

平成 23 年 8 月 22 日

「特定電子メールの送信等に関するガイドラインの改正案」に関する意見書

総務省総合通信基盤局

電気通信事業部消費者行政課 御中

公益社団法人

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

消費者提言特別委員会

〒152-0031 東京都目黒区中根 2 丁目 13 番 18 号

第百生命都立大学駅前ビル

電話 03-3718-4678 (代) fax03-3718-4015

電子メール advisor-consultant@nacs.or.jp

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会では、毎週日曜日に「ウークエンド・テレホン」という電話での消費者相談を全国から受けています。

その中で、出会い系サイトや不当請求などの相談ではきっかけや導入が、メールによるものが多くみられます。今回の「特定電子メールの送信等に関するガイドラインの改正案」に関し、これらの相談事例をもとに、別紙のとおり意見を提出します。

条項若しくは項目と頁番号	具体的内容
<p>1 適用範囲等 ① のイ) P 1</p>	<p>「特定電子メール」の範囲に<u>会員制サイトでの他の会員からの連絡</u>が加えられたことに賛成です。出会い系サイトの導入にSNSなどの会員をよそおい勧誘するケースが多く見られます。このような場合も適用範囲となることは適切と思います。</p>
<p>2 オプトイン規制における同意 7) デフォルトオン／オフ P 4 8) デフォルトオンでの注意事項 P 4</p>	<p>ウェブフォーム等を活用して同意を取得する場合の方法として、今回予めチェックボックスにチェックを入れず利用者の意思でチェックを入れるデフォルトオフが「推奨」とされたことは、一歩前進とも考えられます。しかしながらデフォルトオフと、予めチェックボックスにチェックを入れておき、利用者が広告メールが不要な場合はチェックを外すデフォルトオンのどちらでもよいとすれば、殆どの事業者がデフォルトオンを選択することは明らかです。デフォルトオンの場合、利用者がチェックボックスに気付かない場合はチェックが外されないので、利用者はメールの送信を「承諾した」ことになり、電子メール広告の送信が許されることとなってしまいます。そもそも最初からチェックボックスにチェックが入っていることは、利用者の真意に基づく承諾を得る方法とは言えないと思われます。そうはいっても、再送信拒絶の表示義務があるのではないかとの反論もありますが、利用者にとっては二度手間であり、PCや携帯メールのビギナー（特に中高年）にとっては簡単に再送信拒絶の手続きができない場合もあり、事業者に対する苦情も発生しています。</p> <p>デフォルトオンは原則反対ですが、やむを得ずデフォルトオンで承諾を得る場合は、チェックボックスは誰が見てもわかる場所にあり、チェックを外さない限り承諾したことになる旨を明示する必要があると思います。チェックボックスを利用者が通常では閲覧しないような場所に設置されている場合、同意の通知の相手が具体的に特定されていない場合、極めて小さい字で書かれている場合等、利用者がチェックボックスにチェックされていることを認識できなければ、同意したことになりその意思表示の有効性には疑問</p>

	<p>がもたれる、とありますが、このような場合でも広告メールは送信されることとなります。本当に必要とする相手に広告メールが送信される対応を望みます。</p>
<p>4 オプトアウト 5) 簡便なオプトアウト方法 P 8</p>	<p>オプトアウトの方法が複雑であると、利用者はメールの受信拒否による対応をとることとなります。このような状態では広告メールが本来の機能を果たさないだけでなく、電気事業者の設備への負荷となり、電気利用の良好な環境の整備への妨げとなりかねません。簡便なオプトアウトの方法も必要ではありますが、本来広告メールを必要とする利用者の方に送ることの方が重要と思われます。</p>