

オンラインプラットフォームに 関する取引について

アジアインターネット日本連盟

(AICJ, Asia Internet Coalition Japan)

2018年7月13日

アジアインターネット日本連盟(AICJ)について

アジアインターネット日本連盟は、インターネット産業の健全かつ持続的な成長に資する政策や制度のあり方等について、インターネット事業の一翼を担う産業界からの声を適切に届け、国民の議論を喚起していくことを目的に、2013年9月に設立されました。

設立以来、インターネット政策について提言・理解促進活動・調査研究等を行っております。

会員社

アマゾンジャパン合同会社

株式会社ディー・エヌ・エー

フェイスブック

グリー株式会社

ランサーズ株式会社

PayPal. Pte.Ltd

Twitter Japan 株式会社

ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社

Airbnb. Inc.

eBay Inc.

グーグル合同会社

株式会社カカコム

株式会社メルカリ

株式会社リクルート

Uber Japan株式会社

ヤフー株式会社

総論①

消費者(ユーザー)保護は、消費者からの信頼が得られるよう、インターネット取引の健全性を守るため、インターネット企業にとって極めて重要です。

各企業は、消費者保護関連法令の遵守はいうまでもなく、独自の消費者保護対策に日々努めています。

総論②

インターネット上の取引は、消費者にとって、多くの利便性があり、なくてはならないインフラになっています。

例)・居ながらにして国内のみならず、国境を越えた取引ができる。

- ・夜間、休日を問わず取引ができる。
- ・24 時間、365 日事業者にお問い合わせができる。
- ・画像や動画での説明など、取引に関する詳細な情報を入手できる。
- ・他の消費者の取引に関する評価が閲覧できる。
- ・複数の取引先の比較が容易にできる。
- ・加齢や身体的な障害などにより実店舗での取引が困難な方でも参加できる。
- ・取引履歴により、リコール情報など必要な情報の提供を受けることができる。
- ・使用言語を選択できる。

総論③

また、日本経済の成長のエンジンである個人事業主や中小零細企業にとっては、インターネット上での消費者との取引は、非常に少ない初期投資でかつ短期間に取引を開始することができ、また国内のみならず国境を越えた取引を行うことも可能であり、事業を行う上での重要なチャネルになっています。

総論④-1

一方で、いわゆる”プラットフォーム”は多種多様であり、ひとくくりに議論することは大変難しいです。国際的にも、学術的にも”プラットフォーム”の定義は確立していないと認識しています。

ショッピングモール、家庭用ゲーム機、農産物直売所、公設市場などもいわゆる”プラットフォーム”に包含されると言われています。これらのプラットフォームが多種多様であるのと同様、オンラインプラットフォーム”も多様です。にもかかわらず、殊更、オンライン”プラットフォーム”だけ取り上げることには違和感があります。

事業運営に際して留意している点

①透明性の確保

- ・画像や動画などを駆使した取引内容の充実。
- ・バナーやポップアップ等の明瞭な表示方法の採用。
- ・取引内容を再確認するなど錯誤を防ぐ取組み。
- ・同様の取引を行った他の消費者による評価結果の共有。
- ・ウェブサイト、ブログ、SNS、ワークショップ等を用いた消費者向けの啓発活動。

事業運営に際して留意している点

②安心・安全な取引

- ・夜間、休日に関わらず、24時間、365日消費者からの問い合わせに対応。
- ・消費者の身体の安全に関わるような問い合わせがあった場合には、原因究明を行う前に即時販売停止。
- ・法令で販売が禁止されている以上に、自主的に販売禁止商品を規定。
- ・個人間で安心して取引ができるよう商品代金の仲介(エスクロー)を実施。
- ・消費者が商品を安心して購入できる保証制度を用意。
- ・不健全な商品やコンテンツに関する通報や監視制度を設け、警告・削除対応。
- ・権利者との協力による侵害品対応。
- ・規制当局、捜査当局との緊密な連携。

今後の課題

- ・消費者教育の重要性
- ・消費者生活相談員のインターネット取引の理解度向上
- ・インターネット取引の健全性を損なうような行為を行う消費者対策