

保険事業のシステム化に伴う保険会社側の顧客情報の利活用
及び保護のあり方に係る法的課題（仮題）

香川大学法学部 肥塚肇雄

I. はじめに

保険事業のシステム化は広く保険会社側の業務の効率化を押し進めるが、保険サービス業務においてもその例外ではない。たとえば、保険会社側がいわゆるアプリケーションを通じて契約時に説明する等、電子媒体を活用して保険契約を締結する。その際、さまざまな顧客情報を電子媒体等などに記録する。そして、保険会社側はこれらの顧客情報を利活用することにより顧客に対しより適切な保険サービス又は保険情報を提供することを可能とする。これは顧客側にもメリットをもたらすものである。

しかし、他方、①顧客情報が保険会社側から流出することをいかに防ぐかという保険会社側の顧客情報管理のあり方が問題となる。さらに②新商品開発の場面において、保険会社、グループ会社及び提携会社はどの範囲の顧客情報をどの程度まで利活用することが法的に許されるのか、③募集の場面において、保険会社、保険代理店及び募集人はどの範囲の顧客情報をどの程度まで利活用することが法的に許されるのかも問題となる。とりわけ、ビッグデータとして利活用されるとき、データは誰のものかという視点からも問題となる。個人情報保護法施行前の顧客情報の取扱いにおいても、顧客の同意がない場合顧客情報の利活用は法的にどのような条件の下許されるのかの疑問も生じる。

本報告は、以上の問題意識の下、保険事業のシステム化を進めるに伴い生じ得る顧客情報の利活用及び保護のあり方に係る法的課題を指摘するものである。

なお、「EUデータ保護規則提案」が2014年3月に欧州議会で可決され、個人情報概念に健康に関するデータ等が含まれることになった。わが国においても、高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部にて、2014年6月24日に「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」が決定され公表されている。

【平成26年度大会】

シンポジウム

報告要旨：肥塚 肇

Ⅱ. 顧客情報に係る当事者の法的関係－保険会社、代理店、仲立人及び募集人

Ⅲ. 保険会社側が取得した顧客情報の対象及び範囲

1. 顧客から直接取得した情報

- (1) リスク測定に必要な情報<契約時> (告知内容－医療情報を含む)
- (2) 顧客のベストな保険商品を提供するための情報 (資産, 年収等)
- (3) 顧客に係る周辺の情報 (親族関係, 家庭内事情及び交友関係等)

2. 顧客以外の者 (又はメディア・ネット等) から取得した情報

Ⅳ. 保険会社側の顧客情報の利活用方法

1. 生損保会社

- (1) リスク測定：医療, 自動車事故及びクレジット等の情報
- (2) 新商品開発：ビッグデータ化

2. 代理店, 募集人

- (1) 新規契約獲得：収入, 資産, 家族, 趣味・嗜好, 健康及び交友関係等の情報
- (2) 保険サービス提供：収入, 資産, 家族, 趣味・嗜好及び健康等の情報

Ⅴ. 個人情報保護法と保険会社側の顧客情報の保護のあり方

1. 個人情報とプライバシーの峻別

2. 個人情報としての顧客情報保護のあり方と顧客情報の利活用の法的限界

Ⅵ. 結びにかえて