

# 電子メール広告に関するオプトイン 規制に係る省令等の改正について

平成20年9月24日

経済産業省商務流通グループ

消費経済対策課

# 1. 省令改正の趣旨、公布及び施行の予定

○現在電子メール広告に関してはオプトアウト規制(送信を希望しない者に対しての再送信の禁止)が行われているが、迷惑広告メールを一方向的に送りつけ、受け取った消費者を不意打ち的に商取引に誘い込む手口は一層巧妙化・悪質化しており、また量的にも一貫して増加傾向を辿ってきており、実際にトラブルが後を絶たない。

○このような背景を踏まえ、本年6月に成立した「特定商取引に関する法律及び割賦販売法の一部を改正する法律」(平成20年法律第74号。以下「改正法」という。)第1条では、通信販売、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引に係る電子メール広告については、承諾をしていない者に対する電子メール広告提供の禁止(オプトイン規制)等が盛り込まれたところである。

●以上の改正をふまえ、改正法のうち、電子メール広告に係る部分について、新たに省令に委任された事項を規定するため、特定商取引に関する法律施行規則の所要の改正を行う。

●省令の公布および施行の時期

施行:法律の公布(平成20年6月18日)から6ヶ月以内に施行する必要がある、12月1日の施行を予定。

公布:12月1日までの間、省令の内容の周知期間を十分確保するために、10月1日の公布を予定。

## 2. 電子メール広告の通信形式とオプトインの適用除外

### 【法第12条の3】

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つ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)

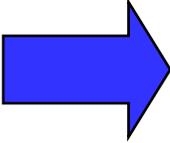
二 当該販売業者の販売する商品若しくは指定権利若しくは当該役務提供事業者の提供する役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みをした者又は売買契約若しくは役務提供契約を締結した者に対し、②経済産業省令で定める方法により当該申込み若しくは当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合において、③経済産業省令で定めるところにより通信販売電子メール広告をするとき。

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。

【①②について】

近年の実態を踏まえ、従前のインターネット回線を経由する電子メールに加え、いわゆる携帯電話のショートメールサービスを規制の対象に加えることとする。

【③について】



その頻度、量、構成等からみて許容される範囲であるため、契約の申込みの受理、契約の成立、契約の履行に係る重要な事項の通知に付随して、通信販売電子メール広告を行う場合には、オプトイン規制の適用除外とする。

【④について】

いわゆるメールマガジンやフリーメールサービス等の無料サービスに付随する広告メールについては、消費者がこのサービスの利用においてあらかじめ広告が掲載されていることが条件となっていることを認識してこのようなサービスを利用しているなどの特殊事情があり、消費者被害の可能性も非常に低いため、オプトイン規制の適用除外とする。

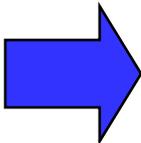
# 3. 記録の保存

## 【法第12条の3第3項】

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。

### 【①について】

販売業者又は役務提供事業者(以下「販売業者等」という。)は、電子メール広告を送信するに際し、請求または承諾を得たことの記録として以下のものを保存することとする。

- 
- (1) **ウェブサイトの画面から**相手方からの請求又は承諾を得た場合は、個別の当該請求又は承諾があったことを示す書面又は電子データその他の記録(以下「記録」という。)。ただし、販売業者等が、当該請求又は承諾を得る際に、ウェブサイトの画面上の定型的なフォーマットにおいて相手方が表示した請求又は承諾の意思表示に係る情報を自動的に送信先リストとして作成している場合で、消費者の意に反した請求又は承諾が容易に行われないうように表示するなどしている場合には、当該定型的なフォーマット等の方法を示す記録及びそれを用いた時期を示す記録で代えることができる。
  - (2) **電子メール、書面その他の方法により**相手方からの請求又は承諾を得た場合は、個別の当該請求又は承諾があったことを示す記録。ただし、販売業者等が定型的なフォーマット等を用いて得た当該請求又は承諾の意思表示に係る情報をそのまま送信先リストとして作成している場合で、消費者の意に反した請求又は承諾が容易に行われないうように表示するなどしている場合には、当該請求又は承諾を得る際に用いた定型的なフォーマット等の方法を示す記録及びそれを用いた時期を示す記録で代えることができる。

### 【②について】

上記の記録は、販売業者等が、相手方に対し**通信販売電子メール広告を行った日から3年間**保存しなければならない。

## 4. 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連絡方法の表示

### 【法第12条の3第4項】

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。

### 【①について】

相手方が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の方法を、当該通信販売電子メール広告の本文に容易に認識できるように表示しなければならない。

### 【②について】

販売業者等は、その相手方が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に必要な事項として、相手方が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の電子メールアドレス、ホームページアドレス(URL)のいずれかを当該電子メール広告上に表示しなくてはならない。

## 5. 販売業者等に対する指示

### 【法第14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

### 【①について】

- ✓ 販売業者等が、相手方から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、パソコン等の画面上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、消費者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により、消費者の意に反する請求又は承諾が容易に行われる状態となっていること。
- ✓ 販売業者等が、電子メール広告業務を委託する際に、オプトイン規定に違反する行為を行っている電子メール広告受託事業者に委託すること。

### 【②について】

電子メール広告受託事業者に対しても販売業者等と同様に、パソコン等の画面上の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に対する規定を定める。

## 6. その他の改正事項

---

- ✓ 通信販売と同様、今回の法改正により連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引に対してもオプトイン規制を導入したことにより必要な省令改正を行う。なお、電子メール広告受託事業者に対しても、販売事業者等と同様の規定が準用されることとなっている。
- ✓ その他の技術的な改正を行う。

## 7. ガイドラインの作成

---

○特定商取引法第14条第1項第2号及び第2項第2号では、通信販売に関する主務大臣の販売業者等に対する指示について規定されており、「通信販売における禁止行為」の具体的な内容は既述のとおり省令に委任されている。

●そのため、省令中の「顧客が当該操作を行う際に容易に認識できる」表示とは何かについて、具体的な該当例・該当しない例について示したガイドラインを作成し、明確性を担保する予定である。(ガイドラインの具体的なイメージについては次ページ以降参照。)

●なお、本ガイドラインは例示の1つに過ぎず、通信販売業者等において、消費者にとってよりわかりやすい表示になるよう引き続き取り組んでいくことが期待される。

# (参考) ガイドラインのイメージ

## 1. 消費者が商品を購入したショッピングサイト等における承諾の取り方について

### (画面例1)

容易に認識できる例

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-xxxx  
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: 06/2009

○注文明細 変更

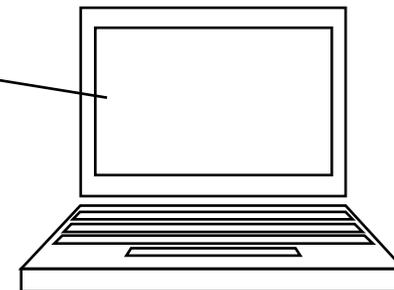
商品	単価	数量	小計
商品(1)	1,000円	1個	1,000円
送料			200円
消費税			60円
合計			1,260円

○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。(希望しない方はチェックを外して下さい。)

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、全体が白色系の画面であれば、赤字で明記など)

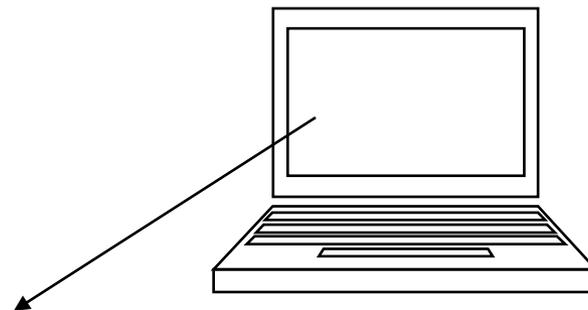


## 2. 懸賞サイトや占いサイト等における承諾の取り方

○消費者が認識しやすいように明記されているか否か。

### (画面例3)

容易に認識出来る例



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/fasshon/>  
<http://www.〇〇〇.co.jp/electric/>  
<http://www.〇〇〇.co.jp/travel/>

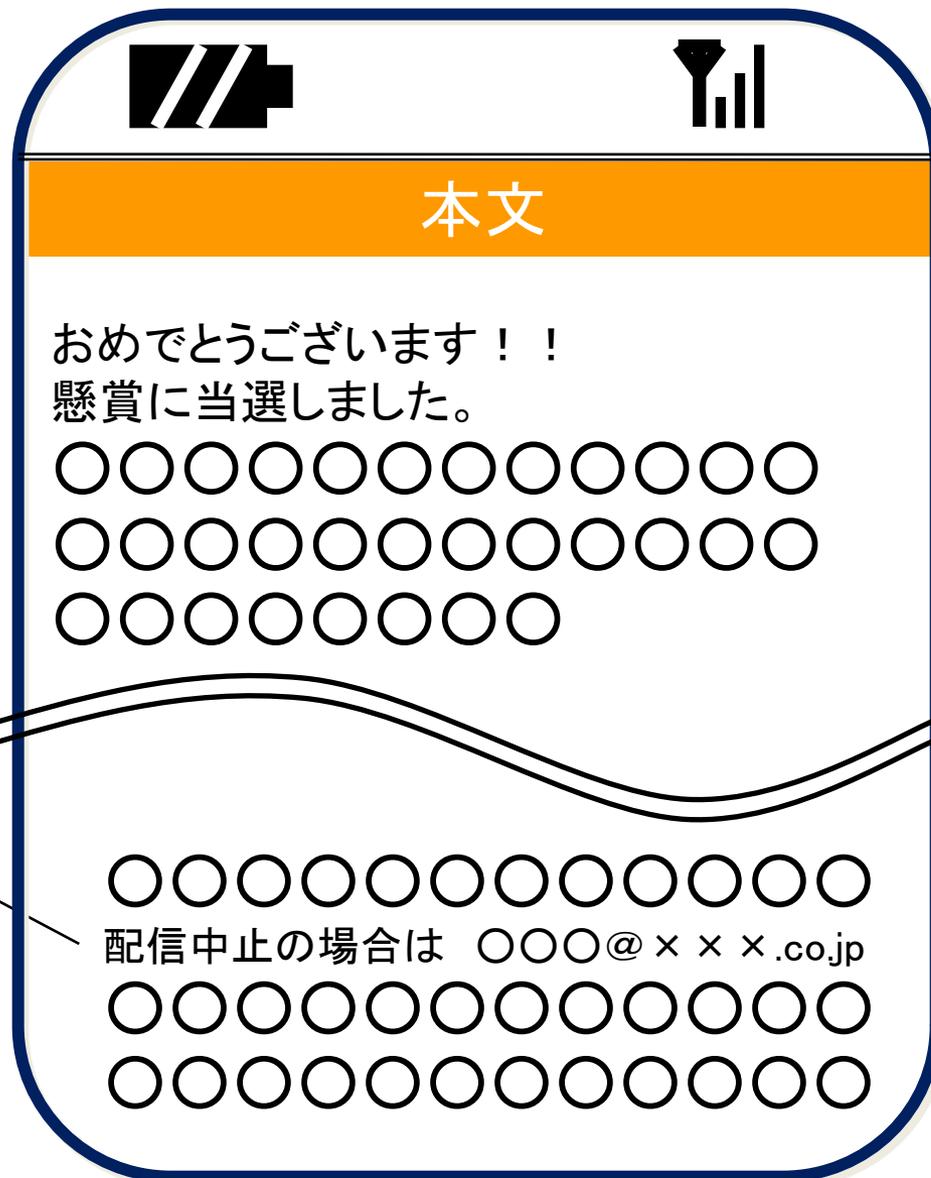
(ファッション関係) またはサイト名(送信者名)  
(家電関係) またはサイト名(送信者名)  
(旅行関係) またはサイト名(送信者名)





# (画面例6)

容易に認識できない例



膨大な面のスクロールをしないと表示にたどり着けないなど、消費者がよほどの注意を払わない限りは確認できないような場合。