

# 取引のデジタル化に伴う新たな問題への対応 —消費者概念との関連を中心に—

消費者庁審議官 日下部英紀  
令和4年6月



消費者ホットライン188  
イメージキャラクター イヤン

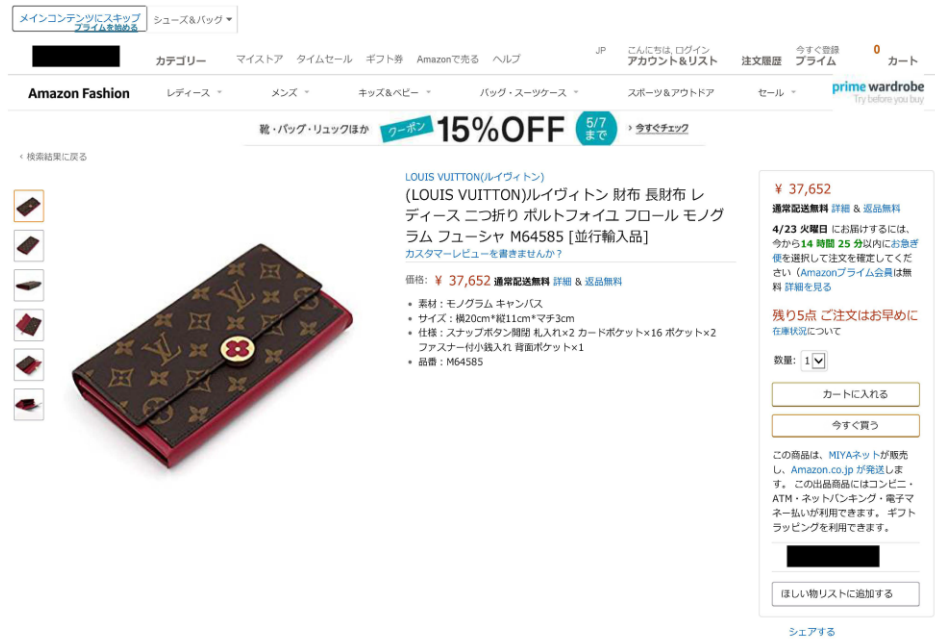
## ■ 購入した危険製品により火災が発生し、 売主との連絡にも問題が生じた事例

- DPFで購入した海外製モバイルバッテリーから発火し、自宅が全焼（実況見分で原因特定）
- DPF上のメッセージフォームで売主とやり取りするも、返信が途絶えがちに
- DPFに対して売主の連絡先の開示を求めるも、DPFは開示を拒否
- 商品代金の返金と少額の和解金は支払われるも、損害の大部分は賠償されないままに



第2回デジタル・プラットフォーム企業が介在する  
消費者取引における環境整備等に関する検討会 資料4

## ■ 身元不明の偽ブランド品の販売



### イメージ

特定商取引法に基づく表示

表示が虚偽  
例：居住実態のない住所、  
使用されていない電話番号  
関係のない人の住所、電話番号



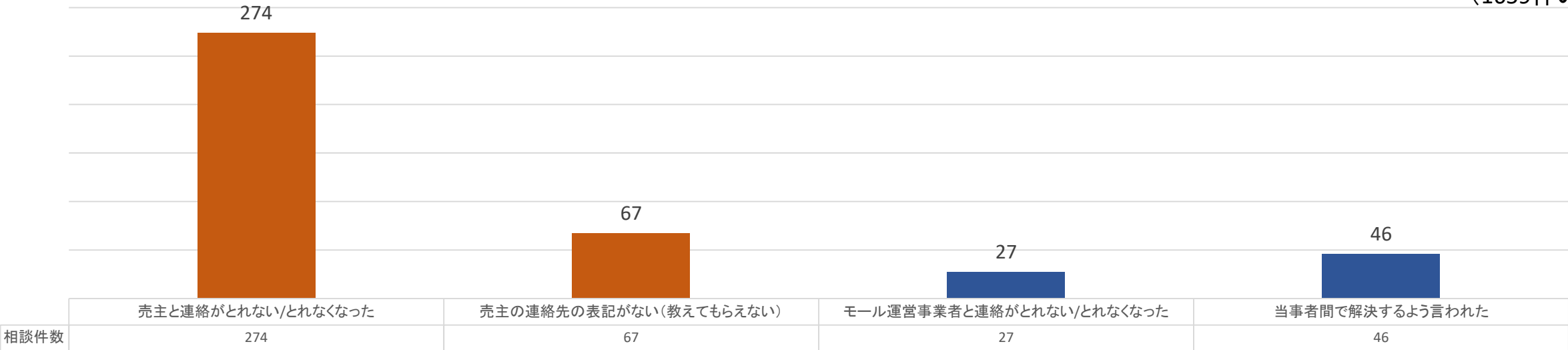
販売業者 ○○ショップ  
お問合せ電話番号 +8170xxxxx  
住所：○○町1-23-4  
○○市  
○○県  
日本  
（出典）令和2年4月7日 消費者庁報道発表資料  
運営責任者名 ○○ ○○  
店舗名 ○○ ○○

- オンラインショッピングモールAで模倣品を販売する多くの事業者がいたが、特定商取引法上の表示が虚偽。
- 消費者庁が様々な手段を使って調査を行っても、法令に違反している販売業者の身元を追跡できなかった（公示送達で行政処分）。

■ 紛争時に売主と連絡が取れない・取れなくなる

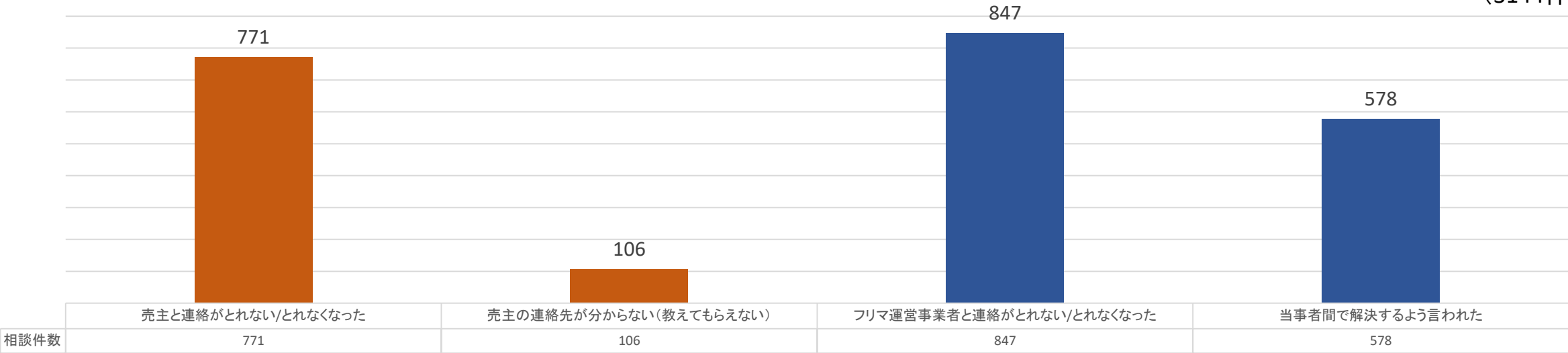
オンライン・ショッピングモール（BtoC）

（1659件の内数）



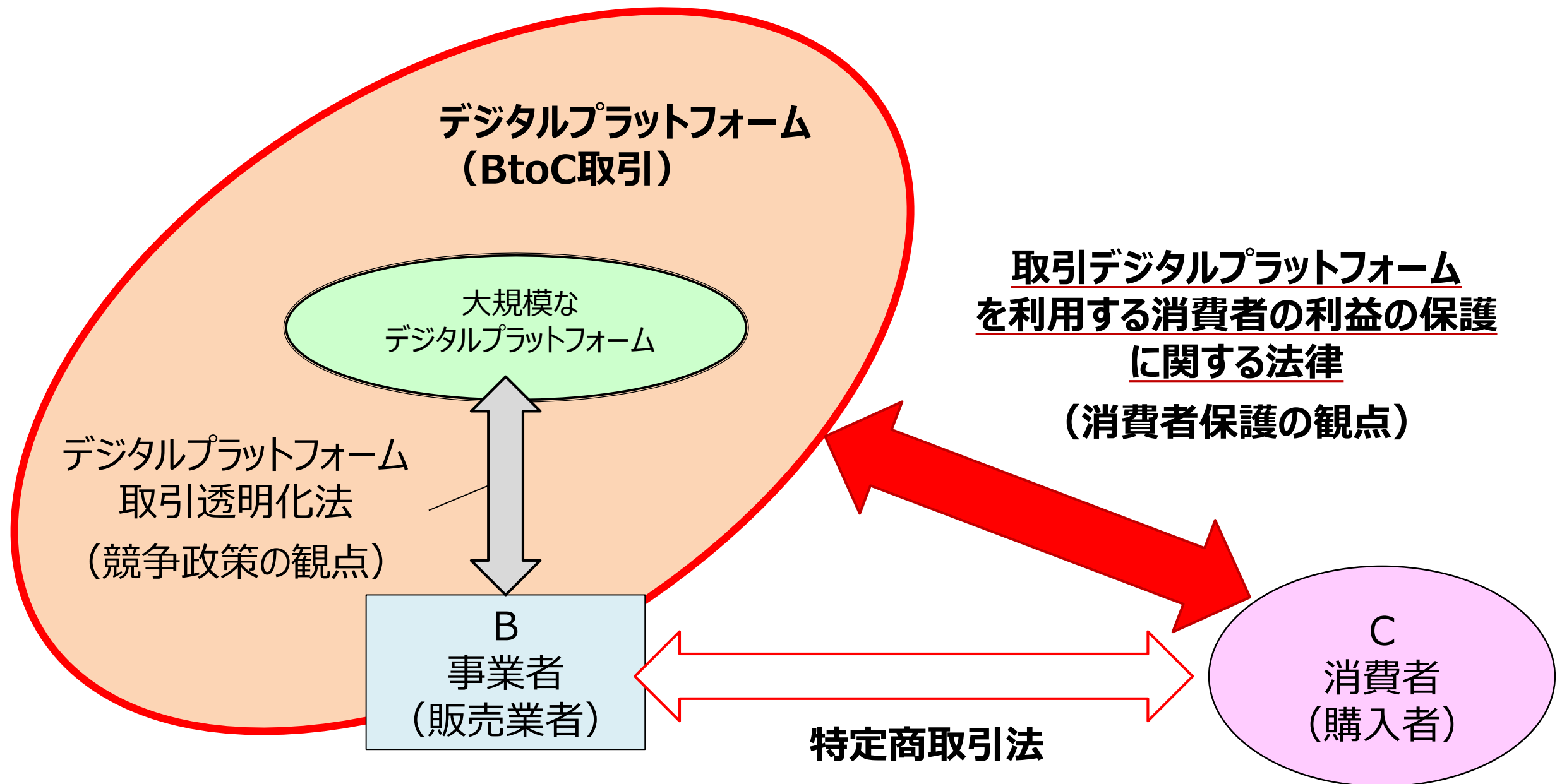
フリマサイト（CtoC）

（3144件の内数）



※いずれも相談時点における件数。  
※「売主と連絡がとれない」には連絡先が架空であった場合も含む。  
※相談者が売主及びモール・フリマ運営事業者双方ともに連絡がとれないなど、重複する場合もある。

# デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引（イメージ）



オンラインモールなどの「取引デジタルプラットフォーム（取引DPF）」においては、**危険商品等の流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難**となる等の問題が発生。これに対応し**消費者利益の保護を図るための新法を整備**

## 新法の内容

（令和3年4月28日成立、同年5月10日公布、令和4年5月1日施行）

### （１）取引DPF提供者の努力義務（第３条）

- 取引DPFを利用して行われる通信販売取引（BtoC取引）の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、以下の①～③の**措置の実施**及びその**概要等の開示**についての**努力義務**（具体的内容については**指針**を策定）
  - ① 販売業者と消費者との間の**円滑な連絡を可能とする措置**
  - ② 販売条件等の表示に関し苦情の申出を受けた場合における**必要な調査等の実施**
  - ③ 販売業者に対し必要に応じ**身元確認**のための情報提供を求める

### （２）商品等の出品の停止（第４条）

- 内閣総理大臣は、危険商品等（※１）が出品され、かつ、販売業者が特定不能など個別法の執行が困難な場合（※２）、取引DPF提供者に**出品削除等を要請**  
⇒ 要請に応じたことにより販売業者に生じた損害について取引DPF提供者を免責
- （※１）重要事項（商品の安全性の判断に資する事項等）の表示に著しい虚偽・誤認表示がある商品等
- （※２）販売業者が特定可能等の場合は特商法等により対応

### （３）販売業者に係る情報の開示請求権（第５条）

- 消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要な範囲で**販売業者の情報の開示を請求できる権利**を創設
- ※１ 取引DPF提供者は、適切な手順に従って開示請求に応じた場合、販売業者に対し責任を負わない
- ※２ 損害賠償請求額が一定金額以下の場合や不正目的の場合は対象外

### （４）官民協議会（第６条～第９条）・申出制度（第１０条）

- 国の行政機関、取引DPF提供者からなる団体、消費者団体等により構成される**官民協議会を組織し、悪質な販売業者等への対応など各主体が取り組むべき事項等を協議**
- 消費者等が内閣総理大臣（消費者庁）に対し消費者被害のおそれを申し出て適当な措置の実施を求める申出制度を創設**

※あわせて、施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案した施行後３年目途の見直しを規定



# アフィリエイト広告の仕組み



アフィリエイター



販売者

① 広告作成依頼（提携）

⑥ 成果報酬の支払

② 広告作成

ブログ



この商品〇〇がすご〜くいい！  
私のおすすめ。

商品購入は  
こちらをクリック

④ リンクを通じて購入

③ 広告閲覧

⑤ 商品販売



消費者

## 1：アフィリエイト広告に対する景品表示法の適用に係る基本的な考え方等

- アフィリエイト広告は表示内容の決定に関与した広告主が責任を負うべき主体。
- 先述したアフィリエイト広告も広告主がアフィリエイトターに指示をしていた。

## 2：悪質な事業者への対応

- 業務禁止命令も視野に入れた特定商取引法の適用を行う。

## 3：不当表示の未然防止策

- 景品表示法において、事業者は不当表示を未然防止する適切な措置を実施する必要。
- その措置内容の参考となるよう、下記について景品表示法の指針を改正（今夏に公表予定）。

### ①アフィリエイト広告の表示の管理

（表示内容の確認、事後的な表示確認に必要となる措置の実施、管理担当者の設置・研修の実施）

### ②不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

（相談窓口の設置、問題表示の是正及び削除、契約解除）

### ③アフィリエイト広告における「広告」である旨の表示

「誰が」 広告表示を作成するか

