

《キリンビール株式会社》

# 「お客様本位」をモットーに、 情報セキュリティー対策を着実に推進。

「お客様本位」「品質本位」をモットーに日本のビール/酒文化を育ててきたキリンビール株式会社は、リスク管理委員会を立て、企業を取り巻くさまざまなリスクに全社的な観点で対応できる体制を整えています。さらに2004年3月からセキュリティー・ポリシーの策定をスタート。情報セキュリティー対策や個人情報保護の基準をつくることで、社内やグループ企業における安全で効果的な情報活用を目指しています。セキュリティー・ポリシー策定に当たるとともに、グループ企業全体の情報セキュリティーを担う情報企画部の取り組みについてお伺いしました。

Interview with IBM Customers KIRIN BREWERY COMPANY, LIMITED

## In information security, the customer continues to comes first

When it comes to beer and promoting its beer/sake-drinking culture in Japan, Kirin has always believed that the customer and quality come first. Kirin makes use of a risk management committee to protect the company as a whole from the myriad risks a business faces. Part of that was the formulation of a new security policy in March 2004. This policy covered the creation of information security measures and the formulation of a standard for private information protection, both of which are aimed at allowing Kirin and its group companies to make use of information in the most secure and effective way possible. While looking at its actual security policies, we asked how the information planning section at Kirin has been set up to tackle information security for the entire group.

## 情報システム部から情報企画部へ

企業のIT(Information Technology: 情報技術)環境が大きく変化する中で、企業におけるITにかかわる組織やスタッフも大きな転換期を迎えています。

従来、IT部門といえば、ユーザー部門からの要求に合わせてシステムを構築・運用する部門というイメージが強くありましたが、今や、経営戦略に対応するIT戦略を立案するとともに、経営戦略に基づいてユーザー部門のIT活用を的確にマネジメントする能力が求められています。

もちろん、企業活動を支えるシステムの構築・運用が重要な仕事であることは今日でも同じですが、その領域にとどまることなく、自社のビジネス全般に強いかわりを持つことが、IT部門には期待されています。

「お客様本位」「品質本位」をモットーに、日本のビール文化・酒文化の創造を担い続けるとともに、医薬やアグリバイオ(農産物へのバイオテクノロジーの適用)などの新分野にも積極的な事業展開を進めているキリンビール株式会社(以下、キリンビール)では、こうした流れを受けて、2003年4月に情報システム部を情報企画部に改組。キリングroupにおけるグループ本社の情報企画部門として、ITを活用した有効な提案や実施を行い、経営全般を支援していく部門としての役割を明確化しました。

## 情報企画部の組織と体制

情報企画部への改組により、旧情報システム部の開発スタッフは情報システム子会社である株式会社キリンビジネスシステム(以下、キリンビジネスシステム)に移り、230名体制で、キリングroupにおける情報インフラストラクチャーの管理からシステムの開発・運用、ヘルプ・デスク業務などのすべてを担当することになりました。

一方、15名の新体制で再スタートを切ることになった情報企画部は、経営戦略に対応するIT戦略およびアーキテクチャーの策定・構築を担当するとともに、ユーザー部門のIT活用と、キリンビジネスシステムの開発・運用のマネジメントに集中することとなりました

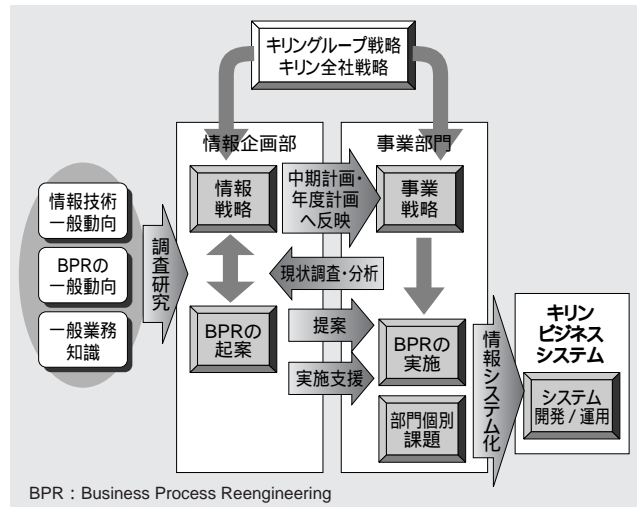


図1. 情報企画部とキリンビジネスシステムの業務関係

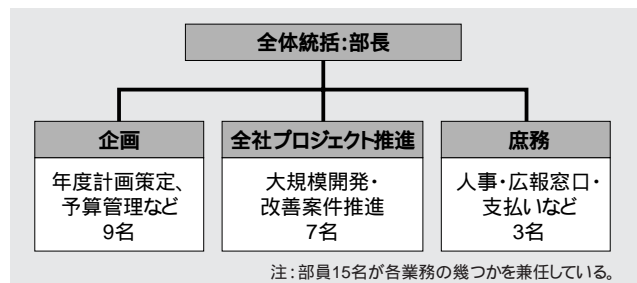


図2. 情報企画部の組織図

(図1)。

この新しい体制により、経営戦略に連携したIT戦略の立案が可能になった上、今まで本社ユーザー部門の要求対応に追われがちだった情報システム子会社を、全社的な戦略に照らし合わせてコントロールできるようになり、強力なITガバナンスの発揮が可能になりました。

情報企画部のスタッフは、キリンビールの組織改革で課制を廃止したこともあって、それぞれが柔軟に役割を分担していますが、機能的には大きく以下の三つのグループに分けられています(図2)。一つ目のグループは企画関係を担当し、9名ほどで予算管理などを行っています。もう一つは、部内で戦略推進と呼ばれている6~7名のグループで、ユーザー部門から上がってくるIT化のニーズに対し、当該部門と一緒に企画を検討するミッションを担当。いわば社内コンサルタント的な位置付けとなっています。三つ目がいわゆる庶務課的な業務を担当するグループで、2~3名で情報セキュリティについてもこのグループが担っています。



キリンビール株式会社  
情報企画部  
部長  
木野戸 裕氏

**Yutaka Kinoto**  
General Manager of  
Information Planning Dept.  
KIRIN BREWERY COMPANY,  
LIMITED

### 情報企画部の新たな役割

キリングroupでは、今後の企業活動の基本方針として、環境に対する取り組みを進めていくと同時に、企業倫理観が厳しく問われる社会環境の変化に対応するために、コンプライアンス体制の強化も図っています。食品を扱う企業グループとして「安心感」「信頼感」をお客様に確実に提供することも大切なことから、ISO9000シリーズの維持向上や、グループ各社における食品の安全・安心に関するマネジメント・レベルの向上など、さらに一步先の品質管理体制の確立を目指しています。

情報企画部としても、こうした観点からITの活用を考えていくこととなります。前述したように、企業ガバナンスのレベルでITをとらえ、経営戦略とIT戦略とを緊密に連携させるということです。

「こうした背景もあって、情報セキュリティについても、従来はITのセキュリティについてのみ考えていればよかったわけですが、今後は当社、さらにはキリングroupの情報全般について責任を持つという観点からの取り組みが必要となります」と、情報企画部部长 木野戸 裕氏は語ります。「情報システム部が情報企画部となって、最も大きく変わったのが、ITという枠組みの中で仕事をするのではなく、社内の情報全般について“あるべき姿”を考えることが重要なミッションになったことでしょう。つまり、社内を流れる情報であれば、ITで扱う/扱わないにかかわらず、そのすべての責任を情報企画部で持つということです」

### 全社的な観点で、情報セキュリティを考える

実際に情報セキュリティを担当している情報企画部 部長代理 高藤 陽一氏は、同社の情報セキュリティに対する考え方を次のように語ります。

「私は、2003年9月まで、キリンビジネスシステムで営業系システム全般の管理・運用を担当していましたが、こちらに異動してきてからは、先ほど、木野戸が説明した第3のグループのリーダーとして、情報セキュリティ関係の推進とルール作りを主要なミッションの一つとしています。

ネットワークのセキュリティについては、従来から情報システム部の時代から年2回の頻度で定期的にチェックをし、脆弱性検査も行っていきますから、この辺りの取り組みに大きな変化はありません。

それよりもさらに大きくなり、キリンビールの情報資産全体について見ていくということで、関係各部門との調整が大きな役割となっています。

全社的には、企業としてリスクの洗い出しを実施して、全体を幾つかの категорияに分け、それぞれ主管の部門を決めて、リスクの未然防止策といったものを進めています。情報リスクはその一つとして定義されていますから、そうした取り組みの一環として、情報企画部が情報リスクや情報セキュリティについて考えていくということです。

情報は必ずしもITで管理されているとは限りませんから、各部門がそれぞれ扱っている情報資産について全社的な見地で取り扱いを考えていこうという

キリンビール株式会社  
情報企画部  
部長代理  
高藤 陽一氏

**Youichi Takafuji**  
Manager  
Information Planning Dept.  
KIRIN BREWERY COMPANY,  
LIMITED



ことです。実は、営業・法務・総務といった各部門では、情報の扱いについてそれぞれ規定を設けていますが、規定をつくった時期もばらばらですし、背景も目的もそれぞれ異なります。全社的な観点からこうした規定を見直して、時代により即したものにしていこうということです」

### リスク管理委員会の設置

1980年代には食品の安全性・品質や、環境問題に対する社会的関心が急速に高まりました。キリンビールは、こうした企業の社会的責任に関する諸問題を調整・解決するために、社会環境部を1991年に新設し、主に環境施策にかかわる業務を担ってきました。

リスク・マネジメントについても、各事業部が個々に対応するのではなく、社会環境部内に設置された危機管理事務局で統括することになりました。

しかしながら社会がますます複雑化し、企業の責任が増大する中で、より全社的な観点から取り組む必要があることと、リスクの種類によっては各部門から切り離すことができないものが多いことから、社長の委任を受けたリスク管理委員長の下にリスク管理委員会を2003年から立ち上げています(図3)。

リスク管理委員会では、全社的なリスクの棚卸しを実施し、リスクの切り分けと各部門の責任を明確化することにしました。その結果、同年にはリスク管理規定が制定され(図4) リスク・マネジメントにかかわる理念・方針・行動基準・組織などの総括的な内容

が規定されることになりました。リスク・マネジメントがコーポレート・ガバナンスの中に明確に位置付けられるとともに、個人情報の管理などの情報リスクについては情報企画部(当時は情報システム部)が担当することが再確認されたのです。

「リスク管理委員会では、いわゆる天変地異のような災害リスク、調達にかかわるリスク、品質事故のようなリスクなど、企業のリスクとして10項目を定義しました。まずは細かいリスクを一つひとつ洗い出して、その重要度や影響度、発生の可能性などを掛け算し、それぞれのリスクについてどのように取り組むべきかを整理したということです(高藤氏)。

第1章(総則)	1. 定例業務 2. 臨時業務
第1条(規定制定の目的)	第14条(リスク管理委員会各部門の役割)
第2条(リスク・危機の定義)	第15条(各事業部門の役割)
第3条(基本理念)	第4章(対策本部)
第4条(基本方針)	第16条(対策本部の設置)
第5条(全ての部門・場所の行動基準)	第17条(対策本部長の任命)
第2章(リスク管理体制)	1. 対策本部長の任命基準 2. 対策本部設置後の当該事案対応
第6条(全社体制)	第18条(対策本部の編成)
第7条(リスク管理委員会の設置)	第5章(コンプライアンスに関する付則)
第3章(リスク管理委員会)	第19条(コンプライアンス推進体制 およびコンプライアンスホット ライン通報体制)
第8条(リスク管理委員会の構成)	第20条(コンプライアンスホットライン)
第9条(リスク管理委員長の役割)	...
第10条(リスク管理委員会の開催)	第24条(違反行為の是正命令)
第11条(リスク管理委員会付議事項)	第25条(処分)
1. 定例委員会 2. 臨時委員会	
第12条(リスク管理委員会の決定)	
第13条(リスク管理委員会事務局の役割)	

図4. 危機管理規定(抜粋)

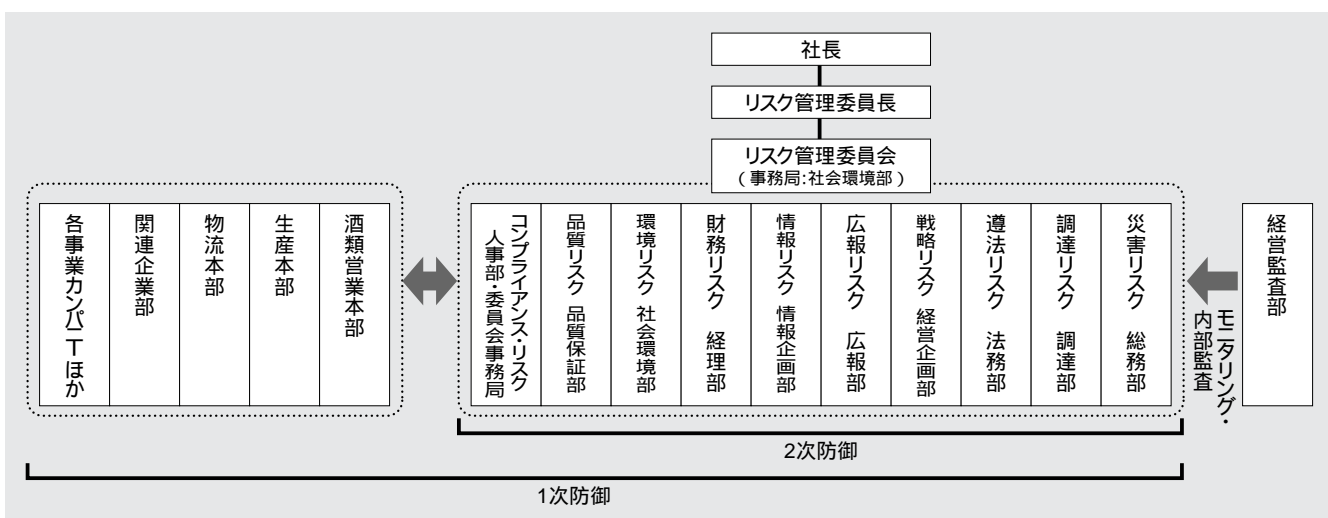


図3. リスク管理委員会の組織

本文	解釈運用
<p><b>第1章 総則</b></p> <p>(目的) 第1条 本規定は、個人情報個人の人権尊重の理念の下に慎重に取扱うべきものであることに鑑み、当社での個人情報の管理に関して必要な事項を定めることにより、当社に蓄積された個人情報を適切に保護するとともに、その適正な活用を促進することを目的とする。</p> <p>(定義) 第2条 この規定における用語の定義は、次の通りとする。</p> <p>(1)「個人情報」とは、個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日、住所、暗証番号、電話番号、メールアドレス、画像、音声等により個人を識別できる情報で書面として保管できる状態のもの及び各種情報機器(パソコン、各種サーバー、端末、フロッピーディスク、CD-ROM等の記録媒体及びデータ通信機器を含む)に保存された状態のものを指す。</p> <p>(2)「本人」とは、個人情報により識別される特定の個人のことを指す。</p> <p>(3)「書面」とは、通常の書面及び電磁的記録(ただし本人に関する個人情報を電磁的に取扱う場合に限る)を指す。</p> <p>(4)「本人の同意」とは、本人が署名捺印、口頭による回答等の明示的方法により、自己に関する個人情報の取扱いを承諾する意思表示を行うことをいう。ただし、書面の交付等による契約手続を伴わない取引、申込、加入等の行為の場合においては、当該行為の手続において、反対の意思を表明しない等の黙示的方法による意思表示を含めることができるものとする。</p> <p>(適用範囲) 第3条 本規定は、当社において個人情報を利用する役員及び社員その他の従業員(以下、役職員という)に適用する。</p>	<p>第1条 知り得た個人情報については、目的の趣旨に従い、継続的に適切に保護する必要がある。例えば、書面や他の記録媒体を廃棄した情報についても同様に考える必要がある。</p> <p>第2条</p> <p>(1)「社員個人に関する情報」及び「死亡者に関する情報」も個人情報の対象とする。</p> <p>(4)「契約手続を伴わない取引、申込、加入等」とは、懸賞や抽選等への応募、通信販売等が該当する。</p> <p>第3条 「その他の従業員」とは、臨時、特用、嘱託等当社が直接雇用契約を結んでいる者を指す。派遣社員においても派遣契約において本規定を遵守する旨を明確に記す。</p>

図5. 個人情報保護規定(抜粋)

## セキュリティ・ポリシーの策定に向けて

リスク・マネジメントの一環として、情報セキュリティへの対応にも取り組んできた情報企画部は、2000年ころから個人情報保護法が成立する動きがあったことから、やはり2003年に個人情報保護規定(図5)をつくり、全社への浸透を図りつつあります。

「もちろん法律ができたから取り組むということではありません。キンビールは『私たちは、世界中の人々の「健康」・「楽しさ」・「快適さ」に貢献します。』という経営理念を掲げていることから分かるように、お客様が少しでも不愉快と感じたり、あるいは不信感を抱くようなことがあってはいけなく考えています。ですから、法律の動きがトリガーの一つになったのは確かですが、むしろやるべきことはやれるときに進めておくという考え方で取り組んでいます。いずれにせよ、当社は、何十万件・何百万件にも上る大量のお客様情報を扱っていますから、情報管理上のわずかなミスが、会社の存亡にかかわる重大な事態に発展してしまう危険性もあります。法律の動きに関係なく個人情報保護規定は必要だと考えたのです。

その一方で、漏えい事故が多発したことから個人情報の扱いに対して世間の関心が集まるなど、社会

の動きは、私たちが考えている以上に厳しく早くなってきています。こうした状況を考えますと『個人情報保護規定をつくったから守るように』と社員に伝えるだけで、個人情報保護の意識を浸透させるのはなかなか難しいでしょう。また、それだけで全体のセキュリティ・レベルが直ちに上がるわけでもありません。

会社全体としてバランスの取れた基本的な考え方を作るのが先決だろうということで、2003年末からセキュリティ・ポリシーの策定をスタートさせることになりました。基準となるものをつくることで、事前/事後対策も漏れのないものになるでしょうし、社内における役割分担もはっきりさせられるだろうという狙いもありました(木野戸氏)。

「リスク・マネジメントは非常に重要ですし、企業として優先的に取り組むべきことです。しかしながら、情報企画部が情報セキュリティについて社員にあれこれと注意を喚起するだけでなく、各部門からもさまざまなリスクについての注意喚起があるわけです。そういった形でばらばらに現場に指示が出ていったときに『あれもやれ、これもやれ』では社員は混乱してしまい、実際に回し切れなくなるのではないかと危ぐされました。もちろん、リスク管理委員会で調整を図りながら進めていくという方策もあるわけですが、情

報企画部としては、現場がその場で判断できる基準を用意することが必要だろうという結論になりました」(高藤氏)

### IBCSへコンサルティングを要請

セキュリティ・ポリシーをつくるに当たってまず問題となったのが、社内で過去につくってきたさまざまな規定との整合性をどうするかということです。また、社内の人間に、キリンビールのセキュリティがどの程度のレベルにあるのか分かるのだろうかという議論にもなりました。

いずれにせよ外部からのコンサルティングは必要であろうという結論に達し、数社からご提案をもらった結果、アイ・ビー・エム ビジネスコンサルティング サービス( IBCS )にセキュリティ・ポリシーの策定をお手伝いいただくことになりました。

「 IBCSのご提案は、ポリシーの策定だけでなく、具体的な施策まで詳しく言及しており、その点で上流から下流までバランスの取れていたことが採用のポイントとなりました」(木野戸氏)

「正直なところ、私自身、情報セキュリティの担当とはいえ、今までは主にシステムの管理・運用にかかわっていましたので、情報セキュリティについてのノウハウや知見がさほどあるわけではありません。キリンビールとして情報セキュリティを確立しなければいけないことは分かっている、何をどのレベルまで決めればいいのかが見えなかったのです。もちろん、セキュリティ・ポリシーは作りさえすればいいというものではなく、実効力のあるものにしなければなりません。その辺りの要望をRFP( Request for Proposal: 提案依頼書 )に折り込んだところ、IBCSのご提案には具体的な取り組みが明確に描かれていて、これなら行けるかなという印象を持ちました」(高藤氏)

こうして2004年3月から、情報企画部とIBCSによりセキュリティ・ポリシーの策定作業が始まりました。

まずは関係各部門にアンケートやインタビューを実施し、現状分析を行い、キリンビールの情報セキュリティの水準を確認しました。現在は、その結果を基に次のステップとして、取り組むべき課題を詰めているところです。

「現状分析については、非常にきめ細かくてやっていただき、精緻な資料も用意していただきました。あるべき姿も明確に描かれ、現在は、現状のキリンビールをどこまでその姿に近づけるべきなのかを詰めている段階です。この作業がなかなか大変で、例えば物理的セキュリティはコストさえ掛ければいくらでも高くできます。際限がないわけですね。そこでISMS ( Information Security Management System )に照らし合わせて、実現できる方向に落とし込んでいくという作業を行っている真っ最中です」(高藤氏)

### 個人情報保護研修とその成果

もちろん、セキュリティ・ポリシーができるまで、具体的対策は何も取らないというわけにはいきません。

また、情報保護は、ITの問題というよりも、社員一人ひとりのモラルや意識の問題であることから、社員の意識改革は不可欠です。

そこで、セキュリティ・ポリシー策定の動きとは別に、個人情報保護のための社員研修を実施しています。ただ、何千人もの社員に対し、情報企画部の数名のスタッフで1対1の研修を行うのは物理的に不可能です。そこで、販売拠点となっている全国10カ所の地区本部の営業企画部の部長と、全国11カ所の工場の



図6. インtranetのセキュリティ・ページ

KIRIN

ユーザーガイド > プライバシーの保護について

プライバシーの保護について (プライバシーステートメント)

キリンビール株式会社 (以下、「当社」といいます。)、は、お客様の個人情報保護の重要性について認識しております。ここでは、当社のウェブサイト (www.kirin.co.jp、以下「キリンウェブサイト」といいます。)) における個人情報保護の取扱い方針について説明いたします。



キリンウェブサイトは、TRUSTeプライバシー・プログラム認証を受けております。TRUSTeは独立した第三者機関であり、そのシステムは公正な情報利用の標準によって、お客様のウェブサイトに対する信頼を築くこととなります。

- お客様の個人情報などどのように利用するかについて明かすこと。
- 個人情報保護の遵守のためにTRUSTeによってその情報利用の厳格さを検証されること。
- TRUSTeマークを掲示することにより、このウェブサイトにおいて以下(1)の事項をお客様にお知らせすること。
  1. 収集させて頂く個人情報とその利用、お客様の同意する権利について
  2. 個人情報の開示について
  3. 個人情報の管理、セキュリティ対策について
  4. 個人情報に関するお問合せ、修正について
  5. お客様の個人情報保護に関するお問い合わせ先
  6. 訂正について
  7. リンクについて
  8. ポリシーの対称範囲

当社が、提示したプライバシーステートメントを守っていないと判断される場合は、キリンウェブサイトウェブマスターまでご連絡ください。また、その対応に満足されない場合は、TRUSTe-supportにご連絡ください。その場合、TRUSTeが、お客様の問い合わせを解決するための取組を行います。

**1. 収集させて頂く個人情報とその利用、お客様の同意する権利について**  
 (1) 個人情報とは  
 「個人情報」とは、個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日、住所、ID(暗証番号)、電話番号、メールアドレス、画像、音声等により個人を識別できる情報で、コンピュータ等の記録媒体により管理されているもの、画像等によって特定可能な顔の姿や特徴(顔文字)、音声サーバー、画像、コンピューターストック、CD-ROM等の記録媒体及びデータ記録媒体を含む)に译された状態のものを指します。

(2) 当社で収集させて頂くお客様の個人情報について  
 お客様がキリンウェブサイトをご利用頂く際、必要に応じて、個人情報を提供頂く必要はあります。ただし、メールアドレス、メールアドレス、画像、音声等により個人を識別できる情報で、コンピュータ等の記録媒体により管理されていますが、お客様は個人情報を提供しないようご注意ください。

(3) 個人情報の収集と利用、お客様の同意する権利について  
 お客様が個人情報を提供頂く場合は、あらかじめその目的を明示させて頂き、同目的の範囲内での利用に限定させていただきます。

お客様から個人情報を提供いただく際に明示した目的の範囲を超えてお客様の個人情報を利用する必要がある場合は、事前にお客様にその目的をご通知いたします。新たな目的に同意頂けない場合は、お客様の同意の判断により、返答することができません。

個人情報の提供を希望されない場合、お客様はご自身の判断により、個人情報を提供しないことが可能です。ただし、サービスの提供に個人情報が不可欠な場合は、当該サービスの提供ができない場合があります。ご了承ください。

(4) 業務委託先における個人情報の取扱いについて  
 当社は、お客様により良いサービスを提供するため、個人情報を提供するサービス、当社が信頼できると判断し、厳密な管理体制を有する会社(以下「業務委託先」といいます。))に委託することがあります。業務委託先には、必要目的の範囲内で個人情報を取り扱わせ、サービスの提供を目的とする以外での個人情報の利用を禁止しております。業務委託先の内容としては、ウェブサーバーやデータの管理、キャンペーンの運営、商品の発送等があります。

また、お客様の同意の取扱いについて通知と判断される場合は、ご提供頂いた連絡先に、業務委託先から回答させていただきます。また、お問い合わせの内容が当社の関連会社の事業に関する場合は、当社の関連会社から回答させていただきます。

(5) その他  
 キリンウェブサイトを開発されたお客様の開発者(設計)者について  
 お客様が当社のウェブサイトを開発された場合、当社のシステムより自動的にお客様の開発状況の統計をとらせて頂いております。但し、お客様個人を特定するものではありません。

• ウェブについて  
 キリンウェブサイトには、より良いサービス提供を目的として、クッキーという技術を利用したページがあります。クッキーに基づく情報から、お客様の個人情報と特定することは行っておりません。お客様は、ブラウザの設定により、クッキーの受け取りを拒否したり、クッキーを受け取ったときに警告を表示させることができます。拒否された場合には、一部のサービスを受けられない場合があります。ご了承ください。

**2. 個人情報の開示について**  
 当社は、お客様の個人情報、お客様の同意を得ることなく、業務委託先及び関連会社以外の第三者に開示することはありません。ただし、法令により開示を求められた場合、または、裁判所、警察等の公的機関より開示を求められた場合は、お客様の同意なく個人情報を開示することがあります。

**3. 個人情報の管理、セキュリティ対策について**  
 (1) 管理体制について  
 当社は、お客様の個人情報の取り扱いに際しては、管理責任者を選定し、適切な厳格な管理を行います。外部への委託先だけでなく、外部からの不正アクセス等の危険に對して、適切な物理的レベルの安全管理を実施し、お客様の個人情報の保護に努めます。

個人情報に係るデータベース等へのアクセスについては、アクセス権を有する者を限定し、社内においても不正な利用が可能なように厳格に管理いたします。

また、管理レベルを向上させるため、個人情報の管理業務の一部を業務委託先に委託する場合があります。業務委託先に対しては、お客様の個人情報の流出や不正アクセス等が起きないよう、適切な管理を実施させます。

(2) SSLの運用について  
 キリンウェブサイトでは、個人情報登録時に、業界標準であるSSL(セキュア/ソケットレイヤー)を使用し、インターネット上で送られるデータを暗号化することにより、保護しております。

**4. 個人情報に関するお問い合わせ、修正について**  
 お客様がご自身の個人情報について確認された場合には、第三者へお客様の個人情報の開示を禁止するため、お客様ご自身であることが確認できた場合に限り、当社が保管しているお問い合わせの個人情報をお客様にお知らせいたします。

お客様からの要請に基づき、お客様の個人情報に誤りや変更があった場合には、第三者によるお客様の個人情報の改ざんを防止するため、お客様ご自身であることが当社にて確認できた場合に限り、不正確な情報または古い情報を修正または削除させていただきます。

**5. お客様の個人情報保護に関するお問い合わせ先**  
 本ウェブサイトに関するお問い合わせ、及び、お客様の個人情報に関するお問い合わせは、キリンウェブサイトウェブマスターまでお問い合わせください。(お問い合わせはこちら)

**6. 改訂について**  
 当社では、お客様の個人情報保護を強化するために、または、日本国の法や法令の更新に伴い、本ウェブサイトを変更することがあります。本ウェブサイトを変更した場合は、本ウェブサイトの内容を公表することによってお客様にご通知いたします。改訂した本ウェブサイトにご同意頂けない場合は、お客様ご自身の判断により、拒否することがあります。

**7. リンクについて**  
 キリンウェブサイトからリンクされている他のウェブサイトでのお客様の個人情報の安全管理については、当社が責任を負うものではありません。他のウェブサイトに移行する際に、別ウェブサイトへ転送されます。他のウェブサイトにおける個人情報の安全管理については、当該ウェブサイトのプライバシーステートメントを確認されることをお願いいたします。

**8. ポリシーの対称範囲**  
 本ウェブサイトは、キリンウェブサイトにおける個人情報について述べたものであり、当社の国内の関連会社、及び海外の関連会社は対象とされておりません。

最終更新日 2004年1月20日  
 キリンビール株式会社 キリンウェブサイトウェブマスター



総務部長を、個人情報の取り扱い責任者に定め、各地区の責任者に対して研修を実施しました。

彼らがキー・パーソンとなり、各地区の社員に個人情報保護の意識の浸透を図っていったのです。

またイントラネット上に個人情報保護のポータルをつくり、情報を発信することにしました。ポータルでは、最近起こった個人情報の漏えい事故の紹介を行うとともに、社員として留意すべきことについて、具体的な事例を挙げて教育を行っています(図6)。

「研修の成果については、数値的なものを挙げるのはなかなか難しいのですが、現場の社員とコミュニケーションを取ってみますと、非常に意識が高くなっているという実感があります。例えば、現場でお客様向けのさまざまな企画を考える際に、個人情報の扱いに関する問い合わせがずいぶん増えていきます。『こういった進め方で問題はないだろうか』のご案内の出し方はこれでいいのか』といった問い合わせが毎週のようにあります。それだけ現場が慎重になっているということです。もちろん社会の意識が高まってきていることもあり、研修の成果だけとは言い切れませんが、手ごたえがあることは確かです。

また、イントラネットによる全社への情報提供については、販売スタッフ全員がモバイルPQ(Personal Computer)を持って営業活動に活用していますから、全社員に周知徹底するという意味では効果的だと思っています。実際、個人情報保護のページには1日に150~200件くらいのアクセスがあります。情報更新の頻度を考えますと、日々多くの社員がアクセスしているということは、それだけ関心が高いということでしょう」(高藤氏)。

個人情報保護に向けての具体的な取り組み

また、Web上には「プライバシーの保護について」のページを設け、お客様やサイトを訪れた方がキリンビールのプライバシー保護についての考え方を詳しく知ることができるようになっています。サイトそのものもTRUSTeの認証を受けています(図7)。TRUSTeは、インターネット上で企業とユーザーの信頼関係を築くことを目的に、米国のEFF(the Electric Frontier Foundation: 電子フロンティア財団。ネットワーク社会

図7. 「プライバシー保護について」のページ  
 (http://www.kirin.co.jp/guide/privacy.html)

におけるプライバシー、表現の自由、情報アクセスなどの問題に取り組むために、1990年7月に米国で設立された非営利組織)とCommerceNet(インターネット・コマースの成長を目的に、米国で1994年に発足した非営利組織。ヨーロッパや日本など、世界中にグローバル・パートナーと呼ばれる組織を持つ)によって設立された非営利団体です。TRUSTeのプライバシー保護方針を順守し、消費者苦情処理方針に合意したサイトは、TRUSTeマークを掲示することが認められています。このマークが表示されているサイトであれば、個人情報の収集・使用・共有相手についての情報を公開し、個人情報の所有者が、その情報の扱いについて制限する権限を持つことが約束されています。

「当社は、さまざまなキャンペーンを通じてお客様と積極的なコミュニケーションを取っていることから、お客様の個人情報をお預かりすることが少なくありません。そこで個人情報の管理については、厳重かつきめ細かく行っていることを示し、お客様に安心してキャンペーンに参加いただけるように、TRUSTeの認証を受けました。

また、キャンペーンの実施に当たっては、グループ会社だけでなくキャンペーン代行会社や配送業者などの多くの企業の協力を仰ぎますので、お預かりした個人情報が厳正に管理されるように、社内だけでなく社外の協力会社の方々にも当社の方針が徹底するよう取り組みをお願いしています。

実際、2004年からはキャンペーンの当選者の方に景品をお送りする際にも『当選者の情報は当社で1年間保管します』といった一文を提示することになりました。情報は長く保持すると漏えいなどのリスクが継続することになりますから、期限を切って破棄することは大切ですし、お客様にその期間をお知らせすることも必要だということです(高藤氏)。

## まずは己を知る ことから

キリンビールのセキュリティ・ポリシーは間もなく策定される予定ですが、情報企画部にとってポリシー策定はゴールではなく、情報セキュリティへの取り組みの本格的なスタートを意味しています。

「実は、セキュリティ・ポリシー策定のプロジェクトを始めるに当たって、CIO(Chief Information Officer: 最高情報責任者)とCSO(Chief Security Officer: 最高セキュリティ責任者)に『社内の規定がまた一つ増えただけといわれぬように』と念を押されました。神棚に上げるようなポリシーではつくっても意味がないということですが、その意味ではまさにこれながら正念場だと考えています(高藤氏)。

策定したセキュリティ・ポリシーが実効力を持ち、現場での情報セキュリティのアップにつなげるには、今後の具体的な施策に掛かっているということです。

その一方で、情報セキュリティ対策や個人情報保護に特効薬はないといわれます。木野戸氏も「情報セキュリティ対策は、自分が直接手を出してやれる部分は多くはありません。社員一人ひとりの取り組み次第なのです。その点からは、ITなどの仕組みよりも、社員の意識を高めることが肝要ですが、決め手となる方策はありません。もし簡単な方法があるのならぜひ教えていただきたい、というのが正直なところです。ですから、当社の取り組みにしても何も目新しいものはなく、地道に、手を変え、品を変え、繰り返し、繰り返し社員に伝えていだけてです。

それと、情報セキュリティ対策や個人情報保護というと、どうしても『これはするな、あれはするな』といった後ろ向きのイメージになりがちです。しかしこの方向に進んでいくと最終的に『情報は使うな』という話に行き着きかねません。ですから『どうすればもっと活用できるのか』という観点から、情報セキュリティについて取り組まなければいけないでしょう。実際にやるとなるとなかなか難しい話なんですけど」と、今後の取り組みの難しさを正直に打ち明けます。

しかしながら、情報セキュリティ対策や個人情報保護への取り組みは、まずは自社の状況を正しく認識することが大切だといえます。「自社の状況を正しく把握している」という意味で、木野戸氏の率直な言葉は、キリンビールのセキュリティに対する取り組みがうまく回っていることを示しているともいえるでしょう。