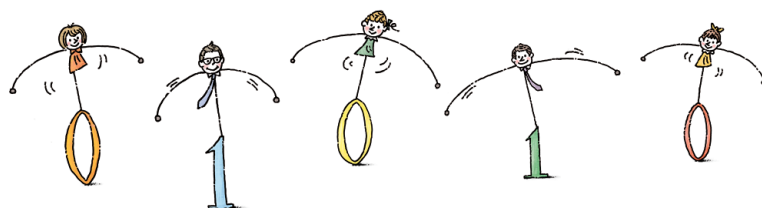


Nextcom

特集 デジタル社会と 情報法



Feature Papers

論文

情報通信分野における個人情報保護

宍戸 常寿 東京大学 大学院 法学政治学研究科 教授

論文

「個人情報保護法制と取材・報道の自由」の問題が示唆するもの

——行政機関個人情報保護法を中心に——

曾我部 真裕 京都大学 大学院 法学研究科 教授

論文

情報法研究の射程

——EUデジタルシングルマーケット戦略を鍵として——

加藤 尚徳 株式会社KDDI総合研究所 フューチャーデザイン1部門
3グループ アソシエイト

特別論文

スマートフォン時代におけるケーブルテレビ

——よりインタラクティブな地域メディアを目指して——

米谷 南海 一般財団法人 マルチメディア振興センター 情報通信研究部 研究員

Report

学会レポート

「25th Pacific Conference of the RSAI (PRSCO 2017大会)」参加報告

谷口 晋一 早稲田大学 大学院 アジア太平洋研究科 博士後期課程

Articles

すでに始まってしまった未来について 未来への複数の対処

平野 啓一郎 作家

情報伝達・解体新書

キレルコオロギの社会復帰

長尾 隆司 金沢工業大学 バイオ・化学部 応用バイオ学科 教授

明日の言葉

「情報」とインフォメーション

高橋 秀実 ノンフィクション作家

お知らせ

「Nextcom」論文公募のお知らせ

2017年度著書出版・海外学会等
参加助成に関するお知らせ

明日の言葉

情報は、不確実性を除去するものだ。

……クロード・E. シャノン

情報とは何か、数量的に捉えることは可能か、という疑問に答えたのが、1948年に発表されたシャノンの論文『通信の数学的理論』だった。

今日では、情報理論の父と呼ばれるシャノンは、エントロピーの減少として情報を捉えた。





特集 デジタル社会と 情報法

- 4 | 論文
情報通信分野における個人情報保護
穴戸 常寿 東京大学 大学院 法学政治学研究科 教授
- 14 | 論文
「個人情報保護法制と取材・報道の自由」の
問題が示唆するもの
——行政機関個人情報保護法を中心に——
曾我部 真裕 京都大学 大学院 法学研究科 教授
- 24 | 論文
情報法研究の射程
——EU デジタルシングルマーケット戦略を鍵として——
加藤 尚徳 株式会社 KDDI 総合研究所 フューチャーデザイン 1 部門
3 グループ アソシエイト
- 32 | 特別論文
スマートフォン時代における
ケーブルテレビ
——よりインタラクティブな地域メディアを目指して——
米谷 南海 一般財団法人 マルチメディア振興センター
情報通信研究部 研究員
- 42 | 学会リポート
「25th Pacific Conference of the RSAI
(PRSCO 2017大会)」参加報告
谷口 晋一 早稲田大学 大学院 アジア太平洋研究科 博士後期課程
- エッセイ&お知らせ
- 2 | すでに始まってしまった未来について
未来への複数の対処
平野 啓一郎 作家
- 44 | 情報伝達・解体新書
キレるコオロギの社会復帰
長尾 隆司 金沢工業大学 バイオ・化学部 応用バイオ学科 教授
- 46 | お知らせ
「Nextcom」論文公募のお知らせ
2017 年度著書出版・海外学会等
参加助成に関するお知らせ
- 48 | 明日の言葉
「情報」とインフォメーション
高橋 秀実 ノンフィクション作家

写真:第二次世界大戦時、ドイツ軍が用いた電気機械式暗号機「エニグマ」。このエニグマの暗号解読をしたチューリングやマンハッタン計画に参加したノイマンらとともに、シャノンは現在のコンピュータ技術の基礎をつくった科学者の一人として知られる。

すでに始まってしまった未来について——③

文：平野啓一郎

絵：大坪紀久子

未来への複数的対処



グーグルが、5年以内に量子コンピューターの一般販売を目指している、というニュースが話題を集めた。IBM も、数年以内に50キュービットの量子コンピューターをクラウドで提供する予定だそうで、ほんの10年前までは、まだまだSF 的な想像の域を出なかった量子コンピューターも、いよいよ実現間近か、と期待が高まっている。しかし、良いことづくめかということそうでもなく、例えば現在、ネット・セキュリティの主流となっているRSA 暗号などは簡単に解読されてしまうため、新しい暗号アルゴリズムの研究が急務となっている。

昨今の第三次と呼ばれる人工知能 (AI) ブームは周知の通りで、汎用 AI はともかく、専用 AI に関しては、幾つかの目覚ましい成果が世間を驚かせている。テクノロジーの進歩が、ゼロ年代とはまた違う次元に突入しつつあるのを実感するが、10年後、20年後の未来予測は、知的誠実さを持った人ほど慎重である。方向性は見えていても、量子コンピューター然り、テンポ感がつかめない。10年後なのか20年後なのかというのは、人類の歴史からすると些細な違いのようだが、人の一生という意味では決して小さくない。

最近、私は『自由のこれから』(ベスト新書)という本を書き、主にそうしたテクノロジーの進歩と人間の自由についてしばらく考えていた。社会は今後、人間の関与によるシステムのコストとリスクを^{しらみ}風潰しに排除してゆくだろうが、そのために失われる職業の予測も、昨今の悲観的な話題である。

私の現実的な対処法は、例によって分人主義的であり、複数のテンポ感で進行するプロジェクトを同時にこなしてゆきながら、自由に関しても、オートメーション化を受け容れる程度を分人ごとに調整して、一つの分人で節約された時間を他に回す、といったことがますます重要になってくるだろう。主体の一個人性という神話への固執は、いよいよ現実的に不可能となりつつあるのを感じる。

Keiichi Hirano

小説家。1975年生まれ。1999年京都大学在学中に『日蝕』により芥川賞を受賞。

以後、『葬送』、『ドーン』、『かたちだけの愛』、『空白を満たしなさい』、

『私とは何か—「個人」から「分人」へ』、『透明な迷宮』、

『生命力』の行方—変わりゆく世界と分人主義』、『マチネの終わりに』など、数々の作品を発表。

最新刊は『自由のこれから』(ベスト新書)。

特集

デジタル社会と 情報法

情報法の重要性がかつてないほど高まっている。
情報化が加速する現代、あるべき情報法制とは何か。
三つのテーマで論考する。

デジタル社会と 情報法 1

情報通信分野における 個人情報保護

東京大学 大学院 法学政治学研究科 教授

宍戸 常寿 George Shishido

情報通信分野における個人情報保護は、情報法の主要領域である「自由な情報流通に関わる法」と「情報の保護に関わる法」の交錯する場面として位置付けられる。電気通信事業分野ガイドライン、放送分野ガイドラインは、個人情報保護委員会の定める汎用的なガイドラインを前提としつつ、通信の秘密、視聴履歴というプライバシー性の高い特殊な情報の取扱いを中心として、総務省により改正された。本稿は、委員会ガイドラインとの異同に注目しつつ両ガイドラインの内容を紹介し、情報法の新しい素材を検討するものである。なお著者は両ガイドライン改正の検討に有識者として関わったが、私見にわたる記述は個人の見解である。

キーワード

個人情報保護 プライバシー 通信の秘密 視聴履歴 プロファイリング

1. はじめに

「情報法」は新しい法分野であり、広く「情報の生産・流通・消費に関する法」を指すが、その主要領域として、自由な情報流通に関わる法（情報通信法、マスメディア法など）と、情報の保護に関わる法（個人情報保護法、知的財産法など）を挙げることに争いは少ないだろう¹⁾。この二つの領域が重なる場面は、情報通信技術（ICT）の発展による新しい法的問題が現れ、既存の概念や原理が再検討される、情報法のフロ

ンティアである。

本稿では、そのような交錯の一例として、電気通信および放送分野における個人情報保護法改正の影響を取り上げて、情報法の最前線の課題を概観することにした。

2. 個人情報保護法の改正

(1) 個人情報保護法の改正と全面施行

個人情報保護法の成立（2003年。全面施行は2005年）から約10年が経過し、ICTの急速な発展に合わせ

て、パーソナルデータの保護と利活用を同時に進めることが必要になり、この観点から主務大臣制による縦割りの執行・監督体制などの弊害も指摘されるようになった。このような指摘を受けて2015年には、個人情報保護委員会の新設および権限の一元化を一つの柱とする、個人情報保護法の改正が行われた²⁾。

2016年1月には個人情報保護委員会が設置され、同年10月には「個人情報の保護に関する基本方針」が変更され、個人情報保護法の施行令および施行規則が公布された。さらに同年11月には、「事業者等が講ずべき措置の適切かつ有効な実施を図るための指針」(個情8条)として、全ての分野に共通に適用される汎用的な四つの委員会ガイドラインが公表された。そして2017年5月には、改正個人情報保護法が全面施行された。

(2) 情報通信分野と個人情報保護法

改正前の個人情報保護法の下では、主務大臣が事業分野ごとにガイドラインを定めていた。とりわけ医療、金融、情報通信の特定3分野は「保護のための格別の措置」(個情6条)が求められてきた。

法改正により個人情報保護法の所管は委員会に一元化されたものの、個人情報の適正な取扱いを確保し、委員会の過重負担を避け、法執行の実効性を高めるために、各省庁の専門的知見や監督体制を活用することが有益である。そこで改正法は、委員会から事業所管大臣に権限を委任することができること(個情44条)、逆に事業所管大臣から委員会に適切な措置を取るよう求めることができること(個情45条)を定めた³⁾。

これに関連して先の特定3分野については、委員会ガイドラインを基礎としつつ別個のガイドラインが定められることとなった⁴⁾。このうち医療(個人遺伝情報関連を除く)と金融の分野は、委員会と事業所管大臣の連名でガイドラインが定められている。これに対

して情報通信分野(電気通信・放送・郵便・信書便)については、総務大臣が各業法に基づき、委員会ガイドライン通則編を基礎にしつつ、さらに必要となる別途の規律を含むガイドラインを定めること、個人情報保護法に係る部分については委員会事務局が確認することとなった⁵⁾。こうした情報通信分野における総務省・委員会間の関係の整理は、情報通信法と個人情報保護法の交錯が、権限・組織の形で現れたものといえよう。

以下では、総務省4ガイドラインの旗艦ともいえるべき電気通信事業分野ガイドラインと、それを意識しつつ放送特有の規律を定めた放送分野ガイドライン(いずれも2017年4月改正)の特徴を概観することにした。

3. 電気通信事業分野ガイドラインの改正

(1) 電気通信事業分野ガイドライン

「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」(3.では単にガイドラインという)は、個人情報保護法制定に先立つ1991年に策定・公表され⁶⁾、2004年に個人情報保護法施行を見据えて全面改正された。ガイドラインの特徴は通信の秘密(電気通信事業法4条)⁷⁾を含む電気通信事業者に適用される規律を一元的に示すところにあり、小規模事業者も適用対象とするなど、個人情報保護一般よりも厳しい内容を定めていた⁸⁾。

総務省では、個人情報保護法改正を受けて2015年10月、ICTサービス安心・安全研究会の下に「改正個人情報保護法等を踏まえたプライバシー保護検討タスクフォース」を設置して検討を行い、改正法および委員会ガイドラインの規律・内容を反映させる一方、通信の秘密などの電気通信分野に特有の規定は基本的に維持するという改正の方針を採用した。

2017年4月に改正されたガイドラインでは、利用目的変更の制限緩和、個人データの第三者提供に係るオプトアウト規定の厳格化、トレーサビリティの確保、越境データ移転、保有個人データに係る開示請求権等の明確化、匿名加工情報に関する規定が追加された。以下ではそれ以外の電気通信事業分野における個人情報保護の特徴を紹介する。

(2)電気通信事業分野ガイドラインの

既存の規定との関係整理・規定の見直し

①ガイドラインの目的

ガイドライン1条の解説は、個人情報、通信の秘密と並んで「プライバシー保護の観点」を踏まえて、個人情報保護法6条・8条および電気通信事業法に基づきガイドラインを定めることを明記している(解説1-1)。法改正の検討過程ではプライバシー保護の観点がたびたび強調されてきたものの⁹⁾、改正法および委員会ガイドライン通則編における言及はなされなかった。これに対して電気通信事業者は通信の秘密やプライバシー性の高い個人情報を取得することが多いため、改正前ガイドラインもプライバシーの概念に触れてきたところである。改正ガイドラインは、IoT(Internet of Things:モノのインターネット)の進展も見据えて、電気通信事業分野におけるプライバシー保護の観点を正面から明示したものである。

②ガイドラインの適用範囲

ガイドラインは個人情報の適正な取扱いに関し、電気通信事業者の遵守すべき基本事項を定めるものである(2条1項)。ガイドラインの対象は、電気通信事業者が提供する電気通信役務に係る個人情報であって、事業者が電気通信役務以外の業務で個人情報を取り扱う場合には原則としてガイドラインは適用されず、委員会ガイドライン通則編の対象となる。ただし、電気通信役務に係る個人データと他の事業に係る個人データを、同じID等でひも付けを行い、同じデータベースで管理する場合は、ガイドラインの趣旨を踏まえ、適切な安全管理の下、取り扱うことが適切であるとされている(解説2-1)。分野横断的なデータ利活用の促進と、電気通信事業者に求められる高いプライバシー保護のバランスを図った整理である。

③要配慮個人情報の取扱い

改正前ガイドラインはセンシティブ情報の取得制限を定めていたが、その範囲は改正法により導入された要配慮個人情報(個情2条3項)と完全に一致するものではなかった。改正ガイドライン7条2項は、従来の規定を改正法の要配慮個人情報に関する規律に一本化することとした。

④利用目的の範囲、取得制限

個人情報の利用目的は、電気通信サービスを提供するため必要な範囲を超えないよう努めなければなら

い(4条3項)。また電気通信事業者は、個人情報の取得について、電気通信サービスを提供するため必要な場合に限るよう努めなければならない(6条)。

電気通信サービスとは「電気通信事業者が業務として提供する電気通信役務及びこれに付随するサービス」である(3条3号)。従来は電気通信役務に付随するサービスの範囲が明確でなかったが、解説2-1において、(a)電気通信役務と一体的に提供されていて切り離すことができないサービス、(b)電気通信事業者が提供する電気通信役務の利用を前提としているサービスが、電気通信役務に付随するサービスとして、電気通信サービスに該当するものであるとされた。また、(c)電気通信事業者が提供する電気通信役務に係る個人情報と同じID等でひも付けを行う場合も、電気通信サービスに該当することとされた。

⑤本人の同意

解説2-13では、改正前の解説を引き継いで、個別の同意に加え、第三者提供に関する約款上の規定が私法上有効である場合も「本人の同意」として扱われること、ただし通信の秘密に係る個人情報の取扱い(7条3項、15条8項)については原則として通信当事者の個別具体的かつ明確な同意が必要であることを記載している¹⁰⁾。

⑥安全管理措置等、適用対象の整理

改正前ガイドラインは、電気通信事業者に対して個

人情報と個人データ・保有個人データを区別せず一律的な義務を課していた。改正ガイドラインは分野横断的なデータ利活用の観点から個人情報保護法に合わせて、(a)安全管理措置(10～13条)については個人データを、(b)第三者提供(15～18条)は個人データを、(c)個人情報の開示等は保有個人データを、それぞれ対象とすることにした。

ただし、通信の秘密との関係では従来の規律が維持されている。すなわち通信の秘密に係る個人情報については、保存期間については記録を最小限度にとどめる観点から保存それ自体が制限されるとともに利用目的達成後の速やかな消去が義務付けられ(10条2項)¹¹⁾、安全管理措置を講じなければならない(11条)。個人データと通信の秘密に係る個人情報を包含する概念として「個人データ等」が設けられたのは、このためである。なお個人データ等に該当しない個人情報についても、安全管理措置を講ずることが望ましいとされている(解説3-3-4)。

また、安全管理措置、従業員の監督、委託先の監督(個情20～22条)に加えて、改正前ガイドラインに記載されていた安全管理措置の基準、従業員の教育、委託契約の必要事項、秘密保持、個人情報保護管理者の設置も、ガイドライン(11～13条)および解説(3-3-4～3-3-7)で維持されている。

なお、法改正により個人情報取扱事業者についての

5千人要件が廃止されたこととの関係で、委員会ガイドライン通則編は講ずべき安全管理措置の内容について中小規模事業者における手法を例示しているが、ガイドラインは引き続き電気通信事業者の規模を問わず同じ規律が及ぶものとしている（解説1-2）。

⑦個人情報の取扱いに関する苦情処理

個人情報保護法35条が個人情報の取扱いに関する苦情の適切かつ迅速な処理等に努めるよう求めるのに対して、ガイドライン27条は同じ内容を義務付けている。これは電気通信事業者が利用者からの苦情および問い合わせの処理を義務付けられていること（電気通信27条）に相応するものである。

(3)電気通信事業に係る最近の動向を踏まえた事項の整理

①プライバシーポリシー

個人情報保護に関する基本方針は、事業者プライバシーポリシーの策定を期待するにとどまるが、改正前ガイドライン14条は電気通信事業者にプライバシーポリシーの公表、遵守を求めてきた。改正ガイドラインでも引き続きプライバシーポリシーの公表が求められている（14条1項）。

加えて改正ガイドラインは、アプリソフトに係るプライバシーポリシーについて新たな規定を設けた。まず電気通信事業者がアプリを提供する場合には、アプ

リによる情報の取得等について定めるプライバシーポリシーの公表が適切である、としている（14条2項）。さらにプライバシーポリシー掲載の実効性を高めるため、電気通信事業者がアプリ提供サイトを運営する場合には、アプリ提供者によるプライバシーポリシーの公表を促すことが適切であるとしている（14条3項）。

これらはスマートフォンプライバシーイニシアティブ（2012年）をはじめ、総務省が進めてきたスマートフォンアプリの利用者情報の取扱いに関する取り組みを踏まえたもので、ガイドライン改正を契機に民間での自主的取り組みがさらに加速されることが期待される。

②位置情報の取扱い

ガイドラインは従来、電気通信事業者が電気通信役務の提供に関連して取得した位置情報を提供できる場合を限定し、不当な権利侵害を防止するために必要な措置を講ずべきことを定めていた。その後、2011年改正では捜査機関の要請により令状に基づき電気通信事業者が位置情報を取得する旨が、2013年改正では救助機関の要請による位置情報を取得する旨が¹²⁾、それぞれ追加された。

さらに携帯電話、スマートフォン等に係る位置情報の利活用への期待が高まったことを受けて、総務省は2014年、「位置情報プライバシーレポート」を公表した。同報告書は、位置情報の利活用について、位置情

報の取得・利用・第三者提供には個別・明確な同意の取得が必要である、「十分な匿名化」がされた位置情報は本人の同意なく利用・第三者提供が可能である、通信の秘密に該当する位置情報については同意(一定の条件の下で、契約約款に基づく包括同意を含む)の下で「十分な匿名化」を行って利用・第三者提供できる、という整理を行っている。

改正ガイドライン 35条は、このような位置情報の取扱いについて、位置情報の取得(1項)、利用(2項)、権利侵害防止措置(3項)、捜査機関の要請による取得(4項)および救助機関の要請による位置情報の取得(5項)として規定を整理するとともに、解説5-4-2では位置情報の利用について上記報告書の趣旨を記載した。

4. 放送分野ガイドライン

(1) 放送分野ガイドライン

総務省は個人情報保護法の制定を受けて、2004年8月に「放送受信者等の個人情報の保護に関する指針」を策定・公表した¹³⁾。その特徴は、放送受信者等の個人情報データベース等を事業の用に供している個人情報取扱事業者(受信者情報取扱事業者)を対象に視聴履歴の取扱いを制限していた点、5千人要件を満たさない事業者についても個人情報の適正な取扱いを求めている点にあった。

総務省は2016年10月、放送を巡る諸課題に関する検討会の下に「視聴者プライバシー保護ワーキンググループ」を設置し、先行していた電気通信事業分野の検討も踏まえつつ、視聴履歴の利活用に一步踏み出す方向での改正の方針をまとめた。

2017年4月に策定された「放送受信者等の個人情報の保護に関するガイドライン」(4.では単にガイドラインという)は改正法に対応する規定が追加されているが、以下では放送分野特有の事情による規定を概観し、特に視聴履歴の取扱いについて紹介する。

(2) 放送分野特有の事情による規定

① ガイドラインの目的

ガイドライン1条の解説は、放送の果たすべき役割(放送法1条参照)を踏まえ、「放送分野特有の事情に即して」個人情報保護法6条・8条に基づきガイドラインを定めることを明らかにしている(解説1-1)。

電気通信事業分野ガイドラインの根拠は、個人情報保護法と並んで、通信の秘密を定める電気通信事業法にも求められ、そのことは同法を所管する総務大臣による策定を根拠付けるものでもあった。これに対して放送法は同様の規定を有しておらず、総務省の権限の根拠や委員会との関係が問題になる。この点について総務省は、受信者情報取扱事業者に対するガイドラインの要請等は(a)個人情報保護法を直接の根拠とする

ものと、(b)放送法の原則、プライバシーの観点から見た場合の視聴履歴の取扱い等、放送に特有の事情に配慮した個人情報保護に係るものにより構成される、(b)については総務省の所掌事務^{しよしょう}の範囲において放送法の目的の達成が阻害されない場合には放送法等に基づく行政指導の対象となり得る、と説明している¹⁴⁾。

②ガイドラインの適用範囲

ガイドラインは放送受信者等の個人情報の適正な取扱いに関し、受信者情報取扱事業者等の遵守すべき基本事項を定めるものである(2条1項)。

放送受信者等とは、放送番組の視聴者だけでなく、放送受信契約の締結者等を含む(3条2号)。特定の視聴者を識別できなくても、特定の放送受信契約の締結者を識別できるのであれば、放送受信者等の個人情報に該当する。他方、受信者情報取扱事業者とは、放送受信者等の個人情報データベース等を事業の用に供している個人情報取扱事業者である(3条3号)。放送事業だけでなく、プラットフォーム事業等であっても該当し得る(解説2-1)。

改正後ガイドラインの適用対象となる受信者情報取扱事業者は規模等を問わないため、個人情報の適正な取扱いを5千人以下の事業者にも求めた改正前ガイドライン3条は削除された。放送事業者が行うネット配信サービスは、電気通信事業として行われる場合には、電気通信事業分野ガイドラインが適用される。た

だし放送受信者等の個人情報も利用する場合には、ガイドラインも適用されることになる(解説1-2)。

③情報通信分野に共通するプライバシー保護の観点からの規定

ガイドラインは、受信者情報取扱事業者が保有するプライバシー性の高い個人情報の取扱いの適正を確保するために、(a)個人情報の第三者提供を利用目的とする場合に提供先である第三者の範囲をできる限り明らかにすべきこと(4条2項)、(b)個人情報の取得は事業に必要な範囲に限るよう努めること(6条)、(c)従業員の教育研修(12条2項)、(d)個人情報保護管理者の設置(13条)、(e)プライバシーポリシーの公表、の各規定を置いている。

このうち(b)～(e)は電気通信事業分野ガイドラインにも同一または類似の定めがあり、情報通信分野に共通する要請といえる。(a)は放送分野特有の規定ではあるが、その趣旨は具体的に利用目的を特定することを求める確認的な規定であり、「全ての衛星基幹放送事業者」のような記載でもよいとされている(解説3-1-1)。

④個人情報の取得主体を明らかにするための規定

改正前ガイドラインの規定が維持されたものとして、放送受信者等の個人情報を直接本人から取得する場合に受信者情報取扱事業者が自らの名称等を明らかにすべきこと(7条2項)、放送事業者が放送番組の視

聴に伴い個人情報を受信者情報取扱事業者に取得させる場合に、放送番組において取得した事業者の名称等を了知させるための措置を講ずるよう努めること(同3項)がある。放送事業者だけではなくスポンサー等が番組視聴に伴う個人情報を取得するという、放送受信者等にとっては不意打ちの事態を防ぐものであり、放送分野特有の適正な取得の在り方を実現するための規定である。

⑤受信機に記録された個人情報の安全管理措置

ガイドライン14条は、STB(セットトップボックス)などに記録された放送受信者等の個人情報が、番組の視聴に伴って接続された電気通信回線設備を通じて発信可能である場合について、放送事業者が一定の安全管理措置を取るよう努めなければならないと定める。放送事業者から見れば、個人情報の取得前の段階で安全管理措置を求めるものである(解説3-4)。

⑥保存期間

ガイドライン改正により、受信者情報取扱事業者は個人データについて保存期間の設定、遅滞なき消去、保存期間の通知・公表に努めるべきものとされた(10条)。後述する視聴履歴を念頭に、長期間の蓄積によりプロファイリングのリスクが高まることも踏まえ、放送受信者等の予測可能性を確保するために置かれた規定である(解説3-3-2)。

(3)視聴履歴の取扱い

①視聴履歴の利用範囲の拡大

改正前ガイドラインは、放送受信者等の個人情報である視聴履歴について、受信者情報取扱事業者が、課金または統計作成の目的のため必要な範囲を超えて取得しないよう努めるべきものとしていた。これに対して改正ガイドライン35条1項は(a)課金、統計作成に加えて匿名加工情報の作成の目的のため必要な範囲での視聴履歴の取扱いを認めるとともに、(b)それ以外の目的での取扱いのためには事前の本人の同意を要するものとした。視聴履歴の利活用を認めつつ、視聴履歴には高いプライバシー性があり、視聴履歴が取得されることを放送受信者等が恐れて視聴を躊躇することのないよう配慮したものである。これに関連して、視聴履歴の取扱いに対する不同意を理由とした放送の受信拒否を禁じる規定も設けられた(同2項)。

②本人の求めによる視聴履歴の取得の停止

放送受信者等が視聴履歴の取扱いの同意を事後的に撤回したい場合があること、特に世帯で共有されるテレビについて構成員間の意思が異なる場合があり得ることを踏まえ、ガイドライン35条3項は本人の求めにより視聴履歴の取得を停止するオプトアウトの仕組みを設けた。さらに解説7-2-3では非特定視聴履歴(特定の個人を識別できないが、特定の日時において視聴する放送番組を特定できる情報)は個人情報では

ないためガイドラインの対象ではないものの、プライバシーの観点から、業界の自主ルール等により同様に取得停止の仕組みを導入することが期待されるとしている。

③要配慮個人情報の推知の禁止

ガイドライン34条は、受信者情報取扱事業者が、視聴履歴を取り扱う場合、要配慮個人情報を推知または第三者に推知させることのないよう注意しなければならないと定める。視聴履歴の分析により放送受信者等の信条等の要配慮個人情報まで推知する行為は、プライバシーの侵害、要配慮個人情報の取得につながる恐れがあり¹⁵⁾、放送の普及という放送法の目的を阻害し得るという考えから設けられた規定である。日本の個人情報保護法制において初めてプロファイリングの問題を正面から扱った規定と評価されている¹⁶⁾。もっとも、視聴履歴の分析により放送受信者の趣味嗜好を推知しレコメンドサービスを提供することなどは妨げられない(解説7-1)。

5. むすびにかえて

以上の簡単な概観からも、電気通信事業分野と放送分野とで個人情報保護の要請の現れ方に違いがあることを見て取ることができるが、それと同時に電気通信と放送が変容しつつある様をうかがい知ることもできるように思われる。

通信の秘密は、個人情報保護一般に還元できない電気通信事業分野の規律の在り方を形作ってきたが、その通信の秘密に係る個人情報についても利活用への途が開かれつつある。今後は、プライバシー保護という観点も加味して規律を整理し直すことが課題となろう。

他方、従来は「送りっぱなし」と観念された放送サービスも、いまや個人情報の保護と利活用の balan

スという課題に直面している。視聴履歴についてはなお慎重な規律が求められる現状であるが、通信との連携・融合が進み放送に対する社会の受け止め方が変化すれば、改めて規律を整理し直すことが課題となろう。とりわけ世帯で共有されるテレビの視聴履歴の取扱いはIoT時代のプライバシー保護の試金石たり得るものもあり、今後の動向が注目される。



George Shishido

穴戸 常寿

東京大学 大学院 法学政治学研究科 教授

東京大学大学院法学政治学研究科助手、東京都立大学法学部助教授、首都大学東京法科大学院助教授、一橋大学法学研究科准教授、東京大学大学院法学政治学研究科准教授を経て、2013年より現職。現在、総務省「ICTサービス安心・安全研究会」構成員、「放送を巡る諸課題に関する検討会」構成員など。主要業績に、『憲法裁判権の動態』（弘文堂、2005年）、『憲法 解釈論の応用と展開（第2版）』（日本評論社、2014年）、『憲法学のゆくえ』（共編著、日本評論社、2016年）、『ビッグデータ時代のライフログ』（共著、東洋経済新報社、2012年）など。

注

- 1) 曾我部真裕・林秀弥・栗田昌裕『情報法概説』(弘文堂、2016年)2頁。
- 2) 改正個人情報保護法については多くの紹介・解説があるが、まず日置巴美・板倉陽一郎『個人情報保護法のしくみ』(商事法務、2017年)。
- 3) これは法改正の検討の早い段階から意識されていた論点である。宍戸常寿「パーソナルデータに関する『独立第三者機関』について」ジュリスト1464号(2014年)23頁以下。
- 4) 個人情報保護委員会第19回資料(2016年9月30日)。
- 5) 個人情報保護委員会第28回資料(2017年1月13日)。
- 6) 電気通信事業における個人情報保護に関する研究会編『電気通信とプライバシー保護』(第一法規、1991年)、多賀谷一照「個人情報保護と電気通信事業」ジュリスト1190号(2000年)64頁以下。
- 7) 宍戸常寿「通信の秘密に関する覚書」高橋和之先生古稀記念『現代立憲主義の諸相 下』(有斐閣、2013年)487頁以下。
- 8) 宇賀克也『個人情報保護法の逐条解説(第5版)』(有斐閣、2016年)86頁以下。
- 9) IT総合戦略本部「パーソナルデータの利活用に関する制度見直し方針」(2013年12月)、「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」(2014年6月)。
- 10) なお総務省「電気通信事業におけるサイバー攻撃への適正な対処の在り方に関する研究会第一次とりまとめ」(2014年)は、マルウェア配布サイトへのアクセスに対する注意喚起に関連して、通信の秘密の侵害に対する約款による同意が有効であるための条件を示している。
- 11) ただし2015年のガイドライン改正により、通信履歴について、例えば接続認証ログについて一般に6カ月程度の保存が認められ、より長期の保存の必要がある場合には1年程度も許容されることが明確にされた(解説5-1-1)。宍戸常寿「安全・安心とプライバシー」論究ジュリスト18号(2016年)62頁。
- 12) 当初は利用者が位置情報の取得を知ることができるという条件が取得に課せられていたが、これは捜査の必要から2015年改正で削除された(宍戸・前掲注(11)63頁以下)。なお最大判平成29・3・15裁時1672号1頁は、装着型GPS捜査の強制処分性を認めたものであり、内蔵型GPS捜査の可否は直接の対象ではない。しかし「個人のプライバシーが強く保護されるべき場所や空間」を含め、個人の行動の継続的・網羅的な把握が「個人のプライバシーを侵害し得る」と評価されたことからすれば、GPS捜査一般について法律による実体・手続き両面に及ぶ規律の整備が望ましいように思われる。
- 13) 恩賀一「放送分野における個人情報保護の取組み」ジュリスト1287号(2005年)53頁以下。
- 14) 総務省「放送を巡る諸課題に関する検討会」視聴環境分科会第3回資料(2017年3月7日)。
- 15) 委員会ガイドラインQ&Aは、「確定情報」であれば要配慮個人情報に該当するが、「推知情報」であれば該当しないと整理するかのようである(A3-9)。「確定」の言わんとする趣旨が、真実でなければ要配慮個人情報に該当しないということであるとすれば、個人情報・プライバシー、いずれの観点からも妥当でないように思われる。少なくとも放送分野ガイドラインが禁止する要配慮個人情報を推知する行為とは、例えば視聴履歴の分析から「本人の信条がAである」という記載を個人情報の内容として加える行為であって、「本人の信条がAである」ことが真実であるかどうかを問うものではない、と解すべきではないか。
- 16) 山本龍彦「プロファイリング規制の現状」NBL1100号(2017年)23頁以下。

デジタル社会と 情報法 2

「個人情報保護法制と 取材・報道の自由」の問題が 示唆するもの

——行政機関個人情報保護法を中心に——

京都大学 大学院 法学研究科 教授

曾我部 真裕 Masahiro Sogabe

個人情報保護法制が、事件・事故等に際しての官公庁や企業による個人情報提供を躊躇させ、報道機関の取材・報道に支障が生じているという問題は従来から存在したが、この度の法改正の際も含め、これまで目立った対応はなされてきておらず、むしろ過去の問題と捉えられがちである。しかし、とりわけ行政機関個人情報保護法との関係では、この点は単に報道機関に関わる問題にとどまらず、同法の構造的な問題にも関わる点で重要である。個人情報保護法とは対照的に、行政機関個人情報保護法についてはこれまで十分な議論が蓄積したとは言えず、検討課題が残されていることの一端を、報道との関係の問題を通じて示してみたい。

キーワード

行政機関個人情報保護法 個人情報保護法 取材・報道の自由 実名報道原則 個人情報保護と公共性

はじめに

2017年5月30日、個人情報保護法（個情法）の2015年改正法および行政機関個人情報保護法（行個法）、独立行政法人等個人情報保護法の2016年改正法が全面

施行された。個情法の改正は企業法務のみならず、町内会やマンション管理組合の運営など日常生活にも大きな影響を及ぼすとあって、解説書も多数刊行され、一般向けの報道でも大きく扱われている。他方、行個法等については、その適用対象が国の行政機関や独立行政法人等に限られていることから、あまり注目され

ておらず、改正前から解説書の類いのごくわずかであった。

ところで、一般社団法人日本新聞協会(新聞協会)や一般社団法人日本民間放送連盟は、今回の全面施行に合わせて声明を出している¹⁾。いずれも報道の自由への影響に懸念を示すものであり、特に、新聞協会の声明は、これまで個人情報保護法によって行政当局、警察当局が匿名発表を行うようになるなどして取材や報道に支障が生じてきたところ、改正法によってさらに「匿名社会」化が進み、報道機関の使命の達成を著しく困難にするという認識を示した上で、報道機関としての立場と考え方を4点にわたって表明している。

個人情報保護と取材・報道の自由との相克の問題は、2003年に個人情報法や行個法等が制定されるまでの過程でも議論されたが、その後は、一般の関心は薄れ、報道関係者がジャーナリズムの専門誌等で折に触れて懸念を表明するにとどまる。本稿では、ジャーナリズム関係者以外の個人情報保護法制(個人情報法、行個法等を包括してこのように呼ぶこととする)に関心を寄せる人々の目に触れる場において、この問題について改めて注意を促すとともに、この問題はとりわけ行個法の構造的な問題点にも関わっていることを指摘したい。

1. これまでの経緯

(1) 個人情報保護法制の制定時の議論

2001年3月に国会に提出された個人情報保護法案(旧法案)は、基本原則、すなわち、①利用目的による制限、②適正な方法による取得、③内容の正確性の確保、④安全保護措置の実施、⑤透明性の確保の5原則は、例外なく、つまり報道機関にも適用されることとしていた。基本原則自体には法的な拘束力が認められていないのであるが、報道機関やフリー・ジャーナリストなどは「基本原則が適用されると、取材を受ける

側が委縮し、あるいは基本原則を口実に取材を拒否するケースが増加し、読者が必要とする情報を十分に報道できなくなる」²⁾などとして強く批判し、このことが、旧法案が廃案となった要因の一つとなった。もっとも、基本原則は法的な拘束力を有するものではなく、具体的な義務規定からは適用除外となっていることをもって取材・報道の自由への配慮は十分だと考える政府側と、基本原則から生じる間接的な萎縮効果を問題にする報道機関側とで主張はかみ合わなかった³⁾。こうしたすれ違いは、その後、今日に至るまで続くことになり、この問題を考える際の一つのポイントとなる。

旧法案が廃案になった後、2003年5月に個人情報法が成立したが、その基本法部分では、上記のような基本原則は姿を消し、極めて抽象的な基本理念のみが定められた。旧法案で基本原則とされていた内容については、より具体化されて個人情報取扱事業者の義務として規定された。そして、精神的自由権に係る活動への配慮の一つとして、報道機関が個人情報取扱事業者に当たる場合であっても、報道の用に供する目的であるときは、これらの義務の全てが適用除外となった(個人情報法50条1項1号[現76条1項1号])。また、報道の定義が曖昧であると恣意的な規制を招くという批判を受けて、報道の定義も示された(同条2項)。さらに、企業が取材に応じることに躊躇することのないよう、個人情報取扱事業者が報道機関をはじめとする適用除外となる者に対して個人情報を提供する行為に対し、主務大臣は監督権限を行使しないものとする(35条2項[現43条2項])。同条1項には主務大臣の表現の自由等への配慮義務が規定されているが、これはその一環である。

他方、行個法については、報道機関に関する規定は特に存在しない。行個法は行政機関を規律することが目的なので当然といえば当然であるが、行政機関が報

道発表によって個人情報を提供することはごく日常的なことであるのに、このことを行個法上位置付ける規定はなかった。しかし、行個法に対しては、報道機関からの批判はそれほど強くなく、また、そもそも個情法に対して向けられた学界や経済界からの関心に比して、行個法に関する議論ははるかに低調であったと言わざるを得ない。

行個法上、保有個人情報を民間の第三者に提供し得る場合とは、統計作成や学術研究目的の場合を除けば、第三者提供が「明らかに本人の利益になるとき」および「その他保有個人情報を提供することについて特別の理由のあるとき」に限られる（行個法8条2項4号）。規定の上からは、報道機関に対して保有個人情報を提供することができるのは、「特別の理由のあるとき」のみということになる（この点については後に詳述する）。

（２）「匿名社会」の進行

2005年4月には個情法や行個法が全面施行されたが、特に施行当初には、社会の各方面で「過剰反応」と呼ばれるような混乱が生じた。個情法上は問題がないにもかかわらず、法律の理解の不十分さや提供した場合のトラブルを避けるという動機などから、個人情報の提供を差し控える事例が頻発したのである。

報道との関係でも、企業や官公庁が、それまでは記者発表等を通じて提供していた個人情報が提供されな

くなる事態が多数発生した⁴⁾。各種の名簿の公表取りやめのほか、特に、事件・事故・不祥事における加害者（そう疑われている者も含む）や被害者の実名その他の個人情報や、これらの者の身元特定につながる事案の詳細の発表が差し控えられることが多くなり、取材に支障が生じているとされた。さらには、発表が簡略化されたことに乗じてか、虚偽の発表がなされるケースも散見されると報告された。報道機関を中心に、こうした事態を「匿名社会」の進行だとして批判する見方が広がりを見せた。

「過剰反応」問題については政府も一定の対応を見せ、2008年4月に個情法7条に基づいて定められる「個人情報の保護に関する基本方針」を一部変更するなど対応を行った。取材の自由に関わる変更としては、「2 国が講ずべき個人情報の保護のための措置に関する事項」という項目に、「国の行政機関における個人情報の提供については、行政機関個人情報保護法上、必要性が認められる場合は、個人情報の公表等は可能となっており、情報提供の意義を踏まえた上で、同法の適切な運用を図るものとする。」という一文が追加された。

2. 企業による匿名発表の増加と個情法

（１）新聞協会の意見から

新聞協会は2009年、「情報隠しや匿名社会の広がり

の根本原因は現行の法制にある」⁵⁾と個人情報法の全面的な見直しを求めつつ、個人情報法の当面の改正として、以下の点を求めた。

① 法の目的を定めた第1条(改正前。ただし改正後も同じ。以下③まで同様。)と同様、基本理念をうたった第3条にも「有用性への配慮」を盛り込むとともに、第1条および第3条に「報道等の公共性、公益性に寄与する活動に関する個人情報の有用性については、特段の配慮を要する」という趣旨の「ただし書き」を明記する。

② 個人情報の利用目的による制限を定めた第16条の例外事項に、「個人情報取扱事業者が報道機関等に対して個人情報を提供する場合」を追加する。

③ 個人データの第三者提供の制限を定めた第23条の例外事項に「個人情報取扱事業者が報道機関等に対して個人情報を提供する場合」を追加する。

こうした主張は、2015年3月に提出された意見書においても維持されている⁶⁾。さらに、改正法の成立を受けた同年10月には「情報提供者の萎縮や過剰反応がさらに広がらないよう」として、改正点に関して報道機関への配慮の要望が提出されている⁷⁾。

(2)コメント

本稿では個人情報に関する問題について詳しく論じることは避けたいが、以下のようなコメントをしておきたい。

第1に、個人情報法上は可能であるにもかかわらず、企業が個人情報の提供に慎重になっているのは、個人情報法の制定による(法的効果ではなく)メッセージ効果と社会の個人情報保護意識との相互補強的な作用があることや、個人情報に限らず企業の全般的なコンプライアンス意識が年々向上していることなどの背景がある。新聞協会が「当面の改正」として主張する内容も主として⁸⁾対抗的なメッセージ効果を狙ったものであろうが、大きな効果があるかは疑問ではあるものの、必要な改正であると思われる⁹⁾。

第2に、とはいえ、率直に言って、新聞協会の主張する「当面の改正」では「情報隠しや匿名社会の広がり」を十分に押しとどめることはできないだろう。また、同協会が同じく主張する「全面的な見直し」は、個人情報保護が求められる社会状況が存在し、保護法制の充実がグローバルな流れとなっている中では不可能であろう。そうだとすれば、報道機関としては、それを前提とした報道の在り方を考える必要があるだろう。そもそも、EUやEU加盟国のレベルでは、個人情報保護のための法制度と取材・報道の自由との関係について、報道機関の側から日本ほどの強い異論は提出されていないようであり、日欧の個人情報保護法制における関係規定の異同に照らしても、日本の報道機関がこの問題を強く主張することには、日本の報道の在り方との関連があるのではないと思われるのである。目下の重要課題として、実名報道の在り方について

は、オープンな議論の中で新たな考え方を模索していくことが求められる¹⁰⁾。

第3に、報道機関が個情法の義務規定の適用除外となっているからといって、今日の状況を考えれば、個人情報保護のための措置を取らなくてよいことにはならない。個情法の適用除外の規定である76条は同時に、「個人情報の適正な取扱いを確保するために必要な措置を自ら講じ、かつ、当該措置の内容を公表するよう努めなければならない」という努力義務を定めている(76条3項)。これは、国が報道機関を規制することについて利益相反が生じることに鑑み、国による規制ではなく社会により受け入れられる措置を自主的に取ることを求めるものであるが、現在の報道各社はこうした趣旨を十分にくんだ対応を行っているのかどうか、点検が必要ではないか。

3. 行政機関による匿名発表の増加と行個法

(1) 新聞協会の意見から

行個法について、新聞協会は、先にも紹介した2009年の意見書では、以下のような改正を主張していた。

① 行政機関個人情報保護法は個人情報保護法の基本法部分の下に置かれた個別法であり、保護と利用のバランスを取るべき趣旨に変わりはないはずである。個人情報保護法に有用性への配慮を明確化する条項を追加するのと同様な措置として表

現の自由等への配慮を明記する。

② 行政機関個人情報保護法で利用および提供の制限を定めた8条2項4号の例外規定を追加すべきである。現行の「専ら統計の作成又は学術研究の目的のために保有個人情報を提供するとき、本人以外の者に提供することが明らかに本人の利益になるとき、その他保有個人情報を提供することについて特別の理由のあるとき」については、「報道機関等に対して個人情報を提供する場合」を追加する措置を講じる必要がある。

③ 上記に関連する独立行政法人個人情報保護法、地方公共団体の条例および、関係各省庁が業界向けに作成するガイドラインにも同様な措置を講ずる必要がある。

以上のうち、①については、すでに個情法について述べたのと同様のコメントが可能であるのでそちらに譲り、また、③については、現在議論されている「2000個問題」¹¹⁾との関連で重要であるがここでは詳述を避け、以下では②について多少敷衍したい。

(2) 行個法8条2項4号の解釈について

新聞協会の行個法改正の主張の②は、同法8条2項4号に関するものである。同号は、保有個人情報の目的外利用・提供の禁止の例外の一つとして、本人の同意のあるとき等(1号)、行政機関における内部利用(2号)、他の行政機関等に提供する場合(3号)の他、「専

ら統計の作成又は学術研究の目的のために保有個人情報を提供するとき、本人以外の者に提供することが明らかに本人の利益になるとき、その他保有個人情報を提供することについて特別の理由のあるとき」を挙げるものである。

報道機関への提供については、4号の中でも主として「その他保有個人情報を提供することについて特別の理由のあるとき」に該当するかどうかの問題となる。他の行政機関に提供できるのは「相当な理由のあるとき」(3号)とされていることとの対比で言えば、報道機関(やその他民間団体)への提供には「特別の理由」が要求されており、『相当な理由のあるとき』と同等又はそれ以上の公益性が認められることが必要であるとされる^{12) 13)}。

同号の解釈との関係で、行個法に詳しい論者からしばしば挙げられる事例が、幹部公務員の略歴の公表慣行の見直しの件である。すなわち、行個法施行前には人事異動の際などに公表されていた幹部公務員の本籍地(出身地)、最終学歴等の個人情報が、施行後には公表されなくなったことについて、内閣府情報公開・個人情報保護審査会の答申¹⁴⁾による指摘を経て、2007年5月22日、総務省行政管理局から各府省に対して「国の行政機関における幹部公務員の略歴の公表の在り方について」¹⁵⁾が通知された件である。そこでは、「行政に対する国民の信頼を確保するために必要な情報を可能な限り提供するとともに、〔行個法〕の統一的運用等

の観点から」、幹部公務員の略歴の公表に関する基本的考え方が取りまとめられている。この通知による所定の略歴の公表は、8条2項1号の本人の同意に基づいてなされるものではなく、同条項4号の「特別の理由」がある場合に該当すると整理されている。

この通知により統一的に略歴が公表されるようになったとはいえ、それまでは「特別の理由」に該当すると判断せずに公表を控えていた府省も存在するということである。略歴は従来慣行として公表されており、それで特段の問題があったわけでもないだろうから、「特別の理由」という限定的な文言により公表が妨げられていたということになる。

そもそも、「特別の理由」の解釈としては、「本来行政機関において厳格に管理すべき個人情報について、行政機関等以外の者に例外として提供することが認められるためにふさわしい要件として、個人情報の性質、利用目的等に即して、『相当な理由』よりも更に厳格な理由が必要であるとする趣旨である。」、「具体的には、①行政機関に提供する場合と同程度の公益性があること、②提供を受ける側が自ら情報を収集することが著しく困難であるか、又は提供を受ける側の事務が緊急を要すること、③情報の提供を受けなければ提供を受ける側の事務の目的を達成することが困難であること等の、正に特別の理由が必要とされる。」と説明されている¹⁶⁾。こうした説明に照らせば、略歴の公表がそのような場合に当たるかどうかには議論の余地が

あり、「特別の理由」があるとはいえないという従来の府省の判断が不合理であるとはいえないようにも思われる¹⁷⁾。

おそらく、行政機関外の提供を「特別の理由」がある場合に限っていることに問題があり、これをそのままにして、個別事象に対処しようとしていることに無理があるのではないか¹⁸⁾。主だった行個法の解説書が軒並み、報道機関への情報提供の在り方について触れるところがないのは、報道発表という行為を行個法上位置付けることが困難であることを示唆しているようでもある。

さらに言えば、この点は報道機関への提供の問題にとどまらず、行個法が、保有個人情報の利用を広い意味での行政内部（当該行政機関内部に加え、他の行政機関や独立行政法人、地方公共団体等との間も含む）で完結させようとする志向が過度に強いことの問題性を示しているものではないか。この点については行個法の構造的な問題であると考えられ、次節で改めて述べてみたい。

この関連で、揚げ足取りと言われるかもしれないが、所定の略歴が公表されることになったのは、個人情報の保護よりも公益性が優越すると判断されたということであるが、そこでの公益とは、国民の知る権利などではなく、「行政に対する国民の信頼」ということであり、あくまで行政機関の側から見た公益であることにも注意しておきたい。

次節に移る前に、報道機関への情報提供の問題に戻って一言述べれば、保有個人情報の民間への提供に「特別の理由」を要求している規定が、行政機関による匿名発表を助長していることは間違いないだろう。他方で、新聞協会が主張するように、「報道機関等に対して個人情報を提供する場合」も例外とすることができるかは問題である。この主張は「発表は実名、報道を実名にするか匿名にするかは報道機関の責任で判断する」という新聞協会の立場を前提とするものであるが、こうした立場そのものにも、なお考えるべき課題があるだろう¹⁹⁾。

なお、以上の議論とは別の問題になるが、そもそも、8条2項は「保有個人情報」、すなわち「行政文書」（行政機関情報公開法2条2項）に記録された個人情報の取扱いに関するものであるから、配布された報道発表資料に個人情報が記載されている場合には適用されるものと思われるが、記者会見において口頭で^{つまび}個人情報が発表される場合には適用されない。後者のような場合がどの程度あるのか詳らかにしないが、この場合には明確なルールがないことになり、このことも、裁量を許す原因になっているのではないと思われる。

いずれにしても、報道発表については、次節で述べるような一般的な問題点を踏まえた上で、報道機関と行政機関との間で一定の合意を形成することが望まれる。

|| おわりに

——行個法の「公共性観」

前節では、行個法8条2項4号と報道発表の関係という個別問題を取り上げたが、本稿の最後に、行個法の前提とする「公共性観」の問題点を指摘しておきたい。前述のように、行個法は、広い意味での行政の内部で利用する場合には「相当な理由」があれば足りとしているのに対し、外部の民間団体に対する保有個人情報の提供を「特別の理由」のある場合などに限っている。これは、やや誇張して言えば、公共性は「官」が担うものであるという思想の表れであるようにも思われる。しかし、実際には「民」も公共性を担って重要な役割を果たしていることは言うまでもないが、このことと行個法の考え方との間には距離がある。

2016年改正前の行個法1条の目的規定は、「行政の適正かつ円滑な運営を図りつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする」としており、行政の適正・円滑な運営と個人の権利利益とを、後者に重点を置きつつ調整することを目的としているが、そこには行政の外部にある公共性が位置付けられていないのである。

確かに、この点については、個別法による対応がなされる場合もある。例えば、東日本大震災および福島第一原発の事故の際の教訓を踏まえてなされた、2013年の災害対策基本法の改正である。これによって市町村長は「避難行動要支援者名簿」の作成が義務付けられ

(同法49条の10第1項)、そのために市町村の保有する個人情報の目的外利用が認められるとともに(同条3項)、災害発生時やその恐れがある場合には、本人の同意なくして避難支援等関係者その他の者に対して名簿情報を提供することができるとされた(49条の11第3項)。

また、がん患者の情報をデータベース化する地域がん登録の取り組みが各地で古くから行われてきたが、個人情報保護条例を慎重に解釈する地方公共団体もあることなどからその普及には課題が指摘されており、同じく2013年にがん登録等の推進に関する法律が制定されて、がん登録の義務付け(同法6条)、利用・提供に当たっての要件・手続きが定められる(17条以下)などとされた。

これらのことが示唆するのは、たとえ関係地方公共団体の条例に民間への第三者提供の一般的な規定があるとしても、明らかに公共性があるような場合でさえ、そうした一般的な規定を活用して個人情報を民間に提供することは実際には困難であるということである。

これらの事例では法律によって一定の解決がなされたが、報道発表の場合も含むその他あらゆる場合について個別の立法を行うことは困難だろう。行個法あるいはその水準に合わせて制定・改正が求められる(個人情報法5条)個人情報保護条例の中に、行政機関の行動様式の特徴を十分に踏まえた上で、民間が担う公共性を適切に考慮する原理と技術とがビルトインされること

が望まれる。

この点、2016年に改正された行個法1条は、同法の目的を、「行政の適正かつ円滑な運営を図りつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする」というものから、「行政の適正かつ円滑な運営を図り、並びに個人情報の適正かつ効果的な活用が新たな産業の創出並びに活力ある経済社会及び豊かな国民生活の実現に資するものであることその他の個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする」（傍点は筆者による）というものに改め、個人情報の有用性への配慮を目的規定において明示した。このことにつき、法改正に深く関わった論者によって、「これは、行政情報の公開による民間における有効活用というオープンデータの理念が、従前は、行政機関個人情報保護法8条2項4号、独立行政法人等個人情報保護法9条2項4号の規定に基づく目的外提供という極めて限定的なかたちで認められるにとどまっていたのに対し、目的規定の改正により、主要な目的の一つとして位置付けられたことになり、行政機関の保有する個人情報の利用におけるパラダイム・シフトがあった²⁰⁾と主張されているが、8条2項4号の「特別の理由」の規定そのものには改正はない。前段落で述べた

観点からすれば、今回の改正の「目玉」であった行政機関非識別加工情報に関するものを越えて「パラダイム・シフト」が実現するかどうかは予断を許さないと思われる。今回の改正（のうち、匿名加工情報〈行政機関非識別加工情報〉に関する規定）については、立案過程から「スモールスタート」と称されている²¹⁾が、本稿で指摘したような点についても今後の展開が期待される。



Masahiro Sogabe

曽我部 真裕

京都大学 大学院 法学研究科 教授
1974年生まれ。京都大学法学部、同法学研究科修士課程修了、同博士課程中退。司法修習生、京都大学大学院法学研究科准教授などを経て2013年より現職。BPO（放送倫理・番組向上機構）放送人権委員会委員、大阪市個人情報保護審議会会長など。専門は憲法、情報法。主編著に、『情報法概説』（共著、弘文堂、2016年）、『憲法学のゆくえ 諸法との対話で切り拓く新たな地平』（共編著、日本評論社、2016年）など。

注

- 1) 日本新聞協会「改正個人情報保護法の全面施行にあたっての声明」(2017年5月29日[<http://www.pressnet.or.jp/statement/f26b0932ed10e807fca1a405a8a708d3a83cdc59.pdf>])、日本民間放送連盟「改正個人情報保護法の全面施行にあたっての報道委員長声明」(2017年5月29日[<https://www.j-ba.or.jp/category/topics/jba102254>])。
- 2) 日本新聞協会「『個人情報保護基本法制に関する大綱』に対する意見書」(2000年10月16日[http://www.pressnet.or.jp/statement/privacy/001016_79.html])。
- 3) 学界でも、高橋和之と右崎正博との間で論争があった。高橋和之「メディアの『特権』は“フリー”ではない 個人情報保護法案の正確な理解に向けて」ジュリスト 1230号(2002年) 52頁、同「個人情報の保護とメディアの特権」法律時報75巻2号(2003年) 85頁、右崎正博「個人情報保護法案と報道・取材の自由」法律時報74巻12号(2002年) 48頁。

注

- 4) 多数の具体的事例を挙げる調査資料として、日本新聞協会「個人情報保護法の運用に関する実態調査 調査結果概要 (2007年7月調査)」(国民生活審議会提出資料(http://www.pressnet.or.jp/statement/pdf/20080215_iken.pdf))、その紹介として、伊藤正志「各地で相次ぐ匿名発表、情報隠し 全国の取材網を通じた実態調査から考える」新聞研究685号(2008年) 14頁。
- 5) 日本新聞協会「個人情報保護法に関する日本新聞協会の意見」(2009年3月27日(http://www.pressnet.or.jp/statement/pdf/20090327_iken.pdf)) 1頁。
- 6) 日本新聞協会「個人情報保護法改正案についての意見」(2015年3月27日(<http://www.pressnet.or.jp/statement/pdf/kojinjyohokaiseianikensyo20150327.pdf>))。
- 7) 日本新聞協会「改正個人情報保護法に関する要望」(2015年10月27日(<http://www.pressnet.or.jp/statement/pdf/20151027%E6%94%B9%E6%AD%A3%E5%80%8B%E4%BA%BA%E6%83%85%E5%A0%B1%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E6%B3%95%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E8%A6%81%E6%9C%9B.pdf>))。
- 8) 民事責任との関係で法的な意味もあり得ることは否定できないが、それ以上にメッセージ効果が重要だろう。
- 9) もっとも、個情法の適用除外は他にも規定されており、報道機関のみを対象とする書きぶりが適当かという疑問はある。
- 10) この点についての私見については、拙稿『『実名報道』原則の再構築に向けて『論拠』と報道被害への対応を明確に』Journalism317号(2016年) 83頁。
- 11) この問題については参照、鈴木正朝「番号法制定と個人情報保護法改正 個人情報保護法体系のゆらぎとその課題」論究ジュリスト 18号(2016年) 45頁。
- 12) 宇賀克也『個人情報保護法の逐条解説(第5版)』(有斐閣、2016年) 447頁。
- 13) なお、こうした違いの理由およびその合理性について、高橋滋ほか『条解 行政情報関連三法』(弘文堂、2011年) 547-548頁。
- 14) 内閣府情報公開・個人情報保護審査会答申2006年6月30日(平成18年度(行情)答申第155号)。
- 15) 総務省行政管理局長「国の行政機関における幹部公務員の略歴の公表の在り方について(通知)」(総管情第63号(http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/gyoukan/kanri/070522_1.html))。
- 16) 総務省行政管理局(監修)、行政情報システム研究所(編)『行政機関等個人情報保護法の解説』(ぎょうせい、2005年) 41頁。
- 17) もちろん、上記①から③をそれぞれ緩やかに捉えれば、略歴を報道発表することがこれらを満たすということも可能ではあろうが、「特別の理由」の厳格性を強調する解説の全体の趣旨とは整合しないように思われる。
- 18) 関連して、「個人情報の保護に関する基本方針」には、「国の行政機関における個人情報の提供については、行政機関個人情報保護法上、必要性が認められる場合は、個人情報の公表等は可能となっており、情報提供の意義を踏まえた上で、同法の適切な運用を図るものとする。」という記述があるが、これと8条2項4号「特別の理由」との関係は明らかではないように思われる。
- 19) 拙稿・前掲注10)
- 20) 宇賀・前掲注12) 398-399頁。
- 21) 行政機関等が保有するパーソナルデータに関する研究会「行政機関個人情報保護法・独法等個人情報保護法の改正に向けた考え方」(2016年3月7日(http://www.soumu.go.jp/main_content/000402385.pdf)) 11頁。

デジタル社会と 情報法 3

情報法研究の射程

——EUデジタルシングルマーケット戦略を鍵として——

株式会社 KDDI 総合研究所 フューチャーデザイン 1 部門 3 グループ アソシエイト

加藤 尚徳 Naonori Kato

情報化社会が進展する中、情報法分野の研究が果たす社会的役割の重要性もますます高まっている。情報法分野においては、近年、特に個人情報保護法制を中心とした研究成果が目覚ましく、中でも欧州に目を向けた議論が活発に行われている。欧州におけるデータ保護一般規則がデータ保護を強めるものと紹介される一方で、欧州では、デジタルシングルマーケット戦略という、より広い視点の下、総合的な制度の検討が行われている。本稿では、このデジタルシングルマーケット戦略を参照し、情報法研究における射程が非常に広範であることを再確認し、今後の情報法研究の一助とする。

キーワード

情報法 デジタルシングルマーケット (DSM) データ保護 個人情報保護

1. はじめに

ビッグデータ、IoT (Internet of Things: モノのインターネット)、AI (Artificial Intelligence: 人工知能) といったキーワードに代表されるように、社会の情報化はますます進展している。高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部は、2017年5月30日に「世界最先端 IT 国家創造宣言・官民データ活用推進基本計画」を公表し、IT 戦略の新たなフェーズとして「データ」がヒトを豊かにする社会の実現を目指すことを明言した¹⁾。

一方で、情報化社会の進展は、これまでに社会が直面したことの無い問題を提起しており²⁾、情報化技術

が社会に浸透する中で、新たな論点が顕在化してきている。その一例が、個人情報の保護に関する法律 (以下、個人情報保護法) 改正における議論である。個人情報保護法は、「高度情報通信社会の進展に伴い個人情報の利用が著しく拡大していることに鑑み、……個人の権利利益を保護することを目的」として2003年に成立した。2015年、この個人情報保護法の改正法案が成立した。改正の趣旨としては、①グレーゾーンの解消、②ビッグデータ利活用に向けた環境整備、③国際対応、の三つが掲げられているが、いずれも情報化社会の進展によって顕在化してきた論点である。つまり、個人情報保護法には、個人情報の保護と利活用という、自動車に例えるならばブレーキとアクセルの役

割が同時に期待され、改正に至ったと言い換えることができる。

他方で、このような相反する二つの機能を一つの法律に求めることは妥当なのか、という疑問も湧いてくる。わが国においては、情報法と呼ばれる領域がある。その情報法全体の中で、ブレーキとアクセルの使い分けについて論じられるべきなのではないか。そこで、本稿においては、EUで進められているデジタルシングルマーケット戦略を参照しつつ、情報法の役割について若干の考察を加えて、今後の情報法領域における各種検討の一助とする。

2. 情報法とは何か

そもそも情報法とは何を指すのか。情報法という領域がわが国において明確に示されたのは、1980年前後だといわれている³⁾。その後、今日に至るまで、情報法を対象とした研究が続けられてきた⁴⁾。情報化社会が進展する中で、情報化によってもたらされる社会的課題に対して、法学がどのような貢献をすることができるのか検討が進められてきたといえる。このような流れの中で、情報法は「情報の生産・流通・消費に関する法」という定義が与えられてきた⁵⁾。情報そのものが有する多義的な意味と発展可能性を柔軟に受け止められることが求められ、情報のライフサイクル全体をカバーするものである⁶⁾というような説明もなされている。

このような柔軟な説明がなされる背景には何があるのだろうか。これには、情報そのものを定義することが非常に困難であるということが考えられる。情報という無体物は人の手で触れることができず、それらを管理支配することは容易なことではなかった。情報に関して、特定の者に強い権利を与えたり、あるいは強力な保護を課すことは、情報の自由な流通を阻害する

ことを意味する。だからこそ、情報に関して法律を設ける場合には、とりわけ慎重な判断が必要となる。情報の保護と利活用の両面を情報法が有する必要があり、それらを包含するためには、このような柔軟な定義が必要なのではないかと筆者は考えている。例えば、知的財産法は知的財産について一定の独占権を与えるものであるが、それに対して独占禁止法は一定の種類の独占を禁止する役割を担っている。社会においては、これら独占とその禁止は、いわばアクセルとブレーキの役割を果たしているといえる。

他方で、情報化社会の進展に伴って、情報法を取り巻く環境も変化してきた。情報機器の普及によって、かつては実現が難しかったサービスが具現化されてきた。デジタルコンテンツの流通、電子商取引、電子広告に始まって、今日話題となっているビッグデータ、IoT、AIに至るまで、新たなサービスが登場してきている。このような変化によって、社会においては、個人間取引（いわゆるC to Cビジネス）の増加、単一の市場に閉じない業種・業界の横断化、既存サービスの情報化に伴った物理的接点の増加という、新たな様相を呈してきた。関係性が複雑化する中で、単純なアクセルとブレーキだけを検討すればよいのか。果たして、このような中で、情報法はどのような役割を果たしていけるのだろうか。

3. デジタルシングルマーケット (DSM) 戦略

EUの欧州委員会 (European Commission) は2015年5月、デジタルシングルマーケット (Digital Single Market: DSM) 戦略を発表した⁷⁾。DSMは、2014年11月に欧州委員会の委員長に就任したジャン＝クロード・ユンケルが推進しており⁸⁾、2020年までに欧州委員会が優先的に取り組む、成長のための10の課題の一つに挙げられている⁹⁾。DSMには、16のイニシアティブ (後述)

が掲げられており、これらを達成することによって、EU全域がデジタル領域において単一市場として機能することを狙ったものといえる。DSMが達成されることによって、EUの経済に対して、年間4,150億ユーロもの経済効果を与え、雇用を創出し、公共サービスを変革する可能性がある¹⁰⁾と期待されている。

DSMでは、三つの柱の下、16のイニシアティブが定められている¹¹⁾。三つの柱とは、①EU全域のデジタル商品やサービスへの消費者や企業のアクセス向上(アクセス)、②デジタル・ネットワークと革新的なサービスのための適切な競争環境の創出(環境)、③デジタル経済の成長可能性の最大化(経済と社会)、のことである。この三つの柱と16のイニシアティブを整理したのが図表1である。イニシアティブは非常に広範に及んでおり、あらゆる業種のビジネスに影響がある。市場全体で見た場合、有線無線の通信ネットワークから始まり、プラットフォーム、各種サービスに限定されず、物流などの物理的接点、加えて消費者保護に至るまで、まさに情報のライフサイクル全体における戦略が提示されている。さらに、加盟国間の差異を

解消することが強く盛り込まれている。

では、なぜそのような戦略をEUは打ち出す必要があったのか。図表2はEU域内のデジタルサービスの利用状況についてまとめたものである¹²⁾。EU域内のデジタルサービスが米国に大きく依存していることが分かる。また、EU各国における国内のデジタルサービスは一定の割合を維持しているものの、EU域内での利用状況は非常に限られていることが分かる。EUとしては、米国企業によるEU域内のサービス展開によって、EU域内で本来得られる経済的な利益が損なわれていることを危惧していると思われる。加えて、デジタル市場の活性化によってもたらされる潜在的な成長可能性に対する期待がある。

これらの実現の障壁となっているのが、EU加盟国間の制度の差異であり、その解消のために、統一的な利活用と保護の両面からの戦略が必要であった。このような背景は、欧州委員会副委員長のアンドルス・アンシップの「ヨーロッパがインターネット技術、サービス、アプリケーションの単なる消費者であり、おそらくはEU域外の企業の国、あるいは企業によって

図表1 DSMの三つの柱と
16のイニシアティブ

柱	イニシアティブ
アクセス	EU域内の電子商取引を簡便化するルール作り
	消費者保護協力規則見直しによる迅速かつ一貫性のある執行
	より効率的かつ低コストな配送サービス
	不当なジオブロッキングの撲滅
	電子商取引に反公正取引の調査開始
	現代的でより欧州的な著作権の枠組み
	「衛星およびケーブルテレビに関する著作権指令」の見直し
環境	加盟国ごとに異なる付加価値税の負担軽減
	通信規制の見直し
	オーディオビジュアルメディアに関する規制の見直し
	オンラインプラットフォームの役割に関する調査
経済と社会	デジタルサービスとパーソナルデータ取り扱いにおけるトラスト、セキュリティの強化
	サイバーセキュリティ業界との協力体制の構築
	EU域内における自由なデータ移動
	標準化と相互運用に向けた取り組み
	包括的なデジタル社会のサポート(電子政府の推進)

出典：筆者作成

徐々に支配されつつある現状のままでよいのか。あるいは、ヨーロッパはより積極的になるべきか。人々の役に立ち、デジタル社会のコントロールをするためのインターネット技術を開発するにはどうすればよいか」という言葉¹³⁾に表現されている。

それでは、具体的にはどのような背景の下に三つの柱は定められたのか。まず、「アクセス」については、加盟国間で取引ルールが異なることや配送コストが高いこと、他国のオンラインストアが利用できないことや購入したデジタルコンテンツが他国では利用できない、というような具体的な課題が考慮されている。これらは、加盟国ごとの商習慣、市場環境、制度状況に起因するケースが多く、イニシアティブに掲げられたような解決が期待されている。

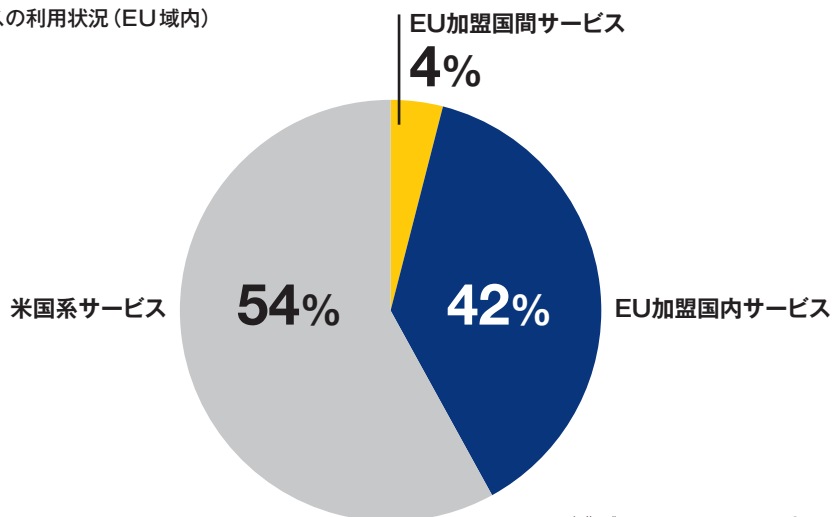
次に、「環境」については、域内の通信インフラ整備、検索エンジンやSNSなどのオンラインプラットフォーム、音楽や動画などのコンテンツ配信サービスに関する制度の見直しが含まれている。EU域内では、インフラ環境の整備状況が地域ごとに異なり、格差がある。また、先述のとおり、海外のプラットフォーム

事業者が市場を席巻されていることもあり、市場における適正な競争のための透明性確保が必要であるという認識がなされている。検索結果の表示方法や削除権（いわゆる「忘れられる権利」の議論を含む）、データポータビリティの議論などがこれに当たる。

最後に、「経済と社会」については、加盟国間でのデータ移動を妨げている障害を取り除き、円滑なデータ流通を目指すものである。EUを挙げたクラウドシステムの構築、必要な技術者の育成、新技術の標準化や各種デバイス・ネットワークの相互運用性を担保することなどが含まれている。特に、EUを挙げたクラウド構想は、分散して保管されている各国のデータをクラウド化し、ビッグデータとして用いることを想定している。また、各国政府が運用しているさまざまな認証登録システムを加盟国間で共有する電子政府の推進や、研究開発、新規ビジネスの創出などが期待されている。

欧州委員会は、2017年5月にDSMの中間レビューを公表した¹⁴⁾。これは、2015年5月以降に欧州委員会がDSM戦略として発表した35の行動計画について報

図表2 デジタルサービスの利用状況 (EU域内)



出典: "Why we need a Digital Single Market"¹²⁾ を基に筆者作成

告するもので、その中で、電子商取引の強化、著作権の近代化、オーディオビジュアル、eプライバシー規則、デジタル著作権、効率的かつ低コストの配送サービス、付加価値税(VAT)規則の重要な法案を提出したこと、残りのアクションプランについても2017年に実施予定のものなど、今後の計画を明らかにした。加えて、公正でオープンかつ安全なデジタル環境を確保するために、さらにEUの行動が必要とされる三つの主要項目を明示した。その三つの項目は、以下のとおりである。

- ① EU 域内のデータ経済を最大限に発展させる。
- ② サイバーセキュリティの課題に取り組み、EU 域内の資産を保護する。
- ③ 公正なインターネットエコシステムの責任あるプレイヤーとして、オンラインプラットフォームを推進する。

さらに、デジタル技術、デジタル化業界およびサービス、公共サービスの現代化、ヘルスケア、ならびにDSMの世界的な側面に関して、立法を伴わない分野を発表する予定であることも明らかにした。また、ハイパフォーマンスコンピューター技術、デジタルヘルスケア協調(国境を越えたヘルスケアデータの流通を促進する)、接続され自動化された自動車(クロスボーダートライアルへの投資を促進する)へのさらなる投資の必要性に取り組むとされている。

4. デジタルシングルマーケット戦略が与える示唆

DSM 戦略は、情報法に対してどのような示唆を与えてくれるのか。筆者は、大きく分けて三つの観点から、DSM 戦略がわが国の情報法研究の今後に示唆を与えるものと考えている。

一つ目の観点は、具体性を持った目標である。DSM

戦略は、EU 域内をデジタル領域において単一市場として機能させるところに狙いがある。DSM が機能することによって、コストの削減や新たな機会創出が生じ、その結果として、EU がデジタル領域において国際的な競争力を持つことが期待されているといえる。特に、GAFA (Google、Apple、Facebook、Amazon) が世界的に非常に強い競争力がある中で、EU 域内の市場においてもそれは例外でないという現状がある。GAFA のような米国系企業の勢いに対して、どのように競争力を維持し、あるいは高めていくかが、DSM 戦略の一つのテーマであるといえる。DSM 戦略はGAFA を、いわば仮想敵とも呼べるほどに具体性を持った目標を掲げているといえる(目標の明確化)。

二つ目の観点は、目標達成のための手段である。DSM 戦略にも顕著に表れており、欧州委員会が腐心するのが、EU加盟各国の足並みをそろえることである。DSM 戦略を通して見ると、この足並みのそろえ方には二つの方向性があり、以下にそれぞれの具体例を挙げる。一つ目の例として、2018年5月25日に全面施行が予定されている General Data Protection Regulation (一般データ保護規則、以下GDPR)においては一元的なメカニズム(Consistency mechanism、第63条)が導入されたことが挙げられる。一元的なメカニズムはGDPRの一貫性を担保するために、加盟各国における監督官(the supervisory authorities)が、GDPRが定める一元的メカニズムを通じて相互に協力しなければならないことを定めている。すなわち、EU 域内における規則およびその執行の一貫性確保が指向されているといえる(規則・執行の一貫性)。二つ目の例として、中間報告でも触れられていた、接続され自動化された自動車、いわゆるコネクティッドカーあるいは自動走行車が挙げられる。EUにおいても自動車は主要な強い国際競争力を持った産業である。そのような自動車産業の国際的競争力を維持するため、

欧州委員会は「GEAR 2030」を設置した。2016年1月に GEAR 2030はロードマップを公開しており¹⁵⁾、その中には、EU域内で最適化された研究・改革・大規模試験およびその他の資金調達が、主要な項目として挙げられている。つまり、EU域内でのさまざまなリソースの最適化が指向されているといえる（リソースの投入と最適化）。

三つ目の観点は、誰がそのような手段を実行するのかである。言わずもがなではあるが、DSMは欧州委員会が推し進めている戦略である。そして、その源泉には、欧州委員会の委員長に就任したジャン＝クロード・ユンケルのリーダーシップがあるといえる。加えて、電子政府先進国であるエストニア出身の欧州委員会副委員長、アンドルス・アンシップの存在があつてこそともいえる。ジャン＝クロード・ユンケルは、2期目の欧州委員会委員長としての任に立候補しないことを表明しており¹⁶⁾、彼の任期は2019年10月末に満了を迎える。DSM戦略は2020年完了を目途に進められているので、DSM戦略の主要なアクションは彼の任期中に実行されると予想される。つまり、彼は自らの打ち立てた戦略の行く末を見極めてから退任するといえる。さて、ここで重要なのは、ジャン＝クロード・ユンケルやアンドルス・アンシップがどれだけ強いリーダーシップやカリスマ性を持っていたか、ではなく、その政策をどのような主体が実行するのかという責任主体が明確になっていることである（責任主体の明確化）。

さて、以上のような三つの観点から情報法を再考すると、どのようなことがいえるであろうか。情報法が「情報の生産・流通・消費に関する法」という定義を持ち、情報のライフサイクル全体をカバーするという性質を持つのであるならば、その情報が関連する範囲が広がれば広がるほど、情報法の対象範囲は大きくなる。ビッグデータ、IoT、AIのように情報の連結・連

携が進めば進むほど、情報法の対象領域は広がっていく。すると、情報法の分野における一つの事柄は、そのような広い対象領域に影響を与えるということになる。個別の法分野において論じられてきた事柄が、今日において情報法という傘の下に論じられつつあることは、個別最適から全体最適へと軸足が移ってきたことを意味している。DSM戦略を見ると、国別、分野別の個別最適から、DSMという全体最適を指向していることが分かる。

何をもって最適とするかは非常に難しい問題であるため、具体性を持った目標が必要となる。DSM戦略では、EU域内のデジタル領域における競争力を維持し、高めることがこれに当たる。次に、これをどのように行うのか。DSM戦略では、EU域内の規則・執行の一貫性を高め、リソースの最適化を行うことでこれを達成しようとしている。最後に、誰がそのような手段を実行するか。DSM戦略では、欧州委員会、あるいは欧州委員会委員長が責任主体となっている。このような体制作りがDSM戦略の背景にはあることがうかがえる。

では、わが国の情報法研究にこれを当てはめるならば、どのようなことがいえるか。まず、わが国の情報法が対象とする社会的課題は何かを明確にする必要がある。次に、どのような手段でその社会的課題を解決するかを提示する必要がある。そして、誰がそのような手段を実行できるかについて、その実行主体に対して提言を行っていく必要がある。これらの事柄は、従来の法学研究においても実践されてきた。しかしながら、情報化社会が進展してきた今日においては、上記の必要性について、前提が異なってきている。社会的課題は個別具体的なものから、複合相関的なものに移りつつある。複数の課題に対して、課題間で比較衡量を行う必要性が生じてきている。課題解決の手段については、単に制度的な枠組みを提示するだけでは足り

なくなった。情報化社会を支える技術的側面と制度や技術を受容する社会的側面を考慮する必要性が生じてきている。実行主体に対する提言については、単に学術的成果を公表するだけでは足りなくなった。政策当事者と直に対話する必要性が生じてきている。

以上のように、DSM 戦略を通じて、わが国の情報法について考察を加えてきた。情報法に対して大きな課題が突きつけられている一方で、昨今の情報法領域には、大きな動静があることも付け加えたい。2016年6月に一般財団法人情報法制研究所という団体が設立された¹⁷⁾。情報法制研究所は、情報法だけでなく、広く法学に限定されない多分野から研究者が集い、情報法制のあるべき姿を追求し、必要な立法政策を含む社会の諸制度について、実践的な研究と提言を行うという設立趣旨を有している。あるいは2017年に入り、情報法制学会が、情報、メディアなどに関する法、技術およびビジネスの観点から、学術的、実務的な研究を促進することを目的として設立された¹⁸⁾。相対的に実務家が中心となって設立された既存の学会に比して、研究者が中心となって活動していくことが掲げられている。今後、このような団体が一つの端緒となって、わが国の情報法がますます社会的な寄与を高めていくことが期待されている。

5. おわりに

情報法あるいは Information Law は、わが国に限らず研究が進められてきた分野である。ある時はマスメディアに関する法という側面、ある時は情報公開・個人情報に関する法という側面と、時々刻々とその対象領域は変化してきた。今日においては、情報法に期待する領域は非常に広範になってきたといえる。情報法の対象領域に関係するステークホルダーも増加し、課題は非常に難解なものとなりつつある。これは、わが

国特有の事情ではなく、世界的に見ても同様である。プライバシー、あるいはパーソナルデータの問題は、その一例にすぎない。

では、このような複雑難解な課題に対して、どのように取り組めばよいのだろうか。EUはDSM、デジタルシングルマーケットというかたちでその答えの一つを提示してきている。EUは射程を広く取って、グランドデザインをしっかりと組み立てて進めている。筆者は、EUがDSM 戦略を提示した状況を見て、幕末に黒船が来襲し、坂本龍馬が船中八策を示した様を思い浮かべた。船中八策は、新国家設立という大きな思想を基底として記されたものであると考えられるが、DSM はまさにそのような一つの大きな思想を具体的に示したともいえる。今後、わが国はどのような戦略を打ち出し、社会を維持し発展させていくか、情報法にはそのような役割の一端を担うことが期待されているのではないか。



Naonori Kato

加藤 尚徳

株式会社KDDI総合研究所 フェューチャーデザイン1部門 3グループ アソシエイト

1986年生まれ。株式会社KDDI総研を経て、2016年より現職。専門は「情報法」。情報法制(プライバシー・個人情報等)を中心とした法制度や技術の調査・研究・コンサル業務に従事。また、大学の非常勤講師として、情報法、知的財産法、情報セキュリティに関する講義を担当。新潟大学法学部、神奈川大学経営学部および神奈川工科大学情報学部非常勤講師、慶應義塾大学SFC研究所上席所員。総合研究大学院大学複合科学研究科情報学専攻単位取得満期退学、修士(情報学)。

注

- 1) 高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部 (IT 総合戦略本部)「世界最先端 IT 国家創造宣言・官民データ活用推進基本計画」<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kettei/pdf/20170530/siryoul.pdf> (参照 2017-04-21)。
- 2) 例えば、総務省 AI ネットワーク化検討会議報告書「AI ネットワーク化の影響とリスクー智連社会 (WINS ウインズ) の実現に向けた課題ー」や警察庁「自動運転の段階的実現に向けた調査検討委員会報告書」等、多くの新たな課題に対して、法と技術の両面から新たな制度も視野に入れた検討がなされている。
- 3) 堀部政男「『情報法制研究』創刊号に寄せて」情報法制研究 第1号 4頁から10頁 (2017年)
- 4) 情報法に関するわが国最初の概説書は、浜田純一『情報法』(有斐閣・1993年)とされている。その他、概説書としては、石村善治・堀部政男(編)『情報法入門』(法律文化社・1999年)、高橋秀和・岡村久道『情報法講義』(法律文化社・2010年)、山口いつ子『情報法の構造 情報の自由・規制・保護』(東京大学出版会・2010年)、宇賀克也・長谷部恭男『情報法』(有斐閣・2012年)、小向太郎『情報法入門 第3版 デジタル・ネットワークの法律』(エヌティティ出版・2015年)曾我部真裕・林秀弥・栗田昌裕『情報法概説』(弘文堂・2016年)などを挙げることができる。
- 5) 曾我部他前掲 3頁
- 6) 曾我部他前掲 3頁
- 7) “A Digital Single Market for Europe: Commission sets out 16 initiatives to make it happen”
http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_en.htm
- 8) “President Juncker’s Political Guidelines” https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/juncker-political-guidelines-speech_en_0.pdf
- 9) “10 priorities” https://ec.europa.eu/commission/priorities_en
- 10) “Digital Single Market” <https://ec.europa.eu/digital-single-market/digital-single-market>
- 11) EUROPEAN COMMISSION “COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence” <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015SC0100>
- 12) “Why we need a Digital Single Market” https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/dsm-factsheet_en.pdf を基に筆者が作成。
- 13) “Speech by Vice-President Ansip at the Next Generation Internet Summit” https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/speech-vice-president-ansip-next-generation-internet-summit_en
- 14) “Digital Single Market: Commission calls for swift adoption of key proposals and maps out challenges ahead” <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-single-market-commission-calls-swift-adoption-key-proposals-and-maps-out-challenges>
- 15) “GEAR 2030 DISCUSSION PAPER Roadmap on Highly Automated vehicles” <https://circabc.europa.eu/sd/a/a68ddba0-996e-4795-b207-8da58b4ca83e/Discussion%20Paper%C2%A0-%20Roadmap%20on%20Highly%20Automated%20Vehicles%2008-01-2016.pdf>
- 16) 「ユンケル欧州委員長、2期目目指さず 19年秋で退任へ」日経新聞電子版2017年2月13日
http://www.nikkei.com/article/DGXLASGM12H0R_T10C17A2EAF000/
- 17) 情報法制研究所 <https://www.jilis.org/>
- 18) 曾我部真裕「『情報法制研究』創刊号に寄せて」情報法制研究 第1号 1頁から3頁 (2017年)

スマートフォン時代における ケーブルテレビ

——よりインタラクティブな地域メディアを目指して——

一般財団法人 マルチメディア振興センター 情報通信研究部 研究員

米谷 南海 Nami Yonetani

これまで増加し続けてきたケーブルテレビの多チャンネルサービス契約数が2016年に初めて減少した。くしくも、その前年はNetflixやAmazonプライム・ビデオが日本に上陸した年であった。また、さまざまな世論調査において、「テレビ離れ」が進み、インターネット動画視聴が増加していることも確認されている。本稿は、このテレビ視聴からインターネット動画視聴への移行という現象がケーブルテレビ事業者にどのような課題、あるいは可能性を与えるのか、特に地域向けサービスの在り方に焦点を当てながら考察するものである。視聴媒体がテレビからパソコン、さらにはスマートフォンへと変化している中で、ケーブルテレビ事業者が今後も地域メディアとして生き残るためには、オリジナル・コンテンツである地域情報番組にインタラクティブ性を持たせ、ユーザーの課題解決につながるようなサービスを提供することが必要だと考える。

キーワード

ケーブルテレビ 地域メディア コード・カッティング テレビ離れ スマートフォン

1. はじめに

2010年前後から、米国ケーブルテレビ業界について語る際に「コード・カッティング(cord-cutting)」という用語が頻繁に用いられるようになった。コード・カッティングとは、ケーブル・コードを切る、すなわ

ちケーブルテレビを中心とする有料テレビ放送サービスの契約を解約してYouTubeやHulu、Netflixなどのインターネット経由の動画視聴を選択する消費者動向のことを意味する。近年では、コード・カッティングを行う「コード・カッター層(cord-cutters)」や契約プランをより安価なものに見直す「コード・シェイバー層(cord-shavers)」のほかに、今までに一度も

有料テレビ放送サービスを契約したことがない「コード・ネバー層 (cord-nevers)」も存在感を増してきている。

一方、2017年5月現在、日本のケーブルテレビ市場においてコード・カッティングが進行しているかについての調査研究は行われておらず、その実態は明らかになっていない。ただし、いわゆる「テレビ離れ」がインターネット動画視聴と相関関係にあるという議論は2010年前後から登場しており、人々がテレビ視聴からインターネット動画視聴へと移行している流れが日本においても確認されている。

そこで本稿では、このテレビ視聴からインターネット動画視聴への移行という現象が日本のケーブルテレビ事業者にどのような課題、あるいは可能性を与えるのか、特に地域向けサービスの在り方に焦点を当てながら考察する。具体的には、まず、日本のケーブルテレビ事業者の特徴として地域メディア機能の提供があることを説明する。次に、いくつかのデータを基に日本におけるコード・カッティングやテレビ離れの現状とインターネット動画視聴の傾向について確認する。その際、日本の現状について述べる前に、米国の事情についても簡単に触れる。最後に、それらを踏まえた上で、ケーブルテレビ事業者が今後も地域メディア機能を提供していくための課題を提示する。

2. 日本のケーブルテレビ事業者の特徴

2-1 地域メディアとしてのケーブルテレビ

1955年に群馬県伊香保温泉において地上波テレビ放送の難視聴対策として誕生して以来、日本のケーブルテレビは「地域メディア」の代表格として認識され、地域社会に貢献することが期待されてきた¹⁾。ケーブルテレビ事業者自身も十分にその社会的役割を自覚しており、さまざまな地域向けサービスを提供している²⁾。

例えば、自然災害の多さや、明治時代、あるいはそれ以前から存在する地方自治制度を基盤とした地域アイデンティティーおよび地域文化を背景に、IPライブカメラを用いて大雨や河川水位に関する情報を各家庭や学校に提供する事業者、緊急避難情報を発信するために地方自治体やコミュニティFMと防災協定を結ぶ事業者、地域のお祭りを生中継かつインターネット配信して人気を博している事業者、地域の文化施設を指定管理する事業者などが全国各地に存在する。また、東日本大震災の際には、コミュニティチャンネルが市の「緊急放送」として扱われた事例や、NHKワールドTVが在住外国人向けに番組をケーブルテレビ経由で無料配信した事例もあり、ケーブルテレビが地域情報の発信源として地域社会に深く根付いている様子がうかがえる。

しかし、この日本においては当たり前のように受け入れられている「ケーブルテレビ＝地域メディア」という図式も、海外に目を向けてみると、必ずしも当然ではないことが分かる。例えば、世界有数のケーブルテレビ市場を抱える米国、韓国、台湾では、ケーブルテレビは日本同様、地上波テレビ放送の難視聴対策として誕生し、その当時は地域住民の連帯や地域社会への参加に貢献することが期待されていた。しかし、1980年代以降の規制緩和の波と2000年代以降の通信と放送の融合を経て、現在では地域向けサービスをほとんど提供していない。ケーブルテレビ事業者は、より収益性の高い通信サービスに事業の重心を置く傾向にあるほか、他のテレビ放送事業者とコンテンツ面での違いをほとんど持たないため、価格競争を繰り広げることで市場での生き残りを図っている³⁾。また、MSO (Multiple System Operator：ケーブルテレビ統括運営会社)化も進んでおり、日本では三つのMSOがケーブルテレビ市場の58.5%を占めているのに対し、米国では二大MSOが75.4%を、韓国では五大MSOが

86.1%を、台湾では五大MSOが72.5%を占めている⁴⁾。

このように、一般的に採算性が低いと考えられる地域向けサービスに主軸を置き続け、今なお有料テレビ放送市場で優位な立場を維持している日本のケーブルテレビ事業者は、世界的に見れば珍しい存在であるといえる。しかし、ここで浮上するのが、日本のケーブルテレビ事業者がどのようにしてそれを可能にしてきたのかという疑問である。その問いには次節で答えたい。

2-2 ケーブルテレビ市場における政府企業間関係

日本のケーブルテレビ事業者の特徴として地域メディア機能の提供があることは前述したとおりであるが、もう一つの特徴に密接な政府企業間関係がある。2016年3月現在、日本に存在する510のケーブルテレビ事業者のうち81.0%が地方公共団体の出資を受けているほか⁵⁾、多くのケーブルテレビ事業者が公的財政支援や官民連携事業を経験している。中央省庁や地方自治体とこれほど多くのインターフェースを持つケーブルテレビ事業者は諸外国ではほとんど見られない。筆者は、こうしたケーブルテレビ事業者と政府との関係性の近さや深さこそが、日本のケーブルテレビが地域メディアとして市場で残存することを可能にできたと考えている。

日本のケーブルテレビ事業者が中央省庁や地方自治体との関係を育むようになった契機に、旧郵政省がケーブルテレビの多目的利用に関する将来動向などを調査検討する目的で1973年から開始した「多摩CCIS実験」がある。1978年に実験結果を踏まえた「多摩CCIS実験報告書」が発表され、ケーブルテレビの役割がコミュニティの形成にあること、および地方自治体がそれに積極的に参加し、情報源としての機能以上の役割を担っていくことが望まれるとの提言が示された。これを受けて、旧郵政省はもちろん、その他の省庁によるさまざまなケーブルテレビ支援制度が立ち

上がったほか、地方自治体とケーブルテレビ事業者とが官民連携事業を実施する動きが日本全国に広まったのである⁶⁾。これらの支援制度や官民連携事業はケーブルテレビ事業者に低リスク低コストでサービスエリアを拡大する機会を与えただけでなく、地域住民のケーブルテレビ網への信頼感を高め、ケーブルテレビの加入率増加にも貢献した。

しかしながら、日本のケーブルテレビ事業者が享受してきた密接な政府企業間関係が今後も維持されるかについては定かではない。なぜなら、わが国の債務残高は国・地方ともに確実に増加し続けており、その水準は世界最悪レベルにあるからだ⁷⁾。国の財政状況の悪化や少子高齢化などに鑑みると、地方財政は今後より一層厳しい局面に立たされることが予想される。もちろん、ケーブルテレビ事業者が競合事業者と差別化を図り、地域メディア機能の提供という社会的役割を果たし続けていくためには、地方自治体とのコンテンツ面における連携は今後も必須であると考ええる。ただし、財政面に限って言えば、ケーブルテレビ事業者は独自の資金調達道を模索する必要性に迫られているといえよう。

3. コード・カッティング、あるいはテレビ離れの現状

3-1 米国

米国におけるコード・カッティングは、2007年から2008年にかけてのスマートテレビの発売やNetflix、Hulu、Amazonによるスマートテレビ向けアプリのリリースを背景に、2010年ごろから本格的に始まったといわれているが、さまざまな調査において、近年その勢いが加速していることが明らかになっている。例えば、MoffettNathansonの調査⁸⁾では、2016年第1四半期のケーブルテレビ加入契約減少数が14万1,000件

であったのに対し、2017年第1四半期の加入契約減少数は76万2,000件に上ったという報告がなされている。また、TGD Researchが2016年12月に実施した調査⁹⁾でも、ケーブルテレビの契約解除の52%が過去2年の間に行われていることが明らかになり、米国におけるケーブルテレビ加入契約数が過去最悪の減少傾向にあることが浮き彫りになった。

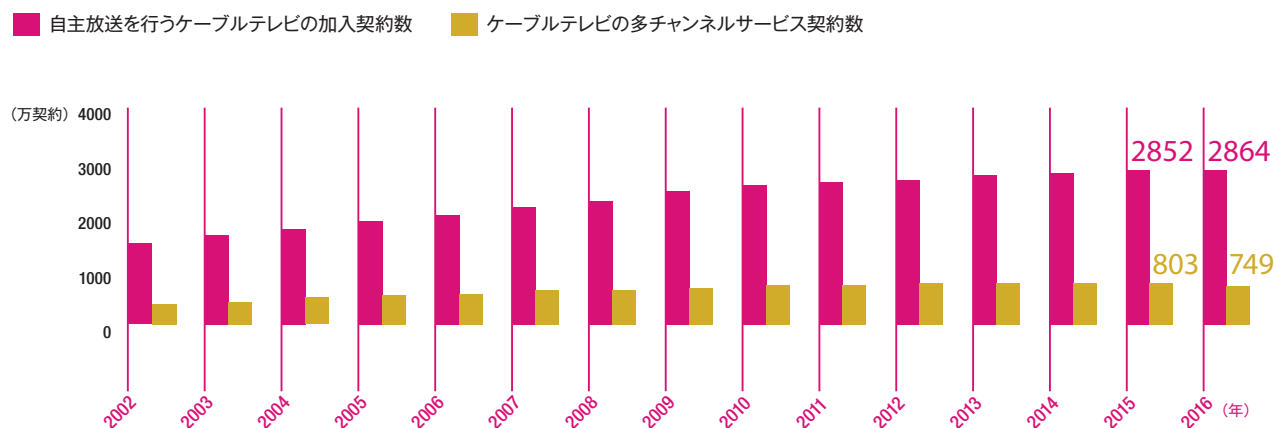
ここで興味深いのは、コード・カッティングの動機にも変化が現れ始めているという点である。これまで米国においてコード・カッティングの最大の動機として挙げられてきたのはケーブルテレビ・サービスの価格の高さであった。ところが、Limelight Networksが2016年12月に発表した調査報告において、コード・カッティングを行う動機として「価格が高騰しているから」を挙げた人の割合が29%と、2015年5月から8%減少したのに対し、「オンラインで見たいチャンネルを視聴することができるから」を挙げた人は

4%増加して20%を記録したのである¹⁰⁾。ケーブルテレビ・サービスの「価格が高騰しているから」という消極的な理由でコード・カッティングをしている層が多いことに変わりはないが、オンラインでの動画視聴を評価する積極的な理由でコード・カッティングを行う層が増えてきたことは、注目すべき変化だと思われる。

3-2 日本

日本においてはコード・カッティングに特化した調査研究は行われておらず、その現状については明らかになっていない。ただし、NetflixやAmazonプライム・ビデオが日本に上陸した翌年の2016年に、これまで増加し続けてきたケーブルテレビの多チャンネルサービス契約数が初めて減少しており、これをコード・カッティングの兆候として捉えることは可能であろう(図表1)。契約数の減少がNetflixやAmazonプラ

図表1 ケーブルテレビの加入契約数と多チャンネルサービス契約数



(出典) 電通総研(各年)「情報メディア白書」および総務省(各年)「ケーブルテレビの現状」を基に筆者作成。
 (注) 自主放送を行うケーブルテレビの加入契約数は各年度末の数値である。ただし、2016年に限り、9月末時点の数値が反映されている。ケーブルテレビの多チャンネルサービス契約数は、いずれも各年3月末の数値である。

イム・ビデオのサービス開始の影響を受けたものなのか、また、今後も減少を続けるのかについて現段階で断言することはできないが、ケーブルテレビ事業者を巡る市場環境が2015年および2016年を境に劇的に変化したことは疑う余地がない。

一方、テレビ離れという現象は明確に確認されている。NHK放送文化研究所が5年ごとに実施している全国世論調査「日本人とテレビ」によると、テレビへの接触頻度が2010年の92%から2015年の89%へと減少しているのに対し、同時期におけるインターネット動画の視聴頻度は34%から50%へと増加している¹¹⁾。

さらに、インターネット動画利用者に関する統計や調査データからは、一言に「テレビ離れ」といっても、人々が離れたのはテレビという媒体からであり、テレビ・コンテンツからではないことも分かっている。例えば、NHK放送文化研究所が実施したウェブ調査によれば、インターネット動画利用者が普段よく見る動画のタイプは「数分の投稿動画」が最も多く、「テレビ番組動画」が次点につき、その後に「音楽動画」、「数秒の投稿動画」、「映画」、「ライブ配信」、「SNS・メールの動画」が続く(図表2)。この調査結果からは、テレビ放送事業者の制作するコンテンツがインターネット動画視聴者にも一定の評価を受けていることがうかがえる。

他方、インターネット動画視聴で利用される媒体に注目してみると、日本ではついにスマートフォンがパソコンを抜いた。Nielsenが2015年に発表したデータ¹²⁾によると、2014年1月の時点でのパソコンからのインターネット動画利用者数は2,888万で、スマートフォンからの利用者数は2,866万だったが、2014年3月にそれが逆転し、2015年1月にはパソコンからの利用者数が2,682万に減少、スマートフォンからの利用者数は3,701万と大幅に増加したという。パソコンからのインターネット動画視聴が普及した際には「タイムシ

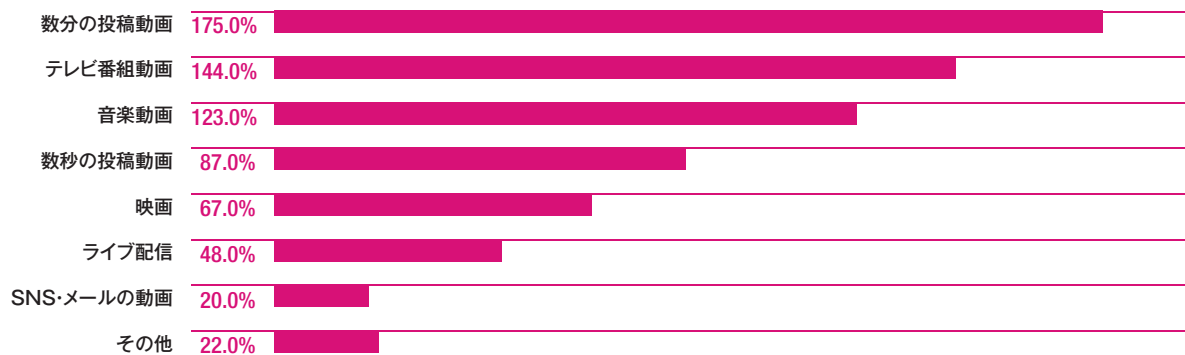
フト視聴」への需要がその背景として説明されたが、スマートフォンによるインターネット動画視聴の急伸は「プレイスシフト視聴」に対する需要がいよいよ本格的に高まってきていることを示唆している。博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンターが実施した「全国スマートフォンユーザー 1000 人定期調査」においても、パソコンやタブレットでの視聴と比べると、スマートフォンでの動画視聴シーンは「すきま時間」、「移動中」、「待ち時間」、「トイレ」、「風呂」が高く、場所を選ばない視聴スタイルがスマートフォンからのインターネット動画視聴の大きな特徴となっている(図表3)。

以上のように、インターネット動画視聴傾向に関するデータに鑑みると、日本におけるテレビ離れはテレビ・コンテンツというよりも、テレビという媒体が持つ時間および場所の拘束性の高さによって引き起こされたものと推測される。電車内でスマートフォンからテレビドラマを視聴している人を頻繁に見掛けるようになったが、テレビ放送事業者にとってはタイムシフト視聴とプレイスシフト視聴に対応するスマートフォン向けコンテンツを提供することが^{しょうび}焦眉の課題となっている。

4. スマートフォン時代における ケーブルテレビ

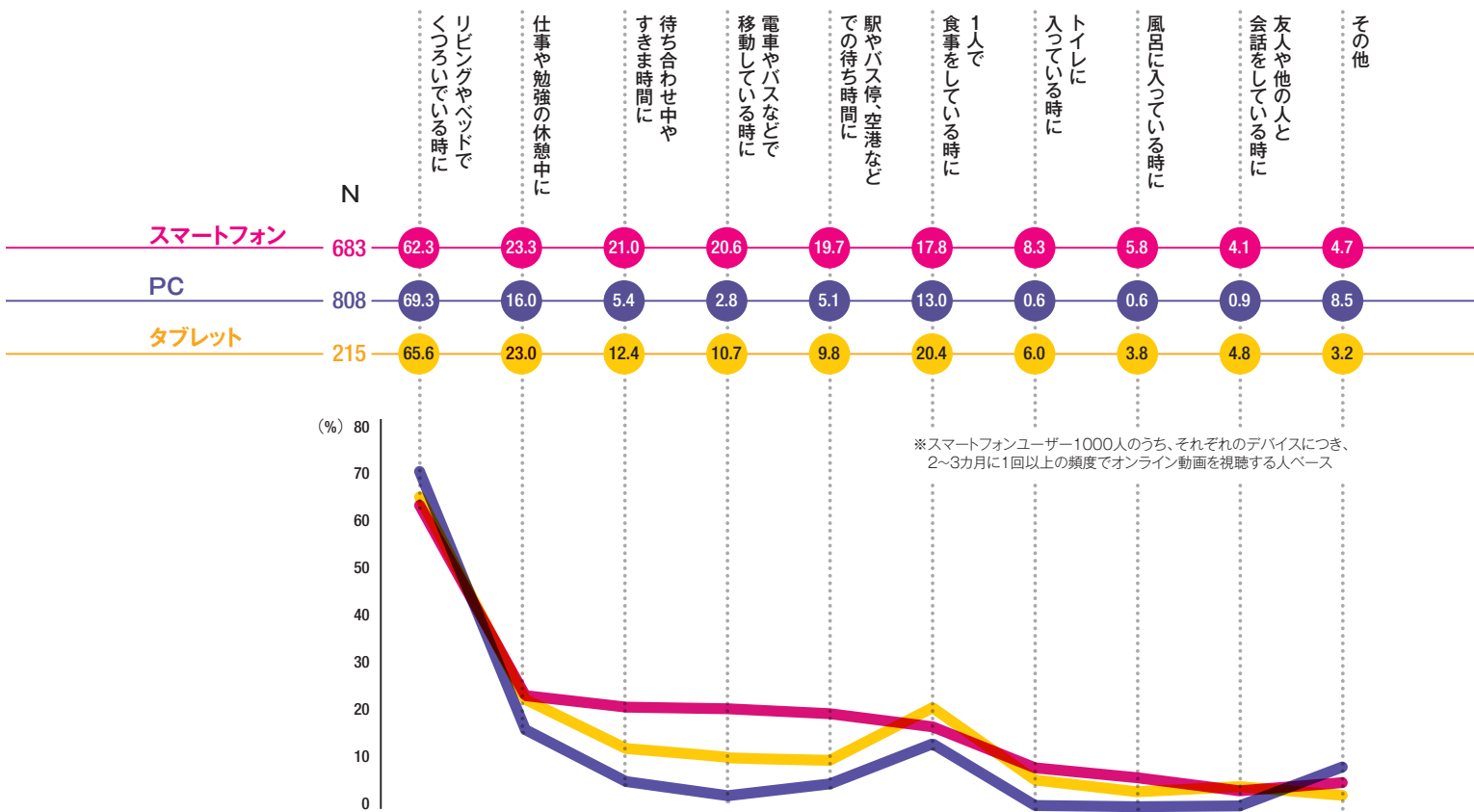
スマートフォンの利用が今後ますます拡大することが予想される中、各テレビ放送事業者は前述したようなスマートフォン向けコンテンツの開発を進めると同時に、競合事業者との差別化も図っていかねばならない。競争力強化のための最も有効な差別化要因の一つとして考えられるのがオリジナル・コンテンツの提供であるため、地上波テレビ放送事業者や衛星放送事業者はインターネット上でしか視聴できないドラマ

図表2 視聴している動画のタイプ(複数回答)



(出典) 塚本恭子(2016)「現在のインターネット動画の利用実態を探索～ウェブ調査とグループインタビューの結果から～」『放送調査と研究』第66巻6号、18-22頁を基に筆者作成。

図表3 媒体別インターネットの動画視聴シーン



※スマートフォンユーザー1000人のうち、それぞれのデバイスにつき、2～3カ月に1回以上の頻度でオンライン動画を視聴する人ベース

(出典) 博報堂 DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター (2014)「全国スマートフォンユーザー 1000人定期調査」。
(<http://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2014/04/20140411.pdf> 最終閲覧日2017年5月25日)

やバラエティー番組の制作に特に注力している。ところが、通信事業者や動画配信サービス事業者などのオリジナル・コンテンツもエンターテインメント分野に集中し、サービスが横並びで展開してしまったことで、差別化は思うように進んでいない¹³⁾。

それに対し、ケーブルテレビ事業者は元来の強みである地域密着性をもってして競争に挑んでいる。2014年7月には、日本ケーブルテレビ連盟が「『ふるさと発』の動画コンテンツ」と銘打って、全国のケーブルテレビ事業者がコミュニティチャンネル用に制作している番組を視聴できる無料動画配信サイト「じもテレ (Japan Interesting Motion Picture Organizer)」を立ち上げた。同サイトはケーブルテレビ業界のデファクト・プラットフォームである「AJC-CMS (All Japan CableTV - Contents Management System: 全国ケーブルテレビコンテンツ流通システム)」を活用したもので、パソコンだけでなく、タブレットやスマートフォンからも2,000本以上の動画を視聴することができる。また、ケーブルテレビ最大手のJ:COMは2017年4月に地域ニュース番組が視聴できる「ど・ろーかる」と呼ばれるアプリを発表した。J:COMユーザー以外も無料で視聴することができ、全国43のJ:COM局が制作する地域ニュース番組のほかに、全国52カ所に設置されたライブカメラの映像、および花火大会やお祭りといった地域イベントのライブ映像が提供されている。この意味で、ケーブルテレビ事業者はオリジナル・コンテンツによる差別化という点においては成功を収めているといえよう。

しかしながら、上述したような地域情報動画配信サービスは、スマートフォンという媒体が持つポテンシャルを十分に生かし切れていないようにも思われる。2017年3月に開催されたSENSORS IGNITION 2017トークセッションにおいて、スマートデバイスを対象としたインターネット事業を行うHAROiDの吉澤健吾氏が登壇し、「視聴者をユーザーに」というコンセプトを紹介した。この表現を借りれば、これまでテレビで視聴されてきた地域情報番組をスマートフォンでも視聴可能にした現在の動画配信サービスは、スマートフォンの持ち主を、あくまで「視聴者」として捉えて制作されたもので、「スマートフォン・ユーザー」による地域情報の活用を想定して作られたものではない。しかし、インターネットによるインタラクティブなコミュニケーションが当たり前のように行われている時代に地域メディアとして生き残るためには、オリジナル・コンテンツである地域情報動画にインタラクティブ性を持たせ、付加価値を与えることが不可欠ではないだろうか。いくらコンテンツの質が高く、社会的に重要なものであったとしても、媒体の変化に合わせて、その提供方法を変化させていかなければ、コンテンツが人々の手元に届くチャンスが減り、いずれ市場競争から取り残されてしまう。

すぐに思い浮かぶサービス例としては、GPS連動型の地域情報動画配信がある。例えば、ユーザーの現在位置を把握して地元商店街の耳寄り情報を動画配信するほか、動画内で商店で利用できるクーポンやポイントを付与したり、アンケートを差し込み表示したりす

る。また、ユーザーが移動しながら視聴できる地域の名所・旧跡をナビゲートする動画の配信もある。動画にクイズを挟むことで、地域文化を学習できるような仕組み作りも可能だ。そのほか、緊急災害情報を配信する際にユーザーの現在地から最も近い避難場所と避難ルートを地図上で確認できるようにすれば、より効率的な避難誘導が実現する。

視聴媒体の変化は、一見ケーブルテレビ事業者への逆風にも見えるが、時間や場所に拘束されない動画視聴やインタラクティブなやり取りを可能にするスマートフォンは、実際には地域向けサービスと親和性が高く、ケーブルテレビ事業者が目指す「地域密着の総合サービス提供事業者¹⁴⁾」というコンセプトをより効果的に実現するツールとなりそうだ。スマートフォンの向こう側にいる地域情報の受け手を「視聴者」ではなく「ユーザー」として捉えること、そして地域情報動画というオリジナル・コンテンツの独自性や優位性を生かしながらユーザーの課題解決につながるようなサービスを提供することが、競合事業者との熾烈な競争の活路となり、さらにはスマートフォン時代において地域メディアとしての社会的役割を実現することにも結び付くだろう。

もちろん、このような新しい取り組みには資金が必要となるが、地域社会の核である地方自治体に加え、商店や医療機関、教育機関、メディア事業者、市民グループなど、地域内での連携先を増やしていくことでコンテンツを充実させるとともに新たな資金調達の道を開くことができれば、ケーブルテレビ事業者だけが

疲労していく状況は避けられるはずだ。また、現在、日本ケーブルテレビ連盟が主導してAJC-CMSやケーブルIDプラットフォーム、コールセンターおよび共同調達を目的としたオペレーション面におけるプラットフォームなど、多岐にわたるケーブル・プラットフォームを構築しているが、各プラットフォーム間の連携を可能にすることで、サービスの幅が広がるだけでなく、より一層のコスト削減も期待できるだろう。



Nami Yonetani

米谷 南海

一般財団法人 マルチメディア振興センター 情報通信研究部 研究員
博士(政策・メディア)(慶應義塾大学)
専門分野は、メディア政策論、メディア産業論、地域メディア論、情報通信政策論。現在は、東アジアにおけるケーブルテレビのほか、公共放送の地域密着化戦略やモバイル戦略をテーマとした研究に取り組んでいる。2009年慶應義塾大学総合政策学部卒業、2011年同大学大学院社会学研究科(博士前期課程)修了、2015年同大学大学院政策・メディア研究科(博士後期課程)単位取得退学。2013年から2014年にかけて国立政治大学大学院(台湾)に留学。著書に『地域メディア力：日本とアジアのデジタル・ネットワーク形成』(共著、中央経済社、2014年)がある。

注

- 1) 社会学者である田村紀雄が初めて地域メディア論の組み立てを試みた『地域メディア—ニューメディアのインパクト—』(1983)において、ケーブルテレビの地域メディア機能の提供にとりわけ高い期待が寄せられた。これにより、学術界においてもケーブルテレビに注目が集まった。
- 2) 日本ケーブルテレビ連盟(2005)によれば、1970年代末ごろには既にケーブルテレビ事業者の間で地域向けサービスを充実させる必要があるとの共通認識が生まれていたそうである。このような意識は現在にも受け継がれており、例えば「ケーブルテレビ業界レポート2016」においては、同連盟の吉崎正弘理事長が「ケーブルテレビは、地域密着の総合サービス提供事業者であり、今後も地域になくしてはならない事業者としての役割を果たしていく必要があります」と述べている。また、日本全国のケーブルテレビ事業者を対象としたアンケート調査を実施した大谷(2012)では、ケーブルテレビ事業者が「ケーブル網を用いた放送外サービスを拡大・展開する意向よりも、地域メディアとして、地域の情報発信やコミュニティへ寄与することを重視している」ことが明らかになっている。(日本ケーブルテレビ連盟(2005)『日本のケーブルテレビ発展史—社団法人日本ケーブルテレビ連盟25周年記念誌—』、27頁。日本ケーブルテレビ連盟(2016)『ケーブルテレビ業界レポート2016』、2頁。大谷奈緒子(2012)「デジタル時代のケーブルテレビ」東洋大学社会学部紀要第50巻第1号、49頁。)
- 3) 韓国と台湾のケーブルテレビ事業者の事業戦略については、米谷南海(2016)「東アジアにおけるケーブルテレビ事業者の差別化戦略：政府企業間関係論的視座からの国際比較分析」『情報通信学会誌』第34巻第1号、27-40頁を参照のこと。
- 4) KDDI(2016)「統合レポート2016」、40頁(<http://www.kddi.com/corporate/ir/ir-library/annual-report/> 最終閲覧日2017年5月25日)。
Internet & Television Association, “Industry Data” (<https://www.ncta.com/industry-data> 最終閲覧日2017年5月25日)。
未来創造科学部(2016)「未来創造科学部広告第2016-0512号 ‘16年上半年の有料放送事業の加入者数と市場シェア発表」(<http://www.msip.go.kr/web/msipContents/contents.do?mId=MTQ2/> 最終閲覧日2017年5月25日)。
国家通訊伝播委員会(2016)「各ケーブルテレビシステムの加入者数統計」(http://www.ncc.gov.tw/chinese/gradation.aspx?site_content_sn=1960 最終閲覧日2017年5月25日)。
- 5) ケーブルテレビ事業者の運用主体別割合は、営利法人14.5%、第三セクター43.5%、地方公共団体36.9%、公益法人0.6%、その他4.5%となっている。(総務省(2017)「ケーブルテレビの現状」、17頁。)
- 6) 具体的には、旧郵政省および総務省が「テレビア指定地域内におけるケーブルテレビ事業者に対する無利子融資(1983年開始)」や「新世代地域ケーブルテレビ施設整備補助事業(1994年開始)」に代表される財政・金融・税制面での支援措置を行ったほか、旧通商産業省が世界初のケーブルテレビを利用した完全双方向機能の映像情報システム利用実験である「Hi-OVIS (Highly-interactive Optical Visual Information System) 実験(1978年開始)」を実施したり、農林水産省がCATVを農村生活の情報基盤とする「農村多元情報システム (Multi-Purpose Information System: MPIS) 構想(1974年開始)」を打ち出したりした。官民連携事業については、地方自治体が全世帯分のケーブルテレビ加入金を一括払いし、地域住民向けのケーブルテレビ加入キャンペーンを実施する代わりに、ケーブルテレビ事業者が地域向けサービスを提供したり地方自治体のPR活動を支援したりするものから、地方自治体主導で官設民営のケーブルテレビ網を敷設するものまで、さまざまな事例がある。

注

- 7) 財務省「国及び地方の長期債務残高」(<http://www.zaisei.mof.go.jp/pdf/国及び地方の長期債務残高.pdf> 最終閲覧日2017年5月25日) および「債務残高の国際比較(対GDP比)」(http://www.mof.go.jp/tax_policy/summary/condition/007.htm 最終閲覧日2017年5月25日) を参照のこと。
- 8) MoffettNathanson (2017) *Q1 2017 Cord-Cutting Monitor: The Future Has Arrived*. (<https://www.moffettnathanson.com/research.aspx> 最終閲覧日2017年5月25日)
- 9) TGD Research (2017) *Life Without Legacy Pay-TV: A Profile of U.S. Cord Cutters and Cord Nevers*. (<http://tdgresearch.com/report/life-without-legacy-pay-tv-profile-u-s-cord-cutters-cord-nevers/> 最終閲覧日2017年5月25日)
- 10) Limelight Networks (2016) “The State of Online Video”, p14. (http://img03.en25.com/Web/LLNW/%7Bc02f1632-f615-471f-a79e-354d5cc0244f%7D_2016StateofOnlineVideo.pdf 最終閲覧日2017年5月25日)
- 11) 木村義子・関根智江・行木麻衣 (2015) 「テレビ視聴とメディア利用の現在～『日本人とテレビ・2015』調査から～」『放送研究と調査』第65巻第8号、27-30頁。
- 12) Nielsen (2015) 「YouTubeのスマートフォンからの利用者は3,000万人超～ニールセン、「ビデオ／映画」カテゴリの最新利用動向を発表～」(http://www.netratings.co.jp/news_release/2015/02/Newsrelease20150224.html 最終閲覧日2017年5月25日)
- 13) インターネット動画市場における優勝劣敗は鮮明になってきており、国内勢を中心に動画配信サービスから撤退する事業者も出てきた。例えば、UULAが2017年3月に動画配信サービスを終了したほか、ゲオチャンネルとbonoboが同年6月30日にサービスを終了した。
- 14) 日本ケーブルテレビ連盟 (2016) 『ケーブルテレビ業界レポート2016』、2頁。

「25th Pacific Conference of the RSAI (PRSCO 2017大会)」参加報告

谷口 晋一

早稲田大学 大学院 アジア太平洋研究科 博士後期課程

2017年5月17日から20日まで、台湾・台南市の国立成功大学で開催された RSAI(The Regional Science Association International)に参加し、研究発表を行った。

PRSCO 2017大会のテーマ： 持続可能で強靱な地域発展

RSAI (The Regional Science Association International)は、地域に関する総合的で学際的な、地域科学 (Regional Science) の国際学会である。今回参加した PRSCO (The Pacific Regional Science Conference Organisation) は、RSAI の国際会議として2年に1度、開催されるもので、世界の地域科学と関連分野における、研究発表および研究交流の場となっている。

2017年の PRSCO大会は、台湾・台南市の国立成功大学キャンパス内、緑色魔法学校 (The Magic School of Green Technology: MSGT) で開催された。この建物は、台湾初のゼロ・カーボン・ビルとして、2011年に完成した。傍らに置かれたノア方舟のモニュメントが印象的で、屋内空調は自然通風とするなど、エネルギー消費を最小限とするデザインである。電力は極力、自前の太陽光発電と風力発電で賄い、水は雨水をためたものを利用している。2009年の台風モーラコットのがれきで作った保水性ペレットで植栽し、建材に製鉄スラグを混ぜて強度を上げ、台湾平均35年といわれる建物寿命を100年として、建て替え時も最大限リサイクルできる設計となっている。さらに、人の健康にも配慮した、世界で最もグリーンな建物との評価もある。このようにユニークな場所がメイン会場となっており、持続可能な地域発展に向けて、開催国のメッセージが込められていると感心させられた。

「環境と持続可能な発展」セッションについて

今回参加したセッションは、'Environmental and Sustainable Development (環境と持続可能な発展)' である。私の研究は、低炭素化の実現と電力コスト低減のため、電力システムの混雑を制御することによって、より多くの再生可能エネルギー導入を目指している。

具体的には、風力発電や太陽光発電など、出力が変動する再生可能エネルギーは Variable Renewable Energy (VRE) と呼ばれ、安価で豊富に存在する。一方で、既存の電力システムに悪影響を与える面があるため、拡大できない。ここで、VREについて地域を越えて融通できれば変動を相殺でき、全体として平滑化するので、大量に導入しても問題ない。このため、電力システムのボトルネックの混雑を制御することにより、VREの導入拡大を図るものである。導出したプライシング方法は、潮流の変分から社会的費用を測定し、料金に反映するもので、VREの特性にマッチさせることが可能であると論じた。

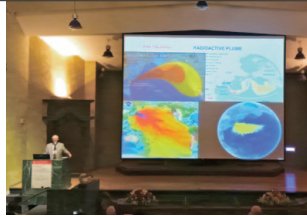
質疑応答では、研究アプローチの改善につながる、とても有益なご指摘をいただいた。

基調講演： フレッド Y. フィリップス特別名誉教授

今年の PRSCO大会のテーマは、「持続可能で強靱な地域発展」である。これについて、特に台湾・元智



会場のエントランス



Fred Y. Phillips 特別名誉教授による基調講演



Kingsley E. Haynes 教授の発表



セッション発表者たちと共に

大学のフィリップス特別名誉教授の基調講演が印象的だった。講演では、地域科学に関わる研究がいかに広い領域をカバーしているかが紹介された。昨今は、米国など世界的に排他主義が見られる。一方、「このままではいけない、何とかなくては」という運動が組織内部から湧き上がっているのは、反グローバリズムへの危機感の表れであると指摘。そして、中国の一路による東西文化の融合、中国大陸部における都市化の進展など、地域科学が発展に貢献している事例が示された。また、駅構内におけるAIを用いた行動分析や、福島原発事故による放射性プルームが太平洋を越えてゆく分析結果など、安全やセキュリティーに係る貢献事例の紹介もあった。そして、モバイルコミュニケーションなど、データ通信に係る技術革新が決定的な役割を果たしていると総括された。

他のセッションにおける研究発表

他のセッションにも参加したが、いくつか、非常に興味深いものがあった。このうち、二つほど紹介したい。一つ目は、フランス・パリ東大学(UPEM)のDavid Guerrero研究員と、関西学院大学の伊藤秀和教授の共同研究である。これは空間経済学の研究であり、都市空間の移動手段を階層構造としてモデル化し、そのロジスティクスによる経済効果の分析から、日本とパリの都市空間構造を比較するものであった。このように、大胆なモデル化によって、異地点の都市構造の違いを洗い出す手法は、とても興味深く、学ぶ点が多かった。

二つ目は、米国ジョージ・メイソン大学のヘインズ教授の発表である。これは、中国における高速鉄道の敷設によって、都市ごとにどれ程の改善効果があったのか、考案した指標で評価していた。地域ごとに階級分類し、場所、市場性、アクセシビリティをそれぞれ

指標化し、移動時間やGDPへの効果も考慮して敷設前後における改善度合いを比較したものの。その結果、地方都市ほど改善効果が大きいことが示された。

この結果だけを聞くと直感的に理解できるものだが、そこに至る論理展開の過程は、自分の研究分野においても、大いに参考となるものであった。

研究交流と学会大会の状況

大会は、とてもオープンで活発な雰囲気で行われ、日本からも、大阪大学、筑波大学などに在学中の海外からの留学生が多く参加していた。特に大阪大学の留学生の場合、研究テーマが自分と近く、帰国後も交流している。これまで、日本で同分野の研究を見つけることが難しく、自分の研究に地理的・空間的要素をどのように取り入れるか試行錯誤していたが、今回は異分野の研究から多くの示唆が得られ、極めて貴重な機会であった。

公益財団法人KDDI財団の海外学会等参加助成によってPRSCO 2017大会に参加させていただくことができました。温かいご支援に、心より感謝申し上げます。



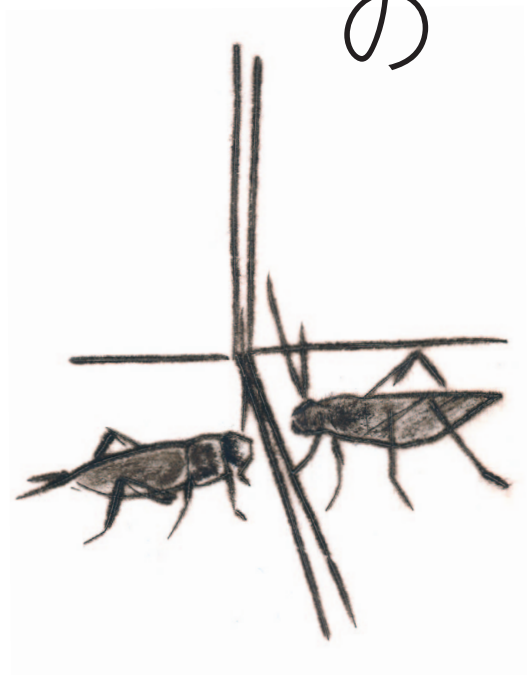
Shinichi Taniguchi
谷口 晋一

早稲田大学 大学院 アジア太平洋研究科 博士後期課程
大手エネルギー企業にて動力エネルギー技術および海外事業・コンサルティングに約20年携わった後、外資系コンサルティングファームでエネルギービジネスのアドバイザーに従事。2015年からは、早稲田大学大学院アジア太平洋研究科 三友ゼミにて、ICTによる電力システムの柔軟化に関する研究に従事している。東京大学教養学部基礎科学科第一卒業技術士(機械部門)。

彼らの流儀はどうなっている？ 執筆：長尾 隆司 絵：大坪 紀久子

人の成長にはコミュニケーションが欠かせない。コオロギも然り、といえは驚く人もいるだろう。どんな動物でも、行動の発達には触れ合いが不可欠のようだ。

社会復帰 キレるコオロギの



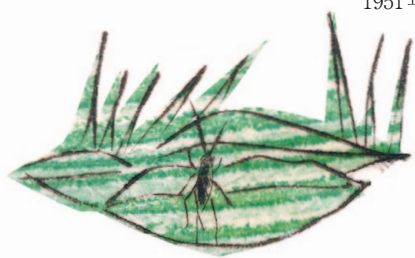
コオロギにも 気性？

動物は他の生物を食べる。食糧となる資源が少なくなれば、仲間との間でも争いが起こる。メスを巡ってオス同士が競い合うのもほとんどの動物で目にすることができる。人も例外ではない。

「多様な生物も進化の賜物」と唱えたダーウィンは、動物の示す怒りや怖れのような感情や表情も祖先から引き継がれてきたものだから、種を超えて共通性があると考えた。

私が長年つき合っているクロコオロギも気性が荒いことで知られており、オス同士が出会うと激しいケンカをする。人でもキレやすさの違いがあるように、コオロギにも気性に違いが見られる。気性の違いはどのように決まっているのだろうか。生育環境をいろいろ変えてみたところ、仲間との触れ合いが気性に深く関わっていることが明らかになった。

1951年生まれ。大阪大学基礎工学部生物工学科卒業。北海道大学理学部動物生理学講座教務職技官、北海道大学実験生物センター助教授などを経て、2000年より現職。昆虫の本能行動や情動の神経行動学、神経生化学的研究に取り組む。



キレルインター ネットコオロギ

クロコオロギは自然界では1㎡に数匹程度見つけることができるが、研究室では衣装ケースに100匹以上の高密度で集団飼育している。生育密度が発育に影響することは多くの動物で知られており、過密な環境では成長が抑制され、過疎な環境は成長を促進する。そこで、究極の過疎状態、つまり隔離飼育をしてみると、集団コオロギの倍近くに成長することがわかった。

コオロギの場合も体の大きいものがケンカに強い。そこで、体重をそろえて集団コオロギと隔離コオロギを闘わせると隔離コオロギの方が圧倒的に強かった。中でも、透明なケースで隔離した(見えるけれど触れることができない)コオロギ(以下「インターネットコオロギ」)は、ひたすら攻撃し続け、最後には相手をバラバラにして食べてしまう異常な凶暴性を示した。

インターネット コオロギは 性行動をしない

集団のオス同士は、にらみ合いや触角のぶつけ合い程度で派手なケンカはしない。一方が逃げると決着がつき、その後の攻撃は見られない。人の紳士的なケンカに似ている。一方、相手がメスの場合、オスはラブソングを奏でてメスを交尾に誘う。メスがラブソングに応じてオスの背に馬乗りになることで交尾が達成される。性行動の主導権を握っているのはメスなのである。オスの背中に乗っても途中で降りるメスも少なくない。頻繁にメスの交尾拒否を受けるオスもいるが、集団のオスは決してメスを攻撃しない。

ところがインターネットコオロギは、相手がメスであってもラブソングを奏でるところか、オス同様相手を攻撃し続け、殺してしまう。哺乳類の攻撃性に関わる脳内ホルモンがコオロギでも見つか

り、凶暴性を反映する結果が得られている。

社会復帰できるか

大人になるまで仲間との触れ合いを一切絶たれると、雌雄の区別がつかず、性行動もできなくなるのだろうか。そこで、インターネットコオロギを集団コオロギの中に入れてみた。最初のうちは出会った相手をひたすら攻撃し続けていたが、数日後には攻撃性も収まり、性行動も正常にできるようになっていた。隔離によって本能行動のプログラムが壊れたように見えたが実際は壊れておらず、隔離後の社会的な環境によって正常なコオロギに回復できるのである。

行動が正常に発達するためには生育時の触れ合いが大切ということが哺乳類で知られている。インターネットコオロギは、そのような行動発達のしくみが、脊椎・無脊椎を問わず動物共通に体の中に組み込まれていることを教えてくれているのではないだろうか。

「Nextcom」 論文公募のお知らせ

本誌では、情報通信に関する社会科学分野の研究活動の活性化を図るため、新鮮な視点を持つ研究者の方々から論文を公募します。

【公募要領】

申請対象者：大学院生を含む研究者

＊常勤の公務員（研究休職などを含む）は応募できません。

論文要件：情報通信に関する社会科学分野の未発表論文（日本語に限ります）

＊情報通信以外の公益事業に関する論文も含みます。

＊技術的内容をテーマとするものは対象外です。

およそ1万字程度（刷り上がり10頁以内）

選考基準：論文内容の情報通信分野への貢献度を基準に、Nextcom 監修委員会が選考します。

（査読付き論文とは位置付けません）

公募論文数：毎年若干数

公募期間：2017年4月1日～9月10日

＊応募された論文が一定数に達した場合、受け付けを停止することがあります。

選考結果：2017年12月ごろ、申請者に通知します。

掲載時期：2018年3月、もしくは6月発行号を予定しています。

著作権等：著作権はご執筆者に属しますが、「著作物の利用許諾に関する契約」を締結していただきます。

執筆料：掲載論文のご執筆者には、5万円を支払います。

応募：応募方法ならびに詳細は、以下「Nextcom」ホームページをご覧ください。

その他：1. 掲載論文のご執筆者は、公益財団法人KDDI財団が実施する著書出版助成に応募することができます。

2. 要件を満たせば、Nextcom 論文賞の選考対象となります。

3. ご応募いただいた原稿はお返しいたしません。

詳細については、「Nextcom」ホームページをご覧ください。

<https://rp.kddi-research.jp/nextcom/support/>

お問い合わせ先：〒102-8460 東京都千代田区飯田橋3-10-10 ガーデンエアタワー
株式会社 KDDI 総合研究所 Nextcom 編集部

2017年度著書出版・海外学会等参加助成に関するお知らせ

本誌では、公益財団法人KDDI財団が実施する著書出版・海外学会等参加助成に、2017年度も候補者の推薦を予定しています。

【著書出版助成】

助成内容：情報通信に関する社会科学分野への研究に関する著書

助成対象者：過去5年間にNextcom誌へ論文をご執筆された方*

助成金額：3件、各200万円**

【海外学会等参加助成】

助成内容：海外で開催される学会や国際会議への参加に関わる費用への助成

助成対象者：Nextcom誌に2頁程度のレポートをご執筆いただける方*

助成金額：北米東部、欧州 最大40万円 北米西部、ハワイ 最大30万円
その他地域 別途相談（総額300万円）**

*常勤の公務員（研究休職などを含む）は応募できません。

**2016年度の実績です。

推薦・応募：Nextcom監修委員会において審査・選考し、公益財団法人KDDI財団へ推薦の上、決定されます。
応募方法ならびに詳細は、以下「Nextcom」ホームページをご覧ください。

詳細については、「Nextcom」ホームページをご覧ください。

<https://rp.kddi-research.jp/nextcom/support/>

お問い合わせ先：〒102-8460 東京都千代田区飯田橋3-10-10 ガーデンエアタワー
株式会社 KDDI 総合研究所 Nextcom 編集部



情報は、不確実性を除去するものだ。

……クロード・E. シャノン

「情報」とインフオメーション

高橋秀実

IT機器に疎い^{うと}せいか、私はいわゆる「情報理論」もほとんど理解できない。全世界に影響を及ぼしたという基礎的な論文『通信の数学的理論』（クロード・E. シャノン）を読んではみた^が、「log」やら「Σ」などの数式が並び、目がチカチカするばかり。一体、何が言いたいのかと解説書を参照すると、「情報は不確実性を除去するものだ」という趣旨らしい。数式からそう解釈できるそうなのだが、本当にそうなのだろうか。大抵の情報は不確実だし、不確実性を除去できるのは情報ではなく人ではないだろうか。^{いふか}訝りながらあらためて論文を読み直すと、シャノンはこう書いていた。

「意味論的な観点から見た通信は、工学的な通信の問題とは無関係である」*

彼の論文はあくまで「工学的」な話。つまり通信機器内における情報処理の定理にすぎないのだが、いつの間にか、これが人を含めた「情報理論」の基礎と

なってしまったそうなのである。なるほど。

私は得心がいった。「情報は不確実性を除去するものだ」とすると、情報は多ければ多いほど、確実になっていくというロジックになってしまう。その典型がいわゆる「ビッグデータ」信奉だろう。大量のデータを集積させれば、世の中を正確に把握できるかのようにいわれている。しかしシャノンの言葉を借りるなら、それはあくまで「工学的」にデータが大量というだけのことであって、その使い方は人にかかっている。ビッグデータを確実なものだと感じるとすれば、それは人が機械の一部になることを意味するのではないだろうか。

私の経験からすると情報は増えれば増えるほど、不確実性を増す。なぜそうなるのかと考えるに、原因の一つは「情報」という言葉である。これは明治時代につくられた軍事用語で、もともとの意味は「敵情についての

article: Hidemine Takahashi

ノンフィクション作家。1961年生まれ。東京外国語大学モンゴル語学科卒業。

『ご先祖様はどちら様』で第10回小林秀雄賞、『弱くても勝てます』開成高校野球部のセオリー』で第23回ミズノスポーツライター賞優秀賞受賞。

他の著書に『からくり民主主義』『損したくないニッポン人』『不明解日本語辞典』『人生はマナーでできている』など。近著に『日本男子が余れるところ』（双葉社）。

報告」。つまり敵視が含意されており、その名残でビジネスも「情報」を分析して「戦略」を立てたりする。ネット上に悪口が氾濫するのもおそらくそのせい。敵視に敵視を重ねるがあまり、内容が不確実になってしまうのだ。

一方、シャノンのいう情報は英語のinformation。これは「in（内部に）」＋「form（形成する）」という語源で、敵視ではなく心をつくり上げること。通信（communication）で心はつくられるわけで、かの定理も意味論的には、インフォメーションは「情報」（日本語の）を除去する、とも解釈できるのではないだろうか。

*『通信の数学的理論』（クロード・E. シャノン、ワレン・ウィーバー著 植松友彦訳 ちくま学芸文庫 2009年）

背景

数学者・工学者であるクロード・E. シャノン(1916～2001年) がベル研究所在職中に発表した論文によって、情報は定量的に扱えるようになった。そのため彼は、情報理論の父とも呼ばれている。

編集後記

今号の特集「デジタル社会と情報法」は、いかがでしたでしょうか。情報通信技術の進展は、私たちの生活、社会を急速に変えつつありますが、情報の自由な流通と保護との間で、新たな論点も顕在化しています。その最前線が「個人情報保護法」です。情報の保護と利活用とのバランスをどう求めていくのか、法学の観点からさまざまに論じていただきました。次号の特集は「メディア・コンテンツビジネス」(仮題)です。ご期待ください。

(編集長 しのはらそうべえ)

Nextcom (ネクストコム) Vol.31 2017 Autumn
平成29年9月1日発行

監修委員会 (五十音順)

委員長 舟田 正之 (立教大学 名誉教授)
副委員長 菅谷 実 (白鷗大学 経営学部 客員教授／
慶應義塾大学 名誉教授)
委員 依田 高典 (京都大学 大学院 経済学研究科 教授)
川濱 昇 (京都大学 大学院 法学研究科 教授)
田村 善之 (北海道大学 大学院 法学研究科 教授)
辻 正次 (神戸国際大学 経済学部 教授／
大阪大学 名誉教授)
山下 東子 (大東文化大学 経済学部 教授)

発行 株式会社KDDI総合研究所
〒102-8460 東京都千代田区飯田橋3-10-10 ガーデンエタワー
TEL : 03-6678-6179 FAX : 03-6678-0457
URL : www.kddi-research.jp

編集協力 株式会社ダイヤモンド社
株式会社メルプランニング
有限会社エクサビーコ (デザイン)
印刷 瞬報社写真印刷株式会社

本誌は、わが国の情報通信制度・政策に対する理解を深めるとともに、時代や環境の変化に即したこれからの情報通信制度・政策についての議論を高めることを意図しています。
ご寄稿いただいた論文や発言などは、当社の見解を示すものではありません。

- 本誌は当社ホームページでもご覧いただけます。
<https://rp.kddi-research.jp/nextcom/>
- 宛先変更などは、株式会社KDDI総合研究所Nextcom (ネクストコム) 編集部にご連絡をお願いします。(Eメール : nextcom@kddi-research.jp)
- 無断転載を禁じます。