

SARC サーク・コミュニケーションズ

Secure Broadcasting Authorization and Research Center

communications



「ニューノーマル時代の メディアとセキュリティ」

株式会社WOWOW 代表取締役 副社長執行役員

黒水 則顯

WOWOWは、2021年4月に開局30周年を迎えます。これまでWOWOWを支えていただいた会員の皆様をはじめ、ステークホルダーの皆様にご心より感謝申し上げます。今後も皆様にご支持いただけるようサービスに磨きをかけてまいります。

今年1月に「WOWOWオンデマンド」をスタートしました。これまでのCAS番号に基づいた加入契約だけでなく、パソコン、スマートフォン、タブレットなどからWEB経由でダイレクトに加入、ご視聴いただけるサービスです。さらに、この3月、「WOWOW 4K」をスタートします。4K放送が可能にする高精細、高輝度の新しい映像コンテンツの素晴らしさをお届けしてまいります。

新型コロナウイルスの拡大は年が明けて二度目の緊急事態宣言発出となり人々の生活、企業活動に甚大な影響を与えています。感染拡大防止のため多く企業が社員の在宅勤務にシフトしました。結果、テレワーク導入には数年かかると思われていましたが、短時間で働きかた改革の基軸になりました。働き方、働く場所が急速に変わる中、お客様情報含め業務上の情報セキュリティを確実に担保することは極めて重要なことであり、対応を進めています。

昨今、放送を取り巻く環境は劇変し、「デジタル化」の波はメディアと受け手の関係を大きく変えました。放送だけでなく配信による映像サービスも求められています。放送、配信、それぞれの特性を活かし、お客様に最適化されたサービスを提供することが事業の成否を決める時代です。

この一年、有料の映像配信、OTTサービスへのニーズが高まりました。これまで放送にはなかった視聴動向・視聴嗜好をデータベースにした個別の「リコメンド」はすでに一般化しています。お客様の視

聴動向を把握し、何が望まれているかを知ることはお客様により適切に、かつ望まれるサービスを提供するマーケティングに不可欠です。

視聴者の方々は放送、OTTサービスを自由に選択しサービスを上手に使い分けています。コンテンツをいつ、どこで、何を楽しむか、視聴スタイルも大きく変化しています。その変化に対応するため、当社の場合お客様接点のフロントラインであるグループ会社、WOWOWコミュニケーションズとともにVOC、デジタル接点からの様々なデータをDMPに蓄積、分析してサービスの最適化を図ろうとしています。日々、最適化の精度とスピードをあげ、サービス自体をアップデートすることが顧客満足度に結びつきます。

そのうえでコンテンツを軸にしてお客様との、またお客様同士の結びつきの場を「コミュニティ」として作りだしていこうと考えています。

最近、個人情報、企業の重要情報を狙うサイバー攻撃が頻繁に報道され、被害にあった企業は大きな実害を被っています。これらを防ぐ、レベルの高い情報セキュリティ構築努力がこれまで以上に求められるところですが、同時にそうした悪意が降りかかってきた時にどう迅速に適切な対応をとれるかが問われています。「想定外」という言い訳はもはや通用しません。情報の企業防衛が大きな課題となっていることの認識を新たにしたいと思います。

個人情報利用の活性化、情報の流動性などがビジネスを変えていく時代の到来です。今後も引き続き、個人情報等に携わる社員の意識を研ぎ澄まし、様々なセキュリティ対策を講じて皆様が安心して利用いただける会員サービス事業の発展に貢献したいと考えます。

個人情報保護法を巡る動向等について

個人情報保護委員会事務局 次長 三原 祥二



情報通信技術の発展やビッグデータの利活用の進展などの環境変化を踏まえた平成27年改正個人情報保護法の全面施行から約3年が経過し、個人情報保護委員会では、令和元年来いわゆる3年ごと見直しの検討を行ってきました。そこで、本検討を踏まえて令和2年6月に成立した改正個人情報保護法を中心に、官民を通じた個人情報保護法制の見直し、国際連携の推進等を含めた最新の動向について報告させていただきます。

個人情報保護法を中心に、官民を通じた個人情報保護法制の見直し、国際連携の推進等を含めた最新の動向について報告させていただきます。

1. 個人情報保護法の改正

個人情報保護法は、平成15年に制定されましたが、その後、制定当時想定されていなかったパーソナルデータの利活用が可能になるなどの様々な情勢変化を踏まえて、平成27年に改正法が成立、平成29年に全面施行されました。この間、平成28年に個人情報保護委員会が発足し、個人情報保護法の運用・執行の実績も重ねてきたところです。

平成27年改正法の内容については、令和元年5月の本セミナーにおいて報告させていただきましたが、同改正法附則の「いわゆる3年ごと見直し」の規定に基づき、令和2年6月に改正個人情報保護法が成立しました。

今回の改正法は、情報通信技術の一層の発展とそれに伴う様々なサービスの登場、グローバルな個人情報保護関連制度の立法・改正の動向といった、様々な情勢変化を踏まえたものとなっており、①個人の権利の在り方（利用停止・消去等の個人の請求要件の緩和等）、②事業者の守るべき責務の在り方（漏えい等の報告等の義務化、不適正な利用の禁止）、③事業者による自主的な取組を促す仕組みの在り方、④データ利活用の在り方（仮名加工情報の創設、提供先において個人データとなることが想定される情報の第三者提供の制限）、⑤ペナルティの在り方（法定刑の引上げ等）、⑥法の域外適用・越境移転の在り方（法の域外適用の範囲の拡大、越境データ移転時の本人への情報提供の充実等の義務付け）等に係る改正を行いました。

改正法は、公布の日から起算して2年を超えない範囲内において施行することとされており、今後も、関係の皆様のご意見をしっかりと聞きながら、政令・規則やガイドライン等の検討を進め、周知・広報に努めてまいります。

2. 官民を通じた個人情報保護法制の見直し

現行制度では、民間事業者、国の行政機関及び独立行政法人等、地方公共団体のそれぞれに適用される法令等や所管する組織が異なるため、官民の枠を超えたデータ利活用に支障が生じる事例が顕在化しています。また、国境を越えたデータ流通の増加を背景に、国際的な制度調和を図る必要性も高まっています。

これらを踏まえ、令和元年12月に内閣官房に設置された「個人情報保護制度の見直しに関するタスクフォース」において、当委員会も含めた関係省庁が参画し、官民を通じた個人情報保護法制の一元化や地方公共団体における個人情報保護制度について検討を行っています。

令和2年8月に公表された中間整理では、個人情報保護法、行政機関個人情報保護法及び独立行政法人等個人情報保護法の3法を1本の法律に統合し、当委員会が一元的に所管する方向で検討を進め、令和3年通常国会での法案提出を目指すとともに、地方公共団体の個人情報保護制度については、地方公共団体の御意見を十分に聞きながら、年内に結論を得べく検討を進めることとされています。地方公共団体の個人情報保護制度については、現在、全国的な共通ルールを法律で設定し、法律的確な運用を確保するためのガイドラインを国が策定した上で、法律の範囲内で必要最小限の独自の保護措置を許容する方向で検討しています^(※)。

3. 国際連携の推進

我が国は、国際的なデータ流通に関して、多様な枠組みに参画しています。日EU間の相互認証に基づく個人データ流通枠組みの維持に向けて、2021年初頭をめぐりに相互レビューを完了させるとともに、APEC越境プライバシールール（CBPR）システムの普及・促進に取り組んでいます。

引き続き、信頼性のある国際的な個人データ流通の枠組みの構築に向けて、日米欧三極における既存の枠組みを活用した個人データ流通の更なる促進を図り、グローバルに利用可能な企業認証制度の導入を目指します。また、データローカライゼーションや無制限なガバメントアクセスといった新たなリスクについて、OECDでの国際的な議論を主導してまいります。

※令和2年11月10日の個人情報保護セミナー講演時点。なお、同年12月23日に「個人情報保護制度の見直しに関する最終報告」が公表された。

パーソナルデータの利用における注意点

－非特定視聴履歴のプラクティス 2.0 を読む前に－

英知法律事務所 弁護士 森 亮二



放送事業者による非特定視聴履歴（個人情報ではない視聴履歴）の取扱いについて規定したプラクティス2.0が公開された。放送事業者はかねてから、視聴履歴を利用したパーソナライズドサービス（特に広告）を実施したいと考えており、プラクティス2.0はその際に遵守すべき指針である。

プラクティス2.0の特徴を挙げれば、以下の3点を挙げることができる。第一に、非特定視聴履歴の利用であること。個人情報である特定視聴履歴は、課金や統計化以外の目的での利用には本人の同意が必要とされている（放送受信者個人情報保護ガイドライン35条1項）ため、同意不要で数を出しやすい非特定視聴履歴を対象としたのである。第二に、外部のDMPのデータを突合し、個々のユーザーの分析を深めること。第三に、所謂クロスデバイスを行うこと、すなわちテレビの視聴履歴を利用してスマートフォンで広告配信を行うことを想定している。

プラクティス2.0のハイライトは、「ユースケース 2. リコmend（番組等）」であり、ここにおいて、広告配信までの流れを追うことができる。広告配信までの流れは、2つに分けることができる。まず、ユーザーの趣味嗜好の把握までの第1フェーズは以下の履歴情報と識別子の取得によって行われる。

| | 履歴情報 | 識別子 |
|---|--------------------------|-------------------|
| ① | 非特定視聴履歴 | IPアドレス |
| ② | スマートフォンの放送局のウェブサイト等の閲覧履歴 | IPアドレスとクッキー又は広告ID |
| ③ | 外部のウェブ閲覧履歴 (DMP) | クッキー又は広告ID |

放送局は識別子の重なり合い（①と②はIPアドレス、②と③はクッキー又は広告ID）を利用して、①、②、③の履歴情報のすべてを1人のユーザーに結び付けて、その分析を行い、そのユーザーの好みを把握する。

次に番組宣伝までの第2フェーズにおいては、第1フェーズで得られた特定の番組を好みそうなユーザーのクッキー又は広告IDを抽出し、DSP事業者提供しておく。DSP事業者は、そのクッキー又は広告IDのユーザーがスマートフォン等で閲覧する広告枠が取引市場（RTB）に来た場合、これに入札し落札できれば、そのユーザーのスマートフォン等にその番組の広告が配信される。

以上が広告配信までの流れであるが、プラクティス2.0は、個人情報保護とプライバシーの観点からいくつかの点に留意しており、なかでも注目されるのは以下の2点である。

第一は、放送局内部での個人情報と非特定視聴履歴の分離である。非特定視聴履歴が個人情報と結びつくと、特定視聴履歴となり、本人の同意なしに取り扱う前提が崩れることになる。プラクティス2.0は、これを防止するための「個人情報の容易照合性クリアランス基準」を提示している。クリアランス基準には、たとえば、「個人情報を取り扱う部署と、非特定視聴履歴を取り扱う部署が明確に分かれている」「同じ担当者、同じ責任者が、個人情報と非特定視聴履歴の双方にアクセスできない」などが含まれる。

第二に、DSP、SSP、アドサーバ等の事業者（以下「外部DSP事業者等」）の下で、提供した抽出済み広告IDが、彼らのデータベースに組み込まれることを警戒している。抽出済み広告IDは、広告そのものと相まって当該IDを持つユーザーの趣味嗜好を示す情報であり、実質的には非特定視聴履歴の分析結果である。この情報が外部DSP事業者等のデータベースの一部となれば、多種多様のクッキーやメールアドレス等複数の識別子を管理する外部DSP事業者によって、個人情報と紐づく利用をされる可能性も否定できない。この問題に対する一つの解は、外部DSP事業者等との間の契約によって外部DSP事業者等に速やかに抽出済み広告IDを消去する義務を課すことである。しかしながら、その場合、外部DSP事業者等が契約上の義務に違反してIDを消さないリスクは残ることになる。そこで、そのようなリスクを回避するため、プラクティス2.0は、契約上の義務に加えて、外部DSP事業者等を「放送局または放送局の管理下にある事業者が運営するサービス」に限定している。「放送局の管理下にある事業者」とは、放送局が資金面、人事面で強い影響を持つ等して、データの取扱い状況を適切に監督できる事業者をいう。このような事業者を使うのであれば、契約上の義務に違反して、抽出済み広告IDを消さないリスクを極めて低いものに抑えることができる。

プラクティス2.0は、視聴履歴とウェブ閲覧履歴の突合やクロスデバイス等の踏み込んだ利活用を想定しつつも、それによって生じるリスクを最小限に抑えるための工夫を講じた内容となっている。

視聴関連情報の利活用と個人情報保護について

株式会社ジュピターテレコム 管理本部 管理部 マネージャー 彦阪 義郎



1. はじめに

2015年の改正個人情報保護法公布までは、『放送受信者等の個人情報の保護に関する指針』において、視聴履歴の取得は「料金等の支払いを求める目的」又は「統計の作成の目的」のために必要な範囲を超えて取得しないように努めることとされていたが、保護法の公布（2015年）/視聴者プライバシー保護ワーキンググループ（以下、WG）の開催（2016年）/放送分野の個人情報保護に関する認定団体指針の発出（2017年）に伴い、放送サービスの展開に際して新たな視聴履歴の利活用の局面を迎える事が出来た。

視聴履歴活用に於ける同意の要/不要に関して当時より「個人の趣味嗜好を推測できる懸念」や「特定されなくともプライバシー性を感じる個人は多い」と言う主張、これに反し「同意プロセスを入れることによって、サービス利用が阻害されかねない」と言う主張等、WGでなされた多くの議論・整理に対し、当社では渉外室が窓口を担い、経営層・渉外室および関係部署間で連携の上、視聴履歴の利活用に向けた社内整備を推進した事により実現した、当社での利活用について紹介させていただく。

2. 視聴履歴の利活用について(J:COM LINK のご紹介)

J:COM LINKの特徴については以下WEBサイトに譲る事とする。(https://www.jcom.co.jp/service/tv/?sc_pid=localnavi_sv_tv_top#categoryLogo)

J:COM LINKは、①魅力あるコンテンツ ②見たくなる仕組み ③快適な使いやすさを提供する！をコンセプトに開発したもののだが、“レコメンド機能の強化”はお客様からの要望でもあった。サービスINから1年程経過した2020年11月現在、従来機種と比して平均視聴時間は20時間程度伸張している。また、従来視聴時間が短い傾向にあった加入者層においても視聴時間が伸張している事から、一定の評価を得ており、開発コンセプトは達成している。

3. 個人情報保護の取り組み

視聴履歴の利活用の体系は以下の通りである。

(1) サービス紹介

パンフレット、CM、WEBサイトにてサービス概要を紹介。レコメンド機能を搭載している事を訴求。

(2) サービス利用規約

WEBサイトにアクセスし、利用規約を確認する事ができる仕組み。

(3) 加入申込締結時

サービス利用規約とは別に『重要事項説明』冊子の手交、担当者による契約者ご本人へのご説明とご家族へのご説明（契約者のご意向に添う）、上長による契約締結のお礼・ご不明点の確認連絡。

(4) J:COM LINK設置時

サービスエンジニアによる視聴履歴利活用に関する説明、お客様のご要望に即したオプトイン/オプトアウトの設定。

(5) J:COM LINK設置後のオプトイン/オプトアウト

お客様ご自身にて視聴履歴の利活用に関するオプトイン/オプトアウトをいつでも簡易に設定できるフレームを準備。

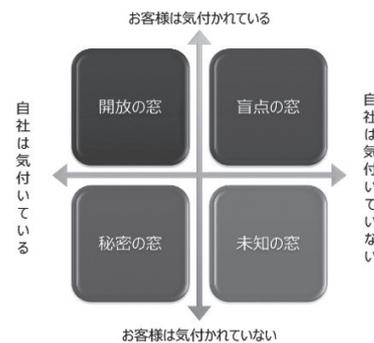
他方、社内体制面では①社内規則を所管する部署 ②個人情報を取り扱う部署 ③視聴履歴をはじめとするデータ利用を推進する部署間で、夫々がキャッチアップした改正動向を共有するスキームを整備した。往々にして情報資産の保護一辺倒になりがちな思考回路を、マネタイズ（アクセル）と保護（ブレーキ）との両面に於いて、高次元でバランスを保つためのマインドセットにも繋がっている。

4. まとめ

お客様が求める“レコメンド機能”に限定した視聴履歴の利用に留まれば、コモディティ化が進行する事が容易に想像出来る。

例えば、右図の“秘密の窓”に触手を伸ばす場合、視聴履歴とリモコン操作ログとのクロス分析や音声機能を流用したお客様へのアナウンスサービスの提供（例：コンテンツの単体購入が多ければ、お得パックへの加入を促すアナウンス）が実現できれば、“顧客ロイヤルティ”の獲得に寄与できるのではないかと考える。他方、“顧客ロイヤルティ”の獲得を試行する上で、お客様の趣味嗜好に触れることは不可避である。

よって、社内においてはマネタイズ・データ保護に加え、“プライバシー配慮”に係る意識醸成およびデータガバナンスの在り方の整理等、更なるバリュー向上に寄与していきたい。



プライバシーマーク推進部から

プライバシーマーク推進部 主任審査員 古沢 拓

<個人情報保護セミナーの報告>

2020年11月10日に行われた当財団主催の第17回個人情報保護セミナーで、プライバシーマーク推進部審査員が、「プライバシーマーク審査の動向について」と題しまして、お話しさせていただきました。

当日の内容について概略をご報告します。

<現地審査におけるコロナ対応のお願い>

新型コロナウイルス感染防止のため、4月、5月は審査業務を休止しておりました。再開の後も、感染防止のため、マスクの着用、部屋の換気、あるいは、同席者を最小限にしてお互いの距離をとること、などの基本的な感染防止対策をお願いしております。

<JISQ15001：2017 対応審査の開始>

「JISQ15001：2017」に対応した審査基準は2018年1月12日に公表され、2020年7月31日までは、移行準備期間および移行期間とされていましたが、2020年8月1日からは新審査基準に基づいた審査が開始されています。

これによりまして、移行期間中は“継続的改善事項”とされていたものを、8月1日現地審査より“指摘事項”としています。特に対応が必要な項目は以下のとおりです。

1) 個人情報の特定 (A.3.3.1)

個人情報を特定した管理台帳には、少なくとも次の項目が含まれていることが必要です。

「個人情報の項目」「利用目的」「保管場所」「保管方法」「アクセス権を有する者」「利用期限」「保管期限」

この中で、特に「利用期限」と「保管期限」は、今まで区別されることの少なかった項目です。これらを明確に区別することで、利用が終わった個人情報をいつまで保管するか明確にし、廃棄を確実にします。

従いまして、管理台帳に「利用期限」「保管期限」の項目を分けて管理していない場合は不備となります。

2) 委託先の監督 (A.3.4.3.4)

「JISQ15001：2017」の追加項目により、個人情報の委託先と結ぶ契約書や覚書に「h) 契約終了後の措置」を盛り込むことが必要となります。

これも個人情報の廃棄のルールを委託先との間で明確にすることで、リスクの低減を図ります。

PMS文書に「JISQ15001：2017 A.3.4.3.4委託先の監督」に定めるa)～h)の項目が規定されていること、および、委託先と締結する個人情報に関する契約書などにも同項目が盛り込まれていることが必要です。今まで締結した契約書に「h) 契約終了時の措置」が無かった場合は、同項目が盛り込まれた様式をご用意いただき、今後の委託先との契約にご使用ください。

3) 認識 (A.3.4.5)

「JISQ15001：2017」で、従業者に認識させる項目として「個人情報保護方針」が追加されました。PMS文書にこれが規定されていること、教材に自社の「個人情報保護方針」が含まれていることが必要となります。

4) 運用の確認 (A.3.7.1)

「JISQ15001：2017」では、日常的、階層的にPMS運用状況の点検を行うよう定められています。また、“適宜に確認”“是正措置を行う”“トップマネジメントに報告”がPMS文書に定められていることが必要となります。

5) 内部監査 (A.3.7.2)

各事業者様とも、既に「JISQ15001：2017」に対応した規程に改訂されていると思います。改訂後の文書と「JISQ15001：2017」との適合性監査が実施されているかを現地審査で確認します。

<新型コロナによる更新申請期限の延長について>

JIPDECのホームページに、新型コロナウイルス感染の影響による更新申請期限の延長が告知されています。

プライバシーマーク有効期間満了が2021年3月31日までの事業者様は、申請期限が、従来の4か月前までではなく、有効期間満了日までとなります。2021年4月1日以降が有効期間満了の事業者様は、従来通り、有効期間満了4か月前までが申請期限です。



「認定個人情報保護団体」から

個人情報保護センター長 齋藤 孝行

SARC個人情報保護センターから今年度の活動状況を報告させていただきます。

(1) 対象事業者数

令和2年11月1日現在の対象事業者数は特殊法人1、地上系放送事業者31、無料衛星放送事業者6、有料衛星放送事業者57、ケーブルテレビ事業者189、合計284法人です。

(2) 個人情報漏えい事案報告

令和2年度は9月末現在、漏えい等事案報告件数は漏えい・漏えいのおそれを合わせて合計14件でした。発生要因としては、「誤交付・誤送付・誤送信」が9件、「外部からの不正アクセス」が2件、「その他」3件でした。漏えいの規模は「10人以下」が13件、「11人～1000人」は0件、「1001人以上」が1件、原因主体である「事業者と委託先」では事業者8件、委託先6件です。

傾向としては、電子メールの誤送信や配送物の誤送付が以前から多く、また、業務委託時の委託先管理に課題がある場合が見受けられます。

漏えい事案報告はすみやかにご送付ください。特に、公表する場合は事前に「公表文案」を漏えい事案報告と一緒に送付してください。漏えいが起こった場合は、再発防止策の策定が重要です。今後はデータ利活用など新たなビジネスの考えもあるかと思いますが、活用の際には個人情報の保護が前提になることは言うまでもありません。しっかりと再発防止策を策定・実施することが重要です。社会的信用を損なうことがないようにしてください。

(3) 苦情・相談取扱い処理件数

令和2年度の9月末現在までの苦情・相談の総数は、合計11件でした。

根拠法ごとの分類では、適正な取得（個人情報保護法第17条関係）が4件、保有個人データに関する事項の公表、開示等（個人情報保護法第27条～30条関係）が3件、データ内容の正確性確保（個人情報保護法第19条関係）が1件、その他3件で

した。

(4) 活動の周知

SARCのWebサイトで情報を公開しています。

「オプトアウト方式で取得する非特定視聴履歴の取り扱いに関するプラクティス（ver.2.0）」を7月31日に公開しました、また「個人情報保護に関する苦情処理状況等」、「個人データの漏えい等発生状況」について、11月6日に令和2年度上期分を更新し、不定期ですが月1回程度ご登録いただいている対象事業者のご担当者宛に、メールマガジンで最新情報をお知らせしています。

(5) 対象事業者未登録の方へ

当認定個人情報保護団体は放送分野の事業者の個人情報取扱いについての相談センターです。対象事業者として登録していただくことで、放送分野の個人情報の取扱いを遵守している事業者として個人から認知され、個人と事業者間での個人情報の取扱いに関する相談の仲介、個人情報取扱いに関する最新情報の提供を受けることができます。登録に関する詳細情報は、SARCのWebサイトに掲載されておりますので、ご確認ください。

当センターでは、今後とも寄せられる相談に対して真摯で迅速な対応を心がけ、「認定業務」に邁進する所存です。関係各位の引き続きのご支援・ご協力を是非お願い申し上げます。



MESSAGE BOARD

■SARCの主な動き（令和元年7月～令和2年11月）

全般

| | |
|----------|-----------------------|
| R 1.7.8 | SARCコミュニケーションズNo.32発行 |
| R 2.3.18 | 第18回理事会 |
| R 2.6.3 | 第19回理事会 |
| R 2.6.18 | 第9回評議員会 |
| R 2.7.15 | 第20回理事会 |
| R 2.8.1 | 第10回評議員会 |

プライバシーマーク業務関係

| | |
|---------|--------------------------------|
| R 1.7.4 | 第106回審査委員会～R 2.11.5 第119回審査委員会 |
|---------|--------------------------------|

個人情報保護センター関係

| | |
|-----------|----------------|
| R 2.11.10 | 第17回個人情報保護セミナー |
|-----------|----------------|

■評議員・役員構成（順不同・敬称略）

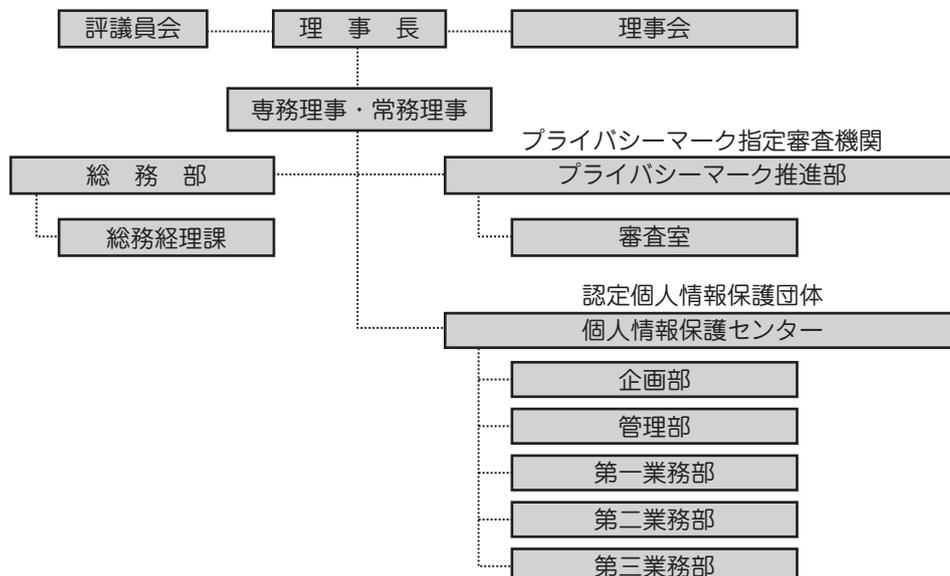
【評 議 員】（R2.11.1 現在）

| | |
|-------|-----------------------------------|
| 苗村 憲司 | 情報セキュリティ大学院大学セキュアシステム 研究所特別研究員 |
| 角 英夫 | 日本放送協会理事 |
| 高綱 康裕 | (一社)デジタルメディア協会理事 |
| 永野 浩介 | (一財)マルチメディア振興センター専務理事 |
| 黒水 則顯 | 株WOWWOW代表取締役副社長執行役員 |
| 仁藤 雅夫 | スカパーJSAT(株)取締役執行役員副社長 |
| 本多 勉 | 株ジュピターテレコム取締役副社長執行役員 |
| 渡辺 昌己 | (一社)日本民間放送連盟事務局長 |

【役 員】（R2.11.1 現在）

| | | |
|-------|-------|------------------------|
| 理 事 長 | 田中 栄一 | (一財)放送セキュリティセンター |
| 専務理事 | 岩間 正之 | (一財)放送セキュリティセンター(常勤) |
| 常務理事 | 福岡 克記 | (一財)放送セキュリティセンター(常勤) |
| 理 事 | 内川 雅規 | スカパーJSAT(株)内部統制推進部長 |
| ／ | 岡本 光正 | (一社)衛星放送協会専務理事 |
| ／ | 田口 和博 | 株ジュピターテレコム常務執行役員 |
| ／ | 堀木 卓也 | (一社)日本民間放送連盟常務理事 |
| ／ | 森田 昌克 | (一社)日本ケーブルテレビ連盟理事・事務局長 |
| ／ | 弘津 健一 | 株スター・チャンネル 管理部副部長 |
| ／ | 山崎 一郎 | 株WOWWOW取締役専務執行役員 |
| 監 事 | 森山 繁樹 | (一社)電波産業会理事 |

■組 織 図



SARC

編集・発行

一般財団法人
放送セキュリティセンター

〒102-0093 東京都千代田区平河町2-9-2 エスパリエ平河町ビル
Tel : 03-5213-4711 Fax : 03-3263-9011

禁無断転載