

特定電子メールの送信の適正化等に関する法律施行規則の一部を改正する省令案及び特定電子メールの送信等に関するガイドライン案について
提出された意見について

○ 意見募集期間：平成20年9月17日（水）～平成20年10月16日（木）

○ 提出意見総数：9件（提出された意見は別添のとおり）

（1）個人 2 件

（2）法人・団体 7 件

受付順	法人・団体意見提出者
1	トライコーン株式会社
2	ひまわりネットワーク株式会社
3	株式会社ディー・エヌ・エー
4	モバイル・コンテンツ・フォーラム
5	株式会社ジャパンネット銀行
6	株式会社パイプドビッツ
7	楽天株式会社

提出された意見とそれに対する考え方（案）

意見の概要	考え方（案）
省令案にかかる部分	
第5条（同意を証する記録の保存方法等）	
第1項	
<p>○ 多くの事業者においては、システム上、利用者に関する情報については最新の状態のみ管理しています。メールアドレスの変更があったときには、上書きして最新版のメールアドレスのみを保存することになります。過去のメールアドレスの変更履歴も含めた記録の保存も要求される場合、データベースの改修や運用の変更などが必要であり、過剰な負担となりますので、最新版のメールアドレスリストを保存することでも足りることとしていただきたい。なお、法第3条第1項第1号では、「通知した者」本人に着目していると考えられるところ、法律上、メールアドレスの変更管理まで求めているものではないと理解しています。（楽天株式会社）</p>	<p>特定電子メールの送信の適正化等に関する法律施行規則の一部を改正する省令案（以下「省令案」といいます。）第5条第1項では、「特定電子メールのあて先とすることができる電子メールアドレスが他と区別できるようにされている記録」の保存を求めているものですが、個別の電子メールアドレスの変更があった場合には、保存期間内はその変更記録を示すことができるようにしておくことが望ましいものと考えます。</p>
第2号	
<p>① 5条1項2号（イ）～（ハ）における同意を証する記録の前提として、「特定電子メールのあて先とすることができる電子メールアドレスが区別できるようにされている記録」つまり、個人情報である電子メールアドレスをサービス終了後一定期間保存することが義務化されている。しかしながら、個人情報保護方針において、サービス終了後即時に個人情報の削除あるいはデータベース消去を行っている健全な事業者にとっては、大きな運用方針の変更を強いることとなるため、保存対象から電子メールアドレスは除外すべきである。また、この省令案によって施行される場合においては、個人情報保護の運用方針変更が可能な期間を前提にした十分な周知を行った上で法規制の適用が行われることを強く希望する。（モバイル・コンテンツ・フォーラム）</p>	<p>① 平成20年改正後の特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（以下「特定電子メール法」といいます。）第3条第2項の保存義務は、オプトイン方式においては受信者からの同意の取得の有無が法違反であるか否かの重要な判断基準となることから導入されたものであり、「特定電子メールのあて先とすることができる電子メールアドレスが他と区別できるようにされている記録」を保存対象か</p>

	<p>ら除外することは適当ではないと考えます。</p> <p>なお、法令の施行にあたっては十分な周知活動を行っていくことを考えております。</p>
<p>② 同意取得の画面構成が動的に生成される場合（例えば、広告メールの種類やメールを送る広告主の名前を記述する欄の内容が動的に変更されるもの）においては、同意取得の結果を送信リストに自動的に反映される仕組みであるので、保存義務対象である「定型的な事項」としては、動的生成される表示欄がどのようなのかを示すフォーマットを保存していれば足りるとの解釈運用を行っていただきたい。（楽天株式会社）</p>	<p>② 省令案第5条第1項第2号における「定型的な事項」及び「定型的な部分」とは、同意の相手方を含め、同意の通知を行う者に提示された表示等の定型的な部分が示されることが必要とされるものです。</p>
<p>第2項</p>	
<p>① 上記案の特定電子メール送信停止後1ヶ月間保存することと定められている点においては、個人情報の保存義務まで課すものではないと理解しております。しかしながら、上記案で示されている同意を証する記録の中には、往々にして個人情報が含まれており、送信事業者においては、同意を証する記録と共に管理されるのが実態であります。したがって、個人情報の保護に関する法律に基づく消去の要求があった場合、実運用上個人情報部分を切り離して1ヶ月間の記録を保存することは難しく、一般消費者および送信事業者が混乱する可能性がございます。本省令およびガイドライン施行後は、運用状況を注視いただき、一般消費者や送信事業者が混乱しない法規制となるよう、必要に応じて今後の検討課題としていただきたく、要望いたします。（根拠法令等：個人情報の保護に関する法律第27条（利用停止等）においては、個人情報の本人から、個人情報取扱事業者が保有する個人情報の消去を求められた場合、遅滞なく消去しなければならない旨規定。）（株式会社パイプドビッツ）</p>	<p>① 個人情報の保護に関する法律第27条第1項では、同法の規定に違反した取扱い等をされていることを理由とした本人からの求めによる利用停止等について規定されておりますが、その求めに理由があることが判明したときには、「違反を是正するために必要な限度で」利用停止等を行うべきこととされており、ご指摘のような場合であって本人からの求めに理由があるときには、特定電子メール法第3条第2項の記録として保存されている情報については、保存期間内においては、「消去」ではなく、「利用の停止」を行うことが考えられます。</p> <p>なお、特定電子メール法に係る</p>

<p>② 上記案の特定電子メール送信停止後1ヶ月間保存することと定められている点においては、経済産業省が推進するオプトイン規制「特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する省令（平成20年経済産業省令第74号）」で定める3年間の保存義務と大きな差異があります。この差異について経済産業省では、平成20年10月1日付意見募集結果において、「特商法と特電法とでは、規制の趣旨や規制対象となる電子メールに差異があるため、規制の内容に差異が生じるのは自然なことと考えますが、規制対象者にとって分かりにくいものとならないよう運用していく考えです。」とコメントしております。しかしながら、迷惑メール規制という大きな枠組みの中においては、一般消費者や送信事業者にとって、総務省管轄であるか経済産業省管轄であるかの差異よりも、適正な電子メールの送受信環境が整備されることが重要と思料いたします。一般消費者や送信事業者に理解しやすく運用しやすい法規制となるよう、迷惑メール規制部分の法律の一本化を今後の検討課題としていただきたく、要望いたします。（根拠法令等：経済産業省：「特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する省令案」に対する意見募集の結果について（案件番号595108068）「特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する省令（平成20年経済産業省令第74号）」）（株式会社パイプドビッツ）</p>	<p>運用状況については、法の実効性の確保、健全な事業者への負荷等の観点から、注視して参ります。</p> <p>② 特定電子メール法は、電子メールの送受信上の支障の防止を目的とし、特定商取引に関する法律は、通信販売を含む特殊な販売類型について、その取引を公正にし、購入者等の損害の防止を図ることを目的としています。この法目的の差異から、両法は異なる法体系をとっているところですが、規制対象者や電子メールの受信者にとって分かりにくいものとならないよう適切な運用と十分な周知を行っていく考えです。</p>
<p>第9条（電気通信設備を識別するための符号）、第10条（その他の表示を要する事項）</p>	
<p>① 電子メールアドレスで、いわゆるフリーアドレスは禁止にして欲しい。何故なら、今でも多くの特定電子メールで受信拒否の連絡先として使われていて電子メールアドレスの収集として使われている。また、信用度が低すぎる。新法で、逃げ道として使われる可能性がある。（個人）</p> <p>② URL若しくはURLに対応したハイパーリンクを表示する時は送信者等の住所と氏名もしくは、事業所名を記載して欲しい。表記が無い場合は、送信者等の特定が受信者には出来ないので困る。また、いわゆる私書箱も禁止して欲しい。どこに事業所か在るのか判らなくなる。（個人）</p>	<p>① 参考意見として承ります。なお、オプトイン方式の導入により、受信者の同意を得ることなく広告宣伝メールを送信することが原則として禁止されるため、電子メールアドレスの収集を目的として同意のない者に広告宣伝メールを送りつける行為も禁止されることとなります。</p> <p>② 特定電子メールの送信に当たっては、送信者等の氏名・名称の表示義務が課されています。送信者等の住所等については、受信者が特定電子メール法第3条</p>

第3項本文の通知を行うに当たって必ずしも必要となる事項ではないため、リンク先等への表示とすることが可能となっています。

また、送信者等の住所としては、送信者等の所在地を示す必要があり、私書箱とすることは認められません。

ガイドライン案にかかる部分

1 適用範囲等

○ 他人に電子メール送信のためのシステムを提供しているだけのメール配信サービス事業者・配信ASP主にメール配信サービスをする業者は規制の対象とするべきである。現に数社のメール配信サービス事業者で特定電子メールが表示義務違反で送られてきた。新法で、抜け道として使うことが出来る。(個人)

他人に電子メール送信のためのシステムを提供しているだけの者については、別に電子メールの送信者があるものであり、「送信者」にはあたりません。

① 「特定電子メール」の範囲

2) 政治活動・非営利活動等との関係

○ 団体への加入や寄附を求めることを内容とする電子メールが執拗に送信され、受信者からの苦情や問い合わせが頻発するような事態が今後想定されます。このような電子メールが問題になった場合、特定電子メールに関する規定が準用されることが望ましいと考えます。(個人)

特定電子メール法上、政治活動等に関して送信される電子メールは対象となっておらず、そのような者に対して、特定電子メール法の規定を準用することはできません。

② 「送信者」、「送信委託者」の位置付け

① 単に広告の依頼を行っているだけの者は送信委託者として扱うべきである。単に広告の依頼をただけとして、新法の抜け道として使われる可能性がある。(個人)

① 法は、自己又は他人の営業につき広告又は宣伝を行うための手段として送信する電子メールについて規制しているものであり、広告宣伝メールの送信に係る業務(電子メールの送信、オプトインの通知の受領又は同意の記録保存等)を一切行っていない者は対象とは

<p>② 契約関係にある事業者と、契約関係にない「営利目的の団体又は営業を営む場合における個人」とは区別し、下記のような記述が望ましいと考えます。契約関係にある事業者は、正当なユーザーサービス・正当な営業活動として「広告又は宣伝を含む」電子メールの送信を行う必要があります。「特定電子メール」とは、<u>契約関係にない「営利目的の団体又は営業を営む場合における個人」</u>である送信者が「自己又は他人の営業につき広告又は宣伝を行うための手段として送信する電子メール」である。（ひまわりネットワーク株式会社）</p>	<p>なっていません。</p> <p>② 「特定電子メール」は、特定電子メール法において、「電子メールの送信（…略…）をする者（営利を目的とする団体及び営業を営む場合における個人に限る。…略…）が自己又は他人の営業につき広告又は宣伝を行うための手段として送信をする電子メールをいう。」と定義されています。</p>
<p>2 オプトイン規制における同意</p>	
<p>① 「同意」の取得</p>	
<p>○ ガイドライン施行前の「取得済みメールアドレスの受信者」は、ガイドライン適用外である為、「同意の取得」なしに電子メールの送信が可能と考えます。「取得済みメールアドレスの受信者」は、オプトアウトの通知にて対応することが、現在行われている正当な営業活動を阻害することなく継続できると考えます。（ひまわりネットワーク株式会社）</p>	<p>改正法附則第2条第1項において、改正法の施行前になされたオプトインの通知は、改正後の特定電子メール法に規定するオプトインの通知とみなすとされています。</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>○ 送信頻度が多い場合とは、どの程度か？おおよその目安をお示しいただきたい。例：2通／日、8通／週（株式会社ジャパンネット銀行）</p>	<p>「送信頻度が多い場合」とは、受信者にとって負担が大きくなる送信の態様の一例として示したものであって、受信者にとって負担が大きくなる送信頻度は、送信者と受信者の関係や広告宣伝メールの内容等により様々であると考えられるため、具体的な数値を一般的に示すことは困難と考えます。</p>
<p>5) ダブルオプトイン</p>	
<p>○ 「ダブルオプトインより簡便な方法として【中略】一定期間内に当該電子メールに対して異議が無い場合」とありますが、「一定期間」については企業の業態・特性に応じて、企業側の常識の元に定義して良いと解</p>	<p>「一定期間」については、企業の業態・特性や受信者との関係などに</p>

<p>釈してよろしいのでしょうか？（トライコーン株式会社）</p>	<p>応じ、個別に判断されるべきものと考えます。</p>
<p>② 同意を証する記録</p>	
<p>2) 保存の内容</p>	
<p>① ②の「同意の取得を電子メールの送信と返信により行う場合」には、いわゆる「空メール」での登録も含まれると思いますが、この点をより明確に記述して頂いた方がガイドラインを遵守する際に理解し易いと考えます。（トライコーン株式会社）</p>	<p>省令案第5条第1項第2号におけるイ～ロは、オプトインの通知を受ける前段階の行為による分類であり、いわゆる「空メール」による登録は同号ロの場合に限られません。（例えば、書面により空メールによる登録を提案する場合は、保存対象は同号イの事項となります。） この点について、ガイドライン案を修正し、明確化することとします。</p>
<p>3) 保存期間</p>	
<p>① 個人情報保護法では「本人からの求めがあった場合には、取得している個人情報を削除しなければならない」とのがありますが、特定電子メール法を鑑みた場合、同意を証する記録に関しては、当法律を優先し、記録を残しておくべきであると解釈してよろしいのでしょうか？（トライコーン株式会社）</p>	<p>① 個人情報の保護に関する法律では、保有個人データの内容が事実ではないという理由による本人からの求めによる訂正等（第26条第1項）、法の規定に違反した取扱い等をされていることを理由とした本人からの求めによる利用停止等（第27条第1項）について規定されておりますが、「その求めに理由があることが判明したとき」について、「他の法令の規定により特別の手續が定められている場合を除き」（第26条第1項）、「違反を是正するために必要な限度で」（第27条第1項）とされているところであり、特定電子メール法第3条第2項の記録として保存されてい</p>

	<p>る情報については、保存期間内においては、保存しておくべきものであり、「削除」ではなく、「利用の停止」を行うことが考えられます。</p>
<p>3 オプトイン規制の例外</p>	
<p>② 「取引関係」にある者</p>	
<p>① 契約関係にある事業者と契約ユーザーは、「取引関係」にあると考えられる為、特定電子メールの送信が可能と考えます。（ひまわりネットワーク株式会社）</p> <p>② 中長期にわたって口座のみを有している顧客を「取引関係にある者」とみなして問題ないか？（株式会社ジャパンネット銀行）</p>	<p>① 「契約」の内容にもよるため、一概に言えませんが、通常、継続的な取引が生ずるような契約関係にあるのであれば、取引関係にあるものと考えます。</p> <p>② 通常の場合においては、銀行と当該銀行の預金口座を有している者との間には、取引関係があるものと考えます。</p>
<p>5 表示義務</p>	
<p>③ 表示の方法</p>	
<p>① オプトアウトした場合、ウイルスやワーム、マルウェアなどがオプトアウト者の電子計算機に送信される、オプトアウト者の電子計算機から個人情報や秘密情報を吸い出すなど、オプトアウト者への報復と解釈される行為についても明示的に禁止すべきと考えます。（個人）</p> <p>② メールフッターに配信拒否を行う方法を記載することで問題ないか？また、メールフッターに配信拒否手段をすべて記載しきれない場合、配信拒否手段を説明したページのリンク先を記載する方法は認められるか？（株式会社ジャパンネット銀行）</p>	<p>① 今回の意見公募対象に直接関係するものではありませんが、参考意見として承ります。</p> <p>② 配信拒否の通知を受けるためのメールアドレスやURL等は、受信者が容易に認識することのできる場所であれば、メールフッターへの記載も可能です。</p> <p>また、配信拒否の通知ができる旨は通知先のメールアドレスやURL等の直前又は直後に表示しなければなりません。具体的な配信拒否手段はリンク先に記述する</p>

ことも可能です。

6 措置命令

① 対象となる送信者の行為

1) 「一時に多数の者に対してする特定電子メールの送信その他の電子メールの送信」

○ 弊社では、お客様がお持ちの配信対象者リストをお預かりし、一時に多数の特定電子メールを送信する場合がございます。この場合の配信対象者リストはオプトインで集められたものではありませんが、電子メールアドレスの取得時期が古い場合もあり、アドレスの変更等で既に存在しないアドレスとなっている場合がございます。これらの配信リストに対してメール配信を行った場合、受信側では架空電子メールアドレスへの大量送信とみなされる恐れが発生致します。何度か配信を繰り返す場合には、エラーとなったアドレスへの配信を抑制するようなシステム対応が可能です。一度だけの配信の場合は、そのようなシステム的な対応ができません。そこでガイドラインには以下の内容を加えて頂けると、配信事業者および受信事業者にとってより良い仕組みになるのではないかと考えます。『オプトインで集めた配信リストであっても、エラーアドレスが多数含まれていた場合は「架空電子メール」への大量送信と見なされる恐れがあるため、配信リストのメンテナンスを実施し、存在しないアドレスへ配信しないようにするのが望ましい』（トライコーン株式会社）

「架空電子メールアドレス」は、プログラムにより自動的に作成された電子メールアドレスであって利用者がいないものであるため（特定電子メール法第2条第4号）、ご指摘のようなケースはこれに該当するものではありませんが、電気通信設備への負荷軽減の観点等から、配信リストのメンテナンスを適時適切に実施し、利用者がいない電子メールアドレスへの配信は行わないようにすることが望ましいと考えます。

その他の意見・要望

① 省令・ガイドラインの整備、施行及び運用にあたっては、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の負担とならないようにしていただくとともに、国民に対する周知を徹底していただき、法施行後の混乱を招かないようご配慮をお願いいたします。例えば、特商法における広告メール規制と本法による規制内容の差異が国民にとって把握しづらいという点は否めず、それが法令遵守の妨げになる可能性も想定されます。そもそも両法は目的が異なるものであるという点については理解しておりますが、特商法の担当者様と協議の上、両法の差異（法が適用される具体的な場面の違い等）を一纏めにしたガイドラインを作成・公表される等、国民の理解を促す取り組みについてご検討いただきたいと存じます。（株式会社ディー・エヌ・エー）

① ご指摘を踏まえ、今後の法令の運用に当たっては、正当な営業活動に対する過度の負担になっていないかについても配慮するとともに、国民にとってわかりやすい周知に心がけていく所存です。

② 今回の改正でオプトイン方式や同意を証する記録の保存等の新たな法規制行われることとなったが、業界毎のビジネス環境や取引状況等によって多様な状況が考えられるため、現状に合わせた業界個別のガイドラインを整備することに十分な協力をお願いしたい。特に、当該法令と経済産業省の特商法の規制内容とで個別事項において大きな相違があるため法令順守を目指す健全な事業者が十分に理解できるような整理が必要であるとする。（モバイル・コンテンツ・フォーラム）

② 各分野での実情に合わせた自主的なガイドラインの整備は望ましいものと考えており、総務省としても必要な協力を行っていくこととしたいと考えております。

③ 経産省及び総務省における広告メール規制の統一について。今回、経産省と総務省では保存内容、保存期間、及び表示義務などを中心として違いがあり、極めて分かりにくい。今後、法律の見直しその他の機会を捉え、法律の一本化も含め消費者や事業者が無用な混乱を生じさせない措置を検討していただきたい。（楽天株式会社）

なお、特定電子メール法は、電子メールの送受信上の支障の防止を目的とし、特定商取引に関する法律は、通信販売を含む特殊な販売類型について、その取引を公正にし、購入者等の損害の防止を図ることを目的としています。この法目的の差異から、両法は異なる法体系をとっています。

③ 特定電子メール法は、電子メールの送受信上の支障の防止を目的とし、特定商取引に関する法律は、通信販売を含む特殊な販売類型について、その取引を公正にし、購入者等の損害の防止を図ることを目的としています。この法目的の差異から、両法は異なる法体系をとっているところですが、規制対象者や電子メールの受信者にとって分かりにくいものにならないよう適切な運用と十分な周知を行っていく考えです。