



講師／川村 恵彦氏 のりひこ

日本生協連・政策企画担当

スーパーのチラシや通販カタログにはシュレッダーの広告がおどりと、売れ行きも爆発的で、生産が追いつかないそうです。4月1日の個人情報保護法施行に向けて、社会的関心も高まるなかで、京都府生協連は2004年度監事・役職員研修会（2月9日）で、日本生活協同組合連合会政策企画部の川村恵彦さんを講師にむかえて学習をおこないました。

◆生協は膨大な個人情報のかたまり

近年、インターネットのプロバイダー業者や銀行、行政等による個人情報の漏洩ろうえいが大きな社会問題になっています。インターネットをはじめとする情報通信技術の発達によって、コンピュータによる膨大な情報データベースの構築とそのやり取りが盛んになるなか、従来では考えられなかったような大量の個人情報が瞬時に漏洩する事故が頻発するようになりました。

生協も例外ではなく、モバイルパソコンや名簿の盗難等による漏洩が起き、あらためて個人情報の厳重な管理がもとめられています。一般スーパーは、クレジットカードやメンバーズカードなどを使わないかぎり個人情報とは無縁ですが、生協は膨大な個人情報のなかで事業と活動がおこなわれており、その意味で、とりわけ厳重な個人情報の保護・管理をしなければなりません。

◆「個人情報」「個人データ」「保有個人データ」の定義

まず「個人情報」と「個人データ」の定義ですが、これは厳密に言えば違います。氏名・生年月日など生存する個人を識別・特定できる情報が「個人情報」で、それをコンピュータ処理等によってデータベース化し、検索可能な状態にしたものが「個人データ」ですから、たとえば生協の加入申込書は「個人情報」、それを生協のコンピュータに入力して検索できるようにすると「個人データ」となります。

そして、4月施行の個人情報保護法で法的管理責任が問われるのは「保有個人データ」（個人データのうち、6カ月以上保有し、生協が、開示、訂正・追加・削除、利用の停止・消去、第三者への提供の停止等、すべての管理責任をもつもの）です。しかし、いざ漏洩事故が起こった場合は、「個人情報」であれ「個人データ」であれ、組合員の被害は多大なものとなり、社会的信用の失墜にもつながるので、きちんと管理しなければなりません。

◆基本的なすすめ方

推進体制のポイントは、専任者をきちんと配置することです。推進担当部署と責任者を任命し、部署を横断する推進チームをつくり、組織をあげて取り組むことが大切です。

体制を確立した後、いま現在どこにどんな個人情報があるのかを組織全体で洗い出し、それをリストアップします。そして、組織的に不要と判断された個人情報については適切な方法で早急に廃棄・消去します。

ここでとくに注意が必要なのは現場がもっている個人情報です。たとえば購買生協の場合、支部や店舗にはさまざまな個人情報が集積されており、しかも、皮肉なことに、事業や活動に積極的な現場ほど、組合員の要求や実態をつかむために、本部から与えられた情報だけではなく、独自に加工した個人情報ももっています。したがって、本部だけではなく、すべての営業現場について、立ち入り調査もふくめて確認することが大切です。

個人情報の洗い出しが終わると、管理対象となる「個人情報台帳」、すなわち「保有個人データ」を作成し、保有個人データの利用目的、苦情の申出先、開示等の請求手続きなどを組合員に公表・通知します（ただし、法令適用は2005年4月1日以降に取得する個人情報が対象なので、現在の組合員の個人情報については利用目的を一人ひとりに通知する必要はない。しかし、保有個人データの利用目的その他の項目を公表しておくことが必要で、これらは法施行後は義務となる。可能であれば法施行前に実施するのが望ましい）。

◆とくに注意が必要なセンシティブ情報

個人情報は、本人が同意した目的以外に利用してはならないし、本人が諾否を判断できる程度まで具体的に利用目的を特定することが大切です。実務的には、加入申し込みのさいに、包括的に利用目的を明示し、同意いただく方式が現実的ですが、その場合でも、その後の利用目的の特定と同意がすべて不要になるわけではありません。たとえば組合員アンケート等、個別のケースごとにていねいに対応しなければならないと思います。

利用目的が決まれば、それを明示した様式の加入申込書に変更し、組合員にはホームページ・チラシ・店頭掲示等で通知します。

個人情報には、氏名・住所・生年月日等の属性情報と、病歴や診療・投薬情報など、きわめてシビアでデリケートな情報があり、後者を「センシティブ情報」と呼びます。センシティブ情報は、とくに厳格な管理が求められ、他の目的で利用することはできません。生協では、とくに共済・医療・福祉の分野が多くのセンシティブ情報をつまみついており、共済については日生協で対応モデルを用意し、医療・福祉については、別途に日生協医療部会からガイドラインがだされています。

◆「同意をえること」を前むきにとらえよう

個人情報のやり取りでとくに注意が必要なのは、第三者提供（生協が取得した個人情報を、別の利用目的を有する他の事業者へ提供すること）で、これには本人の同意が必要です。たとえば他府県への引越しのために脱退する組合員の情報を、移動先の地域の生協で紹介するような場合、かならず本人の同意が必要で、無断で紹介してはなりません。

大学生協や職域生協など、母体組織をもつ生協では、学生や職員の個人情報について、第三者提供とみなして本人に同意を求める方法と、共同利用（あらかじめ設定した共同の利用目的の範囲内で個人情報を共有すること）、委託（委託を受けた事業者が、生協が設定した利用目的の範囲内で個人情報を取り扱い、生協はその管理・監督をおこなう）という3つの方法があります。これらの生協と母体組織は、関係は深くても法的には別の事業者ですから、個人情報の取り扱いについて事前に覚書等の形で整理しておく必要があります。

組合員活動に個人情報を利用する場合も、第三者提供なのか共同利用なのか悩むところです。「第三者提供とみなし、本人の同意をえる」という方針を決めた生協もあります。この場合には利用目的に第三者提供を明示し、既存の組合員には「本人の求めに応じて第三者提供を停止する」ことが必要です。いずれにせよ、事前に「きちんと同意をえることをどのレベルまでおこなうか」という方針を決めておくことが大事です。

「同意をえる」ということは、発想を変えれば、その範囲では積極的に使えるということですから、絶対に手抜きをしてはなりませんし、逆に、前むきにとらえて取り組むことが大切だと思います。

◆個人データ管理の留意ポイント

個人データの安全管理措置には、組織的・人的・物理的・技術的側面があります。人的側面では、職員や退職者との間で非開示契約を締結すると同時に、教育・訓練の実施も大切です。

物理的側面でとくに問題になるのはモバイルパソコンの管理で、実際に車上荒らしで盗難にあうケースも起こり、持ち出し禁止にした生協もあります。モバイルパソコンを鎖付けにした生協もありますが、「みだりに持ち出してはならない」という意識を徹底させる意味で、非常にいい方法だと思います。

とくに「フロッピーでのデータのやり取りの禁止」「情報システムへのアクセスレベルを職員ごとに制御する」「OAルームへの入退室管理」「紙情報の安全な廃棄と管理（たとえば加入申込書等はカギのかかる倉庫に厳重に保管する）」等は重要な課題です。

もうひとつ注意が必要なのは、宛名書きなど事務所の仕事の外部委託です。作業が終わり、不要になった情報については、委託した側の責任においてきちんと把握・管理しなければなりません。

また、データの廃棄も、管理の重要なテーマです。とくに脱退する組合員の個人情報については、PL法等の関係もあってすぐに廃棄できない場合が多いので、一定期間は保有せざるをえない旨を脱退手続きのひとつとして組合員に通知しておく必要があります。

なお、組合員から組合員名簿等の閲覧をもとめられた場合については、厚労省に確認した結果、「開示目的が

妥当な場合、開示するのは住所と氏名のみ」ということになっています。

◆かなめは「組合員の個人情報はきちんとていねいにあつかう」という組織風土

個人情報保護方針は、広く市民・組合員のみなさんに生協の個人情報保護にたいする姿勢と取り組みをアピールするものですから、長大なものではなく、A4判1ページ程度にコンパクトにわかりやすくまとめてください（個人情報保護方針と個人情報保護基本規程については、日生協の作成のヒントもあります）。これら内外にむけての方針を作成したうえで、個々の細かい基準や様式をつくり、職員の教育・訓練を重ねることが大切です。

個人情報保護法は、はじめてできた法律ですのでグレーゾーンが多く、実際に運用した結果、さらなる変更も予想されます。その意味では、4月1日の時点で経産省等のガイドラインをすべてクリアしなければならない性質のものではありません。しかし、法の施行と同時に、社会的にも組合員さんのあいだでも関心が飛躍的に高まることが予想されるので、きちんと対応できるようにしておかなければなりません。

そのために、ひとつは、作業を「いますぐ対応が必要なこと」「4月1日までにやっておくべきこと」「4月以降も継続的に取り組むこと」というカテゴリーに分け、プログラムを組んで、組織的に取り組むことがかかせないと思います。

「組合員さんの個人情報はていねいにきちんとあつかう」という組織風土がなければ、いくら規程やマニュアルをつくっても、ポロリと事故が起きるものですし、いったん個人情報の漏洩等が起きれば、生協にたいする社会的信用の失墜ははかりしれず、管理責任がきびしく問われます。そこで、ある生協は、これをコンプライアンスと結びつけて、大きな職場風土改革のテコにしようと、就業規則等の抜本的改正もふくめて取り組んでいます。たしかにそういう側面もつよい問題だと思います。

その意味では、あらためて組織全体として、組合員さんの個人情報のもつ意味と、それをお預かりしている者としての管理責任を深く理解し、それにふさわしい組織風土やモラルに変えることを、具体的な対策と同様に重要な課題とうけとめて、取り組んでいただきたいと思います。

※個人情報保護法対応の詳細については『生協における個人情報保護ガイドライン』（日本生活協同組合連合会、2004年10月発行）を参照してください。