

## インターネット消費者取引連絡会（第 17 回）議事要旨

1. 日時：平成 27 年 6 月 12 日（金） 14 時～16 時
2. 場所：消費者庁 61 会議室
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
    - ・ 独立行政法人国民生活センター 遠藤様から「オンラインでのなりすましに関する消費生活相談の傾向（資料 1）」について説明。
    - ・ 公益社団法人日本通信販売協会 八代様から「「なりすまし EC サイト」を含む詐欺的サイトに関する相談（被害状況及び対応）（資料 2）」について説明。
    - ・ 一般社団法人セーフアインターネット協会 吉田様から「なりすまし EC サイト対策協議会（資料 3）」について説明。
    - ・ トレンドマイクロ株式会社 林様「インターネット通販詐欺の事例と対策（資料 4）」について説明。
    - ・ GMO インターネット株式会社 西山様、GMO グローバルサイン株式会社 中條様から「～なりすまし EC サイト対策～ EC ショップ認証サービス案について（資料 5）」について説明。
    - ・ 株式会社 TradeSafe 岡本様「TradeSafe トラストマークとなりすまし（偽サイト）対策（資料 6）」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。

    - ・ 最近は、なりすましの手口が巧妙化しており、消費者が見分けるのは難しい。セキュリティソフトでは、詐欺サイトを検知したらすぐに警告表示等を出せるような仕組みがあるのか。
    - ・ 事業者の実在性確認等を行っている EVSSL サーバ証明書が発行されているサイトでは、ブラウザのアドレスバーが緑色になるため、サイトの安全性を目視で判断するポイントになる。また、多くのセキュリティソフトでは、検索結果の URL を安全性の観点から色分け表示する機能を実装している。
    - ・ 新たに詐欺サイトを検知してから、セキュリティソフトに反映されるまでに、どのくらい時間がかかるか。
    - ・ トレンドマイクロの場合、新しく検出した不正 URL は、5 分間隔で Web レピュテーションのサーバに送られ、新規不正 URL としてお客様を防御する。また自動解析による未評価 URL も 15 分で解析が完了され Web レピュテーションに反映される。ただし、詐欺サイトは次々に発生しているため、完全にブロックするのは難しい。

- ・ 消費者は第三者認証マーク等を見ると信用してしまう傾向にあるが、そのマークさえも模倣されてしまっているため、消費者にどう注意喚起すればよいか難しい。
- ・ ユーザー側にコストがかかる機能は普及しないので、いかに低コスト化させていくかが重要であり、その点でマイナンバーの導入は期待できる。
- ・ アカウントの乗っ取りに対しては、消費者保護の観点からも対応してしかるべき。周知・啓発の観点では、例えば単に「パスワードの使い回しをしない」と言っても、消費者の実際の行動には繋がらない。具体的にどう工夫すればパスワードの使い回しをしなくて済むのかを周知・啓発しないといけな。また、事業者側の認証の仕組みについても、ID・パスワードだけの認証で本当によいのかを含め、どうあるべきかを検討すべき。
- ・ モバイル端末でもマイナンバーを活用した認証の導入も検討されており、それをを用いて安全なECをしてもらうということもあり得る。
- ・ 米国では二段階認証の導入が進んでおり、日本国内でも導入する事業者が徐々に増えてきている。また、パスワード管理について、事業者から利用者に対して、定期的にパスワードを強制的に変更させる仕組みもある。
- ・ 消費者から、アドレスが「https://」で始まるサイトは全て安心であるかと聞かれた場合、どう答えればよいか。
- ・ SSL サーバ証明書には、ドメインだけの認証、実在性確認をしている認証など、いくつかの認証レベルがあるため、全てが安心とは言い切れない。
- ・ ブラウザが緑のアドレスバーで表示される EVSSL サーバ証明書の発行サイトは、事業者の実在性確認をしているが、だからといって安心とまでは言えない。
- ・ 事業者から利用者に対して、定期的にパスワードを強制的に変更させる仕組みもあるが、EC 事業者が導入すると、購買率の低下に繋がりがねないため適さない。
- ・ 緑のアドレスバーの安全性について認識している消費者は多くないと思うが、消費者にどう認識させていくのが難しい。また、グローバルな視点で見たときにも二段階認証が有効なのか。さらに、第三者認証マーク等をマウスオーバーすると詳細表示が出ること等をどう消費者に認識させるのが課題。
- ・ 資料4の4ページでは、認知した詐欺サイトが5ヶ月間で3.5倍とあるが、数値は累積数であるため、月ベースで見ると減っているのではないか。また、10ページでは、検索結果の上位100位について調査されているが、上位10サイトで見るとどうか。
- ・ 認知した詐欺サイトは月ベースでは減少している。また、検索結果については、例えばL社で言えば、上位10サイトは全て偽サイトだった。
- ・ 資料5の特商法改正の提案は、SSL サーバ証明書を義務化すべきということか。
- ・ 義務化出来るかどうかという問題はありますが、少なくとも現行の特商法では、虚偽の住所や連絡先等でも簡単に表示出来てしまう。それらの表示内容について何らかのチェック機能があってしかるべきだと考えており、その方法のひとつがSSL サーバ証明書である。
- ・ ソーシャルメディア、ウェブ広告、検索結果、リスティング広告など、偽サイトにたどり着くきっかけは様々あると思うが、消費者はどこで最も被害にあっているか。
- ・ 不正 URL の流通数で見るとソーシャルメディアが多いと思うが、実際に被害にあってい

る可能性が高いのは、感覚的には検索結果だと思われる。

- ・ 以前はスパムメールが主流だったが、現在では多くの消費者が怪しいという認識を持つようになってきた。他方、検索結果やリスティング広告については、広告審査等がなされていることもあり、消費者は信頼してしまう傾向にある。
- ・ 当センターに寄せられる相談では、カード決済の場合は粗悪品や偽物が届き、銀行振込の場合は商品が届かないことが多い。こうした消費者の多くは検索エンジンの検索結果でたどり着いたサイトで購入していることが多い。
- ・ セキュリティソフトを導入すると検索結果が色分けされる機能があるとのことだが、どのように表示されるのか。
- ・ トレンドマイクロのケースでは、検索結果の横に色分けされた「評価アイコン」と検索結果一覧の各リンクを色分けした「ハイライト表示」することで Web サイトの安全性を表示している。緑＝安全性を確認したサイト、灰色＝安全性の確認が出来ていないサイト、赤＝危険なサイト（有害なプログラムが潜んでいる可能性、または偽の Web サイトの「フィッシング」の可能性）、と分類している。他の多くのセキュリティソフトでも、同様の機能が実装されている。
- ・ スマホの場合は、セキュリティ対策のアプリを導入しないといけないのか。
- ・ 当社の色分け機能はスマホ版では実装されていないが、危険なサイトにアクセスすると警告表示等を出す機能は実装している。
- ・ トラストマークについて、初期審査を通過した後も、定期的に途上審査などは行っているのか。また、消費者からのクレーム等に対して、事業者の改善が一向に見られなかった場合は、認証を取り消すことはあるのか。
- ・ 毎年度、決算書等を提出させて、財務の健全性等を確認する更新作業を行っている。また、消費者からクレーム等が入れば、その都度、その内容を事業者に伝えるとともに必要なアドバイスをしている。また、多くの場合ではアドバイスを受け入れて改善されることがほとんどだが、仮に改善が見られない場合には、認証取消しもあり得る。ただし、これまでに認証取消しに該当したケースはない。
- ・ 認証マーク等の発行を受けられるのは、実際上は大手の EC 事業者だけであって、コスト負担も発生するため、小規模な EC 事業者まで広がりにくい。導入ハードルを低くして、多くの EC 事業者で導入出来るようにすることが課題。
- ・ 教育現場において、インターネットに関する消費者教育を行っていくことも重要。
- ・ 特商法改正の提案における SSL サーバ証明書の義務化というのは、事業者の実在性の確認に留まるということか。また、マイナンバーの活用とあるが、法人番号のことか。
- ・ 然り。ただし、なりすまし EC サイト対策という観点では有効であると考える。また、マイナンバーは、法人の場合は法人番号、個人事業主の場合は個人番号を活用することになる。
- ・ 消費者への周知・啓発については、ビジネスに中立的ではなくなるが、例えば、「ウイルス対策ソフトを導入する」、「知らないサイトでは一切購入しない」といった内容の発信も必要。

第17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

鈴木 一広	消費者政策課	課長
石ヶ休 剛志	消費者政策課	企画官
小熊 美紀	消費者政策課	政策企画専門官
中野 正太	消費者政策課	

○関係行政機関（国・地方）

上村 一則	警察庁 生活安全局 情報技術犯罪対策課	課長補佐
高野 弘一	警察庁 生活安全局 情報技術犯罪対策課	係長
柘植 寛	総務省 総合通信基盤局 消費者行政課	専門職
牛嶋 裕之	経済産業省 商務流通保安グループ	消費経済企画室 係長
吉田 優子	東京都 生活文化局 消費生活部 取引指導課	

課長代理（表示指導係長）

○事業者団体

八代 修一	公益社団法人 日本通信販売協会	消費者相談室長
岸原 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
鎌田 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

笠井 北斗	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

沢田 登志子	一般社団法人 EC ネットワーク	理事
原田 由里	一般社団法人 EC ネットワーク	理事
福岡 淳子	東京都消費生活総合センター	課長代理（相談担当）
安岡 満美子	東京都消費生活総合センター	消費生活相談員

○オブザーバー

遠藤 陽介	独立行政法人国民生活センター	相談情報部 相談第2課
森 亮二	弁護士法人 英知法律事務所	弁護士
吉田 奨	一般社団法人 セーフアーインターネット協会	専務理事
林 憲明	トレンドマイクロ株式会社	プログラムマネジメント・オフィス シニアリサーチャー

西山 裕之	GMO インターネット株式会社	取締役副社長
中條 勝夫	GMO インターネット株式会社	ゼネラルマネージャー
岡本 高彰	株式会社 TradeSafe	代表取締役