

インターネット消費者取引研究会について

1 背景

インターネットを活用した消費者取引は、時間や場所を選ばないなどの高い利便性を有すること等から消費者に広く受け入れられるとともに、参入が容易であること等から多数の事業者が市場に参入し、成長・発展を遂げている。

一方で、全国の消費生活センターに寄せられる相談においてインターネットや電子商取引に関するものが大きな割合を占めるなど、様々な消費者問題も発生してきている。

2 目的

消費者庁としては、これまでも、消費者トラブルの発生・拡大の防止の観点から、消費者への注意喚起と併せ、事業者に対してもサービスの内容等について消費者により分かりやすい説明を行うよう求めてきたところである。

また、事業者サイドにおいても、消費者への情報提供やトラブル対応をより有意義なものとするための様々な努力が見られる。

今後、良質な市場を確保し、消費者の安全・安心を確保するためには、個々の事業者や事業者団体による取組をさらに促しつつ、また、関係省庁においても適切な対応を講じつつ、先導的な取組について消費者サイドの認識も高めながら、積極的に取り組んでいく必要がある。

このような観点から、インターネットを活用した消費者取引について、消費者の視点に立ち、事業者や行政の取組の在り方を整理するとともに、越境取引に係るグローバルな取組との連携について議論するなど、総合的な検討を実施する。

(参考)「消費者基本計画」(抄)

インターネットをはじめとする高度情報通信技術を活用した取引に関する消費者問題に関して、被害の抑止及び救済の実効性の確保など消費者の安全・安心の確保の在り方について、事業者や行政の国際的な動向や対応も踏まえて総合的な検討を行います。

担当省庁等：消費者庁、総務省、経済産業省

実施時期：平成 22 年度中に結論を得ます。

研究会の構成メンバー等

構成員（五十音順、敬称略）

おかむら 岡村	ひさみち 久道	弁護士（英知法律事務所）・国立情報学研究所客員教授
かわむら 河村	まきこ 真紀子	主婦連合会 事務局次長
きし 岸	とおる 通	社団法人消費者関連専門家会議 常任理事
きはら 岸原	たかまさ 孝昌	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 常務理事
くわこ 桑子	ひろゆき 博行	電気通信サービス向上推進協議会 会長代理
さいとう 齋藤	まさひろ 雅弘	弁護士（四谷の森法律事務所）
さわだ 沢田	としこ 登志子	一般社団法人ECネットワーク 理事
しまぬき 島貫	かずひさ 和久	三菱UFJニコス株式会社 営業本部 執行役員
せき 関	さとし 聡司	楽天株式会社 執行役員 広報渉外室室長
ながた 長田	みき 三紀	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 事務局次長
のはら 野原	さわこ 佐和子	株式会社イプシ・マーケティング研究所 代表取締役社長
べっしょ 別所	なおや 直哉	ヤフー株式会社 CCO(チーフコンプライアンスオフィサー) 法務本部長
まちむら 町村	やすたか 泰貴	北海道大学大学院法学研究科教授

オブザーバー

総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
経済産業省商務情報政策局情報経済課
商務流通グループ消費経済政策課
東京都生活文化局消費生活部取引指導課
消費生活総合センター相談課

事務局

消費者庁政策調整課

研究会の開催状況

< 第一回 > 8月18日(水) 14時～16時

研究会の開催について

インターネット消費者取引研究会における検討の進め方

インターネット取引の問題について(東京都発表)

消費者相談現場から見たインターネット取引(岸構成員発表)

< 第二回 > 9月14日(火) 15時～17時

インターネット上でのサービスのトレンドと消費者を取り巻く環境のあり方について
(野原構成員発表)

モバイルビジネスの多様化と新たな消費者への対応(岸原構成員発表)

健全な取引の場を維持するために～楽天の取り組み～(関構成員発表)

消費者取引に潜む犯罪と事業者の防犯対策(別所構成員発表)

< 第三回 > 10月14日(木) 14時～16時

これまでの議論について(論点・課題、主な意見等)

インターネット上の表示に係る法制度と法執行の現状と課題(消費者庁表示対策課、
東京都取引指導課発表)

インターネット取引におけるクレジットカード決済について(島貫構成員発表)

アフィリエイトビジネスの現状と健全化に向けた取組(クロスワーク株式会社、リン
クシェア・ジャパン株式会社発表)

今後も月1回程度会合を開催し、平成23年春を目途に検討結果をとりまとめ。

消費者庁「インターネット消費者取引研究会」(第3回)
における構成員の主な発言(決済代行関係)

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。だとすると、まずは消費者がウェブ上で買い物をするときに、この取引が決済代行業者を通じたものであり、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。

決済の取引によってクレジット会社は利益を得ているわけであり、加盟店を管理する義務がある。この点はしっかりルール化していく必要がある。加盟店管理をしっかり行い、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。

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。

決済代行の問題が発生している当事者は海外にあり、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と。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。たとえば、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。

ビザ、マスターなどの国際ブランドに対し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。

日本が中心となってアジア共通のルール作りを行うことで、他のアジア諸国からの協力を得られるのではないかと。

特商法11条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よう省令規定を改正頂ければと思う。

それにより、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思う。

特商法の省令改正は、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意味はあるかもしれないが、実効性という点では疑問がある。また、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と思う。

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、実態をきちんと見た上で判断すべきである。

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と考えている。

海外決済代行業者がいいか悪いかの話しがでていますが、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。海外のアクワイアラーや決済代行業者が国外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。こういった取引を排除していくべきであり、本来はきちんと解決すべき問題であるということには同感である。

文責：消費者庁