

名簿販売事業者における個人情報の提供等に関する実態調査

報 告 書

平成28年3月

消費者庁

目 次

1 . 調査概要	1
1 . 1 調査目的	1
1 . 2 調査対象	1
1 . 3 調査内容	2
1 . 4 調査実施期間	3
2 . 名簿販売事業者ヒアリング調査結果	4
2 . 1 調査結果の概要	4
2 . 2 名簿販売事業者が取り扱う個人情報の流通形態	11
2 . 3 ヒアリング結果	12
2 . 4 本調査における名簿販売事業者の概要	28
3 . 一般事業者ヒアリング調査結果	29
3 . 1 調査結果の概要	29
3 . 2 一般事業者における個人情報の取扱い	32
3 . 3 ヒアリング結果	34
3 . 4 本調査における一般事業者の概要	56
4 . 調査結果の分析・考察	57
4 . 1 個人情報の取扱いにおける法令遵守状況	57
4 . 2 名簿販売事業を取り巻く市場環境の変化と事業への影響	59
4 . 3 その他の課題	60
4 . 4 消費者庁としての対応	62

1 . 調査概要

1 . 1 調査目的

平成 26 年 6 月 24 日、「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」が、高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部(I T 総合戦略本部)において決定された。この大綱では、個人情報販売することを業としている事業者(いわゆる「名簿屋」以下「名簿販売事業者」という。)等により販売された個人情報に起因する問題を継続して検討すべき課題としている。

また、近年発生した大手通信教育事業者からの個人情報の大規模漏えい事案において、漏えいした個人情報が複数の名簿販売事業者に転売され、他の事業者における事業活動等に利用されていたことが問題視された。

このように、名簿販売事業者による個人情報の売買については、プライバシーの侵害や犯罪行為・消費者被害の誘発などの問題が指摘されているが、これらの個人情報の流通・利用の実態については不明であった。

本調査は、こうした名簿販売事業者の事業活動について、その概要を把握するために、同事業者らからヒアリングを行い、匿名化を条件として個人情報の取扱いに関する実態を聴取した。

1 . 2 調査対象

本報告書は、名簿販売事業者と、名簿等の個人情報データベース等を自社の事業活動のために取得・利用していることが想定される一般事業者を対象に、次のとおりヒアリング調査を実施し、その結果に基づいて作成した。なお、ヒアリング結果については匿名化を施している。

(1) 名簿販売事業者

本調査では、名簿の取得・閲覧・コピーサービス、個人情報の取得・統合(名寄せ)・加工・データベース化、コンパイルデータ(個人情報データベース等から特定の属性に着目して個人データを抽出しリスト化したデータをいう。)の作成・販売、ダイレクトメール(以下「DM」という。)発送代行やテレマーケティング代行等の事業を行う事業者を名簿販売事業者とし、調査対象とした。

調査対象事業者の選定に当たっては、インターネットを使用して、「名簿屋」、「名簿販売・買取り」、「名簿図書館」、「個人情報データベース」等のキーワードによる検索を行い、30 社程度のリストから、事業内容、取り扱う名簿の種類や件数規模、社歴等を考慮して 15 社程度を選定して調査協力を打診し、このうち協力が得られた 8 社のヒアリング調査の結果を取りまとめた。

(2) 一般事業者

自社の事業活動の実施に当たり、販促活動や商品・サービス提供のために、自ら又は第三者から個人情報を取得し、必要に応じ加工・管理して個人情報を利用していることが想定される事業者を調査対象とした。

調査対象事業者の選定に当たっては、名簿販売事業者から名簿の提供先として回答のあった業種・業態を参考として、個人情報を取得・利用する事業形態が想定される業界を選定し、20

社程度のリストから、事業内容、事業規模（会員数、売上高、従業員数等）所在地等の属性情報に基づいて12社を選定して調査協力を打診し、このうち協力が得られた11社のヒアリング調査の結果を取りまとめた。

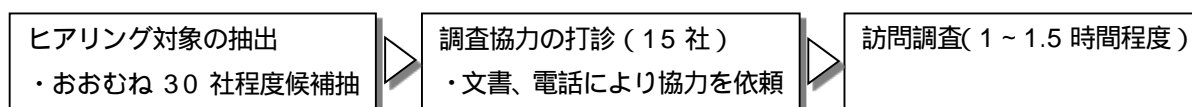
1.3 調査内容

(1) 名簿販売事業者に対するヒアリング調査項目

おおむね以下のような調査項目を内容とするヒアリング調査票を作成し、ヒアリング調査を実施した。

No	項目	主な内容
1	基礎情報	創業年、事業期間、従業員数、所在地、年商（過去からの推移を含む。） 事業の実態（専業・副業）、同業掛け持ちの有無、従業員層等
2	主な事業内容	名簿等の買取り・販売（冊子、コピー、電子データ等）、閲覧サービス、DM発送代行等
3	取り扱う名簿等	取り扱う名簿の種類、件数、その他特色 名簿等の加工・編集・統合（名寄せ）等
4	名簿等の取得	主要な入手先区分（個人、法人、公開情報、古本等） 入手先記録の有無やその内容 取得時の手続（契約の有無やその内容、入手経緯の確認の有無やその内容）
5	名簿等の提供	主な提供先（業種・業態、想定される利用目的等） 提供する名簿・個人情報の件数規模、頻度等 提供時の手続（契約の有無やその内容、提供先の利用目的の確認等） 名簿提供の対価（件数単価、一括価格、DM発送代行等の対価）
6	第三者提供に係るオプトアウト、個人情報に関する問合せ、利用停止等の求めへの対応	消費者等からの自己の個人情報の保有状況の問合せとその対応状況 個人情報の提供停止等の申出とその対応状況 問合せルート（名簿提供先経由、直接問合せ等）
7	各種法令の遵守、第三者認証の取得状況	個人情報の保護に関する法律（以下「個人情報保護法」という。）等の各種法令の遵守への対応、個人情報保護法ガイドライン等の参照状況 プライバシーマーク等の第三者認証取得の有無 プライバシーポリシーの策定・公開状況
8	同業者間の取引等	名簿販売事業者間取引の有無、頻度、内容等
9	昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応	昨今の個人情報漏えい事案を受けた対応の有無とその内容 個人情報保護法の改正を受けた対応、改正についての意見等
10	その他	国等の施策や法制度の運用に関する意見や要望（自由意見）

ヒアリング調査については、おおむね以下の手順で実施した。

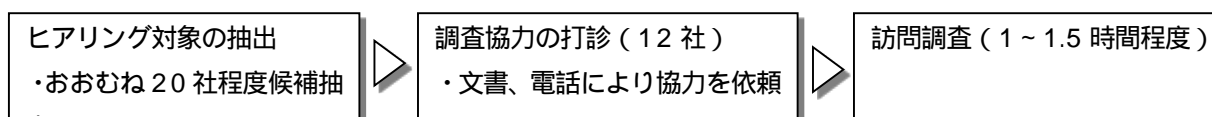


(2) 一般事業者に対するヒアリング調査項目

一般事業者についても、名簿販売事業者と同様に、おおむね以下のような調査項目を内容とするヒアリング調査票を作成し、ヒアリング調査を実施した。

No	項目	主な内容
1	基礎情報	創業年、事業期間、従業員数、所在地、年商 プライバシーマーク、I S M S等の第三者認証取得の有無
2	主な事業内容	事業内容、取扱商品・サービス、事業モデル等
3	事業に利用している個人情報の取得・利用状況	自社の事業活動を通じた取得、第三者からの購入の有無やその規模（件数）頻度、購入元等 取得している個人情報の内容（氏名、住所、年齢等）、利用目的や用途等
4	第三者から取得する個人情報	取得時の手続（入手先の確認の有無、適正性の確保状況等） 取得に関する記録保管状況（取得元、件数、内容等）
5	第三者提供に係るオプトアウト、利用停止等の求めへの対応	消費者等からの自己の個人情報の保有状況の問合せとその対応状況 個人情報の利用停止、削除等の申出とその対応状況 対応窓口の設置状況
6	個人情報の第三者提供の有無	個人情報（個人データ）の第三者提供の有無やその内容（提供先、提供する情報の内容等）
7	昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応	昨今の個人情報漏えい事案を受けた対応の有無とその内容 個人情報保護法の改正を受けた対応、改正についての意見等 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等
8	その他	国等の施策や法制度の運用に関する意見や要望（自由意見）

ヒアリング調査については、おおむね以下の手順で実施した。



1.4 調査実施期間

調査期間：平成27年7月から11月まで

ヒアリング調査は、名簿販売事業者（8月～9月）、一般事業者（9月～10月）にそれぞれ実施した。

2 . 名簿販売事業者ヒアリング調査結果

2 . 1 調査結果の概要

名簿販売事業者が行う個人情報の入手から加工、提供（販売）の実態について、名簿販売事業者 8 社のヒアリング調査結果の概要を項目ごとに横断的に取りまとめた。

(1) 基本属性

本調査で対象とした名簿販売事業者各社の基本属性はおおむね下記のとおり。

法人格	株式会社 6 社、特例有限会社 1 社、非公開 1 社
社歴・沿革	多くが創業して数年から 20～30 年の事業者である。途中で事業休止後に再開、名簿販売事業の分離、事業統合、元従業員による独立開業など、様々なケースがある。
本社所在地	東京都内
従業員数	代表者を含め 2 名から 4 名程度が多い。DM 発送代行やデータベース化を行っている事業者では、パート・アルバイトも含め 10 名程度である。
経営者	老舗といわれる名簿販売事業者では、名簿図書館や名簿販売事業の初期から関わっている者が多い。その他は名簿販売事業者から独立開業した者、他業種から参入した者もいるが割合は少ない。
年商	数百万円から 1 億円程度までと比較的差が大きい。 事業内容（名簿販売以外の個人情報関連サービスであるテレマーケティング代行や DM 発送代行等の有無等）によっても差が生じている。また、老舗の事業者は、得意先といわれる固定顧客を抱えており、一定の売上げを確保している。
事業の形態	名簿（個人情報データベース等）販売事業を中心に、テレマーケティング代行や DM 発送代行を事業の多角化として行っている事業者もある。そのほか、マーケティングコンサルティングやウェブサイト制作を行い、収入増を図っている事業者もある。

(2) 主な事業内容

事業内容でみると、調査した名簿販売事業者全てが、コンパイルデータの作成・販売を行っており、半数の名簿販売事業者は、名簿の販売（コピーの提供）も行っている。

また、一部の名簿販売事業者は、名簿の閲覧サービスを行っているほか、個人情報の提供先からの依頼等により、DM 発送代行等を請け負う名簿販売事業者もいる。DM 発送代行等を請け負う場合には、外部に発送を再委託することがある。

(3) 取り扱う個人情報データベース等の形態

取り扱う個人情報データベース等の形態は、2 つに大別される。1 つは、高校・大学等の同窓会名簿、医師会やゴルフクラブの会員名簿、企業・団体等の退職者名簿、各種協会・団体の会員名簿、人名録、町内会名簿など、多岐にわたる冊子形式の名簿である。もう 1 つは、個人情報をデータベース化したものである。

冊子形式の名簿を取り扱う名簿販売事業者の中には、1.5 万～1.8 万冊程度の名簿を収集しているところがある。

データベース化された個人情報、調査対象にした全ての名簿販売事業者が取り扱っており、重複も含めると大半が6000万～1億件強を有しており、最大で3億件程度となっている。

データベース化された個人情報を取り扱う事業の内容として、データベースで管理し、取引先の依頼に応じて性別・年代・居住地を始め、趣味や購買履歴など多様な条件で対象者を抽出できるようにしているものがある。また、「富裕層」、「公務員」、「退職者」、「医療関係者」、「士業」、「民間企業勤務者」、「通販購入経験者（健康食品、化粧品等）」、「新成人」、「展示イベント参加者」などのリストをあらかじめ作成しておき、それらを電子ファイルで提供している名簿販売事業者もある。

コンパイルデータの中には、様々な経路から入手した平成18年以前に収集された住民基本台帳に基づくデータ（平成18年の住民基本台帳法改正により原則非公開となった。）が含まれており、一部の名簿販売事業者は、当該データに基づく1億件近く（重複あり）にも及ぶ個人情報を保有しているが、住所変更や結婚、死別等があるため、そのうちDM送付等に利用できるデータは4分の1程度であるという。

近年の傾向として、いずれの形態の個人情報リストについても、新たなデータがマーケットに持ち込まれることは年々少なくなっており、また、既存のリストも経年により鮮度が低下している状況にある。

（4）主な入手先

個人から入手する場合と同業者を含む法人から入手する場合とがある。個人からは、同窓会名簿や会員名簿等の売り込みが多い。廃業した通販事業者が、換金目的で所有していた購買者リスト等の売り込みや、イベント参加者リストなどが持ち込まれることもあるという。また、平成18年以前の住民基本台帳データや電話帳データなど公開情報も収集されている。

同業者からの購入は、名簿（冊子・コピー）やデータファイル（属性別に整理された名簿）を自社の顧客からの注文に応じて入手するケースが多い。同業者間での取引は、従来取引のあるところから購入することが多く、新規に参入した名簿販売事業者は取引がしにくい業界の雰囲気があるという。

その他の入手先としては、廃棄された冊子形式の同窓会名簿や会員名簿類を扱う古本屋や廃棄物回収業者などがある。さらに、各種ウェブサイトやSNS等のインターネット上に公開・掲載されたデータ（大手企業情報サービス会社が提供する企業情報や、各企業ウェブサイトの企業概要などから抽出した企業・経営者情報などが多い。）の収集・提供サービスを行う事業者からの入手もある。

（5）入手する名簿等の形態・件数

同窓会などの名簿は冊子等の紙媒体での入手となっている。同業者から買い取る個人情報のデータは、コンパイルデータとしてCD-Rの交付や電子メールにより入手しており、数千件から数十万件までの範囲が多い。

（6）名簿等の買取単価

同窓会などの名簿の買取価格は、1冊当たり7,000円～3万円程度と名簿販売事業者により幅があった。

データの取得単価は、1万件以上のデータであれば、0.1円～10円/件程度。データの内

容や鮮度により変動する。展示会入場者データなどは 50 円 / 件程度と単価が高い。一般に、データの場合は、その内容の信憑性が確認できないとして、冊子形式の名簿に比べて単価が低くなる傾向にある。

仕入単価の決め方は、おおむね売価の半分となっており、言い換えれば売価は仕入れの倍の値付けをしているという。

なお、一昨年に大手通信教育事業者から流出したりリストの場合には、他の名簿販売事業者から 800 万件を 5 万 ~ 16 万円で売り込みがあったという。

(7) 入手先記録

個人が対象の場合には入手先を記録していない名簿販売事業者が多い。

事業者からの入手の場合は、取引記録として、領収書の控えなどを保管しているところが多い。入手先の記録として、相手先、件数、ファイルの内容、入手日等をパソコンで管理している名簿販売事業者もある一方で、買取記録の作成、保管をしていない事業者もあった。

また、古本屋や廃棄物回収業者から買う場合は、特に記録をとらないという。

(8) 取得時の手続

個人から名簿や個人情報の電子ファイルを取得するに当たっては、身元確認のため、運転免許証等のコピーを提供させているところもある。入手経路については、特に確認をしていない名簿販売事業者が多い。一方で、手渡しの場合（現金での取引）は、特に近年は、入手経路等に問題がないことの「確認書」の作成を求めているようにしている名簿販売事業者もいる。電子メールの場合は、問合せの際に、売手の方で「問題がないデータ」と記載しており、それを根拠として購入しているという例もあった。

一方、同業者を含む事業者からの個人情報データの入手については、従来取引のある入手先に対しては特段の確認は行わないが、新規の取引については、インターネット等で、実在している事業者であることや事業内容等を確認したり、契約書や誓約書により、入手経路や違法性のないことの確認をとっているところもある。ただし、相手先の申告に基づく確認であり、申告の裏付けをとるところまでは至っていない。

廃業等により事業者が所有していた個人情報を買い取る場合は、廃業前の会社の名刺を受領したり、個人事業主等であれば運転免許証等で確認したりしている。

代金の支払方法は、代金引換決済や銀行振込である。架空の事業者やなりすましと思われる事業者とは取引を行わず、あくまでも実在する事業者と取引を行っているという。

(9) 名簿等の加工・編集・統合（名寄せ）等

複数の個人情報データを突合し、特定の個人に属する情報を一体化させるため、個人情報の統合（名寄せ）を行っている名簿販売事業者は全体の半分程度である。

統合を行っている名簿販売事業者の中には、新規データを購入する際に、保有するデータベースとマッチングを行い確認してから購入している名簿販売事業者もいるが、同窓会名簿と住民票データでは用途が違うためにマッチングする意味がなく、行っていないという回答もあった。

統合を行っていない名簿販売事業者においても、属性ごとのファイルに分けて管理しているところもあるが、重複が多いという。

半数ほどの名簿販売事業者は、DM等の不着があった場合にはデータベースから削除している。独自のシステムを利用して旧住所から新住所に変換する作業を行っている名簿販売事業者や、電話番号から実在確認をするソフトを利用している名簿販売事業者もある。これらの作業によって、名簿の鮮度を保っているという。

名簿販売事業者によっては、以前は、一般事業者に名簿等のデータをそのまま提供することどまっていたが、データベース化したことにより、職種や地域、年代等で名簿を抽出できるようになり販路が拡大したという。

(10) 主な提供先(業種・業態、想定される利用目的等)

ヒアリング調査を行った名簿販売事業者は全て、個人情報販促目的に使用する事業者を提供先としており、個人には原則として販売していないと回答した。ただし、個人から入手希望があった場合には、利用目的を確認して適正な目的であることを確認して提供するという名簿販売事業者もある。また、事業者からの依頼によりデータベースを利用して個人を特定するような検索サービスの提供を行っているところもある。

提供先の主な業種や業態は、名簿販売事業者により異なっているが、不動産会社(大手・中堅企業)、コンサルティング会社(不動産コンサル、営業代行等)、テレマーケティング会社、健康食品、化粧品、宝飾品販売会社などであり、富裕層をマーケットとする業種が多い。そのほか、学習塾、教育産業、教材販売、自動車教習所、成人式向けの呉服販売等が多く、大手(上場企業)から地方の商店まで幅広い事業者に個人情報を地域などでセグメントして提供している名簿販売事業者もあった。

名簿販売事業者は、取引先として、固定化した顧客を持つところが多い。10社から500社程度の顧客相手に事業を行っているが、従前に比べ顧客数は大幅に減少しているとする名簿販売事業者が多い。

(11) 提供する名簿・個人情報の件数規模、頻度等

1回の売買で販売するデータ件数は、数百件~数十万件以上と多岐にわたるが、数千件~数万件程度の取引が多い。中には、過去の住民基本台帳データを収録しているデータベースから、小学6年生から高校3年生くらいまでの1学年当たり50万~70万件のデータを毎年抽出し、当該データを販売しているという名簿販売事業者もあった。

新成人向けの着物販売や、新学期に合わせた販促を行う教育関係では、年1回の販売が多いが、その他の販促向けでは、月1回程度から不規則の販売が多いという。

(12) 提供時の手続(契約の有無やその内容、提供先の利用目的の確認等)

提供時は、電話や電子メール、FAXで申込みを受け付け、希望する個人情報の属性や件数を確認の上、見積りやサンプルを送付して、購入者の確認を待って取引を行うという名簿販売事業者が多い。

固定顧客との取引では特に契約書などは取り交わさず、販売記録としての納品書や請求書があるのみである。新規取引の事業者の場合には、事業者ウェブサイトや名刺等で実在を確認するが特別な契約等はないという名簿販売事業者がいる一方、基本契約書を必ず締結し、目的外利用や他者への転売・譲渡の禁止などを書面で確認するという名簿販売事業者もいる。

前記のとおり、原則として個人には販売をしないという名簿販売事業者が多いが、身分証明

書の提出を求めた上で販売している名簿販売事業者もある。

(13) 名簿等の提供単価

名簿やコンパイルデータの提供単価は、名簿販売事業者やデータの内容により幅があり、2円～30円/件となっているが、10円～15円/件程度が相場である。また、購入件数が多い場合は単価を下げる名簿販売事業者が多い。取引ごとの総額は、おおむね5,000円～10万円/回程度が多く、小口の取引を中心にしているところもある。

データを紙媒体で提供する場合は、電子データでの提供よりも提供単価を割安にしている名簿販売事業者や、データをレンタルする場合は、購入するよりも割安な利用料金にしている名簿販売事業者もいる。これらは、取引後のデータ再利用が難しいことによる。

また、名簿の閲覧・コピーサービスを行っている名簿販売事業者では、入館時に入館料を徴収するとともに、身分証や名刺により身分確認を行い、書き写しやコピーのサービスを有償で行っている。

(14) 提供先の記録・管理等

注文受付時に、社名、担当者名、送付先住所、電話番号等の提示を電話、FAX等で求めるという名簿販売事業者が多い。

取引記録は、請求・売上げについてのデータ又は伝票として記録・保管するという名簿販売事業者が多い。

初回の取引の場合は、事前に契約書を締結しているという名簿販売事業者も3社あった。また、契約書の特記事項で、目的外利用や転売の禁止、個人情報の本人から利用停止等の求めがあった場合には自社にFAXで通知する等を記載しているという名簿販売事業者もあった。

(15) 消費者等からの個人情報に関する問合せ

個人情報に関する問合せの内容としては、自己の個人情報の保有状況の確認や名簿販売に対する苦情等、名簿データの削除や第三者提供の停止の要求がほとんどであるという。

消費者等からの問合せには、2系統ある。1つは、本人から直接の連絡であり、ほとんどは電話で行われる。2つめは、名簿を提供した事業者を経由した連絡である。多くの名簿販売事業者が、消費者等からの問合せの受付は、原則販売先で対応することとしており、結果として、名簿データの削除や第三者提供の停止の要求がこのルートで寄せられている。その際は、記録が残るようにFAXで連絡を受けることとしているという名簿販売事業者が多い。

全体としては、以前は多かったが、最近は減少傾向にあり、1年間に数十件程度であるという回答が多かった。他方、事業者によっては、3～5件/日程度、年間で800～1,000件程度あるというところもあった。

(16) 本人からの第三者提供・利用停止等の求めへの対応状況

全ての名簿販売事業者が、本人から名簿データの削除・第三者提供の停止等の求めがあった場合には、依頼のあった個人の記録されている情報(名前、住所、電話番号、生年月日)をデータベースで確認し、確認できた場合はデータベースから消去しているという。さらに、名簿を提供した先の事業者にも、手元の名簿から削除するようにFAX等で依頼している名簿販売事業者も多い。また、名簿販売事業者の団体であるNPO法人「日本個人データ保護協会」で

は、本人からの第三者提供の停止等の要請があれば、加盟会員間で共有される仕組みがあるところ、これを通じて他の名簿販売事業者にも通知しているところもある。

上記の対応に関しては、個人情報保護法上は、オプトアウトにより第三者提供を行っている個人情報についての提供停止が求められるのみであるが、多くの名簿販売事業者は、保有するデータベースからの削除や販売先が保有している情報の削除要請まで行っている。これは、第三者提供を事業の本旨とする名簿販売事業者においては、提供ができなくなれば、データとして保有している意味がないためではないかと考えられる。

本人から個人情報の保有状況（取得経緯、管理、提供、消去等）に関する開示を求められた場合には、報告書（A4で2枚程度）を郵送するとした事業者があった。また、個人情報の削除証明書の発行を求められた場合は、手数料として3,000円を受領しているという名簿販売事業者があった。

（17）名簿販売事業者ウェブサイトにおける個人情報の取扱いに関する記載

ヒアリング調査を行うに当たり、調査対象とした名簿販売事業者のウェブサイトについて、利用目的の公表状況やオプトアウトによる第三者提供に関する記載の有無を調査した。

利用目的については、DMの送付や見込顧客リストの作成といったマーケティング目的に用いるとする記載がほとんどであった。大半は、第三者への提供を利用目的とすることを明示していたが、1社はその旨が読み取りにくく、第三者提供を行うことを記載していない名簿販売事業者も3社あった。

オプトアウトによる第三者提供については、4社が必要な記載事項を掲示していなかった。そのうち3社は第三者提供を利用目的とすることを記載しておらず、個人データの提供項目と提供の手段又は方法を記載しない名簿販売事業者や、本人からの求めを受けて第三者提供を停止する旨の記載がない名簿販売事業者もあった。なお、問合せ窓口については、多くの名簿販売事業者が設置・記載しているが、記載がない名簿販売事業者もあった。

第三者に提供する個人データの項目としては、基本的な情報である氏名、郵便番号、住所及び電話番号を挙げるものが大半であったが、中には商品購入履歴、勤務先情報、年齢など様々な情報をデータ項目として付加して掲げる名簿販売事業者もあった。また「氏名、郵便番号、住所、電話番号等」と曖昧な記載も見られた。

提供の手段については、多くの名簿販売事業者ウェブサイトに記載があり、主にDM用宛名ラベル、磁気媒体（CD-R、USBメモリー）、紙媒体の3つの提供方法が記載されていた。メールに電子ファイルを添付することによって提供を行っている名簿販売事業者もあった。

（18）各種法令への対応・第三者認証の取得状況

主に費用面での問題により、プライバシーマーク等の第三者認証を受けている名簿販売事業者は皆無であったが、業界の健全化を目指したNPO法人「日本個人データ保護協会」の会員として、同協会の定めるガイドラインに準拠しているという名簿販売事業者があった。

その他、個人情報保護法への対応として、経済産業分野を対象とするガイドライン（平成26年12月12日 厚生労働省・経済産業省告示第4号）に基づき平成26年12月15日にプライバシーポリシーを改定したとする名簿販売事業者もあった。

(19) 同業者間の取引等

名簿販売事業者間の取引については、取引をしている名簿販売事業者と、同業者はライバルなので取引せず、あくまでも個人から購入するという名簿販売事業者に分かれた。

同業者間の取引の態様としては、個人情報データや名簿の買取りだけ、又は買取りと販売の双方向、更にはバーター取引など多様な形態がうかがえる。従前から取引関係がある名簿販売事業者間で固定的に行われることが多く、個人情報データの入手ルートに信頼がおけることを重視する傾向がみられた。したがって、新規の名簿販売事業者にとっては、同業者間の取引に参入することができず、取り扱う名簿や個人情報データを大幅に増やすことが難しい状況となっている。

(20) 個人情報漏えい事案を受けた対応の有無とその内容

大手通信教育事業者からの個人情報漏えい事案を例にとると、同社から流出したと思われるリストを購入したという名簿販売事業者が数社あり、売り込みがあったという名簿販売事業者もあった。購入した名簿販売事業者は、以前取引のあったところからの紹介で購入したといい、そのうちの1社によれば、800万件で5万～16万円で売り込みがあったという。売り込みがあったが購入しなかった名簿販売事業者は、リストの出所に疑義があったことや自社の顧客層と必ずしも一致しなかったことを、購入しなかった理由に挙げている。また、購入した名簿販売事業者においても、同様の理由から、実際には利用していないとするところがあった。

名簿販売事業者の中には、上記の事案に関連して、メディアに名前が出て相当な打撃を受けた事業者もあり、各社とも、特に個人から入手する場合には、個人情報データの入手には、今までより慎重になっているという。

(21) 国等の施策や法制度の運用に関する意見や要望（自由意見）

各名簿販売事業者から寄せられた主な意見を以下に示す。

- ・一部のアウトサイダー（同業者間での接点がなく、今回ヒアリング調査に協力した名簿販売事業者にとっても事業の形態や実態が不詳である事業者をいう。）の存在が、我々のようなコンプライアンスを心掛けている名簿販売事業者のビジネスの障害となっている。（個人情報の適切な利用・流通を考える上で）解決策として、登録制にして、何らかの報告・監査の制度を導入してもらって、正々堂々と事業ができる環境ができることが望ましい。（複数の名簿販売事業者）
- ・データの入手から管理、販売、オプトアウト対応までをきちんと管理するために、例えば、業務経験3年程度を資格要件にするなども考えられる。その他、納税証明等も要件にすることも考えられる。
- ・業界の健全化を目指したNPO法人がある。そこでは、会員にNPO法人へ個人情報の利用停止・削除依頼の届出義務を課しており、その情報をデータベース化すれば、包括的に名簿販売事業者に対し第三者提供・利用停止等の対応が可能となる。このことは、消費者個人の安心感にもつながり、クレームの防止にも役立つと思う。
- ・名簿やコンパイルデータは、それを販促活動に利用してビジネスを行っている事業者が多数いるので、経済の活性化に必要なサービスと考えている。
- ・国として、名簿販売事業者、個人情報販売事業者を今後どうしたいのかを教えてください。販促目的で個人情報を使いたい企業は多い。経済活動に必要なデータではないか。

- ・個人情報保護法の保護対象は(デジタル)データであると考えている。冊子になった名簿の更新は、名簿の作成元にしか権限がなく、冊子の紙媒体情報から入力された二次データについては、要請があればすぐに削除するが、あくまで二次データのため、当社で削除しても他にも存在するので、冊子体の名簿は対象として考えにくい。
- ・改正個人情報保護法による個人情報のトレーサビリティには対応できると思う。ただ、新しいデータは入ってこなくなると判断している。名簿を販売するに当たってどう名簿を更新していくかが課題。タイムリーに更新しないと役に立たない。

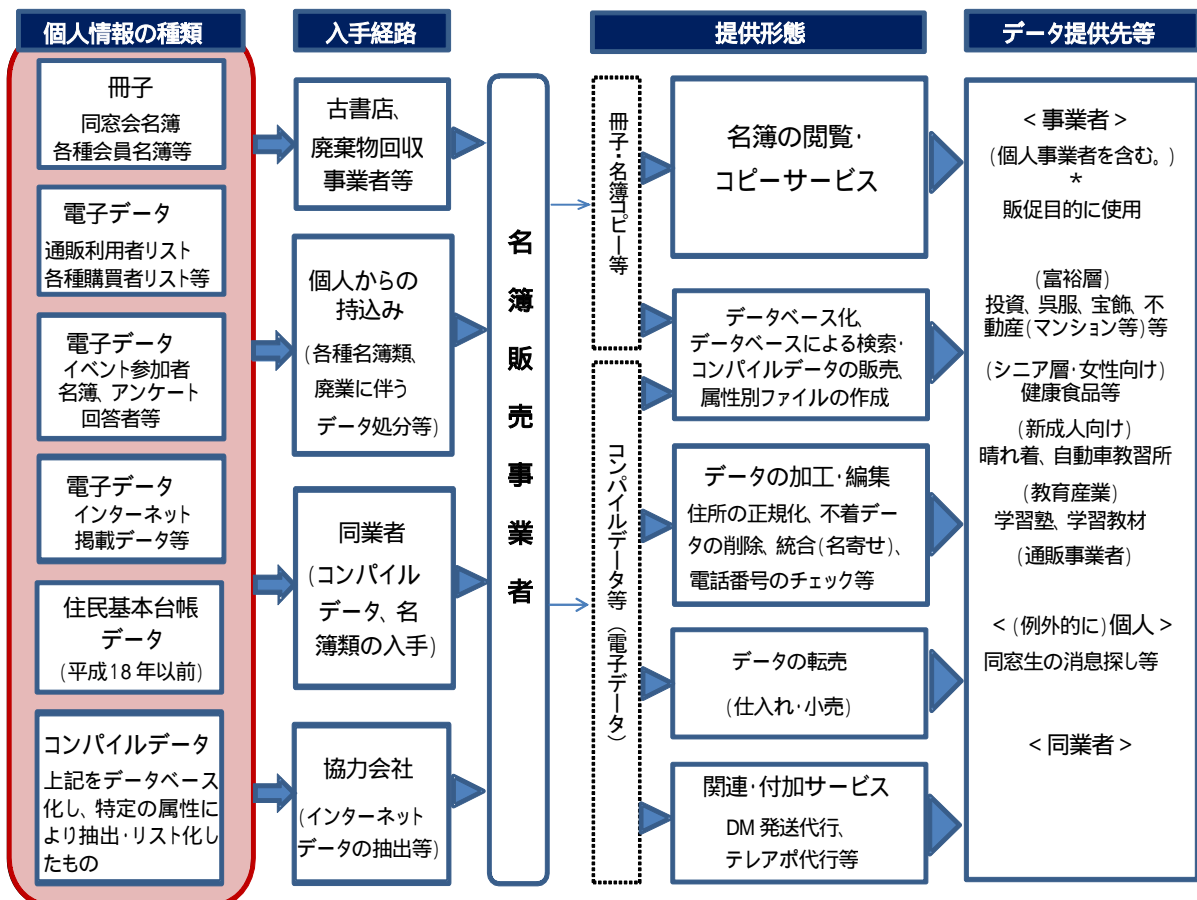
2.2 名簿販売事業者が取り扱う個人情報の流通形態

下図は、本調査で対象とした名簿販売事業者の回答を踏まえ、名簿等の個人情報の入手経路、取得・保有している個人情報の種類、個人情報の提供の形態及び提供先を整理したものである。

名簿販売事業者が取り扱う個人情報は、大きくは「冊子形式」と「電子データ形式」に分かれる。これらは、それぞれ古書店、廃棄物回収事業者、他の名簿販売事業者等の事業者と、個人からの持込みにより入手している。

入手した名簿等は、閲覧、コピーでの販売、データベース化した上でコンパイルデータでの販売、DM発送代行サービスの提供など、多岐にわたる方法で提供されている。また、その際には、データの統合(名寄せ)や更新を行い、提供するデータの付加価値や鮮度を高めている。

名簿等の提供先としては、多くの名簿販売事業者は、原則として個人には販売しないとしており、販促活動に利用する事業者向けが多く、同業者間で売買することもある。



2.3 ヒアリング結果

【A社】

1. 基礎情報

親会社の中核事業を分社化し創業。従業員数は数名で、年商は1億円未満。主な事業内容は、個人情報の収集・データベース化・提供、コンパイルデータの作成・提供、同窓会や各種団体の名簿等の閲覧・コピーサービス、ダイレクトマーケティングを用いた広告代理業務全般（DM発送代行を含む。）である。

2. 取り扱う名簿等

- ① 同窓会名簿、企業・団体名簿、各種会員名簿等で、取得するのは主に冊子形式の名簿。名簿のデータを自社でデータベース化している。
- ② データベースについては、加工・編集・統合（名寄せ）等を行っている。

3. 名簿等の取得

- ① 高校、大学等の同窓会名簿の売り込みが多く、同業者間取引による買取りもある。
- ② 同業者から購入するコンパイルデータは、内容次第で単価も異なる。
- ③ 大手通信教育事業者から流出したリストは、同業者から10万円程度で売り込みがあった。
- ④ 取引記録として、領収書の控えなどを10年分程度保管している。
- ⑤ 取得時の手続としては、過去に取引がある場合は、取引記録を確認するだけである。初めての取引の場合は、ウェブサイト等で会社情報を確認している。
- ⑥ 古本屋や廃棄物回収業者からの名簿の売り込みもある。その場合は、特に記録はしない。

4. 名簿等の提供

- ① 名簿をデータベース化したことにより、属性で名簿を抽出でき、事業が拡大した。
- ② 名簿データの主な提供先は、販促目的に利用する事業者が対象で、個人には販売していない。
○ 特例として、個人の場合でも、同窓生の消息探しなどに使う場合には、利用目的確認と本人確認を行った上で提供している。
- ③ DM用として提供するデータの項目については、氏名、郵便番号及び住所。提供形態としてはタックシール、紙媒体、USBメモリー、CD-R等。当社の手元にあるリストには、氏名、郵便番号、住所、電話番号、年齢（生年）、性別及びデータ出典を記載している。
- ④ 名簿等提供手続は下記のとおり。

【既製の名簿・コンパイルデータの場合】

電話やFAX、メールなどであらかじめ用意している販売用リストの注文を受け取る。注文受付時に、「社名」、「担当者名」、「送付先住所」及び「電話番号」の提示を求め、提供データを出力。納品日及び支払方法を確認（基本的には代金引換）。

【依頼に応じてコンパイルデータを作成する場合】

電話やFAX、メールなどで抽出条件、件数等の指定による注文を受け付け、依頼に基づきデータベースから該当データを抽出し、提供データを作成。抽出条件ごとの該当件数を表で発注者に提示する。発注者は件数表で必要分を検討し、見積書や発注書の作成を経て契約が成立する。出力形態は、紙、CD-R、タックシール等。

- ① 名簿を注文する場合は、発注書に必要事項を記入、押印し、FAXで送付してもらっている。
- ② 名簿ライブラリーは、入館時に、入館料と安全管理上身分確認として名刺を受領している。

○ 名刺がない場合、身分証の提示を求める（個人の記録は、数年程度保管している。）

5. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等

- ① 自社のウェブサイト上でオプトアウトに関する事項を掲示している。
 - 利用目的として、「マーケティング支援の目的でクライアントに個人情報のレンタル、及び第三者提供を行います」と明記している。
 - 本人の求めに応じて第三者提供を停止する旨を記載している。
- ② 個人情報の保有状況、入手経路等に関する問合せは、名簿提供先の事業者からの連絡（削除依頼）が多く、月間 1,000 件以上ある。記録が残るように F A X で受け付けている。
- ③ 本人からの直接の問合せは、最近は減少傾向にあり、1 年間に 20～30 件程度である。
- ④ データをデータベース等から消去してほしいとの要請を受けた場合はすぐに消去している。
- ⑤ 名簿販売事業者は、適正に事業を行っているところは、オプトアウトに係る提供停止の求めに対応していると思う。しかし、アウトサイダーがどうかは分からない。名簿販売事業者 1 社のデータベース等から削除しても、他社に名簿等が残っていれば根本的な対応にはならないのが現実である。したがって、オプトアウトへの対応をきちんと行うための対応策として、名簿販売事業者の登録制度は歓迎する。

6. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況

- ① 業界有志で立ち上げた N P O 法人「日本個人データ保護協会」が、以前、業界の健全化を目指したガイドラインを、当時個人情報保護法を所管していた内閣府に提案したことがある。
- ② N P O 法人では、メールプレファレンスサービス（消費者から DM 送付の停止等の求めを受け付け、会員事業者に当該情報を通知し、各事業者の個人情報データベース等から当該消費者の情報を削除するサービス）を行っている。また、会員事業者は、個人情報の利用停止、削除要求等の求めを受けた場合の届出義務があり、情報を会員間で共有する仕組みがある。
- ③ 当社は、N P O 法人のガイドラインに準拠した内部規程に従って事業を行っている。
- ④ プライバシーマークの認証は、個人情報保護法を遵守していれば必要ないと考えている。

7. 同業者間の取引等

- ① 同業者間取引では、名簿の買取り・販売に加え、バーター（交換取引）も行っている。

8. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① 一昨年の個人情報漏えい事案の発覚以降、ウェブサイトに掲載している個人情報保護ガイドラインを改定し、売り込みがあった場合のデータの出所・提供元の確認を厳格化した。
- ② 個人情報（名簿）の流通や、オプトアウトに係る提供停止の求めに対応するためには、第三者の中間組織が必要なのではないかと思う。
- ③ 名簿の取得時に提供者・提供元を確認して問題がなければ、それを記録すればよいだけなので、改正法の求めるトレーサビリティ確保措置への対応には問題はないと考えている。

9. その他

- ① 法律の対象はデジタルデータのみであると考えている。冊子になった名簿の改訂は、名簿の作成元にしか権限がない。冊子の紙媒体情報から入力された二次データについては、要請があればすぐに削除するが、あくまでも二次データのため、当社で削除しても他には存在する。

【B社】

1. 取り扱う名簿等
 - ① データ件数としては、延べ1000万件以上ある。
 - ② 年齢、地域、企業、不動産、化粧品、通信販売などのカテゴリー別にデータファイルがある。
2. 名簿等の取得
 - ① 他の名簿販売事業者から電子データで購入している。
 - 特定の名簿販売事業者から購入している。新規の取引の場合は、ウェブサイト等で会社情報を確認している。
 - ② 個人からの購入は少ない。
 - 個人の場合には、身元確認のため運転免許証のコピーをFAXやメールで事前に送付してもらっている。データの出所について盗難といった違法性がないなどの誓約書をとっている。
 - ③ 全て電子データで購入している。
 - 年齢や地域、職業などの属性ごとに購入しており、それら属性別にファイルを分けている。個人情報の各データには属性情報は記載されておらず、名前、住所及び電話番号となっている。
 - ④ データの取得単価は、データの価値(データの内容や鮮度)により変動し、1万件以上のデータであれば1件0.1~10円程度である。
 - ⑤ 法人名簿の場合は、社名、住所、電話番号、資本金、売上高など。
 - ⑥ 入手先の記録としては、相手先、件数、ファイルの内容、入手日等をパソコンで管理している。
3. 名簿等の提供
 - ① 販促目的で使用する事業者が対象。
 - 業種としては、不動産(大手・中堅企業)、コンサルティング会社(不動産コンサル、営業代行等)、テレマーケティング会社など。
 - ② 特定の個人を探し出す目的の検索サービスや名簿の提供は行っていない。
 - ③ 最小単位は1,000件で、数十円/件程度で販売している。1万件以上であれば10円/件程度。
 - ④ 事業者の場合は、ウェブサイトや名刺等で当該事業者が存在すること等を確認しているが、特別に契約書を作成することはしない。
 - 宅配便による発送、メールによる納品、手渡しでの納品などで当該事業者の存在を確認している。
 - 取引記録は、請求・売上情報として記録・保管している。
4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等
 - ① オプトアウトによる第三者提供については、プライバシーポリシーとともに自社ウェブサイトに表示している。
 - 利用目的: 営業活動支援の際のDM、テレマーケティング等の資料として利用している。

- 提供する個人情報の項目：氏名、住所、電話番号、郵便番号、商品購入履歴等。
 - 提供の手段又は方法：一覧表、DM用宛名ラベル、電子媒体及びメール。
 - 本人からの求めに応じて第三者への提供を停止することを記載している。
 - ④ 削除・利用停止の依頼は、これまでで10件程度。主に電話での依頼が多い。
 - 個人からの直接の依頼と、名簿の販売先を介しての依頼との両方の場合がある。
5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
- ④ 費用面で負担になるのでプライバシーマークは取得していない。
 - ④ 業界健全化を目指したNPO法人への加入も考えたが、会費や認証マークの使用料の負担から見送った。
6. 同業者間の取引等
- ④ 同業者間取引による個人情報データの買取り、販売、バーター取引もある。
 - ④ 名簿販売事業者のアウトサイダーは、平成17年以前は多かったと思うが、個人情報保護法ができてからなくなってきていると思う。
7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
- ④ 大手通信教育事業者のデータの売り込みは当社にはなかった。
 - もし売り込みがあっても、学習塾や教材関連の名簿であれば関心はなかったと思う。
 - ④ 業界として名簿販売事業者を取り締まるためのルールは必要だと思う。
 - ④ 当社としては、現在は、経済産業省の「経済産業分野の個人情報ガイドライン」に準じた事業を行っていると考えている。
8. その他
- ④ 個人情報を利用した販促活動は事業者にとって必要な情報であり、現に市場もある。
 - ④ 適切に入手した個人情報であれば、住所、氏名、電話番号ぐらいは販促目的として利用可能な情報としても問題ないのではないかと考える。

【C社】

1. 取り扱う名簿等
 - ① 取り扱う個人情報データの件数としては、延べ数千万件ある。
 - データベースで名寄せして重複を削除し、最新のデータに更新している。電話番号によって実在確認を行うソフトがあり、これによりデータベースの鮮度を維持している。
 - ② 同窓会、医師会、商工会議所等の各種名簿冊子が数万冊程度ある。
 - ③ 様々な個人情報ファイルがある（通販購買者リスト、セミナー参加者リスト、競馬予想会員リスト、美容・健康商品購入者データなど）
2. 名簿等の取得
 - ① 個人からの買取りは、年間数十件程度ある。
 - インターネットで販売先を探して電話で売り込みをしてくる場合が大半で、買取依頼の問合せは年間100件程度ある。
 - ② 以前は古本屋や廃棄物処理業者からも買取りをしていたが、現在は換金目的の個人がほとんどである。
 - ③ 1990年代後半以降、名簿の流通が激減した。
 - ④ 名簿冊子の買取価格は、1冊数千円から数万円くらいまで。
 - ⑤ 電子データの場合、データの中身が分からないので、単価は安い。
 - 例えば、通販購買者リストといわれても正規のデータかどうかの検証はできない。顧客にも、その前提でそのまま提供する。
 - ⑥ 個人から名簿を入手する場合は、身元や入手経路等の確認は特段とっていない。
 - 取引は、現物の持込みによる現金取引や振込で行っている。
 - 買取記録は特に管理していない。
 - ⑦ 電子データはメールの添付ファイルやCD-R等で送られてくる。
3. 名簿等の提供
 - ① 売上げに占める割合は、データ販売が7割と主力で、同窓会等の名簿販売が2割、所蔵している名簿の閲覧サービスが0.5割、DM発送代行が0.5割程度。
 - ② 当社は、個人情報データの提供は、原則として販促目的の事業者に限定して行っている。
 - ③ 主な提供先は、3～5年の取引がある事業者が中心。販促目的で使用している。
 - 業種としては、不動産販売、先物取引や株式投資など。
 - 個人への販売は少ないが、その場合は身分証明書の提出を求めている。
 - ④ データの提供価格は、数円～数十円/件である。
 - ⑤ 電話で申込みを受け、見積りやサンプルを送付する。
 - ⑥ 事業者の場合は、新規の場合は、ウェブサイトや名刺等で確認しているが、特別に契約書を作成することはしない。
 - 宅配便による発送、メールによる納品、手渡しでの納品等で相手先確認を行っている。
 - 取引記録は、請求・売上情報として記録し、保管している。
4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等

- オプトアウトによる第三者提供については、自社ウェブサイト以下のような内容で記載している。
 - 第三者への提供をすること。
 - 提供する個人データの項目は氏名、郵便番号、住所、電話番号等。
 - 提供の手段又は方法はDM宛名ラベル、磁気媒体及び紙媒体。
 - 本人の求めに応じて第三者への提供を停止すること。
 - 個人情報の削除・第三者提供停止等の依頼は、2系統ある。
 - 1つは、個人からの直接の依頼で、ほとんど電話で、年間1,000件程度と多い。
 - もう1つは、名簿を提供した事業者からで、FAXで依頼が来る。
 - 削除・第三者提供停止等の依頼への対応は、依頼のあった個人情報をデータベースから消去し、当社から名簿を提供した事業者にも削除依頼をFAX等で転送している。
 - 依頼のあった本人には、個人情報の所有状況について報告書を郵送している。
 - 当社の個人情報データ販売先に対し、消費者等から個人情報削除等の依頼が来た場合には、データの提供元として当社の名前を教えてもらって構わないとしている。
5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
- 費用面で負担となるのでプライバシーマークは取得していない。
6. 同業者間の取引等
- 同業者間取引はほとんどしていない。
 - 事業者販売したデータが転売され、それが当社に売り込まれたこともあった。
7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
- 大手通信教育事業者から漏えいしたデータは、以前取引のあったところから売り込みがあり、当社も購入した。
 - その後、警察から問合せや聞き込みがあり、その際に現物を提供し現在は手元にはない。
 - 個人情報の入手について、不正取得でない情報であることは確認しているが、本人の申告に基づくものであり、それ以上のチェックはしていない。
 - 業界として何らかのルール化は必要と考える。また、何らかの監査体制がなければ実効性はないと思う。
 - 当社としては、経済産業省の「経済産業分野の個人情報ガイドライン」に準じた事業を行っていると考えている。
8. その他
- 名簿（個人情報データ）は、それを販促に利用してビジネスに活用している事業者が多数いるので、適切な活用が重要であると考えている。
 - 名簿ビジネスを行うアウトサイダーは多数あるが、流通する名簿が減って、その数は減少傾向にあると思う。ただし、なくなることはないのではないかと。
 - 名簿を使う営業や販促側のビジネスモラルも重要と考える。

【D社】

1. 取り扱う名簿等

- ① 取り扱う個人情報は1億件未満であるが、データ更新の問題があるので、そのうちDM送付等に利用できる名簿は4分の1程度と思う。
- ② データの種類としては、平成18年より前の住民基本台帳データがある。子供の塾や教材、成人式、自動車教習所等で一定の需要はあるが、売れ筋にはなっていない。
- ③ データはいったんデータベース化するが、属性で分けられたファイルで登録されている（通信販売や店舗の顧客名簿のようなものが多い。）
- ④ 名寄せ等の処理はあまりしていない。ファイルごとの管理なので重複が多いと思われる。

2. 名簿等の取得

- ① 入手しているのは、個人情報の電子ファイルで、名簿や公開情報は対象にしていない。
- ② 個人から購入する場合は、それまでその個人が行っていた事業で収集した個人情報データベースで、廃棄する予定のもの持込みが多い。
 - 売り込みは電話か電子メールで来るので、サンプルを送ってもらい、地域・男女比でチェックし、件数・単価で交渉した上で購入可否を判断している。
 - 売り込みに来た人の身元確認は、電話番号と振込口座等があることで判断している。
 - おおむね9割は銀行振込で支払い、1割くらいは手渡しでの支払になる。
- ③ 個人からの取得割合が、全体の2～3割程度を占める。
- ④ 個人から買取りをする場合に、入手経路等は特に確認していないが、手渡しの場合（現金での取引）は、ここ1年くらい前から、入手経路等に問題がないことの「確認書」をとるようにしている。
 - 電子メールの場合は、売り込みの際に、売手が「問題がないデータ」と記載している場合は、それでよいこととしている。
- ⑤ 事業者からの入手としては、過去から取引がある同業者からの購入があり、日常的に電話で取引をしている。
 - 当社にないデータの有無を確認し、ある場合は購入している。取引がある同業者は常に比較的新しいデータを持っており、新規の取引先を開拓する必要はない。
- ⑥ 名簿の購入単価は、個人の場合は件数やデータの内容次第で決めている。

3. 名簿等の提供

- ① 主な提供先は、販促目的で使う事業者で、ワンルームマンションや健康食品などのテレマーケティング会社や、テレアポを行う販売会社やその代行会社が多い。
- ② 不動産分野に対しては、登記情報から取得した個人情報に当社のデータベースから電話番号をマッチングさせるようなサービスも提供しており、近年需要が増えている。
 - NTTの電話帳に非掲載の個人のデータが欲しいといったニーズにも対応している。
- ③ 名簿は、定価15円/件としているが、件数により割引して販売している。
- ④ 同業者にも販売しているが、売上げの数パーセント程度と多くはない。バーター取引はしていない。
- ⑤ 販売に当たり、特段の契約書作成はなく、販売取引としての記録（納品・請求等）のみ。
- ⑥ 事業目的ならば個人にも販売している。

4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等
 - ① ウェブサイトでオプトアウトによる第三者提供について記載している。
 - 利用目的には「第三者への提供を目的とすること」を明示的に記載している。
 - 第三者に提供する個人データの項目は郵便番号、住所、氏名、電話番号、生年月日、勤務先情報等。
 - 提供方法は、DM用宛名ラベル、磁気媒体及び紙媒体。
 - 本人の求めに応じて第三者への提供を停止すると明記している。
 - ② 個人情報に対する問合せの対応は、原則取引先をお願いしている。
 - 当社で対応を行う場合、名簿の販売単価からして、対応の手間を考えると費用対効果が悪くなる。
 - 名簿を販促に利用している事業者の方で一次的に削除し、二次的に当社にFAXで削除依頼が送られてくる。毎月、数社から、合計で50件程度である。
 - 当社は、データベースから該当のデータを削除している。削除する場合には、電話番号のみ残し、関連するデータファイルや新たに入手したデータを、電話番号をキーに自動抹消している。
 - ③ 本人からの直接の削除依頼は、電話で月10件程度、メールで月1件程度である。
5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
 - ① 個人情報保護法や経済産業省のガイドラインを参照し、顧問弁護士に相談して対応している。
 - ② プライバシーポリシーを策定し公開している。
6. 同業者間の取引等
 - ① 前記のとおり。
7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
 - ① 大手通信教育事業者からの個人情報漏えい事案の際には、リストを販売したいとのメールが来たが、ボリュームが大きすぎるなどの疑義があり入手しなかった。
 - ② 他の同業者にも売り込みがあったと聞いている。
 - ③ データの入手には、特に個人からの場合は、それまでより慎重になっている。
8. その他
 - ① 販促目的で個人情報を使いたい企業は多く、経済活動に必要なデータと考えている。
 - ② 今後個人情報保護法改正法で導入される個人情報のトレーサビリティには対応できると思う。しかし、新しいデータは入ってこなくなると判断している。
 - ③ 名簿を売るに当たってどう名簿を更新していくかが課題。タイムリーに更新しないと役に立たない。
 - ④ 今までは削除・第三者提供停止依頼の対応を1社のみで行っていたが、今後は管理団体を作ってそこが一括管理することによって、業界全体で削除・第三者提供停止をする仕組みが考えられる。又は、削除依頼データについて、例えば電話番号のみをネットワーク上に置き、リストを照合してチェックするような方式も考えられる。

【E社】

1. 取り扱う名簿等

- ① 客先に健康食品、化粧品等の販売会社が多く、それらの購買者データが中心。

2. 名簿等の取得

- ① あくまでも個人情報の仲介サービスのみを行っている。
- ② 入手経路は、過去から取引のある同業者で、現在は数社。
 - 同業者が仕入れる名簿は、以前健康食品の販売事業を行っていた会社や個人が廃業するに当たり、過去の購買者リストが流出したことが多い。
- ③ 当社の取引先からの依頼により、同業者に条件を指定してサンプルを提供してもらい、サンプルを取引先に送る。取引先が購入を決め、同業者に正式発注を行い、販売用の個人情報データを仕入れる。
- ④ 個人からの名簿の入手は行っていない。
- ⑤ 仕入単価は、おおむね売価の半分。
- ⑥ 名簿の販売や仕入れの件数は、数千件程度となっている。
 - なるべく鮮度のよいデータを必要な件数だけ入手・販売している。

3. 名簿等の提供

- ① 年間に取引する個人情報データは、10万件程度。
- ② 主な販売先は、販促目的で使う事業者で、健康食品、化粧品等の販売会社が多い。
 - 以前から取引のあった会社であるが、販売先は減少しており、現在は10社程度に絞られている。
- ③ ウェブサイトを見た事業者からの新規の注文も時々あるが、ほとんどの場合、取引は1回限りで終わってしまう。
- ④ 販売方法の手順は、電話やメールで、入手したい個人情報の種類、件数等の問合せやサンプル提供の依頼を受け、同業者にサンプルの提供を依頼し、問合せをした事業者にそのサンプルをメール等で送る。注文決定後、先方が先払いで入金するのを待って同業者にデータを発注し、入手したデータを注文先にCD-R又はメールで送付する。
- ⑤ 販売単価は、数円程度から、住所が完全にそろっている場合には十数円程度まで幅がある。
- ⑥ 名簿販売事業者間での競合があり、販売価格は下落傾向にあり、販売件数も減少傾向にある。

4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等

- ① ウェブサイトにおいて第三者への提供を利用目的に示していない。また、第三者への個人データの提供項目、提供の手段又は方法、求めに応じて個人データを削除すること等の記載もしていない。
- ② 削除・第三者提供停止の依頼への対応は、原則販売先をお願いしている。販売先から電話で削除依頼を受けた場合は、元のデータファイル(同業者が保有するもの)の削除を依頼している。
- ③ データベースから抹消された時点で、販売先に削除を報告している。
- ④ 数年前は一時的に依頼が多い時期があったが、現在は月に数件程度となっている。

5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
 - ① プライバシーポリシーを策定し公開している。
 - ② プライバシーマークは取得していない。
 - ③ 当社はあくまでも個人情報保護法に則して事業を行っていると考えている。

6. 同業者間の取引等
 - ① 前記のとおり。

7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
 - ① 大手通信教育事業者からの個人情報漏えい事案の際には、特にデータ売り込みの電話はなかったし、データの購入はしていない。

8. その他
 - ① 今後の事業の展望を考えると、新しい名簿の入手が難しくなり、名簿の更新も難しくなっているため、名簿ビジネスだけでは事業は成り立たないと考えている。
 - ② 名簿販売事業者の業界の自主規制については、おそらく、アウトサイダーを締め出す方策を考えないと定着や機能はしないと思う。
 - ③ 名簿ビジネスは、元手や場所もいらず、サイドビジネスでもできるので、ルールを守らないアウトサイダーを締め出すのは難しいのではないかと考えている。

【F社】

1. 取り扱う名簿等

- ① 同窓会名簿が中心で、買取り、販売（コピー）を行っている。
 - データの入力によるデータベース化は行っていない。
- ② 電子データは全体で約3億件あるが、重複を削除すると5000万件程度だと思う。
- ③ 住民基本台帳データを保有しているが、クリーニングはしていないので精度は低い。

2. 名簿等の取得

- ① 同窓会名簿等は、個人から買取りをしている。
 - 電話での問合せや直接持込みがあり、その場合、運転免許証又は健康保険証のコピーをもらっている。ブローカーや古書店等からも買うことがある。
- ② 通販の顧客リストや不動産の登記情報などは、当該分野の会社経営者等が、廃業時に、保有している個人情報を換金目的で販売したいとして売り込んでくるケースが多い。
 - その場合には、売り込みのあった会社の廃業をウェブサイト等で確認したりしている。事業活動継続中の会社の社員による不正なデータ持ち出しには注意している。
- ③ 原則として個人からはデータは買わないが、廃業した会社の経営者等が持ち込んできた場合には、以前の会社の名刺を確認して購入する。個人事業主等は運転免許証等で身元確認をしている。
- ④ 代金の受取と支払は、代引決済や銀行振込で行っている。実体のある（架空業者等ではない）相手と取引を行っている。
- ⑤ 提供元は、販売伝票で記録・管理している。
- ⑥ 電子データについては事前にサンプルをもらって内容を確認してから買い取っているが、使い回しのデータも時々ある。
- ⑦ 買取単価は、データの種類・内容、希少性、件数等の利用価値に応じてかなり差がある。

3. 名簿等の提供

- ① 主な販売先は、販促目的で使う事業者で、不動産ディベロッパー、サプリメントやシルバー向け健康食品・化粧品等の販売会社、選挙の際には議員関係もある。
- ② 販売先は、定期購入する固定客が多く、1年に1回程度の取引も含めて数百件程度の販売先がある。
- ③ 新規の注文を受ける際は、FAX番号か、企業メールアドレスのある場合に販売している。
- ④ 個人には、データファイルは売らない。
- ⑤ 販売件数は、1回1万件程度の取引が多い。
- ⑥ 単価は、プリントアウトの場合は十数円/件と割安にしている。デジタルデータの場合は数十円/件、ただし1万件以上の場合は割引している。
- ⑦ 販売の手順
 - 既存顧客の場合は、電話やメールで、入手したい個人情報の種類、件数等の問合せを受け、サンプルなしでメール等で送付する。
 - 新規顧客の場合は、電話やメールで、入手したい個人情報の種類、件数等の問合せ、サンプル提供の依頼があり、サンプルをメール等で送り、注文を受けてCD-R又はメールで送付する。

- い データ提供先からは、会社名、部署、担当者名、電話、FAX番号及び電子メールアドレスを記載した注文書を受け取っている。
 - あわせて、契約特記事項として、転売禁止や、本人等から削除・利用停止の依頼があった場合には当社にFAXで通知する等を記載している。

- 4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等
 - い 自社ウェブサイトでおプトアウトによる第三者提供について掲示している。
 - 第三者に提供する項目は氏名、住所、電話番号、郵便番号、生年月日、その他商品購入履歴等である。
 - 提供の手段又は方法はDM用宛名ラベル、電子媒体（メールの添付ファイルを含む。）及び紙媒体。
 - い 個人情報に対する問合せは、本人からの直接の問合せ（ほとんどが苦情やクレーム）と、販売先経由でのデータの削除依頼だが、月に数件程度と少ない。
 - い 個人情報に対する問合せの対応は、原則販売先をお願いしている。
 - 販売先からFAXで削除依頼を受けた場合は、元のデータファイルから削除している。
 - い 本人から削除証明書の発行を求められる場合もあるが、その場合は手数料をいただいている。

- 5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
 - い 取得のコストが高いので、プライバシーマークは取得していない。
 - あくまでも個人情報保護法に則して事業を行っていると考えている。

- 6. 同業者間の取引等
 - い 当社は、この業界では新規参入者であることもあり、同業者との取引はない。

- 7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
 - い 大手通信教育事業者からの個人情報漏えい事案の際には、データの売り込みはなかった。
 - い 当時は、個人情報に関する問合せが1日に100件程度来たこともあり、対応に追われた。
 - い 上記とは別に、大手教材販売事業者からデータの売り込みがあり購入したが、ファイルが壊れるなどしていた。

- 8. その他
 - い 個人情報データの取扱事業者の登録制が必要。業界の共通のルール化が必要。
 - データの入手から管理、販売、オプトアウト対応までをきちんと管理するために、例えば、業務経験3年程度を資格要件にすることなども考えられる。
 - い 特に、個人に対する個人情報データの販売は、厳格にする必要がある。

【G社】

1. 取り扱う名簿等
 - ① 主な取扱名簿として、1億件近くの個人情報保有している。
 - ② 同窓会名簿データは、前身会社から引き継いだデータのみで、新たなデータの取得はほとんどない。
2. 名簿等の取得
 - ① 同窓会名簿データ以外の個人情報の主要な入手源は、公開情報である。
 - ② 名簿情報のアップデートは、消去がメインである。
 - 個人からの持込みで、通販の利用者の名簿などを売り込んでくることはある。
 - 販売者の名前を公表してもよいことを確認できたものに限って購入しており、年間に一度あるかないかである。
 - ③ 購入時には契約書を作成し、入手経緯についても確認している。
3. 名簿等の提供
 - ① 主に健康食品関連の通信販売事業者が多い。
 - ② また、不動産関連事業者を中心とした固定顧客は、毎月のように購入する。
 - 固定顧客向けの売上げは全体の2割程度である。
 - ③ 1件当たり十数円で販売している。
 - ④ 契約書を交わし、提供先の利用目的の確認も行っている。
4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等
 - ① 自社ウェブサイトにおいてオプトアウトによる第三者提供について記載している。
 - 第三者に提供する個人データの項目は氏名、郵便番号、住所、電話番号、生年等。
 - 提供の手段又は方法はDM宛名ラベル、紙媒体及び磁気媒体。
 - ② 消費者からの直接の問合せと名簿販売先の事業者からの削除依頼があり、直ちに名簿等のデータベースから当該データを削除するようにしている。
 - 苦情を受けた場合には、同窓会名簿等の入手経緯などを説明して、直ちに削除するようにしている。
 - ③ 削除依頼を電話やFAXなどで受け、削除後、業務終了書を依頼元へFAXで送付している。
 - ④ 個人情報保護法施行当時には、強い苦情もあったが、最近は少なくなっている。
5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
 - ① プライバシーマークは取得できないので、プライバシーポリシーをウェブサイトで公開している。
6. 同業者間の取引等
 - ① 同じようなデータしかないので、同業者間での取引はあまりない。
 - あっても数万件ずつのデータを交換する程度である。
 - ② 取引のある同業者とは、お互いの信頼によって取引しており、信頼度のチェックは行っていない。

○ 金銭の授受は行っておらず、交換記録だけを残している。

7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① 名簿販売事業が登録制になってくれるとよいと思う。所管官庁をはっきりしてほしい。
- ② 業界健全化を目指したNPO法人に入会していたが、規模に応じた会費制度になっておらず、小規模事業者にとってはメリットが感じられなかったので退会した。
- ③ 名簿販売事業者による自主規制はすべきと思う。
 - 当社では、病歴や財産、犯罪歴などの情報は出さないようにしている。
- ④ 漠然とではあるが、マイナンバー制への移行後の動向が気になる。

【H社】

1. 取り扱う名簿等
 - ① 1億件程度保有しており、属性別に法人・個人のデータを取り扱っている。
 - ② 個人名簿は、個人情報保護法施行前に入手していた学校の同窓会名簿や会社従業員名簿、医師会名簿等のほか、住民基本台帳が閲覧可能であった当時の子供のデータのみ。
 - ③ 違法・不正データの入手・販売は一切行っていないと考えており、全ての個人情報についてリスト入手元の開示が可能。
2. 名簿等の取得
 - ① 現在、個人情報データの新規取得はない。
 - ② 法人データは、大手企業情報サービス会社からの購入やウェブサイトから情報を収集するサービスを行っている協力会社などからの購入がある。
 - 法人データについては、購入時の発注書や領収書などを保管している。取得時には入手経緯の確認を行っている。
 - ③ 現在保有している名簿データは随時更新している。
 - ④ 名簿情報の追跡調査はしておらず、基本的にはDM発送時に不着で戻ってきたものや、テレアポで電話が繋がらないものを削除している。
3. 名簿等の提供
 - ① 個人情報データの提供は、不動産投資関係の会社に対して行うことが多い。
 - ② 提供する名簿の規模は、テレアポ向けは数万件程度、DM向けは数千件程度である。
 - ③ 提供時の手続としては、契約を結び、利用約款の確認書を受領している。
 - ④ 価格は、基本料金として一定件数まで定額10万円程度で、それ以上は1件当たり20円程度で販売している。
 - 件数が多い場合は、ボリュームディスカウントを行っている。
4. 第三者提供に係るオプトアウト・個人情報に関する問合せ等
 - ① 自社ウェブサイトにて、本人からの求めに応じて第三者提供を停止することと、問合せ窓口を記載している。
 - ② 本人から直接問合せや削除要請がある場合と、名簿販売先の事業者から報告が来る場合がある。
 - ③ 個人情報に関するクレームはあまりないが、削除の依頼があればすぐに削除している。
 - ④ 対応について顧問弁護士に確認し、削除証明書を発行したこともある。
 - ⑤ 「今後、その会社からのDMを受け取りたくない」という場合には、メールプレファレンスサービスにより、本人の個人情報データを削除している。
5. 各種法令の遵守への対応・第三者認証の取得状況
 - ① プライバシーマークを取得したいと考え、書類を準備したことはあるが、今のところ取得していない。
6. 同業者間の取引等

- い 法人データについてのみ取引がある。
7. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
- い 法律の遵守に心掛けているが、名簿販売事業は縮小傾向で、将来的には撤退したいと考えている。
8. その他
- い 名簿販売事業を登録制にすれば、社会的な地位が回復できるので事業がしやすくなる。

2.4 本調査における名簿販売事業者の概要

本調査でヒアリングを行った名簿販売事業者の概要は以下のとおりである。

事業者	事業内容		法人種別	創業年	従業員数	年商
A社	データ販売		特例有限会社	1980年代	5人以上 10人未満	7500万円以上 1億円未満
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
B社	データ販売		非公開	非公開	5人未満	1000万円以上 2500万円未満
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
C社	データ販売		株式会社	2010年代	5人以上 10人未満	1億円以上
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
D社	データ販売		株式会社	2000年代	5人以上 10人未満	非公開
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
E社	データ販売	(仲介)	株式会社	1960年代	5人以上 10人未満	1000万円以上
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
F社	データ販売		株式会社	2010年代	5人未満	1000万円以上 2500万円未満
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
G社	データ販売		株式会社	2010年代	5人未満	非公開
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					
H社	データ販売		株式会社	1980年代	10人以上	非公開
	冊子コピー・販売					
	名簿閲覧					
	DM発送代行等					

3 . 一般事業者ヒアリング調査結果

3 . 1 調査結果の概要

一般事業者が行う個人情報の入手から利用の実態について把握、整理するために、一般事業者 11 社のヒアリング調査結果の概要を項目ごとに横断的に取りまとめた。

(1) 基本属性

本調査で対象とした一般事業者各社の基本属性はおおむね下記のとおり。

法人格	株式会社 11 社
業種	警備業、貸金業、金融業、放送通信業、衣料品販売業、貴金属販売業、結婚情報サービス・相談業、不動産業、サービス業及び金属製品等の製造・販売業
社歴	創業後数年から数十年まで
本社所在地	東京都 10 社、愛知県 1 社
資本金	3000 万円程度～700 億円程度
従業員数	50 人程度～15,000 人程度
年商等	3 億円程度～2000 億円程度
個人情報の主な利用目的	営業・販促、顧客向け商品・サービス提供を主たる目的として個人情報を取得・利用

(2) 主な事業 (個人情報の取得、管理、利用等の観点から)

調査対象とした各社の事業モデルは、個人や家庭を対象に、商品やサービスを提供するもので、いずれも顧客情報を重要な経営資源として取り扱うとともに、その適切な取扱いに取り組んでいる。

各社とも消費者との間で何らかの取引契約 (物品販売、サービス提供、会員制事業等) を有しており、また、顧客との契約に至る段階で、多様な販促活動 (DM 送付、ポスティング、訪問営業、テレビショッピングなどのテレマーケティング、インターネット広告、窓口相談など) を行っているところ、これら事業活動の一環で個人情報の取得、管理、利用等を行っている。その内容・手法は、業種や各社ごとに異なる。

また、グループ会社 (親会社、子会社、関連会社等) 等を持つ事業者では、当該他社との契約に基づくなどして、顧客情報の相互の提供・利用も行っている。

(3) 個人情報の取得と利用状況

(個人情報の取得目的)

各社が保有している個人情報については、自社の事業 (商品やサービスの提供) のため、事業に付随して取得しているとしており、自社等が行う事業に無関係な目的で利用・第三者提供をしているところはなかった。

(個人情報の取得方法)

全ての事業者において、保有している個人情報は、顧客からの商品・サービスへの問合せ (資料請求等) や、取引契約の成立に伴う直接的な取得が中心となっている。一部の事業者では、グループ会社等からの提供 (本人同意取得済み) や共同利用、顧客からの新規顧客情報の紹介

のほか、名簿販売事業者からも取得している。

顧客等から直接個人情報を取得する具体的な経路としては、多くの事業者において、自社ウェブサイト、パンフレット等を見た消費者からの電話、メール等による問合せや資料請求が挙げられる。また、大規模事業者を中心に、テレビCMや雑誌・新聞広告等のメディアを利用した広告・宣伝によるマーケティングを行っており、これらを見た消費者からの問合せや資料請求により個人情報を取得している。そのほか、粗品提供、アンケートやクイズ等により個人情報を取得し、本人の許諾を得て、商品案内の送付やメール送信等の営業活動に利用することもある。

また、近年の傾向として、検索連動型広告、アフィリエイト広告、比較サイトや検索サイトといったインターネットマーケティングを活用しているところも多く、これらを通じて、消費者を自社に誘導している。

他方、特定の顧客層や地域を念頭に営業を行う事業者では、DM送付、訪問営業、ポスティング等のマーケティング手法もとられている。このうち潜在的な顧客へのDM送付に当たっては、自社が保有していない氏名、住所等の個人情報が必要になるところ、過去の住民基本台帳から抽出したリストを名簿販売事業者から購入し、使用している事業者もあった。

なお、上記インターネットマーケティングにおいては、消費者がこれら媒体を通じて自社に資料請求や問合せを行った段階で、本人の個人情報を取得することとなり、それ以前の時点では取得には至らないこととなっている。

(個人情報の利用状況)

取得した個人情報は、各社がデータベースに登録して管理しており、それらを利用して、商品・サービスの提供やそれに伴う付帯サービス(保守サービス、付加的サービス等)の提供に用いるとともに、自社・グループ会社等の関連する商品やサービスの案内等にも利用する事業者が多い。

グループ会社等を有する事業者の多くは、グループ会社等を共同利用会社として個人情報を共同利用したり、本人同意を得た上でグループ会社等に提供している。これらの例としては、提供した商品・サービスに付随する保守サービスや関連商品の案内、本人が登録した関心事業に即したグループ会社等の商品・サービスの紹介などがあり、多岐にわたる。

(4) 一般事業者ウェブサイトにおける個人情報の取扱いに関する記載

本調査の対象とした一般事業者のウェブサイトにおける個人情報の取扱いに係る記載を調査したところ、次のとおりであった。

個人情報の取得に関しては、「取得の際には適法かつ公正な手段によって取得している」という方針を記載している事業者が大半で、具体的な取得手段にまで言及している事業者は少ないが、取得する個人情報の範囲や取得経路を記載している事業者もあった。

利用目的については、自社の商品・サービス提供のための利用、DM等のダイレクトマーケティング、自社商品・サービスの向上のための調査・分析を掲げる事業者が多かった。マーケティングについては、自社の商品・サービスの宣伝のみならず、グループ内企業のサービスや商品カタログを取り扱うなど、他社の商品・サービスの広告・宣伝事業を行っている会社もあった。また、顧客の個人情報のみならず、就職活動、従業員、株主などステークホルダー別に利用目的を明示している事業者もあった。

なお、利用目的の一部として第三者提供を明確に掲げている事業者は11社中1社であった

が、他の事業者においても、本人の同意がある場合や法令に基づく場合などにおける第三者提供があり得ることは明記されていた。また、オプトアウトによる第三者提供や共同利用する事業者を記載している事業者もあった。

(5) 第三者からの個人情報の取得

他者(名簿販売事業者)から名簿を定期的に入手して事業活動に利用していると明確に回答したのは1社で、過去にはしていたが現在はしていないと回答した事業者が1社あった。それ以外は、インターネット広告、自社ウェブサイト、比較検索サイト等を利用した販促活動をしており、不特定多数へのDM送付や個別の訪問営業をしていないため、名簿を入手する必要がないという回答が多かった。

名簿を外部から購入しているとする事業者では、以前から、名簿を基に地域拠点ごとに営業を行う手法をとっている。入手した名簿は、情報が古く、住所など不正確な情報も多いため、まずハガキを送付して、DM送付の希望を事前に確認し、スクリーニングしているという。ハガキに対して問合せがあった場合には、情報の出所についても明らかにして対応しているという。

(6) 第三者への個人情報の提供

個人情報の第三者提供は限定的な場合しか行っていないとする事業者が多かった。グループ企業内で共同利用しているケース、本人同意を前提に特定の事業者間で相互紹介契約を締結しているケース、本人の与信管理(融資の審査)等のため信用情報機関と対象者情報を共同利用しているケース、DM発送業務を代行する委託先へ顧客リストを提供しているケース等の例があった。

また、オプトアウトによる第三者提供を行っているとは回答した事業者はなかった。1社は、自社ウェブサイトに、オプトアウトに関する所定の事項を掲示していたが、実際には本人の同意を得て第三者提供を行っているとのことだった。

(7) 個人情報管理に関する第三者認証の取得状況

プライバシーマークは7社が取得しており、1社はいったん取得したが現在は返上しているという。また、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)認証は1社が取得している。そのほか、認証取得を目指し現在準備しているという事業者もあった。

(8) 本人からの個人情報の保有状況の問合せや苦情等への対応状況

保有個人情報の開示等の求めへの対応については、各社とも自社ウェブサイトのプライバシーポリシー等において、申請手順や受付窓口等を開示している。

各社とも、個人情報の保有状況に関する問合せや開示請求は少ないといい、個人情報の保護に係る事案がメディア等で話題になった際に問合せが増えるという。

一方、DMの拒否、名宛人の死亡や入院等に伴う情報の消去要求などの連絡は、各社ともおむね電話やメールで受け付けているが、契約情報に関する問合せについては、なりすましのおそれもあるので本人確認を行った上で対応しているという。

(9) 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

近年の大手通信教育事業者からの情報漏えい事案をきっかけに、社内に通知を出して、個人情報の取扱いやコンプライアンスに関する再点検を行うように指示したり、情報セキュリティの厳格化に取り組んだりしたという事業者が多かった。

また、ヒヤリ・ハット研修を定期的に行ったり、メールの誤送信等に対するヒヤリ・ハット事例を定期的に社員に紹介して注意喚起したりするといった、日常的に危機感を喚起する取組を行っている事業者もあった。

(10) 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等

個人情報保護の観点から認識している課題として、次のような意見がみられた。

- ・情報セキュリティに関し更なる強化が必要と認識している。そのため基幹システムを刷新し、タブレット端末にてペーパーレス化を目指している。
- ・インターネットによる資料請求における悪意のあるなりすましへの効果的な対応を図るため、必要に応じて住所確認及び本人確認のプロセスを入れるようにしている。
- ・本社と営業マンなど、部署により個人情報保護に関する意識の差があり、全社統一的な管理の徹底が課題と考えている。特に、新入社員研修では個人情報保護を重点テーマにしている。
- ・社員のソーシャルメディアの利用において、不用意に社内情報や個人情報が流出しないように、ソーシャルメディアポリシーを策定しウェブサイトで公開している。役員、社員、準社員、嘱託社員、パート社員及びグループの管理下にある派遣労働者が業務や私的な目的でのブログ、SNS等のソーシャルメディアの利用に当たって遵守すべき内容を示している。

(11) 国等の施策や法制度の運用に関する意見や要望（自由意見）

- ・各種制度等への対応（プライバシーマークの取得等）は、必要ではあるかもしれないが、非常に手間が掛かるので、簡素化してほしい。
- ・今後、ビッグデータの取扱いが課題となるので、指針が必要ではないか。
- ・マイナンバー制度の開始で、個人情報保護の面で混乱が生じないよう、統一的に運用してほしい。

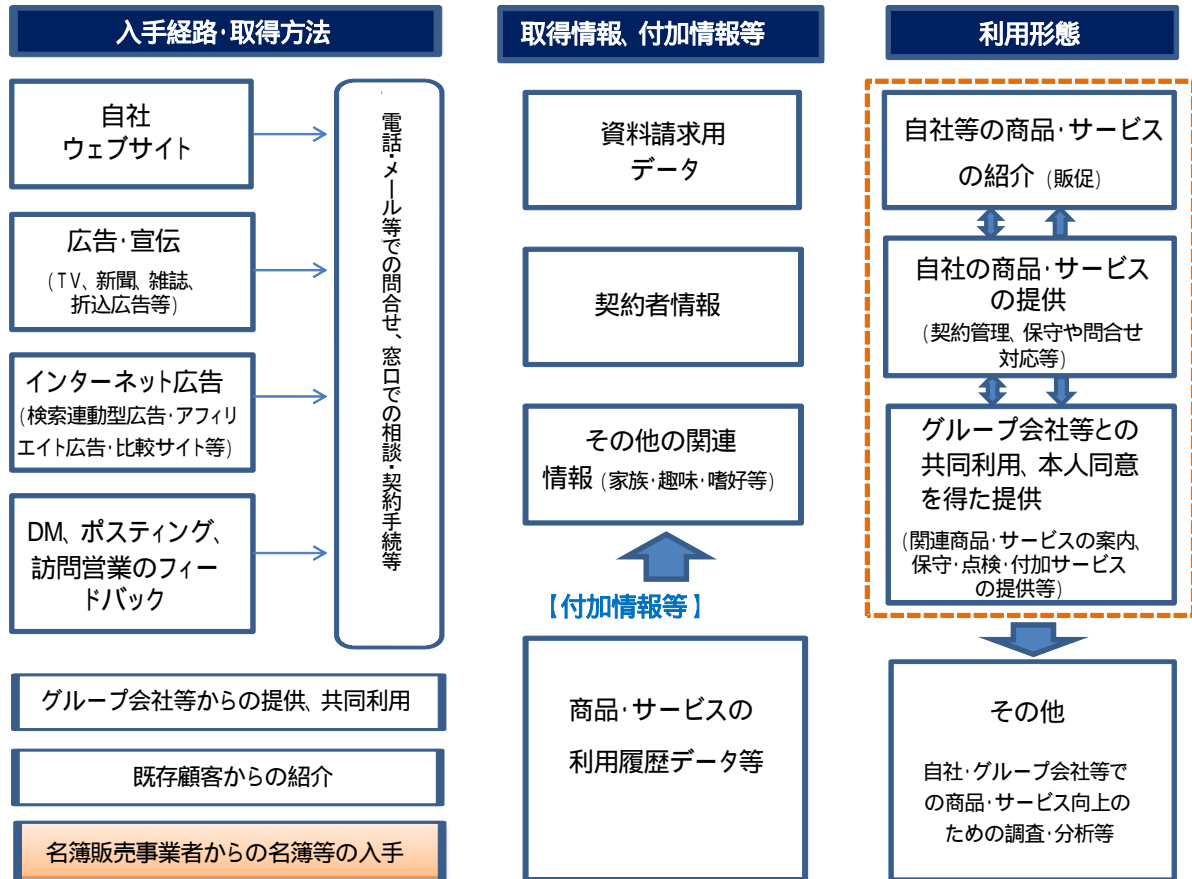
3.2 一般事業者における個人情報の取扱い

次頁の図は、本調査で対象とした一般事業者 11 社の回答を踏まえ、個人情報の入手経路、取得・保有している個人情報の種類、個人情報の利用形態を整理したものである。

事業活動に個人情報を利用している一般事業者では、消費者からの相談・問合せ受付時や契約時に、直接本人から個人情報を入手することが大半である。入手経路としては、自社ウェブサイトや各種広告媒体、インターネットマーケティング等を通じて接触してきた消費者から直接取得することが中心である。一部の事業者においては、本人同意を前提としたグループ会社等からの提供や共同利用、既存顧客からの新規顧客の紹介、名簿販売事業者からの名簿購入などの間接的な取得も行われている。

取得した個人情報は、各社の顧客データベースに登録され、自社の商品・サービスの提供や自社・グループ会社等の関連商品・サービスの案内等にも利用されている。また、グループ会

社等との間で共同利用したり、本人同意を得た上でグループ会社等へ提供しているところもある。



3.3 ヒアリング結果

【A社】	
業種	総合警備業
企業規模	大規模

1. 個人情報の取得と利用状況

- ① 自社の事業に活用している個人情報は、あくまで自社サービスの契約に伴って入手しているもので、グループ会社以外の第三者から提供を受けてはいない。
- ② 取得している個人情報は、名前、住所、生年、電話番号、緊急連絡先、支払に関する情報(クレジットカード・銀行口座の番号)など。
- ③ 個人情報は、自社及びグループ会社が提供するサービスの案内や既存のお客様からの問合せ対応に利用している。その際、過去の顧客の掘り起こしにはテレマーケティングの手法を用いている。
- ④ 個人情報は、自社でデータベースを構築し、管理している。
- ⑤ 自社のウェブサイトで、顧客から収集する個人情報については、収集目的、提供する第三者の範囲、顧客に対する対応窓口を通知した上で、必要な範囲の個人情報を収集するとしている。また、収集した個人情報の利用目的は、自社サービスの遂行に利用するとしている。

2. 個人情報の第三者からの取得

- ① 以下の場合を除き、第三者から個人情報を取得することはない。
 - グループ内の事業者(例:不動産業、リフォーム業)と、相互に客を紹介しあう契約(紹介契約)を締結しており、これに基づいて、見込み客についての情報提供を受けることがある。情報提供を受けた後、商品案内を送付して問合せを受け、契約申込みに至る。
 - 紹介を受けるに当たっては、紹介側で、本人から第三者への個人情報の提供を行う旨、事前に了解を得ていることを条件にしている。
- ② 営業職員が独自に外部から名簿を入手して、営業に利用することはないと考えている。

3. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 営業活動等で取得した個人情報を、本人の承諾を得た上で、紹介契約を締結しているグループ会社に提供し、見込み客や関心層として紹介している。
- ② 自社ウェブサイトでは、本人の承諾なく第三者提供は行わないこと及び適切な管理を行っていることを記載している。
- ③ オプトアウトによる第三者提供は行っていない。

4. 本人からの苦情等への対応状況

- ① プライバシーポリシー、セキュリティポリシー、保有個人データの開示等の請求方法を、ウェブサイトに掲載している。
- ② 個人情報の保有状況に関する本人からの照会はほとんどない。
- ③ 個人情報に関するクレームとしては、ポスティングの中止の要請があるが、その場合は、独自に「入れないリスト」を作成し、社内で共有している。
- ④ 個人情報に関する問合せは年に10件程度。
 - 内容は、申込みの間違いや解約に伴う個人情報の削除を依頼されることが多い。なお、

自社ルールとして、解約後5年間は記録を保持している。

5. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① 大手通信教育事業者からの大規模個人情報漏えい事案の報道を受けた後に、即座に社内へ通知を出して、個人情報の取扱いやコンプライアンスに関する再点検を行うよう指示をした。
- ② セキュリティ会社として、警備員に対しては新任研修を1週間、現任研修を半年に1回、警備法の規定に沿って実施している。

6. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等

- ① 情報セキュリティに関し更なる強化が必要と認識している。
- ② そのため基幹システムを刷新し、タブレット端末でペーパーレス化を目指している。
- ③ また、セキュリティ確保のため、全て社内システムでデータ管理を行い、営業端末に会社のデータは置かないようにすることを進めている。

【B社】

業種	貸金業
従業員数	1,000人以上
資本金	50億円以上
年商等	1000億円以上 5000億円未満

1. 主な事業内容

- ① 主にローン事業、クレジットカード事業、信用保証事業を行っており、ローン事業が営業収益全体の7～8割を占める。
- ② キャッシング利用者は約100万人規模であり、利用者数は横ばい傾向にある。

2. 個人情報の取得と利用状況

- ① 個人情報は自社の事業に伴って収集しており、第三者からの名簿入手、購入は行っていない。
 - 個人に対して積極的にDM等で販促を行うことはしていない。
 - 広告や宣伝活動（TVCMなど）の手法が中心となっている。
- ② インターネット広告やアフィリエイト契約により、自社のウェブサイトへリンクしている。
 - 顧客が自社のウェブサイトへリンクしてから、審査に必要な情報を入手している。
- ③ 個人情報の保管状況としては、ローン利用契約の解約後10年で消去している。
- ④ 完済後も個人情報は保管しており、完済した顧客からの問合せ対応や新規利用の掘り起こしなどに利用している。
- ⑤ 返済に関する案内は、電話やメール、郵送等で行っている。
- ⑥ ウェブサイトには、個人情報の利用目的として、主に与信業務を遂行するためと記載している。

3. 個人情報の第三者からの取得

- ① 名簿販売事業者等から個人情報を取得することはない。
- ② 個人情報は厳重に管理し、自社で完結させる方針で臨んでいる。
- ③ アフィリエイト契約により、バナー広告や検索連動広告からワンクリックで自社のウェブサイトへきた個人に対し、ウェブサイト上で商品・サービスの説明を行い、更に審査請求に対応している。
 - 外部サイトから個人情報を入手し、メールや郵送で案内資料を送付するような方式は採用していない。

4. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 個人情報の取扱いを厳格に管理・運営する方針のため、事業活動において、本人の承諾なしに、グループ会社を含めた第三者に個人の情報を提供することは現在のところ行っていない。
 - 自社のウェブサイトでは、今後、子会社や系列会社へ事業承継や業務委託等の可能性があることも踏まえ、個人情報を提供する第三者として子会社を挙げている。子会社の利用目的は、当社と同様としている。また、個人情報の共同利用会社を掲示している。

- い 与信の審査に当たって、信用情報機関に問合せを行っている。信用情報機関は業界が共同で出資・運営している組織。
5. 本人からの苦情等への対応状況
- い プライバシーマークは平成16年に取得している。
 - い 利用者等からの問合せや苦情は自社のコールセンターで受け付け、その場で対応できない内容については、専門部署が対応している。
 - ほとんどが返済等に関する問合せや連絡である。
 - い 個人情報に関する問合せとしては、住所や勤務先情報の変更登録の遅れなどデータ更新に関する確認や問合せが今期3件あった。また、個人情報の漏えいの可能性に関する問合せが1件あった。
 - い 個人から与信に関する問合せ（いわゆるブラックリストへの掲載等）があった場合には、信用情報機関の窓口を紹介し、対応は信用情報機関が行っている。
 - い 当社が保有している個人情報に関する削除依頼は今のところない。
6. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
- い 大手通信教育事業者からの個人情報漏えい事案の情報を受けた時点で、グループとして、グループ各社の個人情報管理に関し、点検を実施した。
 - い 日常から金融機関水準での研修や点検などを実施している。親会社から点検の指示がある場合もある。
7. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等
- い グループとして、サイバー攻撃への対応方策を常時実施している。
 - ウイルス、メール添付など社内で常時注意喚起している。
 - Eラーニングで、社員のスキル、意識向上に努めている。

【C社】

業種	金融業
企業規模	小規模

1. 個人情報の取得と利用状況

- ① 個人情報は、数十万件以上保有しているが、全て顧客の口座開設時に自社で取得したデータである。
- ② 電話やインターネット経由で口座を開設する場合には本人確認が必要なため、免許証などの画像データをアップロードしてもらい、資料を郵送することによって居住確認をしている。
- ③ 顧客データはサーバに格納し、アクセス権限がなければアクセスできないようになっている。CD-RやUSBメモリーでの持ち出しには、管理責任者の承認を得ることになっている。
- ④ サーバはファイアウォールで外部からの侵入を防いでいる。
- ⑤ マネーロンダリング防止の観点から監督当局の検査を受けることもあり、社内体制を強化している。
- ⑥ 自社ウェブサイトでは、個人情報の取得に関して、事業内容の規模に応じて適切な取得に努め、取扱いに関する規定を整備するとしている。また、利用目的として、自社サービスの遂行に必要な範囲での利用とし、顧客、株主、取引先などステークホルダー別に利用目的を公開している。本人からの保有する個人情報の開示等の請求手続も明記している。

2. 個人情報の第三者からの取得

- ① 営業は、インターネットを通じて行っており、訪問販売やDM送付等のアクティブな営業活動は行っていないため、マーケティングに名簿販売事業者の名簿を使うことはない。
- ② 口座開設時に会員登録を通じて得られた情報を自社でデータベース化しており、個人情報を第三者から取得することはない。

3. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 本人の同意がある場合や、金融機関等との間での入出金管理のため業務上必要な場合等、一定の場合を除いて、第三者提供は行っていない。ウェブサイト掲載のプライバシーポリシーにおいて、例外的に第三者提供を行う場合を記載している。
- ② オプトアウトによる第三者提供はしていない。

4. 本人からの苦情等への対応状況

- ① 保有する個人データに関し、本人（代理人を含む）から開示、訂正、利用及び第三者提供の停止に関する要請があれば、本人確認をした上で、速やかに対応している。
- ② 消去要請は過去に2回あっただけである。

5. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① もともと厳しいチェックを受けていたので、特には行っていない。

6. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等

- ① 特にない。

7. その他

- ① 仕方ないかもしれないが、各種制度等への対応（プライバシーマークの取得等）は、非常に手間が掛かるので、簡素化してほしい。
- ② 金融業は規制が厳しいが、必要なことだと思っている。他の一般事業者にも、もっと厳しくしているのではないか。

【D社】

業種	放送通信業
従業員数	1,000人以上(グループ総数)
資本金	50億円以上
年商等	5000億円以上

1. 主な事業内容

- ① ケーブルテレビ局の統括運営を通じた有線テレビ放送事業
- ② 電気通信事業(インターネット接続、電話サービス等)
- ③ ケーブルテレビ局及びデジタル衛星放送向け番組供給事業統括
- ④ サービス加入世帯数：数百万世帯、視聴可能世帯数：1000万世帯規模

2. 個人情報の取得と利用状況

- ① グループ会社である各ケーブルテレビ局単位で、ポスティング等によるエリアマーケティングを行い、加入者と契約。
- ② 子会社各局が取得した個人情報は、ケーブルテレビサービスを統括運営する当社に委託により提供されている。その際には、業務委託契約及び守秘義務契約を行い、契約に関する個人情報の管理主体を明確にしている。
- ③ 契約時に取得する個人情報は、氏名、住所、電話番号、サービス種別、生年月日、口座番号、クレジットカード番号など。
- ④ 書面による契約を各局で行い、本社機能を営むオペレーションセンターに送付し、情報をデータベースに入力。
 - 契約書面は倉庫にて保管している。
- ⑤ 契約データベースは自社の基幹システムで管理し、インターネットからの閲覧は不可能。
 - 外部記憶装置へのコピーは禁止されている。
- ⑥ エリアでの営業・契約のため、各局間での情報流通はない。
顧客の移転などで引継ぎが必要な場合は、本社機能であるカスタマーセンターから顧客の承諾を得て、該当局へ移管する。
- ⑦ プライバシーポリシーでは、子会社各局以外のグループ企業等と個人情報を共同利用する旨を記載している。

3. 個人情報の第三者からの取得

- ① 営業活動は、各局エリアでの訪問又はポスティングが主であり、DM送付を行っていないため、名簿販売事業者等の第三者から個人情報を取得することはない。

4. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 法令に基づく場合を除いて、本人の承諾を得ない個人情報の第三者提供(オプトアウトによる提供も含む。)はしていない。
 - 顧客の承諾を得ないグループ内流通もない。
JISQ15001(3.4.2.4)を遵守し、第三者提供を実施する場合は、個人情報を取得する際に事前に記載・掲載する運用としている。

5. 本人からの苦情等への対応状況

- ① サービス解約後の個人情報削除の要請については、個別に対応している。
- ② 保有個人データの開示等の請求への対応については、プライバシーポリシーで公開している。
- ③ 個人情報情報の保有状況に関する本人からの照会や削除依頼はほとんどない。
- ④ 解約に伴い個人情報の削除を依頼されることはある。
- ⑤ 個人情報に関するクレームには、ポスティングの中止の要請があるが、それは各局で独自にリスト化して対応している。
- ⑥ 契約書は、解約後7年間は記録を保持する。
- ⑦ プライバシーマークは取得しているが、I S M Sの認証は取得していない。

6. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① 大手通信教育事業者からの大規模情報漏えい事案の際には、全社員に注意喚起を行った。
- ② 「ヒヤリ・ハット」研修を定期的に各局に出張して行っている。
- ③ 最終的には、社員のモラルを維持するしかなく、常日頃から、社員に向けた注意喚起を怠らないようにしている。

7. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等

- ① 個人情報の外部持ち出しについては、タブレット端末でペーパーレス化を目指している。
- ② タブレット端末はパスワード管理されており、紛失しても情報の漏えいはない。
- ③ 契約時などにタブレット端末から入力された個人情報は、サーバにアップすると同時に当該タブレット端末から削除される仕組みになっている。
- ④ 現在におけるセキュリティマネジメントは、業務知識とシステムセキュリティの両面のノウハウが必要であるので、セキュリティマネージャーの適材適所が課題となる。

8. その他

- ① 今後、ビッグデータの取扱いが課題となるので、何らかの指針が必要ではないか。

【E社】

業種	貴金属販売業
企業規模	中規模

1. 個人情報の取得と利用状況

- ① 会員の登録情報（氏名、住所、年齢）は、売買契約時に取得している。
- ② 保有件数は現在 10 万件程度である。
- ③ 個人情報は、催事や商品の案内、自社製品の通販番組の番組表などのDM送付に利用している。
- ④ 名簿情報の管理は、受注システムと連動しているので、情報システム部が行っており、社内からのアクセスも管理職以上に限定している。
- ⑤ プライバシーポリシーでは、利用目的について、サービス提供のため、与信管理のため、経理上の処理のため等とし、記載されていない利用目的で使用する場合は個別に通知としている。

2. 個人情報の第三者からの取得

- ① 通信販売を中心とした事業であり、訪問販売等の個別の営業活動は行っていないので、名簿販売事業者等の第三者から個人情報を取得することはない。
- ② あくまでも販売時に得られた会員登録情報を自社で入力し、データベース化している。

3. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 購入者の依頼により、ローン会社に当該購買者の個人情報を提供することがある。
- ② DMの発送代行業者に、個人情報の取扱いを委託することがあり、その場合には契約書を作成し、個人情報の取扱いについても文書化して管理している。

4. 本人からの苦情等への対応状況

- ① データの削除要請があった場合、削除申請書に記入してもらい、本人確認を行った上で削除する。犯罪による収益の移転防止に関する法律への対応から、本人確認を厳格に行う必要がある。公的証明書の提出をもって名簿から削除している。
- ② 本人が高齢で入院などしたときの家族からのキャンセル要請や、本人以外から商品届け先の変更要請などがあった場合、依頼者についても本人との関係性を確認する必要がある。
- ③ 保有する個人情報の開示の求めを受けることはしばしばあり、適切に対応している。
- ④ 購入者の依頼によるローン会社へのローン申請手続以外に個人情報の第三者提供をすることはないので、第三者提供の停止を求められたことはない。

5. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① 今までにサイバーアタックを受けた経験はない。
- ② 最近プライバシーマークを取得し、それにのっとって運用している。

6. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等

- ① 通信販売の業界団体に加盟しており、そこでは、なりすまし対策などに関するガイドラインを設けており、当社としても注意する必要があると考えている。

7. その他

- i 各種制度等への対応(プライバシーマークの取得等)のために法令が定める手続が、顧客にとっても非常に手間が掛かるので、できれば簡素化してほしい。

【F社】

業種	衣料品販売業
企業規模	中規模

1. 個人情報の取得と利用状況

- ① 自社の事業で入手した個人情報は、自社サービスへの活用を目的に管理している。
- ② 管理している個人情報は、名前、住所、生年月日、電話番号、契約・サービス履歴情報、電話やハガキ、インターネットによる問合せ情報等を管理している。
- ③ 情報はデータベース化して、自社の基幹システムで厳重に管理。社外からの閲覧は不可能であり、アクセスログの管理を行っている。
- ④ 自社ウェブサイトのプライバシーポリシーでは、利用目的として、自社及びグループ会社の製品やサービスに関する情報を提供することにのみ使用すると記載している。

2. 個人情報の第三者からの取得

- ① 販促用DMに利用するため、長年取引している名簿販売事業者から毎年名簿を購入している。名簿は、平成18年11月の住民基本台帳法改正以前に、住民基本台帳から抽出した法的に問題のない情報に限っている。名簿の内容は、氏名、生年月日、性別及び住所。
- ② 情報が古く住所など不正確な情報が多いため、まずハガキでDM送付の希望を調査してスクリーニングしている。
- ③ ハガキに対して問合せがあった場合には、情報の出所についても明らかにして対応している。

3. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 営業活動等で本人から直接取得した個人情報を、グループ内の関連事業者に提供することがある。事業目的と関係なく第三者への提供をすることはない。

4. 本人からの苦情等への対応状況

- ① 保有個人データの開示等の手続、対応については、ウェブサイトのプライバシーポリシーで公開している。
- ② お客様相談室は、数名体制で、平日の営業時間のみ対応している。
- ③ DMは不要なので情報を削除してほしいとの要望、クレーム等に対しては、適時相談窓口にて対応。
 - DMが不要な理由としては、今後購入の予定がない、転居のためデータ上の所在地に本人がいない、及び本人が死亡しているとの内容がほとんどである。要請があった場合には、個人情報をデータベースから確実に削除している。
- ④ ポスティングは行っていないので、クレームとしては、DM関連のみである。
- ⑤ オプトアウトによる第三者提供はしていない。

5. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① 大手通信教育事業者の情報漏えい事案の報道がされた際には、個人情報の取扱いについての問合せが増えたので、改めて社内への注意喚起を行った。また、店長会議等で、各店舗の社員教育を実施するように通達を出した。

6. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等

- ① 社内の不正行為や個人情報取扱時の不注意による個人情報の漏えい・紛失等の防止のため、社員のモラルの向上・維持を目的に教育・研修を引き続き実施中。
- ② 紙媒体による情報管理は、事故の危険性が高いので、情報の種類によってはペーパーレス化を計画中。
- ③ 会社全体でのセキュリティ意識を高めていくことが、今後更に重要であると考えている。

【G社】

業種	結婚情報サービス業
従業員数	100人以上 300人未満
資本金	5億円以上 10億円未満
年商等	50億円以上 100億円未満

1. 主な事業内容

- ① 会員制の結婚情報サービス業を行う。年間入会数は数千名。
- ② 会員の年齢：30歳代中心に30歳代～40歳代。

2. 個人情報の取得と利用状況

- ① 個人情報は自社サービスの契約にて入手しており、自社の事業に活用している。
- ② ウェブサイトによる申込時に、氏名、住所、電話番号、性別等を入手。
- ③ 契約（入会）時に、氏名、住所、電話番号、生年月日、性別、メールアドレス等を入手。
○ さらに、結婚相手紹介活動のために、趣味、勤務先、年収、家族構成、クレジットカード番号等も入手している。
- ④ 契約書面は、退会后5年間はセキュリティ対策済みの倉庫で保管し、その後は廃棄処分。
- ⑤ データベースは、グループ会社のサーバで厳重に管理されている。データベース内の情報は、退会后半年で消去。
- ⑥ 各支店で作成した契約書等の原本は、全て本社で保管することになっている。各支店での情報端末は、ID・パスワード管理されており、印刷はできない。
- ⑦ ノートパソコンは、シンクライアントになっており、パソコン本体内に情報を記録できない仕組みになっている。また、従業員の私物はロッカーに保管し、事業所内へは持ち込めない。

3. 個人情報の第三者からの取得

- ① 個人情報を第三者から取得したり、紹介を受けたりすることはない。
- ② インターネット広告や自社ウェブサイトを利用したプル型営業（顧客誘引型営業。顧客からのアプローチを待つ営業方法で、売り込み等を行わない。）なので、名簿販売事業者から名簿を購入してマーケティングに利用することはない。

4. 個人情報の第三者提供の有無

- ① 契約等で得た個人情報は、グループ内企業であっても提供することはない。
- ② オプトアウトによる第三者提供も行っていない。

5. 本人からの苦情等への対応状況

- ① 個人情報の取扱いに関する問合せは年に数件程度発生しているが、個人情報の削除要請は記憶にない。
- ② プライバシーマークは取得している。

6. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① メールの誤送信等に対するヒヤリ・ハット事例を、定期的に社員に紹介して、注意喚起を行っている。

7. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等
 - ① 事業内容上、情報漏えいは死活問題となってしまうため、情報セキュリティや社員教育に関しては厳格に取り組んでいる。

【H社】

業種	結婚相談業
従業員数	20人以上 50人未満
資本金	5000万円未満
年商等	1億円以上 10億円未満

1. 主な事業内容

- ① 結婚を希望する会員に対し、結婚相手紹介、お見合いの設定、各種イベントの開催などの成婚に向けた支援サービスを提供する事業。
- ② 会員数は数千人程度で、登録者の入替りはあるがおおむねこの程度の人数で推移している。
- ③ 少子化や業界での競争、インターネットの普及で会員制の結婚相談市場は縮小傾向にある。

2. 個人情報の取得と利用状況

サービス提供の流れに沿った個人情報の取得・利用状況は以下のとおり。

自社ウェブサイトや各種広告媒体を見た読者からの電話や電子メールによる資料請求。

- 資料請求に当たっては性別、生年、婚歴、学歴、個人情報の取扱いの項目への回答（同意）を必須項目として個人情報を収集し、併せて送付希望先（氏名・住所）を聞いている。

資料を確認して興味を持った場合は、窓口での相談（見学）の予約をしてもらう。

- この段階で、氏名、メールアドレス、電話番号、個人情報の取扱いの項目への回答（同意）を必須項目として予約を受け付けている。

窓口での相談段階で、会員登録と契約の締結を行い、写真撮影と自分自身の紹介状を作成し、会員データベースに登録される。

相手選び（紹介状の送付）

- 順次、お見合い相手の紹介状が届き、希望の有無を確認。
- この段階では、個人を特定できない内容で相手を紹介。
- 交際が進む段階で、相方の電話番号を開示することになっている。
- ④ 相手の紹介に当たっては、窓口を設置したパソコンの画面を利用している。
 - 個人情報はデータベースで管理しており、印刷物にはなっていない。
 - ⑤ 個人情報は、自社のデータベースシステムで管理している（開発、運用も自社）
 - ⑥ 会員データは、退会后、2か月くらいで削除している。
 - 支払請求等のデータは、会社法の規定に沿って保管しているが、属性情報は削除している。

3. 個人情報の第三者からの取得

- ⑦ 結婚相談に関する個人情報は、個人の機微に触れる情報で取扱いが難しく、名簿販売事業者を始め他社からの個人情報の購入は行っていない。
- ⑧ 結婚相談サービスの比較サイトに広告を掲載して、そこに訪れたユーザーが行った資料請求のデータを入手している。比較サイトからの資料請求は、自社サイトより多く、100件/月規模と効果は大きい。
 - 資料請求データは、管理番号、氏名、住所、連絡先、年齢（生年）程度と最小限の情報にしている。資料請求データは、おおむね1年くらいで処分している。

- ④ 入手した情報を用いて、資料請求者に対し、資料送付前に事前に電話で送付の可否を確認している。
 - 中には、不要との回答やなりすましの例もあるため。
 - ④ 比較サイトからの資料請求で、なりすまされた本人が気付いて当社に問合せがあった場合は、自社で削除するとともに、本人から出所である比較サイトに連絡して情報の削除を要請するように回答している。
4. 個人情報の第三者提供の有無
- ④ 結婚相談に付随して、会員間での利用のために各個人の情報を提供している。
 - その際は、情報提供先の会員に守秘義務や損害賠償責任を伴うことを明記している。
 - 40年以上の事業の中で、大きな問題となったことはない。
 - ④ 会員同士の情報交流サービスを独自に開発して提供している。
 - 電話番号を相手に教えたくない場合に、メールアドレスも不要で会員番号だけでつながるチャットのようなコミュニケーションサービスを提供している。
 - ④ 会報や本人に代わり親が婚活を行う交流会の案内の送付は、外部に委託しており、送付用のデータを提供している。
 - ④ 上記以外に第三者への提供は行っていない。
5. 本人からの苦情等への対応状況
- ④ プライバシーマークを取得しており、自社ウェブサイトに掲載しているプライバシーポリシーで公開している。
 - ④ 情報の保有状況に関する本人からの照会はほとんどない。
 - ④ 悪意のあるなりすましによる資料請求者の個人情報の削除要請が毎月数件ある。
6. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
- ④ セキュリティ対策の向上としてパソコンのOSのバージョンアップをした。
7. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等
- ④ インターネット上での資料請求での悪意のあるなりすましへの効果的な対応。

【I社】

業種	不動産業
従業員数	100人以上300人未満
資本金	3億円以上5億円未満
年商等	100億円以上500億円未満

1. 主な事業内容

- ① 親会社が購入・開発した分譲地に、マンション分譲や戸建分譲を行う事業。
 - そのほかに不動産販売受託・仲介、リノベーション等の事業を行っている。
 - マンション分譲は、年間十数棟程度行っており、売上げの大半を占める。

2. 個人情報の取得と利用状況

- ① インターネット広告、自社ウェブサイト、物件検索サイトなどを利用して自社物件の告知を行い、その広告を見た消費者からの資料請求により、関心がある層の個人情報を取得している。
- ② また、新規分譲物件の近隣のエリアで広告資料を各戸配布し、関心がある層への告知、モデルルームへの誘導などを行う販促活動を行っており、その告知を通じて、電話による資料請求、モデルルーム等での案内、案内カウンターでの登録などにより個人情報を取得している。
- ③ 資料請求を受けた際には、氏名、住所、電話番号、メールアドレス等の最小限の情報のみ取得する。
- ④ モデルルーム等の案内カウンターでは、アンケートの形式で、資料送付段階で入手する個人情報のほかに、年齢、希望する居住エリア等を聞いている。
- ⑤ 個人情報の取得時の同意書には、利用目的、目的外利用制限、利用停止等の手続についても記載している。
- ⑥ 自社単独のデータベースで個人情報を管理している。データベースの実際の運用は、元従業員が経営する会社に業務委託している。
- ⑦ プライバシーマークを10年以上前に取得。
 - 営業面で他社と差別化してアピールすることを目的に他社に先駆けて取得。

3. 個人情報の第三者からの取得

- ① プライバシーポリシーに沿って、入手経路や本人の承諾の有無が不明確な個人情報、具体的には名簿販売事業者等の第三者からの個人情報を取得することは行っていない。
- ② 物件広告を物件検索サイトや比較サイトに掲載し、外部サイトを通じた資料請求は相当数ある。外部サイトとは、広告出稿に伴い、資料請求対応を代行する契約を締結している。この時点では、個人情報は当該外部サイトが取得していることになる。
- ③ 本人の依頼を基に外部サイトが資料を送付し、送付先本人からの当社への問合せや当社案内所での相談対応等を行った時点で、自社の個人情報として取得している。
- ④ 物件検索サイト等の個人情報の取得・取扱いについては、プライバシーマークの認証更新に合わせて、相手先に対し調査票により見直し・チェックをしている。
 - 個人情報取得に関する記録は、広告委託契約に基づいて、物件ごと、広告ごとにリスト管理している。

4. 個人情報の第三者提供の有無
 - ① グループ企業以外には個人情報の提供をしていない。
 - ② マンション売買契約時に、居住者に対し、定期保守を関連会社で行う旨を告知するとともに、居住者と個別に定期保守契約をしている。
 - ③ 親会社と共同事業でマンション開発を行った場合、個人情報を相互に開示している。
 - ④ グループ企業との個人情報に関する秘密保持契約を締結している。
 - ⑤ プライバシーポリシー等では、利用目的の範囲で個人情報を第三者に提供するとしている。オプトアウトによる第三者提供を行うことも記載しているが、実際には、第三者提供については本人の同意を得て行っている。

5. 本人からの苦情等への対応状況
 - ① 保有個人データの開示等の請求への対応については、ウェブサイトに掲載しているプライバシーポリシーで公開している。
 - ② 顧客からの相談、苦情等は、お客様相談室で対応している。
 - ③ ほとんどが物件内容や不具合等の問合せや苦情で、DMや電話案内等に関連した個人情報の削除依頼は、年間100件程度。
 - ④ DMに記載されているIDにより即座に該当IDを確認し削除している。

6. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応
 - ① 記録媒体の取扱い、管理の徹底を更に強化した。
 - ② 2年前に、パソコンからスマートフォンへのUSB接続による充電を禁止した。
 - ③ 電話帳やメールアドレスなどの個人情報がパソコン経由で漏えいする可能性があるため、プライバシーマークの認証更新時に指摘され、対策を講じた。
 - ④ 携帯電話端末は会社支給のものをを使用することを義務付け、顧客の電話番号も端末に保存しないようにしている。紙リストを使用し、電話した場合も履歴を消すようにしている。

7. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等
 - ① プライバシーマークの更新が毎回厳しくなっており、その対応を通じて個人情報保護に対応するようにしている。

【J社】

業種	サービス業
企業規模	大規模

1. 個人情報の取得と利用状況

① 個人情報（顧客情報）の取得の流れ

本人が自社ウェブサイトや新聞広告を閲覧 電話、メール等による資料請求（氏名、住所、電話番号、メールアドレス等の取得） 資料送付 （相談依頼） 営業マンがコンタクト（訪問営業） 購入（詳細情報も含めた顧客情報の取得、個人情報の取扱いに関する同意）

② 既存顧客から新規顧客の紹介も受けている。

③ 個人情報は、販促・営業段階のものは各営業所等で管理している。それ以降の顧客情報は本社で管理している。データベースは、主に利用者への各種サービスの紹介・提供を目的に子会社等と共同利用している。

○ その場合は、個別に各子会社と秘密保持契約を締結している。

④ 自社の会員情報や、会員以外自社サービス利用者（ビジター）等で本人の同意を得ている個人情報を、販促活動に利用している。

⑤ 有料老人ホームの勧誘に、本人から承諾を事前に得た上で、他サービスの顧客のリストを社内ですべて利用することはある。

2. 個人情報の第三者からの取得

① マーケティング方法は、自社のウェブサイトや新聞広告、住宅地でのポスティングが中心なので、現在は名簿販売事業者の名簿は利用していない。

② 他者からの個人情報の組織的な入手は、現在は行っていない。第三者から個人情報を入手するケースとしては、既存顧客等からの紹介程度である。

3. 個人情報の第三者提供の有無

① 社外（子会社・関連会社以外）への第三者提供は行っていない。

② 個人情報の取扱規程で、子会社及び関係会社と共同利用を行うことを明記している。

○ 宣伝印刷物や電子メールの送付に利用している。

③ オプトアウトによる第三者提供は行っていない。

4. 顧客からの苦情等への対応状況

① 自社ウェブサイトの個人情報の取扱規程及びプライバシーポリシーで、個人情報の問合せ・苦情、保有する個人情報に関する照会、訂正、削除等に関する請求窓口を掲示している。

② 顧客からの問合せは、自社のお客様相談センターで受付対応している。

③ 問合せの内容は、DMの宛名や住所に関する変更や更新の遅れに関するものが多い。また、法人顧客から、福利厚生としての当社サービス利用状況の問合せや、官公庁（税務署：相続関連、警察：事件絡み）からの問合せもある。

④ 当社が保有している個人情報に関する削除依頼は今のところない。

5. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- い 営業マンが会社所有携帯電話端末を紛失した場合には役員報告を義務付けた。
 - い 電子メールの誤送信防止、BCC 機能の利用、添付ファイル送付時のパスワード自動付与による個人情報流出の防止策を徹底。
 - い 十数人規模のリスク管理部門を設置し、自社のコンプライアンス・プログラムを制定し、個人情報保護についても手順書を作成して実施している。
 - い 特定個人情報等の適正な取扱いに関する基本方針を自社で制定し、ウェブサイトで公開している。
 - 当社では、特定個人情報について、支払調書作成や食材の仕入先である個人商店との取引業務に使用することを想定している。
6. 個人情報保護の観点から認識している課題、リスク等
- い 本社と営業マンなど、部署により個人情報保護に関する意識の差があり、全社統一的な管理の徹底が課題。
 - 新入社員研修では個人情報保護を重点テーマにしている。
 - い 当社社員のソーシャルメディア利用について、「ソーシャルメディアポリシー」を策定してウェブサイトで公開している。
 - 当社の役員、社員、準社員、嘱託、パート社員及びグループの管理下にある派遣労働者が業務や私的な利用でのブログ、SNS等のソーシャルメディア利用に当たって遵守すべき内容を示している。

【K社】

業種	金属製品・服飾品の製造・販売業
企業規模	大規模

1. 個人情報の取得と利用状況

- ① 保有する顧客情報は、数十万件である。
- ② 商品の販売時に、顧客情報として、本人の同意を得て、店頭で記入してもらっている。
- ③ 個人情報を取得する場合は、事前に利用目的と委託・第三者提供の有無を明確にし、本人の同意を得た場合又は法令により認められた場合を除き、利用目的の達成に必要な範囲内において適切に利用し、これを超えて個人情報の利用を行わないための、グループ内の管理体制を講じている。
- ④ 国の検査が毎年あるため、数百万件以上の支払調書を保管する義務があり、厳重な管理を行っている。
- ⑤ 自社ウェブサイトでは、利用目的について、取得した個人情報の類型ごとに利用目的を公表している。
 - ほとんどが商品の販売やサービスの提供に関するものであるが、中には防犯目的で利用している場合もある。

2. 個人情報の第三者からの取得

- ① 当社は、訪問販売は行わないので、名簿情報を名簿販売事業者から購入するということはない。
- ② あくまで、商品の購入時に得られた会員登録情報を自社で入力し、データベース化しており、個人情報を第三者から取得することはない。

3. 個人情報の第三者提供の有無

- ① DMを送付する際に、発送代行業者に顧客リストを提供することはあるが、その場合には、十分な個人情報の保護水準を満たしている者を選定し、契約を交わして、個人情報が保護されるよう厳格な運用をしている。
- ② オプトアウトによる第三者提供は行っていない。

4. 本人からの苦情等への対応状況

- ① 個人情報の削除については、法令を遵守するため、本人の確認が必要で、電話だけでは受け付けない。
 - 関係書類を郵送してもらい、必ず居住確認をした上で、運転免許証等写真付きの本人確認書類を確認してから削除するようにしている。
 - 遺産相続等でのトラブルを防止するため、本人確認を厳重に行っている。

5. 昨今の個人情報保護に関する事案や法改正を受けた対応

- ① プライバシーマークについては、10年以上前に取得したが、更新頻度が多く、手続も煩雑なため、数年前に返上した。
 - プライバシーマークは返上したが、個人情報保護の運用は、返上前と同程度で行っており、サーバへのアクセス権限は2段階のガードを設けて厳格に行っている。

- い 大手通信教育事業者からの個人情報漏えい事案をきっかけに、再度情報セキュリティの厳格化に取り組むことになり、最近 I S M S 認証を取得し、B to C 部分を管理している。
6. 個人情報保護の観点から認識している課題・リスク等
- い 社員のパソコンは、インターネットに接続しているため、スパムメールが入ってくることもある。
 - ウイルス対策ソフトで対策はとっているが、心配な面がある。
7. その他
- い マイナンバー制度の開始で、個人情報保護の面で混乱が生じないよう、統一的に運用してほしい。

3.4 本調査における一般事業者の概要

本調査でヒアリングを行った一般事業者の概要は以下のとおりである。

A社	業種	総合警備業
	企業規模	大規模
B社	業種	貸金業
	従業員数	1,000人以上
	資本金	50億円以上
	年商等	1000億円以上 5000億円未満
C社	業種	金融業
	企業規模	小規模
D社	業種	放送通信業
	従業員数	1,000人以上(グループ総数)
	資本金	50億円以上
	年商等	5000億円以上
E社	業種	貴金属販売業
	企業規模	中規模
F社	業種	衣料品販売業
	企業規模	中規模
G社	業種	結婚情報サービス業
	従業員数	100人以上 300人未満
	資本金	5億円以上 10億円未満
	年商等	50億円以上 100億円未満
H社	業種	結婚相談業
	従業員数	20人以上 50人未満
	資本金	5000万円未満
	年商等	1億円以上 10億円未満
I社	業種	不動産業
	従業員数	100人以上 300人未満
	資本金	3億円以上 5億円未満
	年商等	100億円以上 500億円未満
J社	業種	サービス業
	企業規模	大規模
K社	業種	金属製品・服飾品の製造・販売業
	企業規模	大規模

4 . 調査結果の分析・考察

本調査では、(1)名簿販売事業者による個人情報の取得から管理・加工、販売に至る流通実態と、(2)個人情報を事業活動のために取得し、利用している一般事業者における個人情報の取扱実態について、ヒアリング調査を行った。以下に、本調査で明らかになった点を示す。

4 . 1 個人情報の取扱いにおける法令遵守状況

(1) 名簿販売事業者

本調査の対象とした名簿販売事業者は、いずれも、個人情報保護法の趣旨を理解し、法令遵守を心掛けていると回答したが、実際の対応には事業者により温度差が認められた。

具体的には、例えば、各名簿販売事業者とも自社のウェブサイトにおいてプライバシーポリシーを公表しているところ、個人情報の第三者提供を行うことを明示していないものや、オプトアウトによる第三者提供を行っているにもかかわらず法が定める必要な記載事項を具備していないものがあるなど、法令遵守状況として不十分と思われる事例がみられた。

また、本人からの苦情等や第三者提供・利用停止等の求めの受付は、コスト面を理由として、直接自社に来たものを除き、原則として自社では対応せず、名簿等販売先に対応を依頼していると回答した名簿販売事業者が多くあった。

さらに、多くの名簿販売事業者は、古本屋や廃棄物回収業者が入手した名簿や、廃業した事業者の代表者等が事業上保有していた顧客リスト等が持ち込まれた場合に買い取っている。しかし、これらは個人情報保護法上の第三者提供(後者については、廃業した事業者から代表者等への提供)に当たり得ると考えられ、提供元が利用目的の公表等やオプトアウトによる第三者提供に係る手続といった同法が定めるルールに則していないと知った上での買取行為は、適正な取得を義務付ける同法第17条の規定に違反しているおそれがある(提供元も同法第23条等に違反し得る。)

個人情報流通におけるトレーサビリティの確保について

不正な情報の流通を抑止しつつ、情報漏えい等の問題が生じた場合に迅速に対応するためには、個人情報の流通経路についてトレーサビリティが確保されていることが望ましい。この観点から、改正個人情報保護法では、個人データの取得、提供時の確認・記録義務が設けられた。

トレーサビリティの確保について、現状における取組を聴取したところ、名簿販売事業者により大きな差がみられた。

特に、個人からの名簿等購入時の対応が分かれており、本人確認をした上で、取得経路に違法性がないことの確認書の作成を求める名簿販売事業者がある一方で、「法令違反なし」との申告があればそれ以上の確認はしない名簿販売事業者や、何ら確認も記録もしない名簿販売事業者もあった。また、複数の名簿販売事業者が大手通信教育事業者から不正に流出した個人情報リストを購入していたが、中にはその出所に疑義を感じながらも購入に至ったところもみられた。

全体として、個人情報の取得に関しては、従前取引のある事業者や同業者から購入することが多いため、その場合には特段の確認等は行わず、新規の取引の場合にも、本人確認(事業者については実在の確認等)のみで済ませている名簿販売事業者が多かった。

他方、個人情報の提供に関しては、多くの名簿販売事業者が、原則として個人には販売しないとした上で、事業者との取引では、請求書の控えや売上記録等を保管したり、一部では新規の取引では事前に契約書を作成して個人情報の利用規約を提示したりするなど、取得の際に比べると一定の管理を行っていることが分かった。

いずれの名簿販売事業者においても、トレーサビリティの確保という観点から漏れなく確認・記録を行っているものではなく、改正法の施行に際して、改めて入手元の確認と履歴の管理、そして、提供に当たっての提供先等の情報の記録といった対応が適切に実施されることが求められる。

コンプライアンスの向上等に関する意見

一部の名簿販売事業者は、法令違反をする事業者により業界の社会的地位は大きく低下したが、販促活動や事業実施上名簿等を必要とする企業も多数あるので、経済活動に必要な情報サービスであると考えているとの見解を述べた。また、今後名簿販売事業者が事業活動を行う上で、業界としてのコンプライアンス確保・向上の取組が不可欠であり、そのためには、名簿販売事業者の登録制、事業監査、資格要件の設定、業界団体による自主規制などの制度対応が必要との意見が寄せられた。

(2) 一般事業者

本調査の対象とした一般事業者は、いずれも顧客等の個人情報を事業活動に利用していることから、自社のウェブサイトでプライバシーポリシーや個人情報取扱規程等を公表しており、記載内容に不備はほとんどみられなかった。また、プライバシーマークやI S M S 認証を取得している事業者も多く、そうでない事業者も、それら認証基準を参考にして、個人情報保護・セキュリティ対策を講じているとのことであった。

個人情報流通に係るトレーサビリティの観点からは、取得に関しては、大半が消費者本人からの直接取得であり、名簿販売事業者等の第三者から取得する機会がそもそも多くないとの結果であった。なお、名簿販売事業者から名簿を入手していた事業者においては、当該個人情報が住民基本台帳から抽出したものである旨認識していた。

個人情報の利用形態に関しては、自社のみならず、個人情報をグループ会社等で共有するケースが多く見られ、そのような場合には、事前に本人同意を取得したり、委託又は共同利用の形式をとることが多いようである。オプトアウトによる第三者提供を実際に行っている事業者はなく、1社がプライバシーポリシーに記載していたが、当該事業者によれば、実際には本人の同意を得て第三者提供を行っているとのことであった。

個人情報の本人からの開示・利用停止等の求めについては、顧客サービスの一環として、専用の問合せ窓口を設置する事業者が多く、トラブル等が発生している実態は特段みられなかった。問合せの内容としては、DMの停止や退会等に伴う個人情報の削除要求がほとんどであるという。

コンプライアンスの向上に向けた意見

各社とも、昨今の個人情報の漏えいに関連する報道や社会の反響から、個人情報保護は重要な経営課題として捉えているという。リスクマネジメントやコンプライアンスに関する専門部署を設け、日々のヒヤリ・ハット事例の収集や社員に対する継続的な研修により、個人情報保護に関する意識向上に取り組んでいると回答した事業者が多かった。

他方で、プライバシーマークやI S M S 等の認証基準を満たすための手続きが煩雑なので、可

能な範囲で簡素化してほしいとの意見もみられた。

4.2 名簿販売事業を取り巻く市場環境の変化と事業への影響

(1) 名簿販売事業の現況

IT技術が発達し、インターネットが普及する以前は、名簿販売事業といえば、名簿(冊子)の閲覧やコピーサービスを行う名簿図書館(名簿ライブラリー)事業が中心であった。その後、情報のデジタル化により、「データベースサービス」等と称して、名簿等の個人情報をデータベースに入力・編集し、統合(名寄せ)を行い、属性別に提供データ(コンパイルデータ)を作成するなど、名簿販売の付加価値化を行う事業者が現れたという。

現在は、多くの名簿販売事業者が、インターネット等を介し、顧客事業者の注文に応じて、性別・年齢・年代区分、地域、個人の様々な属性(職業、趣味、購買履歴など)を抽出条件にしたコンパイルデータを作成し、提供する名簿ビジネスを行っている。

しかし、以上の事業形態の変化にもかかわらず、ほとんどの名簿販売事業者は、毎年売上げの減少が続き、顧客数も減っているといい、事業としての将来性を懐疑的にみている事業者も多い。そのことを裏付けるように、本調査が対象とした一般事業者は、いずれも個人情報を販促活動等に利用しているにもかかわらず、名簿販売事業者から名簿を購入して事業活動に利用していると回答したのは1社にすぎなかった(以前は購入していたが現在はしていないと回答した事業者が1社あった。)

(2) 想定される要因

以上の状況が生じたのは、主に次の2つの理由によるものと考えられる。

法規制及びプライバシー意識の変化

平成17年4月の個人情報保護法の全面施行と、平成18年の住民基本台帳法の改正(原則公開とされていた住民基本台帳が原則非公開とされた。)により、個人情報の取得や提供に一定の法規制が及ぶこととなった。加えて、プライバシー意識の高まりや相次ぐ個人情報の漏えい事案の影響もあり、消費者や事業者において個人情報の流通に関する危険性が認識され、不用意な個人情報の公開・提供に慎重になる消費者や、入手経路が不明な個人情報の取扱いを避ける事業者が増えているとみられる。

これらを受けて、名簿販売事業者による個人情報の取得・販売の環境は大きく様変わりした。それまでと比べ、新たな名簿の入手が困難になり、保有する個人情報の鮮度の維持も難しくなるとともに、一般事業者からの需要も減少していくことになった。このため、多くの名簿販売事業者は、DM発送代行やデータベースサービスなどのマーケティング支援事業への業態転換や、他事業との兼業を行うなど事業体制の見直しを図っているが、事業縮小や廃業をする事業者もいるという。

現在、名簿販売事業を行っている事業者は、大きくは、過去数十年以上にわたって名簿ライブラリーなど名簿を中心に個人情報を取り扱ってきた事業者、名簿販売事業者からの分社・独立や、廃業した事業者から名簿データを継承して創業した事業者、他の業界からの新規参入者で、企業のマーケティング支援を事業の中核とする事業者の3つに分けられるが、以上の経緯により、及び から業態転換する者も含め、 の割合が増えていくとみられる。

インターネット・ICTの普及・進展に伴う市場環境の変容

さらに、インターネット及びICTの普及・進展が、各企業の販促・マーケティング戦略のパラダイムシフトを促し、事業活動における個人情報の取得・利用形態を大きく変えつつあることが、従来型の名簿販売事業への需要減につながっていると考えられる。

従来、名簿販売事業者が取り扱う名簿等は、訪問営業やDM送付等の不特定かつ個別的な販促活動にとって必要なものであったという（例えば、住民基本台帳データ等の年齢が分かるリストを用いて、入学・卒業、成人式、七五三等の各種イベントに合わせたDMを送付するなどしていた。）

ところが、インターネット等の普及によって、例えば自社ウェブサイトや電子メールにより、事業者はより多くの情報をリアルタイムにかつ低コストで消費者に提供できるようになった。消費者においても、自宅にいながらにして様々な情報を入手できるようになり、関心のある商品・サービスについては事業者側が提供している情報に主体的にアプローチする消費行動に変化してきている。さらに、こうした消費行動を踏まえ、本調査の一般事業者ヒアリング結果にも表れているように、検索連動型広告や比較・検索サイトといったいわゆる「プル型」の販促・広告ツールが定着するようになった。このように事業者と消費者との間の直接かつ双方向のコミュニケーションが可能となったことにより、それまで両者を媒介していたDM等のニーズ自体が減少したものと考えられる。

また、情報の取得・利用の面からも、近年、事業者は顧客情報等を重要な経営資源と捉え、これを自社独自のものとして入手・囲い込みを行い、他社と差別化を図るマーケティングに利用する傾向が強まっているという。加えて、ICTを通じて自社で入手した個人情報は、そのままビッグデータとして蓄積・分析され、より付加価値の高い情報として事業活動にフィードバックすることが可能となる。この点において、名簿販売事業者が提供する名簿等は、その市場価値が著しく低下しているとみられる。

さらに、個人情報の利用に関し本人の承諾を得る手続についても、ICTにより大幅な簡便化とコストダウンを図ることが可能となっており、こうした形での個人情報の取得・利用を更に促進していると考えられる。

(3) 小括

本調査の対象とした名簿販売事業者の中には、「名簿販売事業の売上げは右肩下がりである」、「名簿の入手が困難となり、名簿ビジネスだけでは成り立たない」、「将来に展望が持てず、あと数年のビジネスと考えている」などと述べる者があった。それを裏付けるように、一般事業者のほとんどは、名簿販売事業者から個人情報を購入しておらず、インターネット等を利用する形で、自社独自に個人情報を取得・利用していると回答した。

本調査は、あくまでもヒアリング調査に協力が得られた少数の事業者を対象とするものであるため、回答に偏りが生じていることを考慮する必要がある。しかし、それを踏まえても、本調査における名簿販売事業者と一般事業者の回答からは、インターネット・ICTの普及等によって、個人情報の流通の様相が構造的に変化しつつあり、従来型の名簿販売事業の市場が縮小していることが読み取れる。

4.3 その他の課題

本調査は、名簿販売事業者を介した個人情報の流通実態について、名簿販売事業者らを対象

にヒアリング調査を行ったものである。今回の調査は、我が国で行われている典型的な名簿ビジネスに着目し、その基本的な実態を明らかにすることを目的としたものであるところ、以下に掲げる事項は、本調査では必ずしも明らかにできなかったものであり、引き続き実態把握に努めるとともに、今後の動向を注視する必要がある。

一般事業者における名簿の購入実態

本調査における名簿販売事業者からのヒアリング結果によれば、従前に比べ売上げや顧客数は減少しているとはいえ、特に不動産、投資、健康食品、化粧品、宝飾品、教育産業、成人式向けの呉服販売等の分野においては、以前と変わらず名簿等を販売している顧客がいるとの回答が多かった。

しかし、一般事業者からのヒアリングにおいては、実際に名簿等を購入して事業活動に利用していると回答したのは1社だけであり、以前は購入していたが現在はしていないと回答したのが1社であった。

こうした結果の相違が生じた要因の一つとして、近年、名簿販売事業者による名簿等の流通に批判的な声が多い中、現に名簿等を購入している事業者にとっては、匿名化を施すとはいえ、消費者等からの批判のリスクの点で、結果の公表を前提とした本調査に協力するのは難しいという背景もあったものとみられる。

名簿販売事業に関して適正な対応を行うためには、名簿等を購入する一般事業者の側の実態のより精緻な把握が重要であり、この点は今後の課題である。

アンダーグラウンドの名簿販売事業者

本調査に協力した名簿販売事業者は、いずれも、法令遵守を心掛けているとし、温度差はみられるものの一定の取組を行っている事業者が多かった。

他方で、それらの事業者の多くが、同業者間でも接点がなく事業形態・実態が不詳な名簿販売事業者が一定数存在することを示唆している。それらの中には、違法な形で名簿等の売買を行っている者もいるとみられ、これらがオレオレ詐欺等の犯罪につながっている可能性がある。

こうしたアンダーグラウンドの名簿販売事業者に対しては、今回調査対象とした名簿販売事業者からも、監視の枠組みや登録制の導入が必要との意見がある一方、名簿ビジネスは元手も場所もいらないので、ルールを守らないアウトサイダー等を締め出すのは難しいという指摘も聞かれた。

名簿販売事業者から販売された個人情報、詐欺等の犯罪行為に利用されたり、消費者被害を助長したりしていること、及びプライバシー侵害につながり得ることについては、社会問題として指摘されているところである。実際、平成28年2月には特殊詐欺の共犯容疑で詐欺グループに名簿を販売した名簿販売事業者が逮捕されている。これらを防止する措置を検討するためには、今回の調査で実態が明らかになったような名簿販売事業者だけでなく、アンダーグラウンドで行われている個人情報売買に関しても正確な実態把握を行うとともに、その結果を踏まえた的確な対応が重要であると考えられる。

新しい形態の個人情報提供ビジネス

本調査は、いわゆる名簿屋と呼ばれる、従来型の名簿販売事業を行う事業者を対象として行ったものである。いずれの事業者も、基本的には、名簿等の既存の個人情報データベース等を入手し、一定の加工をしつつ販売することを主な事業としており、事業活動としては小規模なものが多い。

他方で、米国を始めとする諸外国では、近年、「データブローカー」と呼ばれる新しいタイプの個人情報提供ビジネスが注目を集めている。これらは、消費者等に関わる様々な情報を公開・非公開を問わず様々な情報元から収集し、情報の解析・分類・整理（プロファイリング）を通じて、一定の個人像を構築するとともに、様々な尺度で個人を類型化したりランク付けしたりしている。こうして生成されたデータは、個人情報として又は匿名化・統計化されたデータとして一般事業者へ販売され、マーケティング等に利用されている。「データブローカー」は、プロファイリングにより自ら新たな個人情報データベース等を作り出す点において、いわゆる名簿屋とは異なるビジネスモデルであり、その事業規模や市場規模も圧倒的に大きい。

我が国では、いまだ「データブローカー」は一般的ではないとみられるが、本調査においても、インターネット上の公開情報からデータを収集するという名簿販売事業者や、そのような情報収集に長けた協力会社からデータを購入するという名簿販売事業者がいるなど、新しいタイプの個人情報提供ビジネスとして生まれつつあることをうかがわせる回答もあり、今後の動向を注視していく必要がある。

4.4 消費者庁としての対応

今回の調査では、近年、名簿販売事業を取り巻く環境が構造的に変化し、ビジネスとしての需要が徐々に低下しつつあることがうかがえるところである。しかし、依然として名簿販売事業者から名簿等を購入・利用する事業者が一定程度存在し、また、「データブローカー」のような新たなタイプの個人情報提供ビジネスも生まれようとしていることから、消費者庁としても、個人情報にまつわる消費者被害の防止といった消費者の権利利益の増進・確保の観点から、引き続き、個人情報保護委員会等の関係機関と協力・連携しつつ、必要な政策的対応を図っていく。