

平成 25 年度第 4 回企業向け人権啓発講座（主催 京都市・伏見区人権啓発推進協議会）

日時：平成 25 年 9 月 17 日（火） 午後 2 時 30 分～午後 4 時 30 分

場所：伏見区役所大会議室（4 階）

テーマ：インターネット社会における企業と人権

講 師：牧野 二郎（牧野総合法律事務所弁護士法人 所長 弁護士）

○牧野 ただ今御紹介いただきました弁護士の牧野二郎です。どうぞよろしくお願いします。

今日は、「インターネット社会における企業と人権」についてお話をさせていただきます。

少しレジュメを見ていただきますとお分かりいただけるかもしれませんが、ネットでの炎上の問題とか、鉄道会社が IC カードの乗降履歴を社外へ提供していることについての問題などがありますが、私たちはできるだけその事実関係を正確に理解したうえで、誤解のないようにして、しっかりと企業の永続性ということを考えながら、透明性を持って対応すべきであるという考え方で、私は色々と研究や検討をしています。

他の国と我が国を比較しますと、我が国ほど永続企業の多い国というのは、他に存在しません。世界的には、イタリアと日本が長寿企業が多いのですが、一番多いのは日本のようです。日本の中でも長寿企業が 1 番多いのは京都です。我が国では、1400 年以上続いた金剛組という会社もあつたくらいに、どうしてそのように企業が永続するのか、そして、諸外国ではなかなか企業が永続性を持ち得ないということについての検討も必要だと思います。我が国には企業を育てていく、技術者としての技能を高めていく、熟練工を尊重する、尊敬するという意識など、そういう技術者国家としてのバックボーンがあるのではないかと思います。過去には、とんでもない戦艦を作ったこともありましたが、また戦後は、世界でトップクラスの自動車を作りました。今度はロケットを飛ばしていくようであります。我が国のそういう素晴らしい特性は、営々と続いていると思っています。

私は内部統制の問題について、特にインターネットを使って、企業をどのように強化していくかという観点からお話をさせていただきたいのですが、その中で気付いたことは、日本の特性というのをしっかりといかした日本型の内部統制を作らなければ、フレームワークをいくら導入したとしても、絶対に企業は永続しないし、長続きしないということです。

そういう意味では、ここ京都の各企業の皆さんに学ぶところが大変多いと思います。そして、今後も引き続き企業に永続性を持たせるために、今日話題になっているインターネット社会というものに対してどう付き合っていくのかということは、一つの大きな試練だろうと思っています。これを、是非合理的に乗り越えて、また、しっかりと内部統制を強化して進んでいただきたいと思います。

本日の講座は、人権啓発講座です。人権とは何かということを考えながら話を進めてきます。人権擁

護の視点から権利侵害の有無を見直すときに、どんな人権侵害が起きているのかを考えてみることにありますが、人権侵害の形態が変わってきています。つまり、新しい人権侵害というのが多々生まれてきているわけです。昔は、例えば公害による生命・身体被害が広がったということが発生していましたし、また労働の世界でも、非情な企業の横暴により労働者が異動・処分されてしまうということがあったわけです。そういうものが徐々に変わってきました。ただ、いまだに、昔と同様に、下請法違反の事例というのは実は多々あります。下請が告訴・告発をすると、発注企業の方が発注を控えて報復するというような大変難しい状況が生まれるというのも、これまた事実であります。そういったような人権というものを、常に私たちが考えながら行動していくというのが、この講座の基本的な目的だと思います。

今日は、特にインターネット社会を視野に入れて、インターネットで変わったこと、インターネット社会での新しい危機、新しい人権侵害の形というのが基本的な内容になります。

「企業がインターネットを利用する際の人権侵害につながるケース」というのが、実は多々あります。一言で特徴的なことを言いますと、この社会の人権侵害というのは、強者が弱者を侵害するという形態だけではなくて、弱者が弱者をといいますか、一般人が一般人を攻撃して、ぼろ叩きにすることがあるわけです。その攻撃の対象者が企業の構成メンバーだとすると、その企業にも累が及ぶという大変複雑な形態になります。ですから、1人の行動が企業全体の売上を下げてしまう、あるいは持続性に暗い影をもたらすということもあります。では、どういった対策を採るべきか。もっと労働者を監視したら良いのか。例えば徹底的にメールを管理して、右も左も全部分かるように徹底的に監視したりすると、そこに互いに不信の構造が生まれて、さらに難しい問題となります。ですから企業は、今、これまでなかったほど難しい立場に置かれているのではないかと思います。

この意味で、企業がインターネットを利用する際に人権侵害につながらないように、従業員管理の負の連鎖を断ち切ることが大事です。つまり、経営者は従業員が信頼できない、従業員は経営者を信頼しない、でも食べていくために事業活動が続けるというのでは、何か漠然とした不信感が生まれてくることになり、そのような方法は採るべきではないと考えます。では、どういう方法が良いのかということについて、今日はそこまで入り込んでみたいと思っています。

レジュメの3ページを御覧ください。まず、今、何が起きているのかということを見ます。

まず情報社会での変化です。スマートフォンなどの高機能端末が出てきて、クラウドなどの技術が発展し、情報空間が拡大し、充実しました。それによって、私的発言が際限なく拡大する危険というのが出てきました。クラウド基盤の中で、ツイッター、あるいはLineというような大変便利な情報ツールを通して、その危険がどんどん広がっているのです。

次に、人権状況についてです。

震災等に備えた情報管理というものができているのかどうか、災害の際には、企業と従業員との間で、

例えば、出社すべきなのか、また、どういうことに注意すべきなのかというようなことも含めて、きちんと連絡が取れる体制ができているかということになります。

また、「情報空間暴走」とレジュメには書いているものがあります。これは、リアルな社会では安定した雇用関係も事業活動もあるのに、情報空間になると突然爆発するということがあるのです。それを、炎上というような言い方をされます。その炎上が起きたときに、ウェブの中で、ある問題行動をした人のことを携帯電話等で動画を撮ってネット上にアップして、犯人捜しが始まります。そして、その犯人と目された人たちに対して、一方的に、こんな人を許していいのかというようなことで炎上し出すと、本人のみならず家族の素性までも暴かれ、プライバシーを暴くということが徹底的に行われる例があります。そのように炎上から、プライバシーの侵害が次々と多々起きてくるという社会になってしまっています。

そして、情報空間での監視や規律をしにくい状況として、匿名情報の利用に関する問題があります。

これは企業の皆さんも大変悩まれる問題であると思います。この問題についての指針なり考え方を、後ほど鉄道会社の話を例に申し上げたいと思います。

以上が、今、何が起きているのかということです。

レジュメ 4 ページを御覧ください。情報技術が急速に進展したために起こる問題や状況について話します。

それには、スマートフォン、タブレットなどの業務での利用の増加とそれらに対する攻撃というものがあります。例えば、新しいアプリケーションを入れると、実はそれがとんでもないスパイウェアだったりするということが多々あるわけです。

おかしなアプリケーションソフトは適応しないように情報監視を徹底的にされているスマートフォンもあれば、そうでないものもあります。そうでない機種には、すごい勢いで攻撃が掛けられて、スパイウェアが走り回っているということがありますので、十分に注意しなければいけません。

また、ウイルス、クラッキング、寄生という問題があります。

これらは、昔のように他人事ではなくなりました。今皆さんの手元の携帯電話の中に入り込んでくるという危険があるのです。

そして、企業の方には、クラウドサービスの利用問題というものがあります。このクラウドというのは、サービスにより、いつでも、どこでも、データの出し入れができる状態になっており、パソコンはもちろん、携帯電話のメールなどもこのクラウドサービスに入っており、私たちが選ぶと選ばざるとにかかわらず、私たちの身の周りがつながってきている状況にあるということを知っておく必要があります。

次にプライバシーです。人権というと色々な問題がありますが、特にインターネットの中で注意して

いただきたいのはプライバシーの問題です。なぜプライバシーかというと、プライバシーが売れる時代だからです。利用価値が高く、売られた人への被害が大きくなるということもあり、この緊張関係が非常に強いので、プライバシーという問題を考えなければなりません。単に興味本位とか、いたずらとかのレベルではなく、まさに売買の対象になっているわけです。この4ページのレジュメの1番下に、「近時の匿名情報の利用が重要になってきている事実がある」とありますが、これは後でお話する鉄道会社の問題の部分で改めて説明します。

それでは、5ページを御覧ください。

実は、我が国にはプライバシーという概念が生まれたのは、欧米に比べて遅かったんです。むしろプライバシーがないというのが通常の社会のように考えられ、私生活が完全に守られるというのは非常に少なかったわけです。

欧米では、基本的人権としてのプライバシー権という概念が、1890年の段階で確立しました。これは、2人の弁護士が議論をしながら作り上げた概念です。詳しく説明しますと、元弁護士でボストンの製紙の事業家のウォーレンさんという方にすごくきれいな奥さんがいました。その美貌が有名になって、いわゆるパパラッチがウォーレンさんの奥さんの私生活を追い掛けるようになったのです。その度に写真も撮っていたわけです。それに困ったウォーレンさんが、自分たちの生活の中に過度に入り込むという行為はやってはいけないと知らしめるために、知人の弁護士ブランドイスさんと協力しながら、新しい人権として「プライバシーの権利」と題する論文を書いたのです。そして、その概念が世界に広がっていったのです。

しかし、現実を見ると、プライバシーを追い掛け回すような人たちもいて、プライバシーというのは、なかなか守りきれないところもあります。

企業の立場から注意しておかなければいけないことを1つだけ申し上げます。

プライバシーという概念を一言で説明できるかというと、できないのです。なぜなら、人によって、プライバシーの広い、狭いが変わるので難しいのです。特に精神的活動を重視される、例えば宗教を非常に尊重されている方のプライバシーの概念は比較的広くなりがちです。要するに自分の精神活動を尊重し、それに触らないでくださいという範囲が広がってくるからです。それに対して、例えば議員の方は公人ですから、資産、学歴までが公開されてしまいます。

このように、企業で事業活動をしようといった場合には、色々な方々の色々なプライバシーの概念があるということをしっかり留意しなければなりません。プライバシーの問題は慎重に取り扱うべきものなのです。

プライバシーというのは、こういう意味で概念が非常に広い、そして各人によって持っている意味合いが違うということを理解していただけたでしょうか。

さて、日本の中ではこのプライバシーはどう議論されてきたかをお話しします。

三島由紀夫さんという作家が書いた小説「宴のあと」について、裁判にまでなった事件があります。この「宴のあと」事件で、我が国で初めてプライバシーという概念が定着して、私たち法律家もこれに学んで、プライバシーについての考え方を持つようになりました。すなわち、私たちが使うプライバシーの概念、要するに人に知られたくないこと、人が知ったら、あたかもそれが真実のように思えること、そのように受け止められるものを出して、被害を与えたというようなことが、問題になるわけですが、現在はそれだけではないという考えがあります。

レジュメに4つほど事件を列挙しました。ノンフィクション小説「逆転」のあらすじは、沖縄で米兵と日本人がけんかをして、米兵を殺してしまったという事件であり、その事件についての真相を書くということで名前が出てしまった。事件の当事者としては、更生をして新しい人生を歩んでいるのに、それが侵害されたということで問題になったのが、「逆転」事件です。

「石に泳ぐ魚」では、大学に学ぶ女性が、出身大学、専攻、家族の経歴などがそのまま書かれ、また自身の顔の腫瘍を陰惨な表現で描写されたため裁判事件となりました。結果は、最高裁の判決で出版差止めになりました。文学は基本的に自由と言われますが、それが過度に人権を、プライバシーを侵害している場合は出版差止めになるのです。

レジュメの最後の事例は、昭和44年の「京都府学連事件」の最高裁の大法廷の判決です。これは、刑事事件等々でも常に使われる判例です。「警察官が正当な理由もないのに個人の容ぼうを撮影することは、憲法第13条の趣旨に反して許されない」となりました。これは大変重要なことです。撮影すること自体が良くないとなっているわけです。承諾もなしに撮ってはいけないのです。撮影すること自体、物理的に触るわけでもないし、傷付けるわけでもないのですが、撮影されたということが後で分かったら、非常に不愉快な思い、恥ずかしい思いをします。また、撮影されたものがどこかに悪用される危険性があります。本人が気付かず撮影される場合が多いですから、勝手にそれを利用してしまいます。ですから、撮影した写真を使うということではなく、撮影すること自体が違法であるという大法廷判決が出ました。これは大変に重要なことです。

盗撮・盗聴というのはいけないというのであれば、駅とか、あるいは公共の場所で撮影するのはどうなるかという問題が出てきます。

労働会館など、労働組合が集まるような場所にカメラをいくつも設置して、それで撮影してもよいのかという事件が起きました。この事件について、基本的に最高裁は、判例に沿って、むやみやたらと撮影をしてはいけないとしました。ことさらに、思想活動・集会活動を抑えるような目的でカメラを置いてはいけないとなっています。

それでは、例えば会社の駐車場に車を置いていると、いつもいたずらされる。その対処方法として、

犯人捜しのためにカメラを置く場合はどうなるのか。また、マンションの入口で、関係者以外の者が入ってくると困るから居住者の安全確保のためにカメラを置くことがあります。駅、地下鉄なんかにもカメラが置かれていますね。そういう公共性のある場所、あるいは設置することに合理的な理由がある場合、それに加えて、重要なことなのですが、人を特定して撮るものではない場合については、合法であるというのが現在の考え方です。

ですから、例えば愛人宅を監視するためにカメラを据えて監視するとか、浮気を調査するためにカメラを置くという行為は、プライバシー侵害になる可能性が極めて高いわけです。浮気は悪いことですが、その相手を監視までする必要はないかもしれません。その人のプライバシーを重視しなければいけません。つまり盗聴・盗撮、あるいは監視カメラの設置、あるいは容貌の撮影というのは、十分に注意しなければいけないということです。

次、7ページを御覧ください。インターネットの社会の中で新しいプライバシー侵害が起きているのではないかということについて説明します。

まず、誹謗中傷の書込みです。これはホームページ上や、ブログ等で行われるのですが、実名が出たり、気軽な愚痴などの書込みが人権侵害につながるが多々あります。また、例えばブログを日記帳みたいに使用し、公開することがありますが、不特定多数の方が見ることができるブログは、書き方、内容によっては、ものすごい人権侵害になるから気を付けないといけません。あるいは、企業の業績を宣伝しようというときも「ある有名人がお店を訪ねてきてくれて、そしてこんなきれいな女性とこの商品を買って帰られました」なんて書いたとすると、とても危険で、ものすごいプライバシー侵害につながるわけです。私が例えば、「今日、誰々さんと飲みながらこんな話をしました」なんて書いたら、一緒に飲んだ人のプライバシー侵害になります。「実はこういう悪さをしたんだよ、なんて告白された」と書いて、さらに「おもしろいね」なんて書いたらとんでもないことになります。しかし、こういう事件は、実はたくさん起きているのです。自分は独り言のつもりでも、人は社会的に1人で生きてないから、必ず他人を巻き込みます。そうすると、承諾も取ってないのに、例えば気軽に酒を飲んで冗談を言ったら、冗談の話が翌日にブログに出ると、検索でヒットして「あの話はあなたのこと」みたいなことになる、これは人権侵害になります。

ですから、ホームページやブログに書いたら誰かに迷惑になるのかなっていうことを考えなければいけません。個人でも、企業のブログでも、関係する人にきちんと了解が取れているのかどうかということを確認して、情報発信しなければいけません。そうすると、自由にものが書けないのかというと、それは違います。日記帳にものを書くということと、それを公表することは全然違いがあるからです。日記帳に書くだけなら何を書いても構いませんが、それを公表するということは、新聞記者、あるいはアナウンサーになって発信するのと同じですから、注意しないとイケないということです。

次に、無断で行う情報の収集の危険性についてお話します。これは本当に注意しなければいけません。

例えば、ネット上の情報収集において、子どもたちが^{*1} SNSの中で色々書込みをします。これは、非常に危険なところに接触していることが分かるケースが多いのです。ですから、それが分かったら、すぐ子どもに注意をしなければいけません。様子を見たり、間を置いてはいけません。具体的には、危険なサイトがないかをパトロールするわけです。つまり、危険と思われるサイトを見つけたら、今、危険かどうかを調べていると子供に伝えて、徹底的に注意喚起するわけです。そうすると子どもたちは、そこに接触しなくなります。いつも大人が見ているから、先生が見ているから、危ないからやめなさい、といつでも注意できることが必要です。また、危険なサイトについて、学級の中で話し合い、友だち同士でも話ができるように、あるいは親もそれを知って、見ておくというようなことが必要ではないかと思います。

^{*1} SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)：インターネットを利用した個人個人のコミュニティを容易に構築できるサービス

これは企業活動も同じです。例えば、従業員が仕事中に業務とは関係のないサイトを開いて情報収集しているということがあるとします。そのようなときに、黙って監視しておいて、その証拠や行為の事実を集めて制裁するというのではなく、きちんと就業規則に書いて、点検作業をやって、いつも監視や追跡をしているということを明確に示しておく。そのように透明性を確保しておくことが必要であると思います。つまり、企業が従業員を裏切って盗視・盗撮するような方法で、不適正な情報収集をするのではなく、正々堂々とパトロールしていることを周知したうえで、事実を把握すれば制裁するという方法が、効果的であると思います。

また、「無断で行う情報収集」とは、ある意味では行動予測、ターゲティング広告の問題につながります。

どういう意味かと言いますと、例えば、インターネットで物を買ったり、ネット販売のサイトに入って画面を開いたとすると、その画面を開いた秒数を数えられています。要するに何を見ているか、どれだけ関心があるかという情報をサイトが時間で計り、収集しているのです。その結果、頼んだ訳もないのに、新しい商品が出ましたよというメールが送られてくるわけです。まさに、行動ターゲティング、ウェブビーコンの中に入っていて、この人はそこに何秒間滞在していて、次どこへ入ったかというのが全部分かるのです。ですから、言ってみればサイトが真ん中にありまして、私はそのサイトの情報を取っているだけのはずが、実はサイト側は、そのサイトの情報で何を見て、何を欲しがっていて、次どこへ入ったかという情報を収集しているわけです。そして、それらの情報を分析して、メールを私に送ってくるわけです。そのメールを見ると欲しいものが並んでいます。そして、私が思わず買ってしまおうと、今度はこの人はこういう宣伝をやると買ってくれるという情報が収集されるわけです。そうすると次に関連する商品が出てくると、またメールが送られてくるわけです。すると、見事にはまっていつ

てどんどん購入数が多くなる。それがこの行動予測、ターゲティング広告の基本なんです。これは、特にアメリカの企業が徹底してやっています。ですから、そういう意味では私たちの行動履歴が、行動予測あるいはターゲティング広告という方法で、情報を取られているということをまず認識しておかなければいけません。

では、私たちはどのように行動すべきなのでしょう。1つの考え方として、過度の情報収集はやめてほしいですし、情報収集するときは、きちんと説明してほしいと思います。最近、どこを見て、何を見てというのをブロックしてくれるようなブラウザも出てきました。要するにプライバシーを保護してくれるわけです。でも、企業としては、消費者のそういった情報は、是非とも欲しいという思いがあります。ならば、それはルールをきちんと作るべきだと思います。日本には、そういったルールがないので、アメリカの多くの企業が好き勝手にやっています。ですから、そういったような行動予測、ターゲティングという問題で、私たちのプライバシーが侵害されているという側面があるのです。そのことを頭に入れておかないといけません。

次に、位置情報、スパイウェアについてです。

皆さんは、携帯電話を使って、交通情報や気象情報を調べた経験があると思います。そのときに、自分の現在位置の情報が取られています。最近では Wifi 機能によって無線 LAN の中に入れるようになっていますが、実はそれも、どの端末がいつどこをどう動いているかの情報を全部つかめるわけです。ただ、位置情報を取る時には同意を得るという手続は、今、基本的になされていますので、その意味では自主的に制限されています。しかし、こういった情報をトレースすることを禁止する法律はありません。例えば、企業が安く買ったワインがあるので特売セールスをやりたいと思ったとき、店の前で大きな声で呼び掛けても効果は限定的です。ところが Wifi を使って、メール等で情報を提供できれば効果的だと思いませんか。また、Wifi の端末を持ってくれば 10 パーセント割引するということも付け加えるわけです。そうすると、近くで Wifi を受信できる PC タブレットとか携帯電話を持ってる人は、一瞬にしてそのクーポンを取れるわけです。消費者としても、こういった情報が得られるのはうれしいと思います。ワインを欲しい人とワインを売りたい人がそこでマッチングできるわけです。ですから行動ターゲティングとか位置情報を入手すること自体が悪いとは思っていません。これを上手に使えば、事業の活性化につながります。でも、あなたの位置情報を教えることにもつながるので、同意を得るか、あるいは拒絶権を与えるという方法を探ることが必要であると思います。このように、Wifi で歩いている 20 メートルから 50 メートルの範囲の中の情報がどんどん入ってきます。ものすごく便利な側面もあります。ですから、技術は色々な形で使える反面、生じる課題に対してどう対処したら良いかということを、我々はこれから考えていかないといけません。

アメリカでは、今、Wifi を利用した事業活動をどんどんやっています。ところが我々日本人は、そ

ういう意味では非常に慎重に考えて使っています。この段階で、競争優位が働いてしまっているわけです。それを考えると私たちはのんびり構えていられない事情があります。ですから、我々は Wifi を事業化して、どう評価してどう使っていくかということを早急に検討しなければいけません。同時に、それは人権侵害をする危険性が高いですから、どのようにコントロールするかということも考えないといけません。つまり、位置情報やターゲティング広告の情報の 1 番のキーワードは、お客様に対して不愉快な思いをさせないということです。気持ち悪がられるということは、プライバシー侵害になります。そののちをしっかりと考えておかなければなりません。

メーリングリストやフェイスブックに載っている情報も、同意を得るなどの手続をちゃんと踏んだうえで公開されている情報なのか、それとも単に私物化している情報を載せているのか分からないことがありますから、十分に注意していただきたいと思います。

8 ページを御覧ください。さて、炎上のお話にも入っていききたいと思います。

まず、ツイッターというものがあります。これは多くの方が使われていると思います。登録をして、ツイッターに書き込みをするわけです。最近、NHKのニュースの解説を見てると、視聴者の書き込みが流れているのを見たことないですか。それを使って解説者が話を発展させたりします。ツイッターはどんどん書き込まれます。ですから、どんどん消えていくはずなんですけども、あれが燃え出すことがあります。特にツイッターとフェイスブックは、アカウントで登録している情報が同じという人がほとんどです。なので、ツイッターでの炎上が、フェイスブックにまで飛び火して大騒ぎになるということが出てきています。

9 ページを御覧ください。ツイッターでのつぶやきが大問題になったケースとして、広告会社CM製作責任者の発言があります。CM撮影現場で見た韓流スターについての自分の感想を「ほぼ笑みの天使と言われていたが、カメラが回っているときだけで隙だらけ、表情がゆがんでいた」、「すらりと背が高いのは画面のマジックで、どっちかっていうと小柄だったよ」というようにツイートしてしまい、これがネット上で広がって、大問題になりました。広告会社はCM依頼をキャンセルされ、膨大な損害が一瞬にして出てしまったわけです。また、ツイートされた韓流スター側から名誉棄損を理由とする訴訟を提起される危険にもさらされることになりました。

10 ページを御覧ください。次は、某製薬会社の場合です。

「しつこい上司がトイレに行った隙に、グラスにこっそり睡眠導入剤を入れちゃって」、「ていうか大トラの課長を早く静かにしたくて」、「女の子じゃなかったから大丈夫でしょ、これくらい」とツイッターに書き込んでしまいました。内容は、事実らしいです。書き込んだのは、製薬会社の社員です。これは傷害罪にあたる行為です。なぜその社員は、それが分からないのでしょうか。社長が出てきて平謝りして、「もう二度とこんな馬鹿なことが起きないように注意します」と言っていました。しかし、睡眠

導入剤は、その会社でも作っており、社員はその取扱いを知っているべきはずなのに、犯罪になることが分からず、そのような薬を飲ませるという社内の規範性のなさにも驚いてしまいます。また、さらに言うと、今は悪いことをやったということを人に知らせたいのか、昔は隠す方向に動いたのに、今は平気でツイッターに書き込むようになっています。この感覚というか心理は問題です。

次は、11 ページ。ホテル従業員のケースです。

「有名なサッカー選手と女性タレントがレストランに来訪して今夜2人で泊まるらしい」と書き込んだわけです。これは完全にプライバシー侵害になります。アルバイト従業員が利用客の情報を友人にツイートしたら、この情報が外部に流れ出して炎上した。そして、みんなが被害を受けました。女性タレントとサッカー選手は、プライバシーが侵され、投稿した従業員の個人情報もネットで公開され、叩かれるというようなことが起きました。ホテル総支配人による公式ホームページでの正式な謝罪も行われました。

次の12 ページは、有名スポーツ店の社員のケースですが、有名サッカー選手と某女性の来店をツイートし、書込みに侮辱的な要素が含まれていたということも重なり、炎上しました。

13 ページを御覧ください。それでは、軽率発言の炎上について分析してみたいと思います。

広がって炎上するというパターンはいくつもあります。炎上の要素としては、書き手の側の知名度が高いこと、例えば、有名な会社の社員という特殊性ということが考えられます。そこには、発言の信ぴょう性とか話題性というのにも出てきます。つまり、全くの個人が個人名で書いて、果たしてこれだけのインパクトを持つかということになると、ホテル従業員であるというインパクトや信ぴょう性がないと、炎上までいかない可能性が高いわけです。皆さんの企業のブランド力が利用されるということになるわけです。また、次の要素として、対象者も有名人である方が、インパクトがありますから、大騒ぎになるということが挙げられます。また、特徴としてフェイスブックなどの他の情報との統合が容易になっていますし、とんでもない発言をした人がいたときに、逆にその人を追い掛けて個人情報を暴いてしまうという現象も起こっています。要するにツイッターのつぶやきや写真などからどんどん個人情報が解析されていくのです。炎上の分析の最後として、個人が責任を取りきるケースを挙げています。これは、例えば政治家がわざとツイッターで色々と物議をかもし出して有名になっていくっていう場合が含まれるかもしれません。その辺は御自由にということになるわけですが、逆に言うと、炎上がこのように利用されるのは、大変困った状況でもあるとも言えます。

次、14 ページを御覧ください。

従業員の軽率行為についてです。最近、ニュースでも話題になりましたが、アルバイト従業員が食品保管用の冷蔵庫に作業服のまま入り込んでポーズを取って、それをツイッターに掲載して炎上したというようなことが何度も起きています。これで不買運動が起こったりするわけです。これは本当に困った

ことです。実際に、売上げにもものすごい影響を及ぼしているのです。

では、企業としては、どのような対策を講じれば良いのでしょうか。これは東京のいくつかの事業家の方々とお話しましたが、実は報道されているのはほんの少しであって、現実にはものすごい数のこういう事態が起きているそうです。ですから、経営者の皆さんはびくびくしているというのが正直なところですよ。お会いした全ての方が「怖くて仕方がない」とおっしゃっていました。自分たちの社員時代るときとは全く違う暴走行為が行われていることに、ものすごい衝撃を受けておられました。

それらは、悪ふざけのレベルでとどまらないで、レストランなどは全部閉鎖になることもあります。かわいそうなのは、そこでしか働くことができないパート従業員の皆さんが職を失うことです。そこで職場を失ったら、子どもの面倒を見られなくなるというような場合は、もうどこへも行きようがないわけですよ。そうすると、そういう人たちの生存権まで侵害してしまうという危険性をはらむのです。それらのことを彼らは全く理解しないでツイートするという、とんでもないことが起きています。

次、15 ページは、企業としてどうするのかということです。

規則を厳しくして制裁すべきであると言われますが、規則を厳しくして制裁したら、本当になくなるのかということを考えなければいけません。

検討してみましたが、まず始めに、やみくもな表現規制、あるいは管理強化は逆効果になる危険があると思います。具体的には、反発、抵抗、企業イメージの低下ということにつながると懸念されます。

フェイスブックは実名ですから、そのときに〇〇企業勤務と書いてはいけないと明確に規制します。健全な企業で、基本的には会社の公式ページ以外は会社を名乗るなということをしきりと規制する会社は、かなりの割合であると思われます。私の依頼企業の中でもそういう企業はいくつもあります。個人名とする限り、会社の名前も一切書かないのであれば、やるのは自由にさせるという風にするのです。このような方法は、対処の参考になると思います。しかし、例えば従業員が、どういう発言をしているのかを全部調べて、批判するような表現は規制するという方法は、それ自体に対する猛烈な反発、企業批判が出てくる危険があり、効果が出ないので良い方法ではないと思います。

次に、民事責任も問うことができる場合を考えます。

徹底した対応が必要な場合もあります。それが全てだとは思わないんですが、見逃さない方がよいと思います。事案を放置して責任を取らせないとすると、組織全体のセキュリティー感覚が弛緩して、いかげんになるんです。そうすると、この企業は、これをやっても、あれをやっても、平気だという雰囲気が出てきて、ものすごく危険なんです。ですから、問題があったらきちんと処罰するという姿勢は、企業として明確に示すことです。企業が損害を受けたら、その社員の返済能力の有無にかかわらず、きちんと損害賠償請求をすることが大事です。そうすると、社員が自分のやったことをしっかりと理解するわけです。見せしめではなく、被った損害の責任は、社員にしっかりと取ってもらうという姿勢が我が

社にはあるから、そういうことが起きないようにしましょうという意識を全社員で共有する必要があると思います。

次に、問題ケースに関する社員の議論，検討会，その中での効果的対策の検討についてです。

これは是非皆さんに実践していただきたいのです。これまで話してきた問題もさることながら，例えば，社会的に有名な企業の社員が，プライベートで居酒屋に飲みに行っていて，そこでけんかをして，その居酒屋に損害を与えるような大きな事件があったとします。新聞やテレビ等で「〇〇会社の社員が」と報道されます。すると，企業としては相当な被害を受けます。社員は，企業名を語って事件を起こしたわけではなく，純粹にプライベートなことなのですが，マスコミで報道されるとそうはなりません。そこで，マスコミにそのような報道をするなど抗議するかとなると，それでは，一層の非難を受けて，さらに企業の損害を大きくすることになります。では，この解決はどうするのかとなるのですが，答えはありません。

しかし，私が1つだけ思うことは，問題になるようなケースについて，社員の方々が議論する検討会を持ち，その中で効果的対策を考えていくということです。これは，先ほどの冷蔵庫に入った従業員に対しても，同じことをやらなければいけないだろうと思います。例えばルールをたくさん作って，かつ厳しくします。しかし，ルールを作るときに，多くの場合は法務部などの担当部署の人が作ったり，他の会社が作ったルールを使ったり，あるいは弁護士に依頼してルールを作ります。このルールの作り方は，本当に駄目です。なぜならば，与えられたルールは，社員が守らないからです。ちょっとでも納得したものでなければ，社員は守りません。全部無視します。私は，これを色々な企業で経験してきました。ですから，単にルールを作ればよいなんていうのは，間違いです。懲罰を重くしたらみんな守るのでしょうか。いかに懲罰が重くても，ルールが破られるときはあります。焦っていたりして冷静な判断ができないような状態ではルールは守られません。そうすると，何が1番良いのかと言うと，環境整備なんです。環境整備の1番の効果は，社員同士の相互規制です。例えば，社員数人で出張に来ているときに，1人が飲みに行くとき分かったときに，「こいつは飲むとトラブルを起こすから絶対に飲ませちゃ駄目だ」，「だから，この部屋で飲め」という風に上司や同僚が部屋で飲ませる。あるいは，「ある程度飲んだら早く寝ろ」，「絶対に外に出ちゃ駄目だ」というようなことを社員同士がきちんと連携を取るようになることです。社長命令がなくてもです。そういうことを社員同士できちんと議論をして実行すべきだと思います。それからルールを作るときには必ず検討会をやっていただきたいと思います。こういうルールで，これは本当に直るのかという議論を社員同士でしてほしいのです。昔はセキュリティー事故で，ノートPCを失くしたことにより，個人情報漏えいが起こることがありました。ルールを厳しくしても，罰則を強くしても全然くなりませんでした。どうすればよいのかと言うと，例えば，1人で行動させず，必ず2人で行動させる。残業はさせない。なぜなら，ノートPCを失くすときのほとんど

が、家で仕事をしようと、ノートPCを持って帰るときに、重いから電車の網棚に置いて、座って寝ていて、駅に着いて、ノートPCを網棚に置いたまま降りてしまって失くすというケースが1番多かったのです。ですから、家には絶対に持ち帰らせないよう、社員同士でチェックするわけです。家で仕事をさせない。絶対にノートPCを家に持って帰らせない。過度な残業はさせないという環境をどのように作っていくか。それが解決の課題です。どんなに優秀な人材でも、個人情報や漏えいしたからには処罰しなければなりません。昨日まで、ものすごく会社のために働いてきた人が、例えば自宅待機1箇月になったりすると、仕事がぷつとできなくなり、ノイローゼになり、退職となってしまいます。有能な人材の喪失は、企業としても痛手です。

この問題に対してどうしますかということを経営で議論をしてください。「そしたら絶対に1人で帰すな」、「絶対にノートPCを持たせるな」、「過労も気を付けなさい」、「そういうことをきちんとコントロールしよう」、「仕事は会社でやろう」、「会社でやって会社で全部の仕事を完結しよう」、「家に帰るときは手ぶらで歩けるようにしよう」というような議論を交わしていきましょう。

忘年会なんかには、「今日は、皆さん、かばんを持って飲み会に行ったらは駄目ですよ」、「かばんを持って飲み会に行ったら、必ず忘れますよ」と声を掛け合うのを耳にします。また、「今日飲みに行く人はかばんを持たない」、「お金だけ少しポケットに、財布をなくしても嫌だから、何千円かをポケットに入れて、そしてしっかりボタンをとめて、それで行きましょう」、「それだけやって。USBを持って帰ったら意味はありませんからね」、「そういうことを守って行きましょう」という風に議論の中で意識を高めていきます。そうすると、皆さんがお互いにチェックし合えるわけです。それは企業の経営者が命令するのではなくて、同僚同士が「今日飲みに行くぞ。はい、みんなかばん置いていけ」、「携帯電話にパスワードは掛かっているか」とか、そういうのをきちんとチェックして、それから飲みに行きましようと言いかうような環境にしていくわけです。

このように、職場でのルールを作って、その中から効果的対策を検討していくのです。この「効果的対策を検討する」と言うには理由があって、検討して出た対策は、一発では効果は出ないからです。一発で効果は出ませんから、反省と改善の繰り返しなんです。それが*2P D C Aです。要するにプランを立てて実践する。問題点が起きて、そして改善策を立てて、また実践するというようにぐるぐる回していくわけです。新入社員は全然経験がないわけですから、P D C Aサイクルの最初からに入れるように、これを常に回しておかないと駄目なわけです。このサイクルを何回も何回も回しているうちに、だんだん体質化していきます。このような仕組みにしないと、問題は解決しません。これは、アルバイトも含めてしなければいけません。ものすごく手間が掛かります。しかし、企業はこのように若い従業員を徹底的に教育して、全員を良い社会人にしてほしいと思います。ある意味、企業も教育機関なのです。

*2 事業活動における管理業務手法。Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)を繰り返す手法。

昔だったら、学校を卒業したら立派な企業人になったんでしょうが、今は違います。企業が、先輩社員が、新入社員を企業人にしていくという作業が必要になっています。それができないと、事故はいくつも出てくることになります。納得と実践と教訓、そして、それら一連の学習とその繰り返しが必要です。常に納得したかどうか、実際にできたかどうか、そしてまた何か新しい教訓が出て、それを何回も何回も繰り返し、感性で分かり実感するまでにしていくのです。要するに、「腑に落ちた」という、まさにこの感覚が必要なのです。頭で覚えたことは忘れやすいです。もし、その状況下で眠かったら何も作用しません。ですから、体に染み込ませること。どんなことがあっても、分かっていることが分かるとするには、頭だけでなく体が覚えているようにしていかなければいけないということになります。

次、16 ページを御覧ください。これは責任の切り分けです。

私的生活での行動は個人の責任です。会社の業務での行動は、会社の責任となります。しかしながら、とても難しいことは、個人の行動なのに、社員であることから、会社の責任にまで及んでしまうことがあるということです。このことについては、会社としてどうすることもできないので、私的生活についても、社員一人一人が社会的な責任を担っているのだから、そのことを十分認識して行動しなさいとよく教えていかなければなりません。

次、17 ページを御覧ください。

プライバシーと個人情報の違いということ、分かりやすく一言で言います。

プライバシーというのは個人の側から見た概念です。個という、存在として個人の側から見た、「私のことに触れないで」、「私の精神活動を保護してください」という、「私の」というのがプライバシーの問題です。ですからこれを侵害する行為は、民法の不法行為に当たります。つまり、これは個人が起点になった権利侵害の体制というのがプライバシーです。

個人情報とは全く違います。個人情報というのは、企業が情報を持っているということから考えられる企業の責任のことです。なので、個人情報保護法は、個人の保護というより、企業を規制する法です。ですから、個人情報保護法に違反したからといって、同法に基づく損害賠償請求はありません。色々な勧告や是正命令が出されることとなります。

ただ、プライバシーと個人情報は、実質論でいうと非常に似ています。プライバシーが個人情報になり、個人情報がプライバシーになり、この関係性は出てきます。でも法体系は2つに大きく分かれているということを承知しておいてください。

プライバシー保護は個々の権利保護のことです。個人情報保護は、事業者が収集した情報の安全性を管理することです。ですから図で説明するとういうことになります。レジュメ 18 ページがプライバシーです。プライバシーの侵害は黄色の丸の中のこの人とこの家族の平穏を守ること、この人の権利のことをプライバシーと言います。色々な社会関係の中でこの家族の平穏を守ることです。

レジュメ 19 ページは個人情報の概念図です。企業が預かった顧客名簿などの個人情報データベースがあります。また、従業員のデータベースもあります。こういったものを各企業が安全に管理し、守るということです。本質はプライバシーの問題かもしれませんが、制度論としては企業の責任として、個人情報とは区分けされています。

次に、20 ページを御覧ください。企業の人権侵害の危険性についてです。

これをどう見るかということなのですが、取り扱う個人情報の漏えいの危険と従業員情報の取扱いという、2つの大きな問題があります。

まず、取り扱う個人情報の漏えいの危険について考えてみましょう。

皆さんの企業でも個人情報を管理していると思います。例えば、顧客情報をお持ちだと思います。この顧客情報というものは、実は今すごく高く売れます。個人情報保護法で規制していますから、なおさら高く売れるようになっていきます。また、皆さんの顧客情報だとか個人情報を狙って、スパイウェアとか様々なウェブ上の^{*3}クラッキングが起きてきています。

*3 悪意を持って他人のコンピュータのデータやプログラムを盗み見たり、改ざん・破壊等を行うこと

今、これらの個人情報を匿名化という作業で処理すれば、売れるという考え方があります。これを分かりやすく言いますと、牧野二郎は、何歳で、どういう経歴で、今は何をされていて、どんな趣味や好みを持っている、という個人情報が書いてあったとします。その情報に、牧野二郎という氏名と、住所だけ削ります。すると、その情報は、だいたい何歳ぐらいの男性で、こんな職業で、こういうことに趣味があって、こういうものを好んでいます等の属性情報となります。これを売るので。そういう情報をたくさん集めると、例えば50代の男性、60代の男性、70代の男性は、どういうことに興味を持っているので、こういう人をターゲットにすると、こういうものが売れますよという情報が抽出されたりするわけです。そういう、いわゆる属性情報と言われるところだけを売ることができないかという問題です。

22 ページを御覧ください。

J R 東日本の場合を例としました。同社は、顧客情報のうち、ある部分をマスキングして、匿名情報にして、それを売るといようなことをしたわけです。

具体的には、スイカによる乗降履歴、生年月、性別などの利用データを日立製作所に販売するということをしました。そうすると生年月、性別、それから乗降履歴、どこで乗ってどこで降りたかっていうのが出てきます。こういう情報に切り取ったら、これは売っていいのでしょうか。匿名情報ですから問題ないという判断で売ったわけです。そのことがどう見られるのかということになります。

これは色々な立場から極論が出ていますが、私はそのどちらの極論にもくみしたくないので、客観的に言います。私も毎日スイカを使っています。無記名式のスイカカードというものがありますが、これ

は、私個人とこのカードの接続ははっきりされません。このカードの中には、過去 20 回の乗降の記録がいつも載ってるわけです。その 20 回の乗降履歴は、駅で打ち出すと何月何日何時にどこで乗降したかということが分かるわけです。私がそのときに思ったのは、もしこの中に 3 年間の乗降履歴が入っていたとすると、その情報が使われるというのはいかなるものかと。要するに、私がどこに行って、どう動いたかが全てトレースされてしまいます。しかし、それが牧野二郎であるとはつながりません。なのでぎりぎり、売っても構わないという感覚もあります。しかし、際限なく遡られてしまうのであれば、すごく不愉快に感じます。では、これが記名式だったらどうでしょう。おそらく皆さんは拒絶されると思います。「記名式で、なぜ自分の了解なく情報を売なのか。おかしい」と。無記名であると私だという特定ができないので、他の人のかもしれないとは思うわけですね。だけど記名式だったら、特定されてしまいます。それがこの問題の本質です。

例えば、JR がもっと料金を低くしたいということで情報を売るのが許されるのであれば、それを JR の売上げに計上して、もっと運賃は低く押さえられるかもしれません。しかし、多くの人たちは、「嘘を言うな、俺たちの情報で金儲けして、運賃はちっとも安くならないじゃないか」と怒ることでしょう。お金の循環をどうするかっていうことは、大変重要な問題だと思います。企業としては得られた情報をこういう使い方をしたいという側面があり、また、お客さんの側からすると、そういう使い方をされるのは気持ちが悪いという側面があります。それをどのようにうまく解決するかということになります。

それではレジュメ 23 ページ、企業としてどうすべきかについてです。

問題の所在は、企業が匿名情報を収集する、そして収集したものを匿名情報として売買をするとき、その情報は誰の情報なのか本人でも分からない。そうしたら、そんな情報の売買は「○」とまで言えなくとも「△」かなと思います。

それでは実名情報はどうか。それを一部切り離して売買することができるか。果たして一部を切り離したら、匿名情報と同じになるのかという難しい問題があります。例えば、医療情報などでは「連結不可能匿名化」という方法があります。それは、復元しようと思っても、その特性情報から個人名が復元できないようにするという方法です。完全に匿名化できたら、その情報は使っても構わないとする考えがあります。しかし、匿名化には、可逆性の危険性が存在します。1 つの情報を持った人が他の情報と突合することで、だんだん個人情報があぶり出されて、特定されてしまうという危険性があります。個人情報を連結不可能な匿名化できたとして、それは個人情報ではなく、特定できない特殊な情報になったとしたら、売っていいかということについては、まだ法律上の取扱いはまだ決まっていません。これをどうしたらいいのかということについての議論の真っ最中です。

それとは全く別の市民感情という視点で考えてみましょう。

皆さんはどう思われますか、皆さんの定期券情報が、一部名前を消して、他の企業に売られるという

ことについて。例えば、それが駅前のデパートの品揃えを考える際の情報として売られるのは、皆さんは納得されますか。これはどちらかというと個人情報ではなく、プライバシーの問題になってきます。そして十分な説明と納得が必要だろうと思います。ですから、JR東日本スイカの履歴販売の場合は、その後、きちんと説明しますということと拒絶する人は申し出てくださいという対応になりました。22ページに戻って、レジュメを見てみましょう。使用拒否は新聞発表時9,400件でした。これが最終的には3万件ぐらいになったそうですが、それだけの人が「これを使わないでください」と言ったのです。それでは、24ページに進みます。

現在のEUの情勢を見ても分かりますとおり、世界情勢は若干変わってきています。

EUが、今、ディレクティブ(個人情報保護に関する指令)の改定作業というのを進めています。ヨーロッパにおける個人情報保護法みたいなものですが、これを厳しく改定しようとしています。

今、グーグルやアマゾンなどのアメリカ企業がヨーロッパを席巻し始めています。グーグルやアマゾンに市場が支配されてしまうとヨーロッパの産業が大きく崩れていくわけです。なので、ヨーロッパとしては、アメリカの資本によるその露骨な個人情報の取扱いは拒否したいという側面がすごく強いのです。ですから、ルールを決めて合理的にやりましょうと、EUが提案をしています。明確な同意を確保すること、移動・削除の徹底、保護強化と裁判手続等について提案しています。

レジュメ 25 ページに特徴的な内容を抜粋しています。

独立の監督機関の設置、苦情申立制度、賠償の権利と責任、裁判手続明確化、それから医療データ・雇用データの安全措置など、個人情報を保護するための色々なことが提案されています。そして、来年には決まるのではないかとされています。来年に決まると、ヨーロッパ系の企業を含めて、これを踏襲しなければならなくなるかもしれませんので、我が国の個人情報保護法もどう改正するかということが、非常に大きな課題になります。アメリカとヨーロッパでは、個人情報の取扱いについての考え方が全く違います。ヨーロッパは保護を強化しようという考え方です。アメリカは情報を積極的に活用しようという考え方ですので、日本はどちらに舵を取るかということでも大きな問題になるだろうという状況です。

それでは、レジュメ 26 ページを御覧ください。従業員管理についてです。

企業が従業員のメール等を確認しても構わないのでしょうか。ある訴訟の判決では、社内における誹謗中傷メールの送信という企業秩序の違反行為の調査を目的とするもので、原告の社員が送信者であると合理的に疑われる事情が存在するので、その事情聴取をすることは認められるとされました。社内メールの私的利用の範囲が限度を超えているというような場合には、電子メールを監視することは当然であるとする結論です。

従業員が会社のメールを使うということは、会社の資産で会社の事業活動を行うということですから、

企業として責任を持って全てのメールをチェックしてください。そして、そのことを社員には周知徹底してください。その代わり個人のPC等で行う個人のメールはチェックする必要はありません。逆に言うと、個人のメールを会社から発信するようなことがないように注意をしなければならないのです。公私混同を避けるということです。企業は、従業員が個人として行うメールとか個人の発言行為については一切責任もありませんし、一切関与しない方が良いのです。でないと事業者の方がプライバシー侵害と言われます。その代わり事業所が管理するメール、事業所の名前が付いたメール、これについては全てチェックしてください。証券会社や銀行などは電話も全部チェックしています。そういうように個人情報管理、情報通信の管理を、うちの企業はしていますと言えるようにしないとイケません。なぜならば、企業はお客様から預かった情報をきちんとコントロールしているのが当然であるので、メールでとんでもない内容のものを送ったり、電話でとんでもないことを発言すると、これは全部お客様に害を与えることになります。ですから企業が適正な行為をしているかどうかを企業自身が確認するという意味で、企業名で行う行為については徹底した調査をしてください。これがレジュメに記載している2つの判例の中で示されています。チェックするという行為は従業員に対するプライバシー侵害ではありません。公私混同は避けてきちんと切り分けて、会社は、事業活動については企業の健全化という観点から、管理しますということをはっきり言って、チェックしていただきたいです。こういう区分けをきちんとするのが、現在の法律の、あるいは法的な考え方の到達点ということになります。

27 ページに進みます。

従業員管理を企業はどうすべきかについてです。

メールを秘密裏に読むのは絶対にイケません。どんなことを電話で話しているのか聞きたいという興味本位は駄目です。業務メールと私用メールの明確な区分をしなければなりません。そして業務メールは企業のコンプライアンス順守の観点から、内部統制のモニタリングの観点から、不正アクセスや不正行為の原因究明の必要性から、これを全部記録し、なおかつチェックをしなければイケません。それから、企業は常にメール管理と監査を協議して公開の下に実施することが大事です。従業員に隠れてやるということはいけません。

あと、レジュメ 28 ページは、個人情報の漏えい対策について記載しています。対応が必要な危険な状態が生じてきていますので、きちんとやっていただきたいと思います。

では、本日のまとめをします。レジュメ 29 ページを御覧ください。

インターネット社会というのは、一言で言うと高度に情報が流通する社会のことです。現実には、非常によく流通しています。紙の世界とは違い、情報管理が困難になったということをまず認識してください。紙の場合は物の管理で良かったのですが、インターネット社会での情報は管理するすべが大変に難しい。適切な透明性のある情報運用マネージメントをしなければイケません。管理困難な情報空間が発

生しているので、その対応方法をよく考えなければなりません。

そして、これは特に皆さんと確認したいことです。健全な情報社会の確立のためには、社員全員で透明性、情報の対等性などを真摯に議論すべきですということです。ですから企業者が専門家を呼んできてルールを作って終わりということは、もう通用しません。要するに、情報を使う、発信する人たちにきちんと参加してもらって協議をしてくださいということです。

ある会合がありまして、色々な企業の方に参加していただいてワークショップを開催することを何度か経験しました。そこで、1グループ8人ぐらいで、具体的にある問題について討議してもらい、それを発表してもらいました。そして、私はそれをするだけでも従業員の方々の意識が変わっていくことを目の当たりに実感しました。

要するに、知恵を出し合って、セルフガバメントと言いますか、自らが自らをコントロールするということを経験すると、素晴らしい現実論が出てくるのです。「弁護士はああ言うけど、あれは無理だろう」、「じゃあ、せめてこういう風にしよう」という議論が出てくるのです。私は、それで良いと思います。弁護士が机の上で考えた、あるいは他の判例から考えてこうだよという話ではなくて、この企業のリスクはここにあるから、こうやってみようということを会社の決定にして、まずはやってみるという企業があります。

ワークショップみたいな方法を採用していただいて、企業の中で、こういう結論にならないといけないという先入観を持たずに、今おられる従業員の皆さんに協力してもらって、安全にするためにはどうするか、社員1人1人はどうするのか、何ができると思うかというのを平らなところから議論をしていくというのが、1番効果的だと思います。その中で、私がそこから学びたいぐらいの良い意見がたくさん出てきます。皆さんも、是非それを経験していただきたいと思います。

ルール作りの基礎には議論があり、共感があるということが必要です。その確立を重視して着実に進まない限り、様々な危険が潜む情報社会は乗り越えることができないであろうというのが、今までの検討から導いた答えということになろうかと思います。

皆さんの企業が永続するように、是非頑張ってくださいと思います。

御清聴ありがとうございました。

(終了)