



独立行政法人

国民生活センター

資料3

第4回特定商取引法及び預託法の制度の
在り方に関する検討委員会

「経済のデジタル化・国際化に 対応したルール整備」について

令和2年6月29日

独立行政法人国民生活センター

1. デジタル分野における詐欺的な商法への対応

(1) お試し・定期購入商法への対応

相談の概要：

「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」など、はじめて購入する消費者に限って通常価格より著しく低価格で購入できるという印象を持たせる広告を見て、複数回の購入になるとは思わず、1回だけのつもりで商品を注文したが、商品が届いた際の書面を見たり、2回目の商品が届いたりした際にはじめて定期購入が条件だったことに気が付く

【表示・広告】

- 契約内容や解約条件について、販売サイトでは、何度もスクロールが必要なページの途中に表示されていたり、「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」のような価格の強調表示から離れたところに小さな字で表示されている。最終確認画面では、注文を確定するボタンから離れた場所に記載されている
- 販売サイトに誘導する広告(SNS上の広告、動画サイト上の広告、アフィリエイト広告、検索サイトのリスティング広告、検索サイト、ニュースサイトなど)では、商品の効果や低価格であることが強調され、定期購入が条件であること等を十分に広告していない

(1)お試し・定期購入商法への対応

【解約・消費者トラブルへの対応】

- 事業者へ解約を申し出ても、「契約内容や解約条件は表示しているので、定期購入の期間・回数を購入しなければ解約できない」と対応される
- あらかじめ決められた定期購入の期間・回数を購入した後に申し出れば解約可能となる定期購入の場合、解約の申し出をしようとしても、電話がつながらず、次の回の商品が届いてしまい、商品代金を請求される
- 定期購入の期間・回数が決められておらず、申し出ればいつでも解約可能な定期購入という広告を見て申し込み、初回購入のみで解約を申し出ようとしても、電話がつながらず解約ができない

【決済】

- 債権譲渡型の後払い決済を利用している場合、後払い決済サービス事業者へ苦情を申し出ても、「定期購入の事業者と話し合うように」と言われる

(1)お試し・定期購入商法への対応

(課題・意見)

- 定期購入が条件であることや返品特約等の解約条件を消費者が認識しづらい
- 「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」等の他、「お試し」「初回無料」「初回特別価格」「モニター募集」等の表示によって、消費者に1回だけの取引と誤認させることを期待して商品を注文させている
 - ⇒販売サイトや最終確認画面において、通常価格より著しく低価格で購入できるという価格の安さ等を強調して表示する場合、定期購入が条件で複数回の購入になることを近接した箇所に明確に表示
 - ⇒申し込みを行う前に、1画面で契約内容や解約条件が確認できるように明確に表示
 - ⇒ 契約内容や解約条件の表示が不十分で、誤認して契約した場合に定期購入の中途解約ができる(例えば、初回の商品は購入時の低価格のまま買取り、2回目以降の未使用の商品については一定期間返品できる)など、民事効果の付与
- 販売サイトに誘引する広告において、表示が不十分な場合でも、事業者は「広告会社に委託しているため、広告の存在や内容を把握できない」と主張し、関係性を否定する
 - ⇒ 広告代理店等に委託している場合でも、定期購入事業者が責任を負うことを明確化

(1)お試し・定期購入商法への対応

(課題・意見)

- 解約を申し出るために事業者には電話するが繋がらず解約できない
 - ⇒ 事業者には、消費者からの解約を受け付けさせるための受付体制や申し出方法・手段の確保
 - ⇒ 電話が繋がらず解約ができなかった場合は、解約日を遡及するなどの措置
 - ⇒ 解約を申し出るための電話が繋がらないなど、消費者の解約を妨げる行為を行政処分の対象にするなど、行政規制の拡大
- 債権譲渡型の後払い決済を利用しているケースが多く見られるが、事業者の加盟店調査・管理や消費者トラブルへの対応が不十分
 - ⇒ 後払い決済サービス事業者には、加盟店調査・管理や消費者トラブルが発生した際の対応を十分に行わせるための措置
- 定期購入の事業者の行政処分がされても、次から次へと新しい事業者が同様の販売方法を行うケースがみられる
 - ⇒ 複数の事業者には同様の行政処分を積極的に実施

(2)トイレ修理、水漏れ修理、鍵の修理、害虫駆除等の 「暮らしのレスキューサービス」に関するトラブル

相談の概要：

インターネットで、低価格で修理等のサービスが受けられるという表示を見て、インターネットや電話で申し込んだが、実際には低価格では修理できなかったり、次々と追加の作業が行われたりして高額な料金を請求された

【広告・事前説明】

- ・ インターネットで、「△△作業・〇〇円～」と広告していた事業者に、電話やインターネットで修理サービスを依頼したところ、最低価格と比べ著しく乖離した高価格で契約を急かされた。電話やインターネットの申し込み画面では、最低価格の説明や表示しかなかったり、価格表が表示されていても消費者に分かりづらい
- ・ インターネットで、「見積もり無料」の広告を見て修理サービスの見積もりを依頼したところ、見積もりにかかった費用を請求される

【来訪した事業者の対応】

- ・ 「△△作業・〇〇円～」と広告していた事業者に修理サービスを依頼したが、最初に提案された作業をしても修理ができず、追加の作業が必要と次々と勧められ、追加作業の料金説明はされず、作業後に高額な料金を請求される

(2)トイレ修理、水漏れ修理、鍵の修理、害虫駆除等の 「暮らしのレスキューサービス」に関するトラブル

(課題・意見)

- 消費者は最低価格のみが表示された広告を見て、電話やインターネットで申し込んでいるが、その際には作業内容や価格などの契約の詳細は決まっていないため、通信販売に該当しない
 - 消費者は最低価格のみが表示されたインターネット広告や投げ込み広告を見て電話しているが、その際に事業者から広告に表示されていない作業や価格を勧誘されているわけではなく、契約の詳細は決まっていないため、電話勧誘販売に該当しない
 - 作業内容や価格などの契約内容の詳細が確定していなくても、消費者が「〇〇を修理してほしい」と事業者を自宅に呼んだ場合、事業者は訪問販売に該当しないと考えており、契約書面の交付などがされず、消費者は価格や作業内容を理解しないまま作業が進んでしまう
- ⇒ 不意打ち性のある取引として、禁止行為を定め違反した場合の行政処分、契約書面の交付などのルール整備、契約の申し込みの撤回、過量販売契約の際の契約解除、事業者の不実告知等によって誤認して契約した場合に取り消しができるなど、民事効果の付与

(3) その他の消費者トラブル

相談の概要:

- 現在のページ閲覧人数やカウントダウンが表示され、消費者を焦らせる表示(チケット転売仲介サイト、定期購入サイト)
- 汎用検索サイトのリスティング広告で、公式サイトと思わせる紛らわしい表示(チケット転売仲介サイト、ESTA、eTAの電子渡航認証の申請代行サイト)
- 情報商材では、「簡単に稼げる」などを強調したホームページが設けられているケースが多いが、ブログやSNSへの書き込みや、動画サイト等での動画広告の配信を通じて販売サイトに誘導するケースや、求人サイトを利用して仕事の応募者に販売するケースもみられる

(課題・意見)

- 販売サイトでは、消費者を困惑させる表示、紛らわしい表示、誤った表示、偽の表示で広告を行っている
 - ⇒ 消費者を困惑させる表示、消費者が誤認する表示を見て契約した場合は取り消しができるなど、民事効果の付与

2. デジタル・プラットフォームにおける消費者取引の増大を踏まえた対応

(1) 相談の概要

- 運営事業者が、場の提供者(取引の当事者ではない)として、トラブルに介入しない
- 運営事業者が、利用規約等で「トラブル発生時は原則、当事者間で解決すること」こととしている
- 運営事業者が、当事者間での取引が既に完了していることを理由に対応しない
- 運営事業者が、取引の相手方の連絡先を教えてくれない(連絡先を把握していない)
- 運営事業者が介入する場合でも、当事者の主張を相手方に伝達するのみにとどまる等、介入の度合いが限定的であるケース
- 当事者間で合意して解決している場合でも、運営事業者のシステム上合意内容が実現できない
- 運営事業者が海外の運営事業者の場合、日本語対応の消費者窓口がない、日本の法律(消費者保護ルール)にのっとった対応がされない

(2)課題・意見

- デジタル・プラットフォームは、安心、安全な取引環境を消費者に提供する必要がある
 - ⇒ デジタル・プラットフォームの運営事業者は、加盟店事業者に対して以下の対応を十分行うことが必要
 - 加盟店事業者に対する事前のチェック(連絡先の把握、商品・サービスの内容、広告・表示の内容、返品等ルールの整備)
 - 加盟店事業者への事後の対応・指導(消費者トラブル発生時の対応、広告・表示の改善・削除、商品・サービスの取り扱い中止、取引の停止など)
 - ⇒ 当事者間でトラブルが解決できない場合、デジタル・プラットフォームの運営事業者によるトラブル解決への協力
 - ⇒ 迅速に消費者トラブルを解決する方法として、ODR(Online Dispute Resolution)の活用が考えられる
 - ⇒ 消費者から加盟店事業者に関するトラブルの申し出があった際、加盟店事業者に対する苦情発生状況の調査、調査結果に応じた、加盟店事業者への改善要請、加盟店契約の解除等の対応

3. 国際的な越境取引への対応

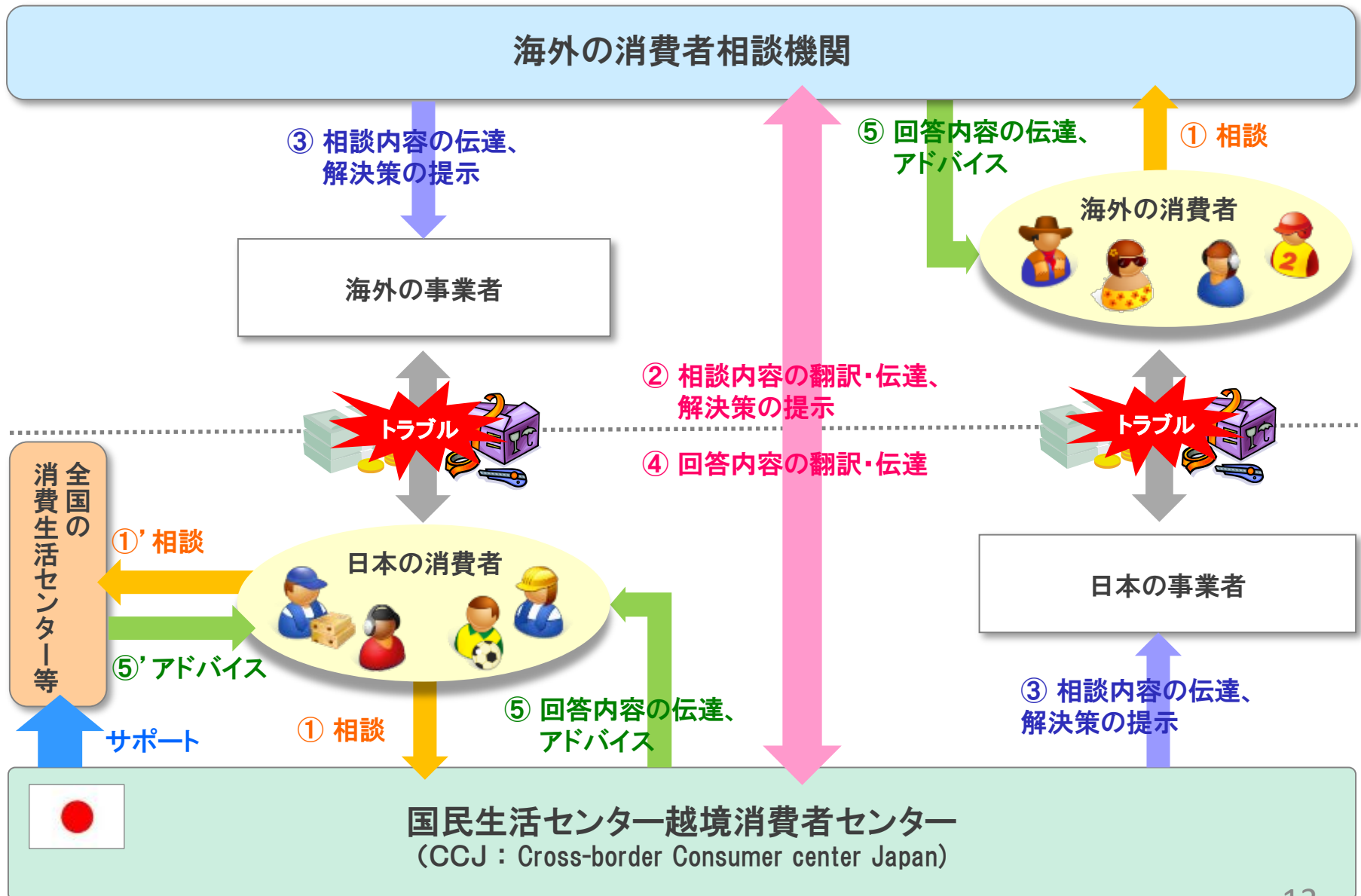
(1) 海外事業者とのトラブルー相談の概要

- イベントの公式マークを使用するなど公式サイトと思わせる紛らわしい表示により転売チケットを購入させ、購入後は利用規約によりキャンセルを受け付けない転売仲介サイト
- 特定商取引法に基づく契約書面が交付されていなかったり、クーリング・オフを主張しても事業者が所在する外国の法律に準拠すると主張して認めない海外マルチ事業者とのトラブル
- 商品が届かない、偽物が届いた、販売業者と連絡がとれないなど、詐欺・模倣品のインターネット通販サイトに関するトラブル
- ウイルスに感染したという偽警告画面に従って契約してしまうウイルス対策ソフトに関するトラブル
- 事業者が海外に所在しており、所在地や連絡先が分からなかったり、連絡先が分かっても日本語による意思疎通が難しかったりする
- 海外マルチ事業者については、事業者の所在地は海外でも、勧誘は日本国内で日本人が行っている

(2) 海外事業者とのトラブルー課題・意見

- 海外事業者の問い合わせ窓口が国内になく、交渉等が困難な場合がある
- 海外の事業者が日本で事業を行ったり、日本の消費者と契約したりする場合、特定商取引法等の日本の法律に基づく対応をしない
 - ⇒ 日本の法律の適用への理解
 - ⇒ 消費者トラブル発生時の対応窓口の整備、消費生活センター等からの相談・あっせん業務への協力
 - ⇒ 日本国内で事業や勧誘を行う事業者への特定商取引法に基づく行政処分
- 海外の提携機関との間では苦情処理、紛争解決が図られているが、悪質な事業者に対しては紛争解決等が困難なため、行政指導や行政処分が必要
 - ⇒ 紛争解決等が困難な海外の事業者については、当該事業者が所在する法執行機関との連携が重要

国民生活センターCCJの概要



CCJが提携する海外機関

- 海外の消費者相談機関(15機関)と正式に提携。対象は26カ国・地域



4. 「新しい生活様式」の中でのトラブルへの対応

(1) 送り付け商法－相談の概要

- 注文した覚えのない商品が突然届いたというケースでは、代引きを利用して消費者に代金を支払わせるものや、商品が届く前後に代金を請求されたり、商品に請求書が同封されているケースがある
- 注文した覚えがないため受取拒否をしようとしたところ、配達員から「受け取ってもらわないと困る」と言われ、代引きで商品を受け取ってしまったケースもある
- デジタル・プラットフォームの販売サイト経由で商品が届くケースもあるが、発送元の情報を問い合わせても教えてもらえない
- 代引きで代金を支払って商品を受け取った後に、発送元に連絡しても、発送元が海外で連絡できないケース、発送元が国内でも連絡がとれないケースや連絡がとれても注文の履歴があるので代金を払うようにと対応されるケースがある
- 新型コロナ関連の相談の中には、注文した覚えのないマスクやアルコール消毒液などが届いたという送り付け商法に関する相談が寄せられているが、代金の支払いを請求されないケースや請求書等が同封されていないケースが多い

(2) 送り付け商法－課題・意見

- 代引きで代金を支払って商品を受け取ってしまった後は、発送元に連絡して、返品・返金を求めなければならなくなる
- 代引きを引き受けている運送業者等に返金を求めても返金してもらえない
- 代引きや収納代行等により代金を支払ってしまった場合、特定商取引法のいわゆるネガティブオプションでは消費者の救済が困難
- デジタル・プラットフォームの通販サイト経由で商品が届いた場合、販売元・発送元の情報を問い合わせても教えてもらえない
 - ⇒ 発送元とのトラブルを解決するためには、デジタル・プラットフォームの運営事業者の協力が必要
 - ⇒ 代引きで代金を支払って商品を受け取ってしまった場合は、代引きを引き受けている運送業者等の協力が必要