

総務省「DX 時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック ver1.2」を策定しました。

—経営者が取り組むべきプライバシーガバナンスについて—

2022.2.22

1. 背景

社会全体のデジタルトランスフォーメーション（DX）が進む中、イノベーションの創出による社会課題の解決とともに、プライバシー保護への要請も高まっています。今後、企業がプライバシーに関わる問題に能動的に取り組むことを、コストではなく、商品やサービスの品質向上のための経営戦略として捉えることで、消費者からの信頼の獲得、ひいては企業価値向上につながると考えられます。

デジタル化の加速を背景に、パーソナルデータの利活用におけるプライバシーへの配慮はますます重要になってきており、企業はプライバシーガバナンスの構築を求められています。今回の改定はその実践に当たって、参考となる具体的な事例を更新しています。

2. 経営者が取り組むべき三要素

デジタル社会において、経営者は、プライバシーに関わる取組を経営戦略として捉え、プライバシーを競争力の要素として検討することが重要となる。企業の経営者には、プライバシー問題を競争力の要素として、重要な経営戦略上の課題として捉えるとともにコーポレートガバナンスとそれを支える内部統制の仕組みを企業内に構築・運用することが求められる。企業のプライバシーガバナンスとは、プライバシー問題の適切なリスク管理と信頼の確保による企業価値の向上に向けて、経営者が積極的にプライバシー問題への取組にコミットし、組織全体でプライバシー問題に取り組むための体制を構築し、それを機能させることが、基本的な考え方となります。

プライバシーガバナンス実現のために、経営者がまずすべきことは、以下の3点です。

（要件1）プライバシーガバナンスに係る姿勢の明文化

経営戦略上の重要課題として、プライバシーに係る基本的考え方や姿勢を明文化し、組織内外へ知らしめる。経営者には、明文化した内容に基づいた実施についてアカウンタビリティを確保することが求められる。

（要件2）プライバシー保護責任者の指名

組織全体のプライバシー問題への対応の責任者を指名し、権限と責任の両方を与える。

（要件3）プライバシーへの取組に対するリソースの投入

必要十分な経営資源（ヒト・モノ・カネ）を漸次投入し、体制の構築、人材の配置・育成・確保等を行う。

引用先:総務省

https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000140.html