

F. 小売業（百貨店・スーパー） F 社

事業概要	百貨店事業等		
従業員数	約 10,000 人	プライバシーマーク取得	なし
保有個人データ件数	約 790 万件（※紙媒体のうち、配送伝票や修理伝票など販売時点での伝票を含まない数）		

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 790 万件

（2）個人情報保護担当部署

- ・個人情報保護委員会事務局（総務部、営業企画部、企画本部 開発・関連事業 G で構成）

（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百貨店営業本部長

（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

- ・個人情報保護に関する認証は取得していない。

（5）個人情報保護に向けた取組経緯

- ・顧客情報の取得・利用・管理について、基本方針を定めた「プライバシーポリシー」を策定し、この方針に従って適切に管理・利用するよう徹底を図っている。プライバシーポリシーには以下の項目が含まれる。
 - －取得する際は、利用目的を明らかにし、お客様の同意を得る。
 - －利用する際は、同意を頂いた利用目的の範囲内で行う。
 - －個人情報保護推進責任者を選任し、顧客情報の適切な管理に努める。

（6）個人情報の保有・管理・提供等に関する業界の特徴

- ・百貨店協会が作成したガイドラインに従い、各社が対策を実施している。
- ・顧客本人から明示の同意を得ることを原則としている。
- ・公開情報を利用した販売促進活動は一切行わない。
- ・取引先の顧客情報も百貨店の管理下に置く。
- ・紙ベースの情報を大量に保有しており、それらが一元的に管理されていない。

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）

- ・経済産業省ならびに日本百貨店協会のガイドラインに準拠し、「個人情報保護ガイドライン」や各種マニュアルを作成した。個人情報保護の基本原則「顧客本人の同意」に基づき、個人情報の取得・利用・管理の社内ルールを策定した。取引先の監督の項目を設けることにより、取引先に起因する個人情報漏えい事故の未然防止を図っている。
- ・顧客名簿・伝票等の管理基準を策定した。管理責任者、記載内容、管理方法・期間、最終処理方法等について明確にし、管理を徹底している。
- ・個人情報保護小委員会の事務局が社内規定を策定し、各店事務局に通達する。規定は各店の職制ラインにて徹底を図っている。

(2) 個人情報の取得

(利用目的が明確な場合は利用目的をあえて提示せず)

- ・配送伝票や修理伝票は、利用目的が明確なため記載していない。
- ・電話帳などの公開情報については、本人の理解を得ることが困難なので、これらを利用してダイレクトメールや商品案内送付などの販売促進目的では一切使用しない。
- ・取引先（店舗）に利用目的の雛形を提示し、指導している。

(個人情報を紛失リスクと記載内容で分類)

- ・販売部における個人情報のリスクレベルを整理している。記載内容（4項目）と紛失リスク（3段階）で評価し、漏えいリスクとして以下のように分類し、それぞれに対応を定めている。リスク分析のため、保有個人情報に関してマトリクス表を作成し、リスクを判断している。

図表 個人情報の分類管理の前提となる整理表（一部抜粋）

対象	記載されている顧客情報				控の有無		保管方法	売場において	
	氏名	住所	電話番号	クレジット情報	売場控	関連部署控		保管期間の目安 売場(倉庫・バックヤード含む)	保管期間終了後の 最終処理方法
■顧客名簿等									
顧客名簿（ショップ名簿等）	○	○	○	×	—	—	施錠保管	利用期間のみ	店にて廃棄業者へ委託
顧客名簿（システムⅡ名簿）	○	○	○	×	—	—	〃	〃	顧客政策担当に返却
顧客名簿（フロッピー）	○	○	○	×	—	—	〃	〃	店にて廃棄業者へ委託
顧客名簿（各種サークル等）	○	○	○	×	—	—	〃	有効会員の期間のみ	〃
アンケート用紙等	○	○	○	×	—	—	〃	集計作業等の利用期間のみ	〃
ご尊名台帳	○	○	○	×	—	—	〃	利用期間のみ	〃
■POS関連伝票									
お買上原票（現売・他クレ等）	○	×	×	○	○	○	施錠保管	6ヵ月	店にて廃棄業者へ委託
〃（自社クレ）	○	×	×	○	○	○	〃	〃	〃

(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

(個人情報が記載された伝票類は施錠管理、特に顧客名簿は日々の枚数チェック等管理体制強化)

- ・顧客名簿や各種伝票においては、保管方法・期間・最終処理方法等について基準を設け、管理を徹底。
- ・特に顧客名簿においては、チェックシートを活用し、日々の獲得枚数、廃棄枚数、ファイルごとの総枚数管理を徹底している。
- ・また、顧客情報システムから出力される「顧客リスト」の運用（出力・配布・管理・回収）については、受渡時の枚数や回収予定日の確認、施錠管理などを徹底している。

(外商担当者は個人情報をイニシャル等の形式で登録)

- ・携帯電話には個人情報を登録しないことをルールとしている。外商担当者は、個人情報をイニシャルで登録するなど、個人情報と識別できない形で登録することになっている。また、ラインの中で誰がどの情報を持っているか登録することになっている。
- ・配送伝票付の配送品の移動に施錠台車を使用する取組を全店舗で導入している。
- ・販売付帯業務上、店外に出る各種伝票類については、個人情報が不要な場合は添付項目から削除している。例えば修理に出す際修理先は管理番号以外の情報は不要なため、氏名や住所を提供しない。
- ・リスクが十分低下した個人情報に関してはリスクの分類表から削除するようにしている。事案が発生した場合は、その都度必要項目を追加している。

②従業者への教育方法

- ・導入教育は本社にて全店実施、その後の定期教育は各店にて実施している。

③盗難対策

(携帯電話に遠隔ロックを導入)

- ・外商担当者に対しては、遠隔ロック可能な携帯を導入している。

④ノート PC の安全対策

- ・ワイヤーでの固定化、IC カードによる個人認証、データ暗号化等実施している。

⑤外部委託先管理

- ・すべての委託先と個人情報の取扱いに関する覚書を締結し、管理責任の明確化を図る。

⑥日常点検・確認の方策

- ・各種チェックシートにより運用上のチェックを強化している。(例：顧客名簿等においては、チェックシートに基づき日々枚数管理を徹底、等)。

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

(消去・破棄は6ヶ月を原則とし、必要がなければそれ以前の消去・破棄を認める)

- ・取得した個人情報を6ヶ月で消去することを原則としており、それ以前であっても利用しないのであれば消去するようにしている。
- ・個人情報が記載されたものは、月に1度溶解処理をしている。
- ・廃棄業者と廃棄のフローに関して覚書を交わしている。

(6) 個人情報の監査

- ・特徴的な取組はなし

(7) 苦情処理・顧客対応

- ・開示請求はホームページで申入れ方法を公表し、実際の対応は各店お問い合わせ窓口にて実施、一律500円を手数料として設定している。
- ・開示請求はこれまでに2件(本社対応分)あった。開示請求の際の本人確認は、店頭受付でなく電話・ホームページでの受付の場合、身分証明書のコピーを郵送する形で行っている。

(8) 事故発生時の対応

- ・まず顧客対応を優先する。その後、管理体制の見直しとして、覚書・手順書・運用ルール等と照らし合わせ、問題があれば指導し、再発防止を図る。その後、他の店舗に対して指導を行う。
- ・伝票の紛失が主な事案である。1件でも紛失があった場合、危機管理委員会へ届け出ることになっている。
- ・紛失の際はあらゆる可能性を探し、見つからない場合は危機管理委員会で「見つからない」と判断し、顧客対応を実施。紛失した個人情報が特定できない、件数が多い、もしくは信用情報を含む場合等事案内容により百貨店協会、経済産業省への報告を行う

う。再発防止策について、事案発生店と協議し、適宜全店通知を行う。

(9) その他

(テナントとは個人情報の利用形態によって3種類の覚書を使い分ける)

- ・取引先との契約は、①同社のみの所有・利用 ②共同利用 ③共有 の3種類に分類される。「共同利用」は、情報は同社に帰属するが共同で利用するものである。「共有」は情報が同社と取引先に帰属するものであり、取得時に「同社及び〇〇(取引先)が利用する」などの文言を文書に盛り込む形で顧客の同意を取っている。
- ・取引先(店舗)の監督は、管理チェックシートによって行っている。取得した顧客名簿を毎日チェックしている。取引先の販売員全員に個人情報保護に関する誓約書を提出させている。
- ・また、取引先が店内に持ち込み、顧客管理を行っているPC等を、搬出・データ廃棄する場合には、確認書を取り交わし、相互の管理責任を明確にしている。

