

## 隱私權風險管理<sup>1</sup>

在風險管理領域裡，隱私權之風險類型歸屬，大抵涵蓋以下風險種類：法律風險、法規風險、聲譽風險，以及營運風險；換言之，隱私權風險具有多樣化面貌。因此，各金融機構必須以不同的角度觀察，從而自身的「隱私權風險」得以合理估量。

此外，為回應近年各國立法當局對於隱私權保護的新興規範，金融機構暨信用報告機構業已付出相當努力與代價，將隱私權保護融入現有業務架構內，對於原有業務方式可能違反隱私權保護之部分予以調整；對於新興業務，亦在隱私權保護原則下逐步開展。再者，多數金融業者將隱私權視為適法性議題，然若以風險管理角度，將隱私權風險納入機構整體風險管理架構，則更為適當。

### 為何隱私權變得如此重要

隱私權意指個人支配自身可辨識資訊之利用與傳遞的能力，前述所稱自身可辨識資訊，包括個人身分基本資訊、健康狀況，財務資訊、貸款資訊等。長久以來，銀行大量蒐集暨利用個人身分、健康或財務相關資訊，做為是否與客戶往來的重要依據；另一方面，個人則一如往常，信任其往來金融機構將善盡資訊保密之義務。

近年來，由於科技進步一日千里，金融機構得以運用這些資訊技術，將所儲存的大量資料，以前所未有的方式加以組合與利用，除了更加地瞭解客戶需求暨產品使用情形之外，無形之中也提高這些資訊的附加價值。然而，資訊技術的進步，卻造成其往來客戶對於隱私權是否將受到侵犯之疑慮，這些疑慮包括網際網路私密資訊安全性、身分盜冒，以及用餐時的電話行銷等。

另外，產業的整合亦引起客戶對於其隱私權的重視，尤其是 1998 年花旗集團與旅行家集團合併，以及 1999 年 Gramm-Leach-Bliley(G-L-B)美國金融服務業現代化法施行後，原先散置在不同機構的個人資訊與財務資訊，一旦建置於相同集團企業內，這些資訊將如何利用，例如，個人健康資訊是否將影響其取得信用之能力。

前述消費者對於其個人資訊隱私的關心，業經引起許多訴訟與媒體的目光。近年來，許多訴訟案件控告大型金融機構間共享並販售客戶資訊，違反其隱私權政策。基於上述事實，消費者對於其隱私權保護意識逐漸抬頭，此一力量，引起各國政府對於隱私權保護之重視，並加速完成相關法案訂立。以美國為例，近年所通過的相關法案，大抵針對敏感性資料保護，包括 2000 年兒童線上隱私權保護法、1996 年醫療保險可攜性及會計義務法案，以及 1999 年 Gramm-Leach-Bliley 美國金融服務業現代化法等。

### 隱私權風險管理之平衡

承上所述，隱私權風險管理已成為高度平衡的策略，即在取得與利用資訊可使金融服務提供者有效經營業務，以及針對客戶、消費者團體、立法議員，監理者以及其他團體所關心之焦點之間取得平衡。

---

<sup>1</sup> 資料來源：“Managing Privacy Risk- Keep Your Promise”，Cynthia A. Glassman, RMA Journal, June, 2001

如前所述，隱私權風險管理兼備法律/法規風險、聲譽風險以及營運風險等要素。前述 G-L-B 法案使機構負擔法規風險與法律風險，稱法規風險者，在於機構審查員發現該機構行為違法時，將對機構實施制裁。此外，該法案對機構亦引起訴訟風險的增加，機構將面臨較以往更多的訴訟，使其更易受到傷害。一旦敗訴，機構聲譽將一落千丈，從而增加機構的聲譽風險。

再者，隱私權亦形成營運風險，即公司營運無法適當地履行隱私權政策，可分二方面說明：第一，公司人員設備按隱私權政策調整，即公司職員必須瞭解自身在履行隱私權政策上所扮演的角色為何，更甚者，系統必須能夠揭露與追蹤，監控其。第二，在資訊完整性與安全性上，客戶資訊隱私權資料安全與資訊完整須加以落實，否則客戶隱私權將無從保障。

### 隱私權風險管理啟示

隱私權風險管理第一步，在於體認它是屬於組織面風險。身處今日商業環境裡，隨著愈來愈多的合併、結盟以及職員的高流動性，確保所有客戶資訊使用職員，熟稔公司本身的隱私權政策，對於公司而言，業已形成一項新的挑戰。

董事會與資深管理階層瞭解為商業目的之個人資訊蒐集、利用以及分享，亦是隱私權風險管理重要的一環。此種瞭解需要分析以下問題：蒐集哪些資訊、如何蒐集、如何使用、為何使用，以及是否有其使用之必要。透過充分瞭解，隱私權風險管理需要高階管理階層支持以及大家的重視。獨立的隱私權事務專員或隱私權委員會應被充分授權，確保隱私權議題在組織內處處受到重視。

隱私權風險管理另一項關鍵要素，即是瞭解個人資訊蒐集、利用與共享的目前與潛在法規。這需要持續注意可能適用於機構之國內外相關法規演變。然而，目前法規上要求只不過是隱私權挑戰的九牛一毛，機構更應傾聽各種客戶隱私權焦點，這需要監控外部事件諸如訴訟、媒體報導以及產業調查，亦需要追蹤客戶對於機構利用其個人資訊的問題與焦點。

隱私權風險管理的關鍵是釐訂資訊利用政策，此政策應符合商業需要，同時保有充分彈性，持續地滿足演變中的產業標準、消費者焦點，以及法律/法規要求。隱私權政策的履行，意謂著向客戶許下承諾，機構應以以下列方式，落實客戶隱私權保障：

- 清楚地表達隱私權政策並以易懂的方式揭露。
- 依據隱私權政策調整其資訊系統。
- 確保簽約商店亦遵守隱私權政策。
- 隨時傳達並教育職員公司隱私權政策、其實際作為，以及對客戶傳達內容為何。