

インターネット消費者取引連絡会（第23回）議事要旨

1. 日時：平成28年12月19日（月） 16時～18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：SNS
 - (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、白藤様から「SNS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 井上様から「SNSに関連する消費生活相談の動向（資料2）」について説明。
 - ・ 一般社団法人安心ネットづくり促進協議会 高橋様から「安心ネットづくり促進協議会（資料3）」について説明。
 - ・ LINE株式会社 江口様から「コミュニケーションアプリ『LINE』のご紹介と消費者保護の取り組みについて（資料4）」について説明。
 - ・ 株式会社ミクシィ 齋藤様から「ソーシャルネットワーキングサービス mixiの取り組み（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。
 - ・ 資料2のうち「上位商品・役務の推移」（8ページ）に「他のデジタルコンテンツ」「デジタルコンテンツ全般」とあるが、具体的にどういったものか。
 - ・ デジタルコンテンツにはアダルトサイトや出会い系サイトなど色々なものがある中で、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）において分類を設けていないデジタルコンテンツに関する相談を受けた場合、「他のデジタルコンテンツ」というキーワードを振っている。ただし、具体的にどのようなデジタルコンテンツを使用したのかわからない場合は、「デジタルコンテンツ全般」という大枠のキーワードを振っている。
 - ・ その区分の中で、特に目立っているものはないということか。
 - ・ 「デジタルコンテンツ全般」の場合、そもそも具体的にどのデジタルコンテンツが関係するかわからない。「他のデジタルコンテンツ」の場合、占いサイトなどが該当すると思われる。
 - ・ 資料2の相談事例にもあるように、最近、SNSのアカウントの乗っ取りに関する相談があった。具体的には、パスワードを教えたためにアカウントを乗っ取られたという事案以外に、既に乗っ取られた他人のアカウントからSNSを通じて連絡があり、自分の電話番号や認証番号など教えてしまい、それらの情報を使われてアカウントを乗っ取られてしまったという事

案がある。パスワード以外にどのような情報を教えてしまうとアカウントを乗っ取られてしまうのか、教えていただきたい。また、実際に乗っ取られた場合、アカウントを復旧するためにはどのような情報が必要なのか、教えていただきたい。

- ・ 最近、SNS を通じてメールアドレス、パスワード、個人認証番号を聞き出して、アカウントの乗っ取りを試みるといった事案があることは承知している。復旧に必要な情報については、一義的にはサポートに問い合わせさせていただきたい。アカウント復旧のためのフォーマットを提示しており、それに回答してもらおうと、概ね数時間以内には対応している。
- ・ 資料2のタイトル「SNSに関連する消費生活相談」について、「関連する」の定義を教えていただきたい。同資料中の「上位商品・役務」（8ページ）に出会い系サイトやアダルトサイトが入っていることに違和感がある。SNS をきっかけとして、これらのサイトに誘導されることを指しているということか。
- ・ ご指摘のとおり。「出会い系サイト＝SNS」と定義しているわけではなく、例えば消費者からの相談内容としては出会い系サイトに関するトラブルであっても、それが SNS でのやりとりがきっかけでサイトに誘導されたという相談であれば、PIO-NET において「SNS」というキーワードを振っており、それらをまとめて SNS に「関連する」という言い方をしている。
- ・ 最近の SNS に関連する相談の中には、資料2の相談事例を見ても、詐欺ではないかという事案が非常に多いと思う。こうした事案は、消費生活センターに相談されても、警察に行くようにとしか助言しようがない。SNS そのものに関する相談は、SNS の運営事業者に問い合わせるべきところもあるかもしれないが、それ以外の SNS が様々な詐欺のきっかけになっているという事案については、警察に対応いただくしかない。こういった詐欺の疑いのある事案に関して相談した場合、警察ではどのように対応いただけるのか。
- ・ 例えば資料2（13ページ）に記載のある「芸能人を助けてほしい」といった相談事例については、各都道府県警で実際に捜査している事案もある。警察における具体的な対応については事案の内容によるため、各都道府県警察本部・警察署に相談していただきたい。
- ・ SNS の悪用に関しては、匿名性を高めるという面もあると思うが、犯人を特定するために必要な情報は、SNS の運営事業者に捜査協力を依頼すれば提供されるのか。
- ・ 事案の内容によるが、一般的にネットを利用した事案に関しては、掲示板の管理者や SNS の責任者・運営事業者からの情報提供や捜査協力は欠かせない。逆に海外の事業者の場合は、そうした協力が得られず、捜査が遂げられない場合も多い。
- ・ 国内の大手 SNS に関しては（捜査協力という点では）問題ないと理解した。
- ・ 資料2について、SNS を「友人・知人や個人の趣味・嗜好等を登録し、新たな友人関係を広げる場を提供したり、友人・知人間のコミュニケーションの場を提供するコミュニティ型ウェブサイト」と定義しているが、匿名掲示板や動画投稿サイトも SNS に含まれるのか。
- ・ 匿名掲示板については、定義上、SNS と見なしていないと思われる。動画投稿サイトについては、投稿によりユーザー同士がコミュニケーションを取れるものであれば、相談の受付時に SNS に該当すると判断される場合もあり得るが、単に投稿するだけであれば、SNS とは見なしていないと思われる。
- ・ 最近はコメントを書き込める動画投稿サイトも多いため、それも SNS に関連するトラブルが拡大している要因と言えるのではないかと思う。

- ・ 海外事業者の場合は捜査上の問題があるという点について、SNSに関連する事案としては、実際には日本国内でサービスを展開しているにも関わらず、サーバーは海外にあり、本社も海外にあると主張して日本の法執行を受けないようにしているようなサイトが想定されるが、このようなサイトについても捜査上の問題があるのか。
- ・ 特定の事案に関して言及するわけではないが、SNSに限らず、一般的な話として、海外関連の捜査は、事業者からの協力を得ることが難しいなど、様々な問題があるということ。
- ・ 刑事訴訟法や国際捜査共助に関する問題ということか。
- ・ ご指摘のとおり。
- ・ 資料1（45ページ）において、欧州では近年、ソーシャルメディアでの広告を契機とする「定期購買詐欺（サブスクリプション・トラップ）」が増加傾向と記載されているが、この定期購買詐欺は、具体的にどのようなトラブルなのか。
- ・ 資料2（17ページ）に記載のある相談事例のうち、お試し価格で買ったつもりが定期購入になっていた、というものと同様のトラブルである。
- ・ SNSに関連する消費者からの相談事例としては、SNS そのものに関する相談よりも、SNS がきっかけとなって被害を生じたという相談が多い。その中でも、SNS に表示された広告を広告だと認識できずにクリックなどしてしまい、被害を生じた事案が多いと感じる。SNS の運営事業者では、SNS に表示する広告に関して、審査基準を設けているのか。
- ・ LINE においては、公式アカウントと、タイムラインに表示される広告について審査基準を設けている。今のところご指摘のような問題は生じていない。
- ・ ミクシィにおいては、以前は、自社で広告を審査し、掲載していたが、現在は実施していない。広告枠だけを用意し、その枠内に条件にあった広告が表示されるため、社として独自の審査基準は設けていない。広告の審査は、広告を取り扱う外部事業者が実施していることに加え、当社ではユーザーから広告に関する問い合わせを受けている。例えば、特定の条件に該当する広告に限って、表示させなくするといった対応は可能。
- ・ 資料1（42ページ）に記載のある日本インタラクティブ広告協会（JIAA）の「インフォメーションアイコン」について、具体的にどのようなものなのか。
- ・ 行動ターゲティング広告、すなわち、利用者の嗜好や趣味にあわせて自動的に選択された広告を表示している場合、必ずしもこのマークとは限らないが、広告の右肩等に表示されるアイコンに告知事項へのリンクが設定されており、クリックすると情報の取扱い等に関する説明を見ることが可能。
- ・ 相談員の中でも、こういったマークに共通の意味があることを認識していない者が多いと思われる。今後、さらにこういうマークを活用できると望ましい。
- ・ SNS の未成年者対策について、SNS の運営事業者は、携帯電話キャリア事業者から端末の利用者の年齢を確認し、その情報に基づいて、SNS 上で ID 検索等をさせないようにしていると思うが、情報として提供されるのは契約者である保護者の年齢ではないのか。SNS の登録時に年齢を入力させるなど、利用者の年齢確認はしていないのか。
- ・ 携帯電話の新規加入契約に際しては、契約者情報と使用者情報を記入することになっており、LINE においては、その使用者情報に記載されている年齢を確認している。そのため、子供が利用する携帯電話について、サービス登録時には年齢の入力を求めていないし、今後も実施

予定はない。

- ・ ミクシィにおいては、以前は、携帯電話キャリア事業者の年齢確認サービスを利用していたが、現在は実施していない。ただし、同一者が複数のアカウントを発行することを避けるため、携帯電話番号を用いて認証を実施したり、当該アカウントが適正に利用されていることを確認したりしている。
- ・ アフィリエイトに関連する事例としては、例えば、SNS を利用して若年者を勧誘し、詐欺的な商法で多額の利益を上げていた事案がある。これらの悪質事業者は、直近数年間で、各都道府県警にかなり検挙された。海外のサーバー等を使って身元を誤魔化そうとする事業者も存在するが、様々な手段を講じる事で当該事業者の実態把握も可能になってきている。そのため、SNS をきっかけにして悪質商法を広めようとしている者は、相応のペナルティを受けることになることを期待している。業界団体としては、今後とも関係省庁や各都道府県警に協力していきたい。
- ・ 本年1月から、プラットフォームやブログの運営事業者が協力して、「Advanced Hosting Meetup プログラム」という取組みが開始された。本取組みはホスティングサービス上のスパムサイト対策について情報交換や、対策の実施を進めるものである。本取組みが継続されることで、スパムサイトが検索エンジンに引っかかりにくくなったり、スパムサイトへの広告の出稿を停止したりすることによって、悪質事業者によるインターネットビジネスが立ち行かなくなることを期待している。
- ・ SNS をきっかけとした悪質商法については、アフィリエイトも残念ながら関係している。具体的には、SNS において、商品やサービスの提供を餌に、ユーザーの個人情報や SNS の登録情報を聞き出して様々なサービスに勝手に申し込んだり、ユーザー自身にサービスに申し込ませたりすることで、広告主から成果報酬を得る、といった悪質な手法を講じるサイト運営者（アフィリエイトター）も存在する。
- ・ 業界団体としては、広告主や仲介会社に対して、いきなり特定の悪質なアフィリエイトサイトに広告を出稿しないよう求めるのではなく、当該サイトは不正・悪質行為、著作権侵害や薬機法違反の疑いがあるという事実をまずは伝えている。多くの広告主や仲介会社は、こうした事実を初めて認識したと言って、当該サイトへの広告の出稿を停止したり、当該アフィリエイトターとの提携を解除したりするようになる。
- ・ ただ残念ながら、そうした事実を伝えても対処いただけない事業者も存在するため、その場合は逆にアフィリエイトター側や他の業界団体に対して、当該事業者は違法疑いのあるサイトに広告を出稿している、といった事実を伝えている。そうすることで、アフィリエイトターやサイト運営者は自身の運営するサイトにおいて、当該事業者の広告の掲載を停止するようになる。その結果、広告を掲載してくれるサイトが減少するため、広告主である事業者側としても、悪質なサイトに広告を出稿しないようにする、悪質なアフィリエイトターとの提携は解除する、といった改善の動きをとらざるを得なくなる。法律で規制しなくても、このように不正・悪質な行為に手を染めているサイトや事業者、または彼らを手助けして利益を得ているサイトや事業者にお金が回らないように業界団体や真っ当な事業者が自主的に取り組むことで、インターネット上の悪質な広告手法を排除することが可能であると確信している。

(3) について

- ・ 消費者庁 食品表示企画課 蓮見課長補佐から「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会報告書（概要）（参考資料2）」について説明。
質疑における発言はなし。

以上

第23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

かわち	たつや	消費者政策課	課長
河内	達哉		
つるぞの	たかお	消費者政策課	国際室 室長
鶴園	孝夫		
きよき	みほ	消費者政策課	政策企画専門官
清木	美帆		
よしかわ	ゆういちろう	消費者政策課	主査
吉川	雄一朗		
はすみ	ゆか	食品表示企画課	課長補佐
蓮見	友香		

○関係行政機関（国・地方）

ぬまじり	ひろかず	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	係長
沼尻	宏和				
かねこ	はじめ	総務省	総合通信基盤局	電気通信事業部	消費者行政第一課 消費者行政調整官
金子	創				
おかきた	ゆうへい	経済産業省	商務情報政策局	情報経済課	課長補佐
岡北	有平				
よしだ	ゆうこ	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）
吉田	優子				

○事業者団体

やしろ	しゅういち	公益社団法人	日本通信販売協会	消費者相談室長
八代	修一			
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	消費者委員会委員長
寺田	眞治			
かさい	ほくと	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

さわだ	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			
さくらい	おさむ	東京都消費生活総合センター	相談課	課長代理（相談担当）
櫻井	修			
ふくなが	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）
福永				

○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			
ふくい	あきよし	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
福井	晶喜			
いのうえ	りゅういち	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部 相談第2課 係員
井上	竜一			
たかはし	ひろし	一般社団法人	安心ネットづくり促進協議会	部長
高橋	浩史			
みなもと	のりひろ	一般社団法人	安心ネットづくり促進協議会	部長
源	紀洋			
えぐち	きよたか	LINE株式会社	公共政策室	室長
江口	清貴			
さいとう	よしかず	株式会社ミクシィ	ヴァンテージスタジオ	mixi サービス部 CSグループ
齋藤	良和			マネージャー