

インターネット消費者取引連絡会（第31回）議事要旨

1. 日時：平成30年12月14日（金） 10時～12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：ライブ配信サービス（投げ銭等）
 - (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「ライブ配信サービス（投げ銭等）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 玉木様から「国民生活センター報告資料（ライブ配信サービス）」（資料2）について説明。
 - ・ 株式会社Ofuse 宮村様から「Ofuse_消費者連絡会用資料」（資料3）について説明。
 - ・ モイ株式会社 芝岡様、松村様から「TwitCasting（ツイキャス）」（資料4）について説明。
 - ・ 株式会社Donuts 高谷様、今川様から「MixChannel_利用者の安心安全に向けた取り組み」（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。

 - ・ Ofuseのサービスについて、資金決済法上の資金移動業には該当しないのか。
 - ・ 本件については金融庁にも確認済みであるが、本サービスにかかる費用はファンレターのための文字を買う対価であり、文字を買ってもらうことで当社の売り上げとなり、その売り上げの一部をクリエイターに還元する仕組みであるため、資金移動業には該当しない。
 - ・ 子供が投げてしまった場合、子供が投げたので返金してほしいと要望があった際にはどのように対処しているか。また、投げたのに自分の言う通り踊ってくれないといったクレームを言う消費者もいるが、何らかの理由でキャンセルしたいと要望された場合、どのように対処しているか。また、海外の事例であるが、商品をリアルタイムで広告すると、通販番組で広告するよりもずっと売り上げが上がる、広告効果が高いと聞いたが、こうした広告をする人への規制はあるのか。
 - ・ 当社のサービスではプリペイドカードとクレジットカードが利用可能であるが、クレジットカードは未成年では作れないため、クレジットカード利用者には未成年がいない前提でサービスを提供している。これまでキャンセルしたいとの要望を受けたことはないが、要望があれば返金手続きをとることは可能である。
 - ・ 多くのユーザーは、有料ポイントを買う場合は、アップストアかGoogleプレイから買うこと

となっている。そのため、キャンセルや返金もすべてアップルとグーグルにて行うこととなるため、キャンセルの要望があった場合には、購入先に直接要望するようお願いしている。また、当社が実施するクラウドファンディングサービスにおいて、未成年者がクレジットカードにて大金を支援し、その親から返金・キャンセルの依頼が来たことがある。この時はいったんクレジットカード会社にキャンセル希望の連絡を入れてもらい、クレジットカード会社から当社に連絡が来た際に返金する手続きをとった。

- ・リアルタイムで商品売ることにについて、影響力が大きい配信者は多いが、通販番組のように商品売っているプロのような人は見たことがなく、パーカー等、自分で作ったグッズを売る人はいる。
- ・それは、作ったものを宣伝しているのか。
- ・そのとおりだが、宣伝を目的で配信をしているわけではなく、配信内の会話にて、このサイトで販売しているといった話をする程度の宣伝が多く、現時点では特に問題のあるものとは考えていない。情報商材やねずみ講につながるようなものは禁止している。
- ・まず決済については、先ほどの事業者の説明とほぼ同じ。広告については、You Tube やインスタは、ライブ配信と違い加工を行い、再生数で収益を上げる仕組みとなっているが、ライブ配信は、面白い配信をして視聴者からのポイントを稼ぐ仕組みになっているため、何かを押し売りしたり、宣伝するようなことをすれば視聴者が離れていくため、テレビコマーシャルのようなものは意外と出てこない。広告動画を流すことも社内で検討はしているが、現状はない。
- ・了。広告をすると視聴者が離れるということだな。
- ・インフルエンサーについて聞きたい。裏で勝手に報酬をもらって広告を流すということはあるか。裏でインフルエンサーを集め、教育し、広告を出すということが既に進んでいると思うが、今後そういったものに対して、規約で定める、または、広告と記載させた上で配信させる等、何か対策を考えているか。
- ・広告の場合、クライアントから直接、もしくは代理店を通じて、広告料をもらっている。最近であれば、テレビCMのように、皆でダンスをする広告を作成した。ライブ配信サービスのインフルエンサー広告について、課金されたものをキャッシュバックするのは、何らかの形で事務所と契約している人となる。当社も事務所の機能を持っているため、当社と直接契約している人もいるが、90パーセント以上は、10社程度の大手の事務所に登録している人。タレントでもユーチューバーでもない、当社がライバーと呼んでいる人が所属している事務所と契約している。当該事務所と契約する際に、明文化はしていないが、広告はしないでほしいと伝えており、あまりに行き過ぎた広告は認めていない。今後ライブ配信サービスでインフルエンサーマーケティングにどう取り組むかについては、今まさに社内で模索中。
- ・インフルエンサーを使ったマーケティングについては、ツイキャスでは今はまだ見当たらない。ツイキャスは一般人が多く、芸能人でも楽屋裏から配信するようなものも多く、企業色が強いものはツイキャスのユーザーは好まないのではないかと。ユーザーにとって良くないものが増えれば、対策を考えるが、現時点では様子見。コメントで他の人の配信において宣伝してくる人は規約違反であり、アカウント停止等に行っている。
- ・インフルエンサーだから沢山投げ銭されるとの観点は違うのではないかと。インフルエンサーと契約して動画を配信しても投げ銭はあまり行われず、どれだけそのクリエイターをユーザーが

- 応援したいかであり、Ofuseでも、ツイッターのフォロワー数が少ない人の方が投げ銭が多かったりするので、当社が営業目的でインフルエンサーと契約することは今後も考えにくい。
- ・ 未成年対策について。未成年による投げ銭の月額の上限は定めているか。ソーシャルゲームと同様の問題が出てくるのではないか。
 - ・ 上限は設けていない。というよりできないのではないか。クレジットカードで支払いしていたとして、投げ銭をしている人の本人確認をとることができないのではないか。そのため、未成年による投げ銭であることを確認することは、システム上難しいのではないか。
 - ・ 未成年による課金に制限を設ける機能は現状提供してない。クラウドファンディングでは、未成年がそもそも持つことのできないクレジットカード払いのみとしているため、上限は設けていない。ポイント購入の場合、多くはアップルかグーグルで購入することとなるため、アップルとグーグルの制限による。未成年の課金を制限したいのであれば、まずは親にアプリでの購入制限をかけてもらいたい。
 - ・ 制限はかけていない。質問とはそれるが、課金されたものを未成年がキャッシュバックを受けるとについては、労働基準法に則り、16歳未満であれば、午後10時から午前5時までの配信は推奨していないため、配信を止めることはできないが、その時間に配信されたものについてはキャッシュバックをしていない。
 - ・ 当協会会員企業から相談として聞いた話。悪質クレーマーが、金品要求等を目的に故意に事業者者に苦情を申し立て、「顧客部門担当者とのやり取りなどを動画配信する」と予告したり、実際に配信された事例もあるとのことだ。については、動画の視聴者に併せて事業者の保護についても、何らかの対策を行っているかの確認をしたい。
 - ・ クレームに限らず、公序良俗に反するライブ配信については、非常に不快な配信をしていると通報が入るが、その場合1人ではなく、3人4人と続くことが多い。その場合、一定数を越えた場合、まずは配信者に対して警告を行い、それでも聞かない場合は動画を削除するが、削除までいかなくとも、いったん配信を停止し、配信者と話し合う。明らかに車を運転しながら配信している場合や明らかに犯罪行為をしている場合は、即対処することとしているが、基本はユーザーからの通報による自助努力にて、不快な動画配信には対応している。
 - ・ そのような行為は社会的迷惑行為に当たる。事業者か公的機関から連絡があった場合には、動画の確認を行い、再発防止等の注意を行い、もし繰り返すようであればアカウントを停止する。
 - ・ 相談のあった企業は実際に動画配信されたわけではなく、他の企業がされている例を引き合いに、同じようにされたいのかと脅迫を受けた際の対応方法についての相談だった。これは業務妨害にあたる可能性があり、犯罪めいた話であるため、「警察に通報する」と通告したらいかがかとの助言を行い、当該企業がその旨をクレーマーに伝えたところ、当該企業は被害を免れた。もし配信されれば企業にとっては社会的信用に傷がつく。消費者保護も重要だが、相手の立場によらず対応する取り組みをこれからも継続してほしい。もう一つ訊きたい。ライブ配信業界に「業界団体」はあるのか。動画配信サービスを行っている事業者同士の横のつながりはあるのか。
 - ・ 業界団体の存在については知らない。当社は入っていない。
 - ・ 付き合いのある企業はあるが、公式の団体はない。
 - ・ 現状では「ない」ということだが、今後発展が予想される業界であると思う。については、同業

- 者同士が連絡を取り合うことで問題点などの情報を共有し、健全な業界として成長してほしい。
- ・ 先ほどの企業のクレームの件はライブ動画配信ではなく、録画されたものであると思うが、公開されている動画の削除について聞きたい。配信されている人については本人確認ができていると思うが、本人だけでなくその親から削除要請が来ることもあると思うが、削除要請があった際の対処方法について聞きたい。
 - ・ 本人からの要請であれば削除できる。著作権に係るものは、権利者からの要請であれば削除できる。親からの要請であった場合、その親のユーザーであることが証明できれば削除するが、実際は証明が難しい。また、本人のアカウントが確認できない場合なども、本人確認ができれば削除できるが、実際はその証明も難しい場合が多い。
 - ・ とても悩んでいる問題。多くの SNS がそうであるように、登録をする際に免許証等の公的書面にて本人確認までは行っていない。そのため、削除要請をした人が本人であることをどこまでも追わざるを得ない。メールアドレスとパスワードは何か、最後に配信したのはいつか、場所はどこか等が確認できれば削除するが、これらが確認できないものは削除できていないのが現状。
 - ・ 削除依頼を出したのが投稿者本人であれば、非表示、つまり実質的には削除と同じ扱いになる。親から連絡が来た場合、その時点でアカウントを一旦凍結し、動画を非表示にする。その後、その要請した人が実際に親であるか等の確認を行っている。
 - ・ いろいろ問題も指摘される中、それでもこのサービスを提供しているということは、何らかの価値を社会に提供しているという認識があるからだと思う。Ofuseの場合、有名でないクリエイターを支援することだったと思うが、残りの2社について聞きたい。また、配信者が素人の場合、プライバシーの問題が気になる。年齢が若く、プライバシーをさらすことが自分の将来にどのようなリスクがあるのか、理解が十分でない配信者もいる。住所などの個人情報を出さないようにと啓発しているのご説明もあったが、顔を出しているだけで十分個人情報を出していることになるため、その点矛盾がある。顔をさらしたうえで、住所を知られてしまうとどういった危険があるのかについて、もっと啓発するべき。配信する動機の一つとしてお金が入るといふこともあると思うが、動画が過激であるほど、見る人が増えて、注目を集め、有名になる等、承認欲求的なものが働く構造があると思う。エスカレートさせない仕組みをどのように考えているのか聞きたい。
 - ・ ツイキャスでは、小さいコミュニティで配信している人が多い。その中には、引きこもりの人や自分の居場所がリアルな世界ではない人も多く、そこに行けば自分の場所がある、自分を表現できるといった、その人にとって居心地の良い場所を提供することを大事にしている。有名になりたいという動機でやっている人は多くなく、仲間を作りたいという動機でやっている人が多い。また、ツイキャスでは、顔出しをしている人より、ゲーム配信やラジオ配信をしている人が遥かに多い。有名になりたいために行動がエスカレートしてきた場合には、まずは注意を入れる、その後、人目につかなくなるように設定を行い、それでも止めない場合は、アカウントを停止している。過激なことをする人が出てくることで、周辺に真似をする人が出てきてしまうため、特に気を付けている。ライブ配信のサムネイルの写真で、胸の谷間や足の画像を使う人もいるが、これらも真似する人が出てきて増えてしまう傾向があるため、規制している。そういった文化を作らないことが大事。

- ・ 社会的な意義について、自由に配信してくださいと呼びかけており、最終的には、あなたの夢を応援しますということ。キャッシュバックではなく、大きなフェス、音楽イベントで歌える権利や著名なプロデューサーに楽曲を提供してもらえる権利を獲得できるイベントを開催することで、芸能界で活躍していない人に場を提供し、夢を応援している。顔出しすることによるプライバシーの問題はご指摘のとおりと思う。当社はプラットフォームであり、当社がキャッシュバックする対象は何らかの事務所に所属している人達であるが、顔出しをすることを了承しているという前提で対応していたが、プライバシーの問題については、代理店や事務所任せにせず、我々プラットフォームもしっかりと注意していくべき。
- ・ 皆様が苦勞している本人確認について、アメリカではバックグラウンドチェックをする会社があり、ユーザーが参加するサービスを支えるサービスが普及しているが、日本は個人情報の扱いが厳しく、そうしたサービスが進んでいない。ソーシャルアカウントのチェック等、本人確認で工夫していることがあれば教えてほしい。また、まだ先の話かもしれないが、国の方針としてマイナンバーの仕組みを民間開放しようという話があるが、ネットサービスの本人確認をアナログの本人確認書類にて行うことは、ユーザーにとっても事業者にとっても不便なことであり、最終的には全てオンラインで完結する世界を目指していくべきと考えているが、国の規制緩和、もしくは、こういう情報を開示してくれると本人確認がやりやすくなる等、希望があれば教えてほしい。
- ・ ミックスチャンネルでは、SNS 連携を基本に本人確認を行っている。SNS 連携をしなくても無料で利用できるが、その場合アイテムを送ったりはできないようになっている。本人確認は本当に難しいため、全ての情報を一つの媒体で管理するようなものがあり、ワンタッチすれば本人確認ができるような仕組みがあれば、業界の発展につながるかもしれない。
- ・ 本人確認は困っている。基本的には、その人が普段使っているソーシャルアカウント、同じ端末で使っているアカウント等を確認しているが、100 パーセント本人であることは確認できない。夢のような話ではあるが、API 開放等で、本人が自分のマイナンバーを入力したら、名前や年齢等の情報が返ってくるようなシステムがもしあれば、その情報が登録情報と一致しているかを確認できるため、事業者としてはありがたい。
- ・ 本人確認について、ツイッター連携にてアカウント登録をしてもらっており、ツイッターアカウントの人格を基にファンがついて、投げ銭をしている。ソーシャルアカウントと本人は分離して考えるべきで、ソーシャルアカウントは、SNS やフェイスブックやニコニコ動画等いろいろな場所で活動している空想の人格がたくさんあることもあり、フォロワー数等でクリエイター本人であるかを確認する観点の一つある。もう一つは、そのクリエイターが住所を持っている人間で、戸籍があるか等を事業者として確認する観点がある。仮にマイナンバーを入力することで、あなたの誕生日はいつですか等の質問が来て、入力することで、登録されている情報と一致しているかどうかで○×で回答されるような非常に簡易な仕組みがあれば、導入する価値があるのではないかと。

以上

第31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

ないとう	しげお	消費者政策課	課長
内藤	茂雄		
てらうち	あやこ	消費者政策課	国際室 室長
寺内	彩子		
はらだ	ゆうき	消費者政策課	政策企画専門官
原田	祐樹		
やまぐち	まさと	消費者政策課	主査
山口	正人		

○関係行政機関（国・地方）

いわさか	ひろし	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	課長補佐
岩坂	博				
もろずみ	かずひこ	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	係長
両角	和彦				
まきの	ともこ	総務省	消費者行政第一課		課長補佐
牧野	知子				
かつはた	ごう	総務省	消費者行政第一課		係長
勝畑	豪				
いちかわ	みつひろ	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）
市川	光弘				

○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	室長
八代	修一				
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	相談員
石川	康博				
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		
寺田	眞治				
				常務理事	CP委員会 消費者担当
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				
すずき	たまよ	日本アフィリエイト協議会			理事
鈴木	珠世				

○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				
うがじ	みよこ	東京都消費生活総合センター		相談課	相談担当
宇賀治	美代子				
きむら	よしこ	東京都消費生活総合センター		相談課	消費生活相談員
木村	嘉子				

○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				
こみ	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				
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 主査
玉木	祐介				
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				
みやむら	てつひろ	株式会社Ofuse			代表取締役社長
宮村	哲宏				
しばおか	ひろゆき	モイ株式会社			取締役
芝岡	寛之				
まつむら	あぐり	モイ株式会社			
松村	阿久里				
たかや	しんたろう	株式会社Donuts		事業部	副部長
高谷	慎太郎				
いまがわ	ゆうき	株式会社Donuts			秘書室
今川	裕貴				