

特定商取引に関する法律施行規則の一部改正について

パブリックコメントの結果概要

平成14年6月19日
経済産業省消費経済部

表記の件について、平成14年5月21日付けで、パブリックコメントの募集を行ったところ、結果概要は以下のとおり。

1. パブリックコメント提出者

- ・東京都
- ・財団法人日本消費者協会
- ・社団法人電子情報技術産業協会
- ・社団法人日本広告審査機構
- ・社団法人公共広告機構
- ・社団法人全日本広告連盟
- ・社団法人日本広告主協会
- ・社団法人日本新聞協会
- ・社団法人日本広告業協会
- ・社団法人北海道広告業協会
- ・社団法人大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会
- ・日本商工会議所
- ・インターネット広告推進協議会
- ・モバイル・コンテンツ・フォーラム
- ・岩手県広告業協会
- ・仙台広告業協会
- ・新潟日報社
- ・とやま広告業協会
- ・名古屋広告業協会
- ・山口県広告業協会
- ・愛媛広告協会
- ・長崎広告業協会
- ・熊本広告業協会
- ・鹿児島広告業協会
- ・あとリエあいらねっとわーく
- ・株式会社エス・イー・シー
- ・株式会社ケイジェイ企画
- ・株式会社三広
- ・株式会社西部読連
- ・株式会社西広
- ・株式会社西鉄エージェンシー
- ・株式会社読売広告社 福岡支社
- ・ほか個人9名

2. パブリックコメントの内容とこれに対する考え方

頂いたコメントの内容	当省の考え方
<p>1. 全般</p> <p>省令改正案に賛成。（東京都、財団法人日本消費者協会）</p> <p>実効性ある取締を期待。（東京都、財団法人日本消費者協会、モバイル・コンテンツ・フォーラム）</p> <p>今回施行される制度について、できるかぎり多くの媒体・機会を利用して、消費者に普及広報する措置をとることが重要。（東京都）</p> <p>迷惑メール対策につき、行政による継続的なバックアップを今後も期待。（モバイル・コンテンツ・フォーラム）</p>	<p>普及広報を十分に行うとともに、法施行後の実効ある取締に力を注いでいきたい。</p>
<p>2. 適用除外の要件</p> <p>適用除外の対象としては、同意を得た上で登録された消費者に対してメール送信する事業者であることを明確にすべき。（社団法人電子情報技術産業協会）</p>	<p>条文上、適用除外の対象として、消費者の「請求」等を要件とすることを明確にすることとする。</p>
<p>3. 連絡方法の表示</p> <p>消費者が簡易な手段で受信拒否ができるよう、かつ、受信拒否方法をメール上でわかりやすく表示するよう義務づけられていることは、一般消費者への配慮が十分になされているものとして評価。（東京都）</p> <p>「事業者の氏名」を「事業者の氏名又は名称」</p>	<p>消費者の請求等に基づかずに送信される広告メールについては、受信拒否する旨及び消費者の電子メールアドレスだけを通知することにより、以後の送信が停止されるようにしなければならないこととする。また、受信拒否方法の表示については、メールの本文の冒頭に「<事業者>」との表示に続けて、事業者の氏名及び受信拒否を受け付けるための電子メールアドレスを表示しなければならないこととする。</p> <p>条文上、「事業者の氏名又は名称」と規定する</p>

<p>というように明確にすべき。(日本商工会議所)</p> <p>受信拒否の際に、個人情報漏れるようなこともあるので、消費者への注意などの対応が必要。(東京都、財団法人日本消費者協会)</p>	<p>こととする。</p> <p>消費者に対しては、受信拒否の連絡をする際に、事業者に対し必要もない個人情報を不用意に送らないよう、引き続き注意を呼びかけたい。</p>
--	--

4. 広告表示事項(「未承諾広告」について)

「! 広告!」から「未承諾広告」への変更は、フィルタリングサービスを導入する上で有意義。通信事業者にフィルタリングサービスを積極的に導入するよう働きかけてほしい。(東京都、財団法人日本消費者協会、個人)

「! 広告!」を「未承諾広告」へ変更することであるが、ルールが浸透していれば、「! 広告!」でも問題ない。(個人)

表題部に表示する文字列に「広告」という言葉を使用しないことを要望する。「未承諾メール」などとしてほしい。

(理由)

- ・本来、「広告」は広告主側の負担で媒体を通して不特定多数に発信されるものであるのに対し、迷惑メールは、受信者が自らの意思に関係なく回線料を負担する等の理由から、「広告」とは言えない。(社団法人日本広告審査機構)
- ・規制対象とするメールは我々が「広告」と考えるものからはかなり遠い、ないし異質。(社団法人全日本広告連盟、社団法人日本広告業協会、社団法人大阪アドバタイジングエージェンシーズ協会、仙台広告業協会、新潟日報社、名古屋広告業協会、山口県広告業協会、愛媛広告協会、長崎広告協会、鹿児島広告業協会)
- ・広告業の発展の歴史の中で、広告に対する社会的評価を高めてきたところであり、「広告」という言葉を大切にしている。「広告=迷惑」とすること、「広告」のイメージを貶めることには納得できない。(社団法人公共広告機

特定商取引法上の広告は、広告の方法の如何を問わない。したがって、新聞、雑誌に掲載される広告のみならず、ダイレクトメール、テレビ放映、折り込みちらし、インターネット上のホームページ、パソコン通信、電子メール等において表示される広告も含まれるものであり(「特定商取引に関する法律等の施行について」(通達))、商品・サービスの取引条件等を知らせる目的で、消費者の請求や承諾なく送られる電子メールも特定商取引法上の「広告」にあたる。

今般の規制の趣旨は、このような電子メールを受け取った消費者が開封しなくとも、「請求や承諾なく電子メールにより送られてきた広告」であることを認知させることである。この内容を明らかにする最も簡易な文字列として、さらに、技術的にフィルターをかける際の容易さも勘案して、「未承諾広告」が適当と考える。

一方、今般の規制で、「請求や承諾なく電子メールにより送られてきた広告」であることを認知させるための文字列として「未承諾広告」を採用することを理由に、「広告」全般のイメージが悪化するといったことは想定しがたいと考える。

なお、米国のいくつかの州では、メールの表題部へ表示する文字列として、「広告」の略語である「ADV」が採用されているが、我が国の一般の消費者が容易に認知できるようにする観点から、日本語表記が適当と考える。

構、社団法人日本広告主協会、社団法人日本新聞協会、社団法人日本広告業協会、社団法人北海道広告業協会、インターネット広告推進協議会、岩手県広告業協会、仙台広告業協会、新潟日報社、とやま広告業協会、名古屋広告業協会、山口県広告業協会、九州広告業協会、長崎広告協会、熊本広告業協会、鹿児島広告業協会、株式会社エス・イー・シー、株式会社ケイジェイ企画、株式会社三広、株式会社西部読連、株式会社西広、株式会社西鉄エージェンシー、株式会社読売広告社福岡支社、個人)

・ 広告掲載基準ガイドラインでは、広告情報と記事情報を区別するためのクレジットとして「広告」や「PR」との用語を使用することを奨励しており、これとの混同から、広告に対する社会的信頼を損なう危惧及び危険性がある。(インターネット広告推進協議会)

・ そもそも広告は「承諾」を受けた上で発信されるものではないため、「未承諾広告」との表現は不適切。(社団法人日本広告審査機構、社団法人全日本広告連盟、社団法人日本広告主協会、インターネット広告推進協議会、仙台広告業協会、新潟日報社、愛媛広告協会、長崎広告業協会、個人)

海外からの迷惑メール等にも対応するため、「ADV」などアルファベットにすべき。(あとリエあいらねっとわーく、個人)

「 」には全角と半角(*)の両方があり、また、各文字の間のスペースを開けることもできるのでフィルターが困難。(あとリエあいらねっとわーく)

消費者の承諾等を得ている健全な電子メール広告にも「広告」マークが必要であると誤解している消費者が一部に存在し、混乱が生じている(インターネット広告推進協議会)。通常の電子メール広告の発展が阻害されるおそれがある。今回の規制は、一方的に送りつける電子メール広告のみに適用されることについて、周知・徹底をお願いする。(社団法人日本広告業協会)

条文上、「未承諾広告 」と表示することを義務付けるので、「*」を使うことやスペースを挿入することは違法となる。

今回、「!広告!」から「未承諾広告 」とすることにより、消費者の承諾等を得ている電子メール広告にも表題部表示が義務付けられていると誤解される可能性はより軽減され则认为るが、いずれにせよ、表題部表示の規制は、消費者からの承諾等を得ずに送られる電子メール広告のみに適用されることにつき、今後も周知・徹底に努めたい。

ニュースメールやメールマガジンなど、メール本文の一部が広告であったりするような場合の扱い等についてももう少し明確にしてほしい。(日本商工会議所)

条文上、消費者からの請求等に基づいて送られるニュースメールやメールマガジンなどのようにメール本文の一部に広告が掲載されている場合については、「未承諾広告」と表示する必要はないことを明らかにすることとする。