

# 売主の本人確認等取引責任の明確化

令和2年5月19日  
消費者庁

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プロジェクトチーム

## 1. 顕在化している消費者トラブルへの対応

### (1) 紛争の未然防止に向けた検討の方向性

- 出品者（売主）の本人確認・情報提供
- 違法な製品、事故のおそれのある商品の流通への対応
- 消費者を誤認させる表示の是正（不当表示、不正レビュー）
- 利用規約の位置づけ、表示のあり方
- 利用規約の個別の条項のあり方、是正のあり方
- 域外適用・海外当局との連携

### (2) 紛争処理・解決に向けた検討の方向性

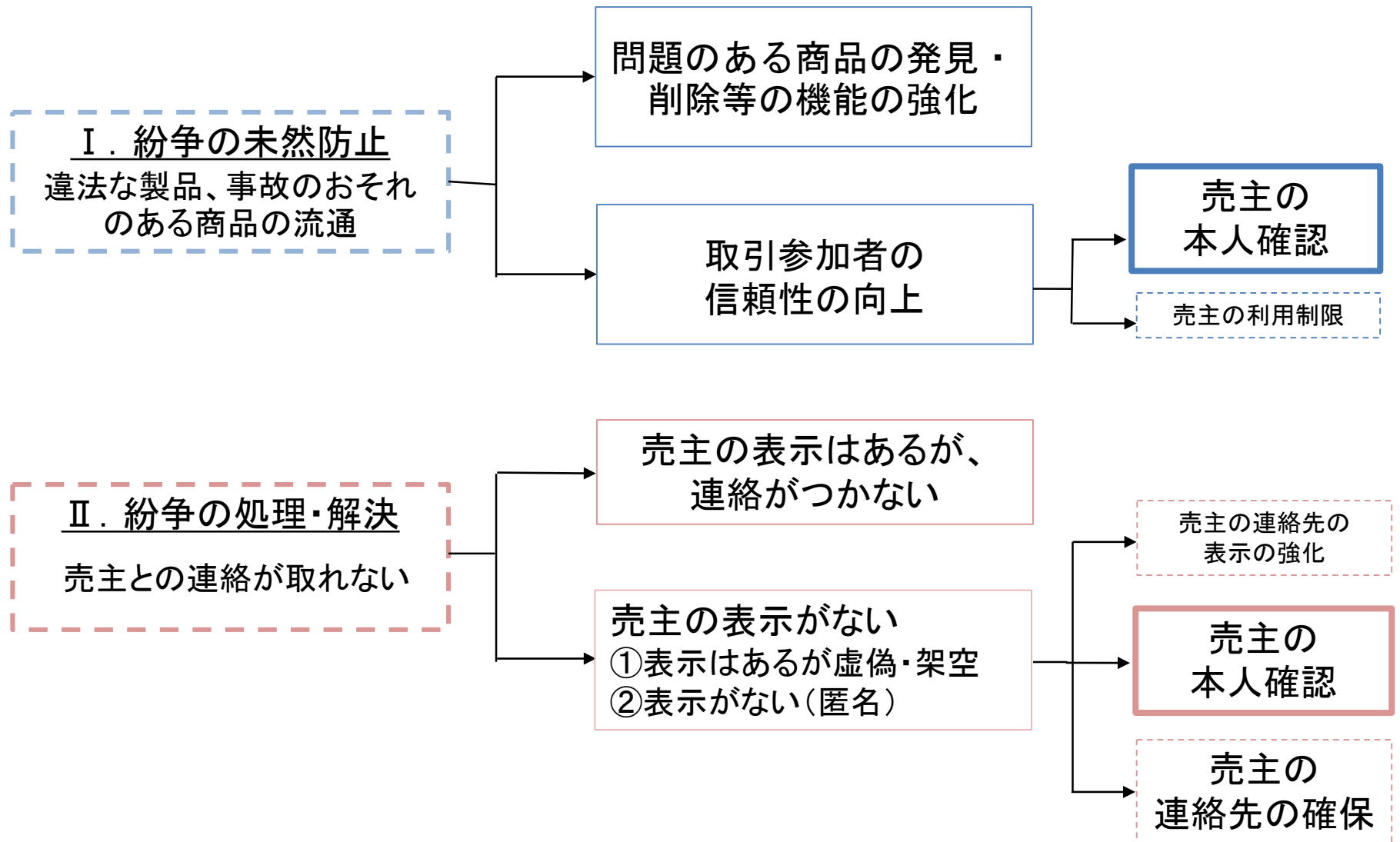
- 消費者取引の当事者ではないため関与できないと主張するデジタル・プラットフォームにおける苦情処理対応・紛争解決のあり方
- 出品者（売主）の本人確認・情報提供

## 2. 潜在的な消費者トラブルへの対応

### 消費者の選択の確保に向けた検討の方向性

- ターゲティング広告のオプトアウト
- パーソナライズド・プライシングの情報提供

# 本人確認の位置づけ



## 前回(違法な製品、事故のおそれのある商品の流通)の議論の概要

### <問題のある商品の削除等>

- 生命・身体に関わるような危険のあるもの、他人の権利を侵害するものに関しては、最低ラインのものとして、厳しい規制を課す必要がある。
- プラットフォームの安全性・信頼性に指標を設け、評価されたものが、消費者、顧客にもわかるように情報提供し、判断できるようにする方向も検討してはどうか。
- 行政は厳しいけれども非常に大まかな規制をかける、具体的にどうすればいいかはプラットフォーム事業者を考えてもらうということ、共同規制という形でも考えるべきではないか。
- 行政機関とプラットフォーマーとの密な協力関係が一層求められる。
- 社会的コストも考えるべきである。禁止販売品ではない商品への対応は非常に難しい。

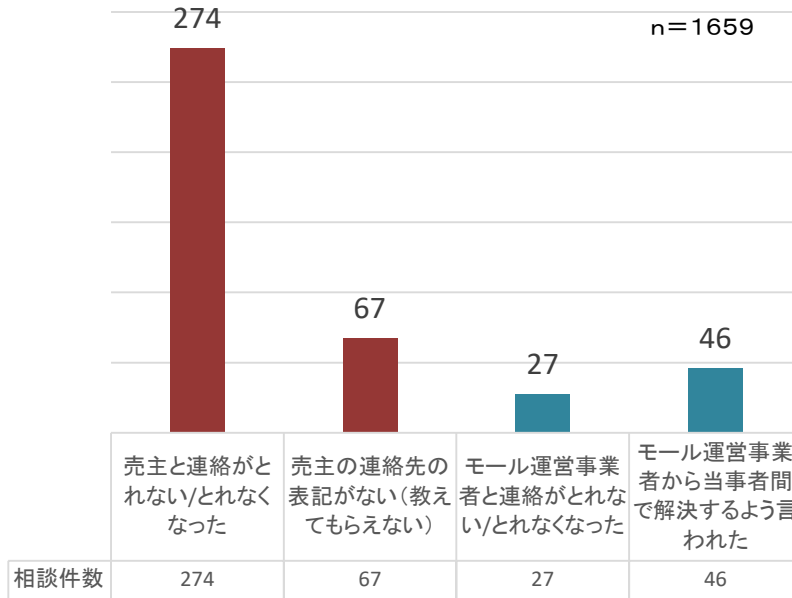
### <取引の参加者の信頼性の向上(売主の本人確認)>

- 本人確認はすべての健全な取引の基本であると言える。特定商取引法の表示義務が潜脱されている状況を放置してしまっていると感じる。特定商取引法の実効性を担保する上でも法的な義務付け、法的な責任を伴う形で検討する必要があるのではないか。
- 実在が確認できないタイプの決済サービス利用の制限など、本人確認ができない場合には、アカウントの停止など、何かしらの制裁を売主に加えることも検討する必要があるのではないか。
- 特定商取引法等の表示義務については、プラットフォーマー側から見ても適切かどうかというのは、自動化も含めて規律を図っていける部分でもあり、モニタリングする義務も含めて店子に守ってもらう義務は入れていただいたほうがいい。定期的なモニタリングで守らない場合、そこから得た利益ははく奪できるような制度を入れ、経済合理的に考えても最低限、連絡がつくとか紛争ができるようにすべき。
- 外国事業者の偽商品の出品について、外国事業者からお金を払ってもらえるかも念頭に置くべき。
- トラブルが起きたときにそれが追跡できなかったときは、そのトラブル被害に関してプラットフォーマーが場の提供者として賠償を負うくらいの感じにしないと、本腰を入れないのではないか。
- 売主の表示を自由に書き換えが出来るしまう仕組みについて対応してほしい。
- 本人確認の手法として、番号の持ち主であることの認証を前提に、マイナンバーや法人番号などの活用が考えられる。リアルタイムに書き換えの有無を監視できるような仕組みを整えていくべきではないか。外国法人の取扱いは、今後議論していく必要がある。
- パフォーマンスベースでのアプローチで議論していきたい。つまり、何らかの大きな方針がありつつも細かいやり方や手段、方法といった部分についてはプラットフォーム事業者側で創意工夫ができるような仕組みで議論していきたい。

# PI0-NETにおける売主との連絡に関する消費者相談

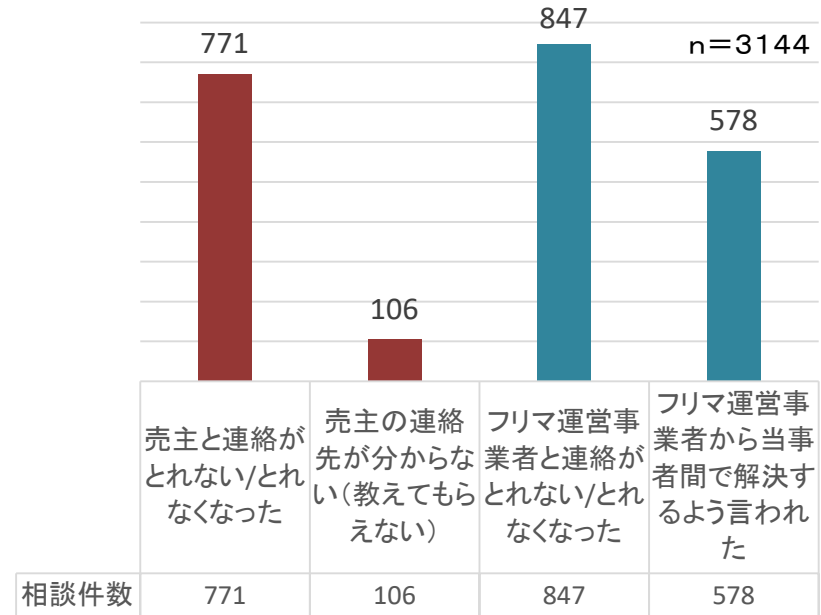
・消費者相談においては、オンライン・ショッピングモール（BtoC）であっても、フリマサイト（CtoC）であっても、売主と連絡が取れないという相談は多い。

## オンライン・ショッピングモール（BtoC）



※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。

## フリマサイト（CtoC）



※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。  
 ※「売主の連絡先が分からない」とは、例えば、連絡しようとした時点で売主が既に退会していた場合を指す。  
 ※相談者が売主及び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。

売主が事業者の取引では、連絡先の表記はあるものの、紛争解決に必要な連絡が最終的につかなくなるものもある。売主の身元情報が確認されていない可能性がある。

## オンライン・ショッピングモール、フリマサイトでの取組

(第3回・第4回検討会 事業者ヒアリングから関連部分抽出)

※は個社による取組

### ①オンライン・ショッピングモール

- ・ アカウント開設時に当該販売事業者が実在するか否かを確認するために、本人確認書類、免許証やパスポートと、金融機関との取引明細書など本人であることが確認できる資料の提出の上、氏名の突合、住所とアカウントと突合している。※
- ・ 出店時にカード加盟店の審査が必要なため、カード会社の審査が入ること、原則として自社の決済システムを経由して決済が行われることから、契約主体の名義の銀行口座と突合している。※
- ・ 連絡が付かないという申出が利用者からあった場合には、直接出品者に連絡をして確認する。※

### ②フリマサイト

- ・ SMS認証による本人確認(実在確認)
- ・ メールアドレス、氏名、住所、電話番号等の登録
- ・ 一定金額を超えて出品する場合や出品者がお金を引き出す際には本人確認書類を提出。確認の必要性がある場合には確認する、又は本人情報と口座の名義を突合している。出品者が登録情報又は口座情報を変更しようとするときは身分証の提出

参考:電子決済を利用する場合には犯罪収益移転防止法に基づいた確認(法律上の義務)

### ③オークション

参考:古物競りあっせん業者としての本人確認(法律上の義務)

## ○各事業者の直面する課題・悩み

(第3回・第4回検討会 事業者ヒアリングから関連部分要約)

- ・ 本人確認のハードルを上げればより安全という意見もあるが、セキュリティレベルの向上と引換えに出品ハードルが上がる。

# 売主の表示の信憑性

・しかしながら、デジタル・プラットフォーム企業において、出品者の本人確認が必ずしも十分に行われていないため、消費者トラブルが発生した際に問題解決の方途が閉ざされる場合があるほか、オンライン・ショッピングモールで行われる商品広告の虚偽表示による特定商取引法違反といった違法行為に対するエンフォースメントにも著しい支障を来している実態がある。

## オンライン・ショッピングモールにおける偽ブランド品について(第5回事務局資料から抜粋)

### <事案>

- 大手デジタルプラットフォーム事業者が提供するオンライン・ショッピングモールにおいて、通信販売業者が財布又はバッグの偽ブランド品を販売していた。
- また、販売の際には、自身の身元を隠して、同サイトにおいて各事業者の所在等を特定することが困難な情報のみを登録した上で、複数の商品を繰り返し販売していた。

### <消費者庁における対応>

- 令和2年4月、特定商取引法の規定に基づき、13通信販売業者に対して、3か月の業務停止命令及び指示処分を実施。
  - ー 誇大広告等の禁止違反(虚偽表示)(特定商取引法第12条)
  - ー 広告の表示義務違反(虚偽の住所等の表示)(特定商取引法第11条)
- 消費者庁による調査の結果、処分を行った13通信販売業者全てについて、身元を把握できなかった(公示送達による行政処分を実施)。
- 大手デジタルプラットフォーム事業者が提供するオンライン・ショッピングモールにおいて、同様の手口による偽ブランド品の販売が繰り返し行われる可能性が高いと認められたことから、消費者安全法に基づき、消費者に注意喚起を行うとともに、同法に基づき、オンライン・ショッピングモールを提供する複数の大手デジタルプラットフォーム事業者各社に対して、当該情報を活用して、今後消費者被害の発生又は拡大の防止に向けた対応を行うよう要請。



# 売主の表示の信憑性

・大手デジタル・プラットフォーム企業の提供するオンライン・ショッピングモールの信用力を利用した販売を行うなど、デジタル・プラットフォーム企業の提供するオンライン・ショッピングモールの仕組みを巧妙に悪用した行為が行われていることが確認でき、同様の手口が拡散していることも散見されている。

オンライン・ショッピングモールにおける偽ブランド品事案における  
出品者・出店者の身元隠匿の手口  
(令和2年4月7日 消費者庁公表文から抜粋)

本件13 通信販売業者は、以下のように、本件サイトの仕組みを悪用して身元を隠し、知名度がある大手ショッピングモールサイトである本件サイトの信用力を利用して、偽ブランド品を販売していました。消費者庁の調査でも、本件13通信販売業者について、誰一人として身元を把握できませんでした。

(1) 本件サイト上に、①使われていない住所・電話番号や②無関係の他人の住所・電話番号を、自らの住所・電話番号として表示していました。

そのために、例えば、住所については、以下のア又はイの手段を用いて、出品アカウントに登録していました。

ア 出品アカウント開設時に登録した住所を、開設後、本人確認書類とは異なる住所に変更。

イ 本人確認書類として、偽造された書類（免許証、外国人在留カード等）のデータを提出。

(2) 本人確認の手续が厳格ではなく、オンライン上で申し込むことができ、プリペイド方式によりオンライン決済に使うことができる決済手段（クレジットカードとは異なるもの）の番号（クレジットカード番号と同様に利用できるもの）を、①使われていない住所・電話番号や②無関係の他人の住所・電話番号のみを登録する、又は③住所や電話番号をそもそも登録しないなどして取得した上で、出品の際に必要なクレジットカード情報として出品アカウントに登録していました。



# 売主の表示と本人確認について

## ○ 売主の表示について

- ・（デジタル・プラットフォームを通じた取引であるかどうかに関わらず）インターネットを含む通信販売では、画面等に表示されている広告等の情報が消費者に対する重要な情報提供手段であり、その情報に基づいて消費者は判断を行い、取引を行っている。
- ・ そのため、通信販売では、表示されている情報は消費者が判断を行うに当たって極めて重要な要素となる。よって、特定商取引法では、事業者に関しては、通信販売についての広告として、例外を除いて住所や氏名等の表示が義務付けられている。他方で、CtoC取引における売手側のCの売主の表示に関する規定はない。

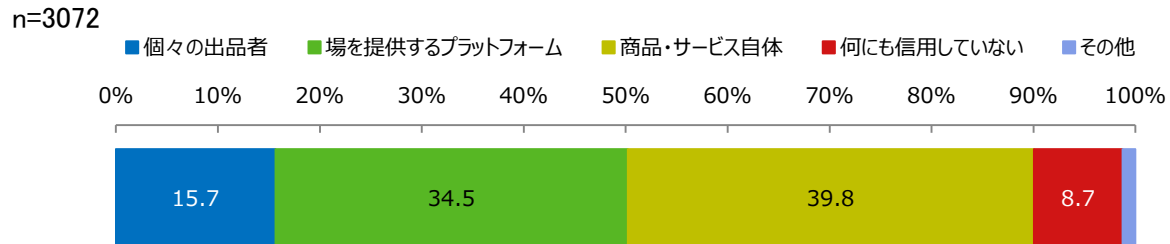
## ○ 本人確認について

- ・ 古物営業法については、フリマサイトは、個人間で直接に物を売買する場を提供するものであり、また、その方法が競りによるものではないため、フリマアプリ等の運営業者は古物営業法に規定された古物競りあっせん業者には該当せず、法規制の対象外となっている。古物競りあっせん業者については、盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図るという観点から、法において、あっせんの相手方の確認及びあっせんの記録の作成・保存について努力義務が課せられている。
- ・ 犯罪収益移転防止法は、マネー・ローンダリング、テロ資金供与防止の観点から、特定事業者に対し、特定取引における顧客等の本人確認を求めている。オンライン・ショッピングモールやフリマサイト等自体は、当該特定事業者として列挙されていない。

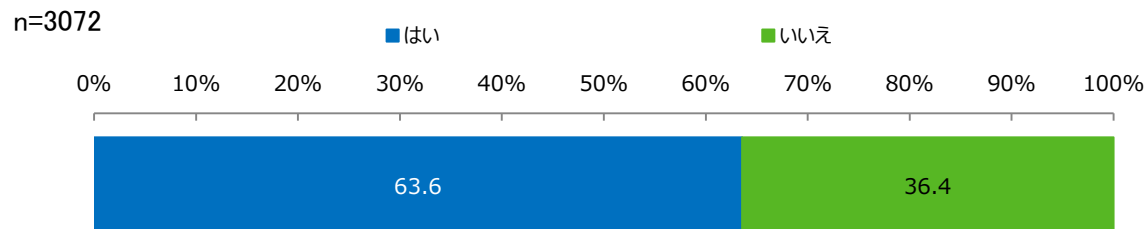
# 売主の表示に対する意識

- ・ デジタル・プラットフォームの利用者・意識行動調査（資料1）では、
  - － 利用者が買い物系プラットフォームを利用する場合、個々の出品者よりも買い物系プラットフォーム自体に信用を置いており、
  - － 過半数を超える利用者（63.6%）は売主が誰かを意識している。
- ・ 買い物系プラットフォーム上においても、売主が誰か、その信用性などを含めての情報が、消費者に対して提供されることが求められていると考えられる。

Q5. 買い物系プラットフォームを利用する場合、何に信用を置いて買い物をしていますか。



Q4. 買い物系プラットフォームを利用する場合、売主が誰かを意識していますか。



## ご議論いただきたい事項

デジタル・プラットフォーム企業が提供するオンライン・ショッピングモール、フリマサイト等において、消費者が取引をする際に、取引相手が誰かを含め、信頼性の確保が重要である。特に、取引相手が明確でない場合は、紛争時の解決が困難になるなど、取引の安定性への影響が大きく、消費者に多大な不利益をもたらすとともに、デジタル・プラットフォーム企業の提供するサービスへの信頼性を棄損するおそれもある。こうしたことから、消費者が安心できる取引環境を整備することが必要であり、取引相手の信頼性を確保し、利用者の利便性の追求と取引の場の安全の両立の観点から、以下の点について検討する必要があるのではないか。

**論点①** 上記の目的を達成する観点から、デジタル・プラットフォーム企業はどのような対応をすべきか。消費者がデジタル・プラットフォーム企業に寄せている期待を前提に、デジタル・プラットフォーム企業はどのような役割を果たすべきか。売主の本人確認を行うことが必要ではないか。

**論点②** 本人確認は、現在もデジタル・プラットフォーム企業が自主的な取組として行っているが、十分に行われていないのではないか。例えば、登録時の確認・継続的な確認の必要性、どのような手法で行うかなど、どこまでデジタル・プラットフォーム企業に求めるべきか。

※紛争解決のあり方全体については、今後、再度議論を行う予定。