

インターネット消費者取引連絡会（第21回）議事要旨

1. 日時：平成28年6月30日（木） 14時～16時
2. 場所：中央合同庁舎4号館共用1202会議室
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：オンライン決済／スマホ決済
 - (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「オンライン決済、スマホ決済の動向整理（資料1）」について説明。
 - ・ 独立行政法人国民生活センター 福井様から「オンライン決済・スマートフォン決済に関する消費生活相談（資料2）」について説明。
 - ・ 一般社団法人日本クレジット協会 大平様から「オンライン決済及びスマホ決済～日本クレジット協会における対応等について～（資料3）」について説明。
 - ・ EC決済協議会（GMOペイメントゲートウェイ株式会社）吉岡様から「EC決済協議会のご紹介（資料4）」について説明。
 - ・ ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社 井原様から「オンライン決済とモバイルPOS決済不正防止への取組み（資料5）」について説明。
 - ・ 楽天株式会社 片岡様から「楽天グループの決済サービスについて（資料6）」について説明。
 - ・ コイニー株式会社 井尾様から「Coineyセキュリティー概要（資料7）」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。
 - ・ クレジットカードの契約関係、国際ブランドを通じたイシューとアクワイアラの役割分担については、消費者トラブルを考える際には実はとても重要なことだが、消費者にはあまり理解されていない。そのため多くの消費者は、カード会社といえば自分のカードを発行している会社、つまりイシューであり、イシューに言えば全ての問題が解決すると思っているところがある。例えば、悪質なウェブサイトで詐欺にあった場合に、消費者はイシューに請求を止めてもらおうとするが、イシューに請求を止めることは出来ないと言われると、怒ってしまう。あなた（イシュー）の加盟店が不正行為をしているのだから、あなたが請求を止めるのが当然だ、と勘違いしている消費者が非常に多いように思う。セキュリティー関連やカード番号の保護等については、業界団体から消費者への注意喚起や啓発が十分になされていると思うが、クレジットカードの契約関係については全く情報がないように思えるので、もう少し消費者に理解してもらえそうな説明をしていただきたい。
 - ・ 業界としてもできるだけ消費者に誤解のないような啓発をしていきたい。

- ・ クレジットカードの不正利用における損害の填補について、家族や同居人の不正利用については填補されないことが会員規約に規定されていると思うが、それは無効だとする判例もある。その点について御意見などあれば教えていただきたい。
- ・ 家族の利用分については、カード会員に負担していただくことを原則としている。これは管理上の問題でもあり家族間で対応していただくという考え方にもとづいており、各カード会社は会員規約にそのことを明確化した上で運用している。協会としては現在、当該規定の変更等について検討していない。
- ・ 家族が使用した場合、例えば未成年の子供が親のカードを無断で使って取引をしたときに、それを親が不正使用と判断するかどうかに強く影響されると思われる。国際ブランドにおいては、会員本人以外の人間がカードを使った場合は基本的に不正とみなしているが、最終的にそれが不正かどうかという点は、カード発行会社が会員との話し合いで判断することであって、国際ブランドが個別に判断することではない。ただし、これまでの経緯に鑑みると、未成年の子供が親のカードを無断で使った場合は、家族の中で解決するのが一般的ではないかと思う。仮に会員本人が、親子であっても関与しないという立場で主張されることがあれば、その場合は子供のカード使用は不正と判断され得るし、子供が犯罪者という解釈になる可能性があるため、その覚悟をもって判断いただく必要があると思う。
- ・ 通信販売業界においては、消費者から、クレジットカードの不正利用等で自分が被害者になったという相談や支払方法そのものについての相談を受けることは多くはない。むしろ事業者からの相談が多い。例えば、チャージバックの存在をよく知らない事業者から、チャージバックを受けて驚いたといったもの。具体的な事案としては、例えばカードの不正利用により、カード会員本人が使った覚えのない利用分についてチャージバックを受ける場合がある。事業者にはチャージバックにより不良債権が発生するため、債権管理の担当者は上司から、受注時のセキュリティーレベルが甘いのではないかと叱責されることがある。しかし経営の観点からはチャージバック分を含めても貸倒金額はさほど高いわけではなく、少なくとも経営者としては、貸倒引当金の範囲内であれば問題ないのではないかと考えることが多い。一般的に通信販売業界の貸倒率は低い。そのため、通信販売業界では、3Dセキュアの普及が進んでいない。新しくカード決済を導入する事業者は、カード会社や決済代行会社に薦められて3Dセキュアを導入する場合もあるが、全体的に見るとまだ少ない。またPCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) に関しても、通信販売事業者自身がPCI-DSSに準拠したセキュリティー対策を講じることはハードルが高い。そのため業界全体としては、債権管理の観点から、カード会社との直接契約ではなく、決済代行業者に委託するという方向に進みつつある。加盟店である通信販売事業者は、決済代行業者の3Dセキュアのシステムを月間使用料数千円で利用し、自身はシステムの多少の改修を行えばよいことになる。
- ・ 相談現場において、スマホ決済の相談が多く入ってきていることはないが、おそらくそういう仕組みがあることがまだ知られておらず、相談員でも通常のクレジット決済として片付けているケースもあるのではないかと思う。スマホ決済はまだ認知度が低く、どこでどのような仕組みが使われているのかもわからない状況にあるため、今後、消費者にも理解できるよ

う周知を進めていただきたい。

- ・ スマホ決済について、購入時にレシートは出るのか。事業者名はどのように入るのか。また、例えばスマホ決済サービスの加盟店と消費者の間にトラブルが起きたときに、消費生活センターが直接交渉するのは主に加盟店になると思うが、スマホ決済事業者としては消費生活センターや消費者向けの問い合わせ窓口を設けているのか。
- ・ 小型のプリンターをオプションで購入することで、レシートを発行できる。実際に購入される加盟店はかなり多いと思う。もちろんコスト削減の観点や、またITを全面に押し出してスタイリッシュにサービスを展開したい加盟店であれば、敢えてプリンターを購入しないこともある。事業者の名称は、加盟店の名称とスマホ決済サービスの名称が両方表示される。また消費者向けの問い合わせ窓口について、大きく掲載しているところはないが、もちろん消費者から問い合わせがあれば適切に対処している。消費生活センター向けの問い合わせ窓口は、スマホ決済サービス単独ではないが、グループ全体として設けており、個別案件について問い合わせがあれば適宜、関係者に情報提供している。これまでに、スマホ決済に関する問い合わせはそれほど多くはない。
- ・ オプションでプリンターを用意しており、加盟店に購入いただいている。全加盟店で導入されているわけではないが、半数以上の顧客が導入していると思われる。もちろんインターネットを押し出したい、レジ回りをすっきりさせたいという加盟店は、メールでのレシート発行で対応している。また消費者や消費生活センター向けに個別番号は設けていないが、ウェブサイトサポートセンターのフリーダイヤルを記載しており、そちらに電話いただいた際には適切に対応している。
- ・ スマホ決済は、技術的にはインターフェースとしてスマホを使っている点で異なるが、契約関係は従来のクレジット決済と全く変わらない。そこを敢えて区別したり意識したりする必要はないと思う。
- ・ レシートをメールで送る場合は、消費者はメールアドレスを登録する必要があるのか。
- ・ 決裁時に、お客様にメールアドレスを入力してもらうのが一般的。
- ・ 引き続き情報提供いただけると相談現場でもやりやすいと思うので、よろしくお願ひしたい。
- ・ アメリカでは、スマートフォンを利用した新しい非接触型の決済手法が不正対策に有効だと言われていることを踏まえ、この新しい決済手法に対する評価と、日本における不正対策において、同様の決済手法が普及すればいいということか、あるいは3Dセキュア以外にも対策が考えられるのか、教えていただきたい。
- ・ 非対面で起きている不正への対策について、カード情報をなるべく扱わない、持たない、盗まれないようにすることももちろん大事だが、水際対策として、取引時点で不正かどうかを見極めるという観点で、本人認証が大きな要素だと思っている。本人であるかどうか見極める手法として、本人しか知らない暗号を使って本人かどうか確認する、いわゆるパスワード認証がある。もちろん、これがベストソリューションなのかどうかは議論があるし、他にも名前、住所、生年月日などの属性情報で本人確認するなどの手法もあり、個人情報保護との関係も踏まえると、それぞれ一長一短、課題はある。協会で策定した非対面取引における不正防止に関する実行計画の中では、「多層的」という表現を使っているように、あるひとつ

の特定のソリューションですべて対応するというのではなくて、各業種業態、各加盟店の事情にあわせた複合的な対策を組み合わせしていくのが望ましい。

- ・ スマートフォンを利用した新しい非接触型の決済手法については、いわゆるトークナイゼーションという技術が使われていて、カード番号に代わるものを使って決済処理していると聞いており、データセキュリティという観点からは新しいソリューションであり、安全度の高いものだと理解している。

(3) について

- ・ 消費者庁表示対策課食品表示対策室 田中食品表示調査官から「健康食品に係るインターネット上の広告の適正化について（参考資料）」について説明。

説明を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

- ・ 参考資料において例に挙げられているものは、このように書いているとそうなる恐れがあるというものか、このように書いてあるとダメというものか、どちらか。
- ・ 健康増進法で規制対象になるのは、「健康の保持増進効果」に該当する表現。これは特定の文言だけではなく、写真、絵、グラフ、図、広告全体で何を訴求しているのかで判断される。資料中に例示しているものは、例えば、2ページ（ア）に記載している「疾病の治療又は予防を目的とする効果」について、これは疾病の治療又は予防を目的とする効果を訴求している内容は、健康の保持増進効果に該当し、例示としてはこういったものだけということ。健康増進法も景品表示法も、薬機法のように、特定の表現や文言を規制しているものではない。そのため、資料中に記載したような内容を標榜している商品が、その内容について合理的根拠を持っていない場合に初めて、著しい虚偽誇大もしくは優良誤認に当たることになる。こういった表現や内容が「健康の保持増進効果」に該当するか理解いただけていない方が非常に多いため、まずその点を整理している。次に、合理的根拠に該当するかどうかということも、9ページに景品表示法における不実証告知規制の概念を記載しており、合理的根拠とはどういうことを指すのか、あわせて記載している。また9ページ（ウ）に「著しい」という表現があるが、広告規制において「著しい」とはどういう意味かよく聞かれるため、解説している。基本的には、消費者が期待していることに対して、実際にはその効果がなく、消費者が真の効果を知ったときに、その効果が自分の期待を裏切るものであれば、その時点で「著しい」状況であるとしている。これまでも、こういった表現は誤認を生む恐れがあるという例示をいくつも挙げてきたが、今回の資料では、実際には言葉の問題ではなくて、広告全体で何を訴求しているのか、ということに注目をしてくださいという方向性に大きく変更している。19ページにおいては、架空の広告を添付している。消費者庁が頻繁に措置する内容として、これさえ飲めば特定の運動や食事制限することなく容易に痩せることが出来る、といったダイエット広告が非常に多い。今回の架空広告の中に「食事制限」や「運動をすることなく」といった言葉は一切ないが、広告全体をひとつひとつ認定していくと、容易に痩身効果が得られるかのような内容になっている。当該効果について合理的根拠を持っていないと、虚偽誇大広告もしくは優良誤認広告とみなされるわけだが、次ページ以降で、実際にどう判断しているか記載している。今回は従前の資料を一から見直して全面改訂しており、今後、

本資料を冊子として各業界団体に配布したいと考えている。

- ・ ショッピングモールの出店者の広告の審査をする際に、ダイエット系のものが一番困っている。不適切な広告を止めてもらうための根拠を見本で示せば非常に助かることから、架空でもよいので、是非こうした事例をどんどん出していただきたい。
- ・ そのように進めていきたいと思っている。オンラインショッピング事業者におかれても、何か効果効能が記載されている場合、その効果効能について合理的根拠があるのかしっかり製造業者に確認いただきたい。インターネットで確認した情報に基づいたという事業者がよくいるが、それは合理的根拠とみなされないことも例示として挙げているので、是非ご活用いただきたい。

以上

第21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

すずき かずひろ 鈴木 一広	消費者政策課 課長
つるぞの たかお 鶴園 孝夫	消費者政策課 国際室 室長
きよき みほ 清木 美帆	消費者政策課 政策企画専門官
よしかわ ゆういちろう 吉川 雄一朗	消費者政策課 主査
たなか まこと 田中 誠	表示対策課 食品表示対策室 食品表示調査官

○関係行政機関（国・地方）

うえむら かずのり 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
たかの こういち 高野 弘一	警察庁 生活安全局 情報技術犯罪対策課 係長
きこ ふみや 喜古 文也	総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 消費者行政課 係長
いざわ たかひろ 伊澤 貴寛	経済産業省 商務流通保安グループ 消費経済企画室 係長
よしだ ゆうこ 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（表示指導担当）

○事業者団体

やしろ しゅういち 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
きはら たかまさ 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
てらだ しんじ 寺田 眞治	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
かさい ほくと 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

さわだ としこ 沢田 登志子	一般社団法人 EC ネットワーク 理事
さくらい おさむ 櫻井 修	東京都消費生活総合センター 相談課 課長代理（相談担当）
ふくなが さつき 福永 さつき	東京都消費生活総合センター 相談課 消費生活相談員（主任）

○オブザーバー

もり りょうじ 森 亮二	弁護士法人 英知法律事務所 弁護士
くにまつ まき 国松 麻季	株式会社三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 政策研究事業本部 主任研究員
ごみ たかし 五味 崇	株式会社三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 政策研究事業本部 主任研究員
ふくい あきよし 福井 晶喜	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
ないとう なつぎ 内藤 奈津樹	独立行政法人 国民生活センター 相談情報部 相談第2課 主事
おおひら みつひろ 大平 充洋	一般社団法人日本クレジット協会 業務企画部 部長
よしおか まさる 吉岡 優	GMO ペイメントゲートウェイ株式会社 上席執行役員 統括部長
やの まさのり 矢野 正教	ペリトランス株式会社 法務グループ
いはら りょうじ 井原 亮二	ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社 リスクマネジメント ディレクター
かたおか やすこ 片岡 康子	楽天株式会社 消費者政策課 課長
いお しのすけ 井尾 慎之介	コイニー株式会社 取締役