

個人情報保護法改正案の問題点

Hello, Future!



2015年2月4日

代表理事 三木谷浩史

基本的な問題意識①

今回の改正の本来の出発点

- **パーソナルデータの利活用は、日本の産業競争力強化の最も重要なファクターの一つ**
- **個人情報保護法改正は、成長戦略において、産業競争力強化のためと明確に位置づけられている**
- **ユーザビリティの向上も、その重要な要素**

基本的な問題意識②

今回の改正法案の総合評価

■ 政府原案は、成長戦略と逆行するガラパゴスな規制の可能性

- 事前規制であり、イノベーションを促す仕組みでない
- 定義拡大による広範な規制は社会混乱
- 日本企業だけ規制される可能性
- ユーザビリティを毀損

■ 主な問題点は3つ

グローバルネットワークの時代

ソーシャルログイン

他社のSNSのアカウント情報を利用してサービスを利用
ユーザーは個人情報などを全て登録する必要が無く、
各ソーシャルメディアに登録されている情報を活用し、
ログインや会員登録を行うことができる

日本企業のウェブサイトの多くは、
ソーシャルログインを利用し、
外国企業のサービスIDでもログインできる

他のサービスIDでログインする

Facebookでログイン

Googleでログイン

<参考>

- ▶ Facebook利用人口
世界で13億6000万人(*1)
- ▶ GoogleとFacebookで
世界のソーシャルログインの
8割を占める(*2)

ID/メールアドレスを利用してログインする

ID/メールアドレス

パスワード

ログイン状態を保持する

[パスワードをお忘れの方](#)

> ログイン

他のサービスIDを利用してログインする



Facebook



twitter

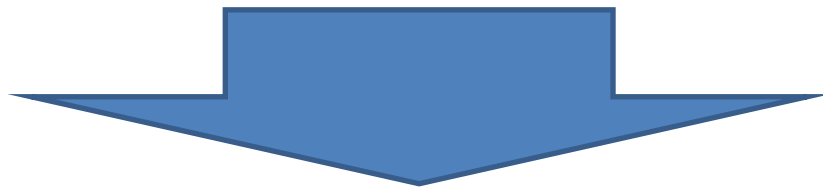


google+

問題点①: 個人情報定義拡大によるデータ活用後退

【政府原案: 以下の2つを個人情報として追加、政令で範囲を決定】

- ①個人の身体的特徴を変換した符号で個人識別できるもの
- ②個人ごとに異なるものとなるよう割り当てられる符号



【問題点】

- 個人特定されない符号単体のみで規制すべき理由がない
- 極めて重要な具体的範囲を政令で定めるのは、憲法違反

＜概念として入ってしまうもの＞

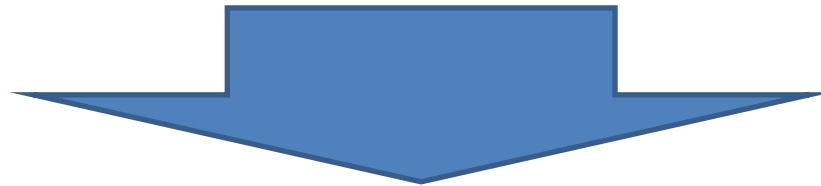
日常生活に密接に関連するものが広範に入ってしまう、
対応コストのみ増大

(例: 会員ID、SNSアカウント、URL、会員証番号、GPS情報等)

問題点②： 第三者委員会への届出手続き

【政府原案】

- ・データ利活用をしやすくするため、①匿名加工した場合には同意不要で第三者提供できる仕組み、②一定の条件のもとで、同意不要で利用目的変更可能にする仕組みの導入を提案
- ・ただし、上記ルール等の活用の際には、第三者委員会に届出必要



【問題点】

- ・各企業が制度利用を公表すれば十分

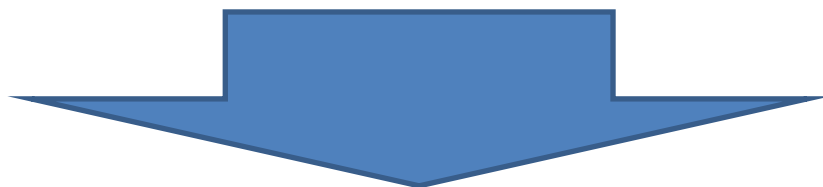
【具体的なリスク】

- ・第三者委員会は最終的な勧告命令権をもっている。事前関与の届出制があるとそれとあいまって、事実上の内諾を求めるようになる。
- ・多数の事業者がサービスイン前に第三者委員会の前で列をなす状態に。機敏なサービスインができなくなり、世界的な競争に劣後。

問題点③： 外国企業によるルール遵守

【政府原案】

- ・第三者委員会による命令(強制的な措置)は、国際法下、日本国政府による直接執行はできない



【問題点】

- ・インターネットはグローバルネットワーク。
国内企業を対象としたガラパゴスの過剰規制では意味がない。

【具体的なリスク】

- ・外国企業により日本人のデータのさらなる流出
- ・日本企業が海外移転の可能性も

今回の法案が及ぼす影響のまとめ

- ① 定義の拡大により、データ利活用が大きく後退
- ② ビックデータ活用、IoT等による新産業、新サービスの円滑な運営を阻害
- ③ 日本人のデータが一層外国企業に流出
- ④ 日本企業の海外移転の可能性
- ⑤ ユーザビリティが大幅にダウン

改善の方向性／修正意見

- ① 個人情報情報の定義は、法律において、個人を特定識別するものに明確に限定するべきである。
- ② 事前関与である第三者委員会への届出制をなくして、企業が宣言した内容の遵守状況をチェックすることに専念するべきである。

【参考】個人情報が増大した場合の具体的なリスク事例①

- 「取得の際に、利用目的を本人の知りうる状態に置く」規制や「個人情報の第三者提供の同意」の規制が課されることとなるが、クリアするのは非現実的
→ 現状適正に行われているサービス自体の円滑な運営が困難になる

例①: ネット上で公表されている符号(SNSアカウント、個人ブログなどのURL等)を他者が収集して分析提供する検索・調査コンサルサービス(企業の風評調査など)

- 個人情報を取得される当該個人に対して、他者が収集することを通知したり、第三者提供の同意を取るのは非現実的

例②: SNSの書き込みなどを事業者が引用する場合(個人のユーザのつぶやきを企業サイトやメール等で紹介)

- 書き込みした本人に対して、利用目的を通知したり第三者提供の同意を取るのは非現実的

【参考】個人情報が増大した場合の具体的なリスク事例②

■ 「安全管理措置」が新たに課されることにより対応コストが増大

- 対象となる個人情報が増大するため、安全管理のための対応コストが格段に増大
- 今までのような過剰反応(情報を持たない、他者に開示しない)という社会混乱が発生

Hello, Future!



新經濟連盟



Japan Association of New Economy