような中で、[4]では「既存の一般的な技術では管理することが困難なデータ群」という定義が共通認識であるとしている。また、一般的な技術で管理することが困難なビッグデータの特徴として、ダグ・レイニーが2001年に発表した報告書を起源にガートナー社が、以下に示す容量(Volume)、種類(Variety)、速度(Velocity)の3つをあげている[4]。

- 量(Volume)
 - 膨大なデータ量のこと。数十テラバイトから数ペタバイトという見方もある[1]。
- 種類(Variety)
 - 販売履歴などの構造化されたデータからテキストなどの非構造化されたデータまで種類が多様であること。
- 速度(Velocity)
 - 発生頻度や更新頻度が高いこと。

しかし量をとらえてみても、どの程度のサイズであればビッグデータなのかは定まっておらず、技術の水準によって変化するものである。本稿ではこれ以上ビッグデータの定義に立ち入らず、次節においてこの3つの特徴にもとづき、ビッグデータにおけるオーナーシップの不確実性を述べていく。

2.2.2 ビッグデータのオーナーシップ

ビッグデータのオーナーシップの問題の所在を先ほどの3つの属性に基づき説明する。

一点目はデータの量についてである。ビッグデータの特徴として、ひとつひとつのデータの価値は非常に低いものであるが、それらが収集されることで大きな価値を持つようになることがあげられる。データに感じるオーナーシップの強さはそのものに対する価値で決まる側面があるため、収集され蓄積されることで価値を持つようになった後、その価値に対して、各関係者がオーナーシップを主張する可能性がある。

2点目はデータの種類についてである。ビッグデータは様々なデータソースからデータを収集しアグリゲートして利用する場合がある。このような場合に、そのビッグデータには、それぞれのデータソースの様々な関係者が関わることになり、ビッグデータを利活用する者は、それぞれの関係者の各データのオーナーシップに注意して取り扱わなければならない。

3 点目はデータの速度についてである。データの発生頻度が高いということは、各データの提供者が継続的にデータ作成・収集に関わっているということになる。そのような場合、一回一回の貢献は少なくても、継続的な関わりによって、提供者が感じるビッグデータへの貢献が高まっていき、次第にオーナーシップを感じるようになる可能性が考えられる。

このように、多くの関係者がそれぞれ異なった種類・度合いの貢献をすることによって生み出されたデータによってビッグデータが構成されているため、それら各関係者がそれぞれの考え方によってオーナーシップを主張しうる。いくつかのビッグデータのケースを分析し特定された潜在的オーナーを表 1 に示す。

表 1 ビッグデータの潜在的オーナー

潜在的オーナー	説明・例など
被観測者	データ化される情報の主体や場所の所有者 例)消費者、センサー設置場所の所有者
作成者	データを入力する者 例)SNS ユーザー、データ入力代行者
決定者	収集するデータやその利用方法の決定者 例)ウェブサービス事業者
保有者	データが格納されたストレージの保有者 例)サーバー提供者
サービス/ソフトウェア提供者	データを取扱うソフトウェア/サービス提供者 例)SaaS 事業者
アグリゲータ	複数のデータをまとめて有用なデータセットを作成する者 例)信用会社
データ分析者	データ分析し知見を導出サービスの提供者 例)データ分析代行業者
データ提供者/購入者	データを購入する者/ライセンスする者

表 1 で示したオーナーは、一つの主体が複数を担当する場合があり、また全てのケースにおいて存在する訳ではないなど、必ずしも明確にこの形で認識できるわけではない点に留意が必要である。

また、ビッグデータのオーナーシップに含まれる権利や

責任の面として、次の図 2 に示すようなものが考えられる。

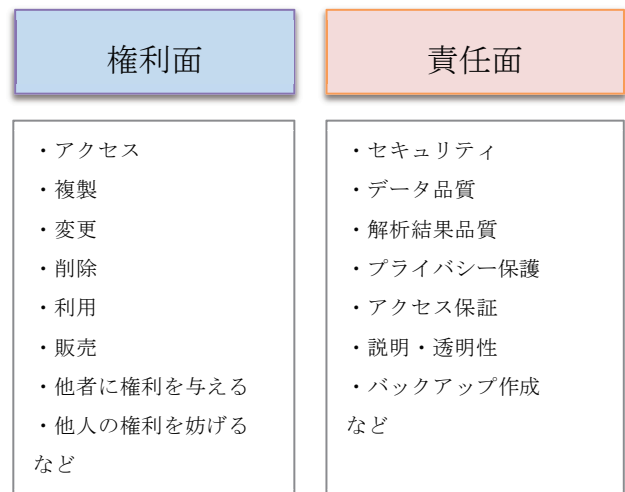


図 2 ビッグデータのオーナーシップの権利・責任

3. 分析フレームワーク

ビッグデータに含まれるデータには、個人が生み出す購買記録や位置情報、マイクロブログの投稿データといった個人が生み出すデータと、自動販売機や生産機械などに組み込まれたセンサーが生み出す、いわゆる M2M(Machine to Machine)的データまで様々な種類のデータが存在する。そのようなデータに関連する法制度として、主に個人情報保護制度と知的財産保護制度の 2 点あげられる。さらに日本では、これに加え通信の秘密などが加わる。本稿では、国際比較の点から、この 2 点に基づいたビッグデータのオーナーシップを、主に利活用していきたい事業者の視点から明らかにすることを試みる。

3.1 個人情報保護制度

各国の個人情報保護制度は、コンピュータリゼーションが進む中で、プライバシーの危機が叫ばれるようになった 1970 年代頃から制定されてきた。個人情報保護制度の比較を行う場合には、産業別や情報取扱者の主体別の規制が行われているかどうかにとどまらず、自主規制の範囲、センシティブ性による保護の違い、目的外利用や直罰規定に関する規定の有無ないしその程度など、着目すべき点は非常に多岐にわたる[5]。そのため厳密で包括的な各国比較は困難である。

本稿では、ビッグデータの利活用を目指す一般的な事業者にとってのオーナーシップを比較することを主な目的とし、法制度の子細な点には立ち入らず、各国の制度体系の違いに留意しながら包括的な法を中心に比較する。

3.2 知的財産保護制度

データに関連する知的財産保護制度としては、著作権、データベース権、営業秘密、商標、特許などがビッグデー

タのオーナーシップに関連するものとしてあげられている [6]。

本稿では、ビッグデータに関連が強く国際的に重要な違いのある、著作権やデータベース権について比較する。

4. 各国制度比較分析

先ほどあげたフレームワークに基づき、日本と米国、EU の制度について分析を行う。我が国である日本に加え、米国と EU を比較するのは、双方とも経済的に重要な地域であり、米国はプライバシー権の発祥である、EU は各国のデータ保護法制に大きな影響を与えてきた、といった理由からである。表 2 に本稿における主な分析対象を載せる。

表 2 分析対象

	個人情報保護	知的財産保護
日本	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報保護法 経産省ガイドライン 総務省「パーソナルデータの利用・流通に関する研究会報告書」 	<ul style="list-style-type: none"> 著作権法 不法行為法
米国	<ul style="list-style-type: none"> 米国消費者プライバシー権利賞典 FTC 「Protecting Consumer Privacy in an Era of Rapid Change」 	<ul style="list-style-type: none"> 著作権法 競争法など
EU	<ul style="list-style-type: none"> データ保護指令 データ保護規則案 	<ul style="list-style-type: none"> 欧州著作権コード データベース指令
国際的 枠組み	<ul style="list-style-type: none"> OECD プライバシー・ガイドライン、など 	<ul style="list-style-type: none"> WIPO 著作権条約、など

4.1 個人情報保護制度

(1) 制度体系

各地域は個人情報保護制度の体系が異なっている。日本は、民間部門と公的機関をそれぞれ別の法律で規制しており、さらに分野ごとに定められたガイドラインによって統治されている。EU は公的機関と民間部門を一つの法律によって規制している。対照的に米国では、包括的な法律は存在せず、それぞれの分野で個別法を制定し規制を行っており、また業界の自主規制を重んじている。

第三者監督機関制度についても違いがある。EU は各国に独立した第三者機関を設置し、個人データが適正に取り扱われているかを監督する権限を与えている。米国では、EU のようなデータ保護に関する第三者機関が存在する訳ではないが、消費者保護をその役割の一つとする米連邦取

引委員会(FTC: Federal Trade Commission)を中心としてその役割を担っている。一方で日本では独立した第三者機関は存在せず、主務大臣が各分野における監督主体となっている。ただし、2013 年 5 月に成立した、いわゆる国民番号法案で設置される特定個人情報保護委員会は、法律施行後 1 年を目処に特定個人情報以外の個人情報にもその監督・指導範囲を広げることが検討される予定であり、独立した第三者機関としての役割を期待されている。

(2) スコープ

高度にネットワーク化された社会の中において、個人データとして保護されるデータの範囲も変化してきている。EU データ保護指令(以降、データ保護指令)では、保護されるべきデータを「特定された自然人、または管理者あるいはそれ以外の自然人に関する全ての情報」個人データとしており、さらに一般データ保護規則案(以降、規則案)ではその例示の中で「識別番号、位置データ、オンライン識別子」等を加えている。米国では、消費者プライバシー権利章典(以下、権利賞典)において「個人データは、特定の個人に結びつく(linkable)あらゆるデータであり、特定のコンピュータやその他のデバイスに結びつくものも含む」としており、その例として「スマートフォンやコンピュータの識別子」をあげている。日本の個人情報保護法では、「生存する個人に関する情報であって、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの」で、「他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む」とあり、スマートフォン等の識別番号まで通常含まれていないと考えられるが、総務省が 2013 年 6 月に発表した「パーソナルデータの利用・流通に関する研究会報告書(以下、パーソナルデータ研究会報告書)」では、実質的個人識別性という概念のもと、個人のコンピュータやスマートフォン等の識別情報も保護されうべきとしている。

制度上で規制対象となる個人データの取扱事業者にも若干の違いがある。EU の規則案では事業者の規模や取扱データ量の違いによる適用除外はなく、一様に事業者や個人に適用される。一方、日本の個人情報保護法は、取り扱う個人情報の数の合計が過去六月以内のいずれの日においても五千を超えない者は除外するとしており、米国では法律上での規定ではないものの、FTC が 2012 年 3 月に出したレポート「Protecting Consumer Privacy in an Era of Rapid Change」のフレームワークの対象は、取り扱うデータが年間 5000 人分以下でセンシティブではなく第三者に提供していない事業者は含んでおらず、小規模事業者への過度な負担がないように配慮がなされている。

(3) 取扱者の権利的側面

多くの国で個人情報保護法制は、OECD が 1980 年に発行したいわゆる OECD プライバシー・ガイドラインを参照して、策定されている。そのため、その中の原則の一つである、目的明確化の原則も各国法制度に取り入れられている。日本の個人情報保護法では、第十五条で「個人情報を取り扱うに当たっては、その利用の目的をできる限り特定しなければならない。」と定めており、さらに第十六条において「特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない」としている。またその利用目的を変更するとき、あるいは、あらかじめ第三者提供を目的としていない場合に第三者提供するときには、本人同意が必要である。EU 規則案においては、個人データの処理が正当であるためには、あらかじめ具体的で明示的な少なくとも一つ以上の利用目的に対して本人の同意が必要であり、その利用目的に矛盾しない範囲でしか処理してはならないとしている。一方、米国の権利章典では、データ主体は個人データをコンテキストに沿った利用を期待できるとしており、第三者提供に関してもコンテキストに沿っていけば可能であると解釈できる。

個人データをビッグデータとして利用する場合、あらゆる場合で個人を特定している必要はない。例えば、モバイル端末の位置データ等から、地域毎の人口流入出を分析するといった統計的利用である。そのような場合は、個人のプライバシーを侵害する可能性は低いと考えられる。そういった点に関し EU 規則案では、匿名で提供され識別不可になったデータはスコープ外とすべきとしており、さらにデータ保護指令第 29 条に基づき設置されている 29 条作業部会では、ビッグデータの利用ケースを、1)情報の中の傾向や相関を知るための処理、2)個人の嗜好や振る舞いなどを知るための処理、の二つに区別し、前者の利用の場合は、匿名化処理などを施したうえで利用することで「矛盾しない範囲」として利用しうることと提言している。日本では、個人識別性のない情報はプライバシーにはあたらないとしている判例があり、匿名化されたデータに関しては、通常個人情報保護法は適用されないと見られる。しかしながら、ビッグデータにおいては、匿名化されても他の情報とつきあわせることで個人を識別可能になるといった事例もあり、必ずしも匿名化されたからといって、個人が特定不可能になるわけではないと言える。そこで、パーソナルデータ研究会報告書では FTC における考え方を参考にして、1)適切な匿名化措置を施していること、2)匿名化したデータを再識別化しないことを約束・公表すること、3)匿名化したデータを第三者に提供する場合、提供先が再識別化することを契約で禁止すること、の要件を満たすことによって個人識別性が無いものと判断し、利活用可能と考えられるとしている。

(4) 取扱者の責任的側面

OECD プライバシー・ガイドラインにあるように、個人データの取扱者は責任を負うべきであるとしている。したがって、各国の保護制度下においては、取扱者に対して、様々な義務が課されている。ここでは、ビッグデータのライフサイクル上の上流から下流に向けて責任を考える。

(a) 収集時の義務

日本の個人情報保護法や EU 規則案、それぞれにおいて、先ほど述べたように収集時の目的明確化とその通知が義務づけられている。

EU 規則案ではさらに、利用目的等に関しデータ主体から明示的に同意を取る必要が義務づけられている。日本でも、パーソナルデータ研究会報告書では、データの機微性や収集時のコンテキストとの適合性によっては明示的な同意の必要性を検討している。

取得するデータに関しては、米国や EU では、「利用目的に対し合理的な範囲に制限すべき」として収集制限を課している。日本の個人情報保護法では、収集できるデータを利用目的に必要な合理的な範囲に制限する規定はない。また、どんなデータを収集しどのような利用をしているかについてわかりやすく、アクセスしやすい透明性のある方法で説明する責任については、EU 規則案と米国権利章典において規定はあるが、今のところ日本の個人情報保護法にはない。しかしながら、パーソナルデータ研究会報告書の中では、透明性の確保について言及されている。

これらに加え EU では規則案で、個人データの性質によるリスクに応じて、個人データに行われる処理の影響を評価する義務(データ保護影響評価)が定められている。

(b) 利用・管理時の責任・義務

微妙な差異はあるが共通している点としては、データ主体の権利として、あるいは取扱者の義務として、個人データのアクセス・訂正を可能にしている点である。EU や米国においては、これらはデータ主体の権利として定められている一方で、日本においては、あくまでも取扱事業者の義務として規定されており合理的な理由があれば応じないことも可能となっており[7]、消費者の権利として強く認められているとまでは言えない。また、EU ではデータ削除という点で、「忘れ去られる権利」を定めており、個人はデータ取扱の同意を取り下げることができ、取扱者が保有する個人データを削除し、取扱者が第三者提供していた場合は、そのデータまでも削除要請の効力が及ぶ点で個人の権利が強化されている。

その他の相違点としては、EU 規則案では、データ保護監督者の設置義務やデータポータビリティ権などが規定されており、日本や米国においては見られない特徴となっている。

(c) 廃棄時・緊急時の義務・責任

データの廃棄という面に着目すると、米国権利章典では、「企業は、もはや必要ではなくなったとき、安全に廃棄あるいは非識別化しなければならない」としており、EU 規則案では、歴史的、統計的又は科学的研究目的を除いて利用目的を達成した後に保持することは禁止されている。

不正・違反時の罰則規定に関しては、日本は個人情報保護法で6ヶ月以下の懲役、30万円以下の罰金、EUでは違反のケースごとに全世界の売上高の0.5%、1%、2%を上限までとする罰金を課しており、米国ではFTC法第5条に基づき、FTCの裁量で罰金や指導をすることがある。

上記以外にはEU規則案で、違反時の報告義務として24時間以内に監督機関に通知しその後、対象の個人に報告することなどの義務が課せられている。

4.2 知的財産保護(著作権、データベース権)

著作権制度は、著作物に著作者等の権利の保護をはかり、もって文化の発展に寄与することを目的としている。著作権は、申請を必要とせず、作成した時点で著作者に権利が生じるものである。

(1) 保護の対象

データについての著作権を考えると、データそのものが著作物である場合と個々のデータの集合体としてのデータベースが著作物である場合とを考える必要がある。

個々のデータの著作権に関して、各国制度の著作権法で保護される著作物に条件として、共通して創作性を要求している。創作性のあるデータとしては、例えば一般的にWebページやブログの投稿や企業内で作成されるドキュメントなどが相当すると考えられる。

データベースの著作権を考えると、日本の著作権法では、「データベースでその情報の選択又は体系的な構成によって創作性を有するものは、著作物として保護する」としている。米国では編集著作物として「既存の素材又はデータを収集し編成して作成される著作物で、結果として生じる当該著作物が全体として著作者の作成に係る創作的な著作物になるような方法でその既存の素材又はデータが選択され、調整され、又は配置されているもの」を規定しており、EUデータベース指令では「その選択または配列によって、著者の知的創作を構成するデータベースは、著作権による保護を受ける」とあるように、情報の選択と構成に創作性を認められるものはどの地域においても一様に保護される。

(2) 著作者の権利

データやデータベースの著作物に関しても、一般的に著作物に認められる複製権や頒布権等といったものの排他的権利が認められる。ただし、EUのデータベース指令において、データベース著作物の著作者に与えられる権利は「複

製、翻訳、翻案、脚色、その他の変更、公衆に対する配布、送信、展示、もしくは、公衆の面前での実演を実施することと、それらを許諾することの排他的権利を有する」としており、一度EU域内で販売したデータベースに関しては、その再販売をコントロールする権利を失うとしている。

(3) 権利制限

米国では包括的な権利制限規定としてフェア・ユース規定が存在する。フェア・ユースとは、利用の性質や目的などを鑑み公正な利用であれば著作権の侵害に当たらないとする一般条項である。EUにおいては、各国で規定の有無があるが、英国はフェア・ユースと比べやや範囲が限定的な条項として、フェア・ディーリング規定を定めており、非商用目的の研究のデータ分析も侵害に当たらない用途とすることなどが検討されている。日本は、各個別ケースごとに権利制限の条件を規定しており、フェア・ユースのような一般条項は置いていないが、2010年の著作権法改正によって、分析のための著作物の複製は可能とされているため、データそのものが著作物である場合では、ビッグデータとして分析する利活用は基本的に問題がないと考えられる。ただし、「情報解析を行う者の用に供するために作成されたデータベースの著作物については、この限りでない。」とあり、データ分析のために作成されたデータベースは利用できない。

(4) 創作性のないデータの保護

ビッグデータでは、それらを構成するデータに創作性があるケースは少なく、いわゆる単なる事実であるファクトデータで構成されていることが多い。そのようなファクトで構成されたデータベースの保護に関しては、EUではデータベース指令において独自の権利(sui generis)を付与する形で保護している。この権利によって、データベースの作成者は、そのデータベースのコンテンツの入手、検証又は提供のいずれかにおいて質的又は量的に相当の投資を行ったデータベースの、重要な部分の抽出、再利用を妨げる権利を有する。ただし、創作性のあるデータベースと同様に一度EU域内で販売したデータベースに関しては、その再販売をコントロールする権利を失うとしている。一方、日本や米国では、このようなデータベースに対して権利付与しておらず、不正行為法や競争法等で司法判断を下している。また、日本では(1)データベース作成への十分な投資、(2)原告間の競合関係、(3)複製の規模が大規模である、といった点が判例上、不法行為認定の要件として指摘されており[8]、差し止め請求権が今のところ認められていないことが特徴の一つである。

4.3 各国間比較の考察

概観してきたように、ビッグデータのオーナーシップは、

個人情報保護制度で、個人のプライバシーとしての価値を、個人には権利として、取扱事業者には制限された権利と責任として与えている。また知的財産保護制度で、投資や労力をかけたデータに対し、その作成者に権利を付与している。しかしながら、個人データに関して見てみると、そのオーナーシップが法制度で規定されるかは、個人識別性が要件となっているが、どのようなデータが個人データであるかについてははっきりしておらず流動的である。また、適切な非識別化処理を行うことで、個人データではないものとして取り扱うことが提唱されているが、JR 東日本の Suica の事例にあるようにそのような利用を可能とすることが、一般消費者との間で合意をとれているとは言えない。また、多くの場合、個人情報保護法制度下において、特定した利用目的して正当化された個人データに関して、非識別化した上での利用は許諾を取っていないのではないと考えられる。消費者による反発が、看過できないプライバシーリスクを認知してのものか、個人識別性がないデータに対してもプライバシー以外のなんらかの権利意識があるためか、といったことを明らかにする必要がある。また個人データを取り扱う事業者の責任面でも、日本や米国に比較して、EU は一様に非常に重い責任を課しており、どのようなデータに関して、どの程度の責任を事業者が負うべきであるのかという点でも大きな違いがある。

明確に法制度によってオーナーシップが規定されないビッグデータに関しては、多くは契約によって各関係者のオーナーシップが規定されると考えられるが、不十分な点もある。例えば、ビッグデータは蓄積されてから、あるいは技術の進歩により、新たな利用価値が見つかる場合があり、収集当初は予定しない用途での利用が開かれる場合がある。この場合、その利用による経済的利益の権利を当初の契約で規定しておくことは難しいかもしれない。また、契約は締結当事者間を縛るものである。そのため、データマーケットプレイスのような事業を展開する場合、例えば販売先で漏洩してしまった場合等に、第三者がデータを利用することを差し止めることはできない。このようにビッグデータが販売されているケースでは、営業秘密の要件の一つである秘密管理性が満たされないと考えられるため、営業秘密による保護も期待しにくい。また、EU では、データベース指令において、域内で販売したデータベースの再販売はコントロールできないため、データの購入者の再販売を止めることはできず、さらなる下流におけるビッグデータの価値を当初のオーナーに還元することはできないこととなる。このように、現行の制度下ではビッグデータの販売元の権利としては不十分なものであるかもしれない。

5. ビッグデータのオーナーシップの問題

分析してきたように、ビッグデータのオーナーシップに関しては、法制度上も多層的で複雑であり、明らかでない

点も多い。そのため共通の認識が欠如しており、例えば表 3 に示すようなコンフリクトが起きている。

表 3 コンフリクト事例

事例	問題の所在
2010年: Amazon vs Blippy Blippy は、購入した商品・サービスを共有するサービスである。Blippy はユーザーの許可のもと Amazon の購買履歴にアクセスしていた。それに対し、Amazon は、アクセスの停止と購買履歴の削除を要請を行った。	アマゾンとユーザーの2者のトランザクションによって発生するデータに関するコンフリクトである。この場合、Amazon のサイトに保管されている購買履歴にアクセスを許可する権利をユーザーが単独で行使できるかという、利用許諾権が問題になった。
2012年: Instagram 社 Instagram は無料の画像共有サービスである。Instagram 社は Facebook とのデータ共有を開始するに伴い、利用規約を変更した。変更内容は、ユーザー名、リンク、写真を広告に使用できるように改訂するものだった。その変更に対し、ユーザーは自分のデータが、広告等に利用されると思い、アカウント閉鎖したり訴訟を行い炎上騒ぎとなった。	ユーザーの投稿した写真データに関わるオーナーシップのコンフリクトである。Instagram、Facebook とユーザーの間での利用権を巡る問題である。Web サービス企業で、まずユーザーを集めることを第一に置きマネタイズはその後からという考え方のモデルでは、何でマネタイズするかという段階でユーザーとの間で問題が起きやすい。
2012年: ファーストサーバー社 ファーストサーバー社は、ホスティングサービスを提供している企業である。2012年に、管理するサーバー群に対し、誤った操作を行い顧客のデータ消失してしまった。それに加え、外部ストレージにバックアップしていないなどの運用の問題があり、復元は困難であった。結果として顧客のビジネスに多大な影響を及ぼしてしまった。	クラウド上にビッグデータを預ける場合の典型的な問題である。継続的なアクセスを保証する責任やバックアップを作成しておく責任などの所在が不明確であったり、正しく認識されていない事例である。
2013年: グローバルデータ社 グローバルデータ社は、モバイルルーターのレンタルサービスを提供している。2013年に、決済処理のために預かっていた10万件以上もの顧客のクレジットカードのデータが流出してしまった。にもかかわらず、発表までの1ヶ月以上のかかってしまい、対応のまじろさが問題となった。	個人情報を取り扱う者の責任のあり方が不明確であることで起きた問題である。特に安全管理義務や、報告義務に関する問題と考えられる。

以上表で示したように、共通の認識がないために問題が生じている。本研究では、こういった問題を解決するため、オーナーシップの共通認識を醸成するための考え方を示すことを目指す。

6. 今後の展望

今後、次の段階として個人データのオーナーシップに関

し一般消費者にアンケート調査を行い、オーナーシップに関する意識を明らかにし、共通の認識を醸成できる考え方を示していく。そして、研究の最終目的として、現在一側面からしか評価されていないデータの価値を、明らかにオーナーシップに基づき、ビッグデータの正味の資産価値を評価するモデルの開発をしていくことを目指していく。

参考文献

- 1) McKinsey Global Institute: Big data : The next frontier for innovation, competition, and productivity , 2011
- 2) Bergström Lars: The concept of ownership. Who Owns Our Genes? Proceedings of an International Conference, October 1999, Tallin, Estonia. The Nordic Committee on Bioethics, 2000
- 3) Loshin, D: Knowledge Integrity: Data Ownership, 2002
<http://www.datawarehouse.com/article/?articleid=3052>
- 4) 城田真琴 : ビッグデータの衝撃—巨大なデータが戦略を決める, 東洋経済出版, 2012
- 5) 高橋由利子: 個人情報保護をめぐる 新しい法制度体系の在り方に関する事例研究, 情報処理学会研究報告, vol.2010-EIP-47, No.9, pp.1-5, 2010/2/19
- 6) Kemp Little LLP : Big Data- Legal Rights and Obligations, 2013
- 7) 電子情報技術産業協会: EU データ保護指令改定に関する調査・分析報告書, 2012
- 8) 佐藤佳邦: データベースの保護と競争政策-創作性を要件としないデータベースの保護と競争政策的考察-, 知的財産研究所, 2006