

個人データの 活用はどこまで 扱えるか

中央大学杉並高等学校 情報科・数学科
生田研一郎
ikuta@tamacc.chuo-u.ac.jp



1. 目標
 2. 狀況
 3. 授業
 4. 展開
-

1. 目標



(3) 情報社会の課題と情報モラル – ウ

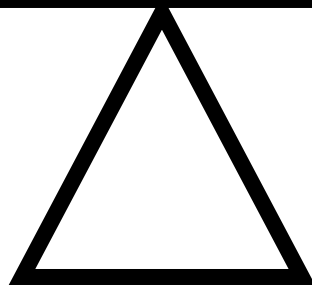
情報社会における法と個人の責任

多くの情報が公開され流通している現状を認識させるとともに、情報を保護することの必要性とそのための法規及び個人の責任を理解させる。

トレードオフ

プライバシー
保護

個人データの
活用



2. 狀況

授業(情報A)

1年
(1)

Word, Excel, PowerPoint, Internet
情報社会の概略

2年
(1)

情報社会+情報デザイン
技術的な何か+プライバシー・肖像権・

個人情報、著作権

3年
(2)

選択

授業(社会と情報)

1年

配当なし

2年
(2)

準備中

3年
(2)

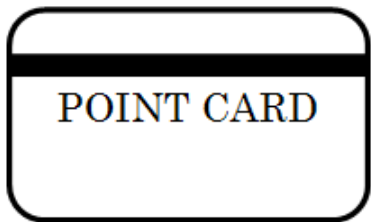
選択

3. 授業

0000-0000-00000000-0

個人（消費者）

企業



基本的な個人情報の登録

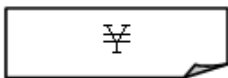
(基本四情報、メールアドレス、所属など)

Aさん、男、東京都、
1992年6月3日生、
aiueo@xxxxx.ne.jp、

ID=abc012-345-678-9

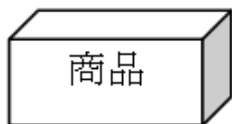
(POINT)の累積

- ①貯める・使う楽しみ
- ②ブランドへの帰属感
- ③限定感・優越感



(購入情報)

2012年8月6日(土)
ピュアセレクト、
200円、1個、...



(POINT)



(Switching Cost)の増加

パーソナライゼーション

(リコメンデーション)

(分析・統計処理)

- Aの購買履歴
- Bの購買履歴
- Cの購買履歴

⋮



再利用

リピート利用

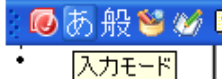
POINT還元

(囲い込み)

リピーター

ヘビーユーズ

成功！



ヘビーユーザー



POINT CARD

(基本四情報、メールアドレス、所属など)

1992年6月3日生、
aiueo@xxxxx.ne.jp、

(POINT) の累積

- ①貯める・使う楽しみ
- ②ブランドへの帰属感
- ③限定感・優越感

¥

(購入情報)

ID=abc012-345-678-9

2012年8月6日(土)
ピュアセレクト、
200円、1個、…

商品

(POINT)

パーソナライゼーション

(Switching Cost)
の増加

(リコメンデーション)

(分析・統計処理)

A の購買履歴

B の購買履歴

C の購買履歴

⋮

再利用

リピート利用

POINT 還元

(囲い込み)
成功!

リピーター
ヘビーユーザー
優良顧客

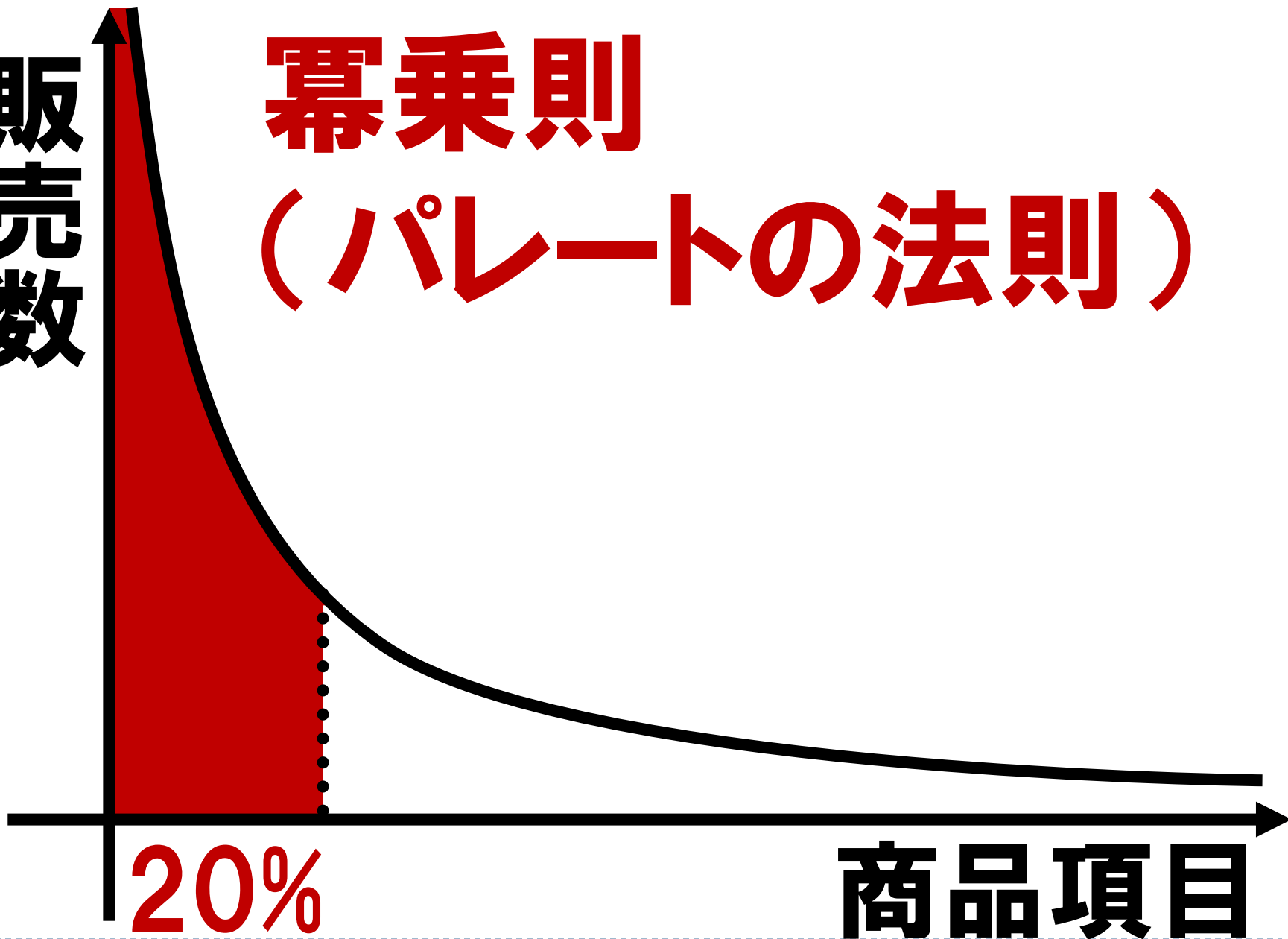
ヘビーユーズ

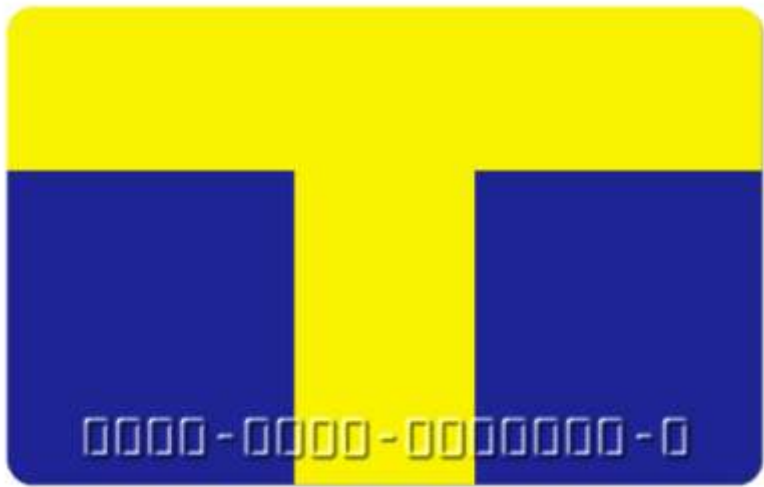
高いPOINT還元、特別なサービス、
(DM など)



販売数

冪乗則 (パレートの法則)





v.s.



ポイント

✖

お金

4. 展開

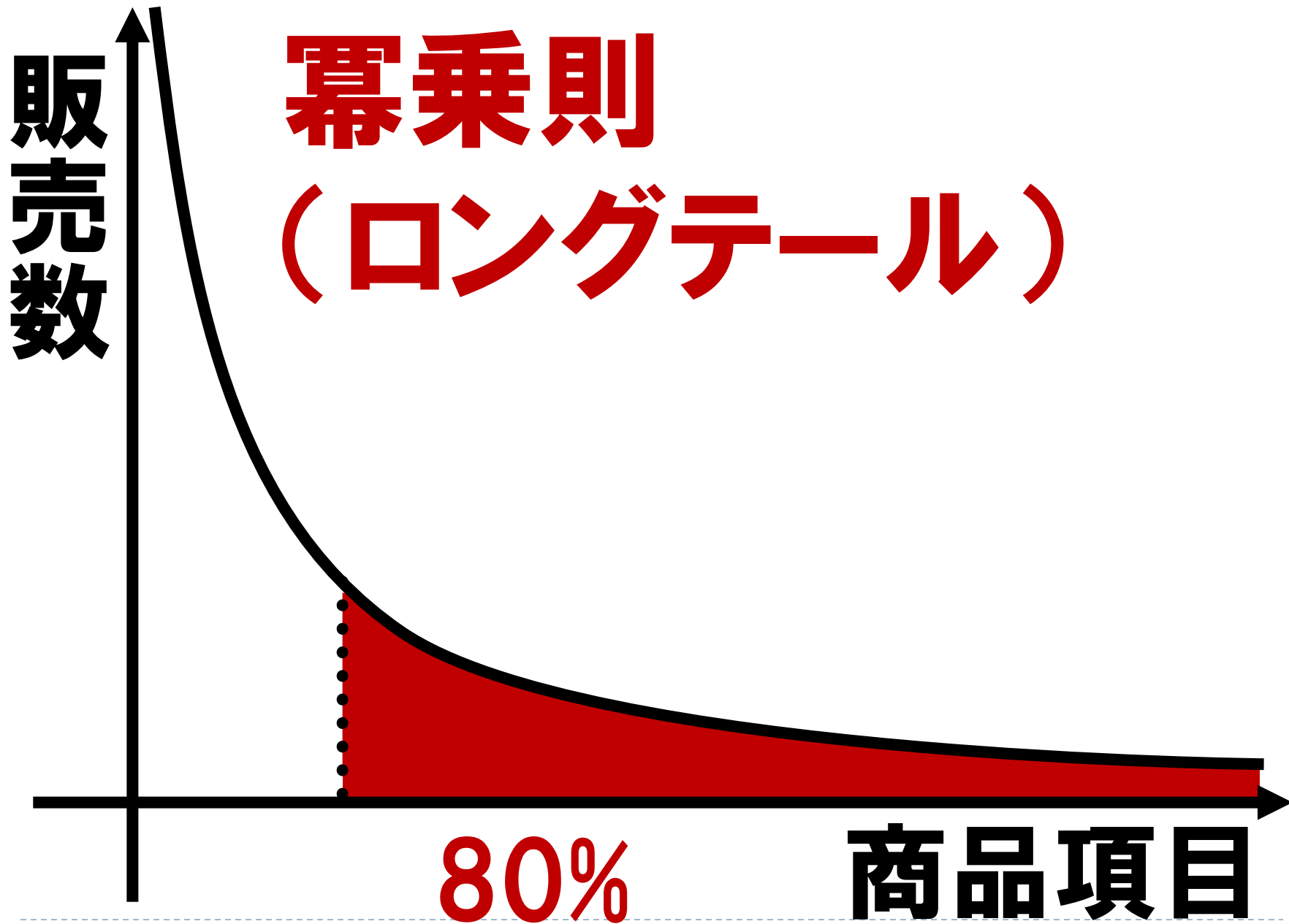


UNITED
Mileage

AMERICAN
PL

TAKASHI







and



TOKYO
STOCK EXCHANGE

今後の展開

1. 統計学(数学)

データの分析(数学I)

2. 経済学

スイッチングコスト、パレートの法則
ナッシュ均衡、費用便益分析など

3. トレードオフ

「法的保護」と「積極的活用」