

2021年度経済産業省・総務省・JIPDEC共催プライバシーガバナンスセミナーの開催

2021年9月14日、以下の通り、2021年度経済産業省・総務省・JIPDEC共催プライバシーガバナンスセミナー「加速するDX時代、プライバシーへの取組を経営戦略として捉えていくためには～実践企業の実例から学ぶ、有識者委員が語る～」を開催しました。経済産業省からプライバシーガバナンスガイドブックの解説、プライバシーガバナンスに取り組む企業から実践事例のご紹介、「企業のプライバシーガバナンスモデル検討会」の有識者委員による講評（パネルディスカッション）、個人情報保護委員会からの話題提供を実施しました。

2021年度経済産業省・総務省・JIPDEC共催プライバシーガバナンスセミナー 加速するDX時代、プライバシーへの取組を経営戦略として捉えていくためには ～実践企業の実例から学ぶ、有識者委員が語る～

開催概要

日時：2021年9月14日（火）13:00～15:30
場所：オンライン（Teams Live Event）
共催：経済産業省、総務省、一般財団法人日本情報経済社会推進協会（略称：JIPDEC）
参加者：1,629名（上位カテゴリ） 業種：①情報通信・②製造・③金融・保険・不動産、④コンサルティング、
職種：①法務・②経営/企画・③情報システム、
規模：①5,000人超・②1,001人～5,000人・③301～1,000人、
役職：①管理職、②一般職、③専門職

プログラム

①開会挨拶

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 課長 須賀 千鶴氏

②講演「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック」のご紹介

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 課長補佐 野村 至氏

③実践企業の実例紹介「プライバシーガバナンス実践企業の取組」

『資生堂における「プライバシーガバナンス」の取り組み』

株式会社資生堂 情報セキュリティ部 マネージャー
藤井 正浩氏

『プライバシーガバナンスに関する取り組み』

セーフィー株式会社 代表取締役社長CEO
佐渡島 隆平氏

『パーソナルデータの利活用におけるJCBのプライバシー保護の取り組み』

株式会社ジェーシービー コンプライアンス部情報管理室 主幹
日辻 治彦氏

④企業のプライバシーガバナンスモデル検討会 有識者委員によるご講評

【登壇者】

穴戸 常寿氏（東京大学 大学院法学政治学専攻 教授）

若目田 光生氏（一般社団法人日本経済団体連合会 デジタルエコノミー推進委員会 企画部会
データ戦略ワーキンググループ 主査/株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門兼創発戦略センター 上席主任研究員）

板倉 陽一郎氏（ひかり総合法律事務所 弁護士）

日置 巴美氏（三浦法律事務所 弁護士）

落合 正人氏（SOMPOリスクマネジメント株式会社 サイバーセキュリティ事業本部 特命部長）

古谷 由紀子氏（公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 監事/
サステナビリティ消費者会議 代表）

⑤隣接領域からの話題提供「個人情報保護法制の最新動向」

『個人情報保護のための民間の自主的取組の促進について』

個人情報保護委員会事務局 企画官 矢田 晴之氏

⑥閉会挨拶

総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 消費者行政第二課 課長 小川 久仁子氏

■パネルディスカッション登壇者



穴戸 常寿氏



板倉 陽一郎氏



日置 巴美氏



若目田 光生氏



落合 正人氏



古谷 由紀子氏

※IoT推進コンソーシアム「データ流通促進ワーキンググループ」の下に設置した、「企業のプライバシーガバナンスモデル検討会」（座長：佐藤一郎国立情報学研究所教授）において、Society5.0の時代における企業の役割、プライバシーの考え方、企業のプライバシーガバナンスの重要性を前提に、「経営者が取り組むべき三要件」や「プライバシーガバナンスの重要事項」について議論を行い、2020年8月に「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブックver1.0」として公開。その後、企業がプライバシーガバナンスを構築する上で参考となる具体的な事例を更新した「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブックver1.1」を2021年7月に公開した。

➤ 経済産業省プレスリリース <https://www.meti.go.jp/press/2021/07/20210719001/20210715009.html>

➤ 総務省プレスリリース https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000124.html

イベントレポート

加速するDX時代、プライバシーへの取組を経営戦略として捉えていくためには ～実践企業の実例から学ぶ、有識者委員が語る～

本イベントは、「加速するDX時代、プライバシーへの取組を経営戦略として捉えていくためには ～実践企業の実例から学ぶ、有識者委員が語る～」と題し、経済産業省からプライバシーガバナンスガイドブックの紹介、プライバシーガバナンス実践企業からの実例紹介、「企業のプライバシーガバナンスモデル検討会」にて委員を務められた宍戸 常寿氏（東京大学 大学院法学政治学研究科 教授）の進行で、有識者を交えたパネルディスカッションが行われた。

（※）「企業のプライバシーガバナンス」とは、プライバシー問題の適切なリスク管理と信頼の確保による企業価値の向上に向けて、経営者が積極的にプライバシー問題への取組にコミットし、組織全体でプライバシー問題に取り組むための体制を構築し、それを機能させることをいいます。

経済産業省「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブックver1.1（2021年7月19日発表）」について

本イベントでは、まず、経済産業省より、2021年7月19日に発表した「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブックver1.1」（以下、ガイドブック）について、ガイドブックの概要に加え、Ver1.0からVer1.1に改訂されるにあたり、掲載事例の更新が行われ、ガイドブックの事例充実が図られたことが紹介された。

プライバシーガバナンス実践企業の実例紹介 — プライバシーガバナンスは、それぞれの事業内容に応じ、様々な形で実現されている。

<株式会社資生堂>

「最も信頼できるビューティーカンパニーとして社会から認められるために」として、株式会社資生堂（以下、資生堂）の取組をご紹介頂いた。資生堂では、プライバシー関連法規制が世界中で制定・改正されており、グローバルカンパニーとして、これらの法規制に適切に対応する必要が求められていること、また、国内においては、2022年4月に施行される改正個人情報保護法に対応する必要が求められていることを背景に、プライバシー関連法規制の遵守だけにとどまらない、プライバシー保護を企業価値の向上にもつながる形で取組が進められている。その主な対応は、情報セキュリティ部が担っており、守るべき情報資産の把握、脅威の特定と管理策の把握、リスク評価と管理策の検討／管理策のアドバイスという流れで、PIAを推進している。業務フロー、業務詳細記述、RCM（リスクコントロールマトリックス）という内部統制の3点セットの考え方をPIAに活用し、個人データの取扱われ方を可視化し、リスクを特定するという資生堂独自の仕組みである。また、このようなPIAの運用に際し、リーガルスキル、情報セキュリティスキル、システム開発スキルがPIAに必要なスキルセットであると紹介頂いた。プライバシー保護への取組はまだ道半ばとしつつも、効率的で精度の高い運用の仕組みを確立するため、PIAでの取引先も含むデータフローとストックの確実な把握、プライバシーテックの導入・活用、グローバルプライバシーガバナンスの構築などにも取り組んでいくことをご紹介頂いた。

<セーフィー株式会社>

セーフィー株式会社（以下、セーフィー）は、2014年創業と、まだ若いスタートアップ企業である。セーフィーが提供するクラウド型映像プラットフォーム「Safie」は、サブスクリプション型で提供される録画サービスであると同時に、録画以外に様々な映像分析サービスや連携サービスを追加することができるプラットフォームの開発・運営を行っている。セーフィーは、創業時よりIoT（クラウドカメラ含）のセキュリティおよびガバナンスへの課題認識を持っており、経営の最優先事項として、経営トップがコミットして社内体制を構築し、ISMS認証、セキュリティ技術開発、社内体制の継続的な改善に取り組んできたことをご紹介頂いた。技術的なアプローチとして、リークプロテクション、プライバシーガード、分散管理等の技術を用いたデータ管理高度化などを推進し、カメラ製品のそのもののセキュリティレベルを高め、プライバシーリスクが低減されるような仕組みを構築している。

また、自社で策定した情報セキュリティ基本方針に基づき、情報セキュリティマネジメントを推進するとともに、有識者会議を設置し、経営陣が助言を得られる環境を整備している。プラットフォームの社会的責務を果たすため、答えのない領域に真摯に取り組んでいくとして、カメラを通じ、プライバシーに配慮した、生き方・働き方を豊かにする情報を提供していくことをご紹介頂いた。

<株式会社ジェーシービー>

株式会社ジェーシービー（以下、JCB）は、JCB会員数が1億4千万人（2021年3月期）を超え、クレジットカードをはじめとした各種決済サービスを提供するため、お客様の属性情報、信用情報、カード利用明細情報、サービス利用履歴等プライバシーに関わる情報を大量に取り扱っている。そこで、JCBでは、プライバシー侵害につながる事象防止および情報漏えい防止のための安全管理措置と、新商品・新サービス導入時のリスク評価を情報セキュリティの中で実施している。リスクを取り扱うにあたり、『リスク統括部署』『リスク主部署』『リスク所部署』を定め、役割に応じたリスク管理を実施し、プライバシーに関してはコンプライアンス部がリスク主部署としてリスク管理を実施していることをご紹介頂いた。また、JCBでは、自社の決済データを活用した独自の消費統計として、JCB消費NOWを開発・公開し、官公庁・金融機関・投資会社等へ提供することにより収益化を図っている。無作為に抽出したサンプル会員の会員属性情報や利用明細情報を対象データとし、匿名加工情報化し、統計化処理を行う流れとなっている。その際、他社のプライバシー侵害事案を参考に、課題を整理し、法令順守だけでなく、顧客の心情に寄り添った対応を行うことを念頭に、プライバシー保護対策を立案していることをご紹介頂いた。

パネルディスカッション（企業の取組に対するご講評）

— プライバシー保護に関する組織の役割分担、責任分担に加え、早い段階からチェックを行う体制を構築することで、後戻りの無駄がなく、必要な対策を行うことができる。

パネラーとして、「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック」の策定のために設置された企業のプライバシーガバナンスモデル検討会から、宍戸 常寿氏（東京大学 大学院法学政治学研究科 教授）、板倉 陽一郎氏（ひかり総合法律事務所 弁護士）、日置 巴美氏（三浦法律事務所 弁護士）、若目田 光生氏（一般社団法人日本経済団体連合会 デジタルエコノミー推進委員会 企画部会 データ戦略ワーキンググループ 主査／株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門 兼 創発戦略センター 首席主任研究員）、落合 正人氏（SOMPORリスクマネジメント株式会社 サイバーセキュリティ事業本部 特命部長）、古谷 由紀子氏（公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 監事／サステナビリティ消費者会議 代表）にご登壇頂いた。

イベントレポート (続き)

取組事例をご紹介頂いた三社へのご講評

<株式会社資生堂の取組>

若目田光生氏から、「義務的ではなく新規事業開発を上流からサポートするスタンスであり、事業部門にとっては、早い段階からアドバイスにより、後戻りの無駄がなく、かつ、必要な対策や、そのためのリソースの確保ができるという点を評価したい。結果的に、事業部門が主体的にプライバシーをサービスの要件に入れていく契機になることが期待されるのではないか。」との講評があり、加えて、「業界リーダーの資生堂が販売店や調達先など、バリューチェーン全体、裾野の広いステークホルダーを巻き込みながら、プライバシー尊重の文化をリードされると素晴らしいし、既に取り組んでいる消費者志向自主宣言やグループの倫理行動基準などの取組と連携すると、企業価値向上の観点でも良いのではないか。」とのご示唆があった。

板倉陽一郎氏からは、「最も良い点は、定型化して、きちんとスキームをチェックし、委託がどちら側になっているか、フロー・ストックなどのリスク判断もしており、そこにオリジナリティがある。サンプルケースも拝見したが、誰が保有者で、誰が委託先かを決めずに始めることが最大の失敗であり、資生堂の場合は、あらゆるケースにおいて、一通り埋めてから始めるので、漏れがない。基本的な話だが、これが組み込まれている会社は少ない。」との講評があった。

日置巴美氏より資生堂に対し、「PIAをどのように浸透させたのか。また、PIAを実施するタイミングなど、どういったルールで実施されているのか。加えて、PIA担当者のスキルやスキルセットについても、もう少し説明頂きたい。」と質問があった。資生堂からは、「社内に向けては、繰り返し繰り返し、周知を継続する活動が必要と痛感している。その際、心掛けていることとして、我々情報セキュリティ部も資生堂の一員であるということ、つまり、ビジネスを阻害しないことであり、ビジネス目標の達成を支援するために必要な対策をアドバイスするというスタンスは常に見失わないように考えている。このようなコミュニケーションを重ねることによっても、プライバシー保護の意義や重要性が社内に浸透してきたと感じている。また、スキルセットについてだが、私自身が監査法人で財務諸表監査や内部統制監査に従事していた経験から、内部統制の3点セットの考え方をPIAに導入した。このやり方は社内でも標準化しているが、今後も継続的にブラッシュアップしていきたいと考えている。」と回答があった。

<セーフィー株式会社の取組>

落合正人氏から、「社長始め、企業にサービスを提供する立場から、顧客企業のプライバシー保護の役に立つのだという目線を強く感じた。プライバシーガバナンスは消費者とのコミュニケーションが必要と言われるが、サービス提供者がそのサービスを利用する企業に対して行うコミュニケーションの内容が、実際の消費者へのコミュニケーションに組み込まれるという形だと思っているので、プライバシーリスクの企業間の取引におけるお互いの安全確認に有効な、信頼獲得につながるようなリスクマネジメントであると位置付けられるのではないか。」との講評があった。

若目田光生氏からは、「社長のプライバシー保護に対する熱意、リーダーシップを素晴らしいものだと感じたし、企業の皆様が参考にすべき点は、こういったところではないかと感じた。」との講評があった。

日置巴美氏よりセーフィーに対し、「有識者会議への助言を求める場合、どのようなタイミングで意見を求め、それを実際に使用されているのか。技術開発時、サービス企画等での実践内容を伺いたい。」との質問があった。セーフィーからは、「サービスをローンチしていく前であったり、現場から意見が上がってきた際に伺っている。例えば、街角にカメラを付けたいがどうなのかという場合、やはり行人のプライバシーを保護すべきである

ことから、しっかりとマスクしていくなどの対応が重要であろうと意見を頂き、採用したケースなどがある。」との回答があった。

<株式会社ジェーシービーの取組>

落合正人氏から、「組織体制の中での役割分担、責任分担、権限の割り振り、更にはルールを作って、ルールが守られているかをチェックリストで確認し、運用するという形で日常業務に組み込んでいる。リスクマネジメントの体制だけでなく、運営というところでも非常に良い。また、新しいサービスで想定されるプライバシー侵害のリスクを考えるために、他社のプライバシー侵害事案を検討素材にして、現場とコンプライアンス部門でコミュニケーションをしている。更に、その内容をリスク主管部門がチェックし、最後に対策と残余リスク（ゼロリスクではないというのが世の中の常）を経営陣に報告した上でサービス開始の承認を得るといった体制整備だけではなく、運営の実態を伺えたのは、非常に貴重な機会であった。」との講評があった。

古谷由紀子氏からは、「商品・サービスの立案時のリスク評価を行い、SCM（サービスコントロールミーティング）でのリスクの可視化し、最後に経営会議で付議するといった段階的なリスク評価をしている。更に、SCMのエントリー基準（これは除外条件になるが）消費者の不利益にならない場合を除くであるとか、SCMエントリー後の進捗、準備状況でのお客様の視点でのチェックを入れているので、これも消費者の信頼につながる。」との講評があった。

古谷由紀子氏よりJCBに対して、「リスク評価にあたって、消費者のプライバシー保護との関連性など、あるいは公共度の高い利用目的などの説明をもう少し具体的に教えて欲しい。」との質問があった。JCBからは「プライバシー保護と消費者の関係性について、パーソナルデータを利活用する上で、消費者のプライバシーを侵害する事象として、情報漏えいの他に、企業目線でお客様が意図しない利用を行ってしまうとか、消費NOWで説明したように、外部に提供する匿名化・統計化情報から特定の個人を識別できてしまうような可能性が高いと考えている。このようなお客様の不利益になるようなことや迷惑を掛けてしまうことがないように、パーソナルデータの利活用に関するルールを策定した。公共性の高いやり方という点だが、消費NOWの使い方として、公開した統計情報の自社利用に留めず、他社のマーケティング分析や政府官公庁による日本国内の経済分析に利用されることで経済発展に資する内容であることをホームページ上で説明している。」との回答があった。

パネルディスカッション (自由討論)

— どこまでリスクを許容するかをきちんと検討し、積極的なプライバシー保護というファンクションを入れていくことで、意識を変わり、ポジティブに取り組めるのではないか。

日置巴美氏より「スタートアップの場合は、技術やビジネスモデルが自社の強みになるので、それに対して投資するというのは、不合理なことではないと思う。大企業から見ると、どの部分で他社と協業し、または業務委託するのか。自分自身のビジネスを行っていく上でポートフォリオを考えた時に、他社のツールを使う、技術を使う、サービスを使うといった場合に、当然前提になってきている。ここでプライバシーリスクのような落とし穴があると、契約上の交渉コストが発生し、また後に社会に受け入れられない事態を招いてしまうので、スタートアップ側も大企業側もそれによって生じかねない無駄なコストやレピュテーションの低下を避けるという観点も必要ではないか。」とのご意見があった。

板倉陽一郎氏より「プライバシーガバナンスガイドブックに限らず、セキュリティ関係などでも、すぐに部署を作りましょう、責任者を置きましょうとなるが、杓子定規に当てはめても

イベントレポート（続き）

上手くいかない。社内を見て、どの人がどこで頼りになるかという点を見極め、あまり文書に振り回されずに、まずは一つのマネジメントシステム等の実践を一生懸命にやって、その後アレンジしていく中で自社に合う形を模索して欲しい。その際、早い段階で経営陣を巻き込んで、全社を見渡し、どこを基本に据えて取組を進めるのか、プライバシーガバナンスガイドブックをどう使っていくのかを検討して欲しい。」とのご意見があった。

若目田光生氏より経営戦略につなげる観点から「新たにプライバシーチェック体制を構築することだけが解ではなく、例えば品質管理プロセスなど、各社において既に定着している既存のマネジメントシステムの中にプライバシーという要素をアドオンすることと一つの策ではないか。商品やサービスの品質向上は、企業価値向上に直結する。また、プライバシーを単純に企業リスクや炎上防止と受止めるのではなく、サービスが受容されるための非機能要件として検討し、積極的にUIや提供機能にプライバシー保護が組み込まれた仕様としていくことが望ましい。事業開発プロセスに実装されることにより、プライバシー保護に対しポジティブに取り組めるのではないか。」とのご意見があった。

落合正人氏よりリスクマネジメントの観点から「新しいサービスをやるうとした場合、リスクと利益のバランスを如何に考えるかということになる。どのようなことでも、それを実施する限り、リスクは存在し、リスクをゼロにするには、新サービスをやらないということになる。他方、新サービスをやらないということとは負けるといって、そちらのリスクの方が大きいだろうということもある。やるからにはリスクはゼロにならず、残余リスクは必ず残る。リスクを組織としてどこまで許容するか、プライバシーガバナンスで確立した理念・方針、関係者の期待というものに照らして決断する考え方の整理や責任・権限というような仕組みが重要なのではないか。リスク担当者になると、事故を起こした場合、マイナス評価になるので、リスクを無くすことに夢中になるようだが、リスクマネージャーであれば、如何にリスクを無くすかではなく、どこまでならリスクを許容するかというリスクマネジメントの役割をきちんと企業の中で作れば、プライバシーガバナンスも社内外への説明責任や会社に対してのトラストを得るための前提条件のツールになるだろう。」とのご意見があった。

古谷由紀子氏より消費者の観点から「消費者の晒されるリスクとして、例えば、プライバシーについて、本来は個人のプライバシーのはずなのに、企業はリスクマネジメントの観点から企業の経営リスクとして重点が置きがちではないか。むしろ、消費者がリスクに晒されているという視点で、取り組んで欲しい。次に、消費者にとってのリスクをどのように把握するかという観点として、アンケートや窓口へ寄せられる声など、様々な形で把握されていると思うが、消費者も多様になっているので、画一的な、一辺倒な、あるいは1回やったからいいというようなことでは対応できないのではないかと思いますので、幅広く、機会を捉えて、把握する必要があるのではないかと。更に、把握した消費者の声について、どのように対策を行うかであるが、当然消費者の実態であるとか、課題を認識した上で行うことが重要である。例えば、不安と言う声はよくあるが、それに対して、よく取られる対応方法として、分かりやすく説明するというものがある。ところが、不安要因というのは説明が分かりにくいということだけではない。消費者がコントロールできないということに不安を感じている例もあれば、情報漏えいが不安な人もいる。様々な不安要素があり、複合的に発生していると考えられるので、消費者の実態や課題を十分把握して取り組んで欲しい。最後に、消費者の意識であるとか、行動を把握する時に、何となく感覚で終わらせずに、体制や仕組みにそれをどう組み込むかを考えて欲しい。リスク評価の方法にどのように活かすか、説明・報告の際にどのようなやり方があるかなど、仕組みとして、消費者が晒されているリスクの視点で、対策を取っていけるように、是非、内部化を進めて欲しい。」とのご意見があった。

パネルディスカッション（視聴者へのメッセージ）

ー **ガイドブックは基本的にモデル。本質的に何をやるべきかをしっかりと検討することが必要。**

板倉陽一郎氏は、「おそらくガイドブックをどのように使おうかなと思いつながら、聞いて頂いていると思う。是非、考えるためのヒントだと思って、担当のところで議論するのもいいが、できるだけ早い段階で経営陣も巻き込んで頂いて、いろいろ考える。会社全体を見渡した時には、勿論プライバシーをやっているだけではないので、調整しながら取り組んでいくことになると思うので、どこを基本に据えて取組を進めるのか、そこでプライバシーガバナンスガイドブックをどう使っていくのかという風に利用して頂ければ、関係者もご協力頂いた企業の皆様も報われると思う。」と述べられた。

落合正人氏は、「不確実性などVUCAの時代と言われているが、その中でプライバシーもこれからであり、様々なリスクが出てくる。外部への説明であるとか、企業同士また顧客との指差し確認にあたって、ガイドブックの内容が、はじめの一步の指標として、ご活用頂けるように育って頂ければと思う。」と述べられた。

日置巴美氏は、「第1回・第2回を通じて、プライバシーガバナンスがどういったものなのか、また、そのメリットや実装する際の現場の悩みに対して、参考になりそうなところをフォーカスできるように、お話をさせて頂いた。実装してみると、ガイドブックに依って体制やルールを作るだけでは、なかなか企業に根付かないところがある。実際に動かしてみ、自社に見合った形になるように、継続して見直しを行い、実践して頂ければと思う。」と述べられた。

古谷由紀子氏は、「現在の企業はプライバシー問題に対して、組織全体として取り組むということでコミットしてやっており、リスク管理については充実してきていると思う。しかし一方で、信頼確保という点については検討の余地があるのではないかと。これは消費者や社会にどう向き合うかにかかってくる。今一度検討して欲しい。また、ガイドブックの活用については、基本的にはモデルであり、自社として本質的に何をやるべきかということをしっかり和捉えてやって頂ければと思う。」と述べられた。

若目田光生氏は、「企業が取組を進める際のインセンティブについてコメントしたい。金融業界では、企業のESGやSDGsに関する取り組みを客観的に評価する指標を策定し、それに基づいて企業の融資を判断する仕組みがある。例えば、環境に対し積極的に優れた取り組みを行う企業は、有利な資金調達が可能というインセンティブにつながっており、企業はその資金調達によって、更にサステナブルな商品やサービスを開発し、社会に好循環をもたらしている。プライバシーガバナンスについても、次のステップとして、企業の評価指針への反映などインセンティブ設計も必要ではないか。いずれにせよ、より多くの企業が実践し、定着させていくための施策を今後は検討していくべきではないかと思う。」と述べられた。

穴戸常寿氏は、最後の総括として、「プライバシーガバナンスは唯一の正解がない。企業の大小であったり、事業分野であったり、向き合うべきステークホルダーとの関係性の違いによって、また、事業環境の変化が非常に速い時代でもあるので、その場で、実際に合わせて新しいモデルを作っていくことが必要だと思う。本日ご意見を頂いた三社様の取組は、非常に貴重なものがあると同時に、何よりもそういった姿勢に学ぶところが多かったのではないかと。最後に、若目田光生氏からも貴重なご指摘があったが、プライバシーガバナンスガイドブック自体も教科書のようなものではなく、様々な企業の方々の悩みや取組を取り入れながらバージョンアップしていく。または、様々な方々からご意見を頂くプラットフォームのようなものとして機能していければと思う。」と述べ、締め括った。

イベントレポート（続き）

個人情報保護委員会事務局「個人情報保護のための民間の自主的取組の促進について」

プライバシーの隣接領域として、個人情報保護委員会からは、個人情報保護法の規定する義務は、あらゆる分野を対象とする法の性格上、必要最小限度の規律であることから、事業者においては、個人情報保護法の遵守の範囲にとどまらず、

自身が取り扱う個人情報等の性質、利用方法、取扱いの実態等に即した個人の権利利益の保護について自主的な取組が期待されていることと、特にデジタル技術を活用した新たな利用分野では、ビジネスモデルの変革や技術革新も著しいことから、法の規定を補完する形で、

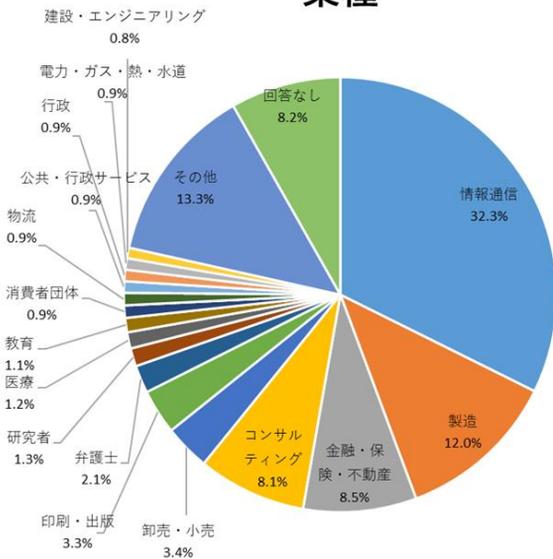
民間主導で自主ルールが策定・運用されることが望ましいことから、個人情報保護評価（PIA：Privacy Impact Assessment）のご紹介があった。

（以上）

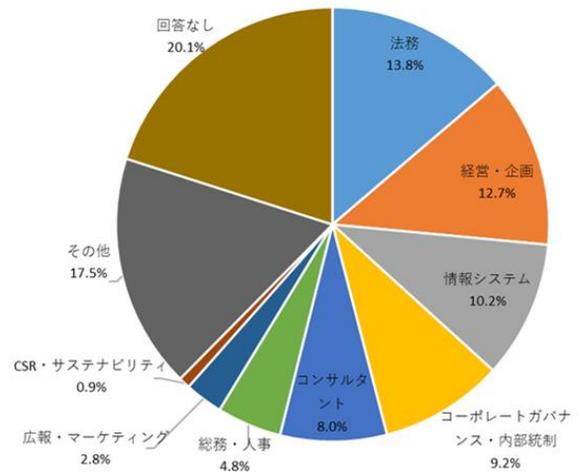
●参加者概要

参加者：合計1,629名

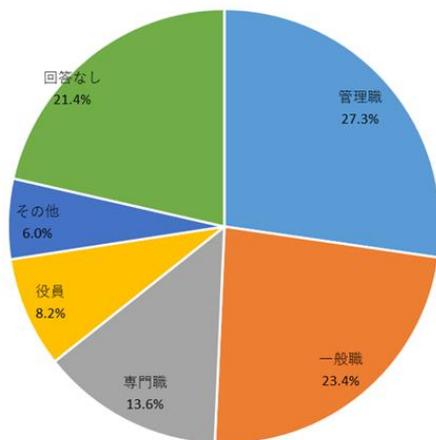
業種



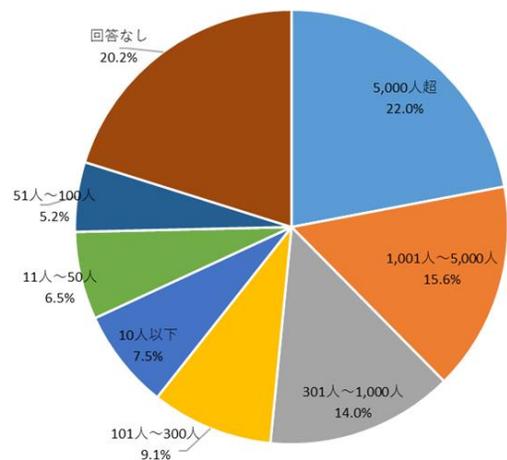
職種



役職



従業員数



※ 2021年度経済産業省・総務省・JIPDEC共催プライバシーガバナンスセミナーで、登壇者様・登壇企業様が示された資料は、以下のURLよりダウンロードが可能となっております。

➤ 経済産業省「2021年度経済産業省・総務省・JIPDEC共催第2回企業のプライバシーガバナンスセミナー」
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/privacy/privacy_seminar_2.html