

2019年9月に、以下の通りカメラ画像利活用セミナーを開催し、130名を超える参加者にご来場頂きました。「カメラ画像利活用サブワーキンググループ」での検討※を踏まえ、リアル店舗・商店街等で進むカメラ画像をはじめとしたデータ活用について、最先端の取組を進める企業から紹介頂くとともに、カメラ画像を活用する際に生活者とのどのように相互理解を構築していくか、有識者を交えてパネルディスカッションを実施しました。

カメラ画像利活用セミナー

-リアル店舗・商店街などでのデータ活用事例と、生活者との相互理解構築について-

開催概要

日時 : 2019年9月17日 (火) 15:00~17:00
場所 : ベルサール東京日本橋 (東京都中央区日本橋2-7-1 東京日本橋タワー4F)
共催 : IoT推進コンソーシアム、経済産業省、総務省、NEDO、JIPDEC
参加者 : ITベンダー、小売、不動産、メディア等 (130名超)

プログラム

①開会挨拶

総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 消費者行政第二課
 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

②カメラ画像利活用ガイドブック・事例集のご紹介

説明資料 ⇒ <http://www.iotac.jp/wg/data/camera/> からダウンロードできます。

③【企業プレゼンテーション】カメラ画像等データ活用で変わる生活

『リアルストアにおけるカメラ活用事例』

古賀 輝幸 氏 (トライアルグループ 株式会社ティ・アール・イー 代表取締役社長)

『ファミリーマート佐江戸店におけるカメラ・センサー取得データの利活用の可能性』

宮下 卓也 氏 (パナソニックシステムソリューションズ ジャパン株式会社
 ストアビジネスソリューションズ株式会社 代表取締役社長)

『カメラを活用した街のセンシング』

徳島 大介 氏 (日本電気株式会社 デジタルトラスト推進本部 マネージャー)



④【セッション】生活者との相互理解構築のために配慮すべきこと

(登壇者)

菊池 浩明 氏 (明治大学 総合数理学部 先端メディアサイエンス学科 教授) ※モデレータ

板倉 陽一郎 氏 (ひかり総合法律事務所 弁護士)

古谷 由紀子 氏 (公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 監事)

若目田 光生 氏 (一般社団法人データ流通推進協議会 理事、株式会社日本総合研究所 上席主任研究員)

古賀 輝幸 氏 (トライアルグループ 株式会社ティ・アール・イー 代表取締役社長)

宮津 俊弘 氏 (パナソニック株式会社 コネクティッドソリューションズ社 IT革新推進部 パーソナルデータ利活用推進担当 主幹)

徳島 大介 氏 (日本電気株式会社 デジタルトラスト推進本部 マネージャー)

◆ 企業プレゼンテーション登壇者



古賀 輝幸 氏
 トライアルグループ 株式会社ティ・アール・イー
 代表取締役社長



宮下 卓也 氏
 パナソニック・システムソリューションズ
 ・ジャパン株式会社
 ストア・ビジネス・ソリューションズ株式会社
 代表取締役社長



徳島 大介 氏
 日本電気株式会社
 デジタルトラスト推進本部 マネージャー

※IoT推進コンソーシアム「データ流通促進ワーキンググループ」では、2016~2018年にかけて「カメラ画像利活用サブワーキンググループ」を設置。IoT・AIの進展に伴い、もはや一般的である防犯目的でのカメラ画像利活用に限らず、店舗のスマート化やマーケティングなど商用目的などで利活用を進める場合に、カメラに映る(可能性のある)生活者に対してどのような配慮をし、相互理解を構築していくかを取りまとめた『カメラ画像利活用ガイドブック』を公表。

➢ 経済産業省プレスリリース : <https://www.meti.go.jp/press/2017/03/20180330005/20180330005.html>

➢ 総務省プレスリリース : http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000040.html

※2019年5月には、生活者とのコミュニケーション上重要になる、データ取得前の「事前告知」やデータ取得時の「通知」の仕方について、事業者の実事例を紹介する『カメラ画像利活用ガイドブック 事前告知・通知に関する参考事例集』を公表。

➢ 経済産業省プレスリリース : <https://www.meti.go.jp/press/2019/05/20190517001/20190517001.html>

➢ 総務省プレスリリース : http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000066.html

セッションレポート

生活者との相互理解構築に向けて配慮すべきこと

カメラ画像利活用セミナーでは、「生活者との相互理解構築に向けて配慮すべきこと」と題し、カメラ画像利活用サブワーキンググループ（2016年-2018年）の座長を務められた、明治大学 総合数理学部 先端メディアサイエンス学科 教授 菊池 浩明氏の進行で、有識者と事業者を交えたパネルディスカッションが行われた。

はじめに、トライアルグループ 株式会社ティー・アール・イー、パナソニック株式会社、日本電気株式会社の3社から、個別プロジェクトにおいて生活者との相互理解構築のために配慮したことや、生活者の反応などについてご紹介頂いた。

ティー・アール・イー 古賀氏からは、トライアルグループのスマートストアの取組について「店舗入口や店内の目につくところにマーケティング目的でカメラを設置していること等を掲示する他、Webサイトでも情報発信。スマートストアに係るトライアル社の取組は動画でも発信している。店舗オープンの際にはメディアの取材・報道があり、生活者に広くご理解頂けているように感じている」と紹介頂いた。

パナソニック 宮津氏からはファミリーマート佐江戸店の店頭での通知の事例について紹介頂くとともに、「社内で、パーソナルデータ利活用担当として、現場の様々な悩みを聞いている。その際には、コンプライアンス（法令遵守）だけでなくコンセンサス（社会受容性）を重視するように話をしている。前者は個人情報保護法の遵守であり、後者については、プライバシーに配慮し、社内受容性を高めるためにどうしたらよいか、ということだ。後者については、従来は立ち返るところがなかったが、今は、カメラ画像利活用ガイドブックを活用している。社内だけでなく、お客様企業などが理解を深めるための勉強会にも、講師として協力することが増えている」と説明頂いた。

日本電気 徳島氏からは、商店街などの公共空間でのカメラ画像利活用に取組について、「来街者に対して一目で何をしているかわかるよう、通知文面にイラストを活用したり、外国人の方が多いエリアでは多言語対応したりしている。商店街を普段使われるお客様がどこを通ることが多いのかを想定し、なるべく多くの方の目に留まる場所に事前告知・通知の看板を設置。商店街で大きなお祭が開催される際には、はじめて商店街にいらっしゃる方も多いただろうと想定し、お祭のパンフレットの広告枠を買い取って通知・公表を行った。現場の看板や広告枠の誌面で伝えられることは限られているので、端的に伝えるべきことだけを記載し、詳細を伝えるWebサイトを用意して、QRコードを使ってリンクするなどの工夫も行った」と紹介頂いた。

なお、徳島氏からは、商店街でアンケートを実施したところ、快適なまちづくり施策検討のための人流計測カメラ設置の取組について、「とても良い」「どちらかといえば良い」との回答が7割以上であったことも併せて紹介された。

予め実施スキームをよく検討することが重要

続いて、各社の個別プロジェクトでの取組を踏まえて、有識者を中心に、生活者との相互理解構築のために配慮すべきことについて、ディスカッションが進められた。

まず、ひかり総合法律事務所 弁護士 板倉氏が、「登壇されている3社とも、カメラ画像利活用ガイドブックの前提をきちんと踏まえ、“スキームを構築してから”はじめていることが重要」と指摘。「誰が、個人データの取得主体なのか、データは誰がどういった形で共有するのかなど、予め整理した上で、事前告知・通知などが実施されている。実施スキームは、取組によって様々だ。例えば、事業会社がデータ取得・管理を直接行う場合もあれば、ソリューションベンダーが事業会社から委託などを受けてデータを取得・管理する場合、複数の企業が共同で取得・管理する場合など。おそらく、生活者に取組をよりわかりやすく、不安のない形で伝え、問い合わせに対応するなどコミュニケーションを図っていくには、取組に参画するどの企業が前面に立って対応するのがよいか、などについても、熟慮されて実施されているのだろう」とコメントした。

データ流通推進協会 理事/日本総合研究所 若目田氏も「取組に関係する登場人物をすべて書き出して、その関係性やデータの流れをまず可視化することが重要。それができて初めて、事業開発部門から法務部門へ相談したり、必要に応じて弁護士など外部の有識者にも相談ができる」とコメントした。さらに「プライバシーバイデザインの考え方に基づけば、リリースの直前にスキームを考えるのではなく、初めの段階、事業開発・事業設計の際に行うことが重要。開発が始まってしまってからでは、手戻りが大きくなってしまいう可能性がある」と付け加えた。



セッションレポート (続き)



ガイドブックを活用する際の留意点 形式主義はNG!

若目田氏は、「ガイドブックの活用留意点をお伝えするとすれば、形式主義ではだめだ、ということ。よく『張り紙をすればいいんだよね』などと言われることがあるが、貼り紙は1つの手段でしかない。また、『事前告知は何日前にすればいいのか』と問われることもあるが、例えば『このエリアの生活者の利用頻度が概ねこれくらいなので、○日前に告知すれば、十分に情報をお伝えできるのではないか』など、自ら考えなくてはならない」と発言した。

板倉氏も、形式主義では、今回紹介のあった3社のような丁寧な対応はなし得ないと話す。「対象となるお客様や、カメラへ映り得る生活者がどのような母集団なのかを想定し、情報の適切な伝え方を、都度よく検討することが大切だ。本セミナーで紹介のあった例では、スマートストアの取組を進める小売企業が、CMやメディア露出を通じて、自社のイメージを“テクノロジーカンパニー”へと刷新、利用する生活者との間に齟齬が生じないような土壌を醸成することにも力を入れている。商店街での実証実験の例では、大規模なイベントが開催される際には、初めて商店街を訪れる人へも情報が伝わるようにパンフレットで情報発信をしていた。こういった対応は『他社がこうしているからそれをやればいい』という形式主義の対応では、なし得ないだろう」と語った。

生活者への丁寧な説明・情報発信を継続し、相互の理解を深めていくことが求められる

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 古谷氏は「3社から紹介頂いた事例は、生活者、企業双方にとって有効な事例。事前告知や通知の方法について、店頭での掲示と、Webサイトを組み合わせ、多様な方法がとられていることは重要」とコメントした。また、「今後、利用目的を具体的に提示だけでなく、実際に生活者のデータがどのように取り扱われ、どのような効果がでているのかについても情報発信を頂けると『実は心配することがないのだな』『生活をこのように豊かにする取組なのだな』と、生活者側の理解も進むのではないかと、生活者とのコミュニケーションを丁寧に深めていくことの大切さについて語った。

モデレーターの明治大学 菊池氏も「本セミナーの中で紹介のあった『店舗内で、来店者が立ち止まる頻度の高い場所をヒートマップで表し、店舗の品揃えの改善を行っている』などの事例が、サンプルでもいいので、具体的に目に見える形で、生活者が知る

機会があると、『何をされているのかわからなくて不安』と感じる人も、理解を深めていくことができるのではないかとコメントした。

100%はない中で、生活者から信頼を得る企業の取組を

最後に、カメラ画像などのセンシングデータを活用しこれから新しいサービスを始める人に向けて、有識者からのメッセージで、ディスカッションは締めくくられた。

板倉氏は「ソリューションベンダー側から発注元である事業会社へ、事前告知など、生活者との配慮事項について理解を深めてもらう働き掛けが必要になる場合もあるだろう。『これはいい技術だ』というだけではだれも説得できないので、事業会社側にも生活者への配慮をきちんとやってもらうことを説得できるようにするまでビジネスを成熟させつつ、展開していったほしい」とコメントした。

古谷氏は「企業が新規事業開発に携わる場合など、生活者への配慮事項について社外の詳しい人に相談ができるような体制を作るというのでも有効ではないか。また、企業は生活者に対して、丁寧に説明し、生活者が信頼できる事業者であってほしい」と語った。

古谷氏の発言を受けて、若目田氏からは「今後、サービスについて人間中心の設計・アプローチができ、アカウントビリティを果たせる企業が生活者に選ばれるような社会になるとよい」とコメントした。また、「技術の進化は非常に早く、法制度・ガイドラインにすべてが網羅されているという状況は益々難しくなってくるだろう。企業側から、国などに対して、こういうことをやっていきたいと積極的に働きかける姿勢がより重要になるだろう」と語った。

モデレーターを務めた菊池氏は「テクノロジーにも100%はないし、生活者との相互理解構築においても、これをやれば100%理解頂けるという解はない。登壇頂いた3社のように、生活者との相互理解構築のためのコミュニケーションの努力を継続することが極めて重要だ」と強調した。また、「今回のパネルディスカッションは、スキームの構築、プライバシーバイデザイン、事前告知など、『事前』について話が多かったが、サービスリリース後も生活者が問い合わせでき、不安を払しょくできるといふ、『事後』の対応を丁寧にできるような体制構築が、今後ますます重要になってくるだろう」とコメントした。最後に、「本日のセミナーの内容をぜひ参考にして頂いて、カメラ画像の利活用を積極的に推進して頂きたい」と述べ、ディスカッションを締めくくった。