

Pマークニュース

<2022年新春号> Vol. 38

株式会社トムソンネット Pマークコンサルティンググループ



目次と記事概要

1. 進むデジタル化社会の個人データ・・・・・・・・・・・・・・・・ P2

「デジタル」をキーワードとして、社会全体に係るいくつかの政策が始動しています。2021.11「デジタル田園都市国家構想」実現会議がスタート、「児童生徒向けの一人一台端末とネットワークの整備」を実現する「GIGA スクール構想」も進展しています。また、損保各社も相次いでDX戦略を公表しています。

こうした中で、デジタル化社会の混迷も生まれています。

記事では、「基本的人権」としての「データ基本権」について触れ、その方向性を探り、我々の使命を考えてみました。

2. 事例に学ぶ：「PPAP」をやめる・・・・・・・・・・・・・・・・ P6

「PPAP」問題をご存じですか。「PPAP」は①「P」assword付きZip（形式の暗号化ファイルを送ります）、②「P」asswordを送ります、③「A」ん号化（暗号化）します、を行う④「P」rotocol（プロトコル＝手順）のことを揶揄しています。要は、電子情報をZip暗号化してメール添付で送り、その前後のメールで復号用パスワードを送る流れに脆弱性があるということです。そこで今回の事例に学ぶでは「PPAP」の問題の所在を明らかにして、Zip暗号化の留意点および代替策について提案しています。

3. Pマーク取得事業者を集計しました・・・・・・・・・・・・・・・・ P9

日頃、保険代理店におけるPマーク取得動向をフォローしている弊社ですが、今回は、2022年1月末時点におけるPマーク取得事業者約16,800社に関する各種集計を行いました。

集計項目は、業種区分、継続回数、事業者の所在地等についてですが、集計結果は事前の予想に近いものではありませんでしたが、全体の集計を行って初めて見えるものや、Pマーク制度が抱える問題点も一部見えたようです。

是非、記事にて各種集計の詳細をご確認下さい。

4. お知らせ（トピックス）・・・・・・・・・・・・・・・・ P11

以上

1. 進むデジタル化社会の個人データ

—望まれる「基本的人権」としての「データ基本権」を—

2022年「デジタル」をキーワードとして、社会全体に係るいくつかの政策が始動しています。

2021.11「デジタル田園都市国家構想」実現会議がスタートし、「児童生徒向けの一人一台端末とネットワークの整備」を実現する「GIGA スクール構想」も進展しています。損保各社も相次いでDX戦略を公表しています。

2020改正個人情報保護法の施行も2022年4月1日となりました。個人データを主とした「データ」が利便性を向上させ、新しい価値を生み出しています。

一方、「デジタル権威主義国家？ の出現」「甚大なセキュリティ事故の多発」「SNS利用拡大の負の側面の顕在化」などデジタル化社会の混迷も生まれて、「ボックス(秩序と平和の女神)なき世界」とも言われています。

解決はできるのでしょうか？「基本的人権」としての「データ基本権」について触れ、その方向性を探り、我々の使命を考えてみたいと思います。

(1) 「デジタル田園都市構想」への期待と不安

「地方の魅力をそのままに、都市に負けない利便性と可能性を」を目指して、その構想実現会議が、2021.11スタートしました。実現に向けてつぎの取組みをすとしてしています。

- ・時代を先取りするデジタル基盤整備(5G、データセンター、公共Wi-Fiなど)
- ・先端的サービスの普遍的提供(健康医療・教育・防災・モビリティのサービスなど)
- ・デジタルの恩恵を地域が享受するための制度整備(人材の開発・活用の仕組み、地域通貨活用など)
- ・地域産業の高度化(スマート農業、ドローン配送、地域の活躍の場の創出など)
- ・官民学一体の事業環境の構築(次世代型サテライトオフィスの構築、産業誘致など)
- ・大学・高専を中核とした地域の高度化(デジタル技術等知見を活用した地域課題の解決など)

デジタルの活用により、「心豊かな暮らし」と「持続可能な環境・社会・経済」の実現に期待が持てます。

一方懸念もあります。便利になる暮らしと引き換えに、いつの間にか暮らしの選択肢を決められ、狭められていくのでは？ 先端技術の採用と活用には、迅速な選択と決断が必要でしょう。各地域にふさわしい取り組みの選択を、誰が行うのかです。必要な迅速性のため、地域住民の個人意思というより、スマートシティーの実現により利益を得る一部企業のやりたい放題になり、地域住民は、ただ、従うだけの社会になりはしないか？

デジタル化社会では、個人の行動情報・購買情報などが、収集され、利活用されますから、いつの間にか「私の知らないネット上の私」がいたりする懸念もあります。 どう対応すべきでしょうか？

(2) 「GIGA スクール構想」への期待と不安

GIGA(Global and Innovation Gateway for All)スクール構想が進んでいます。

ICTを基盤とした先端技術の活用として、「児童生徒向けの1人1台端末と、高速大容量の通信ネットワークを一体的に整備し、多様な子どもたちを誰一人取り残すことなく公正に個別最適化された創造性を育む教育を、全国の学校現場で持続的に実現させる構想」

です。「個別最適化された創造性を育む教育の実現」を目指しています。

一方懸念もあります。教育の画一化です。タブレット教育に使用する教育テキストを、最もわかりやすく、優れているという評価のテキストに統一することも可能です。良い事にも思えますが、教育は本来「先生と生徒の多面的なふれあい」の中で育まれるものという面も大きいと言われます。

多様な対応も必要でしょう。教育が一方通行の「情報伝達」になりはすまいか？ タブレットを使いこなす技術だけを教えるに留まってしまうのではないかという懸念です。

(3) 「データ」は誰のものか？

「情報革命」だといわれ、第4次産業革命だと言われます。価値の源泉が「物」から「データ・ソフトウェア」に移行し、「データ・ソフトウェア」を扱う GAF A の企業時価総額が 780 兆円と言われ、日本の上場企業 3,800 社合計時価総額 740 兆円を超える隆盛です。

「物作り」の企業から、「データ・ソフトウェア」企業の時代です。この時代に「データ」は企業の「石油」といわれるのも頷けます。企業にとっては、きわめて重要な資源なのです。

デジタル権威主義国家？ とも言われる中国は、「データ」による統制を重視しています。

中国データ統制 3 法「インターネット安全法(2017)、データ安全法(2021.9 施行)、個人情報保護法(2021.11 施行)」で規制していますが、中国での「データ」の利活用とその統制は、自由主義国とは全く異なっています。中国は、「データ」を国家が管理する政治体制です。

例えば、公共料金、病院での支払い、スーパーやレストランの支払い、屋台での買い物まで幅広くキャッシュレス決済が利用されていると言います。アリペイと WeChat Pay が提供するスマホ画面での QR コード決済サービスの利用です。そしてそれらシステムで利用された「データ」は、すべて国家が閲覧利用できるといことです。「私のことは、これらシステムを通じて、私よりも国家が知りうる」のです。個人のプライバシーよりも国家による統制が優先している懸念があります。

「データ」は、まず国家のものなのです。

わが国での SNS の「データ」は個人の自由意思で個人が発信しますから、これらの「データ」は個人のもので、自由意志で発信される SNS の情報なのですが、懸念もあります。

SNS では、考えの近い人だけの閉じた世界で広がりやすい傾向があると言われていています。

また、個人を不公平・無責任に批判し、攻撃することができる側面があります。フェイクニュースが横行し、経済格差に不満を持つ人々が SNS での陰謀論に引かれ、ポピュリズム(大衆迎合主義)に向かう懸念です。自由な個人の「データ」は、自己管理が原則なのですが、SNS を提供するプラットフォームにも問題があるのでしょうか？

セキュリティ事故も多発しています。企業データ・個人データが不法に収集され売買されます。

「データ」は犯罪者のものとなり、犯罪に利用されています。セキュリティ対策が、世界的規模で必要とされます。

(4) どうする？ 解決の方向性を探る

解決すべき課題が多すぎます。経済社会全般の課題、企業ガバナンスの課題、個人の課題、わが国固有の課題、民主主義国家の課題、共産主義国家の課題、先進国の課題、開発途上国の課題、技術分

野の課題、倫理の課題 等々。解決の方向性を探るにあたり、「データ」の大半を占める「個人データ」について、いくつかの解決への方向性を探ってみました。

①法制の整備—下記の改正を行う「2020 改訂個人情報保護法・2021 官民一体化改訂」が2021.4.1 から施行されます。

- ・「個人の権利利益を保護」するために必要十分な措置の整備をする。
- ・保護と利用のバランスをとる。
- ・国際的な制度調和や連携に配慮する。
- ・海外事業者によるサービスの利用や、国境を越えて個人情報を扱うビジネスの増大により個人が直面するリスクに対応する。
- ・AI・ビッグデータに対応する。
- ・官民の個人情報保護法制を一体化する。

しかしながら、「日本の個人情報保護法制は、どのような権利を何の目的で守ろうとしているのか明確でなく、周回遅れの感がある」（慶応大 山本竜彦教授）という。同感です。

EU 基本権憲章は、個人データの保護を「基本的人権」ととらえ、GDPR(一般データ保護規則)では、下記の権限を明確にしていますが、2020 改正個人情報保護法でも、明確ではありません。

- ・忘れられる権利 The Right to be forgotten
- ・データポータビリティの権利 Right to data portability
- ・異議を唱える権利 Right to object (プロファイリングに異議を唱える権利)
- ・自働的処理のみによる意思決定に服さない権利 Automated individual decision-making, including profiling

「自分の情報を他者と共有する範囲を自分で決める「情報自己決定権」が明確でない」(慶応大 山本竜彦教授)のです。「個人データ」の主権を取り戻す、それはまず、個人の基本的権利として明確にし、その権利を取り戻すことです。憲法 13 条は「幸福追求権」として「プライバシー権」を想定していますが、さらに「データ基本権」を明示すべきという議論もあります。デジタル化社会を主体的に生きるために必要な基本的な権利を確立せずに「デジタル田園都市構想」「GIGA スクール構想」の成功はありえないのではないのでしょうか

②権利の具現「同意」—十分な権利行使とは言えないながら、個人情報保護法は、個人の基本的権利を「同意」行為によって確認することを定めています。「本人の同意」とは、「本人の個人情報が、個人情報取扱事業者によって示された取扱方法で取り扱われることを承諾する旨の当該本人の意思表示（当該本人であることを確認できていることが前提となる。）」であり、「取得時」、「利用目的の追加時」、「接触又は連絡時」、「第三者への提供時」に必要であると保護法及び JISQ15001は定めています。

この「同意」行為について2020個人情報保護法改訂で、新たな規程が追加されました。「個人関連情報」が新たに定義され、その扱いの中で、「提供時の同意」を規定していますが、「提供元で取得の原則」に加えて「提供先での同意取得」が規定されました。

また、2021官民一体化改訂で、自治体の「同意」規程も統一され、「公益を目的とした個人情報の利用」は「同意」なしでOKとする例外規程が適用されますが、どの範囲まで適用されるかに

より権利の具現としての「同意」の真価が問われそうです。「デジタル田園都市構想」などで、「町全体のサービス向上として」例外規程が適用されると、住民の個人の「同意」は届かない恐れが懸念されます。

「同意を得る」行為とは、本人からの同意する旨の口頭による意思表示、同意する旨の書面（電磁的記録を含む。）の受領、同意する旨のメールの受信、同意する旨の確認欄へのチェック、ホームページ上のボタンのクリック、同意する旨の音声入力、タッチパネルへのタッチ、ボタンやスイッチ等による入力です。ただ、これらが形式的に行われがちで、こうした「同意」があれば、OKというのは十分でないという意見もあります。「どのように使われたのか？ 銀行や証券会社などの利用状況フィードバック」などの「自己情報請求権」の付与や更なるオプトアウト権限の厳格化を加味すべきなどの意見です。

（5）何をすべきか？ 一個人の自覚—

デジタル化社会の恩恵は大きなものです。一方でその混迷も大きなものです。それを動かす「データ」、その主たる「個人データ」の主体は個人であり、最も身近な「個人データ」がデジタル化社会を動かす大きな要素、この基本を、まず、認識し再確認して、デジタル化社会の混迷の解決への取組みを開始すべきです。「基本的人権」としての「データ基本権」が必要という認識も必要です。

経済社会を不安に陥れる大きなセキュリティ事故は、その技術的な対策が必須ですが、加えて「うっかりミス」というヒューマンエラーに起因することも多く、その対策が必要と言われます。「個人」の問題なのです。大きなトラブルが、一本のネジに起因するように、ちょっとした意識の欠如が、大きなセキュリティ事故につながっていくケースが多いのです。

デジタル化社会を動かすのは、我々一人一人の自覚と覚悟にある。と言っても言い過ぎではないでしょう。「データ基本権」の権利の具現化手段としての「同意」を、「事務的負担が大きく、面倒だからやめてほしい」という要望があります。本人の同意も他者からの同意取得も、「やらされている」という意識なのです。デジタル化社会では、「いいですよ」の肯定が、阿吽の呼吸で了解されることはありません。その是非は別の課題としてあるにしても、何らかの「明確な」意思表示が必要です。デジタル化社会では、「やらなくてはならない」ことなのです。デジタル化社会を動かすのは、我々でなくてはなりません。

我々は考え、「正しく恐れながら」デジタル化社会に対すべきです。単に「ポチッ」と押せばすぐに解答が得られる便利さに害されることなく、時に時間や手間をかけてでも、「個人の基本的権利」に立ち返ることが必要です。どんなにささやかに思うことでも、我々個人のとる行動は、水に投げた小石が幾重にも波紋をひろげるように、必ずデジタル化社会を「より一層住みやすい人間らしい社会」に変えていくと信じます。

2. 事例に学ぶ：「PPAP」をやめる

事例シリーズの第14弾です。本稿では「PPAP」について考察してみようと思います。

とはいっても「Pen-Pineapple-Apple-Pen」ではなく、情報セキュリティに関わることです。

2020年11月に初代デジタル大臣の平井卓也氏が「中央省庁の職員が文書などのデータをメールで送信する際のPPAPを廃止する方針」を内外に公表し話題になりました。

それに先立って、JIPDECの責任者が「くたばれPPAP！」と題した講演を2019年9月13日に行われ



た日本インターネットプロバイダー協会セミナーでされています。そもそも「PPAP」は①「P」assword付きZip(形式の)暗号化ファイルを送ります、②「P」asswordを送ります、③「A」ん号化(暗号化)します、を行う④「P」rotocol(プロトコル=手順)のことを揶揄しています。要は、電子情報をZip暗号化してメール添付で送り、その前後のメールで復号用パスワードを送る流れに脆弱性があるということです。

(1) 「PPAP」の何が問題なのか

電子情報を送信する際にメール添付にするやり方が至って当然の方式として長年定着しています。また、添付ファイルに暗号化を施すのもプライバシーマーク審査規準(「PPAP」ではありません)を俟たず常識とされていますが、「PPAP」に指摘されているのは以下の点(脆弱性)です。

- ・添付ファイル復号用のパスワードを、添付ファイルと同じ経路を使って同じ宛先に送信するということが、セキュリティ的に意味をなさない。

⇒ファイルが添付された本体メールを不正入手した犯人は、パスワード(キー)を知らせるメールも入手できる、など。

- ・Zip暗号化は元々高度な知識がなくても復号化ができる弱い方式である。

⇒定番ソフトの「Lhaplus」にはメニューに「zipパスワード検索」タブが堂々と表示されており、時間さえかければ誰でも解読ができる、など。

さらに、この1~2年マルウェア「Emotet」がWordやExcelのようなMS OfficeファイルだけではなくZipファイルに紛れて流布される事案が増えていることも危惧されます。

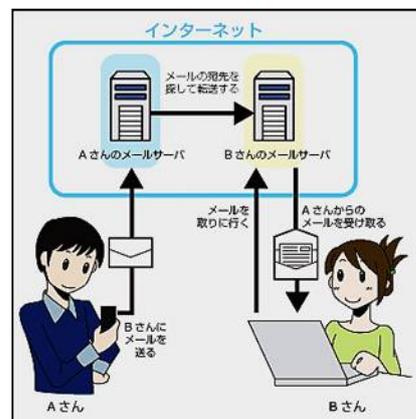
(2) パスワードを連続して送るのは危険か

メールは一般に以下の経路を辿って受信者の端末に届きます。

(右図参照=総務省のHPより引用)

1. 送信者メーラー→送信者メールサーバ
2. 送信者メールサーバ→受信者メールサーバ
3. 受信者メールサーバ→受信者メーラー

この流れの中で、無線通信やその他どこかに脆弱性があると盗聴される可能性が出てきます。通信経路だけではなく、《フィッシング》などが原因で送信サーバ・受信サーバ自体も不正アクセス



されることもあります。

本体メールを覗き見できた場合、その前後のメールも当然覗き見できます。送信者と受信者が同じメールが連続し、加えて「パスワードのお知らせ」などの件名があると、金庫の鍵の在処を示すのと同じです。

(3) 「Zip」に問題があるのか

Zip は元来複数の電子情報を一つにまとめたアーカイブファイルの形式の一つで、圧縮はオプション、更に圧縮のオプションとして暗号化があります。Zip 暗号化には主な方式（版）に2つがあり、Windows に標準で組み込まれている「2.0（標準）」と「WinZip」や「7-Zip」などでサポートされる「AES-256」です。

「2.0」は OS 標準機能のため使い勝手がいいのですが、「AES-256」よりも遙かに弱い方式です。ちなみに、キーの文字種、文字数で解読が現実的でなくす方策もありますが、フリーソフトの「LHAPlus」により Core i5 2.60GHz の旧型 PC でも**数字 6桁**（「999999」）のキーが**30秒で解読**されました。

「AES-256」は「LHAPlus」で「zip パスワード検索」が不能で強度が高いのですが、追加ソフトのインストールが必要なため一般に普及しているとはいえません。追加ソフトをインストールするのであれば、強度の点で高評価の「アタッシュケース」なども候補になります。

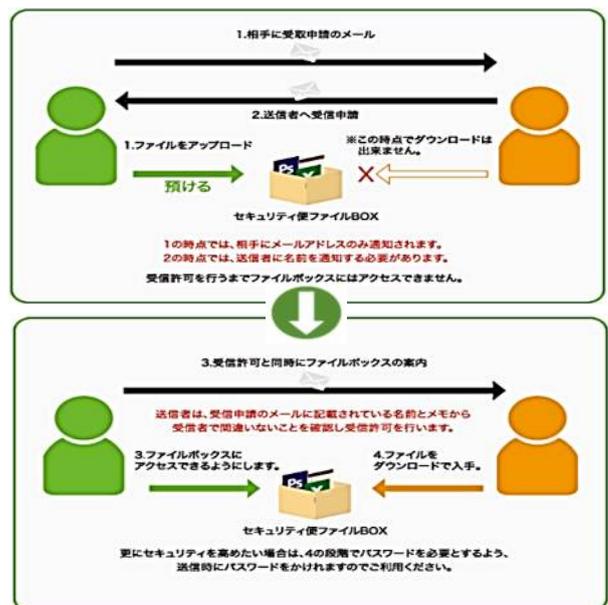
Zip はセキュリティ以外の点でも問題があります。例えば、「.zip」ファイルを展開しなくても含まれているファイルの名前が見える、展開すると余計なフォルダができる、などで元々毛嫌いしている人も数多くいます。

(4) Zip 暗号化の留意点および代替策はなにか

電子情報を送る方法として、どうしても Zip ファイルをメールに添付したいこともあるでしょう。その場合には以下の点に留意され、少しでもリスクの軽減を図られたらいいと思います。

- ・パスワードを予め先方と取り決めをしておき、本体メールの前後では送らない。
⇒金庫の在処を教えないことに繋がります。
- ・パスワードの文字種は英字、数字に特殊文字を混ぜ、長さは12文字以上とする。
⇒LHAPlus のパスワード解読時間を数日～数ヶ月以上かかるようになります。
- ・宛先を念入りに確認する。
⇒指差しや読み上げなどで念押しします。

メール添付に代わる方法としていま話題を集めているのが「ファイル共有」や「ファイル転送」サービスです。



(株)ファルコ HP より引用

「ファイル共有」にはご存じの Google ドライブ、Dropbox、OneDrive など多々あります。事前に先方と共有するフォルダを登録しておかないといけないため、頻繁にやり取りをするのでない限りひと手間余計なことになります。

「ファイル転送」には2種類あります。送信者が手動でサーバにファイルを送り込む(「アップロード」)するタイプと、送信者がメールを送信した際に添付ファイルを取り出しメールとは別な経路でファイル転送を行う(添付ファイル「ダウンロードリンク化」)タイプです。手動で**アップロードするタイプ**の場合、月額数百円と安価に利用できるサービスもあり手軽ですが、一度に送れるファイル数・大きさなどの一般的なスペック以外に以下の点に着目してサービスを選定されたいと考えます。

- ・先方への通知メールの送信がサービス会社名ではなく自由に設定できるか。

⇒できるのであれば会社で1アカウントの契約で済みます。

- ・暗号化機能を使わずに送信できるか。

⇒暗号化機能が生成したキーが通知文と連続して送られるのを防げます。

- ・相手がDLしようとした時、必要に応じ送信者に許可の問合せがもらえるか。

⇒送信先(宛先)を間違えてもファイルを開かれることを回避できます。

ダウンロードリンク化するタイプの場合、普通にメールを送信するだけですがポイントは費用でしょう。ユーザ数次第とはいえアップロードタイプに比べ数倍になると予想されます。

(5) まとめ

プライバシーマークの審査では「個人情報が入ったファイルの送信(メールを含む)にパスワードを付けていますか?」と訊かれることと思います。この問いは「PPAP」、ないしはZip暗号化の推奨を示唆しているものではありません。(右図= JIPDEC HP より引用=参照)

情報セキュリティの観点ではありませんが、「Zip ファイルは困る」としている人が大勢いることにも気を配りたいものです。手軽に、しかも安全に電子情報を送信する際ファイル転送サービスの利用を含め、各種の方法を貴社として検討されることを期待します。

メール添付のファイル送信について

昨今、個人情報を含むファイル等をメールで送信する際に、ファイルをパスワード設定により暗号化して添付し、そのパスワードを別メールで送信することについて、お問合せを多くいただいております。

プライバシーマーク制度では上記の方法による個人情報を含むファイルの送信は、メールの誤送信等による個人情報の漏洩を防げないこと等から、従来から推奨しておりません。

プライバシーマーク付与事業者におかれましては、個人情報を含むファイルをメールで送受信する場合、送信先や取り扱う情報等を踏まえ、リスク分析を行ったうえで、必要かつ適切な安全管理措置を講じていただきますようお願いいたします。

3. P マーク取得事業者を集計しました

弊社は日頃、保険代理店関係の P マーク取得事業者動向をフォローしていますが、今回は 2022 年 1 月末時点における P マーク取得事業者全体（約 16800 社）を対象に、JIPDEC が公表して資料から各種の集計を試みました。

(1) P マーク取得事業者の業種（JIPDEC 業種分類）区分について

最初の集計は業種区分についてです。即ち P マークを活用している業種はどんなところかを調べました。結果は、ソフトウェア企業を含む「情報サービス調査業」が圧倒的にトップです。P マーク取得事業者の 41% を占めるという圧倒振りです。2 位以下にもサービス業種が並びます。

また、今回 P マーク取得事業者が多かった業種について、3 年前（2019/3）と比較しました。サービス業では、揃って P マーク取得事業者数が増えています。業種別第 3 位の「出版・印刷・同関連産業」は、逆にこの 3 年間で 48 社の減少となっている点が目に留まります。

(注) 下表内()内の数字は、P マーク取得事業者全体に対する割合を示しています

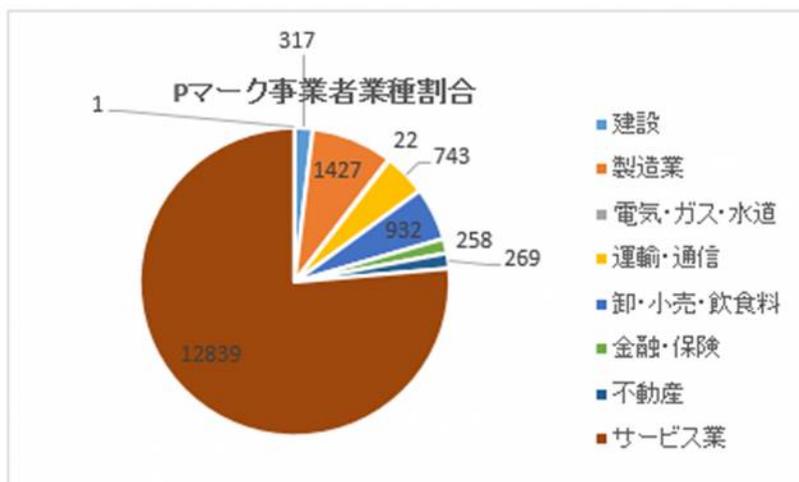
順位／業種	① 情報サービス調査業	② その他の事業サービス業	③ 出版・印刷・同関連産業	④ 専門サービス業	⑤ 運輸に付帯するサービス業
2022/1	6,921 (41%)	3,521 (21%)	1,209 (7%)	1,017 (6%)	578 (3%)
2019/3	6,625 (41%)	3,253 (20%)	1,257 (8%)	1,011 (6%)	297 (2%)
増減	296	268	▼48	6	281

なお、上表に続く上位業種としては、⑥道路貨物運送業（536 社）⑦広告業（516 社）⑧設備工事業（27 社）⑨倉庫業（202 社）⑩保健衛生（183 社）となっています。

上記の集計は現在の P マーク事業者全体の集計ですが、最近の動向を知るために直近の約 2 年間に絞って P マークを取得した、1,927 社についての業種内訳をみたのが下表です。

順位／業種	① 情報サービス調査業	② その他の事業サービス業	③ 専門サービス業	④ 出版・印刷・同関連産業	⑤ 運輸に付帯するサービス業
事業者数	786 (41%)	516 (28%)	128 (7%)	68 (4%)	56 (3%)

全体傾向は変わりませんが、「専門サービス業」と「出版・印刷・同関連産業」が逆転している点が、「出版・印刷・同関連産業」の減少を示しています。



JIPDEC の業種中分類の上位区分である業種大分類の区分けに沿って、8 業種の割合を左の円グラフに示してみました。

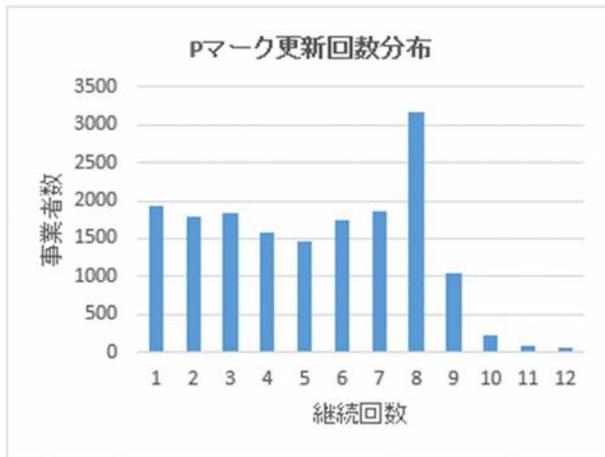
上記の情報サービス調査業等を含む「サービス業」が約 75% を占めるといった状況になっています。

(2) Pマーク更新回数の分布状況

次にPマーク事業者の継続回数について見てみます。Pマークの更新は2年ごとに行われます。Pマーク制度は1998年に始まっており、制度開始から20数年が経過していますので、Pマーク制度が始まった直後にPマークを取得した事業者の更新回数は12回に達しています。

以下は、現状のPマーク取得事業者の継続回数の分布です。

下のグラフで継続回数8回のところがとびぬけて高くなっているのは、2006年に個人情報保護法が全面施行されたことを受けて、この時期にPマーク事業者が急増したことの反映です。



継続回数	事業者数	継続回数	事業者数
12回	54	6回	1,745
11回	96	5回	1,475
10回	220	4回	1,580
9回	1,044	3回	1,848
8回	3,196	2回	1,788
7回	1,860	1回	1,927

なお、継続回数12回と長きにわたってPマークを継続しているのは54社で、情報サービス・調査業：4社、出版・印刷・同関連産業：3社、その他の事業サービス業：3社、その他の生活関連サービス業：2社です。

(3) Pマーク事業者の所在地について

最後に、Pマーク取得事業者の所在地を集計しました。予想通り東京都、大阪府、神奈川県と続いています。その反面Pマーク取得事業者が30社に達していない県も4県あります。

東京都	9,162	北海道	242	熊本県	111	香川県	63	大分県	41	島根県	35
大阪府	1,667	京都府	215	岡山県	110	愛媛県	60	山梨県	39	岩手県	31
神奈川県	806	広島県	177	長野県	97	三重県	59	秋田県	38	和歌山県	30
愛知県	691	静岡県	155	石川県	92	福井県	58	山形県	37	佐賀県	26
埼玉県	500	宮城県	143	岐阜県	88	鹿児島県	51	山口県	37	青森県	24
福岡県	499	茨城県	122	群馬県	79	滋賀県	48	徳島県	37	鳥取県	23
千葉県	315	沖縄県	116	福島県	74	奈良県	46	宮崎県	35	高知県	20
兵庫県	252	新潟県	116	栃木県	65	富山県	42	長崎県	35		

(*) 上表青網掛け府県は、この3年間でPマーク取得事業者が減少した府県

(4) まとめ

上記の集計結果をご覧いただき、「いまさら集計するまでもない」と思われた方も多いと思います。しかしながら、紙面の関係で詳細な数字は割愛しましたが、「3年前と比べてPマーク取得事業者が減少した」府県が20府県もあることは、Pマーク制度の今後に一抔の不安を感じます。

Pマーク制度の元締めであるJIPDECを中心に、Pマーク制度がわが国の個人情報保護政策の柱となるよう今以上に事業者にとって魅力のある有効な制度に育て上げる活動が期待されます。

4. お知らせ

(図説) 生命保険ビジネス「第2版」が発売となりました。

みなさまにご好評を戴いております「図説：生命



保険ビジネス」は、平成26年12月の発刊ですが、この度、改訂版「第2版」が度金融財政事情社より発行されました。

改訂「第2版」では、最新の情報に基づき生命保険ビジネスのなりたち、商品開発から募集、保険金支払いに至る業務のポイント、経営環境の変化と今後の経営戦略方向を、1テーマ見開き2ページで分かり易く図説しております。

生保ビジネスに携わる新入社員から役員の方に至るまで、幅広くご利用戴けるものと確信しております。

また、既刊の「図説：損害保険ビジネス」「図説：損害保険代理店の新潮流」に就きましても、併せご購入をお願い申し上げます。

以上

Pマークをはじめとして各種ご相談は下記で承っています。お気軽にどうぞ！

連絡先 株式会社トムソンネット (<https://www.tmsn.net/>)
〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台4-6 御茶ノ水ソラシティ13階
電話 03-3527-1666 FAX03-5298-2556

担当: 岩原 秀雄 (Mail: iwaharahi1017@tmsn.net) 平泉 哲史 (Mail: s.hiraizumi@tmsn.net)
本間 晋吾 (Mail: s.honma@tmsn.net)