

迷惑広告メールを巡る現状と課題について

平成19年8月28日

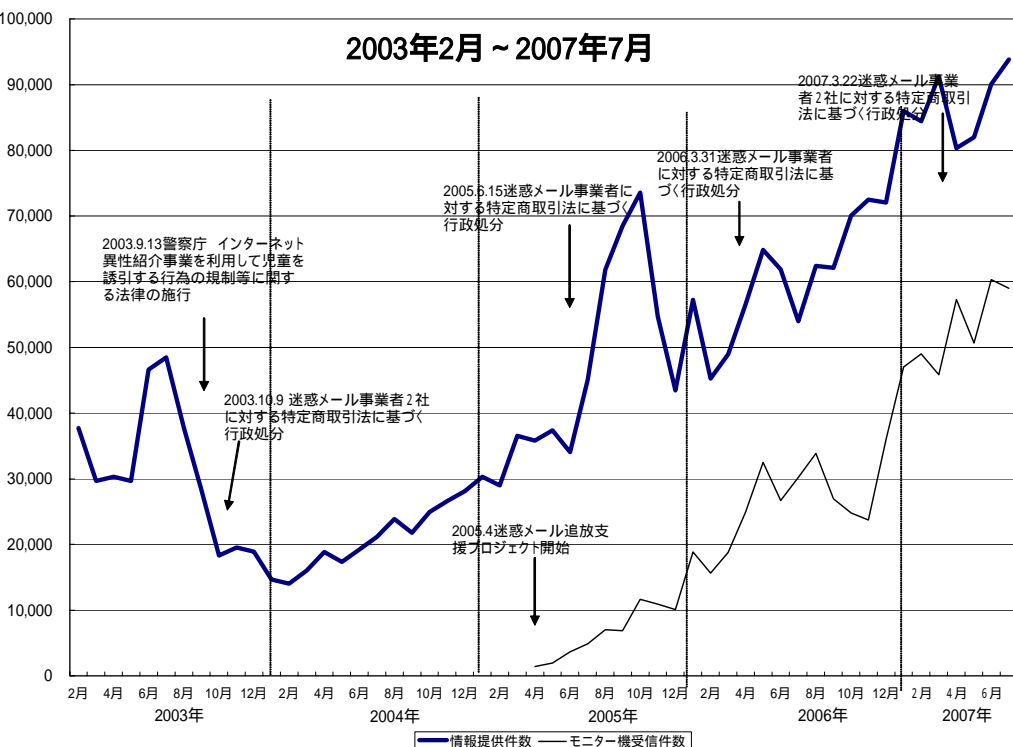
広告メールの動向

経済産業省においては、総務省とも協力して、迷惑メール追放支援プロジェクトを実施。

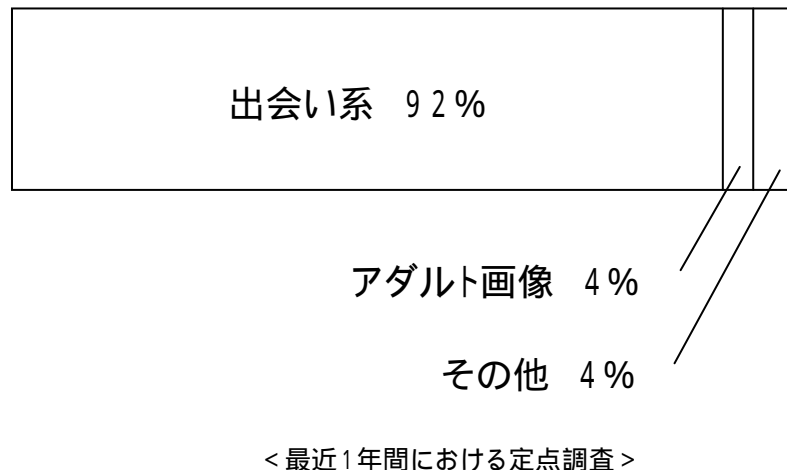
経済産業省がモニター機により収集した広告メールの受信件数(2006年度で約40.2万件。(*))、一般の消費者から寄せられた広告メールに係る情報提供件数(2006年度で約83.8万件)は、依然として増加傾向。

広告メールの内容を見ると、「出会い系」が92%、「アダルト画像」が4%となっている。

【モニター機受信件数及び情報提供件数の推移】



【広告メールの内容】



(*)モニター事業は財団法人日本産業協会に委託。

迷惑メールの具体的な弊害

承諾を得ずに一方的に送信されるメールについては、不要なメールを大量に受信すること自体から生じる問題として、

- ・「出会い系」や「アダルト画像」など不快な内容のものが大部分を占めている
- ・メールの選別・削除にコストがかかる
- ・ウィルス感染等の危険性がある
- ・迷惑メールを削除するつもりが、誤って必要なメールまで削除してしまう

等がある。このようにメールにより迷惑を覚えさせるような仕方で一方的に広告を送ることは、商業倫理や商取引の公正に反し、消費者の利益を害する行為であり、これは、広告メールによって消費者が取引に誘い込まれ、取引の中でのトラブルに巻き込まれるかどうかにかかわらない問題。

上記のような問題に加えて、例えば、受信したメールを開封し(件名が「昨日は大変お世話になりました」等と知人であるかのように装われているため開封せざるを得ないようなメールも多い)、受信したメールに記載されているWebサイトにアクセスしたりするだけで料金の不当な請求を受ける、いわゆるワンクリック詐欺に巻き込まれる等の深刻な問題()が生じている。

- ()ワンクリック詐欺の被害は、以前は出会い系サイトやアダルトサイトに多かったが、最近では、投資情報や小中学生も利用するような芸能、占い情報などを装ったサイトでも多く見られ、ワンクリック詐欺に遭遇する危険が拡大している。

さらに、消費者からの請求を受けて適切に送信された広告メールが、大量の迷惑メールに埋もれて削除されてしまうなど、優良事業者にとっても、広告メールを拡販手段として活用しづらくなってきているといった問題が生じている。

(参考) 迷惑メール追放支援プロジェクト

経済産業省は、インターネット社会の健全な発展を脅かす迷惑メール問題に対処するため、関係機関と連携し、迷惑メール追放支援プロジェクトを実施している。

経済産業省がモニター機により収集した迷惑メールについて、インターネット接続サービス事業者(ISP)に当該メールの情報を提供することで、ISPが利用停止等を措置することを促進。

また、上記の迷惑メールで紹介するWebサイトについて、誇大広告等の特定商取引法の違反行為を認定し、ISPには当該Webサイトの情報を、金融庁には違法Webサイトに記載された振込先預金口座の情報を提供することで、これらのWebサイトの削除や振込先預金口座の停止を促進。

上記の対策に加えて、違反事業者に対する業務停止命令等の行政上の措置を実施。

<平成18年度の取組状況>

- ・ 広告メール等を通じて出会い系サイトを運営していた通信販売業者2社に対して、6か月及び3か月の業務停止命令(平成19年3月)

ISPへの通知件数	迷惑メール	45,264
	Webサイト	636
	誇大広告	285
	強制加入	519
金融庁への通知件数		105
違反事業者に対する警告件数		490

} 重複あり

18年9月～19年3月

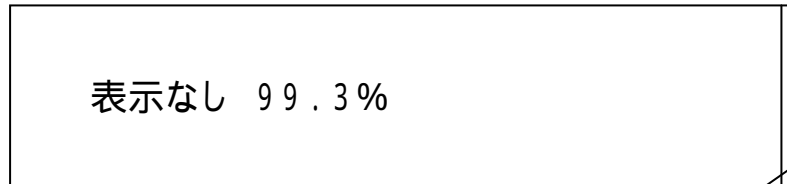
18年10月～19年3月

「未承諾広告」を活用した広告の動向

現行のオプトアウト制度(特定商取引法第11条第1項等)の下では、「未承諾広告」を表題部の最前部に表示すれば、不特定多数の消費者に広告メールを送信することができることとされているが、経済産業省がモニター機により収集した広告メールの受信件数及び一般の消費者から寄せられた広告メールに係る情報提供件数のうち、「未承諾広告」を件名に表示した広告メールは1%未満。

「未承諾広告」を件名に表示した広告メールの内容を見ると、65%が「出会い系」。

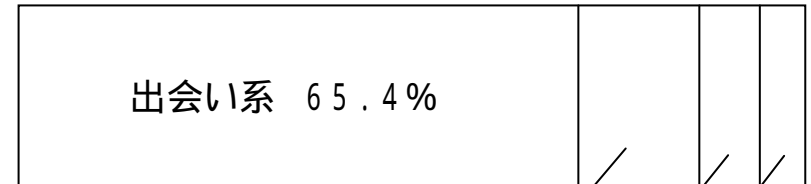
【「未承諾広告」の表示の有無】



表示あり 0.7%

<平成19年6月15日～8月15日における定点調査>

【「未承諾広告」を件名に表示した広告メールの内容】



「金の儲かる方法」、
パチンコ攻略法等のソフト
19.9%

消費者金融 8.1%

その他 6.6%

<平成19年6月15日～7月15日の調査>

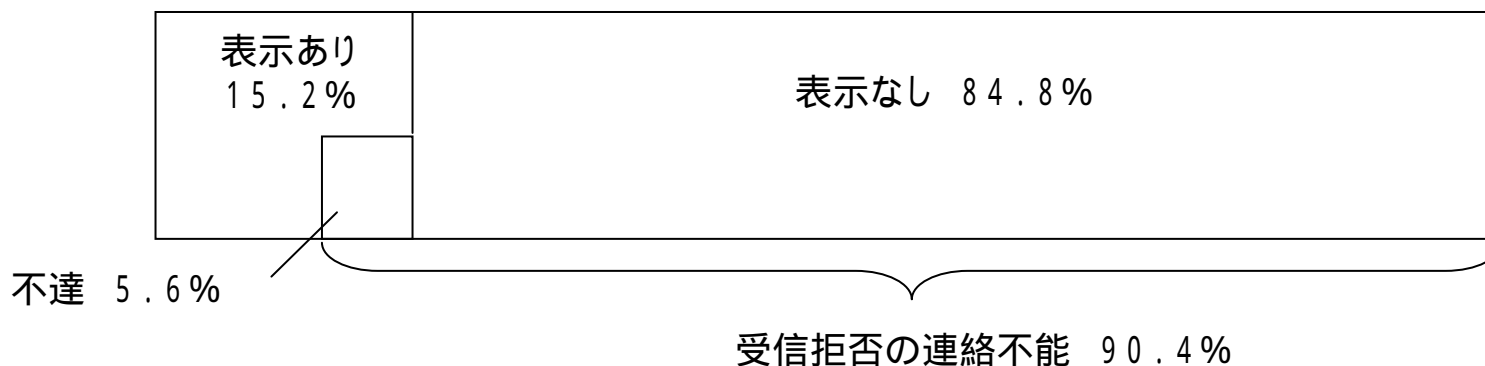
「受信拒否」の実効性

経済産業省がモニター機により収集した広告メールのうち、広告メールを受け取らないことを希望しない旨を通知するためのメールアドレス（「受信拒否通知用メールアドレス」という。）が表示されているものは15%。

受信拒否通知用メールアドレスが表示されている場合であっても、当該メールアドレスに通知が届かない（当該メールアドレスが実際には存在しない）ものが相当数あり、受信拒否通知用メールアドレスが表示されていないものとあわせると、広告メールを受け取らないことを希望しない旨を通知することができないものは90%。

また、広告メールを受け取らないことを希望しない旨を通知したにもかかわらず広告メールの送信が止まらない、あるいは、当該通知をした結果かえって広告メールが増えてしまったとして、一般の消費者から寄せられた情報提供件数は、2006年度で1,866件。

【受信拒否通知用メールアドレスの表示の有無等】



事前に承諾を得て送信される広告メール

正当な営業行為を行っている事業者においては、広告メールを送信する場合には事前に承諾を得た消費者のみとするなど、自主的な取組が進んでいる。

【広告メールに関するガイドライン】

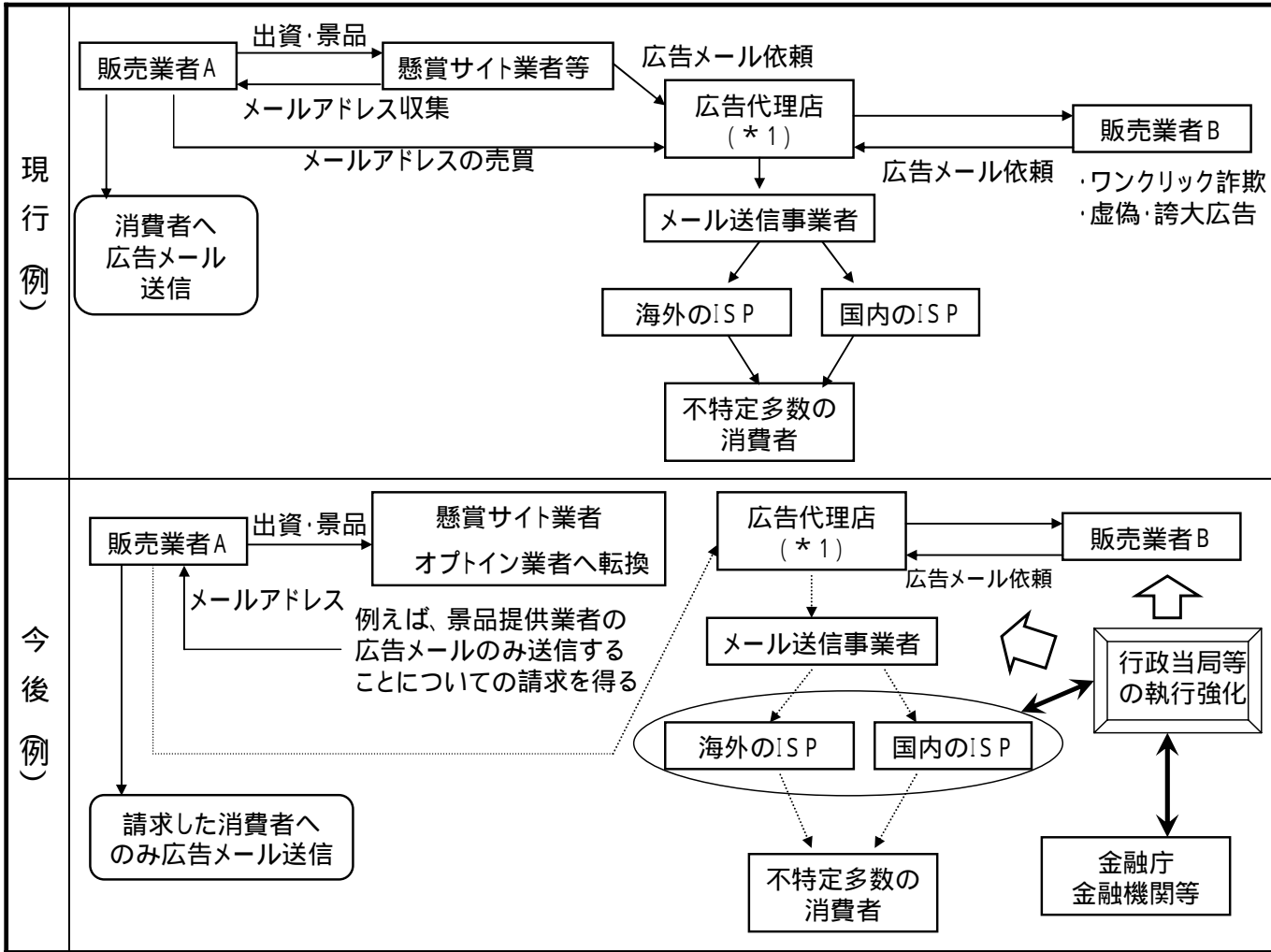
迷惑メール防止関連法等にコンプライアンスした事業のための広告メールガイドライン

- ・2003年9月
- ・迷惑メール対策連絡会(社団法人電気通信事業者協会、社団法人日本インターネットプロバイダー協会、社団法人日本広告主協会(現在は社団法人日本アドバイザーズ協会に名称変更)Web広告研究会、モバイル・コンテンツ・フォーラム)
- ・「あらかじめ受信者に承諾を得ていない広告メールは送信しないことを推奨する。」
- ・ オプトインに関して、承諾の状態(明示的/暗黙)と承諾の範囲(明確/不明確)から承諾広告メールの分類と条件を整理。当該条件が欠けた場合等にはオプトインは無効となる旨整理。

電子メール広告に関するガイドライン

- ・2002年(2004年改定)
- ・インターネット広告推進協議会
- 「【配信許諾を徹底する】
取得したメールアドレスに広告を配信する場合、事前にパーミッション(配信許諾)を取ったユーザーにのみ配信することを徹底する。」
- 「【責任の所在を明確にする】
・ 配信メールの内容、目的、配信元を必ず明確に記載すること。
・ 発信アドレスを明示すること。また、本文中に社名、広告主名、問い合わせ先(メールアドレスまたは電話番号)を明記すること。」

迷惑メール対策の一層の強化



迷惑メール対策の一層の強化

オプトイン方式、請求・表示に係るルールを整備
悪質事業者のあぶり出しの強化・徹底

経済産業省のモニター機(広告メールの請求は一切しない)が国内ISPを経由して広告メールを受信
受信が生じること自体が違反行為を証明
国内ISPに直ちに利用停止措置を要請

- 振込先として指定されている口座のある金融機関等から行政当局が情報を入手することを可能とする
- 販売業者等の広告に係るメール送信あっせん業者等を規制・処分対象に加える
- 広告メールを送信する場合には消費者からの請求記録に基づくことを要する

厳正な処分に向けて警察当局、総務省(*2)とも連携

(*1) インターネット上の広告を取り扱っている広告代理店の一部は、違法な販売業者等の依頼を受けて、不特定多数の消費者に対する広告メールの送信あっせんを行っていると考えられている。

(*2) 現在、総務省において、「迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会」を開催し、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」の在り方について検討中。

海外ISPを経由しているケースについて、関係諸国との連携を図り、対策を強化

オプトイン方式導入の具体的な論点

広告メールの送信を認めるケースとしては、以下の場合でよいか。

- ・ 消費者からの請求を受けて広告をする場合
- ・ 消費者からの請求を受けて送信されるメールマガジン等に広告をする場合
- ・ オプトインメール業者に委託して広告をする場合
- ・ フリーメールサービス等を利用して送信されるメールの一部に掲載することにより広告をする場合

上記により広告メールを送信する際の表示としては、以下の点で足りるか。

- ・ 消費者からの請求を受けて広告をする場合の当該請求の事実
- ・ 販売業者等の氏名・名称、広告メールを受け取らないことを希望しない旨を通知するための電子メールアドレス(受信拒否の通知があったときは広告メールの送信は不可)

請求の取得方法、請求の範囲としては、以下のような方式を求めることとしてはどうか。

- ・ あらかじめ消費者が能動的に意思表示をすることができる仕組み
(消費者が請求のための意思表示の記入を能動的に行ったことをもって請求があったとすること(いわゆるデフォルト・オフ方式))
- ・ 送信される広告メールの内容等の明示

請求事実の証明方法としては、どのような方法が適当か。

- ・ 消費者から請求があったときの記録、経路等の保存

ネットで懸賞に応募する際の例(1)

懸賞に応募する際、
以下のような画面
が表示されるが、

あなたの興味や関心あることについてお聞きします

※各カテゴリ内、複数選択可

- ◇ **レジャー**
 - 海外旅行
 - キャンプ
 - ドライブ・ツーリング
 - 国内旅行
 - 釣り
 - 遊園地
 - 日帰り旅行
 - 登山・ハイキング
- ◇ **スポーツ観戦**
 - ゴルフを見る
 - 卓球を見る
 - 自転車競技を見る
 - バレーボールを見る
 - マリンスポーツを見る
 - テニスを見る
 - 水泳を見る
 - サッカーを見る
 - 相撲を見る
 - 武道・格闘技を見る
 - 陸上競技を見る
 - 野球を見る
 - スキー・スノーボードを見る
- ◇ **娯楽・趣味**
 - 映画・ビデオ
 - テレビゲーム
 - 音楽(ロック)
 - 漫画・アニメ
 - ギャンブル
 - 麻雀
 - 各種収集
 - 車・バイク
 - カメラ
 - クーポン・割引券
 - テレビ
 - インターネット
 - 音楽(クラシック)
 - 芸能・タレント
 - カラオケ
 - お酒・ワイン
 - ガーデニング・園芸
 - DIY・日曜大工
 - 美術
 - パソコン
 - 音楽(ジャズ)
 - 音楽(ポップス)
 - 読書
 - 囲碁・将棋
 - 携帯電話・PHS
 - グルメ
 - 懸賞
 - 歴史

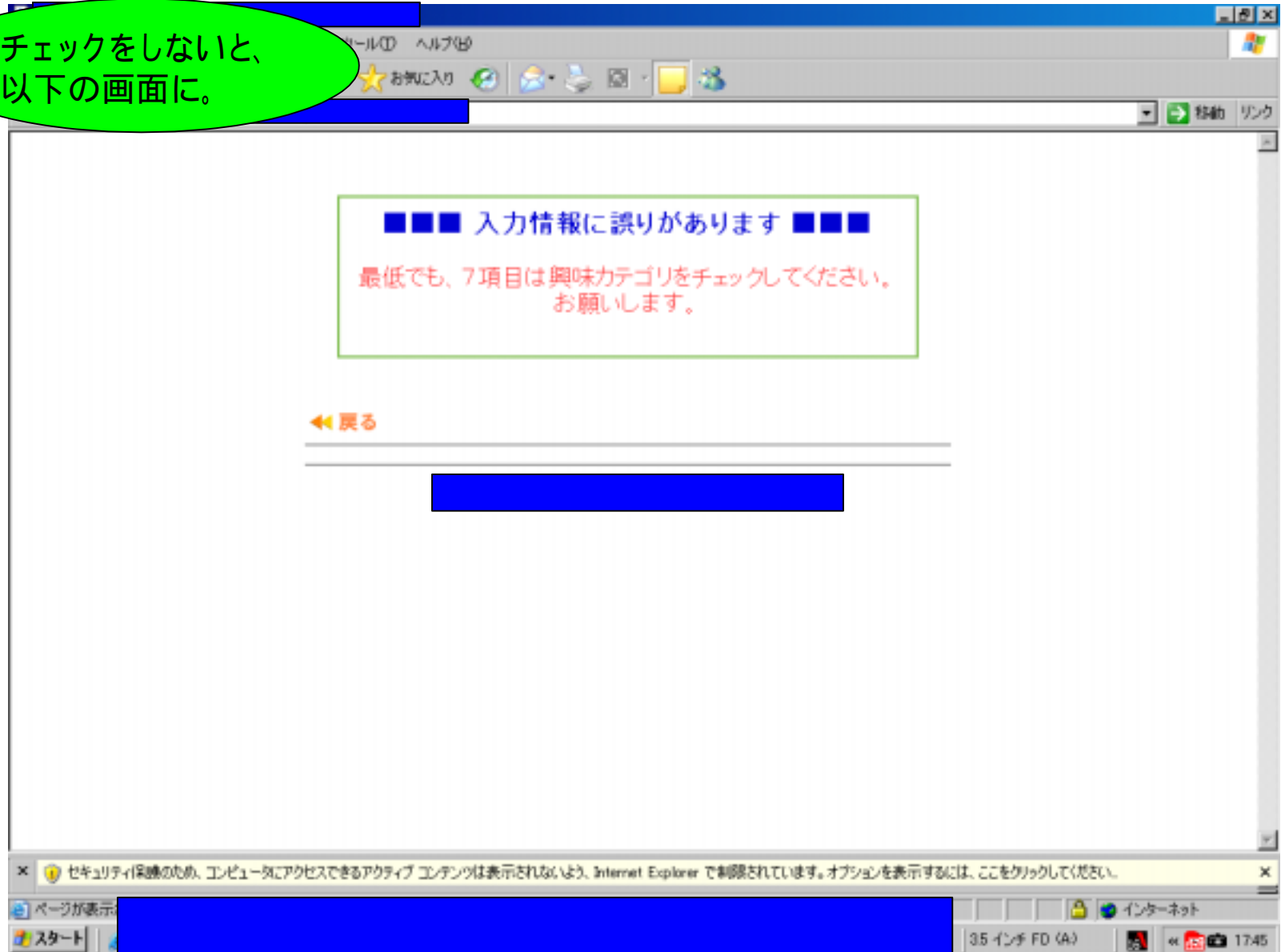
セキュリティ保護のため、コンピュータにアクセスできるアクティブ コンテンツは表示されません。Internet Explorer で制限されています。オプションを表示するには、ここをクリックしてください。

ページが表示されました

スタート | インターネット | 35 インチ FD (A) | 17:43

ネットで懸賞に応募する際の例(2)

チェックをしないと、
以下の画面に。



懸賞サイトの会員規約の例

第9条(サービスの提供)

1. 本サービスは、本規約に従って提供されるものとします。
2. 弊社は、本サービスに関連する情報、弊社が別途契約を締結した第三者からの情報のうち弊社の裁量により会員にとって有益と判断した情報、その他弊社からのお知らせ等を、随時提供します。
3. 前項により提供するサービスの形態は携帯電話を含む情報通信機器等を通じて閲覧可能なウェブサイト、電子メール、郵便等によるダイレクトメール、その他の手段を通じて随時提供することができるものとします。
4. 弊社は会員に対しサーバー障害やサービス更新などが発生した場合の情報を、電子メールおよびウェブサイトを使ってお知らせします。
5. 会員は本条に定めるサービスを無償で受けられるものとします。但し、サービスを受ける際に発生する携帯電話を含む情報通信機器等によるメール受信やウェブサイト閲覧その他に必要な通信費用の一切は、会員が負担するものとします。
6. 弊社は、弊社が別途契約を締結した第三者および弊社が企画するキャンペーンを、本サービス内で展開することができるものとします。
7. 弊社は、第三者と契約を締結することにより、当該第三者が企画運営するメディアと連携することができるものとします。
8. 弊社は会員に対して、本条に定めるサービス以外のサービスを追加して実施することができるものとします。
9. 弊社は、理由の如何を問わず、会員に事前の通知・催告をすることなく、本サービスに関して、内容の一部または全部の変更、提供頻度の変更、休止、廃止をすることができるものとします。ただし、サービスの全てを廃止する場合には、弊社が適当と判断する方法で、事前に会員にその旨を通知もしくは本サイト上で告知するものとします。

第9条2

当該サイトや、当該サイトから委託された者からの広告を送る旨を規定。

第9条6.8

会員に対する追加サービス(サービス内容不明)を実施できる旨を規定。