

オンライン・モバイル決済における消費者保護に関する報告書

(消費者庁仮訳) OECD 消費者政策委員会



科学技術産業局
消費者政策委員会

英語版

2012年6月15日付け報告書を破棄し本稿に差し替える。

オンライン・モバイル決済における消費者保護に関する報告書

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。
本稿及び本稿に含まれる地図は、国の主権や状態、国境や境界線の範囲及び領土、並びに都市又は地域の名前を毀損するものではない。

まえがき

2009年、OECD 消費者政策委員会（CCP）は、OECD の1999年電子商取引に関する消費者保護のためのガイドラインの基本方針の見直しに着手した。これに関連して、委員会は「電子商取引における消費者への力の付与：インターネット経済における消費者保護の強化」に関する会議を計画した。会議は米国連邦取引委員会によって2009年12月8～10日にワシントン D.C.で開催された。利害関係者は、より安全で利便性の高いオンライン・モバイル決済の出現とニーズは電子商取引の革新と成長を促進する主要なけん引役を果たすと考えた。委員会は、同会議における議論を踏まえ、利害関係者が対処する必要がある政策課題を明らかにするため、オンライン・モバイル決済に関する調査、考察を実施し、本報告書を作成することにした。

2012年4月23日に開かれた第83回委員会において公表文書として採択された本報告書は、OECD 事務局のBrigitte Acoca氏が作成した。各国政府、市民団体及び事業者から提供された情報が非常に役立った。2011年4月15日にOECDにおいて開催されたオンライン・モバイル決済における消費者保護に関するOECD ワークショップで検討された¹。2011年末にモバイル決済特別調査委員会を立ち上げた消費者保護及び執行のための国際ネットワーク（ICPEN）との協議が行われた。さらに、米国連邦取引委員会が2012年4月26日にワシントン D.C.において開催した「紙、カード、…、それともモバイル？」（*Paper, Plastic, ... or Mobile?*）と題するワークショップでも取り上げられた（www.ftc.gov/bcp/workshops/mobilepayments/を参照）。本報告書はOECD 事務総長の責任の下、公表される。

原著（英文）は下記タイトルにてOECDが発行:

"Report on Consumer Protection in Online and Mobile Payments", OECD Digital Economy Papers, No.204 <http://dx.doi.org/10.1787/5k9490gwp7f3-en>

© 2012 OECD

著作権所有

© 2015 消費者庁（日本語版）

1. www.oecd.org/sti/consumerpolicy/workshoponconsumerprotectioninonlineandmobilepayments.htm
を参照

要旨

委員会による 1999 年電子商取引に関するガイドラインの見直しに関連して、決済に関する問題の検証が実施されている。検証は、決済に関するガイドラインの基本方針（OECD、1999、Part II、Section V）及び関連する消費者情報、公正な商行為、紛争解決と救済に関する方針が、新しく出現したオンライン・モバイル決済の仕組みによって引き起こされる問題にどの程度適切に対応できるかについての実施されている。さらに、新興のオンライン・モバイル決済の仕組みに対する消費者の信頼を高め、導入を拡大するために強化又は是正されるべき点についても調査している。本報告書には各国代表団、事業者及び市民団体からの意見が反映されている。2011 年 4 月に開催された利害関係者ワークショップにおいても協議された。

動向

金融機関やその他の事業者（モバイルオペレーター、インターネット事業者等）による革新的で利便性が高い決済システムの開発は、電子商取引の急成長を促進する効果をもたらしてきた。このことは多くの場合において、デジタル製品やサービスを含む多様な製品を購入するための効率的で便利かつ安全な方法を消費者に提供してきた。さらに、これらは、例えば、製品が期待どおりでなかった場合や納品されなかった場合のような、消費者が売手との間で経験するであろう状況に対処する一助となってきた。しかし、オンライン・モバイル決済システムに関する以下の考察は、電子商取引を円滑にし、消費者に力を付与する際に果たす決済システムの役割が、既存の様々な問題や新たに出現する問題に対応することによって強化されることを示唆している。

政策問題

本報告書は、新興の電子商取引における決済システムに対する消費者の信頼を高めるために政策立案者が対処すべき様々な問題を提示している。問題には以下の重要な 5 分野が含まれる。

- 情報開示における明確性、透明性及び完全性。
- 規制・保護制度の可変性。
- 不公正な、誤解を招くおそれのある、詐欺的な商行為。
- 紛争解決と救済。
- セキュリティと相互運用性。

目次

序文.....	6
オンライン・モバイル決済の動向.....	8
I. 定義.....	8
II. オンライン・モバイル決済における選択肢.....	8
III. 決済サービス提供事業者.....	11
IV. オンライン・モバイル決済の仕組みの発展.....	12
.....	18
オンライン・モバイル決済における消費者問題.....	18
I. 規制上の問題.....	18
II. 消費者保護の一般的な問題.....	23
III. 技術的な決済問題.....	32
消費者政策への影響.....	38
参考文献.....	42

序文

インターネットの急速な発展やモバイルサービスの拡大、その他の技術革新は、消費者に多大な利益をもたらしている。一方で、消費者政策立案者が、その進展に後れを取ることなく対応するだけでなく、既存の問題と出現する問題に対処する方法も見いださなければならないという新たな問題を提起している（OECD、2010a、Chapter I）。OECD は 1999 年、インターネットの発展をサポートするため、1999年電子商取引ガイドライン（OECD、1999）を採択した。2008年、ソウルにおける「インターネット経済の将来に関する閣僚会議（*Ministerial Meeting on the Future of the Internet Economy*）」のフォローアップとして、消費者政策委員会（CCP）はガイドラインの見直しを開始した。2009年12月8～10日にワシントンD.C.で開かれた米国連邦取引委員会主催の「電子商取引における消費者への力の付与：インターネット経済における消費者保護強化」に関するOECD会議に向け、市場の発展状況及び関連する消費者問題を考察する報告書が作成された（OECD、2009a）。

これを受け、委員会は状況を勘案し、出現したオンライン・モバイル決済システムにおける発展と消費者問題に関する調査を通して、1999年電子商取引ガイドラインの見直しに着手することを決定した。ボックス1に掲げられているとおり、これらの問題の一部は1999年電子商取引ガイドラインで直接言及されている。

ボックス1 決済（OECD、1999、Part II、Section V）

消費者は、使いやすく安全な決済の仕組み及びこのような仕組みがもたらす安全性に関する情報を提供されなければならない。

決済システムの承認のない利用や不正利用に関わる責任の制限及びチャージバックの仕組みは、消費者の信頼を高める強力なツールとなり、電子商取引に関連して、その仕組みの開発や利用が促進されるべきである。

決済システムは、顧客の資金を販売事業者に移転して、電子商取引における支払を行うために利用される。システムには、i) 電子商取引を可能にするためにクレジット／デビットを利用する、又は銀行口座を利用する決済システム（*Visa* や *Mastercard* といったカード決済ネットワーク又はオンラインバンキングを利用する決済方法）、ii) 決済カードや銀行口座と直接連動している（*Google Checkout* や *Amazon* の *Checkout* など）又は間接的に連動している（*PayPal* など）、ノンバンク金融機関がインターネット上で提供する代替的決済システム、iii) モバイルコンタクトレス（遠隔操作できる）決済や店頭（POS）決済（*Google Wallet* など）及びモバイル機器を通して行うリモート（遠隔）決済を含むモバイル決済がある（OECD、2011b、p. 172）。

1999年電子商取引ガイドラインの最初の評価において、委員会は今後の検証に向け、以下を含む様々な決済に関する問題を特定した。

- 多様なオンライン・モバイル決済システムにおいて提供される様々なレベルの消費者保護（消費者責任の限度等）
- 消費者保護の強化の点で、決済サービス提供事業者が果たす役割。例えば、
 - － 利用可能な紛争解決の仕組みに関する明確で透明性の高い情報の提供
 - － 全ての決済の仕組みに適用される最低限の決済に対する保護の提供
 - － 安全な決済の仕組みを保証する認証ツールと年齢確認システムの提供

注意すべきことは、1999年電子商取引ガイドラインは、現在見直しが行われている別のOECD文書（OECD プライバシーガイドライン）で扱われているプライバシーの問題について具体的に言及していないことである。したがって、本報告書はオンライン・モバイル決済に関連するプライバシーの問題には直接言及していない。

本報告書は、委員会が、1999年電子商取引ガイドラインを、インターネット経済の進展に、どの程度、どのように適合させていくかについて判断する材料になるよう、オンライン・モバイル決済の現状に関する背景情報を提供する。本報告書は、変わりつつあるオンライン・モバイル決済市場の特性と構造を考察している（セクションⅠ）。また、本報告書は、消費者に関わる既存の問題及び新たな問題を特定している（セクションⅡ）。本報告書は、委員会が2001年に行った従来の決済の仕組みにおける決済カード所有者の保護に関する調査（OECD、2002）にも基づいている。委員会は、本報告書の作成に当たり、決済市場は急激に進化しており、評価の対象となっていない新たな問題が発生する可能性があり、利害関係者は出現する問題に適時に対応する体制を整えることが重要であることを認識した。

オンライン・モバイル決済の動向

10年前、インターネットを通じて購入した製品とサービスの主な決済方法は、銀行が発行する決済カード又はオフラインの仕組み（小切手等）であった。決済カードは、欧州では電子商取引小売取引の90%以上（2009年）、米国では80%以上、メキシコでは74%以上（2008年）と、電子商取引の決済の仕組みとして最も多く利用されてきたが、ここ5年間の動向を見ると、決済業界は、増加するオンラインによる製品、デジタル製品及びサービスの消費に対応するため、様々な安価なオンライン・モバイル決済サービスを開発している（OECD、2011b、p. 172、paragraph 283）。

本章では、近年、オンライン・モバイル決済の仕組みがどのように進化しているかについて検証し、i) 様々な形態の決済システムの基本的な定義、ii) 現在のオンライン・モバイル決済の仕組みの事例、iii) 伝統的な決済サービス提供事業者及び最新の代替的決済提供事業者の現状、iv) 決済市場の動向、v) 同分野における消費者の行動と選好に関連する問題を概観する。

I. 定義

本報告書において、電子商取引は、インターネット（オンライン）やその他の電子的プラットフォーム（モバイルネットワーク運営事業者が運営するものなど）を介して電子的に行われる製品又はサービスの注文をいう（OECD、2011cを参照）。

このような製品又はサービスに関わる決済は、電子的な方法（上記を参照）や小切手、現金、電話（決済カードやその他の決済手段を利用）等様々な方法を利用して行うことができる。

モバイル決済は、支払データと支払の指示が携帯電話やその他のモバイル機器を通じて行われる決済である。モバイル決済には、モバイル機器を利用するインターネット決済やモバイルネットワーク運営事業者（MNO）を通じて行う決済等がある。支払人は移動中である場合や店頭にいる場合があり、支払人と支払用インフラの所在は重要ではない（Innipay、2011）。

本報告書は、電子商取引を完結させるために行われる電子的な決済に焦点を当てている。

II. オンライン・モバイル決済における選択肢

オンライン決済の方法

「電子商取引のためのオンライン決済システム（Online Payment Systems for E-commerce）」に関する OECD 報告書で述べられているとおり、オンライン決済は以下を含む（OECD、2006、p. 38-53）。

- 口座ベースのシステム。既存の個人口座（通常、銀行口座）を利用して行う決済。

- クレジットカード (*Visa*、*MasterCard*、*American Express* 等)。
- デビットカード (*Visa*、*MasterCard*、オーストラリアにおける *EFTPOS* のようなデビットカード提供業者等)。
- 仲介サービス (*PayPal* や米国の自動決済機構 (Automated Clearing House : ACH) による決済処理²等)。
- 請求書による支払のための自動支払の仕組み。
- オンラインウォレット：ユーザーは電子ウォレット口座を開設するために決済サービス提供業者に登録する必要がある。口座はユーザーの電子メールアドレスにリンクしていることが多い。ユーザーは通常、デビットカード又はクレジットカードを利用して口座に代金をアップロードすることができる。支払はユーザーネームとパスワードを入力して行うことができる。ユーザーの本人確認ができれば、支払が実行され、口座から代金が引き落とされる。
- 電子通貨システム (プリペイド決済サービス)。ユーザーは、オンラインウォレットを通して決済サービス提供業者に開設した個別口座又はスマートカード等のデバイスに事前に代金を送ることができる。

追加的な決済の仕組みとして以下がある。

- インターネット決済を利用するオンラインバンキング。この仕組みを利用する消費者は、販売事業者のウェブページから消費者自身の銀行のオンラインバンキングのサイトへ転送される。このサイト上でオンライン転送フォームに取引明細が記入され、その後に消費者は支払を承諾する。オンライン決済バンキングは、オーストリア (*EPS*)、オランダ (*iDEAL*)、ベルギー (*Bancontact/Mister Cash*)、ドイツ (*Giropay*) 等欧州の多くの国で人気が高い。この決済の仕組みは米国 (*Secure Vault Payments* を介して) やカナダ (*Interac Online*) でも利用され始めている。
- 代金引換払い。オンラインで注文した製品の代金を配達時に支払う。
- エスクローサービス。オンラインオークションによる購入に利用されることが多い。第三者である仲介人は、買手が製品を受け取り、気に入るまで買手の支払を猶予しなければならない。韓国では、2011年8月以降、同国のエスクロー制度の対象となる製品の価額が91米ドルから45米ドルに引き下げられる。オランダでは、郵便事業者である *TNT* が、消費者がオンラインバンキングを利用して前払決済 (郵便事業者がエスクロー (預託金) を管理) を行う、新しいオンライン決済サービスの開発に取り組んでいる。この決済では、消費者が特定コードを使って購入した製品の受取を確認すると、販売事業者に対し支払が行われる。

2. 米国において ACH 提供業者は、銀行の当座又は普通預金口座から電子的に支払を入金・送金する仕組みを提供する。ACH は多数の顧客に対し、オンライン会社の製品とサービスへのアクセスを認めている。最近、米国の連邦準備銀行は、全米自動決済機構協会 (National Automated Clearing House Association : NACHA) を利用して、米国と他国の間で資金の送金を行うことができる FedACH International Services を提供し始めた。NACHA は ACH の決済システムを改良するために電子的ソリューションを開発する組織である。

モバイル決済の方法

消費者は、モバイル機器を利用して、主として以下の2つの方法で製品を購入することができる（EPC、2010a、p. 58）。

- モバイル決済、POS 決済、コンタクトレス（遠隔）決済：これらの決済は買手と売手の双方が存在する場合に購入される製品が対象となる。決済はコンタクトレス無線技術を利用して行われる。電子機器間の通信を可能にする無線周波数規格及び近接ベース技術 NFC やブルートゥース（Bluetooth）、データ転送用の赤外線技術などがある。
- モバイルリモート決済：この決済はモバイル機器を利用して始められる。取引は GSM 規格やインターネット等電気通信網を介して行われる。この決済は、場所に関係なく、以下を通じて行うことができる。
 - － SMS：消費者はこのシステムの下で、モバイル決済サービス提供事業者（MPSP）に口座を開設する。口座は銀行口座又はクレジットカード、デビットカード若しくはプリペイドカードにリンクする。消費者は支払額と受取人の電話番号を明記して SMS を MPSP に送る。MPSP は SMS を消費者に送り返して取引を確認してもらい、支払を認めるために消費者に本人確認番号（PIN）を提示するよう要求する。次に、MPSP は受取人の口座に送金する。この決済方法は駐車場やガソリンスタンドでの支払又は個人的な支払に利用されることが多い。この決済方法はアジアとアフリカで広く利用されている。
 - － 無線アプリケーションプロトコル（WAP）：消費者は、モバイル機器のブラウザを利用してウェブ上の販売事業者のサイトにアクセスし、従来のオンライン購入と同様の方法で購入する。

モバイル決済は以下のように処理される。

- モバイル決済は、消費者の携帯電話の請求書に記載される。モバイル機器の着信音や楽曲・壁紙等を電気通信事業者から購入するサービスにおいて利用されることが多い。2000年に韓国のモバイル決済事業者である *Danal* が先陣を切って取り組み、特に若年層の人気を得ている。2007年には同国の全てのデジタルコンテンツの約70%が、携帯電話料金の請求書に上乗せする形での請求であった（KPMG、2007）。モバイル機器の利用は伸びてきており、自動販売機での購入に利用される国もある（Bank of Finland、2003）。
- モバイル決済は、デビットカード又はクレジットカードを介して行うことができる。しかし、多くの利害関係者は、この決済方法について、モバイル機器に16桁のクレジットカード番号を入力するのが不便なため、モバイル機器にうまく適応しないと考えている。さらに、調査では、多くのモバイル機器がクレジットカード情報の処理に利用される安全なソフトウェア接続をサポートすることができないため、携帯電話を通じたクレジットカードによる決済処理に問題があることが示唆されている（Consumer Focus、2009、p. 44）。これらの懸念を払拭するため、フランスでは、消費者がクレジットカード番号を入力することなく、ウェブサイト上で携帯電話を介して製品を購入できるようにキャリア数社が新しい方法（*Buyster*）の開発に取り組んでいる。最初に *Buyster* のウェブサイトに登録すれば（そして、その際に、他の方法であれば e-merchant に提供される金融情報を提供する。）、ユーザーに固有のコードが与えられる。コードは購入する

際にユーザーが提供しなければならないものであり、決済は後日、ユーザーの銀行口座からの引き落としによって行われる。

- モバイル決済は、有線又は無線の集積チップ（IC）カードによって行うことができる（プリペイド決済）。

III. 決済サービス提供事業者

従来の決済サービス提供事業者は、銀行（カード決済の場合、カード保有者又は消費者にカードを提供する「開設（issuing）」銀行と販売事業者や売手が利用する「提携（acquiring）」銀行が含まれる）、カードネットワーク、決済処理事業者（販売事業者と提携銀行間の決済を処理する第三者）等である。

近年、代替的決済提供事業者（APP）や決済機関と呼ばれる新しい決済事業者が市場シェアを拡大し、世界的に消費者に受け入れられている。調査（Capgemini, 2010）によれば、2009年に1億5600万件の取引（全てのモバイル決済件数の約5%）を扱った。このようなノンバンク金融機関には、オンライン決済サービス提供事業者やモバイルネットワーク運営事業者（MNO）が含まれる。

オンライン決済サービス提供事業者は、*Amazon Payments*、*Google Checkout*、*PayPal*、*Bill Me Later*（2008年に*PayPal*が買収）等である。一部の国では、規制当局がこれらの決済事業者を銀行とみなしていることに注意しなければならない。アジアでは、*Facebook*がマレーシアの決済サービス提供事業者と提携して、アジア全域（オーストラリア、ニュージーランド、インドを含む。）のユーザーが同社のプラットフォームからデジタル製品やゲームを購入することができるようにしている。2009年末に*PayPal*が新しい決済サービスの開発を促進するためにソフトウェア開発業者にプラットフォーム（*PayPal X*）を開放し、決済エコシステムが更に広がった。

MNOは、また、多くの国において、以下に分類される様々なビジネスモデルに基づいて、モバイル決済を主導する役割を果たしている。

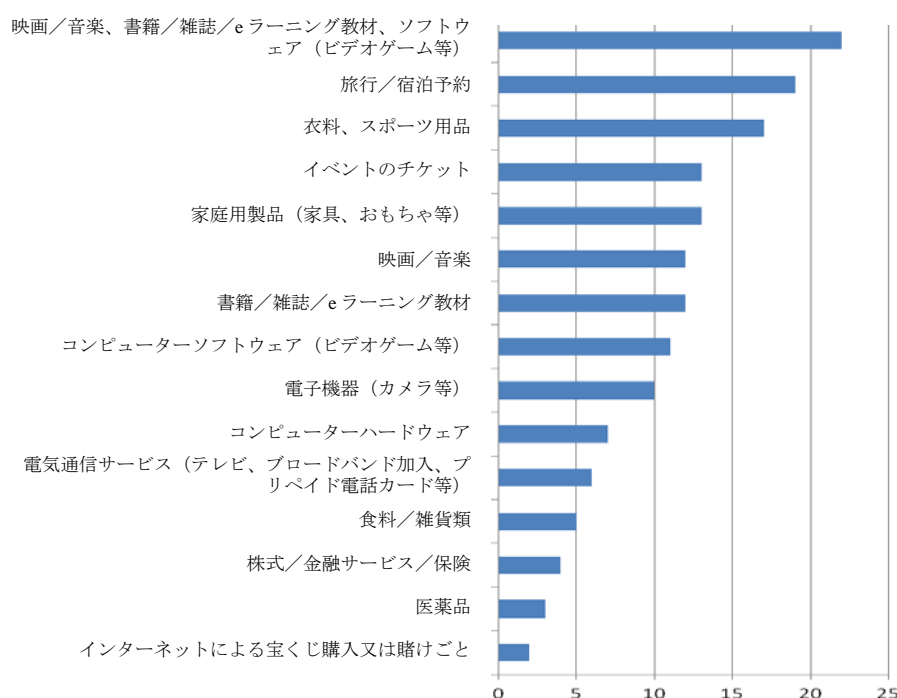
- **モバイル中心モデル（Mobile centric model）**：モバイルキャリアはNFC作動可能なモバイル機器向けのモバイル決済アプリケーションを独立して展開する。アプリケーションは、プリペイドした保管資金や請求代金が、ユーザーのインターネット上の請求書に記載されることを支援する（日本の*NTT DoCoMo*等）。
- **銀行中心モデル（Bank centric model）**：このモデルの下、銀行は、モバイルキャリアや携帯電話メーカーと関係なく、大量販売向けの決済の仕組みを独立して開発している。例えば、フランスでは*Caisse d'Epargne*がSMSテキストによる決済チャンネルを提供する*Movo*サービスを開発した。
- **部分的統合モデル（Partial integration model）**：このモデルは、モバイル決済を扱う銀行系列の子会社を設立するモバイルキャリアが関係する。事例として、自動販売機向けの決済の仕組みを提供するオーストリアの*Mobikom*が挙げられる。
- **完全提携モデル（Full collaboration model）**：このモデルにおいては、モバイルキャリア、銀行及びその他の決済サービス提供事業者がジョイントベンチャーを設立する。事例として、*AT&T Mobility*、*Verizon Wireless*及び*T-Mobile USA*による開発を挙げることができ

る。他の事例として、2010年にニース（フランス）において、フランスの大手銀行、モバイルキャリア、輸送事業者及び地方自治体が開発した NFC 決済の試験的な CITYZI プロジェクトがある。2011年、Google は米国でこのモデルを採用し、Citi（発行銀行）、MasterCard（決済ネットワーク）、First Data（決済処理業者）及び最初の電気通信事業者である Sprint と提携するフレームワークにおいて、NFC 作動可能なシステムである Google Wallet を始めた。このビジネスモデルは、構築に多額の費用を要したものの、金融部門から電気通信部門までのあらゆる関係者の専門知識・技術を効果的に利用でき、また、モバイル決済のための統一された技術規格を構築することができることから、消費者や事業者を引き付ける魅力がある。

IV. オンライン・モバイル決済の仕組みの発展

モバイル商取引を含む電子商取引の成長は、革新的で利便性がある安全な決済の仕組みの開発を促進してきた。これはオンラインショッピングに対する消費者の信頼を高め、参加を促す効果があった。図1に示すとおり、消費者がインターネット上で購入する製品とサービスは、特に映画、音楽、書籍、旅行及び休日サービスの分野が多い。

図1. 過去12か月間にインターネット上で個人が注文した製品とサービス
EU 27 各国、購入経験がある個人の割合（2009年）



出典：Eurostat、2009.

電子商取引の成長に伴い、オンライン・モバイル決済も増加している。2009年における世界のオンライン決済の総額は7901億ユーロと推定され、2012年には1兆3823億ユーロに達すると見込まれる（Capgemini、2010）。一方、2009年の世界のモバイル決済は総額で415億ユーロと

推定され、主として途上国における成長がけん引し、2012年までに1400億ユーロに達すると予想される（Capgemini、2010）。

オンライン決済の導入と展望

クレジットカードはオンライン決済の主たる方法として利用され続けている。この決済が好まれる理由は、この種のカードが広く利用されていることで説明できるが、一部の国においてはクレジットカードが最良のチャージバックの仕組みと詐欺被害からの保護を提供するという現実も反映している。販売事業者が負担するクレジットカードの手数料は、他の決済の仕組みと比べ高い傾向があるため、負担する費用が安い仕組みを利用するよう消費者に勧める販売事業者もいる。一例を挙げると、一部の販売事業者は、クレジットカードではなく、デビットカードを利用するか、報奨金を出さないクレジットカードを利用することで消費者に割引を提供したいと考えている（Internet Retailer、2010b）。Javelin Researchの報告によると、米国ではオンライン決済におけるクレジットカードの利用割合は徐々にではあるが減少している。2009年には全てのオンライン決済のうちの43.5%を占めた。2014年には39.4%に低下すると予想されている（Javelin Research、2010）。英国では、デビットカードのマーケットシェアが伸びている。2009年、同国では、オンラインショッピングを行う際に、クレジットカードよりもデビットカードを利用する者が多くなった（UK Payments Council、2010、p. 20）。本稿で後述するとおり（単一通貨ユーロ決済地域（Single Euro Payments Area：SEPA）における考察を参照）、特に経済が低迷している現状において、消費者にとって少額の決済に使いやすい便利で安価な方法として、デビットカードが多く利用されるようになっている。

代替的決済提供事業者（APP）に対する消費者の信頼も高くなっているようである。民間部門の調査によると、決済の仕組みを提供する銀行に対する消費者の信頼はAPPに対する信頼とほぼ同程度である（銀行の67%に対して、APPは64%）。45～64歳の消費者については、APPに対する信頼が銀行に対する信頼を上回っている（CISCO、2008）。

APPの拡大をけん引する主因として以下の5つが挙げられる。

- **販売事業者にとって低コスト**：APPが販売事業者に課す手数料は一般的にクレジットカード事業者が課す手数料よりもはるかに安い（Roth、2010）。
- **データのセキュリティと「ポータビリティ」**：APPは、クレジットカードの情報を販売事業者に開示することなく、消費者が単一のユーザーネームとパスワードを利用して製品を購入することを可能にする。例えば、モバイル決済システムに特化した米国の事業者 *Obopay* は、消費者が、請求先やカード番号といった個人情報を開示することなく、消費者のモバイル番号にリンクしているクレジットカード又はデビットカードを使って購入することができるようにしている。*PayPal* を介すると、消費者は一旦登録すれば、その後、加盟販売事業者から製品を購入する時は、個人情報を再入力することなく、サービスのアイコンをクリックして、取引手続を処理することができる。代行業者は消費者のクレジットカードに請求するか、消費者の銀行口座から代金を引き落とすことによって、販売事業者に支払を行う。*Bill Me Later* を使えば、クレジットカードを利用することなく決済を行うことができ、消費者は銀行の当座又は普通預金口座からオンラインで支払うことができる。
- **集金の新しい方法**：クレジットカード事業者は取引毎に販売事業者に手数料を課しているが、新しいプログラムは取引コストを最低限に抑えるよう設計されている。例えば、

Appleの iTunes と Research in Motion の決済プログラムでは、決済処理のためにクレジットカード事業者に送る前に、消費者の購入品をまとめることで取引手数料を低く抑えている。

- ソーシャルネットワークとオンラインゲームの拡大：現在、デジタルコンテンツやバーチャル製品等多種多様な製品がソーシャルネットワークのプラットフォームで購入されている。人気のあるオンラインゲームは、*Facebook Credits* で使用されている仮想通貨などの多様な支払手段が開発され、利用できるようになったことで、より拡大している。
- 消費者間 (C2C) の取引の増加：C2C 取引の増加は一部の APP の成長に大きな影響を与えた。米国では、C2C 取引が ACH 決済システムの発展にも重要な役割を果たしている。

消費者はデビットカードを利用するよりも、このような決済システムにおいてのほうが、詐欺からより適切に守られると感じていることもあり、APP の役割が増すと見る向きもある (Javelin Research、2010)。

決済手段は、消費者のオンライン上の満足度を増すために提供される追加的サービスを伴うことが多くなっている。例えば、一部の APP は、消費者にオンライン (例えば、オンラインゲーム) で得た儲けを換金することを可能にしている。*PayPal* のデビットカードは、米国のユーザーが ATM から現金を引き出すことができるようにしている。英国の事業者である *Ukash* も同様に、オンラインギャンブラーがオフラインで金銭を引き出すことができるようにしている。2010年3月、*Visa* は、新しいオンラインウォレット (*Rightclick by Visa*) を提供し始めた。このシステムでは、ユーザーは、決済カード番号を登録しておくため、加盟販売事業者への支払の際には、限られた個人情報 (電子メールアドレスや *Rightclick* のパスワード等) を開示するだけで済む。*Rightclick* は、ユーザーが加盟販売事業者から割引を受けたり、自分の電子商取引活動を管理すること (例えば、特定の販売事業者や製品に関する情報を保持すること) も可能にする。ソーシャルショッピングの特徴として、製品に関する友人の意見を求めることができる。このサービスは *Rightclick* のプラットフォーム及び加盟販売事業者のウェブサイトからアクセスすることができる

一部の途上国においても電子的な決済に対する関心が高まっている。中国ではオンライン決済市場は急速に伸びており、2009年には、2008年から135.6%増えて5550億元 (814億米ドル) に達した。同国では、マーケットシェアが52%の *Alipay (Tabobao/Alibaba)* の決済サービスが市場をリードし、マーケットシェアが24.7%の *Tenpay (Tencent)* のオンライン決済ユニットがこれに続くなど、100社以上のオンライン決済事業者が事業を展開している。*Tenpay* は国境を越えて決済サービスを展開する予定であるとの情報がある (*The Paypers*、2010c)。2010年6月、中国人民銀行は、オンライン取引によって生ずる問題に対処するため、第三者にオンライン決済サービスを提供することを希望するノンバンク金融機関に、必要なライセンスの要件を含め、同国のオンライン決済サービスを提供する事業者に関わる新しい規則を採択すると発表した (*China Daily*、2010)。

モバイル決済の導入と展望

高速ブロードバンドのモバイル機器を利用する製品の購入も急成長が見込まれる。世界的に、第三代 (3G) 携帯電話の所有者数は、既に決済カード数をはるかに超えている。さらに現在、デジタルモバイル機器の世界的な浸透はパーソナルコンピューターのそれを凌いでいる。

2008 年末、世界においてモバイル加入数は 40 億に達し、新興諸国において劇的な動きを見せている (UNCTAD、2009)。この数は 2010 年 6 月に、50 億に達した。一部の途上国、特にクレジットカードが広く利用できない国や銀行口座保有者が少ない国においては、モバイル機器が人気のある決済の仕組みとなっている。モバイル加入数とアプリケーションの増加は、ソーシャルネットワークやオンラインゲームの伸びと相まって、消費者のモバイル決済に対する選好度を高めている。

しかしながら、過去 10 年間でモバイル決済に大きな関心が寄せられるようになってはいるが、進展のスピードは予想よりも遅い。例外は、日本、韓国及びシンガポールで、これらの国では、モバイル商取引が急速に伸びている。

eBay による調査によると、オーストラリアでは、2010 年 6 月のオンラインショッピングは eBay だけでも 80,000 件以上となるなど、携帯電話所有者の 4 人に 1 人がオンラインショッピングに携帯電話を利用している (Noone、2011)。メキシコでは、2011 年に初めてモバイル決済の仕組みが導入された。この生まれたばかりではあるが、将来性のある市場 (2010 年時点で、1 億 1000 万の人口のうち約 8700 万人がモバイル加入者である。) を勘案し、メキシコ中央銀行と財務省は、全国銀行証券委員会 (National Banking and Securities Commission) と協力して、新しい規制の枠組みの構築に取り組んでいる。

EU (欧州連合) においては、少数の国で非接触型モバイル決済の試験的仕組みを商業化する試みがいくつかあるが、モバイル決済は未発達であるといえる。北米についても同じことがいえる。Forrester Research が行った 2010 年の調査によると、米国では、モバイル加入の浸透度は高いにもかかわらず、モバイル決済の浸透度は比較的低い。オンラインを利用する成人の 18% がモバイル決済に興味を示しているが、実際に利用した成人は 6% に満たない。2009 年、89.5% が携帯電話を所持しているにもかかわらず、モバイル決済を実際に利用したのは、わずか 3% で、この内、1.1% はコンタクトレスモバイルを介して、また 2% は SMS テキストを介して支払を行った (FRBB、2010b)。Forrester 社によれば、米国において、過去 3 年間で興味を示す消費者が増えているにもかかわらず、全ての決済事業者のニーズに対応するビジネスモデルがない中、様々な利用可能な決済システムとサービスの有用性を消費者に納得させるのは困難だった (Forrester Research、2010)。Google の新しいプリペイド「deal of the day」オファー/バウチャープログラムである Google Offers と統合される Google Wallet など新しい取組が、この状況に変化をもたらす可能性はある。本報告書は、カード取引が多い国と比べ、現金取引の多い国において、モバイル決済市場の発展がより急速であることを示している。例えば、2006 年、米国の 14% と比べ、日本と韓国における現金取引はそれぞれ全取引の 50% と 34% を占めた (FRBB、2010a)。ただし、この現状が全ての国についていえるわけではない。現金取引が多いイタリアとギリシャでは、モバイル決済市場はまだ成長する余地がある。

しかし、ほとんどの地域でモバイル決済の増加は、なお広がりを見せている。2009 年の世界のモバイル決済の利用者は、2008 年から 25.6% 増えて、1 億 800 万人と推測されており、2010 年には、この数が 1 億 4700 万人に増えると予想されている (Report Linker、2010)。ABI Research は、米国におけるモバイル決済額が、電子商取引全体の 8% に過ぎないものの、1 年で 100% 増えて、2010 年には 24 億米ドルに達すると見ている (The Internet Retailer、2010c)。一部の国においては、モバイル決済の仕組みの増加に伴い、モバイル商取引のウェブサイトを開設する販売事業者が増えている。これらは、以下のような少額の製品 (25 米ドル以下) に適した決済方法として販売事業者と消費者双方から認知されるようになってきている。

- 旅行関連製品、駐車料金、コンサートチケット。
- ゲーム、音楽、着信音、ビデオ、映画、ニュース、ディレクトリ検索及び公共交通機関のルート情報等モバイルコンテンツとサービス。
- 自動販売機やその他の様々なセルフサービス用機器での購入。

モバイル決済の急増には、一部、POS（店頭）決済の場合に現金に代わる決済とみなされるなど、その利便性が影響している。個人が銀行口座を持つことなく、簡単に決済やプリペイド購入を行うことができるということも成長を加速させる一因と見られる。例えば、インターネットへアクセスする際に、固定されたコンピューターよりもモバイル機器を利用することが多い若年消費者は、モバイル決済を利用したいとより強く思うだろう。Juniper Research の調査によると、安全で使い勝手の良いアプリケーションの有用性及びモバイル機器によって電子商取引ができることに対しユーザーの認識が高まってきたことが、エンターテインメントやチケットといったデジタル製品並びに食料品、衣料品、ギフト及び本等の実物製品の市場を更にけん引する要素となる。この調査は、2010年に総額で1000億米ドルに達したモバイル機器を介して個人が購入する実物製品とデジタル製品の総額が、2012年には倍増し、世界で2000億米ドルに達すると予想している（Juniper Research、2010）。さらに、一部では、NFC主導のモバイル決済の実行と採用が更なる成長をけん引すると見られている（Gigaom、2011）。

2009年、欧州決済委員会（European Payments Council : EPC）は、NFC決済を促進するための方法を検討する「モバイル決済ガイドライン（Roadmap for Mobile Payments）」の中でこのような動向を確認した。決済ワークショップで述べられたとおり、2007年以降、GSM協会（GSMA）は、国内及び国際的にNFCが可能にするモバイル決済について共通のビジョンを描くことができるよう、60以上の大手MNOと協力してPay-Buy-Mobileプロジェクトに取り組んでいる。取組は、フランス（2010年5月）や英国（2011年5月）等様々な国において商業的に進められている。しかし、多くの国においてNFC決済の幅広い導入を促すためにすべきことは多々ある。これらの国では、NFCリーダー（readers）の数が少なく、また、この技術に投資し、事業の一部に組み込もうという大手決済事業者の意欲は比較的低い。さらに、クレジットカードやデビットカードによる決済と比べて、このような決済方法が消費者にもたらす付加価値についてまだ明らかではない。

ただし、一部の国においてPOS-NFC決済のための携帯電話の利用は広がりを見せており、MNO自らが長期間、特定のモバイル決済ソリューションを提供している。韓国では2003年、LG TelecomがKookmin Bankと提携して、NFCベースのシステムを導入した。SK Telecomは、携帯電話向けの有線・無線統合金融サービスMONETAを整備した。ユーザーはSK Telecomから認証を得るために登録が必要である。決済は携帯電話にMONETAチップを挿入して行う。日本では、2009年末の時点で、NFCモバイル機器の販売台数が6400万台を超えた（FeliCa、2010）。

地理的に見て、モバイル決済の利用状況は国によって異なる。全般的に、モバイル決済は主に少額取引の決済に利用されている。米国とカナダでは、モバイル決済は主としてデジタル製品とバーチャル製品（音楽、着信音、ゲーム内製品等）に利用されている。アジアと欧州の一部の国においては、交通機関のチケット、映画のダウンロード、現物製品等多岐にわたる製品の購入に利用されている（Mopay、2010）。

日本では、2009年3月、携帯電話を用いる電子マネーが1210万枚に達し、プリペイドカードやクレジットカード、銀行が発行するキャッシュカードを用いるマネーを含め、電子マネーの総

数の 11.5%を占めた（日本銀行、2009 年）。2010 年 3 月現在、*NTT DoCoMo* の決済ブランド *iD* の登録加入者数が 1420 万人に達し、このうち 1130 万人は *DCMX* ユーザーである。ただし、*NTT DoCoMo* によると、同社の決済サービスを介した決済の大半は少額であり、コンタクトレスモバイル決済の市場はまだ伸びる余地がある。高額取引は低調であるといわれている。一部の電子決済サービス（*NFC* モバイル決済か否かを問わない。）も、例えば、プリペイド又はクレジットという形で利用できる。ある調査は、日本最大の流通小売事業者であるセブン&アイホールディングスが提供する決済サービス *Nanaco* が、2009 年度において、モバイル決済及び非モバイル決済向けのプリペイド電子決済として最も多く利用され、全ての電子決済取引の 25.9%を占めたことを明らかにしている（*M's Communicate*、2010）。鉄道事業者である *JR 東日本* が提供する *Suica* がシェア 22.2%でこれに続く。これら決済サービス提供事業者の成功は、事業に組み入れられた決済サービスが持つ利点の一部起因する。例えば、*Nanaco* は、グループ内の全てのチェーン小売店での支払に広く利用できる。*Suica* は主に公共交通機関において利用されるが、店舗やキオスクでの買い物にも広く利用されている。*NTT DoCoMo* 等一部の事業者は、加入者にモバイルクレジット決済サービスを幅広く提供している。

北米では、2008 年にはデジタル製品（アプリケーション、ゲーム等）を購入している *iPhone* 所有者の割合は 28%だったが、2009 年には 44%と報告されている。決済の選択肢に関し、クレジットカードと *PayPal* が最も利用され、買手の 51%がこれらの方法を利用したことが示されている。デジタル製品の購入者の 16%が *Facebook Credits* を決済に利用した（*The Paypers*、2010b）。米国では、2009 年、モバイル決済サービス提供事業者である *Boku* が、ソーシャルネットワークサイトとゲームポータルを介して、ユーザーが携帯電話からバーチャル製品を購入することができる決済サービスを始めた。それ以降、同社は、多数のゲームやアプリケーションの開発業者とモバイル決済処理の関係を構築している。同社のモバイル決済サービスは、世界 58 か国の 190 の電気通信事業者（潜在的なユーザーは 18 億人）から利用できる（*Virtual Goods News*、2010）。

iResearch が提供するデータによると、中国では、モバイル決済部門の取引総額が、前年と比べ 202%増加し、2009 年は総額で 2 億 8600 万ユーロとなった。2011 年（50 億ユーロ）と 2012 年（138 億ユーロ）も引き続き成長が見込まれている（*The Payper*、2010d）。2010 年 5 月、*NFC* とモバイル決済サービスを提供するため、中国全土で事業者が利用できる、単一でかつ開かれたプラットフォームの導入に向けた基準とビジネスモデルの構築を目指して、18 の中国の銀行、カード協会、*MNO*、携帯電話機メーカー及び業界サプライヤーが提携した。銀行口座保有者の割合が非常に低いケニアやフィリピン、インドなど他の途上国においてもモバイル決済市場の将来性は高いと見られている。2008 年、世界の 3G モバイル加入者 3 億 6100 万人の大部分は新興経済国と移行経済国の住民だった（*UNCTAD*、2009）。ただし、これらの国においては主にモバイル決済が個人対個人の決済と送金（資金の移転）に利用されていることに注目すべきである。

オンライン・モバイル決済における消費者問題

オンライン・モバイル決済市場における政策立案者及びその他の利害関係者に係る消費者問題は3種類ある。

最初の問題は、規制上の枠組みの問題である。これは法的枠組みとそれに関連する民間部門の規制の双方に関係するものである。本報告書のセクション1で述べたとおり、金融機関と非金融機関を含めた様々な当事者が、消費者との電子商取引の決済に関与している。電気通信、競争及び金融サービスに関わる規制分野並びに（電子商取引及び／若しくは決済に関する、又は全般的な）消費者保護に適用される規則は様々である。取引に関与する消費者、販売事業者その他の当事者は、どのような法的枠組みや任意の枠組みが特定の取引に適用されるのか、不正やセキュリティ問題が生じたときに当事者はどのような責任を負うのか、又は、問題が発生したときに消費者はどのような紛争解決手段や救済を利用できるのかということを十分に理解していない場合もある。問題を更に複雑にしているのは、当事者が負う責任について見解が異なることである（FRBB、2010）。これは特に、モバイルネットワーク運営事業者、決済機関、デビット／クレジットカードネットワーク、清算／決済機関、ソフトウェアソリューション提供者、販売事業者、アプリケーション開発者等多数の当事者が関与し、問題発生時に幾分かの部分的責任を負う可能性のあるモバイル決済のケースにおいて関係してくる。OECD諸国の多くにおいて、モバイル商取引と決済を明確に統制する特定の法律がなく、消費者保護に関する一般的な規則をどの程度モバイル決済に適用できるか実証されていない。

第二の問題は、承認のない支払請求、製品が配達されないこと、納品の遅延、製品が注文と一致しないこと、紛争解決と救済等の一般的な消費者問題である。消費者への情報提供、能力向上、教育に関する問題も密接に関係する。

第三の問題は、取引に関連する技術的な決済問題である。これらの問題には、デジタル上の本人確認に関する情報管理といったセキュリティに関連する問題も含まれる。相互運用性、消費者の決済手段の選択、国境を越える電子商取引に関連する問題も重要である。

I. 規制上の問題

オンライン・モバイル決済における消費者保護の有効性と水準は、以下の要因により、国内においても、国ごとにも大きく異なる（OECD、2005、p. 14）。

- 決済処理に利用されるツール（デビットカード、クレジットカード、SMS、プリペイドカードなど）。

- 決済に利用される媒体（オンラインと、例えば、決済手数料が携帯電話の請求書に記載されるモバイル機器との違い）。
- 関係する決済機関（銀行又はノンバンク）。
- 問題の性質（製品の不着、納品の遅延、注文と配達製品の不一致、処理／請求ミス及び不実表示や承認のない支払請求等詐欺的行為）。
- 購入製品の性質（有形又は無形）。「デジタルコンテンツ製品に関する OECD 円卓会議」及び決済ワークショップにおいて、利害関係者は、無形の製品（電子書籍やゲーム等）の購入に適用される明確な消費者保護に関する法がないことを認識した。
- 取引の性格（個人対個人の決済と事業者対消費者の決済の違い）。

上記に照らして、プリペイドカードを利用するような新しい決済方法や（MNO が決済を処理する）モバイル決済の仕組みが、従来のクレジットカードやデビットカードに適用される法規の枠組みの対象となるのか否かについて、疑義が生じている（TACD、2009 を参照）。このような問題に関し、「電子決済のための消費者ガイド（Consumer Guide to E-Payments）」の中で米国連邦取引委員会が取り上げている（US FTC、2003）。注意すべきことは、プリペイドカードを利用する消費者は、例えば、銀行口座やクレジットカードと提携する PayPal 口座を利用する場合に与えられる保護と同種の保護の恩恵を受けられないということである。更なる調査は、大半の国が消費者に対し、モバイルコンテンツ製品が欠陥品の場合、又は配達されない場合に、救済や補償を求める法的拘束力のある権利を与えていないことを指摘している（Consumer Focus、2009）。英国では、消費者が一定額までを利用でき、後日支払を行うモバイル決済を、決済サービスではなく融資契約（credit agreement）とみなすか否かについて検討されている。後者が適切とみなされた場合、消費者は同国の 1974 年消費者融資法（Consumer Credit Act 1974）に規定されるチャージバックによる保護（Consumer Credit Act、1974）及び詐欺防止による保護を受けることができる。

多種多様な決済の仕組みに伴う様々なレベルの保護に関し、どの程度消費者が認識しているかは明らかでない。消費者が決済方法を選択する誘因となる要素を調べることは、問題への対応に役立つ。

現行の規制の枠組み

オンライン・モバイル決済の規制環境は変化し続けている。オンライン・モバイル決済に適用される明確な法規を整備している国がある一方、一般的な消費者保護又は電気通信若しくは金融に係る法規を適用する国もある。

韓国は特定の法規を設けている。2007 年電子金融取引法（Electronic Financial Transactions Act : EFTA）及び電子商取引消費者保護法（E-commerce Consumer Protection Act : ECPA）の規定に基づき、電子商取引に関与する決済サービス提供事業者は以下を義務付けられている。

- 消費者が注文を承認前に、変更又は確認できる注文書を利用すること。
- 消費者に対し、売手に関する情報（売手のウェブサイトでも入手可能にすべきである。）及び利用できる紛争解決の仕組みに関する情報を提供すること。
- 決済処理に関連して開示された消費者の個人情報保護すること。

その他の国では新しい規制を策定・施行している段階にある。カナダでは、発生した問題に対処するため、既存の規則をどのように採用すべきか、又は新しい規則をどのように策定すべきかを判断するために決済の枠組みに関する大規模な見直しが行われており、2011 年末までに財務大臣に勧告が提示される予定である。ボックス 2 はその他の国における進展状況の概要を記述している。

ボックス 2. 規制の策定

ロシア連邦：2010年、政府は**全国決済システム法案**（*National Payment System Bill*）を承認した。法案は電子決済を規制するよう設計され、電子マネー運営事業者は中央銀行から認可を得なければならない（*The Paypers*、2010e）。

米国：2010年7月、議会はドッド＝フランクウォールストリート街改革・消費者保護法（ドッド＝フランク法、2010年）を承認した。同法は、連邦準備制度理事会（FRB）がデビットカード取引及びリロード（金銭の補充）可能なプリペイドデビットカード取引の処理費用に妥当で釣合いの取れたデビットカード読み取り手数料（いわゆるインターチェンジフィー）の標準を設定することを求めている。同法はまた、販売事業者が、最低額が10米ドルを超えない場合、消費者がクレジットカードで購入できる最低額を設定することを認め、さらに、例えば、消費者がクレジットカードではなく現金で支払う場合、割引がカード発行者又は決済カードネットワークを基準として差異を生じない限り、割り引くことを販売事業者に対して認めている。2011年6月、FRBは最終施行規則を制定した。この規則は、デビットカード発行者が受け取るデビットカードのインターチェンジフィーが電子デビット取引で発行者が負担する費用に対して妥当で釣合いの取れたものか否かを評価するための基準を確立するものである。最終規則に基づき、発行者が電子デビット取引で受け取るインターチェンジフィーの最高額は、1取引につき21セントと取引価格に5パーセント（0.05）乗じた値を加算した値となる。さらに同法は、新設の米国消費者金融保護局（US Consumer Financial Protection Bureau）に、消費者金融製品とサービスを提供する幅広い事業者に対する規制権限、監督権限及び執行権限を与えている。これには、オンラインバンキングシステムやモバイル電気通信ネットワークといった技術的手段を通じて決済の仕組みを提供する事業者も含まれる。2011年7月21日に業務を開始した同局は、消費者金融サービス分野における不公正で詐欺的、また悪意のある行為に対しても広範囲にわたる権限を持つ。

EU：EUでは近年、国境を越えた単一市場の創設という観点から、オンライン決済に対する消費者の信頼を調和、確保し、高めることを狙って以下のような様々な規制文書が作成されている。

- **域内市場における決済サービスに関する指令 2007/64/EC (PSD) (Directive 2007/64/EC on payment service (PSD) (Directive, 2007)**：PSDは、欧州経済圏（EEA、ノルウェー、アイスランド、リヒテンシュタインを含む。）で処理される国境を越えた現金以外の決済のためのEU全域にわたる単一市場を創設することを目的に採択された。指令はオフライン、オンライン及びモバイル決済を対象としている。PSDは透明性、決済のタイミング及び必要とされる情報に関する規則を規定している。これには、提供される決済サービス、セキュリティ及び不正行為防止策、また、決済の不具合や実施されなかった場合、決済手段が不正に利用された場合の責任に関する規則等、決済サービスのユーザーと提供者の権利と義務に関連する条件に関する情報が含まれる。指令は、決済が行われる前に、決済処理を停止するよう消費者が銀行に連絡することができるようにし、望んでいないにもかかわらず繰り返される取引から消費者を守るための枠組みを提供している。ただし、既に実行された決済に関しては、銀行は多くの場合、消費者が紛争解決のために、まず販売事業者に連絡をとることを求める。指令は、ノンバンク金融機関が決済サービスを提供することを促すための許認可制度を導入している。
- **電子マネーに関する指令 2009/110/EC (Directive 2009/110/EC on electronic money) (Directive on e-money, 2009)**：指令は、PSDと関連して解釈されるように、クレジット機関に加え、ノンバンク金融機関も電子マネーを発行できる条件を規定することを目的としている。電子マネーの概念は、資金が電子的決済媒体又は遠隔操作によってサーバーに資金が預け入れられた時点で発行され、資金保有者が固有の電子マネー口座を通じて管理する金銭価値と定義されている（代替的決済提供事業者も含まれる。）。これは、特に携帯電話を介して行われる少額決済処理に利用されるプリペイド電子決済製品の利用の出現と拡大に対応して開発された。
- **電子商取引に関する指令 EC/2000/31 (Directive EC/2000/31 on e-commerce) (Directive on e-money, 2000)**：2010年、欧州委員会（EC）は指令の有効性に関する見直しに着手した。
- **消費者の権利に関する指令 (Directive on consumer rights) (Directive on consumer rights, 2011)**：2004年に始まったECによる *Consumer Acquis* の見直しに続いて、消費者の権利に関する指令は、EU加盟国全体の通信販売に適用される法律の強化と完全な調和を図るために、2011年7月に採択された。指令は、とりわけデジタルコンテンツ製品の購入及び国境を越えた取引において、適切な消費者保護を保証することを意図している。第9条は、決済の取決め、納品、業務遂行及び苦情処理に関する基本方針等、（大半のオンライン・モバイル取引を含む。）通信販売を行う前に、消費者に開示するよう義務付けている。EU加盟国は、2013年12月13日までに指令を国内法に置き換える必要がある。

カード、インターネット及びモバイル決済のための統合EU市場に関するグリーンペーパーを勘案し（EC、2012a）、ECは、市場への参入と競争における障壁を見極め、決済サービスが消費者と売手のために高い透明性を確保することを狙った戦略を2012年中に構築する予定である（EC、2012b）。

業界主導の取組

規制に関する取組に加え、オンライン・モバイル決済市場において様々な業界主導の取組が行われてきた。

SEPA、E-SEPA 及びモバイルSEPA

上記のEU法規を履行するために、銀行業界は、EU諸機関から強力な支援を受け、単一ユーロ決済圏（single euro payments area：SEPA）を創設するための規則と基準を策定している。消費者は、SEPAの環境下では場所に関係なく、また、国内であるか国境を越えているかに関わりなく、権利と義務に関し同じ条件の下、共通のユーロ建て決済手段を通じて域内市場で決済を行うことができる。この取組を監督するため、銀行業界は、この仕組みに参加を希望する事業者のために、SEPAが実際にどのような機能を果たすことができるかを精査するため、欧州決済審議会（European Payments Council：EPC）を立ち上げた（EPC、2010bを参照）。欧州委員会は最近、汎欧州与信移転及び直接引き落とし（pan-European credit transfers and direct debits）への移行日を設定する提案を提出した。

国境を越える新たな市場がオンライン・モバイル決済も確実に組み込むように作業が進められている。この分野に関し、銀行間のモバイル決済の進展を支援するため、EPCは銀行、決済機関及びモバイルネットワーク運営事業者と協力して、モバイル決済の標準の調和に向けて作業を進めている（EPC、2010a）。2011年、EPCは、モバイル決済がSEPA決済の仕組みの利用を促進する適切なチャネルであると考え、モバイル決済に関する指南書を発表した（EPC、2011）。

信頼マークスキーム

電子商取引に対する消費者の信頼を高めるために、様々な信頼マークスキームが導入されている。スキームは、販売事業者がセキュリティやプライバシー保護を拡充するための様々な規則を順守し、不正な商行為を廃止しようとしていること、また、決済に関し、一定の基準を満たしていることを消費者が確認できるように設計されている。このような国内の信頼マークは多くの場合、標準化された執行の仕組みによって支えられている（EMOTA、2010）。

このような信頼マークの事例として、官民双方の機関が連携して2007年に導入したスウェーデンのTrygg E-handelが挙げられる。その役割は、消費者と電子商取引事業者に向け明確で統一的な指針を提供することである（図2）。この枠組みの下、管理者は無作為の検査を実施する。信頼マークの加入者は、財務格付けも受ける。外部者が加入者のホームページを監査する。問題には以下のような事項が含まれる。

- 事業者と製品に関する情報。
- 製品の総コストに関する情報。
- 出荷予定。
- 保証に関する情報。

- 契約解除に関する情報。
- 苦情に関する規定。
- 未成年者との取引に関する規定。
- 金融面のセキュリティ及び安全な決済手段。

図2 信頼マークの事例：スウェーデンの **Svensk Distanshandel**



II. 消費者保護の一般的な問題

決済に係る消費者保護の一般的な問題には、*i)* 不正な課金、*ii)* 不正な詐欺的商行為、*iii)* 製品の不着、配達の遅延、注文と配達製品の不一致、*iv)* 紛争解決と救済、*v)* 消費者への情報、啓発及び教育がある。

承認のない料金請求

オンライン・モバイル決済における承認のない料金請求には、*i)* 金融情報やその他の個人情報（オンライン口座へのアクセスを可能にさせるパスワード、オンラインで処理されるクレジット/デビットカード番号等）の悪用によって、オンラインで消費者の口座から引き落とされる料金、*ii)* その他、消費者の同意を得ることなく、オンライン口座から引き落とされる料金などが含まれる。これらは不正手段から生ずる可能性もあるが、そうではない場合もある。例えば、子供が、保護者の知らない所で、又は保護者の同意を得ないで処理される決済によって生ずることもある。

承認のない料金請求は、第三者がオンラインで品物を購入するために、消費者の同意なく、又は消費者に知らせることなく、消費者の金融情報を利用したときに発生する。利害関係者はこの種の問題が引き続きオンライン・モバイル決済の重大な問題であることを指摘している。多くの場合、このような不正行為は、過去に、オンラインで消費者が開示した個人情報を不正行為者が取得して利用する場合に生ずる。これはインライン本人確認情報の窃盗（*inline identity theft*）といわれる（OECD、2008*a* and *b*を参照）。

安全性を高める努力がなされているにもかかわらず、大半のオンライン決済システムは、承認のない料金請求に係る問題を弱点としている。弱点の種類は決済手段によって異なる。例えば、クレジットカードやデビットカードは元々インターネットで利用するように設計されていない。クレジットカード情報を盗んだ者は、実際にカードを所有していなくても品物を購入するために情報を利用することができる。

法的保護

規制当局は、チャージバックの仕組みを提供することで、問題に対処するために多大な努力を払っている。これは、購入に伴う問題が発生した場合に、決済カード発行者が消費者に対し提供

する救済と定義されている。例えば、米国では、公正なクレジット（貸付金）請求法（*Fair Credit Billing Act* : FCBA）の規定に基づき、紛失又は盗まれたクレジットカードに対する消費者の責任は 50 米ドルまでに制限されている。消費者のクレジットカード番号のみが許可なく利用された場合は、責任を負う必要はない（ゼロ責任）。電子資金移転法（*Electronic Fund Transfer Act* : EFTA）の規定に基づき、デビットカードの不正利用については、カードの紛失又は盗難が報告される時点によって、50 米ドルから 500 米ドル又はそれ以上が消費者の責任となる場合がある。EU（並びにアイスランド、リヒテンシュタイン及びノルウェー）においては、決済サービス指令（PSD）の規定に基づき、消費者は不当な料金請求や請求ミスに対し即刻返金を求めることができる（EC、2007）。ただし、注意しなければならないことは、PSD は消費者と販売事業者の責任の均衡を採用している点である。できる限り速やかに、すなわち不正取引から 13 か月以内に業者に通知した場合に限り、消費者は責任を問われない。フィンランドでは、決済サービス法がクレジットカード、デビットカード及び特定のモバイル決済の不正利用に対し消費者の責任に制限を設けている。フランスでは、通貨・金融法（*Monetary and Financial Code*）の規定に基づき、カードを実際に利用することなく、又は、通信販売でカード所有者の許可を得ることなく行われた決済に対して、カード所有者は責任を問われない。メキシコでは、規則 34/2010 の規定に基づき、ユーザーが発行銀行にクレジットカードの紛失又は盗難について通知した場合、通知後に発生した料金に対し責任を問われない。カード所有者は、決済から 90 日以内に発行銀行に苦情を申し立てることができる。カナダでは消費者の最高責任額は 50 カナダドルに設定されている。英国で行われた最近の調査は、オンラインで本人確認情報が盗まれたことで金銭を失った被害者は、全ユーザーのうち、6%であるが、その4分の3のケースにおいて、決済サービス提供事業者から損失額を取り戻している（UK OFT、2010、p. 16）。

業界による保護

業界もチャージバックの仕組みによって、消費者保護を提供するための措置を講じてきた。英国では、銀行法（*Banking Code*）の規定に基づき、カード所有者は通常、第三者が許可なくカード情報を利用した場合、一切支払を行う必要がない（BBA、2008、paragraph 12.12）。PayPal のユーザー契約（*User Agreement*）では、消費者の口座に最初に問題が発覚した後 60 日以内に、同社に不正取引について通知された場合、不当な料金請求や処理ミスに対し、消費者は全額払い戻しを受ける。ただし、60 日という期間の後に発生した損失について、同社が、期限内に知っていれば被害を食い止めることができたであろうことを証明できた場合、消費者が責任を負う。この期間は、「入院といった適切な理由」のために通知ができなかった場合、60 日を超えて延長される場合もある（PayPal、2010）。このほか、Visa、MasterCard 及び American Express は、ユーザーがクレジットカードのいかなる不正利用に対しても責任を問われないゼロ責任契約（zero-liability commitments）と呼ばれる任意の仕組みを提供している。デビットカードによる購入に対して、カナダにおける消費者のデビットカードサービス実施基準（*Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services*）は、業界の慣行及びデビットカードに係る消費者と業界の責任を定めている。銀行、信用組合が認めているこの任意の基準は、不可抗力な状況における損失に対し消費者の責任を問わないことを明確に定めている。

モバイル決済における責任

モバイル決済に関し、一部には承認のない料金請求に対し、消費者の保護を強化するよう求める向きもある。盗難や不当な料金請求が頻発する一方で、多くの国では、消費者が潜在的な被害額に対する責任を負わされているケースも多い（Consumer Focus、2009）。大半の国の枠組みでは、消費者がクレジットカード又はデビットカードを利用して（リモートモバイル決済を通じて）

モバイル決済を行う場合、消費者はカードに付与された保護を利用することができる。しかし、決済サービスが、直接モバイルのキャリア事業者が提供し、料金が消費者の携帯電話の請求書に記載される場合、法的保護を受けられない可能性がある（MacCarthy & Hillebrand, 2010）。さらに、キャリア事業者が消費者に今後の料金請求のために前払の預託金を求める場合も、保護は得られない可能性がある。携帯電話にダウンロードして少額の決済を行うことができる *Facebook* の *Spare Change* 決済アプリケーションでは、払戻しを受けることができない（Facebook, 2009）。

一部の国では、モバイルに関する具体的な法律を制定している。デンマークでは、携帯電話の加入者確認モジュール（Subscriber Identification Module : SIM）カードが、他の決済カードと同様の決済方法とみなされている。そのため、発行者は不正利用で生じた損害について、携帯電話所有者に補償する責任がある（OECD, 2007c, p. 27）。ノルウェーでは、携帯電話が盗まれたことが携帯電話事業者に通知された場合、消費者はその後に発生する料金に対し責任を問われない。フィンランドの *通信市場法（Communications Market Act）* もモバイル機器の不正利用に対する消費者の責任に制限を設けている。カナダ、スウェーデン及び米国の法律は、一部の携帯電話の承認のない利用を適用対象としている。米国では、カリフォルニア州検事総長が *AT&T Mobility* に係る紛争を解決した。これによって、この携帯電話事業者は承認されていないサービスについて、消費者に料金を請求できない。同社に対し、消費者の請求書から払い戻すか、携帯電話の紛失又は盗難後に通話が行われたという消費者の報告をすぐに調査することを求めている。同社は、調査によってユーザーが実際に請求料金を認めたと判断した場合に限り、ユーザーに料金を請求できる。その他の米国の電気通信事業者も同様の方針を採用した。フィンランドでは、消費者庁（Consumer Agency）が、取引に関連する問題が発生した場合に MNO が製品の購入に係る決済を処理する責任があることを定める法案を提出した（検討中）。消費者のチャージバックに関連する規定を含む消費者の権利に関する EC 指令は、技術的に中立（technology neutral）で、モバイル決済に関連する問題も含んでいる（Directive on consumer rights, 2011）。

詐欺的で不公正な商行為

詐欺的で不公正な商行為はしばしば、不適切で誤解を招きくおそれのある開示と関係している。モバイル機器では、画面が小さく、ユーザーが購入を決定する際に必要な情報が掲載されている多数のリンク先やページを検索することが難しいという問題がある。しかし、画面と記憶容量が大きくなったスマートフォンやタブレット型コンピューターなどのモバイル機器の普及で、問題の一部は解消される可能性がある。特定の状況下では、技術的な制限のために、モバイル商取引プラットフォームにある条件へのアクセスを不可能にしている場合もある。

取引に掛かる実際の総費用といった重要な情報が契約条件から隠されている場合があるため、消費者が総費用を知らない、把握していないというリスクが高まっている。さらに、料金がクレジットカード事業者に請求されるのではなく、ユーザーの携帯電話の請求書に記載される場合、ユーザーはクレジットカード事業者が提供する保護をほとんど受けることがないことに気が付くこともある。このことは特に、信頼がクレジットカードによる取引に関する紛争によって醸成されている消費者にとっては、困難をもたらすものになる。それゆえ、分かりやすく明確な条件の開示がモバイル取引にとって、なお一層重要となる。

詐欺的商行為の影響は多大である。例えば、英国の公正取引局（Office of Fair Trading）は 2007 年、ユーザーが負担した予期しない余分な請求額が英国だけで年間 7600 万～1 億 2600 万ユーロになると推計した（EC, 2008c）。この影響はとりわけ、追加費用を支払わなければならないことや、費用が定期的にプリペイド通話カードから引き落とされるサービスに加入しているこ

とを認識しているとは限らない子供に大きい。ベルギーでは 2008 年、ティーンエイジャーの 23.7%が着信音に予想よりも多い額を支払い、また、7.5%が認識することなく、そうした定期サービスに加入していたと報告されている（OECD、2011a）。

懸念に対応するため、モバイル取引に関連する消費者保護問題に不正な又は詐欺的な慣行を禁止する一般規定を適用する国もある。例えば、カナダの競争法は、技術的に中立に、誤解を招くおそれのある表示や詐欺的慣行を禁止する規定を含んでいる（OECD、2007c、p. 23）。さらに、競争法は 2010 年 10 月に改正され、虚偽の又は誤解を招くおそれのある内容、送り手、位置表示等、電子市場における虚偽の又は誤解を招くおそれのある表示及び詐欺的市場慣行に対処する具体的な規定や手段が定められた。改正は 2012 年初めに施行されると見られる。

米国において、2010 年 10 月、Verizon Wireless は、同社が長年にわたりユーザーに請求していた不当な請求に係る米国連邦通信委員会の告発を解決するため、罰金 2500 万米ドルを支払うことを受け入れた。和解条件に基づき、Verizon Wireless はおよそ 1500 万人のユーザーに 5000 万米ドル以上を返金した。フィンランドでは 2011 年 2 月、通信市場法が改正され、不公正な又は詐欺的なモバイルコンテンツサービスを提供するために利用される SMS 番号の利用中止命令を、当局が通信事業者に対して発することができる新しい執行権限が消費者オンブズマンに与えられた。

データパスマーケティング

データパスマーケティングは、電子商取引当事者が第三者と連携する手段で、消費者が第三者との取引が成立していることを認識していない場合であっても、消費者が製品やサービス（会員プログラム等）を購入するよう巧みに誘導する方法を第三者に提供するものである。このような提携関係においては、消費者の認識や同意がなくても、消費者のクレジットカード又はデビットカードの情報が「馴染みの」オンライン小売店から第三者に自動的に渡されることがある。このようなことは多くの場合、消費者が購入を行ったが、取引確認手続きが完了する前に、オンライン購入の取引後の段階でセールスオファーを提供する第三者によって行われる（US Senate、2009）。誤解を招くおそれのあるオプションは、消費者が、取引を新規に成立させるのではなく、本来の取引を完了させていると合理的に思わせるように提供される。

Visa は 2010 年、ネットワーク上でデータパスマーケティングを防ぐことを狙った対策に取り組んだ。Visa は、ユーザーが第三者の製品やサービスを続けて購入したいと思った場合、ユーザーがクレジットカードの情報を再入力することを求める（Credit Union Times、2010）。米国では 2010 年 12 月、オンラインに関連するデータパスマーケティングを禁止する復元オンライン購入者信頼法（Restore Online Shoppers' Confidence Act：「ROSCA」）が施行された。ROSCA は第三者である売手に対し、当初の販売事業者と関係がないことを含め、明確な事前宣伝販売情報の開示を消費者に提供することを義務付けている。さらに ROSCA は、この種の売手が、消費者から、請求金額全額、消費者の連絡先及び消費者による「追加的確認行為」を含む明白な同意を消費者から直接得ることを求めている。

ネガティブオプション

ネガティブオプションは、消費者のオンラインショッピングにおいて増え続けている問題として注目されている。この慣行は、事業者が、消費者からの反応や取消しが無いことを理由として売買の申入れ（オファー）や代金の請求を承諾したとみなすことで発生する。例えば、消費者が無料提供のオンライン新聞を受け取った場合、一定期間内に取り消されない限り、その後それ

が定期購読に変更されることがある。消費者にとって便利ながある反面、消費者の明確な同意がなく、オファーや長期にわたる金銭的影響についての情報が不足している場合には問題となる。

2009年7月1日、オーストラリアの通信・メディア局（Communication and Media Authority：ACMA）は業界主導の（industry-developed）モバイルプレミアムサービス法（MPSC）に法的効力を与えた。同法は、見込みユーザーが、現行のプレミアム SMS サービスに加入する前に、申込みの確認を別々に2回行う必要がある二重選択（double opt-in）要件を規定している。ACMAは2010年11月以降、サービスを調査し、疑わしいコンテンツ提供者が消費者に代金を請求しないよう、一時的に請求禁止（Do not bill）命令を発することができる。MPSCの改正に次いで2010年、国内の業界及び消費者団体と協力したACMAによる見直しにより、業界主導のテレコム消費者保護法（Telecom Consumer Protections Code：TPSC）が施行された。見直しの結果、MPSCはTPSCに組み入れられる。

同様の展開はシンガポールでも見られ、2011年1月以降、改正電気通信競争法（Telecom Competition Code）の規定に基づき、運営事業者キャリアは、無料のサービス試用期間終了後に消費者に自動的に料金を請求することができなくなり、消費者から事前の明白な同意を得なければならない（IDA、2010）。米国では、ROSCA セクションIVに基づき、オンラインによる売手は、i)取引の重要な条件を全て消費者に分かりやすく明確に開示すること、ii)料金を請求する前に消費者の同意を得ること、iii)料金請求を中止する分かりやすい方法を消費者に提供することがない限り、オンライン取引ではネガティブオプションの性格を伴う製品やサービスに係る料金請求が禁じられている。米国FTCは、ネガティブオプションが関係する詐欺に対し数件の法執行措置を行使した。

クラミング

消費者が、電子メールに返信したり、無料又はわずかな料金だと信じたサービスをダウンロードした後、消費者が購入しなかったり購入を認めていないサービスに対する料金等が発生するクラミングに対する懸念が高まっている。モバイルマーケティング協会の米国消費者ベストプラクティスガイドライン（United States Consumer Best Practices Guidelines）（「MMA」ガイドライン）は、米国市場の業者が、プレミアムサービスに料金を請求する前に、消費者に対し購入を希望することを2回確認しなければならない二重選択（double opt-in）を消費者に提供することを求めている。MMAガイドラインは、米国市場に合わせて策定されているが、詐欺的又は不公正とみなされる可能性のある様々なマーケティングテクニックに関連するモバイル販売事業者向けのガイダンスも含む。MMAガイドラインには以下の事項が含まれる。i)賞金・おまけ及びコンテスト（コンテストに参加する無料の代替的方法を提供する必要性が、規則の制定に法的助言を求める利点とともに強調）、ii)「無料」や「ボーナス」という言葉の利用（これらの言葉を利用する場合の注意を強調）、iii)アフィリエイトマーケティング（ガイダンスは、アフィリエイト販売事業者と提携関係にあるコンテンツ提供者に向けて提供）、iv)契約条件（ガイダンスは、条件が適切かつ明確に消費者に開示されるためのベストプラクティスを提供）。

米国連邦通信委員会（US FCC）は2011年7月、クラミングに関する規則案を提示した。今のところクラミングの大半は有線通信の請求書に発生しているが、規則案は、無線通信事業者を含め電気通信事業者に対して、消費者が米国連邦通信委員会に苦情を申し立てる方法を電話料金請求書とウェブサイトに記載することを求めている。米国連邦通信委員会は、無線通信事業者を含め電気通信事業者が、料金を電話の請求書に記載することを認める前に、以前の規則違反や違法

行為について、第三者の業者が電話料金請求書や画面に正確な連絡先を第三者に提供する必要があるか否か、その是非について意見も求めている。

アプリケーション (Apps)

モバイル機器のアプリケーションに関連する決済問題は、デジタルコンテンツに関する OECD 円卓会議及び決済ワークショップにおいて、利害関係者のもう一つの懸念材料と認識された。一例として、米国における子供を対象とした無料ゲームが挙げられる。そのゲーム内では、明確な警告なく、保護者が知らないうちに、高額な請求をもたらす追加的アイテム (in-apps) を購入させられることがある。

マネーロンダリング及びテロリストの資金調達

2006年、OECDの金融活動タスクフォース (Financial Action Task Force : FATF) は、オンライン・モバイル決済のような新しい決済手段に関連する可能性があるマネーロンダリングやテロリストの資金調達リスクに対する懸念を表明した (FATF、2006)。FATFは、インターネット決済システムに関する規制の強化を求めて、リスクを予防又は低減するため様々な勧告を策定した (FATF、2008)。タスクフォースによると、対面での認証を必要としないために人の介入が限られるオンライン決済システムは、薬物や偽造品といった違法物品の売買に安易に利用される可能性がある。ユーザーによる店頭での登録を必要としないプリペイドモバイルサービスに関しても同様の懸念が高まっている。また、プリペイドサービスは通常、現金とバウチャーを利用して補充できるため、プリペイドフォンの決済を追跡し、ユーザーの身元を確認することは困難であり、不可能でさえある。2005年に実施された調査によると、調査対象となった OECD24 か国のうち、9か国は、匿名を避けるためキャリアがプリペイドモバイルサービスに係るユーザー情報を収集することを義務付けている。これらの諸国は、オーストラリア、フランス、ドイツ、ハンガリー、日本、ノルウェー、スロバキア共和国、南アフリカ及びスイスである (Simon Fraser University Vancouver、2006)。

海外の決済代理店

日本では近年、オンライン決済取引における決済仲介事業者 (いわゆる「決済代理店」) の関与に関し、消費者からの苦情が多くなっている。日本のクレジットカード事業者との決済取引の完了に際して、販売事業者に代わって行動するこのような仲介業者は、多くの場合、海外で事業を展開している。販売事業者は決済仲介事業者による安価なサービスと顧客情報管理から利益を得る。しかし、一部の海外の決済代理店は、カードネットワークを直接使うことを認められていない悪質な業者に代わって電子決済取引を遂行する。決済関連の問題が発生した場合に、消費者が国外の決済代理店に連絡することや払戻しを受けることが難しい事態に対応するため、消費者庁は、決済代行業者に関する情報や問題が発生した場合に消費者が決済代行業者やその他利害関係者と連絡を取る方法を含む公に利用できるオンライン登録制度を設けることを検討している。

製品の不着、納品の遅延、不一致及び欠陥品

製品の不着、納品の遅延、製品の不一致及び欠陥品に係る問題は、とりわけ紛争解決に関して、公的規制及び／又は決済代行業者による決済に関連する。例えば、販売事業者と消費者が見解の相違を解決できない場合、決済機関がしばしば解決へと導く手段を提示する。これに関しては、前述のチャージバックの仕組みが、消費者保護において重要な役割を果たす。例えば、納品や製

品の不一致、欠陥品に関連する問題の場合、Visa が開発したチャージバック手続が紛争解決の仕組みを提供する。この仕組みによって、Visa カード発行者（金融機関）は Visa のアクワイヤラー（販売事業者）に責任を転嫁することができる。販売事業者が、消費者によるチャージバック要求の有効性に異議を唱える場合、銀行と販売事業者間で解決がつかない紛争を Visa が最終的に解決することもある。ただし、Visa のチャージバックの枠組みは、カード所有者／消費者に直接的な権利を与えるものではない。

保護のレベルは国によって大きく異なる。例えば、一部の OECD 諸国（フィンランド、ギリシャ、日本、韓国、ノルウェー、英国、米国）のみが、製品の不着やサービス不履行の場合にカード所有者を保護する特定の法律や規制を制定している。米国では、クレジットカード所有者は、紛争の対象となっている代金の支払の保留や、紛争が解決するまで資金を一時保管させることができる（OECD、2005）。しかし、このような法的保護はクレジットカード所有者に限定され、製品の不着や不一致の場合に、デビットカード所有者やプリペイドカード所有者に対しては適用されない。

韓国では、製品が配達されない場合、クレジットカード所有者とデビットカード所有者はともに支払を拒否できる。英国では、100～30,000 ポンドの製品に関し契約違反や不実表示があった場合、債権者（カード発行者）と供給業者（販売事業者）が共に責任を負う。EU では、消費者の権利に関する指令に基づき、業者が納品義務を履行しなかった場合、消費者は配達期限日から 7 日以内に支払った代金を販売事業者から払い戻すことができる。

大半の国は、モバイルコンテンツの不着に関連する特定の保護規定を設けていない。一部の国においてのみ、特定の電子商取引に関する法律がモバイル取引に適用される。製品の不着や不完全なモバイルコンテンツのダウンロードについて規定を設けている韓国の電子商取引に関する消費者保護法（Consumer Protection Act on Electronic Commerce）は、適例といえる。同法は、事業者が消費者からの支払を受けてから 3 営業日以内に製品を配達するか、3 日以内に返金することを義務付けている（Consumer Focus、2009）。

不適合製品に関して、救済の仕組みを消費者に提供するために特定の法律を制定している国（フィンランド、ギリシャ、日本、韓国、ノルウェー、英国及び米国）もわずかである。一部の利害関係者にとって、不適合製品に対する消費者保護の仕組みは、承認のない代金請求への救済措置と比べて、開発が遅れている。

一部の国では、業界の取組が問題に対処する一助となっている。例えば、日本において、代表的オンライン取引プラットフォームである楽天は、製品の不着問題に対処するため、全ての C2C 取引に強制的なエスクロー決済サービス（楽天あんしん決済サービス、手数料（charge）が発生）を導入している。購入者が製品を実際に受け取るまで、売手は代金を受け取ることができない。Yahoo!Japan もエスクローサービスを提供している。中国の Alipay（Alibaba の決済サービス提供者）は、銀行と提携して類似のサービスを展開している。PayPal は、製品が配達されない場合に、消費者に保護を提供するため、様々な解決策を提供している。同社は購入された製品を出荷しない売手の口座を凍結することができる。同社の購入者保護方針（Buyer Protection Policy）も、例えば製品が不着の場合や購入製品が記述と著しく異なっている場合、顧客は補償を求めて決済日から 45 日以内に売手に苦情を申し立てることができることを記載している。しかし、通知と処理に係る請求の期間が適切か否かについて問題が生じている。

欠陥製品の払戻し請求の際に、現行規則では、欠陥のある無形製品とサービス（着信音やアプリケーション等）に対する救済と補償の消費者の権利は多くの場合限定されている。

紛争解決と救済

第二の問題は、購入した製品やサービスの受取、内容、品質に係る販売事業者と顧客間の紛争である。ここでは、決済仲介事業者が間接的にしか関与していない。これに関し、一部の決済サービス提供事業者は、製品の受取、内容、品質に関するオンライン紛争を解決するための方策を実施している。この種の方策を法的枠組みで義務付けている国もあれば、これらの取組が民間レベルの国もある。

前述したとおり、「チャージバック」と呼ばれる特別な仕組みは、決済取引に係る問題の場合、消費者に効果的な保護を与えることができる。保護は、消費者が請求ミスを訂正させる権利や、納品に関わる問題又は購入製品に関わる問題に対する補償等を含み、限定責任という形をとることがある（OECD、2007b、Annex、Section IV.2c）。保護は広範囲に及ぶ場合がある。例えば、カナダでは、一部の州は、州法に基づき契約が取り消され、販売事業者が買手に返金しない場合、クレジットカード発行者が全額を払い戻すことを義務付ける規定を消費者保護法に含めている。

チャージバックの仕組みのほか、売手と消費者間の紛争を解決する一助として別の紛争解決の仕組みが設けられている。様々な第三者オプションが政府レベルや業界レベルで実施されている。これらは通常、決済機関が関与する。第三者オプションは、消費者が売手に直接連絡を取ることが難しく、対面で話し合う機会がないオンライン・モバイル決済においては特に重要であるとみられる。製品やサービスの購入に関する問題又は決済そのものの問題が発生した場合、消費者は費用対効果が高い方法で問題を解決するために誰に連絡を取るべきかを知る必要がある。問題の一つは、少額の製品が関係する場合に実行可能な手続を設計することである。もう一つの問題は、越境取引において効果的に処理する仕組みを整備することが挙げられる。

2001年、欧州委員会は、欧州経済圏の諸国（EU加盟国に加えアイスランド、リヒテンシュタイン及びノルウェー）で、消費者と金融サービス提供者（銀行、保険事業者及び投資事業者等）間の紛争を取り扱う責任を有する国別法廷外苦情処理スキームによる金融紛争解決ネットワークであるFIN-NETを開始した。このスキームは、消費者が国境を越えた紛争に簡単に利用できる法廷外苦情処理手続を提供するよう連携している。ある国の消費者が他の国の金融サービス提供者との間で紛争を抱えている場合、FIN-NETのメンバーは消費者が該当する法廷外苦情処理スキームを利用できるようにし、必要な情報を提供する。

調査によると、消費者は、特にモバイル決済の分野において、利用可能な紛争解決の仕組み及び決済サービス提供事業者の潜在的役割について十分な情報を得ていないことを示している。2009年の調査によると、決済を含むモバイル取引に係る紛争において、業者の46%は苦情処理の責任を有する当事者に関する適切な情報を消費者に提供しておらず、業者の71%は利用可能な紛争解決手続に関する情報を消費者に提供していなかった（Consumer Focus、2009、p. 8）。

インターネットの利用は拡大し続けており、オンラインショッピングに係る紛争を解決する有効な仕組みの設計に対する関心は高まっている。訴訟等従来の仕組みは、消費者にとって多くの時間と費用を必要とする。オンライン紛争解決（ODR）スキームは、紛争解決の手段として多くの利害関係者が求めるようになってきている。オンライン調停は、「調停又は仲裁のいずれかによ

る紛争解決の手段であり、当事者間の紛争解決を促進するオンライン技術の利用を意味する」と定義されているとおり、従来の訴訟と比べて大幅な負担減となり得る。

2010年3月29～30日に国連国際貿易法委員会（UNCITRAL）が主催した国際会議で決議されたとおり、国境を越える少額取引においては、オンライン調停が実際のところ消費者にとって費用対効果の高い唯一の選択肢であるかもしれない（UNCITRAL、2010a）。ODRが消費者にもたらす利点が認識される一方で、消費者団体はこれらの手続に伴う様々な問題を指摘している。問題には、i) 問題を販売事業者の説明する消費者の能力を制限しかねない、直接的な個人間交渉がないこと、ii) 一部の消費者にとって障害となり得る高度なウェブ技術に関する知識や精通度を必要としていることなどがある。利害関係者は、全世界的に実施可能で、より効果的で安価な且つ公正で使い勝手の良い紛争解決と救済の仕組みが必要だと考えている。これらの結論を基に、UNCITRALは2010年12月、国境を越えた電子商取引取引に関連する法的な標準 ODR の策定作業に着手した（UNCITRAL、2010b）。2011年5月と11月に開かれた作業部会Ⅲの会合において、草案手続規則が討議された（UNCITRAL、2011）。

一部の民間事業者と政府は、有効なオンライン救済システムを開発した。例えば、メキシコの PROFECO はオンライン上の紛争を解決する枠組である *ConciliaNet* を運営している。PROFECOによると、解決件数が苦情の96%に増加し、消費者によるこのスキームの利用は、紛争の解決に費やす時間を大幅に減らす効果（およそ50%）があった。PROFECOの調査した消費者の97%は、このスキームをまた利用したいと述べた。

eBayは2009年、同社のプラットフォームで製品を購入し、決済スキームとして *PayPal* を利用した消費者が利用できる紛争解決の仕組みを変更すると発表した。eBayはこれまで、問題に対処する際、上記に該当する消費者を *PayPal* の問題解決センターに委ねていたが、現在、消費者は、紛争となっている取引に利用された決済方法に関係なく、eBayを介して直接問題解決を試みることができる。

消費者への情報、権利付与及び教育

オンライン・モバイル決済における消費者の権利と義務についての教育が、消費者に提供され、役に立ち、しっかりと理解され、順守されることを保証するためなされるべきことは多い。これらの必要性は、1999年のガイドライン（Section VIII, Part II）、CCPのクレジットカード所有者の保護に関する2002年報告書（OECD、2002）、モバイル取引に関するOECD政策ガイダンス（OECD、2008c）、消費者教育に関するOECD勧告（OECD、2009b、Annex II）及び最近開催された決済ワークショップ（OECD、2011c）において強調されている。

英国の公正取引庁から最近発表された報告書は、オンライン・モバイル取引が処理される状況に関する消費者への情報が、消費者が十分に情報を得た選択をするために不可欠である（OECD、1999、Section IV、Cを参照）という見解を支持している（OFT、2010b）。報告書では、消費者がオンライン上の権利を理解する一助となるよう設計された教育を拡充すべきであると述べられている。調査によると、インターネットユーザーの80%が製品やサービスが引き渡されなかった場合にクレジットカード事業者に返金を請求できることを知っており、4分の3が全額返金のためには7日以内に返品すればいいことを認識し、さらに、ユーザーの3分の2が期限までに、又は注文から30日以内に製品が配達されなかった場合に売手に注文の取消しを求める（claim back）ことができることを知っている（OFT、2010b、p. 11）。

決済ワークショップにおいて、利害関係者は、潜在的な問題がある事業者に関する消費者への情報を拡充する必要を強調した。メキシコでは、PROFECO が全国で製品を販売する 450 以上の事業者、関連する苦情及び契約書に関する情報を記載するオンラインデータベースを構築した (<http://burocomercial.profeco.gob.mx/BC/faces/inicio.jsp>)。データベースは消費者がアクセスできるようになっており、十分に情報を得た上で購買決定を行う助けとなっている。

外国から製品を購入する場合、消費者がどのような保護を得られるかについて情報を得ることも難しいことが多い。国内のオンライン購入と国境を越えたオンライン購入それぞれについて与えられる保護の違いがある可能性について消費者に警告を発する政府もある。例えば、オーストラリアの競争・消費者委員会 (ACCC) は、オーストラリアの消費者に対し、海外に拠点を置くオンライン事業者から製品を購入する場合、国内の事業者から購入するときに得られる基本的権利と同じレベルの権利を得られるとは限らない旨の注意喚起をしている。海外に拠点を置く業者から補償を得ることが実際に困難であることを考慮して、ACCC は、オンライン購入をする前に提示された契約条件を確認するよう消費者にアドバイスしている (ACCC、2010)。

問題が発生した場合、多言語の公開ウェブサイトである ICPEN の取組 *econsumer.gov* に苦情を提供して、経験を分かち合うことができる。

III. 技術的な決済問題

セキュリティ

電子商取引の発展に影響する最も重要な要因の一つとして、オンライン・モバイル決済の安全性に対し消費者の信頼が低いことが挙げられる。多くの調査によると、消費者の信頼の低さは決済データのセキュリティと悪用に対する懸念に関係している。日本、英国及び米国で実施された調査の結果によると、携帯電話利用者の 86% が機器に係るセキュリティリスクに対し不安を感じており、回答者の 55% はモバイル決済に対し懸念を持っている (McAfee、2008)。しかし、このような信頼の低さは、オンライン・モバイル決済に係る潜在的なセキュリティリスクに対する誤解から生じている可能性があると考えられる利害関係者もいる。EU においては、決済データの盗用リスクに対する消費者の誤解が信頼醸成を阻むと見られているが、実際の決済データの盗用発生率は極めて低く、このようなトラブルに巻き込まれた消費者は 2010 年にオンラインで製品を購入した EU の消費者の 1% に過ぎない (EC、2011)。

また、誰が決済システムの安全性を確保する責任を負うべきかについて、消費者が認識していないことが報告されている。ACMA によると、オーストラリアでは、消費者は、新しいモバイル決済サービス提供事業者がセキュリティに対する脅威から消費者を保護する責任を負うと考えている (Noone、2011)。消費者自身も (例えば、責任ある行動により) モバイル決済の安全性を確保するために注意深く行動する必要があることを理解していない。

モバイル機器は紛失や盗難の可能性が高いため、パソコンと比べ、モバイル機器のセキュリティリスクが高いことを利害関係者は通常認識している。ハッカーは、Bluetooth や RFID などの様々な手段によりデータを取得するかもしれない。また、機器が、アプリケーションのダウンロードによりウイルスに感染しているかもしれない。2008 年に OECD が作成した政策ガイダンスはこのことに触れ、モバイルによる商取引に参加する者に以下を勧めている (OECD、2008c)。

- 消費者が、モバイル商取引で経験する可能性のある潜在的なセキュリティ及びプライバシーの問題、そして、そうしたリスクを低減するために利用できる手段に関する情報を知らされていること。
- セキュリティ予防策とセキュリティ機能の開発を促進すること。
- モバイルオペレーターに不正取引と情報漏えいを防ぐ情報セキュリティポリシーと措置の実施を奨励すること。

多くの利害関係者は、オンライン・モバイル決済において消費者セキュリティを高める様々な方法があると考えている。2010年6月16日に開催されたOECDの公的政策目標の推進におけるインターネット仲介業者の役割 (*The Role of Internet Intermediaries in Advancing Public Policy Objectives*) に関するワークショップにおいて示されたように (OECD, 2010c)、方法としては、法的な仕組みもあれば、そうでないものもある。例えば、業界は様々な技術的基準や行動規範、ベストプラクティスを導入している。一部の決済カードネットワーク (Visa、MasterCard、American Express などから成る。) は、統一セキュリティ基準 (「決済カード業界情報セキュリティ基準 (Payment Card Industry Data Security Standards) 」-PCIDSS) を設けている。この基準には適正なセキュリティを確保するために役立つ12の要件が含まれる。いずれにしても、この目標を達成するためには全ての関係当事者 (販売事業者及び決済機関を含む。) の関与が不可欠である (EC, 2008, p. 5)。しかし、上記のセキュリティの枠組みを実施することは難題である。調査結果によると、PCIDSSの順守に関する定義を実際に理解しているのはオンライン小売業者の約3分の1 (39%) に過ぎず、65%は自らのサイトに関連する不正決済に対処する責任はないと考えている。

近年、デジタル認証の分野に重要な展開が見られた。それは、アイデンティファイ管理 (IdM) と呼ばれ、デジタル認証情報の形成、利用及び交換に関連する組織の方針を実施する一連の規則、手続及び技術的コンテンツと理解されている (OECD, 2008d)。商業部門のIdMは、様々な当事者が関与し、消費者の金融情報を交換する電子決済の分野で、おそらく最も成功を収めているセキュリティツールと認識されている (OECD, 2008d, p. 9)。様々なIdMプロセスの中で、認証と年齢確認 (後述) は、セキュリティに対する脅威と戦い、インターネット経済の信頼を確保するための補助的ツールとみなされている。1998年にオタワで開かれた閣僚会議、「国境のない世界：国際的電子商取引の将来性の実現 (*A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce*)」において、閣僚は電子商取引の発展に有効なツールとして認証の重要性を認識した (OECD, 1998)。OECDは、情報セキュリティとプライバシー保護に関する作業部会 (Working Party on Information Security and Privacy : WPISP) を通じて、インターネット経済のセキュリティを高めることを目的とし、以下の活動を含む様々なプロジェクトを立ち上げた。

- 情報システム及びネットワークのセキュリティに関するOECDガイドライン：セキュリティリスクへの対処において、一貫した国内アプローチを強化するための枠組みを提供する (OECD, 2002)。
- 電子認証に関するOECDガイダンス及び勧告：i) ガイダンスは、OECD加盟国が、電子認証へのアプローチを確立し、最新のものにする一助となる基本的な方針を設定する、ii) 勧告は、各国が個人及び事業体の国内外で有効な電子認証に向け、互換性のある技術的に中立な方法を確立することを促している (OECD, 2007a)。

- デジタルアイデンティティ管理：WPISP は、電子認証に関する活動及び 2008 年のソウル閣僚宣言に基づき、インターネット経済の更なる発展にとって、デジタルアイデンティティ管理がなぜ重要であるかについて説明し、信用証明管理の複雑性及び高額なサービスに必要な確実性に関して、現行のアプローチにおける限界に対処する必要性を強調した報告書を作成した。報告書は、インターネット経済のセキュリティ、プライバシー保護及び信用を強化・拡充する一方、公的部門と民間部門にまたがる革新のための効果的な枠組み条件を設定する政府の政策立案者向けの指針を提供する（OECD、2011d）。
- オンラインにおける子供の保護：WPISP は 2011 年、セキュリティを含め、デジタル環境において子供が直面する様々な脅威を検証する報告書を発表した（OECD、2011a）。同報告書での知見を踏まえ、この分野に関する理事会勧告が提案されている。

認証及び不正検索ツール

認証は、決済サービス提供事業者や小売店が決済処理に先立って、支払人の本人確認情報を検証することができるプロセスである。この認証は、決済取引における追加的信頼を消費者に与え、詐欺的行為を減少させる。

規制機関と業界は、時には公的機関と連携して、決済における認証を改善するために、様々な取組を実施してきた。メキシコでは、全国銀行・証券委員会（National Banking & Securities Commission）が、POSで行われる決済を含め、電子決済システムの安全性を監督、検査する特別ユニットを構築した。例えば、銀行は、資格のある個人のみが決済カードを利用できるように、リアルタイムで買手を認証することを目的に「3D セキュアインターネットセキュリティプロトコル（3D Secure Internet Security Protocol）」を導入している。このプロトコルでは、買手を認証する責任及び当該買手による購入であると認められないとする主張を検証する責任は、販売事業者（従来は責任を負っていた。）ではなく、カードを発行した金融機関が負う。

さらに、チップと PIN の双方を含んだ「EMV」カードが大半の国で導入されている。大手決済ネットワーク（American Express、JCB、MasterCard 及び Visa）が創設したジョイントベンチャー EMVCo は EMV 非接触型通信プロトコル仕様（EMV Contactless Communication Protocol Specification）基準を設定した。この基準は、非接触型決済機器の製造向けの仕様を確立するものであり、これは、クレジットカード、デビットカード及び携帯電話の磁気ストリップに取って代わることを意味する。皮肉なことに、この安全性を増したカードの導入は、詐欺師らの関心をカードなしの取引へ向けさせる誘因になると見られ、オンライン上の不正の増加をもたらしかねない（EC、2008b and Innopay、2010 を参照）。

American Express は 2011 年 11 月、Visa の 3D セキュアプロトコルを利用する詐欺防止ツール SafeKey を開始した。英国やフランス等多くの国では、一部の銀行は高額取引が絡む場合に消費者に対する管理を強めている。銀行は、消費者に 1 回だけ利用できる「仮（fictitious）」のクレジットカード番号を提供することで、販売事業者が消費者の「恒久的な（permanent）」クレジットカード番号にアクセスしないようにしている（ボックス 3）。EU では 2009 年、電子商取引総数の約 37% を占めるおよそ 300,000 の小売店がそのサービスを支援し、5000 万を超えるカード所有者が登録された（Visa Europe、2009、p. 30）。

ボックス 3. 電子認証の事例；フランスの e-Carte Bleue

フランスの **Visa e-Carte Bleue** (2002 年に開始) : ダウンロード可能なアプリケーションを使って、消費者がオンラインショッピングを行おうとするたびに、*e-Carte Bleue* は、実際のクレジットカード番号に関連する 1 回限りの「仮の」クレジットカード番号を作り出す。この仮想番号が販売事業者に提示される唯一の金融情報である。*Visa* は 2010 年 7 月、画面とテンキーパッドが装備された新しいカード (*Visa CodeSure*) を導入した。通常のクレジットカードと同じ大きさのこのカードは、LCD 画面と小さなキーボードを備え、バッテリーで稼働する。オンラインショッピングやオンラインバンキングへのログインの際には、カード所有者は *i*) カードのキーパッドの **Verified by Visa** オプションボタンを押し、*ii*) キーパッドを利用して PIN 番号を入力する。その後、オンライン認証にカード利用者が利用する、1 回限りの固有のコードがカードの画面に表示される。

この他、セキュリティ違反や損害を防ぎ、減少させるために、信頼を高める一助として、業界は様々な技術的手段を開発している。これらには、決済カードに搭載されたいたずら防止チップ、洗練された暗号化技術の利用、消費者の電子機器に保管する金銭の総額の制限、取引額の制限、決済承認のための PIN コードの利用等がある。

さらに、認証手続の一環として、オンライン小売店と銀行は、オンラインショッピングにおいてカードの安全性を高める、より効果的な詐欺検索ツールを利用することが多くなっている。自動と手動の詐欺検索ツールがある。米国とカナダでは 2009 年、オンライン販売事業者の約 97% が、カードとカード所有者を認証する一助として 1 つ以上の自動確認ツール (通常、カードネットワークが提供) を利用していた。自動注文選別システムも、リアルタイムで受注を検査するために広く利用されている。例えば、注文が一定額を超えている場合や納入先と請求先の住所が異なる場合、注文が詐欺の可能性があると表示され、更なる確認のために、販売事業者の管理システム内で見直しの対象とされる。大半の販売事業者は、1 回目の自動選別の段階に従い、注文の一部について手動で詐欺についての再確認を行う。米国とカナダでは、平均でオンライン注文の 4 件に 1 件が詐欺の疑いで手動による検査の対象となっており、このような手続は販売事業者に経済的に大きな負担となり得る (OECD、2011*b*) 。

モバイル決済における本人認証に関し、携帯電話番号が支払人と受取人を確認するために利用されるべきではないかという議論が一部にある。大量の取引が機器の PIN コードの利用のみを必要とする SMS に基づいて行われている。

年齢確認

子供は、リスクを必ずしも正しく認識することなく、また、大半の国では商業取引に関与する法的権利がないにもかかわらず、オンラインやモバイル機器を介して製品を購入することが多い。子供を守る方法の一つは、購入前に、オンライン上で年齢確認と本人確認を行うことである。調査によると、これが行われることは稀であり、モバイル機器を介して行われる購入の 76% が年齢確認手続を必要としないと指摘する報告もある (Consumer Focus、2009、p. 47)。こうした手続が含まれていたとしても、対面式の取引と異なり、子供はオンライン上で比較的容易に成人に成りすますことができる。有効な年齢確認システムの必要性は、OECD の 2008 年政策ガイダンスで強調されている (OECD、2008*c*)。ただし、年齢確認という手法がオンライン・モバイル決済において子供を効果的に守る唯一の方法ではないことに注意する必要がある。2009 年の OECD 電子商取引会議において、利害関係者は、オンライン・モバイル上の購入に関連する潜在的风险及びこれらの脅威から自らを守る方法について、子供を教育し、啓発することは、保護者や電子商取引に関与する事業者、モバイルサービス提供事業者、決済関係機関が共有して負うべき責任であると認識した。

消費者の知識とスキル

技術が急速に変化する中、消費者もリスクを見極め、詐欺から身を守り、セキュリティを確保する最適の方法を知ることが難しくなっている。教育と啓発がこれに対処する助けとなり得る。これらの必要性については、1999年電子商取引ガイドライン（Section VIII、Part II）、オンライン上の成りすましに関する OECD 政策ガイダンス（OECD、2008b）、モバイル取引に関する OECD 政策ガイダンス（OECD、2008c）及び消費者教育に関する OECD 勧告（OECD、2009b、Annex II）において繰り返し指摘されている。

CCP は、2002年の報告書の中で、とりわけオンライン上でのクレジットカード及びデビットカードの利用と安全性に係る消費者教育を拡充する必要性を強調している（OECD、2002）。報告書（EC、2008、p. 27）によると、決済詐欺や関連するセキュリティリスクから自らを守る消費者の能力を過大評価すべきでない。消費者、特に子供、その他の被害を受けやすい又は社会的に立場の弱い消費者は、多くの場合、様々な消費者教育と認識キャンペーンがあるにもかかわらず、オンラインで安全を確保する方法を知らない。教育が消費者に提供され、教育が理解され、それに基づいて行動されるように、より多くのことがなされる必要がある。2004～2007年のEUの現金以外の決済方法における詐欺を防ぐための行動計画（Action Plan to prevent fraud on non-cash means of payment）は、販売事業者は、虚偽情報から自らを守るために、更に有効な教材と適切なツールを与えられるべきであり、個人は決済の安全性に関する更に明確な情報を与えられるべきであると勧告している（EC、2007b）。調査はさらに、消費者は、モバイル決済に影響を与えるセキュリティリスクについて、適切に情報を与えられる必要があることを示唆している（Consumer Focus、2009、p. 9）。しかし、認識と教育への取組の有効性には限度がある。消費者は多くの場合、様々な教育と認識を深めるキャンペーンがあるにもかかわらず、オンラインで安全性を確保する方法を知らない（OECD、2010a、p. 24）。

相互運用性、決済手段の選択及び国境を越える電子商取引

消費者によるオンライン決済スキームの利用は国や地域によって異なる。西ヨーロッパでは、消費者の大半がオンラインショッピングではクレジットカードやデビットカードで決済している。ドイツでは直接引落しが主な決済方法である。2010年の報告書によると、「オランダではオンラインバンキング決済システム *iDEAL* が卓越した地位を占め、デンマーク人はデビットカードで支払い、フランス人はクレジットカードを使い、東ヨーロッパの人々は主として代金引換払いである」（Innopay、2010）。国境を越えた電子商取引の成長を遅らせる障壁の一つとして、決済方法が国によって異なることが挙げられる。欧州におけるモバイル決済に関し、欧州決済委員会（European Payment Council、EPC）は、カード発行者とモバイルネットワーク運営事業者間の相互運用性に係る透明性がある基準が存在しないことが、商業的拡大を妨げる主な障壁になっていると指摘している（EPC、2010a、p. 52）。この問題に対処するため、EPC は GSMA と協調して、地域全体をまたぐ決済基準の統一に取り組んでいる。

決済の仕組み、技術及びシステムの相互運用性の拡充は、国境を越えた電子商取引の促進に必須であるとみなされている。2010年に実施された調査によると、英国のオンライン販売事業者は、EU 全域で様々な決済システムが利用されているため、国境を越えて製品を販売することができない。販売事業者は、Visa Inc.、MasterCard Worldwide、MasterCard's Maestro デビットシステム、American Express Co.、ドイツの直接引落とし *ELV* 及びオランダの *iDeal* による決済システムなど、様々な決済方法を受け入れる必要がある（The Internet Retailer、2010d）。結果、販売事業者が決済手段を受け入れないために、オンライン上の消費者の選択は制限される。国境を越えて

商売する販売事業者は、国際的に受け入れられているクレジットカードとデビットカードを介する決済が必要である。

国を越えた相互運用可能なオンラインバンキング決済システムを促進する産業界による他の取組が始まっている。オンラインバンキングが可能にする電子決済 (*Online Banking Enabled e-Payments* : OBeP) スキームの下では、製品やサービスの購入を希望する消費者は、オンライン販売事業者に金融情報を提供する必要がない。消費者は、決済時に、消費者の銀行のサイトに移動する。消費者には、その後、取引の明細が提示され、指定した販売事業者に支払を行うための銀行への指示を確認する。グローバルな基準の策定を通して、OBeP スキームの範囲を拡大する努力がなされている。グローバルな OBeP ネットワークへ参加するための枠組み構築及び規則と基準の確立を目指し、決済ネットワーク運営事業者国際委員会 (*International Council of Payment Network Operators* : ICPNO) が創設された。技術、国際的な問題解決、法令順守、セキュリティ、コミュニケーション、料金体系及び為替レートなどの重要な問題が検討されることになっている。

また、国境を越えた電子商取引の拡大を支援するため、各国の事業者間で協力関係が築かれている。例えば、*Taobao* と *Yahoo! Japan* は 2010 年 6 月、日本と中国の消費者の国境を越えた取引を促進するために提携した (ボックス 4)。

ボックス 4. *Yahoo!Japan Corp.* と *Taobao China* が提携する国境を越えた電子商取引

2010 年 6 月 1 日、*Yahoo!Japan Corp.* と中国の *Taobao* は、日本の消費者が中国の販売事業者から製品を購入でき、また、中国の消費者が日本の販売事業者から製品を購入できる相互的なオンラインショッピングサービスを展開し始めた。国境を越えた電子商取引の障壁 (言語の違い、規制の複雑さ、物流及び決済問題等) を取り除く一助となることを目指した、このジョイントベンチャーの下で、

- 日本の消費者は、*Yahoo! Japan* 内に開設された新しいウェブサイトである *Yahoo!Japan China Mall* (<http://chinamall.yahoo.co.jp>) を通じて、中国の *Taobao* の販売事業者から製品を購入することができる。
- 中国の消費者は、*Taobao* の一部として新しく開設された *TaoJapan* のウェブサイト (<http://japan.taobao.com>) を通じて *Yahoo!Japan* から製品を購入することができる。

2008 年、*Alipay* (中国最大の電子商取引プラットフォームである *Alibaba* が所有する決済サービス提供事業者) と *Paymate* (オーストラリアの決済サービス提供事業者) との間で同様の提携関係が始動した。また、2010 年 7 月には、韓国と日本の事業者の間で、消費者が両国の販売事業者から製品を購入できるようにする覚書 (MoU) が交わされた。覚書に基づき、消費者は、NFC 技術を搭載したモバイル決済アプリケーションをスマートフォンにダウンロードできる。

消費者政策への影響

上述の消費者問題は、様々な分野における政策に影響を与えている。委員会はこれらについて、2011年4月に開かれたワークショップ等の場において、事業者や市民団体と協議した。議論された事項は以下のとおりである。これらの知見は、オンライン・モバイル決済に関する政策ガイドランスの策定の基礎になっている。

情報開示における明確性、透明性及び完全性

取引及び関連する決済の詳細に関する条件と手続に関し、消費者が必ずしもアクセス、読み取り、保持及び保存を容易に行うことができるとは限らない。

オンライン取引やリモートモバイル取引は通常、「絶えず動いている」(“on the go”)状況で行われ、そのことは消費者の意思決定に影響する。その結果、消費者は決済を行う前に、条件の入手、読み取り、検証及び／又は保存を容易に行うことができない場合がある。さらに、オンライン契約の条件は多くの場合、活字が小さく、テキストボックスをスクロールして読まなければならない。重要な決済関連の情報は、脚注に隠れている場合や、別の画面にアクセスしなければならない場合がある。モバイル決済環境における情報開示に係る問題は、モバイル機器の画面の小ささや限定的な処理能力及びバッテリーの寿命のために、悪化しかねない。しかし、このような状況は、大きな画面、記憶容量の増大及び機能の充実を備えるスマートフォンやタブレット型コンピューターといったモバイル機器の利用者が増えたことにより、変化しつつある。

オンライン・モバイル決済に係る消費者の権利及び潜在的な責任に関する重要な情報は、必ずしも明確かつ適時に、分かりやすい形で提供されるとは限らない。

オンライン上の情報開示に関する1999年ガイドラインのセクションⅢは、販売時点で消費者に提供されなければならない重要な情報項目を列挙している。項目の多くは何らかの形で決済に関係している。実際、提供される情報は、消費者が利用・理解することが困難な専門用語や冗長な用語を使って提供されることが多い。また、決済手続の最終的な段階になるまで情報が提供されないこともある。この他、決済取引に関与している事業者のうち、どの事業者が消費者に情報を提供すべきなのか、どのような情報を提供すべきなのか、決済手続のどの段階で情報を提供すべきなのかといったことが明確でない場合が多い。

決済に関するワークショップにおいて、利害関係者は、決済システム及び決済関連分野における情報開示の在り方を改善する様々な方法について協議した。参加者の多くが、消費者が購入を見合わせたり、キャンセルしたりする方法について、より適切な情報を求めた。他の参加者は、配達時期、解約の権利、利用可能な紛争解決及び救済の仕組み(オンライン及び代替的紛争解決プログラム等)に関する情報が、決済前に消費者に提供されるべきと提案した。取引に絡む問題が発生した場合に、消費者は、連絡先や連絡方法に関する明確な情報を、例えば、電話や販売事

業者の電子商取引プラットフォームを介してアクセスできるウェブサイトへのリンクを通じて入手できなければならない。オンラインで定期購入契約を行った消費者が、初回の料金が一定期間に限って適用されることを認識するようにならなければならないことも示された。さらに、消費者が、時として知らないうちに購入している可能性がある付随的な製品及びその価格について、適切な情報が消費者に提供される必要がある。

規制・保護制度の変動性

オンライン・モバイル取引を利用する消費者は、決済方法や利用するプラットフォーム、決済取引に関与する当事者、購入した製品の特性によって、決済取引にどの規制が適用されるのか、また、これらの規制がどう違うのかについて、十分理解しているとは限らない。

理解不足は、特定の決済取引に、銀行やカードネットワーク、代替的決済提供事業者（モバイルネットワーク運営事業者、その他インターネット上で運営するノンバンク金融機関等）など、様々な金融機関と非金融機関が関与している現状から生じている。これらの活動は、異なる規則に基づき運営される様々な規制機関が監督している。したがって、消費者は、i)（注文の訂正、返品、交換、返金に関し）どのような救済を得る権利があるのか、ii) 決済に関連する問題が生じた場合にどの事業体に連絡すべきか、iii) 販売事業者との間で問題が解決できない場合にどの規制機関に訴えるべきかを判断するのは難しいことに気が付く。国境を越えた取引の場合、問題は更に複雑になる。

消費者の権利と責任及び適用されるルールに関し、消費者に更に効果的に情報を提供し、啓発することで、状況が改善されることについては、一定のコンセンサスがあると考えて差し支えない。しかし、一部の利害関係者は、規制環境の合理化と簡素化に向けた追加的措置を講ずることを提案している。自主的な及び共同の規制への取組と共に、一般的な消費者保護に関するルールが適用されている一部の国では、既に行われている。

モバイル取引を懸念する向きもある。多くの国ではモバイル市場は緒に就いたばかりで、決済サービス提供事業者は、新しい規則の導入は時期尚早で、モバイルの発展に意図しない悪影響を及ぼしかねないと懸念している。政策立案者は、全ての決済サービス提供事業者に公平な活動の場を確保するため、いかなる取組も革新を遅らせたり、競争を制限したりするものでないことを保証しなければならない。

オンライン・モバイル取引に関与する消費者は、異なる決済の仕組みを利用する際に同程度の保護を受けられない。このことは、問題が発生した場合に救済を得ることを難しくする可能性がある。さらに、国によって保護体制は異なり、国境を越えた取引を妨げる可能性がある。

決済の保護と権利は、i) 利用される決済方法（クレジット／デビットカード、プリペイド、携帯電話への請求等）、ii) 問題の性質（不当請求、詐欺、配達、不一致等）、iii) 購入製品の特性（有形製品又は無形製品に応じて、製品やサービスの取扱いが異なる等）、iv) 関与する決済サービス提供事業者（モバイルネットワーク運営事業者やその他の非金融機関等の代替的決済サービス提供事業者は、ノンバンクというステータスであるため、いくつかの規制の枠組みから外れている場合がある。）に応じて、国内においても、また、国ごとにも異なる。

利害関係者間の議論は、消費者が、異なる決済の仕組みを利用する際に受けられる保護のレベルについて最低限の情報を与えられるべきであることを示唆している。これに関して、教育を強

化し認識を深めることが、効果的であると見られる。この他、どのような決済の仕組みが国内で利用されているかに関係なく、適用される消費者保護の最低水準を設定する構想を支持する利害関係者もいる。最低限の保護は、法や規則、又はよりインフォーマルな形での決まりごとを設定することで確保され得る。ただし、保護の最低水準を設定することは、決済サービス提供事業者による追加的保護の提供を妨げるものではない。一部には、この柔軟性は、競争の維持し、消費者に選択肢を与えるという点で必要であると考えられている。状況が国境を越えてどのように改善されるかについては、更に複雑であり、システムの統合が効果的であるが、現実的には実施は難しい。

不公正な、誤解を招くおそれのある、詐欺的な商行為

オンライン・モバイル決済に関係する不公正な、誤解を招くおそれのある、詐欺的な商行為は、国内において、又は、国境を越えて、更に広範囲に消費者に被害をもたらす、消費者の信頼を損なう可能性がある問題である。

オンライン・モバイル取引は、従来の小売店での取引と異なる場合がある。すなわち、i) 消費者は通常、業者の身元や健全性を確認することができない、ii) 消費者は通常、購入前に製品の現物を確認することができない、iii) オンライン商取引やモバイル商取引の締結は素早く行われるが、消費者は必ずしも、取引の締結前に、条件を理解・承諾し、十分に検討できる状況にあるとは限らない。とりわけ、関与する業者が遠く離れていて、これまでの実績がない場合、特定種類のオンライン・モバイル取引において、不公正な、誤解を招くおそれのある詐欺的慣行に遭遇する機会が増えたり、リスクが高くなることもある。注意しなければならないことは、近距離通信（NFC）技術を利用したモバイル機器は、従来の小売の場で購入される製品の決済にも利用されており、この問題が全てのモバイル決済に当てはまらないことである。

こうした決済に関する状況に関係なく、詐欺に対する保護責任は、決済サービス提供事業者と販売事業者で分担することが総意となっている。とりわけ、後者は自らの電子商取引のシステムが適正で透明性が高く安全であることを保証しなければならない。保護を強化するツールを設けることを提案する利害関係者もいる。これには、消費者が注文した製品を受け取った場合に限り決済が処理されるエスクロー口座も含まれる。この他、消費者の信頼を得るためには、効果的な紛争解決手続及び前述の悪質業者に対する強力な取組が大きく寄与する。これに関し、例えば、詐欺の場合に消費者の責任を制限する規則を施行するなど、既に対策を講じている国もある。

紛争解決及び救済

決済取引に多様な当事者が関与していることが、問題が発生した場合に消費者が救済を求めるべき者について理解することを難しくしている。

利害関係者は、決済取引に関与する決済サービス提供事業者、販売事業者その他の当事者が協力して、決済取引を巡る問題が発生した場合に、消費者が連絡すべき相手及び問題となっている製品やサービスを購入したり利用する場合に消費者が連絡すべき相手に関する明確かつ完全な情報を提供することを提案している。

利害関係者の協議において、決済サービス提供事業者が販売事業者やその他の利害関係者と連携して、効果的な紛争解決・救済システムの構築に取り組むことが提案された。

その他の問題

多くの消費者は、決済システムの安全性に対する不安から、オンライン・モバイル決済の仕組みを介した電子商取引に参加することを躊躇している。

消費者の安全性に対する不安は、メリットがあるか否かにかかわらず、オンライン・モバイル活動を妨げていると見られる。事業者が安全性を確保するために講ずる措置に対する認識を高めることは、財務情報や個人情報が増え損なわれることを避けるために、消費者が何を行えばよいかについて知識を高めるために行われる教育と同様に、誤解を解く効果がある。発生するセキュリティリスクに、より適切に対応できるよう、関連する教育プログラムは販売事業者と協力して取り組む必要があると提言する利害関係者もいる。技術的な見地から問題に対処するために引き続き取り組むべきことは多々ある。これらには、SMS を通じてユーザーに送られる無作為な番号を作るセキュリティキー、ユーザーの ID やパスワードに接続するトークン信号、決済提供事業者から受け取った電子メールが本物か否かを判断するためにダウンロードする電子メール識別・認証アプリケーション等がある。

利害関係者は、オンライン・モバイル決済システムが、被害を受けやすく、社会的に弱い立場にある消費者（特に子供）に引き起こす問題を懸念している。

主な不安の一つは、デジタル環境における子供の活動に対する親の不安である。国によっては、子供によるスマートフォンの利用が急増しており、彼らがコンピューターよりスマートフォンの使用を好んでいることが分かる。これは、子供が必ずしも理解しているとは限らない決済の問題に子供をさらすことになる。最近メディアで広く報道される多数のエピソードは、子供が、親の認識や承諾なしに、モバイル機器を利用して高額な取引に容易に関与していることを示している。モバイル機器の高度化、機能の拡充、増大する複雑性は、子供がモバイル機器を使って行えること（例えば、クレジットカードなしで購入したバーチャル製品やサービスに対する支払等）を、親が知らなかったり、把握できない要因となっている。しかしながら、関連技術の革新や市場の拡大を考慮すると、年齢確認技術や支払限度額といった解決策では十分とはいえない。

さらに、全般的には、特に詐欺的商行為の影響を受けやすく、決済の仕組みを十分に理解できない可能性のある高齢者や、一部の社会的集団等の被害を受けやすく社会的弱い立場にある消費者を保護し、教育する必要性が認識されている。

相互に運用できないこともある様々な決済手段やプラットフォームが、国内に及び国境を越えて設置されている。このことがオンライン・モバイル取引への消費者の参加を妨げている可能性がある。

国によっては、技術面又は商業上の理由から、一部の決済手段が販売事業者を受け入れられていない。例えば、ある国に居住する消費者が決済カードを使って別の国の販売事業者から製品を購入できないなど、国際的には問題は更に困難になる。

参考文献

- Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) (2010), *Online shopping - When Things Go Wrong*, www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/268478, accessed on 6 January 2011.
- Bank of Finland (2003), *Card, Internet and Mobile Payments in Finland*, Financial Markets Department, March 2003, <http://129.3.20.41/eps/dev/papers/0405/0405004.pdf>.
- Bank of Japan (2009), *Developments in Electronic Money in Japan during Fiscal 2008*, Payments and Settlement Systems Department, 24 August 2009, at: www.boj.or.jp/en/type/ronbun/ron/research07/data/ron0908b.pdf.
- BBA (British Bankers' Association) (UK) (2008), *UK Banking Code*, March 2008, www.bba.org.uk/content/1/c6/01/30/85/Banking_Code_2008.pdf.
- BILETA (2002), *Enhancing Consumer Confidence in Electronic Commerce: Consumer Protection in Electronic Payments*, 17th BILETA Annual Conference, at: www.bileta.ac.uk/Document%20Library/1/Enhancing%20Consumer%20Confidence%20in%20Electronic%20Commerce%20-%20Consumer%20Protection%20in%20Electronic%20Payments.pdf.
- Bin Tang - YeePay CEO (2009), *Innovations in China's e-Payment Market*, November 2009, at: http://iis-db.stanford.edu/docs/189/epayment_bin_tang.pdf.
- Capgemini (2010), *World Payment Report 2010*, 19 October 2010, www.fr.capgemini.com/ressources/publications/le-world-payment-report-2010/.
- China Daily (2010), *Third Party Payments Regulated*, 22 June 2010, www.chinadaily.com.cn/bizchina/2010-06/22/content_10001206.htm.
- CISCO (2008), *Consumer Online Shopping and Payment Experience Shape In-store Expectations*, Cisco Internet Business Solutions (IBSG) Primary Research, September 2008, at: www.aboutcisco.biz/web/strategy/docs/finance/ConnectedPaymentsExecSummary_092208.pdf.
- Credit Union Times (2010), *Additional Consumer Protection Strategy is Launched by Visa*, 12 May 2010, www.cutimes.com/Issues/2010/May-12-2010/Pages/Additional--Consumer-Protection-Strategy-Is-Launched-by-Visa.aspx.
- Consumer Focus (2009), *Pocket Shopping*, Consumer Focus, December 2009, at: www.consumerfocus.org.uk/assets/1/files/2009/06/Pocketshopping.pdf.
- Court of Justice of the European Union (CJEU) (2010), *Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV v. Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH*, Case C-511/08, in Official Journal of the European Union C 148, dated 5 June 2010, p. 6, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:148:0006:0007:EN:PDF>.

CSN (Consumer Sentinel Network) (2010), *Data Book for January-December 2009*, US Federal Trade Commission, February 2010, www.ftc.gov/sentinel/reports/sentinel-annual-reports/sentinel-cy2009.pdf.

CyberSource (2010), *Online Fraud Report*, 11th Annual Edition, 2010, <http://forms.cybersource.com/forms/FraudReport2010NACYBSwwwQ109>.

Directive 2000/31/EC of the European Parliament and the Council on Certain Legal Aspects of Information Society Services, in particular Electronic Commerce, in the Internal Market (E-commerce Directive), 8 June 2000, Brussels, Belgium, Official Journal (OJ) L 178, p. 1-16, 17 July 2000, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EN:NOT>.

Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council on Payment Services in the Internal Market (PSD), 13 November 2007, Brussels, Belgium, OJ L 319, p. 1-36, 5 December 2007, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:319:0001:01:EN:HTML>.

Directive 2009/110/EC of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 on the taking up, pursuit and prudential supervision of the business of electronic money institutions (E-money Directive), Brussels, Belgium, OJ L 267, 10 October 2009, p. 7-17, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:267:0007:0017:EN:PDF>.

Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council, 25 October 2011 on Consumer Rights (Directive on consumer rights), Brussels, Belgium, Official Journal of the European Union L 304/64, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0064:0088:EN:PDF>.

Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act (Dodd-Frank Act), Public Law 111-203, H. R. 4173, Washington, D.C., United States of America, 21 July 2010, www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-111publ203/pdf/PLAW-111publ203.pdf.

EC (European Commission) (2007), *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee, the European Central Bank and Europol - A new EU Action Plan 2004-2007 to Prevent Fraud on Non-Cash Means of Payment*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004DC0679:EN:NOT>.

EC (2008a), *Key Challenges for Consumer Policy in the Digital Age, Roundtable on Digital Issues*, Speech by Meglena Kuneva, London, 20 June 2008, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/08/347>.

EC (2008b), *Report on Fraud regarding Non-Cash Means of Payments in the EU: the Implementation of the 2004-2007 EU Action Plan*, Commission Staff Working Document, SEC(2008)511, Brussels, 22 April 2008, http://ec.europa.eu/internal_market/payments/docs/fraud/implementation_report_en.pdf.

EC (2011), Preliminary findings from a *Market Study on the Functioning of E-commerce in Goods*, presentation provided at the OECD *Workshop on Consumer Protection in Online and Mobile Payments*, held on 15 April 2011 at the OECD in Paris.

EC (2012a), *Green Paper Towards an Integrated European Market for Card, Internet and Mobile Payments*, Brussels, 11 January 2012, COM(2011)941 final, http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2012/cim/com_2011_941_en.pdf.

- EC (2012b), *Commission Communication to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, A Coherent Framework for Building Trust in the Digital Single Market for E-commerce and Online Services*, Brussels, January 2012, COM(2011)942, http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/docs/communication2012/COM2011_942_en.pdf.
- ECC-Net (European Consumer Centre Network) (2008), *The European Online Marketplace: Consumer Complaints 2007*, May 2008, http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/docs/ECC_E-commerce_report.pdf.
- E-commerce News (2010), *Report Finds Disconnect Between Alternative Payment Preferences and Offerings*, 22 October 2010, <http://ecommercejunkie.com/2010/10/22/report-finds-disconnect-between-alternative-payment-preferences-and-offerings/>.
- European E-Commerce and Mail Order Association (EMOTA) (2010), *Trustmark Schemes Across Europe*, www.emota.eu/consumer-trust.html.
- EPC (European Payments Council) (2010a), *White Paper on Mobile Payments*, 1st Edition, 18 June 2010, Brussels, www.europeanpaymentscouncil.eu/documents/EPC492-09%20White%20Paper%20Mobile%20Payments%20version%202.0%20finalrev.pdf.
- EPC (2010b), *Driving Forward the SEPA Vision*, Annual Report 2009, www.europeanpaymentscouncil.eu/documents/EPC050-10%20EPC%20Annual%20Report%20v%201.0%20final.pdf.
- EPC (2011), *Mobile Contactless SEPA Card Payments Interoperability Implementation Guidelines*, 16 November 2011, Brussels, EPC Secretariat, www.europeanpaymentscouncil.eu/knowledge_bank_download.cfm?file=EPC178-10 v2.0 Mobile Contactless SEPA Card Payments Interoperability Implementation Guidelines.pdf.
- Facebook (2009), *Spare Change*, frequently asked questions, <http://apps.facebook.com/sparechange/buyerFAQ.action?page=buyerFAQ>, accessed on 6 January 2011.
- KPMG (2007), *Mobile Payments in Asia Pacific*, 2007, www.kpmginsiders.com/pdf/Mobile_payments.pdf.
- Federal Reserve Bank of Boston (FRBB) (2010a), *Mobile Payments in the United States at Retail Point of Sale: Current Market and Future Prospects*, 17 May 2010, Marianne Crowe, Marc Rysman, and Joanna Stavins, www.pymnts.com/mobile-payments-in-the-united-states-at-retail-point-of-sale-current-market-and-future-prospects/?hpb.
- FRBB (2010b), *The Mobile Payment Landscape*, presentation by Marianne Crowe, 23 February 2010, www.bosfed.org/economic/cprc/presentations/2010/Crowe022310.pdf.
- FATF (Financial Action Task Force) (2006), *Report on New Payment Methods*, 13 October 2006, OECD, Paris, www.fatf-gafi.org/dataoecd/30/47/37627240.pdf.
- FATF (2008), *Money Laundering and Terrorist Financing Vulnerabilities of Commercial Websites and Internet Payment Systems*, 18 June 2008, OECD, Paris, www.oecd.org/dataoecd/57/21/40997818.pdf.
- FeliCa (2010), *A Message from our President*, www.felicanetworks.co.jp/en/company/message.html.

- Forrester Research (2009), *Western European Online Retail and Travel forecast 2008-2014*, March 2009, referred to by *Les Echos*, 12 June 2009, www.lesechos.fr/medias/2009/0612//300355565.pdf.
- Forrester Research (2010), *US Consumers Continue To Show Limited Interest in Mobile Payments*, 20 October 2010, www.internetretailer.com/2010/10/20/consumers-are-mobile-companies-still-have-catching-do.
- FCC (Federal Communications Commission (US) (2011), *FCC Proposes Rules to help Consumers Identify and Prevent "Mystery Fees" on Phone Bills, Known as "Cramming,"* news release, 12 July 2011, http://transition.fcc.gov/Daily_Releases/Daily_Business/2011/db0712/DOC-308351A1.pdf.
- FTC (Federal Trade Commission) (US) (2003), *A Consumer Guide to E-Payments*, March 2003, www.ftc.gov/bcp/edu/pubs/consumer/tech/tec01.shtm.
- FTC (2008), *"Free Software CD" Internet Operation Settles FTC Charges*, Press Release, 11 June 2008, www.ftc.gov/opa/2008/06/manay.shtm.
- Gigaom (2011), *Mobile payments worth \$670 billion by 2015*, by Ryan Kim, 5 July 2011, <http://gigaom.com/2011/07/05/mobile-payments-worth-670-billion-by-2015/>.
- GSM Association (GSMA) (2010), *New Report Predicts Explosive European Growth for Mobile Broadband*, 12 January 2010, www.gsmworld.com/newsroom/press-releases/2010/4549.htm.
- Innopay (2010), *Online Payments 2010, Increasingly a Global Game*, May 2010, www.innopay.com/index.php/plain/ezfileshop/download/8634/5D6E5FEC12426FC50C53C82A6EB03ECBCA18F4F2.
- Innopay (2011), *Mobile Payments 2012, My Mobile, My Wallet?*, September 2011, <http://www.innopay.com/publications/mobile-payments-2012-my-mobile-my-wallet>.
- Internet Retailer (2010a), *Credit Cards Are Losing Some Luster with Online Shoppers*, 19 February 2010, www.internetretailer.com/2010/02/19/credit-cards-are-losing-some-luster-with-online-shoppers.
- Internet Retailer (2010b), *Credit Card Rules Change*, 4 October 2010, www.internetretailer.com/2010/10/04/credit-card-rules-change.
- Internet Retailer (2010c), *US M-Commerce Sales to Hit \$2.4 Billion This Year, ABI Research Predicts*, 1 March 2010, www.internetretailer.com/2010/03/01/u-s-m-commerce-sales-to-hit-2-4-billion-this-year-abi-research.
- Internet Retailer (2010d), *U.K. Retailers Feel Ill-Prepared to Handle International Payments*, 8 July 2010, www.internetretailer.com/2010/07/08/uk-online-merchants-face-variety-payment-schemes.
- Javelin Research (2010), *Online Retail Payments Forecast 2010 – 2014*, February 2010, https://www.javelinstrategy.com/uploads/files/1005.P_OnlineRetailPaymentsForecastSampleReport.pdf.
- Juniper Research (2010), *Mobile Payment Transactions to Double in Value to 200 billion USD by 2012*, Press Release, 16 June 2010, www.juniperresearch.com/viewpressrelease.php?pr=190.
- M's Communicate (2010), *Denshi Money*, www.emscom.co.jp/report_detail_76.html (in Japanese only).

- MacCarthy, Mark & Hillebrand, Gail (2010), *Viewpoint: Mobile Payments Call For Clear Consumer Protections*, American Banker, 10 August 2010, http://www.americanbanker.com/issues/175_152/vp-hillebrand-mobile-protections-1023818-1.html.
- McAfee (2008), *Mobile Security Report 2008*, February 2008, www.mcafee.com/us/research/mobile_security_report_2008.html.
- Mallat, Niina (2007), *Exploring Consumer Adoption of Mobile Payments - A Qualitative Study*, Niina Mallat, Helsinki School of Economics, 2007, at: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1322013>.
- Marketwire (2010), *China's Digital Generations 2.0: Digital Media and Commerce Go Mainstream*, Boston Consulting Group report, 6 May 2010, at: www.marketwire.com/press-release/Explosive-Growth-Internet-Use-Is-Fundamentally-Changing-Chinas-Economy-Society-Says-1160501.htm.
- Microsoft (2009), *Mobile Payments, White Paper*, Microsoft, September 2009, at: www.microsoft.com/downloads/details.aspx?displaylang=en&FamilyID=9997243d-5f1b-405b-b0cb-f14ecd8566.
- Mobey Forum (2010), *Mobile Remote Payments General Guidelines for Ecosystems, White Paper*, June 2010, www.mobeyforum.org/files/Remote%20Payments%20White%20Paper%20FINAL.pdf.
- Mopay (2010), *Mopay Becomes the First Provider to Enable Mobile Payments for the Purchase of Physical Goods Around the Globe*, Press Release, 18 May 2010, http://mopay-inc.com/fileadmin/templates/mindmatics/images/pressreleases/en/20100518_PM_physical_goods.pdf.
- Morgan Stanley (2010), *Internet Trends*, presentation at the CM Summit, New York, 7 June 2010, www.morganstanley.com/institutional/techresearch/pdfs/MS_Internet_Trends_060710.pdf.
- New York Times (2010), *PayPal Hopes Open Platform Will Spur Innovation*, Claire Cain Miller, 21 October 2009, Web 2.0 Summit, San Francisco, at: <http://bits.blogs.nytimes.com/2009/10/21/paypal-hopes-open-platform-will-spur-innovation/>.
- NFC Times (2010), *Report: Japan's M-Payment Players Discover that Points Count*, 11 June 2010, www.nfctimes.com/news/report-japan-s-m-payment-players-discover-points-count.
- Nomura Research Institute (2010), *Denshi Money Ni Kansuru Aanketo Chosa*, August 26 2010, www.nri.co.jp/news/2010/100826.html (in Japanese only).
- Noone, Claire (2011), *Consumer Policy Challenges: Regulatory Frameworks*, presentation provided at the OECD Workshop on *Consumer Protection in Online and Mobile Payments* held on 15 April at the OECD in Paris.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (1998), *A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce*, Ottawa, Canada, SG/EC(98)14/FINAL [www.oilis.oecd.org/olis/1998doc.nsf/linkto/sg-ec\(98\)14-final](http://www.oilis.oecd.org/olis/1998doc.nsf/linkto/sg-ec(98)14-final).
- OECD (1999), *Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce*, OECD, Paris, 1999, www.oecd.org/dataoecd/18/13/34023235.pdf.
- OECD (2002), *Consumer Protection for Payment Cardholders [DSTI/CP(2001)3/FINAL]*, OECD, Paris, 2002, at: [www.oilis.oecd.org/olis/2001doc.nsf/LinkTo/NT0000099E/\\$FILE/JT00128255.PDF](http://www.oilis.oecd.org/olis/2001doc.nsf/LinkTo/NT0000099E/$FILE/JT00128255.PDF).

- OECD (2005), *Consumer Dispute Resolution and Redress in the Global Marketplace*, OECD, Paris, 2005, www.oecd.org/dataoecd/26/61/36456184.pdf.
- OECD (2006), *Online Payment Systems for E-commerce*, [DSTI/ICCP/IE(2004)18/FINAL], OECD, Paris, 2006, at: www.oecd.org/dataoecd/37/19/36736056.pdf.
- OECD (2007a), *OECD Policy Guidance and Recommendation on Electronic Authentication*, OECD, Paris, June 2007, www.oecd.org/dataoecd/32/45/38921342.pdf.
- OECD (2007b), *OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress*, OECD, Paris, 2007, www.oecd.org/dataoecd/43/50/38960101.pdf.
- OECD (2007c), *Mobile Commerce*, OECD, Paris, 2007, www.oecd.org/dataoecd/22/52/38077227.pdf.
- OECD (2008a), *Scoping Paper on Online Identity Theft*, www.oecd.org/dataoecd/35/24/40644196.pdf.
- OECD (2008b), *Policy Guidance on Online Identity Theft*, OECD, Paris, 2008, www.oecd.org/dataoecd/49/39/40879136.pdf.
- OECD (2008c), *OECD Policy Guidance for Addressing Emerging Consumer Protection and Empowerment Issues in Mobile Commerce*, OECD, Paris, 2008, www.oecd.org/dataoecd/50/15/40879177.pdf.
- OECD (2008d), *The Role of Digital Identity Management in the Internet Economy: A Primer for Policy Makers*, OECD, Paris, 2008, <https://www.eid-stork.eu/dmdocuments/public/TheRoleOfeIDMInTheInternetEconomyJune2009.pdf>.
- OECD (2009a), *Conference on Empowering E-Consumers: Strengthening Consumer Protection in the Internet Economy, Background Report*, OECD, Paris, 2009, www.oecd.org/dataoecd/44/13/44047583.pdf.
- OECD (2009b), *Consumer Education, Policy Recommendations of the Committee on Consumer Policy*, OECD, Paris, October 2009, www.oecd.org/dataoecd/32/61/44110333.pdf.
- OECD (2010a), *Consumer Policy Toolkit*, OECD, Paris, July 2010, www.oecd.org/sti/consumer-policy/toolkit.
- OECD (2010b), *Empowering E-Consumers: Strengthening Consumer Protection in the Internet Economy, Summary of Key Points and Conclusions*, OECD, Paris, 2010, www.oecd.org/dataoecd/32/10/45061590.pdf.
- OECD (2010c), *The Role of Internet Intermediaries in Advancing Public Policy Objectives*, Workshop Summary, OECD, Paris, 2010, www.oecd.org/dataoecd/8/59/45997042.pdf.
- OECD (2011a), *The Protection of Children Online: Risks Faced by Children Online and Policies to Protect Them*, OECD, Paris, 2011, www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/5kgcjf71pl28.pdf?expires=1312971854&id=id&accname=guest&checksum=A6DFC0B52932638891E80E50EEEBE52B.
- OECD (2011b), *The Role of Internet Intermediaries in Advancing Public Policy Objectives*, OECD, Paris, 2011,

[www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP\(2010\)11/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP(2010)11/FINAL&docLanguage=En).

OECD (2011c), *OECD Guide to Measuring the Information Society 2011*, OECD, Paris, 2011, www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy/guide.

OECD (2011d), *Digital Identity Management for Natural Persons: Enabling Innovation and Trust in the Internet Economy, Guidance for Government Policy Makers*, OECD, Paris, 2011, www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/5kg1zqsm3pns.pdf?expires=1326713300&id=id&accname=guest&checksum=DAC8875B63BCBC385A6F62897698F741.

OFT (Office of Fair Trading) (2010a), *E-Consumer Protection, A Public Consultation on Proposals*, July 2010, www.oft.gov.uk/shared_of/consultations/eprotection/oft1252con.pdf.

OFT (2010b), *Attitudes to Online Markets*, report by FDS International for the OFT, August 2010, www.oft.gov.uk/shared_of/consultations/eprotection/oft1253.

OFT (2010c), *Investigation into an Online Retailer relating to Non-Delivery of Orders and Failure to Provide Refunds*, case closed in December 2009, www.oft.gov.uk/OFTwork/consumer-enforcement/consumer-enforcement-completed/shop4tek/.

Payments Council (UK) (2010), *The Way We Pay 2010*, www.paymentscouncil.org.uk/files/payments_council/the_way_we_pay_2010_final.pdf.

Payments Administration (UK) (2010), *Card Fraud Facts and Figures*, www.ukpayments.org.uk/resources_publications/key_facts_and_figures/card_fraud_facts_and_figures/.

PayPal (2010), *User Agreement*, 2010, https://cms.paypal.com/us/cgi-bin/marketingweb?cmd=_render-content&fli=true&content_ID=ua/BuyerProtComp_full&locale.x=en_US.

Report Linker (2010), *China Mobile Payment Survey Report, 2010*, www.reportlinker.com/p0318794/China-Mobile-Payment-Survey-Report.html.

Senate (US) (2009), *Aggressive Sales Tactics on the Internet and their Impact on American Consumers*, Committee on Commerce, Science and Transportation, Staff Report for Chairman Rockefeller, 16 November 2009, http://commerce.senate.gov/public/?a=Files.Serve&File_id=594bd7e1-c14b-42ac-b473-0ef90330efea.

The Paypers (2010a), *Mopay Enables Mobile Payments for the Purchase of Physical Goods*, 19 May 2010, www.thepayers.com/news/mobile-payments/mopay-enables-mobile-payments-for-the-purchase-of-physical-goods/741247-16.

The Paypers (2010b), *Virtual Goods: the Next Big Opportunity in the US?*, Vol. 3, Issue 11, 7 June 2010,.

The Paypers (2010c), *Alipay Reaches 500 Million User Milestone*, 26 November 2010, www.thepayers.com/news/online-payments/alipay-reaches-500-million-user-milestone/742633-3.

The Paypers (2010d), *Mobile Payments Surge in China*, 31 May 2010, www.thepayers.com/news/mobile-payments/mobile-payments-surge-in-china/741312-16.

- The Paypers (2010e), *Russian Government Approves E-Payment Bill*, 19 November 2010, www.thepayers.com/news/online-payments/russian-government-approves-e-payment-bill/742567-3.
- Ramezani, Elham (2008), *Mobile Payment*, June 2008, <http://webuser.hs-furtwangen.de/~heindl/ebte-08-ss-mobile-payment-Ramezani.pdf>.
- Roth, Daniel (2010), *The Future of Money, It's Flexible*, wired.com, 31 May 2010, www.wired.com/magazine/2010/02/ff_futureofmoney/all/1.
- Sage (UK) (2009), *68% of Online Retailers Admit Payment Fraud Threatens Business Growth*, 19 May 2009, www.sage.co.uk/press_office/payment_fraud.aspx.
- Simon Fraser University (2006), *Privacy Rights and Prepaid Communication Services: A Survey of Prepaid Mobile Phone Regulation and Registration Policies among OECD Member States*, Research report for the office of the privacy commissioner of Canada, March 2006, <http://www.sfu.ca/cprost/prepaid/docs/Gow-PrivacyRightsAndPrepaidCommunicationServices.pdf>.
- TACD (Trans Atlantic Consumer Dialogue) (2009), *Resolution on E-commerce*, December 2009, http://tacd.org/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=260&Itemid.
- UNCITRAL (United Nations Commission on International Trade law) (2010a), *Possible future work on online dispute resolution in cross-border electronic commerce transactions*, Note by the Secretariat, Forty-third session, New York, 21 June-9 July 2010, www.underhills.us/Docs/PDFS/UNCITRAL-Possible_future_work_online_dispute_resolution_in_cross-border_e-commerce.pdf.
- UNCITRAL (2010b), *Report of Working Group III (Online Dispute Resolution) on the work of its twenty-second session (Vienna, 13-17 December 2010)*, <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/V11/801/48/PDF/V1180148.pdf?OpenElement>.
- UNCITRAL (2011), *Report of Working Group III (Online Dispute Resolution) on the Work of its Twenty-Third Session*, New York, 23-27 May 2011, <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/V11/834/61/PDF/V1183461.pdf?OpenElement>.
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) (2009), *Information Economy Report 2009*, New York and Geneva 2009, http://unctad.org/en/docs/ier2009_en.pdf.
- Virtual Goods News (2010), *Boku Takes \$25M Series C Round*, 19 January 2010, www.virtualgoodsnews.com/2010/01/boku-takes-25m-series-c-round.html.
- Visa Europe (2009), *Annual Report 2009*, www.visaeurope.com/en/about_us/annual_report.aspx.