

平成28年6月12日(日)

情報法制研究会 第4回シンポジウム

名簿販売事業者における 個人情報提供等に関する 実態調査報告

消費者庁 表示対策課 課徴金審査官

前・消費者制度課 企画官

笠原 慎吾

調査の目的

- 「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」
(平成26年6月24日)
 - ⇒名簿販売事業者が販売した個人情報に起因する問題が継続して検討すべき課題とされる
- ベネッセ事案において漏えいした個人情報が名簿販売事業者を通じて転売され、他の事業者の事業活動に利用されていたことが問題視

調査の目的

このように消費者被害・プライバシーに係る問題が指摘される一方、名簿販売事業者による個人情報^①の流通・利用実態は不明



名簿販売ビジネスの概要を把握するために、名簿販売事業者等からのヒアリング調査を実施

本年3月25日に報告書を公表

公的機関が行った名簿販売ビジネスの実態に関する(おそらく)初めての包括的調査

調査方法

<ヒアリング対象>

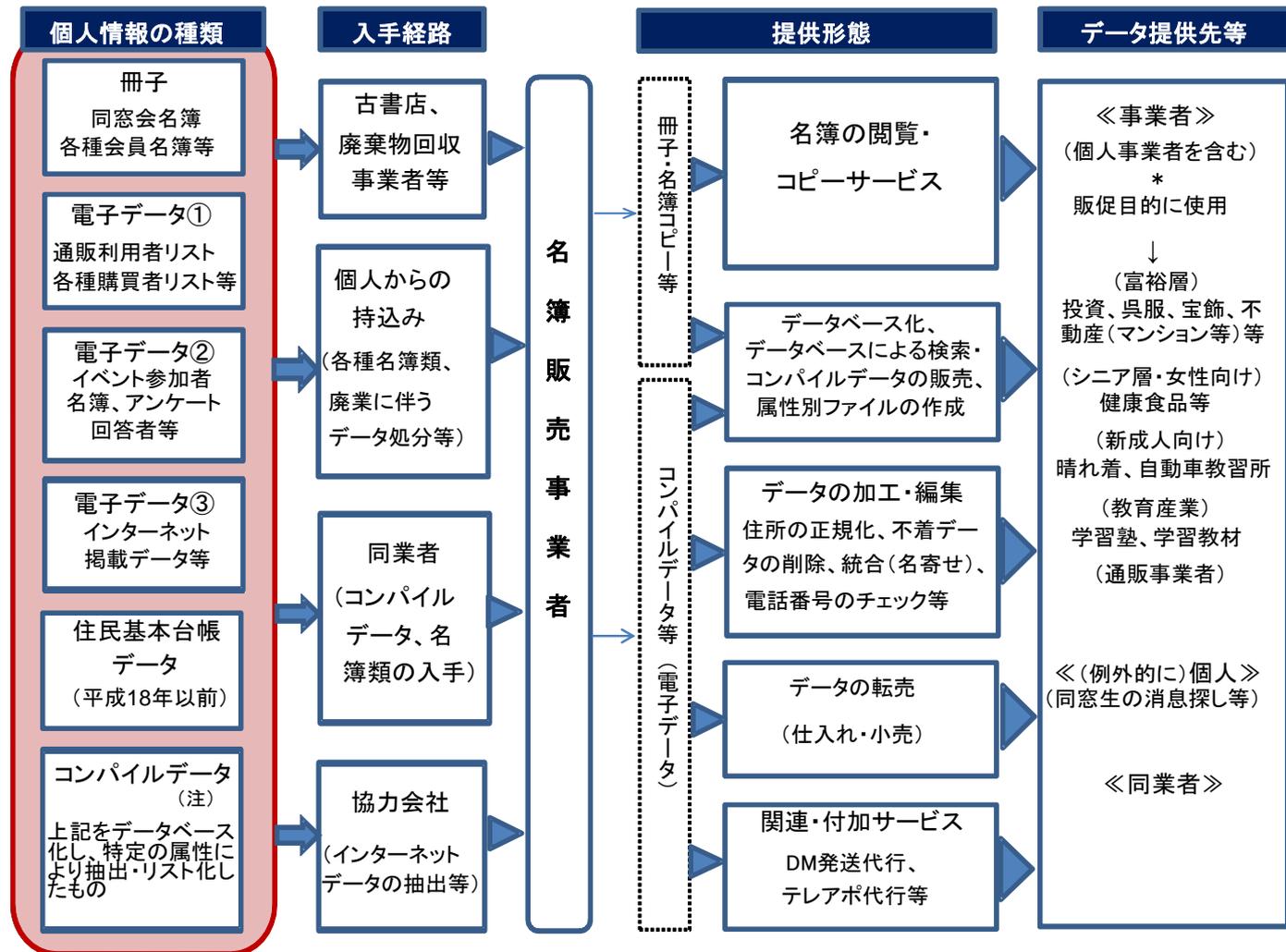
- 名簿販売事業者 8社
- 一般事業者 11社 (名簿等の販促活動利用が想定される業種*)

* 総合警備業、金融業、貴金属・衣料品販売業、結婚相談業、不動産業等

<ヒアリング実施時期>

- 名簿販売事業者 昨年8～9月
- 一般事業者 昨年9～10月

調査結果 - 名簿販売事業者 -



(注) 個人情報データベースから特定の属性(例:年代、居住地域、職業、購入履歴等)により個人情報を抽出・リスト化したデータ

調査結果 - 名簿販売事業者 -

< 取り扱う名簿等 >

- 取扱名簿冊子数は最多の事業者で15,000～18,000冊程度
- データベース化した個人情報数は延べ6000万～1億件強が多く、最多の事業者で3億件程度
- 年々、新たな名簿・データが出回らなくなり、既存リストも経年により鮮度が低下している

< 買取価格 >

- 買取単価は、冊子形式が1冊7千～3万円程度
- データ形式が1件当たり0.1～10円程度
- 概ね販売価格の半値

調査結果 - 名簿販売事業者 -

< 取得時の手続 >

- 事業者(同業者含む)から取得する場合
 - ✓ 従来から取引があれば特段入手経路等の確認はしない
 - ✓ 新規であればインターネットで事業内容等を確認したり、契約書を締結するところもある
 - ✓ 取引書類の保管や取引記録の管理は多くで行われている
- 個人から取得する場合
 - ✓ 免許証等により身元確認するところもあるが、多くでは入手経路等の確認や取引記録の管理はされていない

調査結果 - 名簿販売事業者 -

< 提供先 >

- 販促活動に利用する事業者
- 原則個人には販売しない
- 提供するデータ規模は数千～数万件程度が多い
- 以前に比べ顧客数は減少傾向にある

< 提供価格 >

- 提供単価は10～15円/件程度が相場

調査結果 - 名簿販売事業者 -

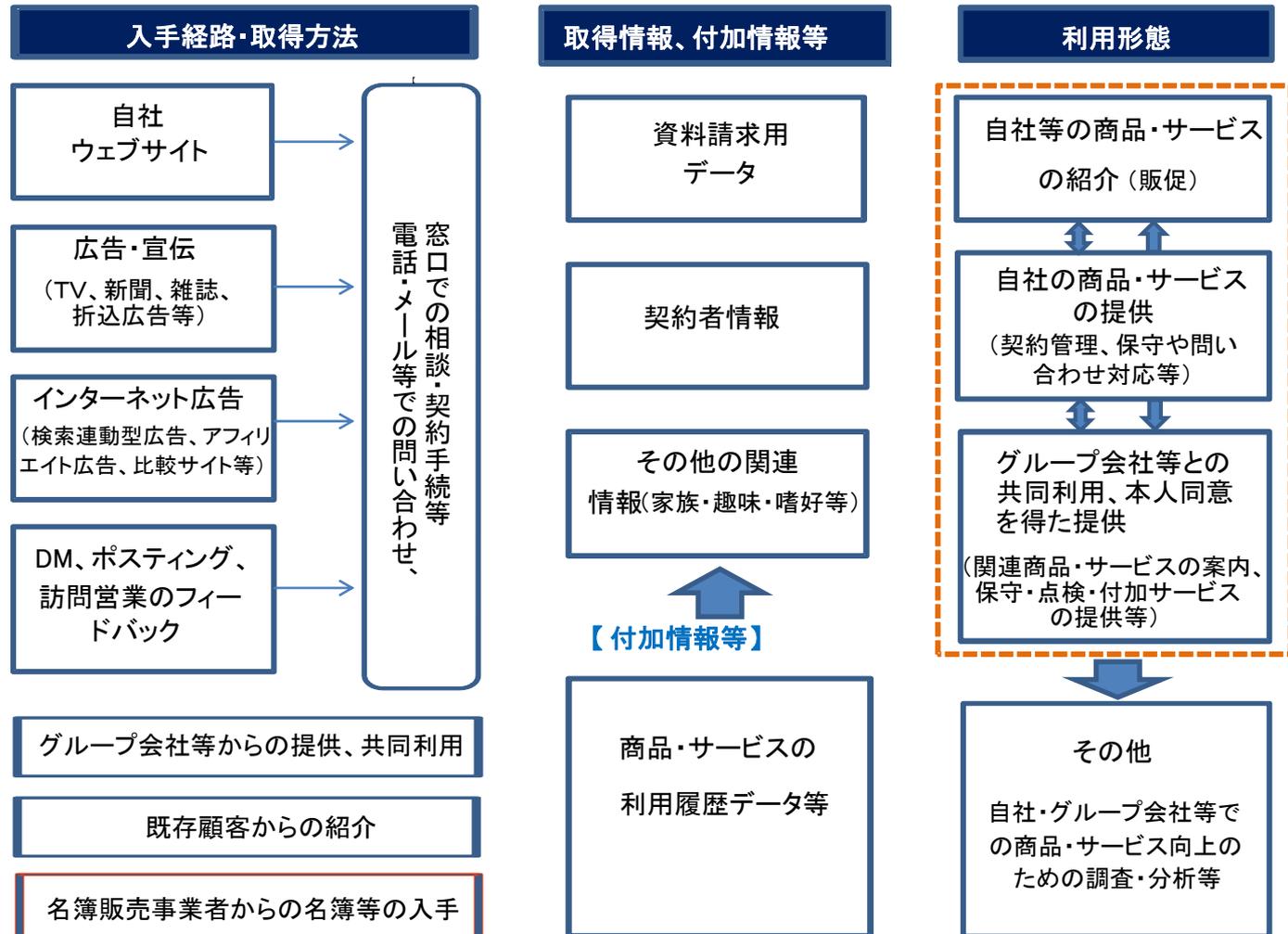
< 提供時の手続 >

- 固定顧客を含めて多くの場合特段の手続はない
- 新規顧客の場合に、目的外利用や転売を禁止する契約書を締結するところもある
- 取引記録は管理されている

調査結果 - 名簿販売事業者 -

- 消費者等からの苦情等は、直接又は販売先事業者を
経由。年間数十件程度が多い
- 本人から第三者提供・利用停止等の求めがあった場
合は、第三者提供を停止するだけでなく、データベース
からの削除や販売先への削除要請を行っている
- 8社はプライバシーマーク等を取得していない
- ベネッセから漏えいしたリストは、数社が購入したほか、
売込みを受けたが購入しなかったとするところも

調査結果 - 一般事業者 -



調査結果 —一般事業者—

- 個人情報とは、消費者からの相談・問い合わせの受付時や契約時に本人から直接取得する場合はほとんど
- インターネット広告の場合も、消費者を自社ウェブサイト等に誘導した上で取得するもの
- 間接的な取得として、グループ会社等からの提供（本人同意取得済）やグループ会社等での共同利用、既存顧客からの紹介による取得も一部ある
- 名簿販売事業者からの入手もこのタイプ
- 11社中1社が、名簿販売事業者から名簿（住民基本台帳データ）を購入していると回答（そのほか、過去に購入していたとの回答が1社）
- 不特定多数へのDM送付等の販促活動を行っていないため、名簿を入手する必要がないとするところが多い

分析・考察

<名簿販売事業者の個人情報取扱いに係る法令遵守状況>

個人情報法の遵守を心掛けているとするが、実際の対応には不十分な面も

- プライバシーポリシー等のウェブサイト上での記載について、①利用目的に第三者提供を挙げていないところや、②オプトアウトによる第三者提供に必要な法定記載事項がないところがある
- 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、直接自社に来たものを除き、原則販売先で対応させているところが多い
- 古本屋等や廃業事業者による名簿・顧客リストの持込みは、第三者提供に当たり得る(後者は廃業事業者から持込者への第三者提供)
⇒名簿販売事業者が、提供元が個人情報ルールに則していないと知った上で買い取ることは、適正取得義務(17条)に違反するおそれ
- 改正個人情報法で導入されるトレーサビリティ確保に関して、取得時・提供時ともに、特に従来から取引のある事業者(同業者含む)については入手経路等の確認が行われていない

分析・考察

＜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＞

主に以下の2つの要因により、名簿販売事業者の売上や顧客数は年々減少している

1. 法規制及びプライバシー意識の変化

- 個人情報保護法全面施行(平成17年4月)と住民基本台帳法改正法施行(平成18年11月;住民基本台帳が原則非公開化)により個人情報の取得・提供に一定の規制
- プライバシー意識の高まりや相次ぐ個人情報漏えい事案により、消費者・事業者ともに個人情報の提供・取得・利用がより慎重に



新たな名簿等の入手や情報鮮度の維持が困難になり、需要も減少

分析・考察

2. インターネット・ICTの普及・進展に伴う市場環境の変容

- インターネット等の普及が、自社ウェブサイト等による効率的な情報提供、主体的に情報にアプローチする消費者行動、プル型広告ツールの定着を促進

⇒企業のマーケティング戦略における個人情報取得・利用形態が変容

- 企業において、顧客情報等を重要な経営資源と位置付け、独自に入手し囲い込む傾向なども強まる



DMや訪問営業のために名簿販売事業者から個人情報を入手するニーズが減少

個人情報の流通形態が構造的に変化し、従来型の名簿販売事業の市場が縮小しているといえる

今後の課題

関係各機関において・・・

- 一般事業者における名簿の購入実態のより精緻な把握
- アンダーグラウンドで行われている個人情報売買の正確な実態把握
- データブローカーと呼ばれる新たなタイプの個人情報提供ビジネスの動向の注視

(個人情報法は移管されたが)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は消費者の権利利益の増進・確保の観点から重要
- 引き続き、個人情報保護委員会等の関係機関と協力・連携(情報共有)しつつ、必要な政策的対応を図っていく

－ ご清聴ありがとうございました －

<報告書本体>

消費者庁ウェブサイト

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/other/pdf/160325_consumer_system_other.pdf