

## 業務委託契約の見直しを要請

今年四月に完全施行された「個人情報保護法」に関する法律（個人情報保護法）が物流分野にも波紋を拡げている。この法律は二〇〇一年三月に初めて国会に提出され、その後、曲折を経て二〇〇三年三月に成立した。日常的なビジネスで使われている個人の住所や氏名、電話番号といった情報を保護する目的で制定された。

個人情報とは、「特定の個人を識別できる情報」を指す。私生活に関するか否かにかかわらず、また事実かどうかも無関係に、個人を特定できる情報であればすべて個人情報とみなされる。個人情報保護法が規制の対象としているのも、通常の企業活動で使われているごく当たり前の情報だ。

物流とは縁遠い法律と思っている人も少なくないはずだが、実はきわめて密接な関係にある。実際、個人情報保護法の完全施行が秒読み段階にはいった昨年未くらいから、物流企業のもとにはこれまでの業務委託契約を見直したいという要請が相次いで荷主から寄せられるようになってきている。

その多くは既存の契約の中に「個人情報保護に関する条文」を新たに加えてほしいというもので、条文の自身は「当社（荷主企業）が提供した個人データが、貴社（物流企業）側の管理ミスなどが原因で外部に流出した場合、貴社が一切の責任を負う」といった内容だった。

同意できない場合には契約の打ち切りも辞さないというスタンスで迫られ、大半の物流企業がこの提案を丸呑みする格好となった。しかし本来、荷主企業が求めていたのは新しい契約書に「サイン」することではない。契約内容の見直しを通じて、個人情報を外部

## 第1部 解説

# 物流企業の新たな選別条件に

相次ぐ漏えい事故や個人情報保護法の施行を受けて、荷主企業は個人データの管理を強化している。その影響は物流企業にも及んでいる。荷主を満足させる情報管理体制を持たない物流企業は、もはや契約を維持できない。

（刈屋大輔、岡山宏之）

に漏らさない管理体制を物流企業に確立させることがその真の狙いだ。

テレビ通販大手の「ジャパネットたかた」は商品の全国配送を大手物流会社「二社」に委託している。この二社とは定期的に情報管理についての勉強会・報告会を開催している。吉田周一常務執行役員が直接、抜き打ちで物流会社の営業所に向き、情報管理体制をチェックすることもある。その目的は、出荷用に提供した顧客データがきちんと抹消されているかどうかを確認することにある。

こうした取り組みは昨年三月に公になった顧客データ漏えい事故がきっかけだった。ジャパネットの発表によると、「社員一人が九八年頃、特定の社員しか知り得ないIDを使って顧客情報にアクセスし、CDROMにデータをコピー。それを社外に持ち出してダイレクトメール製作会社などに販売していた」という漏えいは約五〇万人分に入った。これを受けて、同社の高田明社長は会見を開き、「私の監督不行き届きで深く反省している」と謝罪した。

代償は大きかった。同社は事件発覚後、約一カ月半にわたって営業活動を自粛。独特な言い回しで商品売り込む高田社長はしばらくの間、ブラウン管から姿を消した。その結果、同社は年間約一五〇億円の売り上げ減を余儀なくされ、八六年の創業以来続けてきた業績の倍々ゲームにも終止符が打たれた。

失ったものは収益だけではなかった。最も大きな痛手となったのは、「お茶の間」の信頼を損なってしまったことだ。同社はテレビの向こう側にいる一般消費者を相手に商売をしている。それだけに、「消費者たちに『ジャパネットは信頼できない』というイメージを抱かせてしまったことが一番の損失だった」と吉田常務は述懐する。

信頼回復に向けた対応は素早かった。同社は事件発覚後すぐに「情報セキュリティ委員会」を社内内に設置。コンプライアンス部担当役員としてCPO（チーフ・プライバシー・オフィサー）に就任した吉田常務が中心となって、情報管理体制の再構築に乗り出した。顧客データを管理する情報システムへのアクセスを大幅に制限したり、ICカードや生体認証などを活用した入退出管理システムを導入するなど、情報漏えいを防ぐための社内インフラ整備を進めた。

社員の意識改革にも取り組んだ。個人情報保護に関する事例集やハンドブックを作成してパートタイムを含めた全社員に配布するとともに、社内勉強会を繰り返し開いた。勉強会の参加者にはレポート提出を義務付けたほか、理解度をチェックするための試験も実施。合格点に満たない者には何度も追試を課しているという。

協力物流会社にも社内と同じレベルの情報管理を求めている。現状の協力物流会社の物流品質には満足している。しかし情報の漏えいが発覚した時はもちろん、ジャパネットにとって満足できない情報管理体制になっているようであれば、他社への委託変更を検討する方針だという。

今後も徹底した社員教育やハード面の整備などを継続することで、情報管理ノウハウの社内への浸透と管理体制のレベルアップを目指す。「大量の個人情報を持つ企業としてやるべきことはすべてやっていくつもりだ。妥協は許さない。もう二度と漏えい事故は起こさない」（吉田常務）と固く決意している。

### 業務委託先による漏えいを警戒

ここ数年、企業が個人情報を漏えいさせる事故が相次いで発覚している。二〇〇四年一月には信販会



ジャパネットたかたの吉田周一常務執行役員

図1 企業による主な個人情報流出事故

発生時期	企業名	流出規模
2003.6	ローソン	56万人分
2003.1	ファミリーマート	18万人分
2004.1	三洋信販	120万人分
2004.2	ソフトバンクBB	451万人分
	シティバンク	12万人分
2004.3	ジャパネットたかた	50万人分
	アッカネットワークス	30万人分
	サントリー	7.5万人分
2004.4	コスモ石油	92万人分
	日本信販	10万人分
2004.6	阪急交通社	62万人分
2005.4	みちのく銀行	131万人分

各種資料を基に本誌作成

社の三洋信販が二二〇万人分の個人情報を流出。さらにその翌月には通信サービス業のソフトバンクBBが四五一万人分のデータを流出させていたことが明らかになった。

その後もシティバンク（流出規模は十二万人分）、アッカネットワークス（同三〇万人分）、サントリー（同七・五万人分）、コスモ石油（同九二万人分）といった具合に、漏えい事故が立て続けに発生している（図1）。

個人情報の流出にはいくつかのパターンがある。一つは社員が内部から書類のまま、もしくはCD-ROMなどの記憶媒体にデータをコピーして持ち出すケースだ。「ジャパネットたかた」や「ソフトバンクBB」などで発生した事故はこれに相当する。こうした「内部による犯行」は漏えい事故の原因として最も多いとされている。

もう一つは外部からの不正アクセスだ。こちらはハッカーなど第三者が顧客情報を管理する企業の情報システムに侵入してデータを引き出すというもの。とりわけ情報システムのセキュリティ対策が万全でない企業が狙われやすい。

そして三番目の要因が業務委託先からの漏えいだ。盗難や紛失など業務委託先の不手際によって、委託先に提供した個人データが外部に流出してしまうケースだ。先に挙げた「社員による持ち出し」や「不正アクセス」は社内でのセキュリティ体制強化など各社の「自助努力」で流出をある程度防ぐことができる。これに対して「業務委託先による漏えい」には自らの監視の眼が行き届きにくい分、漏えい事故の発生が業務委託先の情報管理レベルによって大きく左右されるといふ難点がある。

オフィス用品通販大手のアスクルも二〇〇三年一