

# 家庭での個人情報の管理に関する調査研究

## 個人情報保護法施行による影響と実態

研究開発室 宮木 由貴子

### 目次

1. 研究の目的と調査の概要 ..... 5
2. 個人情報保護法の認知度と影響 ..... 6
3. 個人情報の管理と廃棄 ..... 8
4. 個人情報の提供を伴う行為 ..... 12
5. まとめ ..... 14

### 要旨

2005年4月に個人情報保護法が施行された。これにより、事業者に対して、情報収集時に通知した利用目的以外で個人情報を利用したり、情報を無断で第三者に提供することが禁止された。こうした動向を受け、生活者が個人情報に対してどのような意識を持ち、行動しているのか、さらに個人情報保護法に対してどのような意識を持っているかについて調査を行った。

個人情報保護法については7割以上が「知っている」と回答した。しかし、個人情報保護法によって自分の情報が守られるようになったという実感は低く、今後の期待もそれほど高くない。むしろ、法律の施行によって日常生活において気をつけなければならないことが増えたなど、自分自身の負担が増したことについての意識が強かった。

個人情報の管理と廃棄については、7割以上の人が個人情報の取扱いについて日常的に気を配っていると回答した。個人情報が記載されたものの廃棄方法としては、全体的に「破く・シュレッダーにかける・破壊するなどしてから捨てる」とした人が多く、意識の高さがうかがえた。

個人情報の提供を伴う行為としては、顧客登録や会員登録、クレジットカードの利用については行っている人が多かったが、インターネット上での個人情報の提供や名簿作成、署名協力などについては行っている人が少なかった。

現代の生活者においては、個人情報保護法の認知度や個人情報保護に対する意識の高さに反して、個人情報保護法に対する期待が低い。今日、過剰な個人情報の保護等、法律のゆがんだ解釈が弊害やトラブルを生じさせている。今後、法律の見直しとともに生活者が正しい認識を持つことが必要である。

キーワード：個人情報保護法、自己管理 廃棄

## 1. 研究の目的と調査の概要

### (1) 研究の背景と目的

2005年4月、個人情報保護法が施行された。これは、高度情報社会において個人情報の流出・漏えいが甚大な被害を生じさせる恐れがあることから、業務において5,000人を超える個人データを扱う個人情報取扱事業者に対して個人情報の取扱いを規定したものである。

個人情報保護法においては、個人情報の取得における利用目的の通知、個人情報の目的外利用の禁止、個人情報の第三者提供に関する規定、個人情報の管理に関する規定、個人情報の開示請求や苦情などに関する規定が設けられている。これらの規定により、個人情報はその利用目的を通知された上で収集され、それ以外での利用はなされず、さらに無断で第三者に提供されることが禁止された。

こうした規制により、事業者が保有する生活者の個人情報が適正に保守されることが期待された。しかし法の施行後、単に「保護される側」と思われた生活者において、個人情報保護法の影響が広がっている。

今日の生活者は個人情報保護法に何らかの形で接する機会が多く、認知度自体は高いものと推察される。しかし、実際に法律の効果がどの程度実感されているか、またこの法律に対して生活者がどの程度期待をしているかには疑問が残る。認知度の高さに比例するほどの効果の実感はなく、過剰な反応が目立つ一方で、むしろかゆいところに手が届いていない実態があるのではないだろうか。そもそも、今日の生活者は個人情報保護についてどのような姿勢を示しているのだろうか。

そこで、本研究においては、個人情報保護法の認知度と影響、日常的な個人情報の管理と廃棄、個人情報の提供を伴う行為の実施状況などからこれらについて検証しつつ、個人情報保護法に対する生活者の意識とインパクト、自己対策の状況について調査研究を行い、個人情報保護法のあり方について模索する。

### (2) 調査の概要

調査の概要は以下のとおりである。

- 1) 調査地域と対象：全国の20～69歳の男女
- 2) サンプル数：900名
- 3) サンプル抽出法：第一生命経済研究所生活調査モニターとその家族
- 4) 調査方法：質問紙郵送調査法
- 5) 調査時期：2005年8月
- 6) 有効回収数(率)：845名(93.9%)
- 7) 回答者の属性：図表1に示したとおり

図表1 回答者の属性

(単位: %)

	合計	20代	30代	40代	50代	60代
男性	47.3	9.1	9.3	9.9	8.8	10.0
女性	51.8	9.7	10.9	10.2	10.6	10.4

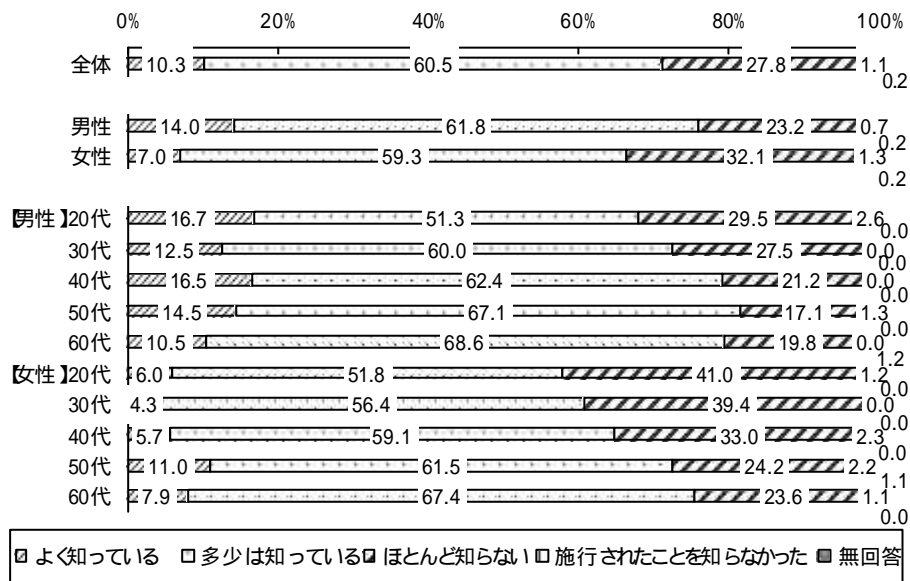
注：無回答」は除く

## 2. 個人情報保護法の認知度と影響

### (1) 個人情報保護法の認知度合い

まず、「個人情報保護法」について、生活者がどの程度認知しているかについて、「内容についてよく知っている」「内容について多少は知っている」「ほとんど知らない、名称のみ知っている程度」「『個人情報保護法』が施行されたことを知らなかった・聞いたことがなかった」という4段階で尋ねた（図表2）。

図表2 「個人情報保護法」の認知度合い（全体、性別、性年代別）



その結果、全体で最も多かったのは「多少は知っている」(60.5%)で、「よく知っている」(10.3%)とあわせると約7割の人が「個人情報保護法」を「知っている」と回答した。施行されたことすら知らなかった人は全体の1.1%で、認知度はかなり高いといえる。

性別にみると、女性で「知っている」(「よく知っている」と「多少は知っている」の合計、以下同じ)は66.3%であるのに対して、男性が75.8%と認知度が高くなっていった。

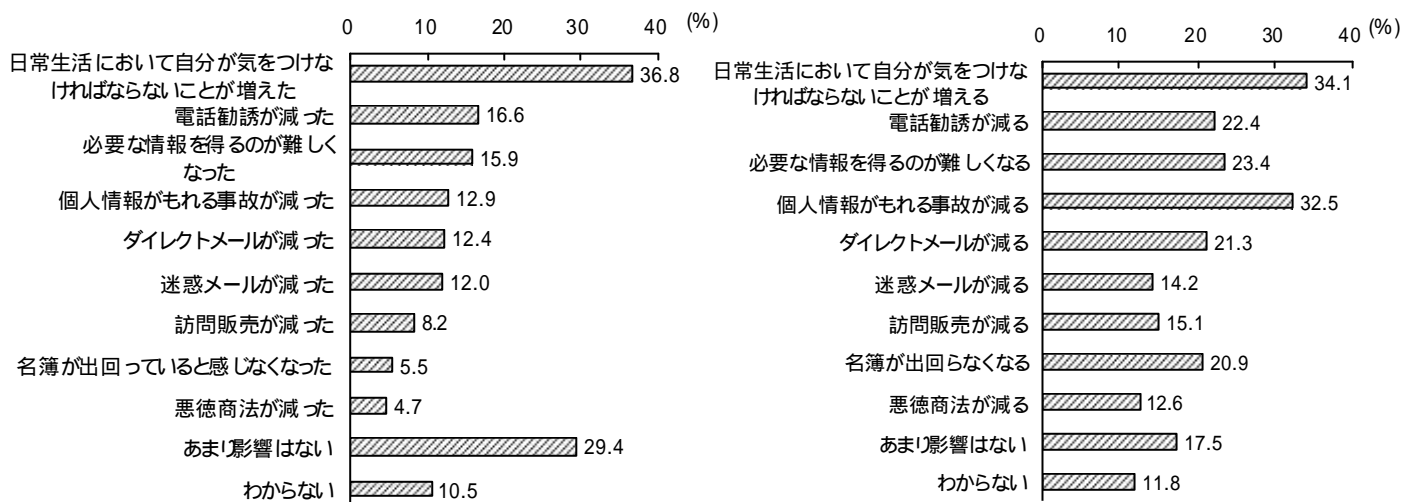
性・年代別にみると、男性の60代では50代よりやや認知度が低くなっているものの、総じて年代が上がるほど認知度も高くなっている傾向がある。また、「知っている」人が最も多いのは男性の50代で81.6%となっており、最も少ないのは女性の20代で57.8%となっていた。

## (2) 個人情報保護法のもたらした影響

それでは、実際に「個人情報保護法」の施行によって、日常生活上、どのような影響が生じていると感じられているのだろうか(図表3左図)。

「個人情報保護法」に対する評価として最も多かったのは、「日常生活において自分が気をつけなければならないことが増えた」(36.8%)で、「あまり影響はない」(29.4%)が続いた。次いで「電話勧誘が減った」(16.6%)、必要な情報を得るのが難しくなった」(15.9%)となっている。このように、「個人情報保護法」の施行によって、現在のところあまりその効果は実感されておらず、むしろしなければならないことが生じたり、情報を得にくくなったといったデメリット面の指摘が目立った。

図表3 個人情報保護法 施行で生じた影響(左図)・今後生じると思う影響(右図) <複数回答>



さらに、「個人情報保護法」の施行によって、今後どのような影響が生じると思うかについて尋ねた(図表3右図)。

その結果、最も多かったのは、ここでも「日常生活において自分が気をつけなければならないことが増える」(34.1%)となっていた。これに「個人情報がもれる事故が減る」(32.5%)が続いており、個人情報保護法に対する期待も低くないことがあきらかになった。また、「名簿が出回らなくなる」とする割合が20.9%となっていた。

しかし一方で、「必要な情報を得るのが難しくなる」が23.4%となっている。「あまり影響はない」とする割合は17.5%だった。これらの結果から、個人情報保護法に対す

る期待はある程度あるものの、生活者の負担や煩雑さも増すと想定されていることがあきらかになった。

(3) 個人情報保護法に対する意見 ~自由回答結果から~

さらに個人情報保護法に対する具体的な評価について、自由回答の結果から考察する。

個人情報保護法に関しては全体的に否定的な意見が多く、具体的には「勧誘やダイレクトメールが減らない」「名簿や連絡網がなくなり不便」「同窓会ができない」「病院等が照会に応じない」「法律が守られていない」などがあげられた。大別すると、保護法が施行されても個人情報適正に利用されているとの効果が感じられない、保護法が施行されたことでかえって余計な手間隙や弊害が生じるようになった、罰則が軽すぎて情報漏えいの抑止力が弱すぎるといった点に集約される。

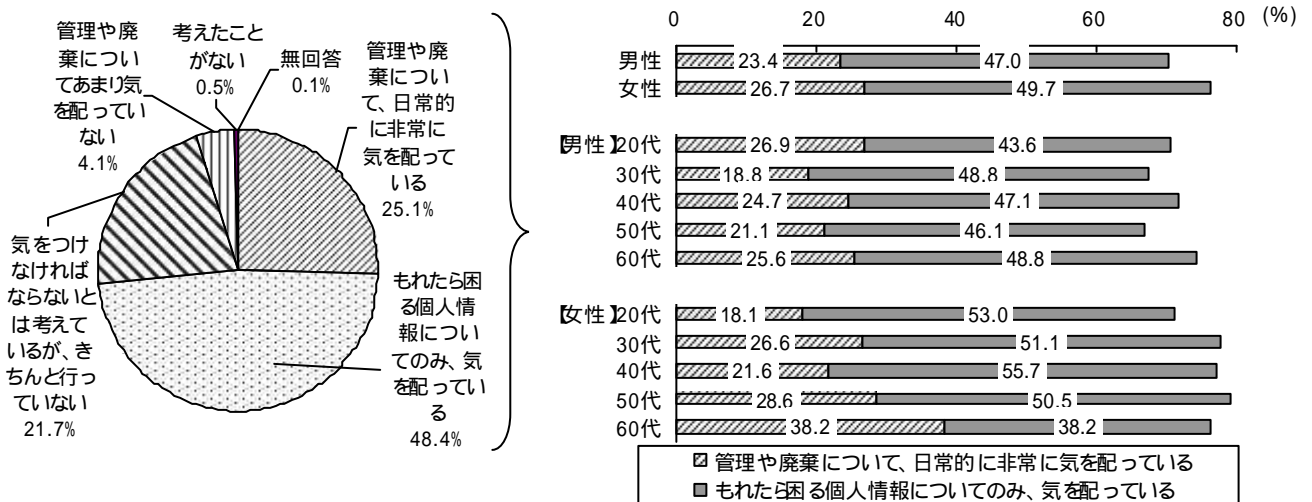
肯定的な意見としては、「勧誘が減少した」「安心して懸賞等に応募できる」等が見られた。また、個人情報保護法自体には期待していないが、生活者の意識が高まるきっかけとなったとの意見もみられた。

3. 個人情報の管理と廃棄

(1) 管理や廃棄に気を配っているかどうか

それでは、今日の生活者は日常的に個人情報をどのように管理・廃棄しているのだろうか。これについて、まず個人情報に対して、日常生活上でどの程度配慮しているかを尋ねた(図表4)。

図表4 日頃の個人情報の取扱いに関する配慮 (全体、性別、性年代別)

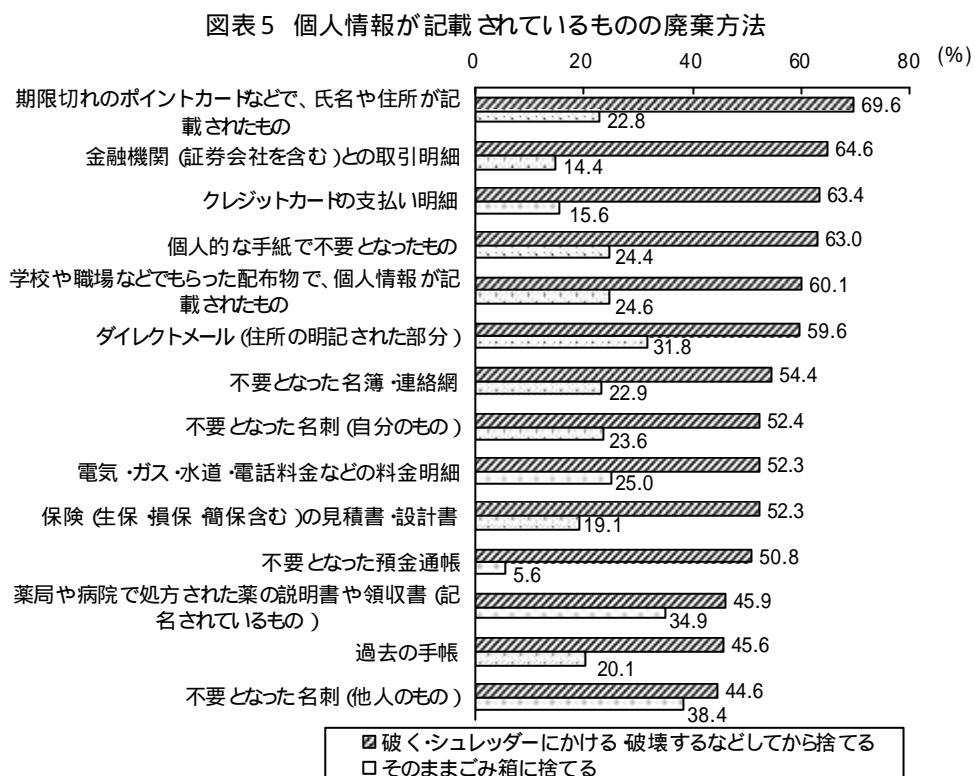


その結果、最も多かったのは、「もれたら困る個人情報についてのみ、気を配っている」(48.4%)で、これに「管理や廃棄について、日常的に非常に気を配っている」(25.1%)をあわせると、7割以上の人が個人情報の取扱いについて日常的に気を配っていると回答した。

性別にみると、男性より女性において気を配っていると回答する割合が高い。また、性・年代別にみると、男性の30代では気を配っていると回答する割合が低いのに対して、女性の30代では気を配っていると回答する割合が高い。「非常に気を配っている」とした割合は、女性の60代で最も高く、4割近くを占めた。

## (2) 個人情報が記載されているものの廃棄方法

続いて、実際に個人情報が記載されているものを、普段どのように廃棄しているかについて尋ねた(図表5)。



注: 「リサイクル紙として古紙回収」「わからない何となくどこかに置いてしまう」  
 その他(捨てない、該当しない)という場合を含む)、「無回答」は除く。

全体的には、「破く・シュレッダーにかける・破壊するなどしてから捨てる」との回答が多かった。「期限切れのポイントカードなどで、氏名や住所が記載されたもの」「金融機関(証券会社を含む)との取引明細」「クレジットカードの支払い明細」「個人的

な手紙で不要となったもの」「学校や職場などでもらった配布物で、個人情報が記載されたもの」については、6割以上の方が処理してから捨てていることがわかった。

その一方で、「不要となった名刺(他人のもの)」「薬局や病院で処方された薬の説明書や領収書(記名されているもの)」「ダイレクトメール(住所の明記された部分)」については、「そのままごみ箱に捨てる」人が3割を超えた。

「破く・シュレッダーにかける」とした割合を性別に比較すると、ほとんどの項目で女性が男性を上回り、個人情報の記載されたものの廃棄に注意している様子が見えがえた(図表6)。

性・年代別に比較すると、全体として男女ともに20代ではあまり配慮がなされていない。図表4で示した「日頃の個人情報の取扱いに関する配慮」においては、女性の30代、50代、60代において個人情報の管理に「日常的に非常に気を配っている」とした割合が高かったが、個別の廃棄方法の実態からも同様の結果を得た。

図表6 破く・シュレッダーにかける・破壊するなどしてから捨てる」とした割合(性別、性年代別)

(単位:%)

	性別		性年代別									
			男性					女性				
	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
期限切れのポイントカードなどで、氏名や住所が記載されたもの	55.0	64.1	53.8	59.5	55.3	54.7	52.3	54.9	67.0	65.9	63.7	68.2
金融機関(証券会社を含む)との取引明細	60.6	65.7	56.4	60.8	60.0	57.3	68.6	51.2	66.0	68.2	70.0	71.9
クレジットカードの支払い明細	48.1	56.5	46.2	50.0	50.6	38.7	54.7	43.9	64.9	58.0	53.3	60.9
個人的な手紙で不要となったもの	49.5	59.4	44.9	48.7	48.2	50.7	55.4	49.4	63.8	60.2	59.3	62.9
学校や職場などでもらった配布物で、個人情報が記載されたもの	50.7	54.3	41.0	46.8	52.9	50.0	62.4	42.0	52.1	54.0	59.3	63.2
ダイレクトメール(住所の明記された部分)	43.1	46.6	39.7	40.5	43.5	41.3	50.0	36.6	54.8	42.5	47.3	50.6
不要となった名簿・連絡網	43.4	47.5	30.8	41.8	45.9	41.9	55.8	37.8	41.5	44.3	54.9	58.4
不要となった名刺(自分のもの)	51.6	50.3	38.2	48.1	62.4	48.7	59.3	40.2	47.9	40.9	61.1	60.7
電気・ガス・水道・電話料金などの料金明細	57.8	68.5	50.0	53.2	65.9	53.9	65.1	52.4	74.5	68.2	75.8	69.7
保険(生保・損保・簡保含む)の見積書・設計書	59.1	70.3	48.7	60.8	67.1	56.0	61.2	58.5	73.4	69.3	78.9	70.1
不要となった預金通帳	48.1	56.3	37.2	43.0	53.6	48.7	57.8	40.2	55.3	59.1	63.3	62.5
薬局や病院で処方された薬の説明書や領収書(記名されているもの)	63.9	75.3	57.7	64.1	65.9	59.2	72.1	63.0	78.7	79.5	72.2	82.0
過去の手帳	56.5	63.6	56.4	60.8	60.0	46.1	59.3	50.6	72.3	63.6	62.6	67.0
不要となった名刺(他人のもの)	41.4	50.0	29.5	44.3	39.8	40.8	51.2	37.8	47.9	48.9	52.7	61.8

注 性別比較では5ポイント以上高いものを網掛け表示。性年代別比較では最も高いものを網掛け表示。

### (3) 不要となったパソコン・携帯電話の廃棄方法

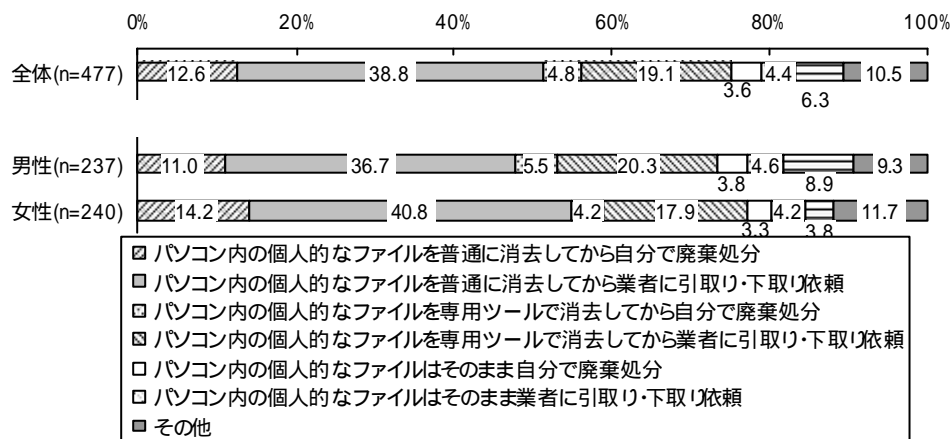
情報化によってデジタル化の進んだ社会における個人情報の管理においては、紙媒体だけでなくデジタル機器における個人情報にも配慮が必要である。特にパソコンはここ数年で急速に家庭への普及が進み、今日では買い替えなども盛んに行われているが、パソコンにはメールの受発信記録を含め、多くの個人情報が格納されているケー

が多い。そこで、不要となったパソコンを廃棄するとき、作成・保存されているファイルやデータをどのように処理しているかについて尋ねた（図表7）。

その結果、最も多かったのは、「パソコン内の個人的なファイルを普通に消去してから業者に引取り・下取り依頼」（38.8%）だった。パソコンのファイルは、普通に消去しても表面上のファイルが消えるだけで、知識のある人なら簡単に復元が可能とされている。家庭でのパソコン買い替えが増えている中で、こうした局面からの個人情報の漏えいが懸念される。安全な対応策として考えられる「パソコン内の個人的なファイルを専用ツールで消去」する人（自分で廃棄、業者に引取り・下取り依頼の合計）は、23.9%だった。全体として、個人的なファイルは消去してから処分するという行為はかなり浸透しているものの、専用ツールで消去する行為はまだ一般化していない。

性別比較をみると、個人的なファイルを「普通に消去」している割合（自分で廃棄、業者に引取り・下取り依頼の合計）は男性で47.7%であるのに対して、女性では55.0%となっていた。一方で「専用ツールで消去」している割合は、男性で25.8%、女性で22.1%と大きな差はみられなかった。

図表7 不要となったパソコンの廃棄方法（全体、性別）



注：パソコンは処分しない・とっておく、パソコンは持っていない「無回答」は除く。

同様に、不要となった携帯電話の廃棄方法についても尋ねた（図表8）。携帯電話はパソコンよりも買い替えが早く、さらに「通信機器」であるが故に個人情報の量も膨大である。また、通信履歴や電話番号、メールのアドレスに加えて、昨今の携帯電話はカメラ機能付きのものが多く、画像情報が多く格納されているケースもある。さらに、個人用と業務用の使用の区別がしにくく、個人用として保有する携帯電話に、実際は業務に関する個人情報が入っていることもよくある。

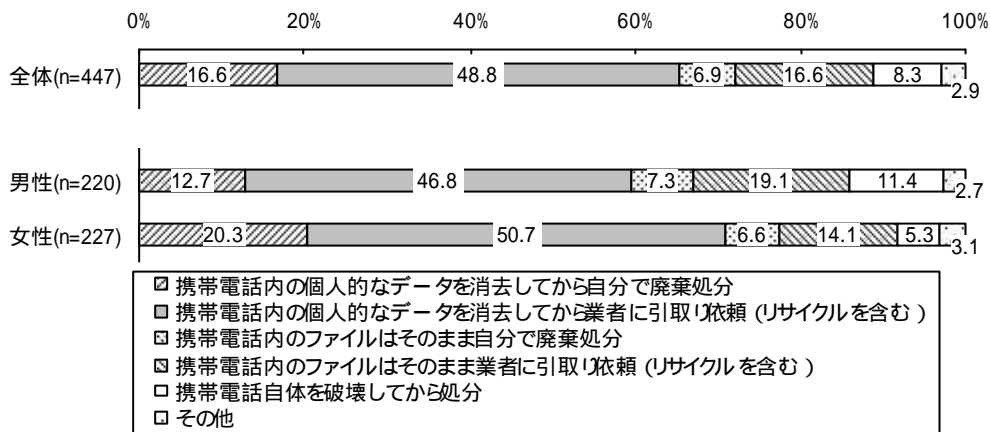
調査の結果、最も多かったのは、「携帯電話内の個人的なデータを消去してから業者に引取り依頼」（48.8%）となっていた。その一方で、「携帯電話内のファイルはその



まま業者に引取り依頼」と回答した人も16.6%おり、個人情報管理についての認識が薄い人が存在している。

性別にみると、ここでも男性（自分で廃棄、業者に引取り依頼の合計で59.5%）より女性（同71.0%）でデータの消去が行われている様子があきらかになった。男性の2割近くは携帯電話内のデータをそのまま業者に引取り依頼するとしており、個人情報管理における意識の低さをうかがわせている。

図表 8 不要となった携帯電話の廃棄方法 (全体、性別)



注：携帯電話は処分しない「とっておく」「携帯電話は持っていない」「無回答」は除く

#### 4. 個人情報の提供を伴う行為

ここまでの結果から、全体として、個人情報保護法の認知度に関しては女性より男性の方が高かったのに対し、実際の個人情報の管理については男性より女性のほうが高い意識を持って行っている実態があきらかになった。

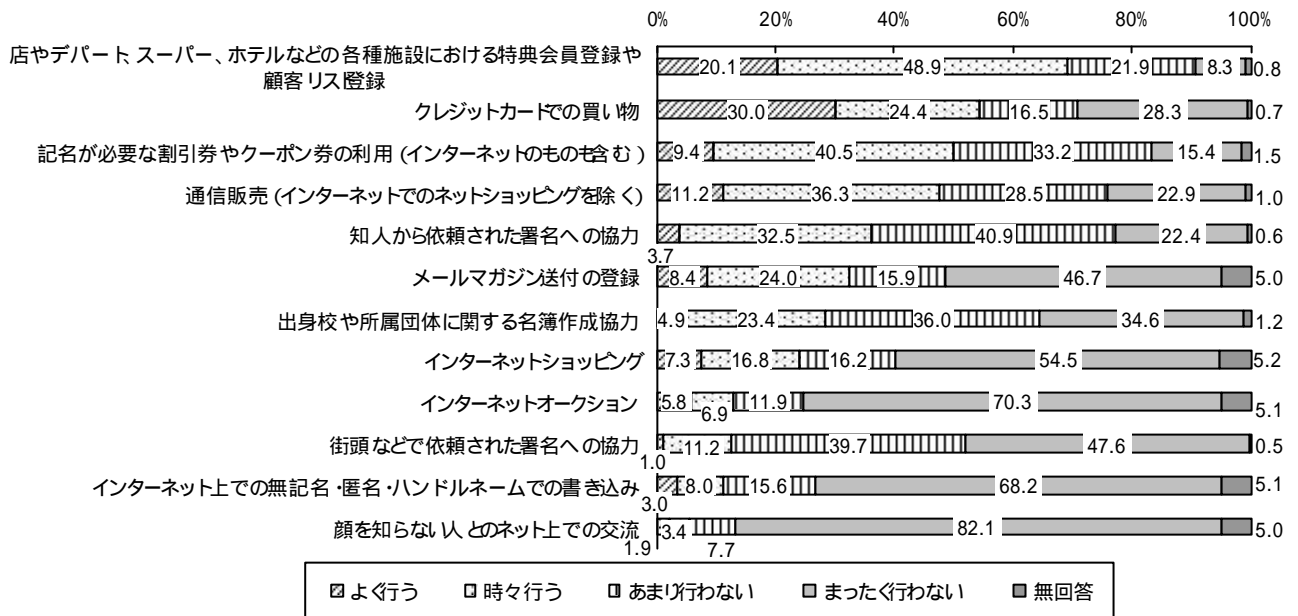
それでは、今日の生活者は、個人情報の公開を伴う行為について、日頃どの程度行っているのだろうか。これについて尋ねたところ、「行う」とした割合（「よく行う」と「時々行う」の合計、以下同じ）が最も高かったのは「店やデパート、スーパー、ホテルなどの各種施設における特典会員登録や顧客リスト登録（ポイント用カードや友の会などで記名が必要なもの）」で、7割近くが行っていると回答した（図表9）。次いで、「クレジットカードでの買い物」が54.4%、「記名が必要な割引券やクーポン券の利用（インターネットのものも含む）」が49.9%となっていた。

「行う」とした割合が特に低かったのは、「顔を知らない人とのネット上での交流」（5.3%）や「インターネット上での無記名・匿名・ハンドルネームでの書き込み」（11.0%）、「街頭などで依頼された署名への協力」（12.2%）だった。

性別に比較を行うと、会員登録や顧客リストの登録、クレジットカードでの買い物、割引券やクーポン券の利用、通信販売においては、男性より女性の方が行っている

回答した。一方、名簿作成協力やインターネットオークションについては、女性より男性の利用が多い(図表10)。

図表9 個人情報の提供を伴う行為を日頃どの程度行っているか



図表10 個人情報の提供を伴う行為を日頃どの程度行っているか(性別、性年代別)  
(「よく行う」と「時々行う」の合計)

(単位%)

	性別		性年代別									
	男性	女性	男性					女性				
			20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
店やデパート、スーパー、ホテルなどの各種施設における特典会員登録や顧客リスト登録	59.8	78.9	51.3	64.6	55.3	61.8	66.3	86.6	69.9	84.1	73.3	81.6
クレジットカードでの買い物	50.7	58.0	46.2	53.2	57.6	57.3	40.7	51.2	66.7	67.0	58.2	46.0
記名が必要な割引券やクーポン券の利用(インターネットのものも含む)	45.4	55.1	46.2	53.2	49.4	36.8	41.7	64.2	51.6	58.0	54.4	48.3
通信販売(インターネットでのネットショッピングを除く)	35.6	59.5	26.9	39.2	37.6	35.5	38.6	76.8	59.1	64.8	54.4	43.7
知人から依頼された署名への協力	34.6	37.9	28.2	30.4	28.2	48.7	37.2	20.7	28.0	40.9	47.8	51.1
メールマガジン送付の登録	36.4	31.9	41.0	50.6	34.9	32.4	20.5	56.1	50.5	31.4	11.8	6.5
出身校や所属団体に関する名簿作成協力	31.1	26.0	13.0	23.1	30.6	30.7	54.7	19.5	16.1	29.9	25.6	39.1
インターネットショッピング(インターネットオークションを除く)	24.5	26.3	25.6	31.6	28.9	22.9	11.0	46.3	44.1	25.6	9.4	2.6
インターネットオークション(買う側・売る側含む)	17.2	9.9	21.8	24.1	18.1	14.1	5.6	17.1	20.4	8.1	1.2	1.3
街頭などで依頼された署名への協力	13.4	10.8	11.5	12.7	11.8	9.3	20.9	3.7	4.3	12.5	15.4	18.0
インターネット上での無記名・匿名・ハンドルネームでの書き込み	14.1	9.7	15.4	24.1	10.8	14.1	5.6	20.7	18.3	4.7	2.4	1.3
顔を知らない人とのネット上での交流(出会い系サイトやチャットなど)	5.2	5.9	12.8	7.6	2.4	1.4	1.4	15.9	10.8	2.3	0.0	0.0

注: 性別比較では5ポイント以上高いものを網掛け表示。性年代別比較では最も高いものを網掛け表示。

また、性・年代別に比較すると、男性の30代と女性の20代で個人情報の公開を伴う行為を行っている割合が高かった。この2つの属性は、図表4で示した「日頃の個人情報の取扱いに関する配慮」において最も意識が低かった層と一致することが確認された。名簿の作成や署名協力などについては、男女ともに年代が高いと実施している割合も高かった。

全体的にみて、会員登録や顧客リスト登録、クレジットカード利用などについては行っている人の割合が高いが、その他のものはそれほど高くなく、特にインターネットを利用したものや名簿作成、署名協力に関しては行っている人が少ないことがあきらかになった。

## 5.まとめ

今回の調査結果から、生活者における個人情報保護への関心は高く、法律の認知度も高いとの結果を得た。個人情報保護法が施行された時期は、丁度「オレオレ詐欺」や「架空請求」等の個人情報を悪用した犯罪が増加し、問題化した時期でもあった。こうした要因も相乗効果的に作用して、個人情報に対する関心が高まったものと考えられる。

生活者の個人情報保護に対する関心の高さは、日常的な個人情報の取扱いからもみられた。個人情報の管理に対する配慮や廃棄方法の実態からは、個人情報の保護に対する自己防衛意識の高さが感じられた。また、個人情報の提供を伴う行為についての結果をみても、顧客リスト登録やクレジットカード利用等については実施している割合が高かったが、その他についてはあまり積極的ではなかった。特にインターネットを使ったものについては、個人情報の提供を伴う行為を行っている割合が低く、生活者の自己防衛意識の高さをうかがわせるものだった。

しかし、生活者における個人情報保護法の認知度が高く、個人情報保護への関心も高い一方で、個人情報保護法に対する信頼や期待は高くないことがあきらかになった。そもそも、個人情報保護法は、生活者が個人情報の利用目的を明確に告げられた上で情報収集され、明示された利用目的以外に無断で情報を利用されることなく、適正に管理されるとの保証をなすべきものとされ、これによって生活者は安心して個人情報を提供できるようになるはずだった。しかし、個人情報保護法の効果はあまり実感されておらず、むしろ手続きの煩雑化や必要な情報が得られなくなるなどの回答が目立っていた。今日の生活者においては、「個人情報に対する関心は高い」ものの、「個人情報保護法に対する評価と期待は低い」と結論づけられる。

その理由としては、いくつかの点があげられる。

まず、生活者においては、個人情報保護法により、訪問販売や電話勧誘販売、ダイレクトメールなどの、いわゆる「不招請勧誘」の減少に対する期待が大きかったよう

だ。実際、消費者センターには「個人情報保護法を盾に勧誘を止めさせられないのか」という問い合わせが多く寄せられており、本調査における自由回答結果からも同様の意見をj得ている。しかし実際には、生活者の期待した領域には、個人情報保護法は十分に及んでいない。

また、個人情報保護法は情報を収集・管理する事業者に対する義務と責任を明確化したg、それによって生活者は責任追及のターゲットを特定しやすい事業者に対して厳しい姿勢を向けた。このことは、信頼性の失墜を恐れる事業者に対して、「危ない橋は渡らない」選択をさせることとなり、結果として名簿や緊急連絡網の廃止といった結果を招くことになった。自由回答結果からも、個人情報保護法の施行により、学校等で名簿や緊急連絡網の作成が廃止されたり、病院や大学等での呼び出しに際して氏名を呼ばずに番号を活用するなどの事態が多々発生していることが指摘された。また、事故や災害の発生時に、家族や知人からの安否照会に対して、病院側が個人情報保護を理由に応じなかったり、学校等でのイベントにおける子どもの写真撮影が禁止されるという事例も報告されている。こうした動向に、多くの生活者は疑問や不便を感じている。

さらに、個人情報保護法が施行されてからも、相変わらず個人情報漏えいの事故は発生し続けているという現実がある。

これらの状況から、生活者の個人情報保護法に対する期待と信頼は維持されず、「個人情報は極力出さないほうが安全」という意識として定着する傾向がある。無論、現代のような情報社会において、個人情報の公開に対して慎重になる姿勢を持つことが重要であることは確かである。しかし、一概に個人情報を伏せることが必ずしも安全であるとはいえない。現在、自宅に表札を出さず、他人の前で氏名を呼ばれることにも抵抗を覚えるという人もいるというが、個人情報の共有がない社会は、地域とのつながりの希薄化を助長するなどの弊害も生じさせる。緊急時や災害時におけるネットワークや地縁の役割、子どもの友人関係や行動範囲の把握等において、最小限の個人情報の共有は必要であると考えられる。

今後、個人情報保護のあり方は、法律を含めて再検討される必要がある。これに際しては、生活者が本当に求めているのはどのような社会なのか、必要な個人情報の共有・公開とはどのようなものなのかについてまで含め、生活者自身もともに強い関心を持って見守る必要がある。

(研究開発室 副主任研究員)

#### 【参考文献】

- ・ 木村達也監修，2005，『狙われる！個人情報・プライバシー』民事法研究会。
- ・ 松本恒雄他編，2005，『個人情報・プライバシー六法 2005年度版』民事法研究会。
- ・ 渡部喬一，2004，『個人情報保護法のしくみと実務対策』日本実業出版社。