



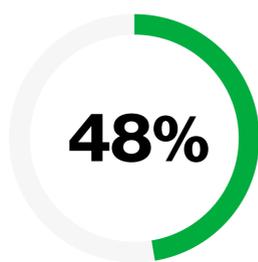
信頼の重要性

個人情報の提供と新しい技術に対する消費者の信頼を築く

COVID-19の世界的なパンデミックによって電子商取引への依存が高まり、消費者が自分の個人情報を企業へ提供する機会がますます増えています。

そこで、個人情報の提供について消費者の考えを聞いてみました。

世界15か国6,000人の消費者を対象に、企業と電子商取引をする上での個人情報の提供についての意識調査を行いました。

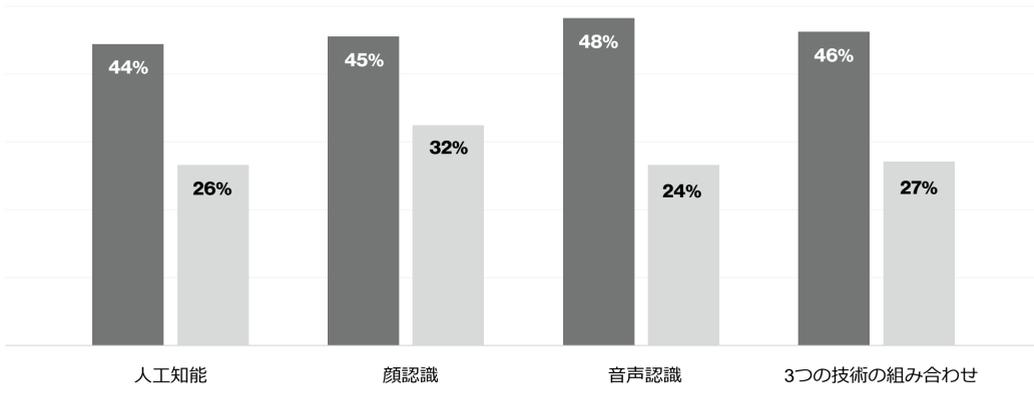


企業への個人情報の提供について、消費者はどの程度満足しているか？

15か国全体で、48%が「ある程度満足」または「大いに満足」と回答しています。

企業の人工知能、顔認識、音声認識などの技術の利用について、消費者はどの程度快適に感じているか？

■ 快適と感じる ■ 不快と感じる



自分のためにパーソナライズされた広告や製品を提案されることについて、消費者はどのように考えているか？

42%

42%が肯定的

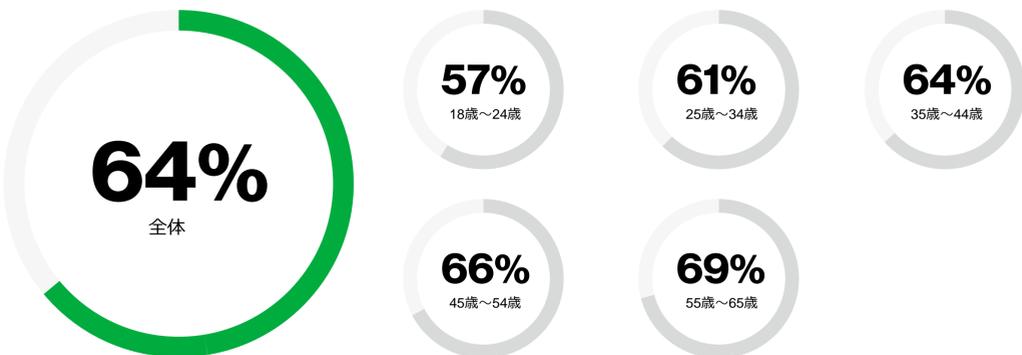
27%

27%が否定的

31%

31%が「どちらとも言えない」

第三者から取得した個人情報の利用について、消費者はどのように考えているか？



以下について「やや同意する」または「強く同意する」と回答した割合：

「取引相手の企業に外部（第三者）から自分の個人情報を取得してもらいたくない」

漏洩/侵害や不正利用した企業について、消費者はどのように考えているか？

個人情報の取り扱いで不愉快な経験をもたらした企業に信頼を取り戻させるために、消費者は以下のことを求めています。

- 今後、個人情報を外部と共有しないという確約
- 漏洩/侵害の事実を認める
- 個人情報の処理方法を改善するための対策の説明



調査から得られた4つの対策：

1. 第三者提供の個人情報を使用する場合は、透明性を確保する
2. 消費者に取引方法の選択肢を与える
3. 消費者が自分の個人情報を簡単に管理できるようにする
4. 漏洩/侵害について迅速かつ誠実に対応する

