

企業にとってのマイナンバー制と個人情報保護 ～怖がらずに利用しよう～

このレポートは ATAC の研究会において島村和行弁護士にお話頂いた内容を元に、中小企業の皆さまに必要な点を記載させて頂きます。

はじめに

2015年10月に全ての国民に12桁の個人番号が通知され、2016年1月からマイナンバーカードが交付され、それ以降、社会保障、税金、災害対策などの公的手続きには必ず個人番号が必要となります。さらにマイナンバー法は個人情報保護法の亜流のようなもの（特別法）で、マイナンバー法と個人情報保護法は一体です。マイナンバー法は確かに徴税や個人資産の把握などを目的で議論が始まりましたが、マイナンバーにのみ目を奪われてしまうと、事の本質を見失ってしまい、本来の対応ができなくなります。一步踏み込んで理解しておく必要があるようです。

マイナンバー制とは

マイナンバー制度そのものは、今まで関係省庁、自治体ごとに分散管理されていた①源泉所得税、②所得税申告、③府民税、④市民税、⑤固定資産税、⑥健康保険、⑦雇用保険、⑧労災保険、⑨児童手当、⑩生活保護の個人情報を一元的に管理するものですが、データを一元管理してしまうと、漏洩の際のリスクが大きいので、法律で定めた「必要性のある場合」には即座に紐付けできるようにしたものがマイナンバーです。さらに今回の改正によって、その適用範囲が⑪銀行その他の金融機関、⑫医療の分野まで拡大されます。

そしてこれは個人だけの問題ではなく、法人にとっても迅速な対応が必要となるのが従業員の人事情報です。2016年1月以降の様々な提出資料にマイナンバーが必要となってきますので、従業員および扶養家族のマイナンバーを提出して貰う必要があります。給与情報を含む人事情報は重要な個人情報であり、取扱いには最善の注意を払われていると思いますので、そこにマイ

ナンバーが加わったとしても扱いが変わるわけではありません。

パーソナルデータの活用

改正個人情報保護法には「匿名加工情報」が新たに加わります。要はパーソナルデータの事ですが、パーソナルデータとは居住する地域、性別、年齢、その人の様々な好みなどの「属性は識別されるが、個人を特定しない」情報の事を言います。情報とはAさんにとって大変有益な情報であったとしてもBさんにとっては何の価値も無い場合があります。例えば長期的な気象データは個人的にはあまり重要な情報ではありませんが、飲料メーカーやアパレル業界にとっては市場を把握し生産計画を立てるには大変有益な情報となります。また若い人の割合が多い地域と、高齢者が多く居住している地域とでは、コンビニなどの店舗に取り揃える品種が変わります。このような情報をビッグデータと言ひ、巧く活用すれば新たなビジネスチャンスが生まれます。さらに企業が持っている個人情報もそのままでは個人情報保護法に引っ掛かりますが、個人を特定しないパーソナルデータに加工することによって、ビッグデータとして必要としている企業や個人に販売することも可能となり、新たなビジネスとなり得ます。

このようなパーソナルデータの利活用やビッグデータについて、またマイナンバーの扱い方や個人情報保護法について詳細をお知りになりたい場合には ATAC にご相談、お問い合わせ下さい。

おわりに

最後に注視したいのは、このご時世、全てのデータは電子データとして管理されます。縦割りではなく、統括的役割を果たす独立の第三者機関「個人情報保護委員会」が設置されるとはいえ、昨今の情報漏えい事件にみるセキュリティーの甘さ、管理担当者のモラルや責任の所在のあり方などの改善については何も聞こえてこないことに不安感を抱くのは私だけでしょうか。

(辻阪)