

第2回創業等ワーキング・グループ 議事概要

1. 日時：平成25年4月11日（木）13：00～15：05
2. 場所：中央合同庁舎第4号館2階第3特別会議室
3. 出席者：
 - （委員）大崎貞和（座長）、大田弘子（議長代理）、金丸恭文、滝久雄、長谷川幸洋
 - （専門委員）川本明、久保利英明
 - （政府）寺田内閣府副大臣
 - （事業者）日本経済団体連合会、日本ベンチャーキャピタル協会
 - （消費者庁）松本消費者制度課個人情報保護推進室長、辻畑消費者制度課課長補佐
 - （経済産業省）佐脇商務情報政策局情報経済課長、
山西商務情報政策局情報経済課課長補佐
 - （金融庁）古澤総務企画局市場課長、栗田総務企画局企業開示課長
 - （事務局）滝本規制改革推進室長、羽深規制改革推進室次長、中原参事官、武藤参事官
4. 議題：
 - （1）消費者庁、経済産業省、事業者からのヒアリング
「ビッグデータビジネスの普及（個人情報利用制限の見直し）」
 - （2）金融庁からのヒアリング
「ベンチャー企業の育成その他の成長支援のための資金供給の促進」
 - （3）国際先端テストについて

5. 議事概要：

○羽深次長 それでは、定刻になりましたので、始めさせていただきます。第2回創業等ワーキング・グループでございます。

本日は、浦野委員、森下委員が御欠席でございます。また、久保利専門委員は14時ごろから御参加となります。本会議の大田議長代理にも御出席をいただいております。

開会に当たりまして、まずは寺田副大臣から御挨拶をいただきたいと思っております。

○寺田副大臣 先生方、お忙しい中、本当にありがとうございます。大臣が国会の公務所用のため、どうしても出ることができませんで、くれぐれもメンバーの皆様によろしくということでした。

創業等ワーキング・グループは、正にこの創業を促し、リスクマネジメントの供給、そして、経済の活性化の観点からも極めて注目をされております。1,500兆円の個人金融資産の大宗が預貯金、しかも金融機関も非常に預貸率が低くて、国債を買っているだけの状況で、何とかこのリスクマネーの供給、これはエクイティの分野において、より活性化をさせなければならないということで、私が所掌しております金融庁からも今日は、そうした

成長マネーの供給、あるいはベンチャー企業の育成、地域の企業のピックアップ、様々な規制、非常に重い開示関係のワークロードの緩和といったような点についてプレゼンがあるかと思えます。

また、ビッグデータの問題、これも親会議でも議論になり、今日は大田議長代理が来られておられますが、是非とも活発な御議論のほどをお願いいたしたいと思えます。ありがとうございます。

○羽深次長 ありがとうございます。ここで報道の皆様は御退室をお願いします。

(報道退室)

○羽深次長 では、今後の議事は座長をお願いします。

○大崎座長 それでは、早速でございますが、本日の議題1「ビッグデータビジネスの普及」に関しまして、消費者庁、経済産業省、事業者からのヒアリングを行わせていただきます。関係者の方々に御入室をお願いいたします。

(消費者庁、経済産業省、事業者入室)

○大崎座長 消費者庁、経済産業省、日本経済団体連合会の皆様におかれましては、本日は御多忙のところ御出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

それでは、まず消費者庁から個人情報保護の制度の概要について、10分程度ということをお願いしておりますが、御説明をお願いいたします。

○消費者庁(松本個人情報保護推進室長) 座ったままで失礼いたします。消費者庁消費者制度課個人情報保護推進室長の松本でございます。

本日は説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。お手元に配布されております資料1-1に沿いまして、個人情報保護法について説明を申し上げます。

1ページ、こちらは個人情報保護制度の体系を簡単に図式化したものでございます。既に御案内の委員の方も多いこととは思いますが、改めて制度の体系を御確認いただければと思います。

まず、三角形の図が真ん中にございまして、その下に書いてありますとおり、体系としまして、大きくは左側の民間部門、右側の公的部門に分かれます。消費者庁が所管します個人情報保護法は図の赤色の枠、左側の民間部門の方を規律する法律となります。

一方、三角形の右側、公的部門につきましては、それぞれ別の規律が置かれておりまして、青色の「国の行政機関」、緑の「独立行政法人等」、これらにつきましてはそれぞれの法律で、また、オレンジ色の「地方公共団体等」につきましては、地方公共団体において制定されます条例で規律されるという体系となっております。

ただし、個人情報保護法に掲げられました基本理念、国や地方公共団体の責務などにつきましては、公的部門においてもその趣旨が尊重されることになりまして、これが三角形の一番上の部分で示しているところでございます。

さて、三角形の左側に戻りまして、赤色の枠の下に黒い枠で「主務大臣制」とございます。これはそれぞれの事業等の分野における具体的な個人情報の取扱いは、その分野を所

管する主務大臣が権限と責任を有するという仕組みがとられております。

矢印の先に示しておりますとおり、個人情報の取扱いは、事業者の事業活動の一環として行われるということになりますので、当該事業者の事業活動と不可分なものという形になります。また、業種や業態に応じた形で様々な特性を有する。こうしたことにかんがみまして、個人情報取扱事業者に対する監督というものを、その業を所管する主務大臣が行うという形になっております。

また、各主務大臣のもとでそれぞれの分野でガイドライン等を作成しております、これが事業者の方々が取組を行う上での指針となるわけでございます。

2 ページ、法律の目的でございます。目的の第1条をお読みいただきますと、上から6行目に下線を引いておりますとおり、「個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、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」とされております。

下の※のところに書いてありますが、個人情報保護法の主目的が個人の権利利益の保護にあると。それに随伴して個人情報の有用性への配慮も目的に含まれるということが明確化されております。したがって、法律は必ずしも一面的に個人の権利利益の保護のみを目的とするものではございません。有用性と保護の両面の適正なバランスを図るということを趣旨として明らかにしているところでございます。

3 ページ、個人情報保護法における個人情報の概念でございます。ここから本日のテーマに特に関係してくることかと思えます。法律に定められました個人情報の定義となります。

個人情報とは、①生存する個人に関する情報である。

②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。識別性でございます。特にこの識別性の部分につきましては、合理的な一般の人から見て、特定の個人に行き着けるかどうかという点での判断をするという考え方をとっております。

③他の情報と容易に照合することができ、それにより特定個人を識別することができるものも含まれるということでございます。容易に照合することができるということは、例えば事業者において特別の時間や費用をかけてやるということではなくて、通常の業務における一般的な方法で照合ができるかどうかということになります。

4 ページ、個人情報の利用に当たりましての規律がどのように定められているかということで、利用目的の特定及び利用目的による制限でございます。

前段部分の第15条、利用目的の特定でございますけれども、個人情報取扱事業者は、個人情報を取り扱うに当たって、その利用目的をできる限り特定しなければならないとされております。消費者庁としましては、これは個人情報を適正に取り扱うための基礎的な部分であろうと考えております。

後段の16条の利用目的による制限でございますが、個人情報取扱事業者はあらかじめ本

人の同意を得ないで、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されています。

4 ページの一番下の※ですけれども、個人情報がみだりに取り扱われることを制限することを通じまして、本人の権利利益の侵害を未然に防止しようという趣旨でございます。簡単に言えば、本人が知らないうちに自分の個人情報が勝手に使われまして、それが悪用されることがないように、利益を守る必要があるということでございます。

ただし、枠で囲いました中の方の下の方に小さい字で書いてございますけれども、一定の場合には、利用目的外の利用ができると法律上は明記されていることでございます。

5 ページ、第三者提供の制限につきまして、基本的には本人の同意を得ないと個人情報について第三者への提供ができないということになるわけですが、法律上の例外が設けられております。

まず、本人の同意を得れば、これは問題ありません。本人の同意がなくても提供できる場合としまして、①法令に基づく場合。②人の生命、身体または財産の保護に必要で、本人の同意を得ることが困難な場合。③公衆衛生・児童の健全育成に必要で、本人の同意を得ることが困難な場合。④国や地方公共団体またはそうした主体から委託を受けた者に協力する場合で、同意を得ることにより、事務遂行に支障を及ぼすおそれがあるときというものでございます。

次に、オプトアウトの場合でございます。これはあらかじめ第三者に個人情報を提供することをお知らせし、かつ本人の求めに応じて提供を停止することを通知しているような場合。これは第三者への提供が可能となることとなります。

最後に、第三者に該当しない場合として、実体からして第三者とはとらえられない者ということで、例えば委託先への提供。これは当然ながら監督責務が生じます。それから、企業間の合併に伴うような提供。あるいはグループによる共同利用というものがございませぬ。このような例外に当たるときは、第三者への提供が可能ということになります。

簡単ですが、説明は以上になります。

○大崎座長 ありがとうございます。

それでは、質疑は後ほどまとめて行いたいと思いますので、続きまして、経済産業省から、データ利活用をめぐる制度的な課題について御説明をお願いいたします。

○経済産業省（佐脇情報経済課長） 経済産業省情報経済課長をしております、佐脇でございます。

資料に基づきまして、御説明をいたします。資料1-2を御覧ください。

1 ページ、私どもはデータを利活用するという日本の、とりわけ事業者の取組が非常に遅れていると危惧をしまして、それを促進するための様々な施策を総合的に講じるべきだと考えています。その証左になりますデータを幾つか並べました。

1 つ目は、IBMの調査データで、グローバルで見たCEO等を対象にしたアンケートでございます。上の2つは、「有用なデータにアクセスする」、「データから有意義な洞察を得

る」といったデータの利活用に関する観察ですけれども、グローバルの企業のうち、高業績企業は低業績企業の倍近いスコアを出しています。一番下は日本でして、どちらかといいますと低業績企業並みということになっています。

2 ページ、これは日本企業のデータの利活用の実態をもう少し細かく見たものでございます。左側は投資の状況です。IT投資は多々ありますが、例えば、業務効率化あるいは財務状況の見える化についてここでは便宜的に守りの投資と表現してございますけれども、グラフでいいますと上側になります。これにつきましては、日米の比較になってはいますが、日本は米国並みにしているということですが、下に参りまして、左側の表記で赤色のものは、どちらかといいますと、より積極的にデータを使うための投資ですが、これは、北米は非常に進んでいる企業が多くございますが、日本は少ないという環境になっています。

具体的にどういうデータに着目しているか。そういう行動を観察したものが右のグラフになっています。業務コスト削減、業務プロセス効率化ということに符合するように、販売データのようなものは非常によく活用しているわけですが、その他の様々なデータをしっかり使うということには、かなり遅れているなと思っています。

これをマクロ的に示した象徴的な指標を次のページに書いています。世界経済フォーラムの調査でして、表の一番右側を見ていただきますと、日本は規制・制度等が原因として、なかなかデータを活用できていないということになるわけでございます。中央はハード整備ですので、インターネットへのアクセスといったようなことでございます。インフラは整備されるものの、事業環境はまだまだということがここ端的に表れていると思っています。

このようなことを考えておりますと、正直に申しまして、本来、事業者の方々が様々なチャレンジをしながら、リスクも含めてとっていただくというのも一つの在り方かと思えますけれども、やはり私どもの責任があります事業環境の整備というものが、そういった萎縮する状況を生み出していることは否めないということを次の4 ページに書いています。

そのために何をすべきかということにつきまして、経済産業省の中で議論し、現在、執り行われておりますIT戦略本部などとの議論を深めていこうと思っております項目を5 ページに書かせていただいております。「適切なプライバシー保護に配慮したデータ利活用促進のためのルール・仕組の構築」を筆頭に、多種多様なこのようなデータの取得、流通、利活用に関する施策を総合的に展開しないといけないと考えているところでございます。

本日の議論に関係いたしますプライバシーに関することにつきまして、やや字が細かくて恐縮ですけれども、6 ページから少し書いています。

2 つ目の○の辺りですけれども、事業者は当然、法律等に基づきまして、利用規約などを示して、しっかり対応しているというわけですが、実のところ、その利用規約を示された個人がそれをしっかり理解しながら同意をしているかというところについて、なかなか

難しい問題が残っています。更に所定の手続をとっておりましたが、実態的な判断から、世の中からプライバシーの観点から問題ではないかという指摘を受けて、結果的に事業の取りやめに陥ることが多々あることを前提に事業者はリスクを回避する観点から慎重になる。

そういったことが本質的には、今、日本の企業が直面している問題だと思ってございまして、法律のルールをどこまで明確化することともに、下に書いてありますように、現行の個人情報保護法とそれを超えるプライバシーに関する課題は、こういう関係になってございまして、これらについて足りないルールをどう作り、どこを緩和するかをトータルに議論していく必要があるのではないかと考えています。

そういう問題意識から、経済産業省においてはパーソナルデータの利活用に関するワーキング・グループを動かしてございまして、どのように最初に事業者が個人情報を取得するときに同意をとり、消費者と適切な信頼関係を構築するか。そのための手続はどうかということでもありますとか、例えばそういう事業者の行動をチェックするような第三者機関のようなものを在野に育てることで、合理的な企業ごと動かす仕組みが作れないかということを検討させていただいています。当然ながら、国際的な調和も重要になるわけでございます。

時間もございませんで、あと2つのページは少し簡単に飛ばしますが、7ページに書いておりますのは、ドコモのモバイル空間統計というもので、携帯基地局がありますので、携帯電話を持っている人をつなぐために基地局ごとの人数のようなものが把握できることになっています。これはある意味、ダイナミックな地理的な人口動態を記述する非常に有用なものですけれども、現状パブリックユースに限って提供されているという慣行になってございまして、商業利用することに関する利用者の理解が得にくいという企業側の判断から慎重になっているという実態がございまして。

このような状況下ではありますが、私どもはデータ利活用により、いろいろなサービスが花開くのではないかと期待してございまして、例えば次のページの電力の利用データの使い方でございます。現在、エネルギーマネジメントという観点から、様々な電力利用データをとってマネージするということになっておりますけれども、これはうまく使えば、ホームセキュリティ、家電メンテナンスといった様々な利用ができるのではないかと考えています。

次のページは時間の関係で飛ばさせていただきます、最後にあと3～4分ございまして、今回議論になります匿名化の観点のうち、特に論点が深いと思われまます連結可能匿名化という観点について、私ども経済産業省として、どう理解をしているかを紙にまとめましたので、御参照ください。

その前提といたしまして、次のページの絵を使い、私どもの理解を御説明します。個人から情報を受け取り、この中央の企業が個人情報を持っている。それに対応表をつけながら匿名化情報を生み出し、この中央の企業は個人情報と対応表を持ったまま、匿名化情報

だけを第三者に出す。そういうことが連結可能匿名化であり、そのときのリスクを考えるべきなのかと思っています。

ポイントは再識別化に関するリスクで、これをどうマネージするかということについて、制度を改めてどう作り込むのかということが課題なのではないかと、私どもとしては理解しています。

戻っていただきまして、A4の縦書きの資料でございます。これは私どもが、日ごろ、法の運用につきまして、お付き合いをさせていただいております有識者、更には法策定当時に担当した役人などと議論をした上で、暫定的にそれらを踏まえた現状と申しますか、私どもの認識を前提に記載したものでございます。何分急いでやりましたので、テンタティブなものとして御了解いただければと思います。

少し長くなりますけれども、読ませていただきますが、個人情報保護法は法目的の規定にありますように、ITが非常に発展する中で個人に係る様々な情報が多様な経路を経て、思いがけず連結され、特定の個人が識別できるようになる可能性が高まっている。そういう認識のもとで、自分の意思に沿って個人情報を管理してもらいたいという個人の期待、権利利益を保護することが一義的な目的だと理解しています。したがって、そのような法律の趣旨を貫徹させつつ、個人情報の有用性に配慮するということを考えながら、法運用をしてきたと考えています。

現行法におきましては、個人データの第三者提供に際しまして、原則として本人同意を要するというようにしてはいますが、このような立法趣旨を端的に表した条項だと思っています。個人情報事業者は完全に識別性をなくした情報であれば格別ですが、対応表を持ったまま連結可能匿名化情報を本人の同意なく第三者に提供するという場合には、提供先などにおきまして再識別化の可能性が一定の確率で上がり、本人の期待に反する事態になりかねない点を重視して、現行では同意なき第三者提供は認めていないのではないかと理解しています。

他方、最初に御説明しましたように、パーソナルデータをうまく使うというための政策展開が喫緊の課題になっていると思ってございまして、そういうことを進めていきたいわけですが、一番下のパラグラフに書きましたように、実態としては、企業は個人情報保護法の遵守を超えて、プライバシー保護の観点からの社会の評価、批判というようなことを踏まえつつ、範囲を見極めているというのが実態でして、正直に申しまして、コンプライアンス意識の高い企業ほど、非常に慎重になっているということは否めないわけですが、少し幅広い観点からのルール作りが課題ではないかと思っています。

以上のことを考えまして、次のページですけれども、連結可能匿名化情報をどう考えているかということですが、本人の同意なく第三者に提供できるようにするという施策を検討する場合には、それによって高まる再識別化のリスクを低める措置を併せて講じることが必要かどうか。これはいろいろな講じ方があるかと思いますが、そういう多面的な検討を行うことが不可欠ではないかと理解しています。

これらの論点を広く吟味しない場合には、個人情報保護法の運用そのものに対する批判が起きるのではないかと懸念してございまして、そうなりますと個人情報保護法を遵守しているということだけで、結局また企業はリスクを減じられないということになってはいけないと考えているわけでございます。

したがいまして、現時点での私どもの見解といたしましては、そういった幅広い検討をした上で、この問題については解決していくべきと考えてございまして、この後どんな議論になるかは分かりませんが、例えば一つの条項の解釈変更というシンプルな論点に還元して処理するよりは、むしろ立法措置を含めた検討を射程に収めて議論をしていくのが、本筋ではないかという印象を現時点では持っています。

もう時間がありませんので、最後のページについては説明しませんが、いろいろと議論する中で、いろいろなリスクを回避するためのとるべき要素がいろいろあるという議論がございまして、このような措置を各事業者において、どういうレベルでやらせるか。どこまで社会的に規律していくかという論点が残されているかと思っています。

多くのことを駆け足で説明しまして、申し訳ございませんでした。以上です。

○大崎座長 ありがとうございます。

それでは、引き続き、事業者のお立場から日本経済団体連合会の御説明をいただきたいと思えます。できましたら、規制上の問題と考える点について、より突っ込んで御説明をいただければと思えます。

○日本経済団体連合会 日本経済団体連合会の産業政策本部副本部長の川口でございまして。

本日は、私ども日本経済団体連合会の資料1-3に出しております、ビッグデータのビジネス普及に関する規制改革要望につきまして、御説明をさせていただく機会をいただきまして、本当にありがとうございます。時間も限られておりますので、早速ですが、本件の背景となるビッグデータのビジネス活用をめぐる状況につきまして、実際にビジネスに携わっている事業者の方々に来ていただいておりますので、御説明させていただきたいと思えます。よろしくお願いいたします。

○日本経済団体連合会 小林でございまして。よろしくお願いいたします。

では、資料1-3に基づきまして御説明申し上げます。

スライド3ページ、ビッグデータのもたらすインパクト。これは言わずもがな、最近はまだ話題になっております。ここで挙げられているようなことは、様々な可能性を秘めているということで、例としましては、米国のヘルスケア領域では3,000億ドル以上の価値創出等が期待されています。価値創出だけではなくて、雇用として下の四角の方に出ているように、2018年までに米国では14万人～19万人の分析専門家が不足して、意思決定できるような人たちが不足するということが言われています。

スライド4ページ、これも調査会社のレポートになりますけれども、ビッグデータの時代が到来しますと、様々なデータが非常に急速に増える。扱うデータ量が増えるということや関連の市場の規模の拡大が、CAGR39.4パーセントという数字がここにたまたま出てい

ますが、非常に期待されているということでございます。

スライド5ページ、そもそもビッグデータとはということで、Volume、Variety、Velocityという3Vというのが一般的に言われているのですが、最近はValueですね。量の過多ではなく、そのデータが持っている価値とか意味というのをどのようにひもとくかということが着目されてございます。

スライド6ページ、そういうことができるようになったという背景は、ハードウェアとかソフトウェアの進化。いつでも、どこでも、誰とでもつながって、データが収集できたり、分析できたりする背景には、このようなCPUパワーの性能の向上、ストレージの33倍というような量を抱えられる等の技術の進化がこの背景にあります。

ソフトウェアの領域におきましても、従来型のデータの持ち方にも技術革新がございまして、多種多様なデータを扱えるようなソフトウェア処理ができるようになってきているというところをここに示してございます。

スライド7ページ、弊社の場合ですと、ビジョンとして、ヒューマンセントリック・インテリジェントソサエティ、人に優しい社会を実現するためにICTが寄与しますということを目指して、ビッグデータがそのいい例なのではないかということでございます。

スライド8ページ、これはよく我々が使っている概念図です。上の段の緑色のところがリアルワールド、我々が普段生活している空間だと御理解ください。下がバーチャルワールド、これはコンピュータの中ということで、先ほど申し上げましたような様々な技術革新によりまして、我々の普段生活している空間から、様々なデータがとれるようになりましたということで、そのデータをセンシングして、貯めてみて分析することにより、また現実の世界に戻してあげる。こういうふうにしたほうがいいですよ、こうなのではないでしょうかという、このサイクルをいかにうまく回していくかということがビッグデータにおけるビジネス上の大きなポイントだと理解してございます。

スライド9ページ、ICTが今まで人々の生活にどれだけ寄与してきたかということです。ここに3つくらい領域を挙げさせていただいています。コンピュータというのは今までは、人がやっていたことを実現するというので、本質論の方へなかなか突っ込んでいけなかったのではないかという思いがコンピュータ屋としてはございます。

例えば医療の世界でいきますと、電子カルテのようなシステムをやらせていただいておりますが、電子カルテはすごく大事なシステムで重要であり、これからも開発を続けていくわけですけれども、幾らいい電子カルテを作っても人は病気になってしまうということから、我々はICTを使って、もう少し人が病気にならないようなこと。予防医学の世界に寄与できないか。

あるいは農業の世界でも、最近ですとコンピュータ会社が農業の話をするもおかしくなくなってきましたが、生産管理とか物流販売とか、そういうことはお手のものですが、おいしいトマトを作りたいとか、単位面積当たりの収穫量が倍のネギを採りた

いということにICTは今までは使われてこなかった。これからICTの領域を広げるためには、こういう領域にも行かなければいけないということでございます。

製造業におきましても、生産管理とかの世界だけではなくて、実際の商品開発、製品開発、使われ方の分析、故障予測など、様々なことが期待されています。情報を管理するためのシステムから現場で活用するシステムへということでございます。

スライド10ページは、中の考え方なので割愛させていただきますと、コンピューティングの考え方ということで、オンプレミス型といいますようなお客様任意でシステムを構築していくパターンと、クラウド型という最近のコンピュータの使い方サービスとして提供するパターンがございます。

スライド11ページ、我々が提唱しているコンバージェンスサービス、コンバージェンスという英語は融合とかそういうことですが、データとデータを融合したり、企業と企業を融合したり、そういうことを目指しています。先ほど来の御説明のとおり、11ページの下からは車までであったり、スマホであったり、体重計であったり、家であったり、エアコンであったり、様々なデータがとれるようになってきたときに、大量のデータを貯めて、様々な分析を施すことにより、また現実のところへ返してあげるといような仕組みをすることを目指しております。

右側にデータ型サービスということで、キュレーターがあります。これが一般的に言われるようなデータサイエンティスト、データを分析してみて、どのようなものに判断するかという人材でございます、それが12スライド目になっています。幾らコンピュータのシステムを使いましても、その使い方を考えるのはやはり人間でございます、そのデータをどう見るかを専門家として、こういう職種技能を持った方々が今ICTの世界では非常に叫ばれて、我々も育成とか、そういうことに努めてございます。

スライド13ページ、そういうような領域で従来でなかったコンピュータの新しい新領域のところビッグデータを使いながら、あるいはこれまでの業務システムと融合することにより、新しい世界を作り上げていきたいと思っております。

スライド14ページ、本日の個人情報保護の観点で幾つか我々が取り組んだことにより起きたこと、分かったことの事例を2つ、今日は持ってまいりました。これは先ほどの経済産業省の御説明のとおり、ガイドラインや法律はございますので、我々が個人情報をバイオレートして何かをしようというわけではなく、そういうのを避けながらやろうとした結果、ただ幾つか難しい点があったということでございます。

事例①、これはスーパーの陳列棚にお肉とかそういうものを並べていくのですけれども、それを監視カメラで確認して、店長が迅速な棚補充とかをするためにやるということです。目的外使用をしてはいけないということで、例えば監視カメラがスーパーとかにもあるのですけれども、これは監視の目的のためだけということで、我々は特別なカメラを用意して、棚を監視するような仕組みを実験でやろうとしました。もともとは画像を貯めてみたいということでしたが、残念ながら実際にこれをやろうとすると、お客様の顔が映ってし

もうということで、お客様の顔が映ってしまったデータを貯めることは問題があるということで、実証実験の初期の段階で計画していたような、様々なデータをとるということに非常に制限があって、実際はその画像データを貯めることができなかったということが実例としてございまして、結果として貯められるデータの種類とか量とかに制限があって、結果としては思わしくなかったということがございます。

スライド15ページ、これは女性向けといいますか、スマートフォンでお肌の状態を監視するというサービスをやっております。これはお肌をスマホで撮って、我々の画像解析の技術で状態を見るというサービスですけれども、肌的一部分、ほほの辺りを撮ることを推奨しているわけですが、撮ってしまったところが人の鼻とか目とかが写り込んでしまうということで、これもデータとして貯めていくわけにはいかないという話になりまして、これは我々としては顔が写り込まないような技術を間に挟み込む。要するに企業がコストをかけて個人情報を取り扱わないという形に持っていかざるを得なかったということで、事業としてあまりコストをかけずに素早くやりたいところ、実際にはそういう技術を入れないと事業としてはやることができなかったという例でございます。

スライド18ページ、データ利活用のビジネスについてということで、ビッグデータの活用は様々なイノベーションの可能性がございますと。ここでは例えばPOSとかスイカのような交通系ICカードの乗降履歴は、収集時に何か目的を持って集めるというのではなく、様々な想定していなかった新サービスが生まれる可能性があるということとか、他社とデータをかけ合わせることで新しいサービスが生まれる可能性があるということなのですが、右側の現状のルールですと、収集時に明示していないような目的で使用することはいけませんということであったり、第三者にももちろん提供することはならなかったりということで、この辺の制限により、利活用が事実上難しい。グレーなものはやってはいけないのではないかという判断になってしまいますということで、最後のスライドになります。

ここはいろいろと議論があって難しい話だと思いますけれども、我々としては情報を適切に利活用するための制度の整備とか見直しをお願いしたいということで、何がしかの施策を打つことによる匿名化する際の基準とか、判断する材料を明確化していただくとか、これは都度の技術にも関わってくるのだと思いますので、最適化していただくというようなことでイノベーションを起こして、新しい産業を興し、海外勢とも渡り合いながら、日本経済の成長につなげていきたいと思っております。

以上でございます。

○大崎座長 ありがとうございます。

いろいろな論点が提起されたわけですが、経済産業省、日本経済団体連合会両方の御説明にあった匿名化という論点について、事務局に資料を作成していただいておりますので、それについて御説明をいただければと思います。

○中原参事官 それでは、資料1－4を今後の議論の円滑化のために御用意をさせていただきました。設例1と設例2という2つからなっております。

設例1におきましては、個人情報取扱事業者Xが規制太郎氏についての①～⑥までの情報を保有している。そして、Xはその情報のうち、規制太郎氏の部分を①Aと言わば名前を分からないようにした上で、下記情報を保管しており、それとは別に、先ほど経済産業省の佐脇課長の説明の中にも出てまいりましたけれども、規制太郎とAが対応であるものである旨を記した対応表を別途保管している。

佐脇課長のペーパーの言葉を使いますと、これは連結可能な匿名化ということで、確かにAという意味におきまして、匿名化はされているわけですがけれども、Aが規制太郎氏であるという対応表を別途保管していますので、これを連結可能というようでございますが、そうした状況にあるということでございます。

2の「匿名化①：対応表の存在」ということでありまして、こうした場合におきまして、Xがあらかじめ規制太郎氏の同意を得ないで、下記のケースにおいて、すなわち⑤、⑥の情報を第三者Yに提供した場合、個人情報保護法23条1項によるところの、次のページに条文をつけてございまして、先ほど消費者庁からも御説明がございましたけれども、23条におきましては個人情報取扱事業者はあらかじめ本人の同意を得ないで個人データを第三者に提供してはならないとなっておりますところ、このような場合に⑤、⑥を提供したときに、その23条1項に違反するかどうかということでございます。もちろん法律の事項によって認められた場合には、該当する場合ではないものとするということでございます。

これが⑤及び⑥と限定を例でさせていただきましたのは、大概の場合は購買履歴と乗降履歴だけでこの人が誰だということは、普通は分からないだろうと。もちろん世界に一つだけのものを買ったとかいうことであれば分かりますが、そうでない限り普通は分からない。第三者Yも⑤、⑥という情報をもらったと。それでXは世田谷区で降りて何を買いましたというような情報がずらっとしているバッグデータをもらったというときに、Yはそれが誰であるかというのは普通分からないだろうという前提で、Xの提供者側の方におきまして、Aが規制太郎氏であるという対応表を持っている場合に、これが個人情報保護法の違反になるかということでございます。

佐脇課長のペーパーを読みますと、違反になるという答えになりそうな気はいたしますけれども、それは消費者庁、経済産業省から後ほどお答えを賜りたいと存じます。

3番目は、すなわち連結可能ではないという、その対応表を廃棄して、例えば捨てた場合において、あらかじめ規制太郎氏の同意を得ないで4つのケースにおいてYの情報提供した場合、個人情報の提供となって23条1項に違反するかということでございます。住所から乗降履歴まで全部を提供する場合、あるいは生年月日、性別、購買履歴、乗降履歴を提供する場合、あるいは性別、購買履歴、乗降履歴を提供する場合ということでありまして、もちろん置かれた状況によることは間違いのないわけですがけれども、ケース4に1個ほど違反しないという可能性は高まっていくような事例かとは存じますが、どこまで情報を抽象化したら匿名化と言われるかという論点でございます。

「匿名化③：連結不可能匿名化の方法」であります。これは規制太郎氏、規制次郎氏、

規制三郎氏の3名について、①～⑥の情報を保有している場合に、その②～⑥の部分をランダムに入れ替えまして、もともとの入れ替え前の一覧表を削除した上で、これをYに提供した場合に個人情報の提供となって、23条1項に違反してしまうのかどうかという連結化の匿名化の方法を、場合によっては企業においてなされているというお話も伺ったことがあるわけですが、この点について、どのように考えるかという問いでございませう。

次に、設例2でございませう。先ほど日本経済団体連合会の方のプレゼンテーションの中で、今後のビッグデータの利活用につきまして、確かに収集時にこういうことで使えますということで本人の同意をとっていただければよかったわけですが、日本経済団体連合会の御説明の18ページにございませうように、収集時に想定していなかった新サービスが生まれる可能性。収集時に明示していない目的で利用することはできないという点がございませう。

そこに端を発する問題でございませうけれども、例えば運送サービスを提供する法人Xが運送事業によって収集された個人情報について、情報の収集の際に個人情報の利用目的としてマーケティング分析に使いますというような特定をしていなかった場合におきまして、X社内におきまして本人の同意を得ないで、その情報を収集した部署の担当者αがマーケット分析を行う部署の担当者βに対して、収集した情報を提供した上で、βがマーケット分析の目的でその情報を利用した場合に、個人情報保護法に違反するかと。

これはβが譲渡目的で個人情報を利用した場合と書いてございませうが、正確に申しますと、αというのは対応表を持っていますが、βは対応表にアクセスすることはできなくて、個人を特定できない形で、どこかの男性がどこかの荷物を注文したというようなことだけが書いてあるもの。すなわちβにとっては誰がやっているかは全く分からない。

しかし、法人の中において、その対応表があるので、何らかの法人全体で見ると特定できるというような場合に、その下に書いてございませうような16条の1項、必要な範囲を超えて、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いう規定に違反するかどうかという問いが①でございませう。

①のようなことは、必要に応じてやっているということも想定されるという見方もあるのですが、②としましては、そのβに対して提供した情報、すなわち対応表がないので誰かは分からない。個人も特定できないという同一の情報を本人の同意を得ないで社外の第三者Yに提供した場合に、個人情報保護法に違反するかどうか。ここも先ほどと同じような、X社内に対応表が存在すること自体がこうした行為を違法足らしめてしまうのかどうか。その辺を確認させていただければと存じます。

以上でございませう。

○大崎座長 それでは、何か口頭諮問みたいで申し訳ないのですが、今の事務局の設例について、消費者庁と経済産業省で少なくとも現状どういう解釈をされているかを御説明いただければと思います。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長）　まず、設例1でございます。匿名化①で購買履歴、乗降履歴を提供するということですが、個人情報の該当性との関係で、これが容易に照合することで特定個人に行き着くか、識別できるかどうかというのは、個人情報を収集して保有しているという提供元の事業者において判断を今はしております。

そうしないと、それぞれの事業者ですとか立場によって、これは同意が要るのだ、要らないのだというような、極めて判断が不明確になるということがございます。ですので、提供元のXにおいて、社内に対応表があると。要するに特定個人を識別することができるということになりますと、仮にYにおいて識別できないということになっても、この⑤と⑥は個人情報であるということで、やはり原則としては本人の同意を得ていただく必要があるのではないかと考えております。

その次の匿名化②の方です。こちらにつきましては、一般的にはケース①のように住所、生年月日、性別その他の情報という記載がある場合には、特定個人の識別はしやすいと考えられます。一方で、ケース4のように購買履歴とか乗降履歴のみを記載しているということは、識別ということでは難しくなると考えます。ただ、いずれのケースにつきましても、やはり個別の状況を見る必要があります。この状況から直ちに同意が必要なのかどうか、第三者に提供できるのかどうかというところまで、にわかに判断するのはなかなか難しいかと思えます。

この事業者Xの方で特定個人をこれでも識別できるか否かということで判断されていくのではないかと。先ほど事務局の方から、例えば世界に一つだけの商品を購入したという場合は、それは識別可能性が非常に高まるという事例もあり得るわけですので、全体的なケース1～ケース4の部分はグラデーションみたいなものがあるのかもしれませんが、やはり個別具体的に判断することになるのかなと思っております。

匿名化③でランダムに入れ替えているということでございまして、こちらも一般的には特定個人の識別は難しくなると考えますが、識別照合性の部分で先ほど申し上げましたとおり、個別に具体例に基づいて判断していくことになろうかと思っております。

続けて、設例2の方にまいります。こちらの方ですが、まず利用目的の特定をしていないといったところが前提として挙げられておりますので、これが社内においてデータの方は対応表にアクセスできないとしましても、引き続きαにおきましては、容易にその情報が個人として照合できるということになれば、やはりここは特定された利用目的のための目的を明らかにした上で、合意を得た上で利用する必要があるのではないかと思えます。

一方、マーケティング分析というのがどこまでを想定されているのかは分からないのですが、配達のための個人情報を得るわけですが、その配達の目的の中に配達の改善をするということの分析としてマーケティング分析をするということになれば、利用目的の中に入る可能性はあるかもれません。ただ、このマーケティング分析が何を指すのかがよく分かりませんので、先ほどのような御説明になります。

②は社外第三者に提供するというところで、設例1の方で御説明したことと同様の考え方

になるかと思えます。

○大崎座長 ありがとうございます。

では、経済産業省からお願いします。

○経済産業省（佐脇情報経済課長） ありがとうございます。恐縮ですが、私どもの資料1-2を若干使いながら御説明したいと思えます。と申しますのは、再識別化に関するリスクについて、この法律でどう理解するかというところがポイントになると思ってございまして、資料1-2の一番最後から2枚目の絵を見ていただければと思えます。この匿名化した情報が外に出ることによって、右下に四角が書いてございまして、提供元が広く流通する識別子を匿名化に当たって添付したまま提供しているというようなケース、提供元から対応表が漏洩するリスク、あるいは提供先が様々なテクノロジーを使って再識別化すべく、いろいろなことをするという可能性がございまして。個人情報と預けた個人との関係で、どれくらい預けた人の期待が保障されるべきかがポイントになるかと思えます。

もう一枚めくっていただきまして、最後のページに表を書いたと思えますけれども、このうち左側は、いろいろなリスクをまとめております。1つは、匿名化をどこまでするかという技術上の問題。次が、匿名化を行った事業者が対応表をまだ維持している場合、その対応表をどの程度管理しているかというリスクの問題。更には、この個人情報保護法制定以来、ITが非常に普遍的に普及する中で、どんな情報も実は束ね合わせると個人を浮かび上がらせてしまうということについて、消費者がどう思うかという問題。

そこをどこまで、どう配慮しようかというのが法立法時の哲学であって、それに基づき私どもは今、運用しているわけでございましてけれども、そう考えてまいりますと、どうしても他の情報と結び付いてしまうような情報を外部に極力投げ出さないということを担保したいという観点から、この一般的リスクのようなものを想定しながら、本人の同意のない第三者提供は認めていない。そういうことなのだ、と、いろいろ勉強したところ、現時点では理解してございまして。

それを前提に説例を説明いたしますと、先ほど消費者庁からの御説明にもございましたとおり、設例1の2に関しましては、対応表が残っているという観点で、その事業者の中では依然として個人情報という位置付けになるかと思えます。

そこで注意をいただきたいのは、先ほどの絵にも描きましたとおり、提供元の事業者は個人情報そのもののデータベースと、対応表、対応表に紐づければ判明する匿名化情報を保有しています。この匿名化情報を外に出してしまうわけでございましてけれども、この対応表は元の事業者にとっては、本来あってもなくてもいいものでございまして。と申しますのは、個人情報データベースが温存できるからでございまして。

したがって、対応表をなぜ捨てられないのかという観点から考えますと、この対応表がなければ再識別化できない事業者にとってのみ価値のある表ということになるかと思えます。このため、批判的な観点から議論する識者から見ると、この対応表は誰にとって価値があるかということになりますと、再匿名化を狙う事業者にとって価値があると言わ

ざるを得ないではないかという議論が残るということでございます。御参考までに申し上げます。

設例1の3でございます。これも基本的には、対応表を保有しないという点におきましては、基本的に個人情報に当たらない可能性が高いということで運用しているつもりでございますけれども、どうしても個別の事情が残ってございます。これはまさにガイドライン等々で解釈の基準をできるだけ明確にする責務が行政庁の方にあると思っておりますし、しかしながら、私どもは具体的な個別の事案を見ておりますと、どうしても最後にどう判断するかというぎりぎりの局面がありまして、個別の事案によるとしか言いようがございません。したがって、そういったことを事前に確認するような、そういった仕組みをあわせて設ける必要があるのではないかと考えたりしております。

次に4でございますけれども、これはランダムに入れ替えるケースでございます。これも3人で氏名を除けば6項目のランダムな入れ替えでございますので、確率的に計算をいたしますと7,000分の1くらいの確率で戻るということになります。これをどれほどのものかと評価するかという点で、なかなか定量的に示せないという非常に難しいことを考えてございますけれども、こういうものについても技術的に精査した上で、何か匿名であるというようなことを示していく必要があるのではないかと考えております。ただ、どうしても消費者庁がお話しされたような留保というものを一般論として申し上げるときには、つけざるを得ないということになるかと思っております。

設例2でございます。これにつきましては、基本的には①につきましては、やはりマーケティング分析という利用目的の点について、それなりに消費者から違和感のない形で認識されているということが必要かと思っております。どこまで明記するかということは、通常、今の社会は、こういった情報はこういうマーケティングにも使うものだという常識がどれだけ定着しているかということにもよりますので、そこは社会の状況を見ながら解釈基準として出すべきものなのかなと思っております。

この対応表との関係でございますけれども、これも対応表をわざわざ温存せずとも、マーケティング分析限りで使うような匿名化データベースを作って他社に提供してしまえば足りるということになります。結論としては、②につきましては最初の1の2と同様でございます。23条1項の本人同意が必要だということに該当するのではないかと考えてございます。

以上です。

○大崎座長 ありがとうございます。

私の段取りが悪くて時間がほとんどないのですが、委員の皆様から今までの御説明について御意見、御質問をいただければと思います。どうぞ。

○大田議長代理 ありがとうございます。常識に照らし合わせて理解できないのですが、個人情報の法律では個人情報は氏名、生年月日、その他の記述で特定の個人を識別すると。あるいは他の情報と容易に照合して特定個人を識別すると。こう書かれている

わけですね。

事務局が出した資料1-4の匿名化①でいいますと、対応表があろうがなかろうが、乗降履歴だけを取り出したものがなぜ個人情報になるのか。私が今日国会議事堂前の駅を降りましたという情報が、なぜ個人情報になるのか。全く理解できないのですけれども、どう考えればいいのでしょうか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 個人情報は、最終的には特定の個人に行き着くようなものになるというのが1つでございます。ですので、全く本当に乗降履歴のみが存在するデータということになれば、これが特定の個人に行き着かないのであれば、それは全く個人情報ではないので、利用は当然可能ということになりますが、その乗降履歴の情報が例えば1つだけではなくて積み重なるということと、それが別のデータ等と照らし合わせて、一人の特定の個人に行き着くような場合になりますと、それはもしそういうデータを仮に事業者が提供を受けて使うといった場合に、その個人がそれを使うことについて了解をしているのかどうかということになってくるわけです。

ですので、まずそのデータのみであれば、それは個人情報ではないということもありますが、個人情報につながることもあるということでございます。

○大田議長代理 刑事が犯人の足取りを追うというときに、乗降記録を逐一たどるという場合ならあり得るかもしれませんが、今の話はビッグデータを使うわけですね。本人の足取りを特定するのが目的ではなくて、乗降の動向を知ることとなるわけです。先ほどの匿名化①でも同じ質問になるのですが、それで何で特定化されるのでしょうか。特定化が目的ではないわけですね。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） もちろん、そのビッグデータというところで、多分イメージされているのは、これまで蓄積をされているデータを活用して何かできるかということであろうかと思えますけれども、それが言わば個人情報というところで考えれば、そのデータを利用されるというところを守らなければいけない。もちろん利用もできるのでけれども、個人情報の保護の観点、バランスをとることがございますので、その情報から個人に行き着いて、その個人が何らかの利益権利侵害が発生するのかどうかということになってまいります。

○大崎座長 私も全く理解できないのですけれども、元のところには住所、氏名等と連結した形で乗降履歴があると。ただ、渡される先にあるものが乗降履歴だけであっても駄目だと、そこが理解できないと申し上げているのです。元のところへ戻れば、結び付けられるというのは当たり前の話ではないですか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 最初に設例に基づきまして説明しましたけれども、正に個人情報をまず集めたところがどう取り扱うかということが前提になりますので、そういうような取扱い方からすれば、その収集をした保有している事業者にとっては、やはり特定個人を識別することがあり得ると。これが個人情報に当たるということになりますので、それが外部に出されて、例えばいろいろな会社からそういうデータが外にたく

さん出されたと。それらが蓄積、積み重なって、もしかしたら一つの個人に識別される可能性もありますので、それが個人の権利利益の侵害になるかどうかというところだと思います。

○寺田副大臣 それは全く法の解釈を逸脱した規制になっていると思います。例えば物を買う。当然メーカーも識別できるわけです。小売も分かる。クレジット会社も分かる。流通会社も信販会社も、あるいはパブリック空間を提供している、スペースを提供している会社もみんな分かるわけです。

当然そういう分かることが前提で物を買うわけであって、例えば私がガス会社とエネルギー供給契約をしたら、当然こういう割引サービスがありますよとか、関連会社からも来るわけです。それは当然至極のことであって、関連会社に渡ろうが、そういったようなDMが来ようが、何ら守るべき法益は侵害していないわけです。

あるいは今の乗降データだってトリップ調査を単にやるだけですから、全く具体の法益は何も侵害していない。したがって、16条または23条に照らしめても全く問題はないはずです。個人情報保護の本来の守るべき趣旨は、それが目的外利用されることによって識別化情報として出ることによって法益が犯されて、初めて現実の侵害が発生するわけです。したがって、今のような相当手前で決め付けるやり方というのは明らかに過剰な規制だと思いますけれども、いかがですか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） まず匿名化をする、誰の情報かを分らないようにする。これは個人情報保護の観点からも、それは有益だと。その情報が誰のものが分からなくなるわけですから、それ自体はむしろ個人情報保護に資するものだと考えております。ですので、そうした全く特定の個人と切り離して、データの部分だけを使っていくという仕組みをとって、先ほど経済産業省の佐脇課長から説明がありましたように、そのリスクをどう管理していくかということなのかと思っておりますので、個人情報の保護だけで全てが使えないということではなくて、今の法律で利用目的を明らかにするとか、本人の同意を得るとか、そういったことで利用もできるわけですから。

○大崎座長 少し角度を変えて、是非日本経済団体連合会の方か、あるいは資料を作られた経済産業省の方にお伺いしたいのですけれども、例えば日本経済団体連合会で今、考えておられるようなことは、あるいは実証実験をされようとしたようなことは、アメリカではできるのですか。

○日本経済団体連合会 アメリカは私も完璧に調べているわけではないですけれども、そういうことが比較的自由的な取扱いになっていると聞いていますし、幾つか事例でもそういうことはあると思っています。

○大崎座長 だから、やはり大事なことは、日本の個人情報保護法をどこまで厳格な解釈をするかということもあるのですけれども、それ以上に日本の企業がアメリカやヨーロッパで当たり前に行えることができないということでもいいのかということだと思いますけれども、そこについてはどうなのか。消費者庁はあまりそういうことは御関心がないですか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 海外の状況でございますけれども、こうした利用目的の特定とかいう話では、もともとOECDの理事会勧告、いわゆるOECD 8原則と言われておりますけれども、それをベースに日本もそれを準拠した形でっておりますし、海外の諸国もそれに準拠しているということで我々は認識しておりますので、取扱いのところで違いがあるのかどうかというところはさほど、そんなことはないのではないかと思います。

○大崎座長 確認ですけれども、少なくとも消費者庁の御認識としては、日本で事業者が不便だと言っているのは、それは欧米でも同じくらい不便なのであって、認識が間違っているという御理解ですか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 海外の状況をつぶさに把握しているわけではありませんので、そこまで申し上げるつもりはございません。

○大田議長代理 OECDの規定であるとか、そこは全然反対していないわけで、個人情報を守らなければいけないのは当然ですけれども、具体的にこの匿名化について書かれたこのケースが海外でどうなっているのか。経済産業省でもいいのですが、消費者庁でもいいのですが、今日でなくていいですから、分かる範囲でお教えいただきたい。これがすぐに出てこなければ、先端テストの対象とかになるのだと思うのです。具体的な取扱いについて教えていただきたいです。

○経済産業省（佐脇情報経済課長） これについては消費者庁と一緒に調べたいと思います。一般論として申しますと、欧州の方が個人の同意をとるという傾向があると聞いております。

他方、米国におきましては、どのレベルで個人との了解を取り付けるかということにつきましては、事業者の間でかなりフレキシブルにできるかもしれませんが、一旦個人と約したことについてはそれに反する取扱がなされた場合、例えばFTC、Federal Trade Commissionが消費者保護の観点から介入できると。そういう強い執行の体制とペアになっているということで、様々なコンプリメンタリーな制度と一緒に動いているのではないかと印象を受けてございます。

○寺田副大臣 日本経済団体連合会が示された2つの事例、これはいかなる規定にどう違反しているかが、いまいよく分からないのですけれども、個人が同意して肌情報を送っているわけですね。当然、顔が写ることもあるでしょうが、それも同意済みなわけですね。このデータを持つこと自体が、一体どの規定のどこに違反をするのか、消費者庁にお答えいただきたい。

最初のケースの棚情報だって、それはあくまで棚の在庫管理、ストック管理のためにやって、それは人が映ることもあるでしょう。しかし、そうした人のトレースの利用には使わないわけであって、これがいかなる条項のいかなる規定に違反しているのかを教えてください。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 違反しているか、していないかということで

はなくて、私の方も確認をとりたいのですけれども、例えば事例1で画像に顔が映るということで、もちろん画像の情報あるいは音声の情報も個人情報を形づくる一つの要素にはなり得るのですが、画像で顔が映るだけで特定の誰なのか、果たしてこの画像から行き着くのかどうかということが分かりませんので、行き着かないのであれば、これは特に個人情報といいますか、特定個人を識別するものではないのではないかと。

○寺田副大臣 では、ケース1は問題ないということですね。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） ですから、それを撮った上で、事業者が別の情報なり個人のデータと照らし合わせて、これは誰それだという特定をできるかどうかにかかってくると思います。事例2も同様でございます。

○大崎座長 今の点ですけれども、例えばどこかのスーパーが会員制か何かにしていて、会員証を発行していて、会員証に写真がついていて、その写真のデータがスーパーの中に蓄積されていると、今の陳列棚に顔が映るというのもアウトだという理屈なのですか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 既に会員証みたいな形で顔が分かっていると。その中に氏名とかいろいろなデータもあって画像が映って、そこでその事業者として、その者だと特定をされるのであれば、それは個人情報に当たる。それをどのように利用するかどうか、利用目的を明らかにしているかどうかということかと思えます。

○長谷川委員 例えばレジのおばさんが、この人はお隣の鈴木さんですよと言って分かってしまうケースだってあるでしょう。そういう場合はどうなるのですか。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） それは容易に照合できるということなのかと思えます。

○長谷川委員 となると、今のケースは駄目だということになりますね。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） 駄目だというか、利用目的を明らかにせずにそういうことをしているのかどうかということに関わっていくと思います。

○経済産業省（佐脇情報経済課長） 私が言うのも何ですけれども、データベース化されているかも重要な論点です。

○消費者庁（松本個人情報保護推進室長） すみません。個人情報をデータベースという形で、それがコンピュータ上に蓄積されることなどによりましてデータ化をされ、それが照合によって簡単に分かる。そういうような中に入った個人データを保護するということになります。

○大崎座長 他にいかがでございましょうか。どうぞ。

○金丸委員 根本から引っくり返して恐縮ですけれども、まず、経済産業省に聞きたいのですが、ビッグデータの定義はどんな定義なのでしょう。

○経済産業省（佐脇情報経済課長） 日本経済団体連合会の資料にもございましたように、かなり大量なデータとか、幾つか通常言われているものもございましてけれども、どこか政府で決めているとか、そういうことにはなっていないと思います。

○金丸委員 そうすると私の意見は、ビッグデータも近年、我々IT業界ではやっている言

葉で、従来はデータウェアハウスという表現もあったわけです。だけど、私の知り得る限り、データウェアハウスと言っていた時代よりもはるかに大きくなってしまった。その大きくなったデータは、先ほど日本経済団体連合会の方が事例とか挙げられましたけれども、ああいうデータは小さ過ぎて、私の認識ではビッグデータとは言わない。

今、日本の中でビッグデータを持っている企業は、世界の例がさっき示されたのですけれども、世界で言うビッグデータを持っている一企業というのは、私が知り得る限り、日本にはない。それはなぜかという、従来型の技術の分野でデータウェアハウスと言われていたサイズとほぼニアリーイコールですから、そうするとビッグデータの今の所有者は誰かという、日本の政府です。

IT戦略本部等で話をしているビッグデータの開放とかいう表現で、その開放が民間で利用されると、いろいろなビジネスに使える可能性があるという議論があるので、私は規制改革会議で議論をするときは、ビッグデータの普及と個人情報保護における個人情報の定義、あるいは匿名化をするデータの定義は分けて考えるべきだと。でないと規制改革会議の本質に関わる問題ではないかと思っております。明日、IT戦略本部の中でビッグデータ等、あるいはオープンデータとかいう議論になりますので、それを是非切り分けるべきではないかと私は思います。

消費者庁にお願いしたいというか、これは経済産業省も当時関わっておられたと思えますけれども、個人情報保護法は個人情報を保護するという名のもとに、個人情報を保有している企業を制約するというか、企業の行為規制だったり、ガバナンス等なので、今あるプライベートなカンパニーの中にあるデータにおいても、グループも今だとホールディングカンパニーがあって、いろいろな事業体があって、グループでもっと有効活用をして、目的が情報のもともとの保有者の個人に対して、被害をもたらさないような有用性がある限りは、匿名化されたデータについては、例えば個人情報とは言わないとかいう定義をしていただくと、随分みんな行動しやすいのではないかとということなので、個人情報とは該当しないという定義を是非消費者庁から提案していただければいいのではないかと私は思います。

○大崎座長 ありがとうございます。

時間も押しておりますので、いろいろと議論の尽きないところではございますが、議題1につきましては、今日のところはここまでにさせていただきます、今日いただいた様々な御意見は今後の議論の参考とさせていただきますことにしたいと思います。消費者庁、経済産業省、事業者の皆様、どうもありがとうございました。

(消費者庁、経済産業省、事業者退室)

○大崎座長 引き続き、議題2「ベンチャー企業の育成その他成長支援のための資金供給の促進」についてのヒアリングを行いたいと思いますので、関係者の方を御案内していただけますでしょうか。

(金融庁、日本ベンチャーキャピタル協会入室)

○大崎座長 金融庁、日本ベンチャーキャピタル協会に御出席をいただいております。御多忙のところ、御出席をいただきまして、まことにありがとうございます。

それでは、まず金融庁からの御説明をお願いしたいと存じます。

○金融庁（栗田企業開示課長） 金融庁企業開示課長の栗田と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。座って説明させていただきます。

お手元に資料2、御説明資料と書いた資料を用意させていただいております。それに基づいて御説明をさせていただきます。

1 ページ、これは企業の成長過程を簡単な図にしたものでございます。金融庁の政策はこれまでどちらかというと、最後の取引所市場の整備に重点があったわけでございますけれども、もっと早い段階から新規企業、成長企業にリスクマネーを供給するための方策はないかという観点から、現在検討させていただいております。

この上場前のリスクマネーの供給につきましては、現在その灰色で塗ってあるような、エンジェルとかベンチャーキャピタルとかグリーンシートとかがあるわけでございますが、いずれも規模としては非常に小さいと言わざるを得ない状況でございます。こういう既存のパイといいますか、主体を大きくするとともに、左上のところにありますように、特に死の谷と言われているようなところの資金調達を容易にする観点から、後で御説明させていただきますけれども、クラウド・ファンディングというような手法が使えるようにすることも考えまして、企業の初期の段階から上場まで連続的にリスクマネーが供給できるような体制が作れないかという観点から検討をいたしているところでございます。

そのための具体的方策につきまして、2 ページ目でございます。ここに4項目書かせていただいておりますけれども、順に初期段階からだんだん成長段階という形になっております。

一番初めの1が、新興・成長企業へのリスクマネーの供給策ということで、クラウド・ファンディング、更に地域における資本調達を促す仕組み。その次がIPOの段階になりまして、IPOの推進策として、事務負担の軽減、新興市場における株主数基準の見直し。それから、上場した企業が更に資金調達が円滑にできるような仕組みとして、上場企業の資金調達に係る期間の短縮、届出前勧誘に係る整理という項目を挙げさせていただいております。その他といたしまして、大量保有報告制度の見直し、虚偽記載等に係る賠償責任について検討をさせていただきたいと考えております。

以下、順に各項目について、簡単に御説明をさせていただきます。

3 ページ、クラウド・ファンディングでございます。現在、日本でもインターネットを使ったクラウド・ファンディングという資金調達手段はあるのですが、ほとんどの場合が寄附というような形になっておりまして、株式形態での資金調達というものは行われていないというのが実態でございます。

これに関連いたしまして、先ほど申しましたように、起業の初期段階でリスクマネーがきちんと供給できるようにするという観点から、しっかりした金融仲介業者をかまして、

インターネットを通じた株式形態での資金調達を可能とする枠組みを作れないかということで、現在検討を進めさせていただいているところでございます。これがクラウド・ファンディングの話でございます。

次が、地域における資本調達を促す仕組みということでございます。現在、非上場企業の株式を売買する制度といたしましては、日本証券業協会が創設いたしましたグリーンシートという制度がございます。それは問題意識のところにありますように、利用する企業がもともと少なかった上に減少傾向にあって、売買も低調であるということでございまして、このグリーンシート制度の抜本的見直しが必要ではないかという問題意識がございます。

グリーンシート制度が使われない理由は幾つかあると考えておりますが、その大きな問題点として、会社情報の定期的な開示とか適時開示という義務が企業にとっては非常に重い。やはり非上場企業ですので、こういう負担が非常に重くなっているのではないかという問題意識があります。

そういうことを勘案いたしまして、例えば地域に根ざした企業であれば、その地域の方、そういう企業をよく知っている株主を通じた長期保有を念頭とした資本調達、あるいは換金の場合としてグリーンシート制度を改組してはどうかということでございます。その企業をよく知っている方が投資家であれば、会社情報の定期的な開示や適時開示という義務は一方で緩めることができるのではないかということで、企業の負担軽減を図りつつ、資金の供給ができないかを今、検討しているということでございます。

5 ページ、ここはIPOの段階における事務負担の軽減でございます。現在の制度ですと、IPOのときに提出いただく有価証券届出書には、5年分の財務諸表を記載する必要がございます。また、上場いたしますと、事業年度ごとに内部統制報告書を提出しなければならないということになっておりまして、この内部統制報告書は公認会計士による監査を受けて、監査証明をつけていただかないといけないという取扱いになってございます。こういうことがIPO企業の負担になっているという御指摘もございますので、この新規上場のコストを低減させるという観点から、内部統制報告書の提出に係る負担を一定期間軽減することとか、有価証券届出書において提供が求められている財務諸表の年数を限定するというような見直しができないかということ今、考えているところでございます。

6 ページ、これも上場の際の検討課題でございます。証券取引所では現在、上場株式の流動性を確保するという観点から、上場審査基準におきまして、株主数等の要件を定めております。例えば東証マザーズであれば、株主が上場のときまでに300人以上になるという見込みがあるということが要件になっておるわけでございますけれども、新興市場における株主の基準を見直して引き下げることにはできないかという御指摘がございます。そういうこともありまして、例えば200名以上というラインに引き下げようような見直しができないかを取引所に検討いただくことが考えられないかと考えております。

7 ページ、これは上場企業で、もう上場して、かなり成熟した企業を念頭に置いている

ところではございます。上場企業が資金調達をする場合には、有価証券届出書をまず提出していただく必要があります。この届出書を出すまでは投資家に関して勧誘してはいけないということになっております。更に届出書が提出されて7日経つと効力が発生するわけですが、この7日間は投資家の熟慮期間という位置付けになっておりまして、その7日が過ぎないと投資家に実際に有価証券を取得させることはできないという取扱いになってございます。

これを少し緩和するということで、発行登録という制度が認められておりまして、事前に今後2年分どういう有価証券を幾ら出すということに登録していただければ、この発行登録自体も7日で効力が発生しますので、その後、具体的に資金調達の必要性が出てくれば、発行登録追補書類を出して、即座に投資家に有価証券を取得させることができるということでございますけれども、この発行登録をする際には、今後発行する際の有価証券の種類とか発行予定金額を記載する必要があります。

これに関しまして、まず、発行登録の際に、例えば有価証券の種類として株を指定しまして、株で幾ら調達するということに登録いたしますと、足元の株式市場はいいのですが、発行登録ただけで株価が下がってしまうという弊害が指摘されておりまして、こここのところは何とかならないかという御指摘がございます。

以上のような問題意識を踏まえまして、有価証券届出書の提出から実際の有価証券の発行までの期間を短縮できないかということ。即時効力発生とか翌日効力発生とか、そういうことができないかということ。それから、発行登録におきまして、この有価証券の種類とか発行予定金額の記載を行わずに発行登録をする仕組みが作れないかということを検討しております。

8ページ、今、御説明いたしましたように、有価証券届出書を提出する以前に、投資家に対して取得の勧誘をしてはいけないというのが現在のルールでございますけれども、それで取得の勧誘とは何ぞやというと、実は定義がなく、不明確になっております。

先ほど申しましたように、短い時間で投資家に有価証券を取得させようとする、どうしても有価証券届出書の提出前に市場のニーズを調査するというようなことが必要になってまいりますので、そういうことを認められないと困るという話でございまして、そういう観点から、この有価証券届出書を提出する前にやっつけいいこと、悪いこと、どういうことはやっつけいいけれども、どういうことは駄目だということの線引きを明確にする必要があるのではないかという観点から、現在検討を行っているということでございます。

9ページ、大量保有報告制度の見直しでございます。現在、上場会社が発行する株券の大量保有者は、これは5パーセント超を取得した人ですが、大量保有報告書を提出しないといけない。更にその提出後に保有割合が1パーセント以上増減した場合には、変更報告書を提出することが求められるということで、この提出数はかなり多くなっておりまして、1年に1万件とかいう報告書が出てくるのですけれども、そういうのがかなりの負担になっているのではないかという御指摘もございます。

こちらの問題意識のところにありますように、まず、自己株も大量保有報告の対象になるわけでございますけれども、自己株式の取得については別途その自己株式の取得報告という制度がありますので、ここは二重規制のような形になっておるので、そこを整備できないか。その他、提出者の負担軽減に資するようなことはできないかという観点から、現在検討をさせていただいているところでございます。

10ページ、虚偽記載に係る賠償責任ということで、現在では重要な事項について虚偽の記載のある有価証券報告書を提出した会社の責任に関しては、無過失責任ということになってございまして、この虚偽の記載が故意であろうが過失であろうが事実と異なっていれば虚偽ということになりますので、そういう記載をしてしまうと、ほとんど無条件に責任を負うことになってしまうということです。

一方、実際に上場企業はこういう虚偽記載を防止するために、内部統制の構築など相当コストをかけて取り組んでおられるわけでございますので、何でもかんでも責任を負う無過失責任というのはどうかという御意見があるところでございまして、このところを見直すことができないかという観点から、現在検討を行っているところでございます。

私からの説明は以上でございます。

○大崎座長 ありがとうございます。

今の説明、資料について御意見、御質問がございましたら、お願いいたします。なお、ここからの議論には日本ベンチャーキャピタル協会にも御参加いただきたいと存じます。どなたからでも結構でございますが、いかがでしょうか。

○久保利委員 遅れてきてすみません。専門委員の久保利です。

いずれも妥当だろうと思うのですが、問題意識として、これこれができないかとおっしゃっているのはどうしてなのでしょう。やろうよとおっしゃっていただければ、何の審議もなしにいきましょうという話になるのですけれども。

○金融庁（栗田企業開示課長） 我々の意識としては、この問題意識に書かせていただいた方向で前向きに検討したいと考えておりますけれども、いかんせん技術的な問題もあるわけございまして、ここで確約できるところまで詰め切れていないということで御理解をいただければと思います。

○久保利委員 ということは要するに、やる方向性で金融庁としてはお考えになっているという理解でいいのですね。

○金融庁（栗田企業開示課長） さようでございます。

○久保利委員 逆に、考えてはいるのだけれども、ここがどうしてもネックなので、この問題だけは避けて通れないという問題があれば、御指摘いただきたいと思います。例えば300人を200人にするというのは、これはある意味では簡単な話であって、300人でいいものが200人では駄目だという議論はほとんどないだろうと思います。そうは書いてあるけれども、ここは問題というところがあれば、何点でも御指摘をいただければと思います。

○金融庁（古澤市場課長） やや部分的なお答えになるかもしれませんが、先生か

ら御指摘のありました6ページの300人と200人の問題も大事な問題だと思ひまして、我々も取引所と議論を既に始めております。例えば今の実態から見たときどのくらい下げたことによって、どういうニーズがあり、どういう人たちが出てくるのだろうかということを確認したり、ここにも書かせていただきましたけれども、流動性の確保がありますので、上場したけれども、値が全然つかないという問題があるので、ここがどのくらい影響が出てくるのか。こうした点をそれぞれの項目について、見ていかなければいけないというのが一番の問題意識でございます。

これをやらなければいけないという意味では、先生の御質問のとおり、金融庁はやるつもりで考えているわけですが、もう200人に決まったから、これでもうやればいいのではないかと、まだまだ詰めていかなければいけない。こんな感じかと思ひます。

○久保利委員 要するに、福岡証券取引所とか札幌証券取引所のアンビシャスは100人、200人でやっているわけですね。今おっしゃった200人にして上場申請は出てきたけれども、さっぱり流動性がないという場合、誰が困るかということと上場した人がコストをかけてやって、上場はうまくいったのだけれども、実際的には資金が入ってこないことになるのですね。お困りになるのは一体誰なのかと考えてみると、自分のリスクでおやりになる分にはやりたいという人がいるならば、それでいいのではないかと私は思うのですが。私も立場の二重性があって、JPXの取締役という立場もあるのですけれども、マーケットをどんどん広げていこうよということ自体は、ニーズが多分あると思われるからおっしゃっているのだと思うので、認めていいのではないかと私個人としては思ひますけれども、いかがでしょうか。

○日本ベンチャーキャピタル協会 ベンチャーキャピタル協会の安達と申します。今日は本当にありがとうございます。

せっかくですので、業界の関係者として一言申し上げます。今、金融庁の御説明にありました問題意識は全く同じであります。こういうことを一個一個つぶしていただければ、必ずベンチャー業界に資すると思ひます。その問題意識は今、日本の市場においてようやくIPOは若干増えつつありますけれども、まだまだ本格的な回復ではないということで、特に日本の若い世代の起業家で日本に上場することはあまり意味を感じないという人が非常に増えております。

私の言葉で言うと、ベンチャー業界の日本空洞化ということが実際に起こっております。海外に最初から行きますと。この1つは、日本市場できちんといい会社になってもらって、メガベンチャーとしてグローバルにも活躍したいというステップのために、今回の規制緩和は是非お願いしたいと思ひています。

もう一つ加えて言いますと、1ページ目でベンチャーキャピタルの2012年の1,240億円でございますけれども、これは言葉が不適切かもしれませんが、水増しの数字でございます。実態は500億円くらいです。これはすなわち日本のGDPの0.01パーセントしかベンチャーキャピタル業界ではお金を動かしていないということで、これは我々自身の反省でも

あるのですけれども、まだまだ資金の循環も非常に苦勞しています。成功事例を作っていくことが必要であり、次代を担う若い世代の人たちが日本の市場で上場に挑戦して、社会的に認知を受けてグローバルに展開するという循環を作るための一つのステップとして、今回の緩和策導入は是非お願いしたいと思っております。

○大崎座長 他にいかがですか。

○川本委員 専門委員の川本です。

若干この問題について考えてきた人間としてお伺いしたいのは、正に課長が1ページで指摘されたように、現状はなかなか投資が国際的に見て低水準だということだと思います。とはいえ、これまで全く無策であったわけではなくて、取引所も含めて色々と努力をされてきているのですが、結論から言うと、笛吹けど踊らずというのが現状だと思います。

いろいろな努力にもかかわらず、そういう実態になっている根っこは何かというところ。こういう様々なイニシアティブをとられるのは大変素晴らしいことだと思います。それでも過去もいろいろやられましたし、なかなか市場が大きくならなかったという事実も一方であります。

それをどう考えるか。結局なぜ踊らないかということですが、やはり基本的に金融の問題として、ある種ポテンシャルのある会社を見つけて、上場に向けていろいろと面倒を見るというプロモータ、これは基本的に証券会社の仕事だと思います。要するに証券会社がリスクとリターンの関係からいって、日本の市場はリスクをとるだけのリターンはとれないと判断しているということだと思います。

その場合のリスクというのが、ベンチャーの事業上のリスクというのも、もちろんあります。しかし、これはどこに行っても同じ話です。もう一つは、法律的なリスクといえますか、後でベンチャーを失敗したときに、上場させた証券会社が悪いとか、あるいはその企業自身が悪いということで責任を追及されるということも考えられて、萎縮しているという問題があるのではないかと。先ほどの上場企業についての損害賠償責任の限定ということとは良い方向であると思っておりますけれども、これをもう少し新規上場の企業とか、そういうものにも広げていくことも含めて考えていただくということが、価値があるのかなとも思っております。

○大崎座長 そこは私が言うのも変ですが、なぜ日本でベンチャー企業が伸びてこなかったかというのは非常に深い問題で、もちろん今、金融庁がおっしゃっているようなことをやれば、それでえらく伸びるとかいう話ではないと思いますが、この前の例の容積率とかの話とも似たところがあって、だからと言って、それをやらない理由にはならないと思うので、積極的に検討してもらえればなと私は思います。

○川本委員 私もこれは是非検討していただきたいということに加えて、これもPDCAの一つだと思うので、金融庁の方でもそういうミッションを常に持たれて、仮にこれでまだ不十分な場合には、更に考えるという体制でやっていただければと思います。

○滝委員 私もベンチャーの一人ですが、もちろんごく一部の領域では役に立つと

はと思いますが、私自身はそういうものを全く期待もしていないし、役にも立たないという感覚です。本当の意味で起業を支援できるのは、アメリカでは一般の人の一番の投資ファンドであるエンジェルだと思います。センスのある起業家を育てようという国民全体の価値観が大切です。そして、能力のある人は起業家になろうという価値観です。

特にファイナンスの部分に関してはスペシャリストも同時に提供されるというようなトータルの要素がこれまでのわが国の歴史の中で全くないに等しいわけですが、それはとても大事なことのような気がしています。やれることをやっていかなければいけないという問題もあるのですが、もっと抜本的な、ベンチャーが育つ国にするのだというような、日本ブランドの確立ではないけれども総理の強い意思による政治的な決断等が必要ではないでしょうか。特に寄附の制度についてはそう思います。

優遇制度といいますか、日本は財務省がお金を集めて分配するというような感覚の中であって、結論的に言うと、国家として、有能な人が起業家を目指したいときに、また、目指そうとする人間に対して国家が応援するというか、そういう価値観を醸成していくような制度を用意するというのもとても大事だと思います。急にはできないかもしれませんが、今回のアベノミクスは総理が中心になって始まっていますし、日本が浮かび上がる最後のチャンスのような気がしていますものですから、強く期待するところです。

○大崎座長 ありがとうございます。

どうぞ。

○大田議長代理 今日、安達さんも来ておられますので、この金融庁が出してくださった、可能にできないかというのが全部可能になったとして、それ以外に規制関連で何かあれば、お聞かせください。

○日本ベンチャーキャピタル協会 ありがとうございます。我々の実力不足ということは認めざるを得ないのですけれども、成長マネーが非常に不足しております。ないものねだりをすることはできませんが、税制面、例えばエンジェル税制等も含めて、そこら辺りを抜本的に見直すことも必要だと思っています。個人向けエンジェル税制面の拡充と、更に加えて法人まで適用するかということまで踏み込んで、何か方法を考えていただければと思っています。

○大崎座長 ありがとうございます。

どうぞ。

○寺田副大臣 この地域の問題ですね。実は先週末、大臣と一緒に広島で若者・女性応援フォーラムをやって、非常に生きのいい地域はシーズもある、ニーズもある。広島ですから、もの作りのメッカだし、きらりと光る企業はあるわけです。

ただ、彼らが異口同音に言うのは、情報発信の場ですね。全国ベースの情報発信の場がないのだと。広島はかつて地方取引所が存在をしておりましたが、御承知のとおり地取の廃止でなくなってしまったという現状の中で、もちろんJPXが持ち上げてくれる、あるいはマザーズその他のマーケットもあるわけですが、そうした情報発信面で特に全国あ

るいは世界、クールジャパンの観点からも非常に重要だと思います。

この地域のなじみのある、言わば地縁血縁のあるところに持ってもらう。これは地域ベースが当然必要なわけですが、より広く、優れたシーズを世界進出するような手段。これは、一つはバーチャルマーケットという手もあるわけで、JPXサイドからもそうした話が出ているわけですが、こうした情報発信面ではいかがでしょうか。

○金融庁（古澤市場課長） 副大臣に日ごろから御指導をいただいているのであれですが、正に今回2層になっているというのはそういう問題意識がありますクラウドの方が先生の問題意識に沿うのかもしれませんが、ある意味、ポータルを使いながら世界に情報を発信していく。そうした発想にむしろなじむ施策と考えております。

もう一つの「地域における資本調達」について我々が意識しているのは、投資家保護と、会社の内容の説明負担とのバランスをどう見るか。会社の内容を説明するというものについては、それなりに負担がかかるとの指摘があります。この点、ある一定の地域の方であれば、これは例えばユーティリティであれば、電気ですとかガスですとか鉄道であれば、皆さんは状況が分かっているのではないかと。そういう方たちに対しての情報発信であれば、おのずと全国に発信する場合とは目線が違うのではないかとといった論点を背景に、その会社内容の説明と発信とのバランスをとろうとする。

こういった地域の目線のものと、あとは世界を相手にしたものと、2層でうまくデザインできればという発想になっております。

○寺田副大臣 ベンチャーキャピタルのお立場からはいかがでしょう。

○日本ベンチャーキャピタル協会 まず、クラウド・ファンディングを含めてですけれども、先ほどと関連しますが、エンジェル税制もなかなかまだ使えていない、いろいろと問題があることも私どもは理解しておりますが、それを補完し、それをより強化するには、クラウド・ファンディングは一つの方式として、非常に有効な方法ではないかと私は思っています。

ただ、問題が発生しないような仕組み作りを確保する必要があります。クラウド・ファンディングを、先ほどの滝委員のおっしゃるとおり、国民社会全体がベンチャーを支援するということを醸成するための手段として、私は非常に有効だと思います。このネットの社会、クラウドの社会、このクラウドは別のクラウドですが、クラウド・ファンディングは、成長マネーの供給を促す一つ的手段として活用いただければと思っております。

○大崎座長 ありがとうございます。

ただ、一方で未公開株詐欺などが随分横行しているとか、そんな現実もありますので、金融庁もバランスということをおっしゃっていましたが、そこがやはり大事なのだろうというのが私の感想でございます。

どうぞ。

○金丸委員 私も滝委員と一緒に、いろいろな起業家がなかなか出ないのは、制度とかお金が回らないということではなくて、もともと起業家志向の人が少ない。最近の新聞の就

職人気ランキングを見ていますと、10年くらい前よりはるかに安定志向な若い人たちが増えているということなので、相当その点においては悲観的なのです。そうは言っても座長がおっしゃられたとおり、やるべきことはやらなければいけないという中で、エンジェル税制で、エンジェルと言っているイメージがこの当時の制度設計だと、少額の人でもエンジェルになれるかのごとく考えたわけですね。

けれども、そうすると起業家からすると、さっきのクラウド・ファンディングとは相反しますが、たくさんの人からお金を集めるというリスクも逆に言うところにあるわけで、非常にまとめづらいというか、ガバナンスしづらいので、本来はエンジェルというのは少数の理解者がどんとお金を出すということですのでけれども、今のエンジェル税制は年間の上限が1年間で1,000万円でしたか。1年間に1,000万円では、らちが明かない。

米国のエンジェルは数億とか10億とか、極端なことを言うと相当なお金を出すからエンジェルと言われているのに、そこの発想は取り払わないと、数少ない起業家の人がその次の世代の起業家につなげるというのが一番正しいバトンタッチだと私は思いますので、それは金融庁の監督ではない分野だろうと思います。

○大崎座長　むしろ金融庁は、その場合は要求官庁側ですね。

○金丸委員　要求官庁側で、そこはすごく一番重要ではないのかなと思いました。

○大崎座長　ありがとうございます。

この点もなかなか議論の尽きないところでございますが、私は時間のことばかり気にして申し訳ないのですが、そろそろ時間でございますので、今の議論を是非今後のまとめに向けて参考にしていきたいと思っております。金融庁、日本ベンチャーキャピタル協会、大変ありがとうございました。

(金融庁、日本ベンチャーキャピタル協会退室)

○大崎座長　もう一個、実は議題がございまして、時間は3時までなのでございますが、議題3「国際先端テストについて」ということで御説明をいただかなければいけないものですから、事務局よろしいですか。

○武藤参事官　それでは、時間もございますので、極めて簡潔ですが御説明します。参考資料1が一番後ろに2枚紙でついていると思います。これは前回の親会議で配布したものと同じでございます。

1枚目に趣旨紙がございまして、これは現在の議論を踏まえまして、事務局でも若干修正しておりますが、これはまだ4月1日現在のものです。

具体的な案件は、お聞きいただいて、創業の部分については最後のページでございます。前回は御説明を簡単にしておりますけれども、輸出通関申告官署の自由化、どこでも輸出の際に申告できるようにしてはどうか。米国、EUなどではそうなっているということ。

2つ目が、市外局番の取得に係る、日本だけが品質要件を課しているということから、日本だけの規制になっておかしいのではないかなという問題意識で、この2点を提示させていただいているところでございます。

以上です。

○大崎座長 では、この点について、委員の皆様、御意見がございましたら、お願いしたいと思います。どうぞ。

○長谷川委員 この間の親会議のときに私は申し上げただけけれども、事務局からこういう案件が挙がっているのですが、やはりここは大玉案件を触ったほうがいいのではないかと実は思っております。というのは、大玉をやるかやらないかという議論は、6月まで改革の方向を出すには、大玉は荷が重いという話で触らないということにしたわけけれども、この国際先端テストは本会議で申し上げたとおり、各国の事情の事実関係を頭の整理を我々がする。併せて、それを国民の皆様には規制改革会議として示すということによって、言わば国民の側からも応援の力をいただく。こういう一番の趣旨なのだとは私は理解しております。

つまり、規制改革会議が全ての改革をできるわけでは全くないわけで、これは国民の理解を幅広く得て、国民の側からこういう改革をせよと、こういうエネルギーを我々がもらわないことには、やはり前には進まない。そういう趣旨で大玉をやったほうが良いと。

併せて、更に申し上げれば、副大臣がお見えなのであえて申し上げますけれども、我々は政府ではありません。あくまで外の側にいる、平たく言えば応援団に近いような立場であるわけです。

ですから、政府あるいは政権としての御判断はもちろんあるでしょう。あるだろうけれども、我々はその外にいる、言わば国民の代表といったらおこがましいけれども、ある種そういう目線を持って応援メッセージを出すという意味では、例えば農業のようなものは、これはもう長年、前々々政権のときからずっと同じペーパーが上がってきているわけなので、それはインターネットを見れば分かるのだけれども、そうではなくて、ここでやはり広く国民の皆様には各国の実態はこうなのだということを示して、皆さんはどう思いますかと、我々が問題を投げかけてエネルギーを逆にいただくと、こう考えたらいいのではないかと考えております。

○大崎座長 ありがとうございます。

この点、事務局は何かコメントはございますか。

○羽深次長 農業につきましては、この間、議長から産業競争力会議でも議論をしているので、その議論を踏まえて、今後対応していこうということですので、農業をテーマにするかどうかは御判断が必要かと思っております。

○大崎座長 私が少し思ったのは、国際先端テストは非常に具体的な規制についての国際比較をする必要があると思っておりますので、農業というような大きな出し方はなかなか難しいと思うので、農業に関わるこの具体的な規制というところまで分解していかないと、国際先端テストには乗りにくいような気がします。ただ、だからやらないということでは全くないと思っておりますけれども、何か農業に制約を与えている何とか法のこういうルールはおかしいのではないかとというような形で、是非今後このワーキング・グループで国際先端テスト

を、国際先端テストは私も本会議でも確認させていただきましたけれども、1回やったら終わりという話ではないと理解していますので、2巡目、3巡目に是非入れていきたいなと個人的に思っております。

○大田議長代理 農業に関しては補助金とセットになっているものとか、いろいろありますので、かけるにしても何をかけるかはよく選んだほうがいいのですが、いずれにしても長谷川委員が言われたように、国際先端テストで最初に何をとり上げるかというのは、かなり重要なメッセージだと思います。

ですから、座長が言われたように、国際比較ではあっても、メッセージとしてはなるべく大きいもの、分かりやすいものを取り上げていったほうがいいと思います。事務局の御説明のこれはイグザンプルであるということはこの間も御説明をいただいていますので、今までこの第4ワーキング・グループで議論した中で、少し大きいものを取り上げたほうがいいのではないかと思います。

○大崎座長 そこは是非具体的に行きましょうという案を出していただければと思うのですが、私は1つ、あまり大きいものでないで申し訳ないですけれども、具体的に1個足したらいいかと思っているのが、これは新聞にも先走った報道が出ておりましたが、新種の車を作るときの公道走行試験をやることについて、日本は欧米に比べて制約が大きいのではないかと御指摘があるようで、これはつまらなそうにも聞こえるのですけれども、日本の自動車産業の発展の上では、やはり新しい車をどんどん公道で実験させるというのは非常に重要なことだと思いますので、これは是非取り上げたらいいのではないかと御次第でございます。

○長谷川委員 それと副大臣にお伺いしたいのですけれども、国際先端テストというアイデアはそもそも政府のアイデアではなくて、自民党の総選挙の公約ですね。これは政党の公約として、とてもいいと初めから評価しているのですけれども、その辺りは政治サイドとして、どうお考えですか。

○寺田副大臣 ありがとうございます。おっしゃるとおりJ-ファイルは、我々の公約に国際先端テストは入っております。私の理解が違っていけば、むしろ正して欲しいのですが、59項目を国際先端テストに全てかけるのだと私は理解してまして、その中で比較的やりやすいもの、あるいは今、大田座長代理が言われたような考え方で今お出しになっているという理解なのですが、これは当ワーキング・グループでも、それでよろしいですね。

○大崎座長 そこは本会議でもそのような趣旨の発言をしたのですが、どの項目に関しても全て国際比較の観点から検討するのは当然の前提ということで、ただ、国際先端テストは非常にフォーマルな一種の手続で、つまりこちらから質問を出して官庁に答えてもらって、それを更に悪く言うとしたらどうか、そういう手続を踏むわけでございますので、それに具体的にかけるものを取りあえず今は選んでいるという理解です。

ですから、例えばさっきの議論でも私が申し上げたのは、さっきの消費者庁等からの御説明ですと国際比較という観点がなかったものですから、欧米ではどうなのですかと伺っ

たのですが、そういう視点は常に持ち続けるという大前提だと理解しております。そこは大田議長代理もそういう御理解ですね。

○大田議長代理 特に第4ワーキング・グループは先を行っているわけですね。一番先の部分を行っているわけで、医療、介護とは全然そこは違うので、特に新しいところで先端的な国とどうなっているか。特にIT関連ですね。こういうのはどうなっているのか。今も個人情報も、そこは非常に意義があると思います。

○大崎座長 ありがとうございます。

今いただいたような御意見を踏まえつつ、もし長谷川委員からも具体的にこれでどうだということを出していただければ、ただ、フォーマルな手続にいつ入れていくかというところは技術的な問題もあるような気がしますので、できましたら議長代理、議長とも御相談をさせていただくという前提で、当ワーキング・グループとしての取り上げる項目については、私にお任せいただくということをお願いできませんでしょうか。

○大田議長代理 17日に出すのですね。

○大崎座長 まずは17日に出すということですね。

○武藤参事官 一応、ワーキング・グループとして決定いただいたものを親会議に報告するという位置付けになっております。

○金丸委員 では、1つ。長谷川委員のおっしゃるような大玉でなくて恐縮ですが、先ほどの創業というか、起業家が少ないというか、企業数が少ないというのがあるので、例えば自分の子供が二十歳になったら、お父さんと相談をしながら3社くらい、とりあえず会社を作ってみるか。例えばこんな時代になったときに、今の日本だと会社を作ろうと決めてから、どんな手続が何種類あって、時間がどれくらい掛かって、お金が設立まで、登記まで幾ら掛かるかというのを比較してみたい気はしますが、いかがでしょうか。

○中原参事官 私の前々職くらいの記憶ですが、ある程度できるかと存じます。日本は設立までに27万円とかだったと思います。そうしたら、大田議長代理のお話もありましたので、ビッグデータの今のお話と、金丸委員のお話も候補として検討させていただきたいと思います。

○金丸委員 ビッグデータと言わないほうがいいと思います。

○大田議長代理 個人情報の範囲ですね。

○中原参事官 個人情報保護にかかる規制、申し訳ありません。

○金丸委員 また何年か後に違う言葉を我々の業界は必ず言っていますので。

○大崎座長 これも再確認ですが、今日の時点でそれを載せる、載せないということに、俎上にのぼっていないからやらないとか、そんなことでは全くないという理解ですので、随時新しい項目を挙げていただいて、できればデータも少しは提供していただくと進めやすいかと思っていますので、今日のところはこんなところで、どうぞ。

○滝委員 副大臣がいらっしゃいますから、アメリカのエンジェル税制ではないけれども、是非お願いしたい。私なども自身が通ってきた道を考えると、この先若い人を支援したい。

アメリカではある金額以上を出すと、昔の日本の神社に寄附するような感じですがけれども、まず地域の有名人名簿に載って貢献を称えられるという仕組みもあると聞きます。本当にそういう若者たちを応援する寄附ができるような制度があれば、大学で頑張っている5人に1人でも起業家になろうという環境が生まれる。そういうことを是非総理にも相談していただければと思います。

○寺田副大臣 ありがとうございます。正に滝委員のような御高邁なる志を多くの人にこれから持ってもらいたいと思いますし、特に我々金融行政を所管するものとしては、要求側としてエンジェル税制もそうでございますが、大いにこれは推進をする立場でありますので、是非御指導をいただきたいと思います。ありがとうございます。

○大崎座長 それでは、若干時間を超過してしまいましたが、本日はこれで閉会ということにしたいと思います。どうもありがとうございました。