

# アジア地域ECの連携に関する調査報告書2010

－韓国、中国、マレーシア、ベトナム、インドのEC実態調査－

平成23年3月



財団法人日本情報処理開発協会



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>

## まえがき

本報告書は、財団法人日本情報処理開発協会が競争の補助金を受けて実施した平成 22 年度情報化推進に関する調査研究等補助事業「EC の国際化推進に関する調査研究」事業の一環である「アジア地域の e ビジネス基盤構築に関する調査研究」の成果を取りまとめたものである。

本調査は、国際的な電子商取引（EC）の発展に対応していくため、特に経済の情報化が進展しているアジア域内の主要国における EC の実態や、これらの国々との連携の可能性を調査・検討し、整理を行ったものである。本調査の目的は、①アジアを中心とした国際 EC 推進のための活動を通じて、アジア諸国との連携関係を構築し、深めて行くこと、及び②EC に関係のある制度や EC の円滑な利用を促進する認定等の事業やサービスを含めた各種仕組みについて、我が国企業の国際ビジネス展開、促進の環境整備を図る上での基礎情報を提供すること、である。

本年は、アジア域内の主要国との EC に係る連携事項、共同研究の可能性を探るため、同域内 5 カ国（韓国、中国、マレーシア、ベトナム、インド）の EC の実態や制度等について、現地調査を行った。

さらに、APEC（Asia-Pacific Economic Cooperation）における CBPR（Cross Border Privacy Rules）会議に参加し、情報入手及び各国との連携を図りながら、アジア域内の個人情報の移転を伴う対策方針の確立を図った。また、我が国の企業がアジアを中心とした事業のグローバル展開を活発化していることから、個人情報の越境移転に関する調査を新たに実施した。具体的には、アジア域内で事業展開している国内企業に対し、個人情報の海外移転／移入の有無等について調査を行った。

本報告書が、産業界の EC ビジネスへの参入またはビジネスの拡大等による経済活性化の一助になれば幸いである。

平成 23 年 3 月

財団法人日本情報処理開発協会

## 目 次

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 1. 各国状況 .....                             | 1  |
| 1.1 韓国 (Korea) .....                      | 8  |
| 1.1.1 インフラ整備状況 .....                      | 8  |
| 1.1.2 電子商取引の実施状況 .....                    | 9  |
| 1.1.3 電子商取引に関する政策・法制度 .....               | 13 |
| 1.1.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況 .....         | 17 |
| 1.1.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス ..... | 28 |
| 1.1.6 電子文書保管所の調査 .....                    | 31 |
| 1.2 中国 (China) .....                      | 34 |
| 1.2.1 インフラ整備状況 .....                      | 34 |
| 1.2.2 電子商取引の実施状況 .....                    | 40 |
| 1.2.3 電子商取引に関する政策・法制度 .....               | 44 |
| 1.2.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況 .....         | 49 |
| 1.2.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス ..... | 50 |
| 1.2.6 EDIの最新実態調査 .....                    | 51 |
| 1.3 マレーシア (Malaysia) .....                | 54 |
| 1.3.1 インフラ整備状況 .....                      | 54 |
| 1.3.2 電子商取引の実施状況 .....                    | 57 |
| 1.3.3 電子商取引に関する政策・法制度 .....               | 59 |
| 1.3.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況 .....         | 61 |
| 1.3.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス ..... | 61 |
| 1.4 ベトナム (Vietnam) .....                  | 63 |
| 1.4.1 インフラ整備状況 .....                      | 63 |
| 1.4.2 電子商取引の実施状況 .....                    | 67 |
| 1.4.3 電子商取引に関する政策・法制度 .....               | 74 |
| 1.4.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況 .....         | 76 |
| 1.4.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス ..... | 77 |
| 1.4.6 個人情報保護及び企業間取引における情報セキュリティ .....     | 78 |
| 1.5 インド (India) .....                     | 83 |
| 1.5.1 インフラ整備状況 .....                      | 83 |
| 1.5.2 電子商取引の実施状況 .....                    | 88 |
| 1.5.3 電子商取引に関する政策・法制度 .....               | 92 |
| 1.5.4 電子商取引推進企業・組織と活動状況 .....             | 95 |
| 1.5.5 電子文書等電子記録の管理の推進組織と活動状況 .....        | 95 |

|       |                                          |     |
|-------|------------------------------------------|-----|
| 1.5.6 | 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス .....      | 96  |
| 1.5.7 | 電子署名及びタイムスタンプの推進状況 .....                 | 97  |
| 2.    | 調査結果への考察 .....                           | 98  |
| 2.1   | アジアにおける電子記録管理の動向について .....               | 98  |
| 2.2   | アジアにおける法人存在・存続の証明制度及び参照サービスの動向について ..... | 100 |
| 3.    | アジア域における電子商取引に関わる個人情報の越境移転 .....         | 103 |
| 3.1   | APEC／ECSGが主催する個人情報越境移転ルール策定の動向 .....     | 103 |
| 3.1.1 | APEC個人情報越境移転ルール策定プロジェクトの進捗状況 .....       | 103 |
| 3.2   | 国内企業への個人情報越境移転に関する実態調査の実施 .....          | 106 |
| 3.2.1 | 調査実施概要 .....                             | 106 |
| 3.2.2 | 実施方法 .....                               | 106 |
| 3.2.3 | 調査結果概要 .....                             | 107 |
| 4.    | 訪問先一覧 .....                              | 120 |
| 4.1   | 韓国 .....                                 | 120 |
| 4.2   | 中国 .....                                 | 120 |
| 4.3   | マレーシア .....                              | 121 |
| 4.4   | ベトナム .....                               | 122 |
| 4.5   | インド .....                                | 123 |

## 1. 各国状況

### 【エグゼクティブサマリー】

調査対象国である韓国、中国、マレーシア、ベトナム、インドの5カ国について、国内で情報を収集し、次いで、下記の現地機関・団体を訪問し、情報収集を行った。

| 国・地域  | 現地調査訪問機関名                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 韓国    | 韓国貿易情報通信 (Korea Trade Network: KTNET)<br>情報通信産業振興院 (National IT Industry Promotion Agency: NIPA)<br>大法院 (Supreme Court of Korea) IT センター                                                                                                                                                                                                                                  |
| 中国    | 中国情報産業開発センター (China Center of Information Industry Development: CCID)<br>北京電子商取引協会 (Beijing Electronic Commerce Association: BECA)<br>iRESEARCH 社<br>中国人民大学情報資源管理学院 (Renmin University of China, School of Information Resource Management)<br>Beijing Holding Information Development Co., Ltd.<br>中国国際電子商取引センター (China International Electronic Commerce Center: CIECC) |
| マレーシア | マレーシア ICT 協会 (The National ICT Association of Malaysia: PIKOM)<br>マレーシア企業委員会 (Companies Commission of Malaysia: SSM)<br>マレーシアコンピュータ協会 (Malaysian National Computer Confederation: MNCC)                                                                                                                                                                                   |
| ベトナム  | 国立図書館 (National Library of Vietnam: NLV)<br>ベトナムソフトウェア協会 (Vietnam Software Association: VINASA)<br>商工省 (Ministry of Industry and Trade: MOIT) ECIT 局 (Vietnam e-Commerce and Information Technology Agency: VECITA)<br>計画投資省 (Ministry of Planning and Investment: MPI) 企業開発局 (Enterprise Development Agency: EDA)                                                        |
| インド   | 通信 IT 省 (Ministry of Communications & Information Technology: MCIT) 情報技術局 (Department of Information Technology: DIT)<br>認証管理局 (Controller of Certifying Authorities: CCA)<br>インターネット・モバイル協会 (Internet and Mobile Association of India: IAMAI)<br>国家情報センター (National Informatics Centre: NIC)                                                                             |

今回の実態調査では以下の項目について調査した。

- ・インフラの状況
- ・電子商取引の実施状況
- ・電子商取引に関する政策・法制度
- ・電子商取引推進企業・組織と活動状況（インドのみ）
- ・電子文書等電子記録の管理の推進組織と活動状況
- ・電子商取引における法人存在・存続を証明する法的または相当する制度及び参照サービス
- ・電子署名及びタイムスタンプの推進状況（インドのみ）
- ・個人情報保護及び企業間取引における情報セキュリティ確保に関する状況と施策（ベトナムのみ）
- ・EDI 事情最新情報（中国のみ）
- ・公認電子文書保管所の法的、運営的及び技術的視点からの調査（韓国のみ）

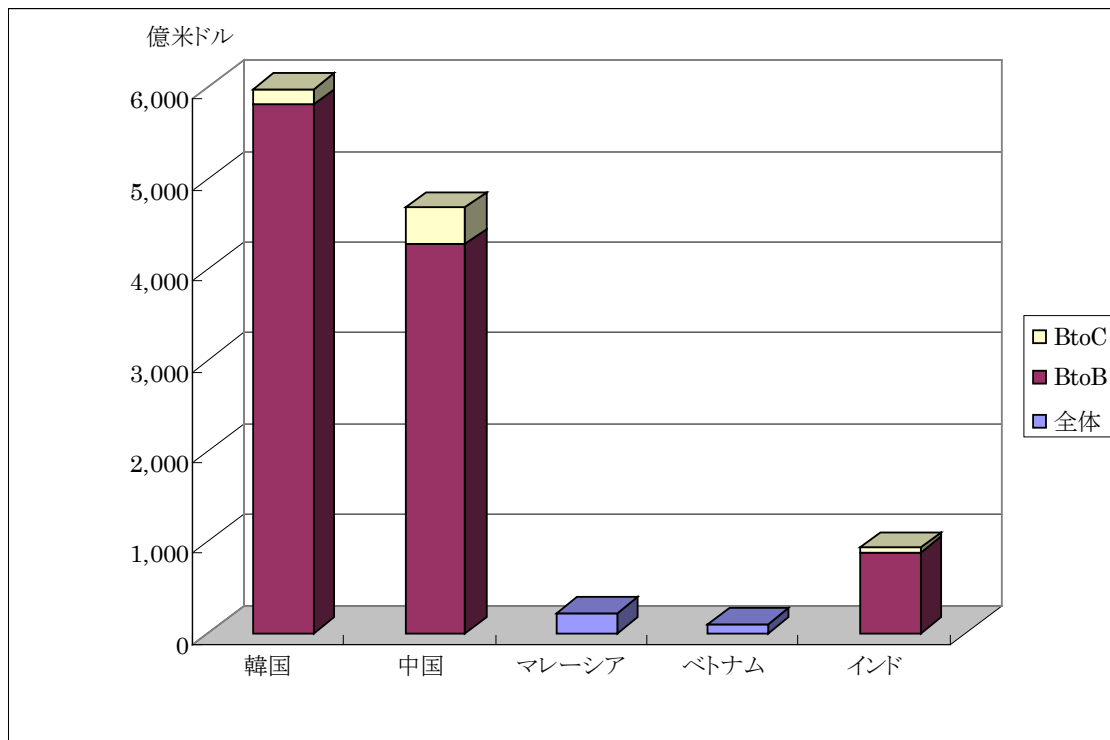
以下に各調査項目の概要を述べる。

#### a) インフラの状況

インターネット普及率は調査対象国では、韓国が 77%でトップであり、マレーシアが 62%で続いている。中国は 30%近くに迫ってきており、ベトナムも 27%程度に急伸している。インドは人口が多いこともあり、まだ 5%程度である。また、ブロードバンドの普及率については韓国、中国はほとんどのインターネット利用者がブロードバンド経由であるのに対し、マレーシア、ベトナム、インドではブロードバンドの普及率が 10%以下で、特にインドでは 1%未満であり、インフラの拡充が課題である。

#### b) 電子商取引の実施状況

対象 5 カ国における電子商取引の市場規模を概観すると、マレーシアとベトナムは内訳が不明であるが、他の 3 カ国では BtoB（Business to Business）が圧倒的に多く、90%以上の割合となっている。2008 年から 2009 年にかけて、中国を除くすべての国で取引規模が成長しており、特に伸び率では早期に成長を始めた BtoB に対し、最近では BtoC（Business to Consumer）の成長が著しい。この傾向は発展途上の国ほど顕著である。韓国では 2009 年の BtoB 取引額は推定で前年比 5.6%の成長で、BtoC は 6.0%であり、成長率にそれほど差は無い。しかし、中国においては 2009 年の BtoB は前年比 6.4%のマイナス成長であったにもかかわらず、BtoC は 105%と急激に伸びている。インドでも BtoC の市場規模は 2009 年に前年比で 36%成長している。



出典：以降の各国の項を参照

韓国の BtoB には BtoG を含み、BtoC には CtoC を含む。為替レート 1,120 ウォン/ドルで換算

中国の BtoC には CtoC を含む。為替レート 6.5 元/ドルで換算

マレーシア、ベトナムは全体額のみ

ベトナムは 2007 年の推定

インドは為替レート 41.5 ルピー/ドルで換算

### 2009 年の電子商取引市場規模の概観

各国の市場規模のデータは内訳が明確でなく、定義が同じであるとは限らないため、単純に比較できないが、上図は各国の電子商取引市場規模を概観する目的で作成したものである。内訳については各国の項で、出来るだけ説明を加えた。ベトナムについては 2007 年での推定概算データしか入手できておらず、上図においてもその推定値を引用している。

### c) 電子商取引に関する政策・法制度

電子商取引や電子署名に関する法制度については、いずれの国も基本的な法律の制定・施行は 2000 年前後から 2006 年前後にかけて整備されている。インドでも包括的な IT 法が 2000 年に制定されている。最近の動きとしては、サイバー犯罪に対応するための罰則の強化等が、インドでは 2008 年に、ベトナムでは 2010 年に施行されている。政策面では、電子商取引に特化した発展計画を掲げているのはベトナムで、2010 年に 2011-2015 年の電子商取引発展計画を発表し、

中小企業を含むすべての企業で電子商取引が行われるようにすることなど、5 カ年計画での目標を設定した。他の国では国家マスタープランや国家開発計画などの中で言及する場合がある。中国では第 12 次 5 カ年計画（2011-2015 年）でインターネットショッピング取引額を小売総額の 5%以上へ引き上げる目標を示している。一方、インドでは DIT が 2011 年から 5 カ年の IT 戦略計画のドラフトを発表したが、電子商取引に関してはほとんど触れられていない。

**d) 電子商取引推進企業・組織と活動状況（インドのみ）**

インドにおける BtoB の主要プレーヤーはインド系が圧倒的に強く、外資系はシェアを伸ばせていない。BtoC に関しては航空会社や鉄道・バスのチケット販売が大部分を占めている。消費財のインターネットショッピングは増えつつあるが、これからの段階である。

**e) 電子文書等電子記録の管理の推進組織と活動状況**

対象 5 カ国の電子文書を中心とした電子記録管理の動向について調査を行った。アジアにおいてもデジタル化の進展により、多くの文書や記録が電子化されているが、情報の品質の保証や真正性の担保、さらには情報の保護やセキュリティの確保など、法整備を含む仕組みの構築が必要である。この領域における各国の取り組みはまちまちであるが、5 カ国のうち、韓国が最も進んでいる。中国は検討を行っている段階であり、マレーシア・ベトナム・インドの 3 カ国はこれからである。今回は特に韓国における公認電子文書保管の仕組みと実態について詳細に調査した。各国の現状は以下のようになっている。



|       |                                                                                                                                                                                        |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 韓国    | 電子署名法や電子商取引基本法に電子文書の定義、効力などが定められている。さらに公認電子文書保管所が規定され、政府の認可を受けた 8 社がサービスを提供している。公文書のみならず、企業や個人の社会活動における電子文書の真正性を担保する仕組みが出来あがりつつある。<br><br>仕組みは出来ても、永年の紙文化からの脱却には国民の意識改革など、時間がかかりそうである。 |
| 中国    | 公文書については管理規範を制定しているが、企業や個人の社会活動をカバーする電子文書管理の規定は無い。政府や大学では検討や研究が行われており、また、国際標準化活動へも積極的に参加していることから、今後整備が進むものと思われる。電子署名法は既に施行されている。                                                       |
| マレーシア | 電子署名法を含むサイバー5 法や電子商取引法などが施行されており、早期に IT 推進政策を積極的に進めてきた。しかし、電子文書管理に関しては政府の検討や国際標準化での目立った活動は行われていない。企業向けの電子ファイル保管サービスは行われているが統一された基準は無い。                                                 |
| ベトナム  | 電子署名を含む電子商取引法は施行済みであるが、電子文書管理に関する規定は無い。民間企業による電子文書保管サービスは開始されているが、まだ小規模である。政府での検討や国際標準化での目立った活動は行われていない。                                                                               |
| インド   | 施行済みの IT 法には電子署名、電子文書の有効性、電子商取引などが規定されている。しかし、電子文書管理に関しては政府の検討や国際標準化での目立った活動は行われていない。電子署名についても政府系サービスでは利用されているが、民間ではほとんど使われていないのが実情である。                                                |

#### f) 電子商取引における法人存在・存続を証明する法的または相当する制度及び参照サービス

国際間の電子商取引において、関連する企業の基本的な情報や存在・存続状況を確認する手段は確立していない。各国で企業の登記や登録などの公的管理が行われているが、これらの情報を電子商取引に利用する可能性を念頭に、対象国の法人登記や存在・存続を証明する方法などの状況を調査した。法人登記や事業登録は電子商取引の管轄省庁とは異なっており、各国でさまざまな組織が管轄している。韓国では法院（裁判所）、中国では中央及び地方の工商部門、マレーシアでは独立行政体であるマレーシア企業委員会、ベトナムでは計画投資省の企業開発局と地方政府、インドでは企業省が担当している。このように、さまざまな組織が運営していることで、各国の登録内容や仕組み、閲覧の方法などにそれぞれ特徴ある。国際間で企業情報をやりとりする際に重要なのは企業を特定する情報であり、これには企業名の英文表記（アルファベット）が有力である。このため、企業名の英文登録が可能かどうかについても調査した。以下に各国の概況をまとめた。

|       |                                                                                                                                         |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 韓国    | 法院（裁判所）は企業登記だけではなく、不動産や船舶の登記も管轄している。インターネット登記所を運用しており、ほとんどの登記、閲覧がオンラインで可能になっている。約 70% がインターネット経由となっている。企業名はハングルが基本であるが、英文表記も可能である。      |
| 中国    | 登記業務は中央政府の工商局の監督の基に地方政府の工商部門が担当している。閲覧は地方工商部門のサイトまたは工商局からデータ提供を受けた民間サービス（名策網など）で行っている。各地方政府の登録システムが稼働している。企業名は、正式名は中国語であるが、英文も登録は可能である。 |
| マレーシア | マレーシア企業委員会という独立行政体で登記、閲覧などのサービスを提供している。サービス料で運営している。閲覧サービスでは海外からのアクセスも可能である。全国レベルでのオンライン登録、閲覧が可能になっている。企業名はアルファベットのみが登録可能である。           |
| ベトナム  | 計画投資省企業開発局と地方政府で管轄している。全国に 63 ヶ所のビジネス登録事務所がある。2000 年にホーチミン市でオンライン化が始まったが、2010 年には全国レベルで稼働している。企業名はベトナム語の他に英語での登録も可能である。                 |
| インド   | 企業の登記は企業省が管轄している。MCA21 というポータルでオンラインサービスを全国規模で提供している。内容によってはオンラインで申請し、書類送付で審査する場合もある。企業名は英文表記が基本である。                                    |

#### g) 電子署名及びタイムスタンプの推進状況（インドのみ）

インドにおける電子署名の運用については、認証管理局によると、認証局（Certifying Authority: CA）の認定を 7 社へ与えている。電子署名が使われているのは主に政府系のサービスである。また、タイムスタンプは CA がサービスを行っているが、タイムスタンプの使用例としては電子購買システムにおける入札手続き以外はほとんど使われていないのが実情である。

#### h) 個人情報保護及び企業間取引における情報セキュリティ確保に関する状況と施策（ベトナムのみ）

ベトナムでは 2010 年 3 月に情報セキュリティ開発計画が発表された。この計画には安全なネットワークインフラの構築、データ取引の安全性確保、人材育成など、2015 年までの行動計画と 2020 年までの目標が示されている。ベトナムではインターネットの普及に伴いウィルス被害、不正アクセス、サイバー攻撃などが増加している。ベトナム情報セキュリティ協会（Vietnam Information Security Association: VNISA）が 2010 年 11 月に開催されたナショナル・インフォメーションセキュリティ・デーで発表した資料には、500 社・組織へ情報セキュリティに関するアンケート調査を行った結果が示されており、課題が指摘されている。

i) EDI 事情最新情報（中国のみ）

中国における EDI（Electronic Data Interchange）の実用化は税関や商品検査といった一部の政府管理部門などに限られている。EDI はかつて 90 年代に注目を集めたが、専用線が必要なことなど、大多数の中小企業にとってネットワーク接続が大きな問題であった。このため EDI は中国では広く使用されることはなかった。CIECC と CCID から EDI に関する情報を得たが、中国における EDI の実用化範囲は小さく、現在関心を持つ人も少ないのが実情である。

j) 公認電子文書保管所の法的、運営的及び技術的視点からの調査（韓国のみ）

韓国では、現在、8 つの公認電子文書保管所が知識経済部大臣の承認を受け、営業している。NIPA によると電子文書保管への取り組みは 2001 年には検討が始まっていたとのことである。最初に承認を受けた KTNET を訪問し、実態の調査を行った。また、KTNET の公認電子文書保管所のデータセンタを見学することが出来た。電子文書保管用データセンタ設備は一般のデータセンタとは完全に分離されたフロアに専用の設備があり、施錠も含め独立した管理を行っていた。監督機関である NIPA とともに、しっかりした管理を行っている印象を受けた。しかし、保管しているデータ量は、まだ少なく、広く利用してもらうようにするには、一般企業や個人へ公認電子文書保管についての啓蒙や教育を地道に行う必要がありそうである。

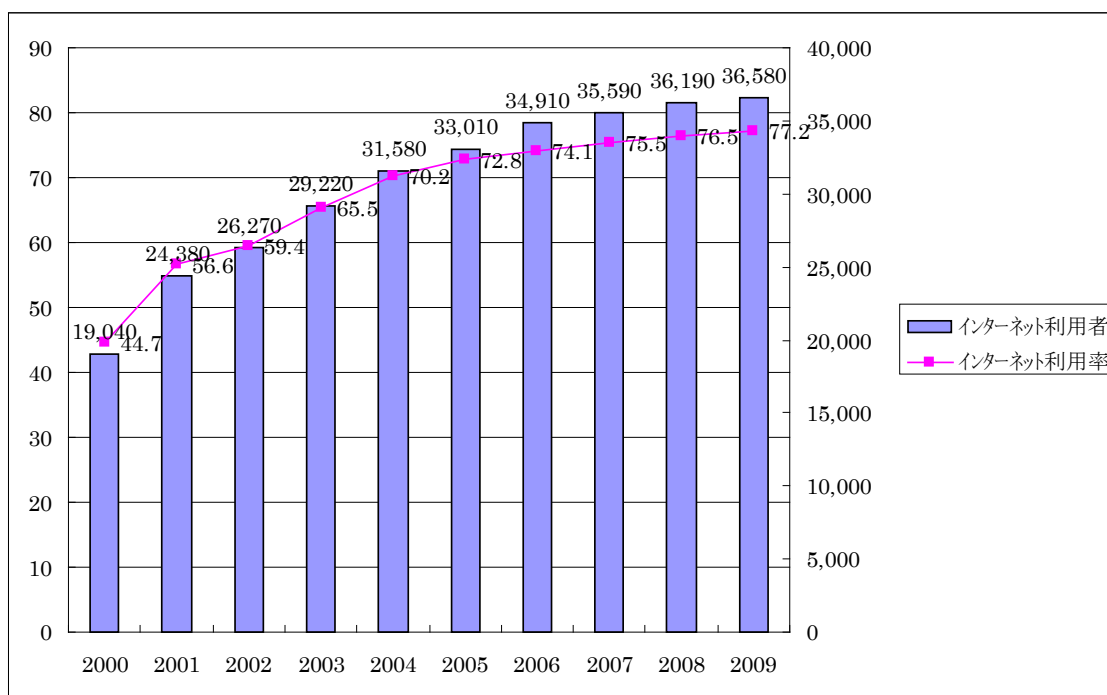
## 1.1 韓国 (Korea)

### 1.1.1 インフラ整備状況

#### (1) インターネット利用者数およびインターネット普及率

韓国のインターネット利用者率は 2009 年時点で、満 3 歳以上の人口における利用率（過去 1 ヶ月以内にインターネットを 1 回以上利用した人の比率）は、77.2%（対前年比 0.7%p<sup>1</sup>増加）し、インターネット利用者数は 3,658 万人（対前年比 39 万人増加）であった。満 6 歳以上の人口を対象にすると、利用率は 77.6%、利用者数は 3,574 万人であり、満 3 歳から 5 歳までの幼児における利用率も 61.8%、利用者数 84 万人であった。インターネットが社会の隅々まで浸透している状況である。

（単位：％、千人）



出典：「2009 年インターネット利用実態調査」

放送通信委員会・韓国インターネット振興院 2009.11

図 1.1-1 韓国のインターネット利用者数(満 3 歳以上)の推移<sup>2</sup>

<sup>1</sup> p = prospect 見込み

<sup>2</sup> 2004 年調査から携帯電話と無線インターネットが含まれ、インターネット利用者の定義も「月平均 1 回以上インターネットを利用する者」から「過去 1 ヶ月以内にインターネットを利用した者」へ変更した。なお、2006 年調査から対象を満 3 歳以上の人口へ拡大した。（2001 年-2002 年満 7 歳以上人口、2002 年-2005 年満 6 歳以上人口）

### 1.1.2 電子商取引の実施状況

#### (1) 市場規模の現状

2009 年の年間電子商取引額は、約 671 兆ウォン（約 49.4 兆円、2010 年 12 月 30 日付レート 1 ウォン＝0.0736 円で換算、以下同様）（対前年比 6.5%増）であり、増加傾向が続いている。しかしながら、増加率は統計を取り始めた 2001 年以来最も低い伸び幅（10%未満）であった。

表 1.1-1 韓国の電子商取引額の推移

（単位：兆ウォン）

|                    | 2004          | 2005          | 2006          | 2007          | 2008          | 2009p        |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| 電子商取引額<br>(対前年比：%) | 314<br>(33.6) | 358<br>(14.1) | 414<br>(15.4) | 517<br>(24.9) | 630<br>(22.0) | 671<br>(6.5) |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

表 1.1-2 韓国の電子商取引部門別取引額

（単位：10 億ウォン、%）

|      | 2008 年  |       | 2009 年 p |       | 対前年取引額 |      |
|------|---------|-------|----------|-------|--------|------|
|      |         | 構成比   |          | 構成比   | 増加額    | 増加率  |
| 総取引額 | 630,087 | 100.0 | 670,886  | 100.0 | 40,799 | 6.5  |
| BtoB | 560,255 | 88.9  | 591,375  | 88.1  | 31,120 | 5.6  |
| BtoG | 52,266  | 8.3   | 59,456   | 8.9   | 7,190  | 13.8 |
| BtoC | 11,359  | 1.8   | 12,043   | 1.8   | 684    | 6.0  |
| CtoC | 6,207   | 1.0   | 8,012    | 1.2   | 1,805  | 29.1 |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

2009 年の対前年増加率が 6.5%に留まった要因を部門別に見ると、取引額の割合が最も大きかった企業間電子商取引(BtoB、構成比 88.1%)が対前年比 5.6%増と、平均以下の増加率であったことが大きい。また、企業－政府間電子商取引(BtoG)が対前年増加率 13.8%増、消費者間電子商取引(CtoC)の対前年増加率が 29.1%増と、比較的高い増加率であった。

## (2) 市場規模内訳

### a) 企業間電子商取引(BtoB)

表 1.1-3 韓国の企業間電子商取引(BtoB)額の推移

(単位：10 億ウォン)

|                | 2004    | 2005    | 2006    | 2007    | 2008    | 2009p   |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 企業間電子商取引(BtoB) | 279,399 | 319,202 | 366,191 | 464,456 | 560,255 | 591,375 |
| (対前年比：%)       | (35.1)  | (14.2)  | (14.7)  | (26.8)  | (20.6)  | (5.6)   |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

取引主導型別に企業間電子商取引(BtoB)額を表したのは、表 1.1-4 のとおりである。

表 1.1-4 取引主導型別に見た韓国の企業間電子商取引(BtoB)額の推移

(単位：10 億ウォン、%)

|                     | 2008 年  |       | 2009 年 p |       | 対前年取引額 |      |
|---------------------|---------|-------|----------|-------|--------|------|
|                     |         | 構成比   |          | 構成比   | 増加額    | 増加率  |
| 総取引額                | 560,255 | 100.0 | 591,375  | 100.0 | 31,120 | 5.6  |
| 購買者中心型 <sup>3</sup> | 381,003 | 68.0  | 392,815  | 66.4  | 11,812 | 3.1  |
| 販売者中心型 <sup>4</sup> | 146,947 | 26.2  | 161,113  | 27.3  | 14,166 | 9.6  |
| 中継者中心型 <sup>5</sup> | 32,304  | 5.8   | 37,448   | 6.3   | 5,144  | 15.9 |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

なお、この取引主導型別の BtoB 市場規模の統計は、2010 年に入り、初めて出てきたものである。このように電子商取引に関する統計数値をより細分化して表示するようになったことで、当該国における経済活動の中に電子商取引が深く浸透してきたことがわかる。

企業間電子商取引(BtoB)額を産業別に見ると、表 1.1-5 のとおりとなる。

<sup>3</sup> 購買者が運用している電子商取引サイトに多数の販売者が接続することで成り立つ取引

<sup>4</sup> 販売者が運用している電子商取引サイトに多数の購買者が接続することで成り立つ取引

<sup>5</sup> 中継用 BtoB 電子商取引サイトに多数の販売者と購買者が接続することで成り立つ取引

表 1.1-5 産業別韓国の企業間電子商取引(BtoB)額の内訳

(単位：10 億ウォン、%)

|                     | 2008 年  |       | 2009 年 p |       | 対前年取引額 |       |
|---------------------|---------|-------|----------|-------|--------|-------|
|                     |         | 構成比   |          | 構成比   | 増加額    | 増加率   |
| 総取引額                | 560,255 | 100.0 | 591,375  | 100.0 | 31,120 | 5.6   |
| 製造業                 | 359,732 | 64.2  | 375,881  | 63.6  | 16,149 | 4.5   |
| 卸売・小売業              | 96,185  | 17.2  | 104,598  | 17.7  | 8,413  | 8.7   |
| 建設業                 | 63,288  | 11.3  | 55,641   | 9.4   | -7,647 | -12.1 |
| 運輸業                 | 8,456   | 1.5   | 18,960   | 3.2   | 10,504 | 124.2 |
| 電気・ガス・水道            | 10,807  | 1.9   | 14,985   | 2.5   | 4,178  | 38.7  |
| 出版・映像・放送通信及び情報サービス業 | 11,514  | 2.1   | 13,713   | 2.3   | 2,199  | 19.1  |
| その他                 | 10,273  | 1.8   | 7,596    | 1.3   | -2,677 | -26.1 |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

b) サイバーショッピング(BtoC、CtoC 等)の動向

2009 年のサイバーショッピングにおける取引額は、対前年比 13.7%増の 20 兆 6,410 億ウォン（約 1 兆 5,192 億円）であった。

表 1.1-6 韓国のサイバーショッピング取引(BtoC、CtoC 等)額の推移

(単位：10 億ウォン、%)

|                    | 2008 年 |       | 2009 年 p |       | 対前年取引額 |      |
|--------------------|--------|-------|----------|-------|--------|------|
|                    |        | 構成比   |          | 構成比   | 増加額    | 増加率  |
| 総取引額               | 18,146 | 100.0 | 20,641   | 100.0 | 2,495  | 13.7 |
| BtoC               | 11,359 | 62.6  | 12,043   | 58.3  | 684    | 6.0  |
| CtoC等 <sup>6</sup> | 6,786  | 37.4  | 8,597    | 41.7  | 1,811  | 26.7 |

出典：韓国統計庁 報道資料 2010.2.24

商品別サイバーショッピングの取引額内訳は、表 1.1-7 のとおりとなっている。

<sup>6</sup> サイバーショッピングで発生した一部の BtoB、BtoG を含む。

表 1.1-7 韓国の商品別サイバーショッピング取引(BtoC, CtoC 等)額内訳

(単位：10 億ウォン、%)

|               | 2008 年 |       | 2009 年 P |       | 対前年比  |      |
|---------------|--------|-------|----------|-------|-------|------|
|               |        | 構成比   |          | 構成比   | 増減    | 増加率  |
| 合計            | 18,146 | 100.0 | 20,641   | 100.0 | 2,495 | 13.7 |
| 衣料・ファッション関連商品 | 2,996  | 16.5  | 3,524    | 17.1  | 528   | 17.6 |
| 家電/電子/通信機器    | 2,466  | 13.6  | 2,683    | 13.0  | 217   | 8.8  |
| 旅行及び予約サービス    | 2,857  | 15.7  | 2,668    | 12.9  | -189  | -6.6 |
| コンピュータと周辺機器   | 1,636  | 9.0   | 2,035    | 9.9   | 399   | 24.4 |
| 生活用品/自動車用品    | 1,710  | 9.4   | 1,959    | 9.5   | 249   | 14.6 |
| 飲料・食料         | 1,009  | 5.6   | 1,352    | 6.6   | 343   | 34.0 |
| 児童/育児用品       | 1,027  | 5.7   | 1,247    | 6.0   | 220   | 21.4 |
| 化粧品           | 917    | 5.1   | 1,104    | 5.3   | 187   | 20.4 |
| 書籍            | 875    | 4.8   | 1,030    | 5.0   | 155   | 17.7 |
| スポーツとレジャー用品   | 614    | 3.4   | 844      | 4.1   | 230   | 37.4 |
| 農水産物          | 493    | 2.7   | 588      | 2.8   | 94    | 19.1 |
| 事務/文具         | 262    | 1.4   | 298      | 1.4   | 36    | 13.7 |
| CD・ビデオ・楽器     | 111    | 0.6   | 136      | 0.7   | 24    | 21.9 |
| ソフトウェア        | 112    | 0.6   | 130      | 0.6   | 18    | 15.6 |
| 各種サービス        | 56     | 0.3   | 72       | 0.3   | 15    | 26.7 |
| 花             | 51     | 0.3   | 60       | 0.3   | 9     | 18.1 |
| その他           | 951    | 5.2   | 912      | 4.4   | -39   | -4.1 |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

c) 電子商取引における決済手段と配送手段

2008 年と 2009 年における電子商取引の決済手段と配送手段の割合は、表 1.1-8 のとおりである。決済手段ではカード決済が 70%近くを占め、配送手段では 8 割以上が宅配であった。



表 1.1-8 韓国の電子商取引における決済手段と配送手段の割合

(単位：％)

|         | 2008 年 | 2009 年 p | 対前年増減 |
|---------|--------|----------|-------|
| <決済手段>  |        |          |       |
| 口座振込み   | 29.3   | 27.7     | -1.6  |
| カード     | 67.2   | 68.5     | 1.3   |
| 電子貨幣    | 0.7    | 0.7      | 0.0   |
| その他     | 2.8    | 3.2      | 0.4   |
| <配送手段>  |        |          |       |
| 受け取り    | 2.6    | 2.9      | 0.3   |
| 宅配      | 86.7   | 86.7     | 0.0   |
| 郵送      | 1.8    | 1.6      | -0.2  |
| オフライン提携 | 6.3    | 6.4      | 0.1   |
| その他     | 2.6    | 2.4      | -0.2  |

出典：報道資料、韓国統計庁 2010.2.24

### 1.1.3 電子商取引に関する政策・法制度

#### (1) 電子商取引推進にかかわる政策

##### a) 電子商取引基本法

電子商取引基本法は 1999 年 2 月 8 日法律第 5834 号として制定された。その後、2002 年 1 月 19 日法律第 6614 号として改定、また、2005 年 3 月 31 日法律第 7440 号として改定された。この改定で、法律で定められた記録・報告・保管など私印の文書行為を電子文書でできるよう、規定した。(同法第 4 条第 2 項) また、このとき公認電子文書保管所制度も導入された。(法第 2 条 8 号、第 23 条第 2 項と第 31 条の 2 ないし第 31 条の 14)。その後、電子商取引基本法は、2007 年 5 月 17 日法律第 8466 号として改定された。これにより、電子化文書(所謂、スキャニング文書)の保管条件など営業の譲渡、譲受に伴う利用者の権益保護(法第 31 条の 14)、公認電子文書保管所の電子文書保管等の営業の廃止(法第 31 条の 15)、公認電子文書保管所の賠償責任強制保険(法第 31 条の 16)、公認電子文書保管所の施設設備の変更申告(法第 31 条の 8 第 4 項)、公認電子文書保管所に対する定期点検制度(法第 31 条の 10)、電子化文書生成施設と装備に対する認定制度(法第 23 条第 3 項)等に関する規定が新設された。

#### (2) 電子商取引にかかわる法制度

##### b) 消費者保護

2002 年に施行された電子商取引消費者保護法の第 1 条には、電子商取引と通信販売等のため

の財貨または労力の公正な取引に関する事項を規定し、消費者の権益を保護し、市場の健全性を保つ目的が明記されている。

2006年には韓国の消費者保護法、消費者紛争解決基準、電子商取引等における消費者保護指針など既存の消費者保護制度が改定され、電子金融取引法、デジタルコンテンツ利用者保護指針など新しい法制度が制定され、e ビジネス関連の消費者の権利が強化された。

なお、2010年9月現在の電子商取引消費者保護法の最新状況であるが、オンラインショッピングモール詐欺による被害が拡大しているため、販売者認証をより強化する改定案が国会常務委員会に提出されている。改定案によれば、公認認定やi-pinにより本人確認ができた販売者だけオープンマーケット登録を許可できるよう、マーケット事業者の責任が明確にされる。つまり、通信販売中継者が身元情報を消費者へ直接公開できるよう、間違った情報公開によって発生する消費者被害について、通信販売中継者にも連帯責任が生じる。同改定案が通過すれば、Gマーケットやオークション、11番街、インターパークなどのオープンマーケットはもちろん、ポータルサイトにある中古物品取引サイト、価格比較サイト、アイテム中継サイトなど全ての通信販売中継サイトが個人の販売者の身元を確認しなければならなくなる。<sup>7</sup>

#### c) 電子署名/電子文書

##### ① 現行の電子署名法の主要内容

1999年に電子署名法が制定されて以来、事例の改定があったが、現行の法律は2005年12月に改定され、2006年6月末から施行されている。現行の電子署名法は初期の公開キー基盤(public key infrastructure: PKI方式)に限定されたデジタル署名方式から、多様な種類の認証方法を受容できる技術的基盤を規定している。

通常、署名が当事者の身元確認と意思表示を確認する方法で活用されていることと同様に仮想空間でも電子署名を通じて、これらの確認ができるようになっている。電子署名法はこれに関する法的効力ならびに認証書の活用などに関連し、公認認証機関、公認認証業務の安全性・信頼性等に関して規定している。

現行の電子署名法上の公認電子署名は次の内容の条件を有する。

- ・ 電子署名生成情報が加入者にだけ属すること。
- ・ 署名当時の加入者が電子署名生成情報を支配・管理していること。
- ・ 電子署名の後に電子文書の変更の有無を確認できなければならない。(法第2条の3号)

電子文書の効力は、異なった法令での文書または書面に署名、署名捺印が必要な場合、電子文書に公認電子署名があるときは、これを満たしたとする。これと関連し、電子商取引において電子署名に関する事項は電子署名法が定めることに従うよう規定している。(電子商取引基本法第11条参照)

##### ② 電子商取引基本法に定められている電子文書の基本法

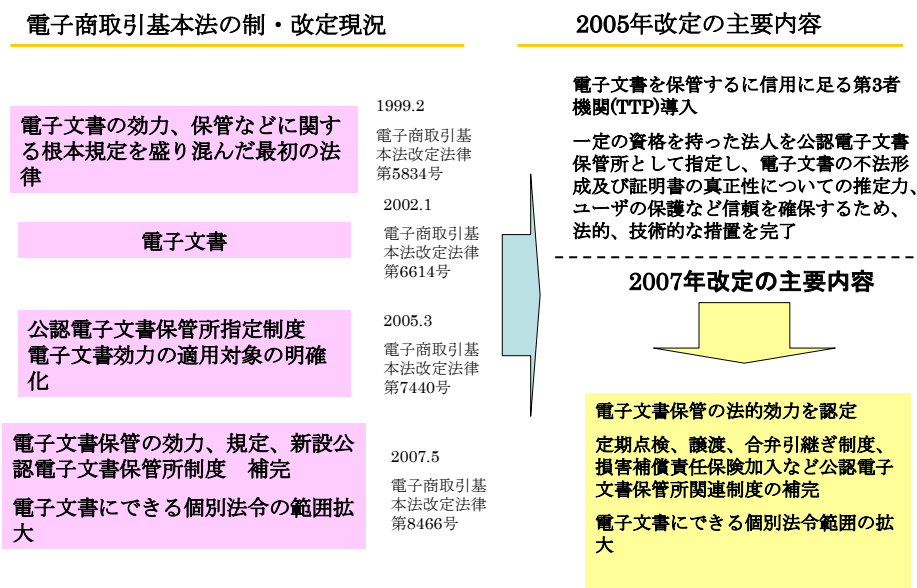
---

<sup>7</sup> I ニュース 24 2010/09/03

電子商取引基本法には、電子文書の定義、電子文書の効力、公認電子文書保管所の指定などが定められている。主な内容は以下のとおり。

- ・電子文書及び電子文書効力の条項
  - －電子文書：情報処理システムのために電子的形態で作成、送受信、または保存された情報（第2条第1号）
  - －電子文書の効力：他の法律に特別な規定がある場合を除外し、電子的な形態となった理由で文書として効力が否認されることはない。（第4条第1項）
  - －別表に規定されている法律の行為を電子文書で許容（第4条第2項）
  - －その他 送受信機及び場所、電子文書の独立性などを規定
- ・電子化文書の保管効力
  - －電子化文書の定義：紙文書などの電子的形態の文書（以下、「電子化対象文書」とする。）をスキャナーなどにより情報処理システムで処理できる形態に変換し作成した電子文書（第5条第2項）
  - －電子化文書と同一性の条件及び保管条件を持っている場合、紙文書（電子化対象文書）の保管と取り替えることができる。（第5条第2項）
- ・電子化文書作成施設、装備の認定（第23条第3項ないし第6項）
  - －認定目的と対象：電子化文書の信頼性を確保するため、電子化文書の作成に使用される施設または装備に認定を付与する。（任意認定）
  - －認定施設、または装備に対する運用実態と自己管理の状態を調査し、その調査結果が認定基準に不適合であった場合の必要な措置
  - －認定取り消しの事由：不正な認定、認定基準へ満たない（未達）、電子化文書の信頼性毀損及び指定命令の不履行
- ・公認電子保管所関連規定
  - －公認電子保管所の定義：知識経済部大臣の指定を受け、他人のために電子文書を保管、または証明するなど、それ以外に電子文書と関連した業務を遂行する法人（第2条第8項）
  - －公認電子保管所の指定条件：①法人、②所定の人材、技術能力、貯蔵能力、それ以外の設備などを保有（第31条の2）
  - －公認電子保管所の欠格事由：①禁治産者・限定治産者、②破産者、③禁固以上の実刑宣告・執行後2年未経過の者、④資格喪失者、⑤指定が取り消された法人の取り消し当時の役員などであった者（取り消された日から2年が経過していない者）（第31条の3）
  - －是正命令事由：①指定基準に適合しないとき ②役員などが欠格事由に該当するとき ③電子文書保管など業務の準則の申告をしないとき ④電子文書保管など業務の準則の変更申告をしないとき ⑤電子文書保管などのサービス提供を拒否したとき ⑥利用者を不当に差別したとき ⑦保管された文書の内容に毀損や変更されないよう必要な措置を講じなかったとき ⑧業務遂行の方法、または手続きが不適切であり、電子文書の保

- 管・送信、または受信の安全性や電子文書に関する証明の正確性を阻害する憂慮があるとき ⑨第 31 条の 16 条 2 項に従う保険に加入していなかったとき（第 31 条の 4）
- 指定取消及び業務停止事由：①虚偽、それ以外の不正な方法によって指定を受けたとき ②業務停止期間中、業務を継続して施行したとき ③指定を受けた日から 1 年以上業務を開始していない、または業務開始後 1 年以上継続して電子文書保管などの業務を行っていないとき ④指定命令をその定めた期間以内に施行しなかったとき（第 31 条の 5）
- 業務停止に代わる課徴金賦課機能（第 31 条の 5）
- 電子文書保管代行の効力：公認電子保管所が電子文書を保管する場合には、法律上の電子文書の保管が行われたものとみなす。（第 31 条の 6）
- 電子文書内容の推定等：公認電子保管所に保管された電子文書は保管機関の中ではその内容が変更されていないことと推定および証明書に記載された事項は真正であることと推定（第 31 条の 7）
- 業務準則の申告義務及び施設設備の変更時、随時点検（第 31 条の 8）
- 公認電子保管所の遵守事項：①正当な事由なくサービス提供の拒否の禁止 ②利用者への不当な差別の禁止 ③電子文書内容の毀損、変更の禁止 ④電子文書と関連情報の他人への提供の禁止 ⑤公認電子署名の利用 ⑥利用者との関係から独立性を維持（第 31 条の 9）
- 定期点検及び随時点検の施行（第 31 条の 10）
- 資料の提出・報告および作業場、施設、装備の検査（第 31 条の 11）
- 電子文書など関連情報のセキュリティなど（第 31 条の 12）
- 利用者の情報保護（情報通信網法準用）（第 31 条の 13）
- 公認電子保管所の営業譲渡・譲受（第 31 条の 14）
- 公認電子保管所の営業の廃止及び振興院の電子文書など引受（第 31 条の 15）
- 公認電子保管所の利用者に対する賠償責任の賦課（立証責任転換）及び責任保険加入義務（第 31 条の 16）
- 公認電子保管所の手数料の賦課（第 31 条の 17）



出典：CeDA サイト

図 1.1-2 韓国の電子商取引基本法の電子文書関連の改定の推移

#### 1.1.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況

以下に公認電子文書保管所の成り立ちや仕組みについて説明する。

##### (1) 公認電子文書保管所 (Certified e-Document Authority: CeDA)

###### a) 制度の紹介

公認された第3の機関を指定し、安全な電子文書保管サービスを提供することにより、電子文書の利用を促進することができる。

###### ① 定義

- ・ 知識経済部大臣の指定を受け、他人のために電子文書を保管、または証明するなど、それ以外にも電子文書に関連した業務を遂行する法人（電子商取引基本法第2条第8号）
- ・ 電子文書の利用を活性化するために、電子文書を安全に保管し、電子文書の内容と送受信の条件などを証明することができ、信頼のおける第3者機関（Trusted Third Party: TTP）

###### ② 役割

公認電子文書保管所は、電子文書の保管サービス、証明、発給サービスを提供する役割を担い、

電子文書の法的効力を付与するために、実物文書を代替することのできる IT インフラとソリューションを提供する役割を持つ。

### ③推進背景

- ・電子文書の効率性にも関わらず、電子文書利用を阻害する法、制度による紙文書の生産、流通、保管が継続している。
- ・電子文書に法的効力が包括的に付与されるよう、法制を改善する必要性を提起する。
- ・企業の電子文書活用時に技術的な問題点よりも信頼不足による制約となり作用する。
- ・電子文書の安全な保管を通じ、電子文書の不法形成に対する信頼性を確保する場合、電子文書活性化の画期的な転機となる。

### ④沿革

- 1999.2 電子文書の法的効力を付与（電子商取引基本法制定）
- 2004.6 電子文書利用促進方案（経済長官懇談会での案件）
- 2005.3 公認電子文書保管所制度の導入（電子商取引基本法改定）
- 2007.2 公認電子文書保管所 第1号事業者(KTNET)指定
- 2007.5 電子化文書概念と法的効力認定（電子商取引基本法改定）
- 2007.11 電子化施設と設備の認定対象並びに法的規定（施行令、規則改定）
- 2008.10 電子化施設と設備の認定を施行
- 2009.12 公認電子文書保管所第8号事業者を指定

#### b) 公認電子文書保管所の指定

公認電子文書保管所の指定を受けるためには、申請手続きをしなければならない。電子文書保管などに必要な技術能力、人材、財政力を備え、「公認電子文書保管所施設と設備などに関する規定」の指定基準により施設と装備が備わっているかどうか確認される。

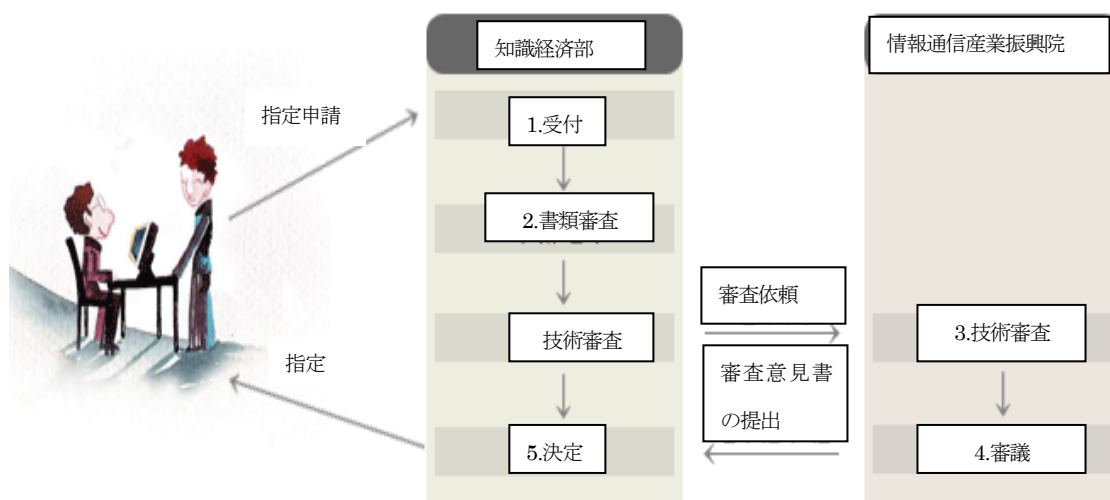
### ①関連規定

電子商取引基本法 第31条の2第3項

公認電子文書保管所に指定された者は電子文書保管所などに必要な人材、技術能力、財政力、それ以外の施設、装備などを確保し、知識経済部大臣からの指定を申請しなければならない。

### ②指定審査手続きと方法

公認電子文書保管所の指定審査手続きと方法は図 1.1-3 のとおりとなっている。



出典：CeDA サイト

図 1.1-3 公認電子文書保管所の指定審査手続きと方法

②-1 知識経済部は申請人が公認電子文書保管所指定申請書と必要な資料を全て揃えて提出した場合、申請書を受理する。

②-2 知識経済部は受理した資料を審査し、指定申請の条件を満たしたと判断されれば、担当機関に技術審査を依頼する。万一、必要資料が指定申請条件に満たない場合は、不足理由を申請人に通報し、提出書類を返送する。

②-3 技術審査の依頼を受けた情報通信産業振興院（NIPA）は申請人と協議し、審査日程と方法を協議するなど審査計画を立てる。

（NIPA は、審査過程のなかで申請人に技術資料の提出と補完を要求する。）

②-4 技術審査は3回以内で実施される。

1回審査：全体の項目についての評価

2回審査：1回目の審査で不足していたために、追加した項目についての評価

3回評価：総合評価

＊毎回審査の適合項目が60%に達成しない、または最終審査結果の適合率が100%に満たない場合は審査不適格として処理される。

審査結果は知識経済部に報告される。

技術審査が不適格として処理された場合、6ヵ月以内に申請できない場合、1年以内に技術審査再申請する場合には、既に提出された資料と変更のない場合には書類審査を省略できる。

②-5 知識経済部は技術審査結果報告を基に最終的に指定条件を決定する。保管所として指定された場合、電子商取引基本法の別紙書式による「公認電子文書保管所」を授与する。

#### ③指定審査機関

知識経済部大臣は受理日から 180 日以内に公認電子文書保管所指定条件を申請人に伝える。

#### ④保管所の長期点検

公認電子文書保管所に指定された事業者が、指定時の基準を維持していることを確認し、業務手続とシステムから発生する諸般の監査情報を点検することにより、電子文書保管など業務遂行が適合しているかどうかの条件を確認するため、該当の保管所が法 31 条の 2 により、毎月、保管所が指定を受けた日に点検する。

#### ⑤施設、または設備の変更申告

公認電子文書保管所は電子文書保管などに使用された施設、または設備を変更する事由が発生した日から 15 日以内に「公認電子文書保管所施設、または設備の変更申告書に変更された施設、又は装備の目録と機能明細書を添付し知識経済部へ提出する。

#### c)公認電子文書保管所施設及び装備などに関する評価指針

「公認電子文書保管所施設及び装備などに関する規定」により、公認電子文書保管所の主要システム及び機能について審査が行われている。

#### ①適用範囲

これは公認電子文書保管所の施設及び装備、これと関連した業務準則と内部規定などの公認電子文書保管所業務に対する実質審査の準備及び実質審査の施行時と変更申告及び点検施行時に適用する。



表 1.1-9 公認電子文書保管所点検項目

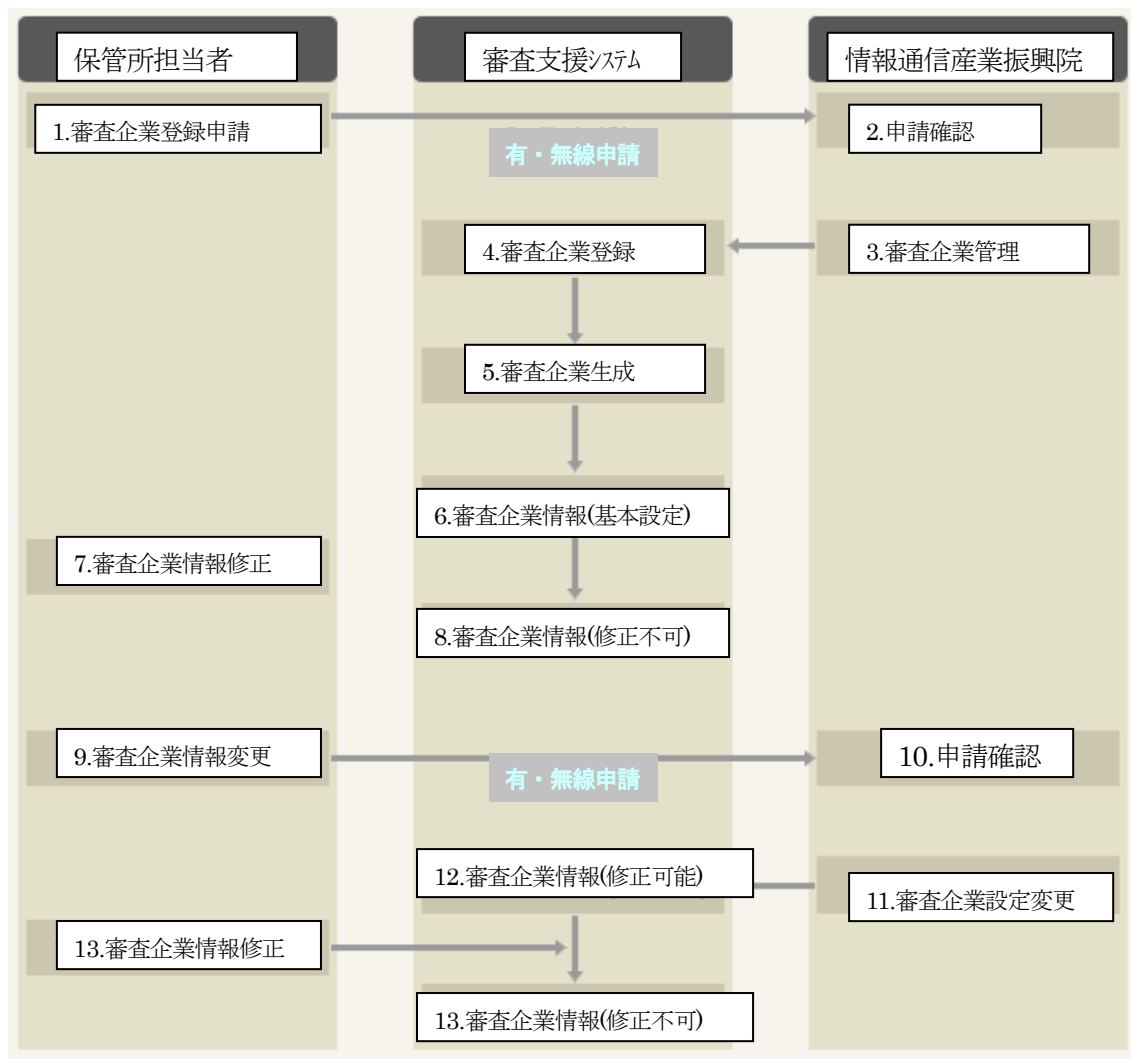
| 番号                  | 点検項目分類       | 主要審査内容                                                                 |
|---------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------|
| EI <sup>8</sup> -01 | 利用者管理        | ・利用者情報と権限管理機能                                                          |
| EI-02               | 管理者役割と権限管理   | ・保管所システムに対する役割基盤の権限統制機能<br>・電子文書及び関連資料に対する接続統制機能                       |
| EI-03               | 電子文書管理       | ・電子文書の保管及びこれと関連した電子文書管理機能                                              |
| EI-04               | 証明書管理        | ・証明書発給及び検証等の管理機能                                                       |
| EI-05               | 送受信メッセージ     | ・データ送受信及びシステム間の連携機能                                                    |
| EI-06               | セキュリティ機能     | ・送受信メッセージに対する機密性、認定、無欠性（欠陥が無い）、否認防止機能<br>・管理データに対する偽装・変造及び削除の脅威へ対処する機能 |
| EI-07               | バックアップと復旧    | ・データのバックアップと復旧機能                                                       |
| EI-08               | WORM 装備      | ・主要データを WORM 機能で通じて保護する機能                                              |
| EI-09               | 時刻補正設備       | ・正確な時刻を提供する機能                                                          |
| EI-10               | システムの運用と保護設備 | ・ネットワーク設備とシステム運用及び保護のための設備                                             |
| EI-11               | 監査記録         | ・監査記録生成及び保存機能                                                          |
| EI-12               | 電子文書の移管・収監   | ・保管所間で電子文書を移管・収監する機能                                                   |
| EI-13               | ユーザシステム      | ・保管所サービスを利用するためのユーザシステム機能                                              |
| EI-14               | パッケージの整合性    | ・「パッケージ規格」による情報パッケージ生成及び検証機能                                           |
| EI-15               | 証明書の整合性      | ・「証明書規格」による証明要請書生成及び検証機能と証明書生成及び検証機能                                   |

出典：CeDA サイト

#### d) 審査支援システム

審査と点検（評価）を支援するシステムとして保管所の事業者（受験者）が保管所技術規格と関連した整合性の評価と関連機能を自分で検証できるよう、構築されたシステムである。審査支援システム対象は、「公認電子文書保管所施設並びに設備に関する規定」のうち、技術規格と関連した事項である。

<sup>8</sup> EI=Evaluation Items



出典：CeDA サイト

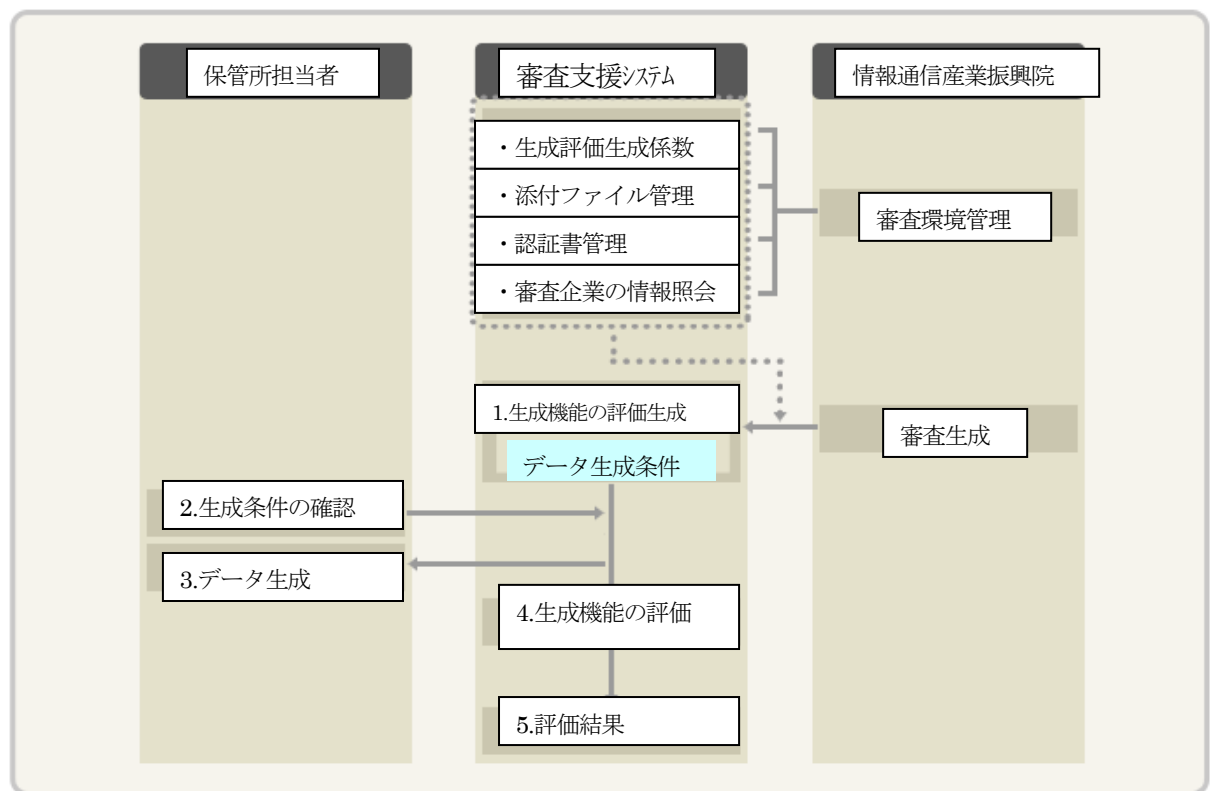
図 1.1-4 審査支援システム利用手続きと方法<sup>9</sup>

## ①審査支援システム利用方法

### ①-1 生成評価

生成評価は、図 1.1-5 の流れで行われる。1. 生成機能の評価（データ生成条件）が生成され、2.生成評価項目からデータの生成条件を確認する。3. データ生成条件によりデータ生成後、ファイルをアップロードし、4. 生成機能の評価を実施する。5.評価結果について、審査支援システムは生成機能評価結果をユーザに伝達する。

<sup>9</sup>審査支援システムを利用するためには「保管所（審査企業）情報」を登録しなければならない。登録した保管所情報は修正不可であるため、情報通信産業振興院(NIPA)担当者へ連絡する。

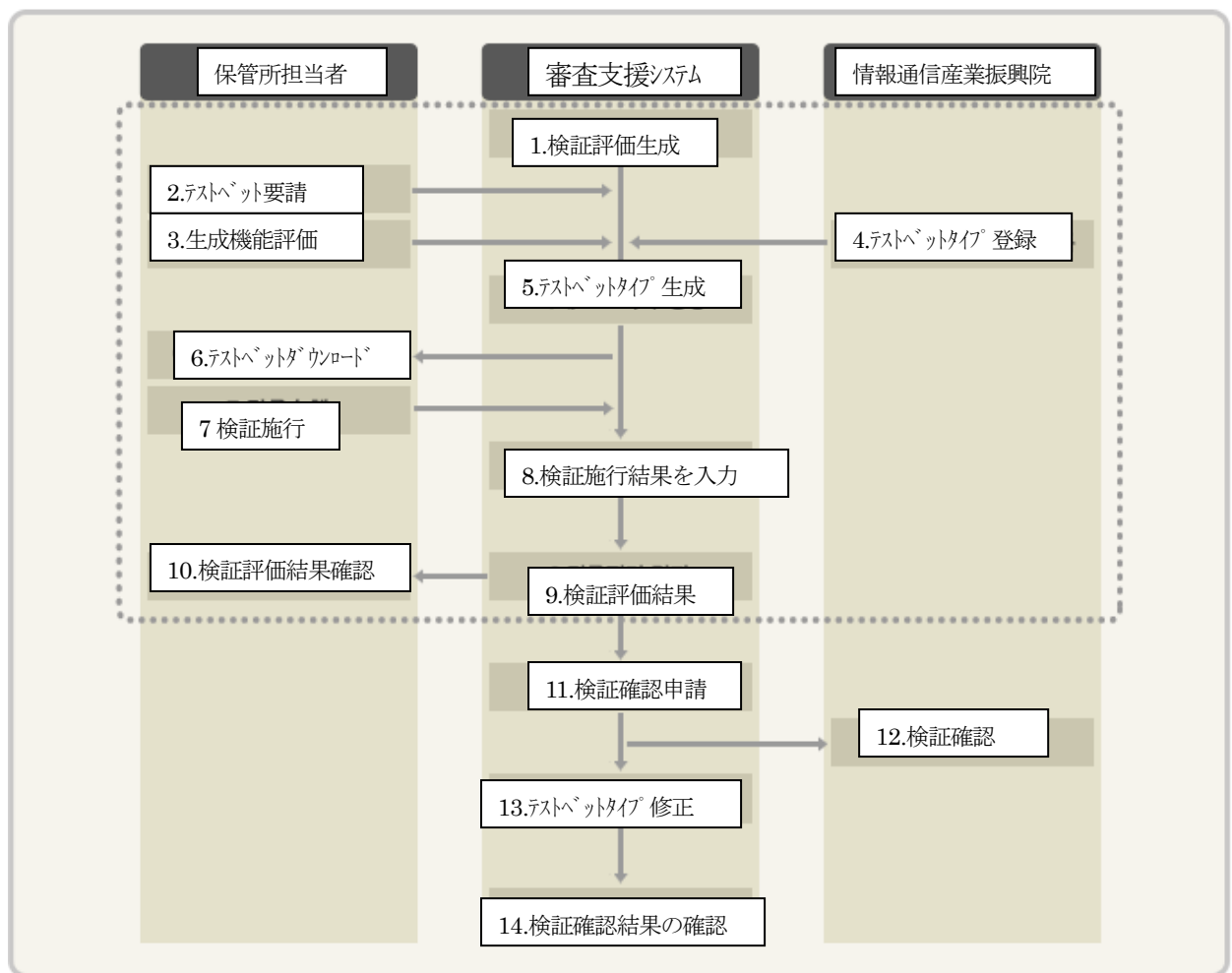


出典：CeDA サイト

図 1.1-5 生成評価

## ①-2. 検証評価

検証評価は、図 1.1-6 の通りとなっている。



出典：CeDA サイト

図 1.1-6 検証評価

図中の番号順に流れを説明すると以下のようになる。

- 1) 検証機能の評価が生成される。
- 2) 検証機能の評価を利用する保管所の担当者はテストベット生成を選択する。
- 3) 生成機能評価で使用していた保管所担当者のファイルを登録する。
- 4) NIPA 業務担当者が既に登録したテストベットタイプを登録する。
- 5) 審査支援システムはテストベットを生成、変換する。
- 6) テストベットを項目別にダウンロードして入手する。
- 7) テストベットの検証を行う。
- 8) 保管所から出てきた検証実施結果を入力
- 9) 検証評価結果が出る。
- 10) 保管所担当者は検証評価結果を確認する。(正常な検証評価結果である場合、10 段階で完了)

11) 検証評価結果が保管所と一致しない場合、遂行履歴とログなどを添付して検証確認申請を行う。

12) NIPA 業務担当者は申請目録を確認する。

13) 検証確認時、検証評価項目に追加する項目を選択すると、自動的にテストベットのタイプが修正される。(検証失敗時、失敗理由を伝える。)

14) 保管所の担当者は検証確認結果を確認する。

\* 評価結果はシステムに自動的に貯蔵され、メニューを通じ評価履歴・結果を照会することができる。

## (2) 認定電子文書保管所のための技術規格

認定電子文書保管所のための技術規格として、以下の 5 件の規格が作成されている。この中で「電子文書の情報パッケージのための技術規格」と「公認電子文書保管所の文書転送のための技術企画について、その概要を紹介する。

- ・ 電子文書の情報パッケージのための技術規格
- ・ 電子文書証明書のフォーマット及び運用手続きの技術規格
- ・ ユーザシステムと公認電子文書保管所におけるインターフェースの技術規格
- ・ ユーザシステムの技術規格
- ・ 公認電子文書保管所の文書転送のための技術規格

### a) 電子文書の情報パッケージのための技術規格

#### ① 目的

この規格は、公認電子文書保管所（以下「保管所」とする）を通じて流通する電子文書の全体的なプロセスを情報パッケージモデルの策定により電子文書の真正性を維持し、偽造・変造を防止することにより、電子文書の信頼性と完全性を図ることを目的とする。また、電子文書情報パッケージの明確かつ適切な技術の規格化により、保管所をベースとする e-ビジネスの活性化を図り、他保管所のシステムおよび外部システムとの相互運用性を高めることを目的とする。

この規格は、保管所のシステムを開発しようとする企業（または機関）と保管所のシステムに文書を登録しようとする企業（または機関）を対象とする。また、保管所に電子文書を登録するプロセスから保存・流通・配布のプロセスまでを本規格の適用範囲とする。また、電子文書の情報パッケージは国際標準である ISO14721 を根拠とし、保管所の電子文書の管理のための一連のプロセスに必要なメタデータおよび諸要件は、国際標準である ISO15489 と ISO23018 を参照している。

保管所はユーザが登録した電子文書を信頼性と完全性を維持したまま保管することである。このためには電子文書の保管に関連する業務プロセスとメタデータを有機的に関連付けられる体系が必要である。保管所はユーザが希望する時点まで、電子文書を長期的かつ安全に保存し、これを利用可能であるように管理することが目的である。保管所は電子文書の技術的環境の維持とと

もに、文書の真正性を維持することが必要である。真正性を維持するためには電子文書の業務の脈絡・構造・内容を保障する必要がある。

電子文書の保管と利用に関する設計は、ひとつのシステム内で構成されている。そして、このためには電子文書そのものが有機的な、断絶のない状態を維持する必要がある。このような形態を維持することにより、保管と利用のためのひとつの管理体系を構築し、これによりユーザが希望する長期保存の条件を保証することができる。

すなわち、電子文書により証明しうる業務の証拠性及び責任性、透明性を確保するための手段としての保管所の目的を保証することである。このため電子文書は業務の脈絡により有機的に関連付けられ、電子文書であるゆえに発生しうる時間の経過による電子的環境の陳腐化を防ぎうる技術的な変化が必須である。しかし、このような技術体系より情報そのものが信頼するに足るものであり、その情報を保証しうる確実な手段が必要である。これは電子文書をパッケージ化することにより確保できるものである。

## ②電子文書情報パッケージの概念

電子文書は文書の内容と文書に関するメタデータにより構成される概念的な形態をいう。メタデータとは、電子文書の信頼性・完全性・可用性を満足させるために必要な文書の作成・登録・内容などに関する情報と、これを保管所のシステム内で保存及び活用管理するための情報により構成される。

電子文書のメタデータは登録情報・分類情報・保存情報・構造情報・証明情報などにより構成されている。

実際の文書の内容とメタデータをまとめて関連付けたものを電子文書情報パッケージといい、文書を登録・移管あるいは保存・配布する物理的な単位となる。

## ③電子文書情報パッケージの種類

文書の管理プロセスにより提出用情報パッケージ (Submission Information Package : SIP) ・保管用情報パッケージ (Archive Information Package : AIP) ・配布用情報パッケージ (Dissemination Information Package : DIP) の形態に遷移し、管理される。

- SIP は、ユーザのプログラムより提出され、受け入れられる文書の概念モデルをいう。基本的に電子文書と関連するメタデータ・ユーザの証明情報により構成される。
- AIP は、保管所のシステムに登録され適切な管理措置により安定して保管される電子文書の概念モデルをいう。SIP を保管所のシステムに登録する時点で AIP が作成され、保管所のシステム内で一意の識別子を付与されて管理される。
- DIP は、ユーザの要請により AIP の一部あるいは全体を閲覧または発給するために構成される電子文書パッケージのモデルをいう。配布メディアとパッケージのタイプ、メタデータの構成はユーザの要求により様々な構成が可能である。

## b) 公認電子文書保管所の文書転送のための技術規格

### ①目的

保管所は、顧客が保管した電子文書について、安定的かつ信頼性のある形で保管し、保管した電子文書をサービスに供するよう法的に「公認」されたサービス事業者である。よって、使用者の要求及び保管所の認証取り消しあるいは営業廃止などの事情により、電子文書を保管し続けることができない状況が発生した際、それまで保管中であった電子文書を他の保管所のシステムに安全かつ速やかに移管し、顧客にサービスを提供する必要がある。

保管所は顧客に最適なサービスを提供するため、事業者ごとに固有のシステムアーキテクチャ及び情報モデルを保有している。このように、相互に異なる情報構造を持つ保管所間で電子文書を円滑に転送するためには、これに必要な実行方法・実行手続・伝達される情報及び資料の範囲・構造などの標準案を提示する必要がある。

本「公認電子文書保管所の文書転送のための技術規格」（以下「本技術規格」）は、保管所のサービス事業者が円滑に電子文書を移管あるいは受管しうようするための基準案を提示するために作成された。

全ての保管所は、本技術規格を遵守し、保管中の電子文書を他の保管所に移管することができ、他の保管所が移管を要求する電子文書を受管できる必要がある。

保管所は様々な事由により、保管中の電子文書を他の保管所に移管あるいは他の保管所で保管中であった電子文書を受管することがある。文書転送の作業は保管所において登録され保管中であった電子文書を他の保管所に移す作業であるため、ユーザが電子文書を保管所に新規登録する過程とは異なり、初期登録の時点及び保管事実の証明・同一識別子の処理・ユーザ情報とのマッピング・管理情報の登録・何よりも多量の電子文書に関する処理など、考慮すべき事項が多い。

全ての保管所の文書保管設備の実現方式が同一でないことがあるため、本技術規格においては文書転送の対象・文書転送の手続・送受信プロトコル・パッケージフォーマットセキュリティの要件など、全ての保管所のシステムに適用可能な文書転送の共通事項につき規定しており、データの **export** と **import** 手続など、文書保管設備の実現方式と関連する部分は移管保管所と受管保管所の協議のもとに適切な方式により実行することを提案している。

### ②移管対象情報

移管対象となるデータは、各ユーザ別に保管を依頼した電子文書・初期登録証明書及び管理のための各種管理情報となる。

- 電子文書：ユーザが登録した電子文書の原文であり、**TIP (Transfer Information Package)** の形態に変換され、文書転送される。文書転送の必須対象情報である。
- 初期登録証明書：ユーザが保管所に電子文書の登録を依頼した最初の時点で正常に登録されたことを証明するため「証明書フォーマット及び運営手続」技術規格に定義されたフォーマットにより発行された構造体情報である。受管保管所は **TIP** に添付された初期登録証明書につき検証を行った後、発給者及び署名者情報を除いたフィールドの内容をそのまま維持し、

初期登録証明書を再度生成する必要がある。電子文書につき文書転送が再度発生したときは、移管保管所より電子文書を受管したときに生成された初期登録証明書のみ文書転送の対象として移管する。万一、移管の時点で初期登録証明書に添付された電子署名の有効期間が満了していた場合は、移管保管所は必ず有効な証明書を用いて初期登録証明書を更新した後に移管することとなっている。文書転送の必須対象情報である。

- ユーザ情報：両保管所間の協議のもと、電子文書の転送前に予め移管または登録されている必要がある。文書転送の選択的対象情報である。
- 管理情報：文書転送の選択的対象情報である。
- 電子文書に関する基本属性情報：パッケージ番号・登録日時・登録者・所有者。
- 電子文書に関する拡張属性情報：移管保管所及び管理される電子文書のタイプにより追加して定義される。
- 電子文書に関するセキュリティ（アクセス権限）情報
- その他の情報

### ③電子文書の移管手続

電子文書の文書転送は、⑦ユーザ要求による移管、④移管保管所の営業停止による移管、などがあるが、それぞれの移管のタイプにより文書転送手続において多少の相違がある。

#### ⑦ユーザの要求による移管

ユーザの要求による移管の場合には、ユーザが受管移管所を指定して移管保管所に電子文書の移管を要求する場合であり、ユーザが移管を要求する手続が先行して行なわれる必要がある。ユーザの移管要求を受けた移管保管所は、対象となる受管保管所と移管対象の範囲及び方式・日時につき合意した後、合意した内容をユーザに通知して移管に関する最終確認を行う。

ユーザの最終確認を受けた後、移管保管所と受管保管所は移管のための実際のプロセスを進めるものとする。

#### ④移管保管所の営業停止による移管

移管保管所の営業停止により、ユーザの意図に関わらず移管が避けられない場合に、移管保管所は移管対象の電子文書及び範囲を把握した後、これをもとに受管保管所と電子文書の受管の可否を交渉するものとする。基本的に文書転送に関する合意が成立したら、移管保管所は各ユーザに移管に関する進行状況を通知する。移管保管所と受管保管所は移管範囲及び方式・日時に関する追加の交渉を行なった後、合意した内容を改めてユーザに通知し最終確認を受け、移管のための実際のプロセスを進めるものとする。

## 1.1.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス

### (1) 韓国の登記所

不動産登記、産業登記、船舶登記など登記を管轄（管掌）している国家機関は、法院である。法院のうち、地方法院と同地院が管轄区域内の登記事務所を管轄している。なぜなら、登記事務



所の業務は、単純な行政民願（対国民サービス、例：出生届け、死亡届け、転出届け等）とは異なり、利害が対立する当事者間の法律関係に縛られた準司法的な性格を帯びているためである。

地方法院がその管轄区内で登記事務の一部を処理するために別途作った機関が登記所である。よって、登記所は法院の下部機関である。地方法院や同地院内の登記課は、登記所という名称を持ってはいないが、登記所としての役割を持っている。

## (2) 登記所の役割

本来登記簿は不動産を標準として地番順序台により編成されている（物的編成主義）。

登記手続きにおいて具体的に、どの登記所が処理を行うかについてはまさに登記所管轄の問題である。たとえば、登記者が済州島特別自治道に在住でも、登記の住所がソウルにある場合もある。この場合、どこが管轄するかというと、原則として、登記する不動産の所在地を管轄している地方法院と同地院または登記所が処理しなければならない。

## (3) 大法院所轄の登記所

本調査のために、2010 年 9 月 7 日に韓国の大法院を訪問し、インタビューを行った結果を次に示す。

### a) 登記情報の英文表記について

法人名称は基本的にはハングル表記だが、必要であれば英語表記も可能である。

### b) 登記情報の変更・更新の仕組み

出力情報は最新の情報から、変更履歴まですべて含まれている。

### c) 登記の制限事項について

国内法人、外資での差別はない。外資の支店登録もできる。（外資が韓国で支店を出す際は、韓国の法律に従うことになっている。）

### d) 閲覧・参照の制限について

情報開示は公示制度によるものであり、参照内容や要求者による制限はない。

### e) 登記の実態について

登記データは紙でもオンラインでもベースは同じであり、すべての法人をカバーしている。

### g) 参照・閲覧について

参照・閲覧のうち、約 70%はインターネット経由で行われている。見るだけのサービスとプリントアウトできるサービスと 2 種類ある。

### h) 存続の証明について

法人が存続していることを証明するようなサービスは行っていない。閲覧情報に変更・更新の履歴があること、3 年毎に更新する必要があることで、閲覧者が判断することになる。

### i) 当初の運用から 5 年以上経ているが今後の課題は何か

サービスの高度化を目指したい。また、国民が使いやすいシステムに改善していくことも必要である。

j)その他

データセンタ設備は訪問した京畿道所在のビルではなく、別の場所にある。

ソリューションプロバイダはシステム開発当初から LG CNS である。なお、サービスの民営化は考えていないとのことであった。

(4) 大法院インターネット登記所サイト

インターネット登記所サイトではどのようなサービス提供しているのかをネット上からアクセスして調べた。大法院(Supreme Court of Korea : <http://www.scourt.go.kr/main/Main.work>)のフロントページより、インターネット登記所閲覧と発給をクリックすると、インターネット登記所サイトが開き、不動産と法人の登記情報と閲覧ができるページに飛ぶ。

a)法人登記情報の閲覧方法

検索方法は、商号、登記番号、登録番号、ローマ字検索の 4 種類がある。手数料は閲覧 500 ウォン (約 37 円)、発給 800 ウォン (約 59 円) である。しかしながら、インターネット登記所の閲覧画面を通じて出力した登記記録には法的な効力がないため、官公所などに提出することはできない。

法人区分(株式会社等)を含んだ検索をする場合、検索ワードと商号を入力し、検索する。法人区分を除外して商号のみで検索する場合、2 文字を入力すれば検索ワードと同一の商号を検索でき、検索ワードを 3 文字以上入力すると商号全てが検索できる。なお、会員、非会員の区分があり、決済方式に差がある。ログインした会員の場合、多くの不動産登記簿謄本または法人登記事項証明書を 1 回で決済することが可能である反面、非会員またはログインしていない会員は、不動産登記簿謄本または法人登記事項証明書を各々 1 件ごとに決済することになる。非会員またはログインしていない会員は住民登録番号を使用してサービスを利用することができる。会員がログインしていない状態から発給を受けたり、閲覧した内訳を住民登録番号が同一であったりしても会員の発給閲覧内訳により統合されない。登記記録閲覧時、最初の閲覧時間から 1 時間以内には再閲覧が可能である。

また、閲覧・発給サービスの利用時間は、平日月曜から金曜までは午前 7 時から午後 11 時まで、土日及び休日は午前 9 時から午後 9 時までである。

b)不動産登記情報の閲覧・発給方法

番地(住所に基づく)検索、固有番号検索、地図検索が可能となっている。手数料は閲覧 500 ウォン (約 37 円)、発給 800 ウォン (約 59 円) である。ここで出力した登記簿にも、法的な効力がないため、官公所などに提出することができない。不動産区分を選択し、アパートである場合、「集合建物」を選択して洞と号数を入力すれば検索できる。なお、共同担保/専賃 目録を確認するときは、必ず「共同担保/専賃目録」をチェックする。閲覧可能時間と閲覧に当たっての注意事項は法人登記と同じである。

### 1.1.6 電子文書保管所の調査

#### (1) 公認電子文書保管所の現状

現在、8つの公認電子文書保管所が知識経済部大臣の承認を受け、営業している。

2007年（事業者2社を指定）：

|        |       |
|--------|-------|
| KTNET  | 2月23日 |
| LG CNS | 4月20日 |

2008年（事業者3社を指定、累計5社）

|        |        |
|--------|--------|
| 三星 SDS | 3月7日   |
| 韓電 KDN | 7月30日  |
| ハナ INS | 12月30日 |

2009年（事業者3社を指定、累計8社）

|                |        |
|----------------|--------|
| uPOST          | 2月2日   |
| KOSCOM         | 7月9日   |
| 韓国情報認証（SGDOCU） | 10月19日 |

今後の展望としては、銀行子会社などによる指定申請が予想される。国民銀行、農協中央会、新韓銀行、ウリ銀行などが次期事業者候補として挙げられている。

#### (2) 個別調査事例

##### a) KTNET

本調査のために、2010年9月7日に韓国のKTNETを訪問し、インタビューを行った。その内容を次に示す。

##### ① サービスの種類

公認電子文書保管所第1号である。提供サービスは、以下のとおりとなっている。

|                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| 紙文書保管             | 無し                 |
| スキャニング            | 電子化作業所（スキャンセンター）運用 |
| OCRによるデータ抽出       | 電子化作業所（スキャンセンター）運用 |
| インデックス化(indexing) | 電子化作業所（スキャンセンター）運用 |
| 電子記録保存            | 公認電子文書保管所固有の機能     |
| ポータル提供            | 公認電子文書保管所固有の機能     |

##### ② ユーザ数及び主要顧客

主要なユーザは、公共機関（韓国貿易保険公社、韓国産業団地公団、鉱物支援公社など）と病院（セブランス病院、ミジュメディ病院など）である。これらを中心に全領域でユーザ誘

致のために努力している。

③保存記録の種類、保存量

保存記録の種類は、スキャニングイメージ、電子文書（doc、ppt、pdf など）で保存し、保存量は概略で 5TB 程度である。

④電子記録の保存形式（フォーマット）

TIFF（Tagged Image File Format）、PDF（電子文書）の 2 方式で長期保存のフォーマットを支援している。

⑤保存記録の電子署名及びタイムスタンプの割合

基本的に保存記録には、電子署名を行い、紙文書をスキャニングする時、一部に選択的にタイムスタンプを利用している。

⑥電子記録参照に対するユーザ認証方式

PKI（公開鍵基盤）の公認認定書を使用し、ユーザの身元確認をしている。

⑦スキャニングエラー率及び品質対策

スキャニングは、「電子化文書の方法及び手続きについての公示」を通じて人的、物理的に、順を追った統制で実施している。スキャニングを終えた後、品質検査及び内容検査を実施し、エラーがないよう遂行している。

⑧セキュリティ対策（非改竄証明、意図しない削除防止、流出防止）

公認電子署名、ネットワークセキュリティ、施設及び人的セキュリティ装備、DRM(Digital Rights Management)、Watermark(電子透かし)など文書セキュリティと施設セキュリティを電子商取引基本法に基づき、実施している。

⑨設備、要員数

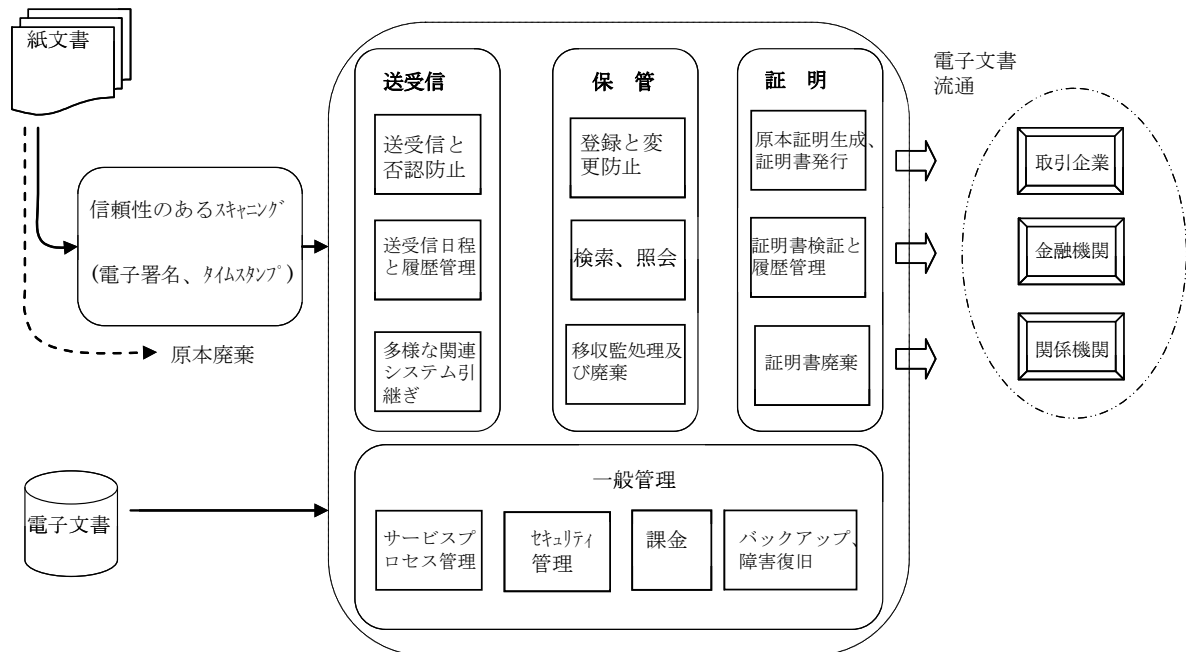
設備は 100%自前の施設であり、公電所の運用人材は最少 12 人以上で運用している。

⑩ユーザとの通信環境

基本的には SSL と暗号化を通じた安全な通信環境を提供し、場合により、VPN 及び専用線を利用している。

## b) LG CNS

2007 年 4 月 20 日に公認電子文書保管所に指定された同社のサイト<sup>10</sup>には施設紹介がなされていた。それによると、面積は約 13,300 坪、地上 12 階、地下 4 階、震度 8 耐震設計、超高速光ネットワーク、中国/欧州/米国まで遠隔制御が可能なグローバル IT センターの位相を確保している。なお、サービスの流れは図 1.1-7 のように図解してあった。



出典：LG CNSサイト(<https://docubank.lgcns.com/ARC/index.jsp>)より作成

図 1.1-7 LG CNS 公認電子文書保管所サービスの流れ

## c) uPOST

2009 年 2 月 2 日に公認電子文書保管所に指定された uPOST のフロントページ (<http://www.upost.co.kr/portal/site/upost>) にはユーザ顧客の協会、団体、企業のロゴがあり、それらをクリックするとそれぞれのサイトへアクセスできる。

ユーザ顧客企業は、以下のとおりとなっている。

教保生命、大宇証券、新韓銀行、PC カード、農協中央会、国民健康保険公団、国民年金、韓国電力、ウリ銀行、三星カード、未来アセット証券、現代証券、韓国奨学財団、韓国人参公社（注：朝鮮人参は日本のたばこや塩のように公社で販売）、SK テレコム、SK テルリンク、勤労福祉公団、ollenKt、truefriend 証券、IBK キオンキャピタル等

<sup>10</sup> LG CNS サイト(<https://docubank.lgcns.com/ARC/index.jsp>)

## 1.2 中国（China）

### 1.2.1 インフラ整備状況

#### (1) インターネット利用者数およびインターネット普及率

2010 年も中国インターネット利用者（ユーザ）人口の急増が続いている。中国インターネット情報センター（China Internet Network Information Center: CNNIC）が 2010 年 7 月に発表した「中国インターネット発展状況統計報告」によれば、2010 年 6 月末までに、中国のインターネット人口は 4 億 2,000 万人となり半年で 3,600 万人増加した。世界一のインターネット利用者人口である。中国インターネット普及率は 31.8%まで上昇、2009 年と比べ 2.9 ポイントの増加となった。

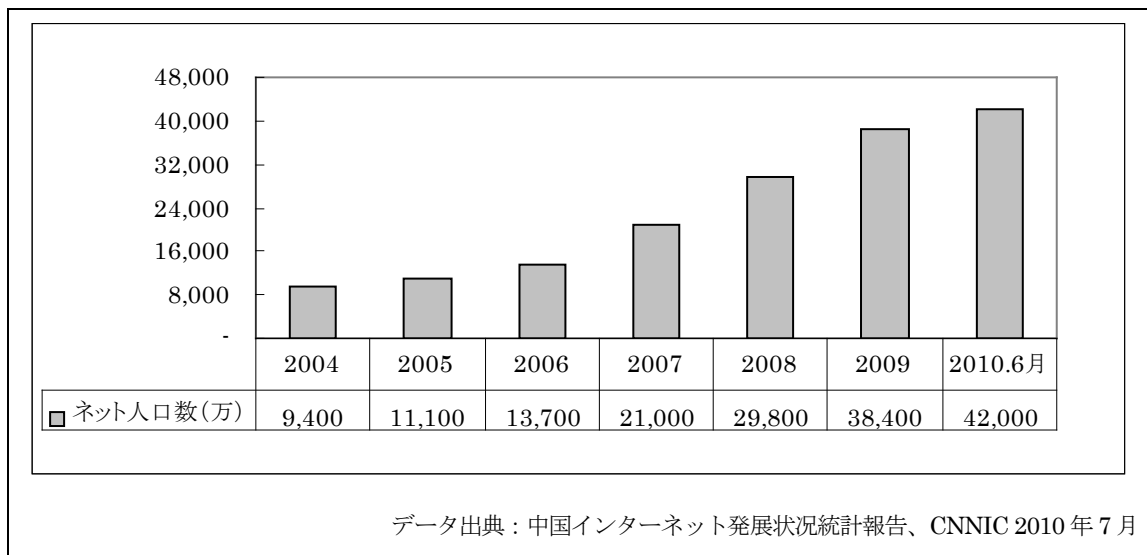


図 1.2-1 中国のインターネット人口の推移

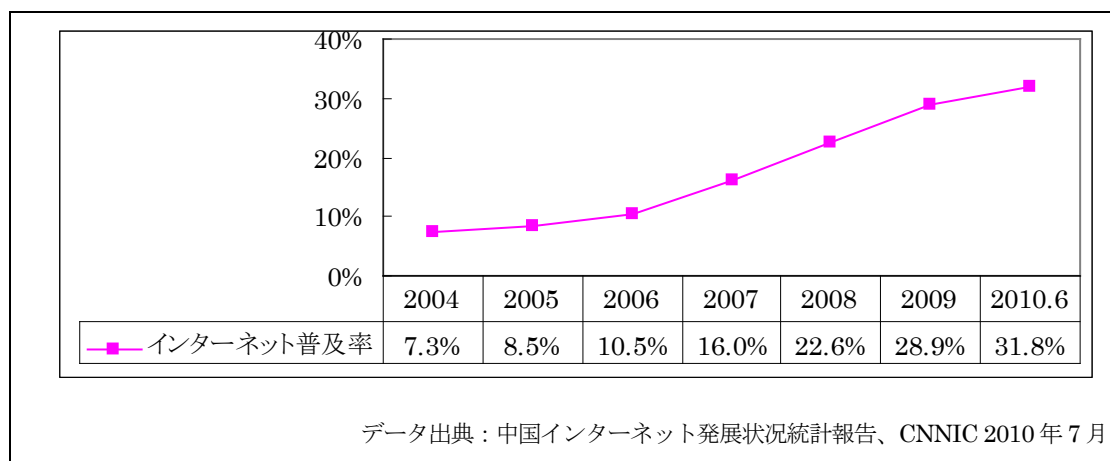


図 1.2-2 中国のインターネット普及率の推移

## (2) ブロードバンドインターネットの利用者数およびその普及率

2010 年前半も中国ブロードバンド利用者(ユーザ)数の増加は続き、ブロードバンド接続は中国の主流インターネット接続方式となった。CNNIC のデータによれば、2010 年 6 月末までに、ブロードバンド利用者数は 3 億 6,400 万人で、PC によるネット利用者に占める割合は 98.1%に達した。ただし、中国には「ブロードバンド（広帯域）がブロードで（広く）ない」という問題がいまだ存在している。Akamai 社の調査データによれば、2009 年中国ブロードバンドネット接続の平均スピードは 857kbps しかなく、アメリカ、日本、韓国などのネット先進国には遠く及ばない。中国は現在、国家情報インフラの建設に注力しており、インターネット接続レベルと普及率の向上、「光ファイバー接続」の発展推進を行っている。例えば、上海の「都市光ネット」（都市ブロードバンド接続の光ファイバー化）プロジェクトは中国各地のブロードバンドネット建設のモデルケースとなっている。

中国中小企業ユーザ、家庭ユーザのブロードバンド接続は主に ADSL 方式となっている。大多数の都市では 1Mbps-4Mbps の帯域幅での接続が主流であり、主に中国電信（China Telecom）と中国聯通（China Unicom）の二大通信キャリアによって提供されている。北京、上海などのいくつかの大都市ではケーブルテレビ提供業者が Cable Modem 方式でのブロードバンド接続を一部地域で提供している。また、長城ブロードバンド社などの BLEC（特定のビルなどでインターネット接続サービスを提供するキャリア）は少数ながらもいくつかの都市にてローカルエリアネットワーク(LAN)方式でのブロードバンド接続を提供している。

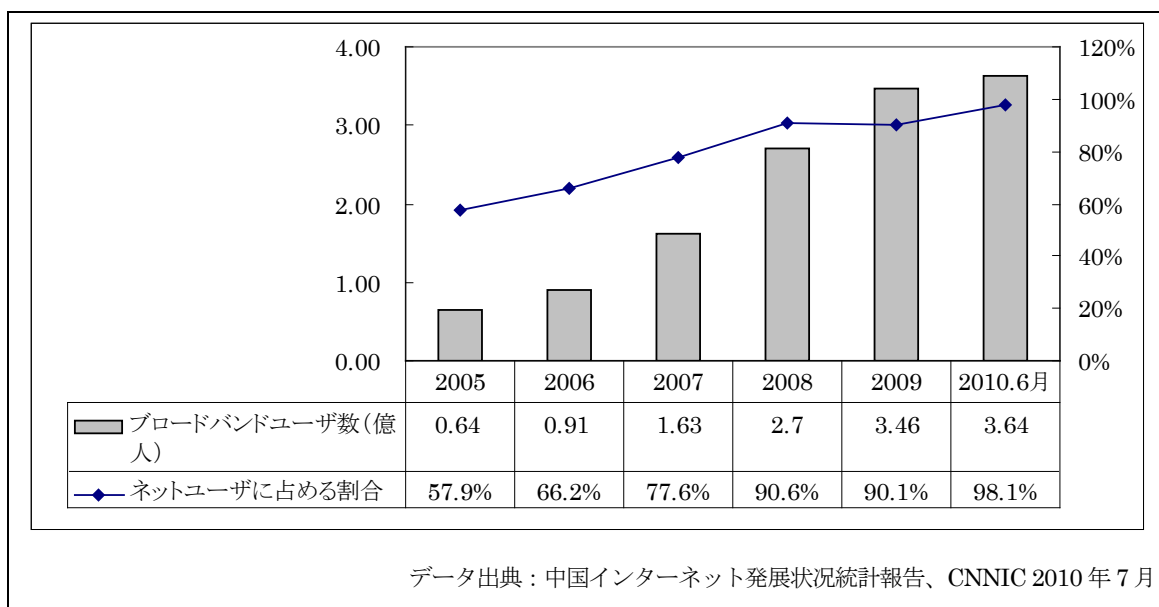


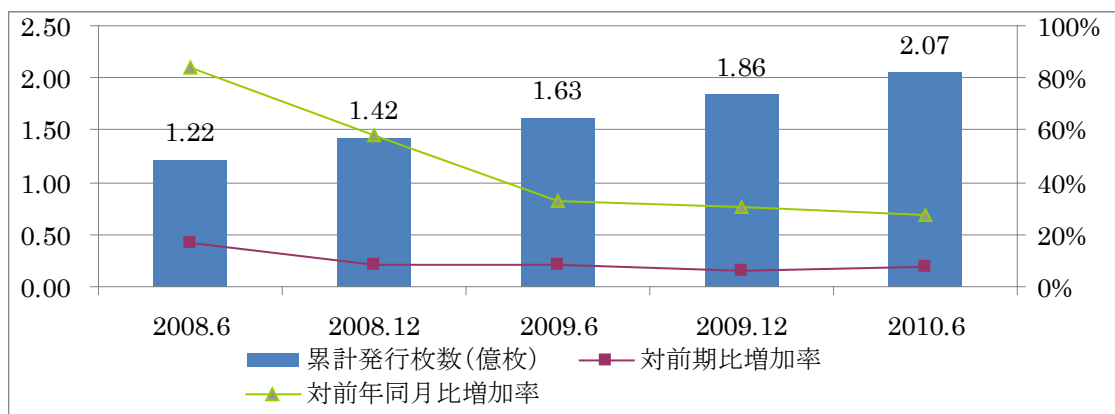
図 1.2-3 中国ブロードバンドインターネット利用者数と利用率

### (3) クレジットカードの人口保有率

中国の銀行カードにはデビットカード、クレジットカードの二種類がある。デビットカードは銀行の預金口座カードであり、借り越しはできない。クレジットカードでは借り越しが可能である。どちらのカードも POS 機での決済、ATM 機での現金引き出しができ、ネットショッピング決済に使えるネット決済機能の申し込みも可能である。

2010 年中国における銀行カード発行数は引き続き安定して増加している。中国人民銀行（中国中央銀行）のデータによれば、2010 年 6 月末までに、全国で発行された銀行カードは 22 億 6,600 万枚に達し、前年比 14.5% の増加となった。デビットカードとクレジットカードの発行量比は 10:1、デビットカード累計発行数は 20 億 5,900 万枚で前年比 13.3% の増加、クレジットカード累計発行数は 2 億 700 万枚で、前年比 27.4% の増加となった。





データ出典：中国人民銀行 2010.8

図 1.2-4 2008～2009 年における中国のクレジットカード発行枚数と増加状況

2010 年の中国クレジットカード一人当たりの平均保有枚数は 0.16 枚である。大都市においてはその普及率は比較的高く、中小規模都市や農村地区ではその普及率は低い。例えば、北京、上海などの都市部では一人当たりの平均保有枚数は 2010 年に初めて 1 枚を突破(北京では平均 1.06 枚、上海では平均 1.01 枚)し、全国平均レベルよりもずっと上回っている。

#### (4) クレジットカード以外の決済手段とそのシェア

中国の電子商取引の決済方法は主にインターネット上の決済（オンライン決済）とインターネット以外での決済（オフライン決済）の 2 種類に大別できる。オンライン決済は更にインターネットバンキングによるデビットカードの振込、クレジットカード決済、第三者決済の 3 種に分けられる。中国の殆どの銀行がインターネットバンキング業務を扱っており、利用者は銀行で契約を結べばインターネットバンキングを始めることができ、手続後にはインターネットによるオンライン振込が可能になる。インターネットバンキング業務にはデビットカードとクレジットカードの両方が利用でき、多くの銀行がインターネットバンキングによる振込決済について 1 日当たりの限度額を設けている。「支付宝」、「快錢」、「財付通」といった第三者決済プラットフォームもユーザが常用する決済方法となっており、これらの決済プラットフォームは銀行と協力関係にある。

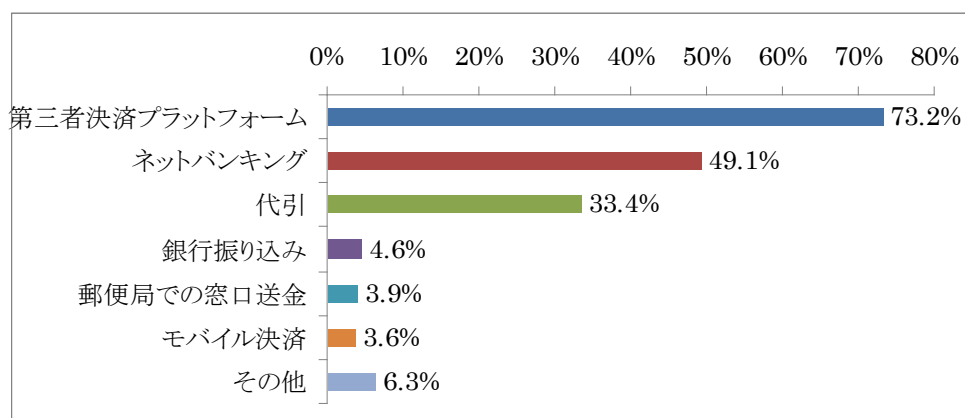
オフライン決済には、郵便局での窓口送金、銀行振込、テレフォンバンキングや代引きなどの方法がある。ネットバンキングの使用申請をしていないネットショッピングユーザが決済をする場合、銀行や郵便局、または ATM などの端末、もしくはテレフォンバンキングで手続きをしなければならない。比較的大規模の BtoC サイトはすべて代引きでの決済が可能である。代引きは、インターネット上で商品を注文した後、ショップ側が消費者に商品を届け、購入者が確認した上で代金を支払う方式である。京東商城などの有名 BtoC サイトはモバイル POS 機を提供しており、消費者は商品確認後、その場でカード決済が行える。

ほとんどのショッピングサイトはいくつかの決済方式を用意しており、ユーザが選択できるよ

うになっている。例えば、凡客誠品（[www.vancl.com](http://www.vancl.com)）は、支付宝（Alipay）、快錢、網銀在線、環迅、財付通（Tenpay）などの7つの第三者決済プラットフォームによる決済をサポートしているため、中国のほぼ全ての銀行が発行した銀行カードをサポートすることになり、そのカバー率は98%である。この他、郵送、銀行振込、代引きなどの多種のオフライン決済方式も選択可能である。

CNNIC のデータによれば、2010 年 6 月末までに、中国のネットユーザ人口 4 億 2,000 万人のうちネットショッピングユーザ数は 1 億 4,200 万人に達し、その割合は 33.8%にまで上昇した。2009 年末に比べ 5.7 ポイントの上昇となった。そして、中国ネットショッピングユーザがネット決済を選択する割合は 72.8%にまで達している。

北京の市場調査会社である易派コンサル社が行った 2009 年末の 4,000 人のネットショッピングユーザに対するオンライン調査の結果、第三者決済プラットフォームがもっとも主流のネットショッピング決済方式であることがわかった。



データ出典：易派コンサル社、2010.1

図 1.2-5 中国ネットショッピングにおける決済方式の状況

支付宝は中国で最も主流の第三者決済プラットフォームであり、また世界最大の第三者決済プラットフォームである。iResearch 社のデータによれば、2010 年第 2 四半期での支付宝の市場シェアは第三者決済市場の半分を占めており、独占的市場地位を保ち続けている。シェア 2 位は財付通で 20.01%の市場シェア率、3 位は滙付天下で 6.53%となっている。2010 年 10 月末に、支付宝ユーザは 4 億 7,000 万人を突破、1 日当たりの取引数は 700 万を超えた。支付宝はネットショッピングのオンライン決済の他にも飛行機チケット、ホテルなどの旅行業務、物流決済などの分野にも参入しており、これらの業務は支付宝に巨大な取引量をもたらした。2010 年後半には、モバイル決済分野にも参入すると発表した。

### (5) 3 日以内で個別配送ができるカバレッジ

ネットショッピングが隆盛を見せるまでは、中国の物流業界のレベルは比較的遅れたものであった。ただし、ネットショッピングの急速な発展は物流業界の成長を大きく促した。淘宝网がもたらした荷物急送サービス（宅配便等）は国内荷物急送サービス企業の業務の 70%以上を占める。iResearch 社のデータによれば 2010 年前半までに、ネットショッピング荷物急送サービスを行う企業は 6,500 社にのぼり、2009 年にネットショッピングがもたらした荷物急送サービスの収入は 193 億元（約 2,451 億円、2010 年 12 月 30 日付為替レート 1 元＝12.7 円で換算、以下同様）、2010 年には 250 億元（約 3,175 億円）を超えると予想されている。

ネットショッピングサイトは一般的に 2 種類の配達モデルを有している。一つは自ら物流センターを建設するもので、規模が大きく強力な BtoC ショッピングサイトがこれに当たる。例えば、京东商城、凡客誠品などは自らの物流配送システムを有している。もう一つは物流のアウトソーシングであり、つまり配送サービスを第三者物流会社に委託する方法である。この方式は多くのショッピングサイトが採用しているモデルである。独自の物流システムをもつ大型ショッピングサイトも、自社物流ネットワークがカバーできない地区においては、第三者物流会社と協力を結んでいる。ユーザーサービスの向上のため大型 BtoC サイトが自社物流ネットワークを構築する傾向が主流となっている。

中国の荷物急送サービス企業は主に 3 種類あり、まず 1 種類目は、中国郵政のような全国をカバーする国有企業である。その長所は荷物急送サービスのカバー範囲が広い点だが、民間の荷物急送サービスと比べ割高で、同一都市での荷物急送サービスにかかる日数が長く、通常 2～3 日かかる。2 種類目は、中国国内の民間荷物急送サービス会社である。大手は全国内で活動しており、その業務ネットワークは主に大中都市をカバーし、順豊速遞、圓通速遞、韵達快遞などがこれに当たり、同一都市の荷物急送サービスはスピーディで安価という長所がある。中小規模の民間荷物急送サービス会社は特定の都市ではスピーディで安価という長所があるが、全国をカバーするには至らない。3 種類目は多国籍荷物急送サービス会社である。中外運敦豪、郵政荷物急送サービス、FedEx、UPS、TNT 等がこれに当たるが、その主な長所は国際荷物急送サービスにある。一般的に価格が高めで、中国国内や同一都市での荷物急送サービスでは競争力がない。

中国における荷物急送サービス産業は急速に発展しており、同一都市の荷物急送サービスは翌日配達がほぼ実現しており、「午前回収、午後配達」「午後回収、翌日午前配達」が、ある程度の規模を持つ荷物急送サービス会社のサービス標準となっており、同一都市間の荷物急送サービス費用は通常 6～15 元（約 76～191 円）である。中国国内の主要都市間では、通常 3～5 日で届き、町村や農村辺境地域の荷物急送サービスは主に中国郵政がユニバーサルサービスを行う義務を担っており、所要時間は長めで、通常は 5～15 日である。国内荷物急送サービスの最低価格は通常 10～20 元（約 127～254 円）で、1 キロ加重されるごとに、5～15 元（約 64～191 円）加算されるが、これは荷物急送サービスの配達都市や、地域の距離や種類によって決められる。

しかし 2009 年後半より、2010 年にかけて、荷物急送サービスの運営コストが増したため、大

手荷物急送サービス会社のうち数社が荷物急送サービス価格の値上げを行った。1 単位貨物あたり 2～5 元（約 25～64 円）値上がりし、1 キロごとの加重料金が 1～3 元（約 13～38 円）値上がりするもので、淘宝网で 8 割近くのシェアを占めていた荷物急送サービス企業がいずれも値上げを行った。

**表 1.2-1 2010 年主な荷物急送会社の価格比較**

（北京から上海、重さ 2Kg、普通急送業務（翌日配達などの特急取り扱い業務を除く）

| 急送サービス | 価格（元） | 急送業者 | 価格（元） |
|--------|-------|------|-------|
| 郵政 EMS | 38    | 圓通速通 | 18    |
| FedEx  | 35    | 天天速通 | 18    |
| 順豐速通   | 30    | 申通速通 | 16    |
| 宅急送    | 25    | 韻達快通 | 15    |
| 中通速通   | 20    |      |       |

データ出典：各企業公式発表価格

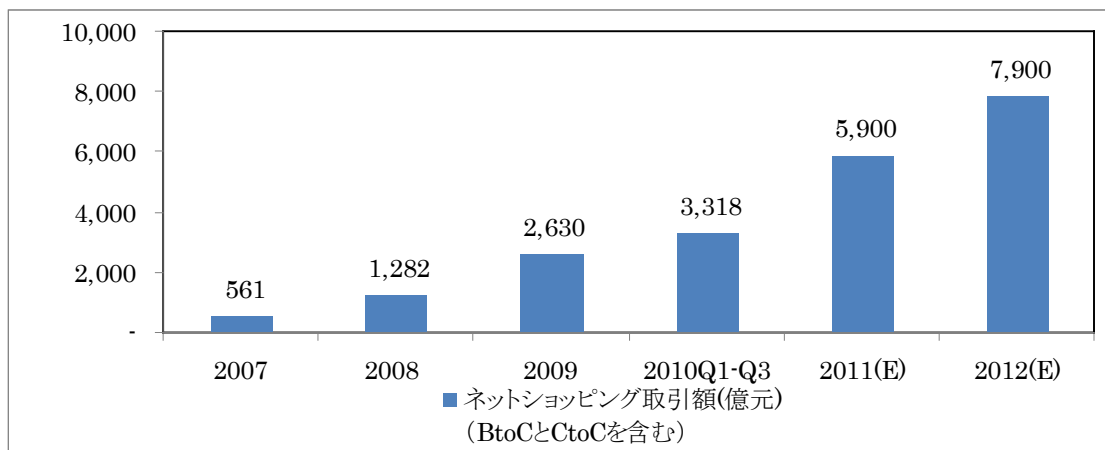
中国の比較的規模の大きな BtoC サイトは通常無料配送サービスを行っており、京東商城は金額、地区を問わず送料無料、当当網(dangdang)は購入代金 29 元以上（約 368 円）で送料無料、凡客誠品（vancl）は購入代金 59 元（約 749 円）以上を送料無料としている。ただ淘宝网での CtoC 取引にかかる送料は一般的に消費者負担となる。

## 1.2.2 電子商取引の実施状況

### (1) 市場規模の現状、将来予測

2010 年の中国ネットショッピング市場は引き続き急激な成長を続けている。ネットショッピングは多くの若者の主な買い物方式になり、ネットショッピングユーザの規模も日々拡大している。CNNICデータによると、2010 年 6 月までに、中国のネットショッピングユーザは 1 億 4,200 万に達し、半年で 31.4%の増加となった。2010 年第 1、第 2、第 3 四半期での中国ネットショッピング(BtoCとCtoCのどちらも含む)市場取引規模は 3,318 億元<sup>11</sup>（約 4 兆 2,139 億円）となり、一年間での取引額は 5,000 億元（約 6 兆 3,500 億円）前後に達すると予測されている。

<sup>11</sup> 淘宝网の多くの CtoC 取引において、売り手が企業であることもあり、BtoC と CtoC の取引額の厳格な区分が難しいため、iResearch は今年より BtoC と CtoC を分けないこととした。



データ出典：中国ネットショッピング市場観測報告、iResearch 2010.10

図 1.2-6 中国インターネットショッピング取引額の推移

ネットショッピングが発展するにつれ、消費者はネットショッピングにおけるサービスと安全性を重視するようになってきた。CtoCモデルはネットショッピングの火付け役ではあったが、次第にその主流はBtoCモデルへと移り変わっている。BtoCモデルの取引比率は上昇し続けており、2008年の6.7%から2010年の12%に達するに至った<sup>12</sup>。中国最大のショッピングサイト淘宝网はCtoCからその業務をスタートさせたが、三年前より成長の重点をBtoCへとシフトしており、淘宝商城を開設し、BtoC業務の拡張を行っている。すでに主に家電3C製品を取り扱う淘宝電器城、主に靴を取り扱う淘宝名靴館を開設している。また、淘宝商城は2010年11月より独立運営をスタート、独自ドメインでの運用をスタートさせた。中国ネットショッピングの成長はBtoCへと進んでいる。

競争が日増しに激化するにつれ、BtoCショッピングサイトはこれまでの単一商品種取り扱い型から総合デパート型への転換を行っている。当当網、卓越網は図書AVソフトの取り扱いから各種の商品市場への参入を相次ぎ図り、京東商城は図書AVソフト市場への参入を行った。凡客は衣服から次第に服飾品、家具、子供服などの分野へと拡大している。

2010年中国ネットショッピング市場において新たに現れたのが共同購入モデル(グルーポンサイト)である。ある程度の規模を持つ共同購入サイトはすでに1,215を数える<sup>13</sup>。レジャー娯楽、食品食事の2つが最も好まれる共同購入商品である。また、ショッピングサイトのモバイルプラットフォームへの移植も進んでおり、モバイルeコマースの成長も急速である。

中国eコマース市場も十数年の成長をへて、2010年一応の結果を見せることとなる。資本市場に受け入れられ始めたのである。ショッピングサイトの株式市場上場は今年の大きな特徴であり、

<sup>12</sup> データ出典：iResearch コンサル 2010年10月発表の「2010年第三クォーター中国ネットショッピング市場観測報告」

<sup>13</sup> 中国電子商取引研究センター発表の「2010年中国ネット共同購入調査報告」

2010年10月、衣服のオンライン販売企業である麦考林(m18)はアメリカナスダック市場へ上場、当当網は11月に上場、京東商城、凡客も上場が計画されている。

京東商城は中国 BtoC ネットショッピング市場をリードしており、2010年7月から3ヵ月連続で月売上額が10億元(約127億円)を超えた。市場シェア率は35.6%に達する。凡客誠品(VANCL)の日ごとの売上額も1,000万元(約1億2,700万円)を超え、当当網、卓越アマゾンも BtoC ネットショッピング市場にて重要な地位を占めている。

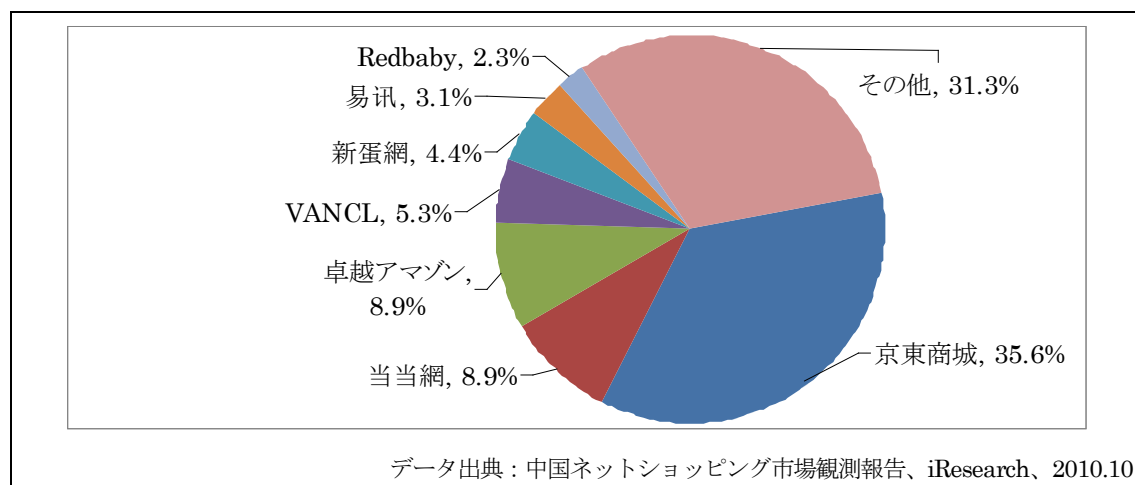


図 1.2-7 2010Q3 中国 BtoC ネットショッピング取引額による市場シェア

中国 CtoC ショッピングサイト市場については 2010 年もその勢力構造に大きな変化はない。淘宝网一社が 8 割以上のシェア独占を安定してキープしており、その次に取引額増加が著しい拍拍網が続く。易趣網のシェアは下落している。

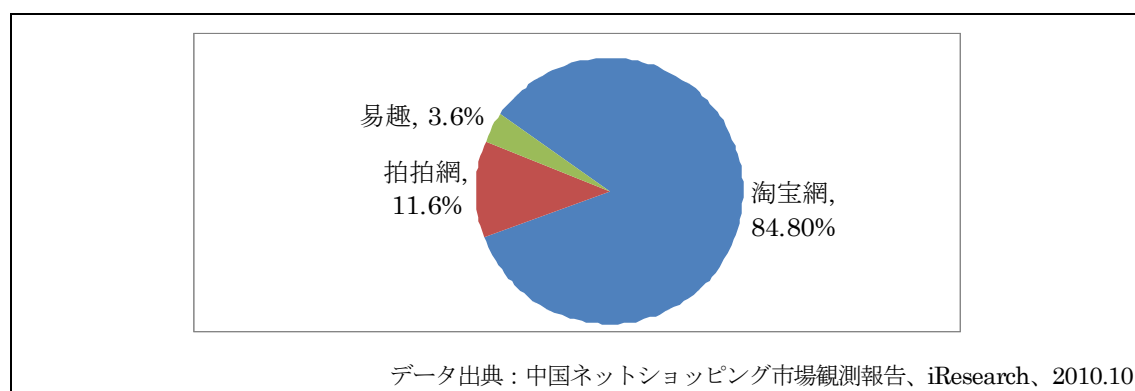


図 1.2-8 2010/Q3 中国 CtoC ネットショッピング取引額による市場シェア

2010 年の第 3 四半期までの中国 BtoB 取引額は 3 兆 3,242 億元<sup>14</sup> (約 42 兆 2,173 億円) に達す

<sup>14</sup> データ出典：iResearch コンサル 2010 年 10 月発表の「2010 年第 3 クォーター中国ネットショッピング市場観測報告」

る。電子商取引全体の(BtoB、BtoC、CtoC)の88%を占める。

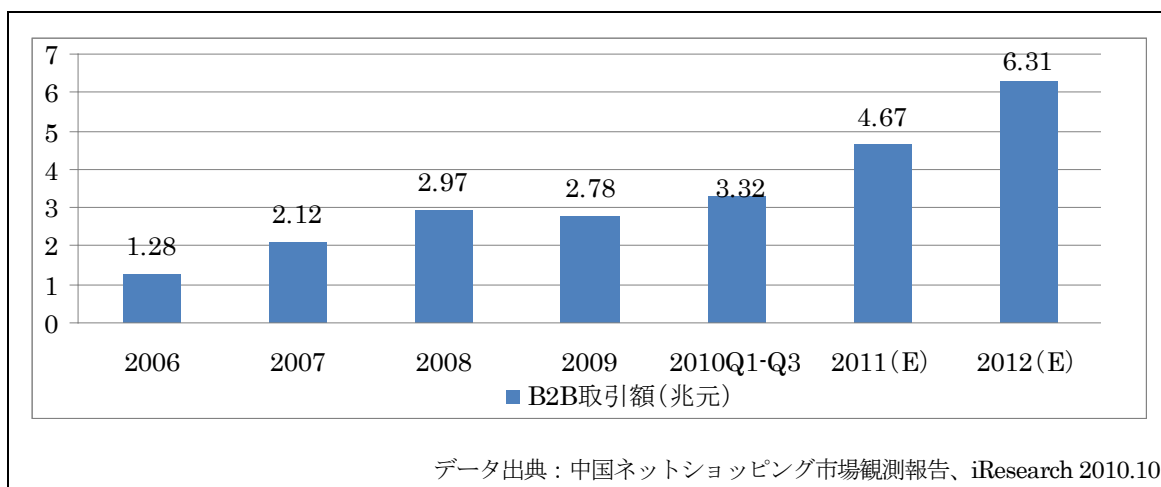


図 1.2-9 中国 BtoB 電子商取引額の増加状況

アリババ (Alibaba) は引き続き中国の BtoB マーケットをリードしており、市場シェアの 57% を占めている。2010 年アリババは中小企業への融資と人材などの方面での援助強化を行っており、世界規模での「速売通(8 AliExpress)」業務の成長を重点としている。他の BtoB サイトも安定成長をキープしており、環球資源 (Globalsources) はオフラインでの展示会開催回数の増加により営業収入の増収につなげた。敦煌網 (Dhgate)、私の鋼鉄網 (Mysteel)、金銀島 (315) など新興の BtoB 電子商取引プラットフォームも急速に成長を遂げている。

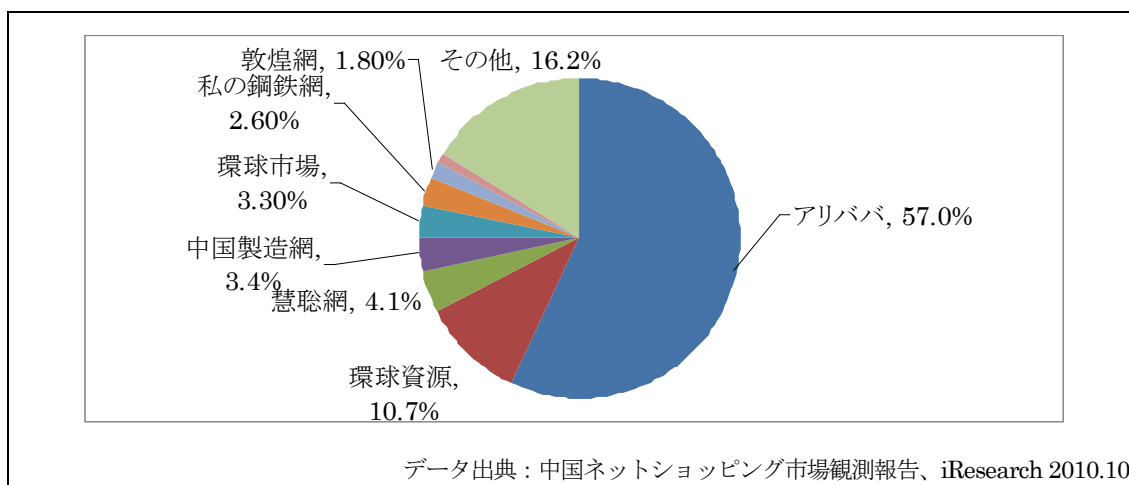


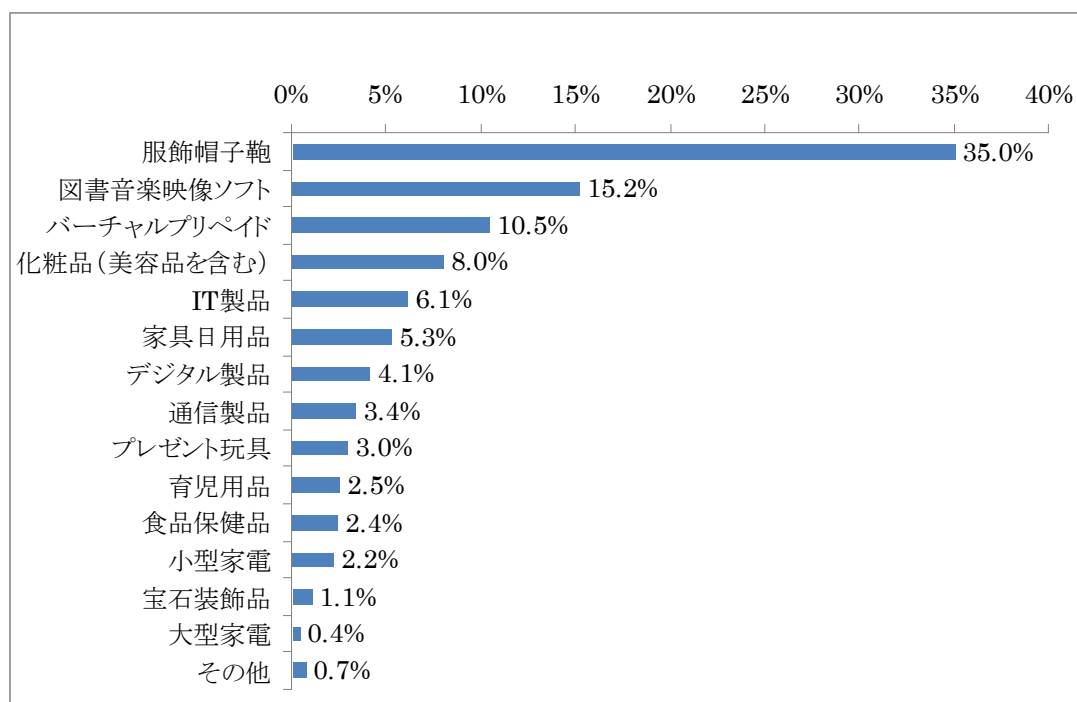
図 1.2-10 2010 年 Q3 中国 BtoB 電子商取引サイト収入による市場勢力構図

## (2) 商品別/職業別市場規模内訳

ネットショッピングが発展するにつれ、その取扱商品と種類も増加している。服装、化粧品な



どといった日常品からデジタル製品、電気製品、携帯電話などといった電子製品まで、ほとんど全ての商品がオンラインで購入できると言える。iResearch 社の調査によれば、衣服、靴、帽子、図書 AV ソフト、プリペイドカードなどといった商品が最もよくネットで扱われる商品種となっている。



データ出典：iResearch 2010.6

図 1.2-11 2010 年中国ネットショッピングユーザショッピング商品種類別状況<sup>15</sup>

### 1.2.3 電子商取引に関する政策・法制度

#### (1) 政策：電子商取引推進にかかわる政策

2005 年 1 月、中国は初めてとなる電子商取引に関する政策的文書「電子商取引の発展加速にかかる若干の意見」を公布し、2006 年の「第十一次五カ年計画」にて「電子商取引の積極的発展」を掲げた。2006 年 5 月、国務院は「2006-2020 年国家情報化発展戦略」を公布、その中で電子商取引の発展に注力し、物流コストと取引コストを下げることにした。2007 年 3 月、商務部は「インターネット上の取引に関する指導意見（暫定）」を公布し、電子商取引の取引者資格やインターネット上の取引にかかる基本原則を明確にした。2007 年 7 月、中国政府は「電子商取引の

<sup>15</sup> iResearch は 2009 年 12 月-2010 年 1 月まで 103 のショッピングサイトの 2 万 6,000 ユーザの追跡調査を行った。プリペイドカードには、ゲームポイントカード、ゲームアイテム、携帯プリペイドカードなどが含まれる。IT 製品にはパソコン、ノートパソコン、電子辞書などが含まれる。デジタル製品にはカメラ、ビデオカメラ、MP3 プレイヤなどが含まれる。通信製品には携帯とその周辺機器、部品が含まれる。宝石装飾品類には、金銀ネックレス、ダイヤモンドなどが含まれる。小型家電とは電子ジャー、ドライヤーなどが含まれる。大型家電には冷蔵庫、テレビ、洗濯機などが含まれる。



発展にかかる第 11 次五カ年計画」を公布し、電子商取引発展の国家戦略を確立した。2007 年 12 月、商務部は「電子商取引の規範的発展の促進にかかる意見」を公布し、電子商取引の規範化を図った。

2009 年 11 月末、商務部は「流通分野の電子商取引発展の加速化に関する意見」を発表し、電子商取引の発展と既存の流通企業が電子商取引を実施できるよう支援をした。また、「第十二次五カ年計画」（2011 年～2015 年）の最終年までに、インターネットショッピング取引額が小売総額に占める割合を 5%以上にまで引き上げるとの目標を示した。

2010 年 7 月、商務部は「ネットショッピングの健康的発展に係る指導意見」を公布、ネットショッピングに対する政策支持を強化し、ネットショッピングの発展に必要となる多様な、多方向からの融資体制を構築するとした。

2010 年 6 月、国家工商行政管理総局は「インターネット商品取引と関連サービス管理暫定弁法」を公布、ネットショップの実名登録を規定し、工商総局は注力して 3 年以内に全国規模で組織の上部から末端までが連動できるインターネット監督管理情報プラットフォームを構築するとした。

2010 年 7 月、税関総署は個人の国際郵送物の管理政策の調整を行った。2010 年 9 月 1 日より、関税免税額を 400 元（約 5,080 円）（香港マカオ台湾地区）か 500 元（約 6,350 円）（其他国家と地区）より 50 元（約 635 円）へと下げた。この調整は海外代理販売製品のコストを大幅に増加させることとなり、化粧品、粉ミルク、電子機器などのインターネット代理購入業務に大きな影響を与えた。

## **(2) 法律：電子商取引法、電子署名/電子文書、消費者保護、個人情報保護、電子決済の各概要と特徴、課題**

中国電子商取引の十数年にわたる発展の中で、関連法律法規も引き続き整備されている。2004 年より、商務部、工商管理局などの政府部門は電子サイン、電子認証、ネット取引やネット決済などの各方面でたくさんの法律法規を次々に打ち出してきた。ただし中国の電子商取引にかかる法律法規の整備は大きく現実に遅れをとっており、現在までにまだ、完全な電子商取引に関する法律は存在していない。

表 1.2-2 中国が公布した重要な電子商取引法律法規

| 公布時期    | 公布部門     | 名称                             | 概要                                    |
|---------|----------|--------------------------------|---------------------------------------|
| 2004-8  | 商務部      | 「中華人民共和国電子サイン法」                | 電子サインに法律的効力を持たせ、電子認証サービスの市場参入制度を明確化した |
| 2005-3  | 国家暗号管理局  | 「電子認証サービス暗号管理弁法」               | 電子認証サービスの暗号管理                         |
| 2005-4  | 中国電子商務協会 | 「ネットショッピングプラットフォームサービスの自律規範」   | ネット取引の自律規範                            |
| 2005-6  | 中国人民銀行   | 「決済生産組織管理弁法」                   | ネット決済規定                               |
| 2005-10 | 中国人民銀行   | 「電子決済手引き」                      | 電子決済業務の規範化                            |
| 2008-4  | 商務部      | 「電子商取引モデル規範」と「インターネット販売サービス規範」 | ネット上の取引行為を規範化                         |
| 2010-6  | 国家工商総局   | 「インターネット商品取引と関連サービスの管理暫定弁法」    | ネット商品取引と関連サービス行為の規範化                  |
| 2010-6  | 中国人民銀行   | 「非金融機関での決済サービス管理弁法」            | 第三者決済企業は「決済業務許可証」の申請が必要となった           |

#### a) 電子署名/ 電子証明書

「電子署名法」が 2004 年 8 月に公布および 2005 年 4 月に施行され、民事活動における契約書、文書、証票類などの電子署名、電子文書の法的な有効性が明確になり、中国電子商取引の発展に積極的な促進作用を果たした。その後、情報産業部は「電子認証サービス管理方法」を公布したほか、国家暗号管理局が「電子認証サービス・暗号管理方法」と「証書認証システム・暗号及びその関連安全技術規範」を公布し、電子認証システムと電子認証機構の整備、運営、管理について具体的な規範化を行った。

しかし、中国のデジタル証明書発行量とネットユーザ、ネットバンキングユーザとサーバーの数を比較すると 20 分の 1 にも満たない。デジタル認証の普及率はまだまだ低い。

#### b) 個人情報保護

個人情報保護は、電子商取引の健康的発展の重要基盤である。中国の個人情報保護は法律面からみても比較的弱く、また体系的な個人情報保護法もない。また個人情報管理に関わる政府管理部門は複数に渉る。そして国民の個人情報保護意識も低く、ネットでの個人情報保護違反事例も比較的多い。既存の法規ではまだまだ電子商取引における消費者の個人情報保護に対応できていないのが現状である。

中国は 2003 年より「個人情報保護法」の立法作業に着手しているが、長年にわたり公布に踏

み切れていない。2009 年 2 月に成立した「中華人民共和国刑法修正案」は、国民の個人情報を販売あるいは不法に提供する行為を犯罪行為と定めた。これは中国が個人情報保護立法において重要な一歩を踏み出したものである。

2010 年後半、シンセン市は「シンセン市個人情報保護条例」を起草した。2010 年末はまだ意見募集段階にあるが、この条例が公布された場合、これが中国で初めての個人情報保護に関する法規となる。工業情報部は 2009 年から「個人情報保護指南」を起草しており、2010 年には初稿が完成した。会議を開き、企業からの意見を求め、2011 年には中国の個人情報保護を指導する基本規範とする予定である。

#### c) 電子決済

電子決済は銀行業務において重要な決済方法であり、ほぼ全ての中国の銀行は電子銀行業務を取り扱っている。電子決済の急激な成長は電子商取引の発展を強力にサポートしている。

2001 年 6 月、「インターネットバンキング業務管理暫定弁法」が公布され、中国人民銀行は 2005 年 11 月に「電子決済ガイド」を発表した。2006 年 3 月、中国銀行業監督管理委員会（略称：銀監会）は「電子銀行業務管理方法」、「電子銀行セキュリティ評価ガイドライン」を公布し、テレフォンバンキング、インターネットバンキング、モバイルバンキングなどを電子銀行の監督対象に含めた。

銀行の電子決済以外にも中国には約 300 社の第三者電子決済企業が存在し、「支付宝」は中国最大の第三者決済プラットフォームとなっている。これらの企業は電子商取引の成長に従い急速に強大なものとなってきており、これらの企業も次第に政府の決済管理システムに組み込まれてきている。2005 年「決済決算組織管理弁法（意見募集稿）」を公表、第三者決済企業の設立参入にハードルを設け、リスクの管理措置を行った。ただしこの弁法も 2010 年 11 月末現在、今だ公布されておらず、2010 年末から 2011 年初旬に公布と予測されている。2010 年 6 月、中央銀行が公布した「非金融機構決済サービス管理弁法」は第三者決済企業営業許可証発行への基礎固めと見られており、許可証の発行が近々行われると見られている。

中国中央銀行が牽引役となり構築した第二世代ネット決済銀行間決算システム「スーパーネットバンキング」は 2010 年 8 月末に正式始動となった。このシステムは、多銀行間口座情報照会、多銀行間振替、振込などの三大機能を備えている。第一段階では商業銀行へ公開し、第三者決済企業営業許可証の発行後、第三者決済企業にも公開される予定である。

#### (3) 消費者保護の制度（P-マーク、ADR、トラストマーク、個人情報保護）の状況と実施機関

中国の法律体系においてネットショッピングを専門に取り扱う法律はないため、「消費者權益保護法」、「製品品質法」などの法律法規での消費者權益保護が規定されている。これらは既存の商取引に適したものであるが、ネット取引にも適用されている。ネットショッピングのもつ仮想性といった特徴のため、消費者の知る権利、プライバシー、自主選択権などの權益は一般的に保障することが難しい。

ネットショッピングは売買両者間の取引だけでなく、取引プラットフォーム提供者、決済、物流などの多くの方面に関わるため、ネットショッピング消費者の権益が損なわれた場合、クレームをしても解決は難しく、権利を侵害した者を探しだすこと、権利が侵害された証拠を把握すること、誰が権利を侵害させたかを認定することも難しい。

現在中国ではネット取引サービスへの有効な監視体制が欠けている。2010 年 6 月、国家工商総局は「ネットワーク商品取引と関連サービス管理暫定弁法」を公布、ネット取引の基本サービス規則を確立、ネット取引の促進と規範化に一定の作用を果たしている。

#### a) ネットショッピング信用認証

中国ネットショッピング市場はオープンな市場であり、ネットショッピングサイト数は莫大なものとなっている。中国にはいまだ整った電子商取引における信用情報を記録、評価、管理と共有するしくみを構築されておらず、有効的に信用情報を共有できるサイトもない。

淘宝网は中国最大の電子商取引企業として、独自で信用評価システムを構築している。販売者と購入者のそれぞれの信用度を 20 のレベルに分けており、取引成立ごとに、販売者と購入者はそれぞれ一次評価を行うものとなっている。評価は「よい」、「ふつう」、「わるい」の 3 種に分かれており、「よい」であれば信用ポイントが 1 増え、「ふつう」であれば変化せず、「わるい」であれば 1 マイナスされる。

2 年前より第三者機構がショッピングサイトに対し信用評価を行っている。主な機構として CIECC と中国インターネット協会 (Intrenet Society of China: ISC) がある。これらの政府所属部門または業界団体主導の第三者信用認証は商業機構による商業性活動で、収益を目的とした活動であり、これらの認証取得は強制的なものではない。認証の結果はネットサイトの宣伝のためにしか使えず、これらの信用認証が消費者の購入行動に与える影響は限られている。

#### b) 無条件返品交換

中国消費者が購入品を返品、交換するためのハードルは高い。購入した製品の品質が悪く、消費者に損害を与えた場合初めて返品、交換ができるというのが一般的である。「消費者権益保護法」では、「国家规定がまたは、事業者と消費者が、修理、交換、返品保障を取り決めた製品においては、事業者は修理、交換、返品をしなければならない」と規定されている。顧客の目を引くためにいくつかの企業は再販売に影響を与えないという状況での「無条件返品」を可能としているが、実際はさまざまな条件を設けている。

ネットショッピングの返品交換は既存のオフライン取引に比べて難しい。販売者は様々な理由をつけ返品、交換を拒絶するであろうし、返品、交換時の輸送費は一般的に消費者の負担である。低価格の品物においては、消費者は返品、交換のために必要な労力が大きすぎ、返品、交換の権利を放棄してしまうこととなる。

淘宝网は 2007 年から「消費者保障プラン」を開始、そのプランの中で「7 日間無条件返品交換」をあげた。京東商城、凡客誠品など有名 BtoC ネットショッピングサイトも細かい返品交換

施策を制定した。しかし、多くのネットショッピングサイトの返品交換は商品種、商品パッケージ、使用状況など各方面にて厳しい規定があり、本当の意味での無条件返品交換を実現できるところは少ない。

#### (4) 電子商取引推進企業・組織（団体・政府機関）と活動状況

中国電子商取引協会（China Electronic Commerce Association: CECA）は2000年6月に北京で発足した全国的な社会団体組織である。旧情報産業部の申請により発足した組織であり、業務活動については情報産業部の指導、国家民政部の監督管理を受ける。CECAの業務範囲には、電子商取引プラットフォームの整備、政策法規、CA認証システム研究、国内外との技術交流・ワークショップ、国家情報化評価・研修、などが含まれる。CECAは、中国の電子商取引の発展を推進する民間組織であり、政府的役割を持たず、政府機関の傘下組織でもない。CECA傘下には、税務、通信、政策法律など39の分科会がある。分科会の多くは、企業がCECAの下で商業活動を行う目的で設けられたもので、市場での影響力や知名度は低い。

このほか、中国の一部省・市では、地域の電子商取引協会が設けられており、北京電子商取引協会、上海市電子商取引業界協会、福建省電子商取引協会、杭州市電子商取引協会などがある。これらは、地域の電子商取引関連企業が設置したもので、これら協会とCECAには直接の関係はなく、CECAの傘下機関でもないため、CECAの管理や指導を受けない。

電子商取引企業は中国電子商取引発展の主たる牽引役であり、淘宝网、京东商城、当当網などのショッピングサイトは主となっている。市場競争においては、市場をリードする者のやり方が往々にして業界の成長を先導する規則となる。

#### 1.2.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況

中国の情報化建設において一定の基礎構築は完了した。パソコンは政府、企業に必須のオフィス設備となっており、業務電子化は基本的に実現した。電子文書管理の規範化のため、2002年国家アーカイブ局は「電子文書整理と管理規範」（GB/T18894-2002）国家規格を、2003年9月には「電子公文書整理管理暫定弁法」を公布、政府の活動において発生する保存価値を持つ電子文書の作成、蓄積、整理、保管、利用、統計の各方法を規定した。これらの規範は政府の活動を主眼においたものだが、他の業界も参考にできるものである。いくつかの地区や企業も自身のニーズに基づいた独自の電子文書管理規範ならびに方法を制定している。

ただし、全体からみれば、中国の電子文書管理における規格や規範は少なく、実効性に欠けている。また国家レベルで統一された計画や強力な指導がないために、各地域、各機構の電子文書管理は基本的に独自管理の状態にある。上海、広州などの地方政府においては各政府活動の電子文書管理方法を発表、これらの規格や指導文書は各地方政府の電子文書管理方法の指示を行っている。安徽、江蘇、広西などの地方政府は、集中管理する電子文書センターを設立しており、各レベルの政府部門の電子文書が一元的に集中集積される管理センターとなっている。

企業においては、大企業では一般的に独自の電子文書管理規約が制定されているが、中小企業

の管理レベルは低い。また、中国にはまだ企業ユーザ向けの第三者電子文書管理機構はない。中国は目下市場において企業信用体系が未成熟であり、事業行為の標準化もあまりなされていないため、企業の財務情報、顧客情報といった企業機密を含む電子文書は企業内部でも少数の管理者にしか公開されていない。そのような状況では企業は第三者機構に公開したくない事情がある。この状況に短期間で大きな変化が訪れる可能性はない。そのため企業向け第三者電子文書管理機構は当面、市場での成長を見込むのは難しいと思われる。

中国人民大学情報資源管理学院の研究者は電子文書管理分野においていくつかの研究を行っている。また国家自然科学基金は「電子文書管理国家戦略」というテーマを設定した。これらは主に政府の活動における電子文書の管理が研究対象となっている。最近、中国人民大学情報資源管理学院を主とする研究機構は一連の学術交流活動を実施しており、2009年6月には中国人民大学は「電子文書管理国家戦略」国際学術シンポジウムを開いた。2010年12月には電子文書研究センターを設立する予定とのことであった。また、国家アーカイブ局は2010年4月に「電子文書管理国際先端成果研究討論会」を主催した。

## 1.2.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス

### (1) 法人の登記制度と仕組み（公的または私的な制度）

中国において法人制度の整備は比較的遅かった。改革開放後、多くの事業主体が現れた後、ようやく法人制度の整備が始まった。法人は、事業主体の活動性質に従い、「民法通則」により企業法人と非企業法人に分けられる。非企業法人には、政府、公共団体、社会団体法人が含まれる。「企業法人登記管理条例」において、企業の開業、名称の変更、抹消には工商部門での関連登録または変更手続きと、登記または変更公告を開示する必要があると定めており、通常一定の手続き費用を徴収する。

企業経営には必ず登録が必要であり、登録がなければ企業の銀行口座開設や税務登記などができない。また企業は毎年工商検査を行う必要がある。ただし工商年検査はワークフローに従って行われ、工商部門は通常企業の具体的な事業活動について調査を行ったりはしない。

### (2) 登記する情報（名称、資本金、住所、役員、電話、URL など）及び英文付記の有無

企業法人の登記情報には名称、資本金、登録地点、株主情報、連絡先（電話、サイト、電子メール）などが一般的に含まれる。企業名称には英文名称を書く事はできるが、その他の情報はすべて中国語となる。企業名称は中国語名を正式なものとし、英文名称は参考名称でしかない。企業情報を検索する時は、やはり中国語名称をキーワードとして検索を行う。

### (3) 登記情報の変更・更新の仕組み、履歴（更新日など）のトレース、更新費用など

企業情報の変更は登記登録の手順と基本的に同じである。企業は名称、株主、登録住所、資本金、事業範囲などのどの項目を変更するにしても、登録登記を行わなければならない。また変更情報の内容によって数十元から数百元の費用が必要となる。変更にかかる時間と登録にかかる時

間はすべて同じである。

#### (4) 登記情報の閲覧・参照の方法（インターネット、書面、窓口、費用など）

現在、中国における商業信用体系は未成熟であるため、企業情報の調査ニーズは日増しに増加している。現状、企業情報の調査には4つの方法がある。

第1の方法は各地の工商管理部門のサイトでの検索である。多くの地方工商部門はネットサイトでの企業情報検索機能を提供している。たとえば、北京工商行政管理局のサイト（[www.baic.gov.cn](http://www.baic.gov.cn)）では「企業信用情報システム」があり、企業名称、登録番号、法人代表、企業タイプ、住所と事業範囲などの企業情報の確認ができる。

第2の方法は工商局と協力関係にある商業機構への問い合わせである。例えば名索網（[www.mingsuo.com](http://www.mingsuo.com)）は各地の工商部門と協力しており、企業情報検索機能を提供、無料で企業名称、法人代表、企業性質などの企業基本情報を確認できる。また35～50元（約445～635円）で更に詳しい情報を見る事もできる。

第3の方法は工商管理部門へ行き直接尋ねることである。この方式は一般的に政府部門が許可証を携え問い合わせるもので、通常一般市民には提供されない。

第4の方法は信用調査機構を通じて調査を行うものである。例として、新華信、大公国際などの企業信用調査会社がある。

#### (5) 登記制度運用の実態（企業カバー率や代替制度など）

企業が合法的に事業を行うためには、法律規定に基づき登録登記をする必要がある。基本的にはすべての企業と組織機構がその対象であり、この制度は現状変更調整される予定もなく、また代替される制度もない。

#### (6) 登記情報利用の実態

企業登録情報の使用頻度はそれほど高くない。なぜなら企業登録登記制度は必ず行わなければならない基本的な制度であるため、企業を登記することはとても簡単で、登録された情報も最も基本的な情報であり、企業主体の合法性を表すだけで、企業の実際の事業活動内容はほとんどわからないからである。そのため企業登記情報の価値と利用性には限りがある。

#### 1.2.6 EDIの最新実態調査

中国の多くの企業間では情報を共有する仕組みはまだ構築されていない。EDIの実用化は税関や商品検査といった少数の政府管理部門に限られている。EDIは90年代にかつて注目を集めたことがあったが、すぐに人々は興味を失った。なぜならEDI技術は専用線に基づくものであり、大多数の中小企業にとってみれば、ネットワーク接続が大きな問題であった。これがEDIが中国で広く使用されなかった主な原因である。

今回の現地調査ではCIECCとCCIDからEDIに関する情報を得ることができた。CIECCは

中国で初めて EDI を導入した機関であり、EDI 推進センターという組織を作って推進した。当時の適用分野として、電子政府の調達システムで利用されていた。また、輸出入総額の制限があったので、その貿易額調整のためにも利用された、とのことである。その後、EDI システムは政府部門毎に異なるものとなっていたので、共通化を図ろうとしたが、うまくいかなかったようである。

中国におけるEDIの歴史について調査した限りでは、EDIは 1990 年に国家科学技術プロジェクトのひとつとして「中国促進EDI応用協調小組」を設立して、貿易、交通、銀行などの部門に導入し始めたが、しかし、あまり時を経ずに、1993 年から中国政府は次々と「金橋」、「金関」、「金カード」などの「金字シリーズ」のプロジェクトでインターネット社会への準備を始め、1997 年には 4 つの政府系ネットワークを接続し、これが中国インターネットの原形になったと見られている、とのことである。<sup>16</sup>

関連する個別の動きを拾ってみると、2005 年には近鉄エクスプレスの中国法人が上海にて導入された航空貨物マニフェストデータEDIの第一陣の申請取扱業者に認定された。これにより、着地での税関申請までの所要時間が短縮された<sup>17</sup>。また、同時期に、国家外貨管理局より 2005 年 9 月 15 日付で通達が出され、輸入外貨決済手続きが部分的に簡素化されることや、決済に関する必要書類や手続きの簡素化が行われている<sup>18</sup>。上海での輸出入手続きはこの時期にかなり改善されたことがうかがえる。これに関連して 2008 年には、三井住友銀行とNECが共同で日系企業を対象とした「EDI外貨決済サービス」を開始するとの発表があった。中国において、海外企業向けにEDI(電子データ交換)システムと連携した外貨決済サービスが提供されるのは初めてとのことであった<sup>19</sup>。

また、2005 年 5 月には株式会社データ・アプリケーション (DAL) と TIS 株式会社の中国現地法人 TISI Co.Ltd. (TISI 上海) がDAL の EDI (電子データ交換) ツール「ACMS」の中国地域における販売代理店契約を締結し、サービス提供を開始することを発表した<sup>20</sup>。このように 2005 年当時はEDIに関連する動きが活発であった。

さらに、2007 年 2 月には富士通総研が中国における電子商取引企業のビジネスモデルに関する研究レポートを出しているが、この中でもEDIによる取引について言及されており、2005 年頃まではEDIによるBtoB取引が主要な部分を占めていたことがうかがえる<sup>21</sup>。

中国で稼働している数少ない EDI システムの一つである中国電子口岸システムは企業、税関、物流会社を EDI で結び、輸出入申請、通関、運輸委託管理を行っている。輸出入を行う企業は電子口岸カードと呼ばれる IC カードを税関から発行してもらう。シンタックスとしては EDIFACT が主に用いられている。

CIECC の情報によると、中国では Web-EDI もあまり利用が進んでおらず、企業間の受発注に

<sup>16</sup> [http://libw01.kokushikan.ac.jp/data/1001239/0000/registfile/1343\\_9723\\_011\\_08.pdf](http://libw01.kokushikan.ac.jp/data/1001239/0000/registfile/1343_9723_011_08.pdf)

<sup>17</sup> 近鉄エクスプレス News 2005/08/31

<sup>18</sup> 日中経済協会上海事務所 <http://www.jcsh-web.com.cn/readnews.asp?Newsid=1316>

<sup>19</sup> [http://www.japancorp.net/japan/Article.Asp?Art\\_ID=46032](http://www.japancorp.net/japan/Article.Asp?Art_ID=46032)

<sup>20</sup> <http://japan.internet.com/busnews/20050502/5.html>

<sup>21</sup> <http://jp.fujitsu.com/group/fri/downloads/report/research/2007/no284.pdf>



は XML に基づくものが中心として用いられており、また、電子機器・部品製造業ではロゼッタネットが使われている、とのことである。

中国の BtoB 市場の様子を見てみると、例えば EDI に造詣が深い CIECC が運営する BtoB サイト Trade2cn.com においても EDI に関する話題は出てこない。また、中国 B2B 研究中心は BtoB 電子商取引に関する研究や情報交換のサイト (b2b.netsun.com) であるが、EDI に関する記述は見当たらない。

今後の EDI に関する計画については、政府の EDI 推進政策というものはなく、EDI を使うかどうかは、企業（民間）の選択に任せられている。中国における EDI の実用化範囲は小さく、現在関心を持つ人も少ないのが実情である。

## 1.3 マレーシア (Malaysia)

### 1.3.1 インフラ整備状況

マレーシアは、1991年にマハティール首相（当時）が発表した、2020年までに先進国入りを目指すという目標の「Vision2020」に基づき、従来のパームオイルやゴムなどの一次産の輸出や、海外企業の工場進出による第二次産業品輸出に加えて、さらに知識基盤型産業経済への移行を目指して活動してきた。「Multi Media Super Corridor: MSC」を発表し、首都クアラルンプール市と新クアラルンプール国際空港に挟まれた約750平方キロメートルの地域をMSC地区とし、そこにIT産業拠点都市サイバージャヤと、新行政都市プトラジャヤという2大新都市を建設した。現在、プトラジャヤには首相府など官庁が集結しており、サイバージャヤにも日系企業を含み、多くの世界的IT企業が進出している。MSC地区に入居した企業には審査により、MSCステータスが与えられ、2009年12月現在2,520社が同ステータスを得て、法人税免除などの優遇措置を受けている。

こうした努力により、マレーシアのITインフラは整備されつつあり、The Global Information Technology Report 2009-2010のNetwork Readiness Indexによると、マレーシアは世界133ヵ国・地域中27位、アセアン内ではシンガポールについて第2位にランクされている。Global Competitiveness Indexでは24位である。

MSC計画は第2フェーズ（～2010年）で地域展開を行ってきた。また、これまで地域を特定し、当該地域の企業に対してMSCステータス企業を認定していたが、それを拡大して建物等も対象に加えて認定範囲を拡大中である。第3フェーズは2011年から2020年であり、全国規模展開を完了し、マレーシアは知識集約型の経済社会に転換する予定である。

表 1.3-1 情報インフラ関連状況

| 項目 | 固定電話普及<br>台数       | 携帯電話普及<br>台数        | PC 台数<br>(千台) | PC 台数<br>(100 人当り) | インターネット<br>加入数<br>(千人) | インターネット<br>ユーザ数<br>(千人) |
|----|--------------------|---------------------|---------------|--------------------|------------------------|-------------------------|
| 値  | 15.88<br>(100 人当り) | 100.36<br>(100 人当り) | 6,040         | 23.4               | 5,221                  | 16,903                  |
| 備考 | 2008 年             | 2008 年              | 2006 年        | 2006 年             | 2008 年                 | 2008 年                  |

出典：アジア情報化レポート 2009（国際情報化協力センター）

#### (1) インターネット利用者数およびインターネット普及率

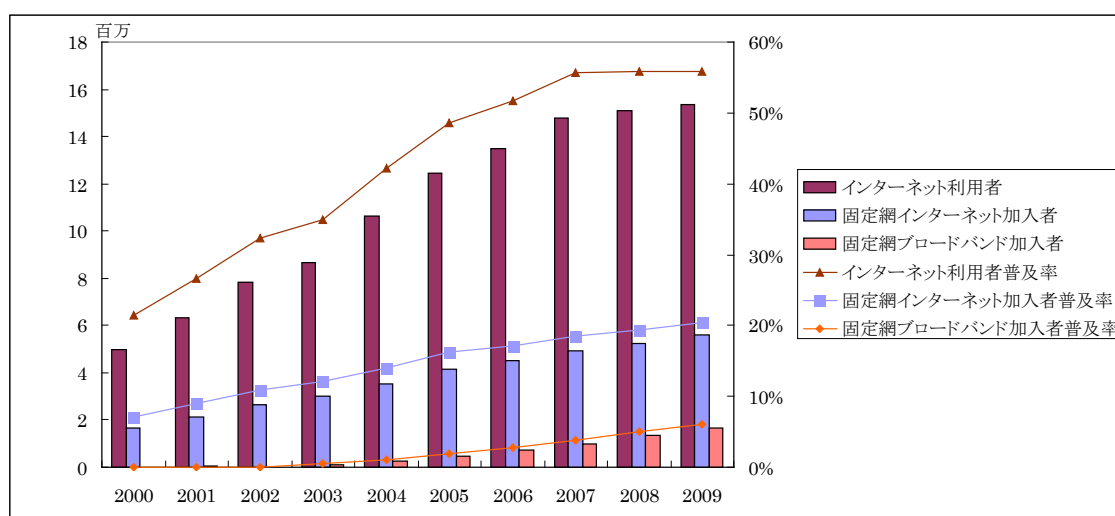
マレーシアのインターネット加入者数は約522万人である。一方、インターネットカフェに普及により、インターネットユーザは約1,690万人であり、普及率は約62%である。表 1.3-1 を参

照されたい。

## (2) ブロードバンドインターネットの利用者数およびその普及率

ブロードバンドは、その利用料がマレーシアの一般国民にとってまだ高価であること、加えて都市部以外では未だブロードバンドサービスが提供されていないこともあって、あまり普及していない。国民の全体の6%程度である。

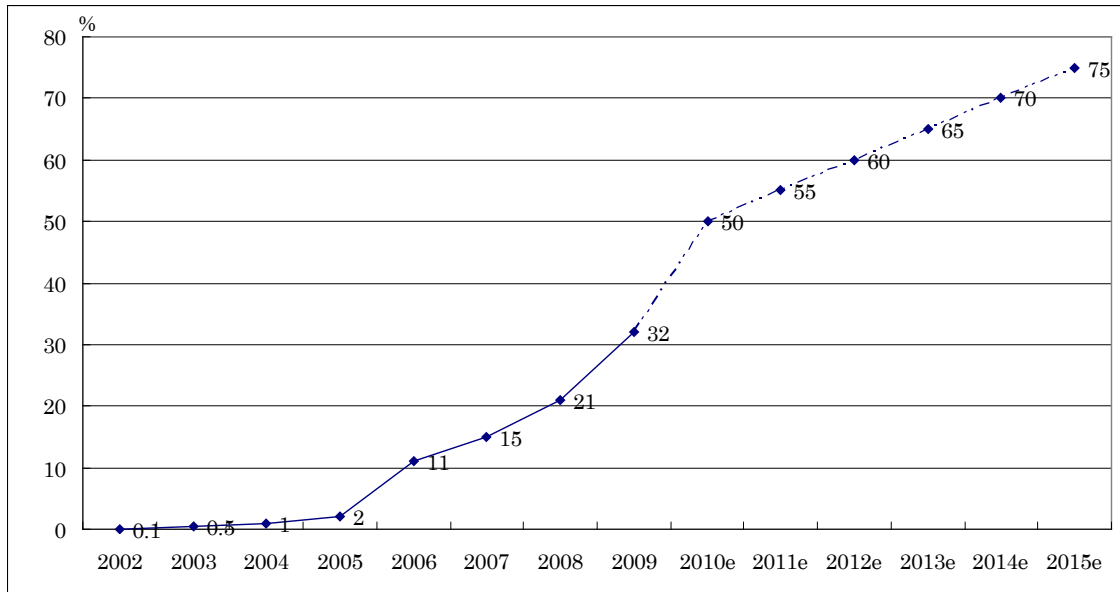
図 1.3-1 にインターネット利用者と固定インターネット加入者及び固定ブロードバンド加入者の総数と普及状況を示す。この図のデータはITUのデータベースより抽出しているため、表 1.3-1 の数字とは少し違いがある。



出典：ITU-D データベースより

図 1.3-1 インターネットとブロードバンド普及状況

マレーシアは、5年ごとに経済開発計画を策定し、経済発展を進めている。現在、第9次マレーシア経済開発計画（The 9<sup>th</sup> Malaysia Plan: 9MP）を推進中であるが、2010年に第10次マレーシア経済開発計画（The 10<sup>th</sup> Malaysia Plan: 10MP）が発表された。10MPでは、2015年までにブロードバンドの世帯普及率を75%まで高める目標を掲げている。ブロードバンドの世帯普及率は2010年第2四半期で37.5%であり、ほぼ5年で倍増することになる。図 1.3-2 にブロードバンドの世帯普及率の推移と計画を示す。



出典：第10次マレーシア経済開発計画(10<sup>th</sup> Malaysia Plan, Chapter 3), EPU 2010

図 1.3-2 ブロードバンドの世帯普及率(2002年-2015年)

### (3) クレジットカード普及率

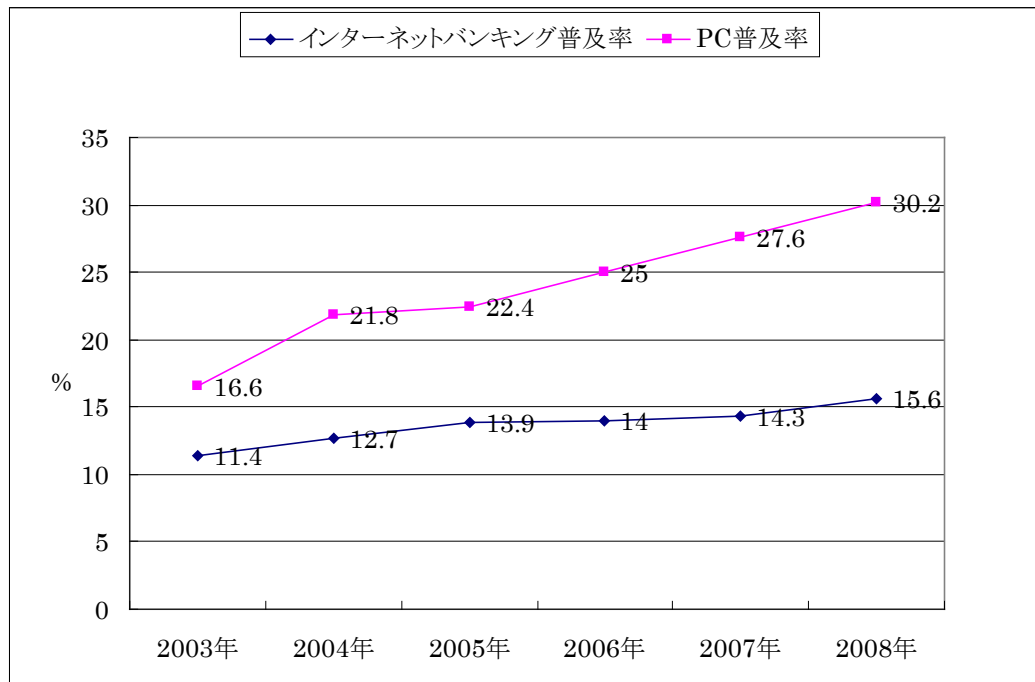
マレーシア政府は、IT政策のなかで、電子商取引推進を謳っており、その一環で、ATM、eデビット 22、MEPS Cashの3種の決済アプリケーションを備えたスマートカード“Bankcard”を2003年2月28日に導入した。同カードは国内銀行の全てのATMで使用可能である。マレーシア中央銀行（Bank Negara Malaysia: BNM）のデータによると、2009年末時点でのクレジットカード発行枚数は約1,080万枚であったが、2010年7月末には902万枚に減少している。これは銀行が利用されていないカードをキャンセルしたためと思われる。マレーシア統計局によると2010年7月の人口は約2,825万人であり、したがってクレジットカード保有率は約31.9%となる。また、同月末のATMカードの発行済枚数は2,427万枚に達している。

### (4) 決済手段とそのシェア

BtoC 電子商取引における決済手段としては、2008年のAC Nielsenの調査によると、クレジットカードによる支払い、送金による支払い、代引き、Paypal、プリペイドのクレジットカードの順番である。

参考までに、図 1.3-3 にマレーシアにおけるPC普及率とインターネットバンキングの普及率を示す。これは、電子商取引での利用に限定したものではない。

<sup>22</sup> 暗証番号を入力すると、支払人の銀行口座から代金が引き落とされ、販売業者の口座へ移行される即時決済システム。



データ出典：ICT Strategic Review 2010/11、PIKOM

図 1.3-3 PC 普及率とインターネットバンキング普及率

#### (5) 3 日以内での個別配送可否

配送に関しては、カバーエリアを具体的な数値では確認できていない。しかし PIKOM によれば、2,3 日あれば配達されるとのことであり、大きな問題にはなっていないとのことである。

一方、配送コスト及び配送品質（配送要員、配送品の程度など）に関しては、配送コストの低減、品質向上が今後の BtoC 電子商取引の成長のための課題であるとの認識である。マルチメディア開発公社（Multimedia Development Corporation: MDeC）も電子商取引推進上の 10 の課題の中で、配送を課題のひとつとして挙げている。

#### 1.3.2 電子商取引の実施状況

電子商取引分野の政策及び活動の調整役として設置されたマレーシア電子商取引委員会（National E-Commerce Committee: NECC）は、1998 年に電子商取引の枠組みを発表し、その指針として①政府・企業・地域社会間の連携、②電子商取引のもつボーダレスかつグローバルな性質の認識、③電子商取引による全国民への裨益の 3 点を定めた。

同年、BNM はマレーシア電子決済システム（Malaysian Electronic Payments System: MEPS）社に電子決済システムの構築を委任した。

これを受けて 2000 年 4 月、MEPS は一取引につき最高 10 万リンギット（約 264 万円、201 年 12 月 30 日付為替レート 1 リンギット＝26.4 円で換算、以下同様）までの銀行間多額決済を処

理する電子資金振替支払いシステム MEPS Inter-bank GIRO (MEPS IBG) を立ち上げた。これにより MEPS IBG 参画銀行 16 行 (2005 年時点) 間において小切手等の確証書類を発行せずに債務を処理することが可能となった。MEPS IBG は企業や政府機関での給与、年金、配当金など多様な支払い用途に利用されている。MEPS への参画銀行はその後、20 数行まで増えている。

続いて、ATM、eデビット<sup>23</sup>、MEPS Cashの3種の決済アプリケーションを備えたスマートカード “Bankcard” を 2003 年 2 月 28 日に導入した。同カードは国内銀行の全ての ATM で使用可能である

さらに、2004 年 10 月には国内初の即時応答オンライン銀行間電子決済ゲートウェイ “Financial Process Exchange (FPX)” <sup>24</sup> を立ち上げた。FPX は、BtoB 及び BtoC の電子商取引に安全な多銀行間プラットフォームを提供するもので、当初 Bumiputra Commerce Bank、Public Bank、Bank Islam、Deutsche Bank、Hong Leong Bank の 5 行により導入され、現在は他銀行への展開を図っている。

上記に加え、MEPS は e-ASEAN イニシアティブの一環としてインドネシア、シンガポール、タイの関連機関との連携にも取り組んでいる。このネットワークが構築されれば、会員銀行のカード保有者が参加国の ATM を利用して預金引き出しや送金等を行うことが可能になる。インドネシアの PT Artajasa Pembayaran Elektronik 社とは既に 2005 年 7 月に預金引き出しに関する提携が確立され、MEPS 会員銀行の顧客はインドネシア国内にある Artajasa 会員銀行で Bankcard を使用して預金を引き出すことができ、同様に Artajasa 会員銀行の顧客はマレーシア国内にある MEPS ネットワークの ATM で預金を引き出すことができるようになった。

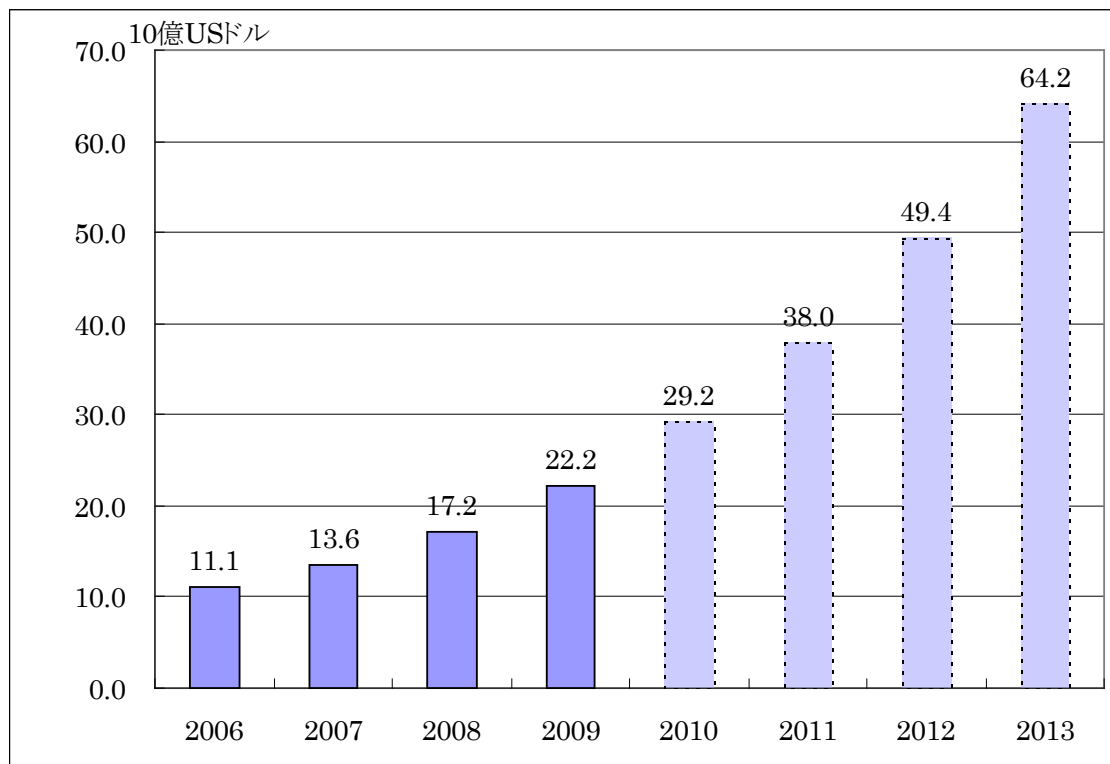
## (1) 市場規模の現状

マレーシアの電子商取引は第 9 次マレーシア経済開発計画の中でもテーマとして取り上げられており、MDeC や MCMC などを中心に積極的に推進されてきた。第 10 次計画では電子商取引に関する具体的な目標は定められていない。以下に 2006 年からの電子商取引支出と将来予測を示す。2006 年から 2010 年までの年平均伸び率は 24% 強の大幅な成長を遂げている。BtoB と BtoC の内訳は、2006 年については BtoB が 86% で BtoC が 14% となっている。その他の年についてはデータがない。

---

<sup>23</sup> 暗証番号を入力すると、支払人の銀行口座から代金が引き落とされ、販売業者の口座へ移行される即時決済システム。

<sup>24</sup> FPX を利用した支払いは、消費者が同システム導入銀行のインターネット・バンキング用アカウントをもっていることが条件となる。また、FPX による支払い金の受領には、業者側で登録を行った後オンライン決済オプションとして FPX を提示する必要がある。消費者が業者のウェブサイトでこのオプションを選択するとインターネット・バンキングサイトにつながり、直接決済が実行される仕組みとなっている。



データ出典：ICT Strategic Review 2010/11、PIKOM

図 1.3-4 電子商取引支出額と将来予測

## (2) 市場規模内訳

電子商取引の商品別/職業別内訳に関する情報はない。PIKOM が発行した “ICT Strategic Review 2010/11”によると、民間企業の多くは電子商取引の推進に取り組んでおり、状況について次のように述べている。映画館や書店、就職斡旋サービス、オークションサイトなどが成功している。また、生花配達サービスなども活発に活動している。錫製品の製造販売を行っている Royal Selangor 社はいち早く電子商取引に取り組み、1996 年にはオンラインでの販売を開始していた。さらに、マレーシアの格安航空会社エアアジア（AirAsia）は電子商取引でもっとも成功した企業の 1 例である。

PIKOM でのヒアリングでは、BtoB の市場が約 150 億 US ドル（約 1 兆 2,375 億円、2010 年 12 月 30 日付為替レート 1US ドル＝82.5 円で換算、以下同様）規模の時に BtoC は約 30 億 US ドル（約 2,475 億円）の規模であり、今後も年率 20-30%の伸びが期待できるとのことであった。

## 1.3.3 電子商取引に関する政策・法制度

### (1) 電子商取引推進にかかわる政策

マレーシアの第 10 次経済開発計画 2011-2015 が 2010 年 6 月に発表された。しかし、その中

には電子商取引に関わる具体的な政策・施策は言及されていない。マレーシアにおける政府関連電子商取引推進機関のひとつである MDeC は、従来、電子商取引イニシアティブを推進してきたが、現在は民間レベルでの推進に主軸が移ってきている。政府としては電子政府推進の一環として電子調達（e-procurement）の推進で、電子商取引を側面から支援しており、2008 年の政府電子調達は 60 億リングット（約 1,584 億円）に達した。

## (2) 電子商取引に関わる法制度

マレーシアでは MSC 計画のような積極的な IT 推進政策を背景として、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きた。

マレーシアは既にサイバー5 法案といわれる、コンピュータ犯罪法、電子署名法、知的所有権法、遠隔医療法、通信・マルチメディア融合法を 1997 年に制定しており、それぞれ 1998 年から 2000 年にかけて施行している。1997 年電子署名法（Digital Signature Act of 1997）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。

消費者保護については 1999 年に消費者保護法（Consumer protection Act 1999）を制定・施行し、2006 年には電子商取引法を制定・施行した。

個人情報保護法案は数年の検討を経て 2010 年によりやく制定され、2011 年に施行の予定になった。

## (3) 消費者保護制度の現状

マレーシアでは消費者保護法は、1999 年に制定・施行されている。しかしながら、同法の「Section 2 : Application」には、「この法律は大臣の指示による場合を除いて電子的な手段による商取引は適用の範囲外とする。」との記載があり、基本的には電子商取引にはこの法律は適用されない。前述のように、個人情報保護法は、2010 年に制定され、施行待ちであるが、中央政府と地方政府は同法の適用除外になっている。

BtoC 電子商取引の ADR としては、マレーシア消費者苦情センター（National Consumer Complaints Center: NCCC）で対応している<sup>25</sup>。NCCC は、2004 年 7 月に国内取引・消費者行政省（Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs: KPDNHEP）によって設立され、消費者教育研究協議会（ERA）との共同で運営開始された。消費者から電話・FAX・メールで寄せられた相談を関係機関に繋ぎ、解決にむけて消費者を支援する、また紛争解決に向けて消費者と事業者との仲介役も務めるワン・ストップ・サービスを提供しているという。

---

<sup>25</sup>「裁判外紛争解決法（Arbitration Act 2005）」が 2005 年に制定されているが、これは主に証券取引など、ビジネスにおける紛争解決に関するもののようである。



#### (4) 電子商取引推進企業・組織と活動状況

マレーシアでは、電子商取引は国際通商産業省（Ministry of International Trade and Industry: MITI）傘下のマレーシア・通信・マルチメディア委員会（Malaysia Communication and Multimedia Commision: MCMC）が法制度面整備を担当し、科学技術イノベーション省（Ministry of Science, Technology and Innovation: MOSTI）傘下の MDeC がインフラ整備と推進を行っている。業界団体としては PIKOM が電子商取引を推進している。

#### 1.3.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況

電子記録管理や公認電子文書保管などの状況について、PIKOM や MNCC 関係者から聴取したが、マレーシアでは、まだハードコピーで保管するのが一般的で電子文書の認定保管業者というものはない状況である。また、そのような検討も始まっていないとのことである。電子記録管理については ISO（国際標準化機構）の技術委員会 TC46 の分科委員会 SC11 で標準化の活動が行われており、面談した各国の組織のうち、韓国の KTNET や中国の人民大学情報資源管理学院は参加しているが、マレーシアからの参加はない。

IT 企業による電子ファイル保管のビジネスは行われているが、保管仕様は顧客によって異なっており統一されていない状況であり、また、一般的に電子署名やタイムスタンプを使うケースは少ないとのことであった。CTOS 社は民間のクレジットカードの信用情報などを提供している企業であり、電子ファイル保管事業も行っているとの情報があつたが、ウェブにはその事業についての説明は無い。

政府系の電子文書はナショナルアーカイブ（National Archive）に保存されているが、ウェブ調査によると電子文書管理関係の国際活動には参加していないようであり、電子記録に対する取り組み内容は把握できていない。ただし、一部の書類は有償オンラインでダウンロードできる仕組みは構築されている。

個人情報の海外移転については、PIKOM の説明によれば、相手国が同様な個人情報保護の法制化を行っていることが条件である、とのことであった。

#### 1.3.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス

マレーシア企業委員会（Company Commission of Malaysia: SSM（マレー語略称））が会社登録、事業登録を管轄しており、訪問して状況を聴取した。SSM は政府保有の独立事業体であり、全国に約 1,200 名の職員を擁する大きな組織である。

マレーシアの会社登録は SSM の独占であり、約 91 万 5 千の株式会社と約 420 万の事業会社が登録されている。紙ベースでの登録や閲覧も可能であるが、既に全国レベルでのオンライン登録、閲覧が可能なシステムを構築している。閲覧は有料であるが、海外からのアクセスでも購入可能とのことであった。ただし、約 91 万 5 千の株式会社のうち、活動しているのは約 50 万社強とのことである。料金の支払いはクレジットカードやデビットカードなどがある。

システムは e-Lodgement と e-Form というシステムから構成されており、e-Lodgement は登

録・変更データベースの維持管理を担当しており、e-Form は各種フォーマットでの情報提供、比較や一覧などの付加価値をつけた情報提供を行っている。e-Form へのアクセスは 80%がユーザからのオンラインベースであり、残り 20%が KIOSK（専用端末が設置されたセンター）経由である。e-Lodgement へのアクセスについては、ユーザからのオンラインの比率はまだ低い。

登録内容については、変更履歴はトレース可能であり、情報が提示されるようになっている。会社名の表記はアルファベットのみ使用可能で、その限りでは英語表示でなくともよい。いずれにしても会社名は 1 種類しか登録できない。外国語綴りの場合で意味が不明な場合は意味を確かめるように運用している。登録内容や印刷フォーマット、価格などはホームページに詳細に説明してある。

株式会社の登録情報（ROC）内容には Status の項目があり、Existing という表示がされる。その他の事業会社の登録情報（ROB）にはこの情報は含まれていない。また、このシステムには不動産登記は含まれていない。

情報閲覧はユーザからオンラインベース、受付センター（または KIOSK）の端末から可能であり、印刷も可能である。証明が必要な場合は受付センターで発行している。電子署名は使用していない。このような証明は SSM 以外に、弁護士や公証人など Company Secretary であれば可能である。

登録された会社について、一定期間による定期的な登録更新は行っていない。ただし、期限がある合弁などについては期限管理を行っている。

情報は海外からのアクセスでも購入可能であり、各国からアクセスが来ている。2010 年 9 月には日本からは 153 件のアクセスがあった。端末を保有しないユーザのために KIOSK を運営しているが、将来的には無くす方向である。

また、マレーシアでは MycoID（マイコ ID）というプロジェクトが進行中であり、各省庁で異なる会社番号や会社コードを統一する活動を進めていることである。財務省のイニシアティブとすることだが、関連省庁によるタスクフォースで検討してきており、2010 年中に開始される予定であった。

## 1.4 ベトナム (Vietnam)

### 1.4.1 インフラ整備状況

#### (1) インターネット利用者数およびインターネット普及率

情報通信省 (Ministry of Information and Communications: MIC) が発行した ICT 白書 2010 によると、ベトナムにおけるインターネットの普及は急速に進み、2010 年 3 月時点でのインターネット利用者は 2,359 万人、人口比 27.5% に上っている。2009 年 12 月と比較しても 3 ヶ月間で約 81 万人、普及率は約 1 ポイント増加している。

また、ベトナムのパーソナルコンピュータの保有台数は 2009 年では 488 万台で、100 人当たり 5.63 台となっており、台数ベースでは 2008 年から約 9% 増加している。

携帯電話の加入者数は、2009 年 12 月時点で 9,822 万加入であり、100 人当たりでは 113.4 台と 1 人 1 台を越えた。また、3G 携帯電話事業者免許が 2009 年 4 月に Viettel 社、GPC 社 (VinaPhone)、VMC 社 (MobiFone) など 4 事業者に発布され、VinaPhone、MobiFone 及び Viettel がサービスを開始している。2010 年 4 月時点では 3G 加入者は約 703 万人まで増加している。

ベトナムにおけるインターネット利用者数と普及率の経過を表 1.4-1 に示す。

表 1.4-1 ベトナムのインターネット利用者数と普及率(2004-2010 年)

| 年度                | 2004 年 | 2005 年 | 2006 年 | 2007 年 | 2008 年 10 月 | 2009 年 12 月 | 2010 年 3 月 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|-------------|-------------|------------|
| 利用者数<br>(単位 : 千人) | 6,345  | 10,711 | 14,684 | 18,551 | 20,573      | 22,779      | 23,597     |
| 普及率               | 7.69%  | 12.90% | 17.67% | 22.04% | 24.09%      | 26.55%      | 27.51%     |

出典 : Vietnam ICT Outlook, 2008, Vietnam ICT White Book 2009 及び 2010

#### (2) ブロードバンドの利用者数およびその普及率

また、ブロードバンドのインターネット加入者は 462 万加入で普及率は 5.33% であるが、2009 年 5 月からの 10 ヶ月間で約 174 万加入増加しており、急速に拡大している。

表 1.4-2 ベトナムのブロードバンド加入者数と普及率(2006-2010 年)

| 年度                | 2006 年 | 2007 年 | 2008 年 | 2009 年 5 月 | 2009 年 12 月 | 2010 年 3 月 |
|-------------------|--------|--------|--------|------------|-------------|------------|
| 加入者数<br>(単位 : 千人) | 516    | 1,294  | 2,049  | 2,885      | 3,214       | 4,625      |
| 普及率               | 0.61%  | 1.5%   | 2.35%  | 3.33%      | 3.71%       | 5.33%      |

出典 : ITU ICT Eye (2006-2008), Vietnam ICT White Book 2009 及び 2010

ブロードバンドサービスは 2003 年 6 月に開始された。ベトナムでは、xDSL、CATV、専用線などをブロードバンドと定義している。このうち、ADSL 加入件数は 2008 年 3 月時点で約 104 万人（インターネット加入者の 21%）であったが、2009 年 5 月には約 288 万人と急激に増加している。ADSL 加入者を地域別に見ると、ハノイ及びホーチミンシティの居住者の加入が 65%を占めている。

サービス開始当初の接続料金は高額だったものの、現在はアジア地域の標準価格帯かそれよりも安い価格にて接続が可能となっている。但し、通信スピードが不十分で接続も不安定など、サービスの面での課題が残るため、ベトナムに進出している企業は複数のプロバイダと契約し、それぞれの通信の状況をみつつ、度々接続の切り替えを行うケースも少なくない。

国内の ADSL 接続業者は現在、VNPT、FPT Telecom、Viettel Telecom、EVN Telecom、SPT、NetNAM、OCI、Thế Giới Mới で、このほかにケーブルテレビを利用してブロードバンド通信サービスを行う事業者が 2 社あるが、実際には、VNPT、FPT Telecom、Viettel Telecom の 3 大手が市場をほぼ寡占している。

2006 年 5 月、FPT Telecom がベトナム国内初の FTTH（Fiber to The Home）のサービス提供を開始した。

2008 年 3 月、MIC は VNPT、FPT Telecom、Viettel Telecom、EVN Telecom の通信 4 社に対し WiMAX の仮免許を発給した。地場の通信キャリアは、相次いで海外企業との WiMAX 分野での提携を発表し、ハノイやホーチミンシティ等において実証実験がスタートしている。その後、2010 年には第 4 世代(4G)の携帯電話システムの試験運用の準備も進められており、無線による高速ブロードバンドがどのように展開されて行くか、興味深い。

ベトナムの主要なインターネット・サービスプロバイダの市場シェアは表 1.4-3 のようになっている。

表 1.4-3 ベトナムの主要なインターネット・サービスプロバイダの市場シェア

| 順位 | インターネットサービス<br>プロバイダ名 | 2008 年 12 月時点での<br>市場シェア(%) | 2009 年 12 月時点での<br>市場シェア(%) |
|----|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1  | VNPT (ベトナム郵電公社)       | 63.04                       | 68.59                       |
| 2  | FPT Telecom           | 14.06                       | 13.71                       |
| 3  | Viettel Telecom       | 12.57                       | 11.64                       |
| 4  | EVN Telecom           | 6.00                        | 3.20                        |
| 5  | SPT                   | 2.00                        | 1.81                        |

出典：Vietnam ICT White Book 2009 及び 2010

インターネット・サービスプロバイダの競争においては VNPT による寡占化が進んでいる。

### (3) クレジットカードの人口保有率

ベトナム ECIT 局 (Vietnam e-Commerce and Information Technology Agency: VECITA) が発行した「Vietnam E-Commerce Report 2009」によると、2009 年末には 45 の銀行から 2,100 万枚の決済カードが発行されており、決済総額は 25 兆ドン (約 1,093 億円、2010 年 12 月 30 日付為替レート 1 ドン=0.00437 円で換算、以下同様) 及び 20 億米ドル (約 1,650 億円) に達した、とのことである。そのうちクレジットカードが占める割合は明示されていない。2008 年末には、39 の金融機関が 1,340 万枚の決済カードを発行していたので、決済カードは 1 年間で 56.7% 増加したことになる。

### (4) 決済手段とそのシェア

ベトナムにおける BtoC の電子商取引は近年かなり一般的になってきた。2007 年からオンライン決済が導入され、2008 年に電子決済会社 (Payoo、Vinapay、Mobivi、Paynet、VnPay、など) が設立されると、より広く利用されるようになった。2009 年 6 月 8 日には、Agribank と VnPay 社は電子お財布サービス「VnMart」及び SMS で伝票支払を行うサービス「ApayBill」の提供を開始した。Agribank の口座名義人は、これらのサービスを申し込むことで、電子商取引サイトでの商品購入、航空会社のサイトでの航空券購入、プリペイド携帯電話の通話費の支払が可能となる。

決済手段の利用状況の一例として、BtoC サイト 123mua の状況を表 1.4-4 に示す。プリペイドカード(52.2%)、郵便為替(24.1%)、クレジット・カード(11.8%)と続いている。

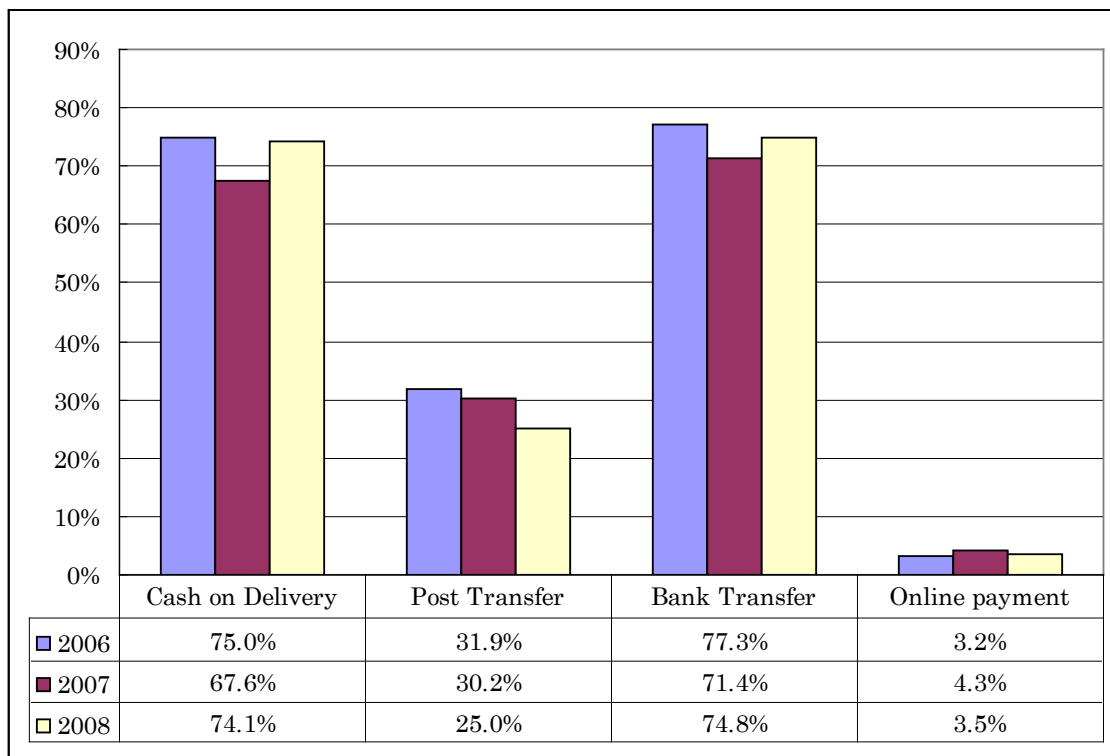
表 1.4-4 BtoC サイト(123mua)における決済手段

| 決済手段                    | 決済件数比率    |                      |                       |
|-------------------------|-----------|----------------------|-----------------------|
|                         | 2007.8 以前 | INT 導入後<br>2007.8 以降 | DAB 導入後<br>2007.10 以降 |
| プリペイドカード                | 89.5%     | 71.5%                | 52.2%                 |
| 銀行振込                    | 1.3%      | 2.1%                 | 4.2%                  |
| 郵便為替                    | 6.1%      | 8.8%                 | 24.1%                 |
| 代引き                     | 3.1%      | 1.2%                 | 0.4%                  |
| クレジットカード(INT)           | 0%        | 16.4%                | 11.8%                 |
| EAB カード<br>(DAB:多機能カード) | 0%        | 0%                   | 7.3%                  |

出典 : Vietnam e-Commerce Report 2008

参考として、BtoB における決済方法の状況を図 1.4-1 に示す。BtoB では、代引きと銀行送金  
が主流である。

国としてのオンライン決済システムも 2008 年末に完成し、中央銀行 (State Bank of  
Vietnam:SBV) は第 2 次銀行間電子決済を開始した。最終的には 200 万件／日の決済が全国規  
模で可能になる。銀行間電子決済システムには多くの銀行が続々と接続されつつある。



出典：Vietnam e-Commerce Report 2008

図 1.4-1 BtoB における決済手段

#### (5) 3 日以内での個別配送可否

国内の住所、特に地方の住所が十分に整備されておらず明確でない。また、物流網も十分整備されておらず、3 日以内に配達できる地域は限られている。宅配サービスは Vietnam Post を始めとして TNT など数社ある。2010 年 1 月、地場の卸売り企業であるフータイグループと提携してファミリーマート 1 号店がホーチミンに出店した。数年後には、日本と同様、コンビニエンスストアによる個別配送サービスが提供されるかもしれない。

#### 1.4.2 電子商取引の実施状況

ベトナムはインターネットの普及率においては世界平均及び東南アジア平均を上回っており、ようやく、電子商取引は企業や個人にとって一般的になりつつある。2009 年に行った VECITA の調査によれば、企業 3,000 社を対象に約 2,004 社から回答を得たとのことであるが、企業のインターネットへの接続手段は表 1.4-5 のようになっている。中小企業でも ADSL と専用線で 95% を占めており、比較的高速な接続が実現されている。安定したサービスが提供されれば、電子商取引にはほぼ問題がないと思われる。

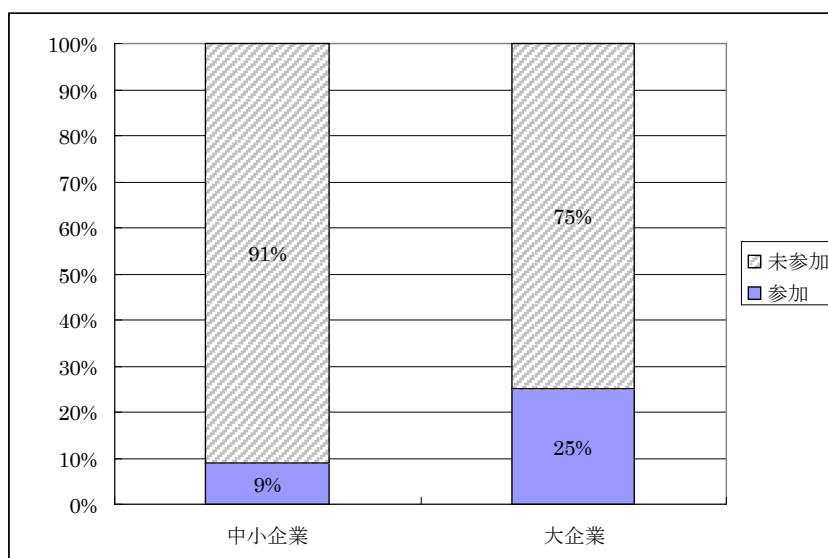
表 1.4-5 企業のインターネット接続方法

| 企業規模 | ADSL | 専用線 | ダイヤルアップ | 接続無し |
|------|------|-----|---------|------|
| 大企業  | 85%  | 14% | 1%      | 0    |
| 中小企業 | 87%  | 8%  | 3%      | 2    |

出典：Vietnam E-Commerce Report 2009, VECITA

(大企業は従業員 300 人以上)

しかしながら、電子商取引市場へ参加している企業は図 1.4-2 に示すように大企業で 25%、中小企業ではわずかに 9%であり、今後伸びる余地が十分にある。



出典：Vietnam E-Commerce Report 2009, VECITA

図 1.4-2 電子商取引市場へ参加している企業の割合

また、電子商取引用アプリケーションソフトウェアが広く企業に浸透し始めており、平均して企業の収入の 33%が電子的な受注方法により行われている。

商工省 (Ministry of Industry and Trade: MOIT) が運営する国家電子商取引ゲート ECVN (The National Electronic Commerce Gate : <http://www.ecvn.com>) ではBtoBの電子商取引が活発に行われている。この他、ベトナム商工会議所 (Vietnam Chamber of Commerce and Industry: VCCI) でも、電子商取引の基礎知識を提供したり、個人・企業が電子取引したりできるウェブサイト (<http://www.vnbiz.com.vn>) を開設し、電子商取引推進に努めている。また、VCCI は 2010 年 12 月に電子商取引サービスセンターを開設し、産業界に対する電子商取引の情報提供



やコンサルティングなどのサービスを提供している<sup>26</sup>。

2009年のベトナムにおける主要なBtoB電子商取引市場と企業の参加の割合は以下のようになっている。アリババ（Alibaba）以外はベトナム系のサイトである。

表 1.4-6 BtoB 市場

| BtoB 市場   | 企業の参加率 |
|-----------|--------|
| ECVN      | 5%     |
| Gophatdat | 6%     |
| EC21      | 2%     |
| Alibaba   | 7%     |
| その他       |        |

出典：Vietnam E-Commerce Report 2009, VECITA

ベトナムでメジャーな BtoC サイトとしては VinaGame JSC が運営するショッピングサイト 123mua.com や Chodientu（www.chodientu.vn）がある。

日系企業もベトナム電子商取引市場に進出し始めた。2009年6月29日、日本の（株）サイバーエージェントの連結子会社（株）サイバーエージェント・インベストメントが、ベトナムの Vietnam Price Joint Stock Company の約3%の株式を保有した。2006年にハノイ市で設立された Vietnam Price Joint Stock Company は、ベトナムの電子商取引市場で大手のインターネットショッピングモール「Vatgia.com」（出展社数は約4,000社）を運営している。FPT グループの子会社でありベトナム最大の IT 企業である

表 1.4-7 に、主要な BtoC, CtoC ウェブサイトを示す。

表 1.4-7 主要 BtoC, CtoC ウェブサイト

| Website               | Model      | Mode of operation    |
|-----------------------|------------|----------------------|
| www.vatgia.com        | BtoC       | Retail               |
| www.thegioididong.com | BtoC       | Retail               |
| www.123mua.com.vn     | BtoC, CtoC | Retail               |
| www.Muare.com         | BtoC, CtoC | Information exchange |
| www.rongbay.com       | CtoC       | Classified ads       |
| www.enbac.com         | CtoC       | Classified ads       |
| www.chodientu.vn      | BtoC, CtoC | Retail               |
| www.muaban.net        | CtoC       | Classified ads       |

出典：Vietnam e-Commerce Report 2008, VECITA

<sup>26</sup> VCCI News 2010/12/03

電子商取引では、決済手段の整備状況も重要である。オンライン決済サービスとして、地場 Smartlink Card Services Joint Stock Co. (Smartlink) は、クレジットカード大手の米 MasterCard と 2009 年 3 月 16 日にオンライン決済ポータル開設を目指し連携した。これにより、Smartlink のネットワーク上にあるオンライン店舗では、MasterCardをはじめVisa、American Express、JCB、Diners Clubの各カードでも決済ができるようになる。

SmartlinkはVietcombankをはじめとするベトナム国内の銀行 17 行によって運営されているクレジットカードサービス提供会社である。

2009 年 6 月 8 日、Agribank と VnPay 社は電子お財布サービス「VnMart」及び SMS で伝票支払を行うサービス「ApayBill」の提供を開始した。Agribank の口座名義人は、これらのサービスを申し込むことで、電子商取引サイトでの商品購入、航空会社のサイトでの航空券購入、プリペイド携帯電話の通話費の支払が可能となる。また、VietUnion Online Service は、オンライン決済の必要のある利用者向けに売買する人と銀行の仲介を担う機能を持った電子口座「Payoo」を運営している。

一方、外資系では、米国イリノイ州を本拠地とするPayNetが進出しており、通販サイトhlink.vnと連携してサービスを提供している。利用者数 1 億 5,300 万人のオンライン決済サービス会社大手PayPal Pte. Ltd.が運営するPayPalは、シンガポールからサービスを提供しており、地場のサイトChợĐiệnTủ(チョディエントゥ)を運営するPeaceSoft Solution社と連携して、2007 年 6 月にベトナムに進出し、現地語サイトを開設して<sup>27</sup>オンラインショッピングやインターネット・オークションを手がける米国eBay社と連携して事業展開している。利用者数 3 億人を超えたZhejiang Alipay Network Technology Co., Ltd. (浙江支付宝网络科技有限公司) が運営するアリペイ (Alipay) は、2010 年 12 月時点ではベトナムに進出していない。

電子商取引分野での国際協力が行われている。Danish International Development Assistance (DANIDA : デンマーク国際開発庁) がベトナムのBtoB推進支援を行ったり<sup>28</sup>、APEC Digital Opportunities Centre (ADOC、APECデジタルオポチュニティーセンター) が中小企業の電子商取引導入支援を行ったりしている。

2007 年 10 月、商業省 (当時) の元副大臣のルオンバントゥ氏 (Lương Văn Tữ) が会長を務めベトナム電子商取引協会(Vietnam E-commerce Association: VECOM) <sup>29</sup>が創設された。これにより電子商取引の本格的な普及拡大が加速した。

## (1) 市場規模の現状

MOITの2008年12月11日発表によれば、2007年の電子商取引市場規模(GtoB、BtoB、BtoC、CtoC)は70億米ドル(約5,775億円)から100億米ドル(約8,250億円)になると推定している。これ以外の電子商取引市場規模に関するデータは断片的にしか見当たらない。インターネットショッピングモール「Vatgia.com」の役員は、2010年でのベトナムの電子商取引はGDPの約

<sup>27</sup> <http://www.ebay.vn/>

<sup>28</sup> VNA 2007/04/17

<sup>29</sup> <http://www.vecom.vn/>

0.4%程度で約4億米ドル（約330億円）と推定されるが、5年後にはGDPの4%程度まで上昇するだろう、と語っている<sup>30</sup>。また、2009年11月24日にダナン市で行われた電子支払いに関するセミナーでVCCIは、2009年のベトナムのビジネスにおける電子商取引は9,650万ドル（約79.6億円）と見込まれており、2010年には1億2,100万ドル（約99.8億円）が予想されると発表している<sup>31</sup>。いずれの発表も詳細がないため比較できないが、対象範囲が違うために市場規模が大きく違っているものと思われる。ここではMOITの発表を採用している。

一方、二大オンラインショッピングサイトの一つ([www.25h.vn](http://www.25h.vn))における四半期別売上高を示しているのが、表1.4-8である。第3四半期からヘルメットが急激に増えているのは、ベトナムの道路交通法が2007年に変更され、ヘルメット着用が義務付けられたためという特殊要因である。

---

<sup>30</sup> Vietnam Business News, 2010/12/07

<sup>31</sup> Vietnam Business News 2009/11/26

表 1.4-8 (www.25h.vn)の emarketplace における BtoC 市場の売上

| 時期（四半期）       | 商品          | 売上高（単位：百万 dong） |
|---------------|-------------|-----------------|
| 2007 年第 1 四半期 | ファッション・宝石   | 45.00           |
|               | 家庭電気製品      | 70.00           |
|               | ギフト         | 20.00           |
|               | その他         | 30.00           |
| 2007 年第 2 四半期 | 薬品・化粧品      | 15.00           |
|               | 文房具         | 50.25           |
|               | 学用品         | 15.20           |
|               | その他         | 56.30           |
| 2007 年第 3 四半期 | 学用品         | 55.00           |
|               | ファッション・宝石   | 32.00           |
|               | ヘルメット       | 250.00          |
|               | その他         | 41.50           |
| 2007 年第 4 四半期 | 建築資材        | 77.00           |
|               | 防犯用品        | 15.00           |
|               | 家具          | 33.50           |
|               | 電子製品        | 27.00           |
|               | ヘルメット       | 298.00          |
|               | その他         | 39.00           |
|               | 2007 年通年売上高 | 621.75          |

出典：Ha Noi Television Development Investment Joint Stock Company

(Vietnam e-Commerce Report, 2007)

## (2) 商品別/職業別市場規模内訳

表 1.4-9 に示すように、ベトナムにおけるウェブサイト運営の目的は、事業紹介が圧倒的（89.9%）であり、製品紹介(85.9%)、e-コマース取引(38.0%)、オンライン決済（3.5%）と続く。次に対象別に見ると、企業・団体を対象とするサイトは、84.8%、個人消費者を対象とするサイトは 68.8%である（2007 年）。また、対象製品・サービスとしては、電子・通信機器（17.5%）、雑貨（13.1%）、旅行サービス（10.1%）が 10%以上のサイトである。消費財（2007 年 12.5%→2008 年 9.3%）、機械製品（2007 年 11.9%→2008 年 9.3%）、そして農林水産物（2007 年 10.9%→2008 年 8.8%）は、その比率を減らしている。

表 1.4-9 電子商取引の種類と対象

|                    | 2006 年 | 2007 年 | 2008 年 |
|--------------------|--------|--------|--------|
| Web サイトの目的         |        |        |        |
| 事業紹介               | 98.3%  | 84.5%  | 89.9%  |
| 製品紹介               | 62.5%  | 79.4%  | 85.9%  |
| e コマース取引           | 27.4%  | 36.7%  | 38.0%  |
| オンライン決済            | 3.2%   | 4.8%   | 3.5%   |
| 顧客                 |        |        |        |
| 企業・団体              | 76.4%  | 84.8%  | 84.0%  |
| 個人消費者              | 68.7%  | 68.8%  | N/A    |
| 対象製品・サービス          |        |        |        |
| 電子・通信機器            | 13.4%  | 12.6%  | 17.5%  |
| 雑貨 (e-supermarket) | 7.2%   | 11.4%  | 13.1%  |
| 旅行サービス             | 7.23%  | 11.7%  | 10.1%  |
| 消費財                | 8.0%   | 12.5%  | 9.3%   |
| 機械製品               | 8.3%   | 11.9%  | 9.3%   |
| 農林水産物              | 5.4%   | 10.9%  | 8.8%   |
| 手工芸品               | 4.9%   | 7.8%   | 8.8%   |
| コンサルティング・銀行・不動産    | 6.0%   | 8.4%   | 5.0%   |
| 衣服・繊維・靴            | 4.2%   | 7.6%   | 5.0%   |
| デジタル製品             | 3.2%   | 3.2%   | 2.9%   |
| 書籍・カルチャー製品・贈答品     | 2.0%   | 4.5%   | 2.1%   |

出典：Vietnam e-Commerce Report 2007,2008

ベトナムは、制度、法律、体制、インターネット普及など、少なくとも都市部ではBtoC 電子商取引のインフラ整備は終わっており、2008 年時点では、ベトナム航空が航空券のオンライン購入等を開始した状況であった<sup>32</sup>。現在では、ベトナムに乗り入れている他の航空会社の航空券がe コマースにより購入・予約できる。鉄道の切符も、2008 年 11 月からサイゴン鉄道がそのウェブサイト(<http://vetau.com.vn>)を通じて予約販売を開始した。

また、WTO に加入して 2 年経過し、2009 年 1 月からコンビニも進出可能になり、2009 年 12 月には日系のコンビニが開店した。まだ店舗数は少ないが、順調に拡大しているようである。将来、コンビニでの商品受け取りが可能になれば、BtoC の電子商取引発展に追い風となること

<sup>32</sup> 2008 年 12 月 15 日から Vietnam Airline は正式にオンラインチケット完売を開始した。当初はテスト版システムであった。(Vietnam e-commerce report 2008)

期待できる。

### 1.4.3 電子商取引に関する政策・法制度

以下、電子商取引に関する政策・法制度について述べる。なお、ベトナムの法律は、Law (Assembly: 議会が決定)、Decree(及びその Decision (細則): 政府、首相が決定)、Circular(及びその Decision(細則): 省、局が制定)に分かれる。

#### (1) 電子商取引推進にかかわる政策

2010 年 7 月、首相名にて「EC 発展計画 2011 年-2015 年」が発表された。これは 2005 年に発表された「EC 発展計画 2006 年-2010 年」に続くものであり、2015 年を目指した以下の目標が設定されている。

- a)すべての大企業において BtoB の電子商取引が行われること
- b)すべての中小企業において BtoB または BtoC の電子商取引を行うこと
- c)消費者が BtoC の電子商取引に参加するのを支援する初期設備を形成する
- d)生産や事業運営に関するほとんどの公共サービスがオンラインで提供されること

2005 年に設定された 2010 年までの以下の目標と比べると、その進展の度合いがよく理解できる。

- a)大企業の 60%において BtoB の電子商取引が行われること
- b)中小企業の 80%が電子商取引の利便性を認識し、BtoB または BtoC の電子商取引を行うこと
- c)全家庭のうち 10%において BtoC または CtoC の電子商取引が行われること
- d)政府の公募案件がウェブサイトにて公開され、BtoG の形で政府調達が行われること

今回の計画では、具体的に次のような取り組みが盛り込まれている。

電子商取引における法的ドキュメント体系の完成

電子商取引の人材開発

生産、事業運営に関わる公共サービスのオンライン化

電子商取引のアプリケーションとサービスの開発

政府管理の効率化と能力改善

#### (2) 電子商取引推進にかかわる法律

##### a) 電子取引法

2005 年 11 月には電子取引法 (e-Transaction Law) が採択され、2006 年 3 月から施行された。オンライン取引の安全を脅かす行為や情報の改ざんを禁じる規定が盛り込まれている。

b) 原産地証明

商工省（Ministry of Industry and Trade : MOIT）は 2007 年 11 月、インターネットから原産地証明書発行の申請ができる eCosys システムの運用開始を発表した。同省は 2006 年 3 月にプロジェクトを開始し、開発を進めてきた。同省及び同省が運営する電子商取引サイト（ECVN）より利用可能となっている。

c) 電子署名

2007 年 2 月に電子署名・電子署名認証に関する電子商取引法細則が制定された。認証局（CA）は、VDC 社が最大手である。

d) コンピュータ犯罪法

コンピュータ犯罪に関する罰則が強化され 2010 年 1 月に施行された。部分的には、情報技術法、電子商取引法などでもカバーされている。

e) 個人情報保護法

ネットワーク環境における個人情報の収集、加工、使用（情報技術法 21 項）、ネットワーク環境における個人情報の蓄積、提供に関する義務（情報技術法 22 項）等、民法としての情報技術法で規定されている。

電子商取引の活性化に伴い、個人情報を含み、データプライバシー保護に関する産官の関心が高まってきている。APEC や米国商務部、商務委員会などと連携してデータプライバシー保護に関するセミナーなどを行い、啓発活動に勤めている。セミナーは、2007 年、2008 年と開催された。

### (3) 消費者保護制度の現状

a) 消費者の個人情報保護を推進する制度

ベトナムのトラストマークは TrustVn であり、MOIT の VECITA 配下の電子商取引開発センター (ECommerce Development Center of Vietnam: EcomViet) 及び VECOM が運営している。



図 1.4-3 ベトナムの TrustVN マーク

b) TrustMark 関連機関

- ・ 商工省（Ministry of Industry and Trade: MOIT）
- ・ ベトナム ECIT 局（Vietnam e-Commerce and Information Technology Agency: VECITA）
- ・ 電子商取引開発センター（ECommerce Development Center of Vietnam: EcomViet）

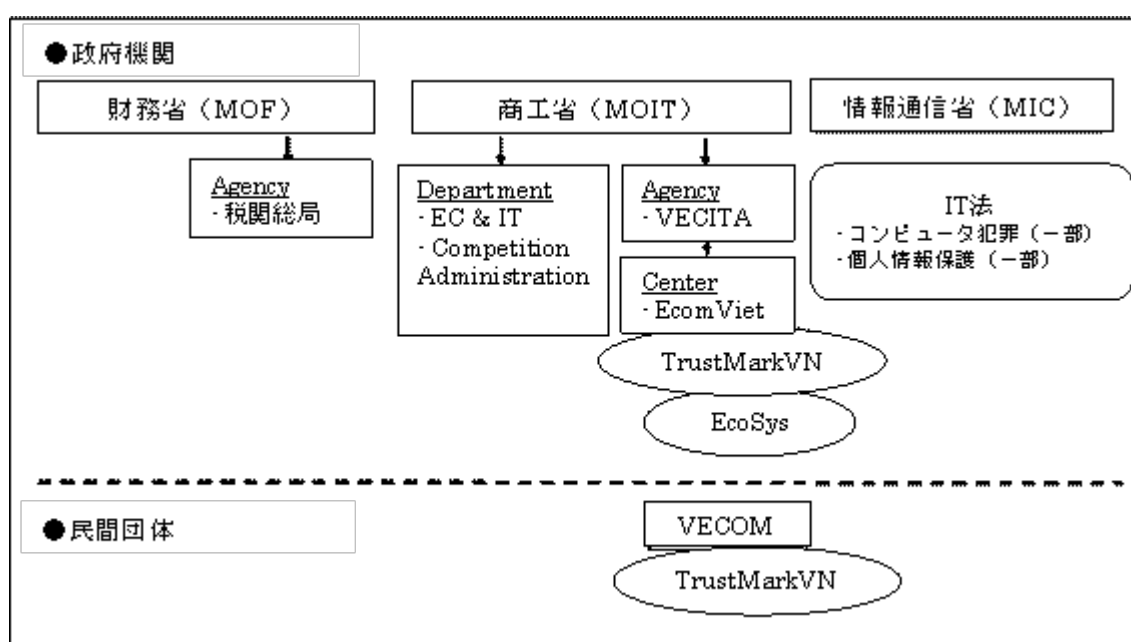
EcomViet は ATA (Asia-Pacific Trustmark Alliance) や APEC のメンバとして国際連携を推進している。

c) 個人情報保護法関連機関

VECITA とベトナム競争管理局 (Vietnam Competition Administration Department: VCAD) が MOIT の他の部局と協力して関連法規を策定している。

#### (4) 電子商取引推進企業・組織と活動状況

ベトナムの電子商取引機関を図 1.4-4 に示す。



出典：VECITA へのヒアリング結果を図示（2008 年 1 月）

図 1.4-4 電子商取引関連組織

VECITA は電子商取引の政策立案を行う組織である。EcomViet は VECITA の傘下で、政策を推進している組織である。また、インターネットから原産地証明書発行の申請ができる eCosys(Electronic Certificate of Origin Management System)システムの運用も行っている。

VECOM は EcomViet とともに、今後は TrustVn の運営を行う他、電子商取引における裁判外紛争解決手続(ADR)の機能も担っていく。

#### 1.4.4 電子文書等電子記録管理の推進組織と活動状況

電子記録管理の状況について VECITA や VINASA 及びベトナム国立図書館 (National Library of Vietnam: NLV) から聴取したが、認定電子文書管理や保管については、まだ存在していない



とのことであった。ベトナムでの電子文書は、まだ、紙文書の補完として使われている段階である。電子文書の保管サービスもベトナムではまだ一般的ではない。電子記録の標準化については ISO（国際標準化機構）の技術委員会 TC46 の分科委員会 SC11 で検討されている。しかし、ベトナムはマレーシアと同様に ISO の TC46SC11（記録管理）には参加しておらず、関心が高いとはいえない。

NLV の管理者によると、NLV における電子化への取り組みは次のようであった。7 年前から NLV は電子ファイル化に取り組んできており、現在、約 260 万ページが電子化されている。電子化された文書の主な内容は博士論文である。ベトナムでは博士論文は必ず NLV に保存されるが、それを優先して電子化（主として PDF）している。他には歴史的価値のある文書の電子化を行っている。電子化された文書はインターネットから検索でき、概要のみ閲覧できるようになっている。インターネットでも検索可能だが、いまはベトナム語のホームページのみであり、英語版を準備中であった。政府関係の文書保管は管轄が別で、内務省の保管センターが行っている。NLV は文化スポーツ観光省の配下で、出版された本の保管が主な業務であり、ベトナムで発行されるすべての本は 5 部を NLV へ納入する義務がある。今後もデジタル化は進めるが、すべてをデジタル化するわけではなく、主にインドシナやフランス植民地時代の歴史上重要な文書を優先している。マルチメディアの保管については、映画やドラマは映画関係の研究所で保管している。音楽関係はほとんど保管していない。

VINASA によると民間企業では CMC 社や FPT 社がデータセンタでの文書保管サービスを行っているとのことであった。ウェブにて調査して見たが、文書保管サービスはいずれも明示されておらず、まだビジネスとしては規模が小さいものと思われる。

#### 1.4.5 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス

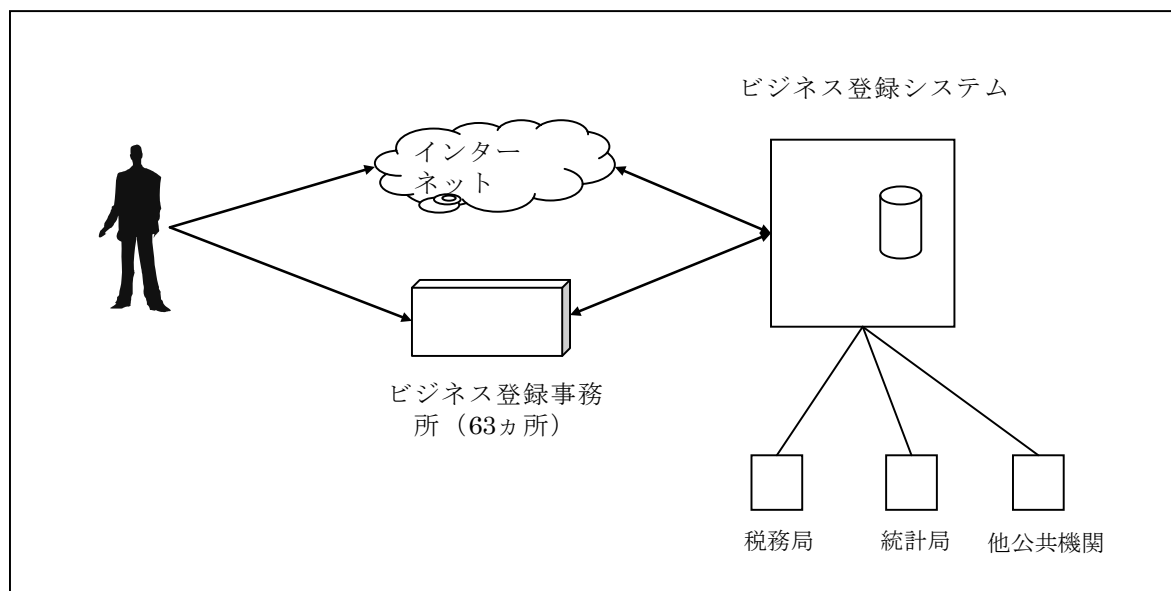
ベトナムにおける企業登録は計画投資省が管轄しており、その中の企業開発局（Enterprise Development Agency: EDA）のビジネスインフォメーションセンター（Business Information Center）を訪問し、状況を聴取した。

ベトナムの企業登録業務の場合には、本省は指導的な立場で、地方にある 65 カ所の計画投資局が実務を行う分担になっている。2000 年にホーチミン市で始まった企業のオンライン登録は 2010 年には全国レベルで稼働している。このプロジェクトは当初は UNDP（国連開発計画）の支援を受け、2008 年からはノルウェー政府と UNIDO（国連工業開発機関）による「ベトナムにおけるビジネス登録改革への技術支援」により国家ビジネス登録システムの構築・整備が行われてきた。従来、地方毎に登録システムを運用しているため、データベースも分散されていた。このため、全国レベルでの検索に時間がかかるなどの問題があったため、MPI は全国の統合データベースを構築中であり、既に 70%完了（2010 年 10 月時点）している。また、専用のポータルサイト（<http://dangkykinhdoanh.gov.vn>）が開設されている。現在は、ほとんどがベトナム語であるが、英語版のポータルを準備中である。2010 年 7 月には新たな企業登録手順に関する細則が施行され、ビジネス登録事務所での登録手続きの他に、インターネット経由の手順が規定された。

会社名については①ベトナム語名、②英語名、③略号の登録が可能である。法人管理番号で管理しているが、法人管理番号は財務省が付与し、計画投資省に送られてくる。

登録内容の変更とそのトレースは可能である。2010年10月時点では、オンラインでの登録企業数は約50万社と支店や子会社約5,500カ所である。全体に占めるオンライン登録の割合については、全国的な統計はないが、ホーチミン、ダナン、ハノイの3都市では約20-40%程度である。閲覧については各地方のホームページから入り、基本データの閲覧が可能である。5項目の基本データは無料で閲覧できるが、それ以上のデータは有料になっている。料金は全国統一料金であるが、2011年に料金体系の見直しが予定されている。証明書の発行サービスも行っており、証明内容を選択できるようになっている。登録業務は政府でおこなっており、この先数年間はアウトソーシングや民営化の予定は無いとのことであった。

ビジネス登録システムの概略構成を図1.4-5に示す。この図はUNIDOのパフレットを参考に作成したが、ビジネス登録事務所数が65カ所ではなく、63カ所になっている。



出典：UNIDO パフレット（Technical Assistance to Business Registration Reform in Vietnam）より作成

図 1.4-5 ビジネス登録システムの構成

#### 1.4.6 個人情報保護及び企業間取引における情報セキュリティ

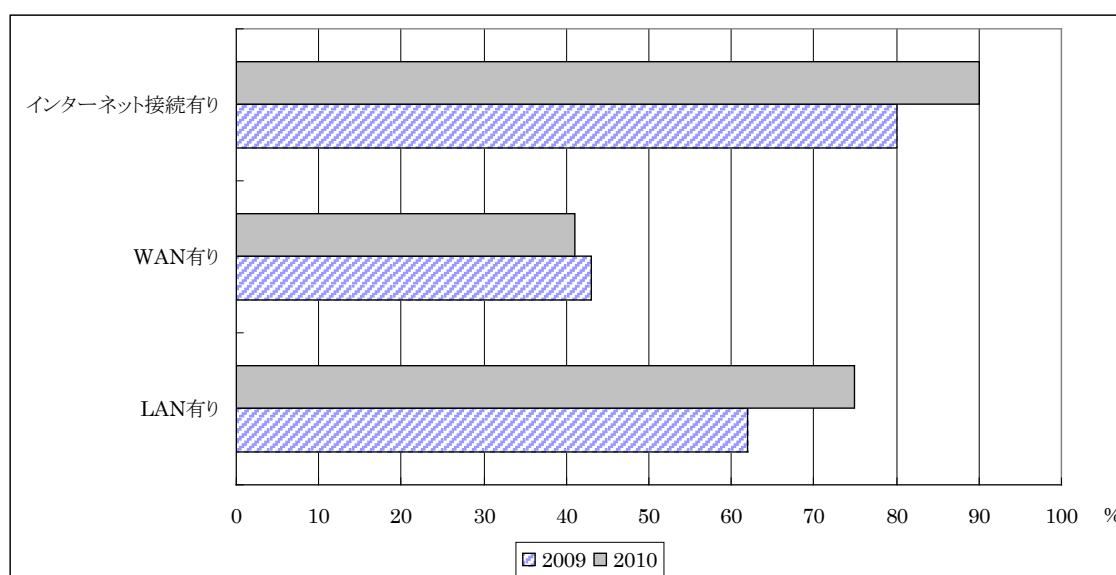
ベトナムにおける情報セキュリティに関する法規定としては、刑法を改定して情報セキュリティの問題に対処するようになっている。2010年3月には情報セキュリティ開発計画が発表された。この計画には安全なネットワークインフラの構築、データ取引の安全性確保、人材育成など、2015年までの行動計画と2020年までの目標が示されている。

ベトナムではインターネットの普及に伴いウィルス被害、不正アクセス、サイバー攻撃などが

増加している。ベトナムコンピュータ緊急対応チーム (Vietnam Computer Emergency Response Team: VNCERT) によると国内の DNS (Domain Name System) サーバーのほとんどで安全対策に不備があり、ハッカーの侵入を受ける危険性があるとのことである。

2007 年以降、地方政府や地場の大手企業の被害が報道で取り上げられるようになり、その損失について認識されるにつれ、国際的な取引を行っている地場の IT 企業を中心に ISO27001 を取得する動きが目立っている。インターネットが職場やインターネットカフェから家庭へ広がるにつれ、個人の情報セキュリティ対策が課題になっている。しかしながら違法コピーソフトの多用やユーザ意識の低さからその対策は不十分であり、関係機関が意識の向上に努めている状況である。

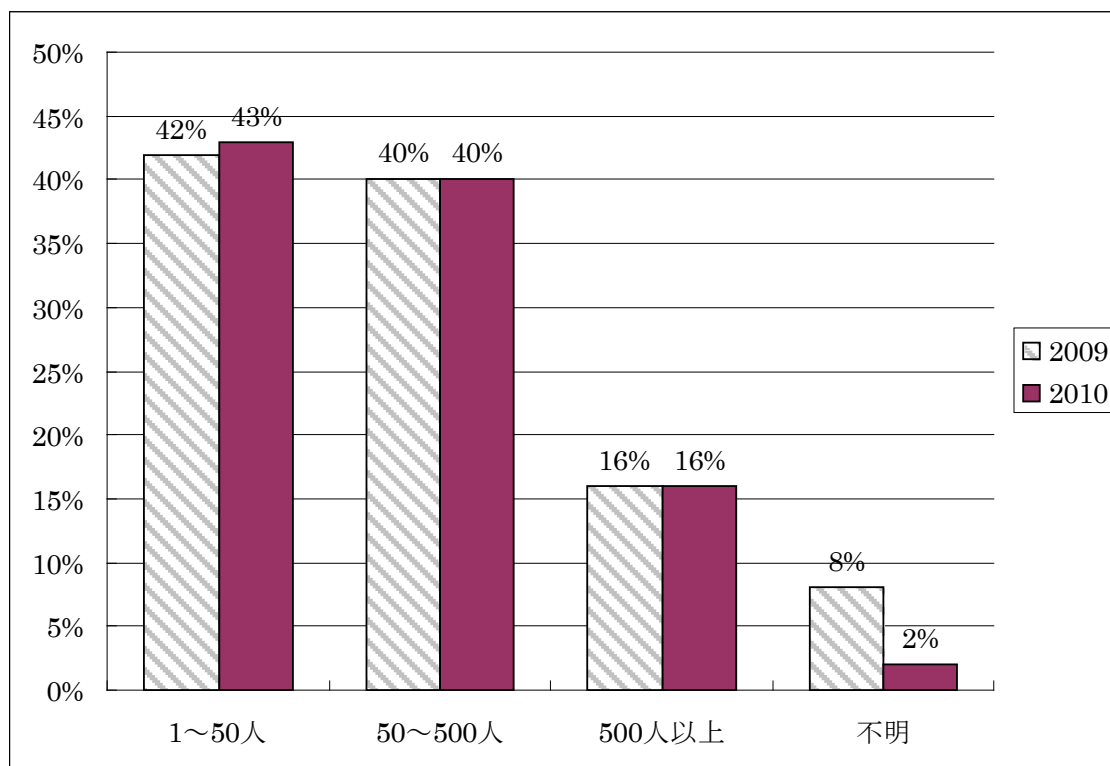
ベトナム情報セキュリティ協会 (Vietnam Information Security Association: VNISA) が 2010 年 11 月に開催されたナショナル・インフォメーションセキュリティ・デーで発表した資料には、500 社・組織へ情報セキュリティに関するアンケート調査を行った結果が示されている。まず、社内コンピュータシステムに構成については、図 1.4-6 に示すように、2010 年に調査した企業・組織の 90%がインターネット接続を行っている。



出典：ベトナム情報セキュリティ全体報告、VNISA、2010

図 1.4-6 社内コンピュータシステムの構成

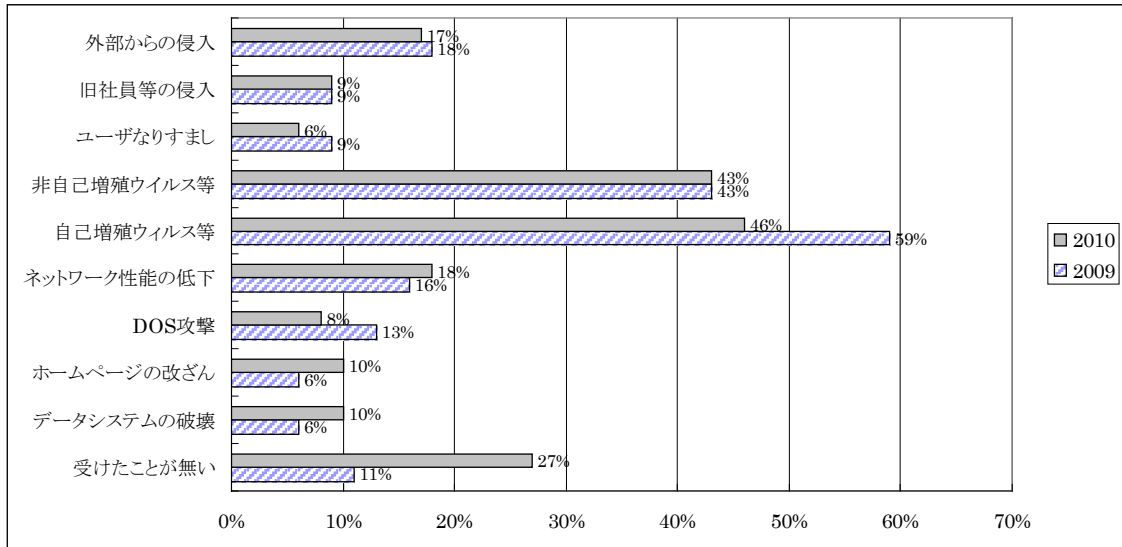
また、調査対象 500 社の社内でのコンピュータ利用者数は図 1.4-7 のようになっており、50 人以下の企業が 43%で最も多い。



出典：ベトナム情報セキュリティ全体報告、VNISA、2010

図 1.4-7 社内のコンピュータ利用者数

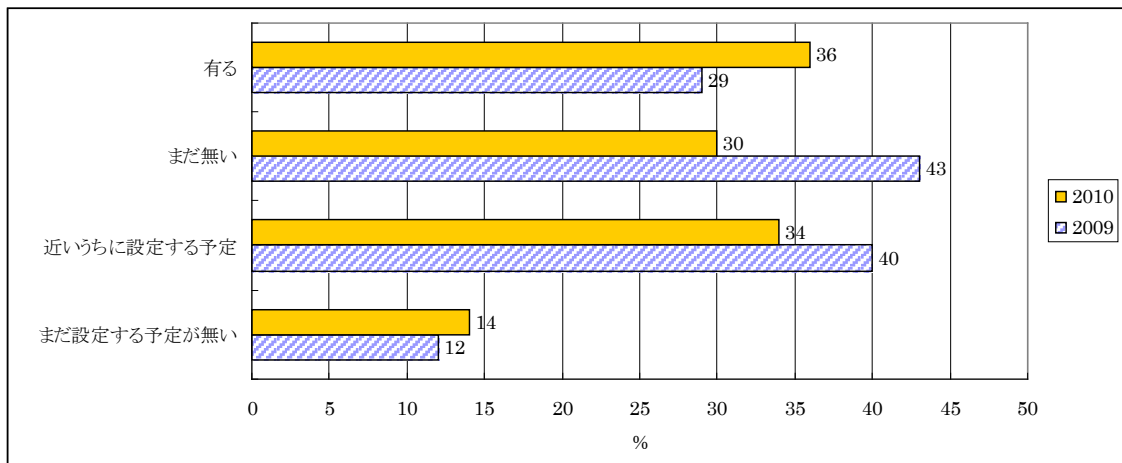
2010年1月以降に受けたサイバー攻撃の内容を2009年の調査時と比較したのが図 1.4-8である。2010年はサイバー攻撃を受けたことが無いが27%へ増加しているが、セキュリティ対策強化によるものかどうかなど、理由は明確ではない。



出典：ベトナム情報セキュリティ全体報告、VNISA、2010

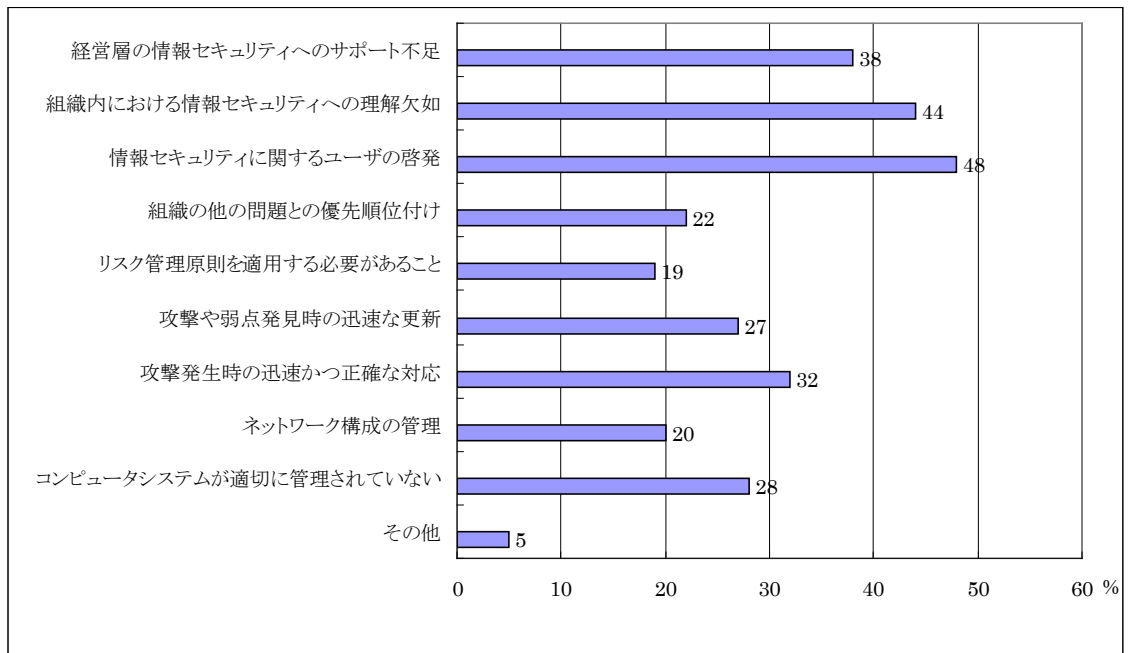
図 1.4-8 受けたサイバー攻撃の種類

各社・組織に情報セキュリティポリシーが設定されているかどうかについては、図 1.4-9 のように情報セキュリティポリシーが設定されている企業・組織が 36%へ増加しており、情報セキュリティへの対応が進みつつあることを示している。



出典：ベトナム情報セキュリティ全体報告、VNISA、2010

図 1.4-9 各企業・組織における情報セキュリティポリシーの設定有無



出典：ベトナム情報セキュリティ全体報告、VNISA、2010

図 1.4-10 各企業・組織における情報セキュリティシステム運用の課題

また、図 1.4-10 に示すように、各企業・組織において情報セキュリティシステムの運用及びセキュリティ確保に向けての課題については、経営者から社内ユーザまで含めて情報セキュリティに関する意識がまだ高くなっていないことが、最大の課題である。

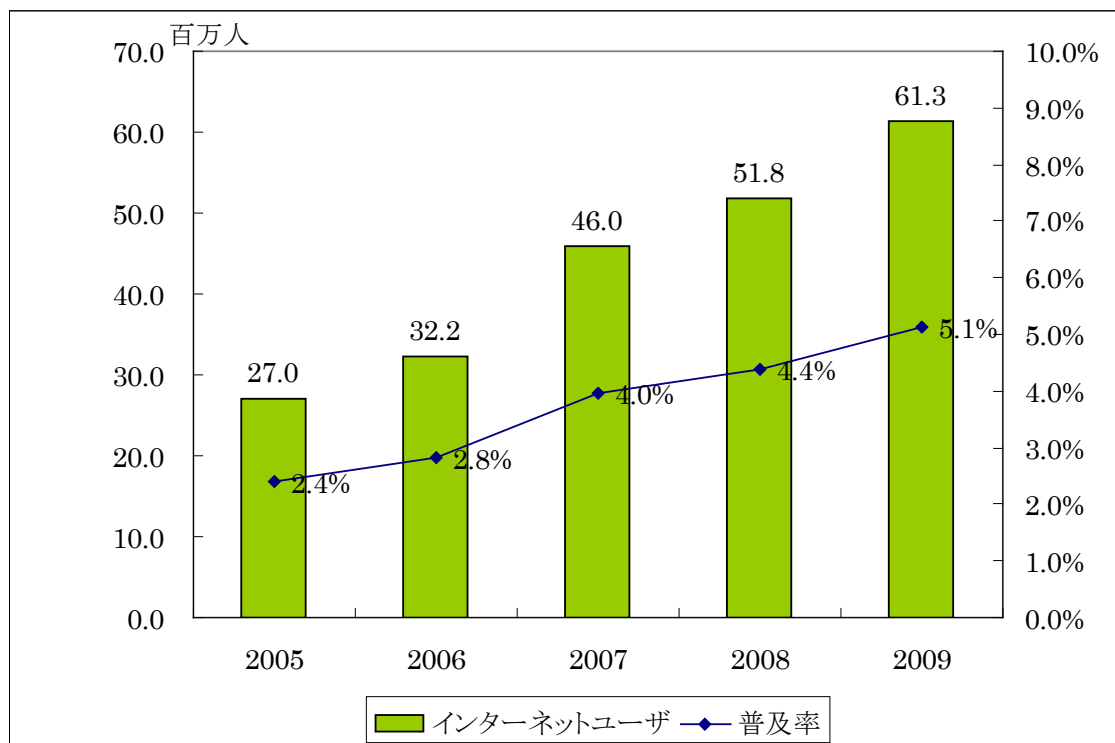
## 1.5 インド (India)

### 1.5.1 インフラ整備状況

インドの通信業界は政府、あるいは国有企業が独占していた時代から、規制緩和、改革を経て大きく様変わりし、通信市場は飛躍的に伸びている。電話加入者は、2010年10月末現在、7億4,212万人（その内、携帯電話は7億669万）に達し、電話普及率は62.51%となった。特に携帯電話は10月の1ヵ月のみで1,898万加入増加しており、驚異的な伸びを示している。インドは、世界で2番目に大きい電話加入者数の国になっている。しかし、ブロードバンド接続は、1,052万件にとどまっており、普及が遅れている。

#### (1) インターネット利用者数およびインターネット普及率

固定回線を使ったインターネット利用者数はITU ICT EYE サイト (<http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Default.aspx>) での推定値では2009年に6,130万人となっている。前年比では18.3%増となって順調に伸びているが、普及率は人口が多いこともあり、5.1%にとどまっている。



出典：ITU ICT EYE より作成

図 1.5-1 インドのインターネットユーザ数(推定)及び普及率の推移

固定回線を使ったインターネット加入者数についてはインド通信規制庁（Telecom Regulatory Authority of India: TRAI）が統計データを発表している。参考として、利用者数との比較のために表 1.5-1 に示す。

表 1.5-1 インドのインターネット加入者数(2005-2009 年)

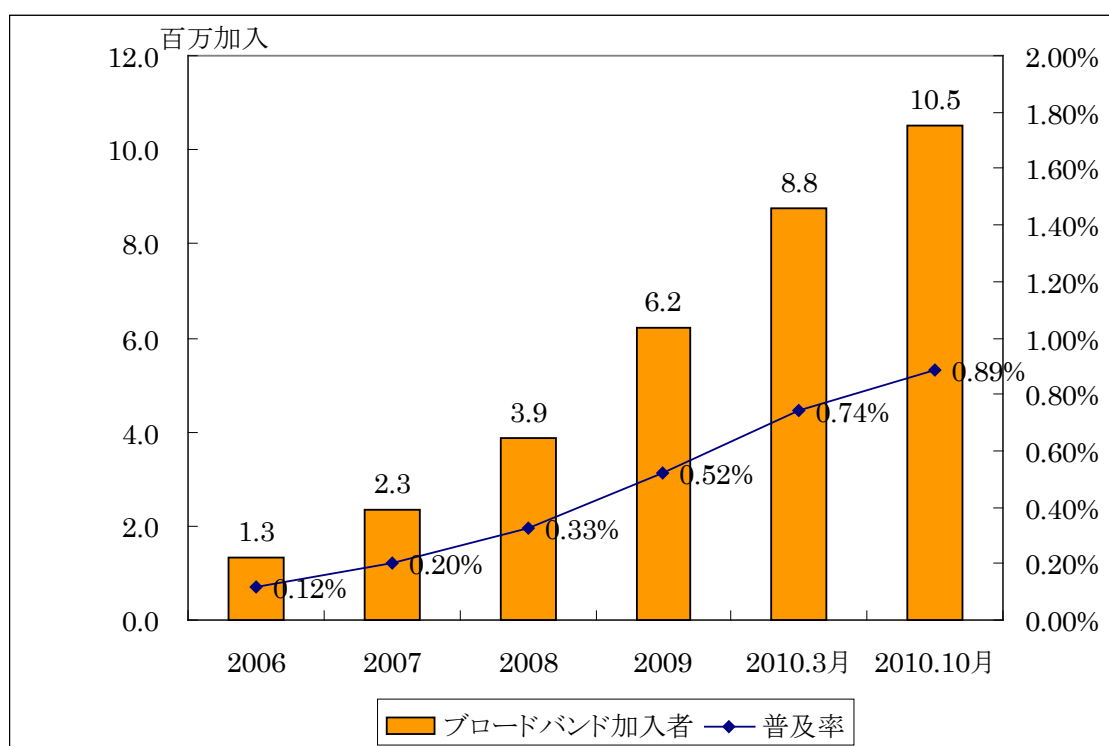
単位：百万人

|             | 2005 | 2006 | 2007 | 2008  | 2009  | 2010  |
|-------------|------|------|------|-------|-------|-------|
| インターネット加入者数 | 5.55 | 6.94 | 9.27 | 11.09 | 13.54 | 16.18 |

出典： “the Indian Telecom Service Performance Indicators” TRAI、各年版より作成  
(各年 3 月末時点のデータ)

## (2) ブロードバンドの利用者数およびその普及率

ブロードバンド加入者数は、2010 年 10 月末時点で 1,052 万人であり、普及率は、0.89%である。

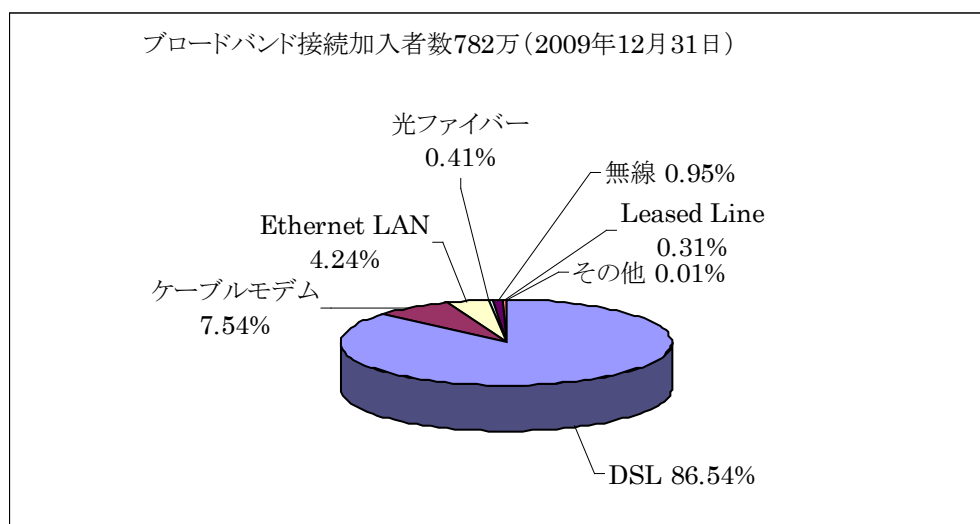


出典： “the Indian Telecom Service Performance Indicators” TRAI、各年版より作成  
(2006 年から 2008 年は各年 3 月のデータ)

図 1.5-2 インドのブロードバンド加入者数及び普及率の推移



ブロードバンド接続を方法別に見ると、2009 年 12 月末時点でのデータであるが、DSL が主要な手段で 86.54%を占めており、光ファイバーは 0.41%に過ぎない。TRAI は、ブロードバンドサービスの拡充に向けて、全国に基幹網を構築するための国家光ファイバー機関を設立することを提案しており、DSL ベースより高速な光ファイバーでブロードバンド化を推進する方向を打ち出している。

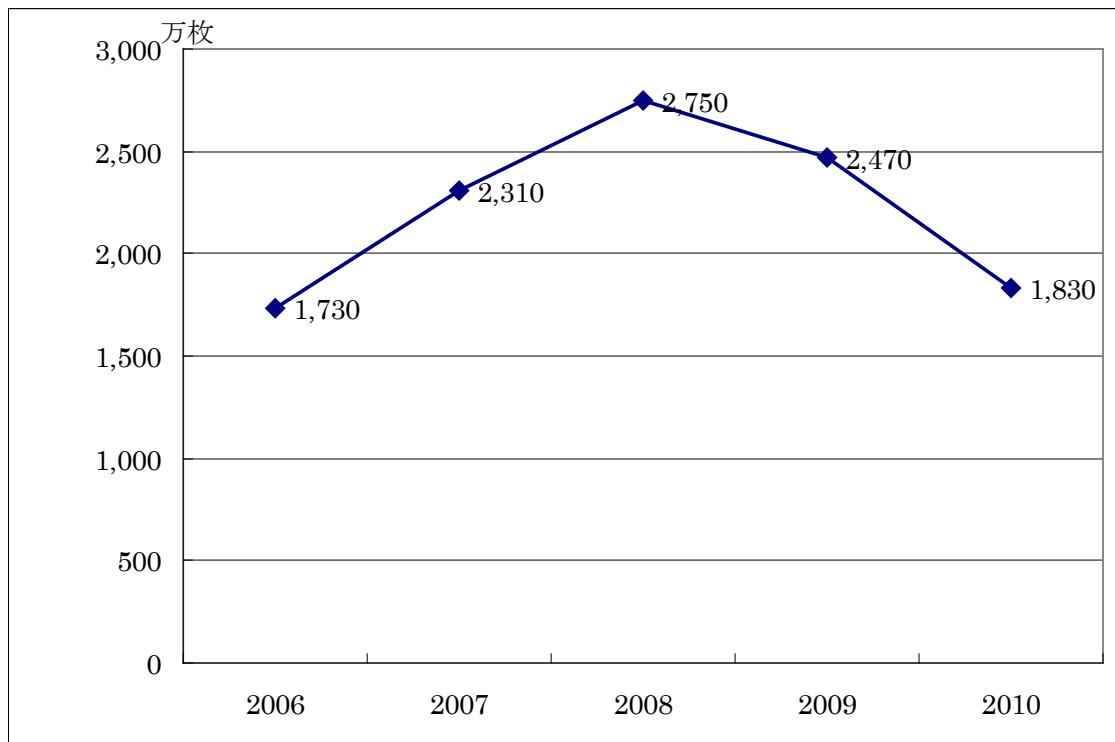


出典：“the Indian Telecom Service Performance Indicators Oct-Dec 2009” TRAI、より作成

図 1.5-3 インドのブロードバンド接続方法別内訳

### (3) クレジットカードの人口保有率

インドには一般的なクレジットカード(General Credit Card: GCC)の他に Kisan クレジットカード (KCC) と呼ばれる農民向けの小額クレジットカードがある。一般的なクレジットカードの普及率は極めて低く、2%以下に止まっている。インド中央銀行 (Reserve Bank of India: RBI) によると、一般的クレジットカード保有者は 1,830 万人 (2010 年 3 月) であり、2008 年 4 月の 2,830 万人をピークとして減少している。これはリーマンショックの影響により銀行がリスク低減のため、使用されていないクレジットカードをキャンセルしたためとされている。しかし、2009 年後半からは銀行はクレジットカード発行を増やす方向になってきている。また、クレジット決済については通常のパスワードに加え、第 2 パスワードも使用するよう財務省が通達を出しており、他国に比べ、より安全に使用することができる、とのことである。一般的なクレジットカードの発行枚数残高の推移を図 1.5-4 に示す。

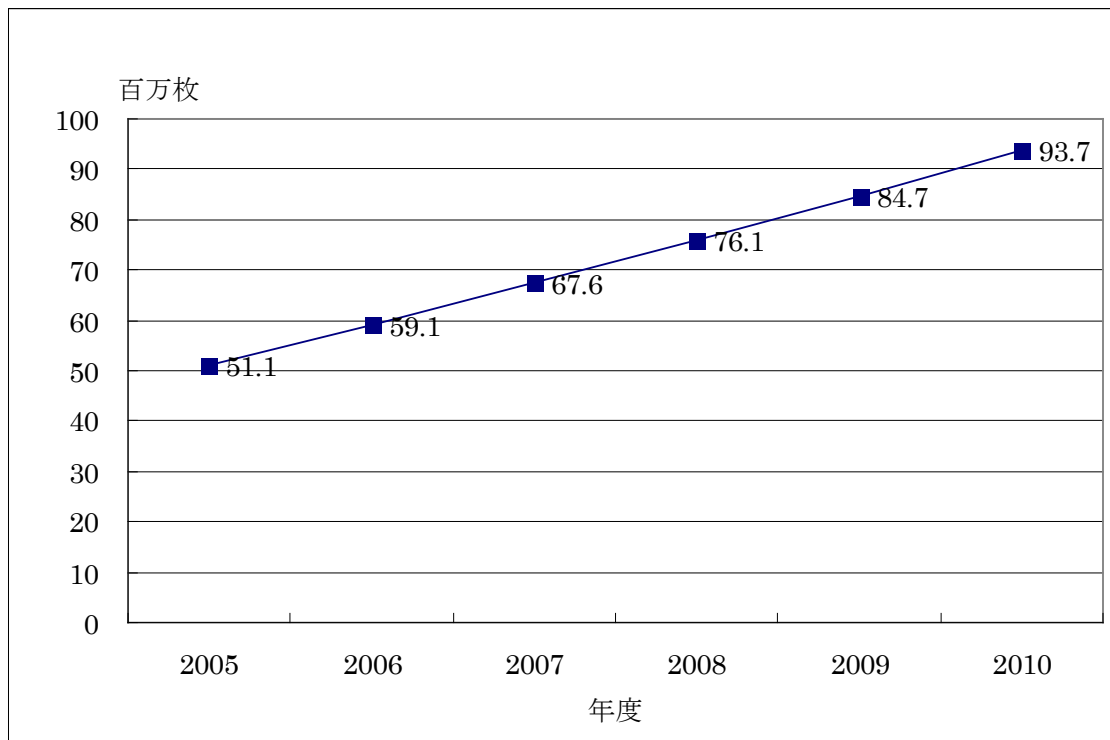


出典： “Report on Progress of Banking in India 2009-10” RBI、より作成

各年3月末のデータ

図 1.5-4 一般的なクレジットカードの発行枚数残高の推移

一方、Kisan クレジットカードの発行枚数については、RBI のデータがあり、図 1.5-5 に年度毎の推移を示す。Kisan クレジットカードの発行枚数残高は 2009 年度末 (2010 年 3 月) で 9,370 万枚であり、一般クレジットカードの約 5 倍以上の枚数になっている。Kisan クレジットカードは農民に対して作物栽培などにタイムリーで効率的な信用を供与するために 1998 年に導入されたものである。



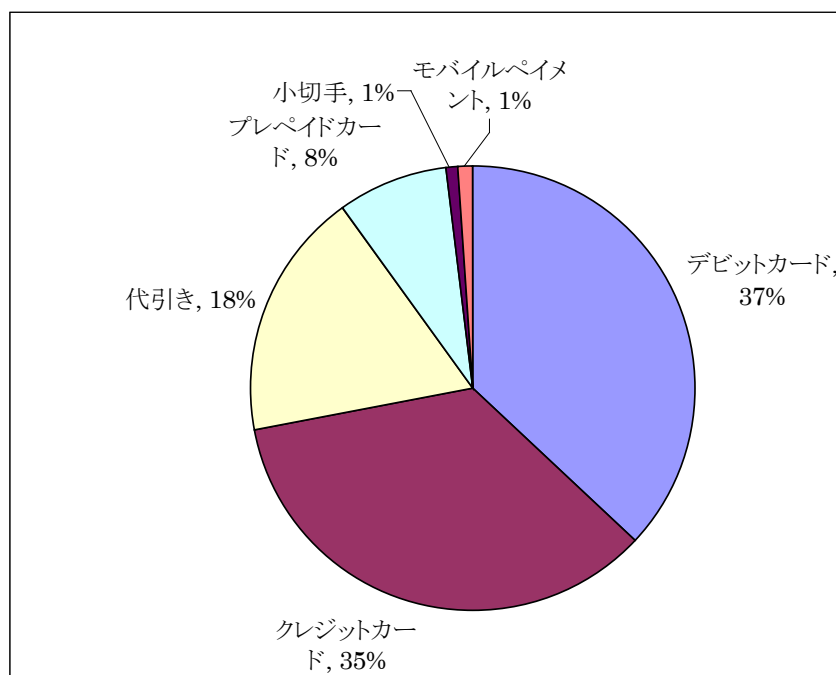
出典： “Report on Progress of Banking in India 2009-10” RBI、より作成

各年3月末のデータ

図 1.5-5 農民クレジットカード(KISAN クレジットカード)の発行枚数残高の推移

#### (4) 決済手段とそのシェア

電子商取引における決済方法の現状についてインターネット・モバイル協会 (Internet and Mobile Association of India: IAMAI) から聴取した情報では、支払い方法は、クレジットカード、デビットカード、振込み、以外に代引きがあり、代引きが一般的になりつつあるとのことである。オンラインショッピング (BtoC) における最もよく利用する決済方法について IAMAI より聴取した内容は図 1.5-6 のようになっている。



出典： IAMAI より入手のデータより作成

図 1.5-6 オンラインショッピングにおいて最もよく利用する支払い方法

#### (5) 3 日以内での個別配送可否

インドにおける個別配送システムの整備は遅れており、電子商取引発展の妨げになっている面がある。配送がスムーズに行かないことで、消費者は発注した商品の支払いを行ったにもかかわらず商品が来ないのではないかと心配になり、また、商店側は銀行やクレジットカードからの入金を確認してから発送する傾向があり、それが配送期間をさらに長くすることで、悪循環に陥っている面がある。それでもオンラインショッピングを含む電子商取引は拡大しており、配送システムの更なる整備が望まれる。インドにおける全国配送網は、民間の大手配送業者が都市レベルまでの配送を行い、ローカルの中小業者がその先をカバーする組み合わせで行われるのが一般的である。購買者に対する配達時期は、配送業者ではなく、電子商取引業者が提示している。これは注文を受けてから商品を準備するまでに時間がかかることによると思われる。都市部においてはかなりの部分で 3 日以内の配送が可能であるとのことであるが、具体的なデータは無い。

### 1.5.2 電子商取引の実施状況

インドの調査は今回が初めてであり、管轄官庁の DIT 関係者や従来から電子商取引の市場調査情報を提供していた IAMAI を訪問し、情報を入手した。

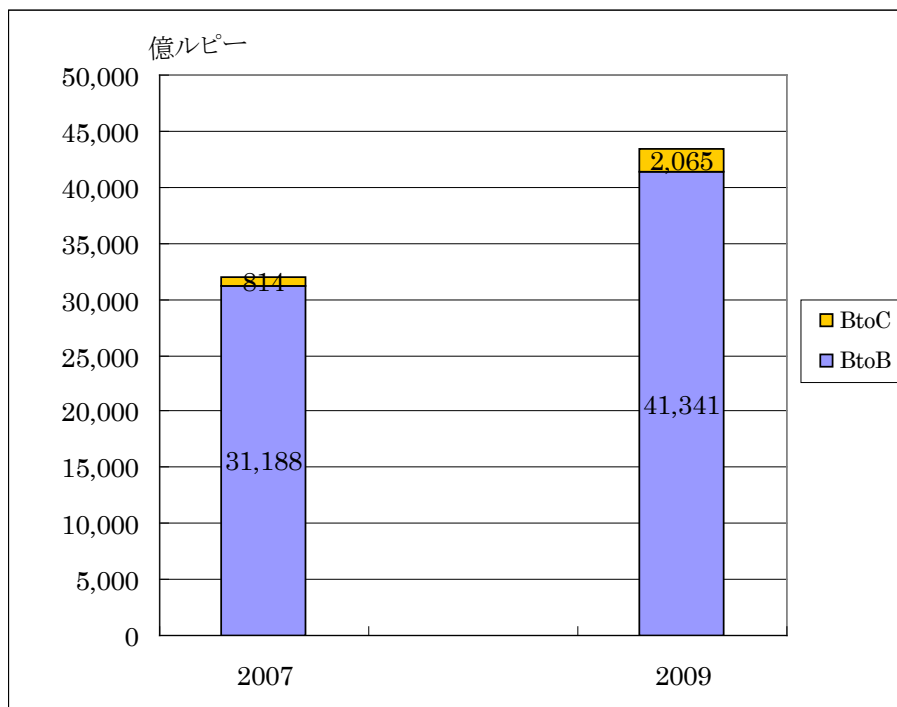
インドにおける電子商取引は過去 10 年で急速に規模を拡大してきた。BtoC の領域では 2009 年には 2,000 億ルピー（約 3,980 億円、2010 年 12 月 30 日付為替レート 1 ルピー＝1.99 円で換

算、以下同様)まで成長したが、2010年には3,000億ルピー(約5,970億円)を超えるものと予想されている。BtoCでは大部分が航空券や鉄道などの旅行関係で占められており、小売商品のオンラインショッピングはまだ10数%に過ぎない。BtoCの領域は今後とも急拡大の傾向が続くものと予想されている。これに比べてBtoBは比較的に早期に立ち上がり、2009年では890億米ドル(約7兆3,425億円)に達したと思われる。

BtoBマーケットプレイス市場も拡大基調にある。業界大手のTrade Indiaの2007年度の売り上げは対前年比35%の伸びを示した。また、別の業界大手IndiaMartの2007年度の売り上げは3.8億ルピー(約7億5,600万円)で、2003年以来年率50%の勢いで拡大している。また、中国のBtoBマーケットプレイス大手のAlibaba.comは、2007年末、インド企業向けに中国及び世界のバイヤーとのマーケットプレイスを提供するインドチャンネル(India Channel)というサイトを立ち上げ、2008年1月以来、毎月2万を超えるインド企業が加入している。2008年4月には早くも登録ユーザ数が54万を突破し、同社にとって米国に次ぐ市場規模まで成長した。同社は更なる事業拡大のため、インドでイエローページを発行するInfomedia India Limitedと提携した。

#### (1) 市場規模の現状

インドにおける電子商取引の市場規模に関しては、IAMAIが不定期に発表している。BtoBに関しては2009年4月に発表した”Online B2B Market Places”という報告書がある。BtoCに関しては2007年9月の報告書があるが、かなり古いため、なるべく今回の現地調査にて入手したデータを使用して説明する。BtoBの市場規模は米ドルで表示されており、2007年は780億米ドル(約6兆4,350億円)、2009年は890億米ドル(約7兆3,425億円)と推定されている。BtoCの市場規模はインドルピーで表示されているため、便宜的に米ドルを各年末の為替レートで換算し、それらを合算すると、2009年では4兆3千億ルピー(約8兆5,570億円)になっている。その構成を図1.5-7に示すが、2009年でも95%以上がBtoBで占められている。しかしながら、BtoCの市場規模は急速に成長しており、2007年からの2年間で約2.5倍になっている。



出典： IMAI より入手のデータを加工して作成

図 1.5-7 インドにおける BtoB 及び BtoC の市場規模(推定)

## (2) 商品別/職業別市場規模内訳

市場の大部分を占める BtoB の市場内訳については詳細なデータは無いが、2007 年についてはおよそ次のように分類されている。

2007 年 BtoB 市場規模 780 億米ドル (約 6 兆 4,350 億円) の内訳：

452 億米ドル (約 3 兆 7,290 億円) (58%)：個別企業間のオンライン取引

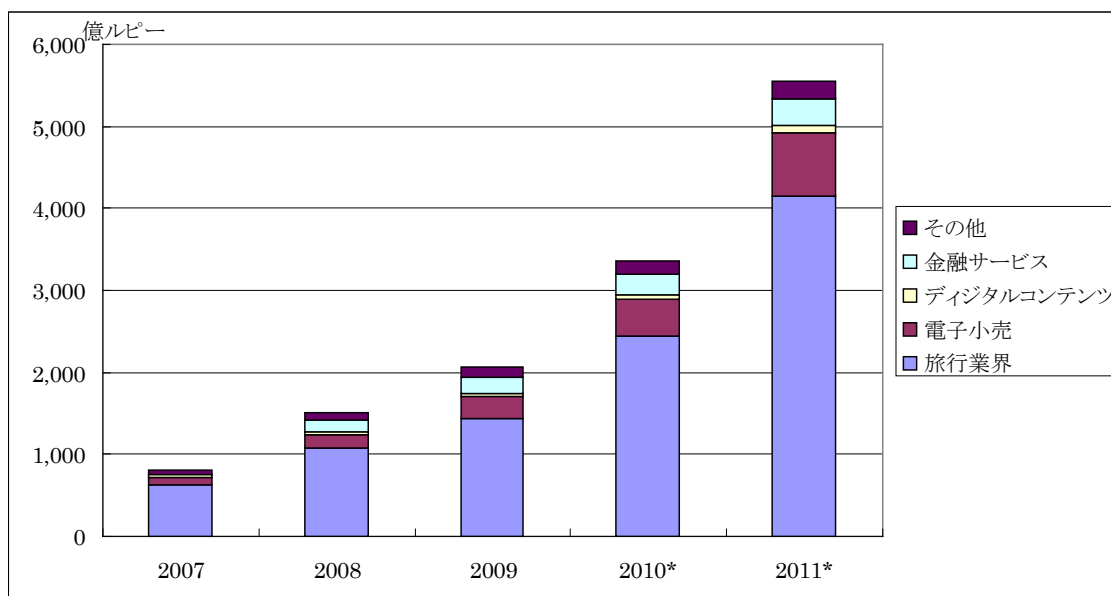
310 億米ドル (約 2 兆 5,575 億円) (40%)：電子マーケットプレイスでの取引

18 億米ドル (約 1,485 億円) (2%)：その他

電子マーケットプレイスでの取引 310 億米ドル (約 2 兆 5,575 億円) のうち、180 億米ドル (約 1 兆 4,850 億円) は中小零細企業による取引であるが、約 1,300 万社といわれる中小零細企業のうち、電子商取引をおこなっているのは 360 万社であり、まだマーケットが拡大する余地は十分にある。

IMAI によると、インドの BtoC の電子商取引の規模は 2007 年の 814 億ルピー (約 1,620 億円) から 2009 年には 2,065 億ルピー (約 4,109 億円) へと急増している。さらに 2011 年には 5,559 億ルピー (約 1 兆 1,062 億円) と 2 年で 2 倍以上の成長が予想されている。商品・業種別では、鉄道切符の予約・購入を含む旅行関連で 70%を占め圧倒的である。その次はオンラインショッピングの 13%、保険などの金融サービスの 9%と続いている。BtoC 領域の内訳と予想を図

1.5-8 に示す。

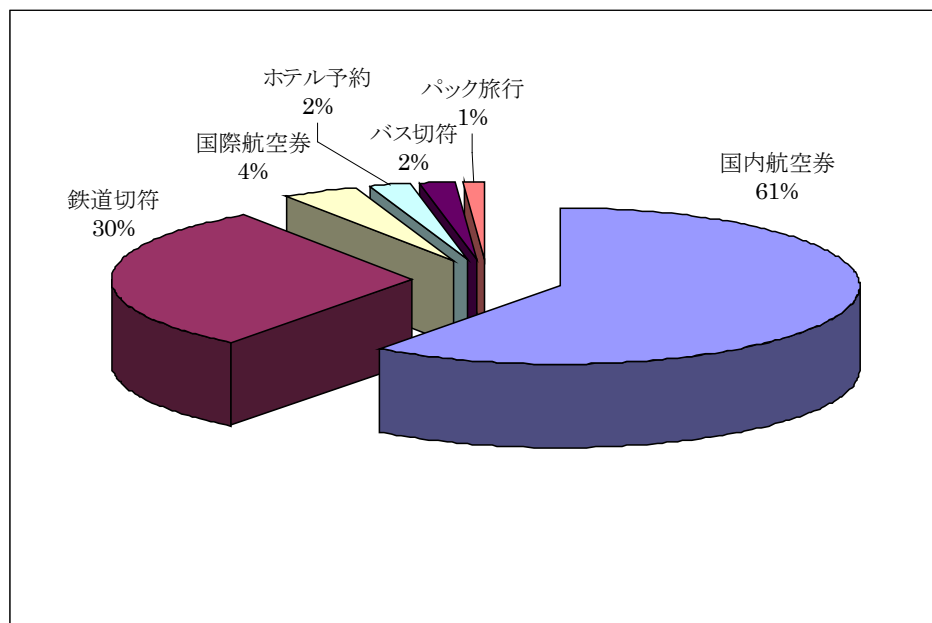


出典：IAMAI より入手のデータより作成

各年 12 月末のデータで、2010 年と 2011 年は予想

図 1.5-8 インドにおける BtoC 市場規模と予想

BtoC 取引の大部分を占める旅行業界の内訳について、2009 年のデータを分類すると図 1.5-9 のようになる。国内航空券と鉄道切符で 90%以上を占めている。



出典： IAMAI より入手のデータより作成、2009 年

図 1.5-9 BtoC 市場の旅行業界の内訳

インドの電子商取引で旅行商品が多いのは、インドの電子商取引業界が抱える課題とも関係がある。まず第 1 は物流である。オンラインで購入しても、物を販売した場合、販売業者は物理的にモノを顧客に届けなければならない。しかしインドでは、安全に、指定の品物を間違いなく、ある一定の時間内で顧客届けるといった物流サービスが弱い。これに対し、旅行業界の場合は、航空会社をはじめとして、予約システムが確立されており、空席状況や価格がすぐにわかる。インドの電子商取引業界が抱えるもう 1 つの問題に支払いがある。インドの消費者はクレジットカードをオンラインで使いたがらないし、クレジットカードを持っている層も限られている。ネットバンキングでは銀行の手数料が高い。

それでも業界関係者はインドの電子商取引市場は伸びると見込んでいる。オンラインマーケットプレイス大手Baazee.com Indiaを2004年に買収してインド市場に参入したeBayのインドでの売り上げは、年率 100%の伸びを示し、登録者は 670 都市にまたがりその数 200 万、サイトへのアクセス数は月 250 万件にのぼるという<sup>33</sup>。インド市場での売り上げは同社のアジア太平洋地域では第 3 位で、利用者数では負けるものの、取引回数では中国と超えたという<sup>34</sup>。

### 1.5.3 電子商取引に関する政策・法制度

以下、電子商取引に関する政策・法制度について述べる。

<sup>33</sup> Livemint 2007/07/11

<sup>34</sup> The Press Trust of India 2008/06/11



## (1) 電子商取引推進にかかわる政策

電子商取引の政策は通信情報技術省の情報技術局 (Department of Information Technology: DIT) 内にある e-Commerce 部門が担当している。DIT は電子化政策の次期 5 カ年計画案を作成し、2010 年 9 月に一般からの意見を募集した。その計画案では、DIT は 6 つのコア領域を規定している。それらは e-ガバメント、e-インダストリー、e-イノベーション、e-ラーニング、e-セキュリティ、e-インクルージョン (包含) である。e-インクルージョンは、すべての国民を包含した成長を目指す国家 5 カ年計画に沿っており、デジタルデバイド解消もそのひとつである。計画案には PC 購入やインターネット利用に対する税金の還付が盛り込まれている。しかしながら、e-Commerce については若干言及されているが、具体的な政策は打ち出されていない。2009-2010 年の DIT 年次報告書においても電子商取引に関する記述は、インド工科大学へ委託しているモバイルペイメントプラットフォーム研究の進捗についてわずかに触れているのみである。今回の現地調査で面談した DIT 関係者からも電子商取引推進の具体的な政策は出てこなかった。電子商取引に関しては、市場規模のほとんどが BtoB であり、民間企業活動に委ねていると見受けられた。

## (2) 電子商取引推進にかかわる法律

インドでは 2000 年に情報技術法 2000 (IT ACT 2000: Information Technology Act 2000) が制定された。電子商取引、電子政府および電子文書を有効なものとするための電子署名について規定された包括的な法律である。電子署名に基づく取引は、電子政府、電子商取引は、司法、税務、金融機関、ビジネス、個人での売買などであるが、主に政府系サービスで広範囲に利用されている。

この IT ACT 2000 は 2008 年に改訂され IT(Amendment) Act 2008 として 2009 年 10 月に発効している。

この IT ACT 2000 は、UNCITRAL (国連国際商取引法委員会) が 1996 年に採択した「UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (UNCITRAL 電子取引モデル法)」を元に行っている。電子商取引に関わる用語を定義し、国際的な標準規則を策定することにより、電子商取引の促進を図るものである。デジタル文書の正当性を保証するためにつけられる電子署名については、認証機関による証明が必要であるとしている。UNCITRAL 電子取引モデル法は、多くの国で電子取引に関する立法の参照資料として認識されている。

IT ACT 2000 は電子商取引、電子政府および電子文書を有効なものとするための電子署名について規定された包括的な法律である。適用範囲、言葉の定義、電子記録・メッセージならびに署名の法的有効性、契約の成立と有効性、受領確認、受信の時期や場所などに関する規定が UNCITRAL 電子取引モデル法に基づき設けられている他、電子政府文書の有効性、罰則規定、裁判の手続き、違反などについての条項も盛り込まれている。

認証機関による電子署名の確認が終了すると、認証証明書が発行され、電子商取引に対しては

信用供与の決定がなされる。電子署名に基づく取引は、電子政府、電子商取引は、司法、税務、金融機関、ビジネス、個人での売買などすでに利用されているが、政府が主導して推進している状況であり、民間企業や個人で一般的に使用される状況には至っていない。

この IT ACT 2000 は 2008 年に改訂され IT(Amendment) Act 2008 として 2009 年 10 月に発効したが、この改訂でサイバー犯罪やサイバーテロへの監視や制限の強化及び罰則の強化が図られた。この改訂は多くの関係者が評価しているが、一部の法律関係者は自由の侵害を防ぐためのセーフガードの欠如を理由に批判している。この法律は、中央政府及び州政府に、防衛や治安、社会秩序の維持などの必要性がある場合に、送受信される情報やコンピュータ記憶情報の傍受や解読などの権限を与えている。

### (3) 消費者保護制度の現状

#### a) 消費者の個人情報保護を推進する制度

インドでは包括的な消費者保護政策を推進し、迅速で安価な紛争解決手段を消費者に提供するため、1986 年に消費者保護法 (Consumer Protection Act) が制定された。この法律では、中央政府が告示によって明示する場合のほか、すべての物品・サービスに適用される。しかしながら、この法律は物品売買に関する紛争解決手続きなどを規定しているものであり、消費者の個人情報保護に関する規定は含まれていない。一方インドでは、海外企業のアウトソーシング基地化が進んでいることから、プライバシー保護に対する認識が高まっており、イギリスのデータ保護法をモデルとした法制度の整備が検討されて来ており、2006 年にドラフトが国会へ提案されたが、いまだに通過していない。この法案は EU (ヨーロッパ連合) のフレームワークを参考にしている。この法案は、個人データがある組織で特定の目的のために収集された個々の情報の保護のために、商業的又はその他の目的のために別の組織による使用を制限することである。また、本人の同意なく、開示された個人情報による損害の補償を要求することが出来る。

#### b) 個人情報保護法関連機関

インドにおけるプライバシーの保護に関しては公務省 (Ministry of Personnel, Public Grievances and Pensions) の人材教育局 (Ministry of Personnel and Training: DoPT) が管轄している。DoPT は 2010 年 7 月に個人情報保護に関するワークショップ<sup>35</sup>を開催し、同年 8 月には一般からの意見を募集するなど、新たな法制化の検討を行っている。ワークショップには情報技術局や財務省、法務省など、多くの関連政府機関も参加している。

また、インドソフトウェアサービス協会 (National Association of Software and Services Companies: NASSCOM) はインドデータセキュリティ委員会 (Data Security Council of India: DSCI) を設立し、DIT の指導の下に、インドにおける業界のみならず一般社会での個人情報保護を含む情報セキュリティの向上に努めている。

---

<sup>35</sup> <http://persmin.gov.in/WriteReadData/RTI/12AUGUST.pdf>

#### 1.5.4 電子商取引推進企業・組織と活動状況

インドの電子商取引に関連する政府機関は通信 IT 省の情報技術局と、商工省の商務部である。商務部は関連省庁とともに電子取引の円滑な運用のために”eTrade”プロジェクトを推進している。また、業界団体としては IAMAI が電子商取引に関する調査を行っている。IAMAI より入手した情報によると、BtoB 市場における主要な取引サイトは表 1.5-2 のようになっている。

表 1.5-2 インドの BtoB 市場における主要なサイト

| ランキング   | BtoB 市場のサイト         | 市場シェア等                           |
|---------|---------------------|----------------------------------|
| 第 1 ランク | IndiaMart.com       | 60%                              |
| 第 2 ランク | Tradeindia.com      | 25%                              |
| 第 3 ランク | Allactiontrade.com  | 他のインドの<br>BtoB 市場プレー<br>ヤーも含め 5% |
|         | Indianexporters.com |                                  |
|         | Fiber2fashion.com   |                                  |
|         | Indiaplastics.com   |                                  |
|         | Agnwatch.com        |                                  |
|         | AutomartIndia.com   |                                  |
|         | Sulekha.com         |                                  |
| 第 4 ランク | Thomasregister.net  | 他の海外の BtoB<br>市場プレーヤーを<br>含め 10% |
|         | Ec21.com            |                                  |
|         | Business.com        |                                  |
|         | Alibaba.com         |                                  |
|         | Globalsources.com   |                                  |

出典： Online B2B Marketplaces、IAMAI、2009

BtoB 市場においてはインド系のサイトが圧倒的なシェアを持っており、アリババなどの外国系のサイトは苦戦している状況である。

一方、BtoC 市場における主要プレーヤーは前述のように航空券や鉄道切符などの旅行業界である。それ以外のオンラインショッピングは今後伸びると予想されているが、2009 年での主な商品はコンピュータと周辺機器、カメラ、携帯電話、服飾品、電気製品などが上位を占めている。

#### 1.5.5 電子文書等電子記録の管理の推進組織と活動状況

面談した DIT の電子商取引や電子政府の関係者に電子記録管理について聴取したが、インドでは電子文書管理や保管を政府が認定するような仕組みについては検討されていないとのことであった。また、電子文書の管理保管の政府認定については政府のどの部門が担当するかも決まっていない、とのことであった。

インドでは、文書や電子記録の保管を外部業者へ委託することはあまり一般的ではない。電子署名の認証局（CA）のひとつである国家情報センター（National Informatics Centre: NIC）で聴取した情報によると、ナショナルセキュリティデポジトリリー社（National Security Depository Ltd.: NSDL）が電子ドキュメントの保管を行っており、政府保有会社だが、民間企業でも利用できるが、今のところはデータのバックアップが主な利用方法になっている、とのことである。ただし、このようなサービスは NSDL のウェブサイトには載っておらず、まだ主要なサービスにはなっていないものと推察される。

#### 1.5.6 電子商取引における法人存在・存続の証明制度及び参照サービス

インドの企業登録は企業省（Ministry of Corporate Affairs: MCA）が管轄しており、MCA21 というビジネスオンライン登録システムを稼働させている。MCA21 のシステムはインド政府が電子政府の重要プロジェクトとしているミッションモードプロジェクト（MMP）に含まれており、既に稼働している。従来の登録簿から電子化データベースへの移転が進められている。基本的な会社登録情報はウェブから自由に検索、閲覧できるようになっている。

MCA21 のシステムは英語が基本で運用されており、会社名についても英語での登録が一般的である。但し、各種申請フォームにはヒンディー語版も準備されている。また、MCA21 のウェブサイトには TCS（Tata Consultancy Services）のマネージドサービスであると表示されている。

ウェブにて確認できる登録データは、会社名、登録番号、会社形態（株式会社、など）、会社カテゴリー（外国企業、非政府企業、など）、授權資本、払込資本金、設立日、住所、e-mail アドレス、最終株主総会開催日、決算日、会社の状態（Active など）、などである。これらは Company Master Data と呼ばれており、ウェブ情報によると、このマスターデータは旧システムから移行したもので、間違いがあった場合には 2009 年 3 月 31 日までは無料で修正していた。修正情報はオンラインで入力可能だが、証拠書類を郵送して審査を受けないと正式な修正にはならないため、修正には若干時間が掛かる。

企業省はオンライン登録を推進するために、全国 53 カ所に e ファイリングセンターを設立しており、これらのセンターは無料で利用することができる。また、オンラインでの会社情報表示も無料で可能になっている。

MCA21 システムは企業省のホームページからアクセスが可能であるが、大きく 2 つのメニューがある。ひとつは上述の企業マスターデータの閲覧であり、もうひとつはその企業の資産に対する課金記録簿の閲覧である。これらのデータは企業 ID 番号で検索できるが、企業名から企業 ID 番号を検索することもできる。政府が運用していることもあり、すべて無料であるが、閲覧情報も上述の内容に限られている。また、企業登録に関連する各種申請フォームはウェブからダウンロードの上、オンライン申請及び処理状況のモニターが可能である。

### 1.5.7 電子署名及びタイムスタンプの推進状況

インドにおける電子署名の運用について、認証管理局（Controller of Certifying Authority: CCA）にて聴取した内容では、CCA は Regulator であり、サービスの運用は行っていないが、認証局（CA）の認定は 7 社へ与えている。2010 年 10 月時点で約 150 万の証明書を発行したが、アクティブなのは 80 万ぐらいとのことである。電子署名が使われているのは政府系のサービスで、MCA21（企業登記）、所得税（企業と個人）、銀行間取引、電子購買、輸出入手続き、高等裁判所、関税支払い、などである。電子手続き処理を利用した場合には手数料などが有利になるような仕組みを取り入れて、電子化を推進している。電子署名はまだコストが高いのが課題である。格納方法としては、いわゆるスマートカードではなく、USB 型と SIM カード型を開発しているとのことであった。スマートカードは別途カードリーダーが必要であり利用しづらいし、ラップトップ PC 内に電子署名を格納しておくのは危険であり、USB 型にしたとのことであった。民間での電子署名の使用は、まだ浸透していない。また、タイムスタンプは CA がサービスを行っているが、タイムスタンプの使用例としては電子購買システムにおける入札手続きで使われているが、他ではほとんど使われていないのが実情である。また、すべての CA がタイムスタンプサービスを行っているわけではなく、面談した CA の一つの NIC ではタイムスタンプの設備は有しているが、需要が少ないためサービスは始めていない、とのことであった。

## 2. 調査結果への考察

### 2.1 アジアにおける電子記録管理の動向について

日本における電子記録管理については、2010 年 4 月に電子記録マネージメントコンソーシアム（ERMC）が設立され、検討が進められている。ERMC の設立趣旨によれば、電子記録の組織的な運用やデータの標準化、証拠の維持方法などに課題があり、組織的なマネージメントサイクル、長期間データ維持の方法、証拠性を担保する方式など、電子記録のマネージメント基盤を確立していく、となっている。

今回の実態調査では、対象 5 カ国の電子文書を中心とした電子記録管理の動向について調査を行った。アジアにおいてもデジタル化の進展により、多くの文書が電子化されているが、情報の品質の保証や真正性の担保、さらには情報の保護やセキュリティの確保など、法整備を含む仕組みの構築が必要である。この領域における各国の取り組みはまちまちであるが、5 カ国のうち、韓国が最も進んでおり、中国は検討を行っている段階で、マレーシア・ベトナム・インドの 3 カ国はこれから、という段階である。韓国で電子署名法や電子商取引法が制定されたのは 1999 年であり、ブロードバンド化の進展とともに電子政府を含む社会生活上のデジタル化やオンライン化が急速に進んできた。NIPA によると電子文書保管への取り組みは 2001 年には検討が始まっていたとのことである。当初は海外調査でモデルになりそうな仕組みを持っている組織や企業などを探したが、多少は参考になっても、大部分を自分達で作り出すしかなかったとのことであり、仕組み作りに苦労したようである。2007 年には公認電子文書保管所の第一号の認可を KTNET 社へ出すに至った。今回の現地調査で KTNET 社の公認電子文書保管所のデータセンタを見学することができた。電子文書保管用データセンタ設備は一般のデータセンタとは完全に分離されたフロアに専用の設備があり、施錠も含め、独立した管理を行っていた。監督機関である NIPA とともに、しっかりした管理を行っている印象を受けた。しかし、管理しているデータ量は、まだ少なく、広く利用してもらうようにするには、一般企業や個人へ公認電子文書保管についての啓蒙や教育を地道に行う必要がありそうである。アジアでいち早くこのような仕組みを作り上げたことに敬意を表したい。

中国は、韓国を除く 4 カ国の中では、電子記録管理について検討が進んでいる国である。中国人民大学の情報資源管理学院は ISO の記録管理・文書管理の国際標準 ISO15489 に関連する標準化活動に参加しており、中国の中でこの分野での検討の中心になっている。政府が進める電子記録管理についてのタスクフォースにも主要メンバとして参加しているとのことである。

マレーシア、ベトナム、インドの 3 カ国は政府レベルでの検討は進んでいないようである。また、これらの国は ISO の関連技術分科委員会（TC46SC11 : Archives/records management）のメンバやオブザーバになっていない。民間での企業向け電子データ保管事業の進展の度合いには差があるが、国レベルで統一された基準は存在していない。インドやベトナムでは企業のデー

タ保管を第三者機関へ依頼するということに慣習的に否定的な面がある。

韓国を除く 4 カ国では今後、以下のような内容について検討が必要であるとする。

- ・ 政策、法制度：長期保管と証明が可能な電子記録保管所の仕組み
- ・ 電子署名とタイムスタンプの使用促進
- ・ 国際標準化活動との連携
- ・ 紙文化からの脱却を促進する啓蒙と教育

社会生活においてデジタル化が浸透し、安全で便利な電子記録管理はますます重要性を増すが、それを実現する仕組みを支える法制度や標準化とともに、企業や個人の意識改革が大きな要素になっている。長く続いた紙文化からの脱却のための意識改革が最も大きな課題になるかもしれない。

## 2.2 アジアにおける法人存在・存続の証明制度及び参照サービスの動向について

国際間の電子商取引において、関連する企業の基本的な情報や存在・存続状況を確認する手段は確立していない。各国では企業の登記や登録などの公的管理が一般的に行われているが、これらの情報を電子商取引に利用する可能性を念頭に、対象国の法人登記や存在・存続を証明する方法などの状況を調査した。

法人登記や事業登録などは電子商取引の管轄省庁とは異なっており、以下に示すように各国でさまざまな組織が管轄している。

- ・ 韓国：法院（裁判所）
- ・ 中国：工商局（中央及び地方の工商部門）
- ・ マレーシア：マレーシア企業委員会（独立した行政体）
- ・ ベトナム：計画投資省の企業開発局及び地方政府
- ・ インド：企業省

このように、さまざまな組織が運営していることで、各国の登録内容や仕組み、閲覧の方法など、それぞれ特徴がある。主要な特徴を表 2.2-1 にまとめる。国際間で企業情報をやりとりする際に重要なのは企業を特定する情報であり、これには企業名の英文表記（アルファベット）が有力である。このため、企業名の英文登録が可能かどうかについても調査した。



表 2.2-1 各国の企業登記の特徴

|       |                                                                                                                                                                                                           |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 韓国    | <p>法院は企業登記だけではなく、不動産や船舶の登記も管轄している。法院が管轄しているのは、これらの登記が司法的な性格を帯びているためと考えられている。</p> <p>電子化の状況：インターネット登記所を運用しており、ほとんどの登記、閲覧がオンラインで可能になっている。約 70%のアクセスがインターネット経由となっている。</p> <p>企業名：ハングルが基本であるが、英文表記も可能である。</p> |
| 中国    | <p>登記業務は中央政府の工商局の監督の基に地方政府の工商部門が担当している。閲覧は地方工商部門のサイトまたは工商局よりデータを提供を受けた民間サービス（名策網など）で行っている。</p> <p>電子化の状況：各地方政府の登録システムが稼働している。オンラインによるアクセスがどのくらいの割合かは不明である。</p> <p>企業名：正式名称は中国語であるが、英語名も登録は可能である。</p>      |
| マレーシア | <p>マレーシア企業委員会という独立行政体で登記、閲覧などのサービスを提供している。サービス料で運営している。閲覧サービスでは海外からのアクセスも可能である。</p> <p>電子化の状況：全国レベルでのオンライン登録、閲覧が可能になっている。</p> <p>企業名：表記はアルファベットののみが登録可能である。</p>                                           |
| ベトナム  | <p>計画投資省企業開発局と地方政府で管轄している。全国に 63 ヶ所のビジネス登録事務所がある。</p> <p>電子化の状況：2000 年にホーチミン市でオンライン化が始まったが、2010 年には全国レベルで稼働している。</p> <p>企業名：ベトナム語名の他に英語名の登録も可能である。</p>                                                    |
| インド   | <p>企業の登記は企業省が管轄している。</p> <p>電子化の状況：MCA21 というポータルでオンラインサービスを全国規模で提供している。内容によってはオンラインで申請し、書類送付で審査する場合もある。</p> <p>企業名：英文表記が基本である。</p>                                                                        |

上記のように、5 カ国すべてで、程度の差はあっても、データベースはほぼ電子化され、オンラインサービスも始まっている。しかし、ほとんどの国が紙ベースでの運用と併用しており、すべて電子化されるには、まだ、時間がかかりそうである。

海外への情報の開示という観点では、マレーシアとインドが最も利用しやすいと感じる。いずれも英語でのサービスが基本になっている。マレーシアは費用さえ支払えば、すでに海外への情報提供をおこなっている。インドの MCA21 システムは海外からでもアクセスが可能であり、基本情報は誰でも無料で検索することができる。

また、今後の対象 5 カ国における企業情報のやりとりでアルファベットでは企業名を検索できない可能性があるのは韓国、中国、ベトナムであり、それぞれの国の言語のみで登録された企業

名をどうするかが課題になる。これは日本も同様である。

企業の存在や存続の証明については、各国で対応が若干違うが、登記内容の変更の履歴が参照できるようになっており、これをもとに閲覧者が判断する、というのが一般的である。韓国のように登記データを定期的(3 年)に更新しないと削除される仕組みを導入している国では活動していない企業は消えていくが、マレーシアのように定期的な更新を義務付けていない国では活動していない企業の登録が残ってしまう状況になる。実際にマレーシア企業委員会によると会社登録数が約 91 万社に対して、活動しているのは 50 万社強とのことであり、4 割以上が活動していない。

企業情報閲覧の内容と費用についても国によってばらつきがある。韓国とマレーシアは基本的に有料であるが、中国及びベトナムでは基本的な情報は無料だが、付加情報は有料としている。インドについては無料であるが内容が基本的な情報のみとなっている。

このように企業登記情報の参照サービスについては各国で管轄組織の性格、情報内容のレベル、企業名と言語、参照費用、など、多くの課題があることが明確になった。

また、より高度な企業信用情報を提供するサービスも各国で提供されており、このサービスとの連携も考慮する必要があると考える。

### 3. アジア域における電子商取引に関わる個人情報の越境移転

アジア域内の個人情報保護に関する動向をアジア太平洋経済協力（Asia Pacific Economic Cooperation : APEC）／電子商取引運営グループ（e-Commerce Steering Group : ECSG）が主催する個人情報越境移転ルール（Cross Border Privacy Rules : CBPR）策定に関する会議へのオブザーバ出席及び、日本企業に対して海外ビジネスにおける個人情報の取扱い状況を調査した。

#### 3.1 APEC／ECSGが主催する個人情報越境移転ルール策定の動向

APEC/ECSG では、電子商取引推進に個人情報の保護が極めて重要との認識の下、基本的な枠組みを検討しその結果、APEC「Privacy Framework」として 2004 年 10 月に正式に閣僚会議にて採択された。さらに APEC「Privacy Framework」に沿った個人情報の越境ルールを検証するため「Data Privacy Pathfinder Project」の実施を決定し、2008 年 2 月より活動を開始した。「Data Privacy Pathfinder Project」は 9 つの Project で構成され、香港、中国、韓国、台湾、タイ、フィリピン、ベトナム、豪州、カナダ、チリ、米国、メキシコ、ニュージーランド、日本が参加している。「Data Privacy Pathfinder Project」は下記 3.1-1 の表で構成されている。

表 3.1-1 Data Privacy Pathfinder Project 一覧

| Project 名 | Project 内容                           |
|-----------|--------------------------------------|
| プロジェクト 1  | <u>越境プライバシー・ルールの事業者向け自己査定ガイダンス</u>   |
| プロジェクト 2  | 越境プライバシー・ルール制度に参画する責任団体の承認のためのガイドライン |
| プロジェクト 3  | 事業者の越境プライバシー・ルールの法令順守体制の審査           |
| プロジェクト 4  | 法令を遵守する事業者等のコンタクト情報のリスト              |
| プロジェクト 5  | データ保護機関とプライバシー担当官のリスト                |
| プロジェクト 6  | <u>越境協力の準備用の雛型</u>                   |
| プロジェクト 7  | <u>越境的な苦情処理フォームの雛型文書</u>             |
| プロジェクト 8  | 越境プライバシー・ルール体制の範囲とガバナンス              |
| プロジェクト 9  | <u>国際的な実施に係わる試験的取組み</u>              |

（注意 1）太字のプロジェクトは日本が正メンバとして参加

（注意 2）下線のプロジェクトは日本がオブザーバとして参加

##### 3.1.1 APEC個人情報越境移転ルール策定プロジェクトの進捗状況

APEC/ECSG 会議に出席し「Data Privacy Pathfinder Project」の進捗状況を調査した。

(1) APEC/ECSCG 会議／仙台（日本）

a) 開催期間 2010 年 9 月 15 日（水）～9 月 19 日（日）

b) 会議日程

| 日程          | 会議名                                                |
|-------------|----------------------------------------------------|
| 9 月 15 日(水) | APEC/ECSCG-DPS <sup>36</sup> ワークショップ               |
| 9 月 16 日(木) | APEC/ECSCG 「Data Privacy Pathfinder Project」 非公式会議 |
| 9 月 17 日(金) | APEC/ECSCG 「Data Privacy Pathfinder Project」 公式会議  |
| 9 月 18 日(土) | ペーパーレス貿易サブグループ会議                                   |
| 9 月 19 日(日) | APEC/ECSCG プレナリ会議                                  |

(2) APEC/ECSCG 会議／ワシントン D. C.（米国）

a) 開催期間 2011 年 3 月 1 日（火）～3 月 5 日（土）

b) 会議日程

| 日程         | 会議名                                                |
|------------|----------------------------------------------------|
| 3 月 1 日(火) | APEC/ECSCG-DPS ワorkshop                            |
| 3 月 2 日(水) | APEC/ECSCG 「Data Privacy Pathfinder Project」 非公式会議 |
| 3 月 3 日(木) | APEC/ECSCG 「Data Privacy Pathfinder Project」 公式会議  |
| 3 月 4 日(金) | ペーパーレス貿易サブグループ会議                                   |
| 3 月 5 日(土) | APEC/ECSCG 会議                                      |

(3) 個人情報越境移転ルール策定の進捗状況一覧

| Project 名 | 状況   | 参加国(太字はリーダー国)                   |
|-----------|------|---------------------------------|
| プロジェクト 1  | 完了   |                                 |
| プロジェクト 2  | 完了   |                                 |
| プロジェクト 3  | 継続審議 | メキシコ、豪州、カナダ、日本、フィリピン、台湾、米国、ベトナム |
| プロジェクト 4  | 継続審議 | 豪州、米国、ICC                       |
| プロジェクト 5  | 完了   |                                 |
| プロジェクト 6  | 完了   |                                 |
| プロジェクト 7  | 完了   |                                 |
| プロジェクト 8  | 継続審議 | 豪州、カナダ、日本、韓国、ニュージーランド、米国        |
| プロジェクト 9  | 完了   |                                 |

APEC/ECSCG Pathfinder Project は、あと 3 つが継続審議となった。2011 年度（1 月～12 月）

<sup>36</sup> DPS: Data・Privacy・Sub-group

は、積極的に活動している米国がホスト国であることから、この3つのプロジェクトについても年内完了に向けて更に精力的な審議が進められるものと予測する。

- ・ 今回のワシントン会議にて、プロジェクト3について部分変更の検討が行われた。
- ・ 今後の作業として、3月14日までに事務局から最終案の提案があり、各エコノミーの3月末までのフィードバックを踏まえて、次回会議にて最終承認される予定である。
- ・ プロジェクト8では、APECマークの付与について事務局よりAPECマーク(ロゴ)をCBPRプロジェクトとして使用することは認められない。併せて、APECの名称及び、APECを連想させる呼称の使用も認められないとの報告があった。

#### (4) APEC/CBPRの今後の普及と課題

APEC域内における個人情報の越境移転ルール策定の作業が完了に近づいてきた現在、APEC域内においてAPEC/CBPRの早期、普及推進が必要であることは合意された。

##### a) 普及推進

- ・ 加盟国で既に制度運用している既存のTrustmark(米国:TRUSTe、ベトナム:TrustVn、日本:PrivacyMark等)を取得している事業者に対し、安価で容易に取得できる環境を整える。
- ・ 法整備等が遅れている加盟国に対して、制度理解や審査員育成など、継続的な教育活動の実施を行う。

##### b) 課題

- ・ APECというブランド力が使用できなくなったことにより、消費者への訴求力が大幅に減退することとなり、結果、APECロゴ(仮称)を希望する事業者にも大きな影響を及ぼすものと考えられる。
- ・ プロジェクト8の目処が立っていないため年度内の完了は難しい。
- ・ プロジェクト8の今後の主な課題として、どの様に各エコノミーのビジネス慣行や既存トラストマークが相対しているかを評価することが取り上げられ、具体的に2つのワーキンググループを組成することが合意された。
  - ⑦ CBPRと既存のトラストマークの要件をマッピングし評価する。
  - ⑧ CBPRと各エコノミーの業界規程の要件をマッピングし評価する。
- ・ 法整備等が遅れている加盟国への育成・教育の役割と責任の明確化が必要である。
- ・ 漏えい事故の解決対応策の明確化が必要である。
- ・ わが国の早期プライバシーコミッショナーの設置が必要である。

## 3.2 国内企業への個人情報越境移転に関する実態調査の実施

国内企業における個人情報保護の越境移転に関する取組みについてアンケート調査を実施し、今後の国際ルールへの対応に有効な基礎データとなるようにまとめた。

### 3.2.1 調査実施概要

わが国の個人情報保護法では個人情報の越境移転に係る明確な規定がなく何らかの対応を検討していく必要がある。また、個人情報漏えい事故に関する国際ルールへの対応に対する課題が指摘されており、今後の我が国における個人情報保護制度を考える上では、個人情報の越境移転に関する我が国企業の実態を把握し、対応していかなければならない。

そのため、国内企業の個人情報の越境移転の現状を把握することを目的に、アンケート調査を実施した。

### 3.2.2 実施方法

#### a) 調査対象企業の抽出

調査対象企業の選定にあたっては、委託先である株式会社帝国データバンクの保有データベース 信用調査報告書ファイル CCR（約 151 万社収録）および企業概要データベース COSMOS2（約 135 万社）を利用し、APEC 域内で国際取引（海外現地法人保有企業、海外取引先保有企業、現地事務所保有企業）を行っている企業を段階別に計 2,850 件を抽出した。

#### b) 郵送アンケート調査の実施、フォローコールの実施

調査対象企業へアンケート調査票及び返信用封筒を同封の上アンケート調査票を郵送し、回収票の管理を行った。また、調査票配付後、一定期間を経過後に、未返信先を対象としたフォローコールを実施した。また、フォローコール時に必要に応じて電話調査を行った。

#### c) 調査実施期間：2011 年 1 月 7 日～2 月 4 日

#### d) 有効回収サンプル数：1417 件(有効回収率 49.7%)

※同一事業者の重複回答の排除等、データの補正を行い、「一事業者＝1 サンプル」とする。

### 3.2.3 調査結果概要

#### (1) 日本企業の海外進出状況

国・地域ごとの海外進出の状況について、「現地事務所がある」との回答は「中国」が最も高く30.3%、「現地法人がある」は「米国」で62.4%、「業務委託先がある」は「韓国」62.1%といずれも高い回答割合となった。

問 9. 国・地域ごとの海外進出の状況についてご回答下さい【複数回答】

表 3.2-1 国・地域ごとの海外進出の状況

| 国・地域 |              | 全体    | 現地事務所がある | 現地法人がある | 業務委託先がある | 不明   |
|------|--------------|-------|----------|---------|----------|------|
| アジア  | 1 中国         | 353   | 107      | 198     | 124      | 1064 |
|      |              | 100.0 | 30.3     | 56.1    | 35.1     |      |
|      | 2 香港         | 102   | 22       | 57      | 33       | 1315 |
|      |              | 100.0 | 21.6     | 55.9    | 32.4     |      |
|      | 3 台湾         | 95    | 20       | 23      | 55       | 1322 |
|      |              | 100.0 | 21.1     | 24.2    | 57.9     |      |
|      | 4 韓国         | 103   | 16       | 26      | 64       | 1314 |
|      |              | 100.0 | 15.5     | 25.2    | 62.1     |      |
|      | 5 インドネシア     | 44    | 8        | 24      | 14       | 1373 |
|      |              | 100.0 | 18.2     | 54.5    | 31.8     |      |
|      | 6 パプアニューギニア  | 1     | 0        | 0       | 1        | 1416 |
|      |              | 100.0 | 0.0      | 0.0     | 100.0    |      |
|      | 7 タイ         | 93    | 13       | 52      | 35       | 1324 |
|      |              | 100.0 | 14.0     | 55.9    | 37.6     |      |
|      | 8 マレーシア      | 33    | 4        | 18      | 13       | 1384 |
|      |              | 100.0 | 12.1     | 54.5    | 39.4     |      |
| 欧州   | 9 シンガポール     | 56    | 10       | 30      | 22       | 1361 |
|      |              | 100.0 | 17.9     | 53.6    | 39.3     |      |
|      | 10 ベトナム      | 42    | 8        | 15      | 21       | 1375 |
| 北米   |              | 100.0 | 19.0     | 35.7    | 50.0     |      |
|      | 11 フィリピン     | 25    | 4        | 15      | 7        | 1392 |
|      |              | 100.0 | 16.0     | 60.0    | 28.0     |      |
| 中南米  | 12 ブルネイ      | 1     | 0        | 0       | 1        | 1416 |
|      |              | 100.0 | 0.0      | 0.0     | 100.0    |      |
|      | 13 その他       | 23    | 6        | 9       | 9        | 1394 |
| 大洋州  |              | 100.0 | 26.1     | 39.1    | 39.1     |      |
|      | 14 西欧        | 68    | 16       | 29      | 27       | 1349 |
|      |              | 100.0 | 23.5     | 42.6    | 39.7     |      |
| 北米   | 15 東欧        | 20    | 3        | 10      | 8        | 1397 |
|      |              | 100.0 | 15.0     | 50.0    | 40.0     |      |
|      | 16 ロシア       | 13    | 4        | 5       | 7        | 1404 |
| 北米   |              | 100.0 | 30.8     | 38.5    | 53.8     |      |
|      | 17 米国        | 109   | 19       | 68      | 30       | 1308 |
|      |              | 100.0 | 17.4     | 62.4    | 27.5     |      |
| 中南米  | 18 カナダ       | 22    | 5        | 9       | 8        | 1395 |
|      |              | 100.0 | 22.7     | 40.9    | 36.4     |      |
|      | 19 メキシコ      | 11    | 1        | 5       | 5        | 1406 |
| 中南米  |              | 100.0 | 9.1      | 45.5    | 45.5     |      |
|      | 20 ブラジル      | 17    | 3        | 9       | 6        | 1400 |
|      |              | 100.0 | 17.6     | 52.9    | 35.3     |      |
| 中南米  | 21 チリ        | 4     | 1        | 3       | 1        | 1413 |
|      |              | 100.0 | 25.0     | 75.0    | 25.0     |      |
|      | 22 ペルー       | 1     | 0        | 0       | 1        | 1416 |
| 大洋州  |              | 100.0 | 0.0      | 0.0     | 100.0    |      |
|      | 23 その他       | 5     | 2        | 0       | 3        | 1412 |
|      |              | 100.0 | 40.0     | 0.0     | 60.0     |      |
| 大洋州  | 24 オーストラリア   | 24    | 6        | 8       | 10       | 1393 |
|      |              | 100.0 | 25.0     | 33.3    | 41.7     |      |
|      | 25 ニューージーランド | 10    | 0        | 4       | 6        | 1407 |
| 大洋州  |              | 100.0 | 0.0      | 40.0    | 60.0     |      |

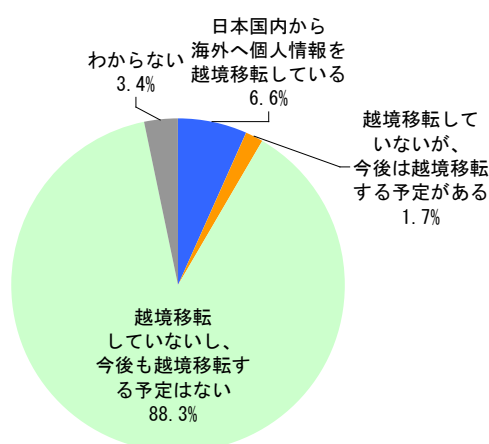
中国への海外進出の傾向をみると、「現地事務所がある」との回答は、他の国・地域と比較して割合が高いものの、中国だけでみると、「現地法人がある」との回答割合が最も高く 56.1%を占める。

## (2) 個人情報の海外越境移転有無

個人情報の海外越境移転有無について、「日本国内から海外へ個人情報を越境移転している」との回答は 6.6%、「越境移転していないが、今後は越境移転する予定がある」は 1.7% となった。移転済み、移転予定企業を併せると 8.3% となった。

問 10. 貴社が日本国内で取得した個人情報（自社社員に関する情報を除く）を何らかのかたちで海外へ越境移転する（国境をまたぐ）ことはありますか。【単一回答】

※移転とはデータの送信のみならずアクセス・閲覧を含みます。



n=1401

図 3.2-1 個人情報の海外越境移転の有無

表 3.2-2 個人情報の海外越境移転の有無

|         |         | 問10 顧客の個人情報データの海外越境移転有無 |                        |                           |                           |       |
|---------|---------|-------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|-------|
|         |         | 合計                      | 日本国内から海外へ個人情報を越境移転している | 越境移転していないが、今後は越境移転する予定がある | 越境移転していないし、今後も越境移転する予定はない | わからない |
| 全体      |         | 1401                    | 92                     | 24                        | 1237                      | 48    |
|         |         | 100.0                   | 6.6                    | 1.7                       | 88.3                      | 3.4   |
| 海外進出段階別 | 現地事務所あり | 632                     | 51                     | 15                        | 540                       | 26    |
|         |         | 100.0                   | 8.1                    | 2.4                       | 85.4                      | 4.1   |
|         | 現地法人あり  | 617                     | 32                     | 8                         | 559                       | 18    |
|         |         | 100.0                   | 5.2                    | 1.3                       | 90.6                      | 2.9   |
|         | 取引先あり   | 152                     | 9                      | 1                         | 138                       | 4     |
|         |         | 100.0                   | 5.9                    | 0.7                       | 90.8                      | 2.6   |



### (3) 個人情報の海外越境移転がない理由

個人情報の海外越境移転がない理由について、「そもそも必要性がないため」との回答が93.4%と圧倒的に高い割合を示している。

一方、「現地での個人情報保護管理に関する法制度が不十分であるため」との回答も3.9%と僅かながら確認でき、現地での法制度整備に対する一定のニーズを確認することができる結果となった。

問 11. 日本国内で取得した顧客の個人情報（自社社員に関する情報を除く）を海外に越境 移転する予定がないと回答される理由は何ですか。【複数回答】

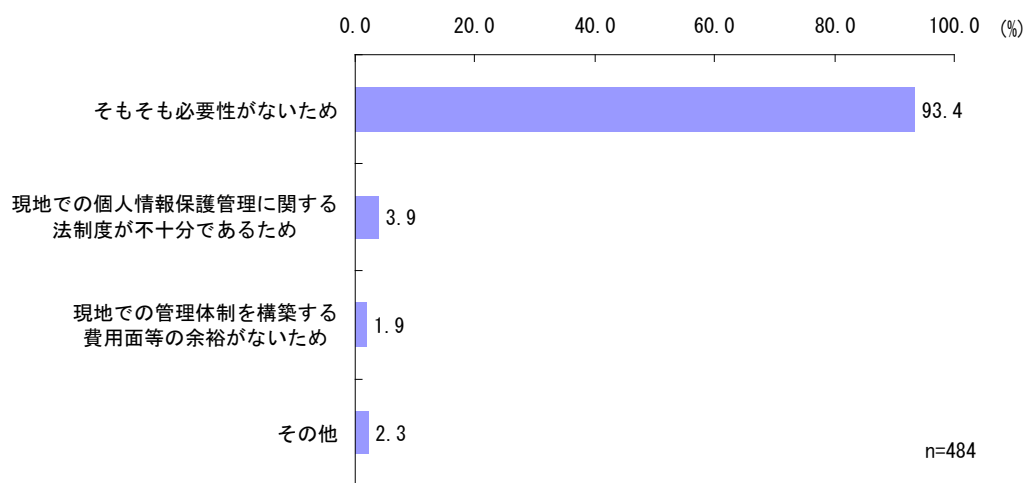


図 3.2-2 個人情報の海外越境移転がない理由

海外進出段階別では現地法人ありが、「現地での個人情報保護管理に関する法制度が不十分であるため」との回答割合が比較的高い傾向となった。

#### (4) 個人情報の海外越境移転先国・地域

個人情報の海外越境移転先国・地域では、「中国」との回答が70.8%と圧倒的に高い割合を示している。次いで、「台湾」「米国」がいずれも23.6%となった。

全体としては、調査票で提示したすべての国・地域において回答が確認できたことから、世界中で個人情報の越境移転が進んでいる様子がわかる。

問 12-1. 越境移転先の国・地域および具体的な移転先組織についてご回答ください。【複数回答】

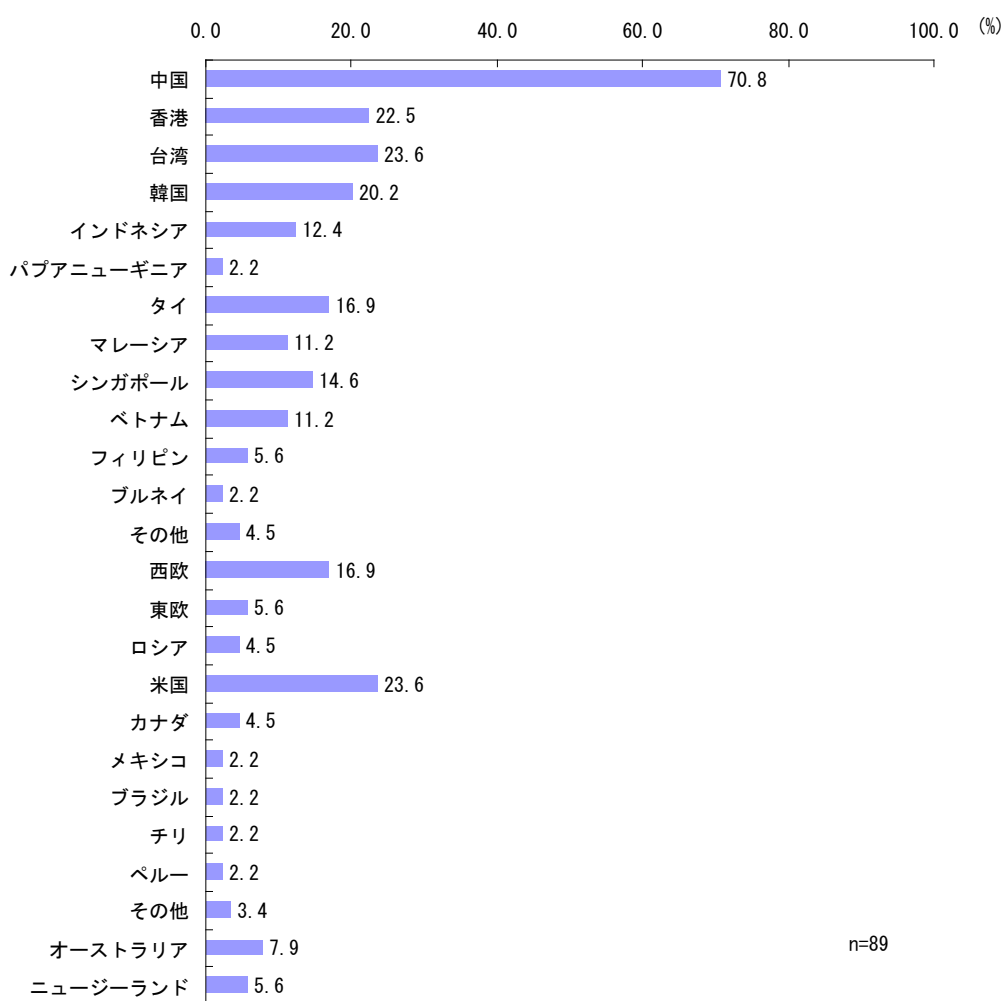


図 3.2-3 個人情報の海外越境移転先国・地域

## (5) 個人情報の海外越境移転先組織

個人情報の海外越境移転先組織では、現地事務所との回答がなく、全体としては業務委託先での越境移転が比較的ある様子が読み取れる。

なお、業務委託先では「中国」との回答が65.8%、「香港」は69.2%となっている。

問 12-2. 越境移転先の国・地域および具体的な移転先組織についてご回答ください。【複数回答】

表 3.2-3 個人情報の海外越境移転先組織

| 国・地域 |             | 全体          | 現地事務所    | 現地法人       | 業務委託先      | その他        | わからない     | 不明 | 非該当  |
|------|-------------|-------------|----------|------------|------------|------------|-----------|----|------|
| アジア  | 1 中国        | 38<br>100.0 | 0<br>0.0 | 14<br>36.8 | 25<br>65.8 | 6<br>15.8  | 0<br>0.0  | 54 | 1325 |
|      | 2 香港        | 13<br>100.0 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 9<br>69.2  | 4<br>30.8  | 2<br>15.4 | 79 | 1325 |
|      | 3 台湾        | 13<br>100.0 | 0<br>0.0 | 2<br>15.4  | 4<br>30.8  | 6<br>46.2  | 1<br>7.7  | 79 | 1325 |
|      | 4 韓国        | 11<br>100.0 | 0<br>0.0 | 1<br>9.1   | 4<br>36.4  | 5<br>45.5  | 1<br>9.1  | 81 | 1325 |
|      | 5 インドネシア    | 6<br>100.0  | 0<br>0.0 | 2<br>33.3  | 2<br>33.3  | 3<br>50.0  | 1<br>16.7 | 86 | 1325 |
|      | 6 パプアニューギニア | 1<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>100.0 | 0<br>0.0  | 91 | 1325 |
|      | 7 タイ        | 9<br>100.0  | 0<br>0.0 | 4<br>44.4  | 5<br>55.6  | 3<br>33.3  | 0<br>0.0  | 83 | 1325 |
|      | 8 マレーシア     | 6<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 4<br>66.7  | 2<br>33.3  | 0<br>0.0  | 86 | 1325 |
|      | 9 シンガポール    | 7<br>100.0  | 0<br>0.0 | 1<br>14.3  | 4<br>57.1  | 3<br>42.9  | 1<br>14.3 | 85 | 1325 |
|      | 10 ベトナム     | 7<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 3<br>42.9  | 4<br>57.1  | 0<br>0.0  | 85 | 1325 |
|      | 11 フィリピン    | 2<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 2<br>100.0 | 0<br>0.0  | 90 | 1325 |
|      | 12 ブルネイ     | 1<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>100.0 | 0<br>0.0  | 91 | 1325 |
|      | 13 その他      | 2<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 2<br>100.0 | 0<br>0.0  | 90 | 1325 |
| 欧州   | 14 西欧       | 9<br>100.0  | 0<br>0.0 | 3<br>33.3  | 5<br>55.6  | 2<br>22.2  | 0<br>0.0  | 83 | 1325 |
|      | 15 東欧       | 2<br>100.0  | 0<br>0.0 | 1<br>50.0  | 1<br>50.0  | 1<br>50.0  | 0<br>0.0  | 90 | 1325 |
|      | 16 ロシア      | 2<br>100.0  | 0<br>0.0 | 1<br>50.0  | 1<br>50.0  | 1<br>50.0  | 0<br>0.0  | 90 | 1325 |
| 北米   | 17 米国       | 13<br>100.0 | 0<br>0.0 | 3<br>23.1  | 7<br>53.8  | 4<br>30.8  | 1<br>7.7  | 79 | 1325 |
|      | 18 カナダ      | 2<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 1<br>50.0  | 1<br>50.0  | 0<br>0.0  | 90 | 1325 |
|      | 19 メキシコ     | 1<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>100.0 | 0<br>0.0  | 91 | 1325 |
| 中南米  | 20 ブラジル     | 1<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>100.0 | 0<br>0.0  | 91 | 1325 |
|      | 21 チリ       | 1<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>100.0 | 0<br>0.0  | 91 | 1325 |
|      | 22 ペルー      | 1<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>100.0 | 0<br>0.0  | 91 | 1325 |
|      | 23 その他      | 2<br>100.0  | 0<br>0.0 | 1<br>50.0  | 0<br>0.0   | 1<br>50.0  | 0<br>0.0  | 90 | 1325 |
| 大洋州  | 24 オーストラリア  | 5<br>100.0  | 0<br>0.0 | 1<br>20.0  | 2<br>40.0  | 2<br>40.0  | 0<br>0.0  | 87 | 1325 |
|      | 25 ニュージーランド | 3<br>100.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 1<br>33.3  | 2<br>66.7  | 0<br>0.0  | 89 | 1325 |

## (6) 海外越境移転した個人情報の処理・保管状況

海外越境移転した個人情報の処理・保管状況は、中国では「現地で業務処理（データ入力・加工等）」を行っているとの回答は 56.8%、「現地で物理的に保管（サーバ設置等）」をしている」との回答が 51.4%と拮抗した結果となっている。また、「現地で業務処理（データ入力・加工等）」をしている」と「現地で物理的に保管（サーバ設置等）」をしている」の両方の業務を行っているが全体で 9 件となった。（中国：3 件、香港：1 件、タイ：3 件、シンガポール：1 件、西欧：1 件）

問 13. 越境移転した個人情報について、国・地域ごとの処理・保管状況についてご回答ください。

【複数回答】 移転とはデータの送信のみならずアクセス・閲覧を含みます。

表 3.2-4 海外越境移転した個人情報の処理・保管状況

| 国・地域 |             | 全体    | 現地で業務処理（データ入力・加工等）を行っている | 現地で物理的に保管（サーバ設置等）をしている | 不明 | 非該当  |
|------|-------------|-------|--------------------------|------------------------|----|------|
| アジア  | 1 中国        | 37    | 21                       | 19                     | 55 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 56.8                     | 51.4                   |    |      |
|      | 2 香港        | 11    | 5                        | 7                      | 81 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 45.5                     | 63.6                   |    |      |
|      | 3 台湾        | 10    | 4                        | 6                      | 82 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 40.0                     | 60.0                   |    |      |
|      | 4 韓国        | 10    | 7                        | 3                      | 82 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 70.0                     | 30.0                   |    |      |
|      | 5 インドネシア    | 5     | 3                        | 2                      | 87 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 60.0                     | 40.0                   |    |      |
|      | 6 パプアニューギニア | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
|      | 7 タイ        | 8     | 7                        | 4                      | 84 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 87.5                     | 50.0                   |    |      |
|      | 8 マレーシア     | 5     | 2                        | 3                      | 87 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 40.0                     | 60.0                   |    |      |
| 欧州   | 9 シンガポール    | 6     | 3                        | 4                      | 86 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 50.0                     | 66.7                   |    |      |
|      | 10 ベトナム     | 5     | 2                        | 3                      | 87 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 40.0                     | 60.0                   |    |      |
| 北米   | 11 フィリピン    | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
|      | 12 ブルネイ     | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
| 中南米  | 13 その他      | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
|      | 14 西欧       | 8     | 4                        | 5                      | 84 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 50.0                     | 62.5                   |    |      |
| 大洋州  | 15 東欧       | 2     | 1                        | 1                      | 90 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 50.0                     | 50.0                   |    |      |
|      | 16 ロシア      | 2     | 0                        | 2                      | 90 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
| 北米   | 17 米国       | 12    | 4                        | 8                      | 80 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 33.3                     | 66.7                   |    |      |
|      | 18 カナダ      | 2     | 0                        | 2                      | 90 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
| 中南米  | 19 メキシコ     | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
|      | 20 ブラジル     | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
| 大洋州  | 21 チリ       | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
|      | 22 ペルー      | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
| 大洋州  | 23 その他      | 1     | 0                        | 1                      | 91 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 0.0                      | 100.0                  |    |      |
|      | 24 オーストラリア  | 4     | 2                        | 2                      | 88 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 50.0                     | 50.0                   |    |      |
| 大洋州  | 25 ニュージーランド | 2     | 1                        | 1                      | 90 | 1325 |
|      |             | 100.0 | 50.0                     | 50.0                   |    |      |

#### (7) 海外越境移転している個人情報件数

海外越境移転している顧客の個人データの件数は、「1 千件未満」との回答が 70.2%を占めている。

一方、顧客の個人情報が海外越境移転しているにもかかわらず、その件数を「把握していない」との回答は、19.3%にのぼった。

問 14. 日本で取得した個人情報はおよそ常時何件程度、海外に越境移転していますか。のべ件数ではなく、保有している個人情報によって識別可能な特定の個人の数でお答えください。【単一回答】

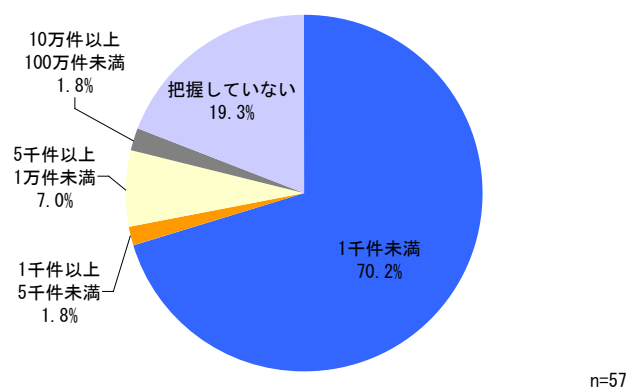


図 3.2-4 海外越境移転している顧客の個人データの件数

#### (8) 海外越境移転先での事故事案（漏えい等）の有無

海外越境移転先での事故事案（漏えい等）の有無について、「漏えい事案はない」との回答が96.5%を占めた。

一方、僅少ではあるが、「現地事務所からの事故事案がある」「現地法人からの事故事案がある」「その他の機関かたの事故事案がある」との回答もあり、事故を経験している企業が存在していることが確認できる。

問 16. 越境移転先である海外にて個人情報の事故事案（漏えい等）はありましたか。【複数回答】

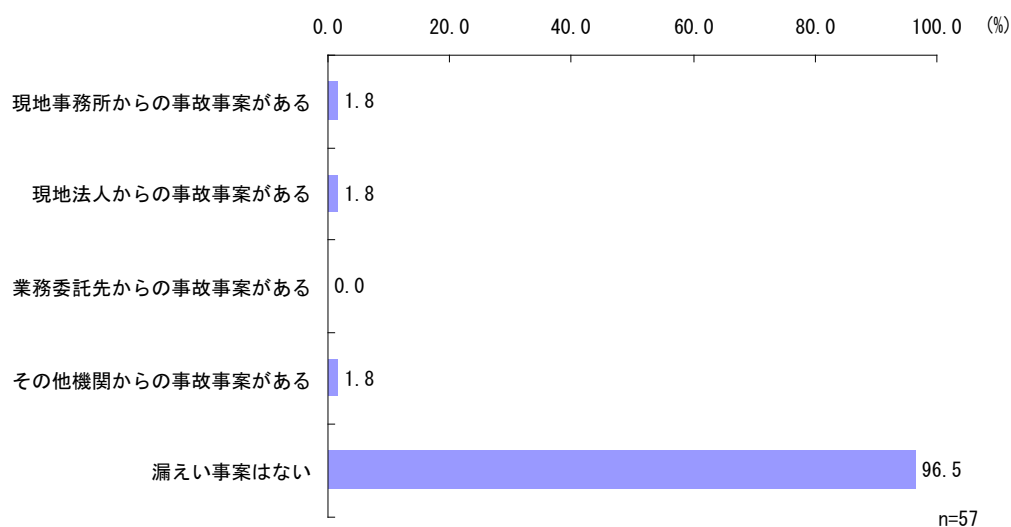


図 3.2-5 海外越境移転先での事故事案(漏えい等)の有無

### (9) 海外越境移転先での意識的な管理

海外越境移転先での意識的な管理について、「行っている（予定）」との回答は 56.8%を占めた。

また、「行っていない（予定はないが）必要だと考えている」は 37.8%となった。

なお、当該設問は、(2) 個人情報の海外越境移転有無について、越境移転している（予定を含む）企業に回答を限定している設問であった。このことから、実際に海外越境移転を経験（予定を含む）している企業では、海外においても個人情報保護の重要性を意識した管理必要性について、何らかの対応をする必要性があると認識している企業が一定程度あることが読み取れる。

問 17. 越境移転先である海外の国・地域では個人情報保護の重要性を意識した管理を行っていますか。【単一回答】

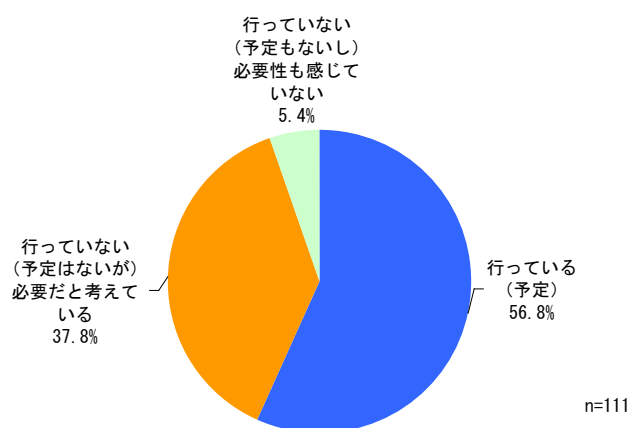


図 3.2-6 海外越境移転先での意識的な管理

### (10) 個人情報の海外越境移転にあたり対策必要性を感じたきっかけ

個人情報の海外越境移転にあたり対策必要性を感じたきっかけは、「重要情報の保持」と回答した割合が最も高く 52.8%占め、次いで「法令（個人情報保護法等）の制定」が 45.8%となった。

また、何らかの個人情報の事故事案（漏えい等）を経験している企業のサンプル数は僅少であり、対策の必要性を感じたきっかけという本問への回答割合は事故事案（漏えい等）が無い企業を含めた全体に占める割合として算出しているため、いずれも 1 割程度となったと捉える必要がある。

問 18. 海外への個人情報の越境移転に関して何らかの対策の必要性を感じたきっかけは何ですか。【複数回答】

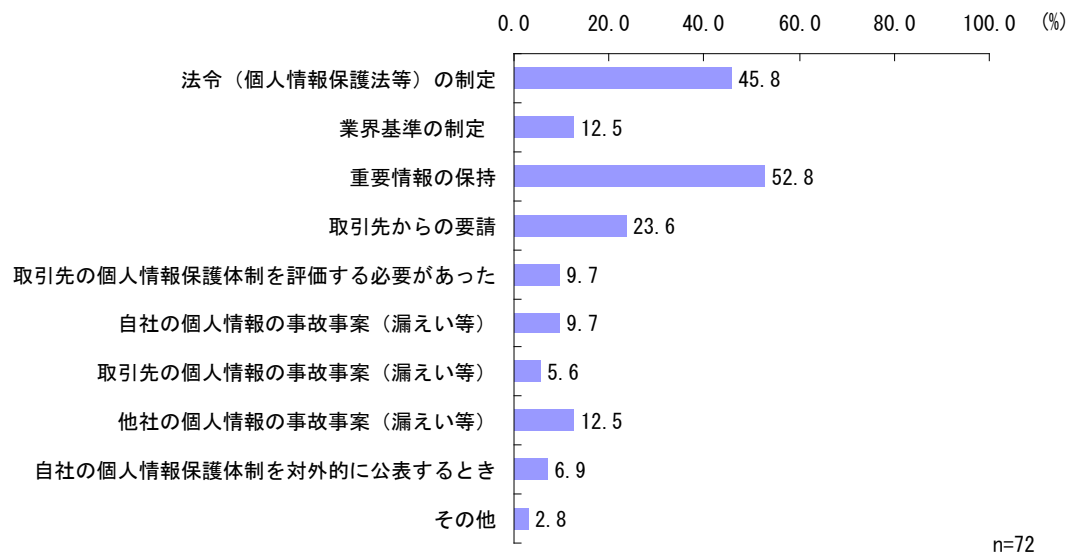


図 3.2-7 個人情報の海外越境移転にあたり対策必要性を感じたきっかけ

#### (11) 海外越境移転先での個人情報保護管理方法

海外越境移転先での個人情報保護管理方法について、「実施している」との回答はいずれの対策においても回答割合が 6 割を超え、「従業員や委託先に対する教育・訓練の実施等の人的な安全管理対策」が 66.7%で最も高い割合を占めた。

「実施している」では、「個人情報の取扱いに関するルール、体制整備等の組織的な安全管理対策」「従業員や委託先に対する教育・訓練の実施等の人的な安全管理対策」がいずれも 70.2%となった。今後は、組織的、人的な安全管理対策が必要であると考えている傾向にあることが窺われる。

問 19. 越境移転先である海外での個人情報保護管理方法として実施していること、および実施予定をお答えください。【複数回答】



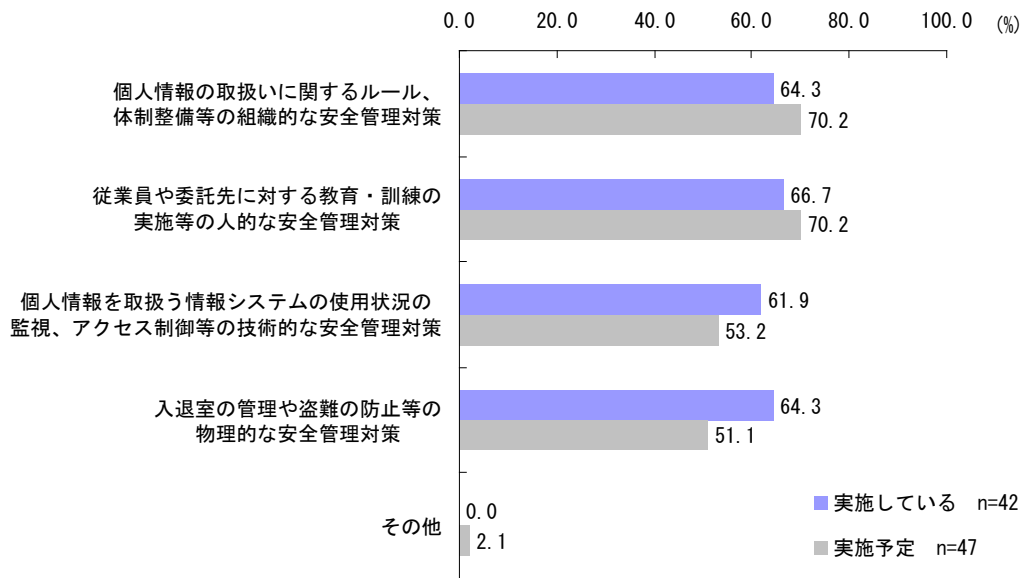


図 3.2-8 海外越境移転先での個人情報保護管理方法

#### (12) 海外の委託先や取引先の選定条件

海外の委託先や取引先の選定条件について、「委託先選定基準や取引条件としている」との回答は6.1%で、「選定の際の重要な考慮事項としている」「一定の考慮事項としている」を併せた、考慮している企業は55.7%となり過半数となった。

一方、「考慮しない」との回答も 4 割強確認でき、海外での取引時の個人情報保護管理体制への意識にばらつきがある様子が読み取れる。

問 20. 海外の委託先や取引先を選定する際に個人情報保護管理体制について考慮します【単一回答】

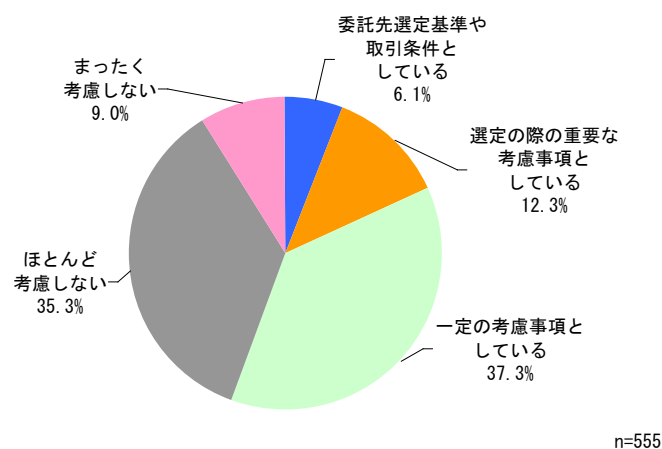


図 3.2-9 海外の委託先や取引先の選定条件

### (13) 海外における個人情報保護に関する認定制度取得事業者の委託・取引先選定への考慮

海外の委託先や取引先に対して個人情報保護の認定制度の認定有無が選定に考慮するかの質問に、「委託先選定基準や取引条件とするだろう」との回答は 5.7%で、「選定の際の重要な考慮事項とするだろう」「一定の考慮事項とするだろう」を併せた考慮する見込みのある企業は 61.3%となった。

問 21. 個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者等を認定する制度として、日本ではプライバシーマークがあります。他の国や地域においてもこのような認定制度があれば、当該地域において委託先や取引先を選定する際に、認定を受けているかどうかを考慮すると思いますか。【単一回答】

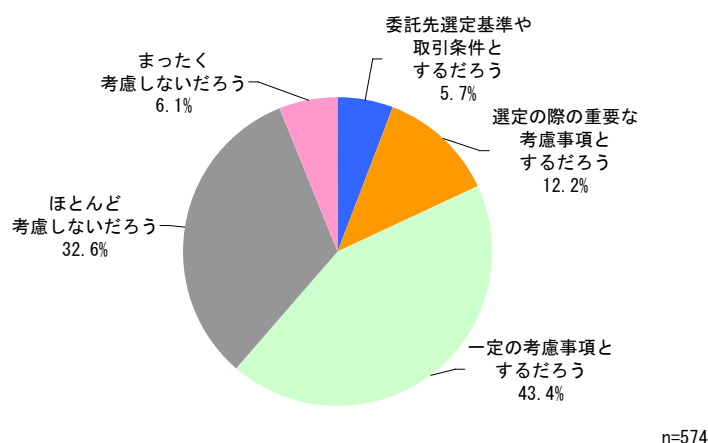


図 3.2-10 新設認定制度の委託・取引先選定への考慮について

### (14) 個人情報越境移転の課題

個人情報越境移転の課題は、「個人情報越境移転に関する情報不足（国内・外での支援機関・制度・リスクを知らない等）」との回答割合が最も高く 60.4%を占めた。

問 22. 日本の個人情報保護法では、個人情報の越境移転に係る明確な規定がないため、企業は個人情報の越境移転について自発的にマネジメントを確立し、自社の取り組みを Web などで積極的に公表する必要があります。このような取組みを進めるうえで、解決すべき課題は何でしょうか。【複数回答】

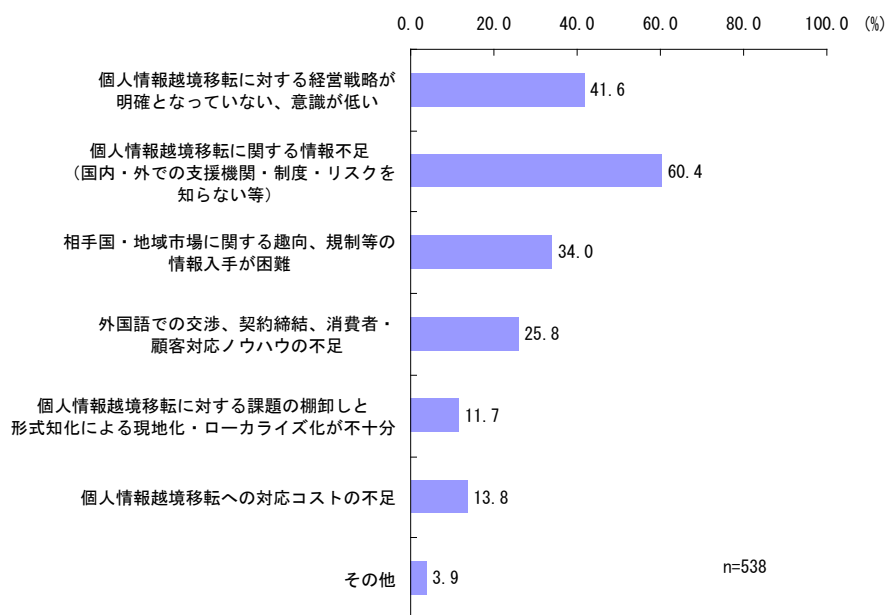


図 3.2-11 個人情報越境移転の課題

個人情報越境移転別にみた課題では、特に「越境移転している」「越境移転を予定している」企業で、「個人情報越境移転に関する情報不足 (国内・外での支援機関・制度・リスクを知らない等)」との回答割合が高く、いずれも回答割合は7割を超えている。

個人情報の海外越境移転を身近な事象としている企業の回答がこのような顕著な傾向を示していることから、信憑性は高いと考えられ、調査結果からは、「個人情報越境移転に関する情報不足」は解決優先順位が高い課題といえる。

表 3.2-5 個人情報越境移転の課題

|                 |                           | 合計           | 問22 個人情報越境移転の課題                  |                                            |                            |                              |                                           |                    |           | その他 | 不明  |
|-----------------|---------------------------|--------------|----------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------------------------------|--------------------|-----------|-----|-----|
|                 |                           |              | 個人情報越境移転に対する経営戦略が明確となっていない、意識が低い | 個人情報越境移転に関する情報不足 (国内・外での支援機関・制度・リスクを知らない等) | 相手国・地域市場に関する趣向、規制等の情報入手が困難 | 外国語での交渉、契約締結、消費者・顧客対応ノウハウの不足 | 個人情報越境移転に対する課題の棚卸しと形式知化による現地化・ローカライズ化が不十分 | 個人情報越境移転への対応コストの不足 |           |     |     |
| 全体              |                           | 538<br>100.0 | 224<br>41.6                      | 325<br>60.4                                | 183<br>34.0                | 139<br>25.8                  | 63<br>11.7                                | 74<br>13.8         | 21<br>3.9 |     | 879 |
| 問10 個人情報の海外越境移転 | 日本国内から海外へ個人情報を越境移転している    | 56<br>100.0  | 23<br>41.1                       | 42<br>75.0                                 | 19<br>33.9                 | 17<br>30.4                   | 5<br>8.9                                  | 14<br>25.0         | 0<br>0.0  |     | 36  |
|                 | 越境移転していないが、今後は越境移転する予定がある | 21<br>100.0  | 13<br>61.9                       | 15<br>71.4                                 | 5<br>23.8                  | 7<br>33.3                    | 3<br>14.3                                 | 1<br>4.8           | 0<br>0.0  |     | 3   |
|                 | 越境移転していないし、今後も越境移転する予定はない | 422<br>100.0 | 173<br>41.0                      | 249<br>59.0                                | 149<br>35.3                | 101<br>23.9                  | 52<br>12.3                                | 55<br>13.0         | 16<br>3.8 |     | 815 |
|                 | わからない                     | 31<br>100.0  | 11<br>35.5                       | 13<br>41.9                                 | 10<br>32.3                 | 13<br>41.9                   | 2<br>6.5                                  | 3<br>9.7           | 4<br>12.9 |     | 17  |
|                 | 不明                        | 8<br>100.0   | 4<br>50.0                        | 6<br>75.0                                  | 0<br>0.0                   | 1<br>12.5                    | 1<br>12.5                                 | 1<br>12.5          | 1<br>12.5 |     | 8   |
|                 |                           |              |                                  |                                            |                            |                              |                                           |                    |           |     |     |

## 4. 訪問先一覧

### 4.1 韓国

#### ①韓国貿易情報通信（KTNET）（公認電子文書保管所）

日時：2010 年 9 月 6 日

面談者：

General Manager, Certified e-Document Authority

Senior Manager, Consulting Dept.

Manager, Certified e-Document Authority

Senior Manager, System Administration Team

#### ②情報通信産業振興院（NIPA）

日時：2010 年 9 月 7 日

面談者：

Division Director, Knowledge & Service Industries Promotion Div.

Deputy Director, e-Document Team

Manager, e-Document Team

#### ③Supreme Court of Korea(大法院) IT センター

日時：2010 年 9 月 7 日

面談者：

Officer, Judicial Information Technology

Senior Clerk of Court

SE Senior Leader, e-Registration Office Team, Public/Finance B.U. (LG CNS)

### 4.2 中国

#### ①中国情報産業開発センター（CCID）

日時：2010 年 11 月 15 日

面談者：

Vice-Director, Center of Information Research China Center of Information Industry

Development (CCID)

副研究員、中国社会科学院工業經濟研究所 他 3 名

#### ②北京電子商取引協会（BECA）

日時：2010 年 11 月 16 日

面談者：

秘書長、北京電子商取引協会

秘書長助理、北京電子商取引協会

③iResearch 社

日時：2010 年 11 月 16 日

面談者：Senior Analyst

④中国人民大学情報資源管理学院

日時：2010 年 11 月 17 日

面談者：

Associate Professor, School of Information Resource Management, Renmin University of China, Ministry of Education

Professor, Key Laboratory of Data Engineering and Knowledge Engineering, School of Information Resource Management, University of China, Ministry of Education

⑤Beijing Holding Information Development Co., Ltd. (名策網)

日時：2010 年 11 月 17 日

面談者：

Sales Manager

Marketing Manager

⑥中国国際電子商取引センター (CIECC)

日時：2010 年 11 月 8 日

面談者：

Depty Secretary General、APEC E-COMMERCE BUSINESS ALLIANCE

General Manager, 中国国際電子商取引センター 国富信用

Credit Director, 中国国際電子商取引センター 国富信用

General Manager, 中国国際電子商取引センター [EDI 担当]

#### 4.3 マレーシア

①マレーシア ICT 協会 (PIKOM)

日時：2010 年 10 月 19 日

面談者：

President

General Manager

Executive, Government Affairs

②Company Commission of Malaysia(SSM)

日時：2010年10月22日

面談者：

Deputy CEO (Operation)

Deputy CEO(Service)

Director, Marketing & Business Development Div.

その他7名：政策担当、登録業務担当、ICT担当、顧客管理担当、実行担当、等

③マレーシアコンピュータ協会 (MNCC)

日時：2010年10月22日

面談者：

委員、オープンソース分科会議長

会員

#### 4.4 ベトナム

①国立図書館 (NLV)

日時：2010年10月25日

面談者：Head, Automation Division

②ベトナムソフトウェア協会 (VINASA)

日時：2010年10月25日

面談者：Program Coordinator

③ベトナム EC・IT 庁 (VECITA)

日時：2010年10月25日

面談者：

Deputy Director General

Deputy Head-Training Division

④計画投資省 (MPI) 企業開発局 (EDA)

日時：2010年10月26日

面談者：

Deputy Director, Business Information Center

Officer, Business Information Center

## 4.5 インド

①通信 IT 省情報技術局 (DIT: Department of IT) (International Cooperation)

日時 : 2010 年 10 月 20 日

面談者 : Senior Director, International Cooperation - Bilateral Division

②認証管理局 (CCA: Controller of Certifying Authorities)

日時 : 2010 年 10 月 20 日

面談者 :

Controller of Certifying Authorities (CCA 局長)

Deputy Controller、他 1 名

③通信 IT 省情報技術局 (DIT) (R&D, e-Commerce, SICLD Registry)

日時 : 2010 年 10 月 20 日

面談者 : Scientist 'G' (DIT 内の技術研究のトップ)

④インドインターネット・モバイル協会 (IAMAI)

日時 : 2010 年 10 月 20 日

面談者 :

President

Manager

⑤国家情報センター (NIC)

日時 : 2010 年 10 月 20 日

面談者 : Deputy Director General

⑥通信 IT 省情報技術局 (DIT)

日時 : 2010 年 10 月 21 日

面談者 : Joint Secretary (電子政府担当)

(奥付)

禁 無 断 転 載

平成23年3月発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会

東京都港区芝公園3-5-8  
機械振興会館内  
TEL (3436) 7500

印刷所 株式会社 美行企画

東京都千代田区神田錦町2-5  
アシスト竹橋ビル  
TEL (3219) 2971