

## 第 52 回インナーゼミナール大会

### 研究計画書

ゼミ名	高ゼミ	チーム名	Nexus 龍秀
タイトル	ターゲティング広告と個人情報保護について		
テーマ群	a)理論・情報、d)国際経済		
メンバー	尾西優愛、川邊玲菜、田中来実、増田悠花、安本華音、山本梓菜		
研究計画内容	<p>世界の IT 産業において、GAF A4 社が圧倒的な力を持っていると言われている。GAF A は、さまざまなプラットフォームから膨大な個人情報を収集し、このビッグデータを活用して収益をあげており、世界中の企業の中でも圧倒的な時価総額を誇る。</p> <p>GAF A 各社は、独自に改良したアルゴリズムを駆使、ターゲティング広告を出している。ターゲティング広告とは、ユーザーの属性や Web サイトの閲覧履歴などを条件に設定することで、特定の層に適した内容を表示できる広告である。顧客層を明確にし、ターゲティング広告を出すことによって、企業のリソースを集中させることができるだけでなく、より効率的にターゲットに強く訴えかけることができる。</p> <p>上記の通りターゲティング広告では、ユーザーデータを活用することにより、誰にどのような広告を表示するのかを決めている。つまり、個人情報であるビッグデータを基にしているということである。GAF A は、莫大なビッグデータを基に、高度な技術力を駆使したアルゴリズムでそれを処理し、効果的な広告となるようにレコメンデーション機能へ活用している。しかし、GAF A がビッグデータを集める一方で、利用者からは個人情報が確実に保護されているのかという疑問が生まれている。</p> <p>日本では、2019 年に「リクナビ問題」が発生した。この問題は、リクナビを利用する約 8000 名の学生に関する「内定辞退率」をリクナビが予測し、そのデータを顧客企業である 37 社に販売していた問題である。このリクナビ問題の再発を防止するために、2020 年に個人情報保護法が改正され、2022 年に改正電気通信事業法が成立した。このように日本では、個人情報保護に関する法整備が進められている。また、日本以外にも世界各国で個人情報保護強化の動きが多数見受けられる。ヨーロッパでは、個人情報保護に関して日本以上に非常に厳しい規制が行われているため、GAF A がビジネスを行いにくい現状である。他方で、中国では個人情報保護規制が緩く、個人情報を活用した社会信用システムが利用されている。このような世界の動向の中で、日本では位置情報などを個人情報に含めておらず限界があり、ヨーロッパに比べて劣っていると言われている。そこで、日本国民が安心してインターネットを利用できるようになるためには、日本が個人情報保護に関して、ヨーロッパのような厳しい規制を行うべきであるという考えを仮説とすることができる。この時、どのような問題が生じるのだろうか。メリットとデメリットを挙げ、実現性はあるのか、GAF A 側の立場はどうなるのかについて検証していく。</p> <p>(参考文献)</p> <p>田中道昭『2025 年のデジタル資本主義』NHK 出版、2020 年。</p>		