

消費者庁・インターネット消費者取引研究会における議論
(決済代行業関係)

※構成員発言を○、オブザーバー発言を◇、消費者庁発言を●と表記。

第3回（10月14日（木））

- 三菱UFJニコスの取り組みはよく理解したが、消費者センターの相談事例などを見ると、決済代行業者の情報自体が得られない事も多い。まずは消費者がWEB上で買い物をするとき、この取引が決済代行業者を通じたのもであること、その決済代行業者の会社名、住所や連絡先をきちんと表示させることによって、トラブルの予防やトラブルの際の円滑な解決につながるのではないかと。さらに言えば、決済代行業者の取引によってもクレジット会社は利益を得ているわけであり、クレジット会社の加盟店を管理する義務がある。三菱UFJニコスでは加盟店管理をきちんとして行われているということだが、これは自主的に行っていることであると思うので、このあたりはしっかりルール化していく必要がある。加盟店管理をどの事業者もしっかり行い、悪質な業者に決済手段を与えないような仕組みが必要である。
- 河村委員の意見に賛成である。クレジットカードで決済ができるサイトということで、消費者は信頼をしているという現状も多くあるので、その取引が実は決済代行業者を通じたものであるというのはいくら消費者に伝える必要がある。それに加えて、こういった法律の整備が必要かということについて今後議論をしていきたい。
- 決済代行の問題が発生している当事者は海外にあり、アクワイアラー加盟店、アクワイアラーが海外の業者であり、ぶらさがっている業者のみが国内（場合によっては業者も海外）という現状になっており、簡単な問題ではないと考えている。そういう意味では国際的な連携が必要なのではないか。国内のクレジット会社のしっかりとした取り組みもよくわかるが、今の枠組みの中では事業者の行える範囲にも限界があるのではないかと。チャージバックに関しての国際的な仕組みの改善が必要である。チャージバックリーズンの見直しも必要である。例えばビザのマネジメントレギュレーションの改定などできればいいと思う。その際に、各イシューアラーやアクワイアラーに対し国内

法がきちんと対応したチャージバックリーズンが使えるような仕組みにしたほうがいい。その場合、誰がやるのかということを考えると、イシューアとして加盟店の管理を厳格化したり、ビザ、マスターなどの国際ブランドに対し今申したことを積極的に提案していったり、政府も含めて国際的な議論の場で（OECD等）提案をしていって頂きたい。そういう取り組みを行っていかないと最終的に日本国内のイシューアがリスクをとらなければいけなくなり、インセンティブが働かない。EUのマネージメントレギュレーションとそのほかの国のレギュレーションが違ったりするので、アジアでのマネージメントレギュレーションを考えたときに日本が中心となってアジア共通のルール作りを行っても、他のアジア国からの協力を得られるのではないかと。

決済代行に関して利用者が認識できる仕組みが必要であり、12月の改正特商法により、役務が適用対象となり、出会い系サイトやアダルトサイトも全て通信販売として扱われるようになった。従って広告上の表示義務があるので、現在の法律であれば11条の2号で代金の支払い方法の明記が義務付けられているが、支払い方法の内容（カード払い、銀行振り込み、代引き等）をもう少し具体化して、決済代行業者を使うか使わないか、使うのであれば、どういった決済代行業者を使うのかを明記するというのは当然今の現行法で予定されていることであると考えられる。そう考えると、11条中の「その他省令で定める」というところの省令事項の中に、11条2号の支払い方法を具体化する省令規定をとることによって法改正を行わなくても十分対応できると考える。是非11条2号の支払い方法の具体的な内容を5項の省令の中に盛り込むような対応をして頂きたい。これは義務付けなので、事業者によっては消極的な考えもあるかもしれないが、これを表示させることによってどういう効果があるかということを考えると必ずしも消極的な話ではない。不当な悪質業者自体は決済代行業者の業務遂行の適正さを流用させることによって消滅させることができる。優良な業者とそうでない業者の見分けを行いやすくなり、適正な業者を選択していることを事業者側としても証明でき、社会的な信頼性につながるのではないかと。過去の1998年の事件を見ると、FTCが摘発した詐欺事件だが、枠組みとしては決済代行と同じような内容である。本事件に関わったいろいろな人の感想としては、決済会社の名前、請求名称、その他連絡先等が明示的に表示されているかというところ見て、自分が被害にあう可能性があるかというところを判断していることがあるという。そういった表示があれば自分たちは正しい選択を行えたのではないかと。この成果や知見を現代の2010年

に活かす必要があるのではないか。そう考えるとせめて特商法の11条の5項の省令に決済に関して組み入れることによって（過去の教訓を）活用できるのではないか。その結果、違反があれば、これは行政処分の対象になるので、法執行をしっかりと行うことによってきちんと悪質業者の市場からの退出を促すことができ、市場が健全なものになると考えるので、是非検討頂きたい。

- 特商法の表示の省令による改正の話があったが、今回の問題点は法律を守らない悪質事業者が決済を悪用して問題が起きていることを考えると、表示義務をきちんと守ろうという事業者に関しては大きな問題はない。そうすると、問題のある事業者がいかにきちんと表示を行うのかということが重要である。実際に表示の規制強化をしていったときに、きちんとしている事業者とそうでない業者の見分けをつけることができるということはあるかもしれないが、実効性という点では疑問がある。もう1点としては、海外決済代行の仕組み自体が悪なのかという点について議論が必要である。

- 海外決済代行業者が全て悪なのではなく、悪質業者は一部紛れ込んでいるというのが実態である。表示をさせたところで、大半の場合は問題のないものが表示されていて、逆に悪質業者が正しい決済業者の表示に見えてしまうということもあるので、もう少し海外決済代行業者がどういう割合でどういうものを取り扱っているのか等の実態について調べた上で、効果的であれば規制すればいい。まずは実態をきちんと見た上で判断すべきである。私ももイシューアでもあるわけだが、この実状はクレジットカードを発行している会社にとって非常に不快な状態である。こういう状態を改善させて、国内のイシューアができるだけ取り扱えるようにしたいというのがインセンティブとしてある。ここは解決したい問題である。国内のちゃんとした決済代行業者が国内の事業者のクレジットカード会社の契約ができる状態にしたいのだが、実はかなり過重な加盟店審査がネックになっていて進まないという実態が事実としてある。悪質な事業者を排除して、適切な事業者が国内のイシューアを選べるような環境にする必要があるのではないか。この辺の実態を三菱UFJニコスから発表頂いたが、経産省取引信用課の指導により国内のイシューアはどこも同じような対応をとっており、クレジットカード協会も同様の体制を行っているので、少なくとも国内のイシューアは厳格な加盟店管理を求められていて、努力している。

- 海外決済代行業者がいいか悪いかの話がでていますが、国際ブランドルールは国境を越えた取引は認められていない。具体的には、私どもは日本のカード会社なので、アメリカでは加盟店を開拓できない。これがルールである。海外のアクワイアラーや決済代行業者が日本国内の事業者と契約すること自体が厳格に見るとブランドルールの違反であるといえる。日本の業者が日本でクレジットカード取引をしたいといった場合であれば、日本のアクワイアラー、日本での決済代行業者があるので、そういった店子で入るとか、門戸は開かれているので、なにも海外の決済代行業者と契約することはないのではないかと。また、海外の決済代行業者や海外アクワイアラーが日本の加盟店と契約すること自体が違反なので、こういった取引を排除していくべきであり、本来はきっちり解決すべき問題であるということには同感である。そして我々国内のカード会社は厳格に加盟店管理を行っているので、市場はきれいになるだろう。
- 決済に関して議論があったが、補足的な情報や実態については経済産業省から紹介してもらったり、特商法に関しての考え方を消費者庁からも説明させて頂く必要があるだろう。

第4回（11月11日（木））

- 消費者委員会からの提言にもあったが、消費者（カード会員）と決済代行業者の間に直接の契約関係はないのか。ある詐欺的な感じの情報商材の相談を受けて、決済代行業者のサイトにいったが、そこで使われている決済代行業者はカード会員からカード番号を入力させる画面を維持して、それをカード会社との間のやりとりを自分の方でして、プライバシーポリシーや利用規約は決済代行業者が持っている。そうすると、ネット事業者と決済代行業者の間には一種の加盟店契約のようなものがあるかもしれないが、カード会員と決済代行業者の間には直接の契約関係がないのか。
- それは一つの大きな問題提起だと思うが、決済代行業者というのは色々な業者が存在する。カード会社がいう決済代行業者というのは、カード会社との包括加盟店契約の対象となる業者を指している。インターネットには色々なプレイヤーがおり、単なる情報のやり取りだけをお手伝いしていることも

ある。一部では「カート屋さん」と呼んだりする。また、一つの決済代行の流れの中でいろんな業者が分担をしているという方もいる。その中で、我々が議論すべき決済代行業者の定義を明確にする必要があるのではないか。

- 消費者委員会からの提言はかなり具体的に書いてあるが、事務局資料の今後の対応（案）ではそこまで言及しておらず、はっきりとした方向を示して頂きたい。まず、図を見ると分かるが、消費者と決済代行業者の関係は広い意味での役務提供取引になっている。そうすると、消費者委員会の提言の中で、特商法の表示義務について方向性が示されているが、特商法役務については、26条及び政令で除外されているもの以外は全て適用対象とすることとなっている。この仕組みは、いわゆる「包括信用購入あっせん」の枠組みであり、そのうち消費者と決済代行業者の関係の取引というのは、決済代行という仕組みを利用させる役務の取引という形になり、原則として割販法で除外されているリボルビングとマンスリークリアは特商法の適用の対象になる。そうすると、消費者と決済代行業者の関係の取引については、決済代行という仕組み、すなわち決済代行のシステムを利用させる役務ととらえると、これは先程申し上げた包括クレジットの全体の一部という形になるかもしれないが、それについてサービスを提供しているので、これについては特商法の適用除外になっていないと考え、役務取引の面から考えると、特商法の適用であると考えられる。ただ問題は、有償の取引かということ、確かに直接消費者と決済代行業者の間ではシステム提供すなわち役務提供の対価を直接やりとりする関係には必ずしもないが、これは実質的にはネット事業者に払われる立替金の中に、決済代行業者分の対価分が含まれていると考えられるし、それについては消費者に最終的に負担が課せられているのだから、特商法の適用になる可能性は十分あると考える。役務提供の取引という観点から考えると、特商法の適応範囲になると考えられるし、具体的に販社（出会い系サイト業者等）との役務提供取引にあてはめても、適用除外にならないわけだから、特商法の適用対象である。他の法律で同等の保護がされているものは適用除外という考え方をとっているが、その具体的な内容については法律本条と政令で具体的に指定をしているわけだから、法の守備範囲が違ってもやはり特商法の適用対象だと考えていくと、せめて取引の方の表示義務にいれていくというのは十分に可能なことだ。もう一歩進めて、共同してこの仕組みを担っている当事者が、ひとつの仕組みを共同して遂行しているというのは、「特定商取引に関する法律等の施行について」の通達の中にあるリ

一ス提携販売と同様に考えることも十分可能なので、特商法の対象として取引を観念し、これを検討することは可能である。ぜひそのような方向性を示して研究会の報告書にとりまとめていただきたい。

- 法律の解釈には、色々な意見や解釈があるのは分かるが、2つ申し上げたい。まず1つ目は適用除外についてだが、世の中のありとあらゆる商品、サービス、役務を想定して、そこから適用を除外するものを考えるということでは必ずしもない。自ずと常識の範囲で特商法の対象となり得るものがあり、適用を除外されるものがあるということだ。万里万象の事象について、特商法と適用除外、完全にこの2つで説明されるというのは少し飛躍があるのではないか。もう一つは、特商法は、「特定」という名前がついている通り、あらゆる商取引を念頭においているものではない。具体的には訪問販売等、消費者がスタートの地点から弱い立場におかれているものについて契約の是正を図るため事業者規制を課しているものである。仮に、役務提供という観念の中で、決済代行業者と消費者の関係を考えた場合、特商法の具体的な類型の中で常識的に観念できるものがあるかを検証すべき必要がある。
- 全てのもの・役務を観念しろという趣旨ではない。また、今般の改正によって、商品及び役務の定義に関する規定が削除されている。従って、特商法の条文上では、商品・役務についての一般的な限定規定はなくなっている。そういうことを把握していただいたほうがよい。全ての取引に適用されないのは承知している。インターネットを通じて決済代行を利用することを消費者が意思表示として事業者側に伝えるわけであるので、取引類型としては、通信販売に該当するという前提に議論している。
- 法制局などの審議を踏まえ政府の立場ということで申し上げますと、特商法の解説本にあるように「原則としてすべての商品又は役務につき本法の訪問販売等に係る規制が及ぶこととなったが、[商品]や[役務]そのものの意味する定義範囲は変わっておらず、物品としての[商品]、労務や便益としての[役務]が規制の対象となる」というのが政府の見解ということで御理解いただきたい。
- そもそも海外決済代行業者が絡んだ消費者被害が多く、特に解決にあたって連絡先も分からない状況で相談員が苦勞をしている。そのためになにがで

きるのか考えた上で、今回今後の検討の方向性（案）がだされたものだと思う。

最初の消費者への広報・啓発のところで、（消費者トラブルが）出会い系サイトや情報商材サイトにまきこまれないことを注意喚起・周知と書いてある。出会い系サイトには一応規制法があって法律にのっとって、開かれているものである。そもそも海外決済代行の仕組みを悪用している悪質事業者がいるということであって、出会い系サイトや情報商材サイトを利用しなくても、また別の悪質事業者が別のサイトを作り、仕組みそのものが残っていればいつまでもイタチゴッコになってしまうので、ここで消費者に広報・啓発すべきことは、出会い系サイトにプラスして海外決済代行業者を利用した悪質な手法があることを周知していくことが大事。むしろその仕組みを根絶することが一番の目的である。その点で、法制面での検討というのが非常に表現が弱いし、これが一体どのくらいの期間をもって実態調査をされるのか分からないが、意欲が感じられる文章に思えない。法的な解釈は専門家に集まって頂きぜひ実現して頂きたい。せめて消費者委員会が今回提言されている事業者の名称・電話番号などをきちんと表示させるということにどう答えられるのかというのが、消費者庁から出されてくるべき。銀行法とか割販法で登録されている業者以外と決済しなければいけない場合にはそのことがきちんと表示されていることが消費者にとっては非常にありがたいし、そのことによってサイトの利用も選別ができることになる。積極的な姿勢で消費者庁に検討していただきたい。

- 何が悪いかというと、悪質なことをやっているサイト運営事業者が悪い。出会い系サイトや情報商材サイトのかなりの事業者が悪質なことをしているから消費者が被害にあっているので、決済代行業者が悪いことをしているのではないのではないかと。本来であれば、悪質な事業者に遭遇しても直接交渉可能であれば、直接事業者に交渉し当事者間で交渉し解決するのが基本であるが、そこに決済サービスが絡んでいる場合には、決済サービスを通じた解決の仕方も保証されていて、それがクレジットカード決済のいいところである。これまではそれがうまく機能していて、法律的な解釈はにおいて、チャージバックの仕組みなど色々な形で巻き戻しができた。直接交渉しても埒があかないところに、ある程度ルールにのっとって行動を起こせばカード会社から現金が止められるのがクレジットカードの仕組みである。それが近年うまく働いていないケースが増えている。その理由を考えるのが解決への近道

である。海外決済代行が絡んでいるから通常のようなチャージバックの仕組みができない、調査も時間がかかってしまい不可能だと、イシューーに言われてしまう。そういった場合、相談員は仕方なく決済代行の方に交渉しており、その時に、決済代行業者の連絡先が分からなくて困るとというのが現場からの声なのである。本来は、カード決済の流れにいる決済代行業者を含めた様々なエージェントはエージェントにすぎない。消費者との直接契約があるかについては、基本的にはサイト運営事業者の委託先にすぎず、委託先の責任は販売事業者が負うのが自然であり、決済代行業者は見えないのがいいことである。国内決済でも決済代行業者が絡んでいるケースはたくさんあり、消費者サイドで意識することはあまりない。意識しないけどそこには決済代行業者が入っていてスムーズに決済がされており、巻き戻ししたいときにもなんの問題もなく返金が行われているというのが実態である。本来、決済代行業者は優良であればあるほど見えないのが自然である。今注目されてしまったのは、見えないことによる問題ではない。本来であれば見えないまま処理されるべき話が、どこかで行き詰り、見えるようにしてそこと交渉しようとするから見えないのが困る、ということなのである。本来話しあうべき話は、なぜ巻き戻しの仕組みがうまく働かないのか、なぜ海外決済ということでもうまく働かないのか、それを解決するにはどのようにすればよいのかである。決済代行業者を見えるようにしたからといって今起こっているトラブルの解決にはならない。なぜなら、出会い系サイトに安易にひっかかってしまうようなうかつな消費者は、決済代行業者の名前が表示されていてもそこに注意を払うことなく契約をして、同じように被害にあうのだと思う。悪質事業者が存在しにくくなる、決済手段をもちにくくなるようにするにはどのようにすればいいのか考えると、それを表に出すことによって、かえって「書いておけばいいだろう」ということになり、本当は悪質なものに見かけ上は適法な状態を作ってしまうので、その方が問題であるのではないか。

先走って提案を申し上げれば、日本の消費者の関与する決済代業者や日本の販売業者と契約する決済代行業者を、日本の当局に登録することを義務づけてしまえば、登録していない決済代行業者との契約は違法なのでチャージバックに乗せられるなど、それだけを理由としてチャージバックできるようにできる。そうすれば最終的には悪質な事業者にとって便利な決済手段が利用されなくなるのではないか。

- 相談員の方が実際に決済代行業者に連絡をとれたところで国内と海外のク

レジットカード会社のチャージバックの基準が同じなのか、チャージバックされるものなのか、ということも検討した方が良いのではないかと。感覚的にいうと出来ないのではないかと思う。表示義務にして連絡先がわかって交渉してみたところで、チャージバック基準が全然違ったので効果がなかったということが起こるのではないかと懸念している。

また資料1の中で、クロスボーダー取引自体を排除するような記載があるが、これは世の中の流れに逆行しているイメージを受ける。国を超えた商取引は決済以外のところでどんどんできてきているので、前提条件として、クロスボーダーが問題だという前提条件は時代と逆行しているのではないかと。googleのチェックアウトとかアップルのi-tuneストアとかペイパルなど、海外事業者がやっているものは、決済代行業者の一部になるのかどうか。これらは全世界でサービス配信していると思うが果たして各国と本当に契約を結んでいるのか。決済代行業者の範囲というのは、どこまでが含まれるかというのが分かれば、もう少し議論としても深まるのではないかと。

◇ クロスボーダー取引を禁じているのは国際ブランドである。クロスボーダービジネス自体を禁じているわけではない。国際ブランドがなぜそのような取引を禁じているのかというと、国が異なるので法律などが及ばなくなるので、イシューがきちんとネット事業者なり加盟店を管理できないからである。これは理にかなった話であり、クロスボーダービジネスはよいのだが、加盟店は国内の同じ法律、同じ契約体系で管理できるようなアクワイアラーや決済代行業者と契約をしてくださいということである。もう一つ、海外決済代行業者登録について、国外に存在している事業者に対して、日本とビジネスするからといって、日本の行政庁が登録させるというのは日本国内法が及ばないので現実的にはできない。海外決済代行業者とネット事業者が加盟店契約をしていること自体は国際ブランドルール違反であるので、これをやめさせたいということである。表示で決済代行業者ということが分かれば、国際ブランドに通報して加盟店契約を解除することもできるわけであるので、その点で表示というのは重要ではないかと考えている。

○ 国際ブランドルールに頼るのは時代遅れなのではないか。現段階ではそういうことができるのはわかるが、もはやドメスティックに管理する時代ではないのではないかと、という問題提起である。

● 資料1の今後の検討の方向性（案）について、いくつかの項目があがっており、それぞれについてこのようなアプローチでよいのかご検討いただきたい。また、消費者委員会の提言において確かに特定の法律の改正について言及があったところではあるが、そういう意味ではわれわれもしっかりと受け止めて法律の議論を詰めているところではあるのだが、基本的に法律は一般私人に義務を課し或いは権利を制限するものであるから、一体どういう契約関係があるのかや、誰と誰の関係についてどういう目的の下で、義務を課すのか、権利を制限するのかを議論を詰めていく必要がある。その時に決済代行業者と販売業者には事業者間のひとつの契約がある中で、消費者と海外決済代行業者との関係性をどういう形で法律関係として捉えることが可能なのか、ここは専門的な観点で現行の法律に照らして、整理をしてなければならないところ。先程でたような法解釈を否定するわけではないが、ただ現行の特商法の目的・趣旨ということを考えて、果たしてネット事業者である販売者と消費者の間を規律している販売取引の適正化を図るという特商法の目的の下で、何が可能なのだろうかということは、今ここでその具体的な解決方法をお示しするまでにはなかなか至らないという複雑な問題があるということは御理解いただきたい。そもそも決済代行は国内でも使われているものでもあり、おそらくわれわれもちょっとしたところで様々なカードが使えるという決済代行が絡んだ利便性を享受しているだろう。消費者を守るという観点では今回ここにいる委員のみなさまの観点は一致していると思うので、基本的な視点とともに、どのようなことをすれば問題の基本的な解決になるのか、実際にどういうやり方をする事でこのようなトラブルから消費者を守ることができるのか、お気づきの点があれば教えてほしい。

○ 決済代行業者と消費者の間に契約関係があることはどうも否定し難いような場合があり、その場合に、民事的に消費者と決済代行業者の契約関係は、ネット事業者との取引に深く関わっているので、その接続というのは否定できないだろう。クレジットカードが絡んだ場合に抗弁の接続ができるかできないかということで法改正に至ったわけだが、そういう例を考えると、決済代行業者が見えなければ見えないほどいいというのは取引がうまくいっている場合であって、履行障害が起こったときには関係者は誰か、責任を負うのは誰かといったことは明確になるべきである。その代わりに決済代行業者がネット事業者の詐欺的な業務に加担していたのであればその責任は当然負わされるべきだ。責任を追及する仕組みが十分でないとなれば、表示義務

を課したからといってやめる消費者がいるとは到底思えないが、表示によって、決済代行業者の存在を明確にすることは重要である。海外の問題だが、どうやら海外決済代行業者が国内販売業者と契約関係になることが規約違反になるということであれば、現状でもそれを排除していくということ、排除せず容認している国際ブランドは自ら規約違反をしているわけであるので、その点は民事的責任を追及されても仕方がない。民事責任としてはそれが筋である。

- 悪質な事業者がもちろん一義的に悪いわけだが、クレジットカード会社が加盟店としてきちんと審査すべきで、決済代行業者が入っていようとまいと、とにかくカード決済が使われていることに関しては、カード会社がカード決済という武器を与えているという点では責任がある。先程、どうしてクロスボーダーがいけないのかという話のときに、加盟店管理がきちんとできないからだということでしたけど、これはストレートでよい理由である。表示するのに意味があるとかないとか色んなご意見があったが、これは悪質な事業者だけ表示しなさいというルールは作れないわけであるから、こういう問題が起きている以上表示するのが当然である。消費者がそれをみて取引をやめるかどうかという観点だけでなく、要するに海外の決済代行業者を利用しているルール違反事業者が明らかとなるので表示はしていくべきである。登録制については、海外の決済代行業者は登録できないといわれたが、それはそうかもしれませんが、国内の決済代行業者を登録したらどうか。海外決済代行業者を利用することはルール違反なわけであるので、国内の登録された決済代行業者と契約すべきということになり、色々なことが把握できるようになるのではないか。
- 加盟店の表示については、会員のみならず加盟店の啓発ということでも意義がある。ただ、表示だけでは効果が疑問であり、今議論にでている決済代行業者を登録制にしたらどうかとか、あるいはカード会社と包括加盟店契約をしている旨を表示するかそういうことをセットでやることで効果が上がってくるのではないか。決済代行業者については、海外があれば国内もあり、カード会社は国内全ての決済代行業者と契約をしているわけではない。加盟店の店子の管理をしっかりとっているかとか、あるいは店子の審査をカード会社もやらせてもらっているかとか、インターネット取引で重要なカード情報を含めた個人情報もしっかり管理しているかとか、このような観点で足りう

と思った決済代行業者とカード会社は包括加盟店契約をしているわけで、そのような要件を満たさないところとはカード会社は契約しない。しかし契約していないところがなぜカードを使えるのかというと、これは海外のアクワイアラーが契約しているからである。カード会社は手の届く範囲では管理をしているが、手の届かないところはやりようがない。今まででたようないろんな議論の方策を組み合わせれば、かなりマーケットの整備ができるのではないか。

- ◇ 国内の決済代行業者は国内のイシューア・カード会社から厳重な管理を受けている。管理を受けられないところは加盟店契約はできないということになるので、そういう意味では相当程度国内はきれいになっているのだから、あまり登録をする必要性はないのではないか。要するに、法的効力は、国内の場合はイシューアを通じて浸透している。その一方で、海外の決済代行業者や海外アクワイアラーと契約する場合は、事業者はルール違反だと分かった上でやっているわけであるので、仮に登録制ができたとして、登録された決済代行業者としか契約してはいけないといったところで、なかなか実効性があがらないのではないか。
- 表示義務については、消費者の行動に対してどういう効果があるかは疑問。グローバル化が進んでおり、それを踏まえた形で制度設計をしないと、なかなか新しい事態には対応できないのではないか。ネット事業者（国内）と書いてあるけれども、別に国内にある必要もなく、国内のカード会社が管理できるような事業者であるという保証はなく色々な形態がありうるわけで、そういった意味で、真面目な事業者は従わざるをえなくなるかもしれないが、確信犯的な事業者は依然として野放しとなるようなことがないような制度設計にしていっていただきたい。
- 真面目な中小のネット事業者で自分のところでカード決済を単独でやる力がないので、どこか決済代行に頼らざるをえないという面がある一方、かなり悪質な業者が足がつかないように考えたときにどうしても最後に残るのは決済の部分であり、そのために架空口座を作ったり、それが禁じられると口座売買をしたり、それが禁じられると他の手段を考えて、例えば私的私書箱をつかったり、ありとあらゆる手段を使っていて、その一環として海外の決済代行業者に頼ることで、日本の規制当局の手が及びにくい形にしていって

という歴史があるわけである。従って、小さなところで真面目にやっているようなところが決済代行を利用してベンチャーなどがやりやすくさせてあげることが必要である一方で、たたくべきところはたたかなければいけない。そうすると、弁護士としては、数百万円とか数十万円のために、海外の決済代行業者を探し出してそこへ訴訟をうってものを抑えるのは非現実的であることはみなさんご承知のとおりであるし、またそこに日本の規制当局から規制を加えてくれというのでもできないだろうということもご承知だと思う。実際は、国際ブランド会社に切らせるしか方法はもう残されていないのではないかと。そうすると、わざと国際ブランドルール違反をやっているところを示すために、どこの決済代行業者を使っているのか表示義務を加えることで、それを透明化を図って明確化をし、国際ブランド会社に切らせるような方法しか実効性があるものがないのではないかと。それとともに、零細ではあるけれど真面目にがんばっているベンチャービジネスで大きくなろうとしている企業について、クレジットカード決済が容易にできる、しかし適正な監督、適切な処置が講じられるようなものがあるという両面から考えないと仕方がないのではないかと。後者については、国内事業者においてそういうものができる措置をイシューを含めて検討していただいて、いい意味で敷居が低いものにならないといけなければならないだろう。このような理由で、表示義務を課すしか方法がないと思うので、それに賛成である。

- グローバル化前提で今後はどこも考えていくべきである。それは国際ブランドも同様ではないか。今、様々な意見がでてきている根拠の一つに国際ブランドがクロスボーダーを禁じているのがかなり根拠になっていて、それが徹底されていないのが原因だという風に解釈されており、それは現状そうかもしれないが、これがこの先、国際ブランドがルールを変える可能性もあるわけで、取引のほうのグローバル化に合わせていけば当然そのようになるのではないかと。その時にそのルールだけに頼って制度設計をしてしまっているのだろうか。グローバル化してクロスボーダー取引が、加盟店とアクワイアラー、決済代行業者の関係含め、クロスボーダー取引が自由になったときでも、きちんとできるような設計にしないといけないのではないかと。それに登録制が合致しているかどうかはもう少し検討しないと分からないが、今のブランドルールに頼りすぎない設計が必要なのではないか。
- 表示義務に関しては、なかなか難しいことはあるが、国際ブランドルール

を守らせるツールとして考えてみる余地はあるのか。これを考えるには、長期的にも短期的にもいろんなことを考える必要があり、表示義務でできることは多分短期的にできることなのだが、国際ブランドの今のルールが維持されるかわからない。そもそも国際ブランドといわれている会社以外のところが、国際的に伸びてくる可能性はあるのではないかと思っていて、ずっとその方法を保てるかはまだ分からない。そういう意味でいうと、単純に表示義務だけではなく、登録制などももしかしたら選択肢として捨てることなく広めに考えていく必要がある。表示義務を課すことで、少なくとも海外決済代行業者に決済の手数料そのものが国内から流れていくということ自体、経済的に好ましいことではないし、国内でしっかりやっている事業者、イシューアーとかアクワイアラーが一定程度きちんとした仕事ができるような仕組みをドメスティックで作っていく必要がある。それをまた国際的に広めていくのはまた別の方法である。国際ブランドのポリシーの変更のところに、出来れば色々な形で関与していくべき。ポリシーの変更があったときにも、今のドメスティックなやり方で得られる安定的な環境が広がるような努力は別途行っていくべき。

- 現行の法制度を詰めていく上で教えて頂きたいのは、例えば表示義務については誰にかけるということを考えているのか。
- ネット事業者である。
- 実際には決済の窓口のところに書き込まれなければ意味がないので、入口をもっているネット事業者がやらざるを得ないだろう。
- カード会社に決済承認のデータがくるときに、加盟店番号がついていると思うが、イシューアの段階で問題のある加盟店番号がついてくるものについて決済承認しないという処理を行うことができるのか教えて頂きたい。
- 問題がある取引をどうやってカード会社でセーブするかというと、個々の加盟店という単位で制御することは難しい。オーソリゼーションのデータの中で、加盟店番号というのは基本的に海外取引にはないので、特定の加盟店は名称とか所在地でしか分からない。ただ一時、競馬のネットギャンブルが問題になって、農水省の依頼で海外の競馬サイトをなんとか制御できないか

依頼があって、その時はオーソリゼーションのデータの中に、インターネット取引だと示すコードと、ギャンブルという業種コードをアンド条件で制御するという事を各カード会社で実施して、国内のネットギャンブルの制御にはシステム上成功したことがある。このように制御できることは非常に稀である。取引が好ましくないときのデータが特徴的であると制御できる場合もあるが、個々の取引について制御をかけるのは非常に難しい。色々な事例を集めてここを抑えれば制御できるのではないかといったことを検討することは必要かもしれない。加盟店は名称がくるのだが、名称の入れ方などはアクワイアラーとか加盟店がどのようなデータを足してくるか依存しており、極端なことをいうと日本はデータの出し方が一番ユニークなのだが、日本はまだJIS規格を使っている加盟店もいるので、それはISOの規格とは違うので、そういう意味でオーソリゼーションいわゆる資料照会のデータが必ずしもぴったり合致しているかということそうではない。

- そのシステム制御は、法令に基づく行政の措置ということではないと思うが、事業者枠の中で、システム回収のコストを含めてそういう行為をとられたという理解でよろしいでしょうか。
- 農水省からこういう消費者被害事例があるので、なんとかありませんかとお話を受けて、業界で引き取って出来る範囲で自主的に措置をとったということである。
- この問題は登録制が実現すれば一番良いと思うが、そこに行き着くまでにいくつかの段階を踏んで解決に向かっていくという意味で、消費者庁にはまず表示に意味があるのではないかという発言も多かったので、ぜひ検討していただき、それからその先に進んでいただきたい。
- 国際ブランドやアクワイアラーが決済代行についてチャージバックの交渉などを過去にやっただめだったとかそういう事例はあるのか。海外の決済代行業者の連絡先がわかって交渉したときに、実際に実現できるかどうかは肝になる。実際交渉して全然だめだったということになると、国際ブランドへの働きかけというところに、国内チャージバックの基準と同等程度にするように働きかけをするということを加えていった方がよいのではないか。クロスボーダー取引について、国内事業者が海外決済代行業者と契約するのは契

約違反だという話があったが、国内事業者が海外に本店を移したときに、海外決済代行業者と契約したときも違法になるのかどうか。要するに、簡単に移転して日本語でインターネット配信するということは出来るわけで、そういったものまでこれで対応できるのかどうか、教えてもらいたい。

◇ 事業者が当該国に移動した場合、例えば日本からシンガポールに移転した場合、クロスボーダー取引には違反しないので、そのときには国際ブランドルール違反にはならない。チャージバックについては、実際は色々なケースで起こっており、悪質なビジネスだけでなく、例えばホテル代が2度請求されているといった事例など、原則的には国際ブランドを通じてカード会社から確認をしても加盟店で理にかなったものであればチャージバックしていると聞いている。このビジネスは違法なビジネスだからチャージバックせよというのは、一つはその違法なサービスを楽しってしまった消費者がいて、使ってしまった問題もあるし、日本ではそのサービスは違法かもしれないが当該国では違法でない場合など、非常に複雑な話になり、思ったような結果はなかなか得られないだろうと理解している。

● チャージバックがあまりあると国際ブランドから契約を切られてしまうので、うまくメカニズムが働くことが期待できるということはないか。

◇ あまりにもチャージバック要請がたくさん来た場合には、国際ブランドも怪しいと思ってなんらかの措置をとると聞いている。300も400もチャージバックの要請がいてそれを全部はねているという場合には、どういうことが起こるかは、国際ブランドに聞いてみないとわからないが、なにかを感じているのではないかと思う。

○ カード会社でいうチャージバックというのは、イシューとアクワイアラ一問でのチャージバックであって、加盟店は関係ない。サービスが提供された場合はチャージバックの理由がないわけでなかなか難しいが、ただ、公序良俗に違反するサービスだという反論をしてくるイシューもいる。これは経験でいうと、アジア圏内であれば、日本と同じマインドで応じてくれるケースが多いと聞いているが、ヨーロッパ圏や欧米はやはり自己責任でありサービスを利用した代金の支払いなのだからといわれると交渉は難しい。基本的にはチャージバックの交渉は簡単にいうと裁判であり、たくさんの理由コ

ードがあつてあてはまるかあてはまらないか、あてはまって勝つか、あてはまらないで負けるか、とそういった議論であつて、事情を説明して事情を汲んでもらつて判断してもらふというのはあまり期待できないと御理解いただきたい。

- 表示については今後検討していきたいと思うが、消費者委員会の提言にもあるが、どういうトラブルがどういう場面で発生しているのか、それについてはどういう解決があり、その手法として表示といった話も有効になるかもしれない。仮に表示規制をかける場合にどういう法律で望ましいのか、効果的なのか、あるいは今の法体系ではおちてしまうところをどう救うのか。こういうある程度冷静な議論が必要である。消費者委員会の議論の中で気になったのは、特商法の表示義務は、省令におちていて、省令であれば、簡単にできてしまうのではないかといったようなことがあるが、これは義務付けであるので場合によっては行政処分や罰則になりうる話。そのところはきちんと議論をしていく必要がある。

(以 上)