

海外における EC 推進状況 調査報告書 2004

平成17年1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。

まえがき

平成11年度より継続して実施し、本年度で第6回目となる本調査研究は、海外のECの取組状況を調査・検討し、整理を行ったものである。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。

インターネットの普及が進み、それにつれて電子商取引も順調な拡大を見せている中、平成16年度の調査実施にあたっては、昨年度把握が難しかった欧州地域等のより詳細な情報把握に務めた。また、調査データについてもより詳細なものとするべく、2章・3章の情報量を増やしている。

本書における構成は、このところの報告書の構成と合わせ、各章を主題となるその章のテーマに関し、世界、北米、欧州、アジア・太平洋各地域別に記載している。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た。第2章では政策に関する事項をまとめ今年度の動きについて詳述した。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。

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17年1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

第1章	電子商取引の普及状況および現状分析	1
1.1	世界市場	1
1.1.1	インターネット普及状況	1
1.1.2	E-レディネス	10
1.1.3	ネットワーク・レディネス指数	13
1.1.4	電子商取引市場の動向	16
1.1.5	主要各国の電子商取引と GDP	23
1.2	北米市場	24
1.2.1	インターネット普及状況	24
1.2.2	北米における電子商取引市場の動向	26
1.3	アジア・太平洋市場	40
1.3.1	インターネット普及状況	40
1.3.2	アジア・太平洋地域電子商取引市場の動向	44
1.4	欧州市場	67
1.4.1	インターネット普及状況	67
1.4.2	欧州における電子商取引市場の動向	70
第2章	国際機関及び各国の電子商取引政策動向	81
2.1	国際機関	82
2.1.1	経済協力開発機構（OECD）	82
2.1.2	電子商取引に関する世界ビジネス会議（GBDe）	87
2.1.3	国連国際商取引法委員会（UNCITRAL）	91
2.1.4	世界貿易機関（WTO）	94
2.1.5	東南アジア諸国連合（ASEAN）	96
2.1.6	アジア太平洋経済協力会議（APEC）	99
2.2	北米	102
2.2.1	米国	102
2.2.2	カナダ	106
2.3	アジア・太平洋	110
2.3.1	韓国	110
2.3.2	中国	113
2.3.3	台湾	115
2.3.4	シンガポール	117
2.3.5	マレーシア	119
2.3.6	インド	121

2.3.7	オーストラリア	125
2.3.8	日本	129
2.4	ヨーロッパ	135
2.4.1	欧州連合 (EU)	135
2.4.2	イギリス	138
2.4.3	ドイツ	141
2.4.4	フランス	143
第3章	各国における電子商取引推進機関と推進プロジェクト	146
3.1	北米	146
3.1.1	米国	146
3.1.2	カナダ	150
3.2	アジア・太平洋	153
3.2.1	韓国	153
3.2.2	中国	159
3.2.3	台湾	164
3.2.4	シンガポール	167
3.2.5	マレーシア	171
3.2.6	インド	174
3.2.7	オーストラリア	176
3.3	ヨーロッパ	180
3.3.1	EU	180
3.3.2	イギリス	183
3.3.3	ドイツ	185
3.3.4	フランス	187

図表目次

図 1-1	世界のインターネット・ユーザ数の推移 (2001～2003年)	1
図 1-2	世界のインターネット・ユーザ数の推移予測 (2004～2007年)	2
図 1-3	世界の地域別インターネット・ユーザ数と普及率 (2004年)	2
図 1-4	世界のブロードバンド接続契約者数	6
図 1-5	ブロードバンド回線地域別内訳	7
図 1-6	世界及び各地域におけるブロードバンドの種類別内訳	8
図 1-7	DSL及びケーブルモデム接続の平均月額サービス料 (2003年Q3～2004年Q4)	9
図 1-8	ネットワーク・レディネス指数の構成要素	13
図 1-9	世界の電子商取引市場全体の規模予測 (2000～2005年)	16
図 1-10	世界各国におけるオンライン調達をする企業の割合 (2001～2003年)	18

図 1-11	世界各国におけるオンライン販売をする企業の割合（2001～2003年）	18
図 1-12	世界各国におけるオンラインで支払いをする企業の割合（2001～2003年）	20
図 1-13	世界各国におけるオンライン支払いを受付ける企業の割合（2001～2003年）	20
図 1-14	世界の B2C 電子商取引市場規模	21
図 1-15	主要各国における電子商取引規模の GDP 比	23
図 1-16	米国及びカナダにおけるブロードバンドの種類別内訳	25
図 1-17	米国における電子商取引市場規模の推移	26
図 1-18	米国における 2003 年の B2B 電子商取引市場規模	27
図 1-19	米国 B2C 電子商取引額と小売に占める割合の推移	28
図 1-20	米国消費者がオンラインで買物をする理由	29
図 1-21	米国 B2C 電子商取引市場の予測（2004～2008年）	30
図 1-22	オンラインでの売上げの製品内訳	31
図 1-23	米国における音楽配信サービス市場規模の予測	33
図 1-24	米国におけるオンラインによる支払いの総額の各社推計（2002～2008年）	34
図 1-25	米国世帯におけるオンラインによる支払いの普及率の各社推計（2001～2007年）	35
図 1-26	カナダにおける B2B 電子商取引市場規模	36
図 1-27	カナダにおける B2C 電子商取引市場規模	37
図 1-28	カナダにおける旅行サイトとそれ以外のサイトにおける売上高（2002Q4・2003Q4）	38
図 1-29	オンラインサイトの売上げにおけるカナダ国内サイトの割合	39
図 1-30	アジア・太平洋地域におけるブロードバンド市場規模（2003・2004・2008年）	43
図 1-31	日本を除くアジア・太平洋地域での電子商取引市場全体の規模（2000～2005年）	44
図 1-32	アジア・太平洋地域における電子商取引市場の B2B、B2B 内訳（2003・2008年）	45
図 1-33	日本を除くアジア・太平洋地域におけるオンライン・ゲーム市場規模の推移	47
図 1-34	アジア・太平洋地域のオンライン・ゲーム市場規模と平均成長率	48
図 1-35	韓国電子商取引市場タイプ別内訳（2003年総取引額 235兆 250億ウォン）	49
図 1-36	韓国 B2B 電子商取引市場の規模（2002・2003年）	49
図 1-37	韓国 B2C 電子商取引市場の規模（2002・2003年）	51
図 1-38	韓国 B2C 電子商取引市場の規模予測（2004～2010年）	51
図 1-39	韓国 B2G 電子商取引市場の規模（2002・2003年）	52
図 1-40	中国 B2B 電子商取引市場規模の推移	53
図 1-41	中国における B2C 電子商取引サイトの売上高	54
図 1-42	インターネットに費やす時間別の平均オンライン・ショッピング支出額	55
図 1-43	中国のオンライン・ショッピング・サイトで過去 1 年間にオンラインで購入した製品・サービス	56
図 1-44	中国オンライン旅行サイト市場規模の推移（2002～2005年）	57
図 1-45	中国オンライン・オークション市場の規模	58
図 1-46	中国オンライン・ショッピングでの支払方法	58
図 1-47	台湾 B2C 電子商取引市場の規模の推移（2001～2004年）	60
図 1-48	台湾オンライン・ショッピング・サイトの採算内訳	62
図 1-49	日本の電子商取引市場 B2B と B2C の内訳（2003年）	62

図 1-50	日本の B2B 電子商取引市場の推移（2000～2003 年）	63
図 1-51	日本の B2C 電子商取引市場の推移（2000～2003 年）	64
図 1-52	日本のインターネット・ユーザにおける過去 1 年間の購入回数	64
図 1-53	日本のインターネット・ユーザがオンライン・ショッピング・サイトで過去 1 年間に購入した商品	65
図 1-54	日本のインターネット・コンテンツ市場の推移	66
図 1-55	日本におけるインターネットによる株式取引額の推移	66
図 1-56	西欧におけるブロードバンドおよびダイヤルアップの利用者数	68
図 1-57	欧州における電子商取引市場規模の推移（2000～2005 年）	70
図 1-58	西欧の電子商取引市場規模（2003・2007 年）	71
図 1-59	西欧の電子商取引市場における国別シェア（2003 年）	71
図 1-60	西欧の電子商取引市場における B2B・B2C の占める割合（2003 年）	72
図 1-61	西欧の B2B 電子商取引市場規模の推移（2003・2007 年）	73
図 1-62	欧州 B2C 電子商取引市場の規模	74
図 1-63	2008 年の欧州における B2C 電子商取引の国別市場規模予測	75
図 1-64	オンライン・ショッピングの普及率	76
図 1-65	オンライン・ショッピングにおける懸念事項	77
図 1-66	イギリス企業が新製品及びサプライヤを探す際に始めに使う手段	78
図 1-67	男女別 イギリスのオンライン支出額	78
図 1-68	イギリスにおけるオンライン活動の内容	79
図 1-69	ドイツの電子商取引市場の規模推移（2003・2007 年）	80
図 2-1	u-Japan 構想の今後の流れ	132
表 1-1	インターネット普及率上位 20 カ国・地域	3
表 1-2	インターネット・ユーザ数の多い国・地域上位 20 カ国	4
表 1-3	インターネット・ユーザの母国語上位 10 ケ国語	5
表 1-4	ブロードバンド普及に関する国・地域別順位（2003 年 12 月末）	8
表 1-5	2004 年度 E レディネス・ランキング（カッコ内は前年度の値）	11
表 1-6	ネットワーク・レディネス指数上位 25 カ国	14
表 1-7	ネットワーク・レディネス指数の各指標における上位 10 カ国	15
表 1-8	北米地域における国別インターネット普及状況	24
表 1-9	北米地域におけるブロードバンド回線数	24
表 1-10	2003 年 12 月における電子商取引サイトのヒット数上位 20 サイト	32
表 1-11	オンライン・コンテンツへのカテゴリ別支出（万ドル）	34
表 1-12	カナダにおけるグループ別オンライン支出額の増加率	39
表 1-13	アジア及びオセアニアにおけるインターネット・ユーザ数	40
表 1-14	アジア・太平洋地域における国地域別インターネット普及主要上位 10 カ国及び地域	41
表 1-15	アジア・太平洋地域におけるブロードバンド回線数	42
表 1-16	韓国 B2B 電子商取引市場の取引相手別内訳	50

表 1-17	韓国における産業別 e マーケットプレイスの数 (2003 年)	50
表 1-18	韓国の電子商取引サイトにおける製品・サービス別売上げ上位 9 位	52
表 1-19	台湾の B2C 電子商取引サイトにおける上位製品・サービス	60
表 1-20	欧州におけるインターネット普及状況	67
表 1-21	欧州におけるインターネット普及率主要上位国	67
表 1-22	欧州・中東における国別ブロードバンド普及状況	69
表 2-1	国際機関及び各国における電子商取引関連政策の取組状況	81
表 2-2	GBDe 年次総会における提言書の内容	88
表 2-3	UNCITRAL による電子契約協定に関するこれまでの審議内容	93
表 2-4	IT839 戦略の概要	111
表 2-5	インド情報通信規制局によるブロードバンド政策に対する提言	123
表 2-6	「オーストラリアにおける情報経済に向けた戦略的枠組み 2004～2006 年」の概要	126
表 2-7	「e-Japan 重点計画-2004」	130
表 2-8	「情報セキュリティ総合戦略」における 3 つの戦略	131
表 2-9	平成 17 年度 ICT 政策大綱	133

第1章 電子商取引の普及状況および現状分析

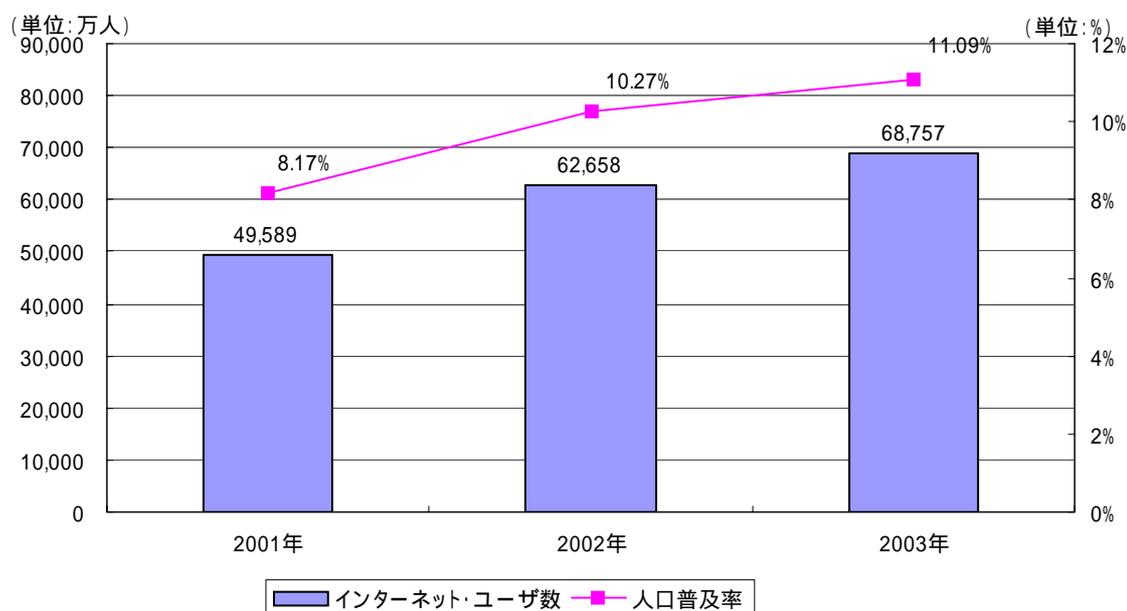
1.1 世界市場

1.1.1 インターネット普及状況

(1) インターネット・ユーザ数

<ユーザ数は7億人間近、普及率は11%に>

世界におけるインターネット・ユーザ数は、接続料金の低下やブロードバンドの普及を背景として、着実な増加を続けている。国際電気通信連合（International Telecommunication Union : ITU）によると、2003年におけるインターネット・ユーザ数は、前年の6億2,658万人から9.7%増加の6億8,757万人となり、また人口普及率は10.3%から11.1%へと上昇したという¹。（図1-1参照）



出典：ITUのデータ（2004年）を元に作成

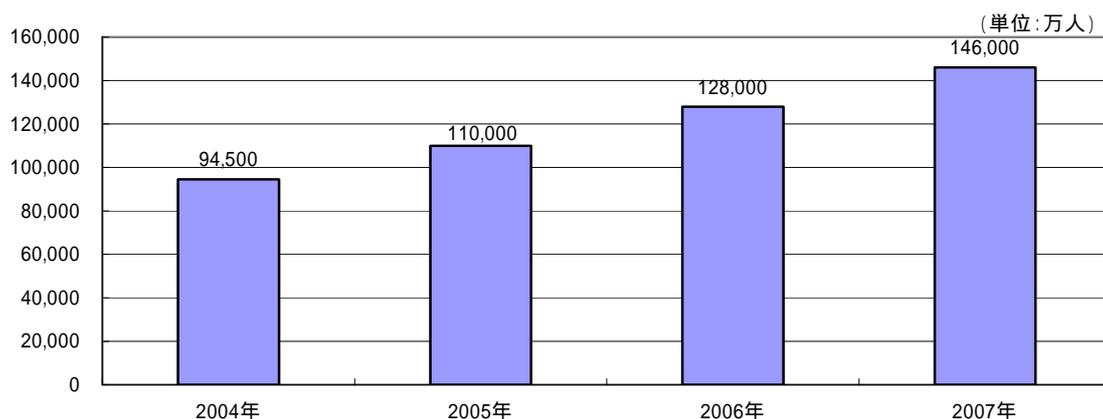
図1-1 世界のインターネット・ユーザ数の推移(2001～2003年)

<今後3年間で1.5倍に>

世界のインターネット・ユーザ数は、今後も引き続き増加していくと見込まれており、調査会社 Computer Industry Almanac 社によると、2004年から2007年までの3年間で、9億4,500万人から14億6,000万人へとおよそ1.5倍になり、年平均成長率（Compound Annual Growth Rate : CAGR）は15.6%になると予測している²。（図1-2参照）

¹“ITU Internet Report 2004: Portable Internet,” ITU, Sep. 2004 及び ITU ホームページ

²“Population Explosion!,” Clickz.com, May 10, 2004, http://www.clickz.com/stats/big_picture/geographics/print.php/5911_151151

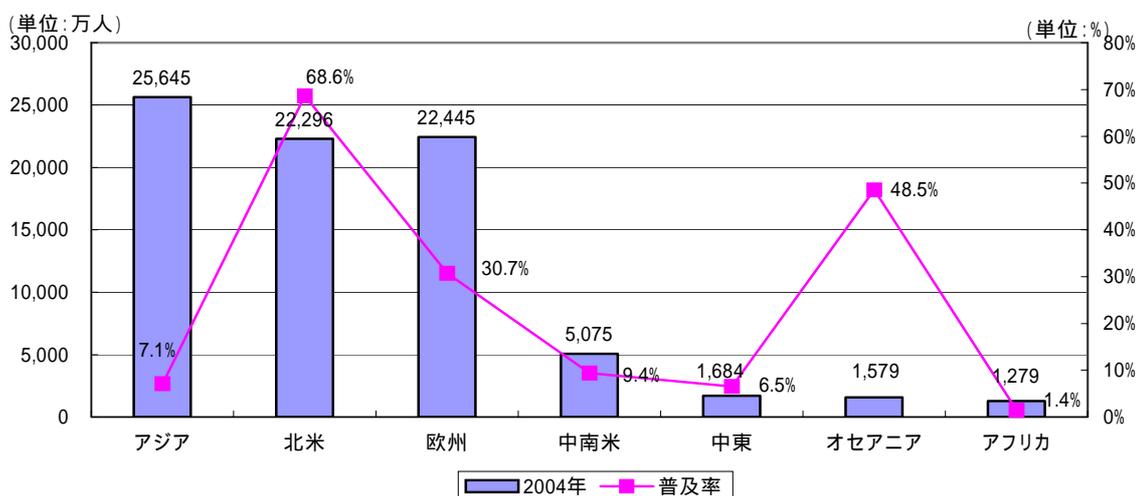


出典：Computer Industry Almanac社のデータ（2004年5月）を元に作成

図 1-2 世界のインターネット・ユーザー数の推移予測(2004～2007年)

<アジアはユーザー数最大、北米は高普及率>

世界のインターネット・ユーザー数を地域別に見てみると、アジア、北米、欧州の3地域がほぼ同規模で争う中、アジア地域が僅かに抜き出ている。調査会社 Internet World Stats社の2004年9月時点での発表によると、世界のインターネット・ユーザーの総数は8億人であり、このうちアジア地域のユーザーが最大の2億5,645万人で全体の32.5%を占めており、次に欧州地域が2億2,445万人で28.1%、3番目に北米地域が2億2,296万人で27.9%を占めている。これに対して、地域別の普及率では、北米が68.6%と他の地域を大きく引き離しており、またオセアニアも48.5%と高く、一方でユーザー数の多い欧州・アジアの普及率はそれぞれ30.7%、7.1%に留まっている³。（図 1-3 参照）



注：オセアニアはオーストラリア、ニュージーランド等が含まれる。

出典：Internet World Stats社のデータ（2004年9月）を元に作成

図 1-3 世界の地域別インターネット・ユーザー数と普及率(2004年)

³“INTERNET USAGE STATISTICS - The Big Picture,” Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<普及率スウェーデンが1位、50%を超える国が続出>

また国・地域別のインターネット普及率では、欧米やアジアの先進国が上位を占めている。Internet World Stats社が発表した2004年9月時点における世界のインターネット普及率によると、首位は76.8%のスウェーデンであったほか、2位が69.0%の米国、3位が67.1%のオーストラリアとなっていた。また4位以下の国・地域においてもインターネット普及率は非常に高く、50%以上の普及率を達成している国・地域は、19にのぼっている。なお、日本の普及率は51.5%で15位となっている。また上位20カ国を地域別に見ると、ヨーロッパが11カ国、アジアが5カ国・地域、北米が2カ国、オセアニアが2カ国となっている。アジアでは一部の国が高いインターネット普及率を誇っているものの、それ以外の発展途上国におけるインターネット普及が進んでいないため、地域全体の普及率は非常に低いものとなっている⁴。（図1-3及び表1-1参照）

表 1-1 インターネット普及率上位20カ国・地域

順位	国・地域	普及率(%)	インターネット・ユーザ数(人)
1	スウェーデン	76.8%	6,906,109
2	米国	69.0%	203,271,187
3	オーストラリア	67.1%	13,563,452
4	オランダ	66.0%	10,806,328
5	アイスランド	65.3%	195,000
6	カナダ	63.9%	20,450,000
7	香港	63.0%	4,661,589
8	デンマーク	62.5%	3,375,850
9	韓国	62.0%	29,220,000
10	スイス	62.0%	4,606,512
11	イギリス	60.6%	35,831,416
12	シンガポール	60.0%	2,100,000
13	ニュージーランド	55.4%	2,110,000
14	ドイツ	54.9%	45,357,649
15	日本	51.5%	65,933,441
16	イタリア	50.9%	28,610,000
17	フィンランド	50.7%	2,650,000
18	台湾	50.3%	11,602,523
19	ノルウェー	50.0%	2,288,000
20	オーストリア	46.5%	3,730,000

出典：同上

⁴同上

<ユーザ数は米国が1位>

国・地域別のインターネット・ユーザ数をみると、米国が2億327万人と他国を大きく引き離しており、それに続いて中国が8,700万人で2位につけているほか、日本が6,593万人で3位、ドイツが4,536万人で4位、そしてイギリスが3,583万人で5位となっている⁵。上位20カ国を地域ごとに見ると北米が2カ国、アジア・太平洋地域が8カ国、中南米が2カ国、ヨーロッパが8カ国であった。またインドや中国、インドネシア、メキシコといった人口を多く抱える国では、普及率が依然として低いため、インターネット環境の向上にしたがってさらにユーザ数が伸びるものと期待される。(表1-2参照)

表1-2 インターネット・ユーザ数の多い国・地域上位20カ国

順位	国・地域	インターネット・ユーザ数	インターネット普及率
1	米国	203,271,187	69.0%
2	中国	87,000,000	6.8%
3	日本	65,933,441	51.5%
4	ドイツ	45,357,649	54.9%
5	イギリス	35,831,416	60.6%
6	韓国	29,220,000	62.0%
7	イタリア	28,610,000	50.9%
8	フランス	23,216,191	38.7%
9	カナダ	20,450,000	63.9%
10	ブラジル	19,311,854	10.8%
11	インド	18,481,000	1.7%
12	スペイン	14,332,763	34.2%
13	オーストラリア	13,563,452	67.1%
14	台湾	11,602,523	50.3%
15	オランダ	10,806,328	66.0%
16	メキシコ	10,033,000	9.8%
17	ポーランド	8,970,000	23.5%
18	マレーシア	8,692,100	34.0%
19	インドネシア	8,000,000	3.6%
20	スウェーデン	6,906,109	76.8%

出典：同上

⁵ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm#top25>

<インターネット上の言語>

インターネットの黎明期においては、インターネット上で使われている言語の大部分は英語で占められていたが、その後非英語圏のインターネット・ユーザの爆発的な増加により、現在では多言語化が進み、英語の占める割合は大幅に減少した。Internet World Stats 社が調査した母国語別インターネット・ユーザ数をみると、トップの英語がユーザ全体の 36.3%にあたる 2 億 8,890 万人であり、また中国語が 1 億 548 万人（13.3%）で 2 位、日本語が 6,593 万人（8.3%）で 3 位、その後スペイン語、ドイツ語と続いている⁶。（表 1-3 参照）

表 1-3 インターネット・ユーザの母国語上位 10 ヶ国語

順位	言語	ユーザ数	シェア
1	英語	288,898,982	36.3 %
2	中国語	105,484,112	13.3 %
3	日本語	65,933,441	8.3 %
4	スペイン語	53,782,589	6.8 %
5	ドイツ語	52,315,999	6.6 %
6	フランス語	33,465,125	4.2 %
7	韓国語	29,220,000	3.7 %
8	イタリア語	28,610,000	3.6 %
9	ポルトガル語	21,906,897	2.8 %
10	オランダ語	13,657,170	1.7 %
上位 10 ヶ国語合計		693,279,524	87.2 %
その他の言語		101,686,725	12.7 %
合計		800,040,498	100 %

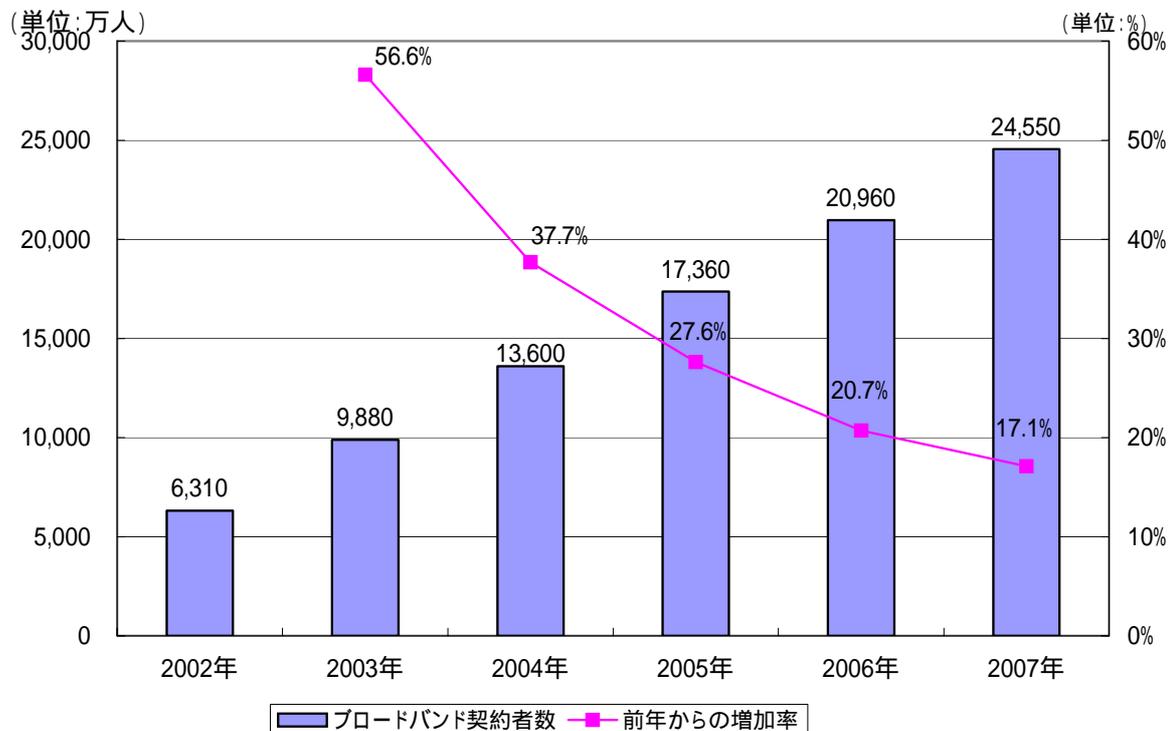
出典：同上

⁶ <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

(2) ブロードバンド・ユーザ数

<ユーザ数 2004 年に 1 億人を突破>

インターネットの常時接続や高速通信を可能にするブロードバンド通信は、既存の電話回線を活用する DSL 回線の人気上昇していることなどを背景として、急速な普及を遂げている。調査会社 eMarketer 社によると、世界のブロードバンド契約者数は 2002 年の 6,310 万人から 2003 年の 9,880 万人へと前年比 56.6% 増加したという。また世界のブロードバンド契約者数は今後も引き続き急増傾向が続くと予測されており、eMarketer 社では、世界のブロードバンド契約者数は、2004 年に 1 億人を突破して 1 億 3,600 万人となるなど、今後年平均 25.6% で成長を続けて、2007 年には 2 億 4,550 万人に達すると推計している。しかし eMarketer 社は、今後世界のブロードバンド契約者数の伸び率が徐々に鈍化していくと見込んでおり、2006 年から 2007 年には年成長率が 17.1% まで減少すると予測している⁷。(図 1-4 参照)



出典：eMarketer 社のデータ（2004 年 3 月）を元に作成

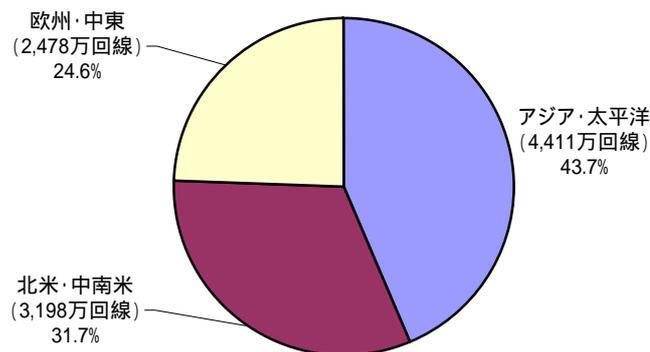
図 1-4 世界のブロードバンド接続契約者数

⁷“Super-Sized Broadband – 100 Million Subscribers Served,” eMarketer, Apr. 8, 2004, <http://www.emarketer.com/Article.aspx?1002741&Printer-Friendly=yes>

<アジア・太平洋地域がリード>

ブロードバンド普及状況を地域別にみると、DSL 回線の普及が進むアジア・太平洋地域が北米・中南米地域や欧州・中東地域をリードしている。調査会社 Point-Topic 社によると、2003 年末時点におけるアジア・太平洋地域のブロードバンド回線数は、4,411 万回線であり、全世界の 43.7%を占めていたという。また北米・中南米地域のブロードバンド回線数は世界全体の 31.7%を占める 3,198 万回線であり、欧州・中東地域は 24.6%を占める 2,478 万回線であったという⁸。

(図 1-5 参照)



出典：Point-Topic 社のデータ（2004 年 3 月）を元に作成

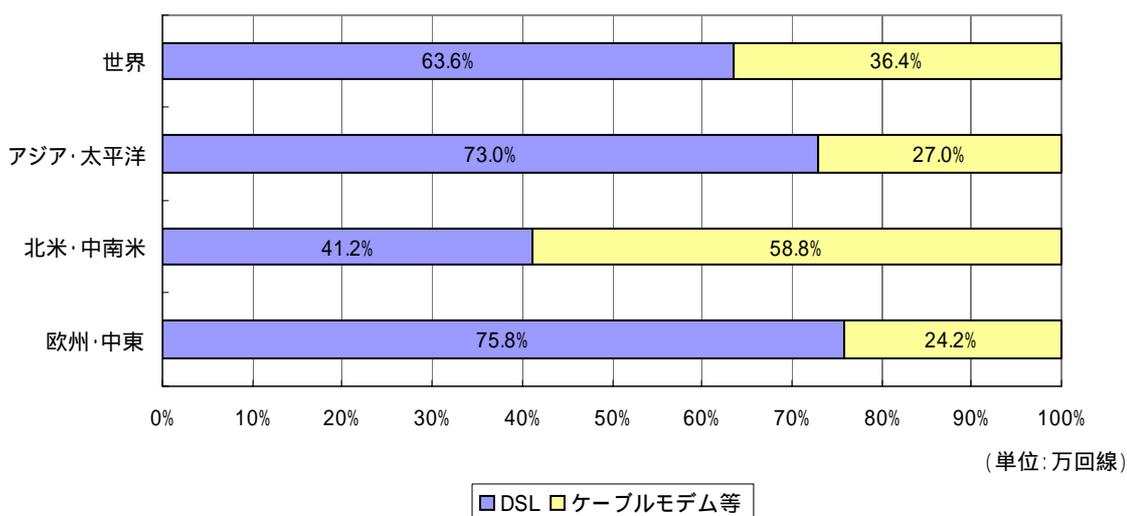
図 1-5 ブロードバンド回線地域別内訳

<世界的に DSL が主流、米州はケーブル>

ブロードバンド普及状況を回線の種類別にみると、世界的に DSL 接続がケーブルモデム接続を大きく上回っており、調査会社 Point-Topic 社によると、2003 年末時点の DSL 接続のシェアは 63.6%、ケーブルモデム等のシェアは 36.4%であったという。DSL 接続とケーブルモデム接続の割合は地域ごとに異なっており、アジア・太平洋地域や欧州地域において DSL 接続のシェアが 7 割以上と高くなっているのに対して、北米・中南米地域では僅か 4 割程度になっている。北米・中南米地域で DSL 接続に対してケーブルモデム等の接続の割合が高くなっている背景には、米国やカナダにおいてもともとケーブルテレビの普及が進んでいたため、ケーブル・インフラが整備されていたことが挙げられる⁹。（図 1-6 参照）

⁸“World Broadband Statistics Q4 2003,” Point-Topic, Mar. 23, 2004, <http://point-topic.com/>

⁹同上



出典：同上

図 1-6 世界及び各地域におけるブロードバンドの種類別内訳

<ユーザー数:米国、普及率:韓国、増加率:中国>

しかし、人口 100 人あたりのブロードバンド回線数では、韓国が 1 位、香港が 2 位、カナダが 3 位となっている。Point-Topic 社では普及率に関する正確な数値を公表していないが、CIA (Central Intelligence Agency、米中央情報局)¹⁰が発表した各国人口データを元に計算すると、それぞれの人口 100 人あたりのブロードバンド回線数は、韓国 23 回線、香港 18 回線、カナダ 14.3 回線となっている。またブロードバンド回線の増加率を見てみると、ブロードバンド後進国の成長が目覚しく、2003 年下半期に 69.1%の増加を示した中国が成長率 1 位になったほか、そのほかにもハンガリーが 58.4%増、イタリアが 57.2%増と回線数を大きく伸ばしている¹¹。(表 1-4 参照)

表 1-4 ブロードバンド普及に関する国・地域別順位 (2003 年 12 月末)

ブロードバンド回線数 (万回線)			人口 100 人あたりの ブロードバンド回線数		ブロードバンド回線増加率 (前年比:%)		
1	米国	2,511.0	1	韓国	1	中国	69.1
2	日本	1,364.1	2	香港	2	ハンガリー	58.4
3	中国	1,354.3	3	カナダ	3	イタリア	57.2
4	韓国	1,117.8	4	台湾	4	オーストラリア	48.4
5	カナダ	465.3	5	デンマーク	5	ポルトガル	47.2
6	ドイツ	456.6	6	ベルギー	6	イギリス	47.1
7	フランス	343.7	7	スイス	7	フランス	44.8
8	イギリス	318.4	8	オランダ	8	メキシコ	43.1
9	台湾	301.4	9	日本	9	ブラジル	42.9
10	イタリア	249.1	10	スウェーデン	10	オランダ	36.9

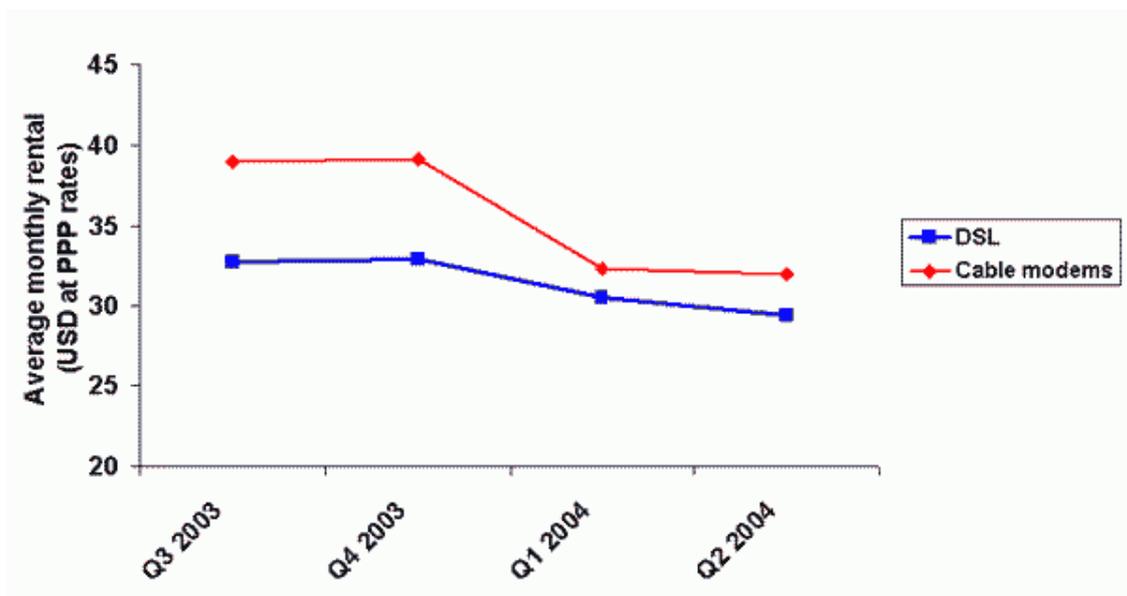
出典：同上

¹⁰ CIA World Factbook, <http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/>

¹¹ 同上

<競争による接続料の低廉化>

ブロードバンド通信が急速に普及している理由のひとつとして、ブロードバンド・サービス・プロバイダ間の競争に伴う接続サービス料金の低廉化が挙げられる。調査会社 Point-Topic 社は、2004 年上半期において DSL 接続及びケーブルモデム接続ともに接続サービス料が大幅に下落したとの調査結果を発表しており、これによるとケーブルモデム接続の世界平均月額サービス料が 39.2 ドルから 32.0 ドルへ、また世界の DSL 接続の世界平均月額サービス料では 32.0 ドルから 29.5 ドルへと下落したという。なお同社によると、ケーブルモデム接続の価格下落率が DSL 接続のそれよりも大きくなっている理由として、これまで低価格路線でシェアを伸ばしてきた DSL 業者を巻き返すため、ケーブルモデム接続のサービス・プロバイダより積極的な低価格戦略に出るようになったことが挙げられるという¹²。(図 1-7 参照)



出典：Point-Topic 社のデータ（2004年7月）

図 1-7 DSL 及びケーブルモデム接続の平均月額サービス料(2003年 Q3～2004年 Q4)

¹² “Broadband tariff benchmarkings: H12004,” July 29, 2004, <http://www.point-topic.com/content/dslanalysis/BB+Tariff+Benchmarks+analysis+h12004>

1.1.2 E-レディネス

有力経済誌「Economist」を発行する Economist Group 社の中で経済調査を担当する EIU 社は 2000 年以降毎年、インターネットの普及やビジネス環境、電子商取引の普及、政府の IT イニシアチブといった基準を元に、インターネットを利用したビジネス活動の効率化への対応度に関して、国地域別のランキング調査「E レディネス (E-readiness) 調査」を実施しており、64 カ国を対象とした最新調査結果が 2004 年 4 月下旬に発表された¹³。

2004 年度の E レディネス・ランキングでは、8.28 ポイントを記録したデンマークが前年度の 2 位から首位に躍り出た。2 位には 8.27 ポイントをマークした昨年 3 位のイギリスが入り、昨年首位のスウェーデンは 8.25 ポイントで 3 位に転落した。また 4 位は 8.11 ポイントのノルウェー、5 位は 8.08 ポイントのフィンランドとなっている。昨年 3 位の米国は 6 位へと大きく順位を落したが、これは 2004 年度ランキングより、ブロードバンドの普及率がランキングのスコア規準に加わったことが、ブロードバンド普及率の低い米国にマイナス材料となったと見られる。なおアジアではシンガポールの 7 位が最高で、次に香港が 9 位、そして韓国が 14 位となっている。日本は昨年の 24 位から 1 つ順位を下げ 25 位となっており、他の先進諸国と比べても低位置に甘んじている。(表 1-5 参照)

¹³“The 2004 e-Readiness Rankings,” Apr., 2004, EIU, http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/ERR2004.pdf

表 1-5 2004 年度 E レディネス・ランキング(カッコ内は前年度の値)

順位	スコア	国名	順位	スコア	国名
1(2)	8.28(8.45)	デンマーク	33(33)	5.61(5.55)	マレーシア
2(3)	8.27(8.48)	イギリス	34(na)	5.60(na)	ラトビア
3(1)	8.25(8.67)	スウェーデン	35(36)	5.56(5.25)	ブラジル
4(7)	8.11(8.28)	ノルウェー	36(30)	5.41(5.57)	ポーランド
5(6)	8.08(8.38)	フィンランド	37(35)	5.38(5.41)	アルゼンチン
6(3)	8.04(8.43)	米国	38(na)	5.35(na)	リトアニア
7(12)	8.02(8.18)	シンガポール	39(34)	5.33(5.47)	スロバキア
8(3)	8.00(8.43)	オランダ	39(31)	5.33(5.56)	メキシコ
9(10)	7.97(8.20)	香港	41(37)	4.76(4.86)	コロンビア
10(8)	7.96(8.26)	スイス	42(40)	4.71(4.55)	ブルガリア
11(10)	7.92(8.20)	カナダ	43(42)	4.69(4.22)	タイ
12(9)	7.88(8.25)	オーストラリア	44(38)	4.53(4.75)	ベネズエラ
13(13)	7.83(8.15)	ドイツ	45(39)	4.51(4.63)	トルコ
14(16)	7.73(7.80)	韓国	46(46)	4.45(3.95)	インド
15(14)	7.68(8.09)	オーストリア	47(41)	4.44(4.47)	ペルー
16(15)	7.45(7.81)	アイルランド	48(45)	4.38(4.10)	サウジアラビア
17(17)	7.41(7.78)	ベルギー	49(47)	4.35(3.93)	フィリピン
18(19)	7.34(7.76)	フランス	50(43)	4.23(4.15)	ルーマニア
19(17)	7.33(7.78)	ニュージーランド	51(51)	4.08(3.72)	エジプト
20(20)	7.32(7.41)	台湾	52(50)	3.96(3.75)	中国
21(23)	7.20(7.12)	スペイン	52(44)	3.96(4.13)	スリランカ
22(25)	7.06(6.96)	イスラエル	54(54)	3.79(3.28)	ウクライナ
23(21)	7.05(7.37)	イタリア	55(48)	3.74(3.88)	ロシア
24(22)	7.01(7.18)	ポルトガル	56(49)	3.70(3.79)	エクアドル
25(24)	6.86(7.07)	日本	57(52)	3.68(3.40)	イラン
26(na)	6.54(na)	エストニア	58(55)	3.44(3.19)	ナイジェリア
27(26)	6.47(6.83)	ギリシャ	59(53)	3.39(3.31)	インドネシア
27(27)	6.47(6.52)	チェコ共和国	60(56)	3.35(2.91)	ベトナム
29(28)	6.35(6.33)	チリ	61(58)	2.63(2.56)	アルジェリア
30(29)	6.22(6.23)	ハンガリー	62(57)	2.61(2.74)	パキスタン
31(na)	6.06(na)	スロベニア	63(59)	2.60(2.52)	カザフスタン
32(31)	5.79(5.56)	南アフリカ	64(60)	2.43(2.37)	アゼルバイジャン

出典：EIU社のデータ（2004年4月）を元に作成

こうした調査結果を受けて、EIUでは以下のような分析を行っている。

上位を占める北欧諸国

2004年度において、ランキング上位5カ国のうち4カ国を北欧諸国が占めている。こうした北欧の上位国では、電気通信関連へのインフラ整備に対する追加投資を継続して行っており、これがEレディネスのスコア向上に繋がっている。とはいえ、上位国のスコアは非常に拮抗しており、上位10カ国のスコアは10点満点中のうち僅か0.32ポイント差に収まっている。

成功の鍵は官民一体のIT推進体制

官民協力によるIT推進政策がEレディネス向上の鍵となっている。これは、上位を占める北欧諸国だけでなく、近年のアジアでの急速なブロードバンド普及も官民の協力なくしては実現しなかったことから分かる。ITインフラの拡充や市民によるインターネットの活用を促進するためには、政府がインターネット上に情報を掲載して利用増加を待つだけでなく、自ら率先してオンラインでの行政手続を導入したり、啓蒙プログラムや法整備を進めたりすることで、市民や企業活動に直接インパクトを与える必要がある。こうした政策こそが北欧諸国やシンガポール、香港、韓国などの台頭に寄与し、また一方で民間への積極的な介入を避けてきた米国やオーストラリアにおいて、Eレディネスランキングが下がった理由となった。

4つのグループ化

2004年において、調査対象国は4つのグループに大別できる。第1グループは、首位のデンマーク(8.28ポイント)から25位の日本(6.86ポイント)までの上位25カ国であり、こうした国では上位の順位が入れ替わっているだけで前年と構成国がほぼ変わっていない。第2グループは、26位のエストニア(6.54ポイント)から39位のメキシコ(5.33ポイント)までの15カ国で、こうした国々では密度の高いインターネット接続環境やインフラが整備されておらず、電子政府イニシアチブも進んでいないものの、ITサービス産業が急速な成長を遂げつつある。インド(4.45ポイント)や中国(3.96ポイント)も含む41位から55位まで第3グループは、Eビジネスや電子サービスが一般的に普及するレベルには至っていないが、ブルガリアやルーマニアといった一部の国などではITアウトソーシング産業が発展し始めている。56位から64位までの第4グループは、インターネットに接続すること自体が困難であったり、贅沢品と考えられている国々で占められている。

5年間の変化

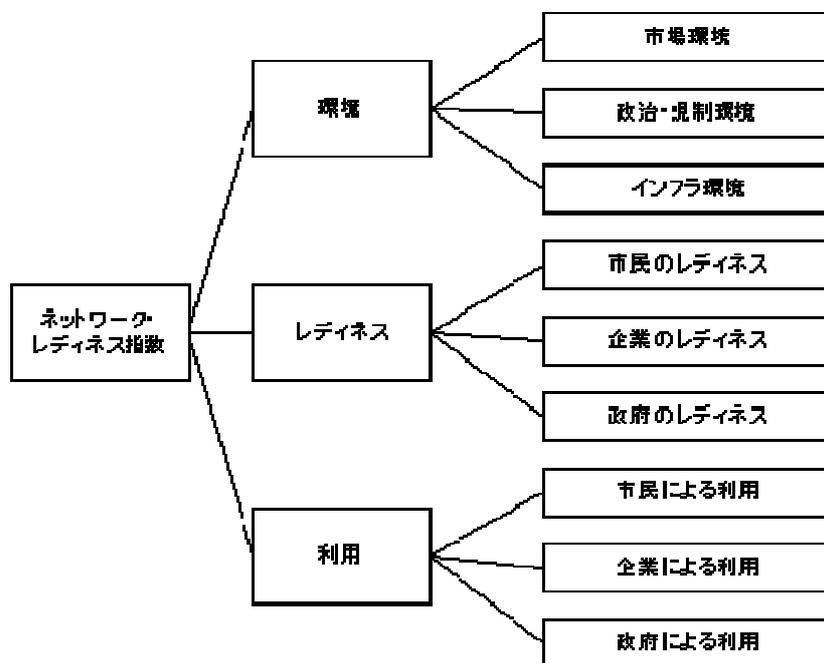
EIU社が同調査を始めた2000年以降、米国が他国を大きく引き離して首位についていたが、2003年には、ついにスウェーデンに首位を明け渡すことになった。この背景には、北欧諸国ではネットバブル崩壊やIT不振にあえぐ米国をしり目に、高速インターネットのインフラ整備やEビジネスサービスの急速な発達など、インターネット活用環境の向上が進んだことが挙げられる。

1.1.3 ネットワーク・レディネス指数

<ネットワーク・レディネスとは>

世界経済協議会（World Economic Forum）は、世界銀行とビジネススクール INSEAD¹⁴と共同で世界各国の電子商取引普及のための環境を測る「ネットワーク・レディネス指数（Networked Readiness Index：NRI）」の調査を毎年実施しており、2004年で3年目を迎える。ネットワーク・レディネスとは「地域及びコミュニティが情報通信技術（Information Communication Technology：ICT）の発展に参加し、利益を享受するための普及程度」と定義され、各国の ICT 利用および促進度を測る指標として利用されている。

同指数は、大きく「環境」「レディネス」「利用」の3つの指標から構成され、これらの3指標はそれぞれさらに3つの項目から成る。まず「環境」指標は、ある国・地域において、どれだけ ICT 活動の発展や利用促進を進めるための環境が整っているかを測るものであり、「市場環境」「政治・規制環境」「インフラ環境」の3項目から構成される。次に「レディネス」指標は、市民・企業・政府が潜在的な ICT 利用価値を引き出す能力を測るもので、「市民のレディネス」「企業のレディネス」「政府のレディネス」の3項目を対象に調査が行われる。最後に「利用」指標は、レディネスでも取り扱う主要なステークホルダーの ICT 利用程度を測るものであり、「市民による利用」「企業による利用」「政府による利用」の3項目に関して集計が行われる。（図 1-8 参照）



出典：世界経済協議会のデータ（2003年12月）を元に作成

図 1-8 ネットワーク・レディネス指数の構成要素

¹⁴ 1957年に開校したビジネススクールで、フランスとシンガポールにキャンパスを構える。

<2003～2004 年度のネットワーク・レディネス指数ランキング>

これらの指標を元にまとめられた 2003-2004 年度ランキングの上位 25 カ国・地域は、表 1-6 のようになっている。首位は 5.50 ポイントを獲得した米国で、2 位が 5.40 ポイントのシンガポールであった。シンガポールは、政府が積極的な ICT のインフラ拡充や活用促進政策を進めていることから急速にネットワーク・レディネスが上昇しており、2001-2002 年度の 8 位から 2002-2003 年度には 3 位、そして今回 2 位にまで順位を上げている。また 3 位、4 位、5 位にはそれぞれフィンランド、スウェーデン、デンマークが続いている。そのほか、2003-2004 年度のランキングの特色は以下の通り。

- 上位 5 位のうち 3 カ国を北欧諸国（フィンランド、スウェーデン、デンマーク）が占めている。
- ルクセンブルグが昨年度の 27 位から 14 位へと大幅にランクアップしている。
- 韓国はインターネット及びブロードバンド普及で世界最高レベルにあるが、各指標・項目ごとのランキングで上位に顔を見せることは稀で、全体のランキングでも 20 位に甘んじている。
- エストニアは、東欧諸国で最高順位の 25 位に食い込んでいる。
- 上位 25 カ国の地域別の内訳は、北米が 2 カ国、西欧が北欧 3 カ国をトップに 14 カ国、アジア・太平洋地域がシンガポールをトップに 7 カ国（日本は 12 位にランクイン）、中東はイスラエルの 1 カ国、中・東欧はエストニアの 1 カ国。

表 1-6 ネットワーク・レディネス指数上位 25 カ国

順位	国・地域	スコア	順位	国・地域	スコア
1	米国	5.50	14	ルクセンブルグ	4.76
2	シンガポール	5.40	15	イギリス	4.68
3	フィンランド	5.23	16	イスラエル	4.64
4	スウェーデン	5.20	17	台湾	4.62
5	デンマーク	5.19	18	香港	4.61
6	カナダ	5.07	19	フランス	4.60
7	スイス	5.06	20	韓国	4.60
8	ノルウェー	5.03	21	オーストリア	4.56
9	オーストラリア	4.88	22	アイルランド	4.55
10	アイスランド	4.88	23	ニュージーランド	4.48
11	ドイツ	4.85	24	ベルギー	4.43
12	日本	4.80	25	エストニア	4.25
13	オランダ	4.79			

出典：同上

また以下表 1-7 は、ネットワーク・レディネスの各指標の上位国を示したものである。

表 1-7 ネットワーク・レディネス指数の各指標における上位 10 カ国

< 環境 >

市場環境		
1	シンガポール	5.06
2	米国	4.76
3	フィンランド	4.59
4	アイルランド	4.37
5	イスラエル	4.30
6	台湾	4.29
7	日本	4.28
8	ルクセンブルグ	4.27
9	スウェーデン	4.17
10	スイス	4.09

政府・規制環境		
1	フィンランド	5.74
2	香港	5.66
3	エストニア	5.43
4	アイスランド	5.33
5	シンガポール	5.22
6	スイス	5.21
7	デンマーク	5.20
8	米国	5.20
9	イギリス	5.18
10	ルクセンブルグ	5.17

インフラ環境		
1	アイスランド	5.61
2	米国	5.55
3	スイス	5.48
4	カナダ	5.26
5	シンガポール	5.09
6	オーストラリア	4.95
7	ノルウェイ	4.93
8	ニュージーランド	4.93
9	韓国	4.85
10	台湾	4.83

< レディネス >

個人のレディネス		
1	ノルウェイ	6.53
2	スウェーデン	6.41
3	デンマーク	6.05
4	フィンランド	5.98
5	米国	5.89
6	オーストラリア	5.71
7	イギリス	5.66
8	アイスランド	5.63
9	カナダ	5.59
10	スイス	5.56

企業のレディネス		
1	フィンランド	6.49
2	スウェーデン	6.35
3	米国	6.34
4	シンガポール	6.23
5	スイス	6.22
6	日本	6.15
7	デンマーク	6.02
8	ノルウェイ	5.97
9	ドイツ	5.94
10	カナダ	5.90

政府のレディネス		
1	シンガポール	6.17
2	フィンランド	5.72
3	米国	5.62
4	フランス	5.57
5	カナダ	5.49
6	マレーシア	5.46
7	デンマーク	5.37
8	ドイツ	5.36
9	韓国	5.25
10	イギリス	5.19

< 利用 >

個人による利用		
1	ルクセンブルグ	6.00
2	ノルウェイ	5.80
3	オランダ	5.44
4	スイス	5.40
5	デンマーク	4.98
6	ドイツ	4.75
7	スウェーデン	4.66
8	米国	4.63
9	アイスランド	4.40
10	フィンランド	4.19

企業による利用		
1	米国	6.02
2	シンガポール	5.87
3	オーストラリア	5.85
4	スウェーデン	5.71
5	デンマーク	5.44
6	スイス	5.42
7	イスラエル	5.40
8	ノルウェイ	5.37
9	アイスランド	5.32
10	日本	5.20

政府による利用		
1	シンガポール	6.45
2	米国	5.51
3	カナダ	5.38
4	香港	5.29
5	デンマーク	5.05
6	台湾	4.83
7	マレーシア	4.56
8	フィンランド	4.51
9	イスラエル	4.49
10	韓国	4.48

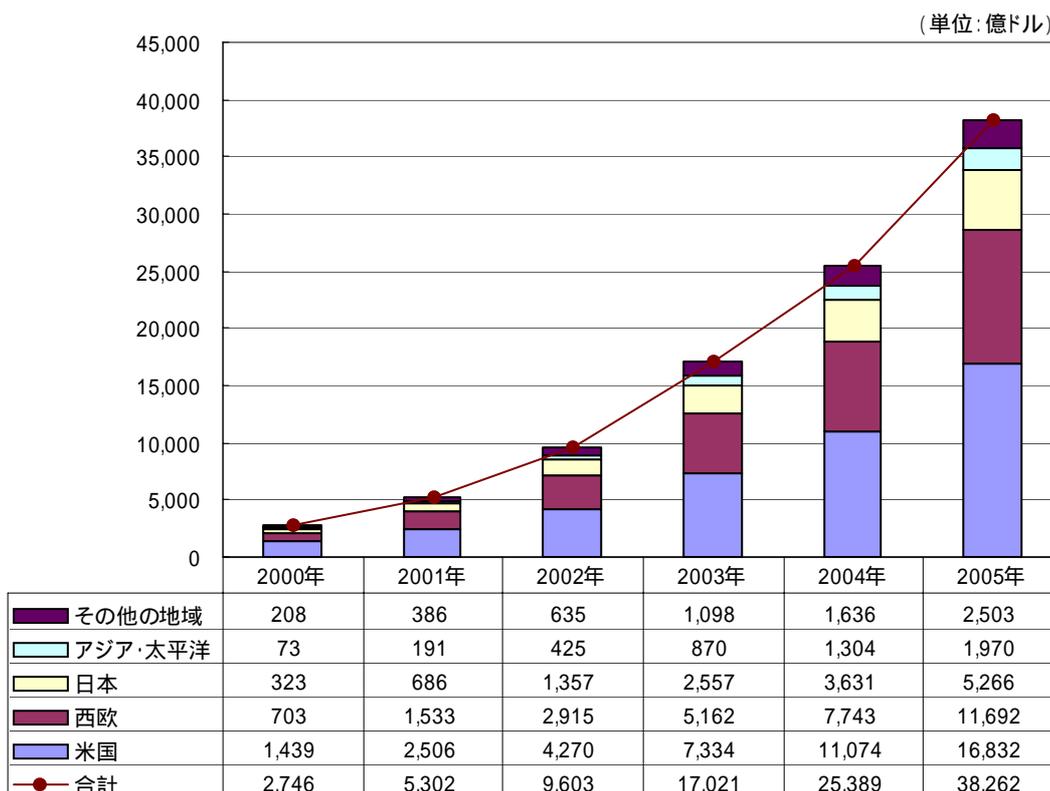
出典：同上

1.1.4 電子商取引市場の動向

(1) 世界の電子商取引市場全体

世界経済の穏やかな回復傾向やブロードバンドの急速な普及を背景に、世界における電子商取引市場は、依然高い割合で増加を続けている。調査会社 Global Industry Analysts 社によると、世界における電子商取引市場は、2003年の1兆7,021億ドルから2005年には3兆8,262億ドル規模へと成長し、2000年から2005年にかけての年平均成長率は69.4%になると予測されている。

また2003年の電子商取引全体の規模を地域別に見ると、米国が最大の7,334億ドル、西欧地域が2番目の5,162億ドル、日本が3番目の2,557億ドル、アジア・太平洋地域が4番目の870億ドルと推計されている。同調査の数値を元に計算すると、2000年から2005年までの年平均成長率は、米国63.5%、西欧地域75.5%、日本74.8%、アジア・太平洋93.5%となり、世界の電子商取引市場において米国の占める割合は、2000年の52.4%から2005年には44.0%にまで減少する¹⁵。(図1-9参照)



出典：Global Industry Analysts 社のデータ（2003年4月）を元に作成

図 1-9 世界の電子商取引市場全体の規模予測(2000～2005年)

¹⁵ “Online Service Industry, A Global Market Data Compendium 2003,” Global Industry Analysts, Apr., 2003
<http://www.globind.com/mdc.asp?code=MDC-3031>

(2) 世界の B2B 市場

< 普及が進むオンライン調達 >

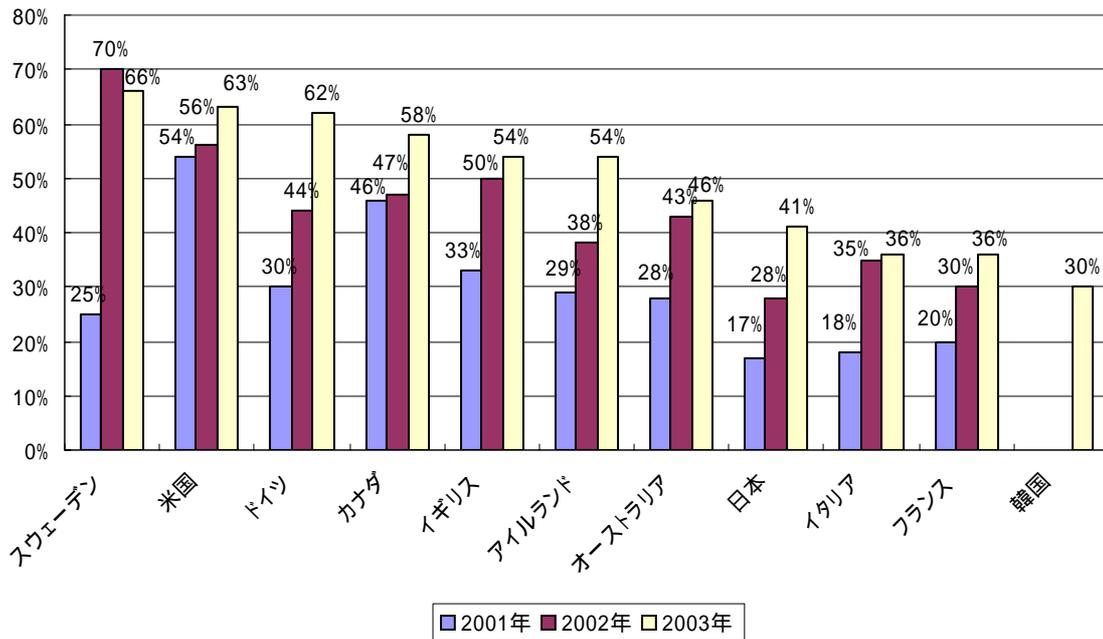
企業間の電子商取引市場が着実な成長を遂げている。世界の主要各国の企業におけるオンライン調達およびオンライン販売の普及率に関するイギリス政府の調査によると、世界的に両分野での普及が広がっていることが明らかになっている。

同調査によると、オンライン調達の普及が目覚ましく、オンライン販売よりも急速な成長を遂げているという。例えば、スウェーデンでは 2003 年のオンライン調達普及率が 66% であり、世界最高水準となっているほか、米国 (63%) やドイツ (62%)、カナダ (58%) など高い普及率を上げている。また 2003 年においてオンライン調達の普及率が急増している国として、ドイツ (2002 年 44%→2003 年 62%)、アイルランド (2002 年 38%→2003 年 54%)、日本 (2002 年 28%→2003 年 41%) などがある。

これに対して、オンライン販売の普及率は概してオンライン調達のそれよりも低くなっているものの、こちらも着実な伸びを見せている。例えば、スウェーデンやドイツ、日本といった国ではオンライン販売の普及率が高く、約半分の企業がオンラインでの注文を受け付けている。一方イタリアやフランスなどの企業は、依然オンライン販売の普及率が遅れており、フランス企業におけるオンライン販売の普及率は 21% に留まっている¹⁶。

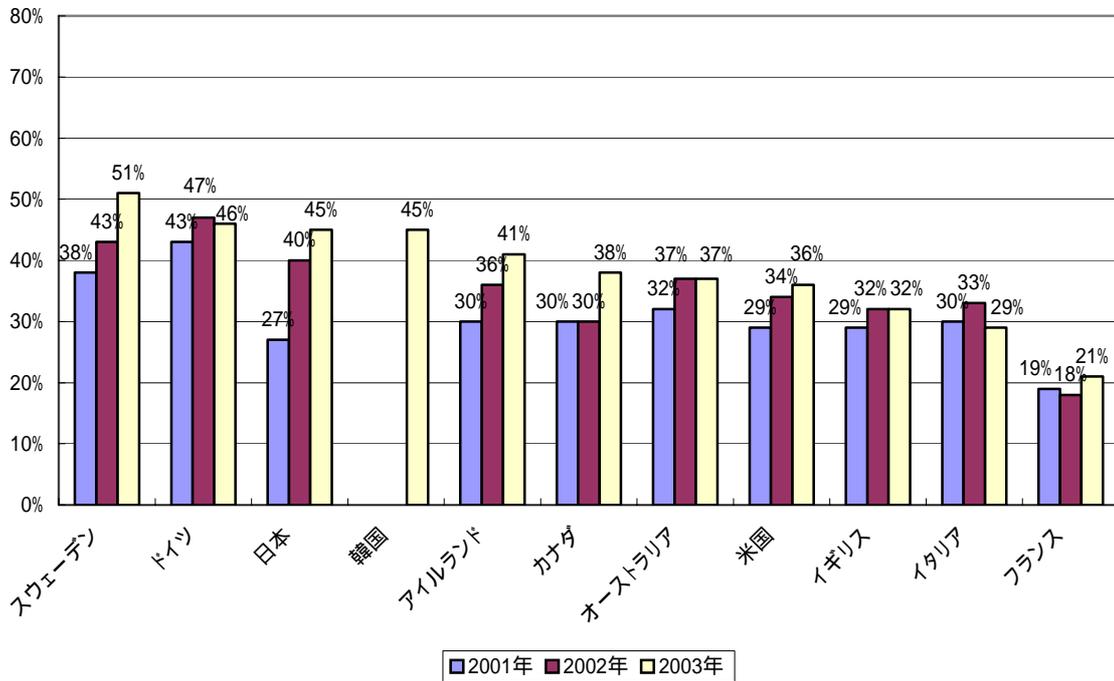
なお日本 (調達 41%、販売 45%) と韓国 (調達 30%、販売 45%) の 2 カ国に限っては、オンライン販売の普及率がオンライン調達の普及率を上回っている。(図 1-10・図 1-11 参照)

¹⁶ “International Benchmarking Study 2003,” Department of Trade and Industry, UK government, 2004, <http://www.dti.gov.uk/bestpractice/assets/ibs2003.pdf>



出典：イギリス政府のデータ（2003年11月）を元に作成

図 1-10 世界各国におけるオンライン調達をする企業の割合(2001～2003年)



出典：同上

図 1-11 世界各国におけるオンライン販売をする企業の割合(2001～2003年)

<スウェーデンとオーストラリアにてオンライン決済が急普及>

上記のイギリス政府の調査では、企業間でのオンライン支払いの普及状況の中でも「オンラインで支払いをする企業の割合」と「オンラインで支払いを受け付ける企業の割合」の2つの項目に関する普及率調査も行われており、これによると調査対象国の全てにおいてオンライン支払いの利用が急増しており、なかでもスウェーデンとオーストラリアで普及率が高くなっていることが明らかになった。（図 1-12・図 1-13 参照）

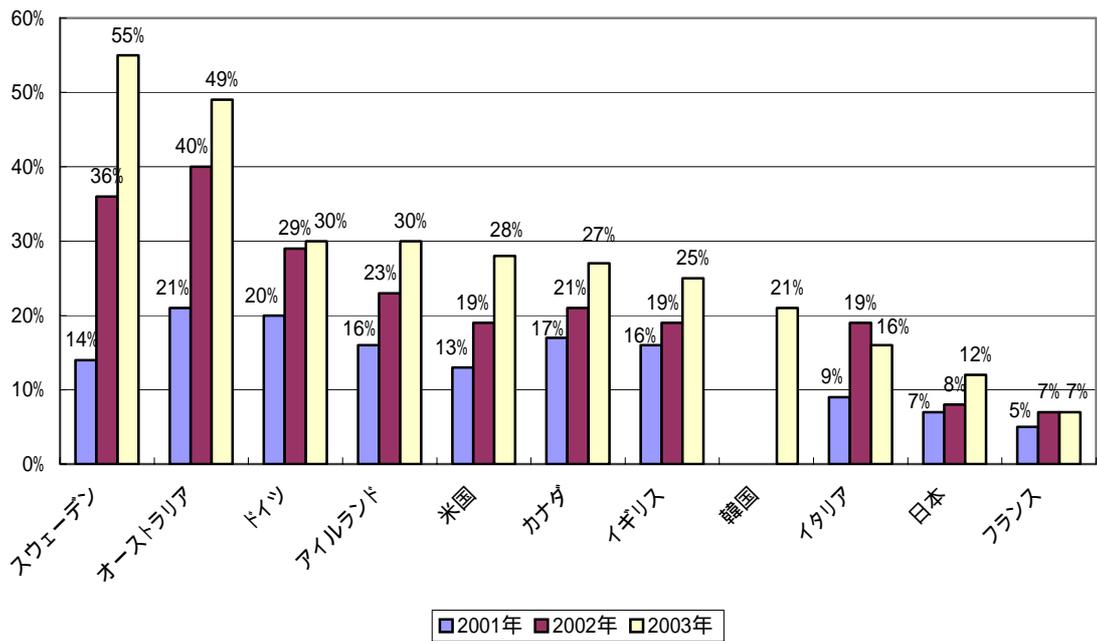
スウェーデンでは、2003年には調査対象国の中で最高の55%の企業がオンラインで支払いを行っているが、同国でオンライン支払いの普及が進んでいる理由として、スウェーデン企業においてオンラインでクレジットカードを使うことに抵抗感が薄れたことが挙げられる。

またオンライン支払いを行う企業の割合が49%と全体の2位にランクインしたオーストラリアでは2003年、オンライン調達普及率が46%であるため、オンライン調達を行う企業の大部分がオンラインで支払いを行っていることになる。オーストラリアにおけるオンライン支払いの普及率が高いのは、近年セキュリティ技術に対して多額の投資を行っていることや不正使用されたクレジットカードに対して法的に負担の制限を設けていること、そして金融サービスセクターが発達していることが理由となっている。

米国ではオンライン調達の普及率が63%と高い一方で、オンラインでの支払い普及率が僅か28%に留まっている。この背景には米国では銀行システムがバラバラで銀行間の相互運用性が欠如しているため、企業はオンラインでの現金振り込みが簡単に行えない問題があるため、これがオンライン支払いの普及を妨げている。

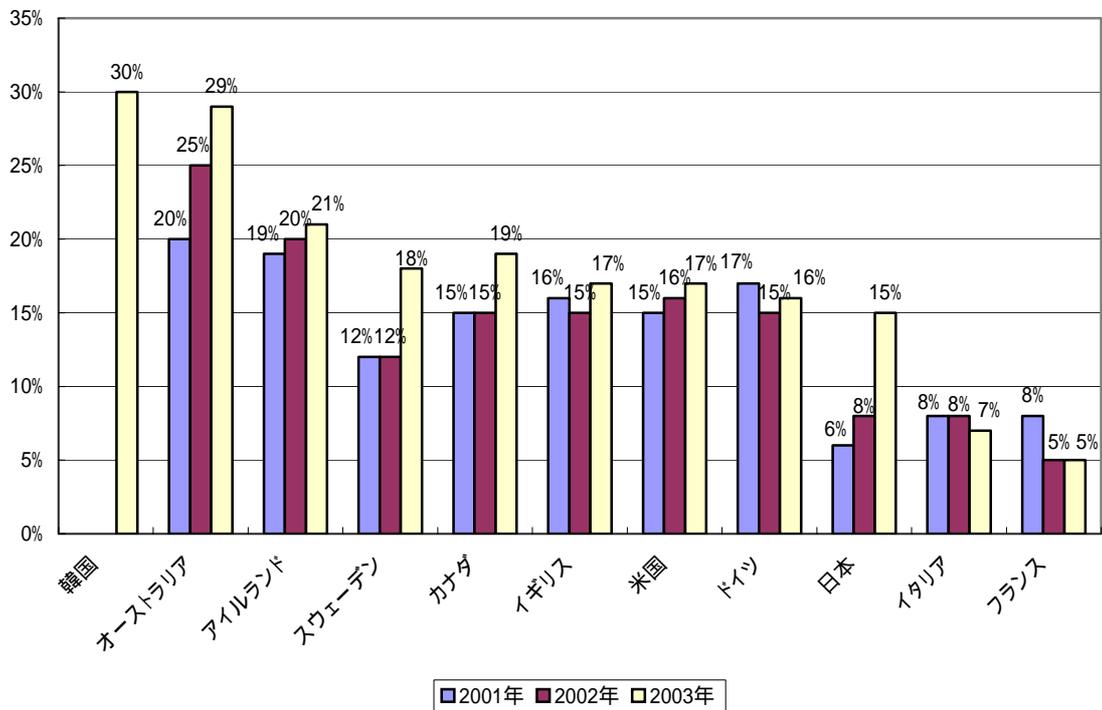
またイタリアやフランス、日本では、オンライン支払いを行う企業が依然として少なく、イタリア企業でオンラインの支払いを行うのは16%、日本企業では12%、そしてフランス企業では僅か7%に留まっている。

一方、オンラインで支払いを受け付ける企業の割合をみると、韓国やオーストラリア、アイルランドにおいて普及が進んでおり、それぞれの普及率は30%、29%、21%となっている。



出典：同上

図 1-12 世界各国におけるオンラインで支払いをする企業の割合 (2001～2003年)



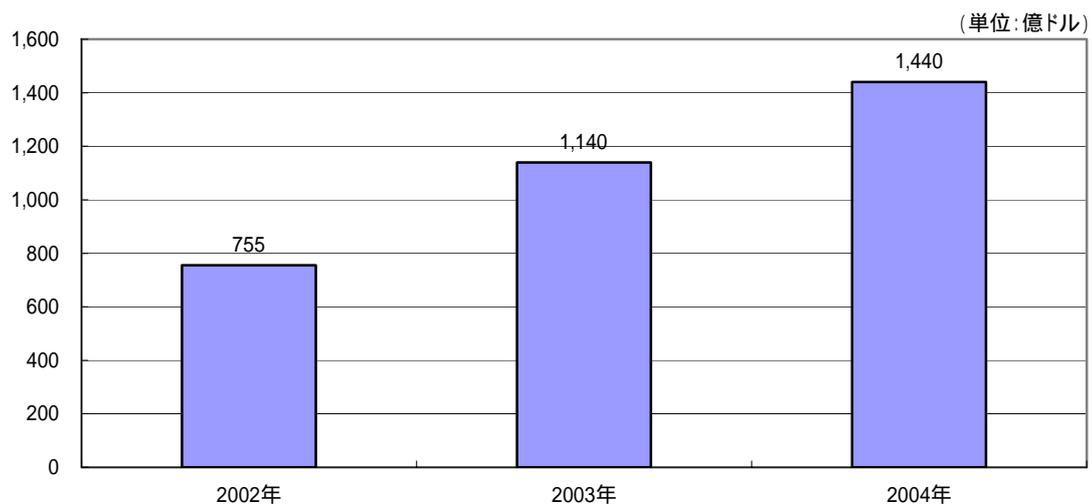
出典：同上

図 1-13 世界各国におけるオンライン支払いを受付ける企業の割合 (2001～2003年)

(3) 世界の B2C 市場

<成長率 50%超、1,000 億ドル突破>

調査会社の Shop.org 社と Forrester Research 社が共同で行った調査によると、世界の B2C 電子商取引市場は 2003 年において前年比 51.0%増となる 1,140 億ドルにまで成長し、2004 年には 26.3%増となる 1,440 億ドルにまで拡大すると予測されている。(図 1-14 参照) Forrester Research 社では、オンライン・セールス市場は今後も拡大傾向が続くと予測している¹⁷。



出典：Shop.org 社のデータ（2004 年 5 月）を元に作成

図 1-14 世界の B2C 電子商取引市場規模

<収益率の向上>

オンライン・ショッピング・サイトにおける収益性が、利益幅の改善やコスト削減などによって大きく向上している。Shop.org 社と Forrester Research 社の調査によると、2003 年におけるオンライン・ショッピング・サイトの収益性は前年と比較して 21%上昇し、全体として損益ゼロを達成した。なかでも、インターネット店舗だけで販売事業を行うオンライン・ショッピング・サイトはこれまで収益性が低かったがこれらのサイトにおいて収益性が大幅に改善されており、これを受けて、オンライン・ショッピング・サイト全体の収益性が上昇している。Shop.org 社では、B2C 電子商取引市場における売上げ総計及び利益の成長率は今後鈍化する可能性があるものの、利益は確実に増加するという分析を出している¹⁸。

¹⁷ “Report: Onle Sles Top \$100 Billion,” eCommercetimes, Jun. 01, 2004, <http://www.ecommercetimes.com/story/34148.html>

¹⁸ 同上

<コスト削減による収益改善>

収益性の改善は、大きく2つの理由によるものとなっている。一つ目は、大規模なオンライン・ショッピング・サイトがその規模を生かして大量購入を行い、仕入れ価格を抑えているためであり、Shop.org 社と Forrester 社によると 2002 年に売上げの 59%を占めていた仕入れコストが 2003 年には 34%まで大幅に削減されたという。

また同時に、広告などのマーケティング費用が削減されたこともオンライン・ショッピング・サイトの収益性を大幅に向上させている。2003 年には、検索エンジンを使ったマーケティング手法が始まり、オンライン・ショッピング・サイトのマーケティング費用削減に大いに寄与している。例えば Shop.org 社の調査によると、1つの注文ごとに掛かるマーケティング費用は 2002 年の 10 ドルから 2003 年には 2 ドルへと 5 分の 1 に削減されており、より効率的なマーケティングが行われることで、出費が削減されるという効果もたらされている¹⁹。

<インターネット・オークション>

また Shop.org 社と Forrester Research 社の調査では、インターネット・オークションを B2C 電子商取引市場のひとつのカテゴリに含めており、インターネット・オークション市場の成長が B2C 電子商取引市場の売上げ増加の一要因となっていると報告している。これによると、コレクター商品などの一部商品分野では、売上げの 4 分の 1 をインターネット・オークションによる売上げが占めているという。さらに同調査によると、インターネット・オークションは、直接的に B2C 電子商取引市場の売上げ増加に貢献するだけでなく、オークションサイトの商品がこれまでオンライン・ショッピングを経験したことのない顧客がオンライン・ショッピングを始めるきっかけとなる場合が少なくなく、間接的に B2C 電子商取引市場の拡大に寄与していると報告されている²⁰。

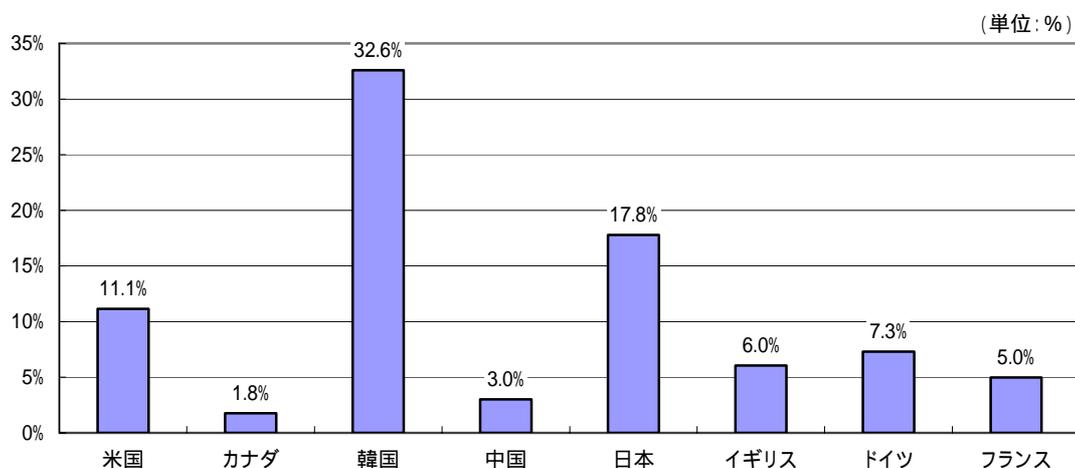
¹⁹ 同上

²⁰ 同上

1.1.5 主要各国の電子商取引規模と GDP

図 1-15 は、主要各国における電子商取引規模とその GDP に関する情報を纏めたものである。各国の電子商取引規模の算出方法は出典ごとに異なるため、こうした数字を単純に比較することは出来ないが、韓国や日本において GDP に対する電子商取引市場の割合が高くなっており、それぞれ 32.6%と 17.8%となっている。また米国での GDP に対する電子商取引市場規模の割合は 11.1%で比較的高くなってきているほか、欧州ではドイツ (7.3%)、イギリス (6.0%)、フランス (5.0%) の順になっている。

国	EC 規模 1 (億米ドル)	GDP 2 (億米ドル)	EC 規模/GDP	出典
米国(2002 年)	11,570	104,000	11.1%	米国商務省 ²¹
カナダ(2003 年)	148	8,344	1.8%	カナダ産業省 ²²
韓国(2003 年)	1,972	6,053	32.6%	韓国国立統計局 ²³
中国(2003 年)	420	14,000	3.0%	CCID ²⁴ /iResearch ²⁵
日本(2003 年)	7,650	43,000	17.8%	経済産業省 ²⁶
イギリス(2003 年)	1,087	18,000	6.0%	EITO ²⁷
ドイツ(2003 年)	1,751	24,000	7.3%	EITO
フランス(2003 年)	845	17,000	5.0%	EITO



※1: 米ドルへの換算は 2003 年 12 月 31 日時点のレートを使用

※2: 各国の GDP は世界銀行のデータを使用

出典: 各種資料を元に作成

図 1-15 主要各国における電子商取引規模の GDP 比

²¹ <http://www.census.gov/eos/www/papers/2002/2002finaltext.pdf>

²² <http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/inecic-ceac.nsf/en/gv00237e.html>

²³ http://www.mic.go.kr/eng/res/res_pub_kwp_2004.jsp

²⁴ 「2003 年中国電子商取引年鑑」中国年鑑編集部、2003 年 4 月

²⁵ http://english.iiresearch.com.cn/e_commerce/detail_views.asp?id=4087

²⁶ http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/press/0005308/

²⁷ <http://www.eito.com/tables.HTML>

1.2 北米市場

1.2.1 インターネット普及状況

(1) インターネット・ユーザ数

<北米インターネット・ユーザ合計 2億 2,300万人>

調査会社 Internet World Stats 社によると、2004年9月時点の北米地域におけるインターネット・ユーザ数は、カナダが 2,045 万人、米国が 2億 327 万人で、その他の国を含めて合計 2億 2,378 万人となっている。また北米地域におけるインターネットの人口普及率は 68.4%で、国別ではカナダが 63.9%、米国が 69.0%となっている²⁸。(表 1-8 参照)

表 1-8 北米地域における国別インターネット普及状況

	インターネット・ユーザ数	増加率 (2000～2004年)	人口普及率
カナダ	20,450,000	61.0%	63.9%
米国	203,271,187	112.3%	69.0%
その他	54,500	-	42.7%
合計	223,775,687	106.3%	68.4%

※グリーンランド、バミューダ諸島、サンピエール及びミケロンなどを含む
出典：Internet World Stats 社のデータ（2004年9月）を元に作成

(2) ブロードバンド・ユーザ数

調査会社 Point-Topic 社によると、2003年末時点における北米地域におけるブロードバンド回線数は、DSLが 1,150 万回線、ケーブルモデム等が 1,826 万回線の合計 2,976 万回線となっており、また CIA が発表した人口データを元に 100 人あたりのブロードバンド回線を計算すると、9.2 回線となっている。国別で見ると、ブロードバンド普及で他の先進諸国に遅れをとる米国では、人口 100 人あたりのブロードバンド回線数は 8.6 回線で、カナダの 14.3 回線に大きく差をあげられている²⁹。(表 1-9 参照)

表 1-9 北米地域におけるブロードバンド回線数

	DSL (万回線)	ケーブルモデム等 (万回線)	合計 (万回線)	人口 100 人あたりの ブロードバンド回線数
カナダ	217.0	248.3	465.3	14.3
米国	933.3	1,577.7	2,511.0	8.6
合計	1,150.3	1,826.0	2,976.3	9.2

出典：ブロードバンド回線数に関して Point-Topic 社のデータ（2004年3月）、人口データに関して CIA のデータ
(<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/>)（2004年9月）を用いて作成

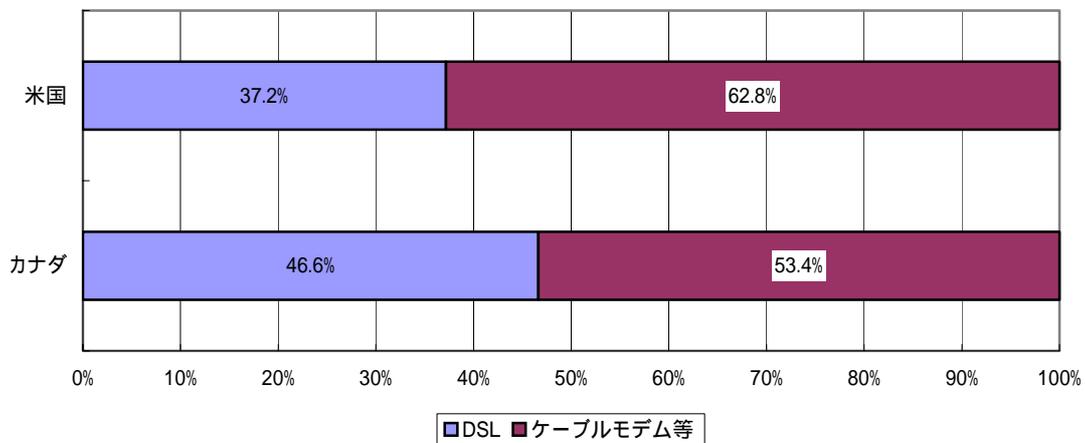
²⁸ “INTERNET USAGE STATISTICS - The Big Picture,” Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

²⁹ “World Broadband Statistics Q4 2003,” Point-Topic, Mar. 23, 2004, <http://point-topic.com/>

<ケーブルモデムが主流であるも、DSL が追い上げ>

またケーブルテレビが普及している米国とカナダでは、ケーブルモデム接続が DSL 接続を大きく上回っており、Point-Topic 社によると、全ブロードバンド回線に占めるケーブルモデム接続の割合は、米国で 62.8%、カナダで 53.4%となっている。（図 1-16 参照）

しかし米国では、ケーブル業者と DSL 業者間の競争激化を背景とした DSL 接続の価格低下を受けて、DSL 接続を導入するユーザが増加している。非営利団体 Pew Internet & American Life Project によると、米国ブロードバンド回線に占める DSL のシェアは 2003 年 3 月から 2004 年 3 月の僅か 1 年間で 28%から 42%まで上昇したという³⁰。



出典：同上

図 1-16 米国及びカナダにおけるブロードバンドの種類別内訳

³⁰ <http://www.clickz.com/stats/markets/broadband/article.php/3342131>

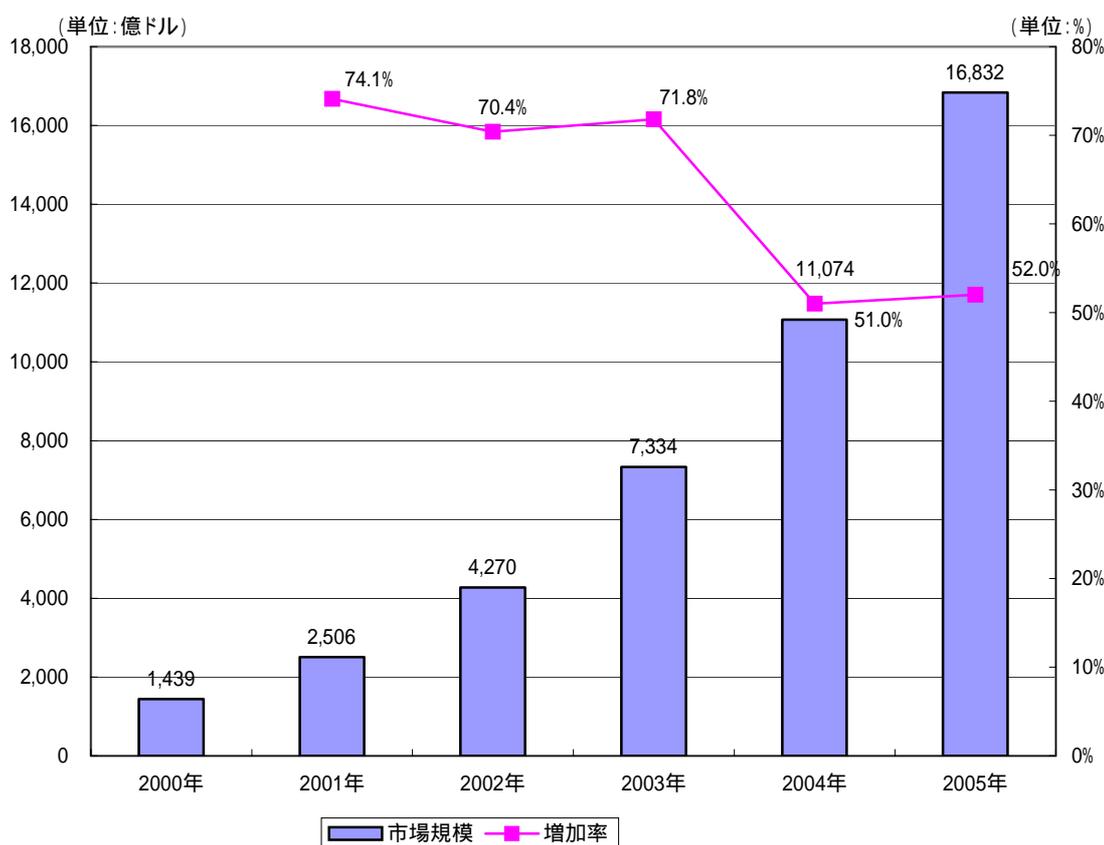
1.2.2 北米における電子商取引市場の動向

(1) 北米の電子商取引市場全体

<2006年に1.6兆ドル規模を突破>

世界の電子商取引市場をリードし続けてきた北米地域の電子商取引市場は、経済の穏やかな回復を背景に企業による IT 投資が増加していること、そしてブロードバンド普及によってインターネット環境が大きく改善されたことなどを後押しに、今後も成長を続けていくと見られている。しかし同市場における成長の勢いは、今後次第に緩やかになっていくと予測されている。

Global Industry Analysts 社によると、北米地域における電子商取引市場全体の規模は、2003 年の 7,334 億ドルから 2004 年には 1 兆ドルを突破して前年比 51.0 % 増の 1 兆 1,074 億ドルへと成長し、さらに 2005 年までには 52.0% 増の 1 兆 6,832 億ドルへ成長すると推計されており、成長率は鈍化するものの今後も大幅な成長が見込まれている (図 1-17 参照)



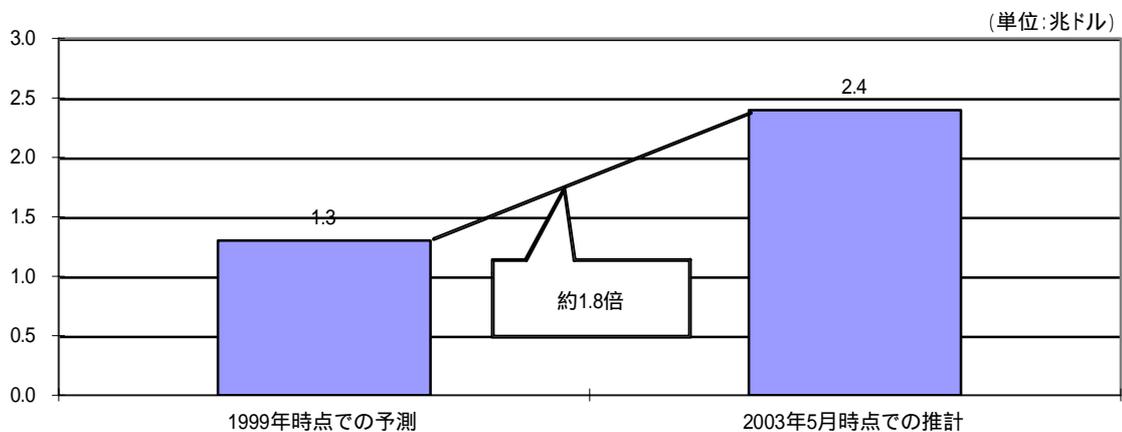
出典：Global Industry Analysts 社のデータ (2003 年 4 月) を元 to 作成

図 1-17 米国における電子商取引市場規模の推移

(2) 米国 B2B 市場

< 予測を上回る成長 >

ネットバブルの崩壊後、企業間オークションを主体としたオープン型の B2B 電子商取引、いわゆる E マーケットプレイスの低迷などを受けて、米国では B2B 電子商取引に対する失望感が広がっていた。しかしその後、B2B 電子商取引は、既存業務効率化やコスト削減の手段として、電子調達やサプライチェーンといったクローズ型電子商取引を中心に米国企業の間で急速に浸透し、蓋を開ければ、予想を上回る勢いで成長を遂げているという。調査会社 Forrester Research 社は 1999 年に実施した調査において、米国の B2B 市場が 2003 年までに 1 兆 3,000 億ドル規模になると予測していたが、これに対して同社は 2003 年、同年における実際の市場規模が当初予測の約 1.8 倍にあたる 2 兆 4,000 億ドルに達すると予測を上方修正している³¹。(図 1-18 参照)



出典：Forrester Research 社のデータ（2003 年 5 月）を元に作成

図 1-18 米国における 2003 年の B2B 電子商取引市場規模

< 大手 E マーケットプレイスの買収 >

自動車業界向けの最大手 E マーケットプレイスである Covisint 社が 2003 年末から 2004 年始めにソフトウェア企業に買収され、これによりかつてネットバブルと共に一大ブームを迎えた E マーケットプレイスにおいてひとつの区切りが打たれることになった。Covisint 社は 2000 年、自動車部品調達のための本格的な E マーケットプレイス立ち上げを目的として Ford 社や General Motors 社、Renault 社、日産自動車などの大手自動車メーカーが設立したベンチャー企業で多くの注目を集めていた。しかし、同社は戦略的・長期的な観点から調達契約を行う実際のビジネスとギャップがあったことや製品を買い叩かれることを恐れたサプライヤが参加を控えたことを理由に参加企業数が低迷していた。Covisint 社を買収した Compuware 社は、Covisint 社のメッセージング・サービスやポータル業務、Web サービスといった製品や技術を利用して、自動車メーカーとサプライヤの関係強化を実現するソフトウェア開発に取り組むという。

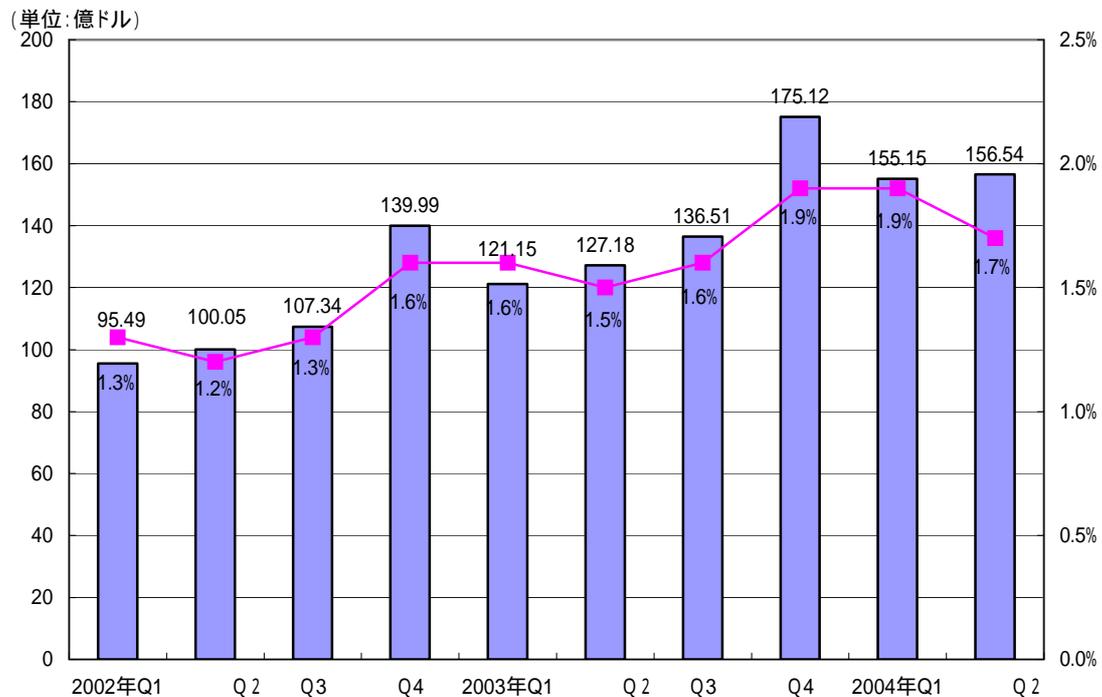
³¹ “e-Biz Surprise,” BusinessWeek, May, 2004, http://www.businessweek.com/magazine/content/03_19/b3832601.htm

(3) 米国 B2C 市場

<二桁成長続く>

北米の B2C 電子商取引市場は、B2B 市場と比較してその市場規模こそ小さいものの、個人消費の回復やブロードバンド・ユーザ数の増加などを追い風に着実な成長を続けている。米国商務省によると、米國小売における電子商取引による売上額（航空券・旅行手配・金融サービス等を除く）は依然二桁成長を続けており、2003 年の取引額は前年比 26.4%の 560 億ドルであったという。また同市場は 2004 年に入ってから引き続き急成長を続けており、第 2 四半期の同市場規模は、前年同期比 23.1%増の 157 億ドルとなっている。

さらに小売売上高全体における電子商取引の占める割合は、2003 年第 1 四半期の 1.6%から同年第 4 四半期には 1.9%と過去最水準を記録しているが、依然小売り全体の僅かな一部を占めるに過ぎず、今後まだ成長の余地が残されている³²。（図 1-19 参照）



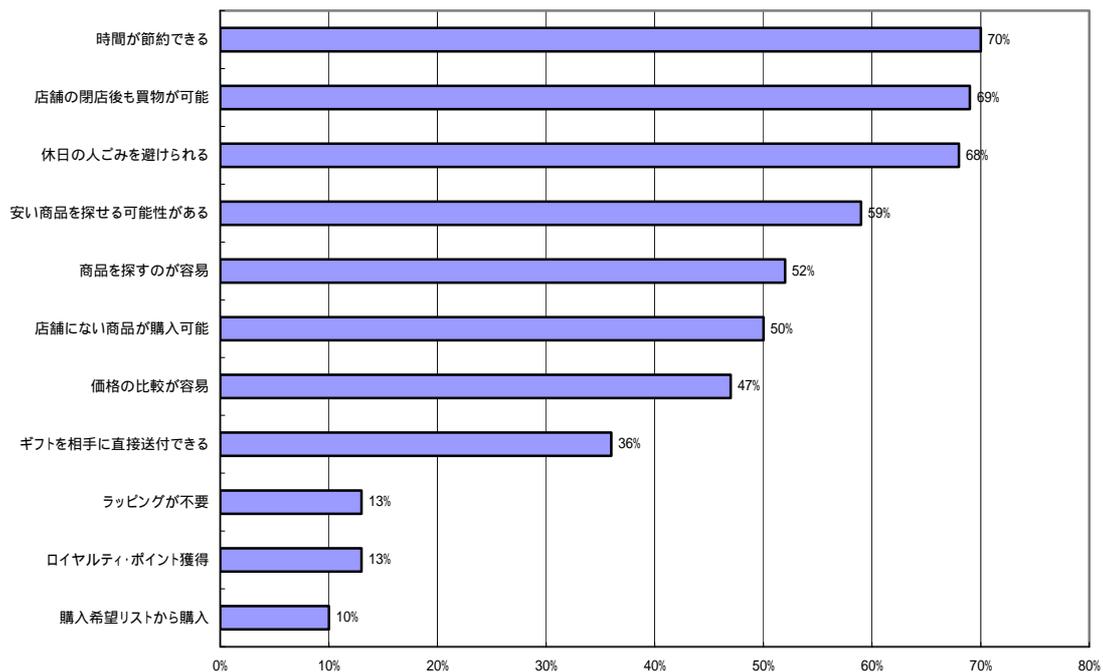
注：小売り電子商取引の売上高は、インターネット、エクストラネット、EDIネットワーク、電子メールやその他のオンライン・システムを通じて注文や購買交渉が行われた物品・サービスの額であり、航空券や旅行手配・金融サービス等は除かれている
 出典：米国商務省のデータ（2004年9月）を元に作成

図 1-19 米国 B2C 電子商取引額と小売に占める割合の推移

³² 米国商務省統計局ホームページ。http://www.census.gov/eos/www/ebusiness614.htm

<急成長の理由は利便性の高さ>

米国 B2C 電子商取引市場の急成長の最大の理由のひとつに、その利便性の高さがある。調査会社 Jupiter Research 社の調査によると、米国の消費者がオンラインで買物をする理由として、「時間が節約できる」(70%)や「閉店後の買物が可能」(69%)また「休日の人ごみを避けられる」(68%)といった利便性の高さを指摘する回答が上位 3 回答を占めており、「安い商品を探せる可能性がある」(59%)や「価格の比較が容易」(47%)といった価格面を理由にする回答を上回っている³³。(図 1-20 参照)



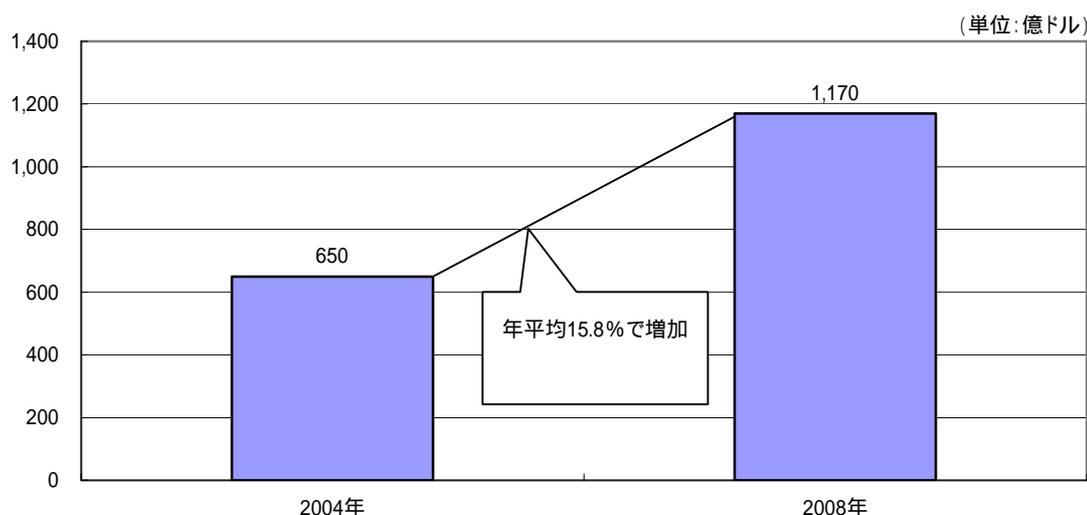
出典：Jupiter Research 社のデータ (2003 年 11 月) を元に作成

図 1-20 米国消費者がオンラインで買物をする理由

<2008 年までに 1,170 億ドル規模に>

また Jupiter Research 社では、こうした利便性の高さを背景に、オンライン・ショッピングの利用が今後 5 年間にわたって増加し続けると予測しており、小売における電子商取引の売上額は、2004 年の 650 億ドルから 2008 年の 1,170 億ドルへと年平均成長率 15.8%で拡大し続けると推計している。(図 1-21 参照)

³³ “US Buys into Online Shopping,” eMarketer Daily, Aug. 5, 2004, <http://www.emarketer.com/Article.aspx?1002977&printerFriendly=yes>



出典：Jupiter Research 社のデータ（2004年1月）を元に作成

図 1-21 米国 B2C 電子商取引市場の予測(2004～2008年)

さらに同社の分析では、全小売売上高に占める電子商取引の割合は 2008 年までに 5%に達するという。なお同社では、今後インターネット・ユーザにおけるオンライン・ショッピングの普及率の伸びは鈍化し 2008 年までに 67%程度までに届くのみであるとする一方で、一人当たりの年間消費額は今後も着実に成長を続け、2008 年に 780 ドルになると予測している³⁴。

<販売チャンネルの統合>

上記のようにオンライン・ショッピングの利用が増加の一途を辿る中、インターネット上の情報に影響を受けたオフライン、つまり店舗での売上げも増え続け、小売業者にとってインターネットの戦略的な重要性が増している。オンライン・ショッピング関連の調査会社である Shop.org 社は、実際の店舗の小売売上げのうちインターネットの情報に影響を受けた売上げの割合は、2002 年の 15%から 2004 年には 24%まで大幅に増加していると推計しており、また別の調査機関 Jupiter Research 社もまた、同様の割合が 2008 年までに 30%に達すると予測している³⁵。

Shop.org 社の調査によると、オンライン・ショッピングと店舗販売の 2 つの販売チャンネル統合するための様々な取り組みとして、87%の小売業者がオンラインで購入した商品を店舗にて返品するサービスを導入しており、またオンラインで購入した商品を店舗にて返品しに来た消費者のうち 4 人に 1 人は、帰り際に買物をしていくことが明らかになっている。こうしたことを踏まえて、小売業者では販売チャンネルを越えた販売促進に力を入れており、実際の店舗において顧客

³⁴ “JUPITER RESEARCH REPORTS U.S. ONLINE RETAIL WILL REACH \$65 BILLION IN 2004, A 24% INCREASE OVER 2003, WITH CONTINUED HEAVY GROWTH IN HOME AND PERSONAL CARE CATEGORIES,” Jupiter Research Press Release, Jan. 20, 2004, <http://www.jupitemedia.com/corporate/releases/04.01.20-newjupresearch.html>

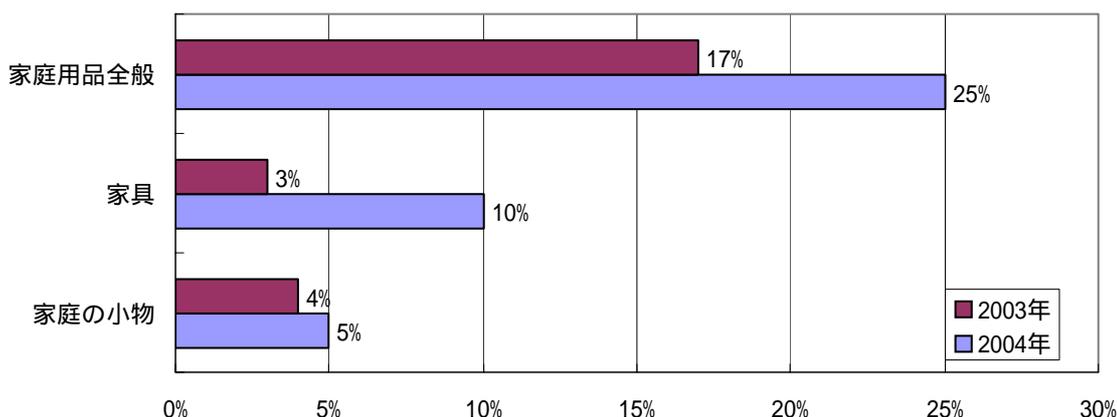
³⁵ “ONLINE SALES SKYROCKET AS PROFITABILITY JUMPS, ACCORDING TO SHOPORG/FORRESTER RESEARCH STUDY,” Shop.org Press Release, May 25, 2004, <http://www.shop.org/press/04/052504.asp>

の電子メールアドレスを収集している小売業者の割合は、2002年の55%から2003年には77%へと上昇している（Shop.org 調査結果）³⁶。

<新たな成長分野、日用雑貨、宝石など>

Amazon社やExpedia社などの成功に見られるように、これまで米国のB2C電子商取引市場はCDや書籍、航空券、家電といった分野を中心に成長を遂げてきたが、ここに来て日常雑貨や宝石といった新たな分野に成長の中心がシフトしつつある。

調査会社NOP World社の報告書によると、米国において3ヶ月以内にオンライン・ショッピングを経験した人の割合は、過去5年間で6%から29%へと約5倍に増加している。また同調査によると、家庭用品を購入したことがある人の割合は2003年の17%から2004年には25%へと上昇しており、なかでもオンラインで家具を購入した人の割合は2003年の3%から2004年の10%に増加し、その他の家庭用小物を購入した人の割合は2003年の4%から5%へ増加したという³⁷。（図1-22参照）



出典：NOP World社のデータ（2004年8月）を元に作成

図1-22 オンラインでの売上げの製品内訳

³⁶ 同上

³⁷ “Network for Home Shopping,” WebMetro, Aug. 16, 2004, <http://www.webmetro.com/news1detail1.asp?id=1068>

<Ebay が首位>

インターネットのアクセス数などの調査を実施する Hitwise 社の調査によると、2003年12月における最も訪問者の多かった電子商取引サイトは、オークションサイトの eBay で、電子商取引サイトのヒット数全体の 26.23%と圧倒的なシェアを誇っている。次に Amazon.com が全体のヒット数の 4.23%のシェアで2位、Yahoo! Shopping と Walmart.com の2社がともに 1.76%のシェアで3位であったという³⁸。なかでも実際に店舗を持つ企業が既存の流通網を生かしてオンライン・ショッピング・サイトを運営するいわゆるクリック・アンド・モルタル型のサイトの活躍が目立っており、Walmart や Target をはじめとして上位 20 サイト中のおよそ半分がこうしたサイトで占められている。（表 1-10 参照）

表 1-10 2003年12月における電子商取引サイトのヒット数上位 20 サイト

順位	サイト	取扱商品	クリック・モルタル型	市場シェア
1	EBay	オークション		26.23%
2	Amazon.com	書籍・CD・ビデオ・家電等		4.23%
3	Yahoo! Shopping	総合オンライン・ストア		1.76%
4	Walmart.com	量販店		1.76%
5	BestBuy.com	電気製品		1.55%
6	eBay Motors	自動車関連		1.39%
7	Target	量販店		1.20%
8	Dell Computer	コンピュータ		1.19%
9	Lower My Bills	ローン・クレジットカード		1.09%
10	Half.com	書籍・CD・ビデオ		0.91%
11	CircuitCity.com	電気製品		0.87%
12	Sears.com	量販店		0.83%
13	eBay Stores	総合オンライン・ストア		0.78%
14	BizRate.com	オンライン・ショッピング・モール		0.76%
15	Sprint PCS	携帯電話		0.67%
16	JC Penney	量販店		0.64%
17	Ebates	オンライン・ショッピング・モール		0.63%
18	Barnes&Noble.com	書籍・CD・ビデオ		0.59%
19	Hallmark.com	カード・ギフト		0.56%
20	QVC.com	量販店		0.56%

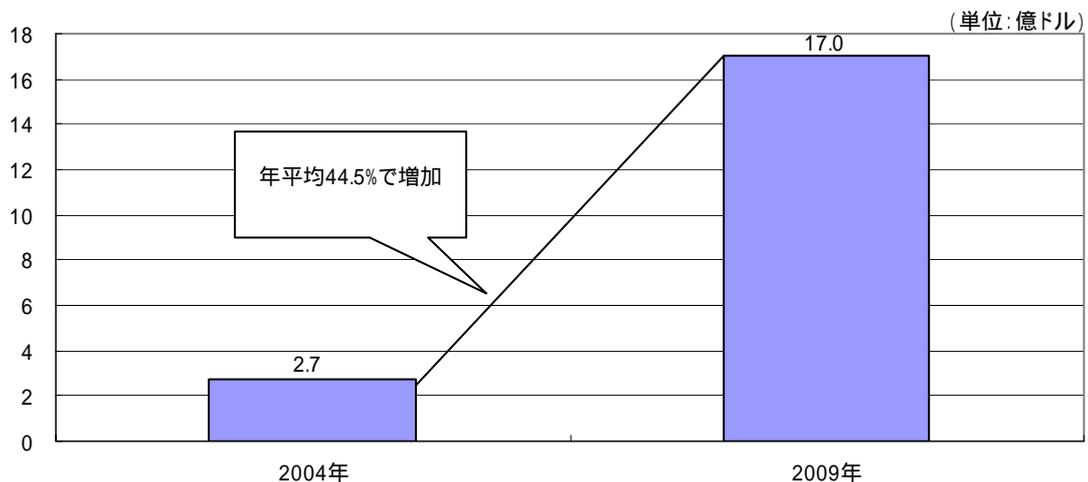
出典：Hitwise 社のデータ（2004年1月）を元に作成

³⁸ “Women, Comparison Shopping Help Boost E-commerce Holiday Revenues,” clickz.com, Jan. 15, 2004, http://www.clickz.com/stats/markets/retailing/article.php/6061_3299531

<急成長を遂げる音楽配信サービス市場>

米国では、2003年4月に始まった Apple 社の音楽配信サービス「iTunes Music Store (iTMS)」の売上げが好調であり、1曲 99 セントの低価格設定や購入前の試聴などが人気を呼び、2004年7月までに1億曲のダウンロードを達成している。Apple 社の成功にならって Microsoft 社をはじめとして音楽配信サービス市場に参入する企業が相次いでおり、音楽販売の新たな流通チャンネルとして同市場が今後大きく成長することが予測されている。

例えば、調査会社 Jupiter Research 社は、米国における音楽配信サービス市場は 2004年に2億7,000万ドルを超え、その後年平均44.5%で成長した後、2009年には全音楽売上げの12%に当たる17億ドル規模に達すると分析している³⁹。(図1-23参照)



出典：Jupiter Research 社のデータ（2004年7月）を元に作成

図1-23 米国における音楽配信サービス市場規模の予測

<オンライン・コンテンツ市場>

ComScore 社が発表した米国オンライン・コンテンツ・サイトの売上げをカテゴリ別にみると、「パーソナル・デート」のいわゆる出会い系サイトが首位を占めており、また成長率も48.8%と非常に高くなっている。また2位以下には「ビジネス投資」「エンターテインメント・ライフスタイル」「リサーチ」「習い事」と続いており、このうち最も成長が目覚ましいオンライン・コンテンツ分野は「習い事」で2003年の年増加率が104.7%であった⁴⁰。

³⁹“JUPITERRESEARCH FORECASTS DIGITAL MUSIC SALES WILL HIT \$1.7 BILLION IN 2009, BUT WON'T REPLACE CDs,” Jupiter Research Press Release, Jul. 26, 2004, <http://www.jupitermedia.com/corporate/releases/04.07.26-newjupresearch.html>

⁴⁰“U.S. Consumer Spending for Online Content Totals Nearly \$1.6 Billion in 2003, According to Online Publishers Association Report,” comScore Press Release, May 11, 2004, <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=455>

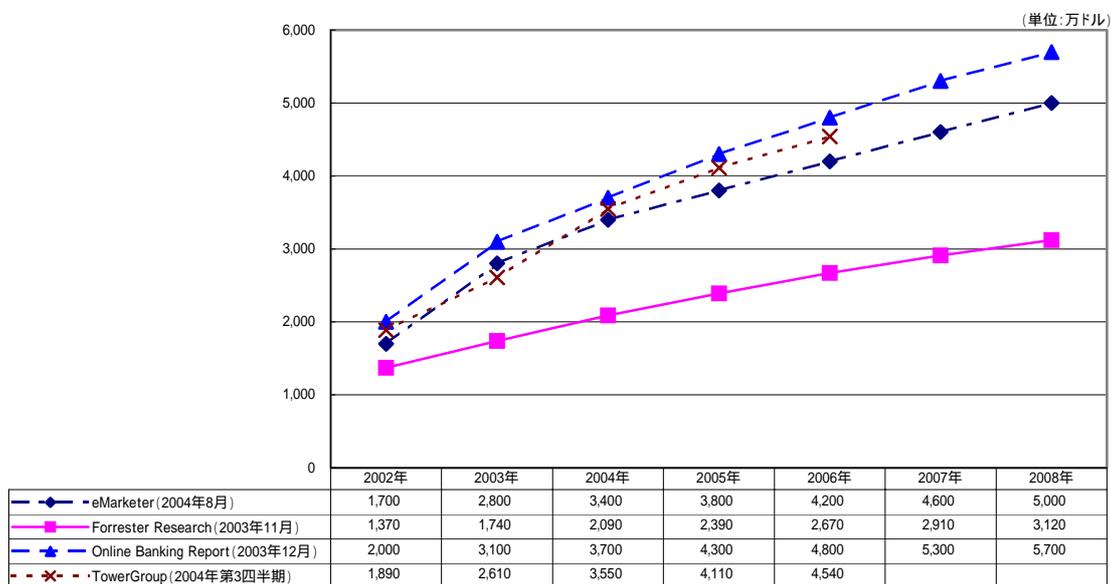
表 1-11 オンライン・コンテンツへのカテゴリ別支出(万ドル)

	2002年	2003年	成長率(%)
パーソナル・デート	30,210	44,950	48.8%
ビジネス・投資	29,200	33,410	14.4%
エンターテインメント・ライフスタイル	22,750	21,400	-5.8%
リサーチ	10,660	10,860	1.9%
習い事	4,430	9,070	104.7%
一般ニュース	7,000	8,750	25.0%
コミュニティベースのディレクトリ	9,110	8,700	-4.6%
ゲーム	7,200	7,300	1.3%
グリーティング・カード	3,620	4,060	12.2%
スポーツ	3,030	3,820	26.1%
クレジット救済	4,040	3,660	-9.4%

出典: Online Publishers Association/comScore Networks 社のデータ (2004年5月) を元を作成

<オンライン支払い>

オンラインで電話料金や電気・ガス・水道代などの支払いを行う、いわゆるオンライン・ペイメント (オンライン支払い) を利用する人が増加している。オンライン支払いの定義が各調査機関によって異なるため 2004 年における支払額推計は、2,090 万ドル (Forrester Research 社) や 3,700 万ドル (Online Banking Report 社) などとばらつきが見られるが、いずれの調査会社でも今後同市場が着実に成長していくと予測している⁴¹。(図 1-24 参照)

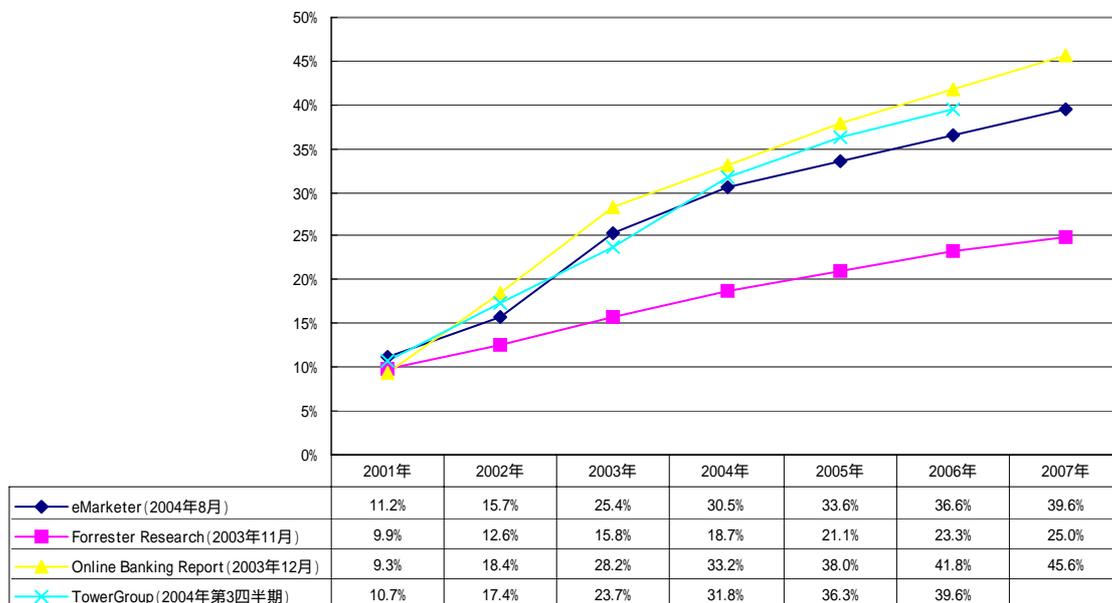


出典: eMarketer 社のデータ (2004年9月) を元を作成

図 1-24 米国におけるオンラインによる支払いの総額の各社推計 (2002 ~ 2008 年)

⁴¹ http://webmarketing.iclic.ca/Marketing_internet_Nouvelle.asp?ID=113

こうした調査会社によると、米国全世界帯におけるオンライン支払いの普及率は、2001年の約9～11%から2007年までには25%～45%ぐらいまで成長すると予測されている。（図1-25参照）



出典：同上

図1-25 米国世帯におけるオンラインによる支払いの普及率の各社推計(2001～2007年)

< オンライン詐欺の急増 >

B2C 電子商取引市場が急成長を続ける中、料金の未払いや ID 窃盗といったオンライン詐欺が急増している。米電子認証サービス大手の VeriSign 社によると、電子商取引市場が最も大きい米国は、オンライン詐欺の件数が世界最多で、2003年クリスマス期において、オンライン小売業者が受けた注文件数は前年比で59%増加した一方、同期間中にこうした業者が「疑わしい注文」として取引に応じなかった注文件数は全体の約7%にのぼったという。

また電子決済処理サービス大手の CyberSource 社が米国オンライン小売業者333社を対象に行った調査では、2003年には米国におけるオンライン詐欺による損失額が総売上高の約1.7%となる16億ドル以上に相当すると推計している⁴²。さらに同調査において、オンライン詐欺の問題が「深刻」あるいは「非常に深刻」と回答した小売業者は2002年の46%から2003年には66%へと増加しており、オンライン詐欺の防止手段として「社員が注文内容を個別にチェックしている」と回答した小売業者数が2002年の約50%から2003年の約65%に増加、そしてチェックの対象となる注文の割合は2002年の20%から2003年の23%へと増加したという。CyberSource社によると、小売業者は1件のオンライン詐欺を特定するために疑わしい注文を3、4件キャンセルしている

⁴² “Online Fraudsters Take \$1.6B Out of 2003 eCommerce,” Nov. 18, 2003, http://www.cybersource.com/news_and_events/view.xml?page_id=1189

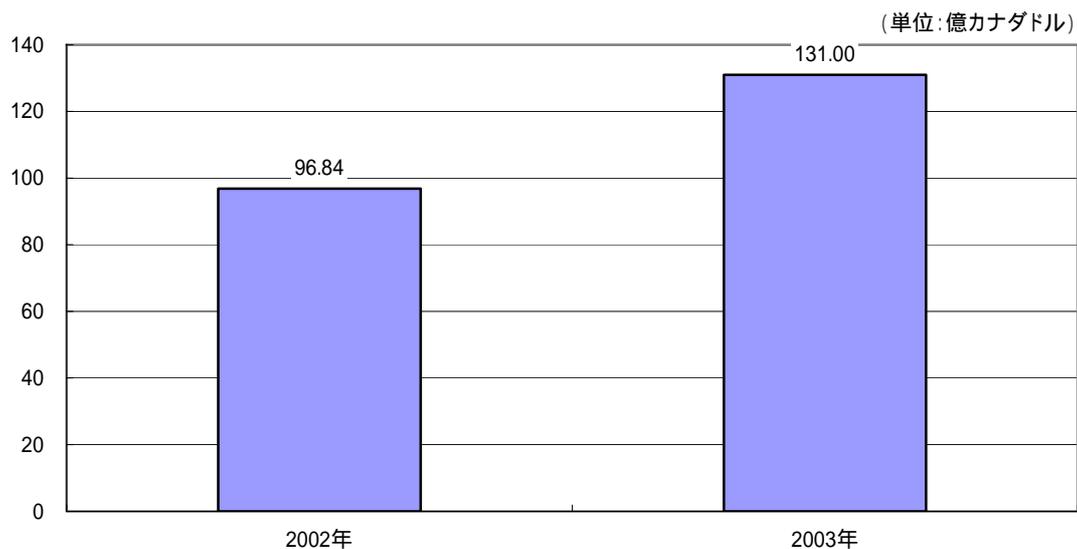
といい、オンライン詐欺の増加は、注文内容チェックのためのコスト増加だけでなく、潜在的な売上高の損失にも繋がっている。

さらにオンライン詐欺防止のための別の手段として、クレジットカード会社による住所認証サービス⁴³やカード番号認証サービス⁴⁴を利用している小売業者も増加しており、CyberSource 社によると、住所認証サービスを利用する小売業者は2002年の71%から2003年には75%、カード番号認証サービスを利用する小売業者は2002年の34%から2003年には44%まで増加している。

(4) カナダの電子商取引市場

<カナダ B2B 電子商取引規模>

カナダ産業省のデータによると、カナダにおける B2B 電子商取引市場規模は、2002 年から 2003 年にかけて 96 億 8,400 万カナダドルから 131 億カナダドルへと 35.2%増加している⁴⁵。(図 1-26 参照)



出典：カナダ政府のデータ（2004年4月）を元に作成

図 1-26 カナダにおける B2B 電子商取引市場規模

⁴³ カード所有者の住所や郵便番号などがカード登録情報と一致するかで認証を行うサービス

⁴⁴ 認証時にカードに記載されている3桁あるいは4桁の番号を入力することで認証を行うサービス

⁴⁵ "Highlights from the 2003 Survey of Electronic Commerce and Technology (SECT)," Industry Canada, Apr. 16, 2004, <http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/incec-ceac.nsf/en/gv00237e.html> "Canada's Journey to an Information Society," p.126, Statistics Canada, <http://www.statcan.ca:8096/bsolc/english/bsolc?catno=56-508-X>, 2002年の市場規模は、2003年の前年増加率をを元に算出

<カナダ B2C 電子商取引市場規模>

カナダにおける B2C 電子商取引市場も依然成長段階にあり、急速な拡大を続けている。カナダ産業省のデータによると、カナダにおける B2C 電子商取引規模は 2002 年から 2003 年にかけて、36 億 5,500 万カナダドルから 55 億カナダドルへと 50.5% 拡大した⁴⁶。（図 1-27 参照）



出典：同上

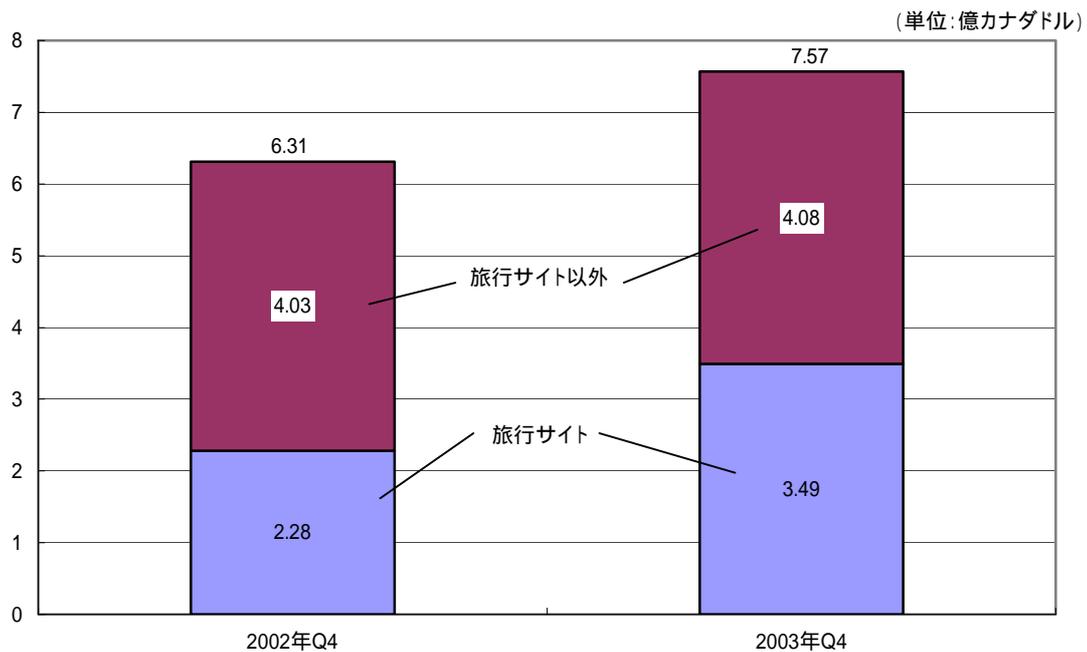
図 1-27 カナダにおける B2C 電子商取引市場規模

また調査会社 comScore Network 社が大手 B2C 電子商取引サイト 200 サイトを対象に行った調査によると、2003 年第 4 四半期における売上総額は、前年比 20% 増の 7 億 5,700 万カナダドルであったという。

製品・サービスのカテゴリ別にみると、旅行サイトの売上げが電子商取引サイト全体の売上高の 46.1% と最も大きな部分を占めていると同時に、成長率は前年比 53.1% 増となっており、電子商取引サイト全体の売上げ増加においても大きく貢献している。一方 2003 年第 4 四半期における旅行サイト以外の売上げを見ると、2002 年第 4 四半期の 4 億 300 万カナダドルから 2003 年第 4 四半期の 4 億 800 万カナダドルへと、旅行サイトとは対照的にほぼ横ばいとなっている。しかし旅行サイト以外の電子商取引サイトでも、大手 100 社に限れば、およそ 60% のサイトで前年比 20% 増売上げ増加を達成しているという。（図 1-28 参照） comScore Networks 社のアナリストは「インターネット普及率が 52% を誇るカナダにおいて、旅行サイト以外の製品の売上げが伸び悩んでいることは驚きであるが、大手の電子商取引サイトが売上げを伸ばしていることを考えれば、正しい戦略と商品を持てばカナダの消費者の購入を増加させることができるはずである」と分析している⁴⁷。

⁴⁶ 同上

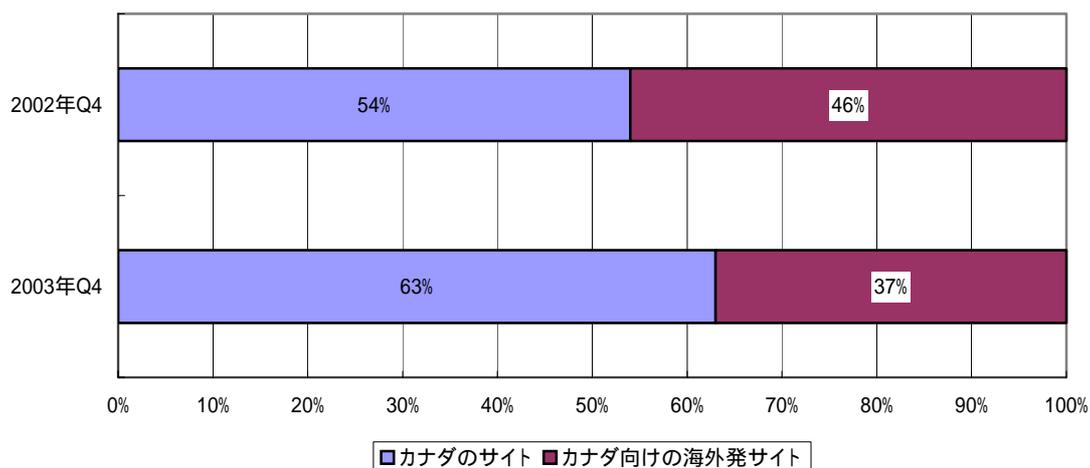
⁴⁷ “Canadian E-Commerce Spending Grows by 20 Percent, Reports comScore Networks,” comScore Networks Press Release, May 11, 2004, <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=453>



出典：comScore Network 社のデータ（2004年5月）を元に作成

図 1-28 カナダにおける旅行サイトとそれ以外のサイトにおける売上高(2002Q4・2003Q4)

またカナダでは、B2C 電子商取引市場の主役が米国をはじめとする国外サイトから国内サイトにシフトしているという。カナダでは、Expedia.ca（航空券・ホテル）や Staple.ca（オフィス用品）といった米国電子商取引企業がカナダ向けに発信するサービスだけでなく、WestJet.ca（航空券）や AirCanada.ca（航空券）、Indigo.ca（書籍・CD・ビデオ）といったカナダ国内に拠点を置くサイトが急速に売上げを伸ばしており、これに伴いカナダ発オンライン・ショッピング・サイトのシェアが急速に拡大している。comScore Network 社によると、カナダ B2C 電子商取引市場における国内サイトの占める割合は、2002 年第 4 四半期の 54%から 2003 年第 4 四半期には 63%へと 1 年間で 9%上昇している。



出典：同上

図 1-29 オンラインサイトの売上げにおけるカナダ国内サイトの割合

オンラインで買物をする人を統計的に見ると、年齢別では 18～34 歳の年齢層において最もオンラインでの支出額が増加しており、2002 年第 4 四半期から 2003 年第 4 四半期までの 1 年間の増加率は 44%にのぼる。また世帯のサイズでは 1～2 人世帯における支出増加が目覚しく、同期間でオンライン上の購入額は 35%の伸びを示した。さらにインターネット接続の種類別に見てみると、ナローバンド・ユーザの支出増加率が 14%であるのに対して、ブロードバンド・ユーザのそれは 24%とナローバンド・ユーザを大きく上回っている。（表 1-12 参照）

表 1-12 カナダにおけるグループ別オンライン支出額の増加率

グループ	支出増加率(2003 Q4 ~ 2002 Q4)
世帯主の年齢	
18-34 歳	44%
35-54 歳	5%
55 歳以上	18%
世帯人数	
1-2 人	35%
3-4 人	8%
5+人	15%
インターネット接続の種類	
ナローバンド接続	14%
ブロードバンド接続	24%

出典：同上

1.3 アジア・太平洋市場

1.3.1 インターネット普及状況

(1) インターネット・ユーザ数

<世界最大のインターネット・ユーザ数を有する>

Internet World Stats 社によると、2004年9月時点のアジア地域におけるインターネット・ユーザ数は2億5,645万人、そしてオセアニア地域のインターネット・ユーザ数が1,579万人で、両地域合わせて合計2億7,224万人となっており、北米地域や欧州地域を押さえて最大のユーザ数となっている。また人口普及率は、途上国を多く含むアジア地域では7.1%と比較的低くなっている一方で、オセアニア地域は48.5%と高水準を記録している。なお両地域を合わせた全体の人口普及率は7.5%となっている⁴⁸。(表1-13参照)

表 1-13 アジア及びオセアニアにおけるインターネット・ユーザ数

	インターネット・ユーザ数	増加率 (2000～2004年)	人口普及率
アジア	256,454,536	124.4%	7.1%
オセアニア	15,786,930	107.2%	48.5%
アジア・オセアニア全体	272,241,466	123.3%	7.5%

出典：Internet World Stats 社のデータ（2004年9月）を元に作成

<普及率:1位オーストラリア、2位香港、3位韓国>

アジア・太平洋地域におけるインターネット普及状況を国及び地域別にみると、人口普及率でオーストラリアが67.1%でトップに立ったほか、2位が63.0%の香港、3位が62.0%の韓国となり、これにシンガポール(60.0%)、ニュージーランド(55.4%)、日本(51.5%)、台湾(50.3%)が続いている。このように、日本におけるインターネット・ユーザ数は6,593万人と、中国(8,700万人)に次ぐアジア・太平洋市場2位となっているものの、普及率で見ると6位にランクダウンしている。(表1-14参照)

⁴⁸ <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>

表 1-14 アジア・太平洋地域における国地域別インターネット普及主要上位 10 カ国及び地域

	インターネット・ ユーザ数	増加率 (2000～2004年)	人口普及率
オーストラリア	13,563,452	102.4%	67.1%
香港	4,661,589	113.7%	63.0%
韓国	29,220,000	61.1%	62.0%
シンガポール	2,100,000	75.0%	60.0%
ニュージーランド	2,110,000	154.2%	55.4%
日本	65,933,441	41.4%	51.5%
台湾	11,602,523	85.3%	50.3%
マレーシア	8,692,100	134.9%	34.0%
マカオ	120,000	100.0%	26.9%
中国	87,000,000	268.7%	6.8%

出典：同上

(2) ブロードバンド・ユーザ数

<世界のブロードバンド回線の43%を占める>

アジア・太平洋地域では、多くの国・地域において政府が積極的なブロードバンド政策を推し進めていることを背景に、世界で最もブロードバンド普及が進んでいる地域となっている。米国調査会社 Point-Topic 社によると、2003 年末時点におけるアジア・太平洋地域のブロードバンド回線数は、4,411 万回線であり、全世界のブロードバンド回線数の 43% を占めているという⁴⁹。

<日本と中国、ブロードバンド回線数で韓国抜く>

国及び地域別のブロードバンド普及状況を見ると、依然として韓国がブロードバンド普及率においてトップを維持しているものの、ブロードバンド回線数では、DSL 回線が急増する中国と日本が韓国を追い抜いている。Point-Topic 社のデータと CIA 発表の各国人口データを元に計算すると、2003 年末時点での人口 100 人あたりブロードバンド回線は、1 位が 23 回線の韓国、2 位が 18 回線の香港、3 位が 13 回線の台湾、そして 4 位が 10.7 回線の日本であった。一方 2003 年末時点のブロードバンド回線数は、日本が 1,364 万回線で 1 位であるほか、中国が 1,354 万回線の 2 位、韓国は 1,118 万回線で昨年の 1 位から 3 位に転落している。また別の米国調査会社である IDC 社によると、中国のブロードバンド契約者数は 2003 年において前年比 192% 増の爆発的な伸びを見せており、同年におけるアジア・太平洋地域の新規加入者数の 73% を占めたという⁵⁰。

⁴⁹ “World Broadband Statistics Q4 2003,” Point-Topic, Mar. 23, 2004, <http://point-topic.com/>

⁵⁰ “IDC says Revenue of Asia/Pacific Broadband Access Services to grow to US\$14 billion at a 2003-2008 CAGR of 16%,” IDC Press Release, Jun. 03, 2004, http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=pr2004_06_03_152003

<DSL が主流>

ブロードバンド回線の種類をみると、ケーブルなどの通信インフラ整備が進んでいないアジア・太平洋地域では、既存の電話回線を利用した DSL 接続がケーブルモデム接続よりも普及が進んでいる。Point-Topic 社によるアジア・太平洋地域のブロードバンド回線の内訳によると、ケーブルモデム接続が 1,193 万回線であるのに対して、DSL 接続は 3,218 万回線とケーブルモデム接続を大きく上回っている。（表 1-15 参照）

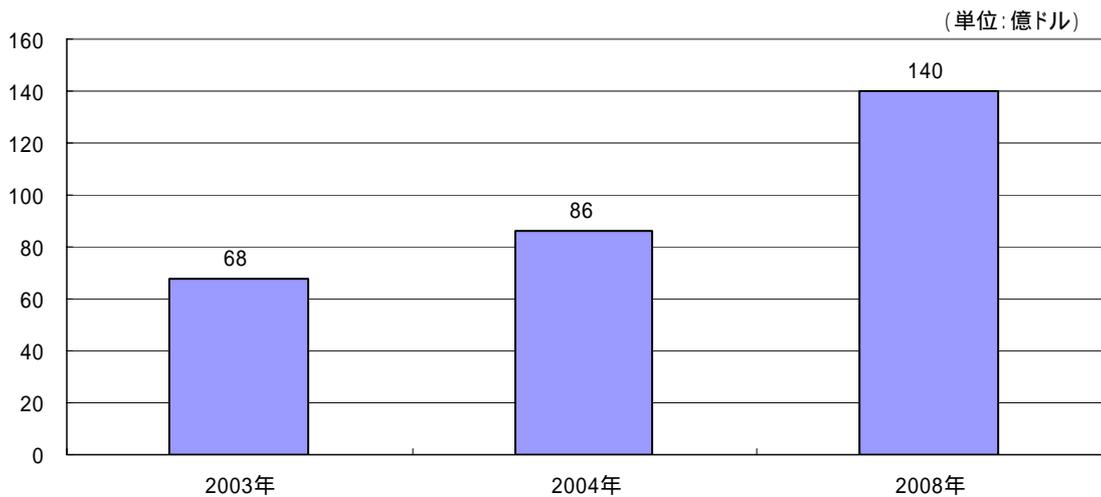
表 1-15 アジア・太平洋地域におけるブロードバンド回線数

	DSL (万回線)	ケーブルモデム等 (万回線)	合計 (万回線)	人口 100 人あたりの ブロードバンド回線数
韓国	643.6	474.3	1,117.8	23.0
香港	69.0	54.1	123.1	18.0
台湾	260.0	41.4	301.4	13.0
日本	1,027.2	336.9	1,364.0	10.7
シンガポール	24.2	13.2	37.4	8.6
オーストラリア	46.7	28.0	74.7	3.8
中国	1,114.3	240.0	1,354.3	1.0
インド	4.5	3.7	8.2	0.8
その他	28.4	1.4	29.8	NA
合計	3,217.9	1,193.0	4,410.9	NA

出典：ブロードバンド回線数に関して Point-Topic 社のデータ（2004 年 3 月）、人口データに関して CIA のデータ（2004 年 9 月）を用いて作成

<アジア・太平洋地域におけるブロードバンド市場の拡大>

今後、アジア・太平洋地域のブロードバンド市場は、中国市場の成長などを受けて、着実に拡大を続けていくと予測されている。調査会社 IDC 社によると、日本を除くアジア太平洋市場のブロードバンド市場は、2003 年に 68 億ドル規模であったといい、2004 年には前年比 26.5% 増の 86 億ドル規模、その後 2004 年から 2008 年までに年平均成長率 13.0% で 140 億ドル規模にまで成長すると予測されている。（図 1-30 参照）



出典: IDC社のデータ(2004年6月)を元に作成

図 1-30 アジア・太平洋地域におけるブロードバンド市場規模(2003・2004・2008年)

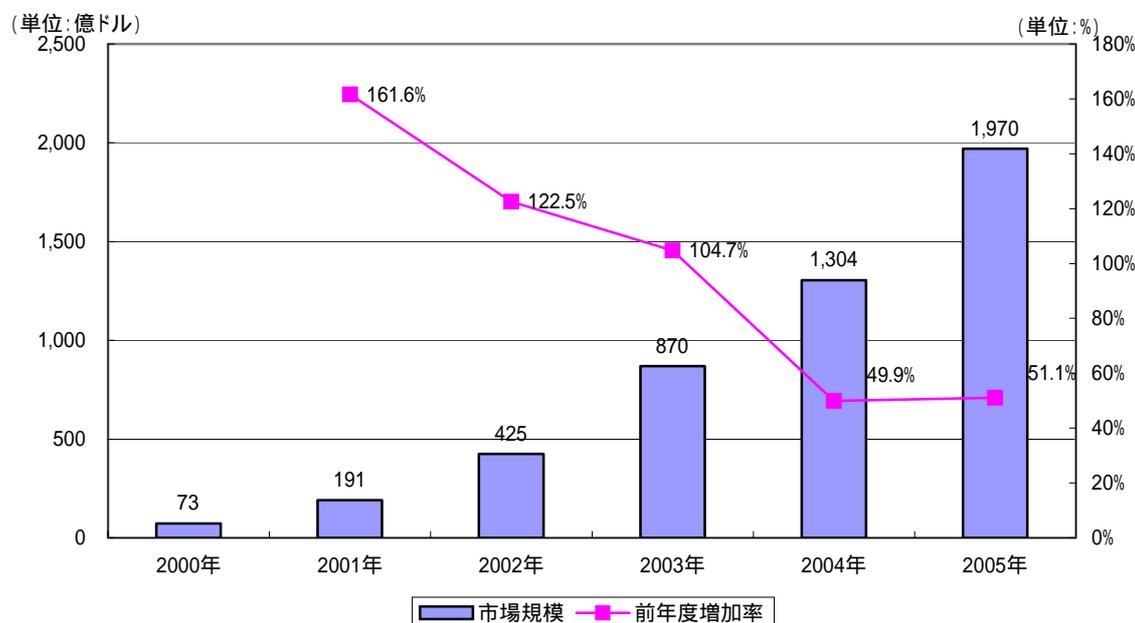
IDC社のアナリストによると「アジア・太平洋地域におけるブロードバンド市場は、自由化を背景とした新規参入事業者の増加によって、サービス・プロバイダ間の競争が激化しており、サービス・プロバイダは、様々な接続速度や料金体系に基づく多様なサービスを提供することで競合者との差別化に動き出している」という。また同社は、2008年において同地域で最大のブロードバンド市場は韓国、中国、台湾の3市場になると分析しており、また韓国市場が飽和点に近づくと成長が伸び悩む一方で、中国市場はアジア・太平洋地域における最大のブロードバンド市場として台頭すると予測されている。

1.3.2 アジア・太平洋地域電子商取引市場の動向

(1) アジア・太平洋地域における電子商取引市場全体

<2005年までに1,970億ドル規模まで成長>

アジア・太平洋地域の電子商取引市場は依然発展途上段階にあるが、ブロードバンドなどのインフラ設備が整備されていることを背景に今後も大きく発展していくと期待されている。調査会社 Global Industry Analysts 社によると、日本を除くアジア・太平洋地域における電子商取引全体の規模は、2000年代初頭のような急速な伸びは見られないが、それでも前年比約50%の大きな伸びで成長を続けていくと見込まれており、2003年の870億ドルから2004年には49.9%増の1,304億ドル、2005年には51.1%増の1,970億ドルへと拡大すると予測されている⁵¹。(図1-31参照)



出典：Global Industry Analysts 社のデータ（2003年4月）を元に作成

図1-31 日本を除くアジア・太平洋地域での電子商取引市場全体の規模(2000～2005年)

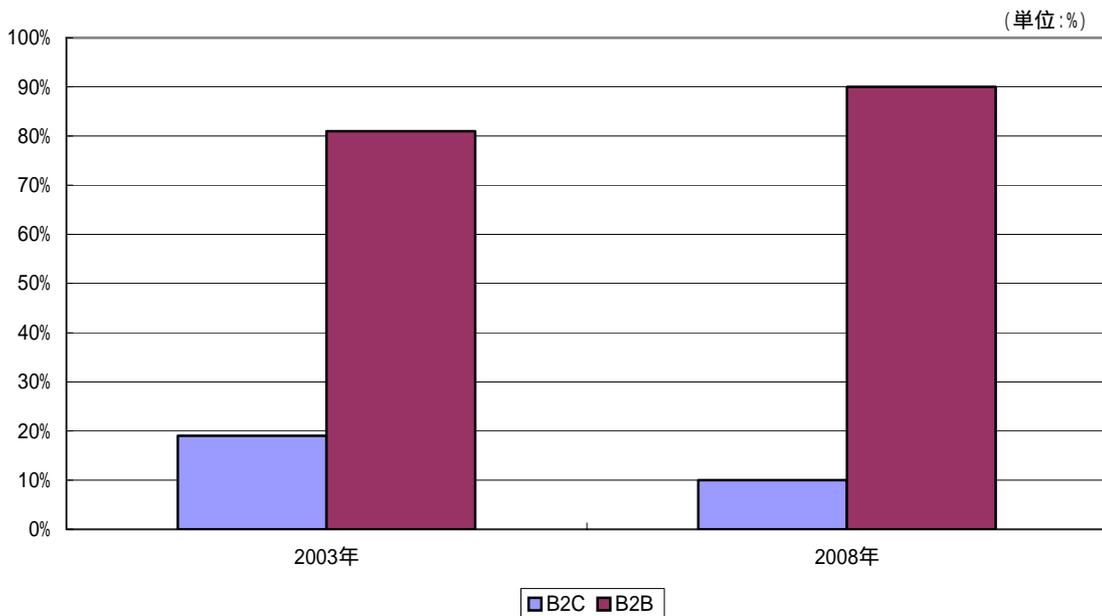
⁵¹ “Online Service Industry, A Global Market Data Compendium 2003,” Global Industry Analysts, Apr., 2003
<http://www.globind.com/mdc.asp?code=MDC-3031>

(2) アジア・太平洋地域の B2B 市場

<2008 年まで年平均成長率約 60%>

アジア・太平洋地域の企業は、ブロードバンドの普及や地域経済の成長を受けて電子商取引への投資を徐々に増加させており、これに伴いこれまで普及が遅れていた同地域の B2B 電子商取引市場が急速な成長を遂げつつある。調査会社 IDC 社の予測では、アジア・太平洋地域における B2B 電子商取引市場は、2003 年から 2008 年にかけて年平均成長率 59.1%と急成長を遂げるといふ。同社の分析によると、日本を除くアジア・太平洋地域はますます魅力的な電子商取引環境になりつつあるといい、本地域市場に進出・シェア拡大を狙う企業は、今後電子商取引ソリューションに投資を行うなど、積極的な市場戦略を打ち立ててくると見られている⁵²。

また IDC 社では、同地域における B2B 電子商取引市場は B2C 市場を上回るスピードで成長していくと見込んでおり、同地域の電子商取引市場全体に占める B2B 市場の割合は、2003 年の約 8割から 2008 年には約 9割へと上昇すると予測している。（図 1-32 参照）



出典：IDC 社のデータ（2004 年 7 月）を元に作成

図 1-32 アジア・太平洋地域における電子商取引市場の B2C、B2B 内訳(2003・2008 年)

52 “IDC Predicts Double Digit Growth of Asia/Pacific Internet Buyers from 2003 to 2008,” IDC Press Release, Jul. 28, 2004, http://www.idc.com/AP/pressrelease.jsp?containerId=pr2004_07_29_172938

(3) アジア・太平洋地域の B2C 市場

< 売上げ増にはセキュリティ強化が鍵 >

アジア・太平洋地域では、インターネットに対する信頼度の高まりを背景に、オンライン・ショッピングを行う消費者が増加しており、これに伴って B2C 電子商取引市場も拡大傾向にある。調査会社 IDC 社によると、日本を除いたアジア・太平洋地域における B2C 電子商取引市場は、2003 年から 2008 年にかけて年平均成長率 17.8% で拡大を続け、またインターネットを通じて買物をする人の数は前年度比平均 30.7% で増加すると予測されている。同社は、オンライン・ショッピング・サイトが消費者のセキュリティに対する懸念を払拭するために、セキュアな電子支払いシステムを導入することで売上げをさらに増加させることができると分析している。さらに同社は、サイトのセキュリティ強化に加えて、市民の間におけるクレジットカードの普及や電子商取引利用の理解が深まるといった社会的要因も B2C 市場成長に寄与するとしている。

また同地域の B2C 電子商取引市場を国・地域ごとにみると、中国が急速なインターネット普及を背景に、B2C 電子商取引サイトの利用者が激増し、多くの B2C 電子商取引サイトの売上げも伸びており、今後にわたって同市場の成長は続くという。

さらにインドの電子商取引市場は、同地域で最大の増加率で成長を遂げており、2003 年から 2008 年にかけての年平均成長率予測は 83.7% と、中国の年平均成長率 81% を上回っている。一方シンガポールにおける B2C 電子商取引市場は、成長率は中国・インドの半分以下の 38.3% (2008 年までの年平均成長率) で 2008 年には 4,270 万ドルに達する見込みである⁵³。

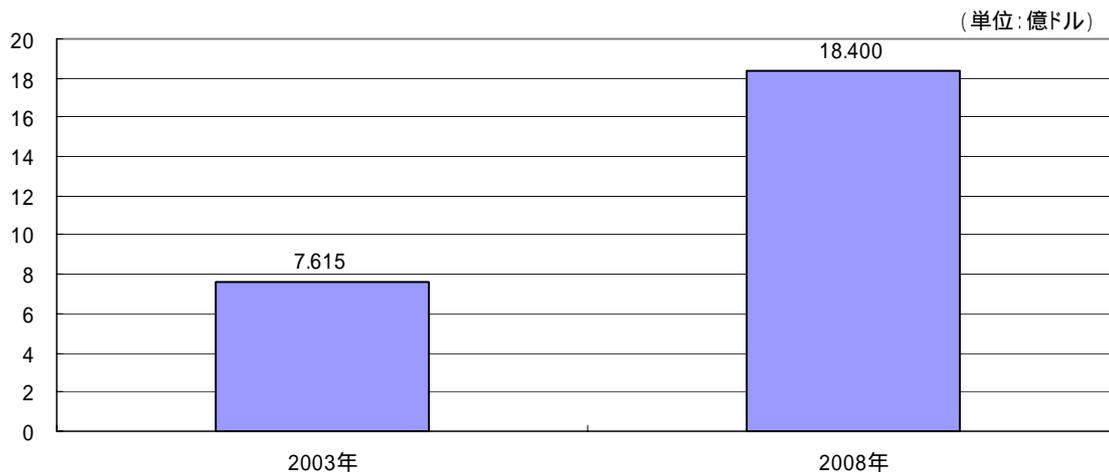
< 世界最大のオンライン・ゲーム市場 >

ブロードバンド普及において世界をリードするアジア・太平洋地域は、オンライン・ゲームが爆発的な成長を遂げており、同市場において世界最大の市場となっている。同地域のオンライン・ゲーム市場では、様々なジャンルのゲームが取り揃えられており、かつての十代男性やヤングアダルト向けのニッチ市場から全ての年代（特に女性）が楽しめる市場へと成長している。

IDC 社によると、日本を除くアジア・太平洋地域におけるオンライン・ゲーム市場は、2003 年の 7 億 6,150 万ドル規模から 2005 年には 10 億ドルの大台を越し、2008 年までに 18 億 4,000 万ドル規模に達すると予測されており、その年平均成長率は 19.3% になるという⁵⁴。(図 1-33 参照) また別の調査会社 DFC Intelligence 社は、2009 年の世界のオンライン・ゲーム市場が 80 億ユーロにまで拡大し、アジア・太平洋地域はそのうち約 44% の 35 億ユーロを占めると分析している。

⁵³ 同上

⁵⁴ “IDC says Asia/Pacific Online Gaming Subscription Revenue to Hit US\$1 billion in 2005,” IDC Press Release, May 24, 2004, <http://www.idc.com.sg/Press/2004/040524%20online%20gaming%20final.htm>



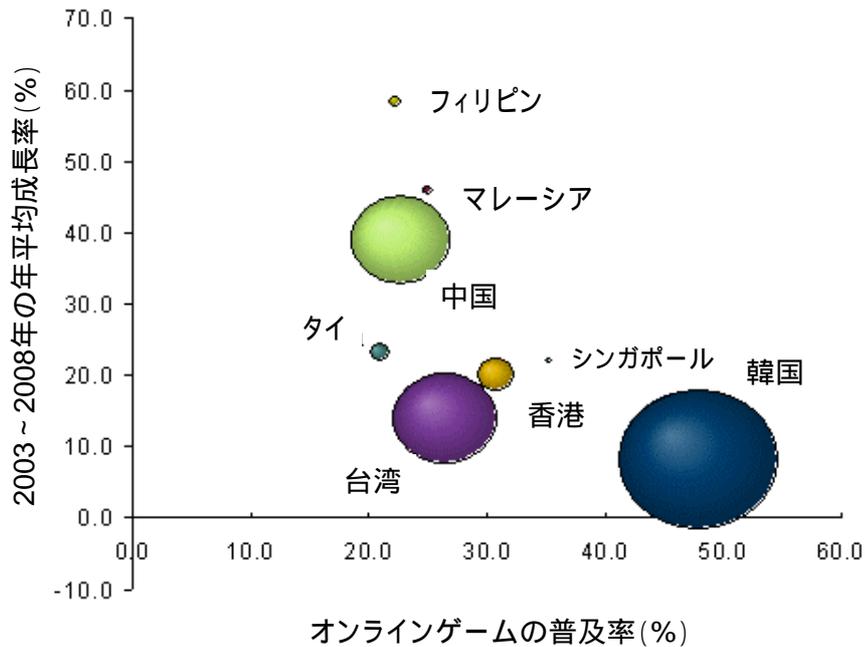
出典：IDC社のデータ（2004年5月）を元に作成

図 1-33 日本を除くアジア・太平洋地域におけるオンライン・ゲーム市場規模の推移

アジア・太平洋地域を国別にみると、韓国が地域最大のオンライン・ゲーム市場となっている。IDC社によると、韓国における2003年のオンライン・ゲーム利用料金の総額は3億9,710万ドルであり、次に台湾が1億7,040万ドル、中国が1億5,970万ドルと続いているという。またフィリピンやタイのオンライン・ゲーム市場は、癖になるコンテンツがリリースされており、今後成長が期待されている。以下では、IDC社がアジア・太平洋の各国および地域のオンライン・ゲーム市場の特長に関して纏めたものの一部を紹介している。

- 中国オンライン・ゲーム市場は2003年、オンライン・ゲームへの人気が高まり、様々なゲームコンテンツが紹介されたことで、前年比46%増の成長となった。同市場では今後2年間にわたり「MMORPG (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game: 多人数型オンライン・ロール・プレイング・ゲーム)」と呼ばれるジャンルが最も人気を集めると予測される。
- 一方、香港や台湾では、MMORPGと違って、ゲームに長い時間を費やさないマージャンやポーカーといった短時間でプレイできるカジュアルなオンライン・ゲームがユーザ数を伸ばしている。

図 1-34 は、2003年のアジア・太平洋地域における各国・地域のオンライン・ゲーム市場規模および2003年から2008年にかけての年平均成長率を示したものである。同地域では、韓国と香港、そして中国が3大市場となっており、オンライン・ゲームで最大の市場規模を誇る韓国市場では、普及率がインターネット・ユーザの半数近くまで達しており、前年度平均成長率は10%程度に留まると予測されている。これに対して中国市場は、普及率は20%強で、今後は年平均40%近くで成長していくとみられている。



注: 円の大きさは市場の大きさに比例 出典: IDC社のデータ(2004年5月)を元に作成

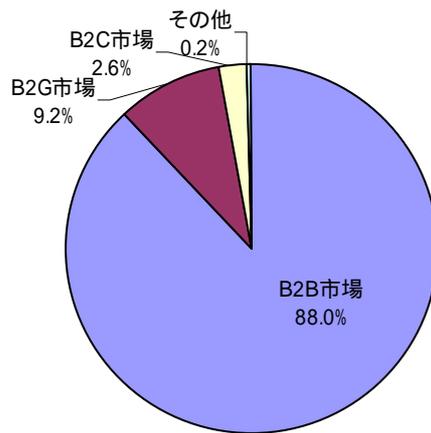
図 1-34 アジア・太平洋地域のオンライン・ゲーム市場規模と平均成長率

(4) 韓国の電子商取引市場

<2003年の韓国電子商取引市場規模は235兆ウォン>

ブロードバンド先進国である韓国では、市民及び企業の間でインターネットが普及しており、これに伴い電子商取引利用が活発化している。韓国国家統計局の調査では、2003年の韓国における電子商取引市場の規模は、前年比32.2%増となる235兆250億ウォンであったという結果が公表されている。このなかでB2B市場、B2C市場、B2G（企業対政府）市場の内訳を見てみると、B2B市場が88.0%と大部分を占めており、次にB2G市場が大きく9.2%、3番目にB2C市場で2.6%となっている⁵⁵。

⁵⁵ “White Paper Internet Korea 2004,” National Computerization Agency, Ministry of Information and Communication, Jul., 2004, http://www.mic.go.kr/eng/res/res_pub_kwp_2004.jsp

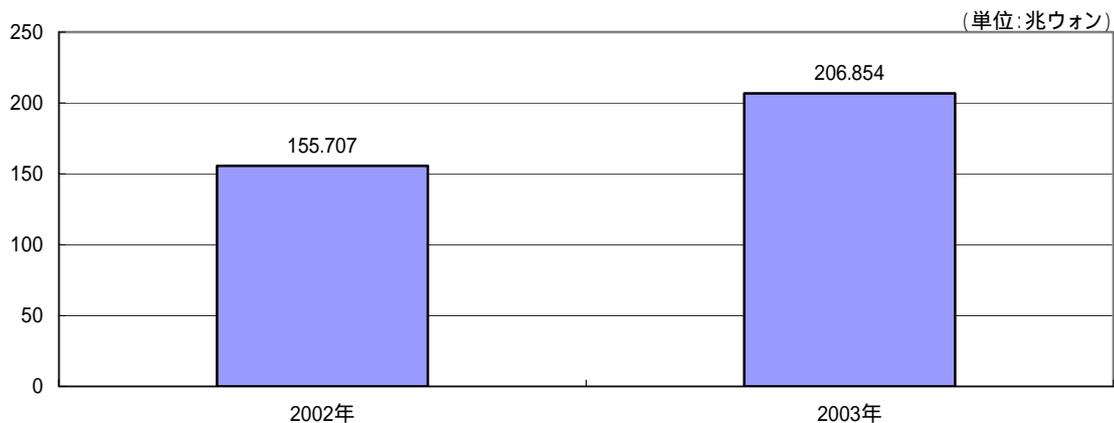


出典：韓国政府国立統計局（NSO）のデータ（2004年2月）を元に作成

図 1-35 韓国電子商取引市場タイプ別内訳(2003年総取引額 235兆 250億ウォン)

< B2B市場は32.8%増、206兆 8,540億ウォン >

韓国の B2B 電子商取引市場はその規模および成長率において B2C や B2G 市場を上回っており、国家統計局のデータによると、2003年の市場規模は前年比 32.8%増の 206兆 8,540億ウォン規模であった。（図 1-36 参照）



出典：同上

図 1-36 韓国 B2B 電子商取引市場の規模(2002・2003年)

< バイヤーを中心とした B2B 取引が主流 >

韓国での B2B 電子商取引を主催者のタイプ別にみると、B2B 取引額のうち、バイヤーを中心とした取引が 150兆 6,880億ウォンと全体の 72.8%を占めており主流となっている。一方、サプライヤーを中心とした取引額は、48兆 7,760億ウォンで全体の 23.6%であり、またブローカーを中心とした取引は7兆 4,000億ウォンで全体の 3.6%を占めていた。（表 1-16 参照）

表 1-16 韓国 B2B 電子商取引市場の取引相手別内訳 (単位:兆ウォン)

	2002年	割合	2003年	割合	増加率
バイヤー中心	113.254	72.7%	150.688	72.8%	33.1%
サプライヤ中心	36.509	23.4%	48.766	23.6%	33.6%
ブローカー中心	5.944	3.8%	7.400	3.6%	24.5%
合計	155.707	100%	206.854	100%	32.8%

出典：同上

2003年、韓国にはeマーケットプレイスを設ける企業が260社存在しており、1年間で7,400件の取引が行われたが、最も取引数が多かった業種はMRO（メンテナンス・修理・運転）産業（2,182回）であり、次に建設産業（1,362回）、3位に化学産業（1,124回）であった。（表 1-17 参照）

表 1-17 韓国における産業別 e マーケットプレイスの数(2003年)

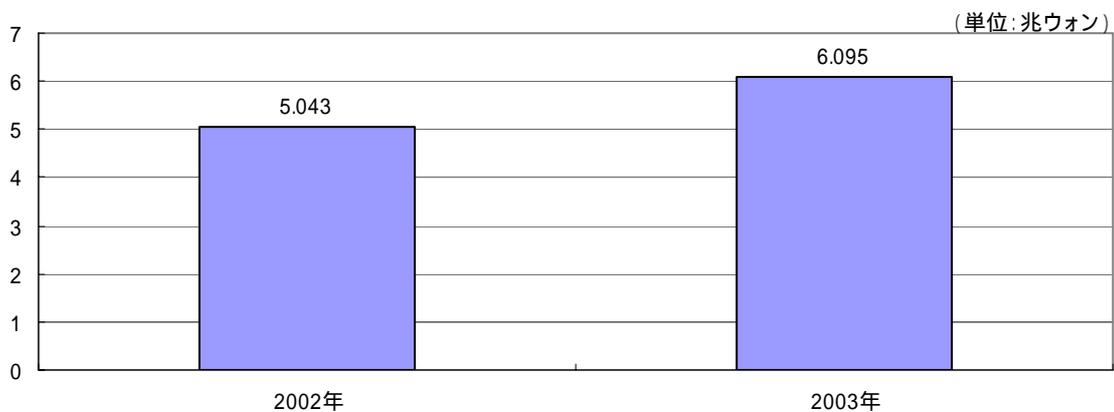
	企業数	割合	取引数	割合
化学	20	7.7%	1,124	15.2%
建設(材料)	16	6.2%	1,362	18.4%
農業・家畜・水産製品 / 食品・飲料	22	8.5%	609	8.2%
鉄鋼	9	3.5%	697	9.4%
MRO(メンテナンス・修理・運転)	24	9.2%	2,182	29.5%
繊維・衣服	12	4.6%	11	0.1%
貿易	37	14.2%	187	2.5%
ヘルスケア	11	4.2%	337	4.6%
石油	5	1.9%	432	5.8%
機械・産業材料	31	11.9%	113	1.5%
エレクトロニクス	32	12.3%	313	4.2%
その他	41	15.8%	34	0.5%
合計	260	100%	7,400	100%

出典：同上

<B2C 市場>

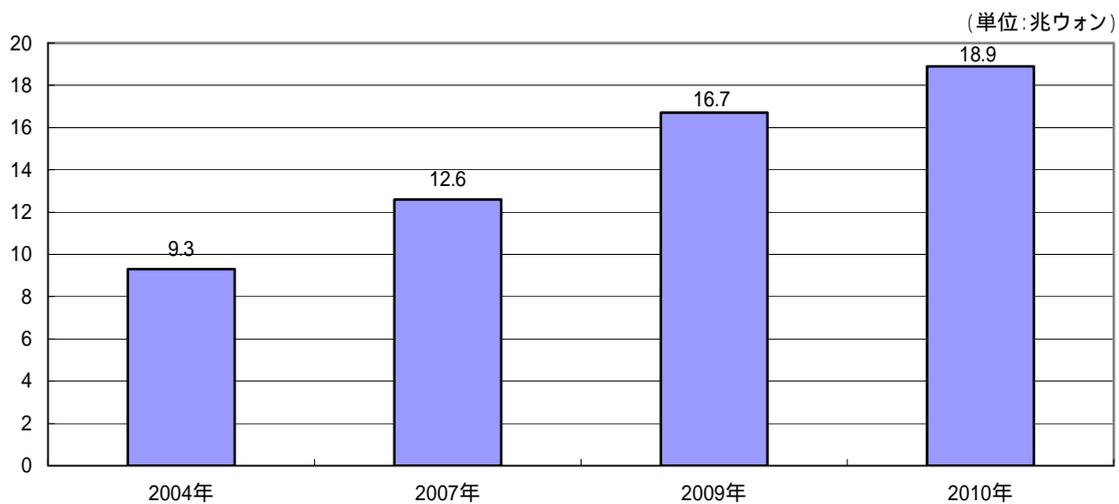
韓国 B2C 電子商取引市場は、大規模な B2C 電子商取引サイトの成功などを受けて、順調に成長している。韓国国家統計局によると、2003 年の韓国における B2C 電子商取引市場の規模は、前年比 20.9%増加となる 6 兆 950 億ウォンであったという。(図 1-37 参照)

また同市場は今後も引き続き順調な成長が見込まれており、Korea Information Strategy Development Institute (KISDI) によると、市場規模は 2004 年に 9 兆 3,000 億ウォンまで拡大した後、2010 年までに年平均成長率 12.6%で 18 兆 9,000 億ウォン程度まで成長すると予測されている⁵⁶。(図 1-38 参照)



出典：同上

図 1-37 韓国 B2C 電子商取引市場の規模(2002・2003 年)



出典：KISDI のデータ (2004 年 6 月) を元に作成

図 1-38 韓国 B2C 電子商取引市場の規模予測(2004～2010 年)

⁵⁶ “KOREA: Internet sales to soar to w20 tril.,” Asia Media, Jun. 2, 2004, <http://www.asiamedia.ucla.edu/article.asp?parentid=11669>

<製品別サービス売上げ>

B2C 電子商取引市場における製品・サービス別売上高をみると、「家庭用品・電気・通信機器」の売上げが最も大きく全体の 18.3%を占めており、次に「コンピュータ及び周辺機器」が 12.9%、3 番目が「日用雑貨・自動車用品」の 11.6%となっている⁵⁷。（表 1-18 参照）

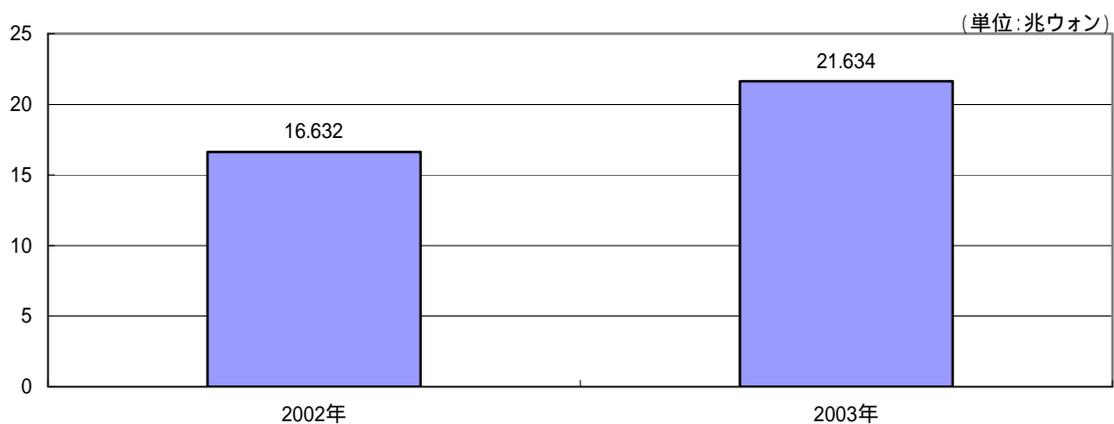
表 1-18 韓国の電子商取引サイトにおける製品・サービス別売上げ上位 9 位

順位	商品・サービス	割合
1	家庭用品・電気・通信機器	18.3%
2	コンピュータ及び周辺機器	12.9%
3	日用雑貨・自動車用品	11.6%
4	衣服・ファッション関連用品	10.3%
5	旅行・予約サービス	7.4%
6	化粧品・香水	6.6%
7	その他	5.9%
8	書籍	4.9%
9	スポーツ・レジャー用品	3.9%
合計		85.9%

出典：韓国情報通信部のデータ（2004年7月）を元に作成

<B2C 市場を大きく上回る B2G 市場規模>

韓国政府は、B2B や B2C 以外にも企業対政府（B2G）という括りで、電子商取引市場規模を発表している。これによると、2003 年の韓国における B2G 電子商取引市場の規模は、前年比 30.1% 増の 21 兆 6,340 億ウォンであったという。これは、韓国電子商取引市場全体の 9.2%を占めており、B2C 市場の 2.6%を大幅に上回っている。（図 1-39 参照）



出典：韓国政府国立統計局（NSO）のデータ（2004年2月）を元に作成

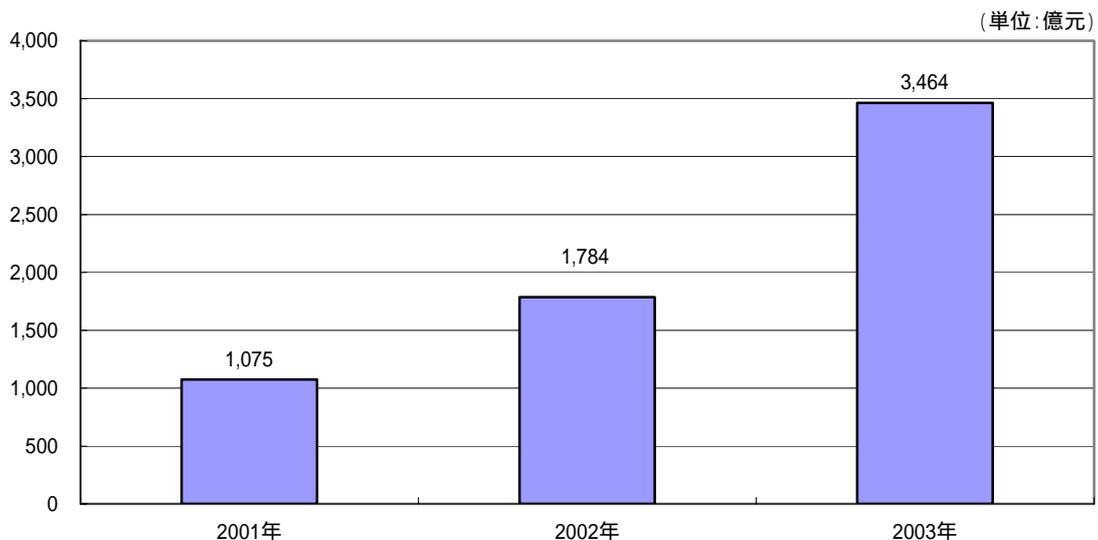
図 1-39 韓国 B2G 電子商取引市場の規模 (2002・2003 年)

⁵⁷ “Internet Korea 2004,” Jul. 2004, Ministry of Information and Communication http://www.mic.go.kr/eng/res/res_pub_kwp_2004.jsp

(5) 中国の電子商取引市場

< B2B 市場の規模 >

中国の IT 調査機関である中国情報産業発展研究院（China Center for Information Industry Development : CCID）は、同国の B2B 電子商取引市場規模は、2001 年から 2002 年にかけて 1,075 億元から 1,784 億元へ 66.0%増加し、2003 年には、3,464 億元へ倍増すると予測している⁵⁸。（図 1-40 参照）



出典：CCID のデータ（2003 年 4 月）のデータを元に作成

図 1-40 中国 B2B 電子商取引市場規模の推移

< 中小企業間でシンプルな E マーケットプレイスの利用増 >

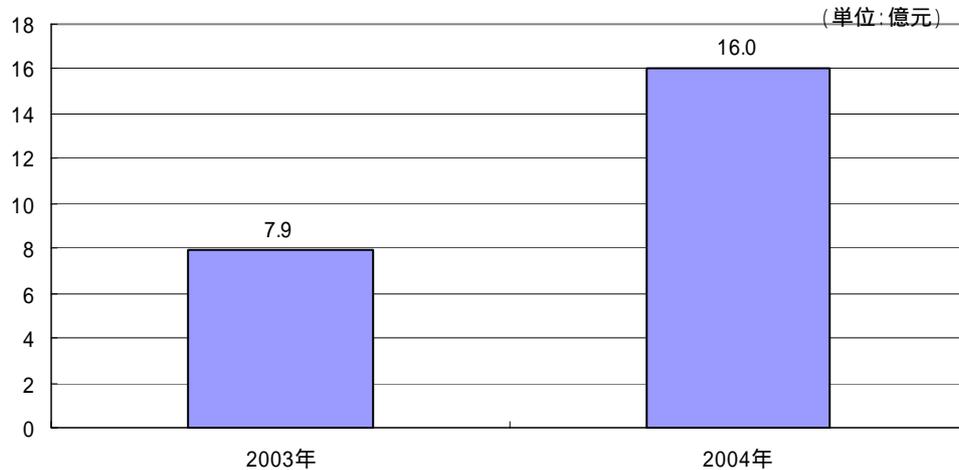
中国では、多数の小規模サプライヤ企業が E マーケットプレイスを利用して積極的に自社製品の売り込みを行っている。こうした E マーケットプレイスの大部分は、オークション機能や支払い機能などを備えておらず、取引企業間のマッチングを主体としたシンプルなものであるため、高度な IT システムを備えていない中小企業でも簡単に参加できるものとなっている。こうした E マーケットプレイスでは、オンライン上でマッチングが行われた後の取引はオフラインで行われる。

世界 240 カ国から 220 万のメンバーが参加する（同社発表値）中国最大の B2B 向け E マーケットプレイス、Alibaba.com では、参加企業は、調達や販売オファーの情報を掲載できるだけでなく、人脈作りやビジネス情報交換用の掲示板を利用することで取引相手を効果的に見つけることができるようになっており、人気を博している。

⁵⁸ 「2003 年中国電子商取引年鑑」中国年鑑編集部、2003 年 4 月

< B2C 市場の規模 >

中国の調査会社 iResearch 社によると、中国における B2C 電子商取引サイトの総売上額は、2003年の推計 7.9 億元から 2004 年には倍増し、16 億元へ達するとされている⁵⁹。（図 1-41 参照）



出典：iResearch 社のデータ（2003 年 12 月）を元に作成

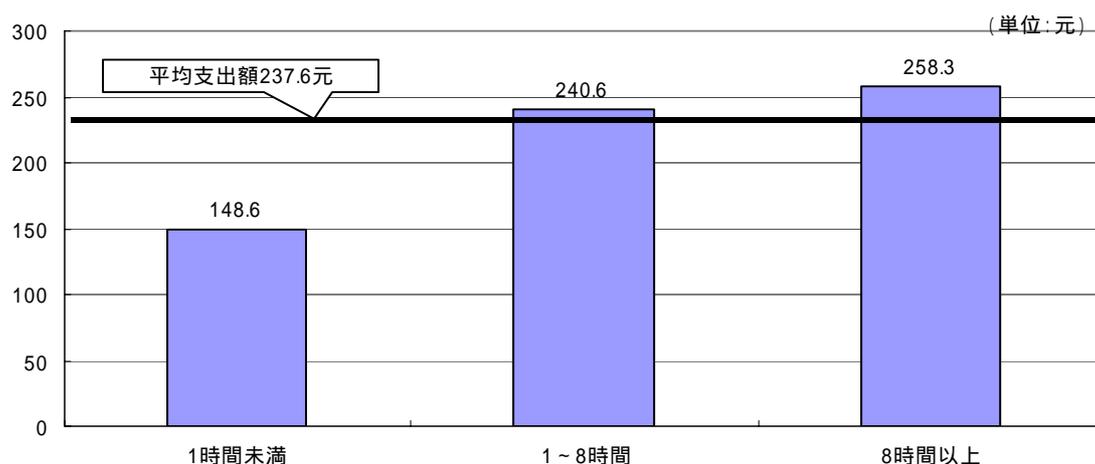
図 1-41 中国における B2C 電子商取引サイトの売上高

< ブロードバンド普及と電子商取引の成長 >

常時接続が可能なブロードバンドの普及により、ユーザがインターネット上で費やす時間が増加したことも電子商取引サイトの売上げを伸ばしているひとつとなっている。iResearch 社の調査によると、中国での一人当たりのオンライン・ショッピングの平均支出額は平均 237.6 元であったといい、このうち 1 日に 8 時間以上インターネットを利用するヘビーユーザの平均支出額はこれより 8.7% 多い 258.3 元、逆に 1 日に 1 時間未満しかインターネットを利用しないユーザの平均支出額は全体の平均から 37% 低い 148.6 元であったという⁶⁰。（図 1-42 参照）

⁵⁹ <http://english.iresearch.com.cn/>

⁶⁰ “The More Surfing The Internet, The Higher Probability Shopping Online,” iResearch.com, Jan. 11, 2004, http://english.iresearch.com.cn/e_commerce/detail_views.asp?id=4087

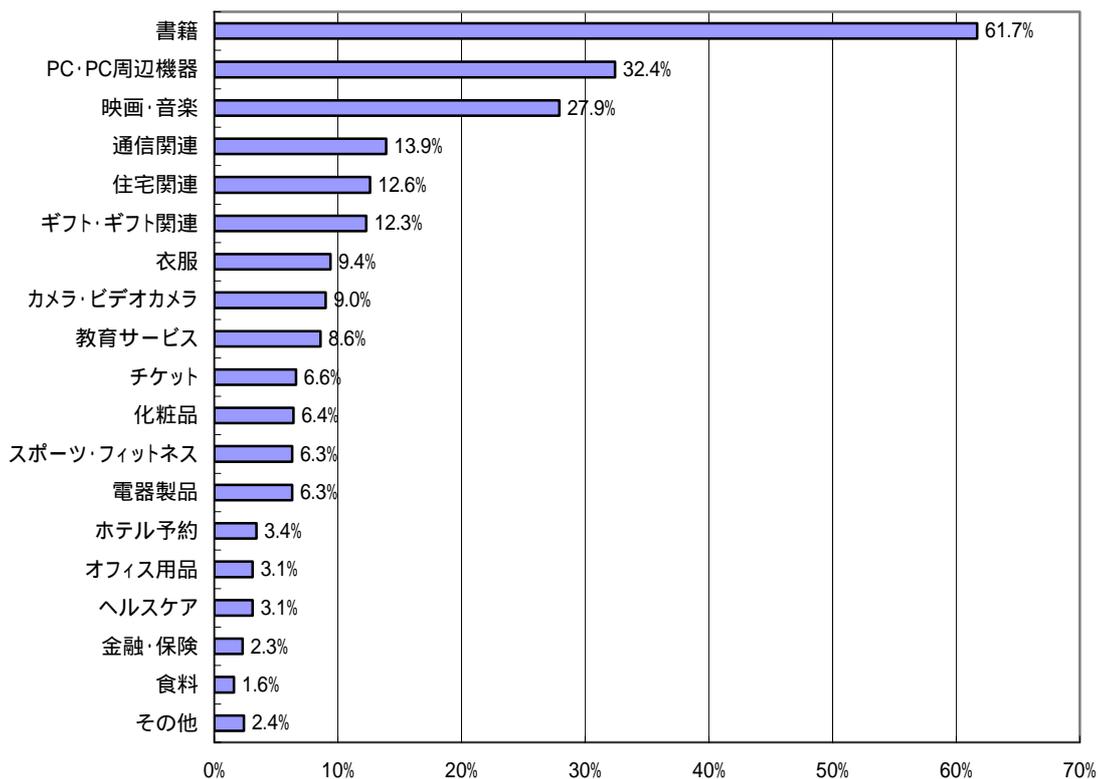


出典：iResearch社のデータ（2003年12月）を元に作成

図 1-42 インターネットに費やす時間別の平均オンライン・ショッピング支出額

<書籍を買った人の割合が断トツ1位>

中国 B2C 電子商取引市場では、書籍やパソコン、映画音楽などが人気を集めている。調査会社 iResearch 社によると、中国では、2003 年の 1 年間でオンラインで買物をした人の 61.7%が「書籍」を購入し、また 32.4%が「PC・PC周辺機器」、そして 27.9%が「映画・音楽」製品を購入したという。（図 1-43 参照）



出典：iResearch社のデータ（2004年5月）のデータを元に作成

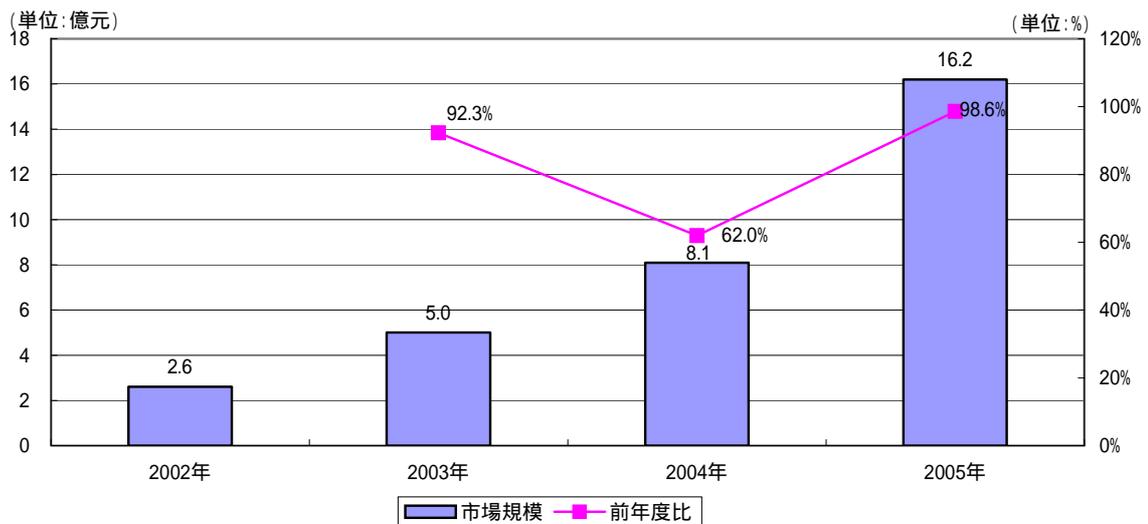
図 1-43 中国のオンライン・ショッピング・サイトで過去 1 年間にオンラインで購入した製品・サービス

< オンライン旅行市場が人気 >

また中国では、オンライン旅行サイトの売上げが急増している。iResearch の調査では、過去 1 年間にオンラインで買物をした人のうち「チケット」および「ホテル予約」を行ったことのある人の割合は両者合わせて 10%程度に留まっているが、旅行サイトでは一人の 1 回あたりの利用額が高額であるため、市場規模は非常に大きく、今後も爆発的な伸びが予測されている。iResearch 社によると、2003 年の同市場の市場規模は、5 億元であったといい、2004 年には前年比 62%増の 8.1 億元、2005 年には前年比 98.6%増⁶¹の 16.2 億元に達すると推計されている⁶²。（図 1-44 参照）

⁶¹ 前年比は出典から転記。

⁶² http://english.iresearch.com.cn/e_commerce/detail_views.asp?id=4246



出典：iResearch社のデータ（2004年9月）のデータを元に作成

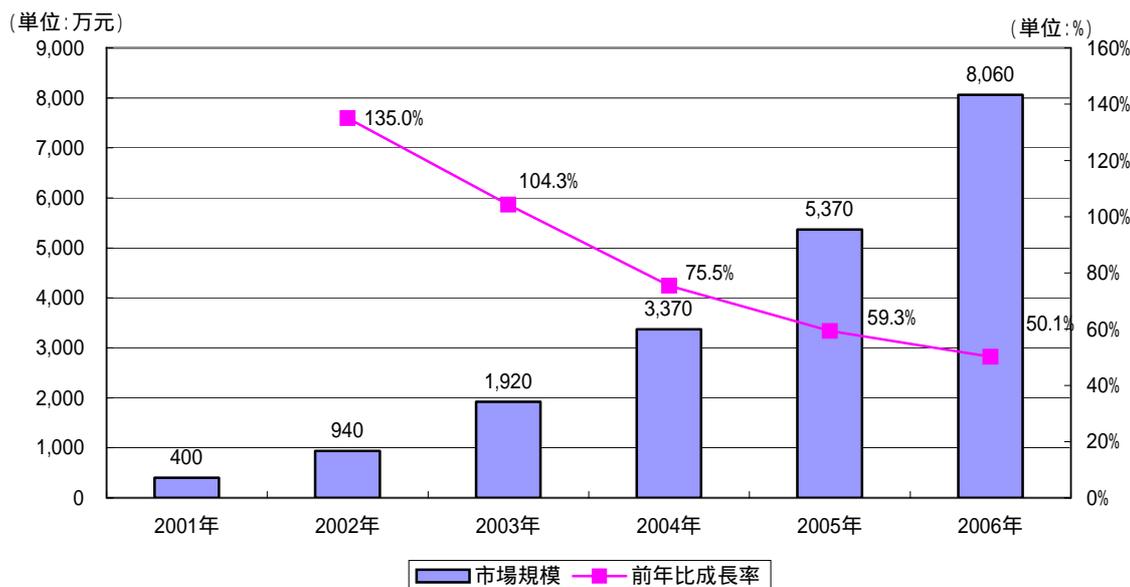
図 1-44 中国オンライン旅行サイト市場規模の推移(2002～2005年)

< オンライン・オークション市場 >

iResearch社によると、中国におけるオンライン・オークションの市場規模は、2002年の940万元から2003年の1,920万元へと104.3%増という大きな伸びを示している。同社では、この市場はその後2003年から2006年にかけて年平均61.3%で成長を続け、2006年には8,060万元規模へ成長すると予測している⁶³。（図 1-45 参照）米大手オークションサイトEbay社は、今後10年から15年間で、中国が同社にとって世界最大の市場に成長すると見込んでおり、2003年6月には、430万人のユーザを抱える中国の大手オークションサイトEachNet社を1億8,000万ドルで買収し、これを足がかりに同市場に進出する予定である⁶⁴。

⁶³“China Online Marke Size,” iResearch Views, Apr. 12, 2004, http://english.iresearch.com.cn/e_commerce/detail_views.asp?id+4228

⁶⁴“Mainland China to Be eBay’s Biggest Market:CEO,” China.org.cn, Apr. 19, 2004, <http://www.china.org.cn/english/BAT/92992.htm>

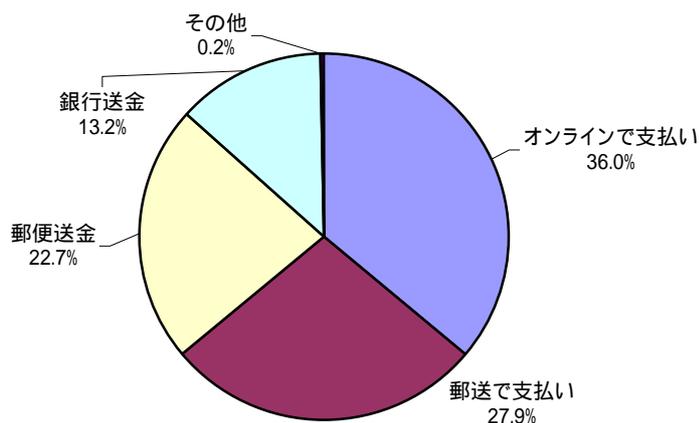


出典：iResearch社のデータ（2004年4月）を元に作成

図 1-45 中国オンライン・オークション市場の規模

< オンライン支払いの普及 >

中国では、オンライン・ショッピングに対する信用度が高まっており、これに伴ってオンラインでの支払いが浸透しつつあることも B2C 電子商取引市場の成長に寄与している。中国の調査機関 CNNIC によると、中国におけるオンライン・ショッピングの支払い方法の中では「オンラインで支払い」（36.0%）がもっとも一般的であり、次に「郵送で支払い」（27.9%）、そして「郵便送金」（22.7%）、「銀行送金」（13.2%）となっているという⁶⁵。（図 1-46 参照）



出典：CNNIC社のデータ（2004年9月）のデータを元に作成

図 1-46 中国オンライン・ショッピングでの支払方法

⁶⁵ “Payment Methods Adopted by Online Buyers,” iResearch News, Jun. 18, 2004, http://english.iresearch.com.cn/e_commerce/detail_views.asp?id=4394

(6) 台湾の電子商取引市場

< B2B 電子商取引の普及 >

台湾企業ではインターネット及びブロードバンドが広く普及していることを背景に、電子商取引導入を積極的に進めており、これに伴い B2B 電子商取引の浸透が今後進んでいくことが期待されている。台湾の調査機関 FIND が行った調査によると、2003 年の台湾企業におけるインターネット普及率は、79%であり、またインターネット接続のある台湾企業のうち 90%がブロードバンド接続を利用しているという。

しかし FIND によると、オンライン販売を導入している台湾企業の割合は 8.2%であり、一方オンライン調達を導入している企業は全体の 13.5%程度に過ぎない。またオンライン販売を行っている企業のうち注文情報を業務システムと直結させて自動的に処理している企業の割合は 35%にとどまり、それ以外は電子メールなどを使って注文を処理しているなど、本格的な B2B 電子商取引システムの普及はこれからとなっている。

その他、FIND では、売上げ全体に占めるオンライン販売の割合は 12%であり、仕入れ全体に占めるオンライン調達の割合は 8.2%であったというデータを発表している⁶⁶。

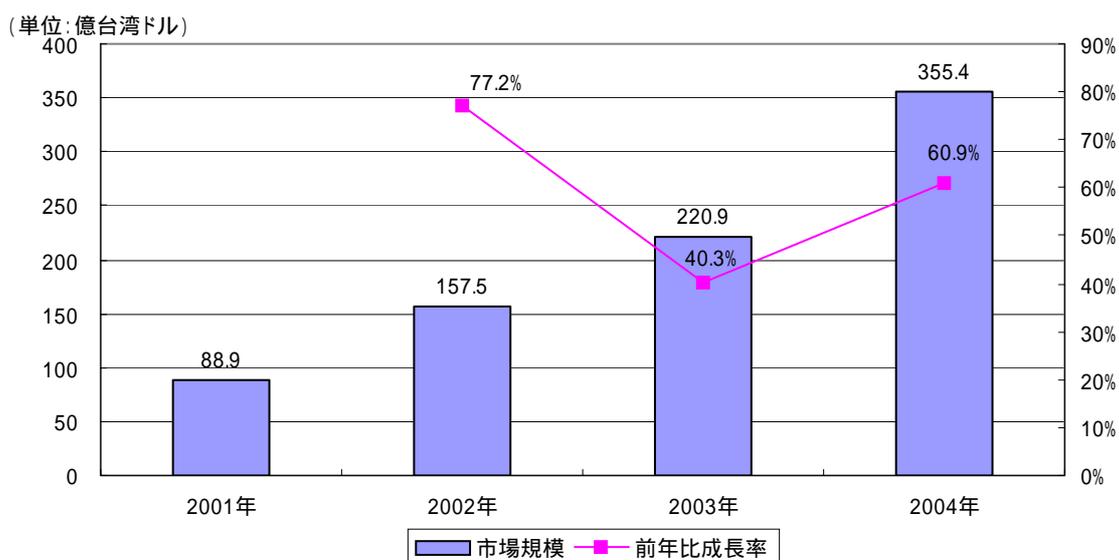
< B2C 電子商取引、市民に浸透 >

コンピュータおよびインターネットの普及を受けて、台湾ではオンラインでの買物がより一般市民に浸透しており、これに伴い B2C 電子商取引市場が急速に拡大している。台湾では通常の店舗が相次いでオンライン販売に参入しており、こうした有名企業の参入により消費者のオンライン・ショッピングへの不信感が薄れてきていることも成長の一因となっている。

FIND が行った調査によると、台湾における B2C 電子商取引市場は 2003 年、前年比 40.3%増の 220 億 9,000 万台湾ドル規模であり、2004 年には前年比 60.9%増の 355 億 4,000 万台湾ドルにまで成長すると推計している。(図 1-47 参照) また FIND では、2007 年まで同市場の成長の勢いは衰えないと見ており、2002 年から 2007 年にかけての年平均成長率は 41%と予測している。なお 2003 年の小売り全体に占める電子商取引の割合は、0.68%であり、2002 年の 0.5%から着実に上昇しているという⁶⁷。

⁶⁶ “Business Online in Taiwan 2003” Find eUsage, Feb. 2, 2004, <http://www.find.org.tw/eng/news.asp?msgid=82&subjectid=4&pos=0>

⁶⁷ “B2C e-Commerce in Taiwan 2003,” Find eUsage, Mar. 26, 2004, <http://www.find.org.tw/eng/news.asp?msgid=92&subjectid=4&pos=0>



出典：FIND のデータ（2004年4月）を元に作成

図 1-47 台湾 B2C 電子商取引市場の規模の推移(2001～2004年)

<売上げの約半分が旅行関連>

FIND によると、台湾の B2C 電子商取引市場において最も売上げが多いのは旅行関連となっており、同市場における売上げの約半分（48%）を占めている。また、「3C」と呼ばれる「コンピュータ・通信・家電（Computer、Communication、Consumer）」製品の売上げが全体の14%を占めているほか、チケット・サービスが6%、化粧品が6%、書籍・雑誌が5%、その他の製品が3%となっている。（表 1-19 参照）

表 1-19 台湾の B2C 電子商取引サイトにおける上位製品・サービス

順位	商品・サービス	割合
1	旅行	48%
2	3C(コンピュータ・通信・電器機器)	14%
3	チケット・サービス	6%
4	化粧品	6%
5	書籍・雑誌	5%
-	その他	3%

出典：同上

< オンライン及びオフライン販売チャンネルの融合 >

台湾においても、オンライン及びオフラインの販売チャンネルの融合がトレンドとなっている。FINDによると、2003年においてオンライン・ショッピング・サイトの67%と大半が元々オフラインで営業する企業によって所有・運営されており、実際の店舗を持たないドットコム企業は残り33%となっているが、いずれのタイプの電子商取引サイトもオンラインとオフラインの店舗を戦略的に組み合わせて活用するケースが増えているという。

またFINDは、台湾のドットコム企業の36%が物理的な配送を行っていると報告しており、またこうしたドットコム企業がオフラインの店舗を設立する主要な理由として、「消費者の信用を強化する(30%)」「製品をピックアップできる場所を提供する(20%)」「メンテナンスサービスを提供する(12%)」があるという。逆に元々通常のオフラインで営業していた企業がオンライン・ストアを設置する理由は、販売チャンネルの拡大(33%)、オンラインで認知度を高める(24%)、オンラインを通じて顧客獲得を行うため(21%)となっている⁶⁸。

< オンラインへの不信感? コンビニでの支払いが急増 >

FINDが行ったオンライン・ショッピングの支払方法に関する調査では、コンビニエンスストア(コンビニ)での支払いが増加していることが報告されており、オンライン・ショッピングに対する不信感が依然として根強い一面が浮き彫りになっている。これによると、台湾ではオンラインでのクレジットカードのセキュリティを信用していない消費者の間で、オンライン・ショッピングの支払いをコンビニで決済する方法が人気を呼んでおり、コンビニでの支払いを行う人は2002年に前年比52%増加し、2003年においても57%増加したという。これに対しクレジットカードでの支払いは、2002年に50%減、2003年にも48%減と減少傾向にある。また、オンラインで買物をする人の依然41%が商品引き換えの支払いを行っている他、4人に1人がATMや郵便局からの振込みやクレジットカード情報をファクスする方法を利用している⁶⁹。

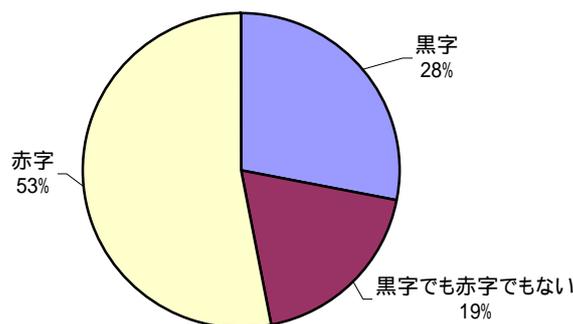
< 採算性はこれから >

上記のように様々な分野で躍進を続けるB2C電子商取引市場であるが、こうしたサイトの採算性は低く、依然として成長の初期段階にあることが伺える。FIND調査対象となったB2C電子商取引サイトのうち、2003年に黒字であったのは28%に留まっており、これに対して黒字でも赤字でもないサイトが19%、赤字のサイトは53%にもものぼったという。このように72%の台湾のB2C電子商取引サイトが黒字を達成していない一方で、こうしたサイトの多くは将来の収益性に関して楽観的であり、79%が2年以内に黒字に転じると見込んでいるという⁷⁰。(図1-48参照)

⁶⁸ 同上

⁶⁹ 同上

⁷⁰ 同上



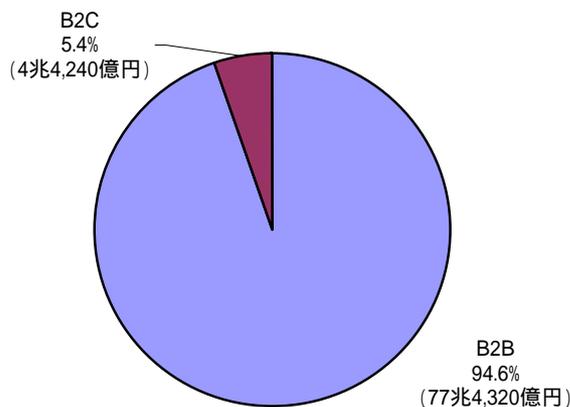
出典：FINDのデータ（2004年9月）のデータを元に作成

図 1-48 台湾オンライン・ショッピング・サイトの採算内訳

(7) 日本の電子商取引市場

日本では、ブロードバンド接続の高速化及び低廉化を背景に、インターネットが市民の生活や企業の業務に深く浸透しつつあり、様々な業種の企業がインターネットビジネスを本格化させているため、電子商取引市場が B2B 及び B2C ともに大きく成長している。

なお経済産業省のデータに基づく計算によると、2003 年における日本の電子商取引の市場規模は総額、81 兆 8,560 億円で、このうち B2B 電子商取引によるものが全体の 94.6%を占め、一方 B2C 電子用取引の割合は全体の 5.4%となっている⁷¹。（図 1-49 参照）



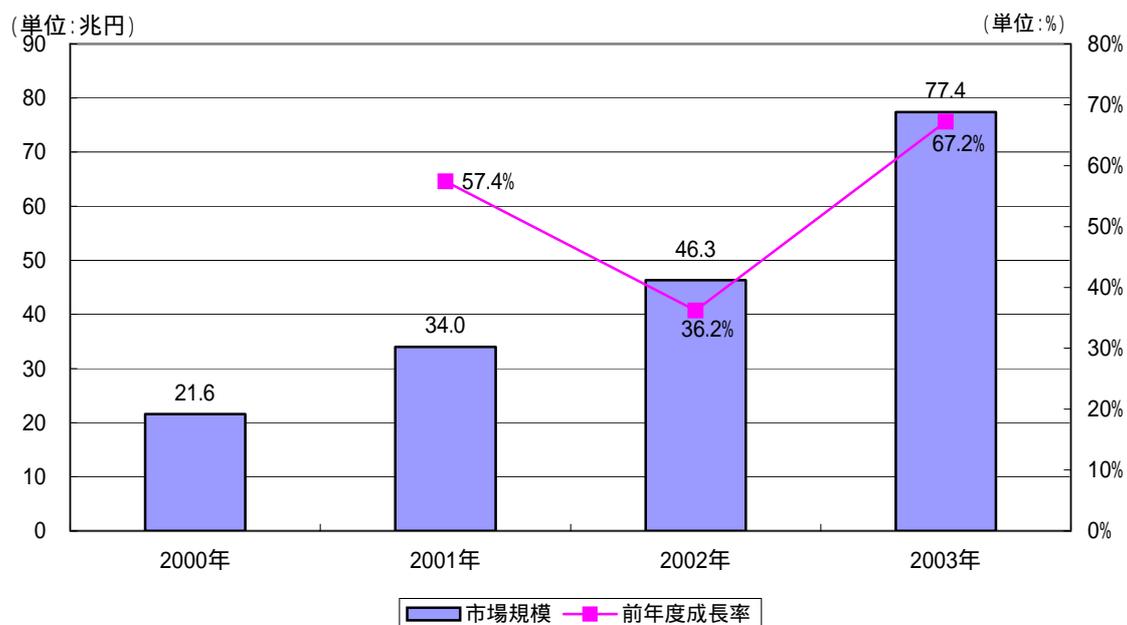
出典：経済産業省のデータ（2004年6月）を元に作成

図 1-49 日本の電子商取引市場 B2B と B2C の内訳(2003 年)

⁷¹ 経済産業省「平成 15 年度電子商取引に関する実態・市場規模調査概要～情報経済アウトルック 2004」

<B2B 市場:ここ数年で最大の伸び>

経済産業省によると、2000年に21兆6,000億円規模であった日本のB2B電子商取引市場の規模は77兆4,000億円規模まで成長したという。また同市場の成長率は、2001年の前年比57.4%増から2002年の前年比36.2%増へと一時減速していたが、2003年にはいと再び成長の勢いを戻し、前年比67.2%増と数年で最大の成長率を記録している。(図1-50参照)

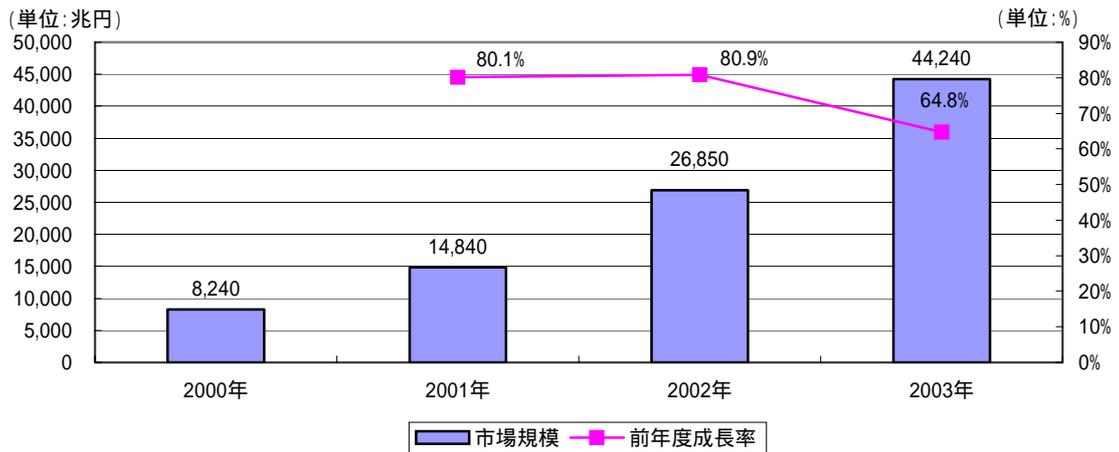


出典：同上

図1-50 日本のB2B電子商取引市場の推移(2000～2003年)

<B2C 市場:着実な伸び>

日本におけるB2C電子商取引市場は、成長率が若干減速しているものの、依然成長傾向にある。経済産業省によると、「大手のショッピングサイト、ポータル事業者や、通販事業者など、従来から積極的にECに取り組んできたメジャープレイヤーは、専門サイトなどを通じた自サイトでの更なる品揃えの充実や、携帯電話やリアル店舗などの販売チャンネルの複合的活用、リコメンド機能の充実、メールマガジンなどに代表される顧客囲い込みツールの徹底的な活用などを通じて、着実に取り組みを進化・深化させ、売上げを順調に拡大させている」という。同省による2003年の同市場規模は、前年の2兆6,850億円から64.8%増加し、4兆4,240億円であった。(図1-51参照)

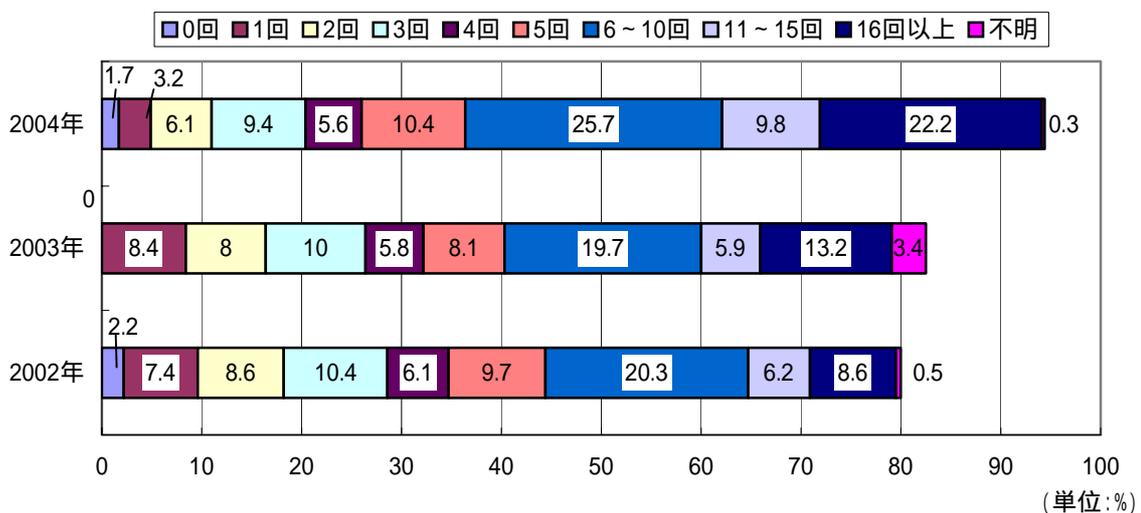


出典：同上

図 1-51 日本のB2C電子商取引市場の推移(2000～2003年)

<ヘビーユーザの増加>

調査会社 InfoCom Research 社がおおよそ 3,700 人の日本のインターネット・ユーザを対象に行った調査によると、過去 1 年間にオンライン・ショッピングを行ったと答えた回答者は全体の 98% にのぼり、また年間のオンライン・ショッピング回数 が 11 回を超えると回答したヘビーユーザは全体の 32% を占めたという。(図 1-52 参照) また同調査によると、回答者の年間平均購入金額は 12.4 万円にのぼり、これは同社が調査を開始してから過去最高の額となっている⁷²。



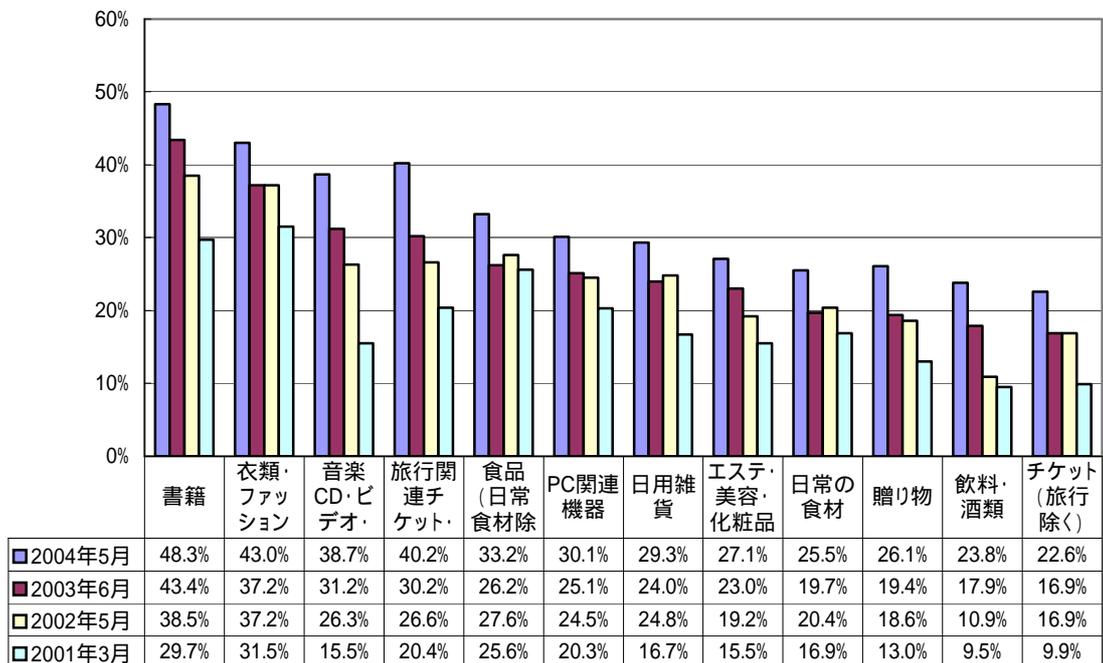
出典：InfoCom Research 社のデータ (2004年7月) を元に作成

図 1-52 日本のインターネット・ユーザにおける過去 1 年間の購入回数

⁷² 株式会社情報通信総合研究所, 2004年7月5日発表。http://www.icr.co.jp/info/press/press20040705.html

<旅行関連、CD・ビデオ、食品が人気上昇中>

InfoCom Research 社では同じ調査の中で、過去 1 年間に購入した商品に関する質問を行っており、これによると「書籍を購入したことがある」と答えたの購入経験者が 48.3%と最も多く、次に「衣類・ファッション」が 43.0%、3位が「音楽 CD・ビデオ・DVD」で 38.7%であった。またいずれの商品カテゴリにおいても前年と比べて利用が増加しているが、なかでも特に「旅行関連チケット・予約」（前年比 10 ポイント増）や「音楽 CD・ビデオ・DVD」（前年比 7.5 ポイント増）、「食品」（前年比 7 ポイント増）といった商品カテゴリにおいて大きな成長が見られる。（図 1-53 参照）

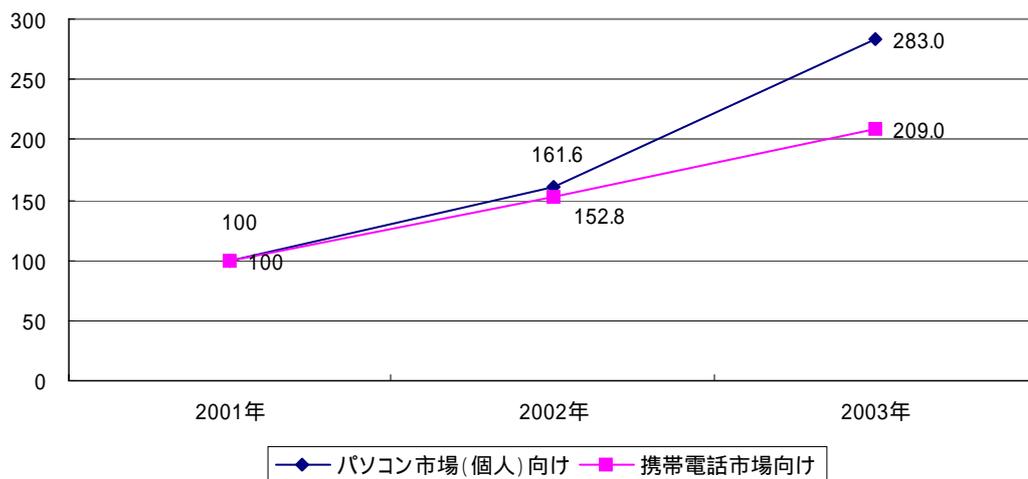


注：複数回答可
出典：同上

図 1-53 日本のインターネット・ユーザがオンライン・ショッピング・サイトで過去 1 年間に購入した商品

<オンライン・コンテンツ市場の成長>

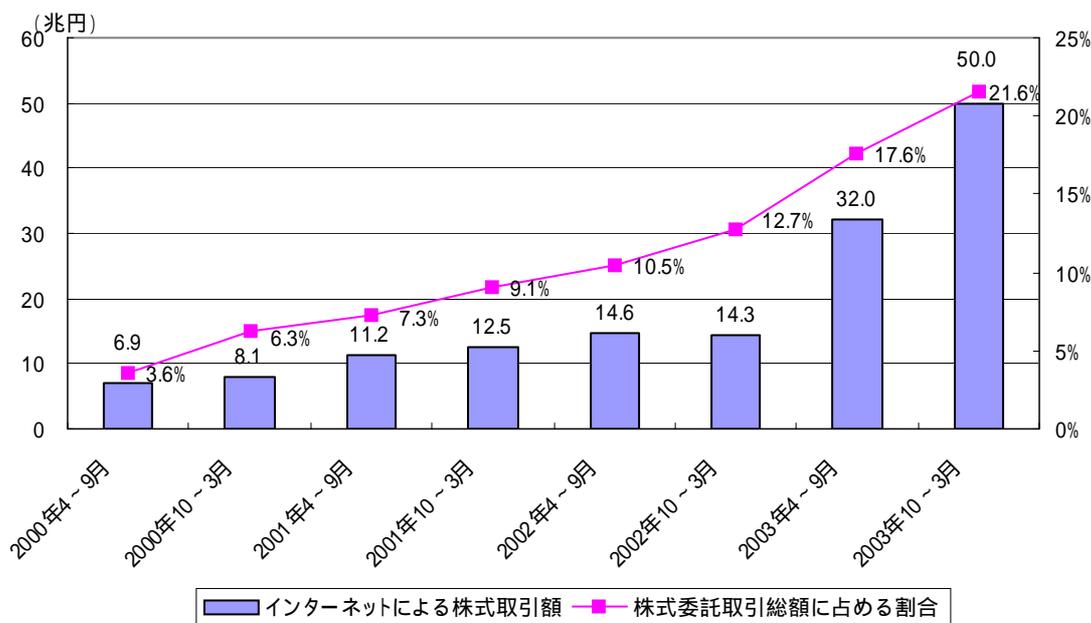
総務省の情報通信白書によると、個人パソコン向けのオンライン・コンテンツ市場が順調な成長を続けており、2002 年から 2003 年の 1 年間で 1.75 倍に拡大したと推計している。また携帯電話向けのオンライン・コンテンツ市場も拡大傾向にあり、2002 年から 2003 年の 1 年間で 36.8%の伸びを見せている。（図 1-54 参照）



注：2001年の市場規模を100とする
 出典：総務省「平成16年版情報通信白書」のデータ（2004年7月）を元に作成
 図 1-54 日本のインターネット・コンテンツ市場の推移

<オンライン証券取引の利用が急増>

さらにインターネットによる株式取引が急増しており、オンライン証券取引の売上額は、2003年下半期、前年同期比で3.5倍となる50兆円に達したという。また株式委託取引総額に占めるインターネット株式取引額の割合も2003年上半期から同年下半期の間に、17.6%から21.6%へと着実にシェアを伸ばしている。（図1-55参照）



出典：同上
 図 1-55 日本におけるインターネットによる株式取引額の推移

1.4 欧州市場

1.4.1 インターネット普及状況

(1) インターネット・ユーザ数

調査会社 Internet World Stats 社によると、2004年9月時点における欧州のインターネット・ユーザ数は、およそ2億2,446万人で、世界のインターネット・ユーザの28.1%を占めている。EU加盟国と非加盟国におけるインターネット普及状況を比較すると、加盟国でユーザ数2億405万人、普及率44.6%と普及が進んでいるのに対して、非加盟国ではユーザ数2,041万人、普及率は7.4%と大きく出遅れている。（表1-20参照）

表 1-20 欧州におけるインターネット普及状況

	インターネット・ユーザ数	増加率 (2000～2004年)	人口普及率
EU加盟国	204,050,785	119.0%	44.6%
EU非加盟国の欧州	20,412,183	105.5%	7.4%
合計	224,462,968	117.7%	30.7%

出典：Internet World Stats 社のデータ（2004年9月）を元に作成

欧州における国別のインターネット普及率を見てみると、1位が76.8%のスウェーデン、2位がオランダの66.5%、3位が65.3%のアイスランドとなっている。また4位以下の国においても普及率50%超の国が相次いでおり、欧州諸国におけるインターネット普及率の高さが伺える。また上位5カ国のうち3カ国をスウェーデン、アイスランド、デンマークの北欧諸国が占めており、特に北欧でインターネットの普及が進んでいることがわかる。（表1-21参照）

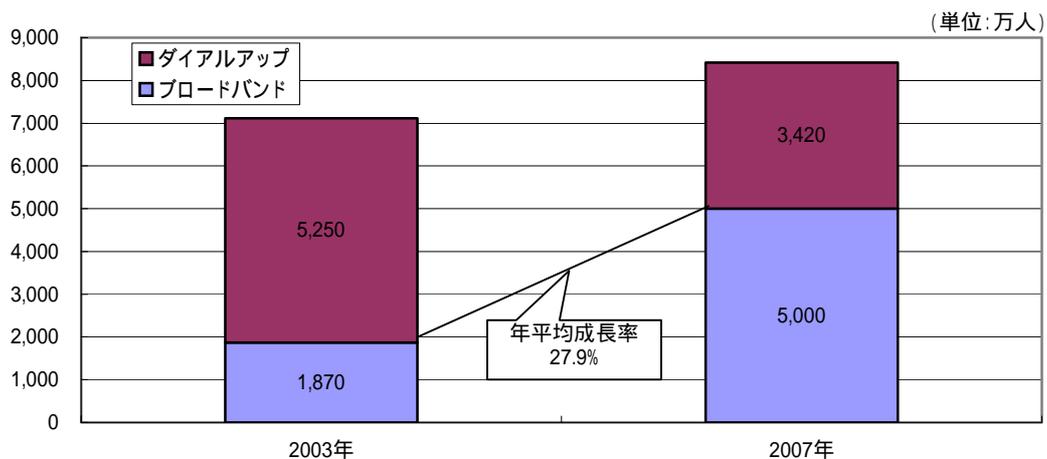
表 1-21 欧州におけるインターネット普及率主要上位国

	インターネット・ユーザ数	増加率 (2000～2004年)	人口普及率
スウェーデン	6,906,109	66.1%	76.8%
オランダ	10,806,328	177.1%	66.5%
アイスランド	195,000	16.1%	65.3%
デンマーク	3,375,850	73.1%	62.5%
スイス	4,606,512	107.7%	62.0%
イギリス	35,831,416	126.5%	60.6%
ドイツ	45,357,649	96.6%	54.9%
フィンランド	2,650,000	37.5%	50.7%
ノルウェイ	2,288,000	4.0%	50.0%
イタリア	28,610,000	116.7%	49.3%
オーストリア	3,730,000	77.6%	46.5%
フランス	23,216,191	173.1%	38.7%

出典：同上

(2) ブロードバンド・ユーザ数

世界のブロードバンド市場において、韓国や台湾をはじめとするアジア諸国が普及率においてトップを走る中、欧州諸国の追い上げが著しくなっている⁷³。西欧におけるブロードバンド利用者数は、2003年から2007年にかけて1,870万人から5,000万人へと年平均27.9%の割合で増加していくと米調査会社 IDC 社は予測している。また同地域におけるインターネット利用者に占めるブロードバンド接続の割合は、2003年から2007年にかけてダイヤルアップ接続の割合を逆転する模様である。（図1-56参照）



出典：IDC社のデータ（2003年12月）を元に作成

図1-56 西欧におけるブロードバンドおよびダイヤルアップの利用者数

<国別ブロードバンド普及状況>

Point-Topic 社が発表した2003年末時点での国別のブロードバンド普及状況とCIA発表の各国人口データを元にした計算によると（表1-22参照）、人口100人あたりのブロードバンド回線数において、スイスが14.1回線で1位、ベルギーが12.4回線で2位、デンマークが12.3回線で3位となっているほか、4位にオランダ、その後にスウェーデンやフィンランド、ノルウェイといった北欧諸国が続いている⁷⁴。またブロードバンド接続の種類の内訳を見ると、欧州全体としてDSL接続がケーブルモデム接続を上回っている。しかし、スイス、オーストリア、ポルトガルといった一部の国では、ケーブルモデム接続がDSL接続を上回っている。

⁷³英調査会社 Strategy Analytics 社によると、欧州家庭におけるブロードバンド接続の普及率は、2004年末に20%まで増加し、さらに2008年までに40%に達すると予測されている。また米調査会社 Yankee Group 社は、同地域のブロードバンド接続の普及が予測を上回る勢いで進んでいるとして、2007年における当該地域のブロードバンドの予測普及率を2003年12月発表の26%から2004年5月には35%へと大幅な上方修正を行っている。

⁷⁴ここでは、CIA発表のデータを利用して人口100人あたりのデータを算出しているため、表1-4のPoint-Topic社の順位とデンマークとスイスの順位が入れ替わっている。

表 1-22 欧州・中東における国別ブロードバンド普及状況

	DSL (万回線)	ケーブルモデム等 (万回線)	合計 (万回線)	人口 100 人あたりの ブロードバンド回線数
スイス	50.0	55.0	105.0	14.1
ベルギー	79.0	48.8	127.8	12.4
デンマーク	47.3	19.4	66.8	12.3
オランダ	95.1	92.9	188.0	11.5
スウェーデン	59.2	36.4	95.6	10.6
フィンランド	33.7	8.1	41.8	8.0
ノルウェー	29.0	6.6	35.6	7.8
イスラエル	38.0	6.0	44.0	7.1
オーストリア	28.0	30.8	58.7	7.2
フランス	304.3	39.4	343.7	5.7
ドイツ	450.0	6.6	456.6	5.5
スペイン	172.0	43.6	215.7	5.4
イギリス	182.0	136.4	318.4	5.3
ポルトガル	18.9	31.6	50.5	4.8
イタリア	228.0	21.1	249.1	4.3
ハンガリー	11.5	4.1	15.6	1.6

出典：ブロードバンド回線数に関して Point-Topic 社のデータ（2004年3月）、人口データに関して CIA のデータ（2004年9月）を用いて作成

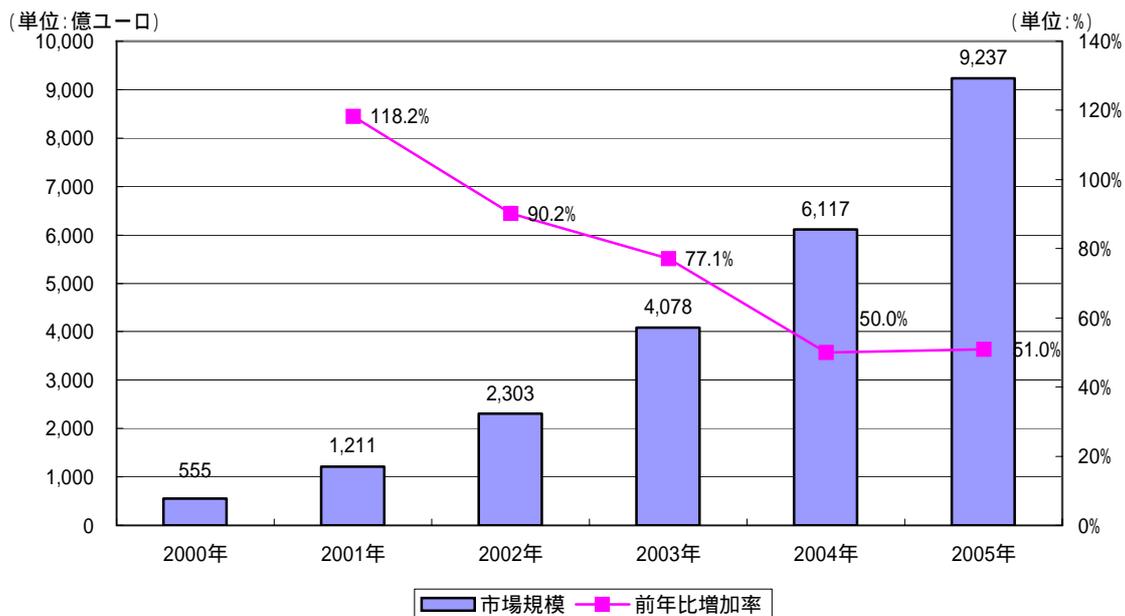
1.4.2 欧州における電子商取引市場の動向

(1) 欧州における電子商取引市場全体

<今後の年平均成長率、およそ50%>

これまでインターネットの普及とともに順調に成長を遂げてきた欧州の電子商取引産業であるが、2004年以降、IT産業が長引く不況から脱却しつつあることやブロードバンドの普及が加速していることを受けて、今後さらなる成長が期待されている。

調査会社 Global Industry Analysts 社によると、西欧地域における B2B 及び B2C を含めた電子商取引市場全体の市場規模は、2003年時点で米国に次ぐ世界第2位の規模の4,078億ユーロであったといい、その後2年後の2005年までには、年平均成長率50.5%で9,237億ユーロへと約2倍に成長すると予測されている。また前年度成長率は徐々に緩やかになってきており、2003年の77.1%から2005年には51.0%まで減少するという。世界の電子商取引市場に占める欧州地域の割合は、2003年の25%から2005年には30%まで上昇すると見られている⁷⁵。(図1-57参照)



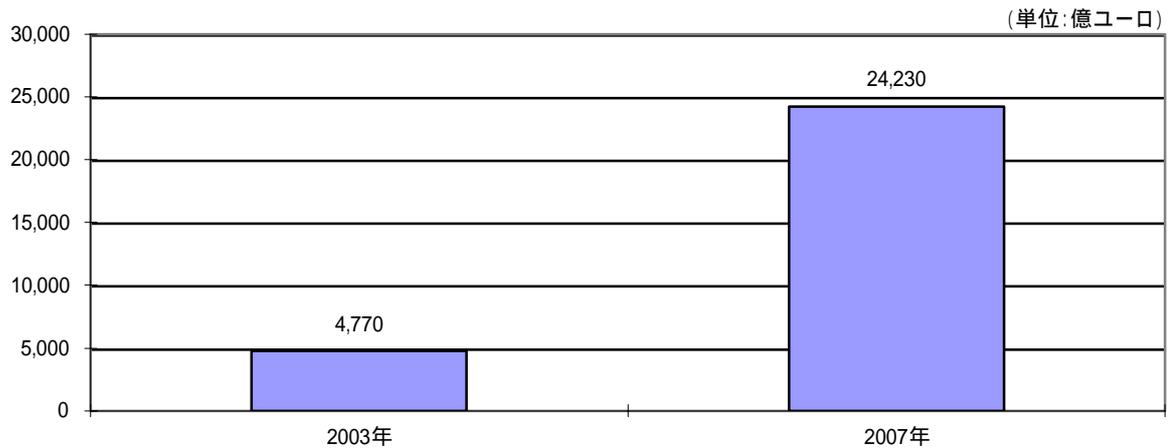
注：2003年12月31日の為替レート（1ドル=0.79ユーロ）を元に計算
出典：Global Industry Analysts 社のデータ（2003年4月）を元に作成

図 1-57 欧州における電子商取引市場規模の推移(2000～2005年)

欧州 ICT 市場の調査を専門に扱う調査機関である EITO は、西欧諸国における電子商取引市場の規模に関して、ほぼ同様の予測を行っており、同市場規模が2003年の4,770億ユーロから2007年までに2兆4,230億ユーロへと4年間に渡り年平均成長率50.1%で成長すると推計している⁷⁶。(図1-58参照)

⁷⁵ “Turnaround in the Germany information economy,” Jun 21, 2004, http://www.tns-infratest.com/03_presse_detail.asp?ID=132

⁷⁶ “EITO 2004 - ICT markets incl. UK,” EITO, Feb., 2004, <http://www.eito.com/tables.HTML>

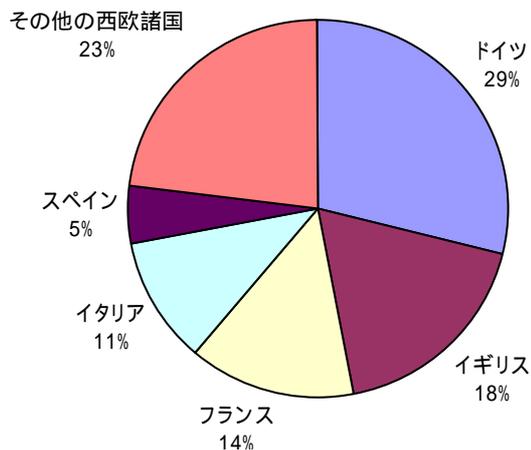


出典：EITOのデータ（2004年2月）を元に作成

図 1-58 西欧の電子商取引市場規模(2003・2007年)

<市場規模:1位ドイツ、2位イギリス、3位フランス>

EITO 発表の 2003 年の西欧における電子商取引市場における国・地域別シェアをみると、ドイツが 29%で最大規模の市場を持ち、次にイギリスの 18%、3 位がフランスの 14%となっている。また 4位はイタリアで 11%、5位のスペインは 5%、残りの 23%はその他の西欧諸国となっている。（図 1-59 参照）



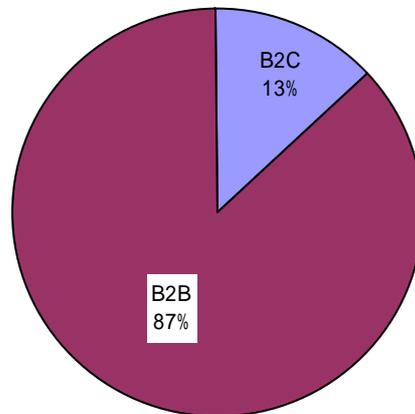
出典：同上

図 1-59 西欧の電子商取引市場における国別シェア(2003年)

<B2B87%、B2C13%>

また欧州地域の電子商取引市場における B2B および B2C 別内訳を見ると他の地域同様 B2B がその大部分を占めている。EITO 社のデータによると、2003 年の西欧における電子商取引市場にお

いて、それぞれの市場の占める割合は B2B 市場が 87%であるのに対して、B2C 市場は 13%であったという⁷⁷。(図 1-60 参照)



出典：同上

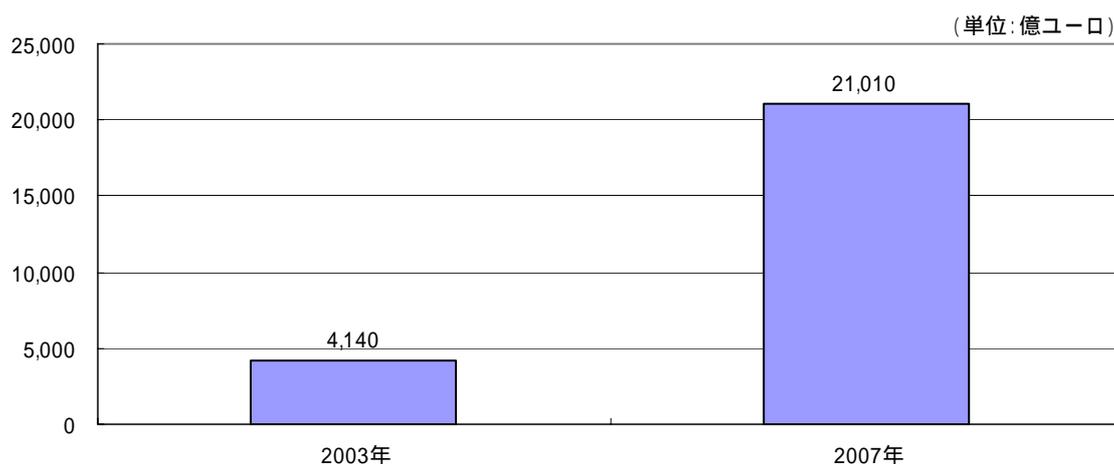
図 1-60 西欧の電子商取引市場における B2B・B2C の占める割合(2003 年)

(2) 欧州の B2B 市場

<コスト削減・業務効率化の手段として定着>

ここ数年来、長引く不況を経験してきた欧州企業では、コスト削減や業務効率化の手段として、電子調達やサプライチェーンなどの電子商取引ソリューションが定着しており、同地域の B2B 電子商取引市場は、順調な成長を遂げている。EITO によると、2003 年の西欧における B2B 電子商取引市場の規模は、4,140 億ユーロであり、今後 2007 年までの 4 年間に於いて年平均成長率 50.1%で 2 兆 1,010 億ユーロまで成長すると予測されている。(図 1-61 参照)

⁷⁷ “EITO 2004 - ICT markets incl. UK,” EITO, Feb., 2004, <http://www.eito.com/tables.HTML>



出典：同上

図 1-61 西欧の B2B 電子商取引市場規模の推移(2003・2007 年)

また **BusinessWeek** 誌によると、ウェブサイトを利用した購入・販売は、欧州 B2B 電子商取引市場において全体の 80%を占めており、多くの企業がコスト削減や業務の効率化を実現しているという。例えば、パリに拠点を置く通信機器メーカー大手の **Alcatel** 社では、企業向けネットワーク機器の約 90%をインターネットで受注しており、受注業務の効率化により、年間数十万ドルもの経費節減を実現しているという。また一方、スイスの食品大手 **Nestle** 社は、E ビジネスのための業務システムを構築中であり、同社はシステム完成後、2003年から2006年までに22億ドルのコスト削減が可能になると期待している⁷⁸。

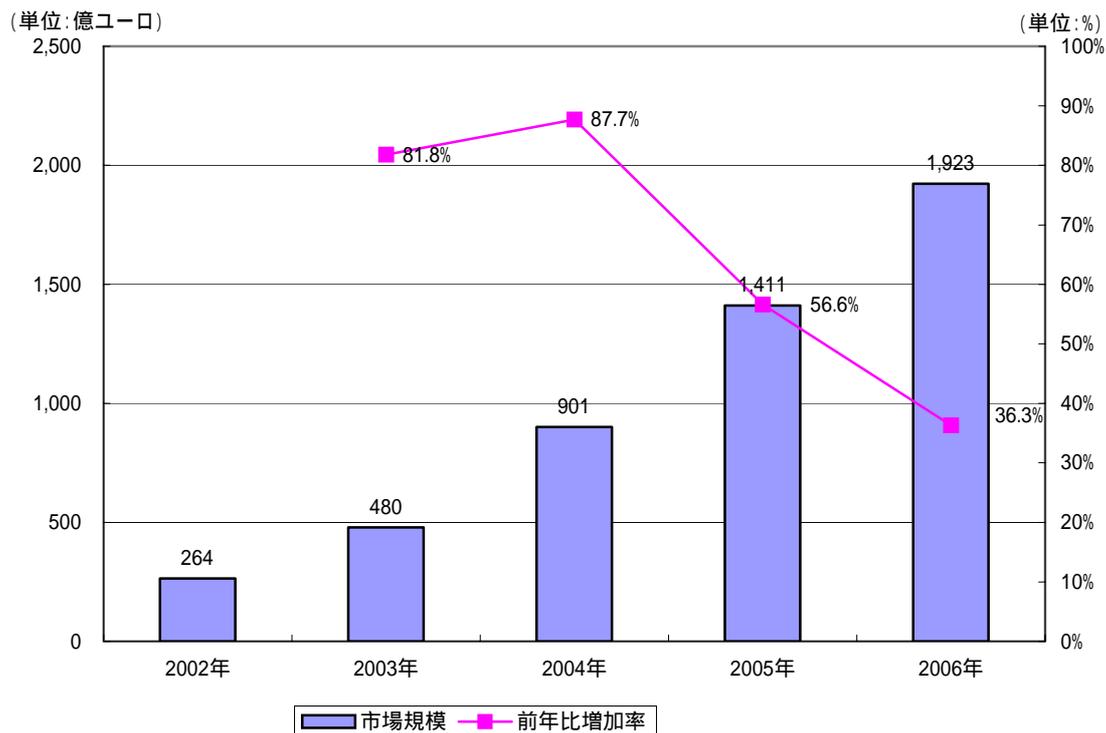
(3) 欧州の B2C 市場

<市場規模推移>

欧州の B2C 電子商取引市場は、ブロードバンドの急速な普及などを背景に、本格的な成長段階に入っている。米調査会社 **eMarketer** 社によると、欧州における B2C 電子商取引の市場規模は、2003年から2006年にかけて、480億ユーロから1,923億ユーロへと年平均成長率 58.8%と大幅に拡大すると予測されている⁷⁹。(図 1-62 参照)

⁷⁸ “Europe’s Borderless Market: Net,” *BusinessWeek*, May 12, 2003,
http://www.businessweek.com/print/Magazine/content/03_19/b3832614l.htm?tc

⁷⁹ “Europe B2C E-Commerce to Grow Four Fold from 2003 to 2006,” *E-Marketer.com*, Jul. 2, 2003,
<http://www.emarketer.com/news/article.php?1002326>



注：2003年12月31日の為替レート（1ドル=0.79ユーロ）を元に計算
 出典：eMarketer社のデータ（2003年7月）を元に作成

図 1-62 欧州 B2C 電子商取引市場の規模

また EITO によると、西欧 B2C 電子商取引市場規模は、年間成長率こそ年々低下するものの、2003年の630億ユーロから2007年の3,230億ユーロまで年平均成長率50.5%で成長するという⁸⁰。

一方米調査会社 Jupiter Research 社では、西欧諸国⁸¹における2008年のB2C電子商取引市場はおよそ1,000億ユーロ規模になると分析している。同社の予測では、2003年から2004年にかけて同地域の電子商取引利用者数が最大の伸びを見せ、また2007年から2008年にかけては、一人当たりの平均購入額が最大の増加率を示すという⁸²。

<2008年1位ドイツ、2位イギリス、3位フランス>

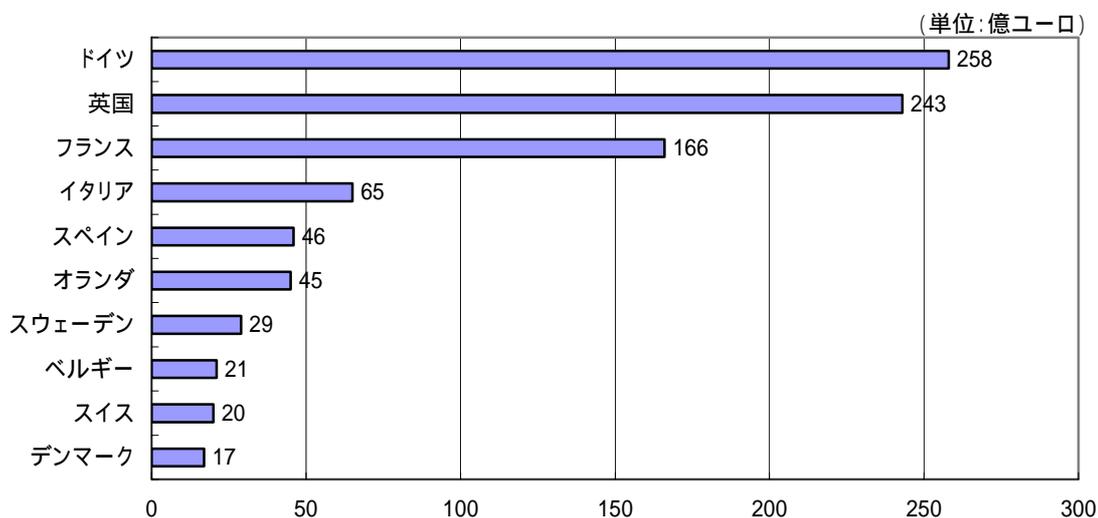
Jupiter Research 社は、2008年における国別のB2C電子商取引市場規模予測を行っており、これによるとドイツが258億ユーロで首位となり欧州全体の28.4%を占め、イギリスが全体の26.7%を占める243億ユーロでこれに続き、フランスは全体の18.2%にあたる166億ユーロで3位になると推計されている。また4位以下は、4位イタリア（65億ユーロ：7.1%）、5位スペイン（46億

⁸⁰ “EITO 2004 - ICT markets incl. UK,” EITO, Feb., 2004, <http://www.eito.com/tables.HTML>

⁸¹ ドイツ、オーストリア、スイス、イギリス、アイルランド、スウェーデン、デンマーク、ノルウェー、フィンランド、オランダ、ベルギー、ルクセンブルク、フランス、イタリア、スペイン、ポルトガル、ギリシャ

⁸² “Western European E-Com To Reach Nearly 100B Euro,” Dec. 5, 2003, http://www.clickz.com/stats/markets/retailing/article.php/6061_3285861

ユーロ：5.1%)、6位オランダ(45億ユーロ：4.9%)、7位スウェーデン(29億ユーロ：3.2%)、8位ベルギー(21億ユーロ：2.3%)、9位スイス(20億ユーロ：2.2%)、10位デンマーク(17億ユーロ：1.9%)となっている。(図1-63参照)



出典：Jupiter Research社のデータ(2003年12月)を元に作成

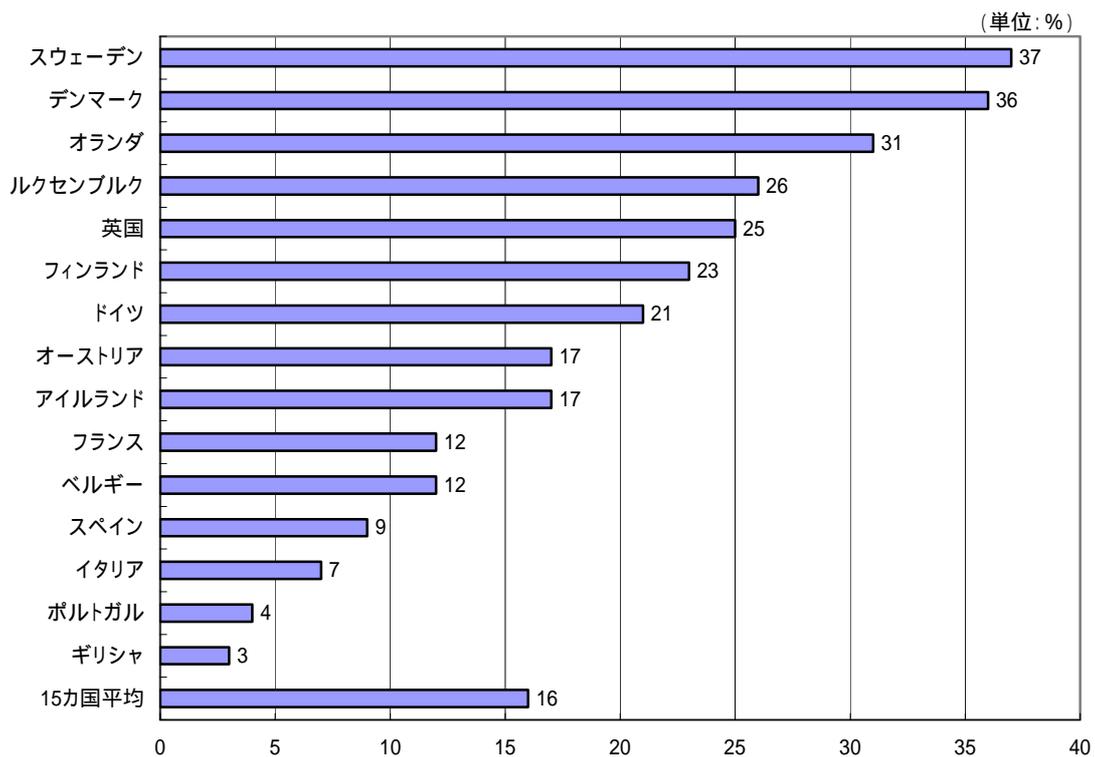
図1-63 2008年の欧州におけるB2C電子商取引の国別市場規模予測

<オンライン・ショッピング普及率>

欧州におけるオンライン・ショッピングの普及率をみると、EU加盟各国で行った世論調査「EuroBarometer」では、西欧全体におけるインターネット・ユーザのうち16%がオンラインにて商品を購入したことがあると回答している⁸³。

国別のオンライン・ショッピング普及率をみると、国ごとに大きな開きがある。1位スウェーデン(37%)、2位デンマーク(36%)、3位オランダ(31%)と上位3カ国の普及率が3割を超えているのに対し、下位に位置するイタリア(7%)やポルトガル(4%)、ギリシャ(3%)などにおける普及率は一桁台に留まっている。また、欧州15カ国の平均普及率を見ると16%となっている。(図1-64参照)

⁸³ “Issues relating to consumer and business e-commerce,” EuroBarometer, Mar., 2004, http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/ebs/ebs_201_executive_summary.pdf

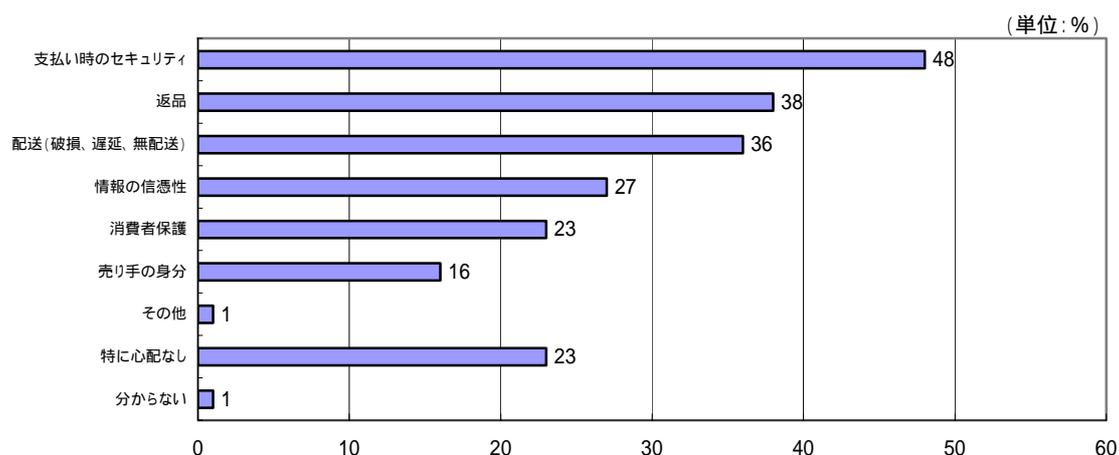


出典：EU（2004年3月）のデータを元に作成

図 1-64 オンライン・ショッピングの普及率

< オンライン・ショッピングにおける懸念事項 >

EuroBarometer ではオンライン・ショッピングにおける懸念事項に関する調査も行っている。これによると回答者の48%が「支払い時のセキュリティ」がオンライン・ショッピングを躊躇する理由として挙げており、依然セキュリティがオンライン・ショッピングの普及において大きな課題となっていることが分かった。また「オンライン・ショッピングで購入した商品が返品可能かどうか」に関心があると回答者は38%、「商品の配送」に関する問題を挙げた回答者は36%であった。（図 1-65 参照）



注：欧州の消費者をとしたオンライン・ショッピング時の懸念事項に関して行った調査の回答
 出典：EuroBarometer社（2004年3月）のデータを元に作成

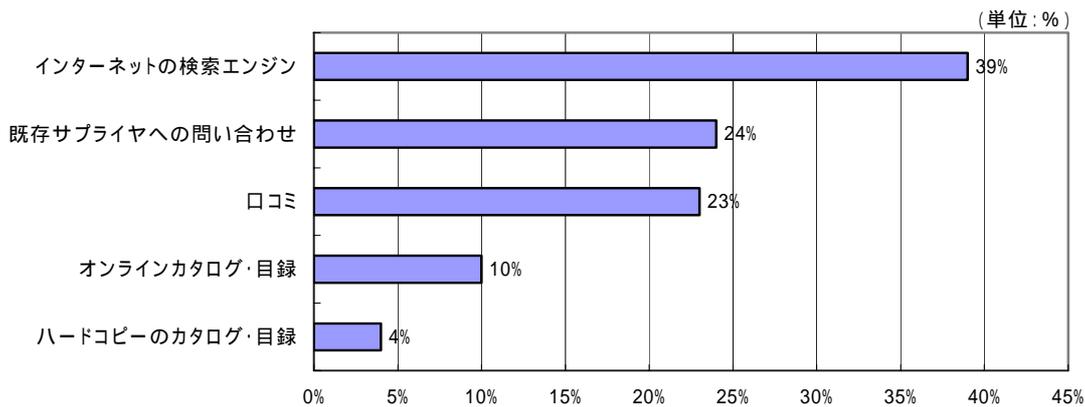
図 1-65 オンライン・ショッピングにおける懸念事項

(4) イギリスの電子商取引市場

<新製品及びサプライヤは検索エンジンで探す>

英調査会社 Kellysearch 社がイギリス企業を対象に行った調査によると、業務上必要な商品やサービスを探す際に、「日常的に検索エンジンを使う」と回答した企業の割合は 69%にのぼり、また「まず初めに検索エンジンを利用する」と回答した企業は 39%、また「初めにオンライン上のカタログや商品リストを利用する」と回答した企業は 10%であった。インターネットの検索エンジンを利用する企業の割合とオンラインカタログや商品リストを利用する企業の割合を併せると 49%となり、調査企業の約半数が新製品を探すときに何らかの形でインターネットを利用していることが明らかになった⁸⁴。(図 1-66 参照)

⁸⁴ “UK Business Use Search,” eMarketer Daily, Feb. 25, 2004, <http://www.emarketer.com/news/article.php?1002682&trackref=edaily>

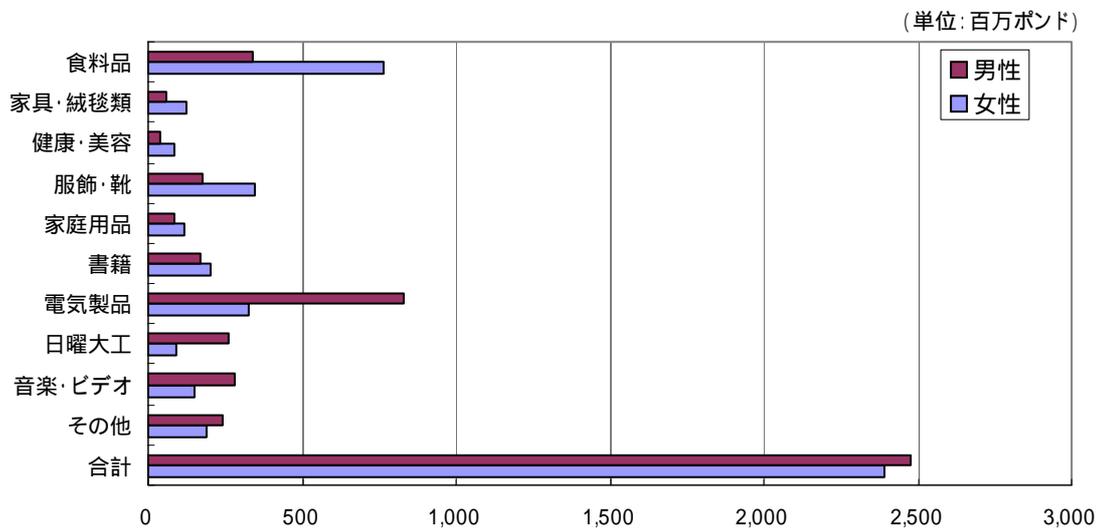


注：イギリス企業を対象とした業務上必要な商品やサービスを探す方法に関する調査の回答
 出典：Kellysearch社のデータ（2004年）を元に作成

図 1-66 イギリス企業が新製品及びサプライヤを探す際に始めに使う手段

<女性のオンライン・ショッピング急増>

イギリスでは、女性のインターネット・ユーザの間で、オンライン・ショッピングが急速な普及を遂げている。英調査会社 Verdict Research 社によると、イギリス女性のオンラインでの支出額（航空券・旅行パッケージ・金融商品を除く）は 2002 年から 71%の増加となっており、イギリス男性の 6 倍の勢いで急増している。またイギリス女性のオンライン支出総額は 23 億ポンドと、男性支出額の 25 億ポンドに大きく迫っており、特に食料品や家具、アパレルなどの分野では、女性の支出額が男性のそれを上回っている⁸⁵。（図 1-67 参照）



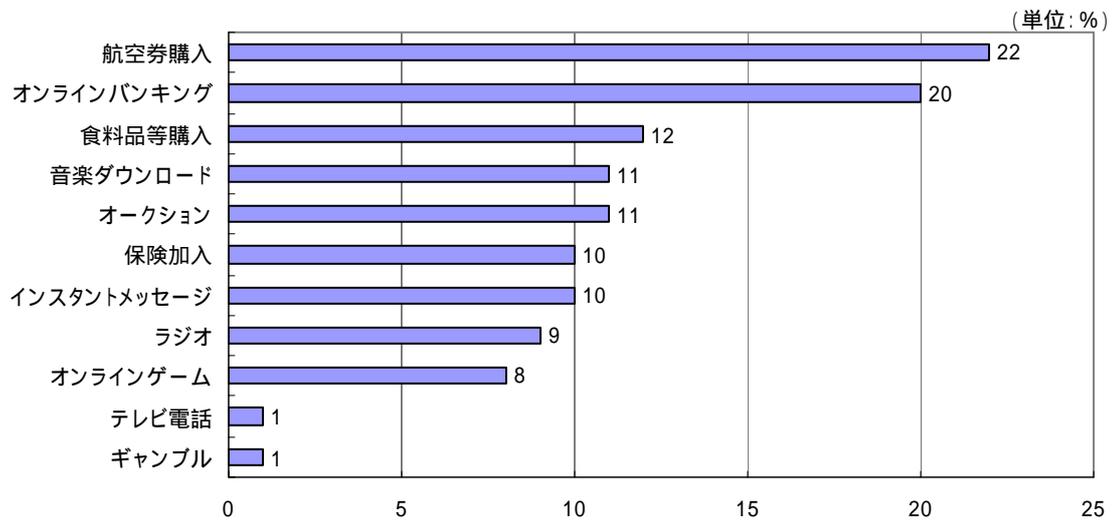
注：航空券・旅行パッケージ・金融商品を除く
 出典：Verdict Research社のデータ（2004年2月）を元に作成

図 1-67 男女別 イギリスのオンライン支出額

⁸⁵ “Women in UK Gain E-Spending Power,” eMarketer, Feb. 23, 2004, <http://www.emarketer.com>

<航空券、食料品の購入が人気>

またイギリスでは、オンラインでの航空券や食料品の購入が人気を集めている。英調査会社 Continental 社が行った同国でのオンライン活動内容に関する調査によると、2003年においてインターネット・ユーザの22%がオンラインで航空券の購入を、また12%がオンラインで食料品を購入したことがあるという⁸⁶。(図1-68参照)



注：イギリス消費者を対象としたインターネットで行う活動についての調査の回答
出典：Continental 社のデータ（2004年1月）を元に作成

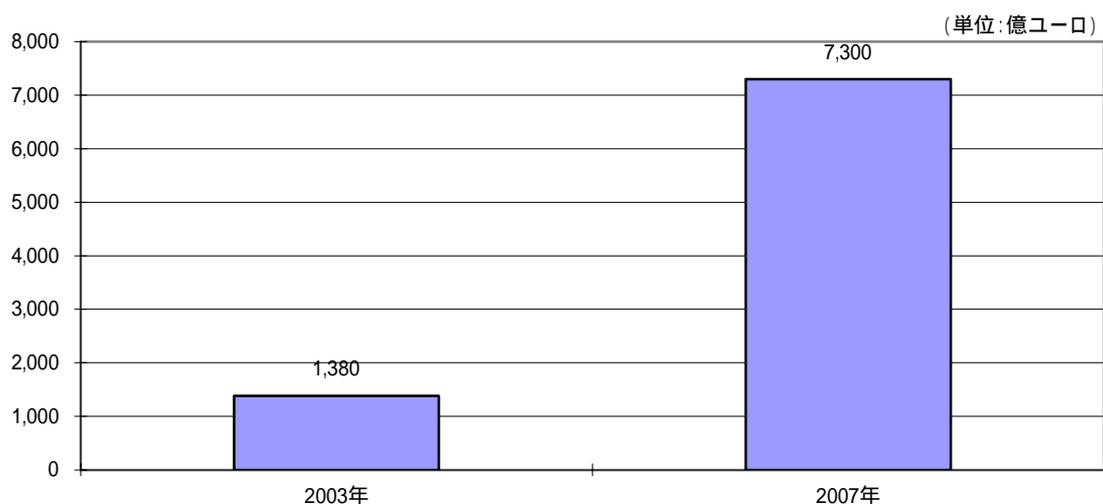
図1-68 イギリスにおけるオンライン活動の内容

(5) ドイツの電子商取引市場

欧州最大の経済とインターネット・ユーザを抱えるドイツは、電子商取引市場の規模においても欧州最大の市場となっており、今後も着実な成長を遂げると見られている。欧州の調査機関である EITO によると、2003年における同市場の規模は、1,380億ユーロで、イギリス（849億ユーロ）やフランス（659億ユーロ）を大きく引き離している。また同市場は、年平均成長率51.7%で伸び続け、2007年までには7,300億ユーロ規模まで拡大すると予測されている⁸⁷。(図1-69参照)

⁸⁶ “ONE IN THREE UK ADULTS ARE ONLINE SAVVY CONSUMERS,” Continental Research Press Release, Spring, 2004, <http://www.continentalresearch.com/reports/repform/onconsumer.htm>

⁸⁷ “Global ICT sales to reach E2,160bn this year,” M2 Communications, Jun. 22, 2004



出典：EITO のデータ（2004年2月）を元に作成

図 1-69 ドイツの電子商取引市場の規模推移(2003・2007年)

<既存の小売業者に打撃を与える B2C 電子商取引市場>

ドイツの消費者は、オンライン・ショッピングに対して慎重な姿勢を依然として見せているものの、インターネット・ユーザの増加とオンライン・ショッピングの頻度が増加していることなどを受けて、B2C 電子商取引市場が着実な成長を見せており、これが従来型の小売店や通信販売に大きな打撃を与えている。調査会社 GfK Panel Services Consumer Research 社（以下 GfK 社）の調査によると、2004年のドイツの B2C 電子商取引市場インターネット・ユーザが前年の 3,210 万人から 3,810 万人へと 600 万人増加しており、ドイツ消費者によるオンラインでの支出額は 2004 年上半期、前年同期比 60%増となる 53 億ユーロにまで伸び、2004 年末までに年間支出額が 110 億ユーロに達すると予測されている。

オンライン・ショッピングを利用することで消費者は簡単に商品を探ることができるだけでなく、価格が安いものを探し出すことが可能であり、こうした点で既存の個人商店やデパートは不利な立場に立たされている。また近年急成長を見せるインターネット・オークションでは、中古品や新品だけでなく、「新品同様」の製品の取引が急増しており、新品を取り扱うオフラインの小売業者は多くの顧客を奪われているという。GfK 社によると、ドイツにおけるインターネット・ユーザの 4 人に 1 人がインターネット・オークションを利用しているという。

第2章 国際機関及び各国の電子商取引政策動向

国際機関や主要各国は 1990 年代後半以降、電子商取引を普及させるための議論や法整備、施策を着々と進めてきたが、2004 年には国際機関やほとんどの主要各国において、電子署名に法的効力を持たせる電子署名法やインターネット上のプライバシーを保護する法律といった電子商取引の基盤となる法律およびガイドラインの策定を完了させており、同年 8 月には電子商取引関連の法整備で遅れていた中国でも「電子署名法」を成立させている。

また国際機関や主要国は 2004 年、世界的にスパムメールの問題が深刻化していることを背景にスパムメール規制に関する活動を活発化させており、例えば OECD やカナダなどでスパムメール問題に対するタスクフォースが発足したほか、米国やオーストラリアでは既にスパムメールを規制する法律が施行されている。

さらに 2004 年には、遠隔地の住民や低所得者層の間でインターネットやブロードバンドにアクセスできない市民が増加する「デジタルデバイド」問題が深刻化しており、OECD や ASEAN をはじめとする国際機関や米国やインド、台湾、オーストラリアといった国においてブロードバンド普及およびデジタル格差解消に取り組む国も増加している。

表 2-1 は、国際機関及び各国における電子商取引政策の取り組む状況をまとめたものである。

表 2-1 国際機関及び各国における電子商取引関連政策の取組状況

◎：2004 年に主だった活動が行われた分野

●：過去に法整備やガイドライン策定などの対応を行った分野

	電子署名・認証	プライバシー保護	消費者保護	知的所有権保護	課税	セキュリティ・暗号	スパム対策	ブロードバンド普及およびデジタル格差解消
OECD	●	●	●		●	●	◎	◎
GBDe	●	●	◎	●	●	◎	●	◎
UNCITRAL	●					◎		
WTO				●	◎			
APEC	●	◎	◎		●		◎	
ASEAN				●	◎	◎		◎
米国	●	●	◎	◎	◎	◎	●	◎
カナダ	◎	●	●	●	●	◎	◎	
EU	●	●	●	◎	●		●	●
イギリス	●	●	◎					◎
ドイツ	●	◎	●	●			◎	
フランス	●	◎	◎			◎		
韓国	●		●		●	●	◎	◎
中国	◎							
台湾	●	●	●		◎			◎
シンガポール	●						◎	
マレーシア	●	◎		●		●		
インド	●	◎			●	●		◎
オーストラリア	●	●		●	●		●	◎

出典：各種資料を元に作成

2.1 国際機関

2.1.1 経済協力開発機構（OECD）

名 称	経済協力開発機構（OECD）	設立年度	1961年9月
本 部	パリ（フランス）	加盟国数	30カ国
活動目的	経済協力を通じて世界経済の成長や発展途上国の援助、自由貿易拡大に寄与することを目的として設立された。		
EC 関連 政策提案	1980年 「プライバシー保護及び個人データの国家間送信に関するガイドライン」 1985年4月 「国家間データ送信についての宣言文」 1992年11月 「情報システムの安全性に関するガイドライン」 1997年 「暗号政策ガイドライン」 1999年 「1999年グローバルにネットワークされた社会における認証概要」 1999年12月 「電子商取引の消費者保護のためのガイドライン」 2002年7月 「情報システム及びネットワークセキュリティに関するガイドライン」 2003年6月 「国際詐欺防止ガイドライン」 2003年12月 情報システム・ネットワークの安全性に対処するためのウェブサイト開設 2004年2月 OECD理事会にて、ブロードバンド促進に関する一連の政策提言を承認 2004年2月 スпамに関する国際ワークショップ開催 2004年5月 「過疎地や遠隔地域におけるブロードバンド」報告書発表 2004年8月 スпам・タスクフォース設置 2004年10月 ブロードバンド普及に関する国際ワークショップ開催		
URL	http://www.oecd.org/		

(1) 概要

経済開発協力機構（Organization for Economic Co-operation and Development：OECD）は、情報コンピュータ通信政策委員会（Committee for Information, Computer and Communications Policy：ICCP）を中心として、電子商取引に関わるインフラ整備や税制、消費者保護、セキュリティなどに関して様々な政策提言を行っている。

OECDでは早期から電子商取引に関する政策提言を行っており、1980年には「プライバシー保護及び個人データの国家間送信に関するガイドライン（OECD Recommendation Concerning and Guideline Governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data）」を発表している。同ガイドラインでは、プライバシー保護に関して、「収集制限の原則」「情報内容の正確性の原則」「目的明確化の原則」「利用制限の原則」「安全確保の原則」「公開の原則」「個人参加の原則」「責任の原則」の8原則を提示しており、その後の各国の個人情報保護に関する法律に大きな影響を与えている。

OECD は、インターネットが普及し始める 1990 年代に入って 電子商取引のためのインフラ整備に関する議論を活発化させており、これを受けて様々なガイドラインを発表している。まず OECD は 1992 年、情報システムの利用促進を目的としたセキュリティ保護対策などを纏めた「情報システムの安全性に関するガイドライン (1992 OECD Guidelines for the Security of Information Systems)」を採択したほか、1997 年にはオンライン詐欺に関する「暗号政策ガイドライン (OECD Cryptography Policy Guidelines)」、1999 年には B2C 電子商取引における消費者保護に関する「電子商取引の消費者保護のためのガイドライン (OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce)」を採択した。

2000 年代に入ると、OECD は電子商取引における課税に関する議論や情報セキュリティといった分野における議論を活発化させ、2002 年 7 月には 1992 年に採択した「情報システムの安全性に関するガイドライン」に 10 年ぶりに改訂を加えた「情報システム及びネットワークのセキュリティに関するガイドライン (Guideline for the Security of Information Systems and Networks: Towards a Culture of Security)」を発表した。その後 2003 年 6 月には、インターネット上で増加しつつある国際的な不正および詐欺行為から消費者を保護するための協力の枠組みを示した「国際詐欺防止ガイドライン (OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders)」を発表し、この中でオンライン上の詐欺行為に関する通知や情報共有、捜査協力について広範な国際協力の原則と具体的な規定を策定したほか、消費者保護を主管する当局の権限、民間部門の協力の必要性、消費者への補償問題に関する今後の課題についても触れている⁸⁸。さらに 2003 年 12 月には、情報システム・ネットワークの安全性へのリスクに対処するための新しいウェブサイト⁸⁹を開設し、OECD におけるサイバー・セキュリティへの取り組みに関する情報を提供するほか、他の関連ウェブサイトへのリンク集や教育ツールの一覧を掲載している。

(2) 2004 年の主な動き

<ブロードバンド促進>

DSL やケーブル・モデム・サービスによるブロードバンド導入から 6 年あまり経過した 2004 年、OECD 諸国ではブロードバンドがかつてない勢いで普及している。OECD 諸国では 4 世帯のうち 3 世帯においてブロードバンド接続の利用が可能になっているほか、こうしたブロードバンド利用可能世帯における平均世帯普及率は約 25%に達している。しかし OECD 諸国間でブロードバンド普及状況にばらつきがあるのも事実で、例えば 1998 年にブロードバンドが導入された韓国では既に全世帯の 3分の 2 がブロードバンド・サービスに契約しているのに対して、ギリシャやスロバキアでは 2003 年にブロードバンド・サービスが開始されたばかりと各国におけるブロードバンド普及の状況は大きな格差が存在している。このため OECD では 2004 年、こうした普及の遅れる国や地域に対する政策提言が行われることになった。

⁸⁸ http://www.oecd.org/document/50/0,2340,en_2649_34267_2514994_1_1_1_1,00.html

⁸⁹ <http://webdomino1.oecd.org/COMNET/STI/IccpSecu.nsf?OpenDatabase>

まず、OECD は 2004 年 2 月に開催された理事会において、各国政府に対してブロードバンドの更なる普及を奨励するよう一層の努力を求めるとともに、OECD 諸国が効果的な手段を実施する際の手引きとなる一連の政策提言を承認した。この中で OECD は、まずブロードバンドが世界中の経済、社会、文化の発展において重要な役割を演じることを強調し、ブロードバンドのインフラストラクチャを整備しなければ様々な機会が喪失されるリスクがあると警告している。

また OECD はこの政策提言の中で、ブロードバンドが医療や教育などの分野において公共サービスの業務効率化や利便性の改善、対象範囲の拡大を実現する可能性についても指摘している。これは、ドナルド・ジョンストン OECD 事務総長の「ブロードバンド・アクセスから生じる機会を利用することで、個人や経済の活動の多くの分野を向上させることができる。またそれは、電子政府を通して、行政自体をより効率的かつ効果的にすることができる」という言葉に集約されている。

さらに政策提言では、遠隔地や農村にサービスを拡大するとともに、ブロードバンド普及率が比較的低い国で普及を推進するには今後も一層の努力が必要である訴えた。とくに OECD は、ワイヤレスなどの新技術は既存プラットフォームとの競争や、小規模コミュニティにブロードバンドを拡張する強力なビジネスモデルにつながると指摘しており、国の政策を様々な技術に対し中立的なものにするよう特に留意する必要があると訴えている⁹⁰。

また 2004 年 5 月には「過疎地や遠隔地域におけるブロードバンド (The Development of Broadband Access in Rural and Remote Areas) 」⁹¹と題されたブロードバンド普及政策に関する報告書を発表し、この中で OECD は、政府が補助金の提供ではなく市場競争を促進することで地方や遠隔地へのブロードバンドの普及に取り組む必要性を訴えている。OECD は同報告書で、事業者が地方や遠隔地へのブロードバンド提供を義務付けると、ブロードバンド市場における競争やイノベーションが阻害され低品質で高価なサービスの提供という、消費者にとってマイナスの効果をもたらされると指摘している⁹²。

その他 OECD では、2004 年 10 月 25 日から 26 日にかけてポルトガルのポルトでポルトガル政府主催による国際ワークショップを開催し、この中で同報告書の内容や、地方や遠隔地におけるブロードバンド普及の課題や機会について討議した。また同ワークショップでは、政策当局、企業、規制機関、政府代表らがこの分野における技術の動向や発展を探り、政府や民間セクターの役割について討議し、現在の政策イニシアチブの比較を行った。

<スパム対策タスクフォース>

世界におけるスパムメールの件数は、今やインターネット上でやりとりされる電子メール全体の 50%を占めるともいわれており、こうした事態を受けて OECD では 2004 年、スパム撲滅のため

⁹⁰“OECD Backs Broadband for Economic and Social Development,” OECD Press Release, Feb. 12, 2004, http://www.oecd.org/document/48/0,2340,en_2649_201185_27374064_1_1_1_1,00.html

⁹¹ <http://www.oecd.org/dataoecd/38/40/31718094.pdf>

⁹² “OECD Urges Governments to Increase Competition to Drive Broadband Growth,” OECD Press Release, May. 25, 2004, http://www.oecd.org/document/49/0,2340,en_2649_201185_31824305_1_1_1_1,00.html

の国際的な取り組みに動き出している。OECD は「スパムメールに関する規制が一部の国で行われても、規制のない別の国からスパムメールを送りつけることが可能であり、スパムを撲滅するには OECD のような国際機関を通じた協力体制が不可欠である」としている⁹³。

OECD は 2004 年 2 月にブリュッセルの欧州委員会で 2 日間に渡りスパムに関する OECD ワークショップを開催しており、この中で各国政府がインターネット保全の一環として、国境を越えてネットワーク上の安全性協力を密に行うことがスパム対策強化に繋がると訴えた。ヘルヴィヒ・シュレーグル OECD 事務次長はワークショップの中で「インターネットに対する消費者と企業の信頼を維持していくために、協調的な国際的取り組みが必要である。政府は、政策立案者として、また電子メールの利用者として、極めて重要な役割を担っている。」と述べた⁹⁴。

同ワークショップでは、政府自身が電子メール受信者であり、また同時に公的サービスを目的とした大量の電子メールの送信元であると捉える必要があるとし、政府や企業がスパムメールと戦うためには、法的及び技術的な手段を駆使して特定の送信者からの電子メールを拒否したり、逆に特定の送信者からの電子メールを確実に受信する環境を整備する必要があるとした。また OECD では、各国政府が講じるスパム対策として、複数国間でスパム対策法制整備に関して協力したり、業者への補助金提供を通じて効果的なスパム対策システムの開発を奨励したりすることができるとしている。シュレーグル事務次長は「インターネットが商業手段として発展していくためには、その安全性と利便性において消費者の信頼を得なければならない。スパムメールはオンライン上における消費者の信頼を大きく損ねており、このままではデジタル・エコノミーやインターネット全体の開放的な性質を弱体化させることになるだろう。」と述べている⁹⁵。

また 2004 年 8 月には、OECD は、その広範かつ包括的なアプローチや学際的な専門能力、そして非加盟国との連絡ネットワークを生かして、政府や企業、市民の努力を結集し、戦略的且つ包括的にスパム問題に対処することを目的として、スパム・タスクフォースを設置した。同タスクフォースでは、主な目標として、スパムを撲滅するための国際的な政策対応の調整や企業におけるベストプラクティスの奨励、そして技術的なスパム対策の強化推進や消費者の意識向上・理解促進、国境を越えた法執行の促進などを挙げており、今後、優先的な活動分野の絞り込みや政策当局間の調整の改善に取り組む予定である。

さらに同タスクフォースでは今後 2 年をかけて、様々な分野における既存・新規スパム対策に関して調査を実施するほか、実際のスパム防止戦略・取り決め・対策などに焦点を絞ったスパム防止のためのツールキットを開発・促進したり、スパム撲滅へのグローバルな取り組みを支援するための啓蒙戦略の立案等を行う予定である。

なお OECD 諸国は 2004 年 9 月 8 日から 9 日にかけて、韓国の釜山において韓国情報通信部の主催の国際スパムワークショップを開催し、同ワークショップには各国の政府、産業界、市民社会、

⁹³ “OECD Task Force to Coordinate Fight against Spam,” Aug. 12, 2004, http://www.oecd.org/document/7/0,2340,en_2649_201185_33656711_1_1_1_1,00.html

⁹⁴ 同上

⁹⁵ 同上

大学等から関係者が参加した。同ワークショップの主な討議のテーマは以下の通りとなっている⁹⁶。

- 「OECD スпам防止ツールキット」開発の次期ステップ
- ネットワーク管理ソリューションによるスパム削減
- 認証と技術ツールの利用によるスパム削減
- 携帯電話やインスタントメッセージ（IM）上のスパム削減方法
- アジア太平洋経済協力会議（APEC）諸国・地域や OECD 非加盟国との協力関係強化

⁹⁶ http://www.oecd.org/document/39/0,2340,en_2649_22555297_33680935_1_1_1_1,00.html

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	1999年
本 部	ブリュッセル (ベルギー)	加盟国数	39社
活動目的	電子商取引の世界的な発展に関わる課題を年次総会で討議、その結果を政策提言として各国政府、国際機関に提出し、これにより官民の対話を行っていく。		
EC 関連 政策提案	1999年 第1回総会 (フランス、パリ) 2000年 第2回総会 (米国、マイアミ) 2001年 第3回総会 (日本、東京) 2002年 第4回総会 (ベルギー、ブリュッセル) 2003年 第5回総会 (米国、ニューヨーク) 2004年 第6回総会 (マレーシア、クアラルンプール)		
URL	http://www.GBDe.org/		

(1) 概要

電子商取引に関する世界ビジネス会議（Global Business Dialogue on Electronic Commerce : GBDe）は、民間および公的機関における電子商取引発展を目的とした国際的な非政府組織であり、電子商取引における①税制、②関税、③知的財産権、④暗号化、⑤認証、⑥データ保護、⑦責任・義務、に関する問題について議論や共通ルールの構築に取り組んでいる。GBDe は、1998年に欧州委員会（European Commission : EC）のマルティン・バンゲマン（Martin Bangemann）委員長が世界のビジネスリーダーに、世界的な通信問題を議論する円卓会議への参加を呼びかけたことがきっかけとなって設立されたもので、アジア、オセアニア、北米、欧州、アフリカなど世界各国から39社が加盟している。日本からは、電通、富士通、富士ゼロックス、NTT データ通信、日立、松下電器、三井物産などが参加している。

GBDe では1999年以来、電子商取引に関する政策提言をまとめる総会を毎年開催している。第1回総会（1999年）から第5回総会（2003年）における提言書の内容は表 2-2 の通りとなっている。

表 2-2 GBDe 年次総会における提言書の内容

第 1 回年次総会 (1999 年・パリ)		
以下の 9 つの分野に関して、電子商取引の世界的なルールは民間主導で行うべきであると提言。		
① 認証・セキュリティ	④ 情報インフラ	⑦ 責任・義務
② 消費者保護	⑤ 知的財産権	⑧ 個人情報保護
③ コンテンツ・商用通信	⑥ 裁判管轄権	⑨ 税・関税
第 2 回年次総会 (2000 年・マイアミ)		
以下の 9 つの分野におけるガイドラインを提言。		
① 個人データ保護	④ 知的財産権	⑦ デジタルデバイド
② 裁判外紛争解決法 (ADR)	⑤ 貿易	⑧ サイバー・セキュリティ
③ トラストマーク	⑥ 税制	⑨ 権利擁護
第 3 回年次総会 (2001 年・東京)		
以下の 11 分野におけるガイドラインを提言。① 消費者信頼では、「GBDe 個人データ・プライバシー保護ガイドライン」「ADR」「トラストマーク」と 3 分野にわたって提言するなど、消費者信頼に重点を置いた提言となっている。		
① 消費者信頼	④ サイバー倫理	⑧ 知的財産権
② 通信と放送の融合 (コンバージェンス)	⑤ サイバー・セキュリティ	⑨ インターネット決済
③ 文化的多様性	⑥ デジタル・ブリッジ	⑩ 税制
	⑦ 電子政府	⑪ 貿易・WTO
第 4 回年次総会 (2002 年・ブリュッセル)		
以下の 9 つの分野におけるガイドラインを提言。第 4 回総会では、ADR とプライバシーの 2 点が議論の中心となっており、第 3 回総会に引き続き、消費者信頼に重点が置かれた提言となっている。		
① 有害コンテンツの規制	④ サイバー・セキュリティ	⑦ 知的財産権
② 消費者信頼	⑤ デジタルデバイドの解消	⑧ 税制
③ コンバージェンス	⑥ 電子政府	⑨ 貿易・WTO
第 5 回年次総会 2003 年 (2003 年・ニューヨーク)		
従来の 9~11 の分野でのガイドラインを提言するという方式から、各国政府や民間企業に行っている啓蒙活動の成果を報告すると共に、以下の 2 分野に絞った政策提言を行っている。		
① インターネットの展望： ブロードバンドの重要性やサイバー・セキュリティにおける政府の役割、RFID (電子認証タグ) の展望などについて議論を展開。		
② 消費者信頼の構築： 消費者信頼を構築する案件としてインターネット支払い、スパムメール、ADR を取り上げた。		

出典：GBDe の資料をもとに作成

(2) 2004年の主な動き

GBDeは1999年の設立以降、電子商取引に関する政策提言を中心に活動を続けてきたが、近年になりその活動内容を、世界中の電子商取引関係者への啓蒙活動を含めた、よりバランスの取れた活動にシフトさせている。GBDeが発表した「GBDeの2004年ワークプラン (GBDe's 2004 Work Plan)」では、同年の優先的な活動分野として以下の4分野を挙げている⁹⁷。

新たなビジネスモデルの構築：

ブロードバンド環境における新たな政策フレームワークを開発することを目的として設立された新ビジネスモデル (New Business Models : NBM) 作業部会は2004年、GBDeが前年と前々年にブロードバンドに関して行った政策提言の拡充作業を行っている。GBDeは、ブロードバンド接続は複数の競合するオープンなプラットフォームを通じて提供されるべきであるという考えに基づいて、接続プロバイダやキャリアを含めた市場内の全てのステークホルダーに役立つグローバルな政策フレームワークを開発することを目標としている。この作業においては、別々のデリバリー・プラットフォーム間での競争を確立し、そしてこのゴールを達成するために取り除かれる必要のある障害物を特定することが目指されている。

電子的な取引の安全化：

2001年に設置された電子取引の安全性確保 (Securing Electronic Transactions : SET) 作業部会では2004年、電子商取引上の国際的なオンライン支払いシステムを整備する活動を進めている。なかでも①インターネット及び携帯電話を通じたオンライン支払い、②電子政府における電子商取引、③顧客の認証、④電子的なチャンネルでの契約署名、などに必要とされる「信頼のインフラストラクチャ (infrastructures of trust)」の構築に重点的に取り組んでいる。同作業部会の研究によると、「信頼の欠如 (lack of trust)」が電子商取引普及を妨げている重要な要因であり、多くのインターネット・ユーザが依然としてオンライン支払いに不安を感じているという。GBDeでは、この問題の原因は主に顧客認証に必要とされる十分な認証システムが整備されていないことにあるとみて、SET作業部会がこの課題を乗り越える方法を模索している。

ユビキタス社会のためのフレームワーク：

GBDeは2001年より、コンバージェンス及びインターネットの未来 (Convergence and Future of the Internet) 作業部会での審議を通じて、未来におけるインフォメーション・システムにおけるインフラの重要性を認識し、これまでにRFIDなどを含むユビキタス技術普及における課題を取り上げ続けてきた。2004年には、ビジネス発展のための障害を解消し、またこれを促進する協力的な政策フレームワーク作りのための複数ステークホルダー間の話し合いの場としてユビキタス社会フレームワーク (Ubiquitous Society Framework : USF) 作業部会を設置した。同作業部会が重点的に取り上げている問題として、個人情報保護やシステムの信頼性、そして相互運用性や消費者啓蒙問題などがある。特にUSF作業部会はRFID技術をコンバージェンスとユビキタスネットワーク社会のための重要な要素として位置付けており、RFID技術が企業の業務効率化や在庫管理業務の変革、さらに製品設計やマーケティング方法を大幅に改善する可能性があると指摘している。

⁹⁷ <http://www.gbde.org/2004.html>

消費者信頼の確立：

GBDe は 1999 年の創設以来、消費者信頼の確立に取り組んできており、この中でプライバシー問題やトラストマーク⁹⁸、そして ADR に関して政策提言を行ってきた。特に ADR への取り組みに関しては、2003 年 11 月に世界最大の消費者団体であるコンシューマ・インターナショナル (Consumers International) と ADR ガイドラインに関して合意に達している。今回合意に達した ADR ガイドラインでは、国際的な電子商取引の売手と買手に対して、信頼のおける第 3 団体による紛争解決手段方法を提供するほか、各企業が顧客満足センターを設けて顧客が ADR を利用する原理を提供できるような環境を整備することを提言している。また GBDe は 2004 年には、ADR ガイドラインに沿って世界的なトラストマーク・プロバイダーの世界的ネットワーク構築に取り組んでいる。

2004 年の活動分野における成果や政策提言は、同年 11 月 29 日から 30 日にかけてマレーシアのクアラルンプールにおいて開催される第 6 回年次総会において報告される予定である。

⁹⁸企業が消費者と電子商取引を行なう際に基準となるもので、トラストマーク認定によって、消費者保護のビジネス手法を企業が採用したことが示される。

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カ国
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 2001年 「データ・メッセージによる（国際）契約に関する協定の暫定草案」提出 2004年3月 第43回セッション開催 2004年11月 第44回セッション開催予定 2005年4月 第45回セッション開催予定		
URL	http://www.uncitral.org/		

(1) 概要

国連国際商取引法委員会（United Nations Commissions on International Trade Law：UNCITRAL）は、国連総会（第6委員会）直属の委員会であり、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して、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。UNCITRAL では、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用している。電子商取引に関しては、「電子商取引作業部会（Electronic Commerce Working Group）」において活動が行われている。

1996年6月の第29会期総会では、「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、全17条から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ための規定を定めている。また2001年7月には、「電子署名に関する UNCITRAL モデル法（UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures）」が採択され、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が定められた。

UNCITRAL はその後、インターネットなどを利用した電子商取引による貿易が拡大する中で電子的な契約に関する法律が国ごとに異なることが国際的な電子商取引の成長を阻害となるケースが増加していることを受けて、国際的な電子契約協定の作成を活動の中心に据えている。UNCITRAL はまず2001年3月の第38回セッションにおいて、「電子商取引利用の際に障害となる法規制を取り除くためには、電子商取引に関して国際的に統一した法体系を整備することが必要」との合意に達し、これ以降「電子契約協定」制定に動き出している。

2001 年第 39 回セッションでは、「データ・メッセージによる（国際）契約に関する協定の暫定草案（Preliminary Draft Convention on [International] Contracts Concluded or Evidenced by Data Messages）」が提出され、同草案の審議が始まり、現在に至るまで同草案の改訂作業と審議が繰り返されている。2003 年には 5 月と 11 月に第 41 回および第 42 回のセッションが開催され、この中で同協定内の「適用範囲」や「非適用範囲」、「データ・メッセージ送受信の時間と場所」などを規定する第 1 条から第 11 条に関して審議が行われた。

(2) 2004 年の主な動き

<電子契約協定の草案作りの経過>

UNCITRAL は 2004 年、引き続き電子契約協定作りを中心に活動を進めており、2004 年 3 月にニューヨークで開催された第 43 回セッションでも、電子契約の協定が審議の中心となった。

第 43 回セッションにおいては、全 16 条から構成される電子契約協定の草案のうち、第 8 条から第 15 条で取り扱われている以下の項目の協定草案に関する審議および見直し作業が行われた。

- 第 8 条：データ・メッセージの法的解釈
- 第 9 条：入力フォームの要件
- 第 10 条：データ送信及び受信の時間と場所
- 第 11 条：取引当事者が提供すべき一般情報
- 第 12 条：取引オファーを提供する際の招待方法
- 第 13 条：契約締結のためのデータ・メッセージの利用
- 第 14 条：契約締結のための情報システムの利用
- 第 15 条：契約条件の有用性

電子商取引作業部会は、第 43 セッションでの審議の後、電子契約協定の草案に対する提言を採択し、その内容を反映させた電子契約協定草案の改訂版を次回のセッションまでに提出することが決められた。

また国際的な民間産業団体である国際商工会議所（International Chamber of Commerce : ICC）では、こうした UNCITRAL による電子契約協定制定への取り組みと平行して、2003 年に国際的な電子契約に関するタスクフォースを設置、その後「e-Terms 2004」と呼ばれる産業界の自主的な協定草案の制定に動き出している。ICC は、e-Terms 2004 において企業の電子的な交渉を促進するための自主的なルールを策定したり、電子商取引の制約に関する質問を特定したりするほか、契約ガイドやサンプル項目などを含ませるなど、より実務的な内容になる予定である。UNCITRAL は第 43 回セッションにおいて、ICC の取り組みを改めて歓迎したほか、電子商取引作業部会で行われる取り組みと ICC の e-Terms 2004 は補完的な関係になるとしている。

UNCITRALは2004年11月29日～12月10日にかけて第44回セッションを、そして2005年4月11日から15日にかけて第45回セッションをともにニューヨークで開催する予定である。表2-3は、UNCITRALによる電子契約協定に関するこれまでの取り組みを簡単に纏めたものである。

表2-3 UNCITRALによる電子契約協定に関するこれまでの審議内容

セッション	審議内容
第39回セッション (2001年)	電子契約に関する国際制度作りへの取り組みの一環として、「データ・メッセージによる（国際）契約に関する協定の初期草案（Preliminary Draft Convention on [International] Contracts Concluded or Evidenced by Data Messages）」と暫定的に題された協定策定の審議を開始。
第40回セッション (2002年)	協定の草案作りを本格的に再開。それまでに寄せられた合計18の国及び国際機関の調査回答に関する報告が行われた。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。第41回セッションまでに改訂バージョンを作成するよう要求。
第41回セッション (2003年)	国際商工会議所（ICC）が電子商取引作業部会による電子契約協定の草案作りに関して意見書を提出。ICCは、独自に作業部会を設立して国際的な電子契約制度である「e-Terms 2004」を作成する計画を発表、作業部会に対し第42回セッションまでに草案への更なる改訂を加えるよう要求。
第42回セッション (2003年11月)	作業部会は、電子契約協定草案に関する審議を行った。また作業部会はICCの取り組みに対して歓迎の意向を示している。
第43回セッション (2004年3月)	電子契約協定草案の第8条から第15条までの見直し、審議作業を行う。ICCのe-Terms 2004はより実務的な内容となり、UNCITRALの協定とは補完的な関係になるとの見解を示す。
第44回セッション (2004年11月)	第43回セッションでの審議結果を元に改訂作業を行った新しい草案を提出。再び審議作業を行う予定。
第45回セッション (2005年4月)	ニューヨークにて開催予定。

出典：各種資料を元に作成

2.1.4 世界貿易機関 (WTO)

名 称	世界貿易機関 (WTO)	設立年度	1995年1月
本 部	ジュネーブ	加盟国数	144カ国
活動目的	経済発展と環境保護の連携、持続可能な開発、世界レベルでの最適な利用、商品とサービスの生産及び貿易の拡大、関税などの貿易障壁の障害削減など、加盟国間での協議を通じて、多国間の貿易体制を発展させることを目的とする。		
EC 関連 政策提案	<p>1998年2月 電子送信物に関税を課さないことを提案する文書を米国が一般理事会に提出</p> <p>1998年5月 第2回 WTO 閣僚会議で、電子商取引関連の関税賦課についての時限付き凍結措置および電子商取引に関する作業プログラムの策定を内容とする閣僚宣言を採択</p> <p>1998年9月 「電子商取引作業計画」を採択</p> <p>2000年7月 一般理事会で電子商取引に関する論議の再開を決定し、再び4つの理事会において議論が再開</p> <p>2003年9月 メキシコのカンクンで開催された第5回閣僚会議においても2005年12月に香港で開催される第6回閣僚会議までの関税猶予宣言</p>		
URL	http://www.wto.org		

(1) 概要

世界貿易機関 (World Trade Organization : WTO) における電子商取引関連の審議は、1998年2月に米国が WTO 一般理事会に電子送信物に関税を賦課しないことを提案する文書を提出したことによって始まり、同年5月、ジュネーブで開催された第2回 WTO 閣僚会議では、電子商取引関連の関税賦課について時限付き凍結措置および電子商取引に関する作業プログラムの策定を内容とする閣僚宣言の採択を経て、本格化している。同宣言を受けて WTO 一般理事会は、WTO 内の物品貿易理事会 (Council for Trade in Goods)、サービス貿易理事会 (Council for Trade in Service)、貿易関連知的所有権理事会 (Council for Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)、貿易開発委員会 (Committee on Trade and Development) において取り扱うべき電子商取引関連の貿易問題について審議を進め、1998年9月には「電子商取引作業計画」を採択した。さらに、1997年には同計画で示された論点に関して各国の立場を列記した報告書を提示した。

1999年12月に米国シアトルで開催された第3回閣僚会議では、電子送信物についての無関税慣行の延長及び電子商取引作業計画を記した閣僚宣言を発表する方向で進んでいたが、全体の合意が得られず断念したという経緯がある。2000年7月の一般理事会では、4つの理事会において電子商取引に関する論議を再開することで決定し、「電子送信物」の分類問題に関して加盟国間で意見が対立し、実質的合意を導き出すことができなかった。その後2001年5月の一般理事会で電子商取引問題に関して本格討議が行われ、また2001年11月、カタールのドーハで開催された第4回 WTO 閣僚会議において採択された「ドーハ閣僚宣言」をきっかけに電子商取引の議論が活発化、2002年5月には一般理事会参加の電子商取引特別会議が召集されて、分類問題について集中的な議論が行われた。2003年9月にメキシコのカンクンで開催された第5回閣僚会議では、2005年12月の次回閣僚会議までの電子送信物への関税猶予が宣言されている。

(2) 2004年の主な動き

<分類問題の審議経過>

電子送信物の分類問題は、WTOの電子商取引議論の主流となっている分野である。分類問題の審議対象は、オン・オフライン上で同時取引可能な品目で、ソフトウェア、書籍、音楽、ゲーム及び映像などを含む。これらの品目がオンライン上で取引される場合、サービスと見るのが自然であるが、WTOの基本原則は同種商品間で差別待遇をしないことであるため、同種商品がオフラインで取引される時とオンラインで取引される時とで異なる規則を適用するのは、差別的になる可能性があるため、当該分類が重要な問題点となっている。

物品貿易理事会は、2000年の10月と11月に2度の非公式会議で争点について1999年7月に決めた内容に従って審議を続行する旨の宣言を行っており、以降これに従い審議を続けている。

<課税問題の審議経過>

WTOでは、技術的な問題から電子送信物に関税を賦課できないことから、2年ごとに開かれる閣僚会議のたびに電子送信物への関税猶予を宣言している。2003年9月にメキシコのカンクンで開催された第5回閣僚会議においても2005年12月に香港で開催される第6回閣僚会議までの関税猶予宣言をしており、2004年においても電子送信物への非課税が継続している。アメリカやオーストラリア、カナダなどは無関税慣行の恒久化を主張している一方で、EUは当面の関税賦課猶予を維持に賛成しているが恒久化に関しては言及を避けている。一方オフショアアウトソーシングなどを通じた電子送信物の輸出が盛んなインドは、電子送信物に対して関税賦課を猶予することは技術中立性原則が損なわれる憂慮があるという立場を取っている。

2.1.5 東南アジア諸国連合 (ASEAN)

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カ国
活動目的	1. 地域における経済成長、社会・文化的発展の促進 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		
EC 関連 政策提言等	1998年12月 第6回 ASEAN 公式首脳会議にて「ハノイ行動計画」の一つとして ASEAN 情報インフラ (AII) 構築を発表 1999年9月 経済閣僚会議にて「e-ASEAN 構想」承認 2000年11月 第4回非公式首脳会議にて「e-ASEAN 枠組み合意」に署名 2002年8月 電機通信閣僚会議にて「2002年マニラ宣言」発表 2004年8月 タイのバンコクにて第4回電気通信情報閣僚会議開催		
URL	http://www.aseansec.org		

(1) 概要

東南アジア諸国連合 (Association of Southeast Asian Nations : ASEAN) における電子商取引を含む情報化政策は、1998年12月の第6回 ASEAN 公式首脳会議において、同地域における中長期的展望である「ASEAN ビジョン 2020」の具体的方策として定められた「ハノイ行動計画」をきっかけに本格化しており、この中で ASEAN は、各国の情報インフラを相互接続することで ASEAN 情報インフラ (Asia Information Infrastructure : AII) を構築するとの目標を定めている。

また1999年の第3回 ASEAN 非公式首脳会議では電子商取引或いは電子政府構築に向けた域内各国の協力関係構築を目指した「e-ASEAN」構想が承認され、2000年11月には同構想の具体化に向けて構想の枠組みを規定した「e-ASEAN 枠組み合意」が加盟国によって署名されている。E-ASEAN イニシアチブでは、以下の5項目を主要な柱として、官民合同の e-ASEAN タスクフォースの下、地域 IT 振興政策を実施している。

- ASEAN 情報インフラの構築
- 電子商取引の促進
- ICT 製品の自由貿易促進
- e-Society の実現、デジタルデバイドの克服
- 電子政府の構築促進

2002年8月に開催された ASEAN 通信閣僚会議では、地域経済協力に関して「2002年マニラ宣言」が採択され、この中で、IT が地域経済の統合および発展に大きく寄与するとの認識を共有し、また IT 分野における域内協力に関して以下の取り決めがなされた。

- IT 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を目的とした①ASEAN ネットワークセキュリティ委員会の設置、および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の設置
- 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

2003年9月にはカンボジアで ASEAN 諸国に日本、中国、韓国を加えた「ASEAN+3」の第6回経済閣僚会議が開催され、このなかで電子商取引に関する新たな協力プログラムとして「アジア電子商取引インキュベータ」「ASEAN サプライチェーン・プロジェクト」「ASEAN 諸国向け電子省取引に関する教育プログラム」を開始するとの発表があったほか、同地域にはびこる著作権侵害問題に関して一体となって取り組む姿勢が見られた。

(2) 2004年の主な動き

<ICT 基金の設立>

2004年8月、タイのバンコクにて開催された第4回電気通信情報閣僚会議では合計10カ国の ASEAN 加盟国の閣僚が集まり、e-ASEAN 枠組み合意の実施状況やナレッジ・エコノミーのための e ラーニング普及促進など、ICT 発展における地域協力促進に関して審議が行われたが、このなかで、加盟国がそれぞれ50万ドルずつ出資する 合計500万ドルの「ASEAN ICT 基金」の設置が合意された。「ASEAN ICT 基金」は、e-ASEAN 枠組み合意地域における ICT プロジェクトを促進するための活動資金として利用される予定である⁹⁹。

<サイバー・セキュリティへの対応強化>

ASEAN は 2004 年、地域内におけるサイバー犯罪の脅威に対応するため、情報インフラストラクチャ強化への取り組みを積極的に進めており、ASEAN 加盟諸国では、それぞれ「国家コンピュータ緊急対応チーム (National Computer Emergency Response Team : CERT)」設置に取り組んでいる。また ASEAN では、加盟国同士でサイバー・セキュリティに関する情報を効率的に共有することを目的として、サイバー・セキュリティ情報共有に関して「標準的な運用手順 (Standard Operating Procedure)」の策定に取り組んでいる¹⁰⁰。

⁹⁹ “JOINT MEDIA STATEMENT THE FOURTH ASEAN TELECOMMUNICATIONS AND IT MINISTERS MEETING (4TH ASEAN TELMIN),” Aug. 5, 2004, <http://www.aseansec.org/16296.htm>

¹⁰⁰ 同上

<電気通信設備の適応評価>

ASEAN では、電気通信規制者協議会（ASEAN Telecommunications Regulators' Council : ATRC）によるセクター別の相互認識協定（Mutual Recognition Agreement/Arrangement : MRA）¹⁰¹の推進が順調な進捗を見せている。ASEAN は、すでにインドネシアとシンガポール間、ブルネイ共和国とシンガポール間の相互承認の実施を開始しており、2004 年末までにはマレーシアとシンガポール間での MRA が開始される予定である。こうした協定で ASEAN 内での MRA ネットワークを拡充することにより電気通信機器の低廉化に寄与し、これによって、より多くのエンドユーザにインターネットアクセスを提供することが目指されている¹⁰²。

<民間セクターとの対話>

ASEAN では 2004 年、同地域内の民間セクターの代表者が参加する e-ASEAN ビジネス協議会（e-ASEAN Business Council : e-ABC）を設立しており、IT インフラストラクチャの整備や e ラーニングの学位認定などのトピックに関して意見交換を行っている。ASEAN は 第 4 回電気通信情報閣僚会議において、地域の ICT 発展のために 同協議会などを通じて定期的に民間セクターとの対話を実施することに合意した¹⁰³。

<中国、韓国、日本、インドとの関係強化>

ASEAN はこれまでに引き続き中国、日本、韓国、インドといったアジア内の主要国との関係強化および拡充に努めている。2004 年には、第 4 回電気通信情報閣僚会議において、こうした国々との相互理解を深め、より緊密なパートナーシップを築くことを目的とした閣僚レベルの会議を設立している。ASEAN は今後、ブロードバンド普及やサイバー・セキュリティにおける人材育成、障害者や高齢者の ICT 利用促進、RFID、多言語化ソフトウェアのバーチャルネットワークといった分野において、日本や韓国との協力関係強化して行く可能性があるとしている¹⁰⁴。

¹⁰¹ ある国で認証されたセキュリティレベルを相互認証に調印したすべての国で通用させることを確認する協定

¹⁰² “JOINT MEDIA STATEMENT THE FOURTH ASEAN TELECOMMUNICATIONS AND IT MINISTERS MEETING (4TH ASEAN TELMIN),” Aug. 5, 2004, <http://www.aseansec.org/16296.htm>

¹⁰³ 同上

¹⁰⁴ 同上

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1月
本 部	シンガポール	加盟国数	21カ国
活動目的	アジア・太平洋地域内での経済協力の障害を解消し、貿易、投資、経済発展、地域開発を推進することで、域内の通貨、サービス、資本の移動を活性化する		
EC 関連 政策提案	1997年3月 電子署名に関する法的・技術的構造について提言 2002年10月 閣僚会議にて「オンライン環境での自主的な消費者保護ガイドライン」に合意 2003年2月 プライバシー原則とメカニズムを実施するデータ・プライバシー小委員会を設置 2004年2月 チリのサンチアゴにて ECSG 第9回会議を開催 2004年7月 タイにて「ペーパーレス貿易のための ebXML に関するシンポジウム」を開催		
URL	http://www.apecsec.org.sg		

(1) 概要

アジア太平洋経済協力会議（Asia Pacific Economic Cooperation : APEC）は、1997年11月に開催された「第5回 APEC 首脳会議」の宣言文において、APEC 経済において電子商取引が重要な役割を担っていくとの認識を示し、加盟国が電子商取引による利益を最大化するように一貫性ある法的規制を作り、また域内電子商取引促進のための広範な原則を制定することを決定した。

この決定に基づき、APEC ではその後、政策作りの経験や情報、ベストプラクティスの共有支援や政策や立法に関するガイドラインの作成、そして勧告事項の提示といった活動を進めてきた。ただし APEC は、特定の問題に対して、具体的な規則化作業を行ったり、実質的な意見調停を行うことはない。

APEC 内で 電子商取引に関する取り組みを進めるのは電子商取引運営グループ（Electronic Commerce Steering Group : ECSG）と呼ばれる作業部会である。ECSG では、APEC における電子商取引活動の支援や「電子商取引に関する活動の青写真」として纏められた行動計画の実行支援を行っている。ECSG は 1996年6月に、ニュージーランドのオークランドで第1回会議を開催したのを皮切りにこれまでに9回の会議を開催しており¹⁰⁵、この中で主にペーパーレス貿易や消費者保護、プライバシーといったトピックを取り上げている。2003年3月にタイのチェンマイで開催された第7回会議では、主に電子商取引普及のための効率的なプライバシー保護や国家間のスムーズなデータ交換の重要性などに関して意見交換が行われ、さらに同年8月にタイのプーケットで開催された第8回会議では、2003年の取り組みのレビューや今後の議題に関する審議が行われたほか、上級高官に対する提言が取り纏められた。

¹⁰⁵ 第2回会議（2000年7月、タイ・バンコク）、第3回会議（2001年3月、オーストラリア・キャンベラ）、第4回会議（2001年8月、中国・大連）、第5回会議（2002年2月、メキシコ・メキシコシティ）、第6回会議（2002年8月、メキシコ・アカプルコ）、第7回会議（2003年2月、タイ・チェンマイ）、第8回会議（2003年8月、タイ・プーケット）、第9回会議（2004年2月、チリ・サンチアゴ）

(2) 2004年の主な動き

APECは2004年、同年2月にチリのサンチアゴにてECSGの第9回会議を開催しており、この中でプライバシー保護に関する政策フレームワーク構築をはじめとする様々なトピックに関して議論が重ねられた。同会議で審議された主要トピックは以下の通りとなっている¹⁰⁶。

<ペーパーレス貿易>

APECでは、各国に対して、関税の支払いや関連書類の提出など貿易に必要な手続きに関して紙ベースの書類提出義務を無くすための行動計画を纏めた「ペーパーレス貿易個別行動計画（Paperless Trading Individual Action Plans）」の提出を求めているが、これに対して2003年までに加盟国はそれぞれ行動計画の提出を済ませている。同行動計画では、先進国に対して可能であれば2005年までに（発展途上国は可能であれば2010年までに）貿易手続きのペーパーレス化を完了することが目標とされている。

第9回会議においてECSGは、APEC内にペーパーレス貿易に関する取り組みを監督する小グループを新たに設立することに合意し、今後行動計画の推進体制が強化されることになった。またECSGは「官民パートナーシップ・ダイアログ（APEC Public-Private Partnership Dialogue on Paperless Trading）」を設置することで、ペーパーレス貿易実現のための官民間のコミュニケーションを強化していくことが定められた。さらにECSGは2004年7月、タイにおいて「ペーパーレス貿易のためのebXMLに関するシンポジウム（APEC Symposium on ebXML for Internet Paperless Trading and Collaborative e-Business）」を開催しており、複数の貿易システム間での共通言語としてのebXMLの有用性などに関して議論が行われた。

<消費者保護>

ECSGでは、オンライン売買における不正行為や詐欺行為から消費者を保護するで電子商取引における消費者の信頼確立に取り組んでおり、2002年10月の閣僚会議で合意された「オンライン環境での自主的な消費者保護ガイドライン（APEC Voluntary Consumer Protection Guidelines for the Online Environment）」に基づいて、各国の消費者保護の取り組みを支援している。こうした中、ECSGでは電子商取引に関する国際協力や教育・啓蒙活動、そして民間セクターにおける取り組みにおいてリーダーシップを取ったり、またオンライン広告・マーケティング、消費者の争議仲裁なども取り扱っている。2004年9月にシンガポールにて開催された「法遵守のための調査トレーニング・ワークショップ（Investigatory Training Workshop for Law Enforcement Personnel）」では、消費者保護に関連する法律の遵守方法などに関して加盟国間で議論が交わされた。

¹⁰⁶“Electronic Commerce Steering Group,” http://www.apecsec.org.sg/apec/apec_groups/som_special_task_groups/electronic_commerce.html

<データ・プライバシー問題>

APEC 加盟国がデータ・プライバシー問題を取り扱う上での課題は、国際的な情報交換において如何に消費者の個人情報を保護するかである。まず ECSG は 2002 年、APEC の国がデータ・プライバシー問題に対して共通して使用することが出来るアプローチ方法を開発することを目的として、各国におけるデータ・プライバシー問題へのアプローチ方法をマッピングした。次のステップとして、ECSG は 2003 年 2 月、各国におけるデータ・プライバシー問題への取り組みに関して情報を交換し、データ・プライバシー保護におけるベストプラクティスを見つけたり、共有することで一般の意識を高めることを目的として、プライバシー原則とメカニズムを実施するデータ・プライバシー・サブグループを設置した。

ECSG は、2004 年 2 月の第 9 回会議において、先に提出された「プライバシー・フレームワーク (APEC Privacy Framework)」の第 9 版草案に関して、ステークホルダー間での調整が行われたほか、今後 APEC のプライバシー原則や同フレームワークの最終化に取り掛かることで合意に至った。

<加盟国のスパム対策調査>

ECSG は、スパム対策への取り組みを 2004 年の審議項目に含めることに合意しており、これに基づいて、加盟国の法律や自主規制、そして教育的な取り組みに関して調査・開発が行われる予定である。

2.2 北米

2.2.1 米国

主な法的枠組み、法律・法案	1997年7月 「グローバルな電子商取引のための枠組み」成立 1998年10月 「1998年デジタル・ミレニアム著作権法」成立 1999年 「統一電子処理法」成立 2000年4月 「子供オンライン・プライバシー保護法案」成立 2000年6月 「国際・国内取引における電子署名法」成立 2002年11月 「サイバー・セキュリティ研究開発法」成立 2003年2月 「安全なサイバー空間のための国家戦略」発表 2003年12月 「スパムメール対策法」成立 2004年4月 インターネット接続税の一時禁止措置の4年間延長 2004年6月 上院「知的所有権保護法」可決 2004年7月 「ID窃盗厳罰化法」成立 2004年9月 下院「海賊防止及び教育法」可決 2004年9月 上院商務・科学・運輸委員会「スパイウェア・ブロック法案」可決 2004年10月 下院「スパイウェア規制法案」可決
---------------	--

(1) 概要

米国ではクリントン政権下の 1997 年 7 月、「グローバルな電子商取引のための枠組み (A Framework for Global Electronic Commerce)」が発表され、その後この枠組みをベースとして電子商取引関連の政策や法整備を着々と進められてきた。まず 1998 年に「1998 年デジタル・ミレニアム著作権法 (Digital Millennium Copyright Act)」が制定されたのを皮切りに、1999 年には「統一電子処理法 (Uniform Electronic Transactions Act : UETA)」、2000 年には「子供オンライン・プライバシー保護法 (Children's Online Privacy Protection Act : COPPA)」と「電子署名法 (Electronic Signatures in Global and National Commerce Act : E-SIGN)」などが電子商取引に必要となる一通りの法律が整備された。

2001 年初めに誕生したブッシュ政権では、こうした基盤をベースに、インターネットを含む IT を利用した政府機能の迅速化やビジネスの効率化に積極的に取り組んでおり、就任以降「クイックシルバー・プロジェクト」と呼ばれる省庁横断型の電子政府プロジェクトを進めている。また 2001 年 9 月 11 日の同時多発テロ事件以降は、安全保障関連問題がブッシュ政権の最優先課題となっており、それに関連してコンピュータのセキュリティ問題などにも重点がシフトしている。2002 年 11 月には、サイバー・セキュリティ研究開発法 (Cyber Security Research and Development Act) が施行され、国内の重要な情報インフラをテロリストから守るため、今後 5 年間で約 9 億ドルを充てることが定められたほか、2003 年 2 月に発表された「安全なサイバー空間のための国家戦略 (A National Strategy to Secure Cyberspace)」では、サイバー・セキュリティ確保における連邦政府の役割や州・地方政府や民間企業、大学、その他関連機関や市民が取るべき行動を「レコメンデーション」の形で提示している。

また 2003 年 12 月には、スパムメール問題の深刻化を受けて、米国内のスパムメールの取締りを目的とする「スパムメール対策法 (Can Spam Act: Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography

and Marketing Act of 2003) 」が成立し、スパムメールを送信する企業に対して、消費者にメールの受信を拒否する権利を与えることを義務付けたほか、これに違反した場合に最大 5 年の懲役や最高 200 万ドルの罰金などが課せられることになった。

(2) 2004 年の主な動き

<2007 年までに全世界帯にブロードバンド接続を>

ブッシュ大統領は 2004 年 4 月ミネソタ州ミズーリでの演説で、米国がブロードバンド普及ランキングで世界 10 位と、一部のアジア諸国や欧州諸国から大きく遅れをとっていることに不満の意を表明し、「2007 年までに全ての米国世帯がブロードバンドに加入できる環境整備を行う」とするブロードバンド普及政策の目標を打ち上げた。これまでブッシュ政権は、「投資とイノベーションを促進する規制緩和政策」を基本姿勢に国家が主導するブロードバンド政策は打ち出してこなかったが、国家ブロードバンド政策の欠如こそがブロードバンド普及の遅れにつながったとの批判が電気通信事業者や業界全体から噴出していたことが政策転換に繋がったと考えられている。

ブッシュ大統領はこの目標を実現するための具体的な政策として、インターネット接続に対して消費者が支払う売上税を免除するよう議会に求めたほか、ブロードバンド接続事業者が設備投資やネットワーク拡大のために連邦所有地をもっと簡単に利用できるよう、連邦政府関連機関に対して手続きの簡素化を命じた。

またブッシュ大統領は、ブロードバンド普及のためのキラーアプリケーションとして、電子カルテを全米の医療機関に今後 10 年以内に導入していく方針を示した。電子カルテ導入によって、各医療機関は患者の医療記録を共有したり、医療手続きを効率化できると見込まれており、高騰する医療費の抑制に大いに役立つと期待されている。さらにブッシュ大統領は光ファイバー接続の規制緩和を目指す連邦通信委員会 (FCC) の取り組みや、電力線ブロードバンドの仕様を開発する商務省の取り組みを支持すると発表した¹⁰⁷。

<ネット接続への非課税措置延長も、恒久化は見送り>

2003 年 11 月にインターネット接続への一時課税禁止措置が失効したことを受けて、米国議会では、インターネット接続への課税に関して活発な議論が交わされている。2003 年 9 月に下院議会では、インターネット接続への課税に恒久的に禁止し、さらに 17 州で行われている DSL 接続料への課税を禁止する法案が可決された。しかし、その後上院議会 2004 年 4 月に可決された法案では、インターネット接続への課税禁止が地方自治体の財政に与える影響を懸念する反対議員の抵抗を受けて、インターネット接続への課税禁止の恒久化は見送られて 4 年間の延長にとどまり、さらに下院法案では認めていなかった DSL への課税も、上院の法案では 2005 年 11 月まで許可す

¹⁰⁷ <http://www.whitehouse.gov/news/releases/2004/04/20040426-6.html>

る内容になっている。ブッシュ大統領は、インターネット接続への課税禁止に関する法案に署名する意向を示している¹⁰⁸。

<P2P 規制への動き>

米国議会は、P2P ネットワークを使った音楽や映画などの著作権付きファイルの交換による著作権侵害を防ぐことを目的として、P2P ネットワーク上でこうしたファイルを公開して他人がコピーできるようにしているユーザを取り締まる法律の制定にも動き出している。

まず 2004 年 6 月、米国上院議会は、P2P ネットワークを使って著作権侵害の容疑者に対し、レコード会社などの著作権保有者だけでなく司法省も民事訴訟を起こすことを可能にする「知的所有権保護法（Protecting Intellectual Rights Against Theft and Expropriation : PIRATE） Act of 2004」を可決した。同法案では、司法省による著作権侵害訴訟の費用として、2005 年度予算に 200 万ドルを割当てることになっている¹⁰⁹。

一方米下院は、2004 年 9 月末、ファイル交換ネットワークの取締り策として P2P ファイル交換者に最高 5 年の刑期を科すことを定めた「海賊防止及び教育法（Piracy Deterrence and Education Act : PDEA）」を可決した。同法案では、P2P ネットワークなどを使って 1,000 ドル以上の著作物を「一般大衆に配布する目的で」提供した者に対し、3 年以下の懲役および 25 万ドル以下の罰金を科することができるようにし、また検察官は 1,000 ドルの著作物が実際にダウンロードされたことを立証する必要はなく、単にそれらのファイルが共有フォルダの中で誰もがアクセス可能な状態に置かれたことのみを証明すればよいことになり、ファイル交換者らに対する捜査や有罪宣告をより容易に行うことが目的とされている¹¹⁰。

下院と上院は、それぞれの P2P 規制法案の相違点を調整してひとつの法案として統合し、再び両院での可決を行った後に、ブッシュ大統領の署名を経て法案として成立することになる。

<フィッシング規制>

米国において、金融機関からの電子メールを装って、クレジットカード番号や銀行口座番号、社会保障番号などの個人情報を奪う「フィッシング」と呼ばれるオンライン詐欺の被害が近年拡大しており、調査会社 Gartner 社によると、米国人被害者数は年間約 700 万人になるという。こうした事態を受けて、米国では 2004 年 7 月、フィッシング行為を刑事罰の対象にする「ID 窃盗厳罰化法（Identity Theft Penalty Enhancement Act : ITPEA）」を成立させている。この法律は、犯罪目的で他人の個人情報を所有することへの刑罰のガイドラインを設定している。ブッシュ大統領は、同法律の署名に先立ち「個人情報の窃盗行為は、わが国の経済が基盤としている基本的信頼を揺るがすものだ」と述べ、また「保険への加入やオンラインでの購入、預金口座の開設などを

¹⁰⁸ <http://www.internetnews.com/bus-news/article.php/3347651>

¹⁰⁹ <http://news.com.com/2100-1027-5248333.html>

¹¹⁰ http://news.com.com/2100-1028_3-5387682.html

行うときには、人々は自分の金融情報が保護され、大切に扱われていると確信できる必要がある。個人情報の窃盗は、直接の被害者だけでなく、多くの企業や顧客の確信を揺るがし、害をもたらす」と述べている¹¹¹。

<スパイウェア規制法>

米国議会では、ユーザが知らないうちに、インターネット接続を介して密かにユーザ情報を集めるソフト、いわゆるスパイウェアに対する取締りを強化する法律制定にも動き出している。下院は10月、スパイウェアを禁止する「スパイウェア規制法案（Securely Protect Yourself Against Cyber Trespass : SPY ACT）」を399対1の圧倒的多数で可決した。この法案は、許可なくユーザのコンピュータにプログラムをダウンロードするコンピュータ技術を非合法化するほか、ユーザのコンピュータ乗っ取り、閉じることができないポップアップ広告の表示、ユーザ設定の変更、個人情報の無許可ダウンロードも禁じている¹¹²。

一方上院においても、SPY ACTに類似した「スパイウェア・ブロック法案（Software Principles Yielding Better Levels of Consumer Knowledge : Spy Block Act）」が商業・科学・運輸委員会を9月に通過しており、スパイウェア法案に違反した場合に科される刑事罰に関する別の法案「インターネット・スパイウェア・防止法案（Internet Spyware Prevention Act : I-SPY Act）」の内容が上院に諮られる法案に盛り込まれる可能性もあるという¹¹³。

¹¹¹ <http://news.com.com/2100-1028-5270077.html>

¹¹² <http://japan.cnet.com/news/media/story/0,2000047715,20069489,00.htm>

¹¹³ <http://www.internetnews.com/bus-news/article.php/3419211>

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」発表
	1998年10月	「電子商取引における暗号政策の枠組」発表
	1999年9月	「統一電子商取引法」成立
	2000年4月	「個人情報保護と電子文書法」施行
	2001年4月	「2001年電子取引法」施行
	2004年5月	「カナダにおけるスパム対策行動計画」発表、スパム・タスクフォース設置
	2004年5月	「電子認証原則」発表
	2004年5月	「安全な電子署名規制」発表
	2004年9月	「EコマースからE経済へ：21世紀における戦略」カンファレンス開催

(1) 概要

カナダ政府は1998年9月に、州・準州・民間部門との協力により「電子商取引戦略（Electronic Commerce Strategy）」を作成し、この戦略に基づいて電子商取引関連政策を進めてきた。その後まずカナダ政府は1998年10月に「UNCITRALモデル法」を基に「統一電子商取引法（Uniform Electronic Commerce Act）」を制定しており、これをベースに各州および準州は、それぞれ電子商取引法を制定している。また2001年1月には「個人情報保護と電子文書法（Personal Information Protection and Electronic Documents Act：PIPEDA）」が成立し、電子商取引を行う際に使われるプライバシー保護や電子商取引における電子署名の有効性を定めたほか、2001年4月には、「2001年電子取引法（Electronic Transactions Act, 2001：ETA）」が施行され、電子文書と電子署名が紙の文書の署名と同様の実行力を持つことが定められた。

なおカナダ政府では1998年10月に、暗号技術に関する政策指針として「電子商取引における暗号政策の枠組み（Cryptography Policy Framework for Electronic Commerce）」を発表しており、電子商取引を行う際に暗号技術や認証技術を使うことを奨励している。しかしカナダ政府では、「認証局（Certification Authorities：CA）」または「第三者信用（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の自由としている。また消費者保護の施策としては、官民の代表者から構成される「電子商取引及び消費者のための作業部会（Working Group on Electronic Commerce and Consumers）」が「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）」を纏めており、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。

また2001年1月に施行された連邦法「個人情報保護と電子文書法（Personal Information Protection and Electronic Documents Act：PIPEDA）」において、2002年1月、ユーザ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。

2003年1月には、電子商取引及び消費者のための作業部会が「電子商取引における消費者保護のための実用コード（Canadian Code of Practice for Consumer Protection in Electronic Commerce）」の作

業部会承認案を発表し、OECD による「電子商取引における消費者保護ガイドライン」に沿った、「情報開示」「履行」「契約成立・履行」「オンライン・プライバシー」「安全で確実な支払いと個人情報」「賠償」「スパムメール」「未成年への対応」に関する 8 原則の提案を行っている。

(2) 2004 年の主な動き

<スパム対策タスクフォース>

カナダ政府は 5 月、スパムメールと戦うための行動計画「カナダにおけるスパム対策行動計画 (Anti-Spam Action Plan for Canada)」を発表すると共に、こうした行動計画を実行するスパム・タスクフォース (Spam Task Force) を立ち上げた。同計画には、スパムメールを削減・管理するための手段を特定することを目的とした 6 つの行動計画と、これを実現するための政府、産業界、マーケティング業界、消費者のイニシアチブが含まれており、スパム・タスクフォースが行動計画全体の監督を担当している。ルシン・ロビラード (Lucienne Robillard) 産業相は、同行動計画の発表に当たって、「(行動計画の) 発表によって、カナダ政府は、スパムメールが複雑且つ世界的なものであると認識していることが示せた。われわれは、産業界や消費者とのパートナーシップのもと、革新的で適切なスパムメール問題の解決方法を見つけるための取り組みを進めていく。」と述べた。以下は、同行動計画で定められた 6 つの行動計画である¹¹⁴。

- 既存の法律および規制による手段の利用
- 規制および法律における抜け穴の再検証
- 現在産業界で実践されている対策の改善
- 合法的なマーケティング用メールを確認する技術の利用
- 消費者の教育および意識の向上
- スパムメールと戦うための国際的な枠組みの推進

<電子認証原則>

カナダ政府は 2004 年 5 月、1998 年の「電子取引における暗号政策の枠組み」に基づいて 21 世紀のデジタル環境における信用構築を目的とした「電子認証原則 (Electronic Authentication Principles)」の最終版を発表した。電子認証原則は、カナダ産業界が中心となり産業界や消費者団体、学会などで構成される電子認証原則作業部会によって作成されたもので、電子商取引ユーザの身分を確認し、電子的なコミュニケーションの秘匿性を守り、そして認証内容を変更できないようにするためのガイダンスを提供するものとなっている。今回発表された電子認証原則の内容は、以下の通りとなっている¹¹⁵。

¹¹⁴“Lucienne Robillard Announces Measures to Combat SPAM,” Industry Canada, May 11, 2003, <http://www.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/085256a5d006b972085256e91004e31e1?OpenDocument&Highlight=2,spam>

¹¹⁵“Principles for Electronic Authentication - A Canadian Framework,” http://e-com.ic.gc.ca/epic/internet/incec-ceac.nsf/en/h_gv00240e.html

- 参加者の責任：ユーザの責任は、ユーザの合理的な知識と抑止力の度合いに比例しなければならない
- リスク管理：認証プロセスのリスクは、公正で効率的なやり方で特定・審査・管理しなければならない
- セキュリティ：全てのユーザは、健全なセキュリティ管理を実践することで全体的なリスクの軽減に貢献しなければならない
- プライバシー：認証プロセスでは個人情報の収集・利用・開示は最小限に留めなければならない
- 情報開示の義務：認証サービスの提供者は、ユーザが認証サービスに関するリスクと責任を認識できるように情報を開示しなければならない
- 苦情対応：認証プロセスを実施する組織は、効率的且つ効果的な苦情対応プロセスを用意しなければならない

<安全な電子署名規制>

カナダ政府は 2004 年 5 月、2001 年 1 月に制定された 個人情報保護と電子文書法に従って、「安全な電子署名規制 (Secure Electronic Signature Regulation)」を発表した。同規制では、電子署名の定義、およびユーザと安全な電子署名の関係の明確化する技術やプロセスを規定しており、安全な電子署名は以下のような一連の作業を通じて有効になると規定されている¹¹⁶。

(送信者側)

- ハッシュ関数を使ってメッセージ・ダイジェストを作成する
- プライベート・キーを使ってメッセージ・ダイジェストを暗号化する
- 暗号化されたメッセージ・ダイジェストの電子書類を組み入れ・添付・関連付けする
- 電子署名証明あるいは電子署名証明へのアクセス手段と一緒に電子書類と暗号化されたメッセージ・ダイジェストを送信する

(受信者側)

- 電子署名証明書のパブリック・キーを使って、暗号化されたメッセージ・ダイジェストを解読し、メッセージ・ダイジェストを復元する
- ハッシュ関数を使って電子署名内のデータから新たなメッセージ・ダイジェストを作成する
- 2つのメッセージ・ダイジェストが同一のものか照合する
- 電子署名証明の有効性を照合する

<E コマースから E 経済へ>

カナダ政府は 2004 年 9 月、「E コマースから E 経済へ：21 世紀における戦略 (e-Commerce to e-Economy: Strategies for the 21st Century)」と題したカンファレンスをオタワで開催した。同イベントでは、ビジネス界のリーダーや政府関係者、そして学会関係者が集まり、カナダ経済の未来に向

¹¹⁶“Secure Electronic Signature Regulations,” May. 8, 2004, <http://canadagazette.gc.ca/part1/2004/20040508/html/regle6-e.html>

けた戦略的なビジョンの共有や議論が行われた。カナダ産業省のデビッド・L・エメルソン (David L. Emerson) 大臣は、基調講演で「我々は、カナダを ICT で強化された、世界の E 経済をリードする国にすることを目指しており、これによりカナダ国民全体に利益となる成長及び富の構築がなされる」と述べ、カナダの全産業において ICT をより積極的に活用して行くことを強調した¹¹⁷。

¹¹⁷ <http://www.e-economy.ca/english/home.htm>

2.3 アジア・太平洋

2.3.1 韓国

主な法的枠組み、法律・法案	1994年 「公共機関により管理された個人情報保護に関する法」制定 1999年2月 「1999年の電子署名法」制定。 1999年2月 「電子商取引基本法」制定 1999年4月 情報化政策「サイバー・코리아 21」発表 2000年12月 「韓国におけるEビジネス・イニシアチブ」 2002年4月 「e코리아・ビジョン 2006」 2003年 「2003年度電子商取引政策推進計画」 2003年 「電子文書利用促進のための特別法」制定 2003年 「eラーニング産業発展法」制定 2003年 「電子金融取引法」制定 2004年3月 「IT839戦略」発表 2004年6月 「u-Korea (ユビキタス・코리아) プロジェクト」発表 2004年7月 「不法スパムメール受け付けセンター」開設
---------------	---

(1) 概要

韓国では1999年2月に、電子商取引に関連する初の法律として「1999年電子商取引法」および「電子商取引基本法 (Basic Law on Electronic Commerce)」が制定され、これらによって電子署名および電子文書による商取引に法的効力が与えられることになった。韓国政府が続く1999年4月に発表した包括的IT推進計画「サイバー・코리아 21」では、2002年までに世界10位圏の情報化先進国に入ることを目標として掲げると共に、高速情報通信向けのインフラ整備や電子政府構築への取り組みが示された。

2000年12月、電子商取引政策会議が開催され、電子商取引の活性化を目的とした「韓国におけるEビジネス・イニシアチブ (e-Business Initiative in Korea)」計画がまとめられた。これは各省庁ごとの電子商取引推進や法案整備、電子文書や電子カタログの標準化などが含まれている。

こうした積極的な情報化政策を背景に世界有数のインターネット大国への成長を遂げた韓国は、2002年4月、「サイバー・코리아 21」に続く情報化政策として「e코리아・ビジョン 2006」¹¹⁸を発表し、グローバル情報社会を牽引する韓国の優位性をさらに確固たるものにすることを目標とした2006年までの国家IT政策戦略を示した。同ビジョンでは、①全産業部門の情報化を促進することで国際競争力を高める、②電子政府化の促進、③情報インフラを引き続き整備する、④グローバル情報社会にむけ国際協調を強化する、という4点に重点を置いたIT政策となっている。

また2003年発表の「2003年度電子商取引政策推進計画」において韓国政府は今後、法制、物流、決済など、e-ビジネス拡大のための基盤拡充に引き続き取り組み、2005年までに全商取引額に占める電子商取引に占める割合を30%まで引き上げ、企業経営の効率性と経済の透明性を高める

118

<http://www.nca.or.kr/homepage/ehome/ehome.nsf/f964af844c8a560dc92569890007fa5c/4f84e7068921413ec9256ce80024c20a?OpenDocument>

方針を示しており、これを受けて韓国政府は同年、「電子文書利用促進のための特別法」や「eラーニング産業発展法」、そして「電子金融取引法」といった電子商取引を促進させる法律を相次いで制定した。

(2) 2004年の主な動き

<u-KoreaとIT839戦略>

韓国情報通信部（Ministry of Information and Communication：MIC）は2004年6月、「サイバー・コリア 21」、「e コリア・ビジョン 2006」に続く新たな IT 国家戦略として「u-Korea（ユビキタス・コリア）プロジェクト」と呼ばれる事業を発表した。同事業は、情報産業を国家発展の推進力に位置付け、2007年までに「何時でも何処でも」インターネット、固定電話および移動体ネットワークへの連続・高速アクセスを提供するテレコムネットワークに繋がることが可能である「ユビキタス社会」を実現することで、国民平均所得を2万ドルまで高めることを目標に掲げている。

盧武鉉大統領は、u-Korea プロジェクトの発表にあたり、「経済の発展を推進するのみならず、我々の日常生活に革命をもたらす u-Korea 計画に胸を躍らせている」と述べるとともに、同プロジェクトを支持するために、積極的な規制緩和を行うことを約束した¹¹⁹。

同年3月に情報通信部が打ち出した「IT839戦略」は、u-Korea プロジェクト実現のための中核の戦略になるという。IT839戦略では、研究資金やインセンティブを優先的に配分する技術分野として、8つの新サービスと3つの主要インフラ、そして成長を推進する9つの産業分野を特定している¹²⁰。（表2-4参照）

表2-4 IT839戦略の概要

	分野	概要
8つのサービス	無線ブロードバンド・サービス (WiBro)	2004年中に WiBro サービスの免許制度に関する枠組みを作成し、2006年までに WiBro サービスを開始する。
	デジタル・マルチメディア・ブロードキャスティング (DMB)	2004年下半期に衛星 DMB サービスを全国的で、そして地上 DMB サービスをソウル首都圏内で開始する。地上 DMB サービスは2006年までに全国へ拡大する。
	デジタルホーム	2004年までに50万世帯、2007年までに1,000万世帯をホームネットワークに接続する。
	テレマティクス	2007年までに全人口の27%にターミナルを提供し、市場規模を3兆2,000億まで拡大させることで、世界テレマティクス市場における上位5カ国にランクインする。
	RFID	2007年までに世界最小・最安価の無線技術 RFID を実用化する。

¹¹⁹ <http://times.hankooki.com/lpage/tech/200406/kt2004060918105711800.htm>

¹²⁰ http://www.mic.go.kr/eng/res/res_pub_it839.jsp

	W-CDMA	2006年までに広帯域符号分割多元接続（W-CDMA）標準に準拠した全国ネットワークを構築する。
	デジタルテレビ	2005年までに全国に拡大する。
	VoIP	2006年までに400万人の利用者を獲得する。
3つのインフラ	ブロードバンド統合網	2010年までに2,000万人の利用者を獲得する。
	ユビキタスセンサーネットワーク	2010年までに普及させる。
	IPv6	2010年までにIPv6への移行を完了する。
9つの製品	次世代移動体通信	2006年までに商業サービスを開始し、2007年までに第4世代移動通信のためのコア技術を開発する。
	デジタルテレビ	2006年までに2方向DMBシステムを完成させる。
	ホームネットワーク	2004年に固定ワイヤレスと融合したホームサーバを、2005年に通信・放送と融合したホームサーバを、2006年に通信・放送・ゲームと融合したホームサーバを開発する。
	システムオンチップ（SoC）	2007年までに世界市場シェア3位以内に入る。
	次世代PC	2007年までにウェアラブルPCを実現する。
	組込ソフトウェア	2007年までに世界2位の生産国になる。
	デジタルコンテンツ	2007年までに世界市場上位5位に入る。
	テレマティクス	2005年までに実証実験のための設備を整備する。
インテリジェンス・サービス・ロボット	2007年までに世界市場でのプレゼンスを確立する。	

出典：韓国情報通信部の資料（2004年6月）を元に作成

<不法スパムメール受け付けセンターの開設>

韓国情報通信部は2004年7月、スパムメール被害の苦情を受け付ける専用相談窓口「不法スパムメール受け付けセンター」を開設した¹²¹。韓国ではこれまで韓国情報保護振興院（KIST）の個人情報侵害申告センターで相談を受け付けてきたが、スパムメールに関する通報や相談件数が年々増加し、2002年現在で11,621件と早くも昨年の4倍弱になったため、専用窓口の設置を決めた。同サイトでは、スパムメールの通報や相談の事例、スパムメールの受信拒否方法や適切なインターネット利用方法、情報通信利用促進及び情報保護に関する法律、スパムメール受信抑制ソフトの紹介、海外から送信された英文のスパムメールに対する断り方の例文などが掲載されている。

¹²¹ <http://www.spamcop.or.kr/>

2.3.2 中国

主な法的枠組み、法律・法案	1993年 「三金プロジェクト」開始 2000年 「中国における電子商務の発展についての指導的意見（初稿）」 2001年1月 暗号化技術使用に関する規制発表 2001年7月 新特許法施行 2001年12月 WTOに正式加盟 2003年 「コンピュータネットワーク著作権をめぐる争議に適用される法律に関する若干の問題の解釈」を改訂 2004年6月 「不法・不適切情報センター」開設 2004年8月 全国人民代表大会にて「電子署名法」可決
---------------	--

(1) 概要

中国における情報化政策は、1993年の「三金プロジェクト」から始まる。同プロジェクトは、「金」を頭文字とした情報化プロジェクトで、1993年から現在に至るまで同プロジェクトの下で10以上のプロジェクトが実施されてきた。

- ① 金橋プロジェクト（国家情報通信ネットワークの構築）
- ② 金関プロジェクト（EDI/貿易情報ネットワークの構築）
- ③ 金カード・プロジェクト（クレジットカードやキャッシュカードの普及促進）

1996年には国家の情報化推進をリードするために、「国务院情報化始動グループ」が設立され、その後の中国における情報化の発展に大きく寄与してきた。1998年には、信息产业部が設立され、さらに2001年には、前述の「国家情報化指導グループ」の一環として再編され、朱鎔基総理をはじめとする国家のトップリーダーがメンバーとして任命されて、国家情報化推進の体制が強化された。

2001年から始まった第10次五カ年計画（2001年～2005年）では、情報通信のインフラ整備や情報産業の育成などを優先課題として取り上げている。江沢民－朱鎔基体制下で策定されたこの5カ年計画では、2010年におけるGDPは2000年のGDPの倍という目標を設定していたが、その後、胡錦濤－温家宝体制が成立した2002年11月の党16全大会、及び2003年3月の10期全人代第1回会議において、2020年までに2000年のGDPを4倍増にするなど、目標がさらに補強された¹²²。中国新華網社によると、2003年の中国ハイテク産業産出価値は前年比30.8%増の2.75兆元となり、また、中国国家発展・改革委員会は、ハイテク産業の主要な発展指標は第10次五カ年計画の目標より2年早く達成したと公表している¹²³。

中国では、1999年10月に成立した「商業契約法（Contract Law）」によってEDIにより作成された契約が合法化されたものの、電子商取引を体系的に法制化する動きは比較的遅れている。中国政府は2000年春になって発表した「中国における電子商務の発展についての指導的意見（初稿）」では、商業法規、知的財産法規、セキュリティ関連法規、金融法規、税関関連法規、また、

¹²² <http://www.mof.go.jp/jouhou/soken/kenkyu/ron009a.pdf>

<http://www.panda.hello-net.info/data/10.5data.htm>

¹²³ http://203.192.6.79/200402/aaa205085731_1.htm

外国投資家の中国ネット市場への参入問題が網羅され、中国における電子商取引（電子商務）の広範囲をカバーした基本的な法律となると見られている。また中国政府は、インターネット上における著作権侵害問題の深刻化を受けて、2001年に中華人民共和国著作権法を改訂し、コンピュータソフトと情報ネットワーク配信権の保護方法を定めたほか、また2003年には最高人民法院が「コンピュータネットワーク著作権をめぐる争議に適用される法律に関する若干の問題の解釈」を改訂した。

(2) 2004年の主な動き

<電子署名法の成立>

中国政府は、国内におけるインターネットなどを利用した電子ビジネスが増加し、電子署名のニーズが増加してきたことに応える形で、2003年より電子的な署名に法的な効力を持たせる「電子署名法案」の策定を行っていたが、2004年8月、中国の最高立法機関である全国人民代表大会にて、同法案が可決された。今回可決された電子署名法によって、電子署名が手書きの署名や印鑑と同レベルの法的効力を持つようになったことで、インターネット上で署名が行われた文書にも、紙ベースの文書と同等の有効性が生じ、電子商取引に法的な拘束力が認められることになる。また同法では、電子署名は署名者を特定し、署名付き文書の内容を保証するものであるよう義務付けているほか、中国政府が署名の有効性を確認することを目的として第三者機関の電子署名プロバイダを承認・管理することを定めている。なお、2003年に中国政府が開始した電子消印（EPM）サービスにおける電子情報のセキュリティを強化するためにも、「電子署名法」の制定は非常に意義のあるものとなっている¹²⁴。

<不法・不適切情報センターの設立>

インターネット上のプライバシー保護に関する政府の取り決めはとくになく、反対に、情報規制・検閲を積極推進している。情報産業部をはじめとする政府機関は2004年6月、市民が違法あるいは不適切な情報を掲載するウェブサイトを通報することができるウェブサイト「不法・不適切情報センター（Illegal Inappropriate Information Center）」を開設した。同センターは、通信キャリアなどで構成される中国インターネット協会（Internet Society of China：ISC）が運営を行うことになっている。違法サイトを見つけた市民は、登録作業などを行わずに、ウェブサイトを直接申告することが出来る。苦情を申し立てる市民は、ウェブサイトのアドレスを提供し、問題のコンテンツの場所や連絡先を提供しなければならないが、いずれも秘匿が守られる。調査の結果通報が事実だと証明された場合、通報されたウェブサイトに対し、不法あるいは不適切なコンテンツを改訂するよう警告が行われる。もしウェブサイトがこれに応じない場合、ISCは、ウェブサイトの名前とコンテンツの違法性を一般に公開する。また同センターでは、反国家的な発言や反体制的なプロパガンダ、カルト、迷信、暴力、猥褻なコンテンツなど、どういったコンテンツが非合法あるいは不適切な内容と定義されるかについての情報も提供している¹²⁵。

¹²⁴ http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2004-08/28/content_369759.htm

¹²⁵ <http://www.interfax.com/com?id=5731126&item=Chin>

2.3.3 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」発足
	2002年4月	「電子署名法」施行
	2002年5月	「チャレンジ2008」発表
	2002年6月	「e-Taiwan計画」発表
	2003年9月	デジタルデバイド是正監督委員会設立
	2004年3月	中小企業を対象とした「デジタルデバイド解消のための4カ年計画」発表
	2004年5月	財務省インターネット販売を対象とした初の税務調査を開始
	2004年8月	「デジタルデバイド解消のための行動計画」

(1) 概要

台湾における情報化政策は、1994年から始まった「国家情報インフラ（National Information Infrastructure：NII）開発プロジェクト」から本格化したといえる。「NII開発プロジェクト」では、既存の電気通信ネットワークの近代化、広帯域ネットワークの建設、新しいアプリケーションの開発を通じて高度情報通信基盤を構築することを目標としており、これをベースにその後ITインフラの整備が進められた。

電子商取引関連の法整備が始まったのはインターネットの普及と共に電子商取引市場が急速な成長を見せ始める2000年以降で、2002年4月に施行された「電子署名法」では電子署名に法的効力が認められることになったほか、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。また台湾は、2001年11月の世界貿易機関（WTO）への正式加盟をきっかけとして、2002年以降、著作権法の全面的な見直し作業に取り組んでおり、インターネット上の著作権問題を含め、台湾の知的所有権保護に関する法規や施行状況が国際規範に合致するように積極的に推進し、必要に応じて関連法規の見直しを図っている。

2002年5月には「チャレンジ2008」と題された6カ年の包括的な国家戦略を打ち出している。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のプロジェクトには総額2兆6,000万台湾ドル（約750億ドル）規模の予算を割当てるとしている。「チャレンジ2008」の1つとして台湾政府が同年6月に発表した「e-Taiwan計画」では、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ことを予定している。

また2003年11月には、経済省（Ministry of Economic Affairs：MOEA）がウェブサービスを導入しようとする企業に対して、確実なセキュリティ・モデルに関して情報提供を行う国際セミナーを開催している。

(2) 2004年の主な動き

<デジタルデバインド>

台湾では 2003 年 9 月に行政院が「デジタルデバインド是正監督委員会 (Bridging Digital Divide Supervising Committee)」を設立した後、デジタルデバインド是正への取り組みを開始しており、2004 年においても精力的な活動が行われている。

行政院は 2004 年 3 月、国内の中小企業を対象としたデジタルデバインド解消のための 4 カ年計画を発表した。行政院は、2004 年から 2005 年度におけるデジタルデバインド是正に関連する予算として、45 億台湾ドルを配分している。4 カ年計画では、中小企業 15 万社にブロードバンド接続を普及させるほか、10 万社の中小企業において電子商取引の導入を促進することを目標としており、これによって国内情報サービス企業におよそ 70 億台湾ドルの経済効果を見込んでいる。同計画では今後、デジタルデバインド是正を目的として、地方の独自性やコミュニティの文化を通じた発展を促進するコーディネーションセンターを 4 年間で 300 箇所設置する予定である。行政院は、デジタルデバインド是正によって企業の事業コストの削減と業務効率化などを通じて 400 億台湾ドルの経済効果、さらに台湾の電子・デジタル発展の経験の共有による国際的なビジネスチャンスの増加で、80 億台湾ドルの経済効果を見込んでいる¹²⁶。

また台湾行政院は 2004 年 8 月、遠隔地におけるブロードバンド普及政策を支援する「デジタルデバインド解消のための行動計画」を立ち上げ、インターネット補助金、過疎地域における学生を持つ家庭でのコンピュータ普及率の向上、ブロードバンドインフラの整備、地域における情報化を促進する「デジタル機会センター (Digital Opportunity Center)」の設置などのために、4 年間で最大 6 兆 8,000 億台湾ドルの予算を割当てる予定である¹²⁷。

<インターネット販売への課税>

台湾財務省は 2004 年 5 月、インターネット販売を対象とした初の税務調査を開始すると発表した。2003 年の台湾におけるオンライン販売による総売上高は 100 億台湾ドルを超えており、同省は、こうした収入の税金未納を重視し、自主的にオンライン販売による収入を所得に含めて税申告を行うように呼びかけた。国税局 (National Tax Administration : NTA) によると、全てのタイプのオンライン販売による収入が課税対象となるわけではなく、インターネットオークションで個人的な中古製品を売却した場合は、収入に含める必要がないという。また NTX では中古あるいは新品に関わらず、インターネットを介した卸売りなどを「一時的な取引収入」と呼ばれる分野に定義し、同分野での課税を義務付けている。NTX では、インターネット販売の課税対象者を特定する上で技術的な問題があることを認めており、国税局職員に対して、オンライン販売を対象とした税務調査の方法を指導している¹²⁸。

¹²⁶ http://th.gio.gov.tw/show.cfm?news_id=20332

¹²⁷ <http://www.commercenet.org.tw/EN/News/Content.asp?NewsID=970>

¹²⁸ <http://archive.udn.com/2004/5/7/NEWS/FINANCE/X1/2007950.shtml>

2.3.4 シンガポール

主な法的枠組み、法律・法案	1992年 「IT2000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」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」発表 1998年7月 「電子商取引法」施行 1998年9月 「電子商取引マスタープラン」 1999年2月 「1999年電子取引規制」（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」 2004年2月 電子商取引法に関して一般からの意見を募る「Public Consultation Paper」を発表
---------------	---

(1) 概要

シンガポール政府は、1992年の「IT2000計画（IT2000インテリジェント・アイランド構想）」で21世紀に向けた情報化政策の枠組みを示した後、1996年に発表した「シンガポール・ワン構想」では、シンガポールの全世帯にブロードバンドによるマルチメディアサービスを提供することを目標として具体的に情報インフラ整備の方針を示している。

シンガポール政府が電子商取引を活性化する具体的な取り組みを本格化させたのは、1996年の電子商取引環境整備プログラム（E-commerce Hotbed Program）」や1997年の電子商取引政策委員会の発足後からで、その後短期の間で電子商取引関連の法律や法的枠組が相次いで整備されていった。シンガポール政府は、まず1998年4月に電子商取引に関連する法整備などに関する枠組みを定めた「電子商取引の政策枠組み」を発表した後、1998年7月に電子商取引を取り巻く法的基盤を定めた「電子商取引法（Electronic Transaction Act : ETA）」、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（E-Commerce Master Plan）」、1999年2月に電子署名を合法化する「1999年電子取引規制（Electronic Transactions Regulations of 1999）」を発表している。その他1998年9月には、産業界が個人情報に関する自主規制として「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）」を発表している。

さらに2000年には、シンガポール政府は「Infocomm21」と題されたIT振興のための国家戦略を発表し、その後電子商取引の推進も含めた情報通信振興基本政策も定め、同国家戦略に基づいたIT振興政策を行っている。2003年5月には、シンガポール商品コード評議会（Singapore Article Number Council）や標準・生産性・確信委員会（Singapore Standards Productivity and Innovation）等と協力し、商品調達の電子化によって調達に掛かる時間や手間を削減し、生産性向上を図る取り組みとして「電子的なサプライチェーン・マネジメント・エコシステム（e-Supply Chain Management Ecosystem）」の試験的な運用を始めている。

(2) 2004年の主な動き

<電子商取引法の見直し>

シンガポール情報通信開発局（Infocomm Development Authority：IDA）は2004年2月、法務省（Attorney General's Chambers：AGC）と共同で、1998年に施行された電子商取引法（Electronic Transactions Act：ETA）に関して市民からの意見を募る一般意見公募書（Public Consultation Paper）を発表した¹²⁹。一般意見公募は3段階に分かれていて、2月の発表は第1段階となっている。第2段階では、ETAから除外される項目を特定し、第3ステージではセキュアな電子署名と認証局に関する意見を公募する予定である。こうした一般意見公募書の発行は、産業における電子商取引のトレンドや発展を考慮に入れて、官民両セクターで意見共有を行うプラットフォーム作りの取り組みの一環で、今後国際開発に関連する項目やUNCITRALの電子商取引作業部会が行っている取り組みを考慮に入れて、オリジナルの法律に改訂を加える予定である。

<スパムメール>

シンガポールにおいても、スパムメール問題が深刻化しており、同国におけるスパムメールの被害総額が年間約2,000万シンガポールドルから5,000万シンガポールドルにのぼるとIDAは推測している。こうした中でIDAは、スパムメールを規制するための法律の策定に動き出しており、2004年5月には「スパムメールを規制する法的枠組み」を公表し、7月まで一般市民からの意見募集が行なわれた。IDAはこうした意見を元に今後、法案作りを進めていく予定である。

<共同ハイテク製造計画>

IDAは2004年、世界的なB2B電子商取引の標準プロトコルであるロゼッタネットやウェブサービス技術などを利用して、5年以内に10件のエンド・ツー・エンドのサプライチェーンを統合し、自動化することを目指した「共同ハイテク製造計画（Collaborative High-Tech Manufacturing Plan）」を発表した。IDAによると、同計画にはこうしたサプライチェーンを利用する企業は、シーゲート（Seagate）社やマクスター（Maxtor）社、HP社、モトローラ（Motorola）社といった多国籍企業からベンチャーコーポレーション（Venture Corporation）やMMI社といったOEMの製造企業まで幅広く含まれており、同計画によって恩恵を受ける製造企業とローカルなサプライヤーは、併せて約500社になるという。

2004年4月時点においてシンガポールでは、約100社がロゼッタネットを利用しているが、こうした企業の大部分は購入注文や配達注文、請求書送付といったプロセスにとどまっており、IDAではこうした機能をベースにして、新たに、ロジスティクス関連の注文や電子支払い、そして協働デザインなどの高機能を付け加えることを計画している。同プランは、年間7億シンガポールドルのコスト削減効果があり、また製品設計のようなより付加価値の高い活動によって20億ドルの収益増加が期待されている。IDAによると、同計画の1企業の負担額は、20万～50万シンガポールドルとなるものの、これは1年から2年で元が取れる見込みである。しかしIDAでは、同サプライチェーン統合プロジェクトに共同出資で支援する予定である。

¹²⁹ <http://www.ida.gov.sg/idaweb/pnr/infopage.jsp?infopagecategory=infoecon:pnr&versionid=1&infopageid=I2927>

2.3.5 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
	2003年 4月 「個人データ保護法 (Personal Data Protection Act)」 議会提出
	2004年 8月 スマートカード「マイキー」を国内企業に配布

(1) 概要

マハティール首相が 1991 年に発表した「2020 年までに先進諸国入りする」という目標を掲げた野心的な国家戦略「ビジョン 2020」では、IT 産業の発展こそがマレーシア経済の発展に不可欠であるとし、マレーシア政府は、国を挙げて情報化政策を進めている。マレーシア政府は、ビジョン 2020 における目玉プロジェクトとして 1996 年に「マルチメディア・スーパーコリドール (Multimedia Super Corridor : MSC)」プロジェクトを発表しており、同計画の下、新首都と新空港の建設に伴う隣接地域一体を IT 産業集積地域として発展させる取り組みを行っている。マレーシア政府では 1996 年に「サイバー法 (Cyber Law)」を制定し、MSC 地区の IT 企業を対象に税制上の特典や知的所有権の保護といった特別優遇を適用することで IT 産業育成のための最善の環境を整備している。2003 年に第 2 段階に突入した MSC 計画は、当初目標の約 2 倍となる 200 以上の MSC 認定企業 (MSC における IT 技術活動がマレーシア政府によって認められた企業で政府による支援を受けられる) が誕生するなど順調な進捗を見せている。

MSC 計画のような積極的な IT 推進政策を背景として、マレーシア政府では、電子商取引関連の法規に関しても、他のアジア地域と比べて早期から整備を進めている。まずマレーシア政府は 1998 年 10 月に、初の電子商取引関連法規となる「1997 年電子署名法 (Digital Signature Act of 1997)」を成立させ、これにより電子署名が合法化されたほか、政府による認証局監査官の指名権や認証局の役割、認証局申請手続き、監査許可証申請方法などの項目が定められた。その後、電子商取引関連の法案を相次いで成立しており、このような法律の例として不法通信傍受や暗号化などに関する「1998 年コミュニケーション・マルチメディア法 (Communications and Multimedia Act)」、インターネット上の著作権への対応措置を取り決めた「1997 年改正著作権法 (The Copyright Amendment Act 1997)」、ハッキングなどのサイバー犯罪の罰則を定めた「1997 年コンピュータ犯罪法 (Computer Crime Act 1997)」などがある。

なお、強力なリーダーシップを発揮してマレーシアの IT 政策を先導してきたマハティール首相は、2003 年 10 月末に引退し、同時に MSC の方針を協議する国際コモン委員会 (International Advisory Panel) の議長職も引退している。新首相に就任したアブドラ前副首相は、マハティール路線の継承を表明しており、今後も MSC を中核としたマレーシア情報化戦略が継続されていくと見られている。

(2) 2004年の主な動き

<個人データ保護法案が成立へ>

マレーシア政府が取り組んでいるサイバー法は、電子政府法、電子取引法案、個人データ保護法案の3つであり、2004年においてはここ数年間精力的に取り組んできた個人情報保護法の法案作りが最終段階を迎えており、年内にも成立すると見られている。

エネルギー・水・通信省のダトゥク・アブ・マンサー（Datuk Shaziman Abu Mansor）副大臣は、クアラルンプールで開催されたスマートカードの見本市「カーデックス・アジア 2004・スマートラベルズ 2004（Cardex Asia 2004 and Smart Labels 2004）」において、個人情報保護法案の草案が2003年3月に法務省に提出されており、今年中に議会に提出されることを望んでいると発言している。同氏は「個人データ保護法案が通過すれば、個人情報の適切な管理が保証されサイバースペースにおけるデータの悪用が防止され」、「IT技術の安全と信頼を確立する重要な一步になるだろう」と述べている¹³⁰。

<スマートカードを利用したオンライン税申告>

マレーシア政府は、MSC トラストゲート（MSC Trustgate）公社と共同で企業にスマートカードを利用したオンライン税申告を普及させることで、企業や市民の税申告の負担を軽減する試みを始めている。

MSC トラストゲート公社は2004年8月、「マイキー（MyKey）」と呼ばれる電子署名情報を含んだスマートカードをマレーシア国内の企業1,000社に対して配布し、こうした企業がオンライン上で法人税の申告を行えるようにした。対象企業は、国税局（Internal Revenue Department：LHDN）のウェブサイトからダウンロードした税申告用のフォームをダウンロードして必要事項記入した後に、マイキーを使って電子的に署名を行い、この署名済みのフォームをオンライン経由で送信することができるという。オンラインで税申告を行う企業は関連書類をLHDNに送信する必要はなく、LHDNによる監査が行なわれる場合に備えてこうした関連会計書類を保管しておくだけで済む。マレーシア政府では、2005年から一般市民向けにもマイキーの配布を行う予定であり、市民もまたマイキーを使ったオンライン税申告が可能になる。

¹³⁰ http://www.niser.org.my/news/2004_05_14_01.html

2.3.6 インド

主な法的枠組み、法律・法案	1998年 「Information Technology Action Plan」 発足 1999年10月 情報技術省 (Ministry of Information Technology) 新設 2000年7月 「Common Action Plan to Promote IT in India」 策定 2000年10月 電子署名の合法性・拘束力を認め電子商取引の枠組みを固める「2000年 IT法 (Information Technology Act of 2000)」 を施行 2002年12月 第10次5カ年計画発表 2004年4月 「ブロードバンド・インド：インターネット及びブロードバンド普及を加速させるための提言」 策定 2004年 「データ保護法」 審議中
---------------	--

(1) 概要

インドでは、政府が産業振興の重要分野として IT 産業育成政策を積極的に推進する一方で、貧困問題を背景に通信インフラの整備が大きく遅れをとっていることが課題となっており、政府は IT 産業の発展のためにも国家イニシアチブを取って、国民への IT 普及に乗り出している。

インド政府は 1998 年 5 月に設置した国家情報技術・ソフトウェア開発タスクフォース (National Task Force on Information Technology and Software Development) の下で、ソフトウェアやハードウェア、そして長期的な政策の枠組みに関するアクションプランの策定を行っており、1998 年 7 月に発表されたソフトウェアに関するアクションプランでは、光通信ネットワークや衛星情報ネットワーク、無線ネットワーク整備によって世界レベルのインフラを実現させることを目標としたほか、「2008 年までに全ての国民に IT を (IT for All by 2008) 計画」の名の下で、2008 年までにすべてのインド市民がインターネットおよびコンピュータを使えるようにすることを目的としている。なおインド政府は 1999 年 10 月に、IT 推進体制を更に強化すべく、新たに情報技術省を設立した。

またインド政府は、電子商取引推進に関する法整備の一環として、1998 年に「1998 年電子商取引法 (Electronic Commerce Act of 1998)」法案を提出したが法制化には至らず、2年後の 2000 年になって「2000 年 IT 法 (Information Technology Act of 2000)」がようやく成立した。同法により、電子署名の合法性・拘束力が認められ、電子商取引に対する枠組みがほぼ固められた。特にハッカーなどによるコンピュータ・ネットワーク犯罪に対する規制は、ネットワーク上における紛争処理のための仲裁機関 (Cyber Regulation Appellate Tribunal) 設立など包括的なものとなっており、ハッキングに対する処罰は、目的いかんに関わらず高額な罰金が課せられるなど極めて厳しい対応がなされている。しかし、同法による捜査当局に必要以上の権限を与え、令状なしでサイバー犯罪の容疑者を捜査・逮捕することにつながる恐れがある、と批判の声も一部で上がっている。

2002 年 12 月に発表された 2002 年から 2007 年までを対象とした国家戦略「第 10 次 5 カ年計画」では、年間 8% の GDP 成長率を実現することを最重要目標として掲げているが、これによると、インド政府は、電子商取引に関し、今後、情報通信インフラの増強や法的枠組みの確立、IT セキュリティに関する技術開発と実施により、更なる電子商取引の普及に取り組む必要があるとしている。

(2) 2004年の主な動き

< 成立間近のデータ保護法案 >

インドは2004年、前年に始まった「データ保護法（Data Protection Law）」の制定に引き続き取り組んでおり、2004年年内には同法案を成立させる見込みとなっている。同法案は、アウトソーシング業務によって国外よりインド国内に送信された顧客情報の安全確保を行う法律である。インドでは、コールセンターの受付業務や従業員の給与支払い、テレマーケティングなどの業務を海外から受注するビジネスプロセス・アウトソーシング産業が急速な成長を見せているが、インドにおけるデータ保護法の欠如を懸念する外国企業もあり、インド政府及び産業界は、外国企業からの発注事業の更なる伸びを実現することを目的に法整備を急いでいる。

< ブロードバンドの普及促進政策 >

インドでは、人口100人あたりのブロードバンド回線数は僅か0.1回線にすぎず、韓国の25回線や中国の1.4回線から大きく差をつけられている。このため、インド情報通信規制局（Telecom Regulatory Authority of India）は2004年4月、韓国などの他国の成功事例から学び、自らの成功に生かすことを目的として「ブロードバンド・インド：インターネット及びブロードバンド普及を加速させるための提言（Broadband India: Recommendation on Accelerating Growth of Internet and Broadband Penetration）」を策定している。同提言では、インドでブロードバンド普及を妨げる障害として11項目を挙げ、またこうした障害を取り除きブロードバンドを普及させることを目的とした解決策に関しても12項目を挙げた¹³¹。（表2-5参照）

¹³¹ <http://www.trai.gov.in/Recommendations%20on%20Internet%20and%20Broadband%202004-04-29%20FINAL.pdf>

表 2-5 インド情報通信規制局によるブロードバンド政策に対する提言

<問題点>

価格	
1	ブロードバンド料金が韓国と比較して 60 倍高い。購買力平価を考慮に入れると 1,200 倍となる。
ユーザへのラストマイル	
2	ローカルループにおいて銅回線へのアクセスが不足しており、既存のインフラを拡充するのにコストが掛かる。
3	ケーブル TV のインフラ整備が進んでおらず、産業内のまとめ役がないためアップグレードが難しくなっている。
4	DTH ¹³² および VSAT ¹³³ 技術の利用コストが高く、またこれらの技術をブロードバンド・サービス提供の際に利用できないような規制がある。
5	各家庭と収容局とを結ぶ「ラストマイル」を接続する地上無線ソリューション導入を妨げる政策がある。
6	ネットワーク整備のための権利取得に障害がある。
ネットワークにおけるバックホールのコスト	
7	複数のキャリア間の競争があるものの、依然として回線の国内向けリース料が高い。
8	国外向けリース料が高く、またランディング・ステーションにも問題がある。
9	NIXI ¹³⁴ の効率が悪く、目的を果たすことが出来ない。
財政政策	
10	低価格のアクセス機器の供給を妨げる政策が、更なる投資へのインセンティブを作らず、そしてブロードバンド・サービスの提供及び利用コストを増加させている。
コンテンツ及びアプリケーションの創造	
11	ローカルな、特にブロードバンド向けのコンテンツやアプリケーションが不足しており、ユーザの不足や成長要因の欠落を呼んでいる

¹³² Direct to the Home の略。衛星から直接、家庭に提供するブロードバンド通信サービス

¹³³ Very Small Aperture Terminal の略。超小型衛星通信用地球局を利用した通信サービスで、複数の VSAT 地球局（子局）と、それを制御する 1 つの VSAT 制御局（親局：HUB 局）から構成され、親局を経由して子局同士が映像、音声、データなどの相互通信を行う。

¹³⁴ インターネット・サービス・プロバイダ同士を接続する中継地点。詳しくは 3.2.6 インド ISP 協会を参照。

< 解決策 >

定義とゴール	
1	ブロードバンドは、「様々な相互通信サービスをサポートする最低 256Kbps のスピードを持つ常時接続のデータ通信」である
2	インドは 2010 年までにブロードバンド・ユーザ数で 2,000 万人（人口普及率 1.7%）、インターネット・ユーザ数 4,000 万人（人口普及率 3.4%）を目指す。これは最低限の目標で、目標が達成された時点で新たな目標を設定する
ユーザへのラストマイル	
3	既存キャリアの銅回線を DSL 用に開放する。
4	DTH 及び VSAT プラットフォームの運用コストを削減し、こうした技術を利用したブロードバンド・サービス提供を可能にする
5	地上無線ソリューションによって、より効率的にラストマイルのアクセスを可能にする。
6	既存のそして将来的なインターネット普及の取り組みのために、購入方法をより簡略化する。
ネットワークにおけるバックホールのコスト	
7	競争による国内向け回線リースの値下げを実現させ、また市内接続でも競争をおこなわせる。
8	NIXI を効率的で魅力的にするために必要な手順を特定する。
財政政策	
9	寄付や中古 PC のリサイクルによって低コストでアクセス機器の普及を促進する。
10	ブロードバンドネットワークに利用される輸入製品への課税レベルを携帯電話への課税同じレベルまで提言し、また輸入部品を使って作った国産製品や国産部品と同じレベルにする。
コンテンツ及びアプリケーションの創造	
11	収入を減らさずにより早い成長を可能にする適切な税制を構築する。
12	市民とインタラクションを図れるオンライン上で利用できるコンテンツやアプリケーションを政府が率先して開発する。

出典：インド政府の資料（2004年4月）を元に作成

2.3.7 オーストラリア

主な法的枠組み、法律・法案	1998年	「情報経済のための戦略的枠組み：優先すべき行動の特定」発表
	1998年	「認証局標準認定」発行
	1999年	「1999年連邦電子取引法」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」施行
	2000年4月	「2000年の統一電子取引法案」可決、電子的契約が合法化
	2000年5月	「オーストラリア電子商取引ベスト・プラクティス・モデル」発表
	2001年3月	「著作権改正（デジタル・アジェンダ）法」施行
	2001年4月	税制改正。情報技術産業に関する条項追加
	2001年	「オーストラリア事業番号デジタル署名認証」標準化完了
	2001年12月	「プライバシーに関する改正法」施行。同法に基づき「全豪プライバシーの原則」制定
	2002年2月	「将来の情報通信技術の枠組み」発表
	2004年3月	「国家ブロードバンド戦略」発表
	2004年4月	「2003年スパム法」施行
	2004年7月	「オーストラリアにおける情報経済に向けた戦略的枠組み2004～2006年」発表

(1) 概要

オーストラリア連邦政府では1998年12月に「情報経済のための戦略的枠組み：優先すべき行動の特定（A Strategic Framework for the Information Economy: Identifying Priorities for Action）」を発表し、これに基づいて国を挙げた情報化政策を進めている。電子商取引関連の法整備は、1999年に電子商取引を促進するための「1999年連邦電子取引法（Commonwealth's Electronic Transactions Act 1999）」にはじまり、その後比較的短期間で着々と進められている。まず2000年1月に国内プロバイダに猥褻もしくは屈辱的なコンテンツを含むウェブサイトを停止させるためのオンライン・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）」が施行され、また2000年4月には電子的な契約を合法化する「2000年統一電子取引法案」が可決された。さらに2001年には3月に著作権法、4月に税法、12月にはプライバシーに関する法律がインターネット環境に対応する形で改正されている。

またオーストラリア政府は、こうした直接的な法律制定以外にも、世界レベルの安全な電子商取引のための環境作りを目的に様々なガイドラインを策定している。1998年に、認証局の公式標準を定めた「認証局標準認定（Accreditation Criteria for Certification Authorities）」を発表したほか、2000年5月には、企業や団体を対象とした電子商取引の利用ガイドラインとして「オーストラリア電子商取引ベスト・プラクティス・モデル（Australian E-commerce Best Practice Model：BPM）」を発表した。BPMは、アクセシビリティ、広告・マーケティング、未成年との取引、情報、プライバシー、支払い、セキュリティ・認証などに関してガイドラインを設定しており、政府はこうした基準を満たした企業に対してBPMのロゴマークを認定するなどしている。2003年にはBPMの見直し作業を決定し、電子商取引専門家グループを召集後、10月末より作業を開始しており、11月には討議用紙料を公表して一般市民の意見提案を呼びかけている。

(2) 2004年の主な動き

<新たな戦略的フレームワークの発表>

オーストラリアは、1998年の「情報経済のための戦略的枠組み」で設定した情報化の目標を順調に達成し、世界有数のIT先進国としての地位を確立しつつある。こうした状況を受けたオーストラリア通信情報・技術・芸術省は2004年7月、今後も引き続きIT国家として優位な立場を維持するため、2004年度から2006年度までの新たな政策枠組みとして、「オーストラリアにおける情報経済に向けた戦略的枠組み2004～2006年（Australia's Strategic Framework for the Information Economy 2004-2006）」を発表している。新たな戦略的枠組みでは、オーストラリア独自の環境を踏まえ、政府やコミュニティ、社会、ビジネス、対象分野、地理、国家に焦点を当てながら、情報経済の発展における4つのプライオリティを特定している。また同枠組みの中では、それぞれのプライオリティを実行するために、既存の政策やプログラムの範囲を超えた新戦略についても記されている。（表2-6参照）

表2-6 「オーストラリアにおける情報経済に向けた戦略的枠組み2004～2006年」の概要

4つのプライオリティ	プライオリティに対応する戦略
世界の情報経済に参加できる能力・ネットワーク・ツールを持つ	技術の更なる普及と効率的な利用を促進するために更なる取り組みが必要とされる①個人、②コミュニティ、③産業のそれぞれに焦点を当てた3つの戦略
情報インフラストラクチャのセキュリティ及び相互運用性を確保し、デジタルサービスにおける信頼性を確立する	① 企業・政府機関・分野を越えて、セキュリティと相互運用性を確立するための共同アレンジメントの構築 ② 国際的なセキュリティ文化の促進 ③ eセキュリティに関する研究開発の増加 ④ オンライン認証への取り組み ⑤ プライバシーへの取り組み ⑥ 消費者保護と電子商取引に対する信頼の向上
生産性向上と産業変革のためのプラットフォームとなる革新的なシステムの開発	① 教育に重点を置いたICTにおけるイノベーション文化の構築 ② ICTリテラシー及び技術の育成 ③ 国家の研究活動でICTを統合のするための協力メカニズムおよび能力の構築 ④ 世界の研究開発活動にアクセスすることによるICT産業の能力向上
情報・知識・ICTの効率的な活用による、公共部門の生産性・協働性・アクセシビリティの向上	① 行政サービスや情報への容易なアクセスを可能にし、市民のニーズに応える行政サービスを提供する ② 複数の政府機関が関わる場合の政府構造を確立し、関連サービスを統合する ③ より密接な市民との係わり、効率性と投資効果を向上させながら、信用と信頼を確立する

出典：オーストラリア政府の資料（2004年5月）を元に作成

<スパム法の施行>

オーストラリア通信庁（Australian Communication Authority : ACA）は 2004 年 4 月より、許可されていない商用メールの送信を規制する「2003 年スパム法（Spam Act 2003）」を施行している。同法では、商業用途で送信された電子メール、携帯電話のテキストメッセージ（SMS）、MMS、インスタントメッセージを規制の対象としており、スパムとされないメッセージを送るためには、「同意」「送信者の情報」「解除方法」の 3 つが必要となる。また、同法に違反して繰り返シスパムを送信する者には罰金が科せられるほか、利益の没収、被害者への賠償金が発生するといひ、ACA は、電子メールを用いてビジネスを行っている同国企業に対して警告を発している。

<国家ブロードバンド戦略>

ブロードバンド普及を最も重要なプライオリティのひとつとして捉えるオーストラリア政府では、2003 年から 2004 年にかけての 12 ヶ月間でこれまでのブロードバンド政策の見直し作業を行っており、具体的な取り組みとして、ブロードバンド諮問グループ（Broadband Advisory Group）での審議や各地域での聞き取り調査、下院議会での無線ブロードバンド技術に関する質疑応答、政策枠組みの策定、高等教育通信速度諮問委員会の審議などが行われている。また地方におけるブロードバンドへのニーズを調査するプログラムでは、4 年間で 1 億 4,280 万豪ドルを費やした。オーストラリア政府は、ブロードバンド諮問グループの「オーストラリア政府は国家戦略においてブロードバンド普及促進のために協力的なアプローチをとるべきだ」との提言を受けて、州政府と地方政府とのパートナーシップの下でブロードバンド普及促進政策の策定を進めていった。オーストラリア政府とビクトリア州以外の全ての州や地方政府は、2003 年 9 月に開催されたオンラインカウンシルミーティングにおいて「国家ブロードバンド戦略（National Broadband Strategy）」を採択し、これを 2004 年 3 月に発表した。

国家ブロードバンド戦略は、地方政府も含めた全ての政府が合意したブロードバンド発展のための政策枠組みとなっており、将来におけるブロードバンド政策と政府間の協力を促進するメカニズムの策定を行っている。同戦略では、政府が協力的なアプローチでブロードバンド関連の投資を行うことによって、各地域におけるプライオリティや医療や教育などの分野でのニーズに応えることができるとしている。結果、オーストラリア全土におけるブロードバンド関連インフラが改善され、全てのオーストラリア人が公正かつリーズナブルな価格でブロードバンドの利益を享受することが目標とされている。

さらにオーストラリア政府は、国家戦略を実現するための行動計画の策定にも取り組んでいる。行動計画は、すべての政府の活動やイニシアチブを纏め、また進捗状況や成果を年単位で評価したり、評価結果を公表する予定である。また同行動計画では、政府の活動に関してオンライン上にデータベースを設置し、これを常にアップデートしていく予定である。なお、ビクトリア州政府は、同行動計画のコンポーネントの最終化がすむまで、戦略的枠組みへの合意を保留している。

国家ブロードバンド戦略の行動計画を支援するオーストラリア政府の融資プログラムは、主に「調整通信インフラ基金（Coordinated Communication Infrastructure Fund : CCIF）」、「需要統合ブローカー・プログラム（Demand Aggregation Broker Program）」、「高速帯域インセンティブ計画

(Higher Bandwidth Incentive Schemes : HiBIS)」の3つとなっている。こうした融資プログラムは、地方においてリーズナブルなブロードバンド・サービスのアクセスを提供することを目的としており、特に行政サービスやコミュニティ、セクター（教育や医療など）におけるアクセスを拡充することに利用される。

2.3.8 日本

<p>主な法的枠組み、法律・法案</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2000年7月 情報通信技術戦略本部を内閣に設置/IT戦略会議を設置 • 2000年2月 「不正アクセス行為禁止等に関する法律」施行 • 2000年10月 「商業登記法の一部を改正する法律」施行 • 2001年1月 「高度情報通信ネットワーク社会形成基本法」施行 • 2001年4月 「電子署名および認証業務に関する法律」施行 • 2001年4月 「書面の交付等に関する情報通信の技術の利用のための関係法律の整備に関する法律」施行 • 2001年12月 「不正競争防止法の一部を改正する法律」施行 • 2001年12月 「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」施行 • 2002年4月 「短期社債等の振替に関する法律」施行 • 2002年5月 「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限および発信者情報の開示に関する法律」施行 • 2003年7月 「e-Japan 戦略 II」発表 • 2003年10月 「情報セキュリティ総合戦略」発表 • 2004年2月 「e-Japan 戦略 II 加速化パッケージ」発表 • 2004年5月 総務省「u-Japan 構想」発表 • 2004年6月 「e-Japan 戦略重点計画-2004」発表 • 2004年6月 「電子商取引等に関する準則改訂版」発表
----------------------	--

(1) 概要

日本政府の情報化政策は 2000 年 11 月に成立した「高度情報通信ネットワーク社会形成基本法 (IT 基本法)」により本格化している。IT 基本法は、日本を世界有数の IT 国家となることを目標として高度情報通信ネットワーク社会の形成に関する基本方針を提示すると共に、高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部 (IT 戦略本部) の設置や国や地方公共団体の負うべき責務、今後のロードマップなどを定めている。2001 年 1 月には、IT 戦略本部主導の下で「2005 年までに世界最先端の IT 国家となること」を主要目標とした「e-Japan 戦略」が取り纏められ、この中で、2005 年までに超高速インターネットの利用可能 1,000 万世帯、高速インターネットを 3,000 万世帯で利用可能とすることなどが具体的なゴールとして設定された。その後 IT 戦略本部は、ネットワーク環境の整備などにおいて一定の成果を挙げたこと受け、2003 年 7 月に IT インフラの整備よりも IT の利活用促進に重点を置いた新たな IT 国家戦略として「e-Japan 戦略 II」を発表し、この中で「元気・安心・感動・便利」社会の実現を目標とした医療、食、生活、中小企業金融、知、就業・労働、行政サービス等の 7 分野における IT 活用の先端的な取り組みを策定した。

また電子商取引関連の法整備に関しても、e-Japan 戦略と平行して着々とすすんでいる。まず 2000 年 2 月に「不正アクセス行為禁止等に関する法律」が施行されたのをはじめとして、2000 年 10 月に法務省による商業登記の電子認証制度を設置を定めた「商業登記法の一部を改正する法律」が施行されたほか、2001 年 4 月には電子署名の法的効力を規定する「電子署名および認証業務に関する法律」と「書面による交付・通知義務」等の規制を緩和する「書面の交付等に関する情報通信の技術の利用のための関係法律の整備に関する法律 (IT 書面一括法)」が施行された。また 2001 年 12 月には、ドメインネームの不正使用を規制する「不正競争防止法の一部を改正する法律」と入力ミスやクリックミスによる誤契約から消費者を保護する「電子消費者契約及

び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」が施行された。2002年4月には、コマーシャルペーパーのペーパーレス化を定めた「短期社債等の振替に関する法律」が施行がされ、さらに翌月の5月には、プライバシーや著作権侵害に対するプロバイダの責任範囲を規定する「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限および発信者情報の開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）」が成立している。

(2) 2004年の主な動き

< e-Japan 重点計画-2004 >

IT戦略本部は2004年2月、「e-Japan戦略II」の中でも更に前倒し手実現すべき施策を纏めた「e-Japan戦略II加速化パッケージ」を取り纏め、アジア・国際戦略やセキュリティ、コンテンツ、規制改革評価、電子政府・電子自治体といった項目に関して積極的に計画を推進していくとした。また政府は2004年6月「e-Japan戦略II加速化パッケージ」などを受けた政府としてのアクションプランとして「e-Japan戦略重点計画-2004」を策定している。同重点計画では、「社会全体が元気で、安心して生活でき、新たな感動を享受できる、これまで以上に便利な社会」を実現することを目指して、「2005年までの目標を確実にする施策」と「2006年以降に発展し、効果を発揮する施策」を取り上げている（表2-7参照）。加えて重点計画では、戦略の成果を民間の立場から評価するために設置された評価専門調査会の活動を通じて、成果目標の設定と評価に基づくIT政策の「PDCA（Plan[計画]－Do[実施]－Check[評価]－Act[改善]）サイクル」を確立し、定着させることを期待している¹³⁵。

表2-7 「e-Japan 重点計画-2004」

2005年までの目標を確実にする施策	2006年以降に発展し効果を発揮する施策
(例) ▶ 書面手続き電子化の一環としての e-文書イニシアチブ ▶ IT 社会の安全を確保するセキュリティ政策の強化 ▶ 電子政府を支える業務・システムの効率化	(例) ▶ IT 化が遅れている分野の規制改革（医療等） ▶ IT 技術のセキュリティへの応用（公務員身分証 IC カード化、パスポートの IC 化の推進） ▶ 電子自治体の構築

出典：経済産業省のホームページを元に作成

< 電子商取引等に関する準則 >

経済産業省では、電子商取引におけるさまざまな法的問題点について、現行法をどう適用するのか、その解釈を準則として提示している。2004年6月に発表された「電子商取引等に関する準則改訂版」では、「ウェブサイトの利用規約の有効性」や「仲裁合意条項の有効性」、「『ノーク

¹³⁵ http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/yosan/17fy-info/17-yosan-gaiyou.pdf

レーム・ノーリターン』特約の効力」、 「eラーニングにおける法的責任」の条項を新規に追加したほか、インターネット・オークション関連の条項を全面改訂した¹³⁶。

<情報セキュリティ総合戦略>

IT が経済および社会の「神経系」を担う基盤となっている一方で、日本におけるセキュリティへの対応が遅れているとの認識から、経済産業省では民間セクターとの協力の下で専門的・実務的観点が付与した具体的な総合戦略案を提示する目的で 2003 年 5 月に「産業構造審議会情報セキュリティ部会」を設置し、2003 年 10 月に「情報セキュリティ総合戦略」を発表している。同戦略では、基本目標を、経済・文化国家日本の強みを活かした「世界最高水準の『高信頼性社会』の構築」と位置付け、その要となる情報セキュリティ対策について、以下のような 3 つの戦略とそれに伴う 42 の施策項目を提言している。2004 年 5 月に開催された第 4 回部会では、「情報セキュリティ総合戦略」策定後の動向と今後の課題について審議が行われた¹³⁷。

表 2-8 「情報セキュリティ総合戦略」における 3 つの戦略

<p>【戦略 1】 しなやかな「事故前提社会システム」の構築（高回復力・被害局限化の確保）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「情報セキュリティに絶対はなく、事故は起こりうるもの」との前提に立ち、①事故・事件の回避（予防）、②被害の最小化・局限化、③回復力の確保の最適化を図った対応を徹底化 ・ 官民が連携して、総合的な視点からそれぞれの対応を強化
<p>【戦略 2】 「高信頼性」を強みとするための公的対応の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 戦略 1 の充実強化に加え、個々の主体では取り組めないような公的な問題について、国家的な視点に立って政府自らが積極的に取り組む ・ 個々の取り組みにおける国際的な調和に十分に配慮しながら、国際的な協調を積極的に推進
<p>【戦略 3】 内閣機能強化による統一的推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 個々の政策機関における情報セキュリティ対策体制の強化を図るとともに、内閣官房の体制を大幅に拡大し、一元的な推進体制を構築

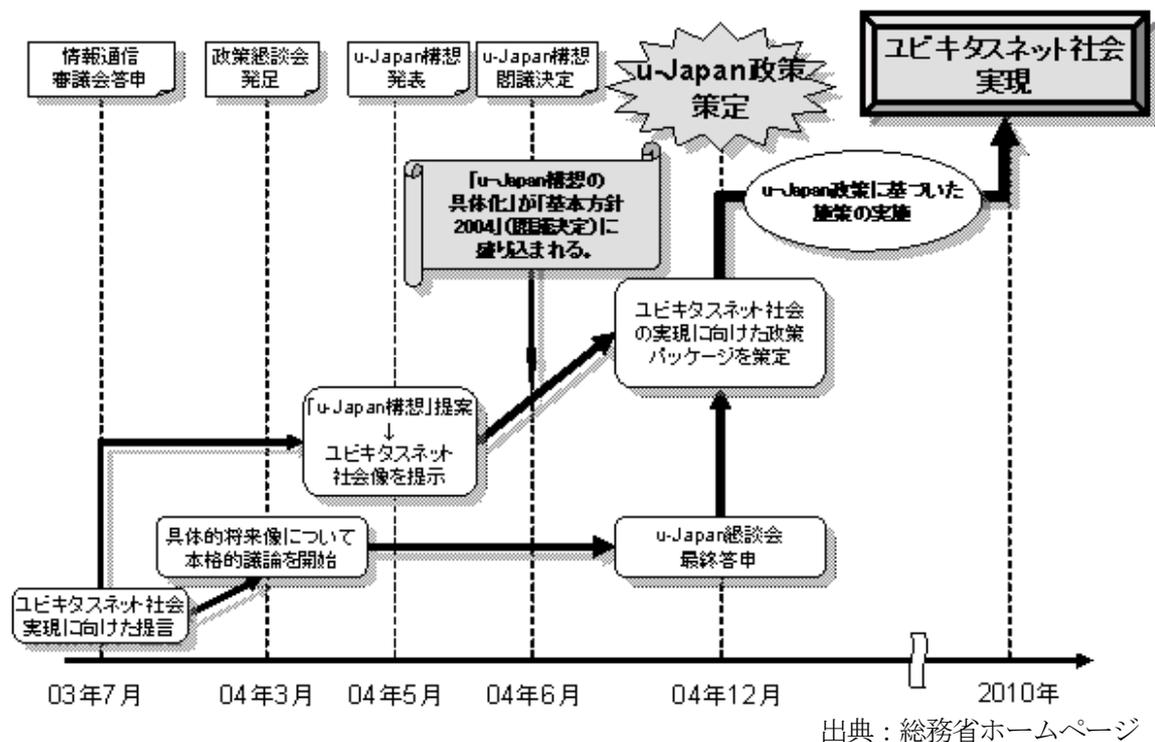
<u-Japan 構想>

総務省では、第二期 IT 革命を推進し、2005 年に世界最先端の IT 国家となること、さらに 2006 年以降も引き続き世界最先端であり続けることが重要との認識から、2010 年を目標年次とする次世代のネットワーク戦略「u-Japan 構想」を策定している。この構想策定においては、まず電子タグ等を中心とするユビキタスネットワーク技術の豊かな将来性を踏まえ、2004 年 3 月に「ユビキタスネットワーク社会の実現に向けた政策懇談会」を開催し、同年 5 月には経済財政諮問会議において、ユビキタスネットワーク社会の実現を目標とした「u-Japan 構想」の概要が発表された。さらに、経済財政諮問会議の「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2004」においても、「経済活性化に向けた重点施策」として「ユビキタスネットワーク環境を整備し、高齢者・障害者が元気に参加できる IT 社会を実現するため、『u-Japan 構想』を具体化する」ことが盛り込まれ、6 月に「u-Japan 構想」が閣議決定されている。

¹³⁶ http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/ec/ec.htm

¹³⁷ http://www.meti.go.jp/policy/netsecurity/bukai_summary_4.html

「u-Japan 構想」では、「いつでも、どこでも、何でも、誰でも」ネットワークに簡単につながる社会を 2010 年までに実現することを目標とし、2004 年 12 月までに総合的な政策パッケージを取り纏め、同時に具体的なアクションプランを策定することとしている。また、成功モデルの蓄積を通じて u-Japan のコンセプトを世界に発信し、国際協調や国際貢献を積極的に推進していく予定である¹³⁸。図 2-1 は、u-Japan 構想の今後の流れを表したものである。



<IT から ICT へ>

総務省は、u-Japan 計画を実現するための 2005 年における行動計画として「平成 17 年度 ICT 政策大綱」を発表した。総務省では、これまで情報通信政策を IT (Information Technology) 政策としてきたが、2004 年よりコミュニケーション (Communication) の要素を重視するために ICT (Information Communication Technology) 政策と改めている。平成 17 年度 ICT 政策は、「いつでもどこでも快適なネット利用が出来る社会の実現」「新ビジネスや新サービスが次々に生まれる社会の実現」「誰もが安心・安全に暮らせる社会の実現」「個の活力が湧き上がる社会の実現」の 4 つを目標として掲げ、それぞれの目標の下で具体的な行動計画を打ち出している¹³⁹。(表 2-9 参照)

¹³⁸ http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/040827_7.html

¹³⁹ 同上

表 2-9 平成 17 年度 ICT 政策大綱

1. いつでもどこでも快適なネット利用ができる社会の実現

1-1)	全国民が快適にネット利用できる環境の実現
[1]	あらゆるモノがつながる先進的なネットワークの実現（ユビキタスネット構築のための研究開発、デジタル情報家電のネットワーク化、トラヒック急増等に対応しうる IP インフラ強化等）
[2]	全国どこでも利用可能なインフラとアプリケーションの一体的展開（条件不利地域の情報通信格差の是正、地域情報化の総合的な推進、沖縄国際情報特区構想の推進等）
[3]	いつでも快適なワイヤレス環境の整備（電波開放戦略の推進、第 4 世代移动通信システム等に必要な技術の研究開発、電波の人体への影響の調査等）
[4]	どこでもデジタル放送が利用できる環境の整備（地上デジタル放送の利活用・整備の推進、放送波の伝搬状況等の実地調査、新世代地域ケーブルテレビ等の整備の推進等）
1-2)	国際的に連携したネット環境の実現
[1]	アジアを情報拠点とするブロードバンド環境の整備（「アジアブロードバンド計画」の推進、アジアブロードバンドプラットフォームの構築推進等）
[2]	世界情報社会サミットへの貢献による u-Japan の世界への発信（「ユビキタスネット社会」をテーマとした世界会合の開催等）

2. 新ビジネスや新サービスが次々に生まれる社会の実現

2-1)	創意・工夫に富む新ビジネス・新サービスのスムーズな開発
[1]	データのやり取りや機器の利用が自在に可能な環境の整備（総合的な標準化戦略、特定無線設備の市場調査、次世代地域情報プラットフォームの開発等）
[2]	新たなビジネスシーズを創出する研究開発等の推進（独創性・新規性に富む研究開発の積極的推進、ネットワーク高機能化等に必要な研究開発、ICT ベンチャー支援の推進等）
2-2)	地域ニーズや利用者ニーズが高いサービスの実現
[1]	住民の参加を得た地域活性化のための提案型の取り組みの推進（21 世紀 IT コミュニティプログラム等）
[2]	電子政府・電子自治体等の公共サービスの高度化（利用者本位の行政サービスの提供、地方公共団体の業務改革と住民サービスの向上、政府調達手続における契約の電子化の推進等）

3. 誰もが安心・安全に暮らせる社会の実現

3-1)	ICT の安心・安全の確保
[1]	安心・安全なネットワークを確保するための基盤の整備（情報セキュリティに関する普及・啓発、セキュリティ技術基盤の形成等）
[2]	個人情報などが守られる安心・安全な ICT 利用の実現（個人情報の保護、消費者行政の推進等）
3-2)	ICT による安心・安全の確保
[1]	医療や食など身近な生活空間における安心・安全の確保（電子タグの高度利活用技術やセンサーネットワーク技術に関する研究開発、ネットワークを利用した救急診療等の推進等）
[2]	地域社会における安心・安全の確立（ICT を活用した地域安心安全情報ネットワークの構築、消防防災情報通信ネットワークの高度化、防災情報の共有化システムの開発

	等)
[3]	安心・安全の一層の充実のための ICT 環境の整備 (準天頂衛星システムの研究開発、次世代 GIS の実用化に向けた情報通信技術の研究開発等)

4. 個の活力が湧き上がる社会の実現

4-1) 誰もが自由にネット利用できる環境の整備	
[1]	誰もが自由に社会活動できる基盤の整備 (高齢者、障害者の ICT 利活用の支援、国家公務員のテレワークの実施等)
[2]	誰もが簡単にストレスなく使える機器やサービスの実現 (ネットワーク・ヒューマン・インターフェースの総合的な研究開発、使いやすいユーザー・インターフェースの実現、エージェント技術の開発・実証等)
[3]	高度技能やリテラシーの習得が進む人材基盤の整備 (高度情報通信人材育成プログラムの開発、ユビキタスラーニングの基盤構築、ICT 人材研修・セキュリティ人材研修等への補助等)
4-2) 知識や情報の創造や共有の促進	
[1]	価値あるコンテンツを自由に制作・利用できる環境の整備 (コンテンツ制作・流通支援技術の開発、Web 情報のアーカイブ化等)

出典：総務省ホームページ

2.4 ヨーロッパ

2.4.1 欧州連合 (EU)

主な法的枠組み、法律・法案	1995年10月	「個人データ処理に係わる個人の保護及び当該データの自由な移動に関する EC 指令」発表
	1997年6月	「情報とコミュニケーション・サービス法」
	1997年12月	「個人情報処理および電気通信セクターにおけるプライバシー保護に関する EU 指令」発表
	1998年10月	「セクターにおけるプライバシー保護に関する EU 指令」発表
	1999年12月	「電子署名の共通枠組みに関する EU 指令」発表
	2000年3月	「eEurope 2002」発表
	2000年5月	「eEurope+」発表
	2000年6月	「電子商取引に関する EU 指令」発表
	2001年6月	「著作権指令 (Copyright Directive)」の最終草稿
	2002年	「反スパム法」発表
	2002年6月	「eEurope 2003」発表
	2003年7月	域外インターネット販売における VAT 課税開始

(1) 概要

欧州連合 (European Union : EU) では、インターネットの普及が始まった 1990 年代半ばから電子商取引関連の法律整備が始まっている。まず電子署名に関しては、1997 年 6 月の「情報とコミュニケーション・サービス法 (Information and Communication Services Act of 1997)」によって電子署名および認証局に関する事項が明示され、1998 年 10 月に「データ保護法 (Data Protection Law)」が採択された。また 1999 年 12 月に採択された「電子署名の共通枠組みに関する EU 指令 (EU Directive on Community Framework for Electronic Signatures)」では、電子署名と手書き署名を同等と認めることや、電子署名の使用対象を商品に加えてサービスにも提供するなどを定めており、EU 加盟国は、この指令に合わせて 2001 年 7 月までに関係法令を整備するよう義務づけられている。EU の指令は、加盟国政府が法制化してはじめて各国国民に対する法的効力が生じるもので、各国がそれぞれ国内法を成立させる必要がある。

またオンライン上のプライバシーに関しては、1995 年 10 月に採択された「個人データ処理に係わる個人の保護及び当該データの自由な移動に関する EU 指令 (EU Directive on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data)」において十分なレベルの個人情報保護を行っていない EU 域外の第三国に対して EU 域内の個人情報の移転を禁ずることを定めており、同指令は 1998 年 10 月から発効している。その他、1997 年 12 月に「個人情報処理および電気通信セクターにおけるプライバシー保護に関する指令 (Directive on the processing of personal data and the protection of privacy in the telecommunications sector)」、1998 年 10 月には「セクターにおけるプライバシー保護に関する EU 指令 (EU Directive on Privacy Protection Telecommunication Sector)」が採択されている。

電子商取引に関わる法律および施策としては、2000 年 7 月に公布された「電子商取引指令 (Certain Legal Aspects of Information Society Services, in particular Electronic Commerce in the Internal Market)」が挙げられるが、これは「サービスの移動の自由および創設の自由」という EU 単一

市場の原則に基づき、情報社会サービスが EU 全域で提供されることを目的としたもので、主として①「情報社会サービス」提供事業者の本拠地、②事業者の透明性確保義務、③商業通信の透明性、④電子的契約の締結とその有効性、⑤インターネット接続事業者の責任要件について規定しており、EU 各加盟国に対して 2002 年 1 月 17 日までに同法内での移行措置をとるよう求めている。さらに 2002 年には、「反スパム指令(EU Directive on privacy and electronic communications)」が採択されており、同指令では 2003 年 10 月 31 日までに EU 域内でのスパム送信を禁止するとともに、ユーザの PC へのクッキーのインストールに一定のルールを定めている。

EU における IT 推進政策は、2000 年 3 月に発表された「eEurope 2002」をきっかけに本格化している。EU は、2000 年 3 月にポルトガルのリスボンで開催された EU 首脳会談では、情報化の面でアメリカより立ち遅れていることに危機感から「eEurope 2002」と題した行動計画を発表し、今後 10 年以内にヨーロッパを知識と新技術に基盤を置いた世界最高の競争力をもつ社会にするという目標を掲げた。また 2 ヶ月後の 2000 年 5 月にはワルシャワ外相会談で、バルト 3 国や東欧諸国など、今後 EU に加入する予定の加盟候補国が EU 加盟国との情報格差を解消し、効果的な EU 統合を目指す「eEurope+」を発表した。欧州委員会は、「eEurope 2002」や「eEurope+」に続く EU 情報化計画として、「eEurope 2005」計画が 2002 年 6 月にセビアで開かれた欧州理事会で正式に合意され、2003 年 1 月から同行動計画の実施に動き出している。「eEurope 2002」がインターネットの普及を主眼としていた一方で、「eEurope 2005」ではインターネットの経済活動における活用と、それによる新規市場の創出、コスト削減及び生産性の向上に重点を置き、2005 年までに実現すべき主要な課題として、電子政府、e ラーニング、e ヘルスオンライン、e ビジネス、ブロードバンド普及、セキュリティ・インフラの整備を挙げている。

EU は 2002 年 5 月、「2003 年 7 月以降、EU 圏外の企業がインターネットを介して電子的な製品・サービスを販売する際に付加価値税 (Value Added Tax : VAT) を課す」ことに合意し、2003 年 7 月から課税が開始された。EU では、これまで VAT 課税義務は、EU 圏内を拠点とする企業が EU 圏内の消費者に対して販売を行う場合に限定されていたが、2003 年 7 月 1 日以降は EU 圏外に拠点を持つ企業が EU 圏内の消費者にインターネットを介した電子的な製品・サービスの販売を行う場合にも VAT 課税が義務付けられることになった。今回、VAT 課税の対象となる電子的な製品・サービスには、音楽やソフトウェアのダウンロード、オンライン・オークションによる取引サービス、インターネット・サービス・プロバイダとの契約などが含まれる。

(2) 2004 年の主な動き

<コンテンツ開発プログラム「e コンテンツプラス 2005-2008」の発表>

EU では、2001 年から 4 カ年計画で「eContent」プロジェクトを進めており、オンライン・コンテンツの完成度を高めることで積極的に利用促進を働きかけていた。しかしインターネット上のデジタルコンテンツを楽しむユーザが増えているものの、たとえヒット作品となるコンテンツが登場しても対象となる視聴者が限られてしまう傾向が強まっていたといい、これを受けて欧州委員会では 2004 年 2 月、単にデジタルコンテンツの普及を促す「eContent」をさらに発展させた形の

プロジェクトとして、言語や地理的条件、メディアフォーマットなどに制限されることなく、EU 全域で楽しめるデジタルコンテンツの普及を目指すプロジェクト「eContentplus」を発表した。

「eContentplus」では、例えば、ナビゲーションシステムなどに対応したデジタルコンテンツならば、EU 域内で住所や郵便番号、地図の表示方法を統一することで、どこに旅しても違和感なくナビゲーションサービスが受けられる、ユーザの用いる言語が異なったり、携帯電話など利用する端末プラットフォームが変わったりしても、同じナビゲーションサービスが提供されるといったメリットが実現するという。「eContentplus」は、2005年から2008年までの4年間で1億6,300万ユーロが投入される予定で、国や言語、プラットフォームの違いを超えて、同じデジタルコンテンツを楽しめる環境の整備が推奨される。同プロジェクトの促進により、ブロードバンドの利用が伸びるほか、経済的な効果も期待される。

<違法コピー防止法可決>

EU加盟国が25カ国に拡大することを受けて、欧州議会は2004年3月、著作権と知的所有権に関わる法律の内容をEU全体で統一することを狙った違法コピー防止指令を可決した。同指令は、同法案には、ISPの記録を求める召喚状請求を許可する法執行機関の権限強化に加え、法廷での評決後に製品偽造者の資産を凍結させる権限など、厳しい民事罰則も含まれている。同法律は、2週間以内にEU加盟各国の担当大臣の承認を得た後、それぞれの国で2年以内に同法の規定を自国の法律に適用することが義務付けられる。ビジネス・ソフトウェア連合（Business Software Alliance）や国際レコード産業連盟（International Federation of the Phonographic Industry：IFPI）などの知的所有権を擁護する各団体は、今後も引き続きEU全体での著作権侵害に対する罰則の厳格化に向けて活動していくという。

<スパムとクッキー規制で最終警告>

欧州委員会が2002年に採択した「反スパム法」では、2003年10月31日までにEU域内でのスパム送信を禁止するとともに、ユーザのPCへのクッキーのインストールに一定のルールを定めていたが、その後2003年10月末の期限までに準備を済ませたのは6カ国にすぎず、加盟国での導入が遅れている。欧州委員会では2004年、同指令を自国の法律に組み入れていない加盟国に対して、早期に法整備を進めるように働きかけている。欧州委員会によると、まず欧州委員会では2003年11月、同指令に従っていない域内9カ国に対して最初の警告を出したがこれを受けて是正したのはスウェーデンのみだった。2004年5月には欧州委員会は、再び加盟国8カ国（フランス、ベルギー、ルクセンブルク、ドイツ、フィンランド、ギリシャ、オランダ、ポルトガル）に対して、2カ月以内に対応しないと欧州裁判所で裁きを受けることになることになると最終警告を出しており、EU指令を徹底させるべく今後も各国に圧力をかけていく決意を表明している。

2.4.2 イギリス

主な法的枠組み、法律・法案	1999年	Envoy局新設
	2000年3月	「1999年の電気通信[データ保護・プライバシー]規制」施行
	2000年7月	「2000年の電気商取引法」施行
	2000年9月	「UKオンライン」発表
	2002年3月	「2002年電子署名規制」施行
	2002年10月	「2002年電子商取引規制」施行
	2003年12月	「UKOnline Annual Report 2003」発表
	2003年12月	Digital Inculsion Panel 設置
	2004年3月	新ポータルサイト「DirectGov」立ち上げ

(1) 概要

製造拠点の相次ぐ海外移転による国内産業の空洞化に苦しんでいたイギリスは、インターネットや電子商取引といった IT 技術を最大活用することで国内経済を強化しようと、1990年代後半より積極的な IT 普及政策を推進している。1999年、トニー・ブレア (Tony Blair) 首相は、英国内でのインターネット普及を目的として、電子商取引関連の政策を担当する e-Minister (電子大臣) を任命し、その指揮の下で内閣府内に e-Envoy 局を新設した。2000年9月に、e-Envoy 局が包括的な国家 IT 戦略として発表した「UK Online」では、以下の3項目を目標として掲げている。

- 2005年までにインターネット利用を望む全ての人にインターネット接続を可能とする
- 英国を電子商取引にとって最適の場所とする
- 行政サービスを電子的に提供する

UK Online は、e-Envoy 局が監督を行い、教育技能省 (Department for Education and Skills) や文化・メディア・スポーツ省 (Department for culture, Media and Sports) などが実際にプロジェクトを実行している。また e-Envoy 局は 2003 年より、教育技能省との協力のもと、「Get Started (始めよう)」と呼ばれるインターネット普及を目的としたキャンペーン・プログラムを開始した。同キャンペーンでは、一般市民にインターネットの利用方法をわかりやすく説明したり、全国の 6,000 ヶ所以上の学校や図書館、コミュニティセンターなどに開設された「Online Centre」と呼ばれる公共インターネット・サービスセンターを通じて、より多くの市民によるインターネットやオンライン行政サービスの利用を推進している。

イギリスにおける電子商取引関連の法整備は、1990年代末より始まっている。まずイギリス政府は、欧州院会の「1997年のEU電気通信データ保護指令」に基づいて、1999年に「電気通信[データ保護・プライバシー]規制 (Telecommunications (Data Protection and Privacy) Regulations 1999)」を成立させており、2000年3月から施行している。次にイギリス政府は、2000年7月に電子署名の法的拘束力が認められる「2000年電気商取引法 (Electronic Communications Act 2000)」を成立させた、また 2002年3月には欧州委員会の指令の下、電子署名に関して「2002年電子署名規制 (The Electronic Signature Regulations 2002)」を定めた。そして 2002年10月には、EUメンバー間での電子商取引に関連する規則を定めた「2002年電子商取引規制 (The Electronic Commerce Regulations 2002)」が施行されている。

(2) 2004年の主な動き

<2008年までに全ての家庭にインターネットを>

e-Envoy局が2003年12月に発表したUKOnlineの年次報告書「UK Online Annual Report 2003」によると、英国市民の96%が、実際に自宅やオフィスにあるPCや携帯端末、もしくは公共インターネット・サービスを通じて、インターネットを利用できる状況にあり、またブロードバンドユーザ数は同年11月までに300万人を超え、約8割の英国市民がブロードバンド接続を利用できる地域に住んでいるという¹⁴⁰。

e-Envoy局では、同報告書を受けて、今後も更なる情報化促進政策を進めていくと発表しており、e-Envoy局内に「Digital Inclusion Panel」委員会を新設し、デジタルデバイド解消のために、インターネットの利用経験のない市民にその利用を積極的に働きかけ、政府に対して改善策を提唱していくと発表した。また同委員会の具体的な目標として、2008年までにイギリス国内の全家庭でインターネットの利用を可能にする環境を整備することを挙げている。

<新たな政府ポータルサイト DirectGov の立ち上げ>

イギリス政府は2004年3月、E-envoy局の下でこれまでの政府のポータルサイト「UKOnline」を一新し、より多くの行政サイトにより簡単にアクセスできる「DirectGov」と呼ばれるポータルサイトを立ち上げた。E-envoy局は、DirectGovを通じて多くのウェブサイトへのアクセス方法を管理する新たな方法を導入することでデジタルテレビや第3世代携帯電話などを含む複数チャンネルを通じた行政サービス提供を目標としており、今後随時UKOnlineのサイトを置き換えて行く予定である。UKOnlineは、1,000の中央政府サイト、そして3,500の地方政府サイトにリンクされているが、DirectGovでは、特許申請の助言から観光情報まで、様々な行政サービスや政府情報に1つのウェブサイトからワンストップでアクセスすることが可能になる。DirectGovは2004年においてまだ開発中であり、例えば運転免許試験をオンラインで予約するといった電子的な遣り取りはまだ試験場に行かなければ出来ない。しかし近い将来、市民はDirectGovから病院の予約やビザの申請までもオンラインで済ますことが可能になるという。

<デジタルコンテンツ産業育成への取り組み>

イギリス政府は2004年、ブロードバンドの急速な普及を背景としてデジタルコンテンツ産業の育成に積極的に動き出している。エネルギー・電子商取引・郵政大臣（Minister of State for Energy, e-Commerce, Postal Services）は2004年6月、CBIビジネス協議会にて「イギリスは、ソフトウェア、音楽、ゲーム、放送など世界クラスのコンテンツ産業を抱えており、これらは、物理的な製造産業から付加価値の高い無形資産の製造へとシフトしているいい例である。イギリスは創造性の高

¹⁴⁰ UK online Annual Report 2003, http://e-government.cabinetoffice.gov.uk/MediaCentre/NewOnSiteArticle/fs/en?CONTENT_ID=4006060&chk=f1WVHj

いメディアやソフトウェア開発に強みがあり、ブロードバンドの急速な普及が進む国として、ブロードバンドで可能になるメディアやコンテンツ、そしてアプリケーションといった分野が世界市場を開拓する大きなチャンスとなる」と述べている。また同日、経済産業省のパトリシア・ヒューイット（Patricia Hewitt）大臣もまた、金融機関関係者やコンテンツ会社が集まった会議において、クリエイティブ産業の重要性について訴えた。

貿易産業省（Department of Trade and Industry : DTI）では、同国のデジタルコンテンツの産業団体であるデジタルコンテンツ・フォーラム（Digital Content Forum）と共同で同産業の発展やパイロットプログラムのフィージビリティに関して調査を行ったり、調査結果に基づいて、地域開発局（Regional Development Agencies : RDA）においてデジタル促進プログラムの支援活動を行っている。

<eBay タイプの求職サイト設立へ>

イギリス政府は、失業問題の緩和を目的として、米国の人気インターネット・オークションサイトの eBay をモデルにした求職用のマーケットプレースの創設に動き出している。イギリスの新聞社 Guardian 紙によると、「National E-Markets」と呼ばれる同ウェブサイトでは、参加する求職者は eBay で物理的な商品を出品したりトレードするように、雇用者に対してベビーシッターや、宿泊施設、授業料といった様々なスキルを提供することになるという。このシステムは、政府の管理下で民間業者によって開発・運営される予定である。インターネットの普及に伴い、オンラインによるこうしたサイトを通じて自分にあった職探しが可能になる失業者や就業者が増加しており、参加者に対してフルタイムの仕事を創出するわけではないが、こうしたマーケットプレースによって求職者は違法な職業ではなく、安定した職業に移行させることが出来という¹⁴¹。

¹⁴¹ “Downing Street considers online marketplace,” Guardian, Aug. 23, 2004, <http://politics.guardian.co.uk/egovernment/story/0,12767,1288707,00.html>

2.4.3 ドイツ

主な法的枠組み、法律・法案	1997年8月 「マルチメディア法：情報通信サービスの基本条件の規制に関する法律（マルチメディア法）」により「テレサービス法」「テレサービス・データ法」「デジタル署名法」の3項目を規定 1999年9月 「21世紀の情報社会におけるイノベーションと雇用」発表 2000年9月 電子政府構想「Bund Online 2005」発表 2001年5月 「電子署名に関する概況法」施行 2002年2月 「ITリサーチ 2006」発表 2003年12月 「情報社会ドイツ 2006」発表
---------------	--

(1) 概要

ドイツ政府は、電子商取引の普及と安全な電子商取引方法の確立を目的として早期から電子商取引関連の法整備に取り組んでいる。1997年8月には「マルチメディア法：情報通信サービスの基本条件の規制に関する包括的な法律（Gesetz zur Regelung der Rahmenbedingungen für Informations- und Kommunikationsdienste）」（通称「マルチメディア法」）が成立し、同法律のもと、電気通信サービスの利用に関する「テレサービス法」、電気通信サービスにおける個人情報保護に関する「テレサービス・データ法」およびデジタル署名に関する「デジタル署名法」が定められた。

また2001年5月には、欧州委員会で1999年12月に採択された「電子署名の共通枠組みに関するEU指令」に従って、「電子署名に関する概況法（Act on Outline Conditions for Electronic Signatures）」と題した新たな電子署名法を施行し、前述のデジタル署名法に安全性を確保するためのインフラに関する条項が加えられた。ドイツは、EUメンバーとして「個人データの自動処理に関する個人の保護のための協定」や「人権と基本的自由を保護するためのヨーロッパ協定」といったEU指令にも調印・批准しているほか、インターネット上のプライバシー問題に関して、OECDの「プライバシー保護と個人データの国際流通についてのガイドライン」を採用している。

ドイツ政府におけるIT推進政策は1999年9月に発表された「21世紀の情報社会におけるイノベーションと雇用（Innovation und Arbeitsplätze in der Informations-gesellschaft des 21. Jahrhunderts）」という包括的な国家IT戦略を元にしており、同戦略では、知識情報化社会の建設と電子商取引発展を目標として、2005年までにITインフラの整備や教育プログラムの改定をはじめとする7つの重要部門に重点的に投資や研究を行っていくことを定めている¹⁴²。

またドイツ政府は2000年9月に、2005年までに入札システムや税申告サービスなどの1,200もの行政サービスをオンライン化することを目標として掲げた「Bund Online 2005」という電子政府構想を発表している。さらにドイツ政府では2002年2月に、IT分野における競争力強化を図るため、2002年から2006年にかけて、総額36億ユーロを情報通技術分野に投資するIT技術研究助成プログラム「ITリサーチ2006（IT Research 2006）」を立ち上げている。

¹⁴²<http://www.bmwi.de/Redaktion/Inhalte/Downloads/br-innovation-and-jobs.pdf;property=pdf.pdf>

(2) 2004 年の主な動き

<「情報社会ドイツ 2006」>

ドイツ政府は 2003 年 12 月、「情報社会ドイツ 2006 (Information Society Germany 2006)」と題したドイツ国内の情報化に関する報告書¹⁴³を公表している。同報告書によると、2003 年におけるドイツのウェブサイト数は、人口千人あたり世界最高水準の 85 サイトであり、またドイツ国内の全ての学校でインターネットが導入されているといい、「21 世紀の情報社会におけるイノベーションと雇用」プランに従ってドイツ国内の情報化が着実に進んでいると報告している。

さらに同報告書の中では、経済成長や雇用市場の強化のためには、IT 技術の利用拡大は不可欠であると結論付け、前述のアクションプランをフォローアップするために以下の新たな目標やアクションプランを提示している。

- ブロードバンド・コンテンツやサービス、アプリケーションを開発する。
- 民間の投資家による需要をベースとしたインフラ整備を継続する。
- 中小企業に対して IT 関連情報や支援を提供する中小企業支援センターを設置する。
- IT インフラ及びサービス分野での競争促進を目的とした投資家優遇規制の枠組みを策定する。
- 全ての市民がインターネットにアクセスできるための均等な機会を保障する。
- ブロードバンド通信におけるセキュリティを確保する。

<スパムメール禁止法案>

ドイツ政府は 2004 年、米国政府がスパム禁止法を成立させたのに続き、スパムメール禁止法案の作成に動き出しており、社会民主党 (SPD) は、スパムメールを送信する業者に対して効果的な罰則を科すことを定めた「スパム禁止法案」を議会に提出すると発表した。

¹⁴³ <http://www.bmwi.bund.de/Redaktion/Inhalte/Pdf/information-society-2006.property=pdf.pdf>

2.4.4 フランス

主な法的枠組み、法律・法案	1998年1月	「情報化社会のための政府行動プログラム（PAGSI）」
	2000年6月	「インターネットにおける公共の秩序および風紀に関するプロバイダの責任」を法制化
	2001年5月	「電子署名法」施行
	2002年11月	包括的 IT 推進計画「RE/SO 2007」発表
	2003年2月	電子政府推進局の設立
	2004年2月	電子政府計画「AdeLE 2004/2007」
	2004年6月	「デジタル経済における信頼のための法律」施行

(1) 概要

フランス政府では 1998 年 1 月に首相主導の下で設立された「情報化社会のための省庁間委員会」によって「情報化社会のための政府行動プログラム（PAGSI）」が策定され、2000 年代初頭までこれに基づいた情報化政策が進められた。電子商取引は、「情報化社会のための政府行動プログラム（PAGSI）」に示されている優先 6 分野の一つとなっており、変革する社会の中で企業が生き残る後押しをするための税制や金融、行政措置を適用することがゴールとして掲げられた。

また電子商取引関連の法整備に関しては、EU 指令に従って順次整備を進めており、2001 年 5 月に、1999 年 12 月付の「電子署名の共通枠組みに関する EU 指令」に基づいて「電子署名法（Electronic Signature Act）」を成立させている。その他フランスは、EU 加盟国として「電子商取引に関する EU 指令」や「個人データの自動処理に関する個人の保護のための協定」と「人権と基本的自由を保護するためのヨーロッパ協定」に調印・批准しており、こうした指令の国内法制化に取り組んできている。

こうした 1990 年代後半からの IT 推進政策を進めてきたフランス政府であったが、こうした政策はあまり成果は見せず、2000 年代に入ってからインターネット普及において米国や他の西欧諸国と大きな差が出てくるようになった。こうした国内の IT 化の遅れを受けて、フランス政府は 2002 年 11 月、「フランスの情報化の遅れを挽回すること」および「フランス国民のための情報社会を実現すること」を 2 大目標とした新たな包括的 IT 推進計画「RE/SO 2007」を発表した。フランス政府は同計画において、特に他の欧州諸国より遅れをとっている電子政府の構築などに重点を置き、政府が率先して IT を導入することで企業や市民の間での IT 普及を図っている。また 2003 年 2 月には、フランス政府は電子政府推進局（Agency for the Development of Electronic Administration : ADEA）を新設し、インターネット上のプライバシー保護と行政サービスの向上を両立させながら日常生活の利便性向上に役立てることを目指した電子政府構築を進めている。

(2) 2004年の主な動き

<電子商取引に関するEU指令の国内法制化>

2004年6月、フランス政府は、欧州委員会が2000年6月に採択した「電子商取引指令」を国内法制化した「デジタル経済における信頼のための法律 (Loi N° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique : LCEN)」を施行した。LCENでは、放送法の一部を改正し、放送(視聴覚コミュニケーション)という概念の上位に、電子的媒体による公衆へのコミュニケーションという概念を導入しており、電子商取引に関しては、以下の3つの項目に関する規則を定めている¹⁴⁴。

- 電子商取引に適用可能なルール：①オンライン広告に関するルールと②電子契約が有効となるための条件を規定
- 暗号に関するルール：暗号ツールの使用を完全自由化し、またこうしたツールの悪用を防止する手立てを提供
- デジタルネットワークにおける表現の自由の条件：インターネット上におけるホスティング・サービス・プロバイダの責任に関して規定

LCENでは、デジタルネットワークにおける表現の自由に関して、ホスティング・サービス・プロバイダが掲載されている情報は、以下の2つの条件に当てはまる場合は原則として民事上あるいは刑事上の責任を負わないとしている。

- プロバイダが法律に反する情報に関して実際に知識や情報を持たず、こうした情報が明らかになる状況や事実気が付かない
- プロバイダが掲載している情報が違法であると分かった時点で、こうした情報を削除する

また同法は、ホスティング・サービス・プロバイダが法律に反する情報を発見した際の通知手続きに関しても規定しており、これによると、プロバイダは通報を受けた時点で違法な情報の掲載を認識していることになり、また意図的に不正確な情報を通報した人物に対しては1年以下の懲役または罰金15,000ユーロを科されることが定められた。

LCENは、EUの電子商取引指令と同様、プロバイダに対して掲載情報をモニターしたり、積極的に見つけ出す義務を課していないが、オンライン・コンテンツによって被害が出た場合に、裁判所はプロバイダに対して対処を求めることが出来るという。

さらにLCENでは、プロバイダが情報をアップロードした人物を特定する情報を保管することを義務付けており、これを怠った場合1年以下の懲役か罰金7,500ユーロが科せられるという。

144 <http://www.freshfields.com/practice/ipIT/publications/newsletters/IT-newmedia/8663.pdf>

<電子政府推進プログラム「AdeLE 2004/2007」の導入>

ADEA は電子政府推進のための方針や戦略を固めるために、2003 年後半から政府や市民、その他団体の代表者を集めて 6 ヶ月以上に渡って検討を行い、その結果を 2004 年 2 月にフランス初の包括的な電子政府推進計画、「AdeLE 2004/2007 (Administration eLEctronique 2004/2007)」として発表した。同計画には 2004 年から 2007 年にかけて行政サービスを改革するための約 140 もの具体的なイニシアチブが含まれており、その予算として 18 億ユーロ (1 年あたり 4.5 億ユーロ) を配分している。AdeLE 2004/2007 計画では、以下を目標として挙げている¹⁴⁵。

- データのセキュリティと秘匿性を保証する。
- 行政手続を簡素化する。
- 行政の近代化に貢献する (2007 年までに一般行政経費の 7~10%に当たる 50~70 億ユーロの削減)。

以下は、AdeLE 2004/2007 計画の主要なイニシアチブである。

- 行政サービスやその手続き方法に関する情報を提供する電話案内サービスを 2004 年中に全国に拡大する (Allo Service Public プログラム)。
- 2004 年末までにオンライン上で住所変更届ができるワンストップ・サービスを提供する。
- 電子身分証明カードを、2004 年中頃までにスペックを決定し、2006 年中に実用化する。
- 2004 年から 2007 年にかけて公共セクターに電子調達システムを順次導入する。
- 政府内の財務および会計管理システムを近代化する。

145 <http://europa.eu.int/ISPO/ida/jsp/index.jsp?fuseAction=showDocument&documentID=2130&parent=chapter&preChapterID=0-140-194>

第3章 各国における電子商取引推進機関と推進プロジェクト

3.1 北米

3.1.1 米国

(1) コマースネット

<概要>

名 称	コマースネット
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、電子商取引に関連する研究活動や普及促進プログラムに取り組む組織

1994年に設立された非営利団体であるコマースネット（CommerceNet）は、「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」ことを目指して、企業や政府関係者、そして起業家や専門家の知識人と協力して、電子商取引市場の確立およびその活性化に取り組んでいる。コマースネットには、ヒューレット・パッカード社、IBM社、マイクロソフト社、オラクル社、サン社をはじめとする大手IT企業、インターネット・サービス・プロバイダ、ソフトウェア会社などが参加している。またコマースネットは、世界各地で活動を展開しており、現在12カ国（フィンランド、イタリア、オランダ、ノルウェイ、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）に支部を持つ。2003年9月には、これまで共同で中小企業向けのカatalog管理システムの開発やウェブサービス調査研究などに取り組んできたB2B関連団体「オープンネットワーク・フォー・コマース・エクスチェンジ（Open Network for Commerce Exchange：ONCE）」と合併している。

コマースネットは、産業界を代表して、電子商取引に関連する研究活動や普及促進プログラムに取り組んでおり、これまで具体的なテーマとして、電子商取引の安全性やXMLメッセージング、次世代インターネットなどを取り上げている。また以下は、現在コマースネットが取り組んでいる主な事業内容である。

- 電子商取引のためのオープンネットワーク（Open Network for Commerce Exchange）
世界規模での電子商取引普及をテーマに、マーケットプレイスの運営者やベンダー、ユーザを招集したフォーラムを開催し、電子商取引システムにおける相互運用性、セキュリティ、コンテンツ管理などに関して意見交換を行う。
- ヘルスケア・プログラム
医療費の拡大を背景に医療システムの改革が求められる中、コマースネットが目標とする「適切な情報を、適切な時に、適切な場所で、適切なチャンネルを通じて伝える」ヘルスケアの実現を目指して、ビジネス・サービス・ネットワーク（Business

Services Networks : BSN) と呼ばれる緩やかなビジネス・ネットワークのヘルスケア分野での活用を推進している。

➤ エレクトロニクス・プログラム

電気機器製造産業において、BSN やグリッドコンピューティング導入を導入することでサプライヤとベンダー間でのアプリケーション・ツールや情報の共有を促進し、サプライチェーンの更なる効率化を進めている。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	中小企業コレクト・オン・キャプチャ・プログラム
目標	ウェブサービス技術や「コレクト・オン・キャプチャ」というコンセプトを導入することで中小企業が迅速且つ低コストなカタログ管理を目指す
期間	2003年～

コマースネットは、中小企業が電子商取引を導入する際に生じるサプライヤ間のシステム統合や相互運用性といった問題の解消を目指して「中小企業コレクト・オン・キャプチャ・プログラム (SME Correct on Capture Program)」を実施している。同プログラムでは、ウェブサービス技術やエクセル方式のカタログ管理ツールを使って、標準形式の製品情報や製品属性データの収集を行う「コレクト・オン・キャプチャ (Correct on Capture)」というデータ管理方法を導入し、これにより中小企業が正確で有意義な製品データを迅速かつ低コストで収集・分類・公開できるようになることを目指している。また収集されたデータを纏めてプリントアウトしたり、また XML などの電子フォーマットによるカタログの出力も可能になるという。

コマースネットでは、同プログラムを2つのフェーズに分けて実施しており、2004年3月に終了した第1フェーズでは、コレクト・オン・キャプチャ方式を利用したプロトタイプツールの構築やテンプレート作成のためのスキーム開発、エディタの構築・テスト、そしてレジストリの試験などが行われた。第2フェーズでは、異なる国家や産業での製品分類システムの実態を把握するためにカタログ化、分析、計量、既存の製品分類、製品詳細の記載方法などに関して調査をするほか、第1フェーズで完成した分類レジストリやエクセルのテンプレート・デモンストレーションを拡充したり、サプライヤの製品・サービスデータ、フォーマットを管理するためのオンラインサービスを追加する予定である¹⁴⁶。

¹⁴⁶<http://www.commerce.net/docs/SME-NewInitiatives.pdf>

(2) ロゼッタネット

<概要>

名称	ロゼッタネット
所在地	1851 E. First St., Suite 1050, Santa Ana, CA 92705 USA
URL	http://www.rosettanet.org
組織概要	企業間電子商取引における標準化に取り組む民間コンソーシアム

ロゼッタネット (RosettaNet) は 1998 年に設立された非営利の民間コンソーシアムで、IT 産業における B2B 電子商取引の普及促進により、産業全体でのサプライチェーン効率化を実現することを目標としている。現在、メンバー企業として、500 以上の国際大手 IT 関連企業を擁しており、業種は、情報技術、エレクトロニクス・コンポーネント、半導体製造業、電気通信、ソリューション・プロバイダなど多岐に渡る。

ロゼッタネットの主要なミッションは、B2B 電子商取引の基盤となる標準規約を設定することであり、具体的に XML をベースに取引に使用される製品コードやビジネスプロセスなどの制定を行っている。また B2B 電子商取引における企業システム間の接続インターフェイスや用語の標準化にも取り組んでいる。

ロゼッタネットは、米国以外にも欧州や南米、アジアなど国や地域の枠を超えた世界的な活動を展開している。特に近年、アジアでの活動を活発化させており、2004 年には、これまでの中国、日本、韓国、台湾、シンガポールなどの現地組織に加えて、2 月にマレーシアのペナンにアジア・エンジニアリング・センターを¹⁴⁷、そして 9 月にはシンガポール政府の協力のもと Nanyang Polytechnic (NYP) にアーキテクチャー・センター・オブ・エクセレンス (Architecture Centre of Excellence) を開設¹⁴⁸、各地におけるプレゼンスを高めている。

2002 年には、北米における製品コードや生産者識別コードの標準団体である UCC (Uniform Code Council) ¹⁴⁹に吸収合併され、現在 UCC の下部組織となっている。合併の主な目的は「XML ベースの標準規格の各業界における普及活動を通じて、両者が統一的なアーキテクチャ環境を構築するため」とされており、以降、B2B 標準規格の開発にも携わっている。

2004 年 8 月にはアーキテクチャ諮問委員会 (Architecture Advisory Committee : AAC) が設置され、民間 12 社との協力の下、マルチプル・メッセージング・サービスや電子商取引向け XML といった新技術や、電子商取引関連のアーキテクチャ・フレームワークに関して調査を開始している¹⁵⁰。

¹⁴⁷ “RosettaNet expands to Asia,” ITNews Australia, Feb. 16, 2004, http://www.itnews.com.au/storycontent.asp?ID=6&Art_ID=18337

¹⁴⁸ “Singapore gets RosettaNet standards centre,” Asia Computer Weekly, Sep. 27, 2004,

http://www.asiacomputerweekly.com/acw_ViewArt.cfm?Magid=1&Artid=25051&Catid=2&subcat=20

¹⁴⁹ 北米で活動を展開する標準化団体で、UCCnet を運営。UCCnet はインターネットを使った商品情報交換に関連する活動を支援し、商品、取引先の情報を登録する GLOBALRegistry の機能を提供する。

¹⁵⁰ “RosettaNet Seeks Guidance on B2B,” internetnews.com, Aug. 12, 2004, <http://www.internetnews.com/bus->

<主な推進プログラム>

プロジェクト	パートナー・インターフェイス・プロセス (PIP)
目標	B2B ビジネスプロセスを規定するインターフェイス
期間	1998年～

ロゼッタネットは設立以来、B2B 電子商取引の核となるパートナー・インターフェイス・プロセス (Partner Interface Process : PIP) と呼ばれる B2B インターフェイスの開発・普及活動に取り組んでおり、これまで世界規模で PIP を導入する企業が増加している。PIP は、製品発注の際に提供する情報、通信方法、発注確認の返答など、サプライチェーン内の企業間でやり取りされる B2B ビジネスプロセスを規定するもので、企業間のビジネスプロセスを以下の 7つの工程に分類している。

1. 取引先製品とサービス管理
2. 製品情報
3. 受発注管理
4. 在庫管理
5. マーケティング情報管理
6. サービスとサポート
7. 製造管理

またロゼッタネットは 2003 年後半より、「PIP2A13」と呼ばれる製品の材料構成の情報交換に関する PIP を開発している。ロゼッタネットによると、材料構成に関する PIP を開発する理由として、EU 指令による環境規制が施行されつつあることや、企業のコスト管理その他分類目的サプライチェーンにおける企業間での製品構成材料の情報交換への需要が高まっていることがあるという¹⁵¹。

news/article.php/3394351

¹⁵¹ “Material Composition,” RosettaNet Homepage, May 2004,

<http://www.rosettanet.org/RosettaNet/Doc/0/TH6RM4J3IB6KDCVDQRNB1QAU0D/MaterialComposition-BoardUpdate-13May04.ppt>

3.1.2 カナダ

(1) カナダ電子商取引協議会(ECCC)

<概要>

名称	カナダ電気商取引業議会 (ECCC)
所在地	885 Don Mills Road, SuTe 222, Don Mills, ON, M3C 1V9, Canada
URL	http://www.eccc.org/
組織概要	バーコードなど電子商取引で利用されるデータの標準化を行う業界主導の団体

カナダ電気商取引業議会 (Electronic Commerce Council of Canada : ECCC) は、食料品、日用雑貨、医療用品などの消費財サプライチェーン業界における B2B 電子商取引ネットワークの構築を支援する業界主導の非営利団体で、主要事業として商品に添付されるバーコードなど B2B 電子商取引では欠かせない製品コードの標準化に取り組んでいる。ECCC は、メンバー企業に対してバーコード作成の土台となる国際産業標準 UPC (Universal Product Code) の提供を行い、これを元に各社は販売製品バーコードを導入、B2B 電子商取引の導入のためのデータ入力を促進している。

また ECCC は、製品登録およびバーコード登録をオンライン上で行う ECCnet の運営も行っており、ECCnet を導入する小売業者は、請求書処理、発注処理、製品配達、バーコード・スキャンといった業務において、管理コストを削減することができる。取引パートナーも、新しい製品に関する情報をいち早く入手したり、製品を市場に送り出すまで時間を短縮することが可能になり、様々な業務プロセスを効率化する効果が期待されている。

ECCC は、国際的な標準化活動においても積極的な関わりを見せており、米国の標準化団体である統一コード委員会 (Uniform Code Council : UCC) と協力して「GTIN Sunrise 2005」と呼ばれるプログラムの下、2005年1月1日までに北米の ECCC および UCC 加盟企業すべてが統一された 14桁の標準バーコードを導入することを目指している。また 2002年以降、UCC と共に欧州を中心に商品コードなどの標準化活動を行う「EAN (European Article Number) International¹⁵²」のメンバーとなり、消費財サプライチェーンにおける商品コードの国際標準設定への取り組みに参加している。

¹⁵² 1977年に欧州で発足した商品コード標準化推進団体。本部はベルギーのブリュッセル。バーコード標準化の他、EANCOM (流通業用国際標準 EDI) や GLN (Global Location Number) の開発、生鮮食品の追跡管理システムの研究など幅広い活動を展開。日本は 1978年に加盟。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	Can-Trace プログラム
目標	食料品サプライチェーンにおけるトレーサビリティを実証する
期間	2003年7月～

ECCC の最新の取り組みとして、食料品サプライチェーンにおけるトレーサビリティ（追跡可能性）を実証実験を実施する「Can-Trace プログラム」がある。同プログラムは、ECCC とカナダ食料品販売協会（Canadian Council of Grocery Distributors : CCGD）、カナダ食品消費財製造業者（Food and Consumer Products manufacturers of Canada : FPMC）、そしてカナダ個人食料品店連合（Canadian Federation of Independent Grocers : CFIG）などによる共同プログラムで、2003年7月に開始された。

Can-Trace プログラムでは、家畜や野菜などの食料品の流通を ECCC の標準商品コード利用によって管理することで食料品の安全性を確保することを目指している。食料品流通業者が各食料品の追跡情報をデータベースに入力すると、消費者は店頭やホームページなどでその野菜や魚などが持つ生産履歴を確認することが可能になる。

ECCC は 2004 年、実証実験の実施に向けて準備を重ねており、同年 8 月には、養豚部門における実証実験の運営主体としてコンサルティング会社の eBiz Professionals 社と IT システム企業の PGCTI 社と契約を交わしている¹⁵³。

(2) カナダ e ビジネス・イニシアチブ(CeBI)

<概要>

名称	カナダ e ビジネス・イニシアチブ (CeBI)
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	「生産性の向上やリーダーシップの確立、そして革新性の創造」に主眼を置いて推進活動を行う民間セクター主導の非営利パートナーシップ

カナダ e ビジネス・イニシアチブ (Canadian e-Business Initiative : CeBI) は、「生産性の向上やリーダーシップの確立、そして革新性の創造」に主眼を置いて電子商取引の普及促進に取り組む民間セクター主導の非営利パートナーシップである。CeBI では現在、シスコシステム社 CEO の Terry Walsh 氏とカナダ商工会議所議長の Nancy Hughes Anthony 氏が共同議長を務めている。共同議長は各チームの人数、役割、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。

¹⁵³ Can-Trace Homepage, <http://www.can-trace.org/index.asp?langid=e&pageid=main>

CeBIにおける戦略的助言提供、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、サミットの間ではカナダにおける電子商取引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。CeBIにおけるその他の主要な活動内容は以下の通りとなっている。

- 啓蒙・教育を通じた電子商取引推進 (e-Business Engagement)
- 中小企業における IT 人材育成 (e-Talent Issues for SMEs)
- プライバシーとセキュリティ改善 (Online Privacy & Security)
- ビジネス e トランスフォーメーション推進 (Business e-Transformation)
- 電子商取引のパフォーマンス測定・報告 (Benchmarking & Metrics)
- 電子商取引先端国家カナダの認知活動 (Branding)

<主な推進プログラム>

プロジェクト	eレポートカード
目標	カナダ中小企業による電子商取引活用を促進し、カナダ経済を活性化する
期間	2000年～

CeBIは毎年、カナダにおける電子商取引の普及状況の審査や将来の優先分野に関する報告書「eレポートカード」を発表している。2004年9月に発表された2004年版の「eレポートカード」によると、カナダ経済を大きく牽引する国内中小企業は、他国と比較して調達や顧客管理、製品開発といった分野での電子商取引ソリューションを活用しきれておらず、電子商取引ソリューションによる収益拡大やコスト削減を最大限に享受していないとし、政府や民間セクターはこれに対して迅速に対応する必要があると訴えている¹⁵⁴。また CeBIは、「eレポートカード」の発表と同時に「ネット・インパクト・カナダ IV：e経済において存在を増すための中小企業戦略 (SMENet Impact Canada IV: Strategies for Increasing SME Engagement in the e-Commerce)」¹⁵⁵および「ファスト・フォワード：接続を活用するために (Fast Forward 5.0: Making Connectivity Work)」¹⁵⁶と題された2つの報告書を発表しており、この中で、カナダ中小企業による電子商取引活用状況の分析や電子商取引活用の必要性を訴えている。

¹⁵⁴ http://www.cebi.ca/Public/Team1/Docs/final_e_net_impact_ff_5_0_release1.doc

¹⁵⁵ http://www.cebi.ca/Public/Team1/Docs/net_impact_english.pdf

¹⁵⁶ http://www.cebi.ca/Public/Team1/Docs/fast_foward-en.pdf

3.2 アジア・太平洋

3.2.1 韓国

(1) 韓国電子取引協会 / 技術協会 (KCALS)

<概要>

名 称	韓国電子取引協会 / 技術協会 (KCALS)
所在地	ソウル市江南区貿易センター貿易会館 1301 号
URL	http://www.kcals.or.kr
組織概要	国内の電子商取引技術競争力の向上だけでなく、国際間の産業競争力強化のために民間と政府の橋渡しの役割を担っている。

韓国電子取引協会 / 技術協会 (Korea CALS/EC Association : KCALS) は、韓国における電子商取引の技術力向上とこれを利用した国際競争力強化のための官民のパートナーシップとして 1996 年に設立された非営利機関である。KCALS は、電子商取引を利用するユーザ側の立場から電子商取引の活用を推進する産業資源部傘下の韓国電子商取引協会と、電子商取引のインフラや関連技術を提供するサプライヤの立場から電子商取引の活用を推進する情報通信部傘下の韓国電子取引技術協会から構成される。

また KCALS は、主要な電子商取引推進事業として、産業部門・業種別 B2B のモデル事業の実施、多国間の国際協力、電子カタログ技術の標準化、産業基盤基金への融資及び支援、e ビジネス企業人連合の運営、DB およびコンサルティングの提供、電子商取引関連の教育や出版、政策事案別の委員会の運営、各種イベントの実施および広報などに取り組んでいる。各事業の内容は以下のようになっている。

- 産業支援：e-CEO 協議会の運営、電子商取引専門委員会および文化委員会の運営、電子商取引への政府基金融資支援、e ビジネス企業連合会の運営事業。
- B2B モデル事業：産業部門・企業間の電子商取引の実証モデル事業、日韓 e トレード・ハブ (e-Trade Hub) 構築事業
- 国際協力：日韓協力事業、韓・中・日電子商取引協力事業
- 技術標準研究：電子カタログと標準化技術委員会の幹事機能の遂行、業種別の日韓での標準化の誘導。
- 情報サービス：国内外の電子商取引市場規模及び企業現状の調査・分析、協会資料の発刊。
- イベント・広報：「e ビジネス・エキスポ」の開催、電子商取引関連の国際行事への参加団の派遣。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	e-AMPプロジェクト
目標	日本や韓国を含むアジア全域を対象市場とした「企業間 EC ビジネスプラットフォーム」の構築
期間	2001年2月～

KCALs は 2001 年より日本の電子商取引推進機関である電子商取引推進協議会（ECOM）との共同プロジェクト「e-アジアマーケットプレイス（e-AMP）」を通じて電子商取引基盤の構築を推進している。「e-AMP」プロジェクトは、日本および韓国を含むアジア全域を対象市場とした「企業間 EC ビジネスプラットフォーム」を利用して、アジア各国が安心して商取引できる環境を整備するとともに、アジア各国が連携し「世界の生産拠点」としての確固たるビジネス基盤を確立することを目指している。KCALs は、e-AMP における技術開発の目標として、以下の 3 つのテーマを挙げている。

- 複数企業間の標準インターフェイスの確立
- アジア諸国との電子商取引ルールの確立
- 中小企業群を対象にした仮想企業体の確立

KCALs は 2003 年 6 月、こうした目標を実現させるためのウェブサイトとして「e-AMP/Korea」を正式オープンさせ、その後「e-AMP」プロジェクトに関しては、以下のような動きを見せている¹⁵⁷。

- 2001 年 2 月、第 1 回 韓日 EC 政策協議（別府）において韓国と日本の企業が参加する「e-AMP」共同構築合意
- 2001 年 4 月、韓国電子取引協会、日本電子商取引推進協議会間でプロジェクト共同推進者のための覚書（MOU）締結
- 2001 年 4 月～2003 年 5 月、韓日間において約 20 回以上の実務委員会などを開催
- 2003 年 6 月、e-AMP/Korea サイト正式オープン
- 2003 年 6 月～2004 年 7 月、日韓間実務委員会会議 6 回開催
- 2003 年 7 月、第 1 回 韓日「e-AMP」取引商談会開催
- 2003 年 11 月、日韓信用評価情報と、企業情報共有のための MOU 締結
- 2004 年 2 月、日立と協力するための MOU 締結（TWX-21 との連携推進）
- 2004 年 2 月、韓国及び日本「e-AMP」ニュースレター発送実施（韓国語、日本語）
- 2004 年 3 月、第 2 回 日韓「e-AMP」取引商談会開催
- 2004 年 3 月、米国市場進出のための市場調査実施

¹⁵⁷ <http://www.eamp.co.kr/index.html>

(2) 韓国電子取引振興院(KIEC)

<概要>

名 称	韓国電子取引振興院 (KIEC)
所在地	ソウル市江南区大峙洞 944-31 繊維センター6階
URL	http://www.kiec.or.kr
組織概要	電子文書などの電子商取引関連の標準化及び普及事業やeトラスト認証マークの付与をおこなう民間セクター主導の電子商取引推進機関

韓国電子商取引振興院 (Korea Institute for Electronic Commerce : KIEC) は、1999年8月の電子商取引基本法 (Framework Act on Electronic Transactions) に基づき、産業資源部の支援を受けて設立された民間セクター主導の電子商取引推進機関である。

KIEC は、電子商取引活性化に向けた活動として、電子文書などの電子商取引関連の標準化及び普及事業や eトラスト (eTrust) 認証マークの付与などをはじめとする以下のような活動を行っている。

- 電子商取引研究センター：電子商取引の政策、制度、推進戦略の研究及び関連トレンド分析及び環境調査
- 電子文書標準化：電子文書標準の研究開発及び普及、電子商取引標準の制定及び普及、相互連携性における標準化の技術開発
- 電子商取引紛争の調停：消費者の信頼性の向上及び国民向けサービスの拡大、電子商取引紛争発生時の対処
- 国際協力：国際機関と地域協力機構の動向と問題点の把握及び国際機関活動への積極的参加、アジア地域の国家間協力分野の拡大及び協力チャンネルの構築
- 認証・授与：eトラストの随時認証、eトラスト認証における国際協力の推進、インターネット・ショッピング・モール体験評価、eトラスト委員会の運営
- 人材養成：電子商取引人材開発センター (eHRC) の運営
- 技術開発：電子商取引に関連する技術開発の支援、民間部門の技術開発投資の促進、自立的な技術基盤の構築及び国際競争力の強化

<主な推進プログラム>

プロジェクト	eトラスト認証マーク
目標	eトラスト認証マークを認定することによって、オンライン上で製品やサービスを購入する消費者及び企業を保護し、また認定企業の利便性向上と業務効率化の目標達成に資する
期間	1999年～

KIEC は、消費者信頼に関する一定の基準を満たした電子商取引サイトに対して認証マークを与える「eトラスト認証マーク・プログラム (eTrust Mark Program)」を実施している (下図参照)。



同プログラムは、eトラスト認証マークを付与することによって、オンライン上で製品やサービスを購入する消費者及び企業を保護するとともに、認定企業の利便性向上と業務効率化を支援することを目指している。eトラストマーク認証マークを付与するに当たり、電子商取引サイトの購入手続きやコンテンツを審査するだけでなく、利用されているアプリケーションや消費者保護およびプライバシーに関するポリシーなどに関しても、審査を行っている。KIEC は、eトラスト認証マーク・プログラムの目標として以下の項目を挙げている¹⁵⁸。

- オンライン消費者の保護
- 電子商取引の安定性と利便性の向上
- 電子商取引に対する消費者信頼の向上
- 中小企業へのビジネスチャンス増大
- 電子商取引を開始する企業に対するコンサルティング・サービス提供
- 電子商取引推進を通じた国家競争力の強化

¹⁵⁸ eTrust Mark Homepage, <http://www.etrust.or.kr/>

(3) 韓国貿易情報通信(KTNet)

<概要>

名称	韓国貿易情報通信 (KTNet)
所在地	ソウル市江南区三成洞 159-1 トレードタワー貿易センター
URL	http://www.ktnet.co.kr
組織概要	国内企業間での電子商取引インフラ構築から、国家間での電子商取引のインフラ構築に至るまで、インターネットを通じた貿易自動化サービスを提供する韓国貿易協会の出資企業

韓国貿易情報通信 (Korea Trade Network : KTNet) は、韓国貿易協会が全額出資する企業で、既存のネットワークサービスを元にした取引先の開拓から通関・物流・代金決済に至るまで、貿易に関わる全業務を処理する EDI サービスやデータベース・サービス、そしてインターネットを利用した通信手段の普及促進からシステム構築に至るまでの貿易業務に必要な付加価値サービスを提供している。取引自動化の開発過程において蓄積された技術やネットワークや海外事業者との戦略的提携を通じて、電子商取引サービスとして成長している。以下は、KTNet の主要な事業内容を纏めたものである。

- EDI サービス：貿易、通関、物流など、全ての貿易業務処理手続きをワンストップで一括処理する自動化サービス
- データベース・サービス：商品・企業情報、輸出入通関情報、輸出入貨物の集荷及び追跡情報などの輸出入に関連する情報の提供サービス
- グローバル事業：電子貿易ネットワーク構築サービス
- 付加価値サービス：貿易業務に必要な国内外の電子貿易コンサルティング及び公認証サービスなどのサービス

<主要な推進プログラム>

プロジェクト	cトレード・ワールド (cTradeWorld)
目標	貿易に関連する一連の手続きをオンライン化する
期間	2000年～

KTNet は、貿易に関連する一連の手続きをオンライン上で行えるポータルサイト「cトレード・ワールド (cTradeWorld)」を開設している。cトレード・ワールドは、ユーザが取引相手との取引内容を確認したり、非合法文書を摘発する機能のほか、e マーケットプレイスの機能も備えている。同ポータルサイトでは、シングル・サイン・オン (SSO) やワークフロー、XML、支払いゲートウェイ (Payment Gateways)、電子メールといった様々な IT 技術を駆使することでユーザのニーズに応えている。また外国貿易を行う際にも、貿易に関する情報収集から代金支払い決済が可能になっており、B2B 取引における関税手続きやロジスティック関連の取引におけるパッ

クポートとなることが期待されている。「c トレード・ワールド」で提供されるサービスは以下のようになっている¹⁵⁹。

- e ロジスティクス・フレーム (eLogistics Frame) : 輸出入における税関業務と物流手配業務を統合することで、革新的な輸出入システムを提供しており、ユーザはこうした業務をオンラインからワンストップで行うことができる
- e 税関フレーム (eCustoms Frame) : 税関審査、関税の払い戻し、必要書類の検索、統計データの入手をオンラインで行うことができる
- e マーケットプレイス (eMarketplace) : ユーザはビジネスパートナーの情報を入手したり、企業情報を公開することができる
- 貿易コミュニティ (Trade Community) : 約 1,000 社の貿易企業や貿易代理業者間のコミュニケーションを支援する電子メールベースの情報配信チャンネルを提供する
- c トレード・バンク (cTradeBank) : 貿易関連会社や倉庫会社、ブローカーなどが取引ステージにおいて電子的に支払いや決済を行うことができる

¹⁵⁹ <http://www.ktnet.co.kr/enghome/additional/ctradeworld.html>

3.2.2 中国

(1) 中国電子商務協会(CECA)

<概要>

名称	中国電子商務協会 (CECA)
所在地	Building No.2, No. 27, Wanshou Road, Haidian District, Beijing, 100846, Republic of China
URL	http://www.ec.org.cn
組織概要	中国の電子商取引市場の活性化及び電子商取引を通じた国際交流の促進に取り組む中国情報産業部傘下の電子商取引推進機関

中国電子商務協会 (China Electronic Commerce Association : CECA) は、中国における電子商取引の発展と電子商取引を通じた国際交流を促進することを目的として 2000 年 6 月に設立された中国情報産業部傘下の電子商取引推進機関である。CECA は、政府と民間企業、そして研究機関の間の連携をとりながら、中国における電子商取引普及活動に取り組んでいる。

CECA における主な活動内容は、電子商取引関連業務の調査及び研究や、電子商取引関連の法律整備や普及促進政策に関する政策提言、電子商取引普及のための国際交流や協力などがある。また、国内外の電子商取引技術及び応用成果の普及促進、技術交流や事業商談会の開催、情報化のための人材育成および啓蒙活動、そのほか専門家を組織して電子商取引関連分野の諮問サービス提供などを行っている。

CECA は 2004 年 8 月、電子商取引サイトやインターネット・オークションサイトの規制を議題としたシンポジウムを開催した。政府関係者や研究者、電子商取引サイトやオークションサイト関係者ら、40 名が参加した同シンポジウムでは、特に電子商取引サイトやオークションサイトに対する産業規制の必要性和フィージビリティ、そして中国初の産業界による自主規制の策定に関して、議論が交わされた¹⁶⁰。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	情報トレーニング・プログラム
目標	50 以上のトレーニング・センターにおいて、IT 関連の人材育成を行う
期間	2001 年 8 月～

CECA は、国家情報推進局および情報産業部傘下の情報化促進局の協力のもと、国内 50 以上のトレーニング・センターにおいて IT 関連の人材育成を行う「国家情報化トレーニング・プログラム (National Informatization Training Programs)」を実施している。同プログラムでは、2001 年 8 月に CECA が発表した「国家情報化トレーニング・プログラムの執行方法 (Administrative

¹⁶⁰ “China to establish industrial regulations for online trade on auction platforms,” China IT & Telecom Report, Aug. 6, 2004

Methods for National Informatization Training Programs) 」および「国家情報化トレーニング資格 (Administrative Methods for National Informatization Training Certificate) 」に基づいた IT トレーニングが行われており、受講者の情報は「トレーニング受講者データベース (Trainee Database) 」にて管理されている。これまで約 1 万人が同プログラムによって IT 関連のトレーニングを受け、そしてトレーニング認定書を授与されたという。

(2) 中国国際電子商取引センター(CIECC)

<概要>

名称	中国国際電子商取引センター (CIECC)
所在地	Xinshijie Center South, Building 608-609, Waida Road, Chong Wen District, Beijing, Republic of China
URL	http://www.ec.com.cn
組織概要	1996 年に設立された対外貿易経済合作部傘下の電子商取引推進機関。電子商取引分野における国際交流強化や関連技術の普及促進、関連分野でのコンサルティング・サービス提供などを行う

中国国際電子商取引センター (China International Electronic Commerce Center : CIECC) は、対外貿易経済合作部の後ろ盾を受けて 1996 年に設立された組織で、中国政府の電子政府システムの構築・運営を担当しているほか、大手インターネットプロバイダの「中国国際経済貿易互聯網 (CIETNet) 」を運営している。

CIECC は電子政府関連事業の一環として、中国政府における通信プラットフォームやデータベース交換プラットフォーム、そしてセキュリティプラットフォームの構築を通じた政府および関連団体との情報共有を進めている。また CIECC は、ビジネス電子情報・セキュリティ認証システムの開発を行っているほか、同システムの利用方法を模索している。

CIECC は近年、大手 IT 企業との連携を強めており、2004 年 5 月にはプラットフォーム拡充に関して、HP China 社や Beijing Oracle Software System 社、Hitachi Data System 社、Digital China 社、Niyoko Electronics Systems 社と提携関係を結んでいる。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	中国国際電子商取引ネットワーク
目標	外国の貿易や様々なレベルの経済執行機関を対象とした全方向型の電子商取引サービスの提供
期間	1996 年～

中国国際電子商取引ネットワーク（China International Electronic Commerce Network）は、「第9次5カ年計画」で提唱された税関 IT 化計画「金関プロジェクト」の下で開始された経済貿易専門電子商取引ネットワーク構築プログラムであり、CIECC が同プログラムの運営担当機関となっている。

中国国際電子商取引ネットワークは、安全な国際電子商取引プラットフォームを通じて、貿易に関連する様々なレベルの政府機関を対象とした全方向型の電子商取引サービスを提供しているもので、現在、97 地方政府が接続している。同ネットワークを利用する地方政府は、対外貿易経済合作部のネットワークや外国貿易を担当する地方政府機関や特別委員会局に接続されているほか、6 つの大手貿易商工会や対外貿易経済合作部の海外支部などとも相互接続されている。CIECC によると、これまで 2 万社以上の企業と 3,000 以上の認証機関が同ネットワークを通じて、オンライン上で数量制限のある製品や輸出入ライセンスの申請審査やアプリケーションの提出・承認を実施しており、同システムの運用によって密輸や関税逃れ、鞆取り売買といった違法取引の防止に役立っているという。

(3) 中国電子情報産業発展研究院 (CCID)

<概要>

名称	中国電子情報産業発展研究院 (CCID)
所在地	Beijing CCIDnet Information Technology Co. Ltd. CCID Plaza, 7F, 66 Zizhuyuan Road, Beijing, Republic of China
URL	http://www.ccidnet.com
組織概要	中国電子情報産業発展研究院の出資で設立された IT 関連研究機関で、IT 関連の情報提供サービスに従事している

中国電子情報産業発展研究院（China Center for Information Industry Development : CCID）は、中国電子情報産業発展研究院傘下の IT 関連業務の調査を専門とする研究機関である。CCID は大きく「IT グループ」「メディア・グループ」「コンサルティング・グループ」「教育研修グループ」の 4 つの部門から構成されており、こうした部門の下で以下のような幅広い情報サービスの提供を行っている。

- 国内外の利用者に対するメディア広報
- 市場コンサルティング
- 企業コンサルティング
- 製品試験、資格・品質の認証
- ネットワークサービス
- 広告制作
- 製品展示
- 投資分析

➤ 教育・トレーニング

CCIDでは、産業ユーザ、企業ユーザ、個人ユーザに対して、中国IT市場の政策や製品、産業、競合他社に関する動向調査や情報モニタリング・サービスを提供している。またCCIDは経験をつんだ専門家が新聞・雑誌、ラジオ、テレビを含む様々なチャンネルを通じて情報収集を行っており、これによって30の中央省庁だけでなく様々な地域や産業に関するニュースをカバーしている。

(4) 中国インターネット情報センター(CNNIC)

<概要>

名称	中国インターネット情報センター (CNNIC)
所在地	4, South 4 th Street, Zhongguancun, Haidian district, Beijing 100080, Republic of China
URL	http://www.cnnic.net.cn
組織概要	中国科学院が1997年6月に設立したインターネット関連のサービス機関。ドメインの登録やIPアドレスの割当て、国家レベルでのインターネット関連情報提供を行う

中国インターネット情報センター (China Internet Network Information Center : CNNIC) は、中国科学院が1997年6月に設立したインターネット関連のサービス機関である。CNNICの主な活動内容として、ドメインの登録やIPアドレスの割当て、インターネット関連の各種統計資料の提供などがある。またCNNICでは半期ごとに、オンライン上でインターネット・ユーザを対象とするアンケート調査を実施しており、インターネット・ユーザ数や利用実態、またドメインやウェブサイトの数などを盛り込んだ「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。さらにCNNICでは、各サイトのページビュー統計サービスを提供や中国インターネット人材育成活動を行ったり、インターネット技術紹介サービスも実施しており、その活動は多岐に渡っている。

(5) 上海電子商取引業者協会

<概要>

名称	上海電子商取引業者協会 (SECA)
所在地	上海市长宁路 1027 号兆丰广场 1008 室
URL	http://www.sh-ec.org.cn/
組織概要	上海の電子商取引関連企業から構成される非営利団体で、産業界と政府間の対話の場を提供する

2002 年 4 月に創立された上海電子商取引業者協会 (Shanghai Electronic Commerce Association : SECA) は、電子商取引関連企業などから構成される電子商取引産業の発展を目的とした非営利団体で、上海情報化委員会及び上海市業者協会の管轄の下で、上海社会团体管理局の監督を受ける。

SECA は、政府と企業間の対話の場としてメンバー企業に電子商取引関連の政策や法規、ガイドラインなどを伝えたり、逆に政府に業界やメンバー企業が抱える問題や要望を報告するほか、政府を支援するために企業を纏めて電子商取引推進のための協力体制を整えたりする。その他メンバー企業に対する主なサービスは、以下の通りである。

- ネット上での創業支援
- 電子商取引関連の会議や展示会、フォーラムの開催
- 産業界による認証システム提供
- 電子商取引市場の調査研究及び統計情報の提供
- 電子商取引業務および関連法規に関するコンサルティング・サービスの提供
- 関連組織との交流
- トレーニング・プログラムの実施

3.2.3 台湾

(1) 国家資訊基本建設産業発展協進会(NIIEPA)

<組織概要>

名称	国家資訊基本建設産業発展協進会 (NIIEPA)
所在地	7F, 317, Song-Chiang Road, Taipei Taiwan
URL	http://www.nii.org.tw/
組織概要	NII 構想推進のための民間協力組織として設立された非営利団体

国家資訊基本建設産業発展協進会 (National Information Infrastructure Enterprise Promotion Association : NIIEPA) は、台湾政府が「国家情報インフラ整備 (National Information Infrastructure : NII) 構想」の実現に必要な民間協力を促すことを目的として 1996 年に設立された非営利組織である。シンクタンクとして台湾政府に対して情報化や電子商取引普及に関する政策立案を支援する調査・研究を担当するほか、官民セクター間の橋渡し役となつて民間の電子商取引導入を促進するなど、幅広い活動を行っている。以下に NIIEPA がまとめた活動目標を示す。

- NII 構想の実現に当たり台湾政府を支援する
- 民間セクターによる NII 促進を目的としたサービスおよびアプリケーションの構築の支援を行う
- ICT 政策における官民セクター間の共同体制を強化する
- ICT 産業の拡大に際し、バランスの取れた発展となるよう、政府と共同で環境を整える

また NIIEPA は、1999 年 11 月に世界的な電子商取引の標準策定団体である OASIS (Organization for the Advancement of Structured Information Standards) のスポンサーとなり、以後台湾における ebXML¹⁶¹ (Electronic Business XML) 推進活動に取り組んでいる。2001 年 9 月には台湾初の ebXML レジストリである XR2 (XML Registry) を発表している¹⁶²。

¹⁶¹ EDI 研究を行う UN/CEFACT (United Nations Centre for the Facilitation of Procedures and Practices for Administration, Commerce and Transport) と、構造化情報に関する標準化を進めているコンソーシアム OASIS が共同で、「グローバルマーケット実現のための企業間取引の枠組み」制定を目的として発足した団体、その標準。

¹⁶² http://www.ebxml.org.tw/en/index_3.jsp

<主な推進プログラム>

プロジェクト	コマースネット台湾
目標	世界各地で電子商取引推進を行うコマースネットの台湾における提携団体で、コマースネットの国際標準に対応しつつ台湾における電子商取引推進を行う
期間	1997年～

コマースネット台湾（CommerceNet Taiwan）は、米国カリフォルニア州シリコンバレーを本拠地とする電子商取引推進機関コマースネット（CommerceNet）の台湾代表団体として 1997 年に NIIEPA 傘下で設立され、コマースネットの世界標準に対応した台湾独自の電子商取引の推進活動を行っている。コマースネット台湾の活動目的は、他のコマースネット提携諸国における先進電子商取引機関との接点を強化し、台湾における電子商取引の更なる国際化を目指すことである¹⁶³。

以下にコマースネット台湾の主な活動内容をまとめた。

- 最新の電子商取引関連技術および市場トレンド、管理技術、標準、政府規制・政策などに関する情報を台湾産業界に提供する
- コマースネット・グローバル・パートナーとの接続を活かし、台湾企業が国際市場に参入する支援を行う
- 台湾の関連企業及び団体に対しコマースネット台湾への加入を促し、台湾国内における標準化を進める

(2) 資訊工業策進会()

<概要>

名称	資訊工業策進会 (III)
所在地	11F, No. 106, Ho-Ping E. Rd., Sec. 2, Taipei, Taiwan
URL	http://www.iii.org.tw/english/
組織概要	IT 活用による産業活性化を目指して活動する非営利団体

台湾経済省と台湾 IT 産業界が共同で 1979 年に設立した非営利団体である資訊工業策進会（Institute for Information Industry : III）は、創設以来 IT 技術を利用した産業の活性化に向けた活動を続けており、台湾における情報産業の発展及び研究活動における中軸を担っている。同会の具体的な事業内容は以下の通り。

- ICT 政策に関するシンクタンクと機能し、ICT 産業育成に関する政策提言を行う

¹⁶³ <http://www.commercenet.org.tw/>

- 台湾 ICT 産業のための革新技术の研究開発、ソフトウェア技術、相互運用性確立のための標準化に取り組む
- ICT 産業の発展及び新産業の創出に貢献する
- 台湾 ICT 産業の国際化及び国際社会との協力を促進する
- IT アプリケーションを普及させ、デジタルデバイドを解消する
- ICT 人材の育成および人材開発

3.2.4 シンガポール

(1) シンガポール情報通信開発局(IDA)

<概要>

名称	シンガポール情報通信開発局 (IDA)
所在地	8 Temasek Boulevard, #14-00 Suntec Tower Tree, Singapore
URL	http://www.ida.gov.sg/
組織概要	シンガポールを世界 IT ハブにすることを目的として IT 市場の健全化と IT 産業の発展に取り組む政府組織

シンガポール情報通信開発局 (Infocomm Development Authority : IDA) は、1999年に情報通信芸術省の下に創設された政府機関で、シンガポールが世界の IT センターになることを目標として IT 市場の健全化や IT 産業の発展のための活動を行っている。IDA の具体的な活動項目は以下の通りとなっている。

- 公正でバランスの取れた競争的な IT 市場育成のための明確かつ透明性のある政策作り
- インターネットの普及促進
- IT 技能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外国人材の受け入れ促進
- IT 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

<主な推進プログラム>

プロジェクト	コネクテッド・ホームズ・プログラム
目標	シンガポール家庭向けエンド・ツー・エンドのソリューションの開発及び普及のための実証事件の場を提供する
期間	2003年9月～

IDA が推進するコネクテッド・ホームズ・プログラム (Connected Homes Programme) は、シンガポール家庭向けエンド・ツー・エンドのソリューションのための実証実験プログラムで、主に以下の2項目に関して活動を行っている。

- コネクティング・ホーム (Connecting Home) : 複数の家電機器や通信機器を接続するホームネットワーク・ソリューションの開発を行うことで、ブロードバンド・コンテンツや家庭向けサービスの配信の普及を促進する。
- コネクティング・コミュニティ (Connecting Community) : コミュニティにおける様々なセクター (医療機関、教育機関、コミュニティグループ、企業など) をお互いに接続することを目的とした一連のサービスの開発を行う。これにより、コミュニティにおけるシームレスな接続性が確立される。

IT 企業は、家庭向けの革新的で統合されたソリューションを共同開発することが奨励されており、開発に取り組む企業は同、コネクテッド・ホームの実証実験環境において、各自のソリューションを使った試験やパイロットを行うことができる¹⁶⁴。

(2) シンガポール情報通信技術フェデレーション(SITF)

<概要>

名称	シンガポール情報通信技術フェデレーション (SiTF)
所在地	SITF House, 55/55A Neil Road, Singapore
URL	http://www.sitf.org.sg/index.aspx
組織概要	シンガポール情報通信企業による産業団体

シンガポール情報通信技術フェデレーション (Singapore infocomm Technology Federation : SiTF) は、1999 年にコンピュータの業界団体シンガポールコンピュータ産業連邦 (Singapore Federation of the Computing Industry : SFCI) と精密電子機器の産業団体のマイクロコンピュータ貿易協会 (Microcomputer Trade Association of Singapore : MTAS) と合併してできたシンガポール情報通信企業による産業団体である。SiTF は多国籍企業から国内企業まで 600 社以上の企業がメンバーとなっており、全メンバーの収益は、国内産業の収入の 80% を超えるという。SiTF はメンバー企業のビジネス・デベロップメントや市場調査を提供するだけでなく、ネットワーキング活動や企業間連携の場ともなっている。

SiTF は、大手調査会社 IDC 社と提携関係のある ASP アライアンスとの IT 関連調査、デジタル・マルチメディア、e ラーニング、シンガポール・エンタープライズ、セキュリティ、ウェブサービス、ワイヤレスといった分野で活動を行っているほか、企業コンピューティングをテーマにした年次カンファレンスの iX200X や IT ライフスタイルの産業イベントである SITEX といった IT 関連のイベントの開催にも関わっている。また SiTF では 2004 年 4 月、上海にシンガポール IT 企業の中国市場の足がかりとして情報提供などを行うシンガポール・ソリューション・センター (Singapore Solutions Centre : SSC) を 300 万シンガポールドルを投資して開設している¹⁶⁵。

¹⁶⁴ <http://www.ida.gov.sg/idaweb/broadband/infopage.jsp?infopagecategory=&infopageid=1473&versionid=13>

¹⁶⁵ http://www.sitf.org.sg/news/news_releases/2004/SSC-shanghai.PDF

<主な推進プログラム>

プロジェクト	国家情報通信アワード
目標	革新的な IT 技術を開発あるいは導入を行った企業や政府機関を表彰する
期間	2004 年～

SiTF は IDA と共同で毎年、革新的な IT 技術の活用を行った企業に「国家情報通信アワード (National Infocomm Award : NIA)」の表彰を行っている。

2004 年においては、民間企業及び政府機関併せて合計 11 組織が革新的な技術や IT の開発及び導入で表彰されている。革新的な IT 活用を実践した公共機関として JTC Corporation 公社が最優秀賞を受賞し、National University Hospital と SingHealth が入賞した。また革新的な IT 活用を実践した企業として、Sembawang Shipyard 社が最優秀賞を受賞したほか、NTUC 社と YCH Group が入賞した。さらに最も革新的な製品・サービスを開発した企業では、e-Cop 社と Savi Technology 社が最終優秀賞を受賞し、FriarTuck 社、GistXL 社、smartBridges 社の 3 社が入賞した¹⁶⁶。

(3) 国家信頼協議会 (NTC)

<概要>

名称	国家信頼協議会 (NTC)
所在地	8 Temasek Boulevard, #14-00 Suntec Tower Three, Singapore 038988
URL	http://www.trustsg.org.sg/
組織概要	民間事業者と消費者間の信頼関係樹立によって電子商取引を推進する業界主導の協議会

IDA は 2000 年 8 月にシンガポールの民間セクターにおける電子商取引を促進するための政府方針を打ち出し、これを受けて 2001 年 3 月、国家信頼協議会 (National Trust Council : NTC) が設立された。NTC は、電子商取引を促進するために必須となる民間事業者と消費者間の信頼関係を樹立することを目的として産業界主導により様々な活動を行っている。NTC が掲げる活動目標は以下の 5 つにまとめられている。

- 電子商取引に対する産業界および消費者の信頼を確立する
- シンガポール・トラストマーク・プログラム (National Trust Mark Programme) を運営する
- 信頼性の高い電子商取引環境を実現する産業界のリーダーを育てる
- 電子商取引における不正をなくすための方針を確立する
- 産業界および消費者に対する電子商取引不正に関する啓蒙活動を行う

¹⁶⁶<http://www.sitf.org.sg/upload/NIA2004/NIA%2004%20-%20Press%20Release.pdf>

NTC のメンバーには、大手 IT 関連企業、金融機関、コンサルティング会社、消費者団体、IDA などが含まれており、企業メンバーとして、シティバンク社（Citibank）やアーンスト・アンド・ヤング社（Ernst&Young）のほか、VISA インターナショナル社（VISA International）、ヤフー・東南アジア社（Yahoo Southeast Asia）などが加盟している。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	シンガポール・トラストマーク・プログラム
目標	電子商取引サイトの安全性審査・登録マーク制度の確立
期間	2001年3月～

NTC は、シンガポール・トラストマーク・プログラム（National Trust Mark Programme）として、TrustSg と呼ばれるトラストマークの¹⁶⁷の運営・管理を行っており、TrustSg マーク付与を行う認定機関の選別・認定業務に従事している。販売業者の審査・マーク付与を行う機関は認定コード所有者（Authorized Code Owner：ACO）と呼ばれ、こうした ACO は、NTC が定めたセキュリティ標準を満たす独自の運用コード（Operation Code）を基に、トラストマーク申請企業の審査および TrustSg 付与を行う。ACO には B2B 向けと B2C 向けとがあり、B2B 向け ACO としては、SGS Testing & Control Services Singapore 社が認定を受けている。また B2C 向け ACO としては、CommerceTrust 社と CASE: Consumer Association of Singapore の 2 社が認定を受けている。



なお NTC は、アジア・トラストマーク・アライアンスを通して、日本、韓国、台湾と連携を取りながら、トラストマークのアジア国際化に向けた活動も行っている。

¹⁶⁷電子商取引が利用される際に当該販売業者が信頼できるかどうかを判断する指標として、販売業者の申請に基づき一定の基準に従って審査を行い、適切な消費者保護の取り組みを行っているとして認定された事業者が付与される印。

3.2.5 マレーシア

(1) マレーシア国家情報技術評議会(NITC)

<概要>

機関名称	マレーシア国家情報技術評議会 (NITC)
所在地	NITC Secretariat c/o MIMOS Berhad Technology Park Malaysia 57000 Kuala Lumpur, Malaysia
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 (Malaysia: National Information Technology Council of Malaysia : NITC) は、マレーシア政府の情報化政策における主要な諮問機関である。公式には年 2 回開かれる NITC のメンバーは、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、地域利益団体部門の 3 部門に分かれている。

NITC は将来ビジョンとして「マレーシア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社会となること」を掲げており、同ビジョンを実現するために、以下のような具体的な活動項目を挙げている。

- 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、これらの目標を達成するための中心的な活動内容は以下ようになっている。

- IT による経済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

(2) マレーシア電子システム研究所

<概要>

名称	マレーシア電子システム研究所 (MIMOS)
所在地	Technology Park Malaysia, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia
URL	http://www.mimos.my/
組織概要	各種 IT 関連 R&D 活動、政策諮問、産業セクター支援、子会社によるビジネス展開と、ITに関連した活動を幅広く行う半官半民機関

マレーシア電子システム研究所 (Malaysian Institute of Microelectronic Systems : MIMOS) は、マレーシア政府による支援の下で 1985 年に設立された。1995 年には、NITC の傘下に入り、同評議会の事務局として重要な役割を担ってきたが、2004 年 7 月からはこの任務から外れ、現在では科学・技術・イノベーション省 (Ministry of Science, Technology and Inovations : MOSTI) の管轄下にある。

MIMOS は 1996 年 11 月の民営化後から、半導体製造や ICT 分野における R&D 活動の推進や政策提言などその活動範囲を拡大しており、これに伴い電子商取引推進関連の活動にも大きく関わっている。1997 年にマレーシア郵便会社 (POS Malaysia) とのジョイント・ベンチャー企業 Digicert 社を設立し、マレーシア初の認証局としてウェブサーバや電子メールパッケージなどの電子認証サービスの提供を開始した。また 1999 年からはマレーシア初のセキュア・インターネット・プラットフォーム製品として iVEST (internet Virtual Environment for Secure Transaction) の開発に取り組んでおり、さらに 2000 年には、米国ワシントン DC の世界銀行に設置されていた「グローバル・ナレッジ・パートナーシップ (Global Knowledge Partnership)」の事務局が NITC に移され、MIMOS は NITC 事務局として国際的な情報交換に貢献することになった。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	AgriBazaar
目標	B2B サプライチェーン管理アプリケーションの開発、農業セクターにおけるオンライン・マーケットプレイス・ポータル運営
期間	2003 年～

農業市場の成長が著しいマレーシアでは、政府が同セクターにおける生産性の更なる向上と世界市場における競争力強化を目標とした農産業における情報化改革を大々的に行っていると同時に、農産業界におけるデジタル・デバイドの解消も大きな目標として掲げている。こうした政策を実行に移しているのが MIMOS であり、農務省と共同で、農場関係者のトレーニングを提供するなど、活動を行っている。

特に MIMOS では、マレーシア農務省と共同で、農業セクターにおける IT 化促進を目指した情報化プログラムを推進している。2003 年 7 月に「AgriTIGeR」と呼ばれる B2B サプライチェーン

管理アプリケーションの開発を行うことを発表すると同時に、農作物電子マーケットプレイス・ポータル「AgriBazaar」を開設しており、現在一部限定地域において半年の間パイロット・プロジェクトが実施されている。

特に、農家、卸業者、輸出入業者、供給業者など農業従事者による事業運営の効率化を目的に発足した「AgriBazaar」は、短期間のうちに産業界に浸透し、実績を挙げている。例えば「AgriBazaar」における活動の一環として、有機栽培農作物を認定する OFAS (Organic Farm Accreditation Scheme) の登録作業がオンラインで行える機能提供がある。同プログラムは、マレーシア産農作物の有機栽培ブランドの認定処理を効率化し、海外市場におけるマレーシア産有機栽培農作物の市場価値を高める目的で導入された。現在、マレーシアに存在する 50 の有機栽培農場が「AgriBazaar」に登録を完了しているといい、産業側による「AgriBazaar」の効率的な利用を示す一例となっている。

このように、パイロット・プロジェクトにおける「AgriBazaar」の業績が良好であることを受けて、2004 年には同ポータルのマレーシア全国一斉導入が開始されている。MIMOS によると、パイロット・プロジェクト期間内に指摘された問題点の改善を含め、来年の全国導入に向けた活動が開始されているという。

3.2.6 インド

(1) インド ISP 協会(ISPAI)

<概要>

名称	インド ISP 協会 (ISPAI)
所在地	612 - A, Chiranjiv Tower, 43, Nehru Place, New Delhi 110019 India
URL	http://www.ispai.com/
組織概要	インターネットおよび電子商取引の普及を目的として、電気通信規制・標準化、セキュリティ対策技術などの研究、政府に対するロビー活動などを行う IT 関連企業の業界団体。

インド ISP 協会 (Internet Service Provider Association of India : ISPAI) は、1998年に設立されて以来、インドにおけるインターネットの普及促進活動を行うとともに、電気通信省 (Department of Telecommunications) と産業界との橋渡し役として双方の対話を活発化させながら、インターネット使用課税などの問題解決に向けた活動を行っている。また ISPAI は電気通信規制・標準化に関する政府産業顧問として活動を展開しており、例えば IT 省 (Department of Information Technology) や商務省 (Department of Commerce) による「WTO フレームワークに基づいたグローバルな電子商取引促進」プロジェクトに対して政策提言を行っている。

電子商取引関連の活動としては、電気通信省や IT 省、インド電気通信規制局 (Telecom Regulatory Authority of India : TRAI) などの政府機関や、その他産業界団体らと共同で、ISP の育成、International Gateways の民営化、医療産業における電子商取引導入、電子政府、遠隔教育などの分野で活発な活動を行っている。

ISPAI では主な活動目標として以下の項目を挙げている。

- 2007年までにインドにおけるインターネット接続数を 2,300 万件に増やす
- 2008年までに IT ソフトウェア/サービス産業を 800 万ドル市場にまで成長させる
- ISP 産業を利益優先型産業に変革する
- ボイスとテキストのデータ収束技術を促進させ、電子商取引の普及を図る

<主な推進プログラム>

プロジェクト	インド全国 IX (NIXI)
目標	インド国内初のインターネット・エクスチェンジ・ポイントの設立を実現し、インターネット通信環境を改善する。
期間	2001 年～

「インド全国 IX (NIXI: National Internet Exchange of India)」は、これまでインド国内に存在しなかったインターネット・エクスチェンジ・ポイント (IXP: Internet eXchange Point) を設立するために設置された非営利団体で、2001 年より活動を開始している。同プロジェクトは、インド IT 省より資金援助を受けており、産業界代表の ISPAI に加え、インド工科大学 (Indian Institute of Technology)、さらに IT 関連企業からなる委員会によって管理されている。

インドにおいては、インターネット・サービス・プロバイダ同士を接続する中継地点である IXP サービス・プロバイダがこれまで存在しなかった。そのため国内の異なる ISP を使用するユーザ同士がメールをやり取りする場合、一方が送信したメールは一度シンガポールに送信され、次に米国に転送、米国の IXP で接続され、インドに返される、という経路が取られていた。このような背景から、「効率が極めて悪い」との批判が巻き起こり、インド国内にも IXP を設置すべき、との声が高まり、2001 年に同プロジェクトが発足した。これによりインド国内の ISP は、国際帯域をより効率的に使用でき、ユーザのレスポンス・タイムを短縮するなど、国内ユーザへのサービスの質の改善に大きな役割を果たすと見られている。

ISPAI の計画では、デリー、ムンバイ、チェンナイ、コルカタの 4 都市に 1 つずつ、合計 4 つの IXP の設立を行うことになっている。デリーの IXP は、IT 関連企業が集結する「インドソフトウェア・テクノロジー・パーク (STPI: Software Technology Parks of India)」に設立されている。

3.2.7 オーストラリア

(1) Tradegate ECA

<概要>

名称	トレードゲート ECA
所在地	Level 6, 131 York Street, SYDNEY, NSW 2000, Australia
URL	http://www.tradegate.org.au/
組織概要	輸入手続きのオンライン化から EDI の標準化まで電子商取引に関連する活動を包括的に行う非営利組織

トレードゲート ECA (Tradegate ECA) は、企業メンバーによって構成される非営利団体で、オーストラリアにおける電子商取引の促進のための幅広い活動を行っている。トレードゲート ECA は、産業界そして政府に対する顧問サービスとして電子商取引推進戦略ポリシーの立案やシステム構築・導入など幅広い対応を行ったり、また産業と政府との間に立ち、産業界における取り組みと政府規制とのバランスが取られるよう、調整役としての役割を果たしている。またトレードゲート ECA は、ISP としてコネクスト・インターネット・ソリューション (Connect Internet Solutions) 社と契約を結んで電子商取引サービスのプロバイダとしても様々なサービス提供を行っているほか、インターネット・ドメイン名システムの管理を行う非営利団体である auDA (Australian Domain Administration) の創設メンバーとしてドメイン管理に関わるなど、幅広い活動を展開している。

現在、トレードゲート ECA とオーストラリア政府は共同で、医薬品、国内外運輸・運送、小売業などのセクターにおける電子商取引推進活動を展開している。

トレードゲート ECA の活動目標は以下の 4 点にまとめられている。

- 実際に産業界でビジネスを行うメンバー企業を通じての電子商取引の推進
- 技術サプライヤとユーザ企業との間の調整
- 電子商取引デモンストレーション・プログラムの管理
- 電子商取引を含めた IT 関連サービスの提供

<主な推進プログラム>

プロジェクト	オーストラリア税関局トレードゲート・ソリューション
目標	オーストラリア税関局におけるすべての輸出入に関する手続きを電子化する
期間	1989年～

トレードゲート ECA は 1989 年より、オーストラリア税関との独占契約の下、税関ユーザに対する電子ネットワーク・サービスを提供しており、これにより、税関における EDI とオンラインの両方の通信は、すべてトレードゲート (Tradegate) ハブ経由で税関に迅速に報告が行われるようになってきている。

トレードゲート ECA では現在、輸入向けのインポートネット (ImportNet) と輸出向けのエクスポートネット (ExportNet) と呼ばれるインターネットベースの電子商取引メッセージング・システムを導入している。両システムでは、既存の EDI ユーザだけでなく、EDI を導入していない中小企業でもインターネットを介してオンライン取引を導入することが可能になっているという。例えばエクスポートネットでは、海運業社とその貿易業者が輸出を行う際に、オンライン上で税関手続きの予約確認を行ったり、運送指図や見積為替手形、貨物運送状などを申請することができ、またインポートネットでは、中小輸入業者および通関業者が輸入業務を行う際に、海運業者から送信される電子商取引データである IDO (Import Delivery Order) を電子的に処理できるようになっている。

さらにトレードゲート ECA は、インターネットを利用した電子支払機能の導入も行っており、既存の EDI システムを導入していない中小企業でも電子支払いシステムの利用が可能になっている。トレードゲートのサービスを使用している主要なセクターは以下のようにになっている。現在、輸出入に関連した業務に携わるトレードゲート利用業者は 5 万社を超える。

- オーストラリア税関局
- 航空会社
- 海運会社
- 運送業者
- 鉄道会社
- 通関業者
- トラック運送業者
- 輸出入業者
- 倉庫業者
- 銀行・保険会社

(2) オーストラリア・インターネット産業協会(IIA)

<概要>

名称	オーストラリア・インターネット産業協会 (IIA)
所在地	Unit 3, 20 Bougainville Street, Manuka, ACT 2603, Australia
URL	http://www.iaa.net.au/
組織概要	オーストラリア国内でのインターネットアクセスの向上や信頼性などを目的として、政府に対する政策提言及び、ビジネスや規制の問題に関して擁護活動を行うインターネット業界団体

オーストラリア・インターネット産業協会 (Internet Industry Association : IIA) は、オーストラリアのインターネット業界団体で、メンバー企業は電気通信事業者からコンテンツ企業やウェブ開発企業、また電子商取引サイト運営企業やソリューション・プロバイダ、ハードウェア・ベンダー、ISP、教育研究機関など多岐にわたっている。IIA は、オーストラリア国内でのインターネットアクセスの向上や信頼性などを目的として、政府に対する政策提言を行ったり、ビジネスや規制の問題に関して擁護活動を行っている。

IIA では、インターネットに関する重要な課題に関してインターネット上で意見交換や情報共有を行うバーチャル・タスクフォースを設置しており、これまでに認証、コンテンツ、著作権、サイバー犯罪、デジタル格差の解消、プライバシー、スパム、ワイヤレスといったテーマを取り上げてきた。IIA は、こうしたバーチャル・タスクフォースによる議論などを踏まえて、電子商取引に関連する自主的な行動規則 (Code of Practice) を策定しており、これまでコンテンツ規則、オンラインギャンブル規則、プライバシー規則 (草案) サイバー犯罪規則 (草案) を発表している。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	オーストラリア国家ウィルス防御計画
目標	オーストラリア国内の全てのインターネット・ユーザに無料で試用版ウィルス対策ソフトを提供する
期間	2004年2月～

近年のコンピュータ・ウィルス被害の増大を受けて、IIA は 2004年2月、オーストラリア国内の全てのインターネット・ユーザに無料で試用版ウィルス対策ソフトを提供する計画「オーストラリア国家ウィルス防御計画 (National Virus Protection Scheme)」を立ち上げた。IIA の統計によると、国内インターネット・ユーザのうち4人に1人が最新のコンピュータ・ウィルスに対する対策を行ってないといい、こうしたウィルスから保護されていないユーザは自分自身のみを危険にさらすだけでなく、ウィルスの感染源として他のユーザをもウィルス感染の危険にさらすことになることからウィルス対策ソフトの配布を決めたとしている。

同計画では、ヤフー (Yahoo) 社、マカフィー・セキュリティ (McAfee Security) 社、トレンドマイクロ (Trend Micro) 社といった IIA に加盟する主要ベンダーの支援を受けており、ホームページ (www.iaa.net.au/novirus.html) から 6 種類のウィルス対策ソフトの試用版をダウンロードすることができるようになっている。なお、こうしたウィルス対策ソフトの試用期間は 15 日から 3 ヶ月となっている

3.3 ヨーロッパ

3.3.1 EU

(1) 欧州電子標準委員会・情報化社会標準システム(CEN/ISSS)

<概要>

名称	欧州電子標準化委員会・情報化社会標準システム (CEN/ISSS)
所在地	36 rue de Stassart, B - 1050 Brussels
URL	http://www.cenorm.be/cenorm/businessdomains/businessdomains/iss/index.asp
組織概要	欧州全体をカバーする標準化機関である欧州標準化委員会の電子商取引を含む ICT 分野部門

欧州標準化委員会 (European Committee for Standardization : CEN) は、欧州のさまざまな標準機関が連携して設立した欧州全体をカバーする標準化機関であり、CEN/ISSS (Information Society Standardization System : ISSS) は電子商取引を含む ICT 分野部門として 1997 年に設立された。CEN/ISSS は、ICT 分野の問題に関して欧州のコンセンサスを作ることを目的としてサービス・プロバイダや政府関係者、ユーザや消費者団体といった利害関係者が参加できる CEN/ISSS ワークショップを開催しているほか、こうした問題の現状を分析し、政策提言を行うフォーカス・グループを設けている。なお CEN/ISSS は、欧州委員会からの委託を受けて標準化関連活動を行うが、EU の組織の一部ではない。

電子商取引関連の標準技術の普及は、CEN/ISSS における中心的な議題の一つとなっている。例えば CEN/ISSS では、電子商取引関連の活動として、かつて EDI の標準化などに取り組んできたが、近年、XML を利用した電子商取引ソリューションにおける関係者間の協調に積極的に関わっている。現在、CEN/ISSS では電子商取引関連の取り組みとして以下の活動を実施している。

- eBES (ebXML) ワークショップ
- 電子商取引相互互換性フォーラム (eBusiness Interoperability Forum : eBIF)
- eカタログ・分類ワークショップ (eCataloguing-classification Workshop)
- e請求書ワークショップ (eInvoicing Workshop)
- e調達ワークショップ (eProcurement Workshop)

<主な推進プログラム>

プロジェクト	欧州 ebXML 情報センター
目標	ユーザ・コミュニティや開発者、企業の専門家が参照できるように ebXML に関する情報を欧州の複数言語で提供する
期間	1999 年～

CEN/ISSS の eBES ワークショップでは、ebXML の開発・導入を行うと共に、欧州 ebXML 情報センター (European ebXML Information Center) と呼ばれる ebXML 関連の情報提供サイトを運営している。同情報センターは、www.ebXML.org のウェブサイトの一部として開発されたもので、ユーザ・コミュニティや開発者、企業の専門家が参照できるように ebXML に関する情報を欧州の複数言語で情報を提供している。

同センターにおける主要な活動目的は、以下の通り。

- ebXML プロジェクトの成果を普及させる
- XML の標準化団体である OASIS や国連機関の UN/CEFACT、また eBES のワークショップの成果を含めた ebXML 新技術の普及を支援する
- ebXML および XML の開発状況に関する情報にユーザがアクセスできるような情報センターを提供する
- ebXML 標準化に関連したリソースを参照するためのレポジトリを提供する
- EDI 標準や EDI によるシステムを XML 方式に移行するための情報を提供する

(2) 欧州情報通信産業協会(EICTA)

<概要>

名称	欧州情報通信産業協会 (EICTA)
所在地	Diamant building A.Reyerslaan -80- bld.A.Reyers B-1030 Burussseles Belgium
URL	http://www.eicta.org
組織概要	欧州連合の IT 及び電子商取引産業の成長に関して政策提言などを行う欧州 IT 企業による産業団体

欧州情報通信技術協会 (European Information Communication Technology Association : EICTA) は 1999 年 11 月にベルギーの首都ブリュッセルにおいて国際非営利法人 (AISBL) として設立された欧州 IT 企業による産業団体である。2001 年 10 月には欧州家電製造協会 (European Association of Consumer Electronics Manufacturers : EACEM) と共同で活動を開始している。現在 EICTA には、欧州 24 カ国にある 32 の IT 及び家電関連の産業団体のほか、48 の企業が参加している。EICTA の主な事業内容は以下の通りである。

- 欧州連合の IT 及び電子商取引産業の成長を促進
- 欧州委員会など政府及び協議会に IT 産業に関する議題を提案
- IT 及び電子商取引に関する一般的な意識を高めるための教育を実施
- EU の実際的な IT 産業開発に関する情報の協会加盟国への通知

<主な推進プログラム>

プロジェクト	ELECTRANET
目標	EU 加盟を控えた中央ヨーロッパや東ヨーロッパ諸国の IT 関連の産業団体に対して技術的な支援やアドバイスを提供する
期間	2002 年～

ELECTRANET は、EICTA のリーダーシップの下で推進されている欧州委員会出資のイニシアチブである。ELECTRANET の目的は、EU 加盟を控えた中央ヨーロッパや東ヨーロッパ (ブルガリア、チェコ共和国、エストニア、ハンガリー、ラトビア、リトアニア、ポーランド、スロバキア) の IT 関連の産業団体に対して技術的な支援やアドバイスを提供することである。

EICTA では、欧州 30 カ国の専門家チームを編成し、こうした国の産業団体の機能を強化したり、メンバー企業が EU の指令や企業義務、技術開発に対して迅速に対応できるようにするための活動を行っている。

3.3.2 イギリス

(1) イギリス e ビジネス協議会(UKCeB)

<概要>

名称	イギリス e ビジネス協議会 (UKCeB)
所在地	1 Gypsy Patch Lane, Filton, Bristol, BS 34 8LR, London, UK
URL	http://www.ukceb.org.uk
組織概要	イギリスの全ての産業が情報通信技術を活用した情報化を推進できるように支援している。

イギリス e ビジネス協議会 (UK Council for Electronic Business : UKCeB) は、イギリス貿易協会によって創設された組織で、IT 技術を活用した情報化によって国内の全産業における業務効率化と競争力向上を奨励して支援している。同協議会は、産業フォーラムを通じた企業間の情報共有や欧州委員会との連携により、標準化など貿易の障害になる可能性のある問題点を事前に解消することで、国際的な電子産業問題において主導的な役割を果たしている。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	e ビジネス・プラクティカル・リーダーシップ・プログラム (PeBL)
目標	電子商取引を導入することで、コスト削減や製造サイクルの短縮、品質の向上、協働作業の改善といった持続可能な変革を実現する
期間	2002 年～

UKCeB はイギリス産業技術省との協力の下、「e ビジネス・プラクティカル・リーダーシップ・プログラム (Practical e-Business Leadership Programme : PeBL)」を実施している。同プログラムは、イギリス企業への電子商取引導入によってコスト削減や製造サイクルの短縮、品質の向上、共同作業の改善といった持続可能な変革を実現することを目的として、電子商取引導入に関するプラクティカルな支援の提供を行っている。UKCeB では 2002 年に、航空機製造及び軍事産業の情報化を目的として、関連企業 150 社のサプライチェーン及びエンジニアリング部門改革に対して 2 年間で 160 万ポンド (うち産業技術省が 68 万 5,600 ポンド) を支出する計画を発表している。

(2) イギリス電子商取引革新センター

<概要>

名称	イギリス電子商取引革新センター (eCIC)
所在地	ECommerce Innovation Centre/ eCommerce Wales, Cardiff University, Cardiff Business Technology Centre Ltd., Senghenydd Road, Cardiff CF4AY, UK
URL	http://www.ecommerce.ac.uk
組織概要	イギリス中小企業における情報化を支援する大学研究機関

イギリス電子商取引革新センター (eCommerce Innovation Centre : eCIC) は、カーディフ (Cardiff) 大学経営学部付属の研究機関で、1987年に運輸産業などにおける EDI の開発・導入を目的として設立された。eCIC は現在、企業を対象とした近代的な電子貿易の活用に関する意識付けや既存の EDI ユーザの電子商取引活用を推進、電子商取引のインパクト調査、卒業生の電子商取引に関する理解の促進などを行っている。

<主な推進プログラム>

プロジェクト	オポチュニティ・ウェールズ・プロジェクト
目標	ウェールズ地方の中小企業を対象に、電子商取引導入を奨励・支援する
期間	2001年4月～

「オポチュニティ・ウェールズ (Opportunity Wales) プロジェクト」は、eCIC が欧州委員会や企業、他の大学研究機関によるパートナーシップの下で推進するプロジェクトで、ウェールズ地方の中小企業をターゲットとして、電子商取引導入を支援するための包括的且つ効果的な活動プログラムを提供している。同プロジェクトは 2000年にウェールズの中小企業を対象に行った IT 活用に関するアンケート調査に基づいて計画されており、ウェールズ地方の中小企業が電子商取引を導入する際に必要な知識・情報を集めたウェブサイト (www.opportunitywales.co.uk) の開設・運営や実際の電子商取引導入を指導する人材の育成プログラム「電子商取引・アドバイザー・トレーニング (eCommerce Advisor Training : eCAT) プログラム」の提供などを行っている。同プログラムは EU 地域開発基金 (European Union Regional Development Fund) によって 2001年4月から3年間に渡り 2,200万ポンドの支援を受けている。また eCIC では現在、同プロジェクトの取り組みを3年間延長させた「オポチュニティ・ウェールズ・アドバンス (Opportunity Wales Advance) プロジェクト」を計画中である。

3.3.3 ドイツ

(1) ドイツ情報通信産業連盟(BITKOM)

<概要>

名称	ドイツ情報通信産業連盟 (BITKOM)
所在地	Albrechtstrabe 10 10117 Berlin postbox 640144 10047 Berlin
URL	http://www.bitkom.org
組織概要	情報通信分野における官民の協力を促進する

ドイツ情報通信産業連盟 (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. : BITKOM) は、IT 関連企業による産業団体で、加盟企業はコンテンツや IT サービス、ソフトウェア、製造、データ・ターミナル設備、インフラなどの 1,300 社のメンバー企業から構成される。このうち 700 社が大企業で、こうした企業の従業員数の合計 70 万人超、年間売り上げの総額は 1,200 億ユーロにのぼるという BITKOM は、IT 関連の政策や規制のフレームワーク改善に取り組みつつ、教育システムの近代化やイノベーションの促進を実施している。BITKOM では、以下のトピックに関して年間 400 以上の無料フォーラム会議や作業部会を開催している。

- 専門家及びマネジメントのレベルにおける消費者および競合他社との意見交換
- IT 市場の分析と IT 産業を対象としたアンケート調査
- IT 産業の最新動向
- グローバルなビジネス協定及び望ましい条件
- 法的責務に関するアドバイス
- 国内と国外における貿易に関する意見交換

<主な推進プログラム>

プロジェクト	Mcerc
目標	官民パートナーシップを通じた中小企業における IT セキュリティの確保
期間	2003 年～

BITKOM はドイツ連邦政府の協力の下、「MCerc」プログラムと呼ばれる中小企業向け IT セキュリティ確保のための産官のパートナーシップを進めている。「MCerc」では、電子メールやインターネットを通じて、最新のセキュリティ情報やアドバイスを提供したり、加盟企業に個別にセキュリティ強化のための指導が行われている。「MCerc」プログラムは BITKOM によって監督され、BITKOM の子会社である Mcerc German IT Security 社が実際の運営主体となっている。

(2) ドイツ電気電子産業振興会(ZVEI)

<概要>

名称	ドイツ電気電子産業 (ZVEI)
所在地	Stresemannallee 19, 60596 Frankfurt am Main
URL	http://www.zvei.de
組織概要	経済、技術、環境政策に関してロビー活動などを行うドイツの電子及び電気機器製造関連の産業団体

ドイツ電機電子産業振興会 (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. : ZVEI) は、ドイツの電子及び電気機器製造関連企業約 1,400 社を代表する産業団体で、国内及び国際的な経済、技術、環境政策に関して、ロビー活動などを行うほか、研究開発企業と製造企業間、あるいは製造企業同士の戦略的提携などをつうじて、ドイツの電子産業、特に中小電子企業の競争力強化活動に取り組んでいる。

3.3.4 フランス

(1) フランス ISP 協会

<概要>

名称	フランス ISP 協会
所在地	Chez Yahoo! France 11 bis, rue Torricelli 75017 Paris
URL	http://www.afa-france.com
組織概要	超高速電算網の供給、電子商取引関連のサービス及び基本設備の供給、ウェブホスティングサービス事業などの業務を支援している。

フランスのインターネット・サービス・プロバイダの業界団体であるフランス ISP 協会（Association des Fournisseurs d'Acces et de Services Internet : AFA）は、加盟企業に共通して適用される原則として、ネチケット、秘密保持、責任、年少者保護の4つの原則を提示しているほか、加盟企業が日常的に点検すべき指針や消費者との関係に関する指針を掲げている。AFA 会員企業の共通遵守原則は以下の通りである。

- ネチケット（Netiquette）：AFA 会員企業は「ネチケット」というオンライン上のエチケットを守らなければならない、インターネットが提供する意思疎通が調和を持って成り立つようにしなければならない。
- 秘密保持（Confidentiality）：ユーザが自分の情報を明らかにしてサービスを使うからには、こうした情報を秘匿する必要がある。
- 責任（Responsibility）：AFA 会員企業は、インターネット上のデータが著作権によって保護されているという点を知らせ、強調しなければならない、利用者たちは、そういうデータの使用において責任を負う。
- 年少者保護（Protection of minors）：インターネット上では膨大な量の情報を閲覧することができるが、AFA 会員企業は、閲覧者によってコンテンツへのアクセスを制限する方法を提供しなければならない。

(2) フランス・オンライン商取引及びサービス連合

<概要>

名称	フランス・オンライン商取引及びサービス連合（ACSEL）
所在地	15, rue de la Banque, 75002 Paris
URL	http://www.acsel.asso.fr/acsel/
組織概要	B2B 電子商取引普及推進活動を行う産業コンソーシアム

フランス・オンライン商取引及びサービス連合（Association pour le Commerce et les Services en Ligne : ACSEL）は、電子商取引を介して企業間の協力関係を強化することを目的として、B2B

電子商取引普及推進活動を行う産業コンソーシアムである。ACSEL では、毎年 B2B 電子商取引に関するカンファレンスを開催しているほか、B2B 市場に関する最新の調査や教育活動、そして B2B 市場の活性化を目的としたウェブサイト構築プロジェクトの推進などを実施している。

禁 無 断 転 載

海外における EC 推進状況調査報告書 2004

平成 17年 1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 : 03 (3 4 3 6) 7 5 0 0

印刷所 新高速印刷株式会社
東京都港区新橋5丁目8番4号

TEL : 03 (3 4 3 7) 6 3 6 5

(本報告書は再生紙を使用しています。)

16-E005

ISBN4-89078-627-9 ©2033