

データからの価値創出と データの保護

いかにしてデータから価値を創出させるか、企業間では激しい競争が繰り広げられている。成長するために必要なデータとは何か、プライバシー保護の取り組みがより厳しく求められる分野で成長していくために必要なものは何かを理解しない限り、企業はこの競争に勝つことはできない。この競争の中で先陣を切っているのが、データトラストリーディングカンパニーだ。データトラストリーディングカンパニーは、より多くの取り組みにおいてデータ価値評価を実施し、そのプロセスを確立している。また、データトラストリーディングカンパニーは、データの評価プロセスにデータプライバシーチームを関与させている。これは、世界中の3,500人以上の経営層を対象とした最近の調査に基づく分析結果から明らかになった。

多くの企業が、データに価値を割り当てるための正式なプロセスを持っていると回答

そのうち
63% の企業は、データの評価プロセスにプライバシーチームを全く関与させないか、その場限りでしか関与させていない。

一方、
37% の企業はデータの評価プロセスにプライバシーチームを継続的に関与させている。
これらの企業がまさにデータトラストリーディングカンパニーである。

データトラストリーディングカンパニーは、データの信頼性を高める先駆者である

データトラストリーディングカンパニーは、データの所有と利用が責任を伴い、それがデータの価値に影響を与えることを認識している。現在、多くの規制が、データの処理方法（コンプライアンス関連コストが発生する）、データの利用制限（商業的利用の可能性が低下する）、データの損失またはデータ侵害の危険性を放置した結果に対する責任（リスクおよびこれに伴うコストが増加する）を定めている。

データトラストリーディングカンパニーは以下に関するデータに価値を見いだす傾向がある

| | 新しい製品やサービス | データ関連の知的財産 またはブランド | コスト削減の取り組み | 従業員への価値提供 に関する取り組み |
|-------------------------|------------|-----------------------|------------|-----------------------|
| その他企業 | 37% | 30% | 32% | 30% |
| データトラスト・ リーディングカンパニー | 47% | 46% | 45% | 43% |



データトラストリーディングカンパニーでは、データ利用によって以下のような投資効果 (ROI) が見られる傾向がある

| | その他企業 | データトラストリーディングカンパニー |
|--------------|-------|--------------------|
| 新製品・サービスの創出 | 8% | 23% |
| 労働生産性の向上 | 6% | 27% |
| 事業活動の迅速化・円滑化 | 7% | 24% |

データトラストリーディングカンパニーでは、データ規制は以下のような価値を得るのに役立つと考えている

| | その他企業 | データトラストリーディングカンパニー |
|--------------------------|-------|--------------------|
| 新たなパートナーまたは買収先になり得る組織の評価 | 53% | 79% |
| 事業活動の迅速化・円滑化 | 55% | 76% |
| 新製品やサービスの創出 | 49% | 76% |

全回答者の
およそ3分の1

データトラストリーディングカンパニーは、データプライバシーとセキュリティの分野において、複数の先進的なプラクティスを実施している

- データの中身・所在や時間とともにデータ価値がどのように変化するかの継続的な理解、および適切なデータ保護
- データの処理・セキュリティ・プライバシーについて第三者／データ処理業者（ベンダ）に求める基準の整備・積極的な管理
- データ分析環境やそれに関連するデータフィードソースにおけるデータ保護状況の評価
- システム、製品、サービスにセキュリティやプライバシーを組み込むためのデザインツールの作成
- 高頻度（すなわち動的）なデータインベントリ情報の収集・管理
- プライバシーにおけるリスク評価やリスク管理に利用する包括的なデータマップの作成
- コンテキストを追加するためのデータタグ機能の実装

データトラストリーディングカンパニーの半分

全回答者の
およそ40%

データトラストリーディングカンパニーは、データの倫理的な利用のために、組織全体で先進的な対策を行っている

- 企業組織の戦略とブランドプロミス（ブランドが保証している品質、機能、価値）に沿ってデータを利用・革新するための計画・戦略の策定
- データ保護・管理・データ利用ガバナンスのためのテクノロジーソリューションの活用および効率化の推進
- 倫理的なデータ利用をサポートするための、全社的な役割・責任の明確化
- 組織のデータ戦略を実現するためのデータインベントリとデータ系列の作成
- リスクに応じた対応体制、意思決定ガバナンス、ポリシーと手順、製品評価基準の整備
- 組織のデータ戦略を実現するためのデータインベントリとデータ系列の作成
- データの利用を促進するような、明確な戦略・方針に基づくアプローチの定義

半数以上の
データトラストリーディングカンパニー

全回答者：

48%

データトラスト
リーディングカンパニー：

77%

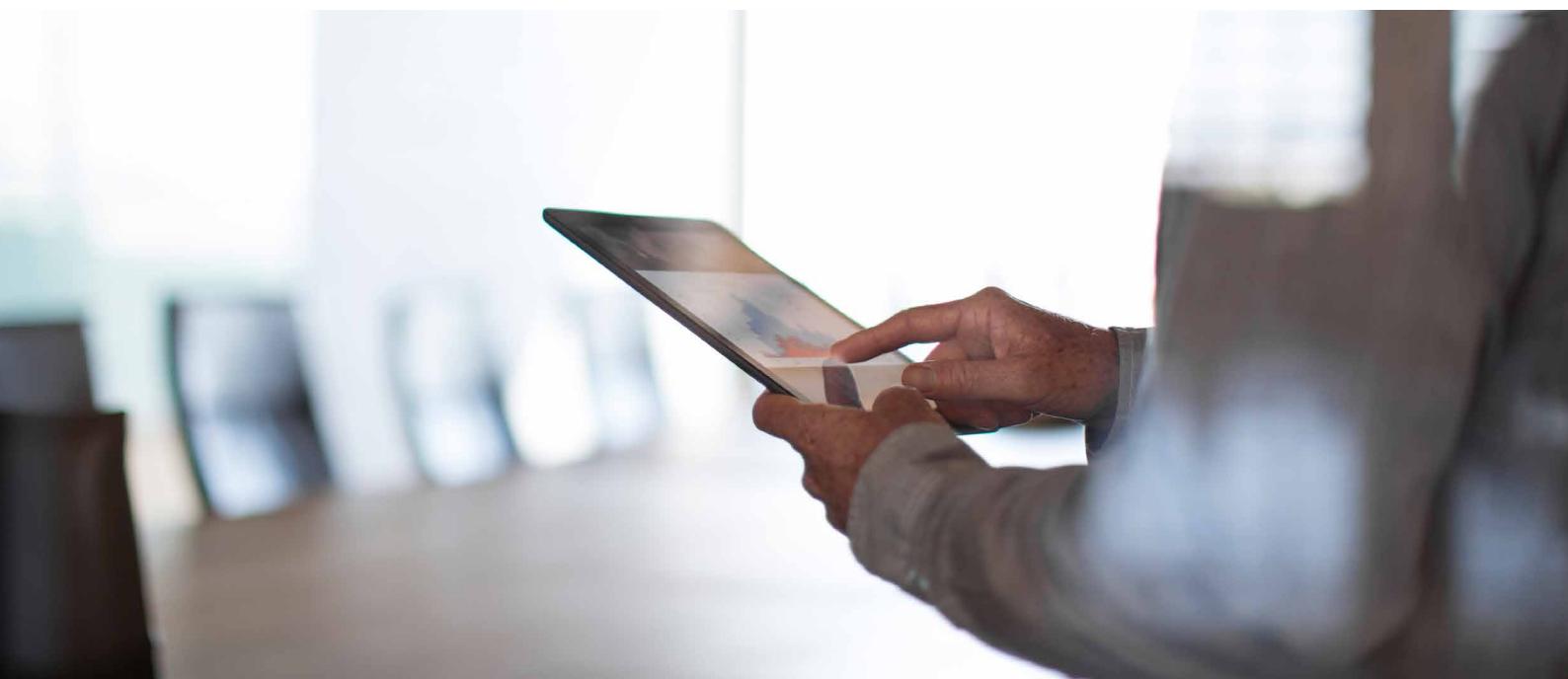
データトラストリーディングカンパニーでは、組織内の各部門のリーダーたちが、データに関する取り組みにおいて、より密に連携・協力している。



誰がデータトラストをリードするのか

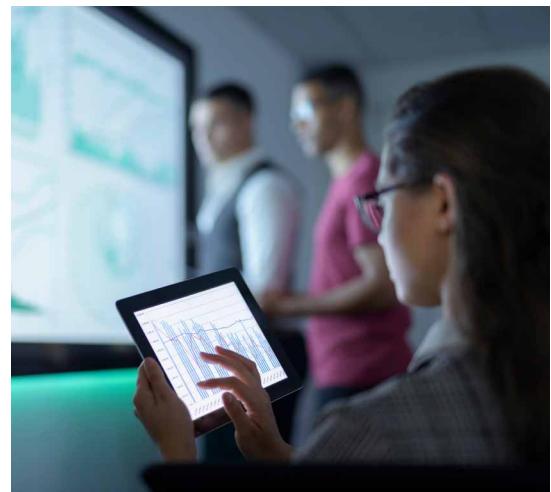
テクノロジー、メディア、電気通信（TMT）業界は、データドリブン型の取り組みに関して、代表的な業界として挙げられている。彼らはデータトラストを確立する上で、他の事業者とどのように競争するのか。TMT 業界は、プライバシーを念頭に置いてデータを評価することは多いものの、データそのものの保護やプライバシーにおける主要な対策の実施に関しては、競争力が低い。

| | 通信 | 顧客市場 | 電力・エネルギー | 金融 | ヘルスサービス | 製造業 |
|--|-----|------|----------|-----|---------|-----|
| データ価値評価を行う正式なプロセスを有する企業の中で、そのプロセスにプライバシー部門が継続的に関与している。 | 42% | 35% | 36% | 37% | 33% | 37% |
| 新しい製品、サービス、ビジネスをサポートするために、それぞれのデータの重要度を定めている。 | 44% | 38% | 40% | 37% | 43% | 44% |
| 組織全体で、データのプライバシーとセキュリティに関するプラクティスを採用している。 | 37% | 33% | 33% | 37% | 37% | 36% |
| 組織全体で、データを倫理的に利用するためのプラクティスを採用している。 | 42% | 36% | 38% | 42% | 41% | 39% |
| 組織内の各部門のリーダーたちが、データに関する取り組みにおいて、より密に連携・協力している。 | 49% | 46% | 45% | 49% | 51% | 51% |



データトラストの未来——データからより迅速に、より大きな利益を得るための考え方

データとその価値は日々増大している。しかし、組織内の意思決定者（経営層）が、組織の所有するデータを信頼できていない場合、そのデータを活用することはリスクの源になり得る。データに基づいて新しいビジネスモデルを構築する場合や、もととなるデータが不正確である場合、何が起きるだろうか。データ漏洩により、当局からの規制上の注意を受け、顧客の怒りや不満を引き起こした場合はどうなるだろうか。現在、各企業が責任を持って個人情報を取り扱っていると考えている消費者は25%にとどまる。データ価値を生み出す能力を最大化すると同時に、データを破壊する可能性を最小化すること、これらは適切なデータ戦略を持つための2つの必須要件である。



データトラスト戦略の立案



データプラットフォームの構築



重要な要素の集結：データの価値を生み出すモノとデータの価値を守るモノ



データトラストの取り組みを加速するテクノロジーソリューションの実施



継続的な成長に向けた大規模なデータエンジン（データを取り扱う仕組み・ソフトウェア）の構築

データ戦略だけでなく、データトラスト戦略も必要である。

サイロ型データベースを用いるのではなく、プラットフォーム全体で、データを活用し、成長していく必要がある。

組織のサイバー、リスク、IT部門の人員と共にビジネスに取り組み、競争力を最大化する必要がある。

データ保護にモジュール化技術を組み込むことにより、モジュール単位でデータ保護を行う必要がある。

リアルタイムでデータトラストに取り組むオペレーションセンターを積極的に構築・活用し、価値のある投資を行う必要がある。

注記：PwCのDigital Trusts Insightsは、世界各地の3,539名の経営層を対象に2019年6月1日～8月6日にかけて実施した調査結果に基づくものである。内訳は、業界別に853名（製造業）、721名（小売・消費財）、641名（テクノロジー・メディア・テレコム）、302名（金融）、221名（ヘルスサービス）、168名（電力・ガス・再生エネルギー・石油）、633名（その他業界）である。

お問い合わせ先

PwC Japanグループ
www.pwc.com/jp/ja/contact.html



丸山 満彦
PwCコンサルティング合同会社
パートナー

綾部 泰二
PwCあらた有限責任監査法人
パートナー

www.pwc.com/jp

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社（PwCあらた有限責任監査法人、PwC京都監査法人、PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザリー合同会社、PwC税理士法人、PwC弁護士法人を含む）の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。

PwCメンバーファーム発行の『Creating value from data and protecting it』を翻訳したものです。

©2020 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.

I202009-06

