

■ 検討の背景

「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律(平成14年法律第26号。以下「特定電子メール法」という。)の平成20年改正法附則の施行3年後の見直し規定を受け、特定電子メール法の施行の状況等を踏まえ、今後の迷惑メール対策として必要な措置を検討。

■ 総合的な迷惑メール対策

①政府による効果的な法執行、②電気通信事業者等による自主的な取組、③広告関係事業者等による自主的な取組、④技術的対策、⑤適正な電子メール環境の整備、⑥利用者への周知啓発、⑦国際連携の推進 のそれぞれの取組を有機的に連携させつつ進めていくことが望ましい。

項目	提言概要
1. 特定電子メール法による規制	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現時点で法改正すべき事項はなく、現行の制度に基づき、総務省・消費者庁がその執行を強化していくことが必要。ただし、状況の変化に適切に対応できるよう、引き続き注視が必要。 ■ <u>総務省・消費者庁において、デフォルトオンで受信者の意思表示が明確に行われる方策や、簡便なオプトアウトの例示の追加など、ガイドラインの改正を検討すべき。</u>
2. 電気通信事業者による自主的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>利用停止等の措置、電気通信事業者間の情報交換</u> <ul style="list-style-type: none"> ・迷惑メール送信者に対する利用停止や契約解除等は、効果が大きいことから、継続して実施していくべき。 ・迷惑メール等の送信行為により利用停止等の措置を受けた加入者の携帯電話事業者間での情報交換は、継続して実施していくべき。また、今後予定されているSMS相互接続の実施に際し、<u>当初から同様の情報交換を実施すべき。</u> ■ <u>スマートフォンでの迷惑メール対策</u> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンでは、携帯電話事業者が提供するメールサービスを利用する場合、従来の携帯電話とほぼ同様の迷惑メール対策機能を利用できるが、他の事業者が提供するメールサービスを利用する場合は、当該サービスの迷惑メール対策機能を利用することとなること等について、<u>利用者に対して、適切かつわかりやすい周知が必要。</u>
3. <u>広告関係事業者等による自主的な取組</u> (※)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広告関係事業者、メール配信事業者では、迷惑メール対策として、ガイドラインの策定、会員社への説明会等の実施、メール配信サービス運用中のモニタリング等を行ってきており、引き続き、こうした取組を実施していくことを期待。 ■ 近年、アフィリエイトによる迷惑メールの送信も見られることから、<u>アフィリエイト団体では、強制退会したアフィリエイトの情報共有、アフィリエイトの審査等の取組を行っており、引き続き、こうした取組を実施していくことを期待。</u>
4. 技術的対策	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>OP25Bの更なる普及促進</u> <ul style="list-style-type: none"> ・国内発の迷惑メールの送信を更に減少させるため、OP25Bが未導入の中小規模等の電気通信事業者等において、今後、費用対効果の視点を踏まえつつ、OP25Bを導入していくことが求められる。 ■ <u>送信ドメイン認証技術の普及促進</u> <ul style="list-style-type: none"> ・ドメイン名を詐称されると悪影響が大きいと考えられる政府、自治体、金融、ショッピングモール等が送信する電子メールに関して、率先的に送信ドメイン認証技術への対応を推進することが求められる。 ■ <u>IPv6対応</u> <ul style="list-style-type: none"> ・IPv6移行により、OP25Bや送信ドメイン認証技術などは大きな影響は受けないが、一部の技術には影響があるとの指摘もあることから、関係者により、IPv6への移行に伴う対応について、速やかに課題等を整理することが望まれる。

項目	提言概要
<p>5. <u>適正な電子メール環境の整備</u> (※)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 毎正時の同時大量送信の改善 <ul style="list-style-type: none"> ・毎正時に大量に送信される広告宣伝メールについて、<u>広告関係事業者等において、1時間から数時間の範囲内で可能な限り均等に送信するなど送信方法を工夫することを期待。</u> ■ リスト管理の適正化 <ul style="list-style-type: none"> ・送信先のメールアドレスの管理が適正でないことにより、大量のエラーメールが発生し、設備負荷がかかるため、<u>広告関係事業者等送信側において、エラーメール等が戻ってきた送信先について、速やかにリストから除外する等、メールアドレスの管理を適正に行うことを期待。</u> ■ メール転送時の対応 <ul style="list-style-type: none"> ・転送先のメールアドレスの変更と併せて転送設定が変更されないと、存在しない転送先にメールが送信され続けることにより、不要な設備負荷が生じることから、<u>転送サービスの利用者は、転送先メールアドレスを変更した場合等には速やかに転送設定を変更することが必要。</u> ■ 適切なオプトアウトの実施環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・<u>信頼できる広告関係事業者等に対して、電気通信事業者が受信者からの依頼を受けてオプトアウトの意思を伝達する取組を、広告関係事業者等と電気通信事業者が協力して実施のための検討をすることが考えられる。</u>
<p>6. 利用者への周知啓発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 周知啓発の方法 <ul style="list-style-type: none"> ・利用者側での迷惑メール対策を促すため、引き続き、迷惑メール対策関係者が行っているパンフレット、HP等での周知啓発が必要。また、<u>利用者側での迷惑メール対策が進んでいない理由についての分析は十分に行われてきていないことから、総務省等において、詳細な調査・分析を行い、それを活かして適切な周知啓発を図るべき。</u> ■ 周知啓発の内容 <ul style="list-style-type: none"> ・<u>迷惑メール対策関係者による周知啓発にあたり、①迷惑メールを受け取らないための対策(メールアドレスを安易に公表しない、不用意に同意しない等)、②迷惑メールを受け取ってしまった場合の対策(怪しい電子メールは開封しない、URLをクリックしない等)、③自ら同意した広告宣伝メールへの対応(申し込んだメールが不要になったらオプトアウトする等)、について改めて積極的な周知が必要。</u>
<p>7. 国際連携の推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本の成功事例の紹介 <ul style="list-style-type: none"> ・我が国は、<u>自国発の迷惑メールを低い水準に抑えてきていることから、迷惑メール対策関係者において、その成功事例について諸外国に紹介し、対応を促進することが望ましい。特に、大きな効果を上げたOP25Bについて、英文による導入解説資料等を準備し、その普及を促進していくことを期待。</u> ■ 多国間連携、二国間連携 <ul style="list-style-type: none"> ・総務省において、「ロンドンアクションプラン」等の多国間連携の枠組みにより、<u>国境を越える迷惑メールについて、重点的な執行を呼びかけていくことが望ましい。また、特定電子メール法第30条に基づく情報交換について、外国当局との間で、その取組を積極的に進め、迷惑メール発信国における措置を促進することが重要。</u>

(注) (※)は、「迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会」最終取りまとめ(平成20年8月)に無く、今回新たに設けた項目