

**海外進出・海外展開：  
米国 EC 市場における消費者信頼の  
確立 | レビュー、エンドースメント、  
詐欺防止の法的戦略**

---

弁護士法人  
ファースト&タンデムスプリント法律事務所



## 概要

本稿では、アメリカ EC 市場における消費者信頼の確立に焦点を当て、レビューとエンドースメントの規制、不正行為と詐欺から消費者を保護する法律、そして信用を構築するための法的戦略について詳しく説明します。

## 目次

- 1 はじめに
- 2 アメリカにおけるカスタマーレビューの役割
  - 2.1 カスタマーレビューの重要性：消費者の購入決定への影響
  - 2.2 カスタマーレビュー規制の現状：法的枠組みと企業の責任
- 3 不正行為と詐欺から消費者を保護する機関
  - 3.1 アメリカの消費者保護機関：主要な機関とその役割
  - 3.2 オンライン詐欺への対策と企業の役割
- 4 オンラインビジネスにおける信用の構築
  - 4.1 透明性と誠実さの重要性
  - 4.2 信頼を築くための法的戦略とベストプラクティス
- 5 海外進出の際の法務管理は弁護士への相談をご検討ください

## 1 はじめに

アメリカの EC 市場は、その規模の大きさとマーケットの多様性から、世界中の企業にとって非常に魅力的な事業展開先となっています。日本企業が海外進出を検討する際にも、アメリカの EC 市場を検討することはよくあるでしょう。

この市場で成功を収めるためには、消費者信頼の確立が不可欠となります。消費者は、購入前に商品やサービスに関する情報を求めており、購入の意思決定は主にカスタマーレビューやエンドースメントに大きく左右されます。そのため、オンラインでのビジネス成功には透明性と誠実さが鍵となります。

## 2 アメリカにおけるカスタマーレビューの役割

### 2.1 カスタマーレビューの重要性：消費者の購入決定への影響

アメリカのEC市場におけるカスタマーレビューは、消費者行動において中心的な役割を果たしています。なぜなら、多くの消費者がオンラインでの購入前にカスタマーレビューを参照し、それらの意見をもとに最終的な購入の判断を下すことが一般的だからです。

### 2.2 カスタマーレビュー規制の現状：法的枠組みと企業の責任

アメリカでは、消費者保護と市場の透明性を確保する目的で、カスタマーレビューに関する規制が定められています。連邦取引委員会（FTC）は、虚偽のレビューや誤解を招く情報の掲載を禁止しており、企業は正確かつ誠実な顧客のフィードバックを提供する責任を負っています。

具体的には、偽のレビューの作成や企業に有利なレビューを得るためだけの報酬の提供を禁じる規則が含まれます。また、消費者が誤解を招く情報に基づいて製品を購入した場合、企業は法的責任を負う可能性があります。

これらの規制は、消費者が信頼できる情報に基づいて意思決定を行い、市場の健全性を維持するために極めて重要です。企業は、これらの法的枠組みに適合し、顧客の本物の声を反映するレビューを提供することで、信頼とブランドロイヤルティを築くことができます。

## 3 不正行為と詐欺から消費者を保護する機関

### 3.1 アメリカの消費者保護機関：主要な機関とその役割

アメリカには、消費者を保護するためのいくつかの重要な機関があります。その中でも、連邦取引委員会（FTC）は、競争の促進と公正な市場競争の確保、および不正行為や消費者に対する悪質な取引行為から、消費者の権利を保護する役割を果たしています。FTCは、ECサイト上で、虚偽広告、虚偽の商品情報、そして不当な商慣行に対して監視および執行の役割を担っています。

さらに、消費者金融保護局（CFPB）は、金融製品やサービスに関する消費者の権利を保護し、消費者が金融機関に騙されたり、不公平な契約をさせられたりすることを防止することを目的とし、消費者金融商品・サービスの提供等に関する規制・監督を行っています。

これらの機関は、消費者がオンラインマーケットプレイスでも公正かつ正確な情報に基づいて意思決定を行えるようにするために、重要な役割を果たしています。FTCとCFPBが担う法的枠組みは、消費者が詐欺や不正行為から守られ、健全な市場競争と信頼性のあるビジネス環境が確立されることを目的としています。

### 3.2 オンライン詐欺への対策と企業の役割

オンライン詐欺は、EC市場における深刻な問題であり、企業はこの問題に対処するための重要な役割を担っています。企業は、詐欺的な行為を識別し、それを防止するシステムやプロトコルを実装することが求められます。具体的な対策としては、セキュリティソフトウェアの活用、トランザクションの監視、および顧客データの厳格な保護などが挙げられます。

同時に、企業は顧客に対して、詐欺的な手口やそれを回避する方法について情報を提供することも検討するとよいでしょう。さらに、万が一、詐欺行為が発生した場合には、迅速に対応し、被害を最小限に抑えるための手順を講じることが重要です。このように、企業は詐欺から消費者を保護するために法的規制に準拠するだけでなく、積極的な対策を取ることが期待されています。

## 4 オンラインビジネスにおける信用の構築

### 4.1 透明性と誠実さの重要性

オンラインビジネスにおいて透明性と誠実さは、消費者信頼の基盤を築く上で極めて重要です。透明性とは、製品情報、価格設定、利用規約などを明確にし、消費者が情報に基づいて意思決定を行えるようにすることを意味します。また、誠実さは、企業が倫理的な基準に従い、顧客との約束を守ることと考えることができます。オンライン評価やレビューにおいて真摯な対応をするとともに、消費者の苦情や問題に迅速かつ公正に対処することで、透明性と誠実さは実現されます。

#### 4.2 信頼を築くための法的戦略とベストプラクティス

信頼を築くための法的戦略としては、まず企業は関連する法律と規制を遵守することが不可欠です。これには、広告やマーケティングに関する法律、消費者保護法、およびプライバシーに関する法律の遵守が含まれます。企業は、顧客のプライバシーを保護し、個人データを安全に管理することによって、消費者の信頼を確保する責任があります。

また、顧客からのフィードバックに対して開かれた姿勢を保ち、透明性を確保するために積極的にコミュニケーションを取ることがベストプラクティスとなります。顧客サービスの品質の向上、公正な返品ポリシー、そして顧客のニーズに応える製品やサービスの提供も、信頼構築のために効果的です。このように、法的遵守と組み合わせたベストプラクティスは、オンラインビジネスの信頼性と成功を高めるための鍵となります。

#### 5 海外進出の際の法務管理は弁護士への相談をご検討ください

前述のように、アメリカのEC市場での成功には、消費者信頼の確立が鍵となります。この目的を達成するためには、法的枠組みの理解と適切な活用が不可欠です。弁護士との協力は、日本企業にとって多くの利点をもたらします。海外市場に精通した弁護士であれば、アメリカ市場特有の複雑な法律と規制を解釈し、適切なリーガルチェックを提供することができます。この専門的なサポートにより、企業は法的リスクを最小限に抑えつつ、信頼を構築するための戦略を効果的に実施することが可能となります。

法的枠組みには、消費者保護法、プライバシー法、そして広告に関する法律など、複数の分野が関係しています。これらの法律を漏れなく遵守することによって、企業は顧客に安心感を提供し、ブランドの信頼性を向上させることがで

きます。また、不正行為や詐欺から消費者を保護し、企業の信用を損なう可能性のある問題を未然に防ぐことができます。

日本企業のためのアクションプランとしては、まず、ますます重要性を増すアメリカ市場における特有の法的要件を理解し、それらをビジネスプロセスに組み込むことが必要となります。そのためには、現地の弁護士と緊密に連携し、適切なコンプライアンス戦略を策定することが賢明でしょう。弁護士との協力による法的枠組みの構築は、日本企業がアメリカ市場で消費者信頼を確立し、持続的なビジネス成長を達成するための重要なステップといえます。

ファースト&タンデムスプリント法律事務所では、お客様が海外展開・海外進出の目標を達成できるようなガイダンスとサポートを提供します。国際的な拡張計画に対して、弁護士によるご相談やリーガルチェックのご依頼をお受けしていますので、いつでもお問合せください。

弁護士法人ファースト&タンデムスプリント法律事務所

メール相談：info-fts@tandemsprint.com

(代表弁護士：小野智博)

※本稿の内容は、2023年12月現在の法令・情報等に基づいています。

本稿は一般的な情報提供であり、法的助言ではありません。正確な情報を掲載するよう努めておりますが、内容について保証するものではありません。