

ソーシャル・ネットワーキング・サービスに潜む リスクと対策



日本アイ・ピー・エム株式会社
経営品質 情報セキュリティ推進室
シニア・セキュリティ・アナリスト

守屋 英一 Eiichi Moriya

【プロフィール】

2007年、日本IBM入社。セキュリティ・オペレーション・センターを経て、2011年、情報セキュリティ推進室に異動。社内の不正アクセス事件およびISMS内部監査を担当。社外活動として、2011年、「不正アクセス防止対策に関する官民意見集約委員会 実態把握WG」、経済産業省「CTAPP運用・技術WG」などを通じて研究活動や技術支援を行っている。

■ SNS のメリット

成熟社会の日本では、イノベーションによる新たな製品やサービスの開発が、企業の成長に不可欠といわれています。ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）は、価値観やスキル、立場の異なる人々同士のコミュニケーションを促進するツールで、言葉にされていない経験や勘に基づく知識を、文章や図表、数式など説明・表現できる知識に転換することで、新たな価値創造やイノベーションの促進に活用するなど、企業にとって有用な手段となります。SNSによるイノベーション事例としては、バーチャル・アイドルである「初音ミク」が挙げられます。「初音ミク」とは、声優の音声データを使って楽曲を歌わせるソフトで、非営利無償の範囲で二次創作活動が公式に認められていることが特徴です。SNS上で楽曲、プロモーション・ビデオや3Dモデル・ソフトなどが自発的に開発されたり、企業CMに起用されるなど、大きな話題となっています。野村総合研究所の伊部 和晃氏の調べによれば、「初音ミク」の市場規模は100億円以上とされています [1]。

また、SNSを活用した広告配信も注目されています。ユーザーの商品の購入履歴やサイトの閲覧履歴を活用した従来の行動ターゲティング広告に加えて、SNSに登録されているプロフィール情報（生年月日、出身地、勤務先、写真、動画、趣味趣向、経歴・交際状況など）を利用することで、広告効果をより期待できる人に絞り込んだ広告配信ができるようになっていきます。

■ SNS に潜むリスク

SNSには良い面ばかりではなくリスクもあります。例えば、世界中に8億人の利用者を持つ世界最大のSNS「facebook」では、プライバシー設定の基準が段階的に緩和されたことで、スパム・アプリケーション（以下、スパムア

プリ）が横行し、個人情報流出のリスクが高まるという問題が発生しました。スパムアプリは、facebookで利用できる正常なアプリケーション（以下、アプリ）を装い、そのアプリをインストールしたユーザーとユーザーの友達がプロフィールに登録している「生年月日、出身地、勤務先、写真、動画、趣味趣向」などの個人情報を収集します。それだけでなく、スパムアプリはユーザーの意図とは関係なく、アプリのインストールを勧める投稿を友達の掲示板に対して自動的にを行い、その結果、勧められたものだからとインストールしてしまった友達から別の友達へと、次々にスパムアプリが広がってしまいます。

ユーザーの承諾なしに個人情報を収集することはプライバシー上問題が発生するため、個人情報を利用するアプリをインストールする時には、アプリからユーザーに、本人および友達のデータ提供についての許可を必ず求めます。これには、OAuth2.0という仕組みを使っており、ユーザーの承認の下、サーバーにアクセス・トークン作成が依頼され、アプリはそのアクセス・トークンを使ってサーバーに保存されている情報へアクセスすることが可能になります（図1）。ユーザーの承認内容によっては、友達の個人情報だけでなく、メール・ボックスなどのプライバシーのより高い情報を閲覧する権限も与えることができます。ユーザーが、スパムアプリにも個人情報提供の許可を与えてしまった場合には、個人情報流出のリスクが高まりますので、承認内容をしっかり確認することが大切です。

ほかにも、プリティッシュコロロンビア大学の研究者が行ったSNSの偽のアカウントを作成して個人情報を集めるという実験では、250ギガバイト、約3,000人分の個人情報やマーケティングに利用できる情報の収集に成功したと発表されています [3]。このように、SNSにはさまざまなリスクが潜んでいますので、意図しない個人情報の流出を防ぐために

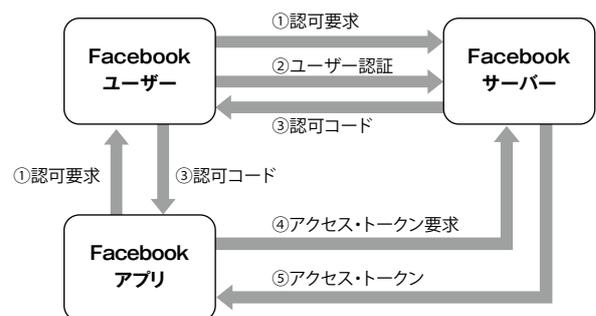


図1. OAuth2.0の仕組み [2]

も、不用意にアプリをインストールしないなどの注意が必要です。裏を返せば、ユーザーが適切に判断し行動することで、リスクを回避しながら SNS を活用することができるといえるでしょう。

■ プライバシーの保護

ユーザーが SNS に個人情報を開示する目的としては、コミュニケーションの活性化や関係構築や維持などが挙げられています。そもそも、人は「自分の存在を知ってほしい、理解してほしい」という気持ちがあります。米国を代表する 2 人の精神分析医ジーン・トゥエンジとキース・キャンベルは、この気持ちを「ナルシズム感染症」と呼んでおり、自分自身の独自性を世界中に知らしめたいという欲求が、個人情報を SNS に登録する原動力になっていると言います [4]。

最近の SNS は、登録できる個人情報が多岐にわたり、個人の職責を超えた過剰な情報共有が問題になっています。例えば、米 Proofpoint 社が米国の大企業 308 社を対象に行った調査（2007 年）によると、過去 12 カ月以内に電子メール関連の規定違反で従業員を解雇した企業は 27.3% でした。さらに、SNS 関連で解雇した企業は 5%、ブログを理由に解雇した企業は 9.1% に上っています [5]。ほかにも、米国のノースカロライナ州では、「生徒たちが嫌い」と SNS で発言した教師が停職処分になり（2008 年 11 月）、ニューヨーク州では警官 3 人が、SNS で市長に失礼なコメントを投稿したという理由で停職処分を受けたという事例（2009 年 2 月）もあります。国内でも、火災について、「火事の現場で 2 人死んでいました」など職務情報を投稿したことが問題になりました（2012 年 3 月）。これらは、当事者にとってそれほど珍しくない情報であるため、立場上、発言すべきではない内容であるという認識の欠如が原因として考えられます。「喫煙ルーム」や「給湯室での立ち話」と同じ感覚で不用意に投稿することは、自分の首を絞めることにもなりかねません。

SNS では、本人が自覚しているよりも多くの人が、ユーザーの情報を閲覧できる状態にあります。著者自身がこの事実を再認識した事例をご紹介します。ある日、同僚から「あなたが 5 年間通っているラーメン店の“xxx”はどこにあるの？」と唐突に聞かれ、驚いた経験があります。その友人にはラーメン店の話はしていないのになぜ知っているのか聞いたところ、「昨日、SNS で読んだから」と言われ再び驚きました。著者の投稿は、その同僚からは、閲覧できないようにプライバシー設定をしているつもりでした。あらためて投稿内容を確認したところ、著者は、友達の投稿に対するコメントに、そのお店について書いていました。友達のプライバシー設定は、著者のそれよりも規制が緩く、コメント内容は誰でも閲覧できる状態でした。

この件で、著者が自覚している範囲よりも多くの人が投稿を見ているということあらためて認識し、投稿する内容によっては、友達のプライバシー設定も注意深く確認する必要があります。皆さんも SNS におけるプライバシー保護の観点から、以下の点についてあらためて注意しましょう。

1. 所属組織の公開を控える

会社名だけでなく所属組織まで公開している場合、組織名から、取り扱っている情報のおおよその見当が付く場合があります。入念に過去の投稿内容を調査したり、関係者を装ってメッセージを送ることで必要な情報を引き出される恐れがあります。

2. 公開範囲を制限する

SNS では住所や連絡先、経歴などのプライバシーに関する情報を登録できますが、相手との関係を踏まえて、公開範囲を制限する必要があります。

3. 投稿内容に注意する

発言内容によっては、解雇・炎上などの問題が生じる恐れがあります。一度投稿した内容は、削除しても、誰かにコピーされ別の場所で公開されるなど、コントロールできなくなることを理解しましょう。

■ まとめ

SNS は、暗黙知を形式知に転換することで新たな製品やサービスの開発に必要な有益な情報を収集したり、新たな価値のあるサービスを提供できるといったメリットがあり、ビジネスにおける活用も進んでいます。しかし、情報発信に伴うリスクや、プライバシー保護については細心の注意を払う必要があります。前述のような考慮点を理解して対策を行うことで、企業がソーシャル・ネットワークを有効活用し、先進的なビジネス・モデル、ビジネス・ケースの確立に活用していただければ幸いです。

【参考文献】

- [1] 日本経済新聞、歌声合成ソフトが生んだ歌姫「初音ミク」世界へ 個人 1 万人、楽曲公開 グーグルも CM 起用、<http://www.nikkei.com/access/article/g=96959996889DE1EAE6E5E5E1E6E2E2E3E2E0E0E2E3E08681E6E2E2E2>
- [2] テクノロジックアート、スマートにプログラミング facebook アプリ開発、リックテレコム、pp.14、(2011)。
- [3] TechCrunch Japan、研究者たちが Facebook に 102 体のボットを送り込んで 250GB のユーザーデータを収集、<http://jp.techcrunch.com/archives/20111101researchers-flood-facebook-with-bots-collect-250gb-of-user-data/>
- [4] WIRED、「ソーシャル」という罠 — プライバシーが消えてゆく (3/5)、http://wired.jp/2011/06/21/%E3%80%8C%E3%82%BD%E3%83%BC%E3%82%B7%E3%83%A3%E3%83%AB%E3%80%8D%E3%81%A8%E3%81%84%E3%81%86%E7%BD%A0_%E3%81%9D%E3%81%AE3/
- [5] ITmedia、「ブログを理由に従業員を解雇」9%——米調査、<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0707/25/news016.html>