

も許可を禁じられる。
連邦経済省が法規命令でもって、規定を公布できる。
例えば、競売の許可に関して、届け出の義務、依頼人に着いて営業監察局、そして商工会議所に伝えるデータ、帳簿の義務に関して。

(8) ニュージーランド Ministry of Consumer Affairs

回答者: Pamela Rogers

役職: Senior Advisor (Strategic Projects), Consumer Information Service division

質問 1: ネットオークションでの様々な問題について事業者や行政機関を交えた研究会などが開催されているか?
いいえ、省がオンラインオークションに関する講習会を実施したことはない。
質問 3: ネットオークション運営に関わる法改正や対策・規制は必要と思われるか?
現時点では、ニュージーランドのオンラインオークションにおいて、この市場慣行の制度化の検討を要するほどの問題は発生していない。
質問 7: 障害となる要因があるならば、それはどのようなものか?
ニュージーランド政府が、競売者に関連する現行制度の変更を検討するには、当局職員が、ニュージーランドの市場に問題があるという証拠を提示しなければならない。しかし、当局の調査時に、市場問題が存在していないようである。
質問 10: 詐欺を中心とするネットオークショントラブルに関して「オークション事業形態」以外の部分での規制や対策が必要と思われるか?
「オークションビジネスの形態」という表現が意味するものがよく理解できないが、詐欺については、ニュージーランドの犯罪法 (Crimes Act) および公正取引法 (Fair Trading Act) により、適切に対応できているのではないか。
質問 8: ネットオークションにおいて、詐欺などのトラブルが多発する原因を何にあると捉えているか?
オンラインビジネスを始めることのできる人の管理、およびオンラインビジネスの監視が、全体的に足りないことが理由だと思われる。問題は、この監視活動を、政府の規制により行うべきか、あるいは C2C (消費者間取引) オンラインオークションを設立したサイトが行うべきかである。こうした措置を取れば、サービスの利用に当たり、独自のルールを適用し、ルール違反者へのサービス提供を拒否することができる。また、エスクロー勘定や、オンライン紛争解決サービスを用いて、クレームおよび詐欺を最小限に抑えることもできる。
質問 9: オークション詐欺の主な手口はどのようなものか?
このような問題は、「便宜上のアドレス」の使用や、売り手がどこから操作しているのかを「隠す」その他の方法など、世界中に存在するものであり、オンラインオークション特有のものではない。オンライン販売者として登録するために使用できる身分証明の種類に対する規制強化を検討することによって解決できるのではないか。
質問 13: リアルのオークション主催者に関する法規制があるか。
オークション法に、オークションを実施するための必要条件が明記されている。競売者はライセンスを取得する必要がある。
酒類販売免許保持者、質屋営業免許保持者、あるいは債務未返済の破産者には、ライセンスを発行しない。
毎年免許を申請し、その際に、申請者の事業を行う場所に関する詳細情報を提出しなければなら

<p>ない。競売者は、裁判所に保証金（1000ドル）を支払わなければならない。免許申請の一環として、競売者は免許を保持するのに適格な者であるという情報を提出しなければならない。</p> <p>競売者は事業を行う場所に、免許を携帯していなければならない。競売者は、14日以内に、売り手に対し、売り上げに関する情報に加え、売り上げから得た利益（手数料などを差し引いた額）も提出しなければならない。</p> <p>横領、窃盗、または帳簿の改竄が発覚した場合、競売者は有罪となり、最長2年の懲役が科せられる。</p> <p>大部分のオークションはB2C（企業対消費者取引）ではなく、C2C（消費者間取引）であるため、現時点では検討していない。</p> <p>質問14：市（オークション形式ではない、単なる即売会）についての法規制があるか。あるとすれば法規制の概要はどのようなものか。</p> <p>（オークション関連以外で）市場を管理する法律は多数ある。消費者保護に最も関連があるのは、公正取引法（Fair Trading Act）（取引に携わる者が顧客を騙したり、欺瞞的行為を犯すことを禁止する）と消費者保証法（Consumer Guarantees Act）（欠陥商品やサービスに対し、取引に携わった者が保証および修理を提供する）である。</p>

(9) ニュージーランド Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) 消費者団体全国連盟

<p>質問1：ネットオークションでの様々な問題について事業者や行政機関を交えた研究会などが開催されているか？</p> <p>昨年、www.tecchannel.de から ricardo、primus-auktion、offerto、andsold、atrada、itrade、qlx とするオークションサイトが「Arbeitskreis Online-Auktionen (AOA) = オンライン・オークション作業共同体」を創立したという情報が入りました。</p> <p>この AOA の目的は二つあります：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) オンライン・オークションの法律（その状況）を明確すること。 2) quality standard (質基準) に関して合意すること。 <p>VZBV としては、これ以外の情報はありません。</p> <p>Stiftung Warentest 財団法人がオンライン・オークションについて調査を行なったので、ここに連絡を取ることをお勧めします。</p> <p>注：Stiftung Warentest の Dr. Catenhusen の答えは既にお送りしてあります。</p> <p>但し、Dr. Catenhusen は、調査をしたということを確認にはしませんでした。</p> <p>質問3：ネットオークション運営に関わる法改正や対策・規制は必要と思われるか？</p> <p>はい。</p> <p>質問4：具体的にどのような規制や対策が必要と思われるか？</p> <p>オンライン・オークション販売契約の成立に関する裁判では、まだはっきりと統一されたものではありません。（買い手が入札する時点から販売契約が成立するか）従って、オンライン・オークションが失敗した際、現在このような不安定な裁判例が出現します。ここに至って、VZBV として最高裁判所の判決か、はっきりとした法律の規制が必要とします。</p> <p>オークションサイトが出品者を更にコントロールする義務も必要とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ユーザが個人情報（フルネーム、召喚可能な住所）を明確にしないかぎり、オンラインの取引場に出すべきではありません。 ・ 売買が売り手（出品者）によって無効とされた場合、買い手はオンラインオークションサイトに対して基本的な情報取得権利があるべきです。 ・ 絶対条件：オークションサイトがユーザにエスクローを提供しなければなりません。 <p>質問5：そのような規制や対策が施行される予定はあるか？</p>
--

<p>エスクローは、いくつかのオークションサイトが自ら提供するようになりました。あるサイトが取引場へ出る許可を与える前に、認証された身分証明書を提出してもらう事になっています。</p>
<p>質問 9：詐欺を中心とするネットオークシヨントラブルに関して「オークシヨン事業形態」以外の部分での規制や対策が必要と思われるか？</p>
<p>普通のオンライン・シヨッピングの際も次のような問題がたびたび出てきます：商品が郵送されない、欠陥商品、遅配、責任ある売り手の住所不明により権利の主張が大変に困難となる。以下のような条件は許されない： データ保護法違反、郵送代や他のコストが明確になっていないケース、撤回権利について情報がないか、または不十分であること。消費者自身は権利に対する知識不足のため、それらの権利を主張することができません。</p>
<p>質問 10：あるとすれば、どのようなものか？</p>
<p>言わば、品質保証マークの導入： 決まった基準（データ保護の規制を守ること、価格を明確にすることなど）に達成すれば、売り手の申請によって与えられる制度です。</p>
<p>質問 11：具体的に、それらの対策が講じられる予定はあるか？</p>
<p>はい、オンライン・シヨッピングに関して、ドイツのオンライン・シヨッパーにとって役割を果たしている品質保証マークが二つ存在しています：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Trusted Shop (www.trustedshops.de) 2) Geprter Online-shop (www.shop-info.net) {資格を与えられたシヨップ} <p>VZBV としてのこの二つのマークに対する批判： この二つのマークの裏には保険会社、又は商人のロビー(=商人の圧力団体)があります。このようなマークは中立の専門の検査員によって与えられることと、シヨップが定期的に検査されることが望ましいと思われます。</p> <p>オンラインオークシヨンの場合は、幾つかのオークシヨン・サイトが認証された身分証明書を提出するユーザに品質保証マークのような印を与えています。</p>
<p>質問 12：ネットオークシヨンにおいて、詐欺などのトラブルが多発する原因を何にあると捉えているか？</p>
<p>匿名を隠れ蓑にして詐欺行為がまさに出しやすくなっていると言えるでしょう。発覚の確立は、この場合の犯罪行為の結果が割り出しやすいので低下しつつあります。(商店における窃盗の場合は、多様に機能して目立たない監視設備のために、発見される率は多い。)</p> <p>たくさんの世帯がインターネットを持っています。従って、Schreibtischt 閣 er (デスク犯人)として匿名で活躍する機会も誘惑も、細かく計画しなければならない銀行強盗や近所のお店での窃盗より多いでしょう。もしかして、普段隠れていた犯罪エネルギーが放ちやすくなっているかもしれません。</p> <p>その上、オンライン・オークシヨンは安全性に関して、まだかなりの欠落部分があります。(例:ユーザが、詳しい個人データが集められないと、それだけのデータが逆に報告されてきません。その結果として、反対給付されないまま、お金だけが徴収されるという詐欺行為が出現しやすいです。)</p> <p>オンライン・オークシヨン・サイトの数が多いことから、この取引場を犯罪に利用しようと思う者にとっては、安全面が一番かけているサイトを選び出すのが簡単だと考えられます。</p> <p>オークシヨン・サイトの不十分と言える安全手段。つまり、エスクローが提供されないこと、又は、ユーザの個人・身元データについての情報を求めないことなどが挙げられます。</p>

質問 13：オークション詐欺の主な手口はどのようなものか？

我々の情報判断からすると、売り手の個人情報が入り込んで不十分であることが、一番問題を起している原因だと思われます。特に、入金済みでありながら、買い手に商品を発送しないとか、傷物商品しか送らにというケースなどでは、この点が問題になっているようです。

第 9 問題点の整理と今後の課題

インターネットオークションの登場により詐欺、偽造品、禁制品の横行が顕著になったことは犯罪統計からも明らかであり、尚かつ、これらの犯罪が予防・検挙・被害回復の各側面において極めて対処が困難であることも事実である。その理由を整理してみると、(1) 匿名性と民事紛争処理 (2) 広域性の 2 つに分けられる。

- (1) 匿名性と民事紛争処理については、インターネットでの活動そのものが元来メールアドレスや IP アドレスといった個人を特定し得ない情報に基づいて行われることに加え、その匿名性をさらに高める手段としての無料プロバイダや無料メールアドレス等、利用に際して本人確認を要しない付加サービスの存在がある。その様な環境のもと、インターネットを利用した個人間取引の場を提供するオークション主催者や掲示板主催者においては、利用に際して本人確認の法的義務を負うことなく、しかも利用規程によりあらゆるトラブルについて一切の責任を負わないことを保証されており、すべてのリスクは利用者の自己責任に帰する形となっている。しかし一方で、利用者が自己努力で問題を解決することを阻害する様々な要因が存在するため、事実上は泣き寝入りを得ざるを得ないケースが少なくない。例えば、インターネットオークションにおいて代金を支払ったのに商品を受け渡されないと言うトラブルが生じた場合、本来の紛争解決手段としては当事者同士の交渉 (弁護士 の介入を含む) による解決が望ましい形であるが、相手の身元が不明であることによりそれが出来ないといった事例が最も多い。取引相手が事業者の場合で有れば、特定商取引法により消費者保護の制度も用意されており、また、消費者相談センターなどの仲裁機関が紛争解決に協力することも可能である。しかし、個人間取引においては、そうした保護は一切用意されていない。オークション主催者側は、「トラブルの解決は当事者同士の責任で行ってください。」との姿勢をとっていながらも、肝心の取引相手の情報開示を要求しても通信の守秘義務やプライバシー等を理由に開示することはない。その結果、被害者としては警察を頼りに取引相手を特定する以外に解決の糸口が開けないことになるが、警察の立場としては民事紛争への介入を行う事はできず、また、詐欺に該当するかどうかの判断が微妙なケースが少なくないことから、対応は慎重になる傾向がある。無論、詐欺の検挙事例は年々増加しているものの、容疑者の逮捕が被害者の被害回復に繋がるかというところではない。被害者として望むことは騙し取られた代金の返還であり、加害者が刑事罰を受けるかどうかはその後の問題である。しかし現実には逮捕された容疑者に弁済能

力がないことも多く、事実上の被害回復は困難である。また、当初から取引相手が明確で有れば一般民事の問題として解決可能なトラブルであっても、取引相手の情報を開示する唯一の手段として裁判所による捜査令状が必要となることにより、結果的には刑事事件として処理せざるをえないという状況は、無用に犯罪者を生み出してしまうという結果になり好ましくない。

- (2) 広域性が原因となる問題については、一つには取引当事者が対面による取引や交渉が困難になると言うことがあげられる。遠隔地間で迅速な契約成立や契約の履行が可能であるという点においては、インターネットが貢献する部分は大きいですが、一度も顔を合わすことなく取引を成立させることについては、商品内容の確認手段や、取引相手の身元確認手段の点において弊害となる要素でもある。本来で有れば、対面によらずとも取引相手の身元確認を確実に履行できる代替手段が用意されていることが望ましく、電子署名やウェブマネーなどの普及を急ぐことも課題と思われるが、その為には、これらの利用方法が手続きや費用面で消費者に過度の負担にならないように改善することも必要と思われる。二つ目の問題としては、捜査機関の捜査上の障壁となることが挙げられる。被害者が全国各地に点在し、加害者も居場所を転々と移動しながら詐欺を繰り返すようなケースでは、関係する各都道府県警察の相互の協力が必要であり、また、捜査経費も莫大なものになってしまう。被害の深刻さに対する経済効率を考えると、これは現実的に無視できない要因であり、結果的にインターネットに係る軽微な犯罪の捜査に際しての抵抗要素になっている感は否めない。それだけに、いかに犯罪の起こり難い環境を作り上げるかが、事業者にゆだねられる課題と言えよう。

現行の公法規制ではインターネットオークションサイトに対して犯罪防止策やトラブル発生後の被害回復への法律的責任義務を課すことは困難であるあり、個人間取引を行う上でのリスクマネジメントは消費者本人の自己責任に委ねられる要素が多いと言える。しかしながら表面上、取引相手が事業者なのか個人なのか判断がつきにくいと言う匿名性の問題と、インターネットオークションへの盗品等の混入を、システム上も法制度上も防止する機能が用意されていない現状は、窃盗その他の犯罪防止の観点からも無視出来ない問題であり、何らかの有効なルールづくりが必要不可欠と思われる。この点については、米国インターネット詐欺苦情センター（IFCC）の活動事例が良い見本となるだろう。

IFCCにおいては

- ① IFCC のウェブサイト上の苦情申請フォームによってオンラインで被害報告を受け付ける。
- ② IFCC のアナリストが法律違反と判断したケースについては州警察や FBI へ通報

- ③ 寄せられた苦情は IFCC のデータベースに記録され、新たに寄せられた苦情は、このデータベースでチェックされ他の苦情との関連性を調べたり類似の事件の照会を可能としている。
- ④ 苦情をもとにインターネット詐欺に関する統計をまとめたり詐欺の手口や流行についてのデータを集めるなどの付帯活動も実施。

というようなことを実施しており、センター発足当時の 1 週間の平均苦情件数は約 1000 件、最初の半年だけで 20,014 件の苦情が寄せられ 6,087 件が国内外の法的機関へ通告されている。

消費者に対する啓蒙や教育はもちろん重要であるが、犯罪防止という点においては行政による上記のような対策も検討する必要があるだろう。また、サービス提供者においても、自己の運営姿勢が社会に与える影響を十分に考慮した上で、法規制に依存しない形の自発的な事故防止策を講じる道義的責任があるものと感じられる。例えばある利用者について複数の苦情が寄せられていないかどうかを把握し、不適格者を排除する体制など、少なくとも、不正行為に係る利用規約を掲げているからには、それに違反する行為を確認した時点で規約にのっとった適正な対応を実行すべきである。

第 10 参考データ

(1) OECD レポート

法律と政策に関わる問題

概要

27. 現在の消費者対消費者型オンライン競売は、単に既存の消費者対消費者の取引と従来の競売の掛け合わせに過ぎない。オンラインという性質のため、より幅広い範囲の、そして地理的にもより多様な売り手と買い手の市場を、より効率的にまとめることができる。オンライン競売は、競売運営者ではなく売り手が、販売が行なわれるまではその商品を所有し、そして支払いや商品の引渡しについて買い手と直接取り引きする責任を有するという点において、新聞などの項目別広告やヤードセール（個人の庭先での中古家庭用品セール）のような既存の消費者対消費者の取引に類似している。また、オンライン競売は、価格が入札を通じて決定される点では従来型の競売に類似しているが、売り手の代理人である競売人が存在しない点では異なる。

28. 二者間の取引および従来型の競売の双方に適用される州、国家、および国際レベルの規則は存在するが、消費者対消費者型オンライン競売の持つ独特な性質とその利用の増加により、消費者に関する法律上および政策上の問題が数多く発生している。例えば、既存の競売法および規則は消費者対消費者型オンライン競売に適用されるのか、そしてどのように適用されるのか、現行の消費者保護法、政策、および慣行は消費者対消費者型オンライン競売に適用されるのか、そし