

デザイナーのための経済コラム(39)

個人情報保護について思うこと(1)

ときどき、個人情報保護のためと断りがつけられることがあります。それに慣れて、その流れで知りたいことや、伝えたいことが制限されることが当たり前のように思えるようになってきました。どこまでが適正なのか、やり過ぎなのかはあまり考えることも議論されることもないと思います。

個人情報保護が問題にされるようになった背景には、人権意識の拡大がある一方で、メディアの多様化と高度化があるように思います。個人情報保護によって良かったことは、あまり話題になっていません。恩恵を受けた人は、被害を受けそうになっていた人かと思います。恩恵というよりも当たり前になったということで、心配する必要がなくなったということかと思います。

しかし、その反対に不便になった、窮屈になったと感じている人もいます。名簿が無くて連絡出来ない、連絡を貰いたくても貰えないことがあります。中には下世話な好奇心が満たされなくなった人もいられるかもしれません。インテリアプランナーの資格者名簿は公開されなくなりました。日本インテリアプランナー協会関西の会員名簿もそれに合わせて作成して会員に配布することもなくなりました。学校の同窓会名簿も同じように作られて配布されることもなくなりました。地域の自治会の会員、役員名簿についても内容が限定的になっています。コミュニティの形成が困難になります。

その理由は、物品販売の顧客獲得や組織の勧誘に使われ、名簿の人がわずらわしい思いをしたり、最悪の場合は、犯罪の目標にされる恐れがあるからとされてきたかと思います。近代文明の利器として新聞から始まり、ラジオ、固定電話、TV、携帯電話、パソコン、ネットなどなど、さらに最新のAIchat。一般に自分が善良な市民と思っている人にとって便利なものは、悪意を持って、反社会的な行動をしようと考えている人にとっても便利なものになっていると思います。歌舞伎の「白波五人男」には名セリフに「……盗人の種は尽ねえ七里ヶ浜……」があります。

個人情報保護について正しく認識して、その情報が適正なのか、そうでないかを判断している基準は何でしょうか。常識で判断しても大丈夫なのでしょう。自分自身が知らず知らずのうちに他人の「個人情報」を侵害していないか、自分自身が知らない間に自分の「個人情報」が侵害されていないかも心配です。しっかりした企業や組織団体で「個人情報保護」に熟知することが業務に必須の部署や人は講習会や研修会を受けていると思います。企業や組織団体の内部人事業務だけでなく、外部の関係者、顧客、社会全体に向けても意識すべきこととも思います。いまや、「個人情報保護」はリテラシー(知的能力)の一部になりつつあると思います。

そもそも、「個人情報」「保護」についての定義、意味を設定しないで議論してもかみ合わないと思います。「個人情報」はTPOによって使い分けているように思います。広い意味では「個人に関するすべての情報」といえますし、狭い意味では「名前」「年齢」「住所」であったりさまざまです。別な表現をすれば、「知られたくない、詮索されたくない個人の事情」とも「知られると何らかの被害を受ける恐れのあることとも言えます。また「住所、氏名、顔写真を出さなくても、誰のことが判ってしまう情報」ともいえます。

また、「保護」についての定義、意味も多様に解釈出来ます。「情報が変質しないように維持すること」とも取れますし、「情報が流出したり、漏洩したりしないように情報を守る」とも取れます。また、「開示された情報によって起きると想定される個人の被害から守る」とも解釈できます。さらに、「被害」を受けるのが特定される個人だけものとするのか、複数の個人が集まった集団や組織が受ける「被害、損失」も対象とするのかも気になります。

「個人情報保護」を間違えると、人間関係やコミュニケーション、コミュニティの形成、維持、発展を阻害することが恐れられます。

この問題を日本語でここまで考えてきました。英語で考えると少し、考え方が変わるかもしれません。個人情報は英語で次のように表現されるかと思います。

- Personal Data.....組織の人事資料としての文字・図表情報（戸籍、資産、健康、経歴・・・）
- Customer Private Data・・・企業が扱う顧客情報（名簿、顧客特性、資産状況、取引経歴・・・）
- Privacy Matter.....私的で他人に踏み込まれたいくないこと（写真、資産、住所、年齢、私信、信念・・・）

英語にしてみると、「個人情報保護」の領域や対象、関心・関与、問題点などの状況の違いが伺えます。