TRAFFIC
the wildlife trade monitoring network

2020年12月

TEETERING ON THE BRINK

日本のオンライン象牙取引

西野亮子、北出智美

TRAFFIC REPORT
TEETERING ON THE BRINK

TRAFFIC is a leading non-governmental organisation working globally on trade in wild animals and plants in the context of both biodiversity conservation and sustainable development.

Reproduction of material appearing in this report requires written permission from the publisher.

The designations of geographical entities in this publication, and the presentation of the material, do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of TRAFFIC or its supporting organisations concerning the legal status of any country, territory, or area, or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.

This report was made possible with support from WWF Japan.

SUGGESTED CITATION

Suggested citation: Nishino, R. and Kitade, T. (2020). *Teetering on the brink: Japan's online ivory trade*. TRAFFIC, Japan Office, Tokyo, Japan.

CONTRIBUTING ORGANISATIONS

WWF Japan

ISBN NO. 978-4-915613-39-5

Published by:Japan Office, Tokyo, Japan

© TRAFFIC 2020. Copyright of material published in this report is vested in TRAFFIC.

UK Registered Charity No. 1076722

LAYOUT

Shunji ARAKAWA

本報告書は『TEETERING ON THE BRINK: Japan's online ivory trade』を翻訳したものです。無断転載をお断りします。
転載ご希望の際にはTRAFFICジャパンオフィスまでご一報ください。

2nd edition: revised on 9th December 2020.

謝辞

報告書はTRAFFICネットワークおよびWWFジャパンの同僚をはじめとする多くの方々の支援により完成しました。何よりもまず、草稿を仕上げるのに欠かせない貴重な意見をくださった、Sabri Zain氏、Wilson Lau氏、Lu Gao氏、Giavanna Grein氏、Joyce Wu氏、Ling Xu氏、Linda Chou氏に心よりお礼申し上げます。また、実務を支援いただいたYu Xiao氏、Eleanor Drinkwater氏、Lauren Brown氏、川江心一氏、および報告書の完成に尽力いただいたRichard Thomas氏に心から感謝します。末筆ながら、違法取引分析のために中国語資料による背景データ収集をボランティアで引き受けてくださったZhang Yujia氏の献身的な支援に心から謝意を表します。

本報告書の作成は、WWFジャパンの支援を受けて作成されました。

用語集

B2C取引　事業者と一般消費者（個人）間の取引。事業者がオンライン上の店舗に製品を出品し、一般消費者が購入できる。

C2C取引　一般消費者（個人）間の取引。インターネット・オークションやフリマサイト／アプリで行なわれる非事業者の個人による出品や購入が該当する。

隠れ広告／出品　該当製品（本調査では象牙）ではないと謳っている出品、または明示されていない出品。これらの出品では、暗号や隠語などを用いて、該当品とほのめかしている場合がある。

目次

要旨 ii
提言 iii
背景 1
手法 4
結果と考察 7
サイバーモール（B2C取引） 8
C2Cマーケット 9
インターネット・オークションサイト 11
引き続き懸念が残る取引 12
依然として違法輸出への寄与が懸念される国内市場 15
結論と提言 21

要旨

調査内容

- 象牙の取引禁止措置を自主的に実施している楽天市場、ラクマ、メルカリに続き、インターネットでの象牙取引では国内最大級のプラットフォームであったヤフーショッピング、ヤフオク！で2019年11月より同様の自主的措置が開始されたことに伴い、象牙取引がどのように変化したかを把握するために調査を実施した
- 新型コロナウイルスの影響で実店舗調査の実施が困難な中、日本の象牙市場全体の概況を評価するために、大手オークションハウスの取引状況と、日本からの違法輸出の動向の考察を行なった

結果：企業による自主的取り組みからの成果

- プラットフォームの自主的な象牙取引禁止措置の結果、B2C（事業者と個人間）取引については、ヤフーショッピングと楽天市場で象牙を販売する店舗数、B2CとC2C（個人間）取引が混在するヤフオク！では象牙販売量が、それぞれほぼ100%と99%以上減少した
- B2C、C2C両方の取引について、国内最大級の取引／出品量であったヤフーの象牙取引禁止措置から、他のプラットフォームへ取引が移行している傾向は示されなかった
- C2C取引について、既に象牙取引禁止措置を講じているメルカリとラクマでは、企業によるモニタリングが効果的に実施されていることが確認された

課題：隠れ広告／出品

- 「象牙風」や「マンモス牙」と謳った広告／出品で、本物の象牙の可能性が高い隠れ広告／出品が、B2C、C2C両方の取引で散見された他、画像の不鮮明さなどから判別が困難な製品も多数確認された

課題：法令遵守の欠如

- 調査したプラットフォームのほとんどは象牙取引禁止措置を導入しているにもかかわらず、いくつかの象牙製品の販売事例が確認された。また、事業者の法令遵守レベルは非常に低く、義務となっている事業者登録情報の掲示については74%が非掲示、事業者登録を行なっていない事業者は53%にのぼった

課題：残る国内市場への対応

- ヤフオク！の象牙取引禁止後、毎日オークションでの出品数と落札数が明かに増加したことが確認された一方、落札総額は安定して継続していることがわかった。主要なオークションハウスで進行中の活発な取引は、国内取引を継続的に注視する必要があることを示唆している

課題：続く日本からの違法輸出

- 日本からの違法輸出が継続して起こっていることが確認された。日本から中国向けた押収は2019年に少なくとも36件報告されており、一件の押収量は小規模ではあるものの、この件数は中国が関わる押収の中で最多であった

主な提言

日本政府に向けて

- 日本政府は、狭い例外を除く国内象牙取引の停止に向けた政策に舵を切り、そのための行動計画を、東京オリンピック・パラリンピックまでに策定すること

eコマース企業に向けて

- 象牙取引禁止措置を導入している企業は、企業ポリシーの遵守を強化すること、また、依然として象牙取引を容認しているプラットフォームについては、自主的な取引禁止措置を導入すること

●提言全文は23ページをご覧ください

背景

背景

アフリカゾウの密猟と象牙の違法取引が危機的レベルまで達したことで、野生生物の国際取引を規制する「絶滅のおそれのある野生動植物の種の国際取引に関する条約」（以下、ワシントン条約）では、2016年の第17回締約国会議（CoP17）で、決議10.10（ゾウの標本の取引）[1]が改正され、密猟や違法取引に寄与する象牙市場については閉鎖を求める勧告がされた。以降、国際取引規制にとどまらず、国内の象牙市場が密猟や違法取引の原因とならないことを確実にするための取り組みが各締約国に求められている。その後の2019年のCoP18では、そうした国内市場を持つ締約国が講じている措置を事務局に報告し、常設委員会[2]で実施状況の評価を行うことが決定された（決定18.117-119）[3]。

日本は現在、主要な象牙市場を有するが、象牙の違法輸入が頻発するような状況下にはないと考えられている[4]。また、日本政府は、日本で取引されている象牙は、過去に合法的に輸入した在庫を利用していることから、国内の象牙市場はアフリカゾウの密猟との繋がりがないと評価[5]し、ワシントン条約決議が勧告する市場には該当しないとの立場を示している。しかし、TRAFFICが2017年[6]、2018年[7]に実施した市場調査から、近年象牙が日本から中国を中心とした海外へ違法に輸出されていることおよび、インターネットを含めた国内取引が違法輸出の温床となっている事実が明らかになっている。日本には大量かつ把握できていない象牙の在庫が存在するため、厳格な管理および、確実なトレーサビリティが担保できない中で国内取引を継続するべきではなく、WWFおよびTRAFFICでは決議の勧告に従い、日本政府に狭い例外を除く国内取引の停止を提言している。

こうした中、日本政府が講じてきた対策は、2017年の「絶滅のおそれのある野生動植物の種の保存に関する法律」（以下、種の保存法）を改正[8]（2018年６月１日より施行）、および2019年７月に導入した全形象牙の登録審査の厳格化[9]であった。しかしながらこれらの措置は、対象が象牙取扱事業者と全形象牙に限られ、加工品や製品の合法性の証明やトレーサビリティ、および在庫の全量把握については依然措置が講じられていない。こうした傍ら、2020年１月に東京都が独自に「象牙取引規制に関する有識者会議」を設置[10]し、国際都市として規制強化に先進的に取り組む姿勢を見せている。また、印鑑（日本で新しく製造される象牙製品の80％が印章である[11]）なしに法人登記が可能となるなど行

---

1 CITES Resolution Conf.10.10（Rev.CoP18）. https://www.cites.org/sites/default/files/document/E-Res-10-10-R18.pdf
2 次回第73回常設委員会については2020年10月に開催が予定されていたが，新型コロナウイルスの影響を受けて延期となっている（2020年10月時点）. https://www.cites.org/sites/default/files/notif/E-Notif-2020-051.pdf
3 CITES Decision 18.117, 118, 119. https://cites.org/eng/taxonomy/term/42050
4 CITES（2016）. CITES CoP17 Doc. 57.6（Rev. 1）, *REPORT ON THE ELEPHANT TRADE INFORMATION SYSTEM（ETIS）*. https://www.cites.org/sites/default/files/eng/cop/17/WorkingDocs/E-CoP17-57-06-R1.pdf
TRAFFIC（2017）. *IVORY TOWERS: 日本の象牙取引と国内市場の評価*. https://www.wwf.or.jp/activities/data/20171220_wildlife01.pdf
5 衆議院（2019）. 第198回国会衆議院環境委員会第5号. http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_kaigiroku.nsf/html/kaigiroku/001719820190510005.htm
6 TRAFFIC（2017）. *IVORY TOWERS:日本の象牙取引と国内市場の評価*. https://www.wwf.or.jp/activities/data/20171220_wildlife01.pdf
7 TRAFFIC（2018）. *Slow Progress:日本の象牙市場の再評価（2018）*. https://www.wwf.or.jp/activities/data/20180927_wildlife01.pdf
8 環境省（2018）. https://www.env.go.jp/press/105546-print.html
9 環境省（2019）. https://www.env.go.jp/press/106849-print.html
10 東京都（2020）. https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2020/01/10/10.html
11 TRAFFIC（2016）. Setting Suns: The Historical Declilne of Ivory and Rhino Horn Markets in Japan. https://www.wwf.or.jp/activities/data/16_Setting_Suns.pdf

政手続きのオンライン化、デジタル化を促進させる「情報通信技術を活用した行政の推進等に関する法律」（以下、デジタル手続き法）が改正[12]（2019年12月16日より施行）され、社会的な象牙利用の在り方にも変化が起きている。

一方のインターネットでの象牙取引については、匿名性が高く、特に個人間で行なわれるC2C取引やインターネット・オークションが種の保存法の管理の枠外で無規制な状態で行なわれており、違法輸出の供給源にもなっていることが指摘されてきた。こうしたリスクの高い取引に対し、TRAFFICでは、2014年[13]、2017年[14]、および2018年[15]に実態調査を実施し、政府とｅコマース企業に象牙のオンライン取引の停止を求めてきた。国際的にはGoogle、eBay、Amazonといったグローバル企業が2014年より以前から禁止措置を講じているが、2017年以降は、こうした背景や国際的な動向を踏まえた日本企業による自主的取り組みが進んでいる。楽天株式会社（以下、「楽天」）と株式会社メルカリ（以下、「メルカリ」）がそれぞれ2017年7月と11月に自社プラットフォーム上での象牙取引を禁止した他、2019年11月より、インターネット上で単独トップと言えるほど象牙の取引量が多かったヤフー株式会社（以下、「ヤフー」）も、象牙取引の禁止を導入した。このことにより、主要なプラットフォームでの象牙製品の取り扱いはできなくなり、オンライン上の象牙取引は、事業者による自社サイトでの取引に事実上限定される形となった。

本調査では、大きな転機となったヤフーの取引禁止措置に伴い、日本におけるインターネットでの象牙取引がどのように変化したか、また、オンライン市場の縮小から見て取れる国内市場全体の概況を評価するための調査を実施した。オンライン市場の変化については、第一に、ヤフーが運営するヤフーショッピングとヤフオク！における象牙取引禁止の効果と影響、第二に、既に自主的措置を講じてから３年近く経つプラットフォーム（メルカリ、楽天市場、ラクマ）における企業モニタリングの効果や課題を把握することに注力した。また、国内市場全体への影響の評価については、今般、オンライン市場以外の実店舗の調査が新型コロナウイルスの影響で実施困難となったが、象牙取引が活発な大手オークションハウスの取引状況を参考に可能な限りの考察をしたほか、日本からの違法輸出の動向についても考察を行なった。本稿では、これらの結果および象牙利用を取り巻く社会状況の変化を踏まえ、実効性のある政策が促進されるように日本政府に対して提言を行なう。

---

12 首相官邸（2019）．https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/hourei/digital.html

13 TRAFFIC（2015）．*日本におけるインターネットでの象牙取引*．https://www.wwf.or.jp/activities/data/20170519_wildlife02.pdf

14 TRAFFIC（2017）．*日本におけるインターネットでの象牙取引―アップデート―*．https://www.wwf.or.jp/activities/data/20170808_wildlife01.pdf

15 TRAFFIC（2018）．*System Error, Reboot Required: 日本におけるインターネットでの象牙取引*．https://www.wwf.or.jp/activities/data/20180913_wildlife01.pdf

手法

手法

調査対象プラットフォーム

本調査は、2020年６月から７月にかけて実施し、過去の結果と比較するため2018年にTRAFFICが実施したインターネットにおける象牙取引調査[16]の手法を踏襲しつつ、**表１**で示すように、新たに３つのプラットフォームを調査対象に追加した。

なお、新規対象のうち毎日オークションは、オンライン専門のプラットフォームではないが、オンライン競売システムを通じた入札が可能な一般参加型のオープンマーケットとして、会場入札制度を取っている日本の大手オークションハウスのひとつであ

表１．2020年６月から７月にかけて調査されたプラットフォーム

カテゴリー	プラットフォーム	象牙製品の禁止	データ収集方法	
			スナップショット	モニタリング
サイバーモール（B2C）	ヤフーショッピング（https://shopping.yahoo.co.jp/）	⊘	✓	
	楽天市場（https://www.rakuten.co.jp/）	⊘	✓	
	ポンパレモール（https://www.ponparemall.com/）	⊘	✓	
	au PAY マーケット（旧Wowma）（https://wowma.jp/）	⊘	✓	
	Qoo10（https://www.qoo10.jp/）	⊘	✓	
	BASE（https://thebase.in/）	⊘	✓	
	minne（https://minne.com/）	⊘	✓	
C2Cマーケット	メルカリ（https://www.mercari.com/jp/）	⊘	✓	✓
	ラクマ（https://fril.jp/）	⊘	✓	✓
	ショッピーズ*（https://shoppies.jp/）		✓	
	ジモティー *（https://jmty.jp/）	⊘	✓	
インターネット・オークションサイト	ヤフオク！（https://auctions.yahoo.co.jp/）	⊘	✓	✓
	モバオク（https://www.mbok.jp/）		✓	✓
ソーシャルネットワーキング・サイト（SNS）	Facebook（https://ja-jp.facebook.com/）	⊘		✓
	Twitter（https://twitter.com/?lang=ja）	⊘		✓
	Instgram（https://www.instagram.com/?hl=ja）	⊘		✓
オークションハウス	毎日オークション*（https://www.my-auction.co.jp/）		６回分の落札結果を比較（2019 ～ 2020年）	

* 2020年新たに追加したプラットフォーム

[16] TRAFFIC（2018）. *System Error, Reboot Required: 日本におけるインターネットでの象牙取引*. https://www.wwf.or.jp/activities/data/20180913_wildlife01.pdf

る。かねてより象牙取引が活発で、特に全形象牙についてはヤフオク！に次ぐ取引プラットフォームであることから、これまでも取引推移をモニタリングしてきた。今回、オンライン市場縮小の影響を把握するという視点で、分析対象に加えた。

検索キーワード

前回の調査に引き続き「象牙」[17]をキーワードに使用した。一方で、取引禁止の影響として、他のプラットフォームへ取引が移行している可能性に加え、偽装した象牙取引の継続や代替材の台頭が考えられることから、2020年６月前半に実施した事前調査で増加が示唆された、「マンモス牙」を検索キーワードとして加えた（SNS、毎日オークションを除く）。

スナップショット分析

各プラットフォーム（**表１**）での象牙取引の概況を把握することを目的に、2020年7月のある一時点で「象牙」および「マンモス牙」をキーワードに検索してヒットしたすべての広告および出品者・店舗の情報を収集した。象牙取引が確認されたプラットフォームについては象牙取り扱い事業者登録情報の掲示、製品認定制度の利用といった種の保存法の遵守[18]状況も確認した。象牙取引を禁止しているプラットフォームについては、隠れ広告の有無と象牙代替材の台頭の有無、その他に2018年調査実施時の出品者・店舗について、出品の継続の有無を確認した。

モニタリング調査

C2Cとオークション、SNS上の取引に関してはメルカリ、ラクマ、ヤフオク！、モバオク、およびSNSサイトで４週間にわたって「象牙」をキーワードに新たな出品広告をモニタリングした。期間は、ヤフオク！を除いて2020年６月14日から７月12日の４週間とした。ヤフオク！では、2019年11月１日より象牙を新たに禁止商材とした（2019年８月に発表）ことから、禁止前後を比較するために、４週間のモニタリングを３回実施した（①取引禁止発表前：2019年６月３日から30日；②取引禁止1カ月後：2019年12月３日から30日；③取引禁止７カ月後2020年６月３日から30日）。

ヤフオク！では、例外的に新たな出品広告のうち実際落札に至った出品のみ、その他のサイトでは新たな出品をすべて記録し（C2Cおよびオークションは１日に１回、SNSは週に１、２回の頻度で公開投稿の中から新規掲載を確認）、象牙製品の個数、カテゴリー、価格、および出品者に関するデータを収集した。対象のプラットフォームすべてで（SNSを除く）、2020年６月から７月のモニタリング期間に「象牙」のほかに「マンモス牙」をキーワードに追加して検索したほか、象牙広告／出品が見つかった際に、それらが企業のモニタリングにより削除されているかを後日確認し、削除されないものについては、企業に通知した。その他、マンモス牙の真贋を中心とした隠れ広告／出品と象牙代替材の台頭について、より詳細に内容を精査した。唯一取引を継続しているモバオクでは、新たな出品の落札結果も追跡し情報を収集した。

オークションハウス取引の考察

毎日オークションについて、運営サイトで公開されている出品および落札結果を2019年２月から2020年６月の間に開催された、象牙製品の取り扱いのあった６回分について収集し、取引推移を分析した。

最後に、調査を通じて得られた法令不遵守または違法行為の可能性に関する情報は、各当局および各プラットフォームを運営する企業に共有した。

---

[17] 2018年ヤフーショッピングでは，象牙取扱量が非常に多かったため，効率的に本物の象牙製品広告を抽出するために検索キーワードは「本象牙」であった．

[18] 種の保存法では，全形象牙の出品広告に登録票の添付を義務付ける条項があるが，スナップショット調査中に全形象牙の出品はなかった．

結果と考察

結果と考察

サイバーモール（B2C取引）

ヤフーショッピングと楽天市場の象牙取引禁止で、B2C取引が激減

日本最大級の象牙取引プラットフォームであるヤフーショッピングでは、2019年11月に象牙取引禁止措置を導入した後、象牙を販売する店舗数は100%減少した。

ヤフーショッピングでは、2018年６月のスナップショット調査時に、「本象牙」[19]のキーワードで少なくとも54店舗で象牙の販売を確認していたが、今回は「象牙」のキーワードでもヒットする店舗はひとつもなかった（**図１**）。なお、楽天市場では、2018年調査時に象牙の販売店舗がひとつもなかったことを確認していたが、今回の調査では、象牙製品を扱うような店舗ではない園芸店において、象牙製品１個の広告を確認した。この広告については、サイトの通報システムを通じて報告をしたところ、後に削除された。いずれにしても、楽天市場で取引禁止前の2017年５月時点で少なくとも55の象牙取り扱い店舗を確認していた（**図１**）ことと併せて、企業による取引禁止措置が効果的に販売量削減に繋がったと言える。

また、他の５つのプラットフォームでの象牙の販

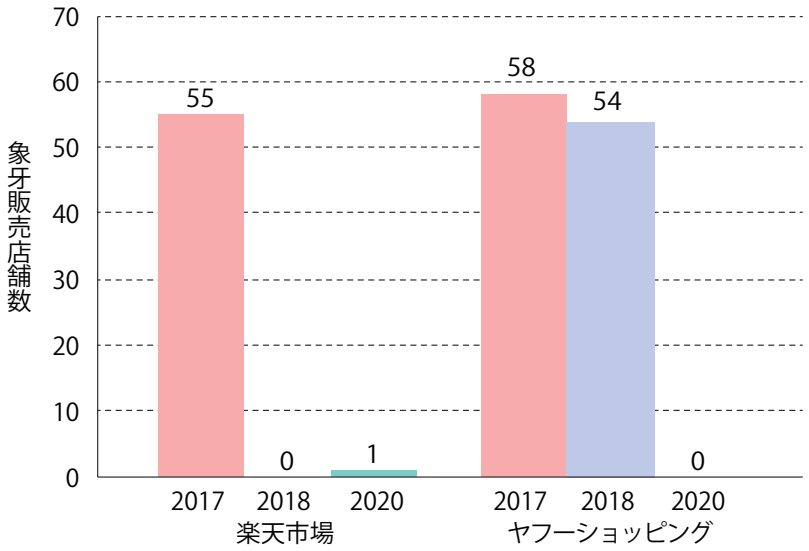


図１．象牙販売広告を確認した店舗数の比較：楽天市場とヤフーショッピング（2017年～ 2020年）

それぞれ2017年５月，2018年６月，2020年７月にキーワード検索を用いて行われたスナップショット調査で象牙販売広告が確認された店舗数．各プラットフォームで取引禁止が導入される前の調査（楽天市場は2017年，ヤフーショッピングは2017年と2018年）では「本象牙」，導入後は「象牙」をキーワードに使用した．このため，取引禁止前の店舗数は全体の一部に過ぎない点に留意すべきである．

[19] 取引禁止前の2107年楽天市場，2017年と2018年ヤフーショッピングでは，象牙取扱量が非常に多かったため，効率的に本物の象牙製品広告を抽出するために「本象牙」を検索キーワードとした他，収集した広告は上位100件のみとした．

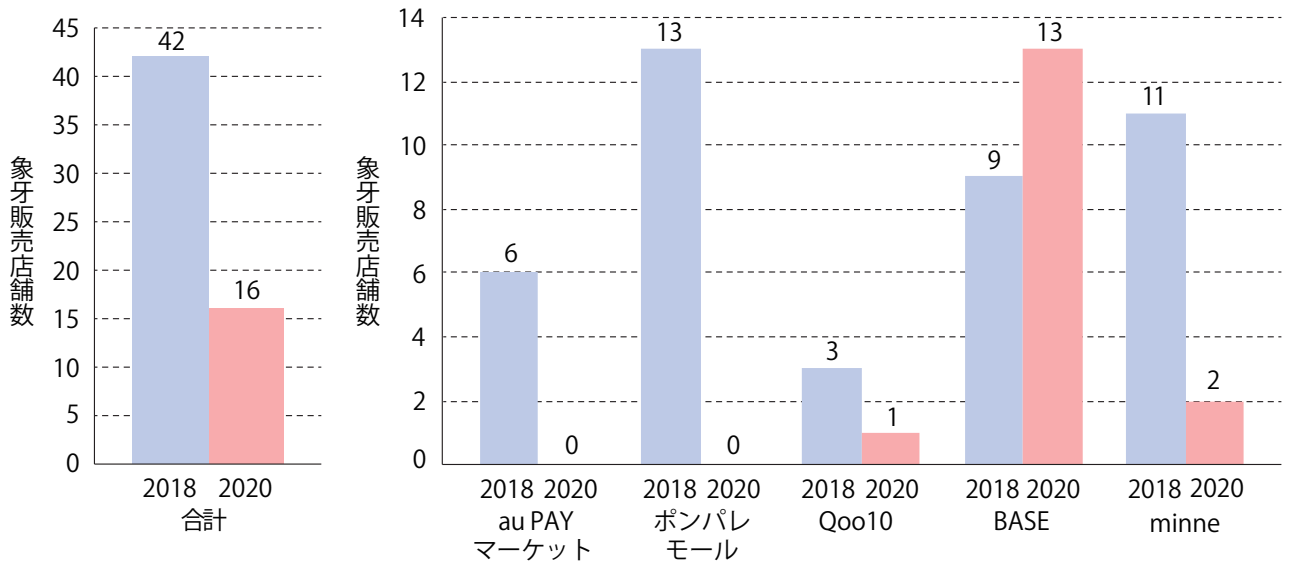


図２．象牙販売広告を確認した店舗数の比較：サイバーモール５つのプラットフォームの合計（左）各プラットフォームの合計（右）

それぞれ2018年６月，2020年７月に「象牙」のキーワード検索を用いて行われたスナップショット調査で象牙販売広告が確認された店舗数.

売店舗については、2018年調査時の合計42店舗から16店舗へと減少していた。モバイル上のみで運営されているBASEで若干の増加（９店舗から13店舗）が見られたものの、その他のプラットフォームでは大幅に減少していた（**図２**）。しかし、これら５つのプラットフォームは、2018年の前回の調査から2020年の今回の調査までの間に、プラットフォーム上での象牙取引を禁止するポリシーが導入されている。これらは、つまり象牙販売事業者はプラットフォームのポリシーに故意に反しているか、または認識していないことを意味する。これらの結果は、経済産業省および関連企業に報告された。

広告が確認された96店舗（楽天市場以外の６つのプラットフォームの合計）の現在の販売状況を確認したところ、現在も象牙製品の販売を継続していたのは４店舗であった。少数ではあるものの、このような事業者による象牙製品の出品の継続は、象牙取引禁止措置の導入が、プラットフォームによって売り手に効果的に伝えられていない可能性を示唆している。一方で、主要なB2Cプラットフォームによる自主的な取引禁止措置によって象牙販売量の劇的な減少がもたらされたと共に、他のB2Cプラットフォームで象牙取引が活発になっている傾向は示されなかった。調査した７つのプラットフォームすべてで、象牙の代替となるような製品出品および、隠れ広告は見つからなかった。

C2Cマーケット

企業のモニタリング継続実施による効果と残る課題

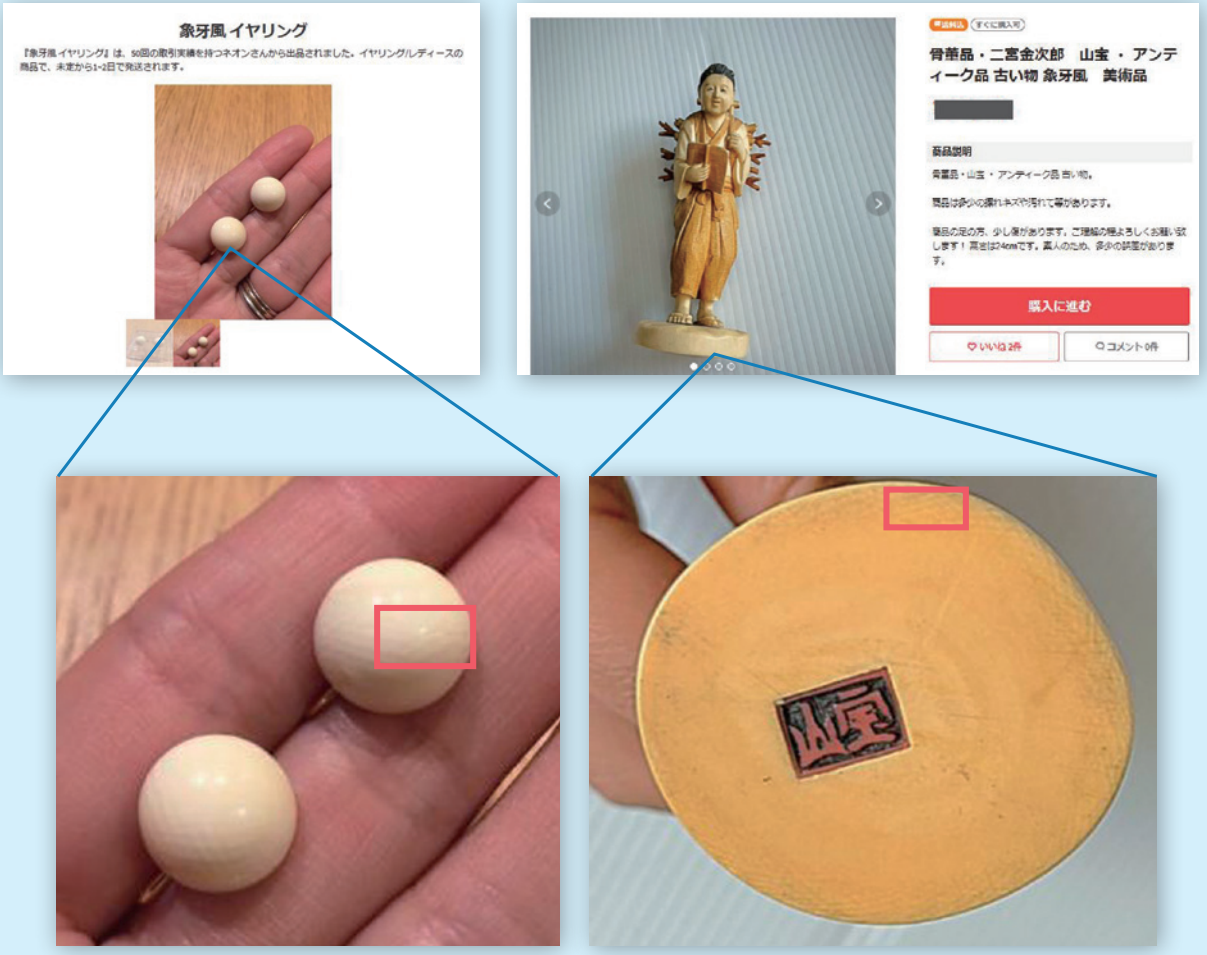
日本国内の主要なC2C取引サイトであるメルカリとラクマでは、2017年より既に象牙が取引禁止商材となっており、2018年に引き続き今回の調査でも、企業側のモニタリングの効果が確認された。一方で、識別について残された課題が示された。

メルカリとラクマでのスナップショット調査では、象牙製品の出品は一切確認されなかった。一方、４週間のモニタリング調査では、唯一メルカリで、明らかに象牙と謳っている出品が２件、合計２個見つかったが、サイトの通報システムを通じて報告したと

ころ、翌日には削除され企業側の迅速な対応を確認することができた。ラクマでは、モニタリング調査においても該当する出品は確認されなかった。これらの結果から、メルカリ、ラクマの両プラットフォームにおける取引禁止措置は、2018年の調査に引き続き、企業のモニタリングを通じて効果的に実施されていることがうかがえた。

今回新たに調査対象に追加した２つのサイトにおいても、象牙製品の出品は限定的であった。象牙取引が禁止されていないショッピーズでの出品はひとつも確認されず、逆に象牙取引禁止措置を導入しているジモティーでは象牙の出品が確認されたが、数としては11個にとどまった。よって、今回調査したいずれのプラットフォームにおいても、C2C取引としても取引量の多かったヤフオク！（個人出品のオークションはC2C取引にあたる）からの取引移行の傾向は示されなかった。

しかし、隠れ広告／出品に関しては、2018年の調査時に確認したような、説明書きなどで本物の象牙と明かしているもの[20]はなかったが、画像を慎重



メルカリ（左）とラクマ（右）における隠れ広告／出品の例．「象牙」で検索したもののうち，それぞれ「象牙風」と表現されていたが模様（シュレーゲル線）から象牙の可能性が高いもの．

※象牙とマンモス牙の識別については，環境省作成のマニュアル
https://www.env.go.jp/nature/yasei/manual_idrs/manuals/ebur_mammoth.pdf　の他，
CITES/WWF/TRAFFIC作成のガイド
https://cites.org/sites/default/files/ID_Manuals/R8_IvoryGuide_07162020_low-res.pdf　がある．

[20] 2018年に実施した前回の調査では，説明書きや出品者のコメントより本物の象牙と明かしている事例が散見された．

に確認したところ、シュレーゲル線[21]から象牙の可能性が高い製品が、モニタリング期間中にメルカリで４個、ラクマで２個見つかった。それらは「象牙風」、「象牙調」、「象牙模様」、「マンモス牙」との表現で出品されていた。これらが意図的に監視の目をかいくぐるための偽装工作であったのか、出品者が象牙と認識していないものなのかは判断ができなかった。その他にも、画像が不鮮明、あるいは細部の確認ができないなどで真贋の判別が困難な状態の疑わしい出品がメルカリで７件、ラクマで８件あった。オンライン取引では、製品に触れたり、実物を確認したりできないため写真が重要な要素となる中で、このような事例は今後の課題として残る。隠れ広告／出品についても、識別能力の問題の他、ひとつひとつの内容を詳細に確認する人的作業に企業内のモニタリング体制でどこまで対処できるかは課題である。近年発展が目覚ましいAI技術の活用、特に画像識別システムの導入などを視野に入れることが必要だが、その際にも鮮明な画像があることが前提となるため、まずは出品の際の条件に画質についての要件を盛り込むなどの対策が望まれる。

インターネット・オークションサイト

ヤフオク！の禁止措置により象牙取引は激減

サイバーモールにおけるヤフーショッピング同様、インターネット・オークションサイトにおいて最も象牙取引が盛んであったヤフオク！で、2019年11月以降象牙が取引禁止商材になったことにより、取引量が99%以上削減されたことが示された。

象牙取引禁止前の2017年５月、2018年６月と2019年６月に実施したモニタリング期間中の落札総額はそれぞれ4,520万円、3,780万円、3,070万円であったのに比べて、取引禁止後の2019年12月および2020年６月には、明らかな象牙出品はひとつも確認されなかった。他方で、隠れ広告／出品と判断できる落札が含まれていたため（６件、10件）、それらを集計したところ、それぞれ６万円、８万円であった。それでも全体としては、禁止措置により象牙取引量は劇的に削減されたことが示された（**図３**）。

隠れ広告／出品については、説明書きで本物の象牙と明かしているものを2019年12月に２件４個確認した。その他はすべて画像（シュレーゲル線）から象牙の可能性が高いと判断されるもので、2019年12月は４件16個、2020年６月は10件23個見つかり、これらの出品時の広告表現は「象牙風」11件36個、「マンモス牙」２件２個、「模象牙」１件１個であった。

ヤフオク！から他のインターネット・オークションサイトへの移行は限定的

取引を禁止していないプラットフォームのうち唯一モバオクで出品数の増加傾向が見られたものの、実際に落札が成立していないことがわかった。従って、ヤフオク！で行なわれていた大量の象牙取引は、インターネット・オークションサイト間で移行してはいないことが明らかになった。

モバオクでは、2018年のモニタリング調査時に象牙の出品が４個だったのに比べて、今回の調査では合計852個（重複を除く）の製品が確認された。しかし、出品者情報と落札結果を確認したところ、期間中の出品者はわずか４人にとどまり、結局落札された製品はひとつもなく、３～７日に制限される出品期間を経て同じ製品が繰り返し出品されていることがわかった。この結果は、特に2019年の禁止措置前のヤフオク！での落札数が6,244個であった

[21] 象牙やマンモス牙を切断すると見られる弧状の曲線．発見者Bernhard Schregerの名前からシュレーゲル線と呼ばれ，曲線が交叉してみえる菱形の確度が象牙とマンモス牙では異なるため識別に用いられる．

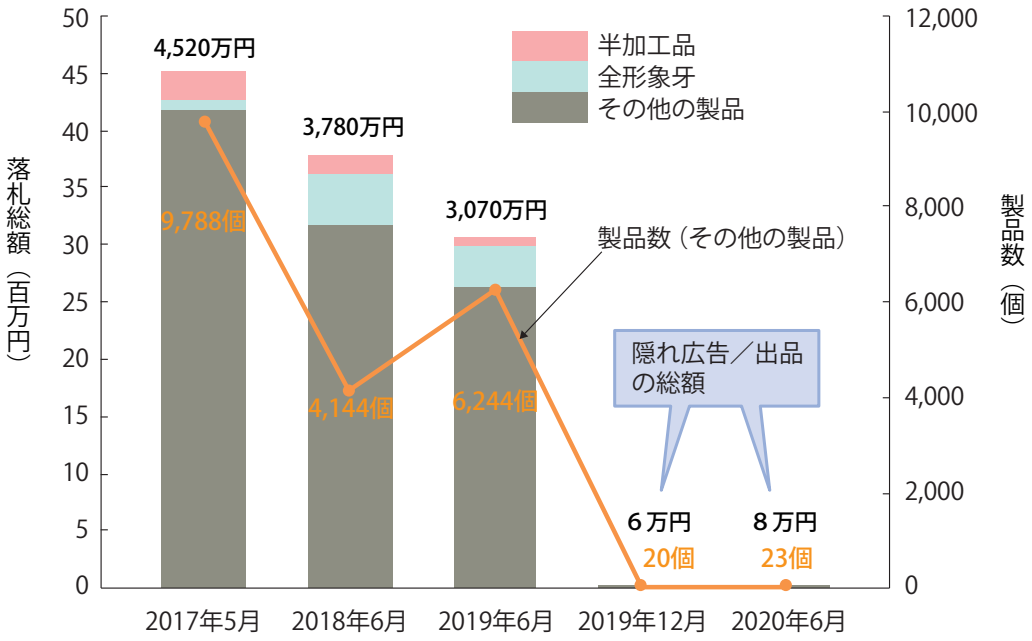


図３．ヤフオク！における2017年～ 2020年の各４週間の調査期間中の象牙製品落札総額と製品数の推移

オレンジ折れ線は，全形象牙と半加工品を除いた落札製品数の総数.
調査期間：2017年5月8日～ 6月4日，2018年6月3日～ 6月30日，2019年6月3日～ 6月30日および12月3日～ 12月30日，2020年6月3日～ 6月30日.

ことを踏まえると、モバオクでの購入者側の需要がほとんどないことを示唆している。C2Cマーケットでの結果と併せて、ヤフオク！の取引禁止は、インターネット・オークションにおいても象牙取引の大幅な削減をもたらしたと言える。

引き続き懸念が残る取引

SNSに増加傾向は見られなかったが、調査手法が限定的であったことに留意が必要

モニタリングが困難なSNSの非公開グループや限定公開の投稿に取引が移行していないか、今回の調査では評価できていない。

SNSにおいて、モニタリング期間中に性質上広告と考えられる投稿から確認した製品数は、2020年調査時のFacebookではひとつもなく、Instagramで24個、Twitterで８個と、2018年調査時のそれぞれ３個、27個、９個から大きな変化は見られなかった。しかし、調査対象のSNSプラットフォームでは既に象牙を含む絶滅が危惧される動物の製品に関する広告などの投稿を禁止している中、主要な他のプラットフォームでの取引禁止に伴い、モニタリングが困難なSNSの非公開グループや限定公開の投稿に取引が移行していないか、今回は評価できていない。

さらには、中国をはじめ、インドネシア、タイ、ベトナムにおいてはSNSが象牙取引に活発に利用されているとの報告[22]もあり、国境に垣根のないSNSの特徴から、日本市場との滞在的なつながりに注意を払う必要がある。また、SNSの利用状況には各国違いがあるため、日本固有の対策として、日本語で

[22] TRAFFIC（2020）. *TRADING FACES: A Snapshot of the Online Ivory Trade in Indonesia, Thailand and Viet Nam in 2016 with an update in 2019*. https://www.traffic.org/site/assets/files/12981/three-country-ivory-report.pdf

の監視強化や、日本で最も人気のあるメッセンジャーアプリであるLINEなど他のプラットフォームへの注意も必要である。

今後も注意が必要なマンモス牙の取引とモニタリングの課題

今回追加した検索キーワード「マンモス牙」の調査からは、マンモス牙が象牙の代替材や隠れ広告／出品の温床となっているとまでは言い難いものの、いくつかの懸念点が浮き彫りになった。

「マンモス牙」検索でヒットした広告／出品は、スナップショット調査では６つのプラットフォームで合計63店舗、C2Cマーケットとオークションサイトにおける４週間のモニタリング調査では３つのプラットフォームで合計93件見つかり、特に、ヤフーショッピング、楽天市場（スナップショット調査：それぞれ129個、126個）、およびメルカリ（モニタリング調査：101個）で多く確認された（**図４**）。マンモス牙と謳っている広告／出品のうち、掲載画像の目視により象牙の可能性が高いものがBASE、ジモティー、ヤフオク！、メルカリで見つかった（**図４**）。それ以外の広告／出品および落札結果の中には、画質が悪く細部の確認ができないことから、判別のできないものが多数あった。特に広告／出品件

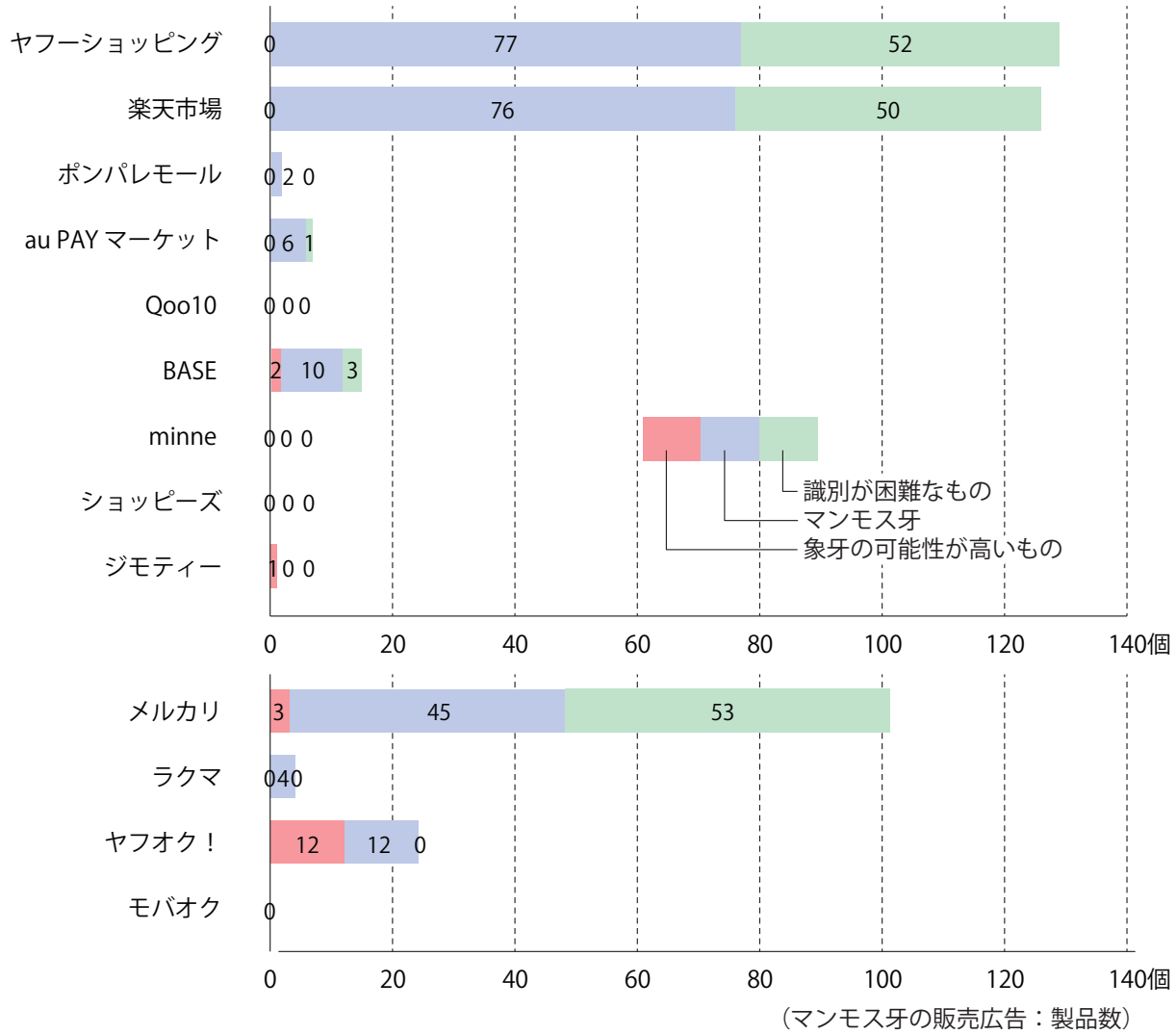


図４．確認したマンモス牙の販売広告による製品の数と識別結果：スナップショット調査（上）とモニタリング調査（下）

調査期間：スナップショット：2020年７月中のある一時点，モニタリング調査：2020年６月14日～７月12日（ヤフオク！のみ：2020年６月３日～30日）

数の多かったヤフーショッピング、楽天市場、メルカリでは、40％から52％で画像からの判断が困難であった（**図４**）。

マンモス牙を検索キーワードとして調査したのは今回がはじめてであるため単純に比較することができないが、仮にマンモス牙の出品がすべて（判別ができないものも含む）本物の象牙であったとしても、取引禁止が進む以前の象牙出品数と比較すると、全体として数は多くない。しかしながら、今後の動向把握の必要性と、特に画像の不備や識別に関する課題を改めて示す結果となった。

法改正後も依然として低い事業者の法令遵守

象牙取り扱い事業者への規制強化の一環で2018年６月１日から事業者登録が義務化され登録情報掲示が必須となったが、オンライン取引を継続する事業者の遵守レベルは低かった。

調査対象のほとんどのプラットフォームが象牙取引を禁止しているにもかかわらず、合計19店舗で象牙製品の出品が確認された。このうち、事業者登録情報を掲示していない事業者が14店舗（74％）、実際に登録すらしていない事業者が10店舗（53％）に上った（**図５**）。また、新しく製造された製品の合法性を証明する任意の製品認定制度（標章制度）の利用については、一例も確認されなかった。これらの結果は、象牙取引禁止を導入したプラットフォーム上での自主的措置の周知が徹底されていない可能性を示唆し、さらに重要なことに、日本政府の規制が、事業者による取引を効果的に管理しているとは言い難いことを示している。

オンライン取引については、企業の先行した取引禁止措置が、取引／販売量削減、とりわけ規制がおよばないC2C取引の排除に大きく貢献したことが今回の調査から確認できたことを踏まえれば、象牙取引を容認している残るプラットフォームでも、取引禁止措置を導入することが望ましい。上記の結果が示すように、少なからず残る事業者の多くが法令遵守を怠っている状況下では、尚更こうした企業側の機動的対応が求められる。また、法令遵守の徹底については、プラットフォーム側での確認もさることながら、政府による事業者への指導やパトロールなどの積極的対策が必要である。今回の調査から明らかになった法令違反の事例については、事業者管理を管轄している経済産業省へ報告を行なった。

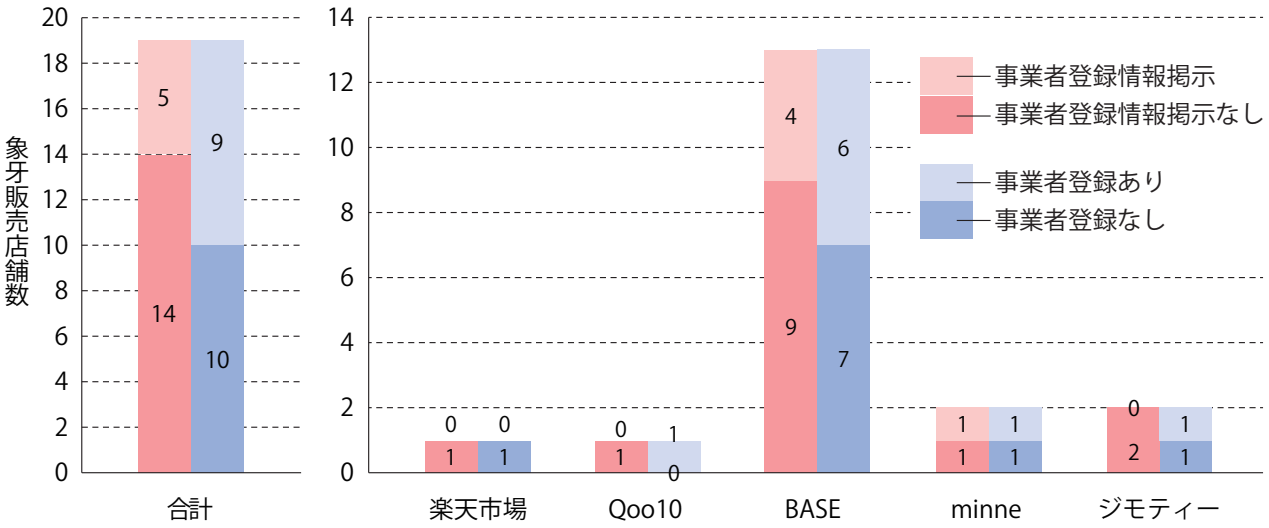


図５．2020年調査時に象牙販売を確認した店舗の法令遵守状況：５つのプラットフォーム合計（左）と各プラットフォーム（右）

ジモティーについてはC2Cマーケットとして位置づけしたが，事業者としても出品が可能なプラットフォームで，今回２店舗が事業者として象牙製品を出品していることを確認した．

依然として違法輸出への寄与が懸念される国内市場

ヤフオク！とモバオクの取引／出品結果から印材・半加工品の増加を確認

象牙取引禁止前のヤフオク！やモバオクの調査結果では、印材・半加工品の出品が増加しており、その大半は匿名の個人によるものだった。この状況は、国際的な違法取引への流出を防ぐために、象牙取引と在庫の厳格な国内管理の重要性を示している。

ヤフオク！で象牙取引が可能であった期間の過去３回の調査（2017年５月８日～６月４日、2018年６月３日～６月30日、2019年６月３日～６月30日）からは、取引の傾向として「装身具」の落札が減り、「印章」が増加していることが確認された（**図６**）。特に2019年の調査で出品内容を確認したところ、使用済みの印章以外に、印章の形にカットされ製品となっていない印材の出品が目立った他、カットピースなどの半加工品の出品が散見された。また、モバオクの2020年の調査（６月14日～７月12日）でも、落札はされなかったものの出品製品の中で「印章（印材）」の割合が高いことが確認された（**図６**）。

こうした印材・半加工品の取引が増加していた理由は明らかでないが、小売市場における需要の減少に伴い、製造業者・卸業者が在庫をインターネット上で販売し、流通が増えていた可能性が考えられる。印材・半加工品は通常事業者が扱うものだが、

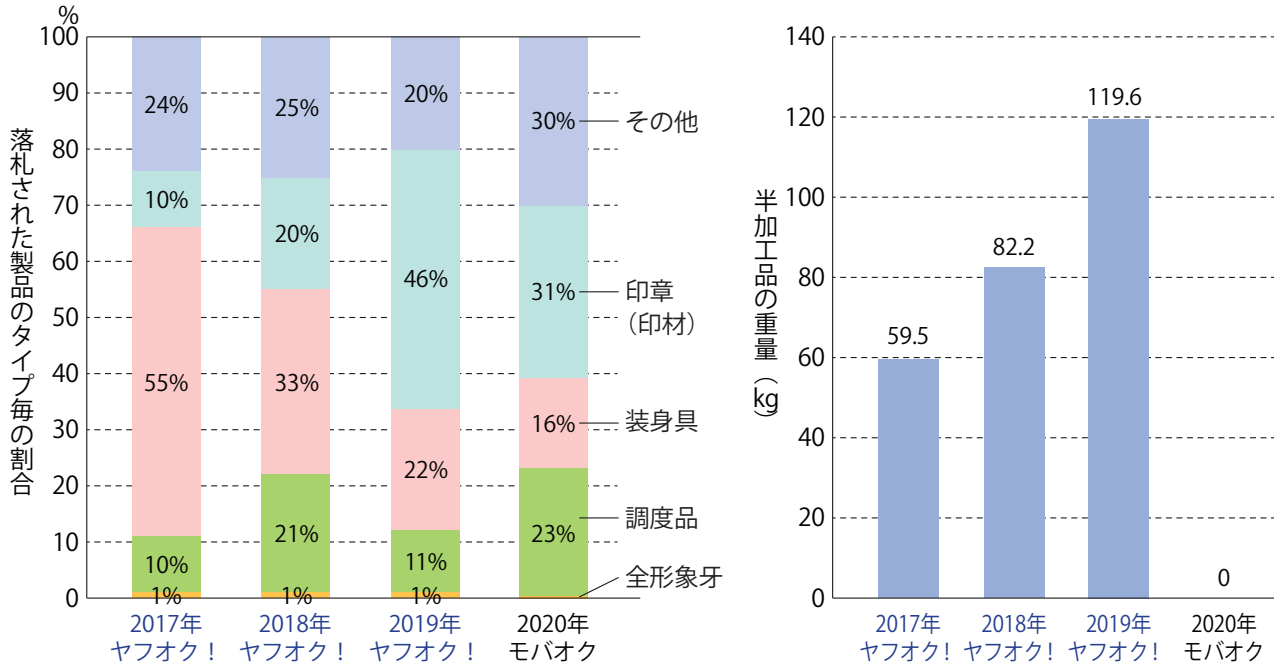


図６．インターネット・オークションサイトで確認された象牙製品タイプの割合（左）と半加工品の重量（右）：ヤフオク！は象牙取引禁止前（2017～2019年）のモニタリング期間中（各４週間）の落札結果、モバオクは2020年の出品数からそれぞれ集計

調査期間とサンプル数：2017年５月８日～６月４日（N=9,810（全形象牙22本含む）），2018年６月３日～６月30日（N=4,449（全形象牙35本含む）），2019年６月３日～６月30日（N=6,263（全形象牙19本含む）），2020年６月14日～７月12日（N=852（全形象牙１本含む））.

※モバオクについては，４週間のモニタリング中に確認した製品で重複を除いてカウントした数

2019年６月のヤフオク！の落札結果では、事業者による出品は３割程度でC2C取引[23]が主流であった。確認された印材・半加工品出品の増加と、それに続くプラットフォームによる自主的な取引禁止措置は、日本の国内市場に大量の在庫が存在し、海外市場への違法な輸出に悪用される可能性があることを示唆している。実際、2017年11月に違法輸出未遂として東京港で印材605個が押収される事件[24]が発生している。日本政府は、在庫を含め、残る国内市場に対して効果的な対応をすることが求められている。

2019年６月の調査時に目立ったヤフオク！での「印章（印材）」出品の例．一度に大量に出品していることも特徴的．左は印章の形態（磨かれている）で彫刻が施される前の印材76本，右はカットされたのみの角材1245g.

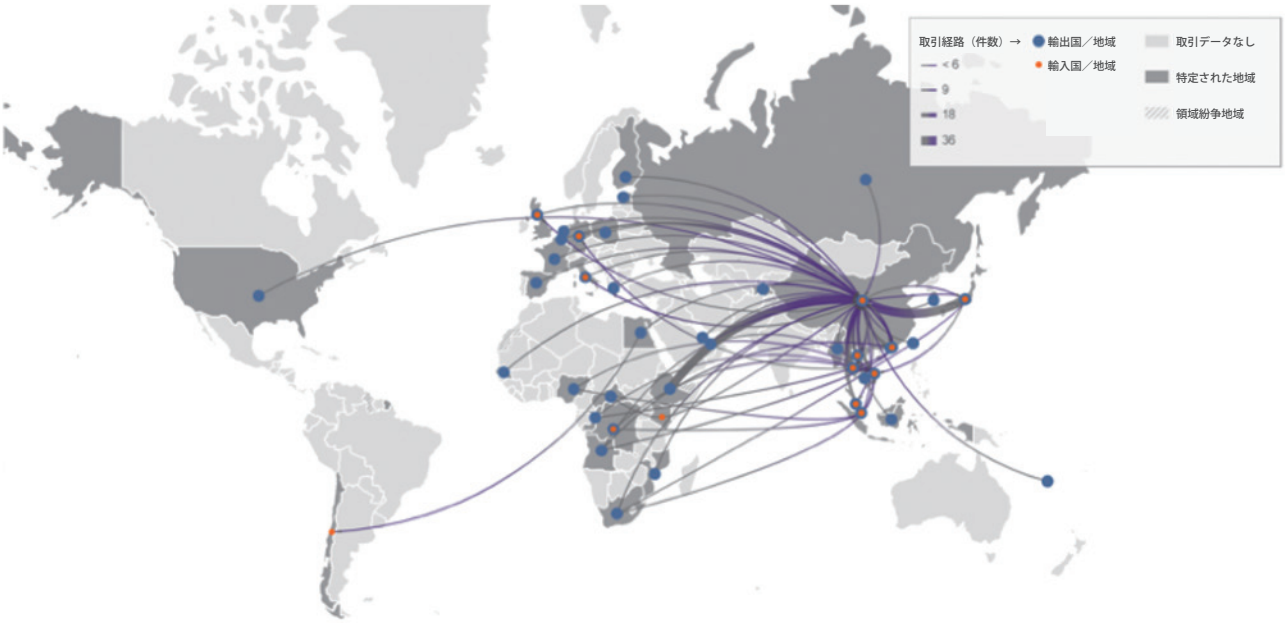
2019年６月の調査時に散見されたヤフオク！での「半加工品」出品の例．左は事業者による出品，右は出品内容から事業者の可能性が示唆されたが，C2C取引として出品されていた.

[23] C2C取引としての出品の中には，事業者と思しき出品者も存在する.
[24] 朝日新聞（2017）．https://www.asahi.com/articles/ASKDL6JQRKDLUTIL06Q.htm

縮小されたオンライン市場と継続する違法輸出

近年の企業による自主的な取り組みにより、違法輸出に向けた供給源として利用されてきたインターネット上の無規制な取引が主要なプラットフォームから一掃されたことが、本調査の結果から確認された。他方、日本市場からの違法輸出の問題は継続している。

違法取引の動向を包括的に把握することはできないが、ゾウ取引情報システム（ETIS）[25]のデータによると2011年から2016年の間に日本から違法に輸出された象牙が合計で2.42ｔ[26]、そのうち95％（2.3ｔ）が中国向けであった他、日本政府が公表している情報からは、2011年から2019年６月までの間に合計757個、約131kg[27]が違法輸出として日本側で差し止められたことが明らかになっている。中国では、2017年末で象牙市場が閉鎖されたが、違法な象牙が引き続き同国に流れ続けている。TRAFFICが行なった象牙の違法取引の最新の分析では、2019年に中国および東南アジア4カ国が関わる押収事件が少なくとも380件確認された。そのうち日本から中国へのルートが36件あり、一件あたりの押収量は少ないものの発生件数としては最も多かったことがわかっている（**地図**）[28]。また、中国人旅行者に対する意識調査[29]によると、旅先（アジア諸国）で象牙購入を検討する旅行者の割合が、日本への渡航希望者において高いことが（７カ国中２番目）わかっており、こうした存在にも懸念が高まっている。



地図：中国（香港を含む）、カンボジア、ベトナム、ラオス、タイが関わる象牙製品の押収データより特定された取引ルート（2019年）

※線の太さは，押収件数に比例．ルートが示されていない濃い灰色の国／地域は，押収記録があるものの輸出元や輸出先情報がないもの．

---

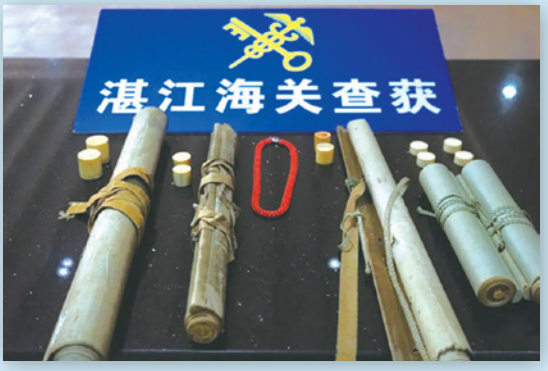
25 Elephant Trade Information System：ワシントン条約の下，象牙の違法取引データを集積しているデータベース．https://www.cites.org/esp/prog/etis

26 TRAFFIC（2017）．*IVORY TOWERS: 日本の象牙取引と国内市場の評価*．https://www.wwf.or.jp/activities/data/20171220_wildlife01.pdf

27 衆議院（2019）．第198回国会第254号早稲田夕季議員による再質問に対する答弁書．http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_shitsumon.nsf/html/shitsumon/b198254.htm

28 *TRAFFIC (2019). USAID WILDLIFE ASIA COUNTER WILDLIFE TRAFFICKING DIGEST: SOUTHEAST ASIA AND CHINA, 2019.* https://www.traffic.org/site/assets/files/13112/uwa-traffic-cwt-2019-digest.pdf

29 WWF（2020）．Beyond the Ivory Ban: Research on Chinese Traelers While Abroad. https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/traveler___full_report_final.pdf



2020年６月に広東省湛江税関によって押収された日本からの象牙製品（175.6gの象牙の軸先、その他アカサンゴのネックレス）．右は，ラマン装置を活用した予備識別の様子．（写真クレジット：Zhanjiang Customs, Guangdong, China）

この他、特に中国の象牙市場の閉鎖を受けて東南アジア近隣諸国における象牙市場の活性化への懸念[30]が高まっている。これは、2020年１月、ラオス国籍の元動物園職員がアフリカゾウの牙を含む動物の部位を日本国内の動物園から持ち出し、ラオスへ違法に持ち帰ろうとしたところを成田空港で逮捕される事件[31]が発生したことでも裏付けられている。さらに、これらの近隣諸国に旅行する中国人旅行者の増加も、追加の懸念要因[32]となっている。

こうした事態を踏まえると、日本から中国および他のアジア諸国に向けた象牙の違法輸出は現在も全く楽観視できる状況ではない。政府による違法輸出の実態把握と共に、国内象牙市場の評価の一刻も早い見直しと実効性のある対策が早急に求められる。対策の一環として、象牙を含むワシントン条約に関連する日中間の課題を協議するため、2019年３月に日本政府（経済産業省）と中国当局（国家林業草原局）との間で交わされた協力覚書（MOC）[33]のより効果的な実施が強く期待される。日本政府はさらに、野生生物の違法取引対策として、アジア地域の法執行機関との協力に積極的に取り組むことが求められる。

オンライン市場縮小の傍らで健在するオークション取引

ヤフオク！の象牙取引禁止後に、毎日オークションでの出品数／落札数が明らかに増加した一方、落札総額は比較的安定していることが確認された。オンライン取引の禁止を受けて取引量が顕著に増えている様子はうかがえなかったが、依然として国内市場の活発な側面を示している。

オンライン取引以外の国内市場の動向を調べるために、毎日オークションでの取引のモニタリングを実施した。結果は、ヤフオク！で象牙取引禁止措置

30 TRAFFIC（2020）．*TRADING FACES: A Snapshot of the Online Ivory Trade in Indonesia, Thailand and Viet Nam in 2016 with an update in 2019*．https://www.traffic.org/site/assets/files/12981/three-country-ivory-report.pdf
31 朝日新聞（2020）．https://www.asahi.com/articles/ASN1H1GFN1GUDCB00Q.html
32 WWF（2020）．Beyond the Ivory Ban: Research on Chinese Traelers While Abroad. https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/traveler___full_report_final.pdf
33 経済産業省（2019）．https://www.meti.go.jp/press/2018/03/20190320005/20190320005.html

が導入される前の期間と比較して、出品数／落札数が平均127から228個と180％増加した（**図７**）。しかし、落札総額は安定したレベルで推移しており、ヤフオク！での落札数（例えば、2019年７月の４週間で6,244個）と比較すると、出品数／落札数の増加は軽微であった。

落札された製品の種類について、最近の出品では印章（印材）の出品が散見され、調度品（置物や根付）以外の製品が増えていることが特徴的であった他、全形象牙の取引は毎回大幅な増減なく一定数あるこ

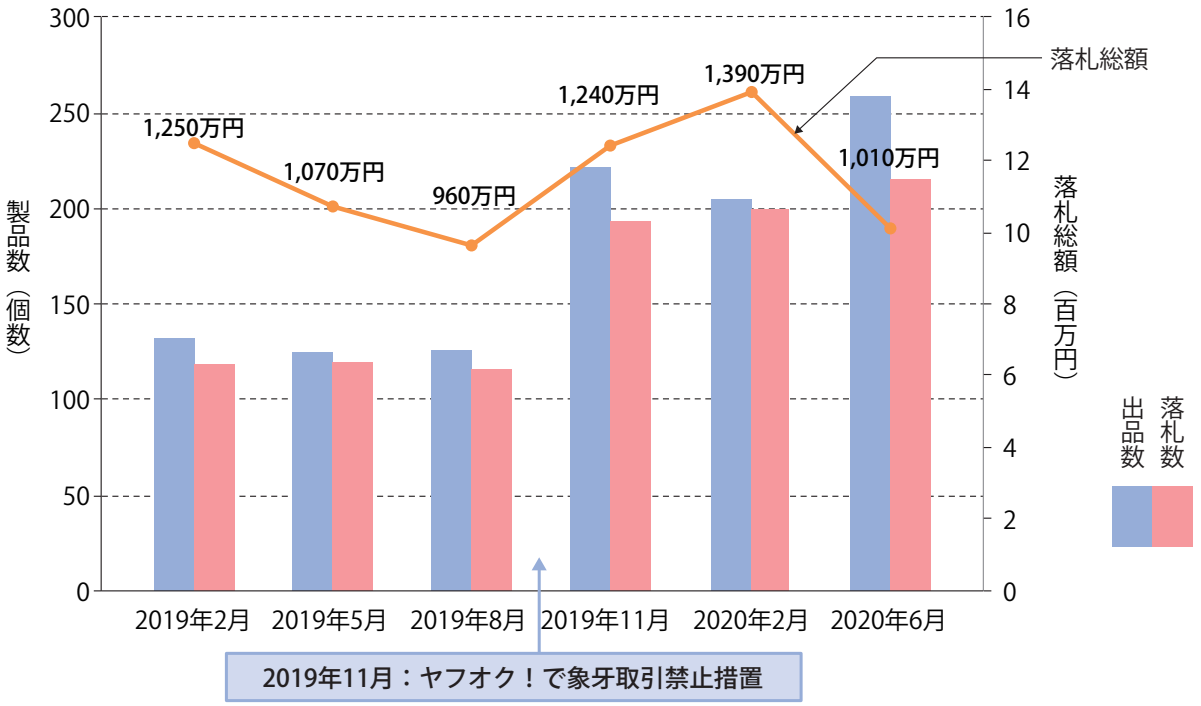


図７．毎日オークションにおける全形象牙を含む象牙製品の落札総額と製品総数の推移（2019年２月～2020年６月）

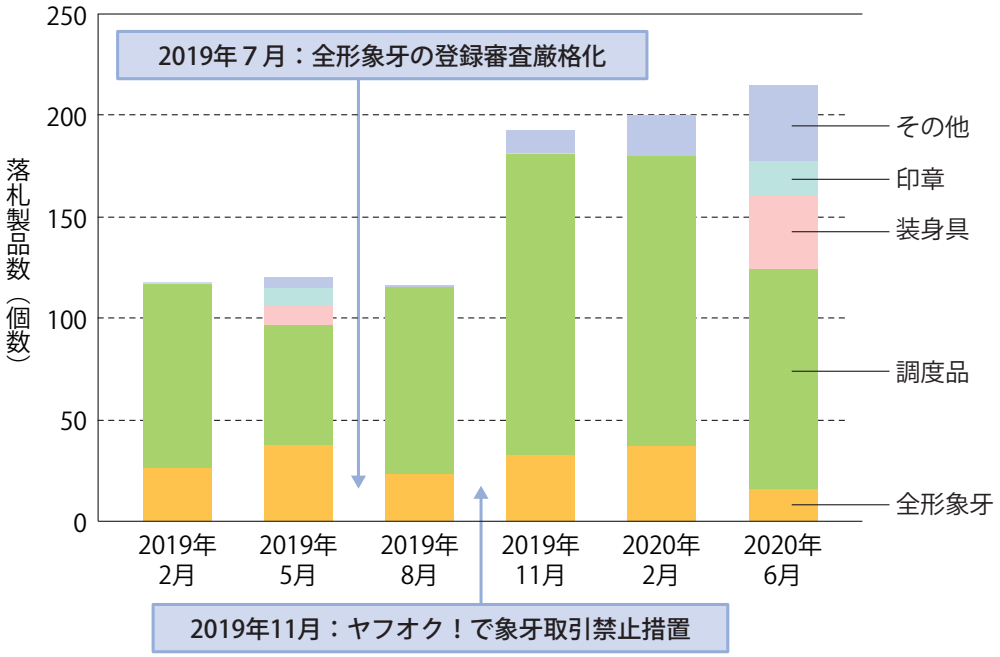


図８．毎日オークションにおいて落札された製品の数と種類の推移（2019年２月～ 2020年６月）

とがわかった（**図8**）。全形象牙の取引に関しては、2019年から登録要件が厳格化され、これを環境省は「全形牙の国内取引の原則禁止へ」と発表[34]しているが、毎日オークションで確認されるように、この措置は、全形象牙の取引の大幅な減少につながっていない。これは、当該措置がまだ登録がされていない全形象牙の新規登録にあたって合法に取得したことを証明する要件を厳格化したに過ぎず、法律（種の保存法）上、国内取引を管理する規制自体は変更されていないためである。

TRAFFICによる過去の調査[35]では、国内の多くのプラットフォームから他のアジア諸国への密輸ルートに象牙製品（全形象牙を含む）が広範囲に流出していることを明かにしている。日本からの違法輸出が続く現状を踏まえると、新しい一連の国の規制強化が国内市場の管理に成功したとは言い難い。

[34] 環境省（2020）．http://www.env.go.jp/press/106580.html
[35] TRAFFIC（2017）．*IVOEY TOWERS:日本の象牙取引と国内市場の評価*．https://www.wwf.or.jp/activities/data/20171220_wildlife01.pdf

結論と提言

結論と提言

日本におけるインターネットでの象牙取引は、これまでアジア市場への違法輸出に向けた供給源となっていることが指摘され、合法性の証明が欠如した象牙製品が規制されずに取引されてしまう状況下で行なわれてきた。しかし、今回の調査から、企業による象牙取引を禁止する自主的な取り組みが促進し、こうした無規制な取引が主要なプラットフォームからはおおよそ一掃されたことが確認された。このように法的規制を超えた象牙取引禁止という自主的措置の効果が顕著に示され、これを決断し実行した各企業の努力は称賛に値する。今なお象牙取引を容認しているプラットフォームについては、早急に取引禁止を導入することが望ましい。

インターネットでの象牙の違法取引の蔓延は、野生生物取引のより広範な問題を象徴している。国際的には、2018年３月、世界有数のｅコマース、ソーシャルメディア、テクノロジー企業21社が、TRAFFIC、WWFおよびIFAWと共同で「野生生物の不正なオンライン取引終了に向けた連合体（Coalition to End Wildlife Trafficking Online）」[36]を立ち上げ、オンライン上の野生生物の違法取引を削減することを誓っている。参加企業は2020年10月時点で36社にのぼり（2018年８月に楽天が参加）、象牙をはじめ、ワシントン条約の規制に沿って国際取引が禁止されている野生生物・野生生物製品ついて取引を禁止する共通ポリシーを取り入れている。ポスト・コロナの社会ではオンラインサービスが益々活性化することに鑑み、日本企業についてもユーザーへの普及啓発を含めた野生生物全般の違法取引削減に向けた役割を担うことが期待されている。

日本のインターネットでの象牙取引が削減されたことが確認できたが、国内の象牙市場全体では、対処すべき課題が残っている。毎日オークションで見られるような安定的に継続する取引のほか、今回の調査では把握しきれなかったSNS上での非公開のグループや限定公開の投稿を通じた取引、新型コロナウイルスの影響で調査できなかった実店舗での新たに製造される製品や原材料の取引が含まれる。実店舗については、大きな販売力を持つ印章店をテナントとして抱えるショッピングセンター国内最大手のイオン株式会社が2020年３月末より象牙製品の取り扱いを完全に中止している他、イトーヨーカドーなどを傘化におく株式会社セブン＆アイ・ホールディングスも５年ほど前から象牙製品の販売を取りやめており、象牙製品の入手経路の縮小に拍車をかけている。加えて、デジタル手続き法の改正により、象牙が最高級材として重宝される日本の印章の利用習慣が変わる兆しもある。

企業の取り組みの他には、東京都が、2020年１月に「象牙取引規制に関する有識者会議」を設置した。国際都市として象牙取引をグローバルな課題と捉え、都として取り組むべき課題として検討していくことを表明している。新型コロナウイルスの影響で発足時の目標とタイミングが見直されているものの、東京オリンピック・パラリンピックを見据え、訪日観光客による象牙の国外への持ち出しを阻止するための対策を主軸に、追加の規制措置が必要かどうかを検討することも目的としている。

企業や自治体による国の法規制を超えた対策が進んでいる中で、国の対応の遅れが際立っている。何よりも、中国等に向けた日本からの違法輸出が継続していることを踏まえれば、国の既存の制度をもって、日本からの違法輸出の阻止と国内取引の管理に十分であるとは言い難い。ワシントン条約決議10.10（CoP18で改正）の勧告に従い、一刻も早く具体的な措置を講じるべきことは明らかである。

---

36 https://www.endwildlifetraffickingonline.org/about

WWFおよびTRAFFICは2018年 1 月[37]、および2019年 5 月[38]に、狭い例外を除く象牙の国内取引停止について早急に検討を開始するように日本政府に要望した。これまでの要望を再度強調すると共に、改めて以下を提言する。

日本政府に対する提言

- 狭い例外を除く象牙の国内取引停止に向けて政策の舵を切り、そのための行動計画を東京オリンピック・パラリンピックまでに策定すること。行動計画は、明確な期限があり、すべての関係者が参加し、かつ国家レベルのコミットメントを示すにふさわしい内容とすること
- 特に国内市場からの違法輸出が続いていることを踏まえ、国際社会に対する責任を果たすためにも上記政策を公式に表明すること

更に、個別の具体的な施策については関係省庁および e コマース企業と他のインターネット関連企業が早急に検討を開始すべきである。

環境省と経済産業省に対する提言

- 厳格に管理された狭い例外に該当する、合法的に取引が可能な製品の範囲について早急に検討をはじめること（印材（印章）としての象牙利用を段階的に廃止することを含む）
- 狭い例外の範囲について法的枠組みが確立されるまで、合法性とトレーサビリティを確実に担保するための義務的かつ効果的な仕組みを確立すること（すべての製品の合法性認証やトレーサビリティ確保など）
- オンライン取引を含む事業者の法令遵守を徹底するための施策を講じること
- 企業が取り組むモニタリングと自主的措置の実施強化を支援すること（識別研修や資金支援を含む技術革新の促進など）
- 国内市場からの象牙製品の違法輸出を防止・摘発するために、日本の税関および他のアジア諸国の法執行当局との協力を強化すること（中国との既存のMOCの実施強化を含む）

eコマース企業に対する提言

- 象牙取引禁止措置を導入している企業は、企業ポリシーの遵守を徹底するためにモニタリングやユーザー／消費者への啓発を強化すること。依然として象牙取引を容認しているプラットフォームについては、緊急の課題として、自主的な取引禁止措置を導入すること

[37] WWF（2018）. https://www.wwf.or.jp/activities/activity/152.html
[38] WWF（2019）. https://www.wwf.or.jp/activities/statement/3954.html

- 取引状況が把握されていないSNS非公開グループや限定公開の投稿およびその他のインターネットプラットフォームは、潜在的なリスクを認識し、NGOや執行機関との協力を通じて象牙取引を監視し、排除するための積極的な措置を講じること
- ｅコマース企業と他のインターネット関連企業は、協力してモニタリングとポリシー遵守の強化を図ること。また、野生生物の違法取引撲滅に向けたポリシーやガイドライン策定に業界全体で連携して取り組むことや、国際的取り組み（「野生生物の不正なオンライン取引終了に向けた連合体」など）への参加についても検討すること

写真クレジット

Page	Credit
Cover	African Elephant, Moremi Game Reserve, Botswana. ©Martin Harvey / WWF
i	African Elephant, South Africa. ©Martin Harvey / WWF
1	African Elephant, South Africa. ©Martin Harvey / WWF
4	Ivory confiscated by Ministry of Forests and Wildlife, Cameroon. ©WWF / Mike Goldwater
7	Elephant ivory bracelets seized by Border Force, Heathrow Airport, UK. ©WWF-UK / James Morgan
21	African Elephant. ©Martin Harvey / WWF

2020年12月

TRAFFICは、野生生物の取引監視ネットワークとして、生物多様性の保全と持続可能な発展のために国際的に活動する世界有数のNGOです。

TRAFFIC
ジャパンオフィス
〒108-0073
東京都港区三田１- ４-28
三田国際ビル３階
WWFジャパン内

TEL：03-3769-1716
E-mail：TEASjapan@traffic.org
Website：www.traffic.org

TRAFFIC
the wildlife trade monitoring network

WWF

The Rufford Foundation
www.rufford.org

TRAFFIC is grateful to the Rufford Foundation for their financial support towards the production of this report