

執筆担当者

滝花 雄次

個人情報保護のため
の、社内体制作りの一
つの方法として、「プラ
イバシューメーカー」の取
得がある。

「プライバシューマ
ー」は、個人情報の漏洩
を防ぐためのマネジメ
ントシステムであり、

個人情報をも適切に管
理する体制を作り、そ
れを実践している組織
に対して与えられるも
のである。

付与されたマークは、
名刺や会社案内、ホー
ムページ等に使用する
ことが出来る。これに
より、お客様や取引先
に対してアピール出来、
社会的信用を得やすい
というメリットもある。

社内的にも社員の意
識向上や、リスクマネ
ジメントの強化に繋が
っていくことになる。

また、「プライバシュー
メーカー」の取得を目指
していく過程で、組織
内での仕組み作り、意
識改革、教育等により
組織自体が活性化して
いくというメリットも
考えられる。

「プライバシューマ
ー」を取得するために
は、付与する機関 J I
P D E C (財) 日本情
報処理開発協会の審査
を受け認定されなけれ
ばならない。

認定までの手続きは
おおよそ次のようにな
る。

一、社内体制の確
立・社内教育
二、コンプライアンス・
プログラム
策定(規定や規則
を決める)

三、実施・運用(コン
プライアンス・プ
ログラムを実際
に実施する)

四、認定機関への申
請

五、プライバシューマ
ーの審査(審査
機関により、書類
の審査や、現状調
査及び面談が行

われる)

六、契約(審査で認定
を受けると、J I
P D E C からプ
ライバシューマ
ーの使用許諾契
約書が発行され
る)

認定を受け、「プライ
バシューメーカー」を取
得しても、永久に使用で
きる訳ではなく、期間
は二年に限定されてい
る、使用を継続するた
めには、更新審査を受
ける必要があり、絶え
ず体制を維持していく
努力が必要となる。

「個人情報保護法」に
対して組織全体で真剣
に取り組む、法律に対
応していることを宣言
し、他社との差別化を
すること、お客様や
取引先から、信用のお
ける企業としての評価
を得ることが出来る。
それにより、新たなビ
ジネスチャンスが生ま
れる可能性もある。

「個人情報保護法」は、
現場だけの問題ではな
く、経営者自身が取り
組まなければならない
経営問題である。