

インターネット消費者取引研究会（第6回）議事要旨

1. 日時：平成23年1月13日（木） 14時～16時
2. 場所：山王パークタワー6階 大会議室1
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：
 - (1) これまでの議論を踏まえた論点・課題の整理と対応の方向性について
 - (2) 討議
 - (3) 研究会の開催スケジュールについて
 - (4) その他

5. 議事概要：

(1) について

事務局より「消費者庁「インターネット消費者取引研究会」における議論を踏まえた論点・課題の整理と対応の方向性について（資料1）」、「越境取引に関する調査の概要について（資料2）」、「EUの電子商取引指令（資料3）」について説明。

(2) について

「これまでの議論を踏まえた論点・課題の整理と対応の方向性」について討議。主な発言は以下の通り。

（以下、構成員発言を○、オブザーバー発言を◇、消費者庁発言を●と表記。）

- [資料1・P2]について食品のパッケージ表示がインターネット販売の形態に合っているのかを論点に追加するべきである。[資料1・P3]の販売事業者向けの周知啓発活動に関してだが、今般のおせち問題にもあったように、2重価格表示について公正取引委員会から景表法上、非常に詳しい指針が出ている。こういうものを、図や絵などを入れ、どんな販売事業者でも分かるような内容に見直しを行う必要がある。[資料1・P9]の消費者向けの啓発においても、どういう表示に気をつけるべきであるということを知りやすく教える必要がある。[資料1・P10]の事業者への啓発としては、過去に経済産業省で行われていたインターネットサーフデイのような仕組みによる点検活動を行い、改善を促していく必要性が高まっている。
- 公正取引委員会の「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法の問題点と留意事項」はH14年に制定されており、事例も古いので、見直しを検討すべきである。また、[資料1・P4]の契約に関してだが、契約手順がわからなくて、誤った契約になるということもあるので、適正な契約の締結方法に関しての論点も契約の流れの中に入れてほしい。特にモバイルを使った契約の場合、画面が小さくやりづらさもある。また、ゲームサイトについてPWやIDの必要、不必要等について事業者の対応にバラツキがある。このことは、未成年者への対応にも関連するので、検討する必要がある。

- [資料1・P3]の食品に加え酒類、薬品もネット販売が多いので、これらについても対応が必要である。[資料1・P6]の決済代行問題であるが、どういう方向で法的な課題を整理するかをよく考えるべきである。[資料1・P11]について、子どもと共に狙われているのは、高齢者である。そこへの対応も必要である。
- 子ども、高齢者に加え、心身に障害のある方がトラブルに巻き込まれるケースも多くあるので、この点も配慮してもらいたい。
- インターネットの時代になり、子どもも有力な消費者となっているので、子どもに対する消費者教育が必要である。
- [資料1・P4]について、長文の規約をわかりやすくするというのはとても大事である。具体的にどうやるかをよく検討してほしい。[資料1・P9]の「口コミサイトやSNSなどの」という部分は「などとの」という趣旨か。[資料2]に関して、この統計のサンプルは特殊ではないか。海外ネットショッピングが当たり前のように行われているような表現は見直し行うべきなのではないか。
- アンケートのサンプルはネットショッピングを経験したことのある人である。
- [資料1・P9]に関しては「などとの」という趣旨と認識している。
- [資料1・P9]の口コミサイトとの連携は賛成であるが、CGMなので、誹謗中傷が多くある。この克服が評価サイトの課題である。消費者庁が連携をとるときこの課題をどう見るかは大事な視点である。また、いかにして適正さをはみ出さない仕組みを作るのかということも考えていく必要もある。
- 個々の口コミ情報との連携というより、口コミサイト等の運営事業者と連携するという趣旨である。
- [資料1・P3]にある、モール事業者において広告表示のあり方についての明確なルールを定めるというのは実際難しいのではないかと。消費者庁による具体的なガイドラインを示していただけるとありがたい。また、行政の具体的な支援のイメージを伺いたい。[資料1・P4]にある規約の工夫についてはリアルな取引にも言えることなので、それを踏まえた検討が必要である。[資料1・P5]にある、財の引渡しやサービスの提供の状況について消費者が確認するための仕組みを提供とは具体的にどういうことを指すのか伺いたい。[資料1・P6]について、課題を整理した上で対応を考えるべき。特に決済代行業者が具体的にどういう範囲なのかという定義をよく整理する必要がある。[資料1・P7]の協力のあり方についてルール化という表現があるが、自主的な協力をルール化するという表現には違和感がある。配慮してほしい。
- 行政の具体的な支援については監視活動や情報共有の場を設ける等を念頭においている。財の引渡

しやサービスの提供の状況について消費者が確認するための仕組みを提供に関してはサービスの到達の確認情報を提供する等が考えられる。

- 全体としてはよいと思う。問題はこの先何をやるかである。具体的なアクションをとるときには、詐欺的事業者への対応と詐欺ではないが改善を要する事業者への施策をわけて考えるという視点が必要がある。
モール・オークションのサイト事業者について、[資料2・P14]の事例2を見ると、口コミをもとにECCがオークションサイトに要請して出品を禁止したというものであるが、これが日本ではどう扱われるのかと考えると、出品削除を求める制度設計はかなり工夫する必要があるのではないかと考える。
- [資料1・P6]について、課題の整理を今後行うとあるが、動きが遅いのではないかと。決済代行のことがよくわからないから、調べるのではなく、よくわからないこと自体が問題である。また、国内に関しては問題がないように書かれているが、本当に問題がないのか。また、国際ブランドに働きかけるといった記載や国際ブランドルールに変更が予見される場合に制度設計の必要性について検討という記載は今までの議論から考えるとかなり後退しているのではないかと。
- [資料1・P6]に関して、決済代行業者の表示についてきちんと記載する必要がある。具体的に議論したことに関しては方向性の中にもより具体的に記載する必要がある。[資料1・P9]に信頼できる事業者を見分ける目や[資料1・P5]にある詐欺的なサイトに巻き込まれないようにとの記載があるが、何が詐欺的なサイトかわからないからトラブルが起こるのである。そのことを認識頂きたい。[資料1・P11]についてより具体的に消費者庁として何が出来るかを記載する必要があるのではないかと。
- 具体的な対応の方向性については誰が行うのかということをはっきりと明確にする必要がある。
- [資料1・P3]に明確なルールの定めとあるが、広告表示のあり方については法律が既にあるので、そのルールを違反した参加者への対応ルールを明確にするといった記載にするべきである。[資料1・P5]についてだが、事業者の規模によって、決済手段が限られている事業者もいるので、決済代行の仕組み自体がダメであると思われるような記載には気をつけて頂きたい。[資料1・P9、P10]について、事業者への情報提供はありがたい。事件の火種になりそうなことは、消費生活センターから事業者への情報共有を行って頂き、消費者被害の拡大の防止につなげて行ければよいと考えている。表示規制に関しては、これから事業を始めようとする人への教育も必要である。
- 情報提供としてであるが、[資料2・P15]にあるように、ヨーロッパでも相談窓口と執行当局の連携が上手く行っているというわけではない。違法性があると見える事業者に関する消費者相談が来たときにどの程度執行当局に情報提供していいものなのかということは過去から議論されていることである。事業者に関する情報の共有について国によって法制がバラバラである。相談窓口のネットワークを作る際には、情報公開と情報共有に関するルール化が必要である。

- [資料1・P8]に関してであるが、保護とイノベーションのバランスとあるが、本来守るべきものを守ってから、行動するのが当然のことであるので、この表現に疑問がある。
- [資料1・P8]にある行動情報の収集はネットに特化した問題ではなく、リアルの世界でもあるので、リアルもあわせて考えるべき。その点に配慮した記載にしてほしい。
- インターネットの世界は流れが速いので、何年かに一度見直しを行うということを付け加えてほしい。
- ◇ [資料1・P5]についてであるが、決済代行に関しては調べなければいけないことも多々あるので、そのように記載している。悪質な加盟店を共有する仕組みはできあがっているので、それをいかに協力にするかという課題はあるが、取組に関してはご理解頂きたい。
- [資料1・P5]に関連してであるが、インターネット取引はプレーヤーが多い。その中でどの業者までを決済代行業者と呼ぶのか、その定義をまず考えるべきである。その上でカード業界、事業者、消費者、行政でできることを考えたい。
- 決済代行の議論については、改めて整理をさせて頂き、次回説明したいと考えている。
- 決済代行業が悪いと思ったことはない。悪質な商売を行っている業者が決済手段を持っていることが問題なのである。悪質事業者が決済手段を持たないようにするにはどうしたらいいのかを考える必要があるのである。住所の表示がきちんとされていれば国際ブランド違反とかがわかるので、執行の運用に活かせるのではないか。
- ◇ [資料1・P3]に関連して、インターネット上では自主規制機関の働きが弱いように思う。リアルの場合、協議会といった取組もあるが、ネットについても、モール事業者などで自主規制機関を作り表示に関する自主規制の強化などを検討いただけないか。その上で、共同パトロールや勉強会への職員の派遣などの東京都として協力できる部分を行い、連携が行えないものか。
- 今後、誰がどういう取組を行うのかという話であるが、今後具体的な制度やアクションを考えるにあたっては、個別のことなども整理をして次回また議論を行いたいと考えている。
- 悪いのは悪質な事業者なのだが、モール事業者もカード会社もその悪質事業者より利益を得ており、その関係がある以上、トラブルの責任を感じるべきである。
- 我々は責任を感じていないわけではないし、消費者対応を行っていないということではない。また、業界が無関心なわけではない。我々はまず守るべき契約やルールがあり、それを越えたものに関しては個社の自主努力に頼るとというのが現状である。

○ モール事業者も同じである。

◇ カード業界はできる範囲でも努力は行っていると思っている。新たな方策も検討している段階であるので、そこはご理解頂きたい。

(3) 及び(4) について

事務局より「研究会の開催スケジュールについて(資料4)」について説明。

(以 上)

第六回インターネット消費者取引研究会出席者一覧（敬称略）

構成メンバー

おかむら ひさみち
岡村 久道
かまた まきこ
鎌田 真樹子

弁護士（英知法律事務所）・国立情報学研究所客員教授
一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム
消費者委員会 委員長（岸原構成員代理）

かわむら まきこ
河村 真紀子
くわこ ひろゆき
桑子 博行
さいとう まさひろ
齋藤 雅弘
さわだ としこ
沢田 登志子
しまぬき かずひさ
島貫 和久
せき さとし
関 聡司
ながた みき
長田 三紀
のほら さわこ
野原 佐和子
べつしよ なおや
別所 直哉
まちむら やすたか
町村 泰貴

主婦連合会 事務局次長
電気通信サービス向上推進協議会 会長代理
弁護士（四谷の森法律事務所）
一般社団法人ECネットワーク 理事
三菱UFJニコス株式会社 営業本部 執行役員
楽天株式会社 執行役員 広報渉外室室長
特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 事務局次長
株式会社イプシ・マーケティング研究所 代表取締役社長
ヤフー株式会社 CCO・法務本部長 兼 政策企画室長
北海道大学大学院 法学研究科教授

（五十音順）

オブザーバー

おおむら しんいち
大村 真一
にしだ じゅんじ
西田 淳二
おおにし えいじ
大西 英司
あきば ひでと
秋庭 英人
まつした ひろこ
松下 裕子
こばやし よしみ
小林 淑美

総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課企画官
経済産業省商務情報政策局情報経済課課長補佐
経済産業省商務情報政策局商務流通グループ消費経済政策課課長補佐
経済産業省商務情報政策局商務流通グループ取引信用課課長
東京都生活文化局消費生活部取引指導課長
東京都消費生活総合センター相談課相談担当係長

消費者庁

まつだ としあき
松田 敏明
はとう ひでお
羽藤 秀雄
やまざき としみ
山崎 俊巳
くろだ たかし
黒田 岳士
かわかみ いちろう
川上 一郎
おかもと しげお
岡本 成男

消費者庁次長
消費者庁審議官（企画調整担当）
消費者庁参事官
消費者庁政策調整課長
消費者庁政策調整課企画官
消費者庁政策調整課政策企画専門官