

迷惑メールの対応の在り方に関する検討WG
第3回会合 議事要旨（案）

1. 日 時：平成22年11月29日（月）10：00～12：00
2. 場 所：総務省共用10会議室
3. 出席者：（敬称略）

○構成員

新美育文（主査）、松本恒雄（主査代理）、相田仁、阿佐美弘恭（代理：（株）NTTドコモ 柳沢コンシューマサービス部担当部長）石倉雅巳、石田幸枝、浦川有希、岸原孝昌、桑子博行、佐久間修、桜井伝治、櫻庭秀次、沢田登志子、島野公志（ソフトバンクモバイル（株）ソリューションサポート部 橋本課長）、関聡司、高橋徹、竹岡敏行、立石聡明、築島幸三郎（代理：（社）日本ケーブルテレビ連盟 梅宮様）、永江禎（代理：（株）電通法務室 増田アシスタントスーパーバイザー）、長田三紀、能登雅夫、長谷部恭男、林一司、別所直哉（代理：ヤフー（株）小柳法務本部法務部兼政策企画室員）、村松茂

（欠席：岡村久道）

○ヒアリング

エイケア・システムズ（株）情報システム部 山下部長、メッセージング事業部事業戦略室 進藤室長、（株）パイプドビッツ プロダクト管理部 遠藤マネージャー、日本アフィリエイトサービス協会 廣野様、モバイルアフィリエイト協議会 吉越様

○オブザーバー

笠原消費者庁表示対策課長

○事務局

鈴木消費者行政課長、大村消費者行政課企画官、久保田消費者行政課課長補佐、松井消費者行政課課長補佐

4. 議事

(1) 開会

(2) 議題

①（独）国民生活センターからのプレゼンテーション

②配信ASP事業者からのヒアリング

・エイケア・システムズ（株）、（株）パイプドビッツ

③アフィリエイト団体からのヒアリング

・日本アフィリエイト・サービス協会、モバイルアフィリエイト協議会

④諸外国の迷惑メール対策に関する状況

⑤論点整理

⑥自由討議

(3) 閉会

5. 議事要旨

(1) （独）国民生活センターからのプレゼンテーション

(独) 国民生活センターから資料 2 について説明が行われた。

(石田構成員) 全国消費生活相談員協会の方でも土日相談というものを行っている。今年度前期相談件数 1,280 件のうち、迷惑メールに関連する相談は 20~30 件程度とあまり多くはない。ただ、その中で、架空請求が送られてくると、個人情報知られているのではないかとということで 5000 円程度なら払ってしまう。そして払ってしまうと入会金が必要であったということでまたお金を請求されて初めて相談になる。是非、払ってしまう前に架空請求メールというものがあるということを周知して欲しい。

(新美主査) 迷惑メール対策を行えば実害も防げようになるので、しっかり対策をしてほしいというご意見だと思う。

(2) 配信 A S P 事業者からのヒアリング

エイケア・システムズ(株)から資料 3、(株)パイプドビッツから資料 4 について説明が行われた。

(櫻庭構成員) エイケア・システムズさんにお伺いしたいのだが、技術的な対策 (p 5) のところでフロムアドレスを制限しているとのことだが、これはどのフロムアドレスか。

(エイケア・システムズ(株)) エンベロープフロムではなく、メールの本文中に表示されるもの。

(櫻庭構成員) エンベロープフロムをエイケアさんのドメインにして、エラーメールを受け取るということと理解。

(松本構成員) パイプドビッツさんのお話で、悪質なメール業者は、配信 A S P を使っていないということだが、そうすると、貴社のスパイラルは良いシステムだが、悪質なメール業者を排除するには役に立たないのでは。真面目にビジネスを行う事業者にとっては若干コストはかかるが信頼確保の為には大変良いし、負荷を押さえるというのもよくわかるが、被害防止のために本当に必要な部分が足りないという気がする。

(桑子構成員) メール配信サービスを提供している事業者は、そもそも何社ぐらいあるのか。

(株)パイプドビッツ) 大手になると日本で約 10 社前後。規模の小さい提供会社も含めると数十社くらいになる。

(松本構成員) 配信事業者には悪質な事業者がいると、被害が増大するような気がするが、約 10 社の方々が、きちんとネットの信頼性を確保しようとする観点から営業しているのか、それとも悪質業者のような配信事業者がいるのか。

(株)パイプドビッツ) ここにいる 2 社は迷惑メールが送信されないようサービス提供しているが、そういった悪質なメールを配信している業者はいると思う。それに関しては、受信側の I S P やキャリアでも認識しており、今後レピュテーションを活用することなどにより、良いものは守っていく、悪いものは排除していくとい

うような世界がくればよいと考えている。

(櫻庭構成員) 両社ともSPFに対応されているが、受信者に見えるのはヘッダー情報しかないので、これに対してはお客様のドメインを使わざるを得ないということがビジネス上のやり方としてあると思う。

(独) 国民生活センターのプレゼンにもあったが、オプトアウトして良いメールと、そうではないメールというのがあるが、その区別が付きづらいと思っている。その結果、真面目にメール配信している事業者が被害を被って受信側で拒絶されたりすることもあると思う。配信側で、(オプトアウトしてよいメールとそうでないメールを) 受信者がわかるような仕組みを今後どう考えていくのか。

(エイケア・システムズ(株)) 海外だと、エンベロープヘッダ以外でこっちに連絡して下さいというヘッダ構成がある。そういったものを検討していくことについては、どれだけ日本で認知されてきているかということを見ながらだと思っている。パイプドビッツさんと、DKIMを実装されたりしているが、我々としては、まずは順番にと考えている。また、確かに弊社の資料の最後で問い合わせ窓口を記載しているが、一般の方があそこが窓口だと認知できるようにはなっていないので、そこをどうアピールするかが課題だと思っている。

(株)パイプドビッツ) オプトアウトするかどうかのポイントは来たメールを信じるか、信じないかで、来たメールが怪しいと思えば一般消費者の方は何もアクションをしないと思う。消費者は、むしろ受信側のプロバイダを信頼しているのだから、最近進んでいるフィードバックループ等の技術を用いて、エンドユーザーの情報を送信側のリストに戻したりとか、信頼できない情報については何もしないということでバランスを取っていくのではないかと考えている。

(櫻庭構成員) 前回の改正でオプトイン規制が導入されたことにより、オプトアウトが堂々とできるようになったと思ったら、なかなかそうはなっていない現実がある。それは送信者をどう信頼するかという部分だと思うので、正しいメールを配信されている方も一緒に考えて欲しい。

それとDKIMを導入されるということだが、受信時に署名のないメールが存在し得ると思うが、何か対策は考えているのか。

(株)パイプドビッツ) 現在、まずは送信側で署名していく対応を始めており、それをどう判断するかは受信側で検討していく内容と考える。

(櫻庭構成員) 送信者情報を騙って署名をせずに送信した場合は、受信側からみれば区別がつかない。署名されていればパスかフェイルかというのはわかるが、何も付いていなければ判断できないので、そういった場合のケアは考えているのか。

(株)パイプドビッツ)) 署名がない場合にどうするかというよりも、まずは署名することを前提とし、署名が正しいものを正当な送信者として判断していくことがポイントである。

(櫻庭構成員) 署名がないものを扱って欲しいということか。署名が付いているものと署名が付いていないものが送信されてくる可能性があって、それをどう判断して良いかはISPもわからない。ADSPについてどう考えるのか。

(株)パイプドビッツ)) DKIMの普及自体が先だと考えている。正当な送信者から

のメールだということを証明する技術なので、それ自体を普及させて、署名のないメールが減り、それにより、正しい送信者を確認することが当たり前の世界になる。まずは普及が先である。

(櫻庭構成員) 抜け穴については、今後考えていくということか。

((株)パイプドビッツ)) そこは普及する過程で得られる結果や経験が、検討材料となり、重要だと思っている。

(櫻庭構成員) それはメールの受信側で経験値を高めるということか。

((株)パイプドビッツ)) はい。

(櫻庭構成員) それは、技術的に難しい。

((株)パイプドビッツ)) そこはトライアンドエラーをして、なりすましメールを無くしていかなければいけないということで挑戦し続けるものだと思っている。

(櫻庭構成員) また、ご相談しましょう。

(新美主査) このWGで認識をしてきたのは、インターネットというリソースをどれだけ効率的に使うかという話なので、引き続き、(送信側と受信側の) どちらが対策をとるのが一番効率的な対応かということ、ご議論を重ねていって頂きたい。

(3) アフィリエイト団体からのヒアリング

日本アフィリエイト・サービス協会から資料5、モバイルアフィリエイト協議会から資料6について説明が行われた。

(長田構成員) 2つの団体で対策を取っていることはわかったが、どの程度のアフィリエイトに影響を及ぼせる組織なのか。

(日本アフィリエイト・サービス協会) 2団体に参加している企業で見ると、発生する広告金額の57~8%のシェアとなっている。

(松本構成員) モバイルアフィリエイト協議会の資料(モバイルアフィリエイト事業運用管理体制適合基準)の中の用語の定義についてお尋ねする。「媒体主」というのは、日本アフィリエイト・サービス協会の資料3枚目の「アフィリエイトパートナー」と「広告主」の両方を含めているのか。または、「アフィリエイトパートナー」のことなのか。「広告主」のことなのか。

(モバイルアフィリエイト協議会) 「アフィリエイトパートナー」を指す。

(松本構成員) そうすると、広告主に対する審査基準はここには出てこないということか。

(モバイルアフィリエイト協議会) 現状では、加盟各社の審査基準に基づいて、それぞれが審査している。

(長田構成員) 日本アフィリエイト・サービス協会さんの資料(9枚目)の「対応上の問題点」で、事後的対応しかできないとされているが、どのような対応をしているのか。「違法行為者の特定が困難な場合もある」ということについて、わかりやすく教えて欲しい。

(日本アフィリエイト・サービス協会) 事後的対応というのは、実際に迷惑メールとして使われてしまった場合だが、広告メールの中にリンクコードがあり、どの提携

承認をしたアフィリエイトパートナーに収入があがるのかということが明確になっている。このため、どのアフィリエイトパートナーが迷惑行為をしたのかということの推測はできるが、第三者が悪意をもって、迷惑メールの中に（リンクコードを）仕込んで、送信するという可能性があるので、確定はできないというのが「違法行為者の特定が困難な場合もある」ということ。

（長田構成員）その場合は、悪意の人には収入は上がらないということでよい。

（日本アフィリエイト・サービス協会）ご指摘のとおり。

（4）諸外国の迷惑メール対策に関する状況

事務局から資料7について説明が行われた。

（桜井構成員）各国の広告宣伝メールの範囲だが、「商用」とか「営利目的」とかと、異なる表現が用いられているが、どこまでカバーされるかというのがわかりづらいので、提言に書く際には明確にしてほしい。

（岸原構成員）フランス等で導入されているプラグインソフトについて、日本の導入状況はどのようになっているのか。また、フランス等は国が開発しているのか。

（久保田補佐）日本でも同様の機能を持つプラグインソフトについて、今年度中に配布できるよう現在、作成中。また、フランス、オーストラリアは国が作成。韓国の携帯電話簡便申告は、携帯電話事業者が機能を提供している。

（櫻庭構成員）国が開発しているのは、個人情報保護の観点から民間では管理が難しいからということもあると思うが、そういう理解でよい。

（久保田補佐）ご指摘のとおり。

（新美主査）フランス、韓国ではプラグインによる効果はあがっているのか。

（久保田補佐）フランスでは、2008 年末時点で、約 1400 万件の通報を受けているとのこと。また、韓国では携帯電話簡便申告の他、WEBでも通報を受けているが、併せて約 3000 万件の通報を受けているとのこと。

（5）論点整理

事務局から資料8について説明が行われた。

（小柳代理）22 ページのプラグインソフトと類似のものとして、弊社が提供している WEB メールで迷惑メール報告機能というのを提供している。次回WGにでも、ご案内をしたい。

（岸原構成員）2 点ほど。1 つは迷惑メール規制の導入により、実効性は上がっているかということが論点となっている。実効性があがっているかという点は別にして、オプトアウト時と比べて、「わかりやすさ」という点で、適切な規制だったのではない。事業者が事前に同意を取っておくようになっていた中で、同意を取らず、「未承諾広告※」という表示をして発信をするのはかえってわかりづらかったのも、その点で改善はされたと思う。また、国際的な連携という観点からも、非常に重要だと思う。先ほど法30条による連携は進んでいないという話があったが、今後、必

要な部分としては出てくるのではないかと考えている。

それから、7 ページ目の⑤の同意記録の保存義務だが、前回の改正時に同意取得保存義務を導入するかというのは最後に大きな論点となった。実際に、これを施行していくつか問題が出てきている。1 つは法規制と自主的な取り組みという点で考えると、記録保存義務については事業者の自主的な取り組みとしてより進めていくのが適切ではないかと思う。法規制によって実効性があがるのは、法律を守らない迷惑メール事業者を規制することによって、迷惑メールを減るという効果が上がるかどうかだと思うが、記録保存義務を課した場合、これをきちんとやっているかどうかの証明が取れないということがある。いつどうやって同意を取ったのかについて、あるいは同意を取った画面についての保存している記録が正しいということを証明することはほとんど不可能。迷惑メール事業者をこれによって規制をするのは難しい。一方で、真面目な事業者にとっては、2 つの方法のいずれかということで、過度な負担にならないように配慮をしてもらっているが、4 P①の方法は、同意を取得した時期、方法等をデータベース化しなさいとなっており、中小の事業者では構築が難しい。このため、同意を取得した時の画面を用意しておけばよいとなっているのだが、真面目な事業者にはここの理解があまり進んでいなくて、データベースを構築しなければいけないと思い、過度な負担になっているという状況になっている。真面目な事業者は、サービスとしてより効果的な方策を進めていこうという意識があるので、法規制がなかったとしても実行している。また、特商法の方で同じような記録保存義務があるが、期間が異なっており、どちらの法律を守ればよいかというのが非常に悩む。整理をすると、悪質な事業者に対する高度な規制、真面目な事業者にとっては過度な負担であるということで、法規制ではなく、自主的な取り組みとして取り組んでいくという方向で検討いただけないか。

(新美主査) 岸原構成員におかれては、悪質事業者への対策として何かアイデアがあれば提案していただくと、より自主規制をやれという方向性が明確に出ますので、是非考えておいて下さい。

(立石構成員) 11 Pで、「whois」(の偽情報が許されている状況)に言及されているが、ICANNでも議論されているが、なかなか難しい。日本国内の「jp ドメイン」であればある程度正確性という議論はできるが、レジストラが海外になると難しい。かつ、これが直接迷惑メール対策に結びつくのかというと微妙かなと思う。迷惑メール事業者にすれば、海外に行けば正確性について問題にされないの、それほど効果があるとは思えない。

(櫻庭構成員) 少なくとも「jp ドメイン」は国際的にも信頼性が高いという評価をされている。そういった形で評判を高めていくのは正しいと思う。そのためにも、「whois」の「jp ドメイン」は整備すべき。IP アドレスについても国内に関しては、所在地等が正確であるというのは、法執行の関係で望ましいはず。

(立石構成員) 「whois」に登録することによって迷惑メールが来るという現実があって、私は十年以上前からそれに悩まされている。どこまで情報公開するかという部分も含めて、「whois」情報についてはここまで信頼性を高めなさいということをしてICANNが過去10年間やっているがそのままとなっている。

「jp ドメイン」のセキュリティの問題は「whois」情報の問題ではないので、そこは意見が異なる。

(櫻庭構成員) ドメインは、WEBとメールと使われるが、「jp ドメイン」に関しては正しい送信者情報をこれからやっていきましょう、それを元にオプトアウトをちゃんとしていきましょうという議論だと思うので、ドメイン名が正しく、信頼性を置けるものであるということを高めていくべき。「whois」に載せてスパムが来るというのは、それも含めて仕組みをどうするのか、やり方はいくつかあると思う。ICANNで議論されていたというのは承知しているが、諦めたということではないと思う。引き続き、いろいろな議論をしていかなければいけないと思う。正しい情報とするのが困難であるからそのままで良いというのは議論の方向としては行ってもいけない。

(立石構成員) 櫻庭構成員がおっしゃることには同意しているが、それに対して、国内であまりにも議論がなかったのも、その議論をした上で、やった方が良いのではないかという意味。

(新美主査) より精度を高めるということは、今後の議論の中で再度、出して頂ければと思う。

(松本主査代理) オーストラリア、韓国で数億円の罰金を課している。オーストラリア、韓国では摘発しやすいという話なのか、日本との違いは何か。いくらルールを整備しても違反をした業者を摘発して制裁を加えるという背景がなければ、ルールを守ろうとする事業者の負担だけが増えてしまう。

(久保田補佐) 追加調査する。

(新美主査) 諸外国でのオプトイン規制で、デフォルトオンをどのように扱っているのかという点についても調べておいてほしい。

(沢田構成員) 法執行については、規制をこれ以上増やして頂く必要はないが、今ある規制の法執行をきっちりやってほしい。また、13Pにあるように警告をすれば止まるというのはその通りだと思う。法執行するとなると、いろいろなことをクリアする必要があるが、明らかに違法と見えるものに関しては、「この点が法違反と思われるが実態はどうなっているのか」ということを、周辺のサービス事業者経由で迷惑メール事業者に行くのは隔靴搔痒の感もあるので、直接国から指導することを検討しても良いのではないかと。出会い系の広告が7割というデータがあるのであれば、出会い系サイトを選んで警告を発すればかなりの効果はあるのではないかと。そのときに、海外のサーバを経由しているなどの壁に当たるというところがあれば、次の課題に繋げていくことができるのではないかと。

(長田構成員) デフォルトオンに関してだが、エイケア・システムズさんのプレゼンテーションでは、ダブルオプトインが標準装備されていると書いてあった。デフォルトオンを認めるかというところか、ダブルオプトインがやはり必要で自身がきちんとオプトインしたという認識を持たせることによって、自分が信頼できるメールなのかをユーザーがきちんと判断できる材料を提供すべきだと思っているので、是非検討してほしい。

(関構成員) 沢田構成員の指摘とも重なるが、悪質な事業者をどう取り締まるのかと

というのが重要。現状の仕組みを無用にきつくしても真面目にやっている事業者の負担が上がるだけなので、そういうことも考慮して欲しい。
(新美主査) 制度面については、次回で意見集約を図りたい。

- ・事務局から資料８への意見提出期限について説明。次回のWGの開催日時は、別途事務局から連絡。

以上