

コンプライアンスを巡る企業と 個人の問題の考察

池田桂子



× 小澤尚記



はじめにー

今年前半は、フジテレビでタレントN氏と女性アナウンサーとの問題を巡って、ハラスメントや人権問題という以上に、企業のコンプライアンスと情報共有の在り方などがクローズアップされました。当事者の間では示談が成立し、守秘義務も盛り込まれていましたが、これを機に、第三者委員会が調査し、報告書も公開されました。プライバシー保護を言い訳にして対応を怠っていた企業の姿勢は企業文化を背景としていると思います。このところ、コンプライアンスという言葉が聞かない日はないと言っていいほどですが、改めて、考えてみたいと思います。

コンプライアンス違反の典型例はどのような問題ですか？

粉飾決算などの不正な会計、偽造・改ざん・偽装問題、情報漏洩、人権や人の尊厳にかかわるような労働問題をはじめ、さまざまなものがあります。

もちろん刑罰の対象となるような刑事事件も典型的なコンプライアンス違反になります。

そもそも、「コンプライアンス」Complianceということはどういうことを意味するのでしょうか？

直訳すれば、『法令遵守』という言葉ですが、必ずしも法律違反＝コンプライアンス違反ではないというのが日本社会での共通認識になっていると思います。

法令遵守は法令を守るというのが本来の意味だったはずですが、現在では企業に求められる倫理に反する行為もコンプライアンス違反と認識されるようになっていきましたので、コンプライアンスという言葉の意味が徐々に広がっています。

コンプライアンス意識を持つことは重要であると思いますが、コンプライアンスは企業や組織が守るものという考えではいけないのでしょうか？

もちろん企業や組織がコンプライアンスを守るのは当然です。しかし、企業や組織も様々な価値観をもった人間の集合体です。

そこで、企業や組織がコンプライアンスを守ると宣言したところで、個々の人がコンプライアンスを守らない限り、企業や組織がコンプライアンスを守ることはできません。

従って、企業や組織に属する個々の人がコンプライアンスを意識して、コンプライアンスを守ることを行動原理の中に組み込んでいく必要があります。

企業や組織がコンプライアンスを実現する仕組みと考えた場合のポイントは何でしょう？

経営陣の関与、リスクの管理や評価、内部統制、検証や監査、研修の必要性の等がすぐに思い浮かびます。少し、それについて、考えてみたいと思います。

経営陣の責任は重いです。企業や組織の行動規範などを定め、また日頃からトップメッセージを発していくことは重要です。トップがコンプライアンスを意識して、それを守ることを明確なメッセージとして伝えない限り、企業や組織にコンプライアンスの意識を定着させることはできません。

しかし、トップメッセージだけでは、コンプライアンスを守ることを個々の人の行動原理の中に組み込んでいくことまではできません。

個々の人の生まれ育った環境も異なり、価値観もそれぞれ異なる以上、何がコンプライアンス違反になりうるのかを具体的に、明確に伝えていく努力が必要になりますし、内部統制システムとしてコンプライアンスを守ることができる組織を構築する必要もあります。

企業や組織の活動においては、まずは企業や組織の活動に伴うリスクの洗い出しと管理が必要ですし、リスクといっても企業や組織の活動にとっての脅威度では大小がある以上、その評価も必要になります。

また、個々の人に対して、研修などを通じて、何がコンプライアンス違反になりうるのかを具体的に伝え、コンプライアンス違反をした場合に何が起こるのか、こういった制裁があるのかを伝えていく必要があります。

さらに、企業や組織の活動がコンプライアンスを守ることができていたのかについては、事後的に検証や監査をし、仮にコンプライアンス違反やコンプライアンス違反になる可能性がある事象があれば、改善策を検討して改善を試みていく必要があります。

しかし、事後的な検証や監査だけでは、コンプライアンス違反をすべて把握できない可能性もあり、特に企業や組織の活動を担っている個々の組織人でしか把握できない不正行為などのコンプライアンス違反を捕捉する体制を構築する必要もあります。

以上のとおりですが、視点としては、企業や組織全体として、いかにしてコンプライアンスを守ることができる体制を構築し、コンプライアンス違反があったとしても早期に対処できる体制を構築するかが重要です。

コンプライアンス体制を整えるとは、具体的にどのようなことをすればよいのでしょうか？

コンプライアンスに関する内部監査部門や内部統制部門といった専門部署や相談窓口を作り、経営陣をトップとして専門の委員会を設置したり、定期的な協議や報告の機会を作る、組織内の各部署に責任者を置くなど、やるべきことは多いですね。

少しずつでも体制を整えていくこと、体制を整え始めたら、最後まで構築することが必要です。

(次のページに続く)

そういえば、コンプライアンスという言葉のほかには内部統制という言葉も聞きますが、どういう関係にあるのですか？

内部統制は企業が事業活動を健全かつ効率的に運営するための仕組みのことです。これに対して、コンプライアンスは目指すべき姿、と言ってよいと思います。

内部統制の仕組みを構築することによって、コンプライアンスを守る体制も強化されるという関係にあります。

内部統制で気を付けることは何でしょうか？そもそも内部統制については整備すべき法令上の義務がありますよね？

会社法では、「取締役の業務執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制その他株式会社の業務及びその子会社から成る企業集団の業務の適正を図るために必要なものとして法務省令で定める体制の整備」（会社法362条4項6号）が求められています。

また、金融商品取引法では、「事業年度ごとに、当該会社の属する企業集団及び当該会社に係る財務計算に関する書類その他の情報の適正性を確保するために必要なものとして内閣府令で定める体制」（金融商品取引法24条の4の4）を構築することが求められています。

会社法は株主などのステークホルダーのための企業統治と事業運営全体の内部統制を求めているのに対し、金融商品取引法は投資家保護のための内部統制である点で違いがあります。

次に、公益通報者保護法で、公益通報に適切に対応するための体制整備が求められています。これは、企業統治や事業運営全体の内部統制だけではコンプライアンスを守ることができない場合でも、コンプライアンス違反を把握するきっかけになるものとして、制度の導入が求められているものです。

内部監査に求められる役割はどうでしょうか？

企業や組織の活動は、業務執行部門が業務を行わなければ、前に進んでいくことはできません。

しかし、業務執行部門が前に進んでいく際に、その活動にコンプライアンス違反が無いかどうかをチェックする体制がどうしても必要になります。

そして、コンプライアンス部門が設置され、適切に機能することが、企業や組織全体のコンプライアンスを守る体制につながります。

もっとも、コンプライアンス部門は業務執行部門とは異なり、企業や組織全体の情報に十分にアクセスできない場合などがあり得ます。

そこで、業務執行部門への監視を行うコンプライアンス部門の機能強化が課題です。内部監査への期待は従前よりも高まっています。内部統制を周知する研修も有効でしょう。

CSR (corporate social responsibility) 企業の社会的責任との関係は？

企業の社会的責任、すなわち企業が社会や環境と共存しながら持続可能な成長を図るため、責任ある行動や説明責任を果たしていくことを求めるという考え方ですが、これは法令遵守という本来のコンプライアンスには含まれないと思われる概念です。

しかし、近年では、CSRも含めてのコンプライアンスという認識が社会に定着しつつあるのではないかと考えられます。

企業を取り巻く環境は、最近、変化が早く、複雑化しています。何でもかんでも、コンプライアンスというように対象の拡大傾向はありませんか？

価値観が多様化していく社会の中で、いままでコンプライアンスの問題にならないと考えられていたことでも、コンプライアンス違反と捉えられるかもしれないと、コンプライアンスの概念が拡大傾向にあると感じることが多いです。

しかし、コンプライアンスの概念が拡大傾向にあるからといって、それは間違っていると言っても有益ではありませんし、拡大傾向にある概念と企業・組織活動をいかに合致させていくの方が重要です。

今後、AIが普及していくにつれて、AIに対する法規制などが追いつかないまま、技術だけが進歩していくかもしれません。そういった状況でも、企業や組織の活動の中にAIをどう位置付け、企業・組織や社会の価値観に反しないように利用する体制を構築していくかが重要です。

会社にかかわるステークホルダーは、株主、従業員、様々な立場の人たちがいますか・・・。

企業が社会的な存在であることから、株主、従業員、取引先、地域社会、更にはグローバルな社会、消費者など、企業を取り巻くニーズに誠実に応えていくことは、企業や組織、あるいはそこにかかわる人々全体への信頼を高め、コミュニケーションを活性化し、価値を高めることに大いに貢献することになります。

社会の変化に応じて、企業や組織の活動を変えていくことができる柔軟性が必要になってきますし、柔軟性を発揮するためにはコンプライアンス部門が価値観をキャッチアップして、その時代にあったコンプライアンス体制を構築していく必要があります。

その時代にあったコンプライアンス体制を構築し、構築した体制を徐々に変化させていくことができる柔軟な組織こそが価値があるものになるはずです。



ネット上の投稿の削除依頼と 発信者情報開示請求

川瀬裕久



× 石田美果



川瀬

参議院議員選挙が終わり、与党が過半数を下回るという結果になりましたが、一方でSNS戦略に長けていると評価される参政党が議席数を伸ばすなど、今やSNSは単なる個人間のコミュニケーションツールという位置づけを超え、社会に大きな影響を及ぼすようになっています。

そんな中で、SNSを初めとしたインターネット上での誹謗中傷、プライバシー侵害、違法・有害な投稿の存在は、以前から大きな問題となっており、未だ解決に至っていません。最近では、著名人が、こうした投稿に対して、積極的に法的な措置をとることを明らかにするケースも見られます。

こうした状況を踏まえ、法律も順次改正がなされており、最近の動向としては、特定電気通信により情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律、通称、情報流通プラットフォーム法が2025年4月1日から施行されています。

石田先生は、弊事務所のウェブサイト上の法律コラムで、2024年12月4日に発信者情報開示請求について、2025年3月18日に情報流通プラットフォーム対処法について解説されていますが、現在の到達点として、自身や家族がインターネット上で誹謗中傷されたり、勝手に顔写真と住所が晒されたりした場合には、どのように対処すれば良いのでしょうか。

石田

最初に、投稿されたサイトの管理者に、投稿の削除依頼をすることが考えられます。

こうした削除依頼は、従前から行われていましたが、情報流通プラットフォーム対処法の成立により、大規模なプラットフォーム事業者を対象に、被害者からの削除の申請に対して、一定の対応が義務づけられました。具体的には、以下のような義務です。

①誹謗中傷などの被害を受けた人から削除申出を受けるための窓口の整備と公表（法22条）

大規模プラットフォーム事業者は、被害者が削除を求めるための方法を定めて、その方法をインターネットで公表することが義務付けられています。

②削除申出への対応体制の整備（法24条）

専門的な知識経験を必要とするケースについて、適正に調査を実施できるように、権利侵害への対処に関して十分な知識経験を有する者のうちから、侵害情報調査専門員を選任することが義務付けられています。

③削除申出に対する判断・通知（法25条）

権利侵害に関する調査の結果を踏まえ、削除の措置を講じるかどうかを判断し、申出に応じて削除をした場合は削除をした旨、削除をしなかった場合はその理由を、原則7日以内に、申出をした人に通知します。

2025年8月5日現在、総務省は、以下のプラットフォーム事業者を、義務づけの対象事業者に指定しています。

大規模特定電気通信役務提供者	（参考）サービス名
Google LLC	YouTube
LINEヤフー株式会社	Yahoo!知恵袋、Yahoo!ファイナンス、LINEオープンチャット、LINE VOOM
Meta Platforms, Inc.	Facebook、Instagram、Threads
TikTok Pte. Ltd.	TikTok、TikTok Lite
X Corp.	X
株式会社ドワンゴ	ニコニコ（特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律施行規則（令和4年総務省令第39号）第8条第6項各号に定めるものを除く。）
株式会社サイバーエージェント	Amebaブログ
株式会社湘南西武ホーム	爆サイ.com
Pinterest Europe Limited	Pinterest

（引用元：https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai.html）

したがって、これらの事業者が運営するサービスであれば、削除の申出をするための窓口や手順が整備され、公表されているはずですので、それを探して申請をするのがもっとも手軽です。

川瀬

なるほど。指定されている業者のサービスを見ると、私たちがよく使っているSNSの多くが含まれていそうですね。

では、これらの対象になっていないサービスで、削除申請窓口が見つからない場合や、削除申請をしたものの、削除をしてもらえなかった場合には、どうしたら良いのでしょうか。

石田

裁判所に削除の仮処分を申し立てることが考えられます。具体的には、サイト運営者等に対し、侵害情報の削除を求めて、削除の仮処分命令を裁判所に申し立てることになります（民事保全法23条2項）。

（次のページに続く）

川瀬

なるほど。

ところで、無事削除されたとしても、インターネット上では、一度公開されてしまった情報を完全に消し去ることは難しいですね。その場合には、削除申請以外に、何か取ることが出来る手段はないのでしょうか。

石田

投稿によって受けた精神的苦痛等の損害について、発信者に対し、損害賠償請求することが考えられます。

そのためには、まず発信者が誰なのかを特定することが必要になります。

川瀬

それが、先生が2024年12月4日のコラムで説明をされていた発信者情報開示請求なのですね。

この手続は、裁判所の手続を使うことになるようですが、やはり弁護士に依頼をした方がよいのでしょうか。

石田

裁判所に対して、発信者情報開示命令を申し立てることになりますが、法律やインターネット等の専門的な知識が必要になりますので、個人で対応するのは中々困難であると思われます。そのため、弁護士に依頼することをお勧めします。

川瀬

弁護士に依頼するに当たって、注意すべきことは何かありますか。

石田

まずは、証拠となる情報を保存しておくことが重要です。

具体的には、投稿内容がわかるようスクリーンショットを撮っておきます。その際、URLや投稿日時などの情報も併せて保存しておく必要があります。

川瀬

ここまでは、被害者側の手段について教えていただきましたが、逆に、SNSなどで誹謗中傷やプライバシー侵害などをしてしまった場合、どのようにすべきでしょうか。

石田

まずは、被害の拡大を防ぐため、早急に削除を試みる必要があります。多くのサイトには、お問合せフォームや削除依頼フォーム等が設置されていますので、書き込みを行ったサイトの管理者に、当該フォームから削除依頼をします。通常、発信者からの削除要求で

あれば、削除される可能性が高いと思われます。

削除が出来たとしても、既に行った投稿により、民事・刑事の責任が発生する可能性は存続するため、被害者と示談を試みるなど、損害回復に手を尽くす必要があります。そのため、まずは弁護士に相談することをお勧めします。

川瀬

ありがとうございます。よくわかりました。

いずれにせよ、早めに相談をした方が良さそうですね。

石田

池田総合法律事務所では、ネット上の名誉毀損、プライバシー侵害等の問題も取り扱っています。お困りのことがありましたら、いつでもご相談ください。



個人情報保護法について

山下陽平



×

栗本真結



山下

インターネットやスマートフォンの普及に伴い、氏名や生年月日、住所等の個人情報の入力を求められる機会が多くなりました。また、検索履歴やGPS情報等を活用し、個人の趣味や嗜好に基づいた広告配信も行われています。

栗本

確かに、インターネットを利用していると、自分の性別や年代を対象とした商品の広告や、自分が住んでいる地域の店舗の広告などがよく表示されます。自分の個人情報が知らないうちに利用されているのではないかと、不安に感じることもあります。個人情報の取扱いに問題はないのでしょうか。

山下

個人情報の適切な取り扱いは、事業者にとって非常に重要です。個人情報保護法27条では、事業者が個人データを第三者に提供するには、原則として、事前に本人から同意（オプトイン）を得なければならないと定めています。

栗本

本人の同意を原則とすることで、事業者が個人情報を不適切に流出させることを防止しているのですね。しかし、毎回本人の同意を得るとなると、事業者にとっては大きな負担となりそうです。

山下

例外的に、一定の条件の下で、オプトアウト方式による第三者提供が認められています（個人情報保護法27条2項本文）。これは、本人の明示的な同意を得なくても、本人の拒否（オプトアウト）がなければ同意したとみなし、第三者への提供を可能にするものです。

【オプトアウト方式による第三者提供の要件】

- ①次の必要事項を、事前に本人に通知するか、本人が容易に知り得る状態に置くこと
 1. 個人情報取扱事業者の氏名又は名称及び住所並びに法人等の代表者の氏名
 2. 第三者への提供を利用目的とすること
 3. 第三者に提供される個人データの項目
 4. 第三者に提供される個人データの取得の方法
 5. 第三者への提供の方法
 6. 本人の求めに応じて第三者への提供を停止すること
 7. 本人の求めを受け付ける方法
 8. 第三者に提供される個人データの更新の方法
 9. 当該届出に係る個人データの第三者への提供を開始する予定日
- ②個人情報保護委員会へ届け出ること
- ③本人から提供を停止するよう求められたときは、速やかに提供を停止すること

栗本

要件を満たす場合には、本人の同意を得ないで第三者提供ができるのですね。しかし、通知・公表しなければならない事項はかなり多いですね。

山下

事業者は、前記の必要事項について、正確な情報を正確な状態で通知・公表しなければなりません。内容に変更があった場合には、必ずその内容を変更し、常にその時点での正確な内容を通知・公表する必要があります。

栗本

通知・公表する内容が常に正確なものであることを確認しなければいけませんね。

ガイドラインによると、「本人が容易に知り得る状態」とは、本人が知ろうとすれば、時間的にも、その手段においても、簡単に知ることができる状態に置いていることをいい、事業の性質及び個人情報の取扱状況に応じ、内容が本人に認識される合理的かつ適切な方法によらなければなりません。公表の方法としては、必要事項をホームページ等に継続的に掲載することが考えられるのでしょうか。

（次のページに続く）

山下

ホームページ等への継続的な掲載で問題ありませんが、本人が簡単にアクセスできる場所に掲載する必要があります。その他、事業所の窓口等に掲示・備付けをする方法や、会社の広報誌や組合のパンフレットを定期的（3か月に一度程度以上）・継続的に配布する方法なども考えられます。

他方、官報や新聞に一度掲載されただけでは、簡単に知ることができるとはいえず、認められないでしょう。

栗本

個人情報を本人以外の者が公表等利用する場合には、公表の方法に注意しなければいけませんね。

例えば、表札や郵便受けを調べて住宅地図を作成・販売する住宅地図事業者や、ダイレクトメール用の名簿等を作成・販売するデータベース事業者などは、オプトアウト方式による第三者への提供で運用されているのでしょうか。

山下

はい。オプトアウト方式による第三者提供は、多数の個人を対象とするデータベースを利用する事業の中には社会的にみて必要性和有用性があるものも少なくないことから、例外的に認められています。

他方で、いわゆる名簿屋による悪用が社会問題となっているため、次のいずれかに該当する個人データは、オプトアウト方式による第三者提供が認められていません（個人情報保護法27条2項但書）。これらの個人データを第三者に提供するには、常に本人の同意（オプトイン）が必要です。

【オプトアウト方式による第三者提供が認められない個人データ】

1. 要配慮個人情報（例：人種、宗教、病歴、障害の有無、犯罪歴等）
2. 不正取得された個人データ
3. 過去にオプトアウト方式によって提供された個人データ

栗本

名簿屋が悪用し、漏えいした個人データを転売するためにオプトアウト方式による第三者提供を用いるような濫用事例も見られます。

あくまで本人の同意（オプトイン）が原則で、オプトアウト方式は厳格な要件を満たす必要のある例外と理解することが重要ですね。

山下

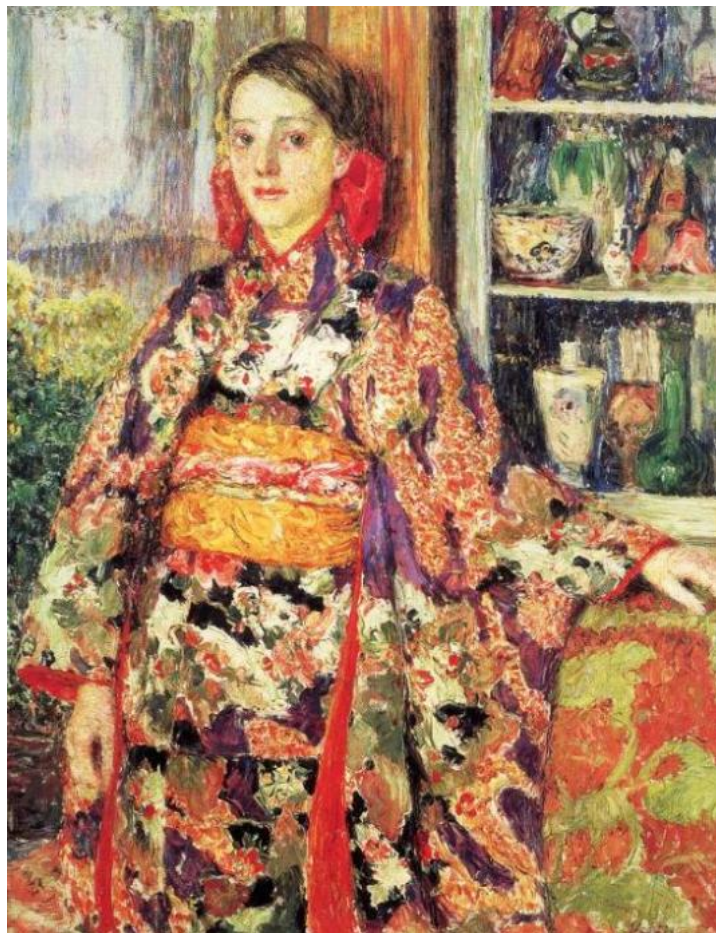
そうですね。事業者としては、できるだけ本人の同意を得た上で第三者提供を行うことが望ましいです。オプトアウト方式による第三者提供を導入する場合には、本人への通知・公表や個人情報保護委員会への届出、停止対応などを厳格に整備する必要があります。

また、第三者から個人データの提供を受ける場合も、その個人データがオプトアウト方式による第三者提供が禁止されたものでないか、確認する必要があります。

個人データの利用・管理に関してお悩みの方は、池田総合法律事務所までお気軽にご相談ください。



私 的 絵 画 百 選 ②③



『和服を着たベルギーの少女』

児島虎次郎

1881年（明治14年）4月3日に岡山県の現在の高梁市成羽町に生まれ、1929年（昭和4年）3月8日没。

＊この作品は1911年(大正明治39) 年制作

117.0 × 90.0 cm 油彩 カンヴァス

大原美術館蔵

ベルギーの少女は日本の振袖を着て、画家のモデルとして少し緊張気味に柱に寄りかかって立っています。振袖は黒色の地に紫や白色の椿の花や朱色の刺繍や縫い取りが描かれているように見えます。画面左手の棚には、日本人形や壺や抹茶茶碗のような陶器が飾られています。少女の背後にはガラスの向こうに庭木が見え、ガラスは雨が伝っているのか、それとも汚れなのか、わからないのですが、ガラスには縦に引かれた多数の筋が描かれていて、それを通して奥行きが感じられます。振袖の絵柄は、点描のようでもあり、絵の具をチューブから出して塗り込むことなどを試作しているようです。

大原美術館本館の来訪者を迎えてくれるこの絵は、虎次郎がベルギーのアントワープ美術アカデミーへの留学期間（1909－1912）に描かれました。高梁市の旅館・仕出し業の両親のもとに生まれた虎次郎は絵が好きで、東京美術学校（今の芸大）に学んで黒田清輝や藤島武二に師事、その後大原家の奨学生になって、飛び級で芸大を卒業し、アントワープのアカデミーも首席で卒業したそうです。画業を修める一方で、語学を生かし、大原孫三郎の依頼を受けて絵画の買い付けに幾度も欧州に足を運んで、大原美術館の礎を作ったことはよく知られています。

そもそも、家族の反対を押し切って画家の道を目指した虎次郎でしたが、高梁市出身の弁護士櫻井熊太郎の推薦で大原家の奨学生となり、1歳年上の大原孫三郎と出会ったことがその後の人生を導きます。47歳で亡くなるまで、西洋画の本場、ヨーロッパとの行き来は続きました。

虎次郎が青い目の少女をモデルにして着物を着せて描いた作品は、いくつか残されており、大原美術館のは、小さな隣人という副題が付いています。また、故郷の高梁市の羽成美

術館にも同様な作品があります。そちらは、椅子に座り、落ち着いた感じの少女で、同じ人物に同じ振袖と思われそうですが、そちらは、着物の柄行が塗りの厚さが薄い分模様は鮮明です。豊かな色彩で、少女の白い肌が柔らかな筆致で描かれています。

着物を着た外国女性の絵と言えば、ホイットマンの『バラ色と銀色：陶磁器の国の姫君』やモネの『ラ・ジャポネーズ』が有名ですが、これらの絵画は、ジャポニズムと呼ばれる日本趣味、扇子や浮世絵、うちわ、屏風などを添えて、刺激的なインスピレーションを得た外国人画家の描写力が話題となった作品です。一方、虎次郎の描いた少女は、日常の風景の中で、肌の色や空気などに当たった自然な光をどうとらえるのか、といった試みであったように思われます。

高梁市成羽美術館は、岡山県初の町立美術館として昭和28年に開館し、現在の建物は2度建て替えられた素敵な建物です。日本で印象派の一人とも紹介される洋画家、児島虎次郎のために建てられたといってもよいでしょう。

そして、今年2025年4月に倉敷美観地区に大原美術館の新館、児島虎次郎記念館がオープンしました。旧中国銀行倉敷本町出張所の建物ですが、これは、大原美術館本館など倉敷に本格的な洋風建築を建築した薬師寺主計の設計です。児島虎次郎の絵画作品のほか古代エジプトや西アジアの美術品が展示されています。虎次郎自身、大原美術館と水路を挟んで向側に位置する大原家の別邸、有隣荘の欄間や取手のデザインをするなど建築にも興味を示していました。

才能を支えてくれた大原家、周囲の人々、郷土に伝えようとした人生の中で、好きな絵画を描き続けました。大原美術館だけでも160点があるそうです。足を運んでご覧になりませんか。

（池田桂子）