

提出された意見の概要とそれに対する考え方(案)

意見の概要	考え方(案)
1 総合的な迷惑メール対策の枠組み	
(1) 特定電子メール法平成20年改正	
○ 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、 <u>オプトイン方式による規制の導入について賛同。</u> (株式会社エルゴ・ブレインズ)	本研究会の中間取りまとめを踏まえた特定電子メール法の改正への賛成意見として承ります。
(3) 今後の総合的な迷惑メール対策の枠組み	
① 「メール配信ASP事業者」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した、 <u>今後の総合的な迷惑メール対策の枠組みに賛同。</u> (エイケア・システムズ株式会社)	最終取りまとめ案に対する賛成意見として承ります。
② 前回の中間とりまとめを踏まえて本年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、 <u>迷惑メール対策の5つの枠組み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ことと考える。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。</u> (モバイル・コンテンツ・フォーラム)	
2 オプトイン方式による法規制の運用と執行の在り方	
(1) 法規制の意義と必要事項	
① <u>省令・ガイドライン等の整備にあたり、電子メールが重要な営業活動の手段になっている点について十分配慮の上、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。</u> (株式会社ディー・エヌ・エー)	最終取りまとめを受けたガイドライン等の作成にあたっての参考意見として承ります
② <u>ガイドラインの策定にあたり、送信事業者や配信ASP事業者などの意見の汲み取ることを希望。あわせて、経済産業省(特商法)との統一されたガイドラインを策定されることを希望。</u> (エイケア・システムズ株式会社)	
③ <u>2. (2) 法規制の運用に当たっての具体的な内容は、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あり、ぜひガイドラインにそのまま組み込まれることを願う。</u> (個人)	
④ <u>オプトインの方法については業界ごとのビジネス環境や取引状況等によって多様であるため、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、関連する他省庁所管の法令遵守も必要なことから二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お願いしたい。</u> (モバイル・コンテンツ・フォーラム)	
⑤ <u>第11条(電気通信役務の提供の拒否)の『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</u>	

<p>するために必要な範囲』について、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。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>	
<p>(2)法規制の運用に当たっての具体的内容</p>	
<p>③ 同意の取得</p>	
<p>2) 同意取得時に表示すべき事項及びその表示方法</p>	
<p>○ 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、<u>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い。</u>(株式会社ディー・エヌ・エー)</p>	<p>最終取りまとめを受けたガイドライン等の作成にあたっての参考意見として承ります。</p>
<p>3) 第三者を通じた同意の取得</p>	
<p>① 国際的な流れとも言える「オプトイン方式」の規制の導入には基本的には賛成だが、ネチケツ意識がまだ高くない日本では「同意」について受信者が安易に考えている傾向があり、<u>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。</u>(個人)</p> <p>② ③「同意」の取得3) 第三者を通じた同意の取得については、<u>推奨される具体的内容が示されておらず、示すべき。</u>(個人)</p> <p>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るが、サイトを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、いつの間にか同意したことになっている。<u>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。</u>(個人)</p> <p>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、<u>同意の取得は原則として個別事業者によることが必要と考える。</u>(社団法人全国消費生活相談員協会、個人)</p>	<p>第三者を通じた同意の取得については、最終取りまとめ案 P20 において、現時点で適切と考えられる内容をまとめたところです。</p>
<p>4) 合併・事業承継等の場合の考え方</p>	
<p>○ 事業承継等の後、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、<u>事前に確認を行うのが本来的。</u>(個人)</p>	<p>合併・事業承継等の場合でも、特定電子メールの送信に関する権利義務を承継していれば、その前に取得した同意が引き続き有効と解される一方で、受信したメールが同意した相手方から送信されたものであるかを判るようにすることが必要であり、その方法は状況により異なるが、同意の通知の</p>

	相手方の名称等が変更になった旨を状況に応じた適切な方法により受信者に認識させることが必要となるものと考えます。
6) デフォルトオン／オフ	
<p>① <u>同意取得の場合は、デフォルトオフであるべき。デフォルトオンは企業側寄りの考え方。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。(個人)</u></p> <p>② <u>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する。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する。(株式会社パイプドビッツ)</u></p> <p>③ <u>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である。(社団法人全国消費生活相談員協会、個人)</u></p>	最終取りまとめ案では、デフォルトオフが推奨されるべきとしているところ です。
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」	
<p>① <u>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」を読むと、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とかと思った。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。たとえ改正法第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。(個人)</u></p>	最終とりまとめ案では、現時点で一般的な通知をした者にとっても一定の予測可能性があると考えられる場合について、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」としてまとめているところです。
<p>② <u>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と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」は、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る。(株式会社パイプドビッツ)</u></p>	同意の取得・確認のために送信される電子メールについても「特定電子メール」になりますので、御指摘の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」があつた場合など、同意がある場合又はオプトイン規制の例外に該当する場合でなければ送信できないこととなります。
⑤ オプトイン規制の例外となる「取引関係」	
<p>○ <u>まだ日本では「電子商取引」はそれ程浸透していないため、現時点では規制の網をかけなくても社会的な混乱は今生じないと思われるが、一定期間毎に見直しをするべき。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</u></p>	御指摘の点については、法律上、「取引関係」にある者については、オプトイン規制の例外とすることとされてい

策答申の表面に出てくるのが望ましい。(個人)	るところです。
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」	
○ <u>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。</u> 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。(個人)	御指摘の点については、法律上、「団体又は個人(個人にあっては、営業を営む者に限る。)」とされているところ
⑦ 同意を証する記録	
<p>① 「同意を証する記録」については、保存は当然のことで、<u>最終取りまとめ案に書かれている内容は当然のこと。</u>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。(個人)</p> <p>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、<u>現場でより実効性を高めるために、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、明示して欲しい。</u>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する。(株式会社パイブドビッツ)</p> <p>③ 保存の方法は、<u>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。</u>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。(株式会社ディー・エヌ・エー)</p> <p>④ <u>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べき。</u>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、改ざんが無い事を担保する必要。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。(財団法人日本データ通信協会タイムビジネス協議会)</p> <p>⑤ <u>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。</u>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)</p>	最終取りまとめ案では、法執行にとって必要なものとする観点と、事業者にとって実施可能であり、過剰な負担とならない範囲とする観点とから、保存の内容、保存期間として現時点で適当と考えられる内容をまとめたところ
⑥ <u>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</u>	同意を証する記録の保存義務については、改正法の施行後に受けた同意の通知についてのみ適用されるも

<p>していただきたい。(匿名企業)</p>	<p>のです。</p>
<p>⑧ オプトアウト</p>	
<p>① 「<u>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</u>」とあるが、<u>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</u>。(株式会社エルゴ・ブレインズ)</p> <p>② <u>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</u>。(個人)</p> <p>③ <u>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</u>。(社団法人全国消費生活相談員協会、個人)</p>	<p>最終取りまとめに対する参考意見として承ります。</p>
<p>⑨ 表示義務</p>	
<p>① 改正法で罰則の強化し抑止力を向上させたとしても、「<u>送信者情報</u>」に信頼性や信憑性があり、<u>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」</u>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「<u>迷惑メール</u>」問題の完全なる解決は見られないだろう。貴研究会は今後も検討を加えていただきたい。(個人)</p> <p>② <u>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</u>。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。せめて、ガイドライン策定の際にはご検討ください。(個人)</p> <p>③ <u>広告媒体事業者、プラットフォーム事業者等が複数の同意を取得した場合、広告・宣伝メールには、同意を取得した広告媒体事業者等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確認できることが必要</u>。(社団法人全国消費生活相談員協会、個人)</p> <p>④ 「表示」として必要なその他の事項は、<u>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、等に配慮いただきたい</u>。(株式会社ディー・エヌ・エー)</p> <p>⑤ <u>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</u>。なぜなら同意取得にあたって送信責任者を明らかにする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)</p>	<p>最終取りまとめ案では、受信者が容易に必要な事項を判断できるようにするという観点と、事業者にとって過剰な負担とならない範囲とする観点とから、表示すべき内容、表示の方法として現時点で適当と考えられるものをまとめたところです。</p> <p>なお、今後の総合的な迷惑メール対策推進のための体制については、最終取りまとめ P42 で提言しているところ です。</p>
<p>⑥ <u>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、</u></p>	<p>必ずしも同一である必要はないと考</p>

<p><u>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)</u></p>	<p>えます。</p>
<p>4 電気通信事業者による自主的な措置の在り方</p>	
<p>(4)送信制限の着実な実施と問い合わせ窓口等の整備</p>	
<p>① <u>電気通信事業者側で送信規制を行う際、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。積極的に推進されていくことを強く希望。(エイケア・システムズ株式会社)</u></p>	<p>最終取りまとめ案に対する賛成意見として承ります。</p>
<p>② <u>正当な事業者が送信する電子メールの流通を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、整備して欲しい。</u>①「迷惑メールと誤認されたことにより、メールに障害が生じた場合に、健全な送信者が問合せをし、早期に障害の普及ができるというような基本方針を示すことが必要。②専用の問い合わせ窓口を準備し、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、システム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うための技術担当者を含めた協議体制の整備などの機能が想定される。(モバイル・コンテンツ・フォーラム)</p>	<p>関係者における今後の取組にあたっての参考意見として承ります。</p>
<p>5 利用者への周知啓発と相談体制の充実の在り方</p>	
<p>○ <u>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)</u></p>	<p>関係者における今後の取組にあたっての参考意見として承ります。</p>
<p>6 国際連携の推進の在り方</p>	
<p>○ <u>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。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。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。(個人)</u></p>	<p>本研究会では、現時点で考えられる施策について取りまとめたところです。 御指摘は、関係者における今後の取組にあたっての参考意見として承ります。</p>
<p>7 総合的な迷惑メール対策推進のための体制</p>	
<p>○ <u>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、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積極的に推進されることを強く希望。(エイケア・システムズ株式会社)</u></p>	<p>最終取りまとめ案に対する賛成意見として承ります。</p>
<p>その他の意見・要望</p>	
<p>① <u>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、</u></p>	<p>法律上、改正法施行までに広告・宣</p>

<p><u>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か。その場合は、改正法附則のとおり、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いか。(株式会社パイプドビッツ)</u></p>	<p>伝メールの送信の同意の取得等をしていない場合には、改正法施行後はオプトイン規制が課されます。</p>
<p>② <u>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。(株式会社エルゴ・ブレインズ)</u></p>	<p>関係者における今後の取組にあたっての参考意見として承ります。</p>
<p>③ <u>掲示板に「mailto:メールアドレス」記述された場合、迷惑メールの増加になる。現行法律では、削除対象にならない。(個人)</u></p>	<p>最終取りまとめ案に対する参考意見として承ります。</p>
<p>④ <u>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)</u> ⑤ <u>インターネット上の掲示板、メールフォーム、ブログなどに対するスパム投稿規制の必要性を考えた。ブログ、掲示板やウィキ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いる。<u>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、検討して欲しい。(個人)</u></u></p>	<p>今回の迷惑メール対策に関する検討に直接関係するものではありませんが、最終とりまとめ案に対する参考意見として承ります。</p>