

# 海外における E C 推進状況 調査報告書 '99

平成12年3月



電子商取引実証推進協議会

国際課

# 海外における E C 推進状況調査報告書 ' 9 9

## 目次

1	はじめに .....	1
2	地球規模での E コマース協議状況 .....	2
2.1	政府系機関での協議状況 .....	2
2.1.1	経済協力開発機構 ( O E C D ) .....	2
2.1.2	世界貿易機関 ( W T O ) .....	16
2.2	産業界での協議状況 .....	22
2.2.1	国際商業会議所 ( I C C ) .....	22
2.2.2	O E C D 経済産業諮問委員会 ( B I A C ) .....	29
2.2.3	世界情報基盤フォーラム ( G I I C ) .....	29
2.2.4	国際電気通信利用者グループ ( I N T U G ) .....	30
2.2.5	世界情報技術・サービス同盟 ( W I S T A ) .....	30
2.2.6	グローバル・ビジネス・ダイアローグ ( G B D e ) .....	30
2.2.7	日米経済協議会 .....	33
3	欧米以外での E C 推進機関の活動状況 .....	49
3.1	アジア / オセアニアの状況 .....	49
3.1.1	シンガポール .....	49
3.1.2	オーストラリア .....	51
3.1.3	ニュージーランド .....	54
3.2	南米の状況 .....	56
3.2.1	ブラジル .....	56
3.3	中近東の状況 .....	58
3.3.1	イスラエル .....	58
3.3.2	エジプト .....	65
4	欧米以外での E C 市場の状況 .....	71
4.1	アジア / オセアニアの状況 .....	71
4.1.1	シンガポール .....	72
4.1.2	オーストラリア .....	72
4.2	南米の状況 .....	77
4.2.1	南米市場 .....	77
4.2.2	ブラジル .....	78
4.3	中近東の状況 .....	82
4.3.1	エジプト .....	82

## 1 はじめに

米国に端を発したEコマース（電子商取引）は、インターネットというボーダーレスな媒体の性質も手伝い、また新たなビジネスチャンスを生み出すという可能性も認知され、日本や欧州など先進国に留まらず、その広がりは発展途上国にまで拡大している。

グローバルに展開されるEコマース市場において、世界を相手にビジネスを行っている日本企業はもとより、日本市場を中心にその活動を行っているドメスティック企業でさえ、世界がどのようにEコマースを推進しているかを認識してアクションをとらないと、これからの時代を生き残る事が難しくなっている。

このような状況のもと、世界的に認知されるまでになった当協議会（E C O M）では、海外からの訪問者数も年々増加を続け、E C O M国際課が直接アレンジしたミーティングの数も、平成11年度の1年間だけで30件は優に超えている。

また、E C O M発足当時は欧米を中心とした訪問者が多数を占めていたが、特にこの1年を振り返って見ると、東南アジア諸国や南米、中近東などからの訪問者が増え、その裾野の広がりをあらわしている。

E C O M国際課では、「海外からのE C O M訪問者」や「海外への調査訪問」などを通して、これら海外のEコマースを取り扱う企業・団体等との意見交換を行い、その中からホットで有益な情報を得るチャンスに恵まれた。

それら意見交換などで得られた情報をもとに、平成11年度の成果物として、（1）欧州の状況、（2）米国の状況、（3）地球規模での議論と欧米以外の動き、の以下3つの報告書をまとめあげることができた。

- (1) 電子商取引に関するE C O M欧州視察団報告書
- (2) 電子商取引に関するE C O M米国視察団報告書 '99
- (3) 海外におけるE C 推進状況調査報告書 '99

特に本報告書（3）では、O E C DやW T O、G B D eなど地球規模で活発に繰広げられている議論をはじめ、欧米以外の政府系機関やビジネスなどの動きを把握し、現在どのような課題がどのような方向に向かって解決しようとしているのかをいろいろな角度から調査し、報告する。

最後に本報告書が、これら日本企業がEコマース市場への参入をスムーズに行うための一助となれば幸いである。

## 2 地球規模でのEコマース協議状況

### 2.1 政府系機関での協議状況

#### 2.1.1 経済協力開発機構(OECD)

経済協力開発機構(OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development)は、本部をフランスのパリに置いている。

Eコマース政策と分析でも主導的立場を取ってきており、97年トルク会議では「国際的Eコマースの障壁の撤廃」と題し、検討課題として、インフラへのアクセスと活用、ユーザ及び消費者の信頼の確保、規制上の不明確性の最小化、ロジスティクスの問題の軽減を掲げ議論を行った。

翌年98年のオタワ会議では「ボーダーレス社会: 国際的Eコマース実現の可能性」と題し議論を行い、グローバル・ネットワークにおけるプライバシー保護、Eコマースにおける消費者保護、Eコマースにおける認証で、公式閣僚声明を発表した。

その閣僚声明を受け、1年後の1999年10月12日~13日にはパリで再び閣僚級会議が行われ、前年のオタワ会議で発表された「OECDによる電子商取引のアクションプラン」の1年経過後の現状報告がされた。

#### 2.1.1.1 「OECDによる電子商取引のアクションプラン」の現状

##### (1) 今までの背景

オタワで開催された電子商取引に関するOECD閣僚会議では、近い将来の経済、社会における電子商取引の多大な影響が認識された。電子商取引には元から国境がなく、その発展は大部分が国境を持たないソリューションにかかっている。会議に出席した閣僚たちは、OECDが明らかな利点のある一定分野に多大に貢献しており、各国の政府、国際組織、民間部門、「市民団体」の代表者が話し合いを行う会議として重要な役割を果たしていると述べた。

電子商取引は、経済成長、雇用、世界貿易の拡大、社会の改善の面で、OECDの中心的な要素である。オタワ会議では、電子商取引に対するOECDの将来的な取り組みの優先度が確認された。

以下の3つの主要分野において、OECDの将来的な取り組みのガイドラインとなる原則と目標を定めた閣僚宣言が採択された。

- 電子商取引上の消費者保護に関する宣言 - 電子商取引に参加する消費者に明確で効率的な保護を提供することを確認する必要がある。
- グローバル・ネットワークにおけるプライバシー保護に関する宣言 - プライバシー保護の重要性を再確認し、1980年のOECDガイドラインに盛り込まれた原則があらゆる媒体でのプライバシー保護の国際基準であり、国家が民間部門の協力を得て協力し、オープンなグローバル・ネットワーク環境を実現しなければならないことを認識する。
- 電子商取引の認証に関する宣言 - 他国の認証方式を区別せず、電子商取引を妨げる現行の法律や政策の技術的あるいは媒体に固有の要件を適宜修正するという閣僚決定を盛り込んだ。

さらに課税の分野にも成果が得られた。

- 閣僚は電子商取引の課税フレームワーク条件に関するレポートを受け入れ、それに含まれる作業に取り組む方法についての提案を承認した。この文書の主な部分では、電子商取引の課税に従事する税当局に対する手引きである。このレポートでは、現時点では既存の課税原則が有効であり、ビット税などの新しい形態の課税は電子商取引では区別して、採用しないと述べられている。
- この趣意書設定のフレームワークに加え、いくつかの共通見解が得られた。消費税は消費が行われる国で徴収され、これらの税金ではデジタル製品の供給は商品の供給と見なさないと合意された。OECDモデル条約では、ソフトウェアの支払いの特徴について新しい言い回しを使用した。これは、デジタル製品の支払いに対する課税を決める重要な第一歩であった。

さらに、閣僚は、以下のテーマに沿った将来的な取り組みの行動と勧告を示した「電子商取引に関するOECDアクションプラン (SG/EC(98)FINAL)」を承認した。

- 使用者と消費者の信頼を得る
- デジタル市場の基本原則を定める
- 電子商取引の情報インフラを拡張する
- 電子商取引のメリットを最大限に生かす

このアクションプランではOECDの優先度が強調されており、プライバシー、認証、消費者保護、課税、インフラへのアクセス、社会経済的な影響に特に重点が置かれた。その他の領域の取り組みにも触れている。

OECDの取り組みをできるだけ世界中に広めなければならないと認識された。OECDは他の国際組織、労働および消費者団体、社会団体、民間部門における取り組みと協調し、相互補完的に電子商取引に取り組むべきである。

電子商取引に関して、以下の7つのOECDアクションプランが採択された。

- 1999年以内に電子商取引における消費者保護のガイドラインを策定する。
- 1980年のOECDプライバシーガイドラインのグローバル・ネットワークでの実現に向けて取り組む。
- この分野の政策が適切に策定されるように、認証と証明の技術モデルを分析する。
- 電子商取引の定義と評価を開始する。
- 電子商取引の経済的、社会的な影響、および政府、特に教育の応用例を検証するOECDの分析作業を拡張する。
- 技術の集束などの情報および通信ネットワークを変化させ、インフラへのアクセスを拡大させる可能性のある政策や、オープンな市場の要件を検証し続ける。
- 企業と技術顧問グループを設置し、課税の問題を解決する。オタワで提案された領域には、特許権使用料の取り扱い、常設組織、消費税、電子商取引の技術を使用して税の支払いの障害を軽減する方法などがある。

勢いを保ち、オタワから始まった協力体制を維持するため、OECD事務総長は1

年以内に会合を開き、OECDや他の国際組織、民間部門（企業とNGO）による進捗状況を評価することを誓約した。

この現状報告は、オタワ閣僚会議の1年後に、OECDアクションプランで説明されているさまざまな活動について更新される。アクションプラン自体と同じように、この報告もオタワの「青写真」の4つのテーマを用いて活動を分類している。この4つのテーマは、おおまかに言ってフォーラムの会議2～5に対応している。

## (2) OECDアクションプランの現状報告

### 利用者と消費者の信用

信用はあらゆる商業取引にとって重要である。電子環境での新しい種類の商業活動の発展は、消費者と企業がネットワークサービスの使用が安全であり、信頼でき、照会可能であると確信できるかどうかにかかっている。同様に、消費者は個人データの収集と使用を規制し、適切な補償手順を確実に利用できることを望んでいる。企業は世界規模の取引に備え、使用可能なフレームワークを必要としている。妥当な信頼を得るには、信頼できる技術、適切な課税ルール、自己規制、公共教育が組み合わせられなければならない。さらに、補償の手順と法律の強制の役割を明確にして、新しい媒体の誤用や悪用に対して適切に、効率的に対処しなければならない。

#### A. 消費者の保護

OECDは、今後も主導権を発揮し、消費者関連の問題を議論する国際フォーラムを開催していく。1999年の取り組みでは、世界的な市場の発展を促しながら電子商取引での消費者の信頼を得ることで、進化するネットワーク環境によってもたらされる課題を満たすのを支援することに重点を置いてきた。

オタワ閣僚会議では、参加者はオンラインにおける詐欺的で、誤解を招くような不正な商業行為に関する消費者の懸念に対処する必要があることを認識した。電子商取引上の消費者保護に関する閣僚宣言（The Ministerial Declaration on Consumer Protection in the Context of Electric Commerce）が会議で採択されたことで、OECDによる電子商取引の消費者保護の有効なガイドラインの草案作業が早められ、いかなる商業媒体であっても消費者が明確で効率的な保護を受けられるようになった。

この目標を達成するため、消費者政策委員会は国家レベルとOECD内部の両方で企業や消費者の代表者と密接に連携している。1999年9月に行われた最近の会合で、委員会はガイドラインの完成に向けて重要な進歩を遂げた。代表者は書面の手続きによって残りの問題を解決し、1999年11月半ばまでにOECD審議会に勧告を提出する見込みである（1999年12月9日にOECD理事會勧告として関係部門に配布された。添付の「電子商取引に関する消費者保護ガイドライン」参照）。

このガイドラインは政府、企業、消費者、および電子商取引における効果的な消費者保護の中心的な指標を定める代表者に対する勧告である。これらのガイドラインは、構成的取引と市場慣行、オンライン取引と情報開示、消費者のクレームと紛争の取り扱いといった問題を解決する。ガイドラインは、取引の障害を生

み出すことなく、政府、企業、消費者の代表者が協調してオンラインでの消費者保護メカニズムを策定、実現するのを促すためのものである。

ガイドラインの目標に近づくために、委員会はオンライン環境に適用されるOECD加盟国における消費者保護の法律、政策、および実施の一覧（Inventory of consumer protection laws, policies, and practices in OECD Member countries）を更新することを決定した。この一覧には、特定の要件に関する記述を含む、既存の公共部門の消費者法と規制の概要が列記される。

## B. プライバシーと個人データの保護

OECDはプライバシーと個人データの保護の分野で活発に活動し、「プライバシー保護と個人データの国際流通（Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data）」（1980）と「データの国際流通に関する宣言（Declaration on Transborder Data Flows）」（1985）を作成して経験と歴史を築き上げてきた。1999年の活動は、グローバル・ネットワークで1980年のガイドラインを実現することに力を注ぐ。

OECD閣僚によるグローバル・ネットワークでのプライバシー保護に関する宣言（Declaration on Protection of Privacy on Global Networks, OECD Ministers）では、効果的なプライバシー保護への取り組みが再確認された。閣僚は法律と自主規制に基づく異なる方法の橋渡しをすることを宣言し、必要な段階を踏んでOECDのプライバシーガイドラインをグローバル・ネットワークで効果的に実現していくことを確認した。さらに、閣僚は産業および企業と協力して、国の経験と事例に基づき、目標の推進に向けてOECDが実際的な指導を行うことで合意した。

これらの目標を達成するため、情報セキュリティおよびプライバシーに関するワーキング・グループ：WPISP（ICCPのWorking Party on Information Security and Privacy）は、産業、プライバシー専門家、消費者団体と共同作業している。

1999年3月、グローバル・ネットワークにおけるOECDプライバシーガイドラインの実現と施行に寄与する手段と機構の一覧（OECD Inventory of Instruments and Mechanisms contributing to the implementation and enforcement of the OECD Privacy Guidelines on Global Networks）が公表された。この一覧には、グローバル・ネットワークに関するOECDプライバシーガイドラインの実現と施行に寄与する国際、地域、国家レベルの既存の法的、自己規制の手段の総合的な概観が記載されている。ネットワーク環境でプライバシー原則を実行して施行するために使用されているか、または開発中のさまざまな実施、技法、技術も考慮されている。

ワーキング・グループはOECDプライバシーガイドラインの実現に向けた実際的な手法を採用し、グローバル・ネットワークでのプライバシー方針声明文の使用を検討した。ワーキング・グループは、OECDプライバシーガイドラインを利用したWWWベースのプライバシー方針声明文の生成プログラムを開発する

ことを決めた。このプロジェクトは、以下の点を目的とする。

- プライバシー方針声明をWWWサイトに表示することを推進する。
- WWWサイト所有者を啓蒙する。
- 訪問者のWWWサイトの慣例についての意識を高める。

生成プログラムは、グローバル・ネットワークでOECDプライバシーガイドラインを満たす方法を案内するが、WWWサイトがガイドラインに準拠していると「分類する」わけではない。生成プログラムの使用は、各国のプライバシー要件、あるいは方針声明文の内容と目的などの重要な案件に焦点を合わせている。WWWサイト用のプライバシー方針声明文の草案を自動的に作成する。

1999年8月、第2版のプライバシー方針声明文生成プログラムが2ヶ月間の公開テストのためにOECDのWWWサイトに公表された。この期間の後、受け取ったコメントを検討して修正版が準備され、1999年12月にワーキング・グループによって検査される。

ワーキング・グループは、グローバル・ネットワークに関連するプライバシー保護のため、国外へのデータフロー契約の使用についての報告をまとめる。

契約では、グローバル・ネットワークにおけるプライバシー保護のために1つのメカニズムが提供される。これは、プライバシー保護に異なる手段を採用する国の間の個人データの国際流通(TBDF: transborder flows of personal data)に特に当てはまる。

1999年3月、ワーキング・グループはオンライン環境でのTBDFの契約方法の使用の重要性を認識した。ワーキング・グループは、1999年12月に議論するOECDプライバシーガイドラインに焦点をあてた報告を準備するが、問題の多様性と複雑さを反映して、他のフォーラムで実行される作業を考慮することを決定した。

報告では、以下の問題が検証される。企業間の契約と消費者と企業間の契約(一般的な法律問題、既存のモデル、考えられる代替モデルなど)、紛争の解決機構と強制(調停、仲裁、訴訟、強制、補償など)。

閣僚宣言の目標を満たすため、ワーキング・グループは2000年以内に、プライバシー原則と方針への非準拠に対処したり、賠償させたりする強制手段や紛争解決手段、プライバシーを強化する技術の2点についても検証する。

#### C. 安全なインフラと技術、認証と証明

OECDは、今後も方針や規制の問題を積極的に検証し、安全な情報と通信インフラや技術の開発に関して、公共部門および民間部門と情報交換を進めていかなければならない。最近では、電子認証と証明に力を注いでいる。

オタワで採択された電子商取引の認証に関する閣僚宣言(Ministerial Declaration on Authentication for Electric Commerce)では、電子商取引の認証の重要性が認識され、この分野でのOECDのいくつかの計画要素が盛り込まれた。

この分野のOECDアクションプランで、ICCPの情報セキュリティおよびプライバシーに関するワーキング・グループ(WPISP:Working Party on Information Security and Privacy)は、グローバル・ネットワーク社会における認証と証明の取り組みの一覧(Inventory of Approaches to Authentication and Certification in a Global Networked Society)を作成した。このレポートは、グローバル・ネットワークでの認証と証明に関連する各国および国際レベルの公共および民間部門の法律、方針、イニシアチブの特定の時点における業績評価である。

ワーキング・グループは、1999年6月にカリフォルニア州スタンフォードで電子認証に関するOECDと民間部門の共同ワークショップを開き、認証のための新しい技術、モデル、問題について話し合った。

ワークショップに引き続いて、ワーキング・グループは、策定されたイニシアチブと加盟国の成果を含む、認証に関するオタワ閣僚宣言の進捗状況の報告を2000年に準備することを決定した。この報告では、法的認識、当事者の自主性、技術の中立性、世界的な認証機構、利用者の信用を推進し、認証技術の違いによる法的な区別をなくすため、各国の政策や法律がどのように実施されているかを検証する。

#### デジタル市場向けの基本原則の策定

企業間、企業と消費者、企業と政府の取引の方法に適用される既存の法的、商業的なフレームワークは、デジタル時代以前に設計された。消費者と企業がこの新しい構造に乗り出すにあたって、実世界のルールにできるだけ近づけ、新しいルールと規制を導入したり既存のルールを変更したりして、これらを明確で予測可能にすることを政府に求めている。

#### A. 課税

電子商取引に関するOECDアクションプランでは、OECDが国際的な課税基準において長期の経験を持ち、課税の分野で主導権を握る国際組織であることを認めている。アクションプランには、OECDが1997年に電子商取引に適用可能な課税フレームワーク条件(Taxation Framework Conditions)を策定する国際的な権限を与えられ、1998年10月にオタワで開催された電子商取引に関する閣僚会議に予定どおり提出されたと言及されている。

課税フレームワーク条件には、電子商取引に適用される課税原則の中立性、効率、確実性、単一性、実効性、公正さ、柔軟性などが説明され、納税者サービス、税当局、消費税、および国際的な課税基準について合意された条件が列記され、作業を進める方法の提案が含まれている。

将来的な取り組みは以下のとおりである。国際的および地域的な組織、非OECD経済圏、および民間部門と密接に連携する。プロトコルと規格に関しては関連する開発動向に従い、適宜インプットを行って妥当な課税システムの管理を続ける。関連する国際的な課税基準を必要に応じて検証し、既存の条件や管理方法の採用に関する指導を行って電子商取引の将来的な発展に対応する。

OECDはオタワ閣僚会議以来、順調な進歩を遂げている。課税フレームワーク条件は、1998年11月のOECDとAPECの共同会合でAPEC経済圏に採用され、1999年5月にAPEC大蔵大臣によって承認された。1999年に、OECDはCIAT: Centre for Inter-American Tax Administrators や、OECDに未加盟の30カ国と会合を持つ。OECDは欧州連合、CATA: Commonwealth Association of Tax Administrators、世界税関機構(WCO: World Customs Organisation)、企業団体、および非企業の納税者の見解を代表するグループと密接な連絡をとり続けている。OECDは税や電子商取引に関するフォーラムを開く以外に、企業を招いてOECDや国際的な専門家による発表も行っている。顧客サービスの面で、OECDはインターネット技術によって税当局に新しい可能性が開かれたと考えている。

ただし、OECDの税と電子商取引への取り組みを推進する原動力となっているのは技術顧問グループ(TAG: technical advisory group)である。国際的な課税基準、消費税、および税当局の分野の課題における解決方法を探るため、収益の特性、事業収益、消費税、技術、専門データ評価に関する5つのTAGが1999年1月に設立された。これらのグループは、OECD加盟国および非加盟国、および民間部門の専門家で設立された。各グループには公共部門と民間部門の共同司会者がいて、すべての参加者は均一の資格を持つ。

TAGは、2001年1月までに実行する詳細なワークプランを策定した。これらのワークプランには以下の課題が含まれる。事業収益の課税に関する現在の課税ルールの適用を監視すること。代替の目標に向けた提案を検証すること。他の無形の製品の課税を検討する際に、OECDモデル課税条約(OECD Model Tax Convention)の第12条「ソフトウェア」の改訂に関する公共の意見から得られた考察を利用すること。技術規格の設定団体にインプットを行うこと。デジタル認証技術と身分証明、居住地、司法権に関する利用について報告すること。電子銀行および支払いシステムの責任問題を検証すること。消費税徴収の「情報センター」モデルの技術的な可能性を検討し、電子データ、書籍、記録にアクセスするための国際基準を検討してインプットを行うこと。

消費税に対応するTAGは、無形の製品やサービスの国際供給(オンラインとオフラインの供給を含む)の消費地をどのように決定するかを検討している。このグループは、企業から民間の消費者(個人)に供給された国際的なサービスや無形の製品の消費地を購入者の消費地とすることを検討している。管理を容易にするため、信頼できる第三者、デジタル認証(適切な場合)、あるいはその他の手段を用いて、請求先住所やその他の購入者の居住地などの要因によって最初に証明購入者の居住地の決定を行う。税当局はその他の要因や環境も考慮して居住地を判断する。

この作業とその他の作業は、TAGの2年間の存続期間の間に計画されている。この2年間の枠は、参加者に終身在職権を与え、集中して慎重に審議するために必要な時間を与えるためにある。TAGの作業プランに含まれる詳細のほとんどは、1998年に公表された税に関する議案書に含まれる考えと一致している。

この文書は時を経て、進行中のT A Gの審議で使用される。一般市民は電子フォーラムでこの審議を読むことができ、世界的に適用される解決方法を策定する際に公に参加できるようになる。一部の課題の暫定的な解決方法は2000年内に策定されるが、これらの解決方法はプライバシー、消費者保護、あるいは知的所有権などの分野の国際的な取り組みによって調整され、身分証明や司法権などの問題も他の観点から検証される。

#### B. その他のOECDの取り組み -貿易政策と市場アクセス-

OECDは従来から、WTO/GATTの活動領域の議論に備えて将来の貿易政策の問題を議論するフォーラムであり、電子商取引の貿易政策と市場アクセスに関するいくつかの白書を作成してきた。その役割はWTOと相互補完的であり、経験に基づく分析能力は広く知られている。

1998年に出された文献「電子商取引を測定する：ソフトウェアの国際取引 (Measuring Electronic Commerce: International Trade in Software)」では、ソフトウェアに関する利用可能な情報源と統計を利用して、国際間の取引が「デジタル化する」範囲を評価することで、インターネットが取引に関する評価と考察にいかに関与するかを示した。電子市場における国際取引に関連する政策上の問題も提起している。OECD文書「電子商取引 - オンライン製品のカスタム化 (Electronic Commerce - Online Product Customisation)」(1998)では、インターネットを利用して、自動車や衣服からソフトウェアや音楽に至る広範囲な製品のカスタム版を生産することについて議論している。「国際商取引の司法権の問題と規制司法権のアプローチ (Jurisdictional Issues in International Commercial Transactions and Approaches to Regulatory Jurisdiction)」(1998)では、電子商取引から生じる司法権の問題を分析する前置きとして、国際的な製品やサービスの販売に付随する司法権の問題に対する既存の法的アプローチについて説明している。サービスのオンライン供給に対する現在のWTOの取り組みを分析した白書や、電子商取引を促進するために政府によって行われる自由化と簡便化の措置の調査結果を報告する白書が貿易委員会のワーキング・グループによる考察のために準備された。

#### 電子商取引のための情報インフラの拡張

オタワでは、閣僚たちは電子商取引の成長が情報インフラの普遍的で身近なアクセスに左右されることを協調した。通信市場の効率的な競争が重要であり、それが適切な通信政策と規制のフレームワークによって左右されることも認識された。

#### A. 情報インフラへのアクセスと利用

情報インフラを拡張するための問題を検証するという閣僚指令に対応して、ICC P委員会の通信および情報サービス政策に関するワーキング・グループはオタワ閣僚会議のために準備された「電子商取引に先立つ通信および情報インフラの役割 (The role of telecommunications and information infrastructures in advancing electric commerce)」のバックグラウンド・ペーパーの後を受け、2

つのレポートが準備された。

最初のレポートである「市場の開放と通信での取引の検証（A Review of Market Openness and Trade in Telecommunication）」は、WTO合意による1998年の自由化と欧州連合の自由化に引き続いて、通信市場の政策と規制の評価を始めることを目的としていた。このレポートは、市場の自由化と解放を推進するために必要な問題に焦点をあてている。最近の通信市場の開放についての十分な評価はできていないものの、さらなる検討と行動が必要とされる分野もある。市場の発展によって、通信の市場自由化と市場開放を拡大するために解決しなければならない問題が生まれた。これらの問題は、WTOサービス協議に絡めてさらに検討を進める必要がある。これらの問題は規制原則の解釈と適用、それらが市場アクセスにどのように影響するか、あるいは自由化を進めて技術およびサービスの集束にどのように対処するかに集中している。この白書では、市場開放と市場アクセスを抑制しかねない問題について論じている。インフラ運営者やサービス提供者に関連する既存の規制を廃止するか、または軽減し、免許などの規制を合理化することが主な要件である。市場開放で重要なのは、その多くがWTOの参照用白書に記載されている国別の詳細な規制の実施を均一化するかどうか、本質的な保護の相違が不公平な市場参入機会につながるかどうかという点である。さらには、参照用白書の内容を深めて既存の保護を補足するか、あるいは他の問題に拡大するかという問題もある。効率的な競争を刺激して、インフラやサービスへのアクセスを強化するには相互接続、通信権、通信料金、集中などの分野で重要な作業をこなさなければならない。いくつかの国は、組織構造と手段を発展させたり再編したりして、独占的な市場構造から競争的な市場に移行しなければならない。さらに、競争が増すにつれ、全体的な市場の勢いを効率的にするため、各国が規制の合理化を図る必要も生じる。

ふたつめのレポートである「電子商取引向けのインフラ容量の展開：リース回線の敷設と価格（Building Infrastructure Capacity for Electric Commerce: Leased Line Developments and Pricing）」は、企業間の電子商取引向けの通信インフラの容量の条件と価格の動向に焦点をあてている。レポートの重点は、企業間の電子商取引を構成するリース回線の容量に置かれている。オタワ閣僚会議のバックグラウンド・レポートでは、余った容量を妥当な料金で活用する通信規制環境を持つ国は、そのような発展を制約する国よりもずっと早く電子経済を開始できると強調されている。さらに、オタワのバックグラウンド・レポートでは、企業が高品質なサービスの接続を必要なだけ、競争相手と同等の料金で得られなければならない、その企業は競争に勝てないとも言われている。

この白書の分析では、特に長距離の国際インフラにおいてこのような競争が生まれ始め、この先数年で激化するだろうと結論づけている。根拠を見ると、市場で通信容量を売買する利用者にとっての新しい方法が生まれるだけでなく、現在の市場動向に基づく需要を満たすために容量が急速に増すことも分かる。とはいえ、改善の余地はいまだに残っており、さらに競争して短距離のリース回線容量の料金が下がることが望まれる。

2000年、TISPワーキング・グループは以下について産業と共同で作業を進める。

- ネットワークの集束などの情報およびネットワーク技術を変化させ、市場の需要を変化させる公共政策を検証する。
- 広帯域のインフラへのアクセス料金の動向を検査する。
- インターネットの発展と管理の問題を監視する。
- インターネットの指標、ドメイン名システムとインターネット トラフィック交換網の指標を策定して、インターネットの自己管理とアクセス問題を支援する。
- オープンな国際通信市場に向けた政策要件を検証する。

B. その他のOECDの取り組み -インターネット管理、ドメイン名システム-

OECDは、これまでにドメイン名システムの経済的な規制の意義を分析した。「インターネット ドメイン名：割り当て方針 (Internet Domain Names: Allocation Policies)」では、トップレベル ドメインと包括的なトップレベル ドメイン管理によって生じる問題を扱い、競争の導入、高度な解放性と公共の責任、および民間部門の広範囲な参加を推奨した。「インターネット トラフィック交換網：展開と政策 (Internet Traffic Exchange: Developments and Policy)」は、すべての企業が平等な機会を持つ枠組みに基づき、オープンな競争環境で実現するトラフィック交換網の基本設定について説明している。さらに、ワーキング・グループは、インターネットのインフラ指標についてのレポートも準備した。

ICCP委員会は、インターネットの指標、さらにドメイン名とインターネット トラフィック交換網の分野で新しい指標を策定して、インターネットの自己管理とアクセス問題を支援していく。

C. その他のOECDの取り組み -2000年問題-

マニュアル「2000年問題、リスクと解決方法 - 中小企業向けマニュアル (The Year 2000 Problem, Risks and Solutions - A Manual for SMEs)」は、フランス財務省の後援を受けて産業委員会の中小企業に関するワーキング・グループによって準備された。このマニュアルには、中小企業に関連する問題に対処するための多くの国際的な情報源がまとめられている。政策立案者や中小企業と取引を行う中間業者と同様に、これらの企業が2000年問題を理解、分析、対処するのを支援する。このレポートはOECDのWWWサイトから無料で入手でき、中小企業連絡ネットワークを通じて広く配布されている。ワーキング・グループは、この問題の最新情報をWWWサイトで更新し続けている。

電子商取引のメリットを最大限に生かす

企業、消費者、および公共機関によって広範囲に利用されなければ、電子商取引の経済的可能性は見出されない。情報インフラと電子商取引は、人々を他人や世界と結びつけ、社会的つながりを促進する可能性がある。経済および社会のあらゆる場面で電子商取引の影響力が認識され始めるに従って、環境を確実に整備するため

には、先進国および発展途上国の企業や人々の要望をしっかりと理解する必要がある。

#### A. 経済的および社会的影響

OECDは、世界的な電子商取引の経済的および社会的影響に関する政策の意義を分析することを議題に盛り込んでいる。これまでのOECDの成果には、「電子商取引：政府にとっての好機と難題（Electronic Commerce: Opportunities and Challenges for Governments、1997年<サッチャー レポート>）」、および、オタワ閣僚会議で提出された「電子商取引の経済的および社会的影響：予備調査結果と調査計画（The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda）」というレポートがある。このレポートでは、OECDが以下の取り組みを継続することが推奨されている。

- 電子商取引の構造と取引量を判断する能力を向上させる
- 企業内および企業間における電子商取引の影響についての理解を深める
- 電子商取引によって雇用および技能条件の水準がどのように変化するかを見極める

最初の推奨事項の観点から、電子商取引の定義および基準（Defining and Measuring E-commerce）についてのOECDワークショップが1999年初めに開かれた。これは、企業部門、研究者、政策決定者および統計機関が一堂に会して、現行の電子商取引のデータと定義についての理解を深め、指標に対する要望を確認し、電子商取引を評価するための共通の方法論に向けて取り組む初めての試みであった。このワークショップに引き続いて、ICCP委員会の情報社会における指針に関するワーキング・グループ（WPIIS: Working Party on Indicators for the Information Society）が、「電子商取引の定義および基準（Defining and Measuring E-commerce）」についての専門グループを創設した。この専門グループは、「政策に関連があり、かつ統計的に実現可能な電子商取引の定義をまとめる」予定である。電子商取引の定義と基準を決定する際に、専門グループは「電子商取引分野の指針とデータに対する政策上の要望を十分に認識していなければならない」。この多面的な仕事の当初の課題は、多国間の統計的な測定のために一連の電子商取引の定義を決定すること、政策上の要望を一連の電子商取引の測定基準に置き換えること、データ収集とその測定基準の開発のための現行の統計機器を利用し、応用するための具体的な提案を出すことである。

「電子商取引の定義および基準 - 状況報告書（Defining and Measuring E-commerce - A Status Report）」は、この進行中の活動と将来的な措置の概略を説明している。

さらに、電子商取引の指針に関連した活動は「2000年の情報技術の展望（Information Technology Outlook 2000）」（2000年2月に刊行予定）に収録される。OECD参加国が電子商取引を受け入れる「準備」ができていようかどうかは、ICTの普及と技能に基づいて判断される。

定義と基準に関する活動はWPIISが引き続いて行う。電子商取引の定義と基準

に関するレポートの草案は専門グループによって作成され、2000年4月に行われる次の会合でWP I I Sに提出される予定である。この活動は、電子コンテンツ分野の定義に関するWP I I Sの他の活動を補完し、情報通信技術（ICT：Information and Communications Technology）分野を構成する必需品を定義したり、その分野の公式発表データを収集したりする活動を補完するものである。

企業間電子商取引：その実態、経済的影響、および政治的影響（B to B Electronic Commerce: Status, Economic Impact and Policy Implications）というレポートが2000年初めに完成する。主な調査結果の要約が、電子商取引についてのOECDフォーラムに備えて作成された。1999年6月に、企業間（B to B）の電子商取引に関するワークショップが、ICCP委員会の情報経済に関するワーキング・グループ（WP I E：Working Party on the Information Economy）の後援を受けてノルウェーのオスロで開催された。オスロのワークショップでは、政府関係者、民間部門のコンサルタント、および教育関係者などの広範囲にわたる参加者が集まり、企業対企業の電子商取引の発展と影響について議論された。

電子商取引のあらゆる局面における発展に対して、政策上および分析上の関心が根強くあるため、WP I Eは2000年に、企業対企業の電子商取引に関する事例研究、調査、および分析のために共通の方法論を開発し、利用すると考えられている。可能な限り、これらの研究は諸国間で調整され、中核となる一連の分野、あるいは同様の特徴を持つ分野に焦点を当てながら、この分野と国の特徴が企業間の電子商取引の発展に与える影響を調査する。この活動は、情報経済のあらゆる局面に関するWP I Eの他の活動によって補足される。それには、情報技術分野に関する分析および政策の問題、コンテンツ産業とコンテンツ集約的なサービスの分析、電子商取引の定義と基準の制定（前記を参照）に関するWP I I Sとの共同作業、および電子商取引の経済的および社会的影響に関するさらに進んだ活動などがある。

## B. 政府の公共サービスの提供

OECDに対する「政府の公共サービスの提供に関する電子商取引の影響を分析する」アクションプランの要求に応じて、公共管理サービス（PUMA：Public Management Service）はこれらの問題を、「政府と市民とのつながりの強化」と呼ばれる広範囲な活動の一部として扱っている。OECD参加国の調査は1999年後期に行われる予定であり、政府が情報やサービスを提供したり、オンラインで市民に意見を求めたりするためにインターネットを含む情報技術を利用する進展状況について指標を明らかにすることが目的である。この調査には、政府の情報およびサービスのオンライン販売に関する部分が含まれる。調査結果の報告は2000年初めに行われる。

さらに、PUMAは1998年末に「公共管理の改造手段としての情報技術：OECD加盟5カ国の調査（Information Technology as an Instrument of Public Management Reform: A Study of Five OECD Countries）」というレポートを発行した。これには、政府に対する電子商取引の影響に関する節が含まれている。

C. その他のOECDの活動 - 中小企業 (SME) -

OECDは、G8イニシアチブと協力して、世界情報ネットワークに関する活動を含む「中小企業のための世界市場」に関する活動を行っている。産業委員会の中小企業に関するワーキング・グループは、参加国のホームページの中でも中小企業向けのホームページの調査を行っており、参加国の中小企業のサイトの評価や利用者フィードバックの提供に役立つことを目的として活動している。

電子商取引に関する活動を行うにあたって、産業委員会の中小企業に関するワーキング・グループは1998年のオタワ閣僚会議に向けて「中小企業と電子商取引 (SMEs and Electronic Commerce)」というレポートを作成した。このレポートは1998年半ばに実施された調査に基づいて作成された。この報告書では、中小企業にとって電子商取引を利用することの主な難題と特有の問題が強調された。これらはチャンスでもあるが、中小企業の規模と性質によっては障害および問題になる可能性がある。レポートでは、優先的に政府の対処が必要な分野についても言及された。

この活動の追跡調査として、またOECDのアクションプランに答えて、1999年5月に産業委員会の中小企業に関するワーキング・グループは中小企業と電子商取引に関する将来の活動についての計画を検討した。この活動は主に、2000年6月にイタリアのボローニャで行われる予定の「世界経済における中小企業の競争力の向上」についてのOECD会議に関連している。同会議では、「世界経済における中小企業にとっての電子商取引の可能性の認識」についてのワークショップが開かれる。背景知識を得るための書類が作成される予定である。

電子商取引の急速な発展を視野に入れて、産業委員会の中小企業に関するワーキング・グループによる調査が1998年夏に行われた。これは、中小企業と電子商取引に関するオタワ閣僚会議の資料を準備するために行われたもので、ボローニャ・ワークショップの準備として情報を提供するために繰り返し行われている。質問事項には、中小企業による電子商取引の利用に関する追加質問（目的および地理的範囲）と、政府の中小企業向けの政策に関する追加質問が含まれている。

ボローニャ・ワークショップのねらいは、中小企業がビジネスの手段および新しい供給方法として電子商取引を導入した場合のメリットを分析することである。電子商取引の利用によって国内市場および世界市場における中小企業の競争力がどの程度高まるか、また、どの程度の中小企業が電子商取引を導入するかに焦点が置かれる。中小企業が電子商取引に関連した恩恵を十分受けられているか、受けられていない場合はなぜ受けられていないのかという問題が扱われる。電子商取引が中小企業にもたらす可能性のある重大な問題が確認される（たとえば、電子市場へのアクセス、技術の採用および特定の技能や知識の入手、財務関連の問題、企業における電子市場への参加あるいは電子市場からの撤退の期限を管理する能力のゆがみの問題など）。中小企業にとって電子商取引の困難に対処する最善の方法を明らかにし、望ましい政策を生み出す目的で、手段の再検討が行われ

る（たとえば、特に中小企業を対象とするWWWサイトを通じて中小企業がインターネットを集合的に利用すること、オンラインの輸出サービス、バーチャルな貿易使節団、中小企業のバーチャル共同体の形成など）。

#### D. 教育分野のマルチメディア・ソフトウェアの市場および協力関係

教育や訓練の分野においては、電子商取引はとてつもなく成長する可能性がある。ソフトウェアそのものが今のところ未発達であるため、また、電子商取引に関する知識、技能、および知的基礎の発展にこの分野は重要な役割を果たしているためである。しかし、1997年9月にヘルシンキで開催されたOECD参加国の文部大臣による非公式な会議の結論のひとつでは、教育的なマルチメディア・コンテンツの提供者、技術開発者、およびエンドユーザー（学生や教師）の関係が複雑でうまく確立されていないと指摘された。その結果、高校生以下の子供（K-12）向けの良質の教育用ソフトウェアが不足している。また、健全に機能する官民協力体制が欠けており、教育用ソフトウェアの利用について学校からも政府からも明確な計画が得られないことが多い。対照的に、遠隔地教育や生涯教育などの市場、およびオンラインとオフライン両方の法人市場においては、比較的大きな進歩が見られる。

1999年6月にロンドンで、Oxford University Press の協力により、教育的なマルチメディア・コンテンツの提供者、技術開発者、および教育分野の政策担当者が参加して学識者による会議が行われた。この会議では、市場の困難を克服するために何ができるか、また、高品質の教育用ソフトウェアの開発を推進するためにどうすれば最善の官民協力体制を作り上げられるかが議論された。このような会議の第2弾が、American K-12 publisher Scholastic との協力により1999年12月にニューヨークで開催される。

1999年10月に出版予定の教育方針分析（Education Policy Analysis）の一節では、教育分野における情報通信技術の傾向、投資、アクセス、および利用に言及されている。また、教育および学習分野で情報通信技術の利用を推進する場合に、政府が対処しなければならない重大な政策のいくつかが強調されている。

この活動と、特に学識者による会議の重要な目的は、教育分野と民間の企業界において教育用ソフトウェア市場の巨大な可能性を広く認知させることである。別の目的としては、確かな官民協力体制についての公的な情報を収集、分析、および形成して、高品質な教育用ソフトウェアを開発することが挙げられる。

これらの問題は、CERI管理委員会および教育委員会で、情報通信技術や教育の質に関する主要なプロジェクトの一部として今後2～3年間にわたって議論される。

#### E. 発展の協力

開発援助委員会（DAC：Development Assistance Committee）の貿易能力の発展に関する専門家会議のレポート、および貧しい国の貿易能力の向上に関する補足では、特に、開発途上国が規制、法律、政策、インフラ、および能力などの

面で電子商取引の発展に対する新たな制約に直面していることが指摘されている。開発援助委員会は、開発途上国における電子商取引を、貿易能力の発展分野におけるドナーの習慣の発展に向けた活動のひとつの局面と考えている。

#### F. 世界的な参加の実現

OECDは、世界銀行、WTO（世界貿易機関）、および国連機関などの国際機関と、APECなどの地域団体と協力して、OECD参加国以外の国における電子商取引に関する活動の普及に今後も尽力する。OECDの新生市場経済フォーラム（Emerging Market Economy Forum）の流れで、必要に応じて行事が計画される可能性がある。

#### 2.1.2 世界貿易機関（WTO）

世界貿易機関（WTO：World Trade Organization）は、国際間で行われる貿易が円滑に行われるよう世界的なルールを定める唯一の国際機関で、本部をスイスのジュネーブに置いている。

グローバルに展開されるEコマースもWTOでいろいろと取り上げられ、Eコマースに対する貿易関連事項の包括的作業計画を設定し議論を行ってきた。特にサービスの取り扱い方やプライバシー保護、関税など国際間で解決しなければならない課題が議論の対象となっている。

WTOでは電子商取引に関する作業計画を立案し、作業を行ってきた。その進捗報告が1999年7月19日にサービス貿易理事会により採択され、「一般理事会宛の進捗報告（S/L/74）」として、1999年7月27日付で報告された。

##### 2.1.2.1 電子商取引に関する作業計画の一般理事会宛進捗報告（S/L/74）

サービス貿易理事会は、「電子商取引に関する作業計画」（S/C/8）のもとでおこなわれてきた協議の中間報告書を、1999年3月31日に一般理事会に提出した。この中間報告書には、共通の理解へ向けて進展が見られた事柄、およびさらなる検討が必要な事柄が記されていた。中間報告書の提出後、サービス貿易理事会は、1999年4月26日、5月18日、6月22～24日の会議で、作業計画に関する協議を継続しておこなった。

これらの協議では、さらなる検討が必要なものとして中間報告書の第5節に記された10の問題、および一般理事会によって採択された作業計画の第2.1節に盛り込まれた12の問題に焦点があてられていた（WT/L/274）。これらの会議の報告書は、S/C/M35、36、37の文書に盛り込まれている。

中間報告書以来、電子商取引に関する作業計画についての書簡がオーストラリアから（S/C/W/108）、および非公式な書類が欧州共同体から（ジョブナンバー3636）、それぞれ提出された。

この報告書は、作業計画の第2.1節に盛り込まれた項目にしたがって構成されており、各項目の進捗状況を記したものである。本報告書には、各項目のもとでの共通の理解事項、さらなる明確化が必要な問題、および関係者の意見が分かれている問題などが記されている。しかし、この報告書は各代表団から提起された問題の包括的な記録ではないことに留

意されたい。

(1) 電子的に提供されるサービスに関するGATSのスコープ

電子的に提供されるサービスはGATSのスコープに入るとというのが一般的な見解であった。この協定は、提供手段にかかわることなくあらゆるサービスに適応され、電子的なサービス提供は、4種類の提供方法のいずれのもとでも可能だからである。電子的なサービス提供に影響する措置は、GATSの第1条でいうサービス貿易に影響する措置であり、したがって、GATS義務によってカバーされることになる。またGATSは、サービスを提供するための各種の技術的手段を区別する規定を盛り込んでいないという点で、技術的に中立であるというのも一般的な見解であった。一部の代表団は、これらの問題は複雑なのでさらなる検討が必要だという意見を表明した。

4種類の提供方法のいずれのもとでも、サービスを電子的に提供できることが認められた。電子商取引の場合には、方法1と方法2のもとでのサービス提供を区別するのが非常に困難だったが、この問題をどのようにして明確にするかの結論には到達しなかったので、さらなる検討が必要なことで合意された。

一部の代表団は、電子的に提供されるあらゆる製品はサービスであり、作業計画に照らすと、電子的に提供されるあらゆる製品にGATSが適用されることを明確にするのが有用であるという意見を表明した。また、電子的に提供されるあらゆる製品がサービスであるか否かは明確でなく、サービスとは見なされない製品があった場合、それらにはGATS以外の規則が適用されることになるとした代表団もあった。この問題はさらなる検討が必要なことで合意された。

(2) MFN(第II条)

MFN義務を含むGATSのあらゆる一般規定は、電子的な手段によるサービス提供に適用されるというのが、一般的な見解であった。

加盟国は、MFNの適用では類似性の問題が重要であるとし、本件で検討すべき主な問題は、電子的に提供されるサービスとほかの手段で提供されるサービスが「類似サービス」であると思なされるべきか否かだとした。

加盟国はまた、GATSだけでなくGATTにおいても、類似性の問題は最も複雑な法的問題の1つであるとし、GATTには類似性の決定はケースバイケースでなければ下せないとする判例が多くあるとした。一部の加盟国は、個々の分野と供給方法の枠内であれば、類似性はサービスが電子的に提供されるか否かに左右されないことで合意できるはずだと示唆した。

(3) 透明性(第III条)

透明性について第III条に定められた義務は、電子的な手段を通じたサービス提供に関するあらゆる法律と規則に適用されるというのが、一般的な見解であった。

(4) 途上国の参加を増やすこと(第IV条)

途上国が輸出に関心を示す分野での市場アクセスの自由化や、取引の暗号化やセキュリティおよび効率的な通信サービスに関する技術を含めた技術へのよりよいアクセスを通してGATSの第IV条を実施することにより、電子商取引への途上国の参加を

増やすべきだというのが、共通の理解であった。

一部の加盟国が電子商取引において先進的な暗号技術の輸出を制限していることの影響を指摘する加盟国もあった。また、暗号技術の輸出禁止は、GATSの第XIV条bに照らして捉えるべきだとする代表団もあり、人材や物理的インフラストラクチャーの開発の重要性を指摘する声もあった。一部の代表団は、途上国の収入問題や財政問題を考慮に入れることが重要であると強調し、本件における途上国の利害では、UNCTADや貿易・開発委員会の活動を利用すべきだと示唆した。また、電子商取引とインターネット・インフラストラクチャーの開発活動は、開発援助計画の中でも取り上げるべきことが示唆された。

#### (5) 国内の規制、基準、認知（第VI条とVII条）

GATS第VI条の国内規制に関する規定は、電子的な手段を通じたサービス提供にも適用されるというのが、一般的な見解であった。国内規制の分野では、加盟国の規制権と、国内の規制措置が不必要な貿易障壁にならないようにする必要性との間で、バランスを維持することが必須だというのが、一般的な見解であった。

加盟国は、GATSの第XIV条（一般除外規定）に記された制裁措置（discipline）と、第VI-4条のもとで定められる可能性のある制裁措置とを区別することの重要性を認識していた。一部の代表団は、電子商取引に関連して、GATSの第VI-4条のもとで制裁措置が定められることを示唆していた。また、電子商取引は規制がほとんどないことで急速な経済成長を遂げてきた分野なので、国内規制の分野では、さらなる成長を推進するために規制を最小限に抑えることに主眼を置くべきだとする代表団もあった。この分野における合法的な規制目標を達成する上で途上国が直面する問題を配慮することや、途上国が遭遇する技術的障壁に効果的に対処することを念頭に置くべきことも示唆された。

#### (6) 競争（第VIII条とIX条）

電子商取引の拡大は、中小サービス企業の市場参入を推進することなどにより、制約的な取引慣行を減らすのに役立つというのが一般的な見解であった。

市場の独占や制約的な取引慣行は電子商取引に対する障害を生み出すこと、およびこの問題はさらなる検討が必要なことが指摘された。一部の加盟国は、通信基準書に記された競争保障措置（competitive safeguards、相互接続を含む）や、貴重な資源を電子商取引に関連して大手の通信サービス供給業者に割り当てることに関する原則の適用可能性を、さらに明確にする必要があるという意見であった。

基準書に記された競争保障措置は、基本的な通信サービスを供給する大手サプライヤーに適用され、一部の国ではインターネットのアクセス・プロバイダーも基本的な通信サービスを提供する大手サプライヤーであることが指摘された。インターネットを含む流通経路や情報ネットワークへのアクセスの改善をさらに検討する必要があることも示唆された。

#### (7) プライバシーと公共道徳の保護、および不正行為の防止（第XIV条）

GATSの第XIV条（一般除外規定）は、プライバシーと公共道徳の保護や不正行為の防止などにも適用されることが指摘され、加盟国が取る措置は、かかる目的を達成するため以上に貿易を制限するものであってはならないことが合意された。こうした措置は、専断的もしくは不当な差別の手段になってはならず、サービス貿易を制限する隠れ蓑になってもならない。また、第XIV条は除外規定なので狭義に解釈しなければならないこと、および、その適用範囲を拡大して同条に記載された以外の規制目的を含めてはならないことも指摘された。

(8) 電子的なサービス提供に関する市場アクセスのコミットメント（第XVI条）

サービスの類似性に関する問題を妨げることなく、サービス提供手段によって特定のコミットメントが変更されてはならないというのが一般的な見解であった。別段の定めがない限り、リストに記載されたサービスの電子的な提供を可能にするというコミットメントである。このリストのセクター/サブセクター欄の中でコミットメントの適用範囲を定め、特定の技術的手段によるサービス提供を除外することも可能だと指摘された。

一部の代表団は、基本的な通信に関するコミットメントをおこなった国が、インターネット・アクセス・サービスに関するコミットメントを自動的におこなったものと想定してはならないと主張した。一部の加盟国はこのサービスを明示的に予定しているからである。また、多くの代表団は、基本的通信サービスまたは付加価値通信サービスに関して自らがおこなったコミットメントはインターネット・アクセスも含むと考えているので、インターネット・アクセス・サービスとネットワークに関するコミットメントの問題は、さらなる明確化が必要だとした代表団もあった。

(9) 国家待遇（第XVII条）

別段の定めがない限り、国家待遇に関するコミットメントの対象には電子的な手段によるサービス提供も含まれるというのが、一般的な理解事項であった。

加盟国は、類似性の問題についてNFNの場合と同じ見解を表明した。

(10) 公共通信輸送に関するネットワークとサービスへのアクセス、およびそれらの利用（「通信付属書」）

加盟国の法制度の中で、インターネットが「通信付属書」でいう「公共通信輸送に関するサービスおよび/またはネットワーク」であると定義されている場合、「通信付属書」は、インターネット網へのアクセスおよびその利用にも適用されるというのが、一般的な見解であった。

この付属書は、インターネット・アクセス・プロバイダーが公共通信輸送網にアクセスしてそれを利用することを保証するものだが、サービス・サプライヤーがインターネット網とインターネット・サービスにアクセスしてそれを利用することも保証されているか否かは明確でなかった。サービス・サプライヤーにとっては、インターネット網とインターネット・サービスにアクセスする権利を持つことが重要であると思われるので、本件についてはさらなる検討をおこなうのが望ましいことで合意された。

インターネットは、ネットワークのネットワークであり、これには公共と民間のネットワークが含まれるので、「通信付属書」の適用可能性を決定する上での重要な問題は、インターネット関連の一部のサービスを「公共通信輸送ネットワーク」だと見なすことができるか否かであるという意見が出された。

#### (11) 関税

一部の代表団は、電子的な伝送に対する関税が、電子商取引や電子的なサービス提供に影響を及ぼす可能性があるとして述べた。また、関税という概念はGATSとは異質のものであり、これが問題とされるのは、電子的に提供される商品カテゴリーが存在することが認められた場合に限り得るとした代表団もあった。関税はサービスにも適用可能だとした代表団もあったが、彼らは、電子商取引に関税を適用することの影響を明確にする必要があると考えていた。本件に関する協議では、加盟国が少なくとも次の2つの問題を取り上げることを希望しているように思われた。すなわち、(i)どのようにすればサービスに関税を適用できるか、および(ii)どのようにすれば電子的な伝送に関税を適用できるか、という問題である。

一部の代表団は、関税に関する現在の据え置き措置(standstill)を恒久的なものにし、それに法的拘束力を持たせることを支持していた。また、分類問題を解決しない限り、据え置き措置の延長を考慮することはできないとした代表団もあった。一部の代表団は、恒久的かつ拘束力のある据え置き措置を支持するが、分類問題に関する彼らの意見が妨げられないことを条件とするとした。次回の交渉終了時までには、現在のベースのもとで据え置き措置を延長することしか考えられないとした代表団もいたが、そのような延長を納得しない代表団もあった。据え置き措置の延長に関する決定は政治的なものになるので、一般理事会でしか取り上げることができず、サービス貿易理事会は技術的な問題や法的な問題に焦点をあてるべきだという指摘も出された。また、第3回閣僚会議への報告時に、一般理事会が国際的な電子商取引に関する1998年5月の宣言の見なおしをおこない、作業計画の進捗状況を考慮に入れた上で、コンセンサスのもとでその延長を決定するという発言もあった。一部の代表団は、電子的に伝送されるサービスに関税が適用され、ほかの手段で提供されるサービスには関税が適用されないと想定した場合は、技術的な中立性という概念が損なわれる可能性があるとして述べた。国内の課税が電子商取引に及ぼす影響を調べる必要性を示唆した代表団もあった。また、国内課税に関する問題は作業計画の対象外なので、協議すべきではないとした代表団もあった。

#### (12) 分類問題

電子的手段またはその他の手段で提供されるあらゆるサービスはGATSの対象であること、および、GATSは、電子的に提供されるサービスとその他の手段で提供されるサービスを区別していないことが、代表団によって認められた。また、電子的に提供される製品のほとんどがサービスであることも認められた。

一部の代表団は、電子的に提供されるのはすべてサービスであり、電子的に提供されるものの中でサービス以外の製品は考えられないと述べた。また、電子的に提供さ

れる製品で商品として分類すべきものがあるか否かは依然として明確にされていないので、この問題はGATSではなくGATTの対象になるとした代表団もあった。

こうした製品は、それらがサービスとして分類された場合でも、MFN待遇や国家待遇義務の対象にすべきか否か、および、量的制限に関する禁止措置の対象にすべきか否かという問題も提起された。また、電子的に提供される一部の製品を分類する上では、「商品」や「サービス」以外の分類もあるのではないかという示唆もおこなわれた。ダウンロード製品は、商品でもサービスでもないと思なされることもあり得る。しかし、いずれかの製品がWTO合意の枠内に入らないことを示唆した発言はまったくなかったことが指摘された。具体的な例の検討を含め、本件ではさらなる検討が必要なことで合意された。

新しいサービスの可能性に関する協議では、電子的な提供によって生まれた新サービスはごくわずかだが、そうしたサービスを識別して分類方法を決定するにはさらなる検討が必要だというのが、一般的な見解であった。一部の代表団は、新しいサービスの識別は、現在の分類体系を念頭に置いた上で、「サービス部門分類リスト(MTN.GNS/W/120)」とUNCPCに基いておこなうべきだと主張した。

## 2.2 産業界での協議状況

### 2.2.1 国際商業会議所（ＩＣＣ）

ＩＣＣは実業家の国際的団体である。130 カ国以上の商業会議所で構成され、世界中のあらゆる業界の企業を代表して発言できる唯一の団体である。設立は1919年で、開かれた国際貿易と投資制度を促進し、市場経済を全世界に拡大することを目的とする。国際貿易と貿易金融に関するＩＣＣのルールは、世界のトレーダー、政府、裁判官に受け入れられている。ＩＣＣ国際仲裁裁判所は、この種の機関としては代表的なものである。ＩＣＣにはあらゆる業界の経営者と専門家が集まって、貿易・投資政策といった広範な問題や重要な技術問題、法務問題について産業界の態度を明確にする。ＩＣＣの貿易・商取引ルールの枠組みは幅広く、商慣行の変化に応じて変わってきている。ＩＣＣは1980年代から電子商取引に関するベストプラクティス・ルールを発表してきたが、情報化社会のニーズに対応するため、ルールと慣行の調和をつねにはかっている。

貿易が平和と繁栄に対する強力な武器となるという信念は今世紀初頭に遡り、言われつづけた事である。その為、小さいながらもＩＣＣを設立した目先の利いたビジネスリーダー達は、自分達を「平和の商人」呼んだ。

ＩＣＣとしては、最近のＥコマースについても今までの商取引と同じ事があてはまると考えている。そう言った面からもＩＣＣは産業界の先陣を切ってＥコマースへの取組みを開始している。

特に政府の閣僚級が集まって議論ならびに提言を行っている経済協力開発機構（ＯＥＣＤ）の会議にも参加し、「電子商取引に関するグローバル・アクションプラン」として会議に提言した産業界の一人でもある。

昨年10月にパリで開かれた「ＯＥＣＤ電子商取引フォーラム」に140カ国の参加団体からなるＡＧＢ（The Alliance for Global Business：産業界の協力体制）が提出した「電子商取引に関するグローバル・アクションプラン第2版」の内容を以下に記す。本提言への意見のとりまとめもＩＣＣ（国際商業会議所）が行った。

#### 2.2.1.1 電子商取引に関するグローバル・アクションプラン（第1版）の概略

第1版では、各国政府に対し、業界の自主規制を尊重するよう求めた。また、商品やサービスの電子商取引の利用者と提供者の間に信頼感を生み出すために、信頼できる技術の自主的な利用を尊重するよう求めた。電子契約の履行、知的所有権の保護、競争の確保を可能とする、予測可能で安定した環境の整備に政府は力を入れるべきだと提言した。

#### 2.2.1.2 電子商取引に関するグローバル・アクションプラン（第2版）

第2版では、電子商取引に関する政策立案の枠組みの基礎となる基本原則（10項目）、主要な国際的業界団体で合意をみた行動の枠組み等に触れている。アクションプランは、問題によっては政府が介入しないよう求めているが、電子商取引には、政府による調整が必要な公共政策上の重要な問題が絡んでくることを認識している。知的所有権の保護、課税、基礎インフラの整備における競争障壁の撤廃などの問題では政府の介入が必要であろう。しかしそれ以外の問題については、自主規制と技術などによって解決した方が、電子商取引への信頼性確保を目的として法律を制定するより望ましいし、効果も大きい。

グローバル・ビジネス同盟（AGB）による「電子商取引に関するグローバル・アクションプラン」第2版は、第1版を公表後、電子商取引をめぐる世界的な議論がいくつかの点で進展したことを示している。第1版は1998年10月、AGBが産業界を代表して、カナダのオタワで開催された経済協力開発機構（OECD）閣僚理事会に提出した。そしてこのとき、AGBは世界の産業界を代表して、グローバル・アクションプランに盛り込まれたさまざまな行動が適切に実行されているかどうかをチェックし、実施状況を1年後に報告することを約束した。本書はその約束を果たすものでもある。

グローバル・アクションプラン第1版では各国政府に対し、業界の自主規制を尊重するよう求めた。また、商品やサービスの電子商取引の利用者と提供者の間に信頼感を生み出すために、信頼できる技術の自主的な利用を尊重するよう求めた。さらに、電子契約の履行、知的所有権の保護、競争の確保を可能とする、予測可能で安定した環境の整備に政府は力を入れるべきだと提言した。加えて、どの問題が民間部門の責任であり、どの問題が公共部門の責任であるのかを仔細に検討し、自主ルール作りを進める代表的なプロジェクトを紹介した。

AGB加盟団体とアクションプラン支援団体は、アクションプランに盛り込まれた業界の取り組みが計画通り進展しているとみている。本書に記述のとおり、業界がこれまで以上の透明性と保護を顧客に保証して、新たな環境に対応していることが多くの分野で実証されている。業界のそうした取り組みの成果は容易に定量化できる場合もあるが、それよりも、電子商取引の利用が世界的に急増していることを示す統計にあらわれている。

自主規制はいまに始まったことではない。産業界は従来からさまざまな機関を通じて独自に標準ルールや慣行を定め、取引コストの削減、トラブルの回避と解決、消費者の信頼感の確保に努めてきた。

電子商取引は変化のペースが速いとはいえ、まだ初期段階にあり、政府の不用意な、あるいは不必要な規制がリスクを高めている。そのため、自主規制と技術革新によって信頼できる環境を作り出すうえで、産業界の責任が大きくなっている。業界は利用者の能力を高めたいと強く思っているが、必要な投資をしていくには、電子商取引のきわめて動的な性格に対応していくために政府が業界のリーダーシップを認め、強化していくと確信できないなければならない。

#### (1) 基本原則

電子商取引に期待されていることが実現できるなら、いくつかの基本原則を定め、電子商取引を規制する政策を策定すべきだと、産業界は考えている。そこでわれわれは、「グローバルな電子商取引に関する政策の原則」をここに提起する。市場の発展に学び、洞察を得るにしたいが、これらの原則は適用範囲を拡大する必要があるかもしれない。

1. 電子商取引の発展は、市場メカニズムに応じて主に民間部門がリードすべきである。
2. 電子商取引への参加は、開かれた公正な競争市場を通して行うべきである。
3. 必要な場合には政府の介入によって、安定した国際的な法的環境を整備し、貴重な資源を公正に配分し、公共の利益を守るべきである。そうした介入は必要不可欠であり、明瞭、透明、客観的、無差別、均衡がとれ柔軟で、

技術に関して中立的であるのが望ましい。

4. 政策立案に民間部門が参加するメカニズムの形成を促進し、すべての国々、あらゆる国際的な場で広く活用すべきである。
5. 電子商取引は本来グローバルなものである。電子商取引に影響を与える政府の政策は、国家間で調整して整合性のあるものとし、コンセンサスに基づいて基準を策定する国際的・自主的環境において、相互に運用できるものにすべきである。
6. 電子商取引によって行われる取引は、非電子的な方法による取引に比べて、税法上中立的な取り扱いを受けるべきである。電子商取引に対する課税は、国際的に受け入れられている確立した慣行に反することなく、できる限り煩雑でない方法で行うべきである。
7. 基盤となる電気通信インフラに対する規制が必要な場合、規制によって市場参加者が、開かれた公正な市場でグローバルに競争できなければならない。競争が進むにしたがい、規制は段階的に廃し、競争原理を重視していくべきである。
8. 利用者の保護、特にプライバシー、秘密保持、匿名性、コンテンツの制御に関する利用者保護は、選択権、個人の権限拡大、業界主導の解決策を中心とした政策によって推進すべきである。そうすれば適用法に反することはない。
9. プライバシー、秘密保持、コンテンツの制御、さらに妥当な場合には匿名性に関して、産業界は個人と、妥当な場合には企業が、選択権を行使できるようにすべきである。
10. 世界情報基盤・世界情報社会(GII - GIS)に対する高い信頼を得るために、合意、教育、セキュリティと信頼性を向上させるいっそうの技術革新、有効な紛争解決メカニズムの採用、民間部門の自主規制を促進すべきである。

## (2) アクション・プラン

以下の項目に関する産業界の基本的な考えをアクションプランとして以下記述する。

1. 電子商取引の発展における主な障壁
2. 政府と産業界によりすでに生み出された解決方法
3. 政府と産業界のそれぞれの役割、およびその役割において
  - それぞれの問題に関して産業界がとっているアクション
  - 産業界が、政府がとるべきだと考えているアクション

利益の最大化 - 経済および社会におよぼす影響

電子商取引は、将来も持続可能な経済発展を確保するための革新的なアプローチである。世界のあらゆる場所において、電子商取引は世界の経済と社会に大きな影響を与えており、これにより、経済効率、競走、収益が改善し、情報社会の発展にも寄与することは間違いない。このような環境においては、先進国も発展途上国も、以下の点から恩恵を受ける可能性がある。

- 国内の組織および管理効率が改善される。

- サプライヤとバイヤーの両方の側において、取引の効率が高まり、取引コストを下げられる。
- サプライヤのマーケットリーチを拡大し、サプライヤと消費者の双方の選択の幅を広げる。
- 正確な情報を提供して、消費者向けの健康関連サービス提供や情報提供といったサービスを改善する。

企業間の商取引関係、企業から消費者への販売、消費者間での交換といった関係は、すでに確立されているが、電子商取引によりこれがさらに促進される。ビジネス環境は、国内、周辺地域および世界レベルで影響を受け、市場成長、仕事、産業、サービスの発展にとって、大きな機会と新しいチャレンジが生まれる。したがって、情報面で「豊かな」国と、情報面で「貧しい」国のどちらもが電子商取引の経済的な恩恵を受けられるようにするには、国際的に協調して取り組むことが必要である。

電子商取引は、以下のような多くの好ましい影響をもたらす。

- 仲介業務を減らし、また、その性質を変化させることにより、生産・販売チェーンが縮まる。さらに、ネットワークを使って市場と、サプライヤと在庫調査手順とを直接統合し、コストを削減して、さらにフレキシブルな生産方法を可能にする。
- 価格やその他の条件をグローバルに比較できる。
- 多数の商品とサービスを販売する小売りのコンセプトを変化させ、また、消費者が、新しい製品とサービスを一覧して選択する可能性を拡大するような、バーチャル・ショッピング施設を提供する。
- 消費者のためのコストが下がり、サプライヤの市場参入障壁が低くなることにより市場での競走が激しくなり、サプライヤは、これまでは経済的に見合わなかったセグメントに直接対応できるようになる。
- 生産性向上と新しいアクティビティの発展を促進することにより、新たな仕事の創出につながるが、新たなスキルを求める要求も高まる。

電子商取引の定義も、また、これに関連する価値を正しく把握することも難しいため、電子商取引を、従来の商取引と同程度の精度で測定することは簡単なことではない。それでも、方針を決定するためには、このようなデータを使って方針に関する討論の焦点を定め、電子商取引および、電子商取引が経済成長と発展に与える影響を正確に反映する現象をとらえて行動することが必要である。

グローバルな経済における中小企業の役割はますます増大している。特別な努力をはらって中小企業の積極的な電子商取引参加を促進し、中小企業がテレコミュニケーションおよび情報技術の能力を最大限に活用して、製造およびサービス産業にコスト効率、品質管理、競走をもたらすことができるようにする必要がある。中小企業は、成長する経済におけるもっともダイナミックな特徴の一つとして、雇用の創出、GDP拡大に重要な役割を果たしている。中小企業は、電子商取引のおかげで下がった市場参入コストをバネにし、また、地理的なリーチも延ばしてさらに大

きな市場に進出する力を得ることができる。

電子商取引により、ビジネスの進め方に変化が起きている。主に機械により生産性が決定される工業経済から、知的コンテンツを付加価値の主な源とする情報ベースの経済、地理的な境界が問題とならない経済に移行したのである。この新しい環境の下では、働く者だけではなく社会のあらゆる人々にとって、教育と生涯学習が重要となる。テクノロジーにより産業、商業、サービスが変化すると、被用者だけでなく経営者や自営業者も、多くのスキルを発展させたり、新たに獲得したりする必要がある。将来の教育においては、公式および非公式な学習を支援し、もう一度学ぶ成人を含め、幅広い層がこのような学習の機会を得られるようになる。インタラクティブ・メディアや放送教育といった新しい情報技術により、教育が受けやすくなり、また革新的なアプローチ法で学ぶことができる。将来の経済繁栄と社会的・政治的な団結力は、良い教育を受けた人々にかかっているため、21世紀に向けて生涯学習は非常に重要となる。

電子商取引を促進するためには、産業界と政府がグローバルな協力の必要性を認識することが重要である。それができなければ、世界の人口のうちでかなりの割合の人々が、電子商取引で得られるはずの経済的および社会的利益に浴せなくなるという危険がある。たとえば世界銀行の試算では、発展途上国および新興国におけるテレコミュニケーションのインフラを更新するには、今後5年のうちに3,000億ドルの投資が必要になるという。世界銀行によると、公的な資金源は減少し続けているため、この投資のうち55%は、民間から調達する必要があるという。したがって、これらの国々は、適切な投資環境を整えるための手段を講じる必要がある。

世界中の国々は、電子的な通信手段を用いて、公共サービスを提供し、公的な調達手続きをさらに効率化する必要がある。この分野にはさらに注目して、これらのプロセスとサービスがベストプラクティスと歩調を合わせるよう注意する必要がある。これにより、政府の効率化、全市民への均等なサービス提供、電子商取引テクノロジーとサービスの利用における政府のリーダーシップを示すという利益が得られる。

#### 電子商取引と情報インフラ - 貿易の側面

1998年9月25日、電子商取引に関するWTO（世界貿易機関）の宣言は、「グローバルな電子商取引に関するすべての貿易関連の問題を、発展途上国の経済、金融、発展のニーズを考慮しつつ検討する総合的な作業計画…」という言葉で始まっていた。WTOの4つの組織（貿易・開発委員会、貿易関連知的所有権理事会、物品貿易理事会、サービス貿易理事会）は、現在の多角的な貿易協定をいかにしてグローバルな電子商取引に適合させるかについて検討した。

電子商取引の発展にとっては、情報社会のあらゆるレベルにおいて、製品とサービスがオープンな競走の下で提供されることが重要である。必要であれば、関係者がオープンで公正な市場においてグローバルに競走できるように、基礎となるテレコミュニケーション・インフラの規制も必要となる。競走が進めば、規制も段階的に廃止し、競走に任される部分を大きくするべきである。テレコミュニケーション、

IT、マルチメディアの収斂により、重要な問題が提起されているが、ここでは、最適な結果を得るために、自由化を目指す努力を国際的に進めることが求められている。

#### 電子商取引と情報インフラ - 標準

電子商取引では、取引におけるすべての部分が、統合された一つのエンド・トゥ・エンド・チェーンでリンクされており、すぐれた経済効率をもたらす。政府は、その政策により、標準を設定するための国際的で自主的かつコンセンサスに基づいた環境における相互運用性を促進する必要がある。市場は、完全に相互運用性のあるアーキテクチャを必要としており、これは現在、標準設定機関や市場勢力により開発中である。適切な競走法の施行に加え、政府は、この標準が、税関、税務当局、その他関連当局により受け入れられるようにする必要がある。しかし政府は、政府調達メカニズムを使って競合する標準を開発することは避けねばならない。しかし、市場メカニズムが政府の調達ニーズに対応しないところでは、民間セクタと政府が協力して、これに対応し、相互運用性のあるインターフェースを開発する必要がある。

#### 電子商取引と情報インフラ - インターネットの名前と数字

インターネットは、急速にグローバルな電子商取引を担う手段となったため、ドメイン・ネーム・システムの管理が非常に重要である。

#### ユーザと消費者のための信頼の構築

ユーザの保護、特に個人情報、秘密保持、匿名性、コンテンツの管理に関連したユーザの保護は、選択の幅の拡大、個々人の利便性拡大、産業界主導のソリューションにより推進される方針により行い、また、適用法に準拠している必要がある。

産業界は、ユーザに対して、プライバシー、秘密保持、コンテンツの管理に関して選択肢を与える手段を提供する。

#### 消費者の信用とコンテンツ

自由に機能しているグローバルな電子市場においては、ツールはますます高機能でユーザフレンドリになり、ビジネス慣習も消費者の利便性拡大の方向に進んでいる。このようなツールや慣習は今後もさらに発展し、実施されていくと思われる。消費者に幅広い選択肢を提供し、消費者の経験の個別化を提供する小売りウェブサイトは、消費者の支援を得ることに成功している。

#### 秘密保持と、情報への合法的なアクセスとに関する問題

合法的なアクセス問題については、現在の情報の価値の変化を鑑みて、幅広いコンテキストの中で早急に見直す必要がある。

#### 電子認証

電子署名は、通信相手を正しく同定するために、また、交換するメッセージの正

当性を証明し、メッセージを拒否されないようにするために重要である。これを実現するには、多くの国際的な行動を起こす必要がある。電子認証は、まだ萌芽期にあり、その発展のためにはフレキシブルな規則の枠組みが必要である。柔軟性に欠けた、潜在的に互換性のない政府規則による束縛を避けるために、自主規制を優先すべきである。認証サービスに関係する規則を含む電子署名法を準備中またはすでに実施している国は多い。電子署名の法的有効性の保証にあたっては、政府が果たす役割は大きい。

#### デジタル市場のための基本ルール確立 - 契約およびその他の法的問題 -

契約の自由は、企業間取引のために適切な法的環境を整えるためのあらゆる努力の基礎となる原則として重視せねばならない。政府は、電子契約を可能にし、デジタル認証された文書と契約書を法的に認めることを促進することにより、電子商取引を支援することができる。政府は、この分野において規範的で細かな規則を作成するのではなく、これを促進するような規則を作成すべきである。それにより、民間セクタの自主規制ソリューション開発がスムーズに運ぶ可能性もある。

#### 税制と関税

グローバルな電子商取引の広大な可能性を実現できるかどうかを決定するにあたっては、税制と関税の政策は、手段として役に立つ。電子商取引の発展は、国際的なビジネスが行なわれる方向に向かう変化であり、従来のオフラインでの商業を対象に作られた税の政策と法律を基本的に見直す必要がある。しかし、基本的には、電子商取引は、従来の商業と同じ土俵上で競合する必要がある。電子商取引は、従来の形態のビジネスと比較して大きく国境を超えるため、この問題に取り組む場合にはグローバルな視点が必要である。したがって、デジタル経済における税を効率よく処理し、二重課税を避けるために、国際レベルでの一貫した税制アプローチが絶対的に重要となる。

収入が同様であれば、電子的手段で得られた収入か、従来の商業チャンネルを通じて得られた収入かに関係なく、直接税と間接税の要件については、同等に扱われるべきである。電子商取引はしかし、新しい差別的な税金の標的になってはならない。現在の税制を電子商取引に適用する際は、税の中立性と公平性の原則にのっとり行なわれるべきである。

税制問題の多くは、電子商取引にとって新しいものでもユニークなものでもなく、従来の商業でも抱えていた問題である。しかし、新しい通信モードの利用と、国境を超えることがますます多くなったのである。電子商取引を通じてビジネスを行なうモードにより新たな困難が増えるかもしれないが、新しい問題が発生するわけではない。法的義務は電子商取引に限定されるべきではなく、従来の形態の商業にも同様に適用されるべきである。

電子的伝送の無料ゾーンを求める要望は、国際貿易の障壁（関税など）を低減または撤廃するという長い伝統に基づいたものである。関税など貿易障壁を低減することは、国際貿易およびグローバルな電子商取引を促進する最も明確な手段の一つ

である。

#### 取引の促進と税関の近代化

産業界が電子商取引の利益を完全に利用するには、デジタル形式であるからというだけの理由で電子的な文書を法的に受け付けないということは避けるべきである。たとえば、税関への書類提出も、電子的に行なえば、迅速化と効率アップにつながる。電子商取引の取引における電子的な監査記録と受取を法的に受容することも、電子取引のコストを大きく引き下げ、電子取引を行ないやすくしてこれを促進するものの例として挙げられる。

#### 知的財産

無形財産の知的財産権を適切に保護することは、サイバースペースにおいて最も重要である。

### 2.2.2 OECD経済産業諮問委員会（B I A C）

OECD経済産業諮問委員会（B I A C）は、OECD加盟国の民間企業代表が意見を表明する場である。1962年に民間産業諮問機関として設立され、関係するすべての経済部門について、企業の側から広範な問題を検討してOECDに助言する。B I A CはOECD加盟国の主要な業界団体、経営者団体で構成されている。こうした団体は、先進工業国の民間部門の雇用、生産、資産、投資に関して多数派意見を代表している。近年、B I A C、その構成団体、さらにその加盟企業は、情報・通信と電子商取引に関するOECDの活動に深くかかわってきた。具体的には、OECDの各種委員会にオブザーバーとして直接参加したり、1980年の「プライバシー保護ガイドライン」の策定や、最近では暗号手法に関する文書の作成過程で専門的な助言や政策提言を行ってきた。

### 2.2.3 世界情報基盤フォーラム（G I I C）

世界情報基盤フォーラム（G I I C）は1995年に設立された民間諮問機関で、世界情報基盤（G I I）の構築にかかわる国際的な大手企業の最高経営責任者（CEO）や社長が50人以上参加している。先進国に限らず、発展途上国からも参加している。

G I I Cは世界中のさまざまな企業と産業界のつなぎ役を果たし、グローバルな対話を進めている。こうした対話は、世界情報基盤の構築に伴う重要な問題を解決するのに不可欠である。G I I Cは以前から各国政府や国際機関と政策協議を続けている。G I I Cは、安全でシームレスな世界的な通信環境と市場を支えるために必要な政策や法律を検討する場になってきており、現実的な助言や意見を政府や国際機関に提供している。

G I I Cは次の4つの活動に重点をおいている。

- (1) グローバルな電子商取引を支援するために統一ルールの作成を推進する。
- (2) 発展途上国をグローバルな情報経済の構築に着手させる。
- (3) 情報化時代に対応するため教育制度の改革を促進する。
- (4) 情報基盤とサービスを発展させるためにオープンな環境を整備する。通信ハードウェアメーカー、通信事業者、コンピュータハードウェア会社、ソフトウェア会社、

ケーブルテレビ会社、放送会社、出版社、新しい衛星通信会社、国際機関、各国政府、学者など、情報技術分野の主要な担い手が、すべてG I I Cに参加している。

ユニバーサル・テレコミュニケーションズの会長兼CEOのH・ブライアン・トンプソン、シーメンスの執行副社長兼取締役、ボルカー・ユング、富士通の取締役副会長、鳴戸道郎がG I I Cの共同会長を務めている。また、EM ウォーバーグ・ピンカスのマネージング・ディレクター、W・ボーマン・カッターがG I I Cのマネージング・ディレクターを務めている。

#### 2.2.4 国際電気通信利用者グループ (INTUG)

INTUGは通信技術と通信ソフトの利用者で構成される国際団体である。1974年に設立され、事務局のあるブリュッセルでは、国際的な非営利組織として登録されている。年に4回、全体会議を開く。欧州、南北アメリカ、アジア太平洋地域、アフリカの利用者の利益を代表する各国の利用者団体が加盟しているほか、主要な多国籍企業、学術団体、法律など関連部門が準会員や個人会員になっている。INTUG加盟団体の多くは、各国政府の政策当局との意見交換や地域経済政策フォーラムで特に大きな成果をあげている。INTUG自身は国際レベルですべての利用者の利益を増進させ、通信政策の問題に取り組む際にはつねに利用者の声ははっきり伝わるよう配慮している。「2000年問題に関する特別利益集団」は特に積極的に活動しており、1998年6月にブリュッセルで開催されたINTUG会議では話題の焦点になった。

#### 2.2.5 世界情報技術・サービス同盟 (WISTA)

世界情報技術・サービス同盟 (WISTA) は、世界各国の業界団体の連合体である。情報技術産業の声を世界的に代弁し、次の点に力を入れている。

- 情報技術産業の成長と発展を促進する政策を提唱する。
- 情報技術製品とサービスの国際取引、投資を促進する。
- ほぼすべての地域をカバーする広範なネットワークを会員に提供する。

またWISTAは次のような機能を果たしている。

- 共通の問題と考え方を明確にする場である。
- 最近締結された「基本電気通信サービスに関する国際貿易機関 (WTO) 協定」をはじめ、情報技術関連問題について業界の考え方をまとめる。
- WTO、世界知的所有権機関 (WIPO)、先進7カ国蔵相中央銀行総裁会議 (G7)、そのほか情報技術産業の利益に影響する国際的な政策形成の場で、業界の意見を表明する。
- 国際的なマーケティングと業界の現状に関する情報を提供する。
- 情報技術政策の動向に関する情報の世界的な共有化を進める。
- 世界情報技術会議を年2回開催する。

#### 2.2.6 グローバル・ビジネス・ダイアローグ (GBDe)

### 2.2.6.1 G B D e 設立の経緯

G B D e (Global Business Dialogue on e-commerce) は、1998年6月に欧州委員会の委員(当時)である Martin Bangemann (マーチン・バンゲマン) 氏の呼びかけによって開催された会議によって、そのきっかけが作られた。

1998年6月、9月、12月の準備会合を経て、1999年1月14日ニューヨークで開催の第1回運営委員会を以て正式発足した。

#### (1) 設立の経緯

電子商取引に関する緊急課題について民間が世界的規模で討議を行い、その結果を提言としてまとめて各国政府・国際機関に提出し、提言内容の実現に向けて官民対話を行なうことを目的とする。

#### (2) 組織

G B D e は、いわゆるメンバーを抱えておらず、B S C (Business Steering Committee: ビジネス運営委員会) と利益団体とによって構成されている。この利益団体は" Issue Group: イシューグループ" と呼ばれる。G B D E に関する主要な決定は B S C が行っている。また G B D e 総会として、世界中の企業及び業界団体がイシューグループのペーパー作成のため、オンライン上による議論に参加する場も有る。規則や会員料金は存在しない。

#### (3) イシューグループ

電子商取引の法規制に関して、産業界の観点から世界に向けて提言することが、G B D e の目的である。この目的に到達するための一助となるのが、イシューグループの目的である。具体的には、世界レベルでの企業間の協力関係をさらに緊密にし、政策上の食い違い及び一部分にしか適用しない法律を避ける方法、また、法規制がやむを得ず必要な場合は、産業界主導により政府と協力しながら自己規制のシステムを構築する方法を提案することが挙げられる。特にインターネット産業における9つの優先課題を、オンライン上を含むイシューグループで議論している。なお、これらの議論の結論はイシューグループペーパーとして1999年9月13日に開催予定のパリ総会にて発表された。

表 2-1 9つの優先課題

	優先課題	イシューグループ議長
1	認証及びセキュリティ	Eichi Yoshikawa 日本電気
2	消費者信頼性	Klaus Mangold Daimler Chrysler Services
3	コンテンツ、商業的コミュニケーション	Michael D. Eisner The Walt Disney Company
4	情報インフラ及び市場アクセス	John Roth Nortel Networks Corp
5	知的財産権	Michio Naruto 富士通

6	司法制度	Richard H. Brown EDS
7	責任性	Martín Velasco Telefónica
8	個人データ保護	Tadashi Okamura 東芝
9	税及び関税	Hermann-Josef Lamberti Deutsche Bank

#### 2.2.6.2 G B D e の最近の活動

1999年9月13日のパリ会議において、G B D e と世界の政府、行政及び国際機構等の代表との最初の会議となった。同会議において、以下の項目に関してこのハイレベルな対話を継続することとなった。

- 6 カ月以内に今回のパリ勧告に対する、政府と国際機構からのコメントの要請
- パリ勧告の産業界及び政府による実施について、2000年4月までに新しい政策、モニター及び報告のためのワーキング・グループの設置
- G B D e 活動の継続
- パリ会議での進展に基づき、政府、行政及び国際機関等による第2回G B D e 会議の2000年開催
- 電子商取引に関する各種の課題についての世界の産業界の指導者達の展望の活用

その会議において、以下のG B D e の原則と勧告は迅速に実現されなければならない事が確認された。

##### (1) 認証及びセキュリティ

ビジネスと消費者間の電子商取引の信用を確実なものとするためには、電子的トランザクションの安全性が確保されなければならない。政府、行政機関は、電子認証メソッドの法的効果を確実にするため、最小限の法的枠組を提供すべきである。電子署名には、手書きの署名と同じ法的効果があるべきである。

##### (2) 消費者信頼性

消費者信頼性は、ビジネスと政府の両者にとってキーである。ビジネスは、電子商取引における透明性、セキュリティの強化及び消費者のプライバシー保護におけるその責任性を果たすべきである。

##### (3) コンテンツ及び商業コミュニケーション

政府は、従来のオフラインのコミュニケーションと同様に、インターネット上でも表現の自由を認識すべきである。ビジネスは、有害・違法コンテンツの流通を防ぎ、電子商取引ユーザ、特に未成年の利益を保護するために、オンライン行動規範と他の自己規制メカニズムを推進すべきである。

(4) 情報インフラ及び市場アクセス

今日のネットワークは、グローバルでボーダレスな電子商取引を可能にするために、ハイスピード、相互運用性、映像、音声、データを包含したコミュニケーションでなければならない。このためにG B D eは、市場主導で競争環境を指示する。

(5) 知的財産権

G B D eは、W T O のT R I P S協定を大変重要視している。知的財産権の適切かつ効果的な保護及び行使は、財とサービスの自由な貿易と共にW T O の第3の柱である。G B D eは、ドメインネームに関して最近W I P OがI C A N N ( Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ) に対して示した勧告を支持し、I C A N Nがそれを速やかに実施するよう奨励する。

(6) 司法制度

司法制度における焦点となるのは、申立てをどこの裁判所及び法廷で決着させるか、どの法律を適用させるか、そして消費者の信頼性を得るために最も重要な、問題が発生した際に消費者にどのような救済策が施されるか、の3点である。

(7) 責任性

電子商取引を促進するため政府は、オンライン上での不法な商業活動を行なうリスクを軽減し、またそのような行為を簡単に発見し消滅させる、契約をベースとした取り決めに対する障害を少なくすべきである。このような取り決めは、全ての利害関係者の契約の自由が最大限確保されて初めて確立されるため、責任性に関するイシューグループは、契約の自由が電子商取引発展の鍵を握ると考える。

(8) 個人データ保護

G B D eの5大原則は、個人データ保護政策の採用と実施-、個人データの収集、個人データの利用と配信、データのセキュリティ、データの品質及びアクセス、である。

(9) 税及び関税

G B D eは、電子商取引上のトランスマッションに対して関税をかけないというW T O ( World Trade Organization : 世界貿易機構 ) の現在の慣例は、永久に拘束力を持たせるべきであることを勧告する。また、電子商取引に対する新しい税に反対し、電子商取引が、従来の非電子的トランザクションと比較して不利な扱いをされてはならない。

なお、1999年9月13日にパリで行われたG B D e会議における各イシューグループからの勧告の詳細を別紙に示す。

### 2.2.7 日米経済協議会

1997年7月の日米財界人会議以降、日米経済協議会及び米日経済協議会の両協議会

は電子商取引に関する政策問題に取り組んできている。

#### 2.2.7.1 政策問題取組の背景

デジタル社会は、人々のコミュニケーション、ビジネス、教育及び社会的・文化的な生活の向上のあり方に根本的な改革をもたらしている。世界規模で、一元的に管理されない、参入コストの低い、多様なコンテンツを含む、自由かつほぼ瞬時に国境を越える情報の流れを促進するという特性により、インターネットは爆発的な成長と成功を続けている。

「電子的なコミュニケーション手段を通じて行われる商業活動」と簡潔に定義される電子商取引は、新たな市場、アプリケーション、ビジネス、雇用を生み出す強力な原動力である。中小企業は、世界的な物流網の構築、海外拠点、海外への渡航といった費用をかけずに世界規模の活動を行うことができる。また、政府機関は国民へのサービスを整備し、より効率的なサポートを行うことができる。商業活動は顧客と直接関わるようになり、これまでにはなかった影響力及び商業上の選択肢により活性化する。

インターネットは消費者にサプライヤーと直接かつ双方向に情報を提供する。インターネットでビジネスを行うには消費者のデジタル市場への信頼が必要である。消費者は、より多くの情報及び技術的ツールを通じ、更に大きな責任をもって取引を行なう能力を得ることができる。ビジネスにおける消費者からの信頼確保のため、産業界自身の責任が求められている。

産業界と政府は、電子商取引を安全かつ効率的に発展させるため協調して活動しなければならない。電子商取引は、民間主導・市場先導・自主規制の原則の下、競争に基づいて民間投資が促進された時、最も効率的に発展する。このアプローチは、雇用創出や経済成長に関する電子商取引の潜在力を抑えてしまう貿易障壁を取り除き、また、そのような貿易障壁が生まれるのを防ぐために有効である。真にグローバルな電子商取引の潜在力を引き出すため、従来の慣行及び法律の見直しが必要である。

電子商取引の成功のためには公正かつ競争的な環境が不可欠であり、競争を最大限に行うには、企業が不公正な差別によって市場支配力を濫用していないか、また、ライセンス実務に不合理な条件を課していないかを、各国の規制・独禁当局が監視すべきであると考える。

#### 2.2.7.2 カテゴリと優先分野

電子商取引の将来の成功を確実にするための基本的な要件を含むこれらの問題は、大別して3つのカテゴリに分かれる。利用者及び消費者からの信頼の確保、ビジネス環境の整備、インフラ整備である。これら3つのカテゴリには、電子商取引の継続的かつ急速な発展を確実にするため、直ちに取り組む必要のある13の優先分野が存在する。

##### (1) 第一グループ： 消費者からの信頼確保

電子認証、プライバシー及び個人データ保護、暗号、違法・有害コンテンツ、文化的・言語的コンテンツ、消費者保護

##### (2) 第二グループ： ビジネス環境整備

## 知的財産権、電子的契約、税・関税

### (3) 第三グループ： インフラ整備

競争、標準化及び相互運用性、教育及びコンピュータ・リテラシー、インターネット・ガバナンスとドメインネーム(商標に関連する問題を含む)

#### 2.2.7.3 電子商取引に関する共同声明

1998年7月、最初の電子商取引に関する共同声明が両協議会により承認された。声明はティアーとして6つの問題について言及している。すなわち、電子認証、プライバシー及び個人データ保護、暗号、違法・有害コンテンツ、消費者保護、税・関税である。共同声明は政府(日、米、欧)や電子商取引の発展に関わる国際機関(OECD、WTO、WIPO、UNCITRAL等)に幅広く配布された。電子商取引に関する政策は、二国間だけでなく、グローバルなレベルでの合意である必要があることから、両協議会はGIIICをはじめとする国際民間組織との連携を図っている。

また、1998年10月に「ボーダーレスワールド：グローバルな電子商取引の実現に向けて」のテーマの下に開催されたOECD閣僚会議にいくつかの団体からなるグループが「電子商取引に向けた民間グローバルアクションプラン」を提出した。両協議会もこの活動に賛同し、アクションプランに名を連ねている。このグループはBIAC、GIIIC、ICC、INTUG、WITSAで構成され、後にAGBと呼称されることとなった。両協議会は電子商取引に関するOECDの活動へのAGBの支援活動を支持するものである。

日米経済この1年に亘り、両協議会は更にティアIIの各イシューの検討を続けてきた。知的財産権保護、電子的契約、コンテンツ(文化的・言語的コンテンツ)、標準化及び相互運用性、インターネット・ガバナンスとドメインネーム(商標に関連する問題を含む)、教育及びコンピュータ・リテラシー、及び競争についてである。

#### 2.2.7.4 最近の共同声明

1999年7月の電子商取引に関する共同声明では、ティアI及びティアIIの全てのイシューに関しての成果を記述している。両協議会はミレニアムラウンドに向けた1999年11月のWTO閣僚会議を一つの大きな目標として、この声明を関係政府、国際機関に提出するものである。

##### (1) 第一グループ： 消費者からの信頼確保

電子商取引は消費者がこの新しい方法を信用している場合のみ成功するだろう。そのため消費者がネットワーク上の商品やサービスを注文した場合に詐欺行為、不当表示等によるトラブルが起こらないことが必要とされる。電子認証は注文者の本人性を確認すると共に注文の内容が途中で変更されないよう保証するための役目を果たしている。暗号技術はこの目的を実現するために使用されている。また消費者にとってはプライバシーが守られ、取引上の情報が他人に明かされたり、他の目的で利用されたりしないことも重要である。

デジタルコンテンツが世界中のネットワークを通してどこにでも簡単に伝送されるという事実は、産業界及び政府に対し、子供をポルノから保護したり、効果的な消費

者保護を行ったり、文化的・言語的多様性を促進するといった新たな問題を引き起こしている。

また、産業界の自主規制、政府の法規制、あるいはその両者によるものであれ、消費者からの信頼の問題をどのように扱うかが電子商取引の成功の鍵を握っている。

#### 電子認証

対面でのやりとりが行われないグローバルな電子商取引は、取引相手の本人性が確認でき、データの機密性・真正性が確保できて初めて行われるであろう。

両協議会は、電子認証(Electronic Authentication)は電子商取引の確実性と安全性を高めるために重要であると認識している。したがって、我々は、産業界が、社会の要求と整合性を持ち国際的に調和のとれた市場先導によるガイドラインを確立する際にリーダーシップを発揮するよう奨励する。

相互運用性を促進するための国際的ガイドラインの確立に際して、産業界と政府は、電子認証のための電子署名(Electronic Signatures)が自署署名のような伝統的な認証方法と機能的に同等であると認められ、かつ法的要件を満たすものとして受け入れられることを確実にしなければならない。電子署名に従来の署名と同等の法的効果を持たせるための枠組みは、グローバルな電子商取引の信頼性と相互運用性を確保するために、国際的にハーモナイズされたものとすべきである。電子署名の法的枠組みは通商障壁として用いられてはならない。産業界または政府により構築されるいかなる枠組みも、技術的發展と電子署名の技術及び製品に関する選択の自由を阻害しないことが重要である。したがって、両協議会は、電子署名の法的取扱いの検討に際し、政府が産業界の意見を十分考慮することを要望する。

この分野に関し、米国においていくつか重要な進展が見られる。現在、40以上の州において、電子署名を認める何らかの立法を行っている。連邦レベルでは、電子契約を承認し、これに抵触する州法に優越する立法が議会で審議中である。また、電子契約に関する統一州法の公表に向けた作業も行われているところである。同様の取組みは、欧州においても行われている。1999年4月、閣僚理事会はEUにおける電子署名指令に対するコモン・ポジションを採択し、第二読会のために欧州議会に送付している。さらに、電子商取引指令が欧州議会の第一読会を通過している。

1999年4月、日本政府は「高度情報通信社会推進に向けた基本方針～アクションプラン～」を公表しており、そのなかで、中心的施策として、1999年度中に電子署名の法的枠組に関する立法の検討を開始することを表明している。

電子署名・認証の業界が未成熟であることから、電子認証のグローバルな枠組みは、市場先導とすべきであり、かつ完全な競争環境の下で一般に提供されるべきである。ビジネス・モデルも出現しつつあるところである。市場のダイナミックな発展を奨励するため、取引当事者には、それが法に抵触しないことを条件として、彼らの取引に応じた技術的、ビジネス的に適切な認証方法を決定することが認められるべきである。政府がこの分野における規制の導入を検討するのであれば、まず実務での運用を踏まえ、その必要性、要件や目的を検討しなければならない。加えて、両協議会は、国ごとに社会構造、法制度、政府の役割が異なることに鑑み、発展途上国の利益への配慮や国際的なハーモナイゼーション、相互承認と相互運用性が重

要であることを強調する。

電子的本人確認に関連する認証サービスについては、電子商取引の信頼性と相互運用性を加速させるために、市場先導で、かつ国際的に調和のとれた標準、基準、ガイドラインおよびルールの策定において産業界がリードしていくよう両協議会は提言する。

産業界における重要な進展として、1999年6月にA G Bが「電子認証に関するO E C D・民間部門共同ワークショップ」において認証に関する提言書を提出している。A G Bは、すべての認証ツールについて、技術、運用、手続のフレキシビリティ及び多様なビジネス利用を促進するための、政策原則を提案している。政策原則は、(1)契約の自由、(2)技術中立性、(3)認証システムの連続性、それゆえ「構造的な中立性」確保の必要性、(4)証明書や認証メカニズムの内容、要式、機能に関するフレキシビリティ、(5)自由かつ公正な競争、(6)認証に関する予見可能な国際的法的枠組みの必要性、に基づいている。両協議会は、電子認証技術のグローバルな展開のため、このイニシアティブを支持し、O E C Dに対しこれらの原則を尊重するよう求める。

#### プライバシー及び個人データ保護

電子商取引の普及には、国境の内外でのデータの自由な流通を維持する一方で、プライバシーを保護することが不可欠である。個人データの効果的な保護は、デジタル・システムおよびグローバル・ネットワークに対する消費者の信頼を高めるか否かを決する。国によりプライバシー保護のレベルや法制度が異なるため、両協議会は、O E C Dが1980年9月23日に採択した「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドライン」を踏まえた、プライバシー保護に関する国際的な相互の承認と理解を促進する。

また、O E C Dにおいて同ガイドラインが引き続き妥当性を有し、近年のインターネットの発展にも対応できることを確認するためのバックグラウンド・ペーパー及びケーススタディに関する作業を行っているものと理解している。

E Uは1995年に包括的なデータ保護指令を採択し、現在各加盟国において国内法の施行が進められている。

日本においては、個人情報保護のための民間のコンプライアンス・プログラムのための自主モデルを定める日本工業規格(JIS 規格)が1999年3月に制定された。また、1999年4月に公表された「高度情報通信社会推進に向けた基本方針～アクションプラン～」において、日本政府は個人情報保護に関し集中的な検討を開始することを表明している。

米国においては、公開された企業方針と業界規則は、1) 連邦取引委員会及び各州・地方自治体等の執行権限、2) 州及び連邦機関により執行可能な、特定の情報のプライバシー保護に関する業法、3) 差止め又は金銭的救済を求めて個人又は消費者が集団で起こす民事訴訟、に裏打ちされている、という重層構造になっており、この点が他国で通常採用されている政府による包括的な規制と異なっている。

データ保護の執行にあたる専任機関が存在しないにも関わらず、米国での民間と

政府の重層的執行手段には長期に渡る成功の歴史がある。米国における自己規制の枠組みは、政府又は個人的な執行という威嚇によって、個人情報保護ならびにプライバシー侵害の被害者に十分な救済を与えることの双方で成功を収めている。したがって、重層構造アプローチは、インターネットの独特な環境に対応するような修正を施すことで、各国政府の原則を満足させるレベルのオンライン・データ保護を達成するであろう。

個人データの取り扱いは個人データそのものの属性と業種業態により大きく異なるため、個人データに関するプライバシー保護は、業種業態毎の産業界の自主対応を原則とすべきである。政府は、プライバシーの侵害が実際に発生した時、あるいは当該侵害が発生し被害が甚大と想定される場合だけ、最小限の法制的対応を取るべきと考える。両協議会は、地域間の不統一がこれ以上生じないよう、産業界がグローバルな議論を主導することを強く求める。

#### 暗号

情報の安全性と機密性はグローバルな電子商取引の発展のためには不可欠であることから、デジタル形態の財産である、価値のあるビジネスおよび個人の情報の安全性を確保するために必要な暗号技術の強度と種類を選択する自由が企業および個人に与えられるべきである。企業は、株主、顧客および取引相手に対し、価値のある企業情報の安全性を確保する責務を負っている。企業と個人が信頼し、利用し、かつそれによって守られるシステムを構築するためには、十分な選択肢のある暗号製品・サービスを消費者に提供する自由を民間部門に与える必要がある。両協議会は、1997年3月27日にOECD理事会で採択された「暗号政策ガイドライン」に概説されているように、利用者による暗号の選択、産業界主導・市場先導の製品・サービスの開発、利用者の信頼する国際標準、の重要性を支持する。

法の執行や国家安全保障の要請を不必要に妨げない一方で、特定種類の暗号の使用を強制することを避け、利用者の選択を認め、信頼を促進し、かつ利用者が電子商取引を支えると信じる高度な安全性を提供するような、相互運用性ある暗号政策を策定するために、産業界は政府とともに作業を行っていく。両協議会は、国家安全保障と公共の安全の問題に関して、政府と意味ある対話を行う所存である。

輸出管理の面では、米商務省は1998年12月、暗号製品に対する政府輸出管理を簡素化する規則の最終草案を公表している。米産業界は、この動きをハイテク製品に対する輸出管理の更なる緩和のための正しい一歩であると好意的に評価している。他方、米第106議会においても、暗号製品の輸出管理規制を自由化しようとする法案が複数提出されている。同様の動きは欧州においても生じている。欧州閣僚理事会は1999年3月、暗号製品を含むデュアル・ユース製品の輸出管理を修正する決議を採択した。両協議会はこれらの議論を通し、暗号技術の輸出管理の自由化は相互運用性のある暗号政策の確立を推進しうるものではないかと考える。両協議会は米国及びEUによりとられたこれらのイニシアティブを評価し、情報の安全性・機密性を確保するための適切な政策が、迅速に立案されることに期待する。

## コンテンツ

### A. 違法、有害コンテンツ

コンテンツ規制に関する各国の政策および法管轄に関する規則は、一貫性を持ったわかりやすいものとするべきであり、各国政府は、不必要な法的・機能的障害を取り除くよう国際的に協力すべきである。

民間部門は、コンテンツおよび電子商取引に関して、個人の権利を守り、公共の利益を促進するような自主規制方針を策定しなければならないし、今後も改訂していく。

オンライン・コンテンツに関する違法行為に対する民事または刑事上の責任は、違法行為の範囲が明確に定義される場合に限り課されるべきである。有害ではあるが違法ではないコンテンツに対する規制は、後述の技術的解決策の促進と併せて、民間部門の自主規制を原則とするべきであり、法的規制は、この自主規制および技術的解決策でも解決されない場合に限り、必要最小限に止めるべきである。

サービス・プロバイダは、最初に当該コンテンツが違法である旨の正式かつ適切な通知を受け取っており、かつ、その後、技術的に可能で、経済的にも合理的な範囲内で、必要な措置を取らなかった場合を除き、第三者の違法コンテンツに対する責任を負わせられるべきではない。

オンライン・コンテンツの規制を目的とした技術的解決策の導入が法的に強制されるべきではない。むしろ、政府は、多様で、規制のない、市場先導のオープンなレーティング・システムおよびフィルタリング技術(例えば PICS)の開発を促進すべきである。

消費者を詐欺や虚偽表示から保護するため、広告に対する規制がすでに存在している。両協議会は、政府に対し、取引上の競争を阻害するような規制を行わないよう、既存の広告規制をインターネットに適用する際には注意深く検討することを要請する。

両協議会は、各国政府が、管轄権に関する国際的なコンセンサスに至るよう、また現在の技術および実態面から最も実行可能な「発信国」(“country of origin”)アプローチを検討するよう奨励する。このアプローチの基本的な方向性は、発信国で合法とみなされるコンテンツの発信は、受信国において違法とされるべきではないというものである。

### B. 文化的・言語的コンテンツ

電子商取引は市場先導による成果であり、まさにその性質により、グローバルな消費者需要に応えるものである。インターネットは、人々が学び、文化的・社会的生活を豊かにし、世界的にコミュニケーションし、ビジネスを行う手段を向上させる可能性をもつ。インターネットの並外れた可能性を発展させるため、両協議会は、政府が規制を行うことなく、文化的・言語的多様性を含み、コンテンツの多様性を推進するという原則を支持する。

両協議会は、コンテンツの創造及び維持において多様性が非常に高く評価されること、他方で、政府により行われる言語その他の文化的同一性に基づく制限、

規制、検閲が、世界市場への特定国のアクセスを阻害し、貿易障壁となりかねないと考えられるものである。

#### 消費者保護

電子商取引に参加する消費者には、他の形態の取引で得られるのと同等の透明且つ効果的な保護が与えられるべきである。詐欺的あるいは錯誤を引き起こすようなオンライン上の行為に効果的に対応するためには、産業界と政府の高度な国際的協力が必要である。企業が消費者に提供する製品・サービスに関する情報は、その種類・内容により異なる。したがって、消費者に対する情報提供ひとつをとっても、企業が具体的に注意すべき内容は業種業態毎に異なる。そこで、市場の力および産業界の自主規制が、詐欺的行為などから消費者を守る最も適切かつ効果的な方法であると思われる。

しかし、一方で、消費者が信頼をもってグローバルな電子商取引に参加するためには、紛争解決と救済執行のための国際的に調和された法的枠組みの確立が必要である。両協議会は、全ての消費者保護メカニズムに関する効果的な消費者教育が、関係する事業者および消費者に利益をもたらすものであると考える。両協議会は、民間部門による自主規制と政府による法的枠組みの適切な組み合わせを決定するために、政府が民間部門との対話を続けていくよう要請する。

オンライン上の事業者や消費者は、電子商取引が本来持っている国際性からすれば、他国の法的規制や消費者保護制度に関する情報にオンラインでアクセスできることが必要となる。特に、産業界はグローバルに調和された自主規制ポリシーや消費者保護ルールを確立するために、国毎の法制度の違いを知る必要がある。電子商取引の参加者をサポートするために、政府は自国の法律や措置について、理解し易かつ容易に利用できる方法で開示する努力をすべきである。

両協議会は、適用法の文脈での消費者保護の問題は、例えばOECDのような、グローバルな枠組みのガイドライン策定による解決を検討している、その他のフォーラムと協力し、十分な議論を行うことが必要であると考えられる。

#### (2) 第二グループ： ビジネス環境整備

電子商取引はもちろん消費者に利するものであると同時にビジネスにおいても役立つべきである。音楽、映画、本、コンピュータ・ソフトウェア、その他の文化・ビジネス・技術情報といったデジタル情報が自由に流通することは、消費者にとってもビジネスにとっても好ましい。一方で、情報に含まれる著作権は保護されなければならない。さもなければ著作権者はその著作物をデジタル形式で配信することを望まないであろう。この問題は、知的財産権に関するセクションで触れる。

企業にとっても消費者にとっても、契約の際にいずれの国の法律がその契約に適用されるかを知ることが重要である。これは、それらの法律が買い手と売り手の法的立場に影響を及ぼすからである。そのため、我々は電子商取引に必要な法的枠組みをここで検討する。

有体物の取引においては課税と関税に関する明確な規定が存在する。しかし、世界

中のネットワークを通じ注文、発信される無形のデジタル情報とサービスについては、これらの問題の扱い方について合意が形成されつつあるという段階である。この問題は、世界中を対象にビジネスを行う人々にとって非常に重要である。

#### 知的財産権

両協議会は、インターネット上の著作権侵害を抑止するための取組みを支持する。インターネットは、著作物が以前より低廉なコストで頒布される新しい市場を可能にする。しかし、同時に、デジタル技術は海賊行為も以前より容易にしている。知的財産権の保護については、すでに、WTO/TRIPS協定、WIPO著作権条約、WIPO実演・レコード条約によって、著作権の権利範囲や権利制限を含め、国際的合意が達成されていることから、両協議会は、これら国際的な合意が、各国政府によって速やかに実施されることを期待する。

両協議会は、オンライン・サービス・プロバイダ(OSP)やインターネット・サービス・プロバイダ(ISP)、コモンキャリアといった中間介在者は、電子商取引のさらなる発展において重要な役割を果たすものと考えている。中間介在者の責任のあり方については、各国の既存の法制度が許す限りで、WIPO条約の批准・実施と並行して、検討されるべきものとする。

OSP/ISPの責任については、様々な業界の支持を受けた原則が、最近、米国で立法化されており、各国が利害関係者の利益を調整する際の一例となろう。両協議会は、OSP/ISP及び権利者の法的安定性を確保するために、今後、責任の枠組の検討において、以下を前提とする必要があると考える。

- 侵害物を電子取引の場から排除することが、権利者及びサービス提供者の共通の利益であることを認識すること。
- 著作物の送信や蓄積に関与するすべての関係者が責任ある商慣行を確立するために施策として、“notice & takedown”といった、市場解決による手段を検討すること。
- 経済的に不合理、あるいは技術的に不可能な負担を、中間介在者に課さないこと。
- 特に、現在生じている侵害を防止するといった、裁判所の適切な役割を維持すること。
- TRIPS協定やベルヌ条約のような、国際規範に従うこと。
- 両協議会は、さらに、著作権以外の分野における知的財産を巡る取組みも支持する。我々は、データベースの追加的保護が有する潜在的影響について、現在WIPOにおいて行われている検討のイニシアティブ、及びインターネットのドメインネームを巡る議論を支持する。

著作権法のエンフォースメントに関する問題が解決されない限り、電子商取引はその潜在的可能性を発揮できないであろう。我々は、各国政府が以下のような課題を解決するために適切な措置を採ることを期待する。

- 各国において、権利者に対し、著作権侵害を追及するための効果的で利用しやすい手段を提供すること。
- 侵害行為発生地を問わず、各国において効果的な救済及び侵害者に対する効果的

なエンフォースメントを実現するために、著作権侵害に対する司法手続の改善を推奨すること。

- ユーザやその他の利害関係者に創造的活動の重要性を教育するための、著作権啓蒙プログラムを推進すること。こうしたプログラムは、企業、業界、教育機関等により提供されるべきである。
- (a) 技術の利用可能性、(b) 複数の権利処理の枠組み間での競争関係の維持、に留意しつつ、円滑な権利処理の枠組みの確立を推奨する。

両協議会は、キャッシング、すなわち「インターネットのサービスプロバイダーないしエンドユーザーに近接した他の施設において生じる、インターネットからダウンロードした情報の一時的蓄積、もしくはその他の形態の一時的蓄積」の禁止により、将来はもとより、今日の需要に応えるだけのキャパシティが提供されなくなるという問題が更に悪化することを警告する。キャッシングなしでは、インターネットは電子商取引を推進する媒体としての重要性を失うこととなりかねない。すなわち、OSP/ISPがネットワークの増強やより高性能の通信技術を導入するために追加的投資が必要となることから、インターネットへのアクセス・コストが著しく上昇する。また、ウェブサイトのホスティングやインターネット上での情報提供のコストも著しく上昇することになることから、ウェブ上で提供されるコンテンツの量及び多様性が損われることとなる。我々は、ウェブサイト上の情報の一時的なコピーを防止するソフトウェアや、電子透かし、認証ツール等の、著作物の保護を確保するための技術的な解決が利用可能であると考えている。

我々は、電子商取引に関与する全ての当事者の利益、特に著作権者が契約による利益を享受するための更なる技術開発を強く支持する。我々は、急速な技術発展が予想される状況の下では、政府は、技術開発を阻害する可能性のある立法措置を行うべきではないと考える。換言すれば、将来の技術開発の内容が予測できない以上、政府は広範な法規制を確立すべきではないと考える。むしろ、政府は、法規制が、技術開発に与える影響を慎重に吟味すべきであって、法的な手当ては、それが真に必要な場合に限って検討されるべきである。

我々は、コンテンツが利用される装置の仕様にかかわらず機能する、コンテンツ埋込型の保護技術の発展を推奨する。さらに、技術的手段はデジタル作品の利用対価の確保にも重要な役割を担うものとする。

#### 電子的契約

電子商取引が健全に発展するためには、供給者と購入者の双方が、商品やサービスの一貫した予測可能な法的取扱いから提供後の紛争処理を含むサポートまでを信頼できるような、電子的契約のための法的枠組みが必要とされる。契約に関する伝統的な法的枠組みは、デジタル時代の商取引での変容するニーズに応えるために、一貫性・確実性を引き続き求めている。

電子商取引の発展を支持するため、政府は電子商取引に参加する両当事者が通常の商取引よりも不利にならないことを確実にするための適切な手段を講じなければ

ならない。そのための適切な対応として、以下が考えられる。

- 現行法制度における書面要件、自署要件の削除
- 電子文書を法廷への証拠として提出することに対する障害の除去
- 電子的に署名された文書の承認

両協議会は、政府が1996年のUNCITRAL電子商取引モデル法がこれらの事項に関する良い合意点であると考えよう提案する。同モデル法に基づく国際条約を作ることが、最近提案されているが、そこには、技術に関する広範な選択肢や、適切な技術的及び契約による実施を決定する際の当事者自治に関する重要な概念も含まれている。

両協議会は、当事者間で双方が受入れられる事項に関しては自由に契約できること、すなわち「契約自由」の原則を引き続き促進し、それを阻害しないようにする公共政策を主眼とすることを強く提案する。商品受領通知、裁判管轄、準拠法などの法的問題に関しては、両当事者は互いの国の法的規制に抵触しない範囲で契約上の希望条件を提示することが許されるべきである。既存の法律や規制枠組みを電子商取引に適用する場合は、当局はこのメディアにおける技術的な現実を正しく認識しなければならない。この「契約自由」原則は、電子的な越境取引に対する障壁を低くし、また両当事者にそれぞれのビジネスに特有のニーズを受け入れるだけの柔軟な方法での取引を認めることにより、商品やサービスの自由移動を支えることになる根本的に重要な原則である。

企業と消費者の間で交わされる電子的な契約においてもまた、契約自由の原則が適用されるべきである。そのため、OECDにおけるグローバル・ネットワーク上での消費者保護に関する国際的な統一ガイドラインを作り上げる作業において、産業界は主要な役割を果たしている。この多国間アプローチにおいては、利用しやすさ、情報開示要求、並びに消費者のための紛争解決機構に言及している。

産業界の多くのグループは、また、情報に基づく決定と自分の好みに基づく選択をするために必要とされる消費者の力を高めるための技術的な解決手段を開発している。消費者の選択を最大限確保するためのガイドラインを策定する場合は、こうした技術的な方策も考慮すべきである。消費者教育は、消費者を更に啓蒙し、消費者がオンライン契約を信頼できるようにするであろう。

政府は、国境を意識しないメディアにおける「裁判管轄権」の問題を解決することが非常に重要である、という認識をもつことが重要である。「管轄」に関するグローバルなコンセンサスがない現時点において、ウェブ・サイトの運営者がすべての国の適用法に従うことは不可能であるゆえに、両協議会は、電子商取引の契約締結においては「発信国」(“country of origin”)主義がもっとも妥当なアプローチであると信じる。両協議会は、この事項に関してまだ検討が熟さないうちに急いで結論を出すことは電子商取引の継続的な発展を阻害する結果に結びつく恐れがあることを、政府がよく認識することを提言する。企業と政府の間での、慎重で、勤勉な、建設的な協力関係により、最も効果的な政策が実現されるであろう。また、そのような協力関係と慎重な歩みは、政策立案者に、絶えず変化しつつあるビジネス・モデルと次々に新しく現れる技術を考慮に入れるだけの、十分な時間と専門的知識を

与えることになるであろう。

#### 税・関税

現在、電子的送信には関税がかかっていない。両協議会は、1998年5月20日のWTO閣僚宣言のうち、電子的に注文され引き渡されるものには関税を課さないという現行の運用を成文化するという包括的な作業に対し、WTO加盟132カ国が示した意向を支持する。

また、税に関しては、電子商取引であることによる新しい税の創設あるいは差別的な税の適用に強く反対する。これらの問題に関しては、OECDにおける集中的な検討が進められているところであり、我々は上記の方向でのOECD合意がなされるよう要望する。また、二重課税防止、恒久的施設の概念の適用、移転価格行為等についても、民間の提言及びインターネットの特性に十分配慮した合理的な結論に至ることを希望する。

#### (3) 第三グループ： インフラ整備

三番目の問題は電子商取引を可能にするためのネットワーク及び設備に関するものである。電子商取引が成長し膨大なデジタル情報を扱うにつれ、手頃な価格でより広い帯域をもったネットワークが必要となる。そのようなネットワークの構築を促進するためには、激しい競争が不可欠である。また、シームレスかつ相互運用性を有するネットワークを実現するため、標準化が極めて重要である。

多くの人は電子商取引の基本ツールであるコンピュータ機器についてまだよく理解していない。電子商取引の健全な発展のために、我々は、ユーザが電子商取引の利点を享受できるよう、従来と全く異なるアプローチでコンピュータ・リテラシー及び教育に取り組むべきである。

アドレスの急激な需要に対応できるよう、ドメインネーム構造に取組み続ける必要がある。インターネットのアドレスを設定する際に、登録商標の不適切な利用は消費者及びビジネスの間で混同を生じさせ、商標保護を侵害する可能性もある。

#### 広帯域化を促進する強力な競争

我々の社会が電子商取引の莫大な利益を享受するためには、高度な競争的市場が必要である。競争的な広帯域通信市場なくしては、独占事業者は競争的圧力下に置かれたときほど必要なインフラへの投資を迅速に行うとは考えられない。これらの投資は、中小企業にとっての新しい機会、より低価格での消費者選択の拡大、新しい雇用創造などの利益をもたらす。政府が貿易障壁の除去し、強力な競争が行われている開かれた市場を産業界と共に創造することで大きく発展するであろう。

電子的に配信される新たなマルチメディアサービスの量的増加により、有線、光ファイバー通信ネットワーク、地上無線及び衛星ネットワーク、ケーブルテレビネットワークなどの大容量ネットワークへの投資が必要となる。無差別のユーザーアクセス(オープンネットワーク・インターフェースと適正な相互接続)を市場価格で可能とするため、通信分野の完全自由化が実施されるべきである。高い通信コストにより生じる使用帯域アクセスの制限は、新規市場発展の障害となる。両協議会は、

帯域幅の利用可能性や容量について市場先導による成長を促進するため、寡占事業者に関する、適正な競争保護措置を伴う積極的競争政策を支持する。

両協議会は、WTOにおける基本電気通信分野での全ての合意が履行されることを推奨する。電子商取引の利益を享受するために、全ての政府はこの新しいメディアによる取引をさまたげないよう、貿易障壁を除去しなければならない。政府は、電子商取引の発展を阻害するような新しい市場アクセス障壁を導入してはならない。政府は、消費者に最大の利益をもたらす強力な競争と開かれた市場を奨励すべきである。

我々は、WTOにおける基本電気通信分野の完全自由化に関するコミットメントを行っていない国家が改善を行い、WTOへのコミットメントを行っていないあるいは同意しつつある国家が有意義なコミットメントを行うことを希求する。有意義なWTOコミットメントとしては、最小限、以下のことを包含している。

- 市場の完全自由化が確実な期日を特定すること
- 外資株式保有規制を漸進的に除去すること
- 競争主義の原則からなるWTOの「リファレンス・ペーパー」全体を採用すること

WTOメンバーは、WTO2000サービス交渉における、追加的で早期の重要な進展に対して今から準備を始めるべきである。

産業界は情報インフラストラクチャーの発展における重要な推進者であり続ける。なぜなら、グローバル・インフラストラクチャーを構築するのに必要とされる民間資本を移転させることができ、新しいインフラストラクチャーの基礎となる先端技術を開発するからである。通信が競争環境に移行することで、政府の重要な役割は競争、透明性あるルール、利用者への価値を確保することである。国際機関は、競争的で投資的なグローバル・インフラストラクチャー開発に関し、協調された政府の行動と国際協力のためのフォーラムを提供すべきである。

#### 標準化及び相互運用性

電子商取引導入を効果的に進めていくためには、非常に多数の国際的標準の策定と利用が必要となる。さらに、電子商取引の普及を促進していくためには、標準の策定とシステム間の相互運用性を確保するためのグローバルな取り組みが不可欠である。

本ペーパーにおける「市場先導の標準」とは、市場先導で産業界の合意に基づいて自主的に策定され、国際的に適用される標準のことを指す。例えば、国際標準化機構（ISO）、国際電気標準会議（IEC）、国際電気通信連合（ITU）などの国際的な活動によって策定された標準を含む。さらに個々の国家や地域によって策定され、世界的に受け入れられた標準も含む。

相互運用性が確保されるということは、電子商取引の当事者が、それぞれが利用しているネットワークシステムや特定の技術に依存せずに、商取引や情報交換を行うことが可能になることを意味する。システム間の相互運用を確保するためには、

技術標準と完全に同一である必要はないが、運用上の互換性を確保するための他の技術との連携を阻害するべきではない。電子商取引とはグローバルなネットワークを通じた一種の情報交換であり、そのため、電子商取引の発展のためには、相互運用性を最大限にするような標準を策定することが望まれる。両協議会は、潜在的な貿易障壁を防ぐために国際的に協調されている、市場先導の標準策定プロセスに賛同し、支持する。

商業ネットワーク及びアプリケーションの技術の進歩は著しい。ハードウェアやソフトウェアの技術的進歩に対しては、関係者のニーズを満たすかどうか、常に注意が払われる必要がある。政府が技術要件を設ける場合には、民間の技術的発展のスピード及び市場先導による標準に歩調を合わせていくことができるよう、政府が強制力を有する規則ではなく、ガイドラインとして策定されるべきである。

民間主導による標準の策定を政府が後押しするために、物品・サービスの政府調達、税金の支払、税関管理、その他の政府サービスのような政府機能について、電子情報関連の標準を採用することが挙げられる。政府は、商業的で市場先導によるグローバルな標準について、その利用を促進し、政府機能を効率化するため、政府間での利用を促進するべきである。政府は、産業界の合意に基づく自主的な策定プロセスに従いつつ、社会からの要求に応じるために、政府自身が要求する標準を公表するべきである。

#### 教育とコンピュータ・リテラシー

グローバリゼーションと技術革新は、情報化時代において求められる技能や判断力に変化をもたらしている。各国は教育に関して、知識、技能、倫理の三本の柱に同時に投資し、築き上げていくという、全体的なアプローチを採り入れなければならない。両協議会は、電子商取引には社会や世界経済に大変革をもたらす潜在的な力があることを認識し、電子商取引の利用者に適切な知識を提供し、スキルの向上を図ることが公益にかなうと共に、電子商取引の発展に資する熟練労働力の需要にも応えることになることを考える。教育及びコンピュータ・リテラシーへの取組みは、経済的利益を幅広く世界各国(特に発展途上国)にもたらす上で極めて重要である。

教育は健全な社会発展を促進し、これにより 21 世紀の新たな問題により良く対応できるようになる。伝統的な「読み書き能力」とは主に読解、作文及び計算能力を意味するものであったが、コンピュータや情報を使いこなす能力(コンピュータ・リテラシーやインフォメーション・リテラシー)も含むよう、拡張される必要がある。情報技術やネットワークを利用した決断能力、価値創造力、問題解決能力、情報判断能力や他者と協力できる能力を開発するためには、効果的な教育が不可欠である。さらに、情報の適切利用のためには、倫理及びリスク管理の教育が必要となる。人々は、情報ネットワークや通信ネットワークを使い(それはしばしば時間、場所、国、組織の違いを超えることになるが)、無用なトラブルを避けつつ、いかにしてコミュニケーションし、互いに協力できるかを学ぶ必要がある。

民間企業としては、消費者、労働者、子供や学生、家族、熟年者や、企業、事業者、行政及び政府等の様々なユーザ・グループのニーズを認識し、これらに対応す

るため、各国政府と協力する用意がある。企業、非営利団体、及び政府は、社会における教育、コンピュータ・リテラシーの多様なニーズに応えるべく協力すべきである。教育施設でコンピュータや情報システムを利用でき、ネットワークへアクセスできることが、電子商取引の発展に必要な利用者のスキル向上に貢献する。それはまた、各国の経済的、社会的関係をより密接にしながら、その成長と効率向上にも寄与する。

学習の場は教室に限定される必要はなく、教師や教科書からのみ知識を得る必要もない。教育放送からインターネットやイントラネット上における仮想学校環境、地域の教育センターやOJT等、教育を普及させる代替手段が様々な形で次々と生まれてきている。世界的な環境変化の中で、教育に求められているもう一つの重要な面は、人に生涯教育の機会を提供できるシステム開発に対する需要である。

両協議会は、各国政府が、教育の内容や教材の開発を支援し、指導者を育成し、また民間部門が教育機関における教育支援に容易に参画でき、電子商取引の利用についてイニシアティブをとり、模範となれるような環境を整備するよう提案する。経済的・社会的・身体的弱者に特別に配慮した教育を含む教育・能力開発環境を整備するためには、官民双方の支援が必要である。グローバルなビジネス環境における法遵守に関する教育等を含む倫理教育にも留意すべきと考える。教育において言語、文化、宗教等の相互尊重の意義を強調することにより、電子商取引を支える国際的な情報システムがよりハーモナイズされた形で発展することができる。両協議会の各メンバー企業は各国政府と協力の上、コンピュータ・リテラシー及び教育の向上に資するべく協力することを宣言する。

#### ドメインネームのインターネット・ガバナンスと商標

現在のドメインネームとドメインネームのアドレス構造がインターネットの安定性を支えている。したがって現在の構造を変更する場合は、何よりインターネットの安定性の維持を前提としなければならない。実社会に実在する主体やブランドに関するドメインネームは、エンド・ユーザにとって、信頼すべき表示あるいは標識としての役割を担っている。それゆえ、インターネットにおいて用いられるドメインネームは、容易に取得可能であると同時に適切にブランド名・社名を反映するものであることが重要である。ドメインネーム上でのブランド名に関する問題が検討されるべきである。

企業名や商標、ブランド名に関連するドメインネームは企業のビジネス及びイメージに大きな影響力を有しており、電子商取引の発展のために極めて重要である。そのため、この問題に関する効果的な解決策を見出すことが焦眉の懸案となっている。商標保護につき国際的協調に基づく対応策の策定が必要である。

両協議会は、民間の専門家により運営され、インターネットのドメインネームの登録、割当て、管理を行う、競争的でグローバルかつ市場に基づくシステムの創設を支持する。このアプローチはドメインネームを安定的に管理し、インターネットへの容易なアクセスを実現する上で重要な役割を果たすであろう。両協議会は、非営利の民間企業がこの運営にあたるというアプローチに、またその国際的な構成に

よってバランスを確保することに合意する。これにより、管理制度及び意思決定プロセスの公正性、非差別性、透明性が確保され、またインターネットに関わる人々のニーズを最善の形で反映し、インターネットの急速な変化スピードに対応できるような、市場先導のソリューションの必要性を支持することになる。我々は、運用システムの安定性を害さない限りに於いて多様なサービスと低廉なコストの実現のため、ドメインネーム登録サービス社間の競争を導入することが適切でありかつ望ましいと考える。さらに、インターネットのドメインネームを管理する新頂点組織は、ドメインネームの不足の問題についても検討を行なう必要がある。

両協議会は、インターネット・ガバナンスに関し、市場主導に基づく民間管理というアプローチへの支持を表明している日米両国政府を歓迎する。この政策分野における両国政府の相互協力・リーダーシップ及び英知は、民間の関係者や企業、政府の間の協力とパートナーシップの新しい基準となっている。

W I P O は、商標権の保護に関連する紛争の予防及び解決に関する問題について検討を開始している。両協議会は、このW I P O の取組みを支持する。これらの措置が効果的に機能するよう、我々は、インターネットのドメインネームの運用を行う新しい頂点組織は、W I P O の措置を基礎とする、商標権に関するガイドラインを策定する必要があると考えている。

### 3 欧米以外での E C 推進機関の活動状況

この章では、最近 E コマース市場の広がりを見せているアジア・オセアニア、中南米（ラテンアメリカ）並びに中近東に焦点を絞り、各国の政府系機関や公共機関が自国の為に展開している E コマースの推進の為に活動を報告する（欧州や米国の政府系機関などの活動状況は、99年6月に行った「欧州視察団」や11月に行った「米国視察団」の各報告書を参照方）。

#### 3.1 アジア / オセアニアの状況

##### 3.1.1 シンガポール

シンガポールでは、2002年までにカリキュラムの30%をIT（情報技術）関連とするとの意欲的な教育の情報化5年計画（Master Plan for IT in Education, 1997-2002）に従って着実に教育分野の情報化を進めている。今回、カリキュラムの30%までをもIT関連とするとの目標をいかに達成しようとしているのか、その進捗状況はどうか等について、シンガポール教育省教育技術部からの内容が紹介された。

##### 3.1.1.1 シンガポールの初等・中等教育の情報化の進展

###### (1) 教育の情報化5年計画の概要

シンガポール政府は、「教育の情報化5年計画（Master Plan for IT in Education, 1997-2002）」に基づき、2002年までにカリキュラムの30%をIT活用とする。また生徒二人に1台のパソコンを設置する。それに対する予算は5ヶ年間でS\$20億である。

###### (2) 基本事項

シンガポールの初等・中等教育の学校数は次のとおりとなっている。

- 小学校 200 校
- 中学校 150 校
- ジュニアカレッジ 4 校
- その他 1 校

小学校の第4学年までは、二つの言語（第一言語は英語）と数学のみである。日本のような義務教育は無い。1997年のいわゆる落ちこぼれ(Drop Out)率は、小学校で0.4%、中学校で4.4%あった。一部では、依然として、午前と午後の二部制を敷いている。

一校当たりの教室は20ないし40室で、平均の生徒数は1,300人である。その生徒を教育指導する全教員数は24,000人である。

###### (3) 文部省における教育 IT 化推進体制

文部省の職員数は、約1,000名である。その中で、IT化を支援を担当する教育技術部は約220名を配している。

教育技術部は、教育技術開発課、IT研修課、メディア・インフラ支援課の三つの課からなる。IT研修課では、IT指導員60名を有する。この指導員は、全国の優秀な教員から選抜し、IT研修を特別に実施して育成している。各校の先生のIT教育・指導を担当している。いかにITを教育に活用するかを研修において教えるとともに各校を回って指導している。

#### (4) 教師のIT研修

全国の教員24,000名を対象に、初期研修(Word, Excel, Power Point)20時間、教育のIT化研修40時間の研修を実施している。初期研修は、外部の研修業者に依頼しており、これはあまり問題ではない。教育のIT化研修が重要であり、3回程度に分けて、各教師が数時間の研修を間隔をおいて3回程度受けることとしている。現在、すべての教師に対する1回目の研修が終了している。

#### (5) カリキュラムのIT関連化の状況

現在のカリキュラムのIT化の状況は、小学校10%、中学校14%程度である。これは単にITを道具とした授業(例えばパワーポイントを使った授業)での時間をカウントしていない。生徒がITとインタラクティブに対面して学習を進める時間(コース・ウェアにITを導入した場合)のみをカウントしている。

授業の仕方、教室の机のレイアウト(6名を一つのグループ)も変化しており、グループ学習が中心となりつつある。教育に用いるソフトウェアやCD-ROM製品は、教育技術部において事前評価を行い、各先生に推薦している。

#### (6) 対象学校数

- デモ・スクール：22校
- 1998/1999年：100校
- 1999/2000年：全校(1999年末に、全校にて実施を目標)

各校では、それぞれの実情に合わせたIT計画を作成する。全ての学校がウェブサイトを持している。

#### (7) パソコン及びプロジェクターの普及

小学校では生徒数6人に対しパソコンが1台、中学校では生徒数5人に対しパソコンが1台の割合であり、先生に対しては2人に1台の割合である。最終的には、一つの教室に、10から14台のパソコンを設置する。

これ以外にコンピューター・ラボ(IT Learning Resource Room)も設置する。全校の校舎にLANを設置済みであり、それに伴い、ここ2年間は校舎のリノベーションを実施した。設備のメンテは、毎年、入札によって、アウト・ソースしている。今年は、IBMが受注した。なお、1999年時点で、1校当たり10台の液晶PCプロジェクターを設置(今年の入札では、日系企業がその大半を受注)しており、多くの先生がパワーポイントを使って授業を行っている。黒板は一部の教師のみが使用していると

いう状況である。

### 3.1.2 オーストラリア

#### 3.1.2.1 オーストラリア準備銀行

オーストラリア準備銀行 ( R B A : Reserve Bank of Australia ) はオーストラリアの中央銀行で、職員数は全部で約 800 名である。

現在 R B A の下には、決済関連を扱う「Payments Systems Board ( 決済システム理事会 ) 」と、通貨や銀行のあり方等を扱う「Reserve Bank Board ( 準備銀行理事会 ) 」のふたつがある。

R B A にある上記二つの理事会のうち、今回は Payments System Board ( 決済システム理事会 ) の方々を訪問し、意見交換を行った。この理事会は、1998年に成立した「Payment Systems Regulation Act ( 決済システム規制法 ) 」などに基づき、オーストラリアの決済システムの安全性と有効性を促進するために1998年7月1日に設立された。その実務は、規制法の権限だけで進める手法ではなく、民間企業での運用とのバランスを取りながら行うというやり方をとってきた。Eコマースに対する取組もこの考えのもとで行ってきており、まずは民間のイニシアティブを優先し市場に任せ、必要に応じて介入するという考えを踏襲している。

彼らによると、1999年時点でのオーストラリアにおける国民総生産 ( G D P ) に占める現金の割合は4%弱で、日本やスイスに比べて大変低い値となっている。

ちなみに1998年時点での主要各国における割合は以下の通りである。

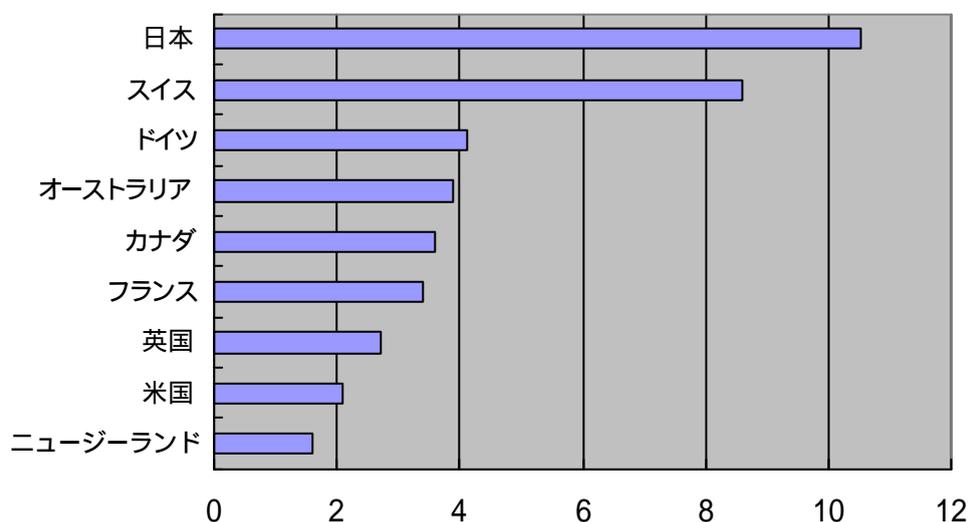


図2 - 1 GDPに占める現金の割合 (%) 1998年時点

オーストラリアにおいては現金以外の決済手段として、現在以下の5つが代表的である。

- 1) チェック ( 小切手 )
- 2) E F T P O S ( エフト・ポス )
- 3) 自動振込み

- 4) クレジットカード
- 5) 自動引き落とし

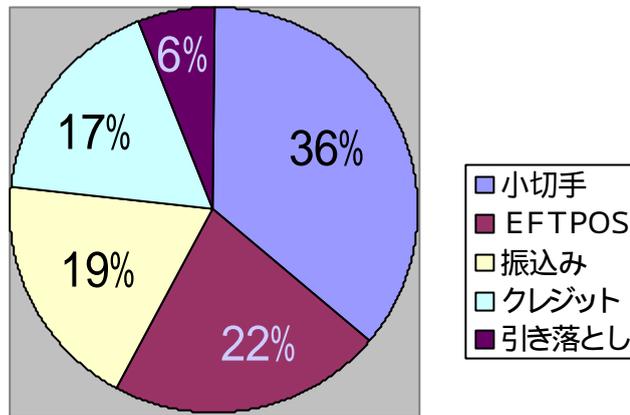


図 2 - 2 各種決済手段の割合

小売など流通に使われる現金は依然重要な役割を占めるが、それ以上に現金以外の決済方法が伸びてきている。1990年代オーストラリアでは、年間の個人小切手発行枚数が、僅かながらの伸びを示してきた。しかし、全決済に占める割合では、1998年までの4年間で、50%から36%に減少し、その他の決済方法、特にデビットカードやクレジットカードでの決済が、小切手に取って代わってきている。

その代表例がEFTPOS (Electronic Funds Transfer POS : 電子的資金転送POS) で、オーストラリアやニュージーランドでのデビット・クレジットでの決済端末である。今までに約20万台設置されており、各種小売店等に配置されている。

各国における一人あたりの小切手での決済数は以下のグラフに示す通りである。

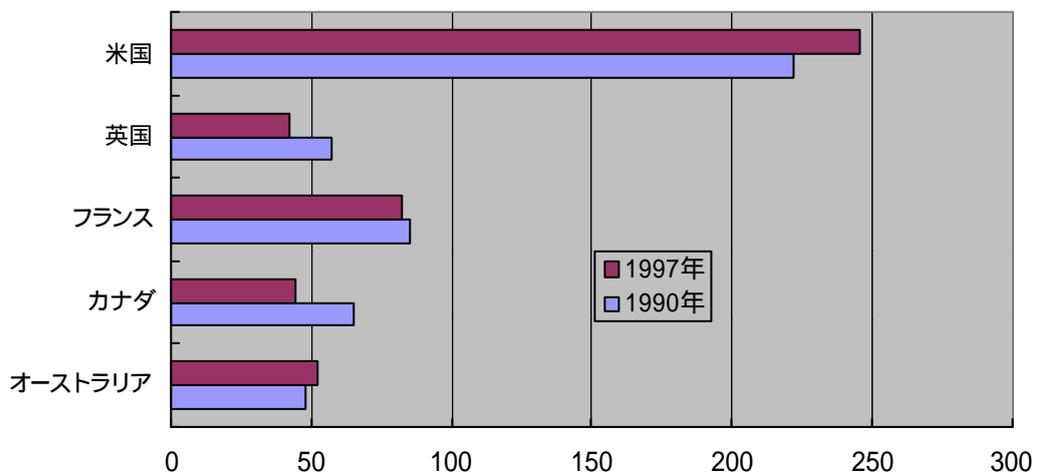


図 2 - 3 一人当たりの小切手発行枚数の変化 (1990年と1997年)

流通関連で使われる決済手段を世界的に見ると、米国を代表とする「小切手を多用する国」と、日本や欧州を代表とする「(振込みなど)電子的手段を多用する国」に分けられる。ちなみにオーストラリアは米国と同じの部類に属すると言える。

「小切手」の割合は微妙ながらも年々増加しているが、日本同様オーストラリアにおいても毎回の給料の支払いは、銀行口座への「振込み」が主流になってきている。振込みが主流の欧州と比べるとまだ少ないが、米国やカナダに比べると多いことが次の図から伺える。

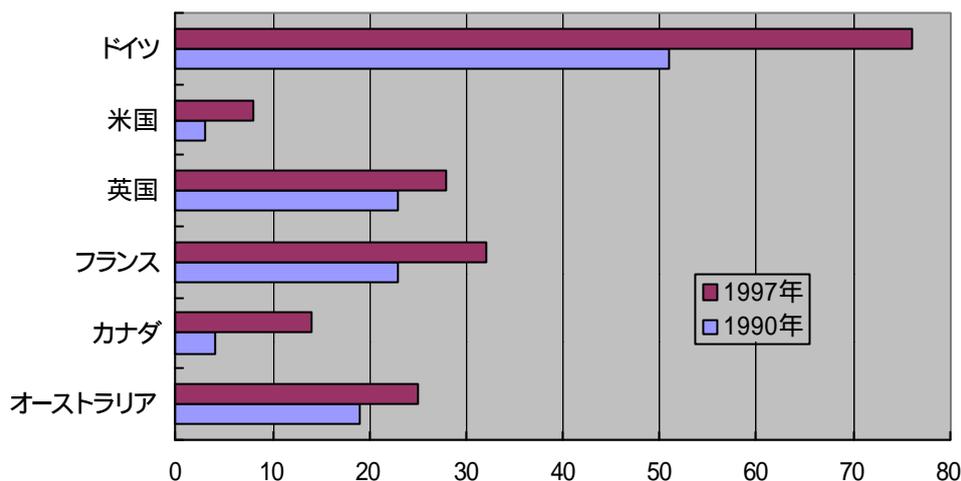


図2-4 一人当たりの振込み件数の変化(1990年と1997年)

それに対し「引き落とし」は、便利で低コストの方法ではあるが、「振込み」に比べると依然使われる頻度が少ないことが以下のグラフから一目瞭然である。

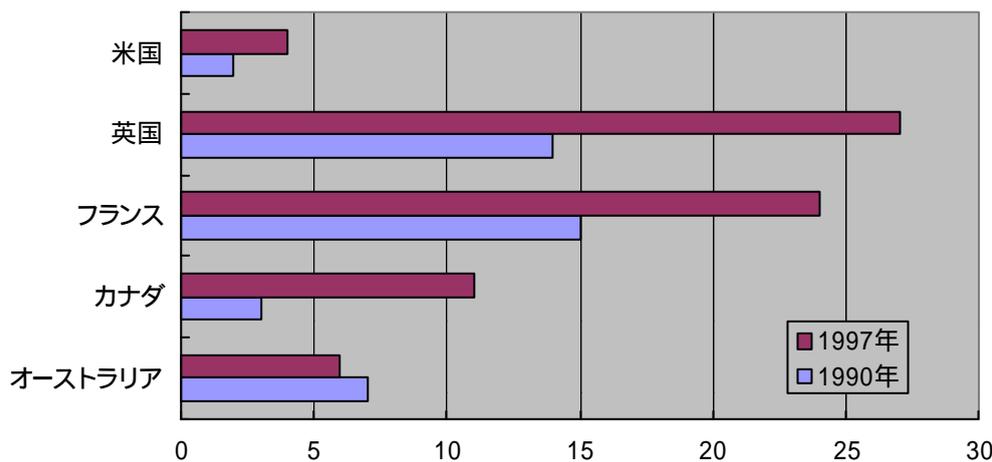


図2-5 一人当たりの引き落とし件数の変化(1990年と1997年)

しかし、引き落としが依然少ないことに比べ、「EFTPOS」を用いたクレジット・デビットでのカード決済は注目を浴びてきている。

電子マネーに関しては、オーストラリアでもVISAなどで様々な実験が行われているが、RBAとして現状は把握していない。しかしまだ市場が立ち上がったとは言える状況では無いことは確かであり、まだまだこれからの状況と思われる。今後期待が持たれているEコマース市場ではあるが、現段階ではRBAとしてのプロモーションなど市場への介入は考えてはいない。

### 3.1.3 ニュージーランド

#### 3.1.3.1 広告標準機構

広告標準機構（ASA：Advertising Standards Authority Inc.）はニュージーランドでのあらゆる媒体を通して行われる広告宣伝に対する、消費者からのクレームを受け付ける非営利組織である。1993年始めに設立されたが、今の形に組織されたのは1990年後半である。会員資格は、意思決定機関であるAdvertising Standards Complaints Boardにより、以下の団体からの代表者から与えられる事が定められた。また、これらの団体がスポンサーとして運営資金を提供し、ASAの運営が行われている。

- ◇ Advertising Agency Association of New Zealand
- ◇ Magazine Publishers' Association
- ◇ Newspaper Publishers' Association
- ◇ Radio Broadcasters Association
- ◇ New Zealand Television Broadcasters Council
- ◇ Association of New Zealand Advertising Council
- ◇ New Zealand Direct Marketing Association
- ◇ Outdoor Advertisers Association of New Zealand
- ◇ Pay TV Group

またASAは次の3つの目標を掲げて活動を行っている。

- いつ、いかなる媒体を通じて行われる広告・宣伝が、適切で一般に受け入れられる範囲内のものである事、また広告・宣伝の「文言」や「意味するもの」から消費者が誤解を招いたり、判断を誤ったりすることが無いよう確実なものである事の維持
- 広告・宣伝に関し、効率良い自主規制システムの整備・促進
- 広告・宣伝での苦情処理委員会の設立、資金援助

これらの目標は、Eコマースの市場においても同じことが言える。

ASAではあらゆるメディアによる広告宣伝に対する消費者からの不平・不満を受け付けており、今年に入ってから約300の広告・宣伝に対し、650ほどのクレームを受け付けた。

フルタイムの従業員は現在4名であるが、各種業界のサポートや政府組織のMinistry of Consumer Affairsが支持しており、ASAでの判断に対し、ほとんどの企業・団体がこれを受け入れている。例えば商品名がある特定地域に対する差別用語であった製品の広告・宣伝の取りやめを要請した場合も、企業はこれを速やかに受け入れた。

ニュージーランドでもEコマースに対しては積極的である。インターネットの家庭での利用率は約50～60%であり、高い値を示している。理由としては、

- 新しい物や技術に対し興味心が旺盛
- 大陸（欧米）から遠く、情報をリアルでキャッチできるインターネットは好都合
- 電話代が大変安い（30NZドル/月）

などがあげられる。

ニュージーランドの国民がインターネットから受け取る恩恵は多大なものである。英国からの文化を大きく受けているニュージーランドは、いつも欧州から情報を入手してきた。しかし、旅客機でのロンドンへ最短ルートを取っても26時間も掛かり、丸1日以上距離である。欧州を拠点と考えると、ニュージーランドは地球の果てのイメージが拭えない。本などの従来の媒体で一般の消費者が情報を受け取るにはあまりにも時間が掛かっていた。

しかし、インターネットの出現により、一消費者レベルでも簡単に最新の情報が入手可能である。また英語を日常言語に持つ国民として、言語的に何の不自由無く情報をキャッチできる。本の注文も簡単に行え、入手までの時間的ロスが大変少なくなった事は理解に難くない。電話代、ISP代とも1日中使い放題で、100NZドルのサービスも現れ、サービスの充実も進んでいる。

最近では、スーパーマーケットが商品の販売から配達までを手掛けているサイトが注目を浴びている。ニュージーランドでも女性の職場進出率が高まっており、買い物をする時間が取れなくなっているのが現状である。指定した商品を、指定した場所に、しかも指定した時間に配達するこのスーパーマーケットのサイトは、それら仕事を持つ主婦層に支持を受けている。

また、インターネットでの決済にクレジットカードを使用する事に対する抵抗が少ない。これは、ニュージーランドのクレジットカード業界の自主ルールであるが、米国の様な「50ドル・ルール」があり、クレジットカードの不正使用からの免責範囲を50NZドル以下とし消費者を保護しているためであり、インターネットでの購入などにクレジットカードを利用する割合を高めている。

## 3.2 南米の状況

### 3.2.1 ブラジル

#### 3.2.1.1 Eコマースに関する法律の整備状況

##### (1) 消費者保護

Eコマースに関する法律は無いが、1991年に発効した「製品やサービス」を対象とした消費者保護法があり、これが適用されるはずである。

この法律では、消費者が「製品やサービス」に対し問題があり訴える場合、悪い事を証明するのではなく、訴えられた企業が悪くない事を証明する必要がある。

消費者が電話で注文した場合は、7日間のうちに購入の取り消しができる。商品がデジタルコンテンツの場合でも対象と成りうる。また、消費者と企業との間に契約があったとしても、消費者保護の立場から、契約の項目が無効になるものもある。

##### (2) プライバシー保護

ブラジル憲法第5章に、「個人情報保護」の項目があり、銀行の個人情報も保護されている。これにより、銀行情報は保護されており、裁判所の命令・許可が無い限り、情報開示は出来ない仕組みと成っている。

以前ブラジル第3位の銀行である「ウニバンコ」で個人情報を流すという事件があり罰せられた。刑法上は、1～4年の懲役である。

郵便物も保護される対象となっているが、今のところ電子メールは対象の範疇に入っていない。

しかし、実際は個人情報の売買が日常茶飯事に行われているのも事実である。クレジット会社から個人情報が流れたケースがあり、情報提供を差し止める訴訟が起された。

##### (3) 知的財産権

1996年にIPR法が成立し、97年から発効した。WTOのTRIPSに準拠しており、ソフトウェアも対象である。

コカコーラなどのブランドを守るためのものであり、ブランド名は、ブラジル工業所有院に登録する必要がある。

インターネットのドメイン名は、通信省（日本の郵政省）の指導のもと、サンパウロの研究開発財団に登録する事となっている。

またホームページのフォーマットも保護されている。ある会社がインターネット上にサイトを持つ時に、そのサイトを別の会社が開発・設計すれば、契約に明記しない場合は開発した会社に権利が残ってしまう。

違反に対しては、その商品の3000倍までの罰金を課す事ができるが、音楽やビデオ、ソフトウェアなどの複製を阻止できる技術や仕組みが無いことが現状の問題である。

情報権利協会がEコマースの法的取組を行っており、UNCITRALに基づき法律を出している。またブラジルはWTO（世界貿易機関）に加盟しており、世界との貿易などでWTOのルールに沿って行っている。

### 3.2.1.2 ネットワークの状況

#### (1) テレ・セントロ・オエステ

携帯電話（バンドA）会社のテレ・セントロ・オエステ（Tele Centro Oeste）は、1999年上半期（99年1月～6月）の利益は、昨年同時期からやや増のR \$ 4,900万であった（ちなみに98年の同時期R \$ 4,700万）。総収入はR \$ 2億7,000万（98年上半期）からR \$ 3億5,700万にアップ、純利益もR \$ 2億1,400万からR \$ 2億2,700万に増加した。

また1999年6月末時点でのテレ・セントロへの加入者も588,000人であり、1998年6月末時点の421,000人から大幅に増加した。中西部地域の221の地方自治体にサービスを提供し、開発銀行であるBNDESに対し、R \$ 4億2,000万のローンと、5,000万米ドルの担保取引の交渉を行っている。

プランとしては、テレコム代理店のアナテル（Anatel）により提供されるPCSのライセンス取得の為、キャッシュフローを強化し、入札も準備を行うというものである。

もう一方で、テレ・セントロ・オエステは、ノルテ・ブラジル・テレコム（Norte Brasil Telecom）というアマゾン地域での携帯電話（バンドB）サービスを行う権利を獲得した会社で、R \$ 1億6,000万の初期投資を受け取り次第、1999年11月末から稼動する予定の会社を自分の配下にもしている。

### 3.3 中近東の状況

#### 3.3.1 イスラエル

インターネットは当初から世界的かつ「無秩序」なものであり、様々な活動および表現と情報の自由を推進してきた。一方、インターネットが広まり、利用者の数が増えてきたことから、この基本方針に関連した問題も浮上してきた。すなわち、ポルノが含まれていたり、暴力、人種差別、テロなどを扇動したりするサイト、ディスカッション・グループ、IRC チャンネルが登場してきたことである。（ほかの種類の媒体に関する現行法規に基いて）インターネットの違法使用を取り締まる法律を成立させようとする試みは強い反対にあい、施行上の問題にも遭遇した。

インターネットを利用する子どもやティーンエイジャーは増え続けており、この種の情報から青少年を守る必要があることから、この問題についての社会的な議論がおこなわれるようになった。

インターネット普及の為の解決策として、「表現の自由」と「我々が大切にしている価値を守ること」との間でバランスを取るために、情報のフィルタリングを可能にする方法が探られるようになった。

情報のフィルタリングに関する必要性は一様ではなく、次のようなものがある。

- ポルノ、暴力、人種差別から青少年を守ること
- 職場からアミューズメント・サイトにアクセスするのを禁止すること
- ピーク時に特定のサービスやサイトにアクセスするのを禁止すること
- その他

##### 3.3.1.1 機械的なフィルタリング

最初に打出された解決策は、サイトへのアクセス時におこなう情報分析に基いていた。これは、所定の基準が満たされていることを確認するため、ユーザーに表示する前に情報をチェックするプログラムを意味する。たとえば、特定の言葉が含まれていないことを確認するためにテキストをスキャンしたり、画像を表示する前に露出した肉体の量をチェックするプログラムである。しかし、こうした解決策には問題点も多くある。

これらの解決策は特定の基準に基くもので、別のフォーマットで転送または表示される情報に対応することはできない。たとえば、望ましくないテキストでも、画像、プログラム、あるいは別の言語で表示されると、効果的なフィルタリングをおこなうことができない。

クロスセクションや全体的なコンテキストを適切に定義するのが難しいことから、機械的なフィルタリングでは不十分である。その例を以下に記す。

- 性的表現などの言葉を含むサイトへのアクセスを防ぐプログラムでは、性を扱う学術的な情報へのアクセスも妨げられてしまい、ティーンエイジャーのための性的なアドバイスを含むサイトにもアクセスできなくなってしまう。反対に、ポルノ画像だけからなるサイトが除外されないことにもなる。
- 人種差別的なサイトへのアクセスを禁止する試みでは、反人種差別的なサイトへのアクセスも禁止されることが多い。
- 画像のフィルタリングをおこなうプログラムでは、芸術的、医学的、学問的な画

像も除外されてしまう。

- ロード時に情報チェックをおこなうと、データ取得プロセスがスローダウンしてしまう。

フィルタリングの限界を定めたり、それをプログラムに変換する上での問題は、仮想世界にいる人々のアプローチや文化的背景の違いから、さらに複雑なものになっている。

#### (1) 分類とラベリングによる方法

問題に対処する上でのこのアプローチの革新性については後ほど触れるが、これは人間の分類と情報の評価に基いている。

その目的は、フィルタリング・プロセスを容易にするために、ラベルを機械的に使用できるようにする基準とフォーマットを決めて、情報のチェック、格付け、ラベリングをおこなうことである。

これは、映画、ビデオ、新聞、本などですでに用いられている分類法とほぼ同じだが、このラベリングに基づくプログラムのフィルタリング基準では、ユーザーに適したフィルタリングをおこなうと同時に、モニタリングや強制執行もおこなうことができる。

一般的に、このプロセスには次の3者が関係している。すなわち、情報提供者、基準に基づいて分類をおこなう査定者、およびユーザーである。このユーザーのフィルタリング・プログラムが情報のラベリングをチェックし、その検索を許可するか否かを決定することになる。

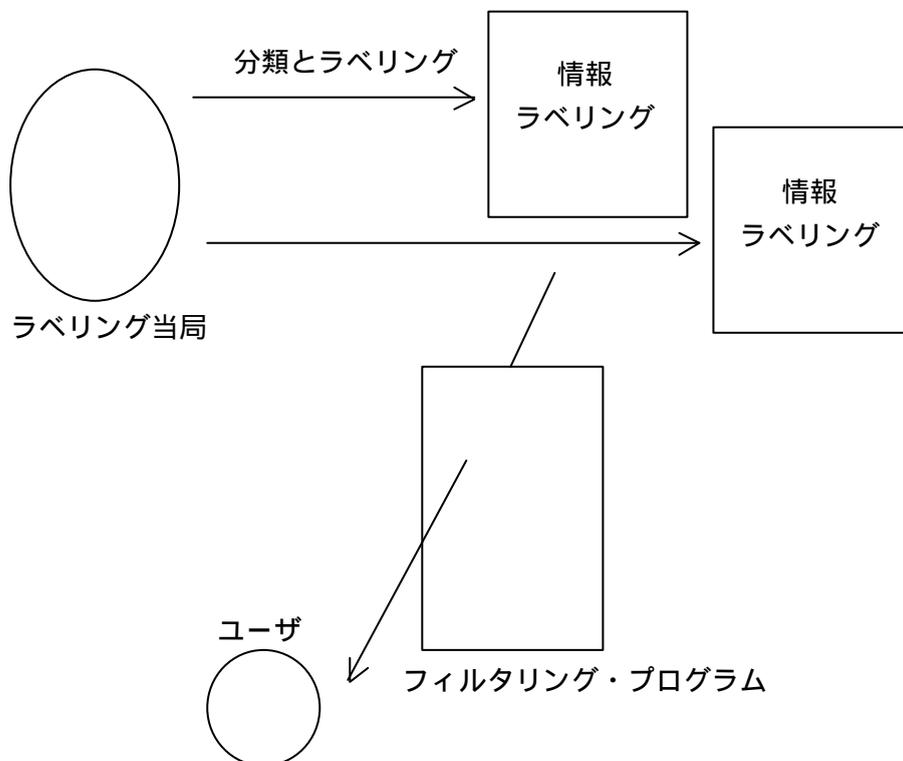


図2 - 6 分類とラベリングの関係

このアプローチは自動分析ツールが抱える問題の多くを解決するものだが、それによって新たなジレンマが生まれ、検閲制度につながるのではないかと懸念も生じている。このアプローチに関連する疑問は次の通りである。

- 誰が分類責任を負うのか。
- どのような基準で情報の分類がおこなわれるのか。
- 情報の格付けにはどのような基準が用いられるのか。
- 誰がフィルタリング・パラメーターを定めるのか。

こうした疑問があることから、ワールドワイド・ウェブ・コンソーシアムは、PICS（インターネット・コンテンツ選択プラットフォーム）と呼ばれる新しい基準を制定した。

この基準では次の2つが定められている。

- ラベルの標準構造：ラベルのフォーマットを決定する技術的な構造
- ラベリング・サーバー用の標準構造：ラベリング・サービス・プロバイダーが、どのようにしてラベルのカテゴリー、カテゴリー内のレベル、および格付け基準を表示するためのインターフェースを定めるかについての定義

こうした定義は非常に技術的なので、「コンテンツの分類」と「その技術的な実現」を切り離すことができる（ウェブに関するHTML基準とほぼ同じ）。

この定義により、関係当局はフィルタリング・プログラムに依存せずに分類をおこなうことができる。また、ソフトウェア開発業者は、分類当局や分類基準に準拠しなくても、フィルタリング・メカニズムを開発できるようになる。

このようにすれば、インターネットにおける民主主義を守ることができ、ユーザーは、ソフトウェア、分類当局、ソーティング・カテゴリー、および各カテゴリー内のレベルを自分の希望に合わせて選ぶことができる。

たとえばユーザーは、人種差別を取り締まる当局から配付された基準を用いて、その当局に接続し、各カテゴリー内のどのレベルが限度になるかを選ぶことができる。この選択を表形式でまとめると次のようになる。

表 3-1 フィルタリングの基準

カテゴリー	レベル	基準
情報提供者の種類	3	公共機関、民間情報はなし
歴史	5	歴史的事実をすべて示す
言語	2	非難されるようなニックネームやジョークまでは許されるが、それ以上は許されない。

当局によってラベルの付けられた情報がユーザーに表示されるのは、その情報が基準を満たしている場合に限られる（まったくラベルが付けられていない情報に対処す

る方法を定めることもできる)。

## (2) ラベル

ラベルとはフォーマット化された情報である。これはコンピューターで読み取り可能なので、フィルタリング・プロセスで用いることができる。この基準では、ラベルに記される情報の種類は特定されないので、各種のカテゴリーに応じてラベリングをおこなうことができる。

ラベルは主に次の2つの方法で用いることができる。

### 情報ページに組み込む

すなわちページのヘッダーにラベルを付ける。これは、分類当局との協力を希望する人たちにあてはまる(ほとんどのフィルタリング・プログラムでは、分類されていない情報へのアクセスはすべて不可能になる可能性があることがその理由である)。

### 分離する

インターネット全体の情報に関連したラベル群を、情報とは別のサーバーに保管することも可能である。情報へのアクセス時に、ラベルが含まれたサーバーをフィルタリング・プログラムがチェックして適切なラベルの存在を確認することで、これが機能することになる。このようにすれば、協力を望まない情報提供者の情報を分類することができる。

第一の方法(情報ページに組み込む事)のメリットは、分類機能を自動的に実行できること、および、情報の場所を変えてもその機能に影響が及ばないことである。

また、ラベルの信憑性は、ラベルのデジタル署名を用いることで確認することができる。

第二の方法(分離する事)のメリットはふたつある。

- 情報提供者と査定者が独立している。情報提供者は、情報にラベルを付けるために何もする必要がなく、また、ラベルが付けられたことを知る必要もない。
- 情報を盛り込んだファイルのサイズが大きくなるのを防げる。これは、査定者の数が多い時に特に重要である。つまり、情報に多数のラベルを付けるのではなく、各ユーザーが必要なラベルを分類サーバーから取り出すのである。ラベルを全部一緒にまとめてローカル・サーバーにコピーしておくことにより(キャッシング)、この方法を使いやすくすることができる。これには、言語に対する感受性の高いローカル・ラベルや、ユーザーのロケーション基準を保存できるという利点もある。

ラベルはすべてURLに関連しているので、サイトとHTMLページ、FTPサイトと特定ファイル、チャット・サーバー、チャット・ルーム、およびそれらに掲示された通知などをラベルに記すことができる。

### (3) 分類

分類は、情報提供者がおこなうことができ（文書に自分でラベルを付ける）、あるいは外部当局がおこなうこともできる。

ラベルのフォーマットを定めることに加え、P I C S は、分類サーバーとそれを用いるプログラムの間でのデータの転送方法を定めることもできる。分類サーバーには、サイトにラベルを付けるために用いるカテゴリーの種類を定めた用語集が盛り込まれている（あらゆる「言葉」が、ラベルを付けるサイトの評価要素になる）。

このようにすれば、外部ラベルのカテゴリーを定めることにより、各サーバーでどんなプログラムを用いることもできる。たとえば、コンピューター・ゲームの分類をおこなうリレーション・ソフトウェア諮問委員会は、暴力、ヌード、セックス、みだらな言葉について5つのレベルを定め、それにしたがってコンピューター・ゲームを分類することを決定した。

分類者は、一般に特定分野（ソフトウェア、ゲーム、データベースなど）または特定の危険性（人種差別、暴力、不正行為など）の専門家である。様々な環境のもとでこれと同様の分類をおこなっている当局が、何らかの分類サーバーを提供すると考えるのが合理的だと考えられる。

ここで分類者を次の2つに区別することができる。

- 専門家：専門家を採用している会社や組織（たとえば SafeSurf）
- 平等論者：ほかのユーザーの評価情報に基づいて分類をおこなう当局。この方法では、（並行評価での類似性に基き）同じような考え方をする人たちからの評価情報を得ることができる。

### (4) フィルタリング

フィルタリング・プログラムとは、情報にアクセスしようとした時点でラベルをチェックし、（ユーザーの選択に応じて）許可されていない情報の閲覧を防ぐプログラムである。

フィルタリングには次の3つの方法がある。

#### ブラウザによるフィルタリング

マイクロソフトの Internet Explorer Ver.3.02 は、P I C S を用いたフィルタリングに対応しており、Netscape Communicator の次世代バージョンもこれに対応する予定である。

1つのオプション画面の中で、ブラウザが情報を表示できなくなる限界を、関係当局のカテゴリーに基づいて定めることができる。これはコストのかからない（無料）解決策であり、特別な設備も不要である。だが、次のような限界もあると思われる。

- フィルタリングのおこなわれるのがブラウザによってもたらされる情報に限られ、I R C、F T P、電子メール、ディスカッション・グループなどからもたらされる情報についてはフィルタリングがおこなわれない。
- 異なるブラウザをインストールすれば、制限を解除できる。

#### 指定されたフィルタリング・プログラム

これは、コンピューターに入ってくる情報とそこから出ていく情報をモニターする包括的なソフトウェア・パッケージである。このプログラムでは、(ユーザーの選択に応じて)コンピューターの通信チャンネルのフィルタリングをおこなうことにより、ほかの種類情報を管理することもできる。

このプログラムは、各種のユーザー・プロフィールにしたがって様々な情報源へのアクセスのフィルタリングをおこなうための個別化された定義にも対応している。

こうしたパッケージには、一般に、追加安全装置が組み込まれている。個人情報(氏名、住所、クレジットカードの番号など)の転送の遮断(IRCでの会話中でも)、ユーザーごとに許可されたアクティビティ時間の定義、ローカル・コンピューターのアプリケーションのロック(たとえばプログラムにしたがったロック)、プログラムをキャンセルまたは消去する試みに対する防御などを可能にするCyberPatrol3(現在の市場リーダー)がその一例である。

この種のソフトウェア・プログラムは、家庭用や自営業者用として最も適している。

#### (5) サーバーによるフィルタリング

上記とほぼ同じソフトウェア・プログラムを、サーバー・バージョンで購入することもできる。このプログラムは代理サーバーに接続され、ネットワークを利用するあらゆる人たちのフィルタリングをおこなうことができる。この性能は、勤務時間中のネットワークの不適切な使用を防ぐことを希望する企業や、そうした使用の時間帯制限(休憩時間や夜間シフトなど)を希望する企業にとって非常に重要である。

このような設備の利点は、エンドユーザー・ステーションにプログラムをインストールしたりそれを更新する必要がないので、保守が容易になることである。

こうした企業では、自社に適したカテゴリと基準を用いて、当局と同じ方法でソフトとラベル付けをおこなう部門を社内に設けることもできる。そうすれば、標準的な汎用ツールを用いることにより、企業内でも情報を区分化することができる。この種のフィルタリング・メカニズムを用いるもうひとつの利点は、インターネット上のウィルスやその他のプログラムに対する対抗策が追加されることである。

プログラムを追加するとネットワークへの接続に時間のかかる可能性があることに留意しなければならない。プログラムは情報の流れを狭めるボトルネックになるからである。

#### (6) 追加的な用途

ラベリングの主な目的は不良情報へのアクセスを避けることだが、近い将来、インターネット上の情報のソフトや組立でも(PICS基準の)ラベルが使われるようになるだろう。

これは、情報やインターネットの利用回数が増えれば増えるほど、インターネット上の情報検索で質の高い関連情報を見つけられるか否かが重要なポイントになるからである。

将来の使用例としては次の事が考えられる。

- 各種のテーマを扱うサイトと情報の定性的な評価。これは、すでに数多くのカタログに記されている。将来は、サイトの質やそこに盛り込まれた情報の種類に関する情報も入手できるようになるだろう。この情報をもとにラベルを作り出す組織は、特定の情報源に依存することなくこれをおこなうことができるようになるだろう。
- ラベルに盛り込まれる情報が増えると、検索エンジンの性能が高まると思われる。この性能により、人の評価とともに情報の位置を把握する機械的な能力を組み込んだ効率的な検索が可能になるだろう。
- ディスカッション・グループのユーザーやそれらから送られてくるメッセージを分類するためのラベルの使用。上述のフィルタリングに加え、メッセージに基づいてその作成者を評価することもできるようになるだろう。職業的な関心レベル、スタイル、簡潔さなどのフィルタリング・カテゴリーは、ユーザーが閾値の定義に基づいてメッセージのフィルタリングをおこなうことを可能にするだろう。

#### (7) 欠点

上述のラベリング・プロセスとラベリング能力により、インターネットの原則が脅かされることがある。

##### 検閲制度

ラベルの標準化にもかかわらず、かつ、各種の査定者と分類者の自由市場を築こうという目的にもかかわらず、一連の大手組織がこの分野を支配し、世界的な情報のアクセス可能性を独占する一種のエリート主義を生み出すことにあたるのではないかと懸念する声もある。

##### アクセス可能性

情報のラベリングとその更新をおこなうために資源が必要なことは、すべてのサイトにラベル付けをおこなうのが不可能なことを意味する。ラベルの付いていない情報へのアクセスをすべて禁止すると、少数グループのサイトへのアクセスが不可能になってしまう。これと同じことは、それが本来の目的であるか否かにかかわらず、制度化されていないサイトにもあてはまる。このことは、世界のどこからもあらゆるサイトにアクセスできるというインターネットの特長に影響を与えることになる。

#### (8) 政府当局へのサービスとしてのフィルタリング

インターネットの主なメリットは、世界中のユーザーがアクセスできることである。インターネットの評価プロセスでは、このメリットがデメリットになることも判明した。ほとんどの公的機関はインターネットの使用状況をモニターすることができず、インターネットの使用に関する規則を制定することもできないからである。

ほかの組織と同じく、政府当局も、この問題を解決するために上述のフィルタリング手法を用いることができる。

政府インターネット委員会は、政策ガイドラインを発行したり、その使用を義務付けたりしないことを決定した。このツールの採用を決定したり、それによるフィルタリング方法を選定するのは、個々の事務所がおこなうべきものだからである。

政府当局がこの方法でインターネットを用いる決定を下した場合、オフィスのサーバーでPICSを支援する専門的なフィルタリング・ソフトウェアを購入するよう推奨する。これを用いれば中央集中的な規制が可能になり、効率を最大限に高めることができるからである。

### 3.3.2 エジプト

#### 3.3.2.1 法制度

国際レベルでは、取引や契約履行についての危惧の結果、知的所有権の保護、ライアビリティ、プライバシー、管轄権および安全性を支配する予期できる法環境がないため、多くの事業や消費者はサイバースペースでビジネスを広く実施することにはまだ用心深くなっている。

国家レベルでは、ひとつの国内の研究が、公式な法的見解から、現存のエジプト法は電子商取引実施や電子商取引から生じる可能性のある紛争解決の準備はできていると確認している。しかし、認証当局や電子商取引関連ケースのための法律が別途不可欠となる。認証当局とはエジプトでの公正な第三者とほぼ同義語で、紛争やこれら第三者が運用できるように制定された特定法に関連して技術的な参考意見を提言する。そのみならず、電子商取引を扱うために専門的法業務が必要とされる。さらに、法制度の改革も急務である。裁判官や弁護士は仕事の負担が重く、また、電子商取引や情報技術のような特定の専門分野でのトレーニングや専門化が要求されている。

#### 3.3.2.2 政府の役割

##### (1) 政策

情報技術支援で漠然とした関りはあるが、さまざまな政策レベルでのインターネットや電子商取引の実施には、民間と公共部門でもっと協調して協力することが必要とされる。これは国の全般的な情報技術政策の欠如が原因である。フランスでは明せきな情報技術政策で、たとえば、法人化されたPTT（フランス・テレコム社）によるフランスの遠隔通信ビジネス構想の創設を可能にした。これは、PTTによって提供される業務で、商業的ウェブサイト創設の援助をはじめ、インターネット上の製品やサービスの販売を容易にし確保する。後の構想はエジプト、PTTの社会主義的精神のものと際だって対照的である。

##### (2) ビジネスルール

複雑ではっきりしないビジネスの規則は最も決定的な障害のひとつであり、多くの途上国に見られるものである。電子商取引ビジネスの循環過程の根本的要素は（後方支援や習慣）、政府の運用に深く埋め込まれている。これら運用の情報システムは手動で、官僚的であり、紙を基本とするかまたは依存している。政府は電子通信を認め、受け入れ、容易にするように奨励しなければならない。（契約や公証の文書など）こ

の活動で政府は一貫性、透明性、協調性かつ重複の回避を政府の支配原理としなければならない。

エジプトの指導者らはこの考え方が浸透していることを確認している。しかし、政府や社会の全ての分野に、真の政策解放を誘導しその熱を呼び起こす直接的闘士がいない。この闘士が特に必要とされているのは、政府による小さな動きが、効果的な国家事業（政府調達または政府電子業務）を通じてエジプトの電子商取引発展努力を大きく解放することに導く可能性があるからである。電子商取引への国家サポート（財政的サポートを含め）の継続的欠如で、結局国際電子商取引に移行し、エジプトをはじめとする国家の経済に損害を与えるということを指摘するのは重要である。

### (3) 価格構造

ここではインターネットや情報技術に関連する経費について、エジプトと先進国を比較しながら要約する。

表 3-2 エジプトの現状

Item	Cost
ITに費やす一人当たりのコスト	エジプト：\$5/年。 スイス：\$995/年 年収=エジプト：\$1100/年。 スイス：\$20K/年
ホストコスト	エジプト=\$60 米国=\$25 一人当たりの賃金収入を考慮すると、この金額は非常に大きい。さらに、価格対性能比は非常に遅い。
ウェブサイトのデザインと実施コスト	コスト：\$500~\$35,000, 最低料金上昇中。
インターネットアクセス	エジプト：20\$/月 米国：\$10/月
コンピューター	発展途上国におけるコンピューターの価格は米国に比べておよそ5~10倍

### (4) 社会と心理的欠陥

商業的關係は社会条件と文化的な姿勢によってかなりな程度にまで形作られる。電子商取引の利点と機会の普及もまた以下の要素によって制限を受ける。

### (5) 信頼

支払を電子的手段ですることへの信頼の欠如は、現在徐々に消えつつあるが、依然として世界中の抑止要素である。しかし、エジプトが遅れているので、インターネット上での支払いについて依然として強い抑止要素となっている。

### (6) 変化に対する抵抗

これは一般に技術的变化に伴う最も代表的な欠陥であり、電子商取引も例外ではない。政策決定者は或る特定の方法でビジネスするのに慣れていてそのやり方を変える

ことを好まない。使用しているシステムは機能しているのに、なぜ変えるのか。それが決定者の哲学で、それが大きな足かせとなる。

#### (7) 縄張り意識

最上部の政策決定者らは、自分のビジネス範囲は自分でコントロールしたいという「縄張り意識」の態度をとる。電子商取引に挑戦すると自分の会社や資産の管理ができなくなるように感じるのである。あるマネージャは全従業員に自分のパスワードで eメールの口座を作らせ、入ってくる全てのメッセージをチェックできるようにした。多くの組織経営システムに存在する他の経営/組織問題に留まるべきでない。しかし多くのトップの決定者らが陥る一般的な考え方ではある。

#### (8) ジェネレーションギャップ

多くのエジプト企業の最高経営責任者（CEO）らは情報時代で育っていないという単純な事実のために eメールを利用しない。情報技術は日々の仕事の部分ではない。これはまた、その付加価値の認識不足ゆえに情報技術に投資することに積極的になれないメンタリティとも一致している。しかし、現在経営の中心にいて 10 年後には経営陣のトップに上ろうとしている中年管理者は、情報技術の利点を確信しており、技術的にも精通している。

#### (9) 言葉の壁

言葉の壁は広範な地域でインターネット普及が直面している問題のひとつと考えられている。（ウェブサイトの 82% は英語）ラテン文字の利用はアラブ諸国では一般的である。しかし、ビジネスへの真の浸透はもっとアラビア語のウェブサイトを利用することによる。アラビア語しか書いたり読んだりしないエジプト人やアラブの人々の大部分にとり、ことばは間違いなくネット利用の壁である。

### 3.3.2.3 問題解決の試み

電子商取引の抑止要素や障害を解決しようとする際、これらの支配原理がさらに電子商取引の国家的発展につながるということを理解し、政府が従うことができる原理がいくつがある。

#### 透明さ

政府による明解で一貫した政策の開発と実施は、必要な電子商取引環境を創り出すために要求される。

#### 共同作業

民間と公共部門の共同、国と国際機関の共同、地域間の共同などは、出現しつつある情報格差を克服するための大きな努力目標である。

#### 協調

：省庁や政府のエンティティは協力的な環境でN G Oや民間関係者と共に一致協力して事にあたるべきである。

#### 政府の役割

電子商取引は確かな電子商取引インフラストラクチャーの下で、予測できる法的消費者保護の環境で成長するべきである。市場による影響は受けても広範囲な官僚主義や規則、税金や検閲で足かせをはめられるべきではない。

### (2) 10の優先的中心分野

政府の第一人者が国内の電子商取引を実施するのに必要な手段を前向きに実施することが重要である。以下に掲げる課題は決して包括的なものではないが、本書で紹介された問題の解決を取り上げている。

#### 昇進と認識

実業家の協会、主要な民間の立役者、商工会議所、投資家連盟、エジプト企業連合および取引拠点が自分の組織を電子商取引開始向けに「教育し、請願し、協調し、動機づける」のを鼓舞し容易にする。

#### 人的資源とスキル開発：

各分野毎に電子商取引に関連して専門家（弁護士、裁判官、税や関税の権威）の訓練をし予備知識を与えるのはエジプト社会にとってマイナスである。民間と政府は協力して事にあたり、出現しつつあるデジタル経済の挑戦に見合う生徒や働き手を首尾よく準備する新しい人的資源政策を生み出さなければならない。

#### 通信インフラ開発の自由化

通信は国内・海外の市場双方で競争力のある利点を維持し、開発するための「戦略的投資」とみなされている。民間部門は自己の通信の生産的基盤を改善し、地方や都市部の付加価値業務に投資するよう奨励されるべきである。これは実際の知識を身につけ、雇用を増加する二次的効果を生み出すことがある。

#### 国家の保証

ハイレベルの公の保証は単に貿易省のものでない全省庁向けの適切な「管理線」を敷くことになるので、電子商取引にそうした公の保証をする必要がある。一般的情報技術政策改善やもっと具体化された政府内業務の流れのシステム（後方支援や通関や課税システム）自動化の必要がある。また、全省庁、実業家、組合などを含めた政府や民間団体からなる電子商取引対策委員会が必要である。

#### 地域戦略

インターネットや電子商取引に関して、研究、開発、アラブ化、組織、規制または認識レベルでも、地域的計画や率先事業、枠組みや協調は充分に行われていない。地域内の国々を特定の構想や、計画、基準などに従うことを奨励できるので、地域

戦略の必要性は大きい。

#### 金融サービス提供

電子商取引の適切な環境を装備するために、金融サービス、クレジット制度の進展および金融取引の規格を保証できるようにする総括的政策を導入すべきである。

#### コンテンツ

一般的にネットを利用する国内やアラブの顧客を引きつけるためにネット上でアラビア語の内容や図の利用を奨励する必要があるだろう。異文化吸収や異文化間交流を活気づける必要もある。

#### 国際折衝 / 契約

エジプトは協定が具体化してエジプトに課されるのを待つのでなく、国際契約の締結過程に積極的に参加すべきである。

#### 金銭問題

政府は、情報技術や電子商取引関連の一般のおよび特定経費の減少の手だて、さらに電子商取引関連事業の資金源を検討する必要がある。

#### 実用的プロジェクト

企業が電子商取引に挑戦したくなるように企業社会に必要性を訴えるユーザー基盤を生むために、分野レベルでの実用に即したプロジェクトが必要である。一流のセンターやSMEの支援センターおよび遠距離通信センター（地方や遠隔地域における電子商取引の代替解決法）の必要性も呼びかけられるべきである。

一般に、計画は他方を始める前に一方を待つというよりも、らせん状に進められなければならない。しかし、これらの問題が解決されると、同様に重要な新しい問題が現れる。

### (3) 結論

インターネットに触発されたグローバル化は、人々がこの媒体を利用して取引するうちに世界中に大きく拡大されていくだろう。ひとつの国が「電子商取引向きに備える」に動くのを容易にする最も可能で主流の特徴は、

- 電子データを入手できるようにする
- 標準的なフォームでできるようにすることであると一部の人は考える。エジプトの商業的データの大半は、その標準は存在していたとしても、つい最近電子データで送信されるようになったばかりである。従って、これがエジプトの指導者的役割を制限し、また、エジプトが追いつくことのできる普及率の速度を鈍らせている。

通信インフラ問題はあまり急を要するものでなく、現在ゆっくりとしかし確実に克

服されつつある。規制緩和は実現しつつあり、さらにこの分野を解放する国際協定（GATSやWTO）によって間もなく支配されるであろう。また一方、その発展は内部からはやってこない。

インターネット利用者の増加に伴って、企業・消費者間Eコマース・フォーラムの場をより多く持つことができる。もっと重要なのは、省庁を商業的に相互作用できるようにすることによって、政府が企業間Eコマースの方向に重点を置くからである。この動きだけでもかなりユーザ数を増加させる時間が短縮できる。政府は透明さを確保し、一般に認識を高めなければならない。政府がその調達計画、ここでは供給者の情報要請や提案要請書、予備資格証明書、入札、資格証明書や契約締結の30%を2001年までに電子商取引を通して実施するとしたらと想像してみるとよい。この目的（タイプ）はかなり重要である。

ビジネスの規制緩和がさらに進み、外国の投資がこの分野に買いに来て、電子商取引の大きな動きがある時に、前述の問題の長期的解決は生まれることだろう。またしてもこの発展は内部から来るのではなく、どちらかといえば、エジプト国外から来るものだ。

## 4 欧米以外での E C 市場の状況

米国に始まった電子商取引（Eコマース）は、インターネットというグローバルな性格も手伝って、全世界に広がりを見せている。

Eコマース大国の米国や欧州はもとより、アジア・オセアニア、中南米（ラテンアメリカ）並びに中近東にも広がりを見せている。

この章では、北米、欧州、日本以外の主な地域での動向を簡単に説明する（欧州や米国の状況は、99年6月に行った「欧州視察団」や11月に行った「米国視察団」の各報告書を参照方）。

### 4.1 アジア/オセアニアの状況

I D C（International Data Corporation）の最近の調査によれば、日本を除くアジア・パシフィック地域の1998年と1999年のインターネットのユーザー見込数と総売上高は、1998年末時点が、1,290万ユーザー、約7億2,200万ドル規模で、1999年末予想が、2,180万ユーザー、約22億ドル規模となっている。

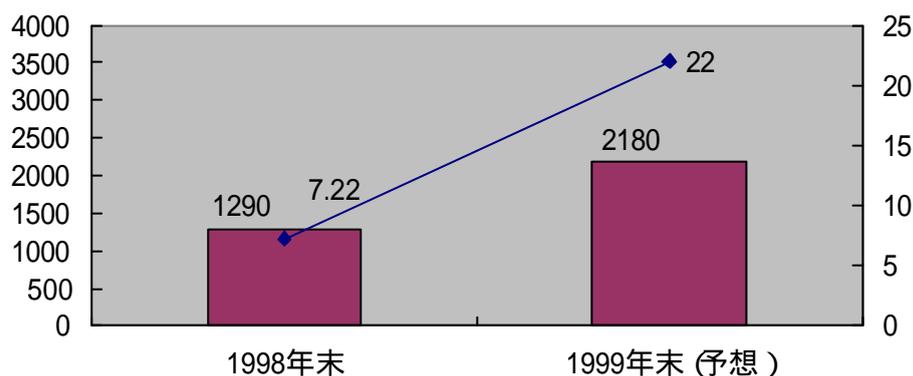


図 3- 1 市場の推移

大手調査会社の I D C によると、日本を除くアジア・パシフィック地域での、1997年から2003年までの年間成長率は約56%とのことである。この成長は、今後も爆発的に伸びつづけるビジネスユースと、増加が著しい消費者向け教育関連に拠る所が大きい。

その他の要因としては、インターネット技術やコンテンツ提供者の増加や、オンラインでの購入者やアジア・パシフィック以外の国々から同市場への新規参入者の影響が上げられる。ビジネス環境でのインターネット使用方も急激に伸びている。

このアジア・パシフィック地域でのインターネット・ユーザー増加のブームは、2004年末までに9,520万人に届くという驚くべき数字を見ても分かる通り、指数関数的に増えると予測されており、それに伴い、オンラインでの総売上高は875億ドル規模にまで伸びる予想である。

過去9ヶ月間急激な伸びを示した中国、インド、韓国が今後も主要な地域であるとの大方の見解であるが、全ての国々でインターネットの取組に一貫した増加が見られる。アジ

ア・パシフィック地域のこのインターネット・ブームはオンラインでビジネスを行うという事の可能性を如実に著しており、当面この動きに目を離すことが出来ない。

#### 4.1.1 シンガポール

シンガポールの統計局の調査によると、同国における1998年の電子商取引額は約12億Sドルで、前年に比べると30%超の増加であった。今年は約25%増が期待され、約15億Sドルの予想である。

Eコマースによる取引は年々増加しているが、販売高は全経済取引のまだ0.1%を占めるに過ぎず、1997年の実績ベースで約7,300億Sドルとなっている。ここでの全経済取引額は、製造、建設、商業、サービスの4部門の売上合計である。

1998年の実績のうち、全体の97%はいわゆるB to B（企業間取引）で、そのうち約80%は卸売業者による通信機器、コンピュータのハードウェア/ソフトウェア並びに周辺機器、電気・電子部品の取引であった。

B to C（企業 - 消費者間取引）は、残りの約3%に過ぎず、オンラインショッピングの浸透状況が未だ少ないことを顕著にしている。

調査期間は1998年2月からの4ヶ月間で、調査対象は売上げ上位1,000社並びに情報技術サービスの提供に関わっている企業1,000社であった。

#### 4.1.2 オーストラリア

##### 4.1.2.1 ERG

ERG社は13年ほど前にEnergy Research Group（現在はこの名称を使用していない）として設立された。設立の当初から接触/非接触デュアル・インターフェイスのICカードを用いたソリューション的な事業を構想して設立された。現在、ようやく技術的に実現可能となってきたところである。

1999年のアニュアルレポートによるグループ全体の状況は以下のとおりである。

- 従業員数：グループ全体で約1,500名（20カ国）
- グループの持ち株企業としてERG Ltd.が株式を公開
- 株式発行総数：230万株で、一株の時価は約A\$8（約584円）
- 企業評価価値（株式発行総数×株式時価）：約13億4,320万円
- 総売上高：A\$4億（約292億円）
- 主要株主（99年8月現在）：
  - Westpac（17%）
  - Motrola（13%）
  - National Nominees Ltd.（5.3%）
  - Chase Manhattan（2.4%）
  - ANZ Bank（1.9%）

注1）1A\$は約73円

注2）オーストラリアの四大銀行：National Australia Bank  
Westpac Bank  
ANZ Bank  
Commonwealth Bank

ERGのビジネス開発統括部長のデニソン氏は、ERG創業者（2名）のうちのひとりで、香港でのオクトパス・プロジェクトのERG側責任者である。現在はERG Transit Systemsにてビジネス開発の責任者およびNew Business Development Directorとして、ERGの役員（Board of Directors）の一人でもある。

ウェア氏は、オクトパス・プロジェクトのERG側現場責任者で、現在デニソン氏と共にグローバル・ビジネスの開発に当たっている。

ERGの動向および戦略については、ICカードを使ったソリューション事業を行なうが、カードの開発・生産よりも、システム開発・インテグレーションに重点を置いている。即ち、カードそのものは他の企業が行なえばよいことと考えている。

主に交通システムを担当してきたERG Transit Systems社と、電子マネー等のICカード・ソリューションを提供してきたERG Card Systems社は、事業領域の重複が進んできたことから、来年合併することになっている。

交通機関のパス/チケットとしては、処理速度の面から非接触型ICカードが望ましいという一貫した考えのもと推進してきた。一方、銀行など電子マネーなど現金としての同価値を扱う事業では、よりセキュリティの高い接触型ICカードの要望が高いと分析している。そのため、1つのチップで2つのインターフェイスをもつICカードを使ったビジネスを展開しようと現在検討中である。

接触/非接触カードのコストは、1つのチップを2つのインターフェイスで共用する方式のため、従来の接触型または非接触型に比べて、それほど高くはならない（具体的な価格は明かされず）。

それを踏まえて、2000年2月に新しいAutomated Fare Collection（AFC：交通機関システム）を発表する。

コアシステムについてはERGの特許となるが、アプリケーションはオープンスタンダードの考え方を持っており、さまざまな企業がソフト開発によって参入可能である。これにより価格が下げられ、一社独占という心配もなくなる。

現在のICカードを使ったAFCでは、対応可能なカードメーカーが（ソニー、モトローラ、フィリップスなどに）限られていたが、新しいシステムでは世界中の多くのICカードメーカーが参入可能となる。

ちなみに、各地のプロジェクトはどのカードメーカーは次の通りである。

- 香港、シンガポール：ソニー製
- ローマ、サンフランシスコ：モトローラ製
- スウェーデン、デンマーク、ノルウェー：フィリップス製

ローマ（完全稼働は2001年予定）とサンフランシスコ（完全稼働は2002年予定）でのプロジェクトは、接触/非接触カードを導入した世界で最も早い事例となると考えている。また今後、電子マネー機能の組込みが可能ないようにしてある。

電子商取引の分野でのプラットフォームのスタンダード化はかなり進んできているが、スマートカードの分野ではまだスタンダード化されていない状況である。そのような面からも、ERGとしてはCEPS対応へ取り組んでゆく方針をとっている。ローマ、サンフランシスコのプロジェクトも、最初のバージョンはCEPSには対応しないが、3年後に

はC E P Sに対応させる。香港でも同様に、スタンダードの製品が出てきた時点よりシステムを切り替えてゆく予定である。

スマートカード・ビジネスのポイントは、以下の点が最も重要であると考えている。

1. 先ず、利用者のポケットに入れさせること（持たせること）= 50%
2. 次に、利用者のポケットから出させること（使わせること）= 50%

そうした意味で、E R Gの交通システムはスマートカードのキラアアプリケーションであると自負している。

香港のオクトパスの現状について、現在既に香港のセブンイレブンで、オクトパスカードを電子マネーのように使用することはできる。ただし購入できる品目が限定されているなど、現時点では電子マネー機能を強くアピールはしていない。

セブンイレブン以外の小売店でも利用可能な電子マネーの場合、カードの発行者は銀行が望ましいと考えているが、オクトパスの非接触型カードのままでは香港の銀行には受け入れてもらえなかった。

非接触カードのままセブンイレブンでの利用を可能にしたのは、オクトパスのヴァリューのリロード端末設置場所の確保（インフラ整備）という意味が大きい。今後電子マネーとしての利用を拡大させて行く意味でも、オクトパス・システムは、非接触型ICカードから接触/非接触ICカードに変えてゆく予定である。その際に、銀行にも参加を呼びかけ、電子マネーを本格的に展開させたい。

西部オーストラリアでのECARD（プロトン）については、社会保険機関HBSが発行する健康保険証にECARD機能を付与している。西部地区最大の都市パースの人口約140万人の半数以上の75人に発行済みである。ちなみにECARDはさまざまな小売店で利用できる。

ECARDに関しては、現在Telstra（テレコム企業）との協業を図るためにMOUを締結したところである（近く正式な契約を取り交わす予定）。これによりECARDに、電話やインターネット接続のための認証機能を持たせる予定である。

A N Z（オーストラリア・ニュージーランド銀行）とのMOU（Memorandum of Understanding：覚書き）も締結した（近く正式な契約を取り交わす）。これに伴いA N Zが来年よりECARDの発行業務を行なう。ただしマルチバンクの考えから順次、カードを発行する銀行を増やしていく。

日本市場については、大変興味があり、現在日本進出を計画中である。2000年2月にデニソン氏とシンプソン氏（ERG Ltd.のStrategic Investment Director）が来日を考えている。モトローラとの戦略提携を結んでいるが、日本進出はモトローラとは行なわないと思う。

プロトン事業を2001年に開始する旨の発言が報道された話に関しては、「一種の宣伝効果を狙ったもので、実際に2001年に事業を開始するような体制にはまだ至っていない」。

E R GとP W I（Proton World International）が共同出資しマレーシアに設立したTriumphant Launch社がオーストラリア・ニュージーランドを除く、アジア太平洋地域のプロトンライセンスを取得しているが、日本での電子マネーとしてプロトン以外のものは手がけないというつもりはなく、柔軟に対応していく。

2月の来日時には、銀行などの金融機関、JR、私鉄、地下鉄、バスなどの交通機関、テレコム企業などを訪問し、パートナー探しをしたいと考えている。

香港およびシンガポールでの交通機関システムで事業を一緒に行なった三菱商事、ソニーとは接触があるが、日本進出にあたっては具体的な話はしていない。三菱商事、ソニーの両社とも、たまたま二つのプロジェクトを通して関係を持ったが、戦略的な提携や継続的な関係ではない。

また昨年、JR東日本とも接触している。JR東日本は香港のオクトパス・システムに関心を持っており、ライセンス取得の可能性について相手の方から打診してきた。JR東日本はオクトパスを視察に香港にも行ったようだが、その後、継続的なコンタクトはない。

ソニーの大崎（電子マネー）実験にはERGは関わっていない。大崎のプロジェクトはソニーとJR東日本によるものである。ERGが提供するレベルの交通システムは独自のノウハウが必要で、JR東日本が独自またはソニーなどの企業と開発しようとしても数年はかかるだろう。

AFCの導入を大前提とは考えておらず、交通機関システムは銀行や通信会社、その他の企業が提供するスマートカード・サービスのメニューの一つと考えている。ERGとしては、そのなかの複数の機能を持ったスマートカード・ビジネスを立ち上げたい。

#### 4.1.2.2 FAL

FAL (Fujitsu Australia Limited)は、1972年に設立されたFACOM Australiaが前身で、今の名称になったのは、1985年からである。1992年4月にはICL Pacificが、さらに1999年4月にはAmdahl Pacific Servicesが統合され今の形となった。

業務としては、ソフトウェア&サービス並びにコンピュータ、テレコミュニケーションがあり、99年10月現在約2,400人の従業員が従事している。98年度の売上は約6億8,000万A\$で、研究開発費は約2,000万A\$である。

1999年4月のアムダールとの統合後、各会社からFALへの出資比率は、富士通本体が74%、続いてICLが18%で、アムダールは8%となっている。会長兼CEOには現地人のNeville J Roachが就き、現地オペレーションを任せている。

オーストラリア、ニュージーランドの大都市には現地拠点があり、地域密着型の細かいサービスを可能にしている。

情報システム分野では、流通・小売りや電気ガスなど公共企業、政府関連や通信、金融関連を戦略市場ととらえ、CRM(Customer Relationship Management)、Eビジネス、情報技術と関連するアプリケーションを提供している。それぞれの市場で提供するシステムは以下の通りである

##### CRM市場

顧客集中マーケティング、ICカードシステム、金融サービスでの対顧客管理システム、他

##### Eビジネス市場

企業間電子商取引、顧客に沿った銀行サービス提供システム、相互流通サービス提供システム、他

#### 情報技術

データセンタサービス、サーバー、ネットワーク、ライフサイクル管理、ヘルプデスク、マルチベンダサポート、他

#### 関連アプリケーション

アプリケーション管理、金融サービス、流通・小売り、政府系、公共機関、テレコミュニケーション、協業、他

オーストラリア、ニュージーランドなどオセアニア地区の金融系、政府系、通信系それぞれの市場の大手顧客を既に押さえており、富士通本体へも輸出を行っている。

## 4.2 南米の状況

### 4.2.1 南米市場

#### 4.2.1.1 オンライン取引の状況

米国のボストン・コンサルティング・グループ（BCG）によると、ラテンアメリカでの国内のオンライン小売市場は、1999年に7,700万米ドルに達する見込みである。しかしこの数値は、ラテンアメリカを拠点とするネット販売での値を表しているに過ぎない。米国ベースでのネット販売で追加される9,000万米ドル足すと、Eコマースとしての収入は、国内外合わせて約1億6,700万米ドルの規模になる。

ラテンアメリカは、現在Eコマースの推進に対するバリアとなっている、一人あたりの収入が低い事、インターネットへのアクセス料金が手が出ないほど高い事、オンラインでの決済手段への不信感が消費者に高い事、そして配達システムに信用が置けない事などが改善された場合には、2003年までに国内におけるオンラインでの流通・小売りの規模が38億米ドルに届く可能性を秘めている。

ラテンアメリカにおける現状のオンラインセールスに占める割合は、ブラジルが約88%と圧倒的で、2番目にメキシコの約6%、3番目にアルゼンチンの約2%と続く。

さらにそのオンラインでの売上げを大別した場合は、書籍、コンピュータ/電子部品、食料品の大きく3つの市場に集中しており、これらだけでラテンアメリカ域内での総売上の77%を占めている。ただしこれらの値には、一般的に電子商取引額全体の約4分の3を占める企業間取引の数値は含まれていない。

メジャーなサイトは98年に立上ったばかりであるため、取り扱う商品の品揃えはまだまだ少ない。しかし米国同様、これらのサイトにお店を出している小売店は、商品カテゴリーにおいて最先端の地位を確保しており、リーダー的役割を果たしている。

別の情報ソースによれば、1998年のラテンアメリカのEコマース市場は約1億7,000万米ドルで、2003年には約80億米ドルに達するとの予測もある。

ラテンアメリカでのEコマース市場の拡大には、他の発展途上国同様いくつかのキーとなる課題がある。即ち、通信回線などの基盤の整備はもちろんの事、プロバイダーによるインターネット・アクセスの普及、そしてこれらの推進を政府などがバックアップする政策の推進である。

#### 4.2.1.2 カードの使用状況

VISAが調査したラテンアメリカ各国のカード関係の状況を以下の表にまとめる。この数値は、1999年3月末時点における過去1年間を通してのものとなっている。

この表から分かる通り、全体を通してブラジルとメキシコが圧倒的に多く、アルゼンチンが続いている。ただし総取引額だけを見ると、ブラジルはメキシコに比べて5割ほど多い事がわかる。

表 4-1 ラテンアメリカでのカード関係の状況

	発行枚数	総取引額	処理件数	平均取引額	A T M設置数
アルゼンチン	970万枚	234億米ドル	2.2億件	104.6米ドル	3,199台
ベリーズ	1万枚	0.2億米ドル	14万件	161米ドル	0台
ボリビア	19万枚	2.2億米ドル	330万件	64.7米ドル	148台
ブラジル	2,040万枚	390億米ドル	4.4億件	88.8米ドル	12,106台
カリブ諸島	59万枚	13億米ドル	1,160万件	112.2米ドル	351台
チリ	180万枚	26億米ドル	4,110万件	62.7米ドル	1,112台
コロンビア	450万枚	60億米ドル	8,660万件	69米ドル	1,984台
コスタリカ	52万枚	5.3億米ドル	880万件	60.7米ドル	156台
ドミニカ共和国	75万枚	9億米ドル	1,540万件	58.4米ドル	194台
エクアドル	56万枚	3.4億米ドル	780万件	43.1米ドル	167台
エルサルバドル	41万枚	2.1億米ドル	470万件	44.1米ドル	37台
グアテマラ	53万枚	4.9億米ドル	940万件	51.9米ドル	116台
ホンジュラス	15万枚	1.5億米ドル	230万件	66.7米ドル	27台
メキシコ	2,160万枚	231億米ドル	4億件	57.3米ドル	12,650台
ニカラグア	8万枚	0.8億米ドル	140万件	58.6米ドル	0台
パナマ	20万枚	4.5億米ドル	560万件	81.7米ドル	242台
パラグアイ	15万枚	2.7億米ドル	370万件	71.7米ドル	124台
ペルー	250万枚	45億米ドル	5,360万件	84.2米ドル	600台
プエルトリコ	75万枚	14億米ドル	1,610万件	85米ドル	612台
ウルグアイ	40万枚	3.8億米ドル	640万件	59.3米ドル	31台
ベネズエラ	210万枚	28億米ドル	5,480万件	51.8米ドル	906台
南米全体	6,800万枚	1,080億米ドル	14億件	77.3米ドル	35,611台

#### 4.2.2 ブラジル

##### 4.2.2.1 ウニバンコ

ブラジル第3位の銀行である Unibanco (ウニバンコ、本店：サンパウロ市) は、1999年9月12日からオンライン決済専用のクレジットカード「e-card」の発行を始めた。

e-card はプラスチック・カードを利用しないバーチャルなクレジットカードで、リアルでの買い物には利用できない。オンライン決済専用クレジットカードは世界でも初めての試みという。利用希望者はオンラインで e-card を申し込み、審査を受ける。

カード発行はカード番号をオンラインで通知する形で行われる。利用者は電子店舗での買い物の際に、e-card 専用の電子財布ソフトにカード番号や暗証番号などを入力し、電子店舗に送信する。e-card は MasterCard ブランドのクレジットカードで、MasterCard ブランドを受け付ける電子店舗ならどこでも買い物ができるという。

カード利用代金の決済は銀行口座からの自動引き落としで行う。利用者への利用明細通知は郵送ではなくオンラインで行われる。

1999年10月15日現在の e-card 会員数は13万2,000人であり、2000年9月

までに 150 万人を集めことを目標としている。システム開発は米国の Daugherty Systems 社とユニバンコが共同で行った。

#### 4.2.2.2 UNIVERSO

##### (1) UNIVERSO 社の概要

UNIVERSO 社 (UOL) は 96 年 4 月に大手新聞社の FOLHA DE SAO PAULO と雑誌の出版社である ABLIL がジョイントで設立した、ブラジルで一番大きな ISP (インターネット・サービス・プロバイダ) である。

設立は民間主導で行われ、現在 ISP としての機能の他に、インターネット上でのバーチャルショップの開設・運営を行い、店舗への技術サポートも行っている。

ロイター、プロビデン、モルガン・スタンレー、CS First Boston に株式の 12.5% を売却し、約 R \$ 1 億を得、事業拡大などの運営資金にしている。

UOL はブラジルの人口約 1 億 6,000 万人に対し、既に 400 万アカウントを有する。また、同サイト上に約 400 万ページを扱っており、約 4 億 5,000 万回 / 月のアクセスを誇る。UOL のサイトには、雑誌掲載が 80 種類、新聞掲載が 40 種類あり、チャットサービスはブラジル全体の約 72% を占めている。

##### (2) インターネット・ユーザのプロフィール

UOL で行った調査による UOL ユーザのプロフィールは以下の通りである。女性の社会進出が相対的に高いブラジルでは、インターネット・ユーザの数も 3 割を超えている

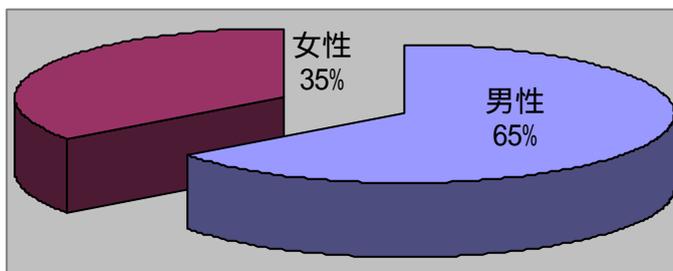


図 3-2 ユーザの性別

年齢層的には、30 歳以下の青少年層が全体の過半数以上を占めており、日本同様に情報リテラシーを簡単に身に着ける事が出来る年代が、このインターネット社会をリードしている。

表 4-2 ユーザの年齢構成

12歳～18歳	25%
19歳～30歳	33%
31歳以上	42%

最終学歴も、インターネット社会の最先端に行く米国や日本同様に高等教育を受けたいわゆるインテリ層がその大半を占めている事がわかる。

表 4-3 ユーザの最終学歴

中学校	7%
高等学校	29%
大学	62%

ブラジルの電話使用料は日本に比べ比較的安く、インターネット社会にはもってこいの環境であるが、パソコンや周辺機器は割高で、やはりそれなりの収入がないとインターネット・ユーザになり得ない状況も伺える。

表 4-4 ユーザの収入

R\$2,000未満	23%
R\$2,001 ~ R\$5,000	41%
R\$5,000以上	23%

### (3) UOLが提供するサービス

チャットは個人向けと一般向けの両方を扱っている。また有名人とのお話しが出来るようになっている。UOLにおけるチャット提供は、加入者へのサービス向上の為の場と考えている。

ブラジルには約 200 店舗のオンライン・バーチャル・ショップがあり、98年の売上は約1,700億円、南米で最大の市場である。その内UOLのサイトには64店舗があり、99年末までに約100店舗まで伸びる予定である。

インターネットユーザの約2割がEコマースを利用している。決済の方法に関しては、クレジットカードを用いる、銀行口座からの引き落とし、代金引換がある。しかし情報不足もあり、クレジットカード番号をネット上に流すのに抵抗があるのも否めない。

セキュリティに関して、UOL上の店舗はSSLを使用しており、ブラディスコ銀行ではSETを用いている。しかし、ユーザがSETをセットアップするには複雑で面倒な為、普及が遅れているのも事実である。

バーチャルショップでの売れ筋として、PAO DE ASUCA (フォン・デ・アスーカ) というスーパーマーケットのサイトがあげられる。このホームページのデリバリー部門は、食料品などを購入すると、購入した物を自宅まで宅配してくれる。ただし配達料としてR \$ 9.40 が購入価格に追加される。

フォン・デ・アスーカのリオデジャネイロ店では、インターネット経由での注文・

宅配が売上の約6割を、サンパウロ店では25%を占めている。同店のブラジル内全体におけるインターネットでの売上高は、約R \$ 30万～35万/月である。

(4) UOLの今後の課題

ISPとしての今後の課題は、差別化をどの様にするかであり、例えばアクセス品質の向上や、コールセンターの充実によるユーザ・サービスの向上、更にはユーザへの提供サービス内容の充実が上げられる。回線は太く・大きく・品質良く・回線数を多くをモットーに推進している。また特に力を入れているコールセンターには、現在450ヶ所に800人で対応しており、年中無休の体制を誇っている。

## 4.3 中近東の状況

### 4.3.1 エジプト

グローバル化の勢いはだんだんその力を増し、国家間の商業や文化の相互交流に影響を及ぼしている。特に発展途上国ではその影響が大きい。インターネットによってもたらされる相互交流やアクセスの容易さがこの傾向を加速している。それは国家政府の性質そのものを変え、地方文化に影響を及ぼし、経済は等質化されるであろう。しかし、この新しい世界秩序と共存しない国々との格差も拡大している。さらに、電子商取引の出現は、経済人、政策決定者、弁護士および銀行家に仕事のやり方の仕切り直しを強いている。エジプトはここ10年脱中央化、規制緩和、自由化、市場中心経済の方向に向かっている。強力な民営化政策が、経済的改革や成長しつつある投資機会とともに、エジプトを襲っている。

ここでは、エジプトの電子商取引実施上の主な障害について、概説する。現在のエジプトの遠距離通信やインターネット、電子商取引環境に関する背景を紹介した後で、エジプトで電子商取引を実施する場合の一連の抑止要素やそれに伴う障害について、優先度によって相対的に順位付け、概説し分析する。

最も広い意味では電子商取引はインターネット以前にも存在したが、現在はインターネットが交信や使い勝手の良さから電子商取引の主流となっている。このため、電子商取引という言葉はインターネット・ビジネスの範疇のものと定義されている。

#### 4.3.1.1 エジプトの遠距離通信の基幹施設（インフラ）

エジプトの遠距離通信のインフラ、インターネットおよび電子商取引環境の実態からさらに分析を進める上での基本的な状態が浮き彫りとなる。

##### (1) 電子商取引環境

1997年までに、電話回線の本数は1980年代の10倍ほどに増加、490万台となり、電話普及率は7.42となった。電話のある世帯はアレクサンドリアや首都カイロに集中している。サービスの質は光ファイバー技術や自動化、デジタル化によって大幅に改善されてきた。

##### (2) テレコム・エジプト社、PTT

1997年10月に法人化された会社で、エジプト国内・海外遠距離通信・ネットワークの現在のプロバイダーである。さらに、遠距離通信・運輸省が事業の価格や基準を規制し、国家の遠距離通信政策を開発したり実施することを使命とする遠距離通信調整委員会を通して、市場調整の規則を定めている。委員会の規則は、基本的ネットワーク事業の競争や急速な拡大を可能にするところまではまだ踏み込んでいない。調整委員会とテレコム・エジプト社総会は大臣が代表を勤め、そこで、一部の人はテレコム・エジプト社は取り締まりと運用両方の役を果たしていると見ている。

##### (3) エジプトのインターネットサービス

エジプトでのインターネットは、1993年にエジプトの大学ネットワークとフランス間を9.6メガビットで接続されたのが最初である。エジプトの商業サブドメイン

名 ( com.eg)は、エジプト内閣情報および決定サポートセンター ( I D S C )という政府機関、地域情報技術およびソフトウェア・エンジニアリングセンター ( R I T S E C )、当時のUNDP事業間の共同事業を通して運営されていた。インターネット利用を誘発するために、I D S C / R I T S E Cは、一般のエジプト人や民間企業、政府機関、NGOや専門家たちがインターネットに無料でアクセスできる手だてを探してみた。これは、顧客の動機づけやサポートを達成するのに苦労して成長した既存の民間の事業と並行して進められてきた。付加価値サービスの概念は、1995年テレコム・エジプト社が民間と一般のインターネット・ゲートウェイとISPを創設するための公開政策を発表して、当時12のインターネット・プロバイダーに運用を開始させた時までは、法的に不確かなものであった。今日、エジプトにはインターネットのプロバイダーが50人以上いる。

現在、インターネット接続契約者数は25,000人から30,000人で、契約アカウントにつき2.5から4.5の使用率があるので、インターネット利用者は12万人以上にのぼり、これはエジプトの人口6,600万人の0.18%に相当する。

#### 4.3.1.2 エジプトの電子商取引の実態

電子商取引についての意識を高める計画は、民間、公共部門とも盛んであり、電子商取引事業の実施もわずかだが手がけられている。

##### (1) 電子商取引関連組織

1997年10月、エジプト電子商取引委員会のインターネット連盟 ( I S E / E 2 C )が国内の電子商取引を触発し、意識を高めるために設立された。この委員会は、主要な政府や企業の電子商取引分野専門家を集め、国家の重要な問題について討論をってもらうため、1998年9月、第1回エジプト・電子商取引研修会を共同で組織した。(I S E / E 2 C)はまた、いくつかの草分け的な新聞の発行も手がけ、それは、貿易大臣によるエジプト電子商取引創設宣言のたたき台として使われるであろう。

1999年始め、貿易省の配下にエジプト電子商取引委員会が設立された。電子商取引の概念を政策決定者に訴え、所有権を確保し、宣言し、ゆくゆくはエジプトの電子商取引イニシアティブを履行するために、現在主要閣僚間で請願活動が展開されている。

##### (2) 電子商取引活動の規模

電子商取引分野で働いている企業は、この分野ではまだ基盤を整備し、最初の事業の挑戦を試みている段階である。1998年半ばに、インターネットで商品やサービスの入手ができるある種の取り引き上の事務所や決済の仕組みを提供するウェブサイトは10しか存在しなかった。

##### (3) 企業・消費者間Eコマース ( B to C )

消費者向けとしては、エジプトの大半の商業サイトは電子商取引の紹介やカタログ提供の段階である。中心には、食料品買物構想があって、実際のスーパーマーケットと共存し、エジプトの一般大衆がオンラインで買物を経験できるようにした。かなり

投資に見合う成果(ROI)が見られた。しかし、この試みは低い収益で純粹に実験的試みで終わった。しかし、花やエジプトの工芸品、アラビア語のソフトウェアから教育コース販売まで消費者向け電子商取引の代表的な例がいくつかある。

#### (4) 企業間/企業・政府機関間Eコマース(B to B/A)

エジプトでの事業の大部分(57%)は依然として政府関係である。そこで、政府がここでの見通しの強力なカギを握っている。しかし、政府関係の電子商取引案の数は国内の民間企業に比べるとないに等しい。それでもいくつか企業間商取引は行われているが、まだ運用の初期段階に留まっている

ダイミエタ・コンテナ・ハンドリング・カーゴ社およびポートセッド・コンテナ・ハンドリング社の場合

この事業は、エジプトの港でインターネットを用いて電子データ交換(EDI)を利用する例を示している。これらの会社は世界最大級の5つの船会社との商売を確保している。

エジプト・アルミニウム社の場合

これは、世界のアルミニウムの1%を製造するエジプト最大の公立事業社のひとつである。ここではインターネットで提案依頼書进行处理している。

資本の交換の場合

この事業は前例のないインターネット上の株取引システムで、世界中の潜在的な投資家とブローカーの全取引団体をリンクしている。そこで、エジプトの株式市場の取引により良い仕組みをもたらしている。

銀行業務

エジプトの一部銀行が、さまざまなレベルで、遠隔銀行業務、インターネットバンキングやホームバンキングを組み込む計画につき最近着手したばかりである。

ただし一部政府当局や機関では、電子商取引に開放的であり、喜んで投資する意向を持っている。

#### 4.3.1.3 電子商取引での障害物

ここではエジプトで電子商取引が迅速に採用されない理由を見極め、その優先事項を決定する。

##### (1) 認識と教育

認識は発展途上国での電子商取引実施の際、最も重要で決定的な障害物のひとつである。本書の他の章で挙げているその他の抑止事項はこの「根っこ」の要素に原因をたどることができる。以下の例はこの認識の欠如の例を挙げることを目的としている。

## (2) 消費者の認識

モバイルGSM社とインターネットの場合でのGSM業務の提供に対する消費者市場の反応は、インターネット事業のものに対するものと明確に対照的である。

以下はその実際例である。

- GSMとインターネットは似たような割増負担(移動式電話機とパソコンで、500から1,000米ドル)を要求する。
- インターネットのアクセス料金はGSMの使用料プラス割増金とほぼ同額である。(月あたりほぼ40から60米ドル)
- 27万人がGSMと契約している。
- 10万人から15万人がインターネットを利用し、そのうち25,000人から30,000人しか支払いをしていない。

そこで、インターネットの利用を抑える中心的な問題は金銭的余裕の有無ではない。市場は現在、インターネットの付加価値を認識していない。電子メールを用いてテキストをインターネットで(大陸間を)送る料金は同種の通話料経費のおよそ100分の2で、かつ、郵便より明らかにずっと早いという事実は語るに値する。エジプトはじめ多くの途上国で、インターネットは通信手段としてはるかに信頼のおけるものである。

## (3) 企業の認識

企業レベルでも事情はほぼ同じである。このことはここで挙げる金融部門の事例によく示されている。

主要な民間銀行がインターネットの専用回線の入札を申し入れた。これは銀行がインターネット利用を始める第1歩であると見られていた。しかし、銀行のMIS(経営管理情報システム)が、以前はディスクを郵送していたが、その代わりにソフトウェアのパッチをダウンロードしたりグレードアップできるようにこの接続を利用したに過ぎなかった。接続は銀行内の物理的に隔離されたLANの情報技術部内で終わっていた。そんな事情で、その銀行は一番金額の低い業者と契約を交わし、質の要求やまたは優先権を求めないことを強調した。ここでの銀行のインターネット利用付加価値に対する認識は、非常に低額でできるものに設定されていた。それが専用回線接続から考えられる可能な収益の限界であった。

電子商取引を着手しようとする企業の試みはほとんどない。第1の原因は電子商取引で考えられる事業の特典について企業が認識不足であることだ。これは一部銀行がオンラインバンキングに移行しようとしているように変わりつつある。

### 4.3.1.4 市場の大きさ(消費者向けビジネス)

25,000人~30,000人という小さな市場規模は、ビジネスとしてインターネットの電子商取引を実施する場合の最大の抑止要素である。そこで極小の消費者向け電子商取引事業が出現した。エジプトのインターネットユーザの数は10から12ヶ月毎に倍増し、これは世界の半分の率である。この増加率は現在残念ながら減少傾向にある。概してこのインタ

ーネットユーザ数、つまり潜在的顧客基盤は、顧客が売ったり買ったりまたは、商業取引をする事業の計画を思い止まらせている。需要（受け身）を待つのではなく、その国のことばで実行可能な電子商取引の場つまりアラビア語でインターネット取引する場を提供して（売り込み）問題解決するという考え方もある。この市場は顧客の採用では「多数が初期段階」である。そこで、曲線はゆるやかに上昇している。認識を高めることにより採用率を加速できる。

#### 4.3.1.5 電子商取引のインフラストラクチャー

電子商取引ができる環境を適切に確保することが欠けていては、その意欲をそいでしまう。しかし、それは電子商取引の商業的試みがない根っこの理由ではない。一旦潜在的市場が上向きだと、これらの構成要素は自動的に可能になるだろう。

##### (1) 認証局（CA）の欠如

認証局の欠如は、国家レベルか国際的レベルではもっと電子商取引採用への道しるべの役割を果たしている。さらに、この認証局の形式は、民間もまたは国家所有のものもまだ、決定されていない。

エジプトでの認証局の創設は大変重要である。それが認証局の主要目的や業務だからというだけでなく、関連する事柄でエジプトの法制度に対応する専門家の助言を提示してくれる信頼があり公正で透明かつ知識ある第三者が必要だからである。認証局は、電子商取引の危険性に対する強制保険付き認証の整備を心がけることができる。また、エジプト社会の認識を高める点でも役立つ。このような動きで電子商取引関連の組織化された団体はじめ、消費者が新しく生まれる。

##### (2) SET 適合の欠如

現在、どの銀行も企業も安全な電子取引（SET）適合性がない。しかし、オンライン・バンキング業務の開拓者のひとつであるミスル銀行は最近、近い将来SETを実施するとの意向を発表した。その他の銀行の大半は、インターネット上の取引合法化に関して留保姿勢を維持しているエジプト中央銀行からSETの初期採用を待っている。SETや認証局創設の主な障害の一つは、前述のものを設立するための魅力的な事業例が市場に乏しいことである。

#### 4.3.1.6 遠距離通信のインフラストラクチャーと計画

##### (1) 帯域幅の経費

国際的帯域幅の半回線料は途方もなく高価だったが、つい最近改定され1998年2月には50%値下げされた。これ以降の新しい値段の構造も、国際料金の2.5倍と非常に高く、2.0Mbps(E1)以上の大量利用値引きがないなどとまだ問題がある。ISP（インターネット・サービス・プロバイダー）は大量の帯域幅を調達する余裕がなく、インターネット利用に影響ある大幅遅延の要因になっている。

重要な短期目標は管理されたインターネットの土台、電子商取引の要求に見合うに十分な帯域幅を保証する安全かつ広範なアクセスが可能で全面的に相互接続され、高速なネットワークを開発することである。

## (2) 電話普及率のインフラ

エジプトでは100人につき7台余りの電話回線である。この低い回線普及率は依然としてインターネット利用の抑止要素である。低い回線普及（または回線欠如）で情報経済を競うことは困難である。また、1998年になってやっと、一人で2本の回線を保有することが合法化されたばかりである。新しく線を敷くにはほぼ6年も待たなければならない、経費も新しい線1本に前払いで900米ドルかかる。さらに、電話はエジプトの27,000の市町村のうち548にしかなく、これは人の住む地域の半分余りにあたる。遠距離通信のインフラ投資は、エジプトでは一人あたりスイスの248米ドルに対し2.5米ドルとわずかである。しかし、テレコム・エジプト社は、同社の「メガプラン」により2002年まで毎年100万回線増加する計画を立てている。

## (3) 遠距離通信計画の国家戦略

最近まで付加価値サービスすなわち国際サービス（長距離、移動電話、PDN、国際帯域幅、国内帯域幅または専用回線、ファックスおよびポケットベル）はすべて追加サービスとして取り扱われ、政府はその分基本的な国内電話サービスに助成金を支給しているかのように見えた。その他の助成金は助成金の大半を占めるものであるが、エジプトの地下鉄道網を建設するのに使われていた。ここでの論理は運輸通信省内の「持てるもの」から「持たないもの」へサービスを与えることであった。そこで、全助成金は実際には地下に行ってしまった。このようにインターネット改善を認めない追加サービスの考え方が国民の利益にかなっていないものとみなされた。

相互助成は1997年までであった。その後、テレコム・エジプト社はその相互助成制度を止めて政府に税を納めだした。しかし、相互助成をよしとする考えは根強く、これらは「富のある人の選択肢」であるという見解から、引き続きネットワーク改善事業を支援しないという方向で進んでいる。

### 4.3.1.7 財政事業とインフラストラクチャー

強力な財政事業のインフラストラクチャーが安全で効率的な電子商取引のためには不可欠である。以下の章は、エジプトの金融のインフラストラクチャーについての概説である。

#### (1) クレジットカードの利用

エジプトには認可された銀行が102あるが、クレジットカードの総数は12万枚以下である。わずか6銀行およびクレジットカード提供会社で提供されている。この小数は主にクレジットカード利用に関して存在している「文化」や認識の欠如によるものである。消費者市場は、まだ最終消費者にクレジットカード・サービスを提供するという初期段階である。他方、特定用途に指定された預金として掛け売り限度額の2倍を提示することなしに発行されたクレジットカードに対する信頼には限度がある。そこで、クレジットカードはネット上の消費者取引の主要方法なので、潜在的消費者の電子商取引の上限数は12万となる。

#### (2) 個人クレジット制度の概念

つい最近、社会保障番号に似た国家の市民番号制度が履行された。これにより、エ

ジプト国民は国民番号という独特な身分証明書を取得する。国民番号データベースはコンピューター化されエジプト全体の人口情報台帳の最初の実情報源を意味する。この事業はまだ始まったばかりで、17才以上（カードをもらえる年齢）の全エジプト国民が国民番号を発行されるまでには4年かかるだろう。この国民のデータベースは個人クレジット制度の元として利用されることが可能である。

### (3) ネット上の金融取引

現存するSET対応性の欠如は、コンピューターのオンライン確認サービス利用を制限する文化が原因だ。オンライン確認サービスは、現在クレジットカードを一致させる銀行業務とされていない。さらに、インターネット基盤の（インターネットが始めた）取引きのサポートは、クレジットカードの国立決済機関として指定銀行になることを拒否したエジプト中央銀行でも皆無である。エジプトは、必要なインフラストラクチャーを構築しないことで、やがて罰せられる事態も有りうる。金融取引を保障するために外国のクレジットカード確認サービスを利用しているエジプト企業の例はたくさんある。一部企業は遅れに対し10%を支払い、もし多くの企業がこの例に倣ったとしたら、この数字は国の経済から流出する金額としてはまとまったものになるであろう。

### (4) オンライン金融情報

1998年までは、お金と資本市場の基本的情報はインターネットでは入手できなかった。オンラインのひとつのサイトで、現在この情報が入手できるようになった。この分野の総括的効率的な競争の欠如はその開発率を減少させている。オンラインビジネスや基本的な情報サービスはインターネット利用ではeメールに次ぎ一部西側諸国では2位にランクされている。これは社会がオンライン化する大きな誘因となる。

### (5) エジプトの銀行との協調

エジプトには400の自動取引装置(ATM)がある。しかし、多くの銀行は自社のATMでしか機能しない独自のカードを使っている。さらに、エジプトの銀行のサポートネットワークを創設する計画で、ひとつの銀行がすべてのクレジットカード会員銀行と接続するLANを設置した。このシステムではドナーバンクに不正クレジットカードを報告するために利用される予定であった。しかし、全然利用されなかった。銀行が互いに協力し、それぞれの顧客情報を開示するリスクを望まなかったからだ。別の事例としては、全銀行の決済機関となり、全銀行のATM機を接続する交換機施設を運用する使命を持つ企業がある。規模の格差を始めとして（2銀行は残り全銀行よりも大きい）、銀行の内部競争が、決済小切手数を取るに足りないかまたはほんのわずかなものになっている。また、23銀行のうちわずかに10行しかこのネットワークに接続されていない。銀行間のチームワーク精神の明白な欠如は、金融構造全体の健全性に逆効果をもたらし、その結果はエジプトの電子商取引関連の金融インフラストラクチャーについて示唆するものがある。

## 本報告書作成メンバー

本報告書は、当協議会（E C O M）の各ワーキンググループの主席研究員や参加メンバー、並びにE C O M事務局の協力を得て、以下のメンバーで作成した。

ここにご協力頂いた方々に心より感謝致します。

### < 作成メンバー >

真田 幸博	電子商取引実証推進協議会	国際課
菅原 章	電子商取引実証推進協議会	国際課
田原 裕子	電子商取引実証推進協議会	国際課
加瀬 幸江	電子商取引実証推進協議会	企画広報課
佐藤 奈央	電子商取引実証推進協議会	総務課

**禁無断転載**

平成12年3月発行  
発行：電子商取引実証推進協議会  
東京都江東区青海2 - 4 5  
タイム24ビル10階  
Tel 03-5531-0061  
E-mail info@ecom.or.jp