

平成20年9月28日

経済産業省消費経済対策課 パブリックコメント担当 御中

「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

特定商取引法施行規則改正省令案について、以下のように意見を述べさせていただきます。

③記録の保存（法12条の3第3項関係）

優良な事業者に過度の負担をかけないという趣旨は理解できます。しかしながら悪質業者が消費者の意に反した請求又は承諾が容易に行なわれないように表示していて、悪質な広告販売を行なう場合も想定できます。そのような悪質な業者については、排除できるような制度を構築すべきです。消費者が意に反した請求又は承諾が容易に行なわれないように表示のガイドラインを厳格に規定すべきと考えます。

記録の保存期間についても、3年ですが、改正後の相談の状況によっては、見直しなど検討を希望します。

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12条の3第3項）

広告本文上に、オプトアウトするためのメールアドレスやURLを表示することも重要です。その表示方法については、消費者にとって、見逃さないような目立つ方法で表示されるべきと考えます。その上で、オプトアウトするために表示されたメールアドレスや、URLで、簡単にオプトアウトできることが重要です。必要がないと感じた場合、電子広告メールは、確実に断わることができるように、省令等の規定を求めます。

⑤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に対する指示（法14条第1項関係）

以下のような事例が発生しています。実際は電子広告メールと考えられますが、あたかも個人間のメールの送受信と勘違いさせるような事例です。このような事例についても、消費者の利益を害するものとして指示できるような体制を求めます。

事例：着メロサイトに登録したら、次々とメールが届いた。量的に多いのでメールを開けると、何人もの人から交際したいとメールが届きました。メールを読むためにはポイントを購入しなければならない仕組みです。最初の数通に関しては、ポイントが無料だったので、何かの間違いとお断りメールを送付しました。その後、ポイントが不足して有料になり、断わっていましたが、様々な事情で、簡単には断われない雰囲気があり、ポイントを

購入して、メール交換をしました。ポイントを購入して、メール交換することが普通の感覚になったときに、会いたいと言われ、擬似恋愛的感情の抱き、メールを読むためにポイントを購入しました。

このケースでは、大量に送られてきたメールは電子広告の1変種と考えられますが、当人はポイント購入の出会い系サイトに登録した意識もないまま、ポイント購入という契約に巻き込まれるようになっていきます。

⑦その他技術的な改正

広告メールの承諾などの表示例については、ガイドラインなどで、消費者の利益を害することがないように、明示すべきです。原則、デフォルトオフを希望しますが、デフォルトオンにする場合は、目立つように表示することが重要です。デフォルトオンになっている場合、承諾しない場合は、オフにしなくてはならないことを明確に分かりやすく目立つように表示すべきです。また、1つの承諾がいくつも会社の電子広告メールの承諾となる場合は、きちんと関連会社の内容が想定できるような形で表示することを求めます。表示された関連会社が消費者から想定できない悪質業者の広告メール配信にならないよう、分かりやすい表示にすることを希望します。

法改正前に取得した個人情報については、法改正後、再度承諾を求めるような方法をとることが望ましいと施行規則に明記をすることを希望します。プロバイダからは、バースデイメールなども届くことを考えるとそれほど、難しいとこととは考えられません。

以 上

問い合わせ先

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

152-0031 東京都目黒区中根2-13-18 第百生命都立大学駅前ビル

電話 03-3718-4678 FAX 03-3718-4015

E mail nacs-muse@y3.dion.ne.jp

世話人 内田・柴垣