

平成 19 年度
国際的な電子商取引を巡るトラブル解決の
あり方に関する調査研究
報告書

2008 年 3 月

有限責任中間法人 EC ネットワーク
(経済産業省委託調査)

目 次

第1章 国際電子商取引トラブルの状況	1
1-1 国際電子商取引トラブル（日本の消費者からの相談）	1
1-1-1 相談受付方法	1
1-1-2 トラブル相談データ	1
1) 月別相談受付件数	1
2) 取引形態	2
3) 取引相手国	2
4) 商品	3
5) 相談者の年齢・性別	4
6) 紛争金額（物販、国際のみ）	4
7) 決済方法（物販のみ）	4
8) トラブル内容	5
9) 処理方法・処理結果	5
1-2 国際電子商取引トラブル（海外からの相談）	7
1-2-1 海外からの相談の概要	7
1-2-2 海外からの相談案件一覧	7
1-2-3 処理結果	15
第2章 国際電子商取引トラブル解決に関する現状と課題	15
2-1 国際電子商取引における ADR の在り方に関する研究会	16
2-2 国際会議・各国の動向	16
2-2-1 OECD ガイドライン・勧告	16
2-2-2 ICPEN, econsumer.gov	17
2-2-3 GBDe (Global Business Dialogue on Electronic Commerce)	18
2-2-4 米国：The US SAFE WEB Act と ODR	19
2-2-5 欧州：ECC-Net	19
2-3 国際連携の現状と課題	20
2-3-1 二国間 ADR 連携の現状	20
2-3-2 二国間 ADR 連携の仕組み	21
1) 基本的な仕組み	21
2) 連携の意義	22
3) 問題点	23
2-3-3 ODR (Online Dispute Resolution) への動き	23
1) BBB-TrustUK の ODR 連携プロセス	23
2) 自動化の意義	24

3) 多言語化への課題.....	24
4) ODR 化による新たな課題.....	26
2-4 国際消費者相談ネットワーク (ICA-Net) 構想.....	27
2-4-1 ICA-Net 構想の概要.....	28
2-4-2 CALO の役割と国内関係機関の連携.....	29
2-4-3 各国政府の役割.....	30
2-4-4 CALO の要件.....	30
2-4-5 情報管理.....	31
2-5 GBDe での提言.....	32
第3章 国際トラストマーク連携.....	37
3-1 Asia Pacific Trustmark Alliance (ATA).....	37
3-1-1 アジア太平洋トラストマーク連携協定 (ATA) 発足.....	37
3-1-2 ATA の目指すものと活動内容.....	37
1) トラストマーク運営事業者のためのガイドライン.....	38
2) ATA の共通アイデンティティ.....	38
a) ATA ポータル (ウェブサイト).....	38
b) ATA ロゴ、ディスクリプター.....	39
3) 今後の会議開催予定と議長国.....	39
3-2 ベトナム、タイの電子商取引事情とトラストマーク.....	40
3-2-1 ベトナム.....	40
1) インターネット環境・電子商取引の現状.....	41
2) TrustVn について.....	41
3) 審査基準の作成.....	42
4) 今後のトラストマーク事業展開.....	43
5) 印象・所感.....	43
3-2-2 タイ.....	44
1) インターネット環境・電子商取引の現状.....	44
2) DBD の行う中小事業者支援策.....	45
3) 電子商取引事業者登録制.....	45
4) トラストマーク事業.....	45
5) 苦情処理相談センター.....	46
6) 苦情処理に関する国内連携.....	47
7) 印象・所感.....	48
3-3 欧州.....	48
3-3-1 調査対象・運営主体.....	49
3-3-2 認証基準.....	49

3-3-3 ADR との関係	49
3-3-4 国際連携・国際取引への対応.....	50
3-3-5 法執行機関との連携.....	51
第4章 国際電子商取引の現状・取引当事者の意識についての調査.....	51
4-1 消費者の国際電子商取引に関する経験と課題.....	51
4-2 事業者の国際電子商取引に関する経験と考え方.....	53

第1章 国際電子商取引トラブルの状況

1-1 国際電子商取引トラブル（日本の消費者からの相談）

1-1-1 相談受付方法

EC ネットワーク・ウェブサイト¹上の相談受付フォーム²に入力された相談に対し、メールで回答する。日本の消費者（海外在住日本人・在日外国人を含め、「日本語を使う消費者」の意で用いる。以下同じ）からの相談に関しては、国内案件と同様の手順で相談対応を行っている。

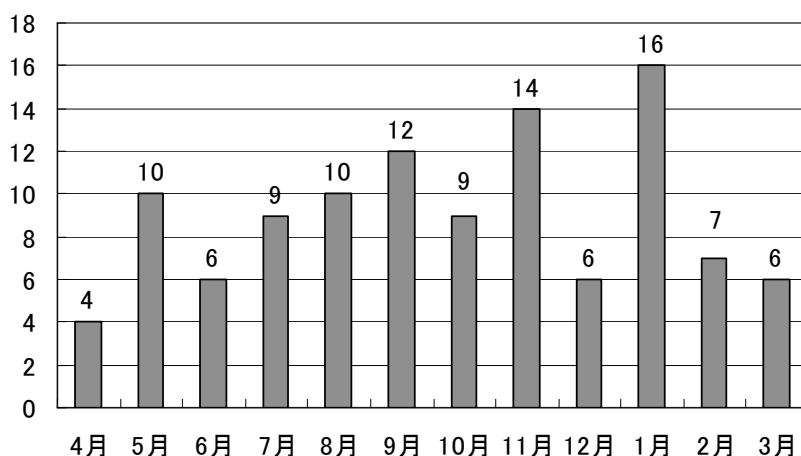
回答を行う前に、状況を詳しく確認するため何度かメールでやり取りを行うこともあるが、通常は、2 営業日以内に何らかの回答を返信している。但し、英語表記のサイトの記載や、それまでのやり取りメールを確認するため、国内案件よりも若干時間を要することもある。

1-1-2 トラブル相談データ

1) 月別相談受付件数

2007年4月から2008年3月までにEC ネットワークに寄せられた全相談件数 649 件のうち、国際トラブル案件は 136 件であった（全相談件数の 21%）。

そのほとんどは日本の消費者からの相談(109 件)であり、その中に、海外在住の日本人の消費者からの相談も 8 件含まれる。月別件数は以下の通り。



国際トラブル案件のうち海外の消費者からの相談は、27 件であった。

¹ <http://www.ecnetwork.jp/>

² <http://www.ecnetwork.jp/consul/consul.html>

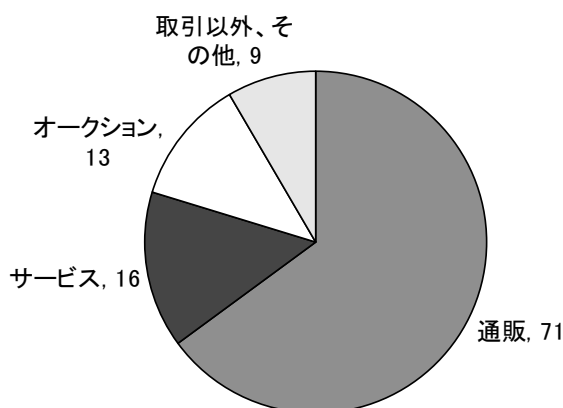
2) 取引形態

通販に関する相談が7割以上を占めた。後述するが、米国に在住する日本人が経営する有名ブランドバッグ・靴を販売するショップとのトラブルが多く寄せられたことが一因と考えられる。ブランド品を購入したが、ニセモノだった、粗悪品だったというトラブル内容である。

海外オークションでのトラブルは、昨年より微増(3件)し13件であった。個人間取引でのトラブル、売り手がトラブルに遭うケースが数件見られた。

サービスに分類されているのは、アダルトサイト等の有料情報サービスに関するものの他、無料国際電話、海外転送サービス、ホスティングサービス契約に関する相談が含まれる。

取引以外(その他)には、海外フリーロト(宝くじ)やPCソフト購入に関する相談等、詐欺的なものも含まれる。昨年の18件よりは減少し、9件であった。



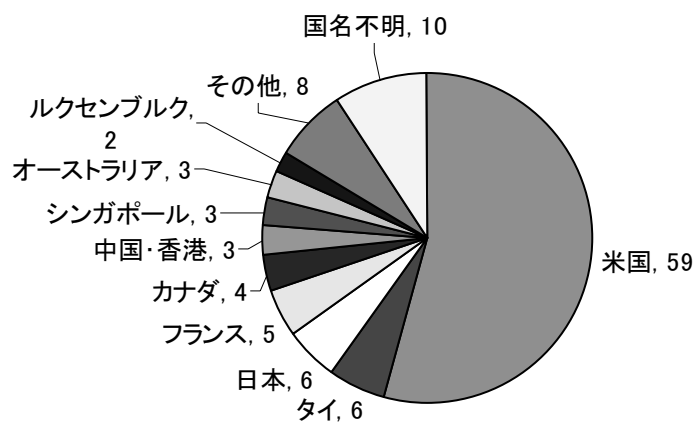
3) 取引相手国

取引を行った相手事業者の所在国を見ると、本年度は米国が半数以上を占めた。これは有名ブランドのバッグや靴を販売する同一ショップに関する相談が9件寄せられたことも一因である。米国在住日本人が経営し、サイトは全て日本語表記なので安心して購入したが、届いた商品がニセモノで、返品依頼のメールを送っても対応してくれないという相談内容である。

タイのケースでは、海外のみで販売されている携帯電話を購入したが商品が届かないという相談や、ドレスを購入したが不良品であった、一部しか届かず返金を希望したが対応してくれない、という相談であった。上記の米国のケースと同じく、いずれもタイに在住する日本人が経営し、サイトも日本語で表示されているショップとのトラブルであった。

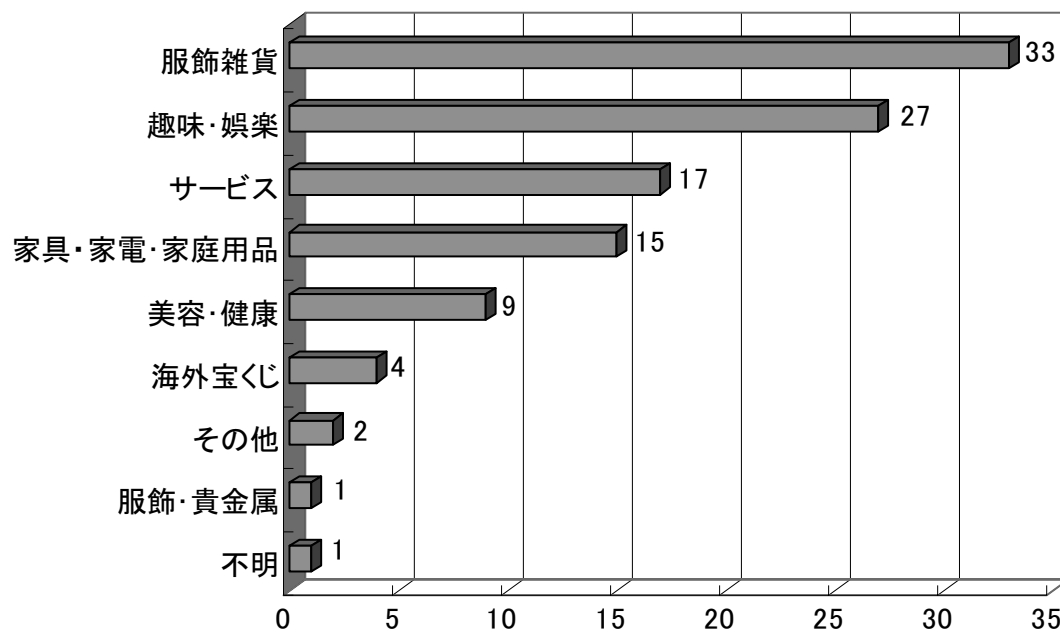
また海外在住日本人からの相談では、海外在住先の事業者とトラブルになったケ

ースや海外配送業務を執り行っている日本の事業者が商品を配送してくれない、などの相談があった。



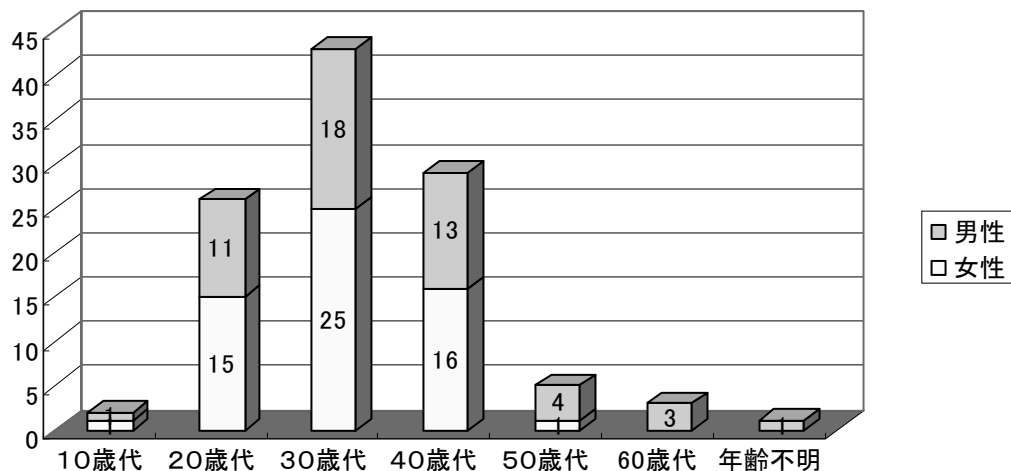
4) 商品

トラブルになった商品では、服飾雑貨が最も多く、趣味・娯楽品がそれに次ぐ。



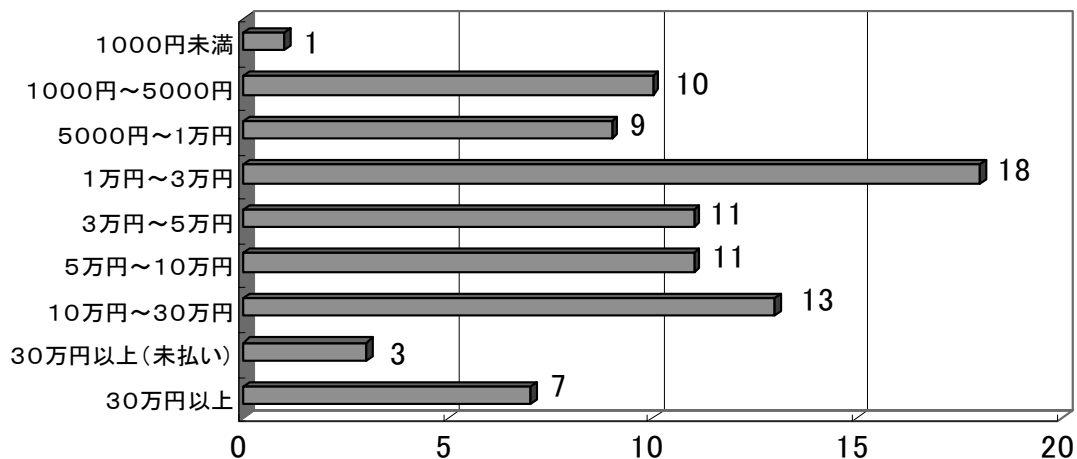
5) 相談者の年齢・性別

20～30歳代が多く、特に30代の女性が多かった。



6) 紛争金額（物販、国際のみ）

1万円～3万円という価格帯の商品を購入しているケースが最も多い。



7) 決済方法（物販のみ）

物品販売でのトラブル 83 件について、どんな決済方法を利用しているのを見
ると、クレジットカードと金融機関振込が 8 割を占めた。金融機関振込という回答
が 29 件あったが、海外に送金するのではなく、振込先が日本国内の金融機関とい
うケースが多かった。

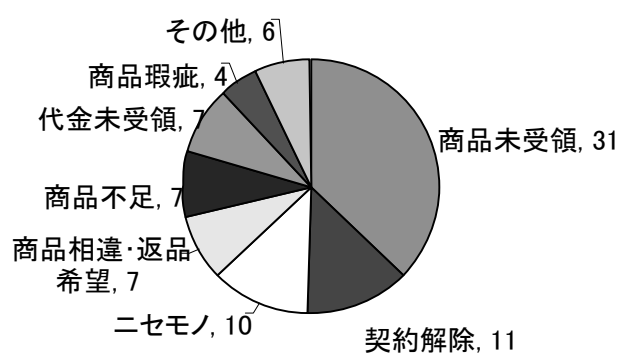
また、決済代行会社を利用して商品を購入した後にトラブルになり、決済代行事業者との交渉が上手く行かない、という相談も6件寄せられた。

決済方法	国際
クレジットカード	42
金融機関振込	29
決済代行	3
現金書留、郵便振替、為替等	1
その他	8
合計	83

8) トラブル内容

物販のトラブル 83 件に関しては、「商品未受領」という内容が最も多く 31 件であった。代金を振り込み後、連絡が取れなくなった、言い訳をして発送を先延ばしされている、などの相談である。届いた商品に問題がある（品違い、ニセモノ、瑕疵、不足など）というケースは、合計 28 件であった。

「代金未受領」というのは、オークション出品者が、落札され商品を送付後、入金されない、というケースである。



9) 処理方法・処理結果

寄せられた相談に対し、対応方法をアドバイスすることが基本の処理方法である。「商品未受領」トラブルは、相手方と「連絡が取れない」状態になっているものが多く、必ずしも詐欺とは言い切れないものの、第三者が間に入ることができないケース

が多い。

アドバイスの内容としては、「相手方事業者の存在を確認するためにも、直接電話をしたり相手方の所在地宛に書面を送ってみたりすること」、「代金を振り込んだ金融機関に問い合わせ、口座名義人に連絡を取るよう依頼すること」、「クレジットカード会社に経緯を説明し、取引についての調査を依頼すること」などが主なものである。まずは、これらを相談者自身で実行してもらい、それでも解決が見つからない場合は、その結果を再度当方に連絡するように伝えている。

国際連携の仕組みを利用して対応した例として、前述の、タイの携帯電話のケースが挙げられる。苦情内容をタイ商務省ビジネス開発局³ (DBD) 電子商取引課の担当者に伝え、何らかの対応が可能かどうかの検討を依頼した。DBD を通じ、タイ国内の警察にも問い合わせたが、DBD に登録している事業者では無く、事業者の所在等を特定するには至らなかった。

米国のネットショップとのトラブルのケースの1つでは、相談者が EC ネットワークのウェブサイトを見て提携先である BBBOnline⁴を知り、BBB に直接連絡を取って解決した、という事例があった。

³ http://www.dbd.go.th/index_en3.phtml

⁴ <http://us.bbb.org/WWWRoot/SitePage.aspx?site=113&id=e9778b88-55e0-40b5-9145-583edb1e8e82>

1-2 国際電子商取引トラブル（海外からの相談）

1-2-1 海外からの相談の概要

2006年11月より英文ウェブサイト⁵を開設、英文の相談受付フォーム⁶を設け、海外の消費者から日本の事業者向けの相談をメールで受けている。相談処理方法においては、翻訳作業が入る点を除けば、国内案件と特段異なるところはない。

2006年度は海外からの相談が3件であったのに対し、2007年度は、欧米だけでなく様々な国からの相談が寄せられ、27件に増加した（但し日本の事業者向けではない相談2件を含む）。

2007年度は日本語が堪能な韓国、台湾の消費者が、日本語の相談受付フォームに相談を寄せたケース2件も海外からの相談として含めた。

海外からの全相談のうち、約7割が中古車購入など車に関する相談であった。相談者は圧倒的に男性が多い。当然ながら紛争金額も高く、平均50万円以上で、中には250万円以上のケースもあった。

こうした中古車トラブルのほとんどが、「代金を振り込み後、連絡が途絶え、車が届かない」というものである（次項一覧参照）。電話番号・所在地を表示していない事業者もあり、中には、事業者名を変え、同じ写真を別サイトに掲載して販売し続けているケースもあった。詐欺とは完全に言い切れないものの、詐欺に近いケースが目立つ。

これらの相談においては、同じ事業者に関するものも数件寄せられている。被害者掲示板でやり取りをしている中で、ECネットワークの存在を知ったとのことである。掲示板では、様々な国の消費者が被害に遭っている様子が窺えた。

1-2-2 海外からの相談案件一覧

上記27件について、案件概要をまとめた。

ECネットワークを知った理由（紹介元）について訊ねたところ、econsumer.gov⁷のウェブサイトや被害者掲示板を見て、という回答、または自国にある日本大使館に問い合わせで紹介を受けた、という回答が多かった（回答がない場合は記載なし。）

⁵ <http://www.ecnetwork.jp/en/>

⁶ <https://sd24.securesite.ne.jp/ssl.ecnetwork.jp/en/public/fileacomplaint.php>

⁷ 世界中の消費者からの苦情を受け付け、データベース化しているサイト。各国消費者相談・ADR機関へのリンクがある。<http://www.econsumer.gov/english/contentfiles/intl-adrproviders.html>

相談1 中古車を購入したが、届いた車は錆や傷がひどかった

相談者：男性、カナダ

価格：約 100 万円

代金支払方法：電子送金・決済代行

案件概要：

昨年度からの継続案件。

都内にある外国人経営の中古車輸出業者から車を購入したが、届いた車は、写真や説明とは異なり、錆びている箇所多数、説明にはない傷もあった。修理費を補償する、代替車を送る、返金する、のいずれかの対応を希望。

EC ネットワークから事業者に連絡したところ、「相談者と直接交渉する」との理由であっせんを拒否。その後、相談者から「事業者と交渉し、譲歩して事業者が提示した返金額に合意したが、待っても返金されない。強制力を持つ機関を紹介してほしい」との連絡があった。

紹介元：e-consumer.gov（日本の警察、在日カナダ総領事館、公正取引委員会に相談したが返答が得られなかったとのこと）

相談2 中古車を注文したが届かない

相談者：男性（事業者）、ケニア

価格：10,200 米ドル（約 112 万円）

案件概要：

新潟県にある、日本人経営の中古車販売業者に注文。入金後、連絡が取れなくなった。サイトも閉鎖されている。

紹介元：社団法人 日本商事仲裁協会⁸

相談3 中古車を注文したが届かない

相談者：男性、米国

価格：7,500 米ドル（約 83 万円）

案件概要：

都内にある中古車販売事業者（日本人経営）に対する相談。購入した車は、一度ケニアのモンバサに発送されるということだったが、事業者から連絡がない。電話で督促する度に「ケニアに発送するのに時間がかかっている」と言い訳される。3 ヶ月待ち再度電話したら今度は「ニュージーランドに輸送されている」と言われた。返金を要求したが、返金されない。

紹介元：インターネット検索

⁸ <http://www.jcaa.or.jp/>

相談4 自動車のメーターを注文したが届かない

相談者：男性、オマーン

価格：70,670円

案件概要：

入金後、連絡が取れなくなった。サイト上に住所、電話番号の記載がなく、経営者は外国人、事業者登録は香港であった。

相談5 中古車を注文したが届かない

相談者：男性、アイルランド

価格：41万円

案件概要：

東京都内にある、外国人経営の中古車販売事業者(A)に注文した。代金支払い後、サイトが閉鎖され連絡不能となった。サイトに記載されていた都内の住所は、外国人向け簡易宿泊所であった。

相談者は、この経営者が、違うサイト(名古屋所在の事業者B)で全く同じ写真を掲載し、現在も販売している、と写真とともに通知してきた。

紹介元：インターネット検索

相談6 中古車を注文したが届かない(相談5と同じ事業者に対する相談)

相談者：男性、カナダ

価格：4,984カナダドル(約55万円)

案件概要：相談5に同じ

紹介元：インターネット掲示板

相談7 中古車を注文したが届かない(相談5と同じ事業者に対する相談)

相談者：男性、ニュージーランド

価格：24万円

案件概要：相談5に同じ

相談8 注文した商品が届かない

相談者：女性、米国

価格：59.99米ドル(約6,598円)

案件概要：

香港の事業者に対する相談であった為、香港消費者委員会⁹に問い合わせるよう助言した。

相談 9 注文後、連絡が途絶えた

相談者：男性、スペイン

価格：1,034,60 ユーロ （約 122 万円）

案件概要：

北海道の釣り用品ショップに釣り竿を注文後、商品の在庫の有無について連絡がないので、キャンセル希望のメールを送ったが返事がなく、カードで決済されてしまった。注文をキャンセルし、返金して欲しい。

紹介元：在日スペイン大使館 経済商業局

相談 10 中古車を注文したが届かない（相談 3 と同じ事業者に対する相談）

相談者：男性、米国

価格：5,187. 米ドル （約 57 万円）

案件概要：

入金して3ヶ月経っても車が発送されない。返金を希望。

相談 11 注文した商品が届かない

相談者：女性(事業者)、英国

価格：1,755 ユーロ （約 28 万円）

案件概要：

千葉県にある、検眼器などを販売する事業者に注文、銀行振込み後に連絡が取れなくなり、商品が届かない。以前の2回の取引では問題なく届いていた。

紹介元：在英日本大使館

相談 12 購入した日本製パソコンに欠陥

相談者：女性、シンガポール

価格：2,500 シンガポールドル （約 19 万円）

案件概要：

日本のメーカーのノート型パソコンをシンガポールの実店舗で購入したが、欠陥商品だった。サービスセンターに行ったが交換してくれない。保証期間中なのできちんと修理して欲しい。

⁹

http://www.consumer.org.hk/website/ws_en/complaints_and_advices/how_to_complain/howtocomplain.html

相談 13 中古車を注文したが届かない（相談 5 と同じと見られる事業者に対する相談）

相談者：男性、ケニア

価格：12,000 米ドル （約 132 万円）

案件概要：

相談 5 に関係する B 事業者に関する相談。

紹介元：インターネット掲示板

相談 14 中古車代金を払った後、追加料金を要請された

相談者：男性、ケニア

価格：9,000 米ドル （約 100 万円）

案件概要：

送金後、陸揚げ証明書を発送せず、車も送ってこない。注文していない、もう 1 台分の追加料金を払うように言ってきた。事業者に電話すると、いつも違うスタッフが対応し、話にならない。

相談 15 中古車を注文したが届かない（相談 5 と同じと見られる事業者に対する相談）

相談者：男性、英国

価格：53 万円

案件概要：

相談 5 に関係する B 事業者に関する相談。相談者が注文前に問い合わせたところ、「商務省の認定番号」（実際には無い）を知らされた。名古屋商工会議所にも照会した結果、登録事業者だった為、信用できると判断した。

しかし、「発送が 1 ヶ月遅れる」との通知の後、連絡がない。事業者の取引先銀行（日本国内）に問い合わせたところ、代金は既に引き出されていた。

紹介元：インターネット掲示板

相談 16 注文とは全く違うバスが送られてきた

相談者：男性、オーストラリア

価格：100 万円

案件概要：

注文時に見た写真とシャーシー番号は同じだが、錆びていてボロボロのバスが届いた。そのバスを売ったが、陸揚げ、パーツ代などで 33,000 オーストラリアドル(約 33 万円)かかった。

事業者に 7,000 オーストラリアドルを返金するよう要求したところ、一度に返金できないので月々振り込むとの申し出があった。その後、連絡がなく返金もされていない。

当方から、あっせんを行うかどうか相談者に打診したが、回答が無かった。

紹介元：経済産業省

相談 17 ゲームキャラクターが消えてしまった

相談者：男性、パナマ

価格：1,500 米ドル（約 153 万円）

案件概要：

北米のオンラインゲームを利用中、自分のお気に入りのキャラクターが突然見えなくなった。事業者に苦情を申し立て、日本にある親会社の CEO にも苦情の手紙を送ったが、キャラクターを回復してもらえない。

紹介元：インターネット検索

相談 18 購入したチケットが届かず、返金に応じてくれない

相談者：女性、韓国

価格：29,780 円

案件概要：

日本語で寄せられた相談。日本にあるチケット販売事業者で、担当者は韓国人。全て韓国語表記のウェブサイトを見て、日本のコンサートチケットを購入した。代金を支払ったのに、チケットが届かない。返金を依頼しても高圧的な態度で断られた。韓国の消費者院¹⁰に相談したが、日本に所在する事業者なので韓国の法律で処罰することが出来ないとわれ、日本の消費者センターに相談するよう助言された、とのこと。

紹介元：東京都消費生活総合センター

相談 19 オンラインゲームのアカウントが突然停止された

相談者：女性、台湾

価格：1,575 円

案件概要：

日本語で寄せられた相談。日本のオンラインゲームを利用していたところ、RMT（リアルマネートレード）の疑いでアカウントを停止された。自分は身に覚えがない。電話での対応はしないとされたので、メールで問い合わせたが全く返事が来ない。

紹介元：消費者センター

¹⁰ 消費者の苦情受付・処理、消費者保護政策の立案を行う政府機関。電子商取引の苦情相談も受ける。
http://www.kca.go.kr/jsp/eng/coun_05.jsp

相談 20 ゲームソフトを注文したが届かない（香港の事業者に関する相談）

相談者：男性、英国

価格：44.90 米ドル （約 4,580 円）

案件概要：

入金後、「在庫がないが最優先して送る」との連絡を最後に、何度連絡しても返事がない。

相談 21 関税を払うことになった

相談者：男性、ポルトガル

価格：634 ユーロ （約 10 万円）

案件概要：

都内にある家電販売事業者とのトラブル。商品は届いたが、正式な請求書が送られなかったため、関税を払わなければならなかった。

紹介元：econsumer.gov

相談 22 不良品を返品したら、勝手に修理に出された

相談者：男性、カナダ

価格：1,000 米ドル （約 10 万円）

案件概要：

海外オークションサイトを通して、都内にある家電販売事業者からノート型パソコンを落札したが、届いたものは不良品だった。交換を依頼し、返送したところ、当方の同意がないままメーカーに修理に出された。メールを送っても返事がなく、「休暇中」が多い。いつまで経っても交換品が送られない。

*あっせんに入り何度か連絡を取ったが、事業者からの返信なし。

紹介元：BBB Canada

相談 23 中古車を注文したが届かない

相談者：男性、英国

価格：3,300 米ドル （約 34 万円）

案件概要：

商品をジャマイカへ送るよう依頼したが、代金振込み後、メールに返事がない。

紹介元：在英日本大使館

相談 24 購入した中古車に傷があった

相談者：男性、ニュージーランド

価格：10,853 米ドル （約 110 万円）

案件概要：

購入した車が届いた後、家族の不幸などで暫く車庫に入れたままにしていた。国内での運転許可申請の際、初めて広範囲に傷があることが分かり、修理代に約 100 万円かかった。入金する前に事業者と確認した時は、傷はないと言っていた。傷は明らかに輸送前に付いたものなので、修理代を支払うか代替品を提供するかの対応をして欲しい。この旨のメールを送信したが、事業者から返事がない。

紹介元：Community Law Canterbury¹¹

相談 25 中古車を注文したが届かない

相談者：男性、英国

価格：268 万円

案件概要：

口コミサイトから都内にある中古車販売事業者を見つけて注文。送金後、事業者から連絡がない。輸送会社に確認したところ「記録にない」と言われた。

紹介元：在英日本大使館

相談 26 中古車を注文したが届かない

相談者：男性、ジャマイカ

価格：7,900 米ドル （約 80 万円）

案件概要：

千葉県にある中古車販売事業者に注文した。相談者の兄弟（英国在住）が代金を支払い、グレナダにいる父に輸送してもらおう約束だったが、入金後、メールしても返事がない。

*あっせん手続きを開始したが、事業者からの返答なし。

紹介元：米国 連邦取引委員会

相談 27 中古車を注文したが届かない

相談者：男性、スペイン

価格：220 万円

案件概要：

都内にある日本人経営の中古車販売事業者に注文。入金後、メールを送っても返事がなくなった。連絡がついても、何かと理由をつけて車を届けてくれない。掲示板に詐欺だと載っていた。

¹¹ニュージーランド・カンタベリー州の非営利組織。無料で法律相談を受けている
<http://www.communitylaw.org.nz/About-Community.103.0.html>

紹介元：econsumer.gov のスペイン語サイト

1-2-3 処理結果

昨年度からの継続案件 1 件を含め、合計 3 件あっせんに入った。1 件は相手方があっせんを拒否、もう 2 件は、何度か連絡するが返信がないという結果に終わった。うち 1 件は、詐欺的な事業者である。

相手方と連絡不能になると、第三者が入る余地はなく、解決が極めて困難である。

数多くの中古車取引トラブルについて情報提供を行うとともに、こういったケースでの救済方法に関し、警視庁捜査二課に照会し、次の見解を得た。

- (1) 被害者又はその代理人が日本国内の管轄の警察署に被害届を提出する必要がある。
- (2) しかし警察の管轄は他国には及ばないので、国際案件については、まずは自分の所在地の警察に相談するよう、警察としてもアドバイスしている。
- (3) 国際刑事警察機構 (ICPO)¹²等を通じて捜査嘱託を受ければ、日本の警察が捜査に動くこともある。
- (4) こういった相談を受ける機関との情報共有の必要は感じている。

¹² (英語) <http://www.interpol.int/> (日本語) <http://www.npa.go.jp/interpol/index.htm>

第2章 国際電子商取引トラブル解決に関する現状と課題

2006年度調査報告書においては、ODR化の流れの中でADR国際連携はどうあるべきかについて考察を行った。2007年度は、これを更に深く検討し、有効なADR国際連携について提案を行うため、有識者による研究会を開催した。

2-1 国際電子商取引におけるADRの在り方に関する研究会

委員は、下記の方々をお願いした（敬称略、五十音順）。

上沼 紫野	虎ノ門南法律事務所	弁護士
落合 洋司	イービス法律事務所	弁護士
鶴 光太郎	独立行政法人経済産業研究所（RIETI）	上席研究員
早川 吉尚	立教大学法学部教授	
松本 恒雄	一橋大学法学部教授	

オブザーバとして、経済産業省関係課（情報経済課、米州課、欧州課、経済連携課、国際経済課）の担当者、GBDe（Global Business Dialogue on Electronic Commerce）¹³ 消費者信頼部会のメンバーが参加した。

以下2-1、2-2、2-3は、4回の研究会において、事務局から提示した調査資料、新たな調査結果等をまとめ直したものである。研究会での配布資料の一部を資料編に掲載したので、併せて参照されたい。

2-4は、研究会での議論内容を、提案の形にまとめたものである。

¹³ 後記2-2-3参照

2-2 国際会議・各国の動向

2-2-1 OECD ガイドライン・勧告

OECD 消費者政策委員会¹⁴では、電子商取引及び国際間取引における消費者保護に関し、これまで様々な提言を行っている。

1999年に策定された通称「電子商取引消費者保護ガイドライン¹⁵」において「簡易・迅速・低コストでアクセスしやすい紛争解決手段」としてADRの推進が勧告され、これを契機に、各国・各地域で、次々と（主にトラストマークに付随する形での）ADRの整備が行われた。

2003年には「国境を越える詐欺ガイドライン¹⁶」が策定され、ADR機関間だけではなく、「各国法執行機関間の連携」の重要性も指摘された。

更に2007年7月、「国境を越える紛争解決と消費者救済に関する理事会勧告¹⁷」が策定された。ここでは、「紛争解決・救済のための国内枠組みを整えること」とともに、国境を越える紛争に関し、「情報提供」「司法制度参加者の意識向上」「外国消費者に対する法的障壁の最小化」等が謳われている。また、そのために、「民間部門の協力」と「外国消費者からの苦情情報の収集・分析」が必要、とされている¹⁸。

2-2-2 ICPEN, econsumer.gov

International Consumer Protection and Enforcement Network¹⁹（消費者保護及び執行のための国際ネットワーク；ICPEN）は、35か国の法執行当局をメンバーとする非公式会合である。各国の法執行機関間の国際協力を促進することを目的として、1992年に発足²⁰した。

この活動の一環として、米国 Federal Trade Commission²¹（連邦取引委員会；FTC）が管理する econsumer.gov²²というサイトがある。2001年に、13か国の共同事業とし

¹⁴ Committee on Consumer Policy (CCP)

http://www.oecd.org/department/0,2688,en_2649_34267_1_1_1_1_1,00.html

¹⁵ The Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce

http://www.oecd.org/document/51/0,3343,en_2649_34267_1824435_1_1_1_1,00.html

¹⁶ OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders

http://www.oecd.org/document/50/0,3343,en_2649_34267_2514994_1_1_1_1,00.html

¹⁷ OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress

http://www.oecd.org/document/53/0,3343,en_2649_34267_38960053_1_1_1_1,00.html

¹⁸ 日本語版は内閣府のウェブサイトに掲載されている。

<http://www.consumer.go.jp/seisaku/cao/kokusai/oecd.html>

¹⁹ <http://www.icpen.org/>

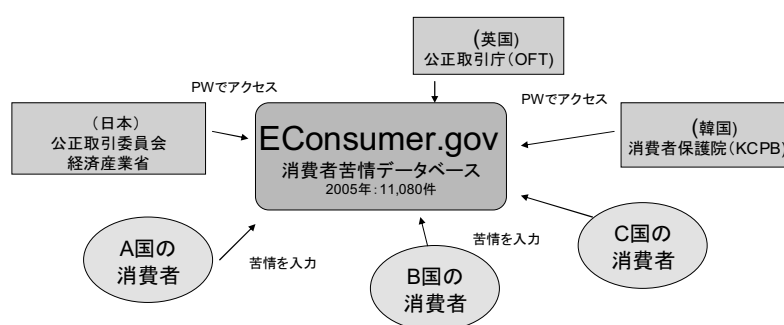
²⁰ 前身は IMSN (International Market Supervision Network)。

²¹ <http://www.ftc.gov/>

²² <http://www.econsumer.gov/index.html>

て開始されたものである。現在、7か国語で運営され²³、世界中の消費者からこのサイトに寄せられた電子商取引やインターネット詐欺に関する苦情（2007年の登録件数は8,400件）がデータベース化されている。

このデータは、各国法執行機関が政策策定や法執行に活用する²⁴ことを念頭においており、個別の消費者救済を目的とするものではない。しかし ICPEN においては、個別救済のために ADR と連携すべきであるとの議論が以前からなされ、2003年から04年にかけて ADR の実証実験（パイロット・プロジェクト）も実施された²⁵が、その後は、各国 ADR 機関のリスト²⁶をサイト上に公開するにとどまっている²⁷。



2-2-3 GBDe (Global Business Dialogue on Electronic Commerce)

GBDe は、1999年1月に欧州企業が中心となって発足した民間国際組織である²⁸。電子商取引に関連する、様々な政策提言などを行っている。「電子商取引市場への消費者の信頼確保」も発足以来の重要課題の1つであり、Consumer Confidence Issue Group（消費者信頼部会）が活発に活動を行ってきた。

2003年に公表された「ADR ガイドライン²⁹」は、消費者団体の国際連合体である Consumers International³⁰と GBDe が2年以上の交渉の末に合意に至ったものである。事業者側だけでなく、消費者側も納得できるガイドラインとして、B2C電子商取引の ADR に関するスタンダードの先駆けとして評価されている。

2006年、GBDe 消費者信頼部会は、各国 ADR の整備状況を調査し、その役割について

²³ 日本語版は2007年に公開された。

²⁴ <http://www.econsumer.gov/japanese/index.html>

²⁵ 日本では経済産業省と公正取引委員会がアクセス権限を有している。

²⁶ 日本からは ECOM（電子商取引推進協議会；当時）ネットショッピング紛争相談室が参加した。

²⁷ 日本の ADR 機関として、EC ネットワークが掲載されている。

²⁸ <http://www.econsumer.gov/english/contentfiles/intl-dirproviders.html>

²⁹ 資料 1-1 「FTC 訪問記録 1」参照

³⁰ <http://www.gbde.org/JP/index.html>

³¹ http://www.gbde.org/pdf/recommendations/NYC_Recommendations.pdf

³² <http://www.consumersinternational.org/> 115か国の220団体が加盟している。

分析を加えるとともに、コスト負担や国際取引への対応が課題として残っていることを明らかにした。

2007年の消費者信頼部会の活動は、前述の「国際電子商取引におけるADRの在り方に関する研究会」と歩調を合わせ、同研究会の成果をGBDe提言として公表することとした。

2-2-4 米国：The US SAFE WEB Act と ODR

米国政府は、ADRよりも、法執行及びそれを通じた救済に重点を置いた政策を採っており、執行機関同士の国際協力にも熱心に取り組んでいる³¹。2006年12月に施行されたThe US SAFE WEB Act³²は、スパム、スパイウェア、詐欺等あらゆる種類の消費者保護案件について、外国との執行協力に関するFTCの権限を強化するものである。

基本的なアプローチは外国との情報共有である。これまでも一般的な協力は行うことができたが、今後は、より柔軟な執行協力を可能とする強力な権限が与えられる。例えば、米国政府が企業に対して情報提供命令をかけた場合、これまでは、この情報を外国政府には提供することができなかった。本法により、外国政府に対する情報提供が可能となり、より効果的な執行協力が可能となる。その他、本法は、外国から提供される情報の保秘、他の機関との情報共有等の内容を含んでいる³³。

米国のODR事情については別途調査を行い、結果を資料編に掲載した。

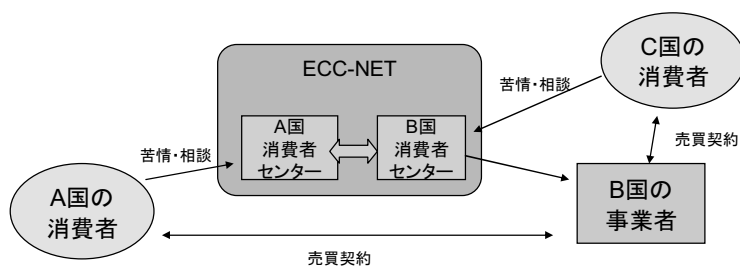
³¹ <http://www.ftc.gov/oia/agreements.shtm>

³² The Undertaking Spam, Spyware, and Fraud Enforcement With Enforcers across Borders Act
(背景説明) <http://www.ftc.gov/reports/ussafeweb/USSAFEWEB.pdf>
(サマリー)
<http://www.ftc.gov/reports/ussafeweb/Summary%20of%20US%20SAFE%20WEB%20Act.pdf>
(条文テキスト) <http://www.spamlaws.com/federal/109s1608.shtml>

³³ 資料 1-1, 1-3 「FTC 訪問記録 1,2」 参照

2-2-5 欧州 : ECC-Net

欧州では、欧州委員会の主導のもと、各国に「欧州消費者センター (European Consumer Centre ; ECC)」が設立された。この各国 ECC が相互に連携することにより、個別の国際消費者紛争に対応しており、このネットワークを ECC-Net³⁴と呼んでいる。



ECC-Net の中心的な機能は、消費者に対する情報提供（法情報を含む）に加え、両国の ECC を通じて事業者に効果的に苦情を伝達することである。欧州委員会では、これを（狭義の）「ADR」とは区別して考えている³⁵。しかし、異なる言語を用いる消費者・事業者間の紛争につき、ECC が「通訳」として仲介することによってコミュニケーションを円滑化するという機能は、非常に重要と認識されている。この翻訳をともなう仲介に際し、ECC-Net は共通の苦情申し立てフォームを用意したが、実際の苦情にはほとんど使われず、電話や e メールでなど様々な形態で入ってくる苦情に対し、1 件 1 件、柔軟に対応しているとのことであった。

ECC-Net は、欧州委員会消費者保護総局の強いリーダーシップの下で設立された。各国 ECC は、立ち上げに際し、欧州委員会から 50～70%の財政支援を受けており、傘下の ECC は、欧州委員会に対して、処理件数等に関する毎年の報告義務を負う。しかし欧州委員会の役割は全体の枠組の構築と監視にあり、個人情報保護の観点からも、個別ケースについてのデータは保有しないとのことである。

この仕組みは、今後、世界規模の紛争解決支援ネットワークの制度設計を行うにあたり、大変参考になるものと思われる。ECC-Net に関する詳細は、資料編 2-1, 2-2, 2-3 を参照されたい。

³⁴ http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/index_en.htm

³⁵ 資料 2-1 「欧州委員会における ECC-Net の現地調査」 参照

2-3 国際連携の現状と課題

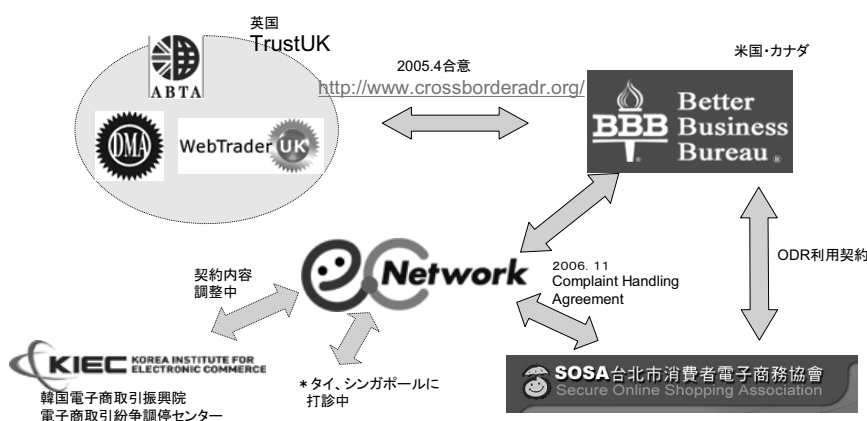
2-3-1 二国間 ADR 連携の現状

前述の ECC-Net を別とすれば、国際間電子商取引における紛争解決支援スキーム（欧州委員会の定義とは異なるが、ここでは便宜上「ADR」という）の国際連携は、現状、あまり進んでいるとは言えない。最も古いものは、ECOM ネットショッピング紛争相談室が BBB との間で 2001 年に締結した苦情処理連携協定（Complaint Handling Agreement）であり、2006 年 3 月までに 65 件の処理実績がある³⁶。

この協定内容は、2006 年 11 月、EC ネットワークに引き継がれた。EC ネットワークは、同月、台湾のトラストマーク機関である台北市消費者電子商務協会（SOSA）³⁷との間でも同様の協定を締結した。

2005 年 4 月、米国・カナダに基盤を有する BBB と、英国のトラストマーク認定機関である TrustUK³⁸との間で、三国間の連携が合意され、2006 年 7 月から、共通の ODR プラットフォーム（後述）による苦情受付が開始された。しかし 2007 年秋頃より、運用は停止されている。

このように、現状、こういった二国間の ADR 協定に参加している国は非常に限られているが、アジア諸国では、トラストマーク機関を中心に、数カ国が ADR 連携への参加の意向を示している。



³⁶ ECOM 「平成 17 年度インターネット関連 ADR 実証実験報告書」
http://www.ecom.jp/results/h17seika/06_インターネット関連_ADR_実証実験報告書.pdf

³⁷ Secure Online Shopping Association
<http://www.sosa.org.tw/index.asp>

³⁸ 政府支援の下に設立された非営利組織（e-ビジネス連合と消費者協会の合弁）。電子商取引に関する「最低限の基準」を設定し、英国内の各トラストマークの基準を審査し、認定を行う。

2-3-2 二国間 ADR 連携の仕組み

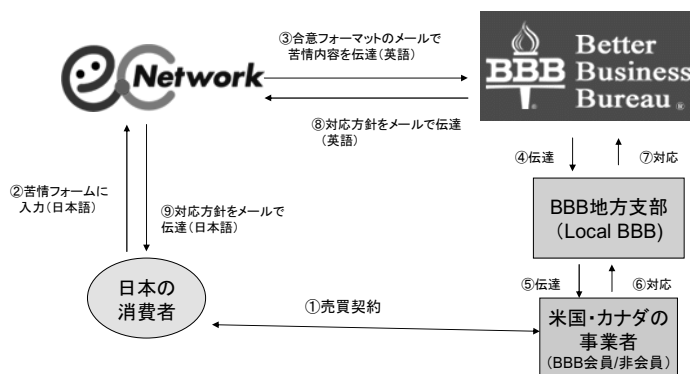
1) 基本的な仕組み

EC ネットワークと BBB の連携協定を例に挙げる。日本の消費者が米国の事業者のサイトで商品を購入したと仮定する。売買契約は、当該日本の消費者と米国の事業者との間で成立している (①)。この契約に関し、商品が届かない・注文と違うものが届いた等のトラブルが発生した場合、消費者は、EC ネットワークのウェブ上にある苦情受付フォームに、日本語で苦情を書き込むことができる (②)。

EC ネットワークは、入力された苦情内容を英語に訳した上で、BBB 本部にメールで伝達する。メールのフォーマット (必要項目) は、予め協定で合意している (③)。BBB 本部担当者は、この内容を、契約の相手方である事業者が所在する州のローカル BBB (地方支部) に伝達し (④)、ローカル BBB から事業者にコンタクトする (⑤) という仕組みである。この過程においては、EC ネットワークも BBB も、「消費者からこのような苦情が寄せられた」と伝えるだけであり、事業者が「このように対応すべきである (してはどうか)」といったアドバイスや指導的な要素は一切加えない。

ローカル BBB から連絡を受けた事業者は、その消費者の苦情に対する回答 (対応方針) をローカル BBB に伝える (⑥)。例えば、「10 日以内に商品を発送する」「返品された商品を確認でき次第、返金する」といった内容である。ローカル BBB は、これを BBB 本部に伝え (⑦)、BBB 本部から EC ネットワークに伝えられる (⑧)。⑧はメールで行っているが、⑥と⑦では、電話やチャットも使われているようである。

EC ネットワークは、BBB から伝えられた内容を日本語に訳し、苦情を寄せた消費者に伝達する (⑨)。事業者の対応に消費者が納得すれば解決となり、結果を BBB に報告する。納得しなければ、更に消費者の主張を BBB に伝え、さきほどのプロセスを繰り返すことになる。納得した場合でも、例えば商品の受領や返金といった事業者の約束がきちんと実行されたことを消費者からの報告で確認したところで、初めて当該事案を終了とする。



2) 連携の意義

この逆のケース、すなわち、米国の消費者が日本の事業者と取引をしてトラブルになる、というケースももちろん存在するが、数は相対的に少ない。

日本が消費者側であるケースのほとんどは、購入プロセス自体は英語で完結している。しかし、いったんトラブルになると、多くの日本人にとって、英語で苦情を言ったり、まして交渉したりすることは困難である。苦情メールの意味が先方に通じず、トラブルを複雑化させてしまうケースも珍しくない。

従って日本の消費者にとっては、日本語でやり取りできる組織が間に入るにより、相手方事業者に主張が正確に伝わるという意味は大きい。もちろん、それは単なる通訳の役割ではなく、日本国内で間に入る場合と同様、感情的な表現をそぎ落とす等、主張内容を整理するという役割が付加されたものである。

もう1つの大きな意味は、事業者に対する影響力である。米国の事業者にとって EC ネットワークは無名であり、「遠い存在」である。その呼びかけに応じる義務がないのはもちろん、対応するインセンティブは働かない。しかし、米国内で非常に知名度が高い BBB、しかも会社所在地に近いローカル BBB に苦情情報が伝達され、蓄積されることは、事業者にとって致命的な問題となる³⁹。このため事業者は通常、BBB 非会員であっても、苦情に真摯に対応する姿勢を見せる。BBB を介したコンタクトが有効に働く所以である。

本格的な ADR の前段階とも言える、こういった苦情処理の国際連携は、各国の ADR 機関が各国内で影響力を持つ存在であればあるほど、有効に機能すると思われる。

3) 問題点

しかしながら、この一連のプロセスの最大の問題は、「時間と手間がかかる」という点にある。日米間においては、翻訳の負担は日本側が一方的に負っているが、日本が消費者側であるケース（米側に対応を要求するケース）が圧倒的に多いことを考えれば、これは仕方のないことと考えられる。

一方、米国側では、BBB 本部からローカル BBB へと2段階の手順を踏むため、事業者からの回答が BBB 本部に戻るまでに、かなりの日数がかかってしまう。ローカル BBB の対応によっては、事業者との連絡がうまくつかないまま、途中で処理が途絶えてしまうこともある。1件の案件を処理するのに、ヒトと時間のコストが大き過ぎるという問題である。日本側から見ても、最初に案件を伝達してから数ヶ月経っても返事が返ってこない状態は、消費者の不満を呼ぶものであった。

これまでのところ、多くても年間に数十件というレベルでしか苦情が寄せられていないので、この方式でもなんとか対応することができたが、今後、取引が拡大してい

³⁹ BBB は、会員・非会員を問わず、事業者に対する消費者からの苦情及びそれへの対応を蓄積したデータベースを有しており、「信頼性レポート」として一般に公開している。

き、トラブル案件も増加していった場合には、同じような対応は難しいのかも知れない。

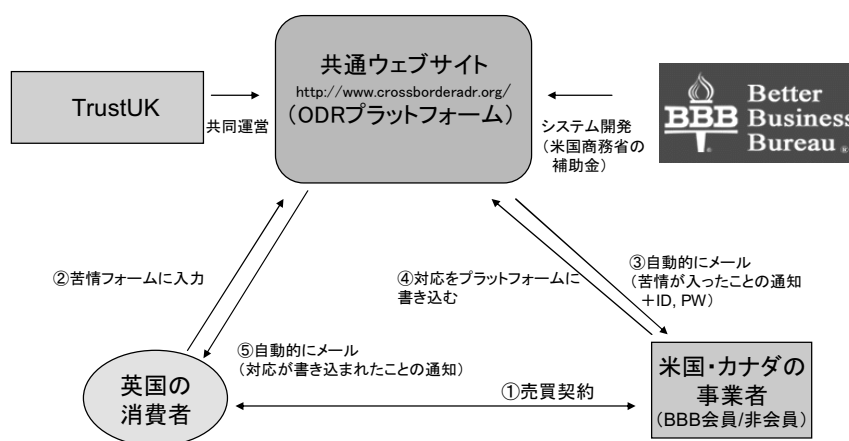
2-3-3 ODR (Online Dispute Resolution) への動き

1) BBB-TrustUK の ODR 連携プロセス

上記の苦情処理連携プロセスを効率化するため、オンライン化（自動化）の動きが始まっている。先駆的な例として、米国商務省の補助金により BBB が開発した「ODRプラットフォーム」が挙げられる。前述した TrustUK との連携（2005年7月～07年秋）に使用されていた。

米国の事業者から商品を購入（①）した英国の消費者が、共通ウェブサイトにて設けられたフォームに苦情を入力する（②）と、消費者が書き込んだ事業者情報からシステムがメールアドレスを拾い出し、当該事業者宛に、自動的にメールが送られる（③）という仕組みである。

苦情内容はメールに記載されている訳ではなく、事業者は、受け取ったメールにある ID とパスワードでプラットフォームにアクセスし、書き込まれた苦情を読んで、それに対する対応を書き込む（④）。すると消費者のところに、対応が書き込まれたことを通知するメールが自動的に送られる（⑤）。消費者は、案件ごとに振られた ID とパスワードでプラットフォームにアクセスし、事業者の対応を読む、というプロセスである。



2) 自動化の意義

BBB が EC ネットワークとの間で最大の問題としていた「苦情伝達の手間」が自動化されたことには、非常に大きな意味がある。

また、従来のメール方式では、苦情内容が次々と転送され、様々なところで保存さ

れていたため、情報の保護・秘匿という点でかなり問題があった。サーバ上で情報が一元管理されるようになったことでセキュリティが保たれ、データベースとしての価値も持つようになったという点は大きなメリットである。

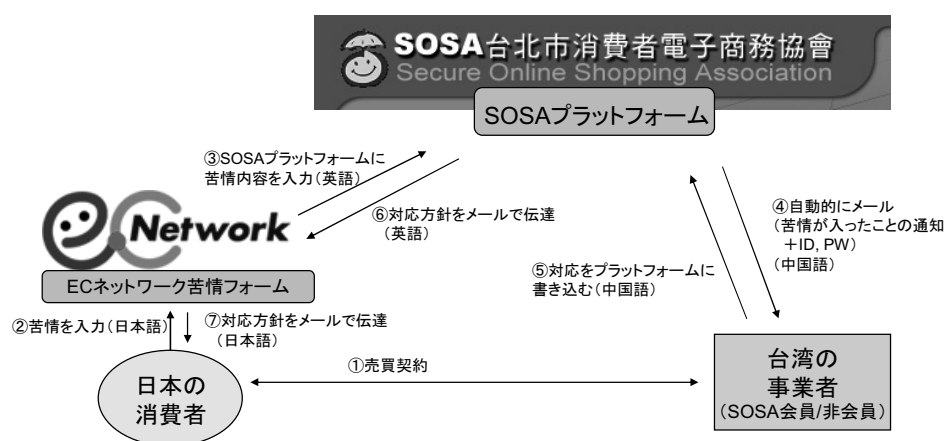
3) 多言語化への課題

但し、米英間においては英語が共通言語なので自動化は容易かつ有効であるが、それ以外の言語に応用するには、次に述べる通り、相当な課題が残っている。

前述した通り、EC ネットワークは、台湾の台北市消費者電子商務協会（SOSA）との間で苦情処理連携協定を締結しているが、案件伝達の具体的な手順については未だ調整中であり、処理実績はない。

SOSA は、BBB のプラットフォームをモデルに、中国語にも対応できるシステムを自ら開発し、これを各国との ADR 連携に活用する意向である。ここで、日本の消費者が台湾の事業者と取引した (①) というケースを想定してみる。ウェブサイトの表記が日本語の場合、中国語の場合、英語の場合、と 3 通りのケースが考えられる。EC ネットワークと SOSA の間のコミュニケーションは英語で行われ、連携協定も英語であるが、間に立つ機関として必要な機能は、それぞれの場合で異なってくると考えられる。

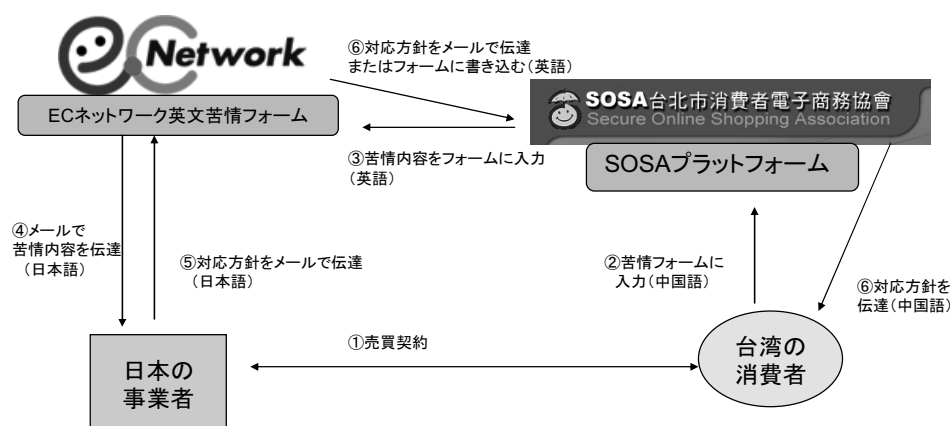
消費者が、中国語表記のサイトで (画像だけを見て) 商品を注文し、トラブルになったと仮定する。消費者も事業者も、十分に使えるのは自国語だけ、という想定である。消費者は、まず EC ネットワークのフォームに日本語で苦情を入力するであろう (②)。EC ネットワークは、それを英訳して、SOSA の ODR プラットフォームに送信する (③)。あるいは EC ネットワークは英訳をサポートするにとどめ、SOSA のフォームへの入力には消費者自身で行わせるという可能性もある。



台湾の事業者に自動的に送られるメール (④)、またプラットフォームに英文で書き込まれた苦情は、どの段階で、誰が中国語に翻訳するのだろうか。この翻訳の部分ま

で含めて自動化しない限り、全体を自動化する意味はあまりないと思われるが、現状、それだけのシステム投資を行うほど、日本と台湾の間の B2C 取引は多くはない。

台湾の消費者と日本の事業者とのトラブルというケースでも同様の問題がある。SOSA は、台湾の消費者の苦情内容に自動翻訳をかけ、更に EC ネットワークのフォーム用に自動変換して送信するという仕組みも検討していると聞く。しかし、このように、各国で様々な「プラットフォーム」が作られた後に1つ1つ相互接続をしていくというのは、相当な労力を要し、却って非効率という懸念も生じる。



4) ODR 化による新たな課題

BBB-TrustUK 間の連携スキームでは、想定外の問題も明らかになった。2006 年 11 月時点の BBB (サルター副社長) からの報告によれば、同年 7~10 月の約 3 か月に、800 件ほどの苦情が書き込まれたとのことである。しかし、その大半は、相手方事業者のメールアドレスが記載されていない、あるいは記載されていても実在しない (虚偽の) アドレスという案件であったという。

BBB、TrustUK は、お互いに会員向けの苦情だけを対象とするのではなく、非会員の案件も扱うという合意をしている。想定していたのは、「非会員だが実在する米国・カナダ・英国の企業」に関わる取引トラブルである。しかし実際には、スパムメール、フィッシング、宝くじ、賭博サイトなど、事業者の所在が特定できず連絡先も不明な、いわば詐欺的な事例が多く入力されてきた。米国、カナダ、英国のいずれにも関係しない案件も少なくなく、せっかく自動化しても、担当者が全ての案件を見て、適当な機関に振り分ける作業をせざるを得ない、ということである⁴⁰。

従来は、メールや電話で詐欺的な事例が寄せられた場合、担当者が対処方法をアドバイスしたり、他機関を紹介したりしていた。しかし ODR プラットフォームに自動的

⁴⁰ ここに入力された中から、日本の事業者向けと思われる案件が EC ネットワークに転送されてきたこともあった。

に入ってきて担当者がいない状態では、それらの案件は事実上「放置」されてしまう。BBB、TrustUK は、いずれもトラストマーク機関であり、詐欺など悪意の取引に対応することは本来の役割ではない。しかし、マークを付与されている優良事業者は、通常、顧客との直接のやり取りの中でトラブルを解決しており、国内取引同様、ADR を必要とするケースは多くはない。

ADR 機関が一般向けの苦情受付窓口を設けることで、逆に ADR に馴染まない事案が集まってきてしまうという矛盾は、3年間にわたる ECOM 実証実験においても確認されてきたことである。BBB としては、省力化の流れの中で、これらをどれだけ拾い上げていけるかが課題であるとのことであった。

2-4 国際消費者相談ネットワーク（ICA-Net）構想

上記の現状認識に立ち、複数国での ADR 連携の 1 つのあり方として、国際消費者相談ネットワーク（International Consumer Advisory Network ;ICA-Net）の構築を提案する。

今後、この提案が、政府間会合や消費者団体など、様々な場で検討され、実現可能なものとなっていくことが期待される。本稿は、そういった議論のたたき台として提示するものである。

2-4-1 ICA-Net 構想の概要

各国に、国際 E コマースに関する苦情・相談を受け付ける消費者相談窓口（＝Consumer Advisory Liaison Office ; CALO）を設け、これら各国 CALO で形成する緩やかなネットワークが ICA-Net である。

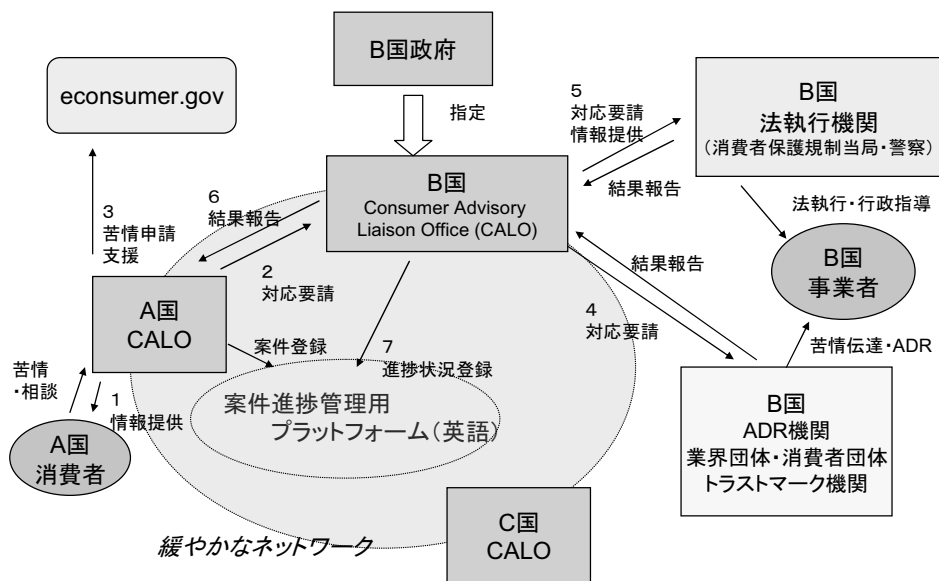
CALO の基本的な役割は 2 つある。1 つは、自国消費者から寄せられる苦情（相談）への対応である。自国の消費者と海外事業者との取引トラブルに関し、情報提供・アドバイスを行う。また、このネットワークを通じて、海外事業者が所在する国の CALO にコンタクトし、共同で苦情処理を行う。

もう 1 つは、海外消費者と自国の事業者とのトラブルの対応窓口という役割である。海外消費者が自国の CALO に申し立てた苦情を、このネットワークを通じて受け取り、国内関係機関との連携により、最も効果的と思われる方法で苦情処理・紛争解決の支援を行う。

基本的な仕組みは、これまで BBB-EC ネットワーク等の二国間連携協定の下で行ってきたことと同じである。これを複数国間で実現するとともに、苦情相談・ADR 機関だけでは解決できなかった事案についても、国内関係組織間の連携を通じ、解決に近づけることが目的である。

そのために、ICA-Net への参加にあたっては、可能な限り、各国政府のコミットメントが求められる。2-3-3 4) で述べたように、海外消費者からの苦情には、何らかの強制力がなければ解決しないものも多い。ICA-Net に直接参加するのは各国 CALO であるが、海外からの苦情に対し、効果的に調査や解決支援を行うための国内連携体制を整備することが、各国政府の重要な役割であると考えられる。

以下、CALO の役割と国内連携の考え方につき、やや詳細に述べた上で、本構想の特徴というべき点について述べる。



2-4-2 CALOの役割と国内関係機関の連携

上図の例で、A国CALOは、A国から申し立てられた苦情がB国の事業者向けであった場合、苦情内容を英訳して、B国CALOに伝達する。

B国CALOは、自身が紛争解決機能を持っていれば自身で対応するが、そうでなければ、国内の関係機関に協力を依頼する。

例えば、苦情の対象となった事業者が、業界団体やショッピングモールに所属していたり、トラストマークを付与された事業者であったりした場合は、当該業界団体、モール、トラストマーク機関等に協力を求め、それらが会員に対して持っている紛争解決機能を利用するのが最も効率的であろう。

事業者が、どの団体にも属していない場合は、B国CALOが直接コンタクトする他、消費者団体や、日本で言えば消費生活センターのようなところに対応を依頼することも考えられる。

もしも、B国法に照らし、事業者の広告や取引条件に何らかの違法性が見られた場合は、B国CALOは、B国内の法執行機関（警察や消費者保護当局）に情報提供を行う。これにより、海外の消費者を相手方とする場合であっても、事業者としては、国内法遵守につき、国内規制当局の「目が光って」いることを感じさせることができ、違法・不当な取引への抑止力になる。もちろん、実際に法執行が行われることもあるであろう。

問題となるのは、詐欺的なケースを含め、違法・不当な取引を行っているサイトの運営者に連絡がつかないケースである。この場合も、法執行機関に協力を求めることにより、例えば金融機関の口座情報やインターネット・サービス・プロバイダの契約情報から、当該事業者の連絡先情報が得られる可能性がある。個人情報保護法等の制約により、CALO が直接情報を得るのが難しい場合でも、情報削除・サイト閉鎖等の措置を求め、被害拡大を防止することが可能となる。

B 国 CALO がこれらのアクションを取ることで、解決に至ることはできなくても、A 国の消費者には、A 国 CALO を通じ、「どこまでは可能で、どこが限界か」という情報を提供することができる。

A 国 CALO にはこういった情報が蓄積されるので、これをもとに、自国の消費者に対し、海外取引に関する注意喚起や啓発活動を行っていくことができる。

また、自国消費者からの苦情が、宝くじ、賭博、スパムメール、情報窃盗等々、取引に関わるものではなく、情報発信者の所在地もよくわからないケースについては、econsumer.gov への入力を促すといったことも、CALO の役割であろう。

2-4-3 各国政府の役割

上記の例で、事業者所在国である B 国政府には、どのような役割があるか。前述したように、苦情受け取り側として、関係機関の連携がスムーズに運ぶよう、CALO の活動をサポートすることが期待される。現状、EC ネットワークをはじめとし、事実上の CALO の役割を民間機関が担っている場合があるが、個別案件において国内の警察などに協力を求めることはなかなか困難であり、制度的な後ろ盾が必要である。政府が率先して、海外に向けたコミットメントを行うことにより、国内連携体制を実質的なものにするすることができる。第 3 章 (3-2-2) で述べるタイ商務省の取り組み（苦情処理に関する国内関係機関間の MOU）は、その意味でモデルケースと言えるであろう。

事業者の海外に向けた販売活動と、それに伴う苦情対応は、基本的には事業者自身が責任を持って行うべきものである。しかし、そういった苦情対応がスムーズに行われることによって自国事業者による海外向けビジネスの信頼性を高めることができると考えれば、政府が関与する意義は大きい。

前述の、米国 FTC による The US SAFE WEB Act の背景説明資料には、法制定の目的の 1 つとして「自国を海外向け詐欺師の天国にしないための環境整備」と掲げられている。海外からの信頼確保は、政府の重要な役割の 1 つである。

CALO となる適当な機関が存在しない場合には、どこか既存の組織に資金支援を行うなどして CALO の役割を果たさせる、あるいは新たに設立するなど、政府の積極的な支援が求められる。国によっては、政府自身が CALO となることも考えられるであろう。

2-4-4 CALO の要件

CALO の役割を果たす組織は、政府及び政府機関、民間消費者団体、業界団体、ADR 機関、NPO 等、各国の実情に応じ、様々な形態が考えられる。多くの国の参加を求めするためには、CALO が満たすべき基準や要件は、最小限に設定すべきと考える。

ICA-Net が当面の目標としているのは、これまでコンタクト先がなかった国にも、苦情対応の接点を持つということである。インターネットを通じて「情報」が難なく国境を越えるようになった現在、消費者は、思いもよらない国のサイトから商品やサービスを購入することが可能になった。しかし、それがトラブルに発展した場合、また、そもそも実在しない事業者による詐欺まがいの取引であった場合、消費者が自国の機関に相談しても、なかなか解決は得られない。

事業者が国内にいれば、解決までは難しくても、相談機関や法執行機関の存在が、抑止力として働いている。しかし海外の消費者をターゲットとするケースは、法執行や捜査の手が及ばないことを見越して、非常に未熟な手口で仕掛けられていることが多い。捜査共助や法執行協力といった正式な手続きが実現するのは遠い将来になるかも知れないが、各国の機関がネットワーク化され、情報が早い段階で共有されることにより、国境を越える違法行為にも一定の抑止力が働くことが期待される。

そのためには、少しでも多くの国にコンタクト先を持つことができるよう、CALO の資格・要件については、できるだけハードルを低くしておくことが望ましい。最も重要なことは、消費者の「個人情報やプライバシーの保護」であるが、その点において相手国の CALO に不安が残る場合は、提供する情報の内容を調整し、消費者の個人情報を出さない、といった対応も可能ではないかと考えている。

極端に言えば、英語を使うスタッフを揃えているだけでも十分であるとも言え、現在は、各国大使館などが事実上その役割を果たしているケースもある。

2-4-5 情報管理

前述の econsumer.gov⁴¹においては、世界中からの苦情情報を蓄積するデータベースを中央で(米国 FTC が)管理している。この管理負担は、相当重いと想像される。ICA-Net 構想に関する様々な場での意見交換において、「そのシステムを誰が管理し、コストは誰が負担するのか？」という質問が頻繁になされたのは、そういった「重いシステム」を念頭においてのことであろう。

本構想においては、苦情データを中央で一元的に管理するのではなく、基本的には、各 CALO が保有・管理するという前提で考えている。これは、欧州の ECC-Net の考え方と共通する。情報管理の責任とコスト負担を分散させ、コストを最小化することが目的である。

⁴¹ 2-2-2 参照

苦情データの提供は、取引相手国の CALO に対してのみ行う。CALO 間のコミュニケーションは英語で行うことを想定しているが、中国語やフランス語を共通言語とする方が便利であれば、二国間でそのように合意することも可能である。ICA-Net として、個人情報やプライバシー情報、営業秘密などの扱いについて基本的な枠組みや雛形を定めておく必要はあるが、どんな情報をどのような形式で交換するかは、二国間で柔軟に決めることができれば良いと考えている。

将来的には、案件の進捗のみを管理するプラットフォーム・システムを、ネットワーク上で共有することが望ましい。ある国の CALO が他国の CALO に対応を依頼した場合、依頼日時など、ごく簡単な情報をこのシステムに入力する。依頼を受けた CALO は、案件の進捗状況を入力する。第三国の CALO からは、個人情報はもちろん、詳細な苦情内容を見ることはできないが、「関係機関に回付済み」「事業者からの連絡待ち」「終了」等、進捗状況は把握できる。良い意味でのピア・プレッシャーにより、案件が止まったままになることを防止する仕組みである。

CALO に蓄積された情報は、各国の責任において分析され、市場動向の把握・紛争防止のための消費者への情報提供その他に活用されることが望ましい。

2-5 GBDe での提言

上記 ICA-Net 構想について、2007 年 11 月、東京で開催された GBDe 総会において、消費者信頼部会からの提言⁴²として公表した。プレゼンテーション⁴³は、国際 ADR 研究会の委員であった鶴光太郎氏（独立行政法人経済産業研究所 上席研究員）に行っていた。本構想の検討段階で、同氏が、経済学の観点で分析を加えたものを次ページに掲載する。

提言では、OECD、APEC、ICPEN 等の国際政府間会合において、この構想について検討することを要請するとともに、E コマース先進国である日米欧政府がこの議論を主導していくことを求めている。

これに対し、米国 FTC のハーバー委員から、「このようなイニシアチブを支持する」とのコメントがあった。また、OECD のパドーン事務次長からは、「中央主権的ではなく自主規制という点がポイントであり、消費者と海外事業者との“失われた接続 (missing link)”」を繋げていくことが極めて必要。ユニークなネットワークに育てていくべき。」とのコメントがあり、提案は概ね受け入れられたものと考えられる。

更に、日本政府（経済産業省）としても国内関係機関の連携実現に向けて積極的に取り組むとの発言を得た。

⁴² http://www.gbd-e.org/pubs/Tokyo_Recommendations_2007.pdf

⁴³ http://www.gbd-e.org/events/2007/summit2007/presentation/16_RIETI.pdf

ADR国際連携についてのメモ

2007/06/20

経済産業研究所

鶴 光太郎

1. 国際連携の一般論

多国間・グローバル連携か、二国間・地域間連携か？

貿易などの経済連携の分野ではF T Aなどにみられるように二国間・地域間連携が進んでいる。様々なコストが無視できる理想的な環境では経済学的には多国間・グローバルアプローチが望ましい。しかし、現実には政治的コストなどを考えると二国間・地域間連携が進めやすい(セカンド・ベスト)。ただし、貿易の場合は連携をしていない国に対し負の外部性を及ぼす。また、二国間・地域間連携の積み重ねがグローバルな連携に必ずつながるとは限らない。

グローバル連携を行う上で国際的に統一する機関が必要か？

上記と同様、ある理想的な環境では、国際的統一機関(貿易の例ではW T O)が中央集権的にグローバルな連携を行うことが有利。しかし、現実的にはシステム維持の負荷・コストは非常に大きい。インターネット型のシステム、つまり、分散化処理しながらもグローバルにつながっているようなシステムを考えることはできないか。

2. ADR国際連携の類型化

A国の消費者とB国の事業者とのトラブル→国境を越えていかにトラブルを解決するかについては、両者の中にどのようにADR機関が介在するかでパターンが分かれる。

- ① A国消費者→A国ADR機関→B国事業者
- ② A国消費者→B国ADR機関→B国事業者
- ③ A国消費者→国際的ADR機関→B国事業者

①の場合、A国ADR機関は異なるB国の事情、法制度必ずしも熟知しているわけではなく、また、事業者に対するプレッシャーも弱い。

②の場合、A国の消費者がB国の言語を自由に使えることが前提であるが、B国ADR機関との意志の疎通が自国の場合に比べて難しく、また、B国のADR機関が十分対応してくれない場合、消費者からプレッシャーをかけることが難しい。

③は両者の問題点が当てはまる。このように考えると、

- ④ A国消費者→A国ADR機関→B国ADR機関→B国事業者

という連携パターンを取ることが望ましい。

これは世界に先駆けてE COMがBBBと提携を行ったパターンである。一方、アメリカ、カナダ、イギリスの3国連携は③のタイプである。

3. ADR国際連携の経済学

上記の④の連携が望ましいことをよりフォーマルに経済学（比較制度分析）の立場から考えてみる。ADRを機能させているメカニズムは、信頼・評判それが裏切られたときのペナルティがセットになった「私的秩序」(private ordering)、「関係依存型システム」である（フォーマルな法、裁判に依存するのは「公的秩序」(public ordering)）。このようなシステムが有効に機能するのはある種、閉じた狭い「コミュニティ」である。

したがって、国境を飛び越えてこのような「私的秩序」のような自己拘束的な評判とペナルティのシステムを成り立たせることは難しい(もちろん、国境を越えの「公的秩序」は難しい)。だからこそ、A国消費者→A国ADR機関、B国ADR機関→B国事業者の関係を切り離すことはできない(信頼の「輪」が最後までつながっていく仕組みが重要)。

このように考えると、国境をまたぐ、A国ADR機関→B国ADR機関の部分においてどのようなメカニズムを考えるかが次のステップである。ここの関係は国境をまたぐので「私的秩序」は機能しにくい。二国間協定のようなよりフォーマルな仕組みにすれば機能するか？

4. 二国間ADR連携の問題点

アメリカのBBB、台湾のSOSAとの連携協定がECネットワークとの間に締結されており、E COMの時代からBBBとの連携については目に見える一定の成果がでた。

一方、BBBでは、手作業であった苦情処理のコストを削減するために、自動化・システム化を推進しており、個別案件での担当者の不在がECネットワークとの連携を難しくしているという問題がある。

二国間連携のコストの大きさ、また、案件処理数の不均衡などは今後、更に二国間ADR連携協定を締結する上で大きな障害となっている。

単純なメール交換方式からサイト上での苦情受付フォームの整備、さらに、苦情処理の過程で人を介在させない「ODRプラットフォーム」(BBB Online)に対しても国際的な認知が進んでいる。

したがって、二国間連携に関わるコストをいかに削減していくか、また、国際的な流れになっているODRをいかに取り入れていくかが大きな課題である。

5. ODRについての評価

BBBOnlineの「ODRプラットフォーム」のように人を介在させなくて有効な紛争処理は果たして可能か。むしろ、有効性が担保されるのは、BBBのように既に紛争処理として評判を確立し、事業者に対し大きな影響力を持つ機関の場合に限られるのではないか。

一方、単純なメール交換方式も第三者が中立的に入ることで誤解や感情のしこりを取り除くという効果を考えると自動化された紛争処理にはない利点もある。労働集約的であり、コストは高いがADR機関が国内で評判を形成、確立していく過程では重要である。

むしろ、自動化、メール交換方式のそれぞれの利点を生かせるようなシステム設計を目指すべきでは？

6. 国際案件の処理コストについて

処理コストについては、国際案件は国内案件よりも高くてもかまわないという認識が重要。なぜなら、紛争解決によるメリットもそれだけ大きいためである。国際的なECが紛争処理の問題で国内ECよりも取引が抑制されていると考えるのが自然。したがって、紛争処理制度が確立されることによるメリット、市場拡大効果も大きい。

その意味からは、国際的な案件処理に上乗せされるコストは国際的取引拡大でメリット受ける国内EC業者、また、国内EC業者の海外向け販売（輸出）の振興を担う機関が負担することも考えられる。

7. 具体的なADR国際連携の制度設計

以上を踏まえると、EUのECC-NETのような仕組み・イメージが議論の出発点となると考えられるが、更に調査・検討が必要。

(1) ローカルな処理は、

A国消費者→A国ADR機関→B国ADR機関→B国事業者

という流れ（A国の消費者は希望すればB国のADR機関に直接アクセスも可能）

- A国ADR機関はサイト上、苦情処理受付フォームでA国消費者から受け付け
- 定型的な情報と定性的な情報（定型化できない情報）に分ける
- 前者は自動的にB国のフォームに変換（自動化・効率化を徹底）

- 後者は必要に応じ、翻訳やADR機関のノウハウを含めて処理（コストはかかるがきめ細やかに対応）。
- また、必要に応じ相談者とのメール交換も可能にしておく。
- 両方の情報がB国ADR機関に送付され、B国事業者にアクセスが行われる。

（2）ADR機関同士の国際連携については、

- マルチの緩い連合体を想定。
- 加盟国は民、官を問わず国内、国際案件の十分な経験があるADR機関を1つ決め、そこが代表、窓口となる。→ただし、政府のある部署が形式的な窓口となり国内への割り振りを行うような形だと機能しないであろう。実際に国内、国際の両方の業務を行い、事情に通じていることが重要。
- 経験あるADR機関が窓口となると同時に、国内の法執行機関とも密接な連携を構築し、詐欺的な案件にも対応する（法執行機関よりもADR機関が窓口になる方が柔軟性、効率性が高い）。
- 加盟の条件は、他の加盟国を代表するADR機関から要請があれば、自国への事業者へアクセスして紛争解決処理を行う。
- ADR機関同士の連携を人的に監視、コントロールするようなグローバルな統一機関は作らない。←そのための負荷は大きい
- その代わり、ネット上でどの国がどのような案件をどの国に依頼し、現在、どのプロセスにあるかを加盟機関が常にアクセスできるような環境を作る。→処理を怠っている機関が明らかにされる。
- 情報開示がADR機関にピア・プレッシャーを与え、モラルハザードを防ぐ役割を果たす。→情報開示を利用した一種の「私的秩序」の仕組み
- 特定の国のADR機関の国際案件処理数が大きくなるという不均衡の問題に対しては、その分のコストを誰が負担するかが重要
 - 加盟国が一律の分担金を負担し、処理数に応じて配分
 - 不均衡の程度で分担金を決め、処理数に応じて配分

国際案件処理数の多い国は輸出振興の観点から公的な機関やECの業界団体が国際案件の処理を行うADR機関に対し援助

第3章 国際トラストマーク連携

3-1 Asia Pacific Trustmark Alliance (ATA)

3-1-1 アジア太平洋トラストマーク連携協定 (ATA) 発足

ATA は、2003 年 1 月に発足した、アジア 4 か国（韓国、台湾、シンガポール、日本）のトラストマーク（及び ADR）機関による連携協定である。但し日本は、2006 年に脱退している。

2007 年 11 月、東京で開催された第 5 回会合において日本が再加盟し、更に、アメリカ、メキシコが参加して、ATA は、6 カ国 8 機関による連携協定として再スタートを切った。アジア太平洋トラストマーク連携協定 (Asia Pacific Trustmark Alliance : 略称は ATA のまま) と改称され、再度、覚書 (Memorandum of Understanding ; MOU) が調印された⁴⁴。

現在の加盟機関は下記の通りである。

- CommerceNet Singapore (CNSG)⁴⁵, Singapore
- Consumer Association of Singapore (CASE)⁴⁶, Singapore
- ECNetwork, Japan
- Korea Institute for Electronic Commerce (KIEC)⁴⁷, South Korea
- Mexican Internet Association (AMIPCI)⁴⁸, Mexico
- Secure Online Shopping Association (SOSA)⁴⁹, Taiwan
- TRUSTe⁵⁰, USA
- TradeSafe⁵¹, Japan

また、タイ、ベトナムは、2008 年度中の ATA 加盟を予定している。

⁴⁴ この間の詳しい経緯については、2006 年度報告書を参照されたい。

⁴⁵ <http://www.cnsg.com.sg/>

⁴⁶ <http://www.case.org.sg/#>

⁴⁷ <http://www.kiec.or.kr/>

⁴⁸ <http://www.sellosdeconfianza.org.mx/comoobte.php?idi=2>

⁴⁹ <http://www.sosa.org.tw/index.asp>

⁵⁰ <http://www.truste.org/>

⁵¹ <http://www.tradesafe.co.jp/index.html>

3-1-2 ATAの目指すものと活動内容

1) トラストマーク運営事業者のためのガイドライン

ATAの目的は、「各国のトラストマークプログラムの基準に従い認証された事業者を相互認証すること」とMOUに規定されている。そのためには、各国の基準が、ある程度共通化されている必要がある。このため、2005年頃より、韓国を中心に、マーク認証基準を相互に比較する作業を行ってきた。

これをもとに、2006年11月、シンガポールの提唱により、ATAとしての「最低認証基準 (minimum criteria)」を設定するためのタスクフォース会合が設置された。その後、07年2月(東京)、07年5月(メキシコ)と会合を重ね、GBDe、APECの各ガイドライン等との比較検討等も経て、07年11月総会において、ドラフトが完成した。

但し、各国の認証基準(行動規範)は概ね共通であるものの、認証審査にあたり、基準の充足をどこまで(どのように)確認しているかという「審査基準」に関しては、各国間の水準に相当な差がある。これから参加しようとする国にとって、基準が参入障壁となることも好ましくない。また、今回新たに参加したアメリカのトラストマーク TRUSTe はプライバシーに特化したマークであり、全ての基準を満たすことを認証要件とはしていない。

このような事情に鑑み、この行動規範は「最低認証基準」としてではなく、「トラストマーク運営事業者のためのガイドライン (Guideline for Trustmark Operator; GTO)」として公表することとした⁵²。ATA加盟各機関が、自らの基準や運営を見直すためのベンチマークとし、将来的には相互認証を可能とするともに、今後、トラストマーク制度を開始する国や組織の参考となるようにとの趣旨である。

2) ATAの共通アイデンティティ

上記の共通基準の件を別とすれば、ATAの活動は、基本的に「情報交換」が中心である。各国トラストマーク機関が連携の場を持っていること、そのものが、国際電子商取引市場への安心感につながるという考え方である。

また、こういった国際連携のスキームに参加していることが、国内事業者や政府などに対する発言力につながる。そこで、ATAの「連携」「まとまり」の側面を強調する取り組みがいくつか行われている。

a) ATAポータル(ウェブサイト)

台湾 SOSA 主導の下、ATA公式ウェブサイトの原型が作成されている。2007年11

⁵² この経緯については、タスクフォースの議長(シンガポール、ローレンス・タン氏)によるメモに詳しく記されている。

月の総会においては、誰を対象に、どんなコンテンツを掲載すべきかといった基本的なことが議論された。

第1段階として、ATAメンバー間での情報共有を主な目的とし、次にATA活動に興味のある他のトラストマーク機関が閲覧できるようにする。将来的には消費者も対象とし、多言語サイトを目指すという合意がされた。引き続きSOSAが担当し、2008年度内にATAの公式サイトとして公開することを目標としている。

b) ATA ロゴ、ディスクリプター

ウェブサイトその他に掲載する、ATAのロゴのデザインをシンガポールが考案中である。

また、2003年の第1回総会の際、ATAメンバーであることを示す文字列（「ディスクリプター」という）を各トラストマークのロゴの下に表示し、メンバーシップを強調するという案がシンガポールから提案され、デザインを含め合意されている。しかし、ディスクリプターがあってもATAとは何かの説明がないので、ウェブサイト公開を先にすべきという意見もあり、まだ実現には至っていない。

3) 今後の会議開催予定と議長国

2007年総会において、議長及び事務局の持ち回り制、及び新たに副議長を設けることが提案され、承認された。議長、副議長の交代は7月、任期は各1年間であるが、継続的な運営を維持するため、副議長が翌年の議長を務めることとなった。

2008年7月から2009年6月まで台湾が議長、日本（TradeSafe）が副議長に就任する予定である。

08年3月電話会議を行い、未整備のガバナンス・ルール等の検討も必要である旨、日本から提案した。第6回会合はベトナムで6月に開催する予定である。

3-2 ベトナム、タイの電子商取引事情とトラストマーク

2008年3月、ECネットワーク国際担当の殿村裕子がベトナム及びタイの電子商取引関係者を訪問し、インターネット環境や電子商取引市場の現状、トラストマーク事業の概要と今後の方向性等につき聞き取り調査を行った。

3-2-1 ベトナム

訪問先機関及び先方対応者は下記の通り。

○電子商取引 IT 庁⁵³

(Vietnam E-Commerce Information Technology Agency, VECITA)

Vice Director Nguyen Manh Quyen 氏

Vice Director Doung Hoang Minh 氏

Deputy Chief of Technical Standard Division Nguyen Huu Tuan 氏

○ベトナム電子商取引協会⁵⁴ (Vietnam E-Commerce Association, Vecom)

Chief of the Office Nguyen Ky Minh 氏

【電子省取引 IT 庁】

2008年1月、産業省と貿易省が合併して設立された産業貿易省 (Ministry of Industry and Trade) 内にある 36 庁の 1 つ。電子商取引、IT、トラストマーク、ADR 事業等のインフラ整備、政策立案に関わる。

産業貿易省が企業間 (B2B) の電子商取引振興及び交流の目的で立ち上げたポータルサイト ECVN⁵⁵ を管理。第一次産業、旅行代理店など 4,200 以上の会員が参加している。会員は、情報提供を受けるとともに、英語⇄ベトナム語の変換プラットフォームの無料提供などのサービスを受けられる。これにより、会員同士の受注契約数が伸びたとのこと。

【ベトナム電子商取引協会】

2007年6月に防衛省より正式に認証された非政府団体。職員は 23 名。電子商取引のインフラを提供する企業を会員とする。現在の会員数は 200 強。産業貿易省からの資金で運営されている。活動目的は、以下の 3 つ。

1. 電子商取引に関するリサーチ、トレーニング、政策の実行
2. 多くの企業・消費者が電子商取引に参加するよう促進

⁵³ <http://www.moit.gov.vn/web/guest/home>

⁵⁴ http://www.vecom.vn/component/option,com_vc_content/type,home/langid,2/Itemid,41

⁵⁵ <http://www.ecvn.com/topPage/lang/2>

3. 会員企業の保護

産業貿易省からの支援の下、官民の橋渡し役となっている。中小のネット事業者を支援し、消費者信頼向上を目指す。

Vecom 内に、電子商取引に係る省庁職員 9～11 名からなる検証委員会を設置した。この委員会が、電子商取引事業者のトラストマーク付与決定に携わることになる。

1) インターネット環境・電子商取引の現状

- ・ インターネットユーザは、2006年度の1,400万人から、2007年度は1,600～1,700万人（人口の15～18%）に増加した。
- ・ 80%はADSL回線を利用。省庁、銀行、ネット関連企業が光ファイバーを利用している。
- ・ 産業貿易省の2006年度調査によると、調査した1,077企業のうち、自社サイトを開設しているのは31.3%。33.6%は自社サイトを持っていない。残り35%は、開設を検討中。
- ・ 自社サイトがあっても、サイトを見て電話で注文する取引が一般的で、電子的に完結する商取引を行っている企業はまだ少ない。電子商取引市場規模に関するデータは取っていない
- ・ 決済方法の改善にも力を入れ、2007年からオンライン決済が導入された。利用者は各銀行の口座間のオンライン決済が可能になった。ここ数年でATMの数が増え、以前より格段便利になったが、大手銀行2行のキャッシュカードの互換性がないので、将来的に単一のカードに統一していきたいとのこと。

2) TrustVn⁵⁶について

2003年頃から、多くの企業が自社サイトを開設し、電子商取引を開始した。これを機に、政策、法律、知的所有権、データプライバシーの保護などの面において、旧貿易省（現産業貿易省）を中心に国内制度整備が開始された。

その一環として、企業のウェブサイトのランク付け、評価プログラムを年2回実施している。毎回15～20のサイトを審査・評価し、評価基準やランキング結果を公表してきた。

2005年、上記プログラムの名称をTrustVnと変更し、専用のウェブサイトを開設した。トラストマークの付与とは別プロジェクトとして80～100のサイトを表彰し、信頼できるサイトトップ10を公表している。

http://www.trustvn.gov.vn/component/option,com_topwebsites/Itemid,45/（ベトナム語）

⁵⁶ <http://www.trustvn.gov.vn/#> リニューアル中の為、英文サイト閲覧できない

TrustVn の目的は下記の通りである。

- ・ 優良事業者を審査、評価しトラストマークを付与する。
- ・ 優良事業者の企業や消費者への認知度を高め、電子商取引の信頼醸成を図る。
- ・ 支払い・流通方法の利便性を向上させ、電子商取引を促進させる。

3) 審査基準の作成

VECITA は、ATA の Guidelines for Trustmark Operators (GTO) や APEC プライバシー・フレームワークを参考に、ベトナムの事業者が理解しやすく、参入しやすいよう簡素化した独自の基準を作成した。これを今後のトラストマーク付与の審査に活用する予定である。基準は、次の 5 原則 23 項目からなる。

1. 事業者の登録
 - ・ 事業者名と事業所所在地
 - ・ Eメールアドレス
 - ・ 電話番号
 - ・ 商品・サービスの記載
 - ・ 商品・サービスの価格の表示
2. 当事者間の規約
 - ・ 当事者の義務
 - ・ 返品・返金条件
 - ・ 補償・保険条件
 - ・ 商品・サービスの配送方法
 - ・ 発送の予定期間
 - ・ 支払方法
 - ・ オンラインによる支払いの為の電子文章の作成手段
3. 取引契約の確認手段
 - ・ 取引に関する情報の表示
 - ・ 取引の確認とキャンセルの手段
 - ・ 取引契約に関する質問に応じること
 - ・ 顧客からの苦情に対応する手段
4. 個人情報とデータプライバシー
 - ・ 顧客との確認手段
 - ・ 個人情報とデータプライバシーの保護
 - ・ 広告拒否の手段
5. インターフェイス、レイアウト、サイト訪問者数
 - ・ インタラクティブ・インターフェイス
 - ・ アクセス容易性

- ・ サイト訪問者数の統計

4) 今後のトラストマーク事業展開

Vecom 会員のうち 40～50 事業者にトラストマークを付与することを検討中。初期は申込、年間使用料などのコストを産業貿易省が負担する。トラストマーク事業が安定してきたら、事業者から徴収することを検討しているが、今は未定。

2008 年中の ATA 正式加盟を目指し、準備している。

ベトナム国民にとっては、個人情報、データプライバシーという概念が新しく、その保護についても、一般的な知識が国民に十分浸透していない。VECITA は Vecom と共に、大都市を中心にワークショップ、トレーニングなどを開催し、啓蒙活動を行っている。

商品瑕疵、商品未受領など数件の相談が Vecom に既に寄せられているが、トラストマーク運営に伴う苦情処理、ADR の仕組み作りについては、これから検討を開始すること。

5) 印象・所感

トラストマーク事業のみならず、まだ電子商取引も始まったばかりという印象であるが、担当者は皆若く、非常に熱心であった。当面、VECITA としては、都市における B2B と、B2C では若年層にターゲットを置き、電子商取引の振興、成長を図り、地方へと拡大していきたいと考えているとのことである。

ATA に加盟することにより、国内でのトラストマークの信用度を高めるとともに、国際的に認知されたいという熱意が伝わってきた。

日本の状況について情報提供したところ、マーク付与事業者数の多い JIPDEC のプライバシーマークに大きな関心を示された。P マークの基準について質問を受け、JIPDEC の英文サイトを紹介した。

苦情処理に関しても、経験豊富な日本からは是非学んでいきたい、今回の会談をきっかけに、日本とベトナムの電子商取引、ADR に関する交流を深めていきたいとの申し出があった。政府開発援助や海外直接投資を活用して日本との実証実験をできたら、という希望も示された。

2 日間のみベトナム滞在ではあったが、日本と比較して若年層の人口割合が高く、活気があり新興国の勢いを感じた 2 日間であった。

3-2-2 タイ

訪問先機関及び先方対応者は下記の通り。

【タイ商務省 ビジネス開発局⁵⁷ 電子商取引課】

(Department of Business Development ; DBD)

e-Commerce Division Isara Ratapipat 氏
Trade Officer Kanyaporn Aupatomvipanon 氏

DBD は、国内に 15 の支局、センターなどを有し、日本にも、東京、大阪、広島、福岡にタイ国政府貿易センターを設けている。

全ての事業者は、毎年会計報告書を DBD に提出する義務があり、報告を怠った企業は罰金を支払う。DBD のウェブサイト上で登録番号を入力すると各企業の情報が閲覧できる。そういった背景もあり、DBD のウェブサイトは、政府機関の中で最もアクセスの多いウェブサイトのトップ3に入るとのこと。

電子商取引課は、2003 年、DBD 設立と同時に設置された。同課の所管事項は下記の通り。

- (1) 電子商取引についての理解と認識を高める
- (2) 電子商取引事業者の能力を促進・強化する
- (3) 電子商取引の信頼を高める
- (4) ビジネス部門の競争力・持続性を向上させるため、電子商取引を促進、開発する
- (5) 電子商取引事業者の登録
- (6) トラストマーク
- (7) e-マーケットプレイス、電子商取引ソフトウェアの開発
- (8) トレーニングと相談

1) インターネット環境・電子商取引の現状

- ・ 全人口 6,600 万人のうち、コンピュータユーザは約 1,600 万人 (27%)、ネットユーザは約 930 万人 (15.5%)。
- ・ 最も利用されている回線は ADSL で約 36.8%、専用回線が 16.9%、ダイヤルアップが 14.3%。
- ・ インターネット使用目的で最も多いのは、検索、メール、ゲームの順。
- ・ 電子商取引の経験者は、2004 年は 20%であったが、2007 年度は 30%に増えた。
- ・ クレジットカードの Visa、Master Card から国内で初めて認証された企業である

⁵⁷ http://www.dbd.go.th/index_en3.phtml

PaysBuy⁵⁸によるエスクローサービスが広く利用されている。(DBD の登録マーク、トラストマークも取得している。)

- ・ ユーザが挙げたインターネット上での問題、不安要素は、暴力 62.7%、接続が遅いこと 54.9%、性的なサイト 42.6%

2) DBD の行う中小事業者支援策

主に中小、新規参入電子商取引事業者の支援のため、トレーニング約 100 コースを各地で実施している。

さらに中小電子商取引事業者支援のため、Web2.0 を採用し、DBDMart.com⁵⁹という電子商取引マーケットを立ち上げた。30 種類のウェブサイトのレイアウトを無料で提供している。

3) 電子商取引事業者登録制⁶⁰

2004 年 5 月に電子商取引事業者登録制に関する条令を公布した。これにより、サイト上で商品・サービスを販売する電子商取引事業者は、DBD への登録が義務付けられた(但し罰則はない)。信頼できる事業者を増やしていくとともに、どの地域にどんな事業者が存在するのか、継続的に統計をとっていくことが目的。

2008 年 3 月現在、約 5,000 事業者が登録されており、Registered というマークが付与される。約 62%が個人事業者、残りの 38%が法人事業者である。トラストマーク(Verified)の方がより厳しい審査基準になっているが、Registered のマークも、実在保証という観点で、トラストマーク類似の機能を果たしていると考えられる。

4) トラストマーク事業⁶¹

2004 年から ATA 会合にオブザーバ参加し、自国にあったトラストマーク事業を検討してきた。GBDe のガイドライン、ATA のトラストマーク事業者のためのガイドライン(GTO)を参考に、以下 8 項目からなる行動規範を作成した。

1. 透明性
2. 広告・販売活動
3. 商品に関する適切かつ時宜を得た情報
4. 注文の確認と履行

⁵⁸ <https://www.paysbuy.com/default.aspx>

⁵⁹ <http://www.dbdmart.com/bks/dbdmart/th/index.php> (タイ語)

⁶⁰ <http://www.dbd.go.th/edirectory/index?L=en>

⁶¹ <http://www.trustmarkthai.com/ifmportal/Default.aspx?alias=www.trustmarkthai.com/ifmportal/en>

5. 取引の安全性
6. 消費者のプライバシーの保護
7. 消費者相談・苦情受付
8. 児童保護

電子商取引事業者として登録後 6 ヶ月以上経過した事業者がトラストマークを申請できる。

審査、認証、モニタリングは全てオンラインで行い、紙ベースの手続きはない。申請後 20 営業日以内に可否を決定する。

審査の担当者 3 人(エキスパートと呼ぶ)がそれぞれ行動規範の 1 項目ずつ審査し、コメントを書き込む。3 人の審査が完了したら、スーパーバイザが同様に審査、そしてさらに DBD の事務局長が同様に審査をし、合格すると **Verified** というトラストマークが付与される。

このように審査が厳しい為、申請した事業者のうち約 40% しか認証されない。今後、さらに事業者がトラストマークを取得しやすいよう改善していく必要があるとのこと。

現在、トラストマーク認証事業者は約 20。DBD は政府であるため、審査料・年間使用料等を事業者から徴収していない。電子商取引の促進という政策目的のため、事業者にインセンティブを与えるという観点から、今後も無料でトラストマークを付与するとのことである。

申請時と同様に、毎年、行動規範 8 項目について審査する。モニタリングも適宜行っている。違反があった場合は、事業者に告知するとともに、一時使用禁止、使用取消、再認証の措置を取る。改善が見られない場合は、事業者名を公表することも制度上は可能であるが、今のところ公表に至った事業者は無い。

2007 年は、優良事業者に商務大臣から直接トロフィーを授与するというセレモニーを開催し、新聞にも掲載された。

ATA への正式加盟に向けて準備は整っており、外務省からの許可を取得次第、加盟することを希望している。

5) 苦情処理相談センター⁶²

DBD 内に設置された相談センターにおいて、消費者から、トラストマークを保有している事業者に関する相談と、トラストマークの無い事業者に関する相談のいずれも

⁶² <http://www.trustmarkthai.com/ifmportal/complaineng/Home/tabid/411/language/th-TH/Default.asp>

受け付けている。

これらを振り分けるための自動システムも作成した。例えば、消費者が非マーク事業者の URL をフォームに入力すると、非マーク事業者用のページが表示され、相談内容を書き込むことができる。

マーク事業者に関しては、行動規範 8 項目について違反等があれば、消費者は、相談受付フォームにその内容を書き込む。

(マーク事業者に関する相談受付フォーム)

<http://www.trustmarkthai.com/ifmportal/Consumer/FileaComplaint/tabid/325/Default.aspx>

(非マーク事業者に関する相談受付フォーム)

<http://www.trustmarkthai.com/ifmportal/complaineng/Complaints/FileaComplaint/tabid/437/language/th-TH/Default.aspx>

対応する相談担当者も、マーク事業者向け、非マーク事業者向けで分かれている。それぞれ専門分野の異なる 3 人の担当者が回答する。

相談受付番号が付き、相談者、連携機関の担当者（下記参照）、相談担当者が経過をチェックできるシステムになっている。

DBD では、電子商取引だけでなく、インターネットに関連する相談全般を受付けている。2007 年までの 2 年間に寄せられた相談は 105 件である。内訳は、有害サイトに関するもの 28 件、違法行為に関するもの 21 件、商品未受領トラブル 13 件ということであった。そのほとんどが非マーク事業者に関する相談とのものである（詳細確認中）。

6) 苦情処理に関する国内連携

日本に比較し国内機関の連携が進んでおり、次の 10 組織間で、電子商取引の苦情対応に関して覚書を結んでいる。

1. 商務省 DBD 電子商取引課
2. 商務省 知的財産局
3. 保健省 食品医薬品局
4. 司法省 紛争解決センター
5. タイ銀行協会
6. タイ・ウェブマスター協会
7. CAT Telecom Public Limited ⁶³
8. タイ警察 サイバー犯罪捜査センター

⁶³ 国营通信会社

http://web2.cattelcom.co.th/0959f9d1bfc5fa2b5e41e0abab2f2314/Language_Template/EN/new_index_eng.htm?HOMEPAGE=1

9. 地方政治局

10. 消費者保護委員会

EC ネットワークから、日本の消費者が、タイ在住の日本人から携帯電話を購入してトラブルになったケースについて DBD に相談した。しかし、トラストマークはもちろん、登録もしていない事業者であったため、コンタクトすることが不可能であった。DBD では、越境取引の苦情処理はまだ経験がないとのことである。

7) 印象・所感

今回対応してくれた **Kanyaporn Aupatomvipanon** 氏（女性）によると、日本の化粧品はタイの女性の間で人気があり、氏自身も、日本の大手化粧品メーカーのシャンプーを愛用しているそうだ。またタイの女性の間で美白に対する関心が高まり、日本の美白サプリメントはインターネット上でいつも売り切れとのことである。

ベトナムも同様であるが、アジアの女性の間で日本の女性のファッションや化粧品などへの関心が近年高まっている現在、日本からのインターネット販売の可能性も大いに感じるところである。

3-3 欧州

2007年10月、欧州各国のトラストマーク機関について、ウェブ及びアンケートによる調査を行った。アメリカ、アジアのものも含め、調査結果の一覧を資料編に掲載したので、ご参照いただきたい。

3-3-1 調査対象・運営主体

17か国33のトラストマークについて調査した。トラストマークのプログラムを有している国は欧州全体の2/3程度であるが、Eコマースにおけるトラストマークという考え方は広く認識されているとのことである。

但し、トラストマークを取得している事業者は、米国と比較するとまだ非常に少ない。今回、調査対象とした中で認証事業者数が最も多いのは、欧州で最も古いトラストマークの1つであるドイツの **Trusted Shops** (約2,000)、次いで英国の **SafeBuy** (1,200) である。イタリア、ポルトガル等、一桁にとどまっているところもある。

非営利の民間団体 (IT企業、通販業界、商工会議所など) が主体となり、政府や消費者団体の協力も得て運営していると考えられるものが圧倒的に多く、22機関に及んだ。政府機関が運営しているのは、ポーランドの **E-commerce I LiM Crtyfikat**、スペインの **IQUA** の2つである。

民間企業によるマークは少ない。調査会社が運営する英国の **SafeBuy** の他には、ノルウェーに、リスクマネジメントを事業とする多国籍企業によるトラストマーク **Ebtrust** がある。1999年に開始された **Trusted Shops** は、保険会社と提携し、トラストマークに加えて補償制度 (商品未受領、返品後に返金されない、クレジットカード詐欺に遭った場合に補償される) を設けている。

3-3-2 認証基準

Eコマースの消費者保護全般を扱っているトラストマークは、それぞれネットショップ向けの行動規範を有し、それに基づいて認証を行っている。後述する **Euro-Label** に加盟するトラストマークは、**European Code of Conduct** という共通基準を持っている。

ドイツの **Trusted Shops** は、Initiative D21⁶⁴が制定したトラストマークのガイドラインに準拠した運営を行っており、英国 **SafeBuy** の行動規範は、英国公正取引庁 (OFT) の認可を受けている等、行動規範の策定の段階から、公的な背景を持っているケースが多い。アイルランド **EIQA W-Mark** など、品質基準などの規格がその役割を果たしているものもある。

但し、行動規範そのものの開示は、それぞれのローカル言語に限定されていて、残

⁶⁴ 1999年にICTの普及を目指して設立されたドイツ官民連携組織

念ながら英文ではアクセスできないものも少なくない。

3-3-3 ADR との関係

相談対応のみで ADR は行っていないというケース（例：ベルギー BeCommerce Label、ポルトガル PACE）もあるが、約半数は、組織内に ADR 機能を持っている、あるいは外部 ADR 機関との連携を行っている。

デンマークの e-market では、内部に消費者苦情処理委員会がある。Euro-Label では、欧州 26 か国の消費者センターが参加する欧州消費者センター・ネットワーク（European Consumer Centres Network; ECC-Net）⁶⁵を通じ、ADR（オンブズマン）との連携が実現している。

WebtraderUK は、詐欺的なものでなければ、トラストマーク取得事業者以外の苦情も受け付ける。チェコでは、現在、国内に ADR 機関がないが、政府が欧州消費者センター（ECC）と共に創設を検討しているとのことである。

ドイツの Trusted Shops は、内部の顧客サービスセンターで、会員企業と消費者との苦情と保証スキームへの苦情を全て取り扱っており、調停で適切な解決を提供しているため、そこから訴訟に発展するケースは過去にはないとのことであった。トラストマークの基準と直接関係のない苦情は、連携先であるオンブズマンに回付される。

英国 SafeBuy でも、組織内の調停で和解に至らない場合は、英国仲裁人協会に回付される仕組みがある。

オランダの Thuiswinkel Waarborg には、海外からの苦情も受け付ける苦情委員会を有し、外部の約 40 の機関に苦情処理を委託している。

これら ADR の結果が、事業者に対して拘束力を持つものかどうかという点については、更に調査を行う必要がある。

3-3-4 国際連携・国際取引への対応

複数国にまたがる展開を行っているのは、Trusted Shops と、オーストリアの非営利団体が主導する Euro-Label⁶⁶ である。Trusted Shops は、ドイツで最も古いトラストマーク機関として、2000 年の GBDe 総会の際に開催された各国トラストマーク・ADR 会議にも参加している。

Euro-Label は、欧州委員会から財政支援を受け、7 カ国（イタリア、オーストリア、スペイン、ドイツ、フランス、ポーランド、マルタ）のトラストマークが参加して、合計約 700 のショップにマークを付与している。オーストリアの E-Commerce Trust Mark が創設メンバーであり、行動規範作成には消費者団体や事業者団体が関与した。現在、メンバー国間の越境取引にはメンバー同士の協力により対応しているが、世界

⁶⁵ http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/e-commerce/eccnet_en.htm

⁶⁶ <http://www.euro-label.com/euro-label/ControllerServlet>

レベルでの連携についても関心があるとの回答を得た。

同様の問いに対し、アイルランド **EIQA W-Mark** からは、会員が多数国に跨っているので、越境取引の相談を受け付けており、各国の提携先を探しているとの回答があった。

また、英国 **SafeBuy** の回答は、海外連携に非常に関心があるが、「信頼」を標榜するマークが乱立する中、連携にあたっては行動規範が同水準であることが前提であり、**SafeBuy** に匹敵する（第三者機関や政府の承認を受けた行動規範と、完全に独立したADRを持つ）トラストマークスキームでないと連携は難しいと考えているというものであった。

米国 **BBB** と **ODR** 連携協定のあった英国 **TrustUK** はサイトが閉鎖され、現在、トラストマーク関連事業を中止してしまった模様である。

3-3-5 法執行機関との連携

英国 **SafeBuy** は、英国公正取引庁（**OFT**）のパフォーマンス監視を受け、認証事業者に違反があれば **OFT** に報告される等、民間企業主体でありながら、政府と非常に密接に連携している。

ドイツの **Trusted Shops** も、いくつかの政府機関と連携しているとの回答があった。同機関は、欧州委員会による「消費者保護シール：保証・返金」プロジェクトにも参加している。

第4章 国際電子商取引の現状・取引当事者の意識についての調査

4-1 消費者の国際電子商取引に関する経験と課題

2006年度に引き続き、海外とのトラブル経験や今後の利用意向について、消費者向けアンケート調査を行った⁶⁷。質問内容は06年度とほぼ同じとしているが、サンプル数を、06年度の300から、1,000に拡大している。

【調査結果要旨】

1. 海外サイトを利用する理由で最も大きいのは「日本には売っていない商品・サービスがあるから」。次いで「価格が安いから」。
2. 海外サイトで購入する前に、商品・販売業者について「ネット検索して、口コミ、評判などを調べる」。次いで「掲示板、メーリングリスト、コミュニティサイトを参考にする」という回答が多い。
3. 購入経験のある商品で最も多いのは「衣料品・靴」。次いで「CD・DVD・ビデオ・ゲームソフト（オンラインゲームは除く）」。
4. 海外ショッピング経験者のうち、トラブル経験者の割合は43.1%。最も多いトラブルは「送料が高かった」。次が「関税が高かった」。
5. トラブル経験者について、トラブルになった場合の対応を聞いたところ、「注文した海外サイト（販売者、サイト運営者）に直接問い合わせた」が32.8%、「その他機関に問い合わせた」が19.3%だが、「問い合わせはしていない」という回答が最も多く、57.4%であった。
6. 海外ショッピングを行ったことのない人にその理由を聞くと、「相手の業者が信用できるのか不安だから」「ちゃんと商品が届くのか不安だから」という回答が多い。

⁶⁷ 調査結果の詳細は、資料編をご参照いただきたい。事業者向け調査も同様。

4-2 事業者の国際電子商取引に関する経験と考え方

これも 06 年度調査の続きとして行ったものであるが、今回は、個人モニターではなく、「EC サイトを開設している事業者」1,000 サンプルに直接調査を行うことができた。

海外への販売実績・今後の販売意向やトラブル経験について、06 年度とほぼ同じ質問を行っている。

【調査結果要旨】

1. 「現在、海外向け販売を行っている」という回答は 5.8% (59 社)、「積極的には販売していないが、海外から注文が入ることがあり、対応 (海外発送) している」10.6% (108 社)、「今は販売していないが販売したいと考えている」は 25.4%であった。
2. 販売している 167 社について見ると、販売相手国は、「限定せずにもどこでも」という回答が 153 社であった。外国語でサイトを運営しているのは 69 社である。そのうち「外国語サイトに対応するためのスタッフがいる」のは 43 社であった。
3. 167 社が経験したトラブル内容は、「商品に関するクレーム・返品要求」「注文後のキャンセル」が最も多いが、「トラブル、クレームはない」という回答も 74 社あった。
4. 海外販売を行っていない社に対して理由を問うと、最大のネックは「外国語でのサイト運営」であるが、その他に、「人材・スタッフが不足している」「物流コストがかかる」「購入者とのトラブルやクレーム対応が面倒」という理由も挙げられている。
5. 海外販売を活性化するために必要なこととして、「確実な決済手段」「人材・スタッフが確保できること」「トラブルやクレーム時の相談先」「物流や関税等に関する情報提供サービス」「確実な配送手段」が求められている。

【資料編】

1. 米国関連	資料1
1.1 FTC 訪問記録 1	資料 1-1
1.2 FTC 訪問記録 2	資料 1-3
1.3 BBB, FTC 訪問記録	資料 1-9
2. 欧州関連	資料 2
2.1 欧州委員会における ECC-Net の現地調査	資料 2-1
2.2 ECC-Net の概要	資料 2-5
2.3 各国 ECC について	資料 2-7
2.4 オンライン取引に関する苦情について	資料 2-13
3. 各国トラストマーク調査結果	資料 3
4. ADR 及び ODR に関する米国の実態調査報告	資料 4
5. 海外ネットショッピングに関する実態調査(消費者向けアンケート)	資料 5
6. ネットショップの海外販売に関する調査	資料 6

米国 FTC 訪問記録 1

経済産業省 米州課長 三田紀之

6月29日、米国FTC (Federal Trade Commission) を訪問し、当研究会の概要説明及び調査への協力依頼と、国際電子商取引を巡る最近の動きについての意見交換を行ったところ、概要は以下の通り。

【場所】米国ワシントン FTC オフィス

【先方】Mr. Hugh G. Stevenson

Associate Director for International Consumer Protection,
Bureau of Consumer Protection

【先方発言要旨】

1. OECDの消費者紛争処理及び救済 (Consumer Dispute Resolution and Redress) に関する提言

- ・この7月(12日)に決定・公表される予定。(注:本件は、2005年4月のワークショップをベースに消費者政策委員会(CCP)で議論されていたもの。)
- ・内容は、コスト負担や政府の役割・連携等、国際ADR研究会の問題意識と基本的には同じと考えている。従来のガイドラインと比較すると、「消費者救済 (Redress)」に焦点を当てている。
- ・日本からは、内閣府が積極的に貢献。

2. OECD以外の国際的な議論

- ・OAS (Organization of American States; 南北アメリカ35カ国で構成)で、消費者保護の国際的側面について議論している。
- ・ここでは、相変わらず準拠法が大きな問題。

3. US SAFE WEB act

- ・スパム、スパイウェア、詐欺等あらゆる種類の消費者保護案件について、FTCに対して、外国との執行協力の権限を強化するもの。対象とする消費者保護の案件には、プライバシー関連も含まれる。
- ・基本的なアプローチはインフォメーション・シェアリング。
- ・これまでも一般的な協力はできたが、今回はより強力な執行協力が可能となる権限が与

えられる。例えば、米国政府は企業に対して情報提供命令をかけられるが、これまでは、この情報を外国政府には提供できなかった。本法により、外国政府に対してこの情報の提供が可能となり、より効果的な執行協力が可能となる。(注：本法は、その他、外国から提供される情報の保秘、他の機関との情報共有等の内容を含む。下記参照)

- ・特に、本法はスパムやスパイウェア等に有効だと考えている。ウェブホストについての情報を共有することで、国際的に効果的な執行が初めて可能となると考えている。
- ・2006年12月に施行され、執行が始まったばかり。できるだけ見えやすく効果が高い例(国際的にも visible なケース)を選んで執行したいと思っている。
- ・この協力は、米国と実質的に (substantially) ほぼ同様の規制を有している国というレシプロの条件がある。例えば、クーリングオフ期間が10日か15日かといった違いは問題無いが、米国で禁止されている行為を許容するような場合は協力できない。
- ・相手国との間では、新たに公式な協力協定を結ぶ必要は無い。ただし、MOU等で一定の取り決めは結ぶ必要あり。
- ・本件は、ICPENでも紹介した。まだ公取とは(具体的協力について)議論はしていない。(当方より、METIも規制官庁である旨述べ、引き続き、日米執行協力について議論を続けることで合意)

* US SAFE WEB act ;

The Undertaking Sпам, Spyware, and Fraud Enforcement With Enforcers across Borders Act

(背景説明)

<http://www.ftc.gov/reports/ussafeweb/USSAFEWEB.pdf>

(サマリー)

<http://www.ftc.gov/reports/ussafeweb/Summary%20of%20US%20SAFE%20WEB%20Act.pdf>

(条文テキスト)

<http://www.spamlaws.com/federal/109s1608.shtml>

米国 FTC 訪問記録2

2007年8月9日
経済産業省 米州課長 三田紀之

8月9日、米国 FTC(Federal Trade Commission)を訪問し、国際電子商取引における消費者保護及び紛争処理に関する国際協力について意見交換を行った。

【先方】Hugh Stevenson¹

Associate Director for International Consumer Protection,
Bureau of Consumer Protection

冒頭、当方から、別添¹及び別添²を用いて、現在の国際協力に関する現状の整理及び今後の連携の方向性について説明⁴。

その上で、①執行機関間の国際協力に関する米国の状況(特に欧州との連携)、②執行機関と消費者をつなぐ試みとしての eConsumer.gov の評価と ADR/相談機関の位置づけ、③ADR/相談機関の緩やかなネットワークとしての ECC-Net に対する考え方、④今後の国際連携メカニズムについての考え方、について意見を聴取した。その概要は、以下の通り。なお、今後も引き続き意見交換を継続することとした。

1. 執行機関間の国際協力に関する米国の状況

(1) 執行協力の状況全般

・従来は、いくつかの執行機関との間で MOU を結んでやってきた。ただし、そんなに多い訳ではない。内容は国によって異なる。消費者保護一般もあれば、スパムに特化したものもある。いずれにせよ、アドホックベースなところがあった。⁵
・US SAFE WEB Act により、執行協力に向けた権限が拡張された⁶ため、この新しいツールを使ってどのような国際協力を行っていくか、現在、方向性を検討している。

¹ OECD/CCP(消費者政策委員会)への米国代表。本年7月に決定発表された、「消費者紛争処理及び救済に関する勧告」の取りまとめ議長を務めた。

² 筆者の国際協力についての整理及び問題意識を取りまとめたもの。

³ GBD_e 消費者信頼イシューグループにおける日本議長のプレゼンテーション資料

⁴ 日本政府あるいは経済産業省を代表して見解を述べたものではなく、民間の GBD_e に向けた提言検討の一助とすべく、筆者の個人的な見解を示した上で、意見交換を行ったものである点、注記しておく。

⁵ 先方からは、米国 FTC のウェブサイトに掲載されている協定・MOUの一覧の提示があった。
(<http://www.ftc.gov/oia/agreements.shtml>)

⁶ 同法は、米国と同等の消費者保護規制を有する国の執行機関との間で情報共有等を可能とすることで、より効果的な執行協力の強化を目指すもの。

(2) 欧州との執行協力

- ・欧州については、これまでは個別機関とのMOUがいくつかあったが⁷、US SAFE WEB Act を踏まえ、EU全体との執行協力ができないか検討を始めている。
- ・EUは消費者保護規則(regulation)を有しているが、これは2003年の OECD のガイドラインに準拠し、米国の規制ともほぼ同じであり、US SAFE WEB Act の要件を満たしている。したがって、EU全体との間で何らかの協力ができないかを考えている。
- ・(協力をする具体的な相手は誰になるのか、EUの組織と各国の組織の混合権限問題をどう考えているのかと聞いたところ) 基本的には欧州委員会を想定。欧州委員会は、確かに直接の執行権限は無いが、消費者保護を促進(facilitate)する権能は有しているし、27カ国の執行機関に対する一定の指揮権限は有していると理解。
- ・各国とばらばらとやるだけでなく、EU 全体と進める方が効率的な面もあり、何かできないか、検討をしているところ。
- ・なお、5月の米 EU サミット(首脳会談)では、US SAFE WEB Act 及び EU 規則を踏まえた執行協力について合意している⁸。

2. eConsumer.gov の評価と今後の発展の方向

(1)eConsumer.gov 全般

- ・(当方から、消費者と執行機関を国際的につなぐ仕組みとしての eConsumer.gov は興味深いメカニズムである、一方、基本的には個別案件解決ではなく、消費者からの直接の情報蓄積による執行機関の能力向上が目的と理解しているがと聞いたところ) 指摘の通り、基本的な発想は、自分のトラブル情報をシェアしても良いとする消費者から、苦情を蓄積してもらって、それを執行機関で活用しようということ。個別案件の処理という目的ではない。
- ・蓄積される情報量は、500～600件／月程度⁹。膨大なデータベースという程ではないが、そこそこの量ということか。どう使うかは、各執行機関に委ねられる。

(2)eConsumer.gov における ADR の位置づけ

- ・(消費者と執行機関をつなぐという意味では、ADR をどう位置づけるかがポイントだと思うが、どう考えているかと聞いたところ)これは、まさに議論となった。2002, 3年の頃の議論は覚えていると思う¹⁰。消費者グループからも様々な意見が出て、方針が

⁷ 英国及びアイルランドとの間では消費者保護(全般)に関する執行協力の MOU、英国・スペインとの間ではスパム執行協力に関する MOU あり(上記脚注 3 参照のこと)。

⁸ 米 EU 首脳会談の合意文書には、“Work together to improve international enforcement in the fight against fraud and illegal spam and spyware in view of the enactment of the Undertaking Spam, Spyware and Fraud Enforcement With Enforcers Beyond Borders Act of 2006 (US SAFE WEB Act) in the United States and adoption of the EU Consumer Protection Regulation.”と記載。
(<http://www.whitehouse.gov/news/releases/2007/04/20070430-4.html>)

⁹ eConsumer.gov サイトによれば、2007年の登録件数は8400件で、月間700件程度

¹⁰ 2002年に筆者がFTCにインタビューした概要を参照。

(<http://www.adr.gr.jp/ftc200204bis.html>)

定まらず、結局、特定の ADR を選んだパイロットプログラムを行ったのみ。

・その後は、単にリストを掲げるのみとなっており、ADR 関係がアクティブでなくなってしまっているのは、指摘の通り。

・当初は、執行機関協力とADRの巻き込み(integration)も検討したが、ICPEN との関係もあり、うまくいかなかった。(不明な点あり、要確認)

・現状、リストを掲げ、その情報を提供しているだけだが、これ以上のことができるのではないか、という指摘は色々な方面からなされている。ただ、人によって意見が異なり、特に、仲裁か調停・相談か、といった当たりで割れてしまうのが難しいところ。

3. ECC-Net に対する考え方

・(ECC-Net の機能は、Stevenson 氏がまとめたOECD提言にもあった、消費者への情報提供と円滑なコミュニケーション促進ということと理解しているが、どう考えるかと聞いたところ)まさに指摘の通り。その意味で、eConsumer.gov とは異なり、個別案件処理、消費者救済に重きを置いているということだろう。

・(このような官製相談窓口へのネットワークに米国から参加するとしたら、いったいどのような機関を想定することとなるのかと聞いたところ)米国では、連邦政府ベースではこのような ADR/相談機関は無い。結局、トラストマークと ADR をやっている民間機関、すなわち BBB と TRUSTe ということになると思う。ただし、地方政府では、司法長官がそういった役割を果たしている部分がある。

・(EU との間では、こういった紛争解決支援の国際メカニズムについて議論しているのか、執行機関との協力も含め議論となっていると聞いたところ)現状は、彼らから大部の報告書が示され、これの説明を聞いたという段階。ADR についての400ページもある報告書であった。したがって、まだ具体的なプロジェクトをどうしようというような段階にはなっていない。彼らは、いくつか小さな古典的な提案は持っているようだ。

・(全体として、ECC-Net との関係はどうするかはEUと議論は始めたものの、適当な国内機関があるかもあり、すぐに参画していこう、という感じではなかった。)

4. 今後の国際連携メカニズムについての考え方

(1) 当方が提示した問題意識

・EC ネットワークのこれまでの経験を踏まえれば、ADR/相談機関は多様な機能を有している。

・一つは、消費者に対する助言・情報提供、翻訳やクラリフィケーションによるコミュニケーション円滑化、事業者への影響力、案件の執行機関への移送等による個別案件の処理の促進。機関によっては更に ADR 機能も果たすこととなる。国際的にも、このような具体的な消費者救済のための国際連携として、ADR 連携が最も有効であり、既に存在する二国間 ADR 連携や ECC-Net をモデルとした国際連携を発展させるべきではないか。

・一方、ADR/相談機関に蓄積されたトラブル情報を活用することにより果たせる機能

も多彩である。事業者のベストプラクティスの普及、会員事業者への信頼付与、消費者教育と啓発、政策立案へのインプット、さらに被害が拡大するような案件において消費者への警告と執行機関との協力、といった機能を果たすことができる。これは、OECD提言とも方向は同じ。このような、ADR/相談機関の情報を広く活用するための国際ネットワークがありうるのではないか、eConsumer.gov は消費者から直接の情報蓄積だが、むしろADR/相談機関を通じた蓄積提供がより有効ではないか。

- ・いずれの場合も、執行機関との協力が必要。うまく執行機関とADR/相談機関が協働できるような国際的なパートナーシップの仕組みを構築していきたい。

(2)これに対する先方の反応

- ・ADR の国際協力について、動かしていかなければいけない、とは思っていた。6年前盛り上がった後、一旦停滞して discouraging だった。今回、このような話を聞けて大変嬉しい。強い関心がある。
- ・考え方がきれいに整理されていて、ありがたかった。個別案件処理の円滑化のためのADR/相談機関を中心とした連携と、情報蓄積・活用のためのADR/相談機関と執行機関双方を含めたネットワークという2つのアプローチの整理は、大変わかりやすい。
- ・(EC ネットワークとBBB、BBB とTrustUK、EC ネットワークとSOSA という、現状の様々な形の連携の説明に関し)ADR 連携の最大の機能が、コミュニケーションの円滑化という点は、全く同意。詐欺的案件ではADR はワークしない。翻訳や案件のクラリフィケーション、さらに事業者への一定の影響、といった機能の整理は面白い。ODR型(BBB とTrustUK)と人力型(EC ネットワークとBBB、ECC-Net 等)の違いもなかなか面白い。やはり言語の壁というのは大きいのだろう。
- ・OECD提言の方向とも合致すると聞いてうれしい。大変関心があるので、是非議論を続けたい。

5. その他

- ・OAS での議論も参考になると思うので、ウェブをみてほしい。CIDIP(国際私法委員会)で消費者保護についての議論をしている¹¹。
- ・EU では、Molnar 課長が自分のカウンターパート。彼と話を進めると良いと思う。
- ・(今秋のGBDeについて、FTCやOECDからのハイレベルの参加も想定されており、これもあり、GBDe 提案を一緒に考えていきたいと説明)了解。良い機会になると思う。なお、FTC のハーバー委員は、APEC に熱心。ここではプライバシーを中心として、マークの連携をどうするかを議論している。

¹¹ 準拠法を中心に議論をしている模様。http://www.oas.org/dil/CIDIP-VII_home.htm

(別添)

ePossibility to establish an international collaboration mechanism among
ADR/consultation bodies and enforcement authorities (Non Paper)

2007/08/09

Noriyuki Mita, Director, Americas Division, METI

I. Current Status

1. OECD

- G/L for Consumer Protection in the Context of Electric Commerce (1999)
- G/L for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Practices Across Borders (2003)
- Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress
 - *Domestic Framework (Consumer action individually and collectively, Enforcement authorities support, ADR)
 - *Cross Border (providing information to consumers, international networks, ODR....)
 - *Private Sector Co-operation (third party ADR)
 - *Mechanism for collecting consumer complaints and analyzing marketplace trend
 - *Education and Awareness

2. GBDe

- Cross Border ADR guideline with CI (2003)
- Encouraging ADR and Trustmark Alliances (GTA, ATA)
- (Will) Submit a Recommendation for international collaboration among ADR/consultation bodies and enforcement authorities at GBDe Summit on November 2007
 - *Participation of FTC commissioner, OECD Deputy Secretary General ...
 - *Japan (NEC) is chairing the Consumer Confidence Issue Group
 - *EC Network established a study group (Work Shop) to draft the recommendation

3. Existing Collaboration Mechanisms

- (1) Enforcement cooperation between enforcement authorities
 - cooperation agreements or MOUs
 - Q. Current Status of US agreements? Q. Situation of cooperation with EU?
 - SAFE WEB act (increase such capacity)
 - Q. Situation of implementation of SAFE WEB Act
- (2) eConsumer.gov
 - Web base Date Base to collect complaints from consumers
 - utilized by enforcement authorities to enhance their abilities
 - Q. Expected role of ADR/consultation bodies?
 - Q. History of discussion on the involvement of ADR/consultation bodies

-To what extent Intended for dispute resolution and redress?

(3) ECC-Net

-A network among Consumer Centers (consultation bodies)

-Help the dispute resolution and redress by consumers on cross border transaction

Providing information on rights and dispute resolution mechanism

Helping smooth communication with merchants. etc

-No Information collecting

-exploring a possibility to collaborate with enforcement authorities

(4) Bilateral ADR collaboration

-Agreement between ADR providers to cooperate to handle international complaints

(BBB, TrustUK, ECNetwork, SOSA, KIEC, etc.)

(5) Trust Mark Alliances (GTA,ATA)

II. Suggestions

1. Collaboration among ADR/consultation bodies for the dispute resolution and redress on concrete cases

2. Collaboration among ADR/consultation bodies and enforcement authorities to collect and share information for education and awareness, policy planning, and effective enforcement

TO: 国際 ADR 研究会 御中
FROM: 弁護士 上沼 紫野
DATE: 平成 19 年 10 月 26 日
RE: 米国 FTC 及び BBB 訪問に関する報告

2007 年 10 月 17 日に FTC を、同 18 日に Council of Better Business Bureau を訪問しましたので、その結果について報告いたします。

A FTC

1. 面会相手 International Consumer Protection Division
Hugh Stevenson 氏、Markus Heyder 氏、Pablo Zylberglait 氏

2. 面談結果

(1) 概観

FTC は、執行機関ということもあり、また、自ら消費者を救済する手段（消費者を代表して訴えを提起し、解決を行う権能）を有していることもあって、国際的な民間ベースでの紛争処理には、それほど熱心ではない模様である（三田課長からの報告もあったが、2002、3 年頃の試みの際、大分苦勞した様子である）。

また、国際的な執行機関の協働を目標とした eConsumver. gov も、それほど活発に利用されている様子ではなく、その利用方法について今後検討の必要を感じている様子であった。

現在は、どちらかというところプライバシー問題に重点を置いている様子である。

(2) 面談内容

- GBDe における提言予定内容について

当方より、International Consumer Advisory Network のプレゼン内容を示し、提案内容を説明した。

これに対し、Stevenson 氏より、以下のコメントを得た。主に、運営に関し、資金をどうするか、という点についての内容である。

- ・ 試みとして興味深いし、このような試みが継続して行われていることが心強い。紛争解決処理システムをクリアにすることは望ましい。
- ・ しかし、次の点に関し疑問を感じる。
 - ① 全体のマネージメントシステムにつき、どのように資金を確保し、誰が運営するか。
 - ② 各国の Consumer Advisory Liaison Office (CALO) は、どのように資金を確保し、誰が運営するか。
 - ③ 誰が、各国の CALO としてどこを参加させるかを決定するか。
 - ④ どのように、CALO としての参加資格を決定するか。
 - ⑤ 秘密保持に関する問題をどのように解決するか (reference に伴う問題)
 - ⑥ 消費者にとっての解決費用に関するコストパフォーマンスを以下に維持するか。

上記に対しては、ECC-NET をモデルとして運営をする予定である旨を説明したが、たとえば、①について、ある程度組織的運営が可能である EU とは必ずしも同じにはならないだろう、とのコメントがあった。

また、Hyeder 氏より、以下の質問及びコメントがあった。

① 既存のトラストマーク付与機関とはどのような関係に立つのか。

② APEC のプライバシーに関する協力関係と似たモデルだと思う。

①については、CALO と協力関係のある紛争解決機関という位置づけになるだろうとの説明を行った。

- 米国と他国との紛争解決に関する協力関係について
米国と他国との協力関係は、以下のとおりとの説明を受けた。

南北アメリカ大陸諸国： OAS

Asia 諸国： APEC

EU： eConsumver. gov

以上は、執行機関との協力関係がメインなもののように思われたので、執行機関ではない民間レベルの紛争処理解決に関する国際協力についてはどうなのか、を質問したところ、次のような回答であった。

Arbitration での協力は、OAS で行っている。ただし、OAS は南北アメリカ大陸諸国に限定されている。

OAS は、2005 年の OECD の Workshop においてもプレゼンテーションを行っていたが、その際の報告内容は、主に準拠法等に関するものであったため¹、具体的にどのようなことを行っているのか尋ねたが、今はどちらかというプライバシー関係を熱心に行っているとの回答であった²。

- eConsumver. gov について
これについては、eConsumver. gov のコーディネイターをしている Zylberglait 氏と面談を行った。
- 現在の受付状況は、月にせいぜい 800~1000 件程度と、米国内用の sentinel に比べると非常に数が少ない。
- eConsumer. gov のデータもあまり利用されておらず、特定の action をとる結果となっていない。その理由の一つに、受付が国際案件に限定されていることや、報告者も対象企業もあまりに多岐にばらけているため、執行機関による何らかの行為を促すほどに意味があるデータとはなっていないことなどが挙げられる。
- 現実の結果へつながらないため、報告を行うインセンティブもないのであろう³。

B Council of Better Business Bureau

1. 面会相手

Steve Salter 氏

その他 BBB Online や Dispute Resolution を担当している

Rodney Davis 氏

Richard Woods 氏

¹ ウェブサイトでも同様なことは、三田課長報告書のとおり。

² いずれかの分野が熱心になると、他の分野はそれほどなくなるが、これらは時期によるとのこと。

³ この点について、Stevenson 氏にも、eConsumver.gov へのインセンティブ論を訊いてみたが、やはり、執行機関による活動を期待してのことであろうとのことであった。これに対し、FTC の場合は、金銭賠償も含め、消費者救済の手段を持っているが、他国はそうでもない旨の指摘をしたところ、「だから、OECD2007 の提言書でそう提言しているのだ」との回答を得た。民間レベルの協力により eConsumver.gov への報告を促すことになるという当方提案の趣旨については、賛同を得た。

2. 面談結果

(1) 概観

BBB は、トラストマークの再編等もあり、今はあまり国際協力関係には力を注いでいない模様であり、今後の国際協力の在り方も再検討する、とのことである。

今まで行ってきた国際協力関係も現実には機能していない様子であり、米国内の消費者が国外の事業者と取引を行うことが少ないという理由もあり、それほど需要を感じていない様子である。

なお、GBDe の International Consumer Advisory Network に対しては、CALO として BBB は資格を有するのか、などと興味を示していた。

(2) 面談内容

- GBDe の提言内容について
プレゼンテーション用資料を用いて、提言内容の説明を行った。
これに対し、以下の質問を受けた。
 - ① システム構築を誰が行うのか。
 - ② 各 CALO は、政府機関か民間機関でもよいのか。
 - ③ 現実に国際案件への対応の需要はあるのか上記質問のうち、①については、ECC-Net をモデルとしていることを説明した上、②の主眼は、たとえば、BBB でも CALO たり得るか、というものであったので、政府のコミットが必要とは考えているが、今のところ、政府機関でなければならないなどの限定はせず、ふさわしい機関であればよいと考えている旨回答した。
③については、こちらから、米国ではないのか、という質問をこちらからしたところ、あまり感じていないとの回答であった。現実に BBB が扱っている国際案件は、2006 年に EC-Network と行ったものが最新であるとのことである。
- 国際連携の状況について
現在活発に行われている状況ではなく、各機関との状況は以下のとおりである。
 - ・ SOSA とは、正式に協力が合意されたことはないとの認識である。
 - ・ Trust UK 自体は、現在オペレーションをしていない(本体たる Direct Marketing Association は現在も活動しているが、そこから独立した Trust UK はシャットダウンした)。
 - ・ カナダとは、BBB 組織の中で行っている。
 - ・ GTA は未だに具体的な発展がなされていない。また、Trust UK との間の相談受付プラットフォームについては、思ったより開発がうまくいかず、結構手間がかかったとの話であるが、詳細は聞けなかった。
- トラストマークの再編について
プライバシーが、事業者評価の内容として需要が高まったこと、及び、複数のマークが混在することによる混乱を避けるために、プライバシー遵守の要件をオンライントラストマーク付与の要件として取り込んだとのことである。
なお、評価システムも合わせて変更を考えており、レベル分けを追加するとのことであった。レベル分けは4段階で、その評価に関するアルゴリズムを現在検討中であるとのことである。
- 今後の国際協力関係について

今後の国際協力関係については、今のところ、ロシアに支店を設けることが計画されているとのことであるが、必ずしもロシアが最も望ましい箇所と思っている訳でもないのだが、という注釈がついていた。

具体的な紛争処理案件は増加しているものの、そのうちの国際案件が数少ないという現状において、今後、国際協力関係については、見直していく必要があると考えているとのことであり、どうも国内に活動をフォーカスしていく様子が見えてきた。

以上

欧州委員会における ECC-Net の現地調査

2007.8.5

立教大学教授 早川吉尚

1. はじめに

「国際電子商取引における ADR のあり方に関する研究会」における海外調査の一環として、2007年8月3日(金)に欧州委員会の Health and Consumer Protection DG を訪問し、ECC-Net に関する現地調査を行なった。以下はその調査報告である。

現地においてインタビューに答えてくれたのは、ECC-Net の担当責任者である Tamas Molnar 課長であり、現場には部下の方が一名同席された。こちらからは、筆者の他、わが国の EU 代表部の村松秀浩参事官が同席した。

インタビュー時間は午前 11 時から 12 時までの 1 時間であったが、以下のように、ECC-Net に関して非常に実りある情報を入手できたと思われる、全体を通じた印象としては、欧州域内における電子商取引による消費者紛争に関する消費者センターの連携について、欧州はかなり本腰を入れて取り組んでいるということが明らかになったといえる。

現場では冒頭に本調査の目的、その前提としての本研究会の目的、GBDe の活動について先方に説明したが(その際、わが国の EC ネットワークの 2006 年度の国際事案の受理件数とその国別内訳については、先方が非常に興味をもって詳しく聞いてきた)、以下では、その後の先方へのインタビュー内容を整理して紹介することとする。

なお、冒頭の説明の際に、当方が「ADR の連携」なる言葉を用いたところ、先方からは、ECC-Net は厳密には「ADR」の連携ではないとの留保があった。すなわち、欧州委員会の担当部局では、「ADR」の内容を仲裁や調停といった裁判外での紛争解決システムに限定し、消費者からの相談を受け、それに対してアドバイスを行なう、さらに、その内容を事業者側に伝えるといったサービスは、「ADR」には該当しないという認識で、通常、用語を用いているようである。これに対しては、当方はそうしたサービスを含めた広い意味で「ADR」なる用語を用いて説明を行っており、また、まさにそうしたサービスの連携のあり方についてお聞きしたいと追加して説明を続けた。ターミノロジーの問題にすぎないといえそうであるが、GBDe における提言の取り纏め作業の中で、海外(少なくとも欧州)では、「ADR」なる用語には上記サービスを含まない、あるいは、その用語からは仲裁や調停しかイメージしないとすれば、「ADR の連携」という用語法により現場で混乱が生じる可能性は否定できない。その点には留意すべきであるように思われた。

2. ECC-Net の構想と成立基盤

消費者が安心して電子商取引を行なうことができることが、ひいては欧州域内における電子商取引の拡大につながる。その目的の下、ECC-Net は誕生し、活動を行っている。その成り立ちの経緯については、既に本研究会において文書により報告がなされているため、ここでは詳論しない。

まず重要な点は、各国ごとに存在している消費者センターが、電子商取引に関する消費者紛争に対する上記サービスを行なうために、EU 及び加盟国の国家予算からの財政支出によって運営されているという事実である。2006 年度については約 430 万ユーロ

が ECC-Net のために支出されており、EU と各国の間の取り決めによれば、その半分以上をそれぞれが負担することになっている。消費者保護の伝統に厚い欧州らしいといえようであるが、こうした問題に対応するために国家が財政支出をすることは当然であり、また、それが自国の電子商取引の拡大、産業振興につながるとの認識が共有されているようである。

もっとも、最初の 2 年間については、EU へ新規に参入した国々の財政状況に配慮し、特別に 7 割を EU が負担することになっており、2006 年度も実際には 7 対 3 の割合となっている。各国負担部分の国別の負担の内訳についても、新規参入国の財政状況に配慮し、新規参入国には最低限必要とされる支出でよいとされ、足りない部分は主要国が多めに負担しているとのことである。

予算総額や負担割合をどのように決めるかについては、依拠すべき決定的なデータがないという事情がある。しかし、基本的には、必要と考えられる消費者センターのスタッフ人件費をベースに決定されている。これをベースに、毎年、EU と加盟国全てが参加する会議により、予算が決定されている。

3. 消費者センターの運営と欧州委員会による監視

それでは、各国に置かれる消費者センターにはどのようなスタッフが必要とされ、どのような仕組みの下で運用されているのか。

まず、消費者センターには最低限 4 名のスタッフを置くことが決められており、そのうち 1 名は法律専門家を含むことになっている。もっとも、これは最低限の要請であり、受理件数の多さに、これ以上のスタッフを置いている国も少なくはない。

消費者センターは、ECC-Net の設立と同時にこれを設立した国もあるが、他方で、従来から存在した類似の機能を有する組織を、ECC-Net における「消費者センター」として認定する形をとった国も少なくはない。立ち上げ時のかかる設立あるいは認定の際には、欧州委員会はその組織の内容を厳しく精査したらしく、幾つかの国からの消費者センターの提案に対しては、これを拒否する、あるいは、組織内容について注文をつけるといったことも積極的になされたようである。

また、そうした欧州委員会の監視は、各消費者センターとの契約が一年ごとに更新されるものであるため、毎年、必ず行なわれている。実際、これまでも幾つかの国においては、(その理由は様々であるようであるが) 認定の消費者センターが変わっているとのことである。監視のための指標としては、もっぱら各消費者センターに提出が義務付けられている年次報告書が用いられ、そこでは特に財務面に関して細かに報告すべき事項が決められている。これを指標に ECC-Net のための仕事が的確に行なわれているかの判断がなされるとのことであった。

この点で注目されるのが、2007 年の春に、英国の消費者センターが業務停止し、この夏から新たな組織が英国における認定の消費者センターとして活動を始めたという事象である。これは、従来の消費者センターが、国際事案や電子商取引事案のみならず、広く一般に消費者紛争に対応する大きな組織であったということに端を発している。すなわち、この組織からみると、ECC-Net のための仕事のボリュームも予算規模も小さい。そうであるにもかかわらず、年次報告書等で報告しなければならない事項は多岐にわたっており、煩雑であるとして、そうした報告に必ずしも真剣に取り組まなかった。その結果、欧州委員会との間で軋轢が生じ、結果、同組織はこの春に ECC-Net の業務から自主的に離脱した。そのため、新たな組織を認定する必要性が生じ、今回の新組織の活動開始となったということである。

なお、各消費者センターの評価の指標として、利用者の満足度調査のようなものは行

なっていないとのことである。これは、(担当課長によれば) 欧州においてそのような調査を行なうと、だいたいは不満足という意見が大半を占めてしまうという事情にもよるようである。その背景には、結果に対する満足度とプロセスに対する満足度を厳密に区別した回答を、一般消費者に期待することは難しいとの認識もあるようである。したがって、その国の消費者センターがどの程度その国で一般に知られているかを調査する程度しか、その種の調査は行なっていないし、行なえないとのことである。

また、欧州委員会は個別のケースについて一切データを有していない。むしろ、個人情報保護の観点から個別のデータにはアクセスすべきではないと認識しているようであり、欧州全体の電子商取引に関する消費者紛争の内容データの蓄積は、その観点からなされていない。あくまで欧州委員会の役割は、全体の枠組の構築と監視にある。

4. 消費者センターのサービスの実際

それでは、そのような仕組の下、各消費者センターは現実にはどのようなサービスを行なっているのか。

まず重要な点は、各消費者センターは、前述したように、仲裁や調停といった狭義のADR は行なっておらず、苦情を申し立てた消費者に対する情報(法律専門家がスタッフに要求されていることからわかるように法的情報も含む)の提供と、事業者が所在する国の消費者センターを介しての事業者への連絡・対応の取次ぎのみを行なっている。

ただ、そこにおいて決定的に重要なのは、異なる言語を用いる消費者・事業者間の紛争につき、消費者センターが通訳として仲介することによって、コミュニケーションを成立せしめることができるという点である。例えば、A国の消費者は、通常、A国の消費者センターに、A国の言語で苦情を申し立てる。これに対し、A国の消費者センターは、その内容を英語で取り纏め、B国の消費者センターに連絡する。すると、B国の消費者センターは、B国の事業者に対し、英語からB国の言語に置き換えてその苦情を伝えることになる。そして、B国の事業者が何らかの対応をとると約束した場合には、必要に応じて、以上とは逆のプロセスで、A国の消費者までその対応が伝えられることになる。注目すべきは、全てのプロセスが英語を媒介してなされていることであり、その観点から、各消費者センターのスタッフは、自国の言語とともに英語ができることが要求されているといえ、実際に、消費者センターの代表全てを集めて年4回開催されている定例会議でも、全て英語が使われているとのことである(なお、インタビューの過程で、上記の事項をフランスとドイツを用いて質問したところ、フランスとドイツには特殊事情があるとの話になり、笑いを誘った。すなわち、フランスの消費者センターとしては、ドイツの組織が兼務しており、同じ組織内で作業が完結してしまうため、いい例ではないとのことであった)。

また、上記の翻訳機能をともなった仲介につき、ECC-Net が用意している苦情申し立てフォームを使うと、かなりのレベルで人間を介さずに自動処理ができるのではないかと、しかしその反面、フォームを用いると細かなニュアンスが伝わらないこともあるのではないかと、質問を行なった。しかし、これに対する回答は意外なものであった。すなわち、ECC-Net が用意したフォームはほとんど実際の苦情申し立ての際には使われていないので、そもそも質問の前提が欠けているとのことであった。実際の消費者からの苦情申し立ては、電話、あるいは、電子メールで消費者センターに送りつけられるものであり、それが、相談員により「家内製手工業」的に行なわれる仲介業務により、処理されているというのが現実のようである。したがって、上記の質問はあまり意味をなさず、また、担当課長も、BBB の取組等に関して、全く知識を有していないといった状況にあった(その意味で米国に比して IT では遅れをとっている欧州らしい状況といえ

ば状況である)。

他方、情報提供、その中でも特に、法的情報の提供につき、共通法により最低限の基準は整備されているものの、欧州域内においても各国ごとに消費者保護法制にはバラつきがあるが、当該事案でどの国の消費者保護法が適用され、その内容はどのようなものであるかといったレベルまで、情報提供がなされるのかについても質問した。これに対しては、そうした準拠法選択の問題についても対応するとの話であったが、他方で、相談のレベルでそれほど厳密なものが要求されることは実際にはほとんどないとの話も付け加えられた。

5. おわりに

以上、1時間のインタビューの中で欧州委員会の担当責任者から入手できた情報につき、整理して紹介した。担当責任者の Molnár 課長からは、EU がこのプロジェクトに非常に真剣に取り組んでいるとの印象を受け、また、各国がこのプロジェクトに対し高い理解を示していることも印象に残った。また、彼自身が、この仕事に誇りを持って、真摯に取り組んでいることも、うかがうことができたように思われる。なお、Molnár 課長の方から、tamas.molnar@ec.europa.eu の電子メールアドレスに追加質問は何でも送って欲しいとの申し出も受けた。上記の報告からは不明な点、また、より詳細な説明やデータが欲しい際には、同アドレスに送付すれば情報の入手が可能であると思われる。

なお、ECC-Net に関する文書情報は、全てウェブ上にアップされているとのことである。内部文書のようなものは無いため、文書については欧州委員会のサイトをチェックすれば足り、それ以外にインフォーマルに提供できるものは無いとのことであった。

今回、欧州委員会以外の調査対象として、ECC-Net の基本構想にアイデアを提供した人物としてルーベン大学の Jules Stuyck 教授、さらには、ベルギーの消費者センターの担当者についても候補にはあがり、実際にアポイントも試みた。しかし、7月から8月にかけてはバケーション・シーズンであり、本調査の依頼を正式に受けた7月13日から報告期限の8月22日までの間において、アポイントを入れることができなかった。ただ、上記のように、ECC-Net の全体像を把握し、実際にも管理している担当責任者からのインタビューにより、ECC-Net のかなりの部分は明らかになり、また、今後の情報入手ルートも確保できたと思われる。もちろん、上記の欧州委員会以外の調査対象候補に追加的な調査が必要とのことであれば、状況が許せば現地で直接に、あるいは、電子メールや電話によりアクセスすることは十分に可能である。

以 上

ECC-Net の概要

概要

http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/index_en.htm

ファクトシート

http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/eur_online_marketplace_2005.pdf

相談受付フォーム利用方法

http://ec.europa.eu/consumers/redress/compl/cons_compl/acce_just03_en.htm

相談受付フォーム

http://ec.europa.eu/consumers/redress/compl/cons_compl/acce_just03_en.pdf

1. ECC-Net とは

- ECC-Net は、EU 域内の越境取引について、消費者の権利に関する情報や救済へのアクセスを提供することにより、消費者の信頼を促進するためのネットワーク。
- “Euroguichets” (= The European Consumer Centres ; 1991 年設立) と EEJ-Net (European Extra-Judicial Network ; 2001 年設立) の 2 つのネットワークが 05 年に統合されたもの。
- 欧州内 26 の ECC が参加¹。運営は、加盟国と EU の共同出資による。(06 年度 EU からは 400 万ユーロの資金が拠出された。)
- 域内他国で商品を購入する際、自国と同じように安心して商品を購入できるようにし、ひいては欧州域内の経済の発展と通貨ユーロの価値を高めることを目指す。
- ウェブサイト等による消費者への啓発活動のほか、苦情処理の実際の経験をもとに、様々な共同調査プロジェクトを実施し、欧州委員会に情報をフィードバックしている。

2. ECC が行うサービス

- Internal Market が提供する機会について消費者に伝える。
- 消費者関連の問題に直面した個人に対する助言、国境を越える苦情申し立ての支援。
- 欧州全体の裁判外解決手続きについての情報、またそれら手続きに国境を越えてアクセスするための情報を消費者に提供する。

¹ 2006 年現在、25 加盟国 (ベルギー、チェコ、デンマーク、ドイツ、エストニア、アイルランド、ギリシャ、スペイン、フランス、イタリア、キプロス、ラトヴィア、リトアニア、ルクセンブルグ、ハンガリー、マルタ、オランダ、オーストリア、ポーランド、ポルトガル、スロヴェニア、スロヴァキア、フィンランド、スウェーデン、英国) と非加盟国のアイスランド、ノルウェーにセンターが設けられている。

- ・ 互いに協力し、また、欧州内の他のネットワークである、FIN-NET（金融 ADR のネットワーク）、SOLVIT（オンラインで紛争解決を行うネットワーク、但し電子商取引は専門外）、European Judicial network in civil and commercial matters（欧州司法ネットワーク）と協力する。
- ・ EU 法及び各国の法制、判例に関する情報提供。
- ・ 価格、法制度等、消費者が関心を持つ事項についての国際比較。
- ・ 消費者の関心事項に関する重要な“草の根”情報を欧州委員会に提供する。

3. 実例

- ・ フランスの消費者がドイツの事業者からネットでデジタルカメラを購入し、先払いした。事業者は送ったというが、商品が届かない。消費者はフランス ECC に連絡し、そこから書類がドイツ ECC に転送された。両センターの仲介により、カメラが再送された。
- ・ イタリアの消費者がリトアニアの事業者からネットで商品を購入し、先払いしたが、商品が届かない。消費者がリトアニア ECC に連絡したところ、商品を手に入れた。
- ・ 2005 年 7 月、フィンランドの消費者がイギリスの事業者から 70 ユーロほどの商品を注文し、支払いをしたが、商品が届かない。2006 年 2 月、イギリス ECC が事業者に連絡し、EU 遠隔地取引指令上の義務を思い出させた。消費者は商品を手に入らず、更にオマケももらった。
- ・ イギリスの消費者が、フランスの事業者から ipod をネットで購入した。到着して 4 日後に商品が壊れ、消費者は事業者にコンタクトした。事業者がどう行動すべきかについて紛争になり、消費者がイギリス ECC に連絡したところ、修理または交換を要求する権利がある旨の説明を受けた。結果として、事業者は当該商品につき、全額返金するよう説得された。
- ・ T さんは、ジブラルタルのタイムシェア・リセール会社からの電話を受け、契約した。しかし契約書を見て、キャンセルしようと思い、電話をして、手紙を書いた。彼は 14 日間のクーリングオフ期間があると思っていたが、事業者は拒否した。彼はイギリス ECC にコンタクトし、彼の権利について確認を得た。更に、クレジットカード会社に伝えるのを助けてもらい、最終的に全額返金を受けることに成功した。

4. 相談受付/処理方法

- ・ ECC-Net 及び各 ECC のサイトでダウンロード可能。11 カ国語でフォームが用意されている。
- ・ 消費者は、ダウンロードしたフォームに苦情内容や希望する解決方法を記入し、関連書類と返信用クーポンを同封して ECC に郵送する。一定期間後、相手方事業者からの回答が返送される。
- ・ トラブル内容は選択方式（商品未受領、商品瑕疵など 32 項目）。

各国 ECC (欧州消費者センター) について

*各国 ECC のリスト (pdf)

http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/ecc_network_centers.pdf

オーストリア

The European Consumer Centres in Vienna (ウィーン)

http://www.europakonsument.at/Europakonsument/ek_overview.asp?lang=EN

(ドイツ語・英語)

- ・オーストリア消費者協会と欧州委員会によって設立された。
- ・チロルにもセンターを開設した。

ベルギー

The European Consumer Centres in Brussels, Belgium (ブリュッセル)

http://www.eccbelgie.be/default_EN.asp

(オランダ語・フランス語・英語)

- ・欧州委員会によって設立された。
- ・電子商取引に関するパンフ (フランス語)

http://www.eccbelgium.be/upload/downloads/commerce_electronique_brochure_internet_fr.pdf

- ・全てのサービスが無料。・法的な相談も常時受け付けている。

キプロス

The European Consumer Centres in Cyprus

<http://agrino.org/ecccy/welcome.htm> (ギリシャ語・英語)

- ・産業観光省内に設置されている。
- ・理事、法律顧問、相談員／調査員 3 名で運営している。

チェコ共和国

The European Consumer Centres in Prague (プラハ)

<http://www.mpo.cz/en/consumer-protection/ecc/> (チェコ語・英語)

- ・2005年1月に産業省内に設立され、同年4月から運営。初期の2年間はEUが経費の70%を負担している。
- ・相談は無料で受付。2006年度の相談受付数は329件、成功率は51%。
- ・詐欺的な事業者名、サイトを公開し注意を喚起している。

ECC エストニアからの情報。同国内のDVD、CDを販売する事業者が商品を発送せず、消費者から多くの相談が寄せられている。連絡をしても返答がないのでECC エストニアは警察に通報したとのこと。まだこのサイトが運営されているので注意する

よう呼びかけている。

- ・ 2006年11月にデンマークのコペンハーゲンで開催された欧州電子商取引トラストマーク会議の準備のため、10月に開かれたワークショップでは、消費者の安全性の向上に向けて情報省、産業省、通信販売協会、消費者協会の代表が参加して話し合われた。
- ・ ADR（調停・仲裁）を立ち上げる予定。調停、仲裁で出される決定は両当事者にとって強制力のあるものとする。

デンマーク

The European Consumer Centres in Denmark（コペンハーゲン）

<http://www.forbrugereuropa.dk/english/>（デンマーク語・英語）

- ・ 2003年の新しい消費者政策の下、国立消費者庁が2004年8月に欧州委員会に申請、2005年1月1日に運営が開始された。国立消費者庁はそれまでクリアリングハウスとして運営され、EEJ-Netの会員だった。
- ・ 理事、弁護士2名、相談員、司法訓練生で運営している。
- ・ ネットショッピングアシスタントのキャラクターを設け、そのページにアクセスすると安心して電子商取引をするための情報、また事業者のURL、国名（ECC-Net加入国のみ）、事業者登録番号を入力すると、信頼できる事業者かどうか調べることができる。
- ・ 2005年ECCデンマークに寄せられた電子商取引に関する相談のうち、半数近くがドイツの事業者に関する相談であった。
- ・ 加入国別の契約解除期限日を掲載している。
- ・ 相談受付にあたり、紛争金額制限を設けている（500～10,000クローナ＝約1万1千円～22万円）。
- ・ 昨年の国内電子商取引動向やトラストマークに関する調査結果を発表。

http://www.forbrugereuropa.dk/fileadmin/Filer/Forbrugereuropa_-_pdf/Danish_consumers_in_the_European_e-market.pdf

- ・ 電子商取引法：<http://www.forbrugereuropa.dk/english/consumer-laws/2/>

エストニア

The European Consumer Centre of Estonia（キリク）

<http://www.consumer.ee/?lang=en>（ロシア語、英語）

- ・ 2005年4月26日にエストニア消費者保護委員会 www.tka.riik.ee 内に設置され運営を開始した。消費者保護委員会と欧州委員会が財政的支援をしている。
- ・ 組織内に独立した消費者相談員会を設置し、ADRを行っている。また別に保険仲裁裁判所も紹介している。
- ・ 2006年年次報告書 http://www.consumer.ee/failid/aasta_aruanne_2006.pdf
（越境取引の相談：書面による相談67件、事業者からも含む電話相談95件であった）
- ・ 消費者相談委員会における紛争金額の制限は300EEK（約20ユーロ、約3400円）
- ・ 消費者保護委員会は10年以上、エストニアにおける裁判外紛争解決組織。相談が寄せられてから5営業日以内に決定が出され、1ヶ月以内にきちんと守られなくてはならない。消費者保護法により事業者はADR手続きを拒否することができない。

- ・ 2006 年にバルト海周辺国（フィンランド・エストニア・スウェーデン・ポーランド・デンマーク・ラトビア・リトアニア・ドイツ）における ADR についての第 2 回セミナーを開催した。主に越境取引事例を紹介し、国境を越えた ADR の在り方を議論した。
2006 年度報告書 http://www.kuluttajavirasto.fi/ecc/tiedostot/070328_viro.pdf
2005 年度の報告書 http://www.consumer.ee/failid/promoting_alternative.pdf
- ・ 2006 年 8 月プレスリリースで、消費者に商品を発送しない、契約解除をしても返金しないフランスの事業者について、事業者名、URL を公開。被害に遭った消費者に対し苦情処理のため ECC エストニアにメールを送るよう喚起し、ECC フランスと連携した。

フィンランド

The European Consumer Centre Finland（ヘルシンキ）

The Finnish Consumer Agency

<http://www.kuluttajavirasto.fi/ecc/default.asp?intsiteid=2>

（フィンランド語、英語）

- ・ 消費者庁、欧州委員会から財政支援を受けている。サービスは無料。従業員 3 名。
- ・ フィンランドにおける消費者の苦情相談先は、地方消費者相談員、消費者苦情委員会、消費者オンブスマン、消費者庁、ECC-Net。消費者オンブスマンに苦情を申し立てることができる。
- ・ 詐欺的な事業者名、サイトを公開し注意を喚起している。（ECC チェコと同じ情報）

フランス・ドイツ

The European Consumer Centres (ECC) Germany and France & Euro-Info-Verbraucher e.v.

http://www.euroinfo-kehl.eu/GB/fra1_gb.htm（フランス語、ドイツ語、英語）

ECC ドイツ

<http://www.evz.de/UNIQ118491866803790/doc1A.html>（ドイツ語のみ）

- ・ 両国政府が ADR と消費者保護分野の政策協力に合意し、ドイツのケールにセンターを設立。ECC-Net の中で、唯一、共同で運営している。弁護士などで構成され、職員は皆 3 カ国以上の言語を話し、両国の法律、欧州法についても精通している。
- ・ 1993 年に設立された Euro-Info-Verbraucher e.V. が前身。
- ・ 特に電子商取引に関しては 2003 年 1 月にドイツ政府によって委託、設立された Euro Info-Verbraucher e.V. 内にある eCommerce Contact Point Germany が担っており、ドイツ連邦司法省の財政支援を受けている。

<http://www.ecommerce-verbundungsstelle.de/english-website.htm>

年次報告書：

http://www.ecommerce-verbundungsstelle.de/ecommerce/pdf/Annual_report.pdf

- ・ 創設以来 75,000 件の相談が寄せられた。ECC ドイツでは 500 件の相談。全体の 75 % が解決に至っている。

ギリシャ

<http://www.ecefpolis.gr/indexEN.asp> (ギリシャ語、英語)

- ・ EU、ギリシャ開発省 (the Hellenic Ministry of Development) 消費者事務局から財政支援を受けている。
- ・ The Case of the Month として毎月、相談事例 1 件をウェブサイトに掲載している。

ハンガリー

The European Consumer Centre Hungary (ブタペスト)

http://www.efk.hu/index_en.html (ハンガリー語、英語)

- ・ オンライン上の相談受付フォームはない。メールまたは書簡で相談受付。

アイスランド

The European Consumer Centre Iceland (レイキャヴィーク)

<http://ns.is/ns/neytendasamtokin/thjonusta/evropska%5Fneytendaadstodin/english/>

(アイスランド語、英語)

アイルランド

The European Consumer Centre Ireland (ダブリン)

<http://www.eccdublin.ie/index.html>

- ・ Red Alerts というページを設け、詐欺的な事業者名、URLなどを公開。
- ・ 海外ロトに関する相談がたくさん寄せられている (FAQより)。

イタリア

The European Consumer Centre Italy (ローマ)

<http://www.ecc-net.it/> (イタリア語、フランス語、ドイツ語、英語)

- ・ 本部のローマの他、ボルツァーノに越境取引専門の事務所、アレッサンドリア、ボローニャ、ミラノ、フィレンツェに事務所がある。

ラトビア

The European Consumer Centre of Latvia

<http://www.ecclatvia.lv/> (ラトビア語、英語、ロシア語)

- ・ 消費者向けにリーフレットを作成している。

リトアニア

The European Consumer Centre Lithuania (ヴィルニウス)

<http://www.ecc.lt/>

- ・ 欧州委員会、法務省の消費者権利保護委員会のもと 2005 年に設立された。
- ・ 2006 年に ADR に関するセミナーを開催した。
- ・ 2005 年度の報告書によると、リトアニアに関する苦情はたった 7 件であった。また統計によると国民の 15%しかインターネットを使用していない。

- ・ 国内のインターネット詐欺件数は 20%増加した。
- ・ 2005 年に 7 件の苦情が寄せられ、そのうち 4 件は解決した。

ルクセンブルク

the European Consumer Centre (ECC) EIG in Luxembourg

<http://www.cecluxembourg.lu/> (フランス語、ドイツ語、英語)

http://www.cecluxembourg.lu/site/index.php?c_n=0&SID=a6e751a655a9e6383fbd9215e91fd417 (英語)

- ・ 欧州委員会の要請により 1991 年に設立され、2003 年に経済的利益集団としての法的地位を得た。
- ・ 半分は欧州委員会から、残りの半分はルクセンブルク当局、ULC (Union Luxembourgeoise des Consommateurs)から財政支援を受けている。

マルタ共和国

The European Consumer Centre of Malta

<http://www.mcmp.gov.mt>

- ・ ECC のページはまだない。上記の URL は政府機関のもの。

オランダ

Stichting Consumenten Informatie Punt

<http://www.consumenteninformatiepunt.nl> (オランダ語のみ)

ノルウェー

Forbruker Europa / ECC Norway

<http://www.forbrukereuropa.no> (英語のウェブサイトなし)

ポーランド

The European Consumer Centre Poland

URL: <http://www.konsument.gov.pl/> (ポーランド語、英語、ドイツ語、フランス語)

- ・ 電子商取引に関するページがあり、消費者の権利、詐欺、オークション、エスクローサービス等について情報提供。
- ・ 理事、相談員、弁護士で構成されている。

ポルトガル

Centro Europeu Do Consumidor

<http://www.consumidor.pt/cec>

- ・ 英語のウェブサイトなし。上記 URL は政府機関のもの。

スロバキア

European Consumer Centre of Slovakia

<http://www.economy.gov.sk> (スロバキア語、英語)

- ・ 上記 URL は経済省のサイト。ECC のサイトはまだない。

スロベニア

European Consumer Centre Slovenia

<http://www.epc.si/index.php?lang=eng&PHPSESSID=645e40027ab8b1c09062881551d9cd9d> (スロベニア語、英語)

スペイン

CentroEuropeo Del Consumidor

<http://cec.consumo-inc.es/>

(スペイン語、ポルトガル語、ドイツ語、フランス語、イタリア語、英語)

- ・ ADR についてのセミナーを 2006 年 12 月開催した。今年も 12 月開催予定。
- ・ 2005-06 年の 2 年間で寄せられた問い合わせは 2456 件、苦情は 2799 件であった。

スウェーデン

Konsument Europa

<http://www.konsumenteuropa.se/> (スウェーデン語、英語)

- ・ 北欧諸国内における電子商取引の促進

“The Strategy to Promote Electronic Commerce within the Nordic Countries”

http://www.konsumenteuropa.se/Documents/Engelska/EEC_e-commerce_report.pdf

英国

UK European Consumer Centre

URL: <http://www.ukecc.net/>

- ・ 2007 年 3 月 31 日に英国 ECC は一度閉鎖されたが、8 月より、取引規格協会を母体として新たな ECC の運営が開始された。
- ・ 政府と欧州委員会からの財政的支援を受けている。
- ・ 電話、FAX, メールでの相談可能。
- ・ インターネット・オークションについてのページでは、エスクローサービス事業者の中に成りすまし事業者が存在するので注意するように喚起している。また詐欺のページでは、詐欺の手口、例、詐欺に遭わないようにするために何をすべきか、を紹介している。消費者へ注意として、宝くじの詐欺が多く報告されていることを具体的な事例を挙げて掲載している。(カナダとスペインの犯罪組織が米国や英国をターゲットにしているらしい。)このような迷惑メールを受信したときは、英国の公正取引委員会、カナダ当局へ連絡するよう呼びかけている。
- ・ ADR に関しては国内の該当する機関と協力していく方針。

ECC-Net におけるオンライン取引に関する苦情について

“The European Online Marketplace: Consumer Complaints 2005” より

http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/eur_online_marketplace_2005.pdf

1. はじめに

- ・ 本レポートは、E コマースに焦点を当てた3回目の年次報告。アイルランド、スウェーデン、デンマーク、ポーランドの ECC の協力により実施された。
- ・ E コマースに関し、2005年1月～12月に3,780件の相談が寄せられた（04年は2,544件）。そのうち苦情・紛争に関するものは1,834件（04年は831件）であった。
- ・ 詐欺の問題は大きな懸念材料である。国境を越える執行メカニズムの重要性と必要性が認識された。

2. ECC-NET の E コマース関連事業

- ・ E コマースは大変便利な手段、しかし消費者はまだ保守的。Internal Market の実現のためには、越境取引に対する信頼感を作ることが重要。残念ながら、域内の越境Eコマースにはまだ問題がいろいろあり、苦情も多い。期待されたようには機能していない。
- ・ ECC は、そういったケースに適切に対応しようとしている。消費者にアドバイスを与え、事業者へのコンタクトを支援する。それでもダメな場合はADR機関に回す。
- ・ 越境取引を行うEコマース人口が増えるに従い、Eコマースの苦情ケースは年々増えている。従って年次報告は今後も継続していく。

3. スコープ

2005年中のEコマースに関するケースを分析した。対象は、国境を越える物品販売のみ。宿泊や旅行などのサービスは、数が多いが、この中には含まれない。

4. 各国別の状況

- ・ 22か国の ECC が参加。全体の傾向は似通っている。

	E コマース事例合計 (Total number of e-commerce related cases)	苦情、紛争 (Complaints and Disputes)	情報提供の要求 (Requests for Information)
オーストラリア Austria	1242	56	1186
ベルギー Belgium	209	158	51
チェコ共和国	26	24	2

Czech Republic			
デンマーク Denmark	76	76	0
エストニア Estonia	6	6	0
フィンランド Finland	131	119	12
フランス France	187	187	0
ドイツ Germany	392	392	0
ギリシャ Greece	42	31	11
アイスランド Iceland	0	0	0
アイルランド共和国 Ireland	222	191	31
イタリア Italy	260	75	185
ラトヴィア Latvia	3	3	0
リトアニア Lithuania	12	7	5
ルクセンブルグ Luxembourg	150	125	25
オランダ Netherlands	86	86	0
ノルウェー Norway	49	40	9
ポーランド Poland	68	26	42
ポルトガル Portugal	101	92	9
スペイン Spain	138	72	66
スウェーデン Sweden	595	338	257
英国 United Kingdom	246	191	55

5. 全体の統計

- 3,780 件のうち、約半分 (1,946 件) が「情報提供を求めるもの」。内容は、単に「リーフレットをくれ」というものから、特定の事業者との取引に関する、複雑な法的問題を含む問い合わせまで、様々。
- 1,834 件は「苦情・紛争」。うち 92%は EU 域内の事業者との取引 (3%は不明)。EU 以外との取引は 5%だけ。
- 事業者の所在国別では、ドイツ (33%)、英国 (15%)、次いでフランス。フランスの事業者に関する相談は 3 倍に増えた。その 3 か国が、EU の中で E コマース市場が大きい。その後は、オランダ、ベルギー。(日本の事業者に関する相談も 1 件。)
- カナダ (1 件) 米国 (5 件) の消費者からの相談を除く 97%が、加盟国内の消費者から。スウェーデン (331 件)、フランス (200 件)、アイルランド (185 件)、フィンランド (128 件) の順で多かった。
- トラブルの種類別では、商品の発送に関するものが圧倒的に多く (46%)、次に製品 (25%)、価格・支払い (8%)、規約 (8%)、救済措置 (5%)、その他 (8%)。
- 3 年連続で「商品未受領」のトラブルが最も多い。その半数以上は、前払いをして商品が届かなかったというケース。2005 年には苦情の 38% (695 件) が「商品未受領」トラブル。
- 事業者が商品を送らない理由は様々。ひとつは (単なる) 詐欺行為。しかし、苦情の半分以上は、注文処理手続が不十分なこと、事務管理がお粗末なこと、広告品の品切れといったもの。入金しても商品が届かないということは消費者の最大の悪夢/恐怖であり、二度とオンラインショッピングをしなくなる原因にもなる。「商品未受領」トラブルは、最も基本的な消費者権利の (悪質な) 侵害である為、この手のトラブルに関わった人のほうが他のトラブルにあった人よりも ECC に熱心に報告すると考えられる。越境電子商取引市場が引き続き発展していくために、全ての利害関係者は「商品未受領」のトラブルを未然に防ぐ何らかの手立てを検討するべきである。

6. スペシャル・トピックス

- 昨年のレポートで問題になっていたのは、詐欺、カスタマーサービス、大西洋をまたぐ電子商取引であった。様々なタイプの詐欺ケースが見受けられ増加していることは懸念材料である。
- 04 年のレポートで大西洋をまたぐ電子商取引のケースについて問題にしたところ、米国 FTC から、この分野で考えられる協力方法につき非公式な議論を始めることを打診された。問題解決への第一歩と認識。
- 電子商取引に関する詐欺的ケースは改善していない。正規事業者になりすました悪徳事業者、偽エスクロー事業者、オークション直接取引、ロト、簡単に資産が増やせるといったメール等。この偽エスクロー事業者は近年増加しており、特に広告などを通して詐欺をしている傾向がある。B2C、C2C における広告サイトによる詐欺は急速に増加している。また中古車販売に関する広告サイトで詐欺に遭ったという相談が多く寄せられた。インターネットオークションに関する相談も増加している。多くの場合、詐欺のケース

でありまた C2C 間の取引は消費者保護法に該当しないため、消費者に対し有効な手助けをすることが困難であった。

- 詐欺に遭わないための助言も紹介している。
- 法律を遵守しない事業者に対し、消費者センターのアプローチの限界、自主的な紛争解決手段である ADR の限界も認識。国境を越える訴訟が現実的でない以上、国境を越える執行が容易にできなければ、消費者信頼は土台を失う。03 年に採択され、06 年に施行された CPC 規則¹ 執行当局が他国のカウンターパートと協力して悪徳事業者に対しアクションを起こせるよう権限を与えるものに期待。

7. まとめ












- 電子商取引において、欧州の消費者が未だ多くの問題を抱えていることを再確認した。
- スペシャル・トピックスにも記載したように、詐欺の手口が巧妙化してきており前払いで商品を発送しないトラブルは憂慮すべき傾向である。
- 欧州の電子商取引事業者の慣行が突然悪化した訳ではなく、被害の増加は越境取引が増加したことに起因していると考えられる。しかし、事業者の売上げが増加している中、消費者はまだ同じような被害に遭っている。もし事業者の商慣行が売り上げと同じように改善していれば、国境を越えた B2C ・ E コマースの取引は更に増加し、関係各方面・各当事者に有益なものとなるだろう。
- ECC-Net はこれからもオンラインショッピング消費者の権利に関する情報を提供し、何か問題があった時にアシストする。もし ECC オフィスが事業者との紛争を友好的に解決できない場合、紛争解決の為、(可能な時には) 消費者が連絡できる関連 ADR 機関のリンクを提供する。しかし、実際の消費者の権利を理論と一致させるためには、効率的な ADR 機関が設けられ、CPC 規則が期待通り有用であり、消費者の国境を越える訴訟が現実的で容易にできることが必要である。







¹ 消費者保護協力規則 (The Regulation on Consumer Protection Cooperation)





各国トラストマーク調査結果

欧州トラストマーク機関

出典: www.ksgaif.com/management/PUBLICATIONS/2008_TRUST.pdf
 Euro-Labelにはオーストリア、フランス、ドイツ、イタリア、マルタ、ポーランド、ハンガリー、エストニア、スロバキア、スロベニアにはトラストマーク機関が今のところ存在しない。
 Euro-Labelのサイト: <http://www.euro-label.com/euro-label/ControleurService>
 Euro-Labelの行動規範であるThe European Code of Conductは欧州法や他の電子商取引や個人情報に関するEU指令に基づき作成された。
 フルガリア、キプロス、エストニア、フィンランド、アイスランド、オセアニア、リトアニア、ルーマニア、スウェーデン、スロバキア、スロベニアにはトラストマーク機関が今のところ存在しない。

国	ロゴ	トラストマーク名	URL	運営機関名	運営機関概要	認証事業者数	認証基準	トラストマーク名	運営機関名	ライセンスフィー (単位:ユーロ)	再審査	連絡時の対応	ADRについて	他のトラストマーク機関との連携や紛争解決手続について	European Consumer Centre (ECC)や消費者機関との連携や協力
オーストリア		Euro-Label Güteschichten (The European E-Commerce Trust Mark)	www.gueteschriften.at/index.a.html	Austrian Institute for Applied Telecommunications (OIAI)	Euro-Labelに参加、非営利団体。トラストマーク機関のなごの事業者も加入可能。	240	有り、法的必要事項、消費者の利益、Euro-Label System of European Code of conductが基となっている。	Euro-Label Güteschichten (The European E-Commerce Trust Mark)	Austrian Institute for Applied Telecommunications (OIAI)	初年度、中小企業800-1大企業は審査による。翌年からの企業で400	毎年	認証取り消し	ADRはオンラインで苦情受付 (www.onbudsman.at)	他のトラストマーク機関との連携や紛争解決手続について	有り。消費者団体が行動規範を作成、章を推進している。
ベルギー		BeCommerce Label	www.be-commerce.be	BeCommerce	2006年、通信販売協会による運営開始	450企業	有 (Code of the BeCommerce label, Belgian legislation & the code of ethics of the ABMD)	BeCommerce Label	BeCommerce	500	罰金と認証取り消し	オンラインで苦情受付	ドイツのEuro-LabelとオランダのThuiswinkel Waarnorgにリンクを貼っている。	ドイツのEuro-LabelとオランダのThuiswinkel Waarnorgにリンクを貼っている。	
チェコ共和国		Certified shops	www.asek.cz/angl-gli-info	Association for Electronic Commerce Czech Republic	非政府機関、80の企業からなるAssociation for Electronic Commerce Czech Republic (APEK)が運営。1998年設立	35		Certified shops	Association for Electronic Commerce Czech Republic	毎年			国内にADR機関が無いが、政府がECCなどの機関と共に検討している。		
		SOAP	www.consumers.cz	Defence Association of the Czech Republic	2006年設立の消費者団体、欧州消費者機関(BEUC)、大西洋消費者ダイアログ(TACD)、欧州消費者相談グループのメンバー	25-50	有	SOAP	Consumers Association of the Czech Republic	70-285、年会費35	毎年	認証取り消し	情報提供、消費者は国内の取引消費者機関にコンタクトすることができ		
デンマーク		e-market	www.e-market.dk/sw1522.asp	e-handelsfondsen	電子商取引財団が運営。科学技術革新省、経済、商工会議所、消費者、IT団体などによって設立された。	371事業者、158(2006年現在)	有	e-market	e-handelsfondsen	申請費:280-1,000、年会費:450-1,750	毎年、抜き打ち審査	認証取り消し	有、消費者苦情処理審議会による		
フランス		Labelite	www.labelite.orz/	Labelite	Euro-Labelに参加、商業流通連盟、通信販売企業連盟により設立。	30	Euro-Label System of the European Code of conduct	Labelite	Labelite				Euro-LabelのADR		
		Fia-net	www.fia-net.com/annuaire/index.php	Fia-net		1000以上		Fia-net					オンラインで苦情受付		
		Trusted Shops	www.trustedshops.de	Trusted Shops	1999年設立の民間機関、欧州委員会とドイツ国民連立連盟組織であるInitiative D21から支援を受ける。大手保険会社とも連携。	2000	有	Trusted Shops	Trusted Shops	59-99	毎年、消費者保護機関の協力での苦情を委託し即時対応することもある。	罰金・認証取り消し	組織内に関係者手続各有		
ドイツ		Internet Privacy Standards	www.datenschutz-nord.de	datenschutz nord GmbH	公共、経済団体、国外事業者の加入も受け付けている。	80	Requirements	Internet Privacy Standards	datenschutz nord GmbH		毎年	認証取り消し			
		Safer Shopping	www.safer-shopping.de	TUV				Safer Shopping	TUV	3,000-30,000					
		EHI Euro-Label & EHI bvH Label	www.versandhandel.org/index.php?l=108	Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.	Euro-Labelに参加、経済団体であるEHIにより1998年から運営開始。ドイツ国民連立連盟組織であるInitiative D21が推進。	213	Euro-Label System of the European Code of conduct	EHI Euro-Label & EHI bvH Label	Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.	62.50/月、750/年		認証取り消し	Euro-LabelのADR		
ハンガリー		IVSZ recommendation	english.ivsz.hu/en-gine.aspx?base=39	Hungarian Association of IT Companies (IVSZ)	IT企業団体のプロフェクトの一環として2001年より実施	24	有	eO recommendation	Hungarian Association of IT Companies (IVSZ)						
		EIOA W-Mark	www.eioa.com	Excellence Ireland Quality Association	民間品質協会、2004年からW-Markの運営開始。	約50企業の他、英国、米国、オーストラリアに委員あり	Best practice standards と CSRS)に関連し認証基準を製作	EIOA W-Mark	Excellence Ireland Quality Association	3,000	半年ごと	認証取り消し	各国業界専門家からなる独立認証委員会が苦情受付、委員会は最終決定権を持つ	会員が多国に跨ることで種々の国に跨る。他、各国に存在する様々な国を網羅している。トラストマーク連携参加に積極的。	ASQ, EIOA, CSRSの他、欧州品質協会と連携、ECCの代表との連携協力経験あり。
アイスランド		Segala Trustmark	www.segala.com	Segala	2002年設立の民間組織、2005年からTM運営開始。	約30	Segala-Certified	Segala Trustmark	Segala	様々	毎年更新	認証取り消し			外国企業参加可能。

国名	トラストマーク	トラストマーク名	URL	運営機関名	運営機関概要	認証事業者数またはサイト数	独自の基準を有しているか	トラストマーク名	運営機関名	ライセンスフィー(単位:)	再審査	違約時の対応	ADRについて	他のトラストマーク機関との連携や異議申立てについて	法執行機関との連携や協力
カナダ		Guardian eCommerce Privacy Seal Program	www.guardiancommerce.net/umrce.net/	Guardian eCommerce Privacy Seal Program	民間団体		code of ethics and site requirements.	Guardian eCommerce Privacy Seal Program	Guardian eCommerce Privacy Seal Program						
オーストラリア		paymate trustmark	www.paymate.com.au/	paymate trustmark	2000年設立の民間オンライン支払いサービス企業。国内だけでなくニュージーランドや37カ国の顧客が利用。		TrustMark Terms & Conditions	paymate trustmark	paymate trustmark				ADRは無いが、組織内で苦情処理は実施している。組織内で解決できない場合は、オンラインに苦情を申し立てる。		
南アフリカ		thawte	www.thawte.com/home.html	thawte	1996年設立のVeriSignの関連会社	150	Code of Best Practice	thawte	thawte	\$149-\$899	毎年		SOSA-ODR	ATAのメンバー	
台湾		SOSA 優良電子商店	www.sosa.org.tw/index.asp	Secure Shopping Online Association (SOSA)	政府が支援する業界団体。	63	eTrust Certification Program	e-Trust	Secure Shopping Online Association (SOSA)	初期申請費1000元、年間使用費500-10000元	毎年	認証取り消し	2000年より電子商取引調停委員会(ECMG)が実施している	ATAのメンバー	
韓国		e-Trust	www.kiec.or.kr/en/elli/index.asp	Korean Institute for Electronic Commerce(KIEC)	1999年設立。韓国における電子取引について政策立案、促進を行っている。e-Trust マークを運営。	1050	TrustSe Core Principles developed by National Trust Council.	e-Trust	Korean Institute for Electronic Commerce(KIEC)	大企業:1,000米ドル、中小企業:300	毎年	認証取り消し	2000年より電子商取引調停委員会(ECMG)が実施している	ATAのメンバー	
シンガポール		TrustSe	www.trustse.com.sg/A3/index.html	National Trust Council (NTC), Infocomm Development Authority of Singapore (IDA).	シンガポール情報通信開発庁主導により設けられた非営利組織。National Trust Councilの付与は、ASEANの付与は、CASEと連携。			TrustSe	National Trust Council (NTC), Infocomm Development Authority of Singapore (IDA).	申請費50-100シンガポールドル(SGD)、大企業:100-3100SGD、中小企業:B2C:1600SGD	毎年	認証取り消し	Consumer Net Singapore(CNSG)とCASEと共同でTM取得とシネスのADRを行う		

国名	トラストマーク	トラストマーク名	URL	運営機関名	運営機関概要	認証事業者数またはサイト数	独自の基準を有しているか	トラストマーク名	運営機関名	ライセンスフィー (単位)	再審査	運約時の対応	ADRについて	他のトラストマーク機関との連携や異動取引案件について	法執行機関との連携や協力
		ConsumerTrust	www.case.org.sg/index.html	Consumer Association for Singapore (CASE)	1971年に創立された非政府、非営利団体。一般、学生、家族、企業からの会員を支援する。政府からの補助金を受ける。	500会員、1200サイト	Aligns to the TrustSg core principles. Case Trust Criteria for webfront businesses.	ConsumerTrust	Consumer Association for Singapore (CASE)	申請費50SGドル、審査費1100-2000SGドル、年間費000-2000SGドル	4年間の会員制、3年後に中間審査、審査をよめたMystery shoppingを随時実施。	警告、使用停止、認証取り消し	組織内に調停センターあり。(有料)	ATAのメンバー	
タイ		Verified	www.dedk.or.th/enk/e-commerce/trustmark.html	Department of Business Development, Ministry of Commerce	2002年、中央銀行再編で商務省内に設立。	12	Articles of Department of Business Development on the Use of Certified Symbol as a Credit for E-Commerce Operation	Verified	Department of Business Development, Ministry of Commerce	無料	毎年	認証取り消し	組織内で実施	2008年ATA加入予定。英語版相談受付フォームを作成中	
メキシコ		Mexican Internet Association (AMIPCI)	www.amipci.org.mx/index.php	Mexican Internet Association (AMIPCI)	経済連邦消費者者と連携	150 会員		Mexican Internet Association (AMIPCI)	Mexican Internet Association (AMIPCI)					ATAのメンバー	
日本		TradeSafe	www.tradesafe.co.jp/english/index.html	TradeSafe Inc.	2006年設立の国内初のEC市場におけるTRUST & SAFETYのソリューションを提供するリーディングベンチャー。2008年運営開始予定。			TradeSafe	TradeSafe Inc.	初期申請料：20250円	日々行う	ECネットワークが担当	ATAのメンバー		

有限責任中間法人 ECネットワーク御中

ODRに関する米国の実態調査報告書

2008年2月29日
万代栄一郎

1. 調査の目的

我が国の電子商取引に関わるADR制度整備の参考とするため、米国ODRの実態（特にB2C電子商取引における利用実態）を調査する。

2. 訪問先

(1) 弁護士、メディエーター等

1) イーサン・カツ (Ethan Katsh) 教授¹

(University of Massachusetts Amherst)

※ ダウオエン・チョイ (Daewon Choi) 氏²

(United Nations, Chief, ICT Policy Section)

2) マサチューセッツ弁護士協会 (MBA)³

ADR 委員会会合

3) 荻野まどか氏 (Director, Mediator Ethics Program, IBO)⁴

4) オファー・シャロン (Offer Sharone) 弁護士 (パークレイ大学教授)⁵

(2) ODR企業

1) eBay本社

2) コーリン・ルール (Colin Rule) 氏 (eBay)⁶

(3) メディエーター研修会グループ⁷

¹ イーサン・カツ教授は、1995年よりいち早くデジタル時代の電子メディアに関する法律およびODRに着目した一人であり、その後のODR分野の指標となっている”Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace“(2001)などの著書がある。1999年よりeBayのODRに関するパイロットプロジェクトに参加し、現在のeBayのODRの仕組み作りに貢献した一人。2002年から2007年にかけて国連の主催で開催された国際ODRフォーラムの座長を務め、国際的なODRの第一人者である。

² 国連で、ODRを推進するキーパーソンであり前述の国際ODRを運営する責任者。

³ カツ教授の所属する弁護士協会。ADRの推進に積極的。

⁴ オレンジカウンティ在住の認定メディエーター。ODRJapanの立ち上げを推進中。

⁵ パークリー大学教授。ODRに関心を持つ。

⁶ eBayとPaypalのODR担当取締役。10年以上、ODR分野で活動しており、アメリカ法曹協会(ABA)のODR委員会の議長を務める。最初のODR事業者であるOnline Resolutionの創設者であり、数々のODR企業の経営にも関わっている。マサチューセッツ大学およびスタンフォード大学で教鞭をとり、2002年に出版された”Online Dispute Resolution for Business”の著書がある。

1) Colin Rule氏、Jim Melamed氏、Ian Daniels氏、R. D. Benjamin氏ほか2名。

(4) ベンチャー支援コンサルタント

1) ブルーシフト・グローバル・パートナーズ（渡辺千賀CEO）⁸

3. Executive Summary

インターネットの普及により、ほとんどの弁護士やメディエーターは、業務にインターネットを利用している。クライアントとのコミュニケーション、データ収集、判例検索などはごく日常的な手法となっている。

アメリカ仲裁協会 (AAA) のWebサイトでは、“Administration of a case begins when a case is filed with the AAA. Parties involved in certain types of disputes may file their cases via the Internet through the AAA’s proprietary, easy-to-use online system known as AAASWebFileSM.”⁹と案内されており、申し立てはインターネットを経由して行える。その後のコミュニケーションもインターネットを駆使して行われるが、カツ教授曰く「AAAに” ODRを行う団体か?”と聞いてみたところ、” No” というだろう。しかし実際は使われている。意識しなくてもDR on Onlineは行われていくだろう。」

ADRとODRという2つは、別のことではない。ODRでは、オンラインで生じた紛争だけを扱うものであるという捉え方もできるが、ODRの“O”はOnlineテクノロジーであり、ADRの手続きにおいても意識しないで使用されていくことになるだろう。両者は、オンラインをベースにしたこれまでとは違うスピードアップした裁判外紛争解決手段として、同時に推進されるものと考えべきである。

4. 用語・呼称について

(1) ADR

普及のために呼称は一定の重要性を持つ。カツ教授は、「米国では、Alternative (代替的) という言葉で、『裁判とは違う価値のあるもの』ということが理解される」という。

これに対して、日本での“ADR”という（英語のままの）命名は、「既存の裁判制度に比べて簡単に（迅速・安価・関係の維持）紛争解決に利

⁷ <http://instantassist.com/> 前述のルール氏が参画、支援するオンライン調停人のグループ。今回の調査訪問時に、サンフランシスコで調停人育成の会合を開催中であった。

⁸ シリコンバレーのコンサルティング会社 **Blueshift Global Partners** のファウンダー・社長。技術関連事業での日米企業間アライアンスと先端技術に関する戦略立案を行う。NPOの **Japanese Technology Professionals Association** のファウンディングメンバー・代表として、シリコンバレーの日本人プロフェッショナルの支援も行う。

⁹ http://www.adr.org/about_aaa より引用。

用できる」という特徴を強調し利用を促進するためには、効果的な用語ではないといえる¹⁰。

(2) ODR

- 1) Dispute Resolution on Online(DR on Online)
=紛争の解決にオンラインを活用する。主にB2B。
- 2) Dispute occurred on Online, resolving Online(ODR on Online)
=ネットワーク上で生じた紛争をオンラインで解決する。
主にB2C。

5. コスト

(1) ADRにおける弁護士報酬

マサチューセッツ弁護士協会¹¹（マサチューセッツ・バー・アソシエーション ADR 委員会）では、ADR費用については、成功報酬のパターンはほとんどないとのことである。これは中立的な立場を維持するため¹²。

(2) メディエーション費用

メディエーターの経験によって変化する事が多い。弁護士がメディエーターの場合、知名度・信頼度も高いので、弁護士費用と同等である。¹³

カリフォルニアの場合、法的バックグラウンドがないメディエーターでも、セントラル・コートของメディエーター・パネルに入ると、\$ 150以上/時間をチャージする。またスペイン語を話す必要がある場合はそれ以上となる。

弁護士がメディエーターになることは、従来のメディエーションの方針からは外れているが、紛争当事者たちが弁護士という一目おくため、ニーズは高い。いっぽう弁護士は、仲裁人（アービトラーター）としての立場の方が高い費用をとれる。

(3) ODR費用

後述（8. eBayの取り組み 参照）

6. ベンチャーとしてのODR

ODRに関係するベンチャー企業では、PayPalの一人勝ちといってよい。今やPaypalはeBayだけでなく、様々な支払いに利用されており、ブルーシフト社が企画する日本からの視察ツアーの支払いにも利用されている。

¹⁰ 国連のダウオン・チョイ氏によると韓国では、ADRを韓国語に翻訳して浸透させることに成功している。

¹¹ <http://www.massbar.org/>

¹² 国連では、定額で行っているとのこと。後日 Daewon 氏から情報入手予定。

¹³ 例えばカッツ教授の場合、法的バックグラウンドがあるため \$ 300~400/時間。

Square Trade社はかつてeBayへの身売りを持ちかけたようであるが、成立しなかった。本来、場を提供するだけで、倉庫も持たず、金銭も預からないeBay自身が、強制力を持つ紛争解決を提供することは理にかなわないからである。この点、Paypalは金銭を一時的に預かるため、強制力を持つ解決案を提示することができるという。

この他、eBayを含む、いろいろなマーケットプレイスでの評価を相互に閲覧反映できるようにすることを考えているベンチャーがあるという話も聞く。¹⁴

7. 様々なテクノロジーとその受容

(1) E-Discovery(電子証拠開示手続き)¹⁵は、特許紛争では必須の技術になりつつあり、その分野で、特化した検索技術が求められている。

(2) マサチューセッツ弁護士会の会合では、ODRに対して積極的ではないと感じられた。一方、カッツ教授のようにODR推進派の草分けも同地で活動する。既に過去にも是非が議論されていたようであり、慎重派と推進派で意見が分かれている。

ただしテレビ会議については、品質さえよく大画面を設置できるならば使えるであろうとの見解で、設備設置の費用負担を誰がするかという経済的な問題だけであった。

電話会議は既に一般的なものとして取り入れられており、今回の会合でも実用されていた。

(3) カリフォルニアバークレー大学のオファー弁護士&教授によれば、ODRは近い将来重要なものになると感じているという。特に国境を越える訴訟についてはそのようになるであろうし、同氏自身が関わった日本とイスラエルの国際間紛争では、ODR及びテレビ会議システムによるミーティングは、距離・時間のコスト節約のみならず、重要人物の移動に伴うリスク低減という点からも、有効な役割を果たすと考えられる、ということである。

またADRが米国で活発になっているのは、弁護士の数が非常に多いということが背景にある。大口の安定したクライアントを持たない弁護士も数多くおり、成功報酬一発巨額型の訴訟を仕掛ける場合と比べて、実入りは少ないものの案件数が多いADRはそれなりにモチベーションとなるからだろうという。

(2) eBayは簡易テレビ会議のSkype社を所有しており、ルール氏は嘗て、eBayのメディエーション・チームに対し、サービス向上のツールとして利用を勧めたことがある。しかしメデエーターからは、「リアルタイムで回答をしないからこそ多くのケースをこなせるのであって、顔を見せるのでは時間効率が悪い」との理由で却下されたとのこと。

売り手にとっては、より多くの買い手を相手にする必要がある、一方買い

¹⁴ ブルーシフトグローバルパートナーズ <http://www.blueshiftglobal.com/> 渡辺 CEO 情報。機密事項のため名称得られず。

¹⁵ <http://www.encase.jp/glossary/eDiscovery.html>

手も、面と向かって文句を言いたい訳ではなく単に問題を早く解決したいだけであるので、双方ともにWebで使用できる文字ベースのコミュニケーションが理にかなっていることが大きな理由である。

8. 事例 (eBayの取り組み)

(1) 紛争の未然防止

eBayの本業は、あくまでマーケットプレイスの提供であり、紛争解決そのものをビジネスにはしていない。フィードバック¹⁶と呼ばれる購入者、販売者双方への評価制度により、事前取引への参加者が相手の評判を知ることによってトラブル発展への可能性を低減した上で¹⁷、“Dispute Console” (図1) と呼ばれる、紛争解決を標準化した機能が無償で提供している。

Dispute Console 08/02/25 21:47

Buy Sell My eBay Community Help

Hi, emandai! (Sign out) Site Map

All Categories Search Advanced Search

Categories Motors Express Stores eBay Security & Resolution Center

Back to My eBay Home > My eBay > Dispute Console > Unpaid Items

Dispute Console Overview - Communicate with your trading partner

Help pages

- [Unpaid item process](#)
- [Item not received or not as described process](#)
- [How to report and track a dispute](#)

Hello, **emandai** (0)

eBay's dispute console is an online communication tool that can help you track, discuss, and resolve a dispute as quickly as possible.

As a buyer you can:

- Report a problem with an item (that was not received or that was significantly not as described) to eBay and your seller.
- Communicate with your seller to find a solution.
[Learn more about this process.](#)

Report a problem with an item

As a seller you can:

- Report that you have not received payment for an item to eBay and your buyer.
- Communicate with your buyer to find a solution.
[Learn more about this process.](#)

Report an unpaid item

Items not received or not as described (0) Unpaid items (0)

Period: Last 90 Days

There are no disputes to display in this view for the selected time period. Disputes may display in this view for 90 days.

[Back to top](#)

[About eBay](#) | [Announcements](#) | [Security Center](#) | [eBay Toolbar](#) | [Policies](#) | [Government Relations](#) | [Site Map](#) | [Help](#)

Copyright © 1995-2008 eBay Inc. All Rights Reserved. Designated trademarks and brands are the property of their respective owners. Use of this Web site constitutes acceptance of the eBay [User Agreement](#) and [Privacy Policy](#).

[eBay official time](#)

(図1)

¹⁶ <http://pages.ebay.com/help/feedback/find-feedback.html>

¹⁷ <http://pages.ebay.com/help/feedback/feedback-scores.html>

また、PayPalと提携し、無償の紛争解決サービス「Paypal問題解決センター」(図2)を提供している。



取引に対する争議の申し立て方法

問題解決センターで争議を申し立てる

PayPalを利用する特典の1つは、争議解決ツールを活用して取引に関する問題を解決できることです。

取引に関する問題は決して気持ちのよいものではありません。それでも問題が起こった場合は、問題解決センターができるだけ早急に問題の追跡と管理を行い、事態の解決に努めます。手順を追ったチュートリアルで、PayPalの問題解決センターに争議を申し立てる方法をご覧ください。



概要

1. 問題を特定
2. 争議を申し立てる
3. 買い手と売り手が問題解決のために交渉
4. 争議が解決される。またはPayPalクレームにエスカレート
5. PayPalが調査してクレームを解決

問題解決センターで未承認取引のクレームを提出する

アカウントに承認していない取引がある場合は、未承認取引のクレームを提出していただくと、PayPalが調査いたします。以下を参照して、PayPalの問題解決センターにおいて未承認取引のクレームを提出する方法をご覧ください。手順を追ったチュートリアルで、PayPalの問題解決センターに未承認取引のクレームを提出する方法をご覧ください。



概要

1. 未承認取引を特定
2. クレームの詳細を入力
3. PayPalの初期調査
4. 売り手が回答
5. PayPalが調査してクレームを解決

クレームを提出するには、[問題解決センター](#)にアクセスしてください。



(図2)

(2) 紛争のパターン化

eBayが提供するDispute Consoleでは、紛争を

- 1) 「代金が支払われない」(売り手からの申し立て) と
- 2) 「商品が届かない」または「商品が説明と違う」(買い手からの申し立て)

の2つにパターン化（図3および図4）する。

Item Not Received or Significantly Not as Described Process

If you have paid for an item, but didn't receive it, or if you paid for and received an item, but it was significantly different from the item description, you should communicate directly with your seller to find a solution. Most problems can be solved by direct communication between buyers and sellers (see [tips for communicating with your trading partner](#)). Our [User Agreement](#) states that sellers must deliver the items that buyers purchase from them.






If you have tried to contact the seller by email but haven't received a response, [you can also request the seller's contact information](#) and call.

How to communicate with the seller

To help you to communicate with the seller, we have developed the [dispute console](#). This online communication tool helps you track, discuss, and resolve a problem as quickly as possible. All information posted in this tool is accessible anytime by you, the seller and eBay Customer Support. [Learn more about reporting and tracking disputes.](#)

If the dispute can't be resolved, you can report the seller to our Trust and Safety team. Our Trust and Safety team may take appropriate actions if they find the seller has violated our [Seller Non-Performance policy](#).

How to report and resolve a problem

Step 1	Step 2	Step 3	Step 4	Step 5
				
The buyer opens a dispute (between 10 and 60 days after the purchase date)	eBay contacts the seller (immediately after you've reported a dispute)	The seller responds (any time within the next 10 days)	The buyer and seller communicate	The dispute is closed (either escalated to Trust and Safety or closed by mutual agreement)

Step 1: The buyer opens a dispute



To report a problem with an item that was not received or significantly not as described, go to eBay's [dispute console](#). The problem needs to be reported between 10 and 60 days after the purchase date.

When you report an item, you indicate whether you haven't received the item or whether you have received it, but it was significantly different from the item description.

- [Report a problem with an item](#)
- [View your open disputes in the dispute console overview](#)

Note: Your eligibility for reimbursement through our buyer protection programs is determined by the payment method that you've used and the eBay country site where you have purchased the item.

If you've paid with PayPal, you are fully covered by [PayPal Buyer Protection](#) and will be redirected to the PayPal Web site to report your problem.

You can only report a problem on the specific eBay country site where you've purchased the item. [Learn more about buyer protection on eBay.](#)

If you bought the item as a [guest](#), you will need to register to open a [dispute](#).

Step 2: eBay contacts the seller



After you've reported your problem on the dispute console, we contact the seller, informing them that you've reported a problem with an item and encourage them to communicate with you within the next 10 days.

Most of the time, this direct communication resolves the dispute before you have to take further steps.

Step 3: The seller responds



If the seller responds, you'll be notified by email. The seller has the following response options:

- I'd like to communicate with the buyer to resolve this dispute. The seller can then post a message for you to review.

For a dispute with an item not received, the seller can also respond:

- I haven't received payment or the payment has not yet cleared.
- I already shipped the item. If the item has already been shipped, the seller may provide shipping details for you to review.
- I'd like to offer the buyer a full refund. The seller can offer to return your payment.

For a dispute with an item significantly not as described, the seller can also respond:

- I'd like to offer the buyer a full refund. The seller can offer to return your payment.

Step 4: The buyer and seller communicate



After the seller has responded, you can communicate with him or her directly through the dispute console to resolve the problem.

All information posted in this tool will be accessible anytime by you, the seller, and eBay Customer Support.

Step 5: The dispute is closed



You have two options to close the dispute:

- My concerns have been resolved – I want to close the dispute.

Choose this option if your issues have been completely resolved. For example, make sure that you have received the item and it is exactly as described, or that you have received a refund. A closed dispute can't be re-opened and you can't file another dispute for this purchase.

- My concerns haven't been resolved – I want to report this seller to the eBay Trust and Safety team.

When you select this option, our Trust and Safety team is immediately alerted about the problem and may take appropriate actions if they find the seller has violated our [Seller Non-Performance policy](#). Actions may include restrictions or suspension of the seller's account.

Timeline: The buyer can close the dispute at any time if the issue is resolved. The buyer can report the seller if the seller does not respond within 10 days, or anytime after the seller responds.

A dispute can only be open for 90 days after the purchase date. If you don't close the dispute within 90 days, it will be automatically closed. When a dispute is automatically closed, the seller is not reported to eBay's Trust and Safety team.

Leaving Feedback

After you file a dispute, we encourage you to leave Feedback for the transaction. Please be honest, fair, and factual. This will help make other members aware of your experience and help keep eBay a safe place to buy and sell.

The Feedback Score of buyers and sellers who were involved in a dispute reported through our dispute console is not automatically affected.

Related Help topics

- [Contacting eBay Members](#)
- [Reporting and Tracking Disputes](#)
- [Seller Non-Performance Policy](#)

Contact Customer Support

- If you have an additional question about this subject, [email us](#) at Customer Support. We also offer phone support at: +1 (888) 445-4992, Monday-Friday, 4am PST-10pm PST. If you would like to ask a question on another subject, please use the [Contact Us](#) page.



Troubleshooting Guide: [Find Answers Fast](#)

(図4)

それ以降のプロセスにおいても、例えば売り手の回答として、
3) まだ入金が確認できない

- 4) すでに出荷した
- 5) 事情により返金したい

などに集約される紛争対応のパターンをシステムに組み込んで、申し立てとその処理を行い易くしている。

解決できない場合には、強制力を持つPayPalによる紛争解決に判断を委ねることもできる。紛争の結果を自主的に評価に反映させ、マーケットプレイスへの参加者すべての信頼度を、参加者の振舞いの結果によって向上させることで、さらに信頼度の高い参加者が集まるというプラスのスパイラル形成に成功している。これらの義務等は、予め利用規約で合意されている。

(3) 再評価の仕組み

eBayでは、Mutual Feedback Withdrawal (相互評価取り消し) という仕組みにより、一度は紛争に陥り相互にネガティブな評価をつけた場合でも、紛争解決後、相互の合意により評価を取り下げることができる。但しこの場合でも、コメントそのものは残される。このことは、「(即座に) 悪い評価をつける前に、一度解決を試みるのが大切」ということを示唆している。

(4) 外部連携 (有償サービス)

SquareTrade社¹⁸は、eBayに出品する販売社と個別に契約し、取扱品ごとにトラストマークを表示し、有償の紛争解決サービス (\$ 30) を提供している。一方、SquareTrade社、NetNeutral社、BBBの外部紛争解決機関は、車関連の紛争解決に対し、有償サービス (NetNeutral社の場合は、\$ 100¹⁹) を提供している。

さらにeBayでは、取引金額の大きい自動車関連についてのみ、特別なプログラムIndependent Feedback Review ²⁰が用意されている。ここでは、独立した立場のレビューア (現在3社。Square Trade社、NetNeutrals社、BBB) が、紛争および紛争によるNegative Feedback (否定的な評価) の削除サービスを、提携・提供している。レビューアが、eBayのガイドラインに基づいて判断し認めた場合に、削除することができる。

(5) 犯罪への対応

ebayとpaypalの合同チームは、より信頼あるマーケットプレイスを目指し、サイトでの詐欺等の犯罪性のある行為について、国際法執行運用チームを結成し、世界中の捜査員と協力して摘発に実績を上げている。

下記は、eBayサイト上に公開されている詐欺の摘発事例と、その仮訳である。

A. Car Clocker goes to Prison (車のメーター巻き戻し詐欺摘発)

Northamptonshire County Council trading standards service successfully prosecuted a local trader in the UK for selling clocked motor vehicles on eBay. Urvesh Patel, of Kemps Close, Mawsley received a 9 month sentence for turning back the odometers of cars he sold as much as 30,000 miles while forging service documents to support the reduced mileages. A

¹⁸ <http://www.squaretrade.com/pages/>

¹⁹ <http://netneutrals.com/faqnn.asp#q18>

²⁰ <http://pages.ebay.com/motors/services/independent-feedback-review.html>

search and seizure of Patel's revealed details of at least 14 altered motor vehicles sold by Patel, including blank service histories and rubber stamps for various makes of car and dealerships. The court decided that Patel benefited £420,000 from his criminal activity and a confiscation order of £127,000 was ordered.

(仮訳) 英国ノーサンプトンシャー州取引基準局は、距離計を巻き戻した車をeBayで販売した地元販売業者を起訴した。犯人(Urvesh Patel, of Kemps Close, Mawsley)らは、偽造書類と30000マイル相当の距離計巻き戻しの罪で9ヶ月の刑を受けた。調査および押収物から、少なくとも14台の販売店のスタンプやサービス履歴を改ざんされた車が販売されたことが、明らかになった。裁判所は、Patelが420,000ポンドの利益を得たと断定し、127,000ポンドの物品押収が要求された。

B. Romanian Fraud Ring Arrested (ルーマニアの詐欺団摘発)

A fraud ring targeting eBay members was arrested by Romanian National Police in Pitesti. Fourteen individuals were arrested between the ages of 16 - 25. The attempted fraud by this ring is estimated at approximately 1 Million euro. Authorities were able to seize apartments, multiple cars, numerous computers, and over 50,000 euro cash. The subjects were allegedly arrested while in the act of committing fraud on eBay.

(仮訳) ルーマニア警察はピテシュチで、eBayメンバーを標的にした16歳から25歳まで14人の詐欺団を逮捕した。詐欺団による詐欺未遂額は、およそ100万ユーロ相当と見込まれている。当局は、アパート、複数台の自動車、何台ものコンピュータおよび現金50,000ユーロを差し押さえた。容疑者らは、eBayでの詐欺行為中に逮捕されたとされている。

C. Identity Theft Ring Busted (クレジットカード詐欺摘発。不正入手品をeBayで販売)

Newport Beach Police in CA arrested husband and wife Christopher and Clara Aragon, Marcus Phillippe Rojas, and Guy Itzak Shitrit on charges related to identity fraud, counterfeit credit cards, and commercial burglary. The four are suspected of using bogus American Express, MasterCard, and Visa credit cards to buy high priced goods from local retail stores, then return the items for cash or sell them on eBay. Search warrants revealed hundreds of counterfeit cards and thousands of dollars worth of Coach Bags, iPods, and digital cameras at the Aragon residence. The Aragons were each being held on \$1 Million bail. .

(仮訳) カリフォルニア・ニューポートビーチ警察は、アラゴン夫妻他2人をクレジットカード及びID偽造詐欺と商品窃盗で逮捕した。4人は、偽のアメックスカード、マスターカード、ビザカード使用により地元の商店で高級品を買い、換金またはeBayで販売した疑いがある。捜査令状では、夫妻の住居から、複数のデジタルカメラ、ipod、数千ドル相当のコーチのバッグ、と数百枚の偽造カードが発見されたことがわかった。夫妻は100万ドルで保釈されている。

D. US Botnet Herder Pleads Guilty (ボットネットによるPaypalユーザー名収集摘発)

A 26 year-old security consultant, John Kenneth Schiefer of California, admitted to installing malicious software to assemble armies of infected computers, often referred to as 'botnets'. Once infected, the computer would harvest user names, passwords, and other personal and financial information, including PayPal user names. The FBI's investigation revealed Schiefer and several associates developed and distributed the malware to 250,000 computers, in an effort to commit various identity fraud scams. Schiefer faces a maximum sentence of 60 years in federal prison and a fine of up to \$1.75 Million.

(仮訳) カリフォルニアの26歳のセキュリティコンサルタント、ジョン・ケネス・サイファーはボットネットと呼ばれる悪意あるソフトウェアを、軍のコンピュータに感染させ解析するためにインストールしたことを認めた。一旦感染すると、コンピュータは自動的に、利用者名やパスワード、金融情報やPaypalユーザー名などを収集する。FBIの捜査チームは、サイファーと数人の協力者は、ID詐欺に使うためマルウェアを開発し、250,000台のコンピュータに配布したことを明らかにした。サイファーは最高60年の刑で連邦刑務所に収容され、175万ドルの罰金科せられる。

有限責任中間法人 ECネットワーク御中

**海外ネットショッピングに関する実態調査
(消費者向けアンケート)**

2008年3月14日

ヤフーバリューインサイト株式会社

〒107-6220 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー
TEL: 03-5771-7191 (直通) FAX: 03-5771-7191
www.yahoo-vi.co.jp

Contents

調査概要

調査対象者プロフィール

海外ネットショッピングの実態

補足資料

調査画面イメージ

調査概要

- ◆ **調査目的** 消費者がインターネットを通じて海外取引を行なっている割合、およびトラブル経験を把握することによって、海外取引におけるトラブル対応のニーズを調査する。
- ◆ **調査手法** インターネットWeb定量調査
- ◆ **対象エリア** 全国
- ◆ **調査対象者** 20～59歳 男女
インターネットショッピング経験がある人
- ◆ **有効回答数** 1,000サンプル(下記参照)
※海外ネットショッピング利用経験あり800サンプル／経験なし200サンプル

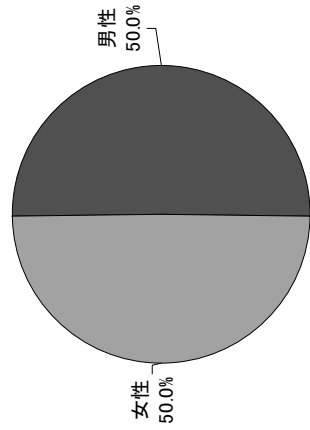
	20代		30代		40代		50代		計
	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	
海外サイト 利用経験有無									
男性	100	25	100	25	100	25	100	25	500
女性	100	25	100	25	100	25	100	25	500
計	200	50	200	50	200	50	200	50	1000

- ◆ **実査時期** 予備調査:2008年2月15日(金)～2月18日(月)
本調査 :2008年2月21日(木)～2月22日(金)

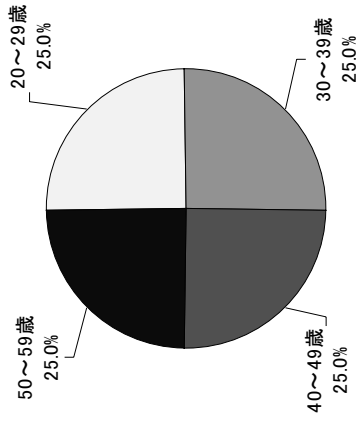
調査対象者プロフィール

本調査対象者プロフィール

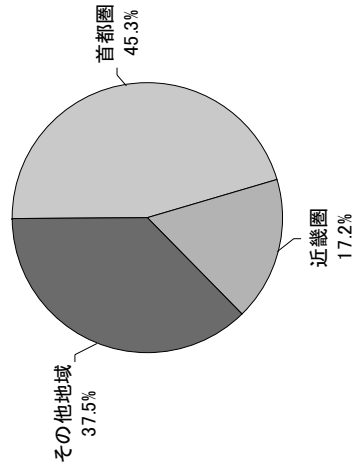
性別_全体(n=1000)



年代別_全体(n=1000)

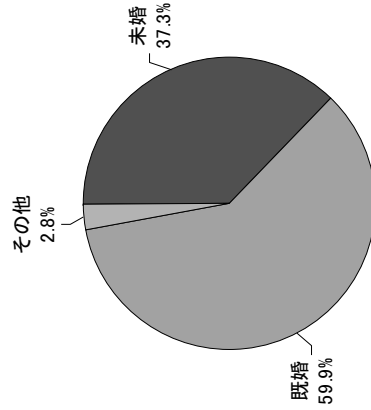


居住地域別_全体(n=1000)

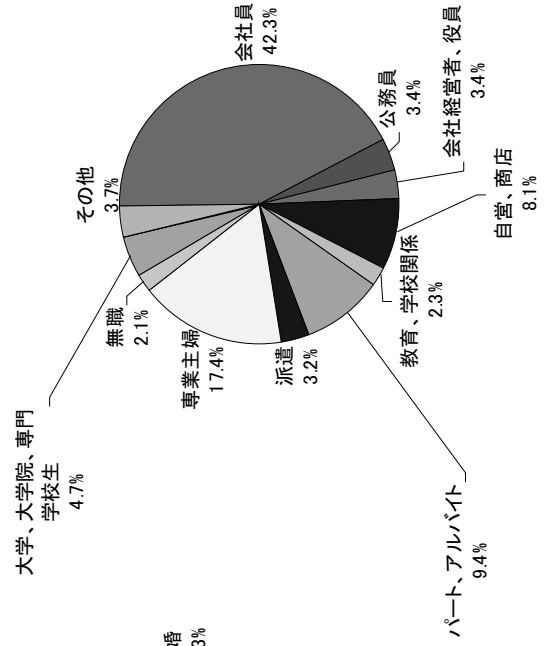


首都圏: 東京都・神奈川県・埼玉県
近畿圏: 大阪府・京都府・兵庫県・和歌山県・奈良県・滋賀県
その他: 上記以外

婚姻_全体(n=1000)



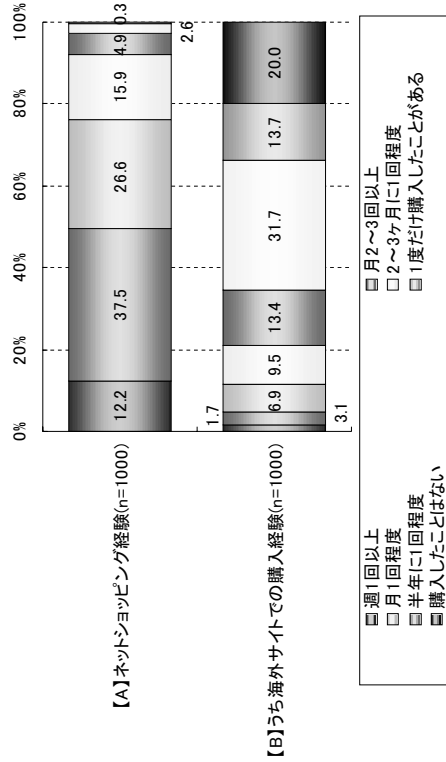
職業_全体(n=1000)



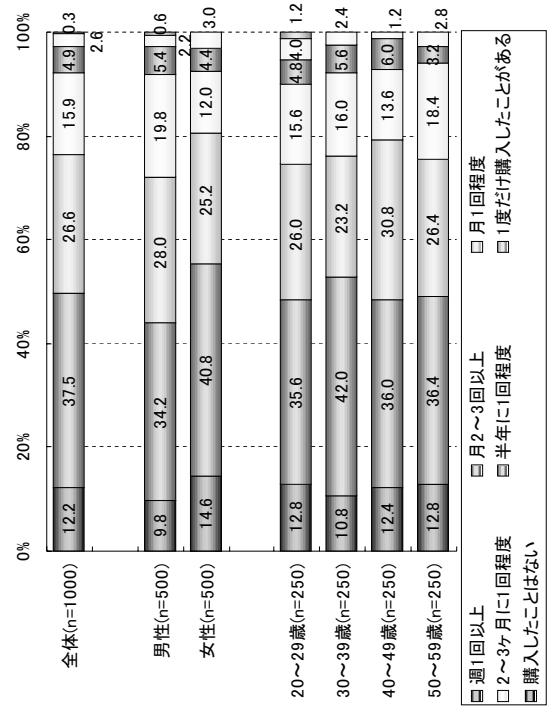
海外ネットショッピングの実態

ネットショッピング経験

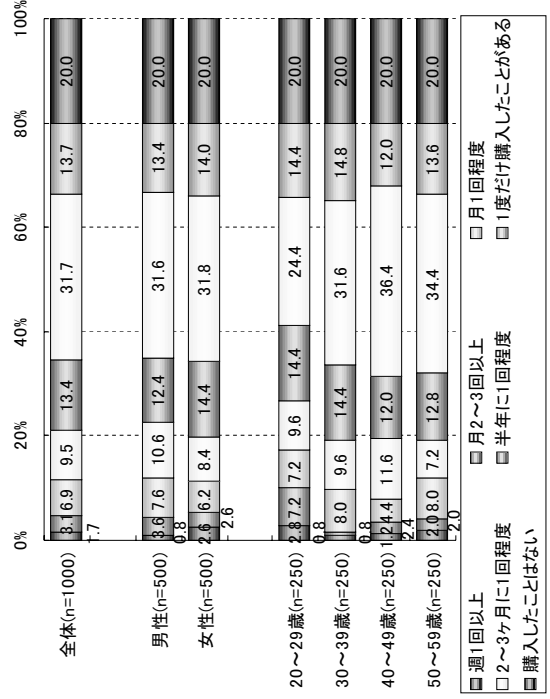
Q1. ネットショッピング利用頻度 ■SA■



Q1【A】. ネットショッピング利用頻度(国内)_性別/年代別 ■SA■



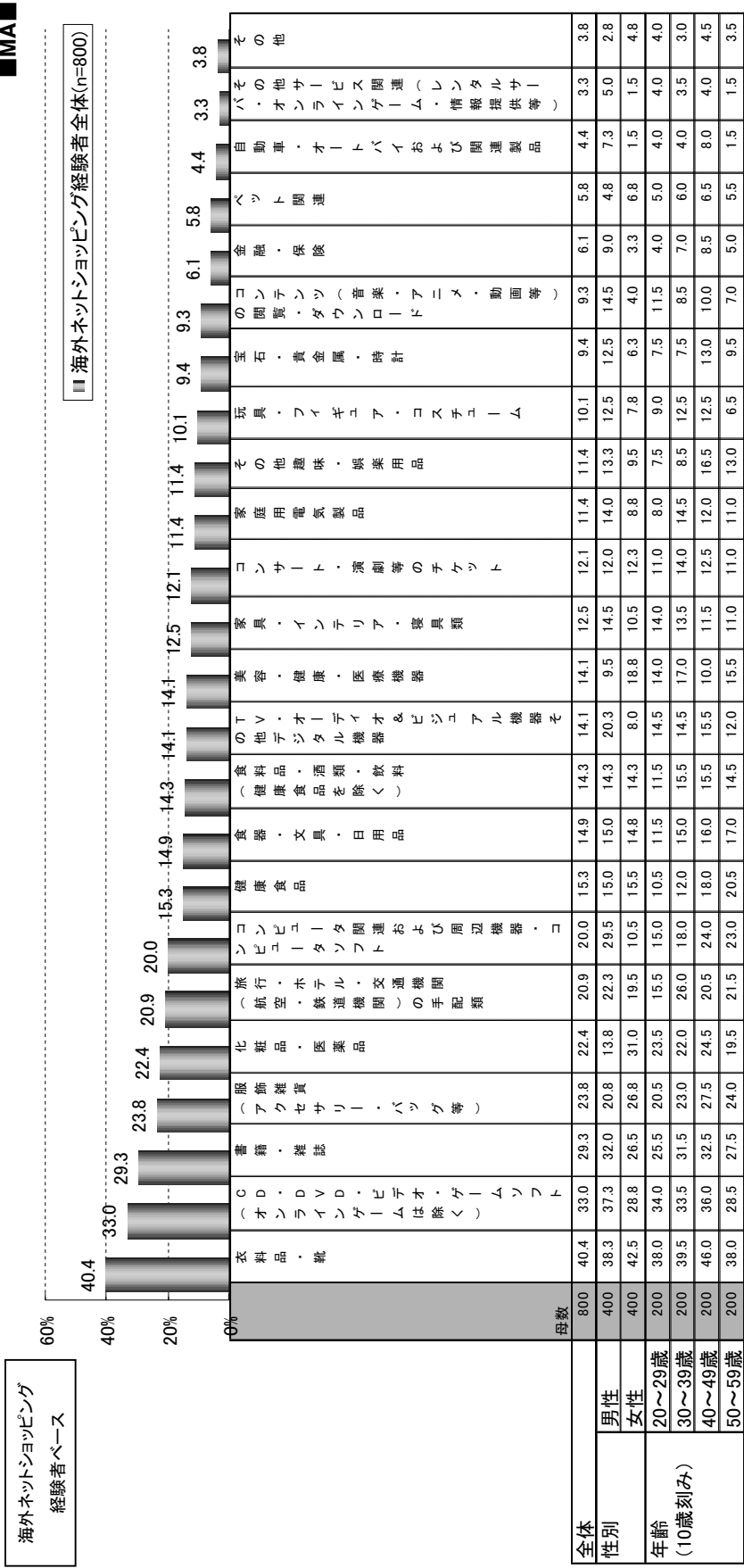
Q1【B】. ネットショッピング利用頻度(海外)_性別/年代別 ■SA■



海外サイト購入経験品目

Q2. 購入商品

■ MA ■



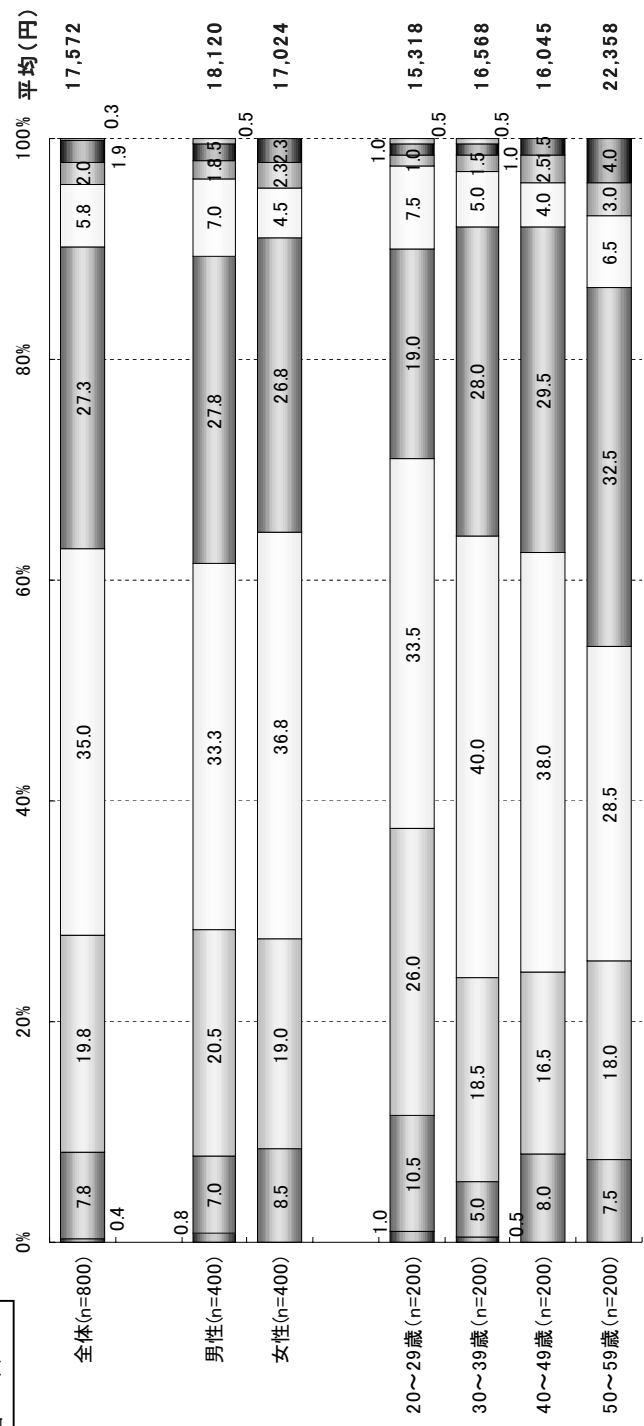
海外ネットショッピング
経験者ベース

性別	母数	割合 (%)
全体	800	14.1
男性	400	13.8
女性	400	14.3
年齢 (10歳刻み)		
20~29歳	200	15.5
30~39歳	200	12.0
40~49歳	200	18.0
50~59歳	200	20.5

海外サイト購入 1回あたりの合計金額平均

Q3.海外サイト購入_1回あたりの合計金額平均 ■SA■

海外ネットショッピング
経験者ベース



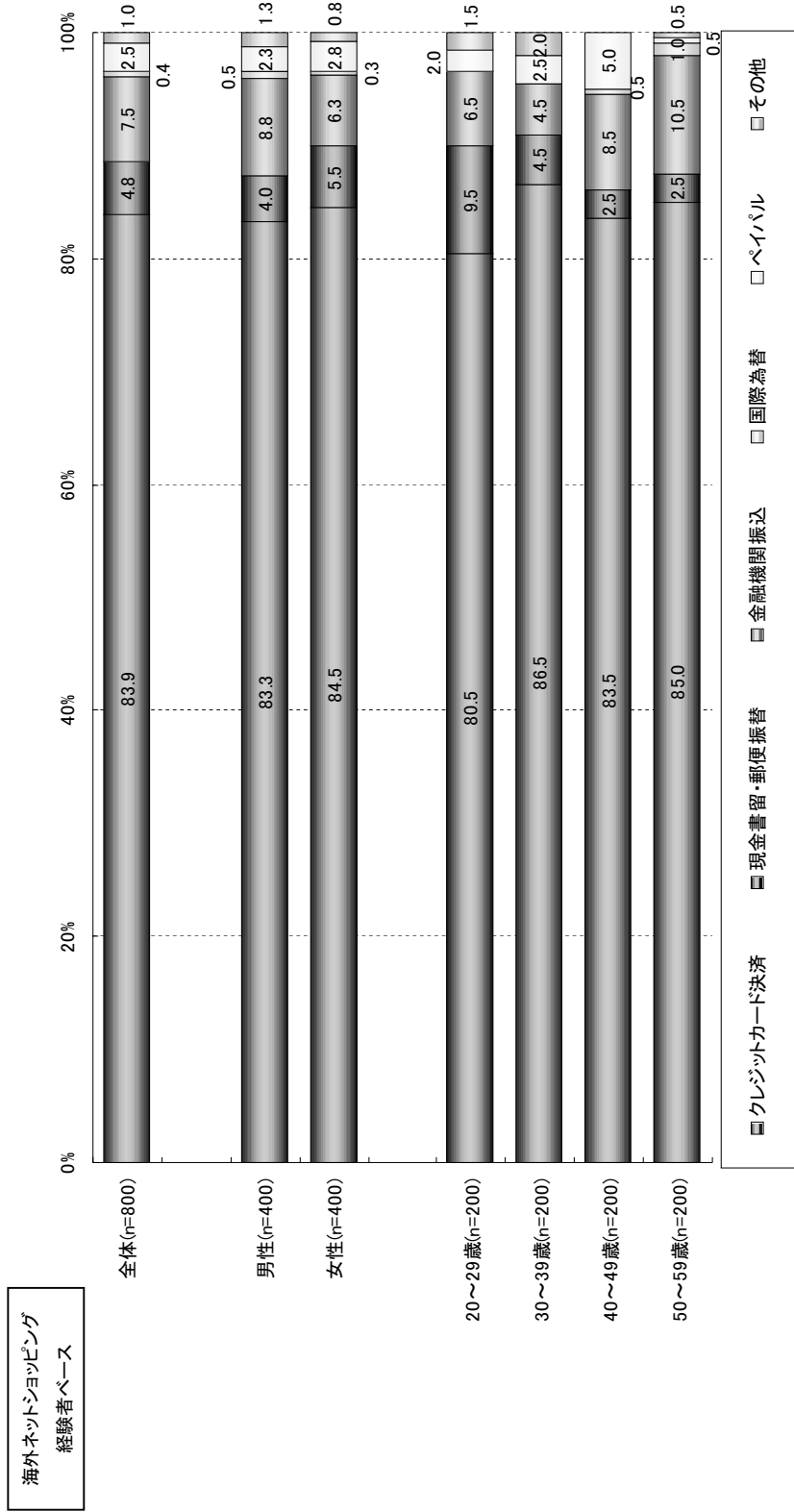
■ 1,000円未満
 ■ 1,000円以上3,000円未満
 ■ 3,000円以上5,000円未満
 ■ 5,000円以上1万円未満
 ■ 1万円以上3万円未満
 ■ 5万円以上10万円未満
 ■ 10万円以上30万円未満
 ■ 30万円以上

以下の数値で平均を算出

1,000円未満	500円
1,000円以上3,000円未満	2,000円
3,000円以上5,000円未満	4,000円
5,000円以上1万円未満	7,500円
1万円以上3万円未満	2万円
3万円以上5万円未満	4万円
5万円以上10万円未満	7.5万円
10万円以上30万円未満	20万円
30万円以上	40万円

海外サイト購入 決済方法

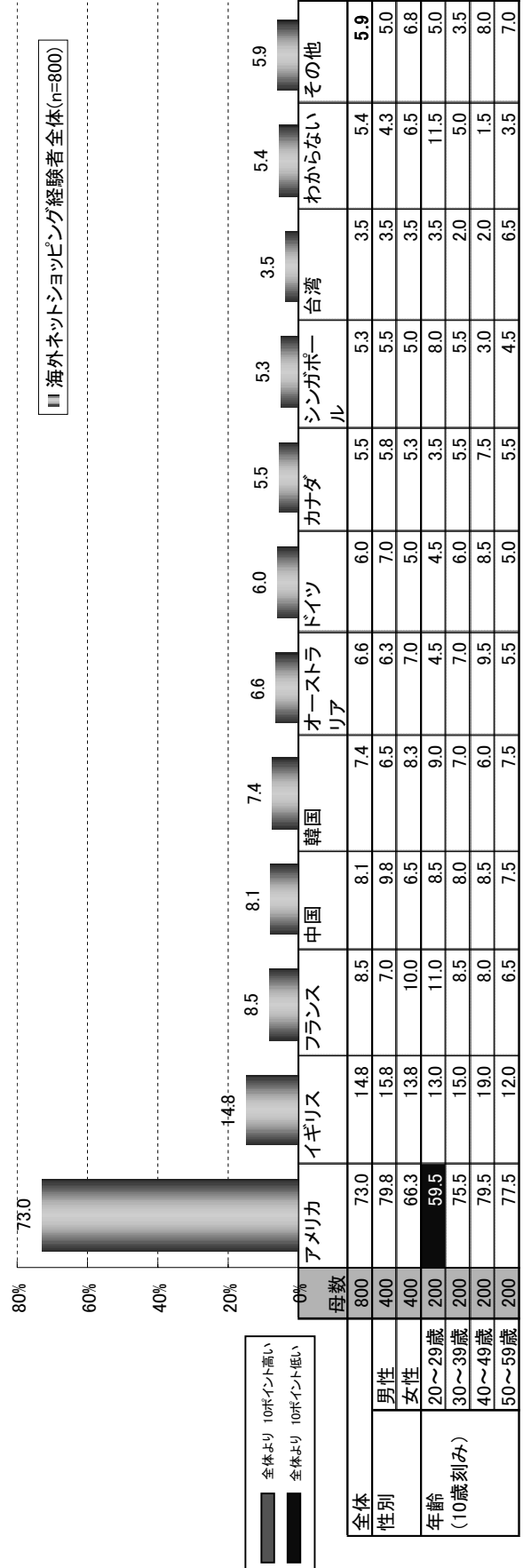
Q4.海外サイト購入_決済方法 ■SA■



海外サイト 取引相手国

海外ネットショッピング
経験者ベース

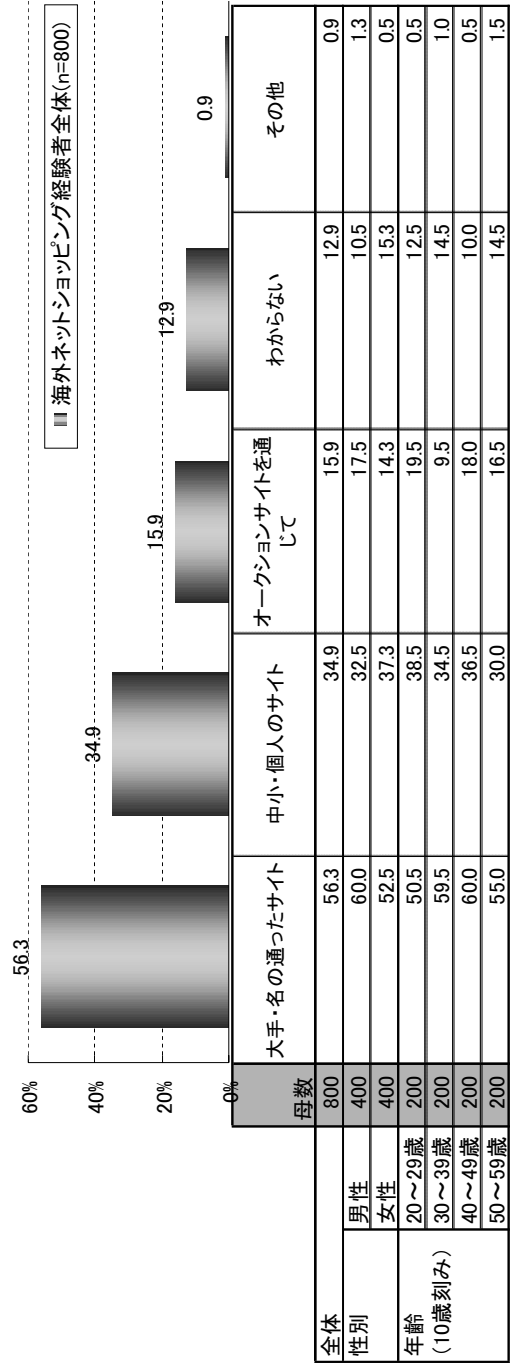
Q5.購入経験のある海外サイト(国別) ■IMA ■



海外サイト種類

海外ネットショッピング
経験者ベース

Q6.海外サイトの種類



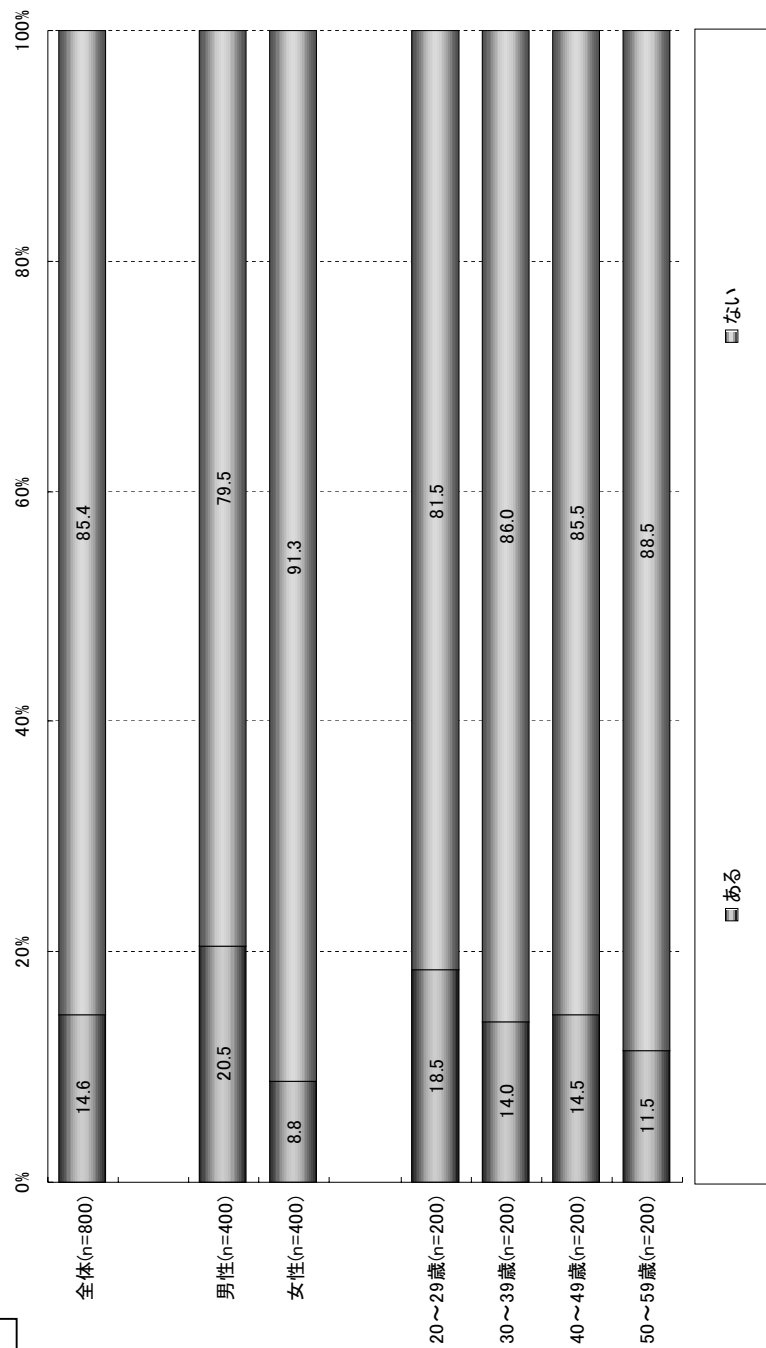
性別	母数				
	大手・名の通ったサイト	中小・個人のサイト	オークションサイトを通じて	わからない	その他
全体	800	349	159	129	09
男性	400	32.5	17.5	10.5	1.3
女性	400	52.5	14.3	15.3	0.5
年齢 (10歳刻み)					
20～29歳	200	50.5	19.5	12.5	0.5
30～39歳	200	59.5	9.5	14.5	1.0
40～49歳	200	60.0	18.0	10.0	0.5
50～59歳	200	55.0	16.5	14.5	1.5

※全体で降順ソート

海外オークション 利用経験

海外ネットショッピング
経験者ベース

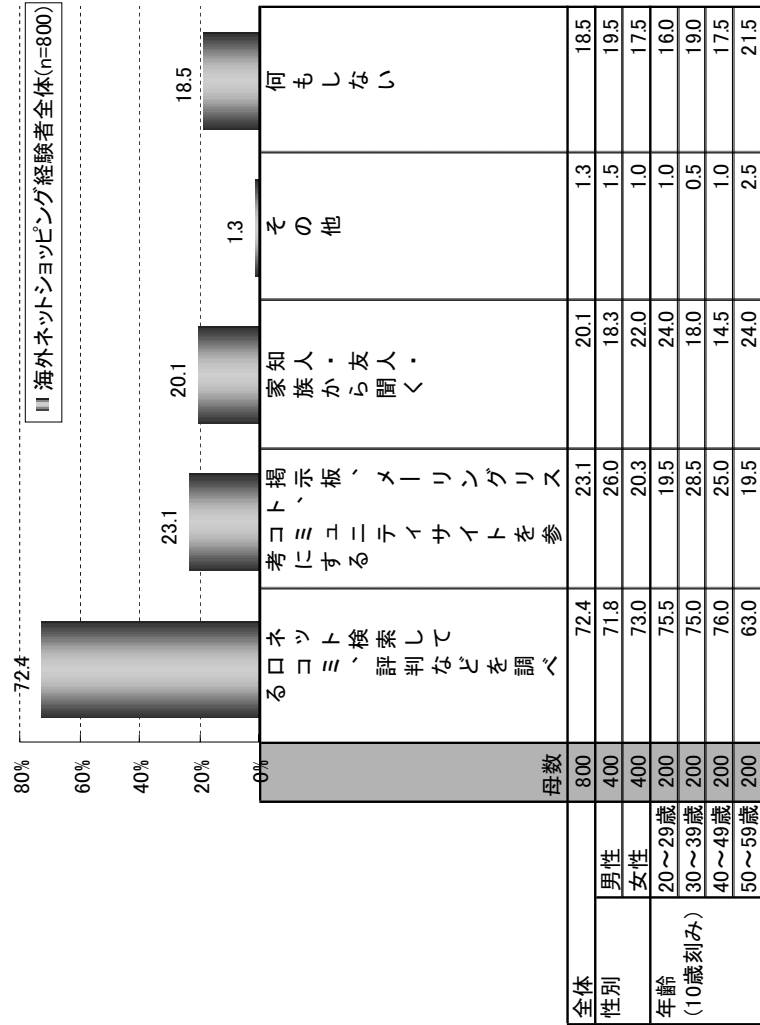
Q7.海外オークション_利用経験 ■SA■



海外サイト 購入前の事前調査

Q8. 商品・販売業者についての事前認知の経路 ■MA■

海外ネットショッピング
経験者ベース



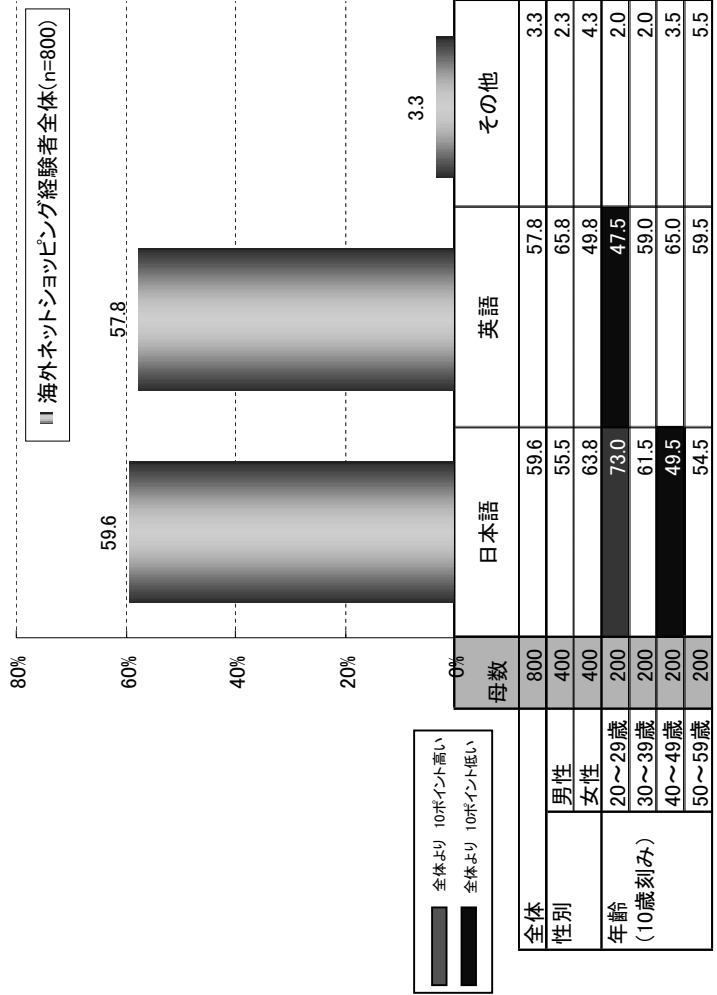
母数	ネット検索して 口コミ、評判などを調べる	口コミ、評判などを調べる	家族から聞く	その他	何もしない	
全体	800	72.4	23.1	20.1	1.3	18.5
性別						
男性	400	71.8	26.0	18.3	1.5	19.5
女性	400	73.0	20.3	22.0	1.0	17.5
年齢						
(10歳刻み)						
20~29歳	200	75.5	19.5	24.0	1.0	16.0
30~39歳	200	75.0	23.5	18.0	0.5	19.0
40~49歳	200	76.0	25.0	14.5	1.0	17.5
50~59歳	200	63.0	19.5	24.0	2.5	21.5

※全体で降順ソート

海外ネットショッピング
経験者ベース

Q9.購入経験のある海外サイトの言語表記

■ MA ■



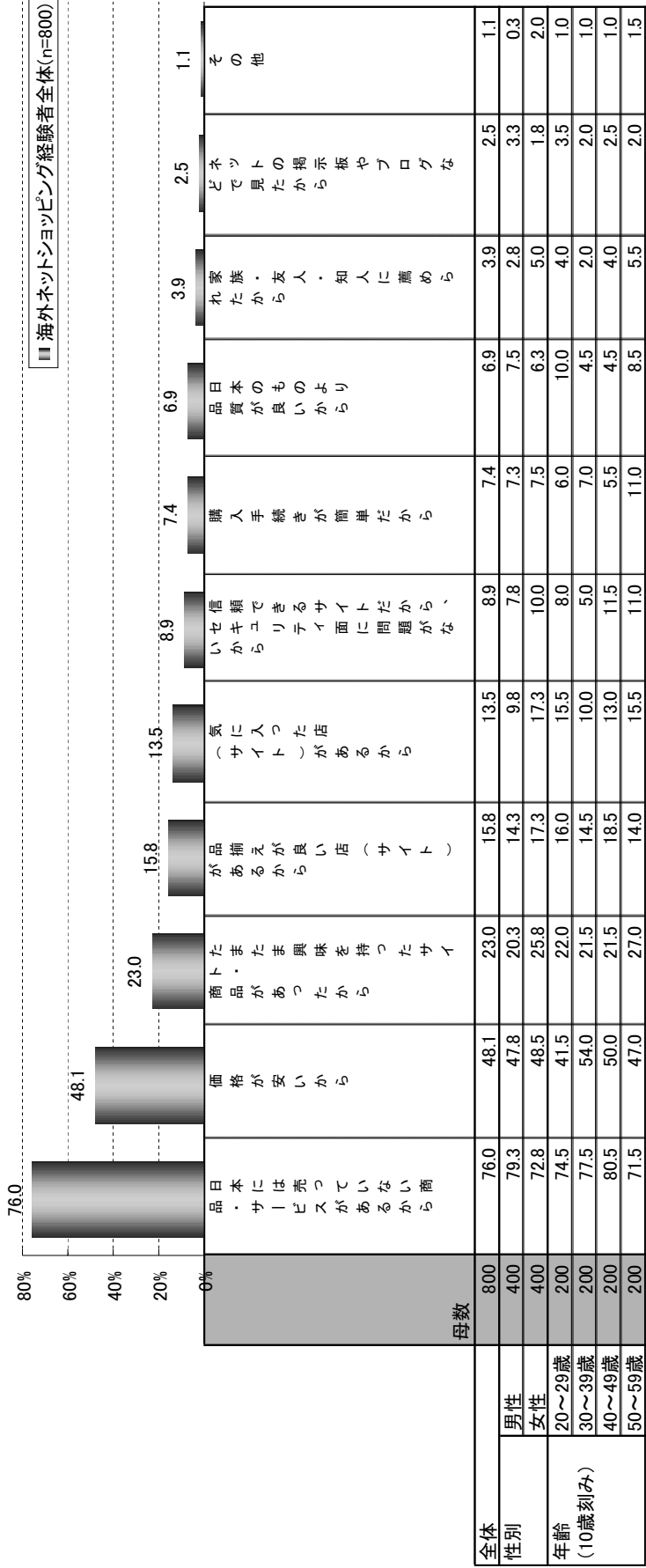
※全体で降順ソート

海外サイト利用理由

海外ネットショッピング
経験者ベース

Q10.海外サイト利用理由

■MA■

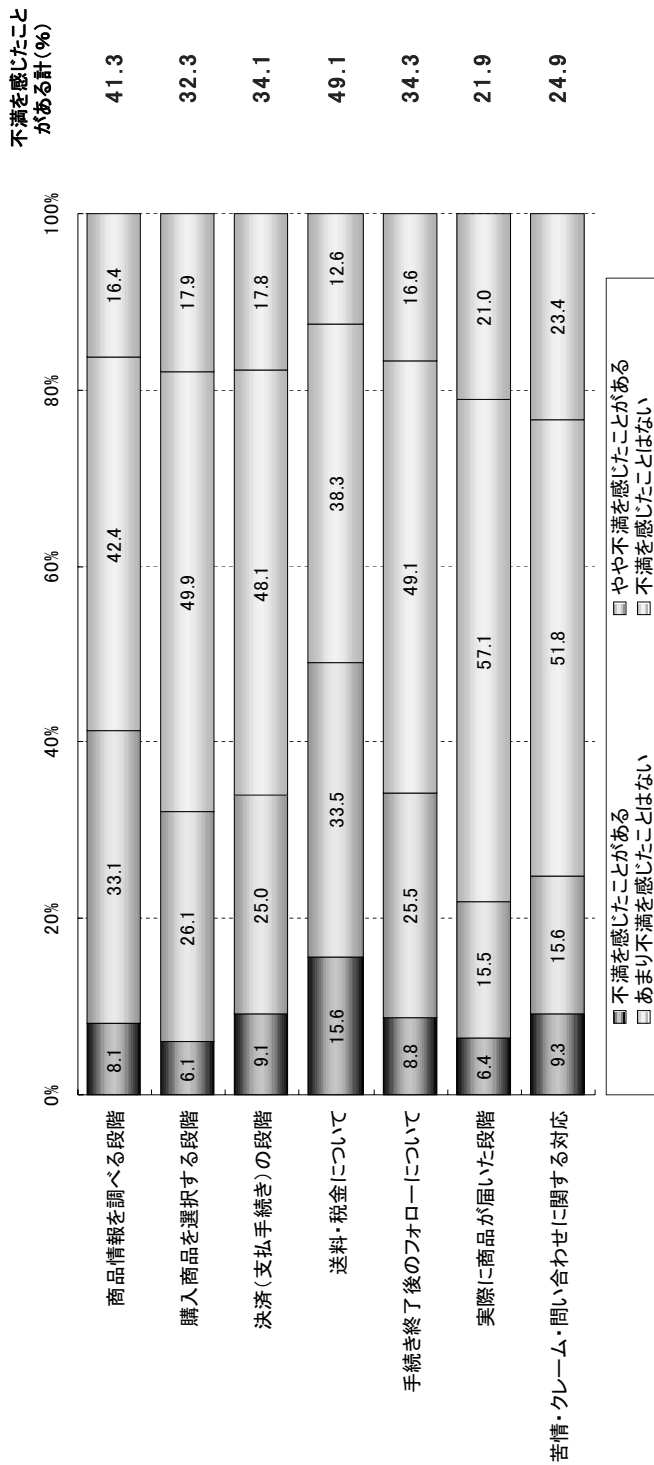


※全体で降順ソート

海外サイト 不満を感じた経験

海外ネットショッピング
経験者ベース

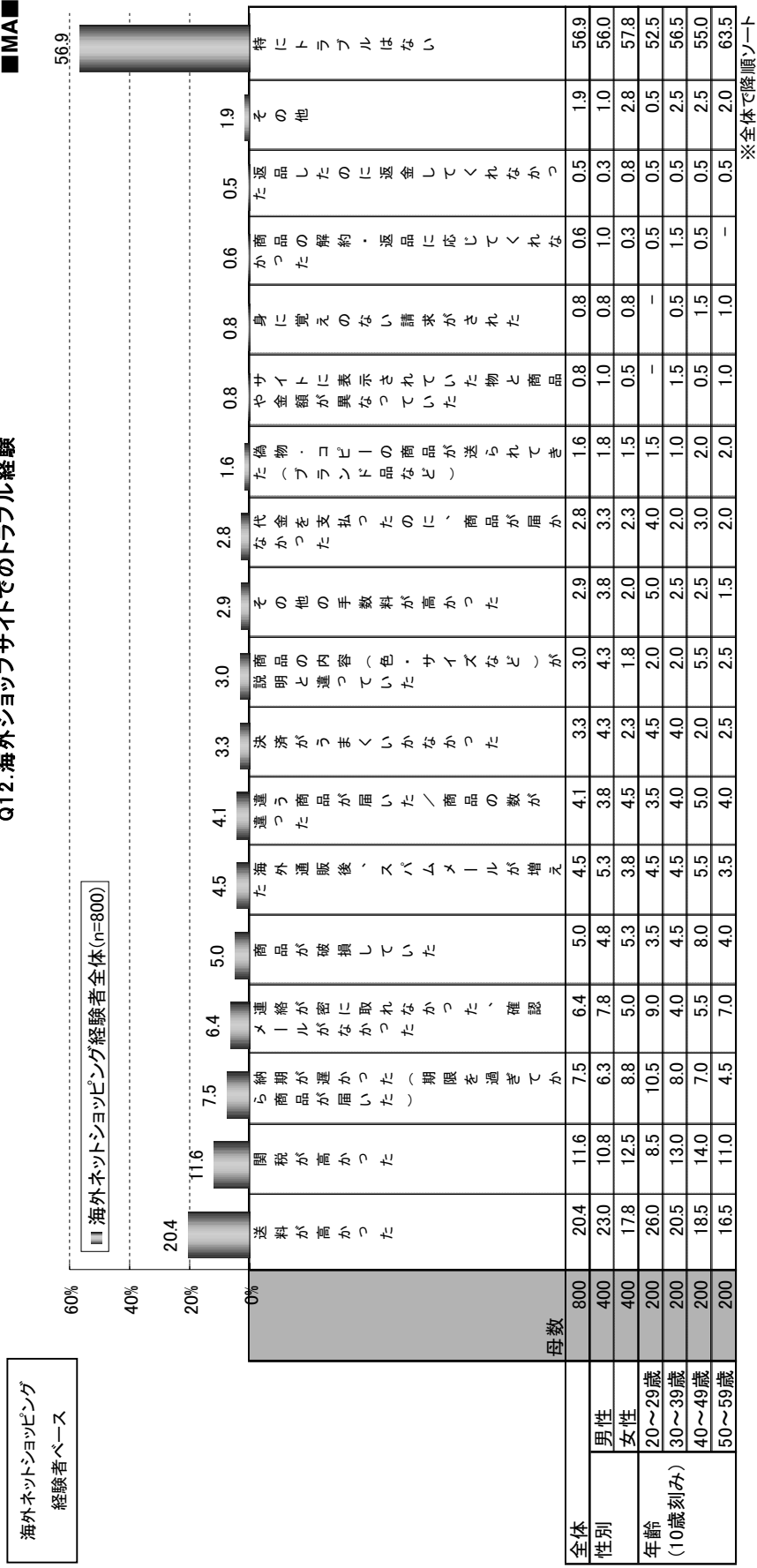
Q11.海外サイト利用時の不満点_全体(n=800) ■SA■



海外サイトトラブル経験

Q12.海外ショッピングサイトでのトラブル経験

■ MA ■

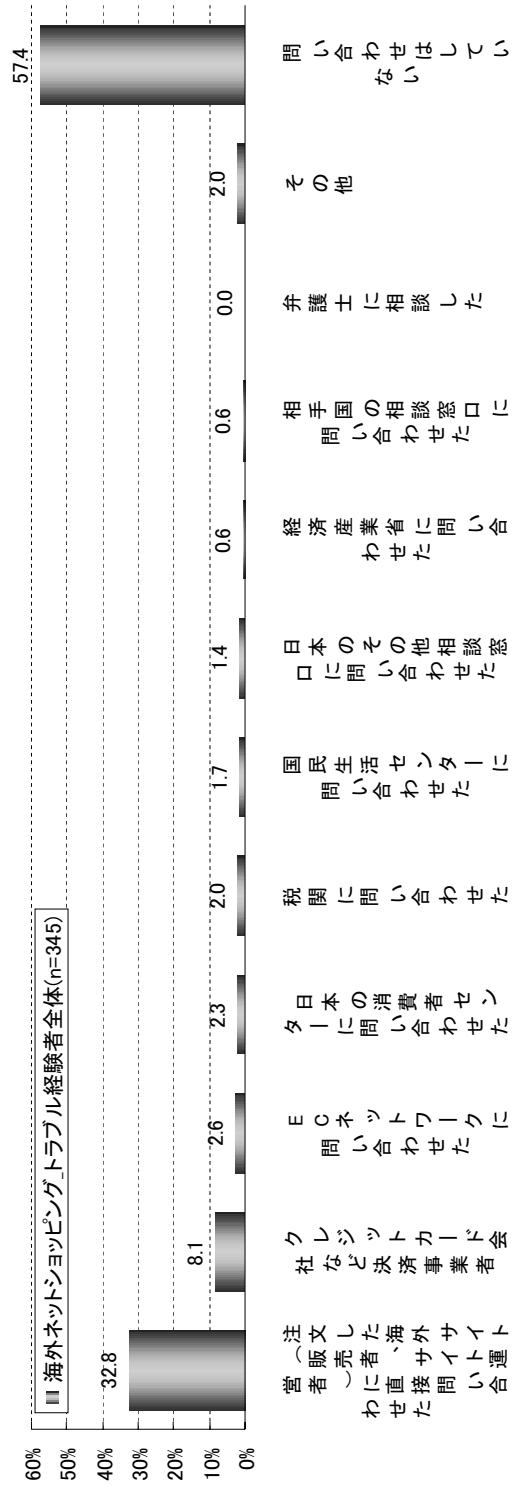


※全体で降順ソート

海外サイト トラブル相談経験

Q14.トラブル時間問い合わせ経験

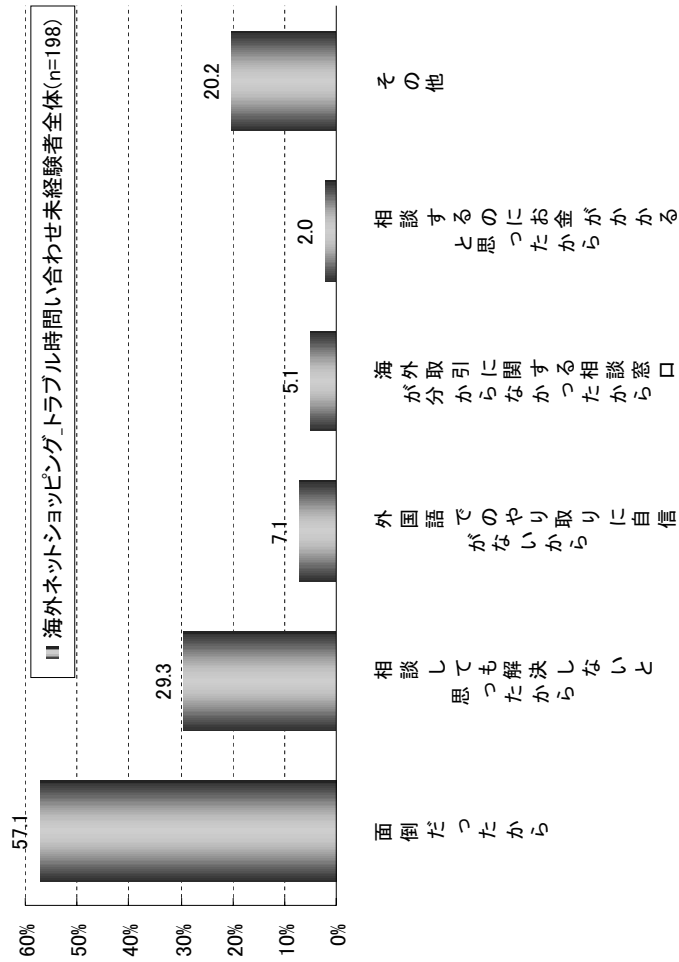
■ MA



※全体で降順ソート

海外サイト トラブル相談をしなかった理由

Q17. 問い合わせしなかった理由

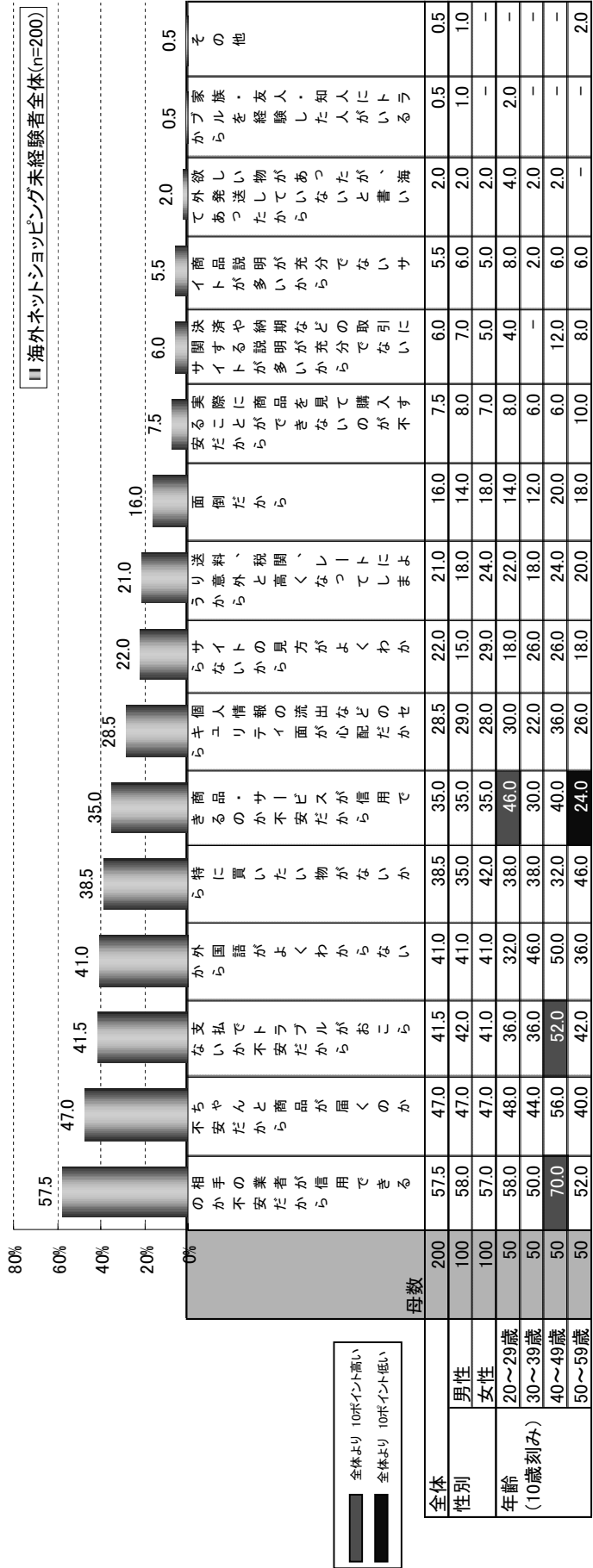


※全体で降順ソート

海外サイト 利用しない理由

Q18. 海外サイトで購入しない理由

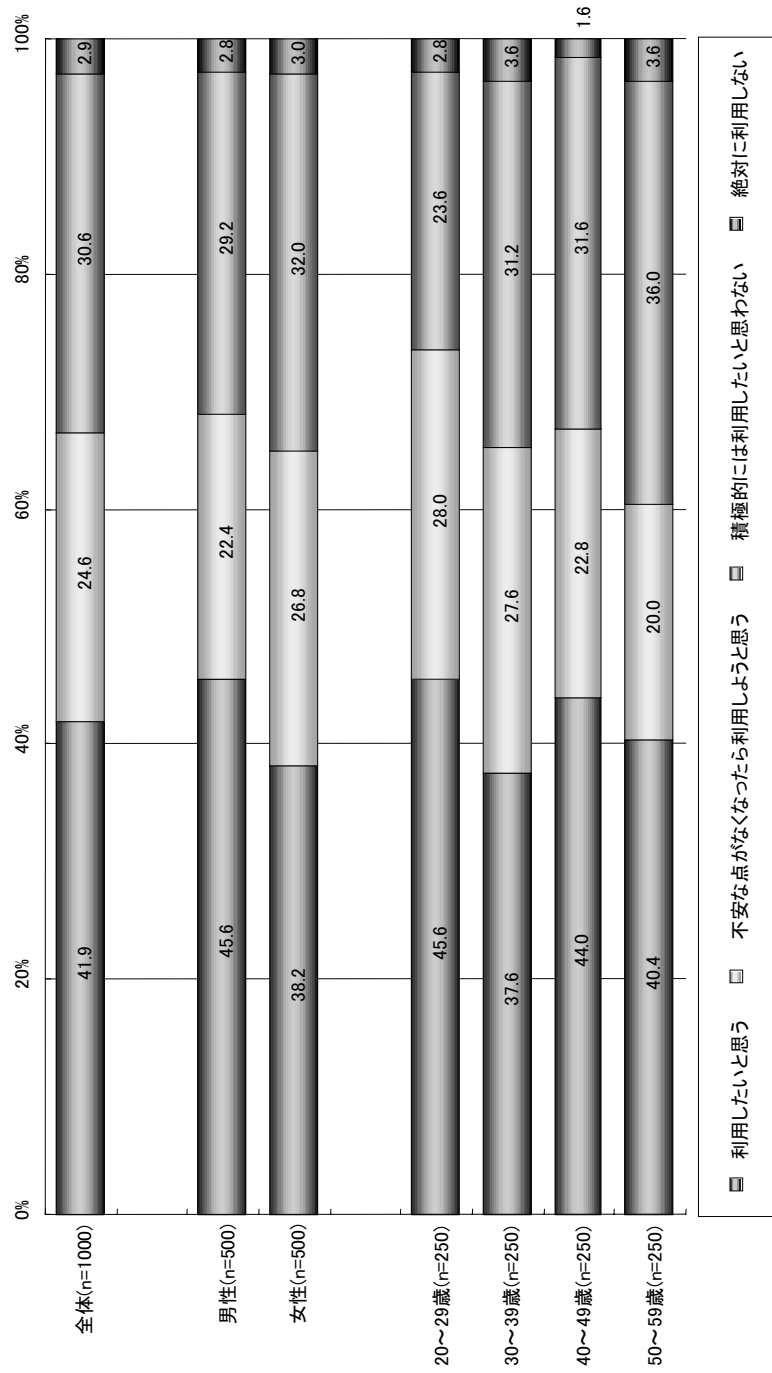
■ MA ■



海外サイト 今後の利用意向

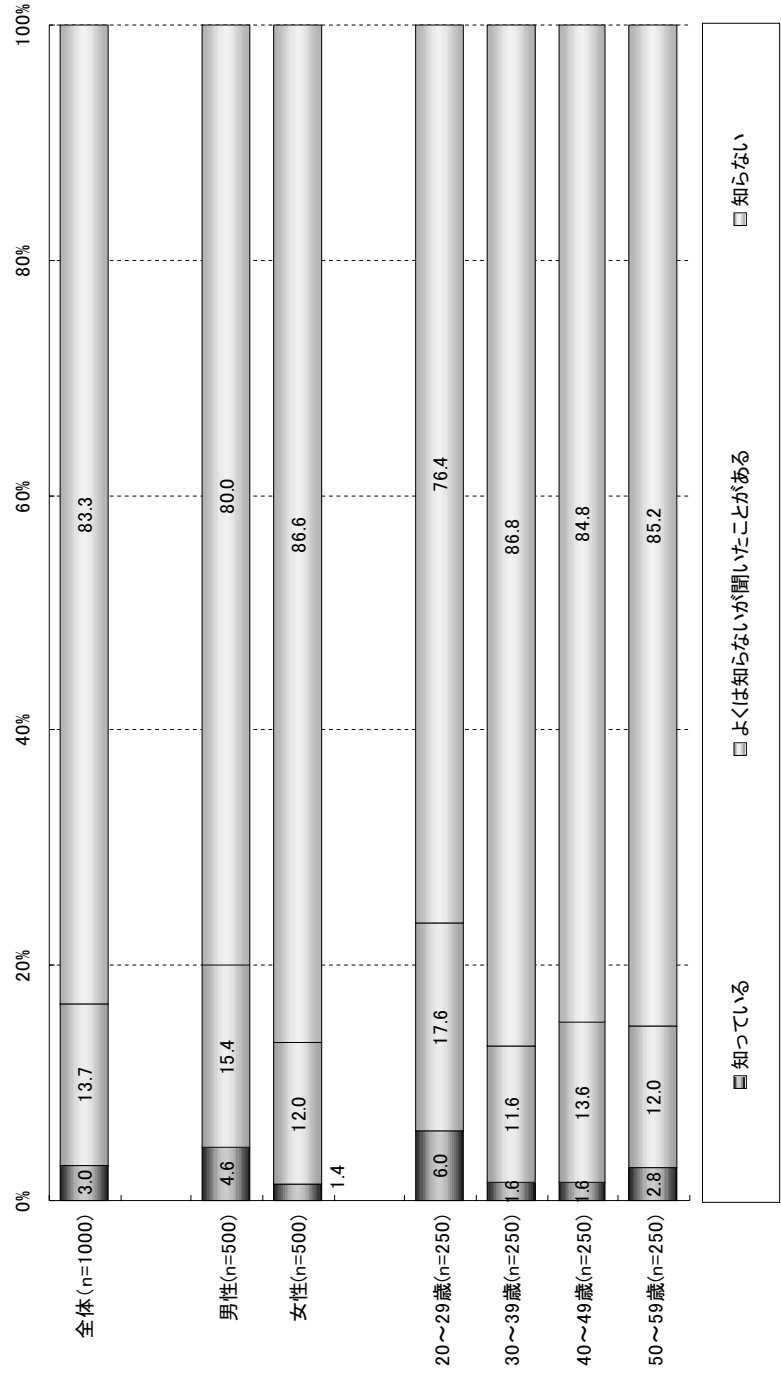
Q19:海外サイトでのオンラインショッピング今後の利用意向

■ SA ■



「econsumer.gov」の認知

Q20.econsumer.gov認知 ■SA■



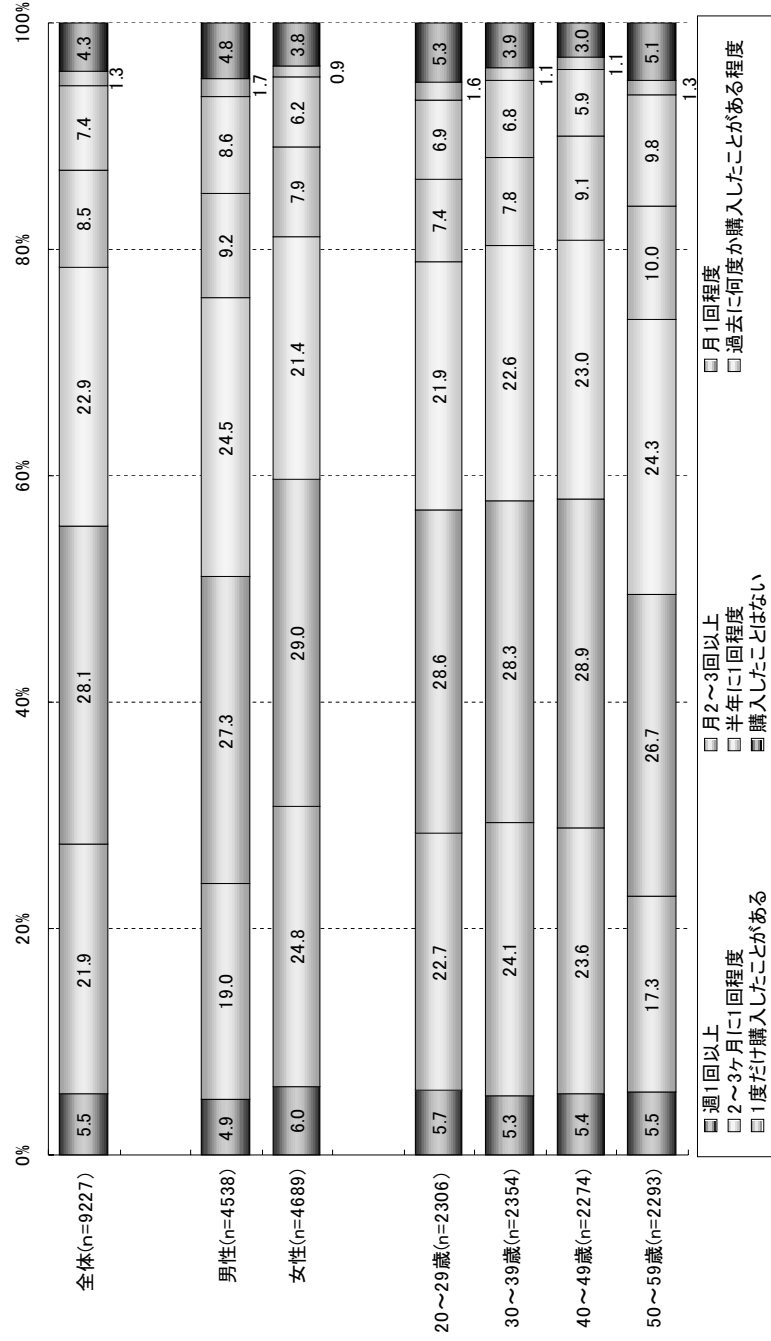
補足資料

予備調査結果(1)

＜ご参考＞予備調査回収結果 (n = 9227)

	20代	30代	40代	50代	計
男性	1086	1199	1128	1125	4538
女性	1220	1155	1146	1168	4689
計	2306	2354	2274	2293	9227

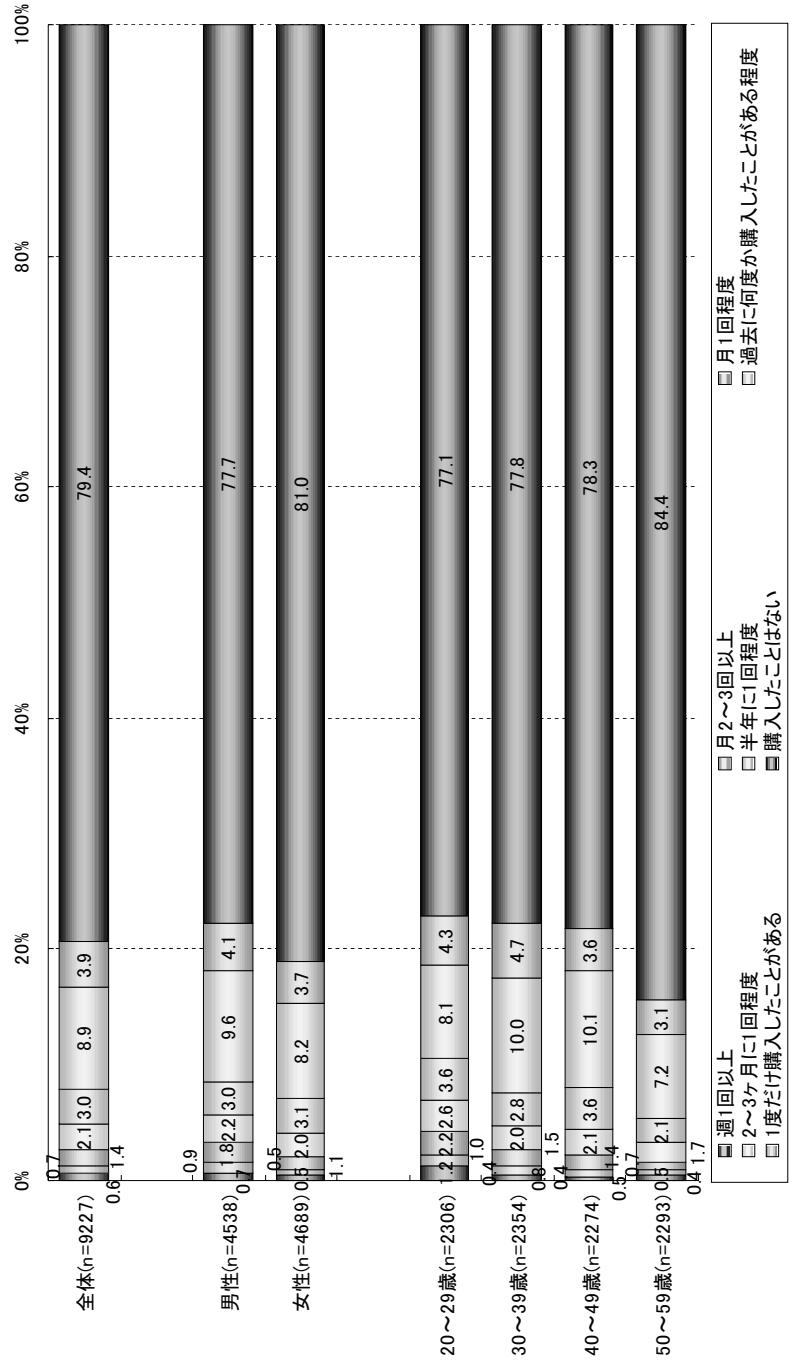
予備Q1.【A】ネットショッピング経験(国内)_性別/年代別 ■ SA ■



予備調査結果(2)

予備Q1.【B】ネットショッピング経験(海外)_性別/年代別

■ SA ■

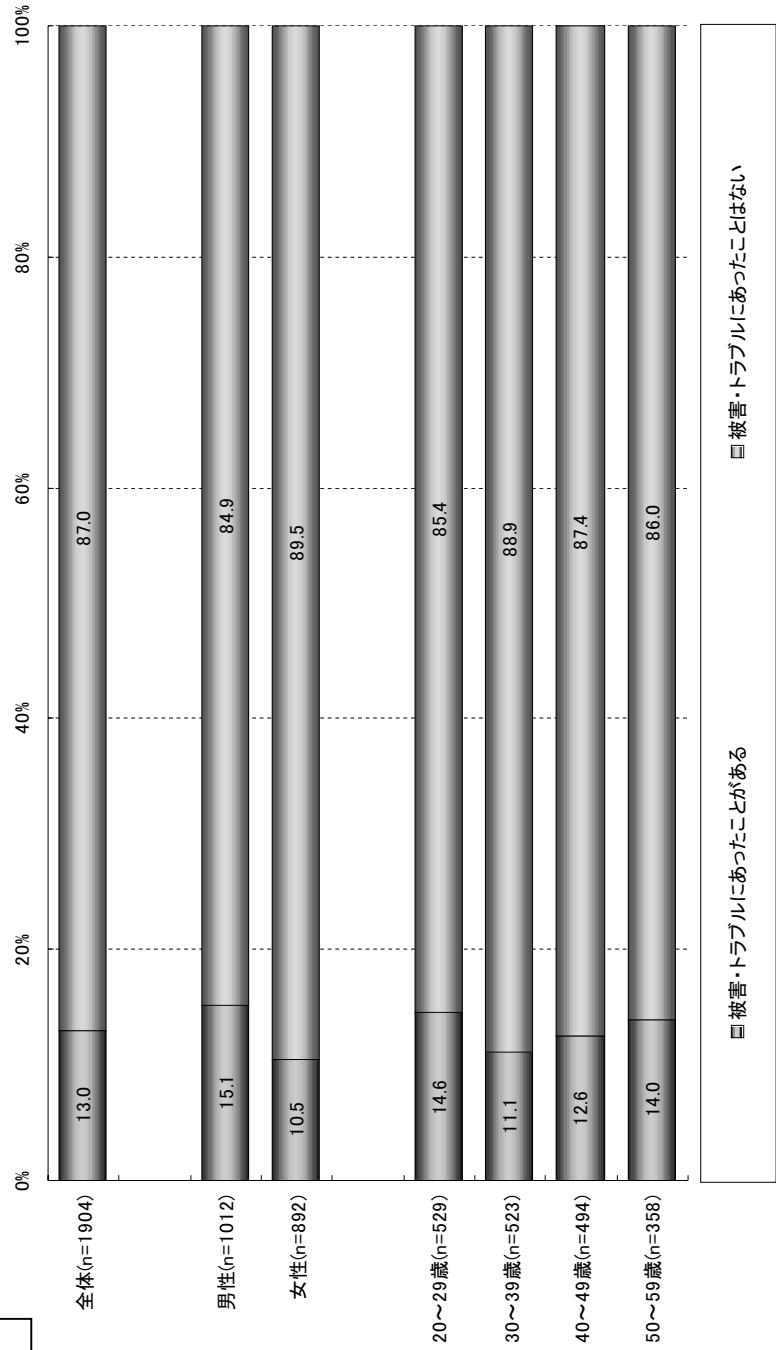


予備調査結果(3)

予備Q2.(スクリーニング用) 今までのトラブル経験_性別/年代別

■ SA ■

海外ネットショッピング
経験者ベース



調査画面

調査画面イメージ(予備調査)

サンプル条件
・20～59歳の男女
・除外職業
市場調査会社、広告代理店

回収日標	20代	30代	40代	50代	計
1,000s					
男性	125	125	125	125	500
女性	125	125	125	125	500
計	250	250	500	250	1000

ネットショッピングに関する予備調査

【表示条件】全員
【プロگرام制御】【B】うち海外サイトでの購入経験>【A】ネットショッピング経験の場合アラート
◆ネットショッピング(パソコン・携帯電話など)を使ってのオンラインショッピングについてお伺いします。
※対象となる商品・サービスは、金融・証券、ゲームなどのコンテンツ、携帯電話向け着メロまで幅広く
えてください。
※ネットオークションも含めます。
※見るだけではなく、購入をすることを前提とします。

Q1. 【A】普段ネットショッピングをどの程度していますか。
【B】そのうち、海外サイトではどの程度購入していますか。(それぞれ1つだけ)

(1)「海外のサイトで購入」とは、次のようなことを想定しています。
・海外に所在する事業者のサイトで商品・サービスを購入する
・輸入代行業者のサイトを通じて、海外から商品・サービスを購入する
・海外の旅行代理店等のサイトで旅行やコンサートのチケットを予約する
※この場合、サイトの表記は日本語でも外国語でも「海外取引」と考えます。
(2)但し、次のものは「海外取引」に含まれません。
・日本在住の外国人のサイトで日本の商品・サービスを購入する
・日本の旅行代理店等のサイトで海外旅行や海外コンサートチケットを予約する
※【B】には、海外の商品・サービスは日本のサイトで購入するケースは含みません。

横方向に回答してください →	週1回以上	月2～3回以上	月に1回程度	2～3ヶ月に1回程度	半年に1回程度	過去に何回かの購入したことがある程度	1度だけ購入したことがある	購入したことはない
【A】ネットショッピング経験	→ ○	○	○	○	○	○	○	○
【B】うち海外サイトでの購入経験	→ ○	○	○	○	○	○	○	○

【分岐条件】Q1【B】うち海外サイトでの購入経験で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択→Q2
【分岐条件】上記以外→終了

【表示条件】Q1【B】うち海外サイトでの購入経験で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択
Q2. 今までに、海外のサイトでネットショッピングした時に、被害・トラブルにあったことはありますか。(1つだけ)
○ 被害・トラブルにあったことがある
○ 被害・トラブルにあっていない

調査画面イメージ(本調査)

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q4. 最もよく利用する決済方法は何ですか。(1つだけ)
- クレジットカード決済
 - 現金書留・郵便振替
 - 金融機関振込
 - 国際為替
 - ペイパル
 - その他【必須】

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q6. これまでに購入したことのある海外サイトはこの国のサイトですか。あてはまるものを全てお答えください。(いくつでも)
- 中国
 - 韓国
 - 台湾
 - シンガポール
 - オーストラリア
 - アメリカ
 - カナダ
 - イギリス
 - フランス
 - ドイツ
 - その他【必須】
 - わからない

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q6. これまでに購入したことのある海外サイトの種類は何ですか。(いくつでも)
- 大手・名の通ったサイト
 - 中小・個人のサイト
 - オークションサイトを通じて
 - わからない
 - その他【必須】

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q7. これまでにeBay(イーベイ)などの海外のオークションを利用されたことはありますか。(1つだけ)
- ある
 - ない

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q8. 商品を購入する前に購入しようとする商品や販売業者について調べたり、聞いたりしますか。(いくつでも)
- ネット検索して口コミ、評判などを調べる
 - 知人・友人・家族から聞く
 - 掲示板、メルマガリスト、コミュニティサイトを参考にする
 - その他【必須】
 - 何もしない

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q8. これまでに購入したことのある海外サイトは何語のサイトでしたか。(いくつでも)
- 日本語
 - 英語
 - その他【必須】

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

- Q10. 何故、海外のサイトでネットショッピングするのですか。(いくつでも)
- 日本には売っていない商品・サービスがあるから
 - 価格が安いから
 - 日本のものより品質が良いから
 - 気に入った店(サイト)があるから
 - 品揃えが良い店(サイト)があるから
 - 信頼できるサイトだから、セキュリティ面に問題がないから
 - 購入手続きが簡単だから
 - たまたま興味を持ったサイト・商品があったから
 - 家族・友人・知人に薦められたから
 - ネットの掲示板やブログなどで見たから
 - その他【必須】

【表示条件】Q1「[A]ネットショッピング経験」と「[B]うち海外サイトでの購入経験」で「週1回以上」～「1度だけ購入したことがある」を選択

Q11. 海外サイトで商品やサービスを購入した時、そのサイトに対して不満に思った経験はありますか。あてはまるものをお選びください。(それぞれ1つだけ)

不満を感じたことがある	やや不満を感じたことがある	あまり不満を感じたことはない	不満を感じたことはない
商品情報を調べる段階	→	○	○
購入商品を選択する段階	→	○	○
決済(支払手続き)の段階	→	○	○
送料・税金について	→	○	○
手続き終了後のフォローについて	→	○	○
実際に商品が届いた段階	→	○	○
苦情・クレーム・問い合わせに関する対応	→	○	○

調査画面イメージ(本調査)

【表示条件】Q11【A】ネットショッピング経験と【B】うち海外サイトでの購入経験で「週1回以上」〜「1度だけ購入したことがある」を選択

Q12. あなたは今までに、海外サイトのショップで商品やサービスを購入した時、以下の様なトラブルがあったことがありませんか。経験したものを全てお答えください。(いくつでも)

- 決済がうまくいかなかった
- 送料が高かった
- 関税が高かった
- 連絡が密に取れなかった。確認メールがなかった
- 代金を支払ったのに、商品が届かなかった
- 納期が遅かった(期限を過ぎてから商品が届いた)
- 商品の内容(色・サイズなど)が説明と違っていた
- サイトに表示されていた物と商品や金額が異なっていた
- 違う商品が届いた/商品の数が違った
- 商品が破損していた
- 偽物・コピーの商品が送られてきた(ブランド品など)
- 商品の解約・返品に応じてくれなかった
- その他の手数料が高かった
- 返品したのに返金してくれなかった
- 身に覚えのない請求がされた
- 海外通販後、スパムメールが増えた
- その他【必須】

特にトラブルはない

【分岐条件】Q12で「決済がうまくいかなかった」〜「その他」を選択→Q13

【分岐条件】上記以外→Q19

【表示条件】Q12で「決済がうまくいかなかった」〜「その他」を選択

Q13. 前の質問でお答えになったトラブルの、【内容の詳細】、【対応策】、【感想】についてできるだけ具体的に教えてください。

【必須】

【表示条件】Q12で「決済がうまくいかなかった」〜「その他」を選択

Q14. そのトラブルについて、相談窓口などに問い合わせをしましたか。(いくつでも)

- 注文した海外サイト(販売者、サイト運営者)に直接問い合わせた
- クレジットカード会社など決済事業者
- 国民生活センターに問い合わせた
- 経済産業省に問い合わせた
- 日本の消費者センターに問い合わせた
- ECネットワークに問い合わせた
- 弁護士に相談した
- 税関に問い合わせた
- 日本のその他相談窓口にお問い合わせ
- 相手の相談窓口にお問い合わせ
- その他【必須】

問い合わせしていない

【分岐条件】Q14で「日本のその他相談窓口にお問い合わせ」〜「相手の相談窓口にお問い合わせ」を選択→Q15

【分岐条件】上記以外で、Q14で「問い合わせしていない」を選択→Q17

【分岐条件】上記以外→Q19

【表示条件】Q14で「日本のその他相談窓口にお問い合わせ」〜「相手の相談窓口にお問い合わせ」のいずれかを選択

【分岐条件】Q14で「日本のその他相談窓口にお問い合わせ」〜「相手の相談窓口にお問い合わせ」のいずれかを選択

Q15. 日本のその他相談窓口、相手の相談窓口にお問い合わせの方は、問い合わせ先の名前を具体的に教えてください。

※わからない場合「わからない」とお書きください。

日本の相談窓口名 【必須】

相手の相談窓口名 【必須】

【表示条件】Q14で「日本のその他相談窓口にお問い合わせ」〜「相手の相談窓口にお問い合わせ」のいずれかを選択

Q16. Q15でお答えいただいた相談窓口にお問い合わせ、問題は解決できましたか。(1つだけ)

できていた

できてなかった

【分岐条件】→Q19

【表示条件】Q14で「問い合わせしていない」を選択

Q17. Q14で「問い合わせしていない」を選択した方にお伺いします。問い合わせなかったのはなぜですか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも)

面倒だったから

海外取引に関する相談窓口が分からなかったから

相談しても解決しないと思ったから

外国語でのやり取りに自信がないから

相談するのにお金がかかると思ったから

その他【必須】

【分岐条件】→Q19

【表示条件】Q11【B】うち海外サイトでの購入経験で「購入したことはない」を選択

Q18. 何故、海外のサイトで商品・サービスを購入しないのですか。(いくつでも)

相手の業者が信用できるのか不安だから

商品・サービスが信用できるのか不安だから

ちゃんと商品が届くのか不安だから

支払でトラブルがこもらないか不安だから

個人情報等の流出などのセキュリティ面が心配だから

面倒だから

外国語がよくわからないから

サイトの見た目がよくわからないから

実際に商品を購入することができないのが不安だから

商品説明が不十分でないサイトが多いから

決済や納期などの取引に関する説明が不十分でないサイトが多いから

送料、税関、レートにより意外と高くなってしまふから

欲しい物があったが、海外発送して欲しいと書いてあったから

家族・友人・知人にトラブルを経験した人がいるから

特に買いたい物がないから

その他【必須】

調査画面イメージ(本調査)

【表示条件】対象者全員

Q19. 今後(も)、海外のサイトでオンラインショッピングをしたいと思いませんか。あなたのお考えに近いものをお答えください。(1つだけ)

- 利用したいと思う
- 不安な点がなくなったら利用しようと思う
- 積極的には利用したいと思わない
- 絶対に利用しない

【表示条件】対象者全員

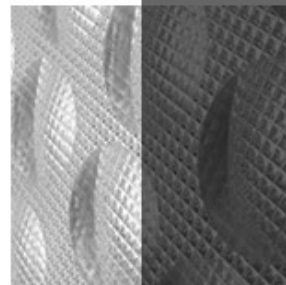
Q20. 20カ国の消費者保護機関のリストが掲載され、海外取引に関するクレームを登録することができる [ec.consumer.gov \(www.ec.consumer.gov/japanese/contentfiles/welcome.html\)](http://ec.consumer.gov/japanese/contentfiles/welcome.html) は知っていますか。(1つだけ)

- 知っている
- よくは知らないが聞いたことがある
- 知らない

有限責任中間法人 ECネットワーク 御中

ネットショップの海外販売に関する調査

2008年3月
NTTレゾナント株式会社
ポータル事業本部
リサーチチグループ



◆ 調査について

調査実施期間:

プレ調査: 2008年02月28日 ~ 2008年03月06日

本調査: 2008年03月10日 ~ 2008年03月11日

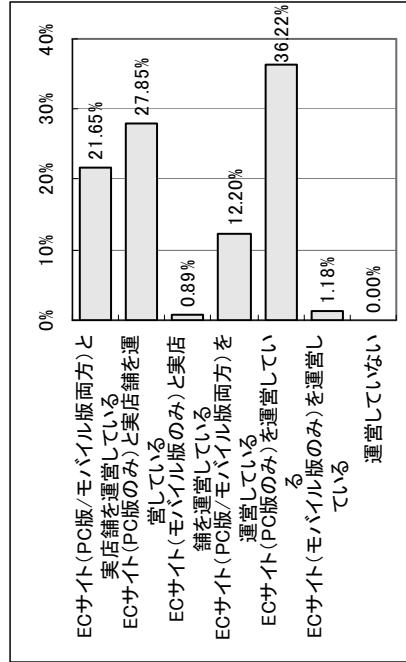
調査対象: 会社でECサイトで開設している人

調査方法: gooリサーチを利用したWebアンケート調査

有効回答数: 1016

【ブレ】問1あなたの会社では、ECサイトを運営していますか。

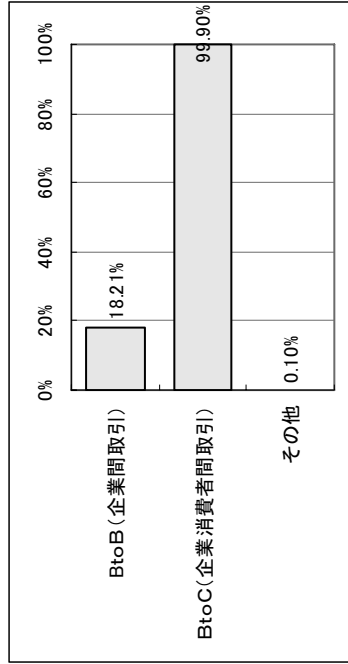
N=1016



1	ECサイト(PC版/モバイル版両方)と実店舗を運営している	220	21.65%
2	ECサイト(PC版のみ)と実店舗を運営している	283	27.85%
3	ECサイト(モバイル版のみ)と実店舗を運営している	9	0.89%
4	ECサイト(PC版/モバイル版両方)を運営している	124	12.20%
5	ECサイト(PC版のみ)を運営している	368	36.22%
6	ECサイト(モバイル版のみ)を運営している	12	1.18%
7	運営していない	0	0.00%

【プレ】問2あなたのECサイトの業態はなんですか。

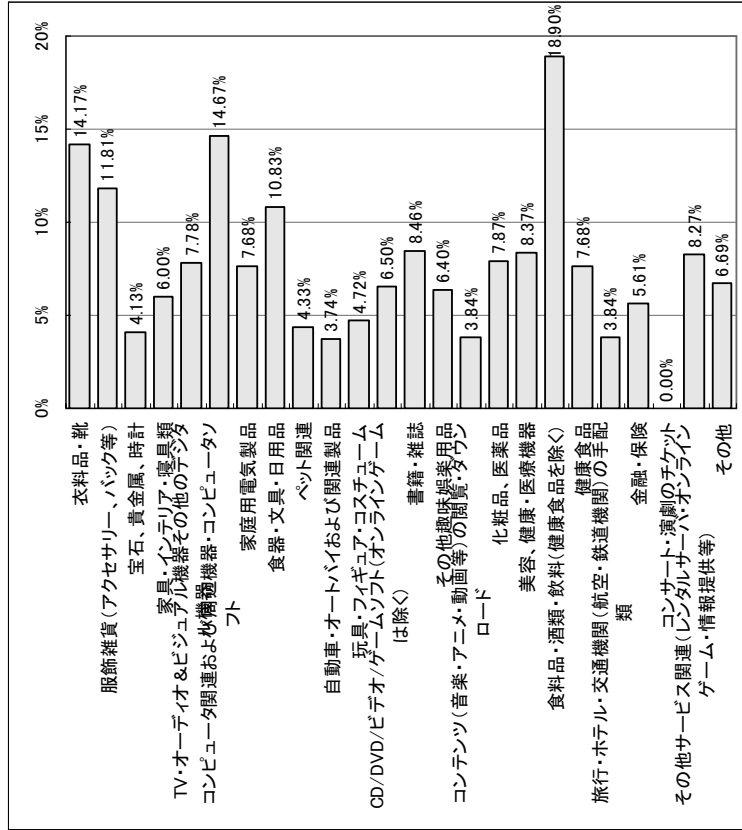
N=1016 ※複数回答



1 BtoB (企業間取引)	185	18.21%
2 BtoC (企業消費者間取引)	1015	99.90%
3 その他	1	0.10%

【ブレ】問3扱っている商品の内容は次のうちのどれですか。

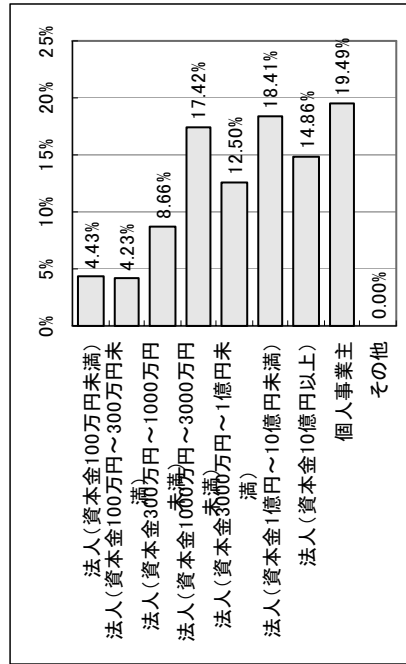
N=1016 ※複数回答



1	衣料品・靴	144	14.17%
2	服飾雑貨 (アウテサリー、バック等)	120	11.81%
3	宝石、貴金属、時計	42	4.13%
4	家具・インテリア・寝具類	61	6.00%
5	TV・オーディオ&ビジュアル機器その他のデジタル機器	79	7.78%
6	コンピュータ関連および周辺機器・コンピュータソフト	149	14.67%
7	家庭用電気製品	78	7.68%
8	食器・文具・日用品	110	10.83%
9	ペット関連	44	4.33%
10	自動車・オートバイおよび関連製品	38	3.74%
11	玩具・フィギュア・コスチューム	48	4.72%
12	CD/DVD/ビデオ/ゲームソフト (オンラインゲームは除く)	66	6.50%
13	書籍・雑誌	86	8.46%
14	その他趣味娯楽用品	65	6.40%
15	コンテンツ (音楽・アニメ・動画等) の閲覧・ダウンロード	39	3.84%
16	化粧品・医薬品	80	7.87%
17	美容、健康・医療機器	85	8.37%
18	食料品・酒類 (健康食品を除く)	192	18.90%
19	健康食品	78	7.68%
20	旅行・ホテル・交通機関 (航空・鉄道機関) の手配	39	3.84%
21	金融・保険	57	5.61%
22	コンサート・演劇の子チケット	0	0.00%
23	その他サービス関連 (レンタルサーバー・オンラインゲーム・ゲーム・情報提供等)	84	8.27%
24	その他	68	6.69%

【プレ】問4あなたの会社の資本金はいくらですか。

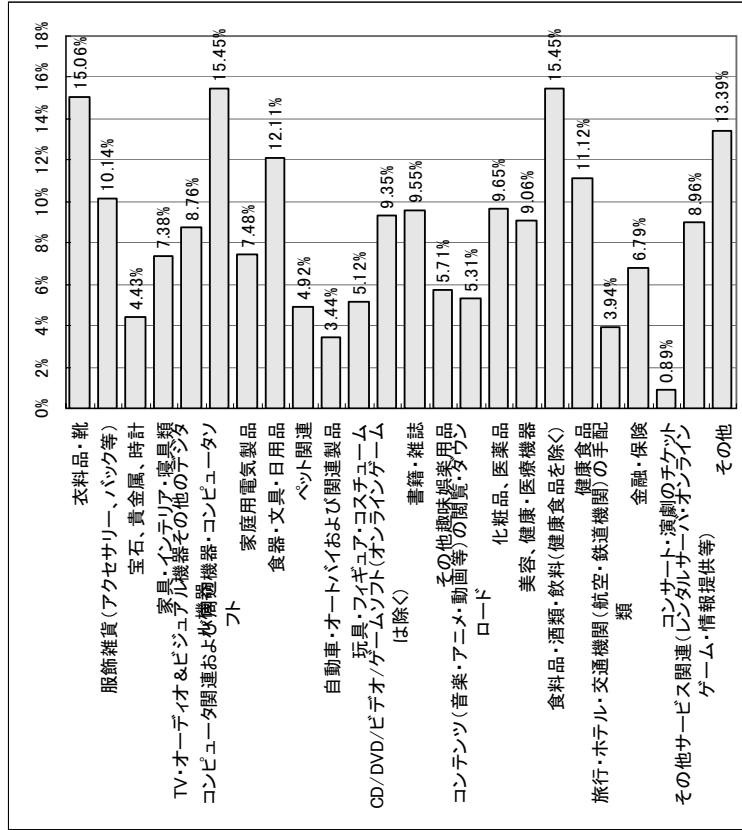
N=1016



1	法人(資本金100万円未満)	45	4.43%
2	法人(資本金100万円～300万円未満)	43	4.23%
3	法人(資本金300万円～1000万円未満)	88	8.66%
4	法人(資本金1000万円～3000万円未満)	177	17.42%
5	法人(資本金3000万円～1億円未満)	127	12.50%
6	法人(資本金1億円～10億円未満)	187	18.41%
7	法人(資本金10億円以上)	151	14.86%
8	個人事業主	198	19.49%
9	その他	0	0.00%

問1取り扱っているもの

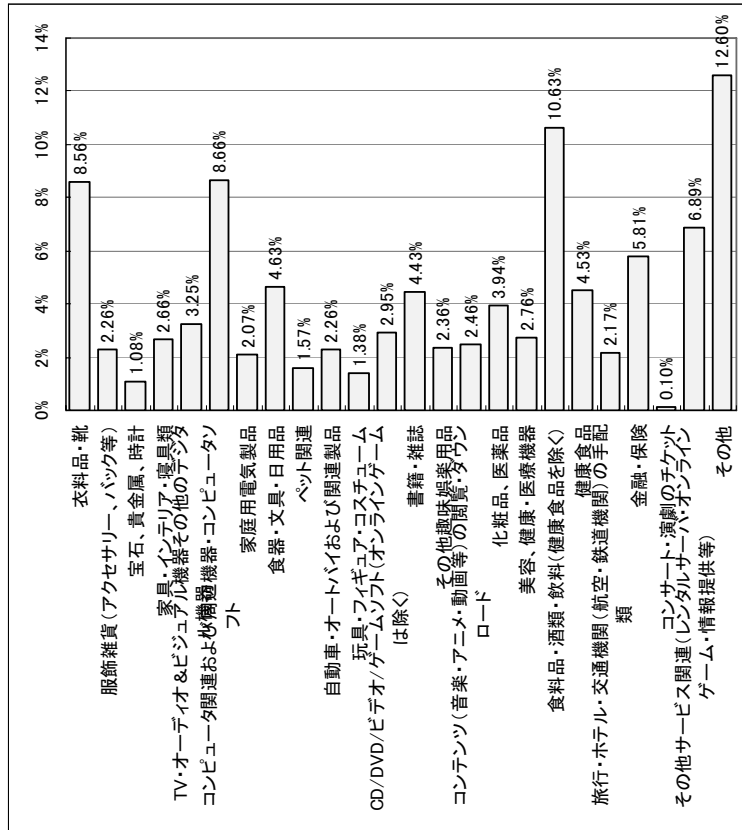
N=1016 ※複数回答



1	衣料品・靴	153	15.06%
2	服飾雑貨(アウセサリー、バック等)	103	10.14%
3	宝石、貴金属、時計	45	4.43%
4	家具・インテリア・寝具類	75	7.38%
5	TV・オーディオ&ビジュアル機器その他のデジタル機器	89	8.76%
6	コンピュータ関連および周辺機器・コンピュータソフト	157	15.45%
7	家庭用電気製品	76	7.48%
8	食器・文具・日用品	123	12.11%
9	ペット関連	50	4.92%
10	自動車・オートバイおよび関連製品	35	3.44%
11	玩具・フィギュア・コスチューム	52	5.12%
12	CD/DVD/ビデオ/ゲームソフト(オンラインゲームは除く)	95	9.35%
13	書籍・雑誌	97	9.55%
14	その他趣味娯楽用品	58	5.71%
15	コンテンツ(音楽・アニメ・動画等)の閲覧・ダウンロード	54	5.31%
16	化粧品、医薬品	98	9.65%
17	美容、健康・医療機器	92	9.06%
18	食料品・酒類(健康食品を除く)	157	15.45%
19	健康食品	113	11.12%
20	旅行・ホテル・交通機関(航空・鉄道機関)の手配	40	3.94%
21	金融・保険	69	6.79%
22	レンタルサーバ・演劇の子チケット	9	0.89%
23	その他サービス関連(レンタルサーバ・オンラインゲーム・ゲーム・情報提供等)	91	8.96%
24	その他	136	13.39%

問2メインに取り扱っているもの

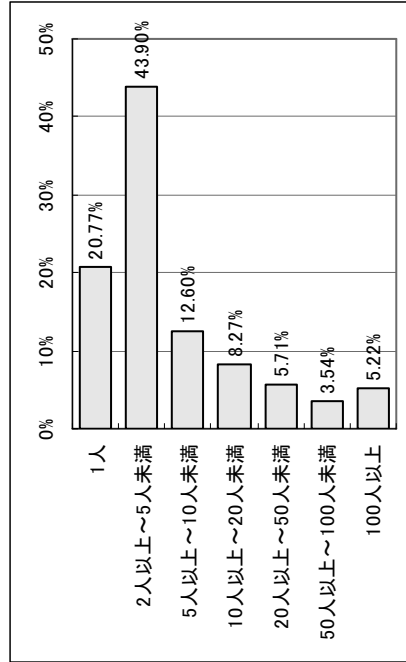
N=1016



1	衣料品・靴	87	8.56%
2	服飾雑貨(アウセサリー、バック等)	23	2.26%
3	宝石、貴金属、時計	11	1.08%
4	家具・インテリア・寝具類	27	2.66%
5	TV・オーディオ&ビジュアル機器その他のデジタル機器	33	3.25%
6	コンピュータ関連および周辺機器・ソフトウェア	88	8.66%
7	家庭用電気製品	21	2.07%
8	食器・文具・日用品	47	4.63%
9	ペット関連	16	1.57%
10	自動車・オートバイおよび関連製品	23	2.26%
11	玩具・フィギュア・コスチューム	14	1.38%
12	CD/DVD/ビデオ/ゲームソフト(オンラインゲームは除く)	30	2.95%
13	書籍・雑誌	45	4.43%
14	その他趣味娯楽用品	24	2.36%
15	コンテンツ(音楽・アニメ・動画等)の閲覧・ダウンロード	25	2.46%
16	化粧品、医薬品	40	3.94%
17	美容、健康・医療機器	28	2.76%
18	食料品・酒類(健康食品を除く)	108	10.63%
19	健康食品	46	4.53%
20	旅行・ホテル・交通機関(航空・鉄道機関)の手配	22	2.17%
21	金融・保険	59	5.81%
22	コンサート・演劇の子チケット	1	0.10%
23	その他サービス関連(レンタルサーバー・オンラインゲーム・ゲーム・情報提供等)	70	6.89%
24	その他	128	12.60%

問3 貴社のオンラインのショップの運営にかかわっているスタッフは何名いますか。

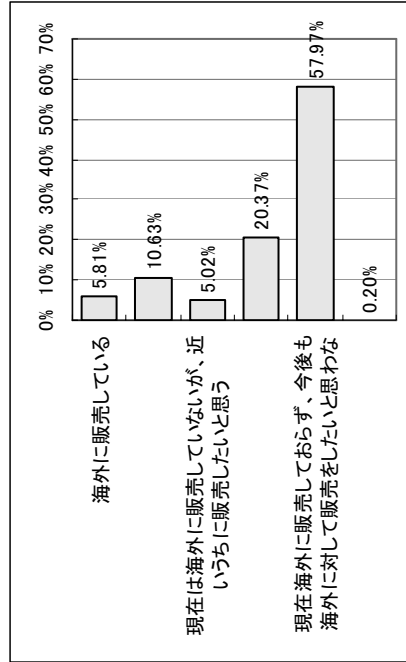
N=1016



1	1人	211	20.77%
2	2人以上～5人未満	446	43.90%
3	5人以上～10人未満	128	12.60%
4	10人以上～20人未満	84	8.27%
5	20人以上～50人未満	58	5.71%
6	50人以上～100人未満	36	3.54%
7	100人以上	53	5.22%

問4現在、貴社は海外に向けて販売していますか。また、今後海外にも販売したいと思いませんか。

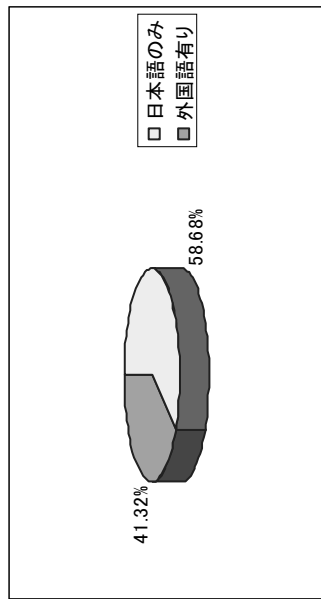
N=1016



1	海外に販売している	59	5.81%
2	積極的に販売していないが、海外から注文が入ることがあり、対応(海外発送)している	108	10.63%
3	現在は海外に販売していないが、近いうちに販売したいと思う	51	5.02%
4	現在は海外に販売していないが、いずれは販売したいと思う	207	20.37%
5	現在海外に販売しておらず、今後海外に対して販売をしたいと思わない	589	57.97%
6	以前は海外に向けて販売していたが、現在は販売していない	2	0.20%

問5外国語サイトを設けていますか。

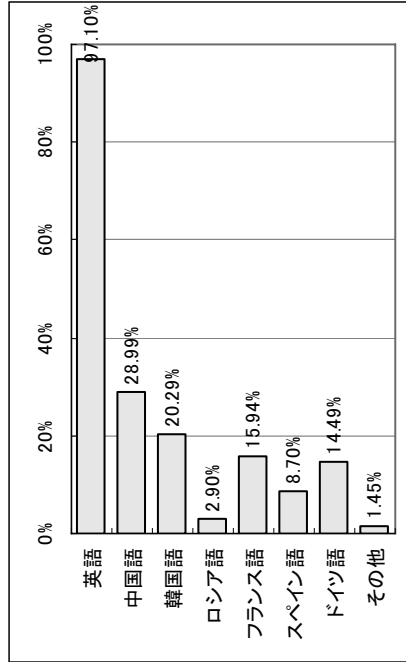
N=167



1 日本語のみ	98	58.68%
2 外国語有り	69	41.32%

問6そのサイトでは、何語で表記されていますか。

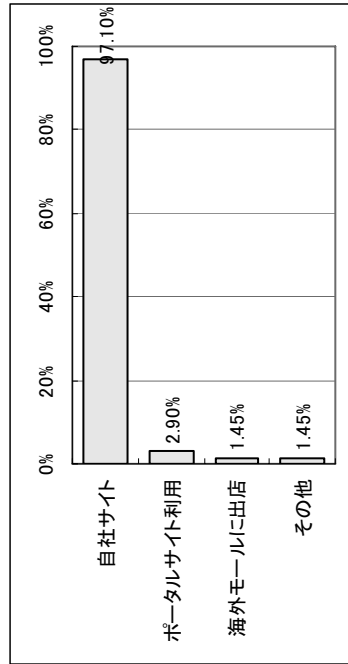
N=69 ※複数回答



1	英語	67	97.10%
2	中国語	20	28.99%
3	韓国語	14	20.29%
4	ロシア語	2	2.90%
5	フランス語	11	15.94%
6	スペイン語	6	8.70%
7	ドイツ語	10	14.49%
8	その他	1	1.45%

問7その外国語サイトは自社サイトですか。

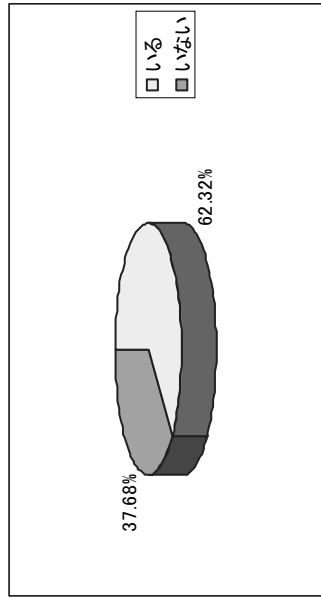
N=69 ※複数回答



1	自社サイト	67	97.10%
2	ポータルサイト利用	2	2.90%
3	海外モールに出店	1	1.45%
4	その他	1	1.45%

問8外国語サイトに対応するためのスタッフがいますか。

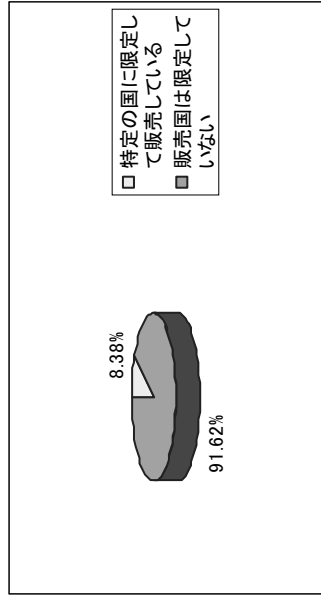
N=69



1 いる	43	62.32%
2 いない	26	37.68%

問9販売先(国)を限定していますか。

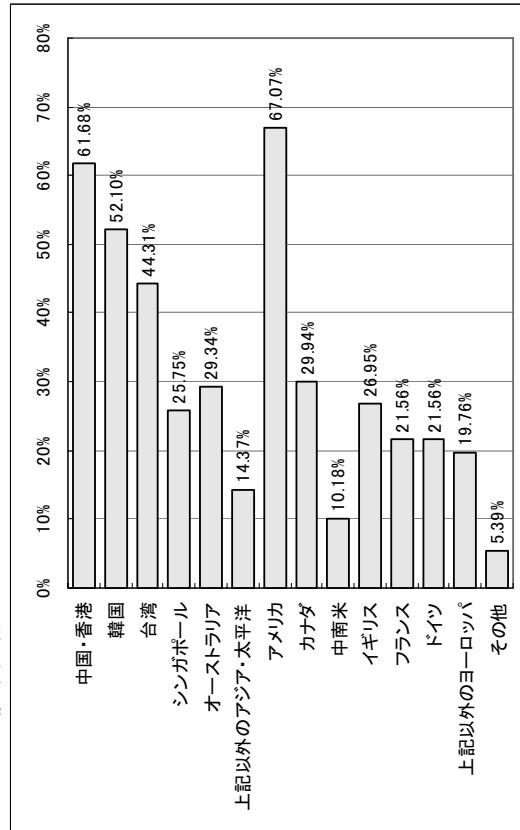
N=167



1 特定の国に限定して販売している	14	8.38%
2 販売国は限定していない	153	91.62%

問10これまで取引のあった国はどこですか。

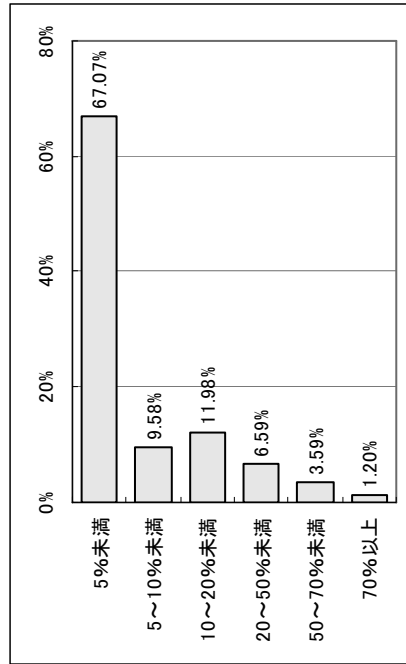
N=167 ※複数回答



1	中国・香港	103	61.68%
2	韓国	87	52.10%
3	台湾	74	44.31%
4	シンガポール	43	25.75%
5	オーストラリア	49	29.34%
6	上記以外のアジア・太平洋	24	14.37%
7	アメリカ	112	67.07%
8	カナダ	50	29.94%
9	中南米	17	10.18%
10	イギリス	45	26.95%
11	フランス	36	21.56%
12	ドイツ	36	21.56%
13	上記以外のヨーロッパ	33	19.76%
14	その他	9	5.39%

問11 貴社での年間総売上げのうち海外向け販売の割合をお知らせください。

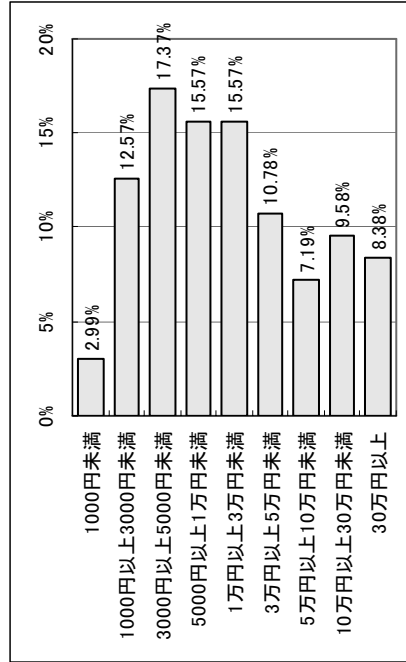
N=167



1	5%未満	112	67.07%
2	5~10%未満	16	9.58%
3	10~20%未満	20	11.98%
4	20~50%未満	11	6.59%
5	50~70%未満	6	3.59%
6	70%以上	2	1.20%

問12 顧客が購入する1回あたりの合計金額の平均であてはまるものを選んでください。

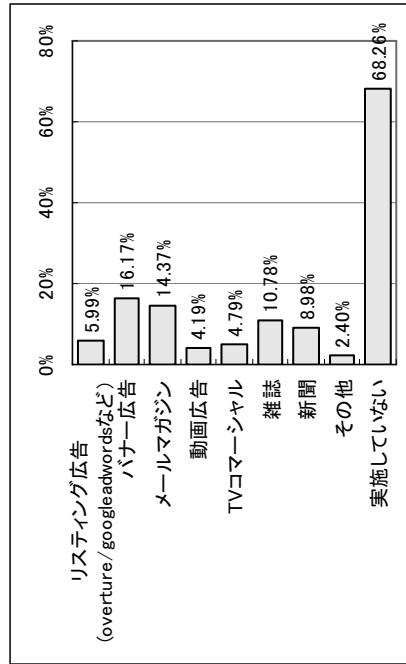
N=167



1	1000円未満	5	2.99%
2	1000円以上3000円未満	21	12.57%
3	3000円以上5000円未満	29	17.37%
4	5000円以上1万円未満	26	15.57%
5	1万円以上3万円未満	26	15.57%
6	3万円以上5万円未満	18	10.78%
7	5万円以上10万円未満	12	7.19%
8	10万円以上30万円未満	16	9.58%
9	30万円以上	14	8.38%

問13海外向けに販売するにあたり、プロモーションや宣伝を実施したりしたことはありませんか。

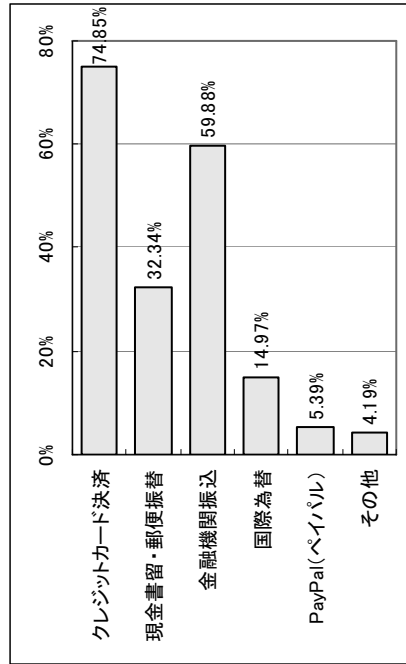
N=167 ※複数回答



1	リスティング広告(overture/googleadswordsなど)	10	5.99%
2	バナー広告	27	16.17%
3	メールマガジン	24	14.37%
4	動画広告	7	4.19%
5	TVコマースヤル	8	4.79%
6	雑誌	18	10.78%
7	新聞	15	8.98%
8	その他	4	2.40%
9	実施していない	114	68.26%

問14顧客に利用される決済方法をお選びください。

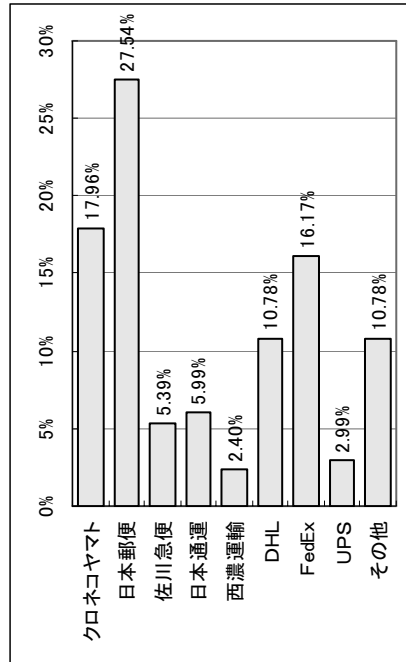
N=167 ※複数回答



1	クレジットカード決済	125	74.85%
2	現金書留・郵便振替	54	32.34%
3	金融機関振込	100	59.88%
4	国際為替	25	14.97%
5	PayPal(ペイパル)	9	5.39%
6	その他	7	4.19%

問15海外向けに発送する際に、ご利用になる業者はどこですか。

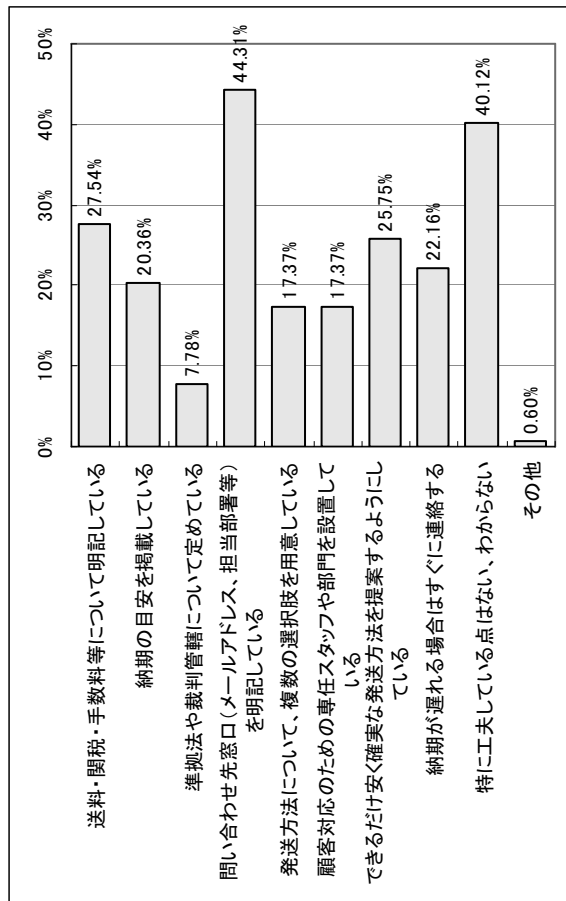
N=167



1	クロネコヤマト	30	17.96%
2	日本郵便	46	27.54%
3	佐川急便	9	5.39%
4	日本通運	10	5.99%
5	西濃運輸	4	2.40%
6	DHL	18	10.78%
7	FedEx	27	16.17%
8	UPS	5	2.99%
9	その他	18	10.78%

問17海外に販売しているオンラインショップサイトでは、海外の顧客の利便性を高めるために特に工夫している点がありますか。

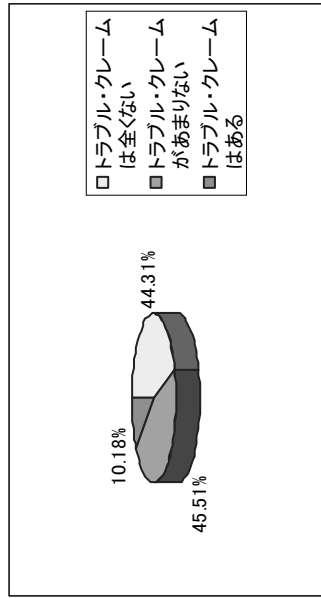
N=167 ※複数回答



1	送料・関税・手数料等について明記している	46	27.54%
2	納期の目安を掲載している	34	20.36%
3	準拠法や裁判管轄について定めている	13	7.78%
4	問い合わせ先窓口(メールアドレス、担当部署等)を明記している	74	44.31%
5	発送方法について、複数の選択肢を用意している	29	17.37%
6	顧客対応のための専任スタッフや部門を設置している	29	17.37%
7	できるだけ早く確実な発送方法を提案している	43	25.75%
8	納期が遅れる場合はすぐに連絡する	37	22.16%
9	特に工夫している点はない、わからない	67	40.12%
10	その他	1	0.60%

問18今までにトラブルやクレームはありますか。

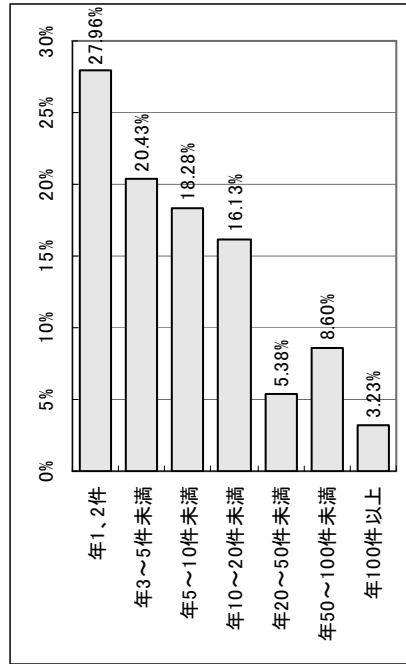
N=167



1	トラブル・クレームは全くない	74	44.31%
2	トラブル・クレームがあまりない	76	45.51%
3	トラブル・クレームはある	17	10.18%

問19前問であったトラブル・クレームは「1年間平均」して何件くらいありますか。

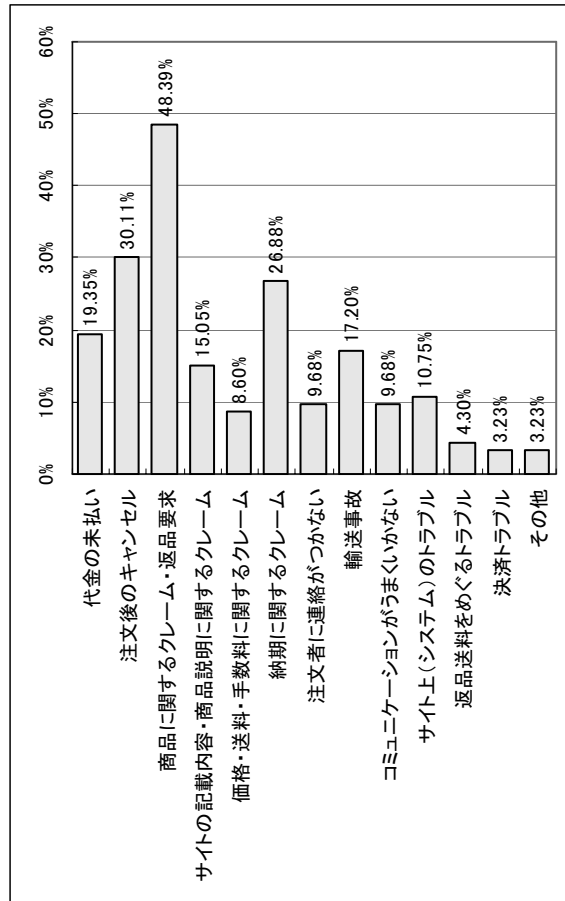
N=93



1	年1、2件	26	27.96%
2	年3～5件未満	19	20.43%
3	年5～10件未満	17	18.28%
4	年10～20件未満	15	16.13%
5	年20～50件未満	5	5.38%
6	年50～100件未満	8	8.60%
7	年100件以上	3	3.23%

問20今までに経験したトラブル・クレームは次のうちどれですか。

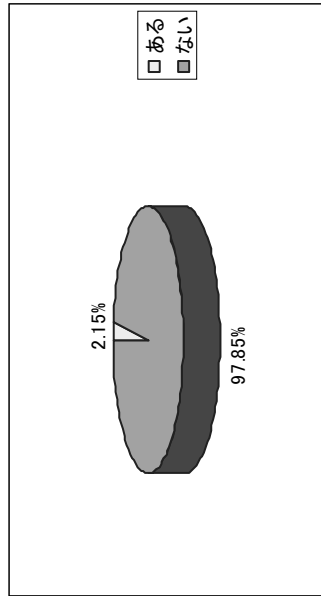
N=93 ※複数回答



1 代金の未払い	18	19.35%
2 注文後のキャンセル	28	30.11%
3 商品に関するクレーム・返品要求	45	48.39%
4 サイトの記載内容・商品説明に関するクレーム	14	15.05%
5 価格・送料・手数料に関するクレーム	8	8.60%
6 納期に関するクレーム	25	26.88%
7 注文者に連絡がつかない	9	9.68%
8 輸送事故	16	17.20%
9 コミュニケーションがうまくいかない	9	9.68%
10 サイト上(システム)のトラブル	10	10.75%
11 返品送料をめぐるとのトラブル	4	4.30%
12 決済トラブル	3	3.23%
13 その他	3	3.23%

問21海外の購入者とのトラブルに関し、国内・海外を問わず相談先に問い合わせたことがありますか。

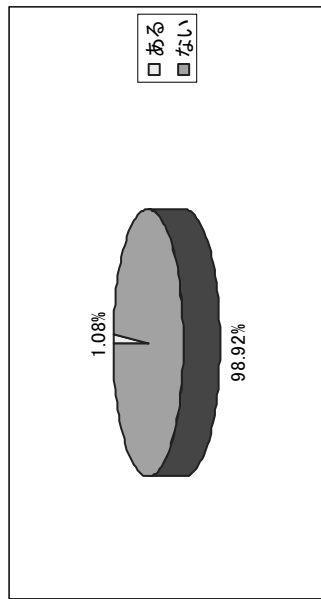
N=93



1 ある	2	2.15%
2 ない	91	97.85%

問22海外の購入者以外の機関から連絡を受けたことがありますか。

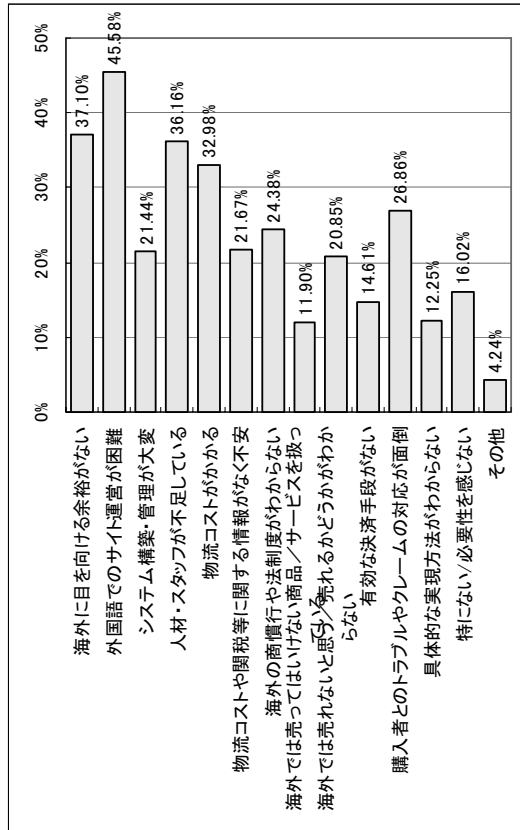
N=93



1 あり	1	1.08%
2 ない	92	98.92%

問25 現在、海外に向けて販売していない理由・海外に販売する際にネックとなる点は何ですか。-現在、海外に向けて販売していない理由・海外に販売する際にネックとなる点は何ですか。

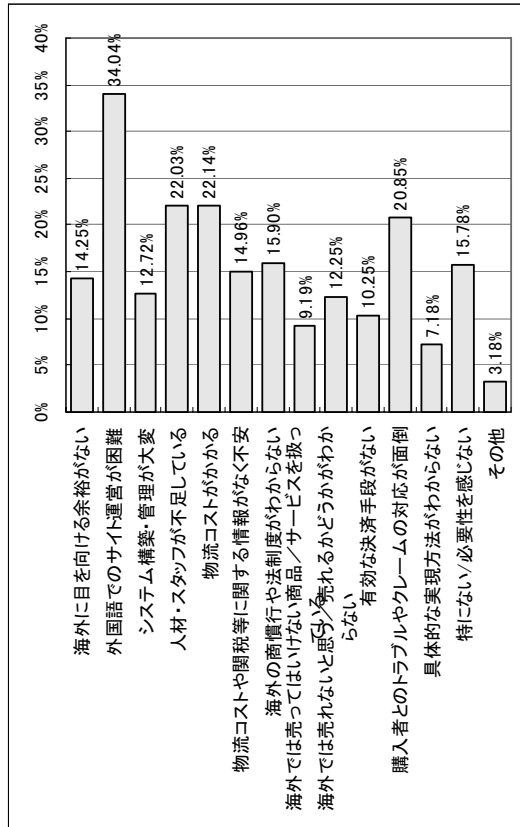
N=849 ※複数回答



1	海外に目を向ける余裕がない	315	37.10%
2	外国語でのサイト運営が困難	387	45.58%
3	システム構築・管理が大変	182	21.44%
4	人材・スタッフが不足している	307	36.16%
5	物流コストがかかると感じる	280	32.98%
6	物流コストや関税等に関する情報がなく不安	184	21.67%
7	海外の商慣行や法制度がわからない	207	24.38%
8	海外では売れないと思う／売れるかどうかを扱っている	101	11.90%
9	海外では売れないと思う／売れるかどうかかわからない	177	20.85%
10	有効な決済手段がない	124	14.61%
11	購入者とのトラブルやクレームの対応が面倒	228	26.86%
12	具体的な実現方法がわからない	104	12.25%
13	特になし／必要性を感じない	136	16.02%
14	その他	36	4.24%

問25 海外に販売する際にネックな点 -現在、海外に向けて販売していない理由・海外に販売する際にネックな点は何かですか。

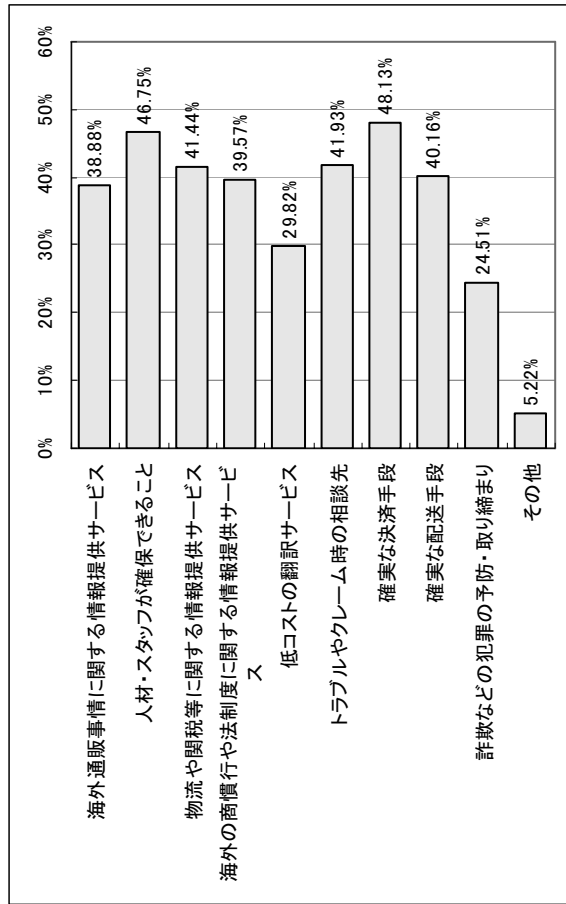
N=849 ※複数回答



1	海外に目を向ける余裕がない	121	14.25%
2	外国語でのサイト運営が困難	289	34.04%
3	システム構築・管理が大変	108	12.72%
4	人材・スタッフが不足している	187	22.03%
5	物流コストがかかる	188	22.14%
6	物流コストや関税等に関する情報がなく不安	127	14.96%
7	海外の商慣行や法制度がわからない	135	15.90%
8	海外では売れないと思う／売れるかどうかを扱っている	78	9.19%
9	海外では売れないと思う／売れるかどうかかわからない	104	12.25%
10	有効な決済手段がない	87	10.25%
11	購入者とのトラブルやクレームの対応が面倒	177	20.85%
12	具体的な実現方法がわからない	61	7.18%
13	特になし／必要性を感じない	134	15.78%
14	その他	27	3.18%

問26海外へのネット販売がしやすくなるには、どのようなサービスや環境が整うと良いと思いますか。

N=1016 ※複数回答



1	海外通販事情に関する情報提供サービス	395	38.88%
2	人材・スタッフが確保できること	475	46.75%
3	物流や関税等に関する情報提供サービス	421	41.44%
4	海外の商慣行や法制度に関する情報提供サービス	402	39.57%
5	低コストの翻訳サービス	303	29.82%
6	トラブルやクレーム時の相談先	426	41.93%
7	確実な決済手段	489	48.13%
8	確実な配送手段	408	40.16%
9	詐欺などの犯罪の予防・取り締まり	249	24.51%
10	その他	53	5.22%