

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10月21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、プライバシーに配慮したイノベーションを進めていくためには」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、「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）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、プライバシーに配慮したイノベーションを進めていくためには

開催概要

日時 : 2021年10月21日(木) 14:00~15:00
場所 : CEATEC 2021 ONLINE
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

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御挨拶

個人情報保護委員会事務局 参事官 赤坂 晋介氏

③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

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

佐藤 一郎氏(国立情報学研究所 情報社会相関研究系 教授)

クロサカ タツヤ氏(株式会社 企 代表取締役)

林 達也氏(LocationMind株式会社 取締役/株式会社パロンゴ 取締役兼CTO)

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

登壇者

■開会挨拶



須賀 千鶴氏
経済産業省 商務情報政策局
情報経済課 課長

■閉会挨拶



赤坂 晋介氏
個人情報保護委員会事務局
参事官

■講演



小川 久仁子氏
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



小松原 康弘氏
経済産業省 商務情報政策局
情報経済課 課長補佐

■パネルディスカッション



佐藤 一郎氏
国立情報学研究所
情報社会相関研究系
教授



クロサカ タツヤ氏
株式会社 企
代表取締役



林 達也氏
LocationMind株式会社
取締役/
株式会社パロンゴ 取締役
役兼CTO



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、プライバシーに配慮したイノベーションを進めていくためには

本イベントは、「加速するDX時代、プライバシーに配慮したイノベーションを進めていくためには」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とともにプライバシーに関するアンケート調査結果についての紹介、「企業のプライバシーガバナンスモデル検討会」にて座長を務められた佐藤 一郎氏（国立情報学研究所 情報社会相関研究系 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）およびプライバシーに関するアンケート調査結果について」

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。

加えて、企業向け・消費者向けに実施したプライバシーに関するアンケート調査の結果についても紹介された。消費者向けアンケート調査については、「消費者の73.6%は、プライバシー保護に関心を示している」、「消費者の70.4%は、金銭的利益やポイントの有無に関わらず、個人に関する情報の提供に関して、慎重である」、「消費者の88.5%は、類似商品の選択の際に、企業のプライバシーへの取組を考慮している」という結果であった。また、企業向けアンケート調査については、「プライバシーに関する姿勢の明文化・保護責任者・保護組織に関しては、約半数の企業が現在取り組んでいる一方、“外部の有識者などの第三者に意見を聞く”、“ルールの策定”、“社内研修”に関しては、取組が進んでいない」、特に「消費者とのコミュニケーションは、まだ多くの企業が道半ばである」という結果であったことが報告された。

パネルディスカッション（アンケート調査結果を受けて）

- 消費者の目線、企業の目線

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）、クロサカ タツヤ氏（株式会社 企代表取締役）、林 達也氏（LocationMind 取締役・株式会社パロンゴ 取締役兼CTO）、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。

まず、モデレーターである佐藤 一郎氏より、「先程、経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 課長補佐 小松原氏から、プライバシーガバナンスに関するアンケートの結果について、ご報告頂いた。なかなか興味深い数字が出ている。中でも驚いたのは、消費者がプライバシーに関して非常に関心を持っている点で、消費者の70.4%の方が、金銭的な利益やポイントの有無に関わらず、個人に関する情報の提供に関して慎重であるということ、また、消費者の88.5%の方が、類似商品・類似サービスを選択する際に、企業のプライバシーの取組を重視しているという結果が出た。消費者のプライバシー意識が非常に高まっており、それに応じて、企業も変わっていかねばならないということである。」と、アンケート調査結果について述べられた。

古谷由紀子氏からは、「アンケート調査結果を見ると、確かに消費者がプライバシーを重視しており、意識が高まっているということもあるが、もう一方で、企業からの利益の提供の有無に関わらず、情報提供に慎重であるとの結果もある。すると、これまでのように消費者に利便性の向上やお得であるといった形で

メリットを提供し、パーソナルデータを取得するといった図式で考えてはいけけないのではないかと思います。そもそも、何のためにデータを活用したビジネスを行うのか、誰のためのものなのかという企業の取組の共有が必要なのではないかと思う。そして、企業のデータの活用は、持続可能なより良い社会を作るためのものであってほしい。そして、消費者に対して、何のためにデータの活用を進めるのか、そのデータの活用は誰のために行うのかを消費者ももっと共有するために、情報提供していくことが非常に重要なのではないかと思います。」と述べられた。

佐藤 一郎氏は、古谷由紀子氏のコメントを受け、「企業にとっても消費者にとっても、プライバシーと言うのは非常に大事なものになってきている。それに応じた企業には新しい取組が必要になっているし、消費者もプライバシーを重視して、企業を選択するのだと思う。ガイドブックのご相談を経済産業省・総務省から頂いた際、企業はプライバシーに対する対応はコストであり、やらされているといった感じが非常に強いが、そうではなく、商品やサービスの品質を向上させるものの一つとして、プライバシー対策を考えて欲しいとお願いし、その方向性でガイドブックをまとめて頂いた。日本の企業は、かつてQC（Quality Control）などの活動として、イノベーションを繰り返し、品質を改善していったのであるが、今後もイノベーションを使って、データの活用とプライバシーの保護を両立した技術開発や活動を進めて欲しい。」と述べられた。

林達也氏からは、「昔のスタートアップのイメージでは、プライバシー領域において、意図的にグレーゾーンを攻める等と言われていたが、現在では二極化していると思う。きちんとプライバシーのことを考える企業と、あまり意識がいない企業の二極化となり、昔のような意図的にプライバシーを侵害しようとする企業はかなり減ってきたのではないかと感じている。ただ、企業において、ブランドや会社の評価というような、いわゆるレピュテーションという観点で、まだまだしっかりと考えられていないのではないかと思います。上場企業は株価と言う分かりやすい指標があり、外部からの影響も当然考えるようになるが、IPO直前、上場直前における企業は、どうしても株主を見てしまう事が多いが、この時点で、プライバシー領域への取組は始めていなくてはならない。経済活動だけではなく、裏でレピュテーションとして評価されることをもっと強く意識しないといけない。他方、個人情報漏えいを起こしても株価に影響がないケースもある。言い換えれば、我々は、消費者としても企業経営者としても正しい指標を持っていないのではないかと思います。このような面も含め、プライバシーガバナンスとして、スタートアップが出来る事や中小企業が出来る事がどういったことなのかということも、今後、ガイドブックもそうですし、事例としても深めていければと思います。」と述べられた。

佐藤 一郎氏は、林達也氏のコメントを受け、「日本国内企業の99.7%は中小零細企業であり、就労者数に関して約7割が中小零細企業で働いている。そうした点からも、中小零細企業におけるプライバシー対策というのは社会全体の問題であると認識している。プライバシー保護の観点から見ると、消費者にとって、大企業も中小零細企業も区別がない。それを考えると、中小零細企業だから、スタートアップだからという弁明は通じないことをご理解頂きたい。また、海外の大型M&Aでは、GDPRに準拠していない企業の買収を躊躇する動きが既に出てきている。バイアウトやIPOを狙っている場合、プライバシー対策が不十分だと極めて

イベントレポート (続き)

不利になる状況が、すぐ近い将来にやってくると思うので、その意味でも最初からプライバシーの事を考えて、事業計画を立て、ビジネスをされるべきだと思う。」と述べられた。

クロサカタツヤ氏からは、本イベントがCEATECで開催されることから、通信業界の話題を絡めて、「通信とプライバシーには、様々な論点があり、非常に難しいところではあるが、先程のアンケートの結果でも消費者がどのように考えているのかということ、非常に重要である。消費者とのコミュニケーションを如何に取っていくのが極めて重要なポイントだというお話があった。通信業界・通信会社というと、通信サービス・接続サービスを提供している電話屋さん、インターネット屋さんをイメージされる方が非常に多くいるが、我々生活者として考えてみた時に、通信会社と通信だけで接している場合は、減ってきているはず。例えば、端末購入があるのが割賦販売を伴う販売、あるいは○○payのような金融サービス、電気を販売しているところもある。あるいは、カーシェア・バイクシェアというような新しいサービスを提供されている企業もある。通信会社というのは、最早通信だけではなくて、様々なライフスタイルサービスを提供している会社になっている。売上構成で言うと、会社全体の約1~2割くらいのところまで、通信以外の売上が占めている。2割というと、小さく感じるかもしれないが、通信会社の売上は1兆円、2兆円という単位なので、仮に2兆円だとすると、その2割として4,000億円の売上がそのようなライフスタイルサービスから出てきていることになる。4,000億円というのは極めて大きな産業と考えられるし、そういう意味で彼らがプライバシーに取り組まなければならないことは、自明の状況である。生活者、消費者と直接向かい合い、接し合う為に、NTTドコモ様はパーソナルデータ憲章を公表し、KDDI様も先程お話にあった通り、今回のガイドブックを参照しながら、議論にも参加頂き、今年11月に大規模なプライバシーポリシーを変更すると伺っている。このようなアプローチが、この後、どんどん必要になってくるということは時代の趨勢であろう。加えて、通信の世界でいうと、ちょっと難しい話になるが、通信の秘密とどのように向かい合うのかという話もある。これについても伝統的な電気通信サービスの領域は通信の秘密で考える必要がある一方、ライフスタイルサービスについては「通信に係るプライバシー」として新たに整理し、消費者に分かりやすい形で、権利利益を特定していく事が求められていると思う。このような検討がこの後どんどん進んでいくと思われるので、私自身も期待しながら見ていきたいと思う。」と述べられた。

佐藤一郎氏は**クロサカタツヤ氏**のコメントを受け、「通信に係るプライバシーに関しましては、電気通信事業者ガイドラインというものが、これは勿論通信の秘密が重視されているものではあるが、同時に個人情報があり、更に個人情報をターゲットにすると同時にプライバシーに関わる部分、つまり、個人情報ではないけれどもプライバシーに関わるところをターゲットにして業界のガイドラインというものを所管省庁が中心になって作成しているところである。そうしたガイドラインもあるし、企業または業界が自主的に規制をすることも重要になっており、ご存知のようにネット広告の業界においては、非常に強い自主規制が導入されるようとしている。そのような観点でも、企業がどういった規制をするのか、またそれをどのように守っていくのかという点については体制が必要になってくる。その時にガイドブックは大きな役割を持つのではないかなと思う。」と述べられた。

パネルディスカッション (自由討論)

- 企業活動とレギュレーション

自由討論として、まず、**クロサカタツヤ氏**より**林達也氏**に対し、「スタートアップがプライバシーの領域に関しては、従来は対応するのが難しい、リソースがないと言われてきたが、スタートアップこそ、先程の通信会社がやっているようなライフスタイルサービスの本当に気の利いたものを作れる人達でもあると思う。そのように考えると、スタートアップこそ、消費者やユーザーの

ことを本当に見る事ができる力のある人たちではないのかなと思う。そのようなスタートアップのポテンシャルと、データプライバシーのような関連する様々な規制を遵守していくということを企業の中で実現していくことにはギャップがあると思うが、どのように解決すればいいと思うか。」とお尋ねがあった。

林達也氏は**クロサカタツヤ氏**の質問に対し、「まず、ネガティブな要素としてリソースが足りない、つまり、重要視されていないというところが大きいと思う。これはセキュリティも同じで、二極化している側面である。ところが、スタートアップは規模も小さく、いまだあればクラウドネイティブで立ち上がっていることもあるので、実際にプライバシーに関してガバナンスを効かせようと思うと、結構出来る。しかもセキュリティ分野ではこれを頑張ってきてきたし、出来るようになってきたという側面もある。ただ、仰る通り、そこには壁がありそうだと思う。先程、佐藤一郎氏からも出ていたが、プライバシーガバナンスは単なるコストセンターではなく、プロフィットセンター足りうる可能性がある。そこで出てくるのが重要視するための指標が欲しい。株価とはちょっと違うと思いつつ、そこに、または似たようなものにインプットされていくと、極端な話、プライバシーをきちんとやっていないと株価が下がる、企業評価が下がるということが分かるようになると、意識が大きく変わると思う。しかも、やろうと思えばできるというところが大きくて、これができるいいのではないかと個人的には思っている。」と回答した。

古谷由紀子氏から、**クロサカタツヤ氏**、**林達也氏**に対し、「問題を解決するために、規制や法律を作るという話がでてくると、企業からは規制があるとビジネスが進展していかないという反論を聞くことが多い。私はそれに疑いを持っており、規制があった方が進むケースもあるのではないかなと思うが、自主的であれ、ハードローであれ、規制は阻害要因になるものなのかなどうか、お考えをお聞かせ頂きたい。」とお尋ねがあった。

クロサカタツヤ氏は**古谷由紀子氏**の質問に対し、「規制があった方がいいところも多くあると思う。つまり、やるべきこととやってはいけないことがはっきりしている方が企業活動を本来は助けるはず。では、なぜ規制が作られると困るのか。勿論、主義主張で規制が嫌だという人もいるが、おそらく大きな要因の一つは分かりにくいということがあると思う。とりわけ、データプライバシーの世界では深いところに議論が入ってしまうところがあり、難しいだろうなと感じるところは正直である。一方で、簡単な事をやればいいのかという訳でもないもので、より分かっている人が、そういう方々をサポートしていく必要がある。ただ、本当に分かっている人が誰なのかを特定出来ているのか。ここは非常に重要なポイントで、現実的なポイントにもなっていく。」と回答した。

林達也氏は**古谷由紀子氏**の質問に対し、「きちんと制度・規制が作られていることは非常に大事で、アクセルとブレーキに例えられることもある。フルアクセルを踏むためには、きちんと機能する高性能なブレーキが必要であるとよく言われる。実際にそういう形で制度・規制が作られていけば、安心してアクセルを踏めるということが実態としてあるはず。とは言え、ここには2追いついていくのが難しいという側面がある。よって、まず良い制度を作れるかということに一つの指標がある。もう一つは、企業側の専門家が全く足りない点にある。弁護士も含めて、安心して話が出来るこのジャンルの専門家はどの程度いるのかという問題があり、ここ充実させて、企業に浸透させていくということは、我々自身の課題であり、やらなければならないことだと考えている。」と回答した。

佐藤一郎氏は、**クロサカタツヤ氏**、**林達也氏**の意見を受け、「プライバシーに関わる問題のかなりの部分は技術が生み出した問題であり、技術で解決したいと思うが、残念ながら技術だけで解決できないことも多々ある。その時に使う他の手段として、法律や規制が必要になる。ビジネスを阻害するものというよりは、自分たちが生み出してしまった問題を解決するものが

イベントレポート (続き)

法律や規制であるという風に、まずは捉えて頂く事が大切だと言う。もう一点、企業の方とお話をしている、プライバシーの保護と利活用は相反すると信じていらっしゃる方が非常に多い印象を受ける。本当にそうなのでしょうか。一番強い企業は、利活用をしつつ、プライバシーを保護する技術をイノベーションで生み出す企業だと思うので、そういう企業がたくさん出てきて欲しいし、結局はそういう企業が生き残るのではないかと思う。まずはプライバシーの保護と利活用が相反するという発想から脱却することが大切ではないだろうか。」と述べられた。

クロサカタツヤ氏は**佐藤一郎氏**のコメントを受け、「もしかして、日本企業の方々はインベンション (invention) とイノベーション (innovation) を勘違いしているところがあるのではないかと。イノベーションというと、すぐ新しいものを生み出す、発明をするというようなイメージが日本ではあると思うが、英語をよくよく考えてみると発明はイノベーションではなくインベンションである。発明は、考えを巡らせて、ある瞬間にひらめくというようなことだと思うが、イノベーションはそうではなく、発明したものを世の中に広め、刷新していく営みを指す。だとすると、使う側の人のことを受け止め、考えていくことは、イノベーションに当然必要な要素であり、イノベーションに取り組むという意味では、実際に使うユーザーや消費者と向かい合うことが最も重要であり、矛盾する事は決していないのではないかと思う。むしろ一丁目一番地なのではないかと思うくらいである。」と述べられた。

林達也氏から**クロサカタツヤ氏**に対し、「通信・インターネットの業界では規制が進むと同時に、プライバシー保護も進んでいるが、我々が参考に出来るアドバイスやコメントはあるか。」とお尋ねがあった。

クロサカタツヤ氏は**林達也氏**の質問に対し、「多角的な見方が必要であり、様々な意見があると思うが、振り返ってみるとグローバルプラットフォーム事業者 (GAFA) は、20年選手、30年選手であることに気が付く。では、その20年、30年、何をやってきたかという、世界中で様々な面から叩かれ続けてきた。叩かれて、叩かれて、磨かれた結果が今である。彼らは、そのように叩かれることや怒られることを真摯に受け止め、やりたいと思ったけど違ったのだというようなことを彼らなりに取り込み、100%ではないが、前に進んでいることは事実だと思う。“嫌だ、止めてくれ、そんな話は聞きたくない”ということではなく、苦い話であったとしても一度受け止めてみるのが、やはり必要なんだと気付かせてくれる。」と回答した。

佐藤一郎氏は**クロサカタツヤ氏**の回答を受け、「グローバルプラットフォーム事業者は、問題が起きるであろうことを事前に想定しているケースが結構ある。日本企業はそれが出来ているのかという不安なところがある。今回ガイドブックでは、プライバシーの行動指針を決めて下さいであるとか、担当役員を置いて下さいと申し上げているが、重要な点は、社会とのコミュニケーションを取って下さいという点である。企業によっては、体制を作ることや役員を置くことが困難であったとしても、消費者や社会とのコミュニケーションを取ることであれば、それほど手間暇かからない。第三者委員会のように様々な分野の有識者の方々に入って頂き、意見を聞くことによって、問題に気付いて、対策を立てられるというところがあり、そういうレベルでもいいので、するかしないかで大きな違いが出てくるのではないかと思う。」と述べられた。

パネルディスカッション (視聴者へのメッセージ)

- プライバシーガバナンスと企業への期待

最後に、パネラーより視聴者に向けたメッセージとして、一言頂いた。

古谷由紀子氏は、「ガイドブックには、消費者とのコミュニケーションも重要な一つの項目として入っているが、何のためにコミュニケーションを取る必要があるのかをしっかりと考えて頂きたい。それは企業の取組みを理解してもらっただけではなく、消費者が主体としてコントロールするための情報を提供するという意味もある。技術などの難しい部分もあるので、消費者をサポートするような取組につなげていってほしい。」と述べられた。

林達也氏は、「コミュニケーションを取るということも非常に大事である一方、その役割をきちんと置いてあげて欲しいと思う。同時に、このプライバシーガバナンスのようなプライバシーのジャンルを知ってもらわなくては行けない。専門性が求められていると思うかもしれないが、我々も消費者として暮らしているはずであり、自分が使っているものや自分がやっていることなどを、一消費者として見るができるように、知ることができるようにするという意識を、組織を作り、文化を作り、制度を作り、ビジネスを作ると考えられるようになる」と述べられた。

クロサカタツヤ氏は、「消費者とのコミュニケーションの話が続いたが、非常に重要な話であると同時に、どうやればいいんだろうかと考えている人も多いと思う。その時に重要なのは、企業である自分は何を期待されているのだろうかに意識を向ける事ではないだろうか。ヒントになるようなお話を伝えられればと思うが、データプライバシー以外の領域でもコンシューマーと向かい合う、消費者と向かい合う、あるいはステークホルダーと向かい合うことは求められているはずである。BtoCであればPL法もあるし、コーポレートガバナンスではスチュワードシップ・コードがある。企業に対して、こうあって欲しいという想いや、それを反映した制度が、世の中には存在している。データプライバシーで求められていること以外も含めて、自分たちは何を求められて、どのように存在して欲しいと思われているのかを考えて頂くということが一つ重要なポイントだと思う。」と述べられた。

最後に、**佐藤一郎氏**は、「ガイドブックを昨年の夏に公表し、既に複数の業界のトップ企業または有力企業が実践している。こんなに普及が早く進むのかと我々も驚いた。とは言え、まだまだ啓蒙活動が足りないところもあり、これから取り組まれる企業もあると思う。まずはガイドブックをご参照頂いて、各企業において何が出来るのかを考え、組織を作り、リソースを割いて、プライバシー対策をされるのが、企業の発展にもつながり、社会にとっても重要な事であると考えている。」と述べ、締め括られた。

※ 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で、登壇者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。(CEATEC 2021 ONLINEイベントページ内のため、登録が必要となります。)

■ CEATEC 2021 ONLINE 「加速するDX時代、プライバシーに配慮したイノベーションを進めていくためには」

<https://www.ceatec.com/ja/conference/single.html?popup=1&contentId=3191>