

米国にみる金融機関の個人情報取扱規制

米国では99年11月に成立した金融制度改革法（Gramm-Leach Bliley Act；通称GLB法）により、金融機関における個人情報の扱いを包括的に規定する制度が導入された。個人情報保護の必要性を意識しつつも、金融サービス業界における個人情報利用の重要性に配慮した制度となっている。一方、わが国でも民間企業や公的機関における個人情報の取扱いを定める基本法の導入、金融審議会における消費者信用分野の個人情報保護体制の検討といった動きがある。以下ではGLB法における金融機関個人情報規則を紹介し、わが国へのインプリケーションを検討する。

1. GLB法個人情報取扱規制の内容

1999年11月に米国で成立した金融制度改革法（以下、GLB法）は、1933年グラス・スティーガル法による銀行・証券の分離原則を撤廃した法律として知られるが、金融機関の個人情報の取扱いに関する規定も盛り込まれている¹。この規定を受けて、5月、FRB等当局の規則が制定された。規則の発効は2000年11月であるが、その後8ヶ月の猶予期間が設けられており、金融機関の遵守期限は2001年7月1日となっている。

こうした規制が整備されるに至った背景には、CRM等の取り組みにより金融機関における個人情報が高度に集中化しているという現状がある。金融機関のコングロマリット化も手伝い、CRMにより金融機関が収集する個人情報には、個人の信用情報、支払決済情報（及びこれに示唆される個人の嗜好に関する情報）、生命保険等の申込みの際に必要な医療情報など、幅広い情報が含まれる。個人情報の収集によって金融マーケティングの高度化が図られる一方で、個人情報が漏洩したときに個人が被る被害も懸念されている。このため、個人のプライバシーを守るためにも、金融機関が訴訟のリスクを回避するためにも、個人情報の取扱いに関する規定の明文化が求められていた。

GLB法の規定の主要なポイントは2つである。第一に、同法は金融機関が扱う個人情報の移転について、自由に行える範囲と制限されるケースに分け、制限の内容を規定したことである。第二に、同法は全ての金融機関に対し自社の個人情報取扱方針の開示文書を作成し、それを顧客に定期的に通知することを義務付けたことである。以下ではこれら2つの内容について紹介する。

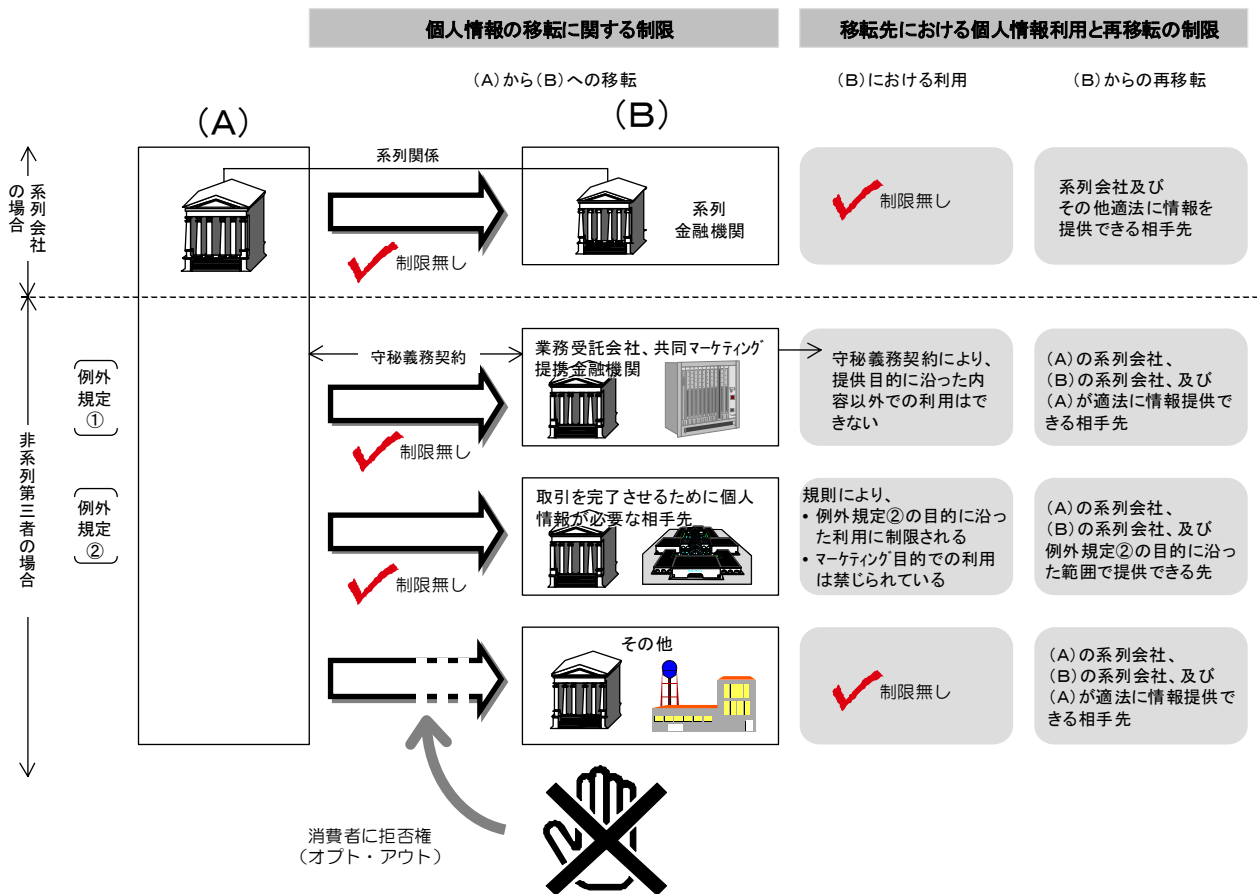
¹ GLB法第5章“Privacy”，第A節“Disclosure of Nonpublic Personal Information”。同法に基づく規則はOCC、FRB、FDIC、OTS、NCUA、SEC、FTCの7機関によりそれぞれ制定されている。

なお、規制の対象となる個人情報とは、個人との取引に基づく金融情報、申込時等に個人が金融機関に提供する個人情報のほか、金融機関が顧客としての個人について知りえるほぼ全ての情報を網羅的にカバーしている。

1) 個人情報の移転可能範囲と制限内容の整備

GLB 法個人情報取扱規則の最大の意義は、個人情報の移転について、何が法的に可能で何が一定の制限を受けるかを明確化したことにある。このほか、移転があった場合の受取先における個人情報の利用方法についての規則や、口座番号の扱いに関する規則が設けられている (図 1)²。

図 1 GLB 法における個人情報の第三者移転に関する制限



(注) 例外として、口座番号については、原則としてマーケティング目的に非系列第三者へ提供することはできないことになっている。

(出所) 野村総合研究所

² なお、規則の詳細については文末の「(参考) 表 1 GLB 法個人情報取扱規則の内容」を参照。

(1) 個人情報の移転に関する規制

GLB 法は情報提供の受取先の種類によって、金融機関が自由に個人情報を共有化できる相手と、そうではない相手を明確に規定した。つまり、金融機関が系列関係にある企業には無制限に自社の扱う個人情報を提供することが可能であるとした一方で、系列関係の無い第三者（以下、「非系列第三者」という）に個人情報を提供する場合は、事前にこれを拒否する権利（オプト・アウト権）を個人に付与すべきとしたのである。シティグループを例にとると、系列会社であるシティバンクとソロモン・スミス・バーニーの間で個人情報を共有化することは全く制限されないが、シティバンクが非系列第三者のメリルリンチやモトローラに個人情報を提供する場合には個人にオプト・アウト権を与えなくてはならないということである。

これが金融機関における第三者との情報共有に関する原則であるが、非系列第三者への情報提供制限に関しては2つの大きな例外規定が設けられている。

第一には、金融機関が業務を外部に委託している場合や他の金融機関と共同マーケティングを行っている場合などである。中小金融機関が外部委託や共同マーケティングを多く利用している現状に配慮した結果であり、この場合、個人にオプト・アウト権を与える必要はない（以下、例外規定①）。

第二の例外として、取引を完了するのに非系列第三者への情報提供が業務上避けられない場合が挙げられる（以下、例外規定②）。例えば、クレジットカードの支払いなどで、取引を処理するには口座番号等を第三者へと連絡せざるを得ないケースであり、この場合も個人にオプト・アウト権は与えられない。

この他、金融機関が個人にオプト・アウト権を付与しなくていいケースとしては、会計監査、その他法律や司法機関の要請に基づき開示を求められた場合などがある（例外規定③）。

(2) 個人情報の移転があった場合の、情報の利用に関する制限

GLB 法は更に、非系列第三者へと情報が移転した場合の、移転先第三者における情報の扱い方を規定している。具体的には、移転先非系列第三者における情報の利用と、再移転の2つについて規則を設けている。

利用については原則として制限は無い。ただし、例外規定に該当するような移転である場合、例外規定①の場合は守秘義務契約により、例外規定②の場合はGLB規則の規定に基づき、移転先非系列第三者における個人情報の利用は提供の目的に沿った内容に限られる。再移転については、原則として元々の提供者が適法に情報提供を行える相手に対してのみ可能となっている。

(3) 口座番号の扱いに関する特別規定

上の一般的な規定とは別に、口座番号の取扱いについては特別厳格な規制が設けられて

いる。口座番号に関しては、原則として金融機関はマーケティングを目的に非系列第三者へ提供することはできない³。

米国では最近「スクリーン・スクレーピング」という技術を使い、個人の銀行口座、航空会社のマイレッジ口座、携帯電話の使用履歴等の様々な情報を一つのポータルへと集約するサービスが注目されている。元々は専門の口座集約サービス提供者により行われていたものであるが、最近では金融機関のポータルでも同様のサービスが開始されている。この7月にはシティグループが「マイ・シティ」という口座集約サービスを開始し、多くの金融機関が同様の企画を公表している。

スクリーン・スクレーピングでは、顧客がサービスの提供者に他社の口座の番号やアクセス・コード等を教えることにより、サービスの提供者が他社のサイトにアクセスして口座情報を入手することを可能にしている。このため、マイ・シティの利用者がメリルリンチ等競合他社の口座情報をシティグループに集約すれば、これらの口座番号は非系列第三者のシティに開示されていることになる。このことを含め、スクリーン・スクレーピングを個人情報規制上問題視する向きもあるが、サービスの提供側としては、個人が任意で口座番号等の情報を提供側に開示しているため、問題とはならないと解釈している。

2) 個人情報取扱方針の通知

GLB 法は全ての金融機関に対し、自社の個人情報の取扱方針を策定し、これを顧客等に通知することを義務付けている。

個人情報取扱方針の通知は ABA（全米銀行協会）等のガイドラインに提唱されていることもあり、GLB 法の導入以前からウェブ上などでこの開示を行っている金融機関は多い。米国の金融機関のホームページを見ると、角の方に“Privacy Policy”と書かれたはハイパーリンクがあることが多いが、これをクリックすると個人情報取扱方針のページが表れるようになっている。

GLB 法規則は取扱方針上で、収集している情報の種類、第三者へ提供している情報の種類と提供先の種類、オプト・アウト権の行使方法等について通知するよう定めている。これには厳密なデータ種や提供先金融機関の個別名を開示する必要は無く、例えば収集するデータの種類としては申込用紙上の情報、取引履歴、消費者信用情報機関のレポートなど、提供先としては金融機関、非金融機関、その他といった大雑把な区分とその例（保険会社、航空会社、等）を数個挙げるだけで良い。なお、金融機関の個人情報の機密・安全保護に関する方針も簡単に説明することとなっている。

³ 非系列第三者に金融機関の商品・サービスに関するマーケティングを委託している、もしくは共同マーケティングを行っている場合は例外とされるが、その場合も非系列第三者がその口座に取引を直接行うことはできない。第二に、金融機関が非系列第三者のためにクレジットカード等の OEM を行っている場合であって、顧客に対して事前に当該非系列第三者との関係を明らかにしている場合は例外とする。

金融機関は個人情報取扱方針を顧客に対し、口座開設時など顧客としての継続的な関係が発生する時点までに、そして継続的な関係が続く間中年に1度、通知することが義務付けられている。顧客ではないが金融機関に何らかの個人情報を提供した個人（見込み客など）に対しても、金融機関が非系列第三者へそれら個人に関する情報を提供している場合には通知を行う⁴。

なお、通知は原則として顧客としての関係が発生する以前に行われることとなっているが、例えば電話を通じて販売が行われた場合などは、必ずしも通知が取引に先立たなくても良いという例外が認められている。

2. GLB 法個人情報取扱規則の影響

1) 金融機関の営業に及ぼす影響

(1) マーケティング上の影響

GLB 法は個人情報の移転について一定の制限を課すが、その収集方法や利用等については何も規定しない。データベース・マーケティングの材料となる個人情報の入手やそのマーケティング上の利用に対し、ほぼ影響の無いものと考えられる。また、系列会社間での個人情報移転については制限が無く、シティグループのような金融コングロマリットにおけるクロスセルや CRM への取り組みを妨げるものではない。

(2) 顧客情報販売

米国の金融機関においては、従来、自社の顧客情報をマーケティング会社等に販売することが比較的自由に行われてきた。個人情報の販売により得られる収入は決して小さな額ではなく、例えば US バンコープは顧客の預金口座番号、社会保障番号及び信用情報の類をマーケティング会社に販売して 400 万ドルを得たと報道されている。しかしその一方で、US バンコープはこの個人情報販売の件で 99 年に訴訟を受けている。昨年はチェース・マンハッタンに対してもやはり個人情報の販売について訴訟が起こっており、近年はこのような訴訟のリスクを懸念して、個人金融情報の販売は激減していると報告されている⁵。

GLB 法によって、上述のような顧客情報販売を行っている金融機関も、事前に個人に対しオプト・アウト権を行使する機会を与えなくてはならなくなった。後述するように、オプト・アウト権に伴うシステム等整備は相当の投資を伴うと考えられているため、非系列

⁴ ただし、顧客以外の個人に対しては、個人情報取扱方針書を請求できることだけを開示する簡便法が GLB 法規則により認められている。請求方法はフリーダイヤルによる請求、もしくは店舗にストックがを用意するなどの、消費者にとって不合理ではない方法でなくてはならない。

⁵ *American Bankers*, "Chase Pact in N.Y. Shows How States Could Set Privacy Rules" (2000 年 1 月 27 日)

第三者への情報移転がやりにくくなるとの見方もある。一方で、オプト・アウト権さえ与えれば個人情報販売は問題が無い以上、GLB 法によって金融機関の安全圏が明確にされたという見方もある。

(3) 消費者信用情報

金融機関がクレジット審査等に利用する信用情報については、従来から公正信用報告法 (Fair Credit Reporting Act、以下、FCRA) により別途規制されており、GLB 法の導入による影響はほとんど受けない。

FCRA によれば、金融機関が系列会社と信用情報を共有することは原則として可能であるが、その場合は事前に個人に対しオプト・アウト権を与えなくてはならない。金融機関が信用情報を提供できる非系列の相手先は、原則として消費者信用情報機関のみである。

FCRA は個人情報情報の入手や利用についても様々な規定を設けている。例えば、消費者信用情報機関からの信用情報の提供は、FCRA が認める適法な目的 (信用審査、雇用等) に利用する場合に限られる。また、消費者信用情報機関の信用情報を利用して、個人に不利益となる判断を行った場合、そのことを当該個人に対し通知する義務がある。この場合、個人は判断材料となった信用情報の開示を金融機関に請求する権利がある。

消費者信用情報機関に関しては更に厳格な個人情報保護規定がある。例えば、消費者信用情報機関は、個人から当該個人の情報に関する開示請求・異議申立があった場合、それに応じなくてはならない。また、不適切な情報提供を防ぐため、利用者の審査が義務付けられている。

2) 個人に与えられる権利

金融機関の顧客に対しては、金融機関の個人情報取扱指針が、毎年、及び変更のあった時点に通知されるようになる。金融機関が非系列第三者へ情報提供を行っている場合は、オプト・アウト権も与えられる。その金融機関の顧客ではなくとも、ATM で現金を引き出す、旅行小切手を購入するといった一過性の取引を行った場合、金融機関が非系列第三者へ情報提供を行っていればやはりオプト・アウト権の行使機会が与えられる。

3) 金融機関における対応状況

プライバシー・コンプライアンス・システム会社のバンカーズシステムズ社の調査によると、2000 年 6 月時点で個人情報取扱方針の策定がほぼ終わっていると回答した金融機関は 8% で、策定に着手している金融機関は全体の 46% である。また、対応上の難点として、35% が取扱方針の策定、27% が顧客への取扱方針の通知、38% が従業員への個人情報取扱規則に関する教育を挙げている。

GLB 法への対応方法については、金融機関によりアプローチが異なるようである。大手ではバンカメリカが既に（例外規定に許容される以外の）非系列第三者への情報提供は行わないと表明している一方、バンクワンでは GLB 規則施行後も非系列第三者への情報提供を続けるとしている。なお、バンクワンでは個人情報取扱方針の通知に係る費用を顧客 1 世帯当たり 1 ドル（全体で 5,500 万ドル）に止めるとしているが、システム投資や社員教育には更に数千万ドルがかかっていると報道されている⁶。

3. わが国の動向と展望

1) 個人情報保護基本法策定への動き

わが国では内閣高度情報通信社会推進本部において、官民の個人情報の取扱いを包括的に規制する法律「個人情報保護基本法」の整備が進められている。10 月 11 日には同本部の個人情報保護法制化専門委員会より「個人情報保護基本法制に関する大綱」が公表された。委員会は次期通常国会への法案提出を目指し、現在立案作業を進めている⁷。

基本法は EU（欧州連合）におけるデータ保護指令に似た、官民両セクターにおける個人情報保護を規定する包括法である。ただし、内容としては、例えば EU 指令に要請されるデータ保護を専門に扱う監督機関の設置などは、わが国の現状や規制緩和の流れを鑑みると適切ではないとするなど⁸、比較的緩い制度となっている（文末の参考表 2 参照）。

大綱の発表に先立ち 6 月に公表された中間整理に対しては、全銀協等から「個人情報の利用面の有用性が損なわれることのないよう、十分配慮すべき」、「保護だけを目的とした法制をつくれれば、逆にサービスを受ける個人は不利益を被る」といった意見が寄せられた⁹。

なお、金融審議会第二部会では、この秋からの信用情報分野における個人情報保護法のあり方に関する検討を開始しており、「個人信用情報保護・利用の在り方に関する懇談会」が発足している。

⁶ *American Bankers*, “\$1 Per Privacy Notice Is Bank One Target” (2000 年 5 月 25 日), “Cost of Compliance Could Deter Data-Sharing” (2000 年 6 月 26 日)。なお、通知に関しては、ABA が業界全体での対応コストを 12.5 億ドルと推計している。

⁷ 大綱の本文等については推進本部のホームページを参照 (<http://www.kantei.go.jp/jp/it/index.html>)。

⁸ 高度情報通信社会推進本部・個人情報保護検討部会「我が国における個人情報保護システムの在り方について（中間報告）」（99 年 11 月。前掲脚注 5 にあるホームページより入手できる）

⁹ 『金融財政事情』2000 年 7 月 17 日号、p.16

2) 今後の展望

各国における個人情報規制の在り方は、それぞれの国における制度環境や文化等の複雑な要因により自ずと異なってくる。その一方で、一国の個人情報規制が金融資本市場に与える影響についても目を向ける必要がある。

米国では比較的緩やかな個人情報規制の体制がとられてきており、このことが金融サービスの低コスト化、デリバリー・スピードや安全性の向上、低所得層への顧客層拡大といった、様々な利益を金融サービス業界へもたらしていると指摘されている。これらのメリットは個人の利益と相反するものではない。現在、米国議会を中心に個人情報の取扱いに関する規制を強化しようとする動きが見られるが、個人情報の流通を阻むことは、必ずしも個人の利益ではないという議論もされるようになっている。

わが国における議論の中でも、保護と利用のバランスを重視した個人情報規制の必要性が指摘されている。金融サービス業界としては今後も金融資本市場の発展と矛盾しない規制の整備に向けて、動向に注目していく必要があるだろう。

(森 早苗)

(参考) 表 1 GLB 法個人情報取扱規則の内容

	内 容	補足、例
1. 非系列第三者への非公開個人情報の提供とオプト・アウト権	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関による非系列第三者への非公開個人情報の提供は、当該消費者に対する金融機関の個人情報取扱方針とオプト・アウト権の開示があり、消費者がオプト・アウト権を行使できる十分な期間が設けられており、その期間内にその行使がなかった場合に可能である。 当該消費者が顧客であるか否かは問わない。 非公開個人情報の一部分、非系列第三者の一部分など、部分毎にオプト・アウト権を設定することも可能。 	<ul style="list-style-type: none"> 「オプト・アウト権を行使できる十分な期間」の例：開示通知を郵送で行った場合は送付後 30 日（返信フォーム、フリーダイヤル等によるオプト・アウト行使を前提）。顧客がオンラインで口座を開設し、開示を電子的に受け取ることに合意している場合は、口座開設時の通知確認より 30 日以内。 銀行小切手の購入等単発的な取引の場合、取引を完了させるプロセスの一部に開示を組み込み、オプト・アウトの選択肢を与える。
2. 非系列第三者へ提供された非公開個人情報の利用と移転の制限	<ul style="list-style-type: none"> 非公開個人情報の非系列第三者への提供があった場合、受取先 B による第三者への情報提供は 1)提供元 A の系列会社、2)B の系列会社（ただし B の系列会社が情報を提供できる先は B ができる範囲に限られる）、3)その他 A が適法に情報を提供できる提供先に限られる。 例外規定②、③に基づき非公開個人情報の非系列第三者への提供があった場合、受取先 B による第三者への情報提供は上記 1)、2)のような場合、B による利用は同例外規定の目的に基づく利用に限られる。マーケティング目的でその情報を利用もしくは非系列第三者へ提供することは不可。 	<ul style="list-style-type: none"> 受取先 B による非公開個人情報の非系列第三者への提供の内、提供元 A が適法に情報提供が可能である非系列第三者への提供とは、A の個人情報取扱方針に則り、A の消費者のオプト・アウト権の行使があった場合はそれに従い、また、例外規定②、③の範囲で行われる情報提供をいう。
3. マーケティング目的に個人の口座番号を提供することの禁止	<ul style="list-style-type: none"> 信用情報機関以外の非系列第三者に対し、テレマーケティング、ダイレクト・メール等のマーケティング目的で口座番号を提供することはできない。 	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関に対しマーケティング・サービスを提供している機関（ただし取引はできないものとする）及びクレジットカードのプライベート・レーベル・プログラム等に参加する主体への開示は例外とする。 口座番号が暗号化されている場合は適用外とする。
4. 保護対象となる個人の定義	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者」：個人的な利用を目的に金融商品・サービスの提供を受ける者をいう。 「顧客」：金融機関と「顧客関係（消費者が個人的な利用を目的に提供を受けている金融商品・サービスに基づく、消費者と金融機関との間の継続性のある関係）」にある者をいう。 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者」の例：ローン申請、財務アドバイス等のプロセスで非公開個人情報を金融機関に提供した者。実際にローンを取得、又はアドバイス・サービスを継続したかは問わない。 「継続性のある関係」の例：金融機関において預金・投資口座等を保有する、ローン・保険商品を取得した、財務アドバイス等を有料で受けた、消費者のローン・サービシング権を保有する、等 「継続性のある関係」と見なさない例：単発的な取引として金融商品やサービスの提供を受ける場合（他行の預金口座からの引出を行う、銀行小切手や送金為替を購入する）、ローンを売却し、金融機関がサービシング権を維持しない場合、等
5. 保護対象となる個人データ（「非公開個人情報」）の定義	<ul style="list-style-type: none"> 個人の特定が可能な金融情報、及びそれを元に作られた消費者のリストや分類情報で公的に提供される情報ではないものをいう。ただし、個人の特定が可能な金融情報を元に作られたリストや分類情報に係る公的に提供される情報は非公開個人情報とする。 個人の特定が可能な金融情報とは、金融商品・サービスの提供を受けるために消費者が提供した情報、消費者との取引に基づき得られる情報、その他消費者についての金融機関が金融商品・サービスを提供する課程で得た情報をいう。 公的に提供される情報には、公的に提供される情報源から得られると合理的に判断される情報が該当する。合理的に判断されるとは、その情報が公的に提供される類のものであること、個人がその情報を公的な提供から取り下げよう指示することが可能である場合はそのような指示がないことが確認されていることをいう。 	<ul style="list-style-type: none"> 「個人の特定が可能な金融情報」の例：ローン申請等申込書上の情報、口座残高・取引履歴、顧客であるという事実、消費者との取引があったと示唆する情報、ローンの回収及びサービシングの過程で得られた情報、インターネット上のクッキーを利用して得た情報、消費者信用信息。 「個人の特定が可能な金融情報」に該当しない例：非金融法人の顧客に関する個人名や住所のリスト、個人名、住所、口座番頭等個人を特定できる情報を含まない目隠しデータ、集合体データ等
6. 個人情報取扱方針の開示内容	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報取扱方針の開示には、1)当該金融機関が収集する非公開個人情報の種類、2)第三者に提供している非公開個人情報の種類、3)提供先系列会社及び非系列第三者へ提供している場合は特にその情報の種類と提供先の種類、4)例外規定その①に基づき情報提供を行っている場合は、特にその情報の種類と提供先の種類、5)例外規定その②、③に基づき情報提供を行っている場合はその提供先として「法で認められたその他非系列第三者」と開示、6)当該金融機関の非公開個人情報の安全・保身を保護するための方針及びその運用方法、7)公正信用報告法に基づく系列会社間の信用情報の共有 	<ul style="list-style-type: none"> 「収集する非公開個人情報の種類」は次の該当するものを開示：1)顧客から提供された情報、2)金融機関及びその系列会社と顧客の取引に関する情報、3)非系列第三者と顧客の取引に関する情報、4)個人信用信息機関より提供される情報 「第三者に提供している非公開個人情報の種類」には、上記 1)～4)にある種類とそれぞれの例を開示。 「提供先系列会社及び非系列第三者の種類」は次の該当するものとその例を開示：金融機関、非金融法人、その他 例外規定その①に基づき情報提供を行っている場合の提供先の種類には、提供先がマーケティング会社が共同

	内 容	補 足、例
	<p>に対するオプト・アウト権の開示、9)上記 1.にある GLB 法上のオプト・アウト権の開示。</p>	<p>マーケティングを行っている金融機関かの区別を含める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●左記の要件以上の開示を行うことも可能。 ●現在は行っていない非公開個人情報の第三者への提供も開示に含めることが可能。 ●消費者が顧客ではない場合は簡易版の開示をオプト・アウト権の行使手段の開示と同時に行うことで開示要件を満たすものとする。簡易版の開示では個人情報取扱方針書が請求に基づき提供されることと、その合理的な請求方法（フリーダイヤルによる請求が可能である、店舗にストックが用意してある、等）を説明する。通知手段は9.を参照。
<p>7. オプト・アウト権の行使手段の開示様式</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●オプト・アウト権の行使手段を提供するには、金融機関が非系列第三者へと消費者の非公開個人情報を提供しているもしくはその権利を保留していることを開示し、消費者はこの拒否権（オプト・アウト権）を有すること、この拒否権を行使するための合理的手段の説明を行う。 ●オプト・アウト権の行使はいつでも可能であるようにする。 ●オプト・アウト権は消費者が放棄するまで有効である。顧客関係が途切れた後も、顧客であった時のオプト・アウト権は有効。一度顧客ではなくなった消費者が再度顧客になった場合は、以前のオプト・アウト権は無効。 	<ul style="list-style-type: none"> ●オプト・アウト権の開示では、消費者に提供している金融商品・サービスの内、オプト・アウト権が該当するものを特定して開示することが要求される。 ●「拒否権（オプト・アウト権）を行使するための合理的手段」の例：個人情報取扱方針書にチェックボックス形式の返送用フォームが同封・添付されている、フリーダイヤルによる行使が可能である、消費者が電子的な情報のやり取りに合意している場合は、ウェブ・Eメール等電子媒体による行使手段が提供されていること ●「拒否権（オプト・アウト権）を行使するための合理的手段」と認めない例：消費者の手紙による通知以外に行使手段が提供されていないなど ●合同口座利用者に対しては、オプト・アウト権に関する通知は1通で良い。
<p>8. 個人情報取扱方針及びオプト・アウト権の開示のタイミング</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●個人情報取扱方針は、顧客に対しては「顧客関係」が発生する以前に初回の開示を行い、また、継続的に年に1度開示を行う。消費者に対しては当該消費者の非公開個人情報を非系列第三者へと提供する前に開示を行う。 ●既存客が新規に金融商品・サービスの提供を受けた場合、直近の個人情報取扱方針が当該商品・サービスについて正確であれば新しく開示を行う必要は無い。そうではない場合は新しく個人情報取扱方針とオプト・アウト権の開示を行う（下記 10.参照）。 ●オプト・アウト権の行使手段の開示は、初回の個人情報取扱方針開示と同時に進行する必要は無いが、同時では無い場合は個人情報取扱方針書も添付するものとする。 	<ul style="list-style-type: none"> ●次の場合は顧客関係が発生した後でも、合理的な期間の範囲で後日個人情報取扱方針の開示を行うことを認める：1)顧客関係の発生が顧客の選択に基づかない場合（ローン債権のサービシング権を他の金融機関から購入した場合など）、2)顧客関係が発生する以前に開示を行うことが取引を大幅に遅らせることになり、顧客が開示を後日受け取ることに合意した場合（即時に執行を要する取引が電話を使って発生した場合など） ●取引が金融機関の店舗で行われる場合、ウェブ上で行われる場合など、顧客が開示を見ることができると考えられるケースは、「取引を大幅に遅らせる」ケースとは見なさない。
<p>9. 個人情報取扱方針及びオプト・アウト権の通知の方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●個人情報取扱方針及びオプト・アウト権の開示に関する通知は、消費者が実際に受け取ったと合理的に判断される方法で、書面上でもしくは（消費者の合意がある場合は）電子的に行うものとする。口頭の開示は無効。 ●顧客に対する個人情報取扱方針の通知については、顧客が開示文を保存もしくは後日請求できる方法で行うこととする。 	<ul style="list-style-type: none"> ●「実際に受け取ったと合理的に判断される方法」の例：1)印刷物の手渡し、2)金融機関が把握する消費者の住所に送付する、3)消費者が電子的に取引を行う場合は、開示を電子的に行い、その確認をその金融商品・サービスの提供を受けるための要件とする、4)ATMを用いた取引のような単発的なもの場合は、ATMのスクリーン上で開示し、その確認をその金融商品・サービスの提供を受けるための要件とする。 ●「顧客が開示文を保存もしくは後日請求できる方法」とは、上記 1)～3)の方法等をいう。
<p>10. 個人情報取扱方針の変更があった場合</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●個人情報取扱方針が開示される以外の非系列第三者への非公開個人情報の提供は、新規に改訂された個人情報取扱方針とオプト・アウト権の通知があり、個人がオプト・アウト権を行使できる十分な期間が設けられており、その期間内にその行使がなかった場合に可能である。 	<ul style="list-style-type: none"> ●新規の非公開個人情報の提供、新規の非系列第三者への提供が、それ以前の通知の中で十分にカバーされている場合は改訂の通知は不要。
<p>11. 例外規定</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●外部委託、共同マーケティング等の目的で非系列第三者へ非公開個人情報を提供している場合、オプト・アウト権の行使の対象とはならない。但し、個人情報取扱方針上にそのような情報提供があることを開示し、非系列第三者に対しては提供の目的以外の情報利用を禁ずるよう契約を締結する。 ●消費者の要求や承認に基づく取引の執行・管理等に必要なとされる範囲での非系列第三者への非公開個人情報提供に係る場合、個人情報取扱方針の開示やオプト・アウト権の付与は必要ない。 ●その他の法律や司法機関の要請に基づく開示、保険料諮問委員会、格付機関、自主規制機関等への開示、会計監査における開示、不正等リスク対策の一環としての開示等は適用除外。 	<ul style="list-style-type: none"> ●②が適用される例：取引執行、口座維持、確認書・明細書その他記録、請求権管理、保険、ボーナス・ポイントの付与、証券化、流通市場における売却等のプロセッシングに必要もしくはその利用が一般的、適当、または許容される範囲での利用。

(注) FRB が発行する規則案より作成。その他当局による規則もほぼ同等の内容である。

(出所) 野村総合研究所作成

(参考) 表2 日米欧民間金融機関の個人情報取扱規制の比較

	米 国	E U	日 本
個人情報取扱 規制法	99年金融制度改革法 (GLB法) ※ その他、公正信用報告法 (消費者信用を対象)、電子資金移動法 (銀行振込等を対象) などの、金融の中でも個別の分野を扱う法律がある	95年個人データ処理に係る個人の保護及び当該データの自由な移転に関する欧州議会及び理事会の指令	存在しない ※ 2001年に個人情報保護基本法導入の予定 (その後、分野によっては個別法も検討)
適用対象	金融機関のみ	官民全ての情報管理者	官民全ての情報管理者 (「事業者」)
内 容			
通知・公表	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報取扱方針を、顧客には顧客関係が発生する以前、それ以外には非系列第三者へとそれらの情報を提供する前に通知する。顧客には継続的に年に1回通知を行う 開示内容は収集する情報の種類、情報共有相手の種類、オプト・アウト権の行使方法等 	<ul style="list-style-type: none"> 個人から直接情報を収集する場合は収集開始以前、直接収集しなかった場合はその記録開始もしくは第三者への情報提供以前に、次のような内容を開示する。 情報管理者及びその代理人の身元、情報処理の目的、等 	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報の処理等に関する事項を容易に閲覧可能な方法により公表し、適切に更新する 開示内容は個人情報の利用目的、情報保有者である事業者名、開示等に必要手続き、その他個人情報保護を図るために必要な事項
収集	特に規定なし	通知、利用、提供等全ての「処理」を行うための条件として、原則として個人の同意 (オプト・イン) が必要。	<ul style="list-style-type: none"> 開示される利用目的に必要な範囲での取得に限られる。 適法かつ適正な方法による取得が義務付けられている。
利用	限定的に制限 (同法の移転制限規制の例外として非系列第三者から個人情報が提供された場合、その利用は提供目的に即した利用に限られる)		<ul style="list-style-type: none"> 開示される利用目的に関連して必要な範囲に限られる
提供	<ul style="list-style-type: none"> 非系列第三者へ個人情報を提供する場合個人にオプト・アウト権を与えなくてはならない (一部例外有り) 口座番号はマーケティング目的に第三者へ提供できない 		<ul style="list-style-type: none"> 原則として個人情報を第三者に提供してはならない。 特定の者との情報共有は、利用目的等を通知・公表すれば可。 第三者への提供は、予め個人に利用目的・提供方法等が通知・公表され、個人にオプト・アウト権を与えていれば可能。
オプト・イン/ オプト・アウト権	<ul style="list-style-type: none"> オプト・アウト権 対象は、非系列第三者への個人情報の提供 (二次的な目的のもの) 	<ul style="list-style-type: none"> オプト・イン権 対象は、情報収集者による個人情報の収集、利用、提供等全ての処理 	<ul style="list-style-type: none"> オプト・アウト権 対象は、特定の者との相互利用を除く、第三者への個人情報の提供
開示・修正 請求権	特に規定なし	原則として情報収集者の管理する全ての情報に対し開示・訂正請求権がある	開示・訂正請求の方法を公表し、原則として請求には応じる。応じない場合には個人に対しそれを明示し、説明する。
安全保護 措置	金融機関は個人情報の安全性、機密性を確保するための、事務的、技術的、物理的保護措置について規定した取扱方針の策定が義務付けられている	処理によって生じ得る危険及び保護すべきデータの性質に応じた適切な水準の保護を保証する、適切な技術的、組織的保護措置を実施する	<ul style="list-style-type: none"> 適切な保護措置を講じ、取扱に従事する者を監督する。 個人情報の取扱いを第三者に委託する場合は委託先の選定に配慮し、必要な監督を行う。
その他		<ul style="list-style-type: none"> 個人情報に対して行った処理作業の記録を専門の監督機関に通知する義務がある 適切な保護レベルを満たさない第三国へのデータ移転を禁ずる 	

(注) 「日本」の部分の内容は個人情報保護基本法制大綱に基づく (2000年10月発表)。

(出所) 各種資料より野村総合研究所作成