

インターネット消費者取引連絡会（第 38 回）議事要旨

1. 日時：令和 2 年 9 月 30 日（水） 14 時～16 時

2. 場所：Web 開催

3. 出席者：別紙参照

4. 議題：クラウドファンディング（購入型）

（1）発表

（2）意見交換

（3）その他

5. 議事概要：

（1）について

- ・ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 五味様から「クラウドファンディング（購入型）の動向整理」（資料 1）について説明。
- ・ 独立行政法人国民生活センター 玉木様から「国民生活センター 報告資料」（資料 2）について説明。
- ・ 一般社団法人日本クラウドファンディング協会 南様から「日本クラウドファンディング協会概要」（資料 3-1）、「クラウドファンディング市場調査報告書」（資料 3-2）について説明。
- ・ 株式会社マクアケ 千葉様から「株式会社マクアケの取り組みについて」（資料 4）について説明。
- ・ READYFOR 株式会社 草原様から「「READYFOR」の取組みについて」（資料 5）について説明。

（2）について

（1）の発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

- ・ 海外のプロジェクト実行者の商品でトラブルになったときに、相手方があまり日本語がうまくなくて意志疎通が図れなかったり、最後は連絡が取れなくなってしまうというようなことだと、当事者で解決するといっても非常に難しいケースもある。特に購入型というものになると、例えば通販みたいなものと違って予約販売に近いものだと思われ、そうするとやはり履行がされないとか、履行が遅れるといったようなことが当然のリスクとしては発生するかと思うので、そういった関連のトラブルが発生しているということは何となく理解はできるところで、やはり相手と連絡が取れなくなってしまうとか、サービスがきちんと提供されていませんとか、提供が遅れているといったときに、プラットフォームに問い合わせをされる方もすごくいた。資料 1 の調査結果を見ても、一定数のトラブルが発生していて、特に 20

代は結構な割合で、4割ぐらいトラブルが発生していて、全体を見ても2割ぐらいはトラブルが発生しており、プラットフォームに問い合わせをしてもなかなか対応してもらえないというようなことが事例にもあったように、そういったところは共感しているところ。先ほどの発表では、実際に問い合わせがあったときは色々と調整をするというような説明を頂いたが、プラットフォームにそういった利用者の方からお問い合わせがあったときに具体的にどのような対応をしているのか、また協会においては、そういうときにどのようにプラットフォームが対応したら望ましいのかということをお伺いしたい。

- ・ まず、問い合わせが来たときの対応については、実行者への引き続きの連絡というのを促す対応はしている。一方で、それだけではなく、事業者側としても当然実行者側に対してアプローチはしている。連絡がつかない場合とかもあるので、その場合は書面送付であったり、しかるべき対応はしている。
- ・ 実際に本当に連絡が取れないようなことはあるのか。
- ・ 100%ないとは言えないが、ほとんど取れてはいる。ただ、実行者においてその後どういうアクションをしてもらえるかというところまではなかなかコントロールしづらい部分も正直あり、実行者から事業者に対しては回答をもらえているが、それをちゃんと支援者にお伝えしてくださいというところを伝えても、なかなかそこまで履行されない場合がしばしばあるという形になっている。
- ・ そうすると、結構書き込みとかに悪評が出たりすると思うが、そういった場合はどうするのか。
- ・ 基本的にはそれもお客様の声という形にはなっており、しっかりとそれに説明してくださいというようなアプローチはしている。
- ・ 一般にリターンの遅延に関しては、実行者から相談が届く場合と、支援者から遅延しているというある意味通報のようなものが届く場合がある。実行者から連絡が届く場合というのは、ちゃんと誠意を持って説明することがその後の支援者の理解を得るためには重要だということを丁寧に伝えて、新着情報という機能もあり、そこを通じて、遅延のおわびと今後の方針について説明を行ってほしいということをお願いしている。あるいは、遅延の程度が大きい場合には、義務違反になってしまうから返金するということを伝えてほしいとお願いする対応を取っている。また、支援者から連絡があった場合には、まずは実行者に聞きますということで、実行者に話を聞いて、遅延しているのには事情があるという場合には、しっかりと説明をし

てほしいということで説明をしてもらい、支援者の方で個別に返金を希望する場合には、返金の履行まで責任を持って、銀行口座を聞いて、それを実行者に伝えて、返金をしてもらうというところまでサポートするというをやっている。

- ・ 実行者においてプロジェクトの実行やリターンの提供を行えないというのも、多くの場合は何らかの事情の変動によって困難になったというケースかと思っているが、そういった場合でも、支援者の方への申し訳が立たないというお気持ちからか、残念ながら連絡がつきにくい場合も一部存在することは否定できない。連絡がつかない以上は、事業者としても書面を送るとか、法的対応を検討せざるを得ない場合もあり、このような方針について支援者にお伝えする場合もある。
- ・ 協会に利用者から問い合わせがあった場合は、事業者に、こういった問い合わせが協会にあったということを伝えるようにしている。支援者に対する対応方法は各事業者の考え方にもよるのかと思うが、協会のガイドライン上は実行者の身分確認をするというところまで定めており、どこの誰かわからないというようなことにはプラットフォーマーの方でならないようにすることが大切だと考えている。協会としては、業界全体の発展、安心安全にクラウドファンディングを使っていただくために、さきほど事業者より説明があったように、プラットフォーマーの方で問い合わせを頂いた点については真摯に対応するということができるだけ広めていく活動をしていければと考えている。
- ・ クラウドファンディング自体はリスクが介在するということが前提なので、一般の商品購入とは違う位置づけを作っていかなければいけないのかと思う。そういった意味で、取引条件を明確にするというのは重要だが、クラウドファンディングというものの文化、リスクがありつつ、新しいことを可能にするというところを、世の中にきちんと文化を作っていくといった活動を進めていただければ良いかと思った。その中で、パラドックスになってしまうが、当然ユーザーの安心安全というところでいうと、補償とか保険とか返金というのはあるべきだと思うが、あまりこれを前面に立てると、当然リスクを介在しつつ色々なチャレンジを有効にしていこうというクラウドファンディングの趣旨に反するようになってくるかと思う。逆に補償とかを前面に立てると、ユーザーにとってはそれが履行されないという一般の商取引との関係での不満というのも高まってくるのかというところがちょっと悩ましいと思う。
- ・ 携帯電話の事業者間でよくあるが、携帯電話の支払いが遅延した人たちをキャリア

同士でブラックリスト管理みたいなものを行い、被害が広がらないようにするとかをやっているが、協会として何かこういうブラックリスト管理みたいなものを今やっているのか、あるいは取り組もうとしているのかどうかということについて伺いたい。

- ・ ブラックリスト管理のようなことは今協会では行っていない。
- ・ 協会の方でもブラックリストの管理というのは過去議論をされたことがあったと承知しており、その必要性については事業者間では一定の理解はあるのかなと思っている。他方で、やはり個人情報の扱いにはなり、またセンシティブな情報でもあるので、どうやっていくかという具体的な方針についてはまだ詳細は決まっていないという状況であり、やるかどうかも含めて検討中という段階かと承知している。
- ・ 今日話を聞いたものに関しては、思っていたよりも随分管理が進んでおり感心した。その一方で、模倣した、偽物のようなクラウドファンディングのサイトというのが出てきたり、実際にはやらなければいけないことが多いにも関わらず、サイトそのものを立ち上げるのは比較的簡単なタイプであるということで、協会とかに入っていないようなもの、そういったものが全体のエコシステムそのものを崩しかねないというところで大きな脅威になると思うが、そういったものに対する対抗策というものは考えているのか。例えばシェアリングエコノミーでは認定のような仕組みをやっていると思うが、協会でもそういった考え方というのは検討されているのか。
- ・ そこは非常に大きな問題だと思っており、詐欺まがいのものがどんどん出てきてしまうと、どうしても業界全体のレピュテーションに関わり、クラウドファンディングというのは危ないという認識につながってしまう。現状、認定制度については協会では準備はしていない状況だが、今後検討していくこともあるかと思う。
- ・ 協会員としての意見だが、協会に入っていることが安心安全の体制を作っているというブランド付けをしていこうという発想で運用されてきたという理解をしており、例えば加盟審査をするに当たってもガイドラインに従う体制があるかということを一箇一箇確認し、これであれば合格と言えるということで加入を認めるといった形でやっているという理解をしている。したがって、協会としては、加盟をしていることが安心安全の証拠になるということを目的としてやっているのかと思っている。そういった考えを前提に、例えばものづくり補助金の加点事由にクラウドファンディングの実績が採用されているが、協会に加盟しているプラットフォーマーでの実績に限って加点事由として扱われることになっており、事業者に対して協会に

入るインセンティブを設けつつ、入る以上は安心安全の体制を整備してサービスを運営してほしいということで業界全体の健全性を担保しようとしてきたものと理解している。

- ・ 発表にもあったように、適用法令としては特商法が適用されうるという話があるが、各事業者、実行者の審査の中で、特商法が適用されるということであると、先ほどの連絡の部分、要するに事業者としての会社名、住所、電話番号も表記する、電話番号は連絡が取れることが条件であるということが特商法上では規定されているので、審査の中で事業者に連絡が取れるということが条件になっていると思うが、その辺の認識はどうか。
- ・ まず実行者に連絡が取れる連絡先は確保している。ただ、特商法の表記としては、請求があり次第開示というスタンスを取っている。理由としては、その都度連絡先と連絡が取れるかどうかについては時間を追って変わってくる可能性があるので、そうした場合に適切な場所に連絡ができるような形で案内するために請求があり次第開示という方法を取っているが、基本的には連絡が取れることは確認している。
- ・ 支援者が連絡が取れるかどうかという点に関しても、連絡が取れる電話番号を認識している。特に遅延が発生しているものに関しては毎月連絡しており、その電話番号に実行者が出られるかどうかというところをしっかりと確認している。事業者からつながることはもちろんですが、サポーター、支援者においてもそちらの電話番号にかけていただければ原則はつながると理解をしている。
- ・ 特商法に関しては適用があり得ると、あえてあり得ると表現するが、あり得るということは当然承知をしており、その前提でのサービス上の運営を行っている。今、あり得るという含みのある表現で申し上げたのは、特商法上の販売業者等に該当するかどうかに関しては比較的案件ごとに違う可能性があるということがあり、それこそ、例えば家族の入院費用を集めたいという方がいて、その方がお礼の手紙をリターンに設定してお金を集めるといった場合もある。こういった場合だと、販売業者等に当たるという扱いでサービスを運営するというのも少し酷というか、あなたは特商法上の広告表示義務があるから住所とかをちゃんと開示してくださいというのはさすがに個人情報の扱いとして難しい面があると思っており、そういった抵抗感もあるだろうということから、特商法の法令に従って、請求を受けた場合には遅滞なく販売業者等に関しては開示をするという対応をしている。そこについては、実行者にもその義務があり得る以上は請求があったらきちんと対しますというこ

とはお伝えして、現にそういった開示をすることもあるという状況になっている。

- ・ これは難しいと思うが、先ほどガイドラインとか事業者の取組の中にもあったプロジェクトとリターンの実現可能性の合理的な判断というところだが、こういったポイントでやられているかというところを全部説明するのは大変だと思うが、考え方やポイントについて少し紹介いただければと思う。
- ・ 大まかな考え方としては、物の場合はサンプルがあるかどうかというところが大きなポイントだと思っている。あとは、飲食店とかに関してはちゃんと物件契約書があったり、そういった形のエビデンスを間接的に積み重ねていって、これだけエビデンスがあるということはやる意志が強いであろうというところで、客観的な証拠を積み重ねることで実現性のところは確認している。
- ・ 審査の観点には主に3つあり、まず適格性というところで、やはり実現可能性があるとしても、お金を集めてやるということが社会通念上良くないのではないかというものもあるので、そういった適格性の審査をまず基準を持ってやっている。この点、特に医療・健康に関するものについてはかなり子細な基準を設けて判断をしている。2点目が適法性、3点目が実現可能性であり、適法性に関しては、プロジェクトやリターンが法令に適合しているかのほか、適用される許認可等について取得状況をヒアリングすることをしている。例えば飲食店を出すのであれば、食品衛生上許認可が要るのではないかということは想像できるので、そういった許認可の要否と、あとは取得の状況について確認するということをしている。実現可能性に関しては、これはもうプロジェクトごとによるが、一般的には準備の状況であるとか、お金の見積りが済んでいるとか、プロジェクトを実行する場合に必要なことを特定して、考えて、もろもろ検討、準備を進めていますかということが大きく言えば重要な点かと思っている。また固有のリスクがあり得る場合、例えばこのプロジェクトは騒音が発生するから近隣との関係が重要ではないかということがあれば、それは近隣との関係はどうですかと聞くとか、そういった特別の対応もヒアリングをしているという状況。
- ・ よくあるのが法令遵守ということで、法令の条文に適合するかどうかにこだわり過ぎるという傾向が日本企業にはあるが、先ほど聞いたように、社会通念上の適格性というのは、こういう新しいサービスには重要ではないかと思う。まさしくここが、一般的に言われている Accountability で求められている要件かと思う。英語で言うと Liability というのは法令遵守で、全般的な、社会とか様々な関係性との適合

性といったところは Accountability として重要な部分ではないかと思う。よくあるのは、社会的な公正よりも法律の準拠にのみこだわるのはまずいのではないかと。新しいサービスであるクラウドファンディングの法令は、Law Lag といいますか、整備が大体遅れてくると思う。業界のトップの方は Accountability というか、社会通念上の適格性というものを考えて、企業としてどう考えるか。何かが起きたときに、それをきちんと説明すれば、多少法例上の問題があったとしても社会は受け入れる余地はあるのかと個人的には思っており、逆にそこら辺の部分を重視して進めていただければ良いかと思う。

- ・ やはり新しいサービスというのは消費者側の理解がなかなか進んでいない分野というのも多々あるので、協会が消費者向けに注意喚起のような形をしていただけると、例えばこういうクラウドファンディングの案件は要注意だとか、こんなトラブルがあるから注意したほうが良いといった情報発信をホームページでも行っただけだと、業界団体としても、会員に、このページを見て、皆さんがブログで紹介するときに、こういった案件は取り次がないようにしようという参考資料としても活用できるので、可能であればそういった消費者であったり、クラウドファンディングをこれから使う方向けの注意・ポイントみたいなものを公表いただけると非常にありがたいと思う。
- ・ 協会としては、これまでに市場調査の報告や、事業者に向けて事業者間の取組を共有等はさせていただいている。消費者に向けての注意喚起については、ホームページなどで表示しているわけではないので検討させていただきたいと思う。

以上

(別紙)

第 38 回インターネット消費者取引連絡会出席者一覧（敬称略）

令和 2 年 9 月 30 日

○消費者庁

ないとう 内藤	しげお 茂雄	消費者政策課	課長
あらかき 新垣	かずあき 和紀	消費者政策課	課長補佐
うえだ 上田	しゅんじ 駿吏	消費者政策課	主査

○関係行政機関（国・地方）

まつい 松井	ゆうこ 佑子	東京都 生活文化局 消費生活部 取引指導課	課長代理（表示指導担当）
おがみ 小神	ちかこ 知 夏子	経済産業省 商務・サービスグループ 消費経済企画室	室長補佐

○事業者団体

いしかわ 石川	やすひろ 康博	公益社団法人 日本通信販売協会 消費者相談室	室長
きしはら 岸原	たかまさ 孝 昌	一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム	専務理事
てらだ 寺田	しんじ 眞 治	一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム	常務理事 CP 委員会 消費者担当
かさい 笠井	ほくと 北斗	一般社団法人 日本アフィリエイト協議会	代表理事

○消費者相談関係団体等

はらだ 原田	ゆり 由里	一般社団法人 EC ネットワーク	理事
-----------	----------	------------------	----

○オブザーバー

ごみ 五味	たかし 崇	三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社	政策研究事業本部	主任 研究員
しらふじ 白藤	かおる 薫	三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社	政策研究事業本部	主任 研究員
えぎし 江 岸	しん 伸	三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社	政策研究事業本部	
たまき 玉木	ゆうすけ 祐 介	独立行政法人 国民生活センター	相談情報部	相談第 2 課
もりさわ 森澤	まきこ 槇子	独立行政法人 国民生活センター	相談情報部	相談第 2 課
やまがた 山縣	まり 麻里	独立行政法人 国民生活センター	相談情報部	相談第 2 課
みなみ 南	ちか 知果	一般社団法人 日本クラウドファンディング協会		
ちば 千葉	だいご 大 吾	株式会社マクアケ	経営管理本部	企業法務マネージャー
くさはら 草原	あつお 敦夫	READYFOR 株式会社	執行役員 CLO	