

制度面に関する提言の方向性（案） （デフォルトオン、オプトアウト部分）

平成23年2月18日

事 務 局

政府による効果的な法執行 (a)オプトイン規制の評価(法第3条、第4条)

提言の方向性

(3) 適切な同意の取得 ①デフォルトオン・デフォルトオフ

- デフォルトオンについては、同意するつもりがないのに、うっかり不要な広告宣伝メールの受信に同意したことになってしまう場合があるとの指摘がある。一方で、デフォルトオンは、受信者が容易に意思表示ができる場合もあるとの指摘もある。
これについては、現行のガイドラインのとおり、同意取得の有無について、一概にデフォルトオンかデフォルトオフかのみで決まるものではないが、デフォルトオフの方が、受信者の意思が明確に表示されることになるものであり、今後とも、その実施が可能な場合には、デフォルトオフによることが推奨される。
- デフォルトオンでは、受信者がチェックを外して次の画面に進んだにもかかわらず、ブラウザの戻るボタン等で前の画面に戻ると、広告宣伝メール送信同意のチェックボックスに再度チェックをされている状態に戻っているようなシステムも見受けられるが、受信者による適正な同意の取得という観点からはこのようなシステムは望ましくない。そのようなシステムを用いた場合、受信者が広告宣伝メール送信同意のチェックボックスに再度チェックをされている状態に戻っていることに気づかずに形式的に同意の通知がされたとしても、受信者は同意をしない意思表示をしようとしていたものであり、有効な同意の意思表示がなされたとはいえない。
特に前の画面に戻った場合に、購入しようとしている商品の選択など、チェックボックス以外のユーザによる操作の結果は引き継がれているようなシステムでは、通常の実信者にチェックボックスが再度チェックされている状態に戻っていることに気付くことは期待できない。
- さらに、チェックボックスが画面上で通常では受信者が閲覧しないような場所に設置されており、受信者が気づかずに同意の通知がされた場合などでも、その同意の意思表示の有効性に疑問がもたれる。
- 受信者の意思表示が適切に行われるようにするため、ガイドラインを改正し、デフォルトオンに関し、受信者の意思表示が明確に行われ、受信者が誤って同意をすることを可能な限り防止するための方策についての記述を検討すべきである。

(参考)

「特定電子メールの送信等に関するガイドライン」(抜粋: デフォルトオン・デフォルトオフ関係)

『同意の有無は、①受信者の認識があったかどうかと、②賛成の意思表示があったかどうかということにより判断すべきであるとの考え方からすれば、同意の有無は一概にデフォルトオンかデフォルトオフかのみで決まるものではなく、同意を取得する際の利用者への表示の方法が、同意により電子メールの送信があることを利用者が認識できるようになっているかどうか、利用者の賛成の意思表示が示されたものといえるかどうか、によって決まるものであると考えられる。

ただし、デフォルトオンと比較して、デフォルトオフの方が、受信者の意思が明確に表示されることになるのは確かであり、サービスの内容等にもよるが、その実施が可能な場合には、デフォルトオフによることが推奨される。

また、デフォルトオンの場合にあっては、例えば、チェックボックスのチェックを外さない場合には送信に同意したこととなる旨の記載やチェックの外し方に関する記載を行うこと、デフォルトオンなのかデフォルトオフなのかをわかりやすく表示することなどが推奨される。』

提言の方向性

(4) 適切なオプトアウト

- 受信者がオプトアウトを容易にできるよう、ガイドラインでは、簡便なオプトアウトの方法を提供することが推奨されている。
- しかし、実際のオプトアウトの方法をみると、ID・パスワードによるログインが必要で、オプトアウトが容易にできない場合があるとの指摘がある。一方で、ID・パスワードによる確認の仕組みは、いわゆる「なりすまし」によるオプトアウトの意思表示を防止するためにも必要であるとの指摘もある。
- この点については、例えば、広告宣伝メール本文に記載するオプトアウトの通知のためのURLを受信者ごとに異なるものとし、それをクリックして表示されるオプトアウト画面で簡便にオプトアウトができるようにするなどの工夫が可能と考えられる。
- 簡便なオプトアウトの方法の提供は、今後も引き続き推奨されるべきであるが、現行のガイドラインでは、簡便なオプトアウト方法について言及されていない。このため、ガイドラインに、「簡便なオプトアウト方法」についての記述を検討すべきである。
- なお、オプトアウトに関する受信者の利便性を一層向上させるため、広告宣伝メール受信の同意から一定期間が経過した際に、引き続き広告宣伝メールを受信するか否かを受信者に確認する方法について、事業者のコスト負担や受信者の手間等も勘案しつつ、検討することも考えられるのではないかとの指摘もあったところである。

「特定電子メールの送信等に関するガイドライン」(抜粋:オプトアウト関係)

『オプトアウトの通知の具体的な方法は施行規則で定められており、特定電子メールの受信に係る電子メールアドレスを明らかにすることが必要であるが、その具体的な方法は、電子メールその他の任意の方法とし、特に限定はされていない。

オプトアウトの方法が複雑であると、受信者は当該電子メールを迷惑メールとしてフィルタリングによりブロックし、場合によっては迷惑メールとして通報することがあることから、受信者との健全な関係を構築するためにも、送信者側は簡便なオプトアウトの方法を提供することが推奨される。

例えば、複数の者による特定電子メールの送信について、送信者を明示した上である者が責任を持って一括して同意を取るような場合などでは、同意の記録の管理の方法にもよるが、可能な場合には、オプトアウトの際にも、一回の手続でまとめて行うことができる方法を提供することが望ましい。』