

インターネット取引に係る  
消費者の安全・安心に向けた取組について  
(概要)

平成23年3月  
消費者庁

# 目 次

## インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

<b>1 関係者の連携・協力に向けた場の設置</b> . . . . .	2
<b>2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組</b>	
2-（1） 広告表示 . . . . .	3
2-（2） 契約 . . . . .	6
2-（3） 決済 . . . . .	7
2-（4） 紛争解決 . . . . .	8
<b>3 取引の各段階に横断的な課題と具体的取組</b>	
3-（1） 個人に係る情報の取扱い . . . . .	9
3-（2） 消費者への啓発（特に子どもや高齢者等への対応） . . . . .	10
3-（3） 事業者、特に新規参入希望者の知識向上 . . . . .	11
3-（4） 越境取引への対応 . . . . .	12
3-（5） 国際的な取組の推進 . . . . .	13
<b>施策の展開・見直し</b> . . . . .	14
<b>参考資料</b> . . . . .	15

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 1 関係者の連携・協力に向けた場の設置

### 1 関係者の連携・協力に向けた場の設置

#### ◎ 「インターネット取引連絡会」（仮称）の運営

関係者の実務的な連携・協力の場として、消費者庁を事務局に、関係省庁、都道府県、モール事業者、事業者団体、消費者団体、法曹関係者等の参加を得て、「インターネット取引連絡会」（仮称）を運営する。「連絡会」はテーマに応じ運営し、行政による処分事例や、新たなサービスやビジネスモデルに関する情報共有を行うとともに、消費者トラブルの発生・拡大の防止に向けて相互に取り組むべき課題を確認する。「連絡会」から各参加主体が持ち帰り、それぞれの役割のもとで責任をもって取り組むことを期待する。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組

### 2-(1) 広告表示

#### ◎ インターネット取引に係る表示について事業者が守るべき事項の提示等

- ▶ 表示に係る法の適用については、平成14年「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項」等様々なガイドラインが公表されている。しかし、インターネット取引が著しく成長していること、組織発足後の消費者庁としての考え方を提示することが適切であることから、インターネット取引の特性を踏まえ、事業者や消費者にさらに適切な情報提供を行うことが必要である。そこで、個別事例(処分事例、事業者からの事前相談)や、「インターネット取引連絡会」等における関係者からの情報提供などを基に、インターネット取引に係る表示について事業者が守るべき事項を、消費者庁として、平成23年度上半期において、図など分かりやすい手法も活用し提示する。また、インターネット取引を巡る環境の変化に応じた制度の運用・整備のあり方を検討するため、まずはインターネット上で現に行われている表示の現状と問題点を把握する。

＜検討事項として想定される表示の例＞

- いわゆるフリーミアム（基本的なサービスを無料で提供し、高度な、あるいは、追加的なサービスを有料で提供して収益を得るビジネスモデル）における正確でない「無料」といった表示
- 目立たない箇所に断片的に「事実」を記載しているとしても、全体として消費者に誤解を与え得るような表示
- 口コミサイトにおけるサクラ記事など、広告主から報酬を得ていることが明示されないカキコミ等
- 共同購入サイトなどのフラッシュマーケティング（割引クーポン等を期間限定で販売するマーケティング手法）に係る二重価格表示
- たとえばアフィリエイト（販売事業者のサイトへのリンク広告を貼るサイトに対し、リンク広告のクリック回数等に応じた報酬が支払われる広告手法）のリンク元サイトによる不適切な広告表示など、第三者による不適切な表示
- 個人たる販売者による不適切な表示

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組

### 2-(1) 広告表示

#### ◎ インターネット取引に係る表示について事業者が守るべき事項の提示等（続き）

- 不当な表示に係る景品表示法の適用については、様々な解釈・運用指針が策定・公表されている。消費者庁では、これらの指針に定められた事項がインターネット上の表示にどのように適用されるかをはじめとする法の適用関係について、事業者等に対していっそう分かりやすい情報提供を行う。
- 消費者庁が所管する表示に係る法令について、事業者(団体)が行おうとする具体的な行為が当該法令の規定の適用対象となるかどうか、書面により相談を受け回答し、その結果を公表する法令適用事前確認手続(いわゆるノーアクションレター制度)を推進する。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組

### 2-(1) 広告表示

#### ◎ 厳正かつ迅速な法執行及びネット上の監視活動の強化等

- 消費者庁など広告表示を規制する行政当局においては、インターネット取引の特性を踏まえつつ、法違反行為に該当する**不適切な広告表示に対して厳正かつ迅速な法執行**を行う。
- 厳正かつ迅速な法執行の一環として、消費者庁において、**広告表示に対するネット上の監視活動を強化するための体制を整備**する。
- ネット上の監視活動については、医薬品の分野においてモール事業者と東京都などが共同して取り組んでいる例もある。監視活動の強化にあたっては、このような取組も参考にする。
- 国及び都道府県において迅速かつ円滑な法執行を行うことができるよう、国と都道府県との円滑な情報共有の強化など連携協力を引き続き進める。

#### ◎ 食品のインターネット販売における情報提供のあり方について検討

- 現行の食品表示関連法令により**食品の容器包装に表示が義務付けられている事項について**、消費者の選択に資する観点から、**ネット販売の場合における情報提供のあり方について**、消費者庁において実施している**食品表示に関する一元的な法体系の検討の中で検討**する。
- 食品のネット販売に関する不適切な表示については、健康増進法や食品衛生法のほか、景品表示法違反に該当する場合も少なくないと考えられる。これを踏まえ、**各法の執行当局間の連携を強化**する。

#### ◎ 迷惑メール対策の積極的な実施

警察においても取締を行うとともに、消費者庁及び総務省において、迷惑メール関係法の執行を積極的に行い、違反事業者に対して厳正に対処する。また、海外から送信される迷惑メールに対抗するための国際連携の推進、技術的対策の普及・推進、同意の取得方法のあり方の啓発、利用者への周知啓発等にさらに積極的に取り組む。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組

### 2-(2) 契約

#### ◎ 厳正かつ迅速な法執行及びネット上の監視活動の強化

消費者庁においては、義務的記載事項の不記載や虚偽記載など法に違反する行為について、**厳正かつ迅速な法執行**を行う。また、その一環として、**ネット上の監視活動を強化するための体制を整備**する。

#### ◎ 関係者間でのさらに適切な記載のあり方の検討

法令上の義務には当たらない記載についても、いっそう分かりやすいものとしていくことが適当である。そのため、消費者庁では、たとえば、**「インターネット取引連絡会」などの場において、関係者によるさらに適切な記載のあり方の検討を促していく**。

＜想定される検討事項の例＞

- 消費者との間で実際にトラブルとなった事例も踏まえた、取引条件や契約内容のいっそう明確かつ分かりやすい記載
- 取引条件や契約内容だけでなく、契約締結に至る取引の手順自体が画面上に正しく示されるような記載
- 記載がサイト上のどこにあるかを見つけやすいような掲載方法
- 長文の規約をそのまま掲載するだけでなく、消費者からみて読みやすい形で掲載するなどの工夫

#### ◎ モバイルサービスでの画面表示への対応

特にモバイルサービスで多様な画面表示の端末が登場していることから、関係団体において、より望ましい表示の必要性についても検討する。

#### ◎ 行政による考え方の提示

消費者庁や経済産業省など関係省庁においては、たとえば「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」の改訂などを通じ、取引条件や契約内容の記載に関する考え方を時宜に応じて提示する。



# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組

### 2-(3) 決済

#### ◎ 詐欺的なサイトへの厳格な法執行、警察との連携の強化

詐欺的なサイトの画面の実例を示すなどより具体的な情報の提供を行うことなどにより、注意喚起を強化する。  
外貨での売買契約における外貨単位での対価の表記の欠如、為替変動の表記の欠如等、**役務の対価の適切な表示とはいえない事例への対応も含め、サイト業者への厳格な法執行を行う**とともに、警察との連携を強化する。

#### ◎ 決済代行業者の登録制度の導入

**決済代行業者が介在する取引であることや決済代行業者の名称や連絡先等が、消費者や関係者にとって分かりやすく示されるよう、決済代行業者について、次のような「登録制度」を導入する。**

- 関係団体において、決済代行業者の「登録簿」を設ける。
- 決済代行業者は「登録簿」に、自らの名称、連絡先、個々の請求の際に使用する業者名などを登録することができるものとする（「登録決済代行業者」）。
- 「登録簿」を関係団体において公開するとともに、消費者庁などのウェブサイトにおいても公開する。なお、その際に、「登録決済代行業者が介在する個々の取引の適法性や適正性を保証するものではない」旨を明記する。
- 登録決済代行業者は、決済代行サービスを利用する販売業者に対し、当該販売業者の個々の取引において、①決済代行業者を使っていること、②当該決済代行業者が「登録簿」に登録されていること、③当該決済代行業者の名称、連絡先などを分かりやすく表示するよう求めるものとする。
- 上記の表示が適切に履行されていない場合には、登録決済代行業者の登録を抹消するものとする。
- 消費者庁では関係団体の協力も得つつ、消費者に対する登録制度の周知徹底を図る。

#### ◎ 登録制度の評価・検証

**登録制度は、当面の措置として、2～3年をメドに運用**する。消費者庁では、登録制度の運用を支援し、**評価・検証を行い、必要に応じてさらなる措置について検討**を行う。

#### ◎ 関係者間における検討

必要に応じ、関係者間で、カード事業における決済代行業者の位置づけについて実態を踏まえつつ検討する。



# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 2 取引の各段階に対応した課題と具体的取組

### 2-(4) 紛争解決

#### ◎ 事業者（団体）の消費者窓口機能と消費生活センターとの連携・協力の強化

トラブル解決の円滑化に向け、「インターネット取引連絡会」などの場も活用しながら、**事業者(団体)の消費者窓口機能と消費生活センターとの連携・協力を強化**する。

#### ◎ 適格消費者団体の積極的役割への支援

類似の紛争事例の発生・拡大の防止のためには、事業者への意見の申し入れや差止請求など、適格消費者団体が大きな役割を果たしていくことが重要である。消費者庁において、適格消費者団体がこのような役割を従来以上に積極的に働くよう促すとともに、消費者契約法第40条第1項に基づく情報提供等適切な支援を実施する。

#### ◎ 詐欺的な取引の相手方が分からない場合の情報の開示や訴訟のあり方の検討

訴訟上のトラブルの解決に際し、詐欺的な取引に係る情報発信に関する事案では、相手方が分からず、訴訟を提起することすらできないことが多い。このことに関し、権利を侵害したとされる者に係る情報を保有する第三者に対する開示請求権の創設や相手方が分からない場合の訴訟手続のあり方など、あるべき制度について、他の法益との兼ね合いやインターネット以外の情報発信ツールの場合のルールとの整合性も踏まえつつ、関係省庁において検討する。

#### ◎ 事業者団体や消費者団体によるADRの構築・運営の促進・支援

現在、消費者事案に係るADRとしては、国民生活センターや民間団体によって実施されているものがある。これらの運用状況を踏まえた上で、中期的に事業者団体や消費者団体等によるADRが広く構築・運営されるよう、消費者庁として、これら団体等の取組を促進・支援していく。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 3 取引の各段階に横断的な課題と具体的取組

### 3-(1) 個人に係る情報の取扱い

#### ◎ 行動ターゲティング広告の運用実態の検証

行動ターゲティング広告を含むインターネット上の個人に係る情報の扱いについては、現状、総務省「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」の提言等に基づいて、各事業者が自主規制を行う枠組となっていることから、総務省において現行の枠組に基づいた運用実態を検証する。

#### ◎ 国際的な政策動向の注視

消費者庁や関係省庁において、たとえば、EUのオンライン行動広告に関する検討状況や米国の”Do Not Track”ルールに係る検討状況など、個人に係る情報の取扱いに関する国際的な政策動向を注視し、適切な情報把握を行う。

#### ◎ 消費者の個人に係る情報の収集・利用のあり方の検討

消費者庁や関係省庁において、上記の結果得られた知見を活用し、消費者の個人に係る情報の収集・利用のあり方について、いわゆるリアル取引の場合も含めた全体の議論との整合性にも留意しつつ、また、国際的な取組の動向にも留意しつつ、法的規制、自主規制、技術的対応のバランスを踏まえ、幅広く検討する。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 3 取引の各段階に横断的な課題と具体的取組

### 3-(2) 消費者への啓発(特に子どもや高齢者等への対応)

- ◎ **新たなインターネットサービスでの問題について、適切な注意喚起を実施**  
新たなインターネットサービスについて消費者の安全・安心の観点から問題が生じているようなケース(最近の例:ペニーオークション)について、消費者庁・国民生活センターなどにおいて**迅速な状況の把握につとめ、適切な注意喚起**を行う。
- ◎ **新たなモバイルデバイスの登場を踏まえ、情報提供を実施**  
スマートフォンやタブレットなどの新たなモバイルデバイスを用いたインターネット取引に消費者が適切に対応できるよう、消費者庁は事業者や事業者団体、関係省庁等と連携し、消費者に適切な情報提供を実施する。
- ◎ **口コミサイトやSNS等の運営事業者との連携**  
より効果的な情報提供や啓発を実施する観点から、インターネット利用者との距離が近い口コミサイト、SNS等のコミュニティサイトなどの運営事業者との連携を図る。
- ◎ **子どもや青少年への対応**  
子どもや青少年がインターネット取引に係るトラブルに巻き込まれることを防止する必要がある。このため、**消費者庁においては、内閣府等関係省庁や「安心ネットづくり促進協議会」をはじめとする民間団体等との連携を図り、「青少年インターネット環境整備基本計画」に則り、PTAや企業などによる注意喚起や周知啓発などへの支援を効果的に推進**する。
- ◎ **高齢者・障害者への対応**  
高齢者や障害者を狙う悪質商法については、消費者庁が事務局機能を担う「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」の参加団体等を通じてインターネット取引に係る悪質商法も含めた適切な注意喚起を行う。
- ◎ **犯罪や公序良俗に反する行為を防ぐ観点から、ネット上のセキュリティ強化への取組を実施**
- ◎ **「消費者教育推進会議」の開催による消費者教育の推進**
- ◎ **「消費者教育ポータルサイト」を通じた消費者教育に関する取組の情報提供**

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 3 取引の各段階に横断的な課題と具体的取組

### 3-(3) 事業者、特に新規参入希望者の知識向上

#### ◎ 新規参入希望者向けの消費者対応に関して守るべきルールを紹介

消費者庁や関係省庁において、新規参入を希望する者が、参入にあたり消費者への対応に関して守るべきルールに関する知識を取りまとめ、分かりやすく紹介する。

#### ◎ 事業者の取組を支援

消費者庁や関係省庁において、事業者による消費者対応のグッドプラクティスを積極的に紹介するなど、事業者の取組を支援する。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 3 取引の各段階に横断的な課題と具体的取組

### 3-(4) 越境取引への対応

#### ◎ 越境取引に関する消費者トラブル解決に向けた各国消費者相談窓口間のネットワークづくり

- 消費者庁において、インターネットを活用した越境取引に関する消費者トラブルの解決に向けて、**各国（アジア5カ国程度を想定）の消費者相談窓口間のネットワークづくり**にとりかかる。このネットワークにおいては、**実際に越境取引において生じたトラブルを対象に、消費者からの相談を受け、内容を翻訳・伝達し、相手国側の企業に対応を要請し、同時に相手国当局に情報提供を実施**する。
- 越境取引のトラブル解決に関する欧州や米州の取組・検討について、運営体制や年間予算等の調査を実施し、消費者相談窓口間のネットワークづくりの参考とする。
- 越境取引において実効性ある消費者被害救済の実現を図るために、少額紛争に関する簡易な解決の仕組みの検討や、執行機関同士の連携・情報共有のあり方等について、諸外国との意見交換を実施する。

#### ◎ 国際的な紛争解決ルールの調和に関する議論に積極的に関与

消費者庁及び関係省庁において、UNCITRAL(国連国際商取引法委員会)における越境電子商取引のオンライン紛争解決に関するモデルルールの検討など、紛争解決ルールの調和に関する議論に積極的に関与する。

# インターネット取引に係る消費者の安全・安心に向けた取組について

## 3 取引の各段階に横断的な課題と具体的取組

### 3-(5) 国際的な取組の推進

#### ◎ 各国の消費者行政担当機関との間での積極的な情報共有

消費者庁においては、各国等の消費者行政担当機関との間でコンタクトパーソンを通じた積極的な情報共有等の連携・協力を進めるため、国際的な取組の推進体制を強化する。

#### ◎ 消費者行政に関する各国の制度や運用状況の調査

消費者庁においては、インターネット取引に係るものを含めた消費者行政に関する各国の制度やその運用の状況などについて、体系的な調査を継続的に実施する。関係省庁においても、所掌事務に関する各国の取組状況の情報収集を強化する。

#### ◎ 各国間のルールのハーモナイゼーションに向けた動きに貢献

消費者庁や関係省庁において、各国間のルールのハーモナイゼーションに向けた動きに積極的に貢献する。このため、OECD「電子商取引における消費者保護ガイドライン」の改訂作業などの国際的なスキームに対し、本研究会における議論も踏まえたインプットを積極的に行う。

#### ◎ ICPENなどの国際的なスキームを活用した各国執行機関との連携を強化

消費者庁や関係省庁において、ICPEN(消費者保護及び執行のため の国際ネットワーク)などの国際的なスキームを活用した各国の執行機関との連携の強化のための取組を進める。



# 施策の展開と見直しについて

## 施策の展開

- 消費者庁をはじめ本研究会に参加した各主体において、それぞれの立場から積極的に取り組む。
- 本年6月を目途とする「消費者基本計画」の見直しに反映する。
- OECD「電子商取引における消費者保護ガイドライン」の改訂作業などの国際的な議論に対し、積極的に働きかける。

## 施策の見直し

インターネット取引に関する技術、サービスの進歩、多様化のスピードは非常に速く、インターネット取引に対する消費者の関わり方や、生じ得る消費者トラブルの態様なども、短期間にかなりの変化が予想される。



- 適切な時期に、施策の実施状況のフォローアップを実施する。
- 今後のインターネット取引に係る技術、サービス、市場の変化等を踏まえつつ、施策の見直しや、追加的な施策に係る検討などを実施する。



## (1) 背景

インターネットを活用した消費者取引は、時間や場所を選ばないなどの高い利便性を有すること等から消費者に広く受け入れられるとともに、参入が容易であること等から多数の事業者が市場に参入し、成長・発展を遂げている。

一方で、全国の消費生活センターに寄せられる相談においてインターネットや電子商取引に関するものが大きな割合を占めるなど、様々な消費者問題も発生してきている。

## (2) 研究会の目的

消費者庁としては、これまでも、消費者トラブルの発生・拡大の防止の観点から、消費者への注意喚起と併せ、事業者に対してもサービスの内容等について消費者により分かりやすい説明を行うよう求めてきたところである。

また、事業者サイドにおいても、消費者への情報提供やトラブル対応をより有意義なものとするための様々な努力が見られる。

今後、良質な市場を確保し、消費者の安全・安心を確保するためには、個々の事業者や事業者団体による取組をさらに促しつつ、また、関係省庁においても適切な対応を講じつつ、先導的な取組について消費者サイドの認識も高めながら、積極的に取り組んでいく必要がある。

このような観点から、インターネットを活用した消費者取引について、消費者の視点に立ち、事業者や行政の取組の在り方を整理するとともに、越境取引に係るグローバルな取組との連携について議論するなど、総合的な検討を実施する。

### (参考)「消費者基本計画」(抄)

インターネットをはじめとする高度情報通信技術を活用した取引に関する消費者問題に関して、被害の抑止及び救済の実効性の確保など消費者の安全・安心の確保の在り方について、事業者や行政の国際的な動向や対応も踏まえて総合的な検討を行います。

# 「インターネット消費者取引研究会」構成メンバー

(参考資料2)

## 構成員

岡村 久道	弁護士(英知法律事務所)・国立情報学研究所客員教授
河村 真紀子	主婦連合会事務局次長
岸 通	社団法人消費者関連専門家会議 常任理事
岸原 孝昌	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 常務理事
桑子 博行	電気通信サービス向上推進協議会 会長代理
齋藤 雅弘	弁護士(四谷の森法律事務所)
沢田 登志子	一般社団法人ECネットワーク 理事
島貫 和久	三菱UFJニコス株式会社 営業本部 執行役員
関 聡司	楽天株式会社 執行役員 広報渉外室室長
長田 三紀	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 事務局次長
野原 佐和子	株式会社イプシ・マーケティング研究所 代表取締役社長
別所 直哉	ヤフー株式会社 CCO・法務本部長 兼 政策企画室長
町村 泰貴	北海道大学大学院法学研究科教授

(五十音順、敬称略)

## オブザーバー

総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課  
経済産業省商務情報政策局情報経済課  
    商務流通グループ消費経済政策課  
        取引信用課  
東京都生活文化局消費生活部取引指導課  
    消費生活総合センター相談課

<平成23年3月現在>

# 「インターネット消費者取引研究会」開催スケジュール (参考資料3)

## <第一回> 平成22年8月18日(水)

- 研究会の開催について
- インターネット消費者取引研究会における検討の進め方
- インターネット取引の問題について(東京都発表)
- 消費者相談現場から見たインターネット取引(岸構成員発表)

## <第五回> 12月 9日(木)

- 国際的な議論や論点の概観
- 越境ネット取引トラブル事例と米国の消費者政策(沢田構成員発表)
- 越境取引に係る消費者トラブルの解決に向けた取組について
- 事業者のグローバルなインターネット取引への対応について(別所構成員発表)

## <第二回> 9月14日(火)

- インターネット上でのサービスのトレンドと消費者を取り巻く環境のあり方について(野原構成員発表)
- モバイルビジネスの多様化と新たな消費者への対応(岸原構成員発表)
- 健全な取引の場を維持するために～楽天の取り組み～(関構成員発表)
- 消費者取引に潜む犯罪と事業者の防犯対策(別所構成員発表)

## <第六回> 平成23年1月13日(木)

- これまでの議論を踏まえた論点・課題の整理と対応の方向性について

## <第三回> 10月14日(木)

- これまでの議論について(論点・課題、主な意見等)
- インターネット上の表示に係る法制度と法執行の現状と課題(消費者庁表示対策課、東京都取引指導課発表)
- インターネット取引におけるクレジットカード決済について(島貫構成員発表)
- アフィリエイトビジネスの現状と健全化に向けた取組(クロスワーク株式会社、リンクシェア・ジャパン株式会社発表)

## <第七回> 2月10日(木)

- 研究会における議論の取りまとめ(案)について
- いわゆる決済代行問題の考え方について

## <第四回> 11月11日(木)

- クレジットカード決済について(事務局、経済産業省取引信用課発表)
- インターネット取引に係る表示に関する法律の現状について
- 特定商取引法におけるインターネット上の表示に係る法制度と執行の現状(消費者庁取引・物価対策課発表)
- 食品表示におけるインターネット広告等の規制について(消費者庁食品表示課発表)

## <第八回> 3月10日(木)

- 研究会における議論の取りまとめ(案)について