

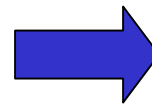
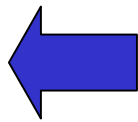
個人情報保護法～その活用法

設問編

(社)日本能率協会 専任講師 中村 茂弘 URL:<http://home.catv.ne.jp/dd/aqcldtr>

- 1, 個人情報保護関連法規・規格への対応と要点
- 2, ケース・スタディを用いたセキュリティ解析
- 3, 「セキュリティ保護」対策の整理
- 4, 個人情報保護対策の完備後に広げるビジネス
- 5, IT・マーケティング活用戦略

漏洩対策



市場開拓



1, 個人情報保護関連法規・規格への対応と要点

設問1 個人情報保護法の狙い

ITが進展する社会では、膨大な情報は簡単にコピー～持ち出しが可能である。このような時代を予測して、1980年、国際的にOECDで個人情報の保護対策が8原則と共に提唱、日本でも2005年に、「個人情報保護法」が施行となった。この詳細は解説編で詳しく解説させていただくが、まず、設問の段階では、個人情報が漏洩すると、個人情報を管理、保護する企業や機関にどのような罰則や、影響が及ぶか？また、漏洩された情報により顧客にどのような影響が出るか？について、要点を記載して下さい。



記載欄

OECD 8 原則誕生の要旨

OECDの8原則

「1980年プライバシー保護と個人データの国際流通についての勧告」

収集制限の原則：情報主体に通知と同意を求めたもの

データ内容の原則：利用目的に沿った正確・完全・最新を求めるもの

目的明確化の原則：収集目的と利用目的の合致

利用制限の原則：目的外利用の禁止

安全保護の原則：安全管理保護措置対策

公開の原則：データ収集の実施方針の公開～データの存在

利用目的、管理者等の明示

個人参加の原則：データ主体に対するデータの所在、内容の確認～

異議申し立て

責任の原則：データの管理者は諸原則の責任を有する

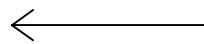


2005年 個人情報保護法の施行

各省庁のガイドラインへ

各種情報セキュリティシステム

Pマーク

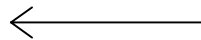


JISQ15001

個人が持つ個人情報の範囲に規定したもの

大量の個人情報を扱う事業者が個人情報の取得から保護を完全にする対策
個人情報保護が中心となる。

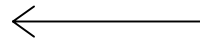
IT面に限った
認証



TRUSTe

Webサイトを通じて収集する個人情報及び第三者個人情報の保護

ISO / IEC
27001



認証機関による評価

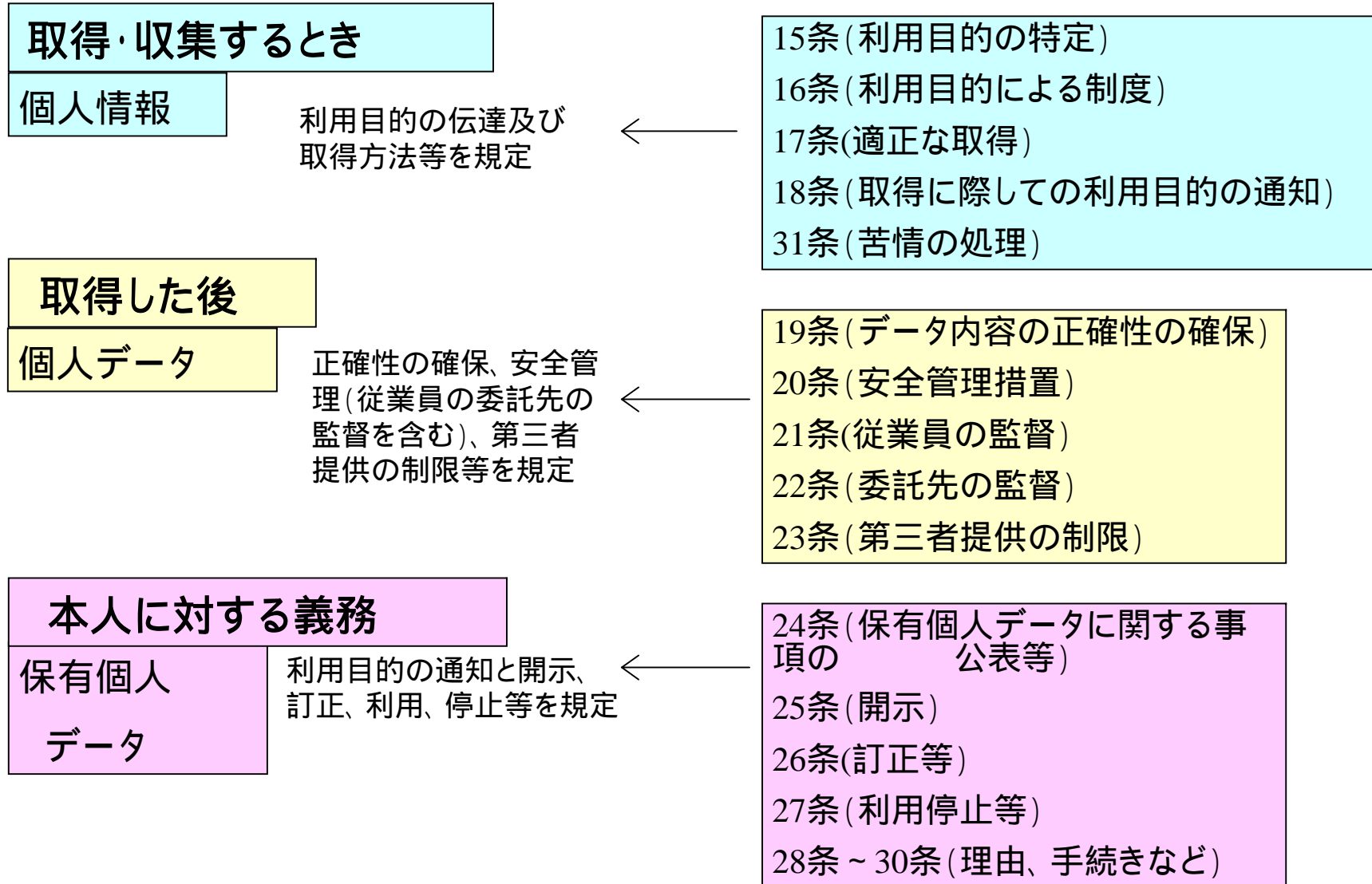
ISMS: Information Security
Management System

マネジメントシステム

システム運用、ネットワーク、施設、コンプライアンス、生産情報、物流情報.....を含む

BS7799-2を日本語訳をした規格であり、2005年10月に国際規格化されたもの
顧客情報を扱う組織に対し、他のISOの規定同様に、誰が何をすべきかを決め、
マネジメントシステムとしての運営を定め、監査からレベルアップへ向ける

個人情報保護法の構成



設問2 個人情報保護の対象

個人情報、プライバシー情報、個人情報保護法を犯した時、という3点に関して、下表にその要点を記載して下さい。

| 設 問 | 記 入 欄 |
|--|-------|
| 1 , 個人情報の対象は？ | |
| 2 , プライバシー情報とは？ | |
| 3 , 個人情報保護法を犯した時の影響は？ 行政面？ 社会通念？ | |

設問3-

そこが危ない個人情報漏洩問題

個人情報の漏洩は、個人と情報を扱う企業や機関などに大きな問題を発生する。このため、漏洩を犯罪として扱う「個人情報保護法」が日本でも施行されているが、下に示されたようなケース1～4に対し、法ではどのような裁定が下されるか？を記載して下さい。

ケース1 DMの発送

あるスーパーマーケットがメニューの充実のため、顧客アンケートを取っていたが、この情報を使って、勝手にDMを出した。お客様から「DMを送る許可はしなかった！」と苦情をもらった。

個人情報保護法を用いた判断？

記入欄

ケース2 外部業者の管理

Aさんは、出版社で書籍に読者アンケートを入れ、戻ってきたものを外部業者に頼んでデーター入力してきた。ところが、そのデーターがネット販売、マスコミでも取り上げられ、大問題となった。

記入欄

設問3-

そこが危ない個人情報漏洩問題

ケース3 なりすまし

ある銀行に働くAさんに、お客様と思われる人から問い合わせが来た。自分の名を名乗り、契約内容の詳細を教えて欲しいと求めた。その対応に時間がかかる時、その方は大いに怒り、Aさんに強い調子でくっつかかったため、Aさん、大急ぎで契約内容を話した。だが、これは別人であり、本当のAさんは大変な被害を受けた。

個人情報保護法を用いた判断？

記入欄

ケース4 紛失

ある会社に勤めていたAさんは、残業で顧客データの処理ができなため、自宅に持ち帰り作業していた。法に触れる？

記入欄

2, ケース・スタディを用いたセキュリティ解析

設問4 リスク対策の実務

個人情報保護対策の要点は予防である。では、予防に当たって、リスクをどのようにとらえ評価してゆくか？という内容について記載して下さい(リスク対策の解析は後の設問で行います)。

個人情報保護も
「予防に勝る消化
無し！」対策が
重要！



記載欄

設問5

個人情報盗む手法の理解



個人情報漏洩問題は各社で周到な対策を進めてきたにも係わらず、時々新聞を騒がす例が後を立たない。「悪人は個人情報を盗むため、常に、狙っている」という性悪説に立ち、では、どのような犯罪や個人情報漏洩内容があるか？について個人情報漏洩や、PC上の犯罪の存在について解説して下さい。

記載欄

設問6

スポーツセンターの情報分析 1 / 3



個人情報保護は、漠然と問題をとらえて対策したり、個々に起きる事例を見てモグラ対策的に対策を積み重ねる方式もあるが、両者とも余り有効な対策ではない。このため、事例を目前に、『情報工程』を分析して、リスクの存在が各種の情報の扱いのどこに存在するかを明らかにした後、リスクの程度を評価して、有効な対策を探す、または、創案して適用する、という対策が各所で行われてきた(個人情報保護内容の適正判定や監査もこのデータベースをもとに行う)。そこで、下記、ケース・スタディを題材に、情報工程分析の進め方を例示して下さい。

【企業概要】

社名：Aスポーツセンター(株)

業種：アスレチックを中心とするスポーツ施設

規模：資本金5000万円 正社員20名 アルバイト100名

事業内容：首都圏を中心にスポーツクラブを展開、アスレチック、エアロビ、～水泳まで多数の方々(会員)の方を得て活動

【会員登録】以下、個人情報の処理に関する内容を詳説することにする。

1. <通常の会員カード会員>

このスポーツセンターは会員制である。最初の登録の際には会員登録が必要となるが、まず、会員登録用紙に必要な項目を記入し、カウンター担当者に提出していただく、なお、記入する項目は下記のとおり。

- ・ 氏名、住所、自宅電話番号、携帯電話番号 生年月日、職業(会社員・
 自営・専門職・学生・その他の中から選択)、勤務先名、勤務先住所、
 勤務先電話番号、 は任意入力項目を示す。

設問6

スポーツセンターの情報分析 2 / 3

なお、会員登録用紙には下記のような文言が掲載されている。

「お客様からいただいた個人情報は、顧客の管理のために利用する。また、お客様への新メニューやイベントなどのご案内、その他サービスの提供にも使用させていただく場合がある。」
新規入会の際には、本人確認のため運転免許証・学生証・健康保険証などをコピーさせていただいている。

カウンター担当者は記載事項に漏れがないことを確認すると、カウンター下の引き出しに用意してある、会員カードを一枚取り出し、カードに記載されている会員No. (カードNo.) を会員登録用紙に記入する。その後、その場でカードの裏にお客様ご自身にお名前を書いていただくをお願いをする。

2. <クレジットカード機能つきカード会員の扱いについて>

会員カードで、お支払いが自動的に銀行振込の場合、Q R L社と提携し、クレジットカード機能付きのカードも発行している。お客様が初回会員登録の際にクレジットカード機能付きのカードをご希望された場合は、専用の会員登録用紙兼クレジットカード申し込み用紙に記入していただく。

この用紙は、複写式になっており、一枚目がクレジットカード会社提出用、二枚目がお客様控え、3枚目がAスポーツセンター(株)の会員登録用紙(銀行口座は複写されないようになってる)。

なお、クレジットカード申し込み用紙部分には、通常の会員登録用紙に記入する情報の他に下記の情報も記入する必要があり、お客様にご記入願うことになる。

勤務先部署名、 役職名、 勤務年数、 転職3年未満の場合は、前の勤め先の名称・
所在地、 配偶者の有無、 扶養家族人数、 銀行名・支店名・口座番号・銀行印
その他(必要事項があれば記入)

お客様には、クレジットカード機能付きのカードが届くまでの措置として、通常の会員カードをお渡しし、カウンター担当者がカードNo. を会員登録用紙に記入する。また、クレジットカード機能つきカードが到着後破棄していただくようお願い~了解を得る。また、お客様控え(複写2枚目)をお渡しする。

設問6

スポーツセンターの情報分析 3 / 3

クレジットカード申し込み用紙（複写一枚目）部分は、いったんカウンターの下の引き出し（鍵なし）に入れておく。毎日16：00になると、クレジット会社宛の専用封筒に入れ、郵送する（複写3枚目の会員登録用紙部分は通常の流れと同じであり、通常の会員の登録用紙と一緒に「当日受付ファイル」にファイリングされその後のプロセスは通常の流れと全く同じ）。

3．【スポーツ施設の利用と開示・訂正】

お客様がスポーツ施設を利用する際には、自分が実施したいメニューを選び、会員カードとともにカウンター担当者（アルバイト・正社員）に渡す。カウンター担当者は、専用のレジでカードに記載されているバーコード（会員No.）を読み取り、その後メニューのバーコードを読み取る。専用レジは回線で本社の「顧客管理データベース」と常時つながっており、各会員のデータに下記の情報が蓄積される。

実施メニューの日時、メニュー内容

ここで、もし、会費未払いの場合、画面をプリンタアウトし、そして、未払者一人一人に支払い請求の葉書を出す。その後、プリントアウトを「未払者リスト」にファイリングする。支払いがあると、ファイルから未払者のプリントアウトを取り出してシュレッダーで削除する。なお、その後さらに1ヶ月以上お支払いがない場合は、もう一度支払請求の葉書を出す。なお、それでも、支払いがない場合、本社の顧客管理部に連絡し、対処してもらうことになる。その際に、念のためプリントアウトを本社顧客管理部宛にFAXして。本社の顧客管理部から結果の連絡があるか、本人から支払いがあるまで、「会費未支払者リスト」にファイリングし続ける。なお、会費未支払者リストは鍵付きのキャビネットに保管されている。

【注釈】

情報工程分析の解析内容の例示はここまでだが、次ページには、けれ以降の手続きも紹介することにする。

【参考】 スポーツセンターの情報分析 追加1 / 2

(ダイレクトメールの委託)

その際、ダイレクトメール会社(ABC印刷株)にダイレクトメール発送を委託してる。委託責任者はマーケティング部長。会員の氏名・住所・会員No.を1~7タイプ毎に1枚ずつMOにダウンロードする。その7枚のMOをダイレクトメール会社の担当者が直接取り行く。MOを預ける際には、「顧客情報委託記録簿」に委託する際の担当者名・捺印・委託年月日・委託する個人情報の件数・委託の目的を記載する。なお、ABC印刷とは個人情報保護に関して、まだ、特に契約は交わしていない。

ABC印刷は社内で特に個人情報保護に関する規定は作っていなかったが、最近個人情報保護法に沿って、簡単なルールを設けた。例えば、紙の個人情報はシュレッダーにかけて捨てる。机を立つときはPC画面をオフにするなど、オフィス内での個人情報の取り扱いについての内容である。ABC印刷では、Aスポーツセンターから預かったMOを社内で一旦自社のシステムに読み取って使用してる。読み取ったデータは、利用した後も消去されずにシステムに残ってる。Aスポーツセンターと取引を始めたのは2年前からであり、2年前からのデータがシステムの中に蓄積されていることになる。また、ABC印刷は刷り上がったDM(顧客の住所・氏名・会員番号が記載されたもの)を一時的に(有)PQ倉庫の貸し倉庫に保管している。Aスポーツセンターは、ABC印刷がPQ倉庫にDMを預けている事までは把握してない。

なお、情報登録は、個人名をアクセスして情報を登録するが、登録~確認する内容は以下のとおりである。

氏名、 性別、 生年月日、 住所、 自宅電話番号、 学校名、 どのようなタイプの人か(自由に記載)

合格者の履歴書は「アルバイト履歴書ファイル」に綴じられ、鍵付きのキャビネットに保管される。なお、アルバイトが辞めると同時に履歴書はシュレッダーにて廃棄さる。面接に不合格になった方の履歴書については、店長のデスクにある「応募者ファイル」から取り出し、即刻

【参考】 スポーツセンターの情報分析 追加2 / 2

シュレッダーにて廃棄する。なお、履歴書を廃棄する際には「廃棄記録簿」に廃棄した人の氏名・年月日を記入する。採用に関する責任者は店長で、履歴書の廃棄責任者も店長である。採用されたアルバイトは勤務初日に2時間ほど店長から業務についてのオリエンテーションを受ける。その際に、個人情報の取り扱いに関する教育を実施する。その後、個人情報保護に関する誓約書にサインしてもらう。

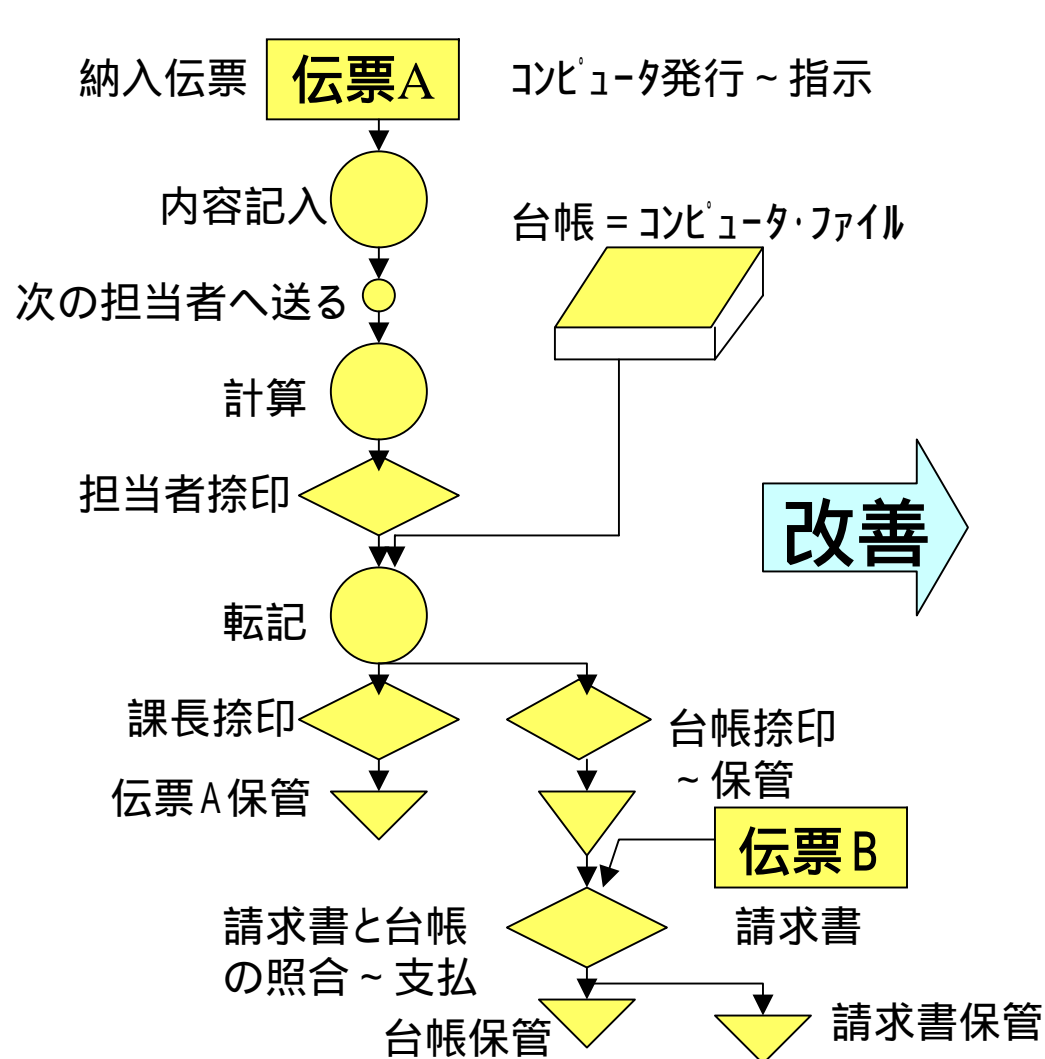
7. 【廃棄】

最後にメニューを利用してから、3年以上利用がないお客様情報は廃棄することになっている。まず本社の顧客管理部門が3年以上利用がないお客様を「顧客データベース」の中から洗い出しフラグを立てておく。その後、各店舗ごとに3年以上利用がないお客様のリストをエクセルで作成し、各店舗の店長宛にEメールで送信する。そのリストを元に、店長が「平成 年度 入力済み顧客ファイル」から該当者の会員登録用紙（通常会員・クレジットカードつき会員共）を抜き出す。それらをダンボールに入れ、各店舗ごとに廃棄業者に引き渡す。廃棄業者では3日以内に廃棄され、廃棄証明が送られてくる規定が運用されている。

その後、店長はEメールで送られてきたリストをプリントアウトし、廃棄証明とともに本社の顧客管理部に社内便（宅急便）で送付する。顧客管理部の担当者はそれらが送られてきたら、該当顧客を他のサーバー内にある「未稼働顧客データベース」に移し変える。「未稼働顧客データベース」の中の個人情報は、その後1年しても稼働しない場合は消去される。

以上

情報レイアウトの改善例

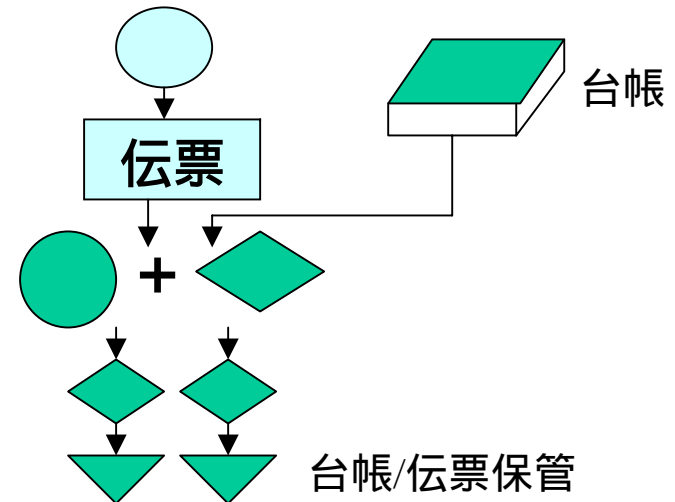


改善前・現状分析

改善例

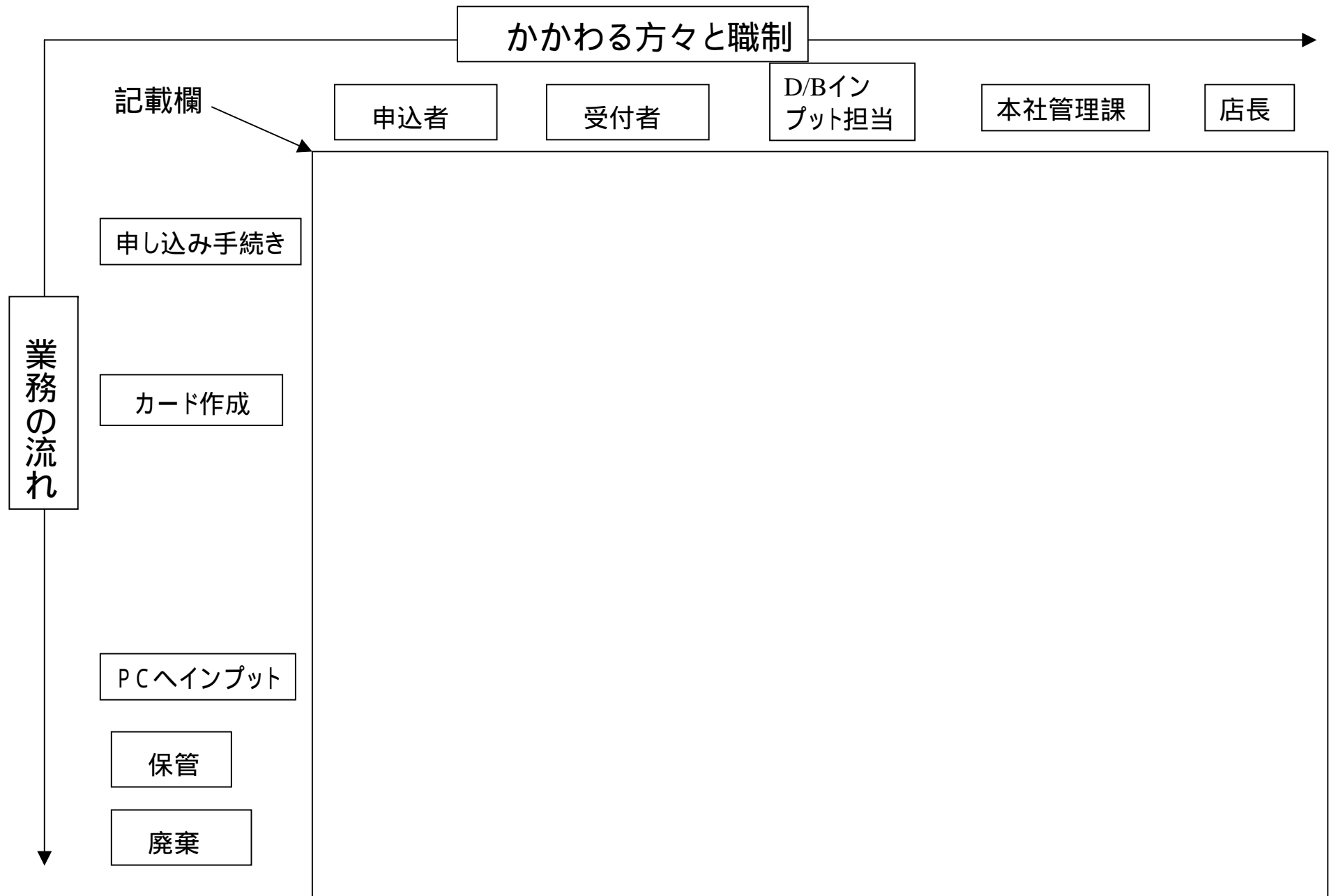
- : 正味 (付加価値を生む仕事)
- : 検査 (工程で品質を造り込めば不要)
- : 移動は無駄、出来るだけ省略、短縮
- : 待ち、停滞 (仕掛) は無駄!

改善は E, C, R, S



例は資材と経理にまたがる改善。かつて、伝票はコンピュータ発行だったが、内容は現場へ直接JIT納入して、バーコードで入材処理～支払いまでを一元管理・自動化を図った改善である。

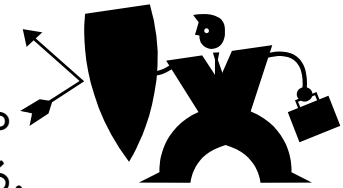
設問の記載用紙 : スポーツセンターの情報分析



3, 「セキュリティ保護」対策の整理

設問7 リスク対策

個人情報の保護(漏洩)対策については、PCへの不正アクセスを中心に、犯罪や紛失など、漏洩問題が多いため、既に経済産業省のガイドラインが提示されている。では、その要点を記載して下さい。



記載欄

設問8 PCへの不正アクセス防止

個人情報の漏洩には、社外へ持ち出したPCの紛失～PCへの不正アクセスまで多くの要因があるが、まず、外部からの不正アクセスは最初に対策すべき項目となっている。では、下記の不正アクセス手段について要点を解説して下さい。



記載欄

- 1, アンチニー
- 2, ボット
- 3, キーロガー
- 4, アドウェア
- 5, トラッキングクッキー
- 6, ウイニー
- 7, フィッシング
- 8, その他

設問9 優良各社の保護対策

個人情報保護対策は性悪説をも含めた保護手段の適用が重要となるが、では、先進優良企業では、この種の対策をどのように進めているか？参考にするべき点を例示して下さい。



記載欄

4 , 個人情報保護対策の完備後に広げるビジネス

設問10 IT活用と共に変化した販売法

アマゾン・ドット・コムはインターネットを駆使した書籍販売で有名な企業だが、ここで行われた『ロングテール・ビジネス』はIT活用の方法のひとつとして、極めて有名なビジネス展開となった。では、この書籍販売の特徴とはどのようなものか？その要点を記載して下さい。



記載欄

設問 11

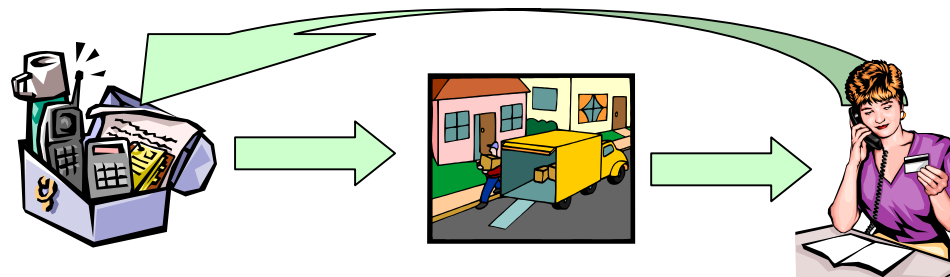
グーグル検索エンジン

通販が大きく市場を伸ばす情報化社会においては、IT利用ビジネス上、グーグルの検索エンジンのような検索システムに短時間、かつ、容易にヒットする対策が販売の大きな条件のひとつになっている。では、この種のビジネス手法の利用において、チェックすべき重要な点を整理して下さい。

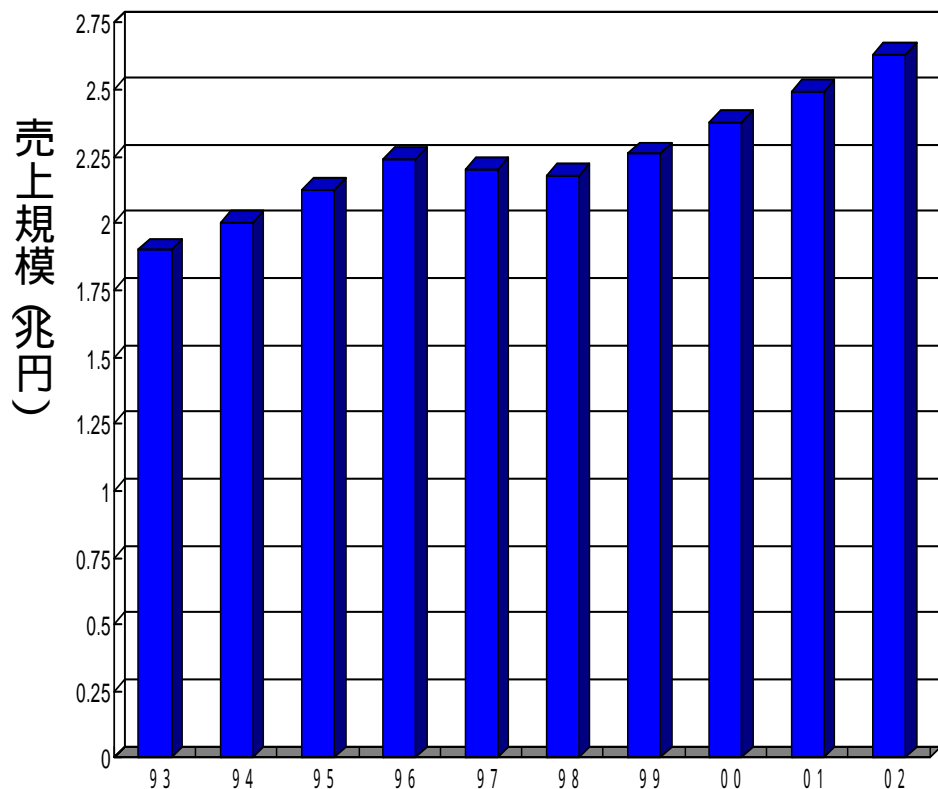


記載欄

通販市場



通販市場規模推移 (日本通販協会)



注釈: 1990年に売上が低下した理由は実用衣類を低価格で販売してきたアパレル関係の業績悪化のためである
(中国生産に切り替えた価格低下も関係している)

主要な製造業系」の通販事業

| 企業名 | 取扱商品名 | 2002年度売上 | 2003年度売上予想 |
|-------|----------|----------|------------|
| ファンケル | 健康食品・化粧品 | 593 億円 | 540 億円 |
| オルビス | 化粧品 | 258 | 315 |
| やずや | 健康食品 | 184 | 237 |
| ヒラキ | 靴・雑貨 | 93 | 100 |
| サントリー | 健康食品 | 68 | 128 |
| ワコール | 衣料 | 62 | 上期32 |
| 小林製薬 | 健康食品 | 44 | 53 |
| カゴメ | 飲料 | 22 | 38 |
| サンスター | 飲料 | 24 | 24 |

↑
1.348兆円
約51.3%

設問12

悪徳商法存在と防御

「ITの利用は時間と空間を越える取り組みを可能にする」という内容を持ち、海外を含め、24時間のサービスが可能のため、遠地からの物品購入や企業間のコンタクトを可能にした。だが、この便利な環境を悪用する商法は後を絶たない状況であり、偽ダイエットや使用禁止の医薬品販売など、利用者を悩ます問題のひとつになっている。では、不正書き込みを含め、利用者が注意すべき内容を例示して下さい。



記載欄

5 , IT・マーケティング活用戦略

設問13

マーケティング手法展開チェックポイント

IT利用より莫大な収益を得る例が時々報道されるが、バブルや花火的な取り組みはともかく、そこには、かなり用意周到、また、特徴を生かした系統的な取り組みが見られる。そこで、マーケティングの手法面からの解析が事前に必要になるが、まず、狭い市場で特徴ある製品の販売をIT活用と共に成功させるには、バリューチェーンの思想をどのように生かすべきか？また、どのような戦略設定が戦略展開の鍵になるか？次の事例をもとに解析して下さい。




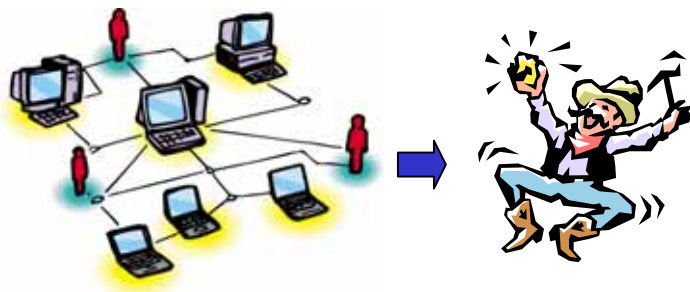
記載例

事例：個人業・三和メッキの例

ホームページ：「必殺メッキ職人」

【市場環境】 研究施設は守秘義務厳格なメッキ工場を求めている。
個人マニア的なメッキのニーズがあるが近隣にない(車、バイク、...)。
メッキ業を行う企業は多くの問題解決技術を持ち相談になれる状況だが
顧客とのコンタクトができない。

| グーグル・検索エンジンの活用 | パンフレット配布 |
|--|---|
| <p>ホームページの場合38万円で環境整備！ 【工夫】 よく企業に寄せられる質問をURLに載せ 問題解決(コンサルタント)型で顧客の ニーズ対応を計画 メッキというキーワードで検索しても検索 エンジンには引っかかりにくいので研究 ・工夫した</p> | <p>当面、パンフレット配布200万円ということ、 高価、しかも、顧客獲得が出来る可能性は 疑問だった。</p>  |

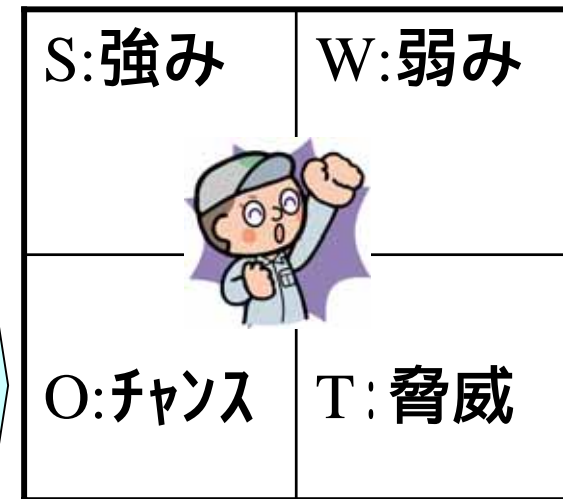
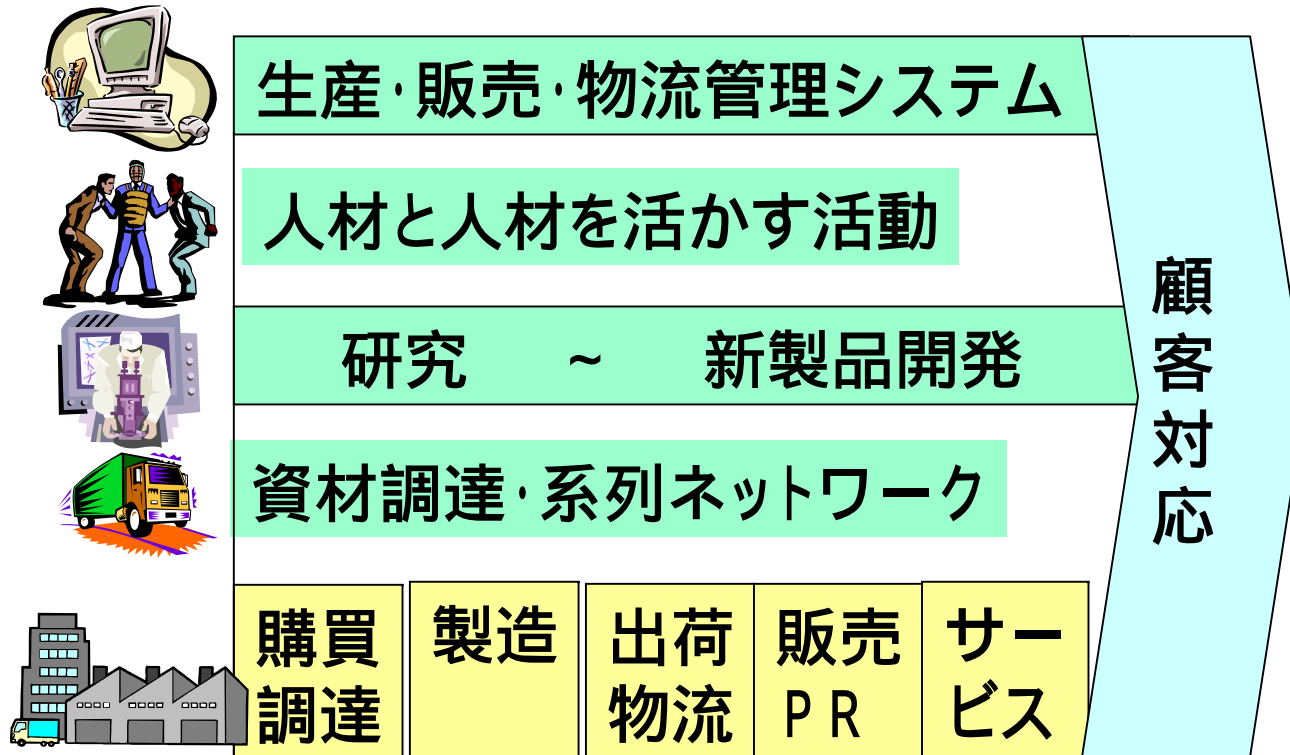


検索エンジン = 広告代理店活動！
場所、時間と空間を超えたコンタクト
が可能！ ITパワー

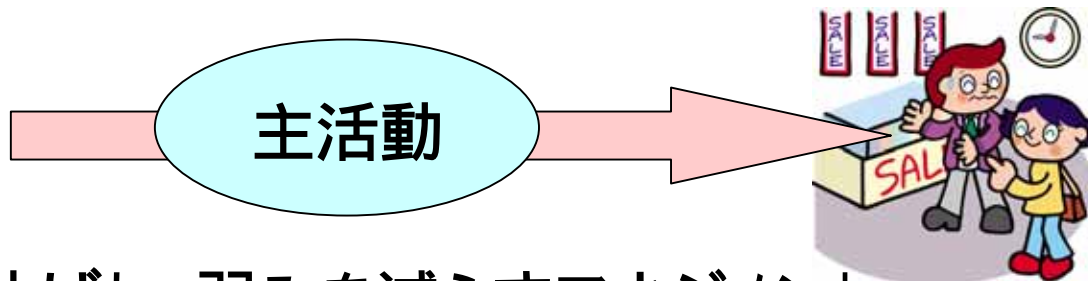
ハーバード・ビジネスレビューのマイケル・E・ポーター教授が提唱

バリューチェーン(価値連鎖)

社内にある競争優位な源泉の発掘～活用



- マッキンゼーの7S
- 1 戦略(Strategy)
 - 2 組織構造 (Structure)
 - 3 システム (System)
 - 4 人材 (Stuff)
 - 5 スキル (Skills)
 - 6 スタイル (Style)
 - 7 価値観 (Shared Value)



強みを伸ばし、弱みを減らすマネジメント

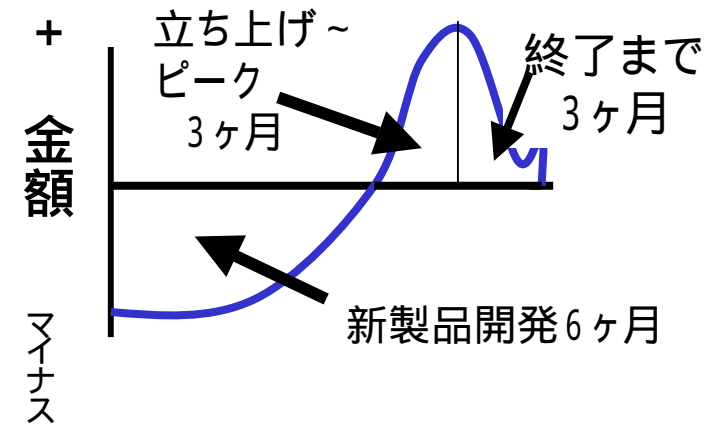
設問14

IT時代に合ったプロモーションの変化

右図に示したように、現在、製品のライフサイクルの短命化に代表されるように、市場ニーズや、技術台頭が激しい時代である。このように変化する市場ニーズに的確に対応するためには、ITを活用したマーケティング情報の解析も飛躍的に早くする必要が高い。

コンビニエンス・ストアのセブンイレブンはこの面の対応を系統的に行い、収益向上だけでなく、新製品創出にITを効果的に活用してきたことが報じられる。では、タイムリーに市場情報を解析する対策についてこの種の成功企業の取り組みの要点を解説して下さい。

製品ライフサイクルの短命化の状況

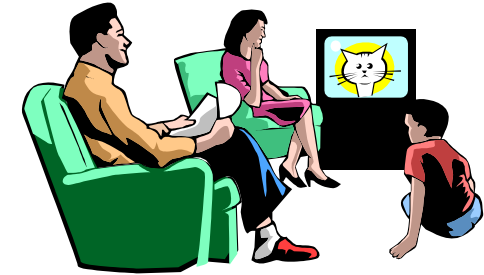


記載欄

設問15

市場開拓の基本

ITがどのように進展し、個人情報が確実に保護されても、企業トップが明確なミッション・ステートメントを顧客志向のモノづくりと一体化していなければ、一時的にITで販売ヒットを出しても継続的に市場開拓～収益確保・向上へつなげることには難が多い。では、このミッション・ステートメントに関する必要事項を企業活動に役立つ形でまとめをお願いします。



記載欄

めげてはいけない新規開拓

【原則】

- 1, 不況であっても市場はある。
- 2, 顧客ニーズがあるものは発掘すれば当たり前の内容
- 3, 時流にあったものは、営業力と、顧客の理解でブレイクする！

