

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7月20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企業価値向上につなげていく～先進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Ver1.1の解説、プライバシーガバナンスに取組む企業から先進事例のご紹介、「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及び経済産業省サイバーセキュリティ課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企業価値向上につなげていく
～先進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7月20日（火）13:30～16:00

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）

後援 : 個人情報保護委員会

参加者 : 2,067名（上位カテゴリ）業種：①情報通信・②製造・③コンサルティング、職種：①法務・②情報システム・③経営/企画、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 小松原 康弘氏

③先進企業の実例紹介「プライバシーガバナンス先進企業の取組」
『パーソナルデータの利活用における日立のプライバシー保護の取り組み』
株式会社 日立製作所
サービスプラットフォーム事業本部 サイバーセキュリティ技術本部 プライバシー保護推進グループ 主任技師
宮澤 泰弘氏
『NTTドコモにおける「データガバナンス」の取り組み』
株式会社NTTドコモ
マーケティングプラットフォーム推進部 部長
鈴木 敬氏
『参天の個人情報保護体制構築の取り組み』
参天製薬株式会社
執行役員
ジェネラル・カウンセル（GC）兼チーフ・コンプライアンス・オフィサー（CCO）兼法務・コンプライアンス本部長
増成 美佳氏

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】
佐藤 一郎氏（国立情報学研究所 情報社会相関研究系・教授、博士（工学））
日置 巴美氏（三浦法律事務所 弁護士）
森 亮二氏（英知法律事務所 弁護士）
平岩 久人氏（PwCあらた有限責任監査法人 システム・プロセス・アシュアランス パートナー）
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／サステナビリティ消費者会議）

⑤隣接領域からの話題提供「個人情報保護法制・サイバーセキュリティの最新動向」
『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 参事官 赤阪 晋介氏
『DX時代のサイバーセキュリティ対策について』
経済産業省 商務情報政策局 サイバーセキュリティ課 課長補佐 猪瀬 優氏

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



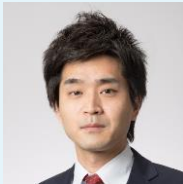
佐藤 一郎氏
国立情報学研究所
情報社会相関研究系・
教授、博士（工学）



日置 巴美氏
三浦法律事務所
弁護士



森 亮二氏
英知法律事務所
弁護士



平岩 久人氏
PwCあらた有限責任監
査法人 システム・プ
ロセス・アシュアラン
ス パートナー



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

※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企業価値向上につなげていく
～先進企業の実例から学ぶ、有識者委員が語る～

本イベントでは、「加速するDX時代、プライバシーへの取組を企業価値向上につなげていく ～先進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Ver1.1の紹介、プライバシーガバナンスを実践する先進企業からの事例紹介、「企業のプライバシーガバナンスモデル検討会」の座長を務められた、国立情報学研究所 情報社会相関研究系・教授、博士（工学）佐藤一郎氏の進行で、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。

「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を実践する先進企業の事例
ー 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。

<株式会社日立製作所>

主にプライバシー保護諮問委員会と消費者とのコミュニケーションの一つの事例として、意識調査について、ご紹介頂いた。株式会社日立製作所では、パーソナルデータ活用ビジネスの推進には、個人の懸念を払拭し、プライバシーにかかわるリスクを最小化する取組が必要との認識から、2012年プライバシー保護の検討に着手している。中核となる専門組織としてプライバシー保護諮問委員会を設置し、パーソナルデータを取り扱うサービスやソフトウェアの開発段階から、事前にプライバシーリスクを評価した上で、プライバシー対策を実施するなど、プライバシー保護の取組を推進している。また、消費者とのコミュニケーションとして、生活者の意識や期待を把握するために、株式会社博報堂の協力を得て、ビッグデータで取り扱う生活者情報に関する意識調査を実施しており、今回その第5回の調査結果を紹介頂いた。

<株式会社NTTドコモ>

パーソナルデータ憲章とパーソナルダッシュボードについて、ご紹介頂いた。株式会社NTTドコモでは、8,000万会員×30,000項目+αのパーソナルデータを取り扱っており、顧客の趣味嗜好に合わせたサービス・コンテンツ訴求や戦略的パートナーとのID連携による会員基盤の最大化というようなデジタルマーケティングを推進している。このような事業を推進するにあたり、適切なパーソナルデータの管理が必要になることから、顧客のパーソナルデータを適切に取り扱うための意思決定基準として、6つの行動原則となるパーソナルデータ憲章を定めている。2016年度から始まったパーソナルデータ憲章策定の取組と同時に、プライバシーへの適切な配慮を「社内の共通認識」とするとともに、その実効性を担保する「社内運用の仕組み」の検討も行われ、プライバシーポリシーを再編し、顧客視点から利用目的の明確化などにも取り組んでいる。その結果として、わかりやすいUI/UXを駆使した双方向コミュニケーションの実現としてパーソナルデータダッシュボードを構築したことをご紹介頂いた。

<参天製薬株式会社>

グローバル最適体制構築について、ご紹介頂いた。参天製薬株式会社は、2010年代半ば以降の自社事業の急速なグローバル展開と、ヘルスケア分野での急速なデジタル化により予想される健康情報等の利用の進展を踏まえ、グローバル最適を

目指した取組を推進してきた。グローバル最適の体制構築を目指すにあたって、グローバル俯瞰／リーダーシップ、地域（子会社）の主体性、網羅性と計画性、部門間連携といった基本的な考え方を設定し、グローバルと地域の法務の協働と情報セキュリティとの連携の下、体制構築を進めている。進め方として、まず、プライバシーに関する基本事項を定めたグローバルポリシーを制定し、グローバルポリシーに基づく組織を構築している。その後、グローバルで個人情報取扱いの棚卸（データベース化）と各種保護施策の準備が同時並行で進められた。また、社内向けにプライバシーマニュアルやトレーニングの提供を行っていることもご紹介頂いた。

パネルディスカッション（企業の取組に対するご講評）
ー BtoB、BtoBtoC、BtoCなどの取引形態を問わず、プライバシーガバナンスは顧客の信頼獲得と競争力強化につながる。

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、佐藤一郎氏（国立情報学研究所 情報社会相関研究系・教授、博士（工学））、日置巴美氏（三浦法律事務所 弁護士）、森亮二氏（英知法律事務所 弁護士）、平岩久人氏（PwCあらた有限責任監査法人 システム・プロセス・アシュアランス パートナー）、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／サステナビリティ消費者会議）にご登壇頂いた。

取組事例をご紹介頂いた三社へのご講評

<株式会社日立製作所の取組>

森亮二氏より、「BtoCとは異なり、BtoB、BtoBtoCであることから、エンドユーザーに対するわかりやすい説明は直ちに自社の課題にはならないが、パートナー企業である顧客企業向けの説明や指示が用意すべきものとして、顧客企業の運用において配慮すべき事項、説明文、同意取得のテンプレートといったものの紹介があった。また、様々なタイプの顧客企業に対応するために、様々な情報収集を行うだけでなく、生活者意識調査を通して、顧客企業が注意すべき事項に関する情報を提供するなど、こういうデータプロセッサにデータを預けたいと思ってもらえるような工夫を行っている。BtoBにおいて、プライバシーガバナンスというものが非常に強いビジネスとしての競争力を持っているということを示す好事例である。」との講評があった。

日置巴美氏からは「プライバシー・バイ・デザインやヒューマンライツ・バイ・デザインを実装・実行するためには、システムに依拠するところも非常に大きく、その中で、ベンダーにおける取組は肝要である。仕組みを作ることができ、知見を得て、ノウハウを持っているベンダーが、法令やプライバシーリスクに対応するためのフォローをしていくのは非常に好ましい取組である。また、2014年に設置したプライバシー保護諮問委員会による柔軟なハンドリングも指摘できる点である。しっかりとチェックリストを作り込んで、実務で現場が動けるようにして、現場で判断できない場合には取りこぼさないようにエスカレーションする仕組みを作っている。大きな組織体では非常に参考になる運用例で

イベントレポート（続き）

ある。ただ、チェックリストを作成するのが非常に大変で、このスクリーニングで漏れてしまうと、本来拾うべきものが拾えなくなつて、炎上や法令違反につながる。チェックリストの作成は、一朝一夕には真似できない。」との講評があった。

平岩久人氏からは、「プライバシー保護に取り組む理由の一つに、新たな事業機会に伴う事業リスクとしてブランド棄損や信頼の失墜を挙げている点がある。それらの事業リスクを、更にブレイクダウンし、BtoB、BtoBtoCという自社のビジネス形態を踏まえ、かつ、パーソナルデータを取扱う事業者として行うべきことの観点から、保護対策がどうあるべきか、その検討を実践している点がとても良い点である。」との講評があった。

<株式会社NTTドコモの取組>

日置巴美氏から、「パーソナルデータ憲章やプライバシーポリシーの一本化は非常に重要なところである。大きな方向性が共有されていないと、その後の運用にどうしても揺れが出る。その揺れが大きなハレーションを生み、法令違反やプライバシーリスクの顕在化につながる可能性がある。」との講評があった。

古谷由紀子氏より「パーソナルデータ憲章の行動原則は、消費者にとっても非常に分かりやすい事例である。この行動原則が定められたことで、消費者に対してだけでなく、社内への周知にもつながり、企業内文化の醸成にもつながっている。」との講評があった。

森亮二氏は株式会社NTTドコモのアドバイザリーボードを務めた立場から中小企業においても参考になる点として、「エンドユーザーに対しては透明性とユーザーコミュニケーションが、社内に対しては部門横断が重視されていた。透明性やコミュニケーションに関して、分かりやすい説明は様々な会社のものを参照することができるし、オプトイン同意を取ってからできるだけオプトアウトできるようにするというような工夫は可能である。また、社内の部門横断は、中小規模の事業者の方がやりやすいのではないと思う。」と講評された。

佐藤一郎氏から「海外においては、プライバシーポリシーを、明確に、簡潔にわかりやすく公開することが一つのトレンドになっており、説明したことをきちんと実行することが重視されている。日本でもNTTドコモのような取組が広がっていくのではないかと考えている。」との補足があった。

<参天製薬株式会社の取組>

平岩久人氏より「グローバルでの取組を推進する際、本場でグリップすべきことと、各地域会社で実施すべきことの峻別と役割分担が肝要であり、難しい点でもある。参天製薬様は、本社の法務・コンプライアンス部門が地域や国ごとに異なる法令や実運用に配慮しながら、グループ共通の考えとなるベースラインを提示していた。加えて、地域主導で行うことの重要性について啓発しながら、各地域の主体的な参加を促していた。また、実際のガイダンスを各地域会社にインプリメンテーションしていく際に、その旗振り役としてデータマネジャーを各社に配置し、ガイダンスの運用と定着に向けた現場レベルでの活動もサポートしていた。言わば、トップダウンの取組とボトムアップの取組の両方を進めていった点が、非常に特徴的であり、参考になる点である。」との講評があった。

日置巴美氏より「日本に本社があって海外に進出して法人を作った場合、M&Aを行った場合で関わり方が変わってくる。このように社の関係性であるとか、資本割合など、様々な要素が関係してくると思うので、参考にする際には、自社にあった形というものをご検討頂ければいいと思う。」との補足があった。佐藤一郎氏からは、「パーソナルデータの棚卸は、言うのは簡単だが非常に大変である。また、社内向けの啓蒙活動やトレーニングも、きちんと社員が理解するところまでやり抜くことは非常に難しい。参天製薬様の取組は、本当に地道にやられているという印象を持っている。」との講評があった。

パネルディスカッション（自由討論）

ー プライバシーガバナンスは、内部統制の面で、会社・役員の責任に係る問題への対策となり、ビジネスの面では、消費者だけでなく、投資家などのステークホルダーからの信頼を獲得にもつながる。

森亮二氏より「プライバシーガバナンスには北風の面と太陽の面がある。北風の面として、内部統制の話が挙げられる。プライバシーガバナンスガイドブックの中に内部統制に関する記述があるが、これは中小事業者にとっても、強力な内部説明ツールになる。内部統制の問題は、取締役の善管注意義務の問題であり、問題が生じた時に、体制が整備されていなければ、会社が責任を問われるだけでなく、役員個人の責任も問われることになる。会社のリスクではなく、役員個人のリスクであると説明することで、プライバシーガバナンスの必要性を経営層にご説明頂けるのではないと思う。太陽の面として、競争力が挙げられる。BtoB、BtoBtoCに関しては、先程日立製作所様の説明からも分かるように、プライバシーガバナンスへの取組は圧倒的な競争力となる。他方、BtoCに関しては、これまではプライバシーが守られていることよりも値段が安い方がいいという傾向があった。ところが、エンドユーザーは企業に大量のデータを預けることになって、かつ、そこに大きな経済的価値があり、事業者が取る分は取るけれども、ユーザーに還元される分は還元されることになってきており、BtoCにおいても、かなり潮目が変わってきた。」と述べた。

日置巴美氏からは「先程のNTTドコモ様の例のように、目標が設定されており、そこに向かって動くというケースでは非常に動きやすいが、必ずしもそういう企業ばかりではなく、現場担当者が非常に困っているケースがある。マインドセットが重要であり、トラストについて考えて頂きたい。例えば、サービス提供を受ける際のチェック・検査のポイント、協業や出資する際のデューデリジエンス。また、企業の社会的責任があり、自分たちが責任を取るという側面がある。このような時にトラストは重要になる。価値をはかる・はかられる際に、データに関する漠然とした指標から外してしまわないようにするためにも、プライバシーガバナンスは考えておかなければならない。社会から価値を認めてもらえない上に、信頼を置いてもらえない。」と述べられた。

平岩久人氏からは「プライバシーガバナンスの取組が売上高という目に見える形では現れないかもしれないが、その取組自体を開示し、社会に訴えていくことで信頼を得ることができる。それが企業ブランドの向上や自社が提供しているサービスやプロダクトのロイヤリティにつながっていくということは考えられる。その時、監査には、開示される取組の適切性を客観的に評価するという重要なガバナンス上の役割があるので、今後は、開示内容のモニタリングや監査も重要な取組の一つになっていくのではないかと。」と監査法人の立場より述べられた。

古谷由紀子氏からは「ガイドブックには、取組のヒントになる事例が掲載されているが、これを形式的にやれば済むという話ではない。最も重要なのは、本質をどう捉えるかである。パーソナルデータを取扱う時に、企業側から、データを取り扱う視点だけでなく、本来の信頼にはつながらないし、企業価値向上にもつながらない。データの主体である生身の個人をどう見るかというところが非常に重要だ。リスクマネジメントといった時に、経営リスクとしてのリスクを考えるかもしれないが、実は消費者もリスクに晒されている。消費者のリスクをしっかりと捉え、それを企業がどう支援して、サポートしていくかが、信頼につながる。」と消費者の視点から述べられた。

イベントレポート（続き）

パネルディスカッション（視聴者へのメッセージ）

ー プライバシーへの取組はコストではなく、商品・サービスのクオリティを上げるという観点で取り組んで欲しい。

日置巴美氏は「各企業は企業理念を当然持っていると思うが、データ利活用が企業活動全般と切り離せなくなってきた中では、プライバシーの問題やデータを利用するということは、企業理念を体現の場になっている。炎上などが起きれば、当然企業価値は低下するし、信頼されなければ選ばれなくなる。価値と責任をフォローする意味でも、プライバシーガバナンスを自社に実装できるか、一度検討頂いて欲しい。」と述べられた。

平岩久人氏は「プライバシーガバナンスの取組は、どうしても企業単位あるいは企業グループ単位で進めることもかもしれないが、日本企業がこの先より成長・発展していくためには、欠かせないものだと思う。今回のガイドブックVer1.1が、データの利活用、またそれによるイノベーションが社会の信頼と共に促進されることを期待したい。」と述べられた。

古谷由紀子氏からは「データの主体である消費者の人權といったところを、しっかり踏まえながら、消費者とコミュニケーションし、消費者と共に、消費者にとっても、企業にとっても利益になる取組にして欲しい。まずは、ガイドブックを参考にしながら、本質を捉えて、1歩ずつステップを踏んで進めて欲しい。」と述べられた。

森亮二氏からは「本日事例を紹介頂いた三社の取組は、法令を超える部分があり、例外的に優れた取組であるということとは否定できない。個々の事業環境において、それぞれ必要だから、取り組んでいるわけである。BtoCでは、プライバシーを守るより、値段が安いことの方がお客さんが来るというような事業環境は勿論あると思う。また、どこまでやればいいのかという疑問もあると思う。適法性の確保までは最低限しなければいけないが、適法性の確保というのは、個人情報保護法を守っていればよいというわけではない。プライバシーということが言われているが、配慮としてのプライバシーよりも重要な点は、プライバシー侵害という民事の不法行為にならないということである。民事の不法行為になるかどうかということは、ユーザーの主観的な要素も含めて、様々な事情を考慮し、違法かどうかが決まる。プライバシーガバナンスは個人情報保護法の外側ではあるが、プライバシー侵害をしないという意味で、コンプライアンスの内側にある部分として位置付けられていることをご理解頂きたい。」と述べられた。

締めくくりとして、佐藤一郎氏より「ガイドブックで一番強調したことは、プライバシー対応はコストではなく、プライバシーに危険がある商品・サービスを消費者はもう使わないので、商品・サービスのクオリティを上げるという観点で、プライバシー対応をして頂きたいという点である。消費者もプライバシーリスクがあり、それをどう解消していくかが大切で、きちんと対応した企業が信頼を得て、ユーザーも長期にわたってついてきてくれることになるし、その結果として、良いデータを継続的に得られるようになる。信頼が、AIやビッグデータとしてデータを使う上でも大切になっており、世の中もそういう方向に動いてきているので、是非、ついてきて欲しい。また、プライバシーリスクという言葉が何回か出てきた。通常リスク対策には、回避（もうやらない）、転換（他社に押し付ける）、軽減（リスクを小さくする）、受容（リスクはあるが消費者に受け入れてもらう）の4つがあるが、日本企業はリスクがあると、これまで回避か転換しか発想がなかった。軽減や受容ということまで踏み込まないと、なかなかビジネスが成り立たない。プライバシー情報というのは個人情報と違って、非常に範囲が広いので、全てを守ることはできないと思うが、事業者それぞれに自分の持っているパーソナルデータのうち、プライバシー情報は何かということをきちんと見定めて、その利用において、個人の権利利益の侵害になるような

ものは事前に止めていくというある種の軽減をする必要がある。どうしても使わなければならないのであれば、消費者の理解を得るという活動もこれから必要になってくるのではないかと。今日、事例として三社の様々な取組をご紹介頂いた。日立製作所様には、きちんとリスクを把握するところを冷静に対応するガバナンスを作って頂き、NTTドコモ様には、個人情報の上乗せとしてのプライバシーというところを明確にし、ダッシュボードという形で、オプトアウトなどを使ったコントロールの余地を広げて頂き、参天製薬様には、海外展開を含めた形の事例を出して頂いた。プライバシーガバナンスを是非読んで頂いて、やれるところから実践して欲しい。」と総括頂いた。

プライバシーの隣接領域である個人情報保護評価（PIA）とサイバーセキュリティ

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）の紹介があった。

また、経済産業省 サイバーセキュリティ課から、サイバー攻撃は規模や烈度の増大とともに多様化する傾向にあり、実務者がこれまでの取組を継続するだけでは対応困難になっており、アップデート等の基本的な対策の徹底とともに、改めて経営者のリーダーシップが必要になっていることから、経営者が認識すべき3原則と、経営者がCISO（最高情報セキュリティ責任者）等に指示すべき10の重要事項で構成されるサイバーセキュリティ経営ガイドラインと、中小企業が情報セキュリティ対策に取り組む際の経営者が認識し実施すべき指針、社内において対策を実践する際の手順や手法をまとめた中小企業の情報セキュリティ対策ガイドラインの紹介があった。

寄せられたご意見：

「プライバシーガバナンスの取組をプライバシーマークの取組と連携させるにはどうしたらよいでしょうか。」

プライバシーマーク制度は、日本産業規格「JIS Q 15001個人情報保護マネジメントシステム－要求事項」に適合して、個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者等を評価する制度である。プライバシーマークの取組を実践している企業は、トップマネジメントが関与し、個人情報保護マネジメントシステムを運用することができている。プライバシーガバナンスは、プライバシーマークで言うトップマネジメントに着目して整理されたものであり、経営者が取り組むべき三要件として、同様の内容が示されている。プライバシーガバナンスでは、経営者が取り組むべき三要件に加え、重要事項として、個人のプライバシーリスクに対応する対策を実践するために、消費者・ステークホルダーとのコミュニケーションを実施することが取り入れることを記している。プライバシーマークの取組を実践している企業にとっては、プライバシーガバナンスガイドブックに記載されている事項を加える形で、容易に対応できるのではないかと考えられる。

イベントレポート（続き）

「プライバシーガバナンスの取り組みとサイバーセキュリティの取組を連携するにはどうしたらよいでしょうか。」

サイバーセキュリティはプライバシーガバナンスを構築する上で非常に重要な領域である。プライバシーに配慮したイノベーションを進めていくことをゴールに設定し、全社的に取組を進める事が大切であり、そうした取組を進められる文化を企業内に作ることが必要ではないかと考えられる。

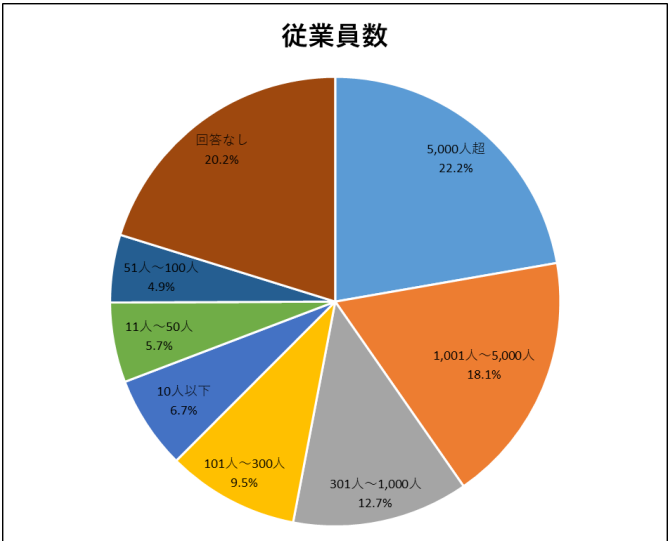
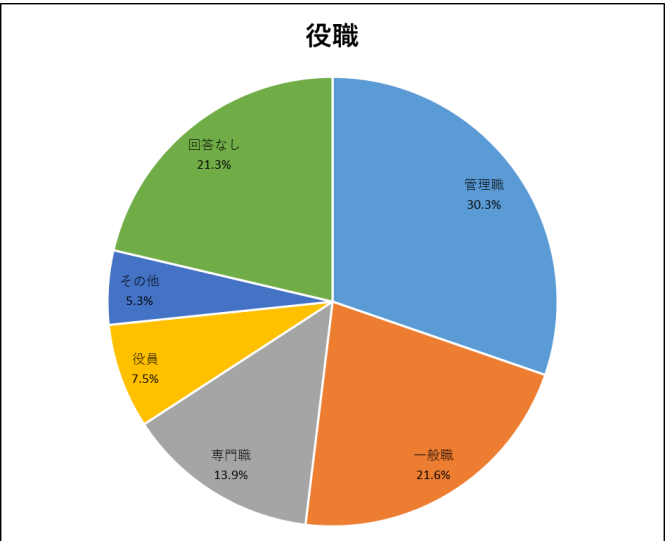
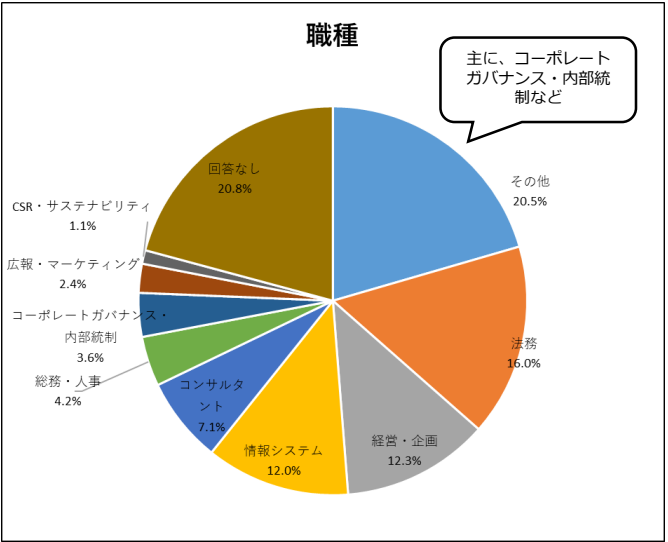
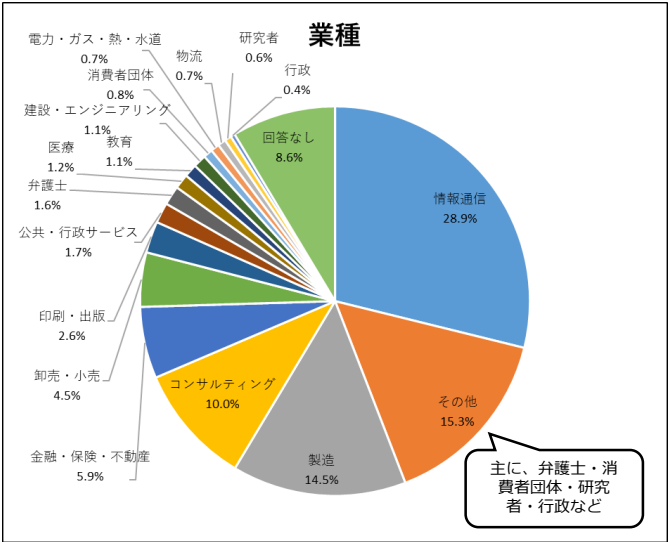
「中小規模の会社での事例やどのようなことが最低限必要になるのか。」

プライバシーガバナンスガイドブックでは、規模の大小を問わず、お客様に限らず、従業員を含めた様々なステークホルダーのパーソナルデータを取り扱う事業者に参照頂きたいガイドブックである。法務部・IT部門だけでなく、部門を横断して、全社的にプライバシーに配慮する企業文化を醸成し、顧客・従業員・取引先等に信頼を置かれるように努めていくことが重要である。

（以上）

参加者概要

参加者：合計2,067名



※ 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.html