

【企業の個人情報漏洩に対する謝罪の実態調査】

個人情報漏洩に関する問題が増えていると感じる人は93.8%！

対策が十分と回答した担当者は3割にも満たない結果に

～理由は「個人情報の管理状況をチェックする体制・仕組みが整備されていない」が最多～

全国共通のプリペイドカード『QUOカード』・スマートフォンで使えるデジタルギフト『QUOカードPay(クオ・カード ペイ)』を発行している株式会社クオカード(以下当社、本社:東京都中央区/代表取締役社長:近田 剛)は、企業担当者の謝罪シーンに関する課題解決に寄り添うため、「謝罪」における様々な調査を実施しています。

今回、企業からの謝罪が迫られる要因の一つであり、法令の改正などが話題となる「個人情報の漏洩」に関する謝罪シーンの実態を明らかにすべく、**個人情報を管理することがある20-60代のビジネスパーソン**(以下、企業担当者)・男女200名と、**個人情報を漏洩された経験がある20代-60代の一般消費者**(以下、消費者)・男女各200名の合計400名を対象に、【企業の個人情報漏洩に対する謝罪の実態調査】をインターネット調査にて実施しました。なお、本調査結果や分析をご掲載の際は『株式会社クオカード調べ』と明記ください。

<調査結果内容>

■個人情報漏洩に関する問題は増加傾向な一方、企業の対策はまだ不十分!?

全体の9割以上が「個人情報漏洩に関する問題が増えてきていると感じる」と回答。一方で、自身が勤めている企業において、「個人情報漏洩対策は十分だと思う」と回答した企業担当者は3割にも満たない結果となり、対策に不安を感じている企業担当者が多いことが明らか。

■最も多い個人情報漏洩の原因は「企業の対策不備」による人為的ミス

消費者における自身の個人情報漏洩原因の第1位は「企業の情報管理体制や対策の不備」。

一方、顧客の個人情報漏洩経験のある企業担当者に聞いた個人情報漏洩の要因は、「人為的ミス」が上位を占め、最も多かったのは「関係者事務処理/作業ミス」となった。

さらに、本調査対象者となった企業担当者の6人に1人が顧客の個人情報を漏洩してしまった経験があることが判明した。

■個人情報漏洩後の謝罪対応が明確化されていない企業が大半を占める

個人情報漏洩をしてしまった際の、顧客への謝罪対応手順について、約7割の企業で「マニュアル化されていない」または「担当者が把握をしていない」という結果に。

■個人情報漏洩におけるお詫びの品の送付タイミングは、“早さ”以上に“今後の対応策の提示”が重要に!?

消費者の約半数が、企業からお詫びの品が送られてくるタイミングとして最も許せるのは「一次謝罪の後、今後の対応についての連絡・発表の時に」と回答。「一次謝罪と同時に」を上回る結果に。

【企業の個人情報漏洩に対するの実態調査】

・調査方法:インターネット調査 ・調査時期:2023年1月 ・調査対象:全国の20代-60代 男女計400名

※個人情報を管理することがある20-60代のビジネスパーソン200名、個人情報を漏洩された経験がある一般消費者200名

※小数点第二位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。 ※性年代均等割付

■個人情報漏洩に関する問題は増加傾向な一方、企業の対策はまだ不十分!?



全体を対象に、『個人情報漏洩に関する問題は近年増えてきていると思うか。』を尋ねたところ、「個人情報漏洩に関する問題が増えたと思う」との回答が**93.8%に上りました**（そう思う: 58.8%、ややそう思う: 35.0%）。

また、個人情報の漏洩に関しては、以前当社が実施した調査によると、企業から謝罪を受ける理由の約8割が「個人情報の漏洩」であることも明らかになっています※1）。

（※1）【「謝罪」に関する実態調査】のコラム記事：https://go.quocard.com/pay/column/shazai-owabi_01/

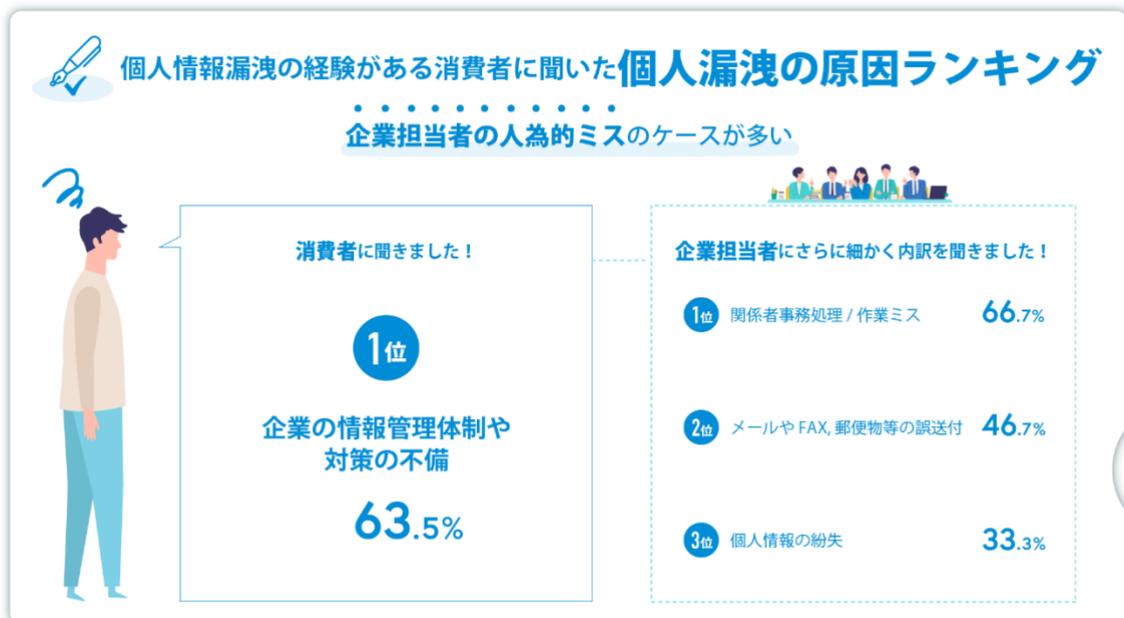


一方、企業担当者を対象に、『ご自身が働いている企業において、個人情報漏洩に対する対策は十分だと思うか。』を尋ねたところ、『個人情報漏洩対策は十分だと思う』は**僅か28.0%**となり、**約7割もの企業担当者が、個人情報漏洩対策に不安を感じている**実態が明らかになりました。不安を感じる理由としては、「個人情報の管理状況をチェックする体制・仕組みが整備されていない(44.0%)」、「情報セキュリティシステムが脆弱(39.5%)」、「個人情報を管理する人員が不足している(30.5%)」が上位に挙げられました。

さらに、本調査対象者となった**企業担当者の6人に1人が**、ご自身が勤めている企業において、実際に**顧客の個人情報を漏**

洩してしまった経験があることが判明しました。

■最も多い個人情報漏洩の原因は「企業の対策不備」による人為的ミス



消費者を対象に、『ご自身の個人情報が漏洩してしまった際の原因』を尋ねたところ、「企業の情報管理体制や対策の不備 (63.5%)」が最も多く、次点の「情報管理をしている企業へのサイバー攻撃やウイルス感染 (39.0%)」、「(消費者)自身の対策不足や不備、手違い(PCやモバイル端末の紛失、誤操作など) (25.0%)」を引き離す結果となりました。

一方、個人情報漏洩経験がある企業担当者を対象に、『ご自身が勤めている企業において、顧客の個人情報が漏洩してしまった際の理由』を尋ねたところ、第1位「関係者事務処理/作業ミス(66.7%)」、第2位「メールやFAX,郵便物等の誤送付(46.7%)」、第3位「個人情報の紛失(33.3%)」となり、外部からの攻撃やシステムの不備ではなく、人為的ミスが上位を占めることが明らかになりました。

■個人情報漏洩後の謝罪対応が明確化されていない企業が大半を占める



企業担当者を対象に、『個人情報漏洩をしてしまった際のサービス利用者への謝罪対応について、手順まで明確にマニュアル化されているか。』を尋ねたところ、「マニュアル化されている」企業は僅か31.0%に。「分からない(把握していない) (14.0%)」を

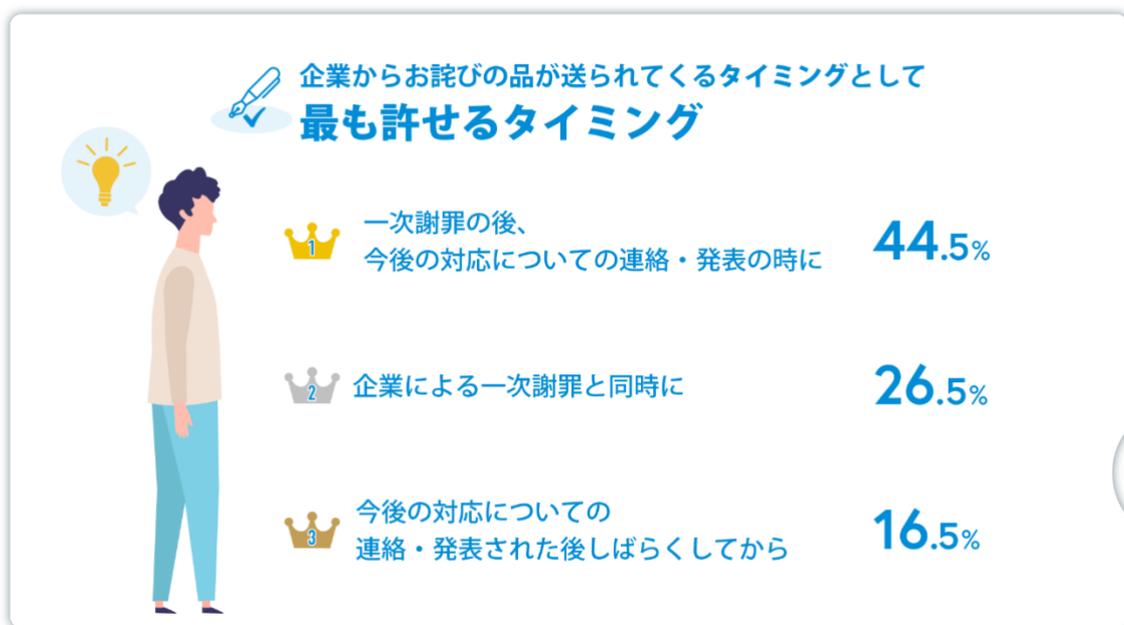
含め**69.0%の企業が、個人情報漏洩における謝罪対応の明確化がされていない**ことが明らかになりました。

なお、消費者を対象に、『**個人情報漏洩を受け、サービス利用をやめたことがあるか。**』を尋ねたところ、半数以上となる**54.5%が「サービス利用をやめたことがある」と**回答。うち、当事者だけではなく、漏洩被害を受けていない第三者の立場においても、「使用サービス、または類似サービスでの個人情報の漏洩が発生した際にサービス利用をやめる」との回答も36.5%にのびました。

また、以前当社が実施した調査によると、個人情報漏洩に限らず企業から何らかの謝罪を受けた際は、被害を受けた当事者で9.7%、直接被害のない第三者では17.4%が企業の事故について「SNSなどのネット上にシェアした」経験があると回答(※2)。個人情報漏洩時における顧客離れの影響と情報の広がりによるブランドイメージへの影響が伺える結果となりました。

(※2)【SNSを意識した謝罪に関する実態調査】のコラム記事：https://go.quocard.com/pay/column/shazai-owabi_02/

■個人情報漏洩におけるお詫び品の送付タイミングは、“早さ”以上に“今後の対応策の提示”が重要に!?



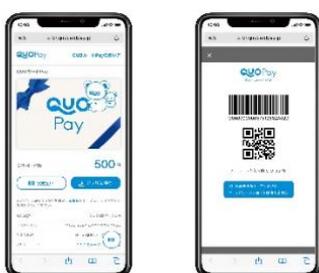
消費者を対象に、『あなたの個人情報漏洩された際に、**企業からお詫びの品が送られてくるタイミングとして最も許せるタイミング**』を尋ねたところ、「**企業による一次謝罪と同時に(26.5%)**」をおさえて、**約半数が「一次謝罪の後、今後の対応についての連絡・発表の時に(44.5%)」**と回答し、最も支持を集めました。なお、企業からの謝罪時における“消費者が求める「お詫びの品」や「お詫び金」”の詳細については、以前実施した調査で明らかになっています(※3)。

(※3)【「謝罪」に関する実態調査】のコラム記事：https://go.quocard.com/pay/column/shazai-owabi_01/

【<参考>デジタルギフトのお役立ち記事(謝罪・お詫びの品)】

- [企業の不祥事による謝罪への消費者の感覚とは？\(調査\)](#)
- [SNSを意識した謝罪対応が必要？消費者が求める企業の謝罪対応とは？\(調査\)](#)

■『QUOカードPay』の特長



スマホ画面表示イメージ



『QUO カード Pay』ロゴマーク

面倒な情報登録一切なし！「もらう」「ひらく」「みせる」の3ステップで利用可能

『QUOカードPay』は、面倒な銀行の口座登録やクレジットカード情報、名前やメールアドレスなどの登録なし、専用アプリのダウンロードも不要、受け取ってすぐに利用でき、不足分は現金と併用できます。

(券売機や無人レジでは、現金等との併用でのお支払いは出来ません。)

最短即時発行！手間も送料もなし！オリジナル画面の作成で贈り手の気持ちが伝わるデジタルギフト

短即時で納品ができ、発行されたURLをメールや各種SNSなどで贈るだけなので、手間も送料もかかりません。

残高が表示されるだけでなく、店頭で利用するたびにカード画像が表示されるため、ブランドとの接点を生み出す新たなコミュニケーションツールになります。

【株式会社クオカードについて】

コンビニエンスストアやドラッグストア、書店、カフェなど全国の身近なお店で利用でき、一般消費者の認知度92.9%※を誇る「もらって嬉しい・贈って喜ばれる」ギフトカード「QUOカード」の発行会社です。「QUOカード」は、1987年の創立以来、発行された枚数は累計約10億枚。企業によるキャンペーンなどのインセンティブや挨拶品、株主優待品での利用のほか、地方自治体やNPO法人、学校法人等による各種助成などでも利用されています。

2019年3月にサービスを開始したデジタルギフト「QUOカードPay」は、コンビニエンスストアドラッグストア、書店のほか、スーパーマーケット、家電量販店、ファッション、グルメなど幅広いジャンルのお店に加盟店が広がるとともに、①アプリ不要で「簡単に使える」、②オリジナル画像で贈れて「気持ちが伝わる」、③メールやSMSですぐに「贈りやすい」の3つの特長が評価され各種キャンペーンのインセンティブ、ポイント交換、福利厚生など用途や業態を問わず多数採用されています。

当社は、2022年12月に創立35周年を迎えたのを機に、パーパス「贈る想いに寄り添い、つなぐ。小さな「うれしい」で、笑顔あふれる未来を創る。」を掲げました。当社はこれからも人と人、人と会社、人とビジネス、人と社会といった様々なステークホルダーを“つなぐ”という価値を創造し続け、贈る想いを人から人へ、未来へとつないでまいります。

※全国約4万人を対象に当社調べ

【株式会社クオカード公式サイト】 <https://go.quocard.com/pr/>

【QUOカードPay(クオ・カード ペイ) サービスサイト】 <https://go.quocard.com/pay/pr/>

【QUOカードPay(クオ・カード ペイ) 法人向けサイト】 <https://go.quocard.com/pay/biz/>

〈お問い合わせ先〉

株式会社クオカード デジタルイノベーションラボ マーケティンググループ

MAIL: quo-press@quocard.co.jp