

## 知っておきたい個人情報のコントロール

### 博物館学芸員課程受講生を対象として

岡部 晋典\*

#### 要 旨

本稿では、個人情報のコントロールについて、図書館情報学の視点から紹介する。まず手がかりとして、武雄市の図書館の運営をカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社に指定管理化した際に巻き起こった論争について紹介する。また、近年よく耳にするビッグデータ概念を素描した上で、我々にとって身近となりつつある様々なウェブサービスやスマートフォンのアプリケーションに対する付き合い方について概説する。

#### キーワード

プライバシー、ビッグデータ、SNS、ポイントカード、紐付け

#### 1. はじめに

本稿では、追手門学院大学博物館学芸員課程受講生を読者層として念頭においた、望ましいあり方の個人情報のコントロールについて記す。もちろん本稿は学芸員資格の取得を目的とする学生に限らず、大学初年度の学生一般も読者層として想定されている。

近年、さまざまな利便性の高いウェブサービスやスマートフォンのアプリケーション（以下アプリ）等が身近になりつつある。これらは使い方を間違えなければきわめて利便性の高いものであるし、現代社会に生きる学生である以上、ある程度は使いこなせて当然である。しかし、その提供される利便性の対価として、自分は企業等に「何」を売り渡しているかという点については、受講生にかぎらず、一般にはそれほど注意が払われていないように見える。そこで本稿では、これら各種のウェブサービスを利用する「代価」を概観し、よりよい学生生活に資することを目的とする。したがって本稿では学術的新規性のある情報を生産することを主たる目的とはせず、2013 年現在の交通整理を主眼とする。

なお、予め断っておくが、筆者の専門は図書館情報学であり、本年報で主として扱われる博物館学は詳しいわけではない。しかし現在、MLA 連携<sup>1)</sup>という言葉が盛んである。図書館情報学をベースにしつつ、学芸員とし

ても必要であろう情報の取り扱い方についての一助になれば幸いである。

#### 2. 図書館利用者カードを T カードとする試み

2012 年 5 月、佐賀県武雄市市長が、武雄市図書館の指定管理者を CCC（カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社）とし、同時に図書館の利用者カードを同企業の運営する T カードにするという発表を行った<sup>2)</sup>。この発表は図書館関係者に衝撃をもって受け止められた。公の施設の運営を民間に代行させる指定管理者制度は図書館の運営でも広く行われているが、今回のケースではとくに図書館利用者カードを T カードとすることは是非をめぐって議論が噴出した。TUTAYA のレンタルに限らず、ガソリンスタンドやコンビニエンスストアで広く使えるこのカードは、利用するごとにポイントが付与され、1 ポイントは 1 円として換算、利用可能である。本を借りる際にポイントが付与されることは一見、望ましいように見える。しかしこの裏側では、これまで図書館が墨守してきた重要なミッションを侵害するのではないか、という危惧が提出された。

T カードを発行された人間、あるいは CCC のサービスをインターネットで申し込んだ人間を CCC は T 会員と呼んでいるが、規約<sup>3)</sup>によれば、CCC は T カードを

\* 近大姫路大学教育学部

利用した際の購買行動履歴やポイント使用状況、サービス利用時の行動を収集している（T 会員規約第4条2）。また、その収集した情報の利用方法として会員のライフスタイルの分析や、それを元にした商品情報等の営業案内を行うと明記している（第4条3）。平たく言い換えれば、T カード利用者の購買行動を分析し、それに適した広告を提示することがCCC の大きなビジネスモデルである。例えば、30 代男性がTSUTAYA で幼児向けアニメ映画を借りるとした場合、かなりの確率でその男性には子供がいると推測される。これだけでは精度は低いものの、他の各種の購買行動をいくつか組み合わせることで、かなりの精度でその人間のライフスタイルの分析が可能となる。

### 3. 紐付け、ポイント、図書館の貸出履歴

情報を組み合わせて、新しい情報を生み出すことは一般的には「紐付け」と呼ばれている。例えばデジタルカメラの写真撮影時刻とGPS データの時刻を組み合わせることで、どこでどのような写真を撮影したかという新しい情報を生み出すことができる。このように何かしらのキーを手がかりに複数の情報を組み合わせることで、新規の情報の生成が可能となる。例えば我々がウェブを巡回する際には、IP アドレスやブラウザ名、OS 名といった各種の情報いわゆるユーザエージェントを大量に発信しており、これは一般には意識されないものの、サーバ側から確認すると、アクセスしてくるクライアントがどのような情報行動を行なっているかは比較的簡単に解析を行うことができる。

本来、マシンパワーの制限により詳細に情報を紐付けし解析することは得られる情報に対しコスト面で見合わなかったものの、コンピュータ能力の向上とともに、これまで顧みられていなかった大量の情報を紐付けし解析しようという動きが盛んである。この際に扱われる膨大なデータのことを一般にビッグデータと呼ぶ。例えば東日本大震災の際に、どの道路が通行可能で、どの道路が通行可能ではないか分析するサービスがGoogle とHONDA によって提出されたが<sup>4)</sup>、これも道路地図のデータと各個人の所持するスマートフォンのGPS データを紐付けすることによって生み出された情報を元に行っている。つまり、ビッグデータを解析することで、個々

人のライフスタイルや情報行動を推測し個人を丸裸にすることもできるし、一方で災害時に利活用できる社会的に意義のある情報を生み出すことも可能である。

ともあれ、図書の貸し出し履歴は、企業からすると相当に有用なデータだと推測される。というのも、たとえば調べ物に関するデータはその人の興味関心に直結するデータだからである。ガーデニングや料理といった興味関心のデータであればそれほど差し障りはなくとも、例えば遺産相続や訴訟関係といった、利用者が周囲の人間に知られたくないであろう情報は、即座にビジネスに繋がりがうる。そもそも購買行動や図書の貸出でポイントが付与されるということは、それ相応にポイントを支払っても企業が欲する我々の「何かの」情報がそこには存在するということである。どのような属性の人間が、どのような購買行動や本を借り出す行動を行なっているかを把握できれば、それは企業にとっては無差別広告より能率のよい広告効果が見込める。

一方、図書館の世界では貸出履歴というのは、きわめて繊細な手つきでもって扱われるべき情報であるとされる。歴史的な経緯としては、戦前や戦中、その個人の読書傾向の調査と、それをもとにした特高警察の弾圧があり、またそれに図書館が手を貸したとも一般的には解されている。これに対する深い反省のもと、図書館は貸出履歴を基本的には消去することを旨としてきた。読書の自由、すなわち個々人の良心の自由を墨守することが図書館の重要なミッションである。このミッションは、1954 年に採択された「図書館の自由に関する宣言<sup>5)</sup>」で謳われている。歴史的経緯および図書館のミッションを理解している人間からすると、貸出履歴を一企業のマーケティングに使わせるということは到底納得できるものではない。一見ヒステリックにも見えた、CCC による指定管理化に対する反対は、歴史を踏まえているからこそ当然ともいえる背景があった。ただし、「図書館の自由に関する宣言」が想定していた、図書館は利用者の読書の秘密を守るという理由は、政治思想的な自由を侵害させられないがための防御策であって、近年の貸出履歴活用に関する、企業によるマーケティングや、あるいは図書館の利用頻度分析による具体的なタイトルの蔵書回転数の把握などという視点とはやや位相を別としているという指摘は可能かもしれない<sup>6)</sup>。いずれにせよ、

指定管理者制度を導入する際の決まり文句である「民間の活力を利活用」という題目のもと、利用者の読書履歴、読書傾向を企業のマーケティングに用いることは、地方自治体として行なってよいものかどうか議論の余地があることは間違いない。しかし一方で、図書館界に対して、「図書館の自由に関する宣言」がそもそも前提としていた利用者の読書の秘密を保持する理由が時代とともに忘れられつつあるがゆえ、読書履歴のマーケティング活用に対する直接的かつ有効な対抗策を打ち出せなかった、つまり時代的な齟齬を来してしまっている点も同時に指摘することは可能であろう。ともあれコンピュータの性能向上とともに、個々の人間だけでは分析しきれなかったデータが、新たな意味を持ち始めた点については過不足なく抑えておく必要があると思われる。

#### 4. プライバシーの語源とその変遷

プライバシーについてここで軽く触れておく。プライバシーとは、日本語的な感覚では個人の秘密にしておきたい情報という意味合いを持つが、そもそもの語源は deprive と関係する。deprive は「[+ 目 + of + (代) 名]〈…から〉[ものを]奪う」と辞書的に説明されるように、なにかを奪われた状態ということとなる。この「何か」に相当するものが、Public であるといわれている。Public は「公の…」という意味がある。この変化形である Publish は「出版する」であるし、Publicity となると、これは広報という意味となる。Publish は公に何らかのものを周知させるために公開することを意味するし、Publicity は自らの状態を広告することを意味している。つまり、public と privacy は裏返しに関係にあり、Public（公開する状態）を deprive（奪われている）状況が、privacy となる。

1890 年、ウォーレン&ブランドアイスは『ハーバード・ロー・レビュー』において、プライバシー権についての論文を執筆した。ゴシップジャーナリズムに対抗するために執筆されたこの論文は、プライバシーを“right to be let alone”と定義している。つまり「ほっといてもらう権利」「秘密にしておいてもらう権利」として privacy は発生した。こののち、1967 年にコロンビア大、アラン・ウェスティンはよりプライバシー権に積極的な意味合いを持たせ、自分で自分の情報をコントロールす

る権利であると『プライバシーと自由』において論じた。ウェスティンの定義が日本では一般的によく知られている。自分で自分の情報をコントロールする権利は一般的に「自己情報コントロール権」と解されており、近年では「個人、グループ又は組織が自己に関する情報を、何時どのように、またどの程度に他人に伝えるかを自ら決定できる権利」と考えられている。このあたりは教科書的な言説でも周知であるが、一方、過度に情報をコントロールする権利を振りかざすことによって、社会的な損失も起きているのではないか、という指摘が数少ないながら近年登場しはじめている。例えば、小学校で連絡網等の名簿を作るにあたっても、拡大解釈された「個人情報」の壁に阻まれ、結果として名簿の作成が困難になっている…という現状とそれに対する批判である。これら、個々人が自分の情報を過度にコントロールしようとするがゆえに、逆説的に全体が社会的コストを負担することになっているのではないか、という指摘が存在し始めている<sup>7)</sup>一方、例えばスマホアプリの普及とともに、いくらか個々人が努力しようとも自分の「個人情報のコントロール」の制御が効かない状況が現実として生じている。

#### 5. ウェブサービスやスマホアプリにおける情報の垂れ流し

本稿の冒頭では、断片的な情報を紐付けすることによって新しい情報を生み出すケースについて紹介したが、それ以外にも、我々が無意識的に他者に重要な情報を売り渡しているケースはしばしば発生する。例えば、インターネット回線を利用して他者と通話するアプリである LINE や、ソーシャルネットワーキングサイトの代表格ともいえる Facebook、求人や商談、専門家へのアクセスを実現するサイトである LinkedIn などの爆発的な普及は、我々が無意識に垂れ流している電話帳といったデータを企業側が利活用することに支えられているといえる。

筆者は様々な大学において、これらのウェブサービスやスマホのアプリがみんなの情報を抜き取って活用していることを知っているか、と尋ねることが多いが、反応は芳しいものではない。これらサービスは便利だから利用するという視点が先行し、裏で何が行われているかという点について注意を払っている学生は少ない。実際に

は Facebook や LinkedIn への加入を勧める勧誘メールを受け取ったり、あるいは LINE でまだ登録していない知人友人の連絡先が表示されることを経験していても、それがなぜ実現できているのかについて理解している学生はほとんどいない。端的に言えば、これらのウェブサービスは我々の持っているデータ、とくに電話帳データを入手することで他とのつながりを自動推薦する仕組みとなっている。各アプリやサービスの規約を読むと、電話帳のデータを提供するという文言は記述されているが、実際に規約を隅まで読む利用者はまずいない。また、厄介なことに、自分がどれだけ個人情報のコントロールにつとめていても、知り合いの誰かがこれらのウェブサービスを利用することで、自分の情報を企業側に自動的に渡されてしまう、という仕組みが存在する。企業からすると、我々の交友関係を把握することは、その中における口コミでの広告効果を狙うことができるため、営利に直結する。主に Facebook ではこれを主眼とした運用を行なっているとみられている。

Google の提供するウェブサービス、Gmail が登場した当初は、各所からきわめて大きな批判がなされた。Google の主たるビジネスモデルは、利用者に検索したフレーズや過去の閲覧履歴にマッチした広告を自動提示することに負っている。同じく Gmail に関しても、メール本文を自然言語処理し、個々人のメールに対応する広告を提示することで運用を行なっている。メール本文を機械的とはいえ解析することは、通信の秘密を侵害するものではないか、個人の思想信条の自由を侵害することではないかという批判が大きくなされた。Google はそれらの意見に対し、広告提示のアルゴリズムは、機械が機械的に解析しており、個々人の情報を人間がいちいち解析しているわけではないと反論している。Google の場合は機械的解析による自然言語処理であったが、近年登場しているウェブサービス等はそれ以上直接的に、我々の持つ電話帳というデータをターゲットとしているケースが多い。実際、スマホの電池を長持ちさせる、という謳い文句で登場したアプリが実は詐欺商品で、実際の機能は、そのアプリをインストールした利用者の電話帳を吸い出し、そのデータが出会い系業者に提供されていた事件は記憶に新しい<sup>8)</sup>。本件はさすがに事件として立件され逮捕者まで出たが、我々が便利だといって無意

識に使っているサービスも、本質的なところでは近似したものがある。

SF 小説家ジョージ・オーウェルの執筆したディストピア小説『1984』では、ビッグ・ブラザーという監視システムが描写されている。ビッグ・ブラザーは人々の生活をあらゆる面において監視する、全体主義国家における恐怖の象徴として登場する。『1984』のなかで繰り返されるフレーズ、Big Brother is watching you. (偉大な兄弟はあなたを見ている) はよく知られており、当時においては将来ありえる一つの恐怖だった。しかし現代においては、そのような全体主義・単一的な迫害システムは幸いにして成立せず、一方、人々による相互監視による生きづらさが現前しているともいえよう。例えば未成年者の飲酒告白についての過度な個人情報晒し…一般的にはウェブ上で「祭り」といわれる、個人の情報を裸にする運動などはその象徴である。マンパワーを頼んだ検索であるがゆえ、中国では人肉検索といわれるが、このように個々人による相互監視が結果として我々の生きづらさに繋がっている仕組みを、Little Sisters と呼ぶこともある。また、我々が気にせず各自、ウェブ上や現実世界に残していくデータを紐付けすることで、我々を監視することも可能になりつつあることを称して、Big Data is watching you<sup>9)</sup>、と言い換える動きも欧米では時々目にするようになってきている。

では、このような状況において我々はどうのように対抗策を打ち出すことが可能なのだろうか。端的に言ってしまえば、打つ手が無いというのが現状である。自分だけで自己情報をコントロールするように頑張っても、友人の誰かが自分のデータを誰かに売り渡すサービスを利用してしまえば、自分でどれだけ努力しようが無駄ともいえる。したがって素直に考えると、「自己情報のコントロール」というプライバシーの前提条件がそもそも崩壊しつつあるのが事実である。しかし、これまで見てきたように、各種の情報は「紐付け」することによって新たな情報が生成される。そこで、蟻螂の斧のような対抗策ではあるが、「紐切り」の手法を紹介する。ある特定の情報をキーとして、他の情報と情報を組み合わせることで新たな情報を生み出すことが紐付けであるならば、わざと誤情報をキーとして与えることにより、情報の生成を阻害する手法である。詳細かつ具体的な手法に

については述べないものの、例えば欺瞞するデータを持つ複数のアカウントを取得するなどし、サーバ側に偽データを囁ませ統計上のノイズを発生させることで個々人の情報行動の特定を阻害するのである。諜報活動などでは知られてほしくない情報をマスクするために大量の誤情報を撒くというが、これはある程度参考になろう。

#### 【注、引用文献】

- 1) 博物館, 図書館, 文書館の連携のこと. Museum, Library, Archives の頭文字をとってこう呼ばれる.
- 2) ニュースリリース: 武雄市とカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社の武雄市立図書館の企画・運営に関する提携基本合意について.  
[http://www.ccc.co.jp/company/news/2012/20120504\\_003337.html](http://www.ccc.co.jp/company/news/2012/20120504_003337.html), (参照2013-3-4).
- 3) T会員規約. <http://www.ccc.co.jp/member/agreement/>, (参照2013-3-4).
- 4) 八木浩一, 林昌仙. 災害時におけるITS分野での取り組み事例-乗用車・トラック通行実績・道路規制情報-. 情報処理学会デジタルプラクティス. 2012, vol.3, no.1, p.3-8.
- 5) 図書館の自由に関する宣言. <http://www.jla.or.jp/portals/0/html/ziyuu.htm>, (参照2013-3-4).
- 6) この経緯については笠間書院のレポート笠間に掲載された拙稿のエッセイ, 岡部晋典. 錆びはじめてきた、図書館の伝家の宝刀を研ぐことは可能か. [http://kasamashoin.jp/2012/11/53\\_2.html](http://kasamashoin.jp/2012/11/53_2.html), (参照2013-3-4). も参考にされたい.
- 7) 仲正昌樹. 「プライバシー」の哲学. ソフトバンククリエイティブ, 2007, 216p.
- 8) (2012年11月9日 読売新聞) "出会い系業者、不正アプリで電話番号1000万件収集". 読売新聞. 2012-11-9.
- 9) Gillian Tett. Big Data is Watching You. FINANCIAL TIMES.  
<http://www.ft.com/cms/s/2/97cffaf0-e1b5-11e1-92f5-00144feab49a.html>, (参照2013-3-4).