

【講演レポート】JIPDECセミナー

ディスカッション「全社で共有必要なポイントを整理する」

牛島総合法律事務所 弁護士 影島 広泰氏

JIPDEC 電子情報利活用研究部 主席研究員 寺田 眞治

JIPDEC プライバシーマーク推進センター 副センター長 金子 剛哲

本レポートでは、同日に行われた牛島総合法律事務所 弁護士 影島 広泰さんのご講演「改めて確認したい改正個人情報保護法の実務対応ポイント」を受けた形で、影島さんとJIPDECの寺田 眞治が、法律がますます複雑化する中、実務で「個人情報の取扱い」関わる皆さまにより理解を深めていただくため、また実務にどう活かしていくか、気を付けるポイントはどこか、など実例を交えて行ったディスカッションの内容をお伝えします。モデレーターは、JIPDECの金子 剛哲が務め、事前にいただいた質問の中でも特に多かった3点について重点的にディスカッションし皆さまの率直な疑問を紐解いてまいります。

1：「仮名加工情報」と「匿名加工情報」の使い分け

金子：そもそも「仮名加工情報」ってどんなもの？「匿名加工情報」との違いは？と言った声を多くいただいた。まずは、「仮名加工情報」が出来た経緯や背景、それによって事業者側が得るメリットについて教えてほしい。

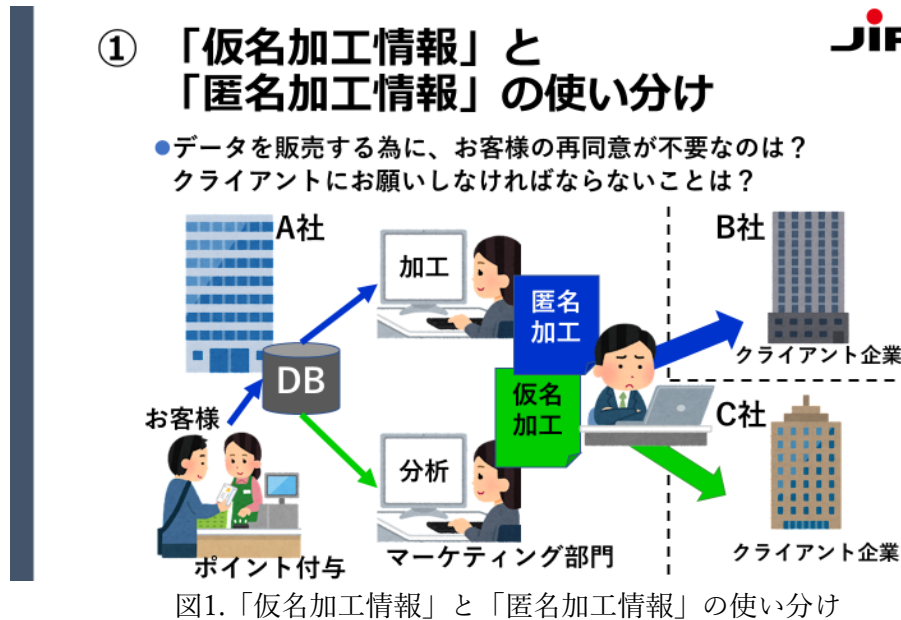
※「仮名加工情報」と「匿名加工情報」についての参考資料：影島先生講演資料P63～

寺田：影島先生の講演にもあったように、「匿名加工情報」は5つの基準に沿って特定の個人が識別できないように加工する必要がある、また当該個人情報を復元できない形にする必要もあることから非常に扱いにくいという点があげられる。これは同じ社内であっても別部署・別サービスであれば、対応が必要となり、事業者からも意見・要望があがっていたのは事実で、これに応えた形で作られたのが「仮名加工情報」。自社内での利用であれば目的変更の同意を得ずに、簡単に使えるようにしていこうというもの。

また、将来に渡って「個人データ」という形でデータを保持していく事は、利用に制限があるだけでなく情報漏えいや濫用にもつながりかねず非常に危険な行為でもある。

影島：データの中の特異な情報こそが重要な場合も多くあり、社内利用であれば「仮名加工情報」一択。ただし第三者提供をする場合は「匿名加工情報」にまで丸める必要がある、用途によって二つを使い分けていくことになるかと思う。

金子：（図1）の通り、「仮名加工情報」は、例えばマーケティング部門が分析に使う場合に加工する形式などが思い浮ぶ。一方で、顧客データを加工してA社が販売をしようと考えた場合、「仮名加工情報」の場合はお客様への再同意が必須となるが、「匿名加工情報」であれば第三者提供時の公表義務はあるものの利用、第三者提供ともに同意の必要がなくなる点はポイント。なお「匿名加工情報」は、提供先のB社に限らず提供元のA社でも当該個人情報を復元して特定の個人を再識別できないようにしたものになることは注意。



2：「個人関連情報」の取り扱いイメージ

金子：（図2）のように、「個人関連情報」の取り扱いについて、いくつかのビジネスシーンが重なったケースの場合、A社、B社、C社は立場によってそれぞれ異なった対応が求められると思うがどうか。

「個人関連情報」とは、生存する個人に関する情報（Cookie情報、IPアドレス、契約者・端末固有IDなどの識別子情報など）であって、個人情報、仮名加工情報及び匿名加工情報のいずれにも該当しないものと定義する。

※「個人関連情報」についての参考資料：影島先生講演資料P45～

② 『個人関連情報』の取り扱いイメージ

- B社は、A社から個人関連情報を購入し、自社の会員の情報と紐づけ、個人関連情報の形に加工してC社に販売し、C社は、他の個人情報とは紐づけずに、分析して利用する場合

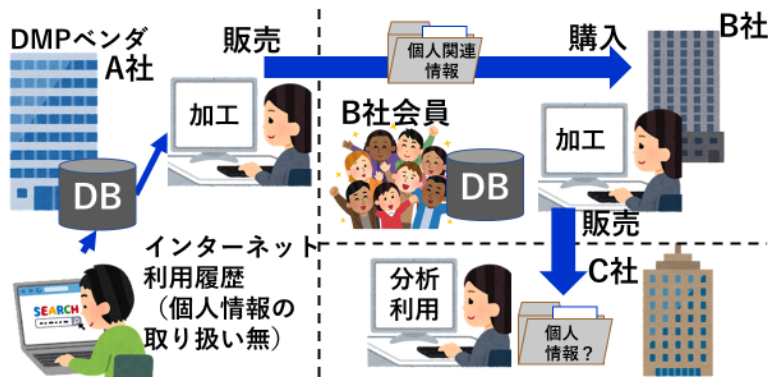


図2.「個人関連情報」の取り扱いイメージ

寺田：B社が個人情報と紐づけることがわかっているのであれば、A社はB社が会員に同意を取っていることを確認する必要がある。

また、B社がデータを「個人関連情報」にしたと言ったとしても、B社にも会員は存在し紐づける事で特定の個人情報の検索が可能な「個人データ」になる。そのため、B社はC社に販売する際、自社の会員に同意を取る必要がある。注意しなければいけないのは、個人データからはCookie情報、IPアドレスなどだけによる自社における「個人関連情報」を作るということは基本的にはあり得ないという点。提供先よって「仮名加工情報」、「匿名加工情報」もしくは「個人関連情報」にあたる場合が考えられるが、個人関連情報の場合は必ず「個人データ」としての第三者提供になるため同意を取る必要がある。

金子：B社が自社の会員に同意を得る場合の記載内容として注意すべき点は。

影島：ひとつは、「個人関連情報」を取得して「個人データ」として利用することへの同意。A社から取得したデータとB社の会員情報を結び付け分析した上で販売目的で利用する旨を明記する必要がある。

ふたつ目が、「個人データ」の第三者提供への同意。B社は、お客様の「個人データ」を第三者提供する場合がある旨を明記し同意を取る必要がある点。

金子：A社から購入したデータは「個人データ」ではないにも関わらず、B社が保有するデータと紐づければ「個人データ」になる場合、同意を得る義務が課せられる点は注意していただきたい。その際の同意は明記さえすれば良いというわけではなく、チェックボックスにチェックを入れた上で同意ボタンを設けるなど明示的な同意を得るための工夫が必要。自社での対応だけではなく、購入元の事業者が適切な対応を取っているかも確認しておく必要がある。

3：公表すべき事項の具体例

金子：次は公表すべき事項の具体例として、以下2点の新たな事項への対応について聞いていきたい。

- ①「安全管理のために講じた措置」（公表により支障を及ぼすおそれがあるものを除く）
- ②「本人が予測できる程度に利用目的を特定しなければならない」

改正法で、更に公表する事項が増えてしまうが、きちんと公表することで「個人情報」の主体者である本人への的確な情報提供を行い、利用目的等に齟齬が出ない事が目的となる。一方、公表事項の情報量が多すぎて読み飛ばしてしまう恐れもあり、最適な方法での公表が課題か。

寺田：プライバシーポリシーや個人情報保護指針のみに全てを託すという事は不可能。コンプライアンスの視点で書かなければいけない事は確かだが、どうやったら正確に伝わるのか方法を考えていく必要がある。業態や考え方によってさまざまあると思うが、例えば概要、詳細、同意画面などレイヤー構造にして読んでもらうなど。伝える事にだけ注力するのではなく、伝わるためにどうしたらいいのかを別問題として考えることが必要。

影島：透明性と説明義務の両立はとても難しい問題。

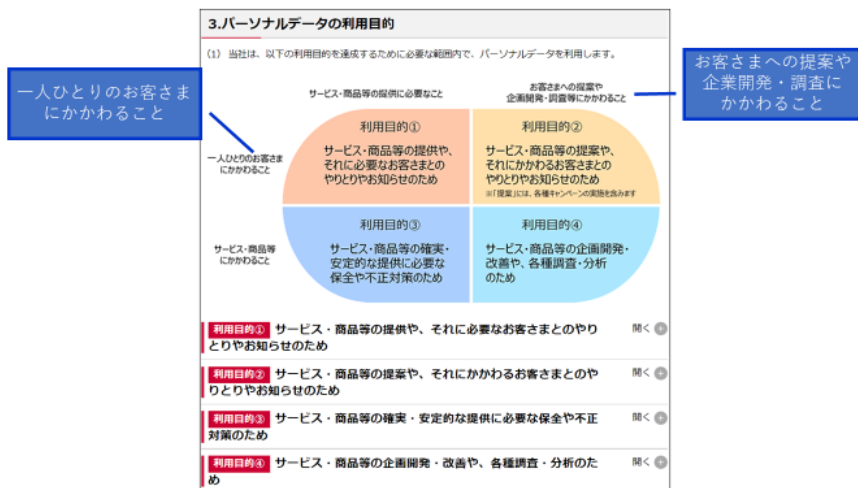
改正個人情報保護法の第27条では、【個人情報取扱事業者は、保有個人データに関し、本人の知り得る状態（本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む。）に置かなければならない。（抜粋）】とあり、全てを公表する形が法律で求められているわけでは必ずしもない。ここに、わかりやすい説明とコンプライアンスの両立の糸口があるのではないかと考えている。

金子：事業規模やお客様の人数によっていろいろな選択肢があり、必ずしもHPで公表しなければいけないということでもないということ。とはいえ、プライバシーポリシーの公表が一般的に普及していることを踏まえ、参考事例としてNTTドコモ様が公表されている[プライバシーポリシー](#)を参考に、【[3. パーソナルデータの利用目的](#)】と【[6. パーソナルデータの安全管理](#)】に該当する安全管理措置と利用目的の明示についてディスカッションしていきたい。

なお、NTTドコモ様の公表内容は、2019年12月時点のものであり、今後改正保護法対応でさらにブラッシュアップを予定されている点をご注意いただきたい。

パーソナルデータの利用目的が大きく4つに分けて明記（図3）されているが、各利用目的の冒頭部分は全て「サービス・商品等の」から始まっているのが特徴的。図の下には利用目的の詳細が明記され、さらに下層に詳細ページ（図4）が設けられている構造になっており、赤く囲った（上）中には具体的な利用目的と、その利用目的で利用する会社の範囲が明記されていることがわかる。

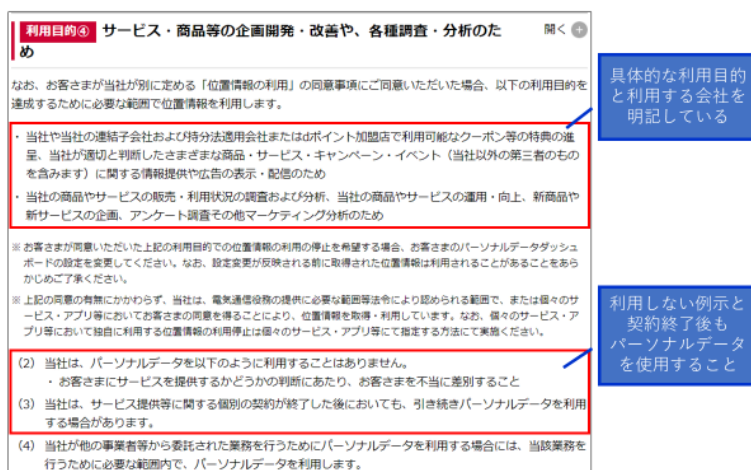
(事例) NTTドコモ様



NTTドコモ プライバシーポリシー (2019年12月11日公表版) より抜粋

図3. (事例) NTTドコモ様_パーソナルデータの利用目的

(事例) NTTドコモ様



NTTドコモ プライバシーポリシー (2019年12月11日公表版) より抜粋

図4. (事例) NTTドコモ様_利用目的例

寺田：ユーザーからするとしっかり構造化されており、知りたい情報を取りに行ける作りになっている点はとても良く出来ていると思う。2019年の時点でここまで詳しく公表されている点も素晴らしい。

影島：(図4) 本文一行目にあるように、情報の特定(図4であれば「位置情報の利用」)がきちんとされている点は、ユーザー側からするとどんな情報を何に使われているのかが知りたいところだと思うので利用目的の特定をするひとつのモデルケース。

金子：下側の赤い囲いの中では、利用しない例示についても具体的に明記されている。退会後のデータの扱いについて触れられているのは珍しい。

寺田：コンプライアンスを超えたプライバシーの保護はどうするべきか？という点にまで踏み込んでおられるので、こういった公表を行うことでいかに信頼を得ようとしているのかが伺える内容になっていると思う。

金子：次にプライバシーポリシーの中にリンクが掲載されている、[情報セキュリティポリシー](#)について。情報セキュリティポリシーでは、管理体制や責任者、内部規程の整備から、監査、継続的改善と8つの項目でマネジメントシステムを構築し、PDCAサイクルを回すという宣言（図5）をされており、大変充実した内容。注目のポイントは？

(事例) NTTドコモ様

1. <u>情報セキュリティ管理体制の構築</u>
2. 「 <u>情報セキュリティ管理責任者</u> 」の配置
3. <u>内部規程の整備</u>
4. <u>監査体制の整備・充実</u>
5. <u>適切な情報セキュリティ対策</u>
6. <u>情報セキュリティリテラシーの向上</u>
7. <u>業務委託先の管理体制強化</u>
8. <u>継続的改善の実施</u>

当社は、以上の取り組みを定期的に評価、見直すことにより、情報セキュリティマネジメントの継続的改善を実施します。

NTTドコモ 情報セキュリティポリシーより抜粋



図5. (事例) NTTドコモ様_セキュリティポリシー

寺田：しっかりと構造化されている点はもちろん、管理体制、責任者などの重要な情報が最初にありとてもわかりやすい。監査もしっかりと行っていることが伺え、非常によくできた内容になっていると思う。特に監査は、説明のみならず証明する必要があることから責任をとれる体制を組んでいる（アカウントビリティ）ことが重要でその構図がよくわかる安全管理措置だ。この部分は今後特にポイントになってくる部分、注目していただくと良いと思う。

影島：NTTドコモ様の公表内容を例とし、委員会の新しいガイドラインに照らして、来年4月の改正個人情報保護法の施行に向けてより細かく説明する必要があるのか否かなどを各社ご検討いただくのが良いのではないかと思う。

金子：改正法へ対応すべきポイントは大変ボリュームがあるが、事業者の皆さまは各社の事業内容、規模等にあわせて対応を進めていただければと思う。個人情報保護は企業のリスクマネジメントのひとつ。個人情報の扱い方次第では事業に与えるインパクトも非常に大きくなっている今、ぜひ準備を進めていただきたい。



牛島総合法律事務所 弁護士

影島 広泰氏

一橋大学法学部卒業、03年弁護士登録、牛島総合法律事務所入所
自らアプリ開発を行う等ITに精通し、ITシステム・ソフトウェアの開発・運用、個人情報・プライバシー、ネット上のサービスや紛争に関する案件を中心に、企業法務の第一線で活躍。
日本経済新聞社「企業が選ぶ弁護士ランキング」データ関連部門1位（2019年12月）選出
Thomson Reuters「ALB Asia Super 50 TMT Lawyers 2021」に選出（TMT＝テクノロジー・メディア・通信）

【著作】

「法律家・法務担当者のためのIT技術用語辞典＜第2版＞」（商事法務）
「22年施行 情報の『利用』を重視する 個人情報保護の規制強化」
（週刊東洋経済、2021年3月6日号）ほか多数



一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）

電子情報利活用研究部 主席研究員 寺田 眞治

・データ流通における個人情報を含むプライバシー保護に関する政策、法制度
・IoT、ITセキュリティに関する政策・法制度
・インターネット上のマーケティング、メディア、コンテンツビジネス等に精通。

総務省、経済産業省、消費者庁や関連機関の通信事業、海外進出、消費者保護、個人情報保護、データ流通、セキュリティ関連の有識者会議の委員等を歴任。

【著作】

近著「個人データ戦略活用 ステップで分かる改正個人情報保護法実務ガイドブック」（日経BP、2021年10月発行予定）



一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）

プライバシーマーク推進センター 副センター長 金子 剛哲

ソフトウェア会社、TSUTAYA online（当時）の人事総務、カルチャア・コンビニエンス・クラブ情報管理ユニット長を経て、現職。「ID連携トラストフレームワーク検討会」委員を歴任。

本内容は、2021年10月28日に開催されたJIPDECセミナー「全面施行半年前！社内で共有すべき改正個人情報保護法の実務対応ポイント」講演内容を取りまとめたものです。