

# Web ページ個人情報保護表記 目視調査

ECOM 会員企業・ネット販売事業者 比較

2007 年 8 月 15 日

次世代電子商取引推進協議会

個人情報保護 WG

## 1. 目視調査の概要

(1) 調査方法：2006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：2007年5月25日～6月10日

(3) 調査対象：ECOM 会員企業 161 社

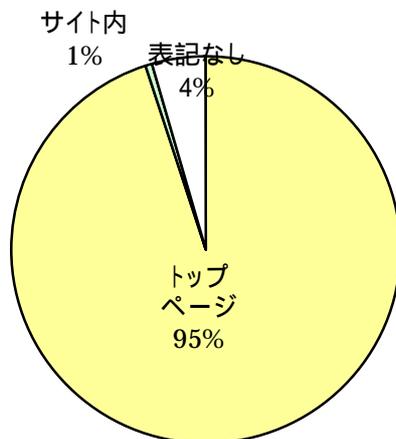
( 理事会員、正会員 A、正会員 B を含む。但し財団法人、社団法人等の  
団体会員を除く )

ネット販売事業者で財団法人日本通信販売協会よりオンライントラスト  
マークを付与されている事業者 228 社

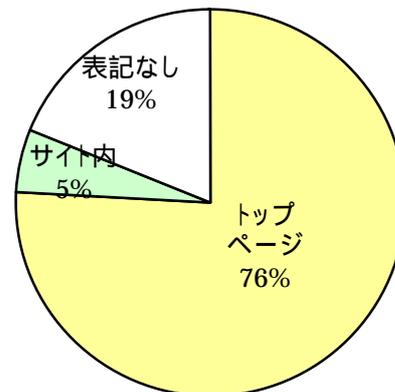
## 2. プライバシーポリシーの記載

### (1) ホームページ上に表記している企業

【ECOM 会員企業】161 社



【ネット販売事業者】228 社



#### < 調査結果 >

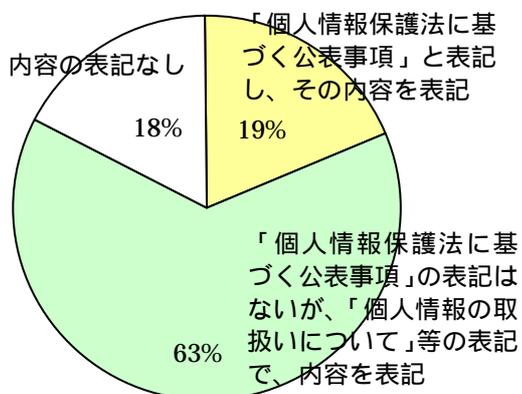
ホームページ上に何らかの形でプライバシーポリシーに関する記述がある企業は、ECOM 会員企業で 96%、ネット販売事業者で 81%となっている。

平成 19 年 4 月に内閣府国民生活局から公表された「個人情報の保護に関する事業者の取組実態調査」(以下、「取組実態調査」と略)によれば保有個人データ件数 5000 件以上の事業者企業の 88%がプライバシーポリシーを策定・公表しているが ECOM 会員の中では 96%とさらに高い公表率となっている。(外資系企業 2 社で英文によるプライバシーポリシー表示があったがここでは日本文表示のみをカウントしている。)

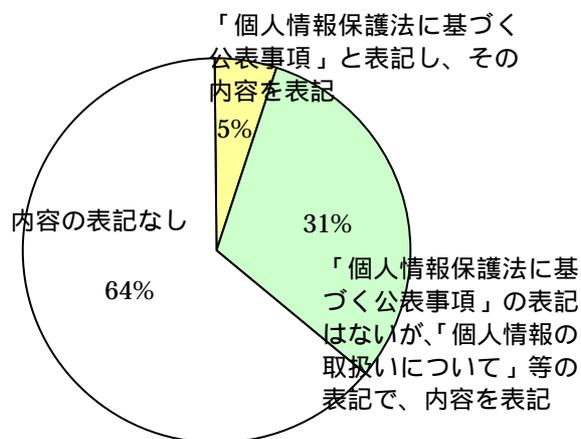
ネット販売事業者の公表率は 81%となっているがネット販売事業者は元来インターネットを介して消費者と直接対する立場であるため、すべての事業者がプライバシーポリシーをホームページ上に掲示することが望まれる。また、ホームページ閲覧者(来訪者)に個人情報取扱事業者としてのプライバシーポリシーの有無を容易に確認させる上で、トップページでプライバシーポリシーの存在とその保管場所が確認でき、1回のクリックでアクセスできることが重要であることは言うまでもない。

(2)「個人情報保護法に基づく公表事項」の表記

【ECOM 会員企業】154 社



【ネット販売事業者】185 社

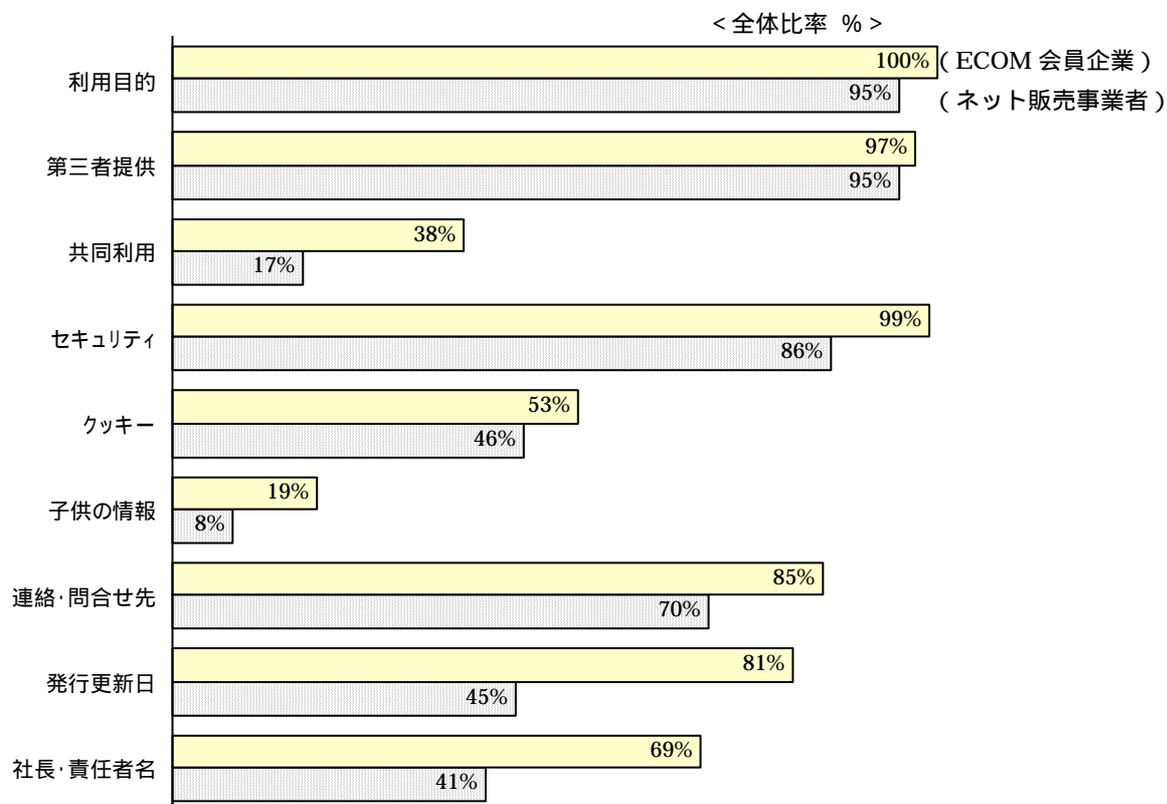


< 調査結果 >

個人情報保護法に基づく公表事項の記載率は、ECOM会員企業・ネット事業者でそれぞれ82%、36%と相当の格差が見られる。ネット販売事業者は概して従業者数が少なく法的対応余力も乏しい、あるいは法律上の個人情報取扱事業者に該当しない可能性もあってこのような結果になったものを推測されるが、消費者に対し安心してインターネット通信販売を利用できる環境づくりのためにも法律で定められた公表事項の表記は重要である。

### (3) 盛り込まれている内容

【ECOM会員企業】154社 【ネット販売事業者】185社



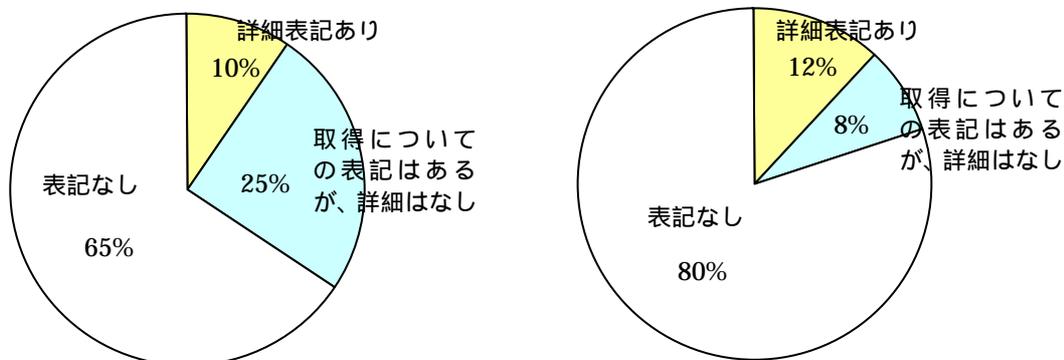
#### <調査結果>

プライバシーポリシー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。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。これは事業展開力、業種の相違に負うところが大きいものと思われる。連絡・問合せ先については昨今記載率が向上しているがこれは必須項目であるだけにまだ物足りない。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も更に高い記載率になってよいのではないかとと思われる。

(4)「個人情報の取得方法」「取得元」に関する表記について

【ECOM 会員企業】 154 社

【ネット販売事業者】 185 社



< 調査結果 >

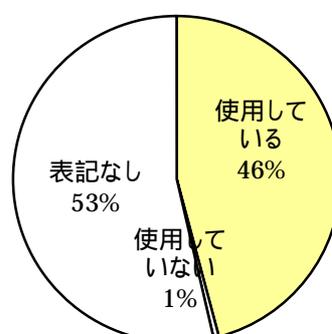
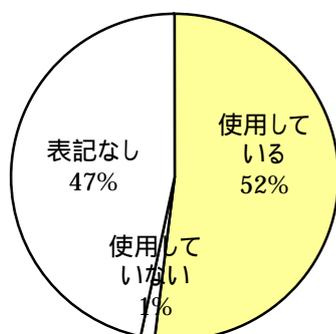
「個人情報の取得方法」「取得元」に関する表記については、ECOM会員企業・ネット事業者間格差は大きい。ネット事業者はWebからの取得が大半なので表記のない事業者が多いのかもしれない。

前述の「取組実態調査」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3割弱、一方通知・公表を行っていない事業者は4割強となっているが、本調査から見ると通知・公表を行っている事業者の比率はさらに低い水準にとどまっている。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顧客の信頼を勝ち取る上で大きな意味があり、自発的な取組を期待したい。ちなみに前述の「取組実態調査」によれば約5割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。

(5) クッキーを使用している割合

【ECOM 会員企業】154 社

【ネット販売事業者】185 社



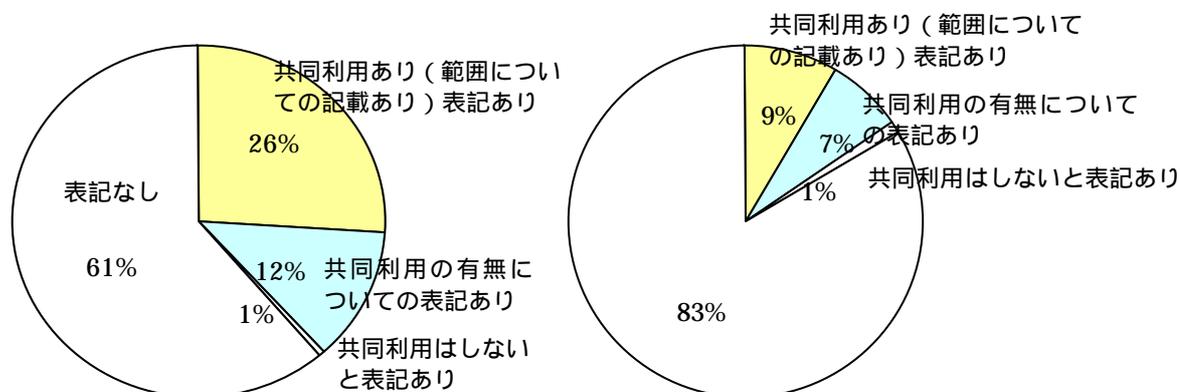
< 調査結果 >

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52%と46%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等電子商取引上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、サイト訪問者がそれを望まない場合にはそれ故に享受できない便益やクッキー自体を無効にする操作手順等を親切に表記することが望まれる。

(6)「共同利用」について

【ECOM 会員企業】154 社

【ネット販売事業者】185 社



< 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39%、ネット販売事業者17%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規模、業種の相違等によるものと推測される。

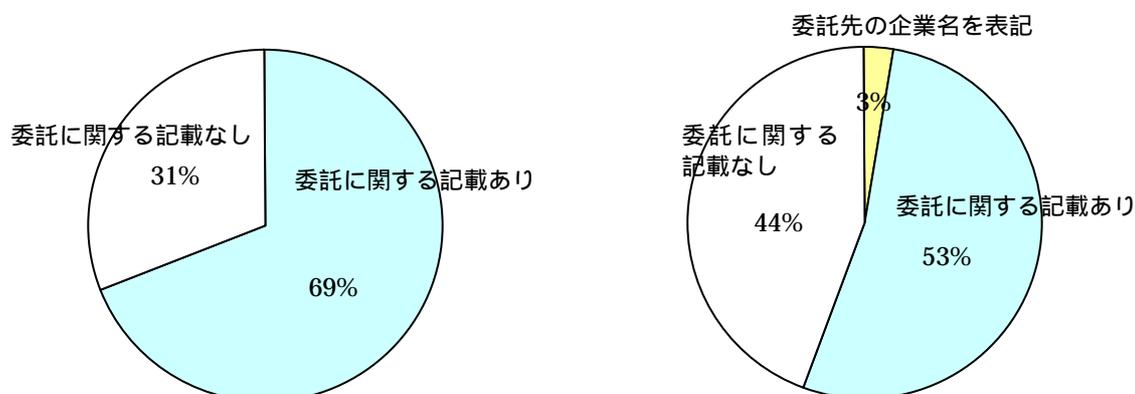
ECOM会員企業の中で、共同利用の範囲（グループ企業間等）まで明確に表記しているのは、26%（40社）であった。特に、金融関連企業ではほとんどで共同利用の範囲が表記されている。また、共同利用の有無について表記している12%（19社）、「共同利用はしない」と明記しているのは1社であった。

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、9%（16社）であった。共同利用の有無について表記しているのは、7%（13社）であった。また「共同利用はしない」と明記しているのは2社であった。

(7)「委託」についての表記

【ECOM 会員企業】 154 社

【ネット販売事業者】 185 社



< 調査結果 >

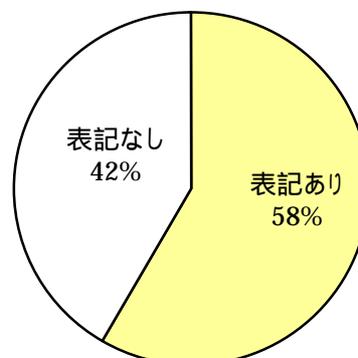
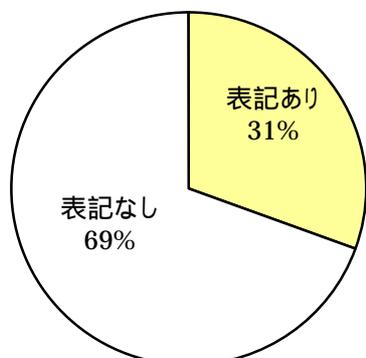
委託について表記している事業者は ECOM 会員企業 69%、ネット販売事業者 56% となっている。そのうちネット販売事業者の 3% が具体的な企業名として運送会社・決済代行会社等を上げておりデータ処理受託会社等の表記はなかった。

前述の「取組実態調査」では保有個人情報の数が多くなるほど委託先との間で個人情報の授受を行っているとする事業者の割合が高くなっており（保有個人情報 5 千人超では 8 割強、1 千人超～5 千人以下で 5 割弱）今回の調査結果もそれを裏付ける結果になっている。

(8)「SSL、暗号化通信等を利用している」と表記している割合

【ECOM 会員企業】154 社

【ネット販売事業者】185 社



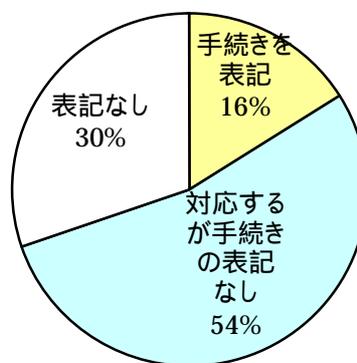
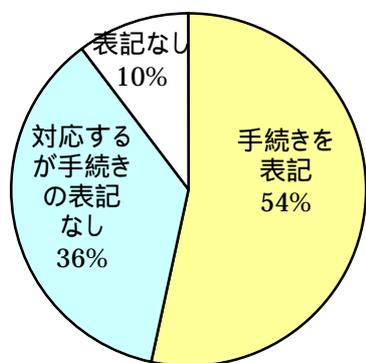
< 調査結果 >

「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 31%、ネット販売事業者 58%でネット販売事業者の方が高い数字となっている。決済カード業界のグローバル標準ともいえる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つとして明記しているが、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も含め必須事項となっている。

(9) 個人情報の開示等の手続きについて

【ECOM 会員企業】154 社

【ネット販売事業者】185 社



< 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（90%と70%）。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（54%と16%）。

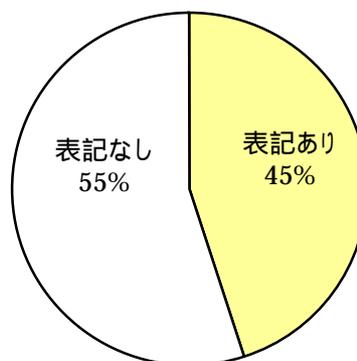
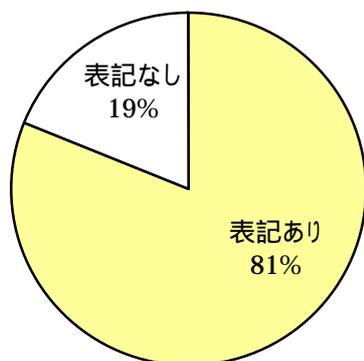
手続きを具体的に表記することが消費者から信頼を得ることに直結することになるため、対応窓口の明示を含め分かりやすく親切的な記載が重要である。

(10)「発行・更新日」について

表記について

【ECOM 会員企業】 154 社

【ネット販売事業者】 185 社

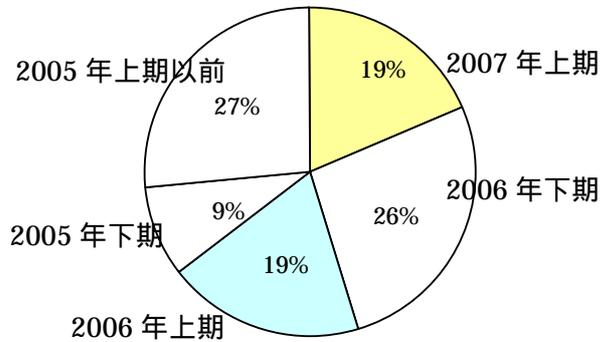


< 調査結果 >

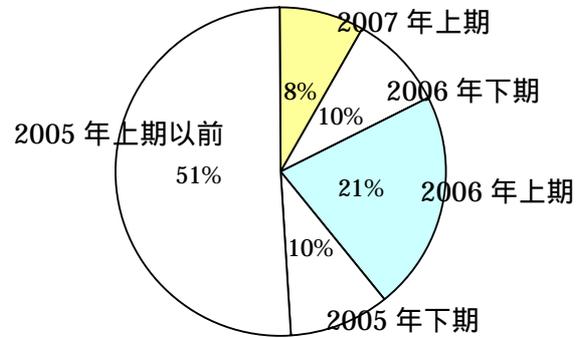
プライバシーポリシーの発行・更新日について表記している事業者は、ECOM会員企業81%、ネット販売事業者45%と大きな差が見られる。この差は 項の更新サイクルに如実に表れている。

「発行・更新日」について

【ECOM 会員企業】124 社



【ネット販売事業者】84 社



< 調査結果 >

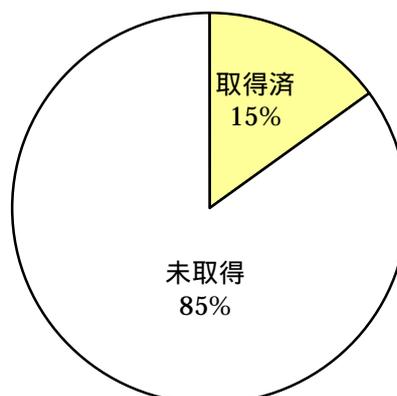
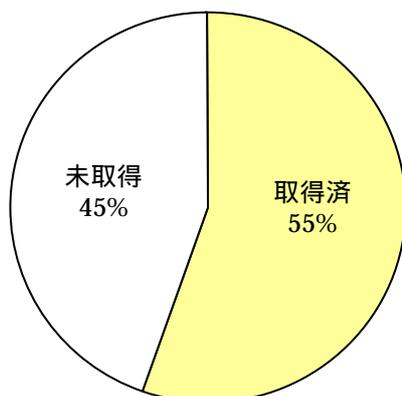
発行・更新日については、2006年上期以降がECOM会員企業64%、ネット販売事業者39%と大きな差が見られる。「2005年上期」以前の中には保護法施行後一度も更新がないケースも散見される。前項の「更新日記載」と併せてキメ細かな対応を徹底していきたい。

### 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企業の比率（関連会社含む）

【ECOM 会員企業】161 社

【ネット販売事業者】228 社



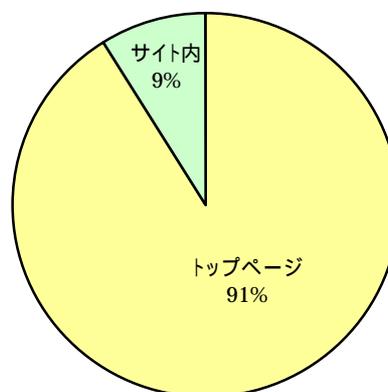
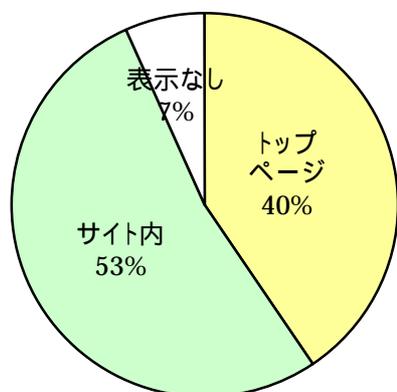
#### < 調査結果 >

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が取得しており、ネット販売事業者の中でも 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ことものと見込まれる。

(2) プライバシーマークをトップページに表記している企業の比率

【ECOM 会員企業】 89 社

【ネット販売事業者】 34 社



< 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ホームページ掲示は極めて意味がある。トップページにて表示している事業者はネット販売事業者では91%となっているがECOM会員企業で40%にとどまっており、ホームページ上に掲載のない事業者も7%ある。

#### 4. まとめ

E C O M会員の大半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、W e b上での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完備している。しかしながら依然情報漏洩事故が続発している状況において事業者にとって安全管理対策はますます重要になっておりホームページ上でも今後さらに具体的な実施策をアピールしていく必要がある。

ネット販売事業者についてはプライバシーポリシーの新規掲示、記載項目の充実などで、着実に改善が進んでいるが「個人情報保護法に基づく公表事項」掲示などでの点は立ち遅れも見られる。B to C 事業は依然大幅な市場拡大を続け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のさらなる充実を期待したい。

以 上