

第2章 銀行による顧客情報の利活用に係る顧客からの同意取得手続きに関する法的課題

早稲田大学 岩原紳作

序 A I、情報産業が発展する中、個人情報保護法、銀行法、民法等の法規制の下、銀行がいかに顧客情報を利活用することができるか、そのために顧客に通知・公表・同意の取得等を行う必要があるか、顧客情報の利活用に関する同意を顧客から取得したり、公表をするにはいかなる方法をとる必要があるかが問題になっている。そこで本稿においては、どのような場合に顧客情報を利用できるか、どのような場合に顧客情報の利活用につき顧客の同意、顧客への通知・公表等が必要とされ、それはいかなる方法により行われるべきか、等を明らかにしたい。

I 個人情報保護に関する法規制

(1) 個人情報保護法

個人情報保護法 20 条 1 項は、偽りその他不正の手段による個人情報の取得を禁じる。同条 2 項は、本人の人種、信条、社会的身分、病歴、犯罪の経歴、犯罪により害を被った事実その他本人に対する不当な差別、偏見その他の不利益が生じないようにその取扱いに特に配慮を要するものとして政令（同法施行令 2 条）で定める記述等（身体障害、知的障害、発達障害を含む精神障害、等の心身の機能の生涯、健康診断等、少年保護事件の手続きが行われたこと等）が含まれる個人情報である要配慮個人情報は（同法 2 条 3 項）、あらかじめ本人の同意を得なければ、原則として取得してはならないと規定している。

取得された個人情報につき同 17 条 1 項は、「個人情報取扱事業者は、個人情報を取り扱うに当たっては、その利用の目的（以下、「利用目的」という。）をできる限り特定しなければならない。」と規定し、同条 2 項は、「個人情報取扱事業者は、利用目的を変更する場合には、変更前の利用目的と関連性を有すると合理的に認められる範囲を超えて行ってはならない。」と規定する（同条項の立法経緯につき、宇賀克也『個人情報保護法の逐条解説[第 6 版]』（有斐閣、2018 年）132 頁以下参照）。関連性を有する範囲を超える場合には、利用目的の変更について本人の同意を得るか、変更後の目的を新たな利用目的として本人に示した上で、改めて当該個人情報を取得する必要がある（西村あさひ法律事務所編『個人情報保護法制大全』（商事法務、2020 年）136 頁）。

同法 21 条 1 項は、「個人情報取扱事業者は、個人情報を取得した場合は、あらかじめその利用目的を公表している場合を除き、速やかに、その利用目的を、本人に通知し、又は公表しなければならない。」と規定する。同条 2 項は、「個人情報取扱事業者は、前項の規定にかかわらず、本人との間で契約を締結することに伴って契約書その他の書面（電磁的記録を含む。以下この項において同じ。）に記載された当該本人の個人情報を取得する場合その他本人から直接書面に記載された当該本人の個人情報を取得する場合は、あらかじめ、本人に対し、その利用目的を明示しなければならない。ただし、人の生命、身体又は財産の保護のために緊急に必要がある場合は、この限りでない。」と規定している。同条第 3 項は、「個人情

報取扱事業者は、利用目的を変更した場合は、変更された利用目的について、本人に通知し、又は公表しなければならない。」と規定する。これらの規制の適用除外が認められるのは、「取得の状況からみて利用目的が明らかである場合」等に限られる（同法 21 条 4 項 4 号）。

また、同法 27 条 1 項は、法令に基づく場合等の例外を除き、原則としてあらかじめ本人の同意を得ないで、個人データを第三者に提供してはならないと規定する。しかし、第三者への提供を利用目的とすること、第三者に提供される個人データの項目、第三者への提供の方法、本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止すること、本人の求めを受け付ける方法を、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置くとともに、個人情報保護委員会に届け出れば、当該データを第三者に提供することができる（同法 27 条 2 項）。また、銀行グループ企業等、「特定の者との間で共同して利用される個人データが当該特定の者に提供される場合であって、その旨並びに共同して利用される個人データの項目、共同して利用する者の範囲、利用する者の利用目的並びに当該個人データの管理について責任を有する者の氏名又は名称及び住所並びに法人にあっては、その代表者の氏名について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態においているとき」は、個人データの第三者提供には当たらず、あらかじめ本人の同意を得なくてよいとされている（同法 27 条 5 項 3 号）。

(2) 銀行法に基づく規制

銀行法施行規則 13 条の 6 の 5 は、「銀行は、その取り扱う個人である顧客に関する情報の安全管理、従業者の監督及び当該情報の取扱いを委託する場合にはその委託先の監督について、当該情報の漏えい、滅失又は毀損の防止を図るために必要かつ適切な措置を講じなければならない。」と規定している。「主要行等向けの総合的な監督指針」Ⅲ－3－3－4－2 (1)④も、個人である顧客に関する情報の取扱いを委託する場合には、顧客に関する情報の漏えい防止のための措置をとることを銀行に要求している。外部委託に伴う個人顧客に関する情報提供にあたっては、安全管理義務、漏えい等の防止義務が課されているわけであり、個人顧客に関する情報については、利活用のために外部委託先に提供することが「漏えい」に当たらないことが必要である。そのため外部委託先から情報が流出しないこと等の手当てが必要であろう。

同規則 13 条の 6 の 6 は、「銀行は、信用情報に関する機関（資金需要者の借入金返済能力に関する情報の収集及び銀行に対する当該情報の提供を行うものをいう。）から提供を受けた情報であって個人である資金需要者の借入金返済能力に関するものを、資金需要者の返済能力の調査以外の目的のために利用しないことを確保するための措置を講じなければならない。」と規定している。この規定からは、銀行が個人信用情報センターから得た個人資金需要者の返済能力に関する情報は、銀行が融資にあたっての返済能力調査以外の目的には使用できないことになり、それ以外の目的のための利活用はできないことになりそうである。

同規則 13 条の 6 の 7 は、「銀行は、その取り扱う個人である顧客に関する人種、信条、門地、本籍地、保健医療又は犯罪経歴についての情報その他の特別の非公開情報（その業務上知り得た公表されていない情報をいう。）を、適切な業務の運営の確保その他必要と認めら

れる目的以外の目的のために利用しないことを確保するための措置を講じなければならない。」と規定している。これらいわゆる機微情報は、銀行の「適切な業務の運営の確保その他必要と認められる目的」以外には利用できないとされているわけであるが、この規定により機微情報については利活用が一切できないのか、問題となり得る。

令和元年12月18日に廃止された「金融コングロマリット監督指針」Ⅱ-3-7②は、「グループ内で個人顧客情報を共同しての利用する場合、その旨並びに共同して利用される個人顧客情報の項目、共同して利用する者の範囲、利用する者の利用目的及び当該個人顧客情報の管理について責任を有する者の氏名又は名称について、あらかじめ、当該個人顧客情報によって識別される特定の個人に通知し、又は当該特定の個人が容易に知り得る状態に置いているか。」と規定していた。同Ⅱ-3-7③は、「上記②の対応を行っていない場合であって、グループ内で個人顧客情報を共同利用しようとする場合には、個人情報保護法第23条（現在の27条）第1項各号、第2項、第4項（現在の第5項）第1号及び第2号に掲げる場合を除き、あらかじめ本人の同意を得ることとしているか。・・・」と規定していた。同Ⅱ-3-7⑤は、「グループ内において個人顧客に関する非公開個人情報を利用する場合、金融分野における個人情報保護に関するガイドライン第6条第1項各号に列挙する場合を除き、利用しないことを確保するための措置が講じられているか。」と規定していた。

以上の規定からは、銀行のグループ内で個人顧客情報を利用する場合、当該個人に通知するか、当該個人が容易に知り得る状態におけばよかったことになる。令和元年12月18日に同監督指針は廃止されたが、同監督指針に規定されていた以上のような内容については、主要行等向けの監督指針等には引き継がれていない模様である。となると以上のような規制が変更されたかが問題となろう。

Ⅱ 銀行秘密

個人情報ではない企業情報については、個人情報保護法による保護はないが、「銀行その他の金融機関は、顧客との間になした取引およびこれに関連して知りえた情報を正当な理由なくして他に漏らしてはならない」義務として、銀行秘密の義務があると解されている（岩原紳作『商事法論集Ⅱ 金融法論集（上）』（商事法務、2017年）159頁以下・228頁以下）。その根拠については、商慣習説、信義則説、契約説等があるが（岩原・前掲160頁。最決平成19・12・11民集61巻9号3364頁は、金融機関は顧客情報につき、商慣習上又は契約上、当該顧客との関係において守秘義務を負うと判示する）、ドイツの学説・判例のように、銀行契約および契約締結上の過失により銀行秘密の義務を構成することが妥当と考える。銀行と取引する顧客は、銀行が取引を通じて知った情報を洩らさないという、いわば職業上の義務を負っていることを信頼して取引に入ったと考えられるからである。その場合、銀行は、個人だけでなく法人やその他団体についても、守秘義務を負うと解される（岩原・前掲161頁）。

従って、企業に関し銀行が有している情報を、利活用するために第三者に提供する場合、銀行秘密の義務に反しないかが問題になる（なおこの他、「事業者における顧客情報の利用を巡る法律問題研究会報告書」（2021年12月7日）は、一般的に事業者が顧客情報を利用する際の法的問題として、不正競争防止法における「限定提供データ」に関する規制（同法

2条1項11号～16号) (同報告書19頁以下)、情報の正確性に関する法的義務(同報告書21頁以下)、情報の利用から生じた利益の帰属(同報告書26頁以下)、情報の不当な取扱いに対する法的救済(同報告書34頁以下)、等の問題があることを論じている。これらの問題については、同報告書に譲る)。企業情報に関する銀行の守秘義務は契約ないし商慣習に基づくものであり、その解除には契約法の原則に従い本人の個別の同意が必要と考えられてきた。そして個人情報保護法27条2項・5項3号が定めるようなみなし同意による守秘義務の解除は認められていなかったとされる(松井秀樹他「[座談会]顧客情報の取扱いに関する諸問題——個人情報保護法案を踏まえて」金法1642号(2002年)6頁・11頁)。

しかし、企業情報の保護はプライバシーといった人格権を保護するためのものではなく、あくまで企業の経済的な利益を守るためのものであり、基本的に契約や商慣習の問題として処理されるべきである。従って、契約や商慣習で禁じられていないと解釈できる場合は、当該企業の経済的な不利益が生じない形であれば、当該企業の同意がなくても、その利用や第三者への提供は許されると考える。これに対し当該企業情報が、漏洩すると当該企業の評判が落ちるとか、或いは営業上の秘密になっていて、それが漏洩すると経済的損失が生じる場合で、銀行もそのことを知り得る場合であれば、特に明示されていなくても、それらの不利益が発生する危険のある情報の提供は、契約上許されないと解釈すべきであろう。しかし、情報が企業の評判や営業上の秘密に関わるものでなく、当該情報を第三者に提供しても不利益が生じないのであれば、当該企業の同意がなくても、第三者への提供も許されるのではなかろうか。また、財務等に関わる情報で、会社法や金融商品取引法、或いは金融商品取引所の規則に基づき公開されるべき情報であれば、企業がたとえその情報を法令等に違反して秘密にしている、銀行がそれを第三者に伝えたからといって、銀行に異議をとねえることはできないのではなかろうか。従って、企業情報をターゲティング広告等の目的で銀行が利用したり、同目的で利用する第三者に提供することは、そのこと自体からは当該企業に経済的不利益が生じることは余り考えられないため、当該企業の同意がなくても、原則として許されると考えてよいのではなかろうか(岩原・前掲241頁・242頁)。

第三者提供が許されるか否かは、提供を受けた第三者による当該情報の管理体制にもよると考える。当該企業情報が、当該企業の評判や秘密に関わる情報であっても、その情報の提供を受けた第三者自身の当該情報の利用に問題がなくて、第三者が厳重に情報を管理し、当該第三者以外には漏洩しないような体制になっており、当該第三者自身による当該情報の利用によって当該企業に不利益が生じないようであれば、第三者への提供も原則として許されると考え得るのではなかろうか。

Ⅲ 銀行の取得する顧客情報とその保護手続き

(1) 銀行の取得する顧客情報

そもそも銀行は顧客のいかなる情報をいかなる方法で取得することができるであろうか。

① 顧客との間の取引記録等、顧客との取引に伴い当然に記録される取引情報がある。例えば、銀行は顧客の預金を受け入れる結果、預金からの払戻し、自動引落としによる支払、振込による支払、顧客口座への顧客取引先からの振込等による入金、等の情報を自ずと入手することになる。また、顧客に融資等の与信行為を行えば、それに伴い、与信と弁済の記録

等の情報を入手することになる。

② 取引に当たって顧客が銀行に提供する情報がある（三井住友銀行「お客様の個人情報の取扱いについて」2. (1)）。銀行が融資を行う際には、顧客の年齢・勤務先・年収等の個人情報の提供を求めらるであろうし、融資先が企業であれば、当該企業の事業内容・売上高・営業利益・役員等に関する情報を得るため、計算書類、付属明細書、事業計画、役員の個人情報等の提供を求めらるであろう。

③ 銀行による顧客への信用供与に当たっては、顧客の信用調査を行って顧客に関する情報を入手する他、銀行間では相互に取引先信用調査照会が行われてきた（東京地判昭和31・10・9下民集7巻10号2867頁、同昭和39・4・21金法377号7頁等）。尤も、個人情報保護法27条1項は、個人データ（同法16条3項）を第三者に提供する場合、取引先本人の同意を要するとしたことから、銀行間の信用調査の対象から個人は除外された（「信用調査における『信用調』の様式等の改正について」（平成16・12・20全業会80）、五味廣文他監修『銀行窓口の法務対策3800講I——コンプライアンス・取引共通・預金・金融商品編』（金融財政事情研究会、2009年）180頁）。しかし法人の信用調査については、続けられているようである。昭和48年には東京銀行協会に個人信用情報センターが開設されて、同センターに各銀行の個人顧客の信用情報が収集され、各会員銀行への情報提供を行っている。同センターへの登録に当たっては、同センターの会員である銀行等が、顧客本人から登録同意文言を得ることが慣行とされてきた（住田立身「個人信用情報センターの概要」金法668号81972年）4頁・11頁）。同センターは、クレジット業者による割賦販売法に基づく指定信用情報機関である株式会社C I C、貸金業、クレジット事業、リース事業、保証事業、金融機関事業等の業界横断的信用情報機関である株式会社日本信用情報機構（J I C C）とともに、三者による個人信用情報の交流システムであるC R I N（Credit Information Network）というシステムを運営している。また手形交換所の共同利用者から個人情報が提供される場合もある（三井住友銀行・前掲2. (2)）。

④ 銀行が入手した顧客情報に基づいて銀行が分析を行って得た情報がある。銀行の稟議書や、顧客の評定等である。

⑤ 銀行が顧客から得た情報の中に含まれている顧客の取引先等に関する情報がある。顧客の取引先の経営状況や債務の支払情報等を、銀行は顧客から入手することがあろう。

(2) 顧客情報に関する保護手続き

a) 情報取得についての本人の同意

これらの情報のうち要配慮個人情報（「本人の人種、信条、社会的身分、病歴、犯罪の経歴、犯罪により害を被った事実その他本人に対する不当な差別、偏見その他の不利益が生じないようにその取扱いに特に配慮を要するものとし政令で定める記述等が含まれる個人情報」（個人情報保護法2条3項））に該当するものについては、情報の取得自体に本人の同意が必要である（同法20条2項）。尤も、要配慮個人情報の中でも、本人の犯罪歴等の情報については、銀行としては犯罪による収益の移転防止に関する法律4条・8条等の義務を果たすために取得する場合は、個人情報保護法20条2項1号に基づいて本人の同意を得ないで取得できると解される。要配慮個人情報以外の個人情報については、「偽りその他不正の手

段により」取得しない限り、取得できる。

なお、要配慮個人情報を銀行が第三者に提供する際には、銀行が同法 27 条に基づいて本人の同意を得る必要があるとともに、当該第三者も、個人情報取扱事業者であれば、銀行から要配慮個人情報を取得することについて、同法 20 条 2 項に基づく本人の同意を得る必要がある。

また、個人情報保護委員会・金融庁「金融分野における個人情報保護に関するガイドライン」(令和 4 年 4 月)(以下、「ガイドライン」と略す) 5 条 1 項は、要配慮個人情報に「労働組合への加盟、門地、本籍地、保険医療及び性生活に関する情報」を加えたものを「機微(センシティブ)情報」と呼び、金融分野における個人情報取扱事業者は、原則として、機微情報の取得、利用又は第三者提供を行えないとしている。

個人情報保護委員会の認定を受けて、個人情報取扱事業者等の個人情報等の取扱いに関する苦情の処理、対象事業者の個人情報等の適正な取扱いの確保に必要な業務等を行う認定個人情報保護団体(個人情報保護法 47 条 1 項)として、銀行界においては全国銀行個人情報保護協議会がある。同協議会は認定個人情報保護団体として個人情報保護指針を作成する努力義務を負っており(同法 54 条 1 項)、対象事業者である銀行は、同協議会が作成した個人情報保護指針(以下、「銀行指針」という。)を遵守する義務を負う(同法 54 条 4 項)。銀行指針はガイドラインに則り作成された内容になっている。銀行指針Ⅱ.5 では、機微(センシティブ)情報の取扱いについて、詳細な事例を掲載している。

b) 利用目的の特定とその通知又は公表

要配慮個人情報以外の情報を銀行が取得すること自体には、本人の同意は必要ない。しかし、それが個人情報である場合には、その利用目的をできる限り特定し(個人情報保護法 17 条 1 項)、あらかじめその利用目的を公表している場合を除き、速やかに、その利用目的を、本人に通知し、又は公表しなければならない(同法 21 条 1 項)。特に、本人との間で契約を締結することに伴って契約書その他の書面(電磁的記録を含む)に記載された当該本人の個人情報を取得する場合その他本人から直接書面に記載された当該本人の個人情報を取得する場合は、あらかじめ、本人に対し、その利用目的を明示しなければならない(同法 21 条 2 項)。通知の方法としては、金融分野における個人情報取扱事業者は、原則として書面で通知しなければならないとされる(ガイドライン 6 条 1 項)。公表の方法は、官報・公報・新聞紙等への掲載に限らず、インターネット上での公表、パンフレットの配布、事業所の窓口等への書面の掲示・備付け等を含むとされる(個人情報保護法制化専門委員会による「個人情報保護基本法制に関する大綱」3(1)、ガイドライン 6 条 1 項、例えば、宇賀・前掲 149 頁)。

銀行指針では、利用目的の具体的な特定方法について会員銀行宛てに例示しており(銀行指針Ⅱ.1(15 頁～16 頁))、会員である銀行は、例示を参考に各行の業務実態に合わせた利用目的を制定する。また、銀行指針では、会員である銀行が与信業務に際して個人情報を取得する場合には、利用目的について本人の同意を得ることとし、契約書等において利用目的は他の契約条項とは明確に分離して記載することを定めている(銀行指針Ⅱ.1(14 頁))。そこで三井住友銀行においては、与信等の業務において個人情報を利用する場合、業務及び

利用目的を明示した書面を作成して、同書面に個人顧客による同意の署名を求めている（三井住友銀行・前掲1．参照）。また後述のように、「個人情報を活用した商品・サービスの情報提供について」という文書を、インターネット上で公表することにより、利用目的を利用者に対し説明している。

なお企業情報については、銀行秘密として第三者に漏らさない限り、銀行内部で企業顧客の情報を利用することには、規制がなかった。しかし企業情報でも、Ⅱで論じたような当該企業の利益に反するような利活用の仕方もありえないわけではない。そのような場合には、本人の同意等が必要とされる場合もあり得ると思われる。

Ⅳ 情報の利活用の在り方

(1) 令和3年銀行法改正以前

銀行が取得する顧客等に関する情報を利活用するとすれば、どのような利活用の在り方が考えられるのであろうか。銀行の有する情報を利活用する業務の多くは、銀行の付随業務と解釈されるものでない限り、他業として銀行が営むことが禁止されていると解されてきた（銀行法10条2項柱書）。銀行法10条2項各号に列挙されているもの以外の「その他付随業務」に該当するか否かは、①当該業務が銀行法10条1項各号及び2項各号に掲げる業務に準ずるか、②当該業務が付随する固有業務の規模に比して過大なものとなっていないか、③当該業務について、銀行業務との機能的な親近性やリスクの同質性が認められるか、④銀行が固有業務を遂行する中で正当に生じた余剰能力の活用資するか、により判断される（主要行等向けの総合的な監督指針V-3-2-2(4)）。例えば、銀行の行う自らの広告の一部に外部企業のための広告・オファーも掲載するような場合であれば、銀行の行う業務活動の空きスペースの活用として（同監督指針V-3-2-2(4)④、excess capacity）、付随業務として許されるところであった。

例えば、銀行協議会が定める利用目的例を参考に考えれば（銀行指針Ⅱ.1（15頁））、金融商品やサービスに関する各種ご提案のためのダイレクトメールの発送等、提携会社等の商品やサービスの各種ご提案のための案内を、その他付随業務として許容される範囲内において行うことが可能と考えられる。また、データ分析を行い、提携会社の広告等をウェブサイトやダイレクトメールの余剰範囲に掲載することも、当該利用目的に含まれると考え得る。住宅ローン等を契約する顧客に対し、提携会社等に該当する引越業者や家具業者のチラシを同封する等である。

令和元年改正銀行法10条2項20号は、銀行の付随業務として、「顧客から取得した当該顧客に関する情報を、当該顧客の同意を得て第三者に提供する業務その他当該銀行の保有する情報を第三者に提供する業務であって、当該銀行の営む銀行業の高度化又は当該銀行の利用者の向上に資するもの」を追加した。いわゆるデータバンク業務である。この規定からは、銀行業の高度化、即ち、銀行業の効率性・収益性の改善や銀行業に係るリスク管理の高度化、又は当該銀行の利用者の利便の向上に資するものでなければならないことから、銀行業との関係がある保有情報の第三者提供でなければならないとされていた（荒井伴介ほか『情報通信技術の進展に伴う金融取引の多様化に対応するための資金決済に関する法律の一部を改正する法律』の解説（3・完）NBL1153号（2019年）30頁）。従って例えば、外

部企業のターゲット広告・オプファーのための保有個人情報の提供が認められるのは、外部企業との関係を深め、融資等の銀行の固有業務を発展させるのに役立つ場合に許されると考えられた（「金融サービスにおける顧客情報の利用を巡る法律問題研究会報告書」金融研究 39 卷 2 号（2021 年）1 頁・3 頁以下参照。なお、データバンクの事業者が守るべき基準につき、情報信託機能の認定機能の認定スキームの在り方に関する検討会「情報信託機能の認定に係る指針 ver2.1」（2021 年 8 月）参照）。

(2) 令和 3 年銀行法改正

しかし令和 3 年銀行法改正により、銀行法に 10 条 2 項 21 号が追加され、銀行の付随業務として、「地域活性化等業務」（「当該銀行の保有する人材、情報通信技術、設備その他の当該銀行の営む銀行業に係る経営資源を主として活用して営む業務であって、地域の活性化、産業の生産性の向上その他の持続可能な社会の構築に資する業務として内閣府令で定めるもの」）が銀行の付随業務とされた。同号の地域活性化等業務の例として、銀行法施行規則 13 条の 2 の 5 は、以下列挙する各号の業務を挙げている。なお、同条各号に掲げる「地域活性化等業務」のいずれも、あくまで銀行の付随業務という位置づけであることから、分量において固有業務の規模に比して過大なものとなりえない、といった付随業務に固有の制約があるし（小山嘉昭『銀行法精義』（金融財政事情研究会、2018 年）170 頁参照）、銀行法 10 条 2 項 21 号が規定するように、「銀行業に係る経営資源を主として活用して営む」という条件、即ち、銀行の固有業務を営むための経営資源を活用する範囲内であるという条件を、基本的に残している。そこから同号柱書は、「当該銀行の保有する人材、情報通信技術、設備その他の当該銀行の営む銀行業に係る経営資源に加えて、当該業務のために新たに経営資源を取得する場合にあっては、需要の状況によりその相当部分が活用されないときにおいても、当該銀行の健全かつ適切な遂行に支障を及ぼすおそれがないものに限る。」という限定を加えている。即ち、前掲・監督指針 V-3-2-2(4)②④が規定する「その他付随業務」の要件の考え方は、地域活性化等業務にも及んでおり、固有業務より地域活性化等業務の方が業務の中心になるようなことは認めていないと考えられる。

a) 経営相談等業務

第 1 号「他の事業者等（法人その他の団体及び事業を行う個人（当該事業の利益のためにする行為を行う場合における個人に限る。）をいう。以下同じ。）の経営に関する相談の実施、当該他の事業者等の業務に関連する事業者等又は顧客の紹介その他の必要な情報の提供及び助言並びにこれらに関連する事務の受託（以下、「経営相談等業務」という。）」

第 1 号が定める他の事業者の経営相談、事業者等・顧客の紹介、その他の情報の提供・助言は、従来から銀行が実際に行ってきた業務である。M&A の仲介等のサービスもこれに含めることができよう。しかしその位置づけは、あくまで固有業務である融資業務を補完し促進するための業務と解されており、それらを通じて融資を実現し、その金利収益を通じて採算をとるもので、銀行がこれらの業務につき独立した手数料をとるようなことはなかったと思われる。しかし令和 3 年改正銀行法 10 条 2 項 21 号、銀行法施行規則 13 条の 2 の 5 の規定は、地域活性化・生産性向上目的という大義を根拠に、これらの業務を融資から独立した

業務として行うことを認め、これら業務について銀行が独立した手数料等の収入を得ることを認めたものと思われる。但し、付随業務とされていることから、分量において固有業務に比して過大なものにならないとか、銀行業に係る経営資源を主として活用して営むといった制限があることは、前述したとおりである。

経営相談等業務を行う場合、銀行が保有している顧客の個人情報を利用することがあり得る。個人顧客への与信に際し取得した当該個人に関する情報を、銀行の経営相談等業務に利用することにつき本人に通知又は公表していない場合は、利用目的の変更であれば、「関連性を有すると合理的に認められる範囲内」でなければならず(個人情報保護法 17 条 2 項)、利用する際に利用目的の変更として本人に通知するか又は公表しなければならない(個人情報保護法 21 条 1 項・3 項、ガイドライン 6 条 2 項。なお、d) 参照)。関連性を有する範囲を超える場合は、利用目的の変更について本人の同意を得るか、変更後の目的を新たな利用目的として本人に示した上で、改めて当該個人情報を必要がある。

b) 人材派遣業務

第 2 号「高度の専門的な能力を有する人材その他の当該銀行の利用者である事業者等の経営の改善に寄与する人材に係る労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の保護等に関する法律(昭和 60 年法律第 88 号)第 2 条第 3 号に規定する労働者派遣事業(経営相談等業務その他の当該銀行の営む業務に関連して行うものであって、その事業の派遣労働者(同条第 2 号に規定する派遣労働者をいい、業として行われる同条第 1 号に規定する労働者派遣の対象となるものに限る。第 17 条の 4 の 3 第 3 号、第 34 条の 18 の 2 第 3 号及び第 34 条の 19 の 6 第 3 号において同じ。)が常時雇用される労働者でないものに限る。)」

この人材派遣業務も、広い意味では銀行が有する情報を利活用する業務と言えよう。第 1 号の経営相談に関連して人材を紹介するようなことは、事実上行われたかもしれないが、手数料を得て反復継続して行うような、独立した業務として行われていたとは言えないであろう。本号は、経営相談業務等の銀行業務に関連した人材派遣を、業務として手数料を得て反復継続して行うことを認めたもので、銀行にとっては手数料収入源となる新たなビジネスになると言えよう。尤も、「銀行業務に関連した」、「常時雇用される労働者でないものに限る」といった限定が加えられている。

なお、人材派遣業務が許されることから、人材の紹介、キャリアアドバイザー等の業務も付随業務として営むことができるものと考えられる。

人材派遣業務には、銀行が有する個人情報の利用が伴うと考えられることから、当該情報取得時にそのような利用につき本人に通知又は公表していないときは、利用目的の変更であれば「関連性を有すると合理的に認められる範囲」内でなければならぬし(個人情報保護法 17 条 2 項)、そのような利用目的の変更につき、本人への通知又は公表が必要となる(個人情報保護法 21 条 1 項、ガイドライン 6 条 2 項。なお、d) 参照)。関連性を有する範囲を超える場合には、利用目的の変更について本人の同意を得るか、変更後の目的を新たな利用目的として本人に示した上で、改めて当該個人情報を取得する必要がある。

c) システム・プログラムの設計・開発等

第3号の「システムの設計、開発もしくは保守又はプログラムの設計、作成、販売もしくは保守業務」は、銀行が有するITに関する能力を活用する業務であり、銀行が有する情報の利活用とは少し異なるものであろう。

d) 他の事業者等に関する広告、宣伝、調査、情報分析・提供

第4号「他の事業者等の業務に関する広告、宣伝、調査、情報の分析又は情報の提供を行う業務」

第4号により、他の企業のための広告、宣伝、調査、情報の分析又は情報の提供を付随業務として行えることとされた。(1)に記した銀行自身の広告の空きスペースを利用したようなものに止まらない、他の事業者のための広告、宣伝を行い得ることになったわけである。銀行の有する情報を活用したターゲット広告、宣伝等を他企業のために提供することができよう。

尤も、個人情報保護の観点からは、銀行がそのような広告・宣伝等を行うためには、新たに個人顧客と預金契約や融資契約等を結ぶ場合や、契約後に新たにそのような個人情報の利用を行う場合に、そのような利用目的を本人に通知又は公表する必要がある(個人情報保護法21条1項・3項)。また、利用目的を変更する場合には、変更前の利用目的と関連性を有すると合理的に認められる範囲を超えて行ってはならない(同法17条2項)。関連性が認められる範囲内の変更の場合でも、本人への通知又は公表が必要である(同法21条3項)。関連性を有する範囲を超える場合には、利用目的の変更について本人の同意を得るか、変更後の目的を新たな利用目的として本人に示した上で、改めて当該個人情報を取得する必要がある。

前述したように、銀行協議会が定める利用目的例を用いる場合は、一定の外部企業の広告・宣伝業務のために顧客データを利用することが可能であるとされる(銀行指針Ⅱ15頁)。即ち、ダイレクトメールの発送等、金融商品やサービスに関する各種提案のため、提携会社等の商品やサービスの各種提案のために顧客データを利用できる。そこで前述した銀行指針における利用目的も、「ダイレクトメールの発送等、金融商品やサービスに関する各種ご提案のため」や「提携会社等の商品やサービスの各種ご提案のため」と規定している。ここで言う「提携会社等」は銀行との提携関係のあるかなり広い外部企業を含むと解されているようである。

尤も、以上のような利用目的の記載内容で、データ分析を伴うような広告事業に利用できるかという問題がある。個人情報取扱事業者は、個人情報を取り扱うに当たって、個人情報が最終的にどのような事業の用に供され、どのような目的で個人情報が利用されるのか、本人にとって一般的かつ合理的に想定できる程度に具体的に特定されることが望ましいとされる(個人情報保護委員会「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン(通則編)3—1—1 利用目的の特定」(以下、「通則編ガイドライン」と略す。))。また、銀行指針Ⅱ16頁参照)。本人が自らの個人情報がどのように取り扱われることになるか、利用目的から合理的に予測・想定できないような場合には、利用目的を特定したことにはならない。例えば、本人から得た情報に基づき、本人に関する行動・関心等の情報を分析する場合、個人情報取扱事業者は、どのような取扱いが行われているかを本人が予測・想定できる程度に利用目的

を特定しなければならない。具体的に利用目的を特定されているとされる利用目的の記載の事例として、以下のような例が挙げられている。即ち、「取得した閲覧履歴や購買履歴等の情報を分析して、趣味・嗜好に応じた新商品・サービスに関する広告のために利用します。」「取得した閲覧履歴等の情報を分析し、信用スコアを算出した上で、当該スコアを第三者へ提供します。」(通則編ガイドライン 32 頁)。従って、銀行が保有する個人データを分析し、ターゲティング広告を行うような場合には、前述した「ダイレクトメールの発送等、金融商品やサービスに関する各種ご提案のため」とか、「提携会社等の商品やサービスの各種ご提案のため」といった利用目的記載例のままでは足りないと考えられる。

利用目的の変更は、「変更前の利用目的と関連性を有すると合理的に認められる範囲を超えて行ってはならない。」とされる(個人情報保護法 17 条 2 項)。この規定は、「関連性を有すると合理的に認められる範囲」とは、通常人が合理的に予測しえないような変更は認めない趣旨であるとされる(宇賀・前掲 134 頁)。つまり変更前の利用目的と「関連性を有すると合理的に認められる範囲」外とされると、改めて本人からの同意を得るか、変更後の新たな利用目的として本人に示した上で改めて当該個人情報を取得する必要がある。

この範囲の実例につき、個人情報保護委員会「「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン(通則編、外国にある第三者への提供編、第三者提供時の確認・記録義務編及び匿名加工情報編)の一部を改正する告示」等に関する意見募集の結果について」(<https://publiccomment.egov.go.jp/service/Public?CLASSNAME=240000069&Mode=1>)

(以下、「通則編パブコメ」と略す。) 26 頁は、「取得した閲覧履歴や購買履歴等の情報を、新商品・サービスに関する広告のために利用いたします。」とか「取得した行動履歴等の情報を第三者に提供します。」といった利用目的の特定をしていた場合に、「取得した閲覧履歴や購買履歴等の情報を分析して、趣味・嗜好に応じた新商品・サービスに関する広告のために利用いたします。」とか「取得した行動履歴等の情報を分析し、結果をスコア化した上で、当該スコアを第三者へ提供します。」と利用目的を特定し直すことの是非を問う意見に対し、「一般に、個人情報の取扱内容等に変更がない中で、本人が一般的かつ合理的に予測・想定できる程度に利用目的を特定しなおした場合、利用目的の変更には該当しません。なお、特定し直した利用目的については、法第 27 条第 1 項(現 32 条第 1 項)の規定に基づいて、本人の知り得る状態(本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む。)におかれなければなりません。」と回答している。抽象的な回答ではあるが、意見にあるような変更は、「利用目的の特定のし直し」であって、そもそも「利用目的の変更」(個人情報保護法 21 条 3 項)には該当せず、本人に通知又は公表する必要はないという趣旨であろう。但し、個人情報保護法 32 条 1 項に基づき、本人の知り得る状態(本人の求めに応じて遅滞なく回答する場合を含む。)に置かなければならないとする。

更に個人情報委員会は、個人情報保護法 21 条 3 項により利用目的の変更が認められると考えられる事例として、「当社が取り扱う商品・サービスの提供」という利用目的について、「当社の提携先が提供する関連商品・サービスに関する情報のお知らせ」を追加する場合(例えば、住宅用太陽光発電システムを販売した事業者が、対象の顧客に対して、提携先である電力会社の自然エネルギー買取サービスを紹介する場合もこれに含まれ得ると考えられます。))を挙げている(個人情報保護委員会「「個人情報の保護に関する法律についての

ガイドライン」に関する Q&A (平成 29 年 2 月 16 日 (令和 4 年 5 月 26 日更新) Q&A 2—8))。このように提携先が提供する関連商品・サービスの提供に関する情報を提供することは、合理的に認められる範囲の利用目的の変更になるということであろう。但しこれは、銀行の業務に関連する「提携先」の事業者に関する情報の提供が認められるということであって、全く銀行業務に関係せず提携関係等のない外部業者に関する情報の提供は、合理的に認められる範囲を超える利用目的の変更になり、改めて本人の同意を得るか、変更後の目的を新たな利用目的として本人に示した上で、改めて当該個人情報を取得する必要があるのではなかろうか。

三井住友銀行は、令和 3 年銀行法改正を受けて、広告事業を営む銀行業高度化等会社である (株) SMBC デジタルマーケティング (SMFG の 66% 子会社) の設立に伴い、令和 3 年 8 月に利用目的の変更を行い、ホームページに公表している。即ち、具体的な利用目的としては、「ダイレクトメールの発送等の方法により、お客さまのニーズにあった金融商品やサービスに関する各種ご提案を行うため (お客さまの取引履歴やウェブサイトの閲覧履歴、グループ会社等から取得した情報を分析して、お役さまのニーズにあった商品やサービスに関する広告を配信することを含みます)」、「公告を含むマーケティング領域における提携会社等の各種商品・サービスに関する個別のご提案・ご案内を行うため (お役さまの取引履歴やウェブサイトの閲覧履歴、グループ会社等から取得した情報等を分析して、お客さまのニーズにあった各種商品・サービスに関する広告を配信することを含みます)」を挙げた (三井住友銀行・前掲 1. (2)⑩⑪)。前述した個人情報保護委員会の回答からは、これは改正個人情報保護法を受けて、利用目的の特定をし直したものとも捉え得るし、念のために合理的範囲内の利用目的の変更手続きを行ったものとも捉え得よう。

また同時に三井住友銀行は、「個人情報を活用した商品・サービスの情報提供について」という文書を公表した。同文書には、「SMBC が提供する商品・サービスに加え、SMBC グループ各社が提供する商品・サービス、あるいは SMBC グループが提携する事業者の商品・サービスまで。お客さまにとり有益と考えられる情報を、SMBC のアプリに表示されるバナーやウェブサイト、ダイレクトメールをはじめ、SMBC グループの各種メディアを通じてお届けさせていただきます。」と記載されている。ここでいう「SMBC が提携する事業者」には、「SMBC グループ各社がサービス提供において提携する事業者や、お客さまへの商品・サービスの情報をお届けしたりお得な情報を提供すること等を目的として、SMBC グループ各社がマーケティング領域等で提携する事業者が含まれます。」と記載されていて、SMBC グループと提携する事業者であれば広く含まれることとされている。これは利用目的に関する補助的な説明資料と位置付けられているようである。

通知の方法として、ガイドライン 6 条 1 項は、原則として書面で通知することを求めている。公表の方法には、インターネット上の公表、パンフレットの配布、事業所の窓口等への書面の掲示・備付け等が含まれることから (前掲「個人情報保護基本法制に関する大綱」3(1)、ガイドライン 6 条 1 項、宇賀・前掲 148 頁・152 頁)、実務的に柔軟な対応が可能である。上記「個人情報を活用した商品・サービスの提供について」は、インターネット上で公表されていることから、公表の要件を充たしているものと考えられる。

なお、銀行が自ら外部企業の広告・宣伝等を行うのではなく、例えば、外部企業がターゲ

ディング広告・宣伝・オプファー等の対象者を選ぶために必要な情報を、銀行の有する顧客情報の中から外部企業に提供することによって対価を得ることも考えられる。前述のように銀行自身が外部企業のための広告・宣伝等を付随業務として行えるのであれば、外部企業に広告・宣伝・オプファー等を行うための情報提供を行うことも、銀行法的には付随業務として許されることになろう。

個人情報保護の観点からは、銀行がそのような目的でⅢ(1)に列挙したような取得情報を第三者に情報提供する場合は、既存の個人契約者については、当初の利用目的にはない利用になるとすれば、利用目的の変更として、前述したように、変更前の利用目的と関連性を有すると合理的に認められなければならないし（同法 15 条 2 項）、その場合でも本人への通知又は公表が必要になろう（同法 18 条 3 項）。利用目的の変更が関連性を有する範囲を超える場合は、利用目的の変更について本人の同意を得るか、変更後の目的を新たな利用目的として本人に示した上で、改めて当該個人情報を取得する必要がある。

また銀行が外部企業に情報を提供することによってターゲティング広告が行われるとすると、個人情報保護法 27 条、ガイドライン 12 条による個人情報の第三者提供に関する規制を受けることになる。即ち原則として、情報提供につきあらかじめ本人の同意を得る必要があるが（同法 27 条 1 項）、第三者への提供をあらかじめ本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置くとともに、個人情報保護委員会に届け出れば、第三者に提供することができる。しかしこの場合、本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止することとしないなければならない（同法 27 条 2 項。オプトアウト）。但し、個人情報保護委員会「個人情報保護法 いわゆる 3 年ごと見直し 制度改正大綱（骨子）」（令和元年 11 月 29 日）I 4. によれば、「オプトアウト規定により第三者に提供できる個人データの範囲を限定する。また、現在、個人情報取扱事業者に義務付けられている個人データの第三者提供時・第三者からの受領の記録を、本人が開示請求できることとする」とされている（詳しくは、ガイドライン 12 条参照）。

更に、令和元年改正銀行法 10 条 2 項 20 号からは、顧客情報の提供を業として行うデータバンク業務は、個人顧客か法人顧客かを問わず、顧客の同意を得ないと行えない。この場合の顧客の同意が認められるためには、どこまでの手続きが必要とされるか明らかでないが、顧客にオプトアウトの権利を与えるだけでは不十分と考えられる。また、銀行法施行規則 13 条の 6 の 7 により、機微情報はそもそも第三者に提供できない。

e) 見守りサービス

第 5 号「当該銀行の利用者について定期的に又は随時通報を受けて巡回訪問を行う業務」これは銀行の保有する情報の利活用とは直接に関係するものではなからう。

(3) その他の情報の利活用

a) API

API において、顧客の申し出に従って顧客の情報を外部に提供することがある。情報提供に当たって電子決済等代行業者との契約に基づいて手数料を徴求することからは、銀行による顧客情報利活用の一つともいえるが、この場合は顧客の申し出に従って顧客情報を提

供するのであるから、顧客による明確な同意があり、同意の点では問題がない。銀行の業務範囲規制との関係でも、銀行の付随業務として問題はない。

b) 信用格付情報の第三者によるスコアリングへの提供

銀行が行う融資業務の際の顧客の信用格付けをスコアリングの材料として第三者に提供することが考えられる。融資等、銀行の固有業務を行う過程で生じた情報の活用として、付随業務として行うことが考えられる。銀行の個人顧客の信用格付けについては、個人情報保護法に関する問題は(2)dの場合と同様に考えられよう。

c) 匿名情報の利活用

顧客の信用格付情報の提供のように、顧客に関する生の情報を第三者に提供するのではなく、顧客情報を匿名加工したデータ情報を第三者に提供したり、自ら活用して事業を行うことが考えられる。個人情報保護法 44 条は、匿名加工情報の第三者提供についても、「あらかじめ、第三者に提供される匿名加工情報に含まれる個人に関する情報の項目及びその提供の方法について公表するとともに、当該第三者に対して、当該提供に係る情報が匿名加工情報である旨を明示しなければならない。」と規定しているが、同条括弧書きの中で、匿名加工情報から「自ら個人情報を加工して作成したものを除く。」と規定していることから、銀行による匿名加工情報の第三者提供は、この例外に当たって、同条の公表・明示義務の対象とならないことが多いと考えられる。情報源の個人が特定されない限り(同法 43 条参照)、本人による同意等の問題は生じないことになる。銀行の業務範囲規制との関係では、b)と同様、銀行の固有業務の過程で生じた情報の活用として、銀行の付随業務と考えられよう。なお、匿名加工した法人顧客情報の利用については、契約の定めによるが、優越的地位の濫用等の不当な利用がなされなければ、目的外利用又は第三者提供に該当せず許されると解する余地があるという指摘がなされている(前掲「事業者における顧客情報の利用を巡る法律問題研究会報告書」18 頁)。

V 本人の同意を取得する手続き

(1) 同意の在り方

上述のように、個人情報保護法、銀行法、或いは銀行秘密の法理等から、情報の本人の同意が必要とされる場合がある。それらの場合にどのような事実があれば同意があったと認定できるかは、それぞれの規制の趣旨との関連で難しい問題になる。例えば、本人の同意といっても、情報の取得の段階、利用の段階、第三者提供の段階で分けて検討する必要があるという指摘がある(大澤正和他「金融法制の現代的課題(上)——情報、決済、プラットフォームをめぐって——」金法 2109 号(2019 年)6 頁・19 頁(坂勇一郎発言))。同意を得る前に顧客にどのような説明をするかが重要であり、同意の前提としてどのタイミングでどういう形で説明を行うかを考える必要があるという指摘もある(大澤他・前掲 19 頁(森下哲朗発言))。それに関し情報の利用者による作業がビジュアル的に伴うことが望ましいという指摘(大澤他・前掲 19 頁(瀧俊雄発言))、包括的な同意ではなく、情報をグループ分けして、どの情報をどの企業が持っているかとか移動するかということを経営的に

に把握できることが望ましいという指摘もある（大澤他・前掲 19 頁（加藤貴仁発言））。しかしこれに対しては、細かく分けて何回も同意を求めると本人が分からなくなるから必要な内容を分かり易く説明したうえで同意を得るべきだという指摘もある（大澤他・前掲 20 頁（落合孝文発言））。情報の第三者提供については、どういった情報が誰に提供され、それがどう使われるかという認識が共有される必要があり、そのためには第三者提供の範囲や利用目的が利用者の合理的想定に沿うものであることが望ましく、そのような意味からは、別の企業グループの金融とは別のサービスに用いられることは留意が必要だとする意見もある（大澤他・前掲 20 頁（坂勇一郎発言））。

多様な意見があるが、大勢としては、同意すべき事項につき予め分かり易い形で開示がなされ、本人が理解したうえで本人の実質的な同意が得られるようにすべきだという考え方が有力なように思われる。それでは現在の法制上は同意の取得につきどのような規制がなされているであろうか。

(2) ガイドラインによる同意の取り方

個人情報保護法や銀行法等の法令レベルでは、本人の同意を要する、或いは本人に通知又は公表するとのみ規定されていて、同意の取り方等は特に規定されていないのが通常である。しかしガイドラインには、個人情報保護法が要求する「本人の同意」の取り方、或いは本人の同意を得る場合に必要な説明の仕方につき、より具体的な定めが置かれている。

即ち、個人情報の利用目的について本人の同意を得るのに当たって（個人情報保護法 18 条）、「契約書等における利用目的は他の契約条項等と明確に分離して記載することとする。」とされる（ガイドライン 2 条 3 項）。また、本人の同意を得る場合には、「文字の大きさ及び文章の表現を変えること等により、個人情報の取扱いに関する条項が他と明確に区別され、本人に理解されることが望ましい」とされている（ガイドライン 3 条）。割賦販売法 3 条 3 項、同法施行規則 3 条 1 号・2 号が、割賦販売契約の内容を記載して利用者に交付する書面につき、「利用者が読みやすく、理解しやすいような用語により、正確に記載すること」とし、「8 ポイント以上の大きさの文字及び数字を用いること」を要求して、表示の実効性を確保しているように（竹内昭夫『消費者保護法の理論』（有斐閣、1995 年）64 頁参照）、本人の同意を実質化するためには、同意の対象となる事項につき顧客が気付いてよく理解ができるような方法で同意を得る必要があるわけである。またガイドラインは、「与信事業に際して、個人情報を個人情報信用機関に提供する場合には、その旨を利用目的に明示しなければならない。さらに、明示した利用目的について本人の同意を得ることとする。」としている（ガイドライン 2 条 4 項）。

なお、個人情報保護法 21 条 1 項が定める個人情報を取得した際に必要とされる個人情報事業者による本人への「通知」又は「公表」につき、ガイドライン 6 条 1 項は、「通知」は原則として書面によることとし、「公表」については、インターネットのホームページ等での公表、事務所の窓口等への書面の掲示・備付け等適切な方法によらなければならないとしている。しかし同条 2 項は、「与信事業に際して、法第 21 条第 2 項に従い、本人から直接書面に記載された当該本人の個人情報を取得する場合は、利用目的を明示する書面に確認欄を設けること等により、利用目的について本人の同意を得ることが望ましい。」と規定

している。

情報の第三者提供等の場合、即ち、「法第 18 条第 1 項及び第 2 項、第 27 条第 1 項、第 28 条第 1 項並びに第 31 条第 1 項第 1 号（金融分野における個人情報取扱事業者が個人関連情報取扱事業者から同項の規定による個人関連情報の提供を受けて個人データとして取得する場合に限る。）に定める本人の同意を得る場合には、原則として、書面（電磁的記録を含む。以下同じ。）によることとする。なお、事業者があらかじめ作成された同意書面を用いる場合には、文字の大きさ及び文章の表現を変えること等により、個人情報の取扱いに関する条項が他と明確に区別され、本人に理解されることが望ましい。また、あらかじめ作成された同意書面に確認欄を設け本人がチェックを行うこと等、本人の意思が明確に反映できる方法により確認を行うことが望ましい。」と規定されている（ガイドライン 3 条）。また、「金融分野における個人情報取扱事業者は、法第 27 条第 1 項に従い、個人データの第三者提供についての本人の同意を得る際には、原則として、書面によることとし、当該書面における記載を通じて、①個人データの提供先の第三者、②提供先の第三者における利用目的、③第三者に提供される個人データの項目、を本人に認識させた上で同意を得ることとする。」とされている（ガイドライン 12 条 1 項）。そして、「金融分野における個人情報取扱事業者は、与信事業に係る個人の返済能力に関する情報を個人信用情報機関へ提供するに当たっては、法第 27 条第 2 項の規定を適用しないこととし、前項に従い本人の同意を得ることとする。」とされる（ガイドライン 12 条 3 項）。これらは、前述した割賦販売法施行規則 3 条 1 号・2 号のように、分かり易い開示に基づいて本人の具体的な認識を得たうえで、更に確認欄に本人がチェックする方法まで指定して、本人の実質的な同意が得られるよう図っているわけである。

なお、個人情報保護法 27 条 5 項 3 号は、特定の者との間の個人データの共同利用につき、「その旨並びに共同して利用される個人データの項目、共同して利用する者の範囲、利用する者の利用目的及び当該個人データの管理について責任を有する者の氏名又は名称及び住所並びに法人にあっては、その代表者の氏名について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置いているとき」は、個人情報の第三者提供として本人の同意が不要であると規定している。この規定につきガイドライン 12 条 4 項は、「金融分野における個人情報取扱事業者による「共同して利用する者の範囲」の通知等については、共同して利用する者を個別に列挙することが望ましい。また、共同して利用する者の外延を示すことにより本人に通知等する場合には、本人が容易に理解できるよう共同して利用する者を具体的に特定しなければならない。外延を示す具体例としては、・当社及び有価証券報告書等に記載されている、当社の子会社、・当社及び有価証券報告書等に記載されている、当社の連結対象会社及び持分法適用会社、といった方法が適切である。」と規定している。銀行のグループ企業による個人情報の利活用については、本人の同意を不要とする代わりに、そのような利用のされ方をすることを本人に通知又は本人が容易に知り得る状態におくためには、共同利用するグループ企業の範囲を明確にしなければならないとするわけである。

(3) 定型約款による同意擬制

個人情報の場合には、以上のようなガイドラインによる本人同意の取り方の規制がまず

適用される。しかしガイドラインが定めている範囲外の情報、例えば企業情報等について本人の同意の取り方として普通に考えられるのは、顧客との間の契約書、多くの場合は約款に、顧客に関する情報の利活用に関する顧客の同意文言を書き込むことであろう（企業情報についても、個人情報に準じた方法による同意の採り方や、同意に代わる通知・公表も考えられるが、詳細な検討は省略する）。

約款に記載した同意文言の効力については、約款が定型約款（民法 548 条の 2）と解される場合は、同条項の要件を充たせば同意文言の効力が認められることになる（同条 1 項柱書）。普通預金規定、当座勘定規定、振込規定等、銀行が用いている多くの約款は、定型約款に当たると考えられる（平成 29 年民法の改正作業において、預金規定は事業者間取引であっても定型約款から除外されないと了解されていた。法制審議会民法（債権関係）部会資料 83-2、第 28, 1、同 86-2、第 28, 1、中田裕康『契約法』（有斐閣、2017 年）37 頁参照）。

しかし銀行約款の中には、銀行取引約定書のように、法人又は事業性向けの与信取引を対象とするもので、個別交渉の上に成り立っているため、不特定多数の者を相手とするものとは言い難いし、その内容の全部または一部が画一的とは言い難いことを理由に、定型約款該当性を否定する考えが有力なものもある（神田秀樹他編『金融法概説』（有斐閣、2016 年）12 頁。但し、大野正文「銀行取引約定書は『約款』か」金法 2013 号（2015 年）4 頁は、銀行取引約定書についても、定型約款と解することにより定型約款の変更に関する条項（民法 548 条の 4）を活用することは十分に考えられるとする）。定型約款の概念は、不特定多数の者を相手方とする取引に限定されていることや、「画一的であることがその双方にとって合理的」であることを要件としていることから（民法 548 条の 2 第 1 項）、従来の約款概念よりもかなり狭いと指摘されており（沖野眞己「約款の採用要件について—『定型約款』に関する規律の検討—」高翔龍他編『星野英一先生追悼・日本民法学の新たな時代』（有斐閣、2015 年）525 頁・541 頁以下）、定型約款該当性が否定される約款は、従来の約款法理や契約に関する一般理論からその効力を探ることになる（沖野・前掲 543 頁）。

定型約款とされる場合は、「定型約款を契約の内容とする旨の合意」があるか（民法 548 条の 2 第 1 項 1 号）、定型約款準備者が「あらかじめその定型約款を契約の内容とする旨を相手方に表示していた」場合は（同項 2 号）、定型約款準備者とその相手方との間で、定型約款の個別の条項についても合意がされたものと擬制される。前者の同項 1 号の合意は、契約内容の一部を約款によるという当事者の意思（相手方の包括同意）こそが約款を構成する契約条項が契約内容になり、当事者特に相手方を拘束する根拠であるという契約説に立脚するものとされ、個別条項合意擬制をもたらすためには、その場合の合意において、どの定型約款であるかが特定される必要があると指摘されている（沖野・前掲 546 頁）。

これに対し同項 2 号の表示は、そのような表示を受けた相手方が定型取引に係る契約を締結する意思表示をすることによって、定型約款を契約の内容とすることに黙示に同意したのと同様であると扱うものである。従って、同項 2 号の表示は個々の契約の締結に際して、相手方の認識を確保する形で示される必要があるとされる。例えば、店舗に掲示がされている場合は、相手方が見るとは限らないから、それだけでは同項 2 号の「表示していた」には当たらないとされる。また、相手方が署名する書面に特定の定型約款が契約内容となることが記されているような場合にも、相手方が認識する形で記されている必要があり、文章

中に 1 行記載されているような隠蔽効果のある形では同項 2 号の「表示していた」には該当しないと指摘されている（沖野・前掲 555 頁）。そして少なくとも相手方が消費者である場合は、定型約款の内容について開示請求できること、どのようにすればそれを知ることができるかを明らかにすることも必要であると指摘されている（沖野・前掲 556 頁）。

民法 548 条の 3 第 1 項は、「定型取引を行い、又は行おうとする定型約款準備者は、定型取引合意の前又は定型取引合意の後相当の期間内に相手方から請求があった場合には、遅滞なく、相当な方法でその定型約款の内容を示さなければならない。ただし、定型約款準備者が既に相手方に対して定型約款を記載した書面を交付し、又はこれを記録した電磁的記録を提供していたときは、この限りでない。」とする。同条を審議した法制審議会の民法（債権関係）部会資料は、開示請求を受けたときの開示の方法としては、個別の書面交付等を常に必要とするのではなく、相手方の請求に対し定型約款が掲載されているウェブページを案内することも「相当な方法」の一つたり得るとしている（前掲部会資料 75B, 11 頁）。

この民法 548 条の 3 第 1 項の文言からすると、相手方が開示請求をしなかったときは、定型約款準備者が約款内容を開示せず、相手方に示もしないままの状態が定型約款が契約内容となる。定型約款の内容の開示がなくても定型約款が契約内容となるわけである。このような規定を法制審議会の民法（債権関係）部会に提案した理由として、実際、相手方は約款の内容をあえて見ようとしなない場合が殆どであり、約款を開示しても、それによって相手方が現実に認識する可能性が乏しく、相手方保護の観点からも必ずしも大きな効果を期待できないということが挙げられた（前掲・部会資料 75B）。その代わり、開示請求がされない場合（又は開示義務が尽くされない場合）の防御壁として、同法 548 条の 2 第 2 項（「相手方の権利を制限し、又は相手方の義務を加重する条項であつて、その定型取引の態様及びその実情並びに取引上の社会通念に照らして第一条第二項に規定する基本原則に反して相手方の利益を一方的に害すると認められるものについては、合意をしなかったものとみなす。」）の不意打ち条項の規律が働くことが想定されている（沖野・前掲 565 頁）。

同条第 2 項は、「定型約款準備者が定型取引合意の前において前項の請求を拒んだときは、前条の規定は、適用しない。」、即ち、同法 548 条の 2 による定型約款についての合意擬制が適用されないとしている。合意擬制が排除されると定型約款を契約内容としない定型取引に係る個別契約が締結されたことになると解される（沖野・前掲 577 頁）。また、「請求を拒んだ」という要件には、過失により開示がされなかった場合を含むと解すべきとの指摘がある（沖野・前掲 576 頁）。

同条第 2 項の文言から逆に言えば、定型取引合意以降は、同条 1 項の規定に反して定型約款準備者が開示を拒んでも合意擬制が適用されることになる。そのような場合には、同条 1 項違反に対し損害賠償による救済が認められるとされているが、それでは実効性に疑問があることから、正当な事由のない「拒絶」の場合には、信義則上、約款内容たる契約条項の援用を否定すべきだ（即ち、同意擬制を認めない）という意見もある（沖野・前掲 579 頁。同 573 頁には、民法 548 条の 3 の規定への強い疑問が述べられている。）。

尤も銀行にとっては、同意文言が記載されていなかった約款でもって既に契約した顧客に対する関係で、事後的な約款改正によって同意文言を挿入することの効力の方が、実際上大きな問題となろう。この問題につき規定しているのが、民法 548 条の 4 である。同条によ

れば、定型約款の変更が効力を持つためには、「定型約款の変更が、相手方の一般の利益に適合する」こと（同条1項1号）、「定型約款の変更が、契約をした目的に反せず、かつ、変更の必要性、変更後の内容の相当性、この条の規定により定型約款の変更をすることがある旨の定めの有無及びその内容その他の変更に係る事情に照らして合理的なものである」ことが要求される（同条1項2号）。そして、「定型約款準備者は、前項の規定による定型約款の変更をするときは、その効力発生時期を定め、かつ、定型約款を変更する旨及び変更後の定型約款の内容並びにその効力発生時期をインターネットの利用その他の適切な方法により周知しなければならない。」（同条2項）とされる。このように約款の変更により情報の利活用を認めてもらう場合には、本人の同意よりは、変更内容の合理性、相手方の一般の利益に適合するという、約款内容規制に重点が置かれているわけである。裁判所の運用次第であるが、銀行としては、変更内容を慎重に定めることが要求されることになろう。

以上