

放送分野における個人情報保護及びIT時代の衛星放送に関する検討会（第3回）

議事録（案）

日時 平成16年5月21日（金）

16時00分～18時30分

場所 総務省第3特別会議室（9階）

16時00分 開会

舟田座長 それでは定刻となりましたので、「放送分野における個人情報保護及びＩＴ時代の衛星放送に関する検討会」第3回の会合を開催いたします。

それでは、議事に入ります前に、資料の確認をお願いいたします。

藤野衛星放送課課長補佐 本日の資料でございますが、まず最初に、資料3-1としまして、最初にご説明いただく財団法人衛星放送セキュリティセンター様の資料、これは非公開の扱いとさせていただいております。

それから、個人情報保護に関して、各社のヒアリング資料といたしまして、資料3-2-1は日本ケーブルテレビ連盟様、資料3-2-2はモバイル放送様で、これも非公開の資料でございます、資料3-2-3としてビーエス・アイ様で、これは一部非公開になっております、資料3-2-4としてビー・エス・ジャパン様、資料3-2-5としてビー・エス・フジ様、これも非公開としております。それ以外に、左旋円偏波の利用に関するものとして、資料3-3、資料3-4となっております。

不足等はございませんでしょうか。

舟田座長 本日は、財団法人衛星放送セキュリティセンターに安全管理の取組みについてご説明をお願いしております。

なお、当議事につきましては、同財団より、プレゼン内容に同財団及びその顧客事業者の経営上の秘密に亘る事項が含まれるとの申立てがあったため、これを考慮して非公開としたいと思います。

それでは、財団法人衛星放送セキュリティセンターから10分程度でご説明をお願いしたいと思いますが、代表として財団法人衛星放送セキュリティセンターの駒沢専務理事様、及び泉谷業務部担当部長様よりお願いいたします。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） それでは私から、お手元の資料に沿いましてご説明いたします。

S A R C の有料システム及びセキュリティの管理業務につきまして、その経緯をお伝えいたします。資料に書いてありますように、1980年代、我が国の電気通信技術の進歩は大量の情報を伝送することを可能にした反面、電気通信システムへの不正なアクセスが容易になり、プライバシーの侵害など深刻な問題が生じるおそれがある、このため限定

された受信者のみアクセス可能とするコンディショナル・アクセス・テクノロジー（限定受信方式、COATEC）の基盤技術の研究開発が必須となった情勢にあります。

そこで、郵政省（現総務省）の指導のもとに、1987年にCOATEC研究所が設立され、ここに優秀な技術者が集まりまして、4年2ヶ月にわたる研究開発を経て、不正なアクセスを防止する我が国独自のBSスクランブル方式（COATEC方式）が開発されました。

さて2項ですが、我々のほうはCOATEC放送に当たっていろいろな業務が発生します。データのID、個々のデータ、その業務、それからこの大きなシステムのセキュリティを守るという目的のために、当財団が設立されました。当時は、このセキュリティを一元的に管理するという方針のもとに財団という形で設立しました。以来もう14年になりますが、我々が今誇りにしていますのは、諸外国がありますけれども、日本のアナログ有料放送が1件の事故がなく推移している、これが当財団の誇りでもあります。

次のページに移らせていただきます。一方、有料放送のほうですけれども、1990年8月に放送衛星が種子島で上がりまして、この衛星を使いまして、NHKが2チャンネル、ほかの民間が1チャンネルという割当がございまして、その中に日本衛星放送、国策というか多くの人たちが参加してつくった会社ですけれども、現在のWOWOWが1991年4月から、セント・ギガ、衛星デジタルの放送が、始まっております。あわせまして、このころからそうですけれども、通信衛星を利用した有料放送が、いろいろなメーカーが参入しまして、1992年から一頃はCSが12社、BSが2社、計14社まで至った経緯がございます。しかし、CSのほうがデジタル化が非常に進みまして、1996年のデジタル放送、パーソナルTVのデジタル化が進みまして、現在はCSはミュージックバー1社、BSはWOWOW・旧セント・ギガの2社、3社体制で有料放送が行われております。

有料放送の仕組みですが、言葉で言いますと、番組信号を電気的にスクランブルしまして、契約者のデコーダに信号に戻す鍵情報を入れておきまして、その契約した人だけが受けとれる。こういう方法で伝送して契約者のみの視聴を可能にしております。システムはかなり複雑ですが、その人だけが受けとれる仕組みで有料放送の限定受信が成り立っております。

皆様のお手元に、SARCの有料放送システムという図がありますので、これをそばに置きながらお願いしたいと思います。今申し上げました契約者を持っているデコーダだけ

が鍵情報を受け取れる限定受信を伝送するために、個別情報ですから、いろいろな暗号と鍵の仕組みがございます。まず、放送事業者、我々のS A R C、衛星放送セキュリティセンター、デコーダメーカー、加入者の4社が絡んでおります。我々のほうはこの図の真ん中の青色の部分ですが、鍵管理というかセキュリティの管理として放送局の識別プロトコル、暗号番号等、割当はS A R Cが一元的にすべてを担っております。

もう一つは、暗号の中で顧客は限定を受けるということで、デコーダのI D、マスタ鍵が非常に重要になりますけれども、これがS A R Cのみというか、S A R Cで一元的にやっています。

（（財）衛星放送セキュリティセンターより、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。）

特に鍵に関しては、図にマスタ鍵の部分がありますが、これをデコーダメーカーに払い出します。デコーダにマスタ鍵を埋めなければいけません。これに関しては、先ほど言いましたとおり、鍵が情報が出てきて、それに暗号をかけまして、それを配送します。デコーダメーカーでは、鍵書き込み器という暗号を解く器械で、我々から送ったI D番号、鍵情報を暗号を解いて受けるわけですが、その鍵書き込み器を我々のほうから貸与しております。貸与しまして、その管理状態を定期的にチェックして、管理体制を決めて、それが監査にいく。このような仕組みで、一元というのはこういうところでしたら、そういう装置を貸与しているということでございます。

上のほうに放送事業者がありますが、スクランブルをかけるP N信号、（（財）衛星放送セキュリティセンターより、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。）共通情報暗号器、こういう暗号に関する機器はS A R Cのほうから貸与して、それを定期的に管理しています。

（（財）衛星放送セキュリティセンターより、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。）B S アナログの有料に関する暗号に関しては、使う機器に関しては一元的にS A R Cから貸与して、それを管理し、こういう仕組みにしてございます。

（（財）衛星放送セキュリティセンターより、同財団の顧客事業者の経営上の秘密に亘る事項が含まれることから非公開の請求があったため、又は、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。）

舟田座長 ありがとうございました。

それでは、ただいまのご発表について、ご質問、ご意見ございましたらお願ひいたします。

よろしければお伺いしたいのですが、そうしますと、いろいろな個人情報を蓄積あるいは管理なさっているわけですが、個人情報の主体である一種のエンドユーザーと直接かかわり合うということは全くありませんか。すべて委託先の放送事業者との間のやりとりだけですか。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） 人に関する個人情報に関しては、デコーダを契約する人の情報が放送事業者にいきます。我々のほうはむしろ個別情報、機械の場合はそういうのですが、機械の暗号、鍵のほうを管理しております、個人の情報は我々のところでは扱っておりません。

舟田座長 扱っていない……。

駒沢専務理事（財団法人衛星放送セキュリティセンター） 扱っていないというよりは、具体的に放送事業者からの情報によって我々のほうの管理が進んでいくということで、座長のおっしゃるように、ダイレクトな格好での結びつきは今のところはされていないということですね。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） ただ、システム的には、契約した個人の契約情報は我々のところへ平文という形で来ます。これを放送電波で流すときに、我々のマスタ鍵を使って暗号をかけて放送をかけます。それで電波を出します。そういう暗号のかかったものは、我々が持っている鍵と同じ鍵でないと絶対開かないようになっています。そういう意味で、電波で飛んでもそれは限定された受信機しか見られない。このようなことでは、個人情報に暗号をかける、そしてお返しする、放送電波へ流す。このようなことをやっております。

駒沢専務理事（財団法人衛星放送セキュリティセンター） そこでは、視聴者と直接結びついているというか、そういうつながりでございますね。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） もう一つは、人間にはこれでいいのですが、コピーという問題があります。デコーダが個別情報、こちらにマスタ鍵という一つ一つ違う鍵を埋め込みますけれども、それは我々のところで扱っています。（（財）衛星放送セキュリティセンターより、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。）それが盗まれてクローンができないような管理をやっています。言ってみれば、個別情報が主体でございま

す。

舟田座長 そうしますと、おたくの財団は個人情報保護法にいう取扱事業者であるとお考え……これを財団の方にお聞きするのはちょっと変かもしませんが、財団としてはどう受けとめているかという意味なのですが。

駒沢専務理事（財団法人衛星放送セキュリティセンター） これは、ある意味において一番重要な事業者であるという、関連する事業者ですね。

舟田座長 もう一つ、契約者ができました、それでいきます、それから契約解除される。この顧客は契約を解除されたので、そのデータはどうするんでしょうね、削除して……。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） これは、契約解除という情報が加入者から放送事業者へいきます。契約解除の個人情報が我々のところへ来ます。そうすると、我々はそのデコーダ、また鍵でこの契約者はそれが見られないようにしなさいという、放送事業者のほうからこの人の鍵をもうとってくださいという信号が来ます。それを暗号をかけて放送電波に流します。そうすると、先ほどと同じように、同じ鍵を持ったデコーダが受け取ります。そして、受け取ったら鍵を引っこ抜きなさいという信号が入っていますから、引っこ抜かれる。このような形で契約解除か成立するというか、契約解除となっていきます。

舟田座長 私、まだよくわかっていないですね。この人は契約を解除されましたという情報は、おたくは蓄積するんですか。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） これは、来たものを我々は暗号をかけて放送事業者にお返しして電波に乗せます。したがって、いってみれば来た平文が暗号をかけてそのまま返ってきますから、我々のところでは残りません。

舟田座長 残らないんですね。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） はい。

藤原構成員 今の点に関連して、3.(3)の事業者から送られてくる個人情報、契約情報を暗号化して返しておられるということですが、その処理期間は平文のものをどのくらいの間置いてあるのですか。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） それはもう瞬時です。  
((財)衛星放送セキュリティセンターより、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。)

藤原構成員 失効するときもまた瞬時である。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） はい。

藤原構成員 そうすると、平文のものがセンターに残っていることはないわけですね。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） ないですね。

藤原構成員 しかし、個人情報取扱事業者であるという認識であるということですか。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） むしろ個人個人の鍵情報を我々が預かりますから、しかも、その鍵……。

藤原構成員 鍵情報が個人を特定……。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） 個人というよりもコピーですね。

藤原構成員 特定することは可能であるから、個人情報取扱事業者であるというご認識ですか。

泉谷業務部担当部長（財団法人衛星放送セキュリティセンター） 鍵は、むしろとられたらクローンができますから、これはもう大変な管理をきっちりやらなければいけません。  
（（財）衛星放送セキュリティセンターより、同財団におけるセキュリティ確保の観点から非公開の請求があったため、それを考慮して議事録より削除。）

舟田座長 よろしうございましょうか。

それでは、どうもありがとうございました。

次の議事からは公開とさせていただきたいと思いますので、ヒアリング関係者及び傍聴者にご入場いただきます。しばらくお待ちください。

（ヒアリング関係者及び傍聴者 入場）

舟田座長 それでは、議事を再開させていただきます。

本日は、前回に引き続き個人情報保護の取組みに関して関係者からのヒアリングを行いたいと思います。本日は、社団法人日本ケーブルテレビ連盟、モバイル放送株式会社、株会社ビーエス・アイ、株式会社ビー・エス・ジャパン、そして株式会社ビーエスフジの各社にご意見の陳述をお願いしております。

まずは、社団法人日本ケーブルテレビ連盟から、15分程度でご意見の陳述をお願いしたいと思います。代表として、社団法人日本ケーブルテレビ連盟の水島常務理事事務局長様及び小林技師長補佐様よりお願いいたします。

水島常務理事・事務局長（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） ただいまご紹介いただきました日本ケーブルテレビ連盟の水島でございます。平素は、ケーブルテレビ事業に対しまして格別のご理解とご指導をちょうだいいたしまして厚く御礼申し上げます。

個人情報保護に関する対応につきましては、私ども連盟は通信セキュリティ部会というところで対応いたしております。ご下命の点につきまして、事務局の担当の小林技師長補佐と、後ろに控えておりますが、山本総務管理課長からご報告申し上げます。よろしくお願ひいたします。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） 日本ケーブルテレビ連盟、小林と申します。それでは、私どもの事業者における個人情報保護の取組みに関してご報告、ご説明させていただきます。

資料3-2-1をごらんになっていただけますでしょうか。ここでホッチキスでとめてある一塊が私どもの説明資料となっております。よろしくお願ひいたします。

それでは1ページめくっていただきまして、ここからお話しさせていただきます。

個人情報保護の基本的な考え方は言うまでもないですが、IT時代における情報保護、特に個人情報保護に関しては、我々ケーブルテレビ事業者にとっても最重要課題であると位置づけております。昨今、いろいろなところで情報の漏洩が出ておりますが、そういうことがないように、我々としてもきちんとしていくということで考えております。

それでは、内容の説明をさせていただきます。私ども日本ケーブルテレビ連盟は、数百社おりますケーブルテレビ事業者の連盟機構として、本部機構として機能しております。各事業者様にどのような形で個人情報保護に取り組んでいただけるかということに関して我々のほうからいろいろなものを指導するということで、一つとして、各事業者が安全・安心マークと呼ばれるシールでございます。認証機関が発行しているシールから、ISM-Sと言われる情報セキュリティ管理システムの認証を取るまで、この間には「～」で書かせていただきましたが、プライバシーマークなどのいろいろな認証マークがございます。そういうものを取得して、これは決して取得することが目的ではなく、取得する過程においてつくり上げられるであろう体制とか諸規程、あるいは従業者の自発的な考え方の向上が非常に大事なものとなってきます。そういうものをつくっていける体制を構築するための連盟としての大筋のガイドラインの策定・制定、それにかかる支援・指導、そして啓蒙・啓発に努めていく。そういう活動をしていくことになっております。

顧客の個人情報につきましては、個人情報保護法に規定があるのですが、利用目的をし

っかり明確にして、目的外利用を絶対しない、セキュリティの強化、セキュリティ・プライバシー・ポリシーを自ら設定し、それをお客様並びに加入者に公開するということになります。

連盟の本部の中で、事業者に集まつていただきましてセキュリティ委員会を既に設立しております。我々はその検討の中でケーブルテレビ事業者のセキュリティに対する基本的な考え方、皆様への配布資料として今日はお届けしてはいないのですが、我々が中で使います小冊子をつくり上げまして、その中で私どもがセキュリティに対する基本的な考え方を統一していこうということで、事業者にこういうものをお配りいたしました。そして事業者に公表いたしました。

インターネットを介した外部からの侵入は、便利な裏にはこういう侵入があります。これも、侵入されれば被害が大きくなりますので、効果的な対策を考えて、事業者によってはセキュリティの基本方針、個人情報保護法に則った形での社内規程をつくり上げられ、そういうものに則ってきちんと運用されています。

しかしながら、このような考え方のもとで事業運営を行っているものの、まだ連盟に加盟していただいているケーブルテレビ事業者すべてがそういうものをきちんと制定しているかというと、残念ながら内規についてはまだ整備中のところもあります。我々はそのような事業者にも啓蒙・啓発活動と支援・指導をしながら、このような関連事項の整備について平成16年中を目指して制定をしていくように支援・指導していくつもりでございます。

しかしながら、すべての事業者においてそのようなガイドラインができたから、あるいは指導・支援ができたからといって、体制ができるわけではなく、「人・物・金・時間」の四つの要素によっては、少し時間のかかる事業者も中にはいらっしゃいます。これが、個人情報を保護するための体制づくりには大きな要素となるということでございます。

それではもう1枚めくつけていただけますでしょうか。次が営業対象者、加入者ととらえていただいて結構だと思います。営業対象者の個人情報に対する個人情報に関する対応でございます。

二つに分けさせていただいたのですが、ケーブルテレビ連盟として行うこととケーブルテレビ事業者がおやりになることに分けて書かせていただきました。上のほうが我々連盟の本部としてやることでございます。日本ケーブルテレビ連盟は、各支部に、我々は北海道から九州までいろいろな支部があり、12支部あったと思います、またその下にはいろいろな事業者に加入していただいているのですが、各支部に個人情報保護担当もしくは情

報管理担当者を組織し、その担当者に情報を渡すと一貫した情報がきちんと流れれるような組織をつくっていくつもりでございます。その情報管理担当者に対して私どもは啓蒙・啓発並びにセキュリティ体制の構築をするための指導と支援を行っていく予定であります。

ケーブルテレビ連盟としまして、体制ができたからといってその話がそこで打切りになるわけではなく、事業者への個人情報保護に関する定期的な啓蒙・啓発活動は継続しなければいけません。これからもっと新しい時代に入りますと、どのような情報漏洩の形があらわれてくるかまだわからないところがございます。これからはユビキタス、u-Japanという話もあります。そういうところで無線系の漏洩も考える必要がございますし、いろいろな形で出ると思います。時代に即した体制がとれるように、連盟として常に見直しを指導していくことになります。事業者の具体的な対応例は資料に書かせていただきましたが、これは皆様のところでも既におやりになっているということで、一つには、きちんとした個人情報の利用目的、あるいは第三者提供をする・しない、オプトアウトのような形で申告があった場合はきちんと削除するなり提供をやめるということをうたうことが必要になってきます。

社内管理体制として、情報のセキュリティ委員会を設置し、情報セキュリティ委員会が組織を横断した形で、会社として一丸となる形の対応をすることもやっていらっしゃいます。IDやパスワードは、IT業界においては当たり前の話になるのですが、これからパスワードに関しては生体認証も出てくるでしょうし、あるいは常にパスワードが変わる一過性のパスワードも出てくると思います。IDにおきましても、定期的に更新することなども必要になってくると思います。顧客情報が入っておりますサーバとかデータベースにおけるアクセスはより進化した形でのアクセス権限の向上をやっていくことになります。

リスクマネジメントとしましては、こういうことがないのが望ましいのですが、仮に情報漏洩が発生した場合の速やかな対応、すなわちエスカレーションフローがきちんとつくられていて、トップレベルまでの情報の行き渡しができる緊急対応フローも決めていくことはやっています。それから全従業員、これは全従業員という形で書かせていただきましたが、役員からパート、アルバイトまで含みます。決して正社員だけではなく、会社にかかわるすべての人間に関するセキュリティ教育を年4回実施しているところもあります。これは啓蒙・啓発活動として我々も推奨しなければいけないところでございます。個人情報保護法並びにJSQ15001に適合した見直し作業も6月を目処に実施している事業者もおられます。これは当たり前と言えば当たり前の話になるのですが、ウェブサイト

において事業者が考えているポリシーを加入者あるいは一般の方に公開することもやってあります。これが営業対象者への個人情報に関する対応でございます。

次のページをめくっていただけますでしょうか。有料放送契約者における個人情報の対応で、これは同じような言葉が出てまいりますが、我々連盟としましても、連盟としてセキュリティポリシーを策定し、このポリシーに基づいた形で事業者への運用の指導並びに事業者がつくるセキュリティポリシーのもととなる形のものをつくっていきます。

ケーブル事業者は、放送と通信、あるいは放送だけの事業者もおられます、両方のお客様がいらっしゃいます。通信系も放送系も、同じお客様の場合は同じ情報を取り扱っておりますので、一元的にそれを取り扱い、かつ内規によってその情報へのアクセスは担当レベルにおいて、例えば名前だけ、契約だけ、サービスだけとか、個人情報のもっと深いレベル、例えば銀行口座、クレジットカードまで見られるなど、そういうレベルの設定もやっていらっしゃるところがございます。システム的には、ファイアウォール並びにメールサーバできちんとしたセキュリティをつくっております。一時期、警察官だったと思いますが、持って帰った情報を P C 上にのせて仕事をされたときに、W i n n y と言われるファイル交換ソフトウェアが、知らない間にそれを持っていったという話も中にはあったかと思います。こういう形で P C の仕事の仕方も考えていく必要があるのではないかとも考えております。あとは、データベースの監視システム。これはいろいろなシステムが出ております。ネットディテクターなど 1 つの名前を挙げましたが、そういうソフトウェアもありますし、P C の利用認証、利用制限システムを管理するソフトウェア、どのような文書が持ち出され、誰が持ち出したかという履歴をとり、それがいつ戻されたかというもののまで管理できるシステムも、ソフトウェア的にはいろいろなところから出されています。こういうものを有機的にリンクして、きちんとしたセキュリティのシステムをつくっている事業者もおられます。

このような形で、いろいろな対応を連盟なり事業者はやっているのですが、最後の 5 ページになります、放送事業者の個人情報保護指針策定に対して、僭越ながらご意見を少し述べさせていただきたいと思います。

まず、本検討会においての指針策定に当たって、私ども通信・放送分野のみ突出した内容がないようなことを、できればご考慮していただきたいと考えております。医療、学校、銀行といろいろなところの個人情報保護が出てくると思います。そこ自体の個別の内容になることは重々承知しておりますが、ひとつこの辺も考慮していただきたいというのが一

つの意見でございます。それから、事業者の規模・運営実態は、1ページで述べさせていただきましたが、人・物・金・時間という形ですぐさま個人情報保護のシステムがつくり上げられる事業者が中にはいらっしゃらないのも事実でございます。そういう事業者の運営実態も勘案した内容としていただきたいという意見でございます。

下は、私どもが本検討会で決められた内容を踏まえつつ、ケーブルテレビ連盟としてもそれに則ったガイドラインの作成を検討するなりつくるなりしていくつもりでございます。

最後になります。またこれも同じような話になって恐縮ですが、セキュリティ対策にかかる事業者の状況によっては、人・物・金の最後のカネ、あるいは時間というものがいろいろな形で影響してきます。セキュリティ対策にかかる費用について何らかの支援措置を検討してもらえばありがたいと思っております。

駆け足でお話しさせていただきましたが、以上が日本ケーブルテレビ連盟からのご説明になります。どうもありがとうございました。

舟田座長 ありがとうございました。

それでは、今のご発表に対してご質問なりご意見等がございましたら、お願いいいたします。

藤原構成員 どうもありがとうございました。二つあります。一つは、ケーブルテレビ連盟のほうで認定個人情報保護団体という団体についての議論をなさったことはあるかどうか、それは考えているかということです。この点はいかがでしょうか。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） 私どもが、先ほど出ました安全・安心マーク、プライバシーマーク自体を認証する機関としてケーブルテレビ連盟がなるかというご質問でございますね。

藤原構成員 いや、個人情報保護法37条以下に認定個人情報保護団体という仕組みがあるのですが、その仕組みについて、マークの認証機関にならなくてもいいのですが、それに何らかのご関心があるかということ、例えば苦情処理などいろいろな問題を自分たちで解決するための団体ですので、それについて検討なさったことがあるか、あるいは検討するおつもりがあるかという質問です。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） セキュリティ委員会でまだそこまで検討は始めてはいないのですが、私どもはそういう団体に関する加盟はこれから積極的にやっていこうと考えております。

藤原構成員 念のために申し上げておきますが、加盟ではなくて自分たちでつくるとい

う話なのです。

二つ目は、規模・運営実態をということだったのですが、ケーブルテレビ事業に特化した事業者が多いのか、あるいは親子関係にある企業、グループ企業の一つとしてこの事業をやっているところのほうが多いのでしょうか。どちらが多いですか。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） マルチプル・システム・オペレーター（MSO）と呼ばれるようなところは大きなところが資本を持っておられる、あるいは地方におきましては電力系、鉄道系のところが持っているらっしゃいます。そういうところは、一貫した形でポリシーを下の関連会社まで浸透させていただいているところもございます。ただ、独立系のところと言うとちょっと語弊がありますが、第三セクターも含めるのですけれども、そういうところに関しては、ご自分がつくられることがこれからなされることになります。

藤原構成員 とくに伺いたいのは、独立系はどのくらいあるかということです。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） ケーブルテレビ連盟に加入していただいているケーブルテレビ事業をやっているところは367社で、その中で弱小に関して言うならば……。

水島常務理事・事務局長（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） いわゆる独立系という分類の数字はあれしていないのですが、頭の中でいたしますと、MSOと言われるジェイコムが約20社、JCMが12～13社でしょうか。メディアティが5～6社ということで言うと、40社程度がいわゆるMSOグループですね。その他は、基本的に独立系の形で運営されている事業体でございます。ただし、事業の目的に沿って連携して共同事業を行う、例えばデジタル放送対応に受信点を1個所にして、ヘッドエンドを共有するような事業の連携が進んでおりますので、そういう意味での事業を共有する連携は進んでおりますが、各社が独立経営の形態でございますので、圧倒的多数は独立事業者という実態でございます。藤原構成員のご質問はそういうことでございましょうか。

藤原構成員 わかったのですが、質問の趣旨は、事業を連携して個人情報を共同で利用するようなことがあったらそれなりの対処が必要だし、単体で使っていれば単体企業での努力で済みますけれども、事業形態によって保護の方針は違うのではないかということです。それから、「通信・放送分野のみ突出しない内容」というのは、お考えはわかるのですけれども、国会決議には反するような気がします。それだけ申し上げておきます。

舟田座長 私からも、今のご質問とも関連するのですが、4ページで、情報へのアクセ

スは限られた社員のみしか利用できないようになっていることと、その次が、ファイアウォールという言葉がありますが、例えば、ケーブル事業者は放送目的で個人情報をとりますが、同時にそのケーブル事業者は通信もやっている、あるいは、もしかしたら少し違うこともやっているかもしれませんですね。そういう多目的利用の場合ですが、同意をとればもちろん使えるわけですけれども、どの程度特定して同意をとったらしいか。これは実は今日お聞きした皆様にも時間があればお聞きしたいことなんですね。二日前のヒアリングのときにも、会社がやっているほかの事業にも個人情報を利用できるようにしてほしいというご要望を承りました。その際には、どういう同意のとり方かということが問題になって、弊社の事業には使いますと、例えばケーブルテレビの視聴者に対して通信にも使う、あるいは使わない、あるいは同意をとる、あるいは通信以外のほかにも……二日前の事例ではどういうことでしたかね、こういう事業をやりたいのだが、これにも流用といいますか、多目的に利用したいということがありました。その辺、事業者でこういうふうにしたいとか、こうしているということを今ご存じでしたから、お答えいただきたいと思います。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） 放送と通信は、通信のほうはインターネットということで考えますと、放送に入られているいろいろなチャンネルの契約をされます。そのときには契約書にこういう情報を書いていただく形で、名前や住所、口座番号等を書いていただいて同意のもとに契約書が取り交わされます。次に、その方がケーブルインターネットもサービスとしてあるなら入りたいと言われたときは、ケーブルインターネット側にまた別の書式の契約書が事業者によっては存在します。そこには同じような形で書いていただく内容、あるいはそこに文言として、既に放送サービスを受けていらっしゃる場合は同じ内容として使わせていただくという文言を入れているところもございます。そういう形で新たに書いていただくような情報をつくる場合は、契約書は別になって、そこにもきちんと同意について書かれているということでございます。

舟田座長 これからガイドラインをおつくりになるので、その辺をどうなさるのか。もちろん私どもも考えなければいけないのかもしれません。つまり、営業情報として、ケーブルテレビの契約として得た個人情報をその会社の別の営業目的に使うことは、資料では「限られた社員のみしか利用できない」にしておりますが、そういう具体例があるということだと思いますが、そういうルールにするのかどうかを検討していただきたいと思います。

小林技師長補佐（社団法人日本ケーブルテレビ連盟） わかりました。

舟田座長 ほかにございますか。

それでは、どうもありがとうございました。

続きまして、モバイル放送株式会社を代表して、田島マーケティング統括部長様及び小笠原事業推進部マネージャー様から、よろしくお願ひいたします。

田島マーケティング統括部長（モバイル放送株式会社） モバイル放送の田島でございます。よろしくお願ひいたします。資料に基づきましてご説明させていただきます。

私どもはまだ放送サービスを実施してございませんので、現在計画を進めている内容と取組みについてご紹介させていただきたいと思います。あわせて、モバイル放送という新しい名前なので、最初に会社について若干ご紹介させていただくという順序でご説明させていただきたいと思います。

まず最初に、モバイル放送株式会社の概要でございますが、私ども、衛星を用いましてデジタルな音声放送を行うために開設された衛星放送局ということでありまして、昨日、総務省から免許を交付いただいたばかりでございます。会社といたしましては、資料にありますとおり、本社、放送センター、メディアセンター、カスタマーセンターの4つの事業所でできておりまして、設立はちょうど6年前でございます。資本金は約360億円でありますとおり、代表は溝口哲也です。資料は4月26日現在でございますが、81社の参加をいただいてこの事業を進めようとしているところでございます。

次に位置づけについてでございますが、これは全く新しい放送メディアということで考えております。横軸に固定、移動の受信の軸をとり、縦に全国か地域かと見ますと、モバイル放送では全国、移動体の分野に入るかと思います。そこで初めてマルチメディアでマルチチャンネルということで、個人と移動体向けの全国放送のサービスという位置づけでございます。

下のシステム概要ですが、人工衛星は3月13日に上がりまして、モバイルサットと命名してございますが、ここから電波を、デジタル放送を流しまして、移動体の端末にこれを受信するということですから、屋外あるいは移動中に携帯の端末で楽しめるという放送サービスでございます。右側のほうは放送センターが書いてありますが、ここからコンテンツを衛星に上げまして、衛星からモバイル端末に送る仕組みでございます。ただ、都会等におきましては遮蔽物が多いですから、そこについてはビルの影等では受信が悪くなるところがございます。そういうところで補完する意味でギャップフィラーというものを用意しております。

サービスの仕組みでございますが、資料に図示しております。今申し上げました内容を図にいたしますとこういう形でございます。コンテンツプロバイダー、コンテンツの充実を図りまして、放送センターを通じて個人の顧客向けのサービスを展開するということでございます。そこには加入申込と料金の回収、赤でマークしてあるところが今回の個人情報に関する部分であります、第2項でご紹介させていただきます。

端末に関しましては、各メーカーから提供されまして、販売代理店を通して顧客にわたる流れでございまして、サービスにつきましては、夏以降を目標に現在準備を進めているところでございます。サービスの内容といたしましては、音声30チャンネル、簡易画像7チャンネル、データ放送1チャンネルで約40チャンネルのサービスをしたいと考えてございます。

次に、モバイル放送における個人情報の取扱いについて、その流れについて簡単にご紹介させていただきます。

まず、加入契約の流れでございますが、加入申込書をお客様からいただくことによりましてカスタマーセンターに送られ、ここから登録がされるということでございます。最終的には放送センターに蓄えられまして、ここからお客様のところの回収というところではクレジット・金融関係、メルマガ等の雑誌系の配信もあわせて行います。現在、こういうサービスの中で、外注先を選定しております、当然のことながらセキュリティ管理のしっかりしたところを対象に選んでおります。もう一つ、鍵のかかるのは電子ロックということでとっておりまして、部屋あるいは専用端末室等にも電子ロックを、ITのテクノロジーでのセキュリティを設置する計画で進めているところでございます。

二つ目に、ウェブ上からの情報の収集に関しましては、基本的に流れは今と同じでございますが、左側の外部のサーバレンタルを利用して、ここに個人情報が蓄積されるということでございます。これに関しましても、そこにアクセスするに関しましては、私どもでは専用室を通してアクセスするように計画しております、かなりシビアな体制を準備しているところでございます。

次に、今までの取組みについてご紹介させていただきたいと思います。私どものサービスインに向けて現在システムづくりと並行して運用を進めているということでまずご理解いただきたいのですが、まず1番目に、今年3月に個人情報ワーキンググループ(WG)を発足いたしまして、管理規程及び取扱いの細則を個人情報保護法に基づいて規定いたしました。

2つ目でございますが、さらにこれを拡大発展いたしまして、個人情報委員会プロジェクトを発足してございます。これにつきましては、全社的な取組みということで運動の展開、個々のシステムにおける運用管理規程も取りまとめを目的にスタートしたところでございます。

3番目に、ホームページは現在も公開していますが、これに合わせましてプライバシーポリシーを選定してございます。当然のことながら、これに関するいろいろな問合せ等もあろうかということで、既にプライバシーアンフォメーションのメールアドレスを設けまして、これの実質運用をスタートいたしました。この内容につきましては、利用の目的、あるいは取得情報の項目等を明記してございまして、それに関する問合せもきちんと対応しているところでございます。

4番目でございますが、委託先に関しましては、先ほど少し申し上げましたけれども、安全管理のレベルの高いところとの連携を進めたいということで計画を進めております。そういう意味で現在、大手のデータセンターを利用したり、あるいはカスタマーセンターとしては、先輩の企業とも連携しながらノウハウを指導していただく形で進めているところでございます。

5番目は、先ほどと若干重複するところがございますが、入退室管理のICカード、あるいはウェブ上の個人アクセスについての専用端末室の設置など、こういう物理的な面については既に工事も完了しております。当然のことながら、責任体制の明確化あるいは担当者の明確化を行っているということでございます。また、最初の契約の加入契約書の段階で申し上げました点ですが、これに対しましては自社で管理しております、当然のことながら外部からの不正アクセスの対応に対しましては、現在の最新のテクノロジーを用意して体制を整えているところでございます。

以上が、現状における取組みでございます。

最後でございますが、課題について申し上げますと、プライバシーマークの取得については今年を目標に現在進めているところでございます。当然のことながら、コンサルタント企業との契約を図って指導を受けているところでございます。それと、本社の規程の中に定期的な監査指導を受けるという項目を入れてございますので、ここも現在選定を受けるということで、最終的な運用に入りましたらこののような形を図っていきたいと思っております。

二つ目は、言わずもがなでございますが、全社運動ということでモラルの向上、取扱

行動基準をきちんと教育した上でサインをいただく。特に、正社員あるいは契約社員と、雇用形態の流動化の中でこういうことも大事であると思っております。

クレームに対する準備に関しましても、通常対応はカスタマーセンターで行いますが、さらに緊急度を上げていく、あるいは重要度のレベルの体制を整えることを課題として取り組んでいるところでございます。

いずれにいたしましても、これから新しいサービスですが、関係業界の先輩企業の皆様方のノウハウを吸収しながら図っていきたいということでございます。以上でございます。

舟田座長 ありがとうございました。

ただいまのご発表に対してご質問、ご意見等がございましたらお願ひいたします。

私から一つだけ。 のサービスの仕組みで、個人顧客が契約する場合は販売代理店として家電量販店とカメラ店、カー用品量販店をお使いになる。同じ質問を二日前のスカイパーフェクトTV！にもしたのですけれども、その場合、そこで個人顧客は、契約をするときにさまざまな個人情報を手渡すことになりますね。そのときに、例えば家電量販店なりカメラ店にはそのときの個人情報は残るか残らないかということです。すべておたくにいくのか、それともそれぞれ残すのか、その辺の契約はどうなっていますか。

田島マーケティング統括部長（モバイル放送株式会社） 現在、書類に関しては量販店を通して提供しているわけですが、加入申込につきましては、直接個人の方々からカスタマーセンターに申込書を通していただくことにしております。したがいまして、お店のほうに個人情報ということでは残らない形で進めております。

舟田座長 そうすると、販売代理店というのは違うことを言っているのかな……。

田島マーケティング統括部長（モバイル放送株式会社） 加入の契約は直接私どもが行いますが、端末だけ販売していただくということでございます。

舟田座長 わかりました。

よろしゅうございましょうか。

どうもありがとうございました。

続きまして、株式会社ビーエス・アイを代表して藤井取締役管理・技術本部長様及び榎本取締役営業・編成担当様からよろしくお願ひいたします。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） ビーエス・アイの藤井でございます。本日はこのような機会を与えていただきましてありがとうございました。本日

は私がまずご説明させていただきます。ご質問にも答えさせていただきますが、一部補足等がございますとまずいので、営業・編成担当の榎本も答える形をとりたいと思います。

私どもは無料民放事業者ということでございますが、個人情報については、各社とも、我が社で言いますところのB S - i クラブという組織がございます、弊社の場合は約 60 万弱、57万数千人でございますが、会員の方がいらっしゃいます。その会員の方たちは、ゲームに参加したり、クイズに答えたり、場合によってはショッピングでオンライン決済をしたりと、そういうことができる方たちを集めたクラブでございます。その方たちの個人情報を我々がお預かりしている状況でございます。60万弱の個人情報を預かっているということで、我々としては、大変な緊張感を持って事に当たっているつもりでございます。

いずれにしましても、昨今の状況を見ておりますと、わずか 100 以下の数であったとしても大きな社会的なインパクトを与えてしまうことは会社にとって大変大きなダメージを与えることになると思っておりまして、これはリスクを背負っている者が自分たちでリスクを回避することが基本であろうと思っております。私どもは、社長以下、後でご説明いたしますが、体制をとりましてやっております。もちろん、各社様のおっしゃるとおり、これについてのパーフェクトな解答はないと思っておりますが、可能な限りできるところからやっていくということで、今日は、具体的に弊社の取組みについてご説明させていただきたいと思います。

まず、幾つかの要素があると思っておりますが、一つは、今日の資料の「B S - i 説明用資料」の 1 ページを使いながら説明させていただきたいと思います。

一つは規程整備。これは当たり前のことですが、私どもは番組を制作したり営業をする上で制作会社とのパートナーシップと、もう一つはスポンサーとの密接な関係など外部との契約の問題がございます。社内内規の問題と契約書類の問題が規程としては非常に重要なございます。それともう一つは、一般の視聴者に対してどのように我々のルールを開示するかの開示方法、この 3 点が基本的な我々の規程をつくる上での条件になってくると思っております。

1 ページに「B S - i での規定は以下のとおりです」と書いてございますが、この中には、先ほど申し上げました我々の規定と開示文書、契約書の部分が一緒になって入っております。構成員の皆様には、非公開で恐縮でございますが、それぞれの文書について参考ということでつけさせていただきました。

一番上位の概念は、私たちの社でありますと「個人情報取扱規定」がございます。これも参考におつけしております。これは昨年7月につくりまして、4月1日に改正したものでございます。これは、実は顧客情報だけではなく、社員の個人情報も含めたビーエス・アイトータルの個人情報の考え方について述べたものでございます。今日の話題は多分顧客情報のことだろうと思いますけれども、顧客情報に関しましては、「個人情報に関する運用規定」がその下の概念としておつけしてございます。これが顧客情報についての具体的なオペレーションについて記したものでございます。この二つ、「個人情報取扱規定」と「個人情報に関する運用規定」が私たちのいわゆる「規定」と呼んでいる文書でございます。

例えば「個人情報取扱規定」は、いろいろご指摘はあると思いますけれども、個人情報保護法に一応沿った形でつくられたもので、「個人情報に関する運用規定」は具体的なオペレーションです。例えばEメールの添付で個人情報を送ってはならないとか、フロッピーはこのように管理するとか、例えば宅配便を使うときにはこういう形で宅配便に委託するなど、そういうものが「個人情報に関する運用規定」の中に盛り込まれております。

次は一般の視聴者に対する開示文書でございますが、この図で申し上げますと、「BS-i個人情報保護の考え方（公表用）」と書いてございます。これがウェブ上に展開されているものでございます。もう一つは、「BS-iクラブ会員規約」がございます。これもウェブ、データ放送で開示しているものでございます。

そして、実はこの図にはございませんが、個人情報利用の目的をデータ放送画面上である作業をやっていくと途中で出す画面がございます。これは「個人情報に関する運用規定」が構成員の皆様のお手元にあると思いますが、一番最後のページに「個人情報使用目的の特定方法の文例」がございます。例えば資料請求をしたいというところをクリックいたしますと、こういう文例がデータ放送画面上に出てきます。「ご応募頂きますと、BS-iクラブに事前登録頂いた、お名前、ご住所、電話番号をもとに<提供会社名>（各スポンサー名）から資料をお送りいたします。尚、お申し込み頂いた……」云々が出てきます。データ放送画面上で今お客様がやろうとしている作業についてはこういうことになるということを例示するものがございます。

開示文書といたしましては、個人情報保護の考え方と「BS-iクラブ会員規約」、データ放送画面上での例示、この3点を扱っております。

3番目は契約書でございます。契約者は、この図で申し上げますと、「個人情報に関する

る同意書」がございます。これも皆様のお手元に参考例としてお配りしてあるはずでございます。この「個人情報に関する同意書」は外部発注時使用ということで、我々は番組をつくる上でさまざまな協力会社と一緒にやっております、その協力会社に例えれば商品の発送業務などを一部依頼するケースがございます、そのときに個人情報がわかりますので、もちろん不必要的ものは当たらないのですが、住所と氏名ぐらいは当たりますので、その取扱いに関する規程です。先ほど座長からもご指摘がありましたが、先方にはそれが残るのか。それは一切残さないという規定が書いてあるものでございます。

もう一つは、スポンサーに使用する「双向向サービスにおける個人情報に関する秘密保持契約書」がございます。これもお手元にお配りしてございます。スポンサーと双向向番組を使って当社のアンケートをとりたいということになり、結果として商品のサンプルをお客様にお送りしたいということになりますと、サンプルを送るために住所程度はスポンサーに送ることになります。それは送らないで自分でやれば全部オーケーということにもなるのですが、スポンサーも実はそれを知りたいということもあります。ただし、それをほかの目的に使ってはならないということを書いた文章がこの中に含まれております。

これが私どもの規程、開示文書、契約書の一連の組み立てになっております。4月1日に整備いたしましたが、オペレーションをしていく中で問題点や使いにくい点、あるいは緩いなどいろいろ出てまいりまして、漸次改定している最中ではございます。これがビーエス・アイの規程でございます。

資料1ページの下に「管理体制は以下のとおりです」と書いてございます。先ほど申し上げましたように、私どももこの問題は大変重く受けとめておりまして、業界全体に与える影響、弊社に与える大きなダメージを考えますと、漏洩の可能性を少しでも減らしたいということで、最高管理責任者は私ですが、社長が自ら陣頭指揮をとる、すべての責任はとるという形で先ほどの規程にも盛り込んでございますが、社長が全責任をとる形をとっております。そして私が責任者でありまして、編成担当、営業担当、事業担当、管理部門担当にそれぞれ情報管理責任者を置き、日々のオペレーションですね、実際に新しくスポンサーが出た、そのスポンサーと契約をきちんと結んだかどうか、新しく番組が発生した、そのプロダクションときちんと契約を結んだかどうかという、編成担当であれ、営業担当であれ、各責任者が日々のオペレーションのチェックをする体制をとっております。これもなかなかしんどい話なのですが、そういう形をとっております。

もう一つ重要な点は、資料には書いてございませんが、先ほどから各社様がおっしゃつ

ておりますように、システムの整備という点がございます。我々も60万弱の個人情報を扱っているデータセンターと、そのデータを閲覧できて管理するためのデータ室がございまして、そこ対しては指紋照合システムを導入しております。ビーエス・アイは、社員50名弱ですが、そこにアクセスできるのは10名弱の人間です。その10名弱が、なつかつ指紋照合をいたしまして、誰が何時何分何秒に入った、出たという管理をいたしまして、入った後も管理端末の中にはパスワードがございまして、それでやっています。データ室の中に、例えば受け渡しのフロッピーはすべて閉じめることにしておりまして、外に放置したり、データを個人のパソコンにコピーすることは一切禁止しております。それがオペレーションです。もう一つは、データベースそのもののセキュリティの問題が大きくあると思いますので、特に一部の会員は、ショッピングをするためにカード番号まで私どもに教えていただいております。この部分に関しましては、データベースの中のコンピュータのデータのセキュリティを二重三重に暗号化する対応をいたしまして、外部の監査会社の監査を受け、一応大丈夫だろうという太鼓判といつていいくんですが、ご判断をいただいています。これがシステム面の対応でございます。

ただ、先ほどから申し上げてありますように、100点とは全く思っておりませんで、いろいろな課題がございます。一つの大きな課題は、弁護士等も入れて相当議論をしてここまでつくってきたのですが、日々トレンドは厳しくなる方向であると理解しております。例えば個人情報に詳しい方に聞くと、今後ビーエス・アイが考えなければいけないことは、スポンサーにしても制作会社にしても関連の協力会社との関係が強いときには、協力会社への立ち入り監査権限を担保することを真剣に検討されたほうがいい、これはできるのかどうか、ましてスポンサーのところへ行ってできるのかなとは思うのですが、そのぐらいのトレンドになってきていると私は理解しております。

もう一つは、情報が万が一漏れたときの漏洩情報の開示タイミングのトレンドが相当変わってきたと認識しております。例えば、フロッピを電車の中に忘れたという段階では、今まで漏洩の可能性があることは開示しないのが通例でございました。実際に漏洩があつたらしいというタイミングで初めて、弊社として大変申しわけないことをしたということを一般に開示する。今のトレンドは、電車の中にフロッピを忘れたタイミングで開示すると聞いております。実際に漏洩があつたかどうかということではなく、漏洩の可能性がある段階で開示しなければならないと聞いておりまして、その辺のアクションプランについても事前に厳密に定めておく必要があるというご指摘がございます。

もう1点のトレンドは、日本は性善説で生きている社会でいいのかなと思うのですが、会社と従業員がこの問題について個別に覚書を交わす、労働契約とは別に個人情報を漏洩した場合にはこういう措置をする、それについて異議はないという、会社対従業員、または派遣社員や契約社員、アルバイト、そして役員も含めて契約を結ぶトレンドがあります。私の知っている会社でもそれをやっておりますが、そういうこともやらなければいけないのだろうか。ただ、あまりいい雰囲気ではないよねというようなこともございまして、その辺がなかなか悩ましい問題としてあると思っております。

いずれにしても、当然のことだと思いますが、日々この問題はきつくなっていますので、あるタイミングでオペレーションと規程を整備したからといって、それで3年も4年もほうっておいていいものではないと理解しております。社員に対する教育の問題は3カ月に1度、半年に1度と当然やるのですが、規程そのもの、ルールそのものの見直しを弁護士等も入れて半年に1度ずつぐらいやらないと、あるところで当社だけが取り残される危険性もあるのではないかと思っております。

私からは以上でございます。

舟田座長 ありがとうございます。

それでは、今のご発表についてご質問、ご意見等をお願いいたします。

音構成員 先ほどの話で、クラブに相当いろいろ個人情報が入ると。もう少し具体的にその内容を教えていただけますでしょうか。一番最初のポイントでは、氏名、生年月日、住所、電話番号、メールアドレスと書いてありました。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） 私どもの個人情報は、お客様に登録していただくときに必須項目と任意項目とございます。必須項目につきましては、ウェブを見ていただくとおわかりになるのですが、当然のことながら氏名、ご自身で決めていただくパスワード、郵便番号など、必要であれば後でコピーさせていただきますが、住所の漢字と平仮名、電話番号、双方向をやるために接続電話番号、Eメールアドレス、性別、生年月日、B-CASカード番号。任意項目につきましては、携帯電話番号、携帯電話のメールアドレス、ファックス番号、例えば血液型、ご職業等がございます。それと、クレジットカードの番号と有効期限、カード種別。未婚・既婚も任意項目としてはございます。そこまでございます。

舟田座長 今の続きですけれども、デジタルの場合には、視聴履歴もとれることになるでしょうか。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） 資料の最後に非公開でお願いしますと書いておきましたが、一般論で申し上げますと、N V R A Mの機能を使いますと、技術的には可能性はあると思います。ただし、これは我々の道徳的なと申しますか、倫理的なと申しますか、その部分ではあり得ないと弊社は思っております。ただし一般論ですが、N V R A Mのありようはいわゆるウェブのクッキーと対比させてどういうふうに考えていくかは重要な検討課題でありますし、我々もB S各社とこの問題については議論しております。開示すべきであるというところは一致しておりますが、どういう形で開示されて、誤解のないような開示の仕方をしなければいけないので、無用な混乱が起きないような開示方法を考えなければいけないと思います。

舟田座長 もう一つ、B S - i クラブはよく知りませんけれども、加入者は、テレビショッピングもすることがありますね。そうするとショッピング歴はどうなりますか。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） ショッピング歴はあります。

舟田座長 おたくがショッピング歴はお持ちですね。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） はい。

舟田座長 そのデータは、実際にはビーエス・アイではなく、買ったカバン屋等が契約の当事者ですが、そのデータはビーエス・アイがお持ちなのですか。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） 具体的に申しますと、ビーエス・アイの顧客データベースがございまして、ビーエス・アイのショッピングはi s h o pというT B Sの事務局がやっているショッピング部門が請け負っています。そこにショッピングのデータベースが別途ございます。当然、そことはオンラインでデータが行き来しているのですが、i s h o pの顧客データベースは、B S - i クラブのメンバーで買った人以外にも電話で買う人、ファックスで買う人もすべて統合的にi s h o pのサーバとして管理しております。その管理会社、もちろん管理主体はT B Sの事業部でございますが、我々の関連会社であるグランマルシェが管理を実際にしておりまして、その中に閉じ込めております。そこが発送業務を全部行います。例えば一般的の靴屋やカバン屋に個人情報が渡ることはございません。

舟田座長 失礼ですが、T B Sとビーエス・アイは別会社ですね。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） はい。

舟田座長 T B Sに渡すという事前の同意書をとっているわけですね。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） それはあります。グループ

内で言いますと、まさに、TBS本体と私どもは、トマデジという会社が、実は、会員データベースの管理をしておりますので、TBS、ビーエス・アイ、トマデジの三者でのかなり強固な契約と、お互いに実体の開示をしているということですね。

舟田座長 スポンサーももちろん自分が売ったわけですから、売る範囲では渡すわけですね。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） はい。スポンサーの場合は、実物の商品というよりも、サンプルをお渡しするなどの事例がほとんどなんですね。

榎本取締役営業・担当部長（株式会社ビーエス・アイ） サンプルとアンケートと資料請求が多いですね。

藤原構成員 今の点に関連して、ishopのデータベースに、ビーエス・アイだけではなくて、電話とかいろいろ入っているということでしたが、その全体のデータベースを各当事者が利用できるということなのでしょうか。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） それはTBSの事業局のishopの担当者しか利用できません。あくまで我々はビーエス・アイの入り口なんですね。ビーエス・アイの画面でショッピングをして申し込まれた方たちのポータルになっていて、最終的にはishopを管理しているTBSの事業局がその情報の全責任を負う。例えば発送まで行う形をとっています。

藤原構成員 もう一つ全く違う質問でよろしいですか。雇用管理情報も目配りしてこの規程をつくったということで、入退室管理の部分を相当詳しく書いておられるのですが、監視ツールの議論は出たことはありますでしょうか。モニタリングですね、ここには載っていないのですが。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） 例えば、監視カメラとか動態観察のカメラなど、出ました。これもかなり具体的に機種まで検討したのですが、現在、入退室は、TBSのカードがないと……平時は空いているのですが、例えば土日や深夜は入れないんですね。そういう意味では、誰か人がいれば空いているのですけれども、土日や深夜については、トイレに行くときもカードを持っていかないと入れない状態になっています。ですから、それで一つはいいだろうと。その大きな部屋の中にデータ室がございますので、現在は数人の者が指紋をかざさないと入れない形にしてあります。その部屋に、指紋をかざすだけではなく監視カメラを置こうではないかと。これは、ウォータースルーの問題がありますね。1人が入ったときに後ろからパーッとついて入られてしまったときに

それを特定しなければいけないので検討はしたのですが、あまり効果的ではないので、お金が……。

藤原構成員 質問の趣旨は、先ほど管理とか労働というところまでお話しになつたので、モニタリングの面において、労働者の個人情報、従業員の個人情報という意味の問題も含むので、それで書かなかつたのかなと思ったのです。

藤井取締役管理・技術本部長（株式会社ビーエス・アイ） 必ずしもそういうわけでもないのですけれども。

藤原構成員 どうもありがとうございました。

舟田座長 よろしゅうございましょうか。

どうもありがとうございました。

続きまして、株式会社ビー・エス・ジャパンを代表して、清水総務本部長補佐兼総務部長様からよろしくお願ひいたします。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） ビー・エス・ジャパンの清水でございます。私は社内の個人情報管理委員会の委員長をやっておりますので、今日は、私のほうから説明するため参りました。

それでは、お配りしております資料3-2-4の内容に沿いまして、当社の個人情報保護への取組みにつきまして概略をご説明いたします。

まず、これまでの経緯でございますが、当社は、2001年2月から個人情報保護法が国会で議論されるという状況を受けまして、社内での検討を開始しております。2001年5月に個人情報管理委員会を設置し、その中で検討を進めまして、8月に管理規程（案）まではつくりました。先ほどもお話が出ましたけれども、各BSデジタル放送局は会員組織を持っているのですが、私は、この時点では持っていました。この8月の時点でBSジャパンクラブというクラブをつくろうではないかという構想が持ち上がりました。この内容をこれから詰めるということなので、その中身がかたまつた段階でそれとの整合性を考慮して規程を正式に制定するということで、この時点では一旦見送っております。翌2002年9月に個人情報管理規程をつくりました。10月からBSジャパンクラブの経済クラブがスタートしております。その直前に個人情報管理規程を設け、この管理規程で運用することになっております。今年2月に「情報システム利用・運用管理規定」、「社内情報システム利用のガイドライン」。これは個人情報保護とは直接結びつかないようですが、個人情報は社内の情報システムの中にデータが入っているケースがほと

んどですので、社員が就業規則で秘密保持は義務づけられているわけですが、さらに社内の情報システムを利用する場合には、こういう具合に使うべし、こういう使い方をしてはいけないという具体的なガイドラインをつくりまして、今年2月から運用しております。最後に、4月からMyアドレスを導入。この中身に関しては後ほどご説明いたします。

個人情報に関しては、いろいろな情報が放送局としてBSジャパンに来るのですが、大きく3通りに分けてみました。まず視聴者センターへいろいろなお問合せが日々参ります。これは大方のケースはお名前を名のられることがないので、具体的に番組に関するお問合せ等は名前を名のるケースがなく、当然ログに名前は入りませんので、これは個人情報ではないと考えております。同じように、ハガキ、ファックスでご意見、ご要望が来るケースがあります。これは、丁寧な方は、住所とか名前まで書いているのですが、これは番組への参考意見という形でプロデューサーに渡し、参考にした後に廃棄するということで、記録等は一切残しておりません。最後の双方向データ放送サービスを利用するための会員登録情報は、まさに個人情報に該当するわけでございます。

当社の個人情報保護管理規程の抜粋を項目として抜書きしたのが3以下です。これは、個人情報保護法が検討された段階で、その中身を見まして、それに沿った形でつくったものでございます。

情報収集に際しては目的を明確にし、利用の範囲、第三者に提供する場合にはその事実を開示して収集することにしております。管理は当然適切に行い、第三者に漏洩しない。目的外には使用しない。収集した情報は目的に応じて必要な範囲で正確かつ最新の状態に保つことになっております。収集目的を達成した情報は消去する。ただし、情報提供者からお問い合わせがある場合に備えて、一応目的を達成した日から1年間は保管し、その後消去するという運用にしております。外部に個人情報を取り扱う業務を委託する場合には、その会社と秘密保持契約を結びます。情報の提供者から開示の要求あるいは訂正要求があった場合には、当然のことですけれども、本人であることを確認した上でご要求に対処することにしております。苦情とかご相談が万一あった場合には、個人情報総合管理者（総務部長）が窓口になって対応いたします。

社内の管理体制ですが、個人情報管理委員会を設置しております。この管理委員会で個人情報管理規程に沿った実際の運用と、社員への啓蒙活動を行うということで、委員長が総務部長、各本部ごとに個人情報管理者ということで1~2名の担当を設けております。今日現在、合計4名の委員を設けまして、私を含めて5名の体制になっております。当然

のことですけれども、管理規程は一応のガイドラインを提示する役割しかないと思っております。一番大事なのは社員一人一人の意識に尽くると思っていますので、その教育・啓蒙が一番重要な役割だと思っております。

双方向データサービスを視聴者に提供するために、私どもが双方向通信サービスを外部の会社に委託し、その会社のサービスを購入しております。当然、そのサーバを運営している会社との間では契約を結んで秘密保持を義務づけております。この会社はプライバシーマークを取得して個人情報保護をきちんとやっている状況になっております。

会員の登録ですが、個人情報を登録していただく場合には、私どもの場合ですと紙は使っておりません。データ放送、すなわちテレビを使い、リモコンを操作してテレビから個人情報を登録していただく。あるいは私どものホームページの中に登録する部分がございまして、そこに会員登録をしていただく二本立てになっております。会員情報の登録と更新・抹消も、原則として登録者自身に行っていただくことになっております。したがいまして、私どもの社員でも登録情報を見ることは運用上はほとんどありません。

会員登録する際に、テレビでもホームページでも会員規約を表示するようになっています。登録される方はこの会員規約に同意した上で登録していただくことになっております。それでは個人情報を登録していただく方がどういうことに同意した上で登録するかが以下の3点でございます。まず、情報開示につきましては、会員が第三者へ個人情報を開示することに同意した場合にはビー・エス・ジャパンは個人情報を開示します。それから、双方向サービスを利用して物品等の購入、資料請求を行われた場合に、要求された物品の発送作業を行うために第三者に個人情報を開示します。最後は、法令で個人情報を要求しないと指示された場合。この3つのケースでは個人情報を開示することを包括同意していただいております。

会員規約で、会員登録情報をビー・エス・ジャパンはこのように利用することができるということを同意していただいております。これが以下でございますが、視聴者の調査や利用動向・傾向調査、番組制作や会員へのサービスを向上するために、ビー・エス・ジャパンは、個人情報を利用できるということです。これは私どもが利用するという意味合いであって、外部に個人情報を渡すということではありません。それと各種案内の送付は、私どもが会員の方々にご案内を差し上げることです。例えばこういう番組があるのでぜひ見てくださいとメールマガジンでお送りする、あるいはほとんどやりませんけれども、DMを送るなどのケースがこれに該当いたします。広告主等へ個人情報を含まない形で統計

情報で提供いたします。これは、具体的なお名前や住所等の個人情報は一切入らずに、例えば、Aという番組をごらんになった方のプロフィールとして50代が何人、40代が何人、性別の割合はどうかという情報のことを指しております。

最後に、「むやみに個人情報を収集しない工夫」と書いておりますが、ビー・エス・ジャパンの会員組織に関してご説明いたしますと、一番最初に経済クラブ、ビー・エス・ジャパンは経済と文化を二本柱にした番組編成をするというコンセプトを持っております、特に私どもは日経が筆頭株主になっておりますので、経済番組に力を入れております、その関係で、一番最初に会員組織をつくったときに経済クラブをつくりました、これは、経済に興味をお持ちの方に入ってほしいということで、セグメントを分けているわけです、続いて、50代クラブという、私どもは50代にフォーカスした番組を持っておりまして、50代の方にぜひ入ってほしいクラブを2回目に立ち上げております、最後にCLUB-F、これはファッショングループなどに興味をお持ちの方に入ってほしいもので、今年に入って立ち上げてありますが、私どもはそのようにセグメント別のクラブ会員組織を持っております。この三つのクラブに全く興味はないという視聴者も当然いらっしゃるわけです。そういう方々はビー・エス・ジャパンの双方向サービスは一切使えないのか、それではまずいのではないかということで導入したのがMyアドレスというものです。

これは今年3月から使えるようにしたもので、これまで申し上げております個人情報はウェブなりテレビ放送をごらんになって個人情報を入れていただきますが、これは電話回線を伝わりまして、サーバに個人情報が登録情報として登録されます。このMyアドレスは、全く違う仕組みで、テレビの中にあるNVRAMの中に個人情報を書き込んでいただく仕組みです。双方向データサービスを使う場合に必ずしも個人情報は要らないのですけれども、物品を購入したい、あるいは資料請求の場合は個人情報を送っていただかないと要求された物品を送ることはできませんので、そういう場合にMyアドレスにあらかじめ個人情報を登録しておいていただければ、その都度、住所や名前を入れるには結構時間がかかりますので、あらかじめご自分のテレビに登録しておいていただければ、ボタン一つで個人情報が取り出せて資料請求ができる仕組みになっております。

こういうコンセプトによりまして、私どもではビー・エス・ジャパンのクラブ会員を膨大な数にしようとは考えておりません。マネージブルな適切な、本当に経済等の個々のものに興味をお持ちの方に会員になっていただこうという考え方で運用しております。それ以外の双方向データサービスを楽しみたいという方々には、Myアドレスの仕組みをお使

いくださいというご案内をしております。

私からのご説明は以上です。

舟田座長 ありがとうございました。

それでは、ご質問、ご意見をお願いいたします。

私から一つ。2ページの7で、会員規約で包括同意された情報開示の一つ目に、「会員が第三者への開示に同意した場合」とありますが、これは当然、会員規約で書いてあるわけですね。会員規約には、第三者をどれだけ具体的に書かれてありますか。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） 第三者は、例えば、物品を購入する場合のサプライヤー、売り手ですね、そういうものが第三者になります。実際に、テレビ放送で、例えば、資料請求あるいは物品の購入のところで、購入という行為をボタンで押す形で行っていただきますが、その場合にこの情報は、例えば、スポンサーのA社に開示されるというご案内が出ます。

舟田座長 わかりました。それは、ある意味では、会員がショッピングする以上は、例えばメーカーにいかないと買えませんから。普通、第三者というともう少し広くて、同意さえとれば、もっと広い範囲が考えられるのですが、ここで想定していらっしゃるのは、会員が自分で欲しいサービスを受けるために……。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） 座長のご質問は、7の会員規約の包括同意ですね。

舟田座長 はい。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） そうです。これはそういう意味です。

舟田座長 そういう意味ですか。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） はい、そうです。

舟田座長 わかりました。それに限られるということですね。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） そうです。会員が第三者への開示に同意する場合は当然、資料請求でそのスポンサーから資料を送っていたくために個人情報が開示されます。あるいは、物を購入する場合に提供会社に個人情報が開示されるという意味ですね。

舟田座長 例えば、ビー・エス・ジャパンの関連会社への情報提供も同意するという意味ではないんですね。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） いいえ。会員規約ではそういうことは書いておりません。私どもが覚書で秘密保持契約を結ぶのは、例えば私どもがクイズをやって、当選者に物を送るケースがございますね。これは社内で送るケースもあるのですが、すべて社内で贈るのは大変という場合には、私どもは購入した先に発送を委託する場合があるわけですね。その場合には、そこと秘密保持契約を結んで、送ってくださいというお願いをいたします。

舟田座長 ついでですけれども、最初の1ページの2の二つ目は、ハガキなどを廃棄するのですけれども、個人情報に当たるけれどもという場合だと思いますが、藤原構成員、どうでしょうね。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） 名前や住所までお書きになった場合ですね。

舟田座長 個人情報は個人情報ですよね。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） はい。

舟田座長 ただ、おたくのほうで管理しないということだと思いますけれども、該当するけれども管理しないということじゃないでしょうか。

清水総務本部長補佐兼総務部長（株式会社ビー・エス・ジャパン） 個々の1枚1枚に關しては、おっしゃるとおり該当しますね。ちょっと乱暴な書き方で恐縮ですけれども。

舟田座長 よろしゅうございましょうか。

ありがとうございました。

続きまして、株式会社ビーエスフジを代表して、北林専務取締役様及び石川総務局長様からよろしくお願ひいたします。

北林専務取締役（株式会社ビーエスフジ） ビーエスフジの北林でございます。本日、このような機会をつくっていただきまことにありがとうございます。それでは説明させていただきます。

まず、当社の扱う個人情報でございますが、およそ51万人分でございます。これは、クラブBSフジ会員の人数です。実は、会員数は日々増えています。当社では視聴者の皆様にBSデジタル放送の特質を最大限に楽しみ、そして利用していただくということで、双方向番組へのアクセス、あるいはプレゼントの申込み、物品販売など、いわゆる双方向の機能を活かしたさまざまな企画番組を放送しておりますが、これらに参加するため視聴者の皆様にクラブBSフジの会員として登録していただいております。

次に、個人情報保護のための規程及び組織関係でございますが、今年1月から社内各セクションの責任者、実務担当者を集めまして、個人情報保護プロジェクトを立ち上げております。規程類は鋭意作成中でございます。また、組織的には、個人情報管理の責任者は総務局長としております。今日同席しております石川がその責任者でございます。今後、社内に個人情報管理委員会及びクラブB Sフジ事務局を組織いたしまして、情報管理の体制を速やかに構築しようということで現在作業中でございます。

細目につきましては、石川総務局長から説明させていただきます。

石川総務局長（株式会社ビーエスフジ） 石川でございます。よろしくお願ひいたします。

まず、現状からご報告させていただきます。構成員の先生方のお手元にございます資料に基づいてご説明いたします。

まず、北林から申し上げましたように、私どもの取り扱っている個人情報ですが、クラブB Sフジ会員が約51万人分という形になっております。先ほど舟田座長からご質問がありましたテレビショッピング等の情報に関しましては、当社の場合は、テレビの画面上で物品を紹介し、紹介した物品を購入したい方は別の場所にお電話していただきなりお申し込みいただく形で、実は当社の場合には、グループ企業で通信販売を行っている会社がございますので、そちらにお申し込みいただく形になっております。したがって、B Sフジとしましては、テレビショッピングの情報は扱っておりません。視聴者対応セクションに電話がかかってくる場合でも、名前その他の個人情報に関してはお聞きしないことになっております。そういう形でそちらにもそういう情報は残っておりません。したがって、私どもの取り扱っている情報としましては、基本的にはB Sフジ会員が約51万人。

その中で、会員登録するにはいろいろな方法がございますが、ハガキやファックスを利用していただいてお申し込みされる方もいらっしゃいます。デジタルテレビ上で登録していただく方、あるいはウェブ上で登録するなど、いろいろな形がございます。ハガキやファックスだけで登録した方は、非アクティブといいますか、実際には双向サービスはまだご利用いただけません。そういう方々を除きますと、テレビとウェブで実際に双向アクセスを利用するため登録していただいた会員は約32万人という形になります。

1年半ぐらい前によく20万人を超えたという話を我々の中でもしていたのですが、日々増えておりまして、普及がそれだけ増えているということもあるのですけれども、3年半で約51万人という状況になっておりまして、この取扱いには、本当に厳重な注意が

必要であると認識しております。

続きまして、実際にどういう個人情報を取り扱っているかについてご説明いたします。

まず、クラブB S フジ会員になるために登録していただく情報としましては、氏名、住所、電話、生年月日、性別、職業です。P C メールアドレス、携帯メールアドレスはお持ちの方に登録していただく形になっております。登録する際には、クラブB S フジ会員規約を了承し、その上で入っていただく形になっております。なお、会員登録を解約したいという方も中にはいらっしゃいます。そういう連絡をいただいた場合には、1週間以内にデータベースから情報を削除することにしております。今までそういうケースは通算して7,000名程度ございました。

それ以外の情報につきましては、非常に微々たる数字なのですが、まず会員が双方向アクセスの際にパスワード等を持っておりますので、間違えてロックがかかってしまった場合にB - C A S カードの番号が必要であった時期がございます。これは以前で、今は必要ではありません。非常に少数ではありますが、こちらにそれを伺ったことはございました。

あと、当社のほうでB S フジカードというものをつくってあります。これは、B S フジの番組だけしか使えないという意味ではなく、汎用的なカードなのですが、B S フジの名前が一番上にのっているものができるています。こういうカードを使って物を購入することも可能なわけですが、例えば番組で何か決済するという場合でも、当社のほうはカード番号しか把握しておりません。例えばお客様の口座番号等は、実際のクレジット会社、カード会社のほうでお持ちでございまして、当社にはそういう情報は保持していません。同じく、例えば視聴者ご本人が持っているらっしゃるカードを利用して買い物をするという場合でも、あくまで我々のほうで保持しているものはカード番号で、これは何回も買い物をしたいというケースがあった場合に、その都度カード番号を登録するのは厄介なので、そういうときに楽に決済できるようにパスワードのみで認証できる形をとっている場合には、当社でカード番号を個人情報として持っております。

今申し上げておりますカードで決済云々の話に関しては、テレビショッピングとは別物でありまして、当社の中で具体的な番組名で申し上げますと、例えば「史上最大のオークションショー」をやっておりまして、タレントさんがお持ちのお宝を買うときに、クラブB S フジ会員だけがアクセスして参加する権利があるのですが、それを購入するときに必要になるという意味のカード番号であって、いわゆる通常のテレビショッピングの意味と

はちょっと違います。

そういう内容が、B S フジとして扱っている情報の細目になっております。

現状の情報の取扱いですが、先ほどビーエス・アイさんからもございましたように、なぜクラブ B S フジ会員になるかといいますと、ゲームに参加してポイントを貯めるとか、例えばオークションショーに参加して物を落札するとか、そのために双向サービス会員になる形なのですが、それ以外には、実際にスポンサーへ第三者情報提供というケースがあります。これは、ビーエス・アイさんもおっしゃっておりましたが、商品サンプルとかアンケートなど、企業のマーケティング的活動に使われるケースが非常に多いということです。ただし残念ながら、これはもっと多いと当社も商売的には非常に楽になるのですが、それほど多い件数ではありません。この場合は利用目的を明示した上で、あくまで会員の許諾を得ております。これは電話とかメール等で、実際にこういうスポンサーへ情報を提供いたします、よろしいでしょうかという形で、基本的に許諾を得ております。スポンサーへ情報を提供する場合には、登録データをそのままお渡しするのではなく、あくまで必要な部分だけを加工してお渡しする形をとっています。

最後に、情報へアクセスする場合にどういう形をとっているかといいますと、当該部署の担当者がパスワードを実際に使って行っているのが現状でございます。これは何人ぐらいかといいますと、ビーエスフジは、正社員と契約社員を交えて 90 人程度あります。そのうち約 10 人が実際に情報へアクセスすることができる状況になっております。

次に、秘密保持関係の契約ですが、先ほど申し上げましたように、情報を提供する場合にスポンサーとの間で秘密保持契約を締結しております。そして、それ以外に実は情報を管理する部分でいわゆる業務委託をしている会社が何社かございます。そういう先、あるいは情報を実際に社内で扱う契約者等と契約する際に、業務上知り得た情報の秘密保持の条項をきちんと入れてあります。基本的にそれによって秘密保持を契約上担保している形にしております。

今後の取組みに関して、次のページを見ていただければと思います。

まず、規程・組織類に関しては、現在鋭意作成中ということで既にほぼでき上がっている形ではございますけれども、個人情報管理規程あるいは個人情報管理ガイドラインをつくってあります。それに基づきまして、個人情報管理委員会及びクラブ B S フジ事務局を組織する。イメージとして、個人情報管理委員会は総務局長が委員長になり、編成、営業、技術の各局より各委員が出て委員会を構成します。その下に実際に情報にアクセス

できるアクセス権者を設ける。そういう形の3段階構成を考えております。実際の運用に関しては運用マニュアルを作成するということで、現在鋭意作成中なのですが、実際のマニュアルに盛り込む内容といいますか、情報を今後どのように増やしていくかということに関して、まず、個人情報は社内から漏洩されるケースが多いということがございます。基本的に社内からの漏洩を何よりも防止しなければいけないということがございまして、まず現在、パスワードで認証を行っているものを指紋等の認証に変えて、アクセス権者をできる限り絞り込むと同時に、アクセス履歴が残るようなソフト、システムを導入することを現実に検証しております。

先ほど個人情報管理委員会でレベルを3ランクに設定すると申し上げましたが、こういう情報の取扱いの種類によって、どの情報をどこへ出せばよいか、その許可、許諾に関してどのレベルで判断できるか。そういう組織体制を構築するべく現在つくっております。つまり、実際に扱う人は誰でも個人情報を出すのではなく、それぞれの重要度に応じてどの判断で出せるかということをきちんと明確にしていきたいと思っております。

最後に、データの受け渡しに関して、デジタルという便利さから離れてしまう可能性はあるのですが、デジタルデータでメールに添付してということになると漏洩される危険性が大きいという認識は当社の中でも持っております、なるべくなら紙ベースを使って行なっていきたいと考えております。

以上の内容をマニュアルの中でうたっていきながら、実際に運用マニュアルを作成したいとしてあります。

これは少し先の話になるのですが、当社は小さな会社でございまして、場所も狭く、セキュリティを確保するための部屋を確保できないのですけれども、実は半年先ぐらいには事務所を多少拡張できる予定がございまして、その中で情報を取り扱うためのセキュリティルームを設置することを盛り込んであります。これに関しては、先ほどのアクセス権者が基本的に鍵のかかった場所に入ります。逆にその人間でなければ扱えない形にまで絞り込む形で考えております。

情報の取扱いに関しては以上でございます。

先ほど申し上げました第三者あるいは業務委託先との契約の見直し、あるいは再確認を行なって、社内からの漏洩を防止するよう努力したいと考えています。具体的には、現在、基本契約的な形、一種の精神条項でしかないかもしれません、そういう形になっておりますが、具体的にどの形でどういう情報を出し、どのように利用した後どう処理するか

という具体的な条項を覚書等で個々に情報をお渡しするたびに確認する形にしまして、それで漏洩を防ぐ形、つまり最終的な情報の処理までそこで行えるような形にしていきたいとは思っております。

最後に、情報管理に関する社内啓蒙及び社外への告知ということで、当社のセキュリティポリシーをホームページ上に掲載する予定でございます。そして、先ほど申し上げましたように、社内からの漏洩がないように、各セクションへの啓蒙活動を常に行い、具体的には説明会、連絡会等を頻繁に想定しております。

こういう形で、今後の取組みも含めましてご説明申し上げました。

北林専務取締役（株式会社ビーエスフジ） 以上ご説明申し上げましたとおり、ビーエスフジとしましては、個人情報を取り扱う事業者として、昨今の情報漏洩事件を非常に憂慮しております。そして、情報管理に非常な危機意識を持って取り組んでおります。これは、大変重要な危機管理事項ということで委託放送事業者としてBSデジタル放送への視聴者の信頼が揺らぐことのないよう、自主的に最大限の誠意と努力をもって臨む所存でございます。

ビーエスフジは以上でございます。

舟田座長 ありがとうございました。

ただいまのご発表についてご意見、ご質問等ございませんでしょうか。

藤原構成員 1.Cの情報の取扱いのところで、「スポンサーへの提供情報は、生データではなく、加工している」、その後に必要な部分をとおっしゃったのですが、統計処理をしている、あるいは個人識別性をなくしているという意味ですか。

石川総務局長（株式会社ビーエスフジ） そういう意味ではございません。先ほど申し上げましたように、氏名、住所、電話番号、生年月日等のたくさんの情報がございますので、スポンサーの要求している情報のみを加工してお出しするという形になります。

藤原構成員 そうしますと、利用者との関係では利用目的を明示した上でということで、スポンサーにこれこれの情報を提供することがあるということを言っているということですか。

石川総務局長（株式会社ビーエスフジ） そういうことですね。

藤原構成員 とにかく個人識別性があるままスポンサーに出しているということですね。

石川総務局長（株式会社ビーエスフジ） そうです、統計処理したものではありません。

藤原構成員 それはダイレクトメールにも使われるのでしょうか。

石川総務局長（株式会社ビーエスフジ）　スポンサーによって、いわゆるアンケートですとか、ダイレクトメールとか、そういうことはございます。

舟田座長　これまで会員から開示請求はありましたか。開示請求の制度はありませんけれども、自分のデータはどうなっているか、見せろということ。

石川総務局長（株式会社ビーエスフジ）　パスワードを教えてくれという問い合わせはございますけれども、情報開示請求はありませんね。

舟田座長　よろしうございましょうか。

どうもありがとうございました。

時間が長引いて申しわけありませんが、次に東経110度CSの左旋円偏波をめぐる経緯及び東経110度CSの左旋円偏波の放送利用に関する関係者の意見について、事務局から説明をお願いいたします。

藤野衛星放送課課長補佐　それでは、資料3-3によりまして東経110度CSの左旋円偏波をめぐる経緯、資料3-4によりまして、東経110度CSの左旋円偏波の関係者のご意見についてご説明申し上げます。

資料3-3でございますが、左旋円偏波の問題は、平成14年から東経110度CSの右のほう、右旋円偏波のサービスが行われておりますが、これと同じ周波数帯を用いて違う方式で放送を行う、左旋円偏波を使って放送を行うかというもので、これについてどのような議論が行われたかを拾ったものでございます。

現在、これは通信に使われているわけですが、経緯を拾っていきます。

最初の平成元年、もともと右旋円偏波で現在放送をしている、受託委託放送制度が創設されたということがございまして、平成3年から我が国で東経110度におけるCS放送を使う国際的な手続が始まりました。具体的な動きが平成10年、衛星会社等がこの打上げ予定について公表し、平成11年、関連各社において放送利用についての要望がなされました。

平成12年1月、郵政省の局長会見からこの制度化についての意見募集が行われました。この中で出てきた意見で、左旋円偏波については通信ではなく放送のほうにも使いたいというご意見、あるいはそれに対しまして、左旋円偏波は放送利用に割り当てないでほしいというご意見が当時出されました。

平成12年7月、右旋円偏波だけで放送を行うということで制度の整備が行われましたが、順次、これに沿って、衛星の打上げ、あるいは予備免許等の付与の手続が行われまし

た。左旋円偏波は当時通信に使われることになりましたが、これを放送にも利用できないかという動きがもう一度始まりました契機として、電気通信役務利用放送法という電気通信事業者の役務を利用した放送を行う制度ができたわけですけれども、平成13年6月29日に法律が公布されたということがございます。

この法律の施行に当たりまして、意見募集が平成13年9月14日から行われております。このときに、既に左旋円偏波を通信に用いるということで衛星の打上げなどをされた事業者である宇宙通信様から、N-SAT-110の左旋円偏波のトランスポンダについて可及的速やかに新しい法律の適用をしてほしいという要望が出されました。

最終的には、平成14年1月25日、電気通信役務利用放送法の施行をするための制度整備を行ったときに、電気通信役務利用放送法は適用しないという理解のもとに制度整備が行われてまいりました。

次の3ページにまいりまして、これに関連しまして、平成14年12月25日、総務省の「衛星放送のあり方に関する検討会」で最終取りまとめを行ったわけですが、その中でまたこういう議論がなされました。ここでの取りまとめ内容が点線で囲まれている部分でございまして、結論から申しますと、「左旋円偏波による放送は、集合住宅での受信関係の整備を要すること等から、慎重に対応する必要があり、これらの課題の解決状況を見ながら、今後更に検討していくことが適当」とまとめられました。

ところが、平成15年に日本経団連様から、再度これを検討してほしいという要望が出されました。日本経団連の要望の抜粋が点線の囲みの中に入っています。110度の衛星で中継器に余裕がないという指摘があるけれども、左旋円偏波を放送に利用することで使えるのではないか、そのために電気通信役務利用放送法をこれに適用する必要があるというが要望が出されました。

4ページにまいります。今回の検討の直接の契機になっているのですけれども、3月19日の閣議決定「規制改革・民間開放推進3か年計画」の中で、政府としてあらためてまた検討することが決まっております。

これに関連しまして、あらためて関係者等のご意見をいただくことをお願いしまして、それを集めた結果が資料3-4でございます。

目次を見ていただきますと、一番上のほうに、もともと本件の要望元であった宇宙通信株式会社様、同じく左旋円偏波を衛星として使っているジェイサット株式会社様、特に左旋円偏波利用についていろいろな問題があるということでご指摘をいたしましたメーカー

一関係で、3、4の関係者からの意見、5以降は放送事業者関係のご意見の順番で並んであります。

表紙をめくっていただきて1ページでございます。宇宙通信株式会社からあらためてご意見をいただきました。「記」以下に、「本件の実現にあたっては、あくまで受信者の利益保護が最優先されるべきであり……」、そして放送利用をする場合には、受信関係の整備が欠かせないとご指摘いただきてあります。その次に、「行政の方針決定はもちろんのこと実際に放送を行う放送事業者や受信機メーカー様のご意向が重要な要素」であると、そして、いろいろなところからの指摘をもらったところ、左旋円偏波を放送に利用する環境は整っていない状況にあると思われる、したがって、現時点で早急に東経110度衛星の電気通信役務利用放送法の適用を要望するものではないとおっしゃっています。最後に、周辺環境の整備状況を勘案し、これが整ったと思われる状況に至った場合には、その時点であらためて要望するということでございます。

次に、2ページにまいりまして、ジェイサット株式会社の提出意見でございます。

「記」以下で基本認識を述べておられます、2で放送利用の是非についてまずおっしゃっておりますのが、東経110度CS放送の普及推進方針は、ハイビジョン高精細度テレビジョン放送を軸に普及推進を確保すべきであるということを念頭に考えて、このための用に供する中継器が不足するのであれば、左旋円偏波を放送に利用することには異存はない。しかしながら三つの課題があるとおっしゃっております。 は、BSデジタル放送と110度CS放送が同じ受信機で受信できる環境であることをまず考える、 は、BS放送のチャンネルのあり方についての方針などについても慎重に考えるべきだ、 でいろいろ拳がっておりまして、個別には3ページにございます。幾つか並べられておりますが、例えば下から二つ目は、集合住宅での受信システム規格についてもきちんと考へるべきであるということをおっしゃっております。

4ページにまいります。社団法人電波産業会（ARIB）は放送に関する規格などをつくっております法人ですが、この中で標準規格のいろいろな点についてご指摘いただきております。

そして5ページにまいりますが、かつてARIBで検討いただいたときの検討結果がどうなっているかを書いていただいてあります。少しわかりにくいところもあるかもしれません、細かく書いていただいてあります。結論から申し上げますと、かつて三つの方式について検討したが、その結果をARIBの附属の部分で書いてあります、その中にある

ように、まだこれだけでは十分ではないので、別途規格が必要になる可能性があるという結論でございます。

6ページからは、A R I Bの規格において言及されている部分で、かなり詳細にここは関係部分であることを指摘して添付していただいております。

14ページにまいりまして、メーカーの団体であります社団法人電子情報技術産業協会様からのご意見でございます。

いろいろな技術的な課題がまだ残っているということが14ページ下半分の基本スタンスの部分でございまして、技術的課題が存在しているということ、そして、この放送波を利用したいとする放送事業者がいて、国民のニーズに合致した魅力的な放送を継続的に実施するのであれば、当協会としてもこの受信機の企画・開発に向けて検討を行う用意はある、放送事業者があらわれた上で共に開発等をやっていける環境がなければいけないというご指摘だと思います、同様のことが14ページの要望のところにも書いてございます。

17ページから放送事業関係者からのご意見でございます。

民放連からのご意見でございまして、簡明に3点に分けてご指摘いただいております。1点目でございますが、視聴者の受信環境の整備、放送事業者のニーズの見極めが欠かせないので、検討には十分なエネルギーを注ぐべきであるということをおっしゃっております。2では事業環境の確保、3では東経110度CSやBS放送、地上放送の3波共用受信機による視聴を前提として行われていることについておっしゃっております。

18ページでございます。衛星放送を行っている社団法人衛星放送協会様のご意見です。4点に分けておられますが、2では、110度CS放送も成長が停滞している、過当競争を招く結果にならないか危惧されるというご指摘をいただいております、4では、受信環境の対応がどのように行われるかが見通せない、その見極めが本当につくのだろうかというご指摘でございます。

19ページは、衛星放送の直接受信ではなくて、C A T V経由で行う場合についてのご指摘でございますが、社団法人日本ケーブルテレビ連盟様からのご意見でございます。技術的にA R I Bの規格に則った形で行われるのであれば、これは、例えば、3スロットまでのデータ放送であれば、そういう仕様をきちんと出すのであれば支障はないかもしれないが、いろいろな検討が必要であるということをご指摘いただいております。

最後の20ページでございます。N H K様からの、ご意見というか、ご意見に関するコメントでございまして、特に意見はないということでございました。

本件に関しましては、特に集合住宅における受信環境の整備がどのぐらいできるのかという問題もありますが、その一方で、左旋円偏波を放送に利用しようという要望元も含めて、あまり積極的な意見がない状況になっているわけですけれども、こういうことも踏まえて別途ご検討いただきたいと思っております。

舟田座長 以上についてご質問、ご意見等はございませんでしょうか。

またゆっくり検討することにいたしましょうか。

そのほか全般についてご質問、ご意見等はよろしゅうございましょうか。

それでは討議を終了することにして、事務局から連絡事項はありますか。

藤野衛星放送課課長補佐 次回（第4回）会合から、また個人情報保護を中心に検討いただこうと思っておりますが、スケジュール等については別途ご案内させていただきますので、よろしくお願いいいたします。

舟田座長 今日は皆様大変熱心にヒアリングに応じて下さり、議論していただいてありがとうございました。これで第3回の会合を終了させていただきます。

午後18時30分 閉会