

ネットワークビジネスのコンプライアンスについて

さくら共同法律事務所
弁護士 千 原 曜

第1 はじめに

1. 特定商取引法の改正・厳しい執行

(1) ネットワークビジネスは「特定商取引法」の適用を受け、違反件数が多く、悪質だと考えられると、消費者庁などから「業務停止命令」などの「行政処分」を受けます。

この特定商取引法の改正法が、2017年12月1日から施行されています。この改正法の中では、以下の通り規定されました。

- ① 特定商取引法に違反した場合の行政の権限を強め、また業務停止期間の上限をそれまでの1年→2年に
- ② 刑事罰を厳格化(法人の罰金額の上限をこれまでの300万円→1億円にするなど)

施行されて2年以上が経ち、2019年にはネットワークビジネス主宰会社に対して、15ヵ月の業務停止命令が2件と、訪問販売会社ではありますが、上限MAXの2年という長期の業務停止処分が出ています。

さらに、2020年11月20日には、[外資系大手ネットワークビジネス企業A社](#)に対し、9ヶ月の業務停止命令が出ています。

また、会社への業務停止と並んで、会社の役員や従業員に対しても業務を禁止する「業務禁止命令」も、次々となっている状況です。

最近のニュースとしては、日本アムウェイの26歳と38歳の会員が、マッチングアプリで知り合った女性(23歳)をエステに連れ出し、入会を勧誘したとして、京都府警が、特定商取引法違反の疑いで、両名を逮捕したというものが、2021年11月11日に報道されました。

2. 「若年層」「SNS」が規制のキーワードに

ネットワークビジネス関係では、「若年層への広がり」「SNSを利用した拡散」「若者が消費者金融を利用して商品を購入」などが問題となり、法律の改正が常に議論されています。これまでの行政処分の中でも、経済力のない若者が、「交友関係の中で断れない状況」において、ネットワークビジネスをしている会社が処分を受けています。[前記のA社](#)についても、「学生時代の友人」間における勧誘行為が問題とされるなど、若年層における勧誘が処分根拠の一つとされています。

また前記の日本アムウェイのニュースも、23歳の女性に対するSNSを利用した勧誘ということで、まさに、この流れどおりの内容だと思います。

3. 行政処分を避けること～ディストリビューターの活動がポイント

ネットワークビジネス主宰企業にとっての大きなリスクは、もちろん、行政処分を受けることです。

会社にとっては重大なダメージとなることは明らかです。そして、処分を受ける行為の大半が、ネットワークビジネスの場合は、会員・ディストリビューターの具体的な勧誘行為です。

そこで、行政処分を受けないため、どのように、ディストリビューターが活動するか、がポイントとなります。

4. 行政処分を受けた企業について

特定商取引法に基づく業務停止処分などの行政処分を受けた企業については、最終的に倒産・廃業に至ってしまう可能性もあります。特商法適用企業としては、行政処分を受けた場合の以下のようなリスクを覚悟してください。

〔万一、処分を受けたら？〕

- ①業務停止期間中のリクルート活動は一切禁止される。
※他の卸売りや会員への継続販売などの業務はできる。
- ②処分した都道府県や消費者庁のホームページに処分事例が公表され、半永久的に公表が続く。
- ③マスコミ等の報道によって、「悪徳企業」とされる。
- ④コンプライアンスを重視する、銀行やクレジット会社、大手物流会社等から取引を打ち切られる。
- ⑤お客様から、行政処分を理由とするキャンセル請求が、当分の間続く。対応しないと、裁判を提起するケースもある。
また、ネットワークビジネスの場合は、他のネットワークビジネス企業の「草刈り場」となる
→”まもなく倒産する”などを喧伝される

❗ ディストリビューターが特定商取引法の内容を知り、守ることについて

このような行政処分を避けるためには、特定商取引法を守ることが必要になります。私がネットワークビジネス企業の顧問業務をしていて、会社の経営者や法務担当者についても、意外と特定商取引法の内容が理解できていないケースが多いです。経営者や法務担当者、ディストリビューター（特にリーダーの立場の方）が、全員、特定商取引法の規制内容を知っている必要があります。

❗ クロスリクルートの問題点について

なお、特定商取引法におけるコンプライアンスとは異なりますが、ネットワークビジネスにおいて、他社勧誘を行うことは、会社の組織を破壊する行為であり、当社においても厳禁されています。「この組織を使って、他社勧誘をすれば収入は2倍になる？」という誘惑、幻想がありますが、実際に行えば、必ず違反した情報は会社に伝わり、会社はやむなく除名処分をすることになります。そうなれば、収入は2倍どころかゼロになります。

第2 ネットワークビジネスでの、特定商取引法の規制について

ネットワークビジネスのディストリビューターへの規制は、とてもシンプルで、以下の3つです。
これを守れば、なんの問題もありません。

①**書面の交付**▶勧誘に当たって、法律が決めた書面をお渡しする。

②**クーリング・オフ**▶20日間のクーリング・オフを守る(お知らせする。クーリング・オフをするのを止めない、邪魔しない)。

③**リクルートルールを守る**▶リクルートに当たってのルールを守る。

※以下、会員の方に守っていただかなければならないことについて、★マークを付けました。

1.書面交付義務(概要書面・契約書面)

【ポイント】

契約書面については、書面不交付や内容不十分な書面交付の場合は、適正な書面が交付されてからクーリング・オフ期間がカウントされます。

従って、書面が交付されていない場合は、永久にクーリング・オフの主張が可能となります。このため、まずチェックすべきは書面の内容に「法律違反」(記載事項の漏れ、誤った記載事項)が無いからです。

(1)書面交付義務について

★①概要書面

契約締結前に、連鎖販売業の概要(法律で決められた内容)について記載した書面を交付しなければなりません。当社は、ディストリビューターが概要書面をお渡すルールになっていますので、会員の皆さんは必ず実行しなければなりません。

▶交付時期:相手の方と交渉に入ってから、契約締結までの間

②契約書面

連鎖販売取引の契約を締結した際に、契約内容を明らかにした書面を交付しなければなりません。概要書面とは別に交付しなければなりません。契約書面は会社が交付します。

▶交付時期:契約を締結した後、遅滞なく

(2)書面の記載事項

特定商取引法によって、記載しなければならない事項が明確に規定されています。

(3)書面不交付・不備書面とその効果

①民事的效果

i)「永久にクーリング・オフができてしまう」

クーリング・オフの起算点は、契約書面の交付からカウントするので、契約書面の不交付の場合、消費者はいつまでもクーリング・オフができる。

ii)解釈上、異論があるが、記載事項の一部の欠落や虚偽表示についても、同様に消費者はいつまでもクーリング・オフができるとする説が多数派。

②行政規制(指示・取引停止命令)

③刑事罰

(4)問題となる例

・概要書面や契約書面の交付がなされていない。

・概要書面や契約書面を交付したが、内容が不備である

2.具体的な勧誘に当たっての特定商取引法の規制

★①リクルートを始める前にビジネスの内容を告げる義務

i)内容

勧誘に先だって

イ)勧誘者自身の氏名と、主宰する会社の名称

ロ)特定負担を伴う(※お金を払う必要がある)ビジネスの勧誘目的であること

ハ)商品(役務)の種類(※健康食品、化粧品など)

を相手の方に言わなければなりません。

(模範例)

「今、私は、ネオライフインターナショナルという会社の、健康食品や化粧品を買って会員になるビジネスの紹介をしています。とても良いビジネスなので、〇〇さんにも是非、ご紹介したいので会って話を聞いて下さい。」

(違反例)

「同窓会について話しがあある」「ぜひ、紹介したい人がいます」「皆が集まる楽しいイベントがあるから来ませんか」などと誘い、実際に会ってから、ビジネスの話をする場合。

また、「今、私がしている、とても良いビジネスがあるので、ちょっとご紹介したい」でもダメです。きちんと、主宰会社名と、物品の「購入」が必要なビジネスであることを話さなければなりません。

前述A社の違反例 (2020年特定商取引法違反による長期行政処分:

問題視されたのはビジネスの内容不告知によるものがほとんどであった)

- ・メッセージアプリのメッセージにて「副業してくれる方を探しています」との連絡を受けて、A社のビジネスであることは告げられずに、喫茶店で勧誘を受けた。
- ・「聞いてもらいたい話がある」「うちに来てくれませんか」と電話で呼び出されて勧誘を受けた。
- ・「元気にしてる?」「いい話があるから会いたい」などのメッセージアプリのメッセージで連絡を受けて喫茶店で勧誘を受けた。
- ・「ご飯でも一緒にどうですか?副業をやっているの、そのことについて話がしたいです」とメッセージアプリのメッセージで連絡を受け、食事の約束をし、カフェで勧誘を受けた。

ii)違反の効果

(行政罰のみ)

指示または取引停止命令(但し、⑤の態様になると刑事罰が科せられる)

★②嘘や不確実なことを言ってはダメ(不実告知の禁止)

i) 内容

虚偽の説明をして、契約を締結させ、契約解除(クーリング・オフなど)を妨げる行為を禁止します。

ii) 特定商取引法が挙げる禁止対象の具体例

- ・商品の種類及びその性質・品質等(効能、商標または製造者名、販売数量等)
- ・特定負担に関する事項
- ・契約の解除に関する事項(クーリング・オフや中途解約を含む)
- ・特定利益に関する事項
- ・その他、参加者の判断に影響を及ぼすことになる重要な事項

(実際に多い例)

- ・販売商品の効能、効果に関するもの
- ・「必ず儲かる」「〇〇円の収益が挙がる」等の断定的表現
- ・近時の行政処分では、「他社商品の不当な誹謗中傷」「危険の告知」(水道水を飲むと危ない、健康を害する)等も問題視されています。

❌ 特定の人に話す場合(Zoomはスカイプなどを利用する場合も含まれます)

❌ 説明会・セミナーで話す場合

❌ 文章、メール、DVDなどの媒体を制作する場合

❌ ホームページに記載する場合

など、全ての場面で、この不実告知は禁止されます。

(不実告知の例)

- ・「〇〇を飲むと病気になりません」「癌が奇跡的に治った人がいます」などと、嘘の効能を言って勧誘すること。
- ・「〇〇をした人は、みんな儲かっています」「私も、もう何千万円も、儲かっています」などと、ボーナスに関する嘘を言うこと。
- ・「化粧品」を勧めるときに、「市販している化粧品を使っていると、60歳の時にはお肌はボロボロよ」などと、根拠なく別の商品をけなして、勧誘すること。
- ・ビジネスを勧めるときに、「ネットワークビジネス」であることを、きちんと説明せずに、実態をはぐらかして勧誘すること。

iii) 違反の効果

(刑事罰)

対象 統括者と勧誘者→故意に不実告知を行った場合は、懲役または罰金

(行政罰)

対象 統括者、勧誘者、一般連鎖販売業者→指示または取引停止命令

★③重要なことを、わざと隠してはダメ(重要事実の不告知)

i)内容

不都合な事実について意図的に黙っていて、契約を締結させ、もしくは、契約解除を禁止するもの。

(禁止具体例)

- ・商品の種類に関して、品質が類似のものと比較して著しく劣る場合にそれを告げないこと。
- ・クーリング・オフの制度をあえて告げない。
- ・特定利益に関して、安易に高収入が得られる話ばかり強調し、実際には、その可能性は乏しいことや困難なことには全く言及しないこと
- ・その他の重要事項(経営が破綻の危機に瀕しています。

ii)違反の効果や対策は不実告と同じ

★④無理に勧誘してはダメ(威迫・困惑行為の禁止)

i)内容

強引な勧誘により、契約を締結させたり、契約の解除(クーリング・オフ等)を妨げたりする行為を禁止するものや、言動・動作・態度により、相手方に不安・困惑の念を抱かせること

(実際に多い例)

「今月、ノルマが達成できていないので、助けると思って入ってください」「後1人紹介できるとタイトルが上がるんです。悪いようにはしないので、ここは目をつぶって登録してください。」など困惑される勧誘も❌

ii)違反の効果

刑事罰(懲役または罰金)と行政処分(指示または業務停止命令)

★⑤ビジネスの目的を告げずに、公衆の出入りしない場所で勧誘すると、刑事罰になります

i)内容

特定負担を伴う取引であることの勧誘目的を告げずに(①のイ)、ロ)、ハ)を参照)、公衆の出入りする場所以外の場所において、勧誘をしてはならないとするもの。

①の氏名等の明示義務の内、悪質なものに刑事罰を科す目的。

(実際に多い例)

目的を告げずに、会員の自宅、ホテル、公共施設の会議室等で勧誘を行うなど

ii)違反の効果

刑事罰・行政処分(指示または業務停止命令)

★⑥リクルートの広告をするには、特定商取引法に基づく表示義務があります

※最終ページの記載例参照

i) 内容

連鎖販売取引の広告を行う場合に、次の事項を表示しなければなりません。

- ・商品名
- ・商品(役務)の種類
- ・特定負担に関する事項
- ・特定利益について広告するときは、その計算方法
- ・統括者、勧誘者、一般連鎖販売取引業者の氏名または名称、住所及び電話番号
- ・その他、電子メールによって広告する場合の一連の規制

(実際に多い例)

主宰会社だけでなく、会員が、SNSやブログで宣伝をする、広告雑誌を作成したり、広告メールを送付するなど

ii) 違反の効果

刑事罰や行政処分(指示または業務停止命令)

★⑦誇大広告をしてはダメ

i) 内容

連鎖販売取引の広告を行う場合に、商品の性能・品質等、特定負担、特定利益等について(以下のとおり)、著しく事実に相違する表示をし、または実際のものよりも著しく優良であり、もしくは有利です。と人を誤認させる表示をしてはなりません。

- ・商品の種類・性能・品質効能
- ・商品の原産地・製造地、商標、製造者名
- ・特定負担に関する事項
- ・特定利益に関する事項
- ・事業についての国、地方公共団体、著名な法人、その他の団体、著名な個人の関与
- ・契約の解除に関する事項(クーリング・オフ、中途解約を含む)

※なお、上記についての表示を行って、真実性についての合理的な資料の提出を求められ、15日以内に提出できないと、不実告知とされる。従って、上記についての広告表示を行う場合は、予め合理的な資料を準備しておかなければ、事実上、不実告知となってしまう。

(実際に多い例)

実際に多い例・違反の効果・対策については、⑥の広告表示規制に同じ。

- ・近時は、ホームページ等による広告が一般的であり、関連する違反が多い。
- ・体験談等も信憑性に疑問が多いものが多く、注意が必要。
- ・ネットワークビジネスの場合は、法律を知らない一般の会員が法律を知らずにホームページ等を作成することがあるので、十分に注意が必要。

★⑧その他

i) 内容

以下のような勧誘が規制されています。

★ア) 相手の人に迷惑になる勧誘や解除(クーリング・オフなど)の妨害

問題になるのは、主に時間帯(通達では夜9時～朝8時までは不適切としています。)ですが、大声を出すなど、一般的に相手方が迷惑とを感じるような勧誘は禁止されています。最近の行政処分例では、3時間を超えるようなセミナーや勧誘行為を迷惑勧誘としていましたので、こちらへの注意も必要です。長いセミナーの場合は、必ず休み時間を設けて、興味のない方には帰っていただくようにしましょう。また喫茶店、カフェなどでも、2～3人など複数にて、長時間勧誘を行うことも問題視されています。また、クーリング・オフや中途解約を無理矢理、止めたりする行為も問題とされます。

前述A社の違反例 (2020年特定商取引法違反による長期行政処分)

- ・断っても、3人により繰り返し勧誘が続けられ、午前10時頃から2時間以上が経過し、やむなく契約を締結した。
- ・断っても、3人により繰り返し勧誘が続けられる中、午後6時頃から3時間位が経過し、やむなく契約を締結した。
- ・断っても、3人により執拗に勧誘が続けられ、午後7時頃から4時間以上が経過する中で、やむなく契約を締結した。
- ・断っても、2名により繰り返し勧誘が続けられ、午後6時頃から約4時間が経過する中で、やむなく契約を締結した。

★イ) 判断力が不十分者な人への勧誘はダメ

どの会社も未成年者の入会は認めてないと思うので、問題は、若年層、高齢者に対する勧誘です。若年層への勧誘は、このところ、大きく問題にされています。

★ウ) ビジネスや商品を買うことに、ふさわしくない人への勧誘はダメ(適合性の原則)

※相手方の知識、経験および財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うことが禁止される。解説書は、未成年者、学生、販売経験が乏しい者、会社員・公務員等の兼業が制限される者、割引購入目的で会員となった者を販売活動に引き込むような場合等が挙げられています。若年層への勧誘はこの部分でも問題とされます。

※最近の行政処分例を見ると、学生がローンを使って商品を購入、年金生活者が、生活に困るような高額な商品を購入、などが問題になっています。

★エ) 悪いテクニックを教えることもダメ

これまで説明してきた禁止行為を、上位者が下位者に対して強要し、あるいは、違法なテクニックを教授することが禁止されています。

ii) どれも、社会人として、常識を守り、相手の方を思いやる気持ちがあれば、当然、守るべき規制です。

★⑨リクルートメールは、基本「禁止」です(メール規制)

(規制の背景)

電子メール(SMS～ショートメッセージを含みます)に関する規制としては、以前は、受信拒否者に対する再送信の禁止(オプトアウト)の規制内容であったが、改正特定商取引法の施行により、**請求・承諾のない者に対する勧誘メールの送信の禁止(オプトイン)**という厳しい規制内容となっています。

一方、「SNS」を利用した勧誘については、こちらの規制はありません。但し、A社の例のように、SNSを利用して、勧誘目的を告げずに会って勧誘をすれば、特定商取引法違反として行政処分の対象となるので、十分な注意が必要です。

なお、「広告」は、「連鎖販売取引に誘引する内容(リクルート)のものに限られる」ので、会社から会員、会員同士の、メールによる連絡が全て禁止されるわけではありません。例えば、既に入会している会員同士が、セミナーの連絡をメールで取り合う等には、この規制は適用されないことになる。

i)内容

ア)電子メールによる勧誘の送信に関し、a)相手方の請求を受けた場合、b)その他、政令に定める場合を除き、電子メール広告をしてはならないこととなりました。

イ)相手方から電子メール勧誘を拒絶された時も、送信をしてはならないこととなりました。

ウ)相手方の承諾や請求については、保存が義務付けられました。承諾書面や承諾したメール自体、あるいは、それをプリントアウトしたものの自体の保存が原則です。

エ)電子メール広告を行う場合の表示内容に、新たに「相手方が広告を受けない意思を表示すること」(その表示に応じて、相手方から広告を受けない旨の意思表示を受けたら、電子メール広告は速やかに取り止めなければならない)に関する表示義務が加わった。

ネットワークビジネスは、「素人から素人へ」の勧誘が行われるので、上記に違反した勧誘が行われる可能性が極めて強いです。

★⑩不確実なことを、事実と誤解させるような勧誘はダメ(断定的な判断の提供の禁止)

i)内容

ネットワークビジネスでは、報酬が得られることは不確実(人によって差がある)にも拘わらず、どうしても、収入が確実に、あるいは簡単に得られるようなリクルートが行われやすいことから、禁止されています。

(実際に多い例)

- ・「誰にもできる簡単な仕事で、確実に稼げて、入会費用なんてすぐに返せる」(行政処分例)
- ・「4～5人紹介したら元が取れる」「友達を紹介するだけで楽して収入が取れる」(行政処分例)
- ・「●パーセント儲かる」など、具体的な数字を挙げてリクルートをされるのもこれに該当します。
- ✕「絶対」「必ず」儲かる等のワード
- ✕高額の預金通帳や収入明細などを提示する

ii)会社・会員として取るべき対策

- ・会員の皆様への周知、教育
- ・違反事実が明らかになった場合の処分等

iii)違反が起きた場合

業務停止命令等の行政処分の対象となる可能性がある。

第3 まとめ ネットワークビジネスにおいて、今後、必要とされる具体的な対策

1.実効性のある会員教育と、トップリーダーの協力

各ネットワークビジネス主宰会社とも、概要書面や契約書面、会則に特定商取引法を守ることを指導し、コンプライアンスブックなどを交付している企業は多いです。

しかし実際は、そのような形式的な会員教育では足りません。交通法規を知らずに自動車を運転することが不可能であるように、ネットワークビジネスを行うディストリビューターは、全て、特定商取引法の遵守・禁止事項を具体的に理解していることが必要です。

2.消費生活センターに相談が行かないための具体的な工夫

行政処分を受ける会社は、消費生活センターへの相談件数が多い会社です。

消費生活センターにクレームが行かないためには、どうしたら良いでしょうか？それは、逆に「どうすれば、消費生活センターに行ってしまうか」という点から考えると分かりやすいと思います。

①「リクルートにあたって無理をする」

⇒乗り気ではない人を強引に説得するとどうなるでしょうか。まず、入会に迷う段階で、消費生活センターに「ネオライフインターナショナルはどういう会社ですか？」と問い合わせます。また、何とか入会にこぎ着けても、クーリング・オフを考えるようになり、その方法を消費生活センターに相談します。その中で、あなたの強引なリクルートが明らかになれば、クレーム情報となります。

②「クーリング・オフや退会希望の人を思いとどまらせる説得をする」

⇒こうすると、その人は、もうあなたに相談しても無理だと考えて、消費生活センターに相談し、そして、「クーリング・オフ妨害」のクレーム情報となります。

③「不満のある人を、会社のお客さま相談室に連絡させないようにする」

⇒その人は、会社で相談できず、消費生活センターへの相談を考えることになります。不満がある方がおられる場合は、あなた一人やグループ内だけで解決しようとせず、積極的に会社で相談できる雰囲気を作りましょう。

④「ビジネスが無理そうな若い人や、あるいはお年寄り、年金生活者などをリクルートする」

⇒こういうケースは、心配した周りの人（親や子供、あるいは民生委員や福祉関係の人）から、消費生活センターにクレームが入ります。そういう時、消費生活センターは、「本人からクレーム」より「更に問題がある」という判断をします。「自分の年老いた親がリクルートされたらどうか」「自分の若い子供がリクルートされたらどうか」と、自分に置き換え、思いやりをもって人を選ぶと良いでしょう。

⑤「支払に困るような方を会員に勧誘し、あるいは、支払に困る可能性のある高額の商品を販売する」

⇒当初は納得していても、後で支払に困り、クーリング・オフ期間なども経過しているため、やむなく消費生活センターに相談するというケースはとても多いです。

そして、相談された消費生活センターは、支払に困るような人を勧誘したこと＝「適合性原則違反」として、会社や勧誘者側の問題と捉えることが多いです。リクルートに当たっては、支払が無理になりそうな方をお誘いしたり、商品販売しないように注意する必要があります。

3.今のネットワークビジネスは、会員や売上を伸ばすことと同じくらい、コンプライアンスについても、会社と、会員（特にトップリーダーの方）がお互いに協力、理解しあいながら、進めていくことがとても大切です。また、特定商取引法を守る以外にも、クロスリクルートの禁止など、会社の決めた規約、ルールを守り、合わせて大事なことです。

特定商取引法に基づく表示 法定広告記載事項(記載例)

※下記は全て仮称です。

①商品名	(1)化粧品 「さくらフレッシュ」 (2)健康補助食品 「さくらスーパーサプリ」
②商品(または役務)の種類	1.化粧品 2.健康補助食品
③特定負担に関する事項	さくらネットワークの会員の新規登録の際には、商品の購入が必要であり、当該代金は特定負担に該当します。 (1)化粧品、(2)健康補助食品のいずれか最低5,000円分(税込み)をご購入いただくことが、登録条件となります。 年会費は、更新年毎に3,000円(税込み)です。 商品購入にあたっては、1回の注文単位毎に一律1,000円の送料の御負担をいただきます。 また、代金を銀行振込される場合、振込手数料は、会員のご負担となります。
④特定利益の計算方法 (但し、特定利益について広告をするときのみ必要)	さくらネットワークが販売する商品には、SLと呼ぶ数値が付与されております。 さくらネットワークの会員は、新規紹介から組織構築まで、売上に応じた報酬を毎月お支払致します。 詳細は、概要書面をご参照下さい。 下記は消費税別です。 1.新しい会員を直接紹介すると、新規会員獲得ボーナスとして登録パッケージによって5,000円から最大30,000円をお支払します。 2.グループボーナスとして、自分の組織の左右に蓄積されたSLが左右どちらかに600SL、その逆側に300SL貯まる度に5,000円のボーナスを受け取る権利が発生します。 3.ランク達成ボーナスとして、所定のランクを達成すると、上記グループボーナスに加えて、直接紹介した会員が得たグループボーナスの20%を得ることができます。
⑤広告をする統括者の名称 住所及び電話番号	さくらネットワーク株式会社 〒100-0011 東京都千代田区内幸町×× 帝国ビル16階 代表者代表取締役 千原太郎 ☎03-5511-××××

※上記の他、インターネット広告や電子メール広告の場合の要件がありますのでご注意ください。