

平成 17 年 11 月 7 日
独立行政法人 国民生活センター

最近の個人情報相談事例にみる動向と問題点 ー法へのいわゆる「過剰反応」を含めてー

はじめに

個人情報の保護に関する法律（以下、「個人情報保護法」という。）が全面施行され、半年以上が経過する。シュレッダーがよく売れているとか、パソコンやコピー機等の電子機器の個人情報漏えい対策に関心が高まるなど、事業者等の個人情報の保護対策が急ピッチで進んでいることが分かる。また、インターネットのホームページなどでのプライバシーポリシーや個人情報の利用目的の公表等は、主だった事業者では一般的に行われるようになった。さらに、この 5 月には漏えい事故を発生させた事業者（金融機関）に対する行政による初の個人情報保護法に基づく勧告が行われるなど、同法が有効に機能しつつあることが窺える。

一方、法律施行後、相談窓口には個人情報保護法への事業者等の対応について、戸惑いの声も目立つようになった。個人情報保護法の理念や適用範囲、内容が社会に浸透するにはまだまだ時間を要するものと思われる。そこで、個人情報保護法全面施行後 6 ヶ月間を経た個人情報相談窓口からみた、相談事例の状況と個人情報保護法へのいわゆる「過剰反応」や事業者等の同法への無理解とみられる問題について事例に即してとりまとめた。

1. 法へのいわゆる「過剰反応」に関する相談事例

（1）生命・身体等に関するもの

今年 4 月、107 名の犠牲者を出した JR 宝塚線（福知山線）の脱線事故では、家族からの安否確認に回答するかどうかで医療現場で混乱が生じ話題となった。事故に際しての安否情報を一刻も早く知りたいという家族の心情より個人情報保護法への対応を優先するという一般社会通念にはなじみ難い問題が露呈した。このような、個人情報保護法へのいわゆる「過剰反応」といわれる問題に関する相談は窓口にも多く寄せられている。

<事例1：加害者に関する個人情報>

駅のエスカレーターで転倒した人の巻き添えになり怪我をした。入院するほどの怪我で今もリハビリをしている。費用は全て自分で払っている。現場ではすぐ病院に搬送されたので転倒の原因となった相手と話をしていない。事故時の状況について責任関係を相手と話したいが鉄道会社が個人情報保護の為といい連絡先を教えない。事業者は、エスカレーター設置のための法律上の安全管理はしているので責任はない、相手と直接話合いをしてくれというが、連絡先が分からないので話し合いも出来ない。どうすればいいか。

(60歳代・男性・給与生活者)

<事例2：病名告知と第三者提供の同意について>

父が入院している病院で「父には病名を告知しないでほしい」と医師に申し出たところ、一旦は了承された。しかし、検査結果が出た後、他の専門の医療機関に見解を求めることになり、個人情報保護法にそって本人の同意を得るため、病名を告知をしないと治療を継続できないと医師から言われた。個人情報保護法はどういう法律なのか。父への病名の告知を望まないがどのように交渉したらよいか。

(不明・女性・家事従事者)

医療機関や事故現場からの情報の提供がなければ被害救済が進まないケースは多いが、個人情報保護法へのいわゆる「過剰反応」が壁となる場合がある。

上記の事例1では鉄道会社は相談者への相手方（加害者）の個人情報の提供を、事例2では病院は他の専門の医療機関への個人情報の提供を「本人の同意ない第三者への個人情報の提供」と捉え、個人情報保護法第23条に則った対応していると考えられる。ただ、同法では、全ての場合において、本人の同意のなく個人情報を第三者へ提供することを禁じているわけではなく、例えば「人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難なとき」（法第23条第1項第2号）には、本人の同意なく第三者へ個人情報を提供できるとしている。しかし、同意を必要としない状況かどうかの判断は難しく、結局、法律違反となるリスクを負うよりも、個人情報の提供を行わないという対応につながっている。

事例1のケースでは、鉄道会社のエスカレーターの安全管理に対する問題の有無は別として、このような例外規定を適用し提供することや、鉄道会社が当事者に同意を求めたり「相談者へ連絡をとるよう」伝えるという方法も取れないわけではない。事例2の場合も、病名を告知するかどうかは、個人情報保護法というより、病状や本人の性格等を踏まえ、医師として総合的に判断する必要があるが、告知することに問題がある場合は、例外規定を適用して本人の同意を得ることなく他の専門の医療機関に個人情報の提供が可能との考え方も出来よう。法律の遵守と円滑な事故処理の狭間で「個人情報保護法によりできない」との回答がなされがちであり、個人情報保護法の「過剰反応」ではないかとの批判も生まれている。

(2) 学校・保育園等に関するもの

事故や事件といった状況下だけでなく、身の周りやごくありふれた日常の光景にも個人情報保護法施行後に様々な変化と問題が生じてきている。例えば、保育園等での写真の販売や卒園アルバム作成を自主的に取りやめたり、反対者の主張により実施できなくなっている。

① 卒業アルバム・連絡網等

<事例3：保育園での写真販売の中止について>

息子の通っている保育園が、個人情報保護法を理由に運動会の時などの子供たちの写真を撮ってくれなくなってしまった。多くの親が子供の写真の販売を希望している。写真を撮ったり、販売のために掲示したりすることは個人情報保護法違反になってしまうのか。

(30歳代・女性・給与生活者)

<事例4：卒園アルバムの制作について>

100人程度の園児数。保護者有志で幼稚園の卒園アルバムを制作するが、1人だけ反対者がいる。アルバムに使用する写真は幼稚園から提供を受けるが、これも個人情報の漏えいに当たるのか。また、反対者がいる場合、集合写真は使用できないのだろうか。後で問題が起きないように気を付けるべきことは何か。

(30歳代・女性・家事従事者)

写真やビデオ等の映像が個人情報に該当するかについては見解が分かれるところではあるが、事例3、4とも、保育園、幼稚園側が、結果的に本人の同意（判断能力が未成熟な園児や児童の場合、本人の同意だけでは第三者提供できないため、保護者の同意が必要になる）なく、写真を第三者（他の幼児や幼児の親等）へ提供することを懸念していると思われる。いずれの事例の場合も、園児らの保護者が第三者提供に同意した場合には第三者提供違反とはならないため、保護者の全員の同意があれば、写真の販売や提供も可能である。しかし、保護者から「個人情報保護法上、問題ではないか」との指摘があると、全員の同意が得られないと判断し、ここでも当該活動を実施しない方向で対応されがちである。

学校教育の現場においても同様に、電話連絡網が作成されなかったり、極力省略される状況にある。

<事例5：クラス全員の連絡先がない連絡網表>

娘が公立中学校に通っている。昨年度まではクラス全員（40人弱）の連絡先が記載されたものが配られていたが、今年度は、自分の連絡先が含まれたグループ（6人程度）しか記載されていない連絡網表が配布された。学校は個人情報保護法に配慮したと言うが、全員

の連絡先がないといざと言う時に不安だ。

(40 歳代・女性・給与生活者)

② 同窓会名簿等

学校を卒業した後の同窓会名簿の作成や取扱いに関する相談も寄せられている。同窓会事務局や役員からの戸惑いの声や問合せも少なくない。

<事例 6：同窓会名簿に全員の氏名の掲載を実行>

出身高校の同窓会名簿作成の案内が届いた。勤め先などの個人情報の名簿への掲載は任意だが、望まない者も氏名だけは必ず掲載するとある。個人情報保護法違反ではないか。

(40 歳代・男性・給与生活者)

<事例 7：連絡不明者の取扱いに関する問合せ>

5,000 件を超える個人情報を持つ小学校の同窓会の役員をしている。これまで、同窓会のホームページ上に連絡先不明者の氏名と卒業年度を掲載し、それを見た本人から連絡をもらうことがあり、有効に機能していた。最近「このような掲載は違法ではないか」との匿名の投書があった。個人情報保護法に違反しているのか。

(企業・団体)

事例 6、7 は O B 側と事務局側からの立場を代えた相談である。

同窓会名簿を配付するにあたっては、同窓会が個人情報取扱事業者であれば、個々の会員の事前の同意かオプトアウト（本人からの申し出により個人データの第三者提供を停止すること）の仕組みが必要であり、そうでなければ氏名を含め個人情報の掲載を強いることはできない。したがって、事例 6 のように名簿の掲載を拒否した者の名前を掲載することは個人情報保護法に抵触する行為になる。その一方で、現実的には同窓会の規模が大きくなるほど全ての会員からの同意の取得が難しいことや、同意のある者だけにすると名簿に個人情報を掲載する会員が減り、名簿が「虫食い」になってしまう。これでは本来の同窓会名簿としての目的が十分に達せないとのジレンマを抱えている。

これまで機能してきた連絡先不明者についての情報提供についても、ホームページや同窓会誌等に「氏名と卒業年度」という特定の個人を識別できる情報の掲載は、個人情報保護法上、第三者提供となるため、やはり事前の同意かオプトアウトの仕組み（形式的なものではなく、実質的に本人がそれを知る機会があることが望ましい）が必要となる。

(3) 地域の活動に関するもの

同様の問題は自治会や町内会も抱えており、関係者からの問合せも目立っている。

<事例8：個人名入りの防災マップの配布について>

自治会で防災マップを作成する予定である。住宅地図に各住民の名前を記載し、コピーしたものを配ろうと思っているが、個人情報保護法上問題はないか知りたい。 (団体)

<事例9：町内会名簿の作成について>

1,000世帯のほどの町内会である。町内会名簿の存続について話し合っているが、個人情報保護法上、どう考えたらよいか。特に、名簿が漏えいした場合に町内会として責任を問われることはあるのだろうか。漏えいを防ぐことは至難の業だと思う。 (団体)

個人情報保護法は、名簿の作成や配付を禁止する法律ではないが、やはり、施行前に比べ、施行後は各種名簿の作成や配布が困難になっている。

特に、自主運営団体である自治会や町内会は、参考にすべきガイドラインや団体が直接相談できる専門窓口がないため、不安や戸惑いの声が多く寄せられているものと思われる。これまで特段意識されていなかったが、本来の活動の趣旨等に応じた必要最小限の名簿の作成や管理に対する認識の共有が、団体の運営事務局だけでなく会員個々人にも求められる時代になってきている。各団体でどのように個人情報を取り扱っていくのか、会員間での合意と工夫が必要である。

2. 消費者側の誤解や期待と法との乖離

当センターが平成16年10月に実施した第35回国民生活動向調査によれば、消費者の個人情報保護法に関する周知度（「法律の内容をよく知っている」と「法律の内容をある程度知っている」を合わせたもの）については、14.7%と、平成13年から施行されている消費者契約法の7.3%をはるかに上回り、施行から11年を迎えたPL法（製造物責任法）の周知度15.3%に迫っており、「少なくとも見聞きしたことがある」という割合は89.5%で約9割に上った。しかし、個人情報の保護に対する消費者の関心や期待が高かったためか、その分、個人情報保護法に強制力のある規制を求めたり誤解をしていると思われるケースも多い。

(1) 個人情報の利用停止に関するもの

<事例 10：学習教材のしつこい電話勧誘販売>

小学生の子供用の学習教材の勧誘電話が、いくら断っても数社からかかってくる。個人情報保護法施行により、個人情報の利用停止が可能であると聞いた。個人情報保護法を使って勧誘を止めさせたい。
(30 歳代・女性・家事従事者)

<事例 11：マンション購入のしつこい電話勧誘販売>

マンション購入の勧誘電話が自宅にしつこくかかってくる。何度も断っているが、断ると嫌がらせをされる。出回っている名簿を基に電話かけているようだが、個人情報保護法でなんとかならないのか。
(不明・女性・家事従事者)

電話勧誘やDM等の販売促進活動への個人情報の利用に対して、利用停止を求めたいという相談も多く寄せられているが、個人情報保護法で個人情報取扱事業者に対し利用停止を求めることができるのは、法第 16 条（利用目的による制限）および法第 17 条（適正な取得）の規定に違反している場合である。顧客対応としてDMの停止等に応ずる業者もあるが、法的には、電話勧誘等をしている業者が個人情報取扱事業者であり、個人情報の不適正な取得または目的外利用といったことが明らかにならなければ、利用停止を求めることができないなど、相談対応が難しい面もある。また、いわゆる名簿業者を通じての名簿の売買についても、利用目的を通知・公表し、第三者提供の規定を遵守していれば、個人情報保護法上問題とは言えないのが現状である。

相談窓口でのしつこい電話勧誘への対処方法については、従来通り、発信電話番号通知サービスや着信拒否サービス等を利用することや、特定商取引法、宅地建物取引業法や商品取引所法等の電話勧誘に関する規制を活用することになる。

(2) 個人情報の入手経路に関するもの

<事例 12：個人情報の入手元を教えてくれない電話勧誘販売>

株式や国債の購入を勧める電話がしつこくかかってくる。情報の入手元を尋ねても答えがない。個人情報保護法違反ではないのか。
(50 歳代・男性・自営・自由業)

<事例 13：名簿業者にDMを送付させる中学校>

小学生の子供の名前と「保護者様」宛に中学校の案内のDMが届いた。中学校に個人情報の入手手段を尋ねたところ、「名簿業者にすべて任せているため、教えられない」と言われた。
(40 歳代・男性・給与生活者)

個人情報の入手経路を教えない・入手経路が知りたいといった相談も目立つが、個人情報保護法では、事業者が個人情報をどこから入手したかという情報が保有個人データに含まれていない限り、開示の対象となっていないため、本人が自分の情報の流通過程を完全に追跡することは難しい。これも消費者の期待と法の現実に乖離が生じている一因であると思われる。

3. 事業者等の個人情報保護法への無理解や軽視

(1) 消費者の被害を生む個人情報の悪用や法への認識不足

<事例 14：会員サービスの二次被害>

加入しているレジャー会員組織の提携会社を名乗る会社から電話で呼び出され、レジャー会員組織を退会するには当社の製品を購入し当社の会員になる必要があると言われ貴金属の契約をした。後でインターネットの掲示板サイトで調べると同様の二次被害が続出していることがわかり、だまされたことに気付いた。自分の以前の情報が出回っているのだろうか。
(40 歳代・男性・給与生活者)

<事例 15：高齢者名簿に関する相談>

福祉団体（財団法人）が毎年、町内の 70 歳以上の住所氏名・生年月日・世帯主・金婚・ダイヤモンド婚夫婦名等記載の名簿を作成し 300~400 部を民生委員や町会議員等に配布している。名簿の内容から老人ホーム入所の事実が類推できてしまう。昨年この名簿を元に回っているという布団業者や健康器具業者の訪問販売があり、流出が発覚した。問題だと思い問合せたところ、毎年やっていることで今年も印刷中、中止はあり得ないと回答された。役場に苦情を言ったが関知しないと言われた。
(60 歳代・男性・給与生活者)

事業者の個人情報の悪用や団体等が個人情報の取扱いについて無頓着なケースについての相談も寄せられており、まだまだ、個人情報保護法に対する認識も十分でないのが現状も窺える。

高齢者名簿の作成は名簿がそのまま悪質事業者に流れた場合、消費者トラブル等のきっかけとなるおそれが高く、利用目的や配付先を極めて限定するなど取扱いには細心の注意が必要だが、その認識が希薄なのところも少なくない。

(2) 配慮に欠く取扱いであったり、逆に過大な手続を課す事業者の対応

事業者等の個人情報保護に対する対応から、不信感を強くする相談も目立っている。

<事例 16：重要書類（個人情報）の紛失>

電話会社の申込みを取り消し、書類の返還を求めた。電話会社からの返送中に紛失されてしまった。紛失書類の中には印鑑を押した口座引き落とし申込書も含まれている。送付の控え番号もわからず、運送会社は番号不明では調べようがないと言う。電話会社は運送会社の責任と言うが納得できない。
(30 歳代・女性・給与生活者)

<事例 17：個人情報開示に関する納得がいかない手続きと手数料>

育毛クリニックに 6 年間通っている。治療の効果がないのはカウンセラーの注意をしっかり聞いていないからだと言われたが、そのような注意をされた覚えはなかった。クリニック側は言ったことはすべてカルテに記載してあると言うので、カルテの開示を求めた。すると、カルテには企業の秘密が書いてあるのでただでは見せられない。閲覧するのであれば 1 回 30 分 1,000 円だと料金を請求された。6 年間分を 30 分で見るのは無理であり、納得できない。
(30 歳代・男性・給与生活者)

個人情報保護法が施行されたにもかかわらず十分な対応がなされていないケースや、本来であれば十分に対応されるべきと思われる場合においても、個人情報保護法を理由に対応されないケース等が見受けられる。

例えば、上記の事例のように、個人情報の輸送時における安全管理措置義務や委託先に対する監督義務を十分認識していない業者や、過重な開示請求の手続を求める業者に関する相談も寄せられている。

(3) 消費者の納得を得られない広すぎる利用目的の特定と同意書

<事例 18：広すぎる利用目的の特定>

ガス会社から個人情報の取扱いに関する書面が送られてきた。利用目的にはサービスを受けているガスに関する業務以外に、金融・保険業、クレジットカード業、不動産賃貸等ありとあらゆる事業が記載されているが、どのように利用しているのか具体的な記述がなく、自分の個人情報がどのように扱われているのかわからず不安である。

(50 歳代・女性・給与生活者)

<事例 19：全ての利用目的に同意しないと契約できない定期預金>

金融機関で定期預金の申込みをしようとしたら、個人情報の利用目的に同意をしなければ契約できないと言われた。利用目的には、DM の発送等の営業活動への利用や、提携会社

等の商品やサービスの案内も挙げられていたが、定期預金の契約をするためには、これら全ての利用目的に同意しなければならないとのことだった。一度同意をしてしまうと、それを根拠に、金融機関に自由に利用されてしまうのか。 (80歳代・男性・無職)

＜事例 20：満期一時金払戻しの請求と個人情報の取扱いへの同意＞

数年前に契約し、満期が到来した生命保険の据置金を請求したところ、個人情報の取扱いに同意することを前提とした請求書となっていた。記載されている個人情報の利用目的には、「関連会社や提携会社を含む各種商品・サービスのご案内や提供」等も挙げられており同意したくないが、同意をしなければ満期一時金の払戻しはできないと言われた。このような同意の取り方には納得できない。 (50歳代・男性・給与生活者)

個人情報保護法施行後、利用目的を定め、本人に直接通知している事業者も多い。同法に定める利用目的の特定については、単に抽象的・一般的に特定するだけでは不十分であり、「できる限り特定しなければならない」とされている。事例のように公益性の高い事業者でも定款等にある事業全ての利用目的を列挙する例もある。しかし、これでは本来の目的（契約上のサービスの提供）以外に、実際に個人情報をどのような目的で利用するのか明らかとはいえず、消費者のイメージする「特定」から離れて、消費者に不信感を与えているケースも少なくない。

また、最近の傾向として、金融機関をはじめとする様々な分野で個人情報の利用に関する同意書に署名・捺印を求め、同意書の提出がなければ取引できないと言われたとの苦情も寄せられている。これら利用目的に関する同意書の中には、販売促進活動などの利用を停止できるオプトアウト的な手法を取り入れたものもあるが、多くは消費者の理解を十分に得ないままに提出を強要するなど、消費者の不安を一層増幅させている。さらに、将来行なうかもしれない事業まで広く掲げて利用目的として公表したり、それへの同意書を求めることなどは、消費者に対する誠実な対応とは言い難い。個人情報の利用は、本来の利用目的を踏まえた最小限のものに特定すべきであり、もしそうでなければ消費者の理解を得るのは困難であろう。

なお、個人情報保護法では自らの個人情報の利用目的について、事業者に対して通知を求めることができる旨定められているので、不安な場合にはこれを活用する方法もある。

4. まとめと課題

(1) 「過剰反応」に際し明確な解釈基準や、提供の必要性等についての理解が求められる

前述のように、個人情報保護法への「過剰反応」といわれるいくつかの相談事例を紹介してきたが、これまで社会に定着してきた名簿や連絡網等、あるいは緊急医療等における個

個人情報の提供が形式的な法律の解釈や運用の下で存在できなくなったり、不可能になることは、個人情報保護法の本来の趣旨にそったものとは言えないだろう。

法律違反となるリスクを負うよりも個人情報の提供を一切行わないという対応や、十分な検討や工夫を講じないまま個人情報保護法を理由に従来の活動を止めてしまうという対応が一般化している傾向がある。

現在、法律が施行されて間もないため、法解釈が確立されておらず手探りの状況であるが、今後、第三者提供の例外規定を含め個別の具体的な対応について、一つひとつ事例を積み上げるとともに、解釈基準の明確化を通して広く社会のコンセンサスを得ていく努力が不可欠である。

(2) 消費者の信頼獲得のためには、トレーサビリティの確保とオプトアウトの周知・徹底等が求められる

個人情報をビジネスに広く利用しようとする事業者の活動や自治会や同窓会等による名簿の作成等の活動の維持が困難になってきた背景には、消費者の事業者等に対する個人情報の取扱いに対する不信感があることは否めない。法の「個人情報の有用性と保護」に関する考え方を実現するためには、個人情報の適正な取扱いに対する消費者の信頼性を高める必要がある。

市販の名簿を使ったビジネスの展開には、入手元の開示など個人情報のトレーサビリティの確保に配慮する取組みが十分なされていないのが現状である。「どこから私の情報を入手したのか」という問合せや開示請求に対して「回答する法的義務はない」とする紋切り型の対応が、消費者の不信感を一層高めることにつながっている。

さらに、事業者が取得した個人情報を第三者に提供するに当たって事前の同意が取れていない場合は、オプトアウト（本人からの申し出により個人データの第三者提供を停止すること）の規定があることを明確にし、その事を積極的に知らせていく努力も必要である。せっかく消費者側に拒否権が与えられていても、そのことを消費者が知らなければ意味を持たない。ホームページ等での公表だけでは、それに触れる機会のない消費者も少なくないので、より多くの手段で周知徹底を図るべきであろう。

法律やガイドラインを形式的に遵守しているからよいと個人情報の保護に対し機械的に対応するのではなく、「個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護する」との法の目的を達成していくには、消費者の信頼を獲得（回復）するための事業者自らによる積極的な取組みが一層求められる。

国民生活センター個人情報相談窓口の相談受付件数等

1. 受付相談件数（2005年4月1日～9月30日）

月 苦情・問合せ	17年度						
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	計
苦情	140 (71.4%)	130 (79.3%)	128 (74.0%)	92 (85.2%)	107 (84.9%)	98 (65.8%)	695 (75.9%)
問合せ	56 (28.6%)	34 (20.7%)	45 (26.0%)	16 (14.8%)	19 (15.1%)	51 (34.2%)	221 (24.1%)
合計	196	164	173	108	126	149	916

2. 相談内容について

① 事業分野別相談件数（複数回答）

	事業分野			
	医療・福祉	金融・信用	情報通信	その他の事業分野
苦情	37 (5.3%)	137 (19.7%)	156 (22.4%)	379 (54.5%)

② 相談内容（複数回答）

	件数（割合）	
目的外利用	140	(20.1%)
不適正な取得	198	(28.5%)
情報内容の誤り	41	(5.9%)
漏えい・紛失	136	(19.6%)
委託先等の監督	44	(6.3%)
同意のない提供	209	(30.1%)
オプトアウト違反	18	(2.6%)
開示等	165	(23.7%)
苦情等の窓口対応	131	(18.8%)
その他	73	(10.5%)

*（）内は苦情の個人情報相談件数（695件）を100%とした構成比

「個人情報相談情報システム」に蓄積された個人情報相談件数

1. 相談件数

9月末日までに、国民生活センターの「個人情報保護に関する相談情報データベースシステム（以下「個人情報相談情報システム」という。）」に蓄積された個人情報相談情報相談は2,322件である（国民生活センター受付分は除く）。

2. 相談者の属性

男性が1,024件（44.1%）、女性が1,271件（54.7%）とわずかに女性からの相談が多い。

3. 相談内容について

① 事業分野別相談件数（任意・複数回答）

事業分野			
医療・福祉	金融・信用	情報通信	その他の事業分野
57 (2.5%)	345 (14.9%)	499 (21.5%)	981 (42.2%)

*（）内は個人情報相談件数（2,322件）を100%とした構成比

② 相談内容（複数回答）

	件数	(割合)
目的外利用	295	(12.7%)
不適正な取得	809	(34.8%)
情報内容の誤り	47	(2.0%)
漏えい・紛失	719	(31.0%)
委託先等の監督	14	(0.6%)
同意のない提供	404	(17.4%)
オプトアウト違反	12	(0.5%)
開示等	108	(4.7%)
苦情等の窓口対応	88	(3.8%)
その他	400	(17.2%)

*（）内は個人情報相談件数（2,322件）を100%とした構成比

（注）上記相談件数は、9月末日までに全国の消費生活センターから「個人情報相談情報システム」に伝送されて、登録されたものである。原則的に個人情報相談窓口を開設している消費生活センター等が受付けた苦情相談データのみを収集しているため、平成17年9月30日現在、112の消費生活センター等が受付けた苦情相談データが登録されている。

本件に関する問合せ先
相談調査部 03-5475-3711

<title>最近の個人情報相談事例にみる動向と問題点</title>