

特定電子メールの送信等に関するガイドライン新旧対照表（傍線は変更点）

総務省総合通信基盤局消費者行政課
消費者庁取引対策課

新	旧
1 適用範囲等（法第2条第2号等）	
①「特定電子メール」の範囲 また、次のような電子メールについても、広告又は宣伝を行うための「手段として」送信されているものと考えられるため、特定電子メールに該当するものである。 ア）（略） イ）SNS（Social Network Service）への招待や懸賞当選の通知、友達からのメールや会員制サイトでの他の会員からの連絡などを装って営業目的のウェブサイトへ誘導しようとする電子メール	①「特定電子メール」の範囲 また、次のような電子メールについても、広告又は宣伝を行うための「手段として」送信されているものと考えられるため、特定電子メールに該当するものである。 ア）（略） イ）SNS（Social Network Service）への招待や懸賞当選の通知、友達からのメールなどを装って営業目的のウェブサイトへ誘導しようとする電子メール
2 オプトイン規制における同意（法第3条第1項第1号及び第2号）	
①同意の取得 2）同意取得時に表示すべき事項及びその表示方法 しかし、例えば、電子メールアドレスの登録時に、契約を申し込むサービスの約款や利用規約に同意の通知の相手方の名称及び特定電子メールを送信する旨の記載があっても、極めて小さい文字又は極めて目立たない色の文字で記載されている場合や、約款や利用規約が長くウェブサイト膨大にスクロールして、注意しないと認識できないような場所に記載されている場合などのように、通常の受信者であればそれに気付くとは考えにくい場合などは、受信者が認識できるように表示されているとはいえない。また、電子メールアドレスの登録時に、「関連サイトから広告・宣伝メールが送信される」旨の記載を行っている例もあるが、「関連サイト」、「姉妹サイト」といった記載だけでは、<u>広告・宣伝メールの送信者又は送信委託者を具体的に特定することができず、適切に同意が取得されているとはいえない。（画面例1）</u>	①同意の取得 2）同意取得時に表示すべき事項及びその表示方法 しかし、例えば、電子メールアドレスの登録時に、契約を申し込むサービスの約款や利用規約に同意の通知の相手方の名称及び特定電子メールを送信する旨の記載があっても、極めて小さい文字で下部に記載されている場合などのように、通常の受信者であればそれに気付くとは考えにくい場合などは、受信者が認識できるように表示されているとはいえないものである。

(中略)

また、利用者が広告・宣伝メールの送信がされる旨の記載を見落として、誤って広告・宣伝メールの送信に同意することを防ぐため、最後の確認画面などにおいて、利用者に対して、広告・宣伝メールの送信について同意した状態となっていることや送信される広告・宣伝メールのタイトル等を表示することが望ましい。(画面例2)

(略)

新	旧
5) <u>ダブルオプトインの推奨</u> 他人の電子メールアドレスを無断で用いて同意の通知をするいわゆる「なりすまし」の同意を防止する必要性が高い場合や、受信者等からの同意の有無に関する問合せに対して同意があることを立証する必要がある場合などには、通知等された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等の受信者本人の操作があつ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いわゆる「ダブルオプトイン」を実施することが推奨される。 <u>なお、「なりすまし」の防止の必要性は、受信者がメールアドレス等の変更を送信者に通知する場合でも変わりはなく、いわゆる「ダブルオプトイン」を実施して受信者に対するメールアドレス等の変更の確認をすることが推奨される。</u> (中略) なお、「なりすまし」の同意を防止する観点からは、「ダブルオプトイン」より簡便な方法として、<u>同意の確認のため、通知等されたメールアドレスに対して、受信者本人ではない場合に返信を求める旨の広告・宣伝内容を含まない電子メールを送付し、受信者からの返信がない場合に限り</u>広告・宣伝メールを送信する方法も行われているところである。<u>ダブルオプトインを実施しない場合においては、そうした方法の実施も検討すべきである。</u>	5) ダブルオプトイン 他人の電子メールアドレスを無断で用いて同意の通知をするいわゆる「なりすまし」の同意を防止する必要性が高い場合や、受信者等からの同意の有無に関する問合せに対して同意があることを立証する必要がある場合などには、通知等された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等の受信者本人の操作があつ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いわゆる「ダブルオプトイン」を実施することが推奨される。 (中略) なお、「なりすまし」の同意を防止する観点からは、「ダブルオプトイン」より簡便な方法として、通知等されたメールアドレスに対して<u>広告・宣伝内容を含まない確認の電子メールを送付し、一定期間内に当該電子メールに対して異議がない場合には</u>広告・宣伝メールを送信する方法も行われているところであり、<u>ダブルオプトインを実施しない場合においては、その実施も検討すべきである。</u>

新	旧
2 オプトイン規制における同意（法第3条第1項第1号及び第2号） 7) デフォルトオン／オフ（デフォルトオフの推奨） ウェブフォーム等を活用して同意を取得する場合などでは、同意する旨のチェックボックスに予めチェックがされている状態など、利用者による作為がない場合には同意したこととなる「デフォルトオン」と、予めチェックがされておらず、利用者による作為がない場合には同意はしなかったこととなる「デフォルトオフ」の2つの方法がある。 <u>（画面例3）</u> （中略） 8) デフォルトオンでの注意事項 <u>デフォルトオンで同意を取得する場合には、例えば、チェックボックスのチェックを外さない場合には送信に同意したこととなる旨の記載やチェックの外し方に関する記載を、利用者が容易に認識できるようにわかりやすく表示することなどが推奨される。チェックボックスが複数ある場合には、一括で全てのチェックを外す機能を有していることが推奨される。（画面例4）</u> <u>また、チェックボックスは、利用者が通常容易に認識できる場所に設置することが望ましい。利用者が通常閲覧しないような場所に設置されている場合などで、利用者がチェックボックスにチェックがされていることを認識できずに同意の通知がされたときは、その同意の意思表示の有効性には疑問が持たれる。</u> <u>例えば、利用者の入力や閲覧が必要のない事項などが長く記載され、チェックボックスがその下部に設置されていて利用者が一覧できないような表示の場合には、利用者がチェックボックスにチェックがされていることを容易に認識することはできない。（画面例5）</u>	7) デフォルトオン／オフ ウェブフォーム等を活用して同意を取得する場合などでは、同意する旨のチェックボックスに予めチェックを入れるなど、利用者による作為がない場合には同意したこととなる「デフォルトオン」と、チェックを入れず、利用者による作為がない場合には同意はしなかったこととなる「デフォルトオフ」の2つの方法がある。 （中略） <u>また、デフォルトオンの場合であっては、例えば、チェックボックスのチェックを外さない場合には送信に同意したこととなる旨の記載やチェックの外し方に関する記載を行うこと、デフォルトオンなのかデフォルトオフなのかをわかりやすく表示することなどが推奨される。</u>

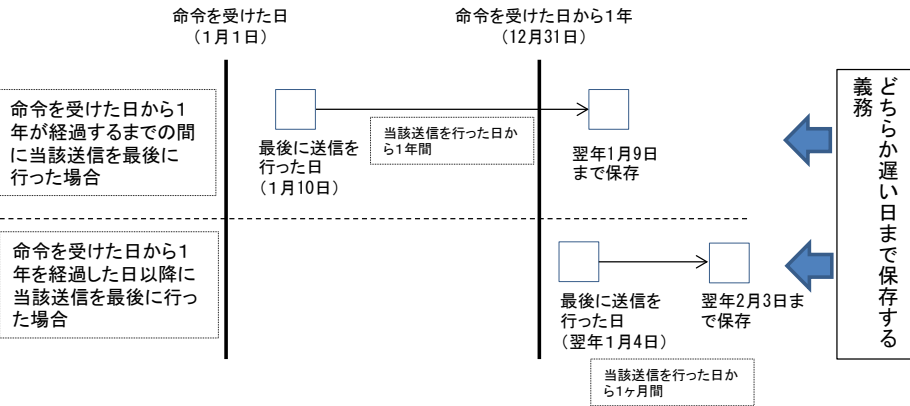
このような場合は、画面上で利用者が通常容易に認識することができる場所において、画面の下部に広告・宣伝メールの送信に同意することとなるチェックボックスがある旨の注意文を、利用者が明確に認識できる文字の大きさ、色等により表示させる等の工夫を行うべきである。（画面例６）

さらに、デフォルトオンで同意を取得する画面で、利用者がチェックを外して次の画面に進んだにもかかわらず、「戻る」ボタン等で前の画面に戻ると、チェックボックスに再度チェックがされている状態に戻っているような例も見受けられるが、適正な同意の取得という観点からは望ましくない。そのような場合に、広告・宣伝メールの送信に同意する旨のチェックボックスに再度チェックがされている状態であることを利用者が認識できずに手続を完了してしまい、形式的に同意の通知がなされたとしても、利用者は同意をしない意思表示をしようとしていたものであり、有効な同意の意思表示がなされたとはいえない。

特に前の画面に戻ったときに、購入しようとしている商品の選択などチェックボックス以外の部分に対する利用者による操作の結果が引き継がれているような場合には、通常の利用者が同意する旨のチェックボックスに再度チェックがされている状態になっていることを認識することは期待できない。（画面例７）

９）１つの電子メールアドレスに複数の使用者がいる場合の取扱い
(略)

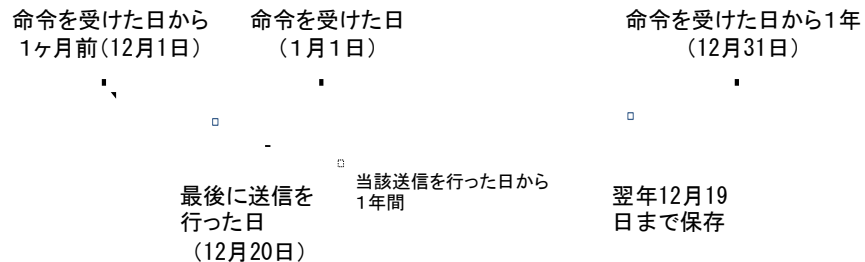
８）１つの電子メールアドレスに複数の使用者がいる場合の取扱い
(略)

新	旧
2 オプトイン規制における同意（法第3条第1項第1号及び第2号） ②同意を証する記録 3）保存期間 ア 命令を受けた日以降に送信を行った場合 以下のどちらか遅い日まで保存すべきものとされている。 (a) 命令を受けた日から1年が経過するまでの間に当該送信を最後に行った場合は、当該送信を最後に行った日から1年間 (b) 命令を受けた日から1年を経過した日以降に当該送信を最後に行った場合は、当該送信を最後に行った日から1ヶ月間 <u>[法第7条の命令を受けた日以降に送信を行った場合の保存期間]</u> 	②同意を証する記録 3）保存期間 命令を受けた日以降に送信を行った場合は、以下のどちらか遅い日まで保存すべきものとされている。 ①命令を受けた日から1年が経過するまでの間に当該送信を最後に行った場合は、当該送信を最後に行った日から1年間 ②命令を受けた日から1年を経過した日以降に当該送信を最後に行った場合は、当該送信を最後に行った日から1ヶ月間

イ 命令を受けた日以前であって、命令を受けた日から起算して1ヶ月前までの間に当該送信を行った場合

当該送信を最後に行った日から1年間、保存すべきものとされている。

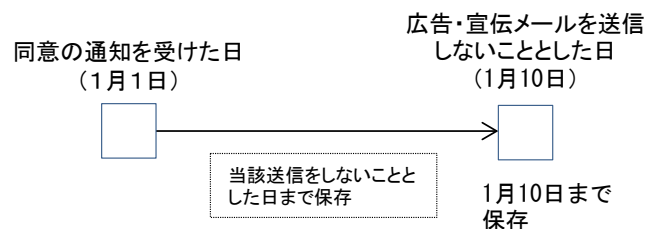
[法第7条の命令を受けた日の1ヶ月前までに最後に送信を行った場合の保存期間]



ウ 受信者の事前の同意の通知を受けていても1度も広告・宣伝メールを送信することがない場合

当該送信をしないこととした日まで保存するものとしている。

[事前の同意の通知を受けていても1度も広告・宣伝メールを送信することがない場合の保存期間]



命令を受けた日以前であって、命令を受けた日から起算して1ヶ月前までの間に当該送信を行った場合は、当該送信を最後に行った日から1年間、保存すべきものとされている。

なお、受信者の事前の同意の通知を受けていても1度も広告・宣伝メールを送信することがない場合は、当該送信をしないこととした日まで保存するものとしている。

新	旧
4 オプトアウト（法第3条第3項） 2) 通知の方法 （前略） <u>（削除）</u>	2) 通知の方法 （前略） <u>オプトアウトの方法が複雑であると、受信者は当該電子メールを迷惑メールとしてフィルタリングによりブロックし、場合によっては迷惑メールとして通報することがあることから、受信者との健全な関係を構築するためにも、送信者側は簡便なオプトアウトの方法を提供することが推奨される。</u> <u>例えば、複数の者による特定電子メールの送信について、送信者を明示した上である者が責任を持って一括して同意を取るような場合などでは、同意の記録の管理の方法にもよるが、可能な場合には、オプトアウトの際にも、一回の手続でまとめて行うことができる方法を提供することが望ましい。</u>
<u>5) 簡便なオプトアウト方法</u> <u>オプトアウトの方法が複雑であると、受信者はオプトアウトをしないで、受信側の電気通信事業者のフィルタリングサービスを用いて広告・宣伝メールの受信を拒否し続けることがある。このような状態で送信される広告・宣伝メールは、受信者が閲読しないことから訴求対象に広告情報が到達しないだけでなく、電気通信事業者の設備への負荷となり、電子メール利用の良好な環境の整備の妨げとなりかねないものである。こうしたことから、広告・宣伝メールの送信者・送信委託者は、受信者に対して、簡便なオプトアウトの方法を提供することが推奨される。</u> <u>簡便なオプトアウトの方法としては、例えば、広告・宣伝メール本文に記載するオプトアウトの通知の連絡先となるURLを受信者ごとに異なるものとし、そのURLをクリックすることで表示されるウェブサイトの画面で簡便にオプトアウトができるようにするなどの工夫</u>	—

が可能と考えられる。

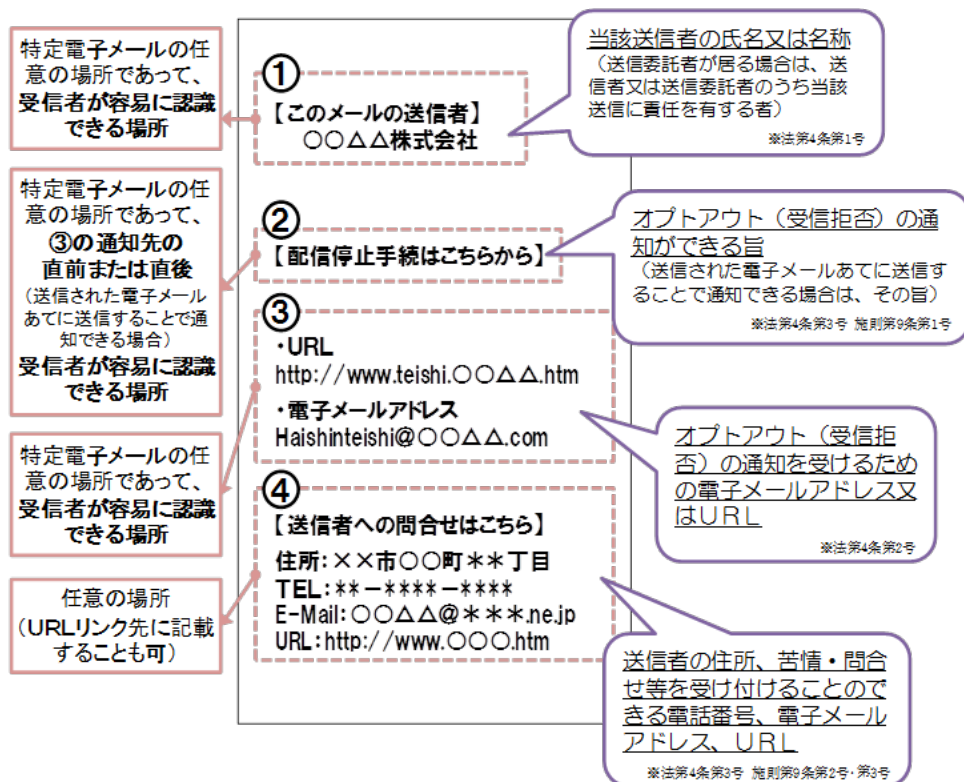
また、複数の広告・宣伝メールを送信している場合であって、オプトアウトの画面上で利用者が選択してオプトアウトの通知ができるようにしているときには、一括で全ての項目のオプトアウトができる設定を用意するなどの工夫が可能と考えられる。(画面例8)

複数の者による特定電子メールの送信について、送信者を明示した上で、ある者が責任を持って一括して同意を取るような場合などでは、同意の記録の管理の方法にもよるが、可能な場合には、オプトアウトの際にも、一回の手続でまとめて行うことができる方法を提供することが望ましい。

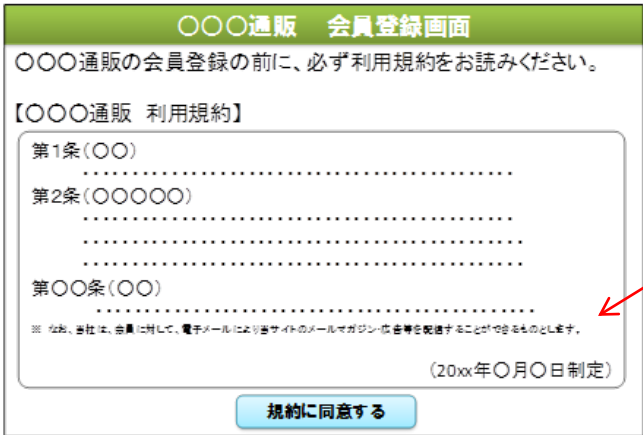
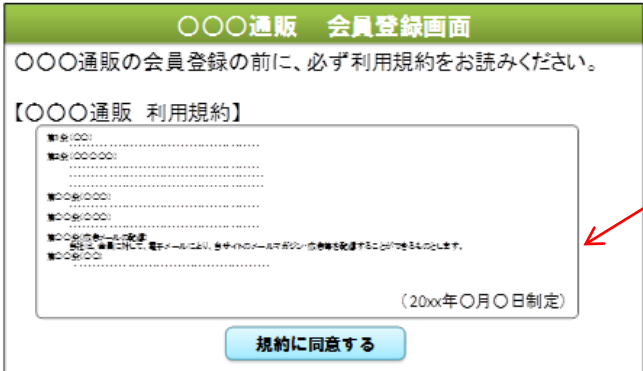
新	旧
5 表示義務（法第4条） ①「<u>表示義務</u>」についての考え方と基本的な表示事項 オプトイン方式を機能させるために、事前の同意を通知した者等からの特定電子メールであるか否かを受信者が容易に判断できるよう、法第4条第1号では、特定電子メールの送信に当たりその送信に責任のある者の氏名・名称を表示すべき義務を課しており、また、受信者が確実にオプトアウトを行えるよう、法第4条第2号では、<u>受信拒否の通知を受けるための</u>電子メールアドレス又はURLの表示をしなければならない義務を課している。 ③表示の方法 表示すべき場所については、施行規則第7条において、次のとおり定められている。 ア) 送信責任者の氏名・名称及びオプトアウトの<u>通知を受けるための</u>電子メールアドレス又はURLについては、受信者が容易に認識することができる任意の場所 イ) (略) ウ) オプトアウトの通知ができる旨の表示については、オプトアウトの<u>通知を受けるための</u>電子メールアドレス等の前後	①「<u>表示義務</u>」についての考え方と基本的な表示事項 オプトイン方式を機能させるために、事前の同意を通知した者等からの特定電子メールであるか否かを受信者が容易に判断できるよう、法第4条第1号では、特定電子メールの送信に当たりその送信に責任のある者の氏名・名称を表示すべき義務を課しており、また、受信者が確実にオプトアウトを行えるよう、法第4条第2号では、<u>受信拒否の連絡先となる</u>電子メールアドレス又はURLの表示をしなければならない義務を課している。 ③表示の方法 表示すべき場所については、施行規則第7条において、次のとおり定められている。 ア) 送信責任者の氏名・名称及びオプトアウトの<u>連絡先となる</u>電子メールアドレス又はURLについては、受信者が容易に認識することができる任意の場所 イ) (略) ウ) オプトアウトの通知ができる旨の表示については、オプトアウトの<u>連絡先となる</u>電子メールアドレス等の前後

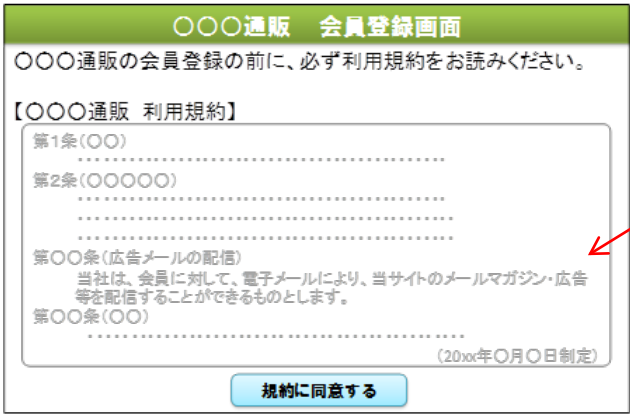
ただし、リンク先のURLを記載することが認められる場合やオプトアウトの通知先をURLとする場合に関しても、何度もクリックしないと必要な表示にたどりつかないようなときには、表示として不適当なものである。

ただし、リンク先のURLを記載することが認められる場合やオプトアウトの通知先をURLとする場合に関しても、何度もクリックしないと必要な表示にたどりつかないようなときには、表示として不適当なものである。



注) ①の当該送信者の氏名又は名称は、送信者の正式な氏名又は名称でなければならない。サービスを提供しているウェブサイト名、サービス名(例: ○○運営事務局)や屋号、ブランド名称の表示では、送信者名を表示したことにはならない。

新	旧
画面例 1 【適切とは言えない同意の取り方】 (1) 極めて小さい文字で記載されている (例 1)  (例 2) 	—

新	旧
(2) 極めて目立たない色の文字で記載されている  背景色とほとんど同じ色の文字で記載されている。	—

旧

- 膨大にスクロールしないと表示されない部分

新	旧
(4) 同意の通知の相手方が具体的に特定されていない(関連サイト・姉妹サイトといった表記のみしかない) ***ウェブサイト 会員規約 第1条(〇〇) 第2条(〇〇〇〇〇) 第〇〇条(〇〇〇〇) 第〇〇条(メールマガジン・広告等の配信) 会員は、当社の提供するウェブサイト「***」及び<u>関連サイト・姉妹サイトからの</u>電子メール広告の受信に同意するものとします。 第〇〇条(〇〇) 第〇〇条(〇〇) (20xx年〇月〇日制定)	—

新

旧

画面例 2

【利用者が広告・宣伝メールの送信がされる旨の記載を見落として、誤って広告・宣伝メールの送信に同意することを防ぐための、最後の確認画面で同意した状態となっていることを表示している例】

利用者のメールアドレスのすぐ下に記載したり、背景が白色の場合には赤字で示すなど、目立つように工夫することが望ましい

新	旧
画面例 3 【デフォルトオンのウェブ画面の例】 〇〇〇ショッピングサイト ・〇〇〇ショッピングサイトからのメール ※ ご利用いただいた方に、以下のお得なメールをお送りしています。不要な方はチェックを外してください。 ☒ 〇〇〇ショッピングサイトのお知らせメール ☒ ショッピング関連ニュース ☒ お得なポイントサービスお知らせメール ※ 利用者が、このサイト運営者からの広告・宣伝メールの送信を希望する場合には、予めチェックされているチェックボックスをそのままとする。希望しない場合には、予めチェックされているチェックボックスのチェックを外さなければならない。 【デフォルトオフのウェブ画面の例】 〇〇〇ショッピングサイト ・〇〇〇ショッピングサイトからのメール ※ 希望するメールにチェックを入れてください。 ☐ 〇〇〇ショッピングサイトのお知らせメール ☐ ショッピング関連ニュース ☐ お得なポイントサービスお知らせメール ※ 利用者が、このサイト運営者からの広告・宣伝メールの送信を希望する場合には、チェックボックスにチェックを入れなければならない。希望しない場合には、チェックボックスをそのままとする。	—

新	旧
画面例 4 【デフォルトオンであることに利用者が認識しやすい例】 〇〇〇ショッピングサイト •〇〇〇ショッピングサイトからのメール ※ ご利用いただいた方に、当社から以下のお得なメールをお送りしています。不要な方はチェックを外してください。 ☒ 〇〇〇ショッピングサイトのお知らせメール ☒ ショッピング関連ニュース ☒ お得なポイントサービスお知らせメール ☐ 全てのチェックを外す お客様はメール配信に同意いただいている状態です。配信が不要な場合はチェックを外してください。 背景が白色の場合には赤字で示すなど、目立つように工夫することが望ましい	—

新

旧

画面例 5

【利用者が通常閲覧しないような場所に設置されている悪い例】

〇〇〇ショッピングサイト
お客様情報入力画面

注文内容の確認 お客様情報を入力 支払方法の指定 確認画面 注文完了

・お客様の氏名 姓 名

・生年月日 年 月 日

・お客様のメールアドレス@.....

・配送先住所

・ご注文の商品

削除	商品情報	価格	数量	数量変更	小計
☐	*****ムム-123 【限定】空気清浄機	9,975	1		9,975
☐	*****〇〇〇-001 【限定有り】羽電掛け布団・敷き布団セット	16,800	1		16,800
小計					¥26,775
送料					¥500
合計					¥27,275

次へ進む

・〇〇についての確認

PR 最大〇〇%OFF!

PR 会員〇万人突破記念
限定3,000個大放出!!!
〇ヶ月でここまで変わります!!!

・〇〇〇ショッピングサイトからのメール ※ご利用いただいた方に、以下のお得なメールをお送りしています。不要な方はチェックを外してください。

☒ 〇〇〇ショッピングサイトのお知らせメール

☒ ショッピング関連ニュース

☒ お得なポイントサービスお知らせメール

次へ進む

チェックボックス表示
させなくても次の画面
に遷移することが可能
な画面構成

スクロールしないと表示
されない部分

最後までスクロールしな
いと、利用者はデフォルト
オンのチェックボックス
に気づかない。

新

旧

画面例 6

【利用者が通常閲覧しないような場所に設置されている場合の工夫の例】

〇〇〇ショッピングサイト
お客様情報入力画面

注文内容の確認 **お客様情報の入力** 支払方法の指定 確認画面 注文完了

・お客様の氏名 姓 名

・生年月日 年 月 日

・お客様のメールアドレス@.....

※ ページの下部に、当社からのメール配信のご案内があります。何も操作されなければ、メールが配信されます。メールが不要の場合はチェックボックスのチェックを外してください。

・配送先住所
・ご注文の商品

削除	商品情報	価格	数量	数量変更	小計
削除	* * * - △ △ - 1 2 3 【限定】空気清浄機	9,975	1	増 減	9,975
削除	* * * - 〇 〇 〇 - 〇 〇 1 【限定】羽毛掛け布団・敷き布団セット	16,800	1	増 減	16,800
小計					¥26,775
送料					¥500
合計					¥27,275

・〇〇〇についての確認

PR
最大〇〇%OFF!

PR
会員〇万人突破記念
限定3,000個大放出!!!
〇ヶ月でここまで変わります!!

・〇〇〇ショッピングサイトからのメール

※ ご利用いただいた方に、以下のお得なメールをお送りしています。不要の方はチェックを外してください。

☒ 〇〇〇ショッピングサイトのお知らせメール

☒ ショッピング関連ニュース

☒ お得なポイントサービスお知らせメール

☐ 全てのチェックを外す

次へ進む

スクロールしなくても表示される部分に、デフォルトオンのチェックボックスについての注意を表示

スクロールしないと表示されない部分

新

旧

画面例 7

【前の画面に戻ったときに再度チェックが入っている悪い例】

(1) デフォルトオンのチェックを外す画面

〇〇〇ショッピングサイト
お客様情報入力画面

注文内容の確認 **お客様情報の入力** 支払方法の指定 確認画面 注文完了

•お客様の氏名 姓 名

•生年月日 年 月 日

•お客様のメールアドレス

•配送先住所

•ご注文の商品

削除	商品情報	価格	数量	数量変更	小計
削除	***-△△-123 【除菌】空気清浄機	9,975	1	▼	9,975
削除	***-〇〇〇-〇〇1 【限定有り】羽毛掛け布団・敷き布団セット	16,800	1	▼	16,800
小計					¥26,775
送料					¥500
合計					¥27,275

〇〇〇ショッピングサイトからのメール ☒ ※ ご利用いただいた方に、以下のお得なメールをお送りしています。不要な方はチェックを外してください。

☒ 〇〇〇ショッピングサイトのお知らせメール

☒ ショッピング関連ニュース

☒ お得なポイントサービスお知らせメール

次へ進む

①利用者がチェックを外す

(2) 次の画面

〇〇〇ショッピングサイト
支払方法の指定画面

注文内容の確認 お客様情報の入力 **支払方法の指定** 確認画面 注文完了

☒ クレジットカードで支払う

☒ 銀行振り込みで支払う

☒ 代金引換で支払う

次へ進む

ブラウザの「戻る」ボタンで前画面に戻る

新

旧

(3) ブラウザの戻る画面で戻った場合

○○○ショッピングサイト
お客様情報入力画面

注文内容の確認 お客様情報の入力 支払方法の指定 確認画面 注文完了

•お客様の氏名 姓 名

•生年月日 年 .. 月 ... 日

•お客様のメールアドレス@.....

•配送先住所

•ご注文の商品

削除	商品情報	価格	数量	数量変更	小計
削除	***-△△-123 【除菌】空気清浄機	9,975	1	▼	9,975
削除	***-○○○-001 【限定有り】羽毛掛け布団・敷き布団セット	16,800	1	▼	16,800
小計					¥26,775
送料					¥500
合計					¥27,275

次へ進む

•○○○ショッピングサイトからのメール

※ ご利用いただいた方に、以下のお得なメールをお送りしています。不要な方はチェックを外してください。

☒ ○○○ショッピングサイトのお知らせメール

☒ ショッピング関連ニュース

☒ お得なポイントサービスお知らせメール

利用者が以前操作した結果は引き継がれている

利用者が外したチェックだけが再度入れられている状態

この場合、利用者はチェックが入っていることに気がつかず「次へ進む」をクリックし、手続を進める可能性があり、適切ではない。

新

旧

画面例 8

【簡便なオプトアウトの工夫の例】

(1) 固有のURLを割り当てたオプトアウト画面の例

広告宣伝メール画面

送 信 者 : ○○○株式会社
 送信責任者: ○○事業部 ○○ 太郎
 連絡先 : 電話番号 ***-***-****
 配信停止はこちら
[http://www.○○○.htm/?◇@\\$\\$◇](http://www.○○○.htm/?◇@$$◇)



http://www.○○○.htm/?◇@\$\$◇

○○○株式会社

○○ ○○様のページ

メルマガ配信停止

* 配信停止を希望するメルマガをチェックしてください。

☐メルマガA
☐メルマガB
☐メルマガC

受信者に固有のURLを割り当て。
 クリックすると…

ID・パスワードを入力することなく、オプトアウト画面
 が表示される。

(2) 複数の広告・宣伝メールを一度にオプトアウトできる設定の例

○○○株式会社

○○○ショッピングサイト

○○○ショッピングサイトの広告メールの配信停止

* 配信停止を希望するメールをチェックしてください。

☐ ○○○ショッピングサイトのお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Aに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Bに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Cに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Dに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Eに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Fに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Gに関するお知らせメール
☐ ○○○ショッピングサイト商品Hに関するお知らせメール
☐ お得なポイントサービスお知らせメール

* 全てのメールの配信を停止する場合は、こちらを
 チェックしてください。
☐ すべてのメールの配信を停止

