

D.確認の手続き

61. ガイドラインは以下のように規定している。

購入を行なう消費者側の意図に関する曖昧さを防ぐためには、消費者は購入を完了する前に、購入を希望している物品やサービスの内容を正確に確認できる、いかなる間違いも確認して修正するか注文自体を変更できる、十分な情報に基づき熟考の末に購入に対する同意を表明できる、ならびに取引に関する完全かつ正確な記録を保持できなければならない。

62. 競売という環境、特にオンライン競売という環境では、このガイドライン原則が予期している通り、オンライン競売の手続きのうちどの部分を「購入」と見なすのかを確定するのは困難である。したがってガイドラインの真意としては、根本的な問題は「購入」という用語の使用が「入札」や「最高入札」と関係している可能性があるかどうかである。

63. この前提に基づき「購入」の代わりに「入札」を用いることで、潜在的な買い手が最終的な付け値を提示する前に、「[入札]を希望している物品やサービスの内容を正確に確認できる、いかなる間違いも確認して修正するか[付け値]を変更できる、十分な情報に基づき熟考の末に[入札]に対する同意を表明できる、ならびに[入札]に関する完全かつ正確な記録を保持できる」機会を持っていることが必要である。

64. 競売運営者が入札形式および入札情報を管理している場合、潜在的な買い手にこれらの機会を確実に提供することは競売運営者の責任である。この原則の重要性を認識した上で、多くの競売運営者は、入札者が供給するような関連する全ての入札情報、ならびに入札者が修正・確認できる商品リストからの情報により最終的な仕切りを行なうことで、潜在的な買い手に対して先述したような機会を提供する。

65. より困難な問題は、これらの原則を最高入札者について適用することであろう。

E. 支払い

66. ガイドラインは以下のように規定している。

消費者は、利用し易く安全な支払い方法、およびそのような方法において提供される安全性の水準に関する情報の提供を受けなければならない。

67. また、ガイドラインでは支払システムの不許可・不正使用に対する課金取消制度および責任の限定の重要性を認識し、その開発と利用を奨励している。

68. 従来の電子商取引とは異なり、オンライン競売における買い手と売り手は、商品に関する支払いについて取り決める責任を持つ。しかし、売り手が認める支払方法は、競売運営者が売り手に対し商品説明のなかでリストに挙げるよう要求する項目である。売り手が認める支払方法には、商品引渡し時の現金払い、銀行の支払い指図書または個人用小切手など、あまり安全ではない支

払方法が含まれる場合がある。支払いは通常、オフラインで行なわれるため、オンライン支払の安全性を保証することは多くの場合見当違いとなる可能性がある。

69. 支払システムの不許可・不正使用に対する課金取消制度および責任の限定を利用することに関して言えば、消費者対消費者型オンライン競売の取引では、会社ではなく個人が売り手として関与するため、結果として、そのような支払方法を認める売り手が関与することはほとんどない。しかし、オンライン競売運営者のなかには、この問題を認識し、ガイドラインの真意に即して、最高入札者がクレジットカードで支払いを行なえるような支払システムを先述のように提供しているものもある。競売運営者がそのようなサービスを提供する場合、そのような仕組みによって提供される安全性の水準に関する情報は競売運営者が提供すべきである、と仮定するのが妥当であろう。

F. 係争の解決・補償

i. 係争解決・補償の代替的な方法

70. 買い手と売り手が異なる州や国など、異なる地域にいる場合が多い消費者対消費者型オンライン競売の環境においては、係争解決の代替的な方法を提供することは、有効な補償を得ようとしている買い手および売り手にとって重要である。先述したように、オンライン競売運営者は取引の完了に対するいかなる責任をも否定する一方で、競売参加者のために係争解決の方法を提供する機会が多い。実際、eBay 指定の係争解決サービス提供者である SquareTrade は、オンライン取引全般で発生した係争に関して最高の解決件数を誇っている。

ii. 適用される法律と管轄権

71. 管轄権と適用される法律に関連する問題は、電子商取引やインターネットの利用に関する多くの側面において発生している。オンライン競売が、一般的な契約行為、消費者保護、および施行の問題に関して依然として取組みが進んでいない、電子商取引やインターネット関連の特別な管轄権や法の選択の問題を生じさせることは現実的でない。

72. 消費者対消費者型オンライン競売について、管轄権と適用される法律に関する疑問を投げかける問題として、サイトで違法な商品がリストに載らず、販売もされないことを保証するために、競売運営者および売り手がどのような義務を負うかという問題が挙げられる。競売運営者が違法の可能性のある商品リストを掲載し、あとは売り手が商品の売り出しの可否について最終的に判断する責任を負うというので十分だろうか？ 違法な商品の購入に関して買い手に負わせるべき義務はあるだろうか？ 全ての管轄の法律は、法律違反の可能性のある、違法、あるいはその他禁止されている商品を販売しないよう取り除く責任から、競売運営者を防御しているだろうか？ もしそうでない場合、ある国の国民が特定のサイトにアクセスするのを拒否できるような技術的措置は存在するだろうか？

73. 現在、フランスの法廷は Yahoo 社に対し、オンライン競売経由でナチス関連の物品を販売する Yahoo 社のアメリカのサイトへのフランス国民のアクセスを拒否する方法を見出すよう裁定を下している。Yahoo 社はそのような方法は技術的に不可能であると断言したが、フランスの法廷は技術専門家に委託してこの問題について調査している。専門家による報告は 10 月に発表される予定である。

F. プライバシーとデータの安全性

74. プライバシーとデータの安全性の分野について、ガイドラインは次のように規定している。

企業対消費者型電子商取引は、消費者に対して適切かつ効果的な保護を提供するために、「プライバシーの保護および個人データの越境移動に関して適用する OECD ガイドライン」（1980 年）で規定されている公認プライバシー原則に即し、「グローバルネットワークにおけるプライバシーの保護に関する OECD 閣僚級宣言」（1998 年）を考慮して行なわれる必要がある。

75. オンライン競売は、プライバシーおよび個人データの保護に対する新たな課題をもたらす可能性がある。競売により一個人が他の個人に対して物品を販売する際には、場合によっては金融データを含む個人データが個人間でやり取りされるのはもちろん、そのデータがその個人から競売運営者に引き渡される必要がある。考慮すべき問題には、以下のものが含まれるであろう。

i. 競売運営者により収集される情報

76. まず、売り手と買い手がオンライン競売への参加登録を行ない、固有のユーザ ID を獲得する際に、通常はクレジットカード情報を含む個人情報の提供が必要とされる。この場合、オンライン競売運営者が収集する情報に関して責任を持つ。このことは、従来のプライバシー保護法および慣行が競売運営者による個人情報の取扱いに対して適用されるであろうから、新たな懸念を呼び起こさない可能性がある。

ii. 個人間を移動する情報

77. 第 2 の問題は、個人情報の個人間の移動についてであり、ひょっとしたら大きな懸念材料かも知れない。消費者対消費者型競売の多くは、最高入札の時点で、買い手と売り手が支払いと商品引渡しの手はずを取り決めるために行なう相互連絡を当事者同士に任せている。このことは、個人間で個人情報がやり取りされることを意味する。この点が従来の多くのプライバシー保護制度の領域を超える分野かも知れない。一個人が単にもう一人の情報を保有しているのみであるため、プライバシーの懸念という水準には達しないまでも注目に値する。同様に、ある個人としての売り手もしくは買い手の競売活動が活発になる結果、単に個人用品や家庭用品の売買とは見なされない水準まで達する場合に、プライバシー制度が要求され、買い手と売り手により多くの義務が課せられることになるであろう。

iii. 情報プロフィール

78. 第3に、フィードバック制度により、買い手や売り手が売買の完了した売り手や買い手に関して、フィードバック用記録の情報と結びつけることができるようになる可能性がある。フィードバック用プロフィールの情報は一般的で、過去の特定の競売サイトで特定の買い手や売り手との取引を完了した売り手や買い手の満足度にも基づくものであることから、フィードバック制度はプライバシー問題の原因とはならないかも知れない。

G. 教養と意識

79. ガイドラインは、以下の点を奨励している。

政府、企業、および消費者の団体が電子商取引に関して消費者を教育し、電子商取引に参加する消費者が十分な情報に基づいて判断を下せるよう促すために協力する。

80. これは、消費者対消費者型オンライン競売の文脈においては、競売運営者の領分である。このために、多くの競売運営者は買い手および売り手にとって有用な情報を提供している。例えば、ユーザとしての登録、商品の記載、付け値の提示、最高入札者の扱い、買い手との連絡、有効な支払いと商品引渡しを保証するための売り手との接触、ならびに全てが失敗した場合に利用できる補償手段に至るまで、競売に参加する方法についての仮想ツアーや使い易い説明を多くの競売運営者が提供している。

3. 競売に関する法律と規則

10. 競売に適用される規則は、州法および国家法、ならびに同業者組織の規則に基づく。様々な法律と規則があるが、その多くは、職業上の適性の証明（例えば、学歴および道德上の要件）、競売の進行手続き、保険および財政証明の要件（例えば、競売場の評判、保険、および財政的な安定）に基づいた、競売人や競売場に対する免許交付および登録に関係している。その上、詐欺や契約に関する国家および州の規則が、競売場、競売人、買い手、および売り手の活動に適用される。特にヨーロッパにおいて、最近の競売法は単一市場の機能化に関係しており、したがって規制的かつ独占的な競売制度、および関連する領土上の権限に関する条件を共に禁止している（すなわち人とサービスの自由な移動を保証する）。

結論

81. 電子商取引に対する信用を築くことは、政府、企業、および消費者協会にとって同様に、依然として最大の課題となっている。オンライン競売は、消費者による苦情件数が最大で、オンライン消費者取引の中で最大の件数を誇ることから、探求の対象として関心を呼んでいる。

82. 州レベルと国家レベルの双方で競売に関する法律、および契約法などこれらの新たな取引に適用される可能性のあるその他の法律が存在するが、消費者保護の本来の目的は、企業と消費者が同じ土俵に立てるようにすることであった。しかし、消費者対消費者型オンライン競売の市場においては、個人が相互に取引を行なう。本レポートでは、従来の消費者保護が、個人二者間の取引について適用できる余地があるのだろうかという根本的な問題の探求を開始している。

83. 同様に、従来の競売との唯一の類似点が入札による価格の決定であるということから、「競売」という用語の使用が誤称であり、これらの消費者対消費者型オンライン競売を説明する際に混乱を招く原因となるのみであるという可能性が出てくる。従来の自発的な競売とは異なり、消費者対消費者型オンライン競売においては、競売運営者は商品自体を所有することがなく、支払いおよび商品引渡しの責任がなく、また売り手の代理人として取引を行なうのではない。

84. どの法律を適用し、これらの取引をどのように呼ぶべきかどうかに関わらず、消費者対消費者型オンライン競売市場の急速な拡大は、世界各地の政府、消費者団体、および競売運営者の注目を集めてきた。オンライン競売に携わる消費者に対して追加的な情報およびサービスを提供することの重要性が認識されつつある。

85. 例えば、政府や消費者団体の中には、オンライン競売を特定の対象とする教材を開発してきたものもあれば、危険な製品の確認と通知を保証するために、オンライン競売運営者との連携を進めてきたものもある。同様に企業、特に競売運営者は、先述したように、個人同士が取引を行なう際に取引の完了を保証するために支援するサービスを生み出してきた。フィードバック、条件付捺印証書（エスクロー）、支払い・商品引渡しのサービスおよび制度のような革新的サービスは、取引に携わる買い手と売り手の双方が究極の満足感を得るために不可欠である。

86. OECD は、消費者保護の問題について国際的に取り組むために政府、企業、および消費者協会をまとめる主要な場として、消費者対消費者型オンライン競売に関連する問題の研究において重要な役割を果たすことになるであろう。これらの利害関係者間の最初の討議を主催することで、OECD はオンライン環境において消費者が効果的に保護されるよう保証するために、これらの問題の探求を先導していくことが可能である。