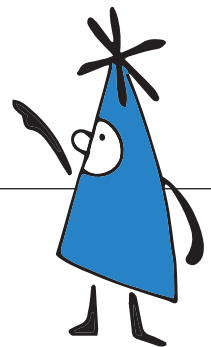




議論しよう！

ビッグデータの光と影



買い物や情報収集、移動…

私たちの「日ごろの行動」についてまわる「履歴」。

その「履歴」を誰かが監視し、分析しながら、

あなたを「こんな人」と断定し、あなたの「進むべき方向」に導いているとしたら…

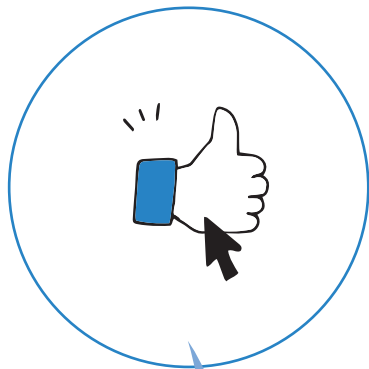
ビッグデータがもたらす光と影について、

何に期待でき、何が問題になるのか、議論してみましよう。

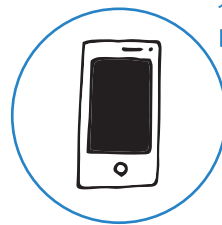
ネットの検索履歴
ネットの閲覧履歴
視聴履歴



SNS への投稿
コメント書き込み



スマホなどの
ログ情報



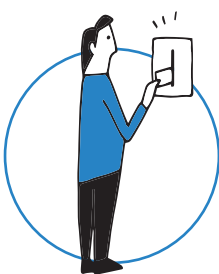
カーナビやスマホの
GPS 機能による
移動記録



ネットでの
購買履歴
クチコミサイト
投稿



街頭カメラ
による記録
顔認証

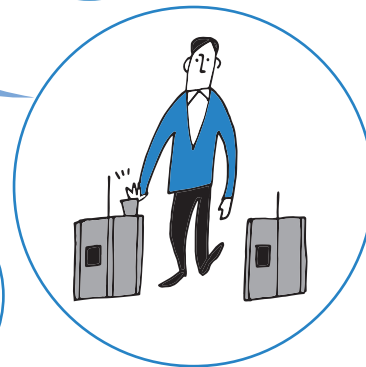


マンションの
入退室記録

ポイントカード
電子マネー
クレジットカード
などによる購買履歴



ATM での
生体認証



交通系 IC カード
による移動記録

わたしたちは、知らず知らずのうちに「足跡」を残しています。

一日の行動のうち、さまざまな場面で「履歴(データ)」が残っているのです。

たとえばものを買ったり、サイトを閲覧したり、SNS に投稿したり、

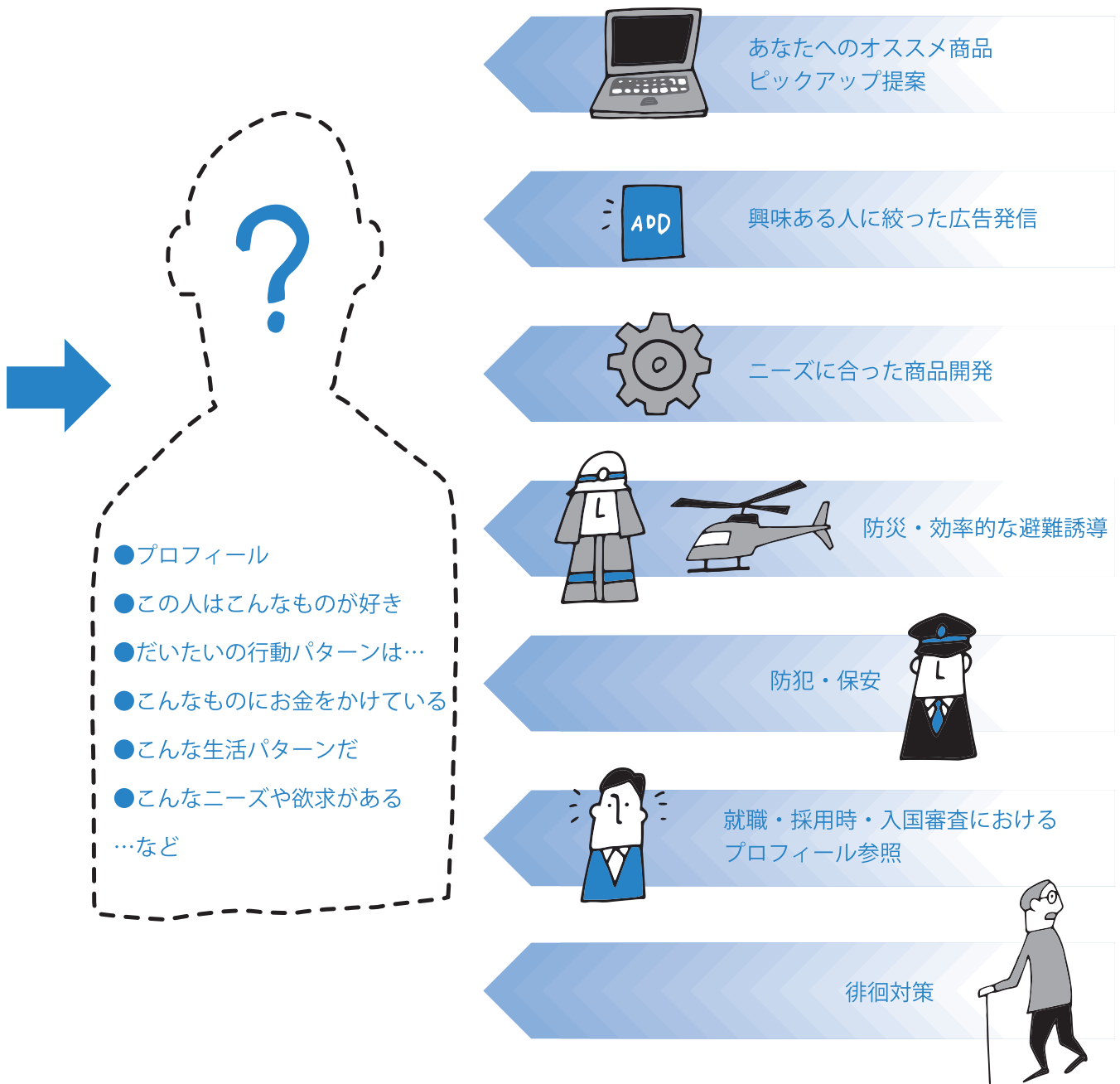
あるいは街角の監視カメラや、スマホの位置情報などを含めると、

意識するしないに拘らず、いろんなところに足跡を残していることがわかります。

memo ビッグデータとは？



私たちの日々の行動の中から、電子機器、通信機器を使って収集した、膨大かつ多様なパーソナルデータを分析すると、個人個人の関心ごとや、行動パターンが推測できます。これらはマーケティングやセールス、あるいは防犯防災・保安、研究などに利活用されています。



あなたは、こんなものが好きでしょうか？いつもこんな行動をとるでしょうか？

ビッグデータは「あなた」を「こんな人物」と定義します。

その上で「自動的に」あなたの望む「選択肢」を提供してくれます。

またはあなたのプロフィールが自動生成され、行政や企業の活動に参照されます。

あなたの残した足跡が、あなた自身の「未来」をつくる、そんな時代に向かっています。

memo カスタマイズ・マーケティング

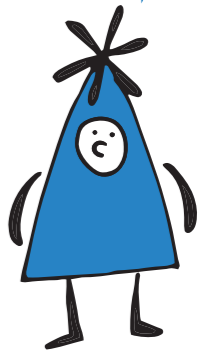


従来は「マス・マーケティング」といい、大量生産したものを、大量に売る時代でした。しかし現代は人々の価値観(嗜好や欲求)が多様化し、人それぞれ「買う理由」が違います。そこで企業は、できるだけ一人一人の欲求に「最適化」した販売活動を行うため、「カスタマイズ・マーケティング」が主流になり、ビッグデータの利活用が不可欠になりました。

ビッグデータのしくみ

私たちの未来はどうなっていくのでしょうか？

議論しよう！



ネットの検索履歴
ネットの閲覧履歴
視聴履歴



SNS への投稿
コメント書き込み



ネットでの
購買履歴
クチコミサイト
投稿



スマホなどの
ログ情報

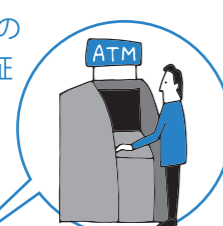


カーナビやスマホの
GPS 機能による
移動記録

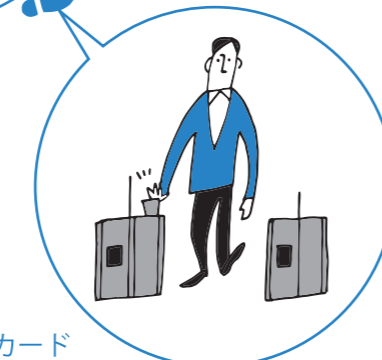


街頭カメラ
による記録
顔認証

1 私たちは日々、行動の足跡(履歴)を残しています。



ATM での
生体認証



交通系 IC カード
による移動記録



ポイントカード
電子マネー
クレジットカード
などによる購買履歴



2 それらの
データを集約

一人一人の
日々の
行動を通じて集約
した膨大かつ多様
なデータ

3

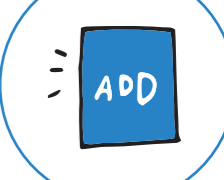
プロフィール
を特定

- プロフィール
- この人はこんなものが好き
- だいたい行動パターンは…
- こんなものにお金をかけている
- こんな生活パターンだ
- こんなニーズや欲求がある
- …など

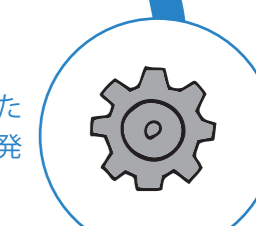
4 マッチング



あなたへの
オススメ商品
ピックアップ提案



興味ある人に
絞った広告発信



ニーズに合った
商品開発

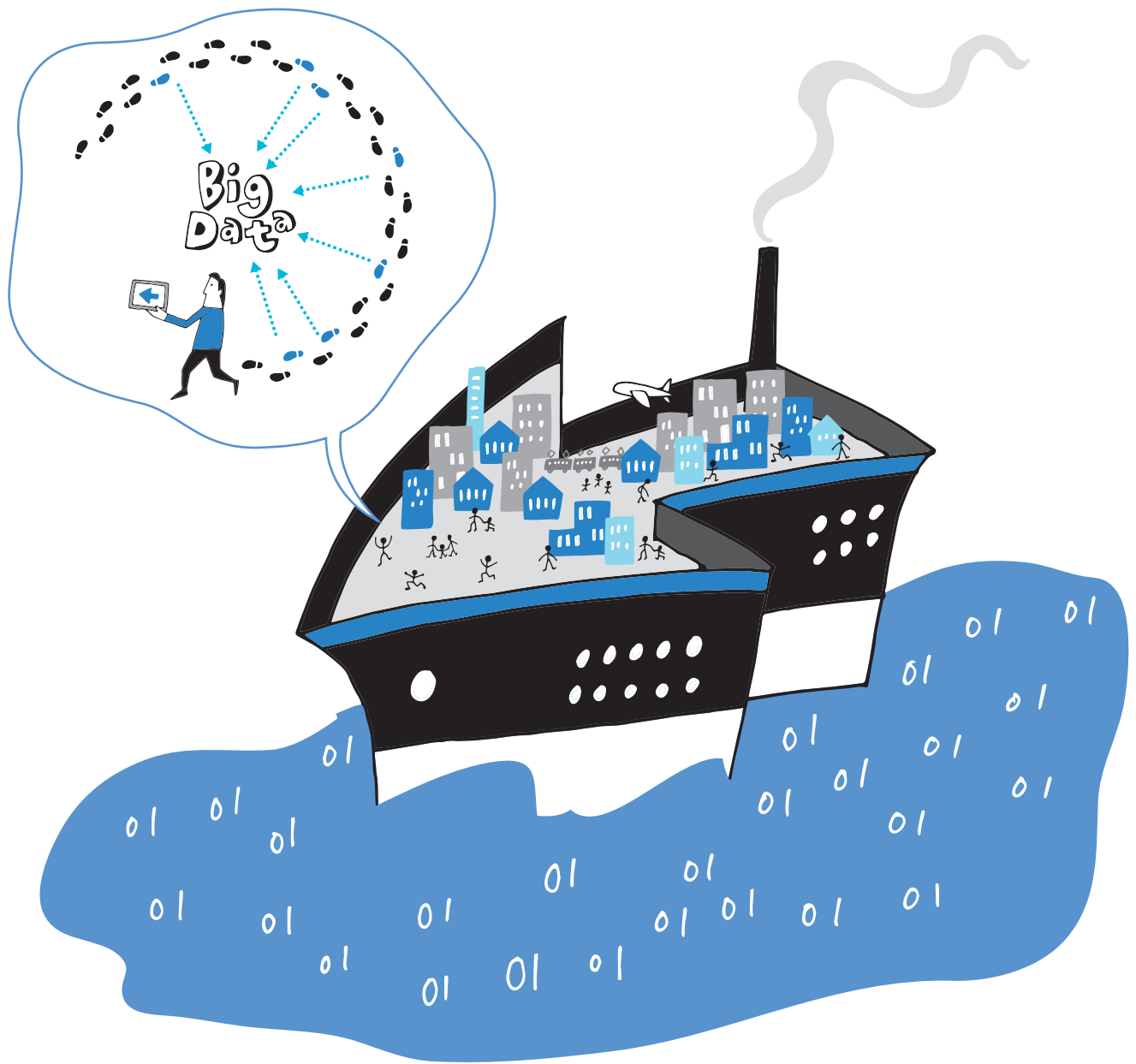


防災
効率的な避難誘導

防犯・保安



就職・採用時・
入国審査における
プロフィール参照



そこでちょっと考えてみてください。

私たちは、ほんとうに自分の意思で、私たちの未来に向かっていっているのでしょうか？

もしかしたらビッグデータが作り出す、目に見えない「社会の動力」が、

知らず知らずのうちに方向性を決めているのかもしれない。

私たちの未来はどこに向かうのでしょうか？自由に舵を切ることはできないのでしょうか？

memo 個人情報保護法とパーソナルデータ



個人情報保護法が成立したのは2003年ですが、それから技術はどんどん進み、インターネット上などに個人が特定されそうな情報が数多く流通されるようになりました。

そこで政府は「個人情報保護法の改正」に向けた協議を始めたのですが、ビッグデータを活用した業界の取り組みを妨げることになるため、グレーゾーンになっています。

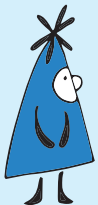


そう考えると、私の「これから」は、私の残した「足跡データ」が決めるのかもしれませんが。そこでちょっと考えてみてください。

ともすれば知らず知らずに「選択肢」が狭められてしまったり、あるいは「考えること」や「直感」が必要なくなったり。

そもそもそのデータは、本当に「わたし」が残した足跡で、私の望む道なののでしょうか？

memo 個人情報保護法とパーソナルデータ



個人情報保護法が成立したのは2003年ですが、それから技術はどんどん進み、インターネット上などに個人が特定されそうな情報が数多く流通されるようになりました。そこで政府は「個人情報保護法の改正」に向けた協議を始めたのですが、ビッグデータを活用した業界の取り組みを妨げることになるため、グレーゾーンになっています。