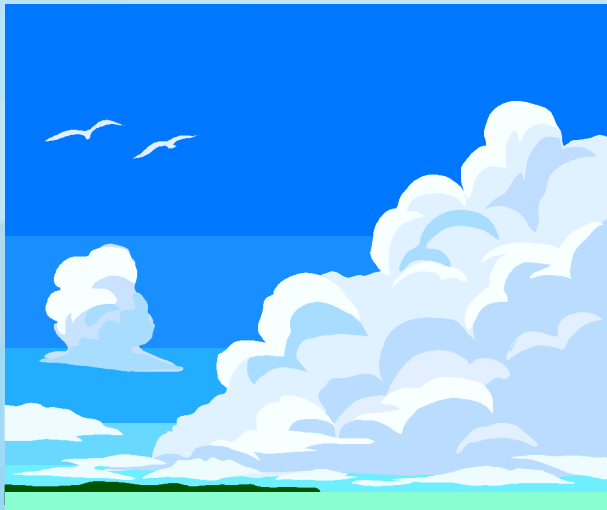


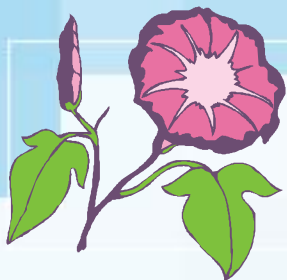
しっかり理解すれば、個人情報保護法は怖くない

個人情報保護法への対応について

平成17年8月1日



作成 江塚経営研究所



はじめに

個人情報の保護は、法律の遵守や法律を守ることが最終的な目的ではありません。

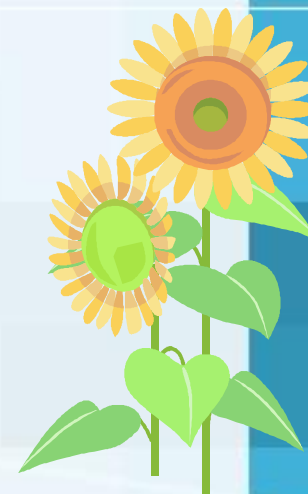
個人の権利・利益を守るという「国際的な認識」の統一を背景に、事業活動の中で適正に個人情報を取得し、取得した個人情報を安全に管理し、適正に利用することで、結果として顧客の信頼を得て、事業活動を発展させ、企業活動を高めることが一番の目的です。

しっかりと内容を理解し、個人情報を大いに活用することで、自社の業績に反映させ、貢献させていく、ということが求められています。

はじめに (2) …個人情報に関する企業を取巻く環境変化

< 個人情報に関わる 社会環境・法制的動向 >

- 個人情報保護法の施行
- 技術革新による個人情報データベースの巨大化
- インターネット社会の発展による不正アクセス等の巧妙化
- 雇用形態の多様化(派遣社員の増加等)
- プライバシーに対する権利意識の高揚
- 個人情報漏えい事故の頻発



情報漏えい発生

< 企業が被る影響 >

- A) 社会的責任の発生
- B) 信用の低下
- C) 経済的損失

企業存亡の危機になるケースも

法令違反で社会的制裁を受けた企業

雪印乳業、UFJ銀行、
西武鉄道、三菱自動車、

1. 個人情報保護法とは (1) もう一度復習してみよう

○ 個人情報保護法の基本的考え方

- (1) 個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする
- (2) 個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定める

○ 個人情報とは

- (1) 含まれる記述などから、特定の個人が識別できる情報
- (2) 名刺一枚でも、社員情報でも個人情報になる
- (3) 顧客コードそのものは個人情報ではないが、名簿と付き合い合わせれば個人が特定できる場合、顧客コードも個人情報
- (4) 出身学校の名簿でも、事業に供している場合個人情報
- (5) 従って、事業所内にある氏名情報は大半「個人情報」

個人情報保護法とは（2）

Ø 個人情報保護法制定にいたる経緯

（1）ヨーロッパ、個人情報保護の制度化加速

各国バラバラに個人情報保護スタート…輸出入障壁になる

1980年 OECDにおいて「プライバシーガイドライン 8原則」採択

このガイドラインに沿い各国が制度見直し

1995年 「EU指令」(このガイドラインに沿わない場合個人情報の交流はしないとするもの)

（2）アメリカにおける個人情報保護の進展

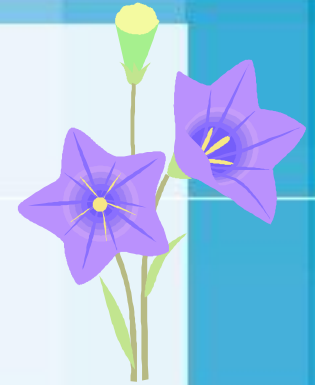
アメリカでは、事業分野ごとの個別法が制定されてきた。業界の個別法と企業の自主的な対応で、個人情報は保護と活用が飛躍的に進展していた。

また、個人情報保護体制についての「認証制度」も整備され制度を補完

（3）わが国における経緯

1980年 「行政機関に対する個人情報保護法」が制定

1989年 「民間企業における個人情報保護ガイドライン」



個人情報保護法とは（3）

○ 個人情報取扱事業者とは

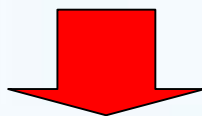
- ・ 「個人情報を事業の用に供している者」＝「個人情報取扱事業者」
- ・ ただし、個人情報量の少ない者は、政令で事業者から除外される
- ・ 現在では、「過去6ヶ月間継続して 5000件以下の業者」は除外
- ・ 数人の会社でもちょっとした名簿を事業に活用すれば、事業者
- ・ 基本的に、すべての民間事業者が対象と考える必要あり

○ 個人情報取扱事業者の義務

1. 利用目的の特定
2. 適正取得＋取得に際し通知又は公表
3. 正確性確保
4. 安全管理措置
5. 第三者提供制限
6. 開示、訂正、利用停止
7. 苦情の処理

その1. 利用目的を特定しなければならない

- ・ 個人情報を取り扱うにあたって、「利用目的」を出来る限り「特定」しなければならない。・・・ 使用目的を、明確化することが必要
- ・ 特定された利用目的の達成に 必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない。



はっきりした目的を
明示し、それ以外
には使えない

濫用してはならない

例えば、工事する目的の情報がDMに使う、ことなど

その2. 情報は適正に取得し、取得の際通知又は公表

- ・ 偽りやその他の不正な手段によって、個人情報を取得してはならない。
- ・ 個人情報を取得した時は本人に速やかに利用目的を通知または公表をしなければならない。
- ・ 本人から直接書面で取得する場合、あらかじめ本人に利用目的を明示する。

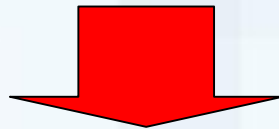


とくに外部からの
情報入手は、要注意

正しく個人情報を集め、かつ本人に知らせる
(明示する)

その3. 取得した情報はいつも更新して正確性確保

- ・ 利用目的達成に必要な範囲で、個人データを正確かつ最新の内容に保つよう努めなければならない。
(なお、個人データは紙ベース管理情報を含む)



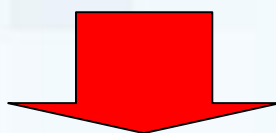
古いデータで
DM出したら
クレームくる

常に最新情報に更新すること

(定期的に見直しをして修正する)

その4. 可能な限り安全管理措置をとること

- ・ 個人データの漏えいや滅失を防ぐために、必要かつ適切な安全管理措置を講じなければならない
- ・ 安全に個人データを管理するために、従業員に対して必要な監督を行わねばならない
- ・ 個人データの取扱いについて委託する場合、委託先に対し必要かつ適切に監督を行わねばならない



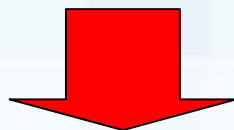
机の上の名刺や書類
盗難にあったら大変

**コンピューター管理、書類・机・持ち帰り書類
など十分な管理が必要**

→ 体制面、担当者やルール作り

その5. 第三者提供は制限があり適正に実施する

- ・ あらかじめ本人の同意を得ないで、他の事業者など第三者に個人データを提供してはならない
- ・ 一定の事項をあらかじめ通知等しているときは、本人の同意を得ずに第三者提供することは可能



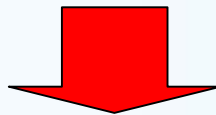
原則として外部には
絶対情報提供しない

**名簿業者や外部情報機関への提供などに
とくに注意**

その6. お客様からの要請には最優先で応じる

～ 開示、訂正、利用停止など

- ・ 保有個人情報の利用目的、開示等に必要な手続、苦情の申出先等について本人の知りうる状態に置かなければならない
- ・ 本人からの求めに応じて、保有個人情報を開示しなければならない
- ・ 内容に誤りがあるとき、本人からの求めに応じて、訂正等を行わねばならない
- ・ 法の義務に違反して取り扱っている時、本人からの求めに応じて利用停止等を行わねばならない

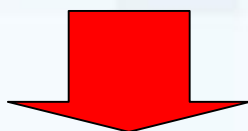


本人からの請求は、断れない
即時に対応し、納得できる回答が必要

お客様からの
照会は即座に対応

その7. クレームや苦情の処理は即時処理

- ・ 本人から苦情処理などの申出があった場合、適切かつ迅速な処理に努めねばならない
- ・ 本人からの苦情を適切かつ迅速に処理するため、苦情窓口の設置、苦情処理手順の策定等必要な体制を整備しなければならない



安易に時間をかけると
話はどんどん大きくなる

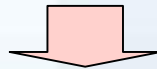
クレーム処理は最優先で丁寧に

個人情報保護法とは（４）



○ 罰則

- Ⅰ 個人データの外部流出
- Ⅰ 不適正な取得
- Ⅰ 利用目的の明示や取扱いのルール違反



- Ⅰ 罰則……6ヶ月以下の懲役か30万円以下の罰金

○ 会社に求められること

- ① お客様からの情報取得時、利用目的の明示をする
…申込書、依頼書（目的明確時は省略可）、その他書類受入れ時
- ② 個人情報のデータ管理体制確立
……データ情報管理体制、情報更新（最新）、管理者
- ③ 社員教育の徹底

2. 個人情報になるもの ならないもの

……特定の個人を識別できるかできないか、がポイント

○ こんなものも個人情報

社員情報(家族も含む)、名刺、メールアドレス、住所録、年賀状、中元歳暮リスト、他社から預っているデータ、紙ベースのメモ
同窓会名簿(事業に使用する場合)、購入した名簿、業界名簿

○ 個人情報にならないもの

住所だけのデータ、特定個人を識別できないもの(コード、番号)
死亡者情報

○ 個人情報なのにカウントしない

電話番号簿、カーナビ記載の電話番号、住宅地図など

3. 仕事場での「個人情報」(1)



本項目のテーマは、日経小冊子「個人情報」を一部利用させていただきました

ケーススタディ①

Q 「社内他部門の取引先担当者に対して、電話連絡することは違法ですか？」

A

取引先企業であっても、担当者情報は個人情報です。この場合、「第三者提供」に該当するかがポイントですが、同じ会社内では、第三者提供とはならず、問題ありません。

ただし、取引をしている目的の範囲外の個人情報の利用、例えば物品購入の個人的なお願いなどは、事前の同意が必要です。

仕事場での「個人情報」(2)



ケーススタディ②

Q 「公的な公開書類、例えば住民台帳をもとにDMリストを作成した場合、違法ですか？」

A

リストの作成そのものは、原則として違法ではありません。
(ただし、自治体により条例で禁じている場合がある)

しかし、受け取る消費者の立場からすると、DM送付目的を同意しているわけではありません。

事前の同意が無理であれば、事後のフォローが必要でしょう。
DMにその旨の明示をすることで対応しましょう。

仕事場での「個人情報」(3)



ケーススタディ③

Q 「名刺交換も個人情報ということですが、交換するとき利用目的を通知する必要があるのですか？」

A

名刺交換は、お互いの連絡利用という目的が明白ですので、個別に利用目的を明示する必要はありません。

しかし、連絡利用を超えて、無関係な商品案内DMを出してしまうと、利用目的の範囲を超えてしまいます。

このような場合(DMを出す)、その旨の了承を別途得ておけば問題は起こりません。

仕事場での「個人情報」(4)



ケーススタディ④

Q 「自社のホームページに社員の集合写真や福利厚生場面を掲載しても良いのですか？」

A

写真は、リストや名簿になっていない画像情報ですので、「個人情報」には該当しません。

そのため、個人情報保護法としては、違法ではありませんし、事前同意も不要です。

しかし、肖像権、プライバシーなど別の法律に関係する場合も多く、事前同意を得ておいたほうが、無難といえるでしょう。

このような場合、保護法以外の民事上の問題になることが考えられますので、十分配慮して対応しましょう。

仕事場での「個人情報」(5)



ケーススタディ⑤

Q 「採用活動で収集された個人情報は、どのように取り扱えば良いのでしょうか？」

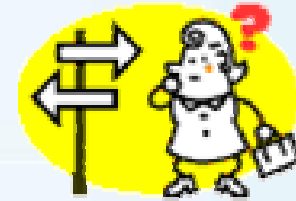
A

採用に伴う個人情報は、プライバシーとの関係も深く、特に慎重に取扱いをしましょう。

厚生労働省の「雇用管理指針 解説」では、採用応募者の情報の利用目的を、会社のホームページやパンフレットで公表するだけでなく、応募用紙に明記するなど、本人に内容が確実に伝わるように配慮することを求めています。

採用応募者の個人情報の利用は、その公表した利用目的以外に使用されることは許されませんので、くれぐれも注意が必要です。

仕事場での「個人情報」(6)



ケーススタディ⑥

Q 「工事の一部を他業者に委託して個人情報を提供している、事前同意は必要か？」

A

個人情報保護法では、委託先にデータを渡すことについて、あらかじめ本人の同意をうる必要はないとしています。そのかわり、委託元の事業者に対しては、委託先に必要かつ適切な監督を行う義務を定めています。

信頼できる委託先を選定し、契約を整備し、履行確認をしっかりと対応しましょう。なお、委託先の不始末は自分の会社に降りかかってきますので、注意しましょう。

仕事場での「個人情報」(7)



ケーススタディ⑦

Q 「名簿業者から個人情報を買って、使ってはいけないのですか？」

A

個人情報保護法は、個人情報を適正な手段で取得することを求めています。

名簿業者が、名簿として販売することを本人が事前同意していれば問題はありません。

しかし、事前同意の確認することは困難ですし、現状では適正な取得の名簿の存在は少なく、悪質業者のヤミ名簿が多いのが現状です。

問題が起きたときに叩かれるのは、入手した会社です。
なるべく、名簿の購入を回避することがポイントです。

仕事場での「個人情報」(8)



ケーススタディ⑧

Q 「クレマー化した顧客にどう対応したら良いか、困っています。どうすれば良いのでしょうか？」

A

お客様の要望は、できるだけ真摯に対応するのが基本ですが、クレマー状態になった場合は、窓口担当者対応では無理、と見極めるのもビジネススキルです。

このような場合は、個人情報保護法は基本におきながら、クレームの基本対応で、対処することが必要です。

「人を替える」「時間を替える」「場所を替える」などのTPOで対応しましょう。

個人情報保護法対応だからといって、杓子定規に対応すると、リスクが大きくなります。臨機応変に、柔軟な対応を心がけましょう。

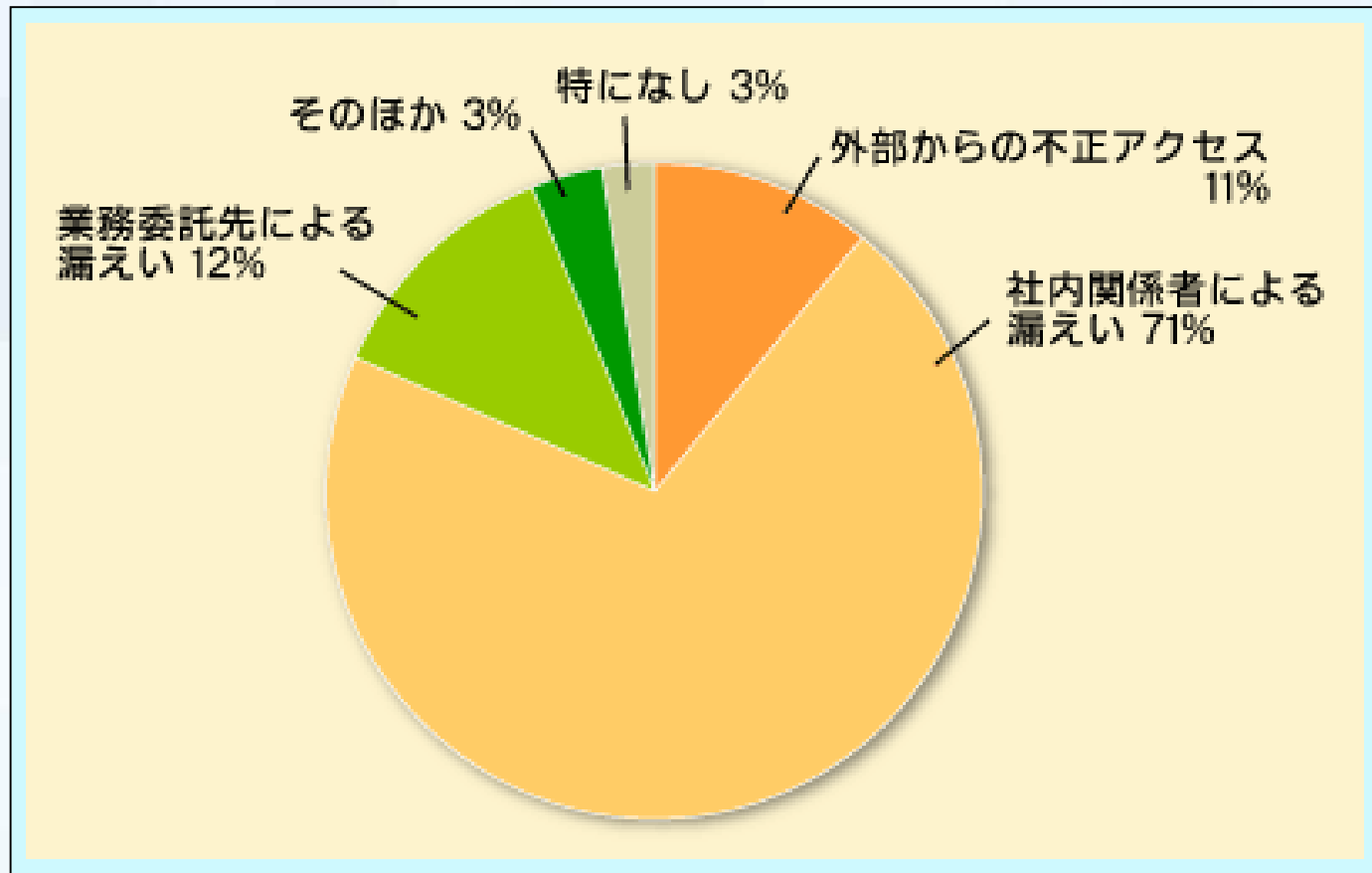
4. 情報の管理（情報漏えいは多発している）

個人情報の漏えい事件が多発している。企業の存亡にも関わる重大な事態も想定される。

事業者	漏えい件数	漏えいした情報	状況	損害
自治体	22万人	住民の基本台帳	インターネット販売	15,000円/1人
人材派遣会社	9万人	登録者個人情報	インターネット	10～30万円 /1人
エステ会社	5万人	会員情報	閲覧可能な状態に	被害の人 10人11百万円
百貨店	38万人	ハウスカード会員のデータ	クレジットカード会社に売却	会員大幅減少
コンビニチェーン	56万人	会員情報	回収不能に	全員に500円
テレビ通販会社	66万人	利用者情報	実状は不明	営業自粛 100億円売上減少

情報の管理（「漏えい防止」を強化する部分）

今後強化する必要のある情報源（専門雑誌アンケートから）



5. 自社でも、体制整備を考えましょう（1）

Ø 中堅企業以上の対策

- ① 方針策定（プライバシーポリシー）、書類など変更対応
- ② 個人情報保護管理者の選定、管理部門設置
- ③ 規定の見直し・検討（コンプライアンス規程、情報の取扱い規程、データ管理規程、日常管理規程、就業規則の変更など）
- ④ 情報管理規定の制定
- ⑤ データ管理強化策（サーバ、パソコン、ソフトウェアなど）
- ⑥ 社内教育の徹底

Ø 一般的な対策

- ① 対外方針制定（プライバシーポリシー）、書類変更対応
- ② 担当部門、責任者選定
- ③ 情報管理強化策の検討実施（パソコン・FD社外持出し、鍵掛励行）
- ④ 社内教育の実施



自社でも、体制整備を考えましょう（２）

<< 個人情報保護方針の例 >>

- ρ 個人情報保護に関する法令、その他の規範を遵守します
- ρ 個人情報は必要な範囲に限り、適法・公正に取得します
- ρ 個人情報は、目的外の使用はしません
- ρ 個人情報は、正確かつ最新の内容で保持するよう努めます
- ρ 個人情報は、漏洩・滅失・毀損から守り、安全に管理します
- ρ 第三者に提供する場合は、保護法を遵守して適正に取扱います
- ρ 個人情報に関する苦情については適切・迅速に対応します

自社でも、体制整備を考えましょう（3）

<情報漏えい防止のポイント>

……個人情報適正管理には、個人データの安全管理措置が欠かせない

○ 組織的安全措置

- ・ 組織体制の整備（管理者、担当部署など）、規程の整備、

○ 人的安全措置

- ・ 社員と雇用契約時などでの約束（あるいは誓約書など）
- ・ 社員に対する教育・訓練の実施

○ 物理的安全措置

- ・ 会社への第三者等への入・退館管理
- ・ 盗難防止の措置（机の上の書類置き禁止、ロッカー・机の施錠など）
- ・ 機器・装置への物理的保護（FD、CD、などの禁止など）

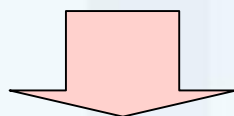
○ 技術的安全措置

- ・ 社内パソコンのアクセス権限の見直し、制御・記録の強化
- ・ 個人情報や情報システムの監視、

6. おわりに

企業は社会的な存在です。

「市場での評判」が、企業の信頼を生み、
信頼が、企業の業績向上に結びつきます。



<信頼される企業の3か条>

- | | |
|-------------------------------|-------------|
| 1) お客様ニーズを、大切に する企業 | (企業方針) |
| 2) ルールをきちんと守る企業 | (コンプライアンス) |
| 3) クレームなど危機管理をしっかりする企業 | (リスクマネジメント) |