PRINT ISSN 2434-5016
ONLINE ISSN 2434-4982

迷惑メール白書
2022-2024

迷惑メール対策推進協議会
Anti-Spam mail Promotion Council

迷惑メール白書

２０２２－２０２４

迷惑メール対策推進協議会

はじめに

迷惑メール対策推進協議会は、電気通信事業者など迷惑メール対策に関わる関係者が幅広く集まり、最新の情報共有、対応策の検討、対外的な情報提供など、関係者間の緊密な連携により、効果的な迷惑メール対策を推進しています。例えば、当協議会では、これまで、迷惑メールの根絶に少しでも貢献できるよう、電子メールの送信者情報が詐称されているかどうか確認できる「送信ドメイン認証技術」の普及啓発を目的とした「送信ドメイン認証技術導入マニュアル」や、迷惑メールによる被害を防止するために、迷惑メールの現状や対策などをまとめた「迷惑メール対策ハンドブック」を公表しています。

「迷惑メール白書 2022-2024」は、「迷惑メール対策ハンドブック」から「迷惑メール白書」としてリニューアルしてから、今回で 6 回目の発行となります。これまでも多くの国民の皆様に迷惑メールの現状などを知っていただくことを念頭に、白書の全体像を把握しやすくするための概要、「メールヘッダーの読み方」などを載せ、メール初心者が読みやすいものとなるように心がけています。

また、近年 SMS を用いたフィッシングメール（スミッシングメール）などが確認されることが多くなっている状況を踏まえ、その具体例やその被害者を減少させるための対策などについても盛り込んでいます。

この白書が有効に活用され、迷惑メールの根絶に繋がることを切に期待しますとともに、当協議会はこれからも迷惑メールの根絶に向けて、引き続き、迷惑メール対策の最前線に立ち続ける所存です。

2024 年 6 月

迷惑メール対策推進協議会座長

新美　育文

迷惑メール白書 2024 概要

第１章「迷惑メールについて」

第１章では、電子メールの基本的な仕組みがイメージしやすくなるよう、はじめに、電子メールを郵便の仕組みにたとえながら説明しています。基本的な仕組みをイメージしていただいた上で、迷惑メールの特徴はどのようなものか、迷惑メールの全体的傾向はどうなっているか、迷惑メールの送信方法はどうなっているか等を説明しています。

また、今回の迷惑メール白書では、2023 年度に被害が拡大したフィッシングにおける対策をトピックスとして紹介しました。

＜第１章の内容＞

〇電子メールとは　〇迷惑メールとは　〇迷惑メールの動向　〇迷惑メールの送信方法

第２章「2023 年度の迷惑メールに関する状況」

第２章では、2023 年度に確認された迷惑メールの状況を紹介しています。具体的には依然として大きな問題となっているフィッシングメールの内容・手口や企業等の金銭や情報を狙ったビジネスメール詐欺（BEC）等を紹介しています。

＜第２章の内容＞

〇迷惑メールに関する概況　〇悪質化・巧妙化する迷惑メールの動向

第３章「迷惑メール対策」

第３章では、迷惑メール対策として、「制度的な対策」、「技術的な対策」、「利用者による対策」に分けて紹介し、トピックスでは「 Google 社と米国 Yahoo 社によるメール送信者に対する新たなガイドライン」や「BIMI」を紹介しています。

＜第３章の内容＞

〇制度的な対策　〇技術的な対策　〇利用者による対策

第４章「迷惑メール対策の取組」

第４章では、迷惑メール対策として、各主体がそれぞれの立場でどのような取組を行っているかを紹介しています。具体的には、「迷惑メール対策推進協議会の取組」、「行政による取組」、「事業者による取組」、「関係組織による取組」、「国際的な取組」を紹介しています。

＜第４章の内容＞

〇迷惑メール対策推進協議会の取組　〇行政による取組　〇事業者による取組

〇関係組織による取組　〇国際的な取組

目次

第１章　迷惑メールについて 1

第１章第１節　電子メールとは 2

1　電子メールなど 2

2　電子メールの仕組み 3

トピックス：メールヘッダーの読み方 6

第１章第２節　迷惑メールとは 7

1　迷惑メールの特徴 7

2　迷惑メールの具体例 8

トピックス：迷惑 SMS 14

トピックス：フィッシング対策 16

第１章第３節　迷惑メールの動向 19

1　全体的傾向 19

2　国内発の迷惑メールの割合 20

3　迷惑メールの送信国・地域 21

4　迷惑メールの内容 22

5　世界全体の迷惑メール送信国・地域の傾向 23

第１章第４節　迷惑メールの送信方法 24

1　送信先の選定 24

2　送信元の偽装 25

3　サーバーの不正利用 26

4　その他（迷惑メールフィルターの回避） 27

トピックス：SNS の悪用 28

第２章　迷惑メールに 関する状況 29

第２章第１節　迷惑メールに関する概況 30

第２章第２節　悪質化・巧妙化する迷惑メールの動向 31

1　金銭的な被害をもたらすフィッシングメール 31

2　企業等の金銭や情報を狙ったビジネスメール詐欺（BEC）等 33

第３章　迷惑メール対策 35
第３章第１節　制度的な対策 36
1　特定電子メール法 37
2　特定商取引法 40
3　その他の法律による迷惑メールに関する規制 41
4　海外での対策法制の整備状況 42
第３章第２節　技術的な対策 46
1　概要 46
2　送信側での対策 47
3　受信側での対策 55
4　送信ドメイン認証技術 58
トピックス：Google 社と米国 Yahoo 社によるメール送信者に対する新たなガイドライン 63
トピックス：BIMI (ブランドロゴの表示) 64
第３章第３節　利用者による対策 65
1　迷惑メールを受け取らないための対策 65
2　迷惑メールを受信してしまったときの対策 66
3　自ら同意した広告宣伝メールへの対応 67
4　その他 68

第４章　迷惑メール対策の取組 73
第４章第１節　迷惑メール対策推進協議会の取組 74
1　概要 74
2　主な取組 74
第４章第２節　行政による取組 75
1　特定電子メール法の沿革 75
2　特定電子メール法の執行状況 77
3　特定商取引法による電子メール広告規制の沿革 77
4　特定商取引法の執行状況（電子メール広告に関するもの） 79
5　その他の取組 79
第４章第３節　事業者による取組 82
1　携帯事業者の取組 82
2　サービスプロバイダーの取組 85
3　セキュリティベンダーの取組 89
4　配信サービス事業者の取組 91

第４章第４節　関係組織による取組 ····· 95
1　(一財)日本データ通信協会　迷惑メール相談センター ····· 95
2　(一財)インターネット協会　迷惑メール対策委員会 ····· 97
3　(独)国民生活センター ····· 99
4　フィッシング対策協議会 ····· 101
5　（一財）日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）　セキュリティマネジメント推進室 ····· 104
6　JPAAWG ····· 106
第４章第５節　国際的な取組 ····· 107
1　国際連携の動向 ····· 107
2　民間による取組（M³AAWG） ····· 114

参考編 ····· 115
参考編第１節　迷惑メールの量・割合の推移 ····· 116
参考編第２節　迷惑メール送信国・地域の推移 ····· 117
1　国内着の迷惑メール送信国・地域の推移 ····· 117
2　世界全体の迷惑メール送信国・地域の推移 ····· 120
参考編第３節　迷惑メールの内容の傾向 ····· 121
参考編第４節　送信ドメイン認証技術の導入状況 ····· 123
参考編第５節　送信ドメイン認証技術の認証結果 ····· 126
1　SPF の認証結果の推移（2023 年３月まで） ····· 126
2　DKIM の認証結果の推移（2023 年３月まで） ····· 127
3　DMARC の認証結果の推移（2023 年３月まで） ····· 128
トピックス：現行の特定電子メール法の詳細 ····· 129
トピックス：現行の特定商取引法による電子メール広告規制の詳細 ····· 132

資料編 ····· 135
1　関係法令・窓口等 ····· 136
（１）関係資料 ····· 136
（２）関係組織・相談窓口 ····· 137
2　迷惑メール対策推進協議会　関係資料 ····· 139
（１）迷惑メール対策推進協議会設置要綱 ····· 139
（２）迷惑メール追放宣言 ····· 140
（３）迷惑メール対策推進協議会構成員 ····· 141
3　索引 ····· 143

第１章

迷惑メールについて

第1章第1節　電子メールとは

1　電子メールなど

個人や組織の間で交わされる情報は、以前は手紙やハガキ、電話やファックスなどでやりとりされていましたが、近年では電子メールやメッセージアプリなどを利用し、インターネット経由でやりとりすることが増加しています。なかでも電子メールについては、1993 年のインターネットの商用利用の開始以降、次々に誕生したインターネットサービスプロバイダー（Internet Service Provider:ISP）がインターネット接続を開始し、その利用が広がり、1999 年に(株)NTT ドコモの携帯電話で i モード[注1]が開始されるなど、携帯電話のネットワークからもインターネットへの接続が可能となったことにより、その利用はより身近なものとなりました。また、ブロードバンド化の急速な進展などに伴い、現在では、電子メールは、社会経済活動や市民生活において必要不可欠な連絡・伝達の手段となっています。

電子メールには、SMTP（Simple Mail Transfer Protocol）という通信方式を使ったインターネットのメールや、SMS（Short Message Service）と呼ばれる携帯電話の電話番号を用いたメッセージ送信などがあります。また、スマートフォンの普及に伴い、電子メールなどと同様にメッセージの交換ができる SNS（Social Networking Service）の利用も一般的となっています。

図表１－１－１　電子メールなどのメッセージ交換サービスの主な種類

種別	サービスの概要
電子メール（SMTP）	電子メール（SMTP）とは、SMTP（Simple Mail Transfer Protocol）という通信方式を使用して、電子メールアドレスを宛先にし、インターネットを介してテキストや画像などをやり取りするサービスです。その際、電子メールアドレスは「利用者名@ドメイン名」で表記され、個人を識別する利用者名と、所属する組織やサービスを提供する事業者などをあらわしたドメイン名で構成されます。電子メールは、パソコンなどでメールソフトを利用したり、携帯電話を利用したり、インターネットのブラウザを利用したり（Web メール）、様々な方法で送受信されます。
SMS	SMS とは、Short Message Service の略で、電話番号を宛先にし、携帯電話事業者のネットワークを介して、短いテキストをやり取りするメッセージングサービスです。事業者によって多少呼び名や機能が異なりますが、携帯電話事業者のネットワークを利用して、メッセージや絵文字を携帯電話同士で送受信することが可能です。
SNS	SNS とは、Social Networking Service（Site）の略で、インターネット上で友人を紹介しあい、個人や組織間の交流を支援するサービス（サイト）です。利用者は自身のプロフィールなどを公開できるほか、その SNS 上で友人などのプロフィールなどを閲覧したり、コメントしたり、メッセージを送ったりすることができます。最近では、会社や組織の広報としての利用も増えてきました。

[注1] 1999 年 2 月に NTT ドコモが携帯電話向けサービスとして開始した電子メールの送受信や Web ページの閲覧などができるインターネットサービス。

2　電子メールの仕組み

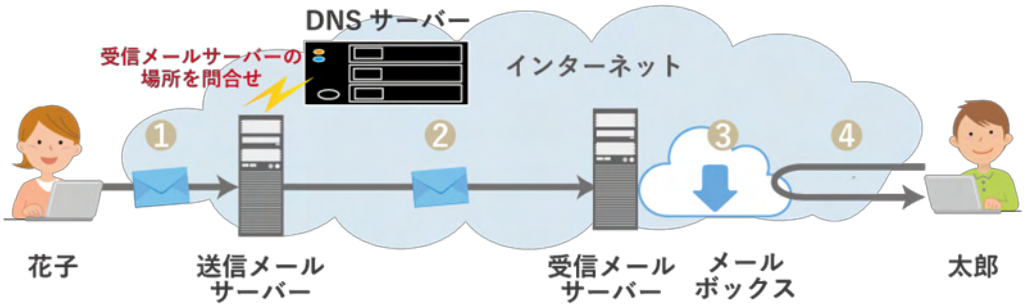
メールソフト[注2]で文章を書いて「送信」をクリックすると、その文章が相手に届きます。いつも私たちが便利に使っている電子メールですが、そもそもどのような仕組みになっているのでしょうか。SMTP を使った電子メールの送信などの仕組みを郵便の仕組みにたとえながら説明していきます。

（1）送受信の仕組み

花子さんから太郎さんへの電子メールの配送を、A 市の花子さんから B 市の太郎さんへの郵便物の配達と対比して図解します。

図表 1－1－2　郵便物の配達

図表 1－1－3　電子メールの配送



図表 1－1－4　ステップごとの動作の比較表

	郵便物の配達の場合	電子メールの配送の場合
1	ポストに投函された郵便物が A 市の郵便局に配送される	電子メールが送信メールサーバー[注3]に投稿される
2	A 市の郵便局から B 市の郵便局に配送される	投稿された電子メールが、送信メールサーバーから受信メールサーバーに配送される※
3	B 市の郵便局から太郎さんの住所に配達される	受信メールサーバーから、太郎さんのメールボックスに電子メールが保存される
4	太郎さんがポストから郵便物を受け取る	受信者が受信メールサーバーに対して自らの端末への配送要求を行い、電子メールを受信する[注4]

注2 MUA（Mail User Agent）といい、Microsoft Outlook や Mozilla Thunderbird などのメールクライアントソフトを指す。

注3 MSA（Message Submission Agent）といい、電子メールを送信する際に接続するメールサーバーを指す。

注4 電子メールを受信するための通信方式として、ユーザーが受信メールサーバーへアクセスして受信した電子メールをパソコンなどに保管する「POP」という方式や、電子メールを受信メールサーバーに置いたまま管理する「IMAP」という方式があります。

※配送先の受信メールサーバーを特定する仕組み
郵便の場合は郵便局が住所を統一的に把握していますが、電子メールの場合は宛先に関する情報はネットワークごとに DNS サーバー（Domain Name System サーバー）が自律分散で管理しています。電子メールアドレスで指定された宛先に電子メールを配送するときに、そのアドレスに対応するドメインを管理する DNS サーバーに対し、受信メールサーバー名とそれに割り当てられた固有番号である IP アドレスを問い合わせます。

（2）宛先の仕組み

郵便で、手紙を送る場合は、封筒と便箋の両方に宛先や差出人を記載します。このうち、封筒への宛先の記載は必須であり、郵便物は、その住所に対して配送されます。その他は、郵便物の配達には用いられず、どのような情報でも記載が可能です（記載しないことも可能）。

電子メールでも、手紙を送る場合と同様に、封筒に書かれた宛先や差出人にあたる情報と、便箋に書かれた宛先や差出人にあたる情報があり、いずれも電子メールアドレスが用いられます。手紙の場合の封筒に書かれた宛先や差出人にあたる情報は「Envelope-To」および「Envelope-From」[注5]といい、便箋に書かれた宛先や差出人にあたる情報は、「Header-To」および「Header-From」[注6]といいます。このうち、電子メールの配送に用いられるのは、「Envelope-To」のみであり、他の情報は、配送には用いられず、どのような情報（電子メールアドレス）でも利用が可能です。送信元を偽装したなりすましメールが送信されることがあるのは、このためです[注7]。

なお、郵便の場合と異なり、「Envelope-To」および「Envelope-From」は、メールサーバー間の通信においてのみ用いられ、受信者に届けられることなく、メールソフトで表示される宛先・差出人は、「Header-To」および「Header-From」の情報になっています[注8]。

以上を、比較表ならびに図式にしてみると次のようになります。

図表 1－1－5　郵便と電子メールの比較表

郵便の場合	電子メールの場合
封筒に書かれた宛先	Envelope-To
封筒に書かれた差出人	Envelope-From
便箋（本文）に書かれた宛先	Header-To（受信画面に表示される）
便箋（本文）に書かれた差出人	Header-From（受信画面に表示される）

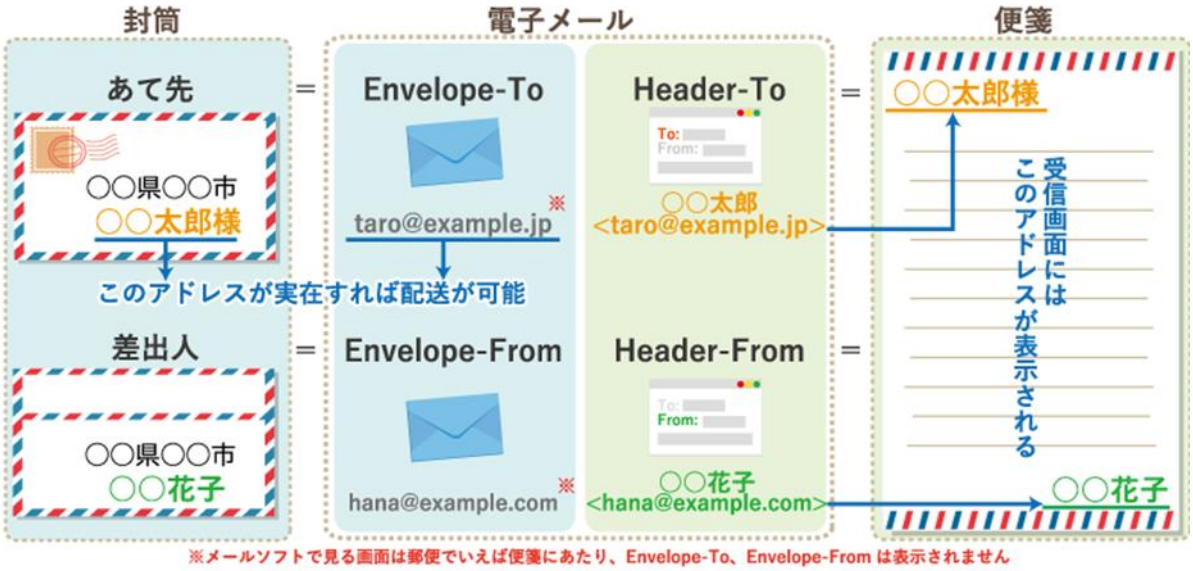
注5 電子メールの通信プロトコルである SMTP（Simple Mail Transfer Protocol）の仕様を定めた RFC5321 では、「Envelope-To」、「Envelope-From」は、それぞれ「forward-path」、「reverse-path」とされています。

注6 インターネットメッセージの仕様を定めた RFC5322 では、「Header-To」、「Header-From」は、それぞれ「destination field」、「from field」とされています。

注7 「Envelope-To」以外の情報を自由に記載できることには、メリットもあります。例えば、「Header-To」と「Envelope-To」 が分かれていることにより、他の受信者に電子メールアドレスが見えないように宛先を指定する BCC（「Header-To」には表示されないが、「Envelope-To」には設定されている。）での送信が可能になっています。

注8 「Envelope-To」および「Envelope-From」を配送上の受信者情報・送信者情報、「Header-To」および「Header-From」をメールヘッダーの受信者情報・送信者情報ということもあります。

図表１－１－６　Envelope-To と Envelope-From、Header-To と Header-From



図表１－１－６に示すように、電子メールの「Header-To」および「Header-From」には、送信者の個人名（○○太郎、○○花子）や法人名などを表す「ディスプレイネーム」を追加することが可能であり、それらは受信者のメールソフト上で表示されます。

トピックス：メールヘッダーの読み方

第１節で電子メールの送受信の仕組みを説明しましたが、メールのヘッダー情報を確認することにより、メールが送信されてから、受信するまでの間に、どのような経路をたどっていたかを確認することができます。

メールヘッダー情報を表示させる方法は、利用するメールソフトによって異なりますが、概ね以下のように表示されます。

① Return-Path: *****@***.co.jp
② Received: from ●●● by △△△;Thu, 21 Mar 2024 **:**:** +0900
③ Authentication-Results: *******; spf=pass, smtp.mailfrom=*******
④ Received: from 〇〇〇 by ●●●; Thu, 21 Mar 2024 **:**:** +0900 (JST)
⑤ Received: from ××× by 〇〇〇;Thu, 21 Mar 2024 **:**:** +0900
⑥ From: *****
⑦ To: *****
⑧ Date: Thu, 21 Mar 2024 **:**:** +0900(JST)

まず、このメールヘッダー情報から以下の内容がわかります。

Return-Path（①）	エラーメールの返信先。Envelope-From が記載されます。
Received（②）	メールが経由したサーバー。Received の記載件数と同じ数のサーバーを経由。
Authentication-Results（③）	送信ドメイン認証結果。 ※送信ドメイン認証については、第３章の「トピックス：送信ドメイン認証技術（SPF・DKIM・DMARC など）」を参照。
From（④）	送信者のメールアドレス（Header-From）
To（⑤）	受信者のメールアドレス（Header-To）
Date（⑥）	メール送信日時

次に、メールを受信するまでの経路は、Received 情報を下から上に確認することでわかります。この例では、一番下の Received 情報は、

Received: from ××× by 〇〇〇;Thu,21 Mar 2024 **:**:** +0900

と書かれており、2024 年 3 月 21 日（木）**時**分**秒に×××というサーバーから送信されたメールを〇〇〇が受け取ったことがわかります。

このようにして、Received 情報を下から上に順に確認することで、

××× ⇒ 〇〇〇 ⇒ ●●●を経由して△△△まで届いたことがわかります。

迷惑メールが届いたときに、メールヘッダー情報を確認することにより最初のメールの送信元である×××の ISP 事業者名がわかる場合は、その事業者に対し、迷惑メール情報を提供することが可能な場合もあります。

第1章第2節　迷惑メールとは

1　迷惑メールの特徴

「迷惑メール」とは何かについては、誰もが一致するような確たる定義はなく、様々な説明が行われています。この白書では、法律に違反する電子メールだけでなく、一般的に「迷惑」とされ、社会的に問題となっているものを「迷惑メール」として扱います。

社会的に問題となるような「迷惑」なメールには、次のような特徴が見られます。

（1）受信者の意思に反する

- 受信者の同意・承諾を得ずに送信されるもの
- 受信者が送信を拒否しても引き続き送信されるもの
- 受信者の生活や業務に支障を及ぼすような頻度で送信されるもの

（2）迷惑な内容が含まれる

- ウイルスなどのマルウェア感染や不正アプリのインストールを目的とするもの
- 詐欺目的のもの（個人情報を不正に取得する目的のフィッシングメール、ワンクリック詐欺を誘引するメール、架空請求メールなど）
- 有害情報を含むもの（違法な商品の広告・宣伝や、受信者の年齢などを考慮せずに行われる出会い系・アダルト系などの広告・宣伝など）
- 同じ内容を誰かに転送するよう促す目的で送信されるもの（チェーンメール）
- 特定企業を標的に、従業員をだまして不正な送金処理をさせることを目的としたもの（ビジネスメール詐欺（BEC））

（3）迷惑な手法で送信する

- 架空電子メールアドレス（プログラムを用いて自動的に作成された、利用者の存在しないメールアドレス）を宛先に大量に含んで送信されるもの
- 電気通信設備に過大な負担を生じさせるような一時に大量に送信されるもの
- 送信者情報や経路情報（メールが配送されてきた経路（サーバー）を示す情報）が偽装されているもの（なりすましメール）
- エラーメールの仕組みを悪用して送信されるもの（届けたい宛先を送信者情報として記述することで、送りたい内容をエラーメールとして送信させるもの）

2　迷惑メールの具体例

（1）事前同意のない広告・宣伝メール

受信者の事前同意なく送信される迷惑メールには、様々な内容のものが存在します。その中でも、事前同意なく広告・宣伝メールを送信することは、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」という。）や特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）の規定により、原則禁止されています。広告・宣伝メールについては、同意があった場合でも、受信者が配信停止を希望したときは、その後の送信はできません。

事前同意のない広告・宣伝メールの例（出会い系のメール）

送信者：XXXXmail@example.com
件名：★*。。。*☆本日限定【1000 円：本会員登録】で案内中の豪華特典併用ゲット☆*。。。*★

★I XXXX YOU★
ぜ｜ん｜ぶ｜
┗┛┗┛┗┛
１｜０｜０｜０｜円｜
┗┛┗┛┗┛┗┛┗┛
現在、全決済で 1000 円本会員登録サービスを行っておりますので【GOLD KING 会員昇格】と本会員登録を同時に 1000 円で行うことが出来ます♪
ポイント購入を 1 度でも行っていただければ本会員登録完了となり【GOLD KING 会員】に昇格できます♪
▼【GOLD KING 会員】詳細▼
http://＊＊＊＊＊/＊＊＊＊＊/
▼【1000 円】本会員登録ｷｬﾝﾍﾟｰﾝ詳細(無料)▼
http://＊＊＊＊＊/＊＊＊＊＊/
↓各種ポイント購入方法↓
☆ﾋﾞｯﾄｷｬｯｼｭ☆
http://＊＊＊＊＊/*＊＊＊＊＊/
（中略）
▼お問合せ▼
http://＊＊＊＊＊/＊＊＊＊＊/

I XXXX YOU

このメールはサービスへの登録を勧誘する広告・宣伝メールであり、事前の同意を得ずに送信することは禁止されています。
仮に事前同意があったとしても、この例のように、送信者名・住所・連絡先や、配信停止ができることの説明とその通知先がないなど、表示義務を満たさなければ法律違反となります。

（2）詐欺メール・恐喝メール

詐欺メールとは、事前に準備された偽サイトへのリンク（有名検索サイトのドメイン名を入れるなど、不審に思われないように巧妙に記述されています。）を本文中に置き、文面で本物と信じさせることで、その偽サイトにアクセスさせたり、添付されたファイルを介してウイルスに感染させたりするなどして、情報や金銭を詐取することが目的のメールです。詐欺メールの例としては、「架空請求メール」「フィッシング」「ファーミング」や「ビジネスメール詐欺（BEC）」などがあります。

恐喝メールとは、受信者の弱みとなる（偽）情報などを提示することで、金銭などを脅し取ることを目的としたメールです。恐喝メールの例としては、「セクストーション」などがあります。

- 架空請求メール
  - 偽の料金請求、債務請求などを行うメールです。身に覚えのない架空の有料コンテンツの利用料請求などが多く見られます。

- フィッシング
  - 金融機関、通販事業者など一般消費者の認知度の高い企業やブランドを装った電子メール（フィッシングメール）を送り、口座番号、パスワード、クレジットカード番号などの個人情報を詐取する行為です。アカウント情報の確認依頼や宅配便の不在連絡などを口実にすることも多く見られます。電子メールに書かれた URL から本物と見分けのつかない偽サイトに誘導し、そこで個人情報を入力させる手口が一般的に使われています。フィッシング（phishing）という用語は、sophisticated（洗練された）と fishing（釣り）からの造語とされています。

✓ 参考：ファーミング
  - フィッシングと同じく、偽サイトに誘導して個人情報を詐取する行為ですが、フィッシングでは不正な URL にアクセスさせるのに対し、ファーミングでは正しい URL にアクセスしているにもかかわらず偽サイトに接続させることが異なります。そのため、偽サイトであることを見破ることが一層困難になります。このような不正は、正規サイトの URL に係る DNS サーバーの情報を書き換えることなどで実現されます。ファーミング（pharming）という用語は、sophisticated（洗練された）と farming（農業）からの造語とされています。

- ビジネスメール詐欺（Business Email Compromise：BEC）
  - 取引先などを装い、それになりすました偽のメールを送り、用意した口座などに金銭を振り込ませて詐取する行為です。攻撃者は、担当者がメールで取引を進めている間、不正アクセスしたシステムでやりとりを盗み見ます。金銭の請求段階に入ったところで、取引先になりすましたメールを送信して担当者をだます手口が一般的に使われています。経営者、権威ある社外の第三者などを装うものもあります。

- セクストーション
  - アダルトビデオの視聴場面を録画したなどの（偽の）性的な情報を伝え、金銭などを脅し取ろうとする脅迫メールです。セクストーション（sextortion）という用語は、sex（性的）と extortion（脅迫）からの造語とされています。

詐欺メールの例（架空請求のメール）

送信者：＊＊＊＊＊service<info@example.com>
件名：アカウント凍結による所有者特定措置行使【(株)＊＊＊＊＊】

開示 ID 番号　第＊＊＊＊＊49 号
(＊＊＊＊＊@example.jp)殿

下記、ご確認お願い申し上げます
・情報開示請求概要(プロバイダ責任制限法第 4 条)
開示関係役務提供者
株式会社＊＊＊＊＊デジタルコンテンツ管理部

貴殿(＊＊＊＊＊@example.jp)は＊＊＊＊＊が管理する＊＊＊＊＊【ウェブアプリケーション】(インターネット上における電子商取引に基づいた有料サイトおよび無料期間を設けた月額制サービス)ご登録後、無料期間終了後に正式な解約処理を行わないまま放置をされ現在、利用料金を滞納している状態となっております。

（中略）
＊＊＊＊＊（下記 WEB コンテンツ一覧）に登録をしてない、利用した記憶がない、その他間違いである場合、当窓口にご連絡を頂きましたら、登録情報の確認並びに本人確認を行うことが可能となっております。
（中略）

尚、このままいずれかのご返答が確認できなかった場合は債権回収三次団体への委託処分となります。債権回収三次団体は国からの認可を受け、合法的な強制処分を執行できる機関となります。
1.ご口座及び給与の差押え
2.所有財産(ご自宅、家財、車)の競売処分
3.自宅への訪問及びご自宅のポスト及びドアなどへの督促状の貼り付け
4.ご親族、職場へのご連絡と代理返済の要求を代理人弁護士を通じて法的手続きによる執行といたします。
このような事態にならないよう貴殿の速やかな対応をお願いいたします。
（中略）

貴殿の速やかな対応が予期せぬトラブルを防ぎ、これ以上の請求の発生を防ぐ唯一の手段となりますのでご対応の程、お願い申し上げます。
以上
■会社概要およびサービス概要
（後略）

詐欺メールの例（フィッシングメール）

送信者:“▲▲▲▲▲”<xxx@■■.org>
件名:▲▲▲▲▲情報を更新してください

–
▲▲▲▲▲ お客様
　▲▲▲▲▲アカウントがリモートでログインしていることを検出しました。アカウントのセキュリティを確保するために、▲▲▲▲▲アカウントを一時的に停止します。

　▲▲▲▲▲アカウント情報を確認することで、▲▲▲▲▲アカウントを再度有効にすることができます。情報を確認および更新するには、以下のアカウントにログインしてください。

会員情報の情報を更新する

▲▲▲▲▲ ログイン なお、24 時間以内にご確認がない場合、誠に申し訳ございません、お客様の安全の為、アカウントの利用制限をさせていただきますので、予めご了承ください。
アカウントに登録の Ｅメールアドレスにアクセスできない場合
お問い合わせ:　▲▲▲▲▲カスタマーサービス。

▲▲▲▲▲.co.jp　カスタマーサービス

恐喝メールの例（セクストーションメール）

・・・貴方のアカウントに最近メールをお送りしましたが、お気づきになられたでしょうか？・・・私は貴方のデバイスに完全にアクセスできるのです。・・・訪問されたアダルトサイトに付いていたマルウェアに感染されていらっしゃるからです。・・・トロイの木馬ウイルスにより、私は貴方のパソコンや他のデバイスに完全にアクセスが可能です。これは、貴方のスクリーンに搭載されたカメラやマイクをオンにするだけで、貴方が気づくことなく、私が好きな時に貴方を見ることが可能となることを意味します。・・・私のマルウェアは・・・４時間毎に署名を更新するため、ウイルス対策ソフトでは検出不可能なので通知が送られないのです。・・・貴方がマスタベーションを行い、・・・閲覧していた動画が再生されるビデオを私は所有しています。・・・私がマウスを１度クリックするだけで、貴方のソーシャルネットワークやメールの連絡先全てへと送信されます。・・・この状況を回避するために出来ることは 、$1000 相当の Bitcoin を私の Bitcoin アドレスへと送金するだけです・・・２日（４８時間）の猶予がございます。このメールが開封されると同時に私は通知を受信し、タイマーが始動します。・・・このメッセージについて誰かに話したことを私が感知すると、先ほども申し上げた通り、ビデオはすぐに共有されます。

（3）ウイルスメール

ウイルスメールとは、攻撃者がウイルスを含んだ添付ファイルを送ったり、ウイルスに感染するリンク先などを送ったりするメールです。添付ファイルを開くことなどによりウイルスに感染すると、感染したパソコンやスマートフォンから情報が盗まれる、ファイルを暗号化してパソコンやスマートフォンを利用できないようにされ身代金を要求される、コントロールが奪われて遠隔操作され、迷惑メールの送信に利用されるなどの被害を受けます。

ウイルスメールの例（当選を装ったメール）

送信者：銀行送金担当/○原<＊＊＊＊＊@example.com>
件名：ゲスト様、この度の消費者応援企画での¥300000000 ご当選誠におめでとうございます。

本文の確認
http://＊＊＊example.com/＊＊＊＊＊/＊＊＊＊＊
最初の画面
http://＊＊＊example.com/＊＊＊＊＊/＊＊＊＊＊

サイトへのリンクをクリックすることで、偽サイトに繋がり、ウイルスに感染する可能性があります。

（４）チェーンメール

チェーンメールとは、そのメールを受け取った人に転送を呼びかけ、それが次々と連鎖していく迷惑メールであり、断ち切らないと自分が加害者になってしまいます。チェーンメールの種類としては不幸の手紙系のもの（転送しないと不幸になる、危害を加えるなどと脅かして転送させるもの）、幸福系のもの（メールを送信すれば幸せになるとして転送させるもの）や、募集系のもの（人の善意を利用して転送させるもの）あるいはバトン系のもの（友だち内でバトンを回させるもの）などがあります。

チェーンメールの例（不幸の手紙系、募集系のメール）

＜不幸の手紙系のメール（脅かして転送を促す内容）＞

これは、最後までとばさずに読んで下さい。でないと、大変な目に合います。
あるところに、●子という人が居ました。●子は、両親が事故で亡くなり、いじめられるようになりました。そして、自殺してしまいました。●子は、まだこの世をさまよっています。
このメールを、8 人以上に送らないと●子があなたのところに、襲いに来ます。何故かはおわかりですね？
もちろん、あなたを裏切り者の親友とみて死の世界に連れて行くか、自分と同じ運命をたどらせるかの辺りでしょう。
8 人以上に送ればあなたを友達とみて襲いに行くことはないでしょう。
世界には三つだけ、本物のチェーンメールがあるって知っていますか？
これはその三大チェーンメールの一つです。本当に危ないです。どのメールよりも危ないです。命が惜しければ、すぐに送って下さい。
いつ襲いに来るかは分かりません。一人でいると危険です。●子は、朝から晩までだって一人になればいつでも来るでしょう。本当に危ないです。気をつけて下さい。
テレビや鏡からもでてくるらしいので、気をつけて下さい。
タイムリミットは、メールがきてから 24 時間後までです。だんだんあなたに死が。たまにフェイントをかけるみたいです。
フェイントは何人かが、かけられたみたいです。例えば、鏡の中を横切ったり、携帯の画像に●子がいたり、テレビに映ったり、寝てたらお腹の上に乗っていたり、誰も居ないのに声がしたり等です。
このメールを送って来た人に送りかえすと、ただ送らないより大変なことが起こります。たまに友達や、家族に化けるみたいなので…あと、知らない着信がくるかも…しかも、自分の知らない着信....。
タイムラインでもオッケーらしい！
これ********で調べたらほんとだったらしいです。

＜募集系のメール（善意の気持ちから転送を促す内容）＞

友人の子どもがＲＨマイナスＢ型の血液不足で手術が受けれない状態です！誰かＲＨマイナスＢ型の方いませんか！？
１人の幼い子の命がかかっていて、とても危険な状態だそうです！
最寄りの献血センターで献血できるようなので、是非是非協力おねがいします！
分からないことあればいつでも連絡ください！090********
なかなかない血液みたいで、私だけの人脈だと間に合わないのでおねがいします！

トピックス：迷惑 SMS

迷惑 SMS とは

迷惑メールを受信する場合、電子メールまたは SMS のいずれかが利用されていますが、開封率等の理由から SMS が増加の傾向にあります。

企業・自治体から SMS を受信した人は、メッセージの内容に加えて、SMS の送信元を確認することにより、フィッシングを疑う状況の中、迷惑 SMS であることが疑わしい送信元としては主に下記 3 つのパターンがあります。数年前は②のアルファベットを用いて、銀行や IT サービスの会社の名前を使うケースが多数を占めていましたが、近年ではマルウェアのスマホアプリをインストールさせられた人の携帯電話番号から他の人の携帯電話番号に①のパターンで送信される方法が主流となっています。

① 090、080、070 で始まる 13 桁の携帯電話番号【最近の主流】
② アルファベットの文字列　（例）info、その他企業名等
③ 国番号から始まる番号　（例）+1XXXXXX

① 090、080、070で始まる13桁の携帯電話番号からのフィッシングSMSの例

② アルファベットの送信元からのフィッシングSMSの例

図表 1―2－1　実際のフィッシング SMS のメッセージ内容と送信元の例

受信する人にとって、①の送信元で送られてくる SMS には、フィッシングの他に、Ⓐ携帯キャリアが認めた正当な企業による双方向 SMS、Ⓑ携帯キャリアが推奨しない SIM ファームを利用する企業による SMS も存在することから、従来は送信元でフィッシングを判別することが困難となっていました。

携帯キャリアは SMS の送信元をよりわかりやすくするための協議を続けており、Ⓐにおける携帯電話番号の利用を 2024 年 4 月以降認めないという決定をしています。加えて、Ⓑの SIM ファーム（下記に詳細説明）についても、利用企業の管理ができないことから、携帯キャリアは非推奨という立場を継続しています。そのため、企業から送信される正規の SMS においても、携帯電話番号で送信されるケースは今後減少していくと想定されています。

SIM ファーム（SIM ボックス）

SMS 配信事業者の中には特定の携帯電話事業者のサービス（SMS が送り放題となる料金プラン等）を自己の事業活動に利用し、顧客からの依頼を受けた SMS を配信するサービス（業界では SIM ファーム、または SIM ボックスと呼ばれています）を提供するケースがあります。これを利用して SMS を送信する様な携帯電話事業者のサービス利用形態は、携帯電話事業者が事前に SMS 配信事業者の顧客の利用目的や送信内容を確認することが不可能なため、世界的に問題となっています。

この SIM ファームと呼ばれる利用形態は携帯電話事業者が想定していなかったものであり、フィッシングに対するリスクがあるだけでなく、携帯電話事業者は利用規約の変更や該当の料金プラン（サービス）の受付を終了する対策を行うため、送信する企業に対するサービスの安定提供に対してもリスクがあります。従って、企業・自治体が、該当する SMS 配信事業者のサービスを利用することは推奨できません。また、送信元企業・自治体が SMS を送信する場合は、ウェブサイト等で送信元の番号を公表し、受信した利用者がその番号を確認できることが望ましいものとなります。

トピックス：フィッシング対策

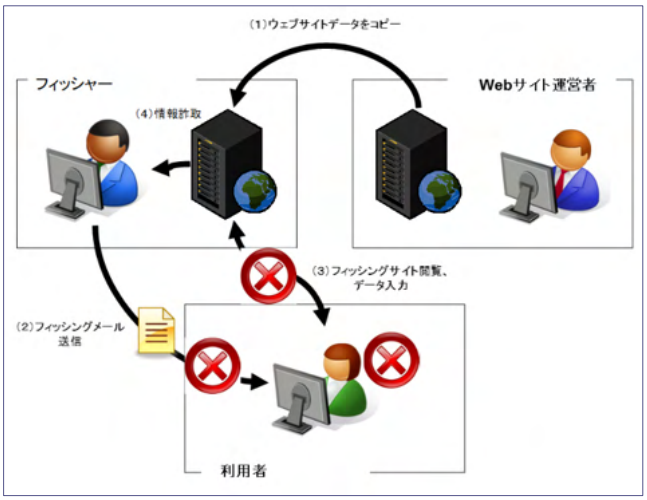
フィッシングとは

フィッシング（Phishing）とは、実在する組織をかたり、不正にアカウント情報（ログイン ID、パスワード等）や、ATM の暗証番号、クレジットカード番号などの個人情報を詐取する行為です。 メールや SMS（ショートメッセージ）のリンクから、本物と見分けがつかない偽サイト（フィッシングサイト）に誘導し、個人情報を入力させる手口が一般的に使われています。

フィッシング詐欺のビジネスプロセス

フィッシングを行う犯罪者側は、効率的に収益を上げるためさまざまな活動を行っており、その全体像を整理した「フィッシング詐欺のビジネスプロセス分類」[注9]という学術論文がフィッシング対策協議会の学術研究プロジェクトの活動成果物として 2021 年に発表されています。この論文ではフィッシング詐欺をビジネスとして捉え、「計画、調達、構築、誘導、詐取、収益化」の６つの活動を定義しており、実際のフィッシング詐欺の事例に当てはめてフィッシングメールは誘導、フィッシングサイトは詐取、だまし取った情報を金銭に変える行為（クレジットカード情報の売買、不正利用、不正送金等）は収益化に分類されています。これらの活動に対し、「誘導」では迷惑メール対策技術で配信、閲覧を抑止したり、「詐取」では Web フィルターやサイト無効化（テイクダウン）でアクセスを抑止したり、「収益化」が容易にできないよう多要素認証等や本人認証技術に対応するなど、フィッシング被害の各抑止ポイントで一連の流れを意識した対策をもれなく行うことにより、被害が発生しづらくなると考えられます。

図表１－２－２　フィッシング被害の抑止ポイント



フィッシング被害の抑止ポイント

出典：フィッシング対策協議会「フィッシング対策ガイドライン 2023 年度版」
(https://www.antiphishing.jp/report/antiphishing_guideline_2023.pdf)

[注9] フィッシング対策協議会「フィッシング詐欺のビジネスプロセス分類」を公開 (2021/03/16)
https://www.antiphishing.jp/report/wg/collabo_20210316.html

迷惑メール対策技術によるフィッシングメール対策

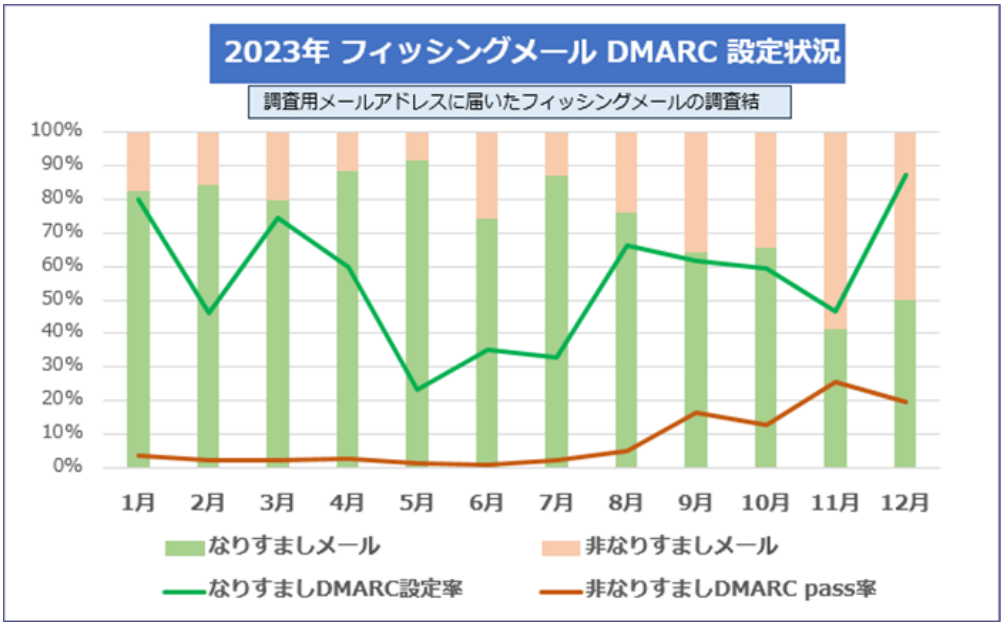
「誘導」であるフィッシングメールへの対策は、その後に続く「詐取」「収益化」の実被害に遭う可能性を減らす効果があります。しかし、迷惑メールフィルター等で振り分けしてもすり抜けて利用者に届いてしまうフィッシングメールについては利用者側で判断しなければならないため、対策技術と啓発の両方が必要となります。

5-6 年前までは「フィッシングメールを見破る」ための啓発が中心でしたが、2019 年ごろから本物と同じ差出人メールアドレスをかたる「なりすまし送信」するケースが急増し、メール文面も本物をコピーしているため、「フィッシングメールは見破れない、メール内のリンクにアクセスしない」という啓発が中心となりました。しかし、それでは利用者は正規のメールも疑わなければならず、安心して読むことができません。

そこで、今までの「偽物を見破る」から「正規メールと認証されたメールのみを読む」という環境へのニーズが高まり、利用者に送った正規メールを読んでもらうため、DMARC の認証結果に基づいた BIMI [注10]等の正規メール視認性向上技術に対応するサービス提供事業者側が増えてきました。自分が利用しているサービスのロゴが表示されたメールであるかを判別するのは、特別な操作や知識を必要とせず、利用者が正規メールのみを読む助けとなります。また、今まで正規メールの判別に利用されてきた S/MIME も、DMARC や BIMI と併用すると、より効果的です。

2024 年現在、DMARC の普及率は急激に上がっていますが、メールアドレスを騙っていない「非なりすまし送信」で DMARC に対応したフィッシングメールも増えています。（図）このような状況から、BIMI の普及やメールアプリ等の表示（ユーザーインタフェース）を工夫するなど、正規メール視認性向上の実装と普及に向けた啓発に力を入れる必要があると考えられます。

図表 1－2－3　2023 年フィッシングメール DMARC 設定状況



フィッシング対策協議会 報告受付窓口にて調査した

2023 年フィッシングメール DMARC 設定状況

[注10] P64 トピックス：BIMI (ブランドロゴの表示)を参照

その他のフィッシング対策

2023 年はフィッシングによって詐取されたインターネットバンキングのアカウント情報を使った不正送金被害が急増しました。インターネットバンキングの取引には、ID、パスワードに加えて、ワンタイムパスワード（認証コード）による認証が普及していますが、フィッシングサイトで入力された ID やパスワードを、犯罪者が裏で本物のサイトに入力し、ワンタイムパスワードもフィッシングサイトで詐取して、本物のサイトで送金操作に使う「リアルタイムフィッシング」と呼ばれる手口が使われるようになりました。このリアルタイムフィッシングの手口は不正送金だけでなく、ワンタイムパスワードに対応したさまざまなサービスでも使われていることが確認されています。

最終的な判断は利用者側が行わなければなりません。現時点においては、利用者は以下の対応を、サービス事業者側は、その判断を助ける対策を行うことが望まれます。

- メールや SMS（ショートメッセージ）内のリンクではなく、正規アプリやブックマークした正規の URL からサービスへログインする習慣をつける。
- 二要素認証などパスワード以外の認証方法を利用する。
- ワンタイムパスワード（認証コード）を入力する際は、意図したサービスの本物の画面か、よく確認する。確認方法が判らない場合は入力をやめ、サポート窓口などへ問い合わせる。
- フィッシングメールが届いたら、自身のメールアドレス等が漏えいしている事実を認識し、新たなメールアドレスを作成して移行する。

上記以外にも、フィッシング対策協議会が毎年更新しているフィッシング対策ガイドライン[注11]には、その公開時点で事業者側、利用者側で行うと有効と思われるさまざまな対策が記載されているので参考としてください。

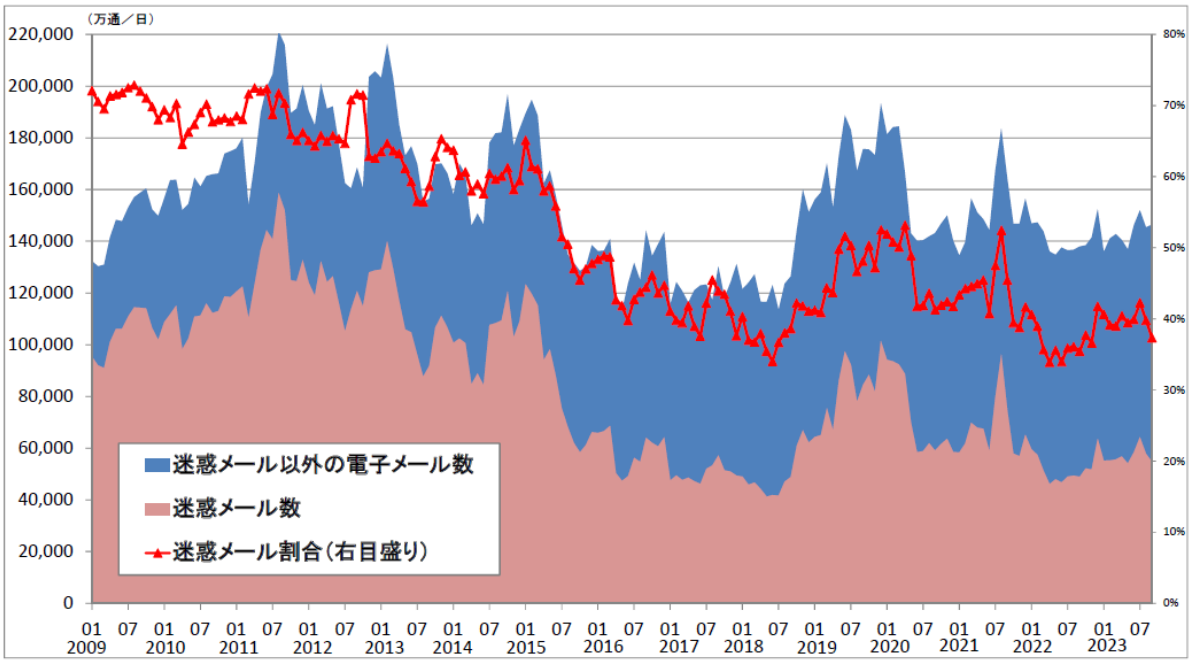
[注11] https://www.antiphishing.jp/report/guideline/

第1章第3節　迷惑メールの動向

1　全体的傾向

日本では、2001 年頃から迷惑メールが社会問題になった後、電気通信事業者などの関係者により、様々な迷惑メール対策が講じられてきました。国内の ISP の取り扱う国内着の電子メールのうち、迷惑メールの占める割合は減少傾向にあり、2012 年までは 70%前後の高い水準にありましたが、それ以降は徐々に減少し、2018 年３月では 40%を切る状況になりました。その後、2018 年６月を底に増加に転じましたが、2020 年５、６月の急減、2021 年８月の急増後の減少傾向を経て、2023 年９月は約 37%となっています。このうちのかなりの部分は電気通信事業者のフィルターなどで対応されていることから、実際に利用者に届く迷惑メールはその割合よりも低いと考えられますが、利用者は注意が必要です。

図表１－３－１　国内 ISP における迷惑メール数・割合の推移



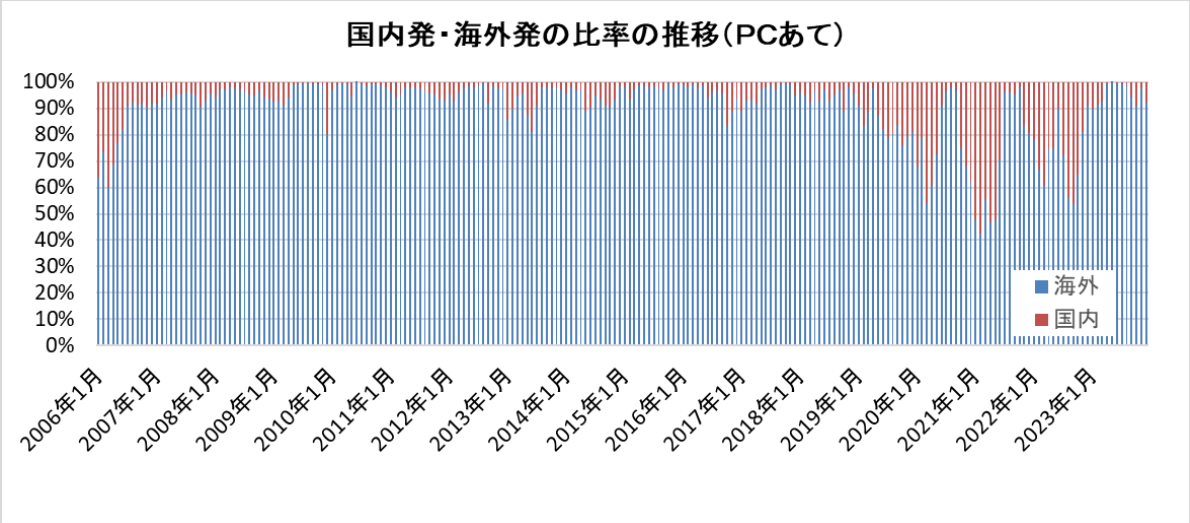
出典：総務省「電気通信事業者 10 社の全受信メール数と迷惑メール数の割合（2023 年９月まで）」

2　国内発の迷惑メールの割合

国内着の迷惑メールのうち国内発のものの割合は、PC あての迷惑メールについては、近年は増加傾向にある一方、携帯電話宛ての迷惑メールについては、以前は半数程度を占めていましたが、近年は大きく減少しています。

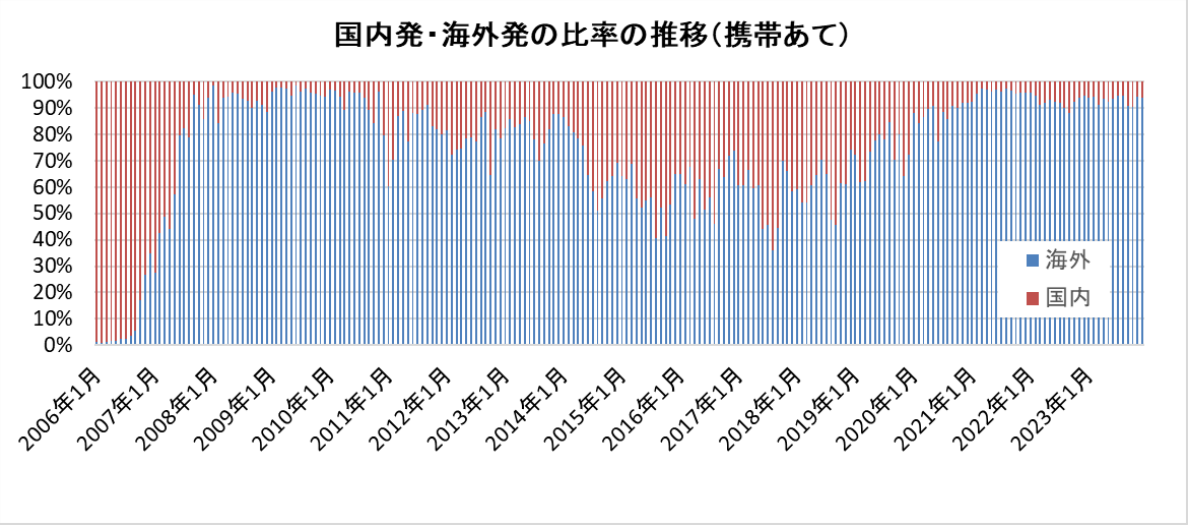
（一財）日本データ通信協会が設置しているモニター機に着信した迷惑メールのうち、国内発のものの割合は、PC 宛ての迷惑メールについては、概ね 10%未満の状況が続いていましたが、2019 年以降は増減を繰り返し、50%以上に増加した後 2021 年前半までは 10%を切っていました。その後 2022 年まで約 40%にまで増え、2023 年には再び 10%未満となっています。一方、携帯電話宛ての迷惑メールについては、国内発のものが半数程度の状態が続いていましたが、2019 年以降は漸次減少し、直近の 2021 年から 2023 年の平均では 10%を下回っています。

図表１－３－２　国内発・海外発の比率の推移（PC あて）



出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

図表１－３－３　国内発・海外発の比率の推移（携帯あて）

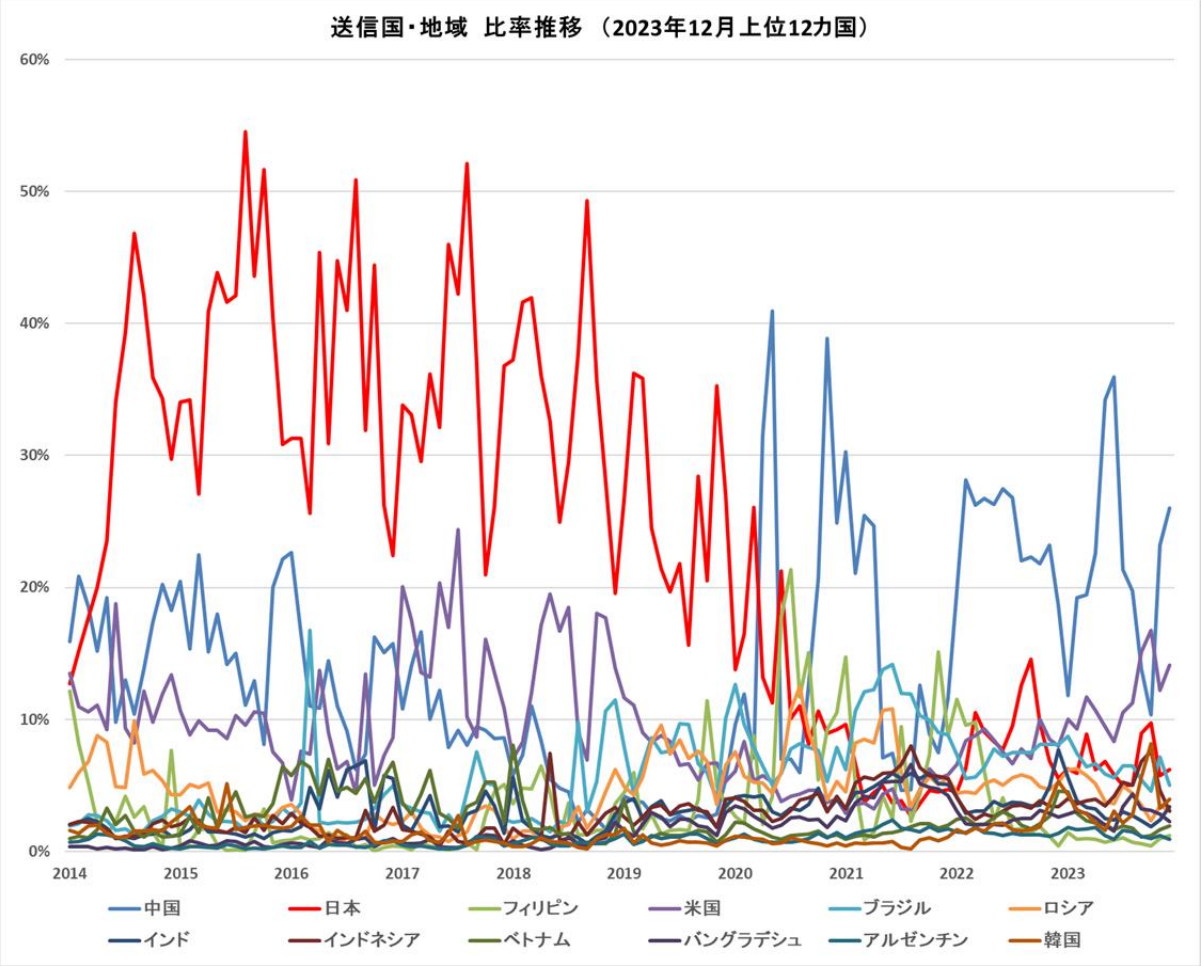


出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

3　迷惑メールの送信国・地域

国内着の迷惑メールの送信国・地域としては、2020 年に急増した中国は 2021 年に一時減少したものの 2022 年以降も依然として最大でした。それに次ぐ、日本、フィリピン、米国はやや増加し、2023 年後半では米国が大幅に増加しています。ブラジル、ロシアはやや減少し 2021 年から 2023 年にかけて、順位が下がりつつあります。

図表１－３－４　国内着の迷惑メールの発信国・地域の推移



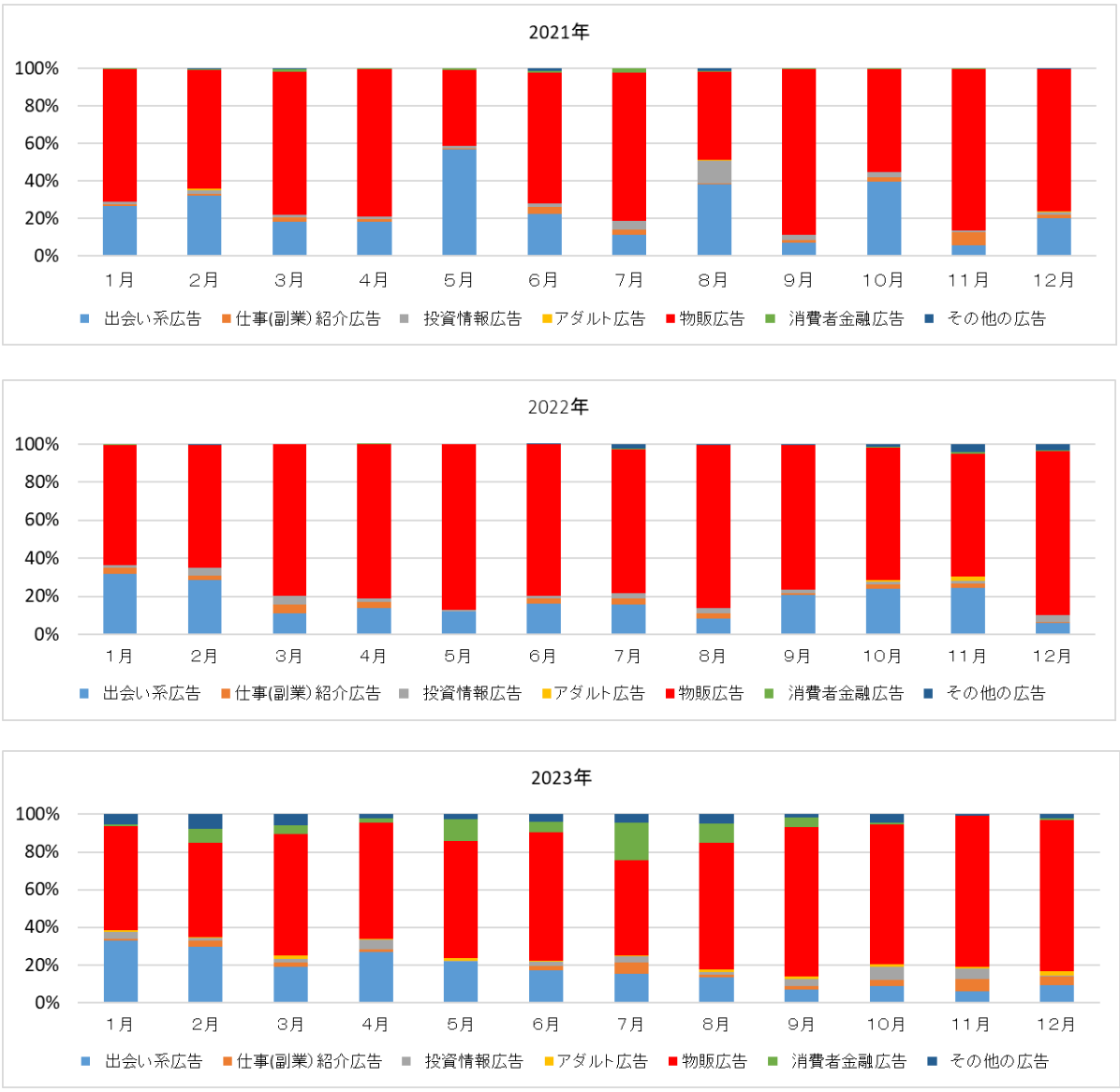
出典：（一財）日本データ通信協会 迷惑メール相談センター調べ（センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

4　迷惑メールの内容

（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センターは、不特定多数へ同意を得ずに送られる広告宣伝目的の迷惑メールなどの通報を受け付けています。これらには、実際には単なる広告宣伝が目的ではなく、フィッシングや詐欺などを目的としたものが多く含まれると考えられています。通報される迷惑メールの内容としては、「出会い系広告」と「物販広告」が占める比率が突出した傾向にあります。「物販広告」は概ね半数を超える割合ですが、2021 年、2023 年は 2020 年度に続き 70%近くに達し、2022 年は 70%を超えました。「出会い系広告」は概ね 3 割を超え、40%を超える年もありましたが、2021 年～2023 年は若干割合が減少し約 20%で推移しています。

それ以外では 2018 年度に「仕事(副業）紹介広告」、「投資情報広告」が共に 8%を占めましたが、2019 年以降は 4%未満となり、2021 年～2023 年では 3%以下となっています。

図表１－３－５　迷惑メールの内容



出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（一般通報における広告・宣伝メール内容別比率）

5　世界全体の迷惑メール送信国・地域の傾向

世界全体の迷惑メールの送信国をみると、2020 年以降、ロシア、ドイツ、米国、中国が上位を占めました。ほぼ変化のない米国以外ではロシアと中国は増加し、ドイツは 2022 年に減少しました。また 2022 年では上位 4 か国が占める割合は 59.72%に達し、世界全体の６割を占めました。それに続く 6 か国は一部順序の入れ替わりはありますが、ほぼ昨年と同じ国であり数値自体は概ね横ばいの傾向にあります。

図表１－３－６　迷惑メール送信国・地域の傾向

出典：（株）カスペルスキー「Sources of Spam by Country」を元に迷惑メール対策推進協議会が作成

第1章第4節　迷惑メールの送信方法

迷惑メールを送信する者は、何らかの情報や利益を得るため、様々な方法を用います。例えば、個人情報や金銭を詐取しようとする場合は、受信者が疑念を抱かないように、実在する企業や取引先などの本来の送信者になりすます方法で迷惑メールを送信します。本節では、送信先の選定から、送信元のメールサーバーをどのように確保して送信するかまで、悪質化・巧妙化する迷惑メールの送信方法を説明していきます。

1　送信先の選定

迷惑メールの送信者が送信先を選定する方法には、主に大量送信型と標的型の２つがあります。

（1）大量送信型

大量の送信先を確保する方法として、以下があります。

（ア）　名簿業者からメールアドレスのリストを購入する

（イ）　ランダムにメールアドレスを作成して無差別にメールを送信し、反応があったアドレスをリスト化する

（ウ）　懸賞サイトなどの「おとりサイト」を作ってアドレスを登録させる

（エ）　インターネットに公開されているブログ掲示板などから収集する

その他にも、便利なアプリなどを装って不正アプリをインストールさせ、スマートフォン内の電話帳のデータを丸ごと詐取するような方法などもあります。

このような方法で取得した大量のアドレスに送信する手法は、「出会い系広告」や「物販広告」などに多く見られる手法です。

（2）標的型

迷惑メールを特定の組織や個人に標的を絞って送信することは、何らかの方法で入手した組織や個人の情報をもとに、実際の業務内容などを詳細に調査、把握した上で、上司や取引先などになりすまして詐欺を行う場合や、ウイルスを含んだ添付ファイルを送り、情報を詐取する場合などに多く見られる手法です。

2　送信元の偽装

送信元の偽装には、送信元アドレスの偽装や、表示名（ディスプレイネーム）の偽装などがあります。

（1）送信元アドレスの偽装

Header-From は、送信者がどのような情報でも記載することが可能なことから、Header-From の電子メールアドレスに他者の電子メールアドレスを用いることにより、なりすましメールを送信する方法です。

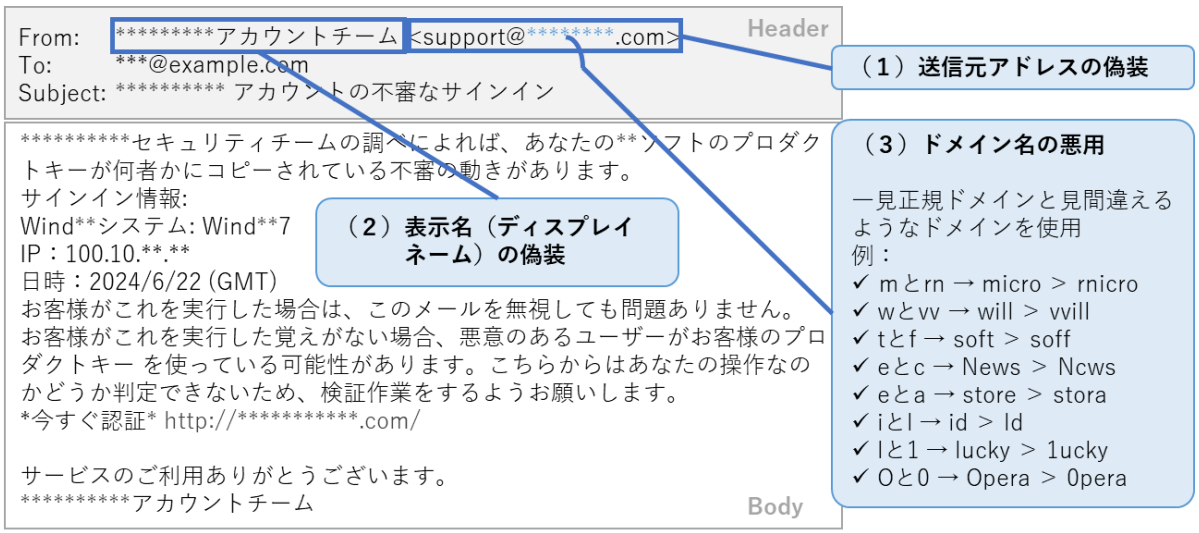
（2）表示名（ディスプレイネーム）の偽装

Header-From のうち、表示名（通常は個人名や法人名など）を偽って記載し、なりすましメールを送信する方法です。偽って記載する表示名には、他者の個人名などのほか、実際の送信元メールアドレスとは違う電子メールアドレスを用いることもあります。

（3）ドメイン名の悪用

本物の送信者のドメイン名と一見しただけでは誤解してしまう可能性のある類似したドメイン名（ホモグラフドメインやカズンドメインなどと呼ばれます）をあらかじめ取得し、なりすましメールを送信する方法です。この方法は、（1）および（2）とは異なり、送信元自体は正規のものですが、なりすまし先から送信されたものと誤解させるものです。

図表 1－4－1　送信元の偽装



3　サーバーの不正利用

以前は、外部から匿名で利用可能なオープンリレーサーバー[注12]を利用した迷惑メール送信が行われていましたが、不要なメール中継の制限などの不正中継対策が講じられるようになり、そのような方法で迷惑メールを送信することは難しくなっています。それに代わる方法として、ウイルスに感染した大量のパソコンなどを用いたり、契約者情報を偽って取得した固定 IP アドレス[注13]を用いたり、ISP の送信メールサーバーを不正に利用したりする事例が注目されています。ここではそれらの３つの方法について説明します。

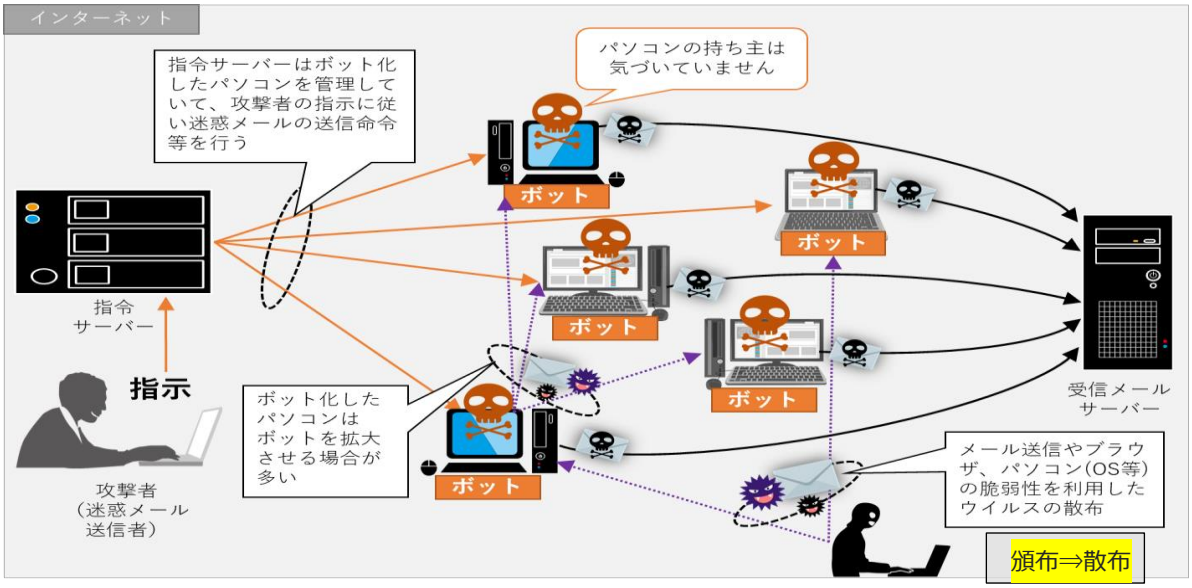
（1）ボットネットの利用

ウイルスのような悪意のあるソフトウェア（マルウェア[注14]）を大量の一般の利用者のパソコンに感染させ、このマルウェアに感染したパソコンを外部から操作することによって、迷惑メールの送信などに利用する手法であり、2002 年頃から使われるようになっています（マルウェアに感染したパソコンはロボットに擬して「ボット」と、ボットの集合は「ボットネット」と呼ばれています）。

ボットネットを利用した迷惑メールは、同一の送信元（IP アドレス）から少量ずつ送信されること、地理的に大規模に分散した送信元から送信されることなどの特徴があり、迷惑メールの送信元を登録した DNSBL（DNS Black List/DNS Blackhole List）や特定の送信元からの大量送信を検知して接続を制限するという従来有効であった手法（スロットリング）が機能しない事態が出てきました。

ボットネットに対しては、ISP の正規のメールサーバーを介さない、動的 IP アドレス[注15]からの電子メール送信をブロックする OP25B[注16]による対策が行われています。しかし、後述する（３）のようにボットが正規の利用者のパスワードなどを詐取し、その利用者を装って迷惑メールを送信する場合や、まだ OP25B を導入していない海外などの ISP を利用して迷惑メールを送信する場合など、対策には限界があるのが現状です。

図表１－４－２　ボットネットのイメージ



注12 外部からのメール送信依頼を受け付け、メールの送信を行うサーバー
注13 常に同じ IP アドレスが割り当てられること
注14 「Malicious Software」（悪意のあるソフトウェア）の略で、様々な脆弱性や情報を利用して攻撃をするソフトウェアの総称
注15 接続のたびに異なる IP アドレスが割り当てられること
注16 第３章の「トピックス：OP25B（Outbound Port 25 Blocking）」参照

（２）固定 IP アドレスの不正利用

契約者情報を偽って固定 IP アドレスの使用契約を ISP と締結し、迷惑メールを送信する手法です。固定 IP アドレスを使用した迷惑メールの送信では、ISP との契約が発生することから、送信元が特定可能であり、利用停止などの運用的な対処や法的対処が比較的容易ですが、契約者情報を偽って契約を締結することで、送信元の特定を困難にしています。

このような送信手法に対しては、ISP において契約時の確認を強化することにより対応をしています。しかし、複数の契約を締結することにより、大量の固定 IP アドレスを確保したり、迷惑メールの送信行為が判明して利用停止措置などを受けた場合に、すぐに新たな契約を締結して別の固定 IP アドレスを確保したりして迷惑メールを送信する者も存在しているのが現状です。

（３）アカウントの不正利用

電子メールアカウントの ID、パスワードなどの情報を何らかの方法で入手し、利用者になりすまして電子メールアカウントを不正に利用して、迷惑メールを送信する手法です。実際に発生した事例においても、使われなくなったメールアカウントを削除し忘れたことや、パスワードが適切に設定されていなかったことなどから、電子メールアカウントが不正に利用され、大量の迷惑メールが送信されています。

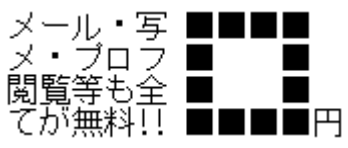
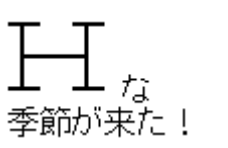
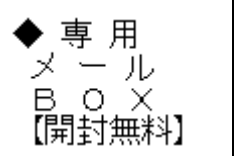
このような送信手法に対しては、利用者において適切な ID やパスワードの管理を行うこと、セキュリティ対策を行うことなどが重要になります。

４　その他（迷惑メールフィルターの回避）

多くの迷惑メールは、なんらかの広告宣伝やウェブサイトへの誘導、ウイルスの流布などが主目的であり、その内容には類似性があります。そこで、よく使われる文字列など迷惑メールの内容を統計的に処理した情報を利用して、迷惑メールかどうかを判定する、迷惑メールフィルターが用いられるようになりました。

しかし、最近の迷惑メールは、迷惑メールフィルターを回避するため、ある文字について形状的に似た文字を使ってメッセージを伝える手法や、文字ではなく画像や PDF ファイルによってメッセージを伝える手法などが使われるようになりました。さらに、大量のドメインを取得して送信ごとにメールに掲載するドメインを変えたり、添付した画像データを簡単に同一の画像と判定されないように、個々に変化を持たせたりするなどの手法も用いられるようになってきています。

図表 1－4－3　形状的に似た文字を使った例

（１）「0 円」を形状的に表した例	（２）「H」を形状的に表した例	（３）文字の周りを囲い、スペースも入れて１つの言葉としての連続性を分断した例	（４）文字の間にスペースを入れて１つの言葉としての連続性を分断した例
			

トピックス：SNSの悪用

スマートフォンの普及に伴い LINE、Facebook、Twitterなどに代表されるSNSが、広く利用されるようになりました。

SNS は、電子メールと同様に１対１のメッセージ交換もできますが、グループを作ってメッセージを送信することにより、簡単にグループ内でメッセージ共有ができるなど、コミュニケーションツールとして優れた、とても便利なサービスです。

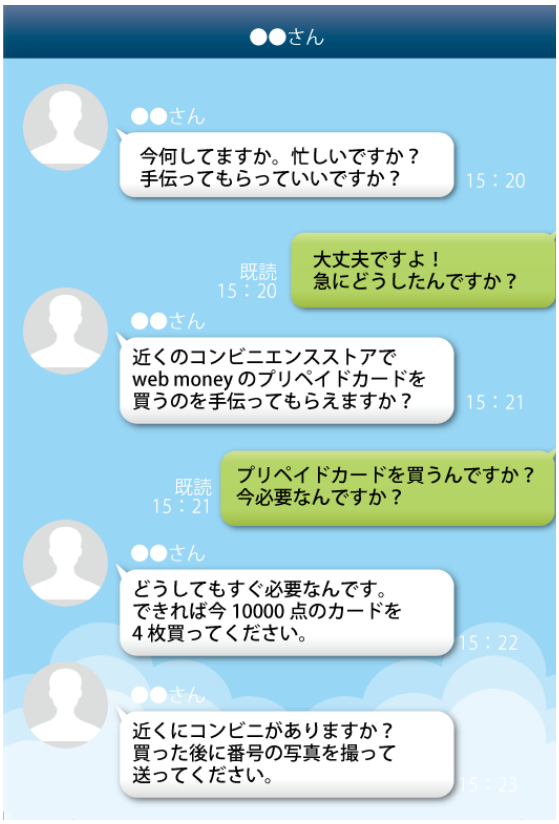
そして、SNS の利用者が増えてくると、知らないアカウントから「悪質サイトへの誘導」などの迷惑メッセージが SNS でも送られるようになりました。電子メール同様、SNS のメッセージを使った詐欺被害やマルウェア感染なども発生しています。

例えば、2014 年頃に知り合いになりすまして、プリペイドカードの金券番号をだまし取る詐欺の手口が広がりました。

その手口は、まず、なりすまし犯が SNS アカウントの ID などの脆弱性をつき、誰かのアカウントを乗っ取ります。その上で、そのアカウントの友人・知人へ「緊急で必要だからプリペイドカードを購入して番号を知らせて」とメッセージを送り、実際に知らせた番号を詐取するというものでした。全く知らない他人なら、怪しんだり、警戒したりしますが、友人・知人の名前で送られてきたメッセージを疑うことはなく、少し不審な内容でも信じて協力してしまったようです。

乗っ取られたアカウントからのメッセージを見破るのは難しいかも知れませんが、もし突然不審な内容のメッセージを受け取ったとしても、SNS でも電子メール同様に、なりすましその他の詐欺の手口があると知っていることで、被害にあう可能性を低くすることができます。

図表１－４－４　アカウント乗っ取り詐欺の手口のイメージ



SNS はインターネット上で様々な人と交流することができるツールですが、安全に利用するために、登録した個人情報や発言を「誰」に「どこまで」公開するかを任意に設定することができます。

また、SNS の中には、このような迷惑メッセージを受け取らないようにするために、あらかじめ見知らぬ人からのメッセージや友人申請を受け取らないように設定することもできます。利用に際しては、このような設定を事前にしておくことが大切です。

第２章

迷惑メールに関する状況

第2章第1節　迷惑メールに関する概況

2023 年度の迷惑メールに関する概況として、日本国内の ISP が扱う迷惑メールは、2018 年度までの減少傾向を経て現在は全体として横ばいで推移しています。具体的には、国内の ISP が取り扱う国内着の電子メールのうち、迷惑メールの占める割合は 2023 年３月時点で約 39%となっており、前年同月比で３ポイント増加しておりますが、2019 年４月より低い水準となっています。また、国内着の迷惑メールの発信元（国）としては、2020 年は中国、ブラジル、ロシアが上位３か国となっていましたが、2023 年３月は中国、米国、日本が上位３か国となっており、それぞれの割合は、約 19%、約 12%、約 9%となっています。

迷惑メールの内容については、物販情報などを扱ったメールが大半を占める傾向が続いています。具体的には、物販広告メールは約 74%となっております。2021 年度以降、SMS を用いた詐欺メール（スミッシングメール）が目立っています。

宅配事業者、携帯電話事業者、通販会社等を装った SMS で偽サイトに誘導し、個人情報を抜き取る手口の他、不正アプリをインストールさせ、アカウント情報を詐取する事案なども発生しております。

これに加え、Emotet と呼ばれるウイルスへの感染を狙う攻撃メールが　確認されています[注17]。

このような迷惑メールに対して、携帯電話事業者やサービスプロバイダーなど様々な関係者が、2024 年度も引き続き迷惑メール対策に取り組んでいます。また、(一財)日本データ通信協会など関係団体による、利用者の意識向上に向けた周知広報も積極的に行われています。

[注17]https://www.ipa.go.jp/security/emotet/index.html#:~:text=Emotet とは、メールアカウント,拡大が試みられます。

第2章第2節　悪質化･巧妙化する迷惑メールの動向

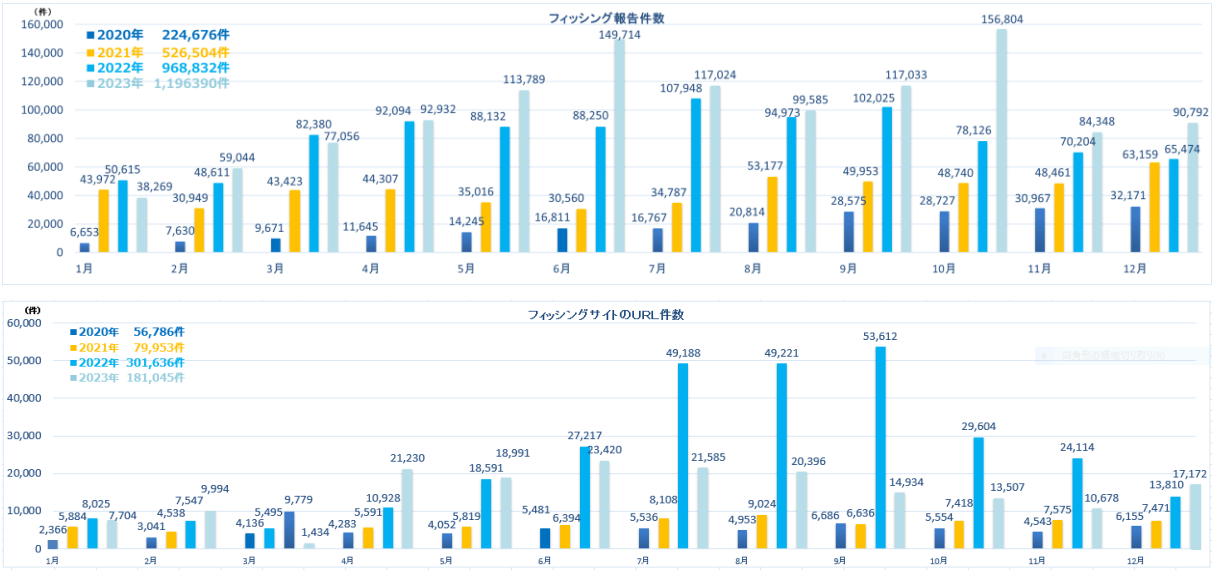
1　金銭的な被害をもたらすフィッシングメール

2021 年以降、電子メールや SMS を起点とした詐欺等が多数確認されています。

フィッシング対策協議会によると、フィッシング報告件数は 2021 年 482,532 件、2022 年 968,832 件、2023 年 1,196,388 件で、2020 年以降、急増し続けています。一方、フィッシングサイトの URL 件数は、2021 年 74,069 件、2022 年 301,636 件と急増しましたが、各対応組織の努力により 2023 年は 193,954 件と減少させることができました。しかし、コロナ禍によるオンラインサービス利用が普及する前の 2019 年と比較すると、この５年間で約９倍以上のフィッシングサイトの URL が報告されています。

フィッシングメールの内容としては、実在する金融機関を装い「お客さまの口座に異常な取引が発覚しました。当行より至急で確認させていただきたいことがあります。ご利用確認はこちら」「お取引を規制させていただきました。制限を解除するには、リンクをクリックして手順に従ってください」等のメッセージをメールやSMSで送信して、ユーザーをフィッシングサイトへ誘導し、そこで不正に入手した ID 等を用いてネットバンキングで不正送金を行う手口が 2023 年度は急増しました。警察庁の発表[注18]によりますと、2023 年のフィッシングによるものとみられるインターネットバンキングに係る不正送金被害の発生件数は 5,147 件、被害額は約 80.1 億円と、前年の 2022 年 1,136 件、15.2 億に比べて発生件数、被害額が大幅に増加したとともに、過去最多を更新しました。このようにフィッシング報告件数は一貫して増加傾向にあります。

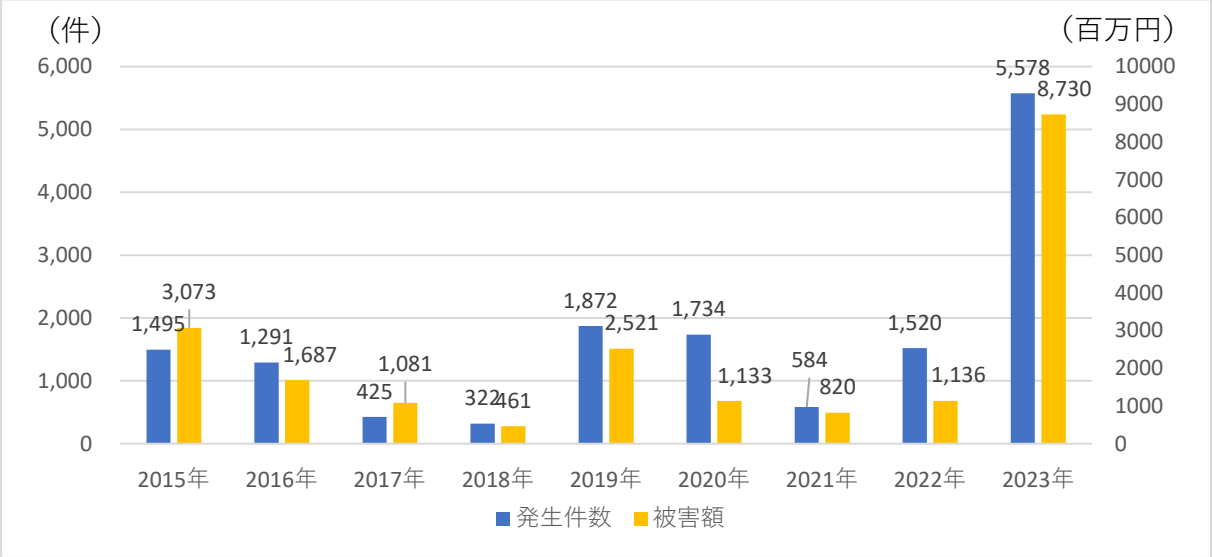
図表２－２－１　フィッシング情報の報告件数とフィッシングサイトの URL



出典：フィッシング対策協議会「フィッシング報告状況」（https://www.antiphishing.jp/news/info/）
をもとに、迷惑メール対策推進協議会事務局が編集

注18 https://www.npa.go.jp/bureau/cyber/pdf/20231225_press.pdf

図表２－２－２　インターネットバンキングに係る不正送金事犯の推移



出典：警察庁「令和５年におけるサイバー空間をめぐる脅威の情勢等について」
（https://www.npa.go.jp/publications/statistics/cybersecurity/data/R5/R05_cyber_jousei.pdf ）をもとに、
迷惑メール対策推進協議会事務局が編集

不正送金目的以外では、クレジットカード情報を詐取することを目的としたフィッシングメールが多く、クレジットカードブランドを騙るだけでなく、クレジットカードが利用できるさまざまなサービスを騙っています。例えば「決済が失敗しました。カード情報をご確認ください」、「未払いの料金があります」、「セキュリティアップデートのため、本人確認をしています」等のメッセージをメールで送信し、フィッシングサイトで ID やパスワード、個人情報、クレジットカード情報と 3-D セキュア等の認証情報を入力させて詐取します。騙られるブランドは、EC ブランドが多いですが、電気や水道などの公共料金の請求を装うケースも増えています。また、2023 年は期間限定で行われたマイナポイント事業を装うフィッシングが発生するなど、広く知られたキャンペーンを騙るケースがありました。

また、正規アプリのアップデート等を装った不正アプリをだまされてインストールしてしまった個人のスマートフォンが、遠隔操作によりフィッシングや詐欺、不正アプリインストールへ誘導する SMS を発信するケースが続いています。

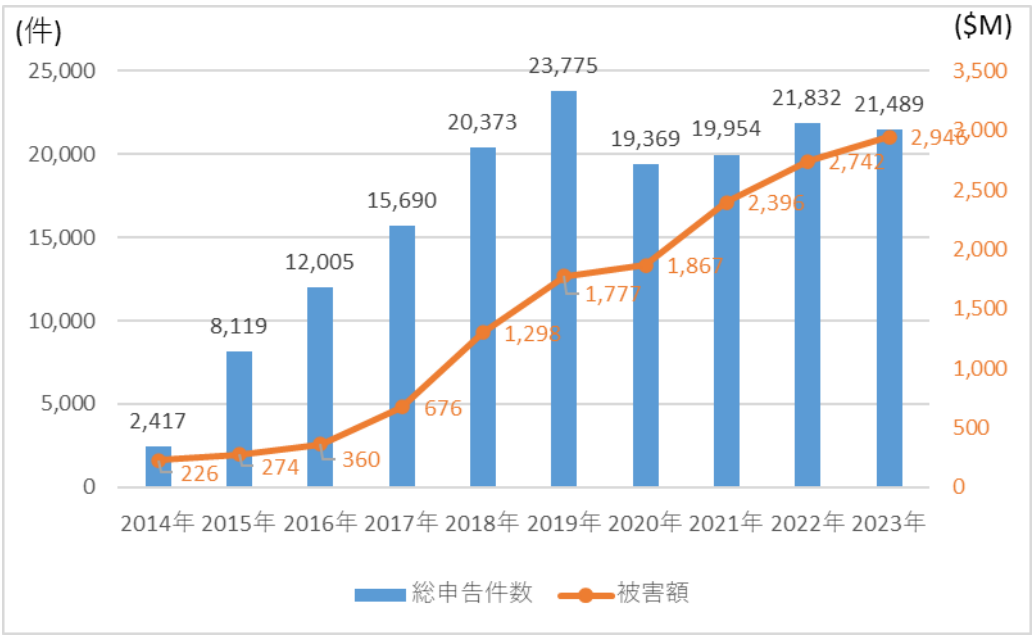
このように、今後も新たな迷惑メール・詐欺メールが出てくることが予想されるため、メールの利用者はより一層の注意が必要です。

２　企業等の金銭や情報を狙ったビジネスメール詐欺（BEC）等

取引先や経営層などを装い、偽の電子メールを送り金銭を詐取するビジネスメール詐欺（BEC）[注19]は引き続き多数確認されています。

米国のインターネット犯罪苦情センター（Internet Crime Complaint Center:IC3）の年次報告書（2022 IC3 Annual Report）によると、米国での 2022 年の BEC による被害額は 27.42 億ドル（約 3,620 億円）とされています。また、最近では、リモート会議やハッキングした幹部の電子メールを利用して幹部になりすまし、不正な送金を従業員に直接指示する新しい手口が出てきていることが報告されています。

図表２－２－３　米国の BEC による被害額



出典：米国 FBI「Internet Crime Report」をもとに、迷惑メール対策推進協議会事務局が編集

[注19] 第１章第２節２（２）詐欺メールを参照。

第３章

迷惑メール対策

第3章第1節　制度的な対策

携帯電話による電子メールの急速な普及などに伴い、2001 年頃から、迷惑メールが大きな問題[注 20]となりました。このような状況を受け、2002 年に、特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール法）が制定されるとともに、特定商取引に関する法律（特定商取引法）が改正され、迷惑メールへの制度的な対応がとられました。以来、複数の改正を経ながら、主にこれら二法によって迷惑メール対策が実施されています。なお、架空請求メールの送信が、刑法に規定する詐欺罪や、その未遂罪に該当する場合があるなど、迷惑メールの送信が、これら二法以外の法律による規制対象となることもあります。

図表３－１－１　特定電子メール法と特定商取引法との比較

項目	特定電子メール法	特定商取引法
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を規制	消費者保護と取引の公正の観点から広告を規制
規制対象	自己又は他人の営業につき広告又は宣伝を行うための手段として送信する電子メールなど	通信販売などの電子メール広告
規制対象者	送信者及び送信委託者	販売事業者など及び電子メール広告受託事業者
オプトイン規制	あらかじめ同意した者など以外に広告宣伝メールを送信することを禁止、同意を証する記録の保存義務、受信拒否者への再送信禁止、表示義務	あらかじめ承諾した者など以外に電子メール、広告をすることを禁止（直接罰[注 21]）、請求・承諾の保存義務（直接罰）、受信拒否者への電子メール広告の禁止（直接罰）、表示義務（直接罰）
架空電子メールアドレスを宛先とした電子メール	架空電子メールアドレスを宛先とする送信の禁止	（規定なし）
送信者情報を偽装した電子メール	送信者情報を偽った送信の禁止（直接罰）	（規定なし）
電気通信事業者などへの情報提供の求め	総務大臣は、電子メールアドレスなどの契約者情報を保有する電気通信事業者などに対し当該契約者情報の提供を求めることができる。	主務大臣は、電子メールアドレスなどの契約者情報を保有する電気通信事業者などに対し当該契約者情報の提供を求めることができる。
主務大臣	内閣総理大臣及び総務大臣 ※内閣総理大臣の権限は一部を除いて消費者庁長官に委任されている。	内閣総理大臣、経済産業大臣及び事業等所管大臣 ※電子メール広告受託事業者に関する事項については、内閣総理大臣及び経済産業大臣が主務大臣とされている。なお、内閣総理大臣の権限は一部を除いて消費者庁長官に委任され、さらに、消費者庁長官に委任された権限の一部は経済産業局長に委任されている。

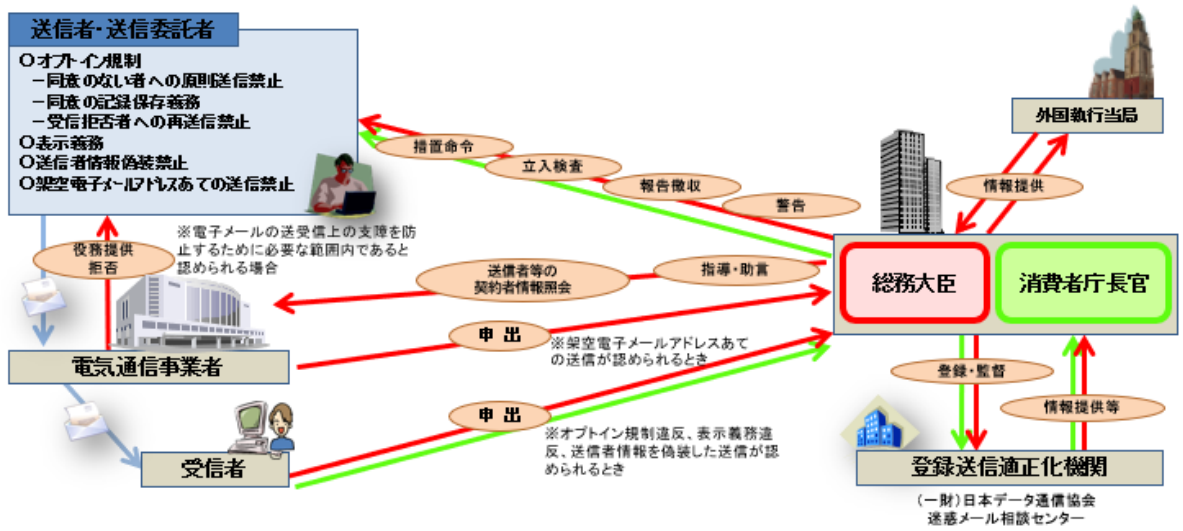
注20 総務省「迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会　中間取りまとめ」(2002 年 1 月 24 日)
https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/235321/www.soumu.go.jp/s-news/2002/020124_4.html

注21 違法行為に対して（行政指導や行政処分を課すことなく）即時に適用される刑事罰を直接罰という。一方、違法行為に対して行政指導や行政処分（例えば、措置命令）後、その指導や処分に違反する行為があった場合に、それを理由に適用される刑事罰を間接罰という。

１　特定電子メール法

特定電子メール法は、電子メールの送受信上の支障（受信者や電気通信事業者における支障）を防止する観点から、電子メールの送信について規制を行う法律です。規制の対象となる電子メールは、主として、広告宣伝を行うための電子メールであり、そのような電子メールの送信者や送信委託者に対する義務などが規定されています。

図表３－１－２　特定電子メール法の概要

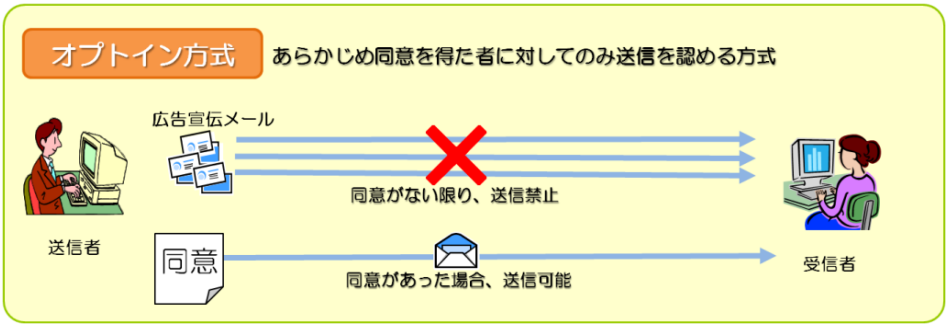


（１）電子メールの送信者に対する規制

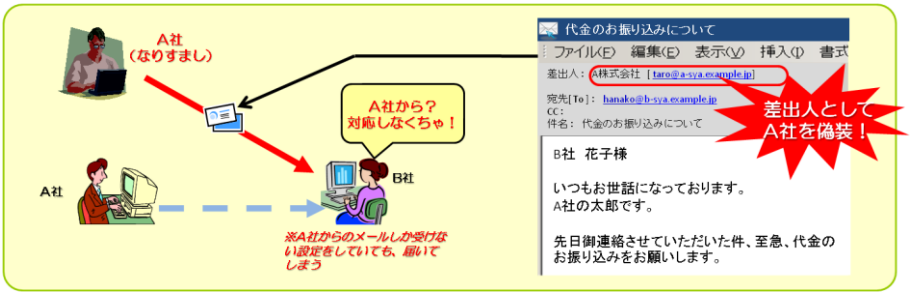
原則として、受信者の同意を得ない広告宣伝メールの送信が禁止されています（オプトイン方式による規制）。同意を得て広告宣伝メールを送信する場合であっても、受信拒否の通知先など一定の事項を電子メールの本文などに表示する義務が課されているほか、受信者から受信拒否の通知を受けた場合に、その受信者への以後の送信が禁止されています。

また、迷惑メールの中には、Header-From を偽って送信し、電子メールの送信元を突き止めにくくしているものがありますが、広告宣伝メールの送信に当たっては、このような、送信者情報の偽装が禁止されています（送信者情報を偽った送信の禁止）。さらに、プログラムを用いて自動的に大量に生成した電子メールアドレス（架空電子メールアドレス）宛てに送信することは、迷惑メールの送信を助長するだけでなく、大量のエラーメールを発生させ、電気通信事業者のメール配送設備に多大な負荷をかけることから、禁止されています。

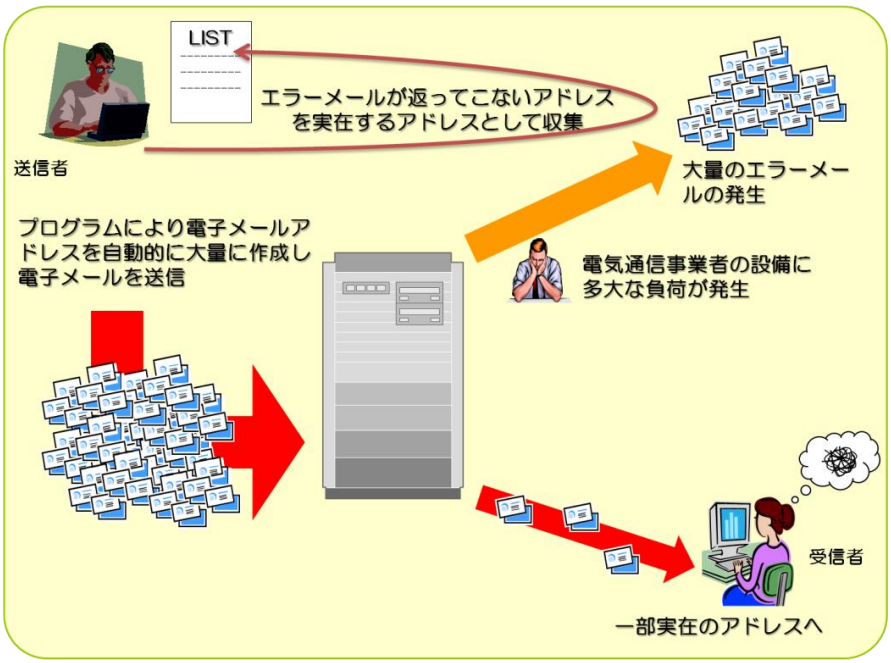
図表３－１－３　オプトイン方式



図表３－１－４　送信者情報の偽装の例



図表３－１－５　架空電子メールアドレス宛の送信



（２）電子メールの送信を委託している者に対する規制

電子メールの送信を委託した者（送信委託者）に対しても一定の規制が課されています。例えば、送信委託者が特定電子メール法に違反する広告宣伝メールの送信に責任を有している場合には、送信委託者が行政処分の対象となることがあります。

（３）電気通信事業者に関する規定

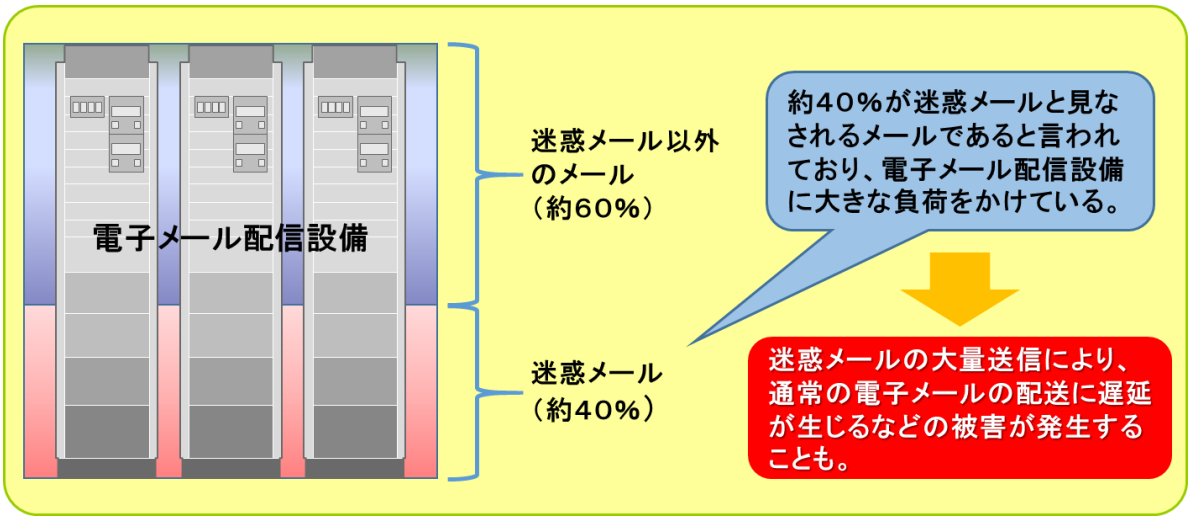
電子メールの大量送信は、電気通信事業者のメール配送設備に負荷を生じさせます。また、これにより、通常の電子メールの配送が遅延するなどの被害が生じることがあります。

総務大臣による認定を受けた電気通信事業者は、電気通信事業法によって、正当な理由のないサービスの提供拒否が禁じられており[注22]、利用者に対して公平にサービスを提供する義務を負っています[注23]。また、通信の発信元などに応じて差別的な取扱いを行うことには、通信の秘密[注24]の観点からも問題が生じ得ます。

注22 電気通信事業法第 121 条
注23 電気通信事業法第６条
注24 電気通信事業法第４条

このため、迷惑メールを送信していると思われる送信者に対しても、電子メールサービスの提供を拒否することは、原則として認められません。しかし、一定の要件に該当する場合には、この限りではなく、特定電子メール法においては、例外的にサービスの提供を拒否することができる場合を規定しています。例えば、大量の迷惑メールによって通常のサービスの提供に支障が出るおそれがある場合には、このような悪質な大量送信者に対してサービスの提供を拒否することができます。

図表３－１－６　電子メールの配送を行う設備への負荷



（４）法の実効性の確保

総務大臣や消費者庁長官は、特定電子メール法違反が疑われる送信者などに対する報告の求め（報告徴収）や立入検査を行うことができ[注 25]、さらに、違反した送信者などには、一定の条件下で、行政処分（措置命令）により、電子メールの送信の方法の改善に関し必要な措置を命ずることができます[注 26]。なお、措置命令に違反した者や送信者情報を偽って特定電子メールを送信した者には刑事罰が科される場合があります[注 27]。また、総務大臣は、電子メールアドレスやIPアドレスなどの契約者情報を保有する電気通信事業者などに対し、迷惑メールの送信者などの契約者情報の照会を行うことができます[注 28]。

（５）国際連携に関する規定

外国から送信される迷惑メールに対応するため、総務省と外国執行当局との連携に関する規定が設けられています[注 29]。

注25 特定電子メール法第 28 条
注26 特定電子メール法第 7 条
注27 特定電子メール法第 34 条、第 35 条
注28 特定電子メール法第 29 条
注29 特定電子メール法第 30 条

2　特定商取引法

特定商取引法は、消費者保護と取引の公正の観点から、取引の形態などの規制を行う法律であり、通信販売などに係る電子メール広告も規制の対象とされています。

電子メール広告を送信する事業者などに対する規制

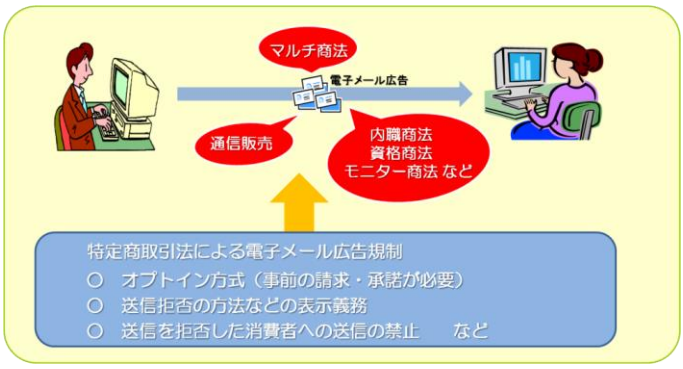
特定商取引法においては、通信販売、連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）、業務提供誘引販売取引（いわゆる内職商法、資格商法、モニター商法など）の形態で消費者と取引をする場合において、事業者が、取引の対象となる商品や役務などについて電子メールにより広告をする場合には、オプトイン方式による規制が課されます。すなわち、事業者が消費者に対してこれらの電子メール広告を行うに当たっては、原則として消費者による事前の請求又は承諾が必要です。また、請求・承諾を得て電子メール広告を行う場合であっても、電子メール広告の送信を拒否する方法など一定の事項を表示する義務が課されているほか、電子メール広告の送信を拒否した消費者への送信が禁止されています。

電子メール広告に関する業務を受託している者に対する規制

販売業者等から電子メール広告に関する以下の業務を一括して受託している場合には、販売業者等に課されている義務が受託事業者に課されます。

- 消費者から電子メール広告送付についての請求を受け、又は承諾を得る業務
- 消費者からの請求や承諾の記録を作成し、保存する業務
- 送信する電子メール広告に、消費者が受信拒否の意思を表示するために必要な事項を表示する業務

図表３－１－７　特定商取引法による電子メール広告の規制



法の実効性の確保

法律違反者については、主務大臣による行政処分（指示又は業務停止命令等）の対象となる[注30]ほか、刑事罰の対象となります。また、主務大臣は、法律違反が疑われる販売業者等に対して報告徴収や立入検査等を実施できる[注31]ほか販売業者等と取引をする者（電気通信事業者等）に対して報告徴収等を行うことができます。

注30 特定商取引法第 14 条、第 15 条など

注31 特定商取引法第 66 条第１項

３　その他の法律による迷惑メールに関する規制

迷惑メールに関しては、特定電子メール法や特定商取引法による電子メールに特化した規制のほか、電子メールの内容などによっては、刑法などによる法規制の対象にもなります。

例えば、架空請求メールを送信し、現金の振り込みなどを行わせた場合は、刑法第 246 条の詐欺罪が成立する可能性があります。

図表３－１－８　電子メールの送信に関わる法規制（特定電子メール法および特定商取引法を除く）

規制されている電子メールの送信	根拠法	罰則
1　名誉毀損、侮辱、脅迫		
人の名誉を毀損する多数の者への電子メールの送信の禁止	刑法第 230 条（名誉毀損）	3 年以下の懲役若しくは禁錮又は 50 万円以下の罰金
他人を侮辱する多数の者への電子メールの送信の禁止	刑法第 231 条（侮辱）	拘留又は科料
他人を脅迫する電子メールの送信の禁止	刑法第 222 条（脅迫）	2 年以下の懲役又は 30 万円以下の罰金
2　風説の流布、業務妨害（信用毀損、株価操作など）		
虚偽の風説の流布等により、信用を毀損し、又は業務を妨害する電子メールの送信の禁止	刑法第 233 条（信用毀損及び業務妨害）	3 年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金
有価証券等の相場の変動を図る目的をもって、風説を流布する電子メールの送信の禁止	金融商品取引法第 158 条、第 197 条第 1 項第 5 号	10 年以下の懲役若しくは 1,000 万円以下の罰金又はその併科
3　わいせつ物頒布、児童ポルノ提供など		
わいせつ画像データを含む電子メールの送信の禁止	刑法第 175 条（わいせつ物頒布等[注 32]）	2 年以下の懲役若しくは 250 万円以下の罰金若しくは科料又は懲役及び罰金の併科
人に児童買春をするように勧誘する電子メールの送信の禁止	児童ポルノ処罰法第 6 条第 1 項	5 年以下の懲役若しくは 500 万円以下の罰金又はその併科
児童ポルノの画像等を含む電子メールの送信の禁止	児童ポルノ処罰法第 7 条第 2 項	3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金
4　著作権の侵害		
著作物の無断配信等著作権を侵害する電子メールの送信の禁止	著作権法第 119 条第 2 項	5 年以下の懲役若しくは 500 万円以下の罰金又はその併科
5　ネズミ講への勧誘		
業として、ネズミ講に加入することを勧誘する電子メールの送信の禁止	無限連鎖講防止法第 6 条	1 年以下の懲役又は 30 万円以下の罰金
ネズミ講に加入することを勧誘する電子メールの送信の禁止	無限連鎖講防止法第 7 条	20 万円以下の罰金
6　詐欺		
架空請求等の詐欺行為の実行の着手となる電子メールの送信の禁止	刑法第 246 条（詐欺[注 33]）	10 年以下の懲役
7　個別分野における広告		
（例）医薬品等の虚偽又は誇大広告、承認前の医薬品等の広告を行う電子メールの送信の禁止	医薬品医療機器等法第 66 条第 1 項、第 68 条、第 85 条	2 年以下の懲役若しくは 200 万円以下の罰金又はこれらの併科
8　ウイルス作成・提供・保管等		
ウイルス作成・提供・供用の禁止	刑法第 168 条の 2（不正指令電磁的記録作成等）	3 年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金
ウイルスの取得・保管の禁止	刑法第 168 条の 3（不正指令電磁的記録取得等）	2 年以下の懲役又は 30 万円以下の罰金
9　フィッシングメール		
フィッシングメールの送信の禁止	不正アクセス行為の禁止等に関する法律第 7 条第 2 号、第 12 条第 4 号[注 34]	1 年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金

[注32] 2011 年 6 月に公布された「情報処理の高度化等に対処するための刑法等の一部を改正する法律」により、電子メールを含む「電気通信の送信によりわいせつな電磁的記録その他の記録を頒布した」行為などを処罰する規定が挿入された。

[注33] 財物の交付又は財産的利益の移転がなされていない場合は、詐欺未遂。

[注34] 2012 年 3 月に公布された「不正アクセス行為の禁止等に関する法律の一部を改正する法律」により新たに設けられた。

4　海外での対策法制の整備状況

（1）米国

規制対象の電子メールは、パソコン向け商用電子メール、携帯電話向け商用電子メール、自動ダイヤリングシステム[注35]を用いて送信される SMS に大別され、それぞれ規制内容が異なります。パソコン向け商用電子メールは CAN-SPAM 法[注36]によりオプトアウト方式で規制しています。携帯電話向け商用電子メールは CAN-SPAM 法実施規則[注37]によりオプトイン方式で規制しています。自動ダイヤリングシステムによって送信される SMS は TCPA 法[注38]によりオプトイン方式で規制しています。いずれの場合も表示義務等を課しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（停止命令）、自由刑および罰金刑が設けられています。

（2）カナダ

規制対象の電子メールは商用電子メール（SMS を含む）とされ、CASL 法[注39]によりオプトイン方式でこれを規制し、表示義務等を課しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（過料）および罰金刑が設けられています。

（3）英国

規制対象の電子メールはダイレクトマーケティング目的の電子メール（SMS を含む）とされ、データ保護法[注40]およびプライバシー・電子通信規則[注41]によりオプトイン方式でこれを規制しています。違反者に対する制裁処置として罰金刑が設けられています。

（4）ドイツ

規制対象の電子メールは商用電子メールとされ、不正競争防止法[注42]およびテレメディア法[注43]によりオプトイン方式でこれを規制し、表示義務を課しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（中止命令、過料）が設けられています。

注35 自動ダイヤリングシステム（automatic telephone dialing system）とは、下記の機能を有する機器をいう。
無作為または連続の番号発生機を使用して被呼者の電話番号を蓄積または産出する機能、当該電話番号をダイヤルする機能

注36 Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act of 2003

注37 Rules and Regulations Implementing the Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act of 2003

注38 Telephone Consumer Protection Act of 1991

注39 An Act to promote the efficiency and adaptability of the Canadian economy by regulating certain activities that discourage reliance on electronic means of carrying out commercial activities, and to amend the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission Act, the Competition Act, the Personal Information Protection and Electronic Documents Act and the Telecommunications Act S.C. 2010

注40 Data Protection Act 1998

注41 The Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations 2003

注42 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

注43 Telemediengesetz

（5）フランス

規制対象の電子メールはダイレクトマーケティング目的の電子メール（SMS を含む）とされ、郵便・電子通信法典[注 44]および消費法典[注 45]によりオプトイン方式でこれを規制し、表示義務を課しています。違反者に対する制裁処置として、罰金刑が設けられています。

（6）中国

規制対象の電子メールは商用電子メールと商用 SMS に大別され、それぞれ規制内容が異なります。商用電子メールはインターネット電子メールサービス管理弁法[注 46]によりオプトイン方式で規制し、表示義務を課しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（改善命令）、罰金刑が設けられています。一方、商用SMSは通信ショートメッセージサービス管理規定[注 47]によりオプトイン方式で規制しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（過料）が設けられています。

（7）韓国

規制対象の電子メールは、営利目的の広告電子メール（SMS を含む）とされ、情報通信網利用促進および情報保護などに関する法律[注 48]によりオプトイン方式で規制し、表示義務を課しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（過料）、懲役刑および罰金刑が設けられています。

（8）オーストラリア

規制対象の電子メールは商用電子メール（SMS を含む）とされ、スパム法[注 49]によりオプトイン方式でこれを規制し、表示義務を課しています。違反者に対する制裁処置として、行政処分（警告、違反通知、法的拘束力を有する約束）および罰金刑が設けられています。

注44 Code des postes et des communications électroniques
注45 Code de la consommation
注46 互联网电子邮件服务管理办法
注47 通信短信息服务管理规定
注48 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률
注49 Spam Act 2003

図表３－１－９（１）　海外での対策法制の整備状況一覧

	米国			カナダ	英国	ドイツ
所管機関	連邦取引委員会（FTC）	連邦通信委員会（FCC）		カナダ・ラジオテレビ通信委員会（CRTC）	・通信庁（Ofcom） ・情報コミッショナーズオフィス（ICO）	通信ネットワーク庁（BNetzA）
規制対象の電子メール	パソコン向け商用電子メール	携帯電話向け商用電子メール	自動ダイヤリングシステムによって送信される SMS	商用電子メール（SMS を含む）	ダイレクトマーケティング目的の電子メール（SMS を含む）	商用電子メール
迷惑メール規制法令	CAN-SPAM 法	CAN-SPAM 法 実施規則	TCPA 法	CASL 法	・データ保護法 ・プライバシー・電子通信規則	・不正競争防止法 ・テレメディア法
送信に関わる規制	オプトアウト方式（受信拒否の意思表示がなされた者への送信を停止する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）
表示義務	・送信者名・受信者に誤解を与えない件名・広告メールである旨 ・オプトアウトが可能である旨 ・オプトアウトの通知を受け付ける電子メールアドレス又はオプトアウトの方法 ・送信者の住所 ・性的内容を含む場合はその旨	・オプトアウトが可能である旨 ・オプトアウトの通知を受け付ける電子メールアドレス又はオプトアウトの方法 ・受信者が送信者がオプトインした者であることを合理的に判断できる情報	・オプトアウトが可能である旨 ・オプトアウトの通知を受け付ける電話番号 ・テレマーケティングを行う者又は送信者の身元、電話番号及び住所	・送信者を特定するための情報 ・送信者の連絡先	・送信者名 ・オプトアウトの通知を受け付ける電子メールアドレス	・送信者の情報 ・商用電子メールであること
違反者への制裁処置	・行政処分（停止命令） ・刑事罰（自由刑、罰金刑）	・行政処分（停止命令） ・刑事罰（自由刑、罰金刑）	・行政処分（停止命令） ・刑事罰（自由刑、罰金刑）	・行政処分（過料） ・刑事罰（罰金刑）	・刑事罰（罰金刑）	・行政処分（中止命令、過料）

図表３－１－９（２）　海外での対策法制の整備状況一覧

フランス	中国		韓国	オーストラリア	（参考）日本	
国家個人情報保護機関（CNIL）	工業・情報化部（MIIT）		放送通信委員会（KCC）	オーストラリア通信メディア庁（ACMA）	総務省 消費者庁	経済産業省 消費者庁
ダイレクトマーケティング目的の電子メール（SMS を含む）	商用電子メール	商用 SMS	営利目的の広告電子メール（SMS を含む）	商用電子メール（SMS を含む）	広告宣伝メール	電子メール広告
・郵便・電子通信法典 ・消費法典	インターネット電子メールサービス管理弁法	通信ショートメッセージ サービス管理規定	情報通信網利用促進及び情報保護等に関する法律	スパム法	特定電子メール法	特定商取引法
オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）	オプトイン方式（同意を得た者にのみ送信する）
・商用電子メールであること ・商用電子メールの送信を委託した者が存在する場合は、委託した者 ・オプトアウトが可能である旨	・広告である旨	（不明）	・広告である旨 ・送信者名 ・送信者の電子メールアドレス、電話番号及び住所 ・オプトアウトが可能である旨及びその方法	・送信者名 ・送信者の連絡先 ・オプトアウトが可能である旨 ・オプトアウトの通知を受け付ける電子メールアドレス	・送信者などの名称 ・オプトアウトが可能である旨 ・オプトアウトの通知を受け付ける電子メールアドレス又はURL ・送信者などの住所苦情・問い合わせなどを受け付けることが可能な電話番号、電子メールアドレス、URL	・オプトアウトが可能である旨 ・オプトアウトの通知を受け付ける電子メールアドレス又はURL
・刑事罰（罰金刑）	・行政処分（改善命令） ・刑事罰（罰金刑）	・刑事罰（罰金刑）	・行政処分（過料） ・刑事罰（懲役刑及び罰金刑）	・行政処分（警告、違反、通知、法的、拘束力を有する約束） ・刑事罰（罰金刑）	・行政処分（措置命令） ・刑事罰（懲役刑、罰金刑）	・行政処分（指示、業務停止命令） ・刑事罰（懲役刑、罰金刑）

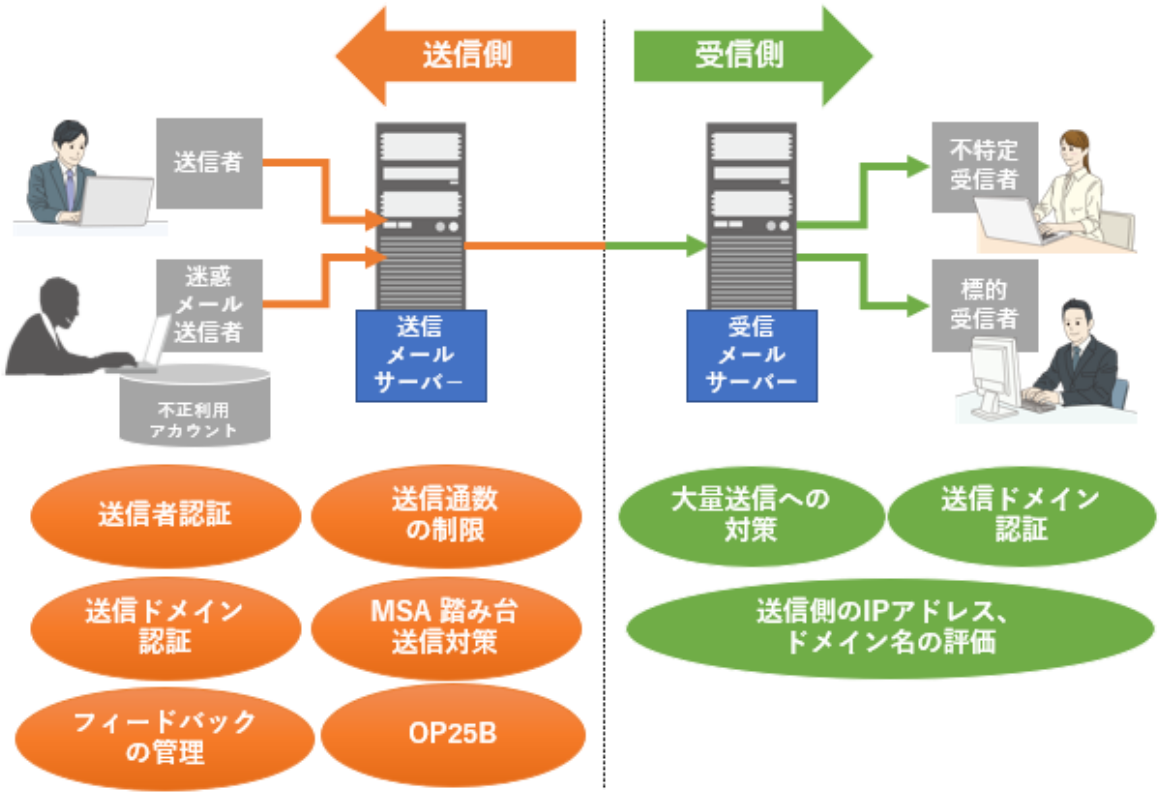
第3章第2節　技術的な対策

1　概要

迷惑メールの送信方法の悪質化・巧妙化に対応して、技術的な対策についても、その高度化・精緻化が進んでいます。迷惑メールへの技術的な対策として、送信側で迷惑メールを送信させないようにすること、受信側で迷惑メールを受信しないようにすることの二つの視点があり、いずれか一方だけでは十分な対策にはならないため、双方において適切な技術的な対策を組み合わせることで、より高い効果を得ることができます。

本節では、迷惑メールへの技術的な対策の代表例について、送信側・受信側に分けて説明します。

図表３－２－１　主な技術的な対策の概要



２　送信側での対策

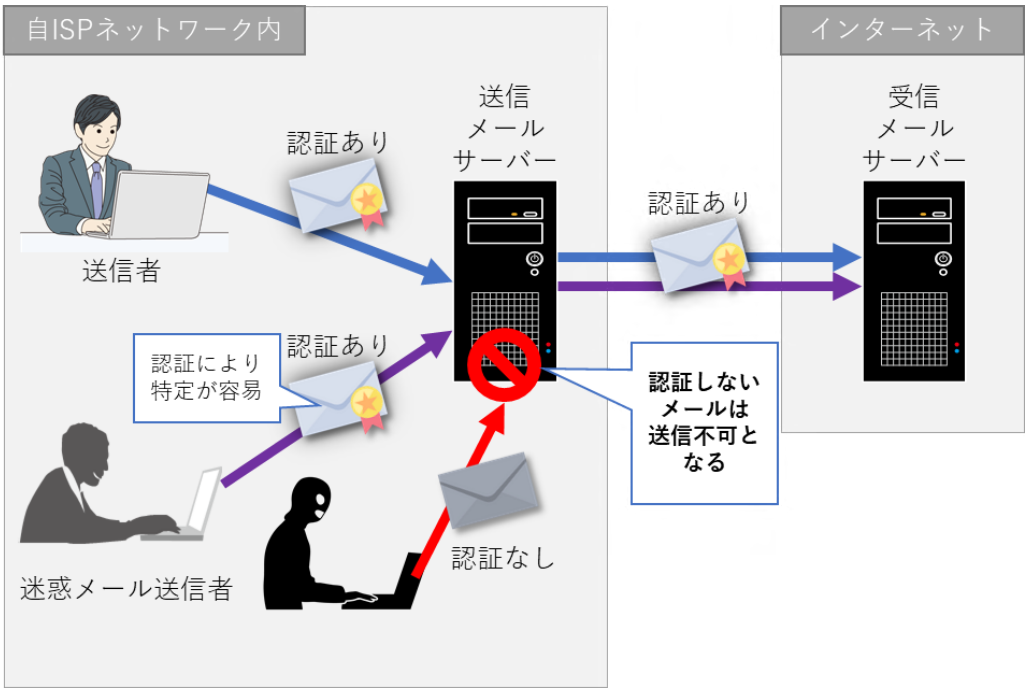
固定 IP アドレス[注 50]を取得して送信する方法は、契約者情報の確認を適切に実施していれば送信元を特定できることから、利用停止などの運用的な対処や法的対処が比較的容易です。一方、ASP [注 51]や共用ホスティングサービス[注 52]の送信メールサーバーは、該当のサービスを契約している不特定多数の利用者を前提にしているため、その中に紛れ込んだ迷惑メールの送信を制限することは容易ではありません。そのため、効果があると思われる技術的な対策を組み合わせて対応が行われています。

（１）送信者認証

電子メールの送信に用いられる通信方式である SMTP には、送信者を確認（認証）する機能が設けられていません。そのため、従来のメールサービスでは、ISP のネットワーク内であれば、電子メールの送信時に送信者の認証を必要としないものが存在しており、迷惑メールの送信に悪用されることになりました。これに対応するための技術的な対策として用いられる機能が、送信者認証を用いた電子メールの送信制限です。

送信者認証とは、送信側 ISP において自社の送信メールサーバーから電子メールを送信しようとするユーザーを認証することをいい、その代表的な方法として、SMTP に認証機能を設けた SMTP-AUTH [注 53]が挙げられます。SMTP-AUTH では、送信メールサーバーにおいて送信者をアカウントおよびパスワードにより認証し、認証に成功した者からのメールのみを送信可能とするものです。迷惑メールが送信された場合には、送信者の特定が容易になり、迷惑メールの送信抑止につながることになります。

図表３－２－２　送信者認証（SMTP-AUTH）を用いた対策



注50 再接続しても IP アドレスが変わることのない IP アドレスのこと。

注51 Application Service Provider の略称で、ネットワーク経由でソフトウェアやソフトウェア稼働環境を提供する事業者のこと。

注52 ホスティングサービスとは、事業者が管理するサーバーを顧客に貸与するサービスのことで、複数の利用者でサーバーを共用するホスティングサービスを共用ホスティングサービスという。

注53 SMTP Authentication の略称で、SMTP 認証という。SMTP-AUTH は、1999 年に RFC2554（https://tools.ietf.org/html/rfc2554）で 規定された後、2007 年に RFC4954（https://tools.ietf.org/html/rfc4954）によって更新された。

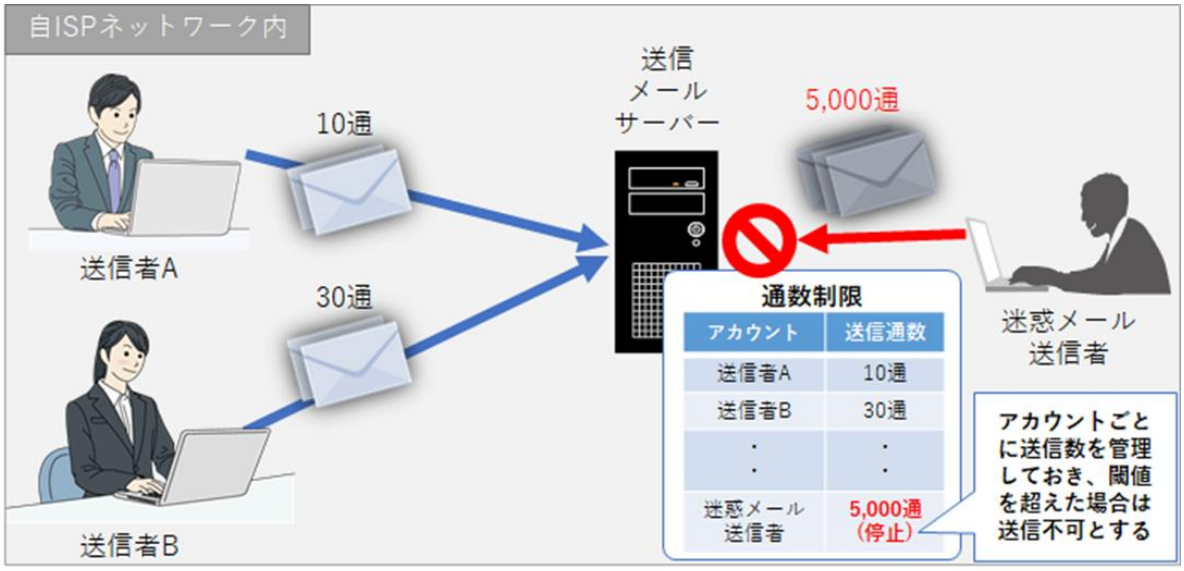
（2）電子メールの通数を制限する方法

迷惑メールは、一時に大量送信されることがあり、そのような送信手法に対応するための技術的な対策として、１つの電子メールアカウントやIPアドレスから一定期間に送信可能な電子メールの通数を制限する仕組みがあります。なお、CIDR[注54]単位やIPアドレスの地域情報を用いたグループを単位にして制限することも可能です。

電子メールアカウント単位での制限は、送信者認証を実施していないと迷惑メールの送信者が特定できないため、実施できません。IPアドレス単位での制限は、送信者認証を実施していない場合でも実施可能ですが、IPアドレスを再利用している場合や同一のIPアドレスを複数のユーザーで利用している場合には、制限すべきユーザー以外の者からの電子メールの送信が制限されてしまうおそれがありますので、注意が必要です。

携帯電話から送信される迷惑メールが増加した当時には、携帯電話事業者では、電子メールの通数を制限する仕組みを導入して、対策を実施していました。

図表３－２－３　電子メールの通数を制限する対策



注54 Classless Inter-Domain Routingの略称で、有限なIPアドレスの有効利用に資する仕組み。クラス分類とは関係なくIPアドレスの割り当てと、グループ化したアドレスブロックによる経路情報の集約により、柔軟な運用が可能。

（３）MSA 踏み台送信への対策

第三者が正当なユーザーの電子メールアカウントを不正に用いて送信メールサーバー（MSA）に接続して迷惑メールを送信する場合があり、「MSA 踏み台送信」と呼ばれています。MSA 踏み台送信は、送信側での技術的な対策である送信者認証による検知や電子メールの通数の制限による送信の予防を行うことができない場合があります。一方で、受信側での技術的な対策として、踏み台にされた送信メールサーバー（MSA）がブラックリストに登録されると、当該送信メールサーバーを共用する正当な電子メールアカウントからの電子メールが送信できないこととなってしまうという問題もあります。そこで、MSA 踏み台送信に対しては、送信側での技術的な対策として、次のような対策が取られています。

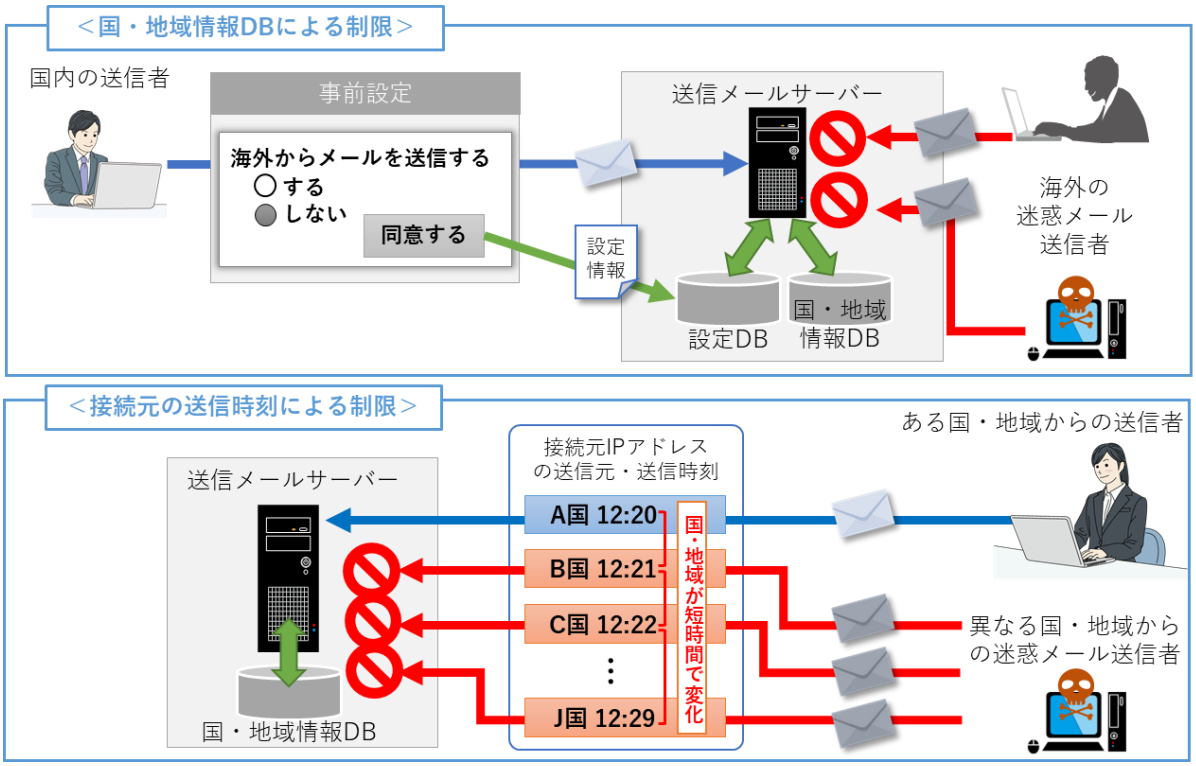
(ア) 接続元情報による制限

送信側で、それぞれの電子メールアカウントがどの接続元 IP アドレスを利用して電子メールを送信しているかを把握することにより、迷惑メールであるかを判断して、その送信を制限する方法です。

この方法の１つとして、接続元の IP アドレスを、IP アドレスの国別のデータベースと比較することにより海外からの電子メールの送信を制限する方法があります。あらかじめ利用者からの申込みを受けることにより、このようなサービスが提供されています。利用者の多くは海外から電子メールを送信することはありませんので、有効な対策になります。

また、別の方法として、同一の電子メールアカウントで送信元情報が短時間で変化することを検知し、迷惑メールの送信を制限する方法があります。不正取得した電子メールアカウントを利用した迷惑メールの送信では、多くの場合は異なる接続元 IP アドレスからメールが送信されていることから、接続元 IP アドレスの国・地域情報の変化を見極めて、これらが短時間で変化している場合は、それを検知し、そのメールアカウントに関わる電子メールの送信を制限する対策が行われます。

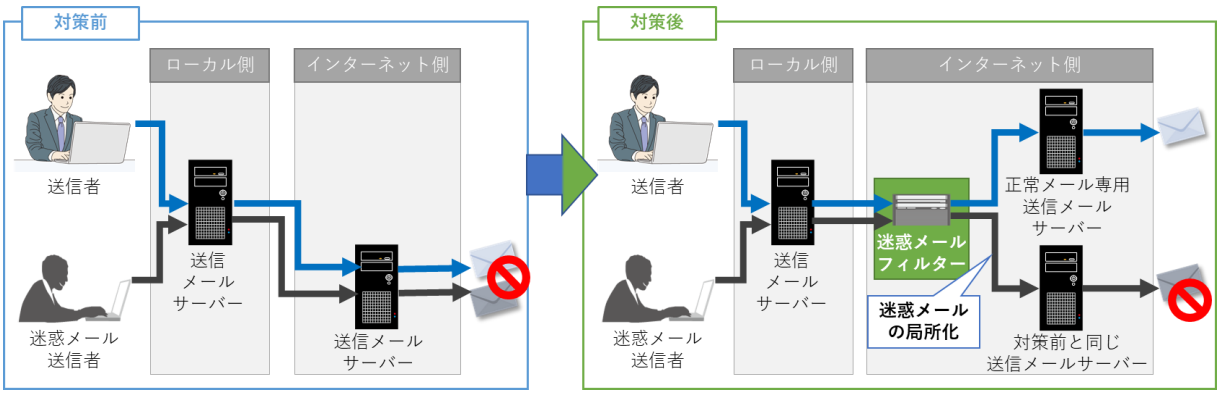
図表３－２－４　接続元情報による制限



(イ) 送信メールサーバーの分離

送信メールサーバーに投稿された電子メールをメールヘッダーや本文を元に迷惑メールとそうでないメールに分類し、それぞれ異なる IP アドレスを持つ別々の送信メールサーバー（MSA）から受信メールサーバーに宛てて送信する方法です。これにより、受信側での技術的な対策として行われる送信メールサーバー（MSA）のブラックリスト登録による影響を局所化して、不正利用されている電子メールアカウントから迷惑メールが送信されることを防ぐ一方、そうでない電子メールアカウントからの通常の電子メールの送信は妨げないようにすることができます。

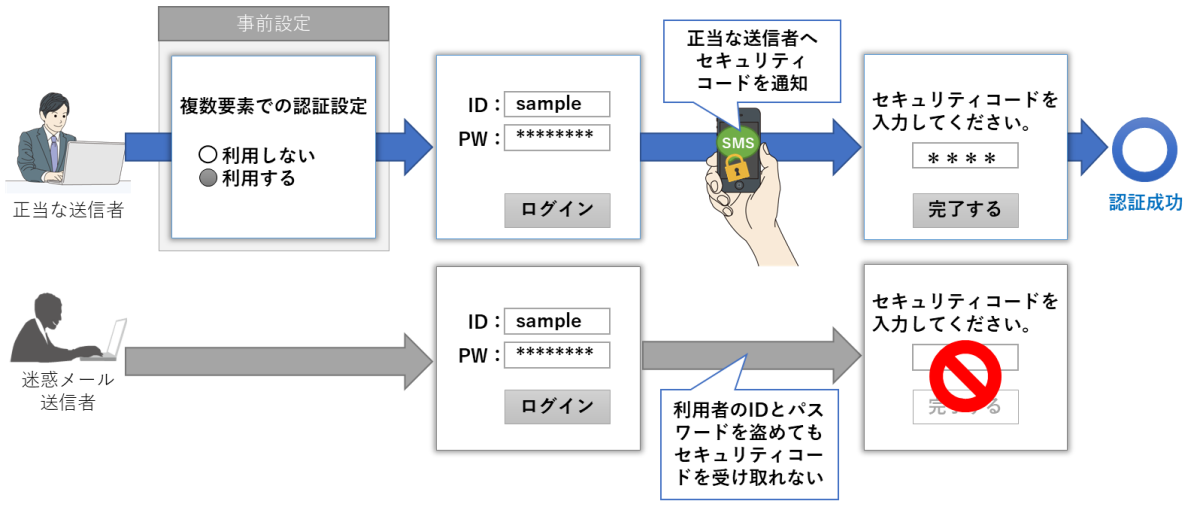
図表３－２－５　送信メールサーバーの分離対策



(ウ) 複数要素での認証

送信者認証に加えてワンタイムパスワードによる認証[注 55]などの複数要素での認証を設けることで、MSA への不正な接続の難易度を高め、迷惑メールの送信を制限する方法です。不正に入手したパスワードなどだけでは MSA に不正に接続できないため、迷惑メールの送信を防ぐことができます。

図表３－２－６　複数要素での認証

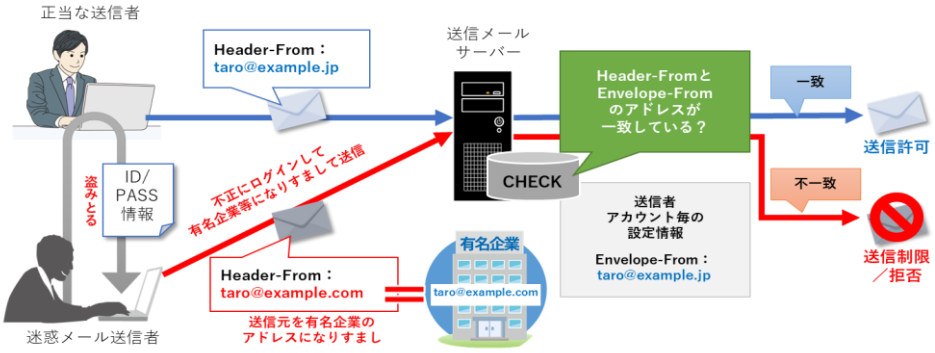


注55 一時的にしか使えないパスワードを通知し、その入力を求める認証のこと。

(エ) 送信者情報の不一致による制限

電子メールの送信にあたり、送信者認証を実施し、送信された電子メールのメールヘッダーの送信者情報（Header-From の電子メールアドレス）が、送信者認証に係る電子メールアカウントに付与された電子メールアドレス（通常配送上の送信者情報（Envelope-From）としても用いられる。）と一致するかを確認することで、迷惑メールであるかを判断して、制限する方法です。この方法では、メールヘッダーの電子メールアドレスと配送上の送信者情報とが必ず一致することになるため、送信者認証に成功した電子メールアカウントを用いて、有名企業等別の送信者になりすますような送信元を偽装した電子メールによる問題への対策として有効です。

図表３－２－７　送信者情報の不一致による制限



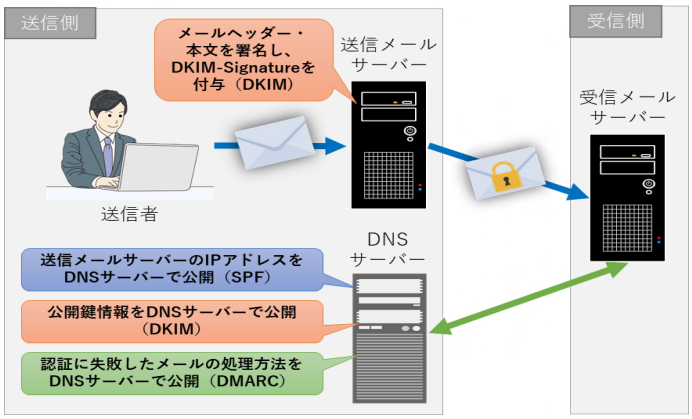
（４）送信ドメイン認証

迷惑メールのうち、送信者情報を偽装するなりすましメールへの対応に有効なものとして、送信ドメイン認証技術があります。

送信ドメイン認証技術とは、受信側が、電子メールを送信した側のドメイン名の正当性を確認することができる技術で、送信側での設定と受信側での検証とにより対応するものです。

送信ドメイン認証技術には、送信者情報の違いや認証の仕組みの違いによって複数のものがあります。具体的には、送信メールサーバーの IP アドレスを元に認証する技術（SPF）と、送信メールサーバーで作成した電子署名[注 56]を元に認証する技術（DKIM）があります。さらに、それら認証の結果を元にして、認証に失敗した電子メールの取扱いを送信側で宣言することなどを可能とする技術（DMARC）もあります。

図表３－２－８　送信ドメイン認証（送信側）



注56 電子署名とは、電磁的記録に記録された情報について作成者を示す目的で行われる暗号化などの措置で、改変が行われていないかどうか確認することができる。

（ア）SPF の設定

送信側では、送信者情報である電子メールアドレスのドメイン名の DNS 上に、ドメイン名、当該ドメイン名を用いる電子メールアドレスが用いる送信メールサーバーの IP アドレスなどの情報と、それらに該当した場合の認証結果を記号で示したものを記述することで設定します。

（イ）DKIM の設定

送信側では、電子メールの送信時に 1 通ずつ電子署名を作成し、メールヘッダーに関連情報と合わせて追記して送信するとともに、送信者情報である電子メールアドレスのドメイン名の DNS 上で、電子署名の検証に用いる公開鍵などを公開します。なお、電子署名は、電子メールの本文およびヘッダーから作成した要約データ（ハッシュデータ）を、秘密鍵を用いて符号化することによって作成します。

（ウ）DMARC の設定

送信側では、送信者情報である電子メールアドレスのドメイン名の DNS 上に、認証に失敗した電子メールの取扱い（DMARC ポリシー）を宣言します。また、DMARC には、認証結果のレポートを電子メールで受け取ることができる仕組みがあり、DMARC ポリシーと同様に DNS 上に、レポートの送付先や送付頻度などを設定します。

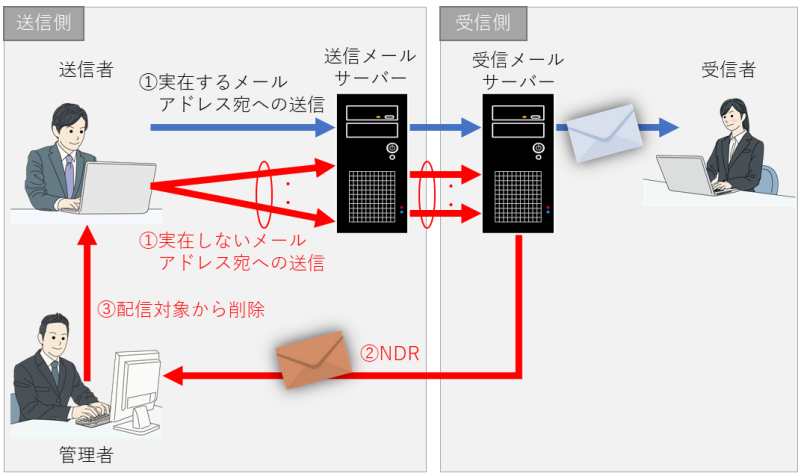
（5）フィードバックの管理

送信側には、迷惑メール対策を含む電子メール送信環境を改善する目的で、受信側からの様々なフィードバックが届けられます。具体的には、宛先不明のメールアドレスへの送信に対しては配信不能レポート（NDR: Non-Delivery Receipt）が、不要となったメールマガジンやメーリングリストの購読解除に対しては配信停止要求（List-Unsubscribe）が、さらに前述の DMARC にレポートの送付先を指定した場合には、集約レポートや失敗レポートが届けられます。

（ア）配信不能レポート

送信メールサーバーが一斉送信用途の場合は、配信対象の宛先として登録されたメールアドレスがすでに存在しない・受取りができない状態と判断できます。送信側では、このような宛先を配信対象から削除します（リスト・ハイジーン）。

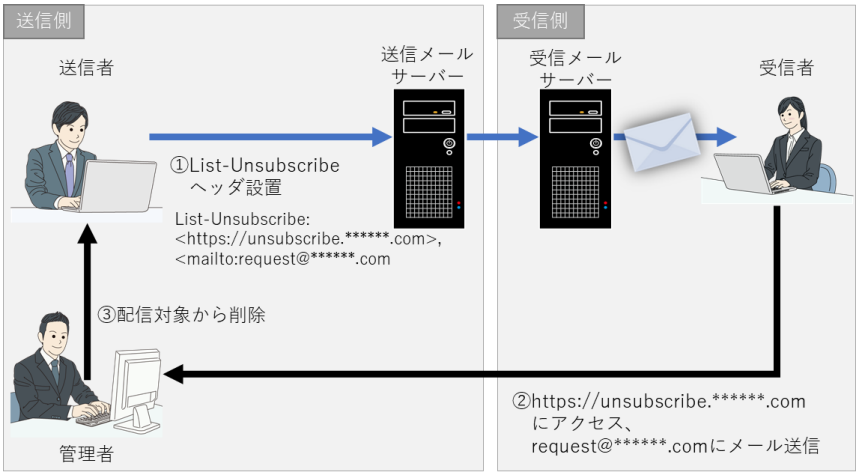
図表３－２－９　リスト・ハイジーン



(イ) 配信停止要求

受信者がメールマガジンの購読を解除したり、メーリングリストを退会する方法の一つとして、メールヘッダーに List-Unsubscribe ヘッダーを設置する方法があります。このメールヘッダーに対応したメールソフトや Web メールを使っている受信者は、容易に配信停止要求を送付することができます。送信側では、このような受信者の要求を適切に管理して、配信対象から削除します（エンゲージメント）。

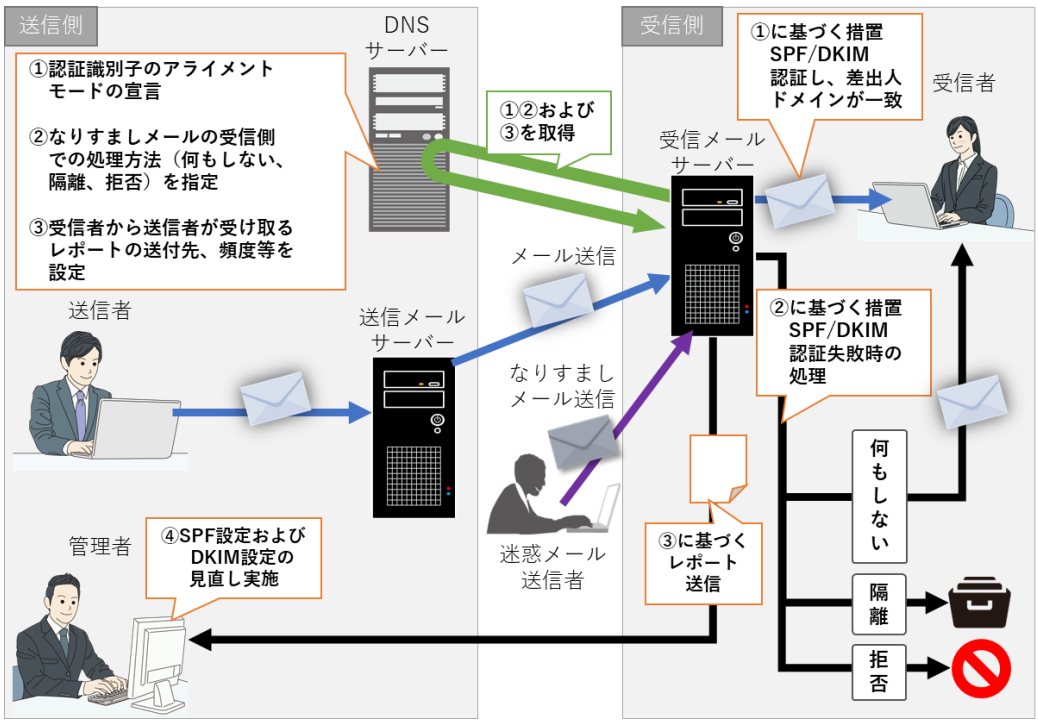
図表３－２－１０　エンゲージメント



(ウ) DMARC レポート

受信側が DMARC の検証および DMARC レポートの送信に対応している場合、DMARC に指定された送付先メールアドレスに対して「集約レポート」および「失敗レポート」を配信します。これらのレポートを分析することで、SPF として設定されていない送信メールサーバーを把握したり、DKIM の設定の不備を発見したり、またドメイン名のなりすまし状況を把握することができます。送信側の管理者は、この分析結果をもとにして、送信ドメイン認証の設定を見直します。

図表３－２－１１　DMARC レポートを用いた送信ドメイン認証設定見直し

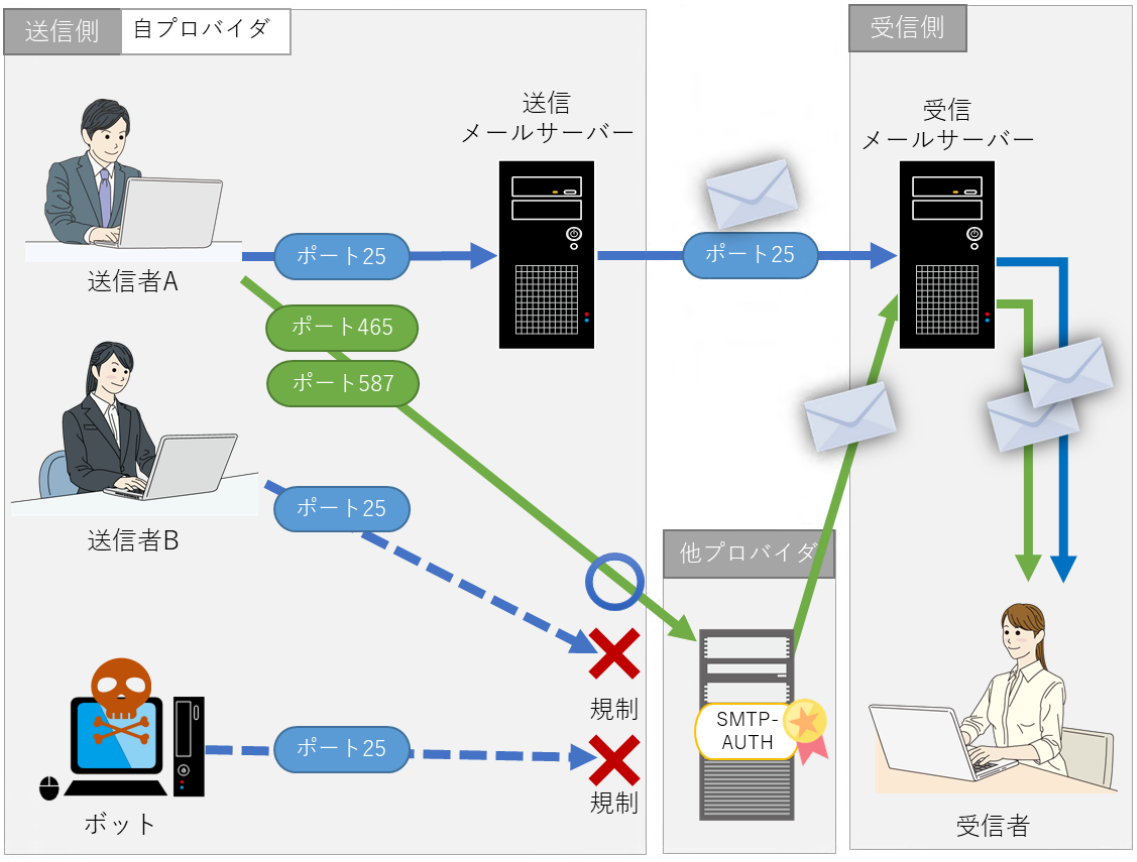


（6）OP25B（Outbound Port 25 Blocking）

迷惑メール送信者は、様々な ISP の迷惑メール対策を回避するため、契約先の ISP の送信メールサーバーを使わず、自ら設定するメールサーバーやボットネットを利用して電子メールを直接送信することがあります。このときに利用される IP アドレスは、安価で利用者を特定しにくい動的 IP アドレスであることが多い傾向にあります。このような、ISP の送信メールサーバーを利用せず、動的 IP アドレスを割り振られた送信者から電子メールを直接送信することを阻止する技術が OP25B です。

電子メールの送信は受信メールサーバーの 25 番ポートに向けて行われます。OP25B は、動的 IP アドレスを持つ機器からこの 25 番ポートに向けた通信を遮断することで、迷惑メールの送信を防ぎます。なお、OP25B を実施すると、正当な利用者の通信（例えば、外出先で Wi-Fi 環境から電子メールを送信する場合）も遮断してしまう場合があるため、多くの ISP では、Web ブラウザから送信するための Web メール機能や、25 番ポートとは別に、SMTP-AUTH が必須の 465 番ポートや 587 番ポートを提供することで、正当な利用者の通信を遮断することを防いでいます。

図表３－２－１２　OP25B（Outbound Port 25 Blocking）を用いた迷惑メールの送信防御



３　受信側での対策

受信側のメールサーバーでは、様々な方法で送信される迷惑メールの特徴に対して多様な対策をとる必要があります。単位時間やIPアドレスごとの通数に閾値を設けて大量に送信される迷惑メールを防ぐ方法、ドメイン名をなりすました迷惑メールを検知する送信ドメイン認証を利用した方法、IP アドレスやドメイン名のレピュテーションを用いる方法、送信者情報や電子メールの内容から判断する方法などがあります。

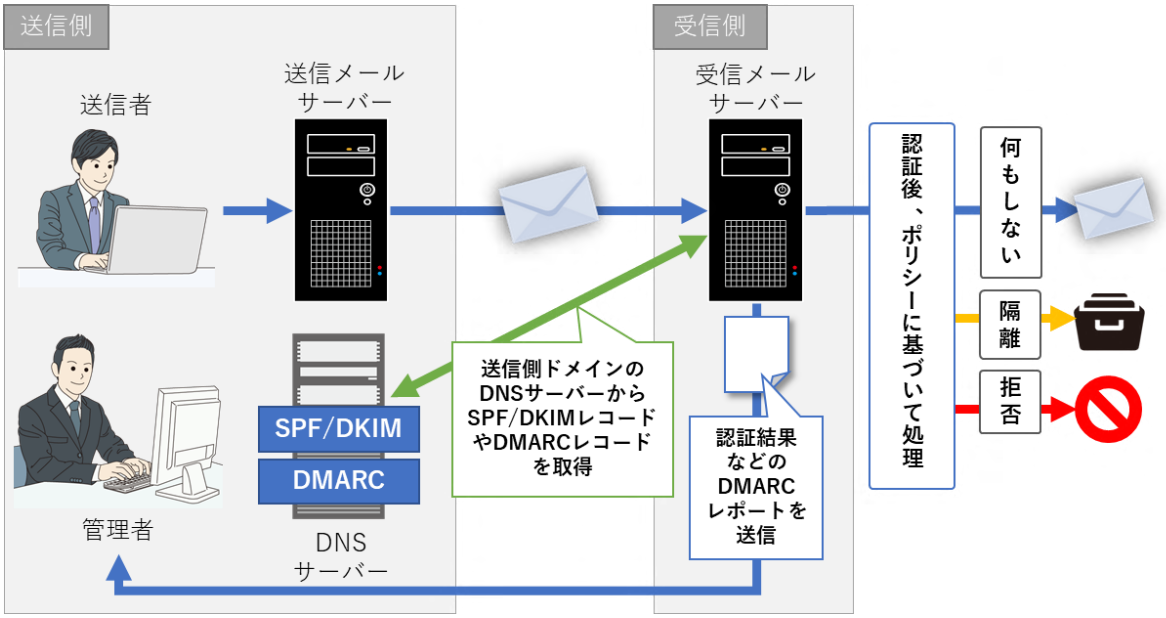
（１）大量に送信される迷惑メールへの対策

特定のメールサーバーに対して電子メールを一時に大量送信することで、過負荷になった受信側のメールサーバーを機能不全に陥らせることがあります。このような攻撃をメールボム攻撃といい、サイバー攻撃の一つの方法です。インターネットの安定的な運用の観点から、サイバー攻撃への対処方法が「電気通信事業者におけるサイバー攻撃等への対処と通信の秘密に関するガイドライン[注 57]」として策定されています。大量の通信は、受信側の設備を安定的に運用する妨げになるため、単位時間当たりに受信できる通数を超える場合や、特定の送信元（IP アドレスや CIDR ブロック）による大量の通信を確認できる場合は、流量の制限を設けることができます。

（２）送信ドメイン認証

送信者情報を偽装するなりすましメールへの対応には、２項（送信側での対策）で説明したとおり、送信ドメイン認証技術が有効であり、送信側でSPF、DKIM、DMARCの設定がなされている場合に、受信側では受信メールサーバーで認証を行い、その結果を次のような様々な方法で利用することができます。

図表３－２－１３　送信ドメイン認証（受信側）



注57 インターネットの安定的な運用に関する協議会「電気通信事業者におけるサイバー攻撃等への対処と通信の秘密に関するガイドライン（第５版）」https://www.jaipa.or.jp/other/mtcs/guideline_v5.pdf

(ア) 認証結果のラベリングおよびフィルタリング

受信メールサーバーで、配送する電子メールのメールヘッダーに、認証結果を示した情報（Authentication-Results ヘッダー[注 58]）を付加して記録（ラベリング）することができます。この記録を用いることで、ISP やメールソフト（MUA）により、認証に成功したメールを優先して表示することや、認証に失敗したメールを迷惑メールフォルダーなどに振り分ける（フィルタリング）ことが可能となります。

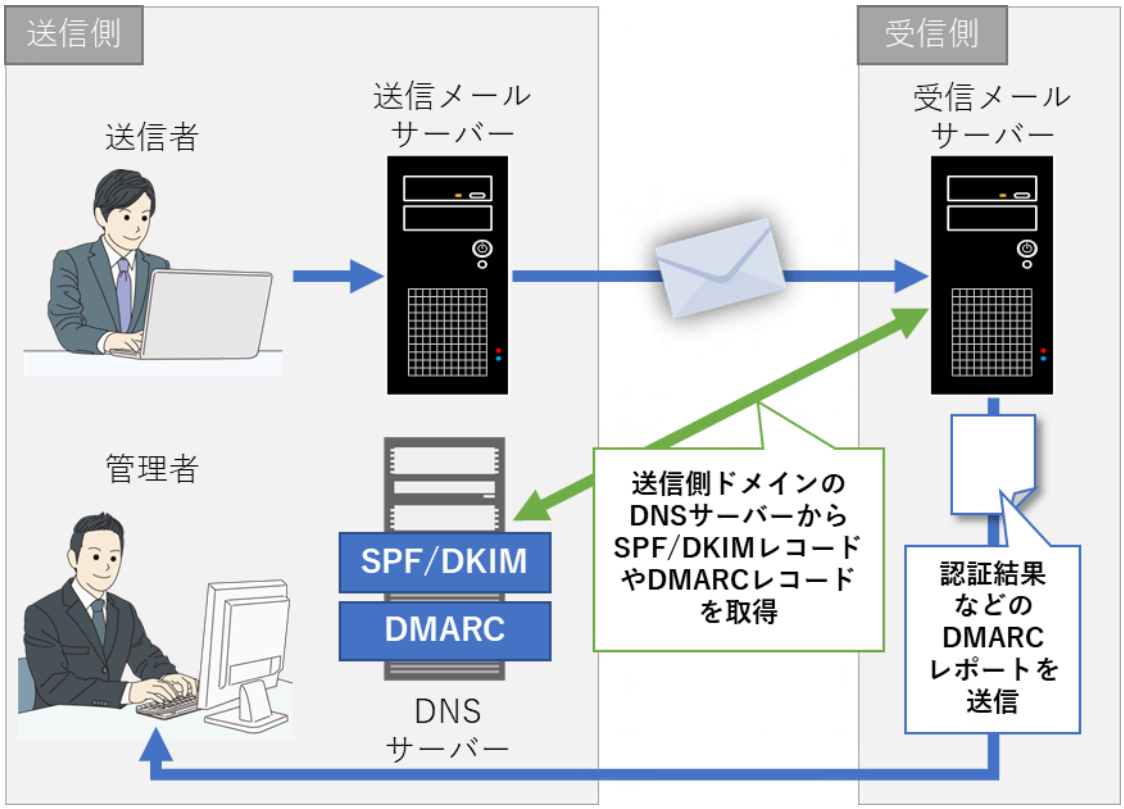
(イ) DMARC ポリシーに従った処理

送信側で DMARC ポリシーが設定されている場合には、受信メールサーバーで、認証結果とその DMARC ポリシーに基づいてなりすましメールの処理ができます。海外や国内の一部 ISP では、既に DMARC ポリシーに基づいてなりすましメールを排除すること（受信メールサーバーで、認証に失敗した電子メールの受信を拒否・隔離すること）に成功しています。

(ウ) DMARC レポートの送信

送信側で認証結果のレポートを受け取る設定をしている場合には、受信側から、送信側が指定した送付先（管理者）宛てに認証結果のレポートを送付することが重要です。レポートを分析することにより、送信側の管理者は、送信ドメイン認証の運用が適切であるかを判断できます。多くの ISP のようにレポートを送信する受信メールサーバーが増えていくことで、DMARC の普及が進み、受信メールサーバーでの対策も効果的となることが期待されます。

図表３－２－１４　DMARC レポートの送信



注58 RFC7601 で規定

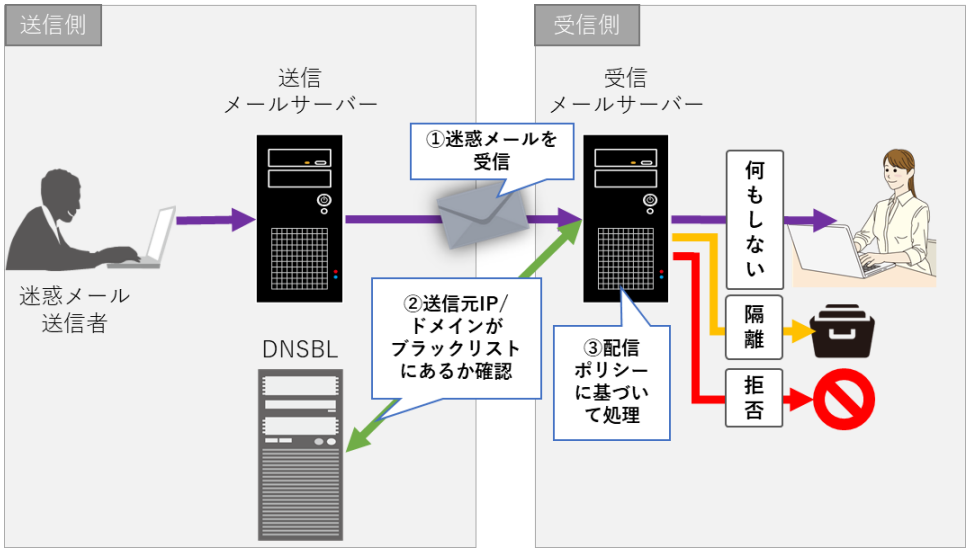
（３）IP アドレスやドメイン名のレピュテーション

受信メールサーバーで、迷惑メールの送信に用いられた送信メールサーバーの IP アドレスを収集し、その IP アドレスから配送される電子メールを受信拒否する方法があります。例えば、DNSBL[注59]と呼ばれるブロックリスト方式の対策が挙げられます。

受信拒否をするのではなく、該当する送信メールサーバーから受信する電子メールについて、流量の制限を設けることもできます。

また、過去に迷惑メールの送信に用いられた送信メールサーバーだけでなく、客観性のあるレピュテーション[注60]を用いて、流量の制限や受信拒否を行う送信メールサーバーを決める方法もあります。この方法では、最近出てきている正当なドメイン名に似せたドメイン名や知名度の高いブランド名を含んだ長いドメイン名を取得して利用者をだます方法にも有効です。ただし、レピュテーションを用いた対策を行う場合には、利用者ごとに同意を得て適用している場合を除き、恣意的なものにならないような配慮が必要です。

図表３－２－１５　ブラックリストによる対応



（４）送信者情報や電子メールの内容から判断する方法

送信者情報や送信された電子メールの内容を元に受信側で行う技術的な対策には、いくつかのものがあります。

まず、受信メールサーバーで受信する電子メールについて、受信メールサーバーで受信時に、差出人アドレスなどの送信者情報を基に迷惑メールか否かを判断し、破棄や振分けなどの処理をする方法があります。この方法については、受信メールサーバーではなく、いったん受信メールサーバーで受信した後に判断・処理をすることもあります。

また、送信者情報ではなく、電子メールの内容や記載された URL 情報、添付ファイル情報などから迷惑メールと判断、破棄や振分けなどの処理をする方法もあります。例えば、本文や件名に含まれる特定の URL や添付ファイルに含まれる特定の情報から迷惑メールと判断したり、パスワードで暗号化された圧縮ファイルを含む場合は悪意のあるメールと判断したりします。

注59 DNS Block（Blackhole とも言う）List。迷惑メール送信元の IP アドレス情報をインターネット上で共有するシステム。受信側メールサーバーでは、DNSBL を利用して送信元の IP アドレス情報によりメールをフィルタリングする。

注60 元になる情報量が十分あり、かつ、著しく恣意的な情報を使わないなどの配慮がなされたレピュテーションのこと。

（５）ARC による送信ドメイン認証結果の保存

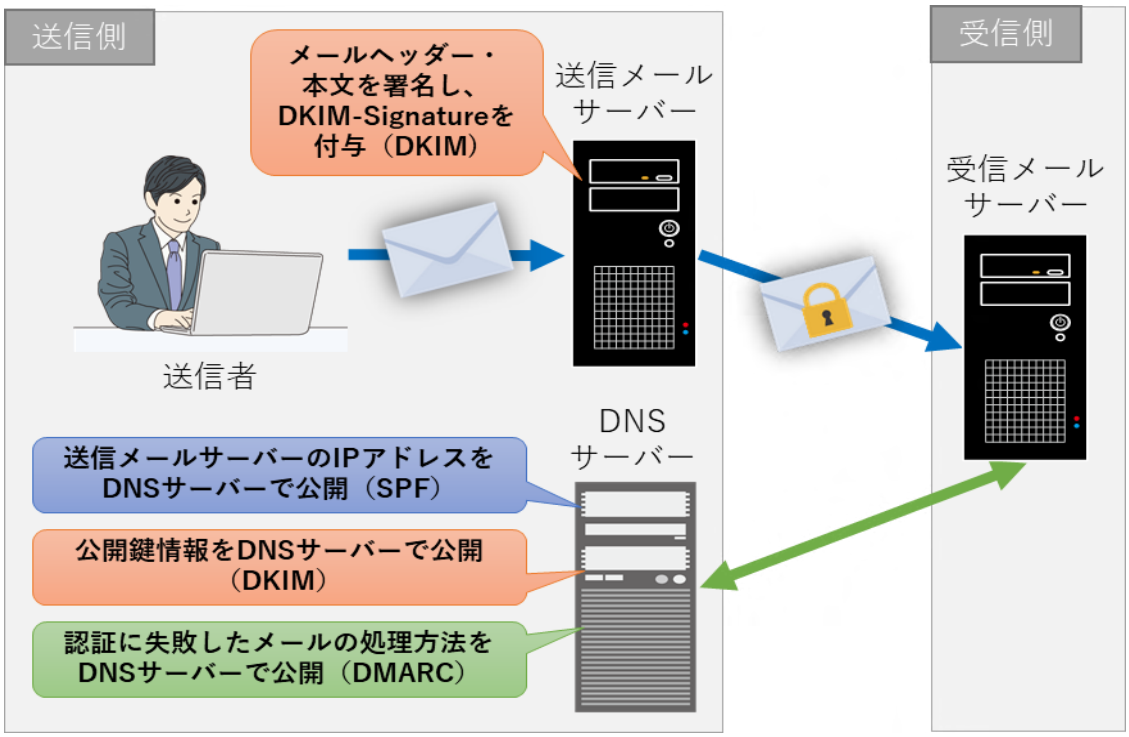
電子メールの利用においては、ユーザーの指定する宛先に転送したり、メーリングリストとして複数の宛先に再配送したりする場合があります。これらの場合には、SPF や DKIM による認証が失敗し、DMARC による認証も失敗することがあります。これらの DMARC 認証の失敗を救済する目的で、ARC（Authenticated Received Chain）[注61]という転送や再配送に際して認証結果を保存する仕組みが標準化されています。その導入が進んだ場合には、送信ドメイン認証による認証結果の精度向上が図られることが期待されます。

また、転送やメーリングリストによる再配送をする場合には、（２）、（３）、（４）の判定結果をもとにして電子メールの再配信を停止することもできます。これにより、再配信に利用したメールサーバーのレピュテーションを低下させない効果が期待できます。

４　送信ドメイン認証技術

送信者情報を偽装するなりすましメールへの対応には、送信ドメイン認証技術が有効であり、送信側で SPF、DKIM、DMARCの設定がなされている場合に、受信側では受信メールサーバーで認証を行い、その結果を次のような様々な方法で利用することができます。なお、送信ドメイン認証の詳細については、「送信ドメイン認証導入マニュアル[62]」に解説が記載されています。

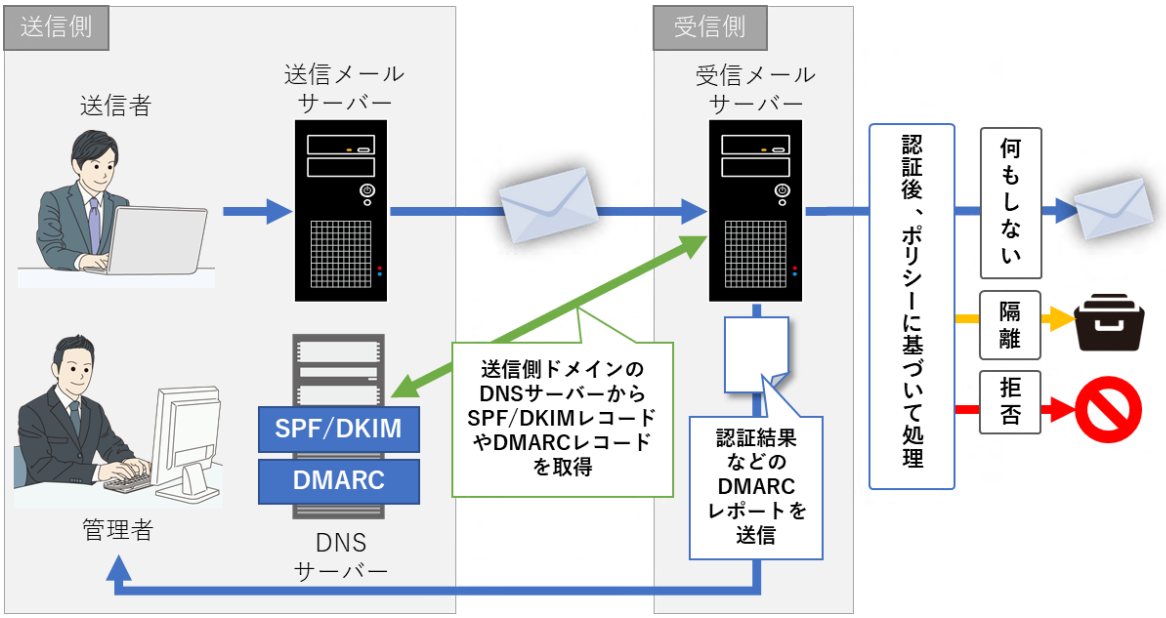
図表３－２－１６　送信ドメイン認証（送信側）



[注61] RFC8617 で規定

[注62] https://www.dekyo.or.jp/soudan/aspc/report.html#dam

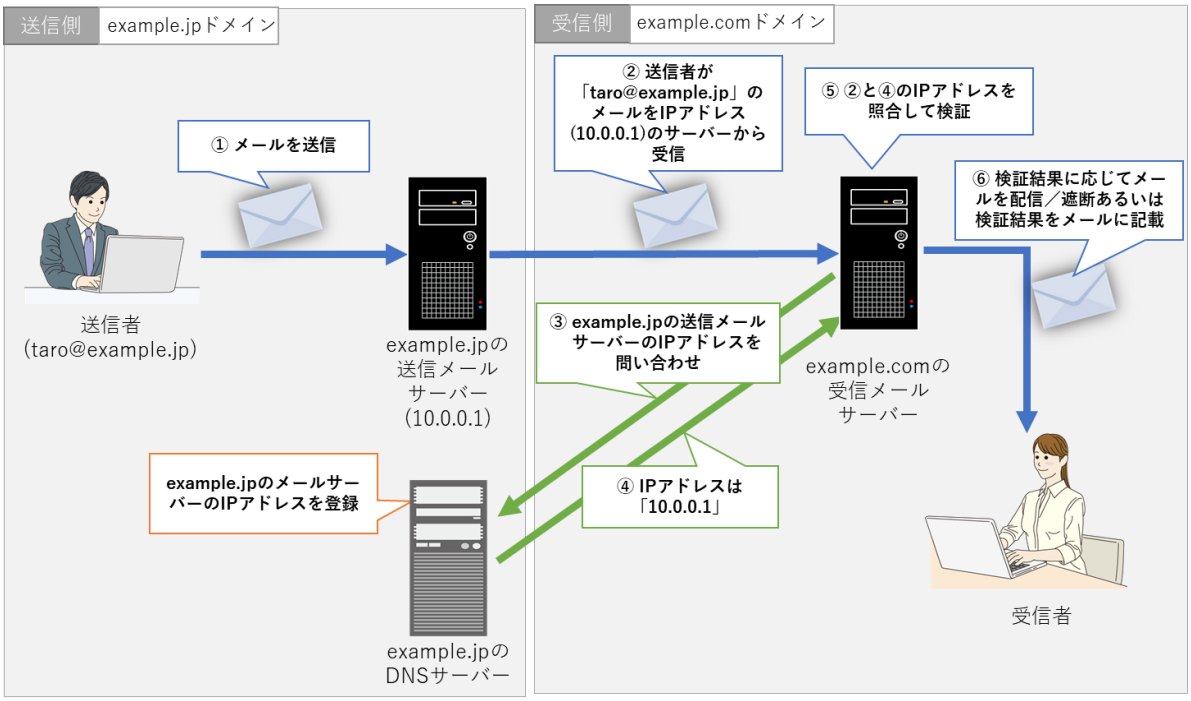
図表３－２－１７　送信ドメイン認証（受信側）



（１）SPF（Sender Policy Framework）

SPF は、ネットワーク方式で送信者ドメインを認証する技術です。送信側では、エンベロープ From ドメイン名の DNS サーバーに SPF レコードとしてメールを送信するメールサーバーのネットワークアドレス情報（IP アドレスなど）を公開します。受信側では、電子メールのエンベロープ From ドメイン名に指定された SPF レコードを参照し、そこに記載されたネットワークアドレスと送信元 IP アドレスを突合することで、認証します。なお、SPF の認証に成功した場合であっても、エンベロープ From ドメインがヘッダーFrom ドメインと一致するとは限りません。

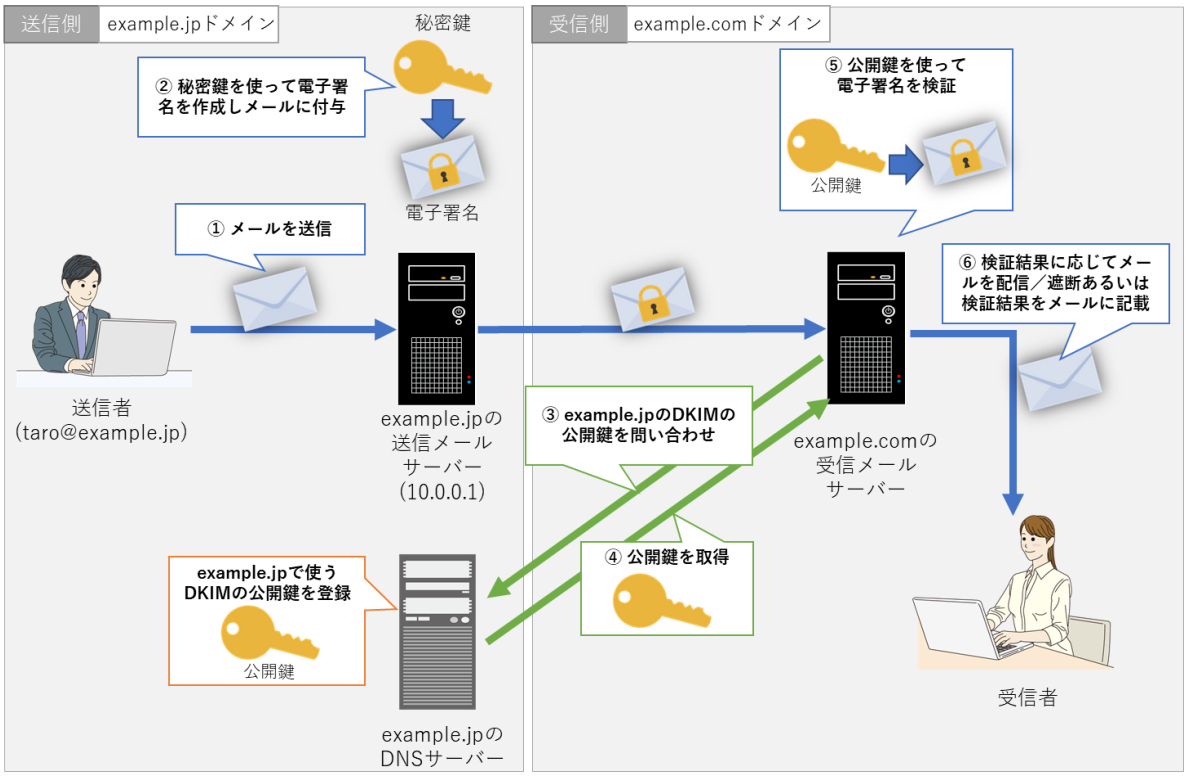
図表３－２－１８　SPF の仕組み



（2）DKIM

DKIM は、電子署名方式で送信者ドメインを認証する技術です。送信側では、あらかじめ電子署名に利用する鍵ペア（秘密鍵と公開鍵）を用意し、秘密鍵は送信メールサーバーに配置して、メール送信時に電子署名を DKIM-Signature ヘッダーとして付与します。公開鍵については署名ドメインの DNS サーバーに DKIM レコードとしてその鍵の情報を公開します。受信側では、電子メールの DKIM-Signature ヘッダーに記載された署名ドメイン名およびその鍵名に指定された DKIM レコードを参照し、その鍵を用いて署名データが正しいと確認することで、認証します。なお、DKIM の認証に成功した場合であっても、署名ドメインがヘッダーFrom ドメイン名と一致するとは限りません。

図表３－２－１９　DKIM の仕組み

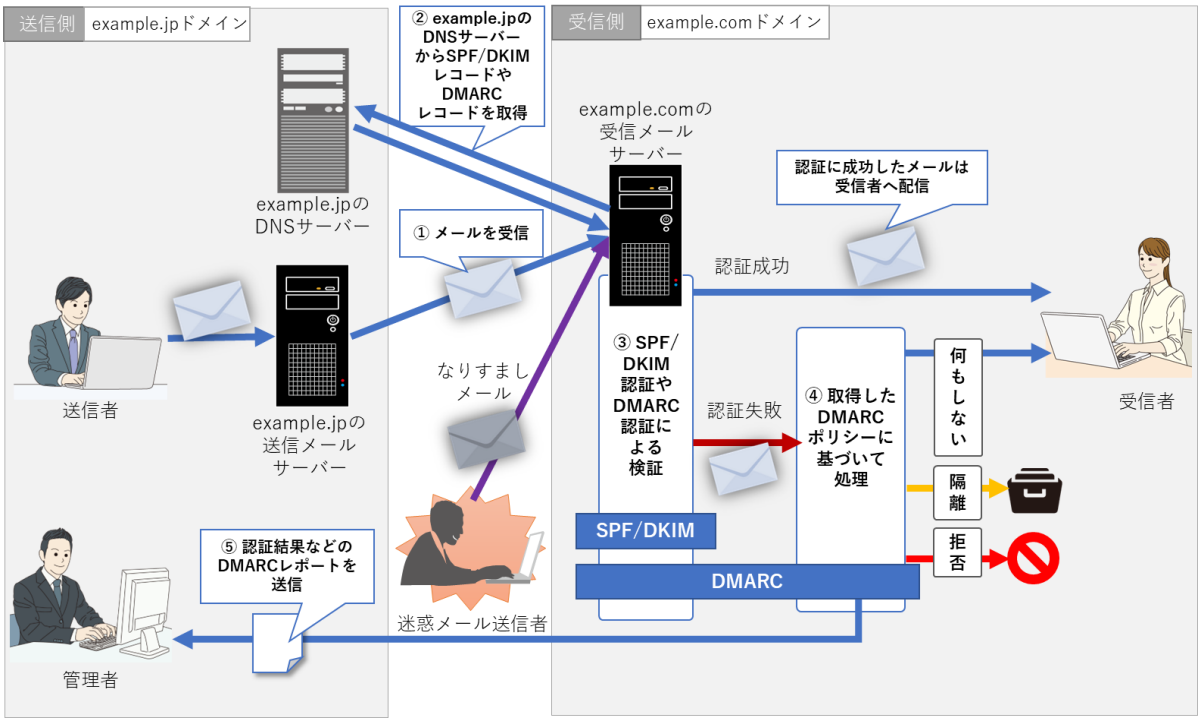


（3）DMARC（Domain-Based Message Authentication, Reporting and Conformance）

DMARC は、SPF と DKIM で認証した送信者ドメインをもとにして、電子メールのヘッダーFrom ドメインについて認証し、認証に失敗した電子メールをそのヘッダーFrom ドメインのドメイン管理者が指示したポリシー（DMARC ポリシー）に基づいて取り扱う技術です。送信側では、ヘッダーFrom ドメイン名に指定された DNS サーバーに DMARC レコードとして認証に失敗した際の取り扱い方法（none:何もしない、quarantine:隔離する、reject:拒否する）を指示するポリシーを公開します。また、ポリシーの他には一定期間の認証結果を集計した情報（DMARC レポートまたは集計レポート）を受け取るための宛先メールアドレスや、認証に失敗した電子メールの詳細情報（DMARC 失敗レポート）を受け取るための宛先メールアドレスなどを公開することができます。受信側では、SPF および DKIM の認証を行い、その結果が成功しているならば、SPF についてはエンベロープ From ドメイン名とヘッダーFrom ドメイン名の一致性（SPF アライメント）を確認し、DKIM については署名ドメイン名とヘッダーFrom ドメイン名の一致性（DKIM アライメント）を確認します。DMARC では、SPF ア

ライメントもしくは DKIM アライメントの少なくともいずれか一方が確認できた場合に、認証が成功したとみなされます。また、受信側では認証結果や認証に失敗した電子メールの詳細情報を DMARC レポート（DMARC 集計レポートや DMARC 失敗レポート）としてヘッダーFrom ドメインのドメイン管理者にフィードバックすることもできます。

図表３－２－２０　DMARC の仕組み



（４）３つの認証技術の比較

SPF の長所としては、送信側での導入コストがほぼ皆無であるなど、送信側での導入の容易さが挙げられます。一方、短所としては、自動転送（ユーザーの指定する宛先への転送や、メーリングリストでの複数の宛先への再配送など。）により、電子メールの送信メールサーバーが、元々の送信者が使用した送信メールサーバーと異なる場合には、認証に失敗することがあるということが挙げられます。

DKIM の長所としては、電子メールの配送経路によらない認証のため、ネットワーク方式の SPF とは異なり、自動転送などの場合でも正しく認証ができることと、送信ドメインの認証以外にも電子メールの本文の改ざんも検知できることなどが挙げられます。一方、短所としては、電子メールの送信ドメインが正しい場合でも、メーリングリストのように電子メールの本文などを変更するサーバーを経由したときは、認証に失敗することが挙げられます。

DMARC の長所としては、SPF と DKIM 双方の長所を生かした認証ができること、送信側の導入の容易さが挙げられます。一方、短所としては、再配送された場合など SPF と DKIM がともに認証に失敗するような場合には、DMARC の認証も失敗してしまうことが挙げられます。

図表３－２－２１　SPF・DKIM・DMARC の比較

	SPF	DKIM	DMARC
特徴	送信元をネットワーク的に判断（送信元の IP アドレスにより確認）	送信時に電子署名を電子メールに付加（電子署名の検証により判断）	SPF、DKIM の認証結果を利用（送信側で DMARC ポリシーを設定、認証結果などのレポート機能）
導入コスト	送信側はほぼ皆無（DNS の記述のみで 1 通づつの処理は不要） 受信側では一定の処理が必要	送信側は相対的に高め（1 通ずつ署名作成・付加が必要） 受信側では一定の処理が必要	既に SPF、DKIM を導入していれば送信側はほぼ皆無（DNS への記述のみ） 受信側では一定の処理が必要
長所	送信側の導入の容易さ 普及が進んでいる	電子メール本文の改ざんも検知 電子メールの配送経路に影響されない	送信側の導入の容易さ 認証失敗時のふるまいを DMARC ポリシーで指定可能
短所	電子メール転送時に認証に失敗する場合がある	配送経路上で電子メールの内容が変更されると認証失敗 第三者署名では DMARC 認証に失敗する場合がある（DNS 設定の工夫で回避できる場合がある）	SPF と DKIM 双方が認証に失敗する場合には、DMARC の認証にも失敗する

トピックス： Google 社と米国 Yahoo 社による メール送信者に対する新たなガイドライン

2023 年 10 月、Google 社と米国 Yahoo 社はともに、迷惑メールの対策およびメールが安全であるために、メールの送信者，特にメール配信事業者に対して新たな要求を求めることをアナウンスしました。

その後，Google 社はメール送信者に対するガイドラインを改訂し、全てのメール送信者とメールを多く送信する送信者[注63]のそれぞれに対して、ガイドライン[注64]を公開し、具体的な条件を示しています。

主なものを以下に示します。

* SPF か DKIM で認証できるように，送信ドメインの設定をおこなう
* 送信ドメインおよび IP アドレスの正逆の DNS 設定を適切におこなう
* 配送時に TLS を利用する
* spam rates(迷惑メール割合)を 0.3%以下に維持する
* メール形式を標準[注65]に従った形式とする
* メール転送やメーリングリストを運営している場合，配送時に ARC に対応する

メールを多く送信する送信者については、上記の条件に加えて SPF と DKIM の両方の対応、さらに DMARC への対応も求めています。さらに、マーケティングメールやメールマガジンのような登録式のメールについては、1 クリックで登録解除できる仕様[注66]に対応することも求めています。

これらに対する対応を 2024 年 2 月から開始すると発表しました。この送信者に対するガイドラインは、少しずつ変化していますので、Google 社のサービスに対してメールを送信する場合は、今後も引き続き確認し対応していくことが必要となります。

Google 社が提供するメールサービスの Gmail や Google Workspace は、国内でも利用者が多いため、この発表に対する反響は大きいものがありました。多くのインターネットメディアでも取り上げられ、2023 年 11 月に開催された JPAAWG6th General Meeting で急遽開催した BoF では、多くの参加者が集まり関心の高さを感じることができました。

その後も 2024 年 1 月に地方自治体が関連する手続きに於いて、登録した Gmail のメールアドレス宛にメールが届こないといったことが報道されるなど、DMARC を含めこれらのガイドラインが注目されることになりました。このメールが届かなくなった原因には様々な要因があったと考えられますが、少なくともこうした状況により DMARC の設定を行うドメイン名も増えています。

JPRS(株式会社日本レジストリサービス)と(一財)インターネット協会による jp ドメイン名の共同研究による調査結果では、2023 年 10 月時点で約 8.5%だった DMARC レコードの設定割合が、2024 年 4 月には約 30%にまで増加しました。

メール受信側での受信メール量に対しては、もっと高い割合であると考えられます。

注63 現時点では，5,000 通/日以上送信するメール送信者が対象となっています
注64 https://support.google.com/a/answer/81126
注65 Internet Message Format, RFC5322
注66 Signaling One-Click Functionality for List Email Headers, RFC8058

トピックス：BIMI (ブランドロゴの表示)

メール受信側では、送信ドメイン認証技術によって認証した結果をメールヘッダーに記載することになっています。しかしながらメール利用者が用いるメールクライアントの多くは、これら認証結果を含むヘッダーや結果自体を標準で表示することはほとんどありませんし、参照した場合でも直感的にわかりやすい形式とは言い難い部分があります。そのため送信ドメイン認証技術が普及した場合でも、メール受信者がなりすましメールであるか、正規のメールであるかを判断することは簡単ではありませんでした。

そこで、日本では幾つかのメールサービス事業者が独自に送信ドメイン認証技術を用いて、受信メールクライアント上でイメージ表示する機能を提供し、視覚的にメール送信者を判断しやすくする仕組みを提供しています。グローバルでは、2021 年に Brand Indicator（いわゆるブランドロゴ）を表示させるための仕様が、IETF(Internet Engineering Task Force)に提出され、現在議論が進んでいます。

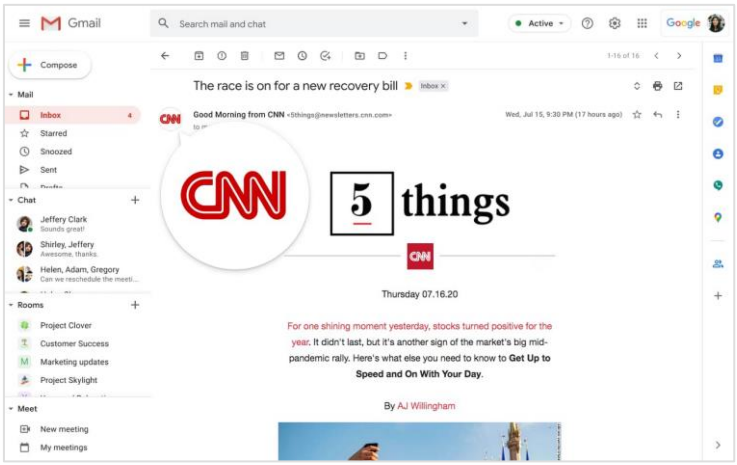
これが BIMI [注67] (Brand Indicators for Message Identification)です。

BIMI では、送信ドメイン認証技術で認証されたドメイン名を対象に、DMARC のポリシーが quarantine あるいは reject であった場合、BIMI レコードの参照を試みます。BIMI レコードが存在する場合、BIMI レコードに示された BrandIndicator(ロゴ)の存在場所を示す URI から、ロゴ情報を取得します。これをメールクライアントで適切に表示することになります。

ロゴの情報は URI で示されますので、その場所がわかってしまえば同じデータを取得して、あたかも自分のロゴであるかのように別のドメイン名を用いて、ロゴをなりすますこともできてしまいます。こうしたなりすましを防ぐために、VMC(Verified Mark Certificate)の仕組みも提案されています。簡単に言えば、認証局が発行した証明書を検証することで、なりすましを防ぐ仕組みです。

BIMI はまだ IETF で正式な仕様にはなっていませんが、DMARC もそうであったように、既に幾つかのメールサービスプロバイダで利用可能になっています。そのため、BIMI レコードを設定するドメイン名も増えてきています。

図表３－２－２２　BIMI の表示例(Google 社の Blog [注68]より)



注67 現時点の仕様 draft-brand-indicators-for-message-identification-05

注68 https://workspace.google.com/blog/product-announcements/gsuite-security-updates-for-gmail-meet-chat-and-admin

第3章第3節　利用者による対策

迷惑メール対策は、関係組織により、様々な取組が行われてきています。しかし、迷惑メール送信者はそれらの対策を潜り抜けて利用者まで迷惑メールを届けようとしていますので、利用者においても迷惑メール対策を講じることが肝要となります。本節では利用者が取ることが望ましい対策や注意すべき点について、簡単にお示しします。なお、詳細については、関連組織の冊子などにまとめられていますので、そちらをご覧ください（図表３－３－１を参照）。

１　迷惑メールを受け取らないための対策

（１）電子メールアドレスを安易に公表しない

電子メールアドレスを不必要に公開しないようにしましょう。ウェブサイトや掲示板で公開・登録した電子メールアドレスを迷惑メール送信者が収集している場合があるので、電子メールアドレスを公開・登録すると、迷惑メールが増加する可能性があります。電子メールアドレスの収集を目的とした懸賞サイトや占いサイトなどもあるため、これらには特に注意が必要です。どうしても電子メールアドレスをウェブサイトに公開する必要がある場合、@を at と表記して容易に収集出来なくしている事例もあります。また、プロフィールサイトなどで、初期設定のまま利用すると、電子メールアドレスが公開される場合もあるため、注意しましょう。

（２）推測されにくい数字や記号を使った複雑で長い電子メールアドレスを使う

数字や記号を組み合わせた複雑で長い電子メールアドレスを用いましょう。迷惑メール送信者は、架空電子メールアドレス[注69]を作成し、無差別にメールを送信している場合があります。単純な電子メールアドレスの場合には、その送信先に含まれてしまう可能性が高くなります。このため、複雑で長い電子メールアドレスを用いることが有効です。

（３）不用意に同意しない

運営者が誰であるかもよく知らないウェブサイトに記載されている「今後、当サイトや関連サイトから広告宣伝メールを送信する」旨の確認事項・規約などに同意して、電子メールアドレスなどを運営者に通知すると、必要もない広告宣伝メールが大量に送信されてくることにつながることがあります。信頼できる運営者以外のウェブサイト上では、広告宣伝メールの送信に同意しないことを心がけましょう。

注69　「第１章第２節１（３）迷惑な手法で送信する」を参照。

（4）携帯電話事業者や ISP などの迷惑メール対策サービスを利用する

携帯電話事業者や ISP などの提供するフィルタリング（受信拒否）などの迷惑メール対策サービスを利用しましょう。一般的に類型ごとの設定や一括での設定が可能になっています。具体的な内容や利用条件などは、事業者により異なるため、事業者に確認の上、利用することをお勧めします（図表３－３－２を参照）。

また、技術的な対策としての OP25B や送信ドメイン認証技術の事業者での導入状況については、（一財）日本データ通信協会のウェブサイト[注 70]でもご確認できます。

（5）セキュリティソフト、メールソフトの迷惑メール対策機能を利用する

セキュリティソフトやメールソフトの迷惑メール対策機能を利用しましょう。お使いのセキュリティソフトやメールソフトには、独自の迷惑メール対策機能を持っているものもあるため、そのような機能を利用することも有効です。

2　迷惑メールを受信してしまったときの対策

（1）開かない

受信した迷惑メールは、開かないようにしましょう。電子メールを開くだけでウイルスに感染することもありますので、電子メールを自動的に開くプレビュー機能は停止しておくようにしましょう。また、HTML メールでは、電子メールを開くだけでウェブへの接続が行われ、電子メールを閲覧したことなどの情報が送信者側へ伝わってしまうこともありますので、自動的に開くプレビュー機能を停止しておくことは HTML メールでは特に重要です。

（2）クリックしない

迷惑メールに記載された URL やハイパーリンクの文字列からは、ウェブサイトへアクセスしないようにしましょう。ウェブサイトへアクセス後、高額な料金を請求する迷惑メールを受信するようになったケースがあります。また、アクセスすることで、受信した電子メールに記載した URL やハイパーリンクの文字列の情報を元にウェブサイトを閲覧したことなどの情報が送信者側へ伝わってしまい、その電子メールアドレスで受信する迷惑メールが増える可能性もあります。

（3）個人情報は入力しない

個人情報は入力しないようにしましょう。言葉巧みに電子メールの本文からウェブサイトに誘導し、そこで巧妙に口座番号、パスワード、クレジットカード番号などの個人情報を入力させるフィッシングと呼ばれる手口もあります。

（4）心当たりのない電子メールには返信しない

送信者に心当たりのない電子メールには、返信しないようにしましょう。そのような電子メールの中にある連絡先に返信すると、反応した受信者として管理され、より多くの迷惑メールが届くようになる可能性がありますので、注意しましょう。

[注70] (一財)日本データ通信協会迷惑メール相談センター「各プロバイダー（ISP）、CATV(ケーブルテレビ）、モバイル事業者、フリーメール事業者における OP25B 実施状況」https://www.dekyo.or.jp/soudan/contents/taisaku/i2.html

（５）チェーンメールは転送しない

チェーンメールは転送しないようにしましょう。チェーンメールは、善悪様々な内容により、そのメールを転送させようとしますが、転送してしまうと、転送先の受信者に不快な思いをさせてしまうことにもなりかねません。チェーンメールを転送しないことで不幸なことが起きるのではなど不安な場合には、（一財）日本データ通信協会内にある迷惑メール相談センターが設けているのチェーンメール転送先アドレス[注 71]に転送してください。

（６）関連組織に情報提供する

図表３－３－３に示した宛先に迷惑メールの情報を提供することは、その後の迷惑メールを低減させるために有益です。例えば、迷惑メール相談センターは、法律違反と思われる広告宣伝メールに関する情報提供を受け付けており、それを迷惑メール対策に活用しています。

（７）対応機関に相談する

利用している事業者に相談するほか、場合によっては、迷惑メール相談センター、各地の消費生活センターなどの公的な対応機関に相談することも助けになります。

３　自ら同意した広告宣伝メールへの対応

（１）オプトアウトを確実に行う

受信不要になったメールマガジンなどは、フィルタリングなどによって受信拒否をするのではなく、登録の解除（オプトアウト）を行いましょう。受信拒否をした場合には、送信側では、その電子メールが利用者にとって不要であることを認識できず、受け取られることのない電子メールが延々と送信され続けることになり、電気通信事業者の通信設備に余計な負荷がかかることになるためです。

（２）電子メールアドレスの変更を広告宣伝メール発行者にきちんと通知する

電子メールアドレスを変更したら、変更した電子メールアドレスを広告宣伝メールの送信者に通知しましょう。通知をしないと必要な広告宣伝メールが届かなくなるだけでなく、存在しない電子メールアドレス宛てに広告宣伝メールが延々と送信され続けることになり、電気通信事業者の通信設備に余計な負荷がかかることになるためです。

（３）ID、パスワードが送信者から付与されている場合は忘れないようにする

広告宣伝メールの送信に同意後、第三者が不正に、受信用の電子メールアドレスを変更したりオプトアウトしたりすることなどを防止するため、送信者から ID、パスワードが付与されることがあります。この ID、パスワードは受信用の電子メールアドレスの変更、オプトアウトなどに必要となるため、忘れないようにしましょう。

注71　(一財)日本データ通信協会迷惑メール相談センター「撃退！チェーンメール」P5 チェーンメールの転送先
https://www.dekyo.or.jp/soudan/chain/tensou.html#add

4　その他

（1）ウイルスに感染しないようにする

ウイルスに感染すると、気づかないうちに、自分のパソコンやスマートフォンから迷惑メールが送信されてしまうこともあります。セキュリティ上の脆弱性を修正し、ウイルスに感染しないようにするため、セキュリティソフトの利用、OS などのソフトウェアのアップデートの適用をするとともに、信頼できないソフトウェアは利用しないことなどに注意しましょう。

なお、セキュリティソフトは、未知の問題に対しては効果がありません。効果を過信して、危険なウェブサイトにアクセスしたり、添付ファイルをむやみに開いたりしないようにしましょう。また、セキュリティソフトも定期的にアップデートするよう心がけましょう。

（2）電子メールの送信に 587 番ポート（または 465 番ポート）を利用する

電子メールサービスのために利用している ISP などが 587 番ポート（または 465 番ポート）での接続を提供しているときには、587 番ポート（または 465 番ポート）を利用するようにしましょう。その ISP 以外の ISP などから 25 番ポートを用いて電子メールを送る場合に、OP25B が実施され結果的に送信できない場合があります。

電子メールサービスのために利用している ISP のウェブサイトなどで対応方法を確認し、587 番ポート（または 465 番ポート）を利用するようにメールソフトの設定の変更などを行いましょう。

図表３－３－１　関係組織が発行している利用者向けの冊子など

関係組織	概要		入手方法
迷惑メール対策推進協議会		「電子メールのなりすまし対策」 DMARC などの送信ドメイン認証技術を紹介する冊子	迷惑メール対策推進協議会のウェブサイト[注 72]からダウンロード
		「送信ドメイン認証　導入マニュアル」 DMARC などの送信ドメイン認証技術を導入する際の技術者向けマニュアル	迷惑メール対策推進協議会のウェブサイト[注 73]からダウンロード
総務省		「インターネットトラブル事例集」 迷惑メールを含むインターネットトラブルの実例を挙げ、その予防法と対処法を紹介する冊子	総務省のウェブサイト[注 74]からダウンロード
		「電気通信サービス Q&A」 迷惑メール対策を含む電気通信サービスを Q&A 方式で紹介する冊子	総務省のウェブサイト[注 75]からダウンロード

注72 https://www.dekyo.or.jp/soudan/aspc/report.html#auth
注73 https://www.dekyo.or.jp/soudan/aspc/report.html#dam
注74 https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban08_03000401.html
注75 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_faq/index.html

関係組織	概要	入手方法	関係組織
(独)国民生活センター		「見守り新鮮情報」 迷惑メールによるものを含む様々な悪質商法に関する情報を記したメールマガジン、リーフレット	・(独)国民生活センターのウェブサイト[注76]でメールマガジンに登録 ・リーフレットは同ウェブサイトからダウンロード
内閣サイバーセキュリティセンター（NISC）		「インターネットの安全・安心ハンドブック」 身近な話題からサイバーセキュリティに関する基本的な知識を紹介	内閣府サイバーセキュリティセンターのウェブサイト[注77]からダウンロード
(一財) 日本データ通信協会 迷惑メール相談センター		「撃退！迷惑メール」 迷惑メール対策全般を紹介する冊子	(一財)日本データ通信協会のウェブサイト[注78]からダウンロード
		「そのメール、詐欺カモ！？」 フィッシング詐欺やなりすましメールなど詐欺メール対策リーフレット	(一財)日本データ通信協会のウェブサイト[注79]からダウンロード
		「撃退！チェーンメール」 チェーンメール対策に特化して紹介する冊子	(一財)日本データ通信協会のウェブサイト[注80]からダウンロード
		「詐欺被害防止読本」 特オレオレ詐欺に架空請求詐欺、フィッシング詐欺などの殊詐欺対策リーフレット	(一財)日本データ通信協会のウェブサイト[注81]からダウンロード
		「うんこドリル めいわくメール」 クイズ形式でチェーンメールや ICT メディアリテラシーなどへの対処法等をまとめた冊子	(一財)日本データ通信協会のウェブサイト[注82]からダウンロード

注76 https://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_mgtop.html
注77 https://www.nisc.go.jp/security-site/handbook/index.html
注78 https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/gmeiwaku_book.pdf
注79 https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/A4_maildesagi.pdf
注80 https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/chain/chainbook.pdf
注81 https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/dokuhon.pdf
注82 https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/meiwakumail_drill.pdf

図表３－３－２　携帯電話事業者が発行している利用者向けの冊子、WEB コンテンツなど

携帯電話事業者	概要		入手方法
(株)NTT ドコモ		「サービスカタログ＆基本設定ガイド（スマートフォン・タブレット・Android 用）」 迷惑メール対策を含む利用者向け冊子	・ドコモショップなどの店頭で配布 ・NTT ドコモのウェブサイト[注83]から ダウンロード
		「サービスカタログ＆基本設定ガイド（iPhone・iPad 用）」 迷惑メール対策を含む利用者向け冊子	・ドコモショップなどの店頭で配布 ・NTT ドコモのウェブサイト[注84]から ダウンロード
		迷惑メールでお困りの方へ	WEB 上で参照[注85]
KDDI(株)		「Android 設定ガイドブック」 迷惑メール対策を含む利用者向けの冊子	・au ショップなどの店頭で配布 ・au のウェブサイト[注86]からダウンロード
		「iPhone/iPad 設定ガイドブック」 迷惑メール対策を含む利用者向けの冊子	・au ショップなどの店頭で配布 ・au ウェブサイト[注87]からダウンロード
		迷惑メールフィルター設定（@au.com／@ezweb.ne.jp）	WEB 上で参照[注88]
ソフトバンク(株)		「お子さまがスマートフォンを安全に楽しく使うために!!」迷惑メール対策を含む利用者策を含む利用者（特に保護者）向け冊子	・ソフトバンクの講座にて配布 ・ソフトバンクのウェブサイト[注89]から ダウンロード
		迷惑メールの対策	WEB 上で参照[注90]
楽天モバイル(株)		Q 迷惑メールが届きます。 どうすればよいですか？	WEB 上で参照[注91]
		楽メール ※「迷惑メールフィルター機能について」 「DMARC による受信メールの認証について」	WEB 上で参照[注92]

注83 https://www.nttdocomo.co.jp/support/startup_guide/index.html
注84 https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/email/filter/
注85 https://www.nttdocomo.co.jp/info/spam_mail/index.html
注86 https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/email/filter/
注87 https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/email/filter/
注88 https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/email/filter/
注89 https://cdn.softbank.jp/corp/set/data/csr/responsibility/safety/rule/pdf/smartphone_guidebook.pdf
注90 https://www.softbank.jp/mobile/support/mail/antispam/
注91 https://network.mobile.rakuten.co.jp/faq/detail/00001652/
注92 https://network.mobile.rakuten.co.jp/service/rakumail/

図表３－３－３　関係組織や携帯電話事業者が用意している迷惑メール情報提供先

関係組織や携帯電話事業者	迷惑メール情報提供先	備考
総務省	ウェブサイト[注93]から迷惑メール情報提供用プラグインソフトをダウンロードし、メールソフトに設定することで、情報提供が可能となる	プラグインソフトを設定可能なメールソフトの詳細はウェブサイトを参照のこと
(一財)日本データ通信協会 迷惑メール相談センター	https://www.dekyo.or.jp/soudan/index.html	左記の電子メールアドレスへ特定電子メール法に違反していると思われる電子メールを転送または添付形式により情報提供することが可能 またウェブフォーム[注93]を通じた情報提供も可能
(株)NTT ドコモ	https://www.docomo.ne.jp/info/spam_mail/if/mobile/	Android 搭載、sp モード、 i モード（2010 年度冬春モデル以降）に対応したスマートフォンまたは携帯電話の場合（iPhone、iPad 除く）、受信した電子メールの表示画面のサブメニューなどから、迷惑メールの情報提供先アドレスへ直接転送可能 （SMS も同様　※スマートフォンでは+メッセージを利用）
KDDI(株)	https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/common/report/	iPhone、Android スマートフォン、 4 GLTE ケータイの場合、au メールアプリより「迷惑メール報告機能」を利用し受信した迷惑メールを迷惑メールの情報提供先アドレスへ直接転送可能 SMS は電話[注94]またはウェブフォーム[注95]により情報提供可能
ソフトバンク(株)	a@b.c（ソフトバンクの携帯電話からの情報提供用） https://www.softbank.jp/mobile/support/mail/antispam/howto/report/（ソフトバンクの携帯電話以外で、ソフトバンクの携帯電話からの迷惑メールを受信した場合）	iPhone、iPhone 以外、携帯電話の場合、受信した電子メール表示画面のサブメニューなどから、［迷惑メール申告］機能を利用し、受信した迷惑メールを迷惑メールの情報提供先アドレスへ直接転送可能（SMS も同様）
楽天モバイル(株)	https://network.mobile.rakuten.co.jp/guide/anti-spam/	ウェブフォーム[注96]により情報提供可能

注93 https://plugin.antispam.soumu.go.jp/
注94 迷惑メール受付センター（電話番号 0077-7089）（受付時間 平日 9:00～17:00）
注95 https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/email/filter/
注96 https://network.mobile.rakuten.co.jp/guide/anti-spam/input.html

第４章

迷惑メール対策の取組

第4章第1節　迷惑メール対策推進協議会の取組

1　概要

迷惑メール対策推進協議会（座長：新美育文明治大学名誉教授）は、迷惑メール対策の関係者間の緊密な連携を確保し、最新の情報共有、対策方針の検討、対外的な情報提供などを行うことにより、効果的な迷惑メール対策の推進を図ることを目的として、2008 年 11 月 27 日に発足しました。協議会には、実務的な問題に関わる情報共有、対策の検討などを目的とする幹事会、送信ドメイン認証技術の普及促進の強化を目的とする技術 WG（2009 年 10 月に設置され、2014 年 9 月までは送信ドメイン認証技術 WG）が設置されています。

2024 年 6 月現在、協議会の構成員は 54 名で、幹事会の構成員は 33 名となっています。

2　主な取組

協議会では、2008 年 11 月 27 日に開催された第 1 回総会において、迷惑メールの追放に向けた決意と具体的に講ずるべき措置などをまとめた「迷惑メール追放宣言」を採択しました。また、2011 年 10 月 7 日に開催された第 3 回総会において、「なりすましメール撲滅プログラム～送信ドメイン認証技術普及工程表～」を作成し、公表しています（2013 年には同プログラムの改訂版を公表）。

2009 年以降、幹事会を中心として「迷惑メール対策ハンドブック」を毎年作成しており、10 年目の 2018 年よりハンドブックの体裁等を改め、「迷惑メール白書」として作成しています。

技術 WG では、2009 年に「送信ドメイン認証技術導入マニュアル」の初版を、2011 年に第 2 版を作成していましたが、2021 年に DMARC を盛り込んだ改訂版（第 3 版）を発行しました。他にも、2011 年にリーフレット「電子メールのなりすまし対策－送信ドメイン認証技術でなりすましを防ぐ－」（2012 年第 2 版、2017 年第 3 版、2018 年第 4 版）を作成するなど迷惑メール対策技術の普及の検討などを行ってきています。

2021 年度～2023 年 5 月までは新型コロナウイルス感染拡大防止のため 2020 年度に引き続き対面での活動が制限されている中で、「迷惑メール白書 2021」を活用した迷惑メール防止技術の普及促進など、主に以下のような取組を行いました。

- 技術 WG の活動
  DMARC を盛り込んだ送信ドメイン認証技術導入マニュアル改訂（第 3 版）
  オンライン会議、メーリングリストを利用した情報・意見交換
- 迷惑メール対策推進協議会第 14 回総会のオンライン開催（2021 年 7 月 9 日）
- 「迷惑メール白書 2021」発行（2021 年 8 月）
  （全国の公立図書館や大学・高等専門学校などの図書館へ約 2,000 部を寄贈）
- 各地の消費生活センター、全国消費生活相談員協会における講演
- 総務省総合通信局主催の電気通信消費者支援連絡会における講演

第4章第2節　行政による取組

1　特定電子メール法の沿革

（1）法律の制定（2002 年）－オプトアウト方式による規制の導入

携帯電話宛ての迷惑メールが社会問題となったことなどを受けて、2002 年に特定電子メール法が制定されました。

受信者から受信拒否の通知があった場合に広告宣伝メールの送信が原則として禁止される「オプトアウト方式」の規制が導入され、広告宣伝メールの送信に当たっては、標題部に「未承諾広告※」と表示するなどの表示義務が課されました。また、架空電子メールアドレスを宛先とする送信が禁止されたほか、電気通信事業者がサービスの提供を拒否できる場合についての規定が設けられました。

（2）法律の改正（2005 年）－送信者情報を偽った送信の禁止など

迷惑メール送信の悪質化・巧妙化に対応するため、2005 年に法律の改正が行われました。この改正により、送信者情報を偽った送信が禁止され、これに違反した場合は直接罰（１年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金）が科されることとされました。また、規制対象が、私用の電子メールアドレスだけでなく、事業用のメールアドレスにも拡大されたほか、広告宣伝メール以外の電子メールについても、架空電子メールアドレス宛ての送信が禁止され、規制範囲が拡大されました。措置命令に違反した場合の罰則も強化されています（50 万円以下の罰金から、１年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金に。）。

（3）法律の改正（2008 年）－オプトイン方式による規制の導入など

依然として巧妙化・悪質化する迷惑メールや、外国から送信される迷惑メールに対応するため、2008 年に法律の改正が行われました。この改正により、オプトイン方式による規制が導入されたほか、法の実効性の強化や、外国から送信される迷惑メールへの対策強化が図られています。それぞれの概要は以下のとおりです。

オプトイン方式による規制の導入

- 取引関係にある者への送信など一定の場合を除き、受信者の同意なく広告宣伝メールを送信することが禁止されました。
- 受信者の同意を証する記録の保存が義務づけられました。
- 表示義務がオプトイン方式による規制に対応したものとなりました。

※　改正前は、受信者の承諾を得ることなく送信する広告宣伝メールを特定電子メールと定義し、表示義務や、受信拒否の通知を受けた後の再送信の禁止が課されていました。2008 年改正により、広告宣伝メール全般を特定電子メールと定義し、同意のない送信が原則禁止されるとともに、同意を得ての送信や、同意を得ずに例外的に送信できる場合（取引関係にある者に送信する場合など）についても、表示義務が課され、受信拒否の通知を受けた後の再送信が禁止されるなど、規制の範囲が拡大されました。

法の実効性の強化

- 法人に対する罰金額の上限が 100 万円以下から 3,000 万円以下に引き上げられるなど、罰則が強化されました。
- 総務大臣が、電気通信事業者などに対し、電子メールアドレス、IP アドレス、ドメイン名などの契約者情報の提供を求めることが可能になりました。
- 電子メールの送信を委託した者（送信委託者）に対して措置命令などを行えるようになりました。

外国から送信される迷惑メールへの対応強化

- 総務大臣が、外国の迷惑メール対策法令の執行当局に対して、職務の遂行に有用であると認められる情報を提供できるようになりました。
- 送信委託者（海外に送信を委託した者を含みます。）に対して措置命令などを行えるようになりました。

（4）法律の改正（2009 年）－消費者庁と共同所管に

内閣府の外局として消費者庁が創設されるにあたり、消費者庁が必要な措置を講じることができるよう法律が改正されました。これにより、主務大臣に内閣総理大臣が追加され、その権限を委任された消費者庁長官が、行政処分、報告徴収、職員による立入検査などを行うことが可能となりました。主な改正点は以下のとおりです。

- 特定電子メール法に基づく措置命令を、総務大臣と消費者庁長官が共同で行うこととなりました。ただし、架空電子メールアドレスを宛先とする送信に関する措置命令は、通信ネットワーク環境の整備の観点から行われることから、引き続き、総務大臣が単独で実施することとなりました。
- 総務大臣に加えて、消費者庁長官が、広告宣伝メールなどの送信者又は送信委託者に対し、報告徴収や、職員による立入検査を行うことが可能になりました。
- 特定電子メール法に違反する電子メールを受信した者が、総務大臣だけでなく、消費者庁長官に対しても、適当な措置をとるべきことを申し出ることが可能になりました。
- 特定電子メール法に基づく登録送信適正化機関（特定電子メール法の円滑な執行を支援するための登録機関）の監督などを、総務大臣が内閣総理大臣と共同で行うことになりました。

（5）ガイドラインの改正（2011 年）

特定電子メール法の 2008 年改正法の附則で、政府は施行後 3 年以内に法の施行状況について検討を加え、その結果に基づき、必要な措置を講ずる旨が規定されていることなどを踏まえ、「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会[注 97]」において、2010 年 9 月から「迷惑メールへの対応の在り方に関する WG」を設置しました。電気通信事業者、消費者団体、学識経験者など、幅広い関係者の参画のもと、今後の迷惑メール対策の在り方について検討を行い、2011 年 7 月、制度面について、現時点では、特定電子メール法の更なる改正が必要な状況ではないが、現行の制度に基づき法執行の強化が必要であることや、法の運用が適切に行われるようにするため、簡便なオプトアウト方法を明記するなど、ガイドラインの改正を検討すべきことなどを提言としてとりまとめました[注 98]。

これを受けて、2011 年 8 月、「特定電子メールの送信等に関するガイドライン」を改正し[注 99]、デフォルトオンで同意を取得する際の注意事項の明記や簡便なオプトアウト方法の推奨などの明記、具体的な画面例の追加などを行いました。

注97 総務省「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会」
https://www.soumu.go.jp/menu_sosiki/kenkyu/11454.html

注98 総務省「「利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会」、「プロバイダー責任制限法検証に関する提言」および「迷惑メールへの対応の在り方に関する提言」の公表」（2011 年 7 月 21 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban08_01000037.html

注99 総務省「特定電子メールの送信等に関するガイドラインの改正の公表及び改正案に対する意見募集の結果」（2011 年 8 月 31 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban08_01000045.html

2　特定電子メール法の執行状況

（1）2008 年改正までの執行状況（オプトアウト方式による規制）

特定電子メール法の 2008 年改正までのオプトアウト方式による規制の下で、総務大臣による行政処分（措置命令）が６件、警察による摘発が４件行われています。なお、同規制の下での措置命令の件数は年間平均 0.94 件でした。

（2）2008 年改正後の執行状況（オプトイン方式による規制）

特定電子メール法の 2008 年改正後のオプトイン方式による規制の下で、総務大臣および消費者庁長官（2009 年８月以前は総務大臣）による措置命令は、2024 年３月末までに 54 件行われています。また、警察による摘発が５件行われており、2014 年９月には特定電子メール法第 7 条に基づく措置命令違反として初めての摘発が行われています。同規制の導入後は、措置命令の件数が年間平均 3.38 件と、オプトアウト方式による規制時の約 3.5 倍となっています。

3　特定商取引法による電子メール広告規制の沿革

（1）特定商取引法施行規則の改正（2002 年）－表示義務の導入

販売業者等が電子メール広告を送る際に、従来表示が義務づけられていた事項に加えて、表題部に「！広告！」と表示するなどの義務が課されました。

（2）法律の改正（2002 年）－オプトアウト方式による規制の導入

迷惑メールに対して十分な対応を行うため、消費者から電子メール広告の受取拒否があった場合に、その消費者に対する再度の電子メール広告の送信が禁止されることとなりました。あわせて、消費者が販売業者などに対して電子メール広告を拒否する方法を表示することが義務づけられました。また、施行規則の改正により、請求又は承諾を得ずに電子メール広告を送る場合には、表題部に「未承諾広告※」と表示することが義務づけられました。

（3）法律の改正（2008 年）－オプトイン方式による規制の導入など

2002 年の法律の改正以降も、迷惑な電子メール広告に関する苦情の件数は増加しており、表示義務違反や誇大広告のみならず、消費者が望まない取引に気づかずに誘引されるという問題が生じていました。この状況に有効に対処し、消費者が望まない取引に気づかずに誘引されることを防止するため、2008 年６月に法律が改正され、オプトイン方式による規制が導入されました（同年 12 月１日施行）。改正の概要は以下のとおりです。

オプトイン方式による規制の導入

- 販売事業者等が消費者からの請求又は承諾を得ずに電子メール広告を送ることが原則として禁止されました。消費者からの請求又は承諾を得たとしても消費者から電子メール広告を受けない旨の意思表示を受けたときは、その消費者に対する以後の送信が禁止されています。
- 消費者からの請求や承諾を証する記録の保存が義務づけられました。
- 表示義務がオプトイン方式による規制に対応したものとなりました。
  以下の行為を行った販売業者等に対し、行政処分（指示）を行うことができる旨規定されました。
  - 消費者に分かりにくい形で、電子メール広告を行うことについての請求・承諾を得ようとする行為
  - オプトイン方式の規制に違反している者に、以下の業務を一括して委託する行為

- ✧ 消費者から電子メール広告送付についての請求や承諾を得る業務
- ✧ 消費者からの請求や承諾の記録を作成し、保存する業務
- ✧ 送信する電子メール広告に、消費者が受信拒否の意思を表示するために必要な事項を表示する業務

規制対象となる電子メール広告の範囲の拡大

- 連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）、業務提供誘引販売取引（いわゆる内職商法、資格商法、モニター商法など）に係る電子メール広告の送信についても、オプトイン方式による規制が導入されました。
- 請求・承諾のない電子メール広告の送信が原則禁止されるとともに、請求・承諾を得ての送信や、請求・承諾を得ずに例外的に送信できる場合についても、表示義務や受信拒否の通知を受けた後の再送信の禁止などが課されることとなり、規制の範囲が拡大されました。

法の実効性の強化

- 以下の業務を一括して受託している事業者に対して、オプトイン方式による規制が適用されることとされました。
  - ➢ 消費者から電子メール広告送付についての請求や承諾を得る業務
  - ➢ 消費者からの請求や承諾の記録を作成し、保存する業務
  - ➢ 送信する電子メール広告に、消費者が受信拒否の意思を表示するために必要な事項を表示する業務
- 主務大臣が、販売業者等と取引する者に対し、販売業者等の業務や財産に関して参考となるべき報告や資料の提出を命ずることができるようになりました。
- オプトイン方式による規制への違反者に対して直接罰が科されるなど、罰則が強化されました。

（4）法律の改正（2009 年 9 月）－消費者庁と共同所管に

内閣府の外局として消費者庁が創設されるにあたり、電子メール広告に関し、消費者庁が必要な措置を講じることができるよう法律が改正されました。これにより、電子メール広告規制に係る事項の主務大臣に内閣総理大臣が追加され、その権限を委任された消費者庁長官および経済産業局長が、行政処分、報告徴収、職員による立入検査、プロバイダー等への契約者情報の照会、販売業者等と取引する者への報告命令などを行うことが可能となりました。

（5）法律の改正（2009 年 12 月）－インターネット取引等の規制を強化

これまでの指定商品・指定役務制が廃止され、訪問販売・通信販売等では原則すべての商品・役務が規制対象となりました。

（6）法律の改正（2017 年 12 月）－規制範囲の拡大等

訪問販売・通信販売等においては、指定権利制度を見直し、株式・社債等を加えて特定権利が規制対象となりました。また、通信販売においては、ファクシミリ広告の請求等をしていない消費者に対するファクシミリ広告の提供を禁止する規制が導入されました。

（7）法律の改正（2022 年 6 月）－広告における表示義務の強化等

通信販売についての広告（通信販売電子メール広告を含む）における表示義務事項として、役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項を追加するなど、広告規制が強化されました。また、主務大臣は、販売業者等から業務の委託を受けた者の事務所等にも職員に立入検査を行わせることが可能となりました。

４　特定商取引法の執行状況（電子メール広告に関するもの）

（１）2008 年改正までの執行状況（オプトアウト方式による規制）

特定商取引法の 2008 年改正までのオプトアウト方式による規制の下で、電子メール広告に関する行政処分が８件行われています。

（２）2008 年改正後の執行状況（オプトイン方式による規制）

特定商取引法の 2008 年改正後のオプトイン方式による規制の下で、未承諾電子メール広告に関する行政処分（指示）は、2019 年３月末までに９件行われています。

５　その他の取組

（１）特定電子メール法第 13 条に基づく研究開発等の状況の公表

総務省では、特定電子メール法第 13 条に基づき、毎年１回、「特定電子メール等による電子メールの送受信上の支障の防止に資する技術の研究開発及び電子メール通信役務を提供する電気通信事業者による導入の状況」と題し、移動系電気通信事業者及び固定系電気通信事業者の主な迷惑メール送受信防止対策（送信通数制限、送信ドメイン認証技術、OP25B など）の事業者ごとの提供状況を公表[注 100]しております。

図表４－２－１　固定系電気通信事業者の主な迷惑メール送受信防止対策の提供状況

事業者	主な送信防止対策				主な受信防止対策									
	送信ドメイン認証			OP25B	送信ドメイン認証						メールの内容による判定			大量受信制限
					SPF		DKIM		DMARC					
	SPF	DKIM	DMARC		ラベリング	フィルタリング	ラベリング	フィルタリング	ラベリング	フィルタリング	ﾌﾞﾗｯｸﾜｰﾄﾞ	メール容量	迷惑メールフィルタ	
D社	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
E社	○	○	－	○	○	○	○	○	－	－	○	○	○	○
F社	○	－	－	○	○	－	－	－	－	－	○	－	○	－
G社	○	－	－	○	－	－	－	－	－	－	○	○	○	－
H社	○	－	○	○	－	－	－	－	－	－	○	－	○	－
I社	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
J社	○	－	－	○	○	○	－	－	－	－	○	－	○	－
K社	○	○	○	○	○	－	○	－	○	－	○	○	○	－
L社	○	－	－	○	○	○	－	－	－	－	○	－	○	－
M社	○	○	○	○	○	－	○	－	－	－	○	○	○	○
N社	○	－	－	○	○	－	○	－	○	－	○	－	○	－
O社	○	○	○	○	○	－	○	－	○	－	○	○	○	－
P社	○	－	－	○	－	－	－	－	－	－	○	○	○	－
Q社	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	－	○	○
R社	○	－	－	○	－	－	－	－	－	－	○	－	○	－
S社	○	○	○	○	○	○	○	○	○	－	○	－	○	○

用語	内容
【主な送信防止対策】	
送信ドメイン認証（送信側）	自社のメールドメインから発信されるメールについて、メール受信側のサーバに対し、自社サーバから送信されたメールであることを確認する手段を提供する。ドメイン詐称を防ぐSPFとメールの電子署名を利用するDKIMがある。さらに、SPFとDKIMの認証を利用してメールを処理するDMARCがある。
OP25B	ISPが自社のネットワークの動的IPから相手方電子メールサーバの25番ポートに電子メールを送信することをブロックする方法。
【主な受信防止対策】	
送信ドメイン認証（受信側）	受信したメールについてドメインが詐称されていないか送信側のサーバに問い合わせて確認する。ネットワークベースのSPF/SenderIDと、電子署名を利用するDKIMがある。さらに、SPFとDKIMの認証を利用してメールを処理するDMARCがある。
ブラックワード	送信者アドレス、件名等を組み合わせて受信拒否条件を設定できる。
メール容量	受信メールのサイズによる受信拒否設定ができる。
迷惑メールフィルタ	主にメールの内容を検査し、流通する迷惑メールから分析した情報に基づいて迷惑メールかどうかを判定し、受信拒否できる
大量受信制限	大量の宛先不明のメール送信を行うサーバに対し、受信拒否等を行う。

出典：総務省「迷惑メール対策技術の開発及び導入状況についての公表」令和３年版の概要から抜粋

注100 公表資料は下記の総務省ウェブサイトの「迷惑メール対策技術の開発及び導入状況についての公表」のリンク先を参照のこと。
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/m_mail.html

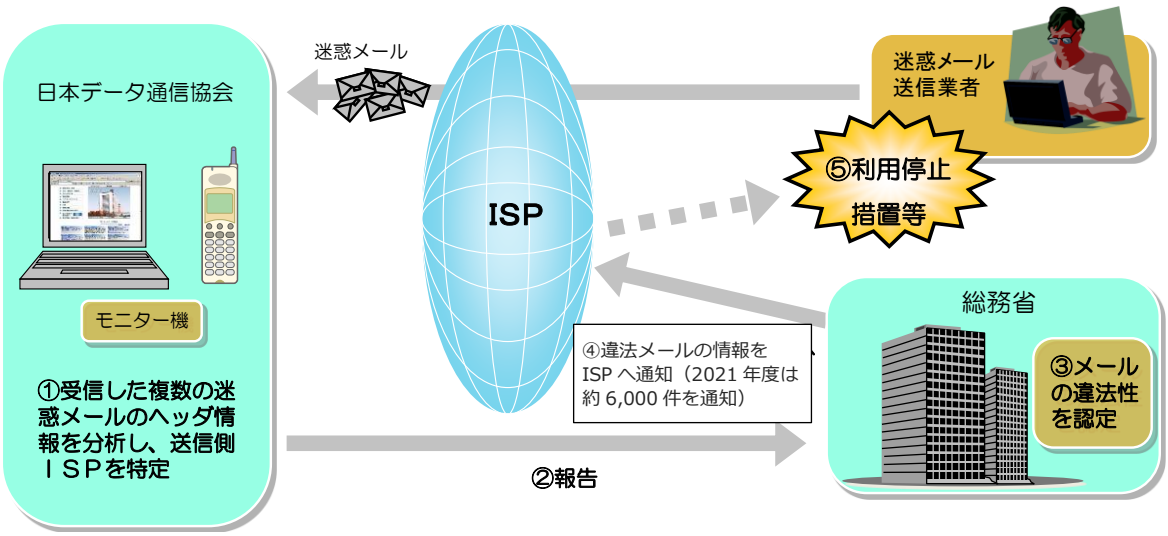
（2）迷惑メール追放支援プロジェクト

総務省および消費者庁は、民間事業者による自主的な迷惑メール対策を促す「迷惑メール追放支援プロジェクト」を 2005 年から実施しています（2009 年に消費者庁発足する以前は、総務省および経済産業省が実施）。

（一財）日本データ通信協会が運用するモニター機で受信した電子メールのうち、特定電子メール法違反が確認された電子メールに関する情報を ISP に通知することで、契約約款などに基づく利用停止措置などを促しており、22023 年度は約 3,600 件の通知を実施しました。

図表４－２－２　総務省による迷惑メール追放支援プロジェクトの概要（特定電子メール法関係）

・2005年より、民間事業者による自主的な迷惑メール対策を促す「迷惑メール追放支援プロジェクト」を開始。
・特定電子メール法に違反して送信されたメール（いわゆる迷惑メール）に関する情報をISPに通知することにより、迷惑メール送信者の利用停止措置等の円滑な実施を促す。



（3）送信ドメイン認証技術の普及

2021 年 5 月、総務省は、金融業界及び物流業界の業界団体に対して、送信ドメイン認証技術の導入について各団体所属の法人への周知依頼を実施しました。

また、2023 年 2 月、総務省、警察庁及び経済産業省は、クレジットカード会社等に対し、送信ドメイン認証技術の導入を始めとするフィッシング対策の強化を要請しました。

さらに、2023 年（令和 5 年）7 月には、フィッシングメール被害防止に向けた取組の一環で「DMARC でフィッシングメール対策！」と題する注意喚起を総務省、警察庁及び日本データ通信協会の連名で警察庁のホームページに掲載しました。

引き続き、総務省では、送信ドメイン認証技術の導入に向けた普及・啓発を行っていきます。

（４）スミッシング対策

ＳＮＳで実行犯を募集する手口による強盗や特殊詐欺事案に関する緊急対策プラン（令和５年３月 17 日　犯罪対策閣僚会議）において、悪用される SMS 機能付きデータ通信契約での本人確認の推進が掲げられ、総務省において、携帯電話キャリアや SMS 配信事業者に対して調査を実施しました。また、SMS を利用したフィッシング詐欺（スミッシング）の被害が拡大していることを踏まえ、「不適正利用対策に関するワーキンググループ」を開催し、スミッシングメッセージの発信元への警告など、実効性ある対応策について議論することとしました。

さらに、SMS に関わる携帯電話事業者、SMS 配信事業者、総務省等で、定期的に SMS の不適正利用に係る情報を交換し、事業者間の自主的な対策を推進することを目的に、SMS 不適正利用対策事業者連絡会を立ち上げました。

第4章第3節　事業者による取組

1　携帯電話事業者の取組

我が国における携帯電話の契約数は２億１千万件を超え[注101]、普及率は全人口の 1.7 倍を超えるレベル（一人が複数台の携帯電話を持つケースがある）に達しております。

また、世帯におけるスマートフォンの保有割合は90.1%となり、個人のインターネット利用機器に関しては、スマートフォンがパソコンを上回っている状況です[注102]。

携帯電話のメールサービスは、いつも身近にある便利なコミュニケーションツールである反面、負の側面も問題となってきました。特に迷惑メールは、2001 年春頃から増加し、多くの苦情・相談が寄せられるようになったほか、利用者が金銭的な被害を受けるなど社会的に大きな問題となってきました。

携帯電話事業者では、携帯電話発・携帯電話着の迷惑メールの根絶を図ることを目的とし、以下のような、迷惑メールを「送信させない、受信させない」ための対策を実施しています。

（１）迷惑メールの被害者を減少させるための対策

メールアドレス変更機能

迷惑メールの受信対策の一つとして、迷惑メールの送信者に容易に推測されにくい電子メールアドレス（文字数の多い電子メールアドレス）を使用することが挙げられます。そこで、携帯電話事業者では、利用者が任意の電子メールアドレスへ変更することのできる機能を提供しており、万一、迷惑メールの送信者に「送信した電子メールが届く電子メールアドレス」として特定されたとしても、利用者の判断により、電子メールアドレスを変更できるようにしています。

なお、現在では、電子メールアドレスを変更できることは当たり前ですが、携帯電話による電子メールサービスが登場した初期の頃には、携帯電話の電子メールアドレスを電話番号と同一のものとする携帯電話事業者があり、迷惑メールの送信者が容易に電子メールアドレスを推測することが可能でした。

受信機能の拡充

利用者に届いてしまう迷惑メールを、携帯電話事業者側で一律に制限することは困難であるため、携帯電話事業者では、利用者の意思で特定のドメイン名や特定の電子メールアドレスから送信される電子メールのみを受信する機能（指定受信機能）や、それら電子メールの受信を拒否する機能（指定拒否機能）を提供しています。また、その他の代表的な受信拒否機能として、携帯電話のドメイン名になりすまして送信される電子メールを拒否する機能や DMARC などの送信ドメイン認証技術を用いたなりすまし対策機能の高度化、迷惑メールの特徴を学習して自動で受信拒否または受信フォルダーを振り分けるフィルター機能などがあり、迷惑メール対策として大きな効果をあげています。

注101 (一社)電気通信事業者協会「事業者別契約数」https://www.tca.or.jp/database/index.html

注102 政府統計「令和４年通信利用動向調査」https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/230529_1.pdf

利用者への啓発

携帯電話事業者では、迷惑メール対策サービスの利用方法などについて、契約後の確認通知書や請求書同封物、店頭配布ツール[注103]、ウェブサイト[注104]などを通じて、長期間にわたり継続的な啓発を実施しています。さらに、新聞、雑誌など各種媒体を用いた迷惑メール対策サービスの紹介、携帯電話販売店における適切な迷惑メール対策の設定の補助のほか、スマホ・ケータイ安全教室など[注105]を開催し、小中高等学校の生徒、保護者、教員向けに携帯電話を使う際のマナーやトラブルへの対処方法の啓発を行っています。

送信者への啓発

携帯電話事業者では、存在しない宛先への送信や短時間での大量の送信を控えること、また、宛先となる電子メールアドレスのスクリーニング（宛先リストに存在しないアドレスが含まれないようにすること）の励行など、送信者が電子メールの送信にあたって注意すべき点を、ウェブサイト[注106]を通じて周知し、適切な方法での送信を要請しています。これは、送信方法が適切でない場合には、設備保護の観点から該当の電子メールの送信を行った ISP や ASP などからの電子メールが一時的に届かなくなることもあるので、そのような事態を減らすために、送信者への啓発を行っているものです。

（２）自社の契約者が迷惑メールの送信者にならないための対策

送信通数制限

迷惑メールが社会問題化していく中で、2003 年頃から携帯電話から発信される迷惑メールが顕著化しました。このような状況に対応するために、携帯電話事業者は、自社の契約者が迷惑メールの送信者とならないよう、一定期間に送信できる電子メールの通数を制限する措置（送信通数制限）を導入しました。これにより、携帯電話から送信される迷惑メールが抑制されました。

注103 図表３－３－２「携帯電話事業者が発行している利用者向けの冊子など」

注104
・(株)NTT ドコモ「迷惑メールでお困りの方へ」https://www.nttdocomo.co.jp/info/spam_mail/index.html
・KDDI(株)「迷惑メールフィルター設定（@au.com／@ezweb.ne.jp）」
https://www.au.com/support/service/mobile/trouble/mail/email/filter/
・ソフトバンク(株)「迷惑メールの対策」https://www.softbank.jp/mobile/support/mail/antispam/
・楽天モバイル(株)「Q　迷惑メールが届きます。どうすればよいですか？」
https://network.mobile.rakuten.co.jp/faq/detail/00001652/
・「楽メール」※「迷惑メールフィルター機能について」「DMARC による受信メールの認証について」
https://network.mobile.rakuten.co.jp/service/rakumail/

注105
・(株)NTT ドコモ「スマホ・ネット安全教室」https://www.nttdocomo.co.jp/corporate/csr/safety/educational/
・KDDI(株)「スマホ・ケータイ安全教室」 https://www.kddi.com/corporate/csr/lesson/
・ソフトバンク(株)「スマホ教室」https://www.softbank.jp/mobile/special/sumaho-adviser/

注106
・(株)NTT ドコモ「メール送受信する際の注意事項」https://www.nttdocomo.co.jp/service/imode_mail/notice/mass_send/
・KDDI(株)「メール送信時のお願い」https://www.au.com/mobile/service/attention/request/
・ソフトバンク(株)「メールを送受信する際の注意事項」
https://www.softbank.jp/mobile/support/mail/antispam/howto/wrestle/

利用停止措置と迷惑メールに関する情報交換

携帯電話事業者では、自社の契約者から送信された迷惑メールに関する申告窓口[注107]を設け、迷惑メールの送信が確認された契約者に対して利用停止措置を実施しています。

2006 年３月１日からは、迷惑メールの送信により利用停止措置の対象となった契約者の情報を携帯電話事業者間で交換することで、携帯電話事業者を行き来して迷惑メールを送信する行為を未然に防ぐ取組が行われています。

さらに、2006 年４月１日からは、携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律（携帯電話不正利用防止法）[注 108]に基づき、契約時や契約名義変更時に、契約者や譲受人などを公的証明書により本人確認することで、迷惑メールの送信に使用される可能性のある架空名義や名義貸しによる契約や名義変更を防いでいます。

2011 年７月 13 日からは、迷惑メールのうち SMS に関する申告情報を携帯電話事業者間で交換する取組を行っており[注 109]、2016 年 10 月１日からは、SMS に限らず迷惑メールに関する申告情報も交換する取組を行っています[注 110]。これにより、迷惑メールの送信が確認された自社の契約者に対し、契約約款に基づく利用停止措置などを容易に講じることができるようにしています。

（3）迷惑 SMS の被害者を減少させるための対策

受信機能の拡充

利用者に届いてしまう迷惑 SMS を、携帯電話事業者側で一律に制限することは困難であるため、携帯電話事業者では、利用者の意思で特定の電話番号発の SMS のみを受信する機能や、それらを拒否する機能、海外発の SMS を受信拒否する機能を提供しています。また、フィッシング SMS をブロックする機能などがあり、迷惑 SMS 対策として大きな効果をあげています。

（4）プラスメッセージ[注111]を利用した迷惑チャットの被害者を減少させるための対策

受信機能の拡充

利用者の意思で特定の発信者をブロックする機能や、特定のメッセージをブロックする機能、迷惑メッセージ送信者を携帯電話事業者へ通知する機能を提供しています。これらの機能はプラスメッセージアプリから登録・通知が可能です。

注107 図表３－３－３「関係組織や携帯電話事業者が用意している迷惑メール情報提供先」参照。

注108 総務省「携帯電話の犯罪利用の防止」https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/050526_1.html

注109 (一社)電気通信事業者協会「迷惑ＳＭＳに関する申告情報の取扱いについて」https://www.tca.or.jp/mobile/sms-mail.html

注110 (一社)電気通信事業者協会「迷惑Ｅメールに関する申告情報の取扱いについて」
https://www.tca.or.jp/press_release/2016/0907_755.html

注111 ・(株)NTT ドコモ「＋メッセージ（プラスメッセージ）」https://www.docomo.ne.jp/service/plus_message/
・KDDI(株)「＋メッセージ（プラスメッセージ）」https://www.au.com/mobile/service/plus-message/
・ソフトバンク(株)「＋メッセージ（プラスメッセージ）」https://www.softbank.jp/mobile/service/plus-message/

２　サービスプロバイダーの取組

企業や個人などに対して、電子メールの送受信機能を提供する電気通信事業者を、ここではサービスプロバイダーと呼びます。近年は、ウェブブラウザ上で電子メールの送受信を行うウェブメールや、インターネットとの電子メールの送受信時に特定の機能を提供するゲートウェイ型サービス、メールの送受信も含めて全ての機能をクラウド上で提供するクラウド型のサービスなど、様々な形態のサービスプロバイダーがあります。

サービスプロバイダーにおける迷惑メール対策では、広告宣伝メール、フィッシング、ウイルス付メールなどの迷惑メールを、受信時に判断するフィルタリング機能を提供することが一般的です。また、近年では取引先等を詐称して金銭的被害を及ぼすビジネスメール詐欺（BEC [注112]）や、利用サービスを詐称して個人情報の詐取や金銭的被害につながるフィッシングなど、なりすましメールによる被害も増えています。こうした課題に対処するため、送信ドメイン認証技術を導入するなどの取組も行われています。

サービスプロバイダーは、こうした新しい技術や各社の迷惑メールの状況について、迷惑メール対策推進協議会や（一財）インターネット協会の迷惑メール対策委員会、JPAAWG [注113]などの業界団体に参加し、情報共有や対策方法について議論しています。また、国内だけでなく、海外においても、M^{3}AAWG[注114]などに参加し、会合で議論されている世界的な迷惑メールに関する新たな取組や技術の紹介、普及に努めています。さらに 迷惑メール対策に関連する新しい技術については、IETF [注115]といった標準化組織の議論に参加するなど、グローバルにおいても様々な課題に取組んでいます。

なお、提供するサービスは、各サービスプロバイダーによって異なるため、ここでは代表的な取組をメール受信時の対策とメール送信時の対策それぞれに分けて紹介します。

（１）電子メール受信側の対策

サービスプロバイダーの多くは、受信側の対策として、適切に最新の対策技術を導入し、電子メールの利用者を悪質な迷惑メールから防ぐ努力をしています。

迷惑メールフィルターの提供

迷惑メールフィルターは、送信者情報や電子メールの内容、送信側のIPアドレスやドメイン名などから、迷惑メールか否かの判断をします。こうした迷惑メールフィルターの提供元は、日々様々な迷惑メールに関する情報を収集し、判断基準となるデータをいち早く提供することで、迷惑メールの受信を防ぐことができるようになっています。

迷惑メールと判断されたメールのフィルタリングの方法には、通常のメール受信領域以外の、いわゆるゴミ箱フォルダーといった別の領域に保存する方法や、受信前の隔離領域に保存し、メール受信者に配送をするかどうかを判断してもらう隔離方法、そもそもメールを受け取らないために、受信時にエラーコードを応答する方法など、様々あります。

[注112] BEC: Business Email Compromise

[注113] JPAAWG: Japan Anti-Abuse Working Group

[注114] M^{3}AAWG: Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group

[注115] IETF: Internet Engineering Task Force

送信ドメイン認証と認証結果に基づく処理

送信ドメイン認証は、受信するメールの送信者情報の中のドメイン名が、正しい送信者から送られてきたかを確認する技術です。対象とする送信者情報や認証の仕組みの違いによって、SPF と DKIM の二つの技術があり、それらの認証結果を利用して、認証が失敗したメールを送信側のポリシー（処理方法）にしたがった処理が可能な DMARC へと発展してきました。

サービスプロバイダーでは、メール受信時に DMARC 認証を行い、認証結果を規格にしたがった形式でヘッダーに保存し、メール受信者に提示する機能を提供しています。さらに、こうした認証結果を元に、認証が失敗したメールの隔離や、送信元の DMARC ポリシーに従った処理（フィルター）を実行します。DMARC 認証まで実施できれば、さらに認証したドメイン名から受け取りの判断を行う、送信者レピュテーションを利用することも可能になります。

しかしながら、図表４－２－１に示すとおり、多くのサービスプロバイダーが送信時のドメイン名に送信ドメイン認証の設定をしているのに対し、受信時に DMARC 認証まで実施するサービスプロバイダーはまだそれほど多くは無いといった課題があります。

DMARC レポートの送信

メール送信側にとっては、送信したメールが正しく認証できているか、詐称されたメールがどれくらい送られているのか等を把握することは重要です。このため DMARC では、送信側のドメイン名で、これら認証結果等を把握するための DMARC レポートを受け取る機能が仕様として定義されています。

DMARC レポートは、メール受信側から送信側に送られるため、メール受信側でのレポート送信のための機能を新たに組み込む必要があります。DMARC レポートの送信は、メール受信側からみればメリットが無いように思えますが、メール送信側の立場で考えれば有益な情報の一つなので、DMARC レポート送信についても積極的に検討すべきです。

DMARC レポートには、DMARC 認証が失敗した度に送信する失敗レポート（Failure Report）と、定期的に認証結果などをまとめて送信する集約レポート（Aggregate Report）の二種類があります。DMARC レポート、得に失敗レポートには、メール内容に関わる情報が含まれることがあるため、そのレポート送信については慎重な対応が必要です。日本では、既に総務省により法的な整理がなされていますので、その内容を確認し、適切な DMARC レポートを送信するべきです。

利用者への啓発

サービスプロバイダーは、既存の利用者に新たに迷惑メールフィルターを導入する場合や、新たな迷惑メール対策機能を導入する際には、原則として利用者の同意を得る必要があります。こうした対策機能は、メール利用者を守る目的もありますので、サービスプロバイダーは、なるべく多くの利用者に同意してもらえるよう、また適切に設定してもらうように、導入する機能を利用者に適切に説明し、それによる効果を正しく伝える努力をしています。

このため、サービスプロバイダーでは、受信したメールの送信ドメイン認証の結果や、迷惑メールフィルターの判定結果などを、ウェブメール上で視覚的に判断できるように表示する機能を開発したり、これら対策手法の結果を、利用者マニュアルなどで説明するなど、利用者に対する情報提供を行っています。

（２）電子メールの送信側の対策

電子メールの受信側の対策が強化されるに従い、電子メールが届きにくい状況も発生しています。サービスプロバイダーの多くは、送信側としても迷惑メールなど不要なメールを送信しない仕組みや、最新の技術に対応した適切な設定を行うことで、利用者の電子メールが正しく届けられるように努力しています。

送信者認証（SMTP-AUTH）と踏み台利用対策

サービスプロバイダーの多くは、送信者認証を導入しており、その認証結果とメール送信履歴を一定期間保存しています。これらの情報を利用し、送信者認証のための ID やパスワードを詐取されて送信メールサーバーが悪用 （踏み台利用）された場合に、利用された ID の一時的な利用停止や、パスワード変更するなどの対策を行なっています。

利用者の ID とパスワードの不正利用を防ぐために、海外からのメール送信をあらかじめ禁止できる機能を提供しているサービスプロバイダーもあります。利用者にこの機能を ON にしてもらうことで、海外からの踏み台利用を抑制することができます。さらに、長期間利用されていない ID の利用を停止する措置を実施しているサービスプロバイダーもあります。長いあいだ利用されていない ID は、不正なアクセスがあった場合でも気づきにくいことが多く、不正に利用される危険性が高くなります。そのため、このような ID を利用できない状態にすることで、不正利用を防ぐことができます。

送信ドメイン認証

送信する電子メールを受信側に正しく判断してもらうために、サービスプロバイダーの多くは、送信側として送信ドメイン認証技術を導入しています。

具体的には、SPF や DMARC を導入している場合には、利用する送信側のドメイン名に対して SPF レコードと DMARC レコードを DNS サーバーに設定しています。DKIM を導入している場合には、送信メールサーバーに DKIM 署名追加機能を導入し、送信される電子メールそれぞれに電子署名を作成しメールヘッダーに付与します。

また、送信ドメイン認証技術を導入した後も、受信側で常に正しく認証されるよう、メールシステムの変更時の設定情報の変更や、電子署名に用いる暗号鍵の定期的な交換などを行っています。DMARC による送信ドメイン認証が受信側での判断に適切に用いられるためには、送信される電子メールの送信者情報が適切に設定されている必要があるため、電子メールの投稿を受け付ける際に、不適切な送信者情報が設定されていないかを確認し、不正なドメインを利用している場合には受付を拒否する取組をしているサービスプロバイダーもあります。

DMARC レポートの利用

送信するメールのドメイン名に DMARC レコードを設定し、DMARC レコードで失敗レポート（ruf）あるいは集約レポート（rua）のパラメーターで DMARC レポートの受信先メールアドレスを記述することで、DMARC レポートを受信することができます。これらの DMARC レポートを受信することで、意図せず認証が失敗している正規のメールを把握できますので、SPF あるいは DKIM の設定を見直すことができるようになります。

DMARC の集約レポートは、仕様として XML 形式の圧縮ファイルとして添付（MIME フォーマット）することが決められています。そのため、通常のメールと同様に扱うよりは、受信後に計算機等で解析することで、わか

りやすい結果が得られることになります。こうした DMARC レポートの解析を、メール送信ドメイン側に代わって提供するサービス事業者もあります。

OP25B の実施

インターネット接続を提供するサービスプロバイダー（ISP）では、接続のたびに提供する IP アドレスが変わる動的 IP アドレスが、迷惑メール送信に悪用されてきたことから、動的 IP アドレスからのメール送信経路を止める OP25B の導入を提唱してきました。

図表４－２－１のとおり、サービスプロバイダーの多くは OP25B を導入することで、迷惑メールの送信を防いでいます。また、OP25B の導入にあわせて、メール投稿用サーバーでは 587 番ポート（または 465 番ポート）によるメール投稿ができるように設定するとともに、メールソフト（MUA など）で適切な設定ができるように、利用者への周知を行っています。

利用停止などの取組

サービスプロバイダーの送信メールサーバーは、電子メールの利用者で共有利用されています。そのため、一部の利用者でも迷惑メール送信を続けて行なった場合、その送信メールサーバーがブロックリスト等に登録されてしまい、多くの受信メールサーバーで受け取りが拒否されてしまう場合があります。つまり、一部のメール利用者が原因で、多くのメール利用者がメール送信できなくなってしまうことになります。

迷惑メールが送信される理由としては、メール利用者が意図的に迷惑メールを送信する場合と、マルウェアなどに感染しボット化することで、外部の C&C サーバーなどからの指示によって送信する場合、前述したように利用者の ID とパスワードを窃用する場合など、いくつかのケースがあります。いずれにしても、利用者の同意に基づきこうした行為を検知した時点で当該利用者を一時的に利用停止することで送信を止め、利用契約を解除したり、PC でウイルスチェックしてもらったり、パスワードを変更してもらうなど、恒久的な改善のための措置を実施します。

サービスプロバイダーが送信メールサーバーの不正利用を見つけるためには、大量のメール送信が一定の期間で続いた場合や、メールの投稿元の IP アドレスが短時間で極端に地理的に離れた場所から利用していないかを調べる方法などがあります。また、ブラックリストに登録されていないか、メールの受信側から拒否されていないかを調べる方法もあります。さらに、メール受信側から迷惑メール送信に関する苦情やレポート（フィードバックループ）を受け取る方法もあります。迷惑メールを送信していた場合、その迷惑メールの情報があれば、送信に利用された利用者情報を特定することができます。なお、これらの対策を実施するためには、利用者の同意に基づいて実施する必要があります。

利用者への啓発

サービスプロバイダーでは、迷惑メールの送信などの不正利用を検知できる仕組みを用意する場合もあり、そうした対策を実施していることを利用者に周知・啓発しています。

３　セキュリティベンダーの取組

メール対策ソリューションを開発、提供するセキュリティベンダーは、迷惑メール数の削減および迷惑メールにより発生する被害の回避を目的として、メール対策ソリューションの提供およびサポートを行っているほか、迷惑メール対策推進協議会、フィッシング対策協議会、JPAAWG、M³AAWG [注116]など、国内外の迷惑メール対策について議論する場で活動を行っています。

（１）迷惑メールの状況レポートの作成

セキュリティベンダーは、メール対策ソリューションが検知する情報やリサーチャーによる調査などをもとに、迷惑メールの件数推移や手口の傾向などをレポートとしてまとめ、定期的に公開しています。これらには、変化する迷惑メールの本文、不正な添付ファイルの解析結果や送信元情報など、迷惑メール対策に有用な情報が含まれています。迷惑メールを起点にウイルス感染、詐欺、情報漏えいなど、様々な脅威につながる可能性があり、レポートでは特定の迷惑メールによる具体的な手口やリスクなども紹介しています。

また、より迅速に迷惑メール関連情報を提供するため、ウェブサイト上で最新の情報を逐次報告しているセキュリティベンダーや、利用者へのメール配信または公式 SNS アカウントで注意喚起を行っているセキュリティベンダーもあります。

（２）迷惑メール対策の新技術の開発と取組

セキュリティベンダーは、ビジネスメール詐欺（BEC）や認証情報の詐取を目的とするクレデンシャルフィッシングのような巧妙化する迷惑メールに対抗するため、機械学習を含む AI 技術など最新の技術を積極的にメール対策ソリューションに導入することで対策を強化しています。すでに「ビジネスメール詐欺（BEC）のような巧妙ななりすましメールに対して、メールの書き方をもとに真偽を判定する」「メール内の URL から偽のログイン画面に誘導するクレデンシャルフィッシングに対して、ログイン画面の画像解析などから真偽を判定する」といった新たな技術を取り入れているセキュリティベンダーもあります。なお、迷惑メールで使われる手段の一つであるソーシャルエンジニアリング攻撃[注117]に対して、メールのヘッダー情報や本文などを精査する際にも機械学習を含む AI 技術が用いられています。

近年においては電子メールだけでなく、SMS を悪用した攻撃（スミッシング）や本人になりすました音声による詐欺（ビッシング）も増加しているため、それらへの対策を含む製品を提供しているセキュリティベンダーもあります。具体的には、SMS に含まれるドメイン名や URL の安全性を判定する機能が提供されています。

また、セキュリティベンダーは、IETF における標準化活動以外にも、M³AAWG などの迷惑メール対策を行う組織の活動に参加し、新技術の紹介、迷惑メール対策についての利用者からの要望のヒアリング、セキュリティベンダー間の垣根を超えた協調などを行っています。

注116 各団体の活動については、「第４章第４節　関係組織による取組」を参照。

注117 パスワードなどの重要情報を、マルウェアやシステムの脆弱性などを使用せず、人間の心理的な隙やミスに付け込んで盗み出す攻撃。例えば、正規の会社からのメールと同じ見た目の不正メールを送信することで、受信者から認証情報を窃取する「フィッシングメール」などがこれに該当します。

（3）迷惑メール対策製品の性能向上

セキュリティベンダーが提供するメール対策ソリューションにおいては、SPF、DKIM、DMARC などの送信ドメイン認証技術の導入とともに様々な情報や技術を活用することで迷惑メールの検知性能向上が図られています。例えば、迷惑メールを送信している IP アドレスのデータベースとして、セキュリティベンダーが独自に収集している情報だけでなく、RBL [注118]や SURBL [注119]など団体・企業が提供している情報を活用することで不正な送信元 IP アドレスを広範囲にカバーしています。また本文中に含まれる不正な URL リンクの判別、送信元認証のすり抜けを狙うなりすましメールなどに対して、ヘッダー情報を精査する技術などを採用しています。他にも、メール本文において迷惑メールでよく使われる言葉の言い回しをヒューリスティックで検知する技術も登場しています。加えて、マルウェアを伴う有害な迷惑メールに対してもメール本文中の URL や添付ファイルの安全性チェック、サンドボックス機能[注120]による検査を行い、異なる複数の技術を用いた多層の対策で性能を高めています。

特に国内に強みを持つセキュリティベンダーでは、日本語で流通している迷惑メールの収集・解析を通じ、国内の利用者が直面している迷惑メールをいち早く検知できるよう、迅速な検知対応を行っています。最近の傾向として、クラウドメールの利用が拡大する中で、クラウドメールサービスのセキュリティ強化に対応するためのソリューションを強化し、提供しているセキュリティベンダーもあります。

また近年では、万が一上記の技術による検知を逃れた巧妙な迷惑メールが届いてしまった場合を想定して、メールボックス内の各メールの脅威度数を視覚的に表示し事後対応の支援を行うことや、各端末での挙動(サーバーとの通信、他端末とのやり取りなど)を監視することで、マルウェア等を早期発見・隔離する技術なども開発されています。こちらは、侵入の防御ではなく、被害の発生の防止・抑制を実現することを目的としています。

（4）DMARC レポートの提供

昨今のセキュリティベンダーが提供するメール対策ソリューションにおいては、SPF、DKIM、DMARC などの送信ドメイン認証と関連して、DMARC レポート（集計レポート、失敗レポート）を生成する機能も合わせて提供しています。送信側は、これらの DMARC レポートがフィードバックされることによって、正規メールが不十分な認証設定のために届かないケースをいち早く検知し、そして対策を講じることができます。一方受信側も、DMARC レポートを生成する過程で様々なデータを集計するため、IP やドメイン名のレピュテーションに活用できる場合もあります。

（5）迷惑メールのフィードバック窓口

メール対策ソリューションを提供しているセキュリティベンダーでは、迷惑メールのフィードバック窓口を設け、利用者からの様々な迷惑メールに関する情報提供を受け付けています。迷惑メールの情報提供を簡単に行えるようプラグインツールを提供しているセキュリティベンダーもあります。また、通常のメールが迷惑メールとして検知されたケース（誤検知）の報告も受け付けており、実際の迷惑メールと誤検知したものの双方のデータを分析し、迷惑メールの検知精度向上に役立てています。

[注118] Realtime BlockList/Realtime Blackhole List の略で、迷惑メールの中継・発信元の IP アドレスをまとめたブラックリスト。インターネット上では様々な組織や個人がまとめた RBL が公開されている。

[注119] Spam URL RBL の略で、迷惑メールや不正サイトで用いられる URI をまとめたリスト。

[注120] 隔離または保護された領域で不審なプログラムを実行することで、問題が発生してもほかのプログラムに影響を及ぼさずに不正な挙動を検出する仕組みのこと。

４　配信サービス事業者の取組

（１）メール配信サービス事業者の取組

メール配信サービス事業者は、メールマーケティングを行う者など（電子メールの送信者）に対して、メール配信に関連するシステムを提供しています。各社では、それぞれのサービス提供にあたって、迷惑行為に対する対応方針を定め、その内容をウェブサイトに掲載するなどして、サービスが迷惑メールの送信に利用されないようより適切に電子メールの配信が行われるようにするなど、迷惑メール対策の取組を実施しています。

契約時の確認

メール配信サービスが悪用され、迷惑メールの送信に用いられることがないように、契約時に、申込み企業が実在するかどうかの確認やその企業の事業内容などの確認、送信側のドメイン名の登録確認（申込み企業がそのドメイン名を使う権限を有しているかどうかの確認）を行っているメール配信サービス事業者があります。

また、特定電子メール法や特定商取引法上の表示義務などの関係法令に反した運用が行われないようにするため、送信するメールの内容の確認やコンサルタントによる導入支援を行っているメール配信サービス事業者もあります。

送信リスト適正化のための機能の提供

電子メールの送付先のリストが適正に管理されていないと、アドレス変更やアカウント解約により使われなくなった電子メールアドレスへ電子メールが配信され受信者に到達しない配信エラーになります。配信エラーを大量に含んだ電子メールの配信は、受信事業者の負担になるとともに受信制限の対象となる場合もあるため、配信エラー率を低下させるための取組がメールマーケティングなどを行う事業者に求められます。

個々のメール配信サービス事業者では、配信エラー率を低下させ、不要な電子メールの送受信を削減するために、エラーメール（配信エラーの際に受信側のメールサーバーから返送されてくるエラーの通知の電子メール）の分析・配信停止機能を提供するとともに、配信エラー率の高い送信者に対する送信リストの適正化の啓発や、一定以上のエラーメールが送信された場合の送信者への改善要請などの措置を行っています。

また、電子メールの受信者から迷惑メールであるとのフィードバックがあった場合やList-Unsubscribeによる退会要求があった場合に自動で退会処理を行う機能を提供しています。

迷惑メールが送信された場合の対応

契約時の確認などにもかかわらず、メール配信サービスを利用して迷惑メールの送信が行われてしまうような事態に対応するため、大手のほとんどのメール配信サービス事業者では、迷惑メールの送信行為は契約約款上の禁止行為に該当することと規定し、遵守状況を定期的に調査しています。また、迷惑メールの送信が確認された場合には、送信者への警告、利用停止、契約解除などの措置を実施しています。

技術的な対応

大手のほとんどのメール配信サービス事業者では、迷惑メールに対する技術的な対策の一つである送信ドメイン認証（SPFやDKIM、DMARC）を、サービスを利用するメールマーケティングなどを行う事業者などが容易に設定できるように、設定方法の周知や設定内容の無料確認を実施しています。

また、送信ドメイン認証が正しく設定されていないため「なりすましメール」と誤解されることのないよう、メール配信用の操作画面上で送信ドメイン認証の設定状況を自動的に判断して、適切でない場合には警告を表示し、正しく設定されている状態でのみメール配信ができる安全装置のようなチェック機能や、送信に用いるドメインの運用をメール配信サービス事業者に委任することで、利用者にとって複雑な送信ドメイン認証の対応を容易にする機能などを提供している事業者もあります。

さらに、事前に申請されていない From アドレスからの送信の制限や、不適切な内容を含む電子メールが送信されていないかの確認などを行っているメール配信サービス事業者もあります。

その他の措置

2008 年に特定電子メール法および特定商取引法が改正され、オプトイン規制が導入されたことを受けて、ダブルオプトイン機能（通知などがなされた電子メールアドレスに対し広告・宣伝内容を含まない確認の電子メールを送付し、当該電子メールに対して返信などの受信者本人の操作があって初めてその後の特定電子メールについての同意を確定する機能のこと）、オプトインの記録保存機能などを提供しているメール配信サービス事業者もあります。

（2）SMS 配信サービス事業者の取組

SMS を活用した配信サービスには、個人利用を目的とした個人間の送受信と、企業と個人間の送受信の 2 種類が存在します。

携帯電話事業者のネットワーク内で配信が完結する個人間の SMS である P 2 P-SMS サービス（P2P：Person to Person）と異なり、SMS 配信サービス事業者が行っているのは、企業から個人向けに SMS を配信するサービスで、法人向け SMS 配信サービスまたは A2P-SMS サービス（A2P：Application to Person）と呼んでおります。これは、企業が携帯電話番号の持ち主である個人から SMS の配信リクエスト・許諾を受け付けて、携帯電話にメッセージを届けるサービスです。

A2P-SMS サービスの配信経路には、「国内 A2P ルート」「国内 P2P ルート」「海外ルート」の 3 種類があり、SMS を受信した場合の送信元の表示がそれぞれ異なります。（図 4 － 3 － 1）

国内 A2P ルートを提供する事業者は、国内の携帯電話事業者との間の法人向け SMS 配信サービス契約に基づき迷惑 SMS とならないような取り決めがなされております。サービス提供にあたっては、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」（特定電子メール法）等に基づく迷惑行為に対する対応方針を定め、事前審査を行うなどをして、サービスが迷惑 SMS の送信に利用されないようにするとともに、より適切な SMS 配信が行われるようにするなど、迷惑 SMS 対策の取組を実施しています。

加えて、国内 A2P ルートでは SMS を受信した場合の送信元の表示が、0005 で始まる 10 桁の番号も SMS 利用企業が選択可能であり、その場合は受信する側の携帯キャリアに関係なく同じ送信元であることから、受信する人が比較的理解しやすい送信元となります。（図４－３－１）

一方、「国内 P2P ルート」「海外ルート」では、迷惑 SMS 等に利用されないようにする事前審査の手続は存在しておりませんので、ここでは主に国内 SMS 配信サービス事業者の取組を紹介します。

契約時の確認

国内 A2P ルートを提供する事業者は、SMS 配信サービスが悪用され、迷惑 SMS の送信に用いられることがないようにするために、契約時に、申込み企業が実在するかどうかの確認やその企業の事業内容などの確認および送信目的・用途などの事前確認を行っています。

迷惑 SMS が送信された場合の対応

法令順守を重要視する国内 A2P ルートを提供する事業者は、迷惑 SMS の送信行為は契約約款上の禁止行為に該当することとして規定しています。携帯電話事業者と連携するなかで、迷惑 SMS の送信が確認された場合には、送信者への警告、利用停止、契約解除などの措置を実施しています。

技術的な対応

国内 A2P ルートを提供する事業者は、迷惑 SMS が送られないよう、送信元企業の電話番号（国内の０３、０５０、０１２０などから始まる電話番号）などを、SMS 送信時の送信元番号として携帯電話事業者側で登録し、送信しております。これにより、登録していない他者による送信元なりすましを防止するとともに、登録した送信元企業による迷惑 SMS が発生した場合の送信者特定に寄与しています。

また、国内 A2P ルートを提供する事業者は、原則として「国内 P2P ルート」「海外ルート」を用いた SMS 配信を許可しておりません。理由は「国内 P2P ルート」「海外ルート」では、携帯電話事業者による事前審査がないことから、送信元のなりすましが防止されないため、第三者を装った SMS の送信が容易であり、「結果的に送信元企業の不利益となることを避けるべき」との考え方によるものです。

加えて、2022 年 1 月以降、各携帯電話事業者による迷惑 SMS 対策として、不正な SMS を送信しない仕組みの導入を進めており一定の成果が確認されています。（詳細は「第４章第３節１．携帯事業者の取り組み」の「（3）迷惑 SMS の被害者を減少させるための対策」を参照）

図 4－3－1　企業から送信される SMS の送信元

			国内P2Pルート	海外ルート（国際網・グレールート）	国内A2Pルート（国内直接接続・正規ルート）	参考：日本以外の国
			フィルタリングは行うが、携帯キャリアは利用企業の管理なし	フィルタリングは行うが、携帯キャリアは利用企業の管理なし（＝ホールセール）	携帯キャリアでの事前登録有	
送信元	アルファベット	例）Amaz●n, RAKUT●N, Go●gle ※固有名詞のため、●を利用して記載		Amaz●n、銀行などのなりすまし	携帯キャリアのみ利用可	多数の国で、事前登録を前提に企業が利用
				企業が利用（なりすまし可を許容）		
	海外電話番号	国番号から始まる番号 例）+1XXXXXX（米国の場合）		Amaz●n、銀行などのなりすまし		
				企業が利用（なりすまし可を許容）		
	ショートコード	例）1416，157 0005から始まる10桁（4キャリア共通） 2から始まる5-6桁（ソフトバンク） 0009から始まる8桁（KDDI）			企業が利用	
	国内電話番号（固定系）	例）03等市外局番から始まる番号 050，0120から始まる番号			企業が利用	米国では、事前登録を前提にフリーダイヤル利用が一般
	国内電話番号（携帯）	例）090等から始まる13桁	Amaz●n、銀行などのなりすまし（マルウエア感染スマホ、SIMボックス）		双方向SMSで一部利用があり、ショートコードへ移行中	多数の国で、SIMボックスは不正な利用との位置づけ
			企業が利用（コスト重視）			

正規SMS
スミッシング等、不正SMS

SMS の次世代サービスとしての＋メッセージ公式アカウント提供

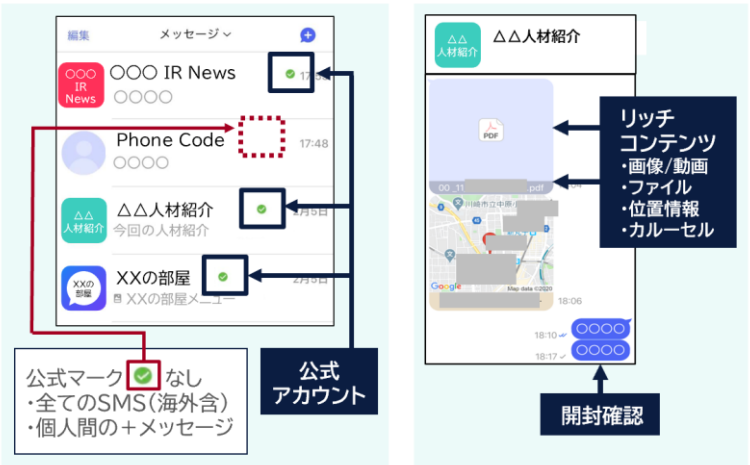
＋メッセージは 2018 年 5 月に NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンクが提供を開始したメッセージサービスです。GSMA（GSM Association） で世界的に標準化されている RCS（Rich Commun

ication Services） に準拠しており、携帯電話番号宛てのテキストの送受信に加え、写真や動画などの送受信やグループチャットといっ た、リッチコミュニケーションが可能となっています。

企業と個人間の送受信については、SMS 配信サービス事業者等が企業向けサービスを提供しており、企業の公式アカウントには公式マークとアイコンが付きますので、なりすましによる迷惑 SMS との区別が受信したユーザー側で容易に判断可能です。

2024 年 2 月には、2024 年 1 月末時点で利用者数が 4,000 万を突破したことが NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンクから発表されています。また、Apple 社がメディアを通じて、iPhone の自社メッセージアプリにおける 2024 年後半の RCS 対応を公表していることからも、今後更なる普及が期待されています。

図表 4－3－2　＋メッセージ公式アカウントの公式マーク、アイコン



第4章第4節　関係組織による取組

1　(一財)日本データ通信協会　迷惑メール相談センター

（1）概要

(一財)日本データ通信協会では、2002 年７月に、迷惑メール相談センターを設置しました。センターでは、現在までに、以下の業務を通じて、電子メールの利用環境作りに取り組んでいます。

（2）主な活動内容（括弧内の数値は 2021 年年度～2023 年度の実績）

迷惑メールに関する電話相談受付

迷惑メールを受信して困っている方や、トラブルに巻き込まれそうになっている方などからの相談を電話で受け付け、対処方法や適切な相談窓口を案内しています（2021 年度：2,241 件、2022 年度：1,848 件、2023 年度：1,655 件）。なお、最近では広告宣伝メールに関する相談以外では、架空請求に関する相談が多く寄せられています。

迷惑メールの収集

センターで設置したモニター機により迷惑メールを収集するとともに、迷惑メールを受信した方から特定電子メール法に違反していると思われる電子メールの提供を受け付けることでも収集しています（2021 年度：約 1,421 万件、2022 年度：約 1,494 万件、2023 年度：約 1,110 万件）。

迷惑メールの分析

収集した迷惑メールについて、その内容などを確認し、特定電子メール法違反の有無、送信元 ISP（モニター機で受信する直前のサーバーを管理する ISP）、発信国などの分析を行っています。分析結果は、総務省および消費者庁へ報告し、両省庁による特定電子メール法の執行に活用されています。

関係機関への情報提供

（ア）迷惑メール追放支援プロジェクトへの協力

民間事業者による自主的な迷惑メール対策を促す「迷惑メール追放支援プロジェクト」に協力し、収集した迷惑メールのうち特定電子メール法違反に当たる電子メールに関する情報を、総務省との連名で、送信元 ISP に通知し（2021 年度：約 6,000 件、2022 年度：約 6,000 件、2023 年度：約 6,000 件）、送信者への警告や利用停止措置などの契約約款に基づく措置を促しています。

（イ）外国執行機関への情報提供

特定電子メール法違反の電子メールのうち、カナダから送信されたものについては、法第 30 条に基づき、総務省を通じて迷惑メール対策にあたるカナダの執行機関へ情報提供を行うことで、当該国の制度に基づく送信者への対応を促しています。

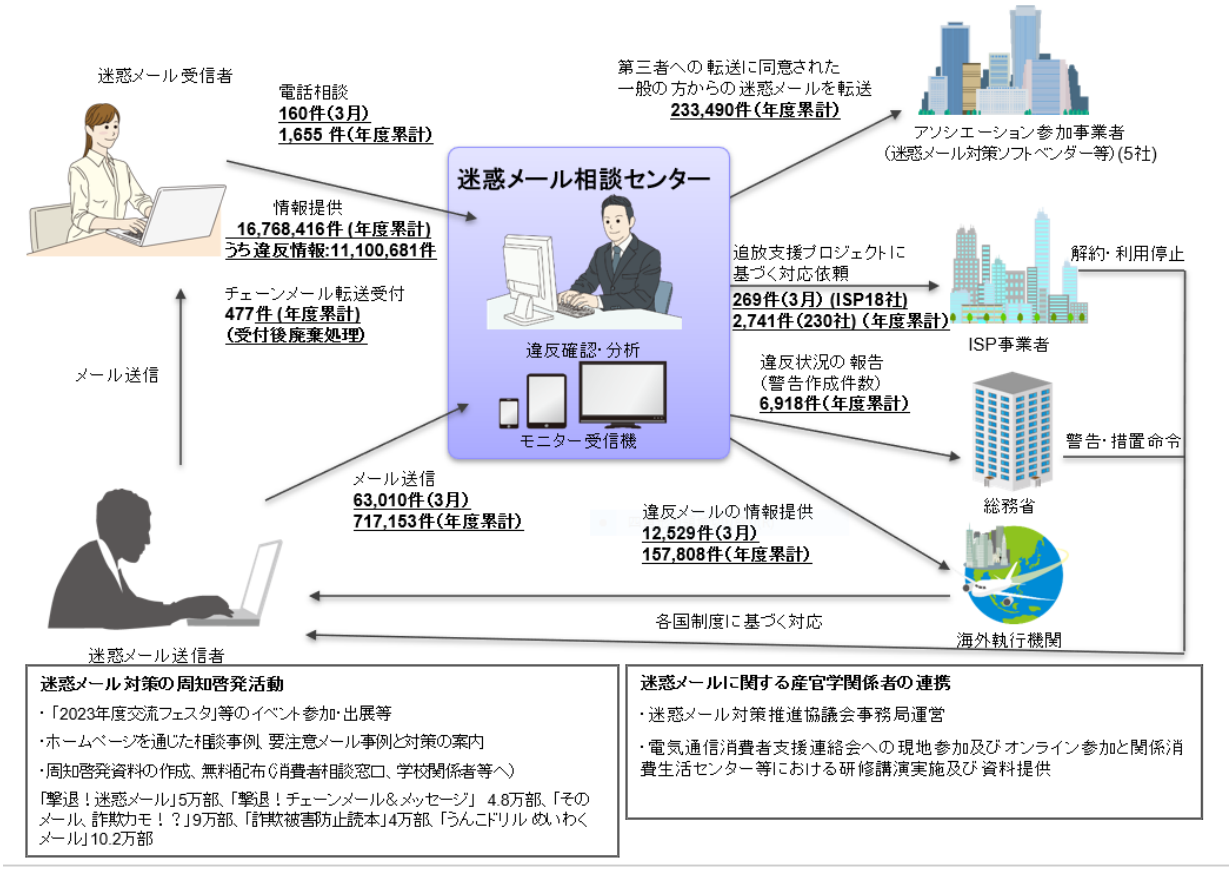
セキュリティベンダーなどへの情報提供

2008 年 1 月に迷惑メール情報共有アソシエーションを設立し、協力者から提供された迷惑メールをセキュリティベンダーをはじめとするアソシエーション参加事業者に提供しています（2021 年度：約 44 万件、2022 年度：約 35 万件、2023 年度：約 23 万件）[注 121]。このアソシエーションでは、アソシエーション参加事業者への情報提供に同意した方から提供された迷惑メールを参加事業者に提供することで、迷惑メール対策製品の開発などに役立てることを目的にしています。

一般消費者への周知・啓発

迷惑メール対策の周知・啓発活動として、センターのウェブサイトにおいて、迷惑メール対策の紹介、調査研究成果の公表などを行っています。また、迷惑メール対策やチェーンメール対策などについての各種パンフレットの作成・配布を行っています。

図表４－４－１　迷惑メール相談センター活動模様(2023 年度)



注121 (一財)日本データ通信協会「迷惑メール情報共有アソシエーション」　ttps://www.dekyo.or.jp/soudan/contents/sinfo/index.html

２　(一財)インターネット協会　迷惑メール対策委員会

（１）概要

(一財)インターネット協会では、2004 年から、ISP などメールサービスに関わる事業者、学識経験者を含むメンバーにより迷惑メール対策委員会を構成し、様々な活動を行っています。委員会は、2011 年度に一定の成果が得られたことを理由に活動を休止しましたが、2013 年度から新たな迷惑メール対策技術の普及が必要と判断し、活動を再開しているところです。

（２）主な活動内容

定例会合を通じた情報共有など

月１回程度の定例会合を開催し、DMARC をはじめとする迷惑メール対策技術などの普及状況や設定状況に関する情報共有、迷惑メール対策カンファレンスの企画検討、その他の迷惑メール対策に関わる各種イベントやメールサービスの状況などの情報共有を行っています。

迷惑メール対策カンファレンスの開催

委員会が継続して取り組んでいる代表的なイベントとして迷惑メール対策カンファレンスがあり、カンファレンスでは、様々な立場の方が参加し、情報共有や活発な議論が行われているところです。カンファレンスは、2014 年には迷惑メール対策を行う各国の執行機関などによる会合である LAP（現 UCENet [注122]）の第 10 回会合（LAP10 TOKYO）と併催し、2015 年からは、複数のセキュリティ関連イベントを集中的に開催する「Security Week」において、ESC [注123]を東京と大阪で合同開催し、2018 年からは国際的なセキュリティ対策団体である M^{3}AAWG [注124]の日本の地域ワーキンググループ JPAAWG [注125]の General Meeting と併催したことで、参加者の層がより幅広くなり、迷惑メール対策の周知・啓発活動に役立てられています。

迷惑メール対策に関する調査研究

なりすましメール対策として DMARC の普及を目指し、JPRS [注126]との共同研究契約により、jp ドメイン名に対する DMARC を含めた送信ドメイン認証技術やメールセキュリティに関連した調査を行っています。[注127]

注122 Unsolicited Communications Enforcement Network
注123 Email Security Conference の略称で(株)ナノオプト・メディアが主催し、主に電子メールに関するセキュリティを取り扱うイベント
注124 Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group
注125 Japan Anti-Abuse Working Group。第４章第４節の「6　JPAAWG」参照
注126 株式会社日本レジストリサービスの英文名称（Japan Registry Services Co., Ltd.）
注127 参考編第６節「送信ドメイン認証技術の導入状況」参照

図表４－４－２　第 23 回迷惑メール対策カンファレンスはハイブリッド（２日間）で JPAAWG の General Meeting と併催

有害情報対策ポータルサイト迷惑メール対策

迷惑メール対策に関わる様々な情報を提供する「有害情報対策ポータルサイト迷惑メール対策編[注 128]」を運営しています。DMARC の技術規格である RFC7489、メール配信事業者・ISP およびメールボックスプロバイダー・ブロックリストのベストプラクティス（M^{3}AAWG の技術文書）の翻訳、ドイツのインターネット産業団体である eco が公表しているドイツ法における DMARC 準拠に関する報告の翻訳（英日対訳）をポータルサイトへ掲載しています。

また、(一財)インターネット協会も作成に協力した「なりすまし対策のポータルサイト　ナリタイ[注129]」のリンク情報などについても掲載しています。

ポータルサイトの掲載内容に関する問い合わせに随時対応しています。

国際連携

電子メールを健全化していくためには、グローバルでの連携が欠かせません。今後も、M³AAWG や DMARC を推進する組織である DMARC.org [注 130]など、迷惑メール対策および対策技術に関係する組織と様々な形で連携して活動していきたいと考えています。

注128 (一財)インターネット協会「有害情報対策ポータルサイト　－迷惑メール対策編－」 https://salt.iajapan.org/wpmu/anti_spam/
注129 なりすまし対策のポータルサイト　ナリタイ　https://www.naritai.jp/
注130 DMARC.org のウェブサイト　https://dmarc.org/

３　(独)国民生活センター

（１）概要

(独)国民生活センター（以下「センター」という。）は、1970 年 10 月に特殊法人国民生活センターとして発足し、その後「独立行政法人 国民生活センター法」に基づき、2003 年 10 月に独立行政法人に移行しました。

センターでは、「消費者基本法」に基づき、関係省庁や全国の消費生活センターなどと連携して、消費者問題における中核的機関としての役割を果たすため、消費生活に関する情報を収集し、消費者被害の未然防止・拡大防止に役立てています。また、消費生活センターなどが行う相談業務を支援するとともに、裁判外紛争解決手続（ADR）を実施しています。さらに、苦情相談解決を図る商品テストや、広く問題点を情報提供するための商品群のテスト、地方自治体の消費者行政担当職員・消費生活相談員などを対象とした研修、生活問題に関する調査研究を実施し、様々なメディアを介して消費者への情報提供を積極的に行うなど、一人一人の消費者が安全かつ安心な生活を送れるよう努めています。

（２）主な活動内容

PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）

近年の消費者を取り巻く社会環境は、サービスの多様化や情報化、グローバル化などの進展により大きく変化しています。それに伴い、消費生活をめぐる問題も多様化・複雑化しています。

センターでは今後ますます、多様化・複雑化する消費者被害に迅速に対処するため、全国の消費生活センターなど（約 1,250 箇所）とオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積する PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）と呼ばれるデータベースを運営しています。収集された情報は、行政機関による消費者被害の未然防止・拡大防止のための法執行への活用、国や地方公共団体の消費者政策の企画・立案および国民への情報提供、地方公共団体の消費生活相談業務に対する支援などに活用されています。

迷惑メールに関する消費者への注意喚起

全国の消費生活センターなどには、年間約 90 万件もの様々な消費生活相談が寄せられています。その中には希望していないのに携帯電話やパソコンなどに届く迷惑メールなどに関する相談が多数みられており、2022 年度は約２万 5,000 件、2023 年度は約１万 6,000 件の相談が寄せられています（2024 年２月末時点）。

近年では、事業者や公的機関などの実在する組織をかたる SMS（ショートメッセージサービス）やメールを送信し、個人情報を詐取したうえ、クレジットカード等を不正利用するフィッシングに関する相談が多く寄せられており、相談事例では、大手通販サイトを名乗るメールが届き、クレジットカード番号を入力したら不正利用されたというケースや、宅配業者を名乗る不在通知の SMS が届き、パスワード等を入力したらキャリア決済で不正に課金されたというケースなどがみられます。また、自分が利用している銀行を名乗るメールが届き、パスワ

ード等を入力したら口座から不正に送金されていたというケースもみられます。このためセンターでは、2023年11月に同種の相談事例や手口を紹介し、消費者に注意を呼びかけました[注131]。

その際、消費者へのアドバイスとして、事業者や公的機関などの SMS やメールを見るときは、日頃利用している事業者等からでも、まずフィッシングを疑うこと、記載されている URL にはアクセスせず、事前にブックマークした正規のサイトの URL や、正規のアプリからアクセスすること、またフィッシングサイトにアクセスしたと気づいたら、ID・パスワード、クレジットカード番号等は絶対に入力しないこと等を呼びかけました。あわせて、不安に思ったりトラブルに遭ったりした場合は、最寄りの消費生活センター等に相談をするよう注意喚起を行いました。

※消費者ホットライン：「188（いやや！）番」

最寄りの市町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の３桁の電話番号です。

※警察相談専用電話：＃9110

図表４－４－２　報道機関向けの公表資料

独立行政法人
国民生活センター
【法人番号 4021005002918】

報道発表資料

令和５年11月８日
独立行政法人国民生活センター

その URL のクリック、ちょっと待って！
-SMS やメールでの“フィッシング詐欺”の相談が依然高水準！-

全国の消費生活センター等には、事業者や公的機関などの実在する組織をかたる SMS（ショートメッセージサービス）やメールを送信し、パスワードや ID、暗証番号、クレジットカード番号などの個人情報を詐取したうえ、クレジットカード等を不正利用するフィッシングに関する相談が引き続き多く寄せられています。フィッシング対策には日頃からの心構えが重要です。以下のチェックリスト[1]を活用し、より一層ご注意ください。

フィッシング対策のチェックリスト

＜事業者や公的機関などの SMS やメールを見るときは＞
★日頃利用している事業者等からでも、まずフィッシングを疑う
★記載されている URL にはアクセスせず、事前にブックマークした正規のサイトの URL や、正規のアプリからアクセスする
★事前のブックマークがない場合や、少しでも不安に思う点があれば、事業者等の正規のサイトでフィッシングに関する情報がないか確認する

＜フィッシングサイトにアクセスしたと気づいたら＞
★ID・パスワード、クレジットカード番号等は絶対に入力しない
★フィッシングサイト上のアプリをダウンロードしない

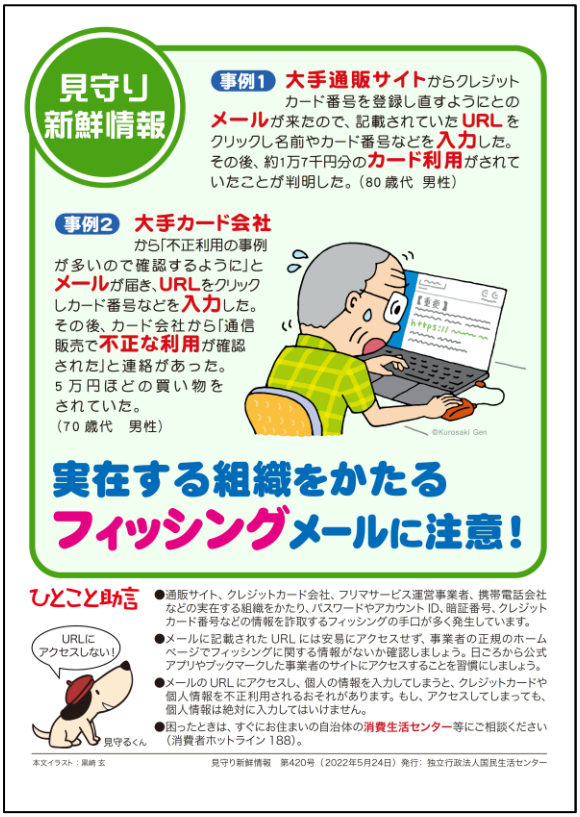
＜フィッシングサイトに情報を入力してしまったら＞
★同じ ID・パスワード等を使い回しているサービスを含め、すぐに変更する
★クレジットカード会社や金融機関などに連絡する

＜日ごろからの事前対策＞
★セキュリティソフトや携帯電話会社の対策サービス等を活用する
★ID・パスワード等の使い回しをしない
★クレジットカードやキャリア決済、インターネットバンキングの利用明細はこまめに確認する
★あわせて、利用限度額を確認し必要最低限の金額に設定する

[1] フィッシング対策の詳細は、国民生活センター公表資料「通販サイト、カード会社、宅配便事業者などをかたる偽 SMS・メールに警戒を！－身近な事業者からの不安なメッセージ、じつは危険な“フィッシング”かも・・・－」（2022 年 12 月 21 日）を参照してください。https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20221221_2.html

1

図表４－４－３　メールマガジンによる注意喚起



見守り新鮮情報

事例1 **大手通販サイト**からクレジットカード番号を登録し直すようにとの**メール**が来たので、記載されていた**URL**をクリックし名前やカード番号などを**入力**した。その後、約1万7千円分の**カード利用**がされていたことが判明した。（80 歳代　男性）

事例2 **大手カード会社**から「不正利用の事例が多いので確認するように」と**メール**が届き、**URL**をクリックしカード番号などを**入力**した。その後、カード会社から「通信販売で**不正な利用**が確認された」と連絡があった。5 万円ほどの買い物をされていた。（70 歳代　男性）

実在する組織をかたるフィッシングメールに注意！

ひとこと助言

●通販サイト、クレジットカード会社、フリマサービス運営事業者、携帯電話会社などの実在する組織をかたり、パスワードやアカウント ID、暗証番号、クレジットカード番号などの情報を詐取するフィッシングの手口が多く発生しています。
●メールに記載された URL には安易にアクセスせず、事業者の正規のホームページでフィッシングに関する情報がないか確認しましょう。日ごろから公式アプリやブックマークした事業者のサイトにアクセスすることを習慣にしましょう。
●メールの URL にアクセスし、個人の情報を入力してしまうと、クレジットカードや個人情報を不正利用されるおそれがあります。もし、アクセスしてしまっても、個人情報は絶対に入力してはいけません。
●困ったときは、すぐにお住まいの自治体の**消費生活センター**等にご相談ください（消費者ホットライン 188）。

本文イラスト：黒崎 玄　　見守り新鮮情報　第420号（2022年5月24日）発行：独立行政法人国民生活センター

[注131] 国民生活センター「その URL のクリック、ちょっと待って！－SMS やメールでの“フィッシング詐欺”の相談が依然高水準！－」（2023 年 11 月 8 日）https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20231108_2.html

４　フィッシング対策協議会

（１）概要

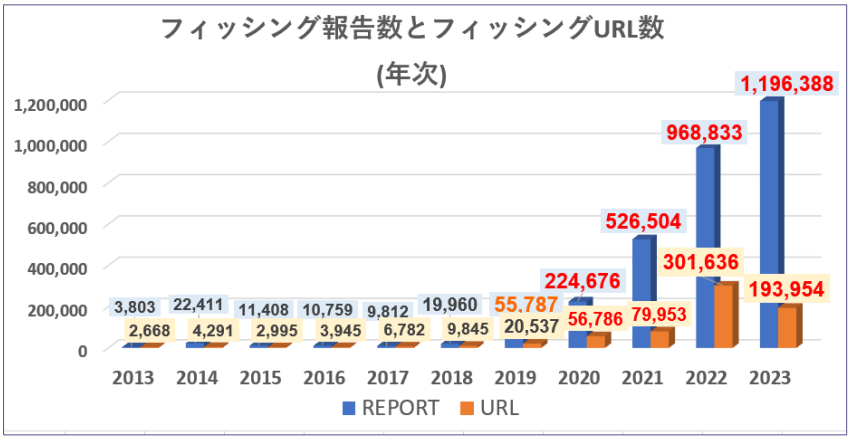
2005 年４月に発足したフィッシング対策協議会は、国内におけるフィッシング詐欺被害を抑制することを目的に各種活動を行っています。2024 年 3 月時点、協議会には正会員 105 社、リサーチパートナー5 名、関連団体 16 団体、オブザーバー7 団体が参加しています。

（２）主な活動内容

フィッシング報告受付と情報発信

フィッシング対策協議会では、会員や一般消費者などからフィッシングメールや SMS（ショートメッセージ）、フィッシングサイトの報告を受領し、被害者の相談への対応や被害組織の対応支援、情報共有等を行っています。報告数は年々増加しており、2023 年は月別では 10 月に 156,804 件、年別では 1,196,388 件と、いずれも過去最高の報告数となりました。

図表４－４－４　フィッシング報告数とフィッシング URL 数（年次）



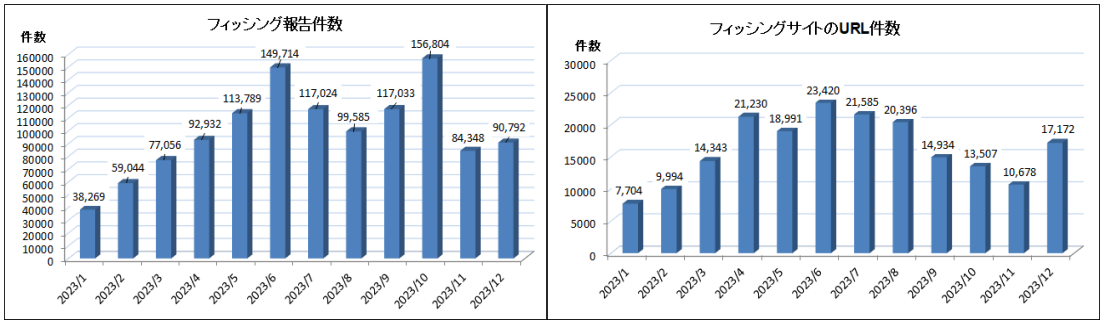
フィッシングに関する情報発信、啓発活動

フィッシング対策協議会では、受領した報告をもとにフィッシングメールや SMS（ショートメッセージ）、フィッシングサイトの画像を掲載して注意喚起[132]を行っています。また、月ごとに受領した報告を集計、分析し、手口や傾向および有効と考えられる対策等についてまとめた月次報告書[133]を公開しています。これらは、広く社会に被害をもたらしているフィッシングの実態を伝える情報として、啓発活動等にご利用いただいています。

また、2020 年以降、配信量が増大したフィッシングメールの分析を行い、迷惑メールフィルターと送信ドメイン認証を使ったフィッシングメール対策に関する啓発活動を、関連団体等と協力して行っています。

[132] https://www.antiphishing.jp/news/alert/
[133] https://www.antiphishing.jp/report/monthly/

図表４－４－５　フィッシング対策協議会 月次報告書 2023/12 フィッシング報告状況



出典: フィッシング対策協議会 月次報告書 2023/12 フィッシング報告状況

フィッシング報告件数、フィッシング URL 件数

フィッシング URL 共有

フィッシング対策協議会の報告受付窓口でフィッシングサイトの稼働を確認した URL 情報については、調整機関である(一社)JPCERT コーディネーションセンター（JPCERT/CC）へサイト閉鎖に向けての調整を依頼しています。さらにフィルター製品等でのアクセス抑制ができるよう、JPCERT/CC を通じてフィッシング URL をセキュリティ対策事業者等に共有しています。また、学術研究分野でもフィッシング対策技術の研究用データとしてご活用いただけるよう、URL 情報[注134]を公開しています。

ワーキンググループ活動

フィッシング対策協議会には、正会員による活動の場としてワーキンググループ（以下「WG」）とタスクフォース（以下「TF」）があります。2024 年 3 月時点では、５つの WG [注135]（技術・制度検討 WG、STOP. THINK. CONNECT.（STC）普及啓発 WG、証明書普及促進 WG、認証方法調査・推進 WG、被害状況共有 WG、学術研究 WG）、および１つの TF（詐欺サイト対処机上演習 TF）があり、啓発イベントの開催、対策技術の調査研究、事業者間でのフィッシング詐欺被害情報の共有、机上演習等の活動を実施しています。

2023 年度については、各 WG から以下のドキュメントおよび資料が、広く一般に向け公開されています。

・技術・制度検討 WG

技術・制度検討 WG では毎年、事業者向けおよび利用者向けの「フィッシング対策ガイドライン[注136]」を更新し、公開しています。また 1 年のフィッシング動向をまとめた「フィッシングレポート」[注137]を作成しており、いずれも例年６月に最新版を協議会 Web サイトで公開しています。

注134 https://github.com/JPCERTCC/phishurl-list/

注135 https://member.antiphishing.jp/about_ap/wg.html

注136 https://www.antiphishing.jp/report/guideline/

注137 https://www.antiphishing.jp/report/wg/phishing_report2023.html

・認証方法調査・推進 WG

フィッシング対策と関連の高いインターネットサービスの利用者認証について、2020 年の調査をもとに追跡調査を実施しました。2020 年以降、コロナ禍等によりインターネット利用の状況は変化しており、利用者の状況や意識にどのような変化があったのかを把握するため、フィッシング詐欺に対して日頃からどのような考えを持っているか、リスク意識、当事者意識などしっかり啓発されているか、実態としてどのようなアクションをしているかなど、アンケートによる調査結果[注138]を公開しました。

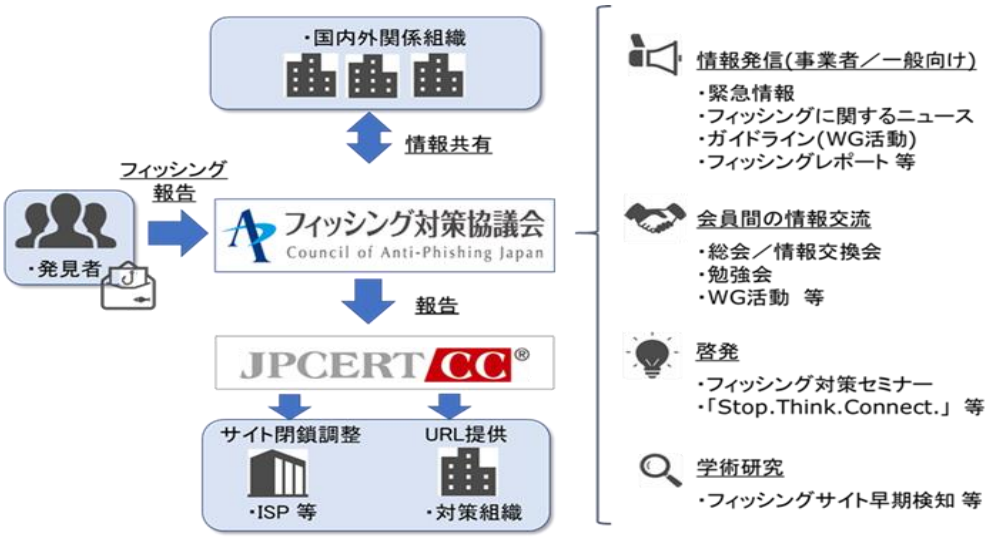
・証明書普及促進 WG

日本国内のフィッシング詐欺におけるなりすましメールの手口と対策方法についてまとめた「フィッシングメール詐欺の手口と対策 解説ドキュメント」[注139]を公開しました。代表的な手口である、ディスプレイネーム、類似ドメイン、踏み台や、これまでにフィッシング対策協議会がフィッシング報告状況で注意喚起を行ってきたなりすましメールの事例をはじめ、サービス事業者に向けたなりすましメールの対策方法について解説しています。

セミナーおよび勉強会の開催

フィッシング対策協議会では、会員や一般の方々に対して、フィッシング詐欺対策の促進を図るべく、セミナーおよび勉強会（年数回）を開催しています。2023 年度は「フィッシング対策セミナー2023」[注140]、「フィッシング対策勉強会」を開催し、多くの方々にご参加いただきました。

図表４－４－６　フィッシング対策協議会の活動イメージ



注138 https://www.antiphishing.jp/report/wg/authentication_20230721.html
注139 https://www.antiphishing.jp/report/wg/cert_explaindoc_20240220.html
注140 https://www.antiphishing.jp/news/event/antiphishing_seminar2023.html

5　（一財）日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）　セキュリティマネジメント推進室

（1）概要

個人情報をはじめとしたさまざまなデータが適切に取り扱われ、企業も生活者もより安心できる社会となるよう、私たちＪＩＰＤＥＣは個人情報保護、情報セキュリティ、トラストサービスに関する認証制度の運営・普及、信頼性（トラスト）に関する評価制度の運営などを行っています。電子メールの送信側におけるなりすまし対策はセキュリティマネジメント推進室で取り組んでいます。

（2）主な活動内容

迷惑メール対策技術の普及啓発

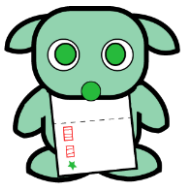
後援する各種イベントなどでの啓発チラシの配布、講演、セミナー[注141]の実施、各種コラムや誌面への記事投稿により、迷惑メール対策の紹介をしています。開催したセミナーの動画は、YouTube のデジタルトラストチャンネル[注142]にて公開しています。また、迷惑メール対策に関わる実態調査の公表[注143]も行っています。

S/MIME、DKIM、DMARC と一見難しそうなりすましメール対策技術に、それぞれのマスコットキャラクターを作成し、親しみを持たせています[注144]。

図表４－４－７　S/MIME、DKIM、DMARC のマスコットキャラクターのイメージ

エスマいぬ
（S/MIME）

ディーキぃぬ
（DKIM）



ディーマーくんくん
（DMARC）

※エスマいぬ、ディーキぃぬは JIPDEC の登録商標®です。

S/MIME の普及

S/MIME は電子証明書を使ったなりすまし対策技術のひとつです。主要なメールソフトは対応しており、政府や金融機関、電力会社などの重要インフラ事業者で利用が広がっています。

S/MIME の表示

S/MIME を設定した送信者の電子メールを S/MIME 対応の受信環境で受信すると、メールソフトによって表示は異なりますが、赤いリボンが表示され、「署名あり」と表示されるなど、S/MIME を設定していないメールと区別され表示されます。S/MIME メール受信者は、1)差出人のメールアドレスから送信された電子メールであること、2)その送信メールの改ざんの有無を確認することができます。

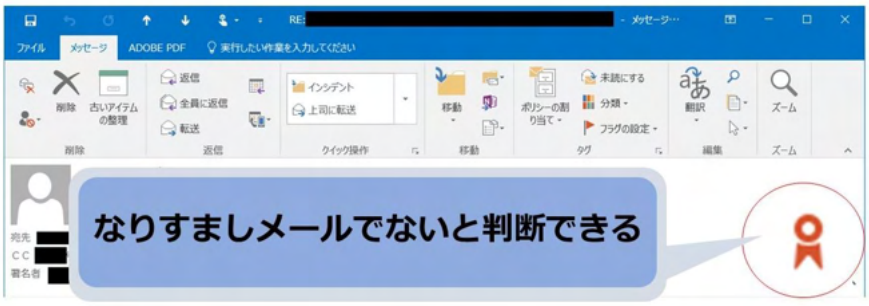
注141 JIPDEC セミナー　S/MIME 最前線 「なりすましメール対策の現状と課題－S/MIME を活用したなりすまし対策事例紹介」 https://www.jipdec.or.jp/eventseminar/event/20220218seminar.html

注142 JIPDEC 公式デジタルトラストチャンネル https://www.youtube.com/channel/UC-xrhvi_MvLd7btg8bJvFnA

注143 国の行政機関が発行するメールマガジンのなりすまし対策状況の調査結果を公表 https://www.jipdec.or.jp/news/pressrelease/2021/20211221.html

注144 JIPDEC-なりすまし対策の取り組み https://www.jipdec.or.jp/project/research/narisumashi_torikumi.html

図表４－４－８　S/MIME の表示イメージ

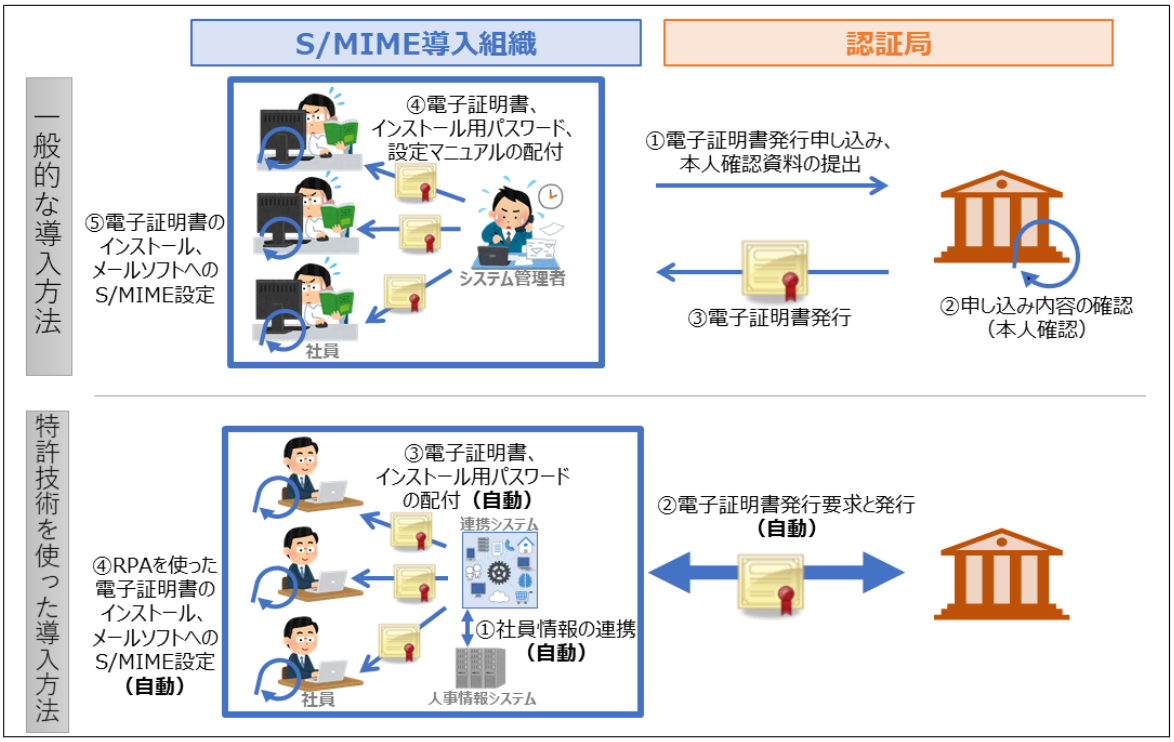


メールのなりすまし対策に係る特許

JIPDEC では、共同パートナー様と一緒にメールのなりすまし対策（S/MIME を活用）に係る特許を取得しました。［特許第 6715379 号］[注145]

S/MIME は、その電子証明書の運用・管理に課題があり、利用者及び管理者に少なからず負担がありました。当該特許では、電子証明書の発行・更新作業や、メールソフトへの S/MIME 設定等の自動化が図られ、その課題解決を実現しています。

図表４－４－９　特許内容のイメージ



注145 電子メールに電子証明書を付与するなりすまし対策について https://www.jipdec.or.jp/topics/news/20210324.html

6　JPAAWG

（1）概要

JPAAWG（Japan Anti-Abuse Working Group）は、国際的なセキュリティ対策組織である M³AAWG（Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group）と連携した日本のメッセージングセキュリティを含めたインターネット上の様々なセキュリティについて検討する組織として 2018 年に発足しました。大きな活動の柱に General Meeting があり、事前登録制ですが JPAAWG メンバー以外も参加できる貴重な議論の機会を提供しています。

（2）主な活動内容

General Meeting

JPAAWG では、毎年 11 月頃に General Meeting を開催しており，最初の第一回の 2018 年 11 月に東京で開催し、以降毎年同時期に開催しています。2020 年と 2021 年はオンラインでの開催となりましたが、2022 年から対面での General Meeting を再開し、この 5th General Meeting から東京以外での開催としました。さらにオンラインによる配信を行い、より多様な形で参加できるようになりました。2023 年の 6th General Meeting は、金沢市で 11 月 6 日，7 日の 2 日間で開催されました。M3AAWG からのボードメンバーや識者らによる基調講演では、同時通約を行い、グローバルの動向を多くの参加者と共有することができました。

JPAAWG General Meeting は、歴史のある (一財)インターネット協会による「迷惑メール対策カンファレンス」（2023 年は第 23 回）と共催により開催しています。

その他の活動

General Meeting 以外にも、SMS フィッシング（SMShing）やパスワード付き添付ファイル（いわゆる PPAP）問題、Google 社と米国 Yahoo 社による新たなガイドラインなど、メッセージングに関わる特定の課題についてのオンラインカンファレンスもそれぞれ実施してきました。

JPAAWG の活動を広く紹介し、関係する組織とも連携するための活動も行っています。JANOG(日本ネットワーク・オペレーターズ・グループ)による JANOG meeting には、継続してセッションでの発表をおこなってきています。また、(一社)日本ネットワークインフォメーションセンター主催の Internet Week でも発表しています。M3AAWG の General Meeting でも、JPAAWG メンバーらによるセッション発表や JPAAWG BoF の開催、APRICOT 2019 で JPAAWG の活動を報告するなど、国内にとどまらず広くグローバルでも、関連する組織と連携し、日本の動向や活動を報告しています。

令和 4 年度の総務省事業「ISP におけるネットワークセキュリティ技術の導入に関する調査」及び令和 5 年度総務省事業「ISP におけるネットワークセキュリティ技術の導入及び普及促進に関する調査」について、DMARC の導入及び普及に関して、実証実験への協力やガイドラインの作成などについて協力を行いました。

また普段から会員メンバーや関係者らは、様々な話題や情報共有を Slack 上でおこなっています。

第4章第5節　国際的な取組

1　国際連携の動向

（1）多国間での取組

国際機関を通じた連携

国際電気通信連合（ITU：International Telecommunication Union）、経済協力開発機構（OECD：Organisation for Economic Co-operation and Development）、アジア太平洋経済協力（APEC: Asia-Pacific Economic Cooperation）などの国際機関において、迷惑メール対策に関わる技術的方策、制度的方策、国際連携枠組みなどについての議論が行われています。

迷惑メール対策に特化した連携枠組み

我が国は、迷惑メール対策を行う各国の執行当局などが、2004 年に「国際的スパム執行協力に関するロンドン行動計画（LAP：London Action Plan）」に合意し、以後、定期的に相互の情報交換などを行っている場に参加しています。2014 年 10 月には、アジア地域で初めて LAP の第 10 回会合（LAP10 TOKYO）が東京で開催され、我が国はホスト国として事務局を務め、アジア諸国の迷惑メール対策強化について議論が行われました。さらに、2016 年９月には、LAP は、その活動内容に合わせて、未承諾通信執行ネットワーク（UCENet：Unsolicited Communications Enforcement Network [注 146]）に名称を変更しています。

図表４－５－１　多国間での連携の状況

国際機関などを通じた取組
国際電気通信連合（ITU） **・電気通信標準化部門（ITU-T）などにおいて、スパム対策について議論** **・2009 年４月に開催された世界電気通信政策フォーラムの成果文書においてスパム送信者や技術的対策に関する情報交換の推進を合意** **・ITU-T SG17 の 2011 年９月会合で、日本の迷惑メール対策に関する寄書が提出され、補足文書として発行**
経済協力開発機構（OECD） **・2006 年４月に、迷惑メール対策の枠組みをまとめた「アンチスパム・ツールキット」を公表し、2011 年 10 月にレビューを行い、その後も連携強化に向けた取組を推進**
アジア太平洋経済協力（APEC） **・電気通信サブグループなどにおいて、迷惑メール対策について定期的に意見交換を実施**
アジア・太平洋電気通信共同体（APT） **・1979 年にアジア・太平洋地域の電気通信の開発促進・地域電気通信網の整備・拡充を目的として設立** **加盟国数は 38 カ国（2018 年現在）** **・2015 年５月に開催された第６回サイバーセキュリティフォーラムにおいて、スパム対策について議論** **・2016 年 11 月および 2017 年 11 月にサイバーセキュリティ研修が日本で行われ、我が国の迷惑メール対策を講義**
日 ASEAN 情報セキュリティ政策会議 **・アジア地域におけるセキュアなビジネス環境の整備、安心・安全な ICT 利用環境の構築に向けた地域的対応を目的として、2008 年６月に設置が合意された高級事務レベル会合** **・2011 年３月に東京で開催された第３回会合で、安心・安全な ICT 環境構築のため、引き続き国際的な連携を強化していくことを確認**

[注146] UCENet ウェブサイト　https://www.ucenet.org/

図表４－５－２　多国間での連携の状況（迷惑メール対策に特化した枠組み）

未承諾通信執行ネットワーク（UCENet（旧名称　国際的スパム執行協力に関するロンドン行動計画（LAP）））
✓ 2004 年から関連情報の共有、官民対話の促進などの目的に合意した各国執行当局間で、定期的に情報交換を実施。米国、カナダ、英国、中国、韓国、日本、オーストラリアなど 27 カ国の迷惑メール対策執行当局、11 カ国の民間機関が参加
✓ 総務省から、定期的な会合等に参加
✓ 2013 年４月に開催された不定期の春期会合では、日本における法執行上の課題などについて紹介
✓ 2013 年 10 月に開催された第９回会合では、参加各国のスパム対策状況を常時情報共有できるように Anti-Spam Index を作成することを確認
✓ 2014 年 10 月東京で第 10 回会合が開催され、最先端技術の取組の相互理解の促進などが盛り込まれた東京宣言を採択
✓ 2015 年 10 月ダブリンで第 11 回会合が開催され、国際機関・警察との協力のあり方などの議論を実施
✓ 2016 年９月に活動内容に合わせて、名称を未承諾通信執行ネットワーク（UCENet）へ変更
✓ 2016 年 10 月パリで第 12 回会合が開催され、情報収集、法執行、情報交換、研修を柱とする次期３カ年活動計画を採択
✓ 2017 年 10 月トロントで第 13 回会合が開催され、各国から迷惑メールの取締りなどの法執行状況について報告。また、同会合において、総務省からは送信ドメイン認証技術（DMARC）に係る法的整理について紹介
✓ 2018 年 10 月ニューヨークで第 14 回会合が開催され、日本における法執行の現状や DMARC の普及状況について説明
✓ 2019 年 10 月モントリオールで第 15 回会合が開催され、韓国および台湾と迷惑メール削減に向けた対応を協議

最近の動向（2010 年以降）

（ア）UCENet

2014 年 10 月、東京で第 10 回会合（LAP10 TOKYO）が開催され、我が国のほかシンガポール、インドネシア、中国、香港、台湾、韓国などアジアからも多数の国・地域が参加し、各迷惑メール対策機関からスパム対策の取組状況に関する説明および情報交換が行われました。同会合において、総務省から提案した Anti-Spam Library（各国の関係機関が相互に参照可能な迷惑メール対策に関するポータルサイト）の構築を含む、迷惑メール対策の取組強化などを内容とする東京宣言が全会一致で採択されました。

2015 年６月、アイルランド・ダブリンで第 11 回会合が開催され、欧米地域から多数の官民の参加者を得て、今後の LAP での議論の方向性や更なる国際連携の強化の在り方などについても議論が行われました。2016 年 10 月、フランス・パリで第 12 回会合が開催され、カナダ、英国、南アフリカ、オーストラリアなどの各迷惑メール対策機関から迷惑メールの取締りなどの法執行状況の報告が行われたほか、今後３年間の活動計画とその進め方などについて議論が行われました。2017 年 10 月、カナダ・トロントで第 13 回会合が開催され、米国、カナダ、英国、南アフリカ、シンガポール、韓国などの各迷惑メール対策機関から迷惑メールの取締りなどの法執行状況の報告が行われました。また、同会合において、総務省からは送信ドメイン認証技術（DMARC）に関わる法的整理（2017 年７月公表）について紹介しました。2018 年 10 月、米国・ニューヨークで第 14 回会合が開催され、米国、カナダ、英国、韓国などの各迷惑メール対策機関から迷惑メールの取締りなどの法執行状況の報告が行われました。総務省からも、法執行状況のほか、DMARC の普及状況について報告しました。2019 年 10 月、モントリオールで第 15 回会合が開催され、韓国および台湾と迷惑メール削減に向けた対応を協議しました。

2021 年 12 月、オンライン開催され、英国、カナダ、ニュージーランド、韓国、オランダ等の法執行機関における対応状況を収集しました。

（イ）ASEAN

2013 年 12 月に開催された「日・ASEAN 特別首脳会議」において「日・ASEAN 友好協力に関するビジョン・ステートメント実施計画」が採択され、「日・ASEAN サイバーセキュリティ協力に関する閣僚政策会議」の共同閣僚声明に基づき、「日・ASEAN 情報セキュリティ政策会議」の下、スパム対策に関する情報交換を含めサイバーセキュリティ分野の協力を強化することを確認しました[注 147]。

2014 年 10 月には東京で第７回となる政策会議が開催され、日・ASEAN における重要インフラ防護に関するガイドラインの策定など、日・ASEAN の国際的な連携を更に強化していくことで合意されました[注 148]。

（ウ）EU

2013 年 12 月、「日 EU・ICT セキュリティワークショップ」において、スパム対策を含む双方の更なる協力深化が確認されました。また、同月に開催された「日 EU・ICT 政策対話」においては、スパム対策を含む ICT 分野に関する幅広い意見交換が行われました[注 149]。

（２）二国間などでの取組

共同声明など

総務省および経済産業省が、カナダ、英国、フランス、ドイツとの間で、迷惑メール対策における連携について、個別に共同声明や共同宣言を策定しています。また、我が国とスイスとの間で結ばれた経済連携協定（EPA：Economic Partnership Agreement）の協力条項において、迷惑メール対策における連携が言及されています[注 150]。

迷惑メール送信元情報の交換

2018 年１月から、総務省は、特定電子メール法第 30 条に基づき、カナダ・ラジオテレビ通信委員会（CRTC）との間で迷惑メール送信元情報の交換を行っています[注 151]。交換された情報は、我が国においては、特定電子メール法に違反する電子メールの送信者への措置に活用されます。

注147 外務省「日・ASEAN 特別首脳会議（概要）」（2013 年 12 月 14 日）
https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/page3_000594.html

注148 総務省「第７回　日・ASEAN 情報セキュリティ政策会議の結果」（2014 年 10 月８日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01ryutsu03_02000084.html

注149 総務省「日 EU・ICT セキュリティワークショップ（第２回）及び日 EU・ICT 政策対話（第 20 回）の結果」（2013 年 12 月 10 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin06_02000055.html

注150 外務省「日・スイス経済連携協定の発効及び第１回合同委員会の開催」（2009 年９月１日）
https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/fta/j_swit/godo_0909.html

注151 総務省「カナダ・ラジオテレビ通信委員会との迷惑メールに係る情報交換に関する協力覚書の締結」（2017 年 12 月 28 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000033.html

最近の動向

（ア）米国

2012 年４月に開催された日米首脳会談において成果文書が公表され、「ファクトシート：日米協力イニシアティブ」の中で、「インターネットエコノミーに関する政策協力対話は、インターネットのオープン性、（中略）、迷惑メールの削減に関し焦点を当てる」との文言が盛り込まれました。また、同年 10 月に開催された「インターネットエコノミーに関する日米政策協力対話局長級会合」の場や 2013 年４月の総務副大臣の連邦取引委員会訪問の際に、スパム対策に関する意見交換を実施しました。

（イ）カナダ

2017 年 10 月の UCENet 第 13 回会合の際に、総務省は、カナダ・ラジオテレビ通信委員会（CRTC）との間で、迷惑メール対策の現状および今後の取組について意見交換を行い、同年 12 月、迷惑メール送信元情報の交換に関する覚書を締結し、2018 年１月から、特定電子メール法第 30 条に基づく情報交換を開始しました。

（ウ）インド

2011 年２月、インド両政府は、迷惑メール対策を含む「日本国とインド共和国との間の包括的経済連携協定（日・インド包括的経済連携協定）」に署名しました[注 152]。

2013 年２月のインド通信 IT 省審議官の来日時、同年４月の通信 IT 兼海運担当閣外大臣の来日時に、総務省において、迷惑メールの現状などに関し意見交換を行いました。

2014 年１月の総務副大臣のインド訪問時に、インド通信 IT 大臣と会談し、迷惑メール対策が含まれる「包括的な日印 ICT 協力枠組み」に合意し、署名しました[注 153]。

（エ）ベトナム

2010 年 10 月、総務省およびベトナム情報通信省は「情報通信分野における協力に関するベトナム情報通信省との覚書」を締結し[注 154]、2012 年４月には、ベトナム情報通信副大臣が来日し、迷惑メール対策を含む「日本における ICT 政策」について説明し、意見交換を実施しました。

2013 年１月、ベトナム情報通信省などのサイバーセキュリティチームが来日した際、総務省において、迷惑メールの現状などに関する意見交換を行いました。

（オ）マレーシア

2014 年５月、総務大臣政務官がマレーシアの通信・マルチメディア副大臣と会談し、迷惑メール対策を含む ICT 分野での協力に関し意見交換を行いました[注 155]。

注152 外務省「日本国とインド共和国との間の包括的経済連携協定の署名」（2011 年２月 15 日）
https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/2/0215_01.html

注153 総務省「上川総務副大臣のウズベキスタン共和国及びインド共和国への訪問結果」（2014 年１月 20 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin09_02000023.html

注154 総務省「情報通信分野における協力に関するベトナム情報通信省との覚書の署名」（2010 年９月 28 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/35104.html

注155 総務省「藤川総務大臣政務官のマレーシアへの訪問結果」（2014 年５月７日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin09_02000026.html

（カ）シンガポール

2014 年６月、総務省とシンガポール情報通信開発庁は「シンガポール ICT 政策対話」を開催し、迷惑メール対策を含む ICT 分野での協力関係強化について意見交換を行いました[注156]。

（キ）モンゴル

2015 年２月 10 日、モンゴル両政府は、迷惑メール対策を含む「経済上の連携に関する日本国とモンゴル国との協定（日・モンゴル経済連携協定）」に署名しました[注157]。

（ク）香港

2015 年 6 月の LAP 第 11 回会合の際、総務省および(一財)日本データ通信協会は、通信事務管理局事務室（OFCA）との間で、迷惑メール対策の現状および今後の取組について意見交換を実施したほか、2016 年 10 月の UCENet 第 12 回会合や 2017 年 10 月の UCENet 第 13 回会合においても、OFCA との間で同様の意見交換を行いました。

（ケ）台湾

2016 年 10 月の UCENet 第 12 回会合の際、(一財)日本データ通信協会は、通信放送委員会（NCC）、財団法人電気通信技術センター（TTC）と会談を行い、台湾が新たに開発する迷惑メールの分析処理システムについて、意見交換を行いました。2017 年 10 月の UCENet 第 13 回会合時にも、台湾の迷惑メール分析処理システムに係る意見交換を行ったほか、2018 年 10 月の UCENet 第 14 回会合時には、台湾における迷惑メール関連法律制定に向けた進捗について確認しました。2019 年 10 月、モントリオールで第 15 回会合が開催され、迷惑メール削減に向けた対応を協議しました。

（コ）韓国

2009 年５月、総務省および韓国放送通信委員会は、「情報通信分野における協力に関する韓国放送通信委員会との覚書」を締結しました[注158]。

2015 年６月、LAP 第 11 回会合の際に、総務省および(一財)日本データ通信協会は、韓国インターネット振興院（KISA）との間で、迷惑メール対策の現状および今後の取組について意見交換を行いました。

2016 年 11 月、総務省および(一財)日本データ通信協会は、KISA の担当者が来日した際に、迷惑メール対策に関わる執行体制や、それぞれが抱える課題などについて意見交換を行いました。それ以降も、2017 年 10 月の UCENet 第 13 回会合時に、迷惑メール対策の現状および今後の取組について意見交換を行ったほか、2018 年 10 月の UCENet 第 14 回会合時には、KISA から提供される日本発韓国着スパムメールデータの活用状況の説明、韓国における犯罪捜査と司法送致の体制などを確認しました。その他、2018 年 11 月の KISA の(一財)日本データ通信協会訪問時に、双方の業務実態などについて意見交換を行いました。2019 年 10 月、モントリオールで第 15 回会合が開催され、迷惑メール削減に向けた対応を協議しました。

注156 総務省「第３回　日・シンガポール ICT 政策対話の結果」（2014 年６月 20 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin09_02000027.html

注157 外務省「経済上の連携に関する日本国とモンゴル国との間の協定の署名」（2015 年２月 10 日）
経済上の連携に関する日本国とモンゴル国との間の協定の署名

注158 総務省「情報通信分野における協力に関する韓国放送通信委員会との覚書の署名」（2009 年５月 11 日）
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/02tsushin06_000016.html

（サ）オーストラリア

2014 年７月８日、日・オーストラリア両政府は、迷惑メール対策を含む「経済上の連携に関する日本国とオーストラリアとの間の協定（日・オーストラリア経済連携協定）」に署名しました[注159]。

図表４－５－３　二国間などでの主な取組１

国、地域	連携の形態	連携の主体	
		日本側	相手側
米国	日米首脳会談に関わる成果文書（ファクトシート）の公表（2012 年４月）	政府	政府
カナダ	共同声明（2006 年 10 月）	総務省 経済産業省	カナダ産業省
	迷惑メール送信元情報の交換に関する覚書の締結（2017 年 12 月）	総務省	カナダ・ラジオテレビ通信委員会（CRTC）
	迷惑メール送信元情報の交換（2018 年１月～）	総務省	カナダ・ラジオテレビ通信委員会（CRTC）
ブラジル	迷惑メールに関する情報の交換（2010 年１月～）	（一財）日本データ通信協会 （一社）JPCERT コーディネーションセンター	ブラジルコンピューター緊急対応チーム（CERT.br）
英国	共同宣言（2006 年９月）	総務省 経済産業省	貿易産業省（DTI）
フランス	共同声明（2006 年５月）	総務省 経済産業省	経済財政産業省
ドイツ	共同声明（2007 年７月）	総務省 経済産業省	連邦経済技術省
スイス	日・スイス経済連携協定への署名（2009 年９月）	政府	政府

注159 外務省「経済上の連携に関する日本国とオーストラリアとの間の協定の署名」（2014 年７月８日）
https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_001040.html

図表４－５－４　二国間などでの主な取組２

国、地域	連携の形態	連携の主体	
		日本側	相手側
インド	日・インド包括的経済連携協定（2011 年２月）	政府	政府
	日印 ICT 協力枠組みに合意（2014 年１月）	総務省	通信 IT 省
ベトナム	情報通信分野における協力に関するベトナム情報通信省との覚書の締結（2010 年９月）	総務省	情報通信省
	迷惑メールに関する情報の交換（2013 年１月～）	（一財）日本データ通信協会	ベトナムコンピューター緊急対応チーム（VNCERT）
中国	迷惑メールに関する情報の交換（2007 年 12 月～）	（一財）日本データ通信協会 （一財）日本産業協会	中国インターネット協会（ISC）
	ICT 協力に関する文書を締結（2009 年５月）	総務省	工業情報化部（MIIT）
モンゴル	日・モンゴル経済連携協定（2014 年７月）	政府	政府
香港	迷惑メールに関する情報の交換（2007 年 12 月～）	（一財）日本データ通信協会	通信事務管理局事務室（OFCA）
台湾	迷惑メールに関する情報の交換（2008 年５月～）	（一財）日本データ通信協会	通信放送委員会（NCC）
韓国	情報通信分野における協力に関する韓国放送通信委員会との覚書の締結（2009 年５月）	総務省	韓国放送通信委員会（KCC）
	迷惑メールに関する情報の交換（2011 年５月～）	（一財）日本データ通信協会	韓国インターネット振興院（KISA）
オーストラリア	日・オーストラリア経済連携協定の署名（2014 年７月）	政府	政府

2　民間による取組（M³AAWG）

（1）概要

世界的な迷惑メールの増加を背景に、国際的な電気通信事業者や ISP など 19 社は、2004 年 1 月に MAAWG（Messaging Anti-Abuse Working Group）を創設しました。現在は、メッセージング以外に、マルウェア（Malware）、モバイル（Mobile）を加えた M³AAWG（Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group）として、200 以上のメンバー組織で構成されています。参加メンバーの多くは、北米と欧州を拠点とする、電気通信事業者や ISP、各種ベンダーですが、我が国からも創設時から参加しているメンバーがおり、参加する組織も増えています。また、各分野の専門家らが、エキスパートアドバイザーとして参加しており、さらに IETF、 APWG、UCENet などの様々な関係団体との相互連携的な活動も行っています。

（2）主な活動内容

M³AAWG では、検討分野ごとに委員会（Committee）や SIG（Special Interest Group）があり、各グループのチェアを中心として、それぞれの分野で課題を検討しています。主な活動は、毎年 3 回開催される General Meeting が中心となりますが、それ以外にもメーリングリストや Slack、グループ毎の定期的なオンライン会議や、最近では特定テーマを対象としたオンラインカンファレンスである Engagement Series も開催されています。これらの発表資料などは、メンバーであればウェブから参照することもできます。

General Meeting は、原則としてメンバーが直接集まるカンファレンスで、欧州と北米でこれまで開催されてきました。1 日をトレーニング日として割り当て、メッセージングの基礎的なことからセキュリティに関する様々な対応方法、最近では AI や機械学習をテーマとしたトレーニングなども開催されています。セッションでは、各種インターネットサービスの運用担当者や専門家が、発表やパネル討論を行い、会場からも活発な議論があるなど、実務担当者らによる実際的な議論が行われるのが特徴です。特に最近では、Google 社と米国 Yahoo 社による、メール送信者に対する新たなガイドラインに関して大きな注目を集め、活発な質問や意見交換などが行われました。このように、各課題や事案の当事者らが、直接議論を行うことができる場であることが、M³AAWG General Meeting の大きな特徴かもしれません。

近年は、欧米以外の地域との連携を目的として、南米カリブ地区での LAC-AAWG、日本の JPAAWG[注160]、アフリカ地域の AFR-AAWG とも M³AAWG を軸に情報交換等をおこなっています[注 161]。

直近の General Meeting は以下が予定されています[注 162]。

62nd General Meeting：2024 年 10 月 7 日～10 日（トロント，カナダ）

63rd General Meeting：2025 年 2 月 17 日～20 日（リスボン，ポルトガル）

64th General Meeting：2025 年 6 月 2 日～5 日（バンクーバー，カナダ）

65th General Meeting：2025 年 10 月 13 日～16 日（シャーロット，米国）

注160 JPAAWG (Japan Anti-Abuse Working Group): https://www.jpaawg.org/

注161 https://www.m3aawg.org/outreach

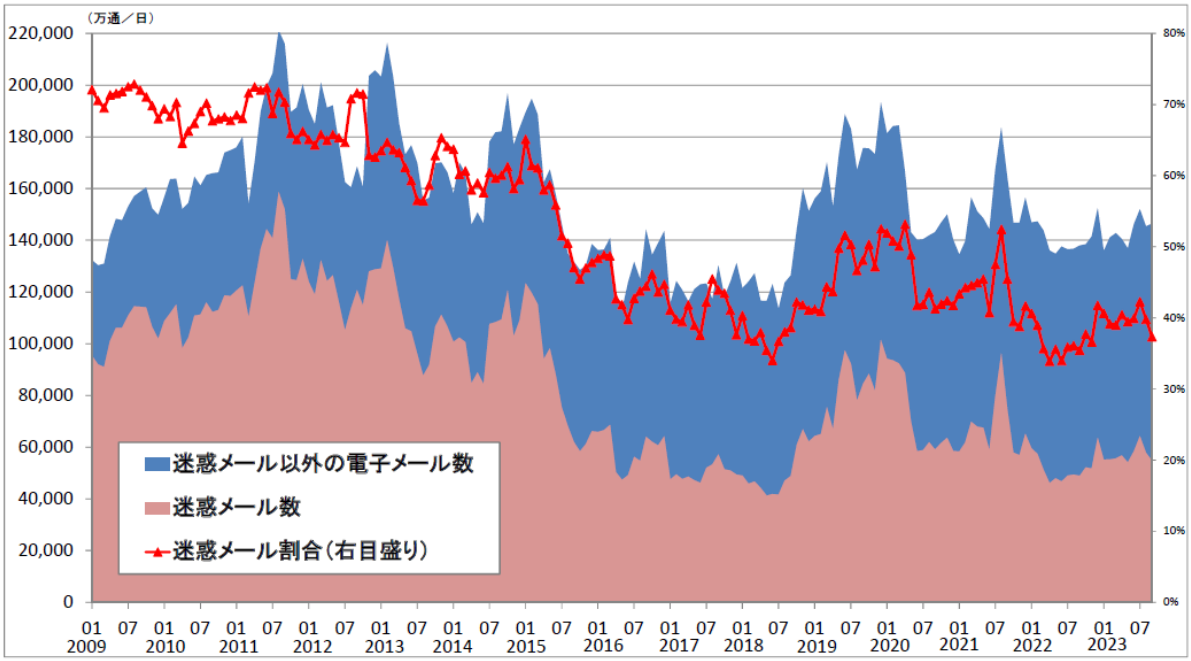
注162 https://www.m3aawg.org/upcoming-meetings

参考編

参考編第1節　迷惑メールの量・割合の推移

第１章第３節に記した図表１－３－１を再掲し、その具体的な数値を以下に記します。

図表Ｓ－１－１　迷惑メールの量・割合の推移



出典：総務省「電気通信事業者 10 社の全受信メール数と迷惑メール数の割合（2023 年９月まで）」

2022 年度

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
電子メール総数（万通／日）	136,027	134,793	137,565	136,531	136,737	138,017	138,438	141,459	152,338	135,870	141,071	142,727
迷惑メール数（万通／日）	46,145	47,977	46,744	49,034	49,373	48,913	52,223	51,778	63,617	55,220	55,251	55,650
迷惑メール割合（%）	33.92%	35.59%	33.98%	35.91%	36.11%	35.44%	37.72%	36.60%	41.76%	40.64%	39.17%	38.99%
アカウント数（万アカウント）	12,498	12,464	12,449	12,452	12,435	12,419	12,402	12,594	12,416	12,382	12,386	12,433
フィルター利用者数（万アカウント）	10,627	10,590	10,579	10,562	10,553	10,544	10,524	10,722	10,529	10,503	10,509	10,547

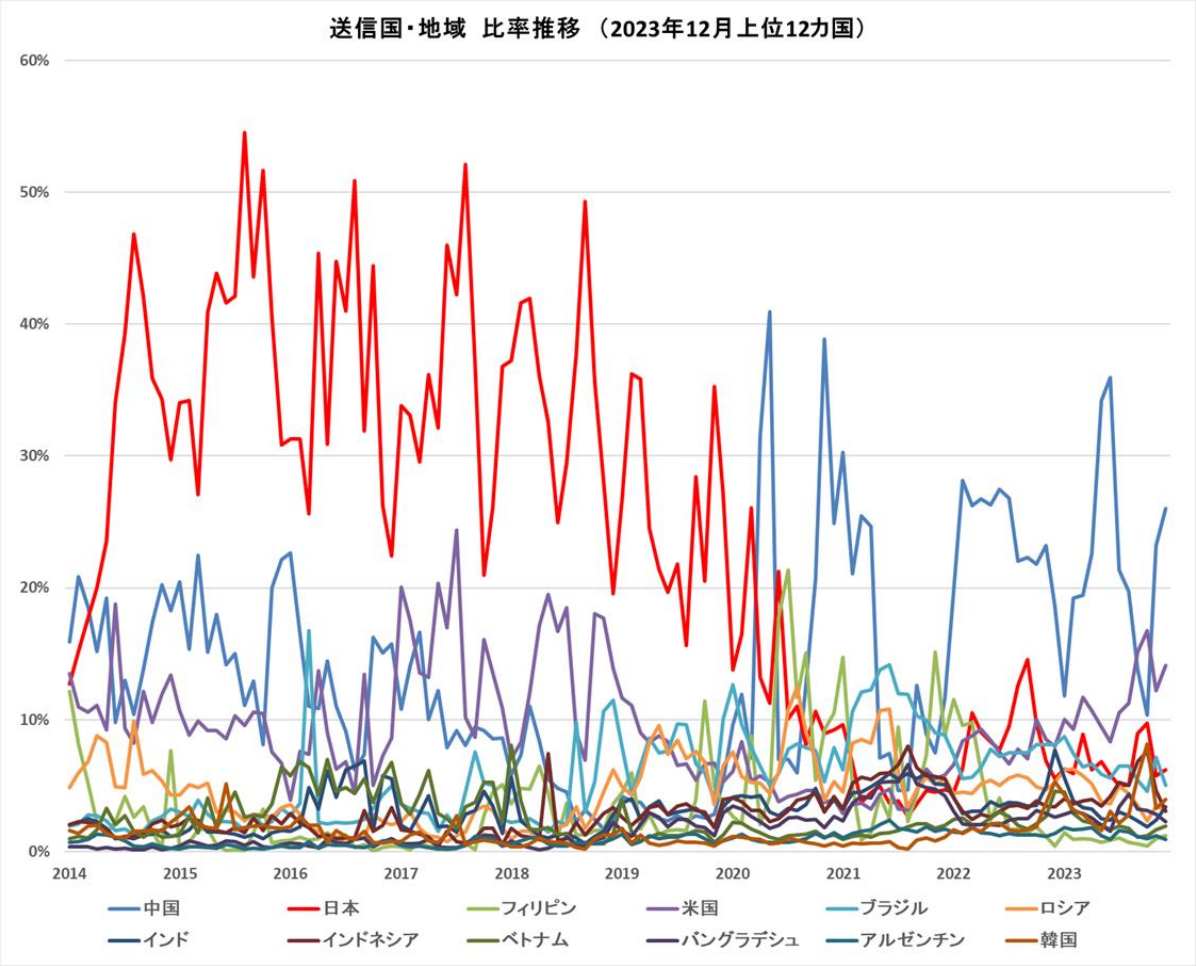
出典：総務省「電気通信事業者 10 社の全受信メール数と迷惑メール数の割合（2023 年３月時点）」

参考編第2節　迷惑メール送信国･地域の推移

1　国内着の迷惑メール送信国・地域の推移

第１章第３節に記した図表１－３－４を再掲し、その具体的な数値を以下に記します。

図表Ｓ－２－１　迷惑メール送信国・地域の推移



出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

2021 年度

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
中国	30.29%	21.05%	25.44%	24.68%	7.07%	7.46%	4.60%	4.69%	12.57%	8.91%	7.51%	11.57%
日本	9.63%	6.66%	3.71%	4.48%	4.95%	3.68%	3.83%	2.68%	3.60%	4.63%	4.50%	4.68%
フィリピン	14.75%	4.98%	0.88%	1.43%	4.24%	2.48%	9.45%	2.28%	4.34%	7.31%	15.10%	8.77%
米国	2.92%	3.57%	3.69%	3.24%	4.35%	4.72%	3.23%	3.17%	4.68%	6.28%	5.50%	5.81%
ブラジル	6.19%	10.66%	12.12%	12.24%	13.80%	14.15%	11.97%	11.90%	10.28%	9.99%	9.00%	8.85%
ロシア	4.54%	8.24%	8.53%	8.19%	10.69%	10.82%	5.98%	3.41%	4.69%	5.67%	5.08%	5.58%
インド	3.23%	4.44%	4.50%	4.90%	5.38%	5.92%	5.52%	5.94%	5.54%	5.94%	5.13%	5.07%
インドネシア	3.21%	5.18%	5.64%	5.47%	5.93%	5.97%	6.60%	8.00%	6.35%	5.73%	5.70%	5.55%
ベトナム	0.93%	1.14%	1.26%	1.09%	1.37%	1.44%	1.58%	1.86%	2.10%	2.10%	1.79%	2.01%
バングラデシュ	2.31%	3.70%	4.17%	4.09%	5.23%	5.32%	5.31%	6.60%	5.11%	4.87%	4.74%	4.26%
アルゼンチン	1.04%	1.40%	1.55%	1.68%	2.07%	2.40%	1.75%	1.65%	1.51%	1.89%	1.57%	1.73%
韓国	0.44%	0.65%	0.61%	0.64%	0.64%	0.78%	0.33%	0.22%	0.90%	1.06%	0.80%	1.12%

2022 年

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
中国	19.79%	28.17%	26.22%	26.72%	26.28%	27.47%	26.79%	22.04%	22.30%	21.83%	23.21%	18.62%
日本	4.53%	6.29%	10.55%	9.09%	8.31%	7.74%	9.50%	12.60%	14.57%	9.73%	6.86%	5.53%
フィリピン	11.53%	9.57%	9.79%	6.10%	2.38%	4.06%	1.68%	1.70%	1.42%	1.88%	1.17%	0.43%
米国	6.59%	8.39%	8.76%	9.29%	8.47%	7.54%	6.62%	7.77%	7.02%	10.01%	8.52%	8.01%
ブラジル	7.31%	5.51%	5.65%	6.37%	7.76%	7.23%	7.52%	7.51%	7.47%	8.11%	8.13%	8.10%
ロシア	4.40%	4.54%	4.42%	5.16%	5.43%	5.02%	5.58%	5.82%	5.57%	4.90%	4.68%	5.22%
インド	4.11%	2.89%	3.05%	3.04%	3.80%	3.48%	3.71%	3.70%	3.48%	3.48%	4.92%	7.72%
インドネシア	4.06%	3.08%	2.46%	2.81%	2.59%	3.04%	3.46%	3.54%	3.29%	3.83%	3.47%	3.39%
ベトナム	2.44%	2.56%	2.07%	2.04%	2.53%	3.00%	2.67%	2.00%	1.72%	2.08%	2.69%	4.59%
バングラデシュ	3.08%	2.12%	1.99%	2.07%	2.05%	2.00%	2.41%	2.48%	2.52%	3.10%	2.88%	2.62%
アルゼンチン	1.46%	1.40%	1.81%	1.42%	1.40%	1.21%	1.38%	1.24%	1.26%	1.25%	1.17%	1.36%
韓国	1.68%	1.37%	1.75%	1.54%	2.12%	2.16%	1.66%	1.55%	1.66%	1.90%	3.70%	5.31%

2023 年度

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
中国	11.79%	19.23%	19.44%	22.57%	34.19%	35.95%	21.36%	19.75%	13.85%	10.34%	23.22%	26.00%
日本	6.27%	5.92%	8.88%	6.22%	6.79%	5.80%	5.01%	5.04%	8.93%	9.73%	5.74%	6.17%
フィリピン	1.42%	0.94%	0.98%	0.93%	0.70%	0.86%	1.06%	0.69%	0.57%	0.43%	0.98%	1.18%
米国	10.03%	9.28%	11.70%	10.69%	9.43%	8.33%	10.55%	11.24%	15.14%	16.76%	12.20%	14.09%
ブラジル	8.71%	7.43%	6.42%	6.68%	5.88%	5.57%	6.51%	6.49%	5.42%	4.57%	7.14%	5.01%
ロシア	6.20%	6.24%	5.74%	5.16%	3.81%	3.59%	4.94%	4.41%	3.51%	2.36%	3.42%	3.11%
インド	5.61%	3.86%	3.34%	3.21%	2.53%	2.36%	2.98%	2.74%	2.33%	1.89%	2.38%	3.39%
インドネシア	4.02%	3.61%	3.85%	3.95%	3.45%	4.20%	5.25%	5.04%	6.84%	7.61%	4.61%	3.06%
ベトナム	4.54%	2.87%	2.32%	2.18%	2.07%	1.67%	1.92%	1.79%	1.09%	1.18%	1.66%	1.92%
バングラデシュ	2.82%	3.09%	2.90%	2.55%	1.97%	1.55%	3.39%	4.35%	3.22%	3.14%	2.82%	2.29%
アルゼンチン	1.82%	1.64%	1.74%	1.82%	1.23%	0.93%	1.62%	1.51%	1.14%	0.96%	1.22%	0.93%
韓国	4.30%	3.20%	2.81%	2.19%	1.58%	3.08%	2.18%	2.80%	5.66%	8.18%	3.30%	3.93%

出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

図表Ｓ－２－２　迷惑メール送信上位 12 か国の推移

迷惑メール送信国・地域の推移（各年３月時点での送信国・地域上位 12 か国・地域の推移）

※2023 年は 12 月時点（今後は 12 月時点）

順位	2014年 3月	2015年 3月	2016年 3月	2017年 3月	2018年 3月	2019年 3月	2020年 3月	2021年 3月	2022年 3月	2023年 12月
1	中国	日本	日本	日本	日本	日本	日本	中国	中国	中国
	18.57%	27.07%	25.64%	29.55%	41.95%	35.85%	26.05%	25.44%	26.22%	26.00%
2	日本	中国	ブラジル	中国	米国	米国	フィリピン	ブラジル	日本	米国
	17.73%	22.50%	16.72%	16.66%	12.06%	9.02%	8.79%	12.12%	10.55%	14.09%
3	米国	米国	中国	米国	中国	ブラジル	ブラジル	ロシア	フィリピン	日本
	10.60%	9.91%	11.02%	13.54%	11.05%	6.52%	7.90%	8.53%	9.79%	6.17%
4	ロシア	ロシア	米国	ベトナム	タイ	香港	中国	インドネシア	米国	ブラジル
	6.79%	4.87%	7.37%	4.38%	5.49%	5.63%	7.08%	5.64%	8.76%	5.01%
5	フィリピン	ブラジル	ベトナム	ブラジル	フィリピン	ロシア	米国	インド	ブラジル	韓国
	5.18%	3.90%	6.40%	3.02%	4.73%	5.62%	5.37%	4.50%	5.65%	3.93%
6	ウクライナ	インド	インド	インド	香港	タイ	ロシア	バングラデシュ	ロシア	シンガポール
	3.55%	2.41%	4.85%	2.89%	12.59%	4.17%	5.24%	4.17%	4.42%	3.41%
7	ブラジル	インドネシア	韓国	シンガポール	ブラジル	中国	タイ	日本	インド	インド
	2.76%	2.04%	2.01%	2.80%	2.48%	3.75%	4.23%	3.71%	3.05%	3.39%
8	インド	韓国	インドネシア	オーストラリア	インド	インドネシア	インド	米国	インドネシア	ロシア
	2.52%	2.03%	1.85%	2.46%	1.78%	2.63%	4.14%	3.69%	2.46%	3.11%
9	香港	フィリピン	ロシア	ロシア	ベトナム	インド	インドネシア	ウクライナ	ベトナム	インドネシア
	2.25%	1.66%	1.83%	1.74%	1.72%	2.49%	3.13%	2.54%	2.07%	3.06%
10	インドネシア	ウクライナ	メキシコ	韓国	ロシア	バングラデシュ	バングラデシュ	アルゼンチン	バングラデシュ	バングラデシュ
	2.22%	1.57%	1.40%	1.49%	1.52%	2.03%	2.68%	1.55%	1.99%	2.29%
11	タイ	ベトナム	香港	インドネシア	インドネシア	ウクライナ	ウクライナ	コロンビア	アルゼンチン	ベトナム
	2.15%	1.44%	1.10%	1.32%	1.07%	1.88%	1.92%	1.49%	1.81%	1.92%
12	韓国	タイ	イラン	英国	アルゼンチン	フィリピン	ベトナム	トルコ	韓国	ウクライナ
	1.94%	1.35%	0.99%	1.23%	1.06%	1.71%	1.72%	1.31%	1.75%	1.92%

出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（センターのモニター機で受信した情報を分析したもの）

2　世界全体の迷惑メール送信国・地域の推移

第１章第３節に記した図表１－３－６に関わる情報を、順位が 12 位のものまで掲載します。

図表Ｓ－２－３　各年の迷惑メール送信国・地域上位 12 か国・地域の推移

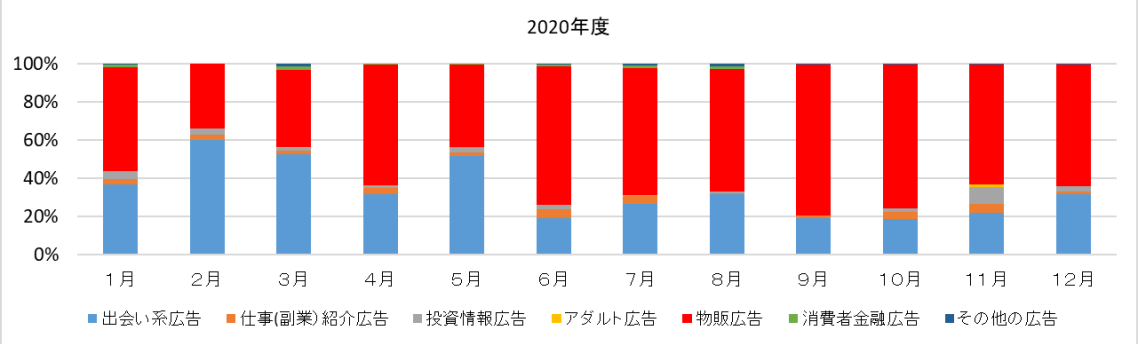
順位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
1	米国 13.2%	中国 11.7%	中国 21.3%	ロシア 21.27%	ロシア 24.77%	ロシア 29.82%	ロシア 31.5%
2	中国 11.3%	米国 9.0%	米国 14.4%	ドイツ 10.97%	ドイツ 14.12%	中国 14.00%	米国 11.30%
3	ベトナム 9.9%	ドイツ 7.2%	ロシア 5.2%	米国 10.47%	米国 10.46%	米国 10.71%	中国 11.00%
4	インド 7.0％	ベトナム 6.1%	ブラジル 5.0%	中国 6.21%	中国 8.73%	ドイツ 5.19%	日本 3.60%
5	ドイツ 5.7%	ブラジル 4.9%	フランス 3.0%	フランス 5.97%	オランダ 4.75%	オランダ 3.70%	ドイツ 3.30%
6	ロシア 5.4%	インド 4.8%	インド 2.8%	オランダ 4.00%	フランス 3.57%	日本 3.25%	ブラジル 2.80%
7	ブラジル 4.0%	ロシア 4.3%	ベトナム 2.62%	ブラジル 3.26%	スペイン 3.00%	ブラジル 3.18%	オランダ 2.5%
8	フランス 3.7%	フランス 3.3%	ドイツ 2.61%	スペイン 2.66%	ブラジル 2.41%	英国 2.44%	カザフスタン 2.50%
9	イラン 2.0％	スペイン 2.2%	トルコ 2.2%	日本 2.14%	日本 2.36%	フランス 2.27%	インド 2.00%
10	イタリア 1.9%	英国 2.2%	シンガポール 1.72%	ポーランド 2.05%	ポーランド 1.66%	インド 1.81%	韓国 1.60%
11	メキシコ 1.8%	アルゼンチン 2.2%	ウクライナ 1.70%	トルコ 1.94%	英国 1.66%	スペイン 1.28%	シンガポール 1.40%
12	トルコ 1.8%	ポーランド 1.9%	インドネシア 1.6%	ベトナム 1.88%	インド 1.51%	ベトナム 1.25%	ベトナム 1.25%

出典：カスペルスキー（株）のスパム発信国リスト　Sources of spam by country を元に迷惑メール対策推進協議会が作成

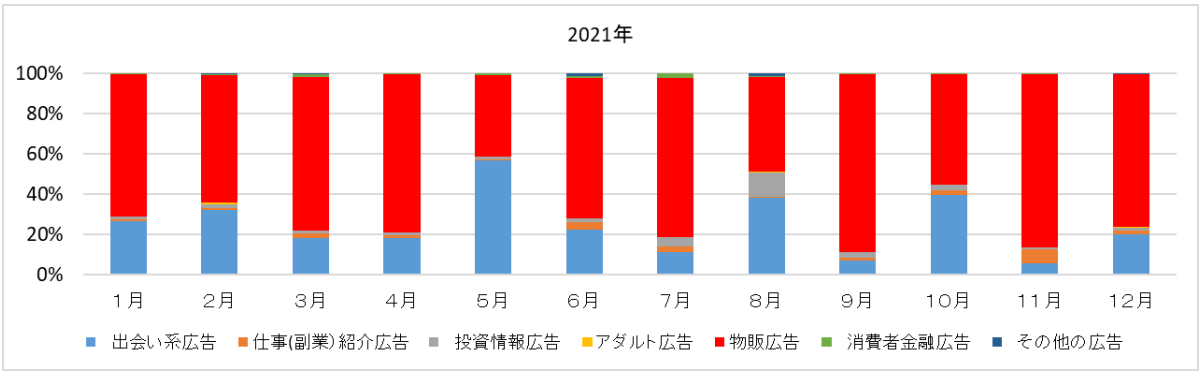
参考編第3節　迷惑メールの内容の傾向

第１章第３節に記した図表１－３－５を再掲し、その具体的な数値を以下に記します。

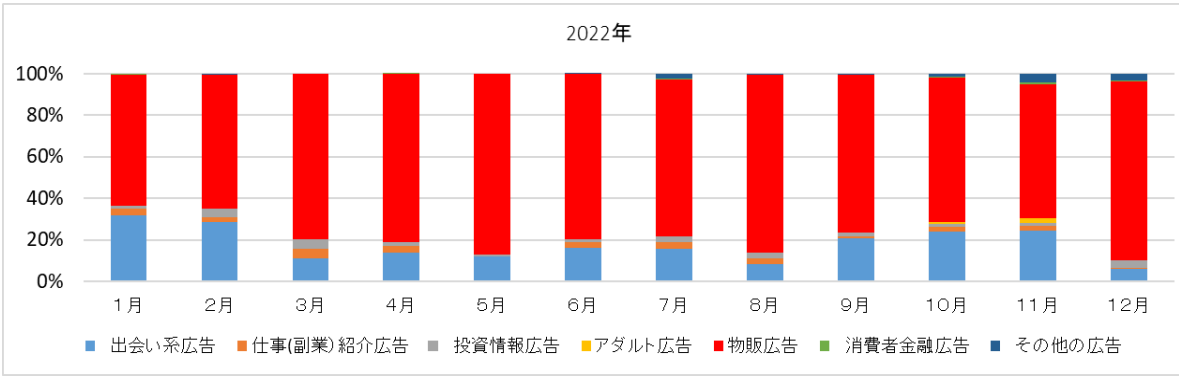
図表Ｓ－３－１　迷惑メールの内容の傾向



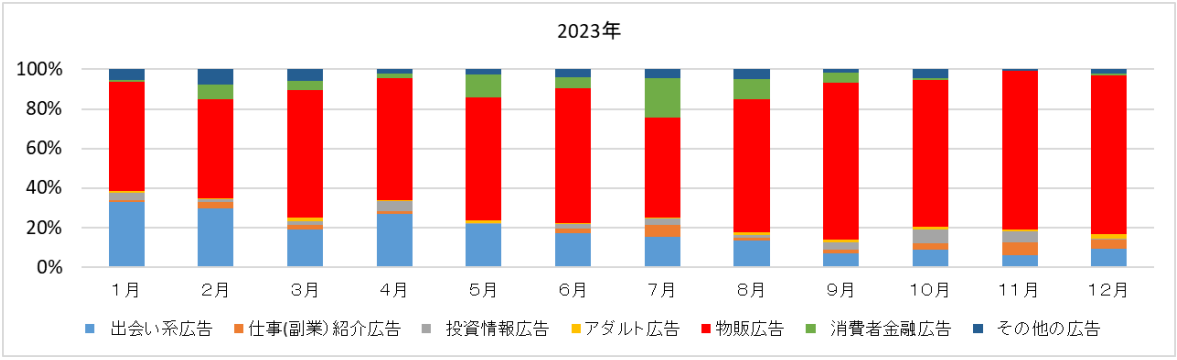
迷惑メールの内容	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
出会い系広告	37.0%	60.1%	52.6%	31.6%	51.9%	19.1%	26.6%	31.6%	19.2%	18.9%	22.0%	31.7%
仕事（副業）紹介広告	2.9%	2.9%	2.1%	3.5%	1.8%	4.7%	4.3%	0.6%	1.4%	3.4%	4.6%	1.6%
投資情報広告	3.8%	2.9%	1.2%	1.4%	2.6%	2.2%	0.2%	0.8%	0.2%	1.8%	9.0%	2.7%
アダルト広告	0.2%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%
物販広告	54.2%	34.0%	40.4%	63.0%	43.5%	72.4%	66.5%	64.4%	78.7%	75.6%	62.9%	63.6%
消費者金融広告	1.7%	0.0%	1.7%	0.5%	0.2%	1.0%	1.4%	1.4%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%
その他の広告	0.2%	0.1%	1.4%	0.0%	0.0%	0.3%	1.0%	1.1%	0.4%	0.3%	0.1%	0.3%



迷惑メールの内容	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
出会い系広告	26.7%	32.4%	18.5%	18.3%	56.9%	22.5%	11.1%	38.4%	7.0%	39.8%	5.7%	20.1%
仕事（副業）紹介広告	0.9%	0.8%	2.0%	1.3%	0.3%	3.4%	3.2%	0.2%	1.8%	2.4%	6.9%	1.7%
投資情報広告	1.4%	1.7%	1.7%	1.4%	1.3%	1.9%	4.5%	12.4%	2.6%	2.6%	1.2%	1.7%
アダルト広告	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
物販広告	70.8%	63.2%	75.8%	78.7%	40.3%	70.1%	78.9%	47.1%	88.4%	55.0%	85.7%	76.0%
消費者金融広告	0.2%	0.3%	1.7%	0.3%	0.8%	0.5%	2.2%	0.4%	0.3%	0.2%	0.5%	0.0%
その他の広告	0.0%	0.7%	0.3%	0.0%	0.2%	1.5%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%



迷惑メールの内容	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
出会い系広告	31.6%	28.8%	11.2%	14.0%	12.2%	16.0%	15.8%	8.2%	20.6%	23.9%	24.6%	5.9%
仕事（副業）紹介広告	3.5%	2.3%	4.4%	2.9%	0.0%	3.0%	3.1%	2.8%	1.2%	2.3%	2.1%	0.6%
投資情報広告	1.5%	4.0%	4.8%	2.1%	0.5%	1.3%	2.9%	2.8%	1.9%	1.7%	1.6%	3.9%
アダルト広告	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	1.9%	0.0%
物販広告	63.0%	64.4%	79.6%	80.7%	87.2%	79.4%	75.6%	85.7%	75.6%	69.5%	64.4%	85.8%
消費者金融広告	0.4%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.6%	1.3%	0.4%
その他の広告	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	2.2%	0.5%	0.7%	1.4%	4.0%	3.3%



迷惑メールの内容	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
出会い系広告	33.1%	29.9%	19.2%	27.0%	21.6%	17.3%	15.1%	13.3%	7.1%	9.0%	6.0%	9.2%
仕事（副業）紹介広告	0.7%	2.8%	2.0%	1.3%	0.3%	2.1%	5.9%	1.5%	1.7%	3.0%	6.6%	4.9%
投資情報広告	3.7%	1.4%	1.9%	5.0%	0.3%	2.4%	3.6%	1.5%	3.5%	7.0%	5.4%	0.4%
アダルト広告	0.8%	0.7%	2.0%	0.7%	1.5%	0.3%	0.2%	1.3%	1.7%	1.5%	0.9%	2.1%
物販広告	55.3%	49.9%	64.6%	61.6%	61.9%	68.3%	50.8%	67.3%	79.3%	74.4%	80.3%	80.3%
消費者金融広告	1.2%	7.8%	4.6%	2.2%	11.9%	5.8%	20.1%	10.4%	4.8%	0.8%	0.3%	1.0%
その他の広告	5.3%	7.5%	5.7%	2.2%	2.4%	3.8%	4.2%	4.8%	1.9%	4.3%	0.5%	2.1%

出典：（一財）日本データ通信協会迷惑メール相談センター調べ（一般通報における広告・宣伝メールの内容別比率）

参考編第4節　送信ドメイン認証技術の導入状況

総務省の業務委託先である（一財）日本データ通信協会が（株）日本レジストリサービスと共同研究契約を締結し、2018 年 1 月から、JP ドメイン名における送信ドメイン認証技術の導入状況の調査を開始しました。2020 年 4 月からは、（一財）日本データ通信協会に代わり、（一財）法人インターネット協会が調査を引き継いで実施しています。その調査結果（JP ドメインにおける全体の導入状況およびドメイン種別毎の導入状況）を以下に記します。

JP ドメイン全体

図表Ｓ－４－１　送信ドメイン認証技術の導入状況（全体）

年	月	【a】全ドメイン名数 ※括弧内はMXレコードを有するドメイン名数	【b】全ドメイン名の中でのSPF設定数 ※括弧内はMXレコードを有するドメイン名の中でのSPF設定数	【c】全ドメイン名の中でのDMARC設定数 ※括弧内はMXレコードを有するドメイン名の中でのDMARC設定数	DMARCポリシーの設定状況 ※括弧内はMXレコードを有するドメイン名の中でのDMARC設定しているドメイン数				DMARCレポートの宛先の設定状況 ※括弧内はMXレコードを有するドメイン名の中でのDMARC設定しているドメイン数			
					【d】p=rejectとしているドメイン名数	【e】p=quarantineとしているドメイン名数	【f】p=noneとしているドメイン名数	【g】DMARCポリシーとして、reject、quarantineおよびnone以外のものを記述（誤記）しているドメイン名数	【h】rua タグおよびruf タグを共に設定していないドメイン名数	【i】rua タグのみを設定しているドメイン名数	【j】ruf タグのみを設定しているドメイン名数	【k】rua タグおよびruf タグを共に設定しているドメイン名数
2023	3	1,709,276 (1,420,748)	1,137,394 (1,117,294)	100,222 (92,258)	64,188 (57,489)	3,864 (3,559)	31,969 (31,046)	201 (164)	79,959 (77,673)	8,734 (7,145)	231 (214)	11,298 (7,226)
2022	3	1,668,044 (1,336,530)	1,018,388 (1,000,986)	36,187 (29,608)	8,417 (2,828)	2,472 (2,341)	25,129 (24,315)	169 (124)	20,113 (18,386)	6,500 (5,265)	199 (159)	9,375 (5,798)
2021	3	1,605,458 (1,293,021)	871,701 (855,702)	27,477 (22,014)	6,775 (2,083)	1,792 (1,714)	18,813 (18,127)	97 (90)	14,904 (13,367)	4,918 (3,846)	131 (129)	7,524 (4,672)

出典：（一財）IA JAPAN と（株）日本レジストリサービスとの共同研究

JP ドメイン種別毎

図表Ｓ－４－２　送信ドメイン認証技術の導入状況（種別毎）

ad.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	3	245 (198)	155 (152)	20 (19)	4 (3)	0 (0)	16 (16)	0 (0)	3 (3)	6 (5)	1 (1)	10 (10)
2022	3	245 (199)	154 (152)	20 (19)	3 (3)	0 (0)	17 (16)	0 (0)	3 (3)	7 (6)	1 (1)	9 (9)
2021	3	248 (201)	148 (146)	15 (14)	0 (0)	0 (0)	15 (14)	0 (0)	3 (3)	4 (3)	1 (1)	7 (7)

ac.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	3	3,811 (3,633)	3,010 (2,988)	126 (126)	8 (8)	24 (24)	93 (93)	1 (1)	58 (58)	35 (35)	3 (3)	30 (30)
2022	3	3,792 (3,605)	2,838 (2,824)	97 (97)	3 (3)	12 (12)	82 (82)	0 (0)	39 (39)	28 (28)	3 (3)	27 (27)
2021	3	3,737 (3,542)	2,587 (2,572)	74 (74)	1 (1)	7 (7)	66 (66)	0 (0)	28 (28)	23 (23)	2 (2)	21 (21)

co.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	3	469,432 (444,584)	379,371 (377,532)	17,539 (17,197)	4,706 (4,467)	1,054 (1,038)	11,721 (11,639)	58 (53)	12,678 (12,585)	2,139 (2,069)	65 (63)	2,657 (2,480)
2022	3	459,171 (431,110)	355,341 (353,773)	9,746 (9,474)	618 (421)	593 (586)	8,491 (8,425)	44 (42)	6,190 (6,129)	1,419 (1,366)	45 (42)	2,092 (1,937)
2021	3	444,981 (417,812)	315,829 (314,327)	7,106 (6,910)	398 (257)	435 (429)	6,236 (6,189)	37 (35)	4,409 (4,368)	977 (942)	32 (31)	1,688 (1,569)

go.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	3	775 (527)	579 (491)	68 (67)	5 (5)	13 (12)	49 (49)	1 (1)	20 (20)	27 (27)	0 (0)	21 (20)
2022	3	703 (488)	515 (433)	41 (39)	4 (4)	5 (5)	32 (30)	0 (0)	11 (11)	17 (16)	0 (0)	13 (12)
2021	3	623 (437)	477 (401)	31 (30)	4 (4)	3 (3)	23 (22)	1 (1)	8 (8)	12 (12)	0 (0)	11 (10)

or.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	3	40,005 (37,568)	32,203 (32,013)	1,027 (1,022)	139 (137)	66 (64)	817 (816)	5 (5)	691 (691)	163 (163)	6 (6)	167 (162)
2022	3	39,263 (36,729)	30,236 (30,048)	628 (623)	17 (14)	36 (35)	573 (572)	2 (2)	401 (399)	109 (109)	1 (1)	117 (114)
2021	3	38,407 (35,965)	26,743 (26,580)	438 (434)	11 (9)	24 (23)	402 (401)	1 (1)	271 (271)	76 (76)	0 (0)	91 (87)

ne.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	**3**	12,356 (9,797)	7,737 (7,386)	414 (394)	46 (35)	38 (38)	327 (318)	3 (3)	226 (215)	93 (90)	3 (3)	92 (86)
2022	**3**	12,268 (9,905)	7,174 (7,042)	328 (310)	35 (25)	31 (31)	262 (254)	0 (0)	189 (176)	72 (70)	3 (3)	64 (61)
2021	**3**	12,385 (10,035)	6,443 (6,324)	261 (245)	20 (13)	21 (21)	220 (211)	0 (0)	149 (138)	56 (53)	3 (3)	53 (51)

gr.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	**3**	5,440 (4,846)	3,854 (3,812)	181 (178)	10 (8)	14 (14)	157 (156)	0 (0)	111 (111)	21 (21)	4 (4)	45 (42)
2022	**3**	5,426 (4,831)	3,517 (3,483)	113 (111)	8 (6)	13 (13)	91 (91)	1 (1)	59 (59)	16 (16)	4 (4)	34 (32)
2021	**3**	5,582 (4,964)	3,221 (3,185)	89 (87)	8 (6)	11 (11)	69 (69)	1 (1)	42 (42)	13 (13)	4 (4)	30 (28)

ed.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	**3**	6,361 (5,761)	4,441 (4,394)	149 (148)	9 (9)	8 (8)	131 (130)	1 (1)	119 (118)	18 (18)	2 (2)	10 (10)
2022	**3**	6,264 (5,639)	4,180 (4,137)	107 (105)	2 (2)	6 (6)	98 (96)	1 (1)	79 (77)	17 (17)	1 (1)	10 (10)
2021	**3**	6,072 (5,469)	3,866 (3,822)	80 (80)	2 (2)	6 (6)	71 (71)	1 (1)	55 (55)	15 (15)	1 (1)	9 (9)

lg.jp

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	**3**	1,675 (1,245)	1,164 (1,143)	28 (28)	0 (0)	2 (2)	26 (26)	0 (0)	20 (20)	7 (7)	0 (0)	1 (1)
2022	**3**	1,672 (1,236)	1,084 (1,062)	12 (12)	0 (0)	1 (1)	11 (11)	0 (0)	7 (7)	4 (4)	0 (0)	1 (1)
2021	**3**	1,665 (1,232)	1,014 (1,002)	6 (6)	1 (1)	1 (1)	4 (4)	0 (0)	2 (2)	4 (4)	0 (0)	0 (0)

地域型・都道府県型

年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	**3**	11,845 (8,922)	7,405 (7,247)	1,396 (1,364)	1,151 (1,120)	17 (17)	227 (226)	1 (1)	1,317 (1,312)	52 (25)	4 (4)	23 (23)
2022	**3**	12,951 (7,820)	6,003 (5,846)	300 (272)	39 (11)	10 (10)	250 (250)	1 (1)	230 (230)	50 (22)	4 (4)	16 (16)
2021	**3**	12,467 (7,958)	5,043 (4,880)	275 (200)	81 (6)	9 (9)	185 (185)	0 (0)	164 (164)	96 (21)	4 (4)	11 (11)

汎用

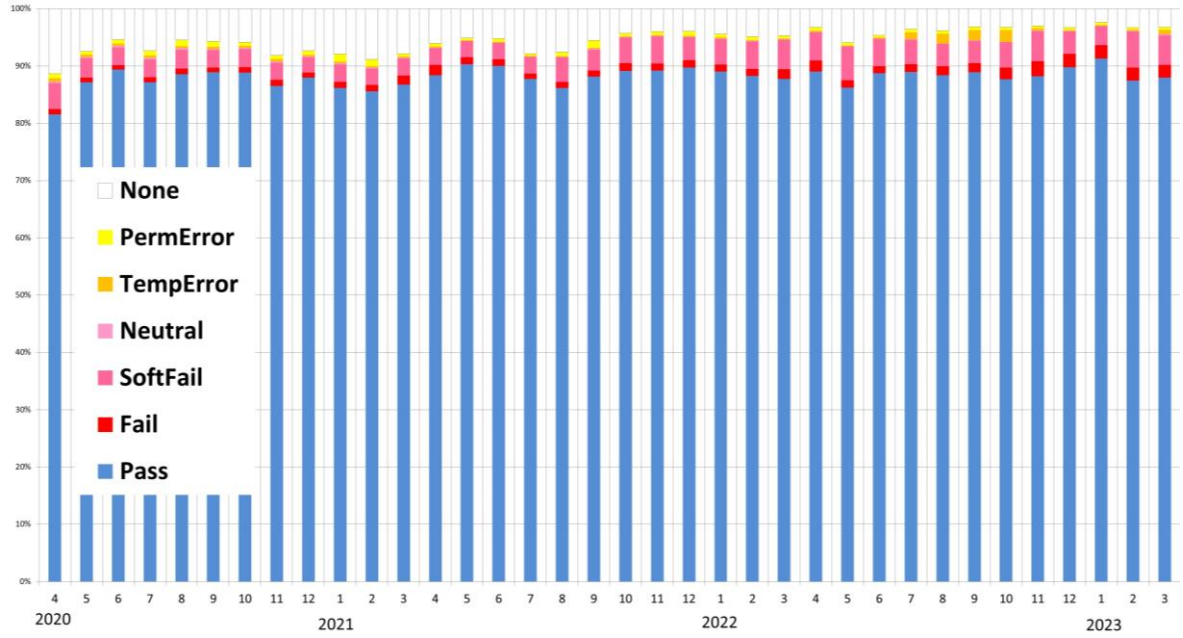
年	月	[a]	[b]	[c]	[d]	[e]	[f]	[g]	[h]	[i]	[j]	[k]
2023	**3**	1,157,330 (903,667)	697,475 (680,136)	79,274 (71,715)	58,110 (51,697)	2,628 (2,342)	18,405 (17,577)	131 (99)	64,716 (62,540)	6,173 (4,685)	143 (128)	8,242 (4,362)
2022	**3**	1,126,288 (834,968)	607,346 (592,186)	24,795 (18,546)	7,688 (2,339)	1,765 (1,642)	15,222 (14,488)	120 (77)	12,905 (11,256)	4,761 (3,611)	137 (100)	6,992 (3,579)
2021	**3**	1,079,290 (805,406)	506,330 (492,463)	19,102 (13,934)	6,249 (1,784)	1,275 (1,204)	11,522 (10,895)	56 (51)	9,773 (8,288)	3,642 (2,684)	84 (83)	5,603 (2,879)

出典：（一財）IA JAPAN と（株）日本レジストリサービスとの共同研究

参考編第5節　送信ドメイン認証技術の認証結果

1　SPF の認証結果の推移（2023 年 3 月まで）

図表 S－5－1　SPF の認証結果の推移



出典：電気通信事業者 9 社の協力により総務省がとりまとめ

※SPF 認証結果の意味は以下のとおり。

None：SPF レコードが宣言されていない

PermError：SPF レコードの文法的な誤りなど永続的なエラーで認証処理を実行できなかった

TempError：一時的な問題で認証処理を実行できなかった

Neutral：送信元のドメインでは、該当ホストが認証できたかできないかを明らかにしない

SoftFail：認証は失敗であるが、はっきりと認証失敗としては扱ってほしくない

Fail：認証が失敗した

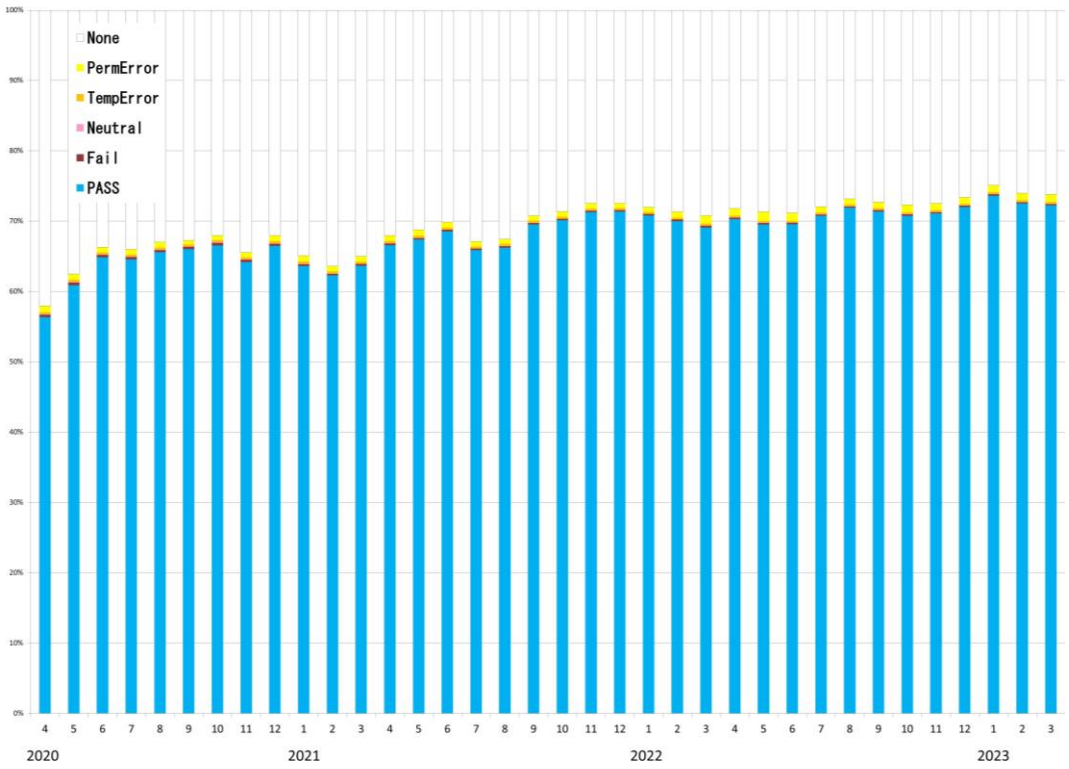
PASS：認証に成功した

2022 年度

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
None	3.21%	5.94%	4.61%	3.61%	3.82%	3.15%	3.23%	3.00%	3.27%	2.38%	3.31%	3.24%
PermError	0.62%	0.46%	0.40%	0.52%	0.54%	0.59%	0.50%	0.39%	0.46%	0.50%	0.37%	0.43%
TempError	0.17%	0.14%	0.15%	1.19%	1.70%	1.73%	2.03%	0.41%	0.09%	0.10%	0.16%	0.76%
Neutral	0.07%	0.08%	0.07%	0.10%	0.07%	0.13%	0.08%	0.07%	0.14%	0.08%	0.14%	0.24%
SoftFail	4.98%	5.85%	4.79%	4.24%	3.89%	3.93%	4.44%	5.28%	3.90%	3.28%	6.25%	5.15%
Fail	1.90%	1.30%	1.26%	1.37%	1.59%	1.55%	2.06%	2.63%	2.34%	2.38%	2.32%	2.19%
Pass	89.04%	86.23%	88.71%	88.96%	88.40%	88.92%	87.67%	88.21%	89.80%	91.29%	87.44%	87.99%

2　DKIM の認証結果の推移（2023 年３月まで）

図表Ｓ－５－２　DKIM の認証結果の推移



出典：電気通信事業者４社の協力により総務省がとりまとめ

※DKIM 認証結果の意味は以下のとおり。

None：メールに DKIM の電子署名が付与されていない

PermError：照合に必要なヘッダーが存在しない場合など永続的なエラーで認証処理を実行できなかった

TempError：一時的な問題で認証処理を実行できなかった

Neutral：メールは DKIM の電子署名が付与されていたが、DKIM の電子署名の文法上の誤りなどで、照合処理できなかった

Fail：メールに DKIM の電子署名が付与されており、その電子署名は受信者にとって受け入れられるものであるが、電子署名の照合が失敗し、認証が失敗した。

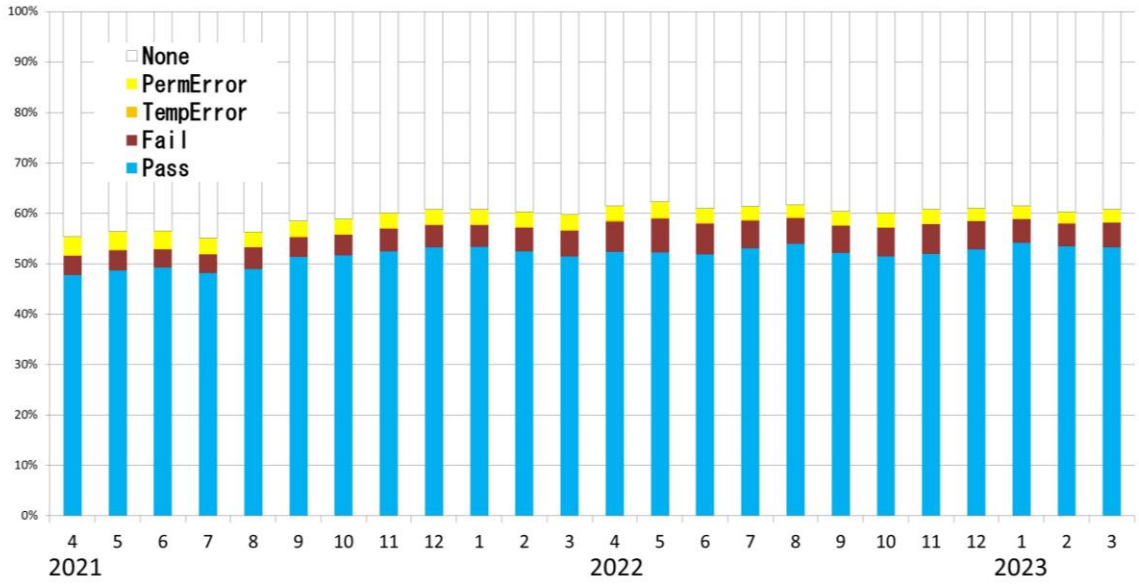
PASS：メールに DKIM の電子署名が付与されており、その電子署名は受信者にとって受け入れられるものであり、かつ、電子署名の照合が成功した

2022 年度

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
None	28.19%	28.65%	28.84%	27.92%	26.83%	27.29%	27.67%	27.45%	26.59%	24.88%	26.01%	26.20%
PermError	1.02%	1.30%	1.10%	0.85%	0.79%	0.84%	1.07%	0.99%	0.92%	0.97%	1.00%	1.07%
TempError	0.26%	0.24%	0.23%	0.24%	0.25%	0.25%	0.26%	0.23%	0.25%	0.26%	0.24%	0.25%
Neutral	0.04%	0.05%	0.05%	0.05%	0.05%	0.06%	0.05%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.05%
Fail	0.17%	0.21%	0.19%	0.17%	0.17%	0.19%	0.19%	0.18%	0.19%	0.20%	0.19%	0.19%
Pass	70.31%	69.55%	69.58%	70.77%	71.90%	71.37%	70.77%	71.10%	72.01%	73.64%	72.51%	72.25%

3　DMARC の認証結果の推移（2023 年 3 月まで）

図表 S－5－3　DMARC の認証結果の推移



出典：電気通信事業者 4 社の協力により総務省がとりまとめ

※DMARC 認証結果の意味は以下のとおり。

None：DMARC レコードが公開されていないか識別子が取得できない

PermError：DMARC レコードの書式が違うなどの永続的なエラー

TempError：DMARC 評価中の一時的なエラー

Fail：DMARC レコードがありパスした認証機構が無かった

PASS：DMARC レコードがあり一つ以上の認証機構がパスした

2022 年度

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
None	38.48%	37.70%	39.01%	38.65%	38.31%	39.65%	39.96%	39.24%	39.00%	38.49%	39.75%	39.21%
PermError	2.93%	3.14%	2.83%	2.65%	2.45%	2.70%	2.78%	2.84%	2.45%	2.61%	2.13%	2.54%
TempError	0.25%	0.19%	0.21%	0.18%	0.19%	0.12%	0.15%	0.09%	0.12%	0.08%	0.19%	0.13%
Fail	6.02%	6.73%	6.14%	5.48%	5.14%	5.37%	5.64%	5.93%	5.59%	4.66%	4.50%	4.88%
Pass	52.32%	52.23%	51.83%	53.04%	53.92%	52.16%	51.47%	51.90%	52.84%	54.17%	53.44%	53.24%

トピックス：現行の特定電子メール法の詳細

（1）法律の目的

電子メールの送受信上の支障を防止し、電子メールを利用することによる効用を十分に享受できる環境を整備する観点から、広告宣伝メールの送信についての規制などが行われています。

（2）規制の対象となる電子メール

主として、広告宣伝を目的とする電子メール（SMTP を用いたもののほか、携帯して使用する通信端末機器（携帯電話、スマートフォン、タブレット端末など）同士でメッセージを電話番号により送受信するサービス（例えば、SMS）も含む。）が規制の対象です。

（3）規制などの対象となる者

- 電子メールの送信者及び送信委託者が規制の対象です。また、電気通信事業者に関する規定や、特定電子メール法の執行などに資する業務を行う登録送信適正化機関に関する規定も整備されています。

（4）オプトイン方式による規制（送信者・送信委託者への規制）

- 送信禁止
  取引関係にある者への送信など一定の例外を除いて、受信者の同意を得ることなく広告宣伝メールを送信することが禁止されています。
- 同意を証する記録の保存義務
  広告宣伝メールの送信に当たって、受信者の同意を証する記録を保存することが義務づけられています。
- 再送信禁止
  受信者から、広告宣伝メールの受信を拒否する旨の通知を受けた場合は、その受信者に対する以後の送信が禁止されています。
- 表示義務
  広告宣伝メールの送信に当たって、受信拒否の通知先など一定の事項を表示することが義務づけられています。

（5）送信者情報を偽った送信の禁止（送信者への規制）

送信者情報（メールヘッダーに表示される電子メールアドレスや送信元の IP アドレスなど）を偽って広告宣伝メールを送ることが禁止されています。

（6）架空電子メールアドレス宛ての送信の禁止（送信者への規制）

架空電子メールアドレス宛てに送信することが禁止されています。

（7）電気通信事業者に関する規定

- 電子メールサービスの提供者によるサービスの提供拒否
  電子メールサービスを提供する電気通信事業者は、特定電子メール法に違反する電子メールの大量送信などにより、電子メールサービスの円滑な提供に支障が出るおそれがある場合は、必要な範囲で、そのような電子メールの送信についてサービスの提供を拒否することができます。
- 電気通信事業者による情報の提供・技術の開発
  電気通信事業者は、利用者に対し、広告宣伝メールなどによる電子メールの送受信上の支障を防止するためのサービスの情報提供や、技術の開発・導入に努めることとされています。
- 電気通信事業者の団体に対する指導・助言
  総務大臣は、電気通信事業者の団体に対し、広告宣伝メールなどによる電子メールの送受信上の支障の防止に関して、指導・助言を行うように努めるものとされています。
- 総務大臣による研究開発などの状況の公表
  総務大臣は、広告宣伝メールなどによる電子メールの送受信上の支障の防止に資する技術の研究開発の状況や、電気通信事業者におけるその導入状況を、少なくとも年１回公表することとされています。

（8）総務大臣又は消費者庁長官に対する申出

広告宣伝メールの受信者は、（4）～（6）の規制に違反する送信があると認めるときは、総務大臣又は消費者庁長官に対し、適当な措置をとるべきことを申し出ることができます。また、電子メールサービスを提供する者は、（6）の規制に違反する送信があると認めるときは、総務大臣に対し、必要な措置をとるべきことを申し出ることができます。総務大臣や消費者庁長官は、このような申出があった場合は、必要な調査を行わなければなりません。また、調査結果に基づき必要があると認めるときは、特定電子メール法に基づく措置など適当な措置をとらなければなりません。

（9）登録送信適正化機関

総務大臣や消費者庁長官に対する（8）の申出を円滑に行うことができるようにするなど、特定電子メール法の執行を支援するため、同法には、総務大臣及び内閣総理大臣による登録機関（登録送信適正化機関）に関する規定が設けられており、総務大臣及び内閣総理大臣は、登録送信適正化機関に以下の業務を行わせることができます。

- 総務大臣又は消費者庁長官に対する申出をしようとする者に対する指導・助言
- 申出を受けての調査
- 広告宣伝メールに関する情報収集など

（10）法律違反があった場合の措置など

- 報告徴収、立入検査
  総務大臣又は消費者庁長官は、特定電子メール法の施行のために、広告宣伝メールの送信者又は送信委託者に対し、必要な報告をさせることができるほか、職員による立入検査を行うことができます。報告徴収があった場合に報告をしなかった場合・虚偽の報告をした場合や、立入検査を拒んだ場合は刑事罰の対象となります。
- 行政処分（措置命令）
  総務大臣及び消費者庁長官は、以下の場合において、電子メールの送受信上の支障を防止するため必要があると認めるときは、送信者に対し、行政処分（措置命令）を行うことができます。また、送信委託者が同意の取得を行っている場合など、電子メールの送信について送信委託者に一定の責任がある場合には、送信者に加えて送信委託者に対しても措置命令を行うことができます。なお、措置命令に違反した場合は刑事罰の対象となります。
  - ➢ オプトイン方式による規制を遵守していないと認める場合
  - ➢ 送信者情報を偽った電子メールの送信をしたと認める場合
  - ➢ 架空電子メールアドレスを宛先とする電子メールの送信をしたと認める場合

  ※措置命令は、総務大臣と消費者庁長官が共同で行います（ただし、架空電子メールアドレスを宛先とする送信についての措置命令は、総務大臣が単独で行います。）。
- 刑事罰措置命令に違反した場合や、送信者情報を偽って広告宣伝メールを送信した場合は、刑事罰の対象となります。

図表Ｓ－５－４　特定電子メール法の主要な罰則

違反事項	罰則
送信者情報を偽った送信	１年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金（法人の場合は行為者を罰するほか、法人に対して 3,000 万円以下の罰金）。 ※行政処分（措置命令）の対象ともなる。
架空電子メールアドレスあての送信（電子メールの送受信上の支障を防止する必要があると総務大臣が認めるとき）	行政処分（措置命令）。 措置命令に従わない場合、１年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金（法人の場合は行為者を罰するほか、法人に対して 3,000 万円以下の罰金）。
同意のない者への送信	
受信拒否者への送信	
表示義務違反	
同意を証する記録の保存義務違反	行政処分（措置命令）。 措置命令に従わない場合、100 万円以下の罰金（法人の場合は行為者を罰するほか、法人に対して 100 万円以下の罰金）。
報告徴収を受けた場合の報告の懈怠 立入検査に際しての検査忌避	100 万円以下の罰金

- 電気通信事業者などへの情報提供の求め
  総務大臣は、特定電子メール法の施行のために、電気通信事業者などに対し、電子メールアドレス、IP アドレス、ドメイン名などの契約者情報の提供を求めることができます。これにより得られた情報は、迷惑メール送信者の特定に役立てられます。
- 外国執行当局への情報提供
  総務大臣は、外国の迷惑メール対策法令の執行当局に対して、職務の遂行に有用であると認める情報を提供できます。例えば、外国からの迷惑メールの送信において、当該国の執行当局に対して、送信者についての情報提供を行い、措置を要請できる場合もあります。

（11）省令・ガイドライン

特定電子メール法の運用に当たっての詳細な事項は、以下の省令によって定められています。

- 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律施行規則
  オプトイン方式による規制の例外、同意を証する記録として保存すべき事項・保存すべき期間、表示が義務づけられる事項の詳細などが規定されています。
- 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律第二条第一号の通信方式を定める省令
  特定電子メール法の規律の対象となる電子メールの通信方式が規定されています。
- 特定電子メールの送信等に関するガイドライン
  法律及び施行規則の解釈を明確化するとともに、広告宣伝メールの送信に当たって推奨される事項を示すため、「特定電子メールの送信等に関するガイドライン」が定められています。

（12）主務大臣

内閣総理大臣、総務大臣が、主務大臣とされています。なお、内閣総理大臣の権限は、一部を除いて[注 163]消費者庁長官に委任されています。

[注163] 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律第三十一条第一項の規定により消費者庁長官に委任されない権限を定める政令

トピックス：現行の特定商取引法による電子メール広告規制の詳細

（1）法律の目的

特定商取引（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入）を公正にし、及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的としています。

（2）規制の対象となる「電子メール広告」

通信販売、連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）、業務提供誘引販売取引（いわゆる内職商法、資格商法、モニター商法など）の形態で消費者と取引をする場合において、事業者が、取引の対象となる商品や役務などについて電子メールにより広告をする場合が規制の対象です。

（3）規制の対象となる者

消費者と契約を締結しようとする販売業者等のほか、販売業者等から、電子メールに関する以下の業務を一括して受託している電子メール広告受託事業者等も規制の対象です。

(ア) 消費者から電子メール広告の送付についての請求や承諾を得る業務

(イ) 消費者からの請求や承諾の記録を作成し、保存する業務

(ウ) 送信する電子メール広告に、消費者が受信拒否の意思を表示するために必要な事項を表示する業務

（4）オプトイン方式による規制

(ア) 送信禁止

消費者からあらかじめ請求や承諾を得ていない限り、電子メール広告を送ることは、原則的に禁止されています。

(イ) 再送信禁止

消費者からの請求又は承諾を得たとしても消費者から電子メール広告を受けない旨の意思表示を受けたときは、その消費者に対する以後の送信が禁止されています。

(ウ) 請求や承諾の保存義務

電子メール広告を送信することについて消費者からの請求や承諾を受けた場合は、その記録を保存することが義務づけられています。

(エ) 表示義務

販売業者等が送信する電子メール広告には、消費者が受信拒否の意思を表示するために必要な事項を表示することが義務づけられています。

(オ) その他

以下の行為も禁止されています。

- いわゆる「ワンクリック詐欺」（販売業者等が消費者から申込みを受ける場合に、パソコンの操作等が契約の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示しない行為）。
- 消費者に分かりにくい形で、電子メール広告を行うことについての請求・承諾を得ようとする行為。
- オプトイン方式の規制に違反している者に、（3）の(ア)から(ウ)の業務を一括して委託する行為。

（5）法律違反があった場合の措置など

(ア) 刑事罰
請求・承諾のない者への電子メール広告の送信、受信拒否者に対する電子メール広告の送信、請求・承諾があった旨の記録の保存義務違反などの場合は、刑事罰の対象となります。

(イ) 行政処分（指示又は業務停止命令等）
主務大臣は、以下の場合において、消費者の利益が（著しく）害されるおそれがあると認めるときは、販売業者等に対して行政処分（指示又は業務停止命令等）を行うことができます。指示又は業務停止命令等に違反した場合は刑事罰の対象となります。

- 請求や承諾をしていない消費者に電子メール広告を送信した場合
- 電子メール広告の提供を拒否した消費者に電子メール広告を送信した場合
- 請求や承諾の記録を作成・保存しなかった場合や、虚偽の記録を作成・保存した場合
- （4）(オ)に掲げる行為を行った場合

(ウ) 報告徴収、立入検査
主務大臣は、特定商取引法の施行のために、販売業者等に対し、報告や物件の提出を命ずることができるほか、職員に立入検査を行わせることができます。報告徴収を受けた場合に報告をしなかった場合・虚偽の報告をした場合や、立入検査を拒んだ場合は刑事罰の対象となります。

(エ) 販売業者等と取引する者への報告命令
主務大臣は、特定商取引法の施行のために、販売業者等と取引する者に対し、販売業者等の業務や財産に関して参考となるべき報告や資料の提出を命ずることができます。例えば、販売業者等と取引をする銀行に対し、口座番号を手がかりに、販売業者等の住所などの契約者情報の提出を命ずることが可能です。

(オ) 販売業者等から業務の委託を受けた者への立入検査
主務大臣は、特定商取引法の施行のために、職員に販売業者等から業務の委託を受けた者の事務所等に立入検査を行わせることができます。立入検査を拒んだ場合は刑事罰の対象となります。

(カ) 主な罰則
主な罰則をまとめて図表 S－５－５に記します。

図表Ｓ－５－５　特定商取引法の主な罰則

違反事項	罰則
請求・承諾のない者への電子メール広告の送信	100 万円以下の罰金
拒否者に対する電子メール広告の送信	
請求・承諾があった旨の記録の保存義務違反	
請求・承諾のない者や拒否者へ送信された電子メール広告における誇大広告や表示義務違反	1 年以下の懲役又は 200 万円以下の罰金 （又はこれらの併科）
業務停止命令等違反	3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金 （又はこれらの併科） ※法人の場合は 3 億円以下の罰金
指示違反	6 月以下の懲役又は 100 万円以下の罰金 （又はこれらの併科）

（6）省令・ガイドライン

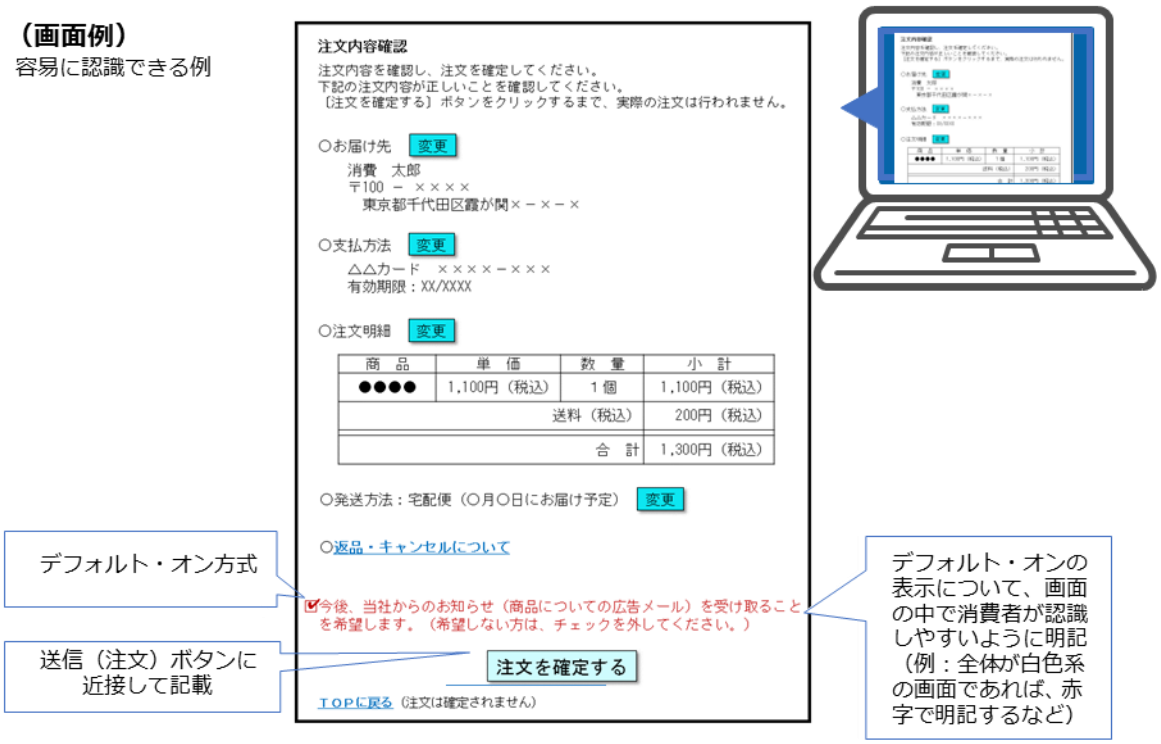
特定商取引に関する法律施行規則

特定商取引法の運用に当たっての詳細な事項は、特定商取引に関する法律施行規則に定められています。具体的には、オプトイン方式による規制の適用が除外される場合、請求・承諾があったことを証する記録として保存すべき事項・保存すべき期間、表示が義務づけられる事項の詳細などが規定されています。

電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る「容易に認識できるように表示していないこと」に係るガイドライン

特定商取引法においては、消費者に分かりにくいやり方で電子メール広告を受けることについての承諾・請求を行わせようとする行為が、行政処分の対象とされていますが、どのようなケースが行政処分の対象となり得るかを明確化するため、「電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る『容易に認識できるよう表示していないこと』に係るガイドライン」が定められています[注164]。

図表Ｓ－５－６　消費者が商品を購入したショッピングサイトなどにおける承諾の取り方



（7）主務大臣

内閣総理大臣、経済産業大臣及び物資等所管大臣が、主務大臣とされています。また、電子メール広告受託事業者に関する事項については、内閣総理大臣及び経済産業大臣が主務大臣とされています。なお、内閣総理大臣の権限は、一部を除いて消費者庁長官に委任されており、消費者庁長官に委任された権限の一部は、経済産業局長に委任されています。

注164 消費者庁「特定商取引法ガイド」https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20230421la02_08.pdf

資料編

1　関係法令･窓口等

（1）関係資料

関連法令

特定電子メールの送信の適正化等に関する法律等：特定電子メール法、同法施行規則の条文、ガイドライン

総務省：https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/m_mail.html
消費者庁：https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specifed_email/

特定商取引に関する法律等：同法施行規則の条文、ガイドライン

https://www.no-trouble.caa.go.jp/

利用者向け資料

撃退！迷惑メール：迷惑メール対策やスマートフォン利用時の注意点についまとめた冊子。

https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/gmeiwaku_book.pdf

チェーンメール対策 BOOK「撃退！チェーンメール＆メッセージ」：チェーンメール対策や注意点をまとめた冊子

https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/chain/chainbook.pdf

「そのメール、詐欺カモ！？」：気をつけたい「メール de 詐欺」の事例と注意点をまとめた冊子

https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/A4_maildesagi.pdf

特殊詐欺対策リーフレット「詐欺被害防止読本」：詐欺にだまされないようにするための注意点や詐欺の手口をまとめた冊子

https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/dokuhon.pdf

「うんこドリル めいわくメール」：クイズ形式でチェーンメールや ICT メディアリテラシーなどへの対処法などをまとめた冊子

https://www.dekyo.or.jp/soudan/data/info/meiwakumail_drill.pdf

技術的な対策

迷惑メール対策技術の開発および導入状況：特定電子メール法に基づき、電気通信事業者における迷惑メール対策技術の開発および導入状況を毎年１回作成・公表（総務省作成）

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/m_mail.html

有害情報対策ポータルサイト：迷惑メール対策編－迷惑メール対策に関する情報を随時整理し、公表（インターネット協会迷惑メール対策委員会作成）

https://salt.iajapan.org/wpmu/anti_spam/

送信ドメイン認証および OP25B に関する法的解釈：送信ドメイン認証および OP25B に関して、一般的ケースにおける法的解釈を整理したもの（総務省作成）

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/m_mail/legal.html

（２）関係組織・相談窓口

関係組織

名称	URL
総務省	https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/m_mail.html
消費者庁	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/ https://www.no-trouble.caa.go.jp/
（独）国民生活センター	https://www.kokusen.go.jp/
（一財）日本データ通信協会 「迷惑メール相談センター」	https://www.dekyo.or.jp/soudan/
（一財）インターネット協会 「迷惑メール対策委員会」	https://www.iajapan.org/anti_spam/
フィッシング対策協議会	https://www.antiphishing.jp/
（一財）マルチメディア振興センター 「e-ネットキャラバン」	https://www.fmmc.or.jp/e-netcaravan/
（一社）セーファーインターネット協会 「インターネット・ホットラインセンター」	https://www.internethotline.jp/
違法・有害情報相談センター	https:// ihaho.jp/
UCENet（旧名称：LAP）	https://www.ucenet.org/ 迷惑通信（迷惑メールを含む）対策法執行機関を中心とした国際的な会合
M^{3}AAWG	https://www.m3aawg.org/ 迷惑メールを含めた、インターネット上のウイルスや DoS 攻撃などに対処するために通信関連企業が集まったグループ
JPAAWG	https://www.jpaawg.org/

相談窓口

名称	詳細
総務省 **「電気通信消費者相談センター」**	03-5253-5900 平日 9:30～12:00、13:00～17:00 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/syohi/syohi_soudan.htm
消費者庁・全国消費生活センター **「消費者ホットライン」**	全国統一番号 188（局番なし）IP 電話など一部の電話不可 お近くの消費生活センターや消費生活相談窓口を案内
（一財）日本データ通信協会 **「迷惑メール相談センター」**	03-5974-0068　平日 10:00～12:00、13:00～17:00(年末年始を除く) 広告・宣伝メールに関する相談
（独）情報処理推進機構（IPA） **「情報セキュリティ安心相談窓口」**	03-5978-7509　平日 10：00～12：00、13：30～17：00(年末年始を除く) https://www.ipa.go.jp/security/anshin/ ウイルスや不正アクセスに関する技術的な相談に対してアドバイスを提供する窓口。 メール相談可能
法務省人権擁護局 **「常設人権相談所」**	みんなの人権 110 番 0570-003-110　平日 8:30～17:15 子どもの人権 110 番 0120-007-110　平日 8:30～17:15 女性の人権ホットライン 0570-070-810　平日 8:30～17:15 https://www.moj.go.jp/JINKEN/ 差別、いじめ、嫌がらせなど人権に関する相談
文部科学省 **「24 時間子供 SOS ダイヤル」**	0120-0-78310　年中無休、24 時間 https://www.mext.go.jp/ijime/ 子供たちが全国どこからでも、夜間・休日を含めて、いじめの相談をすることができるよう、全都道府県および指定都市教育委員会で実施。
日本司法支援センター **「法テラス」**	0570-078-374(PHS 可)　平日 9:00～21:00　土曜 9:00～17:00 IP 電話からは 03-6745-5600 https://www.houterasu.or.jp/ 問い合わせ内容に応じて法制度や関係機関の相談窓口を紹介
(株)NTT ドコモ **ドコモインフォメーションセンター**	ドコモの携帯電話から 151　／　一般電話などから 0120-800-000　9:00～20:00(年中無休) https://www.docomo.ne.jp/
KDDI(株) **au 総合案内**	au の携帯電話から 157 au 以外の携帯電話、一般電話から 0077-7-111 9:00～20:00(年中無休) https://www.au.com/ https://www.au.com/support/inquiry/mobile/general/
KDDI(株) **au iPhone テクニカルサポート**	0077-7066（携帯電話・PHS 可）／左記番号が利用できない場合 0120-345-516 平日 9:00～19:00 土日祝 9:00～17:00 iPhone・iPad の操作方法・各種設定方法・サービス全般の問い合わせ窓口 https://www.au.com/support/inquiry/mobile/iphone/
ソフトバンク(株) **SoftBank 総合案内** **「ソフトバンクカスタマーサポート総合案内」**	ソフトバンク携帯電話から 157／ 一般電話などから 0800-919-0157 9:00～20:00 (年中無休) https://www.softbank.jp/mobile/
楽天モバイル(株) **楽天モバイルコミュニケーションセンター**	050-5434-4653(Rakuten Link 利用で無料) 9:00～17:00 (年中無休) https://network.mobile.rakuten.co.jp/ https://network.mobile.rakuten.co.jp/support/

2　迷惑メール対策推進協議会　関係資料

（1）迷惑メール対策推進協議会設置要綱

1　目的

いわゆる迷惑メール問題については、これまで幅広い関係者による様々な対策が進められてきたところであるが、送信手法が巧妙化・悪質化し、また、海外からの迷惑メールの送信が増大している中で、迷惑メール対策に関わる関係者が連携し、効果的な対策の実施に取り組んでいくことが強く求められている。このため、電子メールの利用環境の一層の改善に向け、関係者間の緊密な連絡を確保し、最新の情報共有、対応方策の検討、対外的な情報提供などを行うことにより、関係者による効果的な迷惑メール対策の推進に資することを目的として、「迷惑メール対策推進協議会」（以下「協議会」という。）を設置する。

2　構成

協議会は、別紙に掲げる構成員をもって構成する。

協議会に、座長および座長代理を置く。座長は協議会を招集し、主宰する。座長代理は、座長を補佐し、座長不在のときは、座長に代わり、その職務を遂行する。

座長は構成員の互選により選任する。座長代理は、座長が指名する。

構成員以外の者であって協議会に参加しようとするものは、構成員の過半数の了解を得て、構成員となることができる。

3　運営

1. 迷惑メール対策に関わる実務的な問題に関わる情報共有、対策の検討などを行うため、協議会に、構成員の一部（構成員が指名する者を含む。）からなる幹事会を置く。幹事会の詳細については、別に定める。
2. 協議会は、必要に応じて、ワーキンググループ等を設置することができる。
3. 協議会は、必要に応じて、外部の関係者の出席を求め、その意見を聞くことができる。
4. その他協議会の運営に関しては、座長が定めるところによる。

4　事務局

協議会の事務運営は関係者の協力を得て、一般財団法人日本データ通信協会迷惑メール相談センターが行う。

（２）迷惑メール追放宣言

我が国では、携帯電話やインターネットの発展・普及に伴い、新たなコミュニケーション文化としての電子メールが広く国民に定着してきている。その一方で、いわゆる迷惑メールにより、望まない情報の着信による受信者への支障、大量のあて先不明の電子メールの処理に伴う電気通信ネットワークへの支障、正当なメールマーケティングを行う事業者への支障などがあり、さらにフィッシングやワンクリック詐欺等に結びつくこともあるなど、様々な支障が生じている。

この迷惑メールに対しては、平成１４年（２００２年）の「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」の制定及び「特定商取引に関する法律」の改正などによる制度的な対応が行われており、また、本年には、両法の一部改正により、いわゆるオプトイン規制が導入されるなど、実効性の効果に向けた規制の強化が図られてきているところである。

また、迷惑メール対策については、このような制度的な方策のみならず、技術的な対策、電気通信事業者による自主的な措置、利用者への周知啓発・相談体制の充実、国際連携の推進など、関係者による総合的対策が必要とされるものである。

このような中で、迷惑メール対策に関わる関係者が広く集まり、本日、「迷惑メール対策推進協議会」を設置することとした。ここに集まった関係者は、それぞれの立場から自ら必要な措置を精力的に講じていくとともに、積極的に関係者への周知・広報活動を行うなど、継続的な取組を行うことにより、我が国からの迷惑メールの追放を図っていくことを宣言する。

2008 年 11 月 27 日
迷惑メール対策推進協議会

資料編

関係者が講ずるべき取組の例

電気通信事業者

・DMARC、OP25B など、迷惑メールを送信させないための技術の開発・導入、外国の電気通信事業者への普及促進
・迷惑メールフィルターなど、受信者側で利用可能な迷惑メール対策のためのサービス提供
・迷惑メールに関する関係者への周知

広告関係者

・適正な同意の取得など、健全性を確保したメールマーケティングの実施
・迷惑メールに関する関係者への周知

配信事業者

・広告・宣伝メールの適切な配信
・迷惑メールに関する関係者への周知

セキュリティベンダー等

・効果的なフィルタリングソフト等の提供
・迷惑メールに関する関係者への周知

消費者団体等

・利用者側で行える迷惑メールへの対応策についての消費者に対する周知

行政機関等

・法の迅速かつ適正な執行

・迷惑メールに関する関係者への周知

・迷惑メールに関する情報収集、受信者からの相談受付の適切な実施

・迷惑メール対策に関わる外国執行当局との連携の推進

その他関係者

・送信ドメイン認証の活用など

・迷惑メールに関する関係者への周知

（3）迷惑メール対策推進協議会構成員

役職	氏名	組織名
	秋山 尚子	（公社）全国消費生活相談員協会
	足立 修	ソフォス（株） 技術サポート本部 本部長
	阿部 文彦	警察庁 サイバー警察局サイバー企画課 課長
	伊藤 正雄	消費者庁 取引対策課 課長
	岩本 新一	シナジーマーケティング（株） 管理部 部長
	宇野 誠	日本プルーフポイント（株） 営業統括本部長
	大泰司 章	（一財）日本情報経済社会推進協会 インターネットトラストセンター 企画室 客員研究員
	岡 響	アイマトリックス（株）カスタマーリレーションズ COO
	岡村 久道	弁護士 国立情報学研究所客員教授 京都大学大学院医学研究科講師
	加藤 理人	ビッグローブ（株） 基盤本部マーケティングプラットフォーム部 エキスパート
	鎌野　篤	（株）朝日ネット 執行役員 技術統括担当
	神谷 勇樹	エンバーポイント（株） 代表取締役
	河内 亜起	PayPal Pte. Ltd. 東京支店　ビジネスインフォメーションセキュリティオフィサー
	岸原 孝昌	（一社）モバイル・コンテンツ・フォーラム　専務理事
	北崎 恵凡	（一財）インターネット協会 迷惑メール対策委員会 副委員長
	熊沢 明生	ソフトバンク（株） コアネットワーク本部 コンバージドコア統括部 コアサービス開発部 メールシステム１課 担当課長
	興津 智章	トライコーン（株） 取締役
	後藤 晋一	（株）サバナ 取締役社長

	小林 直樹	（一社）日本ケーブルテレビ連盟 理事　兼　通信制度部長
	古山 大輔	（株）NTT ドコモ プロダクトデザイン部ライフスタイルイノベーション・ヘルスケア担当 担当部長
	齋藤 雅弘	弁護士
	佐久間 修	名古屋学院大学 法学部 教授
座長代理	櫻庭 秀次	（株）インターネットイニシアティブ　技術研究所　技術連携室　シニアリサーチエンジニア　博士（工学）
	佐藤 圭介	ソニーネットワークコミュニケーションズ（株） ISP 事業部　副事業部長
	沢田 登志子	（一社）EC ネットワーク 理事
	白井 崇顕	チーターデジタル（株）　日本法人社長/最高執行責任者
	秦 明寛	（株）クオリティア クラウド開発本部　開発部　副部長
	末政 延浩	（株）TwoFive　代表取締役
	鈴木 信裕	スパイラル（株）　執行役員
	関 聡司	楽天グループ（株）　執行役員 渉外室ジェネラルマネージャー
	関 充明	（株）ディー・エヌ・エー 経営企画本部パブリックリレーション部 副部長
	高橋 聡子	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ（株）　執行役員 プラットフォームサービス本部　コミュニケーション＆アプリケーションサービス部長
	武谷 達英	ニフティ（株）　経営管理統括部　事業推進グループ
	立石 聡明	（一社）日本インターネットプロバイダー協会 副会長 兼 専務理事
	田中 優成	（株）アクリート 代表取締役社長
	中川 直樹	（株）日本総合研究所 セキュリティ統括部長
	中村 朋浩	総務省 総合通信基盤局電気通信事業部利用環境課 課長
	中村 光宏	シスコシステムズ（合） セキュリティ事業 シニア SE マネージャ
	中本 純子	（一社）全国消費者団体連絡会 事務局 政策スタッフ
座長	新美 育文	明治大学　名誉教授
	長谷川 雅典	（一社）日本広告業協会 法務委員会 委員長
	長谷部 恭男	早稲田大学 法学学術院法務研究科（法科大学院） 教授
	畠山 昌録	Appgate（EASY SOLUTIONS JAPAN （合）） 営業部 日本事業開発マネージャー
	林 博史	（公社）日本アドバタイザーズ協会 W e b 広告研究会 事務局 オフィスマネージャー
	平野善隆	Vade Japan 株式会社　プリンシパルメッセージングエンジニア
	昼田 裕	KDDI（株） エンジニアリング推進本部プラットフォームエンジニアリング部 部長
	堀江 悠太	LINE ヤフー（株） 政策渉外本部コミュニケーション部コミュニケーションチーム　マネージャー
	町田 誠	（一財）日本データ通信協会 迷惑メール相談センター所長
	明神 浩	（一社）テレコムサービス協会 企画部 部長
	森 紀一朗	（一社）日本インタラクティブ広告協会 専務理事
	森澤 槙子	（独）国民生活センター 相談情報部 相談第 2 課 主事
	山本 一晴	（一社）電気通信事業者協会
	吉岡 道明	（一社）JPCERT コーディネーションセンター

2024 年 6 月 30 日現在（50 音順・敬称略）

3　索引

A～Z

BEC.....**7,8,9,33,85,89,104**
BIMI **17,64**
Emotet.....**30**
IP アドレス **4,26,39,48,49,50,51,52,54,55,57,59 62,63,75,85,88,90,129,131**
固定 IP アドレス 26,27,47
動的 IP アドレス 26,54,88
JPAAWG **63,89,97,98,106,114,137**
UCENet **97,107,108,110,111,114,137**
M³AAWG.....**85,98,104,114**
OP25B..... **26,54,66,68,79,88,137,141**
RFC.....**4,47,56,58,63,98**
SMS **2,14,15,16,18,30,31,32,42,43,44,45,71,81, 84,92,93,94,100,101,129**
SMS 配信サービス事業者 92,93,94
SNS..... **2,28,81,89**

ア～ワ

ウイルスメール.....**12**
ウイルス作成・提供・供用の禁止 41
ウイルス対策ソフト 11
オプトイン.....**36,37,40,42,43,44,45,75,77,78,79,92, 129,130,132,134,141**
オプトアウト..... **42,44,45,67,75,76,77,79**
架空請求 **36,41,69,95**
スミッシング..... **30,81,89**
セクストーション **8,9,11**
送信ドメイン認証技術 **51,55,58,64,66,68,74,79,80, 82,85,87,90,106,124,126**
DKIM 51,53,5,58,60,61,123.128,141
DKIM の設定 52
DKIM の認証結果 62,127
DMARC... 17,51,52,56,58,60,61,63,64,68,74,80,82, 83,86,87,88,90,92,9798,104,108,123,141
DMARC の設定 52
DMARC の認証 17,61,62
DMARC の認証結果 128
DMARC ポリシー 56,123
SPF 51,53,55,58,59,60,61,6263,86,87,90,92,123
SPF の設定 52
SPF の認証結果 126
SPF・DKIM・DMARC の比較.....62
送信ドメイン認証技術の認証結果.....126
チェーンメール..... **7,13,66,6769,96,136**
特定商取引法 **8,36,40,41,45,77,79,91,92,132, 133,134**
特定電子メール法...**8,36,37,38,39,41,45,71,75,76,77, 80,91,92,95,96,109,110,129,130, 131,136,137**
特定電子メール法と特定商取引法との比較 36
海外での対策法制の整備状況 42,44,45
フィッシング **8,9,14,15,16,17,22,32,66,81,85,88, 99,100,101,102,106,141**
フィッシング対策協議会 16,18,31,89,101,102,103, 106,137
フィッシングメール..... 7,31,41,80,85,101,103,106
不正利用
IP アドレスの不正利用 27
アカウントの不正利用 27
サーバーの不正利用..... 26,88
ボット.....**26,54,88**
マルウェア **7,11,14,26,28,88,89,90,114**
迷惑メールフィルター.....**17,27,70,83,85,86,101,141**

迷惑メール白書 2022-2024

2024 年 8 月　初版発行

PRINT ISSN 2434-5016 / ONLINE ISSN 2434-4982

編　集・発　行　迷惑メール対策推進協議会

事　務　局
一般財団法人　日本データ通信協会　迷惑メール相談センター
〒170-8585 東京都豊島区巣鴨 2-11-1　巣鴨室町ビル 7 階
ＴＥＬ:03-5907-5371
ＭＡＩＬ:q-meiwaku-mail-kyogikai@dekyo.or.jp
ＵＲＬ:https://www.dekyo.or.jp/soudan/aspc/

印　　刷　　一般財団法人　日本データ通信協会

【本白書ご利用に当たってのご注意】
・「迷惑メール白書」（以下「本資料」といいます）の著作権は、迷惑メール対策推進協議会に帰属します。
・本資料は、改変を行わない限り、自由に複製していただけます。
・本資料の全部または一部について引用・転載を行う場合は、必ず出典を明示してください。
・図表等で他の資料を引用している場合には、引用・転載に際しては、当該原典の取り扱いルールに従ってください。

©2024 迷惑メール対策推進協議会

©2022-2024 迷惑メール対策推進協議会