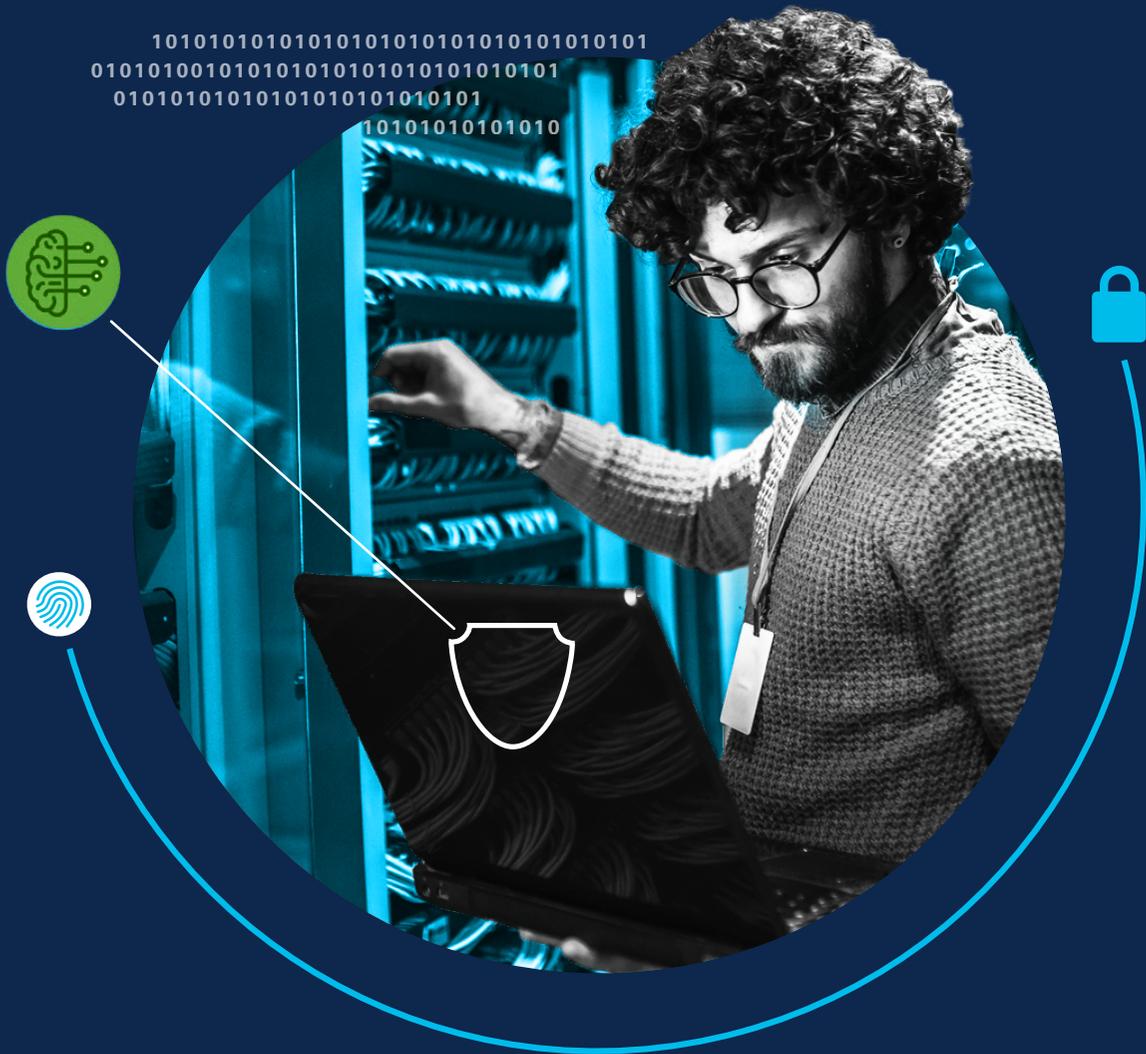


CISCO
SECURE

 CISCO The bridge to possible



プライバシーがミッション クリティカルな課題になる時代

シスコ 2022
データ プライバシー ベンチマーク調査

目次

はじめに	3
キーポイント	3
調査方法	4
1. プライバシーがミッションクリティカルな課題になる時代	5
2. プライバシーへの投資とメリット	10
3. データ倫理と意思決定の自動化	14
4. データローカリゼーション	16
5. プライバシーはどの部門が担当すべきか	18
推奨事項	20
付録	21
サイバーセキュリティ レポート シリーズについて	22

はじめに

この数年間でプライバシーは世界中の組織にとってミッションクリティカルな課題になりました。3分の2以上の国でプライバシー保護法が制定されています。顧客は顧客データを保護していない組織から購入することはなく、プライバシー指標は取締役会に定期的に報告されています。さらに、プライバシーに関するスキルが特にセキュリティ プロフェッショナルの間で重要性を増していて、組織はプライバシーへの投資から経済的な利益を得ています。このレポートは、組織の主要なプライバシー問題に関する5回目の年次評価であり、世界でのビジネスに対するプライバシーの影響を調査しています。

このレポートのキーポイント

1. プライバシーは、購入プロセス、管理指標、従業員の責任範囲など、組織文化やビジネスプラクティスにとって不可欠になっています。
2. プライバシーの投資回収率 (ROI) は3年連続で高い水準を維持しています。特に中小規模の組織でメリットが増加していて、プライバシーが成熟した組織ほど高いROIが得られています。
3. ほとんどの組織はデータを倫理的に扱う責任を認識していますが、顧客の多くはより高い透明性を望んでいて、特に人工知能 (AI) や自動化された意思決定におけるデータの使われ方を懸念しています。
4. データローカリゼーションの要件は重要であるもののコストがかかると考えられています。
5. プライバシーとセキュリティを連携させることは、他の組織モデルと比較して財務や成熟度の面で優位性を生み出すと思われます。

調査方法

この調査のデータは、シスコセキュリティ成果調査から得られたものです。シスコセキュリティ成果調査では、回答者は調査者に対して匿名であり、調査の実施者については知らされていません。昨年と同じ調査方法を使用して、2021年の夏に27の地域¹の5,300人を超えるセキュリティプロフェッショナルから回答を得ました。調査への回答者は、主要な業界すべてのさまざまな規模の企業から選ばれています(付録1を参照してください)。この調査では、所属する組織でのプライバシープロセスに精通していると回答した4,900人を超える回答者に、プライバシーに特化した質問を行いました。このレポートには、シスコ2021コンシューマプライバシー調査の関連する結果も含まれています。その調査では、2021年夏に12か国²の成人2,600人から回答を得ました。

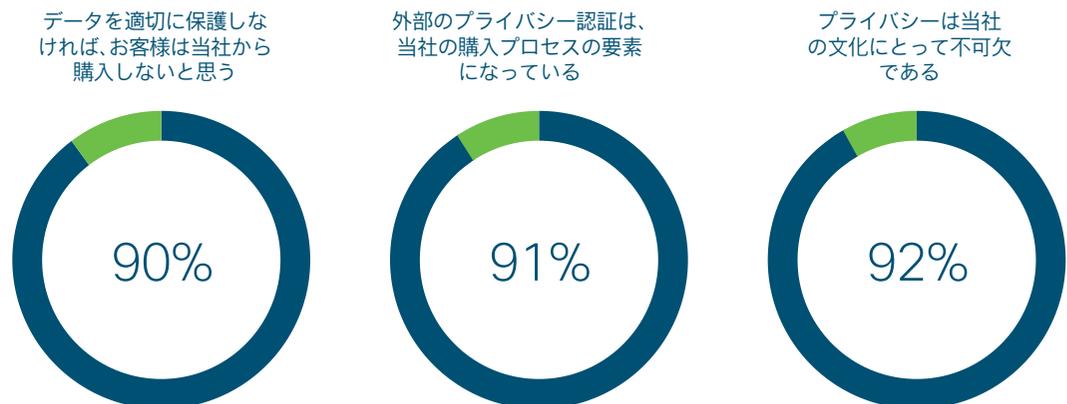
¹ オーストラリア、ブラジル、カナダ、チリ、中国、コロンビア、フランス、ドイツ、香港、インド、インドネシア、イタリア、日本、マレーシア、メキシコ、フィリピン、ロシア、サウジアラビア、シンガポール、韓国、スペイン、台湾、タイ、オランダ、英国、米国、ベトナム。

² この調査の詳細については、次の『Building Consumer Confidence Through Transparency and Control (透明性と管理により消費者の信頼を築く)』を参照してください。https://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/doing_business/trust-center/docs/cisco-cybersecurity-series-2021-cps.pdf

1. プライバシーがミッションクリティカルな課題になる時代

プライバシーは、世界中の組織にとって、ビジネス上の必須事項であり顧客の信頼を得るために欠かせない要素となっています。シスコが実施したグローバル調査では、昨年が続いて、回答者の90%がデータを適切に保護していない組織からは購入しないと回答し、91%が購入プロセスにおいて外部のプライバシー認証を重視していると回答しました。コロナ禍でプライバシーの役割がさらに重要になりました。91%の組織が、過去数年間に従業員の個人データに関する複雑な問題が多数発生し、それに対処するためにプライバシーチームが役立っていると回答しています。92%の組織がプライバシーの尊重は組織文化の欠くことができない要素であると述べていることは当然と思われる。図1を参照してください。

図 1. プライバシーの総合的な重要性



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

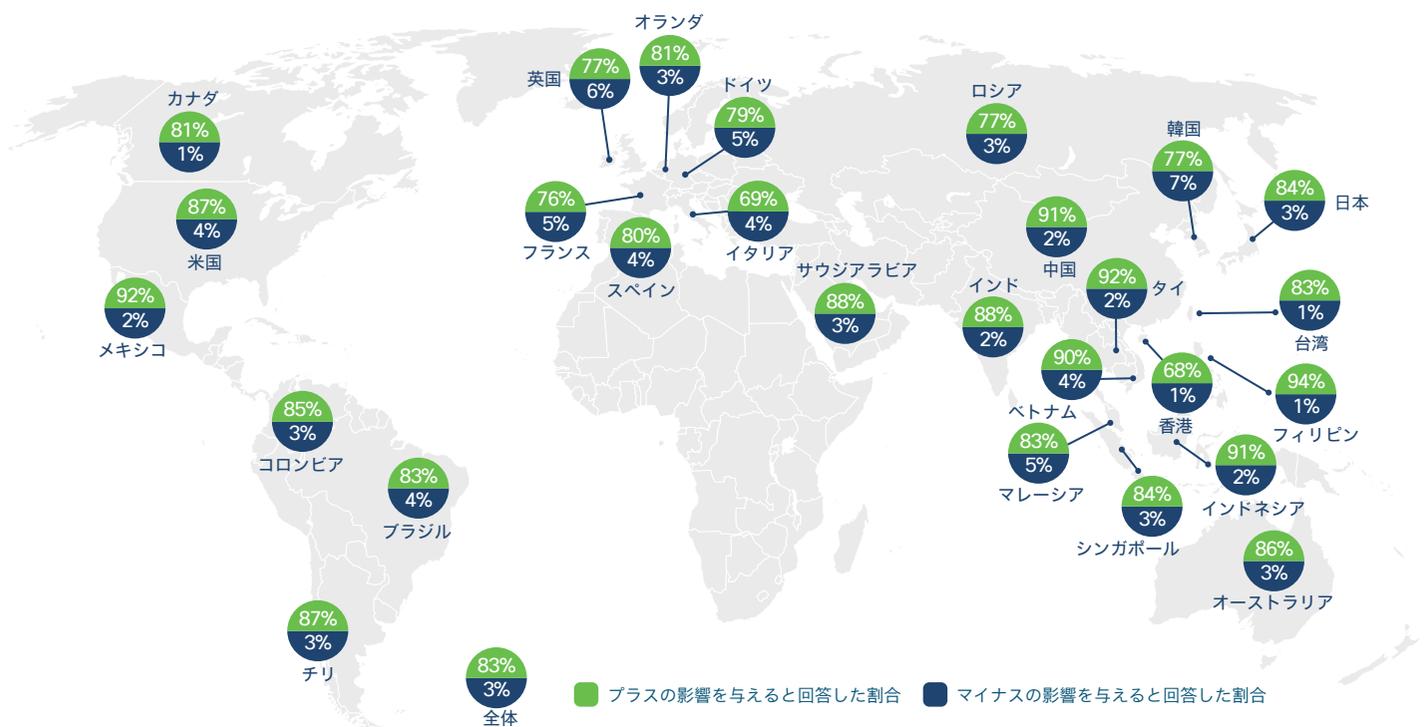
プライバシー保護法に対する非常に肯定的な見解

プライバシー保護法は、世界中で大変肯定的に受け止められています。これらの法律は、個人データの管理方法について政府や組織の責任を明確化する上で重要な役割を果たしていて、現在、3分の2以上（194 か国中 128 か国）の国でプライバシー保護法が施行されています¹。これらの法律を順守するには、多くの場合、多大な労力とコスト（たとえば、データのカタログ化、処理作業の記録の保持、プライバシーを織り込んだ設計やユーザー要求への対応といった管理策の実施）が必要ですが、組織はプラスの影響が得られることを理解しています。企業の全回答者の83%が、プライバシー保護法がプラスの影響を及ぼしていると回答し、14%がどちらとも言えない

¹ 国連貿易開発会議

いと回答し、3%のみがマイナスの影響を及ぼしていると回答しています。過去1年間に制定された法律によって複雑さが増したにも関わらず、この結果は昨年の調査（回答者の79%が肯定的、7%が否定的）よりもさらに肯定的です。また、注目すべきは、この傾向が世界中で非常に強いことです。フィリピン、メキシコ、タイ、インドネシア、中国、ベトナムなど多くの地域では、回答者の90%以上がプライバシー規制がプラスの影響を与えていると回答しています。今回調査したすべての地域で、回答者の少なくとも3分の2が同じ回答をしています。図2を参照してください。以前のレポートで考察したように、消費者と組織の両方が、プライバシー保護における政府の強力な役割を期待し、評価しています。規制によって、注意義務のより一貫した基準の提示、データ所有者の権利と手段の明確化、データ処理の許可された作業と禁止された作業のガイドラインの提示が可能になります。

図2. 地域別に見たプライバシー保護法の影響

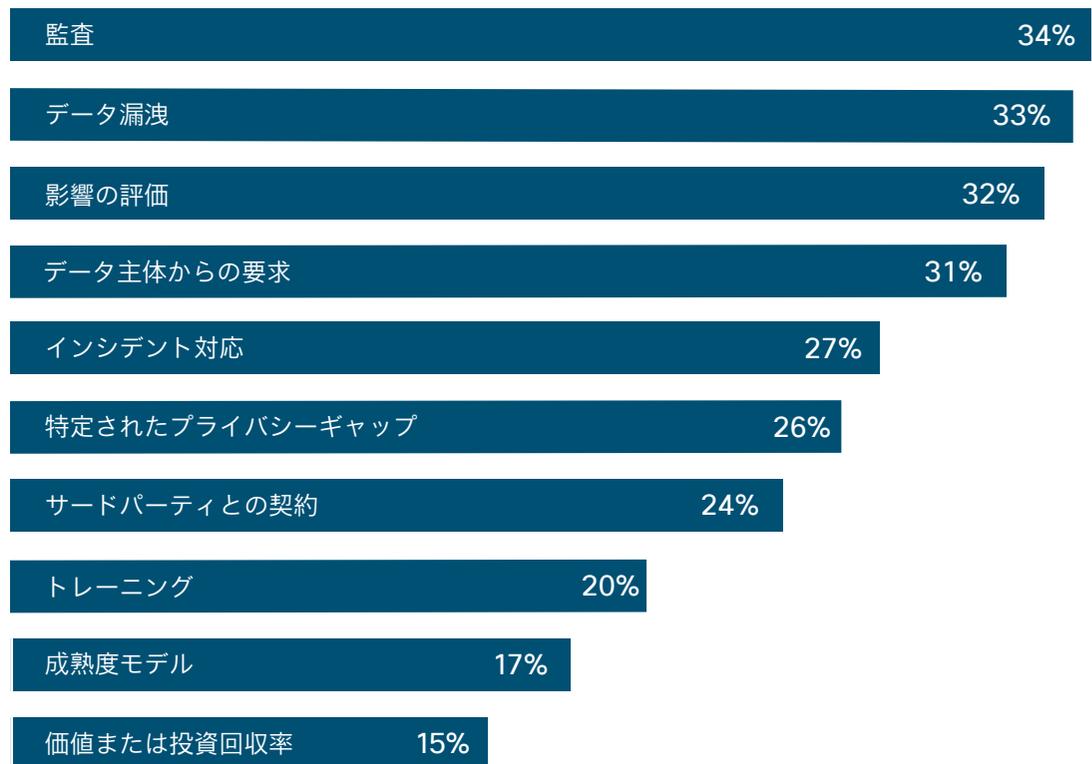


出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

圧倒的多数が取締役会にプライバシー指標を報告

組織がプライバシーを重視しているかどうかは、プライバシー指標が活用されているかどうか、特に経営陣や取締役会に報告されているかどうかでわかります。今年の調査の対象となった組織のうち、94%が1つ以上のプライバシー関連の指標を取締役会に報告しています。10ものプライバシー指標を報告している例もありますが、ほとんどは1から3の指標を報告していて、全体での平均は2.6です。特に多く報告されている指標には、プライバシープログラムの監査結果(34%)、個人データの漏洩(33%)、プライバシー影響評価の結果(32%)などがあります。図3を参照してください。

図3. 取締役会に報告されたプライバシー指標

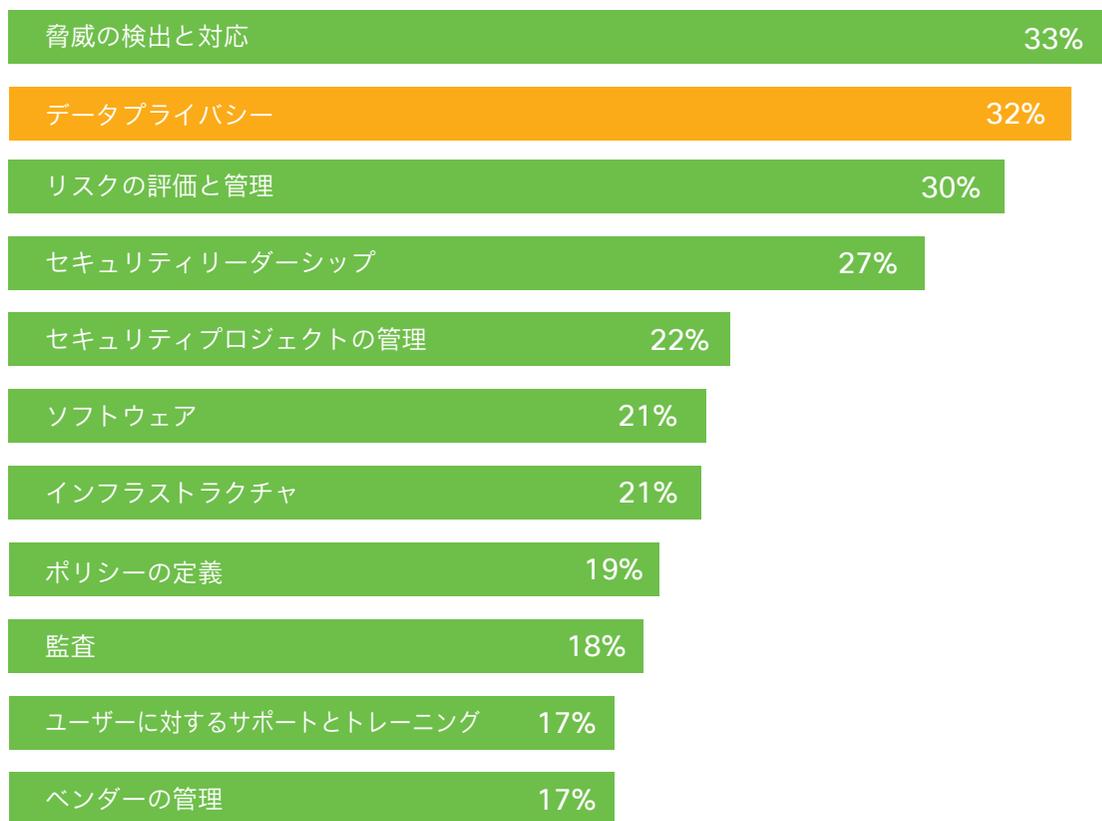


出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

プライバシーはセキュリティ プロフェッショナルの職務の中核

プライバシーに関するスキルは、特にデータの安全確保に直接責任を持つ担当者にとって、ますます重要になっています。調査に参加したセキュリティ プロフェッショナルに、職務の上位 3 つを挙げてもらいました。回答者の 32% が「データプライバシーとガバナンス」を挙げています。これは「脅威の検出と対応」に次いで 2 番目であり、その後に「リスクの評価と管理」が続きます。図 4 を参照してください。データプライバシーは、セキュリティチームのコアコンピテンシーになりました。これにプライバシーに関するスキルを統合すれば、データへのアクセスを許可された人による適切なデータ処理を実現することができます。

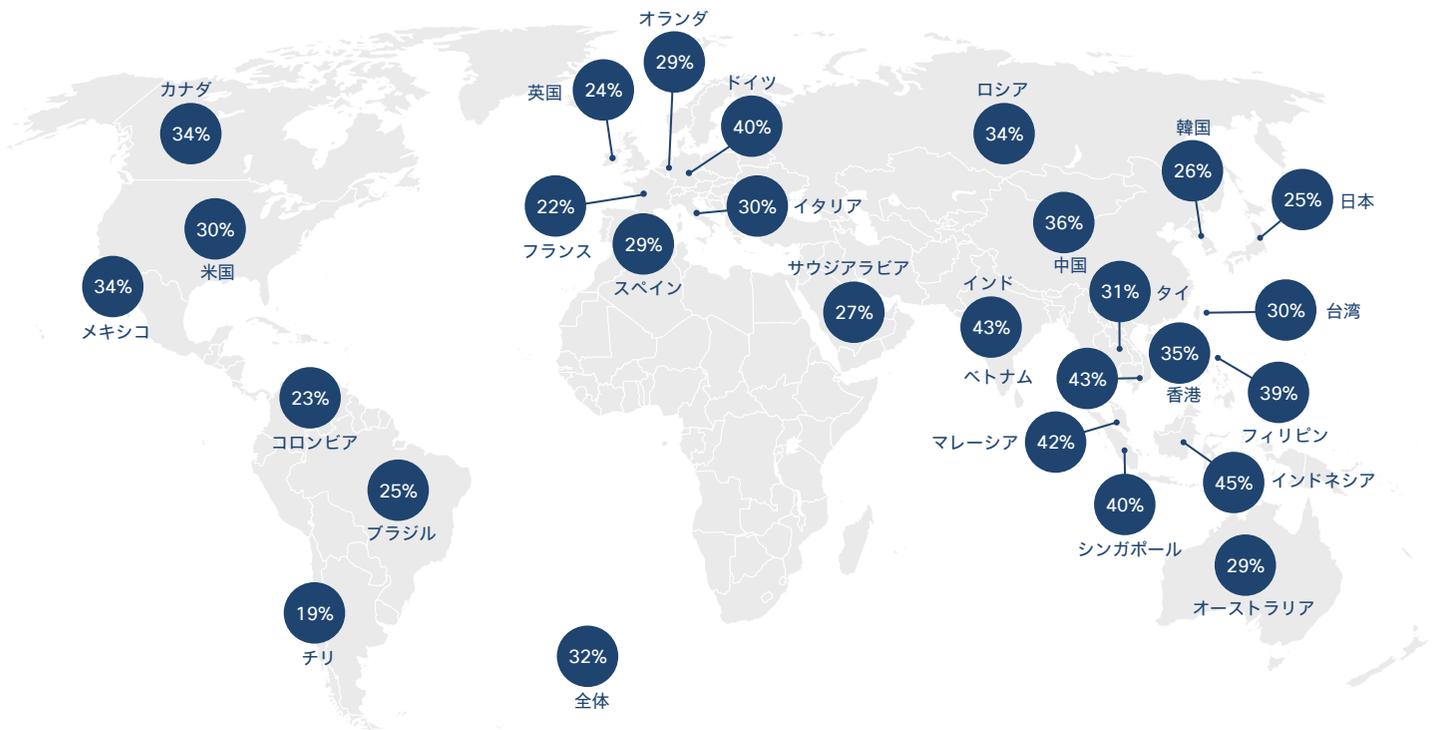
図 4. セキュリティ プロフェッショナルの主な職務
(3 つまで選択可能)



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

興味深いことに、プライバシーが担当職務であるとした回答者の割合が最も高かったのは、インドネシア (45%)、ベトナム (43%)、インド (43%)、マレーシア (42%) といったアジア太平洋のいくつかの地域でした。割合が最も低かったのは、チリ (19%)、フランス (22%)、コロンビア (23%)、英国 (24%) でした。図 5 を参照してください。この違いは、アジア太平洋の多くの国でセキュリティとプライバシーがより強固に統合されていることを反映していると思われます。また、長期にわたるプライバシー体制を持つ国の組織では、プライバシーの職務がセキュリティ部門以外の部門に割り当てられていることが原因である可能性もあります。この問題についてはさらに調査が必要です。

図 5. プライバシーが担当職務であると回答したセキュリティ プロフェッショナルの地域別に見た割合

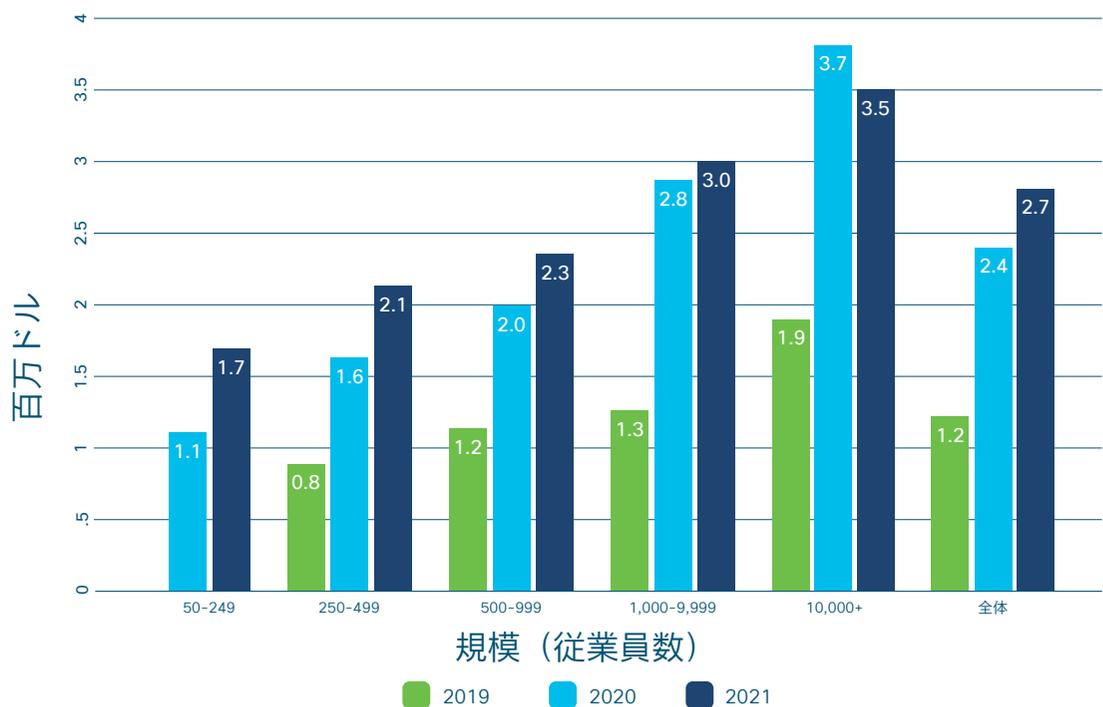


出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

2. プライバシーへの投資とメリット

プライバシーが組織の優先事項に組み入れられるにつれて、投資が増加しています。プライバシーに関する予算の平均額は今年 270 万ドルとなり、昨年の 240 万ドルから 13% 増加しました。従業員が 50 ~ 249 人の小規模な組織での支出は 110 万ドルから 170 万ドルに増加し、従業員が 250 ~ 499 人の組織での支出は 160 万ドルから 210 万ドルに増加しました。一方、大規模な組織（従業員 10,000 人以上）での支出は、昨年の急激な増加の後、今年になって 370 万ドルから 350 万ドルにわずかに減少しました。図 6 を参照してください。今後の調査では、要員数、テクノロジー、外部の弁護士など、支出の増加をもたらした原因を探ります。

図 6. 組織規模別のプライバシーに関する支出

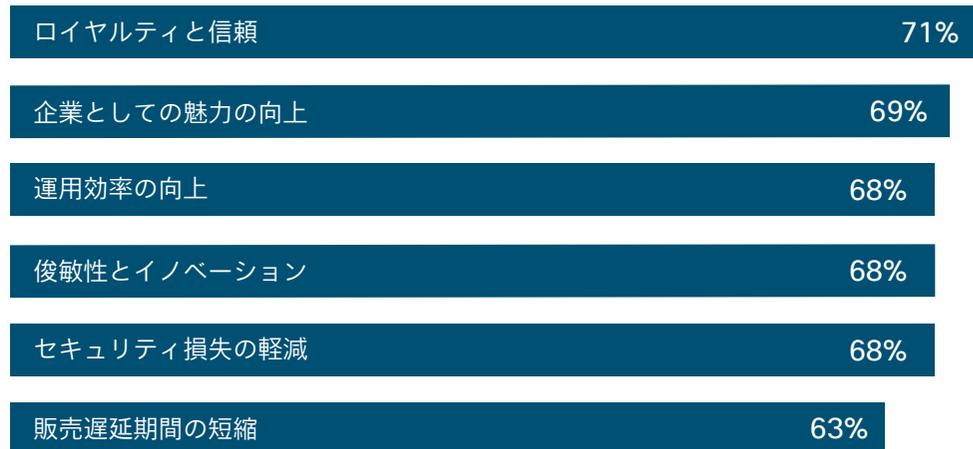


注：50 - 249 人のカテゴリは 2020 年から開始

出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

これらの投資によって高いビジネス価値が維持されます。全回答者の 90% が、プライバシーはビジネス上の必須事項であると考えています。より具体的には、回答者に、販売遅延期間の短縮、データ漏洩による損失の軽減、イノベーションの実現、運用の効率化、顧客との信頼関係の構築、自社の魅力の向上という 6 つの分野における潜在的なメリットについて尋ねました。これら 6 つの分野のそれぞれについて、60% を超える回答者が大きなメリットもしくは非常に大きなメリットを得ていると感じています。この傾向は過去 2 年間ほぼ一貫しています。図 7 を参照してください。

図 7. 大きなメリットを得ていると回答された分野別の割合

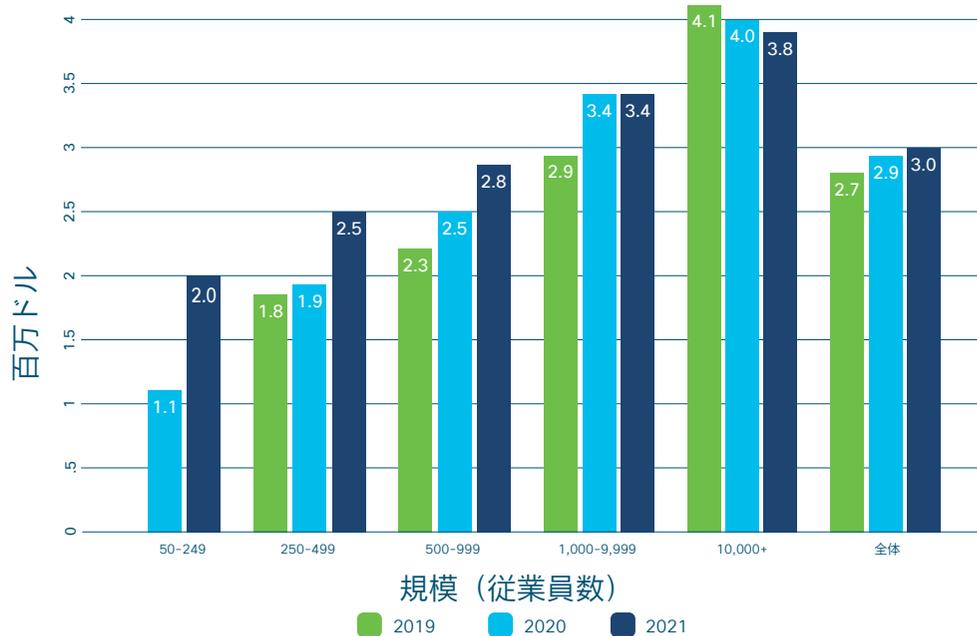


出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

さらに回答者にプライバシーへの投資から得られるメリットの財務的価値の評価額を尋ねたところ、平均評価額は今年 300 万ドルとなり、昨年の 290 万ドルから 3% 増加しました。興味深いことに、今年は小規模な組織が最大の増加率を示しました。従業員が 50 ~ 249 人の組織では 110 万ドルから 200 万ドルに増加し、従業員が 250 ~ 499 人の組織では 190 万ドルから 250 万ドルに増加しました。従業員数が 1,000 ~ 9,999 人の組織でのメリットは 340 万ドルで変わらず、従業員数が 10,000 人を超える大規模な組織でのメリットは 400 万ドルから 380 万ドルにわずかに減少しました。

図 8 を参照してください。

図 8. プライバシーに関するメリットの組織規模別の評価額



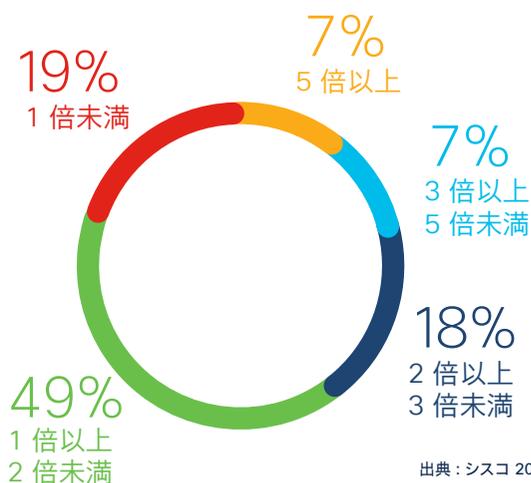
注：50 - 249 人のカテゴリは 2020 年から開始
出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

ROI はわずかに低下しつつも堅調に推移

投資回収率の観点から見ると、平均的な組織は支出の 1.8 倍の利益を見込んでいて、昨年の調査における 1.9 倍から減少しています。これは、コロナ禍への対応、新しい法律への適応、国際間のデータ転送に関する不確定要素、データローカリゼーションの要件の増加に対応するために継続的な支出が必要であることが理由と考えられます（以下を参照）。それにもかかわらず、ほとんどの組織は、プライバシーへの投資で非常に魅力的なリターンを維持しています。組織の 32% が少なくとも支出の 2 倍の利益を得ていて、プライバシーへの投資は採算が取れないと評価している組織は 19% のみです。

図 9 を参照してください。

図 9. プライバシーへの投資での利益率

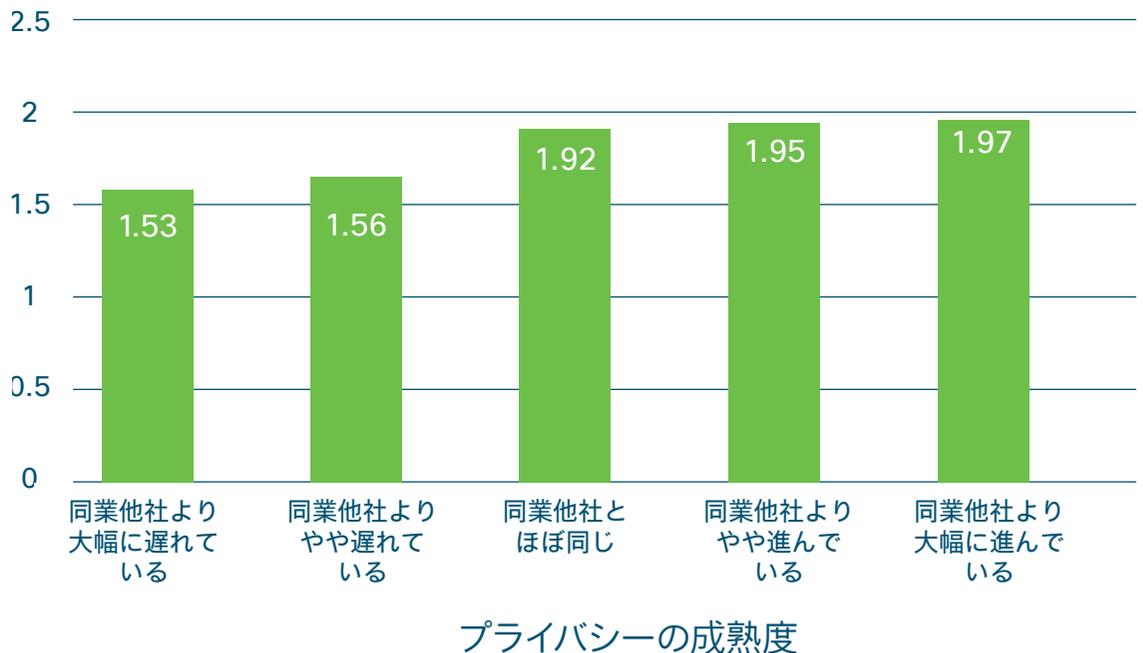


出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

成熟した組織やプライバシーとセキュリティを統合した組織で高いリターン

また、プライバシーの成熟度など他の要因とリターンとの相関関係も興味深い点です。回答者が自社のプライバシープログラムは同業他社より遅れていると感じている企業は、同業他社と同等または進んでいると感じている企業よりもリターンが低くなっていました。具体的には、最も成熟した企業での平均リターンが 1.97 であるのに対し、最も成熟していない企業での平均リターンは 1.53 でした。この結果はプライバシーへの投資に価値があることのさらなる証明になっています。最も成熟した組織が最も高いリターンを得ているからです。図 10 を参照してください。

図 10. 推定リターン (利益を支出で割ったもの)



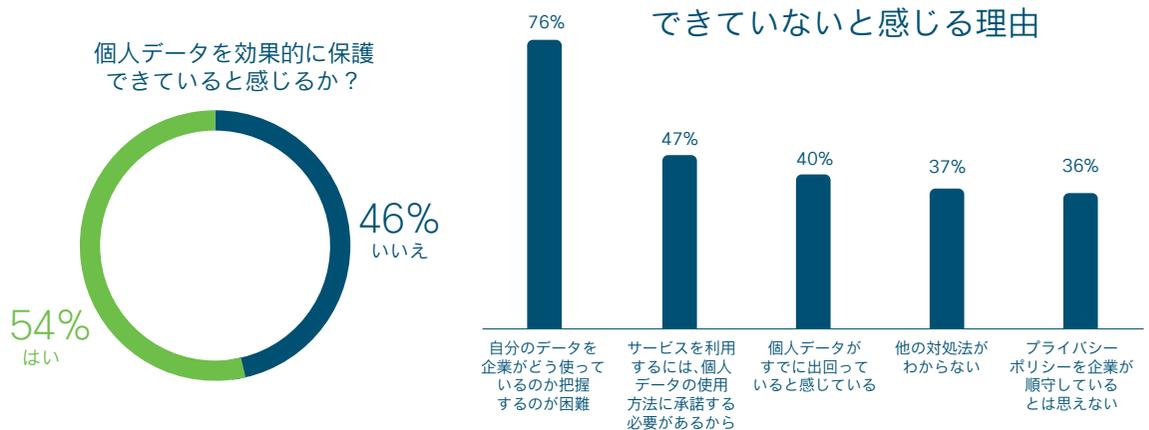
出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

関連するもう 1 つの相関関係は、プライバシーのリターンと、回答者がセキュリティ プロフェッショナルとしてプライバシーを職務の中核に位置付けたかどうか、ということとの関係です。回答者がプライバシーを職務と認識している組織では、平均リターンがほぼ 2 倍となりました。一方、そのように認識していない組織では 1.71 倍となりました。この結果は、プライバシーとセキュリティを連携させることにビジネス価値があることを示しています。

3. データ倫理と意思決定の自動化

人工知能 (AI) と意思決定の自動化によって、組織と消費者が個人データの使用に関する特有の課題に直面しています。調査回答者の 92% が、組織には倫理的な方法でのみデータを使用する責任があると認識しています。また、ほぼ同数(87%) の回答者が、意思決定の自動化が顧客の期待に沿って行われるようにするためのプロセスがすでに整っていると考えています。消費者はそうのように考えていません。シスコ 2021 コンシューマプライバシー調査の結果によれば、消費者のほぼ半数 (46%) が、自分のデータを適切に保護できないと感じています。その主な理由は、組織がどのようなデータを収集してどのように使用しているか正確に把握できないことです。図 11 を参照してください。

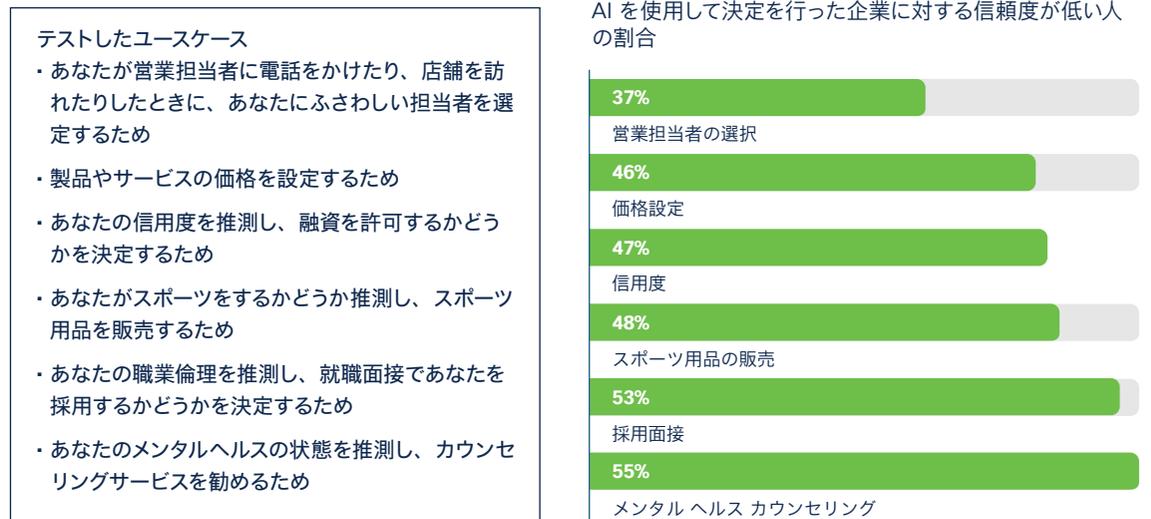
図 11. 消費者は自分のデータを保護できているか



出典：シスコ 2021 コンシューマ プライバシー調査

消費者は自分のデータの使われ方に関して透明性を重視していて、AI を使用した意思決定については特に説明が難しい場合があります。実際、調査回答者の 56% が、今日の企業における AI の使われ方に懸念を示しています。さらに、いくつかの典型的な AI のユースケース（営業担当者の選定、価格の設定、信用度の評価）で個人データを使用することについて尋ねたところ、大きな割合（37% ～ 55%）の回答者がこれらの決定に AI を使用した企業は信頼できないと述べています。図 12 を参照してください。組織は、顧客に自分のデータの使われ方を理解してもらい、信頼を構築できるように、さらに多くのことを行う必要があります。これが AI ベースの意思決定にとって大きな課題になる可能性があります。

図 12. AI のユースケースと信頼の喪失

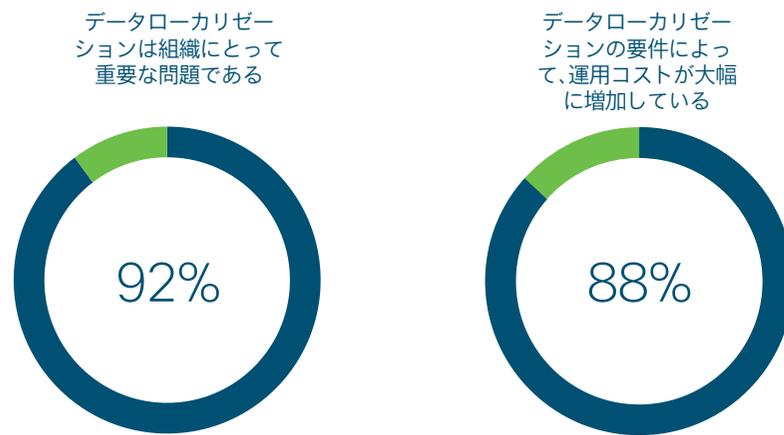


出典：シスコ 2021 コンシューマ プライバシー調査

4. データローカリゼーション

政府や組織が国外に転送されるデータの保護とコミットメントを要求し続けているため、データローカリゼーションが要件となる場合が増えています。今年新たに加えた調査では、調査回答者の 92% が、この要件が組織にとって重要な問題になっていると述べています。また同じ割合の回答者が、個人データの保護に役立つと考えていると答えています。しかし、それにはかなりのコストがかかります。回答者の 88% が、ローカリゼーションの要件によって運用コストが大幅に増加していると述べています。図 13 を参照してください。

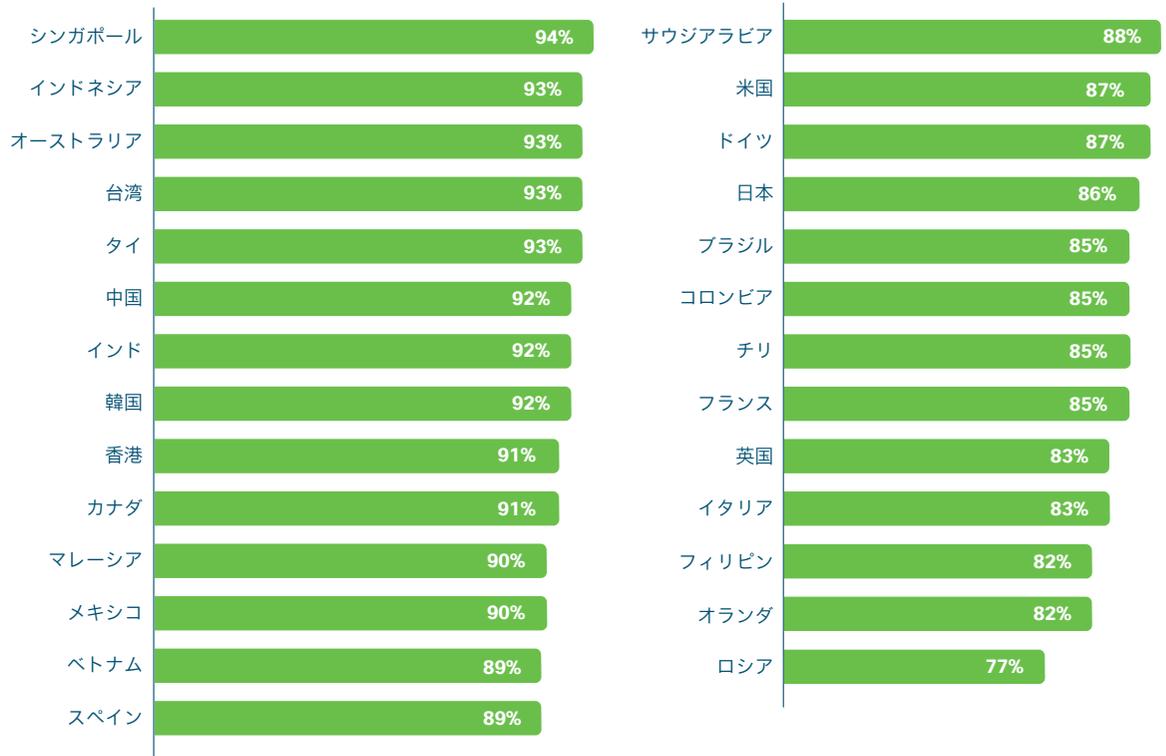
図 13. データローカリゼーション



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

この要件は、国の法律や姿勢によって左右されることがしばしばですが、異なる地域の回答者間で実質的な違いはありませんでした。データローカリゼーションによって運用コストが増加していると答えた回答者の割合は、すべての地域で 77% から 94% でした。図 14 を参照してください。

図 14. データローカリゼーションによってコストが大幅に増加していると回答した地域別の割合

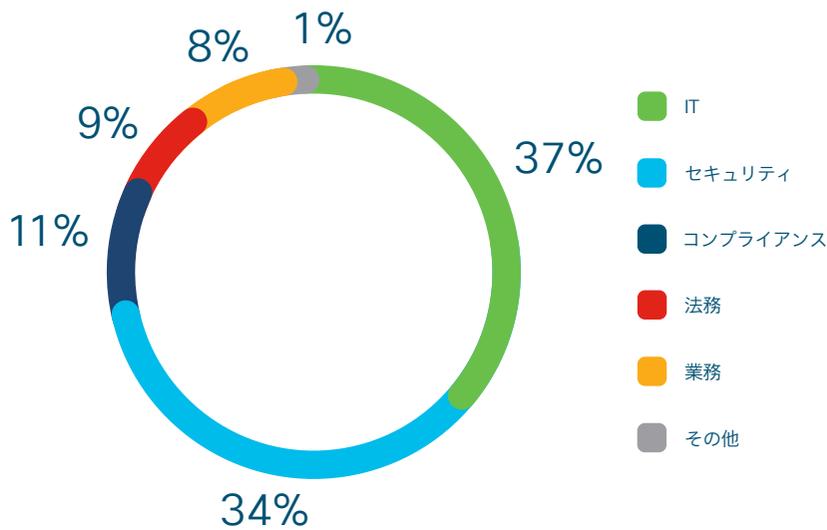


出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

5. プライバシーはどの部門が担当すべきか

実際にベンチマークを行ったところ、プライバシー担当者が特に関心を寄せているのは、他の組織ではどの部門がプライバシーを担当しているか、どの部門が担当するのが最適かについて理解することです。シスコの調査の回答者の間では、単一の支配的なモデルはないように見えました。プライバシーは IT 部門が担当するケースが最も多く（回答者の 37%）、続いてセキュリティ部門、コンプライアンス部門、法務部門、業務部門でした。図 15 を参照してください。

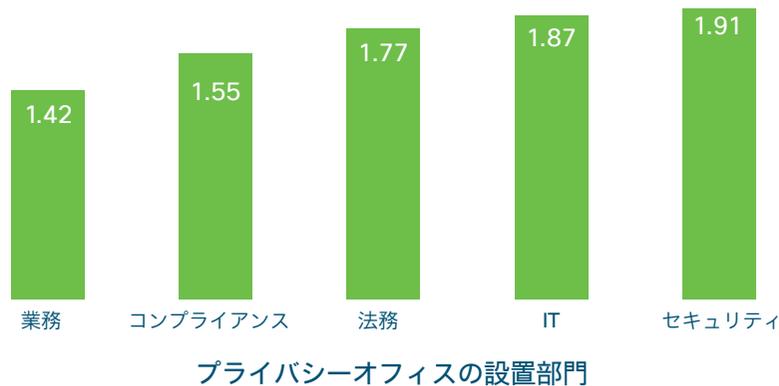
図 15. 組織におけるプライバシーオフィスの設置部門



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

どこが担当するのが最適かについては、どのモデルでプライバシーへの投資に対する推定リターンが高くなっているかを見るのが1つの方法です。調査回答者の中で平均リターンが最も高かったのは、プライバシーオフィスがセキュリティ部門に設置されている組織で、1.91のリターンでした。IT部門に設置されている組織での平均リターンは1.87で、法務部門に設置されている組織での平均は1.77でした。図16を参照してください。

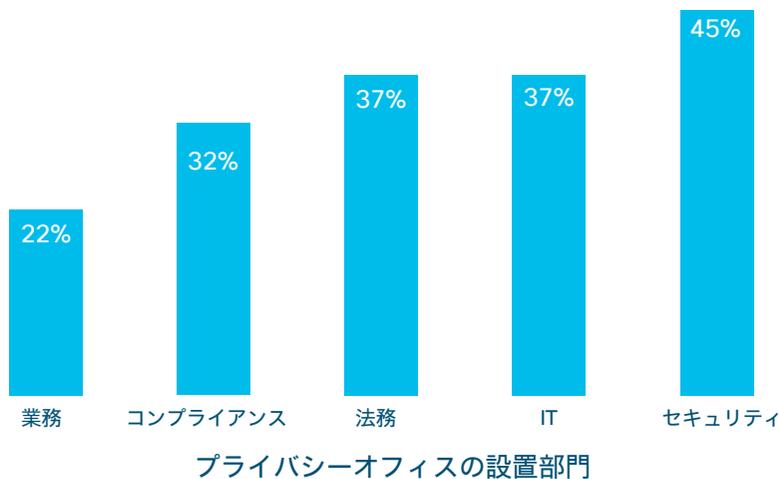
図16. プライバシーオフィスの設置部門別に見た平均リターン



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

プライバシーの成熟度の観点から見ると、プライバシーオフィスがセキュリティ部門に設置されている企業で、回答者が競合他社より進んでいると回答した割合が高く(43%)なっています。続いてIT部門(37%)、法務部門(37%)、コンプライアンス部門、業務部門となっています。図17を参照してください。これらの相関関係によっても、プライバシーとセキュリティのより緊密な統合に大きなビジネス価値があることが示されました。

図17. プライバシーの成熟度が同業他社よりも進んでいると答えた回答者のプライバシーオフィスの設置部門別の割合



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

推奨事項

プライバシーは引き続き組織の優先事項に組み入れられています。この調査の結果から、信頼性を証明し、プライバシーへの投資のメリットを最大化する方法について、次のような具体的な推奨事項が示されました。

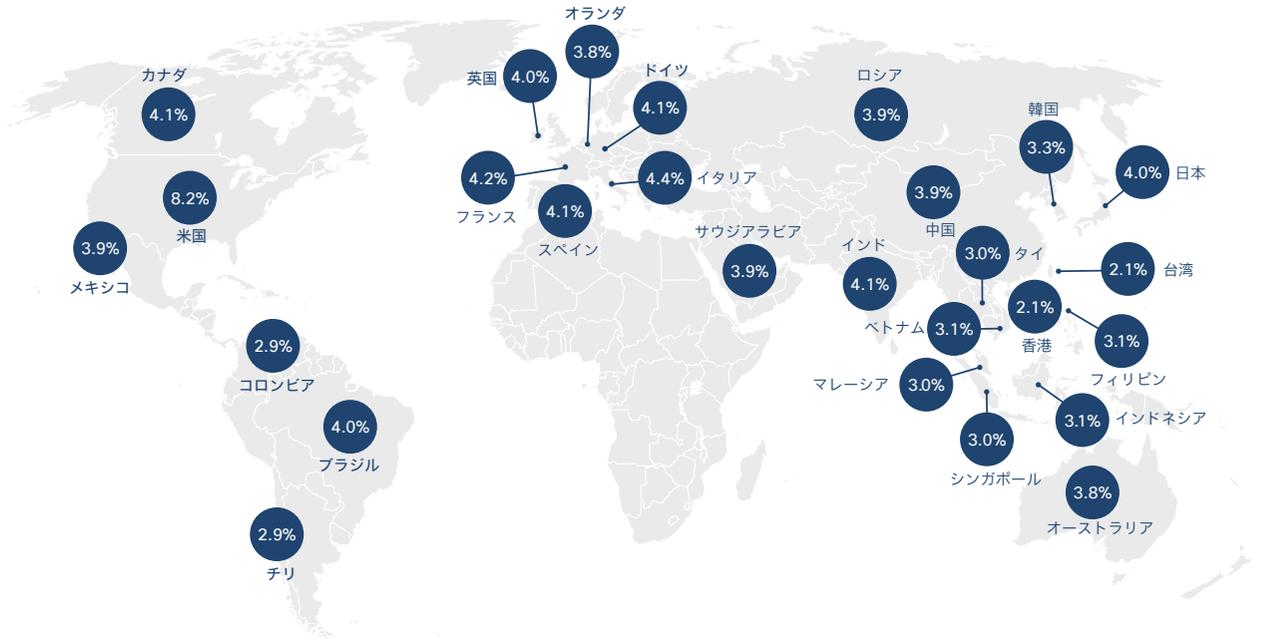
1. 組織全体、特にセキュリティ プロフェッショナルと IT プロフェッショナルのうち個人データの処理と保護に直接関わる担当者のプライバシーに関する能力開発を継続すること。
2. 組織が提供する製品やサービスでの個人データの使用方法について透明性を保つこと。顧客は、自分のデータが悪用されたり、予期しない方法、知らされていない方法、または理解できない方法で使用されたりしていないことを知り、安心したいと考えています。
3. 顧客に重大な影響を与える AI や自動化された意思決定で個人データを使用する場合は、注意深く慎重に進めること。倫理面を重視したフレームワークを用いた設計と構築、AI プログラムに対するガバナンスと監視を確立、自動化された意思決定が使用される場合と方法についての透明性の確保は、いずれも組織が実行できる前向きな手段です。
4. プライバシーに投資すること。そうすれば利益がもたらされます。

シスコは、これらの傾向と問題を引き続き観察し、調査結果を共有します。シスコのプライバシー調査に関する詳細については、シスコのプライバシーリサーチ & エコノミクス担当ディレクター Robert Waitman (rwaitman@cisco.com) までお問い合わせください。

シスコは最近、信頼性を証明し伝えるためのフレームワークを紹介する『[The New Trust Standard](#)』（新しい信頼性基準）を発行しました。これはゼロトラストアーキテクチャのパラダイムであり、データの安全性の確保、透明性の維持、認証を通じた責任の明確化に関する一連の原則が含まれています。

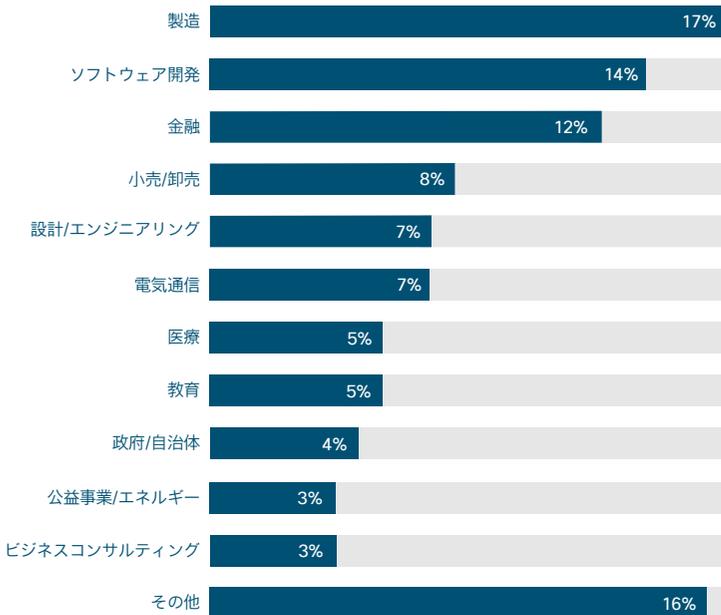
付録： 回答者の内訳

国または地域別



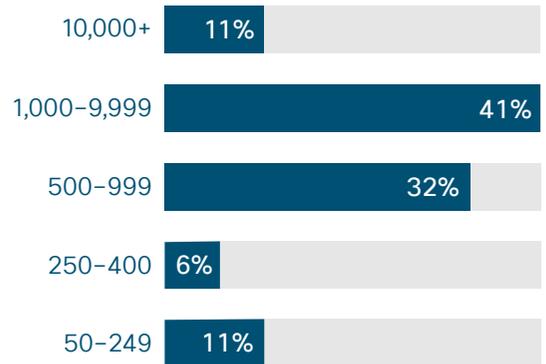
出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

業種別



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

企業規模別（従業員数）



出典：シスコ 2022 データ プライバシー ベンチマーク調査

サイバーセキュリティ レポート シリーズ について

シスコは過去 10 年間にわたって、全世界のサイバーセキュリティ プロフェッショナルを対象に、セキュリティと脅威インテリジェンスに関する多くの信頼できる情報を公開してきました。これらの包括的なレポートでは、脅威の現状や組織への影響を詳しく解説し、サイバー犯罪者から組織を守るための先進的でプロアクティブなプラクティスを紹介しています。シスコのソートリーダーシップに対する新しいアプローチの中で、シスコセキュリティは『シスコ サイバーセキュリティ シリーズ』という旗印を掲げ、一連の調査とそのデータに基づく出版物を発行しています。シリーズの分野は徐々に増え、業界や担当が異なるセキュリティプロフェッショナルに向けた幅広いレポートが登場してきました。セキュリティ業界の脅威研究者やイノベータからの幅広い専門知識を集めて 2021 年から 2022 年にわたって発行される一連のレポートには、コンシューマプライバシー調査、脅威レポート、セキュリティ成果調査などがあり、今後も年間を通していくつかのレポートが発表される予定です。詳しい情報や過去のすべてのレポート、アーカイブされたコピーについては www.cisco.com/jp/go/securityreports をご覧ください。

©2022 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Cisco, Cisco Systems, およびCisco Systemsロゴは、Cisco Systems, Inc.またはその関連会社の米国およびその他の一定の国における登録商標または商標です。本書類またはウェブサイトに掲載されているその他の商標はそれぞれの権利者の財産です。

「パートナー」または「partner」という用語の使用は Cisco と他社との間のパートナーシップ関係を意味するものではありません。(1502R)

この資料の記載内容は2022年2月現在のものです。

この資料に記載された仕様は予告なく変更する場合があります。



シスコシステムズ合同会社

〒107 - 6227 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー

<http://www.cisco.com/jp>

お問い合わせ先



SECURE