

内閣府特命担当大臣 井上 信治 様
消費者庁長官 長官 伊藤 明子 様
消費者委員会 委員長 山本 隆司 様
国民生活センター 理事長 山田 昭典 様
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 座長 依田 高典 様
オンラインマーケットプレイス協議会 御中

2020 年 11 月 4 日
公益社団法人 全国消費生活相談員協会
理事長 増田 悦子

「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に関する検討会」での論点整理に関する意見

公益社団法人全国消費生活相談員協会は、全国の消費生活センター等で消費生活相談を担う消費生活相談員を主な構成員とする公益社団法人です。①週末電話相談・電話相談 110 番の実施、②適格消費者団体として、事業者の不当勧誘、不当表示、不当条項等にする差止請求、③消費生活相談員のレベルアップのための各種研修等の実施、④消費者への啓発活動の実施、⑤各省庁等への要望や提言、パブリックコメントへの意見表明等の活動を行い、消費者の安全安心な暮らしを守ることを目指しています。

多くの消費者は、販売店の情報がなく、どのような商品を扱っているのか、価格は妥当か、信用できるかわからないなどから、デジタルプラットフォームを利用しています。また、消費者は、デジタルプラットフォームは販売店の信用性を調査した上で、デジタルプラットフォーム上で販売することを許可しているはずだ、トラブルがあったら救済してくれるだろうという期待をもっています。

消費者の基本的な期待に応えていただくために、消費生活相談の現場を知る立場から、標記の論点整理について意見を申し述べます。

消費者の安全安心の機能をすでに装備しているデジタルプラットフォームもあることは承知しておりますが、そうではないデジタルプラットフォームもあり問題が発生しています。以下の意見を踏まえ、速やかに法整備していただくようお願いいたします。

1 販売店の調査義務の徹底

出店する販売店について、クレジットカード会社による加盟店調査義務と同程度の調査をすることを義務付けにしてください。

クレジットカードの加盟店調査義務は、

①初期審査（加盟店契約時）

- ・ 加盟店の所在地・代表者、電話連絡先、商品・役務内容、販売方法等
- ・ セキュリティ対策の実施内容

②途上審査（加盟店契約締結後）

- ・ セキュリティ対策の実施状況（情報漏えい、不正使用の発生状況等）
- ・ 悪質取引の有無（消費者トラブルの発生状況等）

③加盟店調査の結果に基づく必要な措置

- ・ 法令で定める基準に適合しない加盟店に対する必要な措置

があります。

デジタルプラットフォームへの出店を募り、消費者との取引を取り持つ業務であることからすれば、クレジットカード会社の加盟店管理責任とデジタルプラットフォームにおける販売店管理責任には、大きな差がないと考えます。販売店がどのような商品やサービスをどの程度の価格で販売するのか、その商品はどこから仕入れるのか、どのような方法で誰がサービスを提供するのかなど、一般的に消費者が確認したい最低限の事項については確認をするべきです。

インターネット取引の場合、価格の比較がたやすいため、消費者は価格に大変敏感です。その販売店の商品が、他の事業者の同種の商品の価格と比較してあまりに高い場合、反対に、あまりに低価格の場合に、その理由を確認することが必要です。低価格のブランド品に誘引されて模倣品を購入してしまったり、商品やサービスの種類からは通常考えにくい、高価格である場合、広告に問題があることが多くあります。

また、消費者から苦情があった場合には、調査を行い、同種の苦情の発生状況を確認することを規定してください。販売店への苦情はさまざまありますが、同種の苦情が複数寄せられる場合は必ず理由があります。それが改善されないのであれば、出店契約を解除することが必要です。

2 被害の未然防止のために

（1）違法な製品やサービス、事故のおそれのある商品やサービスの取引停止措置

事故のおそれがあると報道された商品やサービスについては、即座に販売店への取引停止措置、商品回収への協力を義務づけること、身体事故だけでなく、偽ブランドや詐欺的な情報商材などについては、デジタルプラットフォームでの販売の排除を義務付けることを要望します。

消費者は、違法な製品やサービス、事故のおそれのある商品やサービスであることを認知するまでに時間がかかります。国や業界団体等との連携を強化して迅速に情報入手し、速やかにデジタルプラットフォームでの販売を排除する仕組みの構築を要望します。

（２）緊急時における生活必需品の安定的な流通の確保

今回のコロナ禍におけるマスク、トイレットペーパーのような、緊急時における生活必需品や医療品等の品不足や価格暴騰が起こらないように、国と協力して販売店への通知、消費者への情報提供、デジタルプラットフォーム上で暴利価格、高価格の転売等が疑われる場合の措置をとるなど、需給の安定を図るための仕組みを策定してください。その実効性確保のために、国は、デジタルプラットフォームによる販売店、消費者対応の後押しとなる施策をとる必要があります。

（３）消費者を誤認させる虚偽・誇大な広告表示の排除

消費者を誤認させる虚偽・誇大な広告表示がないように監視することは必須です。一般的に見てすぐに虚偽・誇大とわかる広告があった場合、すぐに削除すること、また、すぐに判断できない場合には、合理的な根拠資料の提出を求め、一定期間に根拠資料の提出がない場合には、削除することを義務付けしてください。

特商法や景表法に基づき、行政機関が執行するまでには時間がかかり、その間に消費者被害が継続して発生することになります。自社のデジタルプラットフォームを監視することで、いち早く問題の広告を発見し、被害の未然防止につなげていただくよう要望します。

（４）消費者の信頼を損なうレビューの監視

レビューは、手に持って確認できない商品や経験できないサービスについての情報を得るために、本来大変有効なものですが、「やらせレビュー」などにより、本来の役割が悪用され、消費者が混乱したり被害にあったりしています。悪意をもって消費者が個人的に行うケースもあり、消費者への啓発・注意喚起が必要です。そして、「やらせレビュー」については、デジタルプラットフォームとして断固として禁止をし、もしそれがわかった場合には出店契約の解除などを行うことを要望します。

（５）ターゲティング広告・表示・プロファイリングについて

消費者の多くは、個人情報取得されることを望んでいません。加えて、ターゲティング広告について、不安、不快に思っている、その仕組みを理解していないことが多く、削除したくても方法がわからないという状況に置かれています。

デジタルプラットフォームのターゲティング広告を見て情報商材を購入し、トラブルになったという相談もあります。その場合にはデジタルプラットフォームにも責任の一端があるはずです。

ターゲティング広告を活用して販売促進をするのであれば、その仕組みと解除の方法をわかりやすく周知するべきです。また、ターゲティング広告についても審査も行うべきと考えます。消費者がターゲティング広告で誘導されたり惑わされたりすることなく、

自由な選択ができる環境を整備することを要望します。

(6) 利用規約等の周知、各種機能の装備

利用規約、エスクロー決済等の安全な決済システム、苦情の申し出方法、補償制度等、デジタルプラットフォームとして装備すべき機能について、装備の義務化をしてください。補償制度は、実質的で利用しやすいものでなければ装備してとは言えません。また、これらの機能について、消費者にすぐわかるような方法、場所で周知する必要があります。

情報商材ばかりを掲載しているデジタルプラットフォームがあります。デジタルプラットフォーム上で広告から決済サービスまで提供しているケースや、デジタルプラットフォームは販売店の入り口だけを掲載し、クリックすると販売店のサイトに飛び、決済サービスはデジタルプラットフォームが提供するケースなどがあります。こうしたデジタルプラットフォームについて消費者は認識が薄く、トラブルが発生しても消費者は当該デジタルプラットフォームに連絡することは多くありません。しかし、販売店を紹介し決済サービスを提供するという契約手続きに大きく関与しているデジタルプラットフォームは、消費者の安全安心のための機能を装備することが必要です。

大手デジタルプラットフォームで実行している取組を標準化し、それを広く周知することで、まだ取り組んでいないデジタルプラットフォーム事業者へ取組みを促すこととなります。また、周知により、そうした取組をしていない事業者を選択しないという消費者の選択する権利が果たされることとなります。

さらに、海外のデジタルプラットフォームに対して国として要請すべきことです。国内のデジタルプラットフォームが消費者の安全安心のための取組をしていることで、海外デジタルプラットフォーム事業者より事業活動がマイナスにならないように、国としての施策を要望します。

(7) SNSへの規制

SNSに対してもデジタルプラットフォームとして規制をください。消費生活センターに寄せられる、悪質な定期購入や詐欺的な情報商材等のトラブルは、SNSを利用中に見た広告に誘引されて、事業者のサイトへ誘導されています。広告の審査基準の厳格な運用、表示されている広告の監視、苦情が入った時の調査など、デジタルプラットフォームとしての役割を果たす必要があります。

SNS広告がきっかけでトラブルが発生した場合の情報収集を積極的に行い、当該販売店、アフィリエイトを排除してください。そのためには、消費者からの苦情受付窓口を明確にし、消費生活センターとの連携強化が求められます。また、広告審査基準を開示することで、販売店への抑止効果、消費者への啓発効果が期待できると考えます。

3 紛争の処理・解決

デジタルプラットフォームが紛争を円滑に解決し被害を回復する、またはその協力をすることの法整備を求めます。消費者と販売店との間で紛争が発生した場合、紛争が解決しない場合には、デジタルプラットフォームとして解決のために積極的に介入するべきと考えます。

消費者がデジタルプラットフォームに苦情を伝えた場合、第一には販売店と話し合うことを勧め、同時に、解決しなかった場合の方法を示すことが必要です。販売店との話し合いが進まない、解決できない場合に、デジタルプラットフォームとして解決をすること、補償制度を積極的に活用することを規定してください。

また、消費生活センターからの連絡窓口が設置されていても、話し合いができなかったり、条件がつけられて実質的にあっせんができない場合があります。最近では商品ではなく、役務提供のデジタルプラットフォームも多くなっています。役務提供事業者の場合、さらに解決が難しいことが多くあり、デジタルプラットフォームの関与が必須です。しかしデジタルプラットフォームの規約には、紛争が生じた場合は個々で解決すること、プラットフォームは関わらないことが記載され、電話連絡先の記載がないものもあります。連絡先を明記すること、解決に協力すること、消費生活センターから紛争解決のための連絡が入った場合は、積極的に連携、協力して解決することを規定してください。

さらに、現状、消費生活相談員は、デジタルプラットフォームに交渉しても解決が望めることは少ないという認識であることが多いと推測されます。消費生活センターに対し、デジタルプラットフォームに既に装備されている機能について広く周知していただき、消費生活相談員は積極的に連携をとる必要があります。同時に、問題の把握のための有益なデータとするために、PIO-NETに、CtoC、CtoBtoC、デジタルプラットフォームなどのキーワード等を設定する必要があります。

4 法執行

悪質な販売店へ迅速に厳格な法執行をするために、デジタルプラットフォーム事業者による、販売店の本人確認、特商法上の表示義務事項の確認を義務づけてください。

また、詐欺的な情報商材等ばかりを扱っているデジタルプラットフォームや、消費者の安全安心な取引を目指すことを全く考えないデジタルプラットフォームもあります。デジタルプラットフォームへの法執行も行えるようにしてください。

5 消費者啓発・教育

消費者への情報提供、啓発、教育は、本協会も消費者団体として引き続き行います。特に、コロナ禍により、高齢者やインターネット取引に不慣れな人も、外出を控えインターネット取引をするようになってきました。いわゆるデジタルデバイドへのサポートはもちろん必要ですが、虚偽誇大広告や、ターゲティング広告などにより、誰もが脆弱

になります。国をあげてデジタル化を目指すのであれば、国、業界団体、デジタルプラットフォームによる、強力に消費者支援をしていただくよう要望します。

以下、本協会週末電話相談室に寄せられた相談から抜粋しました。

《相談事例》

① フリマサイト

・フリマサイトでワンピースを購入したが届かない。出品者は発送追跡できない形で送付したと言い、発送調査をするように依頼しても仕事で忙しいと対応してくれない。フリマ運営会社へ再三苦情を申し出たが、相手と話し合っただけで合意解約するようという助言メールのみだ。規約に沿ってキャンセルしてほしい。

・フリマサイトで38000円でパソコンを購入したが、立ち上げると「バッテリーが消耗しています」と表示され使用できない。商品のコメントには美品と書いていたがサビもキズもある。フリマサイト運営会社に返品希望を伝えたが当事者間でやり取りするようと言われた。出品者に連絡したが商品の詳細を聞かなかつた方が悪いと言われ返品に応じしてくれない。運営サイト会社から7000円で取引終了を提示されたが納得いかない。

② SNS

・定期購入

1か月前、SNSでスマートフォンでお試し2980円と書かれた美容液の広告から公式サイトにアクセスすると「定期の縛りなし」と書かれていた。1回限りの購入だと思いクレジットカード払いで申込んだ。ところが昨日通販会社から商品を届けるというメールが届いた。定期コースを申込んだ覚えはないので解約したい。

・転売サイトビジネス

スマートフォンのSNS広告にネットビジネスが掲載されていた。その広告をタップしたところ経験者談で儲かった情報が詳細に書いてあったので信じるようになった。海外のショッピングサイトを作成し、商品を他のサイトから仕入れる転売サイトのビジネスのための電子本を8000円で購入した。その後、「半年間のサポートを付けた方がいい」と言われ、100万円のうち40万円支払い残金の60万円は儲けて支払うことになった。解約し返金して欲しい。

③ 転売サイト

・電子マネーギフト券を転売サイトで購入したが、使用禁止だった。電子マネーギフト

券の転売サイトで購入すれば電子マネーがお得に買えると思って、何回かに分けてギフト券を購入した。実際に利用してみて最初はうまくいったが、後から使用禁止になり、結局購入分が全て使えない。自分は未成年者なので、全ての契約を未成年者契約の取消しをして、お金を取り戻したい。

④ 情報商材

・大手ショッピングモールの広告をクリックして情報商材を知った。契約前に説明のためのセミナーを受け、SNSのツイートの代行のための情報商材 30 万円の契約をした。ネットバンキングで 15 万支払い、残金は 5 回の分割払いである。実際に作業を始めると、複雑で難解な作業であり、広告にあるような収益は上げられないとわかった。解約したい。