

これまでの議論について (論点・課題、主な意見等)

平成22年10月14日
消費者庁

1. 表示について

論点・課題

どのようにしたら、事業者や関係者に対し、消費者にとって分かりやすい表示を促すことができるか。

現行制度における表示規制はインターネット取引の特性を十分踏まえたものとなっているか。

事業者、業界団体等による自主規制等の取組も重要ではないか。

主な意見等

- 適切な表示が消費者の判断の必須条件。ネット上、誇大広告や定価まがいなど景品表示法上問題となるものを多く見かける。
- 勧誘なのか広告なのかははっきりしないものが多々ある。
- アフィリエイトについては、景品表示法の適用外となっている。
- 規約や取引条件などがサイト上のどこにあるか分からないことが多い。
- 事前の情報提供は重要だが、約款は誰も読まないのではないか。
- 表示については、行動科学的観点からの分析が必要なのではないか。

2. トラブルの未然防止のための取組

論点・課題

トラブルを未然に防止するためには、トラブルの要因となり得る問題点への対応を早期かつ適切に行う必要があるのではないか。

法執行の現状は十分といえるか。インターネット取引に係る法執行の障害となっている要因があるとすれば何か。

法執行に頼るだけでなく、事業者、業界団体等による自主的対応とのコラボレーションを図ることが重要ではないか。

主な意見等

- 多くのトラブル事例は法の執行で解決できるのではないか。かつてインターネットサーフデイなどの取組もあったが、よりしっかりと取り組むべきではないか。
- 米国のFTC(連邦取引委員会)の取っている法執行と自主規制のコラボレーションが参考になるのではないか。
- 詐欺的な事業者の場合は別として、まっとうな事業者の場合は、事業者・業界による自主規制によって消費者への対応を拡充していくのが適当ではないか。
- リスク分配の考え方について、パラダイム転換の必要があるのではないか。

3. トラブル解決の仕組み

論点・課題

トラブルが生じた場合の解決について、インターネット取引の特徴に応じた適切な形で行われる必要があるのではないか。

特に、消費生活センターと事業者との間の連携を強化することは有意義ではないか。
また、いわゆる「場所貸し」サービスはどのような関与をすべきか。

主な意見等

- 事業者のサポート窓口と消費生活センターや法執行機関との連携が重要。定期的に円滑な情報提供ができる仕組みが必要ではないか。
- 事業者のサポート窓口と消費生活センターとの連携は重要だが、事業者のトラブルはまず自社で対応するのが基本ではないか。
- 民間事業者等によるグッドプラクティスの後押しを求めたい。
- ネット上のサポートだけでなく、電話対応など、リアルの対応も重要ではないか。
- 「場所貸し」といっても、そこから収益をあげている以上、管理者としての責任はあるのではないか。
- 「うちは場の提供だけなので直接販売者へ問い合わせしてくれ」といった対応がある。業界として改善してほしい。
- リスク分配の考え方について、パラダイム転換の必要があるのではないか。

4. 決済手段について

論点・課題

詐欺的行為等が疑われる多くのサイトにおいて、その決済手段として、クレジットカードが使われていること、特に、国内ではカード加盟店となることができない業者が、海外の決済代行会社を利用してクレジットカード決済を利用している現状をどう考えるか。

主な意見等

- 大半がクレジットカード取引の問題に集約されるのではないか。決済代行業者やカード会社の責任に関する規制やペナルティが必要。
- カード会社による加盟店管理、代行業者管理をしっかりと行い、悪質な業者を排除する必要がある。
- 契約カード会社が海外の銀行やカード会社であれば、日本のカード会社による加盟店管理業務の範囲外となってしまう。

5. 新規参入事業者への啓発

論点・課題

変化の激しいビジネスであり、新たに市場参入する事業者に必要な消費者対応がとれるよう情報提供を行う必要があるのではないか。

主な意見等

- 新しいサービスを否定するのではなく、どうやって世の中でうまく回していけるのかを検討すべき。
- 守るべきルールへの配慮が新しい事業者に足りない。事業者が守るべきルールを示すべき。
- 事業者は先にシステムを考えるので、法律的なことが考慮されない場合がある。
- 多くの新しい事業者は消費者対応の「やり方」の知識がない。新規参入者にとって分かりやすいマニュアルのようなものを作成できないか。

6. モバイルビジネスの多様化

論点・課題

モバイルのビジネスモデルの多様化に消費者が対応できるよう、しっかりと情報提供をしていくための取組が必要なのではないか。

主な意見等

- SIMロック解除に備え、予めしっかり消費者に情報提供することがトラブルの回避につながるのではないか。「最適化されていたサービスの不具合」及び「提供主体分化による窓口の分散化」への対応が必要。
- 今までのモバイル市場は垂直統合により守られていた世界であった。これがばらばらになると、大きな被害がでると考えている。そこに対してルールが必要である。

7. グローバルな越境取引について

論点・課題

インターネット取引については、容易に国境を越えることが可能。グローバルな取引についてのトラブル解決の仕組み等を整備すべきではないか。

既に国内での取引に関与している海外事業者の実態も踏まえるべきではないか。

主な意見等

- 国際事案における誠実な業者との交渉。誠実な事業者は交渉にのって来るため窓口を作る必要がある。具体的にはADRの整備が必要。
- アジアのセンターとなるべく、積極的に海外との連携・ネットワーク化を。
- 越境取引では、各国間の商慣行の違いをどう取り扱うかが課題である。
- 海外取引については、既に多くの海外事業者が日本国内での取引に関与しているのが実態。このような国際的な事業者の関与の実態も踏まえ、議論すべきである。
- 日本の業者が海外市場に展開しようとするときには、海外の消費者取引ルールがどうなっていて、どう対応すればいいかがわからない。
- 海外のサービス動向及び消費者の利用環境について常時実態を調査が行われることが望ましい。

8 . 消費者の自立を促す取組

論点・課題

消費者自身が十分な情報を収集・利用して取引が行えるよう、有効な情報提供と啓発を行っていくことが重要ではないか。

主な意見等

- サイト上には様々の利用者の声が掲載されており、それにより悪質業者に対抗できる場合がある。そのことをいかに消費者に伝えるかが課題。
- 国民の多くが持っている携帯電話や若い世代が利用する口コミサイト、SNS等のコミュニティサイトで啓発する必要。
- 国内だけ安全・安心にすることの限界。ある程度リスクがあっても賢く選択・利用することのできる自立した消費者育成を。
- 法規制、自主規制には限界があり、消費者自身が対応できるようにすることが重要。消費者団体の役割(消費者への情報提供、事業者への申し入れ、団体訴訟等)はますます重要になるのではないか。

9. その他

主な意見等

- 具体的なマニュアルはほとんどなく、口コミ情報や自ら使いながらサービス内容を理解していくタイプの機器やサービスの出現をどう考えるか。
- 無料であっても、利用者は必要な情報やサービス価値を得ることを目的にサービスを利用するため、事業者・利用者間のルールが必要ではないか。
- 子どもや高齢者の保護も進めるべきで、子どもや高齢者に関するインターネットでの取引を進めるならば、事業者がリスクを負うべき。
- 詐欺的な行為に対する法執行は非常に困難であるのが現状である。違法収益の剥奪も非常に難しいが、課徴金などの行政的な対応を検討できないか。
- 詐欺的行為については、発信者情報開示の対象にならない。
- 事業者側が個人情報漏洩に対処しようとする際、被害を最少にとどめるためのアフフォローの手順が整備されていることが大切である。
- プライバシー情報を広告に活用することについては、もっと議論が必要ではないか。