

3 . IT 化に伴う消費者問題への対応

現在の IT に係る消費者被害の急増を受けて、事業者、消費者、NPO 等及び行政においてそれぞれ対応策が講じられており、また、国際機関等を通じ国際的な取組も実施されている。

(1) 事業者及び事業者団体による取組

プロバイダー、通信販売等の事業者は、個別企業あるいは業界単位で以下のような取組を行っている。

マーク制度の導入

プロバイダーや電子商取引事業者のサイトを審査し、基準をクリアしたサイトにマークを付与（参考 15）。

事業者団体による監視・自主ルール等の策定

個人情報の保護や権利侵害への迅速な対応等のため、業界毎に行動指針やガイドラインを策定しその遵守を促している（参考 16）。

消費者に対する情報提供

各事業者及び事業者団体が、ホームページやセミナーの開催等を通じて消費者に対し情報の提供や普及・啓発活動を行っている。

(2) 消費者による取組

消費者においても、取引条件や相手の身元確認等自衛策が必要であるとともに、電子商取引に関する消費者間または消費者・行政間の情報収集・交換等、消費者の役割を果たすことが重要。

（例）・エスクローサービスの利用（参考 17） 等

(3) NPO 等による取組例

インターネットトラブル等に関して、その実態調査や教育・啓発、相談・紛争解決などの面で活動している NPO 等の事例がある（参考 18）。

(参考15) 各種オンラインマーク制度の概要

<p>オンラインマーク (トラストマーク)</p> 	<p>(社)日本通信販売協会 日本商工会議所</p>	<p>「安心の目安」となるよう、一定の基準を満たした販売業者に対して「オンラインマーク」を発行し、ホームページ上に表示させる制度</p> <p><基準></p> <ul style="list-style-type: none"> 販売業者の実在が確認できること ホームページ上に書かれている販売条件等が特定商取引法や景品表示法等を遵守していること
<p>プライバシーマーク (Pマーク)</p> 	<p>(財)日本情報処理開発協会</p>	<p>個人情報取扱いに関し、適切に保護措置を講じている事業者に対し、プライバシーマークの使用を許諾する制度</p> <p><基準></p> <ul style="list-style-type: none"> 国内に種別拠点を持つこと 個人情報保護に関するコンプライアンス・プログラム(CP)の要求事項に適合したCPが策定され、それに基づき個人情報の適切な管理が実施されていること 申請の前2年以内に対応事項(個人情報を漏洩した等)に該当しないこと
<p>インターネット接続サービス安全・安心マーク</p> 	<p>(社)日本インターネットプロバイダー協会 (社)テレコムサービス協会</p>	<p>一般利用者がインターネット接続サービス事業者を選定するに当たり、その事業者が安全かつ安心であるかどうかについての目安として、マークによる情報提供を行う制度</p> <p><基準></p> <ul style="list-style-type: none"> セキュリティポリシーの確立及び監査制度の導入 システムのセキュリティレベル トラブル発生時の対応体制 利用者向け契約条件等の整備と公表 ユーザー対応体制の整備 利用者に対する周知・啓蒙等の取組

(参考16) 事業者団体による自主的な取組例

(社)電気通信事業者協会「個人情報保護のための行動指針」(平成11年12月7日)

社団法人電気通信事業者協会加盟各社は「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」(平成10年12月2日郵政省告示第570号)の遵守徹底を図るため次の各項の実施に努めます。

1. 社員教育の強化

個人情報保護に関する学習教材を作成し、全社員等(派遣社員、パートタイマー、アルバイトを含む)に配布するとともに、最低1年に1回は個人情報を扱う全社員等を対象に研修を実施します。

2. 個人情報保護に関する内部規程の整備

個人情報保護に関する内部規程を整備し、個人情報の取扱いについて明確な方針を示すとともに、個人情報の漏えい等に対しては、厳しい態度で臨むことを社内に周知徹底します。

3. 「個人情報管理者」の配置及び機能強化

「個人情報管理者」を設置するとともに、その役割を明確にし、個人情報管理者が適切に個人情報保護に関する活動を行えるように環境整備を行います。

4. 顧客データベースへのアクセス環境の改善

顧客データベースへのアクセス環境について見直しを行い、より個人情報保護が図られる環境への改善を実施します。

5. 業務委託の見直し・改善

業務委託については、より個人情報の保護に配慮したものに見直し・改善を図ります。業務委託契約を締結する際には、業務委託の相手としての適格性を十分審査するとともに、契約書の内容についてもより個人情報の保護に配慮したものとします。

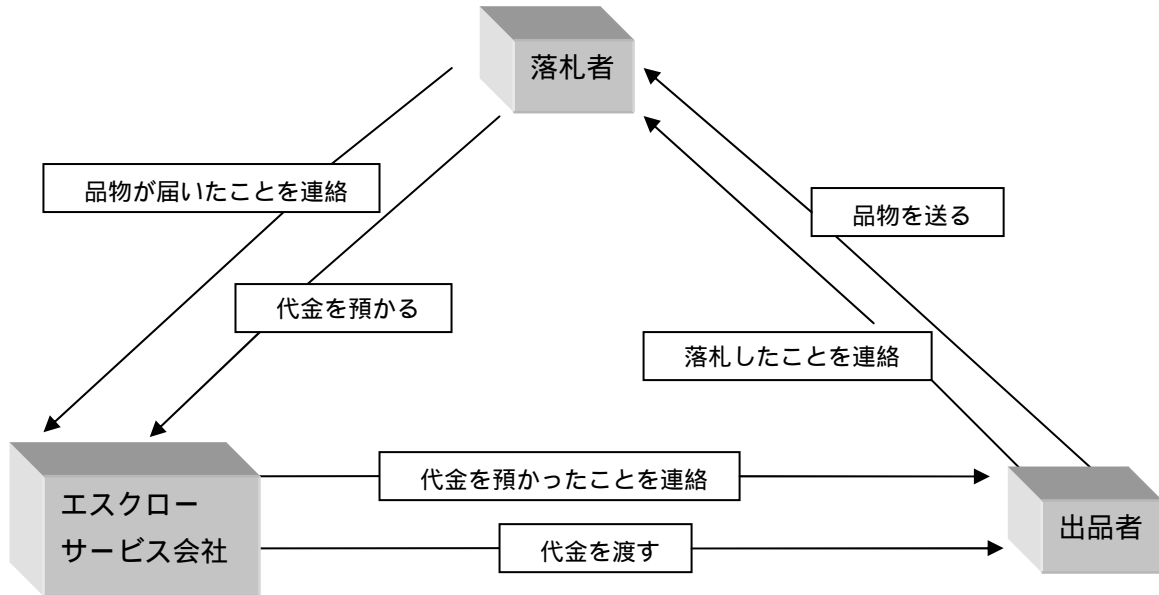
6. 監査体制の整備・充実

個人情報の保護が適切に行われているかどうかについて、社内で監査できる体制を整備してまいります。

また、アクセスログを活用した監査は、社内での個人情報漏えい者の早期発見及びそれによる抑止効果の発揮による漏えいの未然防止に有効と考えられますので、その実施方検討してまいります。

(参考17) エスクローサービスの概要

取引において取引当事者と利害を有しない第三者を決済に介在させることで、取引トラブルの発生を防止する制度。例えば、ネットオークションにおいて、「売り手から商品が届かない」、「届いた商品が取引内容と異なる」といった場合に、落札者は取引を破棄して事業者から返金を確実に受けることができる。



(参考 1 8) NPO 等による IT 関連消費者被害の解決への貢献

団体名	内容
<p>シガネサバール (NPO 法人)</p>	<p>インターネット関係のトラブルの解決、不法有害コンテンツの撲滅を目指して弁護士有志で形成された NPO 法人。ネットトラブル相談室では消費者問題から誹謗中傷等の人権侵害まで相談を受け付け、紛争解決に取り組んでいる。 今月よりオンラインオークション取引で起こったトラブルを、裁判によらず、話し合いで解決(Online Dispute Resolution: ODR)する実験プロジェクトを開始している。</p>
<p>(財)インターネット協会</p>	<p>インターネットの発展を目的に、インターネット最新技術および最新動向に関する情報提供、人材育成、インターネット動向調査、技術の標準化等を実施している。48 団体 29 警察が参加し、インターネット関連の苦情相談ポータルページを提供しているインターネットホットライン連絡協議会の事務局も担っている。</p>
<p>Web110(ウェブワンテン)</p>	<p>民間非営利目的の組織で、ネットワーク上のトラブルの相談にアドバイスをしたり各種情報を提供している。</p>
<p>電子商取引推進協議会 (ECOM)</p>	<p>産業界により結成された民間組織。一般消費者間や企業間等の取引の別を問わず、安心して電子商取引を行うためのルールづくりや政府への提言、ユーザのニーズに基づいた国際標準等の制定・維持・管理を行い、電子商取引の一層の推進と、当該分野において国際的に貢献し得る成果を目指し活動を行っている。 本協議会のもとにある消費者保護ワーキンググループでは、オンライントラストマークの国際アライアンスの推進、ネットショッピング紛争相談室の運営による電子商取引における ADR の実験等を実施している。ネットショッピング紛争相談室では、インターネット取引に関する相談、苦情、紛争等を受付けている。寄せられた相談に対し、消費生活アドバイザー資格を有する相談員、実際取引や電子商取引に精通した有識者、消費者問題に詳しい弁護士や大学教授など関連各分野の専門スタッフで対応している。海外取引に関する相談に備えて、通訳も常駐している。 原則として電子メールでの対応であり、事業者からの相談も受付けている。BBB など海外の ADR 機関とも連携を進めており、国境を越えた取引にも対応している。</p>

(4) 行政による取組

IT 関連の消費者トラブルへの対応のために、行政では以下のような対応を行っている。

消費者トラブル対応のための主な施策

- ・新たなルール・制度の整備（ADR の整備、法令の整備 等）
 - ・個人情報保護（法整備、ガイドライン策定 等）
 - ・消費者に対する情報提供（プレスリリース、ホームページ等）
 - ・消費者の苦情・相談対応（電気通信消費者相談センター(総務省) 等）
- 消費者保護のための IT 関連法の整備（参考 19）

加速する新たな IT 関連商品・サービスの登場とそれに伴う消費者トラブルの増加・多様化に対し、消費者保護のための様々な法制度を整備。

その他の主な取組事例

- ・電子商取引に関する準則の策定（参考 20）
...電子商取引に係る法律とその解釈のとりまとめ。
- ・消費者を通じた通信事業者等のモニタリング
...電子商取引監視調査システム(公正取引委員会)（参考 21）
電気通信サービスモニター制度 等

(5) 国際的な取組

「電子商取引に関する消費者保護ガイドライン」公表（1999 年 12 月）

1998 年 10 月の電子商取引に関する OECD 閣僚会議において、電子商取引に参加する消費者に対して透明かつ効果的な保護が与えられること等を内容とする消費者保護に関する閣僚宣言等が採択された。

これを受けて、OECD 消費者政策委員会(CCP)において、B2C の電子商取引に関する消費者保護の一般原則が策定、公表された（参考 22,23）。

国際的市場取引監視機構ネットワーク（IMSN）の活動

- ・OECD 加盟国の消費者法執行機関を中心とした非公式会合。国境を越えた消費者取引に関する共同行動、情報共有の推進等のための活動を実施。
- ・2001 年 4 月に、米国 FTC 主導でパイロットプロジェクト(e-Consumer.gov) が開始。国際的な消費者情報の共有化を進め、消費者救済・取締り等の円滑化に役立てる。

インターネット・サーフ・デイ

- ・毎年 1 回、30 か国の消費者保護当局が国際的連携の下、インターネット内の各サイトに法令違反がないかをチェックし、違反のおそれのあるサイトに対しては警告メールを送信（参考 24）。

紛争処理制度やマーク制度等における国際的連携

- ・民間団体間における国際的連携の動きなども注目される（参考 25）。

(参考 1 9) IT 関連の法令整備の現況

目的	略称	正式名称	主な内容
電子商取引の推進	書面一括法	書面の交付等に関する情報通信の技術の利用のための関係法律の整備に関する法律 (平成13年4月施行)	書面の交付を義務付けていた個々の法律の規定のうちの一部を、相手方の承諾を条件として電子メールで代替することを認めた。
電子社会の安全の確保	不正アクセス禁止法	不正アクセス行為の禁止等に関する法律 (平成12年2月施行)	他人のID、パスワードの無断使用等の不正アクセス行為を刑事罰の適用を受ける行為として規定した。
取引の安全の確保	電子署名法	電子署名及び認証業務に関する法律 (平成13年4月施行)	電子取引における本人確認に対する信頼度を高めることで、「なりすまし」「くもがくれ」を防止した。
	改正古物営業法	改正古物営業法 (未施行)	インターネットを利用した古物取引に関する規定を整備するとともに、インターネットオークション事業者が認定を受けその旨を画面上に表示することができる制度を導入し、営業そのものも届出制とした。
消費者保護の強化	特定商取引法	特定商取引に関する法律 (平成13年6月施行)	インターネット通販において、トラブルの発生を防止するため重要事項の表示を事業者に義務付け。申込みに関しわかりにくい画面表示等を行っている事業者に対しては主務大臣が必要な措置を取るべきことを指示できることとした。
	改正割賦販売法	改正割賦販売法 (平成13年6月施行)	「証票等」の定義に「番号、記号その他の符号」が追加され、ID、パスワードによる取引も割賦販売法の適用を受けることが明確になった。
	電子契約法	電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律 (平成13年12月施行)	消費者の操作ミスによる錯誤の主張ができる場合の拡大(例:クリックミスでも取消可能)と、隔地者間取引における契約の成立時期を電子承諾の通知が到達した時期とする民法の修正がなされた。
迷惑行為の防止	迷惑メール防止法	特定電子メールの送信の適正化等に関する法律、特定商取引法(平成14年改正)	事業者が電子メールにより商業広告を送付する際には、「未承諾広告」であること、受信拒否の方法等を表示することが義務付けられた。
	ワン切り防止法	改正有線電気通信法 (平成15年1月施行)	営利事業者が、通話を目的とせず多数の相手方に電話をかけ、通話を行わずに直ちに終了する動作を自動的に連続して行う機器を用いて、符号を送信する行為を処罰することとした。
事業者の責任の明確化	プロバイダー責任法	特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律 (平成14年5月施行)	情報の流通により自己の権利を侵害された者が、プロバイダーに対し保有する発信者の情報の開示を請求できる規定等が設けられた。

(参考20) 電子商取引に関する準則

現行法の法解釈について経済産業省が有識者、各府省の協力を得てとりまとめたもの。

取引実務や技術の変化、国際動向にあわせて、新しい法的問題点を追加する等、柔軟な対応がなされており、平成14年3月の策定以降、随時改正がなされている。

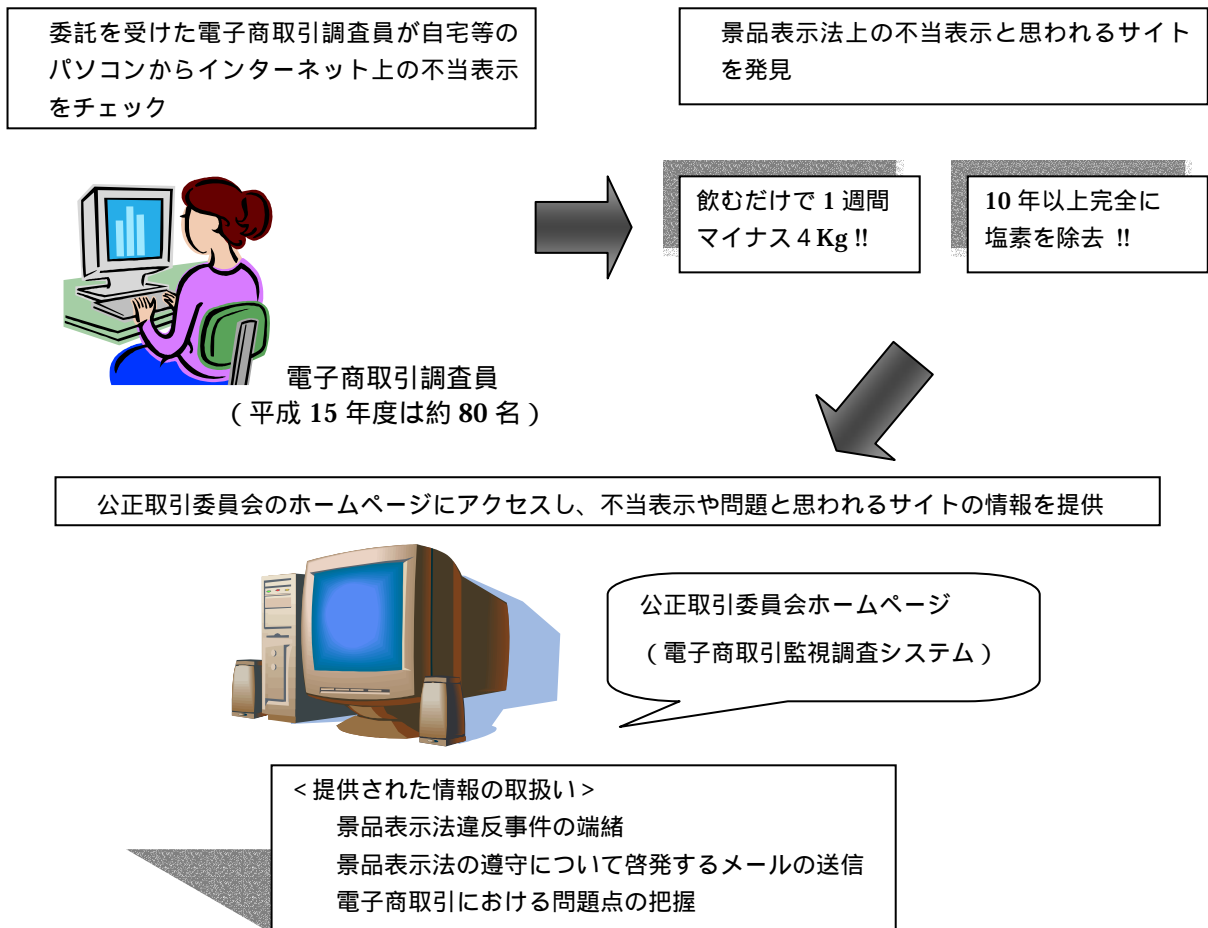
〔理念〕



〔例〕

論点	既存法	準則
消費者の操作ミスによる錯誤	意思表示は、要素に錯誤があれば無効。ただし表意者に重過失があれば、無効主張できない。(民法第95条)	どのような確認措置が必要とされるか、内容を具体的に明示。B2C取引において事業者が確認画面を設定しない場合、消費者の操作ミス等による表示の錯誤については、事業者は消費者に対して重過失があった旨の反証が許されない。(電子契約法第3条)

(参考 2 1) 電子商取引監視調査システム



(参考22) 海外での体制・取組等

(1) 国別

国名	体制	取組等
アメリカ	連邦取引委員会 (FTC) 連邦通信委員会 (FCC) 電子商取引 WG	<ul style="list-style-type: none"> ・FCCとFTC間での連携 ・FTCに寄せられた苦情のデータベース化し、その情報をアメリカ・カナダ・オーストラリアで共有 ・電子商取引WG報告書発表(98,99,01年) ・E-SIGN法(電子署名法)の制定(連邦法/2000年発効) (法整備については州レベル、連邦レベルの両方で実施)
イギリス	電気通信庁(OFTEL) 電気通信諮問委員会 (北アイルランド、スコットランド、ウェールズ) 貿易産業省(DTI) 公正取引庁(OFT)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者からの苦情は行政としてはOFTELで受け、解決に向けた助言及び必要に応じ事業者への勧告も行う。 ・レポート「e-commerce@TIIs.best.uk」発表(99年9月) (電子商取引に関する60の提言) ・政府としては電子商取引の土台構築、電子商取引の発展を妨げる要因(理解不足、アクセス不足、信頼不足)の除去に重点を置く。
カナダ	-	<ul style="list-style-type: none"> ・「カナディアン電子商取引戦略」発表(98年9月) 政策課題は デジタル市場における信頼の確立 市場ルールの明確化 情報基盤の強化 機会の実現
オーストラリア	電気通信産業オンブズマン (TIO/非政府独立機関)	<ul style="list-style-type: none"> ・TIOが電気通信事業者と消費者との間の紛争解決を推進

(2) 地域別

地域	取組等
EU	<ul style="list-style-type: none"> ・電子署名指令(2000年1月発効) 電子的であることだけを理由に電子署名の法的効力を否定しないこと、一定の技術要件を満たす場合、手書き署名と同等の法的効力を認めること等を規定。 ・電子商取引指令(2000年7月発効) EU全体で整合的な法的枠組づくりが目的。 サービス提供者諸国の法律を適用する「提供地主義」、オンラインサービス・プロバイダーの法的責任などについて規定。2002年1月17日までに国内法の移行措置を取るよう求めた。 これを受けて、フランスの消費者法典の改正審議等が行われた。
アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・各種法令の整備 (例)韓国:電子商取引基本法、電子署名法施行(99年7月) タイ:電子取引法(2001年10月成立) ・アジアPKI(公開鍵基盤)フォーラム 2005年度を目途にアジア地域内での運用可能な公開基盤(PKI/公開鍵暗号技術と電子署名を使って、インターネットで安全な通信ができるようにするための技術基盤)の整備を行う。

(参考 2 3) CCP/OECD ガイドラインの概要

国際的な整合性を備えた環境整備やルールの策定に取り組むため、OECD 消費者政策委員会 (CCP) が、事業者及び消費者の代表 (OECD 経済産業諮問委員会及び国際消費者機構) との協力の下で電子商取引に参加する消費者を保護するため作成した概括的なガイドライン。平成 11 年 12 月に理事会勧告として公表。

目的	消費者がオンライン上のショッピングにおいて、地元の店舗やカタログ注文で購入する場合と同じように保護されること。
内容	透明で有効な消費者保護、公正な営業・広告・販促行為、オンラインでの情報開示等について、一般原則を記述。例えば、消費者と電子商取引を行う事業者は、自らの名称、所在地、連絡手段、自らが特定できる情報（認可番号）等を提供すべきである、など。
効力	加盟国を法的に拘束するものではないが、合意に基づき制定されるものであり、加盟国にはこれを実施する道義的な義務がある。

(参考 2 4) インターネット・サーフ・デイ

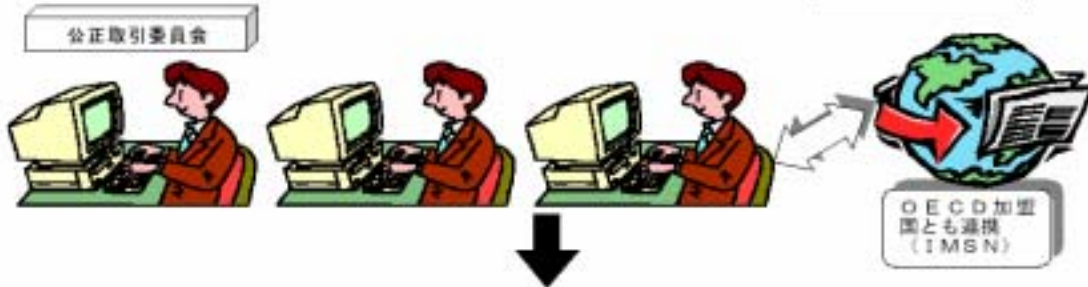
昨年のインターネット・サーフ・デイでは、国際的に共通するテーマとして、「健康」に関連する商品・サービスに関するインターネット上の広告の点検が行われた。我が国では、これに加え個別の法令の観点からもインターネット上の広告の点検を行った。

参加省庁	違反の判断の根拠となる法令	警告・啓発メールを 発したサイト数
公正取引委員会	景品表示法	8 6
経済産業省	特定商取引法	6 2
国土交通省	旅行業法	1 8

インターネット・サーフ・デイとは？

(参考1)

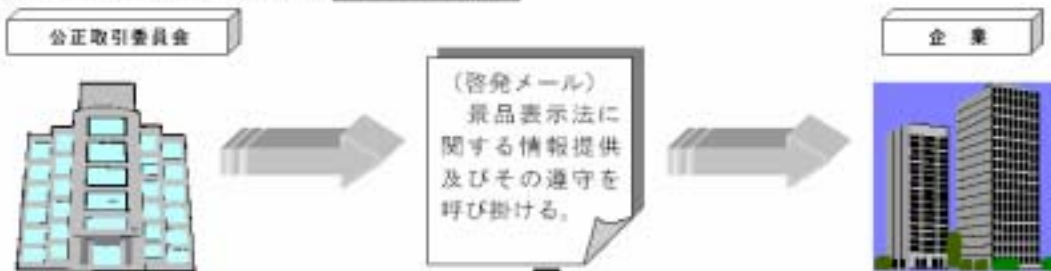
- ① 特定期間に、商品、テーマ等を特定して景品表示法の観点からサイトを**一斉・集中チェック**



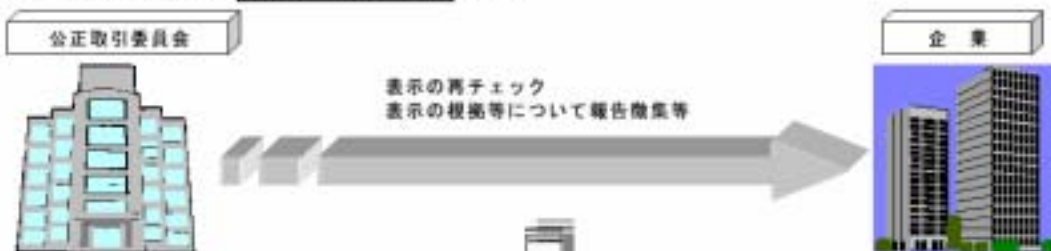
- ② 景品表示法上の**不当表示につながるおそれのあるサイトを発見**



- ③ 景品表示法の遵守を求める**啓発メールの送信**



- ④ 一定期間経過後に**フォローアップ調査の実施**

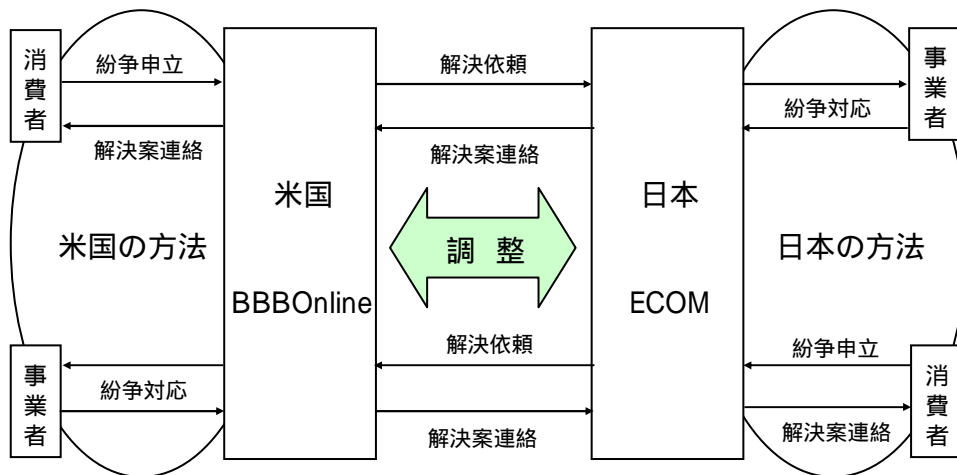


適正な表示の確保を通じたBtoC取引の健全な発展と消費者利益の保護

(備考) 公正取引委員会ホームページより作成。

(参考25) ADRの海外との連携

電子商取引推進協議会 (ECOM) は BBB (米国・カナダの非営利団体) と連携をとり、日米・日加間の紛争解決を行っている。



Better Business Bureau (BBB)

- ・事業者自らが自主ルールの作成、遵守、監視等を目指して 1912 年に設立した非営利団体。
- ・アメリカとカナダの約 150 都市に BBB 事務所があり、その連合体。
- ・27 万人以上の地元のビジネスメンバーと 300 近い国内主要企業が参加しており、加入者は BBB 基準に適合し維持していることを要求される。
- ・相談、苦情処理、紛争解決からトラストマーク制まで幅広く活動を行っている。

4 . IT 化に伴う消費者問題への対応課題

論点 1

IT 化の有する以下の特性は、利用者にとって魅力である一方、IT 特有の消費者問題を生じさせている。これらの問題に対し、どのような基本的考え方に基づき政策対応を図ることが必要か。

(例)

匿名性に伴う問題：ネット取引等で事業者が商品を納付しなかったり詐欺を働いたとしても、その事業者を消費者が特定できない。また、悪質事業者が他人に「なりすまし」で取引を行っていても確認ができない。

消費者被害の防止のための情報開示の必要性と、利用者に関する通信情報の保護の必要性とのバランスをどう図るべきか。

迅速性に伴う問題：物理的距離が無意味化し、インターネットを通じて国境を越えた取引が容易にできる一方で、トラブルが発生し解決を要する場合、物理的距離や法制度・言語等の相違が障害となる。

国境を越えた紛争解決のための法制度、ADR 等環境整備が必要ではないか。

技術進歩の速さ：一般利用者に分かりにくい新たな技術が悪質事業者に悪用されやすい。また、消費者トラブルに対する行政のルールづくりや苦情・相談対応が後手に回りやすくなる。

IT 化に関する消費者教育や情報提供の充実を早急に図る必要があるのではないか。また、IT 戦略の中で、消費者政策を一層重視する必要があるのではないか。

論点 2

IT化の急速な進展を、消費者問題を複雑化させる要因として消極的に捉えるのではなく、むしろその積極的側面を踏まえてITを活用した消費者政策の展開を検討すべきではないか。

(例)

- ・行政における消費者被害情報の集約化・ネットワーク化
- ・国際的な情報のネットワーク化
- ・消費者に対するホームページ等を通じた総合的な情報提供(ポータルサイト、ワンストップサービス)
- ・消費者相談における電子メール活用の検討 等

論点 3

これまで消費者政策は、事業者と消費者の間の取引(B2C)を前提として講じられてきたが、例えばネットオークションにみられるように、消費者間の取引(C2C)においてトラブルが発生する事例が増加してきている。また、当事者が事業者(B)か消費者(C)か区別が付きにくい事例も見られる。これに対し消費者政策、あるいは相談の現場においてどのように対応していくべきか。

(参考 26) 国民生活センターにおけるITの活用例

「消費生活相談データベース」サービス(平成14年8月26日開始)

全国の消費生活センターに寄せられる相談情報をインターネットで入手できるシステム

・内容

「検索・集計」:「商品・サービス」「相談内容」等の中から項目を選択し、検索・集計。

「グラフコーナー」:訪問販売、アポイントメントセールスなど販売方法別の年度別件数をグラフ表示。

「最近の話題から」:「インターネット」「アレルギー」等話題となっているテーマについての相談の傾向や事例を紹介。

・検索できる主な項目

商品毎の年度別件数、「安全・品質・契約」等相談内容別件数、年代別等の当事者の属性別件数など

「訪問販売、アポイントメントセールス」など販売方法別の年度別件数、相談内容別件数、当事者の属性別件数など

危害・危険の商品毎の年度別件数、相談内容別件数、当事者の属性別件数

相談事例の件名

・国民生活センターのホームページ(<http://www.kokusen.go.jp>)

携帯電話（iモード対応）サイト（平成14年8月7日開設）

携帯電話（iモード対応）で、悪質商法「だましの手口」を紹介。

（アドレス <http://www.kokusen.go.jp/i/>）

消費者トラブルメール箱（平成14年4月8日開設）

消費者被害の情報収集の一環として、悪質商法、問題商品などの消費者トラブルの実態についてメールで情報提供してもらおうもの。寄せられた情報を元に必要に応じて調査・分析・検証などを行い、消費者被害の早期解決を図っている。件数、商品内容、送信者の属性、主な事案などに関する情報収集の結果は、定期的にホームページで公表している。

平成14年4月8日から12月25日までに2,378件のメールが寄せられた。