

インターネット消費者取引連絡会（第39回）議事要旨

1. 日時：令和2年12月17日（木） 14時～16時
2. 場所：Web開催
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：フードデリバリーサービス
 - (1) 発表
 - (2) 意見交換
 - (3) その他
5. 議事概要：
 - (1) について
 - ・ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 五味様から「フードデリバリーサービスの動向整理」（資料1）について説明。
 - ・ 独立行政法人国民生活センター 森澤様から「国民生活センター 報告資料」（資料2）について説明。
 - ・ Uber Japan株式会社 西村様、武田様から「Uber Eats における安心・安全に関する取り組み」（資料3）について説明。
 - ・ 株式会社出前館 和田様から「Demaecan フードデリバリーにおける配送品質向上への取り組み」（資料4）について説明。
 - ・ 楽天株式会社 中村様から「楽天デリバリーの概要について」（資料5）について説明。
 - (2) について
 - (1) の発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。
 - ・ 資料1 25 ページに関して、消費者が注意すべき事項という中で、「売買契約の相手はプラットフォームではなく飲食店等である」とある。売買契約は確かに飲食店と交わしていると思うが、プラットフォームとの間でも売買契約ではないが、何らかの契約はあると理解している。その理解で間違いはないか。

また、同じページに配達にかかる時間、表示された時間は目安であるという記載があり、それはよく分かるが、大きく遅れた場合等は飲食店に連絡して確認とある。飲食店としてはどのような時間が配達にかかる目安として表示されているか知ることができるのか。
 - ・ プラットフォームとの間には、やはり利用契約があるはずで、それはその利用規約などにいろいろ規定されているものが契約としてあるかと思われる。

また、目安時間については、事業者側に話を伺っている限りでは飲食店で目安時間を調整することもできるということであったので、その混み具合であるとか、そうしたことにおいて調整することは可能と伺っている。

- ・ 先ほど説明があったとおりで、飲食店側でも調理の注文が入り過ぎている場合は調理時間がかかりますよというように、時間を変えるという設定がある。
- ・ 資料2について、レストラン側の写真が古いとか、それは古典的な問題だと思いますが、やはりフードデリバリーのサービスに固有の問題というのはプラットフォームの利用に関するものだと思う。その意味では資料2の相談事例①とか、③のように、プラットフォーム側ではデリバリーしたとなっているが、ユーザーサイドでは届いていない、インターホンも鳴っていない、電話もかかってこないといったことがある。これは多分行き違いのようなことといたしますか、もしかしたらユーザー側で部屋番号を入力し間違えているようなことも可能性としてはあるかと思われるので、本当のプラットフォーム側の不具合が疑われるのかどうかという観点から件数についてお尋ねしたい。これもざっくりとしたことしか分からないし、そもそも全体の利用量は冒頭の御説明ではあったが、そんな中でということなので感触のようなことでしかないかもしれないが、どれくらいの行き違い、プラットフォーム側では届けた、しかしながら消費者のほうで受け取っていないという御相談はどの程度あるのか、数のことを伺いたい。また、デリバリースタッフのいるタイプについて、資料4で配送スタッフについて非常に詳細に研修からペナルティまで説明いただき、資料3でも配送パートナーに対して研修等をしているということだったが、トラブルの内容や数に応じて、例えばペナルティ、アカウントを消してしまう、仕事をできなくする、あるいは評価を上げたり下げたりする、ということもしているのか伺いたい。
- ・ 商品が届かなかったという相談については、件数を具体的にお答えすることは難しいが、それなりに多くあったと認識している。事業者と消費者の間に行き違いが起きてしまったことについても個別に精査して検討をする必要があり、今この場での回答は難しいが、大体件数のうち半分くらいはプラットフォームが関わるトラブルについての相談だったと認識している。
- ・ 配送のところで何かトラブルがあった配達パートナーの方のアカウントの停止とか何かペナルティがあるのかといった点について、配達パートナーの方に対してどんなクレームがあったのかとか、何か問題があるような方がいれば注意をするようにしている。それがあまりにひどい場合はアカウントを停止せざるを得ないような場合もある。

- ・ また、そういった方々も含めて配達パートナーの方への教育体制といったところですが、まさに今整理をしているところです。現在行われているものだと例えば配達パートナーとして登録したときに交通安全に関する問題を全問正解しないと登録できないとか、毎回アプリを立ち上げて配達するときにチェックリストのような形で、例えば「しっかりとヘルメットを被ってください。」「自転車は原則として車道を走ってください。」のようなもので注意喚起を行って、これをチェックしないとスタートできないということも実施している。

- ・ 現在幾つかの都道府県でも実施しているが、各都道府県警と連携して自転車講習会のようなものもやっている。そこはある程度人数は絞られてしまうが、実地でその講習会に出ていただく。それをある程度拡散して実施し、配達パートナーの中のコミュニティも用いて更に拡散させたり、あるいは報道で流れていることによって注意喚起を促すこともしている。

他にも様々な取組を今後行っていく予定であり、現時点で代表的なものは先ほど述べたものとなる。

- ・ 消費者のトラブルの紹介で、このようなトラブルはこうした事業をやっている上、想定されるトラブルだと思います。このようなトラブルが起こったとしてもその後に速やかに対応していただけるかどうか重要であり、その対応がどうなのか、しっかりとした体制ができているかがポイントだと思います。

- ・ カスタマーセンターのようなもの、消費者相談室のようなものを設けているという話があったが、これらのサービスが特商法に規定されるとなると電話番号の表示というのが広告の表示などにあり、電話での問い合わせ対応を各事業者にて行っているのか。チャット対応という話もあったが、それも含めて、どういったやりとりの手段で行っているのか伺いたい。

- ・ 問い合わせについては、適切なチャネルを通じて提供するようにしているので電話での対応もしている。先ほどの説明の中でチャットでの対応、あるいはホームページから用件を記載して送信してもらう対応もあるが、電話での対応も行っており、電話番号が分かるように掲載もしている。

- ・ 以前は普通のコールセンターという形で行っていたが、コロナの状況が悪化した時点で、セーフティの観点からエージェントが在宅での対応となっていることから、こちらからコールバックをするという形で対応している。

- ・ こちらは先ほど説明したようにハイブリッド型であり、飲食店側が届ける場合と、配達

代行の場合とあり、どちらにユーザーからお電話を頂いたほうがよりの確かという判断であり、飲食店側がお届けする場合は飲食店に直接電話するという形でユーザーに案内しており、配達代行に関しては飲食店にユーザーが電話すると配送状況の確認等でユーザーがたらい回しにあう可能性があるため、カスタマーセンターで電話を受ける体制を整えており、その内容にて配送事業者あるいは飲食店に確認をする対応をとる。

- ・ こちらも電話番号の記載をしており、基本的には店舗側の配送モデルとなっているため、お客様がすぐ店舗にお問い合わせができるように、注文完了メールに問い合わせ電話番号を記載することや、特商法の表示についても店舗電話番号を記載するという対応をとっている。

- ・ 伺いたい点が2点ある。1点目は交通安全の話に関連して、配達員の報酬体系について、恐らくは件数とか、距離や時間が関係すると想像する。出来高払い的なものが入っていると、配達員が多く稼ごうと思いき、つい無茶な運転をする方向にインセンティブが働いてしまう気がするが、そうならないようにするための設計の工夫などを行っているのか。

2点目は、飲食店側のメリットは主に販売や集客のチャンネル拡大だと思うが、その他に考えている、もしくは既にやっていることがあるかどうか教えて欲しい。プラットフォームにはデータが集まるという優位性があると思うが、そのデータを例えばオプションで分析して飲食店に提供するようなことも検討されているのか。個別の飲食店単位ではなく地域全体の注文状況など、データを提供することも行っているかという点についてお伺いしたい。

- ・ こちらは個人事業主として配達パートナーの方々にやっていただいているので、配達パートナーとしては配達した分だけお金が入るような仕組みになっている。そこは配達パートナーのガイドブックにも書いてあるが、ピックアップをして届け、あとはその間の距離に応じて金額が決まっており、それが配達パートナーの方に支払われる仕組みになっている。その上でやはり個人事業主なので、そこにたくさん稼ぎたいというモチベーションがどうしても湧いてしまうということはある、それをどう抑えるかというのは確かに課題として認識している。

事業の仕組みとしてあまり運ばないでくれという仕組みもなかなか作り難いところもあるので、まずは交通安全のマナーをしっかりと守ってくださいというところの注意喚起から始めている。交通安全マナーをしっかりと守ってくださいという形で呼びかけているところではあるが、結局のところ個人事業主というモデルが根本的にはあるのかなと思っている。

一方で、取組としては配達パートナー自身に、しっかりとマナーよく配達しているというプライドを持ってもらおうという取組も今始めており、配達パートナーが見られていて、自分たちはプライドを持って配達をしている。その上でしっかりと交通マナーを守って配達しているというようなプロモーションビデオとか、あとは講習会で研修のようなことも組み合わせて行っており、まずは内面的なアプローチで実施している。

またテクノロジー企業であるので、例えば運転が荒いとか、何かスピードが早すぎるとか、そうしたことについて、スマホの加速度センサーとか、GPS機能を使ってできないかということは今様々な研究をしたいとは思っているが、今のところはまず配達パートナーの方のマナー向上という形で取り組んでいる。

- ・各注文者の属性データをとっていないので、どんな方が注文したかというデータ自体を持っていないので、なかなか提供できないということがあるが、飲食店側も総合評価制度で注文者の方がこの料理はおいしかった、あるいは配達の高品質がどうだったかというフィードバックはできるので、そうした情報は確認できるようになっている。総合評価制度の中でそういう顧客からのデータ、顧客からの声を飲食店側も把握できるような仕組みになっている。
- ・まず1点目の報酬体系について、委託業者、委託者の方に関しては出来高制で、1件幾らという形になるが、直接雇用・アルバイトの方々に対しては月給制となっている。委託者の中には1件でも多くと思う方も出るかとは思いますが、初期教育、あるいは理解度確認テストのところ、あるいは注意喚起ということも行いながら、最終的にはトラブル管理ということで、自社で定めている安全運転の基準とか、あるいは配送品質の基準に適合できない方は確保できなくなるという形。また、過度の引き受けを防ぐために受託制限も設けており、ドライバーがたくさん行けない時間帯、無理な時間帯でオーダーを受託してお届けできないようなことを防ぐための制御システムも最近の数値を計りながら実施している。
- ・また、今後に関しては、テクノロジー、GPS情報をもとにした安全管理とか、一步進んだ形で何かできないかという形は進めていきたいというふうに考えているところ。
- ・各種データは蓄積あるいは分析しているが、基本的には飲食店様に対して売上げ向上とか、より地域のお客様にお喜びいただけるような御提案をさせていただいている。また、それだけではなくて、例えば地域によってはお客様の御注文いただけるジャンルが少ない地域もあるので、そうした地域により幅広いジャンルのものが御提供できるようにというところ。

- ・ 配送機能は飲食店に提供してないので、2点目の質問に対してお答えさせていただければと思う。頂いたデータをもとに何か飲食店に集客以外のお手伝いをしているのかというところについては、お問い合わせいただいた飲食店については、他の飲食店の売上げが比較できないような絶対的な数字として問い合わせ飲食店の売上げがどうなっているかという状況を報告するケースはたまにある、というのがデータをどのように活用しているかというような現状となっている。
- ・ 多分入力間違いのようなことは発生自体を防ぐのは難しいが、事後的にはログが残っているので、これは例えば配達員の人的な間違いでしたということは分かるものであり、後から返金したりということはできると思うが、やはり難しいのは待ち合わせ場所に行ったけれどいなかったとか、インターホンを押したけれど出なかったとか、そういうことはなかなかログには残りにくいと思う。ただログには残りにくいものの、一応証跡を残しておくというか、例えばインターホンを押したけれどいませんというのは、そのときにプラットフォーム側の通信で記録する。場合によっては、プラットフォームからユーザーに電話をすとか、何か配達員と消費者の方の行き違いを解決する方法はないのかなと思うが、例えば、「午後2時にお約束でしたので、ここまでいきましたがこんな感じです」と写真を撮るとか、動画を撮るとか、何かできないかなと思いますが、それについて何かお考えがあれば、お伺いしたい。
- ・ まずサービスの仕組みの中で注文者と配達パートナーが直接やりとりできる仕組みがある。それはアプリの中でメッセージを送受信できたり、あるいは音声通話ができるような仕組みがあり、例えば大きなビルとかだと、外で受け渡すということもあるので、その時に電話をかけて今はちょうどここにいますよとか、そういうことで落ち合うような形になっている。
- ・ チャットと音声・電話とどちらでも選べるようになっている。
- ・ あとは置き配という形でも配達をしており、置き配の場合は配達パートナーに置く場所を指定して、配達パートナーがそこに置いたら写真を撮って送るような形になっているので、なるべく不一致がおきないようにしている。
- ・ ただ、やはりそういうマッチング事業でうまくいかないこともある。その連絡を送って待っていますと言って、10分以上反応がない場合は受取の方はうまくできなかったということだが、注文者の方でも積極的に受け取っていただけなかったということで、この場合は料金がかかって配達パートナーへの報酬も払われるという仕組みにしている。
- ・ いずれにしても一方的にサービスを提供するのではなくて、やはり注文者もしっかりと

自分が受け取りやすいようなことをやっていただいて、レストランパートナーも配達しやすいような包装をしていただいてということで、三者がお互い対応を良くして歩み寄る形でこの仕組みは成り立っている。そのバランスの中でビジネスを組み立てているという形になっている。

- ・ まず、ユーザー側が住所を間違えて入力されるケースも発生している。また、ドライバーが連絡してもユーザーがいないケースもある。そのときには何かログを残すという目的ではなく、やはり早くお召し上がりいただきたいと、そういう気持ちからドライバーからユーザーに連絡し、とにかくつながるように一生懸命対応している。それでもどうしても10分以上待機しても不在の場合は、商品の状況や次の配達状況もあるので、次の配達に行かせていただく形になり得る。その際には、一部返金できないケースもある。実際にその問い合わせを頂いたこともあるが、そのときにはやはり電話やインターホンを鳴らしたりして対応し、その事象をメールで連絡したところユーザー側からも納得いただけたという形ですので、今のところ、このように対応しているが、今後このようなことが多くなるようであれば、実際にそのログをどのような形で残していくかということも進めるべきかと考えている。
- ・ また、他事業者と同様に音声でお客様とドライバーがコミュニケーションをとれるような仕組みは設けており、その中で目的としては証跡を残して後々のトラブルを防ぐというところもあるが、まずは商品をお客様にお届けするというところの中でコミュニケーションをとるところが第一の目的かなというふうには思っている。その上で証跡を残したとしてもトラブルになるものはトラブルになることもあると思うけれども、まずは、お客様が望まれる状態を実現したいということが大きな考え方としてある。
- ・ その場そのときでの直接連絡が一番良いのかと思う。証跡というのはどうしても紛争ベースで考えたので、そのように伺ったが、もちろんデリバリーが重要だという考えは当然のことと思う。
- ・ 音声での連絡があると、いなければ受け取れないが、いれば確実に受け取れるということなのかと思った。

第 39 回インターネット消費者取引連絡会出席者一覧 (敬称略)

令和 2 年 12 月 17 日

○消費者庁

ないとう しげお
内藤 茂雄 消費者政策課 課長
あらかき かずあき
新垣 和紀 消費者政策課 課長補佐
うえだ しゅんじ
上田 駿吏 消費者政策課 主査

○関係行政機関 (国・地方)

まつい ゆうこ
松井 佑子 東京都 生活文化局 消費生活部 取引指導課 課長代理 (表示指導担当)
おがみ ちかこ
小神 知夏子 経済産業省 商務・サービスグループ 消費経済企画室 室長補佐

○事業者団体

いしかわ やすひろ
石川 康博 公益社団法人 日本通信販売協会 消費者相談室 室長
きしはら たかまさ
岸原 孝昌 一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム 専務理事
てらだ しんじ
寺田 眞治 一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム 常務理事 CP 委員会 消費者担当
かさい ほくと
笠井 北斗 一般社団法人 日本アフィリエイト協議会 代表理事

○消費者相談関係団体等

さわだ としこ
沢田 登志子 一般社団法人 EC ネットワーク 理事

○オブザーバー

もり りょうじ
森 亮二 弁護士法人 英知法律事務所 弁護士
ごみ たかし
五味 崇 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 政策研究事業本部 主任研究員
しらふじ かおる
白藤 薫 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 政策研究事業本部 主任研究員
えぎし しん
江岸 伸 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 政策研究事業本部 研究員
たまき ゆうすけ
玉木 祐介 独立行政法人 国民生活センター 相談情報部 相談第 2 課
ひらい ゆきひろ
平井 千尋 独立行政法人 国民生活センター 相談情報部 相談第 2 課
もりさわ まきこ
森澤 槇子 独立行政法人 国民生活センター 相談情報部 相談第 2 課
すずき ゆきこ
鈴木 幸子 独立行政法人 国民生活センター 消費生活相談員
にしむら けんご
西村 健吾 Uber Japan 株式会社 政府渉外・公共政策部長
たけだ たいしゅう
武田 大周 Uber Japan 株式会社 政府渉外・公共政策マネージャー
ふじた あつこ
藤田 敦子 Uber Japan 株式会社 カスタマーサービス部長
たなか ともみ
田中 知美 Uber Japan 株式会社 コンプライアンス部長
きよむら ようこ
清村 瑤子 株式会社出前館 取締役
こいずみ まさき
小泉 真樹 株式会社出前館 デリバリーコンサルティング本部シェアデリ戦略グループ
品質管理チームマネージャー
わだ りょう
和田 龍 株式会社出前館 デリバリーコンサルティング本部シェアデリ戦略グループ
品質管理チームスペシャリスト
すえもと なおた
末本 直太 株式会社出前館 マーケティングコミュニケーション本部
コミュニケーショングループリーダー
なかむら たけし
中村 雄 楽天株式会社 楽天 READY 事業部楽天デリバリービジネス課シニアマネージャー
もりた まこと
森田 真人 楽天株式会社 トラベル&モビリティ事業品質管理室
テイクアウト&デリバリーサポートグループヴァイスマネージャー
にしかわ とおる
西川 透 楽天株式会社 トラベル&モビリティ事業品質管理室
テイクアウト&デリバリーサポートグループ
くすはら ひろし
楠原 啓司 楽天株式会社 渉外室消費者政策課コミュニケーション推進グループマネージャー