

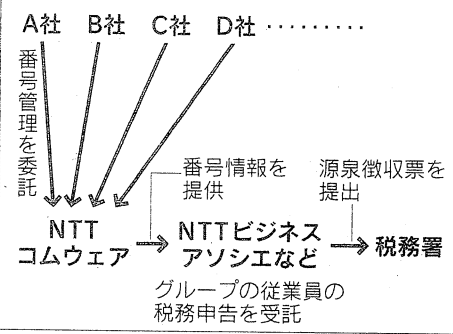
漏洩対策、各社動く

2016年1月に税と社会保障の共通番号（マイナンバー）の運用が始まる。企業は従業員や個人の取引先の個人番号を収集し、管理する必要がある。政府は個人情報不正利用に対する懸念に対応して罰則を強化。番号を外部に漏らすと個人には実刑の可能性がある。企業も監督責任を問われ、社会的イメージの失墜にもつながる。各社の漏洩対策を迫った。約25万人の従業員を抱えるNTTグループでは、NTTドコモなどの各事業会社が社員の番号を収集し、NTTコムウェア（東京・港）のシステムに入力。その後の管理業務をコムウェアに委託する。

監督責任は委託元に残るため、各事業会社の管

迫るマイナンバー始動

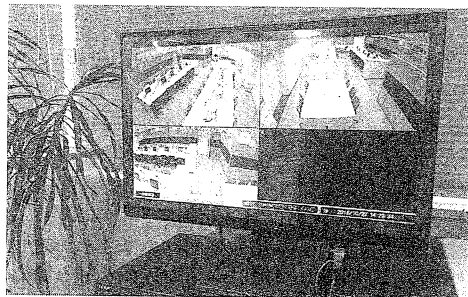
NTTグループのマイナンバー管理体制



理責任者が「委託先がきちんとセキュリティ対策を実施しているかチェックする」（NTTの梶原全裕・人事・人事制度担当部長）。

税務申告のため源泉徴収票を作成する作業も、

大半の会社がグループのNTTビジネスアソシエ（東京・千代田）など、NTTに委託している。アンジェなどの担当者はコムウェアから番号の提供を受ける。この際に番号を扱う人の仕事場には仕切



東京海上日動事務アウトソーシングは、担当者が関連書類を外部に持ち出さないかなどをカメラで監視する

NTTグループで一括管理 コンビニ各社 F C加盟店に指導

保険の基本方針は「顧客の番号情報に触れる人員を極力少なくする」（宇野裕司・契約業務サービス推進部企画グループ課長）ことだ。

番号管理は100%子会社の東京海上日動事務アウトソーシング（東京・港）に委託。番号の収集も社員や代理店を通さず、同社のマイナンバー担当部署が郵便で顧客に番号の記載を依頼する。番号を扱う人員は数人に絞り、職場のレイアウトを変更し、担当者以外が入れないようにする。

フランチャイズチェーン（F C）の場合、加盟店が従業員らの番号を漏洩させても本社は直接的な責任を問われない。だが流出すればブランドイメージの悪化につながりかねない。このためコンビニエンスストアなどで野裕司・契約業務サービス推進部企画グループ課長は、番号の管理対策を加盟店に指導している。

ロソンは今月、約1万2千店の加盟店向けに漏洩対策などの詳しい取扱規定を記したマニュアルを作成し、各店舗に配布する。ファミリーマートも9月から10月末にかけて、約1万店ある加盟店の店長らを集め、専門家を講師として招いて説明会を開いた。

中小企業は管理対策の費用が限られ、職場の大幅なレイアウト変更などは難しい。マイナンバーは「1台のパソコンに情報を入力し、ネットに接続しないことで流出を防ぐなど、簡易な対応をする企業が多い」と話す。

（三宅一成）