

省令等を作成するにあたっての検討事項

平成20年6月23日

オプトイン規制の導入に伴う省令・ガイドラインの制定の考え方

- オプトイン規制導入に伴い、規制の実効性を確保するために必要な施行規則(省令)、請求・承諾に係る解釈(施行通達・ガイドライン)について、本年12月の施行よりも十分に前もって定めて、周知を図る必要がある。
- 具体的には、以下の点について、それぞれ、省令・通達・ガイドラインを策定しておくことが必要。
 - (1) 省令：
 - ① 規制対象となる、あるいは適用除外となるメールの種類
 - ② 広告メール上に表示すべきオプトアウトの方法
 - ③ 消費者からの請求・承諾に係る記録の保存方法とその期間
 - ④ 指示・業務停止命令の対象となる行為(消費者の意に反して広告メール請求・承諾を行なわせた場合)
 - (2) 通達・ガイドライン：
 - ① どのような場合に、消費者から、広告メールの送信について請求・承諾を受けたと見ることができるか。
 - ② 事業者が、他の事業者の通信販売事業を承継するのに伴い、当該他の事業者が得た広告メール送信に係る請求・承諾を承継するに当たって、消費者がその意に反したメールの受信を回避するための連絡などが必要か。

①省令策定に向けての考え方

【改正法の規定】

(承諾をしていない者に対する電子メール広告の提供の禁止等)

第十二条の三 販売業者又は役務提供事業者は、次に掲げる場合を除き、通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提供条件について、その相手方となる者の承諾を得ないで(※)電子メール広告(当該広告に係る通信文その他の情報を電磁的方法(①電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であって経済産業省令で定めるものをいう。以下同じ。))により送信し、これを当該広告の相手方の使用に係る電子計算機の映像面に表示されるようにする方法により行う広告をいう。以下同じ。)をしてはならない。

一 (略)

二 当該販売業者の販売する商品若しくは指定権利若しくは当該役務提供事業者の提供する役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みをした者又は売買契約若しくは役務提供契約を締結した者に対し、②経済産業省令で定める方法により当該申込み若しくは当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合において、③経済産業省令で定めるところにより通信販売電子メール広告をするとき。

三 前二号に掲げるもののほか、④通常通信販売電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合として経済産業省令で定める場合において、通信販売電子メール広告をするとき。

【省令に向けての考え方】

①について

→ 法律における記載「電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であって経済産業省令で定めるもの」としては以下のものを想定しており、法的な表現ぶりについては調整中。

→ インターネット等の通信文を電子的に送受信する手段として以下の形態が存在する。

- (1) パソコン、携帯電話を利用して行うインターネット経由の電子メール
(迷惑メールの実態を踏まえると、SMTPに加えウェブメールも対象とする必要)
- (2) 携帯電話のSMS(ショートメールサービス)
- (3) インスタント・メッセージ・サービス

このうち、いわゆる迷惑メールの苦情・相談の太宗を占めるのは上記(1)(2)に限られるところ、(3)まで対象とするかについては要検討。

②について

電子メールにより通知する場合を規定することから、①と同様の規定ぶりとすることを考えている。

③について

本号の適用除外の趣旨は、以下のとおり。

- ・ インターネットを利用した通信販売において、契約の内容や履行に関する一定の事項について、販売業者等から消費者に対して電子メールにより連絡が行われることが一般的となっており、こうしたメールは取引の安定性を確保するために、消費者からも広く受け入れられている。
- ・ この際、契約を締結した消費者等に対し、購入した商品等に関連する商品やサービスについての広告を掲載することが有効な広告手段として活用されており、このような商慣行について特段のトラブルは生じていないことから、こうしたメールを適用除外とする。

【省令のイメージ】

申込み若しくは契約の内容又は契約の履行に関する事項を通知する場合において通信販売電子メール広告をするときは、その相手方に対し、当該契約に係る双方の債務の履行が終了する前に、通知するときとする。

④について

いわゆるフリーメールサービス(メールサービス提供事業者が、広告を掲載することを条件として、消費者に無料で利用できるメールサービスを提供しているもの)については、消費者は利用するサービスにおいてあらかじめ広告が掲載されてくることが条件となっていることを承諾してこのようなサービスを利用しているのであるから、オプトイン規制の適用除外にしてもよいのではないか。

<省令のイメージ>

- 一 販売業者又は役務提供事業者が、電磁的記録を受信する際に当該電磁的記録の一部に広告が掲載されていることをあらかじめ承諾している者(事業者は除く)のみが利用できる方法により、通信販売電子メール広告をする場合。

【改正法の規定】

第十二条の三

4 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売電子メール広告をするときは、第一項第二号又は第三号に掲げる場合を除き、当該通信販売電子メール広告に、第十一条各号に掲げる事項のほか、①経済産業省令で定めるところにより、その相手方が②通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するために必要な事項として経済産業省令で定めるものを表示しなければならない。

【省令に向けての考え方】

①について

・オプトアウトに必要な事項はどこに表示させるべきか。現行省令では、請求又は承諾に基づいて送信される広告メールについては、表示する場所は特段規定されておらず、法改正後は、広告メールは請求又は承諾に基づいて送信されるのであるから、表示場所については敢えて特に規定せずとも、メール本文に分かりやすく表示してあればよいのではないか。

②について

・現行法では、消費者からの拒否表示は電子メールによることとされている(省令第10条の4)が、広告メールを解除するための手続を行うURLを掲載するなどの方法を認めても支障はないものと思われる。

(表示として認めるべきと考えられる事項)

- ①消費者が電子メールによる広告を受けない旨を通知するための電子メールアドレス
- ②電子メール広告の送信を停止させるための手続を行うウェブサイトのURL

【省令のイメージ】

法第12条の3第4項の規定により、その相手方が通信販売電子メール広告の提供を受け
ることを希望しない旨の意思を表示するための方法を表示するときは、当該通信販売電子メ
ール広告の冒頭又は末尾に容易に認識できるように表示しなければならない。

2 法第12条の3第4項の通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するた
めに必要な事項として経済産業省令で定めるものは、次の各号のいずれかの事項とする。

一 相手方が通信販売電子メール広告の提供を受けない旨を通知するための電子メールアド
レス

二 相手方が通信販売電子メール広告の提供を受けないための手続きをとるためのホームペ
ージアドレス(インターネットにおいて識別するための文字、番号、記号その他の符号又はこ
れらの結合であって、情報の提供を受ける者がその使用に係る電子計算機に入力すること
によって当該情報の内容を閲覧することができるものをいう。)

・なお、オプトアウトの具体的手続きについては、次回のWGで検討か。

【改正法の規定】

(記録の保存について)

第十二条の三

3 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売電子メール広告をするときは、第一項第二号又は第三号に掲げる場合を除き、①当該通信販売電子メール広告をすることにつきその相手方から請求を受け、又はその相手方の承諾を得たことの記録として経済産業省令で定めるものを作成し、②経済産業省令で定めるところによりこれを保存しなければならない。

【省令案策定の考え方】

(これまでの議論)(迷惑メール規制に関する技術的論点WG中間取りまとめより抜粋)

- 広告メール送信について、事前に消費者から請求又は承諾があったことを示す記録としては、技術的にみて、また、経済的にみて実行可能なものであり、かつ、法的にみて請求又は承諾の事実について立証可能なものとすべきである。具体的には、以下のとおり整理することができる。
- 経済産業省等行政当局や関係団体のモニター端末で受信した迷惑メールの摘発を中心に執行を進めていくとすれば、インターネット上の消費者からの請求又は承諾の意思表示について、1件ごとの記録保持を義務付ける必要はなく、事業者側が消費者から請求又は承諾を得るに当たってどのような画面構成等を示しているかについての記録保持を義務付けておくことで足りるものと考えられる。この場合、遵法意識のある中小事業者にとっても、それほど大きな負担とはならず、厳正に執行していく上で必要な立証も可能であると考えられる。
- インターネット上の取引以外に、営業所等における販売等も行っているネットショップ事業者が、営業所等の店頭での名刺交換やアンケート用紙記入等を通じて、消費者から直接メールアドレスを入手したような場合には、名刺等をそのまま保管しておくことで足りるものとし、わざわざ電磁的記録として整理して保持しておく必要はないものと考えられる。

(今後の課題について)

- 画面構成や名刺等の取扱いの具体的な内容については、更なる検討が必要でないか。
- 保存期間については、公訴時効の期間(例えば3年)や、事業者にとっての負担を考慮するとどの程度の期間が必要か。

【省令のイメージ】

- 1 販売業者又は役務提供事業者が、相手方からの請求又は承諾を得た場合には、次の各号に掲げるいずれかの方法で内容を保存しなければならないものとする。
 - 一 当該通信販売電子メール広告をすることにつきその相手方からの請求又は承諾をウェブサイトから行う場合には、当該請求又は承諾に際して示す画面構成、及びその画面構成が実際にその期間存在していたことを証明する電磁的記録、または、送信をするように請求のあった、若しくは送信をすることに承諾を受けた送信先の電子メールのリスト。
 - 二 書面で請求又は承諾を受けた場合は、その書面。
 - 三 電子メールにより請求又は承諾を行った場合は、その電子メール。
- 2 上記の保存は、販売業者又は役務提供事業者が、相手方に対し通信販売電子メール広告を行った最後の日から〇年間は保存しておかなければならない。

【改正法の規定】

(指示)

第十四条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第十一条、第十二条、第十二条の三(第五項を除く。)若しくは前条第一項の規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一～二 (略)

三 前二号に掲げるもののほか、①通信販売に関する行為であって、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの

2 経済産業大臣は、通信販売電子メール広告受託事業者が第十二条の四第一項若しくは同条第二項において準用する第十二条の三第二項から第四項までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その通信販売電子メール広告受託事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一 (略)

二 前号に掲げるもののほか、②通信販売に関する行為であって、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの

①②について

→迷惑メール部分については、以下の事項を想定。

(1)販売業者等又は電子メール広告受託事業者が、不正な手段により消費者からの承諾を得ようとする事。

(2)販売業者等が、(国内、国外を問わず)法違反を犯している電子メール広告受託事業者に対し、電子メール広告関連業務を委託すること(※)。

※販売業者又は役務提供事業者は、法第12条第5項各号に掲げる業務を一括して他者に委託しているときは、同条第3項及び第4項の義務が免責されることとなるが、その場合に規制対象となる電子メール広告受託事業者が海外に存在する場合は、実質的に有効な行政処分ができなくなるため。

【省令のイメージ】

法14条第1項第3号の経済産業省令で定める行為は、次の各号に掲げるものとする。

- 一 販売業者又は役務提供事業者が、通信販売電子メール広告をすることについての請求を受け、又は承諾を得る場合において、顧客の電子計算機の操作が当該通信販売電子メール広告を受けることについての請求又は承諾となることを、顧客が当該操作を行う際に容易に認識できるように表示していないこと。

- 二 販売業者又は役務提供事業者が、法第12条第5項各号に掲げる業務を委託する場合に、法第12条の4第2項で準用する法第12条の3第2項から第4項までの規定のいずれかに違反する行為を行っている通信販売電子メール広告受託事業者に委託すること。

法14条第2項第2号の経済産業省令で定める行為は、次の各号に掲げるものとする。

- 一 通信販売電子メール広告受託事業者が、通信販売電子メール広告委託者の通信販売電子メール広告をすることについての請求を受け、又は承諾を得る場合において、顧客の電子計算機の操作が当該通信販売電子メール広告を受けることについての請求又は承諾となることを、顧客が当該操作を行う際に容易に認識できるように表示していないこと。

②ガイドラインにおいて定めるべき事項

(承諾と認められない場合について(12条の3 柱書き関係))

- 消費者からの請求又は承諾があったということは、消費者が明確に意識して請求又は承諾を行なったということである。したがって、消費者が請求または承諾に係る表示を見過ごす、あるいは見ていない可能性が高いにもかかわらず、包括的に黙示の同意を強制するようなクリックが行なわれたからといって、請求又は承諾があったとみることはできない。(迷惑メール規制に関する技術的論点WG中間取りまとめより抜粋)

(承諾を取得する方法について(14条関係))

- ①消費者が購入したショッピング・サイト、モール等からの広告メールの請求又は承諾については、いわゆるデフォルト・オン方式によることも認められるが、その場合、デフォルト・オンの表示について画面の中で消費者が認識しやすいように明記(例えば、全体が黒色系の画面であれば、赤字で明記)され、かつ、送信ボタンに近接したところに掲示する必要がある。(迷惑メール規制に関する技術的論点WG中間取りまとめより抜粋)
- ②いわゆる懸賞サイトや無料情報サービス等のメールアドレスを記入させることを条件の一つとして、様々なサービスを無料で提供しているサイトにおいては、自サイトからのメール送信についての請求又は承諾を得る場合、その旨について消費者が認識しやすいように明記(例えば、全体が黒色系の画面であれば、赤字で明記)しておく必要がある。特に、別のサイトから送信されることの請求又は承諾については、メールアドレスを入力させる過程等において、消費者が認識できるようにする仕組みとする必要がある。(迷惑メール規制に関する技術的論点WG中間取りまとめより抜粋)
- 具体的にはガイドラインで決めるとしても、次ページのように図示してわかりやすくするなど、具体的に例示を載せてはどうか。

①の場合

ショッピングサイト(デフォルト・オン方式)における承諾の取り方の一例

注文確認
注文内容を確認し、注文を確定して下さい。
下記の注文内容が正しいことを確認してください。
[注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

○お届け先 変更
経済 太郎
〒100-xxx
東京都千代田区霞が関x-x-x

○支払方法 変更
△△カード xxx-xxx
有効期限:06/2002

○注文明細 変更

商品	単価	数量	小計
商品(1)	1,000円	1個	1,000円
送料			200円
消費税			60円
合計			1,260円

○発送方法: 宅配便 変更

今後、当社からのお知らせ(商品についての広告メール)を受け取ることを希望します。

注文を確定する

[TOPに戻る](#) (注文は確定されません)

(デフォルト・オン方式)

送信ボタンに
近接

デフォルト・オンの表示について画面の中で消費者が認識しやすいように明記(例えば、全体が黒色系の画面であれば、赤字で明記など)

②の場合

今後、当社のメルマガの配信を希望します。

メールアドレス記入欄:

(※) 当社のメルマガに、当社のショッピングモールに出店しているショップの商品についての広告を掲載することがあります。

送信

当社のショッピングモールに出店しているショップ一覧はこちらです。

<http://www.〇〇〇.co.jp/shop/>

<〇〇ショップ一覧>

▼パソコン・周辺機器

▼家電

▼自動車用品

▼ファッション

▼スポーツ

<ショップ名>

▼〇〇〇〇

▼□□□

▼△△△△△△

△△△△△△

(ショップのWebサイトのトップページ)

懸賞ポイントサービス会員への登録を希望します。メールアドレス記入欄:

(※)懸賞ポイントサービス会員に対しては、提携サイトからの広告メールを送信することとなります。

送信

提携サイトの一覧は[こちら](#)です。

<http://www.〇〇〇.co.jp/shop/>

[http:// www.〇〇〇. co.jp/mail/news/](http://www.〇〇〇.co.jp/mail/news/)

<http:// www.〇〇〇. co.jp/travel/>