海外における EC 推進状況 調査報告書 2002

平成15年3月

財団法人日本情報処理開発協会電子商取引推進センター



協力:電子商取引推進協議会



この報告書は、(財)日本情報処理開発協会電子商取引推進センターが競輪の補助金を受けて、電子商取引推進協議会 (ECOM) の協力を得て実施した事業の成果を取りまとめたものです。

はじめに

電子商取引推進協議会(ECOM)国際連携グループでは、「日韓 EC 推進協議会」などによる電子商取引(EC)の国際間協力活動を行い、さらに「海外からの ECOM 訪問者」や「海外への調査訪問」などを通した意見交換・情報収集を行い、海外の EC の取組状況を調査・検討し整理を行った。この報告書は、グローバルな取引を可能とする電子商取引における先進米国事情をはじめ欧州、アジア各国のマーケット、政策、制度整備等についての広い視野に立脚した新たなビジネス展開の検討に役立つ情報を整理することにより、日本企業が国際的取引を伴う EC 市場への参入または国内 EC ビジネス拡大のための検討に資することを目的としている。

平成14年度の調査実施にあたっては韓国電子取引協会 (Korea CALS/EC Association / KCALS) との共同実施とし ECOM と KCALS で次のように調査対象地域・機関を分担して実施した。

● 韓国:韓国、中国、欧州、OECD、WTO、APEC

● 日本: 日本、北米、その他アジア、GBDe、UNCITRAL、ASEAN

また、今年度は関係者の要望や情報入手ニーズの強かった次の2点についての情報も盛 込むよう企画した。

- 各国(機関)主要推進プロジェクト
- EC 推進関連企業・組織

本書における各章は主題となるその章のテーマに関し、世界、北米、欧州、アジア各地域及びその地域の国別に記載する構成になっている。第1章では、EC に関する世界各国の基盤および市場の状況・動向についてまとめ、第2章では政策に関する事項をまとめ、第3章では EC 推進関連組織及びプロジェクトについて整理した。最後に日本と韓国両国で推進している日韓 EC 推進協議会に関連する記事を第4章に記している。

本報告書が、日本企業の電子商取引ビジネスへの参入またはビジネス拡大の一助になれば幸いである。

平成15年3月

財団法人日本情報処理開発協会 電子商取引推進センター 電子商取引推進協議会

目 次

1.	EC 普及	状況と現状分析1 -
1	1.1 世界	₹1 -
'		- インターネット接続1 -
		ブロードバンド接続3 -
	1.1.3	e-Readiness5 -
	1. 1. 3.	I T環境投資状況8 -
	1. 1. 4.	電子商取引の定義9 -
	1.1.5.	主要各国の電子商取引と GDP 10 -
1	1.2. 北米	长市場 11 -
	1.2.1	インフラと利用状況 11 -
	1.2.2	電子商取引市場動向16 -
1		N 24 -
		インターネット普及率24 -
		電子商取引市場動向
1		ジア・太平洋地域33 -
		インフラ33 -
	1. 4. 2.	電子商取引37 -
2.	国際機関	曷及び各国の電子商取引政策動向
9	2.1 国際	穿機 関69 -
•	2.1.1.	国際協力開発期間(OECD)69 -
	2.1.2.	電子商取引に関する世界ビジネス会議(GB D e)
	2.1.3.	国連国際商取引法委員会(UNCITRAL) 76 -
	2.1.4.	
	2.1.5.	世界貿易機関(WTO)80 -
	2.1.6.	アジア太平洋経済協力会議(APEC)84 -
2	2.2. 北米	₭ 86 -
	2.2.1.	米国86 -
	2.2.2.	カナダ88 -
2	2.3. アシ	ジア・太平洋 90 -
	2.3.1.	韓国90 -
		中国96 -
		- 98 -
		シンガポール 100 -
	2.3.5.	台湾102 -

	2.3.6.	オーストラリア	103 -
3.	電子商取	文引関連機関と推進プロジェクト	105 -
3	.1. 米国	<u>-</u>	105 -
	3.1.1.	電子商取引推進機関	105 -
	3.1.2.	電子商取引推進プロジェクト①	106 -
	3.1.3.	電子商取引推進プロジェクト②	107 -
3	.2. カナ	├ ダ	108 -
	3.2.1.	電子商取引推進機関	108 -
	3.2.2.	電子商取引推進プロジェクト	109 -
3	.3. 欧州	ή	110 -
	3.3.1.	欧州委員会	110 -
	3.3.2.	イギリス	112 -
	3.3.3.	ドイツ	113 -
3	.4. 韓国	<u> </u>	115 -
	3.4.1.	推進機関	115 -
	3.4.2.	推進プロジェクト①	117 -
	3.4.3.	推進プロジェクト②	119 -
	3.4.4.	推進プロジェクト③	122 -
3	.5. 中国	<u></u>	122 -
	3.5.1.	推進機関	122 -
	3.5.2.	推進プロジェクト	124 -
3	.6. マレ	ノーシア	125 -
	3.6.1.	電子商取引推進機関	125 -
		電子商取引推進プロジェクト	
3	.7. シン	·ガポール	
	3.7.1.	電子商取引推進機関	
		電子商取引推進プロジェクト	
3		·	
		電子商取引推進機関	
3		*	
		電子商取引推進機関	
	3.9.2.		
3		トーストラリア	
		電子商取引推進機関	
	3.10.2.	電子商取引推進プロジェクト	132 -
1	日韓FC	·	133 -

4.1.	日韓	EC 推進協議会の概要13	33
4.2.	平成	え 14 年度活動内容 13	33
4.2	.1.	日韓 e-ビジネス国際フォーラム13	33
4.2.	2 .	日韓 EC 推進協議会(慶州)13	33
4.2.	3.	日 韓 FC 推准協議会 (神戸) - 13	34

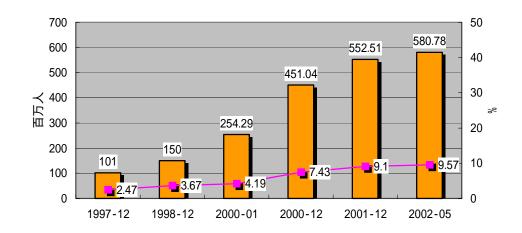
1. EC 普及状況と現状分析

1.1 世界

1.1.1. インターネット接続

(1) インターネット利用者の増加(世界人口の1割)

インターネット関連の情報提供を行う Nua. com によると、世界のインターネット利用者数は増加の一途を辿っており、2002年の5月の時点で5億8,000万人(前年同月比プラス25%)に達し、普及率は9.57%と世界人口の約一割がインターネットを利用していることになる。

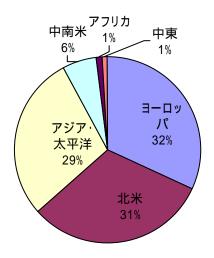


出典: Nua. com のデータ (2002年5月) を元に作成

図 1-1 世界におけるインターネット普及状況の推移

(2) 米、ヨーロッパ、アジア・太平洋地域の3地域がほぼ同規模

世界における地域ごとのインターネット人口を見てみると、北米、ヨーロッパ、アジア・太平洋地域の3地域がほぼ同規模で、世界のインターネット利用者のおよそ9割を占めている。対して中南米、中東、アフリカ地域でのインターネット利用者数は依然少なく、世界で占める割合は中南米で6%、中東とアフリカが各々1%となっている。



出典: Nua. com のデータ (2002年5月) を元に作成

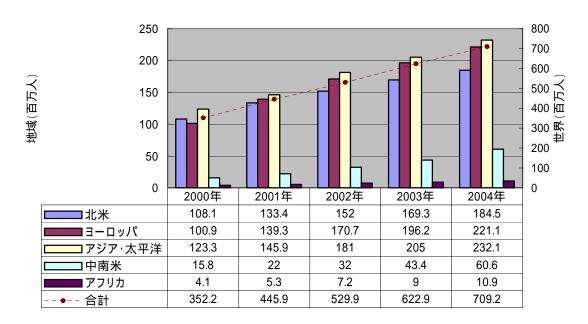
図 1-2 インターネット人口における各地域の世界に占める割合

(3) 世界最大のインターネット人口を抱えつつあるアジア・太平洋地域

アジア太平洋地域の成長は目覚しく、調査会社の eMarketer 社の 2002 年 9 月の発表によると 1 、同地域は、世界で最大のインターネット人口を抱える地域であった。また同社が 2001 年 に行なった予測で、今後同地域は他の地域を凌ぐ成長を見せ、2004 年においてもインターネット人口で世界最大の規模であり続けるとしていた。

http://www.emarketer.com/products/report.php?online_no_am

¹ eMarketer "North America Online" Feb 2002



出典: eMarketer 社のデータ (2001 年 12 月) を元に作成 (アジア・太平洋地域の 2002 年のデータは 2002 年にアップデート)

図 1-3 世界における地域別インターネット利用者数の推移

1.1.2. プロードバンド接続

(1) 世界的な増加

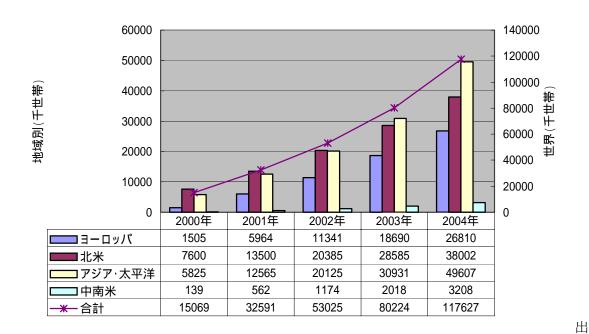
近年、DSLやケーブルといった高速接続、いわゆるブロードバンドによる接続が世界的に急増している。eMarketer 社による E^2 、ブロードバンドを持つ家庭は 2000 年から 2001 年の間に 1500 万世帯から約 3260 万世帯へと 2 倍を越す大幅な伸び率をみせた。また、同社は 2004年に 1 億 1700 万世帯に増加すると予測している。

(2) 2004年:アジア>北米+中南米

地域別のブロードバンド接続状況を見てみると、アジア・太平洋地域著しい伸びを見せている。eMarketer 社は、2001 年の時点では北米地域がブロードバンド接続を持つ世帯数において1350 万世帯と首位を走っているが、2004 年にはアジア太平洋地域で5000 万世帯近くになり、北米及び中南米を合わせた数よりも大きくなると予測している。

_

² eMarketer "Broadband & dial-up access" Aug, 2002 <u>http://www.emarketer.com/products/report.php?2000121&PHPSESSID=2f7b29ca26f24a52a778bae4598</u> <u>d542f</u>



典: eMarketer 社のデータ (2002年6月) を元に作成

図 1-4 世界における地域別ブロードバンド加入世帯数

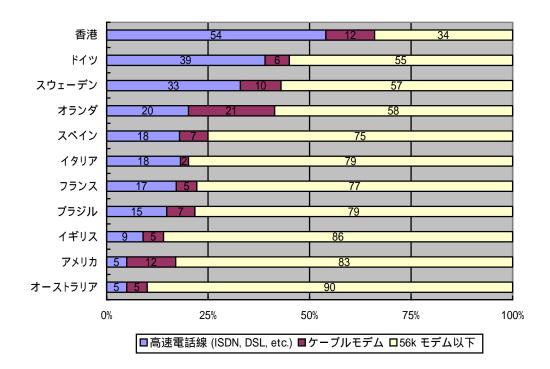
(3) 世界での主流はDSL、北米ではケーブル

ブロードバンドの接続状況を種類別でみてみると、世界ではDSLがブロードバンド接続の主流をなし、逆に北米ではケーブルモデムが主流をなしている。図表5では米国を除く全ての国でDSLの占める割合がケーブルモデムよりも高く、米国ではそれと逆になっている。また、DSLに関する市場調査を行う PointTopic 社によれば 3 、カナダでもDSLに対してケーブルモデムの割合が高く、北米全体でケーブルモデムが主流であるといえよう。調査会社、InStat/MDR によると 4 、DSL接続の増加傾向は世界の潮流であり、世界におけるDSL接続数は 2006 年にケーブルによる接続数の2倍になるとみている。一方、衛星ブロードバンド、ファイバー・ツー・ホーム、固定ワイアレスはブロードバンド市場の5%を占めるのみであるとしている。

-

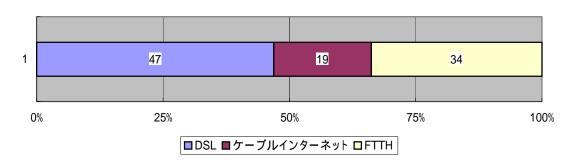
³ 米国市場(図 12)を参照のこと。

⁴ "Broadband Modems Diverging in World Markets" In-stat/MDR, July 2002 http://www.instat.com/abstract.asp?id=4&SKU=IN020220WN



出典: Nielsen//Netratings 社のデータ (2002年8月) を元に作成

図 1-5 2002 年第2 四半期における主要各国の家庭におけるブロードバンド接続状況5



出典:総務省の「平成13年版情報通信白書」を下に作成⁶

図 1-6 2002 年における日本のブロードバンド接続状況

1.1.3 e-Readiness

The Economist 紙の一部で、ロンドンに本部を構える調査会社、The Economist Intelligence Unit (EIU) は、IBMと共同で世界の 60 ヶ国を対象に 2002 年度の「e-

⁵ "Hong Kong leads the world in high-speed internet connections, according to Nielsen//Netratings' global internet trends survey" http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_020815.pdf

[「]平成 13 年版情報通信白書」総務省 http://www.soumu.go.jp/hakusyo/tsushin/h13/index.htm

Readiness」のランキングを行った 7 。 e-Readiness とは、インターネットを土台とした商業活動の成長のための環境が整っているかどうかを判断するための基準で、電気通信インフラから市民のコンピュータ浸透率、政府の規制など、様々な角度から判断が行われる。 EIU は 2000年より各国の e-Readiness ランキングを行っている。ランキングは、以下の6つの基準を元に行われた。

- 1. 接続性 (25%)
- 2. ビジネス環境 (20%)
- 3. 消費者と事業者の導入状況 (20%)
- 4. 社会的·文化的基盤 (15%)
- 5. 法規制環境 (15%)
- 6. Eサービスの支援 (5%)

これら基準の重み付けは前年度のものから見直しが行われている。

2002 年度の1位から **60** 位までの結果を次に示す。

表 1-1 2002 年度 e-readiness 国別順位

E-readiness 順	前年度順	国名	E-readiness スコ
位 (60 カ国中)	位		ア(10 点満点)
1	1	米国	8. 41
2	10	オランダ	8. 4
3	3	イギリス	8.38
4 (tie)	11	スイス	8. 32
4 (tie)	6	スウェーデン	8. 32
6	2	オーストラリア	8. 3
7	9	デンマーク	8. 29
8	12	ドイツ	8. 25
9	4	カナダ	8. 23
10	8	フィンランド	8. 18
11 (tie)	7	シンガポール	8. 17
11 (tie)	5	ノルウェイ	8. 17
13	13	香港	8. 13
14	16	オーストリア	8. 1
15	14	アイルランド	8.02
16	19	ベルギー	7. 77
17	15	フランス	7. 7
18	20	ニュージーランド	7. 67
19	22	イタリア	7. 32
20	16	台湾	7. 26

⁷http://www.ebusinessforum.com/index.asp?layout=rich_story&doc_id=5768&categoryid=&chan_nelid=&search=e%2Dreadiness

- 6 -

E-readiness 順	前年度順	国名	E-readiness スコ
位 (60 カ国中)	位		ア (10 点満点)
21	21	韓国	7. 11
22	24	スペイン	7. 07
23	26	ギリシャ	7. 03
24	25	ポルトガル	7.02
25	18	日本	6.86
26	23	イスラエル	6. 79
27	27	チェコ共和国	6. 45
28	29	チリ	6. 36
29	28	ハンガリー	6.05
30	34	メキシコ	5. 67
31	30	ポーランド	5. 52
32	33	マレーシア	5. 5
33	35	南アフリカ	5. 45
34	36	ブラジル	5. 31
35	31	アルゼンチン	5. 14
36	32	スロバキア	5
37	47	ベネズエラ	4. 91
38	38	コロンビア	4. 77
39	40	ペルー	4. 43
40	37	トルコ	4. 37
41	48	ブルガリア	4. 25
42	43	スリランカ	4. 05
43	45	インド	4. 02
44	52	ルーマニア	4
45	42	ロシア	3. 93
46	46	タイ	3.86
47	44	サウジアラビア	3.77
48	40	エジプト	3. 76
49	39	フィリピン	3.72
50	50	エクアドル	3. 68
51	49	中国	3.64
52	54	インドネシア	3. 29
53	50	イラン	3. 2
54	52	ウクライナ	3.05
55	56	ナイジェリア	2.97
56	58	ヴェトナム	2.96
57	60	パキスタン	2.78
58	54	アルジェリア	2.7
59	57	カザフスタン	2.55
60	59	アゼルバイジャン	2.38

出典: EIU による e-Readiness Rankings, July 2002 を元に作成

この結果を受けて、EIUが行った分析よると、以下のような特徴が浮き彫りになっている。

<u>欧米が上位を占める</u>:上位 10 カ国はオーストラリアを除いて北米と西欧の国々によって占められている。これらの国が高いスコアである理由は、何れの国もインターネットを家庭及びビジネスの両方に取り組んでいること、そして政治経済の安定、外国投資に対する開放性がビジネス特に e ビジネスを成長させたことである。

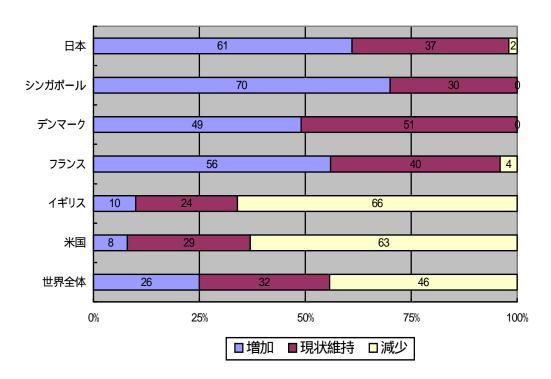
上位均衡:上位の国々のスコアは 2001 年度から着実な伸びを見せていると同時に、首位の米国から第 14 位のオーストラリアまでのスコアの違いは.31 と僅差になってきた。これはインターネット時代の政策の標準化と先端技術の画一性が増してきた反映である。

政府の政策が鍵: ebusiness が成長する上で政府がインフラ整備に関して明確且つ一貫性のある政策を行なうことはとても重要である。民間主導の産業発展、企業家精神を高める政策も必要である。上位の国々は政府の政策によって優位を保ち、下位の国々は e-readiness の改善の多くを公共政策にたよっている。

<u>ビジネス文化に根付いたインターネットの利用</u>:米国が首位を誇るのはインターネットが商業文化に根付いているからと考えられる。米国ではそれが故、Eサービス支援(コンサルティング及び IT サービスやバックオフィスソリューション等)や社会的・文化的基盤(革新的及び起業家精神等の度合い)の項目においてスコアが高い。電気通信市場で競争が激しく最もインフラ整備が整っているとされているシンガポールと香港は、今後商文化にインターネットがより密着することでより高度な電子商取引が発達していくだろう。

1.1.3. I T環境投資状況

米国で電子取引市場を取り巻くインフラ環境は成熟しつつあるのに対し、アジア・太平洋地域とヨーロッパ地域では今後投資伸びると見込まれている。Taylor Nelson Sofres 社の調査で、米国とイギリスにおいて今後 I T関連投資をふやすと答えた企業が 10%以下であったのに対し、日本、シンガポール、デンマーク、フランスといった国では 49-70%の企業がインターネット関連投資を増加させる予定と答えた。



出典: Taylor Nelson Sofres 社のデータ⁸ (2001年1月) を元に作成

図 1-7 各国企業の 2002 年インターネット関連支出計画

1.1.4. 電子商取引の定義

電子商取引市場規模について各国の調査期間がデータを発表しているが、調査方法や EC そのものの定義が統一されてはいない。また、定義や調査方法についての情報の入手が容易でない場合も多い。 米会計検査院が報告書「International EC, Definitions and Policy Implications」の中で整理したものを公表したので表 2 に紹介する。国際機関 OECD は 2001 年に狭儀と広義の 2 種の定義を採択している。

⁸ http://www.emarketer.com/news/article.php?1001569

表 1-2 電子商取引の定義

調査機関	定義
Boston	インターネットおよびEDIベースの取引。
Consulting	
Group	
eMarketer	買い手が購買注文もし〈は取引契約をインターネット経由で行うインターネット
	取引;WebベースEDIのみ含む。
Forrester	インターネット上で最終的な注文が行われるモノとサービスの取引。EDIは除
Research, Inc.	⟨。
Gartner Group	受注プロセスがインターネット経由で行われるモノとサービスの販売;インター
	ネットEDI、eマーケットプレース、エクストラネットを含む。専用回線上の活動は
	除〈。
International	受注、発注がインターネット経由で行われるプロセス。したがって、モノとサー
Data	ビスの取引に対する代金の振替取引契約を意味する;Web上で可能なゲート
Corporation	ウエイを使用していないEDI取引は除く。
Jupiter Media	ライン上で契約条件、あるいは大半の契約条件が合意される、もしくは品目の
Metrix	特徴の大半がオンラインで設定される取引全て。
Keenan Vision	売り手と買い手間で最終的には電子的な代金振替を行うような販売プロセス
	を生み出すインターネット取引。
Organization for	〈広義〉:コンピュータを媒体としたネットワーク上で行われるモノとサービスの
Economic	販売、購入;EDIを含み、イントラネット取引は除く。
Cooperation and	<狭義>:インターネット経由でのモノとサービスの販売、購入;Web上で可能な
Development	EDIとウエッブ上で可能なその他全てのアプリケーションを含む;イントラネット
(OECD)	取引を除く。
U.S. Census	コンピュータを媒体としたネットワーク上で完結する全ての金銭的な価値のあ
Bureau	る取引で、モノやサービスの所有権や権利の移譲を含む;インターネット、イン
	トラネット、エクストラネット、EDI取引を含む。
Yankee Group	企業間で電子的に行われるモノとサービスの取引の総価値。

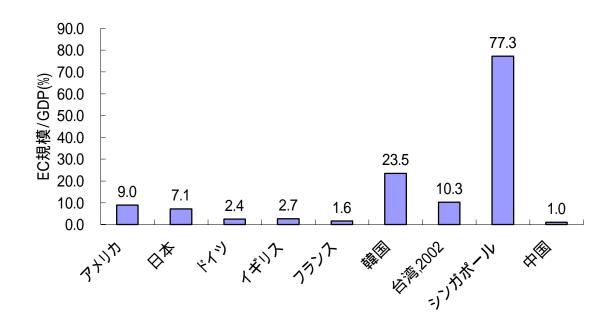
出展: eMarketer, Forrester Research, Inc., IDC, U.S Bureau of the Census.より米会計検査院作成 (2002)

1.1.5. 主要各国の電子商取引と GDP

欧米・アジアの主要各国の電子商取引規模が GDP に対しどれだけの比率を有しているかを 算出した結果を図に示す。このデータによれば日本は先進経済大国の中で良好な成績にある。 また電子商取引の市場規模は米国に次いで2位の大きさを有す。欧州においてはドイツ、イギ リス、フランスの順位で電子商取引の比重が高い、これらの欧州の国のデータは同じ調査機関 (EITO) からのものであり、相対比較はかなり現実と合致しているように思われる。韓国で は政府も電子商取引の普及に予算的支援を含め力を入れており普及が進んでおり 2000 年から 2001 年にかけて市場規模が 107%増加している。シンガポールは貿易取引が GDP に比して他 国に比して非常多く、BtoB の規模が GDP に比しても高くなっているという特徴がある。

単位:10億ドル

	BtoB	BtoC	BtoB、 BtoB 合計	GDP	(BtoB+BtoC)/ GDP(%)	出典
アメリカ			908.6	10,082	9.0	Forrester, 2001
日本	283.6	12.37	296.0	4,141	7.1	ECOM,METI,NTT データ経営研究所, 2002
ドイツ	39.7	5.26	44.9	1,856	2.4	EITO, 2002
イギリス	32.4	5.95	38.3	1,422	2.7	EITO, 2002
フランス	18.7	2.47	21.2	1,311	1.6	EITO, 2002
韓国			99.2	422	23.5	韓国統計庁, 2002
台湾,2002			29.0	281	10.3	Forrester, 2001
シンガポ ール	64.7	1.49	66.2	86	77.3	IDA, 2002
中国	11.8	0.16	11.9	1,191	1.0	CCID, 2002



備考: GDP 及び電子商取引市場規模は各国 2001 年の値を使用。但し台湾の電子商取引市場規模は 2002 年の値を使用。GDP 出典: (財) 国際貿易投資研究所, 2003

図 1-8 電子商取引規模の GDP 比

1.2. 北米市場

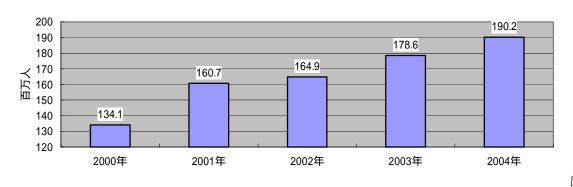
1.2.1 インフラと利用状況

①北米インターネット人口の増加

アメリカにおけるインターネット利用者は毎月 200 万人の割合で増えているといわれており ⁹、堅固な成長を見せているといえる。今後も北米市場でインターネット利用者数の増加が予

 $^{^{9}}$ U.S. Department of Commerce."A Nation Online: How Americans Are Expanding Their Use of the

想されているが、普及率は十分に高い状態に達しつつあり、他の地域に比べて伸び率は低くなるであろう。Gartner 社によると 2001 年に 1 億 6490 万人であったインターネット利用者数は 2004 年に 1 億 9200 万人まで増加すると予測している。

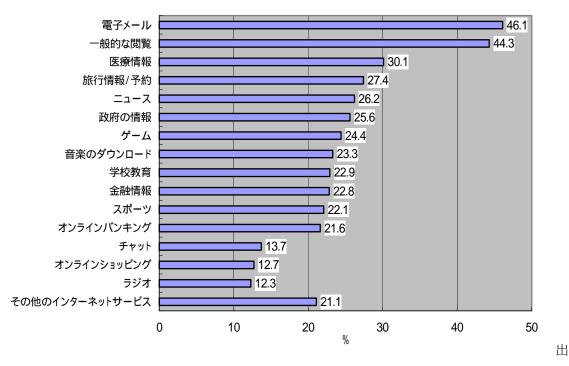


典: Gartner のデータを元に作成

図 1-9 北米におけるインターネット利用者数の推移

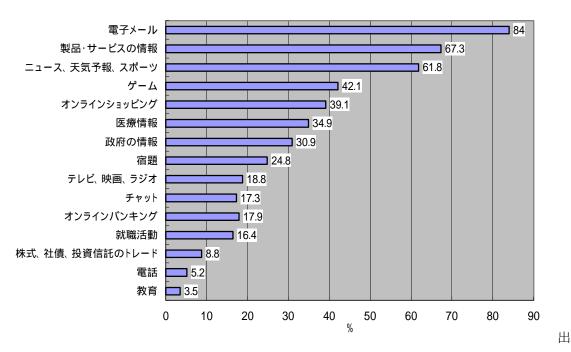
②北米におけるインターネット利用目的の多様化

北米においてインターネットが多目的に使用されており、人々の生活に浸透していることが 伺える。カナダと米国の両国で電子メールや種種の情報収集が最も一般的な用途であるが、そ れ以外では、カナダで旅行の予約、ゲーム、音楽のダウンロード、オンラインバンキング等、 米国ではゲーム、ショッピング、宿題等が高い利用率を示している。



典: Statistics Canada のデータを元に作成

図 1-10 カナダの家庭でのインターネット利用目的



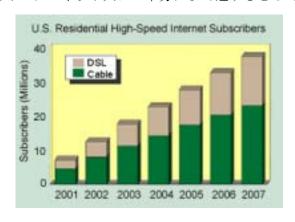
典: U.S. Department of Commerce "A Nation Online" (2002年2月)を元に作成

図 1-11 米国での個人のインターネット利用目的

③北米ブロードバンド接続

1. カナダは進んでいるが、米国はこれから

カナダでは 1996 年からケーブル会社がブロードバンドを提供し始めるなどブロードバンドへの取り組みが比較的早く 10 、インターネット接続に占めるブロードバンドの割合が 46% (2002 年 4 月時: NFO World Group 社調べ) 11 と世界の中でも高い普及率を誇っている。一方、米国でのブロードバンドのインターネット接続全体に占める割合は、米国では 17% (2002 年 8 月時点: Nielsen/Netratings 社調べ) 12 とアジア・太平洋やヨーロッパに比べてブロードバンド普及が遅れがちである。しかし、米国においてもブロードバンド接続が急速に普及しつつあり、市場調査を行う Leichtman Research 社によれば 13 、今後 5 年で約 2500 万人増加し、2007 年には 3730 万人とインターネット人口の半分にまで達するとしている 14 。



出典: 2002年、Leichtman Research 社¹⁵

図 1-12 米国の家庭からのブロードバンド加入者数の推移

2. ケーブルモデムが依然ブロードバンドの主流

北米において、ケーブルモデムは、DSLを大きく上回る普及率を持ち、同地域のブロードバンド接続の主流となっている。特に米国では、ケーブルテレビの高い普及率(**2001** 年末で約 **60**%)を背景として¹⁶、ケーブルモデムの優位は揺るいでおらず、既存の契約者数、新規加

"Half of dial-up users would go high-speed if prices were \$20-\$25 per month: study" NFO world group.

May 22, 2002 http://www.nfocfgroup.com/news/02.05.22-highspeed.pdf

^{10&}quot;Canada broadband overview" Point Topic June 27, 2002 http://www.point_topic.com/scripts/directory/profile.asp?country=2

[&]quot;Hong Kong leads the world in high-speed internet connections, according to Nielsen//Netratings' global internet trends survey" http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_020815.pdf

^{13 &}quot;Leading U.S. providers gain nearly 1.4 million broadband internet subscribers in the second quarter."

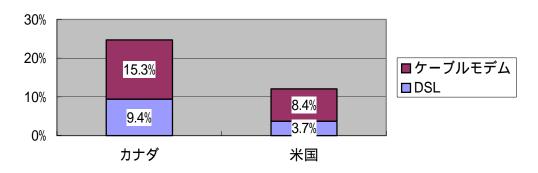
Leichtman Research group. August 12, 2002. http://www.leichtmanresearch.com/press/0812release.html
14 "Leichtman Research: Broadband in half of US online households." Aug 23, 2002.

http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id+905358302&rel+true

http://www.leichtmanresearch.com/research/notes08_2002.html#broadband

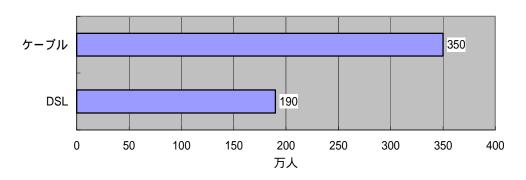
[&]quot;USA broadband overview" Point Topic. July 24, 2002 http://www.point-topic.com/scripts/directory/profile.asp?country=3

入者数ともにDSLを上回っている。Leichtman Research 社によれば 17 、2001年の新規加入者はDSLが 190万人で、ケーブルが 350万人であった。また、2002年第2四半期,米国でのDSLの新規加入者が 46万人だったのに対し、ケーブル接続の加入者は 90万人であった。



出典: PointTopic 社のデータ (2002 年 9 月) を元に作成

図 1-13 北米各国における家庭でのDSL及びケーブルモデムの普及率



出典:Leichtman Research 社のデータを元に作成

図 1-14 米国におけるDSLとケーブル接続の新規加入者 2001 年

3. DSLの増加傾向

ケーブルモデムが主流であるとはいえ、米国においてもDSLの契約者数は増加傾向にある。 Federal Communication Commission によると、2001 年前期の伸び率が 36%、2001 年後期の伸び率が 47%増と増加の勢いを増している¹⁸。また、Parks Associates 社は 2005 年には DSL の契約者数がケーブルを抜くとしている。調査会社の中にはワイアレスによる接続がアメリカにて急速に増えるという予測もあり、Parks Associates 社は、2005 年には全インター

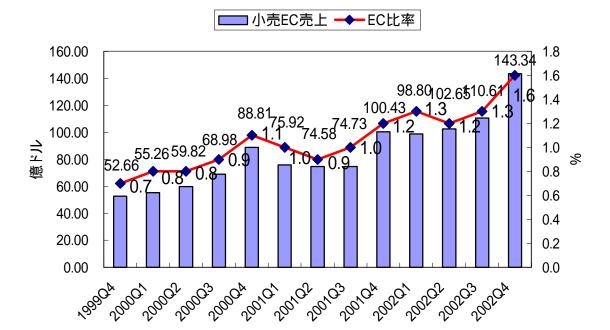
 [&]quot;Leading U.S. providers gain nearly 1.4 million broadband internet subscribers in the second quarter."
 Leichtman Research group. August 12, 2002. http://www.leichtmanresearch.com/press/0812release.html
 "Federal Communication Commission released data on high-speed service for Internet access." Federal Communication Commission. July 23, 2002 http://hraunfoss.fcc.gov/edocs-public/attachmatch/DOC-224580A1.pdf

ネット接続の17%を占めると予測している。

1.2.2 電子商取引市場動向

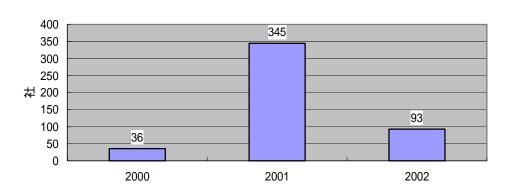
①回復成長する米国のEC

世界において最も古く、最も洗練された市場と見られている米国での電子商取引市場は、**2001**年前期、景気後退の影響を受け成長が鈍化したが、**2001**年の終わり頃から順調な回復を見せている。また、**2000**年のネットバブル崩壊以降続いていたドットコム企業の淘汰も、**2002**年に入り落ち着きを見せており、ここでも米国での電子取引市場の回復成長が伺える。



出典:米国商務省統計局(2003年2月)のデータを元に作成

図 1-15 米国でのEC小売売上げとEC比率



出典:WebMerger のデータを元に作成

図 1-16 インターネット企業倒産件数 2000 - 2002 年前期

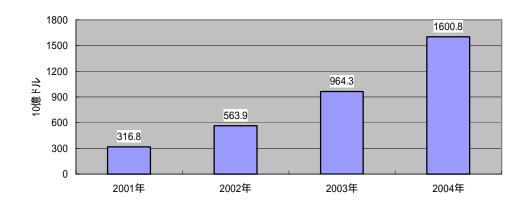
1.2.2.1 BtoB

① 北米市場の拡大

世界最大規模を誇る北米市場は、今後も成長を続け、当面世界最大規模を保ち続けるであろう。eMarketer 社は¹⁹、北米の BtoB の電子商取引市場の売上げ額が 2001 年の 3168 億ドルか

 $^{^{19} \ \}hbox{``eCommerce B2B''} \ \underline{http://www.emarketer.com/products/report.php?ecommerce \ b2b}$

ら **2004** 年には1兆 **6000** 億ドルに到達し、世界市場の約 **58**%を占めるだろうと予測している。



出典: eMarketer 社のデータ (2001年) を元に作成

図 1-17 北米における BtoB 電子商取引額

ForresterResearch 社によれば20、カナダにおけるオンラインでの企業間取引は 2005 年に 2720 億カナダドルに達し、オンライン取引の 18%を占めるであろう。また、2002 年までに BtoB の販売にインターネットを使う企業は全体の 82%になる見込みである。

②不信と期待に揺れる企業

多くの企業は BtoB の電子商取引の現時点での結果に失望している。Giga Information Group 社と Booz Allen Hamilton 社の調査²¹によれば、回答した企業のうちほぼ半分は BtoB の電子商取引が「まったく」あるいは「ほとんど」期待に沿わなかったとし、逆に期待に沿ったとした企業は全体の 10%に過ぎなかった。調査に回答した企業は取引における手続きの標準化及び開発、技術システムの導入及び開発、統合技術の導入といった組織的な変革がなければ BtoB の電子商取引から利益を得ることは出来ないとした。

しかし同時に、企業は BtoB の電子商取引に対する期待を捨てていない。 I D C 22によれば、多くの企業がインターネットセールスに関する投資を増やしているとし、また Giga Information Group 社と Booz Allen Hamilton 社の調査で、多くの企業は今後 3 年で直接及び間接材料の多くを電子商取引にて取引を行なう予定だと回答している。

③カナダ企業のインターネット接続状況が高まっている。

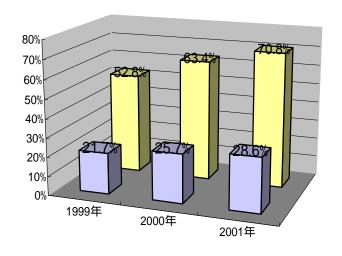
カナダ企業のインターネット接続状況が高まっており、企業の電子商取引を取り巻く環境が 整いつつあることが伺える。

²⁰ "Canda's B2B forecast." January 2001

http://www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/0,1338,10942,FF.html

^{21 &}quot;B2B e-commerce will survive growing pain." Nov 28 2001

 $[\]frac{http://cyberatlas.internet.com/markets/b2b/article/0,,10091_930251,00.html}{http://www.idc.com/getdoc.jhtml?containerId=pr2002_01_30_130658}$



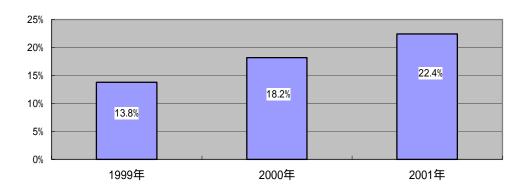
□ウェブサイトのある企業 □インターネットに接続している企業

出典: Statistics Canada のデータ (2002年) を元に作成

図 1-18 カナダ企業のインターネット接続状況

④カナダ企業における電子調達の増加

カナダ企業における電子調達が増加の傾向を見せている。Statistics Canada によるとカナダ企業で電子調達をする企業は 1999 年の 13.8%から 2001 年には 22.4%に増加している。



出典: Statistics Canada のデータ (2002年) を元に作成

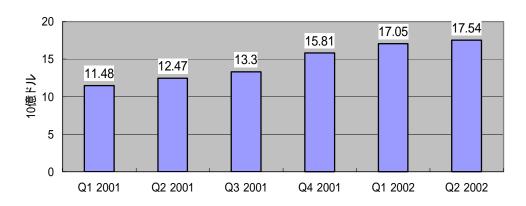
図 1-19 カナダにおける電子調達をする企業の割合

1.2.2.2 BtoC

①北米 BtoC 電子商取引市場の拡大

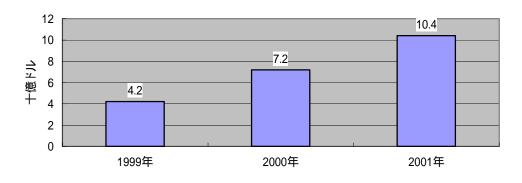
2000 年来の景気後退の波を受けながらも、北米における BtoC の電子商取引市場は着実に拡大成長を続けている。

2001 年第 1 四半期-2002 年第 2 四半期



出典: eMarketer 社のデータ (2002 年 9 月) ²³を元に作成

図 1-20 米国における BtoC の電子商取引市場の収入



出典:Electronic Commerce in Canada のデータを元に作成

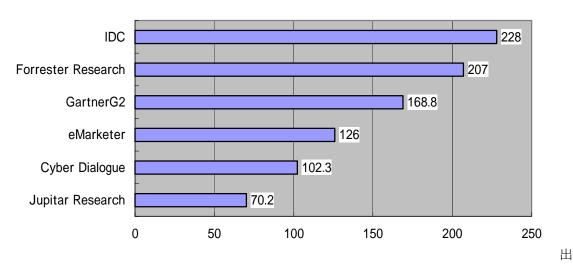
図 1-21 カナダにおけるインターネットでの売上げの成長

また、今後の **BtoC** の電子商取引市場に関しては、調査会社各社とも大きく幅があるものの、どの調査会社も拡大の予測をしている。

-

 $^{^{23}\ \}underline{http://www.emarketer.com/news/article.php?1001587}$

単位:10億ドル



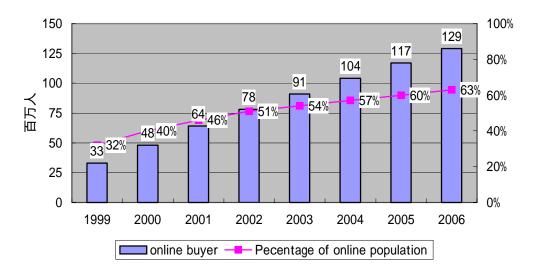
典:eMarketer 社のデータ(2002 年 3 月) 24 を元に作成

図 1-22 各社の米国における BtoC 電子商取引市場の 2004 年売上げ予測

②オンラインショッピング人口の増加(米国)

米国でオンラインで買い物をした人の数と割合が共に増加を続けており、オンラインでのショッピングの浸透が伺える。調査会社、JupitarMediaMaetrix 社によると、2001 年に 6400 万人であったが、2006 年には 1 億 2900 万人になるみ通しで、インターネットに接続できる人の 63%に当たるとしている。

 $^{{}^{24} \, \}underline{http://www.emarketer.com/products/report.php?b2c \ b2b \ no \ am}$



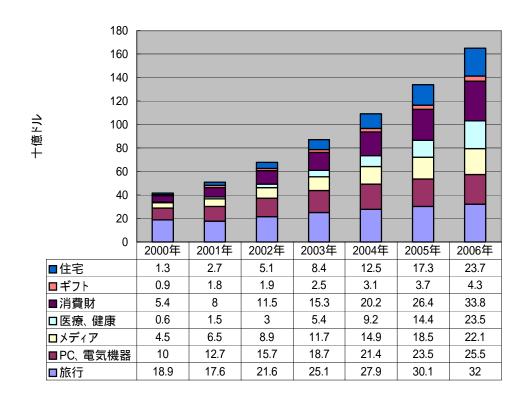
出典: Jupiter Media Metrix 社のデータ (2001年5月) を元に作成

図 1-23 米国でオンラインで買い物をした人数の推移 2000-2006

③旅行サイトが最も大きな売上げ

米国では Expedia.com、Travelocity.com、Priceline.com といった旅行サイトが人気を集めており、Jupitar 社によると現在 BtoC 電子商取引市場でのなかで最も大きな割合を占める市場となっている 25 。2000 年に 189 億ドルの規模であった同市場は、今後も大きく成長をし続け、2006年には 320 億ドルの規模に達すると見られている。

²⁵ JupitarMediaMetrix "Connecting with consumers" http://www.jup.com/sus/research/report.jsp?doc=com01-v02&page-6



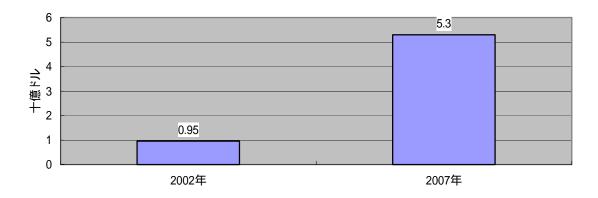
出典: Jupitar 社のデータ (2001年5月) を元に作成

図 1-24 種類別 BtoC 電子商取引市場規模推移 2000-2006 年

④ギフト関連の売上げ伸びる

花束、カード、贈り物といったギフト関連の売上げが、米国の BtoC の電子商取引市場で伸びている。eMarketer 社が報告した ForresterResearch 社の調査によると、2002 年に 9 億 5 千万ドルであった同市場の売上げは年率 41%で成長し、2007 年までには 53 億ドルになる見込み。ComScore Network 社によると、2002 年 6 月インターネット利用者の 5 人に 1 人に当たる、245 万人がギフト関連のサイトを訪れている。中でもオンラインで花束の販売、発送を行っている FTD.com は、既存の生花店との提携や収益の高さで注目を集めており、同社の2001 年度におけるオンラインでの売上は 1610 万ドルに及ぶ。26

 $^{^{26}}$ `"Look who's making money on line in 2002" $\underline{\text{http://ecommercetimes.com/perl/printer/16338}}$



出典: ForresterResearch 社のデータを元に作成

図 1-25 オンラインでのギフト関連の売上 2002-2007 年

1.3. 欧州

1.3.1. インターネット普及率

欧州は現在、インターネット部門において北米より高い成長率を遂げている地域である。北 米のインターネットユーザー数は **1999** 年末に **1** 億人を上回り、欧州は **2000** 年 **9** 月に **1** 億人 を突破した。**Morgan Stanley(2002)**の調査によると、**2001** 年現在の欧州のユーザー数は **1** 億 **2** 千万人と、全人口の **21**%がインターネットを利用しているとされる。このようなインター ネットの普及率は北米の **54**%や日本の **26**%よりは低いものの、アジアの **3**%やラテン北米の **4**%よりは高い。

表 1-3 2001 年の欧州及びその他諸国のネットユーザー数比較

単位: 千人、%

	ネットユーザー	インターネット普及率
欧州	120, 997	21%
北米	149,000	54%
アジア(日本を除く)	88, 399	3%
日本	32, 560	26%
ラテン北米	17,874	4%

出典: Morgan Stanley, Global Market Sizing of TMT Products and Service, Internet, Technology, Media & Telecom, Research Team (May 14, 2002)

ネットユーザー数は 2001 年の 1 億 2 千万人から 2005 年には約 2 億 7 千万に増加、全世界 に占める割合も 2001 年の 26%から 29%に伸びると共に、インターネット普及率も 2001 年の 21%から 2005 年には 46%に急上昇する見通しである。

表 1-4 欧州のネットユーザーに関する見込み

単位: 百万、%

	1999	2001	2003	2005
ネットユーザー	68	121	199	269
増加率	66%	40%	26%	15%
世界に占める割合	29%	26%	29%	29%
インターネット普及率	12%	21%	34%	46%

出典: Morgan Stanley, Global Market Sizing of TMT Products and Service, Internet, Technology, Media & Telecom, Research Team (May 14, 2002)

欧州のインターネット普及率を国別に見ると、スウェーデン、デンマーク、フィンランド、 ノルウェーなどのスカンジナビア半島諸国は **50**%を上回るなど、高い普及率を示している。 その反面、イタリア、スペイン、ポルトガルなど東欧州諸国は **20**%以下となっており、欧州 域内でもインターネット利用の格差が大きいことが分かった。

表 1-5 欧州の国別ネットユーザー数

単位: 千人、%

				, , , , ,
国名	2000年	2001年	2001 年の 普及率	伸び率
ドイツ	18, 900	23, 254	28%	23%
イギリス	18, 800	21, 279	36%	13%
フランス	10, 700	14, 979	25%	40%
イタリア	6,600	11, 011	19%	67%
ロシア	1,000	9,000	6%	800%
オランダ	5, 100	6, 500	41%	27%
スペイン	5, 400	5, 900	15%	9%
スウェーデン	4,600	5, 209	59%	13%
ポーランド	500	3, 255	8%	551%
デンマーク	2,600	3, 173	59%	22%
ベルギー	2, 200	3,000	29%	36%
フィンランド	1,900	2, 760	53%	45%
ノルウェー	2, 300	2, 420	54%	5%
オーストリア	1,700	2, 300	28%	35%
スイス	2,000	2, 200	30%	10%
チェコ	500	1, 522	15%	204%
アイルランド	700	1, 200	31%	71%
ポルトガル	800	1,036	10%	30%
ハンガリー	400	1,000	10%	150%
合計	86, 700	120, 997	21%	40%

出典: Morgan Stanley, Global Market Sizing of TMT Products and Service, Internet, Technology, Media & Telecom, Research Team (May 14, 2002)

2000 年以降、欧州は主要なインターネットインフラに多額を投資し、中でも、アナログ回線のデジタル化、UMTS などの無線技術分野に重点を置いた。現在、ネットユーザーの大多数は電話回線を通じてインターネットを利用しており、ISDN や DSL などのブロードバンド接続も急増している。Gartner Dataquest(2002)の調査によると、欧州諸国のブロードバンド普及率(DSL 基準)は 2001 年現在、ドイツが人口 1,000 世帯あたり 2.5 世帯と最も高く、次いでオランダ 1.3 世帯、フランス 1.2 世帯、ノルウェー1 世帯、イギリス 0.6 世帯、イタリア 0.5 世帯など、普及率が低いことが分かった。しかし、2005 年にはドイツが最高の 12 世帯を記録し、次いでイギリス 10 世帯、フランス 9 世帯、オランダ 8.3 世帯、ノルウェー7.9 世帯、イタリア 6.8 世帯など、高い成長率を示すものと見込まれている。

表 1-6 欧州諸国の DSL 予想加入者数及び予想普及率

単位: 千世帯、%

玉		2000 年	2001年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
_	世帯数	46	325	693	1, 320	1, 904	2, 547
フランス	普及率	0.2	1. 2	2. 5	4. 7	6. 7	9
	世帯数	143	902	1,650	2, 411	3, 288	4, 452
ドイツ	普及率	0.4	2. 5	4. 5	6. 6	8. 9	12
	世帯数	9	124	243	600	1,807	1, 437
イタリア	普及率	0	0. 5	1	2.5	4. 5	5.8
	世帯数	12	85	210	315	435	583
オランダ	普及率	0.2	1. 3	3. 1	4. 5	6. 2	8155.3
	世帯数	3	19	39	78	111	155
ノルウェー	普及率	0.3	1	2. 1	4	5. 7	7. 9
	世帯数	24	152	590	1, 224	1, 950	2,606
イギリス	普及率	0. 1	0.6	2.3	4. 7	7. 5	10
西欧州	世帯数	360	2, 219	4, 505	7, 515	10, 848	14, 455
合計	普及率	0. 2	1. 3	2. 7	4. 5	6. 4	8. 5

出典: Gartner Dataquest (2002年2月)

1.3.2. 電子商取引市場動向

① 概況

IDC(2002)は、世界の電子商取引売上高は 2001 年の 6 千億ドルから 2006 年には 6 兆ドルに年平均 60%以上の高度成長を遂げるものと予想している。BtoB 電子商取引が 4 千 9 百億ドルから 5 兆 6 千億ドルに年平均 62.9%増加し、BtoC は 1 千 1 百億ドルから 8 千 60 億ドルに年平均 48.5%増加し、規模及び成長率ともに BtoB の比重が大きく高まるものとみられる。

表 1-7 世界の電子商取引予想売上高(2000-2006)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2001-2006 CAGR (%)
ネットユーザー (百万)	394. 7	500. 2	615. 2	730. 6	836. 6	941. 2	1053. 2	16. 1
電子商取引売上高 (10 億ドル)	375. 4	607. 7	1030.8	1725. 0	2858. 6	4607. 7	6501. 2	60.6
- BtoB	285. 9	495.8	854. 3	1462.5	2458.6	4029.9	5694. 5	62. 9
- BtoC	71. 5	111.8	176.6	262.6	400.0	577.8	806.8	48. 5

出典: IDC, The Global Market Forecast for Internet Usage and Commerce (2002)

http://www.idc.com

欧州の電子商取引は市場規模及び売上高ともに早いスピードで増加している。 IDC(2002)は、欧州の電子商取引売上高は 2001 年の 2 千 9 百億ドルから 2006 年には 2 兆ドルに年平均 67.8%増加するものと予想、これは全世界の平均成長率 60.6%に比べて 7.2%高い水準である。 BtoB は 1 千 3 百億ドルから 1 兆 7 千億ドルに年平均 67.6%増加し、BtoC は 1 百 80 億ドルから 2 千 60 億ドルに年平均 68.75%増加し、世界平均に比べて BtoB は 5.3%、BtoC は 22.2%増加するものと予想している。

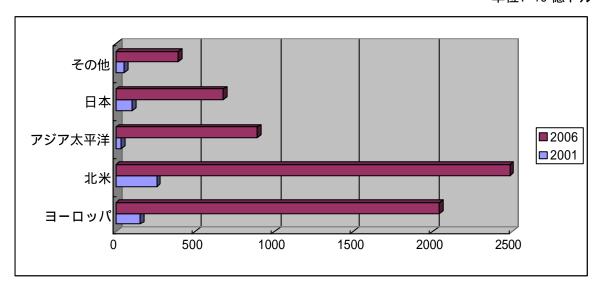
表 1-8 欧州の電子商取引予想売上高(2000-2006)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005 年	2006年	2001-2006 CAGR (%)
電子商取引売上高 (10億ドル)	70.0	153. 7	292. 6	516. 4	893. 5	1499.8	2044. 0	67.8
- BtoB	57. 4	134.8	254. 7	446. 1	775.8	1319.3	1785. 1	67. 6
- BtoC	12.5	18. 9	37. 9	70.3	117. 6	180.6	259. 0	68. 7

資料: IDC, The Global Market Forecast for Internet Usage and Commerce (2002)

http://www.idc.com

単位: 10 億ドル



資料: IDC, The Global Market Forecast for Internet Usage and Commerce (2002) http://www.idc.com

図 1-26 2001 年及び 2006 年の世界電子商取引予想売上高

欧州と北米のネットユーザー数及び電子商取引の利用を比較すると、大きな違いがある。欧州の 2001 年度のインターネット普及率は 21%である反面、北米は欧州の 2 倍以上である 54%である。なお、電子商取引売上高の面でも北米は 2 千 590 億ドルである反面、欧州は北米の約 60%水準である 1 千 530 億ドルである。 この格差について、EITO(the European IT Observatory、2001)は欧州の北米に比べて低い IT 分野への投資に起因していると説明している。 27

²⁷ EITO(2001)によると、1993 年の欧州による IT 分野への投資は北米の 3/4 水準であり、このような投資額の差は持続的に拡大し、1999 年には北米の半分水準にまで下落した。1998 年には一時格差が縮小する兆しが見えたが、この時期北米経済が欧州経済より成長率が高かったことを考慮すると、IT 分野への実質的な投資額の差はむしろ拡大したとされる。

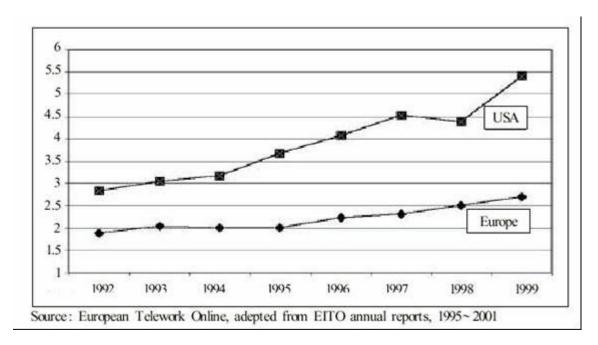


図 1-27 欧州及び北米の GNP 対比 IT 投資比較

さらに、ドイツのある研究報告書(2001)は欧州と北米の電子商取引活用面での差異を分析した結果、欧州が北米に比べて IT 分野への投資額が少ないため、電子商取引の活用程度がその潜在力に及ばず、電子商取引の活用が盛んでないと説明している。²⁸

(1) BtoB

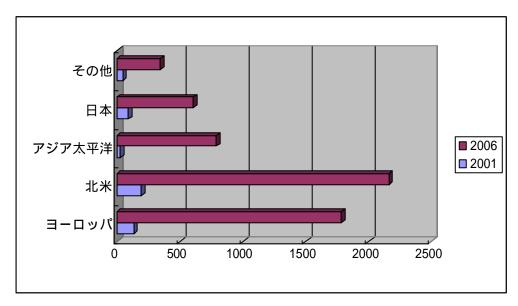
欧州の BtoB 電子商取引市場はインターネット利用者数、パソコン普及率、IP ネットワーク化された EDI、帯域幅の価格、パッケージ・アプリケーションの成長、オンラインコンテンツ、サービスの有用性により成立している。伝統的に欧州のインターネット及び技術は地域によって北米に比べて約 3~5 年遅れを取っているとされるが、近年、インターネット普及率において北米を早いスピードで追撃している。この調子で進めば 2004 年にはドイツが 4,300億ドル、フランス 1,490億ドル、オランダ 780億ドルの BtoB 電子商取引売上高を記録し、欧州最大になる見通しである。国別 GDP 比率の観点から BtoB 市場の成長性を見ると、北欧州、中でもスウェーデンは高いインターネット普及率、新技術の適用速度、政府の政策を基に、欧州の先頭に立っている。イギリスもまた、電子商取引ネットワークの育成及びネットユーザー数の増加率の面で欧州の先頭組に属している。

欧州でインターネット市場の先導的役割を担っているスウェーデンや早い時期から電子商取引市場に進出したイギリスなど、高い成長を遂げた国々が今後、インターネット経済がもたらす莫大な成果を示してくれるものと見られる。北欧州だけでも 2004 年頃にはオンライン上の売上高の売上総額に占める割合が 6%台に差し掛かるものと予想される。とりわけ、ドイツは

²⁸ Status Quo and Development Prospects of Electronic Commerce in Germany, Europe and the USA, with Special Consideration of its Use in Small and Medium Sized Business, 2001.

経済力及び技術力によるシナジー効果を発揮、ドイツの電子商取引規模はドイツの経済規模を考慮すると欧州最高になるものと見込まれる。欧州の BtoB 電子商取引市場規模は世界の流れと歩調を合わせて成長し、産業別の貿易コミュニティを基盤に一層拡大する見通しである。

単位: 10 億ドル



資料: IDC, The Global Market Forecast for Internet Usage and Commerce (2002) http://www.idc.com

図 1-28 2001 年及び 2006 年の世界の BtoB 予想売上高

表 1-9 欧州の電子商取引規模と成長率

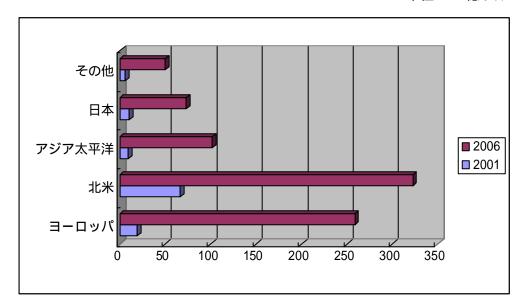
		2001年	2005年	2001 ~
				2005年
				の年間平
				均成長率
フランス	B2C	2,474	36,518	96
	B2B	18,680	241,102	89.6
	インターネット商取引全体	21,114	277,621	90.4
ドイツ	B2C	5,261	58,518	82.6
	B2B	39,675	388,566	76.9
	インターネット商取引全体	44,936	447,085	77.6
イタリア	B2C	1,845	27,576	96.6
	B2B	15,427	156,530	78.5
	インターネット商取引全体	17,272	184,107	80.7
スペイン	B2C	1,162	13,080	83.2
	B2B	5,742	60,821	80.4
	インターネット商取引全体	6,904	73,901	80.9
英国	B2C	5,949	43,842	64.8
	B2B	32,368	255,637	67.6
	インターネット商取引全体	38,317	299,479	67.2

出展: IDC, European Information Technology Observatory (EITO), 2002

(2) BtoC

現在、欧州の BtoC 電子商取引規模も徐々に拡大している。向こう 6 年間、BtoC 電子商取引は毎年 $60 \sim 70\%$ 成長するものと予想される。こうした成長は割安な機器及び接続費用による家庭でのインターネット利用増加によるものとされる。IDC(2002)は、ネットユーザー数は 2001 年の 1 億 5 千万人から 2006 年には 2 億 6 千万人に増加し、欧州全人口の半分以上がインターネットを利用、どこでも簡単に接続できるようになる。併せて、2005 年には 1 億 3 千万人以上が実際にネット上で購買行為を実施する見通しであり、2005 年には 1 億 3 千万人以上が実際にネット上で購買行為を実施する見通しであり、2005 年には 1 億 1 年 万人以上が

単位: 10 億ドル



資料: IDC, The Global Market Forecast for Internet Usage and Commerce (2002)

http://www.idc.com

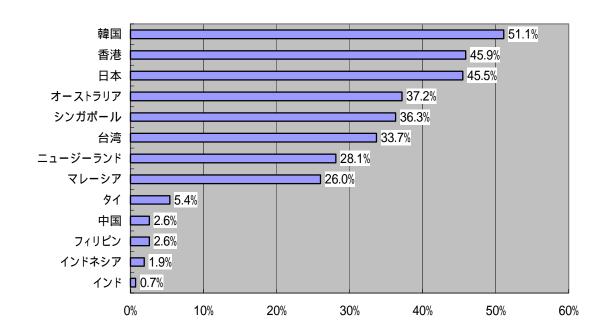
図 1-29 2001 年及び 2006 年の世界の BtoC 予想売上高

1.4. アジア・太平洋地域

1.4.1. インフラ

国別インターネット普及率

アジア・太平洋地域におけるインターネット利用状況を見てみると、利用者数では、日本、香港、中国、韓国、台湾、オーストラリアの順でより多くの利用者を抱えている。また、普及率では、オーストラリア、香港、台湾、シンガポール、ニュージーランドが、韓国、日本の順で 50%半ばから 40%の普及を達成している。



出典: International Telecommunication Union (ITU)のデータ (2002年)を元に作成 図 1-30 2001 年アジア・太平洋地域における国別の人口に占めるインターネット利用者の割 合

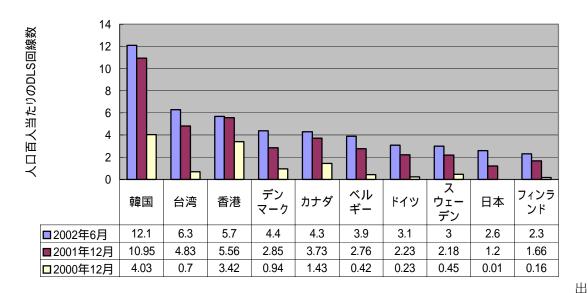
②世界の DSL 接続の半数近くを占める

アジア・太平洋地域においてDSL接続の急増が同地域のブロードバンド接続の普及の牽引 役となっている。調査会社、RHK社の発表によると29、アジア太平洋地域には 2001 年の終 わりで 759 万人のDSL加入者がおり、全世界の DSL 加入者のほぼ半分、44%に及ぶことに なる。なかでも韓国を筆頭として、台湾、香港、日本が急速にDSLの普及率を伸ばしており、 **PointTopic** 社によるDSL普及率上位 **10** カ国のうち **4** カ国に食い込んでいる³⁰。

²⁹ RHK "Nearly half of world's DSL users in Asia-Pacific." Apr 22, 2002.

 $^{^{30}\}frac{http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS\&art_id=905357670\&rel=true}{http://www.point-topic.com/cgi-}$

 $[\]underline{bin/download.asp?file=DSLAnalysis \backslash Broadband+market+could+saturate+at+about+60.htm}$



典: PointTopic のデータ (2002 年 9 月) を元に作成

図 1-31 2002 年 6 月時点でのDSL普及率における上位 10 カ国

韓国は、世界で最もDSLの普及が進んでおり、アジア・太平洋地域のDSL契約人数約750万人のうち400万人と、大部分を占めている。

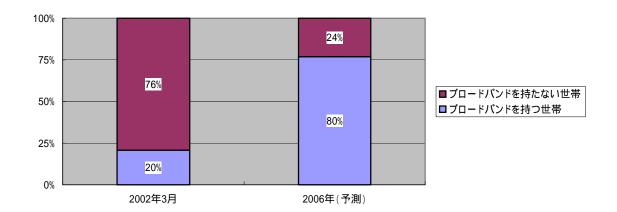
また、日本は、YahooBB の参入による競争激化、低価格、インターネット人口の増加などを背景として、DSL接続が急激な増加を見せている。日本でのDSL加入者は 2002 年始めより毎月 30 万人以上のペースで加入者を増やしており 31 、新規加入者数で世界をリードしている 32 。

台湾もDSL契約者数の急増でブロードバンドの普及を進めており、DSLの普及率は **2002** 年にかけて香港を抜かして、世界で第 **2** 位に成った。台湾の **Pyramid Research** 社によると、台湾のブロードバンド加入者は **2002** 年 **3** 月の時点で **160** 万人おり、およそ **20**%の世帯がブロードバンドへ接続していることになる。また同社は、**2006** 年には台湾の世帯の **76**% 以上がブロードバンドへの接続を持つと見込んでいる³³。

"World DSL lines pass 25 million" Point Topic August 27, 2002 http://www.point-topic.com/cgi-bin/download.asp?file=DSLAnalysisWorld+DSL+lines+pass+25+million.htm

^{31 &}quot;Japan's xDSL Subscribers Near 4 Mln. Mark, NTT Loses Share." NetAsia, Sep 12, 2002 http://www.nikkeibp.asiabiztech.com/wcs/leaf?CID=onair/asabt/cover/206236>

Pyramid Research. "Rise in broadband subscribers in Taiwan." Mar 22, 2002. http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id=905357778&rel=true



出典: Pyramid Research 社のデータを元に作成

図 1-32 台湾の世帯でのブロードバンド接続状況

Newsbytes 社の報告によれば、シンガポール人の 3 人に 1 人はブロードバンドの接続を使っていることになる。ブロードバンド接続の中でも DSL が最も人気のある接続方法で、同国のブロードバンド接続の40%を占める。34 インターネットリサーチ会社 NetValue 社によると、シンガポールの家庭でのブロードバンドの契約者は 2001 年 10 月から 2002 年の 3 月にかけて 13 万 5000 人から 17 万 2000 人に増加した35 。

ACCC (Australian Competition and Consumer Commission) によれば、 オーストラリアでは、ブロードバンド契約者数が急増しており、2001 年7月から 2002 年の6月にかけて、131%の伸びを見せ、28 万 3600 人になった 36 。

中国のインターネットユーザー数 **2002** 年 **6** 月現在、**4,580** 万人である。専用線を利用した人口は **948** 万人で全体の **21%**、モデムを利用した人口が **2,682** 人で全体の **58%**を占めている。なお、専用線及びモデム利用者の他、**ISDN** 利用者が **315** 万人、ブロードバンド利用者が **200** 万人である。

"Singapore's Broadband Adoption On The Rise" June 12, 2002 http://asia.internet.com/asia-news/article/0,.161_1364651,00.html

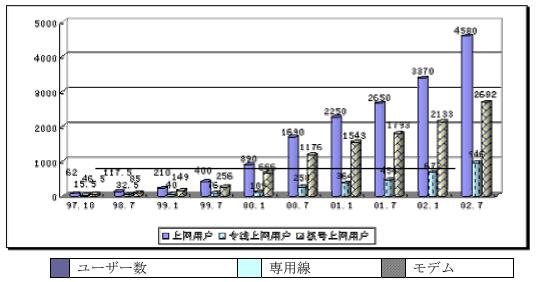
TechNews.com. "Internet users in Singapore go for broadband." Apr 23 2002. http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id=905357778&rel=true

news/article/0,,161_1364651,00.html

36 "Broadband Take-Up Continues Solid Growth" Australian Competition and Consumer Commission, Sep
10, 2002 http://www.accc.gov.au/media/mediar.htm

単位:万人

(%)



出典: CCID (2002 年中国電子商取引年鑑)

図 1-33 インターネット接続方式別ユーザー数

150 120 90 60 30 97.10 98.7 99.1 99.7 00.1 00.7 01.1 01.7 02.1 02.7

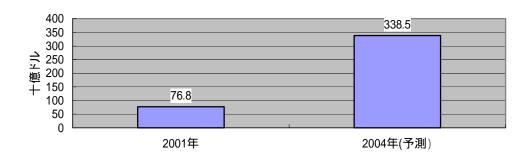
出典: CCID (2002 年中国電子商取引年鑑)

図 1-34 ユーザー数の伸び率

1.4.2. 電子商取引

ここ数年の日本を初めとするアジア・太平洋地域での深刻な経済不振にもかかわらず、同地域の電子商取引市場は大きく飛躍している。eMarketer 社によると³⁷、電子商取引での売上げが 2001 年末で 768 億ドルあり、2004 年末には 3385 億ドルになるとしている。

 $^{^{37}\ \}underline{http://www.emarketer.com/products/report.php?asia\ ecom}$



出典: eMarketer 社のデータ (2002 年 9 月) のデータを元に作成

図 1-35 アジア・太平洋地域における電子商取引市場

アジア各国の電子商取引市場規模(BtoB と BtoC の合計)を見ると日本、韓国を別にすると、台湾、香港、シンガポールの順に規模が大きいことがわかる。

表 1-10 アジア各国の電子商取引市場

単位:10 億ドル

	2002年	2006年	CAGR (%)
香港	15. 6	98.8	58. 6
インドネシア	0. 1	1.6	100
マレーシア	1. 7	18. 4	81. 4
フィリピン	0. 1	1.4	93. 4
シンガポール	10. 5	66. 4	58. 6
台湾	29	223.8	66. 7
タイ	0. 2	2.9	95. 1
合計	57. 2	413. 3	63. 9

CAGR: 年平均成長率; 日本、韓国等除く

出典:Forrester(2001)&UNCTADによる計算

1987年9月20日中国における初の電子メールが万里の長城を越え、世界に発信され、中国においてインターネット時代がスタートした。中国のインターネット使用は遅れていたが、発展速度は極めて早い。この調子で進むと 2005 年には中国は米国を追い抜き、インターネット

ユーザー数が世界最大になる見通しである。

インターネットと共に中国の電子商取引も発展を遂げ、2001 年中国の電子商取引高は 1,000 億人民元を記録、このうち BtoC 電子商取引高は 13 億人民元、BtoB 電子商取引高は 942 億人民元である。また 2001 年初まで電子商取引サイトは計 5,700 個であり、このうち BtoC サイトが 677 個、BtoB サイトが 370 個であった。ただし、地域別の発展程度の格差は極めて深刻である。北京、上海、広東は電子商取引が最も盛んな都市であり、インターネット及び電子商取引の発展も全国で先んじている。

表 1-11 中国の電子商取引高及び成長率

区分	2001年	2002年	2003年
BtoC 取引(億 RMB)	13	50	136
BtoC 成長率	233.33%	284.62%	172.00%
BtoB 取引高(億 RMB)	942.0	1103.6	1294.8
BtoB 成長率	22.82%	17.15%	17.33%

出典: CCID (2002 年中国電子商取引年鑑)

表 1-12 電子商取引の地域別割合

都市	北京	上海	広東	成都	西安	その
						他
比率(%)	31%	11%	15%	4%	3.8%	30.3%

出典: CCID (2002 年中国電子商取引年鑑)

安全認証、オンライン決済システム、配送システム

中国の安全認証システム

現在、電子商取引の安全認証問題は同分野の発展を阻害する主な要因となっている。たとえ CA を構築したとは言え、一貫してセキュリティ認証の保証が可能な政策管理が不足している。 既に中国には金融、テレコム、対外経済貿易産業では関連の電子商取引 CA 機関が設立されている。

1) 金融

中国政府は中国人民銀行(中央銀行)が総括する中国金融認証センター(China Financial Certification Authority、略称: CFCA)を正式に発足し、金融認証書の発行サービスをスタート、電子商取引の発展に向けた新しい目標を立てた。CFCA は人民銀行(中央銀行)を中心に工商銀行、中国銀行、交通銀行、招商銀行、農業銀行等、商業銀行(commercial bank)12 行が共同設立、電子商取引及び電子決済の安全性を保証する国レベルの金融認証機関である。同センターは各部門の電子商取引参加者に「デジタル証書(數字證書)」を発行・検証、電子商取引の利用主体に対する信用識別サービスを提供し、電子商取引の発展基盤を構築した。

2) テレコム

中国テレコム(中国电信)は中国最大手のテレコム事業者であり、公衆ネットワークにおけるデーターサービスのセキュリティ問題解決を目的に、1996 年から電子商取引のセキュリティ認証についての研究・試験に取り組み、1999 年 8 月、CTCA は国家秘密番号管理委員会及び信息産業部の認証を受け、中国で初めて公衆ネットワーク上で運営できる CA セキュリティ認証システムとなった。現在、CTCA は全国で個人認証書、企業認証書、サーバー認証書など、CA 認証書サービスを提供している。

3) 対外経済貿易

国の対外経済貿易のうち、電子商取引の発展に伴い、電子商取引の安全保証に向け中国対外貿易経済合作部が中国国際電子商取引センター(CIECC)を設立、電子商取引プロジェクトの研究、構築、実行を担当し、中国国際電子商取引サイトを構築・運営しており、デジタル認証書を発行している。「中国国際電子商取引センターのセキュリティ認証システム」はデジタル認証書の申込、審査、発行、取り消し、問い合わせ、管理、統計等の機能を有している。

併せて、上海、北京、天津、湖北、海南、広東、山東等の地域別認証機関のほか、吉林省、深川市、山西省、黒龍江省、湖南省、陕西省等の省・市にも認証機関を設置した。なお、天威城信,海基业,盛润など一部企業も商業用電子商取引認証機関を立ち上げた。

電子決済システム

BtoC 及び CtoC 電子商取引の場合、顧客がインターネット上で商品を注文、商品を受取る時に配達員に直接現金で代金を支払う(On-line Ordering & Off-line Payment)「貨到付款(COD: Cash on Delivery)」が相当高い比率を占めている。こうした慣行を改善するために中国銀行、招商銀行、建設銀行、工商銀行といった中国の大手商業銀行 4 行はオンライン決済システムを導入中であり、銀行が中心となりオンライン決済が開発されている。

こうした中、デビットカード(debit card)の急速な普及が重要な突破口として注目されている。もっとも、デビットカードでは信用取引が不可能であるが、銀行の口座に預けられている金額に限り電子商取引の決済が可能であり、銀行等の金融機関の立場からしても信用評価に対する負担軽減につながるため、デビットカードは今後中国の BtoC 及び CtoC 電子商取引の主要なオンライン決済手段として定着するものと予想される。

表 1-13 決済方法調査

(%)

		ı	
区分	2000.6	2000.12	2001.6
COD(現金決済)	39.16	42.02	37.7
クレジットカード(又はキャッシュ	19.87	12.73	14.0
カード)			
オンライン決済	12.54	13.14	15.3
郵便局への送金	17.58	23.66	25.3
銀行への送金	4.87	4.13	4.1
銀行での振り込み	2.63	1.62	1.6
EMS、宅配の代わりに集金	3.35	2.70	2.0

出典:中国電子商務年鑑 2002

一方、取引規模が BtoC 又は CtoC 分野に比べてはるかに大きい BtoB 分野はより安全な決済システムを必要とするため、中国政府は BtoB 分野の決済方式として焦ってオンライン決済システムを導入するよりは、当面 L/C(Letter of Credit)又は TT(Telegraphic Transfer)など国際貿易における一般的な決済方式を利用する可能性が高い。

物流配送システム

BtoB 又は **BtoC** には効率的な配送サービスの実現が欠かせない。ここ数年の発展に伴い、中国で複数の配送方式が作られた。**8848** 社のように、第 3 者の物流会社にアウト・ソーシングする方式もあるが、より多くの会社は海・グループのように自社の配送システムを構築している。電子商取引が急速に発展した 1999 年には「陽光網達」、「中運網」等の新しい配送専門の民間企業が登場した。

一般的に郵便及び自宅への配送が顧客が最も選好する方式であり、中でも、郵便等の伝統 的な配送システムが電子商取引に適合するよう研究されており、中国の配送システムは今 後大きく改善されると見られる。

表 1-14 利用者が利用する配送方式比率

(%)

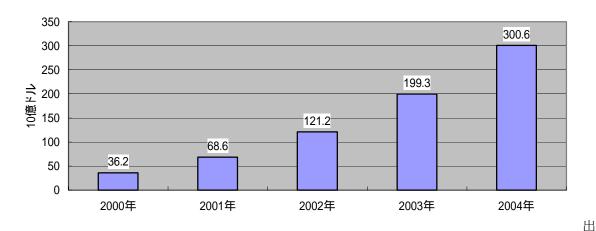
区分	2000.12	2001.6
EMS	19.8	20.0
その他早い郵便	8.13	7.6
普通郵便	28.5	31.6
航空、鉄道配送	3.27	3.3
宅配	38.24	36.9
その他	2.06	0.6

出典:中国電子商務年鑑 2002

(1) BtoB 市場

①B to B > B to C のペースで拡大

アジア・太平洋地域でのBtoBの電子商取引市場はBtoCでの電子商取引市場を大きく上回る勢いで拡大している。eMarketerは同地域のBtoBの電子取引市場の売上げが2000年の362億ドルから2004年には3000億ドルに成長するとみている³⁸。製造業を中心とした輸出主導の経済がBtoBでの電子商取引採用を加速させている要因であり、また、アジアでの規制緩和によって激しい競争が生まれ、企業は生き残りのためのイノベーションを迫られている³⁹。



典:eMarketer 社のデータ(2001年)を元に作成

図 1-36 アジア太平洋地域における BtoB の電子商取引市場規模 2000 年 - 2004 年

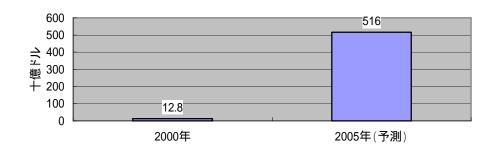
②世界最大の成長率

I D C による「アジア・太平洋地域における **BtoB** 商取引予測」によれば 40 、日本を除いた同地域の企業のインターネットを介した直接及び間接材料の購入額が **2000** 年の **128** 億ドルから **2005** 年の **5160** 億ドルまで年率 **3900%**以上の成長を見せるとしている。世界市場でのシェアは 5%から **12**%まで上昇する。

³⁸ "eAsia" July 2001 http://www.emarketer.com/products/report.php?2000065

³⁹ http://www.idc.com

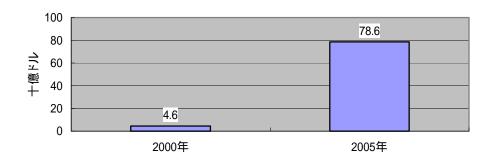
^{40 &}quot;IDC predicts a boom, not gloom for Asia's B2B eCommerce Markets" Apr 23, 2001 http://www.idc.com/getdoc.jhtml?containederID=pr50424



出典:IDCのデータを元に作成

図 1-37 アジア・太平洋地域 (日本を除く) における BtoB の電子商取引推移

IDCによると、オーストラリアの電子商取引市場規模は **2000** 年 **46** 億ドルを越し、その 後年率 **76.1%**の成長をし、**2005** 年には **786** 億ドルに達するとしている。今後オーストラリア において、**BtoB** の電子商取引市場が爆発的に成長することが予想される⁴¹。



出典: IDCのデータを元に作成

図 1-38 オーストラリアの BtoB 市場推移

③鍵を握る中小企業

アジア・太平洋地域の中小企業は素早く電子メールを採用してきたが、電子商取引に必要な高度のウェブアプリケーションをビジネスに取り込むことに関しては、未だ慎重である 42 。しかし、オーストラリア等で、中小企業が電子商取引に取り組む動きが見え始めていおり、同地域の BtoB の電子商取引市場の鍵は中小企業が握っているとみられている。 Public Access 社によると 43 、オーストラリアにおいて電子商取引に取り組もうとする中小企業が増えつつあり、

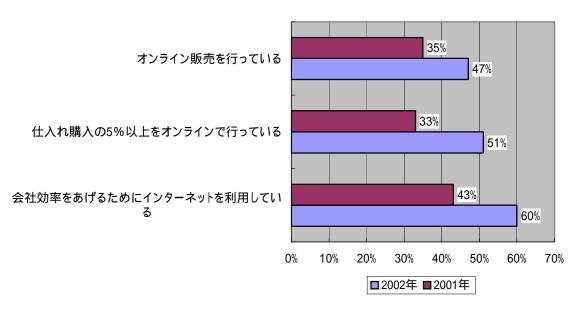
41 "eCommerce Spend in Australia." IDC. Jan 2002 http://www.idc.com/getdoc.jhtml?containerId=dg20020115

⁴² Yankee Group. "Asian SMEs wary about the Internet." Jun 18.2002.

http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id=905358071&rel=true

The Age. "SMEs embracing online business: survey." Jul 30, 2002.

業務の効率か亜収益上昇など導入効果が大きく期待されている。同社の調査によると、中小企業の 56%がすでに電子商取引に必要な I T投資を再び増やしている。また、回答した中小企業のうち 68%は電子商取引が期待に沿うものであったとし、去年の 18%から大きく伸びた。中小企業の 94%が電子メールが最も重要なインターネットの使用目的であるとし、商品やサービスに関する情報収集が次に多い目的であった。顧客への情報提供のためにインターネットに接続していると答えた中小企業は 50%であった。インターネットがビジネス効率を上げると答えた中小企業は 2001 年の 43%から 60%に増え、仕入れ購入の 5%以上をオンラインで行なっていると答えたのは 2001 年の 33%から 51%に増えた。オンライン販売を行っていると答えた中小企業の割合は、35%から 47%へと増加した。



出典: Public Access 社 (2002年7月) のデータを元に作成

図 1-39 オーストラリアの中小企業の BtoB 電子商取引への取り組み

④ 韓国の BtoB 市場

統計庁の調査資料によると、**BtoB** 電子商取引高規模は 2002 年第 2 四半期 37 兆 2,480 億ウォンで、前期(35 兆 830 億ウォン)に比べて 6.2% (2 兆 1,650 億ウォン)が増加した。

表 1-15 取引主導の形態別電子商取引規模

単位:十億ウォン、%

	2001年	2001年 2002年				ル	前年同期比	
区分	第2四半期	第1四半期	第2四半期	構成比	増減	増減率	増減	増減率
企業間電子商取引高	24,150	35,083	37,248	100.0	2,165	6.2	13,098	54.2

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(BtoB・B2G・BtoC 総合)、韓国統計庁 (2002 年 12 月)

ネットワーク基盤別の企業間電子商取引高の比重を見ると、インターネット基盤取引高は企業間電子商取引高全体の94.8%を占めている反面、非インターネット電子商取引(従来型 EDI)の比重は5.2%に過ぎない。

表 1-16 非インターネット基盤別の電子商取引高比重

単位:十億ウォン、%

	2001年		2002年	前期	期比	前年同期比		
区分	第2四半期	第1四半期	第2四半期	構成比	増減	増減率	増減	増減率
企業間電子商取引高	24.150	35.083	37.248	100.0	2.165	6.2	13,098	54.2
・インターネット基盤・非インターネット基盤	20.527 3.623	33.309 1.774	35.311 1.937	94.8 5.2	2.002 163	6.0 9.2	14,784 -1,686	72.0 -46.5

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、韓国統計庁 (**2002** 年 **12** 月)

注) OECD 基準の電子商取引⇒

狭議: インターネット基盤の電子商取引

広義: インターネット基盤及び非インターネット基盤の電子商取引

取引の競争性/公開性の有無による電子商取引高の規模を見ると、開放型取引 ¹⁾が全体の企業間電子商取引高の 20.4%、協力型取引高 ²⁾が 79.6%を占めており、前期に比べ開放型取引は 10.8%、協力型取引は 5.0%増加した。

¹⁾ 公開性・競争性を基盤とした入札型又は公開型取引で発生した電子商取引高

²⁾ かつてよりオフライン上で長期的・固定的な取引関係を結んでいる企業(協力会社など)の間で発生した電子商取引高

表 1-17 開放型/協力型別の電子商取引高比重

単位:十億ウォン、%

E A	2001年	2	2002年		前其	期比	前年同期比	
区分	第2四半期	第1四半期	第2四半期	構成比	増減	増減率	増減	増減率
企業間電子商取引高	24.150	35,083	37,248	100.0	2,165	6.2	13,098	54.2
·開放型	-	6,870	7,614	20.4	743	10.8	-	-
・協力型	-	28,213	29,635	79.6	1,422	5.0	-	-

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、韓国統計庁 (**2002** 年 **12** 月)

注) 開放型取引高=売り手及び買い手中心型取引中の開放型取引高+仲介者中心型取引高全体 ※ 開放型及び協力型に細分化された取引に関する調査は 2001 年第 3 四半期から実施した。

BtoB 電子商取引高(37 兆 2,480 億ウォン)を業種別に見ると、製造業が 28 兆 5,090 億ウォンで全体の 76.5%を占めており、次いで卸小売業が 6 兆 2,010 億ウォン (16.6%)、建設業が 1 兆 3,240 億ウォン (3.6%)の順であった。

表 1-18 業種別の企業間電子商取引高規模

単位:十億ウォン、%

区分	合	計	買	い手中心	型	売	り手中心	型	仲介者中
运 刀		構成比	小計	開放型	協力型	小計	開放型	協力型	心型
合計	37,248	100.0	27,529	5,384	22,146	8,363	875	7,489	1,355
製造業	28,509	76.5	21,620	3,117	18,502	6,889	853	6,036	-
電機ガス水道業	150	0.4	150	150	-	ı	ı	-	-
建設業	1,324	3.6	1,324	1,324	1	ı	ı	ı	-
卸小売業	6,201	16.6	3,618	66	3,552	1,229	14	1,215	1,355
運輸業	303	0.8	302	302	1	1	1	ı	-
通信業	552	1.5	333	333	-	219	ı	219	-
その他サービス業	209	0.6	183	92	92	25	7	18	-

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、統計庁 (**2002** 年 **12** 月)

買い手中心型電子商取引

2002 年第 2 四半期の買い手中心型電子商取引高 ³⁾(27 兆 5, 290 億ウォン)のうち、インターネット基盤取引高は 26 兆 4,590 億ウォン(96.1%)、従来型 **EDI**(電子資料の交換)など非インターネット基盤電子商取引高は 1 兆 710 億ウォン(3.9%) である。

³⁾ 買い手が運営する電子商取引サイトに多数の買い手が接続し、行われた取引高

表 1-19 ネットワーク基盤別の買い手中心型電子商取引高

単位:十億ウォン、%

	2001年	2002 年			前期	比	前年同期比		
区分	第2四半	四半 第1四半 第2四半				増減		増減率	
	期	期	期	構成比		率	増減	增 例平	
企業間電子商取引高	18,939	26,064	27,529	100.0	1,465	5.6	8,590	45.4	
・インターネット基盤	17,197	25,078	26,459	96.1	1,381	5.5	9,262	53.9	
・非インターネット基盤	1,742	986	1,071	3.9	85	8.6	-671	-38.5	

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、統計庁 (**2002** 年 **12** 月)

買い手中心型電子商取引高は製造業が21兆6,200億ウォンで全体の78.5%であり、このうち電機・電子業種(32.1%)と自動車及び造船業(31.7%)の比重が高い。製造業を除いた業種では卸小売業(13.1%)、建設業(4.8%)などで買い手中心型電子商取引が多く行われた。

表 1-20 業種別の買い手中心型電子商取引高

単位:十億ウォン、%

_														_	
					製造業									その	
区分	合計	小計	化学	1 次金属 (鉄鋼な ど)	組立金属機械	電機電子部品	自動車造船	その他 製造	電気ガ ス水道	建設業	卸小 売業	運輸業	通信 業	他サービス業	
電子商取	27,529	21,620	714	1,276	1,001	8,838	8,720	1,072	150	1,324(3,618	302	333	183	
引高	(100.0)	(78.5)	(2.6)	(4.6)	(3.6)	(32.1)	(31.7)	(3.9)	(0.5)	4.8)	(13.1)	(1.1)	(1.2)	(0.7)	
(構成比)															
開放型	5,384	3,117	307	323	484	677	1,171	157	150	1,324	66	302	333	92	
協力型	22,146	18,502	407	953	517	8,161	7,550	915	0	0	3,552	0	0	92	

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、統計庁 (**2002** 年 **12** 月)

買い手中心型電子商取引高のうち、購買財貨の類型別構成比は原副材料が 69.5%で最も高く、次いで資本財(8.4%)、MRO(7.6%)の順である。原副材料の比重が高いのは買い手中心型電子商取引の場合、大企業の鉄鋼、建設資材、部品など原副材料調達が主を成しているためである。

表 1-21 購買財貨の類型別の買い手中心型電子商取引高

単位:十億ウォン、%

	合計	原副材料	MRO¹)	資本財	その他
電子商取引高	27,529	19,139	2,098	2,302	3,990
構成比	100.0	69.5	7.6	8.4	14.5

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(BtoB、B2G、BtoC 総合)、統計庁(2002 年 12

月)

注) MRO(Maintenance, Repair, Operation): 維持、補修、運営物品

売り手中心型電子商取引

2002 年第 2 四半期の売り手中心型取引高 ⁴⁾(8 兆 3,630 億ウォン)のうち、インターネット基盤取引高は 7 兆 4,970 億ウォン(89.6%)、従来型 **EDI(電**子資料の交換)など非インターネット基盤電子商取引高は 8,660 億ウォン(10.4%)である。

表 1-22 ネットワーク基盤別の売り手中心型電子商取引高

単位:十億ウォン、%

	2001年		2002年		前	期比	前年同期比	
区分	第2四半期	第1四半期	第2四半期	構成比	増減	増減率	増減	増減率
売り手中心型電子商取引高	4,323	7,878	8,363	100.0	485	6.2	4,040	93.5
・インターネット電子商取引								
高	2,442	7,091	7,497	8936	406	5.7	5,055	207.0
・非インターネット電子商取	1,881	788	866	10.4	78	9.9	-1,015	-54.0
引高								

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(BtoB、B2G、BtoC 総合)、統計庁(2002 年 12

月)

売り手中心型電子商取引高(8 兆 3,630 億ウォン)は製造業が 82.4%(6 兆 8,890 億ウォン)で 最も高い。業種別には鉄鋼などの1次金属(34.7%)と電機及び電子業種(36.3%)が全体の3分の2以上を占めている。

表 1-23 業種別の売り手中心型電子商取引高

単位:10億ウォン,%

				製造業							
	合計	小計	1 次金属 (鉄鋼な ど)	電機電子	組立金 属及び 機械 やの他 製造業		卸小売業	その他 サービ ス業			
電子商取引	8,363	6,889	2,905	3,035	58	890	1,229	246			
高(構成比)	(100.0)	(82.4)	(34.7)	(36.3)	(0.7)	(10.6)	(14.7)	(2.9)			
開放型	875	853	133	650	0	70	14	8			
協力型	7,489	6,036	2,773	2,385	58	820	1,215	238			

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(BtoB、B2G、BtoC 総合)、統計庁(2002 年 12

月)

仲介者中心型 (e マーケットプレイス) 電子商取引

2002 年第 2 四半期末現在、**e** マーケットプレイス数は 278 個で前年同期比 44 個(18.8%) 増加した。

⁴⁾ 売り手が運営する電子商取引サイトに多数の買い手が接続し、行われた取引高

表 1-24 e マーケットプレイス数の推移

単位:個、%

	2001年	2002年		前期比		前年同期比	
区分	第2四半期	第 1 四 半期	第 2 四 半期	増減	増減率	増減	増減率
Eマーケットプレイス数	234	270	278	8	3.0	44	18.8

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果**(BtoB、B2G、BtoC** 総合**)**、統計庁(**2002** 年 **12** 月)

2002 年第 2 四半期の \mathbf{e} マーケットプレイス取引高 5 は 1 兆 3,550 億ウォンで前年同期に比べ 4,670 億ウォン(52.6%)が増加した。購買費用の削減、購買手順の便利さなど \mathbf{BtoB} 取引の効果に対する認識が企業で次第に広まっており、 \mathbf{MRO} 及び建設資材部門を中心に仲介者中心型取引が活発になっている。

表 1-25 eマーケットプレイスの取引高推移

単位:十億ウォン、%

	2001年 2002年		前	期比	前年同期比		
区分	第2四半期	第 1 四 半期	第 2 四 半期	増減	増減率	増減	増減率
Eマーケットプレイス取引高	888	1,141	1,355	214	18.8	467	52.6

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、統計庁(**2002** 年 **12** 月)

e マーケットプレイスを主な事業領域別に見ると、貿易・総合分野が 45 個で最も多く、次いで電子 34 個、機械及び産業資材分野 28 個、**MRO** 分野 26 個、農畜水産物及び飲食料 26 個の順だった。業種別の取引高は建設資材及び建設業種 (3,060 億ウォン、22.6%)、**MRO(**2,190 億ウォン、16.2%)、化学(2,110 億ウォン、15.6%)、貿易及び総合(1,530 億ウォン、11.3%)の順だった。

- 49 -

⁵⁾ 仲介用 **BtoB** サイトに多数の買い手と売り手が接続し、行われた取引高

表 1-26 事業領域別の e マーケットプレイス数及び取引高

単位:個、十億ウォン、%

区分	Eマーケット	プレイス数 1)	取引高			
四 加		構成比		構成比		
合計	278	100.0	1,355	100.0		
化学	16	5.8	211	15.6		
建設(建設資材)	19	6.8	306	22.6		
農畜水産物及び飲食料	22	7.9	143	10.6		
鉄鋼	11	4.0	16	1.2		
MRO	26	9.4	219	16.2		
繊維、衣類	13	4.7	6	0.5		
貿易及び総合	45	16.2	153	11.3		
医療	14	5.0	46	3.4		
石油	6	2.2	111	8.2		
機械及び産業用資材	28	10.1	91	6.7		
電子	34	12.2	42	3.1		
その他	44	15.8	8	0.6		

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、統計庁(**2002** 年 **12** 月)

⑤ 中国のBtoB市場

中国の BtoB 分野の開始は BtoC 分野より遅れたが、代表的なオフライン企業が本格的にオンライン化を推進し、電子商取引の中心が既に BtoC から BtoB にシフトした状態である。しかし、大部分の既存のオフライン企業は BtoB の実現に向けた基本条件である企業内部の情報化作業が未完成の状態である上、中国国内の BtoB 基本プラットフォームの統合も実現されていない。こうした問題点は今後中国が BtoB 分野の成長に向けてまず克服しなければならない最初の関門である。

中国の BtoB 市場規模

BtoB は企業のコストダウンと共に企業の効率アップをもたらす。このため、ここ数年世界各地の企業は BtoB を関連分野に適用し、企業の競争力向上を図っている。20 年間、中国は経済改革及び市場開放を通じて外資を導入してきた。インターネット時代に突入し、外資企業は中国に工場を建設、資金を誘致すると共に BtoB を導入した。

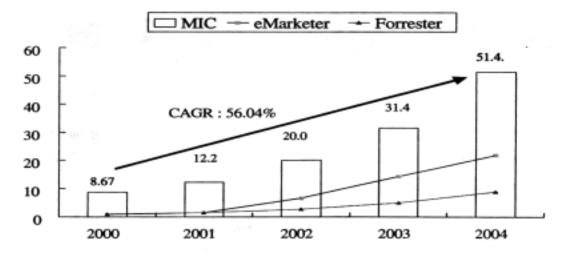
また中国が WTO に加盟し、次第に市場開放を推進したことを受け、中国企業は市場開放による競争で生き残るために、電子商取引を導入している。こうした要因により中国の BtoB 市場が一層拡大している。

表 1-27 2000 年の BtoB ウェブサイトの分布

区分	サイト数	割合
オンライン卸売り(情報、取引プラットフォーム提供を含む)	147	40%
e-Marketplace	104	28%
ソリューション提供	45	12%
その他	74	20%
合計	370	100%

出典: 中国信息経済年鑑 2001

(単位:10 億ドル)



出典: MIC 整理 2001 年

注: CAGR- 複合平均成長率

図 1-40 中国の BtoB 電子商取引市場規模

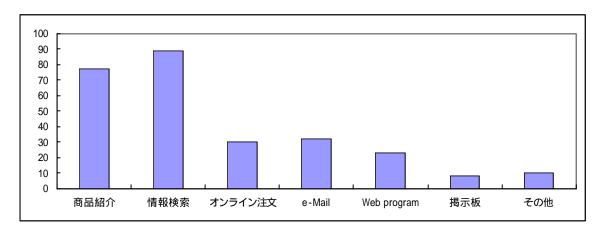
MIC (台湾の IT 市場調査機関) によると、中国の市場規模は 122 億ドル、2004 年には 514 億ドルに上り (図 1-40)、複合年平均成長率(CAGR)は 56.04%に達するものと予測され ており、このうち取引高が 1 億ドルを上回る中国本土企業も出現するものと見込まれている。 中国政府側も今後中国の電子商取引は BtoB 分野を中心に発展させる計画を発表するなど、

BtoB 分野を企業間の円滑な情報流通に向けたインフラとして活用するとの方針を掲げている。中でも、政府は家電・医薬・建築・鉄鋼・自動車・宇宙航空等の各産業分野別に BtoB 電子商取引のネットワークを構築、BtoB 分野の成長に向けた突破口として育成するとの戦略を立てている。 こうした流れに合わせ、BtoC 分野で既に確固たる地位を築いた 8848.net が BtoB 市場への本格的な参入を宣言しており、又中国最大手のパソコンメーカー「聯想、Legend」は独自的な電子商取引のソリューションを開発、 BtoB 市場に参入するなど、関連する企業の同分野への参入に向けた動きが活発になっている。

中国の BtoB 導入及び応用状況

中国の BtoB の適用は依然として初期の段階にある。大多数の企業が主に適用している分野は製品の紹介、企業情報の発表等、極めて単純である。なお、費用、効率性、技術及びインターネットの安全性に対する懸念により、オンライン取引はあまり行われていない。しかし、BtoB の活性化という政府の方針により次第に発展しているが、金融業を例にすると、毎日大量の資金を処理しなければならず、こうした過程を単純にするための情報システムに対する需要が他業種より強い。現在、ドメイン名を登録し、ISP に模擬空間を賃貸した企業を始め、21.3%の金融会社が自社のサイトを有しており、76.7%はまだないものの、このうち 18.1%が向こう 1 年内にサイトを開設する計画を立てている。開設された大多数の企業サイトは主に自社商品の PR 及び情報検索に利用されている。

単位::%



出典: CBIR、MIC2001年

図 1-41 金融業の BtoB おける主な応用分野

中国の BtoB 市場見通し

BtoB 分野の発展は企業のオフラインの事業モデルをオンラインに移動させ、経営の効率性を高めることを意味する。もっとも、中国で BtoB 電子商取引が本格化するためには劣悪な水準にとどまっているオフライン企業の内部的な情報化が先行されるべきである。大多数の企業が BtoB 電子商取引の概念さえ知らない状態ではいくら一部関係企業(電子商取引のソリューション提供会社 ·ASP会社・ポータルサービス会社等)がリードするとしても、これは砂上の? 閣に過ぎないためである。しかし、オフライン企業の内部的な情報化は一朝一夕に実現するものではない。

中国の BtoB 電子商取引の推進は中国のインターネット産業と同様に過度に早く過熱したと見られる。もちろん、部分的な成功を収めた極少数の BtoB 事業者もいるが、彼らも正常的な過程を踏んだとは言えず、もし現時点でオフライン企業が無闇に同分野に参入した場合、成功する可能性は一層低下することを余儀なくされるだろう。加えて、企業は既存の商取引方式を固持する一方、一部分だけを電子商取引方式に切り替える方式で BtoB 電子商取引の推進を急

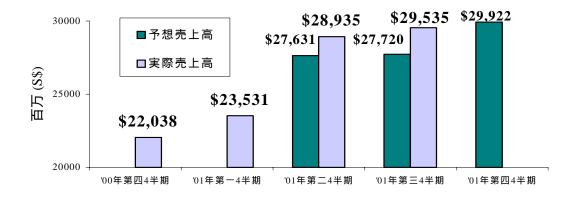
ぐ場合、効率アップはもとより、企業の利潤創出力までも低下させるマイナスの結果を招くに 違いない。

にもかかわらず、中国政府が今後 BtoB 分野の重点育成政策を掲げ、企業の参加を強く促しているのは、中国の企業もこれ以上かつてのオフライン経営方式に甘んじている訳には行かず、たとえ各分野別に数年間の猶予期間があるとは言え、同等な位置で先進国の企業との競争を迫られているためである。中国政府 BtoB 発展への支援面では、2000 年中国の BtoB は 1.4 倍の早いスピードで成長した。中でも、貿易分野における 2000 年の輸出入の 10%は EDI やインターネット等を通じてオンライン上で行われた。 2000 年 7 月、中国国家経済貿易委員会及び信息産業部で「企業のインターネットプロジェクト」を開始し、目標は 2000 年年内に全国に中小会社 100 万社、大企業 100 社がサイトを構築、3 年以内に 100%のスピーで増加しなければならないというものである。企業が構築した主要なサイトは「中国企業オンライン(www.sinoEOL.com)」にある。同サイトは全国の各省市に 30 余支店があり、情報発表プラットフォーム、オンライン展示取引会議、電子商取引応用プラットフォーム、企業ポータルサイトを提供している。企業がサイトを構築するのは BtoB 電子商取引の基礎であるため、「企業のインターネットプロジェクトの実行により中国の BtoB 発展は堅固な基盤づくりが可能になると予想される。

したがって、今後中国の **BtoB** 分野は短期的にはオフライン企業の内部的な情報化推進に重点が置かれ、本格的な **BtoB** 電子商取引は上記の作業がある程度軌道に乗ると予想される **2002~2003** 年に可能になる見通しであり、それまでは農業・鉄鋼・家電・医薬等代表的な産業を軸に設立された会社及び輸出入関連の商取引サービスを提供する会社を中心に制限的に施行されると見込まれる。

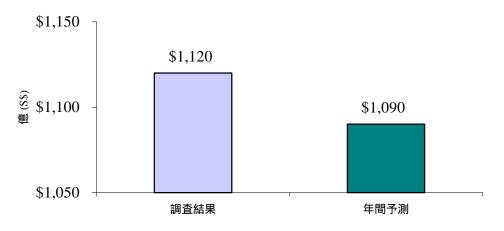
⑥ シンガポールの BtoB 市場

シンガポール情報通信開発庁 IDA は 2002 年シンガポールの電子商取引市場規模を発表した。昨今の経済状況に関わらず、シンガポールの電子商取引の概況は活発なままであることを、調査結果は示している。昨今の市況観の悪化から、第四 4 半期の電子商取引売上高の伸びは控えめと予想している。



出典: IDA(2002)

図 1-42 シンガポールの BtoB 4 半期別市場規模



出典: IDA(2002)

図 1-43 シンガポールの BtoB 年間市場規模

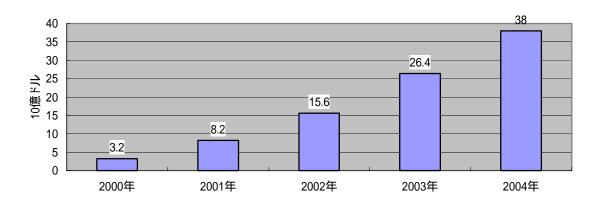
(2) BtoC 市場

①アジア・太平洋地域の BtoC 電子商取引市場の拡大

アジア・太平洋地域での BtoC の電子商取引市場は **BtoB** の規模には及ばないものの、インターネット人口の急増を背景として、目覚しい成長を見せている。**eMarketer** によると⁴⁴、BtoC による電子商取引の市場規模は **2001** 年末の **82** 億ドルから **2002** 年度末には **158** 億ドルとほぼ倍増し、**2004** 年末には **380** 億ドルまで拡大する見込みである。

http://www.emarketer.com/products/report.php?asia_ecom

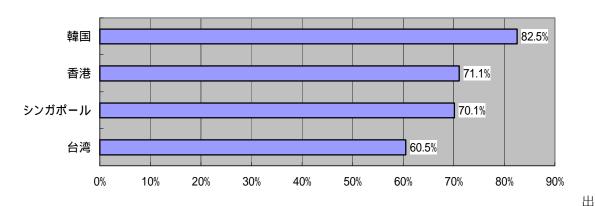
^{44 &}quot;Asia-Pacific e-commerce B2B&B2C" Sept. 2002



出典:eMarketer 社のデータを元に作成

図 1-44 アジア・太平洋地域における BtoC の電子商取引市場規模 2000 年 - 2004 年

NetValue 社によると 45 、電子商取引のサイトを訪れるわ居合が、韓国で **82.5**%、香港で **71.1**%、シンガポールで **70.1**%、台湾で **60.5**%となっている。



典:NetValue 社のデータを元に作成

図 1-45 電子商取引のサイトを訪れるインターネット利用者の割合

②オンラインショッピングに対する慎重な姿勢

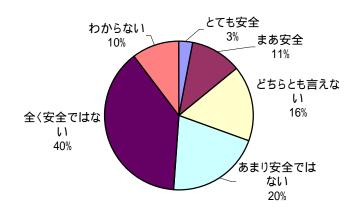
アジアでの BtoC の電子商取引市場の成長が大きく期待されているところであるが、同時に同地域でオンライン上での買い物に対する慎重な姿勢が依然見うけられる。シンガポールで行なわれた Newsbytes の報告によれば⁴⁶、インターネットで買い物をしたことがあると答えた人はブロードバンドユーザーの 12%しかおらず、全体として、インターネットでの買い物にあまり興味がないという結果が出た。JupiterMediaMetrix 社によると、オーストラリアでイ

http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id=905357534&rel=true

 $^{^{\}rm 45}$ Net Value. "Home Net users increasing in Asia." Jun 9, 2002

⁴⁶ TechNews.com. "Internet users in Singapore go for broadband." Apr 23 2002. http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id=905357778&rel=true

ンターネットショッピングでのクレジットカード使用について「とても安全」または「まあ安全」と答えた人は全体の **14%**しかおらず、クレジットカードを使うオンラインショッピングの安全性が懸案材料となっている。

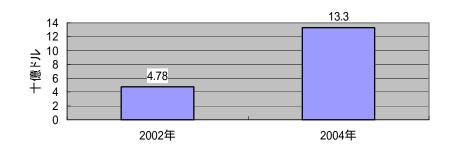


出典: JUPITER RESEARCH のデータ (2000年) を元に作成

図 1-46 オーストラリアでのオンライン上のクレジットカード使用の安全性に関する調査

③旅行サイトの成長

旅行サイトはアジア・太平洋地域においても急成長を見せいている。**PhoCusWrite** 社の調査によると、**2002** 年に **47** 億 **8000** 万ドルであった同地域の旅行サイトの売上は **2004** 年には **133** 億ドルまで増えるとしている 47 。同社は、なかでも現時点でオーストラリアと日本での市場が地域の中で最も成熟しているといえるが、オンラインで旅行の手配が行われているのは全体の 3 %に満たないとしている。



出典: PhoCusWrite 社のデータを元に作成

図 1-47 アジア・太平洋地域における旅行サイトの売上 2002-2004 年

④ 韓国のBtoC市場

-

⁴⁷ Emarketer. "Asian online travel markets set to boom." Aug 13, 2002 http://www.nua.com/surveys/index.cgi?f+VS&art_id+905358262&rel=true

韓国統計庁が発表した資料 ⁶によると、2002 年 9 月末現在、オンラインショッピングモール会社数(韓国では1つのオンライン店舗もオンラインショッピングモールと呼ぶ)は前月より 79 社増加した 2,657 社であるとされる。2002 年第 3 四半期のオンラインショッピングモール会社数は前年同期に比べ 26%増えた 532 社で増加基調を維持している。取引高は前月に比べて 6.7%増加した 5,366 億ウォン、BtoC は 4,511 億ウォンと 330 億ウォンが増加するものと予想される。 第 3 四半期は旧盆により、飲食料及び健康食品、農水産物などの売上が好調で、上記のように増加するものと分析される。2002 年第 3 四半期の取引高は 1 兆 5,417 億ウォンで前期(1 兆 4,642 億ウォン)より 775 億ウォン増加し、前年同期より 6,802 億ウォン増加、伸び率が 78.9%となった。

オンラインショッピングモール会社数及び取引高

組織形態別に分類すると、会社法人が **1,394** 社で個人会社 **1,224** 社より **170** 社多かった。 前年同期に比べて個人会社は **286** 社、会社法人は **239** 社と、それぞれ **32.2**%と **21.2**%増加した。

形態別には総合ショッピングモールが前年同期比 99.7%、専門ショッピングモールが 52.4%増えた。総合ショッピングモールの目を見張る成長速度はやや弱まったが、専門ショッピングモールも大きく増加した。総合モール及び専門モール別の会社数を見ると、専門モールは 2,284 社、総合モールは 373 社と、それぞれ 86.0%と 14.0%を占めている。これを土台に オンラインショッピングモールの今年の市場規模を推算すると、前年比 90%増の計 6 兆 4,000 億ウォン台に上るものと推定される。

表 1-28 オンラインショッピングモールの四半期別取引高

単位:百万ウォン

区分		200	1年			2002年		成長率
四次	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	平均
総合モール	467,593	529,977	587,558	674,586	961,428	1,078,429	1,125,166	99.7%
専門モール	240,193	260,130	273,983	313,046	377,600	385,740	416,574	52.4%
合計	707,786	790,107	861,542	987,632	1,339,028	1,464,170	1,541,740	84.2%

出典:電子商取引統計調査結果(2002年9月及び第3四半期オンラインショッピングモール調査)、

統計庁(2002年11月)

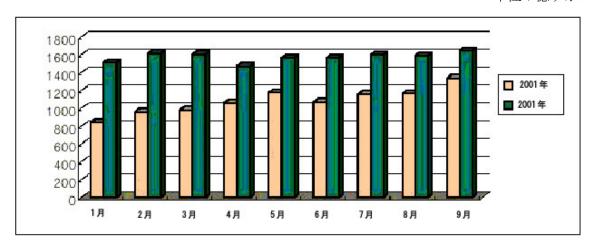
わずか 1~2 年前までは多くの人々がセキュリティ問題及び従来型取引慣行との文化的な衝突により、電子商取引の活性化は時期尚早と指摘された。しかし、電子商取引に対する認識は現在一変した。拡大一途を続けている電子商取引の売上実績がこれを物語っている。電子商取引が補助取引手段ではない、1 つの取引慣行として定着したことを意味する。2003 年のオンラインショッピングモールの市場見通しも総じて明るい。すでに弾みが付いただけに、このような基調は当面続く見通しである。

中でも、取引高の面で総合モールの売上比重が専門モールに比べて次第に高まっていること

⁶⁾ 電子商取引統計調査結果**(**2002 年 9 月及び第 3 四半期オンラインショッピングモール調査**)**、統計庁 **2002/11**

が注目される。昨年までは総合モール及び専門モールの比重は各 **67.5**%と **32.5**%であった。 つまり、**35** ポイントの格差が開いていたのである。しかし、今年の第 **3** 四半期までの取引高 を見ると、総合モールが **72.8**%で **45.6** ポイントにまで格差が広まった。総合モールの比重が それだけ上昇しているという話である。オフラインと同様にオンラインショッピングモールで も大型化と集中化が継続していることを物語っている。

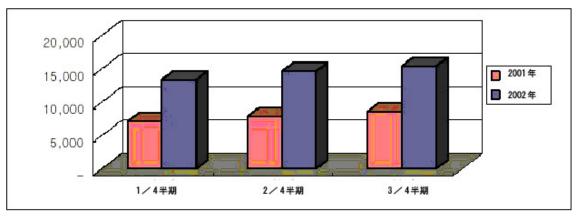
単位:億ウォン



出典:電子商取引統計調査結果(2002年9月及び第3四半期オンラインショッピングモール調査)、 統計庁(**2002**年**11**月)

図 1-48 オンラインショッピングモールの月別取引高

単位:億ウォン



出典:電子商取引統計調査結果(2002年9月及び第3四半期オンラインショッピングモール調査)、 統計庁(2002年11月)

図 1-49 オンラインショッピングモールの四半期別取引高

オンラインショッピングモールの月別増加推移においても、このような現象は明確である。オンラインショッピングモールの月別増加推移を見ると、今年1月現在の総合ショッピングモール数は326 社で全体の14.7%、専門ショッピングモールは1,886 社で全体の85.3%を占めている。しかし、今年9月現在の総合ショッピングモール会社数は373 社で全体の14%である反面、専門ショッピングモールは2,284 社で全体の86%を占めている。これにより、専門ショッピングモールに比べて総合ショッピングモールの増加率が下落している。これはオフラインの流通売場と同様に、オンライン総合ショッピングモール業界でも大型化の傾向が次第に加速化し、市場参入の壁がそれだけ高まった結果と解される。オンラインショッピングモールの形態別推移を見ると、オンラインとオフラインを同時運営する会社よりはオンライン専門企業数が次第に増えている。

オンラインショッピングモールのみを運営している会社は今年 1 月の 32.5%(720 社)から今年 9 月には 36.7%(975 社)に増えた反面、オンラインとオフラインを同時運営している会社数は今年 1 月の 67.5%(1,492 社)から今年 9 月には 63.3%(1,682 社)と、4.2 ポイント下落した。参入の壁が低いオンライン分野では企業が姿を消している反面、オン・オフライン企業は事業の特性上、莫大な資本を要するため、企業の介入が容易ではなく、増加速度はやや下落するものと分析される。

商品別の取引内訳を見ると、品目の多様化が 1 つの大きな流れとなっている。昨年まではコンピューターと通信、家電など、一部電子製品が諸取引品目の 50%以上を占めている。だが、生活用品や衣類、ファッション、アクセサリーなど、日常用品の販売比重が大幅上昇し、取引品目の多様化をもたらした。長期的な観点から、このような取引品目の多様化はオンラインショッピングモールの活性化にプラスになると予想される。

表 1-29 オンラインショッピングモールの四半期別取引高

区分		2001年					成長率		
四次	1/4	2/4	3/4	4/4	平均	1/4	2/4	3/4	3/4
総合モール	66.1%	67.1%	68.2%	68.3%	37.5%	71.8%	73.7%	73.0%	72.8%
専門モール	33.9%	32.9%	31.8%	31.7%	32.5%	28.2%	26.3%	27.0%	27.2%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

出典:電子商取引統計調査結果(2002年9月及び第3四半期オンラインショッピングモール調査)、 統計庁(**2002**年**11**月)

2002 年のオンラインショッピングモール業界における最大の収穫は売上急増による黒字転換である。**1996** 年、国内で初登場したオンラインショッピングモールは赤字に悩まされてきた。**1999** 年、ベンチャーブームの火付役となったオンラインショッピングモールはネットバブル論により打撃を受けたことに加え、市場の先取りのための過度な値引競争に巻き込まれ、ここ数年間赤字を脱皮できなかった。だが、**2002** 年にはオンラインショッピングモール事業が本軌道に乗り、黒字に転じた企業が続々と登場している。

表 1-30 オンラインショッピングモールの月別増加推移

2002年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
総合モール	326	347	342	344	342	355	361	370	373
専門モール	1,886	1,929	1,992	2,021	2,030	2,072	2,130	2,208	2,284
総合モール	14.7%	15.2%	14.7%	14.5%	14.4%	14.6%	14.5%	14.4%	14.0%
比重									
専門モール	85.3%	84.8%	85.3%	85.5%	85.6%	85.4%	85.5%	85.6%	86.0%
比重									

出典:電子商取引統計調査結果(2002年9月及び第3四半期オンラインショッピングモール調査)、

統計庁 2002/11

オンラインショッピングモール取引高

2002 年第 **2** 四半期の取引商品群別取引高の構成比は家電/電子/通信機器が **17.9**%、コンピューター及び周辺機器 **14.7**%、生活用品・自動車用品 **12.3**%、衣類/ファッション及び関連商品 **8.3**%の順であった。

表 1-31 主な商品群別取引高

単位:十億ウォン、%

	2001年		2002年		前期	期比	前年同	閉期比
区分	第2四半期	第1四半期	第2四半期	構成比	増減	増減率	増減	増減率
合計	790.1	1,339.0	1,464.2	100.0	125.2	9.4	674.1	85.3
コンピューター及び周辺機器	229.3	227.0	214.6	14.7	-12.4	-5.5	-14.7	-6.4
S/W(ゲーム S/W)	15.8	19.1	19.7	1.3	0.6	3.1	3.9	24.7
家電/電子/通信機器	186.9	240.3	262.6	17.9	22.3	9.3	75.7	40.5
書籍	43.4	76.0	70.2	4.8	-5.8	-7.6	26.8	61.8
レコード/ビデオ/楽器	11.4	18.9	22.4	1.5	3.5	18.5	11.0	96.5
旅行及び予約サービス	41.6	75.5	83.2	5.7	7.7	10.2	41.6	100.0
児童/幼児/玩具	21.8	28.1	35.0	2.4	6.9	24.6	13.2	60.6
飲食料	13.6	44.7	45.1	3.1	0.4	0.9	31.5	231.6
花	5.8	8.4	8.8	0.6	0.4	4.8	3.0	51.7
スポーツ/レジャー用品	21.2	35.8	48.1	3.3	12.3	34.4	26.9	126.9
生活用品/自動車用品	45.0	141.3	180.0	12.3	38.7	27.4	135.0	300.0
衣類/ファッション及び関連商 品	31.4	110.2	120.8	8.3	10.6	9.6	89.4	284.7
化粧品/香水	15.3	49.0	61.7	4.2	12.7	25.9	46.4	303.3
事務/文具	13.5	14.1	14.5	1.0	0.4	2.8	1.0	7.4
農水産物	13.2	72.4	76.7	5.2	4.3	5.9	63.5	481.1
各種サービス	17.0	40.6	50.0	3.4	9.4	23.2	33.0	194.1
その他	62.4	137.8	150.8	10.3	13.0	9.4	88.4	141.7
分類不明	1.6	-	-	-	-	-	-	-

出典: 2002 年第 2 四半期電子商取引統計調査結果(**BtoB**、**B2G**、**BtoC** 総合**)**、統計庁(**2002** 年 **12** 月)

支払決済及び配送手段別の取引高

2002 年 **10** 月現在、支払決済手段別の取引高構成比はクレジットカードが **73.7**%で前月 **(73.6%)**に続いて最も高い。前年同月に比べてクレジットカードは **4.6** ポイント増えた反面、オンライン入金は **5.4** ポイント減少した。

表 1-32 支払決済手段別の取引高構成比

単位: %、%p

区分	2001年		2002年		前月比	前年同月比
运 刀	10月	8月	9月	10月	増減率	増減率
計	100.0	100.0	100.0	100.0		
オンライン入金	27.7	22.5	22.9	22.3	-0.6	-5.4
クレジットカード	69.1	73.3	73.6	73.7	0.1	4.6
電子マネー	2.0	2.5	2.3	2.1	-0.2	0.1
その他	1.2	1.7	1.2	1.9	0.7	0.7

出典:電子商取引統計調査結果(2002年10月オンラインショッピングモール調査)、統計庁 (**2002**年**12**月)

2002 年 **10** 月の配送手段別取引高の構成比は宅配(**83.5**%)が最も高く。前年同月に比べて宅配は **5.0** ポイント増加した反面、自社配送は **1.5** ポイント減少した。

表 1-33 配送手段別取引高の構成比

単位: %、%p

区分	2001年	2002 年			前月比	前年同月比
卢 刀	10月	8月	9月	10月	増減率	増減率
計	100.0	100.0	100.0	100.0		
自社配送	11.0	9.9	10.1	9.5	-0.6	-1.5
宅配	78.5	83.2	82.2	83.5	1.3	5.0
郵便	3.1	2.9	3.5	2.8	-0.7	-0.3
Offline 提携 ¹⁾	4.5	2.9	2.6	3.0	0.4	-1.5
その他	2.9	1.2	1.4	1.2	-0.2	-1.7

出典:電子商取引統計調査結果(2002 年 10 月オンラインショッピングモール調査)、統計庁 (2002 年 12 月)

注)ショッピングモール会社が提携している事業場(コンビニ、インターネットカフェ、ガソリンスタンド、地下鉄など)に配送し、消費者が直接受け取るようにする形

⑤ 中国のBtoC市場

BtoC 分野は中国に電子商取引の概念が導入され始め、最も注目を受けた分野であり、サイト数及び取扱商品等において短期間に飛躍的に成長し、2000 年の旧正月連休には 100 万人を超える人々がオンラインショッピングモールを使用したと調査されるなど、活性化している。

中国の BtoC 市場規模

中国の **BtoC** 市場は **BtoB** 市場よりはるかに小さい。**2000** 年の **BtoC** 市場は **BtoB** 市場の **0.5%**である **3** 億 **9000** 万人民元(**624** 億ウォン)に過ぎなかった。サイト数も **677** 個であったなど、劣悪した状況であった。加えて、独立したインターネット商店ステーション及びインターネット注文処理システム、支払及び宅配手段、アフターサービス・システム等を完備したサイトは **205** 個に過ぎない。

地域的には経済力を反映するかのように、北京が **25**%と最も高く、上海 **15.4**%、深川 **9.2**%の順だった。現在は陝西省西安、四川省成都等の中西部内陸地方の主要都市等に続々と 拡大している。

中国の BtoC 導入及び応用事項

BtoC 市場で最も際立った分野はインターネットショッピング分野である。**2001** 年、中国のインターネットショッピング分野である。**2001** 年中国のインターネットショッピングの取引高は前年比**250**%増の**6,290** 万ドルに上り、**2003** 年にはショッピング市場の取引高**32** 億ドルにまで増加する見通しだ。一部の人々はオンライン取引の安全性に疑問を抱くかもしれないが、**90**%のインターネットユーザーはこの先も電子商取引に参加するとの立場にある。

割安な値段で検索が比較的簡単な商品がオンラインショッピングの主となっている。**2000** 年、中国のショッピングモールは電子商取引全体の約 **60**%を占めている。**2000** 年中国のオンラインショッピングモールの品揃えはコンピューターのソフトウェア及びハードウェア、書籍、AV機器、家庭用品、通信設備、プレゼント、衣類等である。各種オンラインショッピングモールの割合は総合商店 **36**%、書籍雑誌 **14**%、贈花 **12**%、その他(コンピューター通信、衣服、家電用品等)**38**%の順である。

表 1-34 CNNIC が実施したユーザーの購買製品に関する調査

単位:%

区分	2000.6	2000.12	2001.6
書籍類	40.04	58.33	58.7
PC類	37.22	37.47	35.5
カメラ類	7.45	4.88	4.8
通信機器類	17.08	19.87	18.0
ビデオ機器及び製品	15.57	29.07	29.5
生活、室内用品	12.11	14.29	11.8
衣類	7.68	6.92	5.9
家電製品	9.36	8.43	7.4
スポーツ用品	6.96	6.91	6.1
医療保健類	4.91	4.44	3.8
プレゼントサービス	11.23	16.41	13.8
金融、保険サービス	4.64	3.76	3.3
チケットサービス	9.62	8.45	8.3
教育サービス	10.15	13.13	12.9
その他	11.13	9.04	4.1

出典: CCID、中国電子商取引年鑑(2002)

BtoC 電子商取引を地域別に見ると、上海・北京・広東省等の **BtoC** 電子商取引利用比率は 既に先進国レベルに迫っている。

BtoC 及び CtoC 電子商取引の問題点に関連し、中国のインターネットユーザーはオンラインショッピングモールの信用及び支払方式の安全性について懸念している。しかし、同分野の電子商取引を頻繁に利用するユーザーはセキュリティ問題について比較的肯定的であり、オンラインショッピングモールの長所についても十分認知している。

中国のユーザーがオンラインショッピングサイトを選択する際、まず考慮する点は信頼性、便利さ(スピードの速さと便利な検索方式など)、顧客サービスの水準である。ただし、付加サービス(商品の推薦、ニュース及び S/W のダウンロードサービス提供など)についてまだユーザーは関心を持っていない状況である。

支払い方法に関連してはオンライン上で商品を予約し、配達と同時に代金を支払う方法 (COD:代金引換)が現在、中国のオンラインショッピングモールの一般的な支払い方法として位置づけられており、これは米国及びカナダのオンライン上におけるクレジットカードの支払い方法が BtoC·CtoC 電子商取引全体の 75%を上回っている現象とは対照的である。今後、オンライン支払い方法の比率が徐々に増加する見通しであるが、現在のような支払い方式が当面中国の BtoC 分野の主な支払い方法になると予想される。この他、郵便換メンバー制度(会員カード)などの方式も一部で利用されている。

表 1-35 決済手段調査

単位:%

	2000.6	2000.12	2001.6
COD(現金決済)	39.16	42.02	37.7
クレジットカード(キャッシュ	19.87	12.73	14.0
カード)			
オンライン決済	12.54	13.14	15.3
郵便局への送金	17.58	23.66	25.3
銀行への送金	4.87	4.13	4.1
銀行振込	2.63	1.62	1.6
EMS、宅配の	3.35	2.70	2.0
代わりに集金			

出典: CCID、中国電子商取引年鑑(2002)

表 1-36 商取引に関する問題点調査

单位:%

	2000.6	2000.12	2001.6
セキュリティ問題	31.76	31.20	33.4
支払の不便さ	13.34	12.59	11.5
製品の品質、 A/S、供給者に	28.33	32.03	33.0
対する不信感			
配送時間及び不便さ	10.14	9.86	8.7
価格問題	7.74	7.39	6.6
オンライン情報の信用度	7.28	5.91	6.0
その他	1.41	1.02	0.8

出典: CCID、中国商取引年鑑(2002)

中国の BtoC 市場見通し

現在、中国の **BtoC** 電子商取引分野に数多い問題点があることは否定できないが、中国のインターネットユーザーは新しい商品購買方式を期待していると同時に、積極的な姿勢を示している。

BtoC 市場が抱える最大の問題は殆どの会社が収益モデルの不在による赤字経営を強いられていることである。この要因として差別化の図られていない製品を取り扱っている点を挙げられる。現にオンラインで取引される商品はその殆どが既存のオフライン商店で購入でき、常連顧客の確保を極めて困難にしている。

高い経営コストも赤字経営の代表的な理由に挙げられる。オンライン販売により店舗及び倉庫等に対するコストダウンが可能になる反面、宅配等の支出を無視できないのが現実である。加えて、サイトの接続及び維持費用も必要となる。製品及び宅配を外部に依存する場合が多いこともその一因と言える。現在、677のサイトのうち、自社内に製造業又は宅配システムを完備したサイトは殆どないことが現状を物語っている。中国の BtoC 電子商取引分野は 1999 年になって初めて本格化した。早いスピードで成長はしているが、まだ本格軌道に乗った訳では

ない。しかし、インターネットユーザー数の急速な増加傾向と電子商取引に対する高い関心を 考慮すると、ユーザー数がある程度の規模(専門家によると約 **2,000** 万人)にまで成長した場 合、**BtoC·CtoC** 企業からみたは収益モデルの構築が容易になると見込まれている。

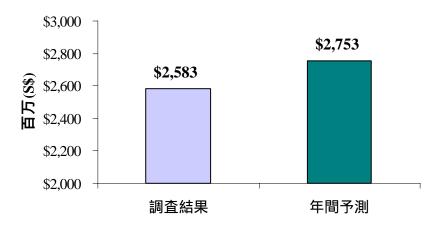
⑥ シンガポールの BtoB 市場

一方シンガポールにおける BtoC の取引高は図に示すように 2,753 シンガポールドルと予想され、同 BtoB の市場規模と比較すると約 1/40 ときわめて小さい。これはシンガポールが貿易取引が盛んな国であるため BtoB が他国より大きくなっていることが起因していると推定される。



出典: IDA(2002)

図 1-50 シンガポールの 4 半期毎の BtoC 市場規模



出典: **IDA(2002)**

図 1-51 シンガポールの年間 BtoC 市場規模

2. 国際機関及び各国の電子商取引政策動向

表 2-1 国際機関及び各国による主な電子商取引関連政策の取組状況

◎2002 年に主だった活動が見られた分野 **●2001** 年までに既に対応済みの分野 \triangle モラトリアム

			主な電子	一商取引	関連政策の	り取組状法	况	
国際機関および国	電子署名・認証	プライバシー保護	知的所有権保護	サイバー・セキュリティ	消費者保護	税制処置	ブロードバンド普及	デジタル・デバイド
GBDe		0	0	0	0	0		0
UNCITRAL	•							
ASEAN	0	0	0	0	0		0	
米国	•		•	0		A	0	
カナダ	•	•			•	0		
マレーシア	•	0	•	•				0
シンガポール	•	0	•			•		
台湾	0	0	0				0	
オーストラリア	•	•	•					

2.1. 国際機関

2.1.1. 国際協力開発期間 (OECD)

名 称	経済協力開発機関(OECD)	設立年度	1961. 9. 30.
本 部	パリ(フランス)	加盟社数	30 カ国
活動目的	経済協力を通じて世界の経済成長及び発展途上国援	養助、自由貿易	易の拡大に貢献
EC 関連 政策提案	1980 年〈プライバシー保護及び個人情報の海外 (Guidelines on the Protection of Flows of Personal Data)〉 1984 年〈情報の海外伝送に関する宣言文(De Data Flows)〉 1992 年〈情報システムの安全性に関するガイド Security of Information System)〉 1997 年〈暗号政策のガイドライン(Guidelines)〉 1999 年〈1999 年全世界にネットワーク化さ Authentication and Certification Society Overview)〉 1999 年 12 月〈電子商取引における消費者保護レン(OECD Guidelines for Consumer Prot	Privacy an eclaration of ライン(OECD OECD Crypto れた社会のin a Glob	d Transborder on Transborder Guidelines on graphy Policy 認証概要(1999 bal Networked
	Electronic Commerce)> 2002 年 7 月〈情報システム及びネットワークのfor the Security of Information Sys		
URL	http://www.oecd.org/		

経済協力開発機関(OECD: Organization for Economic Co-operation and Development)はオープンな市場経済及び多元的民主主義という価値観を共有する国家間経済社会政策協議機関であり、経済及び社会の部門別の共通問題について最良の政策方針を模索、相互政策の調整を通じて共同の安定及び繁栄を図ることを目的としている。主要な政策を要約すると、は高度経済成長及び完全雇用を推進し、生活レベルの向上を図り、多角的かつ無差別的な貿易・経済体制作りに取り組み、低開発地域への開発援助促進である。

OECD は主に電子商取引の世界規模への拡大に必要な国際的な原則策定及び電子商取引の問題解決策作り等を議論している。OECD は 1997 年トルコで電子商取引促進に向けた政府及び官民合同国際会議を開催、1998 年オタワで電子商取引閣僚会議を開催し、電子商取引関連の閣僚宣言を採択した。その後続措置として 1999 年、実務レベル会議である電子商取引パリフォーラムを開催、2001 年には電子商取引に関する新興市場経済フォーラムを開催し、主な事項について論議している。

これまで **OECD** は電子商取引が公共政策及び企業活動等にどのような影響を及ぼすのかについて、幅広い研究及び分析を行った。**OECD** は主要な国際会議及びコンファレンスを通じて電子商取引の多様な側面に焦点を当てた各国政府、国際機関、民間部門及び市民団体の代表など、利害当事者間の論議の場であった。なお、**OECD** は法律を制定していないものの、プライバシー保護、認証、課税、消費者保護といった **OECD** が適格と言える分野の作業におい

ては有用な基本原則を確立した。

一方、初期の **OECD** における論議は個人情報保護と国境を越えたデーターの自由な移動等に重点が置かれていたが、近年は電子商取引の社会的・経済的影響に対する認識と共に市場へのアプローチ、中小企業、租税など、国際経済活動に関する研究・論議が進行されている。 **OECD** における電子商取引の論議は大きく情報通信インフラ、社会的インフラ、技術的インフラの3つに分類することができる。①情報通信インフラには流通通信網、ケーブルテレビ網、テレビ、無線通信、衛星通信などインターネットインフラ、②社会的インフラには個人情報の保護、市場へのアプローチ、情報利用価格、租税など電子商取引に関する公共政策、法律及び制度、③技術的インフラにはネットワークの技術的標準及びセキュリティ、認証、代金決済などが論議内容に含まれる。

近年、情報通信技術の発達とインターネットの商用化により、インターネット上の電子商取引が急速に拡大しており、これを後押しする世界規模の法的・制度的枠組みの必要性が高まっており、**OECD** などの国際機関における電子商取引に関する論議の重要性が一層増している。

電子商取引関連の OECD 論議経過

電子商取引を巡る OECD の論議は既に 1980 年代から始まり、1994 年以降電子商取引の応用に関する論議が本格化した。現在、OECD が推進中の作業プログラムは基本的に<電子商取引に関する OECD 行動計画(1998 OECD Action Plan for Electronic Commerce>に基づくものである。これは 1998 年 10 月に開催されたオタワ閣僚会議で採択されたものであり、同行動計画を含む主な論議内容は下記の通りである。

利用者及び消費者の信頼構築 デジタル市場秩序の基本原則の正立 電子商取引のための情報通信基盤の高度化 電子商取引の潜在力の最大化

以降、オタワ閣僚会議で合意された各部門別の推進現状をチェックするために **1999** 年 **10** 月、電子商取引パリフォーラムが開催された。一方、非加盟国にその間 **OECD** で論議された 事項を知らせるという目的の下、**2001** 年 **1** 月にはドバイで「電子商取引に関する新興発展途上 国フォーラム」が開催された。

主な動き

消費者保護

OECD は消費者政策委員会(CCP)を中心に消費者保護問題を議論しており、オタワ閣僚会議で採択された電子商取引における消費者保護に関する閣僚宣言で提示された基本方向に沿い、1999 年 12 月<電子商取引における消費者保護に向けた OECD ガイドライン> (OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce)を採択した。同ガイドラインはオンラインショッピング等の BtoC 電子商取引における消費者保護に向けた国際合意である。いわゆる、各政府が貿易障害を作らずに消費者保護政策を策定することができ

るガイドラインである。

CCP 及び情報通信委員会(ICCP)は同ガイドラインを拡大発展させるために様々な努力を傾けている。国境を越えた BtoC 電子商取引において、効率的な被害補償制度を確保するために 2000 年 12 月、代案的紛争解決(ADR)メカニズムを模索するための国際会議を開催した。なお、電子商取引における消費者保護に関するガイドラインの履行可否を評価するために 2001 年 3 月民間分野と合同でワークショップを開催した。

プライバシー保護及び個人情報保護

OECD は個人情報の収集及び管理に関する国際的な合意を見出し、個人情報の国境を越えた流出入及びプライバシー保護に関するガイドライン(OECD Recommendation Con erning and Guidelines Governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data, 1980)、通称 OECD プライバシーガイドラインを採択した。同ガイドラインは今なお、個人の情報保護と国境を越えたデーターの流れに関する基本原則として、世界で認められている。基本原則は下記の 8 項目からなる。

収集制限の原則

正確な情報の原則

明確な目的の原則

利用制限の原則

セキュリティ確保の原則

公開の原則

個人参加の原則

責任の原則

オタワ閣僚会で世界規模のネットワークにおけるプライバシー保護に関するガイドライン (1998)が採択され、効果的なプライバシー保護に取り組むことを確認、法による規制及び自律 的な規制の調和を模索した。技術のプライバシー保護の役割が強調され、加盟国にプライバシー保護技術に対する使用拡大を建議した。

こうした努力により OECD はプライバシー・ポリシー文・ジェネレーター(Privacy Policy Statement Generator)を開発したと共に、情報保護作業班(the Working Party on Information Security and Privacy: WPISP)ではプライバシー保護技術の活用及び有用性について論議している。併せて、技術開発及び消費者と企業を含む利用者教育等の方策を模索している。一方、OECD が開発したオンライン・プライバシー・ポリシー・ジェネレーターはプライバシー・ポリシー文を自動生成する機能を有しており、生成機のソフトウェアが要求する手順に従い、実際運営中の個人情報保護方針の文句を HTML 文書で自動作成する機能を兼ね備えている。

しかし、上記の方策は事前予防的なものであり、国境を越えた電子商取引上で起こり得る個人情報の侵害により紛争が発生する場合、事後的に同様の問題を解決できるオンライン代案的紛争解決メカニズム(Online Alternative Dispute Resolution Mechanism)に関する論議が展開されている。

課税制度

電子商取引関連作業には大きく「電子商取引が反映され得る諸環境を整備すること」、「市民向け公共サービスの資金調達に向けた政府の税金徴収力の維持」の2つの目標がある。

電子商取引の租税を巡る論議は 1997 年、トルコ会議で各加盟国政府と民間企業の代表が世界規模の電子商取引が租税制度に及ぼす影響について話し合い、本格化した。その後、1998年のオタワ閣僚会議で、電子商取引の課税体系の基本原則を承認、電子商取引課税の基本原則 < Ottawa Taxation Framework Conditions of 1998>として、中立性、効率性、確実さ、単純さ、効果、公正さ、予測可能性が謳われた。以上の基本原則は各国政府の電子商取引関連の税制問題に対する対処方法を決定した一連の原則である。

2001 年 **2** 月、**OECD** は研究の進捗状況に関する報告書をウェブサイト上に発表した。主な内容は以下の通りである。

- 直接税分野においては、電子商取引の課税に関する OECD モデル条約を通じて ウェブサイトと ISP(Internet Service Provider)そのものでは固定事業場を構成 しないとの明確な原則を立てた。しかし、ウェブサーバーについては、制限的 な状況に限り固定事業場として認め、電子商取引所得の性格区分においてはデ ジタルデーターの単なるダウンロードにはロイヤルティーを支払わないことで 合意した。
- 消費税分野については消費地課税原則に対する国際的な合意を見出した。消費地 の定義において、**BtoB** 電子商取引は個人消費者の通産管轄圏地域で大まかな合 意を交わした。

電子商取引のための情報通信インフラへのアプローチ及び利用

電子商取引の発展は情報通信インフラ及び電子商取引のための情報通信市場及びサービスへのアプローチに大きく影響される。したがって、電子商取引が発展するためには情報通信市場の効率的な競争構造が望まれ、適正な情報通信政策及び規制改革が求められる。又、基本的に電子商取引のためには利用者が適正な価格で必要な帯域幅へのアクセスが可能でなければならない。

これを受け、**OECD** の **ICCP** 傘下の情報通信サービス政策作業班**(TISP)**では変化するネットワーク技術と市場の需要が政策に及ぼす影響、接続料金、インターネットの発展と**governance** の問題、市場の自由化に必要不可欠な政策など、電子商取引の活性化に向けた研究に多くの努力を傾けている。

2.1.2. 電子商取引に関する世界ビジネス会議(GBDe)

名称	電子商取引に関する世界ビジネス会議 (GBDe)	設立年度	1961年
本 部	ブリュッセル (ベルギー)	加盟社数	64 社
活動目的	電子商取引に発展に関わる課題を討議、その結果 国際機関に提出。 これにより官民の対話を行っていく	を政策提言と	して各国政府、
EC 関連 政策提案	2001 年、個人データプライバシー保護ガイドライド解消、知的所有権などについての 2002 年の検討課題として、知的所有権、税制、 電子政府、貿易など	第3回年次総	会で政策提言
URL	http://www.gbde.org/		

1997 年に創設された電子商取引に関する世界ビジネス会議(GBDe: Global Business Dialogue on Electronic Commerce)は、ベルギーの首都ブリュッセルに本部をおく、電子商取引に関わる世界の主要企業 64 社から成る協議体である。電子商取引の発展に関わる課題とその政策案を世界的規模で討議し、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の対話を行うことを目的としている。アジア・オセアニア、北米、欧州・アフリカの主要企業 29 社が運営委員会メンバーとして活動の方向づけを行っており、日本からは、富士通、三井物産、日本電気、東芝、東京三菱銀行、NTT の6社が運営委員会メンバーとして参加している。毎年9つの議題が立てられ、それぞれにワーキング・グループを組織して検討、各議題に関する具体的な提言を行ってきた。これまでの議題は以下の通りである。

年	開催地	議題	
1999年	パリ	1. 認証・セキュリティ	6. 裁判管轄権
		2. 消費者保護	7. ライアビリティ
		3. コンテンツ・商用通	8. 個人情報保護
		信	9. 税・関税
		4. 情報インフラ	
		5. 知的財産権	
2000年	マイアミ	1. 個人データ保護	6. 税
		2. 裁判外の紛争解決	7. デジタル・デバイド
		(ADR)	8. サイバー・セキュリテ
		3. トラストマーク	イ
		4. 知的所有権	9. 権利擁護
		5. 貿易	

年	開催地	議題	
2001年	東京	 消費者信頼 通信と放送の融合 (コンバージェンス) サイバー・セキュリティ デジタル格差の解消 電子政府 	6. インターネット決済7. 知的所有権8. 税制9. 貿易/WTO
2002年	ブリュッセル	 有害コンテンツ対策 有害コンテンツ対策 消費者保護 通信と放送の融合 コンバージェンス) サイバー・セキュリティ デジタル・ブリッジ 	6. 電子政府 7. 知的所有権 8. 税制 9. 貿易/WTO

出典: GBDe の資料をもとに作成

2002年の主な動き

第4回年次総会

2002 年は GBDe にとって、「大きな転換期」であった。GBDe は 1999 年の創設以来、オンライン経済に関する政策の枠組み改善に重点をおいて活動が行われてきたが、2002 年度は GBDe の政策提言を実際に導入するように働きかけるところ(アドボカシー)まで組み入れるといったバランスの取れた活動を行ってきた。それを踏まえて、2002 年ブリュッセルでの第4回年次総会で提出された政策提言の中にはよりアドボカシーに重きをおいているが多い。2002 年度の各議題への活動報告及び政策提言は以下の通り。

1. 有害コンテンツ対策

有害コンテンツ作業部会は **2002** 年、児童のポルノ閲覧、敵意のある発言、人種・宗教・国籍に基づいた暴力的表現、誹謗・中傷、ISPや他の中間業者が有害コンテンツを防ぐ手段、ユーザー・ポリシーについて議論してきた。同作業部会は、有害コンテンツへの具体的な対応措置として、ISPやその他インターネット業者を対象とした契約規約の明確化、ホットラインの設置、公的機関補助、警告と契約解除、閲覧同意に関する措置などを提言した。

2. 消費者保護

消費者保護作業部会は、トラストマーク、仲裁法(ADR:Alternative Dispute Resolution)、個人情報保護、インターネット上の支払い、サイバー倫理といった分野での政策方針を示しているが、2002 年度は特に ADR とプライバシーの2分野に焦点を置いて議論が進められた。GBDe は、この2分野に関しメンバー間及び一般ビジネスにおいて自主的なガイドラインを採択するように働きかけた。加えて、ADRシステムの基礎的な枠組みに関しての関係者間の合意を前提として、既存の消費者グループ間での関係強化が進められた。インターネット上の支払いに関しては、2001 年の提案に基づいて、支払いシステムの開発及び運用

について詳細に調査が行われた。

3. 通信と放送の融合(コンバージェンス)

グローバルな情報社会を確立するためにはブロードバンド普及が不可欠であるとの信念に基づき、**2002** 年度 **GBDe** はデジタル・コンバージェンスに関する唱導活動を精力的に行ってきた。特に、ブロードバンドの普及において需要サイドの重要性を各国政府に説いてきた。さらにブロードバンドの普及のための環境作りとして、各国政府向けにラジオ電波数管理や免許制についての具体的な提案を作成した。

4. サイバー・セキュリティ

2002 年、サイバー・セキュリティ作業部会はセキュリティ対策、情報共有、コーポレート・ガバナンス、インターネット保護、そして電子認証に関する提言を展開していった。加えて、**2003** 年のワークプログラムの一部としてこれらのサイバー・セキュリティの諸問題に関して詳しく調査していく方針を示した。

5. デジタル・ブリッジ(デジタル格差の解消)

デジタル・ブリッジ作業部会は、**2002** 年度 3 つの分野に焦点を当て活動を行ってきた。まず、デジタル・デバイド解消に取り組む民間グループとのさらなる協力関係の確立を目指した。次に、情報社会の恩恵を経済に大きくもたらした民間セクターの潜在性に対する再評価を行った。最後に、**GBDe** は、デジタルデバイドに対する効果的な投資を計る評価基準の設定を目的としてメンバー企業の調査をもとにベスト・プラクティス・フレームワークを展開した。

6. 電子政府

GBDe は、電子商取引を推進する上で政府の役割が重要な役割を果たすと認識している。 **2002** 年度は政府や地方自治体向けに様々な電子政府プログラム実施のためのチェックリストを作成した。特に、市民にとっての電子政府の付加価値を増大させたり、デジタル媒体を通してB2G間の取引機会を増大させるための政策オプションを提示された。加えて、**GBDe** は電子政府関連のケース・スタディのデータベースの拡充や公共機関の支援を求めている団体との提携の拡大などに努めた。

7. 知的所有権

知的所有権作業部会の **2002** 年度の活動は既存の提言のアドボカシーと強化に焦点が当てられた。具体的には今後 **12** ヶ月で世界的に唱導活動を行う知的所有権に関する **8** つの原則を定めた。また、同作業部会はオンライン上の知的所有権保護活動を行う上で、著作権保護技術の基準化及び相互運用性が重要であるとの信念に基づいて、知的所有権に関する既存の提言をオンラインでの法執行メカニズムまで拡充した。

8. 税制

2002 年度、税制作業部会はグローバルな電子商取引を推進する企業や消費者のための税制づくりへ向けた国際的な協力へ向けた活動を行ってきた。具体的には各国の電子商取引関連の税制を監視し、あるいは各国政府と対話を行ってきた。そのなかで、電子商取引での課税が基

本的な税原則に基づいて行われ、直接税と間接税の両者において税徴収を実施することを推奨した。

9. 貿易/WTO

2002 年度の貿易・WTO作業部会は、主に 2001 年度の年次総会で表明された原則・提言の推奨に努めてきた。具体的には、貿易協定の交渉の中で電子商取引の議論がなされるような働きかけを行い、とくに、GBDe は電子商取引の問題がWTO協定で協議されるべきものものであること、そして輸出入に際しオンライン取引の製品が現物で輸送される製品と比べて同等の措置を受けることができることを確認する作業を中心に行った。

2.1.3. 国連国際商取引法委員会(UNCITRAL)

名 称	国連国際商取引法委員会 (UNCITRAL)	設立年度	1966 年
本 部	国連本部:ニューヨーク (アメリカ) 事務局:ウィーン (オーストリア)	加盟国数	36 か国
活動目的	国際商取引法の漸進的調和および統一の促進		
EC 関連 政策	1996 年6月「電子商取引に関する UNCITRAL モデル法(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)」採択		
	2001年7月「電子署名に関する UNCITRAL モデル法(UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures)」採択		
URL	http://www.uncitralww.org/		

国連国際商取引法委員会(UNCITRAL: United Nations Commissions on International Trade Law)は、国際商取引法の漸進的調和および統一の促進を主目的とする国連総会(第6委員会)直属の委員会であり、国際物品売買、国際商事仲裁、国際倒産、国際契約実務等の分野における条約、モデル法等の統一法の作成作業を行っている。構成国は36か国であり、日本は1966年の創立以来参加している。複数の作業部会においてそれぞれ年数度の統一法草案作成のための準備作業を行い、年一度の総会で統一法を採択するという活動方法を採っている。電子商取引に関しては、「電子商取引作業部会(Electronic Commerce Working Group)(前、EDI (Electronic Data Interchange)作業部会)」において活動が行われている。

1996年6月の第29会期総会で、「電子商取引に関するUNCITRALモデル法(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)」が採択された。全17条より構成されるこのモデル法は、電子商取引を行う際に予想されるさまざまな法的障害をとりのぞくことに関する規定を定めている。2001年7月はじめ、「電子署名に関するUNCITRALモデル法(UNCITRAL モデル法(UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures)」が採択された。このモデル法には電子署名、電子認証による契約内容や、セキュアな電子署名が付された場合の法的効果、認証機関が証明証を発行した場合の法的責任、外国の認証機関が発行した証明証の効力等に関する規定等が含まれている。

2002年の主な動き

電子商取引発展を妨げる法的障壁への取り組み

2002 年度のUNCITRAL電子商取引作業部会は貿易に関する国際的な取り決めにおいて電子商取引の発展を妨げる法的障壁に焦点を当てて活動を進めてきた。同作業部会は、2001年3月に行われた第38回セッションにおいて、電子商取引を利用する際に障害となる貿易条約を取り除くための国際的な法的文書が必要であるとの合意に達した。また、そのセッションにおいて事務局が国際的な制度内の電子商取引に関する法的障害についての調査を行うことについても合意がなされていた。

2002年の3月に開催された第39回セッションにおいては、前回のセッションでの合意を受けて事務局が行った国際的な制度内における電子商取引発展を妨げる法的障壁ついての調査についての報告が行われた。そこでは、事務局による調査が順調に進んでいるとしながらも、事務局としての予備結論に達するためにはさらなる時間が必要になるとした。そこで同作業部会は、事務局に対し、加盟国及び監視国の意見やそこから出てくる予備結論を調査し、後の段階でコメントなどをまとめた報告書を準備するように要求した。同作業部会は、加えて、国連関連組織や政府間組織といった国際機関についても、関連法律文書の有無についての意見も調査するように要求した。事務局は4月に国と13の政府系の国際機関と12の非政府系の国際機関に対して、事務局によって行われた調査を送付し、それに対する意見を求めた。

10 月の第 40 回セッションではそれまでに寄せられた合計 18 の国及び国際機関からの調査に対する返答を報告した。提出された意見書は概ね同作業部会の取り組みに関して賛同をしてしているが、中には作業の重複を指摘する意見も含まれており、今後同作業部会の存在意義も問われてくる可能性もある。国際知的所有権機関(WIPO)は、同作業部会の取り組みへの協力に関して「十分準備できている」としながらも、WIPOが既に行っている作業と重複することがないようにとの警告をした。WIPOはコメントの中で、「作業が重複すれば、混乱を起こしたり、相反する結果が出るかもしれない」としている。また、欧州委員会も同様に、同作業部会との作業の重複について触れており、特に個人情報保護に関しては、国境を越えた個人情報管理の方法を含めて、作業が終了しているとした。第 40 回セッションにおいて返答が報告された国および国際機関は以下の通り。

国	国際機関 (政府系)	国際機関(非政府系)
イタリア イタリア オマーン リトアニア ニジェール ベルギー アメリカ合衆国	国際市民航空機関 国際海事機関 国際教育科学文化機関 世界知的所有権機関 世界関税機関 欧州委員会 ラテンアメリカ統合協会 国際通貨基金	運輸事業者協会国際連邦国際商工会議所
	アジア開発銀行	

2.1.4. A S E A N

名 称	東南アジア諸国連合 (ASEAN)	設立年度	1967年
事務局	アレクサンドラ・ポイント (シンガポー ル)	加盟国数	18 か国
活動目的	1. 地域における経済成長、社会・文化的 2. 地域における政治・経済的安定の確保 3. 域内諸問題の解決	発展の促進	
EC 関連 政策提言等	1998 年 12 月の第 6 回 ASEAN 公式首脳会議にる「ビジョン 2020」の具体的方第一つとして、ASEAN 情報インフラ 1999 年 9 月の経済閣僚会議にて、ASEAN 深化させ、グローバル市場におけせるための官民タスクフォース設定シアチブ) 1999 年 11 月の第 3 回 ASEAN 非公式首脳会議にが承認。 2000 年 11 月の第 4 回 ASEAN 非公式首脳会議にの具体化に向け、構想の枠組みを規合意」が ASEAN 各国首脳により署名	でを定めた「ハ (AII)構築 Nの「e-space るASEAN 置に合意。(e こて、「e‐ 』 こて、「e‐ 』	ノイ行動計画」の Eを決定 」(電子空間)を Iの協力を向上さ - ASEANイ ASEAN構想」 ASEAN構想」
URL	http://www.aseansec.org		

東南アジア諸国連合(ASEAN: Association of Southeast Asian Nations)は、ベトナム戦争で地域協力の気運が高まったことを背景として、1967年8月バンコクにて開催された5カ国外相会議にて採択された「東南アジア諸国連合設立宣言(バンコク宣言)」により設立された。活動目的を(1)域内における経済成長、社会・文化的発展の促進(2)域内における政治・文化的発展の促進(3)域内諸問題の解決として、各国の特定分野を担当する閣僚が、必要に応じて首脳会議、外相会議、経済閣僚会議等を開催している。設立当初の加盟国はインドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイの5カ国で、1984年にブルネイが加盟した後、1995年以降ヴェトナム、ラオス、ミャンマー、カンボジアが加盟した。また、1997年12月以降、首脳会議の際に「ASEAN+3(日中韓)「ASEAN+1(日本)」を開催している。

ASEAN諸国の電子商取引関連する地域協力は **1999** 年第 3 回 **ASEAN** 非公式首脳会議において承認された「e - ASEAN構想」のもと、官民合同の「e - ASEANタスクフォース」を中心として行われている。**2000** 年 **11** 月に行われた第 4 回 ASEAN非公式首脳会議では、「e - ASEAN」の具体化に向け、構想の枠組みを規定する e - ASEAN枠組合意(e - ASEAN **Framework Agreement**)が署名され、地域の I T振興のための 5 つの主要な施策とそれを主導する国が施策が取りまとめられた。以下はその施策とその主導国。

- インターネットインフラ整備(フィリピン)
- 電子商取引の推進(シンガポール)
- IT 製品の貿易自由化 (インドネシア)
- E社会(タイ)

電子政府(マレーシア)

2002 年の主な動き

マニラ宣言:電子商取引の地域協力強調

8月、マニラにて行われたASEAN通信閣僚会議において「2002 年マニラ宣言」が採択された。同宣言は、通信情報分野が地域経済を統合し、地域経済の発展に大きな役割を果たすことを強調した上で、地域における情報通信テクノロジーの開発及び利用の推進、また域内でのサイバーテロ対策といったセキュリティ対策について合意がなされた。主な取り決めは以下の通り。

- 情報通信分野における人材開発プログラムの推進
- インターネットサービス国際課金システムに関する取り決めへの民間部門の参加
- セキュリティ分野での地域協力関係強化に向け①ASEANネットワーク・セキュリティ委員会を設置し②加盟各国にネットワークのセキュリティ問題を扱う国家緊急コンピュータチームを設置すること
- 地域的な取り組みの中で、中国、日本、韓国と個別及びASEAN+3の枠組みで協力、またインドとの同様の協力体制の検討
- ASEAN情報インフラ整備プログラムのさらなる推進
- 産学協同での通信情報技術の研究開発の推進
- データベース発達による加盟国間のデジタル・デバイドの解消など

e ASEANタスクフォース政策審議続行中

2002 年、e - ASEANタスクフォースは、引き続きe - ASEAN枠組み合意に基づく 具体的な施策において順調な政策審議が行われた。4 月のe - ASEANタスクフォース作業 部会の第 10 回会合では、ASEAN情報インフラ整備(AII)、e - ASEAN技術構築、電子商取引の成長、CAフォーラム及び運営委員会会議、情報通信製品貿易、サービス及び投資、e-society と機能強化作業プログラム、e-readiness 対策作業部会、政府サービスにおける情報通信アプリケーションなど様々な議題が取り上げられ、e-Asean 公衆意識プログラムやwww.e-asean.info プログラム、そして有害サイトに関してのASEAN・オーストラリア開発協力プログラム(AADCP: ASEAN-Australia Development Cooperation Program)の提言が行われた。さらに7月には電子商取引の早期段階にある加盟国向けの法整備の枠組みを提案し、UNCITRALのモデル法を下に法整備をすすめている。

タスクフォース、民間主導から政府主導へ

ドットコムブームのさなかに設立された e - ASEANタスクフォースは、当初民間主導で運営されていたが、2002 年に入りASEAN閣僚レベルの体制にシフトしつつある。フィリピン外相で e - ASEANタスクフォースの議長であるロバート・R・ロムロは、「ASEAN内の取り組みを加速させるために民間部門の参画を一度白紙に戻し、政府が主導的に推し進める体制に構造改革をする」(Business World, 2002)必要があると表明している。10 月のASEAN 経済閣僚会議で提出された「e - ASEAN Moving Forward」によれば、民間が参

加しているプロジェクト数は **2000** 年 **18** プロジェクト、**2001** 年 **12** プロジェクト **2002** 年 7プログラム(候補) と数が減ってきている。また **2000** 年以来、e - ASEANタスクフォースは情報通信技術の利点について拡大・啓蒙活動に焦点を当ててきたが、今後の活動を ① e ガバナンス・セミナー②サイバー法③ ASEAN School Net e-learning ④ E-entrepreneureship と言った分野へシフトしている。

タスクフォース「電子商取引政策原則及び e ASEANへの提言」

10 月のタスクフォースの会合で提出された「電子商取引政策原則及び e - A S E A N への提言」と題された報告書で、知的所有権、消費者保護、プライバシーに関し以下のような提言がなされた。

知的所有権

政府は知的所有権を保持するものが権利を侵害された際に効率かつ便利なほう執行 手段にアクセスできることを確認。著作権を執行し、侵害を阻止する法環境の整備が 必要。技術革新を妨げる政府の規制に対し警告。知的所有権に関する各国の法律に整 合性を持たせること。

消費者保護

電子商取引を行う際には、透明且つ効率的な別形態の取引と同等の保護が保証されていなければならない。

プライバシー

個人情報の収集は制限されなければならない。個人情報を収集する際には情報をもつ個人の同意のもとに法的且つ公正な手段を用いて収集されなければならない。入手した個人情報は当初の目的以外で使用されてはならない。

サイバー・セキュリティ

原則として情報システムのセキュリティはその情報システムに係るものの利益が保護されることを前提条件としなければならない。ユーザーは情報システムの有効性、誠実性、機密性が損なわれた際、それによる損害から保護されていなければならない。ただし、ユーザーは情報システムのセキュリティを請け負う責任を情報システムの持ち主およびプロバイダー、ならびにその他関係者と共有していなければならない。

2.1.5. 世界貿易機関(WTO)

名 称	世界貿易機関(WTO)	設立年度	1995 年
本 部	スイス(ジュネーブ)	加盟社数	144 カ国(2002. 1.1 現在)
活動目的	国際貿易ルールを定め、貿易自由化に向けた交渉及び紛争解決の場を提供する。		
URL	http://www.wto.org/		

世界貿易機関(World Trade Organization: WTO)はウルグアイラウンド(Uruguay Round) 交渉で採択された「WTO 発足協定」により、1995 年 1 月発足した国際機関であり、本部はスイス・ジュネーブに位置している。WTO は経済発展及び環境保護の連携、持続可能な開発、世界資源の最適な利用、商品とサービスの生産及び貿易の増大、関税及びその他貿易障壁の実質的な解消など、加盟国間の交渉を通じた多国間貿易体制の発展を目的としている。この目的に向け、WTO は国際機関としての機能、グローバルスタンダードの機能及び交渉フォーラムの機能を果たしており、2002 年 12 月現在 144 カ国が加盟している。

WTO における電子商取引を巡る議論は 1998 年 5 月に開催された第 2 回 WTO 閣僚会議で電子的伝送に関税を賦課しない現在の慣行を暫定的に凍結(standstill)し、電子商取引に関する作業計画(work program)の立案を骨子とする閣僚宣言を採択し、本格化した。それ以降、WTO は 1998 年 9 月、「電子商取引作業計画」を採択し、商品貿易理事会(Council for Trade in Goods)、サービス貿易理事会(Council for Trade in Services)、貿易関連知的財産権理事会(Council for Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)及び貿易開発委員会(Committee on Trade and Development)において電子商取引に関連する争点を検討し、一般理事会(General Council)で報告書を提出するようにした。これにより、上記の機関は 1999 年7 月、WTO の「電子商取引作業計画」に盛り込まれた争点に関する議論報告書を一般理事会に提出した。

だが、1999 年 12 月、シアトルで開催された第 3 回閣僚会議で新ラウンドの発足が失敗して以来、WTO における電子商取引の議論は一時中断された。その後、2000 年 7 月、WTO 一般理事会は 1998 年の作業計画を中心に電子商取引の議論を継続することを決定した。これを受け、上記機関は電子商取引の議論を再開したが、実質的に加盟国間の合意は見出せなかった。それから現在に至るまで、WTO では一般理事会の電子商取引特別会議を中心に議論が進められているが、幾つかの争点、中でも「電子的伝送物の分類問題」などを巡り、加盟国間で歩み寄れず、具体的な結果を生み出せずにいる。以下は、2002 年 12 月現在までの WTO における電子商取引を巡る議論を各機関別にまとめたものである。

(1) 主な機関別の議論概観

(1) 商品貿易理事会

商品貿易理事会は電子商取引に対する WTO ルールの適用に関連し、1999 年 7 月 30 日まで 3 度会議を開催・議論したが、結論を導き出せなかった。商品貿易理事会における主な議論の 内容は「電子的伝送(electronic transmission)」の法的な性格であり、サービスもしくは商品 と見なすべきなのか、又は「第 3 の類型(something else)」と見なすかという問題であった。このような問題は関税、分類、関税評価、原産地及び輸入許可など関連事項より優先的に解決されるべきと認識されていた。この他にも複数の事案で合意が生まれず、商品貿易理事会は 1999 年 3 月の非公式会議でかつて議論された商品貿易関連の電子商取引部分をひとまず議長 要約書(Chairman's Summary)としてまとめ、一般理事会に中間報告書として提出した。加盟 国は中間報告書を検討した上で必要と判断される場合は論議を継続する方針だったが、格別な

意見がなく、同報告書は 1999 年 7 月に開催された商品貿易理事会の最終結果として一般理事会に提出された。すなわち、同報告書は 1998 年の WTO の「電子商取引作業計画」に従い、論議中の争点、中でも電子的伝送の性格、電子商取引に関連した商品の市場へのアプローチ問題、関税の賦課、原産地の規定、標準など、電子的伝送の特性に起因する問題を WTO の各理事会及び関連のある国際機関(OECD、UNCITRAL、UNCTAD、World Bank、WCO など)と共に議論する方向へ導いた。以降、商品貿易理事会は 2000 年 10 月 4 日と 11 月 8 日の両日、非公式会議で多様な分野で議論され得る争点(cross-sectoral issues)について、1999 年 7 月に決定した内容により論議を継続すると宣言し、現在まで論議を続けている。

(2) サービス貿易理事会

1998 年 9 月の一般理事会で採択した「電子商取引作業計画」に基づき、サービス貿易理事会は 1999 年 4 月 26 日、5 月 18 日、6 月 22~24 日まで開催された会議において、一般理事会の作業プログラムを巡る論議を行った。サービス貿易理事会は 1999 年 7 月 19 日、一般理事会に提出するために同作業プログラムで委任された内容に関する報告書を採択した。サービス貿易理事会は基本的に WTO における電子商取引の議論が GATS を中心に行われるべきとの立場であった。電子的伝送が GATS に規定されたサービス供給の 4 つのタイプに該当する可能性があるためである。さらに、加盟国は同争点の複雑さに鑑み、更なる検討が必要との意見を示した。この他、サービス貿易理事会は電子貿易における最惠国待遇と内国民待遇問題、電子的貿易における透明性、開発途上国の参加、国内規制、標準及び認定、競争、サービス分類の問題などについても話し合ったが、明確な結論を見出せなかった。結局のところ、サービス分類の問題などについても話し合ったが、明確な結論を見出せなかった。結局のところ、サービス分類の問題などについても話し合ったが、明確な結論を見出せなかった。結局のところ、サービス分類の問題などについても話し合ったが、明確な結論を見出せなかった。結局のところ、サービス分類の問題などについても話し合ったが、明確な結論を見出せなかった。結局のところ、サービス貿易理事会は 2000 年 10 月 6 日の会議で WTO の各機関が参加し、複数の分野にまたがる争点を議論し、一般理事会がこれに対する適切な指針(guidance)を提供することが望ましいとの見解を示し、同年 12 月 1 日、以上のような内容を一般理事会に報告した。

(3) 貿易関連知的財産権理事会

貿易関連知的財産権理事会(TRIPS 理事会)における電子商取引の議論は、関連する国際機関である世界知的財産権機関(World Intellectual Property Organization: WIPO)の活動と連携されているため、機関自体においては掘り下げた議論は行われていないと見られる。だが、TRIPS 理事会も他の機関と同様に、様々な議論を行っている。 TRIPS 理事会は 1998 年 9 月、一般理事会で採択した電子商取引に関する作業計画に従い、1998 年 12 月 1~2 日、1999 年 2 月 17 日、4 月 21~22 日、7 月 7~8 日に計 4 回会議を開催し、同作業計画の委任事項について話し合った。さらに、同理事会は 2 度に亘り、WIPO の代表を招待し、電子商取引に関連する WIPO の活動について説明を聞く会議を開催した。TRIPS 理事会は中でも、著作権の保護及び強化、商標権の保護及び強化、新技術関連問題及び技術に対するアプローチの確保問題などを重点的に議論した。こうした議論を通じ、TRIPS 理事会は基本的に既存の知的財産権グローバルスタンダードの枠内で問題が解決されるべきという点に注目した。しかし、技術的な中立性問題については、更なる作業及び検討が必要であると評価した。以降、同理事会は1999 年 7 月 30 日、電子商取引作業計画による報告書を一般理事会に提出した。結局、TRIPS 理事会は 2000 年 9 月 21~22 日及び 11 月 27~30 日の会議を通じ、電子商取引に関連

して発生する知的財産権の争点は今後、国際共同体の更なる検討が求められることに認識を共にし、とりわけ WIPO との協力に注目した。

(2) 主な争点別の議論概観

① 関税

1998年、電子商取引に関する閣僚宣言は電子的伝送(electronic transmission)に関税を賦課しない現在の慣行を暫定的に凍結(standstill)した。以後、1999年のシアトル閣僚会議の準備及び2001年の第4回閣僚会議においても、関税賦課問題に対する既存の凍結措置は維持された。だが、関税問題は結局、WTOにおける「電子的伝送物」の法的性格の規定方法により左右される。現在まで電子的伝送に対する関税猶予の慣行はその取引が明白なサービスの場合を除いては、いわゆる「デジタル商品(digital product)」に適用されているが、このような関税猶予の慣行は2003年の第5回閣僚会議まで継続されると見られる。

② 電子的伝送物の分類問題

分類問題における争点は電子的形態と同時に、物理的形態でも伝達が可能な製品を WTO のルール体系でどのように分類するか、という問題である。物理的形態での伝達が不可能な場合はサービスと捉えるという加盟国間の合意が成されたとされる。 だが、コンピューターのソフトウェアなど電子的及び物理的手段の両方により供給が可能な場合、それぞれの形態に同ーのルールが適用されるべきなのか、という問題が生じる。さらに、同争点は適用ルールを決定する問題であるため、これにより関税や待遇など WTO の基本原則が変化し得る極めて重要な問題でもある。同争点につき、WTO では商品貿易理事会とサービス貿易理事会などで盛んに議論された。しかし、現在まで加盟国は歩み寄りへの失敗を繰り返している。米国と日本などは電子的伝送物に対して自由な貿易を保障するとのレベルで GATT 基準、EU とシンガポールなどは規制が容易との側面から GATS を適用している。もっとも、同争点については今なお、どの加盟国の提案も一般的には認められていない。同争点を巡り、加盟国が合意を見出す場合、WTO において議論中の標準や原産地問題など数多い争点に関する議論も活発になると予想される。

③ 最恵国待遇と内国民待遇

WTO 体制の最重要原則は非差別原則(non-discrimination)であり、非差別原則の中心要素が最恵国待遇と内国民待遇である。最恵国待遇と内国民待遇に適用される基本条件は「同種性(likeness)」であり、電子商取引においてもこの非差別原則は同種性判断の問題と非常に密接な関係がある。しかし、最恵国待遇と内国民待遇は適用ルールにより、それぞれ性格がやや異なる。つまり、電子的伝送物に適用されるルールが GATT 又は GATS であるのかによって、異なる可能性があるのだ。同争点についても、加盟国は明確な合意に至れずいる。

④ 競争

電子商取引の拡大は中でも、小規模のサービス供給者の市場参入を促し、制限的な事業慣行の縮小に貢献したという見方が一般的である。だが、依然として独占や制限的な事業慣行は電子商取引に深刻な障害をもたらす恐れがあり、こうした側面から電子商取引に関連する同争点について更なる議論が必要であるとの見解が提示された。

⑤ 著作権

同争点について電子商取引により発生する出版の定義、原産地の概念、コピー権(right of reproduction)、通信権(right of communication)、人格権(moral rights)、権利保有者(right holder)、保護される客体(protected subject-matter)、制限(limitations)などを含め、既存の知的財産権関連内容について電子商取引が及ぼす影響が検討された。TRIPS 理事会で主に議論されている同争点はWTO 自体でよりは、WIPO との協力を通じて掘り下げた議論が行われている。その他、電子商取引における商標の保護や新技術へおアプローチ問題、執行などの問題がTRIPS 理事会とWIPO を通じて議論されている。

2.1.6. アジア太平洋経済協力会議(APEC)

名 称	アジア太平洋経済協力会議(APEC) 設立年度 1989 年		
本 部	シンガポール 加盟社数 21 カ国		
活動目的	域内の安全及び繁栄の達成を目的に域内及び世界経済の挑戦に共同対応し、域 内のカネ・モノ・ヒトの移動を促進するために貿易・投資における障害解消を 推進する。		
EC 関連 政策提案	1997 年 3 月、電子署名に関する法的・技術的構造に対する提言 1998 年、電子商取引活動の青写真を提案 2001 年 10 月~11 月、カタールで開催の WTO 閣僚会議前に EC に対する非関 税措置を保護する意向を明示。その後、非関税措置を 2003 年まで延長するこ とで各国が同意 国際的認証局による法的構造の構築活動への協力 消費者保護に関する統一した対応の必要性を確認 各国の知的所有権保護に関する法的整備状況の公開		
URL	http://www.apecsec.org.sg/		

アジア太平洋経済協力会議(APEC: Asia Pacific Economic Cooperation)はアジア太平洋地域諸国政府間の経済協力の場として発足、現在韓国を含む 21 の国と地域が加盟、WTO 傘下に多角的自由貿易体制を補完、強化するオープンな地域協力機関であり、経済協力を通じた地域経済発展の促進、閉鎖的貿易障壁の撤廃、世界経済の発展を目的に多角的な自由貿易体制の維持・強化等が積極的に推進されている。毎年開催される首脳・閣僚会議を頂点に高級事務レベル会議(SOM: Senior Officials Meeting)、貿易・投資委員会、経済委員会、行政・財政委員会、11 のワーキンググループ等の組織及び分野別担当者会合等が活発に開催されている。

電子商取引の重要性を認識し、APEC レベルで電子商取引の論議を開始したのは 1997 年

11 月カナダ・バンクーバーで開催された第 5 回 APEC 首脳会談からである。同会議で発表された首脳会議の宣言文により、初めて APEC レベルの電子商取引作業計画 (Working Program)を開発することを決定した。同宣言文は電子商取引の重要性及びビジネス部門の中枢を担う点を強調し、APEC 加盟国が電子商取引を通じて利益を享受できるよう一貫性のある法的枠組みを設け、域内電子商取引の促進に向けた広範囲な原則を制定することを唱っている。

1999年2月、APEC 高級事務レベル会議(SOM: Senior Officials Meeting)では電子商取引の運営グループ(Electronic Commerce Steering Group; ECSG)が立ち上げられた。同グループは APEC の電子商取引活動を持続的に支援し、APEC の電子商取引行動青写真(APEC Blueprint for Action on Electronic Commerce)による作業計画履行の役割を担っている。第1回会議は同年6月ニュージーランドのオークランドで開催、以降 APEC フォーラムで電子商取引に関する本格的な施行方策を模索、青写真の作業計画を検討した。

APEC 電子商取引運営グループ(ECSG)は **1999** 年ニュージーランドで第 **1** 回会議を開催、第 **2** 回会議は **2000** 年 **7** 月タイ・バンコクで、第 **3** 回会議は **2001** 年 **3** 月オーストラリア・キャンベラで開催された。**SOM** の活動期間は当初 **2** 年間だったが、**2001** 年 **2** 月北京で開催された **2001** 年第 **1** 回 **SOM** で **2** 年間の活動延長が承認された。**2001** 年 **8** 月には中国・大連で第 **4** 回 **ECSG** 会議が開催された。

電子商取引の貿易円滑化行動計画

2002 年 8 月 APEC 電子商取引運営グループ(APEC Electronic Commerce Steering Group) は電子商取引における貿易の円滑化行動及び措置計画を貿易投資委員会(CTI)及び高級事務レベル会議(SOM)に提出することにした。

消費者保護

APEC 電子商取引運営グループ(APEC Electronic Commerce Steering Group)は 2000 年、EC と消費者の保護という議題で研究会を開催、APEC による消費者保護に向けた統一構造の必要性を確認した。 2002 年には電子商取引における消費者保護に関する最終報告書及びオンライン上の消費者保護ガイドラインの作業を推進中にある。

個人情報の保護

2002 年 **8** 月、米国は **APEC** 加盟国を対象に政策経験の共有、今後の作業課題を究明するためのアンケート調査を実施した。その結果に基づき、今後の **APEC** 個人情報保護勧告案を作成することを決定した。なお、**2003** 年に個人情報保護のためのワークショップを開催することで合意した。

ペーパーレス貿易の実現に向けた個別アクションプラン

2002 年 8 月、APEC 事務局はペーパーレス貿易の実現に向けた個別のアクションプランに

各国の計画提出状況(12 加盟国)、ウェブサイト登録計画、今後の措置を盛り込み、第 6 回電子 商取引運営グループ会議で報告した。

2.2. 北米

2.2.1. 米国

主な法的枠
組み、法
律・法案1997 年「グロー
Elec
1998 年 10 月「
Copy
1999 年「統一電
Act)

1997年「グローバルな電子商取引のための枠組み(A Framework for Global Electronic Commerce)」

1998年10月「1998年デジタル・ミレニアム著作権法 (Digital Millennium Copyright Act)」

1999 年「統一電子処理法(UETA: Uniform Electronic Transactions Act)」

2000 年4月「児童オンライン・プライバシー保護法案(COPPA: Children's Online Privacy Protection Act)」

2000年6月「国際・国内取引における電子署名法(E-SIGN: Electronic Signatures in Global and National Commerce Act)」

2001年11月、インターネットを使った電子商取引に対する新規課税の凍結 の2年間延長する法案成立

米国の電子商取引関連政策は、クリントン・ゴア政権下の 1997 年7月1日に発表された「グローバルな電子商取引のための枠組み(A Framework for Global Electronic Commerce)」をベースとして進められてきた。ゴア副大統領のリーダーシップのもと、デジタル社会の実現と繁栄を目指し、さまざまな施策が行われてきた。クリントン・ゴア政権は、インターネットの黎明期に IT を活用した新しい社会の実現を見通し、まずはそのインフラストラクチャづくりを進めた。その後電子商取引に関連した法律としては 2001 年までに「1998年デジタル・ミレニアム著作権法」、「統一電子処理法」、「児童オンライン・プライバシー保護法」、「電子署名法」などが制定された。

2001 年初めに誕生したブッシュ政権は、これまでに築かれた基盤をベースに、電子政府構築をはじめ、インターネットを含めた IT を活用して、さらにビジネスの効率化や経済発展を進めようとしている。また、9月 11 日のテロ事件以降、安全保障関連問題が **2001** 年後半以降ののブッシュ政権の最優先課題となっており、それに関連したコンピュータのセキュリティ問題などにも重点がおかれるようになってきている。

2002 年の主な動き

サイバー・セキュリティへの取り組み

2002 年、ブッシュ政権は国家安全保障省の設立をはじめとしてテロ対策に重点をおいており、インターネット上のセキュリティに関してもそれが見受けられる。 9月、ホワイトハウスは「安全なサイバー空間のための国家戦略 (A National Strategy to Secure Cyberspace)」の草稿を発表した。同草案は、安全なサイバー空間を確保するための国家戦略であり、大統領特別インフラ防衛委員会(Presidents Critical Infrastracture Protection Board)の下、インター

ネットに携わる産業、連邦・州政府、地方自治体、教育・研究機関などが協力をして作成されたものである。同草案は、11 月まで一般の意見を募った後さらに内容を詰められ、最終版が2003年中に発表される予定である。

また 11 月、ブッシュ大統領は「サイバー・セキュリティ研究開発法 (Cyber Security Research and Development Act)」に署名した。同法は国内の情報インフラをハッカーやテロリストから守るための研究に5年以上をかけて計9億ドルの予算を振り当てる事を定めている。同法のもと、米国科学財団(NSF: National Science Foundation)と米国商務省標準技術局(NIST: National Institute of Standards and Technology)にサイバー・セキュリティに関する研究奨励金を設けるなどする。内容の詳細と投資額は以下の通り。

表 2-2 サイバー・セキュリティ研究開発法の内容と投資額

内容	投資額
サイバー・セキュリティに関する研究を行う、博士課程修了者、上級研究者のた	2億7,500万ドル
めのフェローシップ	
暗号化、プライバシー、ワイヤレス・セキュリティ、知的所有権等に	2億3,300万ドル
絡むサイバー犯罪を感知し調査する能力を向上させるための研究な	
ど、サイバー・セキュリティ9分野における研究グラント	
研究者や専門家を育成するための「コンピュータおよびネットワーク・	1億4,400万ドル
セキュリティ研究センター (Computer and Network Security Research	
Centers)」の設立	
大学において、コンピュータやネットワーク・セキュリティの学士、修	9,500 万ドル
士課程プログラムを設立するためのグラント	
コンピュータやネットワーク・セキュリティ研究を行う大学院生のため	9,000 万ドル
のトレーニング・プログラム設立	
コンピュータやネットワーク・セキュリティを改善するための長期的で多	3,200 万ドル
領域にわたるハイリスクな研究を支援	
大学院生がサイバー・セキュリティ分野における博士課程を終了するよ	2,500 万ドル
う支援するためのプログラム	

出典: **ZDNet**⁴⁸記事をもとにで作成

ブロードバンドへの取り組み

米国のブロードバンド普及率は 2002 年8月時点で 17%(Nielsen//Netratings 社調べ) 49 と アジア及びヨーロッパ諸国の IT 先進国に比べて遅れをとっており、IT関連産業の不振を打開する手立てとしてブロードバンド普及に関する政策が求めらていた。こうした動きを受けて連邦通信委員会(FCC: Federal Communication Committee)は2月、ブロードバンドの普及促進に関する規則制定提案告示(NPRM)を発表した。その中で、FCCがブロードバンド普及に関する諸課題に取り掛かる際には以下の4つの原則にもとづかなければならないとした。

全米で隔たりのないブロードバンドサービスの提供を促進すること

⁴⁹ "Hong Kong leads the world in high-speed internet connections, according to Nielsen//Netratings' global internet trends survey" http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_020815.pdf

⁴⁸ "House Oks billion-dollar cybersecurity bill," Nov. 13, 2002, ZDNet

- 異なったプラットフォーム間でのブロードバンドサービスの競争促進
- 投資・技術革新を促進する最小の規制環境を保証すること
- 複数プラットフォームで出来るだけ一貫した分析の枠組みを整えること

さらに6月、ブッシュ大統領は重い腰を上げ国家政策としてブロードバンド普及問題に取り組む方針を示した。同国の主要 I T企業のトップを招いて行われたハイテク・サミットにおいてブッシュ大統領は、米国が「ブロードバンド拡大にもっと積極的にならなければならない」とし、「F C C を通じて様々なアクションが取られる」と発表した。その後、アクションの 1 つとしてブロードバンドに係る規制緩和が議論にあがっている。ブロードバンド関連の規制緩和が行われれば、ブロードバンド市場の競争が促進され、ブロードバンドの普及が大きく進むと見込まれている。

「デジタル・エコノミー2002」を発表

2月、商務省が毎年米国経済における情報通信技術の状況について伝える「デジタル・エコノミー」の 2002 年度版、「デジタル・エコノミー2002」が発表された。その中ではまず 2000 年以降停滞を続けていた米国経済の回復傾向が触れられた。具体的には、2001 年、景気が後退をしていたにもかかわらず、企業は一年を通してITキャピタルへの投資が続けたことや、IT革命やその普及によってインフレ率が低く抑えられ、景気後退にもかかわらず生産性が伸びたことなどが報告された。また「デジタル・エコノミー2002」は情報技術の普及やインターネットによって通信、購買、学習などの機会が大きく広がったことについても触れられた。 2001 年、米国の国民の半数以上がインターネットを利用しており、さらに利用率は全ての人口・経済・地域のグループにおいて増加しているとしている。情報技術およびインターネットが米国の家庭、仕事場において欠かせないものとなっていることを伝えており、電子商取引普及において大きく前進していることをうかがわせる内容となっている。

2.2.2. カナダ

主な法的枠 組み、法 律・法案

1998年9月「電子商取引戦略 (Electronic Commerce Strategy)」 1998年10月「電子商取引における暗号政策の枠組み (Cryptography Policy Framework for Electronic Commerce)」

1999年9月「統一電子商取引法(Uniform Electronic Commerce Act)」 2000年4月「個人情報保護と電子文書法(Personal Information Protection and Electronic Documents Act)」

2001年4月「2001電子取引法(ETA: Electronic Transactions Act, 2001)」

2001年9月「ドメイン名登録に関わる紛争を解決するためのポリシー」のドラフト作成

「電子商取引における消費者保護に関するガイドライン (Canadian guidelines on consumer protection in electronic commerce)」

公開鍵基盤(PKI)に関するポリシー

カナダ政府は 1998 年 9 月、州・準州・民間部門と協力して作成した「電子商取引戦略 (Electronic Commerce Strategy)」を手始めに、電子商取引関連の法案作りに取り掛かり

始めた。その後、電子商取引に関連して「UNCITRALモデル法」を基にした「統一電子商取引法(Uniform Electronic Commerce Act)」を制定、これをベースに各州および準州がそれぞれ電子商取引法を制定している。

プライバシー保護・電子署名に関しては、2001 年 1 月に「個人情報保護と電子文書法」が制定され、電子商取引を行なう際に使われる個人情報の保護、電子商取引での信用形成を定めた。また、2001 年 4 月に施行された「2001 年電子取引法(ETA)」は、電子文書と電子署名が紙の文書と署名と同様の機能をもつことを定めている。暗号政策に関しては 1998 年 10 月、「電子商取引における暗号政策の枠組み(Cryptography Policy Framework for Electronic Commerce)」を発表し、暗号技術や認証技術を使うことを奨励している。また、「認証局(CAs:Certification Authorities)」または「第 3 者信用(Trusted Third Party)」の導入はせず、暗号や認証に関してどの技術を選ぶかはユーザーのに任されている。消費者保護の施策として、「電子商取引における消費者保護に関するガイドライン(Canadian guidelines on consumer protection in electronic commerce)」が消費者や業界団体から成る電子商取引ワーキンググループによって取り纏められ、消費者保護に関する法律及び自主的規制を進めて行く中での基準などを提供している。

2002年の主な動き

プライバシーに関する法整備進む

2001 年 1 月に施行された連邦政府による「個人情報保護と電子文書法(PIPEDA: Personal Information Protection and Electronic Documents Act)」が 2002 年 1 月に、規制対象団体の個人の健康情報についても適用が拡大された。 PIPEDAは民間機関が保有する個人情報の保護を目的とした法律で、個人情報の収集・取り扱いに関して規制を設けている。 PIPEDAは施行後 3 年間の移行期間を 3 つのフェーズに分け、2004 年までに個人情報を取り扱う全ての民間機関に適用される予定である。 3 つのフェーズは以下の通り。

- 2001 年~:連邦政府の規制対象となる民間部門の顧客及び被雇用者の個人情報、州境 や国境を越えて個人情報公開を行うに州政府規制を受ける民間機関での適用
- 2002年~:上記の対象機関における個人健康情報まで拡大
- 2004 年~:州内での商業活動を目的に個人情報の収集、使用、開示を行う民間機関全 てに適用

しかし、州政府の規制を受ける民間機関に連邦政府のPIPEDAを適用する事に関して憲法上の議論があり、PIPEDAはこれに対し、個人情報保護に関し同法に「十分に類似している」州法がある州に対しては同法の適用を免除するとしている。これに対し、オンタリオ州は 2002 年独自の「2002 年プライバシー及び個人情報法 (PPIA: Privacy of Personal Information Act)」を制定している。

オンライン税制へのガイドライン

2002年9月、カナダ関税・税務局(CCRA: Canada Customs and Revenue Agency)は

電子商取引における物品・サービス税(GST: good and service tax)への課税についてガイドラインを発表した。その中で、物品とサービスの区別について、「供給を生み出す際に人の手を必要とするか」の基準で行うとし、ダウンロードやライセンス使用といった取引は物品の取引として扱うとした。しかし、技術の発達と共に曖昧さが残るであろう。また、課税を行う行政区についても触れられ、「売り手あるいは買い手がカナダに営業・流通機能のための拠点を持っている場合は常にGSTが課せられる」としている。しかし、国外(例えばグアム)の売り手がカナダの買い手と取引をする場合にはGSTS は免除される。つまり、カナダ人が国内の業者から買い物をする場合にはGSTが課税されるが、反対に国外の業者から買い物をする場合にはGSTが課税されない。

また、オンタリオ州の財務局は電子商取引における消費税(RST: Retail Sales Tax)の課税方法の変更についての幾つかの提言を行った。この中で、コンピューターのインストール、設定、改造、アップグレードといった労働は課税対象として含まれ、対して、コンピュータプログラムのテスト、トレーニング、アドバイス、データマネージメントといった労働は非課税になるとした。また、特別措置として両者が混在する場合には、課税対象のコストが非課税対象のコストの10パーセント以下であれば全て非課税となるとしている。

2.3. アジア・太平洋

2.3.1. 韓国

主な法的枠 組み、法 律・法案

1999年4月「Cyber Korea21」を発表

1999年7月「電子取引基本法」、「電子署名法」を制定

2002年2月「電子商取引活性化総合対策」を制定し、その一環として「e-Business 拡散国家戦略」を施行

2002年12月「2003年電子商取引政策推進計画」を発表

韓国政府は 1997 年 10 月、電子商取引活性化対策をまとめ、電子取引基本法は産業資源部、電子署名法は情報通信部、電子資金振替法は財政経済部でそれぞれ立法を推進することを決定した。同決定により、1999 年 7 月、電子取引基本法と電子署名法が制定された。21 世紀に入り、政府は電子商取引活性化総合対策をまとめた。電子商取引に関連する国家政策の目標として、下記事項を提示した。

- ①2003年まで電子商取引先進国への跳躍
- ②電子商取引の比重を韓国の世界貿易シェア水準への引き上げ7
- ③諸経済活動の生産性・効率性・透明性の向上を通じて経済先進国を達成8

併せて、上記の政策目標達成に向けて以下のような **5** 大重点分野を選定し、これに関する **40** の細部課題を確定した。

① サイバー市場の信頼性向上(細部課題:消費者、個人情報保護、紛争調整委員会、電子取引

⁷ 電子商取引を産業と貿易の軸に据えて育成し、グローバルな電子商取引時代の中心国に浮上

⁸ 1999 年 21 億ドル(0.8%)を 2003 年には 200 億ドル(2%)レベルに拡大

標準約款、電子署名公認認証、税制支援など)

- ② 電子商取引インフラの拡充(細部課題:ブロードバンド、技術開発、標準制定、専門人材の育成、物流体系の革新など)
- ③ 公共部門の電子商取引促進(細部課題:政府調達、国防、建設部門の電子商取引、公企業の電子商取引、調達関連法令の改正など)
- ④ 産業部門への電子商取引普及(細部課題:9 の産業別電子商取引パイロット事業、BtoB ブームの拡大、流通チャンネルにおける電子商取引の普及促進など)
- ⑤ サイバー貿易の基盤づくり(細部課題:対外貿易法の改正、海外バイヤーの統合発掘システム、ECRC の拡充、電子商取引の国際協力など)

なお、韓国政府は以下のような電子商取引関連法令及び制度の整備策を打ち出した。

- ① 銀行に適用される電子金融取引基本約款の制定及び普及
- ② 成約撤回権補完のための訪問販売等に関する法律の改正
- ③ 電子取引基本法による紛争調整委員会の稼動
- ④電子署名法による公認認証制度の施行
- ⑤個人情報保護ガイドラインの制定・普及
- ⑥民間部門における暗号利用活性化に向けた法律の制定推進
- ⑦知的財産権の保護制度確立

2003 年電子商取引推進政策の現状

韓国政府は 2000 年 2 月「電子商取引活性化総合対策」をまとめ、以降 2 回にわたって「e ビジネス拡散国家戦略」を立案・施行し、政策の中心が電子商取引から e ビジネスに発展させている。総合対策と拡散戦略に反映された政策課題は「電子取引政策協議会」により推進・点検されており、政策課題の着実な推進は e ビジネス化を促進し、e ビジネス大国に跳躍できる契機となっている。

2002 年 12 月に確定された「2003 電子商取引政策推進計画」は来年には法制、物流、決済など e ビジネスの拡散基盤を持続的に拡充し、2005 年まで電子商取引率(電子商取引高/取引総額)を 30%に引き上げ、企業経営の効率性と経済の透明性を高める方針を固めた。これに向け、電子文書の利用促進に向けた特別法、電子学習産業発展法、電子金融取引法などを制定し、計3,652 億ウォンの予算を集中的に投じる予定である。

表 2-3 2003 年度電子商取引政策の主な推進課題

	- デジタル経済の実現を阻害する法制の整備
	- 電子文書の利用促進に向けた特別法の制定
と 法制度の整備	- 電子取引関連法律間の整合性向上
伝 つの課題)	- 電子取引の活性化基盤の造成
	- e ビジネスのインセンチブ強化
	- 電子商取引消費者の権益保護強化
	- オンライン上の知的財産権の保護制度確立
	- ブロードバンドの持続的な構築(1,550 億ウォン)
	- e ビジネス戦略技術(67 億ウォン)と知能型ビジネス
 電子商取引インフラの拡充	- 基盤技術(80 億ウォン)の開発
(7 つの課題)	- 電子商取引標準化活動の支援(37 億ウォン)
(2,547 億ウォン)	- e ビジネスの優秀人材の需給基盤造成(490 億ウォン)
(2,011 MEX / A V)	- 電子決済の活性化
	- 物流インフラの拡充(311 億ウォン)
	- 電子学習産業の発展支援(12 億ウォン)
	- 業種別の e ビジネス基盤拡充(200 億ウォン)
	- 中小企業の IT 化支援 (686 億ウォン)
産業の e ビジネスの加速化	- モバイルビジネスの活性化
(7 つの課題)	- 企業機能の専門化支援
(1,037.8 億ウォン)	- 医薬品、農水産物(39.6 億ウォン)、建設(81 億ウォン)
(4,000,000,000,000,000,000,000,000,000,0	など、非製造業の e ビジネス活性化
	- 公共部門のリーダー役割の強化(31.2 億ウォン)
	- 成功事例の普及及び e -ビジネス教育
	- 電子貿易の基盤造成(45.7 億ウォン)
E ビジネスのグローバル化	- ASEM、OECD など国際協力の推進(9.5 億ウォン)
(4 つの課題)	- 日本、中国、イギリスなどとの協力強化(4億ウォン)
(67.2 億ウォン)	- e ビジネスソリューション支援センターの設立(8 億ウ
	オン)(暫定)
計	3,652 億ウォン

出展: 2003 年度電子商取引政策推進計画、産業資源部(2002 年 12 月)

(1) 電子商取引の活性化に向けた法制度の整備

法務部、産業資源部、情報通信部、公正取引委員会などが主導し、電子取引基本法、電子署名法、電子商取引などにおける消費者保護に関する法律など電子取引関連の法律を制定もしくは改正した。文化部、財政経済部などを通じて著作権法、電子金融取引法などデジタルコンテンツと電子商取引の活性化を支援する法律の再改正が推進された。現在、電子金融取引法は法制処による審査中であり、年内に国会に提出される予定である。

財政経済部、調達庁は 2002 年 9 月、国家契約法施行令と調達事業法施行令を改正し、政府電子調達(G2B)の利用活性化を図る方針を固めた。その後、11 月には財政経済部が SCM と CRM 投資に対して税額控除(大企業 3%、中小企業 7%)を支援するなど、電子商取引に対する税制支援を強化することにした。

(2) 電子商取引インフラの拡充

情報通信部はブロードバンドを最高 400Gbps レベルに高速化し、ATM 交換機を拡大構築するなど、情報通信網の高度化に向けて総額 1,851 億ウォンを投入した。さらに、産業資源部とともに ebXML の標準化支援を拡大(10 億ウォン)し、電子文書、電子カタログ、製品モデル、基盤技術など電子商取引の標準及びソリューションの標準適合性認証モデルの開発を支援(27.5 億ウォン)している。なお、両部は e ビジネスの応用技術及び統合技術(25 の課題、60億ウォン)、業種別の ERP 基本型(template)(50 億ウォン)、協業取引技術及び応用サーバー技術(74 億ウォン)など、e ビジネス技術の開発を支援している。

さらに、教育部、産業資源部、情報通信部、労働部は e ビジネス人材開発センター、大学及び大学院への支援(15 億ウォン)、e ビジネス女性サイバーアカデミーなどを通じて e ビジネスの優秀人材を育成している。海洋水産部、建設交通部、産業資源部は港湾運営情報網の改善、産業物流の革新対策立案(2002 年 6 月)、内陸貨物基地の造成など電子商取引の物流基盤を構築している。

一方、財政経済部と産業資源部は 2001 年 19 億ウォンだった BtoB 電子商取引に対する信用保証規模を 2002 年 736 億ウォンに大幅拡大し、ゲートウェイ方式の保証決済システムを構築した。併せて、教育部、労働部、産業資源部などは 2002 年 5 月「電子学習産業の活性化方策」をまとめ、技術開発、標準化、コンテンツ開発などを支援する電子学習の知識産業化を支援することで合意した。産業資源部は独自で分野別 e ビジネスの成功事例(10 個)及び業種別 e ビジネスインデックスを開発・普及している。

(3) 産業の e ビジネス化促進

農林部と海洋水産部が中心となり、農民ホームページ、農産物統合ショッピングモールなどを通じて農産物の電子商取引基盤を築き(計 37 億ウォン)、サイバー海運取引システム及び水産物電子競売システムの開発を推進している。保健福祉部と建設交通部は共同で療養給与費用の EDI 請求機関拡大、建設 CALS の標準化及びパイロット事業など、非製造業の e ビジネス化を推進している。

産業資源部は中小企業庁と共に、**BtoB** 電子商取引インフラ構築(**28** 業種)(計 **192.5** 億ウォン投入)、**3** 万中小企業の **IT** 化、情報化革新専門企業の育成など、企業の電子商取引を支援している。さらに、**2002** 年 **5** 月にまとめられた「情報戦略計画」により、国防部と建設交通部は国防調達の電子商取引(**21.5** 億ウォン)、建設 **CALS/EC** 体系の構築を **2005** 年まで推進することを決定した。

一方、企画予算署、調達庁、電子政府特別委員会は政府の電子調達システム (2002 年 9 月) と電子支払システム(2002 年 10 月)を稼動し、G2B マーケティング基本計画を(2002 年 10 月)まとめた。

(4) e-ビジネスのグローバル化

産業資源部は 2002 年 1 月、「電子貿易事業推進計画」を立案、その後 11 月には「日韓ペーパーレス貿易実務協議会」を開催するなど、電子貿易の拡大に積極的である。なお、産業資

源部は外交部と共に、電子貿易のパイロット事業、電子商取引勧告案の採択(**2002** 年 **9** 月)、情報ポータルの構築など、**ASEM** レベルの電子商取引協力をリードしている。又、情報通信部は日本、イギリス、フィンランドなどと電子商取引政策協議会及びビジネスラウンドテーブルを開催(**2002** 年 **9** 月)するなど、**2** 者協力を推進している。

一方、**2002** 年 **9** 月、産業資源部は独自で **e** ビジネス海外進出協議会とグローバル **e**-ビジネス支援センターを設置し、**e** ビジネス企業による海外市場の開拓を支援している。

(5) 電子政府サービス

国連加盟国が発表した「電子政府実現レベルの評価結果」⁹⁾ によると、韓国は **2001** 年度の電子政府指標(**The 2001 E-Government Index**)上第 **15** 位であり、**3.25** 点満点の **2.30** 点で世界平均の **1.63** 点を大きく上回った。併せて、韓国の電子政府レベルに対する評価が高い理由は、かつての持続的な行政情報化政策 ¹⁰⁾と最近の電子政府特別委員会を中心とした電子政府事業に重きを置き、推進してきた努力の結果と言えるだろう。

一方、これまで韓国で推進された電子政府の経過を見ると、国家基幹電算網事業(1987~1996)、情報化促進基本計画(1996~)、電子政府:情報化促進基本計画 10 大課題、電子政府の11 大核心課題(2001 年 3 月~)、電子政府特別委員会、e-Korea Vision 2006(2002~2006)の順で進められてきた。中でも、電子政府特別委員会のリーダーシップの下で選定・推進されている 11 大事業はまだ完全には成功していないものの、発展的形態の推進方式に着目した点は今後の電子政府推進時に役立つはずである。

11 大重点事業の主な内容

2001 年以降、電子政府サービスの実現目標を見ると、第一、**2002** 年 **10** 月末まで電子政府の核心事業を完成するとの戦略である。これは具体的な構築完了時期を定め、省庁別の単一事業ではない、複数の省庁による共通事業の完成を意味する。従来、毎年部署別に推進計画を提出していた様相から一変したものである。

第二、電子政府の推進目標を達成するために推進戦略を立て、電子政府構築の方法論を提示した。電子政府の骨組みを築く最終的な実現時期まで重点推進課題の達成に向け、優先順位を付けて 11 の事業を最終決定した。

第三、11 大事業の大きな分類体系は既存の行政生産性アップ、苦情サービスの革新、電子 政府の基盤造成という 3 つの区分方式と大差ないが、その優先順位の面で変化が生じた。すな わち、かつてはシステム構築といった政府の効率的運営に関する事業が主を成していたが、今 や国民と企業へのサービスを改善する事業を最重要課題に据えている。

第四、このような対国民サービスが円滑に作動するよう、行政の生産性アップに関連する事

⁹⁾ 報告書の題目は「Benchmarking E-government: A Global Perspective」。国連事務局(UN Division for Public Economics and Public Administration) 及び米国行政学会(American Society for Public Administration)が共同で2001年上下半期の2度、190余国連加盟国を対象に評価(http://www.unpan.org)

¹⁰⁾ 第 1,2 次行政電算網事業(1987~1996)が推進され、住民、不動産、自動車など全国を挙げた業務情報化により基盤を造成した。1997 年以降は電子政府実現の基盤環境になるブロードバンドの構築、中央と地方行政業務に対する情報化作業の推進、情報化促進基本法、電子政府の実現に向けた行政業務等の電子化促進に関する法律など、関連法制度を整備し、基盤造成を経て拡大・発展する段階に突入

業がその後に位置づけられている。11 大事業は併行推進されてこそ、最大限の効果を発揮する。なぜなら、事業が個別に進められるのではなく、情報の共同活用及び情報の連携を基本にしてこそ、業務手順が簡素化し、国民が行政サービスを容易に利用できるためである。

このように、電子政府 11 大事業は 3 つの項目とつながっていることが分かる。サービスの目標が明確になったため、まず国民と企業という顧客に 2002 年 10 月まで提供できるサービスの中で最も至急かつ便利さが最大化する課題を採択した。なお、こうした苦情サービスを提供するために行政内部業務の革新を図り、バックオフィス機能の効率化達成に向けた事業が併行推進されるようにした。全般的な苦情サービスの活用度を高め、行政機関間の電子認証を可能にする基盤構築事業も同時に推進している。

質の高い行政サービスの提供

	・約4,400種類の苦情処理手続きの案内
	・主な苦情約 400 個のオンライン申請サービス提供
苦情サービスの革新	・住民登録、戸籍、土地などの情報を行政機関間で共同活用
(G4C)事業の推進	⇒機関間で確認できる書類は国民が再度提出しなくても済む。
	※ 住民登録謄(抄)本、戸籍謄(抄)本、土地及び建物台帳など 20 種類
	・関連インターネットアドレス: www.egov.go.kr
国民年金、健康·雇用	・インターネット利用、4大保険機関の1ヵ所を訪問すれば資格関連業務の処
・労災保険の4大保健	理が可能
の情報システム連携	・関連インターネットアドレス : www.4insure.or.kr
	・国家総合電子調達(G2B)ポータルサイトに業態登録だけで公共入札に参加可
調達関連手続きの On-line 化	能
	・事業者登録証、業態実績証明書などを1回提出すれば済む。
	・G2B システムは 2002 年 9 月、国連の「公共サービス賞」の大賞に推薦
	・関連インターネットアドレス : www.g2b.go.kr
	・納税者が自宅・会社でインターネットを通じて国税業務の処理が可能
インターネット総合	・納税申告は今年から付加価値税、特別消費税、住民税、源泉税にのみ適用
国税サービス(Home	・2003 年 5 月には証券取引税、印紙税、所得税、法人税にまで対象拡大の計
Tax Service) システ	画
ムの構築	・通知及び納付は今年から全ての税目に対して実施
	・関連インターネットアドレス : www.hometax.go.kr

情報技術を活用した行政の能率アップ

国家財政情報システム、全国単位の教育行政情報システム、市・ 郡・区行政総合情報化 事業推進	・財政、教育、地方行政関連情報をインターネットで連結し、共同活用
公務員の人事政策支援	・人事情報の DB 化及び電子的管理
システムを構築	・人事行政の効率性及び政策立案の適合性向上

電子政府の実現に向けた基盤拡充

電子署名・電子官印システムの構築	・公認電子署名の利用者を年末まで1千万人に拡大
政府を挙げた統合電算 環境の段階的構築	・「ペーパーレス行政」を目指す ・ 部署別に分散されている H/W、S/W、人的資源など、電算環境の効率 的運営策を講じる

2.3.2. 中国

• • •	
主な法的枠	1994年2月「コンピューター情報システム安全保護条例」を制定
組み、法律・法案	1997 年 12 月「コンピューター情報インターネット安全保護管理方法」を発表
	2000年1月「コンピューター情報システム及びインターネット保安管理規
	定」を制定
	2000年4月「コンピューターのウィルス防止管理方法」を発表
	2000 年 10 月「ソフトウェア管理方法」を発表
	2000 年 11 月「コンピューター、インターネット関連著作権を巡る紛争処理
	に関する適用法律」を制定

現在、電子商取引及びインターネットに関する中国の立法作業は多くの成果を収めた。関連 法規及び規定が続けて制定されたことに加え、関連政策、地方法規及び司法解釈が数十個に上 る。これら法律及び規定はインターネットの安全及びセキュリティ、インフラづくり、融資、 広告、事業許可、ニュース発表など幅広い分野に関連しており、法律体系の基本枠組みを構築 した。

- ・現在まで制定された重要な法律及び規定
 - ① 電信管理条例
 - ② インターネット情報サービスの管理方法
 - ③ 電信サービス基準
 - ④ 商業用パスワード管理条例
 - ⑤ インターネット電子公告サービスの管理方法
 - ⑥ ネット上におけるニュース掲載業務に関する時限的管理方法

電子商取引及びインターネットに関する司法作業もまた多くの成果を挙げた。一部重要な関連事件に対する裁判が行われ、一連の基本原則が各級の裁判所で逼く認められ、そのうち一部は司法解釈にまで格上げされた。

以上のような原則が確立・執行され、裁判官は適用可能な法が制定されていない状況でも、 関連紛糾に対して有効な判決を下せるようになった。これを受け、社会秩序が安定しただけで なく、法律の適用範囲が拡大される効果まで得た。

電子商取引及びインターネット関連の行政管理においても、商工機関、版権管理部処等も新 しい方向を模索し、質の向上を成し遂げた。

中国の電子商取引法規環境の発展傾向

中国の電子商取引の発展は他諸国に比べ発展速度が遅く、未だに発展の初期段階にあり、経験も不足しているため、まだ電子商取引の専門的な法律、法規がないだけでなく、電子商取引関連の立法も初期段階にあるのが現状である。

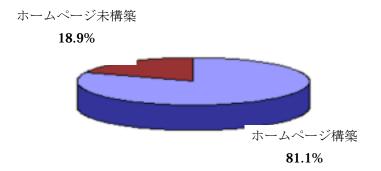
しかし、近年国務院及び関連部署は電子商取引と関連のあるテレコム産業、インターネット サービス産業、電子情報産業及びその他サービス産業に関する政策、法規、規則を制定中であ り、電子商取引の外部環境を規定化した。

2002年の主な動き

「政府インターネット工程」の細部推進状況

中国電子政府の主要内容は政府情報ネットワークプラットフォーム及び政府の業務処理システムの標準化である。政府が掲げる情報ネットワークプラットフォームの標準化には電子政府業務ネットワークシステムの標準化及び電子政府業務支援プラットフォームの標準化が盛り込まれている。

中国の「政府インターネット工程」の中心はホームページの開設、政府の情報化等であった。 **2002** 年 **6** 月現在、**81.1**%の省及び部レベルの政府機関、**57.5**%の省市レベルの政府部署が既にホームページを開設、情報サービスを提供している。



出典: CCID、中国電子商取引年鑑(2002)

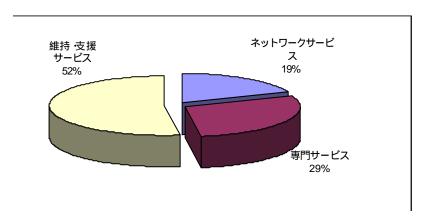
図 2-1 中国の省・部レベル政府機関のホームページ開設現況

中国電子政府の情報サービス

電子政府の構築における資材調達はそのうちのごく小さい部分であり、コンサルティング、 企画、応用、教育などの情報サービスがより必要である。

2002 年前半期まで中国電子政府情報サービスの市場規模は **26.5** 億人民元であり、このうち維持及び支援サービスの市場規模は **7.70** 億人民元、システム統合等の専門サービス市場規模

は 13.82 億人民元、ネットワークサービス市場規模は 4.98 億人民元である。



出典: CCID、中国電子商取引年鑑 (2002)

図 2-2 2002 年前半期の中国電子政府情報サービス市場の構成

2.3.3. マレーシア

主な法的枠 組み、法 律・法案

1991年「ビジョン 2020」

1996 年「サイバー法 (Cyber Law)」税制措置など優遇

1998年10月「1997年電子署名法 (Digital Signature Act of 1997)」施 行

1999 年 4 月「コミュニケーション・マルチメディア法 (Communications and Multimedia Act)」施行

1999 年 4 月「1997 年改正著作権法 (The Copyright Amendment Act 1997)」施行

2000年6月「1997年コンピュータ犯罪法 (Computer Crime Act 1997)」施 行

2002年「個人データ保護法 (Personal Data Protection Act)」議会提出

1991 年にマハティール首相が打ち出した国家戦略「ビジョン 2020」のもと、情報通信産業の戦略的育成に力を注いでいる。具体的には、「マルチメディア・スーパーコリドール (MSC: Multimedia Super Colidor)」計画が精力的に遂行されている。また、それと同時に、MSC 推進の中で情報化や電子商取引関連の法規制の整備も進められている。1996 年に制定された「サイバー法(Cyber Law)」は、情報通信産業にとって最善の環境を整えることを目的とし、MSC 地区のみに適用されるものとなっている。

これを皮切りに、その後電子商取引を取り巻く法律の整備が進み、1998 年 10 月「1997 年電子署名法 (Digital Signature Act of 1997)」、1999 年 4 月、「1998 年コミュニケーション・マルチメディア法 (Communications and Multimedia Act)」と「1997 年改正著作権法 The Copyright Amendment Act 1997」」、2000 年 6 月に「1997 年コンピュータ犯罪法 (Computer Crime Act 1997)」が制定されていった。

2002 年の主な動き

デジタルデバイド解消への取り組み

2002 年は、マレーシア政府にとってデジタルデバイド解消への大きな第一歩を踏み出した年であったといえるだろう。マレーシア政府は、デジタルデバイドを「情報やその利用のための先端情報通信技術へのアクセスが不平等であることから起こる社会経済問題」とし、国家IT評議会(NITC: National Information Technology Council)のもとデジタルデバイド解消に取り組んできた。マハティール首相は4月、マレーシア国内のデジタルデバイド解消に向けた第3回NITCを召集した。その中で同首相はデジタルデバイドを解消するために国民が英語などの外国語を習得することが急務となっていると訴えた。NITCは 2002 年初頭、「デジタルデバイド解消への枠組み」の制定に関するアジェンダを承認しており、その中でマレーシア社会で最も重要とされる以下の7分野でのデジタルデバイド解消について取り扱う予定となっている。

- サービスの行き届かない地方コミュニティやサバー、ラワクといった原住民
- 都市貧困層
- 女性
- 若年層
- 障害者
- 高齢者
- 中小企業

またマレーシア政府は、都市部と地方のデジタル格差を解消する手立てとして、先端のインターネット接続技術を活用しようと模索している。その一例として、政府はCDMA (Code Division Multiple Access)技術によるワイヤレス・インターネット接続を挙げており、現在、地方部で 6000 の契約者数があるとしている。

9月、NITCはコンピュータ基礎能力に関する資格制度、MyIUL(Malaysia ICT User License)を立ち上げた。これにより、デジタルデバイドの計測が可能になると共に、国民にコンピュータ基礎能力の習得の啓蒙することでデジタルデバイド解消に役立つ見込みである。 MyIUL は2つのレベルから成り、レベル1ではファイルのコピー・添付からインターネット閲覧まで、レベル2では、文書作成のアプリケーションからデータベースのアプリケーションまで基礎的なアプリケーションの使用法が基準と成っている。

マレーシア情報通信技術週間 (MICT) 2002

マレーシア政府は9月上旬、情報通信分野に関連する様々な催し物をひとまとめとして情報通信技術週間(MICT 2002: Malaysian Information and Communications Technology Week)を展開し、大々的に対外的なアピールを行った。

サイバージャヤでは、まず、第6回マルチメディア・スーパーコリドール国際諮問パネル (MSC-IAP: Multimedia Super Corridor International Advisory Panel)会議がオープニ

ングとして開催された。MSC-IAPは、世界中の情報通信各分野のエキスパートを招き、マハティール首相を議長としてマレーシアのMSCを軸とした情報通信産業の戦略を話し合う場であり、1997年より年次会議が行われている。2002年の第6回目の会議は、マハティールが首相が「これまでのMSC-IAPの中で最高の会議」と評すほど内容が濃いものとなった。なお、マハティール首相は2003年10月からITハブ推進の顧問に退くことを表明した。また同地ではマルチメディア・スーパー回廊博覧会(MSC Expo 2002)が開催されMSC関連企業の展示が行われた。

セリケムバンガンでは国家経済行動会議(NEAC: National Economic Action Council)主催で、様々な電子商取引への取り組みの展示を通して地域産業における電子商取引の重要性を訴える電子商取引エキスポ 2002 (The National E-commerce Expo) 2002 が、第 4 回 MSC-IAP マルチメディア・ビジネス・サミットと ASEAN 通信・マルチメディア・フォーラムと併せて執り行なわれた。この情報通信技術週間では 28 カ国から 418 もの展示が行われ、企業や政府からの代表及び参加者は 2 万人に及んだ。

2.3.4. シンガポール

主な法的枠 組み、法 律・法案

1992年「I T2000 計画(IT2000 インテリジェント・アイランド構想)」 1996年「電子商取引環境整備プログラム(E-commerce Hotbed Program)」導入

1997年「シンガポール・ワン構想」

1998年4月「電子商取引の政策枠組み」発表

1998 年 9 月、産業界の自主規制である「個人情報・インターネット商業における消費者コミュニケーション保護に関する規約 (E-Commerce Code for the Protection of Personal Information and Communications of Consumers of Internet Commerce)」発表

1998年7月「電子商取引法 (ETA: Electronic Transaction Act)」施行 1998年9月「電子商取引マスタープラン (E-Commerce Master Plan)」 1999年2月「1999年電子取引規制 (Electronic Transactions Regulations of 1999)」(電子署名の合法化と認証局の規制細目)

2000年「ICT (情報通信技術) 21 マスタープラン |

シンガポールは **1980** 年代から積極的に情報化に取り組んでおり、現在、アジアにおける情報と電子商取引のハブとなる国家戦略を強力に推進している。シンガポールの情報化の全体構想は、**1992** 年に作成された「IT**2000** 計画(IT**2000** インテリジェント・アイランド構想)」で、**21** 世紀へ向けての情報化政策の骨組みが整えられた。**1997** 年には「シンガポール・ワン構想」によって、情報インフラ整備の方針が具体的に示された。

電子商取引に関する具体的な取り組みは 1996 年には始まり、同年電子商取引の利用を活発化し、シンガポールを電子商取引のハブにすることを狙った「電子商取引環境整備プログラム(E-commerce Hotbed Program)」が導入された。1997 年、関係省庁による電子商取引政策委員会が組織され、1998 年 4 月に「電子商取引の政策枠組み」が発表された。その後も 1998 年 7 月に電子松露理非機を取り巻く法的基盤を定めた「電子商取引法」、1998 年 7 月にシン

ガポールを電子商取引の中心地にするための「電子商取引マスタープラン」、1999 年 2 月に電子署名を合法化する「1999 年電子取引規制」、2000 年に電子商取引も含んだ情報通信技術に関する「ICT21 マスタープラン」と短期間の間に立て続けに法的枠組が整備されていった。

2002 年の主な動き

民間部門におけるデータ保護モデルコード

2月、National Internet Advisory Commettiee (NIAC) は、「民間部門におけるデータ保護モデルコード (Model Data Protection Code for Private Sector)」を開発した。電子商取引活性化のためにオンライン取引における信用構築を目的としている国家信用協議会(NTC: National Trust Council)は、同データ保護モデルコードの採用を決めると同時に、産業界や一般メンバーからの意見を募った。

同モデルコードは、オンライン取引を促進する有効な手立てとして自主的に採用されるものとなっている。また、同モデルコードはOECDやEU、そしてカナダによるデータ保護コードを参照して作成されている。さらに、同モデルコードは民間企業共通のテンプレートを使用してデータ保護の調和を図っており、民間部門内では分け隔たりのない情報の交換が可能となっている。

電子請求・支払いの標準化への動き

3月、生産性と標準化評議会(PSB: Productivity and Standards Board) と電子請求・支払い(EBPP)作業部会は、EBPPに関する国家的枠組み作成、商法、そして送受信技術の標準化などについて共同で取り組むことを発表した。EBPPの標準化は請求および支払い方法を飛躍的に簡易化するために電子商取引を大きく活性化させる手段として期待されている。

新ウェブサービス産業の推進

10月、IDA(The Information Development Authority)シンガポールは、ウェブをベースとしたサービスが将来鍵になるとの認識から新「ウェブサービス産業発展への枠組み(Web Service Industry Development Framework)」を発表した。新しい枠組みでは、商業的なウェブサービス発達を促進し、地域で最先端をいくための段階的なアプローチを提言している。具体的にはツール、プラットフォーム、ビジネス機会などの梃入れの方法に始まり、2005年までにIT開発プロジェクトの効率を30%あげるといったウェブサービス市場の活用に終わる。また、同枠組みでは①人的資本や知的所有権の確立、②市場原理に基づいたウェブサービスの利用、③ウェブサービス市場成長を阻害する要因の排除、これら3つのイニシアチブを軸としてウェブサービス産業の開発方針を示している。

E-Celebrations Singapore 2002

I DAは、電子商取引推進を含めた e-lifestyle の提唱として 2002 年 3 月から 52 週間、E-Celebrations シンガポール 2002 を開催した。同キャンペーンを通じてシンガポール政府はビジネス、教育、エンターテイメントの 4 部門において国民生活への I T 浸透を推奨している。

2.3.5. 台湾

主な法的枠 組み、法 律・法案 1994年、国家情報インフラ開発プロジェクト 2002年4月、電子署名法案作施行。

台湾では 1994 年から国家情報インフラ (NII) 開発プロジェクトを展開し、国を挙げて情報通信技術の発達及び普及に努めてきた。その中で電子商取引は教育や電子政府といった主要な 10 分野の中の1分野として積極的な推進政策が進められてきた。電子商取引関連の法案への取り組みとして、電子署名法、著作権法、商標法、個人情報保護法などに関して法案作成・修正作業を行ってきた。

2002年の主な動き

「e-Taiwan 計画」

6月、台湾政府は中長期的な国家戦略プラン「チャレンジ 2008」の 1 つとして「e-Taiwan 計画」を発表した。「e-Taiwan 計画」は、今後 6 年間で合計 366 億台湾ドルを IT 関連への投資に割り当て、そしてそのうち 300 億台湾ドルを情報サービスビジネスやソフトウェア産業の活性化を目的として計画実行を担う民間企業に振り分けるとしている。この 6 ヶ年計画は、IT関連の発展の枠組みとして「ブロードバンド 600 万世帯」、「e-社会」、「e-ビジネス」、「電子政府」、「e-交通」の5つの目標を設定し、それに付随する 39 のプロジェクトを計画している。5つの目標の一つである「ブロードバンド 600 万世帯」では、2008 年までにブロードバンドに接続している世帯の数を現在の 240 万から 600 万に引き上げ、ブロードバンド普及率を全接続の 70%に到達させることが目標となっている。また同計画によれば、2008 年までに 1000 億台湾ドル規模の産業が生まれ、2 万の雇用機会を創出すると見積もられている。

7月には科学技術諮問グループ(Science and Technology Advisory Group)が経済計画開発局(Council of Economic Plannning and Development)と共に「e-Taiwan 計画」と題したビジネス機会会議を開催し、IT戦略に興味を持つハードウェア及びソフトウェア系の企業関係者らが参加した。また8月にはケーブル映像ブロードバンド推進委員会が「ブロードバンド600 万世帯」の達成のための具体的な施策を話し合うために「デジタル時代のビジネスチャンス」と題した討論会を開催した。その中で官民の参加者はデジタル化が国内の雇用創出や経済成長そして海外からの投資に重要な役割を果たすことを確認した。

9月には、「e-Taiwan 計画」の中の「ブロードバンド 600 万世帯」との目標を受けて、運輸通信省 (MOTC: Ministry of Transportation and Communication) は改正通信法の承認を行った。この改正法によって建設業者は建物建設の際に通信施設のための場所を確保することがが義務付けられると同時に、通信事業者が無料で使用できる屋内及び屋外の設備や回線の確保を義務付ける規制が強制力を持つことになった。罰則金などについては未決定である。

台湾電子署名法

4月、2001年11月に成立していた「台湾電子署名法」が正式に施行された。同法により電子署名に法的効力が認められることになり、電子取引の安全性を確保、電子商取引のさらなる促進が期待される。また、同法によって、電子署名や電子書類の法的効力、認証局(CA)の運営規則が定められた。CA監査のチェックリストには、証明実践文(CPS: Certification Practice Statement)を除いて職業的技術、財政状況、永続的経営能力、監査制度、安全な管理システム、保険制度、そしてCA申請で最大の障壁となっている相互運用性などが含まれる。台湾網路認証公司(TaiCA)は、電子署名法の施行後すぐに経済省にCA免許を申請し、台湾で初のCAとなった。

バイオメトリクス認証システム

2002 年後半に入り、身体的特徴から個人認証を行う所謂バイオメトリックス認証システムを用いた個人証明書の発行への動きが見受けられた。11 月、国立の科学評議会である国家情報通信イニシアチブ(NICI: National Information and Communication Initiative)は、電子商取引推進を目的として内務省(MOI: Ministry of Interior)が国民電子証明書の発行を開始する予定だと発表した。6年間で 300 万の証明書が発行される見込み。国民電子証明書はICカードとして発行され、政府関連の申請に使われる。国民はカード読み取り機を使うことでインターネット上で自動車登録や税申請といったサービスが受けられたり、オンラインでの買い物を行うことが出来る。実際に台北市市民局(Civil Affair Department)では、10月から指紋を登録することで個人認証カードを発行するサービスを開始している。なお、同市の個人認証システムは(パーソナル・コンピュータ・データ保護法)に従うこと、そして個人の同意のもとで使用されなければならないとしている。

2.3.6. オーストラリア

主な法	的枠
組み、	法
律・法	法案

1998 年「Accreditation Criteria for Certification Authorities(認証局標準認定)」発行

1999 年「1999 年連邦電子取引法(Commonwealth's Electronic Transactions Act 1999)」施行

2000年1月、オンラインコンテンツ検閲法案「1999年放送サービス改正法案 (Broadcasting Services Amendment (Online Services) Bill 1999)」施行

2000年4月「2000年の統一電子取引法案 (Uniform Electronic Transactions Bill of 2000)」可決、電子的契約が合法化

2001年3月「著作権改正(デジタル・アジェンダ)法(Copyright Amendment (Digital Agenda) Act 2000)」施行

2001年4月、税制が改正。情報技術産業に関する条項追加

2001年末「オーストラリア事業番号デジタル署名認証(Australian Business Number Digital Signature Certificate)」標準化完了

2001年12月「プライバシーに関する改正法(Privacy Amendment Act)」施 行。同法に基づき「全豪プライバシーの原則 National Privacy Principles」」制定

オーストラリア連邦政府は **1999** 年に「**1999** 年連邦電子取引法(**Commonwealth's Electronic Transactions Act 1999**)」を施行したのを皮切りに、その後 **2000** 年、**2001** 年と

立て続けに電子商取引関連の法律を整備を進めていった。**2000** 年から **2001** 年までに「**2000** 年統一電子取引法案」、「プライバシーに関する改正法」、「**1999** 年放送サービス改正法案」、「**2000** 年著作権改正(デジタル・アジェンダ)法」などの法律が制定された。

2002年の主な動き

「将来の情報通信技術の枠組み」

2月、ハワード首相は「将来の情報通信技術の枠組み(ICT Frame work for the Future)」を発表した。この枠組みのもと、オーストラリア政府は5年から 10 年の期間で史上初めて同国の情報通信技術分野発展に関して産業界、教育・研究機関などと共同で包括的な分析及び予測を行うと発表した。この枠組みは通信情報技術芸術省(Department of Communications, Information Technology and the Arts)の監督のもとに進められることとなる。予算は「Backing Australia's Ability」から研究開発資金としては史上最大級の総額 29 億豪ドルが拠出される。この中の1億 2950 万豪ドルは世界最大級の情報通信技術研究施設、「ICT Center of Excellence」の建設に割り当てられる予定になっている。同枠組みでは、情報通信技術分野での研究開発及び革新がオーストラリア経済の大きな原動力になるとの理由から、軸となる現状分析と将来予測は将来的な技術革新を踏まえて行われることになる。また、現状分析と将来予測の結果は同国が既存の能力を最大限に生かせる戦略作りに使われるとしている。

ブロードバンド諮問委員会の設置

オーストラリア政府は、ブロードバンド技術が将来の情報通信政策において大きな鍵を握る との認識から、通信情報技術芸術省の諮問機関としてブロードバンド諮問委員会(Broadband Advisory Group)が設立された。同委員会ではアルストン通信情報技術芸術相が議長を務め、 各産業界、中小企業の代表を招き、需要・供給量サイドからブロードバンドにかかわる政策に ついて意見を求めることになっている。

オンラインの認証に関する案内サイト設置

通信情報技術芸術省の下にある国家情報経済局(NOIE: National Office for the Information Economy)は、7月、民間及び政府向けに電子商取引の際に必要な認証についての理解と普及を推進するためのウェブサイトを立ち上げた。

中小企業への指南

2002 年、国家情報経済局は中小企業の電子商取引推進に力を入れ、中小企業向けに様々な手引きを発行した。具体的には7月、国家情報経済局は、コンピュータ・ウィルスへの対応から認証局の選び方まで、中小企業が電子商取引を行う上で必要なオンライン認証の手引きを発表した。また、8月には、「Broadband for Small Buisiness」を発行し、ブロードバンド技術の技術的な説明とそれによるビジネスチャンスについての分かりやすい解説を行っている。

3. 電子商取引関連機関と推進プロジェクト

3.1. 米国

3.1.1. 電子商取引推進機関

名 称	コマース・ネット (Commerce Net)
所在地	169 University Avenue, Palo Alto, California 94301 USA
URL	http://www.commerce.net/
組織概要	電子商取引に関連した企業や知識人を集め、電子商取引を活性化および合法 化に取り組む組織

コマースネット(CommerceNet)は、電子商取引の起業家や大学、企業からの知識人を集め、全米における電子商取引運動を立ち上げることを目的として設立された非営利団体である。コマースネットは現在そのミッションを「インターネットを世界最大で最も効率的な市場にし、世界のビジネスのあり方を変えること」とし、電子商取引による市場の確立を目指している。コマースネットはAOL、ヒューレット・パッカード、IBM、マイクロソフト、オラクル、サンといったトップ企業、銀行、そしてベンチャーキャピタリストなどと係りながら電子商取引の活性化及び合法化に取り組んできた。現在、世界中から600の企業、機関、政策銀行、情報通信企業、インターネット・サービス・プロバイダー、ソフトウェア会社などがメンバーとしてコマースネットに加入している。また、世界各国に支部が広がり以下の国々に支部を持つ。

- フィンランド
- イタリア
- オランダ
- ノルウェー
- スペイン
- スウェーデン
- イギリス
- オーストラリア
- 日本
- 韓国
- シンガポール
- 台湾

1994 年、コマースネットは連邦政府の技術再投資プロジェクト(Technology Reinvestment Project)から 3 年間で 600 万ドルの資金を受け、シリコンバレーに設立された。創設当時、コマースネットはインターネットを利用した商取引が大きなビジネスチャンスとなることを説くことに専念していた。その後のコマースネットの活動は以下のようになって

いる。

- パイロットプロジェクトを通じた電子商取引の新しい価値観の植え付け
- メンバーが電子商取引を展開する際にビジネスネットワークを提供
- メンバーにパイロットプロジェクトなどを通じて電子商取引の機会を提供
- 1995年にはクレジットカード会社に共通セキュリティプロトコルの必要性を説得
- 1996 年にはウェブユーザーの情報収集に関するルールの設定とそれを執行する機関、 TrustE を設置
- 1997 年には Veo Systems 社といった電子商取引を支援する XML技術を提供する営 利企業をスピンオフ
- 2000年からはカリフォルニア州と共に次世代インターネットプログラムを実行
- 2003 年には売買アプリケーションの互換性や国際貿易における電子商取引関係の取り決に関するプロジェクトを予定

3.1.2. 電子商取引推進プロジェクト

推進プロジェクト	E小切手 (Echeck) <u>http://www.echeck.org/</u>
目標	電子的な小切手による支払方法の確立と普及
期間	1998 年~2003 年
実施者	金融サービス技術共同事業体 (FSTC: Financial Services Technology Consortium)

E小切手プログラムは電子的な小切手による支払方法の確立を目的として、銀行、テクノロジー企業、政府機関からなる非営利の研究開発団体、金融サービス技術共同事業体(FST C: Financial Services Technology Consortium)が運営するプログラムである。

E小切手とは旧来の紙の小切手の電子版に改良したものといえる。E 小切手の一連の手続きは以下のようになる。

- 支払人はパソコンなどの電子デバイス上でE小切手に金額やサインを記入し、それを メールなどで電子的に受取人に送付する。
- E小切手を受け取った側は銀行口座に預金し、受取人の銀行は支払人の銀行と清算を 行う。
- 支払人の銀行はE小切手を承認し、支払人の銀行口座から支払額を引き落とす。

つまり、E小切手は、紙の小切手と同様の情報を含み、同様の処理や法環境のもとに運用されるため、従来のシステムを大幅に変更する必要がない。その上、様々な電子的な機能を追加することができるため、電子商取引での安全、迅速、能率的な処理を可能にする。E小切手は電子商取引支払い環境を大きく改善することとができるのである。主な利点をまとめると以下のようになる。

- 現在電子支払いシステムの利用が難しい中小企業も含め、当座預金を所有する全ての 銀行の顧客が使用可能
- 紙の小切手と同じビジネス慣行の枠組みで運用できるため、大幅なシステムの変更が 不要
- 付加価値情報を制限なく追加するなど、既存の銀行口座の機能の向上
- 不正防止や有効期限管理が容易

E小切手のパイロットプログラムは **1998** 年に始動し、高額なオンライン取引のための電子支払いシステムとしては米国で初めて財務省から認可を受けたものである。**E** 小切手プログラムは計 **5** 年間のプロジェクトで、**1998** 年から **2000** 年まで第1期が財務省らによって行われ、第 **2** 期はその後さらに多くの参加者を募って行われている。第1期においては合計 **1000** 万ドルの支払いがE小切手でインターネット経由で行われた。第 **1** 期における参加企業および政府機関は以下の通り。

- バンクボストン
- ナショナルバンク
- IBM
- サンマイクロシステムズ
- GTE
- 国防総省
- 財務省

3.1.3. 電子商取引推進プロジェクト

推進プロジェクト	次世代インターネット助成金プログラム
	(Next Generation Internet Grant Program)
	http://www.commerce.net/projects/
目標	次世代インターネットによるビジネスチャンスの活用
期間	2000年~
実施者	コマースネットおよびカリフォルニア州
予算総額	200万ドル(2001年9月時点)

次世代インターネット助成金プログラム(NGI: Next Generation Internet grant program)はコマースネットとカリフォルニア州によって運営される助成金制度であり、高速インターネットの普及を目的としている。クリントン政権の下、旧来のインターネットの 100 倍から 1000 倍の通信速度をもつ次世代インターネットで 100 の大学および研究機関を結ぶというイニチアチブが執り行なわれ、1997 年にはその目標が達成された。その後次世代インターネットのネットワーク・インフラが整備されるに従い、次世代インターネットを利用できるアプリケーションの開発がさらに注目されつつあった。

2000 年、コマースネットとカリフォルニア州は、次世代インターネットとそこから生まれるビジネス・チャンスについてカリフォルニア企業に明確に伝えることを目的として、次世代インターネットでのビジネスアプリケーションやビジネスモデルの開発・起業に助成金を給付するNGI助成金制度を設置した。2001年9月、コマースネットはカリフォルニアを拠点とする9つの企業・機関などに対して200万ドルを越す助成金を給付した。助成金の審査・選考は以下の基準を基に行われた。

- 個々の企業および産業への利益
- デジタルエコノミーの成長への影響
- 企業の生産性の向上
- 競争力、革新性の改善
- 非ハイテク産業への影響

3.2. カナダ

3.2.1. 電子商取引推進機関

名 称	カナダ E ビジネス・イニシアチブ
	(C e B I : Canadian E-business Initiative)
所在地	Industry Canada, 300 Slater Street, 20th Floor, Room 2002A, Ottawa, Ontario, K1A 0C8
URL	http://www.cebi.ca/
組織概要	生産性、リーダーシップ、革新を主眼を置き、カナダにおける E ビジネス の成功を目標とした非営利の民間セクター主導のパートナーシップ

カナダEビジネス・イニシアチブ(CeBI: The Canadian e-Business Initiative) はカナダにおける E ビジネスの普及を目標として、生産性、リーダーシップ、革新に焦点を当てて活動を行う民間セクター主導の非営利のパートナーシップである。

CeBIの重要な戦略組織である理事会は現在、シスコシステムのCEOであるアラード氏とカナダ商工会議所議長のアンソニー氏の両氏が共同議長を務めている。カナダでのeビジネス推進を目的とした仕事の多くは、以下のGつの分野別プロジェクトチームにより執り行なわれる。

啓蒙・教育を通じたEビジネス推進	中小企業のEビジネス推進
(e-Business Engagement)	(e-Talent Issues for SMEs)
ビジネスEトランスフォーメーション推	E ビジネスのパフォーマンス測定・報告
進 (Business e-Transformation)	(Benchmarking & Metrics)
プライバシー・セキュリティ改善	E ビジネス先端国家カナダの認知活動
(Online Privacy & Security)	(Branding)

共同議長は各チームの人数、性質、チームキャプテンなどの決定権があり、共同議長によって任命を受けたキャプテンはCeBIのメンバーやカナダ企業の幹部からチームメンバーを選ぶことになっている。戦略的助言、調整、連絡、ロジスティックス、関連省庁との調整といった事務機能はカナダ産業省電子商取引支部が担っている。毎年、サミットが共同議長と産業相によって開催される。サミットではカナダにおけるeビジネスの状況の審査や将来の優先分野についての報告書、「eレポートカード」が提出される(次回は2003年4月の予定)。

3.2.2. 電子商取引推進プロジェクト

推進プロジェクト	スチューデント・コネクション・プログラム	
	(SCP: Student Connection Program)	
	http://www.scp-ebb.com/english/index.cfm	
目標	中小企業が世界市場での競争に生き残るために、電子商取引やイン	
	ターネットのトレーニングを通じて、革新的なビジネスモデルの採	
	用やオンライン市場への進出を促進すること	
期間	1996 年~	
実施者	カナダ産業省	
-15 E2 1# 10 . 20 -2 -	Whents / m	
背景構想/親プロ	イノベーション戦略 (Innovation Strategy)	
ジェクト		

スチューデント・コネクション・プログラム(SCP: Student Connection Program)は、1996 年からカナダ産業省によって運営されるプログラムである。SCPは電子商取引やインターネットのトレーニングを通じて、カナダの中小企業が世界市場での競争に生き残るための革新的なビジネスモデルの導入やオンライン市場への進出を行うこと支援することを目的としている。現在はカナダ経済の生産性向上を目的としたイノベーション戦略(Innovation Strategy)の一環として取り扱われている。

1996 年のプログラムの始動以来、SCP は大学生や新卒の学生を学生ビジネス・アドバイザー(SBAs: Student Business Advisors)として雇い、そしてトレーニングをすることでウェブサイト上で全国の中小企業を相手にインターネット・トレーニング、審査、電子商取引サービスを提供を行ってきた。現在までのところ、4500 人以上の学生が雇われ、11 万 7 千もの中小企業がインターネットや電子商取引に関するトレーニングを受けた。 また、SCPは政府と民間がうまく協調しており、ベル社、シスコ・システム社、VUBIZ 社、カナダ企業開発銀行(Business Development Bank of Canada)、SourceCAN社(SourceCAN)、ebiz enable 社の6社がSCPのスポンサーを行っている。

SCPは技術トレーニングへの必要に応じてコンソーシアムを拡大しており、以下のような様々なサービスを行っている。

● インターネット・トレーニング

インターネットへのアクセスの仕方から検索方法やビジネスでのオンライン通信方法まで と初心者レベルから上級レベルまでインターネットのトレーニングを行う。

● シニア・インターネット・トレーニング

高齢者向けに複雑な専門用語を使わずにインターネット・トレーニングを行うもので、トピックは基礎コンピュータスキル、インターネット入門、オンライン通信、電子商取引などがある。

● 電子商取引ファースト・ステップ

企業が電子商取引を導入する際の支援を行う。複数の包括的な行動計画を提示したり、ウェブサイトの計画、インターネット・セキュリティの評価、オンラインでの販売などの具体的な相談を行う。

● ビジネスプレゼンテーション

企業向けに E ビジネス、ウェブ・マーケティング、セキュリティとビジネス・ウェブサイトなどについて包括的なプレゼンテーションを行い、新技術の活用方法を学ぶことができる。

3.3. 欧州

3.3.1. 欧州委員会

名 称	欧州委員会(European Commission)
所在地	European Commission, B-1049 Brussels, Belgium
URL	http://europa.eu.int/
組織概要	EUの情報化及び電子商取引政策の立案

欧州委員会は 2002 年 5 月、EU レベルの情報化基本計画「eEurope 2005: An Information Society for all」を発表し、2005 年まで推進する情報化計画の青写真を提示した。このような EU レベルの総合的な情報化計画は 2000 年からまとめられ、デジタル社会にシフトした新しい欧州の目標を提示した。一方、EU は 2002 年 2 月、eEurope 計画の成功に向けて「eEurope Benchmarking Report」を発表した。eEurope の計画では、EU 加盟国の電子商取引を始めとするインターネット料金、情報セキュリティ、インターネットの普及、コンピューターの普及、教育関連内容及び政策方向を打ち出した。eEurope の目標は以下の通りである。

- ・ 活力ある電子商取引の環境づくり
- ・ 価格競争によるブロードバンドサービスの広範囲な提供
- ・ 安全な情報通信インフラづくり
- ・現代化されたオンライン公共サービス体系の構築
 - e-government
 - e-learning services
 - e-health services

(1) 電子商取引推進プロジェクト①

推進プロジェクト	欧州電子商取引戦略(A European Initiative on Electronic Commerce)
目標	電子商取引関連技術の開発、情報統合及び共有
期間	1997 年~
実施者	欧州委員会(European Commission)

EU は 1997 年 4 月、「欧州の電子商取引戦略(A European Initiative on Electronic Commerce)」を採択し、2000 年まで推進すべき 4 つの核心分野、即ち電子商取引インフラ及びサービス利用体系の構築、域内で一環した制度的枠組みの構築、技術開発の促進及び認識強化を通じた域内企業に有利な企業環境づくり、国際基準の策定などを提示し、同戦略を基盤にして電子商取引を巡る議論及び発展が加速した。

- ・ボン宣言(Bonn Declaration)
 - 1997 年 7 月、ドイツのボン(Bonn)で欧州諸国及びアメリカ、日本、カナダ、ロシアなど 33 カ国の経済、通商、情報通信大臣が参加した「世界情報ネットワーク」閣僚会議が開催され、インターネット自由貿易地帯の推進について話し合い、その結果、電子商取引の拡大を目標とする「ボン宣言(Bonn Declaration)」を採択した。
- ・電子商取引に関する指令(Directive on Electronic Commerce)
 - 2000 年 5 月には電子商取引に関する指令(Directive on Electronic Commerce)が採択され、EUが法・制度の整備に貢献したものと評価されている。
 - 同指令では、情報社会サービスプロバイダーの設立及び情報提供の義務、商業的なコミュニケーション、電子的手段による契約及び仲介人の責任といった 4 大原則、これを現実的に履行するための諸措置について規定している
- eEurope Action Plan
 - 2000 年 6 月には eEurope Action Plan を EU 首脳会談で確定し、電子商取引を始めとする情報化を一層強力に推進する土台を築いた。

3.3.2. イギリス

名 称	e-Envoy Office of the e-Envoy(OeE)
所在地	Office of the e-Envoy, Stockley House, 130 Wilton Road, London, SW1V 1LQ
URL	http://www.e-envoy.gov.uk/
組織概要	e-Envoy は政府省庁間の利害を調整し、戦略報告書の内容が実際の政策 に反映されたかを評価。Office of the e-Envoy(OeE)はイギリス政府の 電子商取引政策を専門担当。

イギリスは電子取引及び電子政府の実現に向けた既存の情報化推進体系を全面改編し、2000 年下半期には既存の情報化推進の中心的役割を担当してきた公共サービス庁(Office of Public Service)を内閣(Cabinet Office)に統合し、内閣傘下に e-Envoy 及び Office of the e-Envoy(OeE)を新設した。

e-Envoy の役割は電子取引戦略の開発及び拡散、電子政府開発に向けた戦略的優先順位の決定、電子政府推進戦略の執行及び進行状況報告に対するモニターリング、知識経済分野の予算配分決定支援などである。

電子取引特使事務局である Office of the e-Envoy は電子取引及び電子政府のビジョン及び目標の達成を促進し、関連政策及び推進戦略を調整する。 OeE の主な課題は以下の通りである。

- ・ EC 市場の基盤づくり
 - 電子取引の促進に向けた国内外の法制度の整備
- 信頼性アップ
 - 個人と企業ともにインターネットが提供する機会を享受できるよう支援
- ・ 電子政府の実現
 - インターネットを通じたオンライン政府サービスの提供
- 分析及びベンチマーキング
 - 電子取引統計の正確な分析及びモニターリング

OeE 組織の3つの部署、 e-Government Unit、e-Commerce Unit、e-Communications Unitの主な機能は以下の通りである。

- · e-Government Unit
 - 政府の統合情報化戦略を含む「政府現代化白書」に提示された政府戦略の推進
 - 政府の情報技術の活用、戦略、開発の諮問
- · e-Commerce Unit
 - 電子取引の促進に向けた法的・制度的・財政的な環境開発
 - 国民及び企業に対する情報通信技術の利用機会提供及び活用促進

- 電子取引関連の調査及び分析を通じた政府及び企業の意思決定支援
- · e-Communications Unit
 - UK online に対するブランディング、マーケティング、広報活動
 - UK online Ctizen Portal のコンテンツやサービスなど、政府ウェブサイトの改善推 進

(1) 電子商取引推進プロジェクト①

推進プロジェクト	Information Society Initiative(ISI)
目標	中小企業の電子商取引活性化
期間	1999 年~
実施者	イギリス通商産業部(Department of Trade & Industry: DTI)

イギリス政府は 1999 年から本格的に電子商取引育成政策を推進しており、通商産業部 (Department of Trade & Industry: DTI)を中心に中小企業の電子商取引活性化に向けた ISI(Information Society Initiative)企業プログラムを実施している。中小企業の電子商取引活性化に向け、100 余の中小企業支援センター(ISI center)を運営しており、中小企業支援センター間の専用ネットワーク「Business Link」を構築・運営中である。併せて、中小企業向けポータル「Small Business Service」を運営している。その他にも、中小企業の IT 投資に対する税制上の恵沢及び金融支援策など、財政上の支援も持続的に推進している。イギリス DTI の電子商取引の目標は以下の通りである。

- ・オンライン取引及び既存のオフライン取引に同一法を適用
- ・中小企業の電子取引技術の習得・促進に向けた ISI(Information Society Initiative)プログラムの拡充
- インターネットを通じた輸出入手続きの確立
- ・電子取引の適用可能な知的財産権制度の改正(IRP Action Plan)

3.3.3. ドイツ

名 称	Federal Ministry of Economics and Labour
所在地	Federal Ministry of Economics and Labour, Berlin, Scharnhorststra, 34-37 10115 Berlin
URL	http://www.bmwi.de/
組織概要	電子商取引を推進するドイツ中央政府機関

ドイツは 1999 年、Ministry of Economics と Ministry for Education & Research が共同で

「Action Plan for Innovation and Employment」という題目のアクションプランを発表し、これを基に企業の e-business 化を推進している。同プランでドイツ政府は以下のような行動綱領を採択、施行している。

- ・ 新規メディアへのアクセス改善
 - 規制緩和の促進を通じてインターネットアクセス費用を改善し、一般市民の情報化社会 に対する認識を強化
- ・ 教育課程にマルチメディアを適用
 - 学校及び各種教育機関のインターネットへのアクセスを大幅に改善
- ・ 法的措置を通じてインターネットに対する信頼性及び安全性を強化
 - 消費者の信頼及びデーターの保証の強化に向けた法的措置を採択
- ・ 革新的な職業創出
 - 先端分野の創業を促進及び支援し、インターネットを使用する新規雇用を創出
- ・国際協力を強化

(1) 電子商取引推進プロジェクト①

推進プロジェクト	Info2000
目標	情報社会の構築に向けた電子商取引の活用拡大
期間	1997年~
実施者	Federal Ministry of Economics and Labour

ドイツ政府は「Info2000」アクションプランの一環として、1997 年 10 月「電子商取引」アクションプランを発表し、同プランは電子商取引部門に情報通信技術を迅速かつ効率的に導入・活用するための一連の努力であり、ドイツ企業の競争力強化、新製品及びサービスの開発、新しい市場の開拓など、経済発展の活性化を図ることに根本的な趣旨がある。基本政策の目標は以下の通りである。

- ・新しい事業形態である電子商取引を中小企業に拡大
- ・新しい情報技術を習得できるよう利用者の資質を向上
- ・支援センター(Kompetenzentren)を設立・支援し、中小企業に諮問及び情報を円滑に提供
- ・電子商取引の汎世界的な特性を考慮した法的枠組みづくり
- ・ 電子商取引のセキュリティ維持
- ・ 民間及び公共部門間の電子商取引促進

なお、「電子商取引のためのドイツ連邦政府の基本構想」が発表されており、近年、連邦政

府が核心的な法的提案を通じて電子商取引の応用及び拡散に向けた前提条件の改善に取り組んでいる。主な内容は以下の通りである。

- 通信法(TKG)
 - 電子商取引の構造的基礎として伝送事業を開放し、競争体制に転換(1996.8.1 発効)
- ・情報通信通信サービス法(IuKDG)
 - 情報通信網の供給構築はもとより、電子商取引のための信頼性のある制度枠組みを連邦 政府レベルで構築。遠隔サービスにおける個人情報の保護、法的及び事業活動におけ るデジタル署名の使用、データベースの法的保護、消費者保護、青少年保護などを規 定(1997.8.1 発効).
- .メディアサービス国家協約(MDStV)
 - 一般市民を対象に世論形成に貢献する情報通信サービス(メディアサービス)に関連し、 電子商取引の商業的応用形態では個人的な使用が優先的に考慮されているが、これは 情報通信サービス法に拠り規定。

3.4. 韓国

3.4.1. 推進機関

(1) 韓国電子取引協会

: <u>- :</u>	
名 称	韓国電子取引協会 / Korea CALS/EC Association(KCALS)
所在地	Trade Tower Rm 1301, World Trade Center, Kangnam-Gu, Seoul 135-729, Korea
URL	http://www.kcals.or.kr/
組織概要	1996 年の設立以来、国内電子商取引の技術競争力の向上だけでなく、国際 産業競争力の強化に向けて民間と政府の橋渡しを務めてきた。産・学・研・ 官の協調により諸産業の情報化と e ビジネスの活性化に向けた多様な事業を 推進している機関である

韓国電子取引協会/技術協会(KCALS:Korea CALS/EC Association)は 1996 年の設立以来、韓国国内の電子商取引技術競争力の向上はもとより、国際間の産業競争力強化に向けて民間と政府の掛け橋の役割を果たしており、産・学・官・研の協調の下で全産業の情報化及び e-ビジネス革命の旗手として先導的役割を全うするために不断の努力を傾けている。 K 本協議会はは電子商取引を活用する需要者の立場で e-ビジネスの活性化を推進する韓国電子取引協会(産業資源部傘下)、電子商取引によるビジネス環境の造成及び関連技術を提供する供給者の立場である韓国電子取引技術協会(情報通信部傘下)で構成されている。韓国国内の電子商取引の発展に向け、産業部門・業種別の BtoB パイロット事業、多国間の国際協力事業、電子カタログ技術標準化事業、産業基盤基金融資事業及びゴールドカード制などの産業支援事業、e-ビジネス企業人連合会、DB&コンサルティング事業、e-Biz 教育/出版事業、政策の事案別委員会運営事業、各種イベント/広報事業などを活発に推進している。 KCALS における主な事業内容

は次のとおりである。

BtoB モデル事業

韓国国内の全業種における BtoB 電子商取引事業を加速化し、e-ビジネスの基盤拡充及び各産業の特性に合う BtoB モデルの開発を積極的に支援する傍ら、業種間の電子商取引推進協議会、実務委員会などを運営し、業界の意見集約及び対政府建議を通じて事業方向を提示。

- 産業部門における企業間電子商取引パイロット事業
- 日韓 e-Trade Hub 構築事業 企業間電子商取引共有ネットワーク構築事業

国際協力事業

韓国国内外の関連機関との交流/協力を通じて電子商取引共同プロジェクトを発掘、新技術交流などを効率的に推進。

- 日韓協力事業(日本 ECOM)-日韓 EC 推進協議会運営
- GBDe (Global Business Dialogue on Electronic Commerce)参加
- ICC(International CALS Congress)参加
- 日中韓電子商取引協力事業

技術標準研究

民間レベルの標準化機関である電子商取引標準化統合フォーラム(ECIF)傘下の電子カタログ標準化技術委員会の幹事機関として、韓国国内の BtoB 業種別電子カタログ標準化をリードし、業種間の互換性確保に貢献。

- 電子カタログ標準化技術委員会の幹事機能を遂行
- 電子、造船、鉄鋼など、シナジー効果の高い業種の日韓間標準化を誘導

情報サービス

民間部門で活用できる韓国国内外の情報を調査/分析し、韓国国内の電子商取引産業及び関連産業の専門情報を収集/整理し、インターネットを通じて産・学・官・研の適時適所に提供することで韓国国内 EC 産業の基盤作りに貢献。

- 韓国国内外の EC 市場規模及び業態現況の調査/分析
- EC 総合情報サービス (ec-net : http://www.kcals.or.kr)
- 業種別の e-Marketplace 情報共有ネットワーク(e-biz Net)構築計画
- 日韓 EC 推進協議会の共同ウェブサイト開設推進

(2) 韓国電子取引振興院

名 称	韓国電子取引振興院 / Korea Institute for Electronic Commerce(KIEC)
所在地	Textile Center, 6F, 944-31Daechi-Dong,Kangnam-Gu, Seoul, Korea 135-713
URL	http://www.kiec.or.kr/
組織概要	(社)韓国 EDIFAC 標準院(KEB)及び(財)韓国電子取引標準院(KEB)の後身として、1999 年 8 月産業資源部傘下電子商取引分野の民間機関である韓国電子取引振興院(KIEC)として発足、電子商取引制度の研究及び振興産業を推進している。

韓国電子取引振興院(KIEC) は、(社)韓国 EDIFAC 標準院(KEB)及び(財)韓国電子取引標準院(KEB)の後身として、1999 年 8 月電子取引基本法に基づき、産業資源部傘下電子商取引分野の民間機関として発足、電子商取引制度の研究及び振興産業を推進している。

政府と民間との架け橋としても役割により電子商取引活性化に向けて総合的・専門的な事業を担当している。2002年主な推進事業は下記の通り。

効率的な研究・調査活動に向けたネットワーク

標準電子文書の普及・促進

電子商取引の核心・応用技術の開発

需要者中心の e-ビジネス人材育成

ECRC の活性化

効率的な政策指標を算出するための基礎資料の提供

消費者保護活動の強化

電子商取引統合情報管理体系の確立

財政自立度の確保に向けた自助努力

労働環境の改善に向けた環境整備

3.4.2. 推進プロジェクト

推進プロジェクト	産業部門 BtoB ネットワーク構築支援事業(モデル)事業
目標	 BtoB 電子商取引のための産業標準の開発と普及 業種別共同標準インフラの構築 e-Transformation の促進 企業経営の透明性を向上 Supply chain の効率性を増大など
期間	2000年~
実施者	総括:韓国産業資源部(MOCIE) 主管:韓国電子取引協会(KCALS)

産産業部門の BtoB ネットワーク構築支援事業は 2000 年度に開始した代表的な e ビジネス 基盤づくりに向けたプロジェクトである。同事業は業種別に e ビジネスインフラづくりに向けた支援金(業種あたり平均約 $6\sim7$ 億ウォン)を提供し、分類体系の標準化、電子カタログの構

築、取引文書の標準化など、**BtoB** インフラづくりを推進する。さらに、最近では **e** マーケットプレイス実現の支援に焦点を当てており、第**3**次年度にわたって事業を展開する。

個別企業に対する投資ではなく、業種全般にわたる投資を推進するとの点からも、**BtoB** 取引の活性化に向けた基盤になる見通しである。個別企業が内部の構築に焦点を当ててきたとすると、今後は業種内の協業が重視されるためである。業種内協業の実現には結局産業の **e-transformation** の進行が欠かせず、これは個別企業にとって大きな負担になるため、政府による支援は適切であると評価されている。

さらに、2000年の9業種を皮切りに2001年(11業種)、2002年(10業種)まで30業種のBtoBパイロット事業が推進されている。なお、政府においても拡大・再生産を継続し、業種数を持続的に増加させる計画であるため、韓国内のBtoB活性化に大きく貢献するものと期待されるプロジェクトである。

とりわけ、第1回パイロット事業では自動車、機械、造船、鉄鋼など大企業が多く属する業種を選択したが、第2回パイロット事業での板紙、工具、時計、ファスナーなど、眼鏡光学、玩具、環境、ユーティリティ設備(第3回パイロット事業)など、従来型中小製造業を中心に選定している。政府は第1,2回パイロット事業の対象業種が第1~2次年度事業の終了を迎えたことを受け、一層強度を高める計画である。電子取引協会、電子取引振興院などと共同でまとめた電子文書、電子カタログ標準化ガイドラインを30業種で試験的に適用する予定である。

政府は 2002 年 9 月まで、20 業種の **BtoB** パイロット主管機関などの中間評価を実施、該当コンソーシアムの追加支援の有無を決定する計画である。優秀な **BtoB** パイロット事業主管を e ビジネスリーディングセンターに選定、業種内中小企業の IT 化、e ビジネスコンサルティング、協業モデルの発掘など、包括的な支援機能を遂行できるようにする予定である。中でも、 9 月中に 30 のパイロット事業主管機関が参加する「e ビジネスエキスポ」を開催し、パイロット業種内の e ビジネス成功事例を重点的に広報する予定である。

BtoB ネットワーク構築支援事業は来年にも推進される予定であることから、既存の 30 業種はこれに関心を持ち、準備する必要がある。3 ヵ年の進行状況通りだと、年末には業種のための募集を実施し、2 月又は 3 月初めに最終的に業種を選定する。これに向けた積極的な準備が欠かせないと言われている。

表 3-1 産業別の BtoB パイロット事業への参加業種及び事業期間

事業名	業種	事業期間
2000 年度 産業別 BtoB パイロット事業	機械、流通、自動車、電力、電子 造船、鉄鋼、繊維、生物 - 9 業種-	1999 年末から推進 3 年計画、2002 年まで官民共同 - 計 737 億ウォンの投入計画 第 1 次年度: 2002,6 ~ 2001.7
2001 年度 産業別 BtoB パイロット事業 (拡大)	建設、板紙、工具、金型 農畜産物、木材家具、物流、石油 時計、精密化学、ファスナー - 11 業種-	2000 年 8 月から業種拡大の推進 2003 年までの 3 ヵ年計画 第 1 次年度: 2001.7~2002.9
2002 年度 産業部門 BtoB ネットワ ーク構築支援事 業	ニューセラミック、半導体機器及び自動化、非鉄金属、アニメーション、眼鏡光学、玩具、ユーティリティ設備、電子商取引総合支援、製紙、環境 - 10 業種-	2001 年 12 月から拡大推進 2005 年までの 3 ヵ年計画 第 1 次年度: 2002.5 ~ 2003.4

出典: EC ジャーナル、Vol. 09. 電子取引協会 (2002 年 7 月)

3.4.3. 推進プロジェクト

推進プロジェクト	3 万中小企業の IT 化支援プロジェクト http://it.sbc.or.kr/
目標	IT を推進しようとする中小企業に対し業種別・規模別に情報化レベルに適合した企業内 IT 化を支援すりことにより企業経営の効率性と競争力向上を図る。
期間	2001年~
実施者	中小企業振興公団(SBC)

3 万中小企業に対する IT 化支援事業は個別企業のソフトウェア(SW)、ERP など、企業内部システムの構築をサポートする事業である。

同事業は企業の社内情報化水準により、単位業務の IT 化支援事業に区分、最高 2,000 万ウォンを中小企業庁が無償で支援する。支援分野は IT 化の事前コンサルティング、基礎情報ソフトウェア、全社的資源管理システムなどである。当初、2001 年 3 月に開始し、2002 年度まで 1 万中小企業の IT 化支援事業を推進する計画だったが、2002 年にすでに支援した企業を含め約 8,000 社に迫り、2003 年 8 月末まで 3 万社に拡大したプロジェクトである。すでに今年 4 月 19 日、計 3 万 460 社の中小企業への支援が決定され、第 2 段階として 2003 年から 2005年まで第 2 段階事業(充実化、高度化)を推進する予定である。

同プロジェクトは情報化の死角地帯であった中小企業の IT 化ムードを広めることに大きく 貢献し、中でも電子商取引推進の基本システムである ERP などに対する認識度向上に寄与したと評価される。

政府は第2段階の3万中小企業のIT 化支援事業(Post-30000プロジェクト)に向け、5大戦

略事業(3 万社の IT 化事業の内実化支援(コンサルティング、A/S)、中小企業の IT 高度化支援 (グレードアップ、協業的 IT 化、MFIS)、基礎情報 SW 及び ERP 導入に対する持続的な支援 (年 1 万社)、ECRC の中小企業 IT 化教育の戦略的拠点化)を展開する計画である。

表 3-2 3 万中小企業の IT 化支援事業推進機関及び事業期間

事業名	広告日	推進機関	事業期間
1万中小企業の IT 化支援 事業	2001.2.26	産業資源部 中小企業庁 大韓商工会議所 中小企業振興公団	*初期の目標(1 万社) 2001. 3~2002
3万中小企業の IT 化支援 事業	2001.8.3	産業資源部 中小企業庁 中小企業振興公団	*拡大目標(3 万社) ~ 2002. 8
第 2 段階 3 万中小企業 の IT 化支援事業 (Post-30000 プロジェク ト)	2002.5.9	産業資源部 情報通信部 中小企業庁 中小企業振興公団	第1段階(~2002.4、3万社 以上支援) 第2段階(2003~2005)-充実 化、高度化

出展: EC ジャーナル、Vol. 09. 電子取引協会 (2002 年 7 月)

段階別に見ると、**2003** 年には社内情報化の充実化を図り、**2004** 年には **SCM**、**CRM** を通じた協業的 **IT** 化を中心に据え、社外情報化の基盤づくりに取り組む計画である。なお、**2005** 年には業種別/産業別に電子商取引を支援し、本格的な **e** ビジネス拡大の契機を作る計画である。



出典: EC ジャーナル、Vol. 09. 電子取引協会 (2002 年 7 月)

図 3-1 段階別の 3 万中小企業の IT 化支援事業

産業資源部が発表した「2003 年度中小企業の IT 化事業計画」によると、3 万中小企業の IT 化事業の充実化及びグレードアップを基に、300 億ウォンの予算を策定し、大韓商工会議 所の中小企業 IT 化 call center の新設により支援を受けている 3 万中小企業のモニターリング 及び支援により、IT 化の充実化を図る方針が固められた。基礎情報 SW 普及の支援中断とともに、市場における IT 企業の評価及び A/S 実績などを公開することで、IT 企業の責任感を高める計画である。これに続き、来年度も ERP システムの構築を支援していく計画であり、システム構築以降の活用性向上のレベルで従業員数、売上高などの外的条件などの厳格な審査を経て支援する予定である。

同時に協業的 IT 化事業の拡大により、産業全般にわたって効率的な e ビジネス基盤を造成する計画である。供給網(Supply Chain)上の連携企業の間における様々な形での協業的 IT 化を通じ、BtoB など電子商取引の効率的な推進を誘導し、電子取引の活性化に向けて政府が推進する業種別の BtoB パイロット事業、民間の MRO 事業などの e マーケットプレイスと相互連動させるための IT 化を支援する。なお、モバイルビジネスの活性化に向けて社内情報化を基に、外部モバイルとの連携に向けた IT 化も支援する予定である。

併せて、政府の直接的な IT 化システム構築への資金援助のほか、中小企業の自主的な「IT 化経営」に向け取り組み、基礎情報 SW などを含め、地域別「IT 化 SW 展示会(Solution fair)」を定期開催する予定である。なお、中小企業の IT 化の成功事例を発掘・広報し、中小企業の IT 化に対する認識を向上する方針である。

3.4.4. 推進プロジェクト

推進プロジェクト	電子商取引支援センター (ECRC: Electronic Commerce Resource Center) http://www.erce-korea.or.kr/
目 標	デジタル経済における国家競争力の強化と電子商取引活性化に向けた 支援のために設立
期間	1997年~
実施者	韓国電子取引振興院(KIEC)

電子商取引支援センター(ECRC)は、e-Business 時代における必要な専門人材を養成し、電子商取引の円滑な導入と活用に向けて多様なサービスを提供している。電子商取引をするための技術が不足した中小企業への支援により生産性向上と国内産業議版の情報技術および人材インフラの構築、地域間デジタルの解消に向けて多岐にわたる教育課程を開設しており、コンサルティングも行っている。電子商取引の技術・人力情報の共有による産業競争力の向上、デジタル経済における国家競争力の確保を目途に運営されている機関である。

3.5. 中国

3.5.1. 推進機関

(1) 中国電子商務協会

名 称	中国電子商務協会 (CECA) (China Electronic Commerce Association)
所在地	Building No.2, No.27, Wanshou Road, Haidian District Beijing 100846, People's Republic of China
URL	http://www.ec.org.cn
組織概要	中国における EC の発展と国際交流の強化に向けて 2000 年 6 月 21 日中国情 報産業部参加に設立された。

中国電子商務協会は、政府と民間企業・研究所を結びつく役割を担当している非営利機関である。中国 EC の発展を推進し技術革新を向上させることを目的として推進している。 主な事業内容は次の通りである。

- ・ 政府と協調して EC 発展を推進
- ・ 政府の法律、法制度制定および政策制定に提案
- ・ 海外への展開および国内普及・啓蒙に向けた技術交流活動・展示会を開催
- ・ 国内外 EC 関連報告書を編集
- · IT人材育成

(2) 中国国際電子商取引センター

名 称	中国国際電子商取引センター (CIECC) (China International Electronic Commerce Center)
所在地	Xinshijie Center South, Buliding 608-609 Waida Road, Chong wen District, Beijing, Chaina
URL	http://www.ec.com.cn
組織概要	EC の国際交流、国内外 EC 関連の技術普及、EC コンサルティングサービスなどを提供する機関

中国国際電子商取引センターは 1996 年対外貿易経済合作部の参加機関として設立され、政府共に EC 関連調査や研究、関連法律および政策制定に提案している。また CIECC は中国国際電子商取引網と中国国際経済貿易サイトを運営している。さらに全国 97 省・市に支社を設けており、1000 人以上の技術者とマーケティング人材を保有している。

通信プラットフォーム、DB 交換プラットフォーム、セキュリティプラットフォームを構築 して政府と関連団体と情報共有している。

また、CIECC は「中国国家 9.5 計画」の一環としてビジネス電子情報・セキュリティ認証システムを中国技術だけで開発し、中国国際電子商取引網の原産地証明と政府管理部門、オンライン銀行などに適用している。

1997 年国家標準により「中華人民共和国輸出入企業コード」管理方法を制定し、輸出入企業コード DB を構築した。これは1998 年 1 月から国家対外貿易管理部門で使用されている。主な事業内容は次の通りである。

- ・ ソフトウェア開発サービス
- ・ ネットワークセキュリティサービス
- ・ 情報付加価値サービス
- ・ 電子商取引サービス
- ・ 電子政府サービス

(3) 中国インターネット情報センター

期間名称	中国インターネット情報センター (CNNIC)
所在地	No.4, Zhongguancun No.4 South Street, Haidian district, Beijing, Chian
URL	http://www.cnnic.net.cn/
組織概要	国家インターネット情報センター役割の団体

中国インターネット情報センターは中国科学院で 1997 年 6 月に設立・運営している中国におけるインターネット総括機関で、ドメイン登録、IP アドレス分配、インターネット関連の統計資料分析などの業務を担当している。1 年 2 回、ネット上でユーザーアンケート調査を実施することにより中国におけるインターネット利用者数、ドメインウェブサイト数、インターネットサービスに関するユーザーの意見などを入れて中国インターネット発展現況統計報告書を発表している。

中国インターネット情報センターのここ数年間の活動は次の通りである。

・ 1997年:中国第1回情報化業務会議を開催、国家情報化「9・5」計画を立案

・ 1999年:第4回中国インターネット発展状況の統計報告

・ 2001年:中国インターネット発展年鑑を発表

・ 2002 年: Chinese Name String in Search-based access model for the DNS 技術のアブ ストラクトを樹立

(4) 中国電子情報産業発展研究院

機関名称	中国電子情報産業発展研究院 (CCID)	
所在地	CCID Plaza 7 Floor, 66 Zizhuyuan Road Beijing, P.R.C.	
URL	http://www.ccidnet.com/	
組織概要	中国 IT 産業発展研究院の出資により構成された大型 IT サービスを提供	

CCID グループは中国信息産業発展研究院の参加にある大型 IT 情報サービス企業である。中国国内外ユーザーに広報、マーケットコンサルティング、企業コンサルティング、製品テスト、資格品質認証、ネットワークサービス、PR 制作、製品展示、投資分析、教育などあらゆる IT 専門サービスを提供する。

CCIDのここ数年間の活動は次の通りである。

・ 1999年:インターネット PR 売上高 1 位

· 2000年:中国消費製品 EC 発展状況に関する研究報告書発刊

・ 2001年:中国電子新聞、Computer新聞とともに中国情報産業チャンネルをオープン

・ 2002年:第1回中国コンピューターハードウェア応用知識大会を開催

3.5.2. 推進プロジェクト

推進プロジェクト	ゴールデン・プロジェクト(Golden Projects)
目標	ゴールデン・ブリッジ、ゴールデンカード、ゴールデン税関、ゴール デン税金といった4つのプロジェクトに構成される中央政府の電子商 取引政策プロジェクト
機関	1995年~2010年
実施者	国家計画委員会、国家経済貿易委員会、財政部、人民銀行
背景構想 / 新プロジェクト	ネットワーク連結、電子マネー、税関、税務情報システム構築

ゴールデン・ブリッジ(金橋): 30余省の首都、400余の都市及び1000余の大手企業の情報源と関連専門データーネットワークを開放式構造で連結する。

ゴールデンカード: 電子支払システムの試験及び拡大の完成版であり、2000 年までに 100 の省、市、地域ネットワークを構築、2010 年までには 400 の省、市、地域ネットワークを構

築し、ゴールデン・ブリッジ(金橋)ネットワークと連結、巨額電子貨幣支払システム、小額電子支払システム及びクレジットカード共用付与システム、政府証券記録システム、同一都市における決算自動化システムなどを構築する。

ゴールデン税関(?関):税関、商業検査、税務、対外経済貿易部、統計庁、為替管理局、銀行及び輸出入企業間で迅速かつ正確な情報を交換する。輸出入過程における脱税や輸出入統計データーの不正確なリアルタイム処理など、国際貿易の発展に逆行する問題点を解決する。

ゴールデン税金(金税): 税務管理情報システムの構築を通じ、最大限税金の流失を防止することを目的とし、税務徴収及び管理の科学化・法制化を図るものである。第1段階として、構築された全国付加価値税徴収管理システムには全国センター1ヵ所、300~600の都支社が含まれ、主に税金徴収過程における偽り及び虚偽行為を防止する。今後、3000懸以上の税務単位に拡充され、下位の税金部署約3万ヵ所の業務、その他の税金及び業務を管理することになる。

3.6. マレーシア

3.6.1. 電子商取引推進機関

機関名称	国家情報技術評議会 (NITC Malaysia: National Information Technology Council of Malaysia)
所在地	NITC Secretariat c/o MIMOS Berhad Technology Park Malaysia 57000 Kuala Lumpur
URL	http://www.nitc.org.my/
組織概要	情報技術開発政策に関するマレーシア政府の諮問機関

マレーシア国家情報技術評議会(NITC)は、ITの開発政策におけるマレーシア政府の主要な諮問機関である。NITCはマハティール首相が議長を務め、副議長は副首相が務める。NITCは公式には年2回開かれ、メンバーは首相により選出され、任期は3年となっている。またNITCメンバーは政府部門、民間部門、地域の利益団体の3部門に分かれている。

NITCの将来ビジョンはマハティール首相のビジョン 2020 に沿っており、「マレシーア社会が十分な情報を持ち、知識を活用し、そして確固たる価値に基づいた自治社会となること」となっている。また具体的な評議会の目的としては以下の項目が挙げられている。

- IT産業の継続的な成長の促進
- 研究開発計画、技術取得戦略を通じたアプリケーションの促進
- 新技術を経済発展や社会発展に適用すること
- ITが経済や社会に与える影響を予測
- ITが様々な分野で社会を変革する可能性を説明し、奨励すること

また、これらの目標のための中心的な活動内容は以下ようになっている。

- ITの開発およびITによる開発に関する戦略作りとその運営管理
- IT開発プログラムの調整および評価作業

- 将来性のある技術査定および将来動向の予測
- 政府、民間、NGO、貿易組合、メディアとの調整や啓蒙活動などのIT振興運動

3.6.2. 電子商取引推進プロジェクト

推進プロジェクト	国家多目的カード(NMPC: National Multi-Purpose Card) http://www.mdc.com.my/
目 標	民間及び政府によるスマートカードソリューションをを可能にする <i>多</i> 目的カードプラットフォームの開発
期間	2001年~
実施者	マルチメディア開発公社
	(MDC: Multimedia Development Corporation)
背景構想 / 親プロ ジェクト	マルチメディア・スーパー・コリドール(MSC)計画

マレーシア政府のマルチメディア開発公社(MDC: Multimedia Development Corporation)が推し進める国家多目的カード計画(NMPC: National Multi-Purpose Card)は、マルチメディア・スーパー・コリドール(回廊)計画のフラッグシップ・プログラムとして、民間及び政府によるスマートカードソリューションを可能にする多目的カードプラットフォームの開発を目的としたものである。同計画ではまず政府多目的カード(GMPC: Government Multi-Purpose Card)と支払い多目的カード(PMPC: Payment Multi-Purpose Card)の 2 種類のカードが運用され、その後最終的には1つの国家多目的カードとして統一することを予定している。 MDCはNMPC計画の目的として以下のような項目を挙げている。

- カードによる支払いシステムのプラットフォームの統一
- 消費者へのよりよいサービスの提供
- 既存・新アプリケーションのセキュリティ及び利便性の向上

GMPCプログラムは今後、2002 年の終わりまでMSC地域内とクアラルンプール市での 200 万人のパイロットプログラムを行った後、2003 年から全国区に拡大され、政府サービス センター (Government Service Center) とそのバックオフィス等で利用される予定となって いる。一方PMPCは、チップベースの現金自動引き出しシステムのパイロットプログラムが 2002 年の1月から2月にかけて行われ、2002 年6月には6つの銀行が支払いカードを発行する予定である。将来予定されている各カードの機能は以下の通り。

政府多目的カード GMPC	支払い多目的カードPMPC
1. 国家身分証明書 2. 運転免許証 3. 移民証 4. 電子マネー 5. 健康情報 6. 公開鍵基盤	1.グレジットカード Credit 2. デビットカード Debit 3. 現金自動引き出し機 ATM 4. 電子マネー

3.7. シンガポール

3.7.1. 電子商取引推進機関

機関名称	シンガポール情報通信開発局 (IDA: Infocomm Development Authority of Singapore)
所在地	8 Temasek Boulevard, #14-00 Suntec Tower Three, Singapore 038988
URL	http://www.ida.gov.sg/
組織概要	シンガポールが世界における情報通信センター及び世界的なデジタルハブと なることを目指し、健全な市場の形成や情報通信産業の発展のための活動を 行なう

シンガポール情報通信開発機関(IDA: Infocomm Development Authority of Singapore)は1999年に情報通信芸術省の下に創設された政府機関である。IDAは、シンガポールが世界の情報通信センター、そして世界のデジタルハブとなることを目標として健全な市場の形成や情報通信産業の発展のための活動を行なっている。具体的な活動項目は以下の通り。

- Infocomm 21 (包括的なIT政策の枠組み) に沿ったIT産業の推進あるいは規制のための政府、産業間、そして地域市場間でのパートナーシップ構築
- 公正でバランスの取れた競争的な市場のための明確で透明性のある政策作り
- インターネットの普及推進、さらに I T技能の開発を通じた雇用促進
- 国内のIT関連の人材を補充するための積極的な海外からの人材受け入れ
- 国内の I T産業を取り巻く環境整備
- その他、電子商取引のハブとしての地位確立のための様々なプログラム運営と調整

オンライン開発グループ (Online Development Group) の中にあるEビジネス・トランスフォーメーション部門 (e-Business Transformation Division) では、企業がEビジネスを導入する際の手助け、特に中小企業や旧来のブリクアンドモルタル型の企業がグローバルな市場で競争できるように電子商取引を奨励している。

3.7.2. 電子商取引推進プロジェクト

+#`#=d=\\\ - =	- 12 パネッ 玄楽田 秋 計 本
推進プロジェクト	E ビジネス産業開発計画
	(EBIDS: E-Business Industry Development Scheme)
	http://www.ida.gov.sg/
目標	シンガポールでの電子商取引や E ビジネスの強化促進
期間	2000 年~2003 年
実施者	シンガポール情報開発機関(IDA)
	シンガポール生産性及び標準委員会 (PSB)
予算総額	3000 万シンガポールドル
背景構想/親プロ	地域企業電子商取引プログラム
ジェクト	(LECP: Local Enterprise Electronic Commerce Programme)

Eビジネス産業開発計画(EBIDS: e-Business Industry Development Scheme)は、シンガポール企業における電子商取引やEビジネスの強化・促進を目的として、IDAとシンガポール生産性標準委員会(PSB: Singapore Productivity and Standards Board)が3000万シンガポールドルを投じて運営するプログラムである。この計画は1998年から始まった地域企業電子商取引プログラム(LECP: Local Enterprise Electronic Commerce Programme)を引き継ぐもので、Eビジネスのインフラ構築における地方の中小企業や新規企業の支援を行う。

EBIDSは大きくプラン1とプラン2の2つに分けられる。プラン1は地方企業のEビジネスのインフラ整備支援を目的としたもので、資金は1000万シンガポールドル、運営はPSBによって執り行なわれる。プラン1では、顧客管理、電子物資計画、サプライチェーンマネージメント等の促進を地方企業に対して行う。EBIDSは、認可を受けた最大50%の電子商取引関連のコンサルティング費用、最大12カ月までの購読料、ハードウェアやソフトウエアの購入を負担する。1企業への支援は最大2万ドルとなっている。

一方、プラン2はIDAによって管理運営されるパフォーマンスベースのプログラムである。プラン2の予算は 2000 万シンガポールドルとなっており、その目的をシンガポールでの企業のオンライン化、電子商取引、電子商取引総価値(実際にオンラインで行なわれた取引額)増大の推進及び加速としている。プラン2では既に電子商取引のプラットフォームやハブといった電子商取引を行なう機能を持ち合わせていてEビジネスの価値をさらに高めたいと考えている企業を対象としている。資金提供は電子商取引総価値の達成に対する比率を基準として最大50 万シンガポールドルまでの行われる。また、資金提供は1企業につき年間1つのEビジネスプロジェクトに限られる。

3.8. タイ

3.8.1. 電子商取引推進機関

機関名称	ECRC (Electronic Commerce Resource Center)
所在地	73/1 NSTDA Building, Rama 6 Rd., Rajthevi, Bangkok 10400
URL	http://www.ecommerce.or.th/
組織概要	タイにおける電子商取引の発展を推進し、電子商取引の有効利用や環境整備 の基礎を継続的に促進することで国際競争力を向上させる

電子商取引情報センター(ECRC: Electronic Commerce Resource Center)は、科学技術環境省(MoSTE: Ministry of Science Technology and Environment)、タイ国立科学技術開発庁(NSTDA: National Science and Technology Development Agency)内のタイ国立電子コンピュータ技術センター(NECTEC: National Electronics and Computer Technology Center)の下に1998年12月に設立された。ECRCの設立目的を「タイにおける電子商取引の発展を推進し、電子商取引の有効利用や環境整備の基礎を継続的に促進することで国際競争力を向上させることとしている。活動内容としては以下の項目がある。

- 1. 国民の電子商取引についての認識および理解促進。民間と政府間の調整。政府レベルから企業・個人レベルまで官と民を巻き込んだ新たなビジネス形態の創始。
- 2. 官民における電子商取引発展のモニタリングや電子商取引に関する情報収集や情報リソースの公表。
- 3. トレーニングから教育プログラムまで電子商取引に関連する様々な分野での人的資本 開発。

またECRCは、こうした活動以外にも、他の政府機関との共同活動も行っている。ECRCは、商務省のビジネス経済局、タイ銀行の支払いシステム部と共に、タイ電子商取引政策小委員会の事務局機能を担っている。加えて、ECRCはAPECの電子商取引トレーニングセンターの管理も行っている。

3.9. 台湾

3.9.1. 電子商取引推進機関

機関名称	資訊工業策進会(III: Institute for Information Industry)
所在地	11F, NO. 106, Ho-Ping E. Rd., Sec. 2, Taipei, Taiwan, 106, R.O.C.
URL	http://www.iii.org.tw/e-intro/
組織概要	IT 活用による産業の活性化を目的とした非営利団体

資訊工業策進会(I I I: The Institute for Information Industry)は、台湾経済省 (Ministry of Economic Afffairs)と民間企業数社によって共同設立された非営利団体である。 I I I は、1979 年の創設以来 I Tを利用した産業の活性化を主眼として活動し、台湾における情報産業の発展及び研究に関する活動の中軸であった。具体的なミッションは以下の通り。

- I T産業発展や知識ベースの経済への移行といった政策に関し政府のシンクタンクと しての役割を果たすこと
- 政府の国内 I Tインフラ形成・改善政策への戦略的および技術的なサポート
- 新産業創設や新製品開発の機会の創出、あるいは世界市場での台湾情報産業の競争力 強化のための革新且つ先端の情報技術の開発及び移植

IIIのここ数年の活動は以下のようになっている。

- 1999 年: 国家情報インフラ計画 (NII) の支援および電子商取引の軸となる電子 署名法案の草稿通過に向けたのロビー活動。
- **2000** 年: 政府や地域企業の **2000** 年問題対策を支援。NIIと共に **2000** 年末まで にインターネット普及率を **27%、600** 万人に到達するという政府目標の促進。
- 2001 年: 第 18 回アジア太平洋貿易促進電子ビジネス会議(AFACT)を主催し、 15 カ国から 138 人の代表を迎えた。また情報通信技術台北博覧会を開催、7カ国から 26 企業が参加した。
- 2002 年: AFACTの高級事務局として指名された。E ビジネスにおける世界最大の標準化団体 RosettaNet による基準を台湾において採用することを決定。

3.9.2. 電子商取引推進プロジェクト

推進プロジェクト	産業オートメーション E ビジネス・プログラム(i A e B: Industrial Automation & Electronic Bussiness Program) http://www.nmipo.org.tw/english/main/e_7.htm
目標	台湾の 5 万企業に 200 以上のサプライチェーンを導入
期間	1999年7月1日~2004年12月31日
実施者	経済省(MOEA: Ministry of Economic Affairs)
背景構想 / 親プロ ジェクト	産業オートメーション計画(Industrial Automation Plan)

台湾のオンライン人口は 1994 年以降の国家インフラ(NII)計画によって 1999 年には 350 万人を越すまでになったが、依然として企業間(BtoB)での電子商取引を行う I T関連 の企業は未だ少なかった。そこで台湾経済小は 1999 年 7 月、BtoB の電子商取引の推進が台湾における競争力強化に繋がるとの認識から、NII計画で電子商取引を取り扱っていた商業自動化計画(Industrial Automation Plan)の延長して、産業オートメーションEビジネスプログラム(i AeB: Industrial Automation & Electronic Bunisness Program)を立ち上げた。同プログラムは台湾の製造業の競争力強化を促進すると同時に、台湾を電子商取引のサービスプロバイダーとしての地位を築き上げようとしている。プログラムの目標は以下の通り。

- 台湾の **BtoB** の電子商取引の許容量を5万企業に拡大し、さらに **200** 以上のサプライチェーンを整備する。
- 対象企業の80%を中小企業とする。

- 生産、保管、流通、そしてソフトウェア・アプリケーションにおける積極的かつ一貫 した統合技術の開発。
- 40の成功事例を作成。
- 5年以内で製造、商業、金融、農業、建設産業において **2000** 以上の企業が包括的なオートメーションを導入すること。

3.10. オーストラリア

3.10.1. 電子商取引推進機関

機関名称	オーストラリア国家情報経済局(NOIE: National Office for the Information Economy)
所在地	1st Floor, MTAA House, 39 Brisbane Avenue, Barton 2600
URL	http://www.noie.gov.au/index.htm
組織概要	オーストラリア経済の生産性向上と競争力強化のために E ビジネスを促進することを目的として設立された政府の諮問機関

オーストラリア国家情報経済局(NOIE: National Office for the Information Economy) はオーストラリア経済の生産性向上と競争力強化のためにEビジネスを促進することを目的として 1997 年9月に設立されたオーストラリア政府の諮問機関である。NOIE はオーストラリアにおいて世界最大級のオンライン経済および社会を創造することを目指して、電子商取引、オンラインサービス、インターネットに関する連邦政府の政策の調整を行っている。2000 年 10 月には、旧政府オンライン局(Office of Government Online)の機能を引継ぎ、通信情報技術芸術省内の行政執行機関として確立された。政府の諮問機関として情報経済に関する以下の案件について責任を持つ。

- 情報通信技術に関する問題の情報経済に与える影響
- 電子商取引に必要とされる規制及びインフラ整備
- 政府の行政、情報提供、サービス提供における新技術の採用
- 企業や政府機関がオンライン・サービスを提供するための支援
- 政府の関連国際会議での情報経済に関する意見の一貫性
- 情報経済からの利益の主唱

3.10.2. 電子商取引推進プロジェクト

推進プロジェク	情報技術オンライン助成金
 	(ITOL: Information Technology Online Grant)
	http://www.noie.gov.au/projects/ebusiness/developing/ITOL/index.htm
目標	中小企業間の電子商取引の促進
期間	1996 年~
実施者	国家情報経済局(NOIE)
予算総額	750 万豪ドル

情報技術オンライン助成金制度(ITOL: Information Technology Online Grant)はE ビジネスに取り組む企業間での協力促進を目的として国家情報局により **1996** 年に設置された。 ITOLの主だった目的は以下の通り。

- 様々な分野の企業間取引(**BtoB**)、特に中小企業間の取引において、電子取引という ソリューションの導入を促進するための企業間協力を奨励すること
- 産業間、産業内での革新的な電子商取引による問題解決という意識付け及び戦略を育成し、成長維持可能な経済あるいは産業競争力向上を成し遂げること

ITOLの助成金制度はプロジェクト費用の上限 **50%**、あるいは **20** 万豪ドルまで負担をする。また、補助金を受け取るための基準として以下の4点が挙げられている。

- ① ビジネス部門で活用できる可能性のある革新的なソリューションが行われるプロジェクトであること
- ② 明確且つ具体的な市場の需要を捉え、またそれに応えることのできるプロジェクトであること
- ③ プロジェクトを引き継げる共同事業体があること
- ④ 十分な収益があげられること

開始以来、ITOL助成金プログラムは計 81 プログラムに対し、およそ 750 万豪ドルの助成金を給付してきた。助成金を給付された事例としては 2000 年 5 月に 8 万豪ドルの予算が下りたワタスマニア・ロジスティック・オンライン (TLO)計画がある。この計画では物資調達および運輸業者、さらには消費者までもが受益できるような作業工程のオートメーション化が行われている。

4. 日韓 EC 推進協議会

4.1. 日韓 EC 推進協議会の概要

(1) 発足の経緯

1998 年 10 月に行われた、金大中韓国大統領と小渕首相との会談で、日本と韓国の産業の情報化に関する協力について話し合われた際に、両国間の交流促進を図ることが合意されたことを受け、1999 年 7 月 10 日に「日韓 EC 推進協議会」が設立された。

(2) 活動経過

平成 12 年度(2000 年度)までの活動経過については「海外における EC 推進状況調査報告書 2000」(電子商取引推進協議会, 平成 13 年 3 月発行) 第 5 章を参照のこと。

平成 13 年度(2001 年度)の活動内容については「海外における EC 推進状況調査報告書 2001」(電子商取引推進協議会,平成14年3月発行)第4章を参照のこと。

4.2. 平成 14 年度活動内容

平成14年度に行われた活動概要を次に示す。

4.2.1. 日韓 e-ビジネス国際フォーラム

平成 14 年 5 月 10 日 (金)、ソウル三成洞 COEX (韓国)において「2002 日韓 e-ビジネス国際フォーラム『日本 ECOM 成果発表会』」が、韓国産業資源部の主催で開催された(主管:韓国電子取引協会(KCALS)、ECOM、e-ビジネス企業人連合会)。この発表会は、平成 9 年度より毎年開催しているもので、今回で 6 回目を迎えた。日本の EC の発展に関連する諸課題に対する検討状況と韓国における e ービジネスの推進状況について日韓双方より報告が行なわれた。

日本側は、ECOM から黒岩惠企画部会長(トヨタ自動車㈱情報事業企画部担当部長)をはじめ主席研究員 10 名より、「自動車産業の e-ビジネス/e-コマースの現状と展望」「e-ビジネス推進上の法的課題」「ハイブリッドコマースへの道:BtoC、BtoB・EC の現状と成功要因分析」「電子政府の戦略的推進」「モバイルコマースへのユーザーの期待と普及への課題」「韓国・日本連合による世界に先駆けた消費者保護施策の取り組み」「e-Marketplace の動向と展望」「日韓 e-AMP 実証実験トライアル」「E Cサイトのセキュリティ強化についての提言」「電子証明書の利用形態に関する考察」「国際社会における電子商取引」について講演を行った。

韓国側からは、「韓国電子商取引市場規模および実態調査、今後の展望」「日・中・韓モバイルインターネットビジネスの比較」「韓国電子政府の推進」についての発表が行われた。

4.2.2. 日韓 EC 推進協議会 (慶州)

2002 年 9 月 4 日より日韓 EC 推進協議会が韓国慶州で開催された。9 月 5 日には協議会ワークショップが開催(今回で通算 9 回目)され、日韓 EC 法律専門家ラウンドテーブルの初会合も同時開催された。9 月 6 日には KAIT と JIPDEC による日韓個人情報保護マーク相互認証調印式及び両国政府関係者による日韓 EC 政策ダイアログが行われた。

(1) ワークショップの内容

ワークショップにおけるテーマと発表者・発表機関は次の通り。

- ①日韓 e-ASIA Marketplace 構築の状況(李 在承/KCALS、石黒 栄治/ECOM)
- ②電子部品業界の EC の状況(金 聖福/韓国電子産業振興会、高橋 満/日立製作所)
- ③自治体による取組み(宮崎県)(長尾 正彦/宮崎県商工観光労働部、金善玟/BcallB)
- ④e-Learning(鄭 種旭/Dune、大嶋 淳俊/UFJ 総合研究所)
- ⑤貿易 EDI の現状(韓 鶴熙/KT NET)
- ⑥M-commerce 日韓ユーザー共同調査 (太細孝/ECOM)
- ⑦電子政府(金 聖曦/KAIST、牧 由美子/経済産業省)
- (2) 法律専門家ラウンドテーブル

両国より、弁護士、大学関係者、民間企業/団体、政府関係者が参加し、電子商取引法制度の現状及び今後のあり方、電子商取引関連の消費者紛争の現況、ADR、UNCITRAL における最近の動向等について議論された。

4.2.3. 日韓 EC 推進協議会(神戸)

2002 年 **2** 月 **6** 日神戸にて日韓 **EC** 推進協議会ワークショップが開催された。そのときのテーマと発表機関は次の通り。

- ①日韓 e-ASIA Marketplace 構築の状況(石黒栄治/電子商取引推進協議会、李在承/韓国電子去來協會)
- ②貿易 EDI の状況(渡邊浩吉/ TEDI Advanced Network、三井康通/TEDI Club、韓鶴熙/韓国貿易情報通信)
- ③日韓共同 WG モバイル EC 利用者ニーズ調査 (太細孝/電子商取引推進協議会)
- ④ebXML アジア会議と共同 WG(菅又久直、電子商取引推進協議会)
- ⑤電子政府(安達和夫/電子商取引推進協議会、金聖曦/韓国科学技術院)
- ⑥事務局より報告(日韓共同調査)(山田良史/電子商取引推進協議会、洪会軫/韓国電子 去來協會)
- ⑦e-BAT 普及計画と実証実験(栗原征機/ ERP 研究推進フォーラム、尹泳皙/韓国電子去來協會)

また、ワークショップの最後の部分で、e-BAT の日韓共同事業に関する覚書(MOU)の調印式が行なわれた。

参考資料リスト

第1章:参考資料リスト ACCC (Australian Competition and Consumer Commission) http://www.accc.gov.au Cyber Atlas http://cyberatlas.internet.com ebusiness Forum http://www.ebusinessforum.com Economist.com http://www.economist.com/ ecommerce times http://ecommercetimes.com EIU http://www.eiu.com EMarketer http://www.emarketer.com Federal Communication Commission http://fcc.gov Forrester Research, Inc. www.forrester.com Gartner, Inc. http://www4.gartner.com/UnrecognizedUserHomePage.jsp IDC http://www.idc.com In-stat/ MDR

International Telecommunication Union

http://www.instat.com

www.itu.org

JupiterMediaMatrix

http://www.jup.com

Leichtman Research

http://www.leichtmanresearch.com

NetValue

http://www.netvalue.com/

NFO World Group

http://www.nfocfgroup.com

Nielsen//Netratings

http://www.nielsen-netratings.com

Nua Internet Surveys

http://www.nua.com/surveys/

Point Topic

http://www.point_topic.com

Statistics Canada

http://www.statcan.ca/

Taylor Nelson Sofres

http://www.tnsofres.com/

TechNews.com

http://www.technews.com

The Age

http://www.theage.com.au

US Department of Commerce

www.commerce.gov

第2章:参考資料リスト

```
ASEAN
```

http://www.aseansec.org

Australia National Office for the Information Economy http://www.noie.gov.au/

e-ASEAN

http://www.e-asean.info

Baker & Mckinze Global E-Commerce Law http://www.bmck.com/ecommerce/home.htm

Canada Customs and Revenue Agency http://www.ccra-adrc.gc.ca/

CommerceNet Taiwan

http://www.commercenet.org.tw/

Electronic Commerce, Singapore http://www.ec.gov.sg/

Electronic Commerce in Canada http://e-com.ic.gc.ca/

e-Celebrations Singapore

http://www.ecelebrationsingapore.com/

Federal Communication Committee http://fcc.gov

GBDe

http://www.GBDe.org

Global E-Commerce Law: Baker & McKenzie

http://www.bmck.com/ecommerce

Government of Ontario, Canada http://www.gov.on.ca/

Information Development Authority of Singapore http://www.ida.gov.sg/

Malaysia Multimedia Development Corporation http://www.mdc.com.my/

Malaysia National Multiple Purpose Card http://www.mdc.com.my/

National Information Technology Council Malyasia http://www.nitc.org.my

UNCITRAL

http://www.uncitral.org

United States Government Electronic Commerce Policy http://www.ecommerce.gov/

第3章:参考資料リスト

Austraria, National Office for the Information Economy http://www.noie.gov.au/

Canada E-Business Initiative http://www.cebi.ca/

Commerce Net

http://www.commerce.net

Echeck

http://www.echeck.org

Information Technology Online Grant

http://www.onie.gov.au/projects/ebusiness/developing/ITOL/index.htm

National Information Technology Council of Malaysia http://www.nitc.org.my/

Next Generation Internet Grant Program http://www.commerce.net/projects

Student Connection Program

http://www.scp-ebb.com/

Singapore, Infocomm Development Authority http://www.ida.gov.sg/

Taiwan, Industrial Automation & Electronic Bussiness Program http://www.nmipo.org.tw/english/main/e_7.htm

Taiwan, Institute for Information Industry http://www.iii.org.tw/

Taiwan, Ministry of Economic Affairs http://www.moea.gov.tw

Thailand, Electronic Commerce Resource Center http://www.ecommerce.or.th/

禁無断転載

海外における EC 推進状況調査報告書 2002 平成 15年 3月 発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会 電子商取引推進センター 東京都港区芝公園3丁目5番8号 機械振興会館 3階

TEL: 0 3 (3 4 3 6) 7 5 0 0

印刷所 株式会社オキアルファクリエイト

〒108-0023 東京都港区芝浦 4 丁目 12 番3 1号

TEL: 0 3-5 4 7 6-5 2 5 6

(本報告書は再生紙を使用しています。)

14-E011