

論 説

CSR における個人情報 の位置

学生情報の管理手順を事例として

片	桐	健 ¹⁾
佐	藤	浩 人 ²⁾
平	井	孝 治

目 次

はじめに

. CSR が問われる背景

- (1) 企業不祥事
- (2) コストセンターからプロフィットセンターへ
- (3) Going Concern 企業の盛衰を左右する
- (4) 行動責任が問われる CSR

. 個人情報における問題の所在

- (1) 情報技術の発達
- (2) 市場と個人情報用途の多様化
- (3) 普遍化する Care の重要性
- (4) CSR と個人情報の関連性

. 学生情報の管理に関する視点

- (1) 学生情報の性格
- (2) 学生情報管理の現状
- (3) 学生情報管理手順の考え方

. 学生情報の効用

- (1) 学生情報とその適切な管理の効用
- (2) 学生情報利用の今後の展開

おわりに

Annex . A : 「調査設計」における CSR 調査の解析・分析結果の抜粋

B : キャリアセンターによる卒業生意識調査の解析・分析結果の抜粋

は じ め に

昨今において企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility : CSR) が盛んに議論されるようになってきた。各組織によって多種多様な取り組みがなされており、今まで環境報告書として発行されていたものを CSR 報告書, SD 報告書といったように、より広い概念へと拡張する企業も少なくない。一方で企業の個人情報漏洩が問題視されており、各組織は 2005 年 4 月よ

1) 立命館大学経営学研究科 博士前期課程二年

2) 立命館大学経営学研究科 博士後期課程一年

り施行される「個人情報保護法」への対応に追われている現状である。本稿では CSR と個人情報の関連性を捉えた上で、学生情報の管理手順を具体例として学校経営における個人情報保護について論究したい。

・ CSR が問われる背景

何故、今日このように CSR が広範に取り立たされるようになったのか、その背景を明確にする必要がある。CSR といっても内容や概念も様々であり、論者によってその範疇は異なっているのは事実であるが、何にせよ重要視される要因があるはずである。我々はこの背景として3つの側面があると考えている。それを以下において詳述する。

(1) 企業不祥事

何よりも取り上げるべき背景は昨今の度重なる企業不祥事であろう。哀しい事に企業不祥事に関する事例は事欠かないのであるが、被害者が利害関係者、最終消費者、構成員・グループ全体という対象による分類と具体的な内容による分類とが考えられる。

それが直接的であれ間接的であれ、まず被害者として必ず挙げられるのは利害関係者である。直近の事例としては西武鉄道の有価証券報告書における大株主持ち株比率の過少記載とコクドによる西武株の売却に対するインサイダー取引疑惑が挙げられる。不祥事の発覚により西部鉄道の株価は4分の1以下に下落し、2004年11月11日には東京証券取引所における上場廃止が決定した³⁾。最終消費者への被害は特に食品業界において多く取り上げられるものであり、雪印による牛肉偽装は消費者に不信感を抱かせ、そのブランドイメージ回復に膨大な時間と労力を要している。また同じように当該企業の構成員やグループ全体に対して、マイナスイメージが植えつけられる事により被害者となるケースも考えられる。三菱ふそう、三菱自動車の事例は三菱ブランド全体に対しても痛手を与えている。

次に具体的にどのような不祥事が取り立たされているのかを紹介しておきたい。CSRに関する活動を大きなカテゴリーで分けるとすれば「コンプライアンス」、「環境保全活動」、「雇用環境対策」の3つが挙げられる。一般的に言われるCSRには「社会貢献活動」が含まれており、今回のCSR調査⁴⁾においてもSRにおいて重要だと思ふ活動として雇用環境対策よりも上位に位置している。しかし社会貢献活動の具体的な内容としては多岐にわたるが、そのほとんどが企業主体や経営活動とは独立して行われているものであり、「企業の活動」としてCSRに含めるのは疑問なしとはしない。

3) 2004/11/12, 日本経済新聞 朝刊

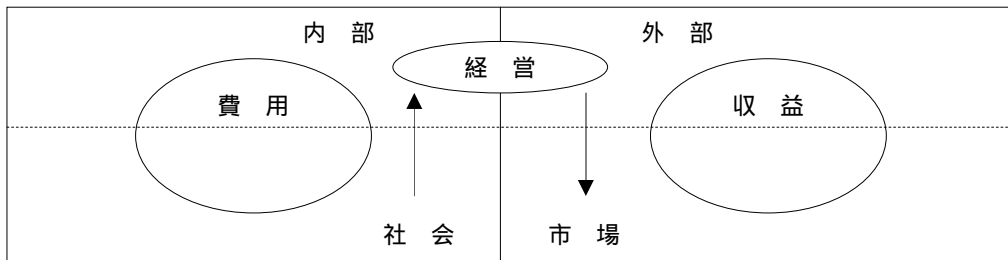
4) Annex . Aを参照

また具体的な CSR として以前は公害問題や水質汚濁といった環境負荷に関する不祥事から、企業倫理に関する不祥事が問題とされており、また不祥事の要因として組織的な隠蔽体質があった。この事は同調査結果の不祥事理由として多くの企業が組織風土に原因があると答えている所からも明らかである。また CSR において求められるものは同調査の主成分分析から窺い知る事ができる。「主成分 1：CSR に対する積極度」において、環境会計や環境教育などの環境関連項目と健康管理取組や勤務柔軟取組といった雇用関連項目が大きな要素を占めており、コンプライアンスに関する項目は逆相関であるものが多く見られた。この結果として不祥事対応のためのみの negative な CSR から、環境保全活動、雇用環境対策における positive な CSR が求められている現状を映し出しているといえる。

（2）コストセンターからプロフィットセンターへ

2 つ目に背景として考えられるものは CSR に対する価値観の変遷である。つまり本来、CSR がコスト的なものとして考えられ、経営から切り離された活動として考えられていたのが、収益性を帯びたものとして経営の中に組み込まれるようになったのである。これは CSR の成長段階としてボランティアや善管注意義務といった“善意的な”活動を超えて、ターニングポイントを迎えた事を意味している。

図表1 防衛的な視点からポジティブな視点に



具体例としては環境マネジメントシステム（Environmental Management System：EMS）における活動の変遷が分かりやすい。EMS の初期段階としては“紙、ゴミ、電気”というような資源の節約、コスト削減からスタートする。しかし進捗するに従って削減量（削減率）は逡減され、これ以上は削減できない限界点を迎える事になるし、例えば中水利用のように適用する資源を広げたとしても結果は同じである。経営管理手法として重宝されている QC サークル活動が頭打ちとなる背景には費用管理を主とした当該活動の限界がある。では EMS における次の段階として組織は何を目指すのか。自明といえば自明なのかも知れないが、「如何に収益を生み出すか」という収益管理の視点に移る。具体的に EMS では新技術の開発、代替資源の利用に

より内部効果・外部効果を含めた付加価値を生み出し、企業本来の営利追求と環境保全との両立を目指すようになる。

勿論、総論としては CSR の成長段階が費用から収益へのターニングポイントを迎えているとしても、企業や業種によってその対応は様々である。しかしながら CSR に対する企業の意識変化が進んでいる事は今回の CSR 調査⁵⁾にも現れている。コンプライアンスが企業の長期的利潤につながるかを聞いた「14) コンプラ費用削減度」を目的変数として重回帰分析を行った所、「12) コンプライメージ性」や「13) 情報公開影響度」と大きな相関が見られ、コンプライアンスに対する積極的、長期的な視点が窺える。また「6) C 担当設置状況」や「29) 公正評価取組」とも正の相関が見られ、CSR に対する進捗度が高まるほど、収益としての視点を持っている事を示している。逆に環境教育の効果として企業のイメージアップを考える「23-3) 環教・イメージ」や経営上必須と答えた「20-1) ISO 取得理由・経営」はマイナスに振っており、短期的、義務的な観点に立って CSR を行う企業は収益としての意識を持ち得ていない事を意味している。

他方で「5) C 意識」を目的変数とした重回帰分析を行っている。この質問は今後さらにコストをかけるべきであると考えている項目として CSR 活動(法令遵守対策費、環境保全活動費、職場・労働環境対策費の3項目)を選ぶかによって CSR 意識を浮き彫りにしようと試みたものであるが、「19) ISO 取得状況」や「16-2) 制度進捗度・相談窓口」がマイナスに現れ、明確な分析が行われなかった。これらは企業が項目を選ぶ際にそもそも CSR をコストと見ていないために選ばれていない事が背景として考えられ、実際に「コストとして考えていない」と調査票に明記している企業も数社存在していた。

(3) Going Concern 企業の盛衰を左右する

3 つ目の背景として考えられるものは CSR が企業の Going Concern を左右する fundamental な問題に位置づけられつつある、という事である。現状としてはまだ最重要課題とは認識されていないとしても、経営課題としての位置づけは固まりつつある。

自動車業界を例としてみると CSR が組織の盛衰を左右している事が鮮明に理解できる。四半世紀ほど前の自動車業界であれば、各社は「強さ」、「速さ」、「効率(積載量)」といったスペックをこぞって追求しており、「環境対応」などの言葉はどこにも見当たらず、53年規制⁶⁾に対してトヨタ自動車ですら消極的であった。ところが環境保全に対する社会的要請が高まり、法

5) Annex . A を参照

6) 日本が輸入車も含めた乗用車を対象として 1978(昭和 53 年)に制定した排ガス規制。1970 年アメリカが制定した厳しい排ガス規制(通称マスキー法)を受け、半ば外圧に押される形で設定された。

規制が進むようになると業界のベクトルは急速に方向転換した。現在の自動車業界では先端技術を駆使した「安全」、クリーンエネルギー利用などの「公害防止」、枯渇資源の利用廃止、リサイクル体制の構築などの「資源循環」といったキーワードを追求しており、燃料電池車の開発及びそのインフラ構築に各社がこぞって取り組んでいるのが良い例であろう。広告においても企業の持続可能性(sustainability)を訴求した環境広告(mission 広告)が多く見られる。もはや古い企業概念から脱却できなかった組織が急速に衰退していくという事が社会的な事実となっているのである。

企業行動における意思決定の要因として最終消費者からの要請という側面も大きい。この事は将来、企業構成員となる学生の意識・行動からもみてとれる。立命館大学キャリアセンターが行った調査⁷⁾において「問 38. 上司から会社のためにはなるが、自分の良心に反する手段で仕事を進めるよう指示された場合、どうされますか。」という質問に対して、「あまりやりたくないが指示通り行動する」は3割程度だったのに対して、「できる限り避ける」、「理由を述べて拒否する」といった積極的な回答は合わせて6割を超えていた。また「主成分4:安定志向と自己実現」においてもこの「38) 不当指示拒否」は学生の自己実現につながるプラス側の大きな要素として現れている。このような結果から働く目的として物的、金銭的な安定よりも個々の自己実現に価値を感じる学生が顕著に存在しているとともに、自己実現のためには倫理観を念頭においた経営理念や組織行動が求められているといえよう。したがって企業は学生からも社会的責任への対応を求められている現状なのである。

(4) 行動責任が問われる CSR

本節の終わりとしてCSRの“Responsibility”とは何であるのかという事に論及しておきたい。Responsibilityは直訳すれば「責任、責務、義務」といった意味であり、CSRの訳も「企業の社会的責任」であるが、CSRにおいては「行動責任」を含意していると我々は考えている。この行動責任を考える上において、会計に問われる役割の変遷を捉えると分かりやすい。

そもそも会計においてDisclosure(情報公開)が問われるようになったのは粉飾決算やインサイダー取引の歴史と大きく関わっている。情報の性質、内容によっては一般に開示されるべきなのか、それとも特定個人に提示すべきものなのかといった情報公開の対象範囲はあるにせよ、企業の透明性、利害関係者への信頼性を示すものとして重要である。しかし、ただ一方向的に開示していた段階から「何故そのような当期利益(損失)となったのか」、「どうして積立金を計上したのか」といった要請に応じる義務が生ずるようになる。つまりAccountability(説明責任)とはこのような企業と利害関係者との間で双方向の関係が会計を通して築かれた事を意

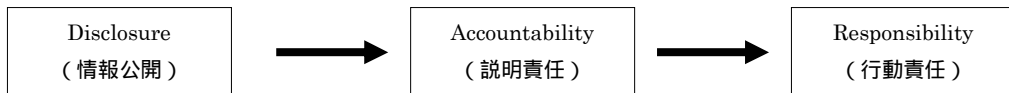
7) Annex . B を参照

味している。そして前者の Disclosure と Accountability は事後報告としての意味合いが強いのであるが、では実際に今後どのような取り組みをするのか、具体的にはどういった活動を行うのか、といった企業としての将来活動に関する意思表示が要求されるようになる。これこそが Responsibility（行動責任）である。

通説的には会計の目的は Accountability であり Responsibility とは考え難い。しかし、例えば引当金は当然の事ながら税法的な負債としての認識も存在しているが、具体的に「退職金を円支払います」という将来への義務を伴う。また PCB による汚染除去を来期に渡って行うために積立金を計上しているのであれば、それは将来にわたる当該組織の意思表示とみる事ができる。つまり会計報告には債務履行だけではなく行動履行も含まれており、この種の行動を前提とした引当金は Responsibility を表明していると考えられる。

確かに Accountability が「説明責任」として一般化している⁸⁾ のに対して Responsibility を「行動責任」と訳す事は一般化しておらず、語意を越えている点があるのは否めないが、現実的に CSR は説明責任を超えた概念である事もまた事実である。したがって CSR は単なる倫理規定に留まる事無く行動規範と考えざるを得ない。逆説的に言えば具体的な行動を伴うものこそが本源的な CSR、将来的に求められる CSR ではないだろうか。

図表 2 事後報告（ex-post）から将来活動の意思表示（ex-ante）へ



・ 個人情報における問題の所在

前節で述べた CSR にも課題とされる背景が存在するのと同じように、個人情報においても課題とされる背景がある。ここではそれを技術、市場、そして経営の各々の視点から検討し、本稿の主題である CSR における個人情報の位置を明確にしたい。

（1）情報技術の発達

IT に代表されるように高速演算、大容量、汎用性といった特徴を持つ現代技術の急速な発達だが、個人情報の活用において企業と利害関係者との関係に大きな影響を与えている。IT の普及により、あらゆる情報が非常に安価にデジタル化され、ネットワークを通して収集・流通・配布する事が可能になりつつある。デジタル化される事により情報は劣化しなくなり、何度コピー

8) 国立国語研究所「外来語」委員会による第3回「外来語」言い換え提案にも盛り込まれている

しても、何度送られても、いつまでも鮮明に当初の情報を維持する事ができる。デジタル化される事により音声も写真も画像も文字も数値も全てが共通のネットワークを通して、効率よく通信・処理・蓄積できる。

ITの発達前の個人情報の収集といえば、住所や氏名などの基本情報や取引情報などのいわゆるコード情報だけがデータとして処理されていた。それ以外の顧客の顔かたち、趣味や嗜好などは専ら個々の販売担当員や営業マンが持つ個人的な記憶や体験に依存していた。しかし情報技術の発達はあるゆる個人情報をデジタル化し収集することを可能にしつつある。オンラインショッピングでの買い物行動の記録などはその典型例で、買い物の意思決定に至るまでにどのページをどのようにめぐり、何をキーワードに検索しどのボタンをクリックしたのか、どこに最も時間を費やしたのか、どのページで顧客はそれ以降の手順をやめてしまったのかなどを事細かに収集できる。

次に加工や蓄積という点に着目すると、ITは猛烈なスピードで高密度化、高集積化を齎し、その間の処理能力の向上にも突に目を見張るものがある。記憶容量はキロ(1,000)からメガ(100万)、ギガ(10億)、テラバイト(1兆)を経て今やシステム全体ではペタバイト(1,000兆)の時代になりつつある。ありとあらゆる情報を瞬時にデジタル化して、処理し、系統立てて保存していく技術が確立してきたのである。ペタバイト級の記憶容量を持つシステムとは、そのシステム1つで日本国民全員の情報を1人当たり新聞紙換算で1,000ページもの記憶が可能なることを示している。

しかしながらこうした情報技術により齎された利便性は個人情報の漏洩リスクと表裏一体であるのも事実である。例えば時代の要請である one-stop-service に応えるものとしてオンラインによる行政手続きが挙げられるが、その代償として個人の名前、住所、電話番号はおろか、滞納している税金の額までもが自分の知らない、手の届かない所まで伝達されるリスクは否定できない。またITのメリットとして挙げられる物理的に摩耗しないという点は部外者が不当にコピーしたとしても気づかれぬ可能性が高いという事も意味している。確かにそれまで特定の技術者のみが扱っていたものが汎用化し、「誰でも扱える」情報技術となった事は勿論結構なことだが、「誰でも」には自分以外の不特定多数が含まれている事を忘れてはならないだろう。

(2) 市場と個人情報用途の多様化

個人情報の2つ目の背景としては、前述したITの変化を受けての市場形態の変化である。その大きな変化の一つがダイレクトマーケティングの台頭である。ダイレクトマーケティングとは従来の広告・販売よりも、より直接的に消費者に広告・販売を行う活動の事で、ITの飛躍的發展以前にも通信販売やダイレクトメールが存在していたが、現在は電子商取引やネットオークションがその存在を主張しつつある。

ITの発達はダイレクトマーケティングに要するコストを大幅に下げ、それまでは最終消費者との接点があまりなかった企業も、ネットワークなどを通して自社の製品・サービスをより多くの消費者に販売する事を目指して様々な働きかけを行うようになった。かといって、消費者は自分の趣味にあった情報でなければ見向きもしない。消費者にしてみればそういった情報に時間をとられる事は不愉快以外の何物でもないので、企業側の意図とは逆にマイナスの効果しか生まれない。したがってダイレクトマーケティングではいかに消費者の嗜好にあった商品の紹介や提案ができるかが事業の成否を握る事になり、言い換えれば如何に消費者の情報を握るかが事業の成否を握るという事である。

古くからの「ヒト・モノ・カネ」という3つの経営資源に続くものとして「情報」が挙げられるようになって久しいが、近年報じられている企業情報流出事件は個人情報価値を持つものとして暗々裡に売買され得る事を示している。直近の事例としては2004年1月に三洋信販が貸付残高などの信用情報も含めた顧客情報が外部に流出している事を発表した。その後新たに発覚し総数で約200万人分の顧客情報の流出が確認され、4月末までの段階で架空請求など3万9,000件の問い合わせがあり、このうち約370件が実際に被害に遭い、被害総額は約1億1,000万円に上るとい⁹⁾。2月にはヤフーBBから流出した氏名、住所、電話番号、メールアドレスなど約460万人分の顧客情報を親会社のソフトバンクに現金数十億円で買い取らせようとしたとして、恐喝未遂容疑で4名が逮捕されている¹⁰⁾。また3月にはサントリーで約7万5,000人分のモニター情報が東京都内の2つの名簿業者に流出した事が判明している¹¹⁾。情報はサンプル商品の申込受付業務を請け負った都内のマーケティング代行会社から流出した可能性が高いと考えられている。

こうした事件によって消費者は企業の個人情報保護に不信感を抱き、代行管理を主眼とする個人情報仲介事業が要望される背景となっている。具体的には金融サービスの融合による利便性の向上、決済のワンストップ化などが実現しており、企業側としても消費者一人一人の識別と認証のコスト・手間の削減、個人の信用保証の代行などのメリットが存在する。また従来は個人対事業者の二者間であった個人情報利用に関する権利義務関係が、仲介業者を含めた三者間の関係に発展し、新たなサービスの提供とも絡み合っ^て新ビジネスモデルを生み出す場にもなっている。ただ個人の認証と事業者の信用を保証する仲介事業において、個人の情報を事業者が如何に管理し、事業者にどのように渡されるかの手続きが重要であり、個人情報の保護・管理体制はより問題視される事になる。

9) 2004/05/20,日本経済新聞 夕刊

10) 2004/02/25,日本経済新聞 朝刊

11) 2004/03/31,日本経済新聞 朝刊

(3) 普遍化する Care の重要性

顧客志向という観点を経営戦略から考えた場合、3 つ目に挙げられる要因としては Care の重要性である。しかもこれは業の性格として不可欠である所謂サービス業界における中心課題に留まらず、様々な業界で見受けられる傾向である。

そもそも事業を進める上において、個人情報が欠かせない業種の最たる例は医療・福祉機関である。性別、年齢といった基本情報からどのような症状を訴えているのか、どれくらいの頻度で訪れているのか、過去にはどのような病気・怪我をしているのかといった事細かな情報まで、カルテ作成には患者の個人情報が欠かせない。また同じように保険業界においても顧客情報が鍵を握る。生命保険であれば顧客の健康状態、病歴等を調査・分析する必要があるし、特に損害保険においては事故や災害時に企業が想定を超えた損害に見舞われる事例が急増しているのを反映して、リスク管理ビジネスの需要が高まっている¹²⁾。

大手損保各社は 1990 年代半ばに相次いでリスクコンサルティング会社を設立し、それまで事業の一環として行っていたリスク管理サービスを有料化し、ビジネスとしての育成に乗り出した。これは 2001 年の米同時テロで被害を受けた米証券大手のメリルリンチが事件の翌日に営業を再開するなど、日頃のリスク管理次第では損害を最小限にできることが分かってきたのが背景としてある。東京海上系の東京海上リスクコンサルティングは 2003 年 9 月から適正な在庫量や物流網の構築を指南する有料サービスを始めたが、この背景にもブリヂストンなどのような火災や爆発への対応策へのニーズが存在する。そして損害保険ジャパン系の損保ジャパン・リスクマネジメントは 2005 年度より施行される個人情報保護法の民間企業への適用を睨んで、2003 年 11 月から企業が安全な情報管理体制を敷いていることを証明する認証取得を支援するサービスを始めている。

その他の業界でも個人情報が重要視される背景としては戦略の転換が考えられる。つまり顧客志向という事は Mass marketing から One-to-one marketing へ、画一化から個別対応へ戦略が移行するという事を意味しているのである。こうした傾向は小売業において顕著に見られ、成功している事例の一つとしてオギノが挙げられる¹³⁾。山梨県内最大手の食品スーパー、オギノは県内大型店売上高の 4 分の 1 を占めている。このような高いシェアの理由はポイントカード会員への販促活動であり、購買行動を独自の手法を用いて分析し、ニーズにあった商品情報を提供することで顧客の困り込みに成功している。その結果、利用率が 1 割を超えれば成功といわれるダイレクトメール(DM)で、オギノの DM 平均利用率は 5 割を超えている。調味料や飲料など購入頻度が高い商品が対象の場合は 8 割に達する事もある。さらに圧倒的なカード

12) 2004/03/09,日経金融新聞

13) 2004/09/21,日経流通新聞 MJ

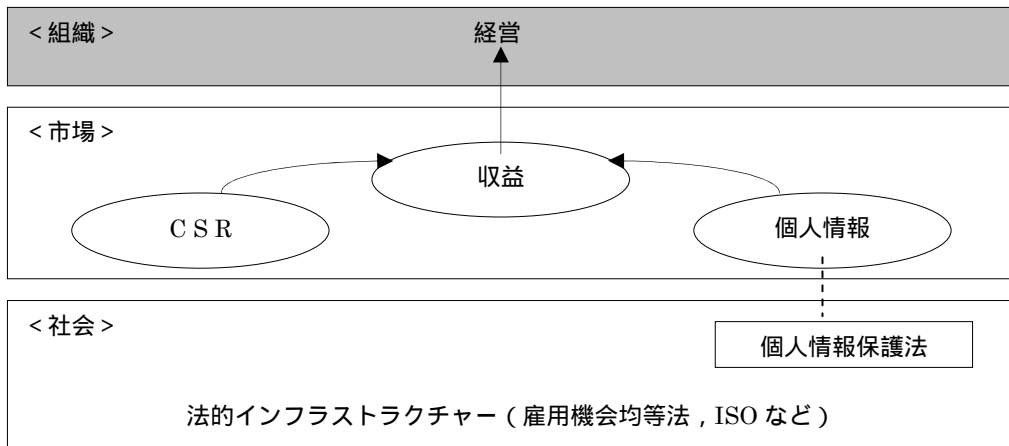
発行数も成功の要因として大きい。ポイントカード発行枚数は 34 万 5,000 枚で、これは山梨県内の約 9 割の家庭にカードが行き渡っているという状況であり、徹底した地域密着型の戦略が展開されている。オギノの販促活動で商品の売り上げが倍以上に増えるケースもあるため、販促に協力する食品メーカーが増加傾向にある。

One-to-one marketing を進める上において、個人情報は頗る重要となっている。それと並行して如何に自社の個人情報を管理するかという事も不可欠となるのである。

（４）CSR と個人情報の関連性

CSR と個人情報が問題視される各々の背景を述べてきたが、この 2 つは以下に図示したような位置づけとして説明できる。つまり広義の市場においては、CSR と個人情報は収益を媒介として、組織の視点においては収益を接点として経営管理につながっている。こうした議論の基盤としては個人情報保護法のような特定の目的を持つ法規制も含めて、法的なインフラストラクチャーが整備された社会が前提である。

図表 3 CSR と個人情報



これまでに述べてきたように、個人情報は平たくいうと「金になる」存在として確立してきたが、しかしながら High return ゆえに High risk が伴うものであり、個人情報にはリスク管理が要求されるのもまた事実である。更に“産業のサービス化”が進めば進むほど収益には社会的責任が伴うようになり、製品の売りっぱなし、サービスのしっぱなしという関係は実質的に存在しなくなりつつある。別の見方をすれば、今まで環境保全の観点から製造過程においてのみ対応してきたものが、CSR として議論する場合には商品の販売やサービスの履行段階にまで責任の範囲が拡大される事を含意している。

収益と CSR とを結びつけるのは唐突に感じるかもしれないが、こうした概念が今までに全く存在していなかった訳ではない。製造物責任法(Product Liability: PL法)¹⁴⁾がその例で、当該法律によって製造物に関しての社会的責任が追求される事を意味している。また企業経営上だけの問題ではなく、医療機関や非営利組織(NPO)、学校法人にも妥当する。大学機関において議論する場合には“収益”を“教育”に置き換える事によって同じように論じることが出来るが、厳密にはUSR(University Social Responsibility)とも言うべき大学における社会的責任が将来的には明確にされる事も考えられる。では具体的に大学機関においては個人情報、なかでも学生情報をどのように扱うべきかについては、次節以降において論じる。

・学生情報の管理に関する視点

(1) 学生情報の性格

大学には多様な情報があり、知的財産に関する情報などもMOT、大学発ベンチャーなどとの関連で注目されている。個人情報も大学にある数多くの情報の一つである。個人情報は、2005年4月の個人情報保護法の施行を控えて、にわかにその管理の重要性が論じられる機会が増えているという面があることも否めないが、前節までに述べてきた個人情報の重要性は非営利組織である大学でも基本的に異なるものではない。むしろその公共性を考えればより重要性が高いとも言える。その重要性に鑑み、ここでは対象を個人情報に絞り、他の情報資産に関しては扱わない事にする。

また大学には個人情報だけでも相当なものがあるが、ここではさらに学生情報に絞って検討を加える。大学には教員に関する情報や職員に関する情報も存在し、学生側の利便性と教職員のプライバシー等との兼ねあいからどの程度まで開示していくべきか、どのように管理されるべきか等が問題となる。とはいえ、量的に学生に関する情報が圧倒的に多いというだけではなく、そもそも大学が社会に対して担っている最大の役割の1つである「教育」という視点から考えた場合、学生情報が大学の中でいかに不可欠なものであるか疑いの余地はないであろう。

でも述べたように、個人情報と営利企業の社会的責任とをつなぐ連結環として「収益」を想定したが、大学における学生情報と大学の社会的責任とをつなぐ連結環は「教育」と考えることができる。

「学生情報」と言っても、大学にある学生情報は何も現在在籍している学生に関する情報だけにはとどまらない。大学には卒業生の情報も、「卒業証明書」、「成績証明書」などの公的な証明を出すために保有されている。そうした証明を発行するという意味で、大学における学生情

14) 製造物の欠陥により人の身体、財産等に被害が生じた場合の製造業者等の損害賠償責任について定め、被害者の保護を図ることを目的とする法律。1994年制定。

報は企業が保有する個人情報とは異なり、公的な性格が極めて強い。校友会組織も卒業生の情報を保有している。在学生・卒業生と比べ情報の蓄積は少ないものの、大学への入学を希望する受験生の情報も大学にはある。これもプライバシーに関わる情報を多数含んでおり、特に近年各大学が力を入れている AO 入試は受験生を多面的かつ深く評価するために、より多くの個人情報に伴うことになる。学生が提出する書類を通じて、大学は父母に関する情報も入手しており、奨学金の申請の場合などにはその所得に関する情報まで知ることになる。余談になるが、卒業生には校友会から「新校友名簿」なるものが送付されている。そこにはこの春の卒業生ほぼ全員の氏名、就職先、郵便番号・住所・電話番号が記載されている。校友間の相互信頼をベースにしているのであろうが、問題なしとはしない。

立命館大学固有の話になるが、学生情報が大学内においてどのように保持されているかを考えてみると、まず情報システムを取り扱う部署などで全学的に中央管理されている個人情報がある。加えて、部局ごとに管理されている情報としては、教務センターが履修関連の情報を、学生センターが課外活動・奨学金等に関する情報を、キャリアセンターが就職関連の情報を、入学センターが入試関連の情報を有している。また試験の答案や成績、ゼミ生のデータのように、教員個人によって保有されているものもある。さらに、特に就職関連などでは、大学が管理できない部分で業者などに登録される学生情報もある。これは大学としては管理不能なものではあるが、少なくとも関心はあり、場合によっては学生に適切な指導を行っておく必要があることもある。以上を整理し、いくつかの例を書き込むと図表 4 のようになる。

図表 4 学生情報の分類

情報種類別 \ 管理主体別		大学管理			管理外	
		中央管理	部局管理	教員管理		
個人 情報	学生 情報	在学生情報	学生証番号 ID・パスワード	履修状況・成績（教務部） 就職・資格など（キャリア） 課外活動・奨学金（学生部）	採点結果 ゼミの連絡網	就職活動のために 業者に登録した情報
		卒業生情報		在学時の成績 就職先		
		受験生情報		志願者の所在・所属 合否判定（入学センター）		予備校が持つ情報
		（父母情報）	帰省先 家族構成	所得に関する情報 （学生部・奨学金関連）		
	教員情報					
	職員情報					
その他知的財産情報など						

(2) 学生情報管理の現状

周知のことであり、既にそれに備えた議論が各所で進められているが、私立大学も膨大な件数の個人情報を取り扱う事業者として、個人情報保護法の対象となる。現在大学においては多数の学生情報を保有しているが、学校の教育活動、運営に必要なものとして、主に「入学者選抜関係(合否判定、学力検査の結果、面接の評価、調査書、入学願書等)」、「教務関係(学籍簿、健康診断結果等)」、「授業料関係(納入状況等)」、「奨学金関係(家計の状況等)」、「就職関係(就職先等)」といった個人情報を保有している¹⁵⁾。既述したように、その多くは各部局で管理されているものが多い。少なくとも本学においては、学生情報が必ずしも一元化されておらず、各部局で各々に集めていることもある。目的外利用を避けると言う意味では、この方式は部局間で共有しても目的外にならないような利用目的を設定するのに苦心せずに済むかもしれない。しかし、そうした状況で本当に学生に対し適切なケアができるだろうか。また一元化されていないと管理コストも増えることが予想されるし、同じことを何度も登録させられるのは提供主体である学生にとっては迷惑な話である。

個人情報に関する適切なマネジメントシステムを有していることを証明するためには、プライバシーマークの取得が考えられる。2004年11月現在で約950社が取得しているが、そのうち大学は産業能率大学のみのものである¹⁶⁾。取得していないことが個人情報の管理が適切に行われていないことに直結するわけではないが、この事実はこれまで大学において個人情報の管理がそれほど注目されていなかったことを示していると言える。

立命館大学に関しては、既に1987年『事務電算化のシステム開発・運用にあたっての覚え書』において、以下の学生情報保護六原則を定めている。

公開の原則

事務電算化システムの目的・意義、データの範囲、利用方法について定期的に適切な方法で大学構成員に説明を行う。

目的明確化の原則

事務電算化の目的が、大学固有の教学業務(広義の教育・研究、厚生援助、法人業務等)の遂行のためのものであることを明確にするとともにその運用において、個人情報の処理に当たっては、目的に沿った運用がなされるように、常に目的を明確にする。

収集・利用制限の原則

データ収集・利用が、上記目的に沿った範囲で実施されるように適切に管理する。

15) 堀部[1999]p.104

16) 財団法人日本情報処理開発協会 プライバシーマーク事務局ホームページ <http://privacymark.jp/>

個人参加の原則

基本的に自己のデータの閲覧・訂正を要求する権利を保障する。

適正管理の原則

プライバシー保護およびデータ保全のために、データの厳正な管理を実施する。

責任明確化の原則

データ管理の責任部課を項目別に明確にし、データ更新・修正に際しては、アクセス履歴データを残し、データ管理の責任を明確にする。

これは、ほぼ OECD の 8 原則に則って作られたものと思われる。また個人情報保護法の制定を受け、2003 年 8 月から検討を進め、2004 年 4 月には「立命館大学学生の個人情報保護に関する規定」を定めている。この全般的な倫理規定ともいべきものは作成されているが、各部局において具体的な手順に落とし込み、浸透させていくのはまだこれからの課題である。

(3) 学生情報管理手順の考え方

最近の個人情報漏洩事件の特徴のひとつとして「内部者による犯行が多い」¹⁷⁾ことが挙げられる。技術的に外部からの不正アクセスに対するセキュリティを固めることはもちろん重要であるが、内部の構成員のミス(過失)による漏洩もあり得るし、構成員の不正(故意)による漏洩も考えられる。個人情報の漏洩を防ぐためには組織内部での個人情報マネジメントシステムの構築が必要である。またそれが個人情報の有効活用にもつながる。具体的にどのような手順を策定するのが望ましいかは組織、その保有する個人情報によって異なるので、ここでは管理手順に関する大まかな考え方のみを考察する。

個人情報保護法の施行に備えて、個人情報の扱いに関する規程等を、改定もしくは新たに策定している大学が多いであろう。しかし、細かな手順を定めるまでには至らず、心構え程度のことを記した倫理規定にとどまっているケースが多いのではないだろうか。個人情報の管理は個人情報倫理規定だけでは対応しきれない。性悪説に基づき、疑いの目を向けて構成員の士気を落としていたのでは意味がなく、あくまで構成員に対する信頼をベースにしなければならないが¹⁸⁾、中には例外的に悪いことをする者がいるかもしれないということを前提に管理手順を定めなければならない。合わせて就業規則の罰則規定とのつながりを明確化する形でも良いし、漏洩事件が起きた場合に当該組織にどういったインパクトがあるのかを周知させておくだけでも一定の歯止めにはなるであろう。最終的には各組織構成員の倫理観に依存しなければならない部分は残るが、個々人の意識に頼る前にシステムとして対応可能な部分については、管理手

17) 渡部[2004]p.15

18) 前掲書 p.124

順を策定し、文書化し、維持しなければならない。そうすることが、構成員に対する教育を促進し、個人情報保護に対する構成員の意識を高めることにもつながるという効用もある。プライバシーマークを取得した産業能率大学においては、取得の「最大の効果は、個人情報を適切に扱うことの大切さについて、全教職員が改めて認識できたこと」¹⁹⁾ だとしている。直接の担当者以外の意識がどうしても低くなりがちであったものが、取得へ向けた動きを進める中で、「個人情報保護は一部の教職員の努力によるものではなく、教職員全員が高い意識を持って業務を遂行することで実現できるものだということが、共通認識として浸透した」²⁰⁾ そうである。

個人情報保護法への対応としては、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)やJIS Q 15001などに基いてマネジメントシステムを構築するのがひとつの方法である。プライバシーマークの取得にも、コンプライアンス・プログラムがJIS Q 15001の要求事項を満たしていることが必要となる。またこれらの源流にあると言えるものが、1970年代に主要国で個人情報保護を目的とする法律が制定される中で、1980年に出された、いわゆる「OECD8原則」であろう。その内容は「収集制限の原則」、「データ内容の原則」、「目的明確化の原則」、「利用制限の原則」、「安全保護の原則」、「公開の原則」、「個人参加の原則」、「責任の原則」である。ISMSでは、「組織が保護すべき情報資産について、機密性、完全性、可用性をバランス良く維持し改善することが情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)の要求する主要なコンセプトである」²¹⁾ としている。ここで、機密性(Confidentiality)とは、アクセスを認可された者だけが、情報にアクセスできることを確実にすること、完全性(Integrity)とは、情報および処理方法が正確であること及び完全であることを保護すること、可用性(Availability)とは、認可された利用者が、必要なときに、情報及び関連する資産にアクセスできることを確実にすることである。JIS Q 15001では「個人情報を保護するためには、各事業者の自主的な取り組みが必要であり、こうした取り組みを進めるに当たって、体系的で全経営活動に統合されたマネジメントシステムであるコンプライアンス・プログラムを策定し、実施し、維持し、及び継続的に改善していくことが必要である」としている。個人情報に関するリスクマネジメント全体の流れとしては図表5のようなものが考えられる。まず、個人情報を特定化する必要がある。そして当該個人情報の重要性を評価し、不要なものは、保有しているものに関しては廃棄するべきだし、収集すべきか検討しているものに関してはそもそも収集すべきではない。十分に重要性が高いと判断される個人情報に関しては、どのようなリスクがあるかを洗い出し、当該個人情報のリスクの水準を評価し、ここでもリスク水準に見合った重要性がない個人情報に関しては、保有

19) 村山[2004]p.80

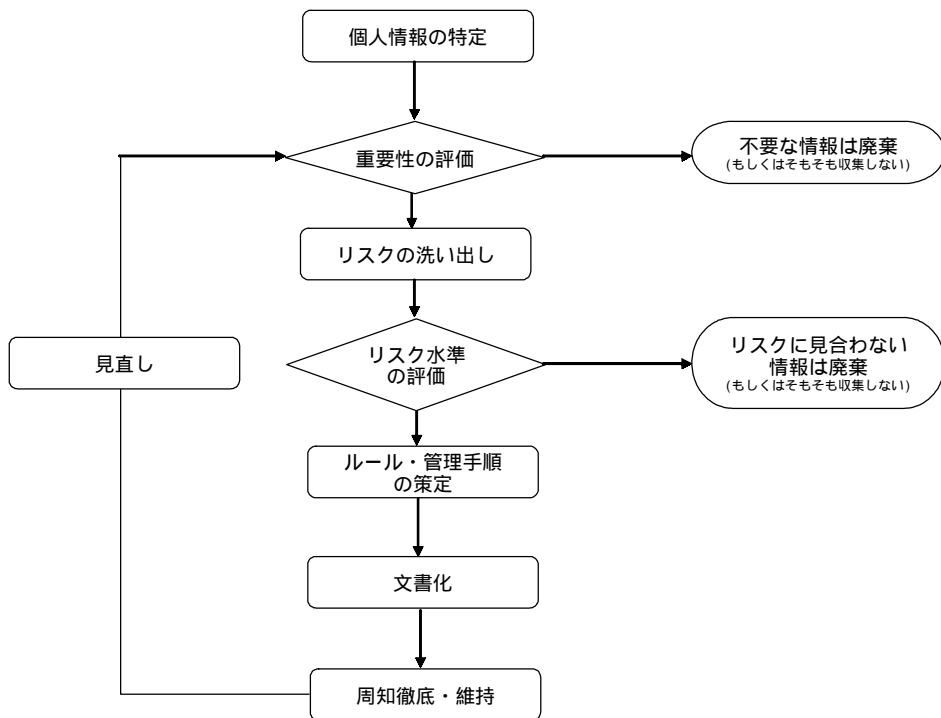
20) 前掲書

21) 情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)適合性評価制度ホームページ

<http://www.isms.jp/dec.jp/isms/index.html>

しているものに関しては廃棄すべきだし、収集すべきか検討しているものに関してはそもそも収集すべきではない。リスクに相応の保有する価値があると認められる個人情報に関しては、リスク水準に適合したルール・管理手順を策定し、それを文書化し、周知徹底させ維持していく。その上で、一定のサイクルで見直しを行い、そのサイクルを繰り返す。不要になった情報、リスクに見合わなくなった情報は随時廃棄していくことになる。

図表 5 個人情報，管理の流れ



以下、重要と思われる何点かについて考察を加える。

リスク評価

学生情報に限ったことではないが、個人情報のリスク評価は不可欠である。リスク評価を行わなければ、管理の優先順位が判定できない。個人情報のうちリスクに見合う価値のないものは保有すべきではないが、当該個人情報の価値とリスクとを評価しないことには、その情報を保有することが適切であるかどうかの判断をすることすらできない。またリスクを明確にすることで、組織内に個人情報の管理の重要性を認識させることができる。リスクが何に依存して決まってくるかでどのように評価すべきかは異なってくるが、たとえば図表 6 のような項目で

評価を行うことが考えられる。

対象となるデータ

まずは、どこで、いかなる学生情報を保有しているのか、保有しうるのか、そしてそれらの情報がどのように組織内で流通するのかを徹底的に洗い出さなければならない。大学の場合各教員個人が保有する情報もあるのでその管理をいかなる部局がどのように管理をする、もしくは管理の手助けをしていくかが重要であろう。教員本人がゼミ生から集めた自己紹介カードのようなものや、連絡網などは一貫して教員個人が責任を負うものであろう。定期試験の答案も実際にどのように廃棄するかは別として、教務が回収して教員に渡してからはずっと教員の手許に置かれることになる。その答案などを元に教員の手許で作成され、学生データベースに追加される成績情報は教務の手に渡った後は教務で管理されることになる。

電子データとして保有されている情報なのか 紙ベースで保有されている情報なのかにより、必要に応じて管理手順を変えなければならない。各流通段階での状況にも注意しなくてはならない。出力されたものやコピーされたものの管理にも注意しなければならないし、バックアップされたデータの持ち出しなどにも注意が必要である。

各部局において図表7のような台帳を設けて各部局でどのような個人情報を保有しているのかを管理しなければならない。

対象となる構成員の範囲

JIS Q 15001 の解説では、「3.1 個人情報保護方針」において、本文の中で用いられる「従業員」には正社員だけでなく、派遣社員、非常勤職員を含む」とされている²²⁾。宇治市の住民基本台帳データの流出に見られるように²³⁾、システム開発の委託先等が原因で起きる個人情報漏洩もあり、そうした点にも注意しなければならない。

アクセス権限の設定

内部者による個人情報流出のリスクを低減させるには適切なアクセス権限を設定することが最低条件であろう。つい出来心が、という場合にアクセスできないようにしておく必要がある。

22) 日本規格協会[2004]p.519

23) 渡部[2004]pp.158-159 など

あるシステムの開発業務を委託された外部業者が、作業が当初予定していた時刻までに終了しなかったため、同市の担当職員より口頭で承諾を得て、データを MO にコピーして持ち帰り、業者社屋において作業を継続することになったところ、上記アルバイト従業員がデータを自己のコンピュータの FD にコピーして持ち出し、名簿販売業者に売却したというもの。

図表 6 個人情報 Risk 評価 sheet

部局	File Code	File 名
更新日	更新事由	必要性
件数	基本 data	情報の内容
Cell 情報	定性情報	画像情報
小計	小計	小計
アクセス容易性	アクセス頻度	Leak 確率
Risk 評点	管理レベル	評価者
認定者		認定者

図表 7 個人情報情報管理台帳

File Code	File 名	登録日	利用目的	保有予定期間	随時更新	消 去
					管理レベル	責任者名
					最新更新日	消去日
						認定者
						実施者
						確認者

部局名

図表 8 個人情報アクセス権者記録 sheet

部局	File 名
File Code	保有予定期間
台帳登録日	
アクセス権者名※	登録日
	登録事由
	認証者
	設定処理者
	削除日
	削除理由
	解除処理者
	解除確認者

通常より高い権限を持つ者は情報漏洩により組織が受けるダメージの影響をより強く受けるので、不正に手を出す危険性は低いと予想される。単独では情報を引き出せないようにしておく、あるいは個人情報にアクセスできるのはある1室の端末のみとし、そこには監視カメラを設置するといったことも考えられる。

アクセス権に関しても厳格に定めた上で図表8のような記録シートを設け、明確にしておく必要がある。

個人情報の収集と利用目的の明確化

個人情報保護法では、「個人情報を取り扱うに当たっては、その利用の目的をできる限り特定しなければならない」としているが、「私立大学が取り扱う個人情報のうち、例えば、在籍者データベースに記録されている個人情報の利用目的をどのように特定するかが問題となる」²⁴⁾。学生が入学時に登録するような情報は、いったいどのような利用目的になるのか、その後の有効利用の妨げとならない利用目的を特定しておかなければならない。

情報の廃棄

JIS Q 15001の解説では、「3.11.1 個人情報の利用の安全性の確保」において「個人情報の漏洩事例には、廃棄時の漏洩が多く見られることから、廃棄に当たっても、電子ファイルの消去、個人情報の打ち出された紙の破碎処理などによって、廃棄されたデータが他者に流出することのないよう留意することが必要である。」と指摘している²⁵⁾。これは特に90年代前半まで多かった紙ベースでの流出の原因として多かったようである²⁶⁾。電子データでの保有が大幅に増えた現在でも、データを利用する際には一度紙に出力されるケースが多い。何らかの形で集約され、個人を特定できる情報でなくなっている場合には問題がないが、やむをえず個人を識別できる形のデータを紙ベースで出力した場合には、その回収・廃棄を確実にする必要がある。大学では会議において非常に機微な情報も含めて、学生の個人情報入りの資料が配られることがある。そうした場合には管理番号を振り、誰に配布したかも記録し、会議終了後には速やかに、コピーができる場所に持ち出されないように確実に回収すべきである。

紙のデータほどは廃棄の頻度が高くないのでそれほど大変ではないが、もちろん電子データが入っていたコンピュータを廃棄するような場合にも、ハードディスクをどのように処理するかを厳格に定めておくべきであろう。

24) 堀部[2004]p.69

25) 日本規格協会[2004]p.521

26) 藤野[2000]

廃棄に際しては、専門の業者に委託する場合もあると思われるが、そこからの流出が生じない保証措置が必要である。

定期的な見直し

この種のマネジメントシステムでは当然の事ながら、リスクの評価式なども状況を見ながら随時修正していくことが必要であるし、実施してから明らかになった問題を管理システムにフィードバックしながら精緻化していく作業も不可欠である。また意識の低下を防ぐためにも定期的に見直しを加えていくことが必要である。

個人情報保護法へのその場しのぎの対応では、問題を先送りすることになる。受動的な法律への対応とのみ捉えずに、戦略的な見地から情報システム全体を見直す契機とすべきであろう。

・ 学生情報の効用

（1）学生情報とその適切な管理の効用

大学における学生情報の利用の側面を考えると、学生情報を適切に管理することにより、大学として学生に対してよりきめ細かなケアが可能となる。例えば、ゼミの指導教員であれば、相談に来たゼミ生に対応する際、それまでに当該学生と接してきた中で得られた情報をもとに指導することが可能である。一方で、教務やキャリアセンター等の担当職員は相談に来た学生の個人情報を知っていることは稀であろう。このとき必要な情報を引き出せる環境にあれば、より適切な対応ができる可能性が高くなると考えられる。もちろん大学側、教職員だけの利便にとどまらない。学生も自分自身に関するデータを参照し、自分を見つめ直す機会を得るかもしれない。これら教職員や学生が個別に利用する他、進路・就職政策やカリキュラムの見直しなど大学や学部の指針を立案する際にも学生情報が利用されることがある。

しかし、その学生に関する情報が適切に更新されていなかったり、間違っていたりしたのでは有効なものとはならない。もし大学に保有されている学生情報に誤りや脱落があれば、当該学生に関して誤った認識を広めてしまう恐れがある。ましてや証明書の元となるデータに瑕疵があるようなことは許されない。現在大学においては学生が当局に必要な情報を登録するのは普通に行われているが、プライバシーに対する意識が高まってくれば、適正な管理のできていない大学には自分の情報を提供したくないと思うであろう。と言うよりも、そんなこともできない大学は社会から批判を受け、淘汰されていくことになるに違いない。つまり、学生情報が適切に管理された状態を保てなければ大学の存立基盤すら揺るがしかねないのである。また「私

立大学においても、個人情報の保護に万全を期すことが学生や世間の信頼を得る近道²⁷⁾と
いったことも言える。まです見たように、学生情報を適切に管理することは大学の社会的責
任の一つである。

(2) 学生情報利用の今後の展開

学生情報を適切に管理することにより、それを有効利用し、より適切で細やかな学生に対す
るケアをシステムティックに行うことが可能となる。もちろんこれまでも相応の管理体制は構
築してきているが、個人情報保護法を睨みながら次のステップへ進むことが不可欠となってい
る。

例えば立命館大学では、第3期事務情報システム(RISING)において、『各部門にて管理
されている学生情報、入試、就職等の各データベースの個人情報の連携(横の連携)と、中高大
院を通して個人情報の時系列での連携(縦の連携)を図る。その上で「各部門にて多様な学生指
導を行うために必要な共通の一定の情報」を「個人情報カルテ」として抽出し、各部門で共有
し活用できる環境の構築を目指す』としている。これが実現されれば、同じ部局内で別の担当
者が担当しても一貫した対応ができるようになるであろう。各部局が保有する情報がうまくリ
ンクし、学生の基本情報や、学生が他の部局でどのような相談をしているのかが分かれば、各
部局でより適切な対応ができるようになる。在籍期間を通して、場合によっては卒業後も含め
た一貫した適切な対応を行うことが可能となる。

2004年4月には「立命館大学学生の個人情報保護に関する規定」を定めている。RISING
においては、2005年に施行される「個人情報の保護に関する法律」に備え、セキュリティ面の
議論も進んでいる。基本的には前述の原則を具体化するものと言ってよいと思われるが、権限
に応じたアクセス制御、不正を抑制するためのアクセスログの記録、加工されやすいデータファ
イル型式での出力・ダウンロードの限定によるデータの不要な持ち出しの防止などが盛り込ま
れている。

おわりに

本稿では、前半でCSRとの関連における個人情報の重要性を、後半では個人情報のうち大
学における学生情報に対象を絞ってその意義や管理の重要性について論じた。尚、2004年11
月11日付で、文部科学省告示第百六十一号「学校における生徒等に関する個人情報の適正な
扱いを確保するために事業者が講ずべき措置に関する指針」が出されたが参照して頂きたい。

今後、たとえ中小企業であってもCSRを意識した経営を余儀なくされる。個人情報の管理

27) 堀部[2004]p.69

の仕組みを現在検討されている ISO などで規定すべきか否かについては、議論のある所ではあるが、最小限の要求事項を整理する意味は高いであろう。個人情報に関しても、それが不可欠な事業を営む組織においては、漏洩事件などでその存立基盤を揺るがされることになる。個人情報の管理体制を築くことが急務となるが、その際 JIS Q 15001 の要求事項は参考されて然るべきであろう。

個人情報に関する問題は、技術的な側面や個人情報保護法、人格権に関わる法的な側面も含め多岐に渡る問題を含んでいる。本稿では CSR と個人情報の関連を公益重視の立場から論じてきたが、このような領域は従来の経営学、とりわけ「経営倫理」の枠を越えた議論となりつつある。

本稿の ・ は片桐が、 ・ は佐藤が中心に担当し、全体を平井がまとめた。

参考文献

- 1) 大木栄二郎 [2001] 『経営戦略としての情報セキュリティ』 工業調査会
- 2) KPMG エムエムジー(株) [2002] 『よくわかる JISQ15001』 日本能率協会マネジメントセンター
- 3) 小見志郎 [2004] 『情報資産のリスクマネジメント』 ぎょうせい
- 4) 社団法人私立大学情報協会 [2002] 『提言 私立大学向けネットワークセキュリティポリシー』
- 5) 中央青山監査法人 [2003] 『IT リスクと会計情報: ビジネスインパクトアナリシス』 税務経理協会
- 6) 日本規格協会 [2004] 『JIS ハンドブック: 58-4 リスクマネジメント』 日本規格協会
- 7) 日本セキュリティ・マネジメント学会個人情報保護研究会 [2002] 『経営戦略としての個人情報保護と対策: 企業人として知っておきたい基礎知識』 工業調査会
- 8) 藤野剛士 [2000] 『図解でわかる個人情報保護: 顧客情報をつかう担当者のための基本知識と具体策』 日本能率協会マネジメントセンター
- 9) 堀部政男 [1988] 『プライバシーと高度情報化社会』 岩波新書
- 10) 堀部政男 [1999] 「大学における個人情報保護検討の必要性」 大学時報 1999 年 11 月 日本私立大学連盟
- 11) 堀部政男 [2004] 「個人情報保護法理解の重要性: 私立大学にも適用されることの認識を」 大学時報 2004 年 9 月 日本私立大学連盟
- 12) 村山滋 [2004] 「プライバシーマークの取得」 大学時報 2004 年 9 月 日本私立大学連盟
- 13) 渡部喬一 [2004] 『個人情報保護法のしくみと実務対策: IT 時代の情報リスクマネジメント法務』 日本実業出版社

Annex . A : 「調査設計」における CSR 調査の解析・分析結果の抜粋

2004 年度、経営学研究科の授業として筆者平井が担当する「調査設計法・調査設計演習」において CSR 調査を行った。調査設計の概要は以下の通りである。

調査名称	CSR 調査
設計・解析 担当者	片桐 健 小野木 正人 鳥井 伸哉 李文 辻 英樹 段 明珠 陶 嬋芬 崔 一 徐 立 福田 真也
調査対象	東証一部上場企業
サンプル収集方法	各企業へのアンケート送付(800部) 有効:95/回収:104
入力方式	直接入力
実施時期	2004年 8月 1日 ~ 8月 31日

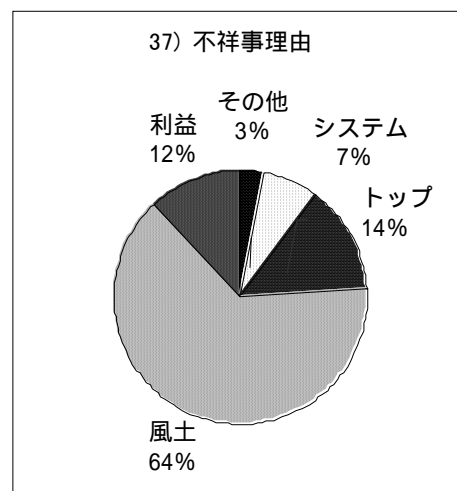
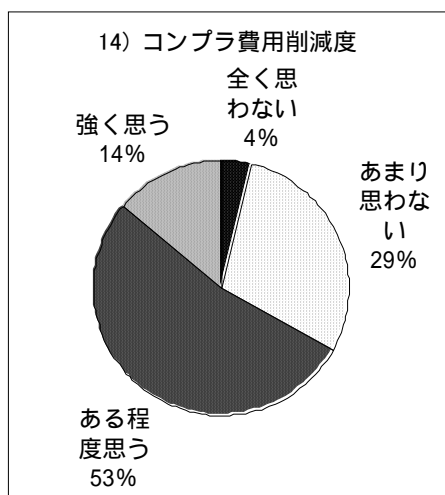
< 調査目的 >

対象企業の現状調査を通して、学生による企業評価の視点から CSR 指標の構築を目指す

< 用いる分析手法 >

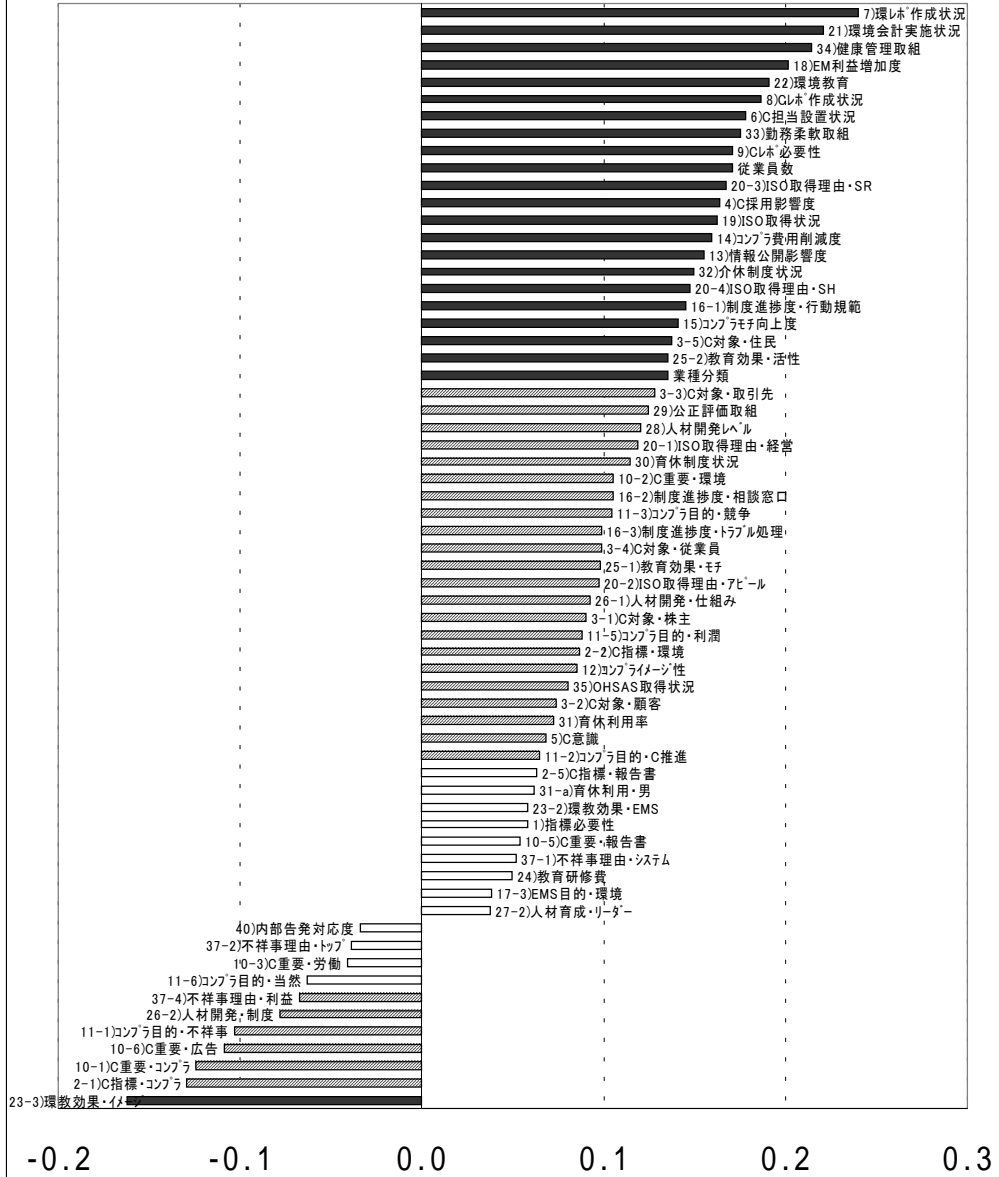
主成分分析(主成分得点)、クラスター分析、クロス分析、重回帰分析

尚、今回のアンケートデータの解析にはエスミ社の Excel 用アドインソフトである「Excel 多変量解析 Ver.4」を利用した。



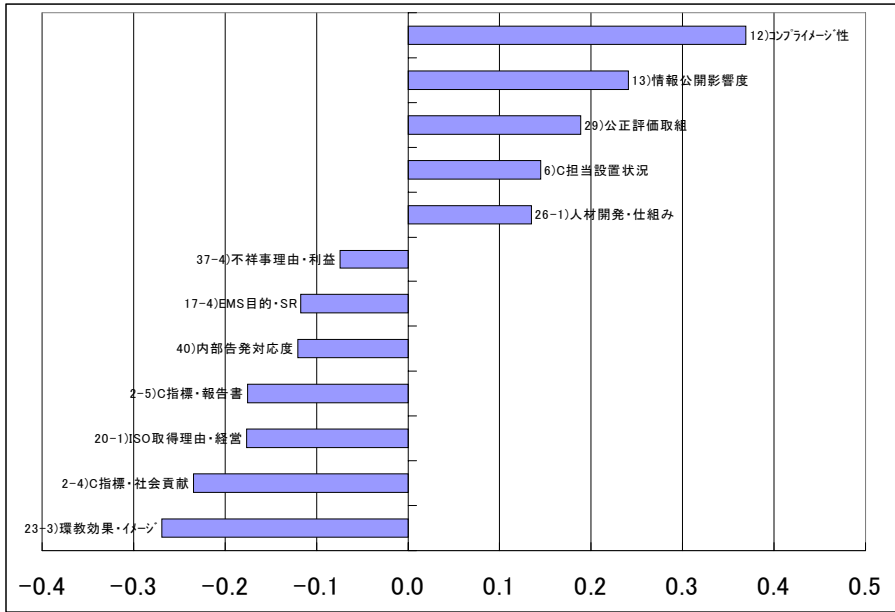
< 主成分分析 >

主成分 1 (= 9.84) : C

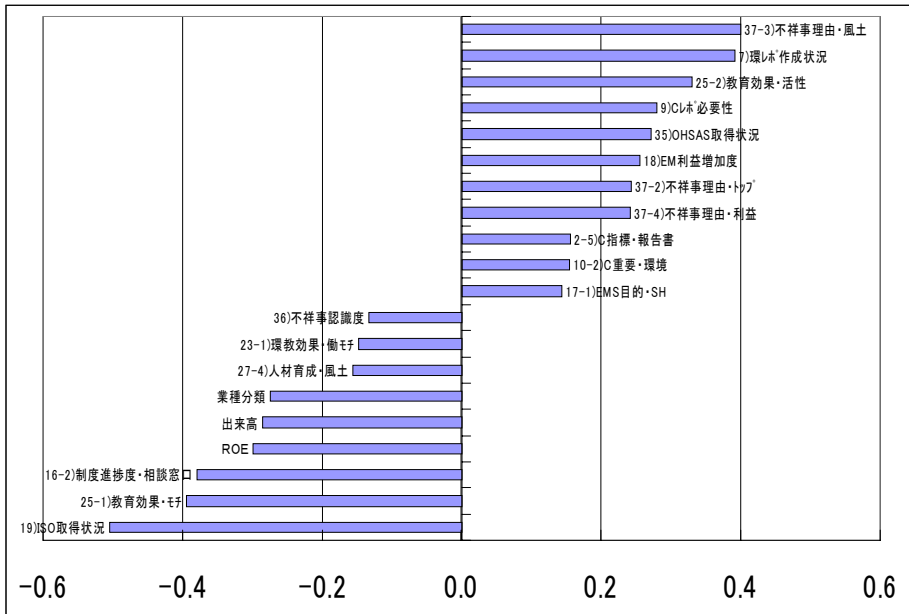


<重回帰分析>

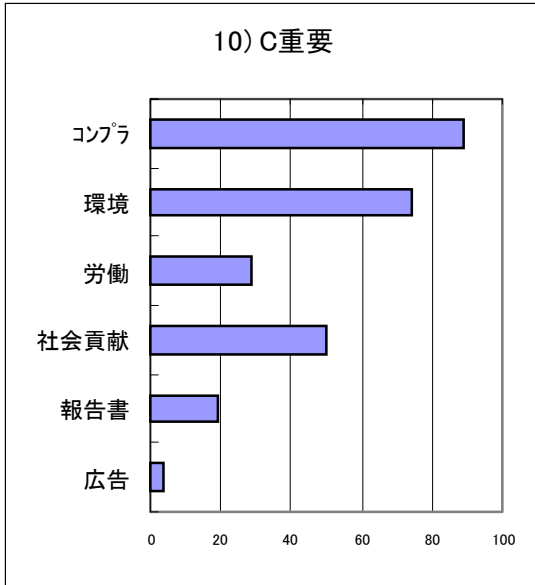
・目的変数：14) コンプラ費用削減度 (決定係数 = 0.5678)



・目的変数：5) C意識 (決定係数 = 0.5145)



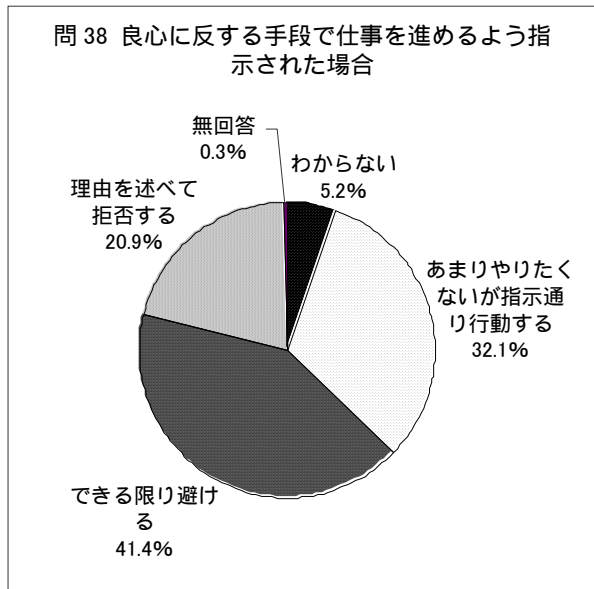
<単純集計>



Annex . B : キャリアセンターによる
卒業生意識の解析・分析結果の抜粋

この調査は立命館大学キャリアセンターが 2004 年 4 月～5 月にかけて本学を卒業して満一年の学生を対象に実施したものであり、有効サンプル数は 613 (発送通数: 6,404 ,返信数: 633) で、調査項目数は 48 であった。尚、今回のアンケートデータの解析にはエスミ社の Excel 用アドインソフトである「Excel 多変量解析 Ver.4」を利用した。

<単純集計>



<主成分分析>

主成分4(=3.10) : 安定 ;

