

U. その他サービス業（冠婚葬祭） U 社

事業概要	冠婚葬祭等企画・運営、冠婚葬祭互助会運営事業		
従業員数	約 200 人	プライバシーマーク取得	あり
保有個人データ件数	約 15 万件		

1. 個人情報に関する概要

(1) 保有する個人情報の件数、種類、利用目的

- ・約 15 万件（15 万人分）
- ・互助会組織会員、葬儀・婚礼等の利用者（喪主等の主催者の個人情報）
- ・会葬者・参加者等の個人情報は取得していない（取得した場合もすべて主催者が保有）。
- ・氏名、住所、年齢、生年月日、家族の名前に加え、口座番号（互助会の会費引落としのため）、宗教・宗派などを機微情報として保有。
- ・冠婚葬祭の儀礼時の使用に加えて、互助会会員に対しては「会報」を送付している。会報の内容としては営業的な内容が含まれることもある。
- ・互助会会員についても「会報」の送付可否について了解を得た上で送付している（オプトイン形式）。互助会に加入していることを家族に知られたくない、という会員もいるために、会報の送付も慎重に行う必要がある。

(2) 個人情報保護担当部署

- ・総務部と情報システム課が担当している。
- ・総務部と情報システム課の個人情報保護の実務担当者（2 名）はプライバシーコンサルタント資格を取得している。

(3) 個人情報保護管理者の有無・位置づけ

- ・専務取締役が個人情報保護管理者になっている。
- ・CPO という対外呼称は使用していない。

(4) 認証取得の有無（時期）、認証の種類、その認証を取得した理由・効果

- ・プライバシーマークを取得（平成 18 年 5 月）
- ・取得の目的は顧客の信用を得るために取得した。
- ・プライバシーマーク取得に取り組むことを互助会会員等に周知したところ、「いまさら」という声すら上がった。営業活動で特に他社との差別化にはなっていないと感じている。
- ・社内的なデータ管理体制の整備に加え、机上放置の禁止や施錠可能なロッカー等の導

入により、従業者意識の高まりと職場の機能性や清潔感の高まりなどの効果がある。

(5) 個人情報保護に向けた取組経緯

- ・個人情報保護法の成立・施行に合わせ、顧客の信頼を得るために個人情報保護体制を確立することが重要であるという社長の指令が出た。
- ・総務部と情報システム課の担当職員が平成 16 年にプライバシーコンサルタント資格を取得した。その過程でプライバシーマークの取得が必要だと感じるようになった。
- ・プライバシーマーク取得のために、高崎市・太田市・前橋市に点在する 12 の事業所の長を集めた会議などを数回実施して調整を行い、プライバシーマークを取得した。

(6) 個人情報の保有・管理・提供等に関する業界の特徴

- 特に葬儀の場合、故人が亡くなってから式を執り行うまでの期間が極めて短いという特徴があり、関連する事業者も多い
 - ・亡くなった直後に葬儀契約を結んで葬儀を執り行うが、契約に個人情報の取扱いが記載されていても、じっくり説明するような余裕は双方になく、また説明しても判断できるような精神状態でないこともある。
 - ・委託を行う事業者としては生花、供物、写真業者などがあり、それぞれに故人の名前や住所、連絡先等は教えなくてはならない。特に、司会業の方は、式において話をしなくてはならないので、自分たちよりも多くの個人情報を持つ可能性があるため、絶対に漏らさないように(派遣元の)法人に加え個人でも確約書を書いてもらっている。
- 関連する者からの問い合わせが頻繁にあり、対応が必要になる
 - ・結婚式であっても、「両親に内緒なので絶対にばれないようにしてほしい」という依頼があったり、葬儀でも「死因が特殊で会葬者にわからないようにしてほしい」、という依頼があったりすることもある。
 - ・これらの個人情報は紙やデータの形式で残るものではないので、厳密には個人情報保護の対象にならないかもしれないが、式の打ち合わせや、式の運営を行うスタッフ等の間では共有しておく必要がある事項なので、絶対に漏れないようにすることが必要で、特に従業者の意識を高く維持することが必要となる。
 - ・また、葬儀や婚礼の際に、近親者や友人等から問い合わせがあることがある。故人の名前や式場、開催日時などは教えることにしているものの、すべてについてコールバックで対応するようにしている。
 - ・家族にも教えることができない情報を保有していることもあり、連絡等は慎重に行う必要がある。
- 会員制度(互助会)を維持・運営しているので、長期的な対応が求められる

- ・会員制度は定期的に会費を支払い、実際に冠婚葬祭を執り行う場合にその会費の積み立てを使用するものであり、継続的な個人情報の保有が求められる。
- ・故人の家族から“会員であったかどうか”の問い合わせや、“自分の会費はどの程度貯まっているか”、といった問い合わせもある。これらの問い合わせについて本人の場合は本人確認をする必要があり、また家族等の場合も本当に家族かどうかの確認が必要であり、配慮が必要である。

2. 個人情報の適切な保護のための取組について

(1) 準備（規程・体制づくり）

- ・社長が顧客の信用を得るために個人情報保護体制の整備が必要であるという号令を明確に掛けた。
- ・総務部と情報システムの担当職員2名がプライバシーコンサルタントの資格を取得し、この2名が中核となって個人情報保護体制を構築した。

(2) 個人情報の取得

- ・葬儀等の規約の中に個人情報の取得や、委託先事業者等への提供についても記載している。

(3) 個人情報の利用（第三者提供を含む）

- ・「互助会の会報」の送付について同意を求めた上で、同意がある人に対しては会報を送付しているが、内容として一部営業情報も含んでいる。
- ・第三者には個人情報を提供していない。仏壇や墓石等がない顧客については、仏壇や墓石屋等に顧客情報を提供するのではなく、顧客に対して業者を紹介することで直接業者と商談してもらっている。

(4) 個人情報の管理

①情報の管理体制

- ・システムはもともとオフコンを利用しており、クライアント・サーバ型にしていなかった。したがって、クライアント端末では情報のダウンロードや蓄積ができないようになっていたことから、個人情報の管理の観点からその体制を維持し、中央サーバの管理をしっかりとっている。
- ・ログインやホームページの閲覧、アプリケーションの起動等のログはすべて中央サーバで管理している。
- ・社内のすべての記憶メディアに番号を振り、情報システム課で番号管理を行っている。

- ・鍵のチェックを行い、紛失している場合は鍵をすべて取り替えた。施錠可能なキャビネットも新たに購入した。

②従業員への教育方法

- ・年に1回の個人情報研修を実施している。

(研修では極めて具体的に発生し得るケースを設定して問題点や対応方法を回答させる)

- ・研修においては具体的に問題となったような事例を取り上げてケーススタディを行っている。ケースを示して問題点や管理策、対応策を記載させる形式のケーススタディを問題を出題している。
- ・具体的には「社外において、自社で葬儀を執り行っている故人の死亡原因の話を仲間内でしてしまい、その話が喪主の耳に入ってクレームが来た」といったような極めて具体的に発生しうるケースを示すことで関心と教育効果の向上を目指している。

(管理を極めて厳格に行っていることを明確にアナウンスすることで緊張感を醸成)

- ・ログの管理（どのファイルをコピーしたのか、どのホームページを閲覧したのかということ等）を行っていること、日常的に事務所を回りながらチェックを行っていることについては広く従業員に公表している。従業員はいつも見られている、チェックされている、という認識を持っているようであり、「常に見ている」という姿勢を広く公表することで効果的な従業員教育になっている。

③盗難対策

- ・特徴的な取組はなし

④ノート PC の安全対策

- ・そもそも幹部職員以外はノート PC は持っていない。

⑤外部委託先管理

- ・重要な個人情報を保有する委託先（司会業等）には確約書の提出と、取得した個人情報については当日の返却を要求している。ただし、頭に残る個人情報についてはどうしようもないため、注意を促すに留まっている。

⑥日常点検・確認の方策

- ・月に1度、プライバシーコンサルタント資格を有する2名の職員が、12事業所を回ってチェックを行う日を作っている。抜き打ちではなく、訪問する日は明示している。
- ・個人情報のチェックのために訪問する日以外にも、事務所は頻繁に訪問している。チ

チェックの日だけしっかりしているような事業所・従業員はこの際にチェックできることもあり、皆、特にチェックの日だけでなくしっかりと意識付けされるようになっていく。

⑦ 初歩的ミスの防止策

- ・ 特徴的な取組はなし

(5) 個人情報の消去・破棄

- ・ 個人情報の消去はシュレッダーで実施している。
- ・ 葬儀等に関連する個人情報は紙媒体で 5 年間保管している。これは、年季法要が行われるからであり、顧客から前回の費用や内容について問い合わせがある場合も少なくないからである。
- ・ これらの個人情報は倉庫で管理している。
- ・ データ化されてサーバに格納されている個人情報は半永久的に保存されている。具体的な葬儀の内容などについては入力されていないが、故人の名称や施主、費用総額などは入力されている。年季法要や統計的に分析に利用したい事情もあるので、消去等を行っていない。すでに 20 年近くの個人情報が蓄積されている。
- ・ FD 等の記録メディアは情報システム課が一括で破砕している。

(6) 個人情報の監査

- ・ 月に 1 回のプライバシーコンサルタント資格保有者の事業所見回りを実施している。
- ・ 通常の年 1 回の社内監査の一環で個人情報保護体制のチェックも行っている。

(7) 苦情処理・顧客対応

- ・ 業界特性として顧客からの問い合わせが非常に多く、また本人以外からの問い合わせが多い。
- ・ 原則的にはすべてコールバックにより本人確認を行うようにしている。

(8) 事故発生時の対応

- ・ 特徴的な取組はなし

以 上