

OECD

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）危機への取組：
世界的な取組への貢献

oecd.org/coronavirus

新型コロナウイルス感染症（COVID-19） 危機におけるオンライン消費者保護

【仮訳】引用等に際しては直接原文に当たられるようにお願いします。

原著（英文）は下記タイトルにて OECD が公表。

Protecting online consumers during the COVID-19 crisis

https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=130_130819-ay45n5rn74&title=Protecting-online-consumers-during-the-COVID-19-crisis

© OECD 2020

本翻訳は OECD との取決めによって公表される。本書は OECD 公式翻訳ではない。

日本語訳の質及び原著との整合性については消費者庁がその責任を負う。

原著と日本語訳との間に何らかの不整合が生じた場合、原著が優先される。

著作権所有

© 2020 消費者庁（日本語版）

新型コロナウイルス感染症（COVID-19） 危機におけるオンライン消費者保護

2020年4月28日

重要なメッセージ

- 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）は、世界の消費者の状況を一変させた。外出禁止措置によって、消費者は更にオンラインへと向かい、需要は変化し、行動バイアスは悪化した。
- 目下、大勢の消費者は、経済的にも精神的にも、ぜい弱になっている。また、例えば高齢者又は低所得の消費者など既存のぜい弱性も一層高まった。
- オンラインにおける不公正な、誤解を招くおそれのある、詐欺的商行為の報告が増加している。これには、金融詐欺、コロナウイルスの治療及び予防に関する虚偽の表示、生活必需品の便乗値上げ、並びに安全ではない製品又は模倣品の販売促進などが含まれる。
- 多くの政府は、消費者の健康と安全の保護、消費者の信頼の向上、並びに事業者及び従業員の課題への対処においてうまくバランスを取る必要がある。このため政府によっては、手続を簡略化し、消費者関連法の適用免除を許可している。
- 国際的かつ横断的な政府機関、事業者及び市民社会における協力の強化が消費者保護の鍵となる。とりわけリソースが限られている機関にとっては、情報共有がこれまで以上に価値のあるものとなってきている。

消費者の行動及び信頼における大きな変化

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）危機は、消費者の行動に突然広範な影響を与えた。公衆衛生に関する命令によって、多くの人々が自宅にとどまることを強いられ、それによりインターネットの利用が急増した。より多くの消費者が、この危機が健康、経済、及び社会に及ぼす影響による直接的な体験やそのおそれから生じる、より高いレベルでの苦痛を感じており、商業的な搾取にぜい弱になっている。外出禁止措置のため従来の形態の商業は制限され、事業者はオンラインへと移行している。なかには、消費者の信頼を維持し、従業員を守りながら、オンライン化を成功させた事業者もいる一方、その他多くの事業者はそうはできず、場合によっては消費者の選択肢が減る結果となっている。さらに、国境の封鎖、移動の制限、及びソーシャルディスタンスの確保の措置が、宿泊、旅行、及び大規模イベントなどのサービスに対する消費者の需要を縮小させた一方で、他の一部の商品の需要を急増させた。一部の国では、生活必需品の不足及びサプライチェーンの破断の兆候が見られたことで買占めが起き、多くの店は、手指消毒剤、殺菌剤、マスク、及びトイレットペーパーなどの衛生用品について購入点数の制限を設けざるを得なくなった。その一方で、在宅勤務の急増により、プリンターや紙が品薄になった。

消費者需要の増加により、ソーシャルディスタンスの確保、及び衛生エチケットの向上とあいまって、電子商取引の重要な流通ネットワークはひっ迫し、その結果、配送が遅延したり不可能になったりした。一部の国では、生活必需品でない製品の出荷要件の変更により、さらなる混乱が起こった。

オンラインサービスに対する需要、及び通信サービスへのアクセスに対する需要が急増したことで、信頼性が高く手頃なブロードバンドサービスが必要不可欠となった。コロナ危機が始まって以来、インターネットのトラフィックが最大で 60%増加した通信事業者もいる。このような事業者やコンテンツプロバイダーの多くはトラフィックの増加に何とか対処したが、Netflix 及び YouTube などのようにストリーミングの品質を落としたコンテンツプロバイダーもあった。

各国政府及び事業者は、高品質のブロードバンドサービスへ手頃な価格でアクセスできるようにするために対策を取ってきた。例えば、日本の通信事業者は、25 歳以下の消費者を対象に料金の一部を免除し、経済的負担を軽減した。英国では、ぜい弱な消費者のためにインターネットサービスを手頃な価格に据え置くことで、政府と通信事業者が合意した。米国では、主要な通信事業者が連邦通信委員会と協力し、自社サービスへの 60 日間の継続的アクセスの確保を約束するとともに、コロナ危機の間に利用料を支払えない消費者については延滞料を免除した。しかし、コロナ危機によって、インターネットへのアクセス及びデジタルリテラシーを持つ消費者と、それらを持たない消費者との間のデジタル格差が深刻化している。この格差は、先進国と途上国、都市部と地方、富裕層と貧困層との間や、高齢者及び障がい者（彼らにとっては、オンラインでの商品購入が選択肢とならない場合がある）において特に顕著である。対策を講じなければ、これらの問題は不平等の拡大へとつながるであろう。

不公正な、誤解を招くおそれのある、詐欺的な商行為の増加

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が世界中に蔓延する中で、危機に乗じようとするオンライン詐欺も世界で急増している。米国では、2020 年 1 月から 2020 年 4 月中旬の間に、連邦取引委員会（FTC）に対し、2 万 2000 人を超える消費者から [新型コロナウイルス感染症（COVID-19）関連の詐欺についての苦情](#) が寄せられ、消費者の被害総額は 2200 万米ドルを超えた。世界保健機関（WHO）などの保健管理機関や疾病管理機関を装い、偽って消費者にデータを共有するよう唆す、フィッシング、マルウェア及び個人情報窃盗の詐欺も見られた。募金詐欺など、消費者に対して金銭的な不正を働く詐欺や、Netflix の「無料」サブスクリプションの広告など、有名企業になりすます詐欺もある。その他、衛生用品を購入させ商品を送らない事例、あるいは偽の新型コロナウイルス感染症（COVID-19）テストキットを売るなどの事例もある。さらに、違法貸金業者が、経済的にぜい弱な消費者から搾取しようとしていることを示す報告もある。例えば、英国では、イングランド違法貸金業チームが新型コロナウイルス感染症（COVID-19）ペイデイローンに関する警告を発した。また、日本では、金融庁と警察庁が協力し、ソーシャルメディア上でぜい弱な消費者を狙う違法貸金業者の調査を始めた。2020 年 3 月 20 日、EU 加盟

国の消費者保護当局（消費者保護協力ネットワーク）は、コロナ危機を背景に、最も報告数の多い詐欺及び不公正な行為に関して共通見解を発表した。その後、これについて、欧州委員会が主要なオンラインプラットフォームと協議した。

悪質事業者は、消費者の恐怖と不安に付け込み、「ある商品が新型コロナウイルス感染症（COVID-19）を防ぐ、あるいは治す」といった、欺まんと科学的根拠のない表示を広めている。米国 FTC は（一部は米国食品医薬品局と連名で）、60 社を超える企業に対して、ホメオパシー薬品、エッセンシャルオイル、漢方薬、ソルトセラピー、免疫力活性化ビタミンなどの製品についての誤解を招くおそれのある表示に関し、警告書を送付した。日本の消費者庁は、64 の事業者に対し、空気清浄機及び空間除菌剤などの商品に関連する、虚偽の、又は誤解を招くおそれのある表示の改善要請を行った。カナダの競争局も、特定の商品（マスク、換気装置、空気浄化製品）によってウイルスを防いだりウイルスから身を守ったりできるといった、虚偽の、又は誤解を招くおそれのある表示を阻止するため、事業者に対して法令遵守の警告を発した。消費者が不安を抱く中、「売り切れ間近」などの表示も虚偽であったり誤解を招いたりする場合があります、消費者の不安や買占めをあおりかねない。

さらに、便乗値上げも消費者を悩ませている。一部の事業者が、マスク及び手指消毒剤などの必需品、あるいは基本的な食料品及びプリンターなどに対する需要の増加を受けて、価格を著しく上げることで利益を最大化しようとしているためである。イタリアの独占禁止法規制当局は、サードパーティーの販売業者がプラットフォームで販売している法外な価格の手指消毒剤及びマスクに関連して、現在、複数のオンラインプラットフォームの調査を行っている。一方、フランスの当局は、手指消毒剤の小売価格に上限を設ける法令を公布した。一部の国では、消費者当局及び競争当局が、便乗値上げに対処するために導入された救済策がコロナ危機以降に悪影響をもたらさないようにしながら、これらの問題に取り組んでいる。

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）危機によって、製品安全リスクも高まった。例えば、浮遊微小粒子を十分に防ぐことができず、追加的な保護策を組み合わせない限り消費者を感染リスクにさらしかねないマスクのリコール通知が、OECD のグローバル・リコール・ポータル ([OECD's Global Recalls portal](#)) に最近提出された。OECD のグローバル・リコール・ポータルは、各国政府がリコール情報を共有するためのデータベースである。さらに、店舗閉鎖、従業員の不足、及び郵便業務の制限などによって、事業者のリコール業務の遂行が難しくなった。

消費者の信頼の維持における、事業者及び各国政府の重要な役割

消費者の信頼は、市場が適正に機能するに当たり不可欠である。これは、消費者が離れた場所にある商品をじっくりと見ることができない電子商取引においてはなおさらである。

事業者の役割

外出禁止措置によって、消費者がオンラインへと移行し、一部の取引業者が消費者のぜい弱性を悪用しようとしている中、多くの事業者が信頼強化の重要性を認識した。3 月の米国の消費者を対象とした調査では、52%の消費者が、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）リスクから消費者及び従業員を保護すると公式に発表している企業の商品を購入したいと望んでいることが分かった。一部の事業者は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）対応として、消費者ポリシーを変更した（送料の無料化、消費者の心変わりによる返品が可能な期間の延長、又はキャンセル料の免除など）。また、非接触の配送／受取サービスなどの選択肢を強調している。

オンライン市場事業者の電子商取引上のシェアの大きさを考慮すると、コロナ危機における消費者の信頼の強化、及びプラットフォーム上でのサードパーティーの販売業者の責任ある行動の促進において、オンライン市場には果たすべき役割がある。いくつかのオンライン市場事業者は、自らのサイト上の詐欺、高過ぎる価格設定、及び誤解を招くおそれのある健康上の表示などの積極的な監視、商品掲載ページの削除、アカウントの停止などを行い、また、不正取引業者を特定するため、当局からの支援の強化を要請しているといわれている。例えば、EU 内では、いくつかのオンライン市場事業者が、違法コンテンツについて加盟各国の当局に注意喚起を行うためのチャンネルを開設した。

政策立案者の役割

世界各国の消費者保護当局は、コロナ危機に伴う重要な脅威を消費者に警告するため、迅速に行動した。また、複数の当局はこれらに対処するための特別措置を検討している。消費者の健康と安全の保護と、事業者の支援及び労働者の保護とのバランスという課題に直面する中で、公衆の利益になる場合には、消費者保護の法令の適用免除を認めた政府もある。例えば、一部の当局は、手指消毒剤などの新商品について、消費者が確実に購入できるように、承認のための手続を簡略化した。カナダでは、家庭用洗剤、又はハンドソープ及びボディソープなど、需要が高まっている消費財へのアクセス及び販売を円滑化するため、一定の商品表示要件の執行を緩和する暫定的な政策が打ち出された。同様に、オーストラリア及び英国の競争当局は、継続的な食料供給を確保するために小売事業者同士が協働することを一時的に許可した。また、米国の競争当局は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の大流行において、市民の健康と安全を守るための事業協力に関するガイダンスを発行した。

部門間及び国家間の協力

コロナ危機により、当局間の協力の必要性が高まった。例えば、一部の製品安全当局及び保健当局は、現在、通例とは異なる業界及び個人が製造する手指消毒剤やマスクなどの製品について、責任を共に担っている。消費者当局及び競争当局は、便乗値上げを可能な限り防ぐための戦略を議論した。また、一部の国では、通信規制機関が消費者当局と協働し、通信サービスの法外な料金から消費者を守っている。

また、コロナ危機は、グローバルコミュニティが持つ相互に関連し合う本質、並びに、より強力な国家間の情報共有及び協力を通じた、国境を越えた電子商取引の支援の必要性を浮き彫りにした。OECD 及びその他のフォーラムは、消費者当局（リソースが限られている消費者当局も含む）、事業者、及び市民社会に向けて、それらがグッドプラクティス、市場情報、及び消費者の意見を共有できるようにすることで、効率を上げることができる。消費者保護及び執行のための国際ネットワーク（ICPEN）は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）関連の消費者保護の問題、とりわけ詐欺に関する消費者からの報告を促すため、ソーシャルメディア上のキャンペーンを立ち上げた。国連貿易開発会議（UNCTAD）は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）関連の詐欺に関して消費者に警告を発するための各国イニシアティブについての情報とともに、政府への提言を発表した。国際消費者機構などの支援団体も、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の脅威から消費者を守るための方策に関するガイダンスに貢献した。

重要な提言

各国政府への提言

- 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関連した詐欺について、どのように報告するか、またどのように誤情報を回避するかを含めて、行動洞察で得られた知見に基づき消費者教育をする。
- 詐欺及び誤解を招くおそれのある行為に関し、オンライン事業者と対話の場を設け、悪質事業者の特定につながる情報を可能な限り共有する。
- 当局間のタスクフォースなどを通じて、消費者保護の権限を持つ関連当局間の協力関係を促進する。
- OECD 及びその他の国際フォーラム（ICPEN 及び UNCTAD など）を通じてグッドプラクティスに貢献し、OECD のグローバル・リコール・ポータルを活用するなどして、安全ではない商品に対処するための措置を通知する。
- 消費者保護及び製品安全のための措置が後退することは避けつつ、事業者の行政上の負担を軽減する方法を検討するとともに、法令遵守のための手続を合理化する。

事業者への提言

- 商品の広告宣伝、販売、及び配送において、行動洞察で得られた知見を取り入れ、消費者の行動バイアスを利用するテクニックを最小限に抑える。消費者の不安を無くすため、サプライチェーンの頑強性に関して明確なメッセージを出すと、買占めの抑制につながる可能性がある。
- コロナ危機においてはより多くの消費者がぜい弱になる可能性を認識し、健康と安全に関する懸念、及び失業その他の経済的損失による窮乏を考慮する。
- 明らかになった詐欺について消費者に注意喚起し、虚偽の、又は誤解を招くおそれのある広告を特定し削除するための取組を強化する。
- (オンライン市場に関して) 誤解を招くおそれのある表示、又は法外な価格設定のある商品掲載ページを特定し削除する。実施している取組及び直面している課題について、定期的に当局と情報共有をする。

参考文献

- OECD (2020), "Tracking and tracing COVID: Protecting privacy and data while using apps and biometrics", OECD, Paris, https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=129_129655-7db0lu7dto&title=Tracking-and-Tracing-COVID-Protecting-privacy-and-data-while-using.
- OECD (2019), "Good practice guide on online advertising", *OECD Digital Economy Papers*, No. 279, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9678e5b1-en>.
- OECD (2018), "Improving online disclosures with behavioural insights", *OECD Digital Economy Papers*, No. 269, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/39026ff4-en>.
- OECD (2018), *Toolkit for protecting digital consumers: A Resource for G20 Policy Makers*, OECD, Paris www.oecd.org/internet/consumer/toolkit-for-protecting-digital-consumers.pdf.
- OECD (2016), *Recommendation of the Council on Consumer Protection in E-commerce*, OECD, Paris, <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0422>.

本報告書に記載されている意見及び議論は、必ずしも OECD 加盟国の公式見解が反映されているものではない。

本文書、及び本文書に含まれる地図は、あらゆる領域の現状及び主権、国際的な境界地域における境界及びその範囲、並びにあらゆる領域、都市及び地域の名前に影響を及ぼすものではない。