

中間とりまとめ案に対する意見募集の結果について

意見募集期間：平成19年10月30日（火）～平成19年11月30日（金）

提出意見総数：24件（意見提出者一覧は以下のとおり）

< 意見提出者一覧 >

(1) 個人 14 件

(2) 法人・団体 10 件

受付順	法人・団体意見提出者
1	全国消費者協会連合会
2	株式会社エルゴ・ブレインズ
3	アマゾンジャパン株式会社
4	株式会社ディー・エヌ・エー
5	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟
6	エイケア・システムズ株式会社
7	株式会社パイプドビッツ
8	インターネット広告推進協議会
9	モバイル・コンテンツ・フォーラム
10	楽天株式会社

意見募集で寄せられた意見の概要とそれに対する考え方(案)

中間とりまとめ案に対する意見

意見	考え方(案)
3 迷惑メール対策の検討の方向性について(p29～31)関係	
<p><u>迷惑メール対策の強化について賛成</u> 迷惑メール対策の強化は、電子メールを用いた広告コミュニケーションの健全な発展のためにも大いに賛同(インターネット広告推進協議会)</p> <p>中間とりまとめ案にあるように迷惑メールは日本において依然として大きな問題であり、詐欺その他の犯罪すら生み出している。したがって、本来の迷惑メールを規制する必要性について同意(アマゾン ジャパン株式会社)</p> <p>悪質なスパムメール対策を強化すること自体は、電子メールを活用したeコマースの健全な発展の観点から、賛同(楽天株式会社)</p> <p><u>「特定電子メール法」を改正することに賛成</u> 迷惑メール対策のため、早急に「特定電子メール法」を改正することに賛成。(全国消費者協会連合会)</p> <p><u>「特定電子メール法の見直し」の方向性に賛成</u> (中間とりまとめが指摘している)3つの観点での「特定電子メール法の見直し」の方向性に賛成。(個人)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。</p>
4 法制度の見直しの在り方 (2) 現行のオプトアウト規制の見直し(p39～44)関係	
<p><u>オプトインの導入に賛成</u> オプトイン方式に切り替えることに賛成。(全国消費者協会連合会)</p> <p>広告メールの完全オプトイン化は最低限必須。現行法のオプトアウトベースというのが、そもそも誤り。(個人)</p> <p>消費者が見たいと思うメールだけを消費者が応諾するオプトインは当然。(個人 消費生活コンサルタント)</p> <p>相談現場にいと、オプトインは譲れない一線。懸賞サイト、アフィリエイトなども迷惑メールから誘導されている。中学生からアフィリエイトで騙されたという相談も入る。また、特定の携帯電話会社の契約者宛に一斉に詐欺的な(SMS)が送られることもあるが、これもオプトイン方式になれば非常に簡単に解決する問題だと思う。(個人)</p> <p>法規制見直しにあたりオプトイン的な考え方の導入について賛成。(株式会社エルゴ・ブレインズ、アマゾンジャパン株式会社、エイケア・システム株式会社、モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p> <p>外国発の迷惑メールの数が膨大であり、その対策のために各国との協調が不可欠であることを考えると、各国の法制と同様のオプトイン方式を採用する必要性も理解できる。(インターネット広告推進協議会)</p> <p>当協議会では既に会員向けガイドラインにおいてダイレクトメール型の広告メール送信についてはオプトインを推奨しており、良識ある事業者が受信者からの承諾を得ているという実態に照らすと、当該実態内の規制である限りはオプトイン方式の採用も肯首できる。(インターネット広告推進協議会)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。</p>

<p>厳格なオプトインの導入が必要</p> <p>現行のオプトアウト方式の見直しについては、「オプトイン的考え方」ということではなく、厳格なオプトイン規制の導入が必要（個人2名）</p> <p>中間とりまとめ案では「オプトイン的な考え方」とされているが、受信者が能動的に要請したものを送信するという「オプトインの導入」と明確に表現すべき。営業活動との関係についての配慮が必要とされているが、非常に多数の迷惑メールの中に必要とするメールが埋もれて、本来のメールの役割が損なわれているのが現状。除外事例を多くすればするほど、悪意の送信者のつけいる余地を残す。受信者が安心してメールを読むという状態になってこそ、営業活動もスムーズに行われることになると考えられる。（特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟）</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p>オプトインの導入が電子メールを利用した正当な営業活動に対する負担とならないよう慎重に検討すべき</p> <p>オプトイン的な考え方を導入することが、電子メールを利用した正当な営業活動に対する負担とならないよう、引き続き慎重な検討を願いたい。（インターネット広告推進協議会、株式会社ディー・エヌ・エー、楽天株式会社）</p> <p>運用面においては業界の自主的なガイドライン等を尊重する等の正当なメール送信に過度な負担とならない法規制とすべきであると考え。（モバイル・コンテンツ・フォーラム）</p> <p>小規模、弱小事業者に過大なIT投資を強いるような規制は避ける必要がある。（インターネット広告推進協議会）</p> <p>数多くの利用者が利用・享受している様々なサービスが新たな規制によって提供できなくなるような事態は避けるべき。（インターネット広告推進協議会、個人）</p> <p>中間とりまとめ案が新しい規制が正当な電子商取引に負担を課すべきでないことに留意していることを歓迎。正当な事業の遂行を阻害しないため、オプトイン手続を注意深く構成する必要がある。EU指令2002/58/EC第13条2項は合理的な例外条項であり、研究会が右指令に留意していることを歓迎する。新たな規制の導入により、消費者の同意に基づいて送信される商業メールを妨げたり、過度に詳細な規制によって技術革新を阻害したりすることがないようにすることが必要。（アマゾンジャパン株式会社）</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p>オプトインの対象となる範囲を明確にすべき</p> <p>オプトインを導入するのであれば、対象メールの範囲を明確にする必要がある。見たところ「迷惑」というほどではなく、受信者によっては有益な情報ですらあるのに、これらについてもオプトイン導入後は広告・宣伝メールとして事前に同意を得ていなかったら違法となるのであれば、受信者の利益を損なう。（個人）</p> <p>オプトインと見なされない範囲や、メール配信サービス提供者にとって免責とされるケースなどのガイドラインが明示されることを希望。（エイケア・システムズ株式会社）</p> <p>オプトインの適用範囲について、受信者保護を主眼に置いた具体的な議論をもとに設定してほしい。現行法の適用除外になっている「取引関係にある者」の定義をより具体的に明示してほしい（株式会社パイプドビッツ）</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p>同意がなくとも、広告・宣伝メールの送信が許容される一定の場合がある</p> <p>同意がなくとも、広告・宣伝メールの送信が許容される一定の場合がある。例えば、自社商品の購入者等に類似商品等の広告・宣伝を掲載する場合、メールマガジンに第三者の広告・宣伝を掲載する場合、事業者間で広告・宣伝メールを送信する場合等がある。（株式会社ディー・エヌ・エー）</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>

<p><u>取引関係の場合にはオプトインの除外とすべき</u> 現行の特定電子メール法が「取引関係」にある者について除外しており、この規定は維持されるべき。(アマゾンジャパン株式会社) 取引関係にあった場合(継続的な取引関係にある場合を含む)に開示したメールアドレスや取引関係に入る目的で開示したメールアドレスなど送信元が受信者にとって明らかであるような場合はオプトイン規制の対象外とすべき。(インターネット広告推進協議会・楽天株式会社)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>BtoBに関してはオプトインの除外とすべき</u> BtoBに関して企業等がインターネット上で公開している電子メールアドレスに広告・宣伝メールを送信する例(電子モールの出展者募集のためにインターネット上で店舗展開をしているお店を探して電子メールで案内をも送付するなど)も多いことから、従来のオプトアウト方式を維持すべき。(インターネット広告推進協議会、楽天株式会社)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトインの具体的内容については、各事業者のビジネス実態に合わせた方法を認めるべき</u> オプトイン方式の具体的内容については、既に事業者でガイドラインに基づいて行なっているところもあり、各事業者のビジネス実態に合わせた方法が認められるようにしていただくことが肝要。(インターネット広告推進協議会) 承諾の方法等については、様々な形態で運用されている実態を十分に考慮して、運用面においては業界の自主的なガイドライン等を尊重する等正当なメール送信に過度な負担とならないようにすべき。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトインの方法等をあらかじめ明確に定めておくべき</u> オプトインを導入する場合、「何を持って承諾とするか」がポイント。(個人) いかなる手順・表示がオプトインとされるのか。オプトインと認められない手続きはどういうものであるのかがガイドライン等で明確に示されるべき。(株式会社エイケア・システムズ) 受信者にとって、自身が同意したと認識できる方法は個人で差異があり、オプトインとみなされる条件・方法は予め明確に定めておく必要がある。書面で同意を得る必要があるのか、同意とみなされるために必要な情報等、送信者が受信者の同意を得るにあたり必要となる具体的な手順・情報を明示すべき。(株式会社パイブドビッツ) オプトインとみなされない範囲などのガイドラインが明示されることを希望(エイケア・システムズ株式会社)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトイン的な考え方を導入した場合でも、同意を得るための配信は可とすべき</u> オプトイン的な考え方を導入した場合でも同意を得るための配信は可とすべき。何をもって同意とみなすかにもよるが、特定の手段で同意を得る必要がある場合、一度メールを送信しなければ同意を得ることができないケースもある。こうしたケースも考慮して検討する必要がある。(株式会社パイブドビッツ)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>受信者の同意取得を電子メールで行う場合、そのメールが新たな迷惑メールと化すことを危惧</u> 受信者の同意取得を電子メールで行う場合、今までより電子メールの数が確実に増えることが想定され、同意を求める電子メールが新たな迷惑メールと化してしまうことが危ぶまれる。(個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>書面での同意に限るのは現実的でない</u> 書面での同意に限るのは、インターネット上で完結する形でビジネスを行っている事業者やそれを利用したい消費者にとっては利便性に大きく欠け、現実的ではない。(個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>

<p><u>法令等により同意取得の在り方を詳細に規定することは難しい</u> 各事業者によって採用されている広告・宣伝メール送信に対する同意取得の方法は、多種多様であり、法令等により、同意取得の在り方を詳細に網羅的に規定することは難しく、規定しようとする、健全な事業者が現在行っている広告・宣伝メールの送信を阻害する可能性。(株式会社ディー・エヌ・イー)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>同意の取得にあたってはデフォルトオンを禁止すべき</u> 43ページ上段のi)の考え方はザル法になる可能性がある。デフォルトオンの状態で同意を取られることが多く、送信者の自覚がないことが多い。デフォルトオフにする必要がある。(全国消費者協会連合会) インターネットモールで買い物をする、「ダイレクトメールの送付を希望する」にチェックがあらかじめ入っており、わざわざチェックを外さないと自動的に同意したものとみなされる。あらかじめ「メールの送付に同意する」にチェックを入れる行為を禁止すべき。(個人2件)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>適切な情報提供義務が事業者にはある</u> 無料サイトの利用を決断する前に、メール受信が必須であること、アドレスはどこに提供され、メールはどこから届くことになるのか等を明確に伝えて、利用者が判断できるよう、情報提供する義務が事業者にはある。 (特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟、個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトインへの見直しに当たり電子メールアドレスの取得状況による検討している点に賛成</u> オプトイン規制について、見直しの方向性として電子メールアドレスの取得状況による検討が示されているのは、現実的な対応として賛成する。(モバイル・コンテンツ・フォーラム) BtoCについては電子メールアドレスの取得方法により区別して検討すべき(インターネット広告推進協議会)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>本人の同意のない電子メールアドレスの収集や第三者提供を禁止すべき</u> 電子メールアドレスは個人情報の一部であり、本人の確実な同意なく収集したり、第三者に提供することを禁止し、違反者へ罰則を与えるべきである。(全国消費者協会連合会)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>第三者から提供された電子メールアドレスの利用は実態を踏まえて検討すべき</u> 第三者から提供された電子メールアドレスの利用については、適正に事業を行なっている事業者も多く、実態を踏まえて検討すべきである。例えばメルマガの発行者がメールアドレスを取得した上で別の送信事業者から送信する場合がある。また、事業(営業)譲渡による発行者の変更なども行われる場合がある。加えて、電子メール広告の中には、友人や知人を紹介してもらって送付されるものも多数存在している。(インターネット広告推進協議会)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>第三者から提供された電子メールアドレスの利用は制限すべき</u> サイトに登録すると自分の情報が他のサイトに流されると気づかない人は多い。オプトインの基本は同意すると意思表示した人のみで、意思表示しない人の情報は流さないようにすべき。(個人) 誰でも登録できる占いサイト等に登録したにもかかわらず、年齢認証が必要な有料サイトからメールが届くようなことがあってはならない。また、携帯サイトの場合の規約はスクロールして見るか、ページを次々に進まないと見ることができず、料金や情報提供に関する記載は最後の方にあります。規約に書いてあれば第三者提供ができるというのは問題。(個人:東京都消費生活総合センター勤務)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>

<p><u>BtoCの自動収集等について規制対象とすることに賛成</u> 送信メールアドレスを自動生成している場合やハーベスティング(自動収集)した電子メールアドレスをBtoB以外で使用する場合は規制対象とすることに賛成。(インターネット広告推進協議会)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>受信者から直接提供されたアドレスを利用する場合、オプトインの除外にすることに反対</u> 受信者から直接提供された電子メールアドレスを利用する場合に関し、メール送信を希望して能動的にアドレスを提供する場合を除き、適用除外にすることには反対。(特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟、個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。なお、中間とりまとめp44では、「法の実効性強化という点に関しては、オプトイン的な考え方の導入のみで達成されるものではなく、その他の対策と相俟って効果を発揮するものである点に留意する必要がある。」としています。</p>
<p><u>個人情報保護法と矛盾がおきないような法整備が必要</u> オプトインに当たり、個人情報保護法と矛盾が起きないような法整備が必要(個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。なお、中間とりまとめp43注48で「この問題に関しては個人情報保護法の考え方が準用できるのではないかとの指摘もある」としています。</p>
<p><u>オプトインを導入する場合でも、拒否の意思表示をした場合、以後の広告・宣伝メールの送信を禁止すべき</u> (中間とりまとめ案)44ページの「事前の同意を取得して広告・宣伝メールを送信する場合でも、基本的に受信者が拒否の意思表示をした場合には、以後の広告・宣伝メールの送信は禁止されることが適当」との考え方に強く賛同し、仕組みの整備を求める。(全国消費者協会連合会) 利用者の承諾の状況は変化すると考えられることからオプトインされたメール送信についてもオプトアウト規制が適用されるようにすべき。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。また、制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>ダブルオプトインを導入すべき</u> オプトイン規制を導入した場合、「なりすましオプトイン」の問題がでてくるのは必至です。それを防ぐ意味から、ダブルオプトインの導入を求めます。(特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトインの日時等の記録義務や表示義務、有効期限について反対</u> オプトインの記録を日時等まで詳細に保存しておくことについては、多額の費用を要することが想定され、実効性に照らすと不要な規制である。さらに、オプトインをした日時やオプトインを採った事業者をメール表示させるということについても技術的に不可能といわざるを得ず規制については反対。(インターネット広告推進協議会) 一度オプトインした場合でも、オプトアウトが可能な制度とすれば、利用者はいつでもオプトインしたメール送信を禁止することができるようになるため、オプトインに有効期限等を適用することはその有効性と健全な事業者への負担から反対。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>

<p><u>オプトインへの変更だけでは効果は限定的</u> オプトインへの変更だけでは効果は期待できないのではないか。(株式会社ディー・エヌ・エー、インターネット広告推進協議会、個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。なお、中間とりまとめp44では、「法の実効性強化という点に関しては、オプトイン的な考え方の導入のみで達成されるものではなく、その他の対策と相俟って効果を発揮するものである点に留意する必要がある。」としています。</p>
<p><u>オプトイン導入に伴う既存の同意の扱いなどの経過措置等に関し正当な営業活動が阻害されないようにすべき</u> 既に適正にオプトインを取得しているメールアドレスの利用について、オプトイン導入により同意の再取得がないようにすべき。(株式会社エルゴ・ブレインズ・インターネット広告推進協議会) 健全な事業者が既に所有しているメールアドレスの取扱い、会員統合・M & A等によるメールアドレスを引継いだ場合の取り扱いなど制度設計の上で検討が必要な他の事項についても、経過措置を含め、現状の正当な営業活動が阻害されることのないようにすべき。(楽天株式会社)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトイン導入の場合の電気通信事業者の責任について明確に規定すべき</u> オプトイン的な考え方が導入された場合の、電気通信事業者の責任について明確に規定し、「プロバイダ責任制限法」とも整合のとれた形にすべき。(株式会社パイブドビッツ)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>オプトアウトを維持する領域についての規制についても改めて検討すべき</u> オプトアウト方式を維持する領域については現在の「未承諾広告」の表記やオプトアウトの方法などについてもより適正な方式がないかどうか改めて検討すべき。(インターネット広告推進協議会)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>単一電子メールアドレスに対する受信者が複数名存在した場合のオプトアウト方法を明確にすべき</u> 現行法では、単一電子メールアドレスに対する受信者が複数名存在した場合のオプトアウト方法(受信者全員が受信を拒否した場合に配信を停止するのか、複数名中の1名でも受信を拒否した場合に配信を停止するのか)について記載がないが、オプトイン的な考え方を導入するのであれば、「受信者」が「個人」であるのか「メールアドレス」であるのかを明確にした上で、同意方法を検討すべき。(株式会社パイブドビッツ)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります</p>
<p>(3)法の実効性の強化(p45～46)関係</p>	
<p><u>法の実効性の強化が必要</u> (3)法の実効性の強化に賛同。(全国消費者協会連合会) 「法の実効性」強化に資する制度の方向性として4項目が示されたことは有意義(モバイル・コンテンツ・フォーラム) 「迷惑メールの発信者を迅速・確実に逮捕できる手法の確立」を今回の検討における最重要課題とすべき。(個人) ルールを明確に定め、それを故意に守らない人に対しては厳格に法を執行することが大切。(特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟) 悪質な督促メールを止めさせられるよう実効性のあるシステムを望む。(個人:東京都消費生活総合センター勤務) 悪質なビジネスとして成立させないため、より重い規制の方向での検討を望む。(個人)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。</p>

<p><u>出会い系サイトの迷惑メールにしっかり法律の網をかぶせてほしい</u></p> <p>出会い系サイトによる深刻な被害が多数寄せられている。多重債務者になったり、うつ病が悪化して自殺未遂を起した人の相談があったが、きっかけは迷惑メールだった。人の人生をも変えてしまう出会い系サイトの迷惑メールに関してはしっかり法律の網をかぶせてほしい。(個人：東京都消費生活総合センター勤務)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>出会い系等、特定の迷惑メールへの規制が効果的ではないか</u></p> <p>フィッシング、詐欺、ウィルスメール等は迷惑メールであることが明白だが、「受信者の同意を得ず一方的に送信される広告・宣伝等メール」=迷惑メール、と定義してしまうことは、電子メールという便利なツールによる新規開拓的営業活動の否定ともとられかねず、気軽な顧客獲得のチャンスや競争の場を奪うことになり、中小事業者にとっては死活問題。また、消費者にとっても承諾した事業者以外の広告・宣伝等の電子メールが入ってこなくなってしまうことにより、得られる情報が制限される。迷惑メールの定義と利用者の認識との間に多少なりともずれがあり、「出会い系」と「アダルト」が特に問題であることから、特定の業界に対し規制をかけることが効果的なのではないか。(個人)</p>	<p>御意見として承ります。</p>
<p><u>罰則の強化をすべき</u></p> <p>迷惑メールの送信をビジネスとして成り立たせないために、より重い制裁を加える方向での検討を望む。(特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟)</p> <p>現状の罰則では不十分であり、罰則を強化すべき(全国消費者協会連合会、個人2名)</p> <p>日本国内だけで迷惑メールにより年間3兆円以上もの経済的損失が発生しているという計算になるのではないか。この損失額を十分に考慮して、迷惑メール発信者には極めて高額な罰金(1宛先につき10万円ぐらい)か、執行猶予なしの懲役実刑(1年以上)という厳罰を科すべき。そのぐらいの厳罰にしないと抑制効果も生じない。(個人)</p> <p>諸外国の中でオランダが大きく迷惑メールを減少させる成果をあげているのは、オプトイン方式の導入より、最高7,200万円の罰金という制裁措置や、多くの警告や罰金の実施によることに留意すべき。(個人)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。また、制度整備に当たっての参考意見として承ります</p>
<p><u>正当な営業活動として電子メールを送信している事業者等に対する新たなコストやリスクの負担の懸念</u></p> <p>「法の実効性の強化」に関する制度導入により、現在、正当な営業活動として電子メールを送信している事業者にも新たなコストやリスクの負担が求められる制度が導入される可能性を懸念。(株式会社エルゴ・ブレインズ)</p> <p>法の執行機関が措置命令等をより機動的に実施できる仕組みの導入により、適法にメール送信を行っている事業者の活動を阻害する可能性を懸念。(株式会社エルゴ・ブレインズ)</p> <p>「送信者にとって迷惑メール送信のコストやリスクが高くなる制度」に関しては、過度な法規制により健全にメール配信をしている事業者とその便益を受益したい利用者のメール利用を阻害しないように十分注意をすべき。また、「電子メールサービスを提供する事業者にとって、自主的な対策をおこないやすくなる制度」に関してはその運用において、正当なメール配信まで利用が阻害される事がないよう十分な注意が必要。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります</p>
<p><u>電気通信事業者が迷惑メールをブロックした場合、当該電気通信事業者は免責されることが重要</u></p> <p>正当な事業を損なうことなく迷惑メールに対処する上で極めて効率的な方法は電気通信事業者が迷惑メールをブロックすることを認めることであり、電気通信事業者が迷惑メールをブロックした場合には、その行為が反競争的な性質を持たない限り、当該電気通信事業者は免責されることが重要。(アマゾンジャパン株式会社)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。また、研究会での今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p>

<p><u>電子メールを発信国別に拒否できるようにすべき</u> 海外発の迷惑メールがほとんどである状況の中、プロバイダが国別フィルタを実装するなどにより、発信国別にメールの受信可否を設定できるようにすれば、迷惑メールの着信率が大きく下がることになることから、このようなサービスを提供すべき。(個人2名)、また、このようなサービスの提供を「プロバイダの法的義務」とすべき。(個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。また、研究会での今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p>
<p><u>メール本文のキーワードによる受信可否設定をできるようにすべき</u> 現在、メール本文中の語句による判定は困難とされていますが、「受信可否判断のため、機械が自動的に本文をスキャンし、受信者が事前設定したキーワードと照合すること」に限り、(電気通信事業者等の)受信者以外が本文を参照することを明確にできるようにすべき。(個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。また、研究会での今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p>
<p><u>ISP等に対する事前規制、事後処分を徹底すべき</u> 迷惑メール送信者が、アドレスを取得することが多いと思われる通信側 ISP 等 に対する、事前規制、事後処分を徹底すべき。事前規制としては、身元確認しないものへのアドレスの提供を差し控えること、事後処罰として、迷惑メールの幫助犯ともいべきこれらの業者等に対しては、一定の要件のもと、相当な処分(行政上、刑事上)を行うことを早急に開始すべき。(個人:弁護士)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に及び法執行に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>迷惑メールの対策のため、サイトの開設者や銀行口座開設者を特定できるようにすべき</u> 単に、迷惑メールを取り締まるだけでは迷惑メールの撲滅は実際上不可能であり、サイトの開設者およびそこで使われている銀行口座開設者を特定できるようにし、それを守らない者を罰することが必要。このため、「特定電子メール法」と合わせて、関連する法律の改正または立法が必要。(個人)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。なお、現在、関連する法律の改正としては、特定商取引法の改正が検討されています。</p>
<p><u>送信プラットフォームを提供する者は規制の対象にならないようにすべき</u> 当社のように単なる送信プラットフォームを提供するにすぎない場合には、(規制の対象である)「送信者」の対象にならないようにすべき。(楽天株式会社)</p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p>(4) 国際的整合性・連携の強化(p47～48)関係</p>	
<p><u>国際的整合性・連携の強化はぜひ実行すべき</u> 47ページの(4)国際的整合性・連携の強化についてはぜひ実行してほしい。(全国消費者協会連合会) 迷惑メールに関連する法令の国際的調和の必要性について賛成。(アマゾンジャパン株式会社)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。</p>
<p><u>海外発の迷惑メール対策について最大限努力すべき</u> 迷惑メール送信者は海外にいる場合が多く、国内法を改正しても、海外にいる送信者にそれが及ばないという問題を回避するために、最大限の努力が必要。中間とりまとめ案でも紹介されているオーストラリアンリンクという考え方は、今後の日本の迷惑メールへの強い姿勢を示すためにも、導入を検討すべき。(特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟) 迷惑メール送信者が海外にいる場合でも規制を導入すべき(個人:消費生活コンサルタント) (例えば他国に所在する等の理由により)新しい政策・規制を無視し、又は容易に遵守させることができない送信者からの迷惑メールを減少させることが迷惑メール対策として最も重要(アマゾンジャパン株式会社)</p>	<p>中間とりまとめへの賛同意見として承ります。また、制度整備に当たっての参考意見として承ります。</p>
<p><u>国外犯規定を設けるべき</u></p>	<p>中間とりまとめを踏まえた制度整備に</p>

<p>迷惑メールの多くが海外から発されている現状にかんがみ、日本国民が海外で迷惑メールを発することを規制することは抑止効果がある。国外犯規定を設ければ被疑者が日本人である限り発信地はどこでも処罰できる。また、国外犯規定を設けることで海外の政府機関にもインパクトを与え、他国でも同様の広がりが起こると期待され、結果的に、日本国民もその利益を享受できると考えられる。(個人)</p>	<p>当たったの参考意見として承ります。</p>
<p>5 今後の検討事項(p48)関係</p>	
<p><u>今後の検討による対応策による影響に留意し対策が効果的なものになるようにされたい</u> 今後の検討による最終的な対応策により電子メールでの事業者の広告・宣伝活動や消費者が知り得る情報の入手が不当に制限され、その結果電子メールを使用した営業・取引や通信そのものがされにくくなり、社会経済活動や市民生活に打撃を与えることのないよう、また、迷惑メールへの対策が効果的なものになるようにされたい。(個人)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。</p>
<p><u>迷惑メールを防ぐための方法等について利用者啓発が必要</u> 迷惑メールに困っている利用者の中には電子メールに関する知識がかなり少ない人も大勢いることが想像に難くない。電子メールは誰もが当たり前使用前に使用する通信ツールになっていると思いがちだが、電子メールに関する知識の啓発や、迷惑メールを防ぐための方法のアナウンス等は初歩的なもので繰り返し行うことが必要。(個人)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。</p>
<p><u>OP25Bのような特定のポートをブロックするような行為は反社会的行為であり、行政機関が推奨すべきではない。</u> OP25Bが有効であり、問題がないかのような記述が見受けられるが、OP25Bのような特定のポートをブロックするような行為は、インターネットのステータビリティ、汎用性、可用性を著しく妨害する、反社会的行為であり、推奨すべきではない。OP25Bを不適切な措置と認識しISPに対し改善を指導すべき。(個人)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。</p>
<p><u>メール配信サービス提供事業者の存在を意識した検討を行うべき</u> 迷惑メール対策の全体像の中で送信者、ISP、受信者以外にメール配信サービス提供事業者の存在を意識した検討をすべき。メール配信サービス提供事業者とISP、携帯キャリアとの関係を強化し、迷惑メール対策を実施する関係者と位置付けることで、早い段階で違法送信を行う業者を排除できるような運用ができるようになると思われる。(エイケア・システムズ株式会社)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。</p>
<p><u>電気通信事業者の受信規制により正当なメールの配信も影響を受けることがある</u> 5%以上の不達アドレスが配信に含まれる場合や、100万を超える会員に多量のメール配信を行う場合、電気通信事業者側から受信規制が発動されることがあるが、それにより、問題のない配信も影響を受けることがある。こうした場合において、キャリア側に問い合わせ窓口すらない場合もある。(エイケア・システムズ株式会社)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。</p>
<p><u>研究会は電子商取引分野の見解もヒアリングすべき</u> 本研究会には電子商取引分野からの代表者が含まれていない点に関し、本研究会の目的は迷惑メールに対応するとともに正当な電子商取引を促進することであるべきと考えますので、その結論が及ぼす影響について同産業の見解もヒアリングされるべきと考える。(アマゾンジャパン株式会社)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。なお、本研究会には、電子商取引に関わる事業者の構成員も参加しています。</p>
<p><u>さらに詳細な調査をすべき</u> 省庁でないと行えないような広い範囲での事業者・消費者双方の電子メール利用者を対象にした詳細な調査を総務省で行い、その結果に基づき検討することも必要(個人)</p>	<p>研究会での今後の検討に当たったの参考意見として承ります。</p>

その他

意見	考え方(案)
<p><u>性的内容を伴うメールの罰則をさらに強化すべき。</u> 性的内容のメールは非常に巧緻を増しており、未成年者を対象とするものや買春を内容とするものから、逆援助型のメールや不特定多数でのパーティ等に転換してきており、受取人の明示的な同意がない状態で「みだりに性行為に関する内容を送信すること」を禁止すべき。画像表示型のメールなど閲覧しただけで相手方に情報が発信されるものも増えており、出会い系や性的内容の多い特定メールについては、プレーンメールに限る制限も必要。(個人)</p>	<p>御意見として承ります。</p>
<p><u>出会い系サイト事業者届出の強化と不正な事業者の排除を望む。</u> 電気通信事業者の監督官庁としての総務省に出会い系サイト事業者の届出の強化と不正な事業者の排除を望む。(個人:東京都消費生活総合センター勤務)</p>	<p>御意見として承ります。</p>