

## インターネット消費者取引連絡会（第8回）議事要旨

1. 日時：平成25年3月6日（水） 14時～16時15分
2. 場所：中央合同庁舎4号館 123号室
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：
  - (1) 発表
  - (2) 意見交換
5. 議事概要：
  - (1) について
    - ・ 一般社団法人インターネット広告推進協議会・竹岡常務理事から「インターネット広告の概況と健全化の取り組みについて（資料1）」及び「インターネット広告倫理綱領及び掲載基準ガイドライン（資料1（参考）」について説明。
    - ・ 慶應義塾大学商学部・濱岡教授から「WOMマーケティングにおける企業と消費者の課題（資料2）」について説明。
    - ・ WOMマーケティング協議会・細川事務局長から「WOMJガイドライン（資料3-1）」及び「WOMマーケティングに関するガイドラインを改定（資料3-2）」について説明。
    - ・ 株式会社サイバーエージェント・川村シニアマネージャーから「Amebaにおける健全運営のための取り組みについて（資料4）」について説明。
    - ・ ヤフー株式会社・渡邊様から「Yahooブログにおける不適切な投稿防止の取り組み（資料5）」について説明。
    - ・ 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム・岸原常務理事から「スマートフォンにおけるアプリ・コンテンツビジネスの現状（資料6）」について説明。
    - ・ 独立行政法人国民生活センター・水越主事から「スマートフォンへのアプリに関連したトラブルとその特徴（資料7）」について説明。
    - ・ NHN Japan 株式会社・泉原執行役員より説明。
    - ・ 株式会社ディー・エヌ・エー・樋口室長から「通話アプリ『comm』について（資料8）」について説明。
    - ・ 警察庁生活安全局情報技術犯罪対策課・辰谷課長補佐から「平成24年中の出会い系サイト等に起因する事犯の現状と対策について（資料9）」について説明。
    - ・ 消費者庁表示対策課・片桐課長から「インターネット上の取引と『カード合わせ』に関するQ&A（資料10）」について説明。
    - ・ 消費者庁消費者政策課・山崎課員から「『そのネットショッピング、本当に大丈夫？～模倣品の販売が確認された海外ウェブサイトを公表します～』について（資料11）」について説明。

### (2) について

メンバーからの発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

<インターネット上の広告・表示（口コミ）について>

### 【不正の発覚のしやすさ】

- ・ 口コミを使った不正なマーケティング手法は、密行性が高い側面があると考えていたが、資料2（「WOM マーケティングにおける企業と消費者の課題」）について、P. 22 に企業の課題として、「不正を発見される可能性も極めて高い」とあるが、具体的にどのようなことか。
- ・ 資料2のP. 15の具体例のとおり、掲載された写真について、プロ仕様の照明を使っていることを消費者に見破られたという事例もある。その他にも、ニュース番組でヒアリングされていた一般消費者が、別の番組でもヒアリングを受けていることが発覚し、プロダクションの従業員ではないかと疑われたとの報道があったと記憶している。消費者の中には、様々な広告等を注意深く見ている人もおり、問題が発覚する可能性が高いと考える。
- ・ 事業者の不正が露見しやすいということであれば、不正を働いた事業者が露見して自滅するということになる。もし、不正が露見しづらいということであれば、自主規制に真面目に取り組んでいる事業者が、損することのないようにすべきで、そこが重要なポイントと考える。

### 【消費者相談窓口・相談事例】

- ・ 資料2（「WOM マーケティングにおける企業と消費者の課題」）のP. 23に国や自治体の消費者相談窓口の利用率が低いという提言があるが、口コミ等の問題は、事実関係の確認が難しく、相談対応に苦慮している。相談窓口にどのような対応を求めているのか。
- ・ 口コミの内容に不満を感じている消費者は多いと考えられる一方で、国や自治体の消費者窓口には相談に行っていない消費者が多い。事業者や身の回りの人に相談して解決した可能性が高いが、せっかく設置されているのであれば、利用した方が良く、解決に導くような気軽に相談できる窓口があっても良いのではないか。
- ・ 口コミに関する相談は、その真偽を確認するのが困難。事業者に連絡することくらいしかできない。大手事業者なら連絡を取ることが可能だが、他の事業者はそれも困難。情報収集しても、改善につながらないと意味がないのではないか。サイト運営業者が口コミ等を削除する場合でも、その権利がどこまであるか、法律上の範囲を明確にすべきではないか。
- ・ 当方には、口コミやいわゆる「ステルスマーケティング」に関する相談はあまり入っていない。具体的な相談事例としてどのようなものか。
- ・ 口コミに関連する相談はあまり多くないが、「自分のブログで使っていた写真が、ペニーオークションサイトで勝手に引用されている。削除を依頼しても応じてもらえない」という相談があった。
- ・ そういう事業者は、一度削除しても、また新たなサイトを作るため、ペニーオークション事業者自体を取り締まらないときりが無いのではないか。
- ・ アフィリエイトのブログ上でクリックして商品を購入し、その後、ブログ上の表示に不満を感じた消費者から相談があったが、購入のきっかけとなったブログの場所を覚えていないということもあり、問題が放置されている場合もありうるのではないか。

### 【口コミの中立性の担保】

- ・ 口コミの書き込みは、消費者自身が商品等の宣伝を行う事業者のようになってしまう側面もあり、新しい性格を有する。そのため、関係する事業者が信頼性を確保するよう対策を講じることが大切ではないか。事業者が、消費者の中立的な口コミを担保するためにどのような取り組みができるか。例えば、消費者が口コミを書き込む際に注意喚起のポップアップが出るなどの方法も考えられるのではないか。
- ・ 口コミは中立的であることが求められる一方で、発信者の発言の自由が制限することもできない。したがって、発信者は関係性の明示をしっかりと徹底いただく必要がある。ポップアップ等で発信者に注意喚起することも必要ではないか。その上で、関係性を明示することが期待される社会的なコンセンサスが醸成されることが重要ではないか。

### 【事業者等からの相談】

- ・ ロコミサイトに関して、「飲食店についてのロコミサイトに勝手に掲載され、勝手に誹謗中傷され、困っている」というような事業者からの相談が多い。事業者が削除を依頼してもサイト運営側がなかなか応じず対処に困ることがある。
- ・ モールの運営事業をしている立場から言えば、やはり事業者側から「不適切な書き込みがあるので削除してほしい」と言われることが多い。消費者は、書き込み情報が信頼できないと感じても、信頼できないから参考にしないというだけで、そのこと自体は、あまり発信しないようだ。
- ・ 他事業者にかかわるロコミについて、WOMJガイドラインでは、「事実と異なる記載の禁止」や、「競合他社の評判を下げる行為の禁止」を明示している。
- ・ 「アフィリエイトを行っている事業者を褒め、していない事業者を誹謗中傷する」といった「逆ステルスマーケティング」のような書き込みが存在する。また、事業者に虚偽の事実を書き込むよう依頼され、対応に困った意識の高いブロガーから相談されるケースもある。会員会社に関する相談であれば、改善を求めることができるが、アウトサイダーであれば難しい。

### <スマートフォンアプリについて>

#### 【最近のトラブル、市場規模】

- ・ 最近、ゲームの製作会社から提供されるアプリゲームについての相談が寄せられている。これらは、ソーシャルゲームではなく、生年月日を入力する必要もないため、未成年が決済した場合にトラブルになる場合がある。また、資料6（「スマートフォンにおけるアプリ・コンテンツビジネスの現状」）の「ソーシャルゲーム等市場」にアプリゲームは含まれるのか。
- ・ 区分けは難しいが、SNS系のゲームの数字をまとめている。
- ・ モバイルでのソーシャルゲーム市場規模は、今年は約4,000億円程度と予想されている。

#### 【その他】

- ・ 消費者に更新の意思がないにも関わらず、アプリが自動更新されてしまい、料金を請求された事例等もあるので、事業者は、消費者が注意すべき事項を分かりやすくしっかりと表示すべきである。未成年者取消等の表示をすることは、企業にもメリットのあることだが、アプリをサイト上で提供している一部の海外資本の事業者は、日本企業の未成年取消の考え方とは異なる点があり、相談現場では苦勞することがある。

### <その他>

#### 【越境取引等のトラブルについて】

- ・ 越境取引に関するトラブルは、以前は、サイトを見れば海外通販であることが明確に分かったが、最近では、国内のサイトをコピーしていたりするため、判別しにくい。国内で日本人向けにサイト運営をしているが、商品は海外から送っているというケースもあるのではないかと。手口が多岐に渡るため、捜査を幅広く実施していただきたい。
- ・ 高齢者を狙った健康食品の電話勧誘に関するトラブルも多い。消費者庁や国民生活センターが注意喚起をしているが、その手口を別の事業者が悪用しているケースがある。電話勧誘事業者の連絡先が、架空請求事業者のものと考えられる連絡先と一致したということがあり、振り込め詐欺に参与している集団が混在している可能性もあるため、捜査をお願いしたい。

## 第8回インターネット消費者取引連絡会出席者一覧（敬称略）

### ○消費者庁

むらやま 村山	ゆたか 裕	消費者政策課	課長
いしがみ 石上	ようすけ 庸介	消費者政策課	企画官
みずま 水間	あきら 玲	消費者政策課	政策企画専門官
やまざき 山崎	まい 舞	消費者政策課	
おおわだ 大和田	りょうた 亮太	消費者政策課	政策調査員
かたぎり 片桐	かずゆき 一幸	表示対策課	課長
たかはし 高橋	むねとし 宗利	表示対策課	係長

### ○関係行政機関（国・地方）

あおき 青木	あつお 篤郎	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	課長補佐
たつたに 辰谷	ゆうじ 裕司	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	課長補佐
おくだ 奥田	えり 依里	総務省	総合通信基盤局	消費者行政課	課長補佐
たけだ 竹田	みまき 御真木	経済産業省	商務情報政策局	情報経済課	課長補佐
まつした 松下	ひろこ 裕子	東京都	生活文化局	消費生活部	取引指導課 課長
にしお 西尾	ゆみこ 由美子	東京都	生活文化局	消費生活部	取引指導課 表示指導係長

### ○事業者団体

まんば 万場	とおる 徹	公益社団法人	日本通信販売協会	常務理事	
やしろ 八代	しゅういち 修一	公益社団法人	日本通信販売協会	消費者相談室長	
かまた 鎌田	まきこ 真樹子	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム	消費者委員会	委員長
かしま 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	常務理事	
かさい 笠井	ほくと 北斗	日本アフィリエイト協議会		代表理事	
すずき 鈴木	たまよ 珠代	日本アフィリエイト協議会			

### ○消費者相談関係団体等

さわだ 沢田	としこ 登志子	一般社団法人	ECネットワーク	理事	
はらだ 原田	ゆり 由里	一般社団法人	ECネットワーク	理事	
いまい 今井	ゆうぞう 勇蔵	東京都消費生活総合センター		相談課長	
ますだ 増田	えつこ 悦子	東京都消費生活総合センター		相談課 主任相談員	

### ○オブザーバー

こが 古閑	ゆか 由佳	ヤフー株式会社	政策企画本部	政策企画室	政策企画室長
わたなべ 渡邊	ゆきよし 幸義	ヤフー株式会社	政策企画本部	政策企画室	
かたおか 片岡	やすこ 康子	楽天株式会社	渉外室	渉外課 兼	総務管理部 ブランド維持活動グループ マネージャー
もり 森	りょうじ 亮二	弁護士法人	英知法律事務所	弁護士	
たけおか 竹岡	としゆき 敏行	一般社団法人	インターネット広告推進協議会	常務理事	

はまおか 濱岡 豊  
かわむら 川村 綾  
ほそかわ 細川 一成  
こばやし 小林 真寿美  
みずこし 水越 智子  
いずはら 泉原 克人  
ひぐち 樋口 勝也

慶應義塾大学 商学部 教授

株式会社サイバーエージェント 経営本部 法務室 シニアマネージャー

WOMマーケティング協議会 事務局長

独立行政法人 国民生活センター 相談情報部相談第2課 情報通信チーム 主査

独立行政法人 国民生活センター 相談情報部相談第2課 情報通信チーム 主事

NHN Japan 株式会社 法務・情報セキュリティ担当 執行役員

株式会社ディー・エヌ・エー 会長室 室長