

KDDI Message Cast サービス配信ガイドライン

第1章 総則

第1.1条 目的

このガイドライン(以下「本ガイドライン」といいます。)は、KDDI 株式会社及び Supership 株式会社(以下、併せて「当社」といいます。)が KDDI Message Cast サービス(以下「本サービス」といいます。)の円滑な運用を図るために制定しており、公式アカウントから、入稿システム及び API 経由で配信される際に使用される RCS、+メッセージ及び SMS(以下「メッセージ」といいます。)メッセージの配信を希望する利用者(以下「利用者」といい、当社と本サービスの利用に関する契約を締結している者に限られないものとします。)に適用于されます。利用者は、本ガイドラインに同意の上、メッセージの配信を行うものとします。

第1.2条 用語の定義

本ガイドラインにおいて用いられる用語の意味は、以下各号に定める意味で使用するものとします。

1.2.1 「利用者」

本サービス利用規約に同意し、本サービスを利用するために当社と利用契約を締結した、又は締結しようとする法人をいいます。

1.2.2 「本サービス」

当社が、利用者から、利用者自ら承諾を得た上で指定するエンドユーザーに対するメッセージの配信依頼を受け、期間及び配信先を限定して各通信事業者へのメッセージの配信依頼の取次ぎを行うサービスをいいます。本サービスの利用にあたり、当社は、利用者に対して、利用者設備と本サービス設備を接続するための API、及び本サービス設備から直接入稿を行う画面を提供します。本サービスでは、利用者は、RCS、+メッセージ、SMS それぞれの形式でのメッセージ配信を選択することができます。

1.2.3 「公式アカウント」

利用者が本サービスを利用するに際して、当社が利用者ごとに付与し、利用者に運営させる RCS 及び+メッセージアカウントであり、GSMA 標準 RCC. 71 で定義されているチャットボット(chatbot)をいいます。

1.2.4 「送信元電話番号」

利用者がエンドユーザーへ SMS 配信をした際にエンドユーザーの端末に表示される SMS 送信元の電話番号のことをいいます。

1.2.5 「アカウント」

KDDI Message Cast が利用者へ付与する公式アカウント、送信元電話番号の総称をいいます。

1.2.6 「エンドユーザー」

利用者が RCS、+メッセージ、又は SMS の配信する宛先である一般ユーザーをいいます。

1.2.7 「+メッセージ」

GSMA で世界的に標準化されている「Rich Communication Services (RCS)」に準拠した、携帯電話同士で携帯電話番号を宛先にしてメッセージをやり取りする SMS の後継サービスをいいます。

1.2.8 「SMS」

携帯電話同士で電話番号を宛先にしてメッセージをやり取りする「Short Message Service」をいいます。

1.2.9 「RCS」

当社の提供するメッセージサービスである「Rich Communication Services (RCS)」サービスをいいます。

第 1.3 条 適用範囲

1.3.1 本ガイドラインの対象範囲

本ガイドラインは、利用者のアカウントより本サービスで配信する全てのメッセージを対象として適用されるものとします。

1.3.2 本ガイドラインの適用範囲

利用者がアカウントより配信するメッセージは、当社との間で本サービスの利用に関する契約を締結しているか否かにかかわらず、本ガイドラインが定める基準を満たす必要があります。

1.3.3 配信ガイドラインの遵守

利用者がアカウントより配信するメッセージについては、当社は原則内容に関する事前審査は行いません。但し、本ガイドラインに抵触する内容・表現のメッセージの配信を行ったことが明らかな場合、その他当社が不適切と判断する表現のメッセージの配信がなされ

た場合には、当社は、利用者に対し、是正の勧告やアカウントの利用停止、若しくは、本サービスの契約を解除する場合があります。

1.3.4 配信メッセージの責任所在

利用者がアカウントより配信するメッセージの表現、内容に関しては、利用者が全ての責任を負うものとします。また、メッセージの配信の結果、当社に損害が生じた場合は、当該損害が当社の責に帰すべき事由により生じたものである場合を除き、その全額につき、当該配信を行った利用者にて補償するものとします。

1.3.5 配信ガイドラインの変更・改定

当社は、エンドユーザーのニーズ、社会情勢、当社等を取り巻く環境、運営方針の変更等により、本ガイドラインを随時変更することがあります。この場合、当社は、あらかじめ効力発生時期及び変更後の本ガイドラインの内容につき、当社所定のウェブサイト等に掲載する方法により周知するものとし、当該効力発生時期の到来をもって、変更の効力が生じるものとします。

第2章 メッセージに関する共通基準

第2.1条 配信先

2.1.1 事前承諾

利用者は、メッセージの送信先であるエンドユーザーに対して、あらかじめメッセージの送信に関する承諾を得ておく必要があります。また、利用者は、当該承諾の取得方法及び送信文面について、申込時にあらかじめ当社による審査に合格する必要があります。但し、当社による審査は、メッセージの送信に関する適法性、有効性等を保証するものではなく、利用者は、メッセージの送信に関してエンドユーザーとの間で生じた一切の紛争について、自己の責任と費用負担において解決を図るものとします。

2.1.2 配信顧客管理

「+メッセージ」のアプリ上でのエンドユーザーからの公式アカウントの利用同意により取得した携帯電話番号及び利用者側で本アプリ以外の方法により取得したエンドユーザーの携帯電話番号において、名義変更若しくは承継によりエンドユーザーの名義に変更があったとき、又は、解約若しくは改番等により利用されなくなった携帯電話番号が別のエンドユーザーに割当てられたとき等、エンドユーザーの契約の変更があった場合でも、当社から利用者へ変更があった旨の通知はされません。

利用者は、本サービスでメッセージを配信する際、上記の対応として、メッセージを配信するエンドユーザーリストの最新化を行わなかった場合、誤ったエンドユーザーへメッセ

ージを配信してしまう可能性があることを理解した上で、利用者の責任において顧客の意義変更状況の管理、更新を行い、メッセージを配信するものとします。

第2.2条 配信に関する禁止事項

当社は、以下各号に該当する内容を含むメッセージの配信を禁止するものとします。利用者がこれに違反した場合、当社は、当該メッセージの配信を行った利用者のメッセージの配信停止又はアカウントの利用停止を行うことがあります。

- (1) 事実誤認を生じさせるもの
- (2) 通常人の射幸心を煽るもの
- (3) 賭博を行い、又は富くじの売買等を肯定若しくは助長するおそれのあるもの
- (4) 富くじの売買等を肯定又は助長するもの
- (5) 青少年の性的感情を著しく刺激する等、その健全な育成を阻害するもの
- (6) わいせつ物、児童ポルノの売買等を行うもの、売春、児童売春を助長するもの
- (7) 無限連鎖講、マルチ商法を行うもの、又は特定商取引法に定める業務提供誘因販売を行うもの
- (8) 覚せい剤、麻薬、向精神薬、大麻、あへん、毒物、劇薬の使用を肯定又は助長するもの
- (9) 犯罪的行為を助長する等、社会的に有害であるもの
- (10) 特定の個人、団体を誹謗中傷するもの
- (11) 政治団体や宗教団体その他それらと同視し得る団体への寄付、献金を求めるもの
- (12) 当社又は第三者の財産、プライバシー等の権利を侵害するもの
- (13) 当社又は第三者の知的財産権を侵害するもの
- (14) 公職選挙法その他関係法令に違反するもの
- (15) 公序良俗に反するもの
- (16) 社会風俗に著しい悪影響を与えるもの
- (17) 反社会的勢力に属する者又は反社会的勢力との関連が疑われる者が運営する事業に関するもの
- (18) 利用者以外の第三者の事業に関する広告を主とするもの
- (19) 通常知覚できない技法により利用者の潜在意識に働きかける表現を用いたもの
- (20) 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律又は特定商取引に関する法律に違反するもの
- (21) 本ガイドライン以外の当社の定めるガイドライン若しくは仕様書に定める事項に反し、又はその恐れがあるもの
- (22) 当社の事業遂行に支障をきたし、又はその恐れがあるもの
- (23) 前各号に該当する恐れがあるもの

第2.3条 メッセージに関する表現基準

利用者は、送信先であるエンドユーザーの保護の観点から、アカウントを通じて配信する全てのメッセージの内容について、以下各号に定めるルールをはじめとする各種法令及び利用者の属する業界の自主規制、ルール等を遵守するものとします。

(1) 権利者の明示

利用者は、自ら権利を保有していない素材をメッセージにおいて利用する場合には、権利者の許諾を得たうえで、かかる許諾された条件に従って、権利者の名称及び当該権利者と利用者との関係性を明示するものとします。

(2) エンドユーザーの誤認又は誤操作を招く可能性のある表現の禁止

利用者は、不明瞭なリンク領域の表示、実際にリンクとして機能しないボタン又はメニューの表示、その他受信者であるエンドユーザーの誤認又は誤操作を招く表現を行わないものとします。

(3) 本文とリンク先との関連性の維持

利用者は、メッセージに含まれるテキスト、クリエイティブ等と直接関係の無いページ又は利用者が実質的に支配管理していないページへのリンクを貼り付けてはならないものとします。利用者は、メッセージのタイトル、本文及びリンク先を相互に関連させ、送信先であるエンドユーザーから見て不自然ではない表示を行うものとします。

(4) 虚偽情報の掲載の禁止

利用者は、メッセージにおいて、虚偽の情報を掲載しないものとします。

(5) 不当表示に該当する可能性のある表現の禁止

利用者は、メッセージにおいて、不当景品類及び不当表示防止法に定める「優良誤認表示」、「有利誤認表示」その他同法に定める表示規制に違反し、又は違反する恐れがある表示を行わないものとします。

(6) 最大級・NO.1 表現又はそれらに類似する表現の禁止

利用者は、調査機関の調査による明確な証明がなされた場合に限り、メッセージにおいて、「世界初」「業界 No. 1」等の最大級を示す表現又はそれらに類似する表現を使用することができるものとします。この場合、利用者は、メッセージにおいて、当該調査機関の名称及び調査年月日を正確に記載するものとします。

(7) エンドユーザーが不快と感じる可能性のある表現の禁止

前各号のほか、利用者は、メッセージにおいて、エンドユーザーのコンプレックスを刺激し得る身体の一部に関する描写、過度な肌露出その他の性的な表現等、エンドユーザーが不快感を覚える可能性のある表現の使用を行わないものとします。

(8) 業界の自主基準、公正競争規約等の遵守

前各号のほか、利用者は、利用者の所属する業界の自主基準・公正競争規約等がある場合には、当該基準、規約等に従った表現、表記を行うものとします。

第3章 +メッセージを使った広告配信について

第3.1条 目的

当社は、+メッセージの配信において、利用者からエンドユーザーに対して重要なお知らせを確実に届け、利用者とエンドユーザーとの間の円滑なコミュニケーションを実現することを目的として、本章次条以降で広告配信に関するルールを設定するものとします。

第3.2条 広告配信の定義

本ガイドラインで定義する「広告配信」とは、利用者が保有するサービスや商品に関する紹介、おすすりめといった宣伝又はクーポンの配信、又はそれらが記載されたウェブサイトへの誘導等、エンドユーザーの購買・利用を促進することを目的とした+メッセージの配信をいうものとします。なお、以下に定めるものは、広告配信に含まれないものとします。

- (1) 取引上の条件を案内する事務連絡や料金請求のお知らせ等、取引関係にかかる通知であって、広告又は宣伝の内容を含まず、広告又は宣伝のウェブサイトへの誘導もしない+メッセージの配信
- (2) 単なる時候の挨拶であって、広告や宣伝の内容を含まず、広告又は宣伝のウェブサイトへの誘導もしない+メッセージの配信

第3.3条 広告配信条件

利用者は、エンドユーザーが、以下各号の条件をいずれも満たす場合に、当該エンドユーザーに対し、一回に限り広告配信を行うことができるものとします。

- (1) 当該利用者の公式アカウントを利用している状態であること
- (2) 当該利用者の公式アカウントのトークルーム内の+メッセージ上で、当該広告配信に関する明確な承諾を行っていること

第3.4条 広告配信の回数制限

広告配信においては、テキスト・画像・ボタン等を同時に組み合わせた広告であっても、一回分の配信とみなします。なお、一回の許諾で、同一のエンドユーザーに向け、同一の利

用者が2回以上送信することや、断続的に配信することはできないものとします。