

パネルディスカッション③

加速するデジタル化

～企業の果たすべき役割と消費者のデジタル化への向き合い方～

消費者庁審議官
坂田 進

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）

【B to Cの典型例】

・ショッピングモール

【C to Cの典型例】

・フリマ

・インターネットオークション

プラットフォーム企業
(事業者)

B
事業者
(販売業者)

競争法の観点から
取引関係を規律
(透明化法)

C
消費者
(販売者)

デジタル・プラットフォーム

消費者保護の観点
からの規律が不在

特定商取引法が適用
(通信販売)

C
消費者
(購入者)

具体的な問題事例

■ 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

■ フリマアプリ上の要冷蔵食品の常温配送に関する注意喚起（消費者庁：令和元年10月）

フリマアプリ等を利用される皆様へ

その配送品、大丈夫？

要冷蔵食品の常温配送は危険です!!

真空パックだから
常温で大丈夫でしょ！

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**の原因になることがあります。

送った側に**法律上の責任**が問われることがあります。
送る側は要冷蔵・要冷凍食品は常温では送らない。

買う側は常温発送と表示されている要冷蔵食品は買わない。

※「レトルトパウチ食品」と記載されているものは常温保存可能です。

例えば…
フリマアプリで出品した「保存方法：10℃以下」の食品を購入者に発送するとき

クール便 を利用してください！

※10℃以下で発送可能

注）普通宅配便で発送するときに保冷剤等で一時的に温度を下げて、保存温度を担保したことになりません。

デジタル・プラットフォームにおける消費者取引の拡大

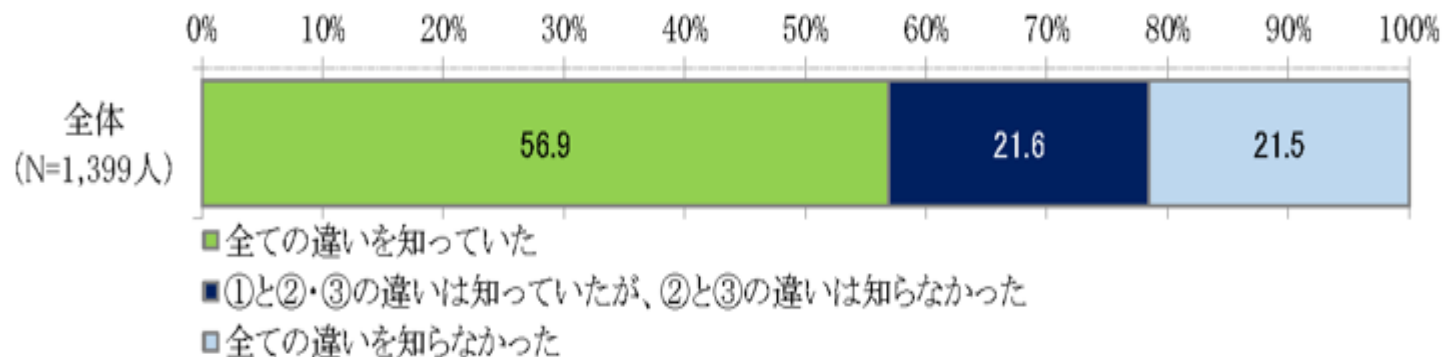
インターネット取引において、購入形態の違いをよく理解していない消費者も

①メーカー等のホームページからの購入、②デジタル・プラットフォーム運営者からの直接購入、③デジタル・プラットフォームの出店者等からの購入という3つの違いを明確に分かっている消費者は約6割(56.9%)。一方、②デジタル・プラットフォーム運営者からの直接購入と、③デジタル・プラットフォームの出店者等からの購入の違いを知らない消費者が約2割(21.6%)

そもそも、この3つの違いを分かっている消費者は約2割(21.5%)。

※デジタル・プラットフォーム：インターネット上のオンライン・ショッピングモール（Amazon、楽天市場等）やフリーマーケットサイト（メルカリ、ラクマ等）など

問 インターネットを通じた商品・サービスの購入において、上記の①、②及び③の違いを御存知でしたか。



主なデジタルサービスの特性と消費生活上の課題・トラブル

