

## 迷惑メール対策

迷惑メールに対して、規制に取り組んできたものの、年々増加する傾向にある。国では、規制の実効性の強化や国際的な対策などを行うための特定電子メール法改正案が提出された。都は、対処方法等の普及啓発の着実な実施や電気通信事業者等との連携した相談・対応を行う必要がある。

### 1 迷惑メールの現状

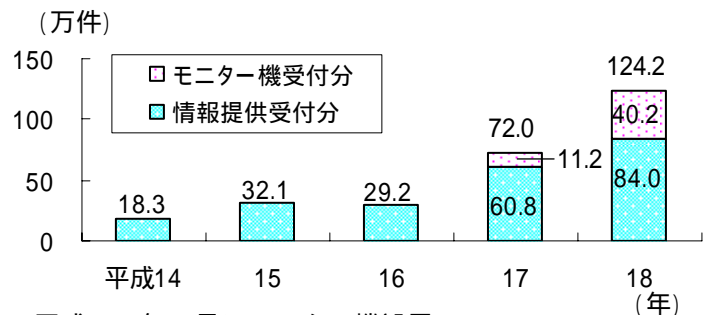
パソコンに続き、携帯電話が急速に普及したことにより、電子メールは、基礎的なコミュニケーションツールとして、社会経済活動や市民生活で必要不可欠な連絡・伝達の手段となっている。

一方で、迷惑メールも急速に増加し、(財)日本産業協会が公表した平成18年受信数は、情報提供分、モニター機分をあわせて、124万件となっている(図1)。

これまで、迷惑メール対策として、平成14年に、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」)の制定などにより、「未承諾広告」という表示義務等で規制してきた(詳細は表2参照)。しかし、迷惑メール相談センターの平成19年の情報提供受付状況では、表示義務違反が約138万件、再送信違反が517件となっており(表1) 法律の遵守状況でも、送信者情報の詐称が、86.8%となる(図2)など、規制の成果は上がらない状況にある。

また、迷惑メールの送信手口も巧妙化し、海外発のものが増加している。平成19年上半期に、相談センターのパソコンモニター機が受信した迷惑メールは、94.5%が海外発であり、取り締まりが困難な状況にある(図3)。

図1 迷惑メール受信数((財)日本産業協会把握分)



注：平成17年1月にモニター機設置

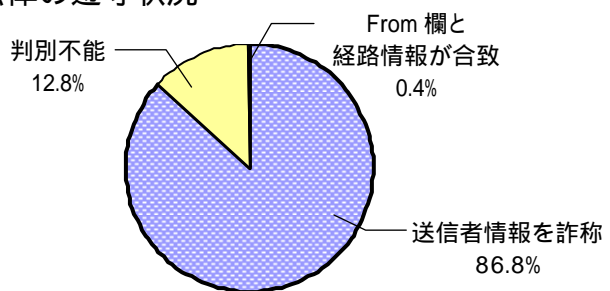
出所：(財)日本産業協会HPより作成

表1 迷惑メール情報提供受付状況(平成19年)

項目	件数
表示義務違反	1,377,202
再送信違反	517

出所：(財)日本データ通信協会 迷惑メール相談センターHP

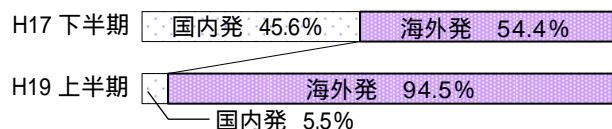
図2 法律の遵守状況



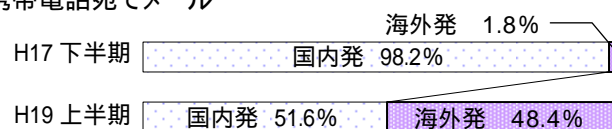
出所：総務省「迷惑メールへの対応のあり方に関する研究会 配布資料」

図3 国内発と海外発の迷惑メールの割合の変化

#### パソコン宛てメール



#### 携帯電話宛てメール



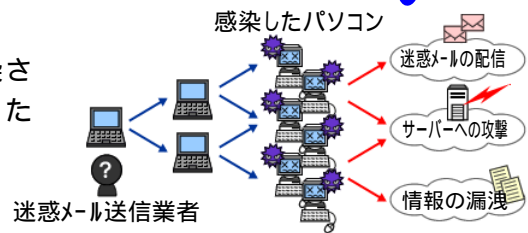
出所：総務省「迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会中間とりまとめ」

## 迷惑メールの巧妙化・悪質化 ~ボットネットとフィッシングメール~

COLUMN

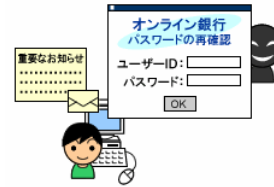
### ボットネット

第三者のパソコンに不正侵入したりウイルスに感染させたりすることにより、外部から操作できるようになったパソコンにより構成されるネットワークのこと。



### フィッシングメール

金融機関等信用ある者からのメールを装い、メールの受信者に偽のウェブサイトにアクセスするように仕向け、ID・パスワード等を入力させるなどして、それらの情報を不正に入手するための端緒となるメールである。



## 2 迷惑メール削減に向けた取組

### (1) 国の取組

国は、平成14年に、送信者を規制の対象とした特定電子メール法の制定(総務省)、販売業者及び役務提供事業者を対象とした特定商取引法の一部改正(経済産業省)を行った。規制内容の共通事項として、「未承諾広告」、メードアドレス、受信拒否の方法等の表示義務、受信拒否の通知したものに対する再送信の禁止(オプトアウト方式)を定めるとともに、特定電子メール法では、架空メールアドレスによる送信禁止や電気通信事業者等の役務提供の拒否を、特定商取引法では、意に反して契約の申し込みをさせようとする行為の禁止などを規定した(表2)。

表2 特定電子メール法と特定商取引法の規制内容の比較

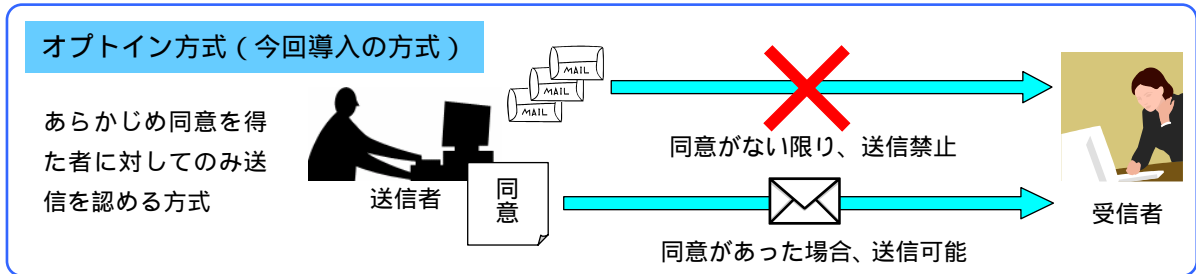
	特定電子メール法(総務省)	特定商取引法(経済産業省)
規制目的	電子メールの送受信上の支障の防止の観点から送信規制	取引の公正及び消費者保護の観点から広告規制
規制対象メール	一時に多数送信される広告宣伝メール	通信販売等の商業広告メール(指定商品等に限る)
規制対象者	送信者(委託した者は除く)	販売業者及び役務提供事業者等(広告代行業者は除く)
規制内容		
共通事項	・表示義務 件名欄に「未承諾広告」、メールアドレス、住所等、受信拒否の方法 ・オプトアウト 受信拒否の通知をした者に対する電子メールの再送信の禁止	
個別事項	・架空メールアドレスによる送信禁止 ・電気通信事業者等の役務提供の拒否	・虚偽誇大広告の禁止 ・意に反して契約の申し込みをさせようとする行為の禁止

出所：経済産業省「迷惑メール対策の今後の方向性について」より作成

総務省は平成20年2月、特定電子メール法の一部改正案を国会に提出した。主な改正内容は、オプトイン方式による規制の導入、法の実効性の強化、その他(海外発の迷惑メール対策)である。経済産業省においても、さらなる迷惑メール対策を進めるために、特定商取引法の改正に向けて、検討を行っている。

## オプトイン方式による規制の導入

オプトアウト方式では、前提となる表示義務がほとんど守られておらず、受信者からの拒否の通知がかえって望まない広告・宣伝メールの送信を招くとの指摘があるなど制度が円滑に機能していない。また、EUを始めとした主要国では、何らかの形でオプトイン方式を導入しており、国際的整合性を向上させるため方式を変更する。



## 法の実効性の強化

法執行のための措置が円滑かつ機動的にとりやすくするため、電気通信事業者等の関係者から契約者情報の提供を求める規程を創設する。また、法人の罰金額を3000万円以下に引き上げ罰則を強化するなど、法の実効性を強化する。

電気通信事業者における役務提供拒否事由の明確化

送信者情報を偽った電子メールの送信がされた場合に電気通信事業者が電子メールの役務の提供を拒否できることを規定する。

報告徴収・措置命令等の対象の拡大

総務大臣の報告徴収及び立入検査の対象に送信委託者を含め、不適正な送信に責任がある送信委託者に対し必要な措置を命ずることができることとする。

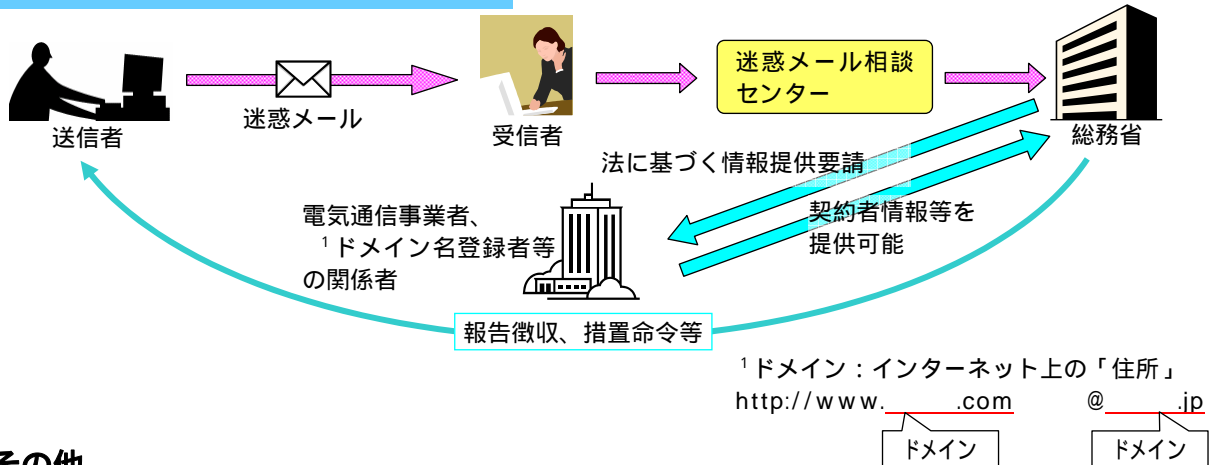
電子メールアドレス等の契約者情報の提供を求める規定の創設（下図参照）

法の違反者の特定に資するため、送信された電子メールにおける電子メールアドレス等の契約者に関する情報提供を総務大臣がプロバイダ等に求めることができることとする。

罰則の強化

法人に対する罰金額について、現行の100万円以下を3000万円以下に引き上げるなど罰則を強化する。

## 電子メールアドレス等の情報提供の例



## その他

海外発の迷惑メールの増加を踏まえ、国際的な協力・連携を強化するため、迷惑メール対策を行う外国執行当局への情報提供規定を創設するとともに、海外発国内着の電子メールが法の規律の対象であることを明確化する。

## (2) 都の取組

東京都消費生活センターでは、友人を装ったメールやアダルトサイトへの誘いのメールに記載される<sup>2</sup>URLのクリックによる架空請求に対して、対応方法と呼びかけるとともに、携帯電話各社の受信拒否の方法、迷惑メールの相談機関などを紹介している。



ハイテク犯罪対策のリーフレット

また、警視庁では、迷惑メールを含むコンピュータやネットワーク利用からおきるハイテク犯罪から都民の安全を守るため、ネット上に安易に個人情報を掲載しない、不審なメールは開かないなど、インターネットを利用するうえでのルールやマナーについての啓発活動を実施している。

<sup>2</sup>URL：「Uniform Resource Locator」の略で、ホームページのアドレスのこと

### 迷惑メールの2.2億通送信 男性容疑者逮捕

COLUMN

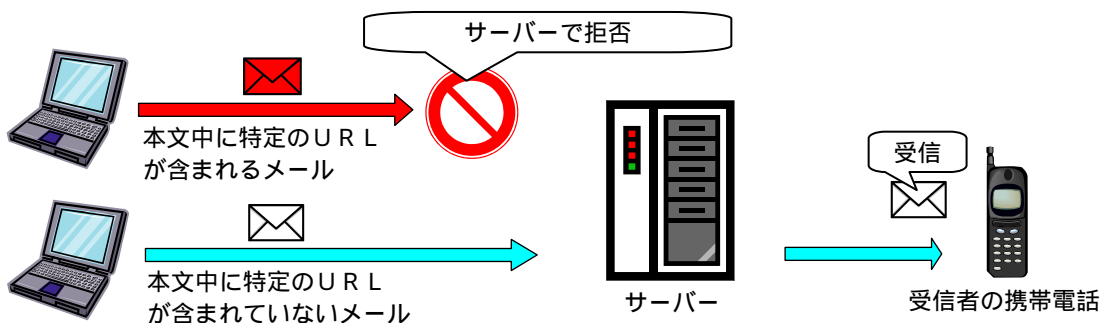
出会い系サイトの広告など迷惑メールを大量に送付していたとして、警視庁は、江東区大島のアルバイト男性店員を特定電子メール法違反の疑いで逮捕した。平成18年5月以降、1日約400万通、延べ約2.2億通の迷惑メールを送り続け、複数の広告主から約2000万円を受け取っていた。  
(読売新聞 平成20年2月16日より)



## (3) 民間の取組

携帯電話各社では、出会い系・アダルト系サイトへ誘引するためのURLが記載されたメールが送信されてきた場合に、サーバーにおいて、受信を拒否する機能を提供している。また、パソコンに対しては、プロバイダ等が、迷惑メールを遮断するための対応策を順次実施するとともに、新たな技術開発を行っている。

### URL付きメール拒否設定



## 3 迷惑メール対策の強化に向けて

迷惑メールに対して、特定電子メール法の制定等により規制に取り組んできたものの、年々増加する傾向にある。国では、規制の実効性の強化を図るとともに、国際的な連携を視野に入れた対策などを行うための特定電子メール法改正案が提出されたところである。電気通信事業者においては、フィルタリングの技術開発などに積極的に取り組んでいる。

都は、対処方法等の普及啓発を着実に実施するとともに、電気通信事業者や関係機関との連携した相談・対応を行う必要がある。