第９回取引デジタルプラットフォーム官民協議会

議事録

第９回取引デジタルプラットフォーム官民協議会

１．日　時：令和８年10月23日（金）９時30分～11時25分

２．場　所：オンライン開催

３．議　題
・取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の運用状況
・財務省からの説明（税関における通販貨物の水際取締りについて）

４．出席者
〇事業者団体
アジアインターネット日本連盟
オンラインマーケットプレイス協議会
一般社団法人シェアリングエコノミー協会
一般社団法人新経済連盟
一般社団法人セーファーインターネット協会

〇独立行政法人国民生活センター

〇地方公共団体
全国知事会（農林商工常任委員会委員長県）
東京都

〇消費者団体
一般社団法人全国消費者団体連絡会
公益社団法人全国消費生活相談員協会
公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

〇学識経験者その他
依田 高典 京都大学大学院経済学研究科教授
長田 三紀 情報通信消費者ネットワーク
日本弁護士連合会

〇関係行政機関
公正取引委員会
警察庁
個人情報保護委員会
デジタル庁
財務省
経済産業省
消費者庁

〇事務局（消費者庁五郎丸取引デジタルプラットフォーム消費者保護室長。以下「五郎丸室長」）
定刻になりましたので、第９回「取引デジタルプラットフォーム官民協議会」を開催します。
それでは、依田議長、よろしくお願い申し上げます。

〇依田議長
ありがとうございます。
本日は、皆様、御多用のところ御参加いただきありがとうございます。
まずは、事務局から本日の資料の確認をお願いします。

〇五郎丸室長
本日の資料ですが、議事次第の資料一覧に記載のとおりとなってございます。構成員の皆様には、事務局から事前にメールで共有しておりますが、もしお手元に見当たらないなど支障がございましたら、挙手機能によりお知らせください。
また、傍聴されている皆様におかれましては、消費者庁のウェブサイトに掲載してございます。そこから御覧ください。

〇依田議長
本日の議事に入ります前に、構成員に変更がございましたので御紹介させていただきます。
事業者団体のうち、一般社団法人日本クラウドファンディング協会が組織解散のため、構成員から外れております。また、関係行政機関については、内閣官房デジタル市場競争本部が組織廃止に伴い、構成員から外れております。他方で、今回から新たに財務省に加入いただいております。
それでは、本日の議事に入ります。まずは、議題１の「取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の運用状況」です。最初に、「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」について議論します。
では、事務局から御説明をお願いいたします。

〇五郎丸室長
資料１の御説明を申し上げます。Ⅰの部分でございます。
まず、目次を開いていただきます。Ⅰに掲げましたとおり、法３条に関する取組状況、同じく５条に関する運用の状況等について御報告いたします。（３）のガイドラインに関する取組の状況が、従前のこの官民協議会と比べまして、新たに追加された報告内容となってございます。

早速、法３条に関する取組の状況、５条に関する運用の状況から御説明申し上げます。右下のページ数に従って御説明申し上げます。

まず、２ページを御覧いただきますと、この報告に当たりまして、従前の例に従い、調査を実施してございます。その概要を１枚にまとめてございます。上のほうを御覧いただきまして、調査の期間が昨年の令和７年９月から11月までの間に調査票を送付いたしまして回答いただいた内容となってございますので、本日の報告から少々時間が空いている点は御留意いただきたいところでございます。

その次の〇ですけれども、調査を行った対象者は33社で変更はございません。下の表の赤字で記載しております会社は、前回の調査から入替えがあった３社でございます。下線を付けましたところが回答のあった社でございまして、28社から回答を得ております。これは直前の前回調査より３社回答が増えたということになってございます。左のとおり、カテゴリー別にそれぞれ対象者を設定して調査を実施しております。

次のページから、まず法３条の努力義務に関する調査結果について御説明申し上げます。４ページが、まず法３条の建付けを図解したものでございます。左側に第１号から第２号、第３号と括弧をして掲げてございますけれども、取引デジタルプラットフォーム提供者はそれぞれ３つに掲げた措置を講ずるよう努めなければならないという努力義務の規定が設けられております。右の矢印でございますが、そのような措置がとられた際には、それぞれの措置の概要とか実施の状況を分かりやすく閲覧できるように表示するところまで努力義務が定められております。

５ページが、この法律の条項を受けて定められました内閣府告示による指針の内容でございます。それぞれ法の趣旨・目的・基本的な取組を改めて明らかにするとともに、望ましい取組といたしましてベストプラクティスを示したものでございます。それぞれ今申し上げました法律の各号の建付けごとに、基本的な取組と望ましい取組の例としてそれぞれ指針上に掲げられております。

次のページから、報告の内容の御説明に入らせていただきます。号で申し上げて説明させていただきます。

まずは、「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」でございます。最初の矢印でございますが、回答のあった28社中、一定数については連絡先を表示し、容易に認識することができるよう工夫して分かりやすく表示しているという御回答があったところでございます。

これに対して残る12社は、一番下の「他方で」というところに書いてございますけれども、そのような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用いまして直接連絡が取れるようにしているという回答を得ております。

この専用メッセージ機能ですが、次の７ページの下のロにお示ししてございます。28社中24社については、連絡専用のメッセージ機能を提供していらっしゃいました。予約サービスについては、クリックして連絡を取るよりも直接電話を受けたほうが業務上早いとい

う判断もあろうかと思いますので、電話番号の記載を通じて直接連絡を取れるようにした社もいらっしゃいます。

８ページに進みます。引き続き、１号の円滑に連絡することができるようにするための措置でございます。連絡手段が機能しているか否かの確認ということで、まずハのとおり、正しく機能しているかを確認するため、定期的にパトロールを行っていらっしゃいましたり、あるいは、その次の段落でございますが、消費者から要請があり次第、個別に確認する。いずれかの手段をビジネス形態に応じて選択していらっしゃると理解しております。

ニでございますが、連絡手段が機能しない場合です。例えば、正当な理由なく返信がないとか、次の矢印でございますが、連絡がつかないという問合せがあった場合には、標準処理期間を設けて対応しているなどの対応が見られました。

以上が１号の措置でございます。

続きまして、９ページからは２号の措置です。一番上を御覧いただきますと、表示に関して苦情の申出を受けた場合に、販売条件が正しかったかどうか、その適正を確保するための措置が提供者側に求められております。

最初の矢印でございますが、回答のあった28社全て、苦情の受付窓口を設置していらっしゃいます。この中で、19社には２つ以上の受付の方法が設けられております。

次の矢印、全社、苦情の申出を受け付けた場合に調査まで実施していらっしゃることが判明いたしました。

10ページに進みます。２号の措置の関係で、苦情の申出の受付を行いますのは、購入後に限定されることなく、購入前であっても受け付けていらっしゃるというのがイでございます。

ロでは、関係者への照会の体制を構築している相手方、構築先として、御覧のとおり消費生活センターなどのトラブル相談先も含まれておりますので、このような取組は望ましいものとして、引き続き体制構築をお願いしたいと考えております。

11ページは、引き続き２号の措置でございます。不適正な表示が行われた場合といたしまして、28社全てが利用規約等に基づく措置を実施しております。ほとんどの社におきまして、中ほどでございますが、その違反情報について利用規約改定、事前審査・パトロール等に活用していることが判明しております。

ニですけれども、その前段階の取組として、表示に関するルールを設定済みでいらっしゃいます。それは28社全てとなっております。最後のところ、28社中25社で、専用ページ、ヘルプページなどで販売禁止商品・禁止行為を掲載していらっしゃいます。この数字については、経年の変化を拝見しますと、徐々に割合が増えてきているところでございます。

12ページからは３号の措置、「販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置」でございます。

最初の矢印でございますが、多くの社で販売業者等のアカウント登録時に、名称、連絡先等の基本情報の提供を求めていらっしゃいます。

具体的には、次の矢印でございますが、口座情報とか、個人事業主、法人それぞれの詳細な情報を取得しているという状況が判明しております。

13ページは、引き続き３号の措置でございます。前のページで申し上げた観点から、販売業者等の公的書類の提出を受けるという望ましい取組が28社中25社で行われているということでございます。

14ページでございます。ロでございますが、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の確認が多くの社で行われております。次の段落ですが、アカウント登録情報に疑義が生じた場合に必要に応じて確認をしているという回答があった社でございまして、それぞれビジネス形態に応じて対応を決めていらっしゃると理解をしております。

ハは、商品販売に許認可が必要であれば、許認可を受けた旨の書面提出を受けて、売る資格があるかの確認をしているということです。

ニでございますが、取引の過程で登録情報と異なる情報に接したときは、事実確認を行った上で正しい情報の記載を求めていらっしゃるということです。

以上が１号から３号までの各号の措置でございます。

15ページに、開示に関する３条２項の取組について掲げております。

以上のような取組をした結果、消費者が分かりやすく、選択に資するように、その結果を開示することになってございまして、それぞれ真ん中の①、②が開示のパターンとして挙げられるところであります。28社中17社という状況でございます。この開示によって分かりやすくその内容を示すことで取組の内容を明確にし、合理的な選択に資すると下に書いてございます。そのような性質のものと理解しておりますので、ここはより取組が求められるところと考えております。

16ページには、今申し上げた取組の開示の例を２つ、イメージとして掲げております。このようなページを参照することで、消費者が取引の場を利用するか否かの選択に資すると考えております。

17ページは、調査の委託の過程で目視調査等も行われており、その過程で今申し上げたような取組の結果の開示を行っている社が見受けられましたので、実名を挙げて紹介させていただいたものです。

18ページで、以上説明しました３条の努力義務の結果概要・「ポイント」をまとめております。まとめますと、相当程度取組が進んできていると考えておりまして、関係者の御尽力によるところが大きいと、感謝を申し上げる次第であります。

引き続きまして、19ページから法５条に関する運用の状況に入ってまいります。

20ページに５条の開示請求という制度について図解しております。上の四角にありますとおり、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が発生した場合、損害賠償請求などを想定しておりますが、販売業者等の情報を取得して、引き続きこの権利を行使したいという場合に、確認が必要である際には取引デジタルプラットフォーム提供

者に対して開示請求をするというものでございます。

21ページに、開示請求への対応状況について件数をまとめております。御覧のとおり、令和６年度１年間と令和７年度上半期についてまとめまして、その合計数を掲げてございます。上の行が開示請求があった件数、下の行がそのうち実際に開示された件数でございます。合計を御覧いただきますと、33件の請求に対して12件の開示が行われております。傾向といたしまして、令和７年度は半期分ですけれども、令和６年度１年分と大体同じような数字が並んでおりまして、令和７年度末までを見ますと増加することも想定しております。

内容的に、次の列ですけれども、債権額で最も多かった金額は10万円超と回答した社が多く見られたようでございます。不開示の理由といたしまして、一番下の※印にございますが、要件であります債権額が１万円を超えていないと判断されたために不開示となったものも含まれておりました。

以上が５条に関する取組の結果の報告でございます。

（３）「ガイドラインに関する取組の状況」、今回、新規に調査を追加いたしました結果について御報告させていただきます。

23ページから、このガイドラインについて概要を掲載しております。最終改正は令和７年７月と掲げてございますが、ガイドライン自体は法の制定当初からございまして、「はじめに」の中ほど、「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の考慮要素等を示したものでございます。その上にございます、実際は「販売業者等」と評価すべき者がＣとして行動している場合は「隠れＢ」と称されるわけですけれども、そのための判断について基準を示したものでございます。

下の「基本的な考え方」にございますとおり、営利の意思を持って反復継続した取引を行うことを基本として、個別具体的な事情を総合考慮する考慮要素及び具体例を示したものでございます。

具体的にガイドラインの中には、24ページにこういう要素があれば「〇」として「販売業者等」に当たるものが例示されております。

25ページは、そのような判断の結果、ＣtoＣ取引と判断されるものについては、この法律の直接の適用はないのですけれども､期待される取組として掲げられたものが令和７年、昨年の改正によって追加された箇所でございます。それぞれ①、②のとおり取組として掲げられております｡問合せの対応等と取引の監視等が期待されるというものでございます。

これを前提に、調査の結果を26ページから御案内いたします。まず、前提となる問いでございますが、最初の矢印、回答を得ている28社中の何社がＣtoＣの場を提供しているかという問いに対しては、11社という回答を得ております。

その次の矢印ですけれども、ＣtoＣであると判断した際に何を判断の根拠とされましたかというオープンな問いに対して、今申し上げたガイドラインを参考としているといった回答があったのは御覧のとおりの２社でございましたが、※に書きましたとおり、自由記

述形式で質問をしたために、あえてガイドラインに触れないとか、詳細について触れないという会社も実際にあったところでありまして、この２社に入っていないからといってガイドラインを御覧になっていないということを示すものではございません。残りの17社は、場は提供していないという回答によって、結果的には法律の規制の直接適用があるという前提でお取り扱いいただいていると理解しております。

27ページが、期待される取組にどのように取り組まれているかの回答です。まず、①問合せへの対応等でございますが、回答の11社全てが取引に関する問合せがあれば丁寧に対応しているという御回答でいらっしゃいました。

次に、必要に応じた適切な措置といたしまして、全社が問合せを踏まえて取引終了、出品停止、補償等の措置を実施していらっしゃいます。

28ページが、第２の期待される取組といたしまして、取引の監視等を行うということでございますが、上にありますとおり、回答の11社全て、法令違反がないか監視を行っていらっしゃるということです。

次のところ、ほとんどの社におかれまして、本人確認を実施していらっしゃいます。

最後、エスクローサービスは、ＣtoＣの取引の間で直接お金をやり取りをするのではなくて、一旦代金は場の提供者が預かって、商品の受渡し、了承を受けた上でお金を引き渡すというものでございますが、11社中６社ということで、取組が進んできていると理解しております。

以上がガイドラインについての御説明でございます。

取りまとめて申し上げますと、期待される取組について多くの事業者で実施されている状況が確認できたかと考えております。引き続き、好ましい事例の共有などでこの取組が更に広がっていくことを期待したいと考えております。

最後に１点、最初に申し上げたように調査期間から１年近く空いている結果でございます。引き続き、各事業者から御報告いただきます最新の情報を御参照、御考慮いただければと考えております。

長くなりましたが、以上でございます。

〇依田議長

続きまして、事業者団体から、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の第３条に関する取組状況、第５条に関する対応状況について、５分をめどに御説明をお願いいたします。

一般社団法人クリエイターエコノミー協会は本日御欠席、一般社団法人新経済連盟からは発表されないという御連絡をいただいております。

構成員につきましては五十音順に指名しますので、団体についてはカメラとマイクをオンにして、ページをおめくりになりたいタイミングでお声かけください。御説明が終わりましたら、カメラとマイクをオフにしていただきますようお願いいたします。

まずは、アジアインターネット日本連盟からお願いいたします。

〇アジアインターネット日本連盟

アジアインターネット日本連盟でございます。

AICJの会員企業では、過去の官民協議会で御説明した取組を継続しつつ、消費者保護に関する取組を更に進めております。本日は、従前の取組につきましては４ページ目以降に再掲しておりますので、この場では関係者にとって参考になるのではないかと思われる会員企業による具体的な取組内容について紹介させていただければと思います。

２ページ、まずリクルートの事例です。同社では、新サービスだけでなく、既存のサービスの仕様変更につきましても、消費者保護法を含む法令とかセキュリティー上の観点から事前レビューを必須としています。特徴的なのは、法務部門だけでなくて複数部署が関与して、企画時、実装前、リリース前の３段階で確認する仕組みにしている点です。

これは、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関して申し上げれば、例えば、新規サービスについては消費者からの問合せ動線がどのように設計されているかを必ず確認して審査するという形になっています。こちらは、事業者の社内ガバナンスの具体例として参考になるのではないかと考えて御紹介させていただきました。

３ページ、次に、アマゾンの事例です。ここでは、商品の出品・販売時の対応だけでなくて、購入後の安全利用とかオンライン上の詐欺被害の防止まで含めて、消費者保護を広く捉えた取組について御紹介させていただきます。

１つ目の「＋あんしんストア」でございますけれども、経済産業省の「＋あんしん」制度の受賞製品を集約したページを開設しております。当制度は、誤使用リスクの低減など、安全機能を備えた製品を表彰するもので、その認知の拡大と消費者アクセスの向上に貢献したいという考えによるものでオープンしたということでございます。

消費者は、製品安全の取組ページ「あんしんポータル」とか、毎週約100万通同社が配信している「あんしんメール」、あるいは各商品ページなどから「＋あんしんストア」に到達できるようになっています。開設後も経済産業省のフィードバックを踏まえてUIの改善を続けておりまして、掲載の申請も増加しているとのことです。

２つ目の改正製品安全４法への対応でございますけれども、海外出品者への国内管理人設定義務化などに対応して、同社では販売事業者向けの教育・啓発を進めています。これも経済産業省と連携しまして、昨年は７月、11月に海外にいる販売事業者向けの合同セミナーを実施したほか、対象出品者への規制内容の通知メールの配信等を行っています。直近では、乳幼児用ベッドガードとかベビーカーの新規制について、日本語、中国語、英語の多言語で注意喚起を配信しているところでございます。教育に加えて、販売審査とか違反事業者の取締りももちろん進めているということでございます。

３つ目、リチウムイオンバッテリーの安全利用、適正廃棄についてですけれども、発火事故が社会的な関心を集めている中、同社では消費者向けの「あんしんメール」を活用し

た消費者教育に取り組んでおります。安全な使い方と適正な廃棄方法の情報提供に加えて、「あんしんメール」内に埋め込み型のアンケートを設置して、使用の実態とか廃棄の障壁を可視化して取組に反映している。また、劣化リスクとか異常時の使用中止といった注意喚起を定期的に行って、主要なメーカーと連携して対象購入者を交換キャンペーンに誘導する取組を実施しました。また、メーカーと連携して、製品のライフサイクルの最後のループを閉じるモデルとして発展させようとしているところです。

４つ目、「フィッシング詐欺対策」と書かせていただきましたけれども、なりすましとか投資・暗号資産詐欺などの脅威に若年層もさらされていることを踏まえて、同社はサイバーリスク対策を進める国際的非営利団体であるグローバル・サイバーアライアンスという組織と連携いたしまして、昨年９月に日本語版の啓発サイトをリリースしております。若年層がオンライン詐欺を予防・軽減して、被害を報告、回復するための実用的な情報を提供しているところでございます。

最後、消費者団体と連携した消費者啓発ということで、同社では消費者団体とも連携して、その時々のトラブルの実態を踏まえて、消費者目線での注意喚起とか啓発コンテンツの提供、支援等を行っているところでございます。

このように、AICJ各社では、法令への対応にとどまらず、それぞれ消費者とか販売事業者、メーカー、行政、消費者団体などと連携しながら自主的な取組を進めております。

AICJとして、こうした好事例を共有しながら、引き続き消費者保護の向上に取り組んでまいりたいと思っております。

ありがとうございます。以上でございます。

〇依田議長

次に、一般社団法人シェアリングエコノミー協会からお願いいたします。

〇一般社団法人シェアリングエコノミー協会

シェアリングエコノミー協会です。

私からは口頭での発表という形で、大変恐れ入ります。内容的には、他の団体と重なるところも多いですけれども、シェアリングプラットフォームにおける利用者保護の取組につきまして、具体的な取組事例を幾つか御紹介させていただきます。

なお、シェアリングエコノミーにおきましては、役務提供系のサービスとかＣtoＣのサービスもございますので、便宜上、「消費者」、「販売業者」という言葉を「利用者」、「提供者」という言葉に置き換えて御説明いたします。

まず、３条１項１号に関する取組です。利用者、提供者間の円滑な連絡のため、ほとんどのサービスにおきまして専用のメッセージ機能を提供し、サービスによっては電話番号やメールアドレスの表示も行っております。連絡手段が機能しない場合の対応につきましては、そもそも予防的な取組といたしまして、連絡が滞ったり、連絡の期限が迫った際に

自動的に通知が行われる仕組みとか、優先して連絡を取るべきステータスにあるメッセージに自動的にラベリングされるといった形で、連絡の優先度や期限を忘れない仕組みを導入している例もございます。

また、問題が発生した場合には、多くのサービスにおいてカスタマーサポートが介入しております。ここにおける取組例といたしましては、１つに、利用者とのコミュニケーションにおいて、メールを基本としながらも、重大なトラブルが発生した場合には速やかに電話に切り替えるといった形で、事案の緊急性に応じて柔軟にチャネルの切替えを行う例とか、AIを活用したナレッジ集約と回答文面の自動生成によりましてレスポンスの時間や解決までの時間の大幅な短縮を図っているという事例。そして、社内の情報共有を密に行って、トラブルやイレギュラー案件、温度感の高い利用者の情報など、チーム全体で即時に共有する体制を採っている事例もございます。

次に、３条１項２号に関する取組です。利用者からの苦情の受付につきましては、メール、チャット、電話による問合せ窓口の設置とか、報告・通報機能の設置のほか、FAQや自動応答チャットを用意して、利用者自身で問題を自己解決できるようにし、利用者側の労力や我慢を減らすことに注力しているという事例もございました。

また、不適切な表示への対応に関しまして、ほかの団体と同様に、内容に応じて注意喚起、修正の要請、掲載停止、アカウント停止など、比例的な措置がとられております。また、不適切な表示を感知するための取組としまして、利用者からの苦情申出がなくとも、AIと人によるチェックを併用して、掲載された全てのサービスページを確認して、表示が適正化されるように運用しているという例がございます。

なお、個別の苦情や表示への対応にとどまらず、傾向を分析してサービス改善につなげたり、利用者に注意喚起や情報提供を行うということも重要な取組として挙げられると思います。

３条１項３号と３条２項に関する取組につきましては、他団体の取組と重複いたしますので割愛しますが、１項３号については、不正利用やなりすましを検知する仕組みを取り入れている企業も多いと認識しております。また、２項につきましては、ヘルプセンターやFAQ、利用ガイドや利用規約で案内している企業が多いですけれども、中には安心・安全な利用者保護に関する専用のページを設けて開示をしているというサービスもございます。

御報告は以上となりますけれども、昨今のシェアリングプラットフォームにおきましては、AIや自動化の仕組みを入れて、トラブルの防止や対応の迅速化を図りながら、事案の個別性を捉えて柔軟な対応をとるという形で、利用者保護を実効性あるものにするための工夫が進められているように思います。

今後につきましては、本日の事務局の御説明でもガイドラインの認知が低いという報告がございましたので、私どもとしても取組事例やガイドラインの共有にも取り組んで、業界全体の利用者保護の向上につなげていけたらと考えております。

私からは以上となります。どうもありがとうございました。

〇依田議長
　次に、一般社団法人セーファーインターネット協会からお願いいたします。

〇一般社団法人セーファーインターネット協会
　一般社団法人セーファーインターネット協会と申します。本日はどうぞよろしくお願いいたします。
　２ページ、我々セーファーインターネット協会の簡単な説明でございます。インターネットの利用に関連した様々なトラブルに対応するために設立された団体でございます。
　３ページ､ここからは法律の号に基づいて御説明差し上げます｡まず１号でございます。３点ございます。販売業者等の情報の表示については、消費者が必要に応じて販売事業者の方に御連絡できるように、特商法に基づく事項の表示を行っております。下に※に書いているとおり、請求を受け次第速やかに開示する方式を取っているプラットフォームもございます。
　次は、販売業者等との連絡ツールの提供もしております。
　最後に、カスタマーサポートについては、販売業者から返信がない場合では、プラットフォームのほうから販売業者等の状況を確認して､返信の促し等の対応を行っております。
　４ページ、２号の説明でございます。ここも３点ございます。消費者からの苦情の受付の体制を取っております。具体的には、カスタマーサービス体制の構築を行っておりまして、メールや電話、チャット等、様々な方法での問合せが可能となっております。また、サービスページにおいては、法令に違反する疑いがある商品について申告機能を設けて対応しております。
　２点目でございますが､外部関係者と連携させていただきまして､権利者の方に対して、疑義のある商品に対しては問合せを容易に実施できるような体制を敷いております｡また、不適切な出品があった場合は関係省庁の方々に連携させていただくなど、日々意見交換等を行っております。
　最後でございますが、出品等の監視、予防的措置を行っております。当然ですが、ガイドライン等で出品禁止物や禁止行為等を明示的に規定することによって、事前に事業者とかお客様に分かりやすい形で、どういう物が駄目か、どういう行動が駄目かということを明示しております。
　最後のポツの太字になっているところでございますが、製品安全誓約にも署名しております。これは、オンライン上の商品について、官民協働で消費者を危険な商品からお守りするという誓約をしておりまして、危険な製品の流通の防止のため、規制当局と連携して対応を進めております。
　５ページ､先ほど最後に説明した製品安全誓約の説明でございます｡全署名事業者はSIAの中の10社、16サービスが対象となっております。我々の会員社においては、この誓約の

内容に応じて適切に運用が行えるような体制整備を行っております。引き続き、法律を超えた安全性の確保といった観点を追求するため、官民協働で取引デジタルプラットフォーム上で売買される商品の安全性の向上を図っている次第でございます。

６ページ、３号の説明でございます。２つございます。まず、出店審査の実施でございます。これは先ほど事務局の資料にもございましたが、出店審査時に本人確認等の書類の提出を求め、出店しようとする者の身元確認を実施しております。１つポツを飛ばして、３つ目の黒ポツでございますが、eKYCの活用や、必要に応じてオンラインでのビデオ面接を実施する場合もございます。

次は、出店審査の後、出店後の対応でございます。取引過程において登録情報と異なる情報があることが判明した場合には、出店されているお客様に対して個別の事実確認を実施しております。また、出店後に運営者の方が情報を変更する場合には、新たにもう一回本人確認を求めて、情報が本当に正しいかということを再度入念に確認させていただいております。

７ページ、３条２項、取組内容をどういうふうに開示しているかということの説明でございます。具体的に２社のスクリーンショットを下に貼っておりますが、このような形で、サービスページ内で３条１項に規定される各種取組をはじめとして、それ以外も安心・安全に関する取組がどういうふうに行われていますよということをこういう形で皆様に周知しております。また、JOMCのサイト上でも各社の取組内容を表示して、サービスページからリンクさせております。

８ページ、５条に関する説明でございます。５条は、開示請求に関する取組体制がどうなっているかということでございます。具体的には、対応手順を定めて、社内用マニュアルを整備していたり、必要に応じてリーガル部門に要件該当性の判断を仰いだり、３つ目のポツでございますが、販売業者等に対して本法に基づく対応が求められることがあることを周知するとともに、特商法上の義務がしっかり履行されているかの確認を要請しております。

法律だけでなくて、先ほど事務局の方から説明がありましたガイドラインについてもしっかり隅から隅まで見させていただいた上で、今後も法律とガイドラインにのっとって適正にサービスを提供していきたいと考えております。

以上です。どうもありがとうございました。

〇依田議長

最後に、オンラインマーケットプレイス協議会からお願いします。

〇オンラインマーケットプレイス協議会

オンラインマーケットプレイス協議会から御報告いたします。

２ページ、オンラインマーケットプレイス協議会（JOMC）は、2020年８月に設立されま

した。主に、消費者にとってより安全・安心な取引環境の構築に貢献して、オンラインマーケットプレイス全体の健全な発展を促すことを目的とし、自主的取組の公開、外部関係機関との意見交換、会員内部の意見交換を行っております。

３ページ、会員企業は現在９社となっております。昨年の５月に御説明したときよりも１社増えております。

４ページ、法令に基づく取組例です。ここに記載している内容は、昨年も御説明した内容と変わっておりません。枠組みはそれぞれのプラットフォームで大分固まっておりまして、ただ、それぞれの中身を状況に合わせてブラッシュアップしたり、意見交換したりということを行っています。

５ページ、こちらも、枠組みとしては変わっておりません。②とか③は、関係者との連携、あるいは不適正な表示が行われた場合の対応の中身などが、そのときの状況とか法令の改正等によって刻々と変わっていく部分がありますので、その辺りの情報交換などは会員内で頻繁に行っているという状態です。

６ページ、こちらも、取組自体は以前から変わっておりませんで、販売業者等の特定に資する情報の確認です。それぞれのプラットフォームによってやり方とか中身については少しずつ違いがありますけれども、必要な情報を確認して、身元確認をして、販売してもらうということはしっかりやっているのと、消費者からの苦情の申出を予防するための措置を、それぞれの項目がありますけれども、各社それぞれのビジネスモデルに合わせて行っているという状態です。

７ページ、JOMCのサイトに、会員企業がマーケットプレイスごとに具体的にどんな取組をしているかというのを説明するページを設けております。これは、そのまま各社のページに飛ばすのではなくて､JOMCのページの中でテキストなどを使って説明していますので、各社の取組を横並びで比較しながら確認することができるようになっております。

８ページ、最近始めた取組としまして、昨年の夏からですけれども、JOMCのサイト内にトピックページを作成しまして、そのときそのときで消費者に注意喚起をしたいことは何かということを中で議論をして、注意喚起をするコンテンツを作成・公開するようにしています。昨年は、ネットショッピングの購入先をどういうふうに選んでいますか、自分が買うときにどこから買うのか、気をつけましょうということや、プラットフォームで買う場合にはこういうことをやっているかどうかを確認したほうがいいとか、そういったコンテンツです。

それから、闇バイトの問題があって、世の中的に今問題視されている闇サイトは本当に犯罪の中でも重いものが話題になっていますけれども、例えば、通販で不正に物を買うといった形で闇バイトなどの犯罪に加担させられるケースもあると認識しておりますので、通販と絡んだ闇バイトに注意をするようにコンテンツを作っています。

それから、最近掲載し始めたもので、フィッシングメールが問題になっているということで、それに関する注意喚起です。こちらは、メールは見抜けないことを前提として、何

かしら怪しいと思った場合には、メールからリンクを踏むのではなくて、ふだん自分が使っているアプリなどからアクセスしてくださいということを書いています。

それから、ＢtoＣではありませんけれども、SNSとフリマサイトの関係で、例えばSNSで何かを見て、本来フリマサイトでは売れないような物をSNSで売るよと告知をした投稿を見て、普通の物を売っているように見せかけて、決済だけをフリマサイトに誘導するといったものとか、逆にフリマサイトでやり取りをしている中で、「こっちで買えばもっと安いよ」という感じで、例えばSNSのIDなどを知らされて、フリマサイト外で取引をしてしまってトラブルに巻き込まれるとか、SNSとフリマサイトをまたいで誘導してトラブルに巻き込まれてしまう。フリマサイトの中で普通に取引をするのであればトラブルはないはずなのですけれども､悪用するようなケースがありますので､それに対する注意喚起という、４つのコンテンツを掲載しております。

今後、ここにほかの注意喚起とか、他団体の方、消費者団体の方と協力してコンテンツを掲載するなども検討していきたいと思っております。

９ページ、官民協力も引き続き行っております。こちらも目新しいものはないのですけれども、最近、各省庁の方から、こういった法令に関してプラットフォームあるいは出店者に対して注意喚起をしてほしいといった依頼を多くいただくことが増えてまいりました。その都度、中身をしっかり確認して、会員社とか会員社のプラットフォームに出店している事業者に対しての注意喚起等を行っているという状態です。

10ページ、こちらは、前回の協議会資料にも掲載しているのですが、行政にお願いしたいということで、前回と同じなので詳しくは説明しませんけれども、特に期待しているのは消費者の被害状況というか、どういう形で通販のトラブルに巻き込まれているのか、そのうちプラットフォームに関わるものはどのぐらいでどういう内容なのだろうか、そのプラットフォームはどういう属性なのだろうか、その辺りをしっかり分析することで、通販トラブルはどこでどういう対策を打ったらいいのかというのが分かりやすくなると思いますので、特商法の検討会でも話がありましたけれども、今後、AIを使った被害分析などもされると聞いておりますので、その辺りは今後より解像度が上がることを期待しております。

発表は以上です。

〇依田議長

これまでの御説明につき、御質問や御意見がある方は挙手機能によりお知らせいただきます。私のほうから順番に指名しますので、指名された方はカメラ・マイクをオンにして御発言ください。ここから最大15分ぐらい質疑応答をしていきたいと思いますので、どうぞ遠慮なく挙手機能で手を挙げてください。

NACS、どうぞお願いいたします。

〇公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

事務局の丁寧な御説明、事業者団体の説明、ありがとうございます。全体に改善されてきているというお話と消費者保護に向けた事業者団体の活動が非常によく分かりましたので感謝いたします。その上で、４点ほど意見というか要望をお話しいたします。

まず、８ページ目の連絡手段が機能しているかの定期的なパトロールの強化ということに関しまして､｢消費者が販売業者と円滑に連絡することができるようにするための措置」ということでは､定期的なパトロールを行っているのは28社中わずか４社ということです。結局、ここでは何かのトラブルが起きたときに連絡がつかないことが起こっているということなので、定期的な連絡先パトロールを標準化するようなことで努めていただきたいという要望でございます。

同じような件で14ページの、アカウント登録時に銀行口座名義と登録名の一致の確認を義務化していただきたいということです。お金を振り込んで、トラブルになってお金が戻って来ないというときに、28社中18社は銀行口座名義の一致を確認していますが、10社は疑義が生じた場合などの事後確認を行うということなので、事後確認で事業者が分からなくなってしまうと消費者の被害が大きくなります。ここは完全に義務化みたいなことで進めていただきたいと思います。

それから、ＣtoＣの問題については、エスクローサービスというのは支払いにワンクッションあって非常に重要な位置づけですけれども、11社中６社しかエスクローサービスを入れていない。これについても、エスクローサービスを原則導入みたいな形で進めていただくとありがたいと思います。

３点とプラス１点は、事業者団体は消費者が販売業者と連絡が取れない場合に独自に返品・返金という対応をしていただいているというのは消費者にすると大変ありがたいことですが、一方で、事業者とプラットフォームの間できちっとした説明がされていないという相談が裏にあるということを知りました。そこについては、今回のこととは直接関係はありませんが、やはりそこのところはしっかりと円滑なコミュニケーションを取るよう進めていただきたいということでございます。

以上でございます。

〇依田議長

分かりました。

最初の３点の事務局に対する要望は、事務局のほうで持ち帰って御検討ください。

４点目に対して事務局から何か御意見はございますか。直接関係するものでなければ、一度持ち帰ってでも結構ですが、今日のところで第４点目の御意見について何かございますか。

〇五郎丸室長

事務局でございます。

御指摘の点、確かにデジタルプラットフォーム取引透明化法所管の省庁と連絡を密にしながらということは申し上げさせていただきます。その程度でよろしいでしょうか。

〇依田議長

結構です。

続きまして、日弁連、お願いいたします。

〇日本弁護士連合会

日弁連でございます。

主に事務局の資料に関連して２点ございます。１つは、２ページのところで、回答を得られているところと得られていないところがありますが、特にOTA、オンラインの旅行関係のプラットフォームについて回答が得られておらず、他方で、こちらのトラブルが最近非常に多く報道されていると認識しています。

取引デジタルプラットフォームの中でも、もちろん目立つのはみんなが使っている買い物系のプラットフォームで、そちらはいろいろと問題が起きても割と早期に改善していただいていると認識していますが、旅行関係は、特に海外に行く場合は適切に対応されない場合、生命・身体にも関わりますので、回答が得られていないことは非常に遺憾でありますし、適切に対応していないのであれば、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の観点から、消費者庁ないし、特商法だったら消費者庁ですし、観光関係であったら観光庁からも適切に接触していただいて、報道等がされている事案について対応いただければと思います。

もう一つは、５条の開示請求の関係です。21ページに今回の期間の事案をまとめていただいていますが、１万円を超えないという形で不開示になっているものもあるということですが、そもそもの件数が非常に少ない状態ですので、この１万円の制限は今後なくなってもいいのではないかという議論もあっていいのではと思います。

これは、非常に件数が多くて１万円で切らないと大変だという話もあって、当初１万円で設定されているものですが、全体の件数も皆さんに申告していただいて30件というのは、もうほとんどないと言っていいようなものですので、こちらは引き続きの議論ですが、日弁連は当初から１万円はなくてもいいのではないかという立場ですので、引き続きその方向で我々は主張したいと思っております。

取りあえず私からは以上です。ありがとうございます。

〇依田議長

今、意見が２つありましたが、事務局のほうからそれに対して何か述べることはございますか。

〇五郎丸室長

２点御意見を頂戴いたしましたので、それぞれお答え申し上げます。

まず、２ページの対象会社一覧について御指摘がありました。回答がない会社は確かに海外のプラットフォーム提供者の関係で、そのまま連絡がつかないとか、海外に顕著ですけれども、法律上の義務がなければ回答できないということもあるようでございます。これは、今後工夫して回答の会社数を上げていくようにしていきたいと考えております。

あと、御指摘がありました旅行業の関係でございますが、海外のオンライン・トラベル・エージェントの問題として最近報道が多いところを認識しております。一口にOTAと言いましても契約形態が様々ございまして、適用される法律が省庁間をまたがってそれぞれあるという関係にございます。当然、消費者庁所管の法律に抵触、違反する事案に接すれば、それに基づく適正な措置を講じてまいることになりますけれども、関係省庁とも連携を密にしながら対応していくものであると考えております。

２点目、開示請求でございます。１万円の問題につきまして、御指摘があったとおり、特定商取引法の検討会の中間取りまとめでも「引き続き検討」とされているところでございます。販売業者等と連絡がつくか、つかないかと開示請求は表裏の関係にあると理解しておりますのと、別途申出があれば、プラットフォーム提供者のほうで補償なりで対応する方法もあるやに聞いております。かつ、全ての案件についてそれぞれ対応を考慮するに当たって、一定の歯止めとしての機能もあると理解しておりますので、中間取りまとめに注記されましたとおり、この点は引き続き検討で、今すぐ結論を出すようなものではないと考えておるところでございます。

〇依田議長

ありがとうございます。

官民協議会の枠組みに乗ってきている優良事業者については、トラブルは減少傾向にありますが、そもそも乗らない事業者に対してどういうかたちで官民協議会の枠組みを広げていくかというのは、最初から今日に至るまでの課題となっています。

あと、日弁連が２点目に付け加えた１万円問題で、もうちょっと考えないといけないのは、１万円であることによって逆にそこで漏れていることが、実態として日弁連ほかで検知しているところがあるかどうかです。

〇日本弁護士連合会

弁護士のところには１万円では来ないので、我々は認知しづらいところがありまして、消費者団体ないし相談員協会のほうで恐らく止まっていると思います。では、そこで１万円で諦めているのがどれぐらいあるかというのも我々はなかなか認知できないので、合計数だけから取りあえずコメントした次第です。

〇依田議長
　分かりました。
　続きまして、新経済連盟、お願いいたします。

〇一般社団法人新経済連盟
　御説明ありがとうございました。
　私からは、今後の引き続きの検討ということになると思うのですが、事業者の負担あるいは義務を増やす、広げるという方向よりは、消費者への啓発ということも是非深掘りして考えていただきたいと思っています。
　どういうプラットフォームを使うと安全な取引ができるのか、どういうプラットフォームがきちっと消費者の安全の取組をしているのか、そういったことを是非消費者に積極的に伝えていただいて、消費者が安全なプラットフォームを選択することを促すという面からも消費者の安全を担保できるような取組を是非考えていただきたいと思います。
　以上です。

〇依田議長
　その点につきましては、先ほどの日弁連の第１点と関連するところでもありますが、枠組みに乗っている優良事業者は非常に取組も進んでいて、安全性の向上・改善も見られるのですが、なかなかこの枠組みに乗ってこない方々に対してどういうように枠組みを広げるか、あるいはそこに乗ってくる、乗ってこないの区別をどうやって消費者に知っていただくかというのが大きな課題になっているところでございます。
　この点につきまして、事務局から何かございますでしょうか。

〇五郎丸室長
　この協議会の場に御参加いただく対象団体の追加については、確かに従来話が出ている課題と認識しております。団体を追加するか、既存の御参加いただいている団体の構成員を増やすか、２つのアプローチがあろうかと考えておりますので、今後、必要性なり現状を見ながら検討を続けていきたいと考えております。

〇依田議長
　政府としても、事業者、団体としても、いろいろ努力して取り組んでいますが、そもそものところで消費者の限定合理性、認知限界があって、上からあるいはこちらのほうから積極的に仕掛けていってあれこれやっても、最後のところで届かないというのが消費者政策の今日的な現代的な認識で、ここのところをどうやっていくか。あるいは、人間というのは本質的にそう変わるものではございませんので、ここのところを今日の生成AIの発展

等を使って予防的な措置を取り込んでいくかというのが課題になっていくので、消費者教育だけで問題が解決すれば我々の仕事は要らないですよね。そこも今後の検討課題です。

ほかにどうでしょうか。もう一つ、二つ御質問を受けられますので、せっかくの機会ですので、どうぞ。どんな観点でも結構でございます。よろしいでしょうか。

ありがとうございました。

続きまして、議題１の後半部分の「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」について議論いたします。

では、事務局から御説明をお願いいたします。

〇五郎丸室長

それでは、事務局から、資料１のⅡについて手短に御説明申し上げます。

まず、30ページに掲げておりますのが、法10条に基づく申出の件数でございます。この申出の制度は、どなたでも消費者の利益を害されるおそれがあると認めれば、消費者庁のサイトなどに書き込みを行いまして申し出ることが可能な制度でございます。

今回、法の施行以来、令和７年度末までの申出の件数を表に掲げております。一部、毎回御説明申し上げている点、令和６年度の４月についてはある直販の一事件について１日で大量に来たものが加わっておりますが、ここをならしますと、今のところ毎月平均50件前後の申出が行われているところでございます。

31ページは、申出をカテゴリー別に内訳で表示したものでございます。上に「取引デジタルプラットフォーム」といたしまして、この法律の趣旨に直接基づく件数を令和７年度は251件と挙げております。これに対して「上記以外の申出」は、直販サイトでありますとこの法律の適用はございませんので、以外ということに分類されますけれども、そちらは今のところ318件とまだ多い結果になってございます。

私どもといたしましては、この申出という制度が設けられておりますので、上のほうの数字の法律の趣旨に基づく申出をどんどんこれからも集めていきたいと考えております。もちろん上記以外の申出で出てきたものをそのままにしているわけではございませんで、関係部署への情報の共有をしておりますのと、どちらに属するか分からないものについてはこちらからお問合せなどもしておるところでございます。

入り口で仕分ける取組として掲げましたのが32ページの書き込みのサイトの図解でございますが、書き込みが行われる前に、三者関係にあるというところを示しまして、このスキームでお買い上げになった方なりが書き込みをされるように取組を行っております。令和８年４月からこのような図解をしてございますので、今後、これを受けて直接の法律の適用のある申出が増えていくことを期しております。

33ページは、法４条に基づく要請の制度でございます。枠内を御覧のとおりでございますが、消費者庁長官に委任されてございます。「内閣総理大臣は、重要事項に著しく事実に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」としてございます。

34ページから、前回協議会以降、実際に要請した案件を６件掲げました。最初の案件を御覧いただきますと、34ページの１行目にありますような、効用をうたったＴシャツが販売されていた案件でございまして、かつ日本製のブランドであるかのように示していたものでございますが、実際に取り寄せて見てみますと、そのような物ではなく、表示が虚偽であった物でございます。かつ、その販売業者等は中国国内に所在しておりますので、引き続き日本側で購入者が発生する可能性があるということで、令和７年12月に要請に至りまして、この表示は削除されております。

ほかの５件は35ページ以下に掲げております。36ページから掲げましたとおり、近年、情報商材という役務提供の事案が増加傾向にございまして、今回御紹介する６件の中でも３件は情報商材関係でございます。表示と実際が大きく異なるとか、実現困難な収益をうたうものでありますとか、利用に伴うリスクの説明が不十分であるものがございましたので、販売業者等の所在が全く書かれていないなど不明というものでもございましたので、実際、要請に至りまして、削除をいただいております。

駆け足でございますが、後半の説明については以上でございます。

〇依田議長

ただいまの御説明につき、御質問や御意見がある方は挙手機能によってお知らせください。私のほうから順番に指名させていただきますので、御発言をよろしくお願いいたします。

日弁連、お願いいたします。

〇日本弁護士連合会

スライドの32ページ目、申出についての画面例が出ておりますけれども、ここで消費者と販売業者の二者しか登場しない取引形態については対象外となりますという表示があるだけですけれども、それでもなおかつ直販サイト等について300件以上来ています。対象外となりますということを表示するだけだと、ここで問合せ先が途切れてしまうので、それで直販サイト等についても情報提供があるのかなというところもありますし、ここで問合せを断念してしまう方もいらっしゃる、そういう暗数が出てくる可能性もある。

確かに、申出があった方については、消費者庁の側からほかの部署との情報連携とか案内をしていらっしゃるということですが、入り口のところから、直販サイト等については対象外ですけれども、こういう窓口がありますので、そちらへという誘導が恐らくユーザー側からすると望まれる案内だと思われるので、表示の点から改善していただきたいと思います。

以上です。

〇依田議長
今御指摘いただいた32ページをもう一度スライドで映していただくことはできますか。
事務局から御回答をお願いいたします。

〇五郎丸室長
「本法の申出の対象外」と赤字で書いておりますところは、確かにそれ以外は受け付けませんと受け取られるという御指摘と承知しておりますが、これを下のほうまで進んでいきますと、直販の特定商取引法に基づく入り口も実は用意してございまして、今のような御指摘も踏まえて、この画面の設計を不断に見直し、改善を図っていきたいと思っております。
参考までに申し上げますと、実際、直接の適用がない申出であっても、書き込み自体はできるようなフォームにしておりますので、実際にこちらに届いて、拝見して、直接連絡した結果、例えば「188」の御案内を申し上げるというところも努力しておるところでございますので、付け加えておきます。

〇依田議長
直販サイト等の取引形態につきまして、本法の申出の対象外となっているところで重大な検討対象となるような事例は、日弁連の御存じのところであるものでしょうか。

〇日本弁護士連合会
重大なというものは特にないですけれども、こちらで対象外ですということを書かれて、問合せフォームに入れて、ワンクッションを置いて消費者庁からほかの案内があるというのは迂遠だと思いますので、そうではなくて、ここからほかの窓口を案内するような表示があると、ユーザー側としてはそれで一種のたらい回しを避けるみたいなところもあるかと思いますので、意見をさせていただきました。

〇依田議長
消費者と販売事業者の二者しか登場しない取引形態について、事務局のほうで何か、あるいは経済団体のほうで何か把握されているようなことはございますか。
今、手が挙がっている新経済連盟は関連した事項でございますか。

〇一般社団法人新経済連盟
別のコメントです。

〇依田議長

では、もう少しお待ちいただいて、ここについて何か御意見がある方がおられたら御意見を伺いたいと思います。なければ、また持ち帰ります。

オンラインマーケットプレイス協議会、これに関連して何かありましたらお願いいたします。

〇オンラインマーケットプレイス協議会

まず、この画面を見る限り、一番上に「188」が書いてあるというのは気づきました。

あと、年齢層によるのかもしれないのですけれども、消費生活相談をされている方にお話を伺ったところ、最近、AIで事前にいろいろ聞いてから相談してくる方も増えてきていると伺っているので、例えば、うまくAIと組み合わせて、今困っていることを書いてもらうと、それを整理してくれて、どういうところに相談したらいいかアドバイスしてくれるみたいなものを考えるというのも一つあるのではないかと思います。既にAIチャットで確認してから相談してくる人がいる一方、もちろんそういうやり方を知らない方もいらっしゃると思いますので、うまく多くの消費者がAIなども使えるといいのではないかと思いました。

以上です。

〇依田議長

AIを使った相談者の仕分けは、それこそ政府というよりは事業者のほうがはるかに得意とするところでもあると思うので、もし可能であったら、今後そういった点について御教示していただくとありがたい部分があると思いますので、引き続きよろしくお願いいたします。

関連した部分では、一旦ここまででよろしいでしょうか。

それでは、新経済連盟、どうぞ。

〇一般社団法人新経済連盟

ありがとうございます。

直販サイト等について、32スライド目にありますように法の対象外だと言っても、31スライド目の表にあるように、直販サイト等に関する申出の件数がプラットフォームのものに比べるとかなり多いという状況ですので、ここから推測するにapple to appleになっていないと思うのですけれども、プラットフォームのほうが申出の対象になるような件数が抑えられていると思います。別の意味で言うと、プラットフォームを利用したほうが安全に取引できる場合が多いと考えてもいいのかもしれないと思います。

先ほど座長から、消費者に認識させることは結構難しい面もあるというお話があったかと思いますけれども、啓発の材料としてこういったデータも使って消費者に認識していただくことも取り組んでいいのではないかと思います。

それから、消費者の保護に資するような取組を行っているプラットフォーム事業者については、それが報われるようなことを考えていただければと思います。

〇依田議長
御意見としてよく分かりました。
事務局のほうで何かお答えすることはございますか。

〇五郎丸室長
月別に件数を分析いただきました。どうもありがとうございます。
申し上げましたとおり、令和８年４月からの取組でも上記以外の申出は続いておりますので、申出をされる方への御説明の工夫は引き続き考えつつも、申出の窓口として有効なものになるように工夫を重ねていきたいと、重ねて申し上げます。
以上です。

〇依田議長
オンラインマーケットプレイス協議会がおっしゃったことに関連して、AIをこれからどう活用していくかで、我々としても、消費者側としても、自衛の手段として有効活用できる部分もあるでしょうし、悪質事業者のほうがもっともっとなりすましたり、ダークパターン等を用いたり、いろいろなアプローチを使って消費者をだましてくることも考えられるので、なかなか自発的な取組だけで解決できない部分もあるかもしれないので、AIを使いながらAIの悪から守るということを本当に考えていかないと、もう自然知能でどうこうなる部分は超えてしまったかなと思う部分もあって、そうした取組はこの官民協議会でも有効活用として是非検討することがあるかと思います。
残り最大５分程度ですが、ほかの皆様、この機会に何かございましたらどうぞ。どんなことでも結構でございます。よろしいでしょうか。
それでは、最後に、本日の議論も踏まえ、議長の私から今回の運用状況の報告に関するコメントをさせていただきます。
まず、取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務についてです。法第３条に基づく取組については、昨年度に引き続き着実な進展が見られたものと受け止めています。本日事務局から報告のあった調査結果を踏まえると、消費者と販売事業者との連絡手段の確保、苦情申出への対応、販売事業者等の身元を確認する措置などの取組は、多くの取引デジタルプラットフォームにおいて定着しつつあるものと評価できます。
特に、販売業者等の本人確認や登録情報の真正性確保に関する取組に進展が見られたようです。販売業者等の所在や連絡先が不明であることは被害回復を困難にする大きな要因であり、その意味で販売業者等の身元確認の取組は極めて重要であると考えます。
取組状況の開示についても定着しつつあると考えますが、単に利用規約等に掲載するだ

けではなく、利用者保護に向けた具体的な取組を消費者に伝えることが事業者への信頼の向上にもつながるものと考えます。

他方、本日は事業者団体から消費者保護に関連する直近の取組も御説明いただきましたが、このような好事例をより積極的に発信していくことでも、消費者による取引の場の合理的な選択につなげていただければと思います。

そして、昨年のガイドライン改正を受けて、ＣtoＣ取引の場の提供者に期待される取組について、初めて実態調査が行われました。取引の監視や本人確認、エスクローサービスの提供など、安全・安心な取引環境の整備に向けた取組が進められていることは評価できます。

こうした取組の成果を確認する上で、例えば、メルカリやYahoo!フリマが取引に関する問合せ等の発生率を継続的に公表している点にも意義があると考えます。また、楽天ラクマも偽造品が疑われる取引に限定した問合せ発生率の推移を公表しています。各社の指標は対象や定義が異なりますが、長期的に見るとそれぞれの公表指標から改善がうかがえます。引き続き、こうした情報公開を通じて自主的な取組の成果を確認していくことが重要だと考えます。

今回は、取組の成果を数値で公表している３社の事例を紹介させていただきました。ほかの事業者についても､参考となる取組があれば､是非お知らせいただければと思います。こうした好事例を共有し、優れた取組を推奨していくことも、本協議会の役割の一つだと考えておりますので、引き続きよろしくお願いいたします。

また、ＣtoＣ取引の場には販売業者等に該当する売主、いわゆる隠れＢが存在しています。今回の調査では、売主の事業者該当性を判断する際に販売業者等に係るガイドラインを参考としているという回答も見られました。重要なのは、ガイドラインに示された考慮要素を踏まえ、個々の売主が販売業者等に該当するかどうかを適切に判断することです。そのためにどのような方策が考えられるか、引き続き関係者間で検討していく必要があると考えます。

次に、法第５条に基づく販売業者等情報の開示請求についてです。制度の利用は着実に定着しつつありますが、販売業者等に該当するかどうかの判断が開示の可否を左右する事例があることも改めて確認されました。被害回復のための制度として適切に機能しているか、引き続き運用状況を注視していく必要があります。

開示請求の対象となった債権額等につきましても、取引デジタルプラットフォーム提供者に生じる事務負担や被害実態、救済の在り方等を引き続き調査・検討をする必要がございます。

また、法第４条に基づく要請制度についても継続的に運用が行われています。近年は、海外事業者による商品の販売や情報商材等への対応も課題となっていますが、こうした案件への対応は、個別事案の解決だけでなく、市場全体の適正化や消費者被害の未然防止にもつながるものと考えております。消費者庁におかれては、この要請制度を適切かつ効果

的に運用することはもちろん、関連施策も併せて消費者の利益の保護を図ることが期待されます。

最後になりますが、今回確認できた成果は主として官民協議会に参加している事業者による取組によるものです。今後の課題は、こうした場に参加していない事業者や十分な取組を行っていない事業者に対していかに取組の輪を広げていくかにあります。これまで以上に様々な分野の事業者や事業者団体との接点を確保し、本官民協議会の取組を幅広い事業者へ浸透させていく努力が求められると思います。

そして、デジタル取引・特定商取引法等検討会では、プラットフォーム事業者と連携した消費者保護の在り方についても中間取りまとめが行われたところです。このデジタル取引・特定商取引法等検討会での議論を踏まえながら、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法が官民協議会に期待している、「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のための取組を効果的かつ円滑に行う」という約束を官民協議会が着実に果たし、その取組の実効性を更に高めていくことが重要です。そして、そのことが安全・安心なデジタル取引環境の実現につながるものと考えます。引き続き、事業者団体の構成員はもちろん、消費者団体の構成員も含め、法を踏まえた取組を積極的に実施いただくようにお願いする次第でございます。

それでは､議題２の｢財務省からの説明(税関における通販貨物の水際取締りについて)｣の議論をさせていただきます。

財務省関税局業務課の阪本関税評価専門官から10分程度で御説明をお願いいたします。

〇財務省関税局業務課阪本関税評価専門官（以下「阪本専門官」）

財務省関税局業務課の阪本でございます。

私のほうからは、本官民協議会の場、貴重な時間を頂戴いたしまして、税関における通販貨物の水際取締りについて、資料３に基づきまして御紹介させていただきます。

２ページ、まず、前半では、税関における水際取締りについて基本的な事項を含めて概観を御説明した上で、その後、特に最近増えております越境電子商取引、ｅコマースで日本に輸入される通販貨物についての水際取締りの現状や各種課題への対応等を御説明させていただきます。

４ページ、「税関の３つの使命」と記載しております。税関というのは、輸出入される貨物の水際取締りと輸入貨物に対する関税等の徴収を行う機関でございまして、私ども財務省関税局が所管しております。

関税というのは、安価な輸入品から国内産業を保護するという目的がございまして、それを適正かつ公平に賦課・徴収することを税関の使命の一つとしております。また、覚醒剤、不正薬物や銃器・テロ関連物資等を水際で取り締まることで、国民生活の安全と安心に寄与しております。

税の徴収、水際取締りという、まさに名前のとおり「税」と「関」という２つの使命と

並行しまして、民間事業者との協力、あるいはIT化の推進などを通じまして、国際物流の円滑化を図ることも重要な使命の一つであると認識しております。

５ページ、輸入通関の流れでございます。貨物が日本に到着しまして、税関に輸入申告をしていただき、税関のほうでその申告内容について必要な審査あるいは検査を行いまして、関税等の納付が行われた後に、輸入が許可され、国内に引き取られるというのが大きな流れでございます。

６ページで詳細に触れさせていただきます。税関への輸入申告手続は関税法に基づく手続ではございますけれども、その輸入申告の前に、資料では左から３つ目の四角に「他法令手続」と書いておりますが、関税関係法令以外の法令により輸入に規制がある貨物については所管省庁の手続を経る必要がございます。

具体的には、下の枠組みに例として記載しておりますが、医薬品や食品であれば厚生労働省、農産品などは農林水産省などの手続が必要となりまして、それを経た後、その後の税関への輸入申告におきまして、その手続が適正に済んでいること、例えば所管省庁の許可あるいは承認が必要なものについてそれがなされていることを税関が最終的にチェックするということが関税法に規定されております。

他法令手続を経た後、税関への輸入申告が行われます。ここの手続についてはその99%がシステムで電子的に行われておりますが、その内容を税関において審査し、必要に応じて貨物の現物も確認した上で関税等の評価を行い、それを経て輸入許可となるというのが流れでございます。

７ページ､先ほど他法令手続ということで御説明したものを詳細に書いているものです。こちらでは、下のほうで輸出のほうも記載しておりますが、輸出の面では輸出貿易管理令に基づくロシア制裁なども税関が水際で最終的にチェックをしているものに含まれます。

８ページ、先ほどの他法令手続というのは輸入に特別な手続が必要な貨物でございますけれども､ここでは関税法においてそもそも輸入が禁止されている貨物を掲げております。麻薬､覚醒剤などの不正薬物､銃器や爆発物などのテロ関連物資､偽造貨幣や児童ポルノ､知的財産侵害物品などがそれに当たります。

そのうち、知的財産侵害物品について次のスライドで御紹介いたします。税関では、特許権や商標権等の知的財産を侵害する物品について、その権利者との協力も通じまして、それら侵害物品の国内への流入を阻止しております。

10ページ、不正薬物や知的財産侵害物品の流入の状況でございます。税関で押収しました不正薬物は昨年１年で３トンを超えておりまして、知的財産侵害物品の差し止めについても３年連続で３万件を超えているということで、私どもとしましても非常に憂慮すべき状況であると考えてございます。

不正薬物は直接的に社会の安全・安心を脅かすものであることは御案内のとおりでございますけれども、知的財産侵害物品につきましても、例えば正規品であると偽って輸入することで、正規品と比べて品質の悪い商品を使用して消費者の健康や安全を脅かすリスク

がある場合がございます。

例えば、機能性表示食品の商標を偽って、中身は成分が異なる錠剤などが含まれているなど、消費者の健康に危害を生じるような可能性、あるいは人気の抱っこ紐の偽物の場合には、品質が悪く赤ちゃんの落下につながるリスクがあるといったケースもございます。

このように､税関では水際の取締りにより不正な商品の国内への流入を阻止することで、消費者ひいては社会の安全・安心の確保に寄与しているところでございます。

12ページ、通販貨物の取締りについてでございます。少額貨物の輸入が急増している状況への対応を議論する場として、関係する民間事業者を含めてワーキンググループで意見交換を昨年いたしまして、その取りまとめの概要でございます。

上のほうに背景を記載しております。2024年の輸入許可件数が年間で約1.9億件と、コロナ前の約４倍になっております。こちらは2025年の資料でございますので、若干古い数字ではございますが、昨年2025年の件数を申し上げますと約２億3000万件と、更に増加しているところでございます。他方で、税関のリソースはそれに見合っただけの増加は非常に難しいということで、我々税関においてもその取締りについて非常に苦慮しているところでございます。

その増加の中身を見ますと、特に中国・韓国からの越境ECを通じたＢtoＣ貨物、中でも１万円以下の少額の物が顕著に増加しているという状況でございます。越境ECは消費者の生活に浸透しておりまして、その拡大が経済成長の観点でも重要な役割を担っていると認識しておりますが、他方で、先ほど紹介しました知的財産侵害物品のような水際取締り上の課題も同時にはらんでいると考えております。

社会にもたらされる危険や不安を払拭するためには、通販貨物の物流を担う事業者の適正な業務運営により、正確で十分な情報に基づく輸入申告を行っていただき、税関が的確なリスク判定をできるように対応する必要がございます。

そのリスク判定を十分に行うためには情報というものが重要でございまして、左下のところに赤の点線で囲っておりますが、ＢtoＣ貨物の情報入手に向けたプラットフォーム事業者との連携が重要であると考えております。

13ページ、海外から日本に到着する通販貨物の輸入について、情報の流れという観点で模式的に示したものでございます。右側に「輸入者（個人）」と書いてございますが、消費者がプラットフォーム上で商品の購入を行いますと、主に海外販売者になろうかと思いますけれども､販売者に注文情報が届きまして､商品が日本に向けて発送されるとともに、その商品に関する情報、これが最終的には税関への輸入申告の情報につながるものでございますが、そういう形で情報が伝達されるという流れでございます。日本に到着しました通販貨物は、通関業者が通関手続を代行し、消費者を輸入者とする輸入申告がなされるという流れとなってございます。

輸入申告について税関で審査を行う過程で、輸入貨物の内容と申告内容が一致していないことによって税関のリスク判定が十分に機能しないといった事例もございまして、そう

いったことを改善する必要があると考えてございます。税関への申告の基となる情報が、この情報の流れの過程で十分な情報が伝わらない、途中で情報の内容が歪められるといったことが考えられます。

その対応の方向性として下に３点記載してございます。日本の通関手続についてよく承知していない海外の販売者あるいは運送業者に対して、プラットフォーム運営事業者等を通じまして貨物情報の提供の重要性を周知していただくという取組でございます。本日の協議会の前半の各団体からの御紹介の中でも、これに関連するような取組の御紹介があったと承知しております。

また、幾つかのプラットフォーム事業者とは覚書を締結しまして、水際取締りに関する協力関係を構築しているケースもございます。そうした事業者と税関の間で情報交換を行いながら、税関の水際取締りとプラットフォーム事業者自らの自主的な販売規制の双方に役立てるという取組もございます。

さらに、３点目として発展して、プラットフォーム事業者や販売者が保有します販売情報等を税関が入手し、適正通関の審査、水際取締りに活用することも検討したいと考えております。

14ページ､日本向け通販貨物が増加している中で､大量の貨物の中にはリスクの高い物、低い物が混在している状況でございます。そうした貨物を取り扱う事業者のほうで選別をしていただく形で、特にリスクが高いと思われる貨物について税関が重点的に審査・検査を行う、それにはまた情報に基づくリスク分析が非常に有効であると考えております。このように、官民一体となったリスク管理を実現し、安全・安心な社会の実現、そして、貿易の円滑化といった社会的要請に対応していくことが望ましいと考えております。

15ページ、私どものほうで2030年に向けた税関行政の中長期ビジョンを示す「税関中長期構想2030」を公表してございます。この構想の中にも先ほど御説明しました通販貨物の水際取締りの方向性に関連する施策が掲げられておりますので、関連部分の抜粋を記載してございますので御覧ください。

最後、16ページ、先ほどの税関中長期構想2030の一部御紹介ですけれども、様々な施策を掲げてございまして、そうした各種施策の具体化を官民一体で推進するために、「国際物流と税関行政に関する懇談会」を開催しまして、その中で分野ごとにワーキンググループを設けまして関連する事業者との意見交換を行っております。

本日御説明しました内容に関連しましては、右から２つ目のプラットフォーム事業者等ワーキンググループで取り扱うことになろうかと考えております。不正商品の販売規制、プラットフォーム事業者等からの販売情報等の入手などを通じまして、越境ECの健全な発展及び適正な通関を実現するため、プラットフォーム事業者等とのあるべき連携について意見交換を行うこと等をしております。

本日御説明しました水際取締りを通じまして、税関におきましても消費者保護の実現に寄与してまいりたいと考えておりますので、御理解のほどどうぞよろしくお願いいたしま

す。
　私からは以上でございます。

〇依田議長
　ありがとうございました。
　ただいまの御説明について、御質問や御意見を受け付けたいと思います。11時25分には終わりたいと思いますので、そこまで活発に御議論したいと思います。何か御質問等がありましたら挙手ボタンを押していただければと思います。
　オンラインマーケットプレイス協議会、どうぞ。

〇オンラインマーケットプレイス協議会
　質問というわけではないのですけれども、中でも言及されていましたが、マーケットプレイスを運営する中には越境ECをやるところとやらないところといろいろあるのですけれども､JOMCにも越境ECも手がけているところは幾つかございますのでコメントいたします。
　今までもいろいろ協力をしてきているところでありますけれども、引き続き水際取締りとか適正通関のために協力を続けていきたいと思っています。先ほど資料の中でも御紹介がありましたが、関税局と覚書を結んで協力体制を築いているところもありますので、そういった取組を拡大しつつ、今後どんな取組ができるかについても前向きに検討していった上で、越境ECの健全な発展に貢献できればと思っておりますので、よろしくお願いいたします。
　実務的な面としては、プラットフォームだと輸入実務のところの情報までは持っていないことが多いので、通関業者などとも連携して何ができるかというのは課題ではあるのですけれども、いろいろとできることをやっていければと思っております。
　以上です。

〇依田議長
　議長としても、そちらにつきましては是非お願いしたいと思うところですので、よろしくお願いします。
　ほかはいかがでしょうか。
　阪本専門官、私のほうで質問があります。２つ質問があって、私は経済学者ですけれども、こういうことはあるかなというのがあります。まず12ページを映してもらって、一番右上の図で、個人輸入、少額輸入がすごく増えていて、輸入物件が４倍になりました、それはそうだろうなと。たった５年の間の４倍は物すごいペースで伸びているのですが、常識で考えると、１万円以下、１～20万円、20万円以上、全部が比例的に４倍になってよさそうなのですが、１万円以下ばかりが増えていて、それ以外のより高額は増えていない。これは私から見るとどう考えても不自然なのですが、阪本専門官のほうでこれについて合

理的な説明はできますか。

〇阪本専門官
　御質問ありがとうございます。
　先ほどの私の説明でも、コロナ禍前からの４倍という御説明をさせていただきました。一つの原因として考えられますのは、コロナ禍での巣ごもり需要という形で、国内の通販も含め、各消費者がネット上で商品を購入することが一般的により拡充してきていると理解しております。
　ここの４倍という数字は輸入許可件数でございまして、貨物のボリュームはそれと比例した形で増えているということではございません。すなわち、それ以前はＢtoＢという形でバルクで輸入された後に国内の商品あるいは国内の通販も含めたところで消費者向けの小売りとなっていたものの一部が、直接海外から消費者向けに発送されるという取引形態に移行したことによりまして、輸入の手続については個々の取引に基づいて申告という形になりますので、輸入件数が４倍に増えているということになります。

〇依田議長
　承知いたしました。
　もう一点、10ページの左下にある知的財産侵害物品の輸入差止件数について伺います。平成17年から27年の10年間で倍増していますが、その後は、年による増減はあるものの、おおむね３万件前後で推移しています。一方、先ほど御説明いただいたように、少額貨物の輸入件数は大幅に増加しています。こうした中で、知的財産侵害物品の流入も増えている可能性があると思うのですが､差止件数は同じようには増えていません｡その背景には、税関の人員の制約により、侵害物品を十分に発見できていないという事情もあるのではないかと考えたのですが、この点はいかがでしょうか。
〇阪本専門官
　ありがとうございます。
　私どもとしてもその原因について確たるところは言えないわけでございますけれども、まさに先生の御指摘のございました税関職員のリソースと、件数が莫大に増加しているという状況は、その要因の一つになっていることは言えるかと思います。
　また、こちらは件数でございますけれども、その中での点数ということを考えますと、以前のＢtoＢでの取引ですと１件について多数の商品を差し止めることが可能でございましたけれども、それが小口に分散されることで取締りも非常に困難になっているという状況がございます。
　そういった問題意識も、先ほど御説明しました情報に基づくリスク分析ということで、これまで私どもで活用できる情報以外にどういった情報があるのか、また、これまで協力関係が確立していなかった事業者との協力関係をいかに拡大していくかというのが課題で

あると認識しております。ありがとうございました。

〇依田議長
　承知いたしました。
　残り最大５分と考えまして、今手が挙がっているお二人には必ず御発言いただければと思っておりますので、先に手が挙がった日弁連、お願いいたします。

〇日本弁護士連合会
　日弁連です。
　今の先生の御質問の補足で、財務省は具体名を挙げられないのでそこですが、前半はほとんどTemuとSHEINかと思います。買う物はアパレルで、返品がほぼ自由ですので、みんな大量に買って大量に返しているということで件数が爆増している。他方で、価格が上がっていないというのは恐らくこの２社でございます。
　後者の偽物はポケモンカードが多いと思います。ポケモンカードはほとんど美術品として流通しています。特に３万件に増えた頃はかなり偽物が出ていたのですが、こちらは今税関のマンパワーのお話もありましたが、偽物対策のほうもかなり一生懸命いろいろな事業者がやられているので、それで抑えられているというのもあるのかなと思いました。
　具体例を挙げた補足です。ありがとうございます。

〇依田議長
　大変参考になりました。
　続きまして、全国消団連、お願いいたします。

〇一般社団法人全国消費者団体連絡会
　全国消費者団体連絡会です。よろしくお願いいたします。
　７・８ページに関係していると思うのですが、昨年、インターネット通販やゲームセンターで殺傷能力のあるおもちゃが売られていたと思いますが、「輸入他法令の例」の中でいくと「等」の中の玩具の関係の法律に入るのかというところと、殺傷能力の有無は税関では調べられず、消費者の手に届いた段階でしか判断できないということで、実際のところ、対応し切れないと理解してよろしいのでしょうか。

〇依田議長
　これは御質問でございますので、お願いいたします。

〇阪本専門官
　御質問ありがとうございます。

まさに玩具銃は私どもとしても取締りに努めている対象の一つでございまして、御指摘のとおり、７ページに記載しております他法令の例というところに記載してございませんけれども、警察庁所管の銃刀法の該当の有無を確認することになります。まさにそこが私どもとしても取締り上の困難性の一つでございます。

申告の内容としては「玩具」という形で申告されますけれども、貨物の中身を見ると銃のような形になってございまして、それを警察庁との連携によって殺傷能力の有無等を判断するという形で、他法令手続で確認してございます。銃刀法に該当することになれば、警察庁のほうで許可がなければ私どものほうで輸入の許可ができないという仕組みになってございます。ありがとうございます。

〇一般社団法人全国消費者団体連絡会

ただ、結果的に売られていたということでいくと、なかなか機能していないのかなと思うので、その辺りは率直にいかがなのでしょうか。

〇阪本専門官

そういうことが判明して事後的に対応することもございますけれども、そういった事例は各関係省庁とも緊密に連携してそれ以降の水際取締りに活用するということでも対応しているということでございます。

〇一般社団法人全国消費者団体連絡会

分かりました。ありがとうございます。

〇依田議長

ほかに何か御質問や御意見はございませんか。

このあたりでよろしいですか。

阪本専門官、どうもありがとうございました。

それでは、第９回官民協議会の議事はこれで終了とさせていただきます。

最後に、事務局から御連絡をお願いいたします。

〇五郎丸室長

資料について１点申し上げます。

参考資料３といたしまして、各団体からも引用がありました製品安全誓約の関係で、2025年年次報告書をお付けしてございます。必要に応じて御覧いただければと思います。

次回の官民協議会につきましては、今年度内に開催することを想定しておりますが、改めて構成員の皆様には御連絡させていただきます。

また、本日の議論につきまして速やかに議事録を作成いたしまして、構成員の皆様にも

御確認いただいた上、公表させていただきます。
　以上です。

〇依田議長
　ありがとうございます。
　本日は、御多用のところ御参加いただき、また活発な御議論を頂戴し、誠にありがとうございました。
　それでは、これで終了させていただきます。どうも失礼いたします。