情報法学　第二回レポート

　B2Cでのインターネットショッピングでは、消費者は見ず知らずの会社に個人情報を送ることになり、また、企業は見ず知らずの顧客に商品を届けることになる。お互いの顔が見えない取引であるため、売り手側と買い手側の信頼のうえに成り立っているビジネスであるといえる。また、C2Cでのネットオークションでもこのようなことが消費者間で言えるが、どちらの取引もトラブルが後を絶たない。

　B2Cのインターネットショッピングでのトラブルの内容として、代金を振り込んでも商品が届かずショッピングサイトや出品者に連絡が取れない（雲隠れ）、注文した商品と届けられた商品が違う、個人情報が流出してしまい身に覚えのない商品が届いたり代金を請求されたりするなどがあげられる。ネット上では誰でも開店できるため、店の経営状態や信用度を把握・管理している人が少ないのが現状である。すべてが経営者のモラルに任されている現状では、怪しい店が出てくる場合もある。

　B2Cのインターネットショッピングについての事例をあげる。Xさんが、ネットショップ（A楽器店）でトランペットを購入したが、商品が届かなかったために、記載されているA楽器店の連絡先に問い合わせをすると、A楽器店はXさんからの注文を受けていなかった。実は、Xさんが見たネットショップはA楽器店が構築したネットショップではなく、別人が構築したネットショップ（ここではBとする）であった。この偽サイト（偽装ネットショップ）である「B」は、本物のサイト（A楽器店）と全く同じコピーのサイトで、店舗ロゴ、デザイン、商品画像、説明文、連絡先の住所や電話番号も全く同じであった。「A楽器店」と「B」とが異なる点は振込先のみであり、「A楽器店」は、支払方法がクレジットカード、代引き、銀行振り込み となっていたが、「B」は支払い方法が銀行振込であった。「B」で商品を注文し、記載されてあった銀行振込口座に振り込んだXさんには商品が届かず、疑問に思ったXさんは「B」に記載されてある連絡先（A楽器店）に商品が届いていないと電話をかけると、A楽器店側には注文のデータ自体がなく、振込履歴を確認してもそのような事実は存在しなかった。振込先を聞くと、A楽器店の振込先ではなく、まったく知らない振込先（Bの振込先）であった。

　2001年6月に施行された、特定商取引（正式には「特定商取引に関する法律」）では、インターネット上の通信業者に対して、広告掲載上の義務を課している。ショッピングサイト上のわかりやすい場所に、事業者名と責任者の氏名、住所、電話番号などの連絡先、代金の支払い時期と方法、商品の引き渡し時期、返品の条件など、特定商取引法に基づく表記が必要となる。しかし、十分な表記がなされないまま営業を続けている業者もあり、被害は絶えない。インターネットショッピングにおいて被害を受けた場合、一般には、その通販業者に対して責任追及をしていくしかないが、その業者の正体がわからず、事後的救済がはかれないケースもある。法律の整備や事業者団体による自主的な取り組みが行われているが、消費者による自衛も不可欠である。

　以上のことよりB2Cのインターネットショッピングにおいて被害にあう前に気をつけておくべきことは、特定商取引法に基づく表記がないショッピングサイトから購入しないこと、また上記の事例でもあるように、代金の先払いによる購入は避けるべきなどに留意すべきである。さらにクレジット番号などの不正利用により生じたトラブルもあることから、カード番号はもちろん、個人情報などを安易に相手に知らせないように注意することも必要である。

　次にC2Cでのネットオークションでは、売り手と買い手の両方の立場で被害に合う可能性がある。買い手の立場では、B2Cと同じように代金を振り込んでも商品が届かない、注文した商品と届けられた商品が違うなどの被害や、落札したブランド品が偽物であったり、パソコンなどの場合は故障していたりするトラブルも多発しており、個人間取引であるため商品の品質を事前に証明する手段はなく、B2Cのネットショッピングよりも解決に苦慮するケースが多い。また、この場合問い合わせようとしても出品者の住所や電話番号はデタラメであることが多く、近年の詐欺では、出品者の身元が分かった場合でも、あくまで外形上は民事上のトラブルであるかのように装う手口で行われた事件などが数多くある。また、2001年の5月から、ヤフーオークションがクレジットカードによる本人認証を開始したことにより、素人詐欺は激減したが、他人のIDを乗っ盗ったり、クレジットカードやプロバイダのアカウントまで他人のものを不正使用して偽装工作するような本格的な詐欺や、法律やオークションシステムと社会構造の弱点を巧みについて、問題を事件化させないような知恵を持った本物の知能犯による詐欺が多くなった。つまり、犯罪の手口が益々巧妙化してきているということである。

　ここで、C2Cのネットオークションによる被害の事例をあげる。Aさん（買い手側）はネットオークションでデジタルカメラが出品されていたので入札したところ、「４万円で買ってくれるなら即決終了します」と出品者からメールが届いた。出品者の評価欄にはマイナスはなく、取引実績も豊富であった。商品はゆうパックの代金引換で送ってくれるとのことであったので、Aさんはその条件で取引を成立させた。しかし代引きで届いた箱を開けると、中身は古新聞であった。Aさんは、騙されたと思い警察に相談したものの、「物が届いている以上警察は介入出来ない」と言われ、出品者の住所へ直接訪ねて行ってみると、「自分は確かにデジタルカメラを送った。そっちこそ言いがかりはやめろ。」と言われたという。また、消費者相談センターに相談してみると、「相手が個人の場合には介入できない」との判断であった。最後にオークションサイトへ補償の適用を申請したが、「システム上落札したのではないので補償の適用対象にならない」といわれ、八方ふさがりとなった。

　上記の事例は、メールによる直接取引を行っていることに際して「即決終了」を持ちかけることにより、オークション上で落札させていない。その理由は、システム上落札させないことによって、自分の評価にマイナス評価をつけさせないためである。何故ならオークションサイトによっては、評価を投稿できるのは最高落札者に限定されているところがあるからである。メールで直接取引を持ちかけられた入札者は落札者ではないので、評価を投稿する権限が与えられず、結果的に相手の評価には傷がつかないということになる。また、オークションのシステムを利用して落札していないので補償の適用も受けられないという問題もある。

　次に売り手の場合では、商品を送っているにも関わらず、「壊れていた」という理由で相手に返金を要求され、お金だけ騙し取られるようなケースがある。また、C2Cを安全に行うには、事実上、個人情報を開示することが前提となっているが、インターネット上で見知らぬ相手に個人情報を開示することは、取引とは別の危険性が含まれている。しかし、ネットオークションでの安全な取引と、個人情報の開示が表裏一体なのが現在の構造である。

　このC2Cでのネットオークションにおいて被害にあわないようにするためには、落札後のやり取りを行う際に電話番号やメールアドレス、住所などを教えてもらう、代金の支払い方法を確認することなどが大切である。売り手側としても、落札者とやり取りを行い、相手を見極めることや相手の電話番号やメールアドレス、住所を知っておくべきである。また買い手側は、入札前に出品者の評価を確認しておく必要があるが、オークションの買い手側で述べた事例があるように、過剰に信用するのもよくはないので注意しておきたい。そして、メールなどの手段で直接連絡があってもオークションサイト外の取引には応じないことが重要である。なぜなら、被害者側にも落ち度があった場合（オークション外取引など）は対象外となる場合もある。そのため、必ず利用規約には目を通しておくべきである。

　以上より、取引相手に対する信用がB2C、C2Cによるインターネットビジネスに共通する課題である。できる限り多くの情報を入手して「信用度」の判断材料にしていくことが大切であると考えられる。

・参考文献

　インターネットの光と影　Ver.5　情報教育学研究会（IEC）情報倫理教育研究グループ　編　p74,p75

　B2Cネットショッピングの被害について

<http://www.hifit.jp/blog/?p=159>

　C2Cネットオークションの被害について

<http://web110.com/cyberacademy/ch02.html>

<http://www.a-brain.com/result/report/005/>

　http://houritsu-madoguchi.com/topics/009/002\_00.php