

IT 化の進展に対応した消費者政策の在り方（論点ペーパー）

平成 15 年 3 月 18 日

1 . IT 化の進展と消費生活への影響	1
（ 1 ） IT 化の進展状況	1
（ 2 ） IT 化の特性と消費生活への影響	1
2 . IT 化に伴う消費者問題	9
（ 1 ） IT 化に伴う消費者問題の増加	9
（ 2 ） IT 化に伴う消費者問題の多様化	9
（ 3 ） IT 化に伴う消費者問題解決の困難性	9
3 . IT 化に伴う消費者問題への対応	15
（ 1 ） 事業者及び事業者団体による取組	15
（ 2 ） 消費者による取組	15
（ 3 ） NPO 等による取組例	15
（ 4 ） 行政による取組	21
（ 5 ） 国際的な取組	21
4 . IT 化に伴う消費者問題への対応課題	29

1. IT化の進展と消費生活への影響

(1) IT化の進展状況

近年、特に 1990年代半ば以降、我が国ではIT技術の進展とその経済社会への浸透が急速に進んでいる。携帯電話やインターネットなどはその典型である。

特にインターネットは、その広範な普及・発展により、情報流通量が飛躍的に増大し、情報の流れを大きく変化させている。また、インターネットの利用形態も多様化しており、日常生活や事業活動に欠かせない存在になりつつある(参考1,3,4)。

しかし、国際的にみると、我が国のIT化は、その経済規模に鑑みれば相対的にみてまだその進展の余地がある(参考2)。

このため、政府においても、こうしたIT化の動きを促進するための支援に取り組んでおり、IT戦略本部(内閣官房)の下で、「e-Japan重点計画2002」を策定し、これに沿って各種施策を推進している(参考6)。

消費者取引の形態は、IT化の進展に伴い、電子商取引、国境を越えた取引等の拡大がみられるなど多様化している(参考5,7)。

(2) IT化の特性と消費生活への影響

以下のような基本的特性が、ITが経済社会へ急速かつ広範に普及・浸透している要因となっている。

- ・迅速性(物理的距離の無意味化、グローバルなコミュニケーションの実現)
- ・双方向性(情報を受信するだけでなく、低い情報コストで個人でも自由に情報発信可能)
- ・開放性(自由な参入・退出、不特定多数の者との情報交換)
- ・匿名性・非可視性(プライバシーの保全)
- ・時間的利便性(24時間アクセス可能) 等

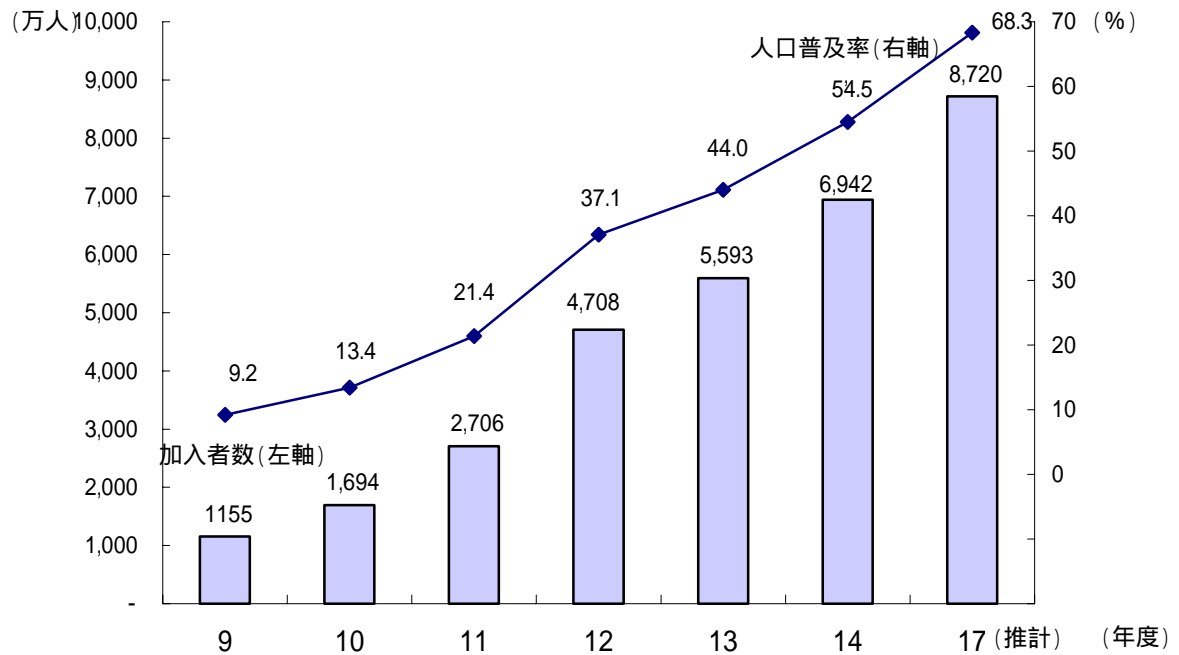
IT化は、経済活動の構造変化や国民生活の向上に多大な影響を及ぼしている(参考8,9)。

- ・情報収集の高度化、コミュニケーション手段の発達
- ・利便性の改善、ライフスタイルの変化
- ・生産性の向上、需要・雇用の拡大 等

他方で、IT化の進展に伴い様々な問題点が顕在化してきており、早急な対応を要するものが多い。

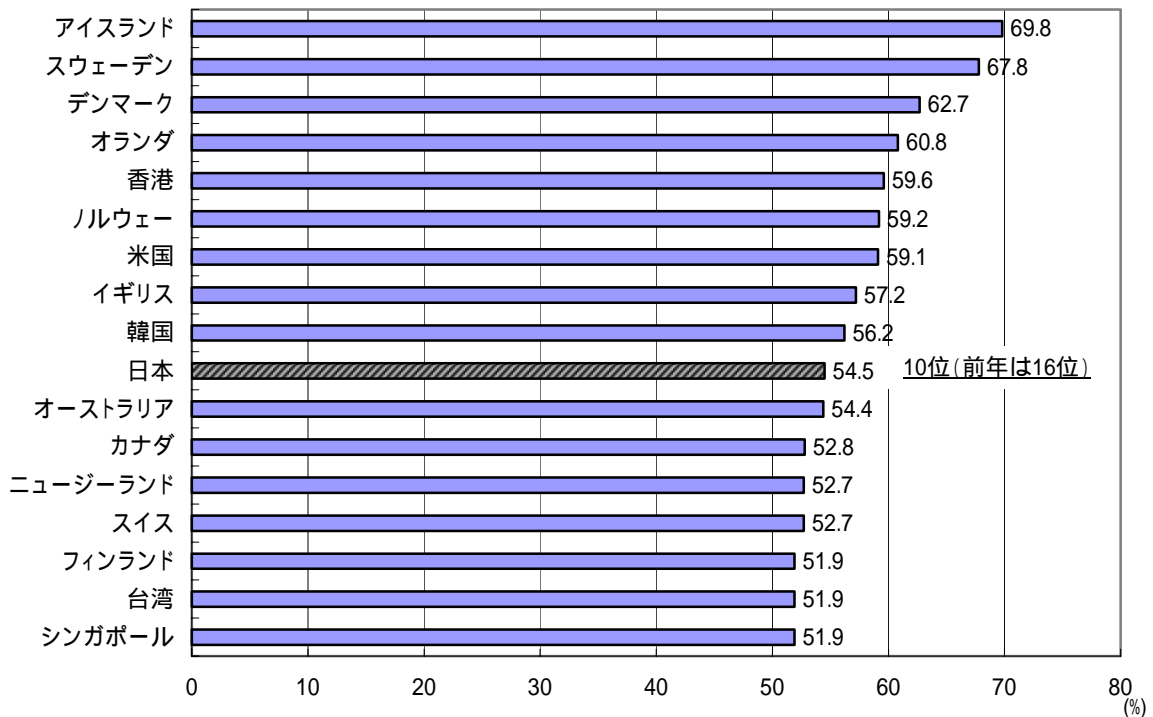
- ・匿名性・非可視性等ITの特性に基づく消費者トラブルの頻発
- ・個人情報の漏洩・悪用、プライバシーの保護
- ・システム・セキュリティの確保(ネットワークへの不法侵入、コンピュータウイルス対策)
- ・デジタル・ディバイド(情報格差)の是正 等

(参考1) インターネット加入者数及び普及率の推移



(備考) 1. 総務省「通信利用動向調査」(平成14年12月)より作成。平成17年の推計値は平成13年の「通信利用動向調査」による。
 2. 普及率は全人口に占める加入者数の割合である。

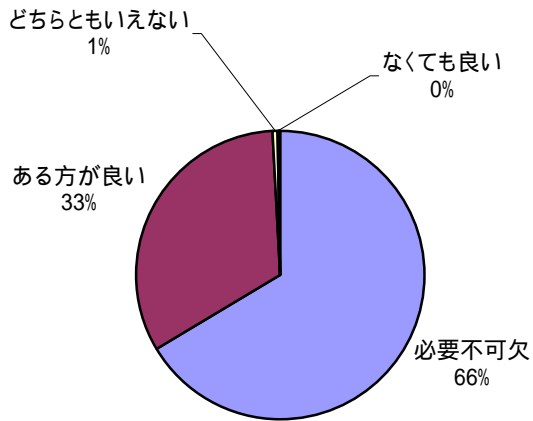
(参考2) 世界各国のインターネット普及率



(備考) 総務省公表資料より作成。

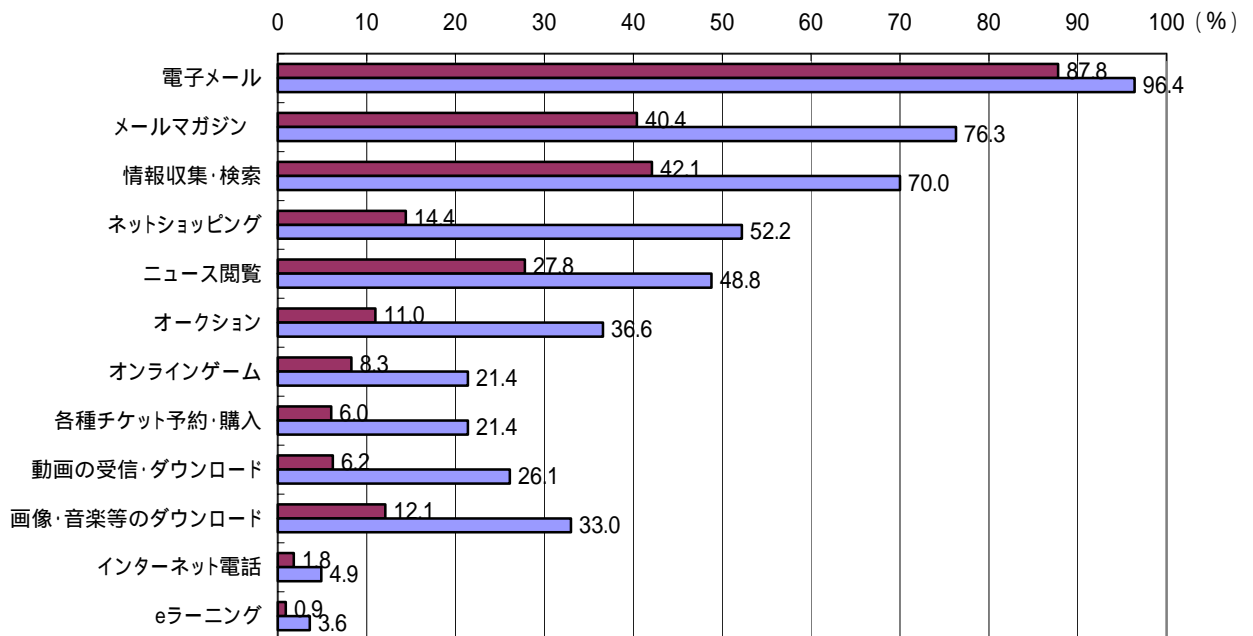
(参考3) 生活におけるインターネットの必要性

問：インターネットはあなたの生活にとってどの程度必要な存在ですか？



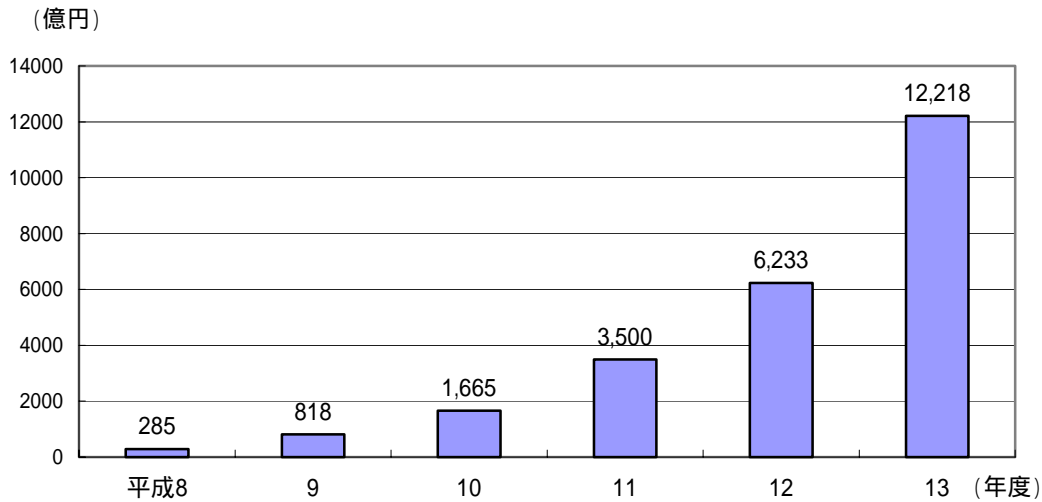
- (備考) 1. 総務省「ITと国民生活に関する調査分析」(平成14年3月)より作成。
 2. 本調査はウェブアンケートを用いているため、アンケート回答者はインターネットを利用する頻度が比較的高い傾向があることに注意を要する。

(参考4) インターネットの用途別利用率の推移



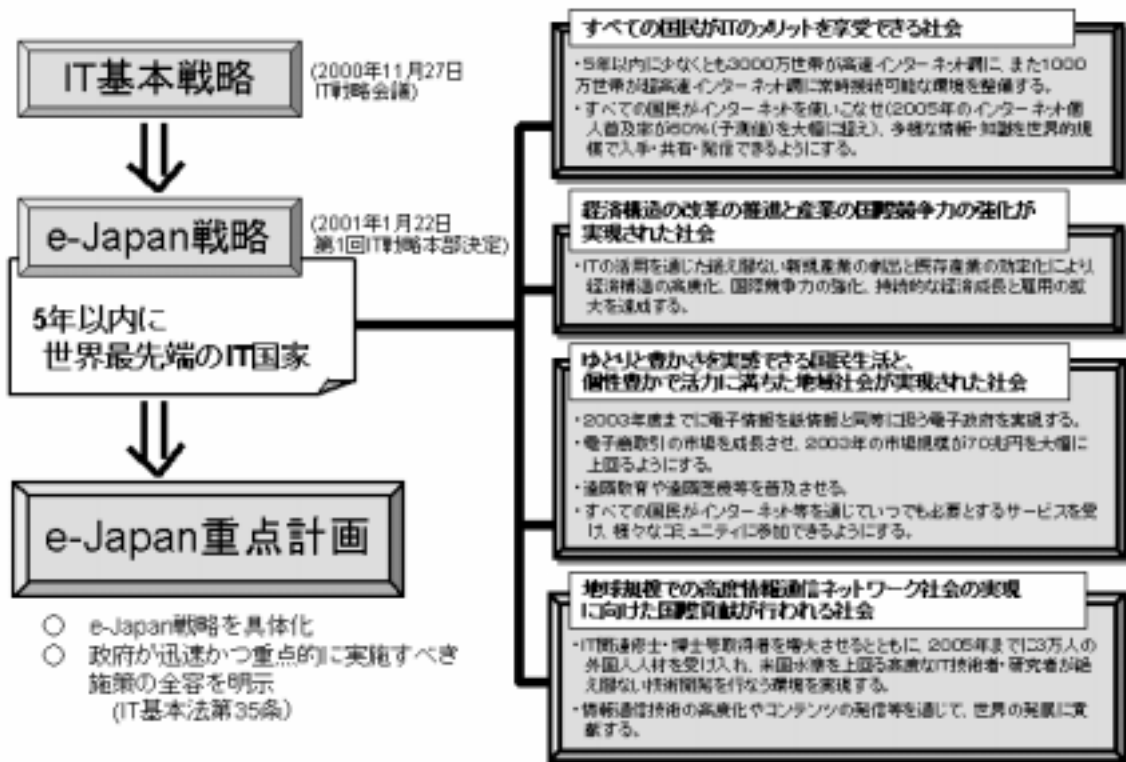
- (備考) 1. 総務省「ITと国民生活に関する調査分析」(平成14年3月)より作成。
 2. グラフの上段は、2年前に利用していたか否かを、下段は現在(平成14年3月)利用しているか否かを聞いたもの。

(参考5) 電子商取引(最終消費財)の市場規模の推移



- (備考) 1. 総務省「平成14年情報通信に関する現状報告」より作成。
 2. アンケート調査結果による品目別の電子商取引利用率、及び家計調査(総務省)の品目別年間家計支出額等により推計。

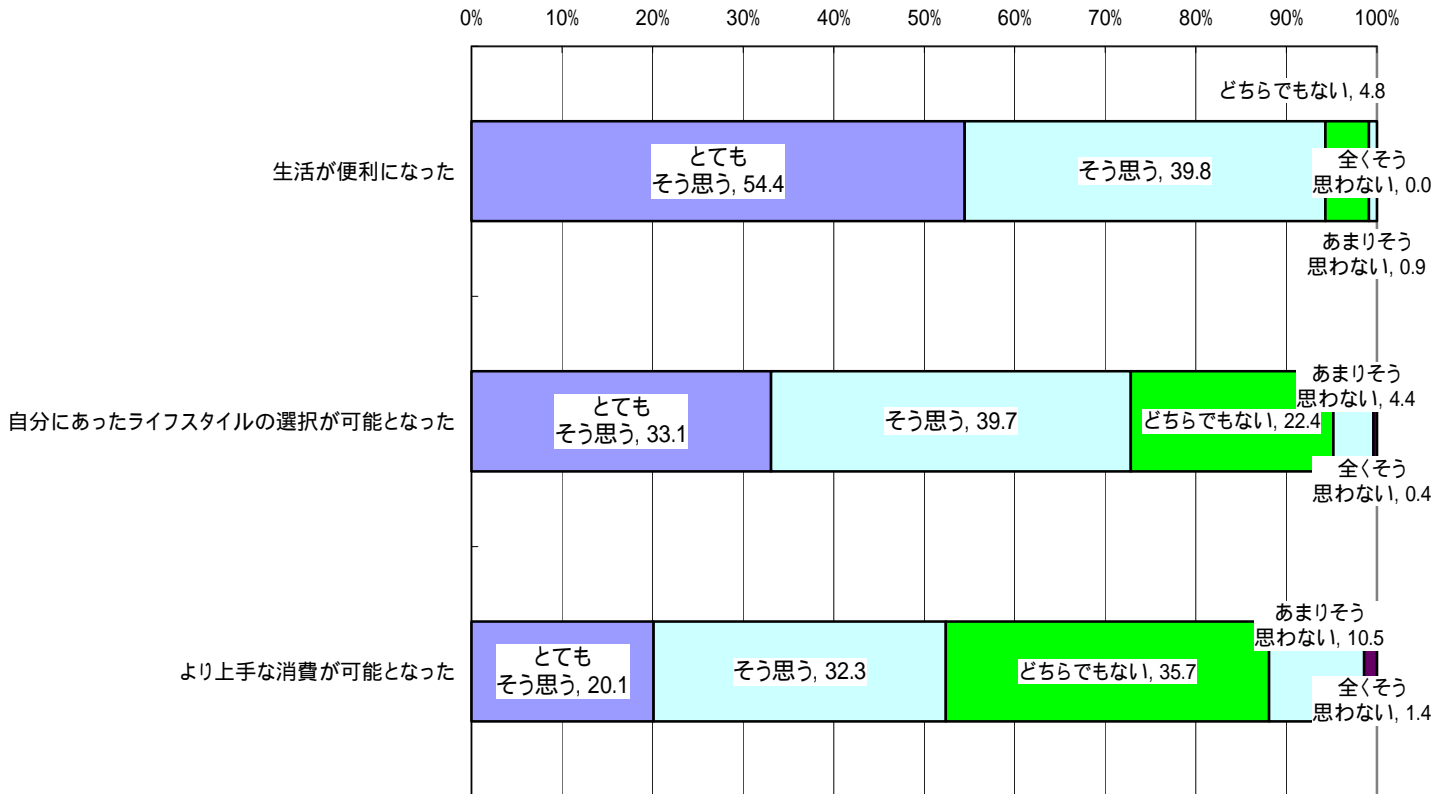
(参考6) 「e-Japan 重点計画」概要



(参考 7) IT を活用した様々な消費者商取引形態

インターネット 通販	<p>インターネットを用いた通信販売。オンライン通販とも言われている。ウェブサイト上で商品紹介と受注を行う。</p> <p><ワン・ツー・ワン・マーケティング> インターネットの双方向性や大量情報の処理能力を活かし、顧客の嗜好、購買履歴などの情報を収集・分析した上で、個別の顧客の関心にあった商品等を提案。</p> <p><電子商店街> インターネット上で商品を販売するウェブサイト(電子商店)が複数軒連なるウェブサイト。消費者にとっては、複数店舗の商品を縦断して検索が行えることや、決済や発送を一括して行えることなどのメリットがある。</p> <p><ネット直販> メーカーがインターネット経由で自社製品を直接消費者に販売。</p>
オンライン 情報提供・仲介 サービス	<p>インターネットの検索機能を活かしたサービス。例えば顧客が希望する旅行の行き先・時期や自動車の車種・色・価格等を入力し、瞬時にそれに該当する商品や業者を検索することができる。</p>
ダウンロード 販売	<p>音楽やソフトウェアなどの商品を、商品選択から注文の受付、決済、発送まですべて「モノ」(例えばCD)を介さずネットワーク経由で行う。</p>
オンライン トレード	<p>インターネットを通じて行う株取引。ウェブブラウザを用いて証券会社のウェブサイトに接続し、オンラインで株の売買を行う方式が一般的。手続のほとんどが自動化しているため、店頭で取引を行うよりも一般に手数料がかからない。</p>
ネット バンキング	<p>インターネット経由で銀行などの金融機関のサービス(口座振込、預金の残高照会等)を利用すること。オンラインバンキングとも言われる。</p>
インターネット オークション	<p>インターネット上での商品の競売あるいはそのサービスを提供するホームページ。「C2C」型の取引の代表的な形態。出品者はウェブサイト上に商品に関する情報を掲載し、期限内に最も高値を提示した入札者が商品を落札。</p>
インターネット サービス プロバイダ(ISP)	<p>インターネットに接続するためのサービスを提供。電話回線や ISDN 回線を通じて、企業や家庭のコンピューターをインターネットに接続。付加サービスとして、メールアドレスの貸出等を行う場合もある。</p>

(参考8) インターネットの利用者の実感



(備考) 総務省「ITと国民生活に関する調査分析」(平成14年3月)より作成。

(参考9) インターネット活用がライフスタイルに与える影響

掲載略(総務省「平成14年情報通信に関する現状報告」73ページ参照)

2. IT化に伴う消費者問題

(1) IT化に伴う消費者問題の増加

インターネット、携帯電話の普及や電子商取引の拡大等を背景に、ITに係る消費者トラブルの件数が近年急増している。情報通信関連の相談件数は平成14年度で12万件超に達しており、消費者トラブルの全相談件数に占める割合も、約20%まで上昇している(参考10,11)。

こうしたトラブルを未然に予防し、かつ被害を救済するための制度の整備を行わなければ、

常に消費者がトラブルに巻き込まれるおそれがある、

潜在的可能性の豊かな電子商取引等の利用者に不安感を抱かせ、利用を敬遠させることになり、その健全な発展が阻害されるおそれがある(参考12)。

(2) IT化に伴う消費者問題の多様化

ITに係る消費者トラブルは、対面での取引に比して誤解や不明確な意思表示などにより発生しやすいが、それに加え、ITの特性を悪用した悪質事業者の巧妙な手口によるものがみられ、これまでの消費者被害に対する対応方法では解決が困難な事例が少なくない(参考13)。

インターネット取引における消費者トラブル

(例)・国際電話への不正な接続先書換え

・インターネットショッピングにおける商品未納、瑕疵、解約

・消費者間(C2C)のトラブル(ネットオークション等)

(携帯)電話を使った消費者トラブル

(例)迷惑メール、「ワン切り」

オンライン等関連サービスにおける消費者トラブル

(例)有料サイトに関する不当な情報サービス料の請求

また、ネズミ講、マルチ商法等従来の手口と組み合わせた悪質商法もみられるなど、より巧妙化してきている(参考14)。

(3) IT化に伴う消費者問題解決の困難性

ITに係る消費者被害は、他の消費者被害と比しても急増している。しかしながら、それらの消費者被害は実際には解決に至らず、結果的に消費者が「泣き寝入り」させられがちである。

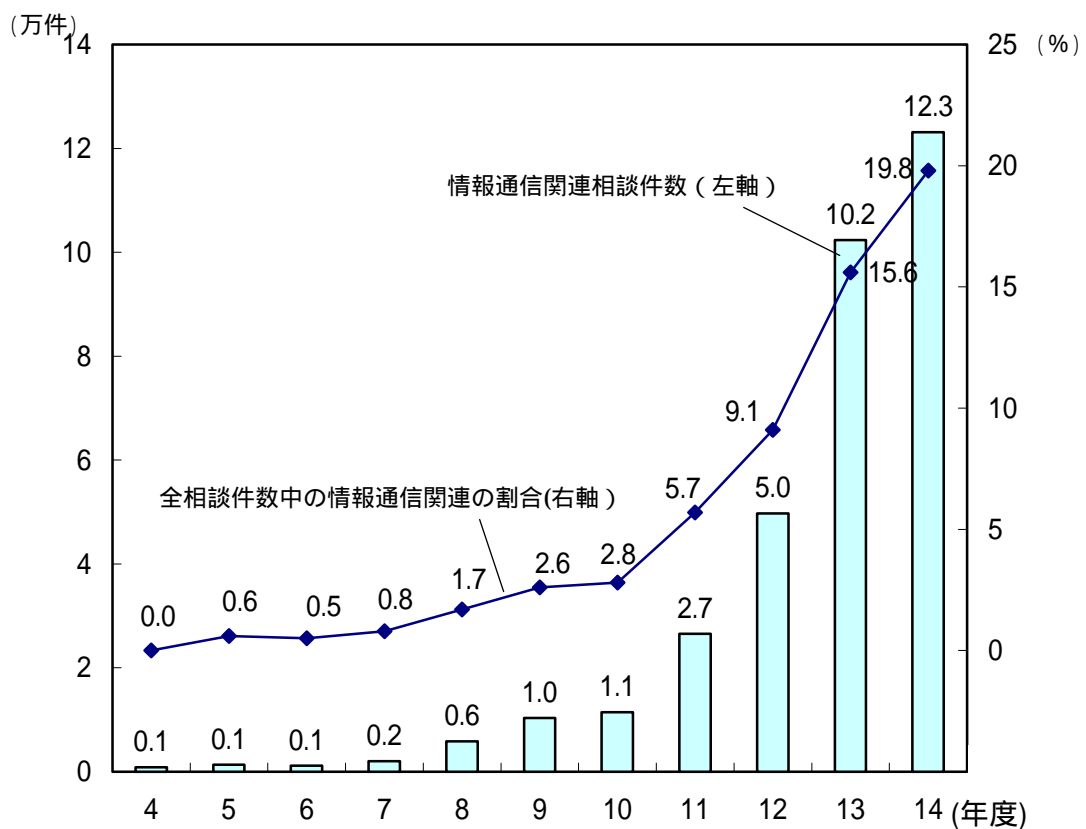
その解決が困難である背景としては、

IT 特にインターネットの特性である匿名性(身元確認の困難性)、迅速性・開放性(一度に多数の相手に送信可能)、証拠保全の困難性等が悪用されやすいこと、

IT 技術の急速な進歩に合わせて、消費者や行政等が十分な対応手段を迅速に講じることが難しいこと、

インターネットオークションのような個人間(C2C)取引に伴う問題は、事業者対消費者間(B2C)取引を対象とする従来の消費者問題とは性格を異にすること、
などが指摘できる。

(参考10) 情報通信関連の消費者トラブルの推移



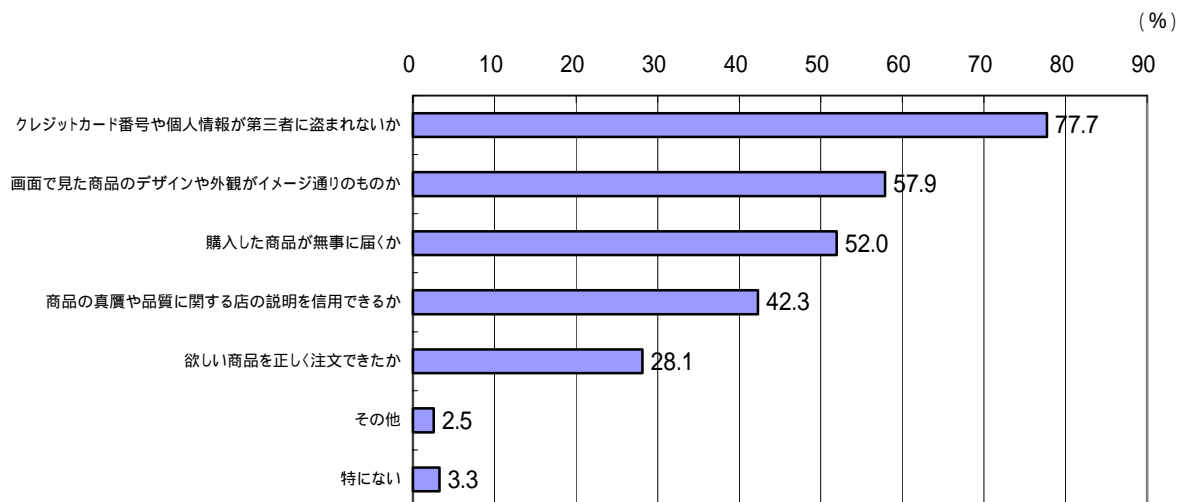
(備考) 国民生活センターPIO-NET データより作成。

(参考11) 情報通信に関する相談の内訳

種 類	件 数	内 容
オンライン等関連サービス	98,507	インターネット、電話等のオンラインネットワークを使って情報を得るサービスに係るトラブル。プロバイダー等インターネット接続サービスを含む。
インターネット	36,430	インターネット全般に係るトラブル。
電話	27,035	電話関連サービス全般に係るトラブル。国際電話、携帯電話、電話加入権の問題も含む。
国際回線への不正な接続先書換え	17,318	インターネット情報サービス、電話情報サービスを利用した場合に、国際電話に接続し、不当な国際電話料金を請求。
ワン切り	10,117	携帯電話等の着信履歴にかけ直すと有料情報番組を聞かせ、料金を請求。
電子商取引	7,095	インターネット等のネットワーク上で行う取引に係るトラブル。インターネットバンキング等サービスも含む。
インターネットショッピング	6,305	インターネット上で商品を購入する取引に係るトラブル。
ネットオークション	1,433	インターネット上で行われるオークションに係るトラブル。B2C、C2C 両方とも含む。

(備考) 1. 国民生活センターPIO-NET データより作成。データは平成 14 年度で 2 月末までの PIO-NET 入力分。
 2. マルチカウントのため、1 つの相談が複数の分類にカウントされていることもある。

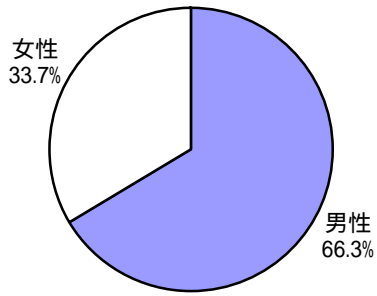
(参考12) 電子商取引に対する不安



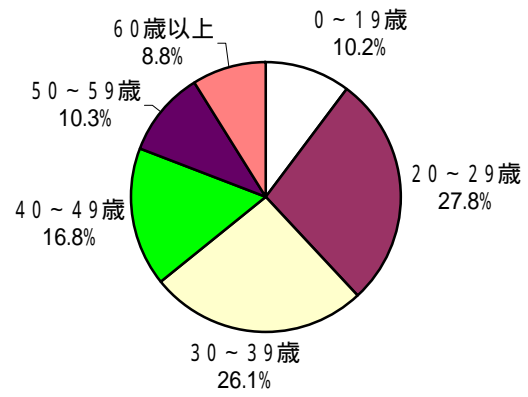
(備考) 総務省「情報通信分野の安全性と将来技術に関する調査」(平成 14 年 2 月) より作成。

(参考13) ITに係る消費者トラブルの相談者の属性

性別



年齢層



(備考) 国民生活センターPIO-NET データより作成。

(参考 1 4) IT を利用した悪質商法に対する相談事例

インターネットショッピング関係	娘がインターネットで海外ブランド時計を購入した。正規代理店で調べたら偽物だった。返品したい。
	インターネットのホームページで知った業者に普通乗用車を注文した。納期なのに納車されず担当者と連絡不能。
	インターネットショッピングで購入したとして、契約した覚えのない代金をクレジット会社から請求された。
ワン切り	携帯電話に頻繁にワン切りやメールが入り迷惑している。インターネットのサイトに書き込みされたい。
	有料情報番組の料金請求のはがきが来た。一度だけワン切りにリダイヤルしたためだろうか。高額だ。
	高校生の息子がいわゆるワン切りにコールバックした。10分無料ということで利用したそうだが高額請求が来た。
出会い系サイト	昨日携帯電話に、利用した覚えのない出会い系サイトの料金が未納だと、高額な請求の電話があったが支払いたくない。
	携帯電話で出会い系サイトを利用した。料金を払わずに放っておいたら高額な料金を請求された。どうしたらよいか。
	息子が出会い系サイトを利用したが代行業者と名乗るところから次々と請求が来て困っている。支払うべきか。
有料情報サービス	「一定時間内なら無料」とあったのでその範囲内で有料情報サービスを利用したところ、後日高額な請求を受けた。
	利用した覚えのないツショットダイヤルなどの代金の支払いを突然、聞いたこともない業者からはがきや電話、メールなどで請求された
	インターネットで結婚相手紹介サービスの申し込みをしたが、後で3万円の請求を受けた。解約できないか。
	利用した覚えがないのにインターネット情報料の請求があった。音楽配信ソフトとしてカード決済になっている。
国際電話	使った実感のない国際電話の料金請求を断ることはできないか。夫がアダルトサイトを見たことがきっかけらしい。
	1年前にインターネット利用中に国際電話に接続。請求が来たが支払拒否通知を提出した。法律事務所から催告書が来た。
	インターネット利用時に接続先設定を変更され高額な国際電話の通話料の請求があるが、支払いたくない。
迷惑メール	携帯電話に違法な広告メールが入る。電話会社に苦情を言ったところ他の機関を紹介された。受信料を支払いたくない。
	携帯電話に出会い系サイトらしき広告メールが大量に届き迷惑している。届かないようにする方法はないか。
	携帯電話サービス会社が、加入者対象に新たなサービスのダイレクトメールを送付。ユーザーに誤解させる内容だ。
	携帯電話のメールの広告から有料サイトに入ってしまう高額料金を請求された。しかし、有料の説明はなかったので支払いたくない。
	携帯電話に、これは広告ですとメールが入り、今後メール配信を希望しない場合は返信しろとあるがどうしたものか。

インターネットオークション関係	インターネットオークションで自動車部品を申し込み代金を前払いしたが、商品が届かず販売業者と連絡も取れない。
	インターネットオークションでパソコンを落札した。パソコンの音が出ないので落札元に返品した。その後業者と連絡が取れない。
	インターネットオークションで買い物をした。参加料を払ったが、翌月からも参加料が引き落とされ続けていて辞めたい。
	インターネットオークションへの参加登録への抹消を求めたところ、詳細な個人情報の提供を求められた。対応が不満である。
	インターネットオークションでハイウェイカードを落札。偽造カードだとわかり使えなかった。
	1ヶ月前、会員登録しているインターネットオークション業者から5万円請求されたが何の請求か不明。問い合わせても返答がない。
ITを使った従来の悪質商法	ホームページのスペースをレンタルすることで儲かると勧誘されて会員になったが、次の会員を獲得できない。主宰者が外国にいてどうしたらいいかわからない。
	インターネットの電子メールを使ったマネーゲームへの参加を勧誘する電子メールが送られてきた。メールには、自分の上位にあたる人の名前と銀行口座番号が書かれてある。お金を振り込んでしまったがどうしたらいいか。