

G. 小売業（物販） G 社

事業概要	CD、DVD、楽器等を中心とした音楽映像関連商品と書籍の販売		
従業員数	約 450 人	プライバシーマーク取得	なし
保有個人データ件数	約 138 万 5 千件		

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

(ポイントカード会員)

- ・ポイントカード会員数累計は約 72 万件であるが、ポイントカードによるサービスは平成 18 年 10 月で終了しスタンプカードに移行のため、現時点で有効な登録会員数は約 11 万人。
- ・この利用目的は登録会員に向けての商品案内 DM など。
- ・スタンプカードでは、スタンプ押印のためだけのカードのため個人情報の取得はない。
- ・個人情報の種類としては、氏名、住所、性別、生年月日、電話番号、電子メールアドレス、ダイレクトメール送付の可否。

(インターネット通販会員)

- ・当社インターネット通販サイトの会員数は約 40 万人。
- ・うち PC 利用の登録者が約 36 万人、モバイル（携帯電話）からの登録者が約 4 万人。
- ・利用目的は、会員が当社インターネット通販サイトを利用する場合の送付先、クレジット決済などに使用。
- ・個人情報の種類としては、氏名、住所、性別、生年月日、電話番号、電子メールアドレス、ダイレクトメール送付の可否、クレジットカード番号（クレジット決済者のみ）。

(メール会員)

- ・メールによる情報配信のためのメールマガジン会員が約 26 万人。
- ・ただし携帯電話へメールにて情報提供が目的のため、登録情報はメールアドレスのみで、氏名、住所等は取得していない。

(楽器通信販売利用者データ)

- ・楽器のインターネット通信販売利用者のデータ 約 5000 人。
- ・個人情報の種類としては、氏名、住所、電話番号、電子メールアドレス、クレジットカード番号（クレジット決済者のみ）。
- ・会員形式ではなく、過去の楽器通信販売利用者のデータとして保有。

(2) 個人情報保護担当部署

- ・ポイントカード会員情報、メール会員情報は情報システム部にて管理。
- ・インターネット通販会員の情報は EC 営業部にて管理。
- ・楽器通信販売の情報は楽器事業部にて管理。

(3) 個人情報保護管理者の有無・位置づけ

- ・管理本部長が安全管理委員会の責任者となる。
- ・CPO という呼称は対内的、対外的に用いていない。
- ・平成 20 年に個人情報の所管部署が「内部統制」の部署から、総務人事部に変わった。これは内部統制の部署が社長直轄で J-SOX 対応やそのための監査などで繁忙であり、個人情報保護まで扱っていたら、マンパワー不足で大変になるため、ある程度、対応体制がしっかりとしており、落ち着いてきた「個人情報保護」は、総務人事部の通常業務の一環とみなしたほうが良いと考えたことに基づく。

(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

- ・認証は取得しておらず、今後も取得予定は無い。

(5) 個人情報保護に向けた取組経緯

- ・平成 17 年 4 月 1 日の個人情報保護法施行に向け、社内チームで規程及びマニュアルを作成した。
- ・社内業務で個人情報に関わる部分について、個人情報保護法の遵守のために問題点の抽出と解決策を検討した。店舗責任者の会議及び本社内会議等で、マニュアルその他の概要の説明により規程事項を周知徹底した。
- ・シンクライアント的システムは現状のところ具体的な導入の予定はない。

(6) 個人情報の保有・管理・提供等に関する業界の特徴

(店舗の状況)

- ・チェーン展開をしており、事業所が地方分散の形態をとっているため、全事業所の管理レベルをキープすることは難しい。
- ・リスク回避策として、店舗で個人情報をデータとして保有することを禁止している。
- ・同社では全国で約 210 店の直営店を展開しており、各店で 5～50 名程度の従業員及びアルバイトを雇用しているが、各店舗で保有する個人情報は、得意客の連絡先や商品の予約・受注に伴い発生する場合に限られ、これらの扱いについても「個人情報取扱マニュアル」にしたがって管理体制の徹底を図っている。

(データ化された個人情報の管理)

- ・ポイントカードはすでに廃止されているが、運用されていた際も、その会員情報は本社で中央一括管理体制を敷いているため、店舗レベルでは個人情報をデータとして保有することはなく、店舗での管理、情報の登録・更新などは行っていなかった。

(店舗で発生するその他の個人情報)

- ・店舗では商品の予約・注文等で個人情報を取得する必要があるが、それらは継続して保有することはなく、連絡等の目的に使用した後はマニュアルにそって廃棄処理を行っている。

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)

- ・特徴的な取組はなし。

(2) 個人情報の取得

(個人情報を取得する店舗の概要)

- ・店舗の出店はショッピングセンター、駅ビル等への出店が 9 割以上で、一部独立店舗もある。
- ・出店先によって、個人情報保護管理について要求される水準が異なる。
- ・個人情報の帰属、管理責任、利用等について覚書等の書面を取り交わしている場合も多い。

(個人情報の帰属・利用・管理責任)

- ・管理責任の範囲・帰属は出店先デベロッパーによって異なるが、多くは管理に関する注意事項の通知や、管理責任の所在を規定したものである。
- ・取得した個人情報について、出店先との共同利用を覚書で取り交わす場合もあるが、実際には出店先が利用した例はない。

(ポイントカードの会員情報について)

- ・ポイントカードの新規入会はすでに 2 年前に停止しており、発行済みポイントカードもスタンプカードに切替え途中のため、新たな取得は発生しない。

(3) 個人情報の利用 (第三者提供を含む)

(ポイントカード会員の個人情報について)

- ・ポイントカードの個人情報では購入履歴までデータ化されていたが、マーケティング分析などに使用するまでには至っていなかった。
- ・前述のとおり、すでにポイントカードの運用を取りやめており過去分のデータしか存在していないため、顧客データとしての利用価値は低くなっている。

(インターネット通販会員〔PC および携帯電話〕)

- ・インターネットの通販サイトでの登録会員のため、購入・発送処理のためのデータとして使用している。
- ・また商品などについてメールで案内を送信する場合にも使用している。

(メール会員)

- ・メールマガジン用の登録会員であり、メールによる情報配信にのみ利用している。
- ・そのため個人情報はメールアドレスのみ。

(楽器通信販売利用者データ)

- ・楽器のインターネット通販サイトの利用者のデータで、購入・発送処理のためのデータとして使用している。

(4) 個人情報の管理

①情報の管理体制

(ポイントカード会員の情報)

- ・平成 18 年 10 月で新規発行を停止しており、現在、発行済み分のポイントカードも新規のスタンプカードに切替え途中。
- ・過去分の個人情報データは本社サーバにあるが、会員の脱会希望については本部にてデータ抹消の処理を行っている。
- ・この本社サーバには管理部署である情報システム部以外からのアクセスはできない。

(インターネット通販会員)

- ・管理はインターネット通販の所管部署で行っている。
- ・サーバへのアクセスはインターネット通販業務の担当者、及び情報システム部が可能であり、一般の PC からのアクセスはできない。

(物理的・技術的管理も徹底)

- ・社用 PC には、規定により許可された以外のアプリケーションのインストールは禁止されており、情報システム部で監視できる体制となっている。
- ・アプリケーションの起動のログはすべて取っている。

- ・FD や USB メモリなど、外部メディアへの書き出しは一切できないようになっており、書き込もうとするとブロックがかかる。
- ・またそれ以外の外付け機器を接続しても同様である。

②従業員への教育方法

- ・アルバイトは常時、1750 名程度雇用しており、毎月 60～90 人程度の退職、新規採用があり入れ替わっている。
- ・店舗ではマニュアルにそった業務指導をおこなっている。

③盗難対策

- ・特徴的な取組はなし。

④ノート PC の安全対策

- ・平成 19 年 8 月以降、営業マネージャー職全員、及び本部の一部スタッフがノート PC を使用している。
- ・これにともない以下の対応をしている。
 - USB キーによるセキュリティ管理
 - 使用についてのガイドラインの作成による明確化と使用者の誓約書提出

⑤外部委託先管理

- ・業務委託契約に含まれる機密保持条項以外に、個人情報が多く関係する外部委託先とは別途に機密保持契約を締結する。

⑥日常点検・確認の方策

- ・平成 20 年度に、全ての店舗に対して、「鍵のかかるところに個人情報を保管しているか」、「使用する必要がなくなった個人情報はシュレッディングしているか」といった、店舗で取り扱う個人情報に関して、求められる取り組みをしているかどうかを確認するアンケートを実施した。
- ・アンケート結果を集計し、問題があった店舗に対しては、指導を行っている。

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

- ・各店舗で発生する紙ベースの個人情報は、その目的が注文品の入荷連絡などであるため、使用後はマニュアルにそってシュレッダーでの廃棄を義務付けている。

- ・また店舗で商品の注文や予約時に発生する個人情報についても、必要でない場合は個人情報を取得しないなど、発生そのものがないような運用を行っている。

(6) 個人情報の監査

(店舗の業務監査による不備点の改善)

- ・店舗の業務監査の際には個人情報管理についても、店舗安全管理の基本項目として監査を行い、不備点については通常の監査報告同様に改善指示、改善確認を実施している。

(監査体制の拡充)

- ・2009年度よりは監査要員の拡充を図り、3年で全事業所をカバーできる体制がとれるよう、内部監査の要員の増強を図っている途中である。

(7) 苦情処理・顧客対応

- ・個人情報の開示請求については郵送開示を原則としているが、現時点では事例がない。
- ・その他の顧客よりの問い合わせについては「お客様相談窓口」で対応しているが、個人情報に関する顕著なクレーム等は発生していない。

(8) 事故発生時の対応

- ・万一の事故等の発生時には、「個人情報保護規程」及び具体的運用を定めた「個人情報取り扱いマニュアル」にそって対応することが定められている。
- ・平成19年3月に、DM発送の業務委託先より個人情報が漏えいする事故が発生し、その中に当社がDM発送のために預けた情報も含まれていたが、DM宛名データのため、クレジット番号、口座番号などの危険性の高い情報は含まれておらず、当該業務委託先がすべての対象者にお詫び状を郵送することで解決した。
その場合も、社内の連絡体制や対策などは、社内の個人情報保護規程に則り対応を行った。

以 上