

インターネット取引に関する 消費者相談の現状と今後

2014.6.19

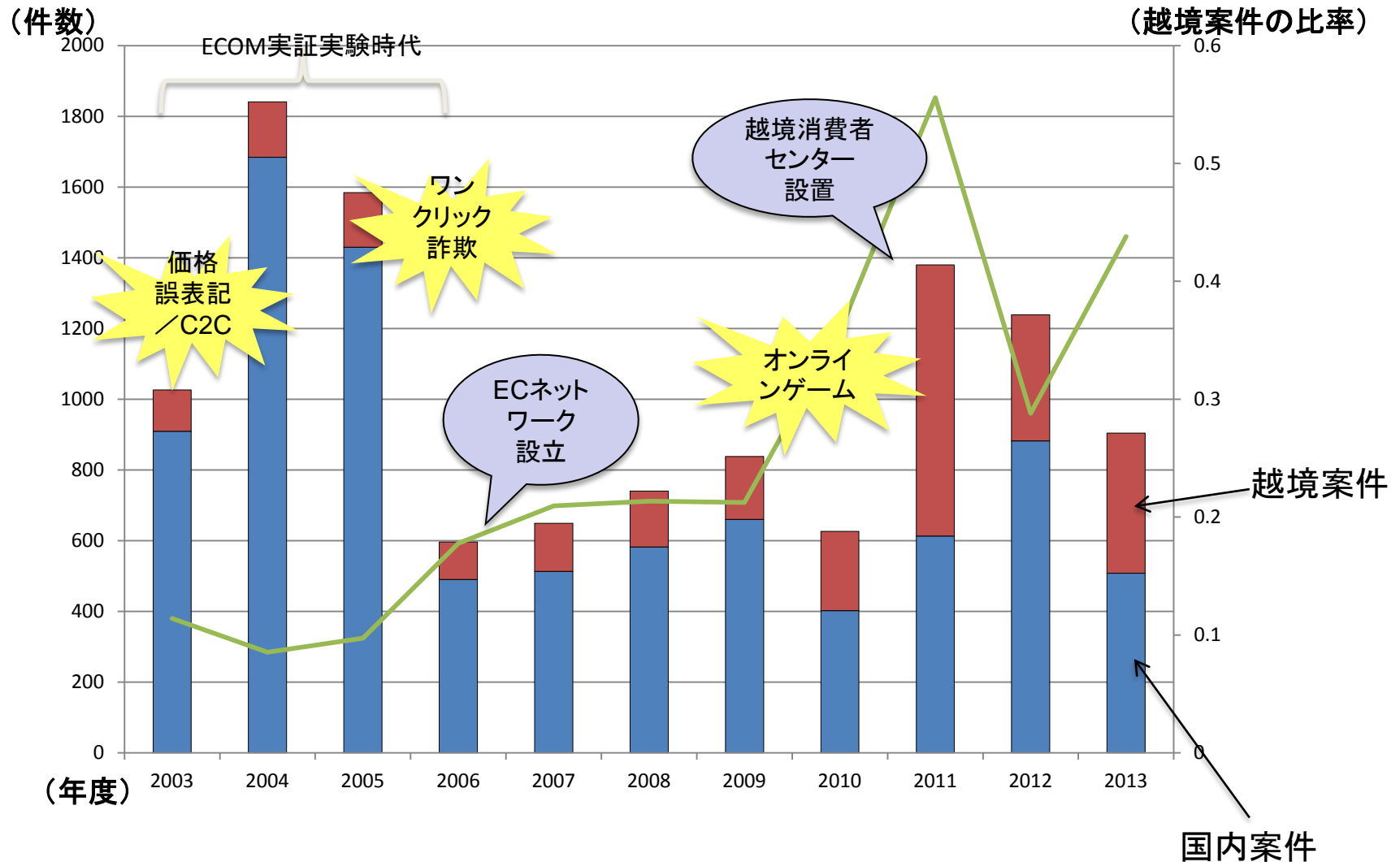
一般社団法人ECネットワーク

<http://www.ecnetwork.jp/>

ここ10年の変化をこんなふうに整理してみました

1. クロスボーダー化
2. モノからサービス／コンテンツへ
3. 広告手法の多様化
4. 決済手段の多様化
5. 「個人」が主役に

消費者相談件数推移(直接相談のみ)



1. クロスボーダー化

(現状)

- ・2009年頃まで、クロスボーダーのトラブルは相談の2割程度に過ぎなかったが、2010年頃から急増。日本語サイトの増加が背景に。
⇒消費者庁越境消費者センター(CCI)設置(2011年)
- ・クロスボーダー案件の相当割合が、詐欺や悪質なもの(CCIへの相談の約7割)。

(今後の課題)

- ・悪質事業者は国境の存在を悪用。情報は容易に国境を越えるが、**法執行**はなかなか越えられない。
⇒クロスボーダー取引が**無法地帯化**している現状に対策を講じない限り、今後も消費者の資産が海外に流れて組織犯罪の資金に・・・。

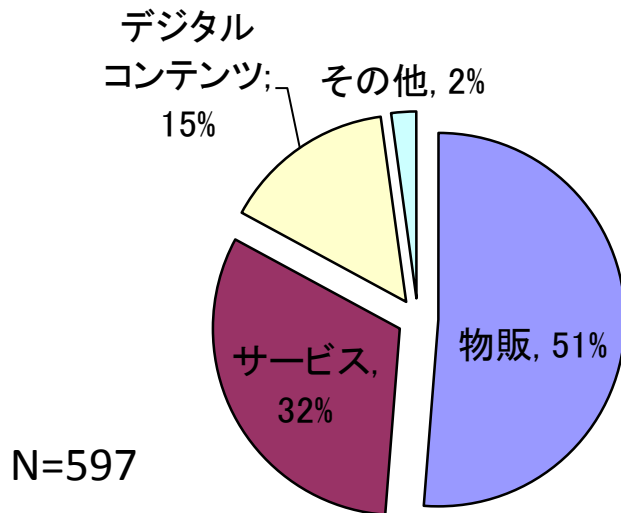
2. モノからサービス／コンテンツへ

(現状)

- ・10年前は相談の約7割が物販のトラブルだったが、現在は5割程度。
- ・代わってインターネット上の役務提供(サービス)やデジタルコンテンツに関する相談が増加した。

(今後の課題)

- ・**デジタルコンテンツ(取引)の法的性質**は・・・??



(サービス契約の例)

お見合いサイトに1ヶ月お試しを申し込んだが、登録完了のメールでは12ヶ月の契約になっていた。申し込み内容を確認するように求めたが拒否された。

(デジタルコンテンツ契約の例)

ゲーム内で有料アイテムを購入したが、アイテムが反映されず請求だけされた。運営会社に問い合わせたが、反映されているはずとして取り合ってもらえない。

2013年度に寄せられた相談
(国内案件)の取引内容別内訳

3. 広告手法の多様化

(現状)

- ・消費者がショップや商品を知る機会は、メルマガから検索、口コミに移行。
 - * 迷惑メールは相変わらず(2008年オプトイン規制は効果なし)。
- ・検索履歴や閲覧履歴に基づく行動ターゲティング広告が一般的となり、広告媒体としてのブログ、SNSの役割が大きくなった。
- ・共同購入クーポンやペニーオークションに代表されるフラッシュマーケティングも一時流行。

(今後の課題)

- ・購入履歴や位置情報などを活用し、one to one(に近い)マーケティングへ
⇒**プライバシーの問題**

(検索結果から誘導された例)

人気アプリのダウンロード方法を知りたくて検索し、表示されたページに大きく「ダウンロード」と書かれたボタンがあったのでクリックした。実はそのボタンは記事とは関係なく、別サイトに誘導する広告だと後でわかったがその時は気づかずに会員登録してしまった。結果、いつのまにか月額課金の契約になっていて解約方法がわからない。

4. 決済手段の多様化

(現状)

- ・決済代行会社の貢献によりほとんどのインターネットサービスでクレジットカード決済が可能に。
- ・国際ブランドのデビットカードやプリペイドカードも普及しつつある。
- ・様々な事業者がウォレット(電子財布)サービスを提供。
- ・モバイルでのコンテンツ購入には、電子マネー、キャリア決済、アプリマーケット経由の決済が利用されている。
- ・かつてはオマケであった「ポイント」が決済手段として独自の価値を持つ。
- ・「ポイント付与」を謳い文句に集客するお小遣い稼ぎ系サイトやアプリが増加。

(今後の課題)

- ・ポイントを通じた事業者連携⇒顧客情報を活用する広告ビジネスへ
⇒**プライバシーの問題**

ポイント×アフィリエイトの事例

ポイントサイトに登録して、指定されたアプリをダウンロードし、その見返りにポイントをもらい、それをためて換金するのだが、ポイントサイトが告知なく急に終わった。換金もできない。どうすればよいか？

まとめブログで「〇〇石850個全員配布」という広告記事を見かけた。
リンクを踏んだところ「〇〇石850個確定」と表示された上で、ポイントサイトの登録へ誘導された。

ポイントサイトでは、当初5000ポイントが付与され、残り5000ポイントを貯め、合計10000ポイントになったところで申請のメールを送信すれば、〇〇石850個を得る手順の書かれたメールが返信されるとのことだった。

スポンサーサイト登録1件あたり500ポイントだったため10件登録しようとした。7件ぐらいは無料登録だったが、残りの3件は300円～500円程度の有料サイトだった。ただ、それもよくある初月無料というような類かと思い登録した。

そして、いざ10000ポイントを貯め、申請のメールを送ったところ返信メールにおいて「なお、本キャンペーンは抽選となっており」という表記があり、850個配布されるのは当選者のみで、当選者のみにメールにて通知が行われるということだった。

それ以来、絶えず「〇〇当選おめでとう！」だとか「10万ポイント当選！」という迷惑メールが来るようになってしまった。

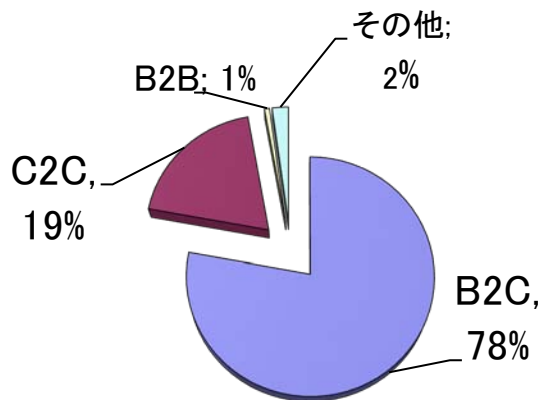
5. 「個人」が主役に

(現状)

- ・個人による販売は、オークションからドロップシッピングを経て、フリマアプリや簡易ECサイトに拡大。現在、物販の相談の1/3がC2C取引。
- ・個人輸入代行や転送サービスなど海外を拠点とする個人営業や、国内の個人が海外の金融商品や連鎖販売取引の勧誘を行うケースも。

(今後の課題)

- ・規律の不徹底／破綻・撤退リスク⇒**仲介者の役割**が重要に
- ・**表示義務⇔プライバシー**



N=597

2013年度に寄せられた相談
(国内案件)の取引当事者別内訳

個人による販売の事例

アプリのフリマサイトを通じて、ブランド靴を正規品として購入した。商品が到着したので、受取通知したが、よく見ると靴裏の表記が正規品と違うことに気付いたので、出品者に問い合わせた。出品者は「自分は正規品として出品したが、偽物だった場合は返金に応じる」という。

質屋で鑑定してもらおうとやはり偽物だったため返金要求をしたが、連絡がとれない状態が続いている。

フリマ運営会社からも連絡をとってもらおうよう依頼し、メールを送ってもらったようだが、その後も連絡はとれない。運営会社は、取引が成立しており出品者はすでに換金しているため何もできないと言われた。

ショップサイトからダウンコートを購入したが明らかにニセモノだった。返品返金希望のメールをしても連絡が取れない。

連絡手段がメールのみで電話番号の記載が無く、特定商取引法に基づく記載にある住所を調べたところ、実在する一軒家だが表札が違う。おそらくデタラメだろうが、簡易書留にて登録住所へ手紙を送ろうと思っている。

このサイトにショッピングシステムを提供するプロバイダに問い合わせたところ、警告メールを送るというが、サイト上に電話番号の記載がないので聞いたところ「ご契約内容などの情報開示につきましては、プロバイダ責任法により、情報開示請求にてお受けを致しております。ご契約者様となるショップの情報開示などの対応としましては、警察または裁判所などの機関から令状・開示請求等の要求により、必ず対応を行なわせて頂きます。」と回答が来た。

個人情報×検索の事例

全く関連性の無い人権問題や絞殺事件などが、当方のフルネームの検索でトップに上がったこともあり、心理的または経済的な損害を受けている。誤った検索結果が検索結果として評価されてしまい、大きな誤解として定着してしまう可能性がある。

また、誤った検索結果を検索したものが出ても、サイトのトップページに、その旨の明記や注意書き明示が無いのはいかがなものか。

検索サイトの運営会社は、検索結果を提供するとともに大きな広告収入や通信収入を得ているのだから、もっと明示を行う義務があると思う。プライバシーポリシーは明記されているが、検索方法に関する注意書きや検索結果に関する注意書きは全く見当たらない。

警察に相談しても守備範囲外ということで対応してくれない。

人権擁護局に相談しても、法の未整備で検索結果に不都合な内容が表示されただけでは名誉毀損にはならないということで片付けられてしまう。