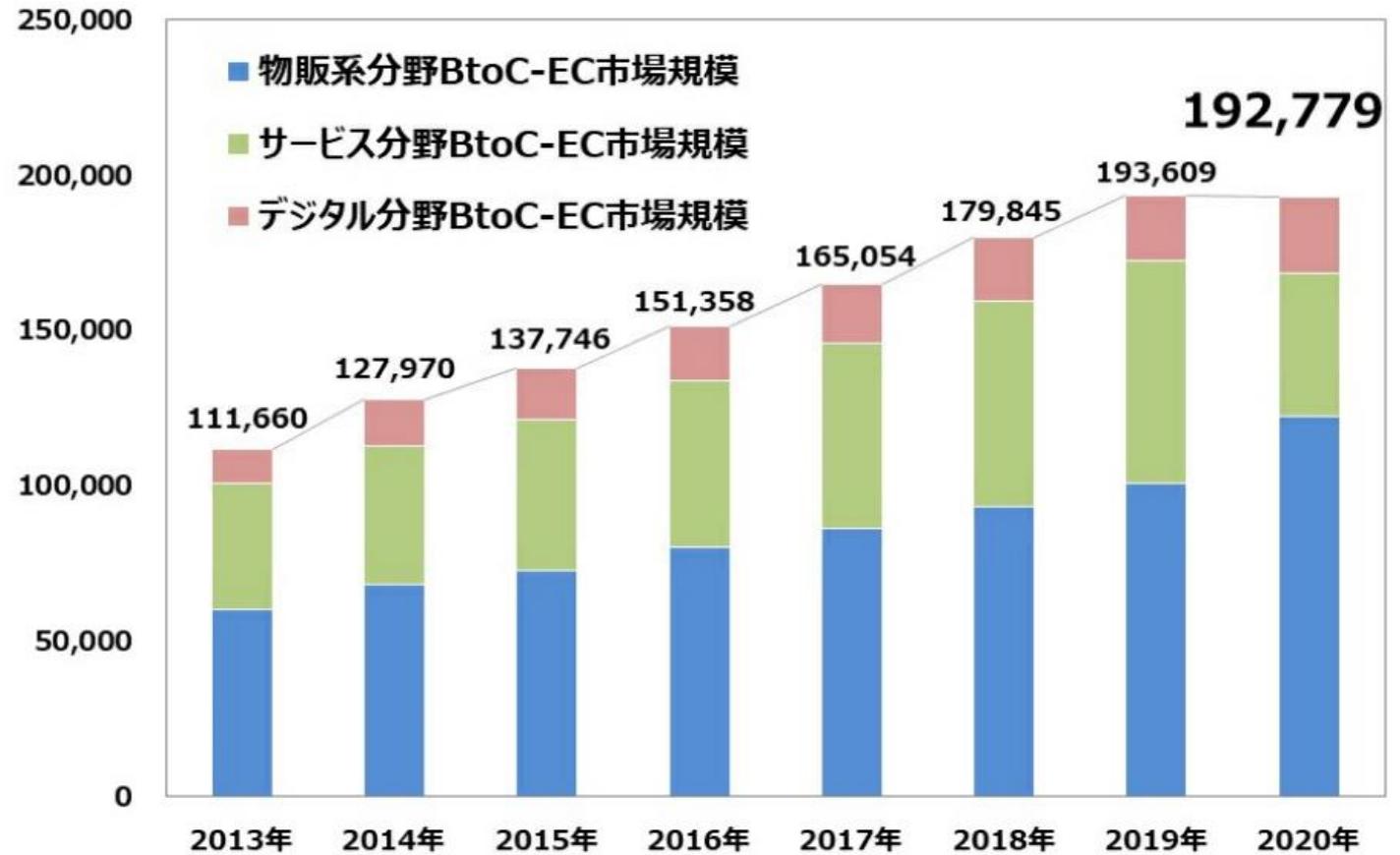


事務局説明資料

令和 4 年 6 月
消費者庁 消費者政策課

電子商取引市場の動向

BtoC-EC市場規模の経年推移（単位：億円）

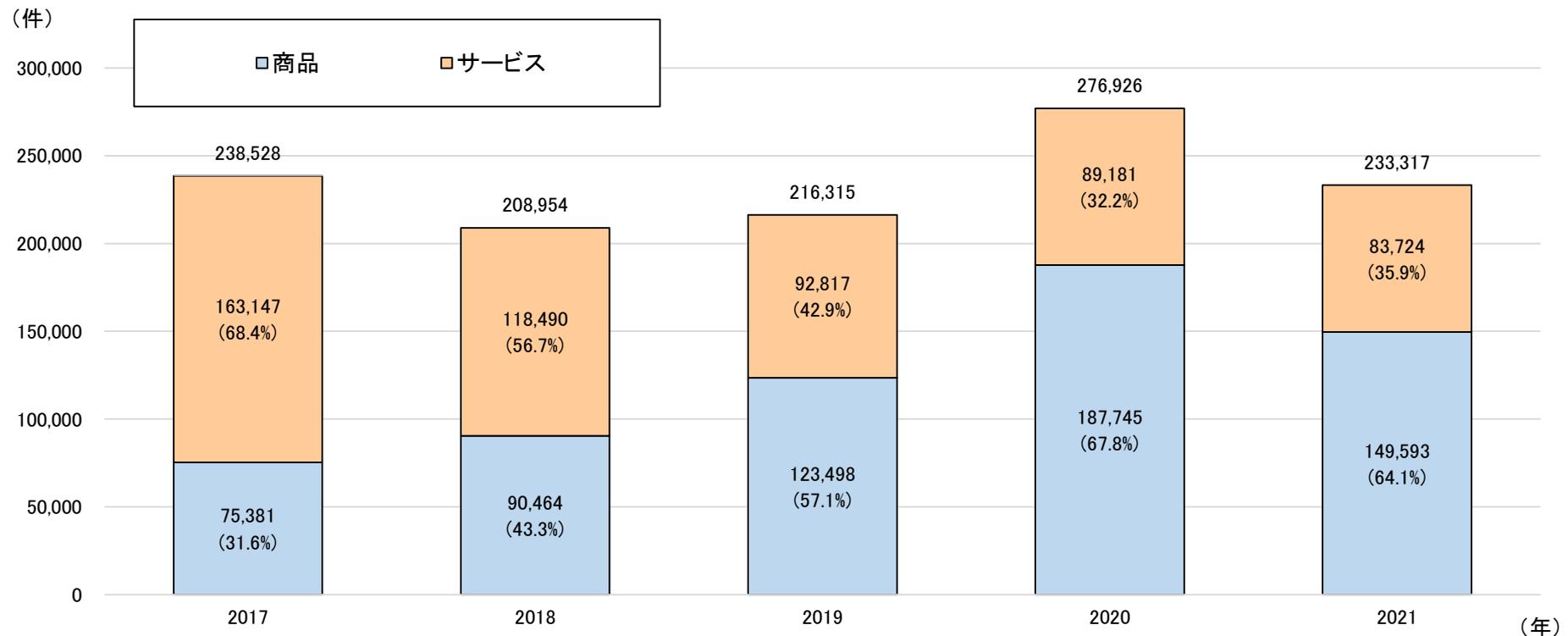


○物販系分野を中心に、市場規模は拡大傾向

出典：経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」

インターネット通販に関する相談の動向①

- 2020年と比較して2021年の相談件数は減少しているが、依然として多くの相談がある。
- 2020年と2021年は、「商品」に関する相談が約3分の2を占めている。



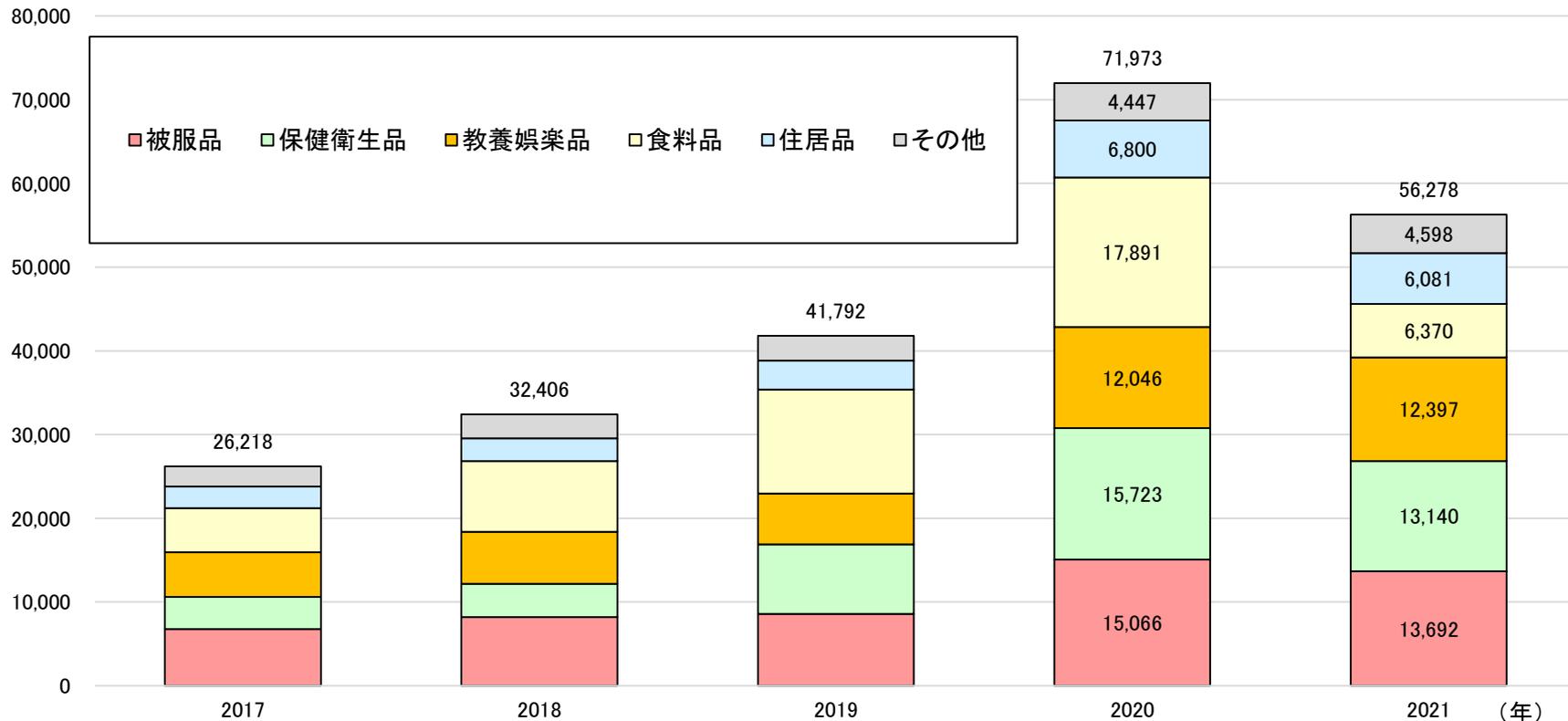
「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移(商品・サービス別)

(備考)PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

インターネット通販に関する相談の動向②

- 商品未着・連絡不能等のトラブルも減少しているが、被服品、保健衛生品等で依然としてトラブルが発生。

(件)



「商品未着・連絡不能等のトラブル」に関する消費生活相談件数の推移

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

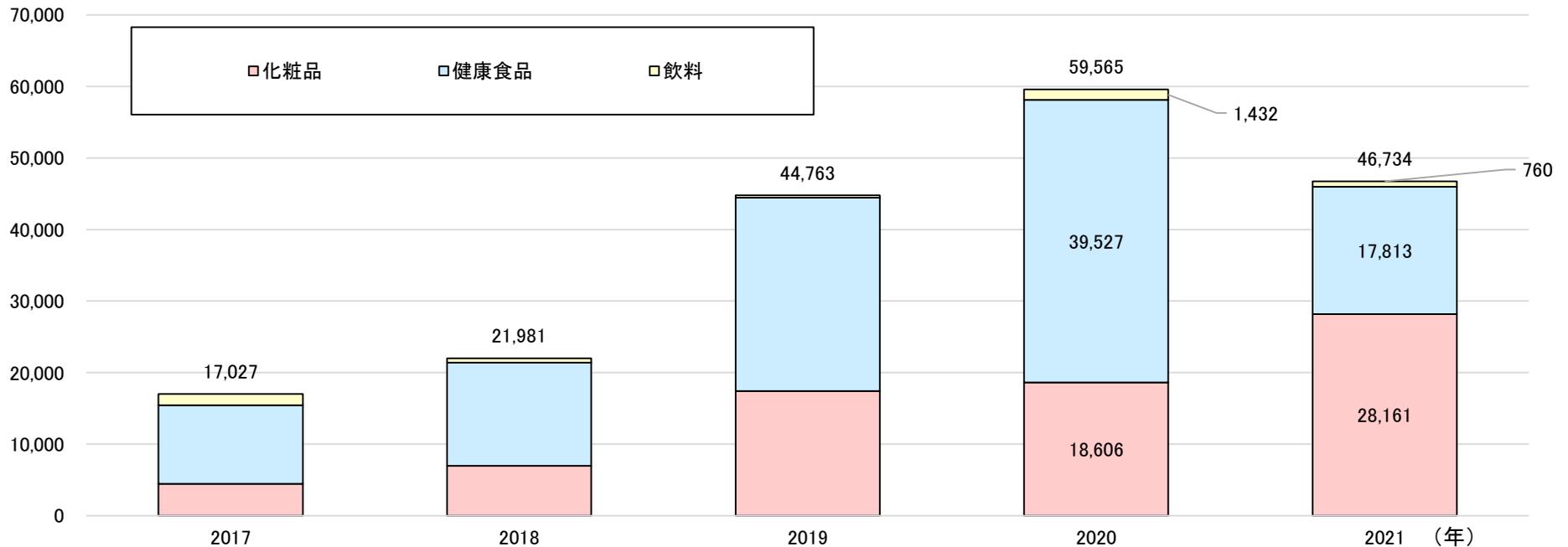
2. 「商品」のインターネット通販の「商品未着」、「注文品違い」、「連絡不能」に関する相談。

インターネット通販に関する相談の動向③

○定期購入に関する相談件数は減少。

○商品別では、「健康食品」の相談は大きく減少しているが、「化粧品」の相談は増加。

(件)



「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移(商品別)

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

2. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数。

(参考) 取引のデジタル化に対応する消費者庁の取組

消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、特定商取引法・預託法等の改正による制度改革によって、消費者被害の防止・取引の公正を図る。

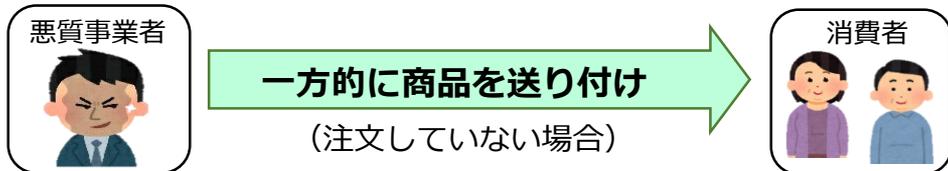
特定商取引法の主な改正内容

1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

- 定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

2 送り付け商法対策

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付した事業者が返還請求できない規定の整備等（改正前は消費者が14日間保管後処分等が可能→改正後は直ちに処分等が可能に）



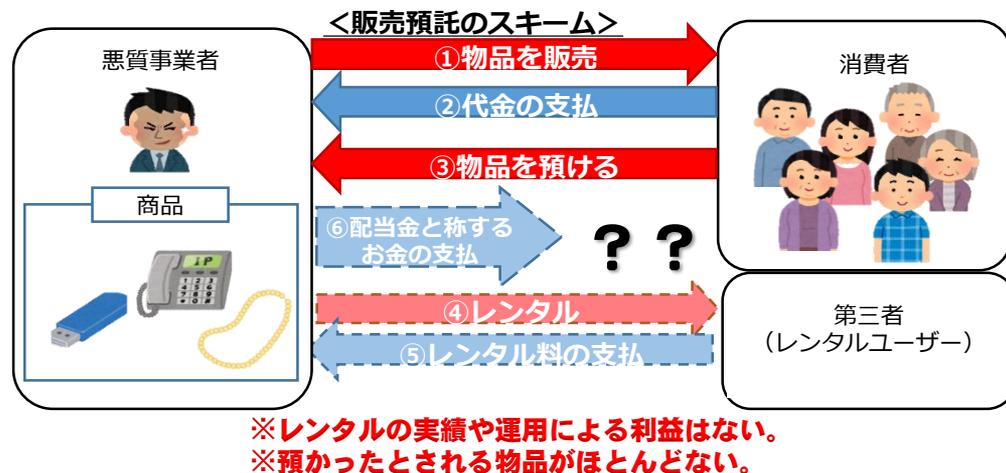
3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 外国執行当局に対する情報提供制度の創設（預託法も同様）
- 行政処分の強化等

預託法の主な改正内容

1 販売預託の原則禁止

- 販売を伴う預託等取引を原則禁止とし、罰則を規定
- 原則禁止の対象となる契約を民事的に無効とする制度の創設
- ※ 預託等取引契約：3か月以上の期間にわたり物品の預託を受けること及び当該預託に関し財産上の利益の供与を約するもの
- ※ 例外的に認める場合には、厳格な手続の下、消費者庁が個別に確認



2 預託法の対象範囲の拡大

- 現行の預託法の対象の限定列挙の廃止→全ての物品等を対象に

3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 行政処分の強化等

消費者裁判手続特例法の改正内容

被害回復裁判に資するために、特定適格消費者団体に対し、特定商取引法及び預託法の行政処分に関して作成した書類の提供を可能に

改正事項 1

通信販売の申込みに係る最終確認画面等において、

- ①一定の事項（※）を表示するよう義務付け
- ②契約の申込みとなることや一定の事項につき、人を誤認させるような表示を禁止

※商品等の分量、対価、支払時期、引渡し時期、契約の解除に関する事項等

⇒①に違反して表示すべき事項を表示しなかった場合や不実の表示をした場合、
②に違反して誤認させるような表示をした場合には、
いずれも、行政処分のみならず直罰の対象に

✗ 定期購入の条件を表示しない場合等

✗ 定期購入でないと誤認させるような表示をする場合等



改正事項 2

通信販売において広告をする際に義務付ける表示事項として以下の内容を追加

- ①申込みの期間に関する定めがある場合は、その旨とその内容
- ②役務提供契約の解除等に関する事項

改正事項 3

通信販売に係る契約の解除等を妨げるため、当該契約の解除等に関する事項等につき、
不実のことを告げる行為を禁止

⇒違反した場合には、行政処分のみならず直罰の対象に

改正事項 4

「改正事項 1」の規定に違反する表示により消費者が誤認して申込みをした場合の取消権を創設

改正事項 5

「改正事項 1」及び「改正事項 3」の規定に違反する行為を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

景品表示法第26条第2項に基づく指針の改正について

- アフィリエイト広告の課題を明らかにし、不当表示が生じない健全な広告の実施に向けた対応方策を検討するため、令和3年6月から消費者庁において「アフィリエイト広告等に関する検討会」を開催（令和4年2月15日に報告書を公表。）。
- 報告書の概要は以下のとおり。

- 1：アフィリエイト広告は表示内容の決定に関与した広告主が責任を負うべき主体であることを周知。
- 2：悪質な事業者に対しては、業務禁止命令も視野に入れた特定商取引法の適用を行う。
- 3：事業者が講じる不当表示の未然防止策の参考として、景表法第26条第2項に基づく指針を改正



事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針 改正案

(パブコメ中、今夏公表予定)

- 複数の事業者（広告主やアフィリエイトター）が表示の作成に関わる場合も指針に含まれることを明確化。
 - アフィリエイト広告に係る事例（広告主が講ずべき措置内容の事例）の追加。
 - アフィリエイト広告が事業者の『広告』であることの明示
- 報告書には、今後の対応としてステルスマーケティングの検討を行うべき旨記載。
→ 現在開催中の景品表示法検討会において、ステルスマーケティングの検討を進めているところ。

「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック」策定について

背景

- 近年、インターネットを介した電子商取引サイト（eコマースサイト。以下「ECサイト」という。）による購買が増加しており、そのなかでも食料の購買は、新型コロナウイルスの感染拡大によって大きく増加している。
- 食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の適用範囲は、**食品の容器包装上であり、ECサイトの掲載は対象外**となっている。現状、ECサイトにおける食品表示情報の提供に関するルールは定められていない。
- 現在、国際的な食品規格を定めるコーデックスにおいて、ECサイトにおける食品情報の提供に関する議論が行われている。

経緯

【令和2年度～令和3年度】	国内外のECサイトにおける食品表示の実態調査、ECサイトにおける食品購入時の消費者の意向調査等実施 学識経験者、ECサイトプラットフォーマー、食品関連事業者、消費者等の委員で構成される検討会においてガイドブック案の検討
【令和4年4月27日～5月26日】	パブリックコメント実施
【令和4年6月末】	ガイドブック策定予定

ガイドブックの目的・位置づけ

- ECサイトで食品表示情報を掲載する上での事業者等向けの参考ツールとして策定
- ECサイト上でどのような食品表示情報をどのような方法でどの程度提供すればよいか、その考え方や効用を揭示
- 具体的な提供例や、それを支えるための情報入手方法・管理方法についても提示

ECサイトにおける食品表示情報提供に関する基本方針

1. できるだけ食品表示基準に準じて情報提供しよう！

ただし、期限情報など正しい情報提供が難しい場合や、ECサイトの特性を踏まえた別途の表示が望ましい場合等は、**下記を参考に可能な限り充実した情報提供**を！

2. 消費者の安全を第一に、正しく分かりやすく情報を伝達しよう！

3. 消費者が見やすいサイトを構築しよう！

4. 問合せに適切に回答できる体制を整えよう！

実例を踏まえた食品表示情報提供方法

(1) 期限情報

① 期限残表示→望ましい情報提供方法

└例：「賞味期限：賞味期限まで到着日から●日以上お日もちするものをお届け」

② 期間表示

└例：「賞味期限：製造日から●日」

③ サイト上に期限情報に関する方針を掲載

→個別商品ページに①又は②の掲載が困難な場合

└例：「本サイトでは、当社が定めた日数以上の期限残の商品に限り、出荷しています。」

④ 具体的な年月日表示（消費・賞味期限）

→しかし不可能な場合が多い

└例：「賞味期限：●年●月●日」

8 August 2022						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

(2) 食物アレルギー情報

スペースの余裕を活かし、下記のような工夫も検討

① 目立つ文字で記載／独立したアレルギー事項欄を作成

② 一覧化表示 ③ イラスト表示 ④ 文字自体をロゴ化



(3) 原材料関連情報

スペースの余裕を活かし、原材料名欄だけでなく、原料原産地名、添加物、アレルギーの事項欄を別枠で示すことも検討

(4) 産地情報（原産地、原産国、原料原産地等）

① 生鮮食品の原産地情報：食品表示基準に準じて情報提供

② 加工食品の原料原産地もわかる範囲で掲載

③ 欄を分けて記載 ④ 季節などにより産地が変わる食品の場合は複数併記

(5) 保存方法

① 「冷凍」「冷蔵」「常温」をマーク・イラストで掲載

② 商品一覧ページにもアイコン表示 ③ 具体的な保存方法も可能な限り明示

(6) 栄養成分表示

食品表示基準に準じつつ、消費者にわかりやすい表示を

(7) その他の情報

総重量や寸法などの情報、置き配に関する確認事項や、表示内容に変更が生じることが予想される場合等の対処も表示検討を

(8) ECサイトの全体デザイン・共通する考え方

ページ上段での情報提供推奨、文字や画像での情報提供のポイント、目の不自由な人が読み上げ機能を使用できるようテキストによる情報提供、項目のイラスト化等の検討を

消費者契約を取り巻く環境の変化を踏まえつつ、平成30年改正時の附帯決議に対応し、消費者が安全・安心に取引できるセーフティネットを整備

現行法(消費者契約に関する民事ルール等を規定する民法の特別法)

- 【**契約の取消権**】(不当な勧誘行為があった場合に契約(意思表示)を取り消すことができる権利)
不実告知、不利益事実の不告知
不退去、退去妨害、不安をあおる告知、契約締結前の義務実施 等
- 【**無効となる契約条項**】
故意・重過失の賠償責任の全部又は一部免責、軽過失の賠償責任の全部免責
平均的な損害の額を超える解約料 等
- 【**事業者の努力義務**】
(契約締結について勧誘をするに際し)消費者の知識・経験を考慮した情報提供 等
- 【**適格消費者団体による差止請求**】(適格消費者団体(認定された消費者団体)が契約の取消権の対象となる勧誘行為や無効となる契約条項の停止を請求できる)

H30年改正附帯決議

- 消費者が合理的な判断をすることができない事情を不当に利用した場合の取消権の創設
- 不当な解約料(事業者が生ずべき平均的な損害の額を超える解約料)に係る消費者の立証責任の負担軽減
- 不当条項の種類の追加 等

改正事項

契約の取消権を追加

- (第4条第3項)
- ・ 勧誘をすることを告げずに、退去困難な場所へ同行し勧誘
 - ・ 威迫する言動を交え、相談の連絡を妨害
 - ・ 契約前に目的物の現状を変更し、原状回復を著しく困難に

免責の範囲が不明確な条項の無効

- (第8条第3項)
- ・ 賠償請求を困難にする不明確な一部免責条項(軽過失による行為にのみ適用されることを明らかにしていないもの)は無効
(無効となる例) 法令に反しない限り、1万円を上限として賠償します
(有効となる例) 軽過失の場合は1万円を上限として賠償します

解約料の説明の努力義務

- ・ 消費者に対し算定根拠の概要(第9条第2項)
- ・ 適格消費者団体に対し算定根拠(営業秘密を除く)
(第12条の4)

事業者の努力義務の拡充

- ・ 契約締結時だけでなく解除時に努力義務を導入(第3条第1項第4号等)
⇒解除権行使に必要な情報提供、解約料の算定根拠の概要説明(再掲)
- ・ 勧誘時の情報提供(第3条第1項第2号)
⇒消費者の知識・経験に加え、年齢・心身の状態も総合的に考慮した情報提供(知ることができたものに限る)
- ・ 定型約款の表示請求権に関する情報提供(第3条第1項第3号)
- ・ 適格消費者団体の要請に対応(第12条の3から5)
⇒不当条項を含む契約条項・差止請求に係る講じた措置の開示要請、解約料の算定根拠の説明要請に応じる努力義務(再掲)

その他

- ・ 適格消費者団体関係の書類の見直し(第14条第2項)
- ・ 毎事業年度の学識経験者の調査の廃止(第31条) 等