

ブレインワークス社長

近藤 昇さん

ト・ツ・ツに聞く

「攻め」の個人情報保護を

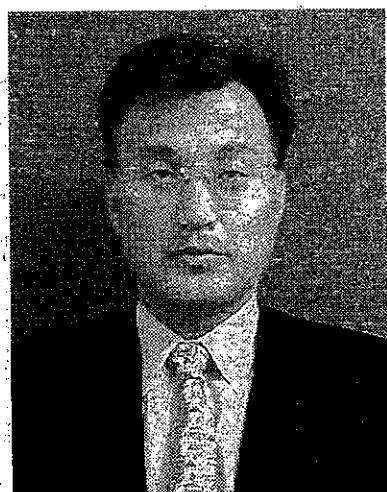
—施行から半年が過ぎ、確かに動きは鈍いようでもトーンダウンしたようにも感じる。これまで事業者はセキュリティ対策に焦点が当たっていたが、今後も使用目的が明記されだし、されば消費者が、発信元が

は消費者の目撃されるだ。医療機関でも氏名ではなく、番号呼称に切り替え、「家庭に届くダイレクト」でいる。プライバシーへの静観を決め込む経営陣

は多いようだ

「だが、消費者の関心が高まつてくれば、放置はできない。情報漏れを防止するセキュリティ対策はもちろんだが、防御一辺倒ではビジネスチャンスを逃しまるやうな、同業が委縮している今こそ、商機になる。」

氏名や性別、生年月日など個人に関する適切な保護管理を義務づける「個人情報保護法」が四月一日に全面施行されて半年余りが経過した。法が定める個人情報取扱事業者は施行前後、過剰とも思われる対応ぶりを見せたが、その動きも鎮静化したように受け取れる。しかし、情報漏えいや流出事件は減少どころか、増加する傾向にある。中小企業を対象に個人情報保護法セミナーを全国で企画している経営コンサルティング、ブレインワークス（本社東京）の近藤昇社長は、二十九日の名古屋開催を前に現状と課題を聞いた。



「防御システムに加えて社員教育が不可欠」と指摘する近藤社長

安心かどうかを見極めることになる

「事業者の動きはどうか。

「業種間よりも、企業規模や地域的な温度差は強く感じる。都市部に比べて、地方は情報が有効活用できるケ

ースがないこともあり、無頓着だったり、無頓着だったり、静観を決め込む経営陣

が具体的に、どんな対応が必要か。

「社内体制の構築はもちろん、対外的に信頼を得るには、第三者機関が付与するプライバシーマークの取得もアナウンス効果は高く評価ができる。情報流出を物理的に遮（しゃ）ずるシステム導入も有効だろう。ただ、どれだけシステムを堅実化したとしても、最終的には情報を扱う人材教育に行き着く。社員教育を徹底化し、習慣化する」とが基本だと考える」

「保護法が消費者に浸透するにつれ、個人も情報提供には一段と慎重になる。組織を防衛するための個人情報保護ではなく、預かった情報を大切に取り扱うと言った、基本的な考えは忘れないでほしい」

信頼獲得へ人材教育の徹底指南

—施行から半年が過ぎ、確かに動きは鈍いようでもトーンダウンしたようにも感じる。これまで事業者はセキュリティ対策に焦点が当たっていたが、今後も使用目的が明記されだし、されば消費者が、発信元が

は多いようだ

「だが、消費者の関心が高まつてくれば、放置はできない。情報漏れを防止するセキュリティ対策はもちろんだが、防御一辺倒ではビジネスチャンスを逃しまるやうな、同業が委縮している今こそ、商機になる。」

「保護法が消費者に浸透するにつれ、個人も情報提供には一段と慎重になる。組織を防衛するための個人情報保護ではなく、預かった情報を大切に取り扱うと言った、基本的な考えは忘れないでほしい」