

ホームページ上におけるプライバシーポリシー等の

表記状況調査

(ECOM 会員企業・ネット販売事業者 比較)

2008 年 8 月



次世代電子商取引推進協議会

個人情報保護 WG

## 目 次

### 1 表記状況調査の概要

### 2 プライバシーポリシーの記載

- (1) ホームページ上にプライバシーポリシーを記載している事業者の比率
- (2) 盛り込まれている内容
- (3) 個人情報の取得方法、取得元に関する記載
- (4) クッキーの使用に関する記載
- (5) 共同利用に関する記載
- (6) 委託に関する記載
- (7) SSL、暗号化通信の利用に関する記載
- (8) 安全管理に関する具体的な記載
- (9) ファイル、記録媒体の暗号化に関する記載
- (10) 個人情報の国外移転に関する記載
- (11) 個人情報の開示等の手続きに関する記載
- (12) 発行日、更新日に関する記載

### 3 プライバシーマークについて

- (1) プライバシーマークを取得している事業者の比率
- (2) プライバシーマークのロゴをトップページに掲示している事業者の比率

### 4 まとめ

## 1. 表記状況調査の概要

- (1) 調査方法：2008年度 ECOM 会員およびネット販売事業者のホームページ目視
- (2) 調査日程：2008年6月4日～6月16日
- (3) 調査数：

ECOM 会員企業 112 社

(さまざまな業種にわたり、大企業も数多く含まれる。なお対象は事業会社に限定し、業界団体等は除外している。)

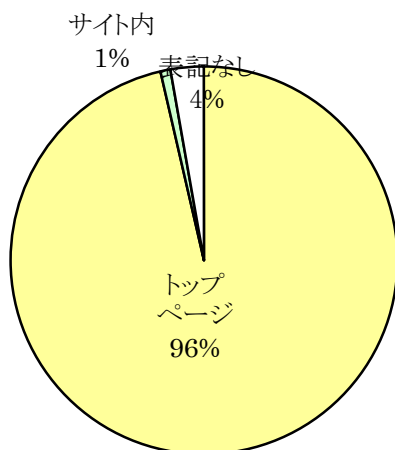
ネット販売事業者 209 社

(オンラインショッピングトラストマークを取得している小売事業者で有限会社など小規模事業者が多い。)

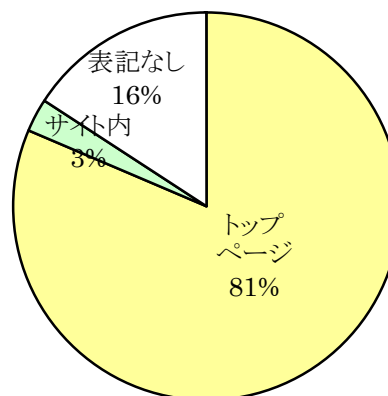
## 2. プライバシーポリシーの記載

### (1) ホームページ上にプライバシーポリシーを記載している事業者の比率

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



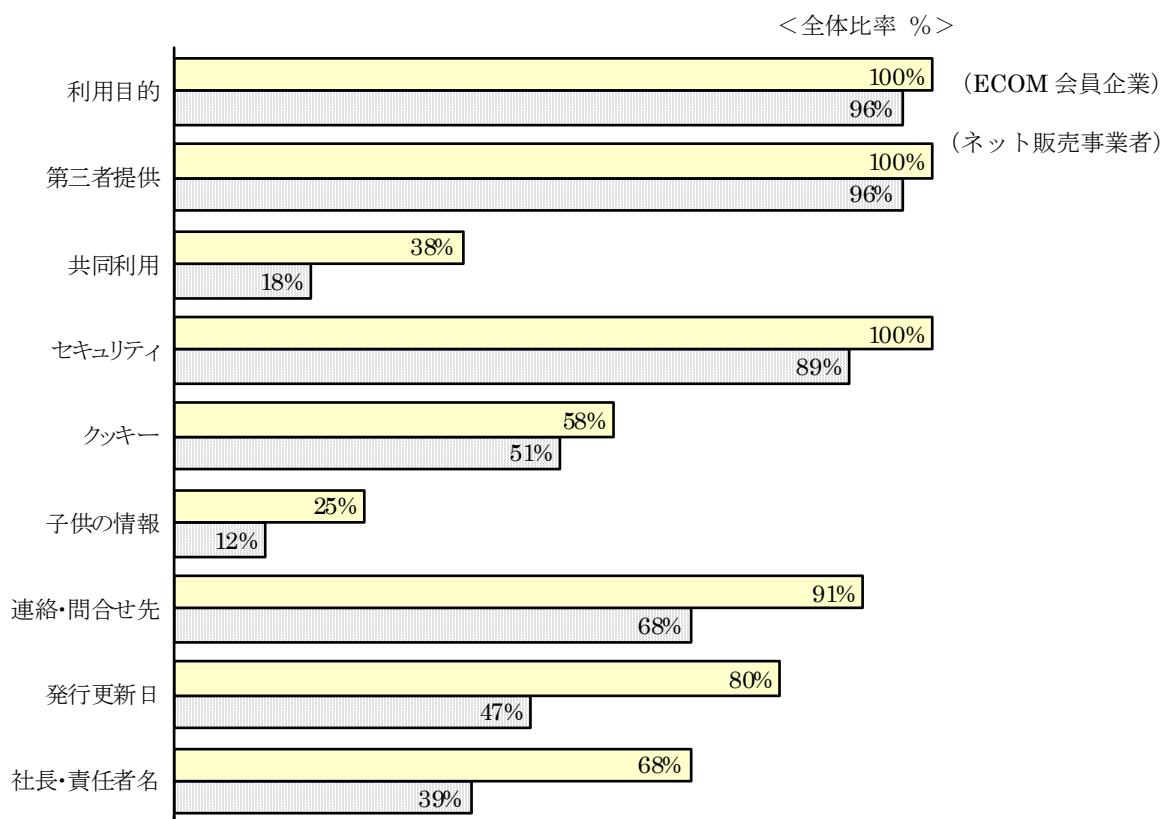
#### <調査結果>

ホームページ上に何らかの形でプライバシーポリシーに関する記述がある企業は、ECOM 会員企業で 97%、ネット販売事業者で 84%となっている。

平成 20 年 2 月に経済産業省・(財) 日本情報処理開発協会から公表された「経済産業分野の事業者における個人情報の保護に関する取組み実態調査 2008」(以下、「経済産業分野取組実態調査」と略)によれば事業者の 91%が「プライバシーポリシーを策定・公表している」としているが ECOM 会員では 97%とさらに高い公表率となっている。なお、外国企業の日本現地法人(2社)で英文の表記が見られたがここではプライバシーポリシーなしとカウントしている。

一方で、ネット販売事業者の公表率は 84%となっているがネット販売事業者は、主としてインターネットを介して消費者と直接対する立場であるため、すべての事業者がプライバシーポリシーをホームページ上に掲示し消費者の信頼を確固たるものにすることが望まれる。また、ホームページ閲覧者(来訪者)に個人情報取扱事業者としてのプライバシーポリシーの有無を容易に確認させる上で、トップページでプライバシーポリシーの存在とその保管場所が確認でき、1回のクリックでアクセスできることは今や必須事項といつてよい。

## (2) 盛り込まれている内容



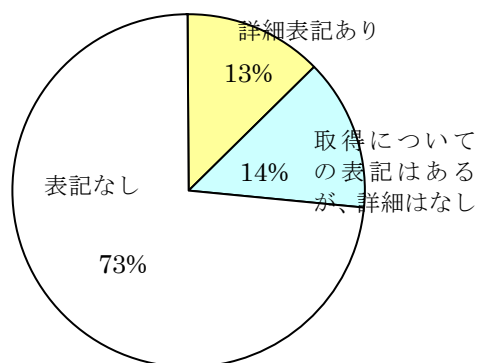
### ＜調査結果＞

プライバシーポリシーの中に含まれる内容では、利用目的・第三者提供の有無・セキュリティに関する事項などが高い記載率を有しており、大企業、ネット事業者間格差も小さい。特にECOM会員企業ではすべての企業で表記しており、今後はどの程度具体的な（信頼を得られやすい）書き方になるのかに関心が高まろう。

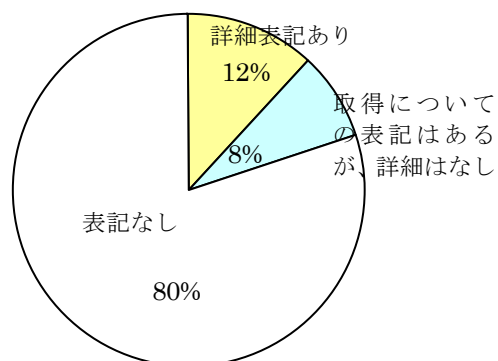
他方、「共同利用」などについては両者とも比較的低い水準であり、かつECOM会員企業・ネット事業者間格差は大きい。また、15歳以下の年少者からの個人情報取得に関しては海外各国で規制強化の動きがあるので特に海外での事業展開を予定している事業者は要注意である。連絡・問合せ先については近年記載率が上昇しているがこれは重要項目の一つであるだけにまだ十分ではないだろう。問合せ窓口を明示せず単に窓口に誘導するリンクボタンを設置だけの事業者も散見されるがここでは記載がないものとしてカウントした。ネット事業者では、発行更新日、責任者名の表記等についてそれぞれ47%、39%とまだ低い記載率に留まっており、更なる充実が望まれる。

### (3) 個人情報の取得方法、取得元に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



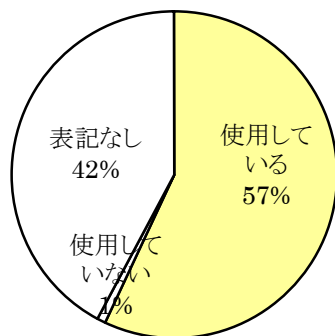
#### <調査結果>

「個人情報の取得方法」「取得元」に関する表記については、ECOM会員企業・ネット事業者でそれぞれ27%、20%の記載率となっている。ネット事業者はWebからの取得が大半なので表記のない事業者が多いものと思われる。

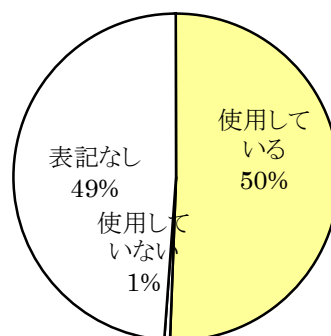
内閣府が平成19年4月に公表した「個人情報の保護に関する事業者の取組実態調査」(以下内閣府「実態調査」)によれば何らかの形で本人に対し取得元の通知・公表を行っている事業者は全体の約28%、一方通知・公表を行っていない事業者は約44%、分からないまたは無回答が約28%となっており、本調査結果とほぼ近い内容になっている。法律上は必ずしも個人情報の取得方法、取得元の開示まで義務付けられていないとされているが取得方法について明記することは大きな意味があり、消費者の関心も高くなっているため今後とも意欲的な取組を期待したい。ちなみに前述の内閣府「実態調査」によれば約50%の事業者が本人からの求めがあれば原則取得元を開示するとしている。

#### (4) クッキーの使用に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



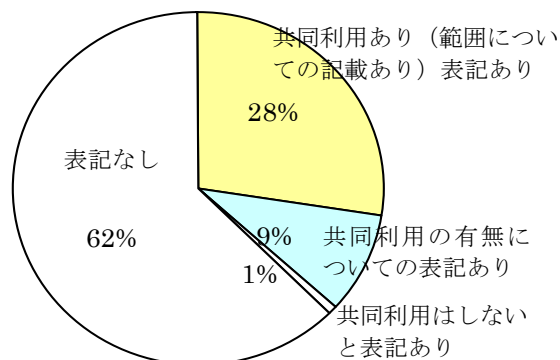
#### <調査結果>

クッキーの使用を宣言している事業者はECOM会員企業、ネット販売事業者それぞれ57%、50%となっている。クッキーはホームページの改善のみならずウェブ来訪者の個別対応（One to One Marketing）等ECビジネスを展開していく上での有力なツールであるが、もしクッキーを使用しているのであれば、その利用目的・利用方法を明確に表記し、更にサイト訪問者がクッキーの利用を望んでいない場合のためにその場合に享受できない便益やそれを無効にする手続き等を親切に表記することが望まれる。

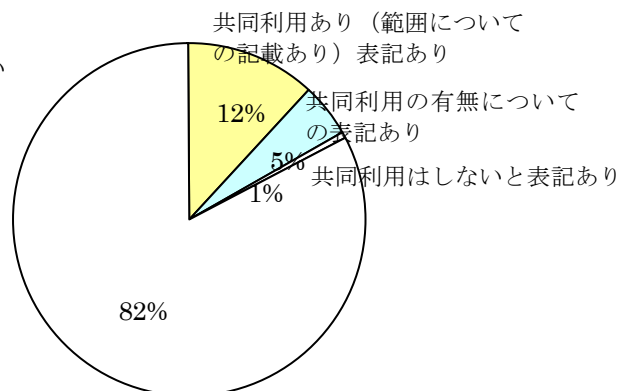
本項目についてはECOM会員企業とネット販売事業者間で大きな差はなく、ネット販売事業者の中にもクッキーの仕組みや利用方法を詳細に記述し安心感の醸成に努力している例が多く見られる。

## (5) 共同利用に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



### <調査結果>

共同利用について表記している事業者はECOM会員企業38%、ネット販売事業者18%となっている。ネット事業者に共同利用に関する表記が少ないのは事業展開力、業種の相違等によるものと推測される。

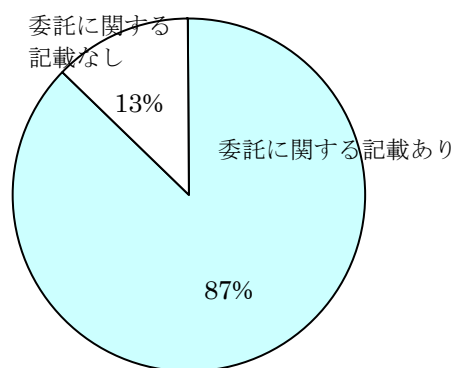
ECOM会員企業の中で、共同利用の範囲（グループ企業間等）まで明確に表記しているのは、28%（30社）であった。特に、金融関連企業ではほとんどで共同利用の範囲が表記されている。また、共同利用の有無について表記している10%（11社）で、「共同利用はしない」と表記している事業者が1社あった。

ネット販売事業者については共同利用の範囲（グループ企業間等）まで明確に表記しているのは、12%（21社）、共同利用の有無までを表記しているのは、6%（10社）であった。また「共同利用はしない」と表記している事業者は1社であった。

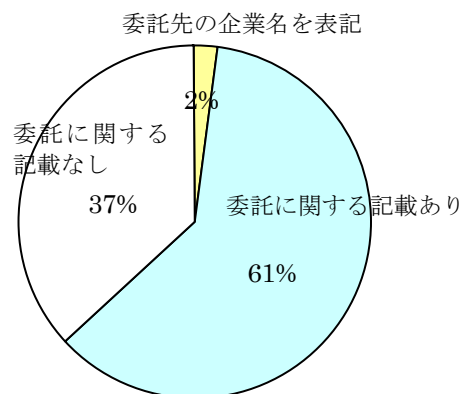


## (6) 委託に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



### <調査結果>

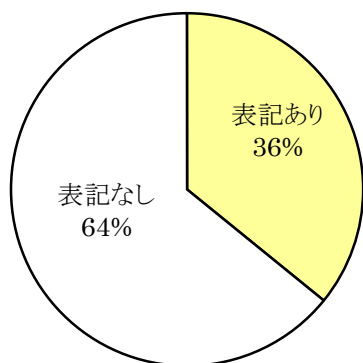
委託について表記している事業者はECOM会員企業 87%、ネット販売事業者 63%となっている。委託先名の具体的な表記例として運送会社・決済代行会社等が挙げられデータ処理受託会社の表記はなかった。

前述の内閣府「実態調査」によれば委託先との個人情報の授受について約 25%の事業者が「頻繁に行われている」、29%の事業者が「たまに行うことがある」としているが保有個人データ件数が 5000 人超の事業者に限定すると、それぞれ 47%、38%と跳ね上がり両者合計で 85%の事業者が委託先との個人情報の授受を行っていることになる。

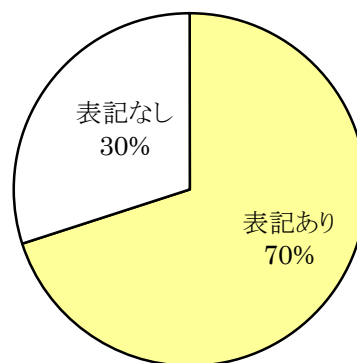
内閣府が平成 19 年 9 月に公表した「個人情報の保護に関する法律施行状況」(以下内閣府施行状況)によれば漏えい事故の中で委託先を経由して発生するケースが全体の約 3 割あったとしており、委託先を含めた個人情報管理体制の構築は今後ますます重要になる。

(7) SSL、暗号化通信等の利用に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】

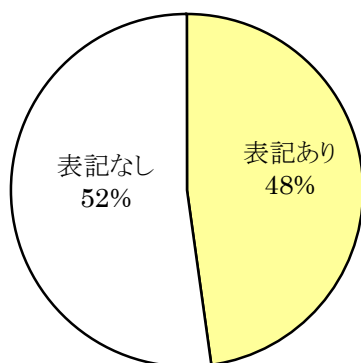


<調査結果>

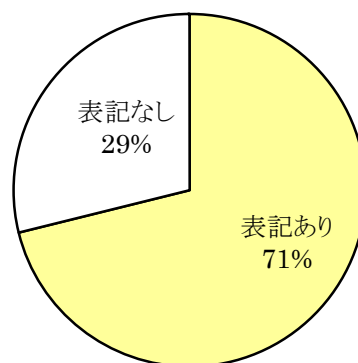
「SSL、暗号化通信等を利用している」について表記している事業者は、ECOM会員企業 36%、ネット販売事業者 70%でネット販売事業者が高い数字となっている。決済用カード業界の国際標準ともいえるPCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard)ではクレジットカード番号等の暗号化通信を事業者が具備すべき要件の1つとして明記しておりカード決済が主流となりつつあるネット販売事業者にとってSSL等の暗号化通信はその表記が必須事項となっている。

(8) 安全管理に関する具体的な記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



<調査結果>

安全管理について表記している事業者は、ECOM会員企業 48%、ネット販売事業者 71%でネット販売事業者が高い数字となっている。これはサイト運営目的が消費者との物品・サービスの売買という単一事業ゆえの特性に負うところが大きいものと思われる。事業者が取り扱う個人情報の内容や利用局面は百社百様であり、利用形態に合致した分かりやすい記述が望まれる。今後はどの程度具体的な（信頼を得られやすい）書き方になるのかに関心が高まろう。

## (9) ファイル、記憶媒体の暗号化に関する記載

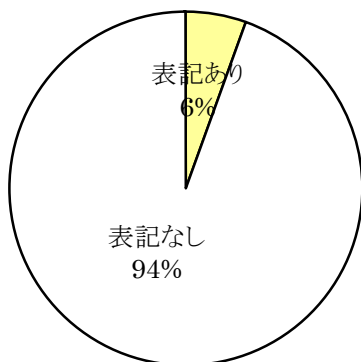
ファイル、記憶媒体の暗号化に関する実施状況等を今回はじめて調査項目に加えたがこれについて記載している事業者はなかった。

ちなみに前出の「経済産業分野取組実態調査」によれば業務用パソコンからの個人データ漏えい対策として約 76%の事業者が暗号化、パスワードの設定を講じており、社外持ち出しルールの規定（53%）、持ち出し禁止（50%）などを上回る。

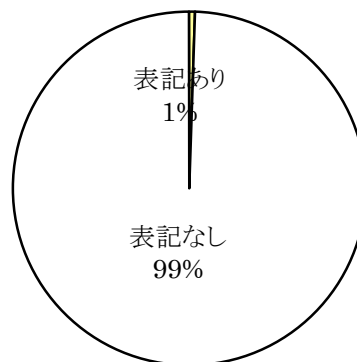
暗号化の意義については平成 19 年 3 月の経済産業省ガイドライン改訂にて加筆されているほか米国の各州で施行されている「Security Breach Notification Law」で明記されるなど一定の評価がなされていることを注目しておきたい。

## (10) 個人情報の国外移転に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



### <調査結果>

個人情報の国外移転に関する記述のあった事業者は、ECOM会員企業6%（6社）、ネット販売事業者1%（1社）であった。いずれも外資系企業であった。

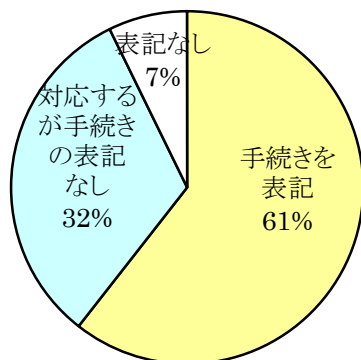
わが国の「保護法」では個人情報の国際移転について特段の記載がないため、日本企業の中では具体的な記載はなかったが、逆に言えば日本企業の海外現地法人のサイトでは注意しなければならない項目といえよう。

さらに、一部の先進的な事業者の中では「グローバルプライバシーポリシー」の策定が実践されており、今後この分野での自発的な表記が期待される。

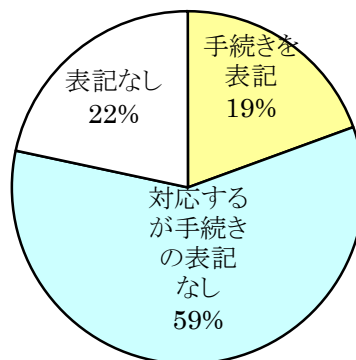
なお、この項目も今回の調査で初めて採り上げたものである。

(11) 個人情報の開示等の手続きに関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



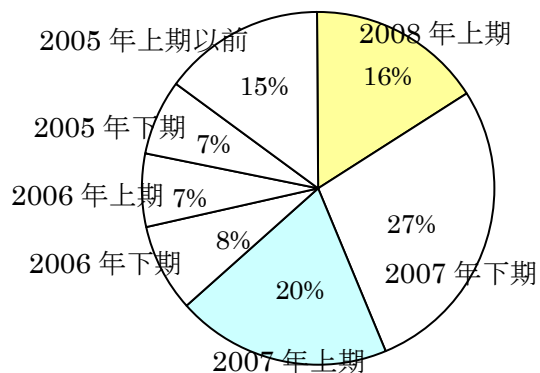
<調査結果>

開示等の手続きに関して、対応を表記している企業の割合には大きな差が見られ（93%と78%）。同様に、具体的な手続きを表記している割合にも大きな差が見られる（61%と19%）。

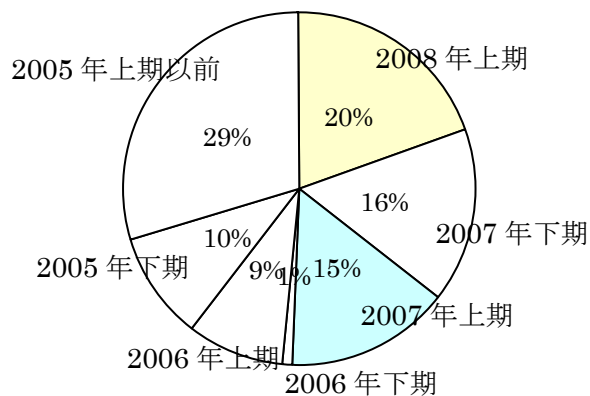
手続きを具体的に表記することにより消費者は事業者の取組み・対応状況を評価することになるため、分かりやすく親切的な記載が重要である。調査対象の中には開示等の請求先として単に問い合わせ用のリンクボタンを設置するのみの事業者も散見されたがこれらは「表記なし」と分類した。ちなみに前出の「経済産業分野取組実態調査」によれば開示のための専任窓口を設置、あるいは専任ではないが担当者を決めて対応を行っている事業者は全体の67%を占める。

(12) 発行、更新日に関する記載

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



<調査結果>

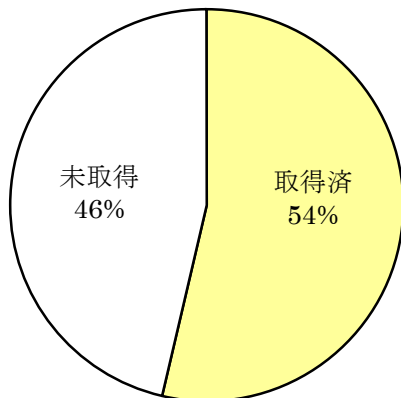
発行・更新日については、2006年上期以降がECOM会員企業78%、ネット販売事業者61%と大きな差が見られる。2005年上期以前の中には保護法施行後一度も更新がないケースも散見される。

前出の「経済産業分野の取組実態調査2008」によれば社内規程類の見直しサイクルとして「6ヶ月より1年」を挙げる事業者が49.8%で最も多くを占めるが、他方で「見直しをしていない」が14.7%存在しており上記の調査結果を裏付けるものとなっている。「社内で個人情報漏えい案件が発生していない。」「本人からの開示請求がない(または少ない)」等の理由で個人情報保護に関する取組み意識が低下している事業者もあるが最低でも1年1回程度の見直しが必要ではないだろうか。ホームページは鮮度が命である。

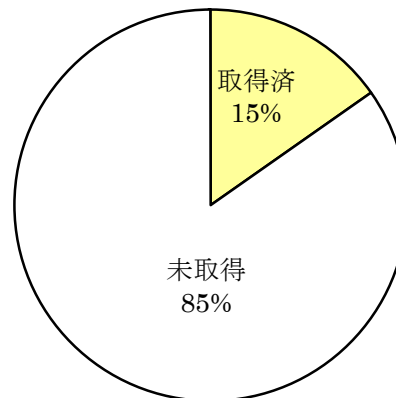
### 3. プライバシーマークについて

(1) プライバシーマークを取得している事業者の比率（関連会社含む）

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



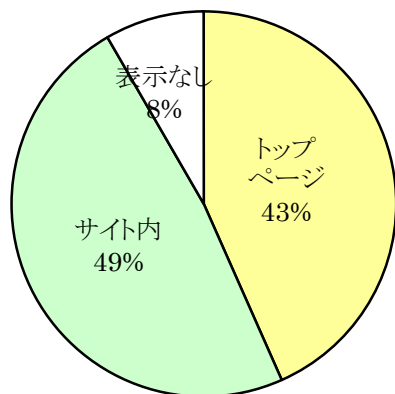
#### <調査結果>

プライバシーマーク取得企業は、2005年4月の保護法施行後急速に増加しているがECOM会員企業では過半数となる54%が取得しており、ネット販売事業者でも15%に上る。今後も事業者のプライバシーマーク取得意欲は堅調に推移するものと見られ、ECOM会員企業、ネット販売事業者とも取得事業者がさらに増えるものと見込まれる。

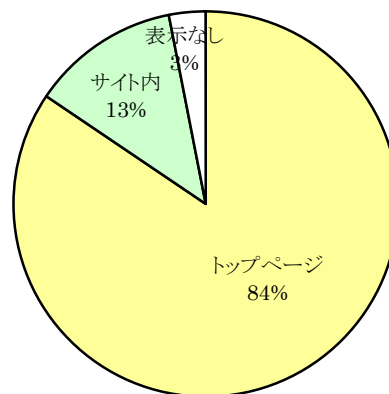


(2) プライバシーマークのロゴをトップページに掲示している事業者の比率

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】



<調査結果>

プライバシーマーク取得を強くアピールするためにマークそのもののトップページ掲示は極めて意味がある。実際にトップページにて表示している事業者はECOM会員企業で43%にとどまっているが、ネット販売事業者では84%がトップページにマークを掲示しており、マークに寄せる期待度の差をうかがわせる。

#### 4. まとめ

E COM会員企業の多くを占める大企業は一般に個人情報保護体制の整備が進んでおり、プライバシーポリシーの掲示、トップページでのリンクボタン設置等はほぼ浸透している。しかしながら情報漏えい事故は依然続発しており事業者にとって暗号化措置をはじめとして安全管理対策はますます重要になっており、HP上でもさらに具体的な実施策をアピールし、サイト訪問者からの信頼獲得に引き続き留意すべきであろう。

ネット販売事業についてはプライバシーポリシーの掲示、トップページでのリンクボタン設置などで、着実に改善が進んでいる。しかしながら大企業等との比較で見るとプライバシーポリシーの充実度などで依然格差が見られる（ただし、法定個人情報取扱事業者以外の比率が高いという特性は考慮しなくてはならない）。

ネット販売事業は近年急速に取扱高を増やしているが米国との比較で見ればまだまだ成長余力がある。リアル事業者と同等の信用と安心を獲得するためにホームページ上での表記内容充実はきわめて重要である。

以 上