

事務局説明資料

令和 8 年10月23日

消費者庁取引デジタルプラットフォーム消費者保護室

目次

I . 法第3条に関する取組の状況・法第5条に関する運用の状況等…	1
（1）法第3条に関する取組の状況……………	3
（2）法第5条に関する運用の状況……………	19
（3）ガイドラインに関する取組の状況……………	22
II . 法第10条に関する申出の状況・法第4条に基づく要請の状況……	29

I . 法第 3 条に関する取組の状況・法第 5 条に関する運用の状況等

○法第3条に関する取組の状況・第5条に関する運用の状況等の調査

○法第3条（取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務）に関する取組の状況、法第5条（販売業者等情報の開示請求）に関する運用の状況及びガイドライン（CtoC取引の場の提供者に期待される取組）に関する取組の状況を調査した。

- ・調査の実施：株式会社リベルタス・コンサルティング
- ・調査の期間：令和7年9月16日から令和7年11月28日まで

○取引デジタルプラットフォームを運営する者33社に対してアンケートへの回答を依頼し、28社から回答を得た。さらに、アンケートにより得られた内容を踏まえ、各取引デジタルプラットフォームのウェブサイトの目視調査も実施した。

（※）市場カテゴリー、消費者の利用状況（ユーザー数）、売上高、知名度等を踏まえ、官民協議会に参加している事業者団体に所属する取引デジタルプラットフォーム提供者に限らず、調査の対象を選定。前年度調査と比較し、TS CUBIC SHOPPING、BUYMA、ENjINEの3社を新たに選定した。一方で、調査対象全体に占める各カテゴリーの取引デジタルプラットフォームの数等を考慮し、前年度調査対象中3社を調査対象外とした。

○本調査では、①商品の販売を中心とするものを「物販系」、②オークション・フリマサイトの運営を中心とするものを「オークション・フリマ」、③予約サービスの提供を中心とするものを「予約サービス」、④クラウドファンディングのサービスの提供を中心とするものを「クラウドファンディング」、⑤スキルシェア等のサービスの提供を中心とするものを「役務提供系」と便宜上分類している。

市場カテゴリー	調査対象				
物販系（9）	<u>Amazon.co.jp</u>	<u>&mall</u>	<u>au PAY マーケット</u>	<u>Qoo10</u>	<u>TS CUBIC SHOPPING</u>
	<u>BUYMA</u>	<u>メルカリShops</u>	<u>Yahoo!ショッピング</u>	<u>楽天市場</u>	
オークション・フリマ（5）	<u>minne</u>	<u>メルカリ</u>	<u>Yahoo!オークション</u>	<u>Yahoo!フリマ</u>	<u>楽天ラクマ</u>
予約サービス（8）	<u>アゴダ</u>	<u>UberEats</u>	<u>エキスペディア</u>	<u>じゃらんnet</u>	<u>食べログ</u>
	<u>出前館</u>	<u>Booking.com</u>	<u>ホットペッパーグルメ</u>		
クラウドファンディング（5）	<u>ENjINE</u>	<u>CAMPFIRE</u>	<u>GREEN FUNDING</u>	<u>Makuake</u>	<u>READYFOR</u>
役務提供系（6）	<u>ANYTIMES</u>	<u>くらしのマーケット</u>	<u>ココナラ</u>	<u>タイムチケット</u>	<u>タスカジ</u>
	<u>note</u>				

（※）五十音順、回答のあった取引デジタルプラットフォームは下線、新たに調査対象とした取引デジタルプラットフォームは赤字。

(1) 法第 3 条に関する取組の状況

○取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務（法第3条）の概要

取引デジタルプラットフォーム提供者は、提供する取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争解決の促進に資するため、次の措置を講ずるように努めなければならない。（法第3条第1項）

消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置（第1号）

消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置（第2号）

販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置（第3号）

取引デジタルプラットフォーム提供者は、提供する取引デジタルプラットフォームを利用する消費者に対し

- ①講じた措置の概要
- ②措置の実施の状況
- ③（①のほか）講じた措置がある場合には、その概要及び実施の状況を開示するものとする。

（法第3条第2項、規則第2条）

※常に容易に閲覧できるように表示すること
※明確かつ平易な表現を用いること

★措置の実施及び開示は取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務

⇒ 内閣総理大臣（消費者庁）は、その適切かつ有効な実施に資するために必要な指針を策定

（法第3条第3項）

○取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務に関する指針

「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律第3条第3項に基づき取引デジタルプラットフォーム提供者が行う措置に関して、その適切かつ有効な実施に資するために必要な指針」（令和4年内閣府告示第66号）

指針の概要

取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務に関し、法の規定の「趣旨・目的・基本的な取組」を明らかにするとともに、「望ましい取組（ベストプラクティス）の例」を示すもの。

●消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置（法第3条第1項第1号）

- ・ 基本的な取組：連絡先や連絡手段が、消費者が容易に認識することができるように示されていること、消費者が合理的な期間にわたり、社会通念に照らして相当な時間帯において、必要に応じ販売業者等と連絡が取れるようにすること
- ・ 望ましい取組の例：販売業者等の連絡先の表示の徹底、専用のメッセージ機能の提供、連絡手段が機能しているか否かの確認、連絡手段が機能しない場合の取引デジタルプラットフォーム提供者の対応に関し、それぞれ取組を例示

●消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置（法第3条第1項第2号）

- ・ 基本的な取組：消費者が苦情の申出を行いやすい仕組みを設けること、消費者から苦情の申出を受けた場合に取引デジタルプラットフォーム提供者が当該苦情に係る事情の調査を行うこと
- ・ 望ましい取組の例：消費者からの苦情の申出の受付、関係者への照会等、不適正な表示が行われた場合の対応に関し、それぞれ取組を例示するとともに、前段階として販売条件等の表示に関するルールの設定についての取組も例示

●販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置（法第3条第1項第3号）

- ・ 基本的な取組：販売業者等の表示について問題のおそれのある事例に接した場合にその特定に資する情報の提供を求めること
- ・ 望ましい取組の例：アカウント登録時等に販売業者等の公的書類の提出を受ける、販売業者等の氏名又は名称が登録された銀行口座と一致しているか確認、商品の販売等に許認可等が必要な場合は許認可等を受けた旨の証明書の提出を受ける、取引の過程で登録情報と異なる情報に接したときは事実確認を行い、正しい情報の記載を求めることなどを例示

●開示についての基本的な考え方（法第3条第2項）

- ・ 消費者からの連絡手段、苦情申出の方法、販売業者等を特定する情報の真正性の確保に係る取組等の開示が考えられる（開示の内容）
- ・ 各取引デジタルプラットフォーム上の開示のほか、事業者団体のホームページで各取引デジタルプラットフォーム提供者の措置を表示することも考えられる（開示の場所）

○消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置（法第3条第1項第1号）①

【基本的な取組】

- ・連絡先や連絡手段が、消費者が容易に認識することができるような文字の大きさ・方法をもって、容易に認識することができるような場所に示されていること
- ・消費者が合理的な期間にわたり、社会通念に照らして相当な時間帯において、必要に応じ販売業者等と連絡が取れるようにすること

⇒ 回答のあった28社中16社（物販系8社、オークション・フリマ2社、予約サービス4社、クラウドファンディング2社）では、特定商取引法に基づき販売業者等の連絡先（氏名又は名称・住所・電話番号の全て）を表示し、かつ、当該表示を消費者が容易に認識することができるように文字の大きさなどの表示方法を工夫して分かりやすく表示している。

（※）上記の社数は、各社の回答をベースに、目視調査の結果を反映させたもの。

〔回答例〕

- ・全ての商品詳細ページから当該商品の販売業者等の連絡先が記載されたページへ遷移できるように工夫している。

【物販系】

- ・重要な情報をページ上部に配置し、情報を箇条書きにすることで、視覚的に整理し、フォントは読みやすさを確保している。【オークション・フリマ】
- ・消費者による予約時の予約確認画面内にて「特定商取引法に基づく表記」のリンクを設置。【予約サービス】
- ・ページの上部右側の視認しやすいところに表示し、また最下部にも販売責任者の連絡先等をまとめて見やすい形で表示している。【クラウドファンディング】

⇒ なお、役務提供系については特定商取引法に基づく販売業者等の連絡先を表示していない社も見られた。他方で、そうした会社でも自社で構築した連絡専用のメッセージ機能等を通じて消費者と販売業者等が直接連絡を取れるようにしている。

○消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置（法第3条第1項第1号）②

【望ましい取組の例】

- イ 販売業者等の連絡先の表示の徹底
- ロ 専用のメッセージ機能の提供
- ハ 連絡手段が機能しているか否かの確認
- ニ 連絡手段が機能しない場合の取引デジタルプラットフォーム提供者の対応

イ 販売業者等の連絡先の表示の徹底

⇒ 回答のあった28社中12社（物販系8社、オークション・フリマ2社、予約サービス1社クラウドファンディング1社）では、特定商取引法に基づき販売業者等の連絡先を表示し、かつ、当該表示に関する専用ページを設けている。

（※）専用ページは設けているが、販売業者等の連絡先については、特定商取引法第11条ただし書の規定に基づき消費者からの請求があり次第提供することとしている社も見られた。（残りの16社中6社：物販系1社、予約サービス1社、クラウドファンディング3社、役務提供系1社）

⇒ 28社中9社（物販系4社、オークション・フリマ2社、予約サービス3社）では、販売業者等が対応可能な日及び時間帯の両方を表示するように求めている。

ロ 専用メッセージ機能の提供

⇒ 回答のあった28社中24社（物販系8社、オークション・フリマ4社、予約サービス2社、クラウドファンディング5社、役務提供系5社）では、販売業者等との連絡専用のメッセージ機能を提供している。なお、予約サービスについては電話番号の記載を通じて、消費者が販売業者等に直接連絡を取れるようにしている社もある。

○消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置（法第3条第1項第1号）③

ハ 連絡手段が機能しているか否かの確認

⇒ 販売業者等の連絡先が連絡手段として正しく機能しているかを確認するための定期的なパトロールは、回答のあった28社中4社（物販系1社、オークション・フリマ2社、役務提供系1社）が行っている。

残りの24社中21社（物販系8社、オークション・フリマ1社、予約サービス5社、クラウドファンディング4社、役務提供系3社）では、定期的なパトロールを実施していないが、消費者からの要請があり次第、個別に確認するとしている。

（※）残りの3社中2社でも、販売業者等と円滑に連絡できるようにするための上記以外の措置を講じている旨の回答があった。

〔回答例〕

・ 目視及びAI等による自動化したパトロール。【役務提供系】

ニ 連絡手段が機能しない場合の取引デジタルプラットフォーム提供者の対応

⇒ 消費者からの連絡に正当な理由なく返信をしていない販売業者等に対しては、回答のあった28社中24社（物販系8社、オークション・フリマ4社、予約サービス5社、クラウドファンディング4社、役務提供系3社）が回答を促している。

⇒ 消費者から「販売業者等に連絡がつかない」という問合せがあった場合、回答のあった28社中21社（物販系7社、オークション・フリマ4社、予約サービス3社、クラウドファンディング4社、役務提供系3社）が「即日」又は「2～3日以内」の内部的な標準処理期間を設けて対応している。

○消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置（法第3条第1項第2号）①

【基本的な取組】

- ・ 全ての販売条件等の表示の適正化を取引デジタルプラットフォーム提供者に求めることは困難であるところ、消費者が苦情の申出を行いやすい仕組みを設けること
- ・ 消費者から苦情の申出を受けた場合において、取引デジタルプラットフォーム提供者が、当該苦情に係る事情の調査を行うこと

⇒ 回答のあった28社全てにおいて、苦情受付窓口を設置している。

このうち、19社（物販系7社、オークション・フリマ3社、予約サービス4社、クラウドファンディング2社、役務提供系3社）では、ウェブサイト（アプリを含む）・メール・電話のうち2つ以上の方法で受付をしている。

⇒ 回答のあった28社全てにおいて、苦情の申出を受け付けた場合に調査を実施している。

〔回答例〕

- ・ 販売事業者には事実確認を行い、必要に応じて行政や権利者等にも問合せをして調査を行っている。【物販系】
- ・ 案件の経過やユーザ属性を踏まえた事実確認を行い、公平かつ公正な判断をするための調査を実施。【オークション・フリマ】
- ・ サイト上の表示の確認、消費者・販売業者への事実確認等を行っている。【予約サービス】
- ・ 事実関係の確認を行い、確認した内容に基づいて出品者への照会、出品者への対応要請やプラットフォーム側の対応を実施【クラウドファンディング】
- ・ 取引の状況を確認し、当社からヒアリングを実施する等して確認している。【役務提供系】

○消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置（法第3条第1項第2号）②

【望ましい取組の例】

- イ 消費者からの苦情の申出の受付
- ロ 関係者への照会等
- ハ 不適正な表示が行われた場合の対応
- ニ （イからハまでの前段階の取組として）販売条件等の表示に関するルールの設定

イ 消費者からの苦情の申出の受付

⇒ 苦情申出の受付を購入後に限定せず、疑義情報の通報等により購入前の苦情申出を受け付けることについては、回答のあった28社全てが行っている。

ロ 関係者への照会等

⇒ 商品の販売等に関して監督官庁等がある場合の連絡体制については、回答のあった28社中15社（物販系6社、オークション・フリマ4社、予約サービス4社、役務提供系1社）が円滑な連絡体制が構築できているとしている。

[連絡体制を構築している監督官庁等の回答例]

- ・ 東京都保健医療局健康安全部薬務課、独立行政法人製品評価技術基盤機構製品安全センター製品安全支援課国際連携室、経済産業省産業保安グループ製品安全課及び高圧ガス保安室、総務省総合通信基盤局電波部電波環境課及び消防庁予防課、農林水産省消費・安全局植物防疫課及び畜水産安全管理課、厚生労働省労働基準局安全衛生部化学物質対策課、環境省自然環境局野生生物課、国土交通省物流・自動車局審査・リコール課【物販系】
- ・ 製品安全誓約に参加する行政機関、経済産業省製品安全課、国民生活センター、消費生活センター、厚生労働省医薬局監視指導・麻薬対策課、東京都保健医療局健康安全部薬務課【オークション・フリマ】
- ・ 国民生活センター、消費生活センター（専用ホットラインを設置）【予約サービス】

○消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置（法第3条第1項第2号）③

ハ 不適正な表示が行われた場合の対応

⇒ 不適正な表示が行われた場合の利用規約等に基づく措置については、回答のあった28社全てが実施している。

[回答例]

- ・不適切な行為や表示の内容に応じて、違反レベルと制裁基準を設定し（検索表示順位ダウン、出店停止、契約解除など）、これに基づき販売事業者へ対し措置を実施している。【物販系】
- ・禁止されている出品物／禁止されている行為／取引における迷惑行為を定めており、これらの違反行為を検知した際に、出品削除や、アカウントに対し利用制限等の措置をとることがある。【オークション・フリマ】

⇒ また、28社中27社（物販系9社、オークション・フリマ4社、予約サービス5社、クラウドファンディング4社、役務提供系5社）において、違反情報等を記録・蓄積し、利用規約の改定、事前審査・パトロール等に活用している。

ニ（イからハまでの前段階の取組として）販売条件等の表示に関するルールの設定

⇒ 販売禁止対象商品・禁止行為については、回答のあった28社全てが法令違反に加え、公序良俗違反やトラブルのリスクが高い商品の出品・行為についても利用規約・ガイドラインで禁止している。

⇒ 28社中25社（物販系8社、オークション・フリマ4社、予約サービス4社、クラウドファンディング4社、役務提供系5社）では、利用規約等以外にも、消費者が把握できるよう、専用ページ又はヘルプページ・FAQページで販売禁止対象商品・禁止行為を掲載している。

○販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置（法第3条第1項第3号）①

【基本的な取組】

- ・販売業者等に対し、第3条第1項第1号及び第2号が求める措置を実施する過程や、第5条の開示請求への対応などにおいて、販売業者等の表示について問題のおそれのある事例に接した場合に、販売業者等の特定に資する情報の提供を求めること
- ・上記のような場合に、必要な情報をより円滑に求めることができるよう、
 - ◆アカウント登録時に、販売業者等の特定に資する情報の提供を求めること
 - ◆日常的な監視活動を通じてそのような情報について疑わしい事例に接した場合に販売業者等に対し裏付けの資料を求めることなどが期待される。

⇒ 回答のあった28社中25社（物販系9社、オークション・フリマ2社、予約サービス5社、クラウドファンディング5社、役務提供系4社）において、販売業者等のアカウント登録時に「販売業者等の特定に資する情報」として名称（氏名）、連絡先（住所・電話番号・メールアドレス）等の基本情報の提供を求めている。

⇒ この他の情報として、「運営責任者の氏名及び生年月日」、「店舗名」、「口座情報」、「個人事業主：生年月日／法人：設立年月日、資本金、年商、従業員数、事業内容、登記簿に記載された代表者情報」、「公共料金の領収書、事務所外観・内観写真、取扱予定商材の写真等、仕入伝票、賃貸借契約書、開業届、確定申告に係る書類、決算書」を求めているとの回答も見られた。（いずれも物販系）

○販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置（法第3条第1項第3号）②

【望ましい取組の例】

- イ 販売業者等の公的書類の提出を受ける
- ロ 販売業者等の氏名又は名称が登録された銀行口座の名義と一致しているか確認
- ハ 商品の販売等に許認可が必要である場合には許認可を受けた旨の提出書を受ける
- ニ 取引の過程で登録情報と異なる情報に接したときは事実確認を行い、正しい情報の記載を求める

イ 販売業者等の公的書類の提出を受ける

⇒ 販売業者等からの公的書類の提出については、回答のあった28社中25社（物販系9社、オークション・フリマ2社、予約サービス5社、クラウドファンディング5社、役務提供系4社）が販売業者等のアカウント登録時に、基本情報に加え、身分証明書や登記事項証明書等の公的書類の提出を求めている。

[回答例]

- ・ 代表者／運営責任者の写真付き身分証明書【物販系】
- ・ 青色申告承認申請書、納税証明書、社会保険料領収書、公共料金・通信費の領収書のうちいずれか1点【物販系】
- ・ 個人事業主の場合、確定申告書【オークション・フリマ】
- ・ 印鑑証明書【物販系／クラウドファンディング】

○販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置（法第3条第1項第3号）③

ロ 販売業者等の氏名又は名称が登録された銀行口座の名義と一致しているか確認

⇒ 販売業者等の氏名・名称と銀行口座名義の一致確認については、回答のあった28社中18社（物販系8社、オークション・フリマ2社、予約サービス2社、クラウドファンディング3社、役務提供系3社）でアカウント登録時に確認している。

残りの10社中7社（オークション・フリマ2社、予約サービス2社、クラウドファンディング2社、役務提供系1社）では、アカウント登録情報に疑義が生じた場合等に必要に応じて確認している。

ハ 商品の販売等に許認可が必要である場合には許認可を受けた旨の提出書を受ける

⇒ 許認可が必要な商品の販売等については、回答のあった28社中23社（物販系7社、オークション・フリマ2社、予約サービス5社、クラウドファンディング5社、役務提供系4社）が取扱予定商品等に応じて必要な場合には、許認可を受けた旨の証明書の提出を必須として求めている。

（※）残りの5社については「許認可等の情報を連携している」「許認可が必要な商品を扱っていない」といった回答が見られた。

ニ 取引の過程で登録情報と異なる情報に接したときは事実確認を行い、正しい情報の記載を求める

⇒ 回答のあった28社全てにおいて、登録情報と異なる情報に接したときは、販売業者等に対して個別に事実確認を行い、正しい情報の記載を求めている。

○取引デジタルプラットフォーム提供者が行う取組の開示（法第3条第2項）①

【基本的な考え方】

- ・ 消費者からの連絡手段、苦情申出の方法、販売業者等を特定する情報の真正性の確保に係る取組の内容等の開示が考えられる。
- ・ 各取引デジタルプラットフォーム上の「ご利用ガイド」や「ヘルプ」といったタイトルのページに開示することが考えられる。

⇒ 回答のあった28社中17社（物販系8社、オークション・フリマ4社、予約サービス1社、クラウドファンディング2社、役務提供系2社）が自社のウェブサイト又は加盟する事業者団体のウェブサイトにおいて取組を開示している。

（※）その他、利用規約やヘルプページの内容をもって「開示している」と回答している社も見られた。（残りの11社中4社：物販系1社、予約サービス2社、クラウドファンディング1社）

⇒ なお、上記17社の開示については、次のパターンに分類できる。

①法に基づく取組の開示であることを明記したページを設けているもの

17社中11社：物販系8社、予約サービス1社、クラウドファンディング2社

②「安全・安心に向けた取組」等と称したページを設けているもの

17社中6社：オークション・フリマ4社、役務提供系2社

⇒ 法に基づく取組の開示である旨を明記し、かつ、単に利用規約等を示すのではなく、実施している取組の内容を具体的に記載することが、より明確な開示であり、消費者による合理的な取引デジタルプラットフォームの選択に資するものである。

○取引デジタルプラットフォーム提供者が行う取組の開示（法第3条第2項）②

＜取引デジタルプラットフォーム提供者が行う取組の分かりやすい開示（イメージ）＞

（例1）取組の開示に関する専用ページを設ける場合

（例2）ご利用ガイド等のページ内に開示する場合

[ホーム > 取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に基づく取組について](#)

取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に基づく取組について

xxxxでは、利用者の皆様に安心して取引を行っていただけるよう、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法第3条に基づき、以下の取組を実施しています。

- ①消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置
 - 販売業者等の連絡先の表示の徹底
 - ・xxxxでは、……、……を実施しています。
 - 専用メッセージ機能の提供
 - ・xxxxでは、……、……を実施しています。
- ②消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置
 - 消費者からの苦情の申出の受付
 - ・xxxxでは、……、……を実施しています。

[ホーム > ご利用ガイド](#)

ご利用ガイド

～安全・安心な取引のために～

[利用規約](#)
[よくある質問・問合せ](#)
[取引DPF消費者保護法に基づく取組の開示](#)

■利用規約

利用規約については[こちら](#)を参照ください。

■よくある質問・問合せ

- ・Q1 ……………？
- ・Q2 ……………？

■取引DPF消費者保護法に基づく取組の開示

- ・xxxxでは、「消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置」として、……、……を実施しています。
- ・xxxxでは、「消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置」として、……、……を実施しています。

- ⇒ ①法に基づく取組の開示であることを明記（赤枠部分）
②実施している取組の内容を具体的に記載（黄色マーカー一部分）

○取引デジタルプラットフォーム提供者が行う取組の開示（法第3条第2項）③

⇒ 本調査対象外の取引デジタルプラットフォームについても、積極的に取組の開示を行っている社が見られた（計6社）。

- DMM通販（合同会社DMM.com）

- TS CUBIC TRAVEL（トヨタファイナンス株式会社）

- PayPayグルメ（LINEヤフー株式会社）

- 食べチョク（株式会社ビビッドガーデン）

- BASE（BASE株式会社）

- TikTok Shop（Bytedance株式会社）

⇒ いずれも各取引デジタルプラットフォームのウェブサイト又は加盟する事業者団体のウェブサイトにおいて取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に基づく取組の開示であることを明記している。

○法第3条に関する取組の状況の調査結果の概要（ポイント）

- ①消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするため、
 - ・販売業者等との連絡専用メッセージ機能を提供しているのは28社中24社（令和6年度調査：25社中22社）
 - ・28社中25社（令和6年度調査：25社中24社）では、販売業者等の連絡先が連絡手段として正しく機能しているかを確認するための定期的なパトロールか、消費者からの要請を受けての個別確認を実施
- ②消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するため、
 - ・28社全て（令和6年度調査：25社全て）で消費者からの苦情申出の受付窓口を設置し、苦情の申出を受け付けた場合に調査を実施
 - ・不適正な表示が行われた場合には、28社全て（令和6年度調査：25社全て）で利用規約等に基づく措置を実施
- ③販売業者等の特定に資する情報の提供を求めるため、販売業者等のアカウント登録時に、
 - ・公的書類の提出を求めているのは28社中25社（令和6年度調査：25社中21社）
 - ・販売業者等の氏名・名称が銀行口座名義と一致しているか確認しているのは28社中18社（令和6年度調査：25社中12社）
- ④法第3条第2項に基づき、取組を開示しているのは28社中17社（令和6年度調査：25社中15社）

⇒ 調査対象に変更があることを加味しても、令和7年度の法第3条に基づく取組は、令和6年度に引き続き着実に進められている。

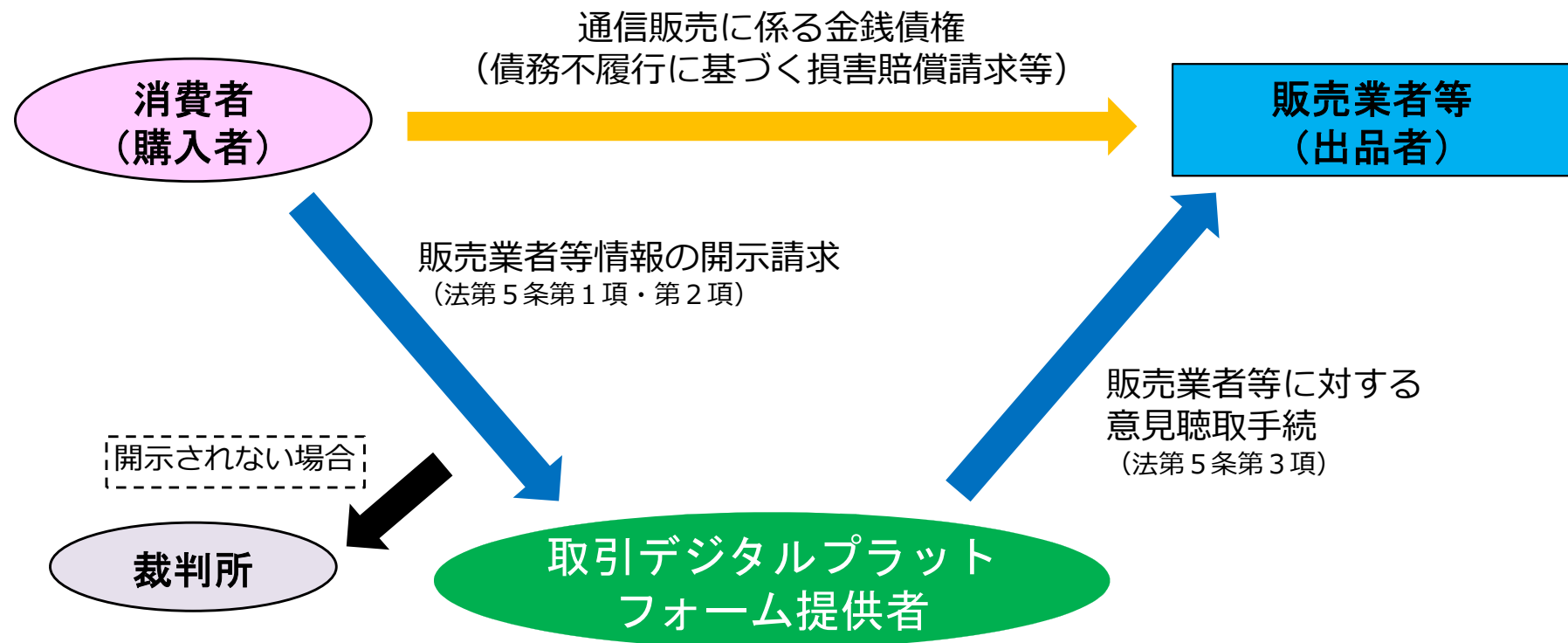
(2) 法第5条に関する運用の状況

○販売業者等情報の開示請求（法第5条）

消費者は、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る販売業者等との間で1万円を超える金銭債権を行使するために販売業者等情報（販売業者等の氏名・名称、電話番号、電子メールアドレス等）の確認を必要とする場合には、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、保有する販売業者等情報の開示請求をすることが可能。

（※）消費者が不正の目的で開示請求を行う場合を除く。

開示請求のイメージ



○第5条に規定する開示請求への対応状況

・ 回答のあった28社中10社が消費者から開示請求を受けている。
⇒ 開示請求件数の合計33件のうち、令和6年度は5件、令和7年度上半期は7件が開示されている。

集計期間：令和6年4月1日～令和7年9月30日

	消費者からの開示請求件数（上段）及び 開示件数（下段）（単位：件）			債権額で 最も多かった金額	開示請求の主な理由
	令和6年度	令和7年度 上半期	計		
A社 [物販系]	1	1	2	2万円超 ～5万円以下	・ 火災事故に対する金銭請求を行うため ・ 販売者による個人情報の取扱に関する慰謝料請求を行うため
	1	0	1		
B社 [物販系]	5	1	6	1万円超 ～2万円以下	・ 返金請求
	1	0	1		
C社 [オークション・フリマ]	1	3	4	10万円超	・ 届いた商品に不備があり購入代金の返還等を求めたいが連絡 がつかなくなったため
	0	1	1		
D社 [オークション・フリマ]	3	3	6	10万円超	・ 返金を求めるもの
	0	2	2		
E社 [オークション・フリマ]	1	0	1	10万円超	・ 返金対応を求めたいため
	0	0	0		
F社 [クラウドファンディング]	1	1	2	5万円超 ～10万円以下	・ 商品を購入したが届かず、訴訟準備のため
	0	1	1		
G社 [クラウドファンディング]	1	0	1	10万円超	・ 起案者が支援者からの連絡に応じなかったため
	1	0	1		
H社 [役務提供系]	1	4	5	10万円超	・ 出店者からの返金（補償）が振り込まれないために、出店者 の連絡先を尋ねてきたもの
	1	2	3		
I社 [役務提供系]	1	1	2	10万円超	・ 購入者が出品者からの侮辱行為があったとして名誉毀損とし て訴訟するための開示請求
	1	0	1		
J社 [役務提供系]	2	2	4	10万円超	・ 返金請求
	0	1	1		
合計	17	16	33	(※) 不開示の理由としては、 ・ 消費者の取引の相手方が「販売業者等」とは判断できなかったため ・ 消費者の債権額が1万円を超えないと判断されたため	といった回答があった。
	5	7	12		

(3) ガイドラインに関する取組の状況

○「販売業者等」に係るガイドラインの概要

【正式名称】取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律における
「販売業者等」に係るガイドライン（最終改正 令和7年7月18日）

はじめに

- ・取引デジタルプラットフォーム消費者保護法は、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる消費者と「販売業者等」との間の通信販売に係る取引を対象としている。近年、取引デジタルプラットフォーム上における個人間取引の拡大に伴い、一般的な生活領域の範囲を超えた取引が見受けられる。その結果、**「隠れB」と称される者**など「販売業者等」に該当すると考えられる者も出現している。
- ・このような状況を踏まえ、**「販売業者等」該当性の判断のための基本的な考え方や判断に資する考慮要素等**を示すことにより、法の適用対象となる取引を明らかにし、もって、当該取引の適正化及び紛争解決の促進に関し取引デジタルプラットフォーム提供者等の協力を確保することを目的としている。
- ・本ガイドラインの考慮要素等を踏まえ、適切に「販売業者等」該当性を判断することによって、上記の目的の達成を図ることが可能となると考えられる。

基本的な考え方

- ・取引デジタルプラットフォーム消費者保護法における「販売業者等」とは「販売業者又は役務の提供の事業を営む者」とされているところ、「販売業者」とは販売を業として営む者をいう。そして、販売を「業として営む」及び役務の提供の「事業を営む」とは、①**営利の意思**を持って②**反復継続**して取引を行うことを指す。
- ・商品の販売・役務の提供が一定量又は一定額以上であれば「販売業者等」に該当するといった画一的な基準を定めることは困難であり、**個別具体的な事情を総合考慮**して判断するための**考慮要素及び具体例**を示す。

(○：「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得る、×：「販売業者等」への該当性を推認させる事情にはならない)

商品・役務そのものに着目した考慮要素

- ①「販売業者等」による販売・提供が前提と考えられる商品・役務
 - ・「情報商材」の販売、コンサル等を称して対面等で情報商材と同内容の情報を伝達する役務のほか、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」に係る役務のように、商品・役務の性質上、通常は営利の意思・反復継続性が認められる場合 ⇒ ○
- ②「新品」等の商品
 - ・「新品」や「新古品」等の商品を相当数販売している場合 ⇒ ○
 - 例) 相当数の商品を購入し、自身では使用せず、取引デジタルプラットフォーム上で転売している場合
 - ・自己が受け取った贈答品又は使用した商品が不要であるために販売している場合 ⇒ ×
 - 例) 中元、歳暮、引出物等で自己が受け取った贈答品が不要であるために単発的に販売している場合
- ③特定の商品等のカテゴリー
 - ・相当数のブランド品、健康食品、チケットといった特定のカテゴリーの商品の販売、占い等といった特定のカテゴリーの役務を提供している場合 ⇒ ○

販売・役務提供の方法や付随事項に着目した考慮要素

- ①同一商品の複数出品
 - ・メーカー、型番等が全く同一の商品を複数出品している場合、同一の内容の役務を複数提供している場合 ⇒ ○
- ②許可等を前提とした商品の販売・役務の提供
 - ・許可や免許、資格、登録等を前提とした商品の販売・役務の提供をしている場合 ⇒ ○
 - 例) 酒類を継続して販売している場合、遺産相続の際の税務相談等を行っている場合
- ③評価やレビュー等の「口コミ」と称されるもの
 - ・商品を購入した者等から一定期間に相当数の「口コミ」がある場合 ⇒ ○
 - ・個人のライフイベント等に伴って一時的に大量の出品をした結果相当数の「口コミ」がある場合 ⇒ ×
 - 例) 引っ越しや遺品整理等を理由として一時的に大量の出品をした結果である場合

○C to C取引の場の提供者に期待される取組の内容

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律における「販売業者等」に係るガイドライン（抜粋）

6. C to C取引の場の提供者に期待される取組

本ガイドラインの考慮要素等を踏まえても「販売業者等」に該当しない者同士による個人間取引（売主も買主も消費者である取引を指し、単に「C to C取引」という。）がデジタルプラットフォームの提供者の提供する場で行われる場合には、当該取引自体は本法の適用対象とはならないものの、当該取引の場の提供者によって安全・安心な取引環境が整備されることが重要となる。このため、当該取引の場の提供者が実施することが期待される取組を示すものである。

①問合せへの対応等

利用者が自身による解決や場の提供者に当該取引に関する問合せ（問題のある取引等に係る通報を含む。）を行えるようにするとともに、仮に利用者から問合せがある場合は場の提供者が丁寧に対応することが重要である。さらに、問合せの内容等を踏まえ、場の提供者が必要に応じて適切な措置（例えば、規約等に基づく取引の終了、出品等の停止、補償等）を講じることが重要である。

②取引の監視等

当該取引の場に出品される商品又は提供される役務に関し、法令違反がないように監視を行うとともに、AIの活用、鑑定サービスの導入等によって模倣品等の不正な商品等を早期に検知し、その流通を防止することが重要である。さらに、利用者の本人確認を着実に実施することが重要である。

このほか、いわゆるエスクローサービス（取引の当事者間の商品の引渡し・役務の提供と代金の支払を場の提供者等が確認するサービス）の提供等を通じて当該取引の安全性を高めることが重要である。

○CtoC取引の場の提供者に期待される取組①

○令和7年7月にガイドラインを改正し、CtoC取引の場の提供者に期待される取組を明示したことを踏まえ、アンケートにおいて当該取組の状況に関する設問を新たに追加。

○アンケートでは、各社が提供する取引デジタルプラットフォームにおいてCtoC取引の場を提供しているか、販売業者等該当性をどのように判断しているかについて質問。
CtoC取引の場を提供している場合には、ガイドラインに示すCtoC取引の場の提供者に期待される取組の状況について回答を依頼。

⇒ 回答のあった28社中11社（物販系3社、オークション・フリマ4社、クラウドファンディング1社、役務提供系3社）がCtoC取引の場を提供している。

⇒ 販売業者等該当性をどのような基準で判断しているかについて、CtoC取引の場を提供していると回答のあった11社中2社（物販系1社、オークション・フリマ1社）からは、明示的にガイドラインを参考としているとの回答があった。このほかにも、「インターネット・オークションにおける「販売業者」に係るガイドライン」を参考としているといった回答や個別の考慮要素を挙げた回答も見られた。

（※）自由記述形式の質問であったため、回答中で各ガイドラインに言及のなかった事業者が、これらを参考としていないことを示すものではない。

CtoC取引の場を提供していないと回答のあった残りの17社（物販系6社、予約サービス5社、クラウドファンディング4社、役務提供系2社）は、個人が出品等を行う場合は全て販売業者等と取り扱うこととしている、個人事業者と法人のみが出品できることとしている等の理由から、販売業者等該当性の判断基準は設けていないといった回答が多く見られた。

○C to C取引の場の提供者に期待される取組②

①問合せへの対応等

- ・利用者からの問合せへの対応
- ・必要に応じた適切な措置（規約等に基づく取引の終了、出品等の停止、補償等）の実施

②取引の監視等

- ・出品される商品等の監視
- ・利用者の本人確認の実施
- ・エスクローサービスの提供

①問合せへの対応等

- ・ 利用者からの問合せへの対応

⇒ 利用者から取引に関する問合せがあった場合、回答のあった11社全てが丁寧に対応していると回答している。

[回答例]

- ・ 必要に応じて警察等の外部機関と連携を取り、解決方法を提案する。【オークション・フリマ】

- ・ 必要に応じた適切な措置（規約等に基づく取引の終了、出品等の停止、補償等）の実施

⇒ 回答のあった11社全てが、利用者からの問合せ内容を踏まえた上で、必要に応じて利用規約等に基づく取引の終了、出品等の停止、補償等の措置を実施している。

[回答例]

- ・ 一定の被害類型において、当社が利用者間の売買契約を解除できるよう利用規約を建て付けており、必要に応じて取引を終了させている。また、ガイドライン違反が認められる場合には、措置対応を実施している。【オークション・フリマ】

○C to C取引の場の提供者に期待される取組③

②取引の監視等

・出品される商品等の監視

⇒ 出品される商品等に関して、回答のあった11社全てが法令違反がないか監視を行っている。

[回答例]

- ・24時間体制での自動検閲を行い、これに加えアナログ監視を必要に応じて実施。【物販系】
- ・監視により得られた疑わしい不正利用者の行動をAIに学習させ、不正リスクを分析し、不正利用者を特定・排除している。【オークション・フリマ】

・利用者の本人確認の実施

⇒ 回答のあった11社中10社（物販系3社、オークション・フリマ4社、クラウドファンディング1社、役務提供系2社）が特定のカテゴリーの商品の出品又は購入、補償サービスの利用など一部のサービスを利用する場合に本人確認を実施している。

[回答例]

- ・マイナンバーカードのICチップ読み取りによる本人確認を実施。【オークション・フリマ】
- ・eKYC（顔認証と本人確認書類による本人確認）の実施。【オークション・フリマ】

・エスクローサービスの提供

⇒ 回答のあった11社中6社（物販系2社、オークション・フリマ3社、役務提供系1社）が全ての取引でエスクローサービスを提供している。残りの5社中1社（オークション・フリマ1社）が特定のカテゴリーの商品の取引を除いてエスクローサービスを提供している。

Ⅱ． 法第10条に関する申出の状況・法第4条に基づく要請の状況

○申出の状況（令和7年度の申出件数）①

○取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その旨を消費者庁にインターネット等で申し出ることが可能。

＜令和7年度の申出件数＞

（件）

期 間			件 数	（令和6年度）	（令和5年度）	（令和4年度）
令和7年	4月1日～	4月30日	4 1	2 1 1 ※1	4 1	— ※2
	5月1日～	5月31日	3 0	3 5	3 3	4 2
	6月1日～	6月30日	5 8	3 9	4 2	5 9
	7月1日～	7月31日	4 7	5 0	2 2	4 0
	8月1日～	8月31日	5 2	3 6	1 5	4 4
	9月1日～	9月30日	4 9	3 8	2 6	4 6
	10月1日～	10月31日	5 0	4 4	2 5	5 5
	11月1日～	11月30日	4 6	3 8	3 1	5 0
	12月1日～	12月31日	4 8	4 1	2 6	4 7
	12月1日～	12月31日	4 8	4 1	2 6	4 7
令和8年	1月1日～	1月31日	5 0	5 2	3 3	4 4
	2月1日～	2月28日	4 4	3 9	4 2	4 2
	3月1日～	3月31日	5 4	2 8	4 9	3 8
合 計			5 6 9	6 5 1	3 8 5	5 0 7

※1：令和6年4月の申出件数は211件であるが、同一の直販サイトに係る同一趣旨の申出145件及び同一のオンラインゲームに係る同一趣旨の申出9件の計154件を含んでいる。当該重複を除き、それぞれを1件として計上した場合の令和6年4月の申出件数は59件／令和6年度の申出件数の合計は499件である。

※2：令和4年4月は申出の受付開始前（取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の施行日は令和4年5月1日）であるため、件数を記載していない。

○申出の状況（令和7年度の申出件数）②

＜令和7年度の申出件数＞

（件）

申出カテゴリ（※1）		件 数	（令和6年度）	（令和5年度）	（令和4年度）
取引デジタルプラットフォーム		2 5 1	1 9 9	1 1 8	1 2 7
	物販系	2 1 3	1 4 4	9 5	1 0 4
	役務提供系	3 8	5 5	2 3	2 3
上記以外の申出（直販サイト等）		3 1 8	4 5 2（※2）	2 6 7	3 8 0
合 計		5 6 9	6 5 1	3 8 5	5 0 7

※1：上記の表では、

- ・商品の販売が行われるオンラインモール、オークション、フリマサイトを「取引デジタルプラットフォーム（物販系）」
 - ・予約サービス、クラウドファンディング、スキルシェア等を「取引デジタルプラットフォーム（役務提供系）」
- と分類している（あくまでも上記の表で内訳を整理する際の便宜的な呼称である）。

※2：令和6年度の④の件数（452件）には、同一の直販サイトに係る同一趣旨の申出145件及び同一のオンラインゲームに係る同一趣旨の申出9件の計154件を含んでいる。当該重複を除きそれぞれを1件として計上した場合の④の件数は300件である。

○申出の状況③

○取引デジタルプラットフォームを介さない取引形態（直販サイト等）に関する申出が多いことを踏まえ、令和8年4月に消費者庁のウェブサイト（取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に基づく申出フォーム）のリニューアルを実施。フォーム画面冒頭の取引デジタルプラットフォームのイメージ図（三者関係を示す図）等の変更を行った。

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の
利益の保護に関する法律に基づく申出フォーム

【注意事項】

個別トラブルの仲介・斡旋については、お近くの消費生活センター（188【局番なし】）にご相談ください。
例）取引デジタルプラットフォーム提供者との契約内容・解約条件・アカウント・システム等のトラブル、販売業者等とのトラブル
この投稿フォームは、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益が害されるおそれがあると認める場合に、その旨を申し出ることができます。

販売業者等

SHOP

SHOP

個人事業主

オンラインモール等

オンラインモール

¥11,000 (税込) 購入する

¥13,000 (税込) 購入する

¥1,000 (税込) 購入する

消費者

インターネット通販の契約の締結
(商品・サービスの購入)

利用規約

利用規約

取引デジタルプラットフォームを運営する事業者
(取引の「場」を提供)

取引デジタルプラットフォームとは、インターネット上の取引の「場」であるデジタルプラットフォームにおいて、消費者と販売業者等との間でインターネット通販の契約を締結できるものです。

ショッピング、フリマ、オークション、予約サービス、クラウドファンディング、スキルシェア等のオンラインモール（様々な販売業者等が出店しているサイト）が取引デジタルプラットフォームに該当します。

消費者と販売業者等の二者しか登場しない取引形態（例：直販サイト）については本法の申出の対象外となります。

入力画面

内容入力

確認

完了

・文字化けを防ぐため、半角カタカナ、丸数字、特殊文字は使用しないでください。

・一部の特殊文字は自動的に置き換えて受信します。

・なお、調査経過、調査結果等のお問い合わせについて一切お答えできませんので、ご理解をお願いいたします。

申出人（あなた自身）について

氏名（旧氏の記載も可能）又は名称 必須

例）消費者太郎、株式会社〇〇

○取引デジタルプラットフォームの利用の停止等に係る要請（法第4条）

- 内閣総理大臣は、重要事項（商品の安全性の判断に資する事項等）に著しく事実と相違等する表示（※）があり、かつ、販売業者等による表示の是正が期待できない場合（※※）、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、販売業者等による取引デジタルプラットフォームの利用の停止を要請することが可能。

（※）重要事項について、著しく事実と相違する表示又は実際のものよりも著しく優良、若しくは有利であると人を誤認させる表示

（※※）例えば、販売業者等に対する個別法の執行が困難な場合が該当。このほか、販売業者の所在地が判明しているものの連絡困難な海外の場合等も該当。

- 要請に係る措置を取引デジタルプラットフォーム提供者がとったことにより販売業者等に生じた損害に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者を免責する。

国（消費者庁）の対応

通信販売取引
（下記以外）

販売業者等に対する個別法の執行

（販売業者等による表示の是正）

取引デジタルプラットフォーム上における販売業者等による重要事項の虚偽表示、かつ、販売業者等による是正が期待できない場合

取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、販売業者等による取引デジタルプラットフォームの利用の停止等について要請

※要請をした場合、その旨を公表することができる

○法第4条に基づく要請を実施した案件①

血行促進・疲労回復等を謳うTシャツの表示に関する案件

○オンラインモール上で、あたかも、着るだけで血行促進・疲労回復、筋肉のコリ等の改善の効果が期待できる衣料品で、日本製のブランドであるかのように示す表示を付して販売されている商品（リカバリーウェアと称する商品）を確認。

⇒ 実物を確認したところ、当該商品は日本製のブランドのものではなく、着るだけで血行促進・疲労回復、筋肉のコリ等の改善の健康効能が期待できるものでもなかった。

⇒ 当該商品の販売業者等は中国国内に所在。

（※）当該商品の広告等は、日本語で表示され、日本円による購入が可能であった。また日本向けの配送手続も確保されていた。

○当該商品が販売されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請（令和7年12月）。

○法第 4 条に基づく要請を実施した案件②

安全靴に係る欧州連合の安全規格の表示に関する案件

○オンラインモール上で、あたかも欧州連合の安全規格に適合しているかのように示す表示を付して販売されている商品（安全靴と称する商品）を確認。

⇒ 実物を確認したところ、欧州連合の安全規格のうち安全靴に係る基準に適合するものではなかった。

⇒ 当該商品の販売業者等は中国国内に所在。

（※）当該商品の広告等は、日本語で表示され、日本円による購入が可能であった。また日本向けの配送手続も確保されていた。

○当該商品が販売されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請（令和 8 年 2 月）。

○法第4条に基づく要請を実施した案件③

情報商材と同内容の情報を伝達する役務に関する案件

○取引デジタルプラットフォーム上で、あたかも、国の制度を利用することで給付金の給付期間及び給付金額を増やす方法を、出品者が購入者に教授する役務である旨を表示して提供されている役務（情報商材と同内容の情報を伝達する役務）を確認。

⇒ 実際に役務の提供を受けたところ、国の制度を利用することで給付金の給付期間及び給付金額を増やす方法は伝えられず、ベトナムドン等の外貨を購入して資産を増やせばよいという旨の内容で、ウェブサイトの広告表示と異なるもの。

○当該役務の販売業者等の所在地は不明で、当該販売業者等・購入者間の連絡手段を用いて連絡しても、当該販売業者等により表示が是正されることはなかった。

（※）「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律における「販売業者等」に係るガイドライン」（最終改正令和7年7月18日）を踏まえると、当該役務の提供者は、取引デジタルプラットフォーム上で情報商材と同内容の情報を伝達する役務を複数提供しており、販売業者等に該当。

○当該役務が提供されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該役務の表示の削除等を要請（令和8年3月）。

○法第4条に基づく要請を実施した案件④

情報商材に関する案件

- 取引デジタルプラットフォーム上で、あたかも、AIを利用してネーミングを考えるだけで、即日5万円の収益を得ることができる副業の情報であるかのように表示して提供されている情報商材を確認。
 - ⇒ 当該商品の内容は、海外のネーミングコンテストに応募し、採用され、賞金を受領することで収益を得るというもの。実際には、応募可能なコンテストは1件のみで採用確率は0.1%未満のため、当該商品を利用しても、短期間で5万円又は少なくとも数万円の収益を得ることは通常困難。
- 当該商品の販売業者等の所在地は不明で、当該取引デジタルプラットフォームには販売業者等と購入者との間の連絡手段がないため、当該販売業者等により表示が是正されることは期待できない。
 - (※) 「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律における「販売業者等」に係るガイドライン」（最終改正令和7年7月18日）を踏まえると、当該商品の販売業者等は、取引デジタルプラットフォーム上で情報商材を複数販売しており、販売業者等に該当。
- 当該商品が販売されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請（令和8年5月）。

○法第4条に基づく要請を実施した案件⑤

保護眼鏡に関する米国国家規格の表示に関する案件

○オンラインモール上で、あたかも保護眼鏡に関する米国国家規格に適合しているかのように示す表示を付して販売されている商品（保護眼鏡と称する商品）を確認。

⇒ 実物を確認したところ、保護眼鏡に関する米国国家規格に適合するものではなかった。

⇒ 当該商品の販売業者等は中国国内に所在。

（※）当該商品の広告等は、日本語で表示され、日本円による購入が可能であった。また日本向けの配送手続も確保されていた。

○当該商品が販売されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請（令和8年7月）。

○法第4条に基づく要請を実施した案件⑥

情報商材に関する案件

○取引デジタルプラットフォーム上で、あたかも、数百円程度 of 原資で、クレジットカードを用いて継続的に毎月300万円の決済を行うことができ、決済額に応じたポイントが手に入る方法の情報であるかのように表示して販売されている情報商材を確認。

⇒ 実際には、当該商品が提供する方法は、クレジットカード会社各社で禁止される換金目的でのカード利用であった。この方法は、自己資金での決済を余儀なくされるリスクやクレジットカードの取引停止等の重大な処分を受けるリスクを有するため、数百円程度 of 原資で、継続的に毎月300万円の決済を行い、決済額に応じたポイントを入手することは著しく困難。

○当該商品の販売業者等の所在地は不明で、当該取引デジタルプラットフォームには販売業者等と購入者との間の連絡手段がないため、当該販売業者等により表示が是正されることは期待できない。

(※) 「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律における「販売業者等」に係るガイドライン」(最終改正令和7年7月18日)を踏まえると、当該商品の販売業者等は、取引デジタルプラットフォーム上で情報商材を複数販売しており、販売業者等に該当。

○当該商品が提供されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請(令和8年8月)。