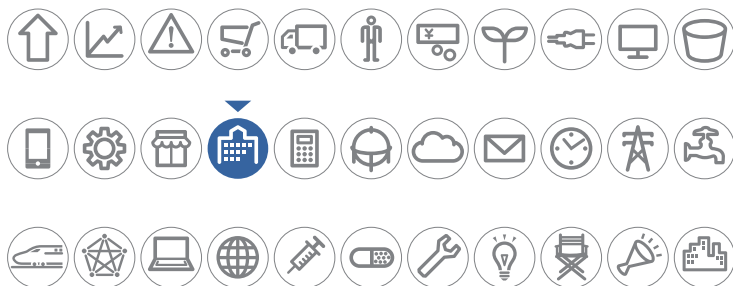


# 個人情報保護法の 改正動向と今後の展開



## 個人情報保護法改正の動向

弁護士・米国ニューヨーク州弁護士  
森 亮二

## パーソナルデータを 利活用する事業者に求められる取組

株式会社 日立コンサルティング シニアコンサルタント  
宮澤 泰弘



Public Sector

## 個人情報保護法改正の動向

著者 森 亮二

弁護士・米国ニューヨーク州弁護士

## はじめに

政府のIT総合戦略本部は、2013年6月に「世界最先端IT国家創造宣言」を決議し、その中で「ビッグデータ」のうち、特に利用価値が高いと期待されるパーソナルデータの取扱いについて、その利活用を進めるための事業環境整備を進めることとした。IT総合戦略本部は、この成長戦略に基づいて、2013年秋には、「パーソナルデータに関する検討会」（以下「パーソナルデータ検討会」）を設置し、同検討会において個人情報保護法の改正についての検討が行われた。

2014年6月、IT総合戦略本部は、パーソナルデータ検討会の検討結果を受けて、法改正の方向性を規定した「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」（以下「改正大綱」）を決定・公表した。本稿は、法改正の方向性を明らかにした「改正大綱」の内容について紹介するものである。

改正大綱には、以下の六つのことが書かれている。第一は匿名化したデータの流通、第二は個人情報の範囲の拡大、第三は、現行法の義務規定の見直し、第四は改正法を所管する政府の機関である「第三者機関」、第五はグローバル化への対応、第六は今後の検討課題等その他の事項である。このうち、一般の事業者にとって影響が大きいのは、第一から第四までであると思われるので、以下、これらについて順に説明する。

## 匿名化したデータの流通

匿名化したデータを本人の同意なく、かつ安全に流通させることができれば、プライバシーの保護と情報の利活用の双方を実現できることとなる。改正大綱はこの制度を具体的な改正内容の第一に掲げて法改正の「目玉」としている。問題は、匿名化の加工方法であるが、これに

ついては、当初、データベースの性質・中身を問わない一般的な匿名化の手法が模索されていた。例えば、「氏名はIDに変換、生年月日は月まで、勤務先は業種のみ、住所は市区町村まで、メールアドレスは削除、購買履歴は変更不要…」というような一定の加工手法をあらゆるデータベースに適用し、それで足りるとするやり方である。この点について、パーソナルデータ検討会は、その下にある唯一の作業部会である技術検討ワーキンググループ（以下「技術検討WG」）に対して、匿名化の手法に関する検討を依頼した。しかしながら、技術検討WGの答えは、「あらゆる個人情報を匿名化する汎用的手法は存在しない」というものであった。さらに検討した結果、改正大綱は、匿名化の手法を「事業等の特性に応じた適切な」ものとするため、具体的な匿名化の手法を法律で一律に定めるのではなく、民間団体が自主ルールを策定し、これを政府の第三者機関が認定するといういわゆる「共同規制」の方法を採用することとした。共同規制とは、法規制と自主規制の中間的なものであり、本件のように、政府によって認定を受けた自主ルールが法律と同じ効力を有することになるものがその一類型である。また、自主ルールの公平性を確保するために、ルール策定に消費者側も参加する、いわゆる「マルチステークホルダープロセス」を採用することとされた。

この点については、共同規制もマルチステークホルダープロセスも、我が国初の試みであり、「消費者側と事業者側で合意に到達することができるのか」「第三者機関は事業の性質に応じた自主ルールの妥当性を判断することができるのか」といった懸念がある。しかしながら、技術の進歩が速く、様々なデータベースが利活用される現状では、政府が事業分野ごとに調査を行って匿名化の手法を一から考えるのはいかにも非効率である。実際の事業内容や取扱う情報の性質をよく理解している業界団体等がルールを考えることには一定の合理性があると言えるであろう。

なお、匿名化情報の第三者提供に際しては、提供者と受領者のそれぞれが一定の法的義務を負うことが想定され

ている。技術検討 WG の報告書では、提供者には第三者機関への届出義務を、受領者には匿名化したデータを特定の個人を識別できるものに戻すこと（再識別化）を禁止する義務を、それぞれ課すことが提案されたが、改正大綱では、「特定の個人を識別することを禁止するなど適正な取扱いを定める」との表現にとどまっている。

## 個人情報の範囲の拡大

これまでは、個人情報とは特定の個人を識別できる情報（誰の情報か分かる情報）とされていた。しかしながら、具体的な場面において、個人識別性があるか否か、はっきりしないことが多いことが多いため、様々な問題が起きていた。改正大綱は、個人情報の範囲に関するグレーゾーンをなくするために、個人情報の範囲を拡大することとした。個人識別性がない情報（誰の情報か分からない情報）についても、一定のものを個人情報として法の保護対象とすることとしたのである。

この問題についても、パーソナルデータ検討会から技術検討 WG に検討の依頼がなされた。技術検討 WG は、「特定の個人が識別されること」が権利侵害のおそれを格段に高めることに着目し、「特定の個人が識別される」おそれは、多くの場合、当該個人に関する多量・多様な情報が収集されることによって生じることから、そのような情報の収集を可能にする識別子として機能し得るものを新たな保護対象とすべきであるとした。多量・多様な情報を収集しうる識別子としては、①本人又は本人の所有物と密接性があること、②一意性/単射性がある（識別子と本人が1対1対応である）こと、③共用性がある（複数の事業者または複数のサービスで共通に利用されるものである）こと、④不変性がある（本人が簡単に変更したり利用停止させたりできない）こと、の四つのすべてに該当する場合がこれに当たるとした。

四つのすべてを満たすものとして、①指紋や顔認識デー

タなどの個人の身体的特性に関するものと、②パスポート番号やスマートフォンの ID など、個人や個人の情報端末に付番された ID の、二つのカテゴリが新たに個人情報として保護の対象となることとなった。これらのうち具体的に何が保護対象となるかについては、グレーゾーン解消の趣旨から、「保護の対象となるものを明確化し、必要に応じて規律を定めることとする」とされており、政令等に規定されることになるものと思われる。例えば、これまで個人情報ではなかったブラウザの閲覧履歴を収集するサードパーティクッキーが、改正法の下では個人情報として法の保護の対象となりうることになる。

## 現行法の義務規定の見直し

現行法の義務規定のうち、まず規制を緩和するものとしては、前記の本人の同意なく匿名化データを流通させることはその筆頭である。このほかに、利用目的の変更について本人の同意が必要とされていたものを、オプトアウトで足りるとすることが提案されている。

次に、現行法の規制を強化するものとしては二点ある。第一は、第三者提供の本人同意原則の例外であるオプトアウトに関するものである。現行法は、あらかじめ、①第三者提供すること、②提供される情報の種類、③提供の手段、④求めに応じて提供停止すること、の本人通知事項四点を本人に通知し、または本人の容易に知り得る状態しておけば、本人の同意がなくとも第三者提供することができるとしていた。このようなオプトアウトによる第三者提供は、実運用において、本人の知らないところで第三者提供が粛々と進められる状況を招来しており、名簿屋による個人情報販売の「口実」（「オプトアウトによる第三者提供の手法をとっており、個人情報保護法を遵守している」というもの）ともなっている。他方で、第三者提供はプライバシー侵害の原則的形態であるため、まじめにプライバシーに配慮する事業者としてはオプトアウトによる利活用を図ることは困難である。こ

のようにオプトアウトによる第三者提供は、弊害が顕著で利便性も低いものとして現行法の問題とされてきた。改正大綱は、この点について、現行法の要件に加えて、(a) 本人通知事項を第三者機関に提供することを義務付ける、(b) 第三者機関は届出のあった事項を公表する、などの要件を追加することを提案している。

現行法の規制強化の第二は、同じく第三者提供の本人同意原則の例外である共同利用に関するものである。これについて改正大綱は、「現行法の解釈に混乱が見られる」として、共同利用の利用者全体が「一つの事業者と同じであると本人が捉えることができる場合のみ」認められる制度であることを明確にする形での運用の徹底を図っている。共同利用については、条文の表現上は、共同利用者が社会的に見て「一つの事業者と同じ」であるような単一性のある集団であることの必要性が読み取り難い。そのため、運用上、なんら単一性のないばらばらの企業集団において共同利用が行われることもあった。この点を改める趣旨である。

さらに、現行法にない新たな規制の導入が四点提案されている。第一は、機微情報の取扱い禁止である。機微情報の取扱い禁止は、すでに業種別のガイドライン等には見られたものであり、社会的差別の原因となりうる人種、信条、社会的身分、前科・前歴等に関する情報を含む個人情報の取扱いを禁止するものである。社会的身分については、企業の役員であることや大学生であることといった人の社会的地位・状態全般がこれに含まれるわけではなく、あくまでも社会的差別の原因となり得るものに限られる。また、取扱いの禁止については、必要な例外規定が設けられることとされており、例えば、反社会的勢力の構成員であること / あったことは、ここにいう社会的身分に当たりうるが、企業活動における反社会的勢力排除の文脈においては、例外規定の対象になるものと推測される。

第二に、情報の集積、突合、分析により特定の個人が識別される場合における規制が提案されている。個人情報

ではなかった情報が、事業者の内部における情報集積等により個人情報となる場合には、個人情報の取得に当たるため、現行法の取得に関する規制の対象となることは当然である。この提案はその点の確認にとどまるものではなく、内部における情報集積等による個人識別性の獲得を制限する趣旨を含んでいる。前記のとおり、匿名化したデータの受領者については、匿名化したデータを特定の個人を識別できるものに戻すこと（再識別化）を禁止する義務を課することが提案されているが、このような要請は、匿名化データの受領者に限られた話ではない。特定の個人が識別されるようになることによって、権利侵害のおそれが格段に高まる以上、必要もなく個人識別性のない情報に個人識別性を獲得させる行為は、制限されることが合理的である。

第三に、個人情報の保存期間に関する規制が提案されている。保存期間については、一律に定めることなく、保存期間の公表の在り方について検討するとされている。情報の性質やその利用目的が千差万別であることを考えれば、保存期間自体の法定は、適当とはいえない。その一方で、保存期間を公表する義務を事業者に負わせることは、事業者にとって大きな負担ではなく、かつ透明性の確保に資するものと考えられる。もっともこの点については、パーソナルデータ検討会において、公表義務を課されることについての事業者側の反対意見があったため、「公表の在り方について検討する」との表現にとどめたものと思われる。

第四は、厳密には規制の新設ではないが、分かりやすい本人の同意の取得方法について、自主規制ルール等を活用することにより改善を図ることとされている。事業者側では、利用規約等を書いておけば本人の同意があったものとして扱ってよいと考えがちであるのに対して、利用規約を読むことがないのが通常である消費者側は、それでは納得し難い。この認識のギャップは、これまでしばしば炎上の原因にもなったところであり、利活用を阻む要因となっている。分かりやすい同意の取得方法を検討することは、喫緊の課題である。

## 第三者機関

改正大綱は、現在は番号法を所管している特定個人情報保護委員会に、改正後の個人情報保護法に関する法執行の権限を与えることとしている。現行法において法執行権限を有する各府省大臣との関係については、①役割分担の明確化を図ること、②重畳的な法執行を回避して効率的な運用を行うこと、とされている。

事業者に対する法執行の手段としては、現行法上の、助言、報告徴収、勧告、命令に加えて、新たに、指導、立入検査、公表等を行うことができるとされている。また、新たに採用される共同規制の枠組みに関して、民間団体が作成した自主ルールの認定を行うのも第三者機関の役割である。

## おわりに

今後は、政府において法案化の作業が進められる。法案が大きく改正大綱の内容と異なることはないと思われるが、改正大綱の公表後にベネッセの事件が発生し、いわゆる「名簿屋」に関する規制の必要性が強く認識された。改正大綱は、この問題を前記第六の今後の検討課題等として位置付けていたが、事件によって優先順位が高まったことから、この点については、法案の段階で何らかの措置が講じられる可能性もあると思われる。

以上



### 森 亮二

弁護士・米国ニューヨーク州弁護士。第一東京弁護士会所属。英知法律事務所パートナー。東京大学法学部、ペンシルバニア大学ロースクール卒業。

#### [ 専門分野 ]

内部統制、株主総会指導等、企業法務一般電子商取引をはじめとするインターネットに関する法律問題。

主な経歴（活動、著作）

#### [ 活動 ]

2006年より「インターネット・ホットラインセンター」法律アドバイザー。

2008年2月より「違法・有害情報相談センター」法律アドバイザー。

2010年3月より「モバイルコンテンツ審査・運用監視機構（EMA）」理事。

2012年4月より「安心ネットづくり促進協議会」調査研究委員会 委員長。同年11月より内閣官房「電子行政オープンデータ実務者会議 ルール・普及WG」構成員。

2013年8月より内閣官房「パーソナルデータに関する検討会」委員。同年8月より経済産業省「パーソナルデータの利活用に関する事前相談評価有識者委員会」委員長。同年12月より公益社団法人日本広告審査機構 審査委員会委員。

#### [ 近著 ]

「クラウドビジネスと法」（共著）第一法規 2012

「ソーシャルメディア活用ビジネスの法務」（共著）民法法研究会 2013



Public Sector

## パーソナルデータを 利活用する事業者に求められる取組

著者 宮澤 泰弘

株式会社 日立コンサルティング シニアコンサルタント

## はじめに

2014年6月、政府のIT総合戦略本部において「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」（以下「改正大綱」）が決定され、個人情報保護法を改正する方向性が示された。

いわゆる「ビッグデータ」は利活用により新産業・新サービス創出が期待されるが、その中でも特に利用価値が高いとされているのが個人の行動・状態等に関するデータである「パーソナルデータ」であり、これらは現行の個人情報保護法で定義される個人情報に該当するかどうかを問わないとされている。パーソナルデータの利活用に当たっては、事業者が個人情報保護法を遵守していたとしても、消費者にプライバシーに係る不安をもたらし、社会的な批判を受けるケースがある。今回の制度改正は、現行法の個人情報に限定されることなく保護すべきパーソナルデータの範囲やその取扱いルールを明確化するための措置と捉えることができる。

## 制度改正における事業者への期待

改正大綱では、制度改正の目的として、現代に即した保護と利活用のバランスがとれたパーソナルデータの適正な取扱いを定めることがうたわれた。改正大綱で示された制度改正の方向性の大きな特徴として、機動的な対応を可能とするために民間の自主的な取組の活用を打ち出していることが挙げられる。具体的には、マルチステークホルダープロセスと呼ばれる仕組みを用いて事業者や消費者等が協働しながら業界ごとの特性に応じたパーソナルデータの利活用ルールを検討し、第三者機関がその実効性を確保するという枠組みである。この方向性そのまま制度改正が進んだ場合、事業者は、これまでのように法律や主務大臣が定めたルールに受動的に従うだけでなく、能動的にルールを検討していくことを期待されていることになる。

## 消費者からの事業者への期待

改正大綱において事業者への期待が示された一方、事業者に対する消費者からの期待も高まっている。

2014年8月、株式会社日立製作所と株式会社博報堂は「第二回 ビッグデータで取り扱う生活者情報に関する意識調査」（以下「意識調査」）の結果を公表した。同公表によれば、意識調査の主な結果として以下のようなことが示されている。

- ・パーソナルデータの利活用に関して「不安が期待より大きい」層が増加した。（図1）
- ・全体の約半数の人が、パーソナルデータの利活用における不安の要因として「企業等による説明・公表不足」を挙げた。（図2）
- ・全体の約8割の人が、パーソナルデータの利活用における不安が適切な企業体制構築等の施策により軽減するとした。（図3）

これらの結果は、多くの消費者が、パーソナルデータを利活用する事業者に対して適切な説明やプライバシー保護のための施策を強く期待していることを示唆している。

図1

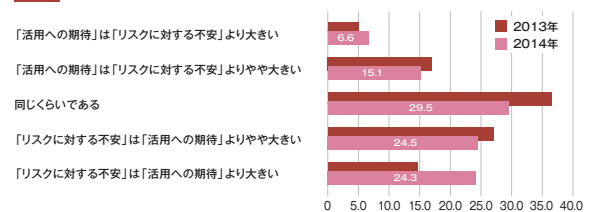


図2

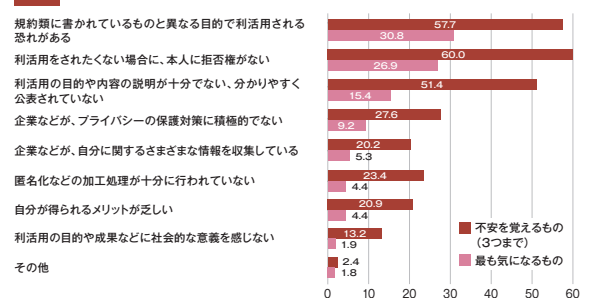
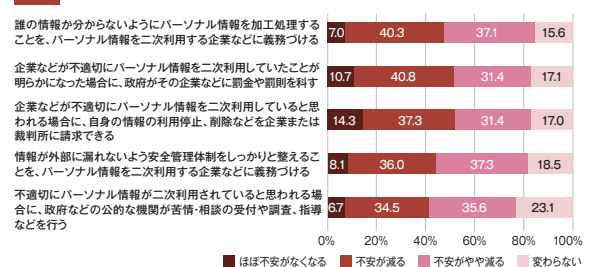


図3





## 事業者に求められる取組

改正大綱では、今後のスケジュールとして、2015年1月以降なるべく早期に関係法案を国会に提出、成立をめざすとしている。一方で、その施行に関しては、周知及び準備が必要な部分は、第三者機関を設置して業務を開始した後、速やかに施行となることが示唆されている。しかし、パーソナルデータの利活用に対する消費者の不安はすでに顕在化している。パーソナルデータを利活用する事業者においては、制度改正を待つのではなく、今の段階からプライバシーに配慮した先行的、自主的な取組を講じることが求められており、特に以下に挙げられるような取組を行うことが有効と考えられる。

### ① プライバシー影響評価の実践

まず、事業者においては、パーソナルデータを扱うサービスにおいてプライバシー影響評価を実践することが重要である。ここで言うプライバシー影響評価とは、パーソナルデータを扱うサービスの検討段階でプライバシー侵害のリスクを慎重に評価し、リスクに対する運用面、技術面等での適切な対策を講じるといった一連の取組を指している。

昨今、世界的にプライバシー・バイ・デザインという概念が注目されており、サービスの設計段階からプライバシーに配慮し、サービスのプロセス全体でプライバシー保護を行うことが重要とされている。プライバシー影響評価は、このような予防的な対応を講じていくために有効と考えられており、実際に「EUデータ保護規則案」（2014年3月欧州議会可決、2014年9月現在欧州連合理事会審議中）において導入予定であり、我が国でも「行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律」（2013年5月成立）において、特定個人情報を扱う行政機関等に対し、プライバシー影響評価と同様の取組である特定個人情報保護評価が義務付けられた。IT総合戦略本部「パーソナルデータに関する検討会」（以下「パーソナルデータ検討会」）においても、制度改正によりプライバシー影響評価を導入する

ことが検討されたが、改正大綱では将来的な課題として義務化は先送りされている。ただし、これは事業者に過度な負担とならない実施方法等、規律の在り方を検討する必要があるとされたためであり、プライバシー影響評価が有効でないわけではなく、事業者による先行的な取組によってプライバシー影響評価のあるべき姿を検討することが期待されている。

さて、パーソナルデータの問題は幅広いため、プライバシー影響評価の実践に当たっては、どこまでを保護対象とするかが問題になる。パーソナルデータ検討会では、現行の個人情報保護法に定義される個人情報に加え、特定個人を識別する蓋然性が高いものを新たに保護対象とすることが検討された。しかし、パーソナルデータ検討会と併行して開催された「技術検討ワーキンググループ」（以下「技術検討WG」）の報告書によれば、特定の個人を識別せずとも個人の権利利益の侵害が生じることが示されており、保護対象の明確な線引きが難しい問題であることを示唆している。事業者においては、法制度に規定される範囲に限定せず、利用方法によってはプライバシーを侵害する可能性のあるパーソナルデータを扱うサービス全般について一度リスクを評価し、対応を検討することが望ましい。

このとき、具体的にどのようにリスクを評価するかが問題となるが、現時点で、我が国においてプライバシーに関するリスクを評価する標準的な指針は存在しない。ただし、参考になりそうなものとしては、諸外国におけるプライバシー影響評価のガイド（英国ICO「Privacy Impact Assessment handbook」等）、プライバシー・バイ・デザインの実践ガイド（Ann Cavoukian「Operationalizing Privacy by Design」等）が挙げられ、さらには昨今の問題化事例において批判された点等もリスクを評価する上で重要と考えられる。事業者においては、このような情報を参照しつつ、自社における運用のしやすさ等を踏まえてリスクを評価するスキームを検討することが必要となる。

また、評価の結果、抽出されたリスクに対し、その高低

に応じてリスクを保有するか改善するかを判断するが、後者の場合はどのような対策を講じるかが問題となる。プライバシーに関するリスクへの対策は一樣ではなく、技術的に対処すべきものもあれば、運用で対処すべきものもあり、後述する情報発信で対処可能と考えられる場合もある。技術的な対処に関しては、前述の技術検討WGの報告書において、どのような個人情報も特定不可能とする汎用的な匿名化手法は存在しないと結論付けられたが、これと同様に、リスクを確実にゼロにしてくれる運用方法、情報発信の手法も存在しないと考えられる。リスクに対しては、技術や運用、情報発信といった各面で採り得る対策の中から、サービスの内容等に照らして適切なものを事業者において検討、選択していかなければならない。

## ②消費者への情報発信

次に、事業者においては、サービスの開始や実際のデータ取得に先立ってサービスの内容、プライバシー保護のための対策等について、消費者へ積極的に説明、情報提供を行っていくことが重要である。

情報発信に関しては、前述の意識調査において「企業等による説明・公表不足」が大きな不安要因として挙げられていることから、透明性の確保が消費者の不安の軽減に有効であることが示唆される。実際に、パーソナルデータの利活用が問題視された事例を参照すると、消費者への透明性を欠いていることが多い。例えば、スマートフォンのある動画配信アプリでは、インストールすると当該端末の他のアプリのインストール状況、起動状況等を無断で収集することが発覚し、批判を浴びて事業は中止となり、その後同アプリを提供していた企業は会社を清算している。

ただし、情報発信といっても、情報をただ出せばよいわけではなく、消費者にサービスの実態を分かり易く正確に伝えることが重要である。約款等においてあいまいな記載に留めたり、要点を得ずに長々と記載することは望ましくなく、消費者がサービスにおけるパーソナルデータの取扱いに関して正確に理解するために必要な情報を、

分かり易く簡潔に説明すること等が必要である。また、説明の冗長化を防ぐためには、当該サービスにおいて消費者が通常は想起できないパーソナルデータの使い方をする点等を重点的に説明するといった工夫が有効である。

また、情報発信は、①のプライバシー影響評価の実践を補完するものとしても重要である。我が国の特定個人情報保護評価や諸外国で法制化されているプライバシー影響評価では、報告書等を対外的に公表することが義務付けられている場合があり、これは事業者が行ったプライバシー影響評価の結果に対する説明責任を担保するものである。消費者を含めたリスクコミュニケーションを図るためにも、事業者はプライバシー影響評価の結果やプライバシー保護のための対策について積極的な情報発信に努めることが望ましい。情報発信を前提とすれば、事業者は消費者の目に耐えうるプライバシー保護を行うことが必要となるが、このような取組によって消費者からの信頼性を獲得することが可能になる。

## ③業界団体に対する働きかけ

また、事業者自身でプライバシー保護に取り組むだけでなく、業界としてプライバシー保護に取り組むことが重要である。具体的には、業界団体において各々がパーソナルデータの利活用において実践しているプライバシー保護の施策を持ち寄り、業界内さらには消費者団体等との意見交換を通じて当該業界におけるプライバシー保護の在り方について共通認識を形成するといった取組が想定される。

このような業界としての取組が重要であるのは、パーソナルデータを活用したサービスが一度問題化すると、当該事業者のサービスだけでなく業界全体のサービスに対して消費者等から厳しい目が向けられるという側面を持っているためである。実際に、パーソナルデータを利活用する代表的なサービスとして行動ターゲティング広告が挙げられるが、一般社団法人インターネット広告推進協議会において「行動ターゲティング広告ガイドライン」を策定するなど、業界としてプライバシー保護に取り組んでいる。このような取組は、業界として消費者の

プライバシーを尊重し、消費者の不安に応えるという姿勢を示すことができ、健全な業界としての信頼形成につながることが期待される。

さらに、パーソナルデータ検討会では、パーソナルデータの利活用におけるデータの匿名化手法、運用等について業界ごとに検討したルールを第三者機関ないし第三者機関が指定する認定機関が認定するという枠組みが議論された。この方向性で制度が改正された場合には、業界団体が先行してプライバシー保護のルール案をまとめておくことにより、制度改正後に円滑なルールの認定を受けること等も可能になると考えられる。

## おわりに

パーソナルデータは、適切に利活用することで大きな価値を創出することが見込まれている。ただし、その利活用に当たっては、プライバシーに配慮し、個人からの理解を得ながら、信頼されるサービスを構築していくことが必須となっている。

昨今の政府における制度改正検討や消費者の意識調査等を通じ、パーソナルデータの利活用において事業者求められる課題は明らかになりつつある。今こそ、事業者が自主的なプライバシー保護の取組を推進し、個人情報保護法の改正と合わせて、政府、事業者一体となったパーソナルデータの利活用と保護を両立するための環境整備が求められているのではないだろうか。



**宮澤 泰弘**  
株式会社 日立コンサルティング  
シニアコンサルタント


筑波大学大学院修了後、日立製作所に入社し、日立コンサルティングに出向、現職。

筑波大学大学院システム情報工学研究科博士前期課程修了（工学修士）。

日立コンサルティングでは、プライバシー関連の制度やビジネス動向についての調査研究や匿名化技術の開発事業等、複数の国のプロジェクトに従事。

記載内容(所属部署・役職を含む)は制作当時のものです。

**HITACHI**  
Inspire the Next

 **株式会社 日立コンサルティング**

〒102-0083 東京都千代田区麹町二丁目4番地1 麹町大通りビル11階  
TEL : 03-6779-5500 (代)  
URL : <http://www.hitachiconsulting.co.jp/>  
問い合わせ : [info@hitachiconsulting.co.jp](mailto:info@hitachiconsulting.co.jp)