

オーストラリアの制度概要、効果・課題(リスト洗浄方式)

※以下は、消費者庁が現時点において確認しているものであり網羅的なものではなく、精査する過程で追加等の修正を行なうこともありうる。

- 正式名称・・・Do Not Call Register
- 開始時期・・・2007年5月31日
- 根拠法・・・Do Not Call Register Act 2006
- 運営主体・・・ACMA (Australian Communications and Media Authority、オーストラリア通信メディア庁)がリストの管理、苦情受付、執行等を行なっている。
- 規制対象・・・その内容等に照らし、目的の全部又は一部が、商品・サービス・不動産・不動産収益の提供の申込・宣伝、事業機会・投資機会の提供の申込・宣伝、また、その提供事業者の宣伝に該当する電話、FAXが対象。海外のテレマーケターも対象。
- 適用対象外・・・公益団体(登録された慈善団体、政党、宗教団体、教育機関等)からの架電や、明示または合理的に推定される同意がある場合は対象外。**明示の同意は3か月有効**。既存の取引関係等がある場合は同意があると推定されるが、消費者は将来に向けて拒否することができる。
- 消費者の登録・・・**無料**。インターネット、電話、郵送で登録。順次延長されてきており、**現在は登録期限はない**(本人はいつでも登録を削除することが可能。)。**事業用の電話番号や事業用にも使われている電話番号は登録できない**。携帯電話、**FAX番号の登録も可能**。
- 事業者の義務・・・**30日に1度**リストを確認する必要がある。事業者が自らのリストを提出し、料金を払うと、ACMAは事業者の選択により、①リスト中の登録されている番号を知らせる、②リスト中の登録されていない番号を知らせる、③登録されている番号を削除してリストを返却する。利用する程度に応じたAからHまで8段階の利用料を払えば1年間利用可能(A:合計で年500件まで無料で確認できる。H:9万豪ドルで合計で年1億件まで確認できる)。
- 罰則等・・・戒告処分、執行可能な合意(事業者とACMAの業務改善等に関する合意であり、裁判所による執行力がある)、過料(上限:1件につき2,200豪ドル、1日につき11万豪ドル)、差止め、民事罰(過去に違反行為をしていない事業者の場合:1件につき上限1万1000豪ドル)。 ※1豪ドル=約96.2円(2015年6月4日現在)

【登録件数等】

(参考)オーストラリアの人口:約2,294万人(2013年3月)

- ・平成27年2月5日現在の登録数は**1000万件を超える**。固定電話を持つオーストラリア住民の約3分の2が登録。携帯電話は約430万件が登録。
- ・登録件数は、年々増加している(制度導入以降、平均で1日当たり約3600件増加)。

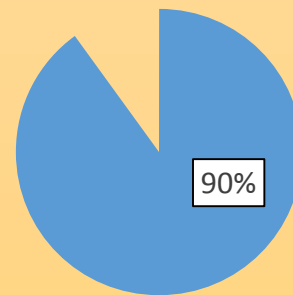
毎日約300万件の番号がチェックのため、事業者から送られてきている。

[参照]

<http://www.acma.gov.au/Citizen/Stay-protected/My-privacy-world/Reduce-unwanted-calls/do-not-call-register-tops-10-million>

【効果、満足度】

ACMAが2011年に行った調査では、登録者の90%近くが、登録後要請していない勧誘電話の実質的な減少があったと回答。



[参照] <http://www.acma.gov.au/Citizen/Stay-protected/My-privacy-world/Reduce-unwanted-calls/hold-the-phone-put-an-end-to-unwanted-telemarketing-calls-1>

【執行実績】

- 制度開始以降、11万件の苦情、8万件の問合せあり。7500以上事業者と接触し、正式な調査を80件実施。処分の状況等は事業者名とともにACMAのHPIに掲載。
- ・戒告処分 (Formal warning) : 28
 - ・執行可能な合意 (Enforceable undertaking) : 25
 - ・違法通知書 (Infringement notice) : 8
 - ・訴訟手続 (Court proceeding) : 2

[参照] <http://www.acma.gov.au/Industry/Marketers/Do-not-call-register/How-to-comply-with-the-Do-Not-Call-Register/do-not-call-register-enforcement-outcomes>

【課題等】

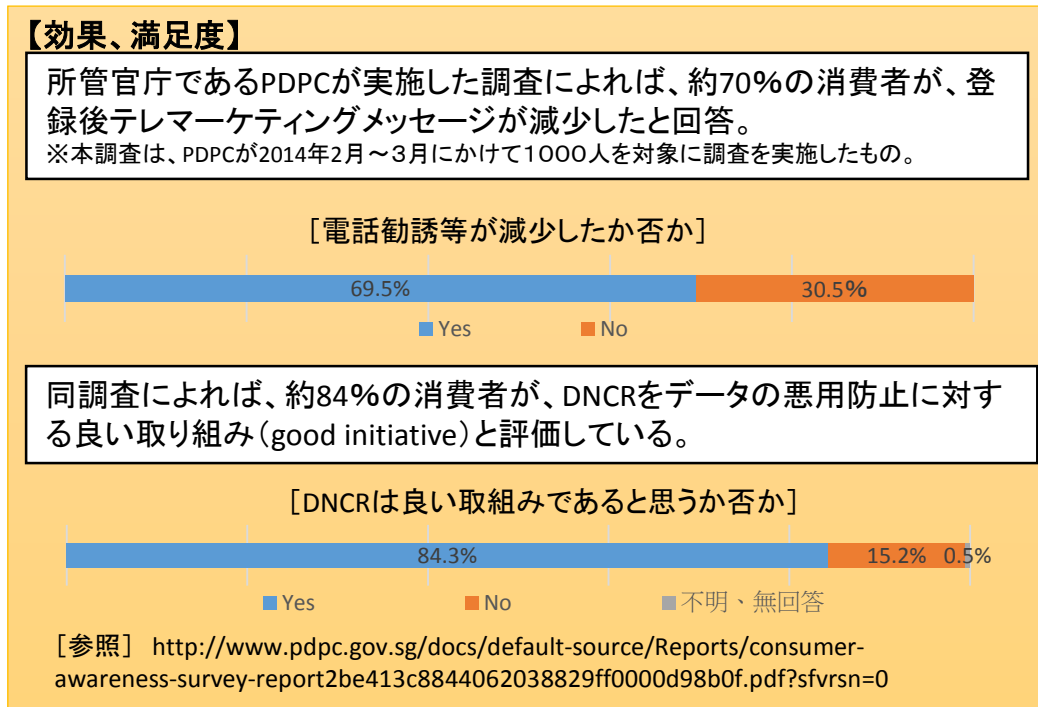
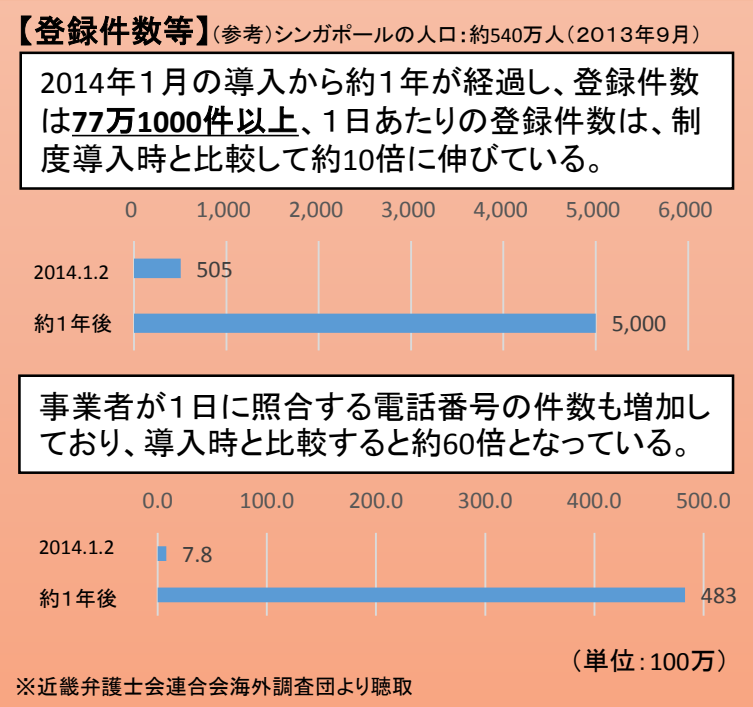
- ・海外からの架電に対する規制・執行、インターネット回線を用いた電話への対応。

※近畿弁護士会連合会海外調査団より聴取

シンガポールの制度概要、効果・課題(リスト洗浄方式※)

※シンガポールの制度は、事業者がアップロードしたリストから登録番号が削除されるのではなく、アップロードされたリスト上の各番号がDNCRに登録されているか否かが表示された状態で返却されるため、この点でオーストラリアや韓国の方式と仕組が異なるが、事業者の保有するリスト上の番号に限定して登録の有無が確認される点で共通であることから、便宜上「リスト洗浄型」の一類型として紹介する。
 ※以下は、消費者庁が現時点において確認しているものであり網羅的なものではなく、精査する過程で追加等の修正を行なうこともありうる。

- 正式名称・・・Do Not Call Registry (DNCR)
- 開始時期・・・2014年1月2日
- 根拠法・・・Personal Data Protection Act 2012, Do Not Call and Data Protection Provisions
- 運営機関等・・・PDPC(Personal Data Protection Commission、個人情報保護委員会)がリストの維持管理、苦情の受付、執行等を所管。
- 規制対象・・・法律が定義する「特定メッセージ」(Specified message。その内容等に照らし、目的の全部又は一部が、商品・サービス・土地・土地収益の提供の申込・宣伝、事業機会・投資機会の提供の申込・宣伝、また、その提供事業者の宣伝に該当するメッセージ等)が対象。電話(voice call)のみならず、**SMS/MMSやFAXによるメッセージも対象**となる。送信者が送信時にシンガポール国内に存在するか、受信者が受信時にシンガポール国内に存在する場合が適用対象(シンガポール国内の事業者が海外の事業者に送信行為をアウトソースした場合は、当該国内事業者がDNCRを遵守する義務を負う)。
- 適用対象外・・・B to B、個人的な電話、生命・安全に関わる緊急性の高い電話、既に合意されている契約を完結させるための電話、相手方が購入・利用している商品やサービスの保証・製品のリコール・安全性に関する情報提供のための電話、市場調査・統計、営業目的ではない官公庁(public agency)からの電話等は対象外(テキストメッセージ、FAXも同様)。**明示的な合意があれば、登録番号であってもメッセージを送信してよい**。継続的取引関係がある場合(ongoing relationship。現に取引関係がある場合を意味し、一連の単発契約や、過去に取引関係が存在したに過ぎない場合は含まない)に、現に存在する取引で購入された商品またはサービスに関するテキストメッセージ又はFAXを送信する行為は対象外であるが、個別にオプトアウトの意思表示があれば送信できない(メッセージ内でオプトアウトを可能にしておく必要がある)。
- 消費者の登録・・・オンライン、SMS、電話(フリーダイヤル)で登録可能。**登録は無料**で、**有効期限はなし**。**電話、テキストメッセージ、FAXそれぞれについて登録するか否かが選択できる**。**事業者の番号も登録可能**。
- 事業者の義務・・・アカウントを作成し、料金を支払ってレジストリーを確認する。レジストリーは、マーケティングを行う**30日以内に確認**しなければならない。確認方法は2種類あり、①小規模な照会(10件まで。Small Number Lookup)と、②大規模な照会(Bulk Filtering)。①は即座に(immediately)、②は24時間以内に、結果が返される。照会結果は、事業者がアップロードされたリスト上の各番号がDNCRに登録されているか否かが分かる状態で返却される。
- 罰則等・・・違反行為に対して、**1万ドル以下の罰金**。ケースによっては1000ドル以下で和解することもできる。※1シンガポールドル＝約92.5円(2015年6月4日現在)



【執行等】

・PDPCは、2015年3月15日までに6500件以上の苦情に係る**760以上の事業者を調査**。

※近畿弁護士会連合会海外調査団より聴取

【課題等】

現時点では情報が得られていない。

韓国の制度概要、効果・課題(リスト洗浄方式)

※以下は、消費者庁が現時点において確認しているものであり網羅的なものではなく、精査する過程で追加等の修正を行なうこともありうる。

- 正式名称・・・전화권유판매 수신거부의사 등록시스템(「受信拒否の意思登録システム」)
- 開始時期・・・2014年1月2日から試験運用、同年7月から正式に開始
- 根拠法・・・방문판매 등에 관한 법률(「訪問販売等に関する法律」)、同施行令、同施行規則
- 運営機関・・・KFTC (Fair Trade Commission of Korea、公正取引委員会)が所管、運用はKCA (Korea Consumer Agency、消費者院)に委託。
- 規制対象・・・電話を用いて消費者に勧誘をし、または電話返信を誘導する方法で、商品等を販売する行為。海外からの架電も対象。
- 適用対象外・・・電話勧誘販売の対象、方法、電話勧誘販売、受信同意の撤回方法等を告知し、**事前に消費者から同意を得た場合には適用対象外**。訪問販売法の適用除外である**保険業も対象外**。
- 消費者の登録・・・オンラインで登録。全ての事業者からの電話を一律で拒否することが出来るほか、**個々の事業者を拒否の対象から除外することも可能**。登録料は**無料**。
- 事業者の義務・・・電話勧誘販売事業には届出制が採用されている。営業の届出をすると、自動的に意思登録システムへの登録(リストにアクセスするための登録)がなされる。事業者は、**月に1回以上**、意思登録システムと勧誘リストを照合しなければならない(勧誘しようとする顧客の電話番号リストをExcelで作成し、システムにアップロードすると、拒否リストに登録された番号が削除された状態でダウンロードできる仕組み)。事業者による**システムへのアクセスは無料**。
- 罰則等・・・登録番号に電話をした場合には**1000万ウォン以下の過料**。違反行為の禁止や義務の履行を求める是正措置、是正措置に従わない場合には営業停止命令も可能。さらに、是正措置や営業停止命令に従わなければ、3年以下の懲役又は1億ウォン以下の罰金(併科可)。※1ウォン=約0.1円(2015年6月4日現在)

【登録件数等】(参考)韓国の人口:約5,000万人(2013年)

・平成26年12月17日現在、消費者の登録件数は約**10万件**である。
 ・登録時に事業者毎に拒否対象から除外できるシステムはあまり活用されておらず、ほとんどが一律拒否。

・平成26年12月17日現在、事業者側の登録数(システムへアクセスするための登録)は、4473件。

※所管官庁であるKFTCへのヒアリング結果より

【効果、満足度】

所管官庁であるKFTCとしては、まだ効果に関する消費者アンケートや統計等のデータを持っていない。導入間もない制度であり、まだ評価する段階には至っていないとの認識。

※所管官庁であるKFTCへのヒアリング結果より

【執行実績】

まだ過料が課されたケースはない(平成26年12月17日現在)。

※所管官庁であるKFTCへのヒアリング結果より

【課題等】

・電話勧誘販売の対象、方法等を消費者に告知した上で消費者から事前の同意を得た場合は適用除外とされているところ、契約書や約款に、電話勧誘を受けることに同意する旨を記載しておくことで、電話勧誘が可能となってしまうことに対して疑問の声もある。

(参照)吉岡康博「韓国のDo Not Call 登録制度の導入について」(消費者法ニュースNo.101)

・消費者の電話番号が変更された場合に、もとの番号を自動的に削除するシステムはまだ存在しない。
 ・リスト洗浄方式であっても、悪用しようと思えばいろいろな形でリスト上の番号を把握することは可能である。しかし、拒否リスト上の番号そのものを事業者に渡すよりはよいと考えている。

※所管官庁であるKFTCへのヒアリング結果より

(参考) 不招請勧誘に関するEU指令

- ◆ EU指令(2009年)は、EU加盟各国に対し、不招請勧誘目的の通信(自動電話システム、FAX、電子メールを除く)について、オプトアウト規制またはオプトイン規制いずれかの措置を講じることを義務付けている。
- ◆ また、同指令は、上記措置は消費者にとって無償でなければならない旨を規定している。

「電子通信分野における個人データ処理及びプライバシー保護に関する指令」(2009/136/EC)

- ①ダイレクトマーケティングを目的とする
- ・自動電話システムを利用する通信
 - ・FAX
 - ・電子メール



オプトイン規制
(同意がある場合のみ許容される)

※取引に際して電子メールアドレス等を取得した事業者が、類似する商品又はサービスに係るダイレクトマーケティングの目的で同情報を利用する行為についてはオプトアウト規制。

- ②ダイレクトマーケティングのための通信
(①の場合を除く)



オプトイン規制又はオプトアウト規制

※いずれの措置も消費者にとって無償である必要がある。
 ※「オプトイン」を採用している国の例
 …ドイツ、オーストリア、ルクセンブルク。デンマークは原則としてオプトインであるが、例外的にオプトアウトの業種もある
 (第4回専門調査会資料32頁参照)