

【第3回消費者のデジタル化への対応に関する検討会（令和2年2月26日開催）配布資料】

関係省庁等とは今後調整

## デジタル・プラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブック (素案)

令和2年2月26日

### 1 ガイドブック作成の背景並びに意義及び射程について

#### (1) ガイドブック作成の背景【消費者をめぐるデジタルサービスの状況<sup>1</sup>から】

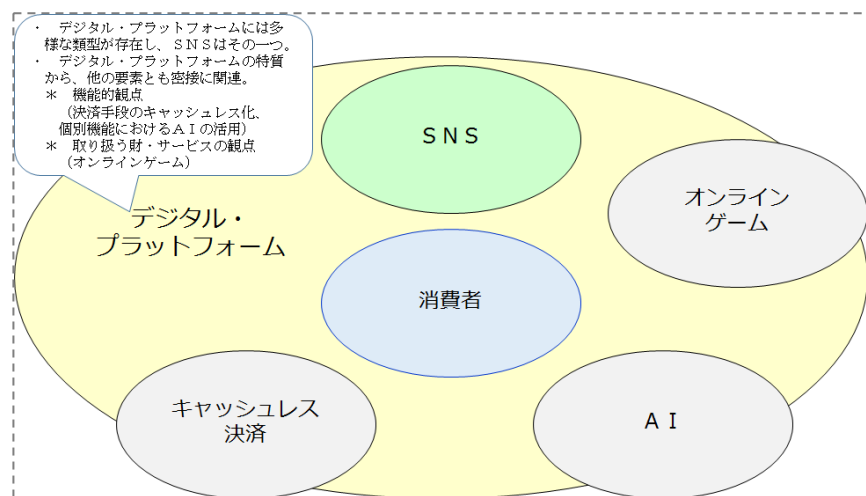
デジタル技術には、「データ処理の高速性」、「メディアへの非依存・平等性」及び「データの非劣化性」といった特長があると考えられているが、昨今台頭するデジタル・プラットフォームについては、それらを効果的にいかした事業形態である。

デジタル・プラットフォームは現在の日常生活には不可欠のシステムであり、その運営事業者は、先進的な事業者であると同時に、基幹的な生活インフラの提供者ということができ、始めに、事業者サイドによるそうした貢献を十分に認識する必要がある。

他方、他の取引形態においても共通的に発生し得るものを含め、デジタル・プラットフォームを介した取引においては、例えば、「情報商材」、「フリマでのトラブル（偽物・商品不着等）」、「海外の詐欺サイト」、「サクラレビュー（不正レビュー）」、「ワンクリック詐欺・フィッシング詐欺」、「違法コンテンツのアップロード、ダウンロード」、「フェイクニュース」などの発生する「形式的」可能性がある。これらの多くについては、既に、主要なデジタル・プラットフォームの運営事業者においては徹底的な対策が講じられているが、フィッシングを試みる主体等の外部の悪質な者の側の技術の進展等によっては、そうした「形式的」可能性が改めて懸念として顕在化する余地は否定されない。

すなわち、デジタル技術を活用し、同時に非常に多くの取引プロセスが進行するのを実現していること等に起因して、多様な消費者トラブルが発生する余地が存在する

#### 【消費者を取り巻く主なデジタルサービス】



事業形態であるとも見ることが出来る。

このように、デジタル技術のメリットと、発生し得るトラブルとを正しく認識した上で、利用する際に、消費者トラブルに遭う可能性を多少とも低下させる可能性のある方法等を簡潔に理解しておくことは、安全・安心な日常生活を送る上で、意義のあることといえることができる。

## (2) ガイドブック作成の背景【具体的な政策推進状況から】

これまで、政府部内においては、デジタル・プラットフォームを介した取引に関し、様々な観点から検討が行われてきた<sup>ii</sup>が、消費者保護の観点から、まとまった形で検討がなされ、一定の結論が取りまとめられたものとしては、消費者委員会オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会により平成31年4月に公表された報告書（以下「専門調査会報告書」という。）、及び当該報告書を受け、同年同月に消費者委員会により公表された提言（以下「消費者委員会提言」という。）を挙げることができる<sup>iii</sup>。

消費者委員会提言においては、行政機関の果たすべき役割を示しており、制度面からの検討を要する「関連する法令、ガイドライン等の見直し」を別とすると、「消費者への情報提供」及び「プラットフォーム事業者への情報提供等」を行うべきとされている。

とりわけ、「消費者への情報提供」について見ると、具体的には以下のとおり提言されているところである。

### 「ア 消費者トラブルが生じやすい事項についての情報提供等

商品、サービスに係る表示、送料、キャンセル料の規定等消費者トラブルが生じやすい項目についての情報提供や、そうした項目に係る利用規約の確認を行うことの重要性について周知啓発を行うことが重要である。

### イ 法令等の平易かつ明確な周知啓発

財・サービス提供者（利用者）が悪意なく法令等に違反することのないよう、消費者に対し、平易かつ明確な周知啓発を行うことが重要である。

### ウ 若年者、高齢者への対応

社会経験の浅い若年者に対しては、よりきめ細かな情報提供等を行うことが必要である。アンケート調査によれば、高齢者は店舗に行く時間が不要、自宅や指定場所での受取りができることを理由に取引に参加していることがうかがわれ、今後も、高齢者の利用拡大を見据えた対応が重要である。例えば、プラットフォームが介在する取引を利用する際の利用者向けガイドブックの策定等も考えられる。」

こうした提言に対し、消費者庁においては、令和元年10月、公式ウェブサイト内に、「デジタル・プラットフォームが介在する取引においてご注意いただきたいこと」と題した、デジタル・プラットフォームに関する特設ページ<sup>iv</sup>を設け、また、要冷

蔵食品の常温配送に関する注意喚起<sup>v</sup>、消費者行政かわら版<sup>vi</sup>等により、随時、個別具体的な注意喚起を行ってきた。

しかし、こうした取組は、個別の情報提供が中心となり、一覧性や体系性を備えているとは評価しにくく、例えば、オンラインフリーマーケットに関する消費生活相談が増加する傾向<sup>vii</sup>にあり、また、デジタル・プラットフォームに関する消費生活相談全般の内容も多岐にわたる<sup>viii</sup>。現下の状況に鑑みれば、より一層きめ細やかに、かつ、分かりやすい形で、トラブルに際しての対処方法等にとどまらない形で消費者への情報提供・周知啓発を行う必要があるとすることができる。

そのため、消費者委員会提言を踏まえ、「デジタル・プラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブック」を作成するものである。

### (3) ガイドブックの意義及び射程

#### ① 意義

ガイドブックは、デジタル・プラットフォームを介した取引における消費者が、自ら、手順ごとの留意事項を確認する上での参考として活用していただき、もってそうした取引において消費者トラブルが発生する可能性を低下させることを目的として作成されるものである。

他方、デジタル・プラットフォームの運営事業者において、消費者トラブルの発生抑止のための取組が、システムとしても、個別的な周知啓発の対応としても、随時進められている（一部は後記する中で紹介する<sup>ix,x</sup>）。引き続き、そうした取組を進めていただくに際し、ガイドブックを参考資料として活用していただき、業務運営の更なる質の向上を図っていただくことも期待するものである。

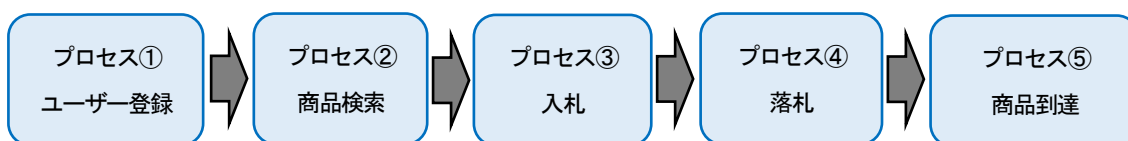
なお、ガイドラインにおいて例示したことをもって、個別の事業者の取組を消費者庁として推奨するものではないことを留意していただく必要がある。

#### ② 射程

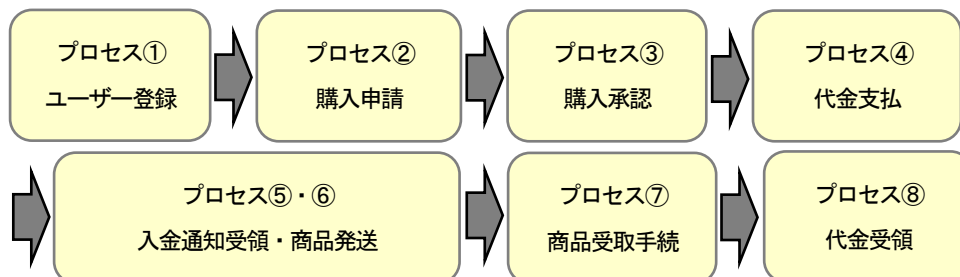
デジタル・プラットフォームには、様々な形態が存在<sup>xi</sup>するが、消費者委員会提言においては、非マッチング型プラットフォーム（SNS、動画サイト等）における取扱いを今後の課題としていること、また、シェアリングエコノミー<sup>xii</sup>については、先行的に、業界団体である一般社団法人シェアリングエコノミー協会において自主規制基準を明確にしていることから、それらについては、今後の課題として、状況を注視することとする。

以上から、ガイドブックにおいては、インターネットオークション<sup>xiii</sup>、オンラインフリーマーケット<sup>xiv</sup>及びマーケットプレイス<sup>xv</sup>（以下「インターネットオークション等」という。）における購入者としての個人及びインターネットオークション等における出品者としての個人（営業のため又は営業として出品等を行う場合を除く。）についての参考情報を取りまとめることを基本とする。

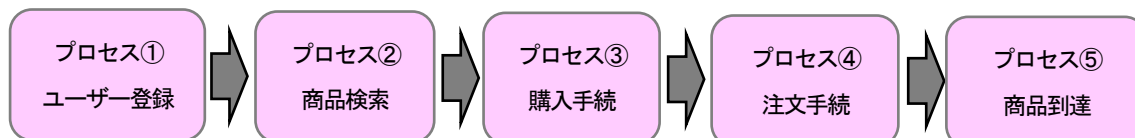
## 参考 1 インターネットオークションの一般的な流れ



## 参考 2 オンラインフリーマーケットの一般的な流れ



## 参考 3 マーケットプレイスの一般的な流れ



## 2 出品者等としての個人における留意事項

### (1) 出品等の一般的な流れ

財・サービスの出品・販売をしようとする際には、購入者における手順を含め、一般的に、

- i) ユーザー登録
- ii) 出品
- iii) 落札・支払い
- iv) 商品の発送
- v) 受取・出品者の評価
- vi) 購入者の評価

という手順を経るため、それぞれの段階において、留意すべき点を整理する必要がある。

### (2) 主な留意事項

以降では、既存のインターネットオークション等の運営事業者の取組例を主に参考にしつつ、出品等の手順の各段階における留意すべき点の詳細を示している。

なお、以降、2(2)においては、消費者委員会提言において、「適切な運営や率先的な取組をしているプラットフォーム事業者の仕組み等を好事例として紹介する等の情報提供も必要である」とされていることを踏まえ、個別の事業者の具体的な取組例を主に参考としつつ、整理している（画像等についても、個別の事業者の具体的な取組例を活用している。）。

#### ① ユーザー登録の段階

インターネットオークション等の運営事業者においては、基本的に「利用ガイド」等の名称で、出品から落札後の手続きに至る流れを概括的に紹介している。

その中で、特に、以下のような事項を確認し、幅広く判断した上で、自らが利用しようとするインターネットオークション等の運営事業者を適切に選択することが重要である。

#### （観点の例と実際の運用例）

##### ア ユーザー登録の料金その他の料金体系について

#### 《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

##### [ユーザー登録の料金の場合]

出品商品への質問や、商品の検索、サイトの閲覧は無料です。有料登録(★円[税込])を行うと、出品、入札まで、すべての機能を利用できるようになります。

※ サーバ型電子マネー決済で有料登録する場合、月額利用料は★円

[税込]です

## イ 特定商取引法の適用について

特定商取引に関する法律第 11 条第 5 号及び同法施行規則第 8 条の規定するところにより、「販売業者」等に該当する場合、氏名、住所及び電話番号等を表示しなければならないとされており、その当てはめを確認する必要があります。

なお、一部のオンラインフリーマーケットにおいては、利用を事業者性のない個人に限ることとした上で、上記のような情報を記載した場合にあっては、ユーザー登録時に付与された ID などを利用できないようにする等の運用としているときがあり、怠りなく把握する必要があります。

### 《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

特定商取引法は、正式名称は「特定商取引に関する法律」です。消費者トラブル防止のルールを定め、販売業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることで、消費者取引の公正を確保するための法律です。これには、インターネットオークションでの販売行為も含まれます。

★★★★の「特定商取引法等に基づく表示」とは、「特定商取引に関する法律」に基づいて必要となる表示のことです。

オークションで販売事業者として出品をされる方は、「特定商取引に関する法律」に基づいた必要事項の表示をサイト上で行わなければなりません。

#### 【注意】

たとえ個人であっても、特定商取引法上の基準を満たす場合「販売業者」に該当いたします。また特定のカテゴリにて一定数以上の出品をされているお客様も、インターネットオークションにおける販売業者と見なされます。★★★★から【販売業者の登録依頼】があったお客様は、速やかに表示をお願いいたします。詳しくは [コチラ](#) をご覧ください。



出品の数や内容が一定の基準(下部に記載)を満たす方は、特定商取引法等に基づいた必要事項を表示しなければなりません。…… (略) …… 個人の方であっても、個人事業主または出品数や内容 (下記参照) により販売業者に該当する場合には、氏名・住所等の登録が必要です。

#### ■ どのような基準なのか？

##### 【消費者庁から発表されている基準】

- ・ 出品数が月 200 点以上である場合
- ・ 出品数が一時点において 100 点以上である場合

- ・落札額の合計が月 100 万円以上である場合
- ・落札額の合計が年 1000 万円以上である場合
- ・特定のカテゴリの商品を一定数以上出品する場合

[主な該当カテゴリ・商品]

- ・家電製品
  - ・自動車・二輪車部品
  - ・CD・DVD・パソコン用ソフト
  - ・いわゆるブランド品
  - ・インクカートリッジ
  - ・チケットなど
- ・その他出品のご利用状況から、営利の意思をもって反復継続して販売を行っていると思われる場合等

※上記基準に当てはまる方、または当社が必要と判断した方は必要事項の登録をお願いいたします。

■ どのような情報を表示するのですか？

住所、電話番号、販売に関する注意事項などに加え、商号・代表者氏名もしくは責任者氏名等をサイト上に表示させる必要があります。

ウ 出品禁止商品及び禁止行為について

適正な取引を確保する観点から、インターネットオークション等の運営事業者においては、ブランド品の模倣品などを中心に、出品禁止商品を決めるほか、医療機関で処方された薬等の医薬品の出品（医薬品販売業の許可を要する。）、酒類の反復出品（酒類の販売業免許を要する。）などの禁止行為を明確にしておき、事前に確認しておく必要がある。

また、一部のインターネットオークション等の運営事業者においては、安全・安心な取引の実現に向けて、偽ブランド品の撲滅等のための能動的な取組<sup>xvi</sup>を進めている場合もあり、事業者を選択する際の参考となる。

《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

- 1 アダルト関連商品
- 2 制服
- 3 商標権等を侵害するまたはそのおそれがあるもの
- 4 著作権等を侵害するまたはそのおそれがあるもの
- 5 肖像権等を侵害するまたはそのおそれがあるもの
- 6 医薬品、医療機器
- 7 個人情報に記載されたもの

- 8 サービス、データ、情報など
- 9 生体
- 10 タバコ
- 11 毒物、劇物、農薬、肥料、一部の塗料など
- 12 安全性に問題のある食品
- 13 使用許諾契約に反するコンピュータソフトウェア
- 14 不動産
- 15 刃物・武器・危険物
- 16 現行紙幣
- 17 名義の登録・変更を前提としない携帯電話
- 18 健康食品、ダイエット食品
- 19 違法または不正な利用がなされるおそれがあるもの
- 20 法令により取引に制限のある動植物の器官又はそれらの加工品
- 21 公序良俗に反するもの

備考 本件事例では、ウェブサイト上で、これらの分類それぞれに該当するものを詳細に整理している。

#### エ ユーザー登録時の購入者の本人確認の水準について

インターネットオークションの運営事業者等においては、違法行為での利用に係る対応が関係省庁において強化されている携帯電話の保有情報を用いて、例外のない形で会員認証を実施するなど、一定の本人確認を行っていることが一般的である。

それらの水準について比較検討することも、事業者を選択する際の参考となり得る。

#### 《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

出品商品が★品を超え、PC版・スマートフォン版からクレジットカード払い、口座引き落とし、サーバ型電子マネー決済で有料登録されているお客様の、ご登録住所確認のための手続きです。

携帯（ガラケー）版からPC版・スマートフォン版へ登録情報引継ぎを行った際に、クレジットカード払い、口座引き落とし、サーバ型電子マネー決済で有料登録されたお客様も住所確認の対象となります。

※ 携帯電話会社の決済サービスでご利用料金をお支払いいただいている場合は、住所確認を行う必要はございません

備考 上記の例では、出品頻度が高まり、かつ、キャリア決済ではない場合に、住所確認を行っていると考えられる。



## オ 退会方法について

## 《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

有料登録をしている方は、先に利用休止の手続き（有料登録の解除）をお済ませください。

- ・ お取引中または未手続きの取引がある場合、退会できません。
- ・ ★★★★★取引でお取引中の場合、★★★★取引が完了するまで退会できません。退会してもニックネームは変更できません。
- ・ 退会後の利用再開には審査があります。退会前のご利用状況に問題がない方は、利用再開をお受けしています。[マイページ] から利用再開申請手続きを行ってください。

※ 携帯電話会社の決済サービスでご利用料金をお支払いいただいている場合は、住所確認を行う必要はございません。

- ② 出品の段階
- ③ 落札・支払いの段階
- ④ 商品の発送の段階
- ⑤ 受取・出品者の評価の段階
- ⑥ 購入者の評価の段階

インターネットオークション等の運営事業者においては、「よくあるご質問」等の名称で、出品から落札後の手続に至る流れの詳細や、個別のFAQを紹介している。

その中で、特に、出品の段階で、以下のような事項を包括的に確認し、トラブルの未然防止及びトラブル時の適切な対応のために備えておくことが重要である。

## (観点の例と実際の運用例)

## ア 財・サービスの分かりやすい情報提供について

これまで、商品のイメージが違う、届いた商品に不具合がある等の消費生活相談<sup>xvii</sup>が寄せられており、出品等しようとする財・サービスの全体像が判別しやすいように写真を撮影した上で掲示することが望ましい。

また、商品の状態説明等においても、傷等の状況を明確に記述することが望ましい。

## イ プラットフォーム外での取引との関わりについて

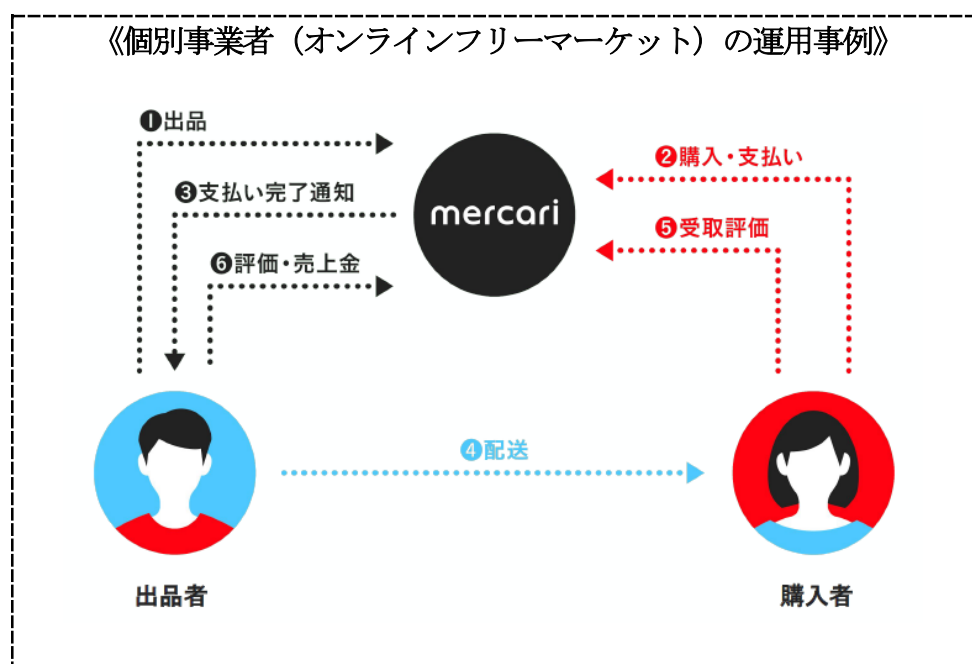
プラットフォーム外で情報商材等を購入し、その支払いのためにプラットフォームを使うことを背景とした消費者トラブルも発生<sup>xviii</sup>している。

仮に、インターネットオークション等の運営事業者が明確に利用規約で禁じている場合には、利用規約潜脱行為によるトラブルが発生する可能性が高く、仮に明確な利用規約の定めが存在しなかったとしても、出品者・購入者相互に、プラットフォーム外の取引での関係をプラットフォームでの取引関係に持ち込むべきでないことに十分に留意する必要がある<sup>xix</sup>。

#### ウ エスクローサービスについて

エスクローサービスについては、インターネットオークション等の運営事業者が支払い及び契約の対象物の引渡債務の履行に関与することにより、当該プロセスにおける消費者トラブルの抑止に、極めて有効である。

インターネットオークション等の運営事業者において設定した方法以外で支払いを進めたこと（出品者の銀行口座に直接振り込む等）による消費者トラブルも寄せられている<sup>xx</sup>ことから、インターネットオークション等の運営事業者において、当該サービスを導入しているかについては、ユーザー登録の段階において事前確認をすることも考えられるものである。



#### エ 紛争発生時の相談手続や補償サービスの有無について

トラブルが発生した際に、自ら解決に向けて対応する考えの方もいると想定されるものの、限界があり得ることから、少なくとも、インターネットオークション等の運営事業者への相談先や、補償サービスの概要・利用時の要件等を的確に活用できるかを確認しておくことが重要である。

### 《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

落札者が[未着通知]を行った場合、代金の支払いは一時的に保留となります。商品未着の連絡があった場合、郵便事故や宛先記入ミス等の可能性もございますので、まずはお電話等で落札者へご連絡ください。また、ご利用になった運送会社へお問い合わせください。

なお、お客様同士のお話し合いにて解決に至らない場合には、弊社の[相談手続き]にお進みいただくこととなります。

※ [未着通知]後、入金から10日が経過すると商品ページに[相談手続き]のリンクが表示されます。[相談手続き]にお進みいただけなかった場合、一定期間経過後に落札者へ自動返金となりますので、3日以内に忘れずにお手続きいただきますようお願いいたします。

[相談手続き]では双方の事情をお伺いし、お預かりしている代金をどちらに入金するか、弊社にて決定させていただきます。

※ 発送しているにもかかわらず未着通知をされるといった万が一のトラブルに備え、

1. 落札者の入金から7日以内に到着するよう発送
2. 発送後24時間以内にサイト上で発送通知を行う

という二つのルールをお守りいただきますようお願いいたします。

### 《個別事業者（オンラインフリーマーケット）の発展的取組の事例》

ユーザー参加型で、利用者が相互にオンラインフリーマーケット内の問題解決を目指してコミュニケーションをとる仕組みを構築する事業者も存在。



オ 落札後の当事者間コミュニケーションツールの有無について

トラブルが発生した際に、自ら解決に向けて対応する考えの方もいると想定されるものの、限界があり得ることから、エに記載の内容のみならず、取

引の多様な観点も踏まえ、当事者間コミュニケーションに関することについて、事前に状況把握しておくことが重要である。

《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

The screenshot shows a mobile application interface for an internet auction site. At the top, there are tabs for '取引' (Transaction), 'メッセージ' (Message), and '出品' (Listing). Below the tabs, the user's name is displayed as '商品名:人札, 落札:ないでほっそう'. A red warning message states: '※ご注意 落札日から下記の期間可能です。 落札:00日時/00時:00日時'. A table lists messages:

日付	投稿者	メッセージ
2017/08/29 16:40	モリ太郎	こんにちは！ 落札ありがとうございます！
2017/08/29 16:43	モリ花子	ずっとほしくて探していたので、落札できて嬉しいです！

Below the table is a message composition area with a yellow label 'メッセージ (全角400文字)' and a text input field. At the bottom, there is a button '閲覧して送信 (株)1000' and a disclaimer: 'モリオークを運営する株式会社モリオークにて取引メッセージの内容を確認し、違反が見られた際は、事前予告なくメッセージの削除、違金処分等の処置を行う場合があります。その他、[利用規約](#)に同意してください。'

#### カ 配送方法について

一定のインターネットオークションの運営事業者等においては、一定の配送方法を選択した場合であって、破損等が生じたときにあっては、送付した側へのサポートを実施している。個別の取扱いを確認しておくことが重要である。

#### キ 購入者に対する評価について

安全・安心な取引、公正な取引を、出品者等と購入者の相互の信頼関係の下で成立させていく観点から、プラットフォーム内の秩序の安定確保を当時者自身が担っていることを認識し、評価を記載する際には真実を記載することを改めて銘記することが重要である。

### 3 購入者としての個人における留意事項

#### (1) 購入に伴う一般的な流れ

財・サービスを購入しようとする際においては、出品者等における手順を含め、一般的に、

- i) ユーザー登録
- ii) 出品
- iii) 落札・支払い
- iv) 商品の発送
- v) 受取・出品者の評価
- vi) 購入者の評価

という手順を経るため、それぞれの段階において、留意すべき点を整理する。

#### (2) 主な留意事項

以降においては、既存のインターネットオークション等の運営事業者の取組例を主に参考にしつつ、購入の手順の各段階における留意すべき点の詳細を示している。

なお、以降、3 (2) においては、2 (2) と同様、具体の事業者の取組例を主に参考としつつ、整理している（画像等についても、2 (2) と同様、具体の事業者の取組例を活用している。）。

##### ① ユーザー登録の段階

インターネットオークション等の運営事業者においては、基本的に「公式ガイド」等の名称で、購入手順等を概括的に紹介している。

その中で、特に、以下のような事項及び2 (2) ①ア、エ及びオに掲げる事項を確認し、幅広く判断した上で、自らが利用しようとするインターネットオークション等の運営事業者を適切に選択することが重要である。

##### （観点の例と実際の運用例）

##### ア 購入画面の理解しやすさについて

インターネットオークション等の運営事業者においては、一定のフォーマットにより、出品された財・サービスに関する情報が掲示されるようにしており、購入までの画面の遷移例を示している事業者も存在する。ユーザー登録前からアクセスできるようにしていることが一般的であることから、自らが当該事業者の提供するプラットフォームで購入することを想定し、十分な情報が提供されているかを確認するとともに、その視認性<sup>xxi</sup>について、あらかじめ確認し、購入しやすさを確認しておくことが重要である。

## 《個別事業者（オンラインフリーマーケット）の運用事例》



## イ 匿名配送の有無について

匿名配送は、出品者と購入者がお互いの氏名・住所・電話番号等の個人情報を知らせることなく取引をすることができることから、導入が図られている場合、プライバシーに配慮した安心な配送方法として活用することが考えられる。

出品者においては、出品数等に応じ、「特定商取引に関する法律等の施行について」（平成 29 年 11 月 1 日付け 各経済産業局長及び内閣府沖縄総合事務局長宛て消費者庁次長・経済産業省大臣官房商務・サービス審議官通知）の別添 1 である「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」<sup>xxii</sup>等が参酌され、事業者に該当する販売業者に該当するものとして、特定商取引法の規定に基づく表示が求められる可能性がある一方、個人である購入者においては、基本的にその可能性はないため、特に、財・サービスの購入等を意識して、匿名配送の導入状況を確認することが考えられる。

## 《個別事業者（オンラインフリーマーケット）の運用事例》

## 匿名配送のご利用方法

「かんたんラクマパック(日本郵便)」を設定して出品するだけ！

今までのかんたんラクマパック(日本郵便)のままご利用いただけます。

※ 「かんたんラクマパック(ヤマト運輸)」は匿名配送になりません

※ 「かんたんラクマパック(日本郵便)」以外に設定されている場合、取引開始後は「匿名配送のかんたんラクマパック(日本郵便)」へ変更できません

## Attention

下記の商品が自動で【匿名配送の取引】となります

「かんたんラクマパック(日本郵便)」で出品中の商品

「かんたんラクマパック(日本郵便)」で下書きに保存中の商品

※取引を開始される前に一度、配送方法をご確認ください。

※こちらのお知らせが配信される前に取引が開始されていると匿名配送になりません。

## ② 出品の段階

インターネットオークション等の運営事業者においては、複数の種類のプラットフォームを企画・運営しているものが少なくないが、インターネットオークション、オンラインフリーマーケット及びマーケットプレイスのうち、「インターネットオークション・オンラインフリーマーケット」と「マーケットプレイス」との間には、基本的に、個人間の取引関係が典型的に含まれるかどうかという観点及びプラットフォームの運営事業者が自ら販売主体となるかどうかという観点において、明確な相違が存在する。

そうした性質の違いに基づき、出品者等の側において対応力に較差があること等について、購入者は、落札等の手続に入る前の段階で十分に認識することが重要である。

また、インターネットオークションの場合においては、競り合う状況になったとしても、自身の支払能力等を考慮し、冷静に判断すべきことを認識しておくことも重要である。

併せて、2 (2) ②～⑥のイ、ウ及びエに掲げる事項を確認することが必要となる。

- ③ 落札・支払いの段階
- ④ 商品の発送の段階
- ⑤ 受取・出品者の評価の段階
- ⑥ 購入者の評価の段階

インターネットオークション等の運営事業者においては、「よくあるご質問」等の名称で、手続の詳細や、個別のFAQを紹介している。

その中で、特に、個別の商品等の購入以降の流れに入る最初の段階で、以下のような事項を包括的に確認し、トラブルの未然防止及びトラブル時の適切な対応のために備えておくことが重要である。

## (観点の例と実際の運用例)

## ア 代金の支払い時におけるセキュリティの確保状況について

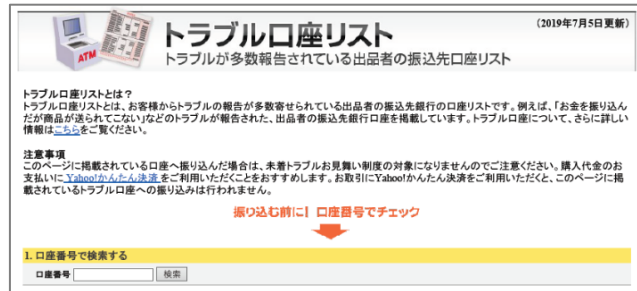
昨今、インターネットショップのサイトのぜい弱性等が狙われたクレジットカード番号の漏えい被害が増えていることから、消費者庁として、経済産業省と共同で、令和2年2月に注意喚起も行ったところ<sup>xxiii</sup>であり、また、フィッシングによるものとみられる被害も増加傾向にある<sup>xxiv</sup>ため、インターネットオークション等の運営事業者のウェブサイトのセキュリティ水準に不安がある場合は、必要に応じて問い合わせるとともに、クレジットカード会社のWEB明細やアプリの利用履歴を適切に確認

することが重要である。

仮に、クレジットカードの利用明細や利用履歴に覚えのない利用の記載があった場合には、すぐにクレジットカード会社に連絡することも必要となる。

## イ トラブル口座の登録情報の確認について

一部のインターネットオークション等の運営事業者においては、トラブルが多数報告されている出品者の振込先口座をリスト化している。支払手段の多様化を許容する運用としている事業者で購入しようとする場合においては、簡潔に確認できるようにこうした情報が整理されていることにより、非常に効果的なデータベースとなり得る。



## ウ 紛争発生時の相談手続や補償サービスの有無について

トラブルが発生した際に、自ら解決に向けて対応する考えの方もいると想定されるものの、限界があり得ることから、少なくとも、インターネットオークション等の運営事業者への相談先や、補償サービスの概要・利用時の要件等を的確に活用できるかを確認しておくことが重要である。

なお、一部のインターネットオークション等の運営事業者においては、カスタマーサービスの観点から、相談対応や補償サービスの提供に限っても、一定以上の対応をしてくれている。

### 《個別事業者（インターネットオークション）の運用事例》

★★★★相談手続きとは、★★取引利用時に商品が送られてこない、荷は届いたが該当商品が入っていなかった（詐欺だった）などのトラブルが発生した際に、★★サービスカウンターへご連絡いただくためのシステムです。

#### ■商品が送られてこない場合

1. 落札者は「未着通知」を実施してください。
2. 落札者の支払手続日から10日経過後、該当の商品ページに表示される「相談手続き」のリンクから、または★★サービスカウンターから送信されるメールから、相談手続きへお進みいただけます。
3. 申請内容と取引状況に基づき、出品者もしくは落札者に入金処理を行います。



■商品が入っていないかった（詐欺だった）場合（個別事業）

荷物が届いて出品者「受取通知」をし、代金が出品者へ支払われた後でも、商品が入っていないかった（詐欺だった）などの場合には、受取通知後3日間、商品ページから「相談手続き」に進むことができます。落札者が詐欺被害を受けたおそれのある場合には補償申請のご案内をいたします。

エ 出品者に対する評価の手順について

商品受取前の出品者評価を求められたことに伴う消費生活相談<sup>xxv</sup>も寄せられており、インターネットオークション等の運営事業者においても、してはならない事項の一つとして、商品到着前の受取評価を掲げるなど、トラブルの発生抑止を図っているところである。十分に留意する必要がある。

《個別事業者（オンラインフリーマーケット）の運用事例》

流れに沿わずに以下のような対応を行うと、トラブルに巻き込まれる危険性は非常に高くなりますのでおやめください。

《やってはいけないこと》

- ・ 購入者の支払いの確認ができていないにもかかわらず（取引ステータスが「支払い待ち」のまま）発送する
- ・ 商品が到着する前に受取評価をする
- ・ ★★★上での決済を行わず、出品者から指定された銀行口座に直接振込をしたり、商品券やオンラインクーポンのコードで支払いをする
- ・ LINE/TwitterなどのSNSや、メール/Skypeのようなコミュニケーションツールを使って★★★以外の場所でやり取りをしたり、それらに誘導する

このような本来の取引の流れ以外での対応は、応じてしまった場合も含めて重篤な規約違反行為となります。トラブルが生じても、その後の対応が困難になるとともに、原則★★★でサポートすることはできません。

オ 商品の確認について

受領後速やかに、商品の同一性や当該商品の写真によって示された状態との整合性、破損の有無等を確認することが重要である。

カ 購入者に対する評価について

購入等の判断に際し、過度に過去の評価に依存しないようしつつも、安

全・安心な取引、公正な取引を、出品者等と購入者の相互の信頼関係の下で成立させていく観点から、プラットフォーム内の秩序の安定確保を当時者自身が担っていることを認識し、評価を記載する際には真実を記載することを改めて銘記することが重要である。

#### 4 取引に附随する論点等について

##### (1) 出品者に支払われる金銭の税制上の取扱い

給与所得者がインターネットオークション等により 20 万円以上の副収入を得た場合においては、確定申告が必要（ただし、生活の用に供している資産（古着や家財など）の売却による所得は非課税（この所得については確定申告が不要）で、損失は生じてないものとみなされる。）となる<sup>xxvi</sup>ため、注意が必要である。

##### (2) 私法の一般的な考え方に関する知識の必要性

インターネットオークション等においては、個人間での取引となるため、民事ルールとして適用されることが最も考えやすいのは、民法<sup>xxvii, xxviii, xxix</sup>になる。

まず、インターネットオークション等をめぐる法的関係の場合、債務不履行責任、契約不適合責任等の適用可能性のあるトラブルの発生も否定されないことから、注意が必要である。

また、同法の成年年齢引下げに伴い、18 歳・19 歳の者は、同法上の未成年者取消権の行使ができなくなることについても、注意が必要である。なお、成年年齢引下げの前後を問わず、インターネットオークション等での商品購入等に際し、未成年者が画面上で虚偽の年齢を入力すること等が、詐術を用いたと法的に評価され、契約を取り消すことができなくなる可能性に鑑み、避けるべき行動として認識する必要がある。

##### (3) トラブルが生じた際において消費者に期待される行動

インターネットオークション等の運営事業者における紛争発生時の相談手続や補償サービスの提供状況について確認すべきことは既に明らかにしたとおりであり、それを活用することが望ましいことは当然である。

しかしながら、類似のトラブルの発生抑止等の観点から、消費者においては、それにとどまることなく、

- ・ 消費者ホットライン<sup>xxx</sup>【連絡先：188 の 3 桁番号】
- ・ 警察相談専用電話【#9110】（詐欺等の犯罪の構成要件を満たす可能性がある場合）
- ・ 国民生活センターの越境消費者センター【CCJ】（日本国内に拠点のないインターネットオークション等の運営事業者のウェブサイトへアクセスし、トラブルが生じた等の場合）
- ・ 特商法違反被疑情報フォームや景表示法違反被疑情報フォーム<sup>xxxi, xxxii, xxxiii</sup>
- ・ 適格消費者団体（現に多数の紛争当事者が発生しており、訴訟を提起することも念頭に置いている等の場合）

等への情報提供をすることが望まれる。

**5 ガイドブックの見直し等について**

ガイドブックの作成に際しては、消費者庁消費者政策課が事務局を担当した、「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」での意見等を参考とした。今後、状況を注視しながら、必要に応じ、位置付けるデジタル・プラットフォームの種類を増やすことを含め、検討していくこととする。

その際、消費者委員会提言において、「行政機関は、国民生活センター等とも連携し、プラットフォーム事業者と定期的な情報交換等の場を設けること」が望ましいとされ、また、「消費者団体等がプラットフォームについて、様々な観点から情報収集した上で、消費者に対して有用な情報を提供」することも考えられるとされていることを踏まえ、適切に、デジタル・プラットフォームの運営事業者及び消費者団体の意見を聴くこととする。

- i 「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」（第2回会合）における事務局説明資料を参照。
- ii 経済産業省、公正取引委員会及び総務省において開催された「デジタル・プラットフォームを巡る取引環境整備に関する検討会」（平成30年7月以降開催）、総務省において開催された「プラットフォームサービスに関する研究会」（平成30年10月以降開催）、デジタル市場競争本部の下で開催されている「デジタル市場競争会議」及び「デジタル市場競争会議ワーキンググループ」（令和元年10月以降開催）などがある。
- iii 消費者庁においては、現在、開催されている「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」などにおいて、消費者保護の観点からの制度的・政策的な検討を進めている状況にある。
- iv [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/caution/caution\\_023/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/caution_023/)を参照。
- v [https://www.caa.go.jp/publication/pamphlet/pdf/pamphlet\\_191023\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/publication/pamphlet/pdf/pamphlet_191023_0001.pdf)
- vi [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/caution/caution\\_021/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/caution_021/)を参照。例えば、第4号においては、一連の古文書の取引を例に、買主は取引対象を一連のものと考えていたが、売主はそのように認識していなかった場合であって、入金をしてしまったときは、主なオンライン取引サイトでは、エスクローサービス（売主と買主の間に運営会社が介在し、商品未着、代金未払等を防止する仕組み）が導入されており、そうした仕組みを活用することが考えられること等を周知している。
- vii 例えば、平成30年2月22日付けで、独立行政法人国民生活センターから、「相談急増！フリマサービスでのトラブルにご注意 一個人同士の取引であることを十分理解しましょうー」が公表されている。
- viii 「デジタル・プラットフォームに関連する消費生活相談の概要」（消費者のデジタル化への対応に関する検討会（第2回）における国民生活センターからの説明資料）を参照。
- ix 例1 一部の事業者（例えば、株式会社メルカリの運営するメルカリ、ヤフー株式会社の運営するヤフオク！、楽天株式会社の運営するRakutenラクマ）においては、一定の要件の下、取引の両当事者が相手方の個人情報を承知する必要のないよう、いわゆる「匿名配送」の仕組みを設けている。
- 例2 一部の事業者（例えば、株式会社メルカリの運営するメルカリ、ヤフー株式会社の運営するヤフオク！、楽天株式会社の運営するRakutenラクマ、株式会社モバオクの運営するモバオク！）においては、一定の要件の下、取引の両当事者がトラブルを生じた際の補償をカスタマーサービスとして提供している。
- 例3 一部の事業者（例えば、株式会社メルカリの運営するメルカリ、ヤフー株式会社の運営するヤフオク！、楽天株式会社の運営するRakutenラクマ、株式会社モバオクの運営するモバオク！）においては、決済において、エスクロー（売主と買主の間に運営会社が介在し、商品未着、代金未払等を防止する仕組み）を導入している。そのため、例えば、取引の対象物が一連の古書の全てであるとの買主の意思が、決済以前には売主とは合致していないことが判明しなかった場合であれ、トラブルの発生が回避し得るようになってきている。
- x 令和元年12月に中国湖北省武漢市で発生した新型コロナウイルス感染症に対応し、一部の事業者（例えば、株式会社メルカリの運営するメルカリ、ヤフー株式会社の運営するヤフオク！、楽天株式会社の運営するRakutenラクマ、株式会社モバオクの運営するモバオク！）においては、マスク等の出品購入に関連し、出品ガイドラインの改定、節度を保った範囲での出品・購入の呼び掛け等を速やかに実施している。
- xi 一例として、[http://www.kokusen.go.jp/soudan\\_now/data/degitalplatform.html](http://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/degitalplatform.html)を参照。左記のウェブサイトでは、消費生活相談の概要等を、①オンライン・ショッピング・モール、②インターネットオークション及びオンラインフリーマーケット、③シェアリングエコノミー・プラットフォーム、④検索サービス、SNS等、に仕分け、整理を行っている。
- xii 活用可能な資産とそれを使いたい個人等を結び付けるサービスのこと。
- xiii 一定の期間、売りたい商品に売っても良い金額を提示し、期間終了時に一番高い金額を付けた人と商品の売買を行う手続をインターネットのページ上（オークションサイト）で行うこと。
- xiv インターネット上で個人同士が商品や役務を取引すること。
- xv 個人と事業者のいずれも参加可能な、物の売り手と買い手が自由に参加できる場のこと。
- xvi 以下のような例が存在する。
- ・ <https://www.mercari.com/jp/authenticity/>
  - ・ [https://event.rakuten.co.jp/anshin/rightsmanagement/?l-id=anshin\\_pc\\_7](https://event.rakuten.co.jp/anshin/rightsmanagement/?l-id=anshin_pc_7)
  - ・ <https://auctions.yahoo.co.jp/special/html/nisebrand/index.html>
- xvii [http://www.kokusen.go.jp/soudan\\_now/data/degitalplatform.html](http://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/degitalplatform.html)を参照。
- xviii [http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180222\\_1.html](http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180222_1.html)を参照。
- xix 一部のインターネットオークション等の運営事業者にあつては、SNSなど外部のサービスからの誘導による取引についての注意喚起を明示的に実施している（例：<https://news.frii.jp/entry/2019/08/08/154048>）。
- xx [http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180222\\_1.html](http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180222_1.html)を参照。
- xxi 例えば、「特定商取引に関する法律等の施行について」（平成29年11月1日付け 各経済産業局長及び内閣府沖縄総合事務局長宛て消費者庁次長・経済産業省大臣官房商務・サービス審議官通知）の別添5である「通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン」や「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査報告書」（平成30年5月16日公表）も参照。
- xxii [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_transaction/amendment/2016/pdf/amendment\\_171206\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/amendment_171206_0001.pdf)
- xxiii [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/caution/internet/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/internet/)

xxiv 例えば、直接、インターネットオークション等に関わるものではないが、フィッシングによるものとみられるインターネットバンキングに係る不正送金被害の急増について、<https://www.npa.go.jp/cyber/policy/caution1910.html> を参照。

xxv 前掲注viiを参照。

xxvi <https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/shotoku/1906.htm> を参照。なお、一部のインターネットオークション等の運営事業者においては、当該情報の周知も実施している（例：<https://news.fril.jp/entry/2020/02/19/120009>）。

xxvii 債権法改正（令和2年4月施行）については、[http://www.moj.go.jp/MINJI/minji06\\_001070000.html](http://www.moj.go.jp/MINJI/minji06_001070000.html) を参照。

xxviii 成年年齢引下げに関連する民法改正（令和4年4月施行）については、[http://www.moj.go.jp/MINJI/minji07\\_00218.html](http://www.moj.go.jp/MINJI/minji07_00218.html) を参照。

xxix 未成年者の意思表示に関し、例えば、[https://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/ec/](https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/ec/) を参照。なお、一部のインターネットオークション等の運営事業者においては、未成年における出品等の際に、法定代理人の同意を得よう注意喚起を実施している（例：[https://m.yahoo-help.jp/app/answers/detail/p/626/a\\_id/96169](https://m.yahoo-help.jp/app/answers/detail/p/626/a_id/96169)）。

xxx 消費生活センター等で受け付けるのは、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談（消費者安全法第8条第1項第2号イ）であるが、

- ・ 出品者等とインターネットオークション等の運営事業者との関係、購入者とインターネットオークション等の運営事業者との関係のいずれも、ユーザー登録を経て形成されていることから、事業者と消費者との間の関係と評価することができること、
- ・ インターネットオークション等の運営事業者においては、紛争発生時の相談手続や補償サービスを提供していること、

に鑑みれば、それらへのアクセスを助言することを含め、消費生活センター等に寄せられる消費生活相談への対応が可能であると評価することができる。

xxxi [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_transaction/specified\\_commercial\\_transactions/disobey\\_form/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/disobey_form/)

xxxi [https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/contact/disobey\\_form/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/contact/disobey_form/)

xxxi 特定商取引法及び景品表示法については、域外適用を否定する条項はなく、我が国に拠点のない海外事業者に関する情報提供も否定されない。この場合、執行の効力は公示送達を活用を通じて確保されることとなる。なお、第127回個人情報保護委員会の資料1を参照。