

インターネット消費者取引連絡会（第47回）議事要旨

1. 日 時：令和4年12月23日（金） 16時～18時

2. 場 所：Web会議

3. 出席者：別紙参照

4. 議 題：クリエイターエコノミー関連サービス

（1）発表

（2）意見交換

（3）その他

5. 議事概要

（1）上記4（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、谷口様から「クリエイターエコノミー関連サービスの動向整理」（資料1）について説明。

消費者庁新未来創造戦略本部から「消費生活相談の動向について」（資料2）について説明。

株式会社CAMPFIRE 篠原様から「株式会社CAMPFIRE 説明資料」（資料3）について説明。

note株式会社 浅井様から「note株式会社 説明資料」（資料4）について説明。

株式会社Sozi 宮村様から「株式会社Sozi 説明資料」（資料5）について説明。

株式会社Voicy 長谷部様から「株式会社Voicy 説明資料」（資料6）について説明。

（2）上記4（2）について

発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

- ・ 説明をお聞きし、善意で人とつながるということから生まれたサービスだと思った。2019年からの投げ銭に関するトラブル事例を自分なりに調べたところ大きく6つの特徴があった。トップは未成年の投げ銭によるトラブルで、事例として非常に多かった。2つ目は、配信者契約に関するトラブルで、還元金が入金されないとか、退会後の違約金等の縛りがあって困るという相談。3つ目は、投げ銭した相手が退会してしまい返金してほしいという相談。4つ目は、投げ銭にはまってしまった、または間違えて高額な金額を投げ銭してしまったという相談。5つ目は、投げ銭を介したもうけ話があるという詐欺的な事例や情報商材に関する相談。6つ目は、意見的な内容で、例えば規制のない海外業者を取り締まってほしいとか、投げ銭目当てで公序良俗に反

するような動画配信をしている人がいる、サクラとして投げ銭を頼まれてしまった、などであった。

- ・ 投げ銭に関して未成年者が登録できるのかどうか、どの程度まで許容されているのかなど、縛りの有無はあるのか。未成年者取消しをした場合の対処としては、事業者として配信者から返金をさせるのか。また、会員登録時などに事前審査をしているものの、配信者がやむなくアカウント停止または退場となる割合や頻度について差し支えない範囲で教えていただきたい。
- ・ CAMPFIRE においては、事業内容として「投げ銭」といった機能は有していないが、未成年者に対する取組として、基本的にプロジェクトの起案などは、必ず親権者の同意を必要事項とし、親権者の連絡先の記載や、プロジェクトオーナーとしての登録を依頼している。これまでのところ、未成年者であるがためのトラブルはあまりない。特に10代のユーザー数は少ないので、クラウドファンディングにおける未成年者トラブル自体も多くはないと認識している。また、アカウント停止まで行くようなトラブルはかなり重大なものと捉えているため、具体的な実数を出すのは控えるが、かなり少ない。
- ・ note においては、「投げ銭」サービスは運営していないが、未成年者が有料記事を販売する際には、規約で親権者の了解を必須としている。また、アカウント停止まで至る件数というのは非常に少ない。
- ・ Sozi においては、未成年者という観点で、クリエイター登録に関しては親権者の同意を必須事項としている。ライブ配信プラットフォームを運営しているわけではないが、これまで未成年者のトラブルは一切なかったというのが事実である。申告内容によるが、仮に、未成年者が親権者の同意なく課金などをした場合は返金対応をすることとしている。また、アカウント停止、利用停止に関してはほぼない。
- ・ Voicy においては、「投げ銭」のサービスはないが、未成年者ユーザーの利用に関しては、親権者、その他法定代理人の同意を得た上での登録を利用条件としている。未成年者については利用条件を満たした範囲内で課金をしていただくという機能を設けており、これまで未成年者における多重課金などのトラブル等は発生していない。また、アカウント停止等は、サービスを始めて6年間でほとんど起きていない。
- ・ クラウドファンディングは支援という観点では素晴らしい仕組みだと思っているが、ユーザー側からすると、支援という主旨と、単に割安で買える通信販売という感覚で利用している場合と二極化しているイメージがある。通信販売的な主旨で利用しているユーザーに対して、海外事業者とのトラブル事例がある。また、商品によっては、日本国内の認証マークをつけなければいけないという手間が発生し、プロジェクト実行が遅れクレームが発生したという事例がある。

- ・ 海外のプロジェクト実行者に対しての対処法などを伺いたい。また、相手国の状況によってどうしても致し方ない場合もあると思うが、そのようなときはフォローされるのか。
- ・ CAMPFIRE においては、国内とは異なり海外事業者に対して、各種証明書や、日本の資格、例えば PSE マークのような独特のルールがあるので、そういったものの取得の有無など、プロジェクト起案時にはかなり慎重に審査をしている。サポート体制の一つであるカスタマーサポートは、基本的に日本語での対応となるので、そのための機構を持っているかどうかなどの審査もあることから、ほとんどの海外事業者が代理店を通して起案を行なっている。
- ・ トラブルになりがちな要素をあらかじめ潰した上で、問題ないと確認した事業者のみと契約を結んでいるため、契約事業者は数的にも少なく、安全なルートで物が流通するように努めている。起案者とは常に連絡を取れる状況にある。海外・国内問わず、例えば、コロナ禍で物流が止まってしまうことや、台風で水害が起こった際にリターンの履行が遅れるケースはある。あらかじめ表記してあるお届け時期を過ぎる場合には、活動報告など、支援者に直接連絡するよう促している。
- ・ 例えば、違法性のないものに対して返金を要求してくるなど、ユーザー側のモラルハザードは起きないのか。クリエイターは様々なプラットフォームや、SNS、Twitter、Instagram などにも利用していると思うが、そちらに誘導していくユーザーについてのチェック機能の有無について伺いたい。また、一定以上の返金要求を繰り返すユーザーに対してペナルティーはあるのか。
- ・ note においては、一定の基準を設けて返金制度の濫用が起きないように仕組みにしている。クリエイターがほかの SNS などを利用して、そちらに誘導していることがあるかに関しては、そのこと自体は、特に問題があるとは考えていないので対処はしていない。
- ・ SNS、Twitter などを利用して様々な支援を受けるときに、「OFUSE」の仕組みの導入について以前お聞きした。例えば、「投げ銭」のような他のプラットフォームでも導入可能か教えていただきたい。
- ・ Sozi においては、他社のプラットフォームと提携し、「OFUSE」サービスを導入いただいている事例はある。
- ・ 配信者は事務所を経由して登録しているのか。また、事務所経由で登録すると手数料の割合が変わると聞いた。プラットフォームによって還元率などが違うように感じるが、実際に配信者は事務所経由で登録をしているのか。その場合、条件が変わるのか伺いたい。
- ・ Voicy においては、配信者登録について、事務所経由と本人の直接登録のどちらも

あるが、本人との直接交渉により進めるケースのほうが多い。現状ではトラブルが起き得るような配信者登録はなく、どちらかという文化人や芸能人の方々の登録が多いため、ご指摘のようなトラブルは起きにくいのではないかと考えている。また、配信者の登録は審査制なので、別プラットフォーム等でトラブルの起きそうな発信活動をされている方は登録できない。

- ・ 手数料率に関しては、事務所を経由した配信者登録に対しての優遇措置は設けておらず一律で案内している。多くの金額がプラットフォームに吸収されていることはない。配信者に多く還元することが文化を作ることだと思っている。
- ・ 資料3 (P. 15) において、支援者へのユーザー保証について8割が上限であるとのことであったが、なかなか全部8割のユーザー保証の適用とはいかないと思うのだが、どのような考え方でユーザー保証をされているのか。例えば、後からユーザーとの間で問題が起きるような場合もあると思うが、保証の割合を決めるときの考え方など、プロジェクト審査のポイントを差し支えない範囲で教えていただきたい。また、ユーザーやクラウドファンディングをしてくれた人に対して、後から誠意ある対応が取れるかどうかについて、どういう観点や基準でプロジェクト審査をされているのか。
- ・ 全ての事象に対して保証するのではなく、プロジェクトオーナー側の横領・拐帯、倒産などの事象があった場合に、一定の条件を設けて保険会社と共に審査を行っている。支援者と起案者の間に売買契約が成立しているビジネスモデルなので、起案者に対して履行の催促や誠意ある対応を求めることを第一にしている。トラブルが起きた場合には、調査や審査を行い、保証の適用を検討するというステップで進めている。
- ・ CAMPFIRE におけるプロジェクト審査の基準のひとつとして、実行の確実性を厳格に見ている。場合によっては、弊社から起案者に指摘したり、規約などをその都度改定したりしている。その他、発生したトラブルに対して事後的な予防策を取っているか等、トラブル防止の観点からも基本的な法律や公序良俗の範囲で細かく審査を行っている。
- ・ 資料6 (P. 16) において、外部広告は非表示であるとのことだが、これは SSP のような機能を全て持っていて、クローズドな媒体として広告配信をしているということなのか、もう少し具体的に教えていただきたい。
- ・ Voicy においては、そもそも広告の枠自体が全くないので、他のドメインに飛ばすようなバナーや広告枠を一切設けていない。弊社上のコンテンツ及びお知らせをするようなランディングページへの誘導しかない。
- ・ このビジネスモデルは CtoC、または BtoC のマーケットプレイスとかマッチングサービスといった仲介プラットフォームとしての性質が強いため、仲介プラットフォームとしての責任が発生し、取引の基本そのものについては、いわば売手と買手の契約

事項となる。売手側がかなり自由に契約の条件を設定することが可能になっており、トラブルの原因になっているが、事前審査を行っているのか。それとも事後に見ているのか。売手側が自分のページで、自身とは別の広告や異なる商品を販売できるかと思うが、何らかの対応を行っているのか。

- ・ CAMPFIRE においては、プロジェクトが世の中に出ていく前に、全件について事前審査を行っている。いわゆる商品やサービスにも禁則事項やルールがあるので、設定いただく各種リターンについて違反事項がないか事前審査の時点でチェックしている。
- ・ note は、表現のプラットフォームであり、事前審査は、検閲になってしまうため実施していない。ただし、トラブルが発生する前の段階でパトロールを実施し、規約違反などがあれば対応している。また通報や問合せがあった場合やトラブルが発生した場合についても、適切に対応している。月額制のサブスクリプションサービスについては、それぞれのクリエイターがリリースする前に提供内容の事前審査を行っている。また、広告はついていないサービスであるが、例えば、有料コンテンツ記事を販売する際に、記事の無料部分に書いてある有料部分の説明と有料部分の内容が全く違うというケースの場合、詐欺に該当することが明らかであれば適切に対処している。
- ・ Sozi のプラットフォーム上でクリエイターが販売するものとしては、ファンレターとメンバーシップがある。ファンレターに関しては、1文字2円でクリエイターに送るという条件がある。メンバーシップに関しては、提供の内容自体はクリエイター次第というところもあるが、物のリワードなどに関して設定しているクリエイターがほとんどいないため、これまでトラブルなどは発生していない。仮にトラブルが発生した場合は、事後に対応させていただくこととなる。
- ・ Voicy が提供するものは音声コンテンツが主になるため、様々な商品ラインナップを設けられるようなプラットフォームになっていないことから、違う商品が届くといった事例はない。コンテンツの確認に関しては、基本的には表現をするプラットフォームであることから、事前の検閲は行っておらず通報システムを設けている。通報に対してダブルチェックを行い、プラットフォームにおいて健全性の確保に努めている。また、他の商材や関係のないものについて広告・勧誘・営業行為をすることに関しては、規約で禁止することにより安全性を担保している。
- ・ 新しいモデルであるがゆえに、既存の法規制や業界慣習などと相いれない部分、不明確な部分などはあるか。また、法律との関係や、法律以外の部分でも何か課題があれば教えていただきたい。
- ・ CAMPFIRE においては、クラウドファンディングとは新しい挑戦、これまでになかったようなチャレンジを起案する方、それを支援したい方双方のプラットフォームであり、必ずリスクがつきものだと思っている。新しい概念のサービスが浸透する際に双

方の理解がどれだけ進むかに関しては、我々プラットフォームとして日々検討を重ねながらこれからも取り組んでいきたい。

- ・ 今のところ法律に関して直面している課題はないが、日本は、世界と比べると有料コンテンツを買うという文化が弱いところがある。インターネット上に様々な情報が大量に流通していく状況下で、これまでの、広告がついているがゆえに無料であったコンテンツだけでなく、広告はついていないけれども有料であるコンテンツも選択してもらえる文化が醸成されていくことは、クリエイターエコノミー全体にとってもよいことである。受け手側としても信頼できる人から有料コンテンツを買うこととなり、お互いにとってよい状況が生まれていくのではないか。
- ・ クリエイターを支援する文化が日本はまだまだ弱いというところは感じている。支援を集めるという行為に対して否定的なコメントをする方々もいるが、夢に向かって走っている方を応援・支援する文化形成などがより醸成されていくといいと感じている。
- ・ Voicyにおいては、法律に関して課題があるとは感じていない。特に音声という形で人の話す内容、声といったものに対して価値を生み出して支援をしていただくプラットフォームであり、まだまだ世界的にも成長段階の産業である。
安全な場所を提供しトラブル等がないようにしていくことにより、文化や理解を醸成し育てていけたらと思っている。
- ・ クリエイターが正当な評価を受け、そして応援されるような世の中になってもらいたいと思っている。引き続き世の中に付加価値を与えられるクリエイターの方々が安心してビジネスができるような環境を整えていただきたい。
- ・ 資料2における相談事例について、特定の事業者集中しているのか、それともクリエイターエコノミー関連の業界全体として満遍なくいろいろなところでこうした相談が幅広く起こっているのか。こういったパターンが見受けられるのか教えていただきたい。
- ・ 今回、国民生活センターのPIO-NETに登録されているクリエイターエコノミー関連の相談事例の中から、特に一定数見られた相談を紹介している。特定の事業者集中しているという傾向は見受けられなかった。
- ・ クリエイターエコノミー業界でトラブルが多いという誤認を招きかねないリスクなどもあるため、あくまでこういった事例があり、大多数の事業者は適切な対応をして、業界をよくしていこうとしているということも伝えてほしい。
- ・ これまで消費者保護の問題として扱ってきたことの7～8割はプラットフォームに関することだったと思う。プライバシー的にも、そのアテンションエコノミーにその端を発する様々なことが問題を発生させていた。今まではサブスクリプションとい

う一括りで言われていたが、本日発表いただいたサービスのようにより、その形態を多様化することにより、広告を仲介せずユーザーとコンテンツ提供者をダイレクトにつないでいると思う。消費者保護の観点から、あるいはプライバシーの観点からも大いに期待したい。

- Web2.0 を変えていくのは Web3.0 だとか NFT だとか言われているが、まさに本日発表いただいたサービスこそが、新しい形のプラットフォームとして変えていくのではないかと思っている。
- 表現系のコンテンツを中心としている場合、事前審査は検閲に該当する場合があるということであったが、誹謗中傷や違法有害情報、フェイクニュースへの対応として、プラットフォーム側でのコンテンツモデレーションが話題になっている。こうしたコンテンツモデレーションについて、必要・不必要も含め、今後の方針や問題への対応について教えていただきたい。
- note は、サービスとして誹謗中傷が起きにくい設計をしている。たとえば、一定条件下で、コメントをする前にモーダルウィンドウが表示される設計にしている。他方、正当な批判や指摘なども誹謗中傷と言われがちなところもある。その微妙な部分に関しては、表現の自由とのバランスを考えつつ適切な落としどころを考えて対応するよう心掛けている。また、フェイクニュースに関しては、何がフェイクか、誰がフェイクと認定するかというところが難しい部分であると考えている。どこまで規制するかに関しては、別の行政の会議体であるプラットフォーム研究会でもいろいろ議論されている。社会的な影響、マイナスの影響が非常に大きいものに関しては、適切に対応することになっているが、言論が排除されるというリスクもあるため、表現の自由とのバランスについては特に慎重に考えている。
- Voicy においては、モニタリングを含め日々検討しているところだが、コメント等をする際には会員登録が必須であることに加え、コメント欄の有無や、外に公開するための承認制についても発信者側で選択できるようになっている。コメント等が外に出ないようにすることや、そもそも受け付けないようにすることも可能である。プレミアムリスナーといった課金機能のモデルを導入しているのも、事業性だけでなく、より安心な環境を作ることで発信者保護の観点になると思う。Voicy は声での発信であることから、前後の文脈が伝わりやすく、誤った届け方が起こりにくいということもある。例えば、140 文字以内の短文で伝えるとなると技術的に非常に難しかったりするが、10 分間で話すとは大体 1 万字ぐらい話せるため、齟齬なく伝わりやすいと思っている。また、発信者登録は審査制のため、これまで別プラットフォーム等での発信活動で、あまり望ましくない活動をされている方は受け入れていない。その上で、コミュニティガイドラインを設けることによって、不対応なものに関しては削除や、

アカウントの存続の可否を含めて社内で検討した上で対応している。

以上

第47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4年12月23日

○消費者庁

(消費者政策課)

おほら ともあき 課長
尾原 知明
おおき ゆうすけ 政策企画専門官
大木 雄介
よこもり たいよう 政策調査員
横森 太陽

(新未来創造戦略本部)

おおとも のぶゆき 総括室長
大友 伸幸
なぞつ まどか 行政実務研修員
名蔵

○関係行政機関 (国・地方)

すえとみ けいいち 警察庁サイバー警察局サイバー企画課 係長
末富 啓一
すだ かなえ 経済産業省商務・サービスグループ商取引監督課 前払式取引係長
須田 佳苗
きむら よしこ 東京都消費生活総合センター相談課 相談担当
木村 嘉子
もり みづほ 東京都消費生活総合センター相談課 相談担当
森 瑞穂

○事業者団体

いしかわ やすひろ 公益社団法人日本通信販売協会消費者相談室 室長
石川 康博
はぎわら のりあき 公益社団法人日本通信販売協会消費者相談室 相談員
萩原 典明
きはら たかまさ 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 専務理事
岸原 孝昌
てらだ しんじ 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 常務理事
寺田 眞治
かさい ほくと 一般社団法人日本アフィリエイト協議会 代表理事
笠井 北斗

○消費者相談関係団体等

きわだ としこ 一般社団法人ECネットワーク 理事
沢田 登志子
はらだ ゆり 一般社団法人ECネットワーク 理事
原田 由里

○オブザーバー

もり りょうじ 弁護士法人英知法律事務所 弁護士
森 亮二
ごみ たかし 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
五味 崇
しらふじ かおる 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
白藤 薫
たにぐち しんいち 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 研究員
谷口 真一
かとう れいこ 独立行政法人国民生活センター相談情報部相談第2課 課長
加藤 玲子
いいた しゅうさく 独立行政法人国民生活センター相談情報部相談第2課 課長補佐
飯田 周作
たまき ゆうすけ 独立行政法人国民生活センター相談情報部相談第2課
玉木 祐介
むとう ようこ 独立行政法人国民生活センター消費生活相談員
武藤 陽子
しのはら ようこ 株式会社CAMPFIRE 執行役員
篠原 陽子
あさい けんと note株式会社法務コンプライアンス室 室長
浅井 健人
かとう まりこ note株式会社法務コンプライアンス室
加藤 真理子

みやむら てつひろ 宮村 哲宏	株式会社Sozi	代表取締役CEO
たかはし れおな 高橋 玲央奈	株式会社Sozi	取締役COO
はせべ ゆうき 長谷部 祐樹	株式会社Voicy	事業開発責任者
うね はやと 宇根 駿人	株式会社Voicy	法務担当弁護士
こいで かなみ 小出 佳奈美	株式会社Voicy	広報