

電子商取引決済関連問題検討
WG 中間報告書

平成9年3月

電子商取引実証推進協議会 (ECOM)

電子商取引決済関連問題検討WG 中間報告書

目次

1 はじめに.....	4
2 ノンクレジットタイプの中間報告	6
2.1 検討の概要.....	6
2.2 検討の方法.....	6
2.3 検討結果について.....	6
2.4 後払いタスクフォース検討報告.....	6
2.4.1 前提事項.....	6
2.4.2 約款の対象範囲.....	8
2.4.3 約款作成に当たっての留意事項	8
2.4.4 今後の方向性.....	8
2.5 即時払いタスクフォース検討報告.....	8
2.5.1 前提事項.....	8
2.5.2 約款の対象範囲.....	12
2.5.3 約款作成に当たっての留意事項	12
2.5.4 今後の方向性.....	13
2.5.5 評価について.....	13
2.6 前払いタスクフォース「E COM CASH」検討報告	14
2.6.1 前提事項.....	14
2.6.2 約款の対象範囲.....	16
2.6.3 約款作成にあたっての留意事項	16
2.6.4 今後の方向性.....	17
2.7 前払いタスクフォース「理想的決済方式」検討報告.....	17
2.7.1 検討の概要	17
2.7.2 日本の市場環境の把握.....	18
2.7.3 諸外国決済スキームの検討.....	18
2.7.4 理想的な機能の検討.....	24
2.7.5 今後の方向性.....	24

3	クレジットタイプの中間報告.....	27
3.1	「サブワ - キンググル - プ - B」の検討内容.....	27
3.1.1	サブワ - キンググル - プ - Bの設置目的及びミッション.....	27
3.1.2	検討範囲.....	27
3.1.3	成果物.....	27
3.1.4	検討の具体的実施プロセス.....	28
3.1.5	平成8年度の実施スケジュール.....	28
3.1.6	タスクフォ - ス.....	28
3.2	クレジットタイプ課題の整理、検討及び解決.....	31
3.2.1	抽出課題の共通化.....	31
3.2.2	「標準決済モデル」「標準約款」作成のための共通課題の分類.....	38
3.2.3	短期課題.....	41
3.2.4	中長期課題.....	50
3.2.5	消費者保護規定の考え方.....	54
3.3	クレジットタイプ標準決済モデル案作成.....	60
3.3.1	概要.....	60
3.3.2	取引要件.....	60
3.3.3	位置付けと今後の方針.....	60
3.3.4	クレジットタイプ標準決済モデル.....	61
3.3.5	取引業務運用フロ -	61
3.4	クレジットタイプ標準約款案作成.....	63
3.4.1	概要.....	63
3.4.2	位置付けと今後の方針.....	63
3.4.3	構成.....	63
3.4.4	作成の留意点.....	64
3.4.5	E C用加盟店標準約款.....	65
3.4.6	E C用会員標準特約.....	72
3.4.7	標準会員約款（総合方式割賦購入斡旋）.....	74
3.4.8	「E C用加盟店標準約款」及び「E C用会員標準特約」解説書.....	80
3.4.9	「E C用加盟店標準約款」 版 解説書.....	83

3.4.10 「E C用会員標準特約」 版 解説書	88
4 資料	91
4.1 現行クレジット取引形態の解説	91
4.1.1 取引形態の定義	91
4.1.2 現行クレジット取引スキーム	92
4.2 日本の市場環境把握	96
4.2.1 日本の決済事情	96
4.2.2 国内情報インフラ実態	115
4.2.3 自動販売機の現状	123
5 おわりに	126

--

1 はじめに

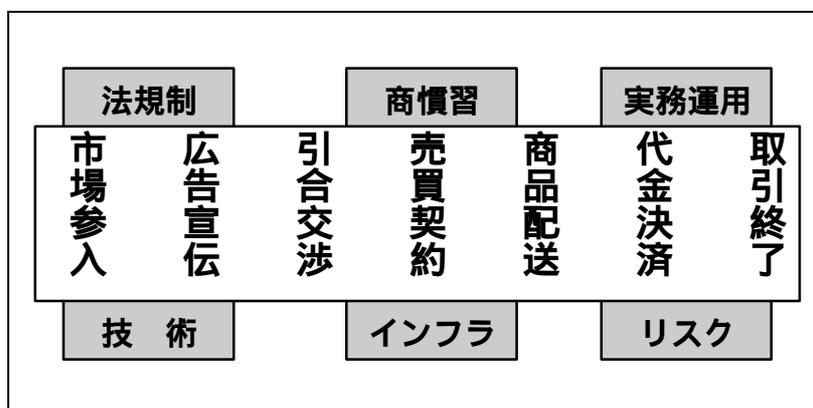
あらゆる取引には当該取引に対応した「取引モデル」があり、さらに取引当事者間の約束事及び責任範囲等を明確に規定した「約款」「契約書」等があり、それら一連のルールに則りはじめて円滑な取引が進行するものである。

しかし、現在の電子商取引の分野において、取引の根幹を担うべき「取引モデル」及び「約款」の標準化がなされているとは言い難い。

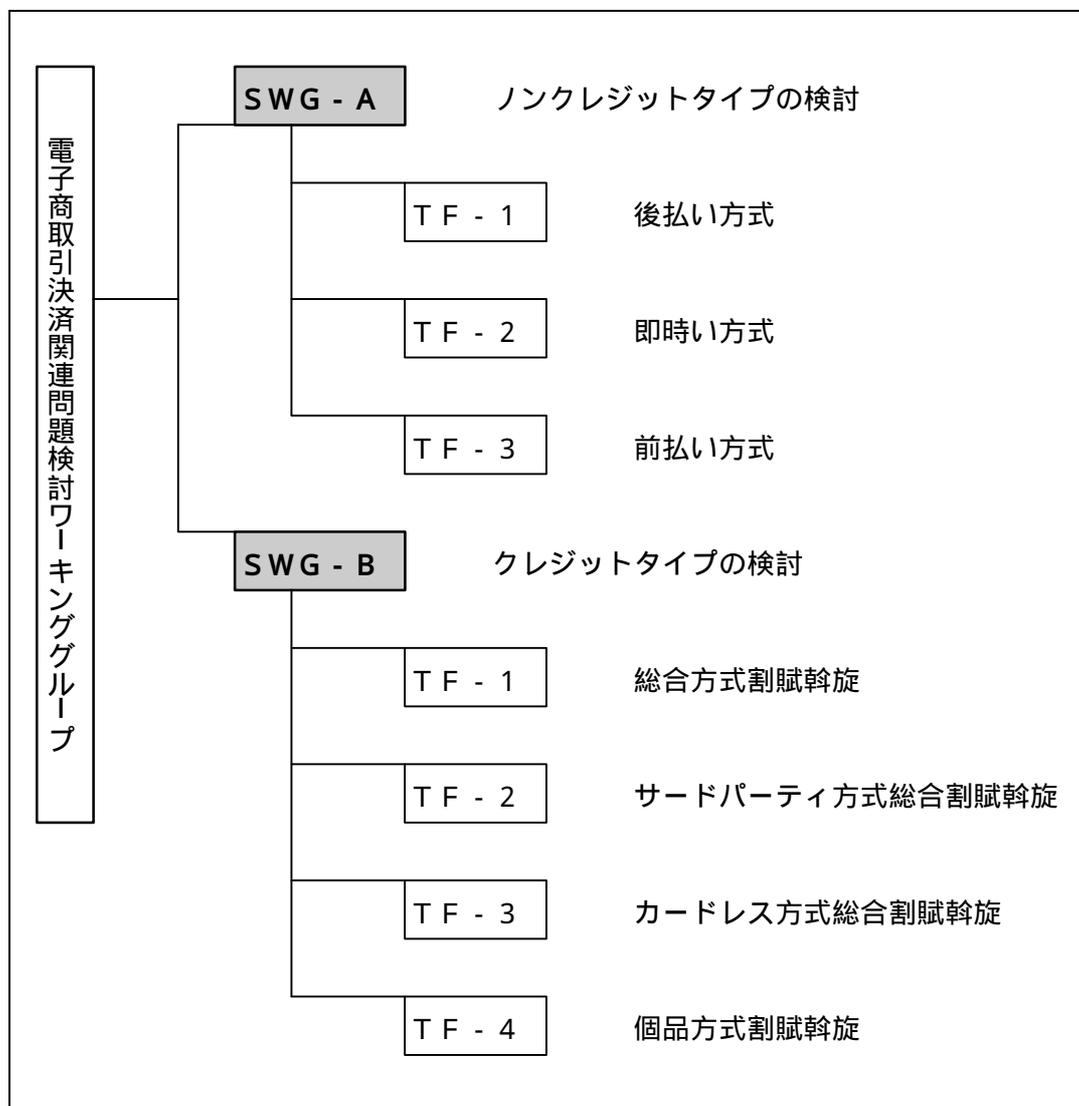
従って本電子商取引決済関連問題検討ワーキンググループ（WG13）は、電子商取引（EC）の円滑な推進と普及を目的として、その指針となるべき「取引形態別標準決済モデル」及び「取引形態別標準約款」の整備と標準化をおこなうものである。

また決済とは狭義に、「請求行為」～「支払行為（資金移動）」～「確認行為」を言うが、実務上は下図に示すように連続した取引フロー上に位置する行為で、互いに関連し機能するものであり、決済のみを切り離し単独で捉えた場合、互いの整合性を損なう恐れがある。

従って、本WG13における検討の前提として、決済とは、決済行為を中核に据えた、当事者間の取引フローそのものを包括したものと解釈した。



本WG13の推進体制は、決済形態の視点から取引形態を与信を伴うものと、それ以外に大別したサブワーキングチーム（SWG）を設置し、さらに検討精度の向上を図るため、特定の取引形態の検討をミッションとしたタスクフォース（TF）体制とした。



WG13における96年度の成果物として、電子商取引におけるクレジット取引の根幹モデルともいべきクレジットカードを媒介とした「クレジットタイプ標準決済モデル」及び「クレジットタイプ標準約款 版（加盟店約款・会員特約）」を作成した。本決済モデル及び約款は短期課題を中心に検討し、現時点での電子商取引に対応できるものとして検討し作成したものであるが、まだ多くの解決すべき課題が存在する。97年度は中長期課題も含めてより完成度の高い標準決済モデル及び標準約款を作成する予定である。

ノンクレジットタイプについては現状調査（国内外の動向）と各決済スキーム毎の課題の抽出段階であるが、できるだけ早い時期に標準決済モデルと標準約款の 版を作成する。

2 ノンクレジットタイプの中間報告

2.1 検討の概要

SWG - Aでは、ノンクレジットタイプを前提にして、購入行為と購入者の実質的支払いのそれぞれの時期をベースに、「前払い方式」「即時払い方式」「後払い方式」の3つに分類して、それぞれにおける決済スキームの整理を図り、その共通課題について検討し、標準約款案に反映していくことを目的としている。

- (1) 電子商取引上のノンクレジット型電子決済システムの課題抽出及び検討
- (2) 国内外の関連機関団体及びプロジェクト等の調査及び連携
- (3) ノンクレジット型決済モデル別標準約款素案及び標準決済モデル素案の作成

2.2 検討の方法

ノンクレジットタイプの決済方法いわゆる電子マネーのタイプを、前払い方式、即時払い方式、及び後払い方式に分類し、以下に記述するように三つのタスクフォース(TF)を設置した。

- (1) 後払い方式 後払いTF。
- (2) 即時払い方式 即時払いTF。
- (3) 前払い方式 前払いTF。ただし、前払いTFはプリペイド型電子マネー検討チームと中長期検討(理想的決済方式検討)チームに分かれて検討を実施。

2.3 検討結果について

- (1) 後払い方式 仮想銀行方式を中心に決済モデルの作成及び約款素案(利用者約款・加盟店約款)作成のための項目抽出まで終了した。
- (2) 即時払い方式 やや前払いの決済方式を中心に決済モデルの作成及び約款素案(利用者約款・加盟店約款)作成のための項目抽出まで終了した。
- (3) 前払い方式 プリペイドカード型決済モデルの作成及び約款素案(利用者約款)作成中であり、同時に、理想に近い決済方法として、複数発行機関が発行する統一仕様の電子マネーの決済方法モデルを作成中である。

2.4 後払いタスクフォース検討報告

2.4.1 前提事項

2.4.1.1 検討対象範囲

後払いの方式を検討するタスクフォース1(TF1)の活動は、後払い方式の決済スキ

2.4.2 約款の対象範囲

2.4.2.1 対象取引

ネットワーク上のサイバーモール内の店舗において行う、ネットワーク等を利用した物品、サービス、権利、ソフトウェア等の売買を目的とした取引で、事前に設定した月間支払金額の範囲内で行われる売買取引を対象としている。

2.4.2.2 対象者

- (1) 仮想銀行：ネットワーク上に開設され、利用者の月間支払額を管理するとともに、代金収納を行う。
- (2) モール運営者：ネットワーク上にサイバーモールを開設し、広告など販売促進行為を行い加盟店の売上に貢献するとともに、商品販売に伴う決済を代行する。
- (3) 加盟店：サイバーモール内に店舗を開設し営業する販売業者。
- (4) 会員：電子商取引を希望し、利用者登録を行った新規会員。

2.4.3 約款作成に当たっての留意事項

モデル1における課題抽出の結果、以下の点について検討をすすめている。

- (1) モールの位置づけ：決済関係におけるモールの機能定義
- (2) 販売店のリスク：取りはぐれに対する何らかの保証措置

2.4.4 今後の方向性

今後は引き続きモデル1について検討を深めるとともに、モデル2(ICCS型決済)についても同様の検討を進める予定である。

2.5 即時払いタスクフォース検討報告

2.5.1 前提事項

2.5.1.1 検討対象範囲

即時払いの方式を検討するタスクフォース2(TF2)の活動は、即時決済における決済スキームの整理を図り、その共通課題について検討し、標準約款案に反映していくことを目的としている。ただし、即時決済と言っても、完全な即時決済方式はオンラインデビット方式か電子現金方式によることとなり対象範囲が非常に狭く限定されるため、TF2では、事後に資金組戻しが可能であることを前提に、やや前払い方式及びやや後払い方式についても検討することとした。

2.5.1.2 モデルの位置付け

TF2の具体的な検討モデルとして、ECOM実証実験プロジェクトにおいて展開されているNEC決済方式を「やや前払い方式」として取り上げることとし、これをモデル1として整理することとした。また、「やや後払い方式」をモデル2、「完全即時方式」をモデル3、「やや前払い方式でモデル1以外の方式」をモデル4として、全体で4つのスキームを想定して検討・整理を図ることとした。以下に各モデルの概略の業務の流れを示す。

(1) モデル1（及び4）：やや前払い方式

やや前払い方式では、利用者は商品を購入する前に自己の口座から発行体に対し振替依頼をし、発行体はその金額を利用者の口座から利用者の電子決済専用口座に移動させる。加盟店は利用者からの商品注文を受け、発行体に販売承認をを求める。発行体は利用者の電子決済専用口座から加盟店の電子決済専用口座に商品価格相当額を資金移動して販売承認を与え、加盟店からの請求により、加盟店の電子決済専用口座から加盟店の銀行口座に入金する（図2-2）。やや前払い方式では、利用者はいつでも、電子決済専用口座から自己の口座に資金を戻せる。

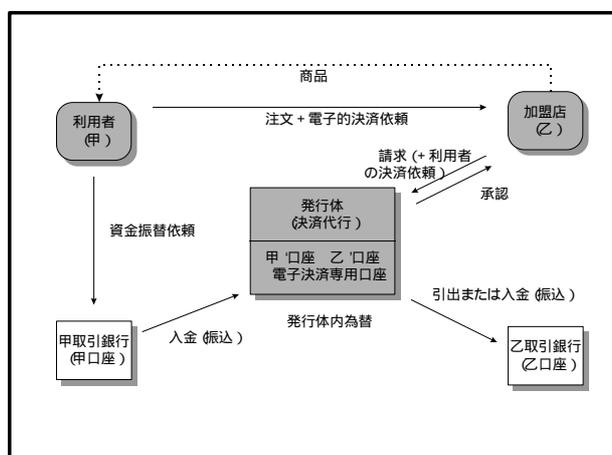


図 2-2 やや前払い方式

(2) モデル2：やや後払い方式

やや後払い方式において、利用者はあらかじめ発行機関に対して、自己の口座から商品購入代金の引落しを許す契約をしておく。購入時に、利用者は商品と引き換えに電子的決済依頼を加盟店に渡し、加盟店は価値の発行機関にそれを提示して販売承認を求める。発行機関は、電子的決済台帳の利用者の借り方欄と、加盟店の貸し方欄にその金額を記載して、販売承認を与える。その後、発行機関は利用者の口座から購入

代金の引落しを行い、引き落とした金額から手数料等を差し引いて販売店の口座に入金する（図 2-3）。

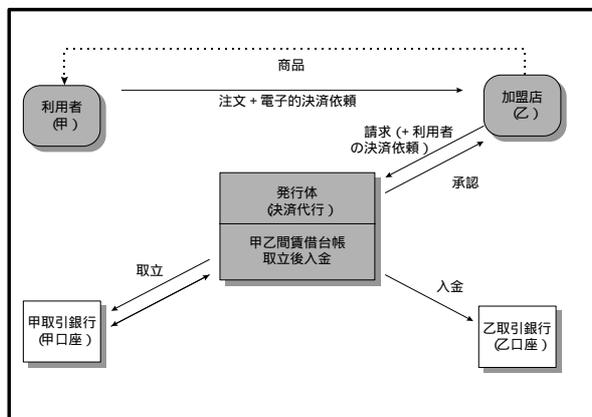


図 2-3 やや後払い方式(オフラインデビット等)

(3) モデル3 : 完全即時払い方式

完全即時払方式は、いわゆるバンク P O S と呼ばれるオンラインデビットであり、発行機関は現行の法律では銀行のみがそれを行える。完全即時払い方式において、利用者は事前に発行機関に対して、自己の口座から商品購入代金の即時に引落す契約をしておく。購入時に、利用者は商品の購入代金の支払い方法としてオンラインデビットを指定し、加盟店の端末から P I N を入力して発行機関に振替指示を出す。加盟店は自己の口座に入金されたことを確認して、商品を利用者に渡す方式である（図 2-4）。

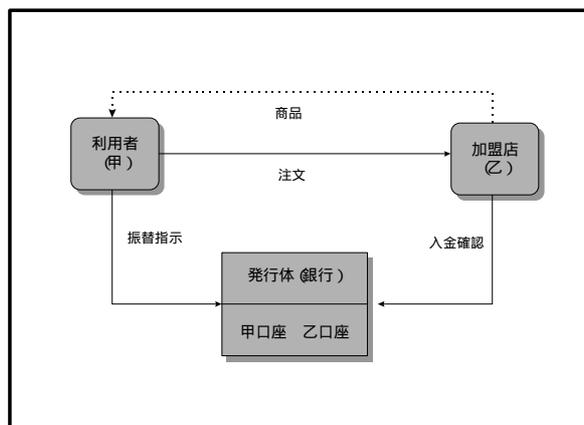


図 2-4 完全即時方式(オンラインデビット等)

2.5.1.3 モデル1のイメージ

今回検討の対象としたやや前払い方式モデル1の前提条件を以下に示す。

表 2-1 やや前払いモデル1の前提条件

前提条件
• 利用者・加盟店は加入のための基本契約を締結する。
• 利用者にはICカード及びリーダー/ライターを配布し、本人認証はICカードで実施。またそのために、加入時にCA局にて本人認証実施を行う。
• 決済手段は銀行口座間の資金移動

また、図 2-5 にやや前払いモデル1のイメージを示す。

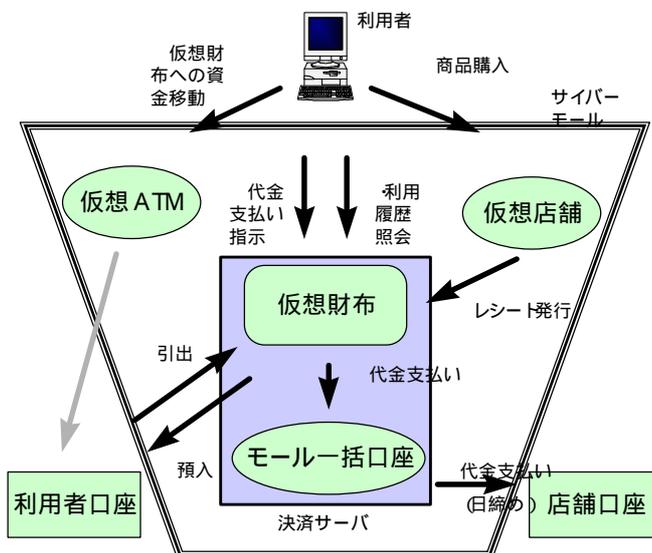


図 2-5 やや前払いモデル1のイメージ

2.5.1.4 モデルフローの作成

モデル1の業務フローについて整理を図った。

2.5.1.5 課題の整理

モデル1における運用課題、制度課題、技術課題について整理を図った。このうち、運用課題については、実際のECOMプロジェクトでの実現も踏まえつつ、早期に検討する必要がありこれを一つの類型として標準約款案として作成することとした。

なお、制度課題及び技術課題については、中長期課題として9年度の検討課題とし、また、運用課題のうち短期的整理が困難な課題についても、中長期課題として位置づけるこ

ととした。

2.5.1.6 平成8年度の目標と成果の考え方

平成8年度については、上記のとおり、モデル1における業務フローと課題の整理及び標準約款案の作成を行った。平成9年度には、これを踏まえ、他モデル2～4についても同様に業務フローと課題の整理を行い最終的に即時決済方式としての共通課題を抽出するとともに、各モデルにおける標準約款案の作成を行う予定である。

2.5.2 約款の対象範囲

2.5.2.1 対象取引

ネットワーク上のサイバーモール内の店舗において行う、ネットワーク等を利用した物品、サービス、権利、ソフトウェア等の売買を目的とした取引で、事前に実口座から仮想口座へ資金移動した金額の範囲内で行われる売買取引を対象としている。

2.5.2.2 対象者

- (1) 加盟店：ネットワーク上等にみずからサイバーモール店舗を開設し営業する販売業者。
- (2) 会員：電子商取引を希望し、利用者登録を行った新規会員。

2.5.3 約款作成に当たっての留意事項

以下に要約を記述する。

- (1) 電子商取引の定義について：会員が、サイバーモール（以下「モール」という）と、モールと契約している加盟店（以下「加盟店」という）に対し、ネットワーク等を利用して、物品、サービス、権利、ソフトウェア等（以下「商品等」という）の購入を申し込み、モールの電子決済システムによる決済を行う取引（以下「電子商取引」という）を言う。
- (2) 電子商取引に必要な各種システムの要件について：「モール所定のシステム仕様に基づく通信手段の使用と通信の安全措置」を要件とした。
- (3) 電子データの有効性について：制度的課題であるが、本約款においては、電子商取引に関わる取引データ及び届出データ等の電子データによる通信及び記録保管が可能であると判断している。
- (4) 購入時の証票等の提示義務について：前項(3)と同様、ネットワーク上での会員番号、氏名等の電子データでの提示を可とした。
- (5) デジタル商品の取り扱いについて：情報、ソフトウェア等のデジタル商品の取り扱い

いを可とし、配送方法については、「加盟店所定の方法（ダウンロードを含む）」とした。

- (6) 書面交付、書類保存に関する事項：法律上の書面交付要件、書類保存要件については、原則現行法に準拠して対応する考え方を選択し、実際の対応方法については実務運用面で補うこととした。
- (7) 契約の成立と取引内容の確認方法について：民法第526条第1項での発信主義を原則とし、取引内容の確認は加盟店約款上で加盟店に義務づけすることで対処することとした。
- (8) 消費者保護に関する事項：見本・カタログと現品との相違による契約解除：両約款に記述した。
- (9) 支払関連事項：本約款を採用する販売業者の判断に委ね、「所定の手続きによる」こととした。
- (10) 端末故障や提供ソフトの悪用対応並びに損害負担について：ソフト等の善管注意義務として会員約款で規定した。
- (11) 会員と加盟店の間の紛議について：モールに紛議の解決を求めることができる旨を会員約款に規定したが、モールの責任範囲についてはさらに検討する必要がある。

2.5.4 今後の方向性

今回作成した約款は、モデル1の決済方式を前提とした各対象者の責任関係を整理したものであり、取引に係る多くの点は「電子クレジットEC約款（加盟店及び会員特約）」に基づいている。従って、SWG-Bの整理を踏まえつつ、より標準的な約款とするよう見直しを継続していくこととする。

また、TF2として他のモデル検討に当たり、モデル1の成果を基に変更点を整理していく予定である。この中では、TF1（後払いチーム）及びTF3（前払いチーム）での検討成果を踏まえながら、内容の充実を図っていく予定である。

2.5.5 評価について

各モデルの検討にあたり、(財)金融情報システムセンター（FISC）において種々の決済スキーム毎の経済性、利便性、安全性等を比較評価していることから、これを基に、モデル1の評価を実施した。なお、本評価については、各モデルのイメージを明確化したうえで比較評価することが本来の目的であることから、9年度に全体の比較表を作成する予定である。

2.6 前払いタスクフォース「E COM CASH」検討報告

2.6.1 前提事項

2.6.1.1 「プリペイド型電子マネー」チームの検討範囲

- (1) 当タスクフォースは、前払いの内、実証実験で実際に実験が行われる、「プリペイド型電子マネー」を具体的な事例として検討を行っており、標準約款案（会員用、加盟店用）の作成を目標としている。
- (2) 但し、実証実験でも具体的実験スキームが固まっていない状況であるので、一定の状況を想定して検討を行っている（条件は次項「モデルの位置付け」参照）。

2.6.1.2 モデルの位置付け

- (1) 「プリペイド型電子マネー」の商品名を「E COM CASH」と命名して、実証実験で行われる仕組みを前提にして検討を行っていく。
- (2) 「E COM CASH」には次の3種類が存在する。このうち、今回は「単独型、積増型」を前提に検討を進め、順次他の種類の検討を行う。

- (a) 単独型、使捨て型
- (b) 単独型、積増型
- (c) 併用型、積増型

（注1）E COM CASHが単独のカードとなっているものを単独型、E COM CASHとクレジットカード等と一体になっているものを併用型という。

（注2）E COM CASHに再入金可能なものを積増型といい、最初から一定額の価値が入金されており、再入金が出来ないものを使捨て型という。

2.6.1.3 「E COM CASH」のスキーム

E COM CASHのスキームについて以下に記述する。

- (1) 参加者及び役割
 - (a) E COM CASHイシューア－： E COM CASH を発行する会社
 - (b) ファンドイシューア－： E COM CASHに入金する時、資金の出し手となる会社
 - (c) ロードアクアイアラ－： E COM CASH に入金する端末を管理し、E COM CASHイシューア－、ファンドイシューア－との精算を行う会社

- (d) ECOM CASHアクアイアラー： ECOM CASH が利用される店と加盟店契約を結んでいる会社
- (2) 「 ECOM CASH」の3つのシーンと参加者の関係
- ECOM CASHの用いた決済を発行、入金、及び利用の三つの局面に分け、その時の参加者を表 2- 2 示す。

表 2- 2 ECOM CASHの参加者

	発行	入金	利用
ECOM CASH イシューアー			
ファンド イシューアー			
ロード アクアイアラー			
ECOM CASH アクアイアラー			

- (3) 「 ECOM CASH」の発行・入金・利用

図 2- 6に「 ECOM CASH」のスキームを示す。

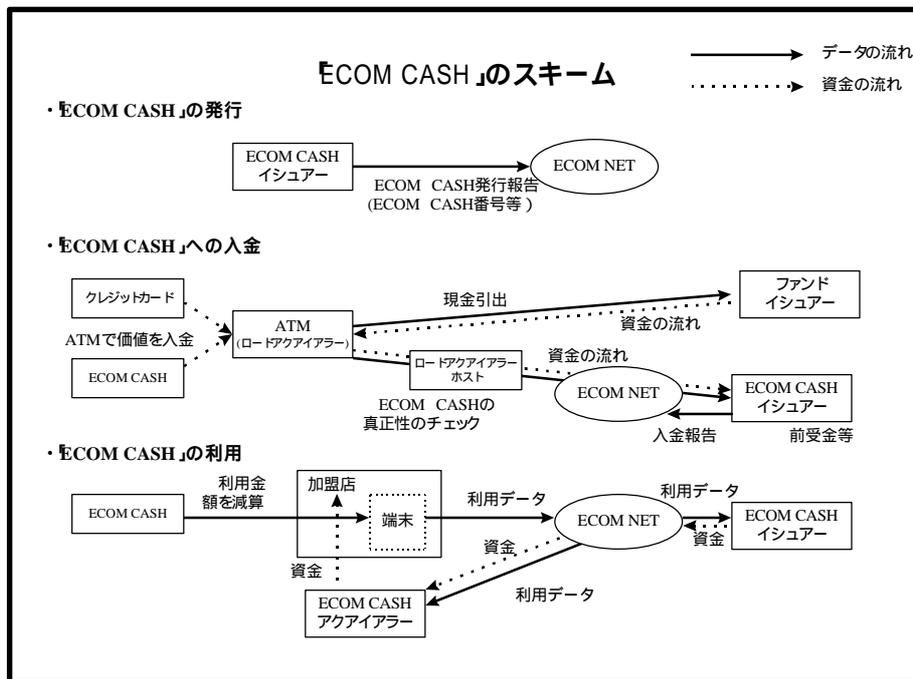


図 2- 6 ECOM CASHのスキーム

2.6.1.4 根拠とすべき法律

- (1) 「 ECOM CASH」は現状に於いては、「前払式証票の規制等に関する法律」（いわゆるプリカ法）に基づいて発行されるものとする。
- (2) 但し、この分野については、種々の審議会等で検討が加えられており、その結果によっては、位置付けが変わることはありうる。
- (3) 「 ECOM CASH」については、その発行者（イシューアー）、加盟店契約者（アクアイアラー）、再入金機器提供者（ロードアクアイアラー）については、システム提供者とメンバーシップ契約を締結した会員資格を有する金融機関が行うこととなる。

2.6.2 約款の対象範囲

- (1) 会員約款については、「 ECOM CASH」を利用する為に申込みを行う個人を会員として、位置づけ、その遵守すべきこと、権利等について定めるものとする。
- (2) 加盟店約款については、「 ECOM CASH」が利用できる商店を加盟店と位置づけ、その遵守すべきこと、権利等について定めるものとする。
- (3) 尚、「 ECOM CASH」についてのシステム提供者のメンバーシップ、会員資格については、この約款では踏み込まないものとする。

2.6.3 約款作成にあたっての留意事項

- (1) 「紙幣類似証券取締法」の適用をうけるかどうか、まず問題となるが、通常紙幣類似証券取締法でポイントになるのは、「どこでも」「誰にでも」「何にでも」の3要素があるが、「 ECOM CASH」の場合は、「どこでも」「誰にでも」の項目に関しては、汎用性に欠ける点があり、該当しないと思われ、この紙幣類似証券取締法の適用は受けないのが妥当であろうと判断している。
- (2) 「出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律」（出資法）については、紛失時、未使用残高の払い戻しについて、制限又は一定の手数料（違約金的性格を有する）を徴求という対応を行うことで、同法の適用はないものと思われる。
- (3) 上記(1)、(2)に関連して消費者保護の問題があげられるが、「 ECOM CASH」での取引はクレジットカードの信用販売取引とは異なり、現金に近い概念であり、消費者保護も原則としてその範囲内で検討する。もっとも、紛失時の場合の損失額の上限を考え、「 ECOM CASH」への入金限度額の設定を行う。
- (4) 加盟店との紛議についても、加盟店管理の問題とのバランスはあるものの、基本的には上記(3)と同様会員と加盟店との間で解決するものとする。

- (5) 信用販売取引でないため、割賦販売法による規制は行われない。
- (6) 但し、発行者等に明確な責任がある場合、当然の結果としての消費者保護を図る必要はある。それは再交付する場合を例示して、限定的に行うことを想定している。
- (7) 有効期限が到来した「E COM CASH」については、システム制約、時効の問題、退蔵益の利益算入等との関連で、有効期限切れ分は払い戻し対応を行わないこととした。

2.6.4 今後の方向性

- (1) 平成8年度は「E COM CASH」の商品スキームを確認し、一方で「前払式証券の規制等に関する法律」についての理解を深め、法律面での問題点の洗い出しを行い、約款を作成するための打合せ、同法に詳しい弁護士への相談を行ったが、これらについて今後も継続する。
- (2) 得られた成果については、会員用の「ご利用約款」の素案の作成を行い、今後実証実験に参加予定の企業にその内容の検討を依頼する。
- (3) 各約款については、(2)と平行して、SWG - Aのメンバー内で検討を続ける予定である。

2.7 前払いタスクフォース「理想的決済方式」検討報告

2.7.1 検討の概要

2.7.1.1 検討の目的

目的は「今後2年程度で実証実験を開始し得る日本市場に適した理想的な前払い方式決済スキーム及びモデル約款の作成すること」である。決済スキームについては、できるだけ以下の条件を満たすスキームを作成することとする。

- (1) 今後2年程度で実用化に向けた実証実験を開始できる可能性があること
- (2) 日本の市場環境に適していること
- (3) 提供者・利用者双方にとって理想的な機能を備えていること

2.7.1.2 検討状況

中長期検討チームでは、以下の3チームに分かれて検討を進めてきた。 の検討は終了し、現在、チーム全体で「理想的な機能の検討」を行っている。

日本の市場環境の把握

諸外国決済スキームの日本市場化の観点からの検討

理想的な機能の検討

それぞれの検討内容を以下に記述する。

2.7.2 日本の市場環境の把握

日本の市場環境として下記項目の把握を行った（資料編参照）。

- 決済系ネットワーク
 - CD, ATM のネットワーク
 - CAFIS のネットワーク
- 国内通信販売市場
- 情報インフラ日米比較
- 自動販売機市場
- 公衆電話網

2.7.3 諸外国決済スキームの検討

諸外国電子マネーのうち、時間的に早く実験されたものから、DANMONT（デンマーク）、AVANT（フィンランド）、PROTON（ベルギー）、GeldKarte（ドイツ）、MONDEX（イギリス）及びe-cash（オランダ）の概要及びビジネスプロセスを把握した（表 2-3 及び表 2-4 参照）。

表 2-3 諸外国の電子マネー概要

		DANMONT (デンマーク)	AVANT (フィンランド)	PROTON (ベルギー)
商品概要	タイプ	<ul style="list-style-type: none"> • ICカード型 • クローズド・ループ型 • 使い捨て型 • 単一通貨対応 *将来的にリロード型も導入予定	<ul style="list-style-type: none"> • ICカード型 • クローズド・ループ型 • 使い捨て型&リロード型 • 単一通貨対応 *インターネットでの利用計画なし *EMV仕様標準拠を展望	<ul style="list-style-type: none"> • ICカード型 • クローズド・ループ型 • 使い捨て型&リロード型 • 単一通貨対応 *使い捨て型は子供用 *EMV仕様標準拠予定
開始時期		1992年2月	1992年12月	1995年2月
事業主体		DANMONT社 (DANMONTカードを運営するために設立された、コペンハーゲン電話会社とPBS社(デビットカードシステム会社)との合併会社)	Automatia (3大銀行が出資するATMの運営会社。95年にフィンランド中銀の孫会社を買収し、AVANTの事業主体となった)	Banksys社 (ベルギーの銀行60行共同出資のネットワーク会社)

		DANMONT (デンマーク)	AVANT (フィンランド)	PROTON (ベルギー)
実験概要	地域	デンマーク国内(ナストベト・コペンハーゲン)	フィンランド国内(97年2月より全国展開の予定)	ベルギー国内(ワープレ、レーベン、メヘレン、ゲント、モンス、ナムール)
	参加組織	銀行・郵便局・電話会社・交通会社	国内3大銀行(Merita、Okobank、Postipankki)	国内銀行主要35行
	発行枚数	17万5千枚(94年11月時点)	1万6千枚	5万枚
	加盟店数		端末約5,000台	2,000店(+自販機150箇所)
	業種	駐車場、切手販売機、キオスク、新聞自販機、コインランドリー	小売店、公衆電話、パーキングメーター、自販機、社員食堂など	小売店、飲食店、新聞スタンド、社員食堂、駅、パーキングメータ、公衆電話など
	入金限度	500クローネ(約9,500円)	2,000マルカ(約45,000円)	5,000ベルギーフラン(約17,000円)
サービス提供場所		リアル	リアル	リアル&バーチャル
返金対応	盗難紛失		返金しない	返金しない
	破損		返金する	返金する
発行主体・運営主体 収益		加盟店手数料: 0,2クローネ(約4円) 売上手数料: 10クローネ(約200円) 運用益	加盟店手数料: 1%+0.2マルカ(約5円) ・利用手数料: ロード時(2マルカ=約50円)、口座入金時(1マルカ=約25円) 運用益	加盟店手数料: 0.7%/件 売上送信料: 5ベルギーフラン(Banksys収入) カード年会費: 2,000ベルギーフラン(約7,000円) 運用益
インフラ	機器	・加盟店端末	加盟店端末、ロード端末、バランスリーダー	加盟店端末、ロード端末、バランスリーダー
	費用負担		加盟店負担(1,000~2,000マルカ=約2.5~5万円)	加盟店負担(15,000ベルギーフラン=約5万円)
安全性	本人確認	なし	なし(ロード端末からの入金時はPIN入力要)	なし(ロード端末からの入金時はPIN入力要)
	不正防止対策			カード取引をセンターで一括管理することでカード残高を把握
	マネーロンダリング	個人間支払が不可能なことや入金金額の上限が設定されていることにより、実質的な危険は少ない。	個人間支払が不可能なことや入金金額の上限が設定されていることにより、実質的な危険は少ない。	個人間支払が不可能なことや入金金額の上限が設定されていることにより、実質的な危険は少ない。
	匿名性(対販売店)	あり	あり(小売店での利用時、システムはカードのIDをチェックするが、利用者名は認識しない)	あり
備考		欧州で最初の電子財布。ナストベトでの試行後、93年12月から全国展開を行っているが、あまり活発に利用されていない。	97年2月より全国展開を予定(2000年までに、300万人へのAVANTカード普及を目指す)。本年度注に2,100台のA	小口決済市場へのビジネス展開を図るために開発された電子財布。現在は全国展開を推進しているが、活発に利用されて

			<p>TMすべてにAVANT用の入出金口を取りつける予定。カード上の価値を預金口座に再入金/現金化することも可能。</p> <p>AVANTスキームをタイに輸出した実績あり。</p>	<p>いるのは当初の実験地域が中心。</p> <p>Banksysはカード、周辺機器、センター等をトータルにシステム販売しており、既にオランダ、スイス、オーストリアなど各国に導入実績がある。</p>
--	--	--	---	---

表 2-4 諸外国の電子マネー概要(2)

		GeldKarte (ドイツ)	MONDEX (イギリス)	e-cash (オランダ)
商品概要	タイプ	<ul style="list-style-type: none"> ・ICカード型 ・クローズド・ループ型 ・使い捨て型&リロード型 ・単一通貨対応 *使い捨て型は旅行者・子供用 *EMV仕様準拠予定 	<ul style="list-style-type: none"> ・ICカード型 ・オープン・ループ型 ・リロード型 ・複数通貨対応可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワーク型 ・(クローズド・ループ型)
開始時期		1996年3月	1995年7月	1995年10月
事業主体		ZKA(金融業界連合会中央信用委員会) (金融機関間のコンセンサス形成のための連合組織)	ナットウェスト銀行、ミッドランド銀行、BT(プリティッシュテレコム) *現在はMXI(MONDEXインターナショナル)に移管	デジキャッシュ社
実験概要	地域	ドイツ国内(ラーフェンスブルク、ヴァインガルテン)	イギリス(スウィンドン)、カナダ、香港他世界各地で実験予定	米国、フィンランド、ドイツ
	参加組織	ドイツ金融機関(約3,800社)+ポストバンク(郵政系金融事業体) *実験段階では実験地域の銀行10行が発行	MXIとフランチャイズ契約を結んだ各国の銀行	マーケットウェイン銀行、EUnet(フィンランドのメリタ、オコバンク、ポストバンクの3銀行で進められているプロジェクト)、ドイツ銀行
	発行枚数	6万枚(96年11月時点)	(利用者)12,000人(スウィンドン)	(利用者)2,000人(マーケットウェイン銀行)
	加盟店数	400店(端末600台)	約800店	200店(マーケットウェイン銀行)
	業種	小売店、バス、切符自販機、たばこ自販機、切手自販機など	小売店、スーパー、飲食店、ファーストフード、ガソリンスタンド、バス、タクシーなど	デジタル商品、情報検索サービス、ダウンロード費用
	入金限度	400マルク(約28,000円)	500ポンド(約8万円)	
サービス提供場所		リアル	リアル&バーチャル	バーチャル
返金対応	盗難紛失	返金しない	返金しない	
	破損	返金する		
発行主体・運営主体 収益		加盟店手数料:0.3%(最小0.05マルク=4円) 運用益	スウィンドンでは現在は手数料など無料。今後の計画では、カード+バランスリーダーのセットを1.5ポンド(約300円)、カード2枚+バランスリーダー+ワレットのセットで3.5ポンド(約700円)の月額レンタル料を請求予定。	口座開設手数料:10米ドル 口座維持費:2~5米ドル/月 入金手数料:3米ドル 出金手数料:移動額の5%
インフラ	機器	加盟店端末、ロード端末、バランスリーダー、金融機関用特別端末	MONDEX対応POS、MONDEX対応ATM、バランスリーダー、MONDEX電話	既存のパソコンが利用可。ソフトは無料配布。

	費用負担			
--	------	--	--	--

		GeldKarte (ドイツ)	MONDEX (イギリス)	e-cash (オランダ)
安全性	本人確認	なし(ロード端末からの入金時はPIN入力要)	なし(カード所有者の確認)	必要なし
	不正防止対策	決済センターにてカード単位の発行残高とカード使用総額を突合。	消費者、加盟店ごとにカードの機能・属性が異なっており犯罪に対応。	銀行にて使用済み電子マネー番号を管理・照会。商店では、銀行への照会などにより二重使用を防止。
	マネーロンダリング	個人間支払が不可能なことや入金金額の上限が設定されていることにより、実質的な危険は少ない。	頻繁にカードが使用された場合にロックをかけることも可能とし、マネーロンダリングに対応。	危険性があるため当面限定仕様(金額など)。
	匿名性(対販売店)	あり	あり	ブラインド署名により、電子マネー発行主体に対して追跡性を不可能にしている。
備考		ドイツの全金融機関が参加するプロジェクトで、最終的には百万台の加盟店端末整備と5,500万枚のカード発行を目指す(全人口の7割)。導入形態としては基本的には新たなカードの発行ではなく既存のユーロチェックカードやキャッシュカードに機能を追加することで普及を図る。加盟店手数料は今後業種別に変更予定。	ICカード型電子マネーの中で唯一オープン・ループ型であり、MONDEX=マネーというコンセプトを明確に打ち出している。積極的な国際展開を目指しており、日本においてもMONDEXジャパンが計画されている。97年3月にMASTERインターナショナルがMXIの資本の51%を取得したことから、MONDEXのスキームとクレジットカードのスキーム間で調整があることも予想される。	電子情報そのものに貨幣価値を与えてネットワーク上で決済する方式。 マークトウェイン銀行のほか、96年3月にはヨーロッパ最初のインターネットプロバイダーであるEUnetがe-cashの取扱いを開始し、フィンランドのメリタ銀行が最初の取扱銀行になっている。またドイツ銀行が、e-cashのパイロットプロジェクトを開始している。

これらの電子マネーの検討を踏まえ、以下の3タイプについて、日本への導入時の課題について検討を行った。

- PROTON型(クローズドループ・ICカード型)
- MONDEX型(オープンループ・ICカード型)
- e-cash型(クローズドループ・ネットワーク型)

検討結果は、次のようにまとめられる。

PROTON型の電子マネーは、使い捨て型にしてもしリロ-ダブル型にしても、基本的には、既存のプリペイドカードの延長線上にある商品であり、その意味では導入への障害は他のスキ-ムに比べて少ない。現実的には限られたビル内でのエリア実験はすでに各地

で実施されており、考え方としてはそれを他のエリアにも拡大して汎用性を高めるという形での展開も考えられる。したがって銀行・クレジットカード会社などの発行機関が一社単独でも実施可能であるが、ただ銀行POS等の前例を参考にすれば個社単位の小規模な導入ではなく、複数の発行主体が連合して推進することが望まれる。

MONDEX型の電子マネーは、一般論として、個人間決済を許容する転々流通性等、限りなく現金に類似した革新的なシステムであるがために日本国内での実現のためには制度面で解決すべき問題を抱えている。また、運営の仕組みにおいても、オリジネーターとメンバー銀行から構成される特殊な形態となり、多数の銀行の参加が不可欠という点からも日本での実現に時間がかかると想像される。しかしながら、逆に障害を克服して実現されれば効果的なシステムであり、一気に普及が進む可能性を秘めている。

e-Cash型の電子マネーはオフラインでの口座開設が必要である点や、一度発行された電子マネーは分割利用できない点などマイナス要素もあるが、全体的には簡便な仕組みであり、顧客・加盟店への利便性も高いスキームである。ネットワーク型の電子マネーは本来グローバル性を持つものであるため、各国の動向を十分に配慮して相互運用性の確保に注意することが必要である。ネットワークでのクレジットカード取引において、極めて少額の決済にもなじむような手法が開発されれば、実績のあるクレジットカードの方が利用されるという問題もあると同時に、サイバコインなど競合する他のネットワーク型の電子マネーとの差別化が必要である。

2.7.4 理想的な機能の検討

発行体、加盟店、消費者の3つの立場それぞれで、以下の検討を行った。

- 前払い方式電子マネーの基本的機能の必要性
- 業務フロー段階別の理想的機能

上記を踏まえ、以下の2種類の理想的と考えられる前払い方式電子マネーを想定し、現在、それぞれの基本スペック、業務フローを具体的に検討している。

現在までに検討をすすめている内容は以下の通りである。

- 電子マネー1：基本スペック（表 2-5）
- 電子マネー2：基本スペック及び業務フロー（表 2-6）

2.7.5 今後の方向性

電子マネー1及び電子マネー2を法制度面、技術システム面、及び適用ビジネス面の観点からさらに具体的に検討していく予定である。

表 2-5 電子マネー1の基本的機能

No	項目	有無	内容
1	譲渡性(転々流通性)	有	個人から個人への譲渡が可能。譲渡回数には制限有り。
2	匿名性・プライバシー	有	購入にあたっては匿名性(プライバシー)が保証される。具体的には商店には個人番号がわからず、決済機関には購入内容がわかからないものとする。
3	利用範囲の制限	無	国内はどこでも使える。利用範囲の制限は特になし。
4	換金性	有	換金性有り。(未使用残高の換金が可能である)店頭でのキャッシングについては今後要検討。
5	分割	可	電子マネーは当初発行を受けた金額に固定されておらず、分割できる。ただし、分割回数には制限有り。
6	利用金額の制限	無	実際の利用にあたって制限を設けるかどうかは運用の問題。機能的には、利用金額の制限は無し。
7	ロック機能	有	紛失時の対応として、本人しか使えないように暗証番号で利用をロックすることができる。ただし、購入の都度、暗証番号の入力が必要ということではないので、運用の問題である。
8	オフラインチェック機能	有	オフラインでの偽造チェック機能をもつ。
9	多通貨対応	当面、無	多通貨への対応は今後の検討課題。当面は1通貨(円)のみの対応。
10	他マネーとの交換性	有	発行体の異なる電子マネーと自在に交換可能。
11	破損時の再発行	有	ICカード又はハードディスクが物理的に破損し、電子マネーが使用不可となった場合でも、中身が確認できれば再発行する。
12	追跡性	有	転々流通する過程の追跡ができ、マネーの受け手は発行体のチェックを受けないと、第三者に譲渡することができない。
13	紛失時の再発行	有	現金や電子マネー2と異なり、紛失時には一定期間の後、再発行される。
14	有効期限	有	追跡性のある電子マネーで紛失時に再発行されるため、個々の電子マネーに有効期限がある。

表 2-6 電子マネー2の基本的機能

No	項目	有無	内容
1	譲渡性(転々流通性)	有	個人から個人への譲渡が可能。譲渡回数の制限はなく、何回でも譲渡できる。
2	匿名性・プライバシー	有	購入にあたっては匿名性(プライバシー)が保証される。具体的には商店には個人番号がわからず、決済機関には購入内容がわからないものとする。
3	利用範囲の制限	無	国内はどこでも使える。利用範囲の制限は特になし。
4	換金性	有	換金性有り。(未使用残高の換金が可能である)店頭でのキャッシングについては今後要検討。
5	分割	可	電子マネーは当初発行を受けた金額に固定されておらず、いくらでも細かく分割できる。
6	利用金額の制限	無	実際の利用にあたって制限を設けるかどうかは運用の問題。機能的には、利用金額の制限は無し。
7	ロック機能	有	紛失時の対応として、本人しか使えないように暗証番号で利用をロックすることができる。ただし、購入の都度、暗証番号の入力が必要ということではないので、運用の問題である。
8	オフラインチェック機能	有	オフラインでの偽造チェック機能をもつ。
9	多通貨対応	当面、無	多通貨への対応は今後の検討課題。当面は1通貨(円)のみの対応。
10	他マネーとの交換性	有	発行体の異なる電子マネーと自在に交換可能。
11	破損時の再発行	有	ICカード又はハードディスクが物理的に破損し、電子マネーが使用不可となった場合でも、中身が確認できれば再発行する。
12	追跡性	無	転々流通する過程の追跡はできない。
13	紛失時の再発行	無	現金同様、紛失時は再発行されない。
14	有効期限	無	個々の電子マネーには有効期限はない。

3 クレジットタイプの中間報告

3.1 「サブワ - キンググル - プ - B」の検討内容

3.1.1 サブワ - キンググル - プ - Bの設置目的及びミッション

サブワ - キンググル - プ - Bは、電子商取引決済関連問題検討ワーキンググループに設置した、「オ - プンネットワ - ク上での安全かつスピー - ディなクレジット取引の実現」のため、その指針となるべき「クレジットタイプ標準決済モデル」及び「クレジットタイプ標準約款」の作成をミッションとしたサブワ - キンググル - プであり、実検討の場として後述タスクフォースを設置した。

3.1.2 検討範囲

消費者（カ - ド会員）とカ - ド会社（イシュア - ・アクアイアラー）及びその加盟店（インタ - ネット等のオ - プンネットワ - ク上に仮想店舗等を出店し営業する販売業者）の三者間のクレジット取引に関わる事項を検討範囲とした。

我が国のカ - ド会社におけるアクアイアラー業務は一部を除き日本国内に限定されているため、日本国内の加盟店との取引に限定した。

しかし消費者（カ - ド会員）は、海外旅行時の海外ショッピングと同様に、インタ - ネット上の仮想店舗・カタログ等を媒体とした海外通販等を利用し、日本のカ - ド会社が発行するインタ - ナショナルなクレジットカ - ド（カ - ド会社が国際ブランド会社と提携して発行する海外でも使用可能なカ - ド）による支払を決済手段として使用しており、取引当事者間の公正性の観点から、国際ブランド会社の制定する国際決済ル - ルを含む国内カ - ド会社と海外アクアイアラー間の取引及び海外加盟店と消費者（カ - ド会員）間の取引も検討範囲とした。

3.1.3 成果物

消費者（カ - ド会員）とカ - ド会社（イシュア - ）間の「EC用会員標準特約」 版と「解説書」及びカ - ド会社（アクアイアラー）と加盟店（インタ - ネット等のオ - プンネットワ - ク上に仮想店舗等を出店し営業する販売業者）間の「EC用加盟店標準約款」 版と「解説書」及び「クレジットタイプ標準決済モデル」を作成し、成果物とした。

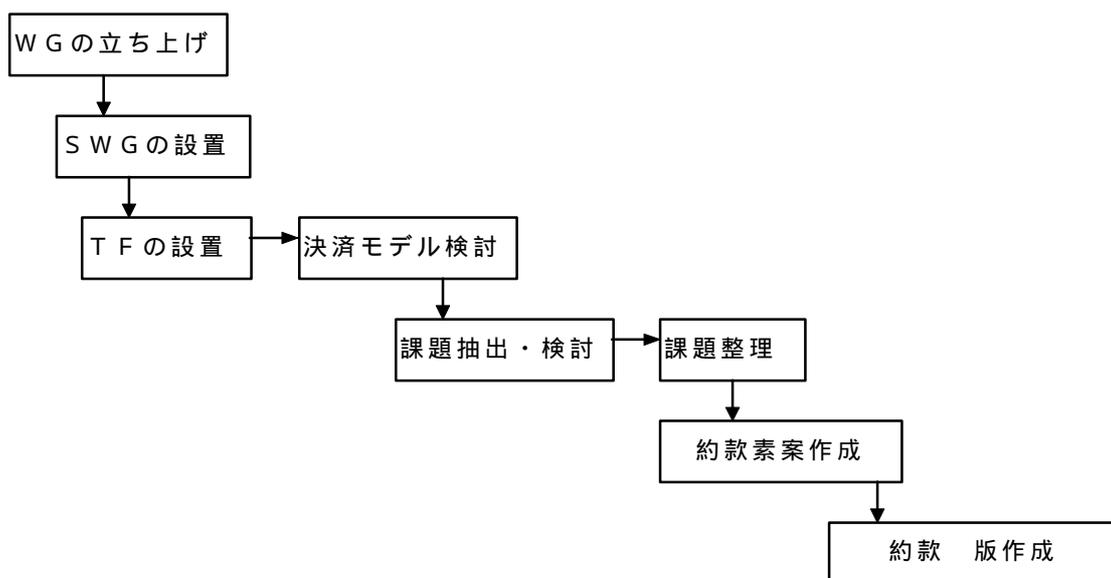
なお「EC用会員標準特約」は、現在の「会員標準約款」に特約として追加する形式で作成した。

3.1.4 検討の具体的実施プロセス

- 現行クレジット取引をタイプ別に類型化し、それをベースに「クレジットタイプ決済モデル」を4タイプ想定し、検討のためのタスクフォースを設置した。
- 上記「クレジットタイプ決済モデル」から「業務運用フロー」を作成した。
- 上記「業務運用フロー」から想定できる「電子商取引上の課題」を抽出した。
- 上記「電子商取引上の課題」解決の方向性を検討した上で、＜制度課題＞＜実務運用課題＞＜技術システム課題＞＜その他課題＞にカテゴリ分類し、さらにそれぞれを＜短期課題＞＜中長期課題＞に整理した。
- 本年度は、＜短期課題＞を現行制度内での解決を前提として検討し、成果物である「EC用会員標準特約」版と「解説書」、「EC用加盟店標準約款」版と「解説書」及び「クレジットタイプ標準決済モデル」を作成した。

3.1.5 平成8年度の実実施スケジュール

9 6 / 3 4 5 6 8 9 1 0 1 1 1 2 9 7 / 1 2 3



3.1.6 タスクフォース

3.1.6.1 設置目的

本サブワ - キンググル - プにおける対検討圏は相当広範囲に及ぶため、検討対象をある程度特化して、内容の精度向上及び検討の効率化を図ることを目的としてタスクフォ - スを設置した。

3.1.6.2 タスクフォ - ス別検討範囲

前項の現行クレジット取引タイプからネットワ - ク上での電子商取引に適合し、かつ基幹となり得る「総合方式割賦販売斡旋」及び「個品方式割賦購入斡旋」の2取引タイプを選択しさらに「総合方式割賦販売斡旋」を<標準タイプ>とバリエ - ションである<サ - ドパ - ティタイプ>及び<カ - ドレスタイプ>に細分化し、一方の「個品方式割賦購入斡旋」は<個品割賦斡旋タイプ>をそれぞれ検討範囲とした4タスクフォ - ス編成とした。

(1) タスクフォ - ス - 1 <標準タイプ>

リアル・バ - チャル共用のクレジットカ - ド(磁気ストライプカ - ド・ICカ - ド)を媒体とした総合方式割賦購入斡旋をベ - スにした、消費者(カ - ド会員)とカ - ド会社(イシュア - ・アクアイアラー)及びその加盟店(インタ - ネット等のオ - プンネットワ - ク上に仮想店舗等を出店し営業する販売業者)の三者間のクレジット取引(Secure Electron IC Transaction プロトコルをイメ - ジ)に関わる事項を検討範囲とした。

(2) タスクフォ - ス - 2 <サ - ドパ - ティタイプ>

電子商取引上のクレジット決済において、安全性とロ - コスト化(新たな投資を最小限にとどめる)を実現するため、消費者(カ - ド会員)とカ - ド会社(イシュア - ・アクアイアラー)及びその加盟店との間の、商品の受注・クレジット販売承認・代金手数料精算(消費者(カ - ド会員)とカ - ド会社(イシュア -)間をのぞく)等のバックヤ - ド業務をサ - ドパ - ティ(第三者会社)が代行する取引に関わる事項を検討範囲とした。

この形態では、サ - ドパ - ティ自らがサイバ - モ - ルを運営し、販売業者に提供する場合も想定した。

(3) タスクフォ - ス - 3 <カ - ドレスタイプ>

クレジットカ - ド等の物理的媒体を必要とせず、会員のパ - ソナルコンピュ - タの

記憶装置に保管されたソフトウェア等を媒体とする、インタ - ネット等のネットワーク上専用クレジット取引で、消費者（会員）とカ - ド会社（イシュア - ・アクアイアラ）及びその加盟店（インタ - ネット等のオ - プンネットワーク上に仮想店舗等を出店し営業する販売業者）の三者間のクレジット取引（SETプロトコルをイメージ）に関わる事項を検討範囲とした。

(4) タスクフォ - ス - 4 <個品割賦幹旋タイプ>

購入者がインタ - ネットなどのネットワーク上で、カ - ド会社（クレジット会社）等と契約した販売業者から指定商品を購入する際、購入者が個々の取引毎にカ - ド会社（クレジット会社）と販売業者と個別の契約を締結するクレジット取引に関わる事項を検討範囲とした。

3.2 クレジットタイプ課題の整理、検討及び解決

3.2.1 抽出課題の共通化

本クレジットタイプ共通課題一覧表は、各タスクフォースにおいて作成した決済モデルをベースとした、電子商取引におけるカード（クレジット）会社、販売業者及びカード会員の加盟・入会申し込みから、本人認証等の認証制度、及び商品売買、それに続く当事者間の請求から決済までの一連の取引プロセスにもとづいた課題を集約し、さらにそれを電子商取引上のクレジット取引全般に関わる課題として整理し共通化したものである。

1 / 8

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
加盟店申し込み	加盟審査基準	ネットワーク上の個人等小規模加盟店への加盟審査基準	商品・販売特性に応じた審査基準の作成	
	当事者間の事前承認事項	取引に必要なネットワークシステム等の事前調整	仕様書の作成	SET EMV等
	クレジット対象外商品販売店の参入	デジタル商品等既存クレジット対象外商品の販売業者	販売形態の特性に応じた市場対応	割賦販売法
	第3者との加盟店契約	プロバイダー等モール運営者との契約	リスク及び商品の瑕疵等に関する責任分担 契約当事者の明確化 当事者間の責任分担	割賦販売法 消費者保護
	第3者との加盟店契約 サードパーティ方式	ファーストパーティ等代行業者との契約		
	第3者との加盟店契約 サードパーティ方式	プロバイダー等モール運営者経由サードパーティとの契約	あり得るのか？	
	サードパーティ方式ID番号の有効性	ID番号の防盜性等リスクに関する責任分担	当事者間の取り決め 保険制度導入検討	セキュリティ技術

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
入会申し込み	クレジットカード番号、ID番号等の管理	顧客の善管義務と上記リスクとの整合性 = 責任分担	保険制度導入検討 責任分担	
	顧客情報の安全性	ネットワーク上での顧客情報の漏洩、改竄等の回避	暗号技術秘匿機能活用 個人情報保護の観点からの法制度検討	割賦販売法
	会員審査基準	対象顧客の若年層への移行及び未成年者への対応	審査基準等は個社対応	割賦販売法 民法
	入会申し込み書の電子化	電子データの有効性 自筆署名の必要性	法解釈	割賦販売法
	口座振替依頼書の電子化	電子データ化された口座振替依頼書の有効性	印証はPINで代用できるか？	銀行法
	書面の交付義務	契約時 (カード申し込み時) カード発行時	郵送等現行フローを踏襲 電子データ(メール)の有効性	訪問販売法
	信用情報機関登録	ネットワーク上での入会申し込み時の信用情報機関登録の同意取得方法	電子入会申し込み書上のメッセージでの有効性	割賦販売法
	オンライン入会勧誘時取引条件の広告	割賦販売法における取引条件の広告の要件	具体策の検討	割賦販売法 訪問販売法
	帳簿等重要書類の保存義務	契約書・売上票等重要書類の保存の方法	電子データとしての保存の有効性	割賦販売法
	リボ払いの関連	一回払からリボ払いへの支払方法変更時の対応	個社対応	電子商取引に限らない

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
海外取引	海外顧客との取引	カード会社が受入れるのか	当面は国内取引に限定？ 既存海外加盟店との整合性 例えばファーストバーチャルをどう考えるのか？	海外居住の邦人対応 旅行者の対応 国際取引WGとの連携
	海外加盟店との取引	カード会社が受入れるのか 当事者間の売買契約の内容	個社の判断	「特定の販売業者」
	その他国際間取引の課題	準拠法の適用	実現性はあるのか？ 処理マニュアル対応？ 約款で定める必要性？	割賦販売法 民法 その他国内法
		外為法の適用	国際決済機関 外為法は事実上認可制	電子マネーとの関連・整合性
		訪問販売法の適用 国内から海外通販の利用	国外からは適用外	割賦販売法 民法
	(国内取引も含め)	紛争時の対応手段 民事訴訟等法的手段	商品及び取引形態から見た代替手段の検討が必要 保険・保証等制度面検討	割賦販売法 民法・民事訴訟法
	割賦販売法の適用	国際取引に国内法である割賦販売法が適用されるのか？ 例・・・海外加盟店への割賦販売法における行為規制は現実的か？ 消費者保護の観点から？	現実取引を念頭に置いて検討する必要性がある 消費者への啓発 支払停止の抗弁	ある程度のリスク負担はやむ得ない

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
加盟店認証 本人認証 発行体認証	認証制度のあり方	例えば、S E Tの様な業界標準を定めるべきか？or 事実上定まるのか？	当事者間の取り決め	本人認証技術・認証局WGとの連携 認証技術
	認証機関のあり方	CAはどこがなり得るのか？利用者の選択権は？	民間 or 公的機関？	認証局WGとの連携
		認証機関の情報開示は有るのか？	当事者間の取り決め	個人情報保護 プライバシー 問題検討WG との連携
		認証機関にキーエスクロウ機能を付加するのか？	制度面から検討	認証局WGとの連携
加盟店認証	リアル店舗の加盟店認証	リアル店舗でも加盟店認証は必要か？ リアル店舗のバーチャル販売との整合性	当事者間の取り決め	本人認証技術・認証局WGとの連携
	サードパーティ及びモール等の加盟店認証	第三者契約の場合個々の販売店との整合性	当事者間の取り決め	
本人認証	認証の責任主体	本人認証の責任義務者は加盟店なのか	当事者間の取り決め	
	本人認証の有効範囲 否認防止	家庭内PC取引等で家族使用の場合等での有効性及びその他ID等との併用？	見なし規定 当事者間の取り決め	技術的合理性 善管義務

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
本人認証	Secret Information の徴求	認証証明に必要なワンライティングが前提	入会申し込み書に設欄	割賦販売法
	C R L 強制掲載時の通知	C R L の即時性	電子メールの利用	
商品売買	販売商品の情報提供及び広告	仮想店舗・電子カタログ等への商品情報(クレジット取引情報を含む)表示義務	具体ガイドラインの検討	割賦販売法 訪問販売法 景品表示法
	割賦販売法等の適用外取引	適用外取引の明確化 適用外取引の消費者保護の対応	法制度の検討 カードレス・一括払い・非指定商品取引等	割賦販売法 訪問販売法
	販売対象外商品	デジタル商品等クレジット及び通販での販売対象外商品への対応	法制度の検討	割賦販売法 訪問販売法
商品売買	申し込み確認	ネットワーク上での申し込み確認の方法及び実施者	電子メールの有効性 責任分担	割賦販売法 訪問販売法・民法
		I P ミス等による誤申し込みの対応手段	電子メール等による申し込み確認での回避 コンテンツの工夫	訪問販売法
		申し込みの否認防止手段	電子メールの有効性	訪問販売法 S E T プロトコル
		返品及びキャンセル対応 デジタル商品等対象外商品のクーリングオフ	電子メールの有効性	

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
商品売買	書面交付義務	商品販売時の書面交付の方法・ネットワーク上でのデジタル商品販売等の場合	電子メールの有効性	訪問販売法 電子公証検討WGとの連携
	オーソリゼーション	顧客・販売情報の各当事者間への開示の範囲	個人情報保護の観点からの法制度検討 当事者間の取り決め	プライバシー問題検討WGとの連携
		小額決済時のオフラインオーソリゼーションの是非	法制度の検討 コスト面からの検討	フロアーリミット及び累計回数制限等の対応の可能性
	オーソリゼーション	レスポンス観点からのオーソリゼーション及びルートの改善	リスクに関する責任分担 当事者間の取り決め	
	デジタル商品の対応	商品受領の確認方法	消費者保護の観点 リスクに関する責任分担 電子メールによる事前確認による回避	悪意への対応 マシントラブル等による未送達対応
		デジタル商品のキャンセル及び返品対応		
	契約成立のタイミング	どのタイミングで契約成立と見なすのか？ デジタル商品の場合 デジタル外商品の場合	法制度の検討	民法
	証票等の提示 (割賦販売法の適用)	ネット上のクレジットカード番号等のデータ送信で証票等の提示要件を満足するか？	割賦販売法解釈	

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
商品売買	割賦販売法の支払停止抗弁	割賦販売法の場合 海外取引の場合	保険制度の検討 リスクとしての割切	割賦販売法
	当事者への提供 情報の制限	S E Tではカード 会社には会員の購 入商品情報を開示 しない	顧客管理上必要	プライバシー 問題検討WG との連携
加盟店決済	当事者間の精算 サイト	ファーストパーチ ャルの精算サイト は受け入れがたい	現行加盟店精算サイ トに準ずる 当事者間の取り決め	クーリングオ フとの関連
	売上計上のタイ ミング	どのタイミングで 売上計上するの か？	当事者間の取り決め	契約成立時期 との整合性
会員決済	請求書発行	電子メールでの会 員への請求書発行 は有効か	電子メールの有効性	電子公証検討 WGとの連携
その他リス ク管理	加盟店管理	恒久性の低い仮想 店舗の管理	認証制度の活用	本人認証技 術・認証局WG との連携
		悪質加盟店対応 早期発見		E Cに限らな い
		加盟店の「販売方法 の変更」通義務履行 のチェック方法	チェック機関の設立	E Cに限らな い
		カード情報(主とし て会員番号)の取得 を目的とした加盟 店への対抗	S E T等のセキュア ーなプロトコルの採 用	E Cに限らな い
	会員管理	なりすまし、しらば っくれ等悪質会員 対応	認証制度の活用	本人認証技 術・認証局WG との連携 E Cに限らな い

項目名	課題名	具体的内容	解決の方向性	備考
その他リスク管理		会員情報の管理	ガイドラインの作成	
	ネットワーク犯罪	ハッカー等のネットワーク犯罪・買いまわり及び偽造等犯罪防止策	技術的・制度的アプローチ	本人認証技術・認証局WGとの連携
	取引の制限	国内取引のみに制限することの是非		国際取引WGとの連携

3.2.2 「標準決済モデル」「標準約款」作成のための共通課題の分類

前表<クレジットタイプ共通課題一覧表>の課題を「制度課題」・「実務運用課題」・「技術課題」の категорияに分類した。「制度課題」は、現行の割賦販売法・訪問販売法と準拠法、及び商習慣に関連する課題をまとめた。次の「実務運用課題」は、販売店の加盟申し込みとカード会員の入会申し込み・資格審査、並びに海外を含む加盟店との商品売買とそれに伴うトラブル対応から代金決済、及び加盟店管理とカード会員管理・リスク管理等の実務に関する課題をまとめた。最後の「技術課題」は、本来のテクノロジーのみの側面に拘らず、安全なネットワーク取引に欠くことの出来ない通信手段と認証制度及びインフラ整備、相互運用性等も含めた仕組みとして課題をとらえたものであるが、それぞれの課題、例えばSETにおける本人認証・クレジット情報の保護・オーソリゼーションのように、通信手順のパーツとして組み入れられており、技術システムのみならず制度、実務運用にまで関連し、いずれの課題も独立した課題ではなく、相互に関連しあったものである。

それらに分類した課題を、さらに現行制度・環境で解決可能な課題を核とした「短期課題」と、それ以外の、例えば法制度の改正・新たな技術開発等が必要な課題を核とした「中長期課題」に二分した。この分類の目的は、今後の検討の礎になるべき「短期課題」の解決を前提とした電子商取引上のクレジット取引「標準決済モデル」及び「標準約款」を作

成し、次に「中長期課題」を含めた課題に検討対象課題を拡大し、さらに実用性及び汎用性を備えた「標準決済モデル」及び「標準約款」を作成することである。

本年度は「短期課題」を核とした課題の検討及び解決を実施し、「クレジットタイプ標準決済モデル 版」及び「クレジットタイプ標準約款 版」の作成を完了した。

「短期課題」及び「中長期課題」それぞれの主な課題項目の検討範囲は、下記の通りである。

主な課題項目	短期課題	中長期課題	備考
割賦販売法 訪問販売法	現行法制度内にとどめる	現行法の解釈・改正を視野に入れる	その他準拠法
書面の交付義務	現行通りとする	ネットワーク上の電子データによる交付を検討	電子公証制度
重要書類の保管義務	現行通りとするが、電子化された書類の保管も検討する	電子公証制度も視野に入れ、保管規定等を含めより具体化する。	電子データの証拠能力 認証制度 電子公証制度
証票提示義務	クレジットカード番号等の電子データによる表示を認める		認証制度 電子公証制度
同法対象外商品	受け入れる		デジタル商品
消費者保護規定	現行法制度内での対応を原則とするが、実務運用ベースでは、現行規定で対象外となっているデジタル商品及び非割賦取引もカバーできるような規定を検討する	抜本的に検討する「消費者保護法」の立法化の提言も検討	支払停止の抗弁権 クーリングオフ チャージバック デジタル商品等 非割賦販売時
ネットワーク申し込み	対象外	ネットワークで完結する申し込み方法を検討する	電子公証制度 電子署名 口座振替依頼書
海外取引			
海外顧客の受入	対象外	検討対象	会員管理

主な課題項目	短期課題	中長期課題	備考
海外加盟店取引	海外加盟店でのショッピング及び海外通販利用時の現行の国際ブランド会社による国際決済ルールをベースにネットワーク取引を想定し検討	消費者保護、返品規定、トラブル対応時の商習慣の違い、及び国際法制度を含め検討	日本国法 国際ルール
商品売買の関連事項	現行の通信販売をベースに検討	継続検討	
トラブル対応	現行の通信販売をベースに検討	消費者保護規定と連動して検討	
代金決済	現行クレジットシステムをベースに検討	継続検討	
リスク管理			
カード会員管理	現行与信管理をベースに検討	動態与信・フロアリミット・オーソリゼーション等をより電子商取引への適合を含め継続検討	認証制度
加盟店管理	現行通販加盟店管理をベースに検討	ネットワーク加盟店及びモール運営者を含めた電子商取引の特質を検討し検討を継続	認証制度
カード犯罪対応	現行会員補償制度をベースに検討	ネットワーク取引で想定されるリスクに適合する保険制度の検討	
コンピュータ障害等への対応	現行システムの範囲内で検討	ネットワーク取引で想定されるリスクに適合する保険制度の検討	
通信手段	SETを想定するが、「当社の指定する…」程度にとどめる	デファクトスタンダードになり得る方式をモデルとして具体性を備えた検討を進めると同時に、その他の方法も相互運用性を備えかつ導入メリットがあれば、検討対象とする。	システム全体の構成及び相互運用性 個人情報の保護 SET(JP) SECE

主な課題項目	短期課題	中長期課題	備考
認証制度	上記通信手段に包括して検討		S E C E
カード仕様	EMVを想定	運用性・技術面・インフラ・コストの検討（EMVに拘らない） カードレスも検討	ソフトウェア等のネットワーク専用方式及び電子マネーとの融合
技術システム関連	現在開発されているもの及び1～2年程度で開発可能な技術を想定し検討	相互運用性・実現性・操作性・安全性・インフラ整備・コストを含めた検討	

3.2.3 短期課題

本短期課題をまとめた経緯は前記したとおりであり、以下にそれぞれ「制度課題」「実務運用課題」「技術課題」別の論点及び約款作成の上での解決策を記述するが、検討の過程でさらに中長期的性格を帯びた課題が派生したため、それらの課題は97年度の検討対象課題として持ち越すこととした。

3.2.3.1 制度課題

本制度課題の検討に際しては、割賦販売法において対象外取引となっているデジタル商品の取扱いと非割賦販売取引を対象とし、ネットワーク取引において従来の紙ベースの売上票及びクレジットカードベースの証票の提示を電子データに置き換える等電子データの有効性を認めることを前提とした。

(1) 割賦販売法関連事項

- ネットワーク上での入会勧誘時における取引条件の掲示
カード（クレジット）会社がWeb上等で会員勧誘広告を掲載する場合、割賦販売法に定められている取引条件の広告要件を記載する必要がある。
- 契約時の書面の交付義務
割賦販売法上の書面の交付義務については契約書はクレジットカードと同送する事が現実的であり、現行法通りとしたが、ネットワーク上でのデジタル商品の配信の場合の電子メールによる書面の交付等、電子商取引の特性が

ら判断して当然電子データによる場合のメリットが大きい事項は検討対象課題とした。

- 重要書類の保管規定

商法、税法上の書類保管要件についても現行法に準拠するが、各種取引データをネットワーク上で送受信される電子データそのものでの記録保管については有効と認め、個社の判断による選択とした。しかし、これらの法的見解及び実務運用上の具体策は未だ不明確で、電子公証制度の進捗と連動し97年度も検討を継続する。

- 購入時の証券の提示義務

本提示義務の目的は、クレジットカード等証券の真正性と証券持参者が正当な持ち主であることの確認であり、ネットワークのような非対面取引においては現物の提示による確認は困難である。従って、クレジットカード番号・有効期限等の個人クレジット情報の真正性及び事前に登録した本人を認証した認証機関の発行する証明書による確認を実現した認証制度を導入した、ネットワーク上でそれらを電子データとして送信することによる提示によって同法の要件を満足することとした。

(2) 消費者保護規定

現行法制度内での支払い停止の抗弁権での消費者保護規定を原則とするが、ネットワーク上の取引では対象外取引の占める割合が大きくなると想定できる。従ってカード(クレジット)会社及び加盟店での実務運用ベースで、現行規定で対象外となっている対象外商品及び非割賦取引もカバーできるような規定を検討する。

(3) 海外取引

- 海外加盟店との取引

実務運用課題でも述べたように、カード会員は現実に国際ブランドカードを使用して海外加盟店との取引を実施しているが、消費者保護規定を始めトラブル時の対応等あくまでも国際ブランド会社個社が制定したルールであり、商習慣の違いもあり、加えて日本国法である割賦販売法の消費者保護規定も適用されず、今後のネットワーク取引の拡大を予測した場合、万全だとは言い難い。本年度は、国際ブランド会社の制定した現行の国際ルールを検討したが、事実上はトラブル等発生時に、カード発行会社が当該加盟店

と直接交渉することは困難であり、負担を強要される結果となりかねない。従って97年度は、さらに消費者保護の原点に遡り公平性を原則とした、国際的に通用する国際ブランド会社間の共通消費者保護規定としての提言を検討課題とする。

- 割賦販売法の適用

国際取引に日本国法である割賦販売法が適用されるの否かであるが、前項に記述したとおり、例えば、海外加盟店に対し割賦販売法、訪問販売法における行為規制は非現実的であり、不可能である。

- その他国際間取引の課題

その他準拠法の適用に関しても前項と同様に不可能であり、クレジット取引のみならず、今後さらに海外取引が活発になり、それに伴ってトラブルの発生増加も危惧され、国際間法規の整備、国際調停機関の設置等、行政における速やかな対応を期待するものである。

3.2.3.2 実務運用課題

(1) 加盟店申し込み

- 販売店の加盟申し込み

カード(クレジット)会社個社の判断によるところが多いが、現在の契約書面要件・加盟店審査基準を考慮すると、ネットワークのみでの完結は現実的ではなく、対面契約を原則とした現行の方法とした。なおネットワーク上のみでの加盟申し込みの完結については97年度の検討対象課題とする。

- クレジット対象外商品販売業者への対応

現在は認められていないデジタル商品及び個品割賦斡旋にある役務との複合商品等既存クレジット対象外商品の販売業者を加盟店として認めるか否かであるが、インターネットの特性を考えると当該業種が中核となることは明らかであり、また電子商取引に最も適している商品であると考え。従って、標準約款上は参入を認めるが、加盟店として契約するか否かはカード(クレジット)会社個社の営業判断によるものである。

- 第三者との加盟店契約(1)

プロバイダー等モール運営者との加盟店契約が想定され、従来の商店街、シ

ショッピングセンター等とのような一括契約の形態に類似すると推測するが、モールの形態も多種多様であり未だモールそのものの定義が明確ではなく、またプロバイダー等と出店業者間の責任範囲も不明確な現時点での約款作成は時期尚早と判断する。本件は97年度に国内外の実体を調査研究した上で再度検討を加え取引形態のバリエーションとして「決済モデル」「約款」を作成する。

- 第三者との加盟店契約(2)

ファーストバーチャルホールディング、サイバーキャッシュ社のようなカード(クレジット)会社と販売業者・カード会員の間に介入し、ユニークなシステムで販売の受発注から販売承認及び売上処理、販売業者への代金精算までを行う、いわば決済代行業者との契約である。本システムの特徴は、利用者に既存のシステムのまま、インターネット上でクレジットカード番号等のクレジット情報通信せずにクレジット決済を実現したことでハッカー等からの危険を回避することに成功したシステムで具体的には、代行会社は、本システムでの取引を希望するカード会員から電話等でクレジットカード番号等のクレジット情報を同社に登録し、代わりにユニークなID番号・パスワード等を当該会員に発行する。会員が同社に加盟している販売店との間でインターネット取引で取引を行う際は、会員と販売店及び同社間はそのID番号等を電子メールで通信し、同社はカード会社に専用回線にて売上情報を送信する。しかしこのような仕組みは、SET等の安全なプロトコルが実用化されれば不要との意見もあるが、インターネット上の中小及び個人販売店等は現在のカード(クレジット)会社の加盟店審査基準に抵触し加盟できない可能性が大いが、代行会社の加盟店となることでこれを回避することが可能で、また自前のサーバーを持つ資金力のない事業者へは販売スペースも用意する等今後も存在価値はあると判断する。

ただこのシステムはカード(クレジット)会社から見れば、同社とは加盟店契約、会員とは従来通りの会員契約以外に契約行為はなく、例えばファーストバーチャルホールディングという一つのモールとの一括契約に近いものであり、前項のモールとの一括契約と同様に取引形態のバリエーションとして位置づけるものである。

- 決済代行会社が発行するID番号等の管理責任

上記同様、本システム及び契約形態から判断して、代行会社が独自に発行するID番号等は、同社が発行主体であり、当事者間（同社、同社の加盟店及び会員）での管理責任と責任範囲及び分担を明確化するべきであり、カード（クレジット）会社が介入するものではない。

- 販売店加盟審査基準

個々の販売店の加盟資格審査基準についてはカード（クレジット）会社の営業方針及びリスクマネジメントにより個々に決定されるべきものである。しかし、インターネット上のバーチャルショップの現状及び将来像を推測すると中小及び個人のガレージカンパニー、パパママショップと呼ばれている規模の企業が大半を占めるであろうし、今後カード（クレジット）会社の市場拡大政策による当該販売店との加盟契約も想定できる。従って97年度は、それらを対象とした加盟審査基準も検討対象課題とする。

(2) カード会員申し込み

- クレジットカード番号・ID番号等個人クレジット情報の管理責任

カード（クレジット）会社がカード会員に発行するクレジットカード番号・有効期限・ID番号等個人クレジット情報の管理責任であるが、その保管方法はクレジットカード上に保管されている場合と、ネットワーク専用会員の場合のように会員のPC上ソフトウェアに保管されている場合が想定できるが、後者は中長期課題として97年度の検討対象課題とするので、本年度は割愛した。前者におけるそれらの情報は、カード発行会社からカード会員にクレジットカードを媒体にして一定の条件下で貸与されるものであり、カード会員はクレジットカードも含め管理義務を負うこととなり、現行の総合方式割賦販売斡旋会員標準約款と同様、善管義務の条項に明記する。

- 書面の交付義務

割賦販売法に規定されている書面の交付義務であるが、本年度はネットワークのみで完結する入会方法を対象外としたので、本件は現行通りカード発行時にカードと契約書及び約款等を同封し送付するほうほうとし現行法制度内とした。

- カード会員審査基準

個々のカード会員の入会資格審査基準については販売店の加盟審査基準と同様に、本年度は検討の対象外とするが、インターネット上の顧客層を考慮した場合、相当数の構成を占める若年層をどう取り込むかといった市場拡大の課題も浮上する。しかし本件には、未成年の契約行為の無効等法的な制限もあり、それらを含めて97年度の検討対象課題とする。

(3) 海外取引

- 海外加盟店との取引

カード（クレジット）会社はVISA・MASTER・JCB等の国際ブランド会社と提携して国際カードを発行しており、カード会員は海外加盟店で使用することができ、ネットワーク取引も同様で、カード会員はすでにインターネットオンラインショッピング等で海外取引を実施している関係上受け入れざるを得ない。本取引においては、国際ブランド会社の国際ルールが規定・適用され運用されているが、個々のカード会員がそれを理解しているとは言い難く、さらに、本取引形態では海外加盟店管理会社に対し国内カード発行会社が直接関与することは事実上困難であり、従って、当面はカード会員に対し「海外取引のガイドライン」等を作成し啓蒙を図ることが最優先である。特に海外取引においては、商習慣の違い及び日本国法である割賦販売法の消費者保護規定も適用されず、トラブル発生時にはカード発行会社に負担を強いられかねないのが現状である。97年度は、さらに消費者保護の原点に遡り、公平性を原則とした、国際的に通用し国際ブランド会社間の共通保護規定として提言を検討する。

- 海外顧客の受け入れ

日本のカード（クレジット）会社が、国外の消費者を会員対象としてクレジット取引を実施するかであり、最終的には個社の営業判断によるが、入会審査、顧客管理、債権管理を考慮すると事実上困難であり、対象外とした。

(4) 商品売買

- 申し込み確認

ネットワーク上での購入者（カード会員）への商品等の申し込み確認の方法であり、実施者と実施タイミングで様々な組み合わせが想定できる。本決済モデルでは、安全性を備えた通信手段（SETによる認証）で否認防止も機

能していることを前提に、特に行わないこととした。

ただし、カード（クレジット）会社から販売店に販売承認が通知された時点で、販売店はカード会員に対し「有難うメール」等で確認を兼ねることとしたが、個社の判断で、これ以外の確認の実施を制限するものではない。

- デジタル商品の対応

ソフトウェア・情報等デジタル商品の配達を、ネットワーク上の配信による形態（ダウンロード）を想定した場合、販売店はトラブルを回避するために購入希望者に対し、試用期間または機能限定の試用版を提供し、当該購入希望者の承諾を得たうえで、製品版を提供する等の方法を想定し検討した。さらに商品が情報の場合はダウンロード後の返品は受け付けない等、販売店により異なるものと推測する。従ってそれらを包括した汎用性を持たせた表現として「乙が認めた、甲所定の方法による会員の購入承諾をもって商品等の発送とみなす」とした。なお、この際のトラブル対応は販売店の責任範囲としたので、Web上等に方法等を明記する必要があると同時にカード（クレジット）会社も手引き書等での啓蒙が必要である。

- 返品及びキャンセル対応

返品・キャンセルについてはカード会員と販売店との問題であるが、消費者保護の観点から、日本通信販売協会が定める自主基準による返品規定準用し明記したが、例えば情報等デジタル商品については事実上返品キャンセル等は不可能であり、前記したように、消費者に対し当該商品ごとに事前に告知する必要がある。

97年度はさらに電子商取引に特化した例えば「ECOM基準」なるものの検討を実施する。

- 顧客及び取引情報の安全性

ネットワーク取引での顧客情報の第三者への漏洩、改竄等を防止するため、カード会員及び販売店は、カード（クレジット）会社が指定する安全性を確保した通信手順を使用することを前提としたが、暗号技術はハッカー等との黽ごっこの様相を呈しており、カード（クレジット）会社は絶えず最新の技術を導入し万全を尽くす義務があるとした。

カード（クレジット）会社及び販売店が、取引上知り得た情報の守秘義務に

については現行通りの規定としたが、社内データベースについてもオープンネットワークと同様に社内外からの脅威にさらされ万全とは言い難いので十二分な安全措置を講ずる必要がある。

- オーソリゼーション

販売承認についても、S E Tに包括されているのでそれに準拠することを前提としたが、現在の仕様では全件オーソリであり、ネットワークでの取引単価を考慮した場合、通信費の問題が浮上するであろう。従って97年度は、現行のクレジットシステムをベースとしたネットワーク上のクレジット取引に適した方法（例えば、電子商取引用のフロアーリミットの設定によるオフラインオーソリとオンラインオーソリの導入）を検討課題とする。

- 契約成立のタイミング

どのタイミングで契約成立と見なすのかであるが、現行通り発信主義をとり、商品を配送する場合は、その商品を発送した時点、デジタル商品等のネットワークで配信する場合はダウンロードが完了した時点とした。

(5) その他リスク管理

- 偽証による加盟及び入会申し込み

販売店・カード会員による架空名義等々の不正な申し込みが想定されるが、これは特に電子商取引に限ったことではなく、通常の加盟・入会審査と共通する事項でありカード（クレジット）会社個々の審査手法及び能力の課題であるとした。

- 会員管理

しらばっくれ等の悪質会員への対応については、認証制度による否認防止機能を持った通信手順にて対応することを前提としたが、買まわり等の危険性は依然として残り現行の与信システムをベースとして検討した。97年度はさらに、カード（クレジット）会社による動態与信等のリスク管理手法と電子商取引の特性に適合した与信管理システムの構築を検討範囲に拡大する。

- ネットワーク犯罪

ハッカー等によるネットワーク犯罪（なりすまし・買まわり及び偽造等）の犯罪防止策は、S E T等による安全性を確保した通信手順にて対応するこ

とを前提としたが、それ以外にもコンピュータウイルス・ブラッドアタックと呼ばれるシステム破壊等も想定でき、決して万全とは言い難く、万一の際には現行の補償制度を適用することを前提として検討した。

- コンピュータ障害

ネットワーク上のリスクについては、上記の犯罪のみならず、自然災害等によるシステム障害の発生を含め未だ未知数であり、97年度は保険制度にも検討範囲を拡大した課題として継続する。

3.2.3.3 技術課題

(1) 通信システム

取引に使用する通信システムの当事者間での事前調整事項である。

本システムはカード(クレジット)会社が指定し提供することを前提としており、電子商取引のスムーズな普及に必要な相互運用性を前提とすると、業界の標準的な通信手順をインフラとして確立する必要がある、その候補として「SET」が最も有力であると推測するが、現状は公式版の実用化には至っておらず未だ不透明な部分がある。従って本年度は「当社の指定する通信手段を…」という表現にとどめたが、97年度は「業界標準」となり得る通信手順を特定した上でより明確に規定し具体化する。また、システムの仕様は別途「システム仕様書」に明記する。

(2) 認証制度

- 認証制度のあり方

ネットワーク上での非対面取引を安全に行うため、取引当事者(カード会員、加盟店、カード(クレジット)会社)が真正な当事者であること及び取引データが当事者以外への漏洩・改竄がなく真正であることの証明並びに当事者の情報発信及び受信の否認防止を行う手段として「認証制度」が必要不可欠である。クレジットインフラとしての相互運用性を考慮した場合、業界標準を定めるべきか検討したが、VISA・MASTER・JCB等の国際ブランドがSETプロトコルを標準としている現在、必然的にSETに準拠した仕様が一般化し、デファクトスタンダードとなるであろう。

ただSETプロトコル自体が未だ開発途上であり、本約款上は「カード会社の指定する通信手順…」という表現にとどめたが、97年度はSETまたは

S E C Eを想定したプロトコルでより具体化するとともに、その他の方法も選択肢として可能性があれば検討対象課題とする。

- 認証局

取引当事者が登録した鍵を本人のものであることの証明書を発行する機関である認証局は、どこがなり得るのか、また認証局が複数存在する場合、認証を受ける当事者は選択権があるのかである。まずクレジット取引における認証局は、公的な第三者機関がなり得る場合も想定できるが具体的な動向が定まっておらず、前記したS E Tを前提とするとカード会員はカード発行会社が、加盟店は加盟店管理会社がそれぞれ主体者となり認証局の役割を担うことになり、当事者の認証局は特定され、選択権はなくなる。もちろんそれ以外の選択肢もあり得るが、本件も97年度に、上記認証制度の検討の過程で解決する。

- 認証の責任主体

認証の責任主体者であるが、賠償範囲等具体的内容は未定であるが、責任主体は当然認証局であると考えるのが妥当である。

- 相互運用性とインフラ整備

クレジット取引におけるインフラ整備においての最重要課題は、すでに完成の域に達しているC A T・P O S・A T M等の既存クレジットネットワークシステムを有効に活用した相互運用性の確保である。つまり、ネットワーク上での商品注文からオーソリゼーションを経て、当事者間の請求及び決済は既存の決済ネットワークを利用するのが相互運用性も確保した最も効率の良い方法であり、それを前提として検討した。

3.2.4 中長期課題課題

本中長期課題は97年度の検討対象課題として位置づけているが、前記の通り短期課題検討の過程でさらに中長期的性格を帯びた課題が派生したため、97年度はそれも含めてより実用性を備えた決済モデル及び標準約款の作成のための検討を継続することとした。以下に課題項目と現在判明している範囲での論点を記述する。

3.2.4.1 制度課題

(1) 法制度関連課題

- 電子データの有効性

入会申し込み書・口座振替依頼書及び請求書の電子化、取引データ等重要書類の電子データ化と保管規定の実際を電子公証制度等の制度面及び個人情報保護の側面を含め検討を継続する。

- 消費者保護規定

96年度は対象外商品等に対し、運用面での対応を検討したが不公平感は否定できず、特に海外取引時を考慮すると限界がある。従って国際間でも通用する新たな国際共通ルールとしての保護規定の制定及び法制度としての立法化提言も視野に入れた検討とする。

(2) 海外取引関連課題

- 紛争時の法的対応手段の検討

- 国際間共通ルールの検討

国際ブランド会社間の決済ルールの共通化、国際間法規の整備、国際調停機関の設置等の提言を含めた検討の実施。

3.2.4.2 実務運用課題

(1) 加盟店申し込み

- ネットワークでの加盟店申し込みの完結

販売店の加盟申し込みから契約までの業務プロセスが、ネットワーク上のみで完結し得るのかを印章及び契約書面の電子化を含め検討対象課題とする。

- 販売店加盟審査基準

ネットワーク上想定できるインターネット上の個人及び中小のバーチャルショップとの加盟契約時の審査基準の検討。

(2) 第三者との加盟店契約

プロバイダー等モール運営者及び決済代行会社等との加盟店契約を想定し、モールの定義及び契約形態とそれに伴う当事者間の責任範囲も含め検討し、取引形態のバリエーションとして「決済モデル」「約款」を作成する。

(3) カード会員申し込み

- ネットワークでの会員申し込みの完結

加盟店契約と同様に、特にネットワーク専用会員に想定できるカード会員の入会申し込みから契約までの業務プロセスが、ネットワーク上のみで完結し得るのかを、契約書面（書面の交付義務の電子データによる代替）、及び口座振替依頼書の電子化を含め検討対象課題とする。

- クレジットカード番号・ID番号等の管理責任

クレジットカード番号・ID番号等の個人クレジット属性がネットワーク専用会員のように、カード（クレジット）会社が、現行のクレジットカードに代えて、発行する会員番号・有効期限・ID番号等を会員のPC上で保管・管理・運用できるソフトウェアを、それらの情報とともに会員に対し一定の条件下で貸与する場合の、カード会員の保管管理義務で、取引の通信手順及びソフトウェア等媒体の貸与形態を含め検討する。加えて、本件の場合には特に第三者の使用が容易であり、他人使用によるトラブルを回避するためにも発行者は、会員本人以外が起動できないような仕組みを提供する必要がある、発行者側の義務も検討対象課題とする。

- カード会員審査基準

インターネット上の潜在顧客層ともいえる若年層のカード会員化の是非といった市場拡大の課題と未成年の契約行為の無効等法的な制限もあり、それらを含めて97年度の検討対象課題とする。

- 信用情報機関への登録

ネットワーク上での入会申し込み時の会員属性情報の信用情報機関への登録の同意取得方法であり、ネットワークのみで完結する入会方法と連動する検討課題である。

(4) 海外取引

- 海外加盟店との取引

取引形態のバリエーションとして個品方式割賦購入斡旋取引での海外加盟店との直接取引を含め検討する。

- 海外顧客の受入れ

上記と同様に個品方式割賦購入斡旋取引での海外顧客との直接取引を含め検討する。

(5) 商品売買

業界標準となり得る通信手順を特定した上で、下記の条項について検討を継続する。

- デジタル商品の返品及びキャンセル規定
- 顧客の個人情報の保護と当事者間での情報開示範囲
- 電子商取引に最適なオーソリゼーションの仕組み
- 契約成立時期の再検討

(6) その他リスク管理

- 加盟店管理
ネットワーク上の加盟店に特有なリスクを具体的に想定し、管理手法を検討する。
- 会員管理
加盟店管理と同様に、例えばICカード上のICチップの特性を活用したカード会員の電子商取引に最適な与信管理システムの構築を含め管理手法を検討する。
- ネットワーク犯罪及びコンピュータ障害
技術面及び保険制度も含めた検討の継続。

3.2.4.3 システム技術課題

(1) 通信手順

- クレジット取引の業界標準となり得る通信手順（例えばSET）の検討及び特定
- その他の選択肢の検討
- 相互運用性を前提としたインフラ整備の検討
- 既存クレジットネットワークとの融合

(2) 認証制度

- 認証主体者と責任範囲の検討
- 電子公証制度との連携

(3) ICカード

- ICカード仕様・端末機仕様の標準化検討
- 相互運用性の検討

3.2.5 消費者保護規定の考え方

1. 主旨

消費者保護規定は、本来指針となるべき法規定があり、その精神に則って約款等に規定すべきであるが、我が国には同法が存在しないのが現状である。しかし今日に至って世の関心も深まり、立法化への気運が高まっている。

とは言ってもビジネスは日々現実に行われており、特に電子商取引ではその特性から、非対面取引であり、加えて海外取引も日常化しつつあり、立法化を待っていたのでは混乱を招くばかりであり、電子商取引の発展をも阻害しかねない。

従って、ここではクレジット取引における消費者保護規定の考え方を、現行の割賦販売法の支払い停止の抗弁権、訪問販売法のクーリングオフ及び通信販売における返品規定と国際取引におけるチャージバック制度との整合性を視野に入れ、「原因の発生者が責任主体者である」という本来のあるべき姿を原点とした上で、取引当事者全員への公正性（消費者過保護を防止）を最重点として、個別の対応手段の考え方を整理した。

2. 発生原因から見た消費者対応のあるべき対応範囲

カード（クレジット）会社から見たトラブルの発生原因別の対応範囲である。

○：完全対応、△：個社別対応、×：非対応

取引瑕疵	商品瑕疵(*)		販売店錯誤	消費者都合
	明らかな瑕疵	隠れた瑕疵		

消費者錯誤	債務不履行	消費者故意・悪意	第三者故意・悪意
		×	

(*)明らかな瑕疵とは、初期段階で判明する欠陥商品等をいい、隠れた瑕疵とは、ある程度の期間経過もしくは使用後に判明したあるいは発生した瑕疵を言う。

3. 発生原因別具体的対応手段

(1) 取引瑕疵

<チャージバック規定>

当該チャージバック規定は現行のカード会社間の規定とは異なり、消費者から見た取引瑕疵に特化し下限申立金額、期間等制限を再構築し消費者に限定した規定である。E C

OMとして新たな概念で国際間でも通用する規定を制定したい。

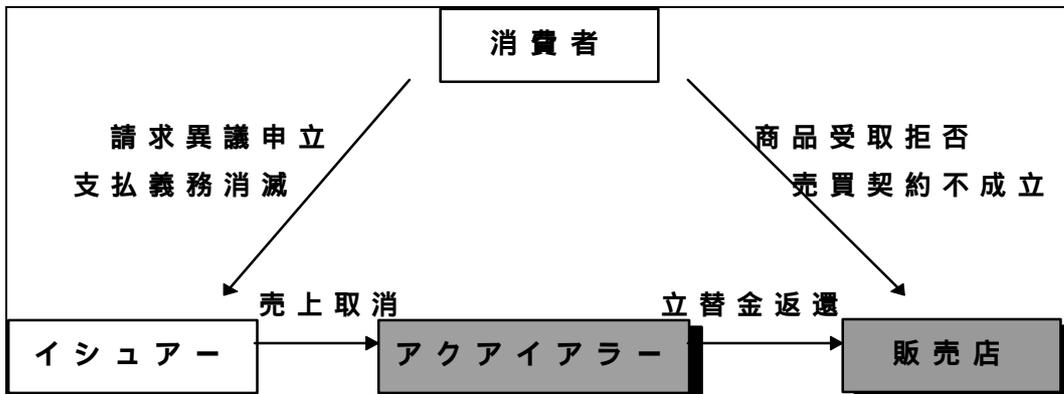


図 3-1 取引錯誤

<参考> 現行チャージバック対象取引

- 1.無効通知チェック漏れ
- 2.オーソリ不承認
- 3.オーソリ漏れ
- 4.期限切れカード
- 5.伝票持ち込み遅延
- 6.インプリント漏れ
- 7.サイン漏れ
- 8.カード不携帯
- 9.サイン相違
- 10.二重請求
- 11.分割売上げ
- 12.金額変更
- 13.架空売上げ
- 14.水増請求
- 15.カード回収後の売上げ
16. Not as described (カタログと不一致)
17. Defective merchandise (欠陥商品)
18. Non receipt of merchandise (商品未受領)
19. Services not rendered (サービス提供なし)

(2) 商品瑕疵

明らかな瑕疵 < 支払留保規定・交換返品規定 >

商品等交換・修繕が原則だが、消費者と販売店との協議の結果、返品もあり得る

隠れた瑕疵 < 支払留保規定・交換返品規定・品質保証 >

消費者からの申立てに販売店が全件対応する否かは瑕疵及び経過期間の程度に左右され特定は困難だが、消費者と販売店の協議で解決されるべきで、カード会社はその決定に従いまた、協議が長期化する際には解決への協力及び請求中断等の措置も考慮するべき。

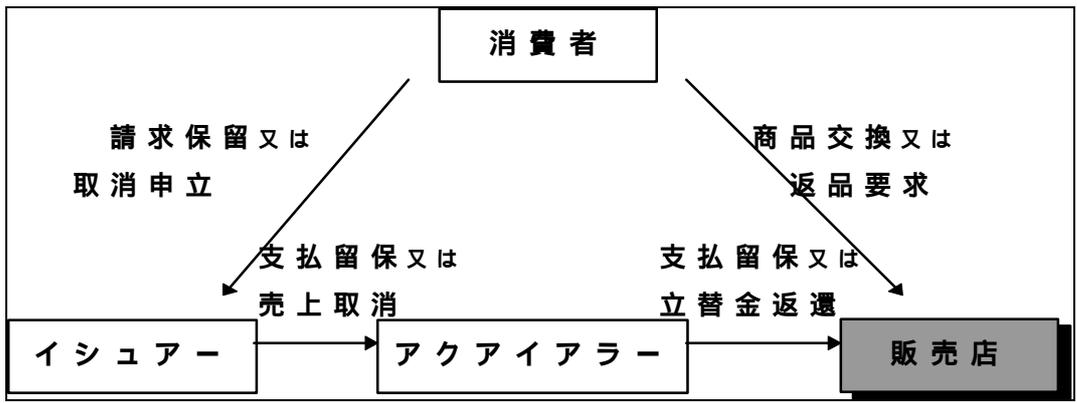


図 3-2 商品瑕疵

(3) 販売店錯誤

<チャージバック規定・支払留保規定・交換返品規定>

販売店錯誤：商品等の差違（数量・型番・カラー等々）は、注文通りに修正サービス等の不履行は履行等速やかに販売店が対応するものとするが、長期化する場合はカード会社も請求中断等の措置が必要な場合もある

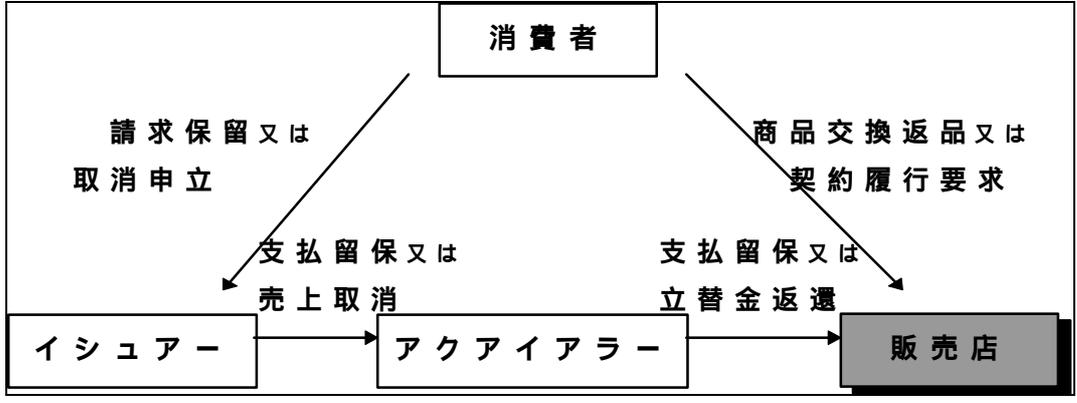


図 3-3 販売店錯誤

(4) 消費者都合

<交換返品規定>

販売店は、原則として全件対応するべきであるが、個店の判断により交換返品対象外商品等（一方的なリスクを強いられる恐れのある商品）を設定する場合も含め、当該商品の交換返品可否及び猶予期間・付帯費用の負担等交換返品規定を販売時に消費者に明示し

確認をとることが絶対条件である。

E C O Mとしてニュートラルなかつ国際的にも通用する消費者保護の観点に立った交換返品規定を制定したい。

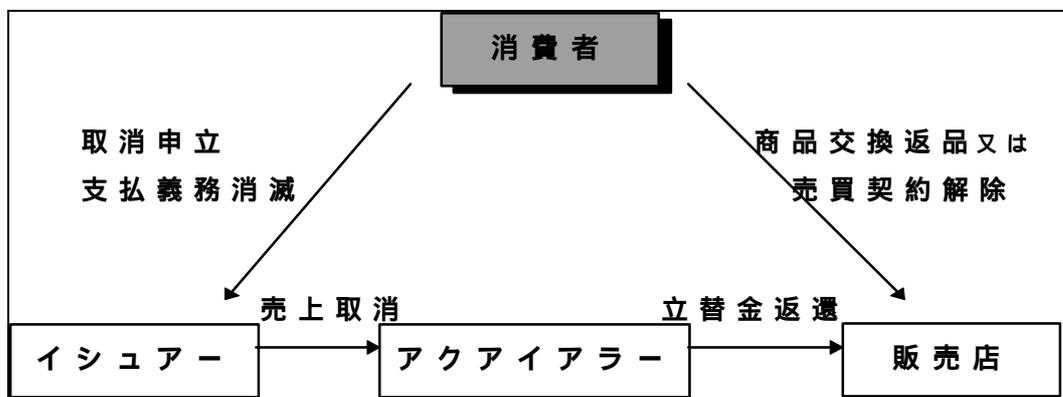


図 3-4 消費者都合

(5) 消費者錯誤

<交換返品規定>

当該取引が錯誤か否かの見極めは困難であり、現象としては(4)消費者都合と酷似しており対応も同様でよいと考える。

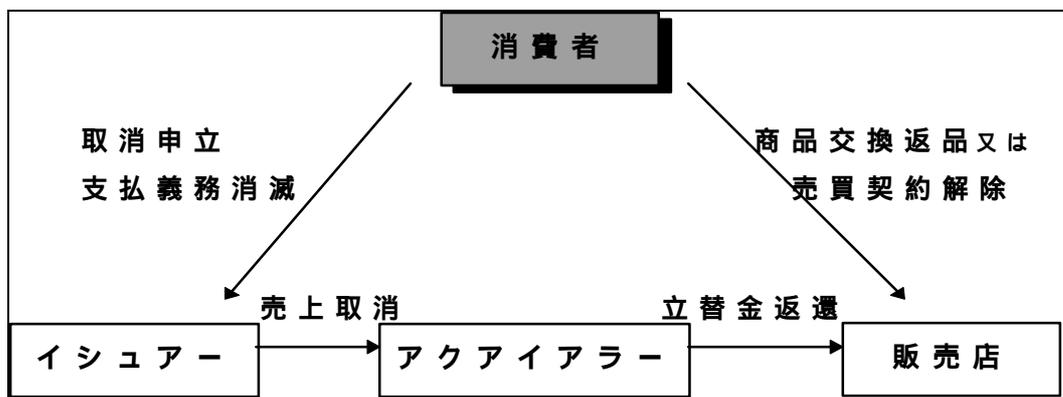


図 3-5 消費者錯誤

(6) 債務不履行

本来消費者の一方的な責に帰するものであるが、カード会社の与信管理体制等一概にいないケースもあり、何よりカード会社としてもリスクマネジメントの観点から債権正

常化、回収が重要であり消費者の経済状況に整合した対応をするべきであり、結果的に消費者保護に結びつく。ただこれは善意の不履行者対応であり、悪意にはこの限りではない。

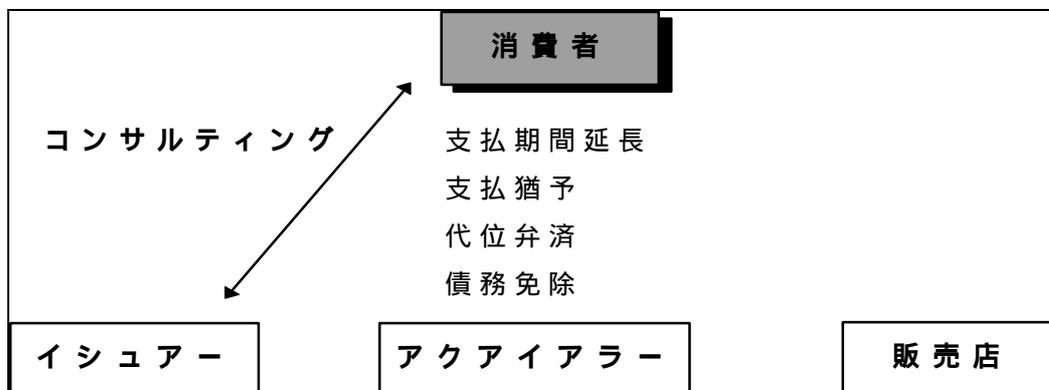


図 3-6 債務不履行

(7) 消費者故意・悪意

悪意の消費者保護規定は存在せず。

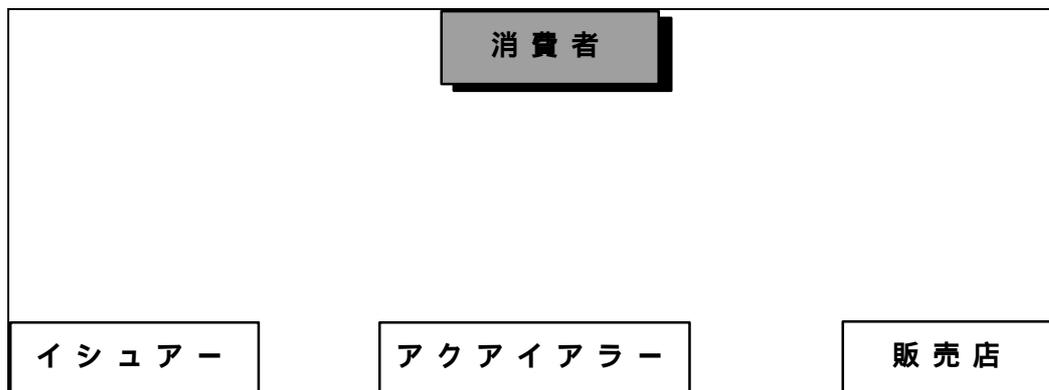


図 3-7 消費者故意・悪意

(8) 第三者故意・悪意

発生原因の責の所在が明らかになれば当然所在者が責を負うべきであるが、不明な場合は、本来のカード管理者であるカード会社が責を負わざるを得ない。（状況にもよるが、善管義務で消費者に対抗できない）

重要なのは、安全な取引スキームを構築し、犯罪を未然に防ぐことである。

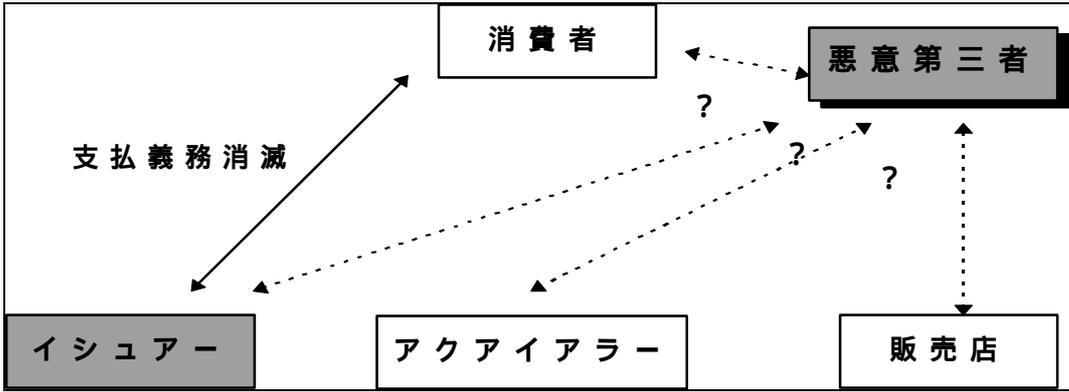


図 3-8 悪意第三者

3.3 クレジットタイプ標準決済モデル案作成

3.3.1 概要

本クレジットタイプ標準決済モデルは、インタ - ネットに代表されるオ - プンネットワーク上で「安全かつスピー - ディなクレジット取引」を実現するため、その根幹ともいえる電子商取引上のクレジット標準タイプになり得る決済モデルを想定し作成した。

本クレジットタイプ標準決済モデルは、下記タスクフォ - スにおいて、各タイプの電子商取引上のクレジットタイプの取引スキ - ムを想定・作成したが、現在のクレジット業界の主流であり、もっとも汎用性を持った「総合方式割賦斡旋取引」を検討した「タスクフォ - ス1」のモデルをベ - スとして作成した。

- タスクフォ - ス1：リアル・バ - チャル共用の「総合方式割賦斡旋取引」タイプ
- タスクフォ - ス2：サ - ドパ - ティが決済業務を代行するタイプ
- タスクフォ - ス3：バ - チャル専用の「総合方式割賦斡旋取引」タイプ
- タスクフォ - ス4：バ - チャル専用の「個品方式割賦購入斡旋」タイプ

3.3.2 取引要件

- 契約形態及び取引当事者：カ - ド(クレジット)会社・販売業者・消費者が契約当事者となる三者間契約(加盟店契約・会員契約)
- 取引タイプ：リアル・バ - チャル共用の総合方式割賦斡旋取引
- 使用媒体：磁気ストライプカ - ド及びICカ - ド
- 通信手順：デファクトスタンダードになり得る通信プロトコル

3.3.3 位置付けと今後の方針

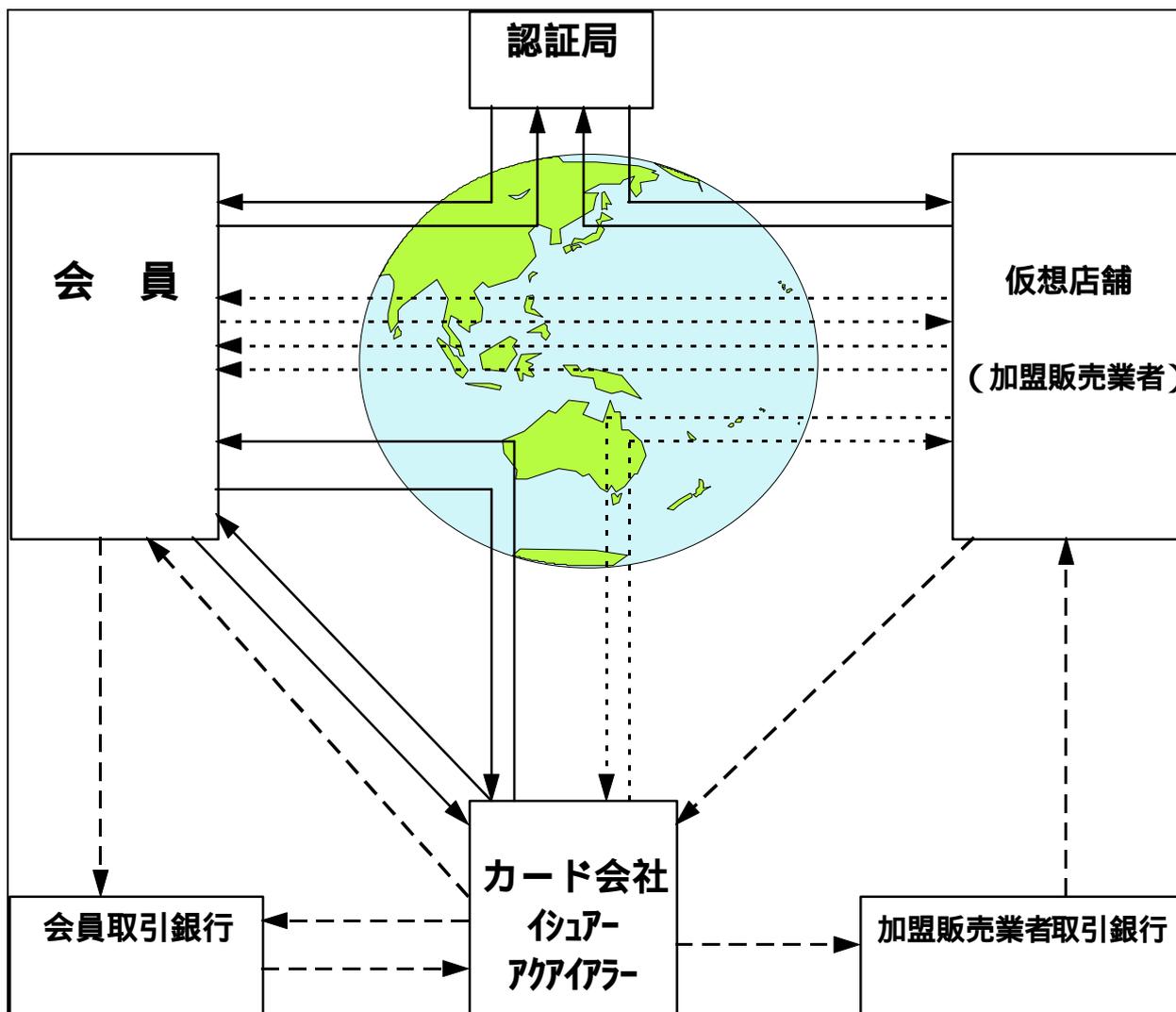
本クレジットタイプ標準決済モデルは本電子商取引決済関連問題検討ワーキンググループにおける根幹となっており、後記「標準約款 版」も本決済モデルをベースに作成した。

97年度はさらに完成度を高めるため下記事項を実施する。

- 通商産業省が支援する電子商取引実証実験プロジェクト及び一般に広く公開し意見を求め、標準約款 版との整合性を最優先とした改訂を実施し、より完成度を高めたファイナル版の作成

- 電子商取引上想定できる取引シ - ン(例えばカ - ド会社とモ - ル運営者との一括契約等)に対応した約款作成のための決済モデルバリエ - ションの作成
- 個品方式割賦購入斡旋に対応した約款作成のための決済モデルの作成

3.3.4 クレジットタイプ標準決済モデル



3.3.5 取引業務運用フロ -

1. カ - ド入会 ~ 認証 (実線)

- 会員はカ - ド会社 (イシュア -) にネットワ - ク (対面等の方法も可) にてカ - ド会員入会申込みを行う
- カ - ド会社 (イシュア -) は会員にカ - ド申込書及び口座振替依頼書を郵送する

- 会員はカード会社（イシュア - ）に必要事項を記入の上返送する
- カード会社（イシュア - ）は入会審査後会員にカードを郵送する
- 会員はカード会社（イシュア - ）が指定した通信手順で認証局に証明書の発行を依頼する
- 認証局は会員に証明書を発行する
- 加盟販売業者はカード会社（アクアイアラ - ）が指定した通信手順で認証局に証明書の発行を依頼する
- 認証局は加盟販売業者に証明書を発行する

2 . 商品等売買（破線）

- 加盟販売業者は会員にW e b等を利用して商品情報を提供する
- 会員はカード会社（イシュア - ）が指定した通信手順で加盟販売業者に商品等の購入を申込み
- 加盟販売業者はカード会社（アクアイアラ - ）が指定した通信手順でカード会社（イシュア - ）に販売承認を依頼する
- カード会社（イシュア - ）は販売可否を加盟販売業者に回答する
- 加盟販売業者は会員に結果を通知する（ありがとうメール）
- 加盟販売業者は会員に商品等を発送（伝送）する

3 . 販売代金決済（長破線）

- 加盟販売業者はカード会社（アクアイアラ - ）に所定の請求書・精算サイトで販売代金の請求を行い、カード会社（アクアイアラ - ）はカード会社（イシュア - ）との間で精算する
- カード会社（アクアイアラ - ）は販売代金から所定の手数料を差引いて者の指定口座に入金する
- 加盟販売業者は販売代金を受け取る
- カード会社（イシュア - ）はカード会社（アクアイアラ - ）からの請求に基づいて会員に請求書を発行し販売代金の請求を行う
- 会員はカード会社（イシュア - ）からの請求書に基づいて所定の期日までに支払指定口座に入金する

- カ - ド会社（イシュア - ）は会員の支払指定口座に請求を出す
- 金融機関は所定の振替指定日にカ - ド会社（イシュア - ）からの請求に基づいた販売代金を会員の支払指定口座からカ - ド会社（イシュア - ）の指定口座に振替る

3.4 クレジットタイプ標準約款案作成

3.4.1 概要

本クレジットタイプ標準約款は、インタ - ネットに代表されるオ - プンネットワ - ク上で「安全かつスピー - ディなクレジット取引」を実現するための指針となるべき約款の標準化を行い、電子商取引の発展に貢献することを目的として作成した。

なお本クレジットタイプ標準約款は、「クレジットタイプ標準決済モデル」をベ - スとしたあくまでも標準約款であり、最大公約数的な運用を想定したものである。従って個々のカ - ド（クレジット）会社及び販売業者での使用に際しては、本約款の精神に則り、実際の取引形態及び実務運用に適合するように条項の追加、修正等を行う必要がある。

3.4.2 位置付けと今後の方針

本クレジットタイプ標準約款は、各タスクフォ - ス（詳細は後記）において作成した各クレジットタイプ決済モデル案をベ - スとして、抽出、検討した課題の内、現行制度で対応可能な課題解決を前提とした「短期課題対応型約款（総合方式割賦購入斡旋取引対応版）」として位置付けており、現時点においては未だ 版の段階であるが、97年度は「本クレジットタイプ標準約款 版」をベ - スとして下記事項を実施する。

- 通商産業省が支援する電子商取引実証実験プロジェクト及び一般に広く公開し意見を求め、より実用性を高めたファイナル版の作成
- 電子商取引上想定できる取引シ - ンに対応した約款（例えばカ - ド会社とモ - ル運営者との一括契約等）の作成
- 個品方式割賦購入斡旋に対応した標準約款の作成

3.4.3 構成

本クレジットタイプ標準約款は、取引当事者であるカ - ド（クレジット）会社と販売業者間及びカ - ド（クレジット）会社とカ - ド会員間の二部構成とした。

(1) 「EC用加盟店標準約款」

カード（クレジット）会社とネットワーク上の仮想店舗を営業する販売業者間の
加盟店契約標準約款

(2) 「EC用会員標準特約」

現在のカード（クレジット）会社とカード会員間の会員契約標準約款である「カ
ード会員標準約款（昭和59年度通達に基づく標準約款）」に特約として追加す
る標準特約

なお上記各クレジットタイプ標準約款に対応した解説書も同時に作成した。

3.4.4 作成の留意点

本クレジットタイプ標準約款の詳細は、それぞれの「解説書」に記述したので割愛する
が、作成に当たっての留意点は下記の三点である。

(1) 下記電子商取引上特有事項に対する対応方法

- 電子商取引の定義
- 電子商取引に必要な各種システム要件
- 電子データの有効性
- 購入時の証票等の提示義務及び書面交付、書類保存に関する事項
- デジタル商品の取扱
- 契約の成立と取引内容の確認方法
- 消費者保護に関する事項
- 端末故障（PCのソフト）や提供ソフトの悪用対応並びに損害負担

(2) 加盟店約款と会員約款との整合性

(3) 相互運用性の確保

- 電子商取引における通信プロトコル
- 端末機等通信デバイス

3.4.5 EC用加盟店標準約款

版

97.3.15

加盟店（以下「甲」という）とカード会社（以下「乙」という）は、乙のカード会員（以下「会員」という）が甲に対し、ネットワーク等を利用して、物品、サービス、権利、ソフトウェア等（以下「商品等」という）の購入を申込、乙のクレジットシステムによる決済を行う取引（以下「電子商取引」という）に関し、次の通り電子商取引加盟店契約を締結する。

第1条（取引方法の事前承認）

1. 甲は、本契約に基づいて行う電子商取引に関する次の事項について、乙に対して事前に書面により申し出、その承認を得るものとする。

取扱商品等の種類または内容

取扱期間

利用するネットワーク等

信用販売限度額

その他電子商取引上で重要な事項で乙が定める事項

2. 甲は、前項各号に定める事項に変更があったときは、速やかに乙に対して書面により届け出るものとする。

3. 甲は、乙が指定した商品等の電子商取引は行わないものとする。

4. 甲は、日本通信販売協会が定める返品に関する自主基準を遵守するものとする。

第2条（届け出事項）

甲は、乙に対して次の事項を乙所定の方法により届け出るものとする

商号・屋号

代表者の氏名

所在地・連絡先

指定預金口座

その他電子商取引上で乙が定めた事項

第3条(ネットワ-ク上等の広告)

1. 甲は、甲の負担においてネットワ-ク上等の広告(以下「広告」という)の企画、制作を行うものとする。

2. 甲は、広告の制作に当たり、次の事項を遵守するものとする。

訪問販売法、割賦販売法、景品表示法、及びその関連法律、その他関係法令の定め
に違反しないこと

日本通信販売協会が定める広告に関する自主基準に違反しないこと

消費者の判断に錯誤を与えるおそれのある表示をしないこと

以下の事項について表示すること

ア. 甲の住所

イ. 甲の屋号・商号

ウ. 甲の電話番号及び電子メ-ルアドレス

エ. 暗号化等の措置を講じても、申込デ-タ等の秘密性を完全には保持できないこと

オ. その他乙が重要と認めた事項

第4条(通信の安全)

甲は、乙または会員との間で本契約に基づいて行う電子商取引に関わる通信をするときは、別途乙が定めたシステム仕様に基づいた乙指定の通信手段の使用及び通信上の安全措置を講じなければならない。

第5条(信用販売の方法)

1. 甲は、電子商取引で申込を受けるときは、会員に対して次の申込デ-タを送信させなければならない。

会員の氏名

商品等の名称、種類等、商品等を特定できる事項

商品等の対価額・付帯費用及び数量

クレジットカードの会員番号

クレジットカードの有効期限

クレジットカードによる代金の支払方法

その他甲又は乙が必要と認めた事項

2. 甲は、会員からの申込を受けたときは、乙所定の方法により、乙の販売承認を受けなければならない。

3. 甲は、第1項の申込に対する前項の販売承認の諾否を、会員に送信するものとする。

4. 甲は、第1項の申込を受付けたときは、会員から送信させた第1項各号の内、乙が指定する申込データ、諾否通知の送信及び取引処理経過を記録、保管しなければならない。

第6条（差別待遇の禁止）

甲は、電子商取引を行うにあたり、クレジットカードにより支払を行う顧客に対して手数料を請求する等、他の支払方法によって支払う顧客よりも不利な取扱をしてはならない。

第7条（加盟店手数料等）

会員が乙に支払う分割払手数料、会員が選択できる支払回数及び甲が乙に支払う加盟店手数料は以下の通りとする。

<支払回数、分割払手数料、加盟店手数料の表・省略>

第8条（商品等の発送等）

1. 甲は、乙の販売承認を得たときは、速やかに安全確実な方法により、会員の指定した送付先に完全な商品等を発送し、若しくは会員が指定した方法によりサービスを提供するものとする。

2. 甲は、会員にソフトウェア等をダウンロードさせたときは、乙の認めた甲所定の方法による会員の購入承諾をもって商品等の発送とみなす

3. 甲は、商品等の引渡しに係わる商品発送簿を整備し、運送機関の荷受伝票その他運送の受託を証明する文書等を管理しなければならない。

第9条（売上データ）

1. 甲は、商品等を発送したとき若しくはサービスを提供したときは、乙所定の売上データを作成するものとする。

2. 甲は、前項の売上データの作成にあたっては、次の事項を行ってはならない。

現金の立替、過去の売掛金の回収など、当該電子商取引によって発生した債権以外の債権を記録すること

記録金額を訂正すること

1回の取引について、複数の売上デ - タに分割して記録すること

事実と異なる期日や架空・水増しした売上代金債権を記録するなどの不実・不正の記録をすること

第10条（カ - ド会社による調査等）

1. 乙は、本契約に定める事項について、甲に対して調査の協力を求めることができるものとする。

2. 乙は、甲が行う電子商取引が本契約に基づく信用販売の対象として不相当であると判断したときは、甲に対し取扱商品及び広告表現の変更若しくは改善又は販売等の中止を求めることができる。

3. 甲は、前項のとき、直ちに所要の措置をとらなければならない。

第11条（信用販売代金請求）

1. 甲は、第5条に基づく電子商取引をしたときは、以下に定める期限ごとに、乙所定の方法により当該電子商取引に係る代金（以下「信用販売代金」という）を乙に請求するものとする。

甲が商品等の販売をしたときは、商品等発送日から 金融機関営業日以内

甲がサ - ビスを提供したときは、サ - ビス提供日から 金融機関営業日以内

2. 甲は、正当な事由なく前項の請求期限を 月経過した信用販売代金を乙に請求することはできないものとする。

3. 甲は、正当な事由なく第1項の請求期限を経過した信用販売代金を乙に請求し、乙が当該信用販売代金を回収することができなかつたとき、甲は一切の責任を負うものとする。

第12条（信用販売代金及び加盟店手数料の支払）

乙は、前条の請求を毎月 日に締切、信用販売代金の合計額から第6条に定める加盟店手数料を差引いた金額を、甲指定の方法により振り込むものとする。

第13条（物品の所有権）

甲が会員に信用販売した物品の所有権は、乙が前条の規定に基づいて当該信用販売代金を甲に支払ったときに、甲から乙に移転するものとする。

第14条（会員との紛議）

甲は、商品等の品質不良、瑕疵、数量過不足、品違い、運搬中の破損または汚損等による交換、返品、その他販売した商品等に係わる会員との間に発生した紛議については、遅滞なく解決するものとする。

第15条（売買契約等の解除等）

甲は、会員との電子商取引に係る契約を解除したときは、乙所定の方法により乙に対して通知するものとする。

第16条（信用販売代金の返還）

1. 乙は、甲が以下に該当したときは、甲に対して支払済みの信用販売代金を返還請求できるものとし、甲は直ちに当該信用販売代金を返還しなければならない。

会員との電子商取引に係る契約を解除したとき

第9条第1項に定める売上データに不実の記載があったとき

氏名冒用など、正当な契約でないとき

その他本契約の定め違反して取引が行われたことが判明したとき

2. 前項の返還金の支払は、乙より甲に対する次回以降の信用販売代金の支払債務と相殺することができるものとする。

第17条（取引記録の保管等）

甲は、第5条第4項及び第9条第1項に定める取引記録を 年間保管し、この間において乙の請求があるときは速やかに当該記録に基づく取引に係わる証明書を乙に提出するものとする。

第18条（機密の保持）

1. 甲及び乙は、本契約の遂行上知り得た情報を万全に保管し、かつ第三者に開示もしくは漏洩してはならないものとする。

2. 前項の機密保持は本契約の解除後も同様とする。

3. 甲及び乙は、業務の処理を第三者に委託することにより、当該第三者が会員に関する情報に接することになるときは、当該第三者に対して、第1項と同様の機密保持義務を課するものとし、その責任は当該委託をした甲または乙に帰するものとする。

第19条（情報機関への登録と利用の同意）

1. 甲は、本契約に基づき生じた甲に関する客観的事実を、乙の参加する機関に登録されること、並びに当該機関に登録された情報（既に登録されている情報を含む）が、甲に関する加盟入会審査及び加盟店契約締結後の管理のため当該機関の参加会員によって利用されることに同意するものとする。

2. 甲は、乙の参加する機関に登録されている甲に関する情報を、乙が利用することに同意する。

第20条（届け出事項の変更）

1. 甲は、乙に届け出た商号、屋号、代表者、所在地、連絡先、指定預金口座等に変更が生じたとき、乙所定の方法により、遅滞なく乙に届け出るものとする。

2. 甲は、前項の届け出がないため、乙からの通知、送付書類、その他のものが延着または不到達となったときであっても、通常到着すべきときに到着したものとみなすことに異議ないものとする。

第21条（契約期間等）

1. 本契約は、契約締結の日から 年とし、期間満了の 月前までに甲又は乙の書面による解除の意思表示がないときはさらに 年間延長するものとし、以降も同様とする。

2. 甲又は乙は、本契約を解除するとき、書面により 月前までに相手方に通知するものとする。

3. 甲又は乙は、相手方が次のいずれかに該当したとき、何らの催告なしに直ちに書面をもって本契約を解除できるものとする。

本契約の各条項に違反したとき

支払停止、手形交換所の不渡り処分、滞納処分など、信用状態に重大な変化が生じた
と判断したとき

第三者から仮差押その他の強制執行を受け、又は第三者から破産、和議、会社更生、
整理の申立を受け、若しくは自らこれらの申立をしたとき

解散または営業停止になったとき

販売方法、取扱商品について行政当局による注意、勧告等を受けたとき、又はこれら
が公序良俗に反すると判断したとき

虚偽の申込により契約締結したことが判明したとき

第 2 2 条（協議事項）

本契約に定める事項の解釈について疑義が生じたときは、甲乙協議の上解決するものと
し、本契約に定める事項を変更するときも同様とする。

第 2 3 条（準用規定）

甲と乙との本契約に関する準拠法は、すべて日本国法が適用されるものとする。

第 2 4 条（合意管轄裁判所）

本契約に関して甲乙間で紛争が生じたとき、
裁判所を合意管轄裁判所とする。

3.4.6 EC用会員標準特約

版
97.3.15

会員は、当社の行う電子商取引を利用するとき、カード会社（以下「当社」という）所定の方法にて利用登録を行い、以下に定め電子商取引会員特約（以下「会員特約」という。）を承認のうえおこなうものとします。

第1条（電子商取引）

本会員特約にいう電子商取引とは、会員が、当社および、当社と契約している加盟店（以下「加盟店」という）に対し、ネットワーク等を利用して、物品、サービス、権利、ソフトウェア等（以下「商品等」という）の購入を申込み、当社のクレジットシステムによる決済を行う取引（以下「電子商取引」という）をいう。

第2条（カード利用）

1. 会員は、氏名、会員番号、有効期限等を当社または加盟店に通知することにより商品等を購入することができます。

2. 会員は、購入商品等がソフトウェア等デジタル商品のときは、ダウンロード等当社が認めた加盟店所定の方法により購入することができます。

第3条（通信の安全）

会員は、電子商取引を行うときは、別途当社が定めたシステム仕様に基づいた当社指定の通信手段の用及び通信上の安全措置を講じなければならないものとします。

第4条（届出事項の変更）

1. 会員は、住所、電子メールアドレス等を変更したときは、遅滞なく電子メール等で当社に通知するものとします。ただし、は書面により通知するものとします。

2. 会員は、前項1.の通知を怠ったとき、当社からの通知又は送付書類等が延着又は不到達となっても、当社が通常到達すべきときに到達したとみなすことに異議のないものとします。

ただし、前項1.の変更通知を行わなかったことについて、やむを得ない事情があると

きはこの限りではないものとします。

第5条（商品の瑕疵、取引の不完全履行による紛議等）

1．会員は、商品等の瑕疵、数量過不足、品違い、運搬中の破損または汚損等による交換、返品、その他購入した商品等に係わる加盟店との紛議が生じ、取引日から 日以上経過しても当該紛議が解決しないときは、当社に紛議の解決を求めることができますものとします。

2．当社は、会員の求めに応じて紛議の原因を速やかに調査し、紛議の解決に協力するものとします。

第6条（利用資格の喪失）

会員は、当社の会員資格を喪失したときは、本会員特約に定める電子商取引の利用資格も喪失するものとします。

第7条（本規約の改定時）

会員は、本会員特約が改定され、その改定内容が通知された後に電子商取引を利用したときは、その改定を承認したものとみなします。

第8条（定めなき事項）

本会員特約に定めなき事項については当社の会員規約が適用されます。

3.4.7 標準会員約款（総合方式割賦購入斡旋）

本会員標準約款は、昭和59年にクレジット業界団体で作成され、通商産業省の監修を経て通達された、割賦販売（個品方式、総合方式、リボルビング方式）、割賦購入斡旋（個品方式、総合方式、リボルビング方式）、ローン提携販売（個品方式）の内の「総合方式割賦購入斡旋標準会員約款」である。

実際のカード（クレジット）会社での運用は、個社の取引実体に適合させるため条項の追加、修正等を行って使用されているが、本約款は、電子商取引を想定して作成されたものではない。従って、本約款に前記「EC用会員標準特約」を追加して、電子商取引に適合させるものである。

第1条（会員資格）

会員とは、本規約を承認の上、株式会社（以下「当社」という。）にクレジットカード（以下「カード」という。）のカード会員として入会を申込み、当社が入会を認めた方をいいます。

第2条（カードの貸与・有効期限）

- (1) 当社は会員1名につき、1枚のカードを発行し、貸与します。なお、カードの所有権は当社に属します。
- (2) 会員は、カードの署名欄に自署し、善良なる管理者の注意をもってカードを保管するものとします。
- (3) カードは、会員のみが利用でき、他人に貸与、譲渡、質入れしたり、担保提供に使用することはできません。
- (4) カードの有効期限はカードに表示し、当社所定の時期に更新するものとします。

第3条（カード利用）

- (1) 会員は、本規約を承認の上当社と特約している加盟店（以下「加盟店」という。）でカードを提示し、所定の帳票にカードと同一の自己の署名をすることにより、商品を購入することができます。ただし、当社が特に認めた場合は、カードの提示を省略するなど、これに代わる方法をとる場合もあります。
- (2) 当社は、会員がカード利用により購入した商品の現金販売価格から頭金を除いた額

(以下「利用代金」という。)を会員に代わって加盟店に立替払いするものとします。

第4条(カ - ドの利用限度額)

カ - ドの利用限度額は_____円とし、会員はこれを超えるカ - ド利用はできないものとします。

第5条(分割支払金の支払方法)

(1) 会員は、利用代金に分割払手数料を加算した額(以下「分割支払金合計」という。)を毎月____日に締切り、翌月____日に会員があらかじめ指定した預金口座から自動振替の方法により当社に支払うものとします。

(2) 分割支払金(分割払いの月々の支払額をいう。)の支払は、下記の条件のうちから会員がカ - ド利用の都度指定するものによることとします。

分割払い 支払回数、支払期間及び分割払手数料の料率は下記のとおりとします。ただし、月々の分割支払金は_____円以上とさせていただきます。

a	支払回数	回	回	回
b	支払期間	ヵ月	ヵ月	ヵ月
c	分割払手数料の料率(実質年率)	%	%	%
d	分割支払金合計の利用代金に対する割合			

ボ - ナス併用分割払 ボ - ナス月(____月と____月)の支払額は均等分割支払金とボ - ナス月加算額との合計とします。なお、ボ - ナス月加算総額は利用代金の____%以内といたします。この場合、実質年率は と異なる場合があります。

(3) お支払いいただく分割支払金合計は、利用代金に(2)のdの割合を乗じた額となります。

(例) 現金販売価格 10万円 10回払い(頭金なし)の場合
分割支払金合計 $10万円 \times 1.060 = 10万6千円$

(4) 分割払手数料の料率は、金融情勢等の事情により変更されることがありますのでご了承ください。

第6条(所有権留保に伴う特約)

会員は、会員がカ - ド利用により購入した商品の所有権が、当社が加盟店に立替払い

したことにより加盟店から当社に移転し、当該商品に係る債務の完済まで当社に留保されることを認めるとともに、次の事項を遵守するものとします。

善良なる管理者の注意をもって商品を管理し、質入れ、譲渡、賃貸その他当社の所有権を侵害する行為をしないこと。

商品の所有権が第三者から侵害されるおそれがある場合、速やかにその旨を当社に連絡するとともに、当社が商品を所有していることを主張証明してその排除に努めること。

第7条（住所の変更）

- (1) 会員は、住所を変更した場合は、遅滞なく書面をもって当社に通知するものとします。
- (2) 会員は、(1)の通知を怠った場合、当社からの通知又は送付書類等が延着又は不到達となっても、当社が通常到達すべき時に到達したものとみなすことに異議ないものとします。ただし、(1)の住所の変更の通知を行わなかったことについて、やむを得ない事情があるときは、この限りではないものとします。

第8条（期限の利益喪失）

- (1) 会員は、次のいずれかの事由に該当したときは、当然に本規約に基づく債務について期限の利益を失い、直ちに債務を履行するものとします。

支払期日に分割支払金の支払を遅滞し、当社から20日以上の相当な期間を定めてその支払を書面で催告されたにもかかわらず、その期間内に支払わなかったとき。

自ら振出した手形、小切手が不渡りになったときまたは一般の支払を停止したとき。

差押、仮差押、保全差押、仮処分の申立て又は滞納処分を受けたとき。

破産、和議、会社整理、特別清算、会社更正の申立てを受けたとき又は自らこれらの申立てをしたとき。

- (2) 会員は、次のいずれかの事由に該当したときは、当社の請求により本規約に基づく債務について期限の利益を失い、直ちに債務を履行するものとします。

商品の購入が会員にとって商行為となる場合で、会員が分割支払金の支払を1回でも遅滞したとき。

商品の質入れ、譲渡、賃貸その他当社の所有権を侵害する行為をしたとき。
本規約上の義務に違反し、その違反が本規約の重大な違反となるとき。
その他会員の信用状態が著しく悪化したとき。

第9条（遅延損害金）

- (1) 会員が、期限の利益を喪失したときは、期限の利益喪失の日から完済の日に至るまで分割支払金合計の残額に対し、商事法定利率を乗じた額の遅延損害金を支払ものとします。
- (2) 会員が、分割支払金の支払を遅滞したとき（(1)の場合を除く。）は、支払期日の翌日から支払日に至るまで、当該分割支払金に対し、年___%を乗じた額の遅延損害金を支払ものとします。ただし、当該遅延損害金は分割支払金合計の残額に対し、商事法定利率を乗じた額を超えないものとします。

第10条（会員資格の喪失）

当社は、会員が第8条(1) から まで及び(2) から までのいずれかに該当したときは、会員資格を喪失させることができるものとします。この場合、会員は当社に対して直ちにカードの返却を行うものとします。

第11条（商品の引き取り及び評価・充当）

- (1) 会員が、第8条により期限の利益を喪失したときは、当社は留保した所有権に基づき商品を引き取ることができるものとします。
- (2) 会員は、当社が(1)により商品を引き取ったときは、会員が当社と協議の上決定した相当な価格をもって本規約に基づく債務の残額の弁済に充当することに同意するものとします。なお、過不足が生じたときは会員及び当社の間で直ちに清算するものとします。

第12条（見本・カタログ等と現物の相違による売買契約の解除等）

会員は、見本・カタログ等により申込みをした場合において、引き渡された商品が見本・カタログ等と相違している場合は、加盟店に商品の交換を申し出るか又は売買契約の解除ができるものとします。

第13条（支払停止の抗弁）

(1) 会員は、下記の事由が存するときは、その事由が解消されるまでの間、当該事由の存する商品について、支払を停止することができるものとします。

商品の引き渡しが行なわれないこと。

商品に破損、汚損、故障、その他の瑕疵があること。

その他商品の販売について、加盟店に対し生じている事由があること。

(2) 当社は、会員が(1)の支払の停止を行う旨を当社に申し出たときは、直ちに所要の手続きをとるものとします。

(3) 会員は、(2)の申し出をするときは、あらかじめ上記の事由の解消のため、加盟店と交渉を行うよう努めるものとします。

(4) 会員は、(2)の申し出をしたときは、速やかに上記の事由を記載した書面（資料がある場合には資料添付のこと。）を当社に提出するよう努めるものとします。また、当社が上記の事由について調査する必要があるときは、会員はその調査に協力するものとします。

(5) (1)の規定にかかわらず、次のいずれかに該当するときは、支払を停止することはできないものとします。

売買契約が会員にとって商行為であるとき。

1回のカード利用に係る支払総額（分割支払金合計に頭金を加算した額をいう。）が4万円に満たないとき。

会員による支払の停止が信義に反すると認められるとき。

第14条（早期完済の場合の特約）

会員が、当初の契約のとおり分割支払金の支払を履行し、かつ約定支払期間の途中で残額を一括して支払ったときは、会員は当社所定の計算方法（78分法又はそれに準ずる計算方法）により算出された期限未到来の分割払手数料のうち金利相当額の払い戻しを当社に請求できるものとします。

第15条（会員の都合による脱会）

会員が都合により脱会するときは、当社所定の届け出をするとともにカードを返却す

るものとし、ます。この場合、当社に対する債務の全額を完済した時をもって脱会したものとします。

第16条（規約の変更）

本規約を変更する場合は、あらかじめ会員に変更事項を通知いたします。なお、当社が変更内容を通知した後、会員がカードを使用した場合、変更事実が承認されたものとみなします。

第17条（信用情報機関への登録）

会員は、本規約に関する客観的な取引事実に基づく信用情報を、当社の加盟する信用情報機関に登録され、当該信用情報機関の加盟会員が会員の支払能力に関する調査のためにその情報を利用することに同意するものとし、ます。

第18条（合意管轄裁判所）

会員は、本規約について紛争が生じた場合、訴額のいかんにかかわらず、会員の住所地、購入地及び当社の本社、各支店、営業所を管轄する簡易裁判所及び地方裁判所を管轄裁判所とすることに同意するものとし、ます。

【問い合わせ・相談窓口】

1. 売買契約（商品等）についてのお問い合わせ、ご相談はカードを利用された加盟店にご連絡ください。
2. 立替払契約（お支払）についてのお問い合わせ、ご相談は下記 株式会社にご連絡ください。
3. 支払停止の抗弁に関する書面（第13条(4)）については、下記 株式会社におたずねください。

株式会社 課 電話番号

所在地

（注）以上は昭和59年の通達による。その後、信用情報機関の交流、訪問販売法の改正、消費税の導入等により、その都度業界では一部を改正しているが、通達して発出されていない。

3.4.8 「EC用加盟店標準約款」及び「EC用会員標準特約」解説書

3.4.8.1 概要

3.4.8.2 本解説書の目的

本解説書は、「EC用加盟店標準約款」及び「EC用会員標準特約」の条項の解説及び留意点（論点）などを記述したもので、より理解を深めることを目的とした。

3.4.8.3 本約款の対象範囲

(1) 対象取引

ネットワーク上等のバ－チャル店舗において行う、ネットワーク等を利用した、物品、サ－ビス、権利、ソフトウェア等の売買を目的とした総合割賦斡旋取引。

(2) 対象者

ネットワーク等に自らバ－チャル店舗を開設し営業する販売業者。既存リアル店舗を営業する加盟店及び通販加盟店等が新規に当該取引を開始する場合は、原契約に本約款から抜粋した特約条項を追加し、バ－チャルモ－ル運営者等との包括約款は本約款の対象外とし、前記特約条項とともに別途作成する。会員は、ECを希望する既存及び新規会員を対象とする。

3.4.8.4 本約款作成にあたっての留意事項

本約款作成にあたっては、本約款にいう「電子商取引」の定義や電子商取引上の特有事項に対する対応方法、及び会員約款・特約と加盟店約款との関係を留意し作成した。以下主たる留意事項について説明する。

(1) 電子商取引の定義

本約款にいう電子商取引とは、会員が、カ－ド会社（以下「当社」という）と、当社と契約している加盟店（以下「加盟店」という）に対し、ネットワーク等を利用して、物品、サ－ビス、権利、ソフトウェア等（以下「商品等」という）の購入を申込み、当社のクレジットシステムによる決済を行う取引をいう。

(2) 電子商取引に必要な各種システム要件

例えば認証システム（公開キ - の生成・登録・デジタル署名等）及び通信の安全性を確保するためのプロトコルやソフト仕様等に関し約款上どのように扱えば良いか、さまざまな方式が考えられるので、今回は「当社所定のシステム仕様にもとづく通信手段の使用と通信の安全措置」とした。

(3) 電子デ - タの有効性

当局からの公式見解はないが、本約款においては、電子商取引に係わる取引デ - タ及び届出デ - タ等の電子デ - タによる通信及び記録保管について可とした。今後、電子公証検討ワーキンググループとの連携により、より明確にしたい。

(4) 購入時の証票等の提示義務

上記(3)と同様、ネットワーク上でのクレジットカード番号・氏名等の電子デ - タでの提示を可とした。

(5) デジタル商品の取扱

情報、ソフトウェア等のデジタル商品の取扱を可とし、配送方法については「加盟店所定の方法」（ダウンロードを含む）とした。（ソフトウェアのダウンロードの方法に関しては、加盟店は会員に試用版等を一旦提供し、会員が購入意志表示後製品版を提供する方法を想定した）また、ソフトウェアは購入ではなく、通常は「使用权の承諾」であるが、本約款ではそれも含め購入とした。

(6) 書面交付、書類保存に関する事項

割販法上の書面交付要件、商法、税法上の書類保存要件については原則現行法に準拠して対応する考え方を選択、実際の対応方法については実務運用面で補うこととしたが、当然電子デ - タも想定できるので、本件も(3)と同様今後、電子公証検討ワーキンググループとの連携により、より明確にしたい。

(7) 契約の成立と取引内容の確認方法

民法上526条での発信主義を原則とし、取引内容の確認は加盟店約款上で加盟店

に義務付けすることで対処することとした。

(8) 消費者保護に関する事項

消費者保護を促すため、下記条項にて対応をすることとした。

● 見本、カタログと現品との相違による契約解除：

加盟店約款は第13条に記述した。一方、会員特約には会員約款に記述してあるので記述していない。

● 支払停止の抗弁権：

現行割販法では、同法の指定取引及び商品に限定されており、一回払、デジタル商品等及び日本国法であるため海外取引等は対象外となっている。従って国内取引において、前記対象外取引及び商品にも対応するか否かはカード会社の判断に任せることとし、リアル・バ・チャルの対応範囲に応じて会員規約または本特約に追記することとした。

● チャ・ジバック：

支払停止の抗弁権では対応できない海外取引を主たる対象として、本来のチャ・ジバック制度より対象取引に幅を持たせた新たな概念として、会員特約の第5条で記述したが、決済機関の対象ルール及び発生するリスクの推測が困難であることから、カード会社として全件対応するか、何らかの制限を設けるかをカード会社が選択できることとした。また、海外取引に限定するとの意見もあるが、本件は、「国内取引における支払い停止の抗弁権との整合性」も含め、消費者取引検討ワーキンググループ・国際取引ワーキンググループとの連携を持ちながら今後も検討を継続する。

(9) 端末故障（PCのソフト）や提供ソフトの悪用対応並びに損害負担

オプション条項として追加してあるが極めて重要事項なので今後の課題とする。但し、提供したソフトの善管義務や第三者に悪用された場合の届出義務は必要と考える。また、第三者悪用による損害に対してどうするかは今後の重要課題でもあり、保険制度等を絡めて今後も検討を継続する。

3.4.9 「EC用加盟店標準約款」 版 解説書

第1条(取引方法の事前承認)

甲・乙間の事前確認事項であり、甲の営業内容等取引遂行上乙にとり必要な事項を記述してある。

1.、インターネット等オ - プンネットワーク及びパソコン通信等クロ - ズドネットワーク、さらに普及が予想されるCATVネットを想定している。

3.、現行約款においては乙が指定した物品以外に「商品券」「切手」「印紙」等が具体的に記述されているが、削除した。法規制品以外については、リスク及びモラル等の観点から個社の判断で異なった対応があるべきで、約款上での具体的記述は不要である。

4.、返品規定であり、日本通信販売協会が定める自主基準の遵守により、消費者保護を計るものであるが、今後は消費者取引検討ワーキンググループとの連携により、よりECに特化した例えば「ECOM基準」なるものの作成も考えられる。

第2条(届け出事項)

甲の商号・屋号等、乙の加盟店管理上必要な甲の属性条項の届け出を記述した。

第3条(ネットワーク上等の広告)

いわゆるホ - ムペ - ジをイメ - ジしており、ネットワークビジネスには不可欠である。しかし、本規約だけの遵守及びその確認は事実上困難、別途監督機構的な組織が必要であると考える。

2. - 工、ECの普及を阻害するとの考え方もあるが、暗号化しても万全でないことをあえて会員に知らしめ、啓蒙する必要がある、さらに会員手引書等においても同様である。ただ実際の取引シ - ンでは、会員の萎縮に結びつかないような表現方法についての考慮が不可欠である。

第4条(通信の安全)

リスクを低減し安全な取引を実現するために不可欠な要素である通信の安全性確保のための条項であり、カ - ド会社は暗号を含めたより安全な通信手順に絶えずリニュ - アルするため、ここでは特定せず「別途乙が定めたシステム仕様に基ついた乙指定の通信手段の使用及び通信上の安全措置を講じなければならない。」とした。

第5条（信用販売の方法）

取引に必要な情報及び加盟店からの販売承認依頼から会員への通知、さら取引記録の記録・保管までの記述であるが、今後も電子公証検討ワーキンググループとの連携による検討を継続する。

1.及び2.は、実際には第4条の「別途乙が定めたシステム仕様に基づいた乙指定の通信手段の使用及び通信上の安全措置を講じなければならない。」で通信手順、内容から書式まで事前に設定されているものである。

1. - 、商品等の配送先情報等 から 以外に必要な情報については、別途加盟店・カ - ド会社間で協議の上定める。

3.、いわゆる「ありがとうメール」をイメージしており、加えて本状をもって会員に購入意思確認効果をも期待するものである。ただ、本状に対する会員のリアクションを要求または制限する意図はなく、たとえば、「ファーストバーチャルホールディング」のごとく会員からの返信をもって成約と見なす等の措置を講じるのは加盟店及びカ - ド会社個社の判断である。

4.、現在紙ベ - スで行っている取引記録の記録・保管を電子デ - タでのそれも可能した。本条項も電子公証検討ワーキンググループとの連携による検討を継続する。

第6条（差別待遇の禁止）

現金価格とクレジット価格のギャップ等、現金客との差別を禁止したりリアル加盟店との共通条項である。

第7条（加盟店手数料等）

当該加盟店の取扱い支払方法と、会社との支払方法別加盟店手数料等の経済条件の記述でリアル加盟店との共通条項である。

第8条（商品等の発送等）

加盟店からの会員への商品等の発送方法及び発送の時期確定を記述した条項であり、第1項の1.、商品等の会員指定場所への送付は、なりすまし等の犯罪の発生も考慮したが、万一の際、配達商品の場合は配達伝票によるフォロ - は可能であり、利便性を優先した。

2.、ソフトウェアのダウンロードによる販売を想定した場合、試用期間または機能限定の試用版を提供し、会員の承諾をもったうえで、製品版を提供する等の方法が現実的

あり、さらに商品が情報の場合は別の方法で、さらにそれらは加盟店により異なるものと推測する。従ってそれらを包括した「乙が認めた、甲所定の方法による会員の購入承諾をもって商品等の発送とみなす」表現とした。なお、ダウンロードの際のトラブル対応は第14条に記述したとおり加盟店の責任範囲とした。

3.、商品発送簿、配達伝票等の文書管理及び管理に関するリアル加盟店との共通条項であるが、本約款にいう帳票類は「文書等」で当然電子データも可とし、甲は管理義務を負うが保管者はまでは特定しない。本条項も電子公証検討ワーキンググループとの連携による検討を継続する。

第9条（売上デ - タ）

1.、現在紙ペ - スで行っている従来のクレジット売上票を、所定の書式の電子データにかえたものを売上デ - タと定義し、作成時期を記述したものである。

2.、売上デ - タ作成時のリアル加盟店との共通禁止事項である。

第10条（カ - ド会社による調査等）

会員との紛議等本取引が原因となって発生した問題等の解決のため、カ - ド会社が必要とした事項に対し加盟店は調査に協力する義務を有する旨の記述でリアル加盟店との共通条項である。

2. 及び 3.、第1条の取引内容、第3条の広告内容等が信用販売の対象として不適当であると判断したときの、当該事項の変更または改善等の義務を加盟店が有する旨の記述でリアル加盟店との共通条項である。

第11条（代金請求）

加盟店のカ - ド会社に対する商品等の販売代金の請求方法、商品等による請求起算日及び請求期限を記述した条項でありリアル加盟店との共通条項である。

第12条（支払）

第11条の加盟店の請求に対するカ - ド会社の支払方法、支払期日及びに対する商品等の販売代金の請求方法、商品等による請求起算日及び第7条に定める加盟店手数料の精算方法を記述した条項でありリアル加盟店との共通条項である。

第13条（物品の所有権）

販売物品の所有権の移転条項（本約款はカ - ド会社による立替払方式）を記述した条項

でありリアル加盟店との共通条項である。

第14条（会員との紛議）

販売した商品に係わる責任の範囲を定義した条項である。第8条にも記述したようにダウンロードの際のトラブル対応は加盟店の責任範囲とした。

第15条（売買契約等の解除等）

本条項も第4条の「乙が指定する通信手段」で通信手順、内容から書式まで事前に設定されているものである。

第16条（信用販売代金の返還）

本条項もリアル加盟店との共通条項であり、第1項に記述されているように、カード会社から加盟店に対し信用販売代金を支払済みの取引がキャンセルになった場合、あるいは・・等不実不正が判明した場合、当該信用販売代金を返還するものとし、方法論は第2項に記述されているように他の債権と相殺されることを原則とした。（現金での返還もあり得る）

第17条（取引記録の保管等）

本条項は、第5条第4項及び第9条第1項に定める取引記録の保管規定である。本条項も電子公証検討ワーキンググループとの連携による検討を継続する。

第18条（機密の保持）

本条項もリアル加盟店との共通条項であるが、第3項で、加盟店またはカード会社がデータ処理をデータ処理会社等第三者に業務委託している場合も想定した。本条項は、プライバシー問題検討ワーキンググループとの連携した検討を継続する。

第19条（情報機関への登録と利用の同意）

本条項もリアル加盟店との共通条項である。

第20条（届け出事項の変更）

本条項もリアル加盟店との共通条項である。電子メールでの届け出については第4条の「別途乙が定めたシステム仕様に基づいた乙指定の通信手段及び通信上の安全措置を講じなければならない。」の中で個々のカード会社と加盟店が協議すれば足りることである。

第21条（契約期間等）

本条項もリアル加盟店との共通条項である。

第 2 2 条（協議事項）

本条項もリアル加盟店との共通条項である。

第 2 3 条（準用規定）

本約款は国内加盟店のみを対象としているので、日本国法の適用で事足りる。

第 2 4 条（合意管轄裁判所）

第 2 3 条と同様の理由による。また本条項もリアル加盟店との共通条項である。

3.4.10 「EC用会員標準特約」 版 解説書

第1条（電子商取引の定義）

一般の定義とは異なる点があるがクレジットカードを媒体とした取引と決済の概念を含めて定義した。

第2条（カード利用）

1．電子商取引においても通常のクレジットカード取引と同じように購入申込み及びオ
-ソリゼ-ションを行なうに必要な送信デ-タ-を送信することによりカードの利用がで
きることを規定した。送信デ-タ-とは会員番号、会員氏名、有効期限等である。なお認
証に関連するデジタル署名・公開鍵等はソフトで自動的生成及び送受信されるので会員
には特に意識させないこととした。

2．デジタル商品の購入に関しては特に考慮すべき事項であるとし、条項に加えたが、
デジタル商品の送付方法は種々あるので加盟店所定の方法によることとした。

第3条（通信の安全）

電子商取引は、本人認証、暗号化等のセキュリティ技術の使用が必須の条件であるが、
クレジットカード会社によって使用するソフト仕様が異なるので“当社の定めるシステム
仕様に基づく通信手段の使用と安全措置”という表現に統一した。

第4条（届出事項の変更）

現行会員規約は、紙ペ-スでの変更事項の届出義務を課しているが、本特約では、氏名
変更・口座変更等を除いては電子メ-ルによる届出も認め、特に本条項を設けた。

第5条（商品の暇疵、取引の不完全履行による紛議等）

電子商取引の特性から、これらの紛議の発生が想定され、カード会社（及び加盟店）は、
消費者保護の見地から会員に対して紛議解決の努力を果しつつ、最終的にはカード会社が
仲介し、会員に明確な責がなければ全件チャ-ジバック対象とするべきであるが問題点は
留意事項で記述したとおりである。

従って本特約では、第1項及び第2項でカード会社の仲介までを記述し、それ以降の対

応に関して、第3項をオプションとし、同項を採用するか否かは個社判断による選択とした。

第5条 オプション

第3項 当社は、紛議の原因が会員の責によらず明らかに当該加盟店にあると判明し、かつ当社が必要と認めたときは、会員に対して以下の措置を講じるものとします。

会員が、該当取引代金を当社に既に支払っていたときは当該取引代金を当社所定の方法にて返戻するものとします。

当該取引代金が当社の請求日、または会員の約定決済日の 日前のときは当該取引代金の取消を行うものとします。

また、本条項は「海外取引」「割賦販売法の対象外取引・商品」購入時等現行制度でカバーされていない範囲の消費者保護の実現を目的としている。従って本条項に何らの制約条件も追記するべきではない。

第6条 (利用資格の喪失)

会員資格が無くなれば電子商取引の利用資格も喪失するのは当然であるが、カード会社からのソフトウェア等の貸与時は、オプションの記述が必要である。

第7条 (本規約の改定時)

当然本規約の改定等が発生するのでこの規定を設けた。

第8条 (定めなき事項)

会員規約の適用を特に明記した。

<任意選択条項>

本会員特約に、下記条項を選択し本規約の中に追加するか否かはクレジットカード会社個社の判断によるものとする。

第 条 <ソフトウェア等の貸与、善管義務、告知義務条項等>

(1) 会員は、当社が定めたシステム仕様に基づくソフトウェア、関連機器等(以下ソフ

トウェア等という)を使用して電子商取引をおこなわねばならないものとします。

(2) 電子商取引に必要な前項のソフトウェア等は、当社より会員に貸与いたします。

(3) 貸与されたソフトウェア等は、会員本人以外は使用できないものとします。また会員は善良なる管理者の注意をもってソフトウェアを利用し、管理するものとします。

(4) 会員は、ソフトウェア等の故障、破損、紛失盗難およびソフトウェア等により作成された情報が第三者に漏洩したとき、速やかに当社に知らせるものとします。

(5) 会員が、4項に違反し、当社に損害が生じたときには会員の責任とします。

第3条で別途当社が定めた仕様に基づくとあるがソフトウェア、ICカード用のリ-ダ-ライター-等を貸与するときにはこのような条項を入れても良い。

<なお本条項を追加したときは、第6条に下記文言の追加記述が必要となる>

「会員は、第 条により当社が貸与したソフトウェア等の返還を当社が求めたときは、直ちに返還するものとします。」

第 条<返品条件付き商品等>

会員は、当該商品等購入時に、加盟店から提示された返品条件があるときは、第5条に係わらずそれに従うものとします。

第 条<支払い停止の抗弁>

電子商取引を行うに際し、割賦販売法上の指定外取引及び指定外商品に対しても支払停止の抗弁権の接続を消費者保護、会員サ-ビスの見地より認めるときには、その旨記述する。

4 資料

4.1 現行クレジット取引形態の解説

クレジットには様々な取引形態が存在し混乱を招く恐れがあるので、取引形態を定義し現行取引スキームを図示する。

4.1.1 取引形態の定義

4.1.1.1 割賦販売

自社割賦ともいい、販売業者が、販売した指定商品の代金を2ヶ月以上、かつ3回以上に分割して受領する取引方法。

4.1.1.2 割賦購入斡旋

購入者がカード会社(クレジット会社)等と契約した販売業者から指定商品を購入し、カード会社(クレジット会社)等が販売業者に代金の立替払いを行い、購入者から代金を2ヶ月以上、かつ3回以上に分割して受領する取引方法。

4.1.1.3 非割賦

購入者がカード会社(クレジット会社)等と契約した販売業者から商品を購入し、カード会社(クレジット会社)等が販売業者に代金の立替払いを行い、購入者から代金を翌月一括払(マンスリ・クリア-)、ボーナス一括払、ボーナス2回払等で受領する取引方法。

4.1.1.4 個品方式割賦斡旋

購入者が個々の取引毎にカード会社(クレジット会社)等・販売店等と個別の契約を締結する方式。

4.1.1.5 総合方式割賦斡旋

包括契約ともいい、購入者がカード会社(クレジット会社)等と契約した販売業者から商品を購入し、カード会社(クレジット会社)等が発行したクレジットカード等

の証票を提示することにより商品・サービスの提供及び金銭を借りたりできる取引方法。

4.1.1.6 ローン提携販売

商品又はサービスの対価の全部又は一部に充てるための金銭の借入で、割賦方式により返還することを条件とするものに係る消費者の債務の保証（業として保証を行う者に当該債務の保証を委託することを含む。）をして、商品の販売又はサービスの提供をすることをいう。

4.1.1.7 提携ローン

特定の業者が行う消費者への商品の販売又はサービスの提供を条件として、その対価の全部又は一部に相当する金額を消費者が金融機関から借り入れる際に、その債務の連帯保証をして、当該金額を当該業者に交付し、当該金額を割賦方式により消費者から受領して金融機関に返還するものをいう。

4.1.2 現行クレジット取引スキーム

4.1.2.1 個品割賦販売

(1) 独立タイプ

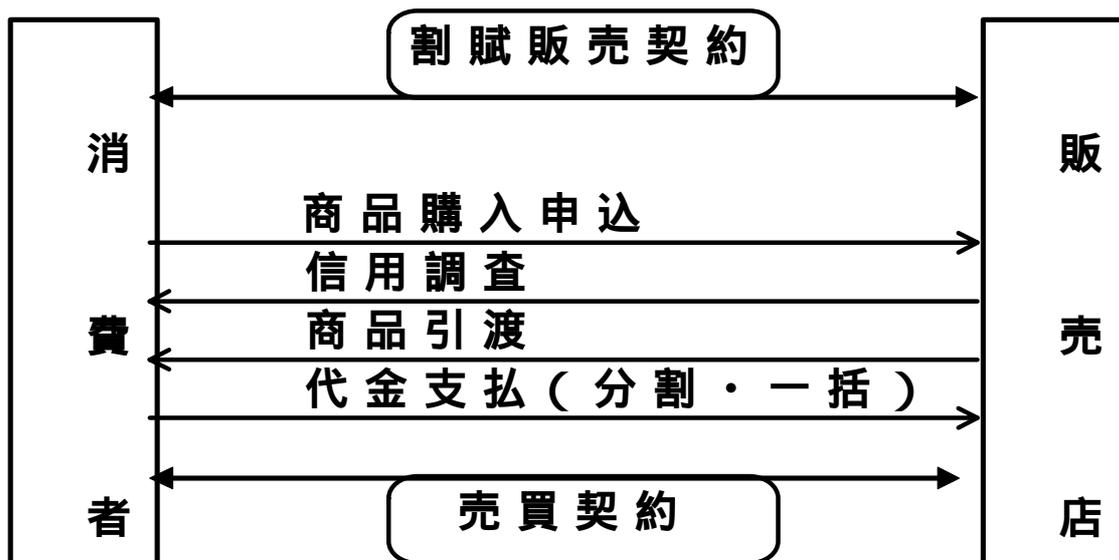


図 4-1 独立タイプ

(2) 系列店タイプ

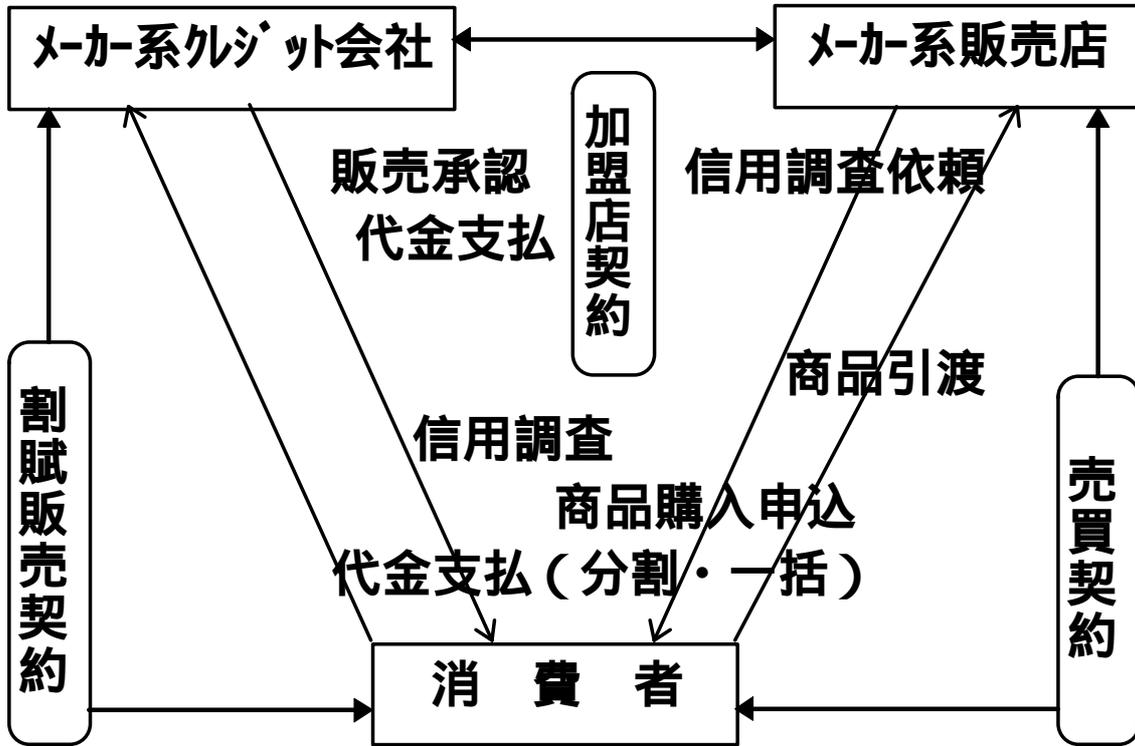


図 4-2 系列店タイプ

4.1.2.2 総合割賦販売

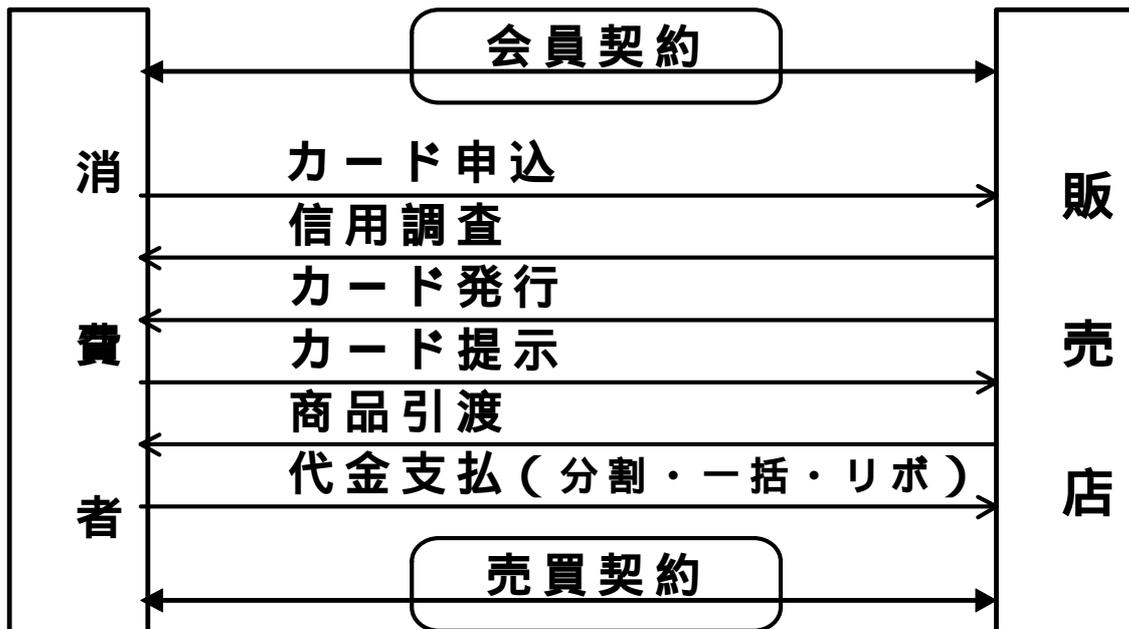


図 4-3 総合割賦販売

4.1.2.3 割賦購入斡旋

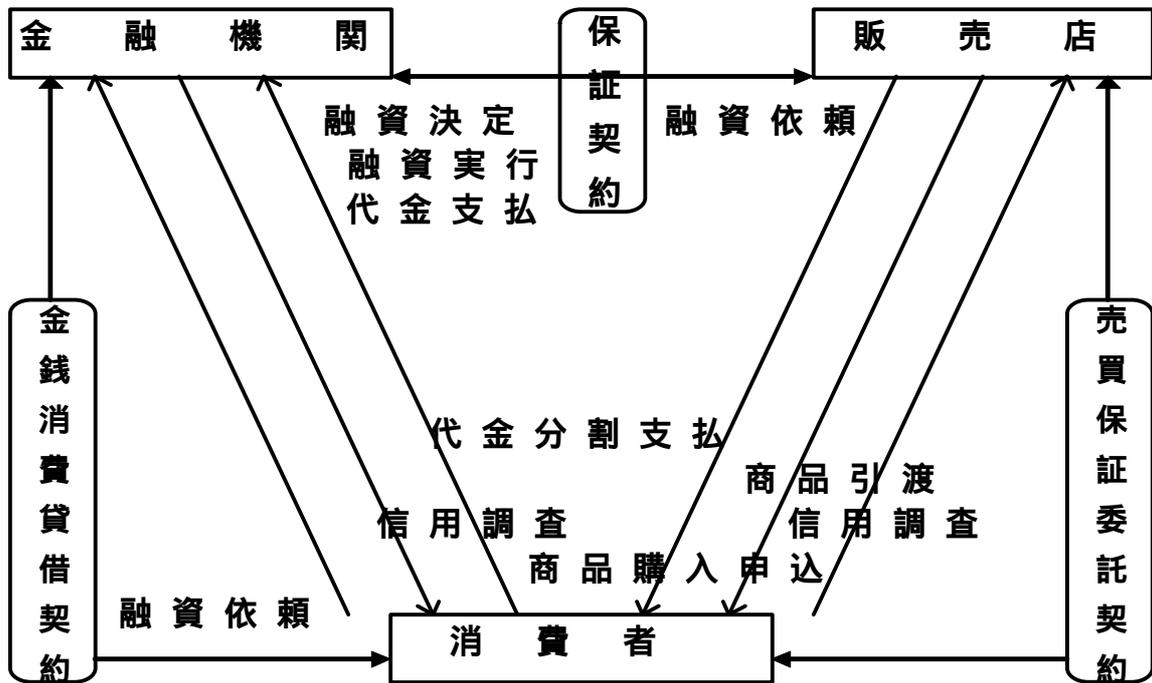


図 4-4 割賦購入斡旋

4.1.2.4 総合割賦購入斡旋

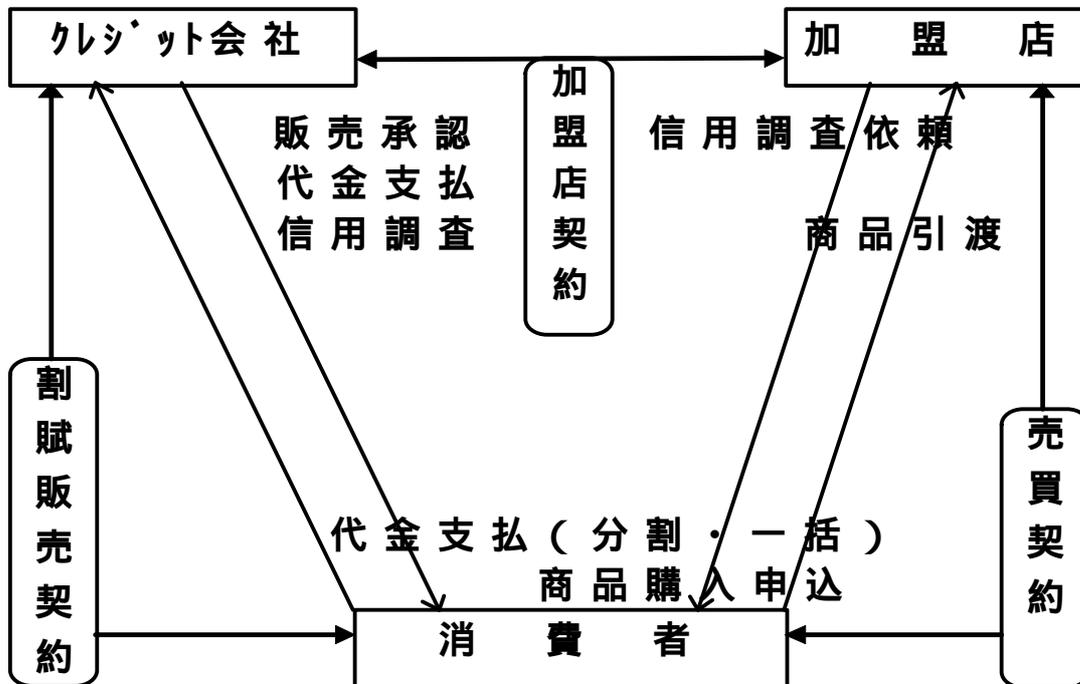


図 4-5 総合割賦購入斡旋

4.1.2.5 ロ-ン提携販売

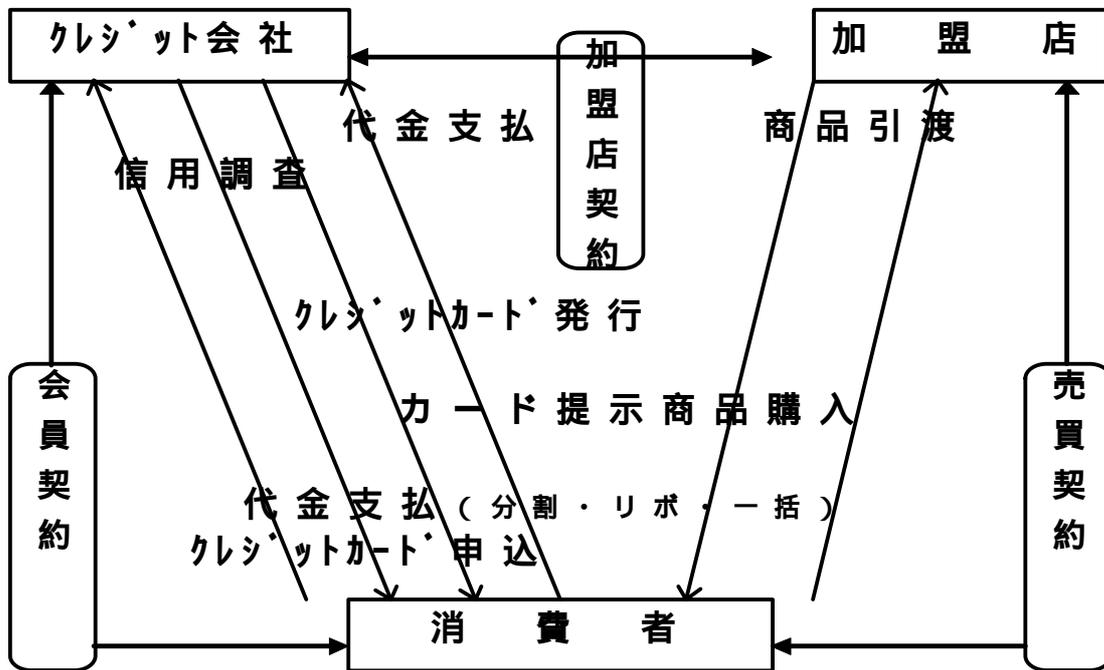


図 4-6 ロ-ン提携販売

4.1.2.6 提携ロ-ン

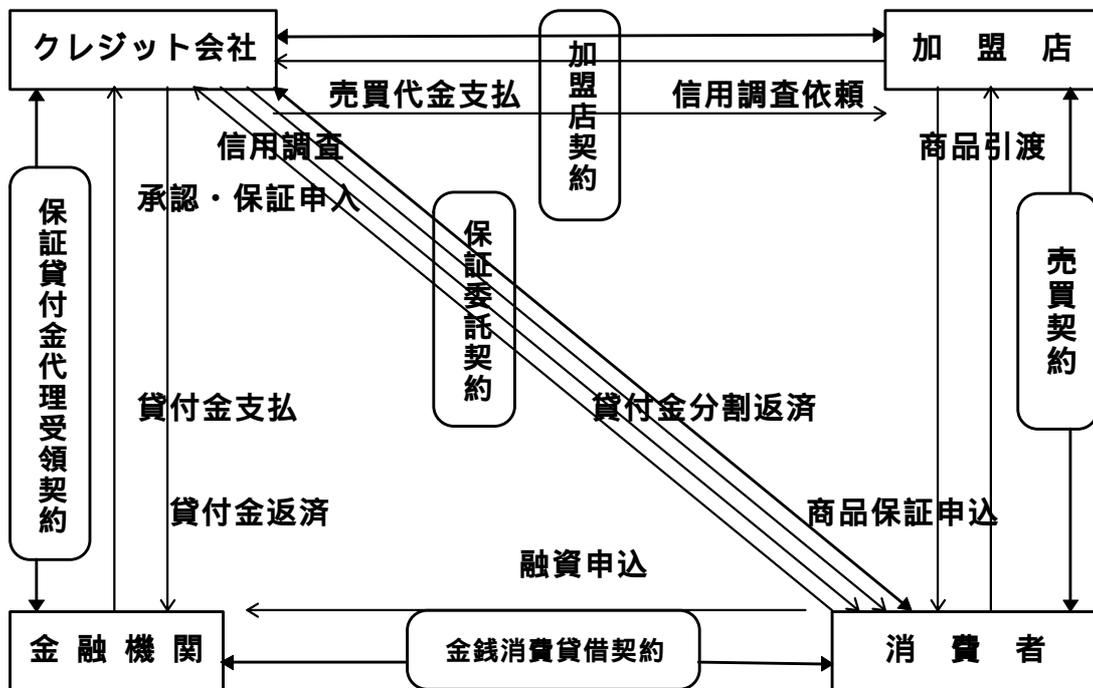


図 4-7 ロ-ン提携販売

4.2 日本の市場環境把握

4.2.1 日本の決済事情

4.2.1.1 主要ペイメントシステム取扱件数・金額

表 4-7 主要ペイメントシステム取扱件数・金額

(単位:百万枚(件),千億円)

年度	手形交換		全銀システムによる振込		全銀システムによる代金取立		MT 交換、MT データ伝送	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
平成 2	376	46,804	628	18,217	33	477	51	118
平成 3	366	38,929	703	17,114	34	497	54	126
平成 4	346	34,937	759	16,726	32	462	57	133
平成 5	328	32,140	809	17,997	31	437	60	139
平成 6	314	24,327	857	18,760	30	420	63	146

年度	郵便振替		郵便為替	
	件数	金額	件数	金額
平成 2	524	194	28	8
平成 3	568	199	29	8
平成 4	635	209	30	7
平成 5	710	221	32	7
平成 6	781	235	32	6

(注1)全銀システムによる振込には給与振込を含む。

(注2)MT 交換、MT データ伝送の資金の種類は、株式配当金振込、給与振込、年金・給付金、貸付信託収益配当金振込、一括支払システムである。

(資料:全国銀行協会連合会、郵政省)

4.2.1.2 全銀システム

表 4-8 全国銀行データ通信システムにおける他行為替取扱高

(単位:千件、億円)

年度	取扱加盟銀行		送金(A)		振込(B)		給与振込(C)	
	銀行数	店舗数	件数	金額	件数	金額	件数	金額
平成 2	4,711	44,366	138	4,206	522,109	18,001,767	105,595	215,427
平成 3	4,522	44,832	132	2,920	582,956	16,862,572	119,947	251,483
平成 4	4,222	45,110	127	2,176	629,327	16,451,660	130,058	274,118
平成 5	3,935	45,130	120	2,328	671,635	17,708,500	137,538	288,749
平成 6	3,708	44,817	120	2,395	710,687	18,447,371	146,187	312,892

年度	代金取立(D)		合計(A + B + C + D)		1日平均取扱高	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額
平成 2	33,337	477,260	661,179	18,698,660	2,688	76,011
平成 3	33,792	496,756	736,827	17,613,731	2,970	71,023
平成 4	31,926	461,562	791,438	17,189,516	3,166	68,758
平成 5	30,773	436,896	840,067	18,436,463	3,415	74,945
平成 6	29,978	419,944	886,971	19,182,602	3,591	77,662

(注)

- 1.本統計は、他行為替取引のうち為替通知の送達に全銀システムを利用した為替取引および資金決済のみを全銀システムを利用して行う取引に係る計数である。
- 2.昭和 63 年 10 月 17 日より MT データ伝送業務が稼働したのに伴い、これに係わる計数を振込および給与振込に計上。
- 3.計数は発信日を基準とする。ただし、「文書為替」は、取組日、「先日付振込」、「給与振込」、「貸付信託収益配当金振込」は振込指定日、「年金給付金振込」、「株式配当金振込」は支払開始日を基準とする。

(資料:全国銀行協会連合会)

4.2.1.3 現金と小切手

表 4-9 現金と小切手

(1993年データ)

	現金通貨/名目 GNP	一人当たり年間 小切手発行枚数	百万円当たり金 融機関店舗数	百万人当たり ATM/CD設置数
日本	8.6%	3枚	592店舗	935台
アメリカ	5.1%	234枚	268店舗	367台
イギリス	3.0%	50枚	665店舗	321台
ドイツ	7.5%	11枚	819店舗	308台
フランス	3.6%	85枚	476店舗	325台

(日本銀行「国際比較統計」, BIS “Payment Systems in The Group of Ten Countries”より作成)

4.2.1.4 自動引落し

表 4-10 公共料金の自動支払普及率

(単位:%)

	1970年	1980年	1990年	1993年	備考
電話	63.5	76.3	80.2	81.2	N T T (1955年開始)
ガス	27.9	68.3	79.2	77.8	東京ガス(1968年開始)
電気	22.7	65.9	79.2	80.4	東京電力(1967年開始)
水道	27.9	60.9	67.2	73.0	東京都(1966年開始)
NHK	20.0	41.9	75.3	80.8	NHK(1963年開始)

(資料:全国銀行協会連合会)

4.2.1.5 クレジットカード

表 4-11 クレジットカード枚数とCAT 端末台数の推移

(単位:千台、百万枚、3月末)

	1984年	1989年	1994年	1997年
CAT 設置台数	17	65	259	516
クレジットカード発行枚数	73	144	221	228

(資料:日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計」、全国信販協会、日本クレジットカード協会)

4.2.1.6 ATM / CD設置台数

(1) ATM / CDの状況

表 4-12 ATM設置台数

(平成8年3月末、但し証券会社のATMは6月末 単位:台 %)

	ATM/CD 設置台数	内 ATM	金融機関 数	国内店舗 数	設置店舗 数	設置店率
民間	109,700	97,279	4,808	45,830	39,373	85.9
郵便局	22,630	8,844	1	24,587	19,638	79.8
合計	132,330	106,123	4,809	70,417	59,011	83.8

生命保険会社の CD/ATM	615 台
証券会社の ATM	947 台
クレジット会 社の CD/ATM	741 台
銀行系 6 社	
信販系 6 社	1,849 台
消費者金融会社 (7 社) の CD/ATM	4,162 台

(資料：(財)金融情報システムセンター)

(2) キャッシュカード発行枚数

表 4-13 キャッシュカード発行枚数

(平成8年3月末)

民間	郵便局	合計
2億7,082万枚	5,106万枚	3億2,188万枚

(資料：(財)金融情報システムセンター)

表 4-14 オンライン提携利用

(平成8年3月)

件数	金額	一件あたり金額
2,935万件	16,988億円	57,881円

(資料：(財)金融情報システムセンター)

表 4-15 各種カードの発行枚数

(平成 8 年 3 月末、証券カードは 6 月)

生保カード	損保カード	証券カード	クレジットカード
719 万枚	26 万枚	1,501 万枚	2 億 2,296 万枚

(資料：(財)金融情報システムセンター)

(3) 外国との比較

表 4-16 各種計数国際比較

(1993 年)

	現金通貨の 名目 G N P 比	一人当たり年間 小切手発行枚数	百万人当たり 金融機関店舗数	百万人当たり ATM/CD 台数
日本	8.6%	3 枚	592 店	935 台
アメリカ	5.1%	234 枚	268 店	367 台
イギリス	3.0%	50 枚	665 店	321 台
ドイツ	7.5%	11 枚	819 店	308 台
フランス	3.6%	85 枚	476 店	325 台

(参考) 米国の状況: ATM/CD 設置台数 約 11 万台、 設置店舗数 約 7 万店舗

表 4-17 現金払出国際比較

	日本	アメリカ	イギリス	ドイツ
稼働時間帯	8:45 ~ 19:00 (一 部 8:00 ~ 21:00)	24 時間	22 時間 (2:00 ~ 4:00 除く)	24 時間
一日払出可能金 額	自行 500 万円 他行 200 万円	5 ~ 10 万円	0.9 ~ 3.6 万円 (顧客信用度に より差、16 万円 も可)	自行 7.3 万円 他行 2.9 万円
その他支払制限				週 22 万円
手数料	他行 100 円 時間外 100 円	他行 55 ~ 110 円	無料	他行 290 円 (4DM)

(資料：ニッキン 94.8.5)

(4) A T M / C D に関するまとめ

- 日本は外国と比較して A T M / C D ネットワークが発達しており、有効活用を図るべきである。A T M / C D は電子マネーの発行ツールとして必須のインフラのひとつと考えられる。参考までに、A T M / C D の価格はそれぞれ約 7 0

0万円 / 350万円であり、それらをICチップカードへの対応させるための改造・追加費用はともに約30万円程度である。

- 電子マネーは、当面紙幣・貨幣及び預金通貨に対して補助的な役割を果たすと考えられる。よって、現金供給の主要機関である金融機関のATM / CDで電子マネーを発行可能であることが普及促進のための大きな要因となる。これに付随する問題として、電子マネーの24時間発行・支払可能体制の実現が望まれる。また、電子マネー普及のために、金融機関間での相互利用が必要な条件となる。

4.2.1.7 現金決済

表 4-18 日本銀行券発行高・貨幣流通量

(単位：億円)

年	日本銀行券発行高		年末貨幣流通高
	年末発行高	平均発行高	
1990	397,978	313,368	32,193
1991	398,828	319,442	34,355
1992	390,263	326,594	34,864
1993	416,259	338,534	36,534
1994	428,803	354,968	37,451

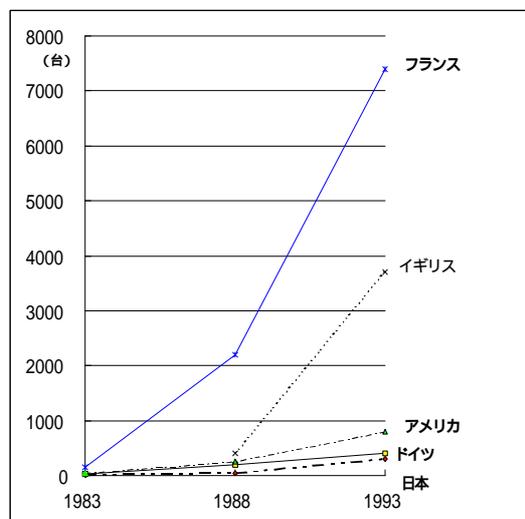
(資料：日本銀行「統計経済年報」)

4.2.1.8 バンク POS 現状

表 4-19 バンク POS 現状

項目	データ
契約企業数	17,130 社
利用店舗	24,692 店舗
端末台数	25,061 台
契約会員数	11,748 千人
平成7年3月の月間利用件数	69,364 件
平成7年3月の月間利用金額	501,166 千円
平成7年3月の平均利用金額	7,225 円/件

((財)金融情報システムセンター資料から作成)



(BIS "Payment System in The Group of Ten Countries" より作成)

図 4-8 百万人あたりバンクPOS 台数

(資料：(財)金融情報システムセンター)

表 4-20 バンクPOSサービス実施状況

(平成 8 年 3 月末日現在)

	都銀	地銀	第二地銀	信金	信組	労金	合計
実施金融機関数 (機関)	10	52	43	132	9	10	256
契約企業数 (社)	1,067	11,194	1,872	2,815	77	105	17,130
利用店舗数 (店)	1,352	15,700	3,731	3,699	83	127	24,692
端末台数 (台)	1,127	15,819	3,864	4,006	87	158	25,061
契約会員数 (千人)	72	9,232	1,675	735	29	6	11,748
月間利用数 (件)	1,516	44,128	2,248	19,201	1,401	870	69,364
月間利用金額 (千円)	48,747	351,985	10,867	59,581	8,469	21,517	501,166
年間利用件数 (件)	31,343	477,800	31,789	235,161	14,438	10,303	800,834
年間利用金額 (千円)	926,954	4,044,272	293,965	924,857	111,172	258,658	6,559,878

(注 1) 月間利用件数、月間利用金額は、平成 7 年 3 月の利用件数と利用金額を示す。

(注 2) 年間利用件数、年間利用金額は、平成 6 年 4 月から平成 7 年 3 月までの合計を示す。

(資料：(財)金融情報システムセンター)

4.2.1.9 CAFISのネットワーク

(1) CAFIS

CAFIS(Credit and Finance Information System)は、クレジットカードビジネス決済用インフラとして構築された共同利用ネットワークである。

CAFISの発展経緯

1984年(昭和59年) CATシステム稼働

1985年(昭和60年) ホスト間接続によるPOSオンラインスタート

1993年(平成5年) G-CATシステムがスタート

1995年(平成7年) ネットワークオープン化によるCCTシステムがスタート、新しいネットワーク時代に入る。

接続センター数(平成7年12月末現在)

カード会社センター数	109
銀行センター数	176
加盟店センター数	797

(資料: NTTデータ通信(株)調査)

なお、平成8年11月末現在、加盟店センター数は1,350となっている。

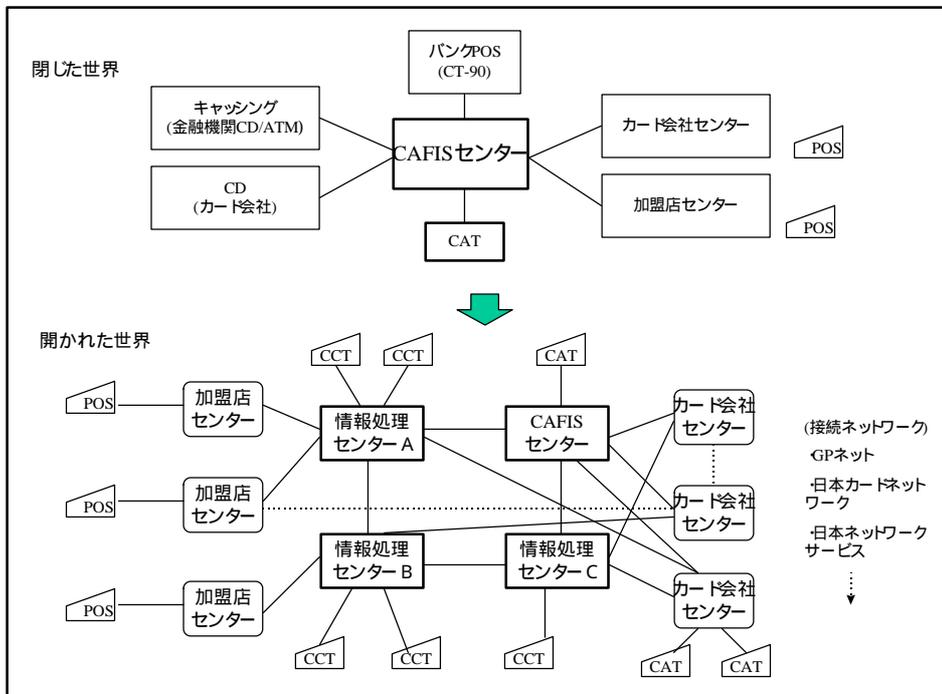


図 4-9 CAFISネットワーク図

クレジットカード分野におけるCAFISの利用形態

- ショッピングデータ
- キャッシング
- 代行売上処理

トランザクション数

種別	取扱件数(千件)
CAT 端末接続	7,876
POS オンライン接続	7,454
CD・ATM 接続	7,670
合計	23,000

(注)

(資料：NTTデータ通信(株)調査)

- 上記数値は、平成7年12月の月間値(CAT、G-CAT等ホスト間接続の取引件数であり、直集分は含まれない)。
- 現時点(平成8年11月末)では月間約35百万件と推定される。
- オンラインオーソリをうける取引率は件数で41.6%、金額で全体の62.4%を占める。

(2) クレジットカード端末の現状

端末設置台数

端末名	設置台数(千台)	
	平成7年12月	平成9年3月
G-CAT	241	314
CCT	3	69
CAT	72	69
S-CAT	55	64
合計	371	516

(資料：日本クレジットカード協会)

業種別設置台数(平成9年3月現在)

業種	設置台数(千台)
銀行系カード会社	433
信販系カード会社	50
その他	33
合計	516

(資料：日本クレジットカード協会)

補足説明 端末設置台数は平成7年12月実績に対して平成9年3月末実績は約39.1%の伸びを示しているが、端末設置台数はほぼ上限に達している。

(3) POS 端末

平成8年3月現在全国には約973千台のPOS端末があると推定されている。

POS 端末の種類	台数 (千台)	導入店舗数 (千店)
JANPOS	793	311
GASPOS	58	57
その他レストランPOS等	102	75
合計	973	443

(資料: DSS 研究所)

このうちクレジットカードに対応しているものは約33%で、CAFISを利用している。

これらのクレジットカード対応端末は大型店舗(600~700店舗)に設置されている。

(4) CAFIS ネット及びGP ネットについて

クレジットカードのオーソリゼーションに用いられるもうひとつのネットワークGP ネットについて調査した。両者のネットワーク構成の違いを示すため図4-10にCAFIS ネットワークの特徴を示す。CAFIS センターは加盟店からのオーソリ確認情報を受信し、その契約先であるアクアイアラに情報を転送し処理を依頼する。アクアイアラはイシューアとの間でオーソリ情報と売上データを交換し、オーソリ処理及び売上処理が実行される。

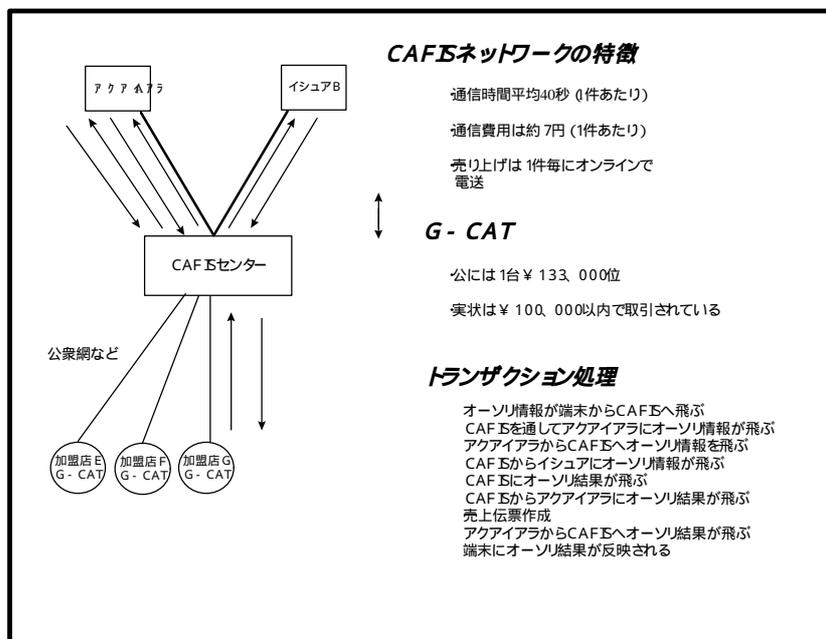


図4-10 CAFIS ネットワークの特徴

これに対して、GP ネットでは図4-11に示すように、GP-NETセンターを

通過した情報は直接イシューーとアクアイアラーに分けて伝えられ、それぞれ処理を依頼される。

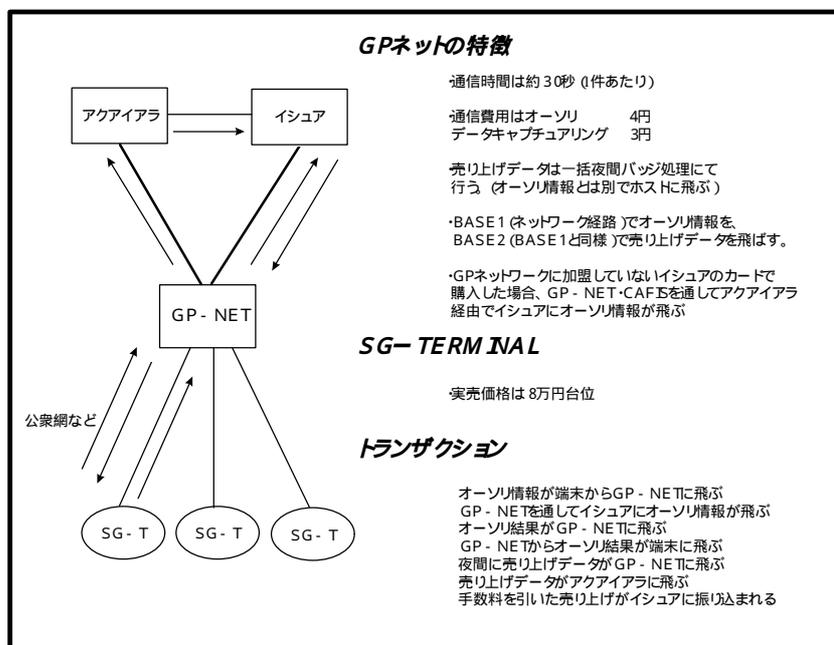


図 4-11 GPネットの特徴

CAFISネットワークとGPネットの違いを下記にまとめる。

- (a) GPネットワークはイシューーダイレクトであるという事 (つまり、アクアイアラーを通さない)
- (b) CAFISネットワークではイシューーのノンストップ・コンピュータでオーソリ情報から売り上げデータが作成されるのに対し、GPネットワークではSG-TERMINALで売り上げをおこし、夜間バッチ処理にてデータをGP-NETセンターのノンストップ・コンピュータに送る処理を行っている。

(5) 今後の動向

決済の多様化と各種サービスニーズへの対応

- クレジットカード、デビットカード、プリペイドカードなど多様な決済方式が求められる。
- ポイントサービス、割引サービス等各種のサービスへのニーズがある。

小口決済市場への進出

- スーパー、外食産業で使えるクレジットカード
- ICカードシステムへの切換え

(6) クレジットカードの現状のまとめ

- 電子マネーについても CAFIS 等既存のネットワークを利用してゆく考えがよい。
- 商店側端末としては磁気ストライプカードおよびICカードの両方に対応する端末の開発が必要である。そのためには、ICカードの標準化使用の設定が急務である。

4.2.1.10 既存の通信販売

ネットワーク型の電子マネーは、既存の通信販売の形態を多様化しその市場を広げるものと考えられる。現状の国内通信販売市場の実情を調査し、エレクトロニック・コマースの普及とネットワーク型電子マネーシステム構築の上での問題点を探る。

(1) 国内通信販売市場状況

国内通信販売市場規模は1985年度において約8300億円であったものが、1995年度に2兆1100億円に達し、同年度は前年度に比べて5.5%の増加を示した。このように、通信販売の需要は着実に増加している。仮に5.5%の増加率が毎年続くとして計算すると、西暦2000年には約2兆6900億円となる(図4-12参照)。1991年度の小売り総販売額約110兆円のうち通信販売は販売形態別販売額構成比で1.5%を占める。また、通信販売への参入数は1995年度で(社)日本通信販売協会加盟企業278社となっている。

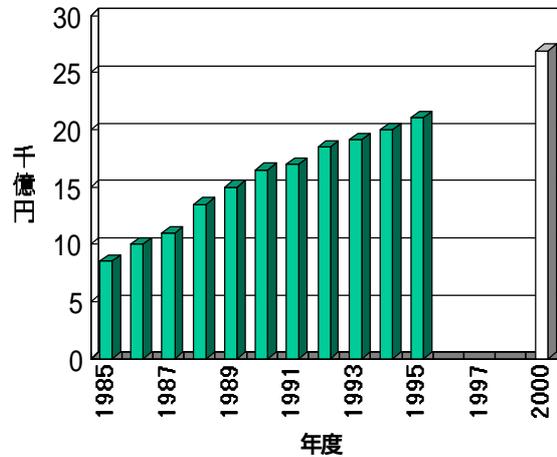


図 4-1 2 国内通信販売市場規模

((社)日本通信販売協会の資料により作成、右端の数値は1994-1995年の伸び率による試算)

同協会発行の「第13回会社概要調査報告書」によれば各企業の売上高を100%とした場合の損益計算書項目の割合は平均で表4-2-1に示すようになっている。この表中に表れる宣伝・広告費と人件費、また同報告書で示されている代金回収経費(売上高に対する代金回収にかかる経費率)2.4%について、これらをいかに安く押さえるシステムを構築できるかが、エレクトロニックコマースの普及の一つの鍵となるであろう。

表 4-2 1 通信販売の売上高に占める主要経費

売上原価	56.0%
宣伝・広告費	20.4%
人件費	7.9%
物流関係費	5.9%
コンピュータ関連費	2.9%
その他	3.9%
営業利益	3.0%

(資料: (社)日本通信販売協会)

通信販売に対する消費者側の考え方を見るため苦情内容を以下に示す。通信販売に

関する苦情内容については、平成7年度に（社）日本通信販売協会に寄せられた1227件の内訳を示すが、商品の未着・延着、返品・交換・返金、代金支払いなど決済システムに関係のある項目が上位を占めている。消費者に安心してエレクトロニックコマースを利用させるための、重要な課題である。

商品の未着・延着	295件	24.1%
返品・交換・返金	275件	22.5%
顧客対応	156件	12.7%
契約・販売方法	119件	9.7%
代金支払い	102件	8.3%
品質・性能・安全性	79件	6.4%
プライバシーの問題	49件	4.0%
広告表示に関する問題	37件	3.0%
商品の汚れ・不良品	30件	2.4%
商品・色・サイズ違い	20件	1.6%
アフターサービス	15件	1.2%
イメージ違い	10件	0.8%
その他	40件	3.3%

(2) 消費者アンケート

平成7年度に（社）日本通信販売協会が実施した通信販売市場の特徴と消費者への浸透度に関するアンケート調査（第3回全国通信販売利用実態調査）の結果を以下に示す。全国18才以上の男女2,000人への通信販売に関するアンケート調査で、有効解答1,343人、うち女性は704人、男性は639人であった。

通信販売利用者の状況については、女性の通信販売利用者の割合は51.7%、男性では19.0%である。特に20歳台と30歳台の女性はそれぞれ61.8%、65.5%と高い。男性では、利用者割合に年齢による大きな差は認められない。年間利用回数で見ると約6割が2～4回である。1年間の利用平均金額で見ると、男女平均で4万8千円であり、女性が4万5千円（10万以上の割合8.7%）、男性は6万2千円（10万以上の割合16.5%）であるが、年間の利用総額の比は、女性：男性が約2：1である。

このように、通信販売の利用者の主流は20代から30代の女性であり、この利用

者層とインターネット利用者層の融合を図る必要がある。

利用商品については以下に示すとおり、圧倒的に衣料品が多い。

婦人衣料品	54.5%
下着	37.1%
家具・インテリア・敷物等	23.0%
紳士衣料品	22.0%
服飾雑貨・アクセサリ	18.4%

通信販売に対するイメージで見ると、商品種類が豊富、安い、注文しやすい、便利であるなどの肯定的な評価がある反面、返品など好ましくない意見もある。特に注目すべきは信頼性のイメージで、通信販売を利用したことのある人の68.1%が信頼性ありと考え、逆に利用経験の無い人の70.4%が信頼性に不安を感じている点で、通信販売の拡大のためには信頼感をより広い消費者層に抱かせることが重要である。電子マネーの普及についても類似のイメージを持たれていると考えられる。

商品構成が豊富	利用経験者	69.9%
	未利用者	49.1%
安い	利用経験者	73.0%
	未利用者	47.9%
注文しやすい	利用経験者	87.7%
	未利用者	39.4%
便利である	利用経験者	91.0%
	未利用者	48.1%
返品しやすい	利用経験者	42.5%
	未利用者	39.4%
返品しにくい	利用経験者	53.8%
	未利用者	74.2%
信頼性がある	利用経験者	68.1%
	未利用者	19.7%
信頼性がない	利用経験者	27.6%
	未利用者	70.4%

興味を引かれる通信販売広告媒体について検討すると、今後利用する意向のある通信販売広告媒体を示す。カタログや新聞雑誌の広告など圧倒的に紙媒体である。インターネットは4.8%、パソコン通信は4.1%に過ぎない。これらの消費者へのインターネットの浸透が大きな課題である。

国内カタログ	52.3%
(個人輸入カタログ)	(23.1%)
雑誌広告	30.0%
新聞折り込みチラシ	29.2%
テレビ	28.9%
インターネット	4.8%
パソコン通信	4.1%

(3) 通信販売の業務

平成5年度に(社)日本通信販売協会が行った通信販売の業務の形態についてのアンケート調査によれば、受注の方法は電話による注文が主である。

郵便受注	33.4%
電話受注	53.2%
その他(FAX、インターネット他)	13.4%

代金支払の時期は、着払いが34.2%、一括後払いが42.8%である。代金回収の方法は郵便振替と代金引換がもっとも多い。支払における問題点として、返品率が平均3.2%で比較的高いこと、代金回収が不能な割合が貸倒率であるが、平均0.3%に至ることである。なお、クレジットカードによる代金支払いは、加盟店手数料が7%程度と高いため、採用していないところが多い。

・代金回収

分割前払い	3.8%
一括前払い	7.9%
着払い	34.2%
一括後払い	42.8%
分割後払い	11.3%

・代金回収方法

銀行振込	10.8%
郵便振替	38.7%
クレジットカード	14.8%
代金引換	33.6%
その他	2.0%

通信販売企業が業務上の課題としては、特徴ある商品構成を最重点項目に挙げている（複数選択）。

独自性の高い商品の開発や品揃え	57.3%
広告費の上昇	39.5%
顧客リストの収集・整備	38.9%
郵便料金について	34.4%
顧客レスポンス率	31.2%

(4) 通信販売の現状からみた課題

このような調査により、国内通信販売市場の現状から浮かび上がる、エレクトロニックコマースの普及と電子マネーによる決済システム構築上の問題点は下記に集約される。

広告宣伝費、代金回収に要する経費、人件費などが主な経費であり、これらを低く押さえるネットワーク型電子マネー決済システムを構築することが、既存通信販売に対する差別化項目になる。

通信販売利用者の主流は女性であり、かつインターネットへの関心も低い。インターネット利用者との融合が重要である。

通信販売には多くの人がある長所を認識しつつも、半数以上の人がある程度の不安を抱いている。しかし、実際に使用すればかなりの割合の人が安心して通信販売を利用する。また苦情の多くは決済に関する項目であり、消費者が安心してエレクトロニック・コマースを利用するための鍵となる。

支払の方法からみると、人件費がかかる代金引換による着払い、または、通信販売業者のリスクが高い一括後払が大半を占める。このため貸倒率がやや高く、クレジットカード支払の場合の手数料も高めに設定されている。これらを考慮すると比較的低価格の多いデジタル商品については、ネットワーク上で支払まで完結するネットワーク型の電子マネーの必要性が高いと

いえる。

4.2.1.11 インターネット通信販売

平成8年度に(社)日本通信販売協会が会員に対して行なった調査によれば、インターネット販売を実施している会員の状況は下記のようになっている。会員企業278社中インターネット販売を行っている企業の割合は5.7%である。年間総受注件数は合計78万件(平成5年度 前年比13.0%増)で、注文平均購入金額は約2万円(1件当たり)である。これは総額約156億円に相当する。

受注を行なっている企業	5.7%
企業紹介を行なっている企業	1.9%
商品紹介を行なっている企業	3.8%

平成8年7月の同協会の調査では、各企業のインターネットへの取り組み姿勢については、ノウハウの蓄積など将来性に向けての投資という位置づけであることが伺える。

ノウハウの蓄積	22社
今後、継続的に投資	16社
他社に先駆けて市場を開拓	8社
短期的な実験	5社

企業側から見たインターネット販売のもつメリットとしては、まだ話題性など顧客へのアピールの段階を出していない。

話題性	15社
新規顧客の取り込み	14社
媒体として低コスト	13社
接続者数の増加	12社
その他	4社

インターネットの問題点としては、安全性確保と電話回線やISDN回線の通信速度がインターネットの画像情報に十分対応で来ていない点が挙げられている。

セキュリティ	22社
回線速度	20社
ユーザー層の偏り	17社

ホームページの表現力	11社
技術進歩が速い	5社
その他	3社

下記に示すように、各社のバーチャルショップへのアクセス件数はほとんどなく、経済性が期待できないことは明らかである。今後の方向性として、インターネットに適した魅力ある商品構成の提供ができなければ、ビジネス上価値がないといえる。

1カ月のアクセス件数と受注件数の合計件数

0～10	10社
10～20	3社
20～30	1社
30～40	2社
40～50	0社
50～100	1社
100以上	4社

結論として、インターネット販売についての課題は以下のようにまとめられる。

もしも、インターネット販売により代金回収に要する経費（特に広告費）や人件費を低く押さえることが、既存通信販売に対するECの差別化項目になり得る。

インターネット販売においては、代金支払いに対する顧客及び販売店の不安感を取り除く事がEC普及の必要条件になる。

通信販売利用者の主流は女性であり、かつインターネットへの関心も低い。インターネット利用者との融合が重要である。

4.2.2 国内情報インフラ実態

4.2.2.1 情報インフラ拡充動向

国内情報インフラの動向は、いずれのインフラも、年々拡充されつつある。

特に、ISDN回線（340倍）、都市型ケーブルテレビ（203倍）、携帯・自動車電話（107倍）、高速デジタル回線（81倍）など、インターネットと関わりの深いサービスの拡充が顕著である。

以下に携帯・自動車電話についての統計を示す。

携帯電話等の加入数	(注意) 各年度末の数値、ただし、1,995年度は1,996年1月末						
年度	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
移動電話加入数	489,558	868,078	1,378,108	1,712,545	2,131,367	4,331,369	8,670,000
(指数)	100	177	282	350	435	885	1,771
携帯型比率 %	33.000	52.500	74.400	80.500	86.100	94.100	
デジタル比率 %				0.007	0.300	21.900	
PHS加入数							709,000

無線呼出の加入数	(注意) 各年度末の数値、ただし、1,995年度は1,995年12月末						
年度	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
無線呼出加入数	426,612	5,082,452	5,911,377	6,688,634	8,063,827	9,353,249	10,617,010
(指数)	100	1,191	1,386	1,568	1,890	2,192	2,489

(資料：NTT「インフォメーションNTT」)

4.2.2.2 通信料金の推移

図4-13に、企業向けサービス価格の推移を示す。全サービスの価格が平成2年からほぼ横ばいであるのに対し、通信料金は各項目とも低価格化が進んでいる。

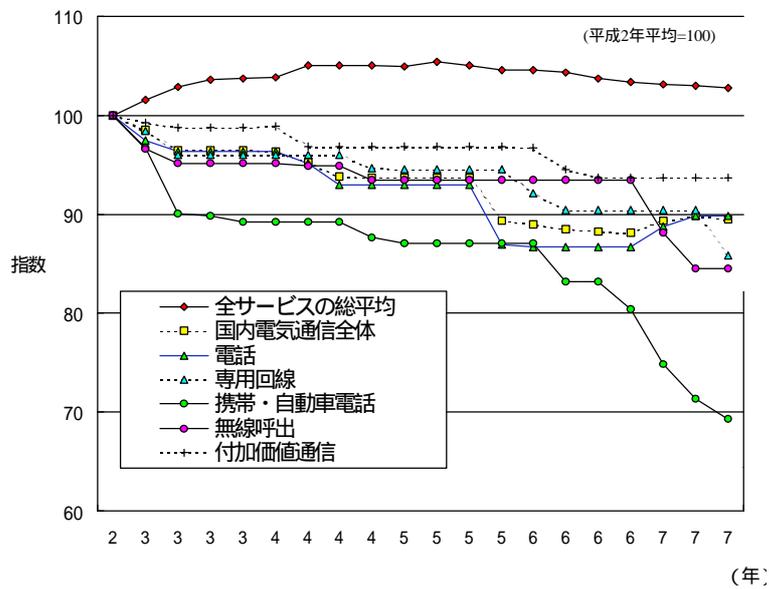


図 4-1.3 企業向けサービス価格の推移

「物価指数月報」（日本銀行）により作成

（注1） 図中、 、 、 、 は、各々1～3月、4～6月、7～9月、10～12月を示す。

（注2）付加価値通信とは、パケット交換、回線リセール、電子メール及びファクシミリ通信である。

4.2.2.3 パソコン通信ネット

図 4-1.4 に国内パソコン通信利用者数の推移を示す。1995年に利用者数が350万人を超えた。

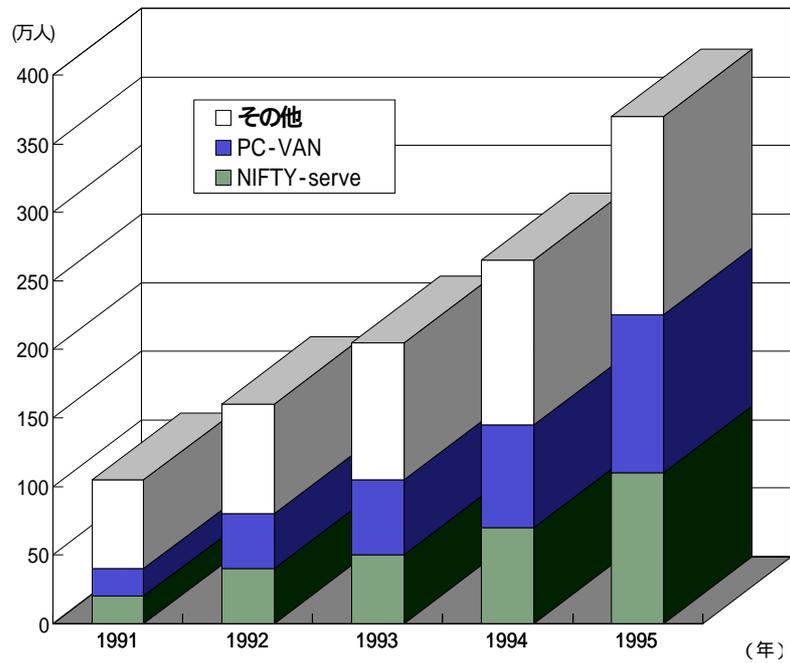


図 4-14 国内パソコン通信利用者数

(注) 各年 6 月末の数値

<資料> (財)ニューメディア開発協会

<出典> (財)日本情報処理開発協会編「情報化白書」1996

4.2.2.4 日米比較

国内における情報インフラは年々拡充されており、通信料金も低価格化が進んでいる。しかし、米国との比較で評価すると、各項目において未だに大きな格差が認められるのが現状である。表 1 に日米の情報インフラ比較を示す。

表 4-2 2 日米情報インフラ比較

比較項目	米国	日本	データ出典元及び備考
加入者一般電話料金 (1996年3月現在、円) 月額基本料金 市内(標準、3分) 最遠距離(標準、3分)	1,042 11 83	1,550 10 140	基本料金は、米国、日本とも国際価格構造研究所「公共料金のあり方に関する研究会」調べ(1ドル103.20円で換算)。市内、最遠距離とも(財)日本情報処理開発協会調べ。米国は基本料金と市内(ニューヨーク)がNYNEX、最遠距離がAT&Tの料金、日本は基本料金、最遠距離ともNTT。1ドル=102円で換算。
国際電話料金(1996年1月現在) 標準料金(昼間3分) 割引料金(昼間3分)	547 214	480 432	米国、日本とも(財)流通システム開発センター国際価格研究所「公共料金のあり方に関する研究会」調べ。1ドル=103.20円で換算。日本はKDD、米国はAT&TとMCIの平均で、いずれも東京-ニューヨーク間の料金。
デジタル専用料金(1996年3月現在、円) 64K、15km月額料金 64K、500km月額料金 1.5M、15km月額料金 1.5M、500km月額料金	38,926 332,043 47,243 439,241	45,400 375,000 179,500 1,710,000	日米とも(財)日本情報処理開発協会調べ、1ドル=102円で換算。月額料金は日米とも局接続料+基本料金+距離料金で、日本は足回り料金を含むが米国は含まない。米国は64KbpsがAT&Aの料金、1.5MbpsがMCIの料金、日本は64Kbps、1.5MbpsともNTTの料金。
インターネット利用料金 (1995年10月現在、円) 市内ダイヤルアップ接続 市外ダイヤルアップ接続 市内専用線接続(64Kbps) 市外専用線接続(64Kbps)	3,869 554,581 1,185,828 1,197,300	166,000 751,460 2,856,000 3,960,000	日米とも岡山県高度情報化研究会調べ。1ドル100円で換算。1日1回2時間を1年間利用した場合の料金(初期費用は除く)。ダイヤルアップ料金は日本が「晴れの国ネット」、専用線接続は米国がUUNET、日本がC&Cインターネットサービス mesh。通信料金は、米国がNYNET・NY(ダイヤルアップ)、AT&T(専用線)、日本がNTT。
携帯自動車電話料金 (1996年1月現在、円) 月額基本料金 3分間	1,857 152	6,800 200	米国、日本とも(財)流通システム開発センター国際価格研究所「公共料金のあり方に関する研究会」調べ。1ドル=103.20円で換算。デジタル方式で800MHzの場合。米国はNYNEX MOBILE(TALK ALONG)、日本はNTT Dokomo。

< 出典 > (財)日本情報処理開発協会編「情報化白書」1996

特に通信料金の格差が顕著である。図3に主要各国の電話料金比較、図4に主要各国のデジタル専用線月額料金比較、表2にインターネット年間料金の日米比較を示す。例えば市内ダイヤルアップ接続での通信料金では、約3.8倍の格差がある。

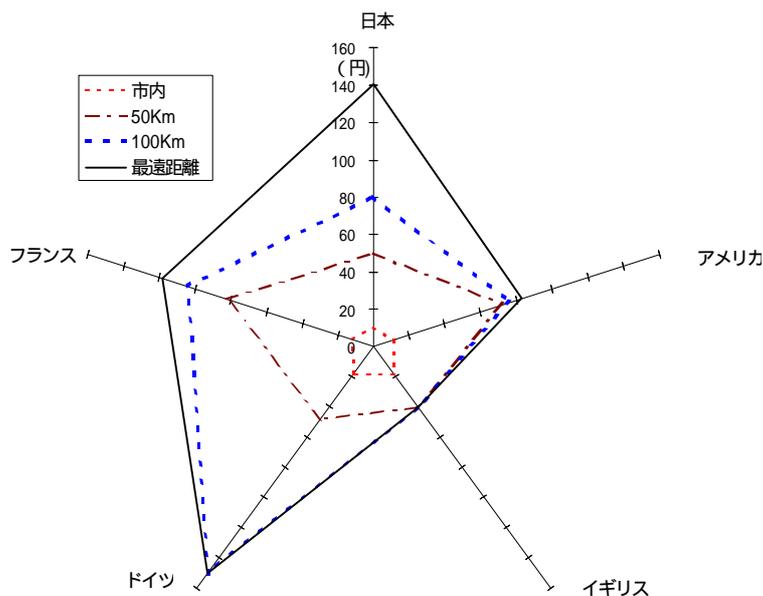


図 4-15 主要各国の電話料金比較

(注) 1996年3月現在

(注) 各国の電話料金は円に換算したもの。1ドル=102円、1ポンド=162円、1マルク=73円、1腐乱=21円で換算。

(注) 日本はNTT、アメリカはAT&T、イギリスはBT(British Telecom)、ドイツはDT(Deutsche Telecom)、フランスはFT(France Télécom)の料金でいずれも3分間の標準料金で比較。

< 出典 > (財) 日本情報処理開発協会編「情報化白書」1996

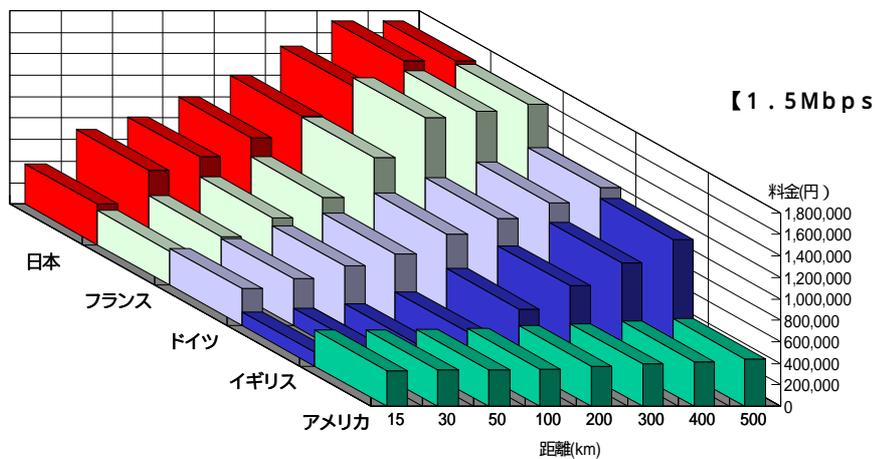
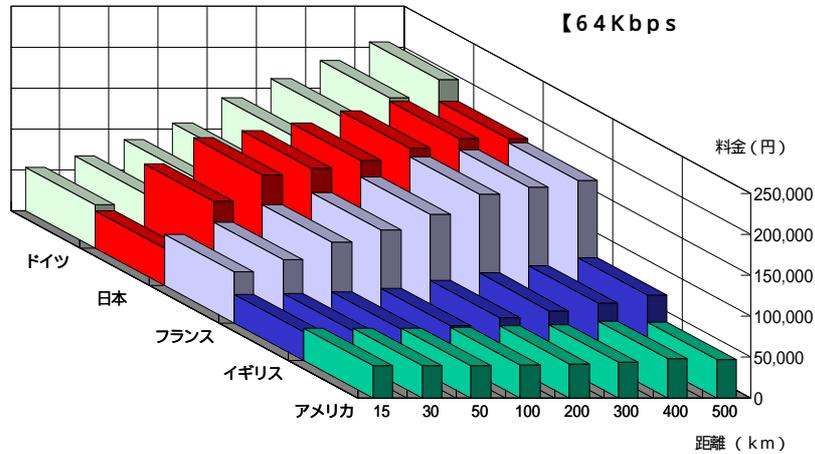


図 4-16 主要各国デジタル専用月額料金比較

(注) 日本はNTT, アメリカは 64Kbps が AT&T、1.5Mbps が MCI、イギリスは BT、ドイツは DT、フランスは FT の料金。アメリカはアクセス回線料金は含まない。月額料金は局接続料+基本料金+距離料金。1996年3月末時点。

(注) 1ドル=102円、1ポンド=162円、1マルク=73円、1フラン=21円で換算。

(出典) (財)日本情報処理開発協会編 「情報化白書」1996

表 4-23 インターネット年間料金の日米比較

		ダイヤルアップ接続			専用線接続		
		プロバイダー経費	通信料金	合計料金	プロバイダー経費	通信料金	合計費用
米 国	市内	0	3,869	3,869	834,000	351,828	1,185,828
	市外	0	554,581	554,581	834,000	363,300	1,197,300
日 本	市内	20,000	146,000	166,000	2,352,000	504,000	2,856,000
	市外	20,000	731,460	751,460	2,352,000	1,608,000	3,960,000

(注意)

1. 市内は岡山市内で利用した場合、市外は岡山 - 津山間(60km)で利用した場合。米国では、多くの地域にアクセスポイントがあるため、市外での利用はほとんど考えられない。
2. 1日1回2時間を1年間利用した場合の年間料金(プロバイダー経費は初期費用を除く)。
3. 米国ではニューヨーク州、カリフォルニア州など多くの州でボランティア団体等が無料でダイヤルアップサービスを提供している。また、1年間設定で無料接続している事業者(パシフィックベル)や、優良の場合でも年間60ドル程度で接続している事業者(ハイパーコン等)がある。
4. 日本のダイヤルアップ接続プロバイダーは「晴れの国ネット」。
5. 専用線接続プロバイダーは、米国がUUNET、日本がC&Cインターネットサービスmesh。
6. 米国の通信料金は、ダイヤルアップはナイネックス・NY社、専用線はAT&Tの料金。日本の通信料金はNTTの料金。
7. 専用線は64Kbps。
8. 1995年10月現在の料金。1ドル=100円で換算。

<資料> 岡山県高度情報化研究会調べ

<出典> (財)日本情報処理開発協会編「情報化白書」1996年

4.2.2.5 テレホンカードについて

- (1) 公衆電話施設数

NTT資料によれば、公衆電話施設の総数はほぼ80万台で、人口150人に1台に当たる。その総数は平成4年度以降増加していない。公衆電話のテレホンカード対応化は、平成7年度に100%に達している。カード公衆電話は、赤、青、黄色の電話に続く緑の公衆電話として登場以来、テレホンカードの飛躍的な伸びと並行して大幅な増設を続けてきた。以下にその普及の歩みを示すが、カード式公衆電話の導入開始（1982年12月）から公衆電話のカード化完了（1995年3月）までに6年4カ月を要している。

なお公衆電話とはNTT自営のものをさし、それ以外にピンク電話と呼ばれる電話が約140万台ある。ピンク電話は設置者がNTTではないため、カード式電話機への置き換えは設置者の判断に任されている。

表 4-24 公衆電話施設数

年度		1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
公衆電話施設数合計	個	828,977	832,010	830,199	826,277	820,131	800,772	799,306
(指数)		100	100	100	100	99	97	96
ボックス型カード電話	個	168,149	172,870	174,161	174,479	173,608	172,415	169,472
卓上型カード電話	個	361,882	468,509	520,646	568,892	601,753	628,330	629,834
カード公衆電話合計	個	530,031	641,379	694,807	743,371	775,361	800,745	799,306
カード公衆電話の割合	%	63.94	77.09	83.69	89.97	94.54	100.00	100.00
その他の公衆電話数	個	298,946	190,631	135,392	82,906	44,770	27	0

(資料： NTT「インフォメーションNTT」)

昭和57年12月	カード式公衆電話(併用機)の導入
昭和59年3月	国際通話兼用カード公衆電話(併用機)の導入
昭和59年9月	カード公衆電話(専用機)の導入
昭和61年5月	小形カード公衆電話(併用機)の導入
昭和61年8年	カード公衆電話10万台突破
昭和62年2月	小形カード公衆電話(専用機)の導入
昭和62年9月	カード公衆電話20万台突破
昭和63年10月	カード返却音の変更
平成元年11月	カード式ピンク電話(専用機)の販売開始
平成2年3月	デジタル公衆電話(併用機)の導入
平成3年10月	新型デジタル公衆電話の導入
平成7年3月	公衆電話のカード化完了

(資料： NTT「インフォメーションNTT」)

公衆電話のICカード対応に関しては、NTTの計画では1998年度末から、既存の公衆電話機を年4万台のペースで順次ICカード専用機に切り替える予定である。投資総額はIC電話機やカードの開発費用30億円を加えて、100億円にのぼる見込みである。

4.2.3 自動販売機の現状

日本自動販売機工業会の資料によると、平成8年末における自動販売機及び自動サービス機（コインロッカーなどサービスを提供する機器）の普及台数は544万台で、対前年比100.8%、約4万5千台の増加があった。最近の傾向としては、飲料自動販売機を中心にオフィスにインドア型のものを新設する台数が増加が見られることと、オンラインシステムによるネットワーク型自販機やプリントクラブ等の若年層をターゲットとするプリント機能付き自販機など新しい分野への浸透が進んでいる。

機種別の構成比では、飲料自販機が全体の47.4%ともっとも高く、次いで自動サービス機22.6%、その他自販機16.6%、タバコ自販機9.3%、食品自販機3.3%、券類自販機（切符など）0.8%の順である。

自動販売機による平成8年1月～12月における年間売上は6兆6125億円であり前年に比べて1.9%増加である。この年は国民一人当たり自販機を通じて年間約5万5千円の買物をした計算になる。商品別の構成では、飲料43.9%、券類24.4%、タバコ23.4%の順となり、この3分野で全体の91.7%を占める。

同工業会によれば、米国における1996年調査で自動販売機普及台数は約671万台、販売金額では295億ドル（約3兆円）であるという。

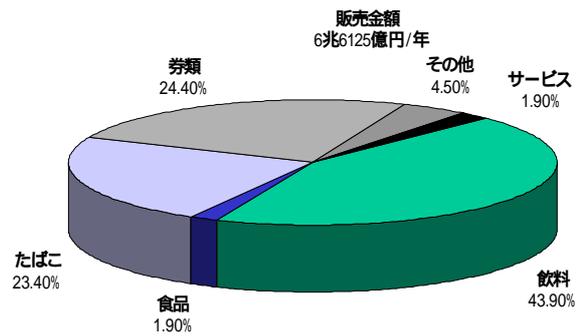
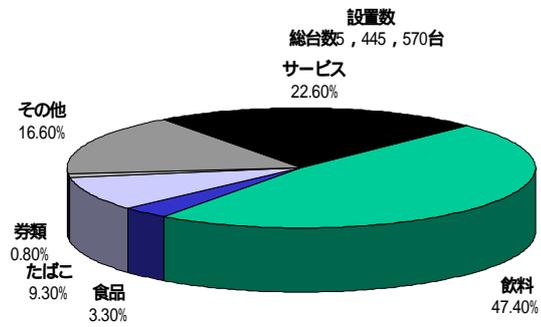
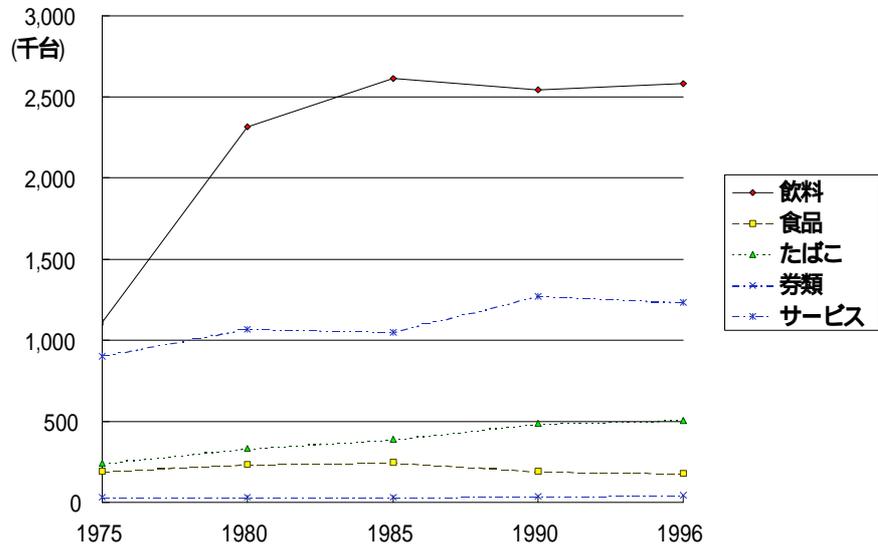


図 4-17 自動販売機の設置台数・販売金額の内訳(96年12月末)

(資料 日本自動販売機工業会)

普及台数の推移



年間販売金額の推移

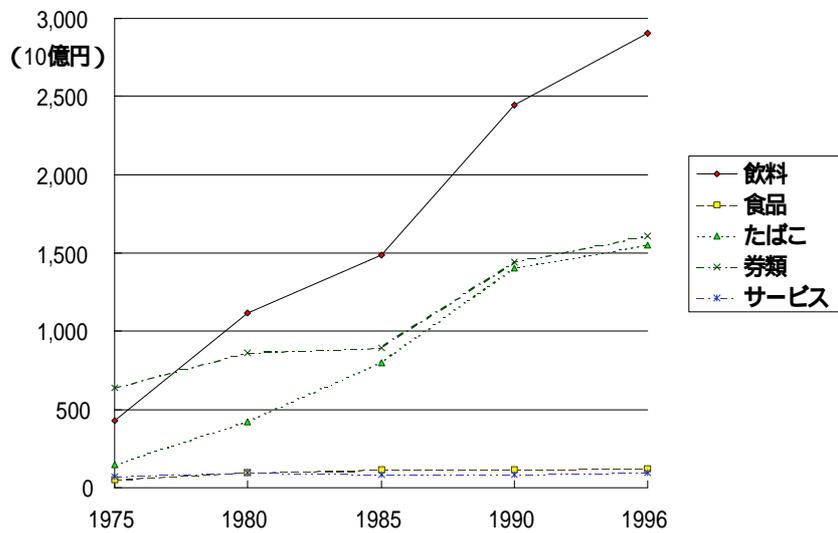


図 4-18 自動販売機の設置台数・販売金額の推移

(資料 日本自動販売機工業会)

5 おわりに

インフォメーションテクノロジーの発展とともにインターネットの利用環境も加速的に整いつつある。中でもインターネットを利用した電子商取引の発展は目覚ましく、来るべき高度情報社会の新しいインフラ産業としての可能性に注目し、多くの国々が今後経済活性化の牽引車として期待している。

我が国においても電子商取引の普及は経済のみならず社会全般の活力を生み出す原動力となり得ると期待し、官民一体となり基盤整備活動に入っている。E C O Mの活動もその一環であるが、E C O M参加メンバーのみならず社会的にもその成果が注目されている。実証実験プロジェクトも本年4月以降はすべて本格的な実用テスト活動に入り、実践活動を通じて種々の課題、問題点が浮き彫りにされてこよう。したがって97年度は、実証実験プロジェクトとE C O M各WGとの連携を強化し、それらの解決を図ることが最優先であると考え。本WG13としても本中間報告書で報告した課題について、その対応基準をしめしつつ、実証実験プロジェクトのみならずE C O M内他WGとの連携を強固に図りつつ、より完成度の高い成果物を作成したい。成果物は、ノンクレジットタイプとクレジットタイプの標準決済モデルと関連する標準約款であるが、刻々と変化する環境や社会ニーズに即応し、タイムラグが生じないようにステップに分けて作成する意向である。すなわち、2年以内に実用化できる短期スキームに関するものと、5年以内に実用化すべき中長期スキームに分けて標準決済モデル、標準約款、及び運用ガイドライン等を作成する予定である。

5年以内に実用化すべき決済スキームは、WG13の提言形式になるが、内容的には日本の市場環境、国民性、風土に適合し、しかもグローバリゼーション化対応も考慮し、国際的互換性や相互運用性も重視した理想型スキームモデルである。本モデルはノンクレジットタイプ、クレジットタイプの双方より提言する予定である。

短期スキーム、中長期スキームのいずれの決済スキームに関しても素案が出来次第、E C O Mメンバー、実証実験プロジェクト及び関係者に広く公開し、意見を頂き、それを反映させるよう努力していきたい。今後とも、よろしくご支援、ご協力の程をお願い申し上げます。

以上