

資料1

第4回パーソナルデータに関する検討会 提出資料

パーソナルデータの利活用に向けて — 第3回までの議論に対する意見 —

一般社団法人 日本経済団体連合会
常務理事 棕田哲史

2013年11月22日

1. パーソナルデータの利活用の意義

(1) 新事業・サービスの創出

- ・情報は、ヒト、カネ、モノに並ぶ重要な資源。これまで有効活用されてこなかったパーソナルデータを、組織や国境の壁を越えて活用することで、消費者ニーズに的確に対応した、より良いサービスを提供

(2) 課題解決の重要なツール

- ・課題先進国である日本が、健康長寿、環境エネルギー、防災・減災などの諸課題を解決していくための重要な手段を提供

→日本発のイノベーション創出を通じ、成長戦略の実現に貢献

2. 制度見直しの必要性

(1) パーソナルデータへの期待は大きいですが、十分活かしきれず。

主たる原因は、ルールの不明確さに伴う企業活動の萎縮
→グレーゾーンの解消が最大の課題

(2) パーソナルデータを利活用していく上で、消費者の理解、信頼の醸成が不可欠。
国民的コンセンサスをいかに得るかが課題。

(グレーゾーンの解消は消費者の信頼性向上にも繋がる)



世界最高水準のIT利活用国家に相応しい客観性、透明性を具備した簡明な
ルール化への道筋をつけ、

(ア) 企業の予見可能性の向上、(イ) 消費者の信頼性の確保、を実現。

その上で、情報の新たな利活用をめぐる大競争時代に日本が劣後しないよう

(ウ) 国際的整合性(競争上のイコールフットイングの確保)を確保。

3. 見直しに当たっての基本的考え

(1) 技術革新に後れをとらない制度の必要性

- ・パーソナルデータの利活用は揺籃期。
- ・技術革新の速さ、社会の急速な変化を踏まえれば、柔軟な制度が望ましい。
- ・機動的なガイドラインの見直し、利活用ルールの策定等を通じ、法令解釈の可能な限りの明確化が求められる。
- ・法改正なくしてできることは、直ちに着手。必要あれば、法改正も視野に。

(2) 社会全体のコストの低減

- ・制度の見直しにあたっては、常に費用対効果を視野に、社会全体のコストの低減を図る視点が重要。
- ・制度の見直しは、ビッグデータビジネスに関与しない企業にも影響を与えることに留意。
- ・既に適切な管理体制を整えている企業に対し、いたずらに事務手続き、コスト等の負担増となることのないよう十分に配慮すべき。

4. 具体的課題

(1) 利活用ルールの明確化

- ①現行法のもとで、ガイドラインの見直し、新たな利活用ルールの策定等を通じ、企業が事業活動を行う上で判断に困らないよう、可能な限りルールの明確化、具体化が必要。
 - ・併せて、業種固有の問題も多いことから、マルチステークホルダーによるルール策定プロセスの在り方の検討を進める必要。
- ②各省庁のガイドライン(27分野計40)を早急(例えば来年度前半)に共通化できる部分は共通化し、分野固有のルールが必要な場合は、これに付加する体系に再構築する。
 - なお、パーソナルデータの利活用が進むなかで、複数の省庁の所管にまたがる事例も増加。事業者に対し重複した行政による監督が行われないようにする必要。

(2) グレーゾーン解消のための仕組みの構築

- ・ルールの明確化には自ずと限界。パーソナルデータの利活用ルールやガイドライン等の解釈を含む、広範な事前確認を事業者にも可能とする、個人情報保護法独自のグレーゾーン解消のための使い勝手の良い新たな制度の構築が必要。
- 新たな仕組みの制度設計では、短い標準回答期間、公開に関する柔軟性等ビジネスへの配慮が必要。

(3) 利活用ルールの見直し、手続きの簡素化等

第1回会合に提出された「論点」に盛り込まれた、以下の点の具体的検討も重要。

- ①適切なプライバシー保護の確保を前提とした、個人情報の入手時の同意取得、入手後の利用目的の変更、共同利用を行う際の事業者の手続きの簡素化
- ②合理的水準に匿名化されたパーソナルデータの通常の個人情報と異なる法的取扱い
- ③プライバシー性の高低等に応じた柔軟な取り扱い

(4) その他の課題

①産業界の自主的取り組みの強化

- ・経団連の「企業行動憲章」のなかで、(ア)個人情報の保護に対する社内体制の整備、(イ)プライバシー・ポリシーの策定・公表、(ウ)従業員教育・訓練の実施等を求めている。また、プライバシー・マークの取得、ISMSの導入等の取組みを進めている企業もある。こうした自主的な取組みを促すことが重要。
- ・プライバシー影響評価(PIA)については、先ずは、政府、地方公共団体における活用の成果・経験(ベストプラクティス)の民間事業者との積極的な共有化を図ることが重要。

②国際対応の強化

- ・国境を越えたビジネスを可能にするため、国際ルール作りへの積極的参加が求められる。特に、日本がアジア地域のルール作りをリードすることを期待。

③広報啓発活動の強化

- ・個人情報保護制度に対する消費者の理解の醸成は重要。企業はプライバシー・ポリシーの公表、わかりやすい利用規約の策定などに努める。同時に、国による広報啓発活動が重要。
- ・国による、パーソナルデータの社会的便益についてのPRも必要。パーソナルデータを含む公共データのオープン化の中で、行政が率先垂範で新たな利活用を実践し、国民理解の増進を図ることも一案。

④公益性との関係

- ・医療、防災・減災関連等の公益性が高く、社会的便益が大きい分野と、そうでない分野でのルールの差別化の必要性についても検討を深めるべき(完全な匿名化は困難としても、社会的便益、情報の機微性等を総合的に判断し、国民として受け入れ可能な合理的リスクがあるはず)。
- ・公益性の高い分野での実証実験も、国民の理解の醸成につなげることに貢献。