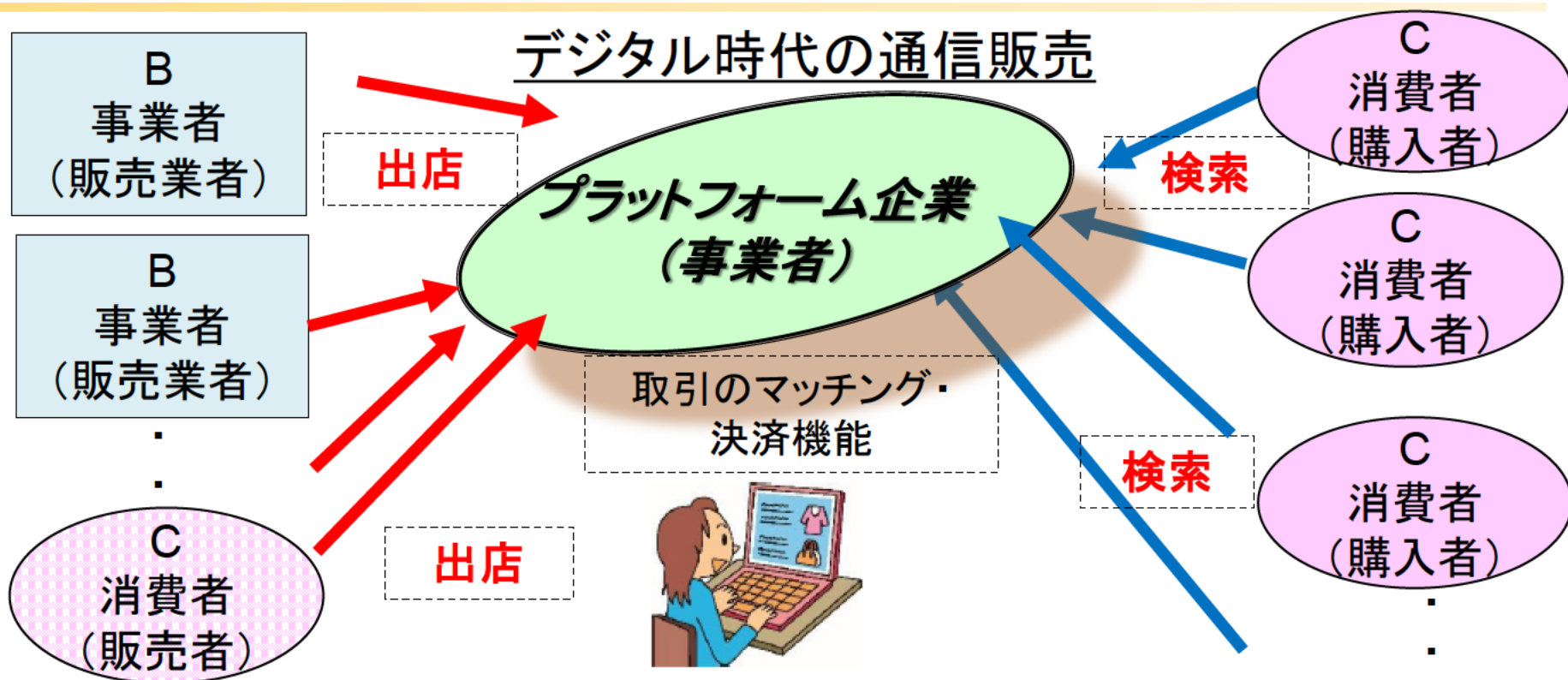


デジタル・プラットフォーム企業が介在する 消費者取引における環境整備等について

令和2年4月
消費者庁



- 販売業者は、消費者に一方向で「広告」を提示（消費者は受け身）。
- 売主は基本的には事業者。
- 販売業者の情報・契約条件等の明示を義務付け（特定商取引法）。



- 2面市場をつなぐことにより、ネットワーク効果で市場参加者が飛躍的に拡大。
(B to C を中心とした電子商取引市場の急拡大。トラブルも増加)。
- 国際的なクロスボーダー取引も急増。
- プラットフォーム上での消費者行動の情報が蓄積・分析され、消費者に対し、
双方向の広告提示や誘引が可能。
- 消費者も売主として、市場に手軽に参加できる(C to C 取引の拡大)。
- 匿名での取引もしやすい。

デジタル・プラットフォームで消費者トラブルが起きている個別事例

【オンライン・ショッピングモール／フリマサイト】(模倣品の流通:BtoC)

匿名の出品者からブランドのパーカーを購入したところ、記載されていた事業者名が正規代理店名ではないことに気付き、偽物なのかと出品者に問い合わせたが連絡が取れなくなった。フリマサイト運営事業者に問い合わせたが、「当事者間で解決するように」と言われた。＜2019年7月5日:国民生活センター公表＞

【オンライン・ショッピングモール／フリマサイト】(債務不履行:C／BtoC)

フリマアプリで、説明欄に新品と書かれたヘアアイロンを見つけ、代金5,000円をフリマ運営事業者に支払って購入した。数日後、ヘアアイロンが届いたが、新品ではなく電源が壊れていた。＜web版「国民生活」2018年1月号＞

【チケット転売仲介サイト】(不当表示:BtoC／CtoC)

チケット転売仲介サイトをイベントの公式サイトと思い込み、チケットを購入しようとしたところ、購入完了までの残り時間が表示されたため、早く購入しないとチケットを入手できなくなると思い込み、急いでチケットを購入したが、実際には他の購入希望者がいない限り、購入できないものではなかった。また、購入した転売チケットでは必ず入場できるわけではないにも関わらず、確実に入場できるように表示されていた。＜2019年9月:viagogoに関する注意喚起(消費者庁)＞

【フリマサイト】(食品安全:CtoC)

真空パックなどの密封食品でも保存方法と異なる温度で販売・発送すると、細菌が増殖し、重大な食中毒の原因になるところ、匿名配送ではクール便を選択できないなどの理由から、出品者により要冷蔵食品が常温で配送されていた。＜2019年10月:要冷蔵食品の常温配送に関する注意喚起(消費者庁)＞

【オンライン・ショッピングモール】(製品安全、不当表示:BtoC)

まつげ美容液を使用して目の周りが腫れたという相談が消費者から寄せられていたところ、頭髮への使用を想定して医薬部外品として承認された育毛剤が、まつ毛美容液として販売されていた。また、化粧品として販売されている商品にまつ毛の「育毛」といった化粧品の効能の範囲を超える表示がなされていた。＜2019年8月8日:国民生活センター公表＞

【オンライン・ショッピングモール／フリマサイト】(レビューの透明性:C／BtoC)

フリマアプリで有名ブランドの財布を購入し、代金を支払った。「出品者の評価をしてくれたら、すぐに商品を発送する」と出品者から連絡があった。＜2019年8月9日:国民生活センター公表＞

1. デジタル・プラットフォーム企業に、「取引の場の提供者」としての役割をもっと積極的に果たしてもらうべきではないか。

- 出品者（販売者）の本人確認・情報提供
- 製品の安全性への配慮、模倣品など違法なものでないことの確認
- 苦情対応 等

2. デジタル・プラットフォーム企業から、消費者に対して、積極的に消費者取引に関連する情報を提供すべきではないか。

- 消費者行動のビッグデータの蓄積・分析により、消費者を評価・誘導することへの対応
- オンライン・ショッピングモール運営事業者が行う不当表示等への対応 等

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について

○消費者庁長官のもと、有識者・関係者が参集し、デジタル市場における消費者利益の確保の観点から、消費者被害の実態を把握し、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ついて、産業界の自主的な取組や共同規制等も含め、政策面・制度面の観点から検討。

○昨年12月に立ち上げ。本年夏ころを目途に法制度の在り方等について、結論を得ることを目指す。

○委員

依田 高典（座長）	京都大学大学院経済学研究科教授
中川 丈久（座長代理）	神戸大学大学院法学研究科教授
石井 夏生利	中央大学国際情報学部教授
板倉 陽一郎	弁護士、日弁連消費者問題対策委員会電子商取引・通信ネットワーク部会長、 国立情報学研究所客員教授
浦郷 由季	全国消費者団体連絡会事務局長
楠 正憲	一般社団法人OpenIDファウンデーション・ジャパン代表理事
小林 聡史	一般社団法人日本IT団体連盟事務局長
白石 忠志	東京大学大学院法学政治学研究科教授
関 聡司	一般社団法人新経済連盟事務局長
樋口 一清	信州大学名誉教授、昭和女子大学特命教授
正木 義久	日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部本部長
山本 敬三	京都大学大学院法学研究科教授
渡辺 弘美	アジアインターネット日本連盟

※オブザーバー

内閣官房、公正取引委員会、警察庁、個人情報保護委員会、総務省、経済産業省、（独）国民生活センター

消費者庁における検討の全体像

「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」(令和元年12月～)

取引の場の提供者としての役割や消費者に対する情報提供の在り方を議論

「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」(令和元年12月～)

プラットフォームの台頭その他のデジタル化が消費生活にもたらす変化に消費者はどう向き合えばよいかを議論

デジタル

デジタル分野の議論については相互に連携

デジタル
＋
従来からの
消費者問題

●消費者契約に関する検討会
(令和元年12月～)

●「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」
(令和2年2月～)