

3. 個人情報の利用（第三者提供含む）の場面

本節では、個人情報を適切に利用する方法や利用する上での配慮などに関する事例を取り上げている。特に個人情報の適切且つ有効な活用に着目した事例である。

例えば、同一企業内で同意がある場合であっても、個人情報を取得した部署とは別な事業目的で取得した個人情報については、郵送を行うと不信感を感じられやすいので、全て訪問によってその場で説明を行いながら営業を行うようにする事例（①）などを紹介している。

本節で紹介している取組事例

- 3-①：顧客宅の訪問時に営業資料を配布し、郵送等を行わない
- 3-②：問合せ先への情報公開については情報取得時に顧客と決定する
- 3-③：個人情報を識別できないようにした後にマーケティング分析に使用
- 3-④：情報の更新はサービス提供の間に聴取する情報で行う

3-①【顧客宅の訪問時に営業資料を配布し、郵送等を行わない】

(電気・ガス・水道業：約 60 人)

- ・ C 社では顧客のデータベースは、ガス事業とリフォーム事業で分けている。ガス事業の方は委託元から情報を得ているが、リフォーム事業は直接取得したものである。ガス事業で顧客を訪問した際にはリフォーム関係の営業資料を配布するが、郵送等による営業活動は行わない。ガス事業の顧客とリフォーム事業での取引があった場合は、ガス事業のデータベースからリフォーム事業のデータベースへデータを打ち込みでコピーしている。

3-②【問合せ先への情報公開については情報取得時に顧客と決定する】

(その他サービス業 (冠婚葬祭)：約 70 人)

- ・ V 社が執り行う葬儀では、近隣の人や親戚などから葬儀社へ葬儀の日程、死因等について直接問合せがある場合がある。そのため、施主から情報取得をする際、情報公開の有無を決め、同意書に署名をもらっている。情報公開についての同意がない場合には、一切の問合せに応じないようにしている。

3-③【個人情報を識別できないようにした後にマーケティング分析に使用】

(その他サービス業 (エステティックサロン)：非公開)

- ・ W 社ではプライバシーポリシー等では「個人情報を識別できない形式でのマーケティング情報収集及び商品の研究開発」のため個人情報を利用するとしている。

3-④【情報の更新はサービス提供の間に聴取する情報で行う】

(その他サービス業 (高齢者等生活支援)：約 60 人)

- ・ δ 社では生活サポートサービスで、顧客と会話をする機会が頻繁にあることから、随時更新をしている。更新の際は、誰がいつ何を更新したかがログとして残るようになっている。
- ・ 対象者の情報の更新は、毎年 5 月と 11 月には必ず電話で確認している。