

1 風評被害とは

一般に風評被害と呼ばれる場面としては、典型的には自己に帰責性のない事件・事故に基づき市場が回避行動を取った結果、財産的・精神的損害が発生する場合が挙げられる。

このように風評被害は幅広い概念であり、画一的な定義が難しいものであるが、あえて一括りに定義するならば、合理的根拠の有無を問わず、情報の流通によって生じる財産的、精神的損害をいうこととなる。近時、東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴う農

風評被害と

法的対処方法

企業法務の現場でも喫緊の課題となっている風評被害対策。事例等を基に具体的な対処のあり方を考える。

弁護士 田島正広

物、畜産物などの風評被害が顕著に報じられる中、風評被害について、どのような場合に損害賠償などの法的救済が可能となるか、その際どのような法的手段を取りうるかについて解説する。

高が本件事故後減少したとしても、消費者の個別的な心理状態が介在した結果であり、しかも、安全であっても食べないといった、極めて主観的な心理状態であって、同一条件のもとで、常に同様の状態になるとは言い難く、また一般的に予見可能性があったともいえない。とすると、本件浦底湾における人体に影響のない微量の放射能漏れと敦賀の消費者の金沢産魚介類の買い控えとの間には、相当因果関係はないといえるべきである。」との判決を下した。

2 風評被害を通常損害と扱う余地を認めたリーディング・ケース

(1) 原子力損害に関するリーディング・ケース

原子力損害にかかわる風評被害に関して、不法行為から通常生ずべき損害として扱う余地を認めたリーディング・ケースとしては、敦賀原子力発電所からの放射性物質漏れ事故に関する名古屋高裁金沢支部平成元年五月一七日判決(判時一三二二九頁)が挙げられる。本件は、敦賀湾内の浦底湾に放射性物質が漏出した結果、金沢産の海産物に風評被害が及んだとして、日本原子力発電株式会社から提訴された事件であり、一番で請求が棄却されたところ、原告から控訴がなされたものである。

控訴審は、次のように述べて控訴を棄却し、風評被害に関する損害賠償を認めなかったが、その理由はむしろ風評被害の保護範囲を明確にしたものである。すなわち、「本件事故の発生とその公表及び報道を契機として、敦賀産の魚介類の価格が暴落し、取引量の低迷する現象が生じたものである」と

る、敦賀湾内の浦底湾に放射能漏れが生じた場合、漏出量が数値的には安全でその旨の発表がなされても、消費者が危険性を懸念し、敦賀湾産の魚介類を敬遠したくなる心理は、一般に是認でき、したがって、それによる敦賀湾周辺の魚介類の売上減少による関係業者の損害は、一定限度で事故と相当因果関係のある損害といえるべきである。：敦賀における消費者が、敦賀湾から遠く離れ、放射能汚染が全く考えられない金沢産の魚まで敬遠し、更にはもっと遠隔のものも食べたくないということになる、かかる心理状態は、一般には是認できるものではなく、事故を契機とする消費者の心情的な判断の結果であり、事故の直接の結果とは認め難い。金沢産の魚も心情的には不安であるとの理由で賠償を命ずるものとすれば、金沢における消費の低下も是認しなければならなくなり、損害範囲はいたずらに拡大することとなる。

この考え方は、その後の下級審裁判例でも採用されている。すなわち、株式会社ジェー・シー・オーの臨界事故による納豆製品の製造販売業者の風評被害を営業損害として認めた東京地裁平成一八年四月一九日判決(判時一九六〇号六四頁)は、原子力事故が目に見えない危険性を伴い、かつ本件事故が死傷者を出した重大なものでマスコミ報道でも大々的に取り上げられたこと等から、「事故現場から一〇キロメートル圏内の屋内退避要請地域にある本社工場を『生産者』と表示した原告の納豆製品の危険性を懸念して、これを敬遠し、取扱いを避けようとする心理は、一般に是認できるものであり：原告主張に係る即時損害については、これを本件臨界事故と相当因果関係のある損害と認めるのが相当」としている。

他方、市場の回避行動が合理的とまでは言えず、むしろ消費者の心情的、主観的な判断の結果と見られる場合には、特別事情による損害として、予見可能性がない限り相当因果関係は認められないとしている。



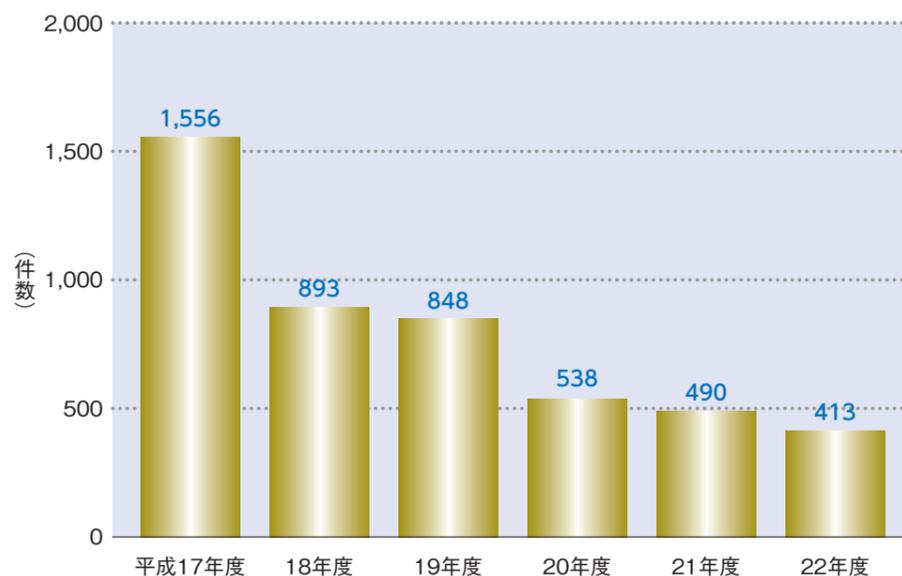
(注1)「平成22年度個人情報の保護に関する法律施行状況の概要」(消費者庁、平成23年8月)
 ▶<http://www.caa.go.jp/seikatsu/kojin/22-sekou.pdf>
 (注2)「2010年情報セキュリティインシデントに関する調査報告書～個人情報漏えい編～」(日本ネットワークセキュリティ協会 セキュリティ被害調査ワーキンググループ 平成23年8月24日改訂)
 ▶http://www.jnsa.org/result/incident/data/2010incident_survey_PIL_v1.4.pdf

まず、統計データの平成二二年度概要と、「JNSA(日本ネットワークセキュリティ協会)二〇一〇年情報セキュリティインシ

最近の個人情報漏えい事案の傾向

また、今年四月、家庭用ゲーム機のユーザー向けサービス用ネットワークがサイバー攻撃の対象となり、その結果、約七七〇万人の個人情報漏えいした可能性があると報じられたこと(平成二三年四月二八日付、日本経済新聞朝刊)、平成二一年一月から三月にかけて大手証券会社の社員が顧客一四八万人分の個人情報を不正に持ち出し、このうち五万人分の情報を名簿業者に売却し利益を得ていたこと(平成二一年六月二六日付、日本経済新聞朝刊)、平成二一年七月に外資系大手生命保険会社から顧客のクレジットカード情報約三万二〇〇〇件が漏えいし、カード会社からの不正利用の照会が六六〇〇件にも達したこと(平成二二年二月二五日付、日本経済新聞朝刊)などはまだ記憶に新しい。
 したがって、個人情報漏えい防止対策は依然、企業にとって重要な課題なのである。
 そこで本稿では、統計データを基に最近の個人情報漏えい事案の傾向を分析した上で、企業として求められる個人情報漏えい防止対策について説明することとした。

図表1 個人情報の漏えい事案



図表2 漏えいした人数

漏えいした人数	平成22年度		(参考)平成21年度	
	件数	(割合)	件数	(割合)
500人以下	297	(71.9%)	350	(71.4%)
501～5,000人	58	(14.0%)	77	(15.7%)
5,001～50,000人	42	(10.2%)	41	(8.4%)
50,001人以上	13	(3.1%)	15	(3.1%)
不明	3	(0.7%)	7	(1.4%)
合計	413	(100.0%)	490	(100.0%)

※括弧内は、漏えい事案全体(平成22年度：413件、平成21年度：490件)に対する割合。
 出典：消費者庁「平成22年度概要」

1 **個人情報漏えいの規模・種類**
 平成二二年度概要によれば、人数別に見ると、事業者が公表したベースでは、平成二二

年度における個人情報漏えい事案四一三件のうち、五〇〇人以下の事案が全体の約七二%を締めており、全体的には比較的小規模な事案が多いことがわかる(図表2)。
 また、同年度において事業者が公表した漏えい事案のうち約九五%(三九四件)が顧客情報の漏えいであり、その約八七%(三三九

ントに関する調査報告書」(注2)(以下「JNSA二〇一〇」という)に基づき、最近の個人情報漏えい事案の傾向をpushしておこう。

近時における個人情報漏えい事案と企業の対策

弁護士 沢崎敦一

デジタルデータやネットワークが企業経営に不可欠となっている今、顧客情報漏えいに対してどのような防衛策を講じていけばよいのか。

はじめに
 平成一七年四月一日に個人情報の保護に関する法律(以下「個人情報保護法」という)が全面施行されて六年以上が経過した。企業における個人情報保護法対策は一通り完了しており、施行当初に比べれば個人情報保護法対策の重要性は高くないようにも思われる。
 しかし、消費者庁が平成二三年八月に発表した「平成二二年度個人情報の保護に関する法律施行状況の概要」(注1)(以下「平成二二年度概要」という)によると、事業者が公表したベースでは、個人情報の漏えい事案は年々減る傾向にあるが(図表1)、それでも、平成二二年度において四〇〇件を超える事案が発生している。

