

小野修一の経営お役立ちコラム 第7回

● 個人情報の有用性を顧客に提供する

個人情報の漏えい・流出事故が後を絶ちません。とても残念なことです。個人情報を取り扱っている事業者の管理体制の整備を強く求めます。

そうした状況もあって、個人情報については規制を強めるべきという論調が目立ちます。個人情報の取得は制限すべき、個人情報の利用は行わないように、といった過剰な規制を推奨するような論調です。

個人情報保護法の前文には、「・・・個人情報の有用性に配慮しつつ、・・・」とあります。個人情報は有用な情報なのです。それは、個人情報を提供する個人と、取得した個人情報を利用する事業者の双方にとってです。このことの認識が弱いように思います。

個人情報を提供する個人は、提供したことの見返りとして、スピーディなサービスが受けられる、特典がある、最新情報が早く入手できるといったメリットを期待して個人情報を提供します。事業者は、そうした個人のニーズに応えたビジネスプロセス、サービスを提供することに全力を挙げることが重要です。これが「個人情報の有用性に配慮する」ことであり、CRM（顧客関係管理）の基本です。その前提として、個人情報管理の整備が不可欠なことは言うまでもありません。これが、個人情報保護法の本質であることを認識する必要があります。