

Z. その他サービス業（ダイレクトメール等） Z社

事業概要	ダイレクトメールの印刷や送付等		
従業員数	約 600 人 (パート、契約社員を含む)	プライバシーマーク取得	あり
保有個人データ件数	約 5,500 万件 (預託情報のみ)		

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

- ・ 個人情報は預託されるものが主であり、直接取得するのは従業員情報のみである。
- ・ 預託される個人情報は 5,500 万件程度である。氏名、住所、電話番号、購入履歴、申込書送付履歴などがその内容である。
- ・ 従業員情報は 180 件だが、パート社員を含めると 400 件以上である。

(2) 個人情報保護担当部署

- ・ 情報セキュリティ戦略室が個人情報保護を専任で担当している。平成 16 年に新設した。同室には室長と他 2 名が所属している。

(3) 個人情報保護管理者の有無・位置づけ

- ・ 個人情報保護管理者は執行役員である。
- ・ 情報セキュリティ戦略室は管理者から諮問を受けているが、組織的には社長の直轄になっており、個人情報保護管理者とは上下関係にはなっていない。これは牽制効果を発揮するためである。

(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

- ・ 個人情報保護に関してはプライバシーマークを取得している（平成 13 年）。
- ・ 認証取得の理由は、セキュリティが社会的に求められていることと、セキュリティの強化によって他社との差別化を図ればビジネスチャンスになると考えたことである。

(5) 個人情報保護に向けた取組経緯

- ・ プライバシーマークの取得時には、コンサルタントに相談した。平成 19 年に取得した ISMS についても同様にコンサルタントを採用した。

(6) 個人情報の保有・管理・提供等に関する業界の特徴

- ・ 個人情報の漏えいによって顧客の信頼を失うことは、企業からの受託業務を行う業界

にとって死活問題である。実際に業界内でも漏えい事故によって損害が発生した事例があった。

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）

- ・プロジェクトチームを立ち上げ、メンバーには特別手当を付与してまで取り組んだ。
- ・トップのコミットメントがあったことが大きかった。プロジェクトメンバーは、課長、課長代理が実質的なメンバーであった。

(2) 個人情報の取得

- ・個人情報の預託を受ける際には、授受簿を使って管理している。

(3) 個人情報の利用（第三者提供を含む）

- ・特徴的な取組はなし

(4) 個人情報の管理

①情報の管理体制

- ・電子メールにファイルを添付する場合、データセンターを通してチェックがかかるようにしている。暗号化している。
- ・社内で利用するパソコンは、外付けの媒体が利用できないようにしている。
- ・社員証のリボンの色を階によって変えている。

②従業員への教育方法

(会社の負担でマニュアルや教材を配布、メールマガジンを配信)

- ・従業員には、個人情報の保護に関するビデオ（経済産業省のものや民間機関が作成したもの）を見せた。
- ・従業員全員に個人情報保護の本を購入、配布し、それをテキストとしてテストを行っている。
- ・セキュリティハンドブックや個人データ取扱ルールを配布した。ルールは関心を集めやすいように、色紙に印刷した。

(検定試験の受験を奨励しており、合格者には褒賞を与えている)

- ・情報セキュリティ検定試験の受験を奨励している。1回目の受験料、教材費用は会社で負担し、3級合格で1万円、2級で2万円、1級で3万円の報奨金を出している。

- ・ 新人や中途採用の従業者を対象に、3ヶ月に1回講習会を開催している。
- ・ 『セキュリティ通信』というメールマガジンで、各号ごとにテーマを決めて情報を配信している。現在で87号まで出ている。

③盗難対策

(携帯電話は遠隔ロックが可能な機種を採用している)

- ・ 携帯電話は遠隔ロックが可能な機種を導入している。登録された電話番号から一定時間内に3回電話がかかるとダイヤルロックがかかる仕組みである。また、一段のセキュリティ強化も検討中である。
- ・ 見学者の訪問があった場合には、社内には携帯電話を持ち込ませず、ロッカーに預けるようお願いしている。

④ノートPCの安全対策

- ・ ノートPCは利用していない。

⑤外部委託先管理

- ・ 外部委託先の選定に関しては、明確な基準を持っている。
- ・ 外部委託先を年に少なくとも1度は回ってチェックしている。

⑥日常点検・確認の方策

- ・ 特徴的な取組はなし

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

- ・ データの消去は消去ソフトで行っている。
- ・ 紙媒体の情報の破棄は、処分業者によって溶解処理している。顧客の要請があれば、処分業者に依頼して廃棄証明書を出している。
- ・ 破棄のタイミングは、委託元との契約によって決まる。
- ・ 個人情報保護法の施行前は、破棄に関する契約を結んでいない場合も多く、法律の施行に合わせて、取り決めのないまま保有している情報を顧客の了承を得てすべて整理、破棄した。

(6) 個人情報の監査

(用途やチェックの視点に応じて3種類の点検を複層的に実施している)

- ・監査は以下の3種類を行っている。
- ・早朝抜き打ち点検：施錠のチェック、個人情報記録された書面や媒体が机の上に放置されていないかなどを半年に1度程度の頻度で早朝にチェックする。不適合があった場合は改善報告書を提出させ、その1ヶ月後にフォローアップとして再び点検を行う。点検で2回不備が発見されると、部長が始末書を提出する。上期の点検で問題がない場合は、下期の点検は免除している。
- ・オフサイトモニタリング：WEBの使用状況のログをチェックしている。休日に届けもなくネットワークを利用していないか、利用禁止のサイトを閲覧していないか、などを監査する。
- ・事前通告の点検：データの授受が適切にできているか、データの受け渡し時に顧客の証印をもらっているか、アンケートの枚数確認をしているか、などをチェックする。
- ・半期に一度、社長出席の下、監査報告会をしている。
- ・注意すべき項目の一覧を表示した紙を机に貼るなどして、各自がチェックするようにしている。

(7) 苦情処理・顧客対応

- ・法律の施行に合わせて開示請求の様式を整えたり、手数料の設定をしたりしたが、これまで開示請求は一件もない。
- ・手数料は1,000円と常識的な範囲で決めた。

(8) 事故発生時の対応

- ・緊急連絡網など体制は、プライバシーマークの基準通りに整えている。

以 上