

OECD デジタルエコノミー文書 No. 236



モバイル・オンライン決済に 関する消費者政策ガイダンス

(消費者庁仮訳) OECD消費者政策委員会

序文

2009年、OECD消費者政策委員会（以下、委員会）は、「電子商取引の文脈における消費者保護に関する1999年OECDガイドライン」（以下、「1999年電子商取引ガイドライン」という。）の改定に着手した。同改定の一環として委員会は、分析報告書（OECD, 2012）* の中で、モバイル・オンライン決済における消費者の利益と課題について検討した。そこでの評価に基づき、委員会は本政策ガイダンス（以下、「本ガイダンス」という。）を策定し、2014年2月17日に採択し、公表することとした。本ガイダンスはOECD事務総局の責任において公表されるものである。

*OECD (2012)、 「モバイル・オンライン決済における消費者保護に関する報告書」、OECDデジタルエコノミーに関する文書、No. 204、OECD 出版局、doi: [10.1787/5k9490gwp7f3-en](https://doi.org/10.1787/5k9490gwp7f3-en).

原著(英文)は下記タイトルにてOECDが発行:
Consumer Policy Guidance on Mobile and Online Payments
© 2014 OECD
著作権所有

© 2015 日本語版はパリに本拠を置くOECDとの取決めにより日本の消費者庁が発行。
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、原著が優先する。

目次

I. はじめに	4
II. 範囲	5
III. 政策ガイダンス	5
A. 取引の諸条件及び価格に関する情報.....	6
B. プライバシー.....	9
C. セキュリティ	11
D. 確認プロセス	13
E. 子供.....	14
F. 決済事業者、決済手段間で異なる保護のレベル	15
G. 詐欺的、誤認を招きやすい、欺瞞的及びその他不公正な商行為	17
H. 紛争解決と救済	21
参考文献.....	23

I. はじめに

2009年OECD会議「電子商取引における消費者の強化：インターネット経済における消費者保護の強化」(www.oecd.org/ict/econsumerconference) に続き、OECD消費者政策委員会は、1999年電子商取引ガイドライン (OECD, 1999) の総合的な改定の一環として、決済のためのモバイル事業者及びインターネットの利用に関する進展と消費者問題について考察することに合意した。2010年、2011年に傾向と課題についての評価が行われた。2011年4月開催のワークショップではステークホルダー (利害関係者) を交えた討議が行われ、分析報告書 (OECD, 2012) が発行された (www.oecd.org/sti/consumer-policy/mobilepayments)。

分析報告書は、金融機関やその他の事業者 (モバイル事業者を含む。) による革新的で利用しやすいモバイル・オンライン決済システムの発展が、多様化する物品・サービス購入に際し、より効果的、便利で安全な手段を消費者に提供することにより、大企業だけでなく小企業の電子商取引の急速な成長を促していると指摘する。同分析報告書は、決済を行うモバイル端末の利用は加速化が見込まれると指摘する。というのも、電子商取引の多様なチャンネル (伝統的なオンラインプラットフォーム及びソーシャルメディアを含む。) を通じて、多くの種類の製品 (無形のデジタル・コンテンツ製品を含む。) を購入・取得できる、スマートフォンやコンピューター・タブレットが消費者によって益々利用されているからである。モバイル決済の影響は、多くの消費者が銀行口座や支払用のカードを持たず、ますます多くの初歩的な端末が個人相互間又は事業者と個人間で利用されている開発途上国においても重要になってきている。

モバイル・オンライン決済システムの発展が消費者に非常に多くの便益をもたらす中で、委員会の分析報告書は、消費者の関心により的確に答えるためにどのような形で同システムが強化され得るかについて特定した。同分析報告書は、消費者は一般的にモバイル・オンライン決済を行う際に自らの権利・義務についてもっとよく知る必要があり、特に取引に関わる関係者 (モバイル事業者、インターネットサービスプロバイダー、ソーシャルメディア等) が多い時ほどその必要性が高いと結論付ける。モバイル・オンライン決済が服する規制の枠組みが異なる場合、状況は更に複雑になり、そのことは付与される消費者保護の水準に大きな影響を与える可能性がある。このような状況下で、消費者にはどのような権利があるのか、さらに i) 利用する決済の仕組み (例：携帯電話請求書の決済とクレジットカード、デビットカード、プリペイドカード)、 ii) 利用される機器 (例えば、固定されたコンピューター、携帯電話、その他のポータブル機器) 等の要因によって権利がいかにか異なってくるのかの判断において困難を感じるだろう。また、生じるあらゆる問題に対処する責任主体、救済を求める手続及び与えられる救済措置の種類について判断することは、消費者にとって難しい問題となるだろう。

本ガイダンスは、新しく、進化している決済システムの革新及び成長がもたらす便益を念頭に置いた上で、モバイル・オンライン決済分野における消費者保護・業界慣行が確立されることを支援することにある。そのために、決済システムで用いられる技術が進歩しても、常に意義ある指針であり続けることを希求している。モバイル・オンライン決済を焦点としたのは、この分野で発生している課題や問題を反映するためである。したがって、現金や小切手による決済は本ガイダンスの対象ではない。

本ガイダンスの策定に当たり、委員会は1999年OECD電子商取引ガイドライン及び次に掲げる関連する政策文書の指針を基礎とした。

国境を越えた詐欺（OECD, 2003）、紛争解決と救済（OECD, 2007a）、モバイル商取引（OECD, 2008a）、通信事業（OECD, 2008b）、消費者教育（OECD, 2009a）、オンラインID窃取（OECD, 2009b）、情報システム及びネットワークのセキュリティ（OECD, 2002）、電子認証（OECD, 2007b）、プライバシー（OECD, 1980；OECD, 2013）。

さらに委員会は、消費者政策に関するツールキット（OECD, 2010）に提示された政策評価の枠組み、多数の国・地域その他の国際会合の文書及び報告書を参照した。

II. 範囲

本ガイダンスは、消費者が電子商取引を通じて製品（物品・サービスを含む。）を購入する際に利用するモバイル・オンライン決済を対象とする。これには、インターネットによる決済だけでなく、SMS及びMMS決済、並びに売場の無線近距離通信技術（NFC）を用いたモバイル機器による至近距離決済等を含む、モバイル機器を利用した決済が含まれる。本ガイダンスには、小切手・現金による決済、クレジットカードやデビットカードを売場で直接提示する決済、売場で利用されるその他の決済方法は含まれない。

本ガイダンスの目的に照らし、電子商取引とは、モバイル事業者のネットワークといった、コンピュータネットワークや関連するICTチャネルによって行われる製品（物品・サービスを含む。）の販売又は購入における、もっぱら製品の注文の受発注のために開発された手段のことを指す。本ガイダンスの対象は、事業者と消費者（B2C）間の取引に限定される。

III. 政策ガイダンス

1999年電子商取引ガイドラインは、電子商取引に参加する消費者は、他の形式の商取引で付与される保護の水準以上の透明性がある効果的な消費者保護を付与されるべきだと指摘する（OECD, 1999, Part II, Section I）。委員会は、モバイル取引及び関連する決済等、進化する電子商取引の在り方にもこの指針が同様に当てはまるという認識に至っている。

さらに本ガイドラインに含まれる決済に関するガイダンスは、安全で利用しやすい決済手段及びそれらが備えるセキュリティの水準に関する情報を消費者が付与されるべきであると定める。決済手段の不正利用・詐欺への利用に対する責任制限、チャージバックの仕組みは、消費者の信頼を深める強力なツールとなり、その発展及び活用が電子商取引において奨励されるべきであると付け加えている。（OECD, 1999, Part II, Section V）加えて、本ガイドラインは、公正な事業・広告・マーケティングの慣行、情報開示、確認プロセス、紛争解決と救済に関する一連の基本的な指針を定めている。

委員会は、上述のOECD文書に含まれる指針に加え、次の7分野に関する詳細なガイダンスを定めることが有益であると結論付けた。a) 取引の諸条件及び価格に関する情報；b) プライバシー；c) セキュリティ；d) 確認プロセス；e) 子ども；f) 決済事業者、決済手段間で異なる消費者保護の水準；g) 詐欺的及び誤認を招きやすい商行為からの保護；h) 紛争解決と救済。決済の仕組みの相互運用性に関する問題は、OECDの別の領域で扱われているため、ここでは対象外とする。

A. 取引の諸条件及び価格に関する情報

概要

1999年電子商取引ガイドラインは、電子商取引に従事する事業者に対し、消費者が情報を得た上で取引を行うか否か決定できるように、取引の諸条件及び価格について十分な情報を提供するように求める（OECD, 1999, Part II, Section III）。そこでの勧告は次のとおり。

- 取引の諸条件及び価格に関する情報は、明確かつ正確であり、容易に入手できるようにしなくてはならず、取引に入る前に消費者が十分に精査することができるような形で提供されるべきである。
- 事業者は、消費者が取引の諸条件及び価格に関する情報の適切な記録を入手及び保持できるように、取引に関連する諸条件についての明瞭で完全な文章を提供すべきである。
- 適切かつ該当する場合、情報には以下が含まれるべきである。：
 - 事業者が徴収及び（又は）請求する合計費用の内訳
 - 事業者が徴収及び（又は）請求するわけではないが、消費者に通常適用され得るその他の費用に関する通知
 - 決済の諸条件及び支払方法
 - 撤回、終了、返却、交換、キャンセル及び（又は）返金方針に関する詳細・条件

次に、取引の諸条件及び価格に関する情報の明瞭性、透明性、網羅性、適時性に関する問題について検討する。取引のその他の側面に関する情報開示の問題は、後の項で別途検討する。

問題1：決済に関連する情報のアクセス性・判読性

モバイル・オンライン決済にまつわる諸条件は、消費者にとって必ずしも入手可能で容易に判読できるとは限らず、取引の初期段階で十分に利用できないことがある。また、消費者が常に簡単に記憶にとどめておくことができることも限らない。このような情報は多くの場合、小さなプリント及び（又は）スクロールするテキストボックスに表示される。重要な決済関連の情報も脚注に表示されたり、複数の別ウィンドウにアクセスしなくてはならない場合がある。

機器の画面が比較的小さい場合、又は機器の大きさに関係なく記憶容量やバッテリー寿命に制限がある場合、情報に関する課題は大きくなる。また、モバイル機器を利用した取引及び関連する決済は、消費者が移動中に購入の決定を素早く行う状況（“on the go”）の下行われることが多い。このような状況下では、消費者が決済の前にその諸条件にアクセスし、十分に検討する能力が制限され得る。

取引における十分に早い段階で、明瞭で、見やすく、読みやすい方法で重要な情報が提示されない場合、消費者は、必要な情報を引き出し、十分な情報を得た上で決定するために、多くの時間を費やさなくてはならない。この時間に加え、情報の記載場所の特定、情報へのアクセス及び（又は）解読が困難であれば、消費者は満足できる完全な情報を集め、評価することができないだろう。完全な情報には、消費者が特定の決済方法の利用を決断する際に重要な要因となり得る、ロイヤルティプログラムやリワードプログラムに関する情報も含まれる。

売手が、消費者を引き付けるための「見出し」価格を、予約手数料・クレジットカード手数料・出荷手数料・一部の国や地域で課される税金・国境を越えた取引に適用される関税その他の費用等の、追加の必須手数料を含まない形で消費者に提示される場合、状況は更に複雑になる。「ドリップ・プライシング」又は「パーティション・プライシング」と呼ばれる慣行に関する研究は、消費者の判断を誤らせる可能性が高いこと、また購入決定に際して多くの消費者が「見出し」価格を重視する傾向が、より高い価格の売手から製品を購入する結果をもたらす得ることを示唆する。一部の国・地域ではこのような価格は認められない。

このような場合、消費者は情報の全て又は一部を把握することも、理解することもできない可能性がある。OECDの消費者政策に関するツールキット（OECD, 2010）が指摘する消費者経済に関する調査によると、消費者は時間に追われた場合や不十分な情報を提示された場合、発見的「経験則」を用いて購入決定を行い、それが結果的に満足できない選択につながる場合がある。オファー並びに決済及び決済に関連する問題に関して予想される不満や困惑について考える時間は、消費者の調査を制限し、結果的に消費者は予想以上の料金を支払ったり、期待に添わない製品を購入したり、製品の購入について完全に興味を失ったりする結果となる。

ガイダンス

決済に関連する情報を容易に入手でき、判読できることを確保するために：

- i. 決済及び取引に関連する重要な情報は、取引の早期段階において、明瞭で見やすく読みやすい方法で提示されるべきである。またこれら情報は、“on the go”で利用されることが多い画面が小さいモバイル機器を含め、電子商取引で利用される多様な種類の機器で、簡単に読める形式で提示されるべきである。
- ii. 「見出し」価格は、固定された手数料を含むべきである。変動する手数料や追加費用の存在に関する情報は、「見出し」価格と同じページ又は画面に、明瞭で、見やすく、十分目立つように消費者に開示されるべきである。そのような手数料の総額は、当該事業者が認識し次第、消費者が取引を完結させる前に十分な余裕を持って、明瞭で見やすい形で消費者に開示されるべきである。
- iii. “on the go”の状況下にある消費者が、決済に関わる取引の詳細な情報にアクセスしようとする際に遭遇する問題は、消費者が情報に容易にアクセスできるように、情報開示の最適化・決済情報の提示を合理化、簡素化、また適当な場合には標準化することを通じて対処されるべきである。情報開示を明瞭で、見やすくし、また読みやすくするため、グラフィックやアイコン等の仕組みの利用も検討されるべきである。そのような仕組みは、それ自体が見やすく理解しやすく、誤認を招くものであってはならない。
- iv. 消費者は、決済及び取引に関連する情報を保存するという選択肢を提供されるべきである。これには、情報の印刷、電子メール、その他の電子的方法による保存が含まれる。このような選択肢は可能な限り、電子商取引で利用される全ての種類の機器で活用できるようにすべきである。

問題2：決済に関する諸条件の複雑さ

モバイル・オンライン決済に関する諸条件は、技術的な法律用語で長々と消費者にとって分かりにくい形で提示されることが多い。多くの国で実施された調査によると、電子商取引を通じて製品を購入する大部分の消費者は、情報の複雑さやそれを精査するために必要な時間のせいで、ロイヤルティプログラム（取引実績に応じて変動する評価ステージ毎に、様々な特典が獲得（利用）できる仕組み）及びリワードプログラム（ポイント還元サービス）を含め、諸条件を完全には読まず、また理解もしない。その結果、消費者は、自分たちが行う金銭上の義務の性質、長さ、レベル及び範囲について十分に知らないことがある。さらに消費者は、追加の「隠れた」費用の重大性について知らないことがある。取引によっては、驚くほど高額な請求（「ビル・ショック」等）、期待に添わない物品・サービスへの不満、そのようなサービスを打ち切るために発生する手続及び手数料への苛立ちを招く結果となる。

ガイダンス

消費者が決済に関する諸条件を理解することを確保するために：

- i. 事業者は、決済の諸条件について、全文とともにその概要を消費者に提供すべきである。それには、取引の総額、製品入手の可能性、納期、返金及び返品方針、撤回の権利、繰り返し発生する手数料（自動再注文や契約更新、及びそのような自動システムに加入しない方法を含む。）、及び適切な連絡先を含む紛争解決の選択肢に関する情報が含まれるべきである。
- ii. 決済の諸条件の概要は、明瞭で、見やすく、かつ簡潔であること。また、一般の人々が理解しやすい平易な言葉で示されるべきである。

問題3：請求明細の明瞭性及び透明性

請求明細、特にモバイル事業者が発行する請求明細は、十分に詳細でなく、消費者は購入した製品や関連する手数料の内容を把握することができないことがある。また、一部の決済仲介事業者は、取引に関与する第三者を十分に示さないことがある。その結果、消費者は、自分の請求明細の内容を理解するのに苦労する場合がある。

ガイダンス

請求明細の透明性を確保するために：

- i. 請求書面を発行する事業者は、以下の事項を明瞭な形で行うべきである。：
 - － 請求明細に記載される自らの請求額と第三者の請求額を区別
 - － 購入した製品・サービスの内容、どの決済事業者又は販売事業者が請求書面に請求をしたかが消費者に容易に分かるように請求明細の内容を説明
- ii. 請求明細は、次の情報を提供すべきである：a) 価格及びその他の重要な取引データを確認する情報；b) 請求書面を発行する業者又は第三者が請求書面を発行する場合にはかかる第三者を含め、決済処理に関与する全ての関係者を消費者が特定し、連絡をとることが可能になる情報。

B. プライバシー

概要

モバイル・オンライン環境は、プライバシーに影響を及ぼす可能性がある、決済に関連する多くの問題を生じさせる。例えば：i) 消費者の決済情報の利用及び管理の責任主体の決定；ii) 情報を保持する者及び保持する期間の特定；iii) 決済に係る情報の第三者利用又は第三者移転の可能性；iv) 決済に係る情報の安全性を保護する方法。このような問題は、モバイル決済において特に顕著である。なぜならモバイル決済では、取引の処理に関与する事業者が多いためである。このような問題への対処の仕方が、電子商取引に対する消費者の信頼に影響を与え、ひいてはそれが今度はモバイル決済の仕組みの更なる革新・採用を妨げることとなる。

1999年電子商取引ガイドラインは、電子商取引がOECDの1980年プライバシーガイドライン(OECD, 1980)の原則に沿って実施されるべきことを示唆する。1980年プライバシーガイドラインには、国内適用に当たっての以下の8つの基本的な原則が含まれている。

- *収集制限の原則*。個人データの収集には制限が課されるべきであり、個人データの収集は適法かつ公正な手段によって行うべきであり、かつ必要な場合にはデータ主体に通知又は同意を得て行うべきである。
- *データの正確性の原則*。個人データは、その利用目的に沿ったものであるとともに、利用目的に必要な範囲内で正確、完全及び最新なものに保たなければならない。
- *目的明確化の原則*。個人データの収集目的は、収集時より前に明確化されなければならない。その後の利用は当初の収集目的と両立し、かつ明確化されたものに制限すべきである。
- *利用制限の原則*。個人データは、前項により明確化された目的以外の目的のために開示、提供又はその他の方法で利用されるべきではない。ただし、a) データ主体の同意がある場合、又はb) 法律の規定による場合はこの限りでない。
- *安全保護の原則*。個人データは、データの損失、不正アクセス、破壊、利用、修正又は開示等のリスクから適切なセキュリティ対策によって保護されるべきである。
- *公開の原則*。個人データに係る開発、実施、政策は、一般的に公開されるべきである。個人データの存在、性質、及びその主要な利用目的とともにデータ管理者を明示するための手段が容易に利用できるようにすべきである。
- *個人参加の原則*。個人は次の権利を持つべきである：a) 自分に関するデータをデータ管理者が所有しているか否かをデータ管理者に、また、データ管理者がいない場合は、別の方法で、確認する権利；b) 妥当な時間内に、法外ではない料金を支払い、適切な方法で、容易に理解できる形式で、自分に関する通信データを入手する権利；c) 上記a)及びb)に基づく要請が拒否された場合、拒否の理由を知り、かかる拒否に異議を申し立てる権利；d) 自分に関するデータに異議を申し立て、かかる意義申し立てが成功した場合にデータを消去、修正、完成又は改正する権利。
- *責任の原則*。データ管理者は、上記の諸原則を実施するための措置に従う責任を負うべきである。

前述の原則は、OECDプライバシーガイドライン改訂版（OECD, 2013）に規定されている。当ガイダンス改訂版には実施及びグローバルな相互運用性に関する新规定が追加されており、かかる新规定は、データ管理者が以下の事項を行うべきことを定める（OECD, 2013, Part III, それぞれ paragraph 15 a iii 及び c）：

- プライバシーのリスク評価に基づく適切な保護対策について規定する、プライバシー管理プログラムを実施する。
- 個人データに影響する重大なセキュリティ違反があった場合、プライバシー施行機関又はその他関連機関に適宜通知する。かかる違反がデータ対象者に不利な影響を与えると思われる場合、データ管理者は当該データ対象者に通知すべきである。

1999年電子商取引ガイドラインに加え、モバイル商取引に関する2008年政策ガイダンス（OECD, 2008）は、位置情報の追跡に注目し、プライバシーに関する問題を取り扱っている。

問題：決済データの収集及び利用

消費者が電子商取引で購入を行う際に提供するモバイル・オンライン決済に係る情報は、多くの異なる主体によってアクセスされる可能性がある。例えば、銀行やその他の決済機関、販売業者、OSプラットフォームのプロバイダー、ハードウェア製造事業者、モバイル事業者、アプリケーション開発者、データ分析事業者、広告主、及びクーポンやロイヤルティプログラムの管理者が、取引によっては決済データにアクセスすることができる。この情報には、住所・電話番号・所在地データが含まれ、これらは、決済に関する取引における認証に用いられ、購入者の所在地・常居所等を考慮し、決済が適正なものであることを保証するものである。モバイル機器によって決済が行われる場合、この情報は更にアクセスしやすくなる。なぜなら多くの消費者が、モバイル機器を常にオンの状態（“always on”）にしているためである。このようなデータは、商業目的で利用したり、第三者と共有したりできるという点で価値がある。

事業者による決済データへのアクセス及び利用は、消費者にとって有益となる場合がある。例えば、決済データのマーケティングへの活用は、消費者が自分の興味を満たす製品を特定する上で役立つ。また、事業者が特定の製品を割引価格又は無償で提供することにつながることもある。さらに、顧客の本人認証を行うより優れた手段を備えた事業者により、不正を減少させられる可能性がある。

他方、消費者の決済データは、問題が生じる方法で利用される場合もある。例えば消費者は、自分が提供した決済データが特定の取引を完結させること以外に事業者にとってどのような利用価値があるかについて、十分に理解していないおそれがある。決済の過程で決済に関係がない個人データが収集される理由について、消費者に説明されない場合もある。そのようなデータの収集及び関連する透明性の欠如は、消費者に懸念を生じさせ、事業者が知らない者である場合は特に、製品の購入を躊躇させることにつながる。さらに消費者は、自分の行動が追跡されること、又は自分のデータが商用目的やその他の目的で利用若しくは第三者と共有されることに同意しないだろう。その上、決済データが一旦提供されたら、その利用を管理する消費者の能力は制限される。例えば、「アプリ」を購入する際、消費者は、承諾を与えていることをはっきりと知らされないまま、承諾を与えてしまっていることがある。さらには、自分が何の承諾を与えたのか遡って調べることができないことすらある。最後に、データを過度に収集する事業者においてデータが窃取、紛失、濫用された場合、それは事業者自らと消費者のリスクを高めることになる。これには、モバイル・オンライン決済システムへの消費者の信頼を損なうような、金銭的リスク、風評リスク及び法的な責任に関するリスクを含む。

ガイドライン

決済データが消費者の利益に反する方法で利用されないことを確保するために：

- i. 事業者は、モバイル・オンライン決済システムの設計・開発に際し、プライバシー保護に関する安全管理措置を盛り込むべきである。既存の決済システムで既に活用されている安全管理措置は、見直しを行い、適宜、新しいシステム又は更新されたシステムに統合されるべきである。
- ii. 事業者は、オンライン・モバイル決済に関する取引の一環として収集される個人データを一般的に次の情報に限定すべきである。：i) 決済に直接関連する情報；ii) 決済事業者が要求する情報；iii) 法的に求められる情報；iv) アカウント・リスク管理、本人認証、詐欺防止又は法令遵守の目的で利用される情報。このような情報には、消費者の氏名、郵便番号、電話番号、決済カード番号、銀行その他の金融機関の口座番号及び分類コード、並びに認証データ等が含まれる。
- iii. 事業者は、決済の過程において、ii) に規定されず、法的に要求されない又は決済に必要な個人データを収集及び利用する場合、かかる収集に関する明示的な通知を時宜に消費者に与え、さらに同データの収集及び利用を制限又は拒否できる適切な選択の仕組みを消費者に与えるべきである。事業者は、個人の位置情報、健康情報、金融情報又は子供に関する情報等、センシティブなデータを収集する前に、明示的な同意を得るべきである。
- iv. 事業者は、モバイル・オンライン決済におけるデータの収集及び利用に関して透明性を確保しなくてはならない。事業者は、次の事項について説明すべきである。：i) 消費者の個人データを収集及び保存する理由；ii) 同情報の利用方法及び共有方法；iii) 消費者が利用できる管理手法。
- v. 多様な種類の機器で理解でき、容易にアクセスできるような、標準化されたプライバシー開示・選択の仕組みが、利害関係者によって開発されるべきである。かかる開示は、決済の過程の適切な時点において、明瞭かつ一貫した方法で行われるべきである。

C. セキュリティ

概要

2002年セキュリティ・ガイドライン（OECD, 2002, Part III）は、モバイル・オンライン決済取引のセキュリティに関し、以下9つの補足的な原則を定める。：

- **認識の原則**。参加者は、情報システム及びネットワークのセキュリティの必要性並びにセキュリティを強化するために自分達にできることについて認識すべきである。
- **責任の原則**。全ての参加者は、情報システム及びネットワークのセキュリティに責任を負う。
- **対応の原則**。参加者は、セキュリティの事件に対する予防防止、検出及び対応のために、時宜を得た協力的な方法で行動すべきである。

- *倫理の原則*。参加者は、他者の正当な利益を尊重すべきである。
- *民主主義の原則*。情報システム及びネットワークのセキュリティは、民主主義社会の本質的な価値に適合すべきである。
- *リスクアセスメントの原則*。参加者は、リスクアセスメントを行うべきである。
- *セキュリティの設計及び実装の原則*。参加者は、情報システム及びネットワークの本質的な要素としてセキュリティを組み込むべきである。
- *セキュリティマネジメントの原則*。参加者は、セキュリティマネジメントに対する包括的アプローチを採用すべきである。
- *再評価の原則*。参加者は、情報システム及びネットワークのセキュリティのレビュー及び再評価を行い、セキュリティの方針、実践、手段及び手続に適切な修正をすべきである。

電子認証に関する2007年勧告は、OECD加盟国が、特に取引に関与する者の情報及び本人認証のセキュリティ及びプライバシーに関し、これらの者のニーズを満たすような、安全管理措置（技術的であるか否かを問わない。）を含む、健全な商慣行を具現化する電子認証製品・サービスの開発、提供、利用を促進すべきであると定める（OECD, 2007b）。

モバイル商取引に関する2008年政策ガイダンスは、消費者のデータが毀損された場合及び（又は）モバイル商取引に関与する者が金銭上の損失を被った場合、適時かつ効果的な救済の手段を消費者に提供することは、当該者にとって有益であると定める（OECD, 2008, Section IV）。

問題：決済セキュリティ

適切なセキュリティ措置がなされない場合、電子商取引の決済において提供される取引データは、紛失、盗難又はその他濫用の危険にさらされる。これは、端末が紛失、盗難又はその他毀損されるモバイル端末を利用した決済において顕著な問題となる。このような状況において、セキュリティ・リスク及び潜在的な消費者の損害は、収集される消費者の個人データの量が多いほど増大する。技術の進歩はデータセキュリティ向上の可能性を与えるが、消費者の一部は残された保護レベルを懸念し、その懸念がモバイル決済システムの利用を妨げる。「エンドツーエンド」暗号化、ダイナミックなデータ認証を採用するモバイル機器を利用すれば、種々の懸念に対処する助けとなり、それによってモバイル決済に対する消費者の信頼も高まるだろう。

ガイダンス

モバイル・オンライン決済で収集・利用される消費者決済データのセキュリティを保護するために：

- 決済事業者は、決済システムのセキュリティを保護するため、適切な保護対策を設けるべきであり、消費者の決済関連データにアクセスする全ての団体がかかる保護対策を採用するよう奨励すべきである。*
- 消費者への通知に加え、決済事業者は、消費者のデータが毀損した場合、及び（又は）消費者がセキュリティ侵害による金銭上の損失を被った場合、適時かつ効果的な救済手段を消費者に与えるべきである。*

- iii. 利害関係者は、決済セキュリティの問題、消費者が取引において自らを守るために講じることができる手段について、消費者の意識を高めるよう協力すべきである。

D. 確認プロセス

概要

電子商取引の決済は、一般的な取引の過程の一部であり、以下のいくつかの段階に分かれる。

- 契約前の段階：消費者は、製品、取引及び事業者に関する情報を与えられる。消費者は、かかる情報を利用し、取引を行うか否かを決定する。
- 契約の段階：消費者が取引に同意し、決済の処理を行う。
- 契約後の段階：消費者は、注文において生じた過誤についてその修正を求めることができる。又は、適切な場合には、撤回の権利を行使できる。

消費者の購入の意思に関する曖昧さを避けるため、1999年電子商取引ガイドラインは、消費者は購入の契約を結ぶ前に、以下の事柄を行うべきであると定める。：a) 購入を希望する製品・サービスの正確な特定；b) 過誤を特定し修正する、又は注文内容を変更する；c) 情報を受け取り、熟考した上で購入に同意する；d) 完全かつ正確な記録の保持。さらにガイドラインは、取引が完了する前に、消費者は取引をキャンセルできるべきだと定める（OECD, 1999, Part II, Section IV）。

モバイル商取引に関する2008年ガイダンスは、消費者がモバイル機器を使って購入を決定する前に、契約情報の全体にアクセスすることが難しいことがあることを指摘する。このガイダンスは、モバイル機器を利用する消費者が、注文する製品又はサービスを確認し、間違いがあった場合に訂正できるように、契約締結前に、提案されている取引に関する明瞭で完全な情報を与えられるべきであると定める。さらに消費者は、契約の条件を含む、取引に関する十分な記録を保持又は印刷する機会を与えられるべきであると定める。

問題：取引の不確実性

一部の場合では、電子商取引を通じて製品を購入する消費者は、いつ自分が取引を確定したのかを認識できない場合がある。例えば、モバイル機器を利用し、モバイルアプリケーション（アプリ）を介して“on the go”購入を行う消費者は、アイコンをクリックしたことが購入への同意を意味し、支払義務が生じることを認識しない場合がある。その結果消費者は、購入するつもりがなかった製品について請求を受けることになる。他方、消費者は不注意で誤った決済に関する情報を提供し、知らないうちに取引がキャンセルされたり拒絶されたりする場合がある。状況によっては、それについて消費者が気付かない可能性もある。また、確認プロセスの途中でモバイル機器の接続が途切れた場合等は、取引の状態も曖昧になる。

ガイダンス

取引が締結され支払義務が発生したこと、又は取引が完結していないことを消費者が確実に理解するために：

- i. 取引を完結させるために消費者が行う必要がある手続と同様に、支払い義務を生じさせる取引の締結時点が、明白かつ明確に示されるべきである。消費者は、取引が完結する前に、決済に関する情報を確認する機会、又は取引全体をキャンセルする機会を与えられるべきである。
- ii. 決済情報を提供した取引が全うに処理されなかった場合、消費者に明確に通知されるべきである。

E. 子供

概要

1999年電子商取引ガイドラインは、提示された情報を十分に理解する能力を持たないことがある子供を対象として製品の広告又は販売を行う事業者は、特別な注意を払うべきだと定める（OECD, 1999, Section II, Part II）。

モバイル商取引に関する2008年政策ガイダンスは、モバイル機器を利用できる子供が保護者の認識又は同意なくモバイル機器を使って製品を購入した場合に生じる問題の例を挙げる（OECD, 2008, Section III）。この問題は、決済を確定する前に、子供が適切な認証を与えなくても購入が成立してしまうモバイル機器の場合に顕著である。この問題に対処するため、モバイル商取引に関する2008年ガイダンスは、利害関係者が以下の事項を行うことを定める。：

- 子供の携帯電話の利用から生じる請求の金額を制限するため、取引の限度額を設定する機能を保護者に提供する。例えば、テキストメッセージ数の制限、ダウンロードによって行う購入金額の制限等である。
- ユーザーが取引の種類を制限できるようなモバイル機器の設計を奨励する。
- 請求額が設定した最高限度額を超えた場合に保護者に警告や通知を送信するようモバイル事業者に奨励する。

さらに、消費者教育に関する委員会の2009年勧告は、親と子供各々のオンライン上の責任及びオンライン上の製品の販売にしばしば使用される技法について、親と子供を教育することが重要だと定める（OECD, 2009a, Annex II）。

問題：子供が製品・サービスにアクセスすることで発生する手数料

購入の度に決済情報を入力する必要がない、インターネット・モバイル機器を通じた電子商取引による製品の購入が増えていることで、子供は多くのリスクにさらされている。例えば、オンラインゲームや「アプリ」の場合、子供は購入の度にパスワードを入力せずに何度も購入することができる。大部分の国において、子供は支払を確定させる法的な権能を有しないが、一旦モバイルアカウントにログインすると、アカウント所有者の認識や同意なく料金を請求される立場になる。その場合、購入は無効となることがある。このような状況は、親や保護者を通じて子供がモバイル機器を利用する場合において多く発生する。さらに、「無料」の表示をしながら、特定の記事やコンテンツへのアクセスに支払を要求する製品を子供が利用してしまう問題が多くの国で生じている。

ガイダンス

親・保護者が、子供の製品・サービスに関するモバイル・オンライン決済を監視・制限できるようにするため、事業者、政府、その他利害関係者は、次の事項を行うべきである。：

- i. セクションA、問題1の「決済関連情報のアクセス性及び判読性」に記載されるガイダンスに従い、親・保護者に対し、料金が発生する見込みのある物品・サービスを子供が購入する前に、又はそれらにアクセスする前に、物品・サービスの獲得、アクセス又は利用において発生し得る費用に関する明瞭で、見やすく、かつアクセス容易な情報、並びにかかる請求を避ける方法に関する情報を提供するように協力して取り組むべきである。
- ii. 子供によって行われる決済が、親・保護者の監督の下行われることを確保する効果的な仕組みを開発する。
- iii. 親・保護者が、子供に対する購入許可に関して、種々の管理方法を行使できるツールを開発する。例えば、親の明白な同意なく子供が購入できないようにするツール、親・保護者が一定期間中にアカウントに請求される総額に上限を設定できるようにするツール等である。
- iv. そのようなツールが利用できる旨、明瞭で、見やすい方法で親・保護者に知らせる。

F. 決済事業者、決済手段間で異なる保護のレベル

概要

1999年電子商取引ガイドラインは、決済システムの不正利用・詐欺への利用に対する責任の制限及びチャージバックの仕組みが、消費者の信頼の向上・発展に向けた強力なツールとなること、また電子商取引におけるその利用が奨励されるべきことを定める（OECD, 1999, Part II, Section V）。

この原則の各国の実施については、政府及び事業者が講じた措置に大きい進展が見られる。多くの事例において、それらの保護は決済システムの不正利用・詐欺への利用を超え、欠陥がある製品や製品の未着に関する問題も対象とする。しかし、各国・地域では、次の事柄に応じて保護のレベルが異なる。：

- **使用される決済手段。** 大部分のOECD諸国では、消費者は決済カードで決済を行う場合、強力な法的保護だけでなく、金融仲介事業者が備える補足的決済関連保護を享受する。さらにバンクデビットに関する法的保護も享受できる。ここで、かかる保護は決済に利用する機器に関係なく適用されることに留意すべきである。例えば、決済カードにリンクする支払にNFC技術を利用する場合等も含まれる。保護は、不正な請求（請求・処理時のエラー、決済カードの紛失・盗難、カード情報の盗用・悪用時の不正取引）に関連する問題を対象とする。また、製品の規格や製品未着に関する問題も対象とする。決済カードに付される保護は、カードのスポンサー事業者及び（又は）カードが発行された国・地域によって異なる。また消費者の権利のレベルは、同一事業者内においても、カードの種類によって異なる。

一般に、クレジットカードの保護はデビットカードやバンクデビットの保護よりも手厚い。デビットカードやバンクデビットの場合、消費者は通常不正請求に対する様々な責任制限を与えられるが、製品の規格や製品未着に関する保護は欠如している。デビットカードの利用と関連する一部の保護レベルの不確実性は、次の要因から生じると考えられる。：i) 権利・義務に関する消費者の認識不足；ii) 発行を行った金融機関による、権利・義務に関する透明性の不足；iii) この分野におけるカード体系規則の多様性。さらに、多くのOECD加盟国において、プリペイドカードやギフトカードにチャージされた金銭の使用又は携帯電話の請求に係る決済と関連する法的保護は、非常に少ないか又は全くないことがある。

- **関与する主体。** モバイル事業者等、一般に金融機関として扱われない者が提供する決済の仕組みは、銀行その他のクレジット事業者と同一の消費者保護のルールの対象となっていない。また、他の国・地域では、モバイル事業者を含む全ての決済事業者が、決済プロセスに参加する場合は同一のルールの対象となっている。

問題1：消費者保護に関する情報

決済事業者が消費者に提供する種々の権利・保護に関する情報は、購入時に明らかでないことが多い。それが、種々の資金の源による相違を理解できない消費者の状況を複雑にしている可能性がある。例えば、カード所有者がこの情報を取得するには、発行会社に電話するか、又は情報の郵送を依頼しなくてはならない場合がある。さらに適用される法律・規則に関する関連情報が入手困難である場合もある。そのため消費者は、製品購入時に自分の権利について把握することが難しい。事業者が提供する製品の決済がモバイル事業者等の第三者によって請求される場合、状況は更に複雑になる。

ガイダンス

消費者が、決済に係る取引における自らの権利・義務について十分に知らされることを確保するために：

- i. 政府、決済事業者、事業者、市民社会及びその他利害関係者は、消費者が次の事項について判断するための容易にアクセスできる仕組みを提供するよう協力すべきである。：a) 購入をする際に自らの権利及び保護がどのようなものであるのか；b) 利用する決済の仕組み等の要因により、保護（責任の制限、返品、交換、値引き及び返金方針・手続を含む）の程度がどの程度異なるか。
- ii. 国境を越えた取引に関与する決済事業者は、その決済の仕組みの利用に関連する消費者の権利及び保護が、取引の国境性によりいかなる影響を受けるかについて、取引の諸条件の中で明確に示すべきである。
- iii. 決済事業者、事業者、市民社会及びその他利害関係者は、決済の選択肢及び関連する保護に関する事項について消費者を教育し、重要な事柄に関する消費者の認識を高めるよう協力すべきである。

問題2：決済保護のレベル

消費者は、たとえ割増金を支払ったとしても、高い保護レベルを備えた決済の仕組みを利用することによって、多くの恩恵を受けることができる。このような保護は、消費者が詐欺や不正な決済の被害にあった際、このような仕組みがなければ生じていたであろう損害を避ける上で役立つ。このような状況において、決済事業者は救済を取得するための効果的な手段を提供する。これは特に、事案を把握する消費者の手段が限定される、国境を超えた取引の場合に重要となる。

ガイダンス

取引で問題に遭遇した際、消費者が適切な救済を確保するため：

- i. 政府・決済事業者は、利用される決済の仕組みに関係なく、モバイル・オンライン決済に係る取引について最低限の消費者保護レベルを策定するため協力すべきである。このような保護は、あらゆるモバイル・オンライン決済に係る詐欺的・不正な請求に関する規制的措置又は業界主導の責任制限の仕組みを含むべきである。
- ii. 政府・決済事業者は、a) 決済を保護するルール of 法管轄を超えた整合化の促進が有益となり得るその他の分野を探究し、；b) 決済保護レベルが異なる際に、国境を越えた取引に関する問題について、どのようにすれば最善の対応が受けられるかを明確に示すべきである。

G. 詐欺的、誤認を招きやすい、欺瞞的及びその他不公正な商行為

概要

1999年電子商取引ガイドラインは、電子商取引を行う事業者に対し、消費者の利益に然るべき関心を払い、公正な事業、広告、販売慣行に従って行動するよう求める（OECD, 1999, Part II, Section II）。事業者は：a) 詐欺的、誤認を招きやすく、欺瞞的及びその他不公正な表示を行わない、又はそのように捉えられる商行為に関与しない；b) 決済システムの不正利用・詐欺への利用に関する責任制限、チャージバックの仕組みを定めるよう奨励される。更に詐欺的で、誤認を招きやすく不公正な国境を越えた商行為を撲滅するために、各国政府には、情報交換、協調行動、対話、共同措置を通じて国際的に協力することが求められている。

国境を越えた詐欺的・欺瞞的な商行為に関する2003年ガイドラインは、政府の政策に関する詳細なガイダンスを定める。このガイドラインは、事業者・個人を巻き込む詐欺的・欺瞞的な商行為を制限、防止及び阻止する上で役立つ枠組みを設定するよう政府を奨励する。ガイドラインは特に、政府が次の事項を目的とする効果的な仕組みを定めるべきことを示す：a) 詐欺的・欺瞞的な商行為の発生に関する情報及び証拠を適切に調査、保存、取得、共有する；b) 事業者及び個人が詐欺的・欺瞞的な商行為に関与することを阻止する；c) 詐欺的・欺瞞的な商行為の被害を受けた消費者に補償を与える（OECD, 2003, Section II, A）。

さらに、政府は次の事項を行うべきである。：

- 詐欺的・欺瞞的な商行為の撲滅を目的とし、消費者保護法執行機関及びその他の法執行機関間の協力・情報共有のための仕組みを作る。

- 国内の枠組みを見直すことによって、詐欺的・欺瞞的な商行為から消費者を保護する法律の執行に当たり、国境を越えた効果的な協力を遂行する際の障害を特定し、適切な場合にはそれらの障害を克服するための国内の法制の採用又は改定を含め、国内の枠組みの変更について検討する。
- 共同のイニシアチブに適宜着手することで、詐欺的・欺瞞的な商行為について消費者を教育する。

電子認証に関する2007年ガイダンスは、オンライン上の取引関係に関与する者の身元を保証することは、遠隔地間の取引固有の不確実性の減少につながり、電子的なやりとりに対する信用を高め、オンライン上の脅威及び犯罪行為に対する広範な挑戦につながると指摘する。さらに、電子認証の利用のメリットについて、OECD加盟国が、国内・国際的なレベルで、非加盟国を含む全ての参加者の認識を向上させるための手段を講じるべきだと勧告している（OECD, 2007b）。

これらのガイドライン策定以降の決済システムの発展は、電子商取引における、詐欺的・欺瞞的で、誤認を招きやすい商行為のリスクを減少させる上で大いに役立ってきた。しかしこれらの問題は、モバイル機器を使う「アプリ」といった新しい形式の取引に直面している消費者にとって、依然として不安の残る分野である。

問題1：一貫性がない決済関連情報

一部の場合において、価格その他の決済に関連する問題に関して消費者に提供される情報は、誤認を招きやすく、矛盾しており、つじつまが合わないことがある。

ガイダンス

不当な表示を防止するために：

事業者は、価格及びその他の決済に関連する事項について、誤認を招きやすい又は欺瞞的な情報を消費者に提供すべきではない。価格及びその他の決済に関連する事項に関する情報は、決済取引全体を通じて一貫したものであるべきである。誤った又は誤認を招きやすい決済に関連する情報を消費者に提示し、その後取引処理の後で正しい情報を提供するという慣行は、許されるべきではない。

問題2：更新可能な契約、更新可能な加入契約及び反復購入

消費者は、製品の自動反復購入又は自動契約・加入更新の規定が条件に含まれることを、購入時に明確に伝えられない場合がある。例えば、オンラインでソフトウェアを購入した消費者が、エンドユーザーライセンス契約の中で、契約満了時に契約を更新する選択肢があることを示されたが、実際には契約が自動的に更新されて、希望しなかったかもしれない製品の料金を請求されるという事例がある。さらに、携帯電話で着信音を購入した消費者が、その購入と同時に、認識しないまま、その他のサービスに加入していたという事例もある。

ガイダンス

消費者が自動的な反復購入、自動契約及び加入更新について適切に伝えられることを確保するために：

- i. 事業者は、物品・サービスのオファーが以下に該当する場合、取引の初期段階において明瞭にはっきりと消費者に伝えるべきである。：
 - － 当該製品の反復購入若しくは加入を伴う、又は他の製品の反復購入若しくは加入につながる場合。
 - － 消費者がキャンセルの手続をとらない限り更新される契約又は加入を伴う（例：ネガティブオプション請求）場合。これには継続的に発生する請求の総額及び頻度に関する情報開示が含まれるべきである。
- ii. 消費者は、契約の自動的な更新及び継続的な請求の停止に関し、明確で利用しやすい手続を提供されるべきである。かかる手続は、取引の確認の中で消費者に通知されるべきである。
- iii. 自動的な反復購入又は加入が自動的に更新される場合、消費者によりその選択肢が放棄されない限り、（消費者に対し）通知が行われるべきである。かかる通知は、消費者が購入又は更新をキャンセルできるよう、十分早い時期に行われるべきである。またかかる通知には、キャンセルを行う方法に関する情報を盛り込むべきである。
- iv. 決済事業者は、事業者と協力し、消費者が反復購入及び自動的な契約・加入の更新に関する適切な警告・通知を与えられることを確保すべきである。

問題3：予期しない請求

消費者は、無料だと思った、承認していない、又は知らずに購入した製品に関して、請求を受ける場合がある。例えば、試用期間終了後に、消費者が十分な通知を受けないまま製品の料金を請求されるという事例が生じている。消費者からは、購入した又は直接費用を支払わずに入手した「アプリ」（すなわち、「無料」の「アプリ」）に関連する請求についても問題が報告されている。多くの場合、消費者は、「アプリ」又は関連する製品・サービスに追加料金が課されることを知らなかった（アプリ内課金）。モバイル事業者が作成する携帯電話明細の決済に関して、消費者は「クラミング」と呼ばれる問題について報告している。「クラミング」では、a) 消費者が承認していない購入、b) 消費者が受け取っていない製品、又はc) 消費者に信じ込ませた価格よりも高い価格の製品の料金及び手数料が携帯電話料金の明細に記載される。これらの請求は第三者によってなされる場合が多い。

ガイダンス

試用期間終了時又は「アプリ」等の製品の利用が新たな請求につながる時に発生し得る予期しない追加請求から消費者を保護するために：

- i. 製品が、限定された期間に（すなわち、「試用期間」）有利な条件で消費者に提供される場合、試用期間の長さ、及び試用期間終了後に発生する料金について、明瞭に見やすい形で消費者に情報を提供すべきである。また、物品・サービスの購入を打ち切る方法についても、消費者に情報を提供すべきである。
- ii. 試用期間終了後に取引関係を継続する場合においては、消費者が追加料金を支払う又は請求を受ける前に、消費者の同意を取得すべきである。

- iii. 製品の利用が追加料金を生じさせる場合、消費者にその旨が伝えられるべきであり、係る追加料金に関して消費者の同意を必要とすべきである。

特に携帯電話明細の決済において、第三者による予期しない請求から消費者を保護するため：

- i. 事業者は、第三者が物品・サービスの料金を請求書に記載することを制限・阻止する選択肢を、消費者に与えるべきである。これには、子供が使用する個人アカウント等のサブアカウントへの請求を阻止することが含まれる。
- ii. 第三者による請求が、消費者の明白な承認及びかかる請求を制限又は停止する方法についての説明なくして消費者が第三者によって請求される場合、事業者はその旨明瞭に目立つ形で消費者に知らせるべきである。
- iii. 事業者は、消費者がアカウントへの請求に異議を唱え、返金が受けられるような透明性がある一貫した手続を確立すべきである。

「アプリ内」購入に関する予期しない請求から消費者を保護するため、事業者は以下の事項を行うべきである。：

- i. 消費者がアプリの利用・（可能な場合には）利用の制限について十分な情報に基づいた意思決定ができるように、購入のためにアプリを利用できる可能性、それに附随する費用について、消費者に対して明瞭で見やすく一貫した情報を提供する。
- ii. 「アプリ内」購入に関して消費者の明白な同意を得る。

問題4：消費者の信頼

近接性を基本としない電子商取引は、従来の小売にはなかった多くのリスクを呈する。例えば、a) 消費者は売手の身元・信頼性を容易に確認できないことが多い。また、b) 消費者は、小売店で購入する時のように、購入前に製品を評価することができない。多くの場合はID盗用による、不正な購入・不正請求は、この点に関して、消費者にとっての重大な問題であり続ける。決済事業者その他の事業者は、このようなリスクに対処する新しい方法を開発してきたにも関わらず、多くの消費者は依然として、地元小売店での従来の購入と比べ、このような購入に関連するリスクはるかに高いことを認識している。このことは、消費者の側が新しい決済手段に対して抵抗感を抱くことにつながる可能性がある。

ガイダンス

消費者の信頼を高めるため、決済事業者、事業者その他利害関係者は、以下の事項を行うべきである。：

- i. 決済詐欺を防止するための効果的な慣行及び規制手段を開発するよう協力する。
- ii. 消費者が、欺瞞的で、誤認を招きやすく、詐欺的な行為を発見し、身を守る上で役立つ手段を開発する。例えば、アカウントの不正な利用が疑われる場合にそれを遠隔で凍結させる手段を消費者に与えることや、利用されてしまうと決済が実行される可能性のある携帯電話及び「アプリ」の無効化をできるようにすることが含まれる。
- iii. 電子認証システムの有効性を向上させるよう協力する。
- iv. 消費者保護を目的とする詐欺を防止する包括的なプログラムの開発及び実施に努める。それには、詐欺的な、欺瞞的な、誤認を招くような商行為に関与しているか、又は加担している者であることが疑われる事業者・モバイル・オンラインアプリケーション運営事業者からのインストールや取引を行わないことが含まれる。

H. 紛争解決と救済

概要

1999年電子商取引ガイドラインは、事業者、消費者の代表及び政府に対し、国境を越えた取引に特別な注意を払った上で、消費者の苦情に対処し、消費者の紛争を解決するため、代替的な紛争解決の仕組みを含む、公平、効果的かつ明白な自主規制の政策及び手続を引き続き利用及び開発するようともに努力することを求めている（OECD, 1999, Part II, Section VI, B）。この自主規制の手続は、それぞれの国・地域で利用できる法的救済措置にとどまらない。紛争解決と救済に関する2007年ガイドラインは、この指針について詳述しており、かかる手続の枠組みを定める。2007年ガイドラインは、決済カードの発行者に対し、物品・サービスの取引から生じる紛争の救済を、消費者に自発的に提供することを促す。当ガイドラインは、かかる保護が、未着の又は欠陥がある物品及びサービスの決済に関する支払に関する責任の制限を包めるべきであると示唆する（OECD, 2007, Annex, Section IV, 2.c）。

2008年モバイル取引に関するガイダンスは、モバイル事業者、モバイル端末販売業者、ウェブサイト運営事業者、モバイルアグリゲータ及び各国政府に対し、消費者の苦情に対処し、複雑なモバイル商取引から生じる消費者の紛争を解決するため、公平、効果的かつ透明性のある自主規制の仕組み、政策および手続を確立するようともに努力することを勧告する。さらに2008年ガイダンスは、この市場の参加者に対し、消費者紛争の解決と救済に関する2007年OECD理事会勧告において勧告されているとおり、顧客満足のための規約、チャージバックの仕組み、代替的紛争解決サービス等の紛争解決・救済の仕組みの実施について検討することを勧告する（OECD, 2008, Section II and OECD, 2007）。

問題1：当事者の役割と責任

紛争への対応及び解決に関与する当事者の役割及び責任は、明確でないことが多いため、消費者にとって、問題が発生した際にどの者に救済を求めるかが分かりにくい。その結果、満足のない問題解決に遅れが生じ、場合によっては消費者は救済が受けられないことがある。

ガイダンス

消費者が紛争解決と救済の仕組みに適切にアクセスできることを確保するため：

- i. 政府、決済事業者、プラットフォーム事業者及びその他利害関係者は協力し、決済関連の紛争に対処するに当たり消費者が利用できる選択肢及び問題が発生した際に踏むべき手続を明確にすべきである。それには次の事項が含まれる。：
 - － 決済に関連する問題への対処に当たり連絡すべき者及びその連絡方法に関する明瞭な情報。
 - － 事業者・決済事業者との間で問題が満足に解決されなかった場合、規制当局、法執行機関、オンブズマン又は自主規制団体に対して行うことができる照会事項に関する情報。
- ii. 電子商取引に関与する決済の仲介事業者は、適切かつ費用が低廉で利用しやすい紛争解決と救済システムを消費者に提供するように奨励されるべきである。
- iii. 消費者が払戻しの権利を与えられる場合、かかる払戻しは不当な遅滞なく実行されるべきである。
- iv. 電子商取引に関与する決済の仲介事業者は、アグリゲータのような第三者に対し、紛争解決の促進のため、個々の消費者への課金に関する十分かつ利用しやすい認証の記録を保持することを求めることについて検討すべきである。

問題2：救済を求める際の費用

電子商取引の紛争解決に必要な費用、時間及び手間は甚大なものとなる可能性があるため、特に低価格の取引に関して、消費者は救済を求めることを諦める場合がある。低価格の電子商取引で問題が生じ、事業者と直接やりとりすることで問題が解決できない場合、従来の訴訟の枠組みは消費者が追行するにはあまりに多くの時間と費用を要する。その結果、消費者は、紛争解決の手続に関与することを忌避し、金銭的損害を甘受することになる。

ガイダンス

有意義な紛争解決と救済の仕組みを消費者に提供するために：

政府、決済事業者、販売事業者及びその他利害関係者は、特に低価格の取引を含む決済関連のクレーム解決を促進するような、費用が低廉で利用しやすい代替的紛争解決・救済の仕組みを希求すべきである。かかる仕組みには、効果的なオンライン紛争解決システムを含む。代替的紛争解決・救済の仕組みは、法に根拠を有する他の形式での救済を求めることを妨げてはならない。

参考文献

- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (1980), *OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data*, www.oecd.org/document/18/0,3746,en_2649_34223_1815186_1_1_1_1,00.html.
- OECD (1999), *Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce*, OECD, Paris, www.oecd.org/dataoecd/18/13/34023235.pdf.
- OECD (2002), *OECD Guidelines for the Security of Information Systems and Networks*, OECD, Paris, 2002, www.oecd.org/sti/ieconomy/15582260.pdf.
- OECD (2003), *OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders*, OECD, Paris, www.oecd.org/sti/crossborderfraud.
- OECD (2007a), *OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress*, OECD, Paris, 2007, www.oecd.org/dataoecd/43/50/38960101.pdf.
- OECD (2007b), *OECD Recommendation on Electronic Authentication and OECD Guidance for Electronic Authentication*, OECD, Paris, 2007, www.oecd.org/sti/ieconomy/38921342.pdf.
- OECD (2008a), *Policy Guidance for Addressing Emerging Consumer Protection and Empowerment issues in Mobile Commerce*, *OECD Digital Economy Papers*, No. 149, OECD Publishing, doi: [10.1787/230363687074](https://doi.org/10.1787/230363687074).
- OECD (2008b), *Policy Guidance for Protecting and Empowering Consumers in Communication Services*, OECD, Paris, www.oecd.org/dataoecd/49/38/40878993.pdf.
- OECD (2009a), *Consumer Education, Policy Recommendations of the Committee on Consumer Policy*, OECD, Paris, October, www.oecd.org/dataoecd/32/61/44110333.pdf.
- OECD (2009b), *OECD Policy Guidance on Online Identity Theft*, in OECD, *Online Identity Theft*, OECD Publishing, doi: [10.1787/9789264056596-5-en](https://doi.org/10.1787/9789264056596-5-en).
- OECD (2010), *Consumer Policy Toolkit*, OECD, OECD Publishing, doi: [10.1787/9789264079663-en](https://doi.org/10.1787/9789264079663-en).
- OECD (2012), *Report on Consumer Protection in Online and Mobile Payments*, *OECD Digital Economy Papers*, No. 204, OECD Publishing, doi: [10.1787/5k9490gwp7f3-en](https://doi.org/10.1787/5k9490gwp7f3-en).
- OECD (2013), *Revised Recommendation of the Council concerning Guidelines governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data*, OECD, Paris, 2013, www.oecd.org/sti/ieconomy/2013-oecd-privacy-guidelines.pdf.