

ISBN978-4-89078-653-4 C2036

ECにおける個人情報保護に関する活動報告書2006

平成19年3月

次世代電子商取引推進協議会

ECにおける個人情報保護に関する 活動報告書2006

平成19年3月



次世代電子商取引推進協議会

はじめに

「個人情報の保護に関する法律」（以下「保護法」）が全面施行されてほぼ2年が経過した。施行当初は「保護法」を意識するあまりいわゆる「過剰反応」や安全管理に関する具体的な取り組みレベルについていろんな議論と試行がなされたがその後時間の経過とともに徐々に落ち着きが見られるようになってきた。その一方で、企業規模による取り組み格差や企業活動のグローバル化に伴う海外動向に対する関心が高まってきたため次世代電子商取引推進協議会（以下E C O M）の個人情報保護WGでは平成18年度の活動として

- ・ 小規模E C 事業者向け個人情報保護ガイドラインの策定
- ・ 個人情報保護に関する海外動向調査

に取り組んだ。

本報告書は上記に係る活動と

- ・ 平成18年度の個人情報保護を巡る官民の動向

および従来から継続して実施してきた

- ・ E C O M会員企業、ネット販売事業者の個人情報保護に関するH P 表記調査（平成18年度）について整理したものである。

本報告書の内容については個人情報保護WGにご参加の会員企業有志、内外の有識者の方々から多くのご意見をいただいた。この場を借りてあらためて御礼申し上げるとともに、さらに広く他方面の方々からご意見を賜うことができれば幸いである。

平成19年3月

次世代電子商取引推進協議会

目 次

1. 個人情報保護を巡る官民の動向	1
1.1 行政サイドの動向	1
1.2 個人情報取扱い事業者の漏えい事故	1
1.3 個人情報保護に関する判例	2
2. 小規模EC事業者向け個人情報保護ガイドラインの策定	4
2.1 背景	4
2.2 ガイドラインの概要	4
3. 個人情報保護を巡る海外主要各国の動向と潮流	12
3.1 EUにおける個人情報保護に関する動向	12
3.2 北米地域における個人情報保護に関する動向	12
3.3 BRICsにおける個人情報保護に関する動向	13
3.4 海外対応に関する基本的な考え方	14
3.5 各国の状況	15
4. 個人情報保護に関するホームページ表記内容調査	35
4.1 ECOM会員企業のHP表記調査	36
4.2 ネット販売事業者のHP表記調査	51
4.3 ECOM会員企業・ネット販売事業者のHP表記比較調査	64
5. 終わりに	74
6. 平成18年度個人情報保護WGメンバーリスト	75

1. 個人情報保護法を巡る官民の動向

「個人情報の保護に関する法律」（以下「保護法」と略）が全面施行されて2年目にあたる平成18年度はどんな1年であったのか、あらためて官民の注目すべき動きについて回顧してみたい。

1.1 行政サイドの主要動向

平成17年11月にスタートした第20次国民生活審議会個人情報保護部会は18年度に入ってから精力的に会合が重ねられており平成19年6月を目標に「保護法」のフォローアップが進められている。

平成18年5月には経済産業省が、プライバシーマーク制度等で活用されてきたJIS Q15001（個人情報保護に関するコンプライアンスプログラムの要求事項）規格を「保護法」と整合を図るべく改訂を行い、公表を行った。「保護法」施行以降プライバシーマーク取得事業者数は増加の一途を辿り直近では7000社を超えている。

同6月には内閣府より「平成17年度個人情報の保護に関する法律施行状況の概要」と題し、国の施行状況、および事業者の取組み状況等についての概要報告があった（本報告は同19年3月修正報告がなされているので注意）。本報告には17年度の主務大臣による権利行使状況（勧告1件、報告の徴収87件）、事業者からの漏えい事案報告件数（1556件）とその内容等が総括されている。

また12月には経済産業省が同省の個人情報保護ガイドラインについて保護法施行後初めてとなる改訂案を策定、パブリックコメント募集を行った。本改訂では特に「事故または違反への対処」「クレジットカード情報を含む個人情報の取扱い」について内容の拡充が図られており年度内には改訂内容が公表される。

さらに期を同じくして「個人情報保護の適正な保護に関する取組実践事例調査」も公開されているが、特に中小企業分野での取組事例が当該事業者の参考になるものと思料される。

一方で防衛庁をはじめ多くの行政機関で個人情報を含む数々の情報漏えい事故が続発し、対策ソフトの導入や私用PCの使用禁止、勤務規則の改訂・再徹底などの対策強化を余儀なくされた。

1.2 個人情報取扱事業者の漏えい事故

平成18年度の情報漏えい事故または違反件数について公式の報告はないが関係者からのヒアリング、マスメディア等からの情報では若干だが沈静化傾向にあると推測される。しかしながら従来にはなかったような大規模漏えい事故も散見され個人情報保護体制が大き

く前進しているとはいいい難い。平成18年度に発生した民間部門の個人情報保護漏えい事故・事件のうち漏えい件数の大きなものを以下に列記する。

① 通信サービス会社（平成18年6月報道発表）

大手通信サービス会社の顧客情報約400万件が開発・保守用PCから外部に流出し、その一部がCD-Rにて当該会社に届けられた。流出経路は顧客管理システム開発受託会社の社員が顧客データを無断でコピーしそれを知人に提供、その結果明るみに出たもので関係者は逮捕されたが一方取扱事業者側も代表取締役の報酬一部返上等厳しい社内処分を行った。

② 自動車メーカー（平成18年12月報道発表）

週刊誌による報道（氏名、住所、生年月日と車種型式、登録年月、車検満了日等のユーザー・データ200万件が流出）を元に社内調査を行ったが事実の特定はできなかった。しかし記事中の車種記号等が当該メーカーの社内のみで使用している特殊記号であることから社内データベースからの流出可能性を否定できず結局このデータベースに登録していた約540万の対象顧客全員に調査経緯と結果、被害防止のための注意喚起を郵送物にて行った。

③ 印刷会社（平成19年3月報道発表）

ダイレクトメール等の印刷物作成のため預かっていた個人情報を業務委託先社員が電算処理室より不正に持出しインターネット通販詐欺グループに売却していた。持出しデータは43社分、約860万件に上り、持出し期間は2001年から2004年に集中しているが、委託先との秘密保持契約や監視カメラ設置等の情報管理体制も悪意ある内部者の犯罪行為防止には十分に機能していたとはいえなかった。被害を受けた43社の中には損害賠償を求める動きもある。

上記の3件はいずれも内部関係者（委託先社員を含む）が意図的に行った（またはその可能性が高い）もので類似事案の発生根絶に向けてデジタル・フォレンジクスや従業者教育の重要性が一層高まっている。

1.3 個人情報保護に関する判例

平成18年度の個人情報流出に関わる損害賠償訴訟の判例として以下のものがある。

① ISP運営会社による個人情報流出

インターネット接続サービスの利用者5人が運営会社に対し個人情報流出に対する損害賠償を求めている訴訟で大阪地裁は運営会社が「不正アクセス防止措置を怠った」として1人6000円の支払いを命じた。過去に自治体に例はあるが企業の責任を認めたのはこれが初めて。

② エステティックサロンによる個人情報流出

エステティックサロンのホームページに入力した情報が流出したとして男女14人が損害

賠償を求めた訴訟で東京地裁は流出情報の中に原告らが関心を持っていたエステティックコースなどが含まれていることを重視、迷惑メールの被害を受けた１３人に対し慰謝料３００００円＋弁護士費用５０００円、残りの１人に対し慰謝料１７０００円＋弁護士費用５０００円の支払いを命じた。個人情報流出に関する判例では過去最高額となる。

2. 小規模 EC 事業者向け個人情報保護ガイドラインの策定

「個人情報の保護に関する法律」(以下「保護法」と略)が施行されてからほぼ2年が経過し、事業者・消費者双方において個人情報に関する保護意識は格段に向上したが、事業者からの個人情報漏えい事案は顕著に減少したとはいえ、国民の不安・懸念を払拭するには至っていない。

このような状況に鑑み、次世代電子商取引推進協議会(ETC)は、従来から公表している「民間部門における電子商取引に係る個人情報保護に関するガイドライン Ver.4.0」に加え、新たに「小規模 EC 事業者向け個人情報保護に関するガイドライン (Ver.1.0)」を策定・公表し、小規模 EC 事業者の個人情報保護体制の整備支援をすることとした。

2.1 背景

内閣府国民生活局が公表した平成18年11月24日の「個人情報の保護に関する主な検討課題」に関する意見募集結果によれば、個人情報保護に関する事業者の規模間格差が指摘されており、

- ①中小企業の対応が不十分(原因:人、モノ、金の不足)。
 - ②個人情報取扱事業者に該当しない事業者(5000件未満の個人情報を有する事業者)であっても、個人情報保護の取組みは必要。
 - ③中小企業が対応しやすいような業種、業態、規模に応じた適正なルール策定等が必要。個人情報保護の具体的方策等について周知することが必要。
- などの意見が出されている。

また、財団法人インターネット協会監修による『インターネット白書2006』によれば、個人情報保護方針を自社ホームページに掲載し個人情報保護を遵守することを公表している事業者の比率は、従業員規模が1～49人の事業者では21.5%であり、従業員規模の大きな事業者(従業員5,000人以上、掲載状況80%)と比べると低水準に留まっている。

こうした状況の中、ETC 個人情報保護WGでは今まで培ってきた知見と「民間部門における電子商取引に係る個人情報保護に関するガイドライン Ver.4.0」をベースに、従業員が少い小規模 EC 事業者でも実施できる個人情報保護ガイドラインを策定し、小規模 EC 事業者の個人情報保護体制の整備を支援することとした。

2.2 ガイドラインの概要

2.2.1 作成上の留意点

本ガイドラインは小規模(Small Office や Home Office 等、以下 SOHO と呼ぶ) EC 事業

者の個人情報保護体制整備に寄与することを目的として作成している。そのためターゲットとなる SOHO クラスのネット販売事業者の事業特性、要員事情を念頭において記載項目を最小限にとどめた。小規模 EC 事業者が採るべきポイントとして、最低限これだけは知っておくべきこと、守るべき事項を簡潔にまとめ、併せて EC サイト上における個人情報保護方針（プライバシーポリシー）の掲示を強力に支援するため公表サンプルを作成した。

2.2.2 意義と役割

ガイドラインの記載事項を最小限にとどめたことにより、SOHO クラスでも短時間に自社の個人情報保護体制のレビューまたは構築の手がかりにすることができる。また、添付した公表サンプルを参考に自社の個人情報保護方針(プライバシーポリシー)を速やかに準備・公表することができる。

本ガイドラインは小規模 EC 事業者でも実施できる具体的方策として、取得方法の明示等、保護法の規定を若干上回るベストプラクティスを盛り込んでおり、これを遵守することにより消費者からより高い信頼と安心感を得られる。

さらに、EC 事業者だけでなく、まだ個人情報保護方針(プライバシーポリシー)を公表していない中小規模事業者にとっても、自社の個人情報保護に対する取り組み等と照らし合わせるにより個人情報保護方針（プライバシーポリシー）を速やかに準備することができる。

2.2.3 ガイドライン本文およびプライバシー・ポリシー掲示例

ガイドライン本文およびプライバシー・ポリシー掲示例を次ページ以降に添付したので適宜参照していただきたい。

小規模ＥＣ事業者向け
個人情報保護ガイドライン
(Ver. 1.0)

平成１９年１月１０日



次世代電子商取引推進協議会

1 はじめに

- ・本ガイドラインは、電子商取引において個人情報を取扱う事業者に対し、個人情報の保護に関する望ましい取組みを示すことにより、特に小規模（SOHO等）EC事業者の個人情報保護体制整備に寄与することを目的とする。
- ・本ガイドラインでとりあげる個人情報とは生存する個人に関する情報であって、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別できるものをいう。また個人データとは特定の個人情報を容易に検索することができるよう体系的に構成した個人情報データベースを構成する個人情報をいう。
- ・本ガイドラインでとりあげるEC事業者とはインターネット等の情報ネットワーク上で商取引を行うために個人情報を取扱う法人または個人であって、個人情報データベース等を事業に用いるものをいう。
- ・本ガイドラインは消費者の個人情報保護意識の変化、「個人情報の保護に関する法律」等の改正により適宜改訂を行うことがある。

2 EC事業者がとるべき措置

2-1 個人情報の利用目的の特定

- ・EC事業者は、個人情報の取扱いにあたり、その利用目的を具体的に特定しこれをECサイト上の分かりやすい場所に掲示する。

2-2 個人情報取得方法の特定等

- ・EC事業者は個人情報を取得するにあたりその取得方法を明確にし、ECサイト上の分かりやすい場所に掲示する。
- ・クッキー（サイト運営者がサーバーを介して利用者のコンピュータに一時的に利用履歴等のデータを書き込み保存させることにより利用者を認識する技術）等を用いて特定個人を識別する形で個人情報を自動取得する場合はその事実と利用目的を本人に通知または公表する。

2-3 ECサイト上の画面を通じて本人から個人情報を直接取得する際の利用目的の明示

- ・EC事業者はECサイト上の画面を通じて本人から直接個人情報を取得する場合、その利用目的を入力画面上に明示(もしくは利用目的の内容を示した画面に一旦ページ遷移するよう設定)し本人が送信を行う前に利用目的を確認できるよう留意する。

2-4 個人データの第三者提供

- ・EC事業者は法令に基づく場合を除くほか、あらかじめ本人の同意を得ないで個人データを第三者に提供しないものとする。ただし、利用目的の範囲内で個人データの取扱いの全部または一部を委託する場合、事業の承継によって提供される場合、特定の者との間で共同して利用する場合であって当該個人データの管理について責任を有する者の氏名又は名称等についてあらかじめ本人が容易に知りうる状態においている場合を除く。
- ・上記にも拘わらず、EC事業の円滑な遂行のために他の事業者に個人データを提供する場合はその旨をECサイト上の分かりやすい場所に掲示し、事前に本人の同意（本人による同意する旨のホームページ上でのクリックなど）を得るものとする。

2-5 個人データの適正管理

- ・ EC事業者は利用目的の達成に必要な範囲内において個人データを正確かつ最新の内容に保つよう努めるものとする。また取扱う個人データの漏えい、滅失またはき損の防止その他の個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じその内容をECサイト上の分かりやすい場所に掲示する。
- ・ EC事業者はその従業者に個人データを取り扱わせるにあたっては、当該個人データの安全管理が図られるよう従業者に対する教育と指導・監督を行う責任を負う。
- ・ EC事業者は、個人データの取り扱いの全部又は一部を委託する場合は、委託した個人データが委託先において安全に管理されていることを確認することとする。

2-6 苦情処理、開示請求、利用停止請求等

- ・ EC事業者は本人から、当該本人が識別される保有個人データの開示または利用停止を求められた場合は、本人または第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害する恐れがある場合を除き、原則として開示または利用停止を行うものとする。
- ・ EC事業者は開示請求、利用停止請求を含む顧客情報保護全般に関する問合せ窓口について電子メールアドレスおよび電話番号、住所と窓口部門または担当者名をECサイト上に明記する。電話対応については受付時間帯を記載する。
- ・ 個人情報の取扱いに関する苦情を受け付けた場合、EC事業者は2週間を目途に適切に処理するものとする。
- ・ EC事業者が対面あるいは電話にて直接顧客からの問合せに応じることが困難な場合はその旨ECサイト上に明記する。

2-7 個人情報保護方針の掲示等

- ・ EC事業者は2-1項から2-5項に関する項目を含む個人情報保護方針（プライバシーポリシー）全体をECサイト上の分かりやすい場所に掲示する。個人情報保護方針はトップページにリンクボタンを設置することにより1クリックで全体を概観できることが望ましい。

3 最後に

- ・ 当該EC事業者の便宜を図るため顧客情報を対象にした公表サンプルを作成したので自社の個人情報保護に対する取組み等と照らし合わせた上で「個人情報保護方針（プライバシーポリシー）」公表の参考にしていただきたい。
- ・ 本ガイドはSOHO等小規模EC事業者の個人情報保護体制スタートアップを支援するものであり指針とする項目は限定している。余力のあるEC事業者は単に本ガイドラインの内容に留まることなく当協議会が公表している「民間部門における電子商取引に係る個人情報保護に関するガイドライン（Ver. 4.0）」等を参照しさらに充実した個人情報保護体制を構築することが望ましい。

（平成19年1月10日制定）

個人情報保護方針(プライバシー・ポリシー)揭示例

〇〇株式会社 個人情報保護方針

弊社はお客様、お取引先の皆様が当社のサイトにて安心してお取引していただくためにお客様、お取引先の皆様からお預かりしました個人情報の適切な管理・保護を事業運営上の最重要責務の一つとして位置づけ、「個人情報の保護に関する法律」等を遵守するとともにその管理と保護に万全を尽くします。

1 個人情報の利用目的について

弊社は個人情報を以下の目的で利用いたします。

- ・ ××（商品）のインターネット通信販売に関わる商品の発送、代金決済、関連商品・サービスに関するお知らせのため
- ・ お客様向けメールマガジンの送付のため
- ・ お客様向けの各種イベント、アンケート調査等の実施のため
- ・ お客様からのご相談、お問合せに関する回答を行うため

2 個人情報の取得について

弊社は以下の場合についてWeb、電子メール、FAXなどの方法により個人情報を取得いたします。

- ・ 弊社の商品・サービスをご購入いただく場合
- ・ 弊社の会員としてご登録いただく場合
- ・ 弊社のお取引先としてご登録いただく場合
- ・ 弊社の商品・サービスに関する各種イベント、アンケート調査等にご参加いただく場合
- ・ 弊社の商品・サービスに関するお問合せをいただく場合

3 第三者への提供について

弊社はお客様・お取引先の個人情報を、法令に基づく場合(令状による捜査、税法による質問検査等)、利用目的の範囲内で個人データの取扱いの全部または一部を委託する場合、事業の承継によって提供される場合、特定の者との間で共同して利用する場合を除きご本人の事前の同意なく第三者に提供することはありません。

4 個人情報の適正管理について

弊社はお客様、お取引先の個人情報を安全に管理・保護するために以下の対策をとっています。

- ・ お客様、お取引先の個人情報へのアクセス制限の実施
- ・ お客様、お取引先の個人情報の社外持出し禁止

- ・ ウィルス感染チェック、不正アクセスチェックの励行
- ・ お支払いに関するデータの伝送時におけるセキュリティ確保のための暗号化通信（SSL）の利用
- ・ 個人情報の適時安全廃棄（お客様サービスに支障が生じないことを確認した上で）

（※ 網掛け部分については自社の取組み状況により適宜取捨選択または項目追加ができる。）

5 苦情処理、開示請求、利用停止請求等について

弊社はお客様、お取引先から個人情報保護に関するお問合せや苦情があった場合または開示請求、利用停止請求等があった場合には速やかに対応いたします。なお、開示請求、利用停止請求等のお申し出の際にはお申し出された方がご本人であることを弊社所定の方法にて確認させていただくことがありますのでご了承ください。

弊社連絡先

カスタマーサービス担当 ○山○子

電子メールアドレス： abc@xyz.co.jp

ファックス番号 (000) 000-0000

住所 〒000-0000 ○○県○○市○○1-2-3（○○ビル○階）

なお、ご連絡は原則として電子メールまたはファックスにてお願いいたします。直接ご来社いただいてのお申し出には対応いたしかねますのでその旨ご了承くださいませよう併せてお願いいたします。

○○株式会社 代表者 ○川○夫

更新日 200○年○月○日

3. 個人情報保護を巡る海外主要各国の動向と潮流

個人情報保護WGでは日本企業の海外展開の一助として、また「保護法」の見直し・海外とのハーモナイゼーション推進に資するため海外各国の法制度と個人情報保護関連動向調査を行った。要点は以下の通りである。

3.1 EUにおける個人情報保護に関する動向

海外の個人情報保護動向を語る上でEUデータ保護指令（正式名：「個人データ処理に係る個人の保護および当該データの自由な移動に関する欧州議会および理事会の指令」）の存在を無視することはできない。1995年に採択された本指令はEU加盟国に対し個人情報保護に関わる多くの義務規定を設けているが要約すれば

- ① 行政部門および民間部門全体をカバーする（包括的な）データ保護法の制定
 - ② 個人データ保護に関する専門的な監督機関の設置
 - ③ 十分なデータ保護措置が講じられていない第三国への個人データ移転禁止
- の3点に絞ることができる。

EU加盟国の大半は1980年前後から個人データの保護に特化した法整備を進めてきたがEUデータ保護指令の発効に合わせ法改正を行うなど近年整合を図っている。多くの国では個人データの取扱いについて届出制を採っており事前に監督機関に対し自らが利用するデータベースの内容や保護手段を登録することやデータ保護違反に関する苦情等への対応が義務付けられているほかいわゆるセンシティブ・データの取得にあたって相当の制限が設けられているので注意が必要である。

3.2 北米地域（米国、カナダ）における個人情報保護に関する動向

3.2.1 米国における個人情報保護に関する動向

自主規制を標榜する米国は先進国の中では民間部門対象の包括保護法を持たない唯一の国である。とはいえ、全く法規制がないかといえばそれは誤りである。現にセグメント別には多数の保護法が存在しその中にはビデオの購入・レンタルに関する記録について利用者を保護する「Video Privacy Protection Act」のように他国では例を見ないほど狭い事業分野の法律も散見される。また13歳以下の子供からの個人情報取得を規制する「Children's Online Privacy Protection Act」も米国独自のものといえよう。最近の動きで見逃せないものに「Data Breach Notification Laws」（約30州で施行されている法律の総称）がある。これは個人データを保有、管理する事業者がデータベースの破壊、不正アクセス、紛失等の危殆を認識した際には直ちに当該本人にその事実を告知することを義務付けるものである。この法律では多くの場合危殆データが暗号化されている場合には適用除外とされており、暗号化の有無を法律に取り込んだという点

で画期的である。さらに本法律は現在連邦法化の準備が進んでおり全米にて適用される日も近い。この際、米国は個人データ漏洩大国でもあることを銘記しておきたい。

3.2.2 カナダにおける個人情報保護に関する動向

カナダは地理的には米国の隣国であるにも関わらず、個人情報保護ルールに関しては（包括保護法を制定し、専門監督機関を有するなど）EU諸国に近い。カナダの個人情報保護法（**Personal Information Protection and Electronic Documents Act**）で注目すべき点は個人情報の定義の中で名刺記載情報（勤務先、肩書、勤務先の住所・電話番号等）を「保護法」の対象から除外しており、「個人を特定できるあらゆる情報」を保護法の対象とするわが国などの考え方とは一線を画している。本人が企業活動の中で積極的に公開している個人情報をクレジットカード情報と峻別して取扱うことはある意味で合理的であろう。また個人健康情報（**Personal Health Information**）の定義については当該本人の生死を問わず「保護法」の対象としていることにも注目したい。個人健康情報には常に遺伝という要素が付きまとうため死者の個人情報とはいえ生存する子孫の個人情報ではないと言い切れない部分が残るため、健康情報については生存者に限定することなくさらに広い定義を採用している。

3.3 B R I C s 諸国における個人情報保護に関する動向

3.3.1 ブラジルにおける個人情報保護に関する動向

ブラジルにおいては個人情報保護に特化した包括法はまだないが、1990年に制定した消費者保護法（**Consumer Protection Law**）で相当広範な消費者の権利を認めている。同法では消費者による個人情報入手元に関する開示権を認めている（わが国の法律では事業者の情報入手元開示の義務はない）ほか当該本人からの修正請求があった場合には5日以内に修正に応じなければならないというルールもある。また現在審議中である保護法案についても広範な情報主体の権利を盛り込んでおり今後の展開を見守っていく必要がある。

3.3.2 ロシアにおける個人情報保護に関する動向

ロシアにおいては既に制定されている「情報、情報化、情報の保護に関する連邦法（**Federal Law on Information, Informatization and the Protection of Information (LIIPD)**）」が個人情報保護の包括法と理解されているが個人データの詳細な定義や保護方法についてはまだ明確になっておらず依然曖昧さを残している。ロシアでは本来売られるべきではない個人情報が公然と市場に出回っていること、Webサイトでプライバシーポリシーを目にすることもほとんどないことから先進国の中でも相当遅れているといわなければならない。一方で「電子ロシア構想」なども進められているので政府の取組み次第という側面もある。

3.3.3 インドにおける個人情報保護に関する動向

海外企業のアウトソーシング基地化が進むインドにおいてはプライバシー保護に対する認識が高まりつつあり英国データ保護法をモデルとして法制度の整備も検討されている。包括法の制定があまり先になるようであれば米国間、EU間で米国・EU間で運営されているセーフハーバー協定(EU指令の基準を満たすデータ保護対策を有している米国企業はその旨を商務省に届出、登録されることによりEUの個人データを利用することを可能とするルール)の締結も考えられるが流動的である。

3.3.4 中国における個人情報保護に関する動向

中国のインターネット規制と法的環境は「慎重な開放」という表現に象徴される。急増するインターネット人口を背景にプライバシー問題の関心は高まりつつあり、APECではEC SG (Electronic Commerce Steering Group) 共同副議長としてプライバシーフレームワーク策定に参加するなど積極的な姿勢が見られ、民間企業に個人情報保護を義務付ける包括法が国務院の中で検討が進んでいる。一方で政府のインターネット監視は多数の逮捕者を生んでいるなど統制色も色濃く残っており国家としての明確な意思表示が迫られている。

3.4 海外対応に関する基本的な考え方

経済のグローバル化進展とともにわが国の企業の多くはさまざまな形で海外での事業展開を志向しているが、個人情報保護の観点からどんな点に注意しなければならないのだろうか。基本となる考え方を整理してみたい。

3.4.1 「保護法」が既に整備されている国の場合（EU諸国 等）

いうまでもなく当該国の法律を十分理解し過不足のない体制を構築する。この際「保護法」以外に業法、州法や消費者保護法など周辺の法律にも（個人情報保護に関する規定がある場合があるので）注意したい。

3.4.2 「保護法」が未だ整備されていない国の場合（中国、インド 等）

①「保護法が存在する」を前提に

現在法制度がない国においても大半の国は法制度を審議中もしくは導入準備をしている。法制度の中身の95%以上は世界共通であるため先ず考えることは該当する法律が既にあるものと想定して準備を進めることである。想定する法律については自社が最も熟知する法律、即ち日本の

企業であればわが国の「保護法」を基本に組織、保護方針、内規を策定することが妥当である。

② 登録制度への準備

その際考慮したい第1点は登録制度への準備である。幸か不幸か日本には事前登録制はないがEU諸国等では各事業者は事前に自社が利用するデータベースを然るべき行政機関に登録することが一般的であり、中国などでも登録制を前提に法制化検討が進んでいるといわれている。個人情報保護体制構築のスタートにあたり自社の利用する個人情報データベースを正確に把握しておきたい。

③ 機微なデータの取扱いに注意

第2点はいわゆるハイリー・センシティブ・データの取扱いである。わが国の保護法では機微な個人情報について特段の記載はないが、EU諸国では民族、宗教、政治的信条、労働組合加入歴、健康データ等の情報取り扱いに厳しい制限がありこの傾向は今後多くの国々に影響を及ぼすものとみられる。この点について十分認識し適確な対応が図られなければならない。

④ 国際移転ルールの策定

これもわが国の「保護法」には明記されていないが国際移転ルールの構築も忘れてはならない。EU諸国では国際移転のあり方に大きな関心を持ち相応の注意義務を負わせている。一般にわが国の海外現地法人が顧客情報を本国（すなわち日本）に移転させるケースは少ないようだが従業員情報とりわけ幹部社員の人事情報については多くの企業が本国に集約させているためあらかじめ本人同意を得ておくなどのトラブル回避策が重要である。

⑤ 法制度整備動向の注視

前述したように現在法制度がない国においても大半の国は法制度を審議中もしくは導入準備をしている。したがって法制度整備状況に対する情報収集を怠りなく行わなければならないことは言を待たない。各国によって法制度立案プロセスはさまざまであるため現地の事情に精通した専門家と協力し正確かつ迅速な情報収集と見極めが必要である。

⑥ プライバシーポリシーの揭示

最後に自社の取組み内容をサイト上の「プライバシー・ポリシー（個人情報保護方針）」として分かりやすく揭示しサイト訪問者の安心感を獲得することである。保護法の有無に係らず「プライバシー・ポリシー」の揭示自体が顧客獲得の武器になっており現地の有力企業は既に積極的にアピールしている。

3.5 各国の状況

前述したように1990年代半ばよりEU（欧州連合）、北米地域で個人情報保護に関する法制度とそれに伴う動きが見られるようになった。また2000年に入りBRICsをはじめとする第2

グループ（我が国は第 1 グループの最後尾か第 2 グループの先頭に位置するといつてよい）が胎動を始めたがこの分野は今後大きな変貌が予想される。そしてさらにそのあとに続く国々（Next-11 など）が順次国家としての法的な枠組みを固めていくことになる。いずれにせよ関係者は各国ごとの法制度整備状況を注視して個別に適確な対応を講じていく必要がある。なお表 1－1 に海外主要国・地域の法制度比較表を掲載、次ページ以降に EU、米国、BRICS 諸国等重要と思われる国および日本について個別に現況を整理したので適宜ご参照いただきたい。

表1－1 個人情報保護に関する法制度比較表

	EU諸国	米国	カナダ	ブラジル	ロシア	インド	中国	アルゼンチン	豪州	韓国	日本
民間部門を対象にした包括的な保護法の有無	有り	なし	有り	なし	基本法のみ	なし	なし	有り	有り	なし	有り
独立監督機関の有無	有り	なし	有り	なし	なし	なし	なし	有り	有り	なし	なし
保護法の特徴											
・個人情報の定義			名刺情報を除外 健康情報は生死に関わらず								
・小規模事業者の適用除外									売上高一定以下		保有データ一定以下
・機微情報に関する記載	有り		有り					有り	有り		なし
・越境規制に関する記載	有り		なし(但し個別対応要)					有り	有り		なし
関連法規等		・業法、州法多数 ・子供保護規制有り ・データ危殆化通知法		・消費者保護法							
EU指令適合性	適合	セーフハーバー協定による特例措置有り	適合					適合			

国・地域名	E U (欧州連合)
個人情報保護に関する包括法 等	個人データ処理に係る個人の保護および当該データの自由な移動に関する欧州議会および理事会の指令 (E Uデータ保護指令) 【1995 採択、1998 発効】
その特徴	① 個人データの処理に係る個人のプライバシー保護と加盟国間の個人情報保護法調和による域内での自由な移動の確保が目的 (十分な個人情報保護基準を満たさない第三国への個人データ移転禁止) ② 個人情報保護に関する行政による独立した監督機関 (supervisory authority) の設置 ③ 監督機関への通知義務 (通知すべき内容の詳細は各々の監督機関にゆだねられている。) ④ センシティブ・データの取扱い原則禁止 データ主体が明示の同意を与えた場合等の例外規定はあるが、国の法律がデータ主体の同意を得ても禁止を解除しえないと規定している場合はこの限りではない。 ⑤ データ対象者に対し当該データに対する広範な権限を付与
監督機関等	有り(名称、活動範囲等は各国によって相違がある。)
個別法・関連法	電気通信分野における個人情報処理およびプライバシー保護に関する欧州議会・理事会指令 【1997、2002 採択】
特記事項・動向	
備考	

国・地域名	英国
個人情報保護に関する包括法 等	データ保護法（Data Protection Act）【1998 成立、2000 施行】 （1984 年データ保護法の改正）
その特徴	① 行政部門、民間部門の両方に適用（＝オムニバス式） ② EUデータ保護指令と整合 ③ 保護対象は現存する個人に関して自動処理される既存データ全て ④ 情報コミッショナーへの届出（公開データベース登録）を義務付け 登録者は登録内容と異なる種類のデータの保有禁止、登録された目的以外のデータの保有・利用の禁止、登録と異なる情報源からのデータの入手禁止、登録と異なる提供先へのデータの提供禁止等の義務を負う。 ⑤ 罰則 規定違反は罰金刑、登録義務違反は裁判所命令によるデータ資料没収、破棄 ⑥ 損害賠償請求権 情報主体は個人データの紛失、破壊、開示・アクセスにより損害を被った場合損害賠償請求権を有する。 ⑦ 個人データの国外提供制限 ⑧ 「データ保護審判所」への不服申し立て
監督機関等	情報コミッショナー・オフィス （The Office of Information Commissioner）
個別法・関連法	① 消費者信用法（Consumer Credit Act 1974） 消費者信用に関わる個人データの開示取扱い(マニュアル処理含む)等を規定。 ② プライバシーと電子通信に関する規則（2003 施行）
特記事項・動向	①センシティブ・データの取り扱いについて詳細な規定がある。
備考	①データ保護法(1984)は消費者信用法(1974)と補完関係にある。

国・地域名	スペイン
個人情報保護に関する包括法 等	Organic Law 15/1999 of 13 th December on Personal Data Protection (1992 制定 1999 改正)
その特徴	① 行政・民間両者に適用 ② 「データ・ファイル」を対象 ③違反内容により罰金、時効が異なる 監督機関の指令不服従 等・・・罰金 10 万セペタ以上、時効 1 年 同意が必要な場合に同意なく個人情報を取得 等・・・罰金 1000 万セペタ以上、時効 2 年 詐欺的なデータの収集 等・・・罰金 5000 万セペタ以上、時効 3 年 (注) 罰金額は法制定当時のものを引用した。
監督機関等	la Agencia de Proteccion de datos(データ保護局) el Registro General de Proteccion de datos(データ保護一般登録所)
個別法・関連法	
特記事項・動向	
備考	

国・地域名	米国
個人情報保護に関する包括法等	民間部門を対象にした包括的な保護法はない。(＝セグメント式) (1974年に制定されたプライバシー法は政府機関が対象)
その特徴	
監督機関等	①専門機関ではないが連邦取引委員会(F T C)が対消費者問題の一環として積極的に対応 ②Safe Harbor Agreement に関しては商務省が担当
個別法・関連法	① 公正信用報告法(Fair Credit Reporting Act)(1970 制定、1999 改正) 個人信用情報に関し情報主体の権利を明確にし、正確性を確保 ② ケーブル通信政策法(1984 制定) ③ 電子通信プライバシー法(1984 制定) ④ ビデオプライバシー法(1988 制定) ⑤ 金融プライバシー法(1999 制定) ⑥ 児童オンラインプライバシー保護法(Children's Online Privacy Protection Act 1998 制定、2000 施行) 13 歳未満児童からの個人情報収集は保護者の同意が必要。
特記事項・動向	①「E U 指令」への対応 Safe Harbor 原則(2000 締結)により同原則に同意した企業名を商務省が E U 側に提示。 ③ California Data Breach Notification Law(2003) 非暗号化データ漏えい時の当該情報主体(本人)に対する告知義務。 単なる P C, P D A 等の盗難によるものも対象となる。現在全米 27 州に波及、連邦法化の準備も進んでいる。 ③Do-not-call Registry の運用(2003) 2003 年 6 月より受信拒否リスト登録受付開始、登録者数は直近で 6000 万人超、登録者は 5 年ごとに更新する。業者は 3 ヶ月ごとにリストをチェックすることが義務付けられ、違反業者は最高 11000 ドルの罰金が科せられる(ただし、消費者が 18 ヶ月以内に商品、サービスを購入または 3 ヶ月以内に何らかの問合せを行った場合は電話可。慈善事業、世論調査、政治活動は適用免除。) Do-not-Email Registry の導入について検討中。 ④R F I D の普及 R F I D タグの利用に際し、個人の追跡用途制限などに向け法制化が検討されている。

備考	① 多様な州法への個別対応 ・ I S Pの個人情報の二次使用に対しユーザの事前承認義務付け (Minnesota) ・ 個人情報を含む文書、記録媒体の廃棄禁止 (Georgia)
----	--

国・地域名	カナダ
個人情報保護に関する包括法 等	個人情報保護および電子文書法（Personal Information Protection and Electronic Document Act ）【2001 制定】
その特徴	①民間部門において商業活動で収集、利用、売買されるすべての個人情報に適用される ① 適用除外 名刺記載情報（勤務先、役職、住所、電話番号、メルアド等）については法律の適用除外
監督機関等	連邦・州政府にプライバシー・コミッショナー・オフィス（Office of the Privacy Commissioner of Canada etc.）を設置（プライバシー権に関する監督・擁護・仲裁）
個別法・関連法	① プライバシー法(1983) 連邦政府機関による個人情報の取扱いルールを規定。 ② 情報アクセス法(1985) 公的に保有されている情報へのアクセスについて規定。 ③ 銀行法 ④ オンタリオ州健康保険法
特記事項・動向	① プライバシー保護に関するモデルコード EU指令に基づく法律を制定していたケベック州法を元にカナダ規格協会が作成、連邦法としてP I P E D Aに引き継がれた（州によって市民の意識に差がある）。
備考	

国・地域名	ブラジル連邦共和国
個人情報保護に関する包括法 等	個人情報保護に特化した包括法はないが、消費者保護法（1990）で相当広範な消費者の権利を認めている。
その特徴	
監督機関等	専門機関は公的にも、私的にもない。
個別法・関連法	① 消費者保護法（Consumer Protection Law 1990） 消費者は個人情報の出所等に関するアクセス権、修正請求権(保管人は 5 日以内に修正を通知しなければならない)を保有する。 ②電気通信法（Telecommunication Act1997） 電気通信サービス利用者は自身の個人データの利用に関しプライバシーが尊重される権利を有する。 ③金融機関守秘法(Financial Institutions Secrecy Law) 金融機関は能動および受動の業務・サービスについて秘密を保持する。
特記事項・動向	①個人情報保護促進法（1996 国会提出・保留中） いかなる個人情報も所有者の明確な許可なく開示、通信、送信してはならない（犯罪捜査目的等の場合を除く）。また種族的出身、政治的・宗教的信念等の収集、保管、送信を禁止する。 ②電話勧誘販売規正法（仮称、2002 国会提出・審議中） 米国「Do-not-call Registry」のブラジル版。 ③連邦刑法（2000 改正） 情報システムへの不正データ挿入、不正改変に対する刑事罰ルール明確化④被雇用者の監視行為制限 ブラジル第9 地方労働裁判所が被雇用者のコンピュータ通信監視は不法との判決。監視行為を許容する雇用主との労働契約は違法とみなす。 ⑤監視カメラの設置条件

	サンパウロ市が監視カメラの存在を知らせる標識の設置を市条例で義務付けている（公共、民間エリア問わず）。記録された映像は法の下で保護される。
備考	① ブラジル憲法(1988)にプライバシーの権利として住居の不可侵、通信の秘密のほかに私事、私生活、名誉および個人の肖像の不可侵を規定(5 条)

国・地域名	ロシア連邦
個人情報保護に関する包括法等	情報・情報化・情報の保護に関する連邦法（Federal Law on Information, Informatization and the Protection of Information ,LIPI）
その特徴	① この法律で自然個人の私的生活に関する情報を当該人の同意なく収集、保存、使用、配布を禁じているが個人データの定義、その保護方法は特別法で規定されることになっている(議会にて審議中)。
監督機関等	政府レベルの監督機関はない。 (いくつかの地域オンブズマンが取り組んでいる例はある。)
個別法・関連法	① 通信法（Federal Law on Communication 1995, 2004 改正） 通信利用者に関するデータの守秘性を保護。電話会話の傍受・電子通信の監視等は裁判所からの命令によってのみ許可される。 ②刑法（Criminal Code） コンピュータ情報への不正アクセスに対し法的責任明確化。
特記事項・動向	①「電子ロシア（Electronic Russia）」計画（2002 採択） 2010 年を目標年次とする本プログラムの中でプライバシー保護についても規定があり、基盤構築とあわせ提案している。今後の動向に注意。 ②個人情報売買事例（2003） 大手携帯電話会社MT S（Mobile Telesystems）の全顧客データ数百万人分がCDとして販売された。個人データの不正収集・販売は日常的。
備考	① 欧州協議会「個人データの自動処理に係る個人の保護に関する条約」に署名。 ②低い個人情報保護意識 プライバシー保護の概念はまだ一般的ではなく、プライバシーポリシーを掲げるWebサイトは少ない。

国・地域名	インド
個人情報保護に関する包括法 等	現時点ではまだないが、通信・情報技術省で検討中（英国データ保護法をモデル？）
その特徴	
監督機関等	
個別法・関連法	①情報技術法（Information Technology Act 2000） ・電子商取引に関する包括的規制環境を提供するものでコンピュータ犯罪、ハッキング、守秘性侵害等に対処し、サイバー犯罪の裁定を行うサイバー上訴裁判所（Cyber Appellate Tribunal）の設置を定めている。 ・法執行機関に対し広範な裁量権を与えている。（いかなる情報の傍受を許可し、ユーザは暗号鍵を開示しなければ7年以下の拘禁刑） ② 公共金融機関法（Public Financial Institutions Act 1993） 銀行取引における守秘性維持を成文化。
特記事項・動向	①サイバー犯罪初の有罪事例（2003） 他人のクレジットカード番号を詐取し、不正使用した容疑者に対しオンライン詐欺罪を適用。 ②電話盗聴に関する判決 最高裁が電話盗聴は「個人のプライバシーの重大な侵害」との判決を下す。また政府による電話盗聴のためのガイドラインを規定。背景にテロ防止がある。
備考	① 海外企業のアウトソーシング基地化が進む中でプライバシー保護に対する認識が法整備を含め高まりつつある。

国・地域名	中国
個人情報保護に関する包括法 等	現時点では民間企業に個人情報保護を義務付ける包括法はないが 国務院の中で検討が進んでいる。
その特徴	
監督機関等	
個別法・関連法	① 銀行経営に関する暫定条例【1986 制定】 顧客預金に関するすべての情報は開示してはならない。 ② コンピュータ情報ネットワークとインターネットのセキュリティ、保護、運営規則【1991】 ネットワークユーザーのプライバシーは法律によって保護される。 ③ 未成年者の保護に関する法律（Law on the Protection of Minors 1991） いかなる組織・個人も未成年者の個人の秘密を暴露できない。 ④ 刑法 285 条～287 条 コンピュータシステムへの無許可侵入は不法。 ⑤ 国民 ID カード法（Law of Citizen Identification Cards 2004） 16 歳以上の国民は ID カードの携行を義務付けられる。住民登録偽造、なりすまし等は罰金刑。
特記事項・動向	① 従業員のプライバシー保護意識 一般に企業が従業員を採用する際の雇用契約の中に機密保持条項があり、契約違反は処罰される。 ② 先進企業の自発的取組み 海外との接点が多い企業については独自に内規を策定しコンプライアンス

	ス意識を向上させている企業もある。 ③ 激増するインターネット人口と利用環境 政府の監視にもかかわらずインターネット人口は急増しているがネットカフェ(無許可が 60%を占める)での利用も多い。
備考	① A P E CのE C S G (Electronic Commerce Steering Group) 共同副議長としてプライバシーフレームワーク策定に積極参加。 ② 中国のインターネット規制と法律は「慎重な開放」という原則に従っている。政府のインターネット監視は多数の逮捕者を生んでいる。

国・地域名	豪州
個人情報保護に関する包括法等	Privacy Amendment (Privacy Sector) Act2000 (2001年12月施行)
その特徴	① 国家プライバシー原則 (NPPs : National Privacy Principles) を基礎にしている。(EU データ保護指令よりややレベルが低い) ② 従業員情報、報道機関、中小企業 (年間取引高が3百万豪ドル未満) で適用除外措置有り。 ③ EU と同様に個人情報の海外移転を制限 (例外を除き)
監督機関等	Privacy Commissioner (調査官数の制約により監査より苦情対応が中心となっている。)
個別法・関連法	① Telecommunications Act 1997 ② Spam Act2003(2004発効) 電子媒体による未承諾広告メッセージを禁止するもので罰金刑の最高は110万豪ドル。 ③ 州法 Workplace Video Surveillance Act 1998(NSW)
特記事項・動向	① スパイウェアを取締る法制が議論され始めている。 ② プライバシー侵害の恐れがある RFID について警告実績があるが法律制定の動きはない。
備考	

国・地域名	アルゼンチン共和国
個人情報保護に関する包括法等	Law for the Protection of Personal Data (LPPD) (2000/11 成立) Regulation of the Privacy Law(2001/11 制定)
その特徴	① EU データ指令とスペイン「Data Protection Act」がベース。 ② 適切なデータ保護を行わない国への個人情報移転禁止
監督機関等	National Directorate for the Protection of Personal Data(個人データ保護局)(2003年6月最初の行政処分実施)
個別法・関連法	①クレジットカード、銀行、医療分野の法律に個人情報保護条項が含まれる。
特記事項・動向	① EU はアルゼンチンを adequate と判定(中南米地域では初めて)。
備考	

国・地域名	韓国
個人情報保護に関する包括法等	民間部門の包括法はまだない。
その特徴	
監督機関等	独立した監督機関はない。
個別法・関連法	・ ①通信の秘密保護法(1993) ・信用情報の保護と使用に関する法律(1995) 大手クレジットカード会社が顧客の同意なく保険会社に顧客情報を提供していたことにより罰金刑を適用。 ②電子商取引基本法(1999,2005) 電子商取引に関する安全性の確保、消費者対応について規定。 ③情報通信ネットワークの利用とデータ保護の促進に関する法律 (Act on Promotion of Information and Communications Network Utilization and Data Protection) (2000) 通信事業者、メディア事業者、ホテル、旅行代理店、航空会社等に対し共通の公正情報原則を規定。2004年 DM 業者68社に罰金刑。
特記事項・動向	① 情報通信部が個人情報紛争調停委員会 (Personal Information Dispute Mediation Committee) を 2001/12 に開設、非拘束の調停を実施。 ② 韓国情報通信協会 (KAIT) がプライバシーマーク制度を制定
備考	

国・地域名	日本
個人情報保護に関する包括法	個人情報の保護に関する法律【2003 成立、2005 施行】
その特徴	・ 電子データ、非電子データ双方を対象 ・ 情報主体による開示請求権（手数料徴収可） ・ 委託先監督責任 ・ 懲役、罰金の行政罰（間接罰） ・ 小規模事業者適用除外の特例あり ・ 越境規制の規定なし ・ 行政部門は別の法律で規定（＝セクトラル式）
監督機関等	各省庁が分担（全業種横断の専門的な監督機関はない）
個別法・関連法	（省略）
特記事項・動向	・ 各省庁が業界ごとにガイドラインを作成し公表。 ・ 法施行以降勧告実績が数例、罰金・懲役事例はない。 ・ ファイル共有ソフト Winny を介した情報漏洩頻発 ・ プライバシーマーク取得事業者の急増と JIS Q 15001 改訂
備考	

4. 個人情報保護方針に関するホームページ表記内容調査

E COM個人情報保護WGでは昨年度に引き続きE COM会員企業および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ネット販売事業者の2つのグループについての個人情報保護に関わるホームページ上での記載状況について目視調査を行った。

調査項目は昨年度と同様に「個人情報保護方針（プライバシーポリシー）」掲載の有無やその内容、（本人からの）個人データの開示請求手続の細目、クッキーの利用状況、プライバシーマークの取得状況などであるが、「保護法」スタート時点と比較してどのように変化したかについて明らかにしようとしたものである。E COM会員企業についていえば「個人情報保護方針（プライバシーポリシー）」についてはすでに大半の会員企業で掲示されていたがこの1年でその記載内容については一層充実が進んでおり、また、プライバシーマーク取得事業者も全体の46%を占めた。

ネット販売事業者についてはSOHOなど小規模事業者が多いため表記状況についてもE COM会員企業グループに比べ遅れが目立つが着実に整備が進んでいる。

以下、次ページ以降に調査結果としてE COM会員企業分（昨年度との比較を含む）、ネット販売事業者分（昨年度との比較を含む）、E COM 会員企業・ネット販売事業者比較を掲載する。

4.1 ECOM会員企業のHP表記調査

4.1.1 ECOM会員企業のHP表記調査概要

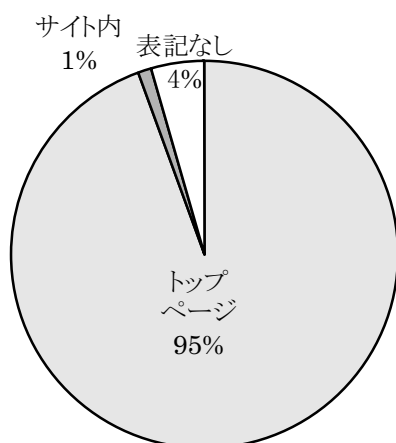
- (1) 調査方法：ECOM 会員企業のホームページ目視
- (2) 調査日程：2006 年 4 月 25 日～5 月 2 日
- (3) 調査数：162 社（一般企業に限定、業界団体等は調査対象から除外。）

	05 年・06 年 2 年連続	06 年度のみ	合計
2006 年度	124 社(77%)	38 社(23%)	162 社
2005 年度			132 社

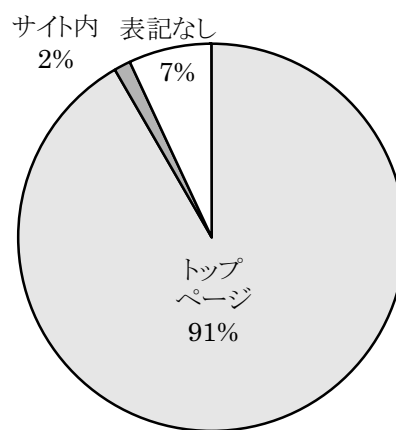
4.1.2 プライバシーポリシーの記載

(1) ホームページ上に表記している企業

【2006 年度】全体=162 件



【2005 年度】全体=132 件



- 表記している企業：96%、155 社（2005 年度 93%、+3 ポイント）
- トップページに表記：95%、153 社（2005 年度 91%、+4 ポイント）

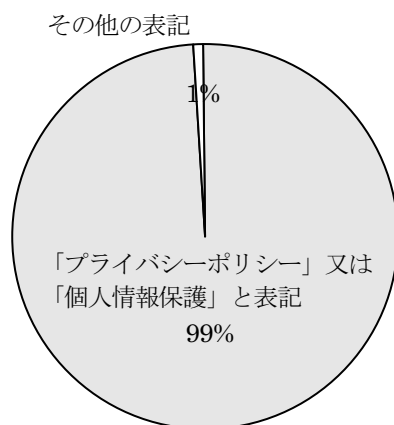
<調査結果>

ホームページ上に何らかの形で個人情報保護方針（プライバシーポリシー）に関する記載がある企業は、昨年の 93%から 96%に増加している。既に相当高い水準に達しているため改善度合は鈍化している。

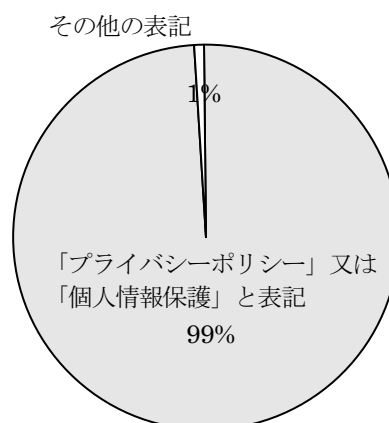
ホームページ閲覧者（来訪者）に個人情報取扱事業者のプライバシーポリシーの有無等を容易に確認させる上で、トップページから 1 回のクリックでアクセスできることは極めて重要である。

(2) プライバシーポリシーの表記

【2006 年度】 全体=155 件



【2005 年度】 全体=123 件



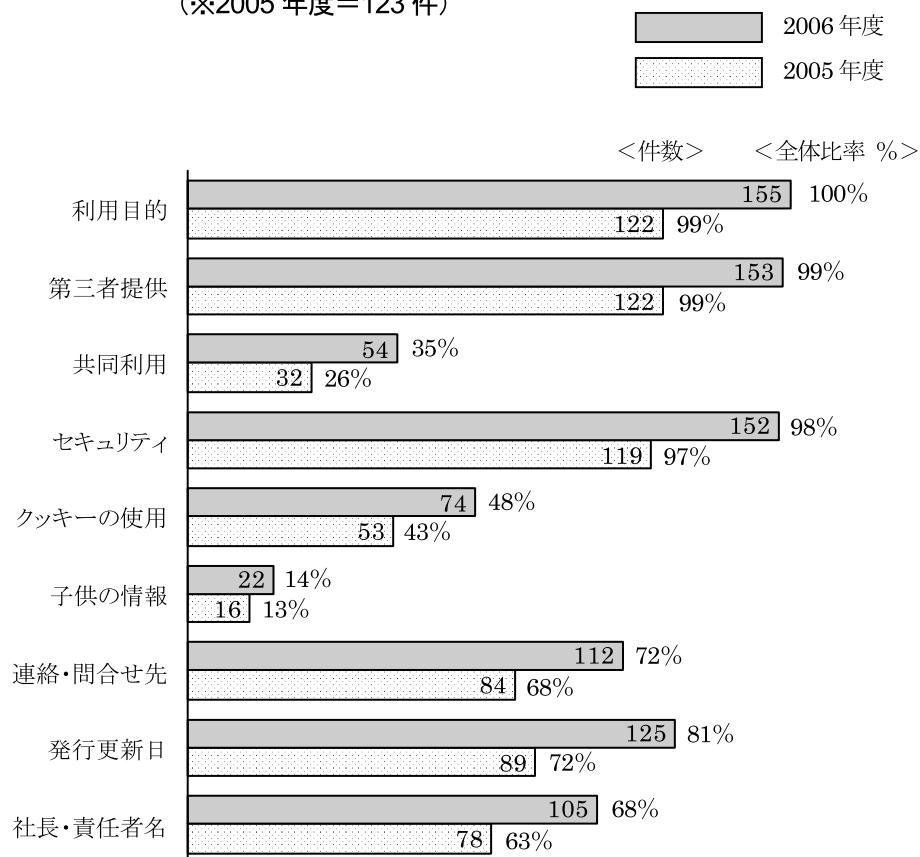
- 「プライバシーポリシー」または「個人情報保護」と表記：99%
(2005 年度 99%)
- その他の表記：「情報資産保護」(※1 社のみ)

<調査結果>

大半の事業者はホームページ上で「プライバシーポリシー」「個人情報保護方針」との文言で表示し、その存在を明確に知らせている。1 社のみ「情報資産保護」との用語を使っているが個人情報のみならず情報資産全般についての保護方針を言明している。

(3) 盛り込まれている内容（全体＝155 件）

（※2005 年度＝123 件）



- 利用目的 : 100% (2005 年度 99%、+1 ポイント、+33 社)
- 第三者提供 : 99% (2005 年度 99%、+31 社)
- 共同利用 : 35% (2005 年度 26%、+9 ポイント、+22 社)
- セキュリティ : 98% (2005 年度 97%、+1 ポイント、+33 社)
- クッキーの使用 : 48% (2005 年度 43%、+5 ポイント、+21 社)
- 子供の情報 : 14% (2005 年度 13%、+1 ポイント、+6 社)
- 連絡・問合せ先 : 72% (2005 年度 68%、+4 ポイント、+28 社)
- 発行・更新日 : 81% (2005 年度 72%、+9 ポイント、+36 社)
- 社長・責任者名 : 68% (2005 年度 63%、+5 ポイント、+27 社)

<調査結果>

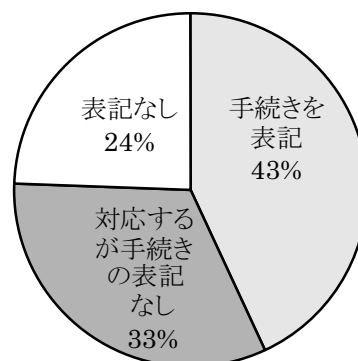
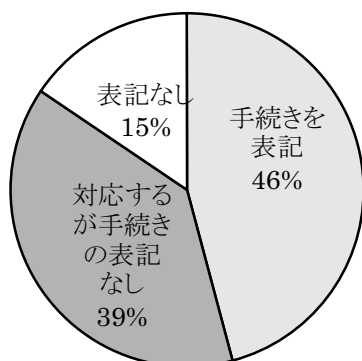
プライバシーポリシーに含まれる内容についてはすべての項目で昨年度の記載率を上回っており、より詳細な書き方が浸透しつつある。利用目的・第三者提供の有無・セキュリティに関する事項は、ほとんどの企業で表記しており今後はどの程度具体的な（信頼を得られやすい）書き方になるのかに関心が高まろう。発行・更新日に関しては、81%が表記しており昨年度より 9 ポイント増えている。

共同利用に関する表記は 35%と低いですが、昨年度より 9 ポイント増えており明確に共同利用スキームをアピールする事業者が増えてきている。また、プライバシーポリシー管理責任者（社長を含む）の表記は増加傾向にあるがまだ 68%にとどまっている。

(4) 個人情報の開示等の手続きについて

【2006 年度】 全体＝155 件

【2005 年度】 全体＝123 件

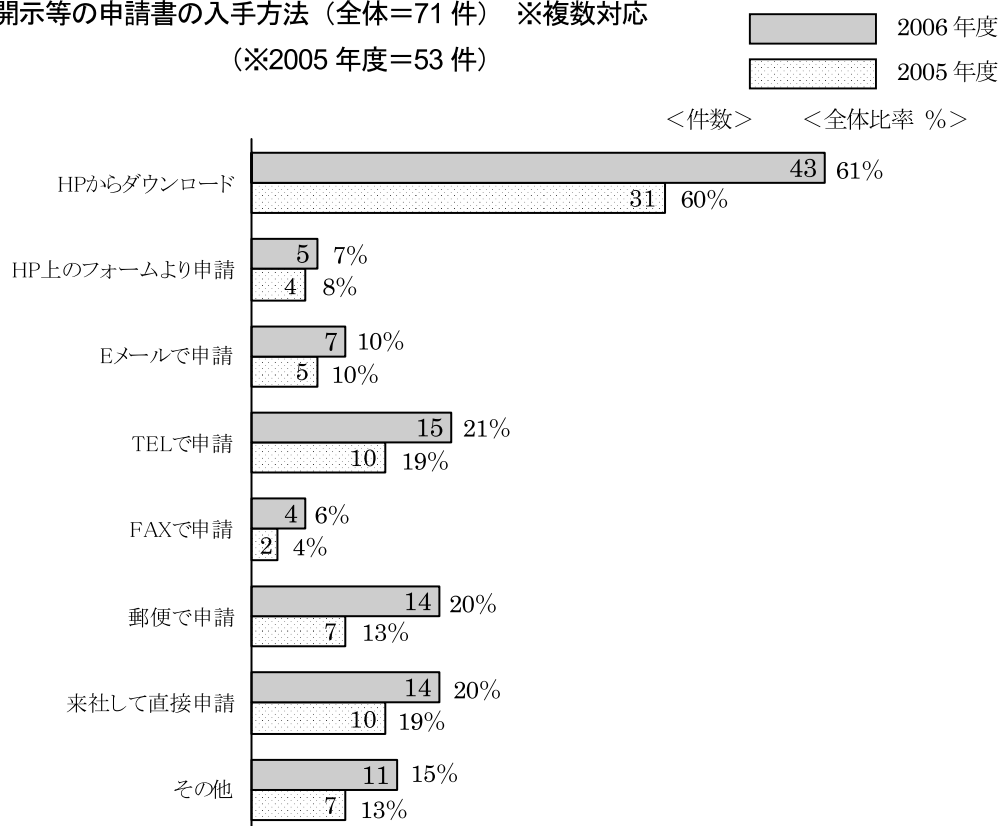


- 開示手続きまで詳細に表記している : 46%、71 社
(2005 年度 43% +3 ポイント、53 社 +18 社)
- 開示等の要求に対応すると表記しているが、
手続きまでは具体的に、表記していない : 39%、60 社
(2005 年度 33% +6 ポイント、40 社 +20 社)
- 開示等に対する表記なし : 15%、24 社
(2005 年度 24% ▲9 ポイント、30 社 ▲6 社)

<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は 85%あるが、手続きまで具体的に表記している企業は 46%にとどまっている。この調査項目については、この 1 年大きな変化はなかった。

① 開示等の申請書の入手方法（全体＝71 件） ※複数対応
（※2005 年度＝53 件）



- その他の表記：「窓口の定める方法」、「最寄の営業所へ」、「TEL で問合せ」

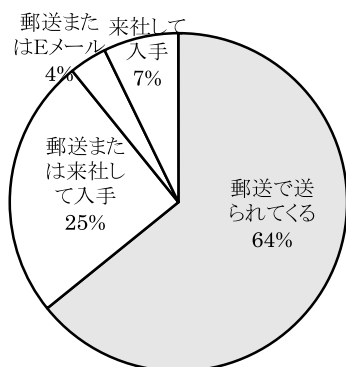
<調査結果>

消費者にとって選択の幅が広がっていることは望ましいが、なんといってもECの利用者（消費者）にとって利用しやすいのはホームページからダウンロードできる方法であろう。当該方法を提供している事業者は61%となっているがさらに普及することを望みたい。来社での対応を不可とする企業も多いが、来社対応可としている企業も、金融・電力関係を中心に存在する。

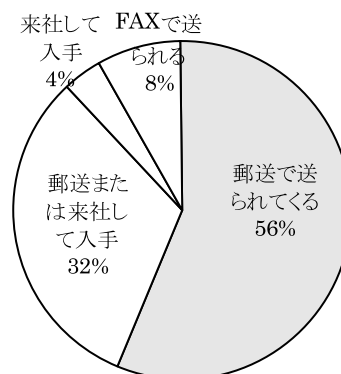
② 申請書の入手方法（ホームページ上に申請書がない場合）（全体＝28 件）

（※2005 年度＝22 件）

【2006 年度】



【2005 年度】

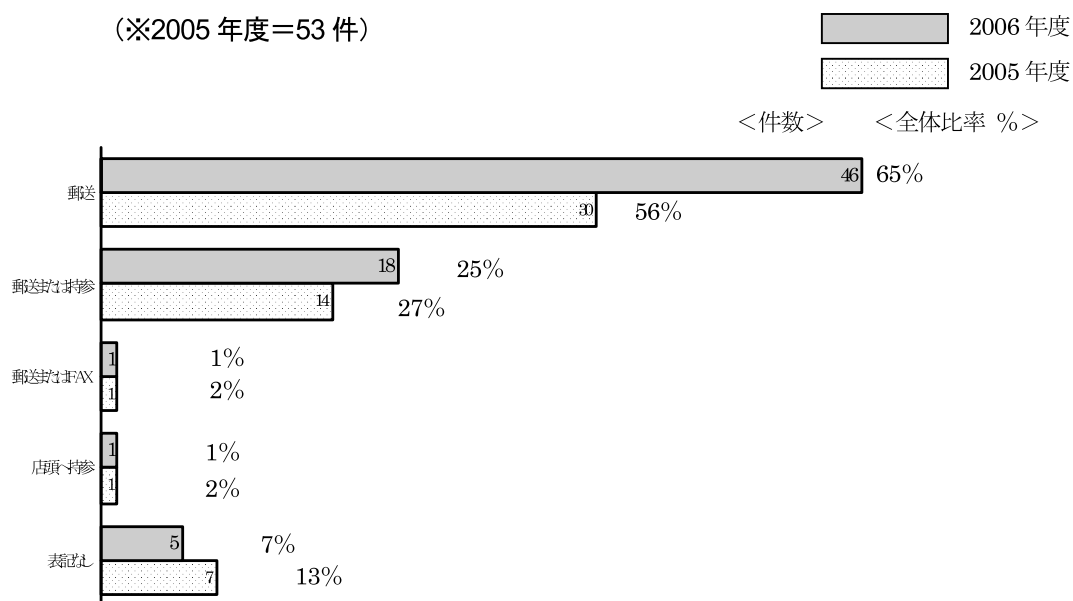


<調査結果>

ホームページから申請書がダウンロードできない場合、郵送または来社およびEメールで入手するが 93%を占めているが、このあたりは昨年度と大きな変化はない。

③ 申し込み方法（全体＝71 件）

（※2005 年度＝53 件）



表記なし：「窓口にお問い合わせ」

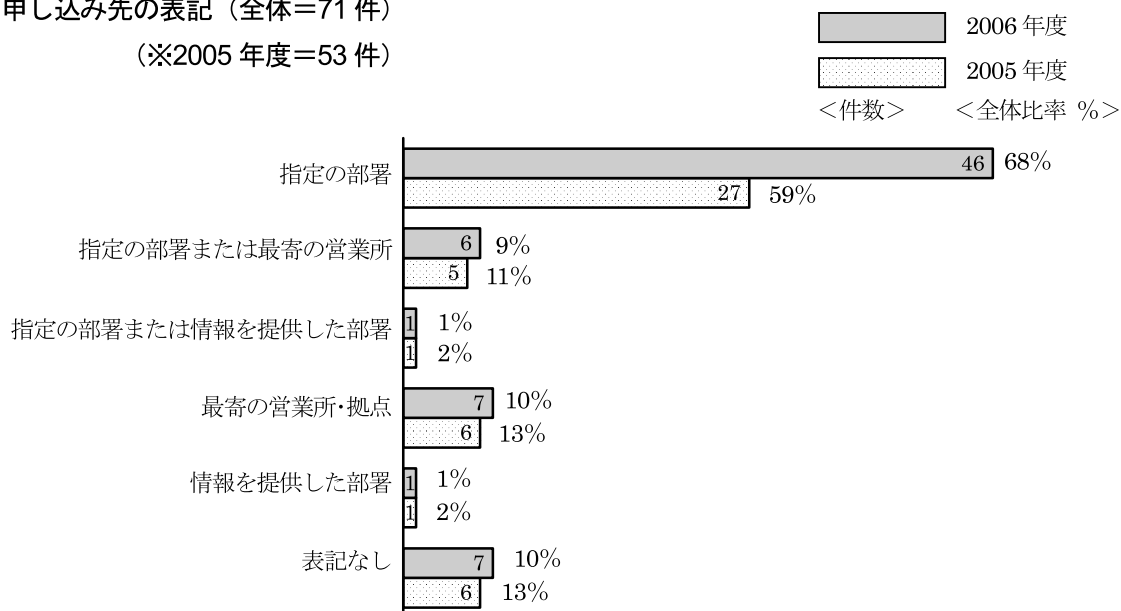
<調査結果>

「郵送」が「持参」を抑えて高い支持を得ており、今後のこの傾向は続く見通しである。申し込み方法を具体的に表記していない例は依然 7%（2005 年度比▲6 ポイント）あるが、可能な限り具体的な表記が望まれる。

また、本人確認のための資料類（免許証・保険証等）を同封または持参といった表記は、全ての企業でかなり明確に記載されている。

④ 申し込み先の表記（全体＝71 件）

（※2005 年度＝53 件）



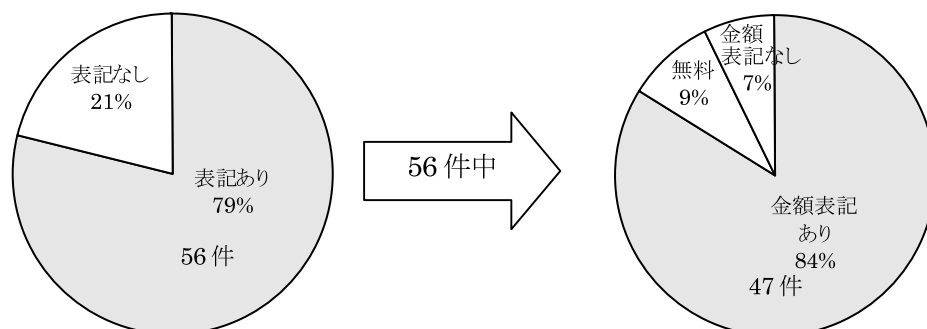
● 指定の部署合計：53 件、全体比率 75%（2005 年度：33 件、全体比率 72%）

<調査結果>

申し込み先の表記に関しては、ほとんどの事業者が明記しており、専門のセクションを指定するケースが増えている。表記のない企業もまだ 7 件（10%）残されているが早期に表記されることが望まれる。

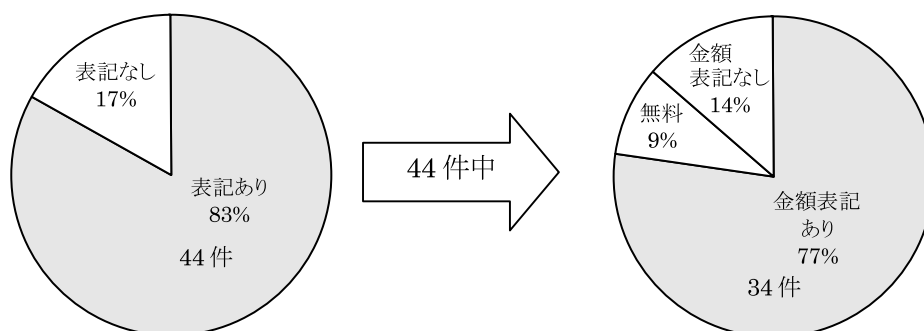
⑤ 手数料の表記

【2006 年度】 全体=71 件



- 金額表示あり：56 件 79%（2005 年度 44 件 +12 件）
- 金額表記がない場合の表現：
⇒ 「実費」、「当社所定」、「合理的な範囲」、「申請の際回答」
- 無料：5 件（表記例：「原則不要」、「原則無料」、「当面無料」、「無料」）

【2005 年度】 ※全体=53 件

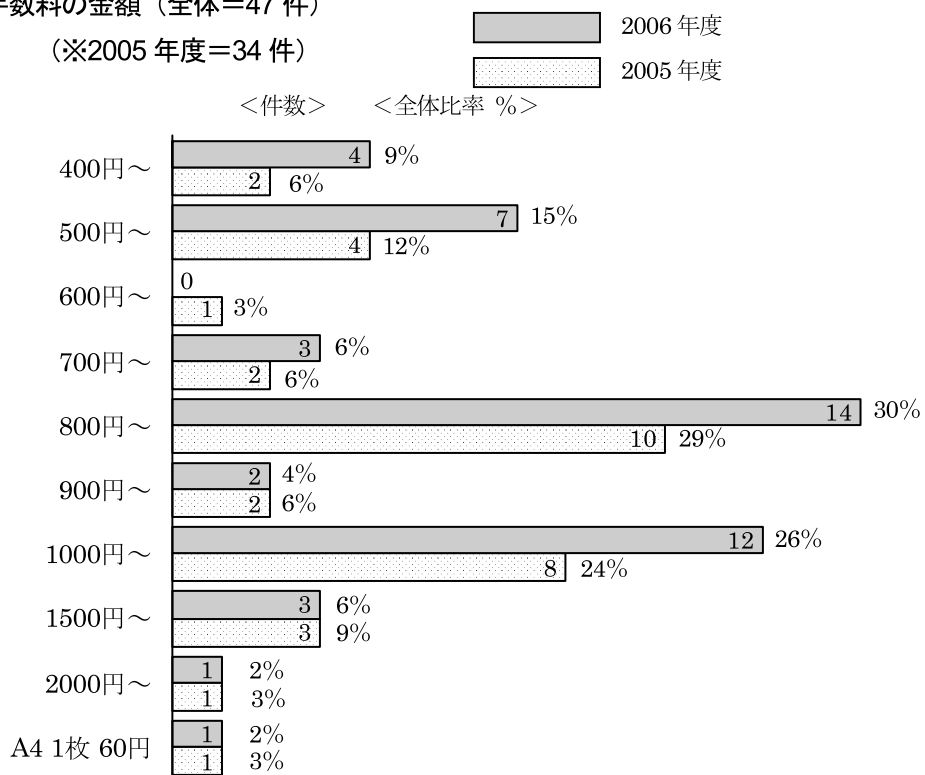


＜調査結果＞

手数料について表記あるいは金額表示をしている事業者は着実に増えており 56 件（79%）となっている。金額については「実費」「当社所定」といった抽象的な表現も見られるが、金額そのものを明確に表記していくことがより親切な対応といえるだろう。

⑥ 手数料の金額（全体＝47 件）

（※2005 年度＝34 件）

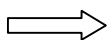
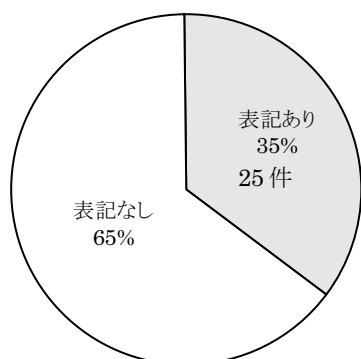


<調査結果>

手数料の金額については、800 円から 1,000 円台が最も多いがこれは全て郵送料込みの手数料であるため妥当な水準といえよう。支払い方法としては半数以上が手数料相当分の郵便切手同封となっている。

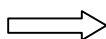
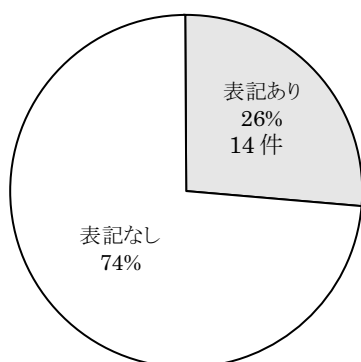
⑦ 回答期限の表記

【2006 年度】 全体＝71 件



5 営業日	1 件
1 週間	2 件
10 営業日	10 件
14 営業日	1 件
15 営業日	1 件
2 週間	9 件
1 ヶ月	1 件

【2005 年度】 ※全体＝53 件



5 営業日	1 件
10 日以内	1 件
10 営業日	5 件
14 営業日	1 件
15 営業日	1 件
2 週間	4 件
1 ヶ月	1 件

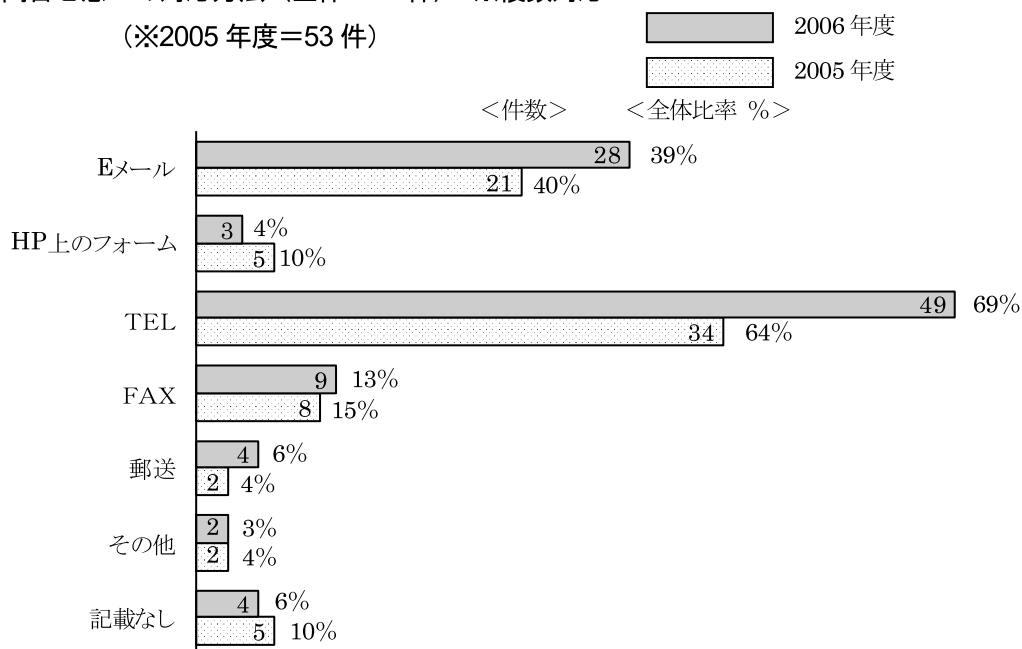
<調査結果>

回答期限を表記している企業は 2005 年度に比べ 11 社増加し 25 社となっているが、全体から

見ると 35%にとどまっている。今後開示請求事例が増えてれば、具体的に回答期限の表記も増えてくるものと考えられる。なお回答期限については 2 週間ないしは 10 営業日とする事業者が大半を占める。

⑧ 問合せ窓口の対応方法（全体=71 件） ※複数対応

（※2005 年度=53 件）



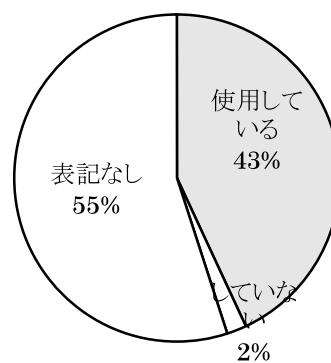
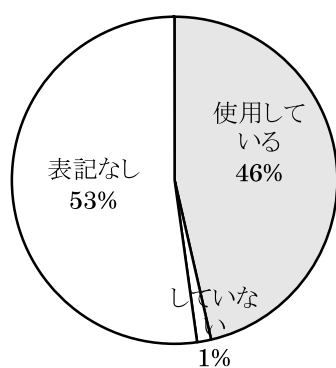
<調査結果>

開示等の手続きに関する問合せ窓口の対応方法については、担当部署の電話番号と E メールアドレスの表記が多い。しかし、全く記載のない企業も 6%あり、何らかの改善が望まれる。

(5) プライバシーポリシーを表記している企業のうち、クッキーを使用している割合

【2006 年度】 全体=155 件

【2005 年度】 全体=123 件



- クッキーを使用していると表記 : 46% (2005 年度 43%、+3 ポイント)
- 使用していないと表記 : 1% (2005 年度 2%、▲ 1 ポイント
但し社数は同じ 2 社)
- 表記なし : 53% (2005 年度 55%、▲2 ポイント)

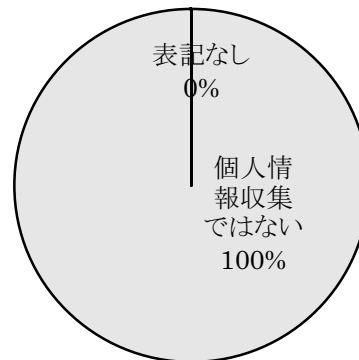
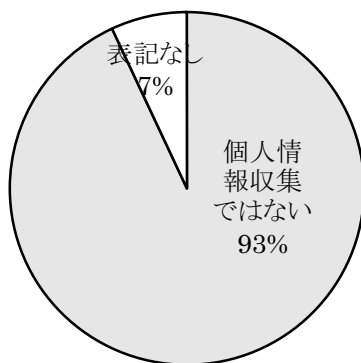
<調査結果>

クッキーに関しては、「使用している」が 46% を占め、昨年度より 3 ポイント増えている。表記率は高まっているが、クッキーを使用しているのであれば、その使用目的、望まない場合にそれを無効にする方法等の記載が求められよう。

(6) クッキー使用の目的

【2006 年度】 全体＝72 件

【2005 年度】 全体＝53 件



- クッキー利用は個人情報収集ではないと表記：93%（2005 年度 100%）

<調査結果>

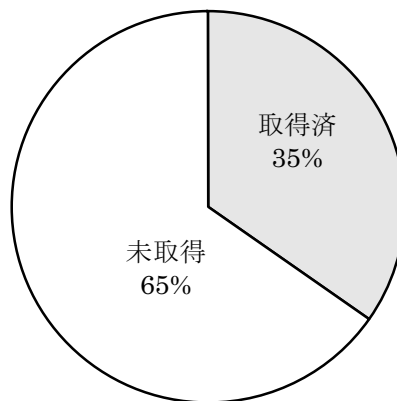
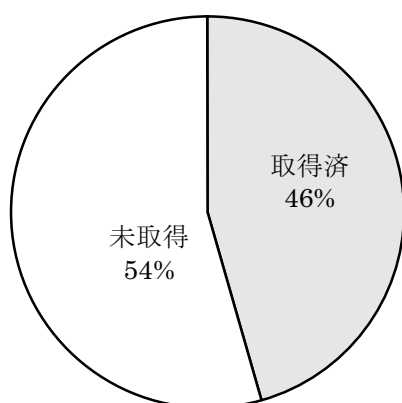
クッキーの使用の目的は、あくまでもサイト訪問者の利便性向上やサイト構成の改善等に限られており、個人情報の収集や個人情報と結び付けて使用している例は少ないが、消費者に無用の疑念を抱かせないためにも利用目的は明確に表記することが望まれる。

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企業の比率（関連会社含む）

【2006 年度】 全体=162 件

【2005 年度】 全体=132 件



- 取得企業：74 社、46%（2005 年：35%、+11 ポイント）

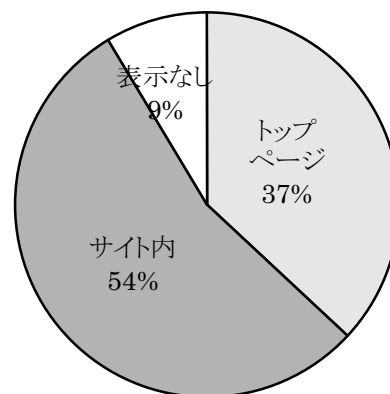
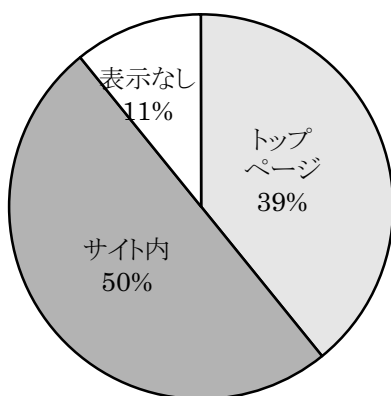
<調査結果>

プライバシーマーク取得企業は 74 社で、昨年度より 28 社増加した。プライバシーマーク取得事業者総数は昨年度 1 年間で約 2 倍半になっておりここでもその勢いが見て取れる。

(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

【2006 年度】 全体=74 件

【2005 年度】 全体=46 件



- トップページ表記：29 社、39%（2005 年：17 社、37%、+2 ポイント）
- サイト内に表記：37 社、50%（2005 年：25 社、54%、▲4 ポイント）
- 表示なし：8 社、11%（2005 年：4 社、9%、+2 ポイント）

<調査結果>

プライバシーマーク取得事業者のうち、ホームページ上でマークそのものを確認できたのは 66 社、確認できなかったのは 8 社であった。プライバシーマーク取得を強くアピールするためにもトップページでの表記が望まれる。

4. 全体を通して

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は進んでいる。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。開示対応については実際の請求件数が大方の予想を下回ったためか、記載内容に大きな改善は見られなかった。依然情報漏洩事故が続発しているが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HP上でもさらに具体的な実施策をアピールしていくに留意すべきであろう。

以 上

4.2 ネット販売事業者のHP表記調査

4.2.1 ネット販売事業者のHP表記調査概要

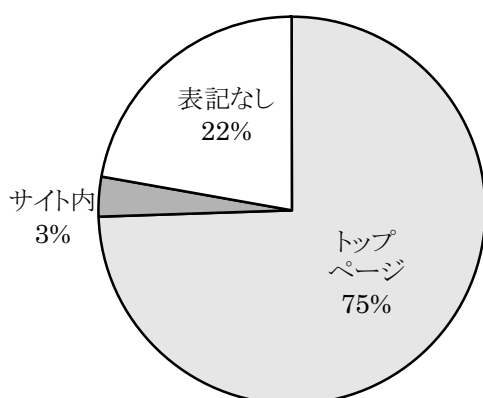
- (1) 調査方法：オンラインショッピングトラストマークを取得しているネット販売事業者のホームページ目視
- (2) 調査日程：2006年5月2日～5月10日
- (3) 調査数：235社（1社で複数のホームページがある場合は、1社とカウント）

	05年・06年 2年連続	06年度のみ	合計
2006年度	204社(87%)	31社(13%)	235社
2005年度			237社

4.2.2 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事業者

【2006年度】全体=235件



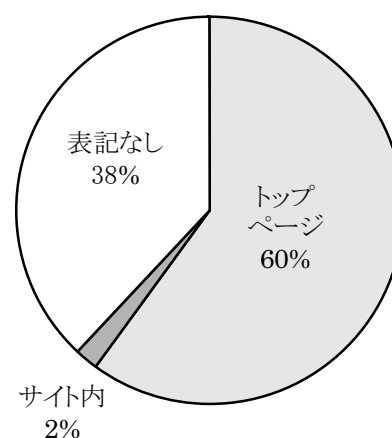
- 表記している事業者：78%、183社

(2005年度 62% +16ポイント、146社 +29社)

- トップページに表記：75%、175社（※サイト内に表示：8社）

(2005年度 60% +15ポイント、142社 +33社)

【2005年度】全体=237件



<調査結果>

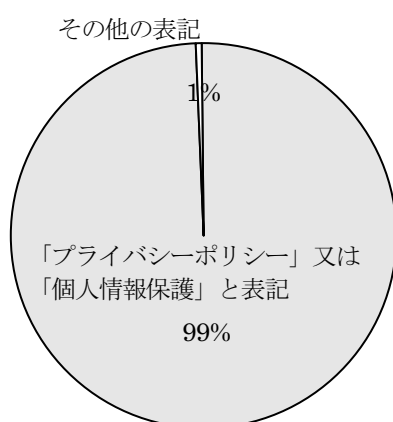
ホームページ上に何らかの形でプライバシーポリシーに関する記載がある事業者は、78%（183

社) となり、2005 年度より 16 ポイント 29 社増えている。消費者が安心してインターネット通信販売を利用できるためにも、今後この比率がより高まることが望まれる。

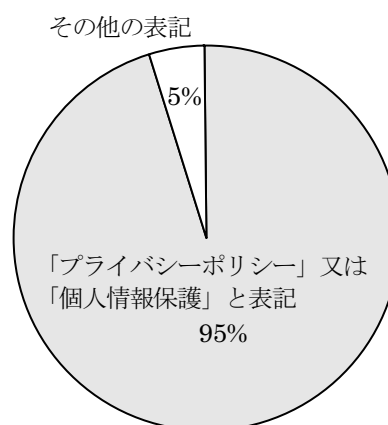
ホームページ閲覧者に個人情報取扱事業者の個人情報保護方針（プライバシーポリシー）を容易に確認させる上で、トップページに何らかの表示（リンクボタン）を行うことは極めて重要である。多くの事業者でトップページにリンクボタンを表示しているが、なかには会員登録画面で初めてプライバシーポリシーを見ることができる、あるいは特定商取引法による法定事項と併せてプライバシーポリシーを記載している例も散見される。

(2) プライバシーポリシーの表記

【2006 年度】 全体＝183 件



【2005 年度】 全体＝142 件



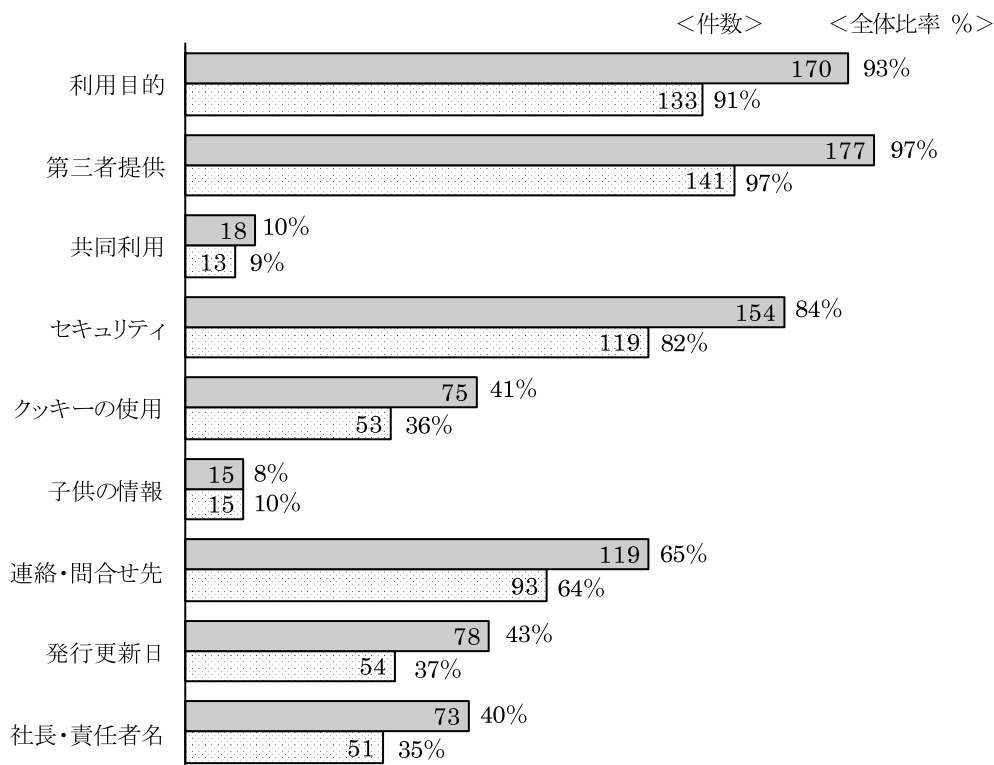
- 「プライバシーポリシー」または「個人情報保護」と表記：99%（182 社）
(2005 年度 95% +4 ポイント、139 社 +43 社)
- その他の表記：「初めての方へ」（1 社）

<調査結果>

ホームページ閲覧者にプライバシーポリシーの有無等を確認させるためには、「プライバシーポリシー」「個人情報保護方針」との文言で表示し、その存在を明確に知らせることが重要であるが、99%の事業者が実現しており、保護法が着実に浸透していることをうかがわせる。

(3) 盛り込まれている内容（全体＝183 件）
（2005 年度＝142 社）

2006 年度
2005 年度



- 利用目的 : 93% (2005 年度 91%、+2 ポイント、+37 社)
- 第三者提供 : 97% (2005 年度 97%、+0 ポイント、+36 社)
- 共同利用 : 10% (2005 年度 9%、+1 ポイント、+5 社)
- セキュリティ : 84% (2005 年度 82%、+2 ポイント、+35 社)
- クッキーの使用 : 41% (2005 年度 36%、+5 ポイント、+22 社)
- 子供の情報 : 8% (2005 年度 10%、▲2 ポイント、+0 社)
- 連絡・問合せ先 : 65% (2005 年度 54%、+1 ポイント、+26 社)
- 発行・更新日 : 43% (2005 年度 37%、+6 ポイント、+24 社)
- 社長・責任者名 : 40% (2005 年度 35%、+5 ポイント、+22 社)

<調査結果>

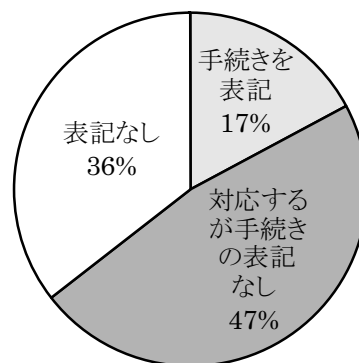
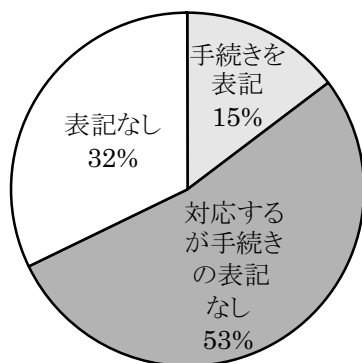
プライバシーポリシーに含まれる内容では、大半の項目について 2005 年度に比べ、記載率が高まっており、これも保護法施行による公表意識の浸透と考えられる。

特に「利用目的」「第三者提供の有無」「セキュリティ」については高い記載率となっている。「子供からの情報の収集」と「共同利用」についての表記は少ないがこれは事業規模・事業特性によるものと推察される。「連絡・問い合わせ先」「発行更新日」等についてはさらに高い記載率を望みたい。

(4) 個人情報の開示等の手続きについて

【2006 年度】 全体=183 件

【2005 年度】 全体=146 件

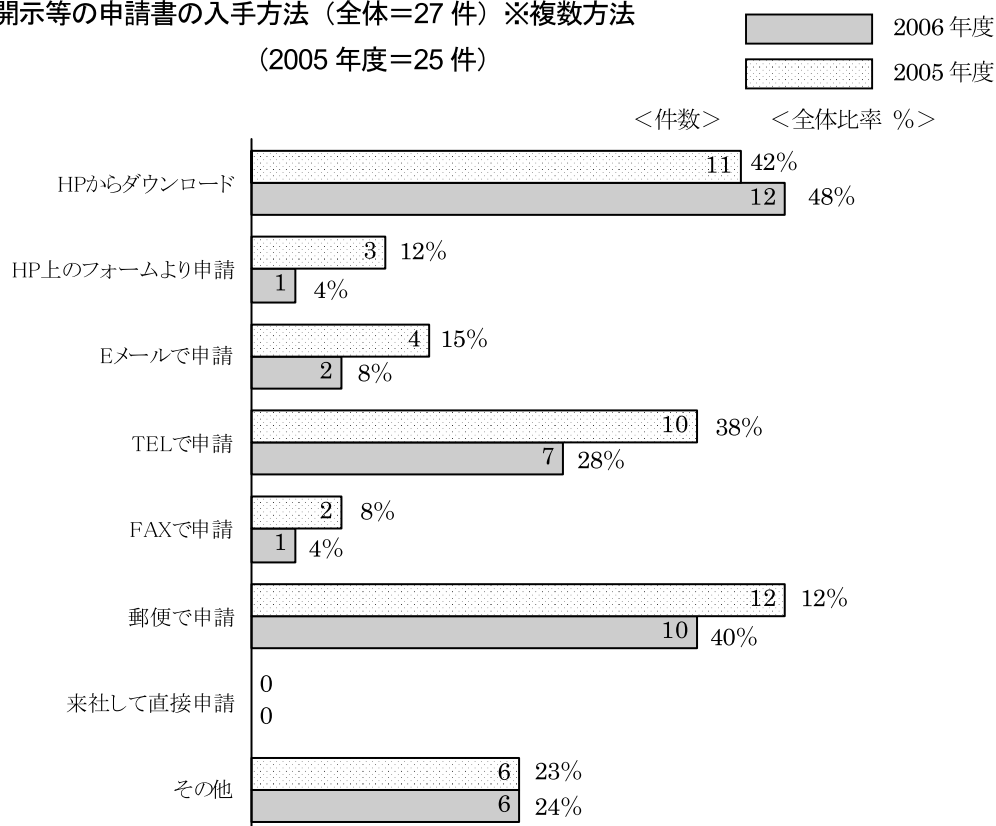


- 開示手続きまで詳細に表記している : 27 社、15%
(2005 年度 17% ▲2 ポイント、25 社 +2 社)
- 開示等に対応すると表記しているが、
手続きまで具体的には、表記していない : 97 社、53%
(2005 年度 47% +6 ポイント、69 社 +28 社)
- 開示等に対する表記なし : 59 社、32%
(2005 年度 36% ▲4 ポイント、52 社▲7 社)

<調査結果>

開示等の手続きに関して、その対応を表明している事業者は 68% (124 社) あるが、手続きまで具体的に表記している企業は 15% (27 社) にとどまっている。また表記のない企業も 32% となっている。開示等の対応は手続き方法を具体的に表記することによりはじめて信頼を得られるものと認識すべきである。

① 開示等の申請書の入手方法（全体＝27 件）※複数方法
（2005 年度＝25 件）



● その他の表記：「窓口にお問い合わせ」、「窓口にて」

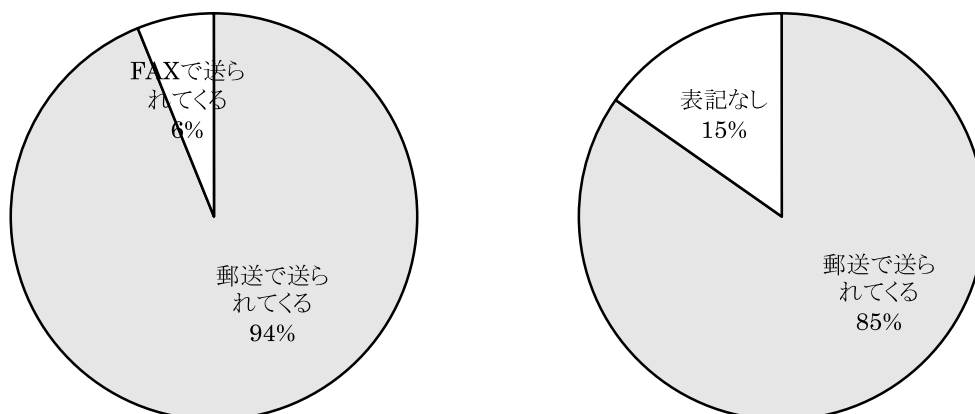
<調査結果>

申請書の入手方法は、ホームページからダウンロードできている事業者が 42%（11 社）であった。インターネット通信販売というビジネス形態からみると、この方法を主に考えていくことがEC利用者の支持を得られやすいのではないと思われる。

② 申請書の入手方法（ホームページ上に申請書がない場合）

【2006 年度】 全体＝16 件

【2005 年度】 全体＝13 件

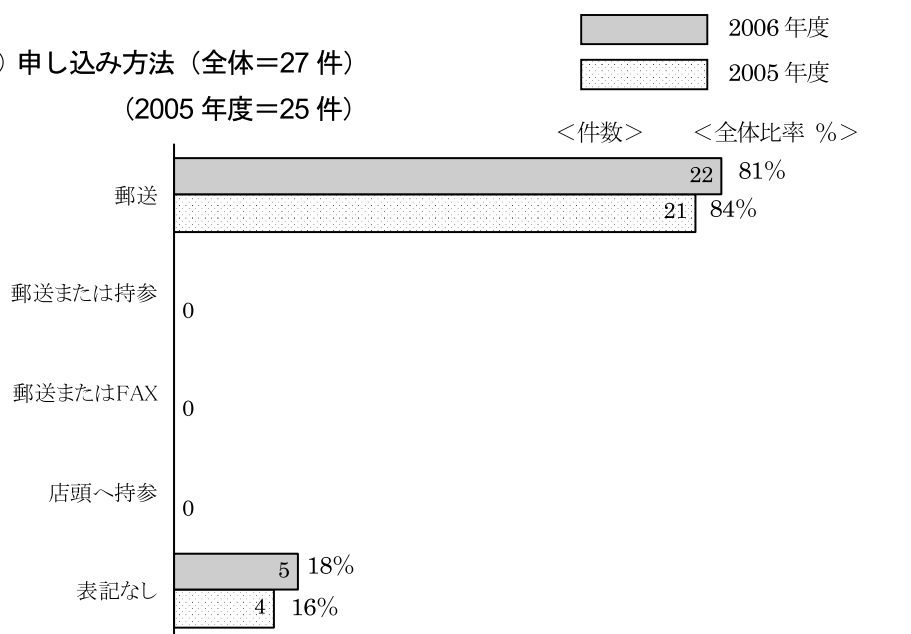


<調査結果>

ホームページから申請書がダウンロードできない場合は、郵送または FAX で送られてくる。2005 年度は表記のない例もあったが、本年度は、すべての事業者で具体的にどのような方法で入手するのかが明記されている。

③ 申し込み方法（全体＝27 件）

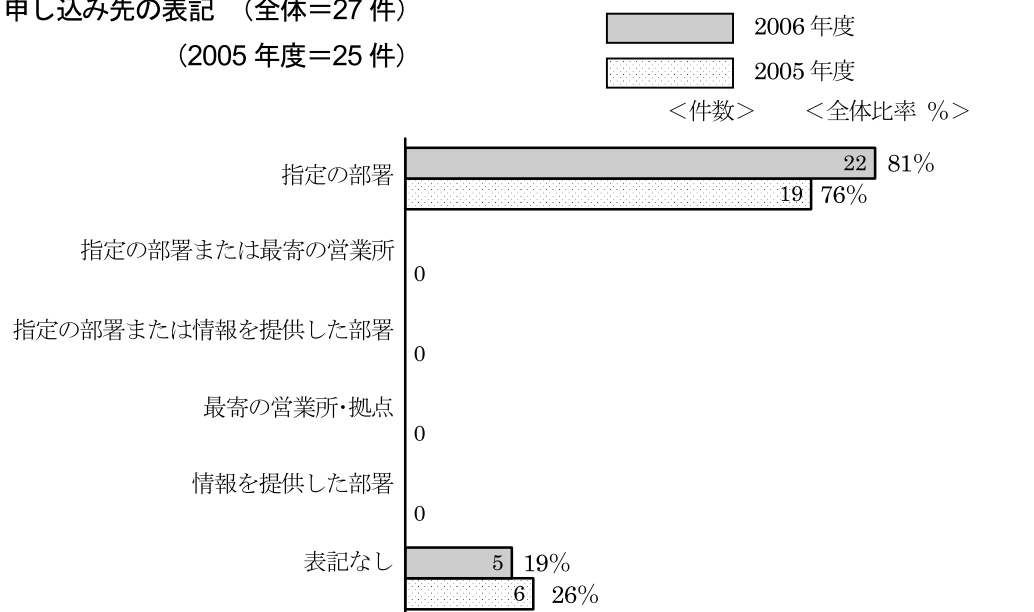
（2005 年度＝25 件）



<調査結果>

持参による申込みを認める事業者は皆無であったが、申し込み方法を具体的に表記していない例も 18%（5 件）となっている。可能な限り具体的な表記が望まれる。

④ 申し込み先の表記（全体＝27 件）
（2005 年度＝25 件）

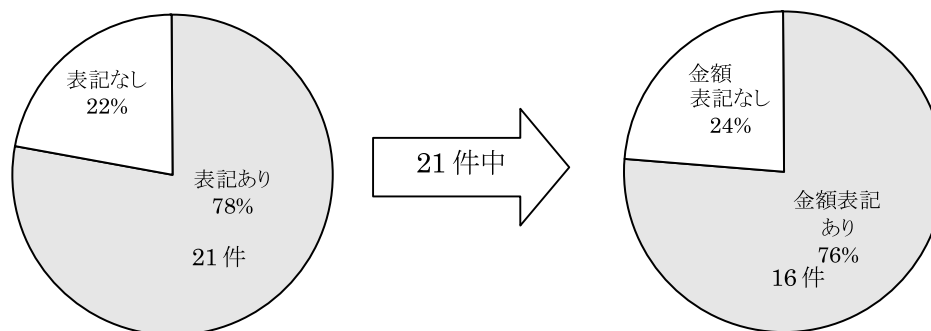


<調査結果>

申し込み先の表記に関しては、大半の事業者で明記しているが、表記のない事業者も 19%（5 件）となっている。事業者の企業規模が小さいため組織が分化していないことも考えられるが、それでも何がしかのガイドがほしいところである。

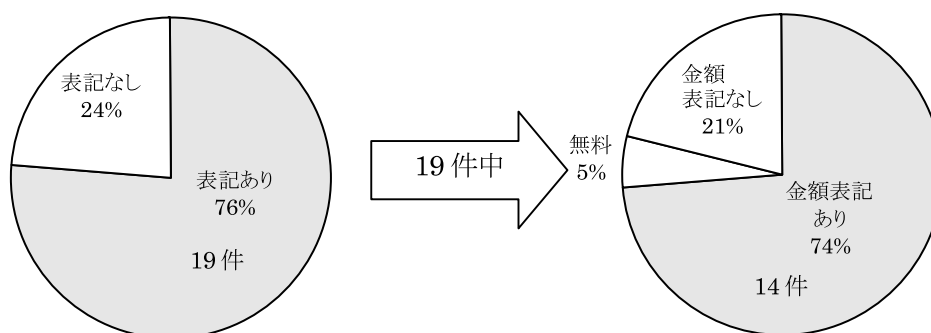
⑤ 手数料の表記

【2006 年度】 全体＝27 件



- 金額表記がない場合の表現：
⇒ 「実費」、「有料」、
- 無料：1 件（表記例：「無料」）

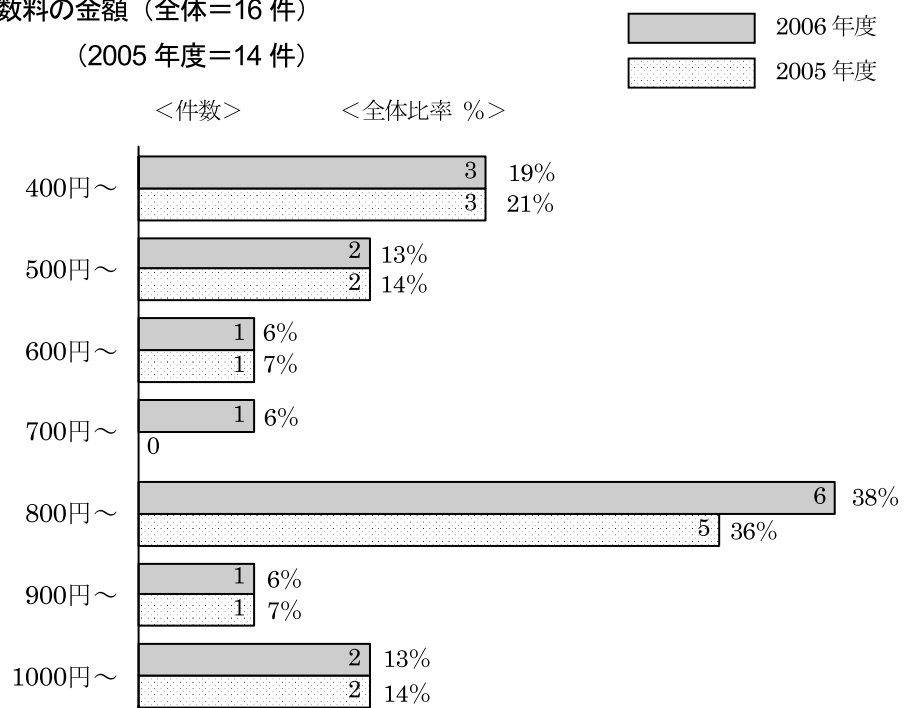
【2005 年度】 全体＝25 件



<調査結果>

手数料の記載については、昨年度と大きな変化は見られないが「無料」としていた事業者（1 社）はなくなっている。「実費」「有料」といった抽象的な表現の事業者も散見されるが、具体的に金額を表記していくことが望まれる。

⑥ 手数料の金額（全体＝16 件）
（2005 年度＝14 件）

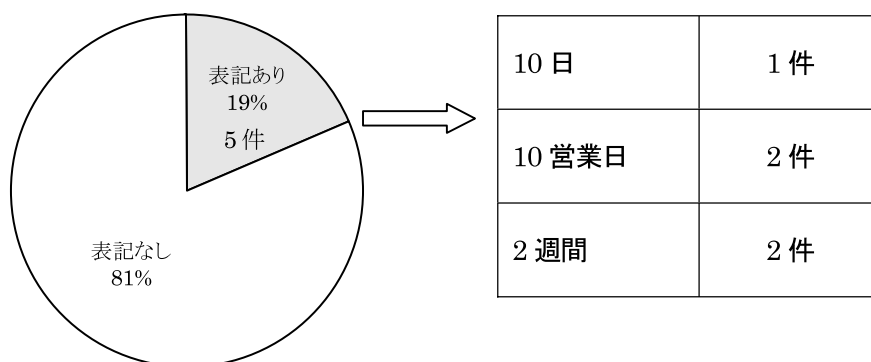


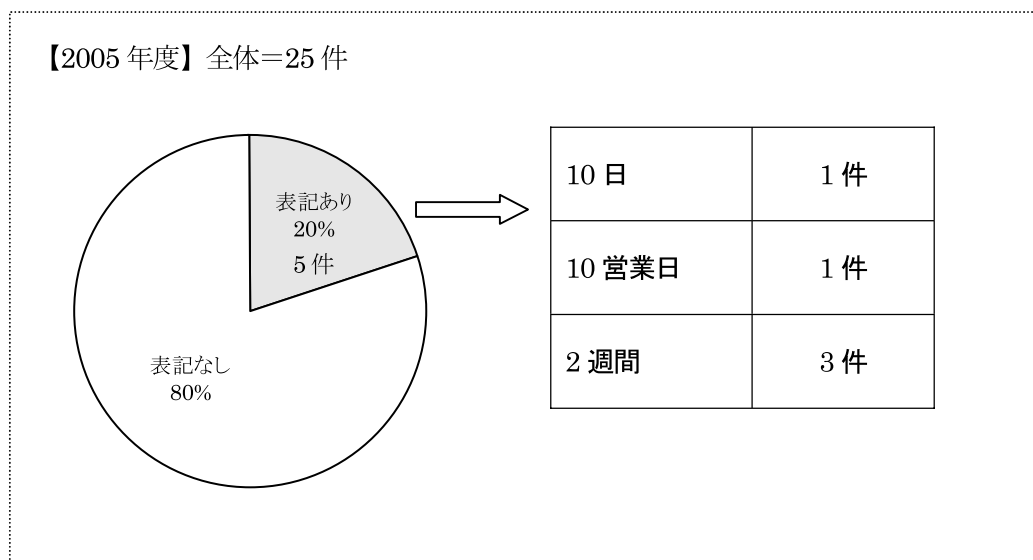
<調査結果>

手数料の金額については、800 円台が最も多いが 500 円以下とする事業者も相当数見られる。
また支払い方法については半数以上が手数料相当分の郵便切手同封としている。

⑦ 回答期限の表記

【2006 年度】全体＝27 件

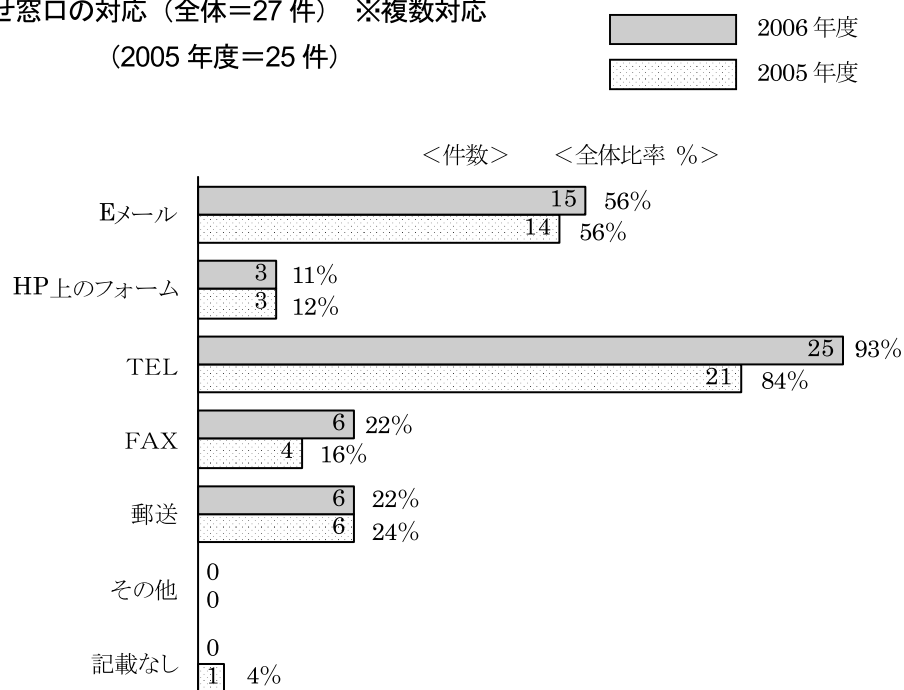




<調査結果>

回答期限を表記している事業者は 19%（5 件）とまだ少数であるが表記事業者だけで見ると回答期限は 2 週間（または 10 営業日）とするところが多い。今後開示等の請求事例が増えてくると、具体的に回答期限の表記も増えてくるものと考えられる。

⑧ 問合せ窓口の対応（全体=27 件） ※複数対応 （2005 年度=25 件）



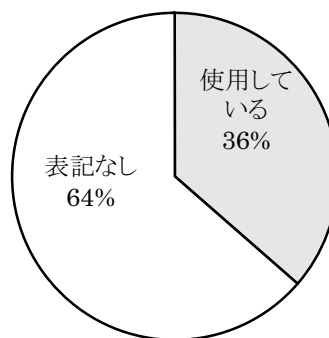
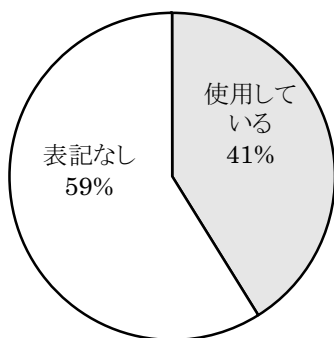
＜調査結果＞

開示等の手続きに関する問合せ窓口の対応では、担当部署の電話番号と E メールアドレスの表記が多い。また本年度は、すべての事業者で表記されている。

(5) プライバシーポリシーを表記している事業者のうち、クッキーを使用している割合

【2006 年度】 全体=183 件

【2005 年度】 全体=142 件



- クッキーを使用していると表記 : 41% (75 件)
(2005 年度 36% +5 ポイント、53 件 +22 件)
- 表記なし : 59% (108 件)

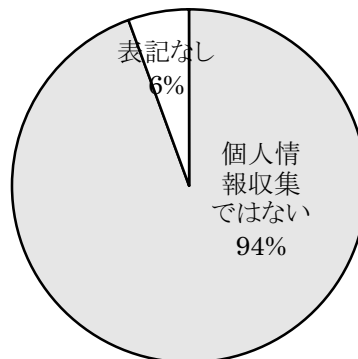
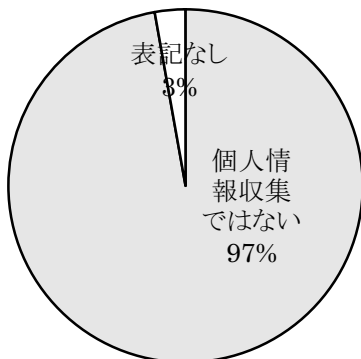
＜調査結果＞

クッキーに関しては、「使用している」が 41%で、2005 年度に比べ 5 ポイント高くなっている。もしクッキーを使用しているのであれば、その使用目的、望まない場合にそれを無効にする方法等の表記が望まれる。

(6) クッキー使用の目的

【2006 年度】 全体=75 件

【2005 年度】 全体=53 件



- クッキー利用は個人情報収集ではないと表記：97%（2005 年+3 ポイント）

<調査結果>

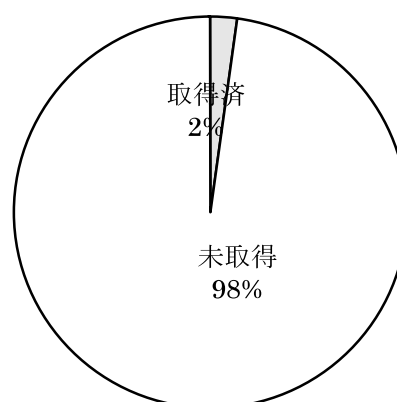
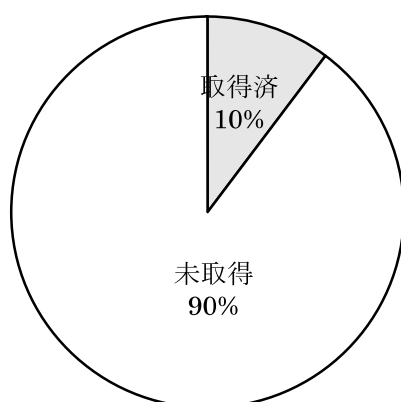
クッキーの使用の目的は、あくまでもサイト訪問者の利用性向上等に限られており、個人情報の収集や個人情報と結び付けていない事業者が大半である。One to One マーケティングの遂行のためクッキーを使うのであればその使用目的、使用方法を明記することが必要である。

4.2.3 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）

【2006 年度】全体=235 件

【2005 年度】全体=237 件



- 取得事業者：10%、24 件（2005 年度 2% +8 ポイント、5 件 +19 件）

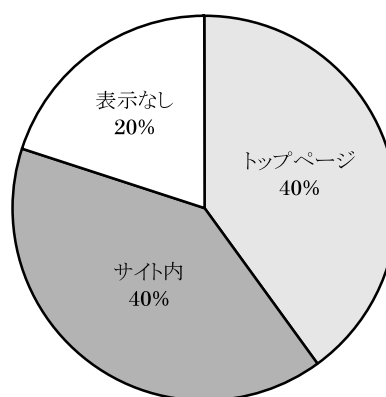
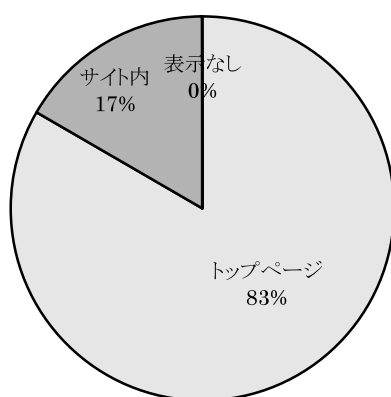
<調査結果>

プライバシーマーク取得事業者は 10%（24 社）で、昨年度の 5 倍近くになっている。事業規模が比較的小さいこの分野でもその普及が急速に進んでいることは注目に値する。

(2) プライバシーマークをトップページに表記している事業者の比率

【2006 年度】 全体＝24 件

【2005 年度】 全体＝5 件



- トップページ表記 : 20 件
- サイト内に表記 : 4 件

<調査結果>

プライバシーマーク取得事業者のうち、ホームページ上でマークを確認できたのは 24 社。そのうちトップページで確認できたのは 20 社、サイト内で確認できたのは 4 社となっている。プライバシーマーク取得を強くアピールするためにトップページでのマーク掲示を実行、すべての取得事業者がHP上で表示を行っている。

4.2.4 全体を通して

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はこの1年で着実に改善が進んでいる。一方開示対応については大きな進展が見られなかったが実際に開示請求が社会全体で予想されたほどなかったことが影響しているかも知れない。ネット販売事業者は一般に企業規模も小さく社会的信用も相対的に低いためHP上での分かりやすい表示は大きな意義がある。

以 上

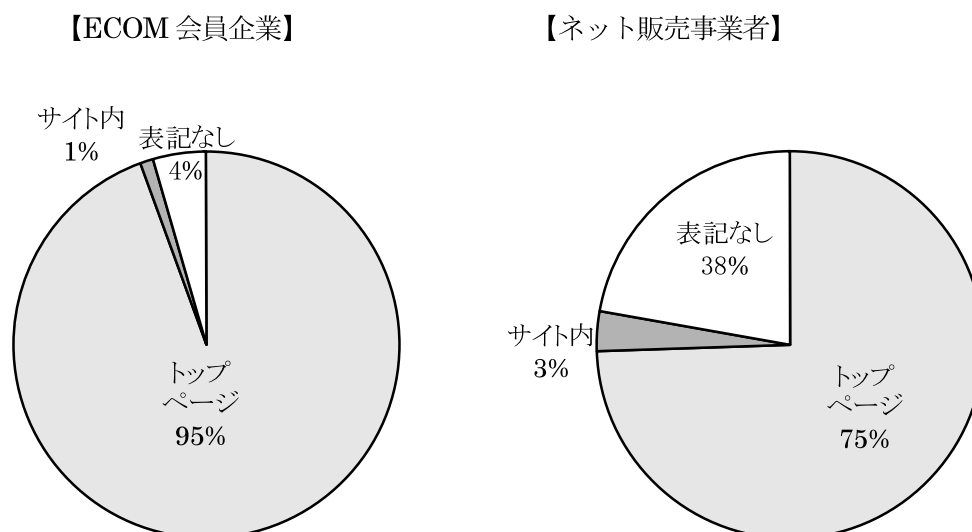
4.3 ECOM会員企業・ネット販売事業者のHP表記調査比較

4.3.1 ECOM会員企業・ネット販売事業者のHP表記比較調査の概要

- (1) 調査方法：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：2006 年 4 月 25 日～5 月 10 日
- (3) 調査数：ECOM 会員企業 162 社
ネット販売事業者 235 社

4.3.2 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

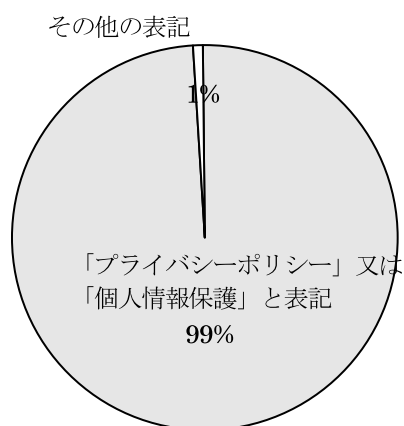


<調査結果>

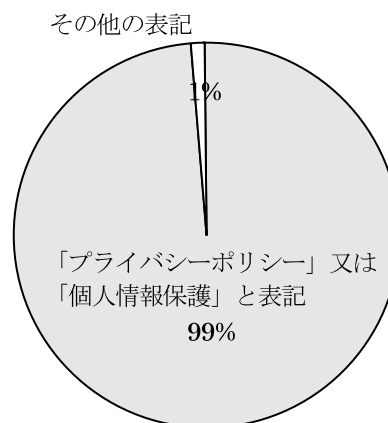
ホームページ上に何らかの形でプライバシーポリシーに関する記述がある企業は、ECOM 会員企業で 96%、ネット販売事業者で 78%となっている。ネット販売事業者は、インターネットを介して消費者と直接相対する立場であるため、すべての事業者がプライバシーポリシーをホームページ上に掲示することを期待したい。

(2) プライバシーポリシーの表記

【ECOM 会員企業】



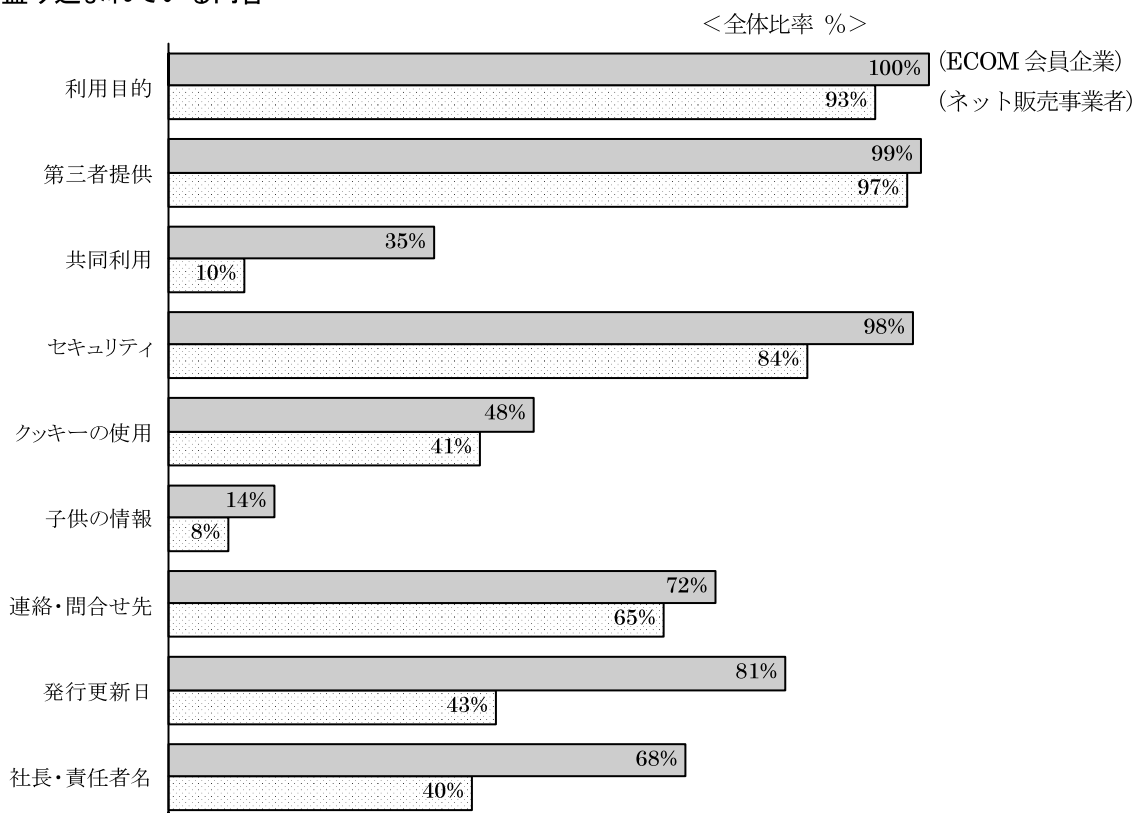
【ネット販売事業者】



<調査結果>

ほとんどの企業で「プライバシーポリシー」「個人情報保護方針」と表現されているが、一部「情報資産」「初めての方へ」といった表記が見られる。ホームページ閲覧者には、明確な表現でその存在を知らせることが望まれる。

(3) 盛り込まれている内容

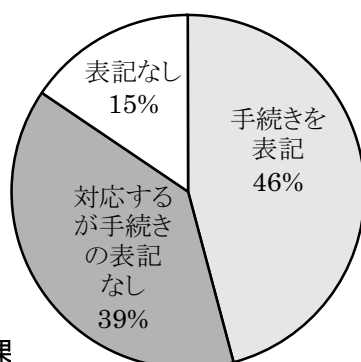


<調査結果>

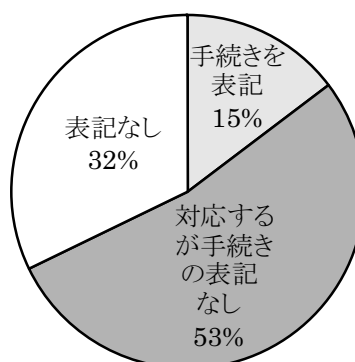
プライバシーポリシーに含まれる内容では、利用目的・第三者提供の有無・セキュリティに関する事項などが高い記載率を有しており、大企業、ネット事業者間格差も小さい。「共同利用」「子供に関する情報」については比較的低い水準であり、かつECOM会員企業・ネット事業者間格差は大きい、これは事業特性に負うところが大きいものと思われる。連絡・問い合わせ先、発行更新日等については更に高い記載率になってよい。

(4) 個人情報の開示等の手続きについて

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】

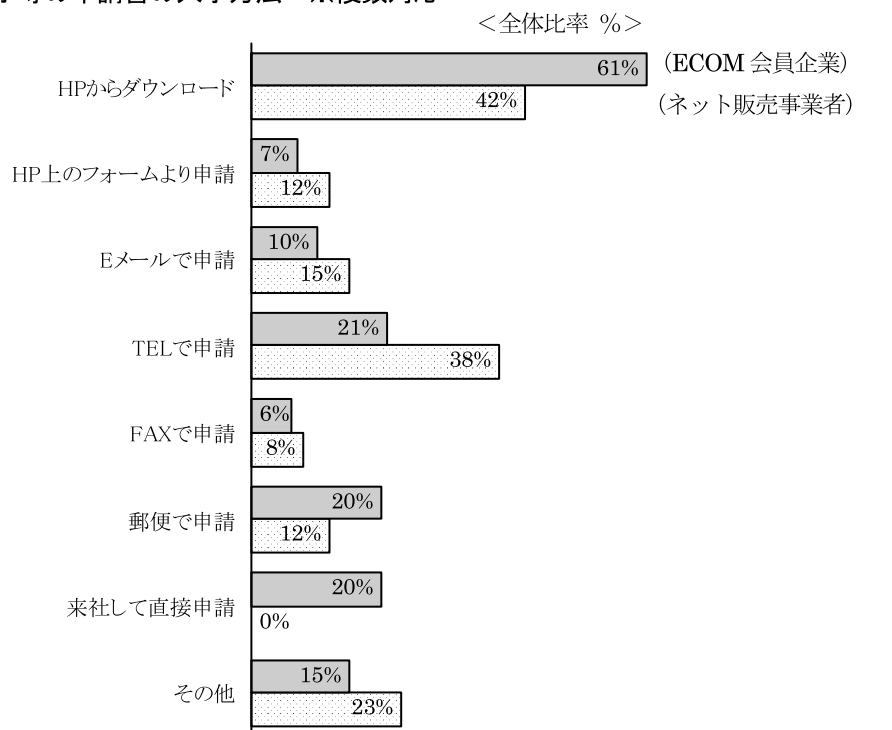


<調査結果>

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る（85%と 68%）。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（46%と 15%）。

具体的手続きを具体的に表記することにより消費者ははじめて事業者の取組み・対応状況を知ることができるため、速やかな準備が望まれる。

① 開示等の申請書の入手方法 ※複数対応



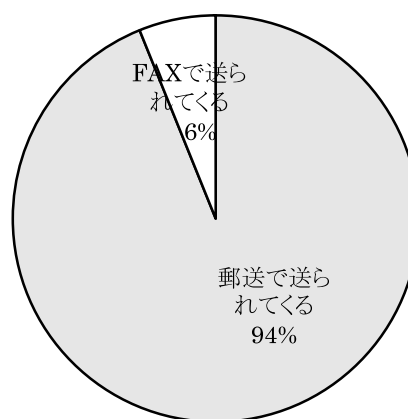
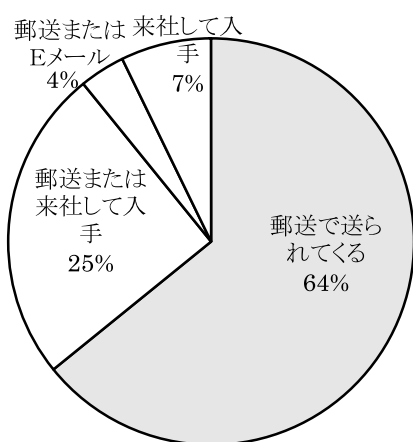
＜調査結果＞

申請書の入手方法は、ホームページからダウンロードできている企業が、それぞれ 61%と 42%であった。消費者の利便性を考えた場合、複数での対応は重要であるがとりわけ HPから入手できる方法は必須と思われる。

② 申請書の入手方法（ホームページ上に申請書がない場合）

【ECOM 会員企業】

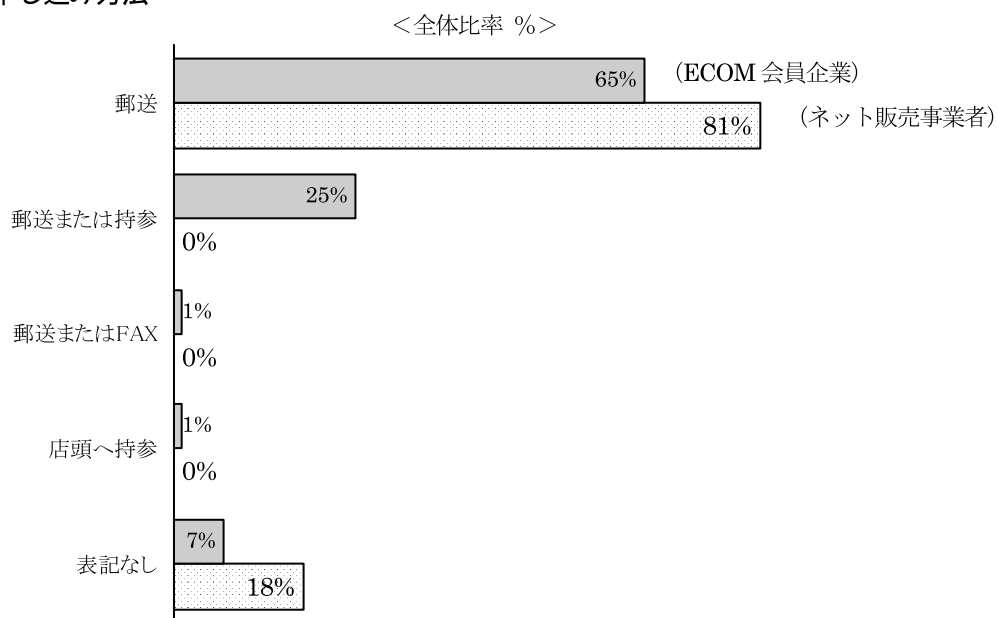
【ネット販売事業者】



<調査結果>

ホームページ上からダウンロードできない場合の入手方法について、E C O M会員企業の場合は郵送以外に直接来社の方法もあるがネット販売事業者の場合は郵送、またはF A Xに限定されており、対面による対応はない。

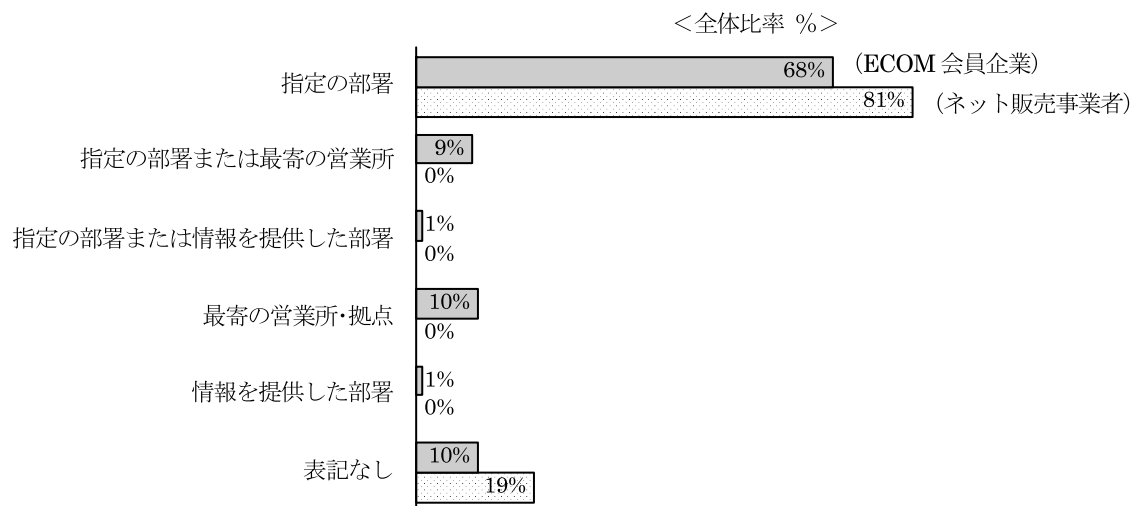
③ 申し込み方法



<調査結果>

開示申し込み方法は郵送方法が大半を占めるが、E C O M会員企業の中には持参による方法も受け付けられている。残念ながら申し込み方法を表記していない例もある（それぞれ7%と18%）が、可能な限り親切な表記が望まれる。

④ 申し込み先の表記



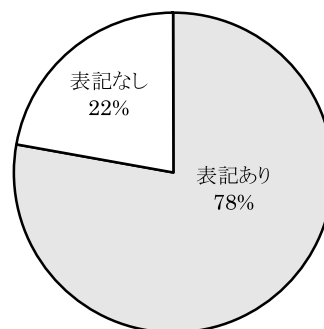
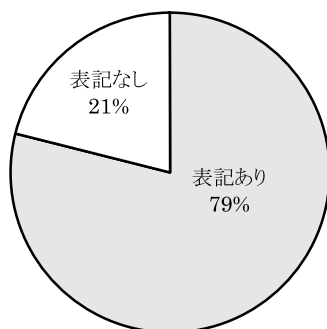
＜調査結果＞

申込み先の表記に関しては、多くの企業で専門の部署を指定し明記しているが、表記のない企業もそれぞれ 10%と 19%ある。

⑤ 手数料の表記

【ECOM 会員企業】

【ネット販売事業者】

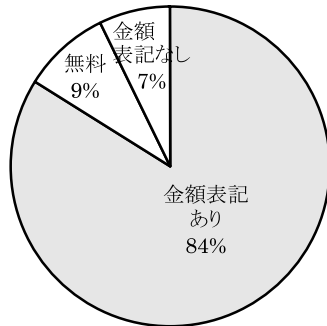


＜調査結果＞

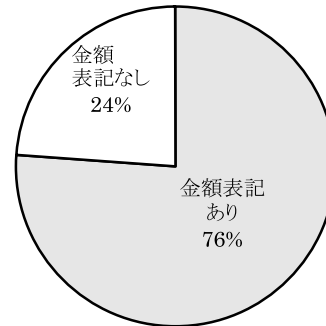
手数料の表記に関しては、両者の間で大きな差は見られなかった。手数料の有無は開示請求者の関心事のひとつであり、具体的に手数料が必要な場合はその金額を、無料の場合はその旨の表示など親切的な対応が望まれる。

※金額表示

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】

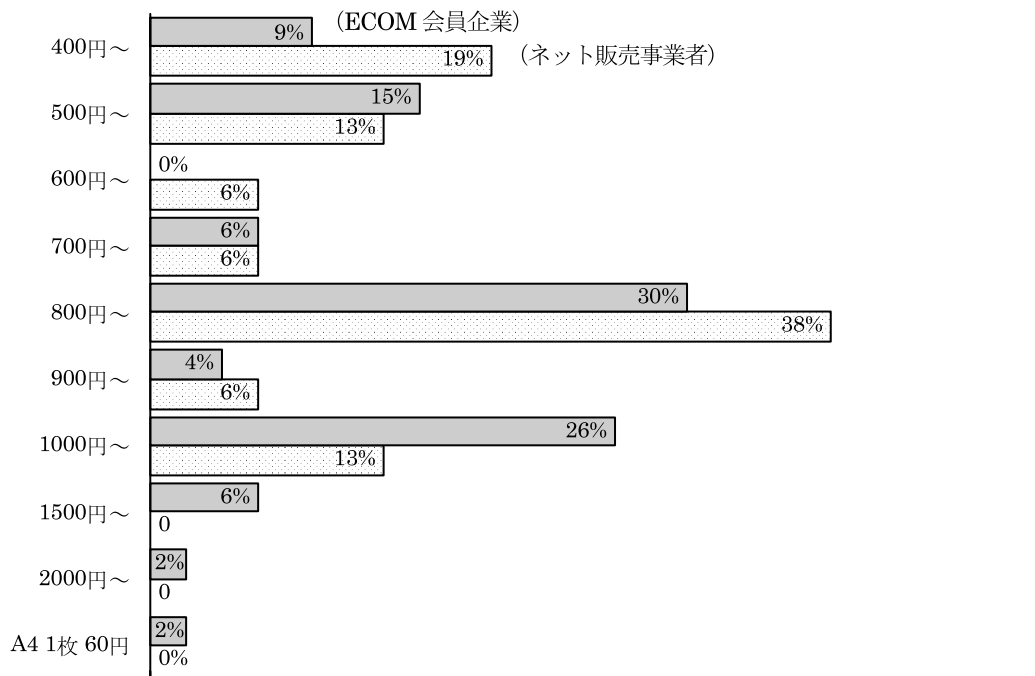


＜調査結果＞

手数料の金額表示のない割合はECOM会員企業で7%、ネット販売事業者で24%であったが、いずれも具体的な明示が望まれる。

⑥ 手数料の金額

＜全体比率 %＞

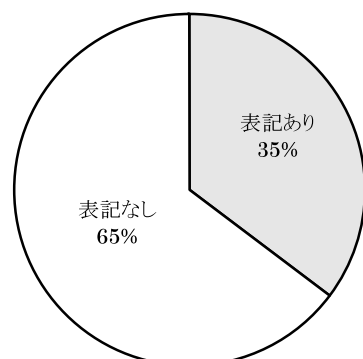


＜調査結果＞

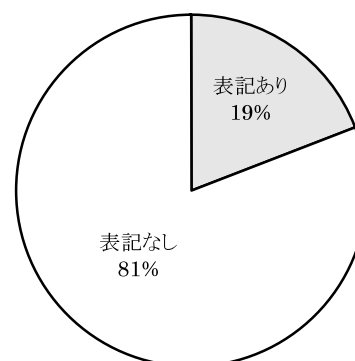
手数料の金額については、ECOM会員企業、ネット販売事業者とも800円台が最も多いが500円台以下も相当数ある。1000円を超える場合は何らかの説明が必要になるかもしれない。

⑦ 回答期限の表記

【ECOM 会員企業】



【ネット販売事業者】

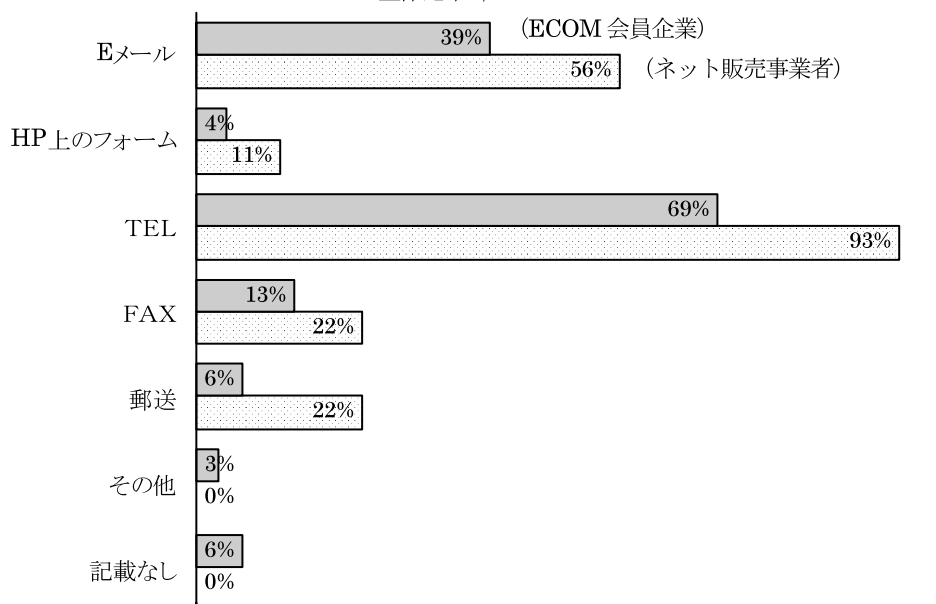


<調査結果>

回答期限の表記については、必ずしも法律で定められているわけではないが具体的に表記している事業者はそれぞれ 35%、19%と相当数ある。開示請求者に対する安心感を与える意味で具体的に回答期限を表記することが望まれる。

⑧ 問合せ窓口の対応 ※複数対応

<全体比率 %>



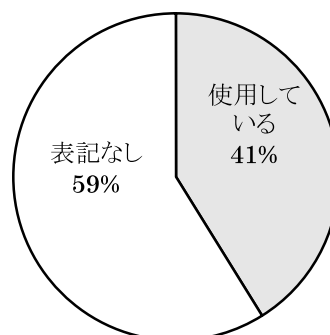
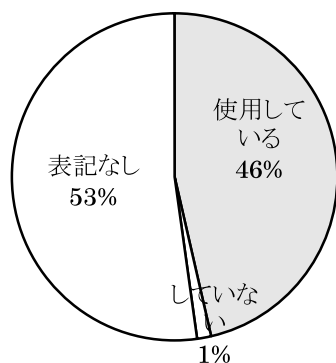
<調査結果>

問合せ窓口での対応に関しては、電話番号および E メール表記が高い割合を占めているが消費者の利便性を考えるとネット、非ネットの併記により選択させる方法が望ましい。ECOM 会員企業で「記載なし」が 6%あり、何らかの表記が求められる。

(5) プライバシーポリシーを表記している企業のうち、クッキーを使用している割合

【ECOM 会員企業】

【ネット販売事業者】



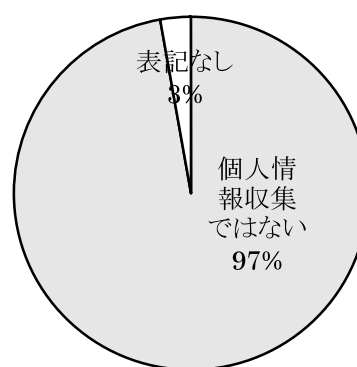
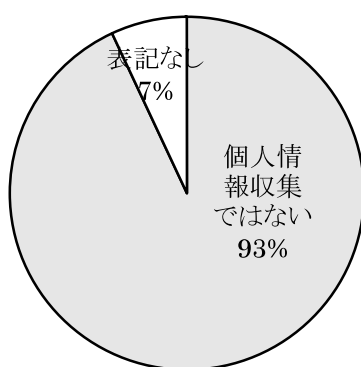
<調査結果>

クッキーの使用を宣言している事業者はE COM会員企業、ネット販売事業者それぞれ46%と41%となっている。もしクッキーを使用しているのであれば、その利用目的を明確に表記し、サイト訪問者が望まない場合にはそれを無効にする方法等の表記が望まれる。

(6) クッキー使用の目的

【ECOM 会員企業】

【ネット販売事業者】



<調査結果>

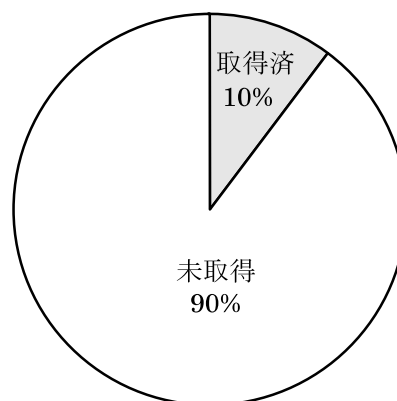
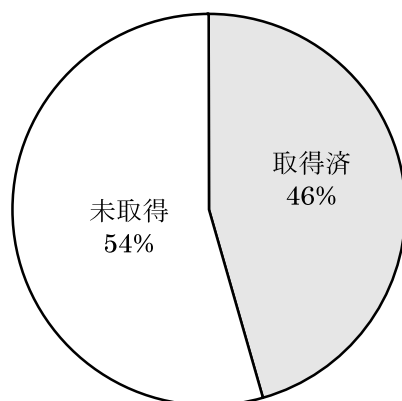
E COM会員企業、ネット販売事業者とも大半の事業者がクッキーの使用目的は個人情報収集ではないとしている。

4.3.3 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】

【ネット販売事業者】



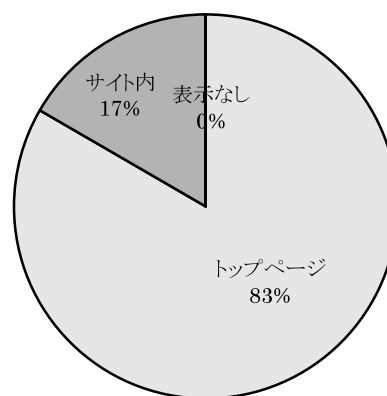
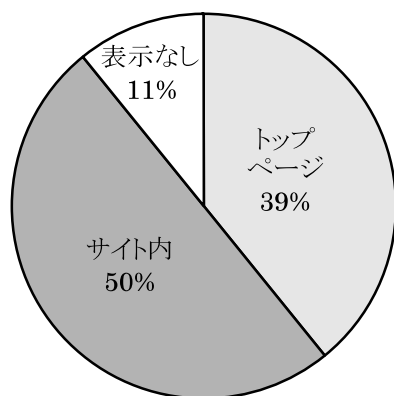
<調査結果>

プライバシーマーク取得企業は昨年度大きく伸長したが、ECOM会員企業、ネット販売事業者ともに同様の傾向が見られた。（それぞれ46% 74社、10% 24社）、ネット販売事業者の間でも関心が高まっており今後取得事業者がさらに増えることが期待される。

(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】

【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39%、ネット販売事業者で83%と後者で高い比率となっており、ネット販売事業者の強いアピール意欲が伝わってくる。

以上

5. 終わりに

先述したように国民生活審議会では平成17年11月より個人情報保護部会の活動を再開、昨年10月には「主な検討課題」を取りまとめパブリックコメントに付している。やはりというべきか400件を超える応募があり依然として高い関心と問題の底深さをうかがわせる結果となっている。来るべき一年の最大のテーマはここであげられた課題の精査と具体的な対処である。

当個人情報保護WGでも19年2月から3月にかけて今後の課題についてフリーディスカッションを行ったが

- ・ 中小企業、SOHOの個人情報保護体制強化支援
- ・ 認定個人情報保護推進団体の活用
- ・ 委託元、委託先間の責任範囲
- ・ 安全管理適正レベルの見極め
- ・ 個人情報の機微度分類
- ・ リスク分析手法

などが提起されているので引き続き討議を重ねていく所存である。

内閣府が既に開始している個人情報保護制度の見直し作業について民間部門も積極的に協力し事業者、個人双方が納得できる個人情報取扱ルールが練り上げられることを切望しているが、その中で次世代電子商取引推進協議会（ECOM）も微力ながら貢献できればと考えている。

6. 平成18年度個人情報保護WGメンバーリスト

(敬称略)

メンバー名 (ECOM会員)	団体名
岡野 孝信	アコム(株)
上田 英雅	NTTコミュニケーションズ(株)
寺井 晶子	(株)NTTデータ
高橋 裕之	沖電気工業(株)
日南 文夫	(株)小松製作所
榎木 浩典	(株)小松製作所
足立 和朗	電気事業連合会
西久保 祥	電気事業連合会
佐藤 治道	東京電力(株)
森田 一平	トヨタ自動車(株)
頭川 仁司	トヨタ自動車(株)
小西 一寿	トヨタ自動車(株)
荒木 吉雄	日本アイ・ビー・エム(株)
西岡 信佳	(株)日立情報システムズ
佐藤 美香子	富士電機情報サービス(株)
行木 直之	マイクロソフト(株)
山本 茂	松下電器産業(株)
岩間 研二	三菱電機(株)
岡田 潤之 (有識者)	三菱電機インフォメーションテクノロジー(株)
堀部 政男	中央大学
鈴木 正朝	新潟大学
新保 史生	筑波大学
牧山 嘉道	TMI法律事務所
土井 悦生	ポールヘイスティング法律事務所
鈴木 靖	(株)シーピーデザインコンサルティング
藤田 素康	リコー・ヒューマン・クリエイツ(株)
岩田 修	(株)オフィスイワタ
富永 卓椰	(有)アドバンス・ティ
合原 英次郎 (オブザーバー)	松下電器産業(株)
齋藤 雄一	経済産業省
松岡 晃平 (事務局)	経済産業省
江口 正裕	次世代電子商取引推進協議会

禁 無 断 転 載

ECにおける個人情報保護に関する活動報告書

平成19年 3月 発行

発 行 次世代電子商取引推進協議会

販 売 財団法人 日本情報処理開発協会

電子商取引推進センター

東京都港区芝公園三丁目5番8号

機械振興会館3階

TEL : 03 (3436) 7500

この資料は再生紙を使用しています。