

消費者からの信頼の確保と 認定個人情報保護団体

中央大学法科大学院
藤原静雄

本日のお話しの内容

- ▶ 認定個人情報保護団体の 5W 1H (1R)
誕生の背景・目的と現況
 - ▶ 認定個人情報保護団体—効用・課題・期待
 - ▶ 「消費者からの信頼の確保」「認定個人情報保護団体」
 - ・事業者も認定個人情報保護団体も消費者からの信用を確保する必要
 - ・認定個人情報保護団体は消費者と事業者の双方から信頼を得る必要
-



認定個人情報保護団体誕生の背景とその後

- ▶ 1980年のOECD理事会勧告に対するわが国の選択⇒
民間部門はガイドライン
- ▶ ガイドラインに加えてプライバシーマークの存在
- ▶ 民間部門による自主的取組みを尊重
 - ← 法は横断的・必要最小限の規律
 - ← 業界ごとに実効性ある苦情処理
横ぐしと縦ぐしの民間の自主規制
 - ← 行政は最後に出て行く
- * EUなども注目する複層的権利救済システム

- ▶ 結果 認定団体の実態(法改正前)

認定個人情報保護団体—法的根拠

- ▶ 個人情報の保護に関する法律(平成十五年五月三十日法律第五十七号)に基づき、個人情報取扱事業者が、自発的に個人情報保護の取組みを行うことを促進するための、民間団体による自主的な取組みを支援する制度

(平成27(2015)年改正法)

- ▶ 第四十七条 個人情報取扱事業者等の個人情報等の適正な取扱いの確保を目的として次に掲げる業務を行おうとする法人(法人でない団体で代表者又は管理人の定めのあるものを含む。次条第三号ロにおいて同じ。)は、個人情報保護委員会の認定を受けることができる。
 - 一 業務の対象となる個人情報取扱事業者等(以下「対象事業者」という。)の個人情報等の取扱いに関する第五十二条の規定による苦情の処理
 - 二 個人情報等の適正な取扱いの確保に寄与する事項についての対象事業者に対する情報の提供
 - 三 前二号に掲げるもののほか、対象事業者の個人情報等の適正な取扱いの確保に関し必要な業務
- 2 前項の認定を受けようとする者は、政令で定めるところにより、個人情報保護委員会に申請しなければならない。
- 3 個人情報保護委員会は、第一項の認定をしたときは、その旨を公示しなければならない。

- ▶ 法人
- ▶ 認定

認定個人情報保護団体—まとめ

- ▶ 個人情報保護法の基本理念の実現のためには、各個人情報取扱事業者が実情に応じた適正な取扱いを確保するための自発的な取組が不可欠
 - ▶ そのような取組を支援する民間団体（法人格の有無は問わない）の役割が非常に重要
 - ▶ 当該分野において活動を行う団体を主務大臣（個人情報保護委員会）が認定することにより、当該団体を支援する制度
 - ▶ 苦情処理：事業者自身による苦情処理を基本としつつ、産業界の実情も把握している第三者機関的立場にからの民間団体における苦情処理機能に期待
 - ▶ 情報提供：業界の実務を踏まえた、より具体的なガイドラインやQ&Aによる傘下の各事業者への適切な情報提供に期待
-



認定個人情報保護団体の規定の全体像

法 4 7 条—認定の対象となる業務

法 4 8 条—欠格条項

・保護法違反や認定取消し等から2年未満である団体は認定不可

法 4 9 条—認定の基準

法 5 0 条—廃止の届出

法 5 1 条—対象事業者

法 5 2 条—苦情の処理

法 5 3 条—個人情報保護指針

・指針については旧法と比べて規律の強化

法 5 4 条—目的外利用の禁止

法 5 5 条—名称の使用制限

・認定団体でない団体による名称の使用制限（紛らわしい名称も使用不可）

法 5 6 条—報告の徴収

法 5 7 条—命令

法 5 8 条—認定の取消し



認定個人情報保護団体の効用

- ▶ 個人情報保護法の改正 ⇒ 個人情報取扱事業者の範囲の拡大等
- ▶ 匿名加工情報の作成など(匿名加工情報(*)の加工方法)
* 簡単に言えば、個人情報から個人識別性がなくなるように加工した個人に関する情報で、個人の再識別ができないようにしたもの(正確な定義は法2条9項参照)
- ▶ 認定個人情報保護団体の対象事業者になる ⇒ 事業者への個人情報等に関する苦情の処理・対応を第三者的な立場で認定個人情報保護団体が行う。裁判外紛争処理(ADR)
- ▶ 本人にも対象事業者にもメリット



認定個人情報保護団体の効用

- ・利用目的制限違反ではないか
- ・適正に取得していないのではないか
- ・セキュリティ(安全管理措置)が甘かったのではないか
- ・第三者提供制限に違反しているのではないか
- ・保有個人データの開示等について文句がある

⇒ 処理一定のレベルの確保(公正、迅速)

事業者の属性の信頼

⇔ 消費者の信頼



認定個人情報保護団体の課題

▶ 制度としての課題

- ・位置づけは立案の趣旨どおりになっているか
行政(以前は主務大臣、今は個人情報保護委員会)への単なる伝達機関になっていないか
- ・公正かつ迅速な苦情処理ができているか
- ・団体のレベルはすべての団体において確保されているか。法改正前との比較においてどうか

▶ 個別の団体の課題

- ・組織体制はどうか(事務局体制)
 - ・実績と経験の蓄積はどうか
 - ・団体としてのガバナンスはどうか
-



認定個人情報保護団体への期待

- ▶ 消費者保護法としての個人情報保護法
 - ▶ 賢い消費者
消費者基本法と消費者の権利の尊重
デジタル社会における個人情報とは消費財・生産財か
 - ▶ 「消費者からの信頼の確保」「認定個人情報保護団体」
 - ・事業者も認定個人情報保護団体も消費者からの信用を確保する必要
 - ・認定個人情報保護団体は消費者と事業者の双方から信頼を得る必要
-