

## 最終とりまとめ案について提出された意見について

○ 意見募集期間：平成20年7月4日（金）～平成20年8月1日（金）

○ 提出意見総数：14件（提出された意見は別添のとおり）

（1）個人 6 件

（2）法人・団体 8 件

受付順	法人・団体意見提出者
1	エイケア・システムズ株式会社
2	匿名企業
3	財団法人日本データ通信協会タイムビジネス協議会
4	モバイル・コンテンツ・フォーラム
5	株式会社パイプドビッツ
6	社団法人全国消費生活相談員協会
7	株式会社ディー・エヌ・エー
8	株式会社エルゴ・ブレインズ

## 提出された意見

意 見
<p>1 総合的な迷惑メール対策の枠組み</p> <p>(1) 特定電子メール法平成20年改正</p> <p>○ 弊社は、広告メールの受信につき事前同意を得た受信者に対して広告メールを送信するオプトインメール事業を営んでおります。弊社をはじめ、正当な営業活動として電子メールを送信する事業者にとって、受信者の同意を得ずに送信される迷惑メールは事業活動を阻害するものであり、弊社としては、オプトイン方式による規制の導入について賛同するものであります。(株式会社エルゴ・ブレインズ)</p>
<p>(3) 今後の総合的な迷惑メール対策の枠組み</p> <p>① 企業がメールを送信する手段としてASPサービスを用いることが広く普及している現在、これまでの「総合的な迷惑メール対策の枠組み」の中では「メール配信ASP事業者」が認知されていなかったため、その位置づけの明確化および、「送信者」や「送信委託者」について改めて定義を明確にすることの必要性について提言させて頂いておりましたが、この度の最終とりまとめ案にて意見を汲み入れて頂けたこと大変有り難く思っております。今後の総合的な迷惑メール対策の枠組みについて、賛同致します。(エイケア・システムズ株式会社)</p> <p>② 前回の中間とりまとめ案を踏まえて本年5月に法改正が成立し、また、今回の最終取りまとめ案では、迷惑メール対策の5つの枠組み(①オプトイン方式による法規制の運用・執行、②技術的対策、③電気通信事業者による自主的な処置、④利用者の周知啓発・相談体制の充実、⑤国際連携の推進)において総合的な再検討が行われ具体的なアクションプランが示されたことは、迷惑メールにより健全な事業展開に大きな影響をうけているコンテンツプロバイダー業界として大変喜ばしい事と考える。また、最終取りまとめ案の策定にあたって、健全にメール配信を行っている事業者への過度な負担とならないような検討が行われたことも有意義であると考えます。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>
<p>2 オプトイン方式による法規制の運用と執行の在り方</p> <p>(1) 法規制の意義と必要事項</p> <p>① 省令・ガイドライン等の整備にあたっては、電子メールが重要な営業活動の手段となっている点について十分ご配慮の上、現在行われている正当な営業活動に対する過度な負担とならないようにしていただきたいと存じます。(株式会社ディー・エヌ・エー)</p> <p>② オプトイン方式による規制において、できる限り解釈を明確化した上でガイドラインを策定していくにあたり、送信事業者や配信ASP事業者などの意見の汲み取りをいただきながら進められることを強く希望いたします。あわせて、たとえば「同意を証する記録の保存期間」など、経産省(特商法)にて定める内容と基準に差異がある場合、実運用上で混乱が生じることが懸念されるため、統一されたガイドラインを策定されることを希望致します。(エイケア・システムズ株式会社)</p> <p>③ 2.(2)法規制の運用に当たっての具体的内容 について。全般にわたって「推奨されると考えられる」との表現が多いが、ガイドラインではぜひとも加えていただきたいと思われることばかりです。ぜひガイドラインにそのまま組み込まれることを願います。(個人)</p> <p>④ 今回の改正でオプトイン方式による法規制の運用・執行が進められることになったが、オプトイン(同意取得)の方法については、業界毎のビジネス環境や取引状況等によって多様な方法が考えられるため、現状に合わせたわかりやすいガイドラインの整備を早急に進めていただきたい。また、法令順守を目指す健全な事業者の立場としては、関連する他省庁の法令順守も必要なことから2重の負担とならないように連携をとった情報提供と配慮を是非ともお願いしたい。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>

⑤ 法の実効性強化の一環として、送信制限等の手段の必要性については同意する。一方、制限の拡大運用により、健全なメール配信者やメール受信により便宜を受けている利用者に影響を及ぼさないための方策が具体化していないため、早期の策定が必要と考えられる。具体的には、改正法の施行にあたっては、以下の項目が整備されるべきであるとする。

第11条(電気通信役務の提供の拒否)の以下の項目についての定義または具体例を、ガイドライン等により明確にしていきたい。『電子メール通信役務の円滑な提供に支障』『利用者における電子メールの送受信上の支障を生じるおそれ』『電子メール通信役務の提供を拒むことについて正当な理由』『当該支障を防止するために必要な範囲』(モバイル・コンテンツ・フォーラム)

## (2) 法規制の運用に当たっての具体的内容

### ③ 同意の取得

#### 2) 同意取得時に表示すべき事項及びその表示方法

○ 「2)同意取得時に表示すべき事項及びその表示方法」については、同意取得時に表示すべき事項及びその表示方法は何か適切か機械的に定められるものではない、という観点でまとめていただいているかとは存じますが、不健全ではない事業者が現在行っている広告・宣伝メールの送信が阻害されないように、すでに存在する表示事項及び方法のうち社会的に問題となっていないものについては、法施行後も引き続き認められるよう省令・ガイドライン等を定めていただきたく存じます。(株式会社ディー・エヌ・エー)

#### 3) 第三者を通じた同意の取得

- ① (要旨:オプトイン方式の導入に関しては、基本的に賛成である。「オプトイン方式」による規制の導入について。国際的な流れとも言える「オプトイン方式」による規制の導入については、基本的には賛成であるが、諸外国に比べネチケット意識がまだそう高くない日本においては「同意」について受信者も安易に考えている傾向がまだあり(特に若い年齢層に)、第三者を通じて不本意に「同意」が拡大配布されてしまう危険性がある。(個人))
- ② ③ 「同意」の取得 3) 第三者を通じた同意の取得 の「さらに、同時に複数の送信者等に同意を通知するような場合であって、あまりに多数の者に一斉に同意の通知がされる場合は、利用者が個々の送信者・送信委託者を認識しづらくなることから、利用者が正確に認識できるような範囲で同意の通知を行うことが推奨されると考えられる。」については、推奨される具体的内容が示されておらず、示すべきと考えます。(個人)
- ③ 無料の着うたサイトや懸賞サイトに登録したら、多数の出会い系サイトからメールが届くことがよくあります。中には料金説明がなかったのに、サイトでメールを閲覧したら後払い料金発生と不当請求された事例。「1千万円あげます」というメールにはあまりメールのやり取りをするポイントをカード決済で購入し、高額になってしまい払えなくなってしまった事例などがあります。サイトをよく見ると同意を受けてメールは送信していますと書いてあります。いつの間にか同意したことになっています。今やパソコンや携帯は子供からお年寄りまでだれもが利用するものです。わかりやすい所に具体的サイト名が書かれ同意したと認識できるようにしてもらいたいと思います。(個人)
- ④ 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社等の第三者が複数の同意を取得する場合は、関連会社名・同意を取得する会社名(複数)とその事業内容を明記し、受信者がどのような事業者(事業内容も含む)に同意したか明確に認識できるようにすることが必要と考えます。(社団法人全国消費生活相談員協会)
- ④' 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社等の第三者が複数の同意を取得する場合は、関連会社名・同意を取得する会社(複数)とその事業内容を明記し、受信者がどこの事業者(事業内容も含む)に同意したか明確に認識できるようにすることが必要と考えます。(個人)

#### 4) 合併・事業承継等の場合の考え方

○（要旨：合併・事業承継等の場合は必ず事前に確認を行うのが本来的である。例外は認められない。）進歩の急激なIT分野であるため、逆に倒産や合併・事業承継等といったことも従来に増して急テンポで進んでおり、最終とりまとめ案の20ページにあるような名称が変更になった場合（名称が変わらない形での合併も含む）には必ず事前に受信者に「今後も電子メールを送ってよいか」の確認を求める必要があると考える。事業継承等の後、最初に送信する電子メールで付加的に同意継続を確認するのではなく、事前に確認を行うのが本来的である。（個人）

#### 6) デフォルトオン／オフ

- ①（要旨：同意取得の場合は、当然の事ながらデフォルトオフであるべきだ。デフォルトオンは企業側寄りの考え方である。）同意取得の際のデフォルトオン／オフについては当然デフォルトオフであるべきである。デフォルトオンの場合についての制約条件らしき記載が最終とりまとめ案の21ページにあるが、日本人の低いモラル意識を考慮するとこれではあまりに企業寄りの考え方であると私には思える。デフォルトオンなのかオフなのかは本文と同じぐらいの文字の大きさ（できればそれ以上の大きさが望ましい）でわかりやすく表示されるべきであろう。（個人）
- ② 受信者の意思を保護するためにデフォルトオフを推奨するならば、サービス内容等によってデフォルトオンを採用せざるを得ない具体例を明示することを提案します。12行目以降に例示されているデフォルトオンに関する注意記載等は、現状デフォルトオンを採用しているサービスにおいてもすでに実施されているため、デフォルトオフを採用可能なサービスであってもデフォルトオンが横行するのではないかと危惧しております。（株式会社パイプドビッツ）
- ③ 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。同意するか否かのチェックボックスがある場合、事前に「同意する」にチェックマークを入れないこと。うっかり間違えやすいことや、多数の会社名が列記され「同意する」というチェックマークが入っているとすると、はずす作業もたいへんと思われれます。（社団法人全国消費生活相談員協会）
- ③' 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。同意するか否かのチェックボックスがある場合、事前に「同意する」にチェックマークを入れないこと。うっかり間違えやすいことや、多数の会社名が列記され「同意する」というチェックマークが入っているとすると、はずす作業もたいへんと思われれます。（個人）

#### ④ オプトイン規制の例外となる「電子メールアドレスの通知」

- ①（要旨：オプトイン規制の例外となる「電子メールアドレスの通知」については、たとえ法的には改正法第3条第1項第2号に記され、そこに正当性があつたとしても私は反対したい。）オプトイン規制の例外となる「電子メールアドレスの通知」について。最終とりまとめ案の22ページには改正法第3条第1項第2号により「同意」を得ずとも特定電子メールの送信が可能な場合としていくつか定められ、日常よく使われている名刺に書かれた電子メールアドレスや契約書に書かれた電子メールアドレスに対して契約の内容に関する事項を通知する場合に広告宣伝が付随的に行われる場合などいくつかの例外に関する例があげられている。私は教育者であり法律家ではないので、こういった法令や省令に関する理解が正しくないのかもしれないが、最終とりまとめ案の22ページを読んでいると「ああ、じゃあ、もう名刺に自分のアドレスを印字せず、ごく親しい人に手渡す場合に手書きでアドレスを書き込もう」とか「契約書には絶対にアドレスは書かないぞ」とか「一般人」として思った。何でもかんでも規制するのはよくないことだが、あまりに迷惑メールが多い現在の日本においては諸外国よりかなり強い規制がないと迷惑メールは減らないと思う。（個人）
- ② 上記2つの条文において、同意の取得・確認のために送信される電子メールが、特定電子メールに該当するとされている点と、送信を認めることが適当とされている点について、矛盾が生じているように感じます。当該電子メールが特定電子メールならば、送信は認められないはずであります。特定電子メールを送信する以外の目的で取得した電子メールアドレスに対して、特定電子メールを送る必要性が生じる場合は往々にしてあるため、同意の取得・確認のための電子メールは送信が認められると理解してよいのでしょうか。そうであれば、本最終取りまとめ案の閲覧者の誤解を招



くため、「2. ③8)同意の取得・確認のために送信される電子メールの取扱い」を削除いただくか、本条を記載する特別な背景があるならばそれを明示くださいますようお願いいたします。(株式会社パイプドビッツ)

#### ④ オプトイン規制の例外となる「取引関係」

- 教科情報で「電子商取引」について教えたことがあるが、まだ日本では「電子商取引」についてはそんなに浸透していない。したがって現時点では規制の網をかけなくても社会的な混乱は今には生じないと思われる。しかし、進化の顕著なIT分野であるため、「取引関係」の項目部分は日本社会への浸透具合に合わせて一定期間毎(半年に一回とか、1年に一回とか)に見直しをするべきであるとする。なお、これらの検討の際には「消費者モニター」など常日頃消費生活を監視している一般の「主婦」の意見も多く採り入れ、実務者だけで考えるのではなく生活者の体験が施策答申の表面に出ることが望ましいと考える。(個人)

#### ⑥ オプトイン規制の例外となる「自己の電子メールアドレスの公表」

- (要旨:オプトイン規制の例外となる「自己の電子メールアドレスの公表」については、規制の例外は自己の電子メールアドレスを公表している団体のみにしていただきたい。個人にあっては「営業している」という概念が抽象的で、拡大解釈される危険性が極めて大きいので全面的に反対する。)私は過去に沢山の情報教育に関する実践記録を書いてきた。中にはWeb上に「同意」を取られた後に掲載されたものもある(かなり昔のレポートでは「同意」という概念が存在しなかったため野放し状態に近いものもあるが)。加えて、中には電子メールアドレスが論文著作者情報の一つとして記載したものもある。今回の最終とりまとめ案を読んでいると私などは「自己の電子メールアドレスの公表」をしていることになり、事前の「同意」を得ない悪質者によって迷惑メールを送信されたとしても異議を唱えられないことになってしまう。一方、23ページの最後の段落からは公表に併せて特定電子メールの受信を拒否する旨を表示して特定電子メールの送信を認めないとした記述がある。しかし、これはこれから書く実践記録などの場合は有効となるが、それ以前の「特定電子メール」等の特定の用語が存在しなかった時代に書いたものについては、すでに「公開されてしまっている」ので対策の立てようがない。加えて、私は「営業を営む」場合には相当しない普通の個人だが、営業を営むか否かについて誰がどういう基準で判断するのか、あるいは判断できるものなのか今の日本においては曖昧である。迷惑メールが非常に多いという現状を考えると「自己の電子メールアドレスの公表」については団体のみを該当とし、個人については事前の「同意」を得ない送信は認めないでいただきたい。(個人)

#### ⑦ 同意を証する記録

- ① (要旨:「同意を証する記録」については、監督省庁による一定期間毎の査察があってもよいのではないかと考える。)「同意を証する記録」の保存は当然のことであり、最終とりまとめ案に書かれている内容は当然のことと考える。加えて、今後ますます電子メールでのやりとりが増えることが見込まれるため、悪質者によるトラブル発生も増すことも予想される。そういった背景の中で「説明のために最低限必要な記録を保持」だけではなく、実現はかなり難しい(と言うより、果てしなく無理に近いが)であろうが「監督省庁による一定期間毎の査察(立ち入り検査)」があってもよいのではないかと考える。それくらいのことがないとこの迷惑メール問題の解決は図られないように私は危惧している。(個人)
- ② 「当該同意の取得に際して示すウェブサイトの画面構成等」について、現場でより実行性を高めるために、どのような場面でどのような記録を取得することを想定されているか、明示くださいますようお願いいたします。また、同意の取得をウェブサイトから行う場合の保存内容として、受信者の本人確認の確実性を高めるために、ガイドラインにおいて、日時、IPアドレス、ユーザーエージェントの記録を推奨することを提案いたします。(株式会社パイプドビッツ)
- ③ 「⑦同意を証する記録」の「2)保存の方法」が述べられておりますが、保存義務が事業者にとって過度の負担とならないようにしていただきたいと存じます。例えば、軽微な画面構成変更(例:送信同意取得の文言・方法等について変更が生じない軽微な変更)すべてを保存する義務を事業者に負わせることは、過剰な負担といえます。(株式会社ディー・エヌ・エー)

④ 保存の内容について

保存対象の明確化と保存記録に対する責任所在の明確化の確保を行う。

1 同意を書面、ファクスで受けた場合には、同意の文書の保管、電子メールにて同意を受けた場合には電子メールを印刷して保管、または受領した電子メールに速やかに電子署名・タイムスタンプを付与して保管する事により、同意を証する記録の本人、同意内容及び同意時期の関連性を保持しつつ、それらの保存記録に対する責任所在を明確にし、改ざんが無い事を担保する必要がある。

2 ウェブサイトから同意を取得した場合には、当該同意に際して示すウェブサイトの画面構成情報及び同意を示す電子データそれぞれに同意取得後速やかに電子署名・タイムスタンプを付与し、それらの保存記録に対する責任所在を明確にし、改ざんが無い事を担保する必要がある。保存記録に事業者の電子署名とタイムスタンプを付すことにより、自らの記録作成の責任を明確にし、当該事業者がいつ、どんな内容の記録を作成したのか、記録作成者の観点からの否認防止機能を持たせる事が重要である。(例えば、虚偽の記録を作成した場合の否認を出来なくする)

理由

同意を証する記録として、「同意した本人の確認、同意取得時に表示される事項、当該事項への賛成の意思表示とされる事項、同意を取得している送信先の電子メールアドレス、同意した時期」をそれぞれ関連性が確保された状態で保存することが必要となる。同意した本人の確認を行うことは、なりすましによる同意を排除すること及び後日の否認拒否の根拠とすることが出来ることから、電子的に同意を得る場合には同意文書に同意する本人の電子署名・タイムスタンプを付すことが望ましい。しかしながら、現状では、本人確認の為の環境として電子署名・タイムスタンプの個人での利用条件が整っていないことから、同意を証する記録として、「同意取得時に表示される事項、当該事項への賛成の意思表示とされる事項、同意を取得している送信先の電子メールアドレス、同意した時期」をそれぞれ関連性が確保された状態で事業者側が保存することが必要となる。また、電子的に保存された同意を証する記録は、タイムスタンプなどの情報セキュリティ技術を利用することで、同意を得た時点から、その内容が改ざんされていない記録であることを立証できる状態で保存することが望ましい。保存記録に事業者の電子署名とタイムスタンプを付すことにより、自らの記録作成の責任を明確にし、当該事業者がいつ、どんな内容の記録を作成したのか、記録作成者の観点からの否認防止機能を持たせる事が重要である。この電子署名・タイムスタンプを活用することにより電子的な記録を安全・安心に利用し、法律の実効性を高めることが出来る。民間においては、金融関連にてWebページを介した口座開設の申込み時に、Webフォームにおいて、申込者によって入力された一連の情報に対して、タイムスタンプを付与して保存し、申込み情報の信頼性を確保している事例が既に存在する。また、WebページのコンテンツやWebフォームの入力内容を動的にタイムスタンプ付きPDFファイルに変換する製品も、手軽に「同意を証する記録」を保存するための実現手段の1つになると思われる。(財団法人日本データ通信協会タイムビジネス協議会)

⑤ 保存期間について

特定電子メールを送信する期間の規定が無いことから、同意を受ける際に期限を明示する必要がある。

理由

同意を求める業者側にて特定メールの送信期限を設けて同意を受けることにより、同意する本人に同意の対象期間を明示することが出来る。

「同意があったとしたばあいに、半永久的に同意が有効になってしまう」

「同意があった場合に、過去にさかのぼって同意されたとみなされる可能性がある」

広告メール受け取り手(同意する本人)は、意識としては「自分が関心を持っている間はメールを送ってもよい」というニュアンスで同意を行っていると思われることから「同意の有効期間」の概念を明確化するべき。(財団法人日本データ通信協会タイムビジネス協議会)

⑥ 同意を証する記録の保存内容として「同意を取得した時期」が含まれているが、法改正以前に取得したメールアドレスの中に同意を証する記録内容として、同意を取得する方法等の状況を示した(広告メールが配信されることを認識させる文言およびその文言の表記方法)記録はあるが、同意

を取得した時期の記録がないものなど今回提示された「同意を証する記録の内容」と完全一致しない場合の配信について提示していただきたい。(匿名企業)

#### ⑧ オプトアウト

- ① オプトアウトに関して、「オプトアウトを受信者が容易に利用できることが極めて重要である」とあるが、受信者の本人確認手続等、事業者として最低限の手続は必要となる点を考慮願いたい。(株式会社エルゴ・ブレインズ)
- ② いったん同意しても、送ってもらいたくない場合は削除が簡単に出来、速やかに対応してもらいたいものです。(個人)
- ③ 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。受信を断るメールは、広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社が一括で同意を取得したのであれば、一括でメールの受信拒否ができる仕組みが必要と考えます。(社団法人全国消費生活相談員協会、個人)

#### ⑨ 表示義務

- ① (要旨:送信者情報の表示については当然であるが、登録されている送信者情報自体に虚偽行為がないという証をどうやって一般人が得られるのか、貴研究会は今後も検討を加えていただきたい。そういった部分に関する検討結果が最終とりまとめ案には記載されていないのが残念である。)実は、今回の最終とりまとめ案を読んでいて、意外と詳しい記述のない事項(逆に言うと、私が一番気にしている事項でもあるのだが)としてこの「表示義務」のことが記になった。それは、一言で言うと「送信者情報の公開」と「登録されている送信者情報の信頼性と信憑性(記載内容に虚偽がないか、そして、記載情報の通りに発信されているのか)」についてである。これに関しては最終とりまとめ案の25ページの「表示義務」の所に一部ふれられている。しかし、私は自分の体験からフリーメールアドレスにおける「送信者情報の信憑性」については大きな疑問を抱いている。私の所には1日100通以上の電子メールが届くが、その7~8割は俗に言う「迷惑メール」(ただ、私にとっては教材の素材になったり、研究対象になるので必ずしも「迷惑メール」とは考えていない、でも処理に時間が莫大にかかるので閉口しているが)である。しかも、その「迷惑メール」のうち、日本国内発のものはほぼ全てがフリーメールアドレスのものである。フリーメールアドレスは手軽に入手でき大変便利なものであるのは確かだが、手軽さが「不確定性」につながっていることも明白な事実です。こうしたフリーメールアドレスによる送信の場合、たとえ送信者情報がわかりやすく表示されていなくてもオプトアウトをすれば(多くは、ISPが提供している迷惑メール設定などにより)それ以後は原則同じアドレスからの「迷惑メール」は届かなくなるだろう。しかし、私が問題視しているのはそういった目先の問題ではなく、その先の部分にある。送信者情報に虚偽がないのかをどうやって調べるのか、ということに端を発する。今回、このパブリックコメントを作成するにあたり、「迷惑メールセンター」「whois」「e-ネットキャラバン」等現在の日本で「一般人」がインターネットを駆使して調べられる範囲内でいろいろ調べてみた。それによって、メールアドレスやURLなどがわかれば(電子メールの場合、送信者欄も件名も空白というメールも多いが、メールのプロパティタグの中には送信者情報(メールアドレス)が記述されているのが通例だから)、メールアドレスやURLを手がかりに送信元であるISPに問い合わせれば送信者情報を得ることができることまではわかった。しかし、その登録されている送信者情報に虚偽がないことをどうやって調べればいいのか、とても「一般人」の扱える範疇ではないと実感した。いくら改正法で罰則の強化を唱い、法の抑止力を向上させたとしても「送信者情報」に信頼性や信憑性があり、なおかつ、「送信者情報に記載された通りに送信行為がなされた証」を受信者が簡単に得られるシステムが確立されなければ「迷惑メール」問題の完全なる解決は見られないだろうと考える。(個人)
- ② 第三者を通じた同意をとった送信者のメールには、第三者の事業者名も表示する、または確認できるような措置をとる必要があると考えます。何故なら、消費者は自分が同意した相手かどうか全部覚えておくことは不可能(とくに未知の事業社名など)であるためです。せめて、ガイドライン策定の際にはご検討いただきたく思います。(個人)
- ③ 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社が複数の同意を取得した場合、各



事業者からの広告・宣伝メールには同意を取得した広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社の名前を載せるなど受信者がどのメールで同意したかを認識できることが必要と考えます。(社団法人全国消費生活相談員協会)

③' 一つの無料の懸賞サイトや占いサイト等に電子メールアドレスを登録すると複数の出会い系サイトから広告・宣伝メールが送信されるというような実態もあり、迷惑メールの温床になっている面もあることから。広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社が複数の同意を取得した場合、各事業者からの広告・宣伝メールには同意を取得した広告媒体事業者、プラットフォーム事業者や関連会社の名前を載せるなど受信者がどのメールで同意したかを認識できることが必要と考えます。(個人)

④ 「⑨表示義務」の「1」「表示義務」についての考え方と基本的な表示事項」及び「2」「表示」として必要なその他の事項」については、特に携帯電話向けメールに関しては、メールを受信する側からも、表示事項が嵩み長文メールとなることが逆に迷惑となる可能性があること、現在一般的に送信されているメール上の表示と比較して受信者が違和感をおぼえる表示は、受信者のサービス利用を阻害する可能性があること、及び表示事項は送信主体の特定及び送信拒否の障害にならない限りにおいて最小限の範囲で義務化されるべきであること、等にご配慮ください。例えば、ユーザの誤認を招かない場合には、「特定電子メールの送信に当たりその送信に責任のある者の氏名・名称」は「●●(当該ユーザが登録しているサービス名)運営局」等の表示でもよいのではないかと存じます。(株式会社ディー・エヌ・エー)

⑤ 今回の改正で、特定電子メールの範囲が拡大されオプトインを履行している健全な電子メール配信も対象となったが、このような状況を考慮いただき、表示の方法に関しては、URLリンク先での表示が認められていることは、現実的で実効性があるものとする。しかしながら表示が必要な事項について、送信責任者の住所の義務化が想定されていることは過度な規制になる可能性があるため再検討をお願いしたい。なぜなら同意取得にあたって送信責任者を明らかなことは必要であるが、受信者が同意するための判断に住所を利用する可能性が低いこと、またオプトアウトをする場合の必要性を考えても送信責任者の住所を義務化することが有効だとは考えられないため再検討をお願いしたい。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)

⑥ 「表示義務」に関して、表示が必要な項目として「特定電子メールの送信についての苦情、問合せ等を受け付けることができる電話番号、電子メールアドレス又はURL」とあるが、これらは苦情処理のための連絡先であって、オプトアウトの通知先と同一である必要はないという解釈でよいか。(株式会社エルゴ・ブレインズ)

#### 4 電気通信事業者による自主的な措置の在り方

##### (4)送信制限の着実な実施と問い合わせ窓口等の整備

① 電気通信事業者側で送信規制を行う際、これに関する問い合わせ窓口を定め、送信事業者や配信ASP事業者との間で正当な電子メールの送信や配信への影響を最小化するための方策を協議することの必要性について、賛同すると共に積極的に推進されていくことを強く希望致します。(エイケア・システムズ株式会社)

② 報告書32ページ(4)「送信制限の着実な実施と問い合わせ窓口等の整備」において明記されているように、正当な事業者が送信する電子メールの流通に対して阻害することとならないよう、影響を最小化するための方策を検討の上早急に整備していただきたい。最小化するための方策としては、「迷惑メールと誤認されたことにより、メール送信に障害が生じた場合に、健全な送信者が問合せをし、早期に障害の復旧ができる」というような基本方針が示されることが必要である。また、具体的な機能としては、以下のような機能が想定される。

- ・専用の問い合わせ窓口を準備いただき、緊急性がある場合に、電話等での問合せを可能にすることが望ましい。
  - ・体系的な誤認識による送信制限に対して、早急にシステムの改善を行っていただくための技術担当者を含めた協議体制の整備。
- 上記のように送信者側の意見を取り入れた整備を進めていただきたい。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)



5 利用者への周知啓発と相談体制の充実の在り方
○ 相談窓口については電話や通報メール窓口などの整備。指導や罰金などは速やかに対応し、公表してもらいたい。(個人)
6 国際連携の推進の在り方
○ (要旨:海外発国内着の迷惑メールに対する施策について早期に具体的に示していただきたい。)はっきり言って、今回の最終とりまとめ案でのこの部分の記載内容ではまだこれからといった印象が強い。今後の方向性は示されているが、具体的な方策・施策は示されていない。私の所には多くの英文による海外発国内着の迷惑メールとおぼしきメールが届くが、国内発着の「迷惑メール」と異なり、ほとんど即座に消去している。送信元の国によっては関係法令が微妙に異なり、日本の価値観が必ずしも受け入れられるわけではなく、(実務者ではないという意味で)「一般人」の私は自信を持って行動を起こすだけの情報を持ち得ていないためである。ただ、「迷惑度」というか「間違っただけで開けてしまったときの不快感」の度合いは国内発着のものとは比べものにならないほどひどいため、早期に改善が図られていかないと将来大きな問題になっていくことは明白であると感じている。(個人)
7 総合的な迷惑メール対策推進のための体制
○ 迷惑メール対策に関し、電気通信事業者、配信ASP事業者、他が参加する枠組みの整備、また、迷惑メールに関する問題状況の共有や対策に関する情報共有、関係者による迅速な対応を図っていくことについて、積極的に推進されることを強く希望いたします。(エイケア・システムズ株式会社)
その他の意見・要望
① 特定電子メール送信の同意を得ていない電子メールアドレスは、送信者が法改正以前に取得したものであっても、法改正後にはオプトイン規制が適用されると理解すべきでしょうか。その場合は、改正法付則のとおり、政令によって改正法に順応する期間等経過措置が定められると理解してよろしいでしょうか。(株式会社パイプドビッツ)
② 事業者にとって過剰な規制とならないよう、また受信者にとっても広告メールによって本来享受できる利益を損なうことがないよう、バランスを鑑みた法規制の運用と執行を希望いたします。(株式会社エルゴ・ブレインズ)
③ 誹謗、中傷等全く無く単にmailto:メールアドレスの場合、現行法律では、削除対象にならない。ある掲示板に書いてある内容ですが私が書いたもので無く、誹謗、中傷しているものでもなく、単に私のメールアドレスが記述された場合どうなるのですか？これがもとに迷惑メールが届くようになった場合。(個人)
④ 振り込め詐欺救済法施行にあたって新たな手口を発見。出会い系サイト等の利用料をコンビニの決済機能利用による代金の支払い。その他同様詐欺の要求によりコンビニの決済機能利用による代金の支払い。(個人)
⑤ Web2.0の時代となり、インターネットを経由した集合知の形成が社会生活や世論形成に与える影響はますます大きなものとなっております。良質な集合知を形成、増進することは、Web2.0時代のインターネットコンテンツの適正利用の観点のみならず、社会的バリアの低減やボーダーレスな知の共有・創成をはじめ、実社会のクオリティの向上に大きく貢献するものです。このような集合知の形成は、主としてブログ、掲示板やウィキで形成されますが、これらに共通するのは、ユーザーからの知を受け付けるために送信フォームを用いているという点であります。昨今、この送信フォームに対し、コンテンツとはまったく無関係な情報を送信するウイルスのようなもの(ボット)が広く蔓延しており、送信フォームの適正な利用を阻害し、集合知の形成を大きく阻害しております。多くのコンテンツデベロッパーは、その時間の多くをこれらのスパム対策にとられており、社会的に非常に大きな損失となっております。これら、送信フォームを利用したスパム投稿への規制を、迷惑メール規制の次のレベルとして、ご検討くださるようお願い申し上げます。(個人)