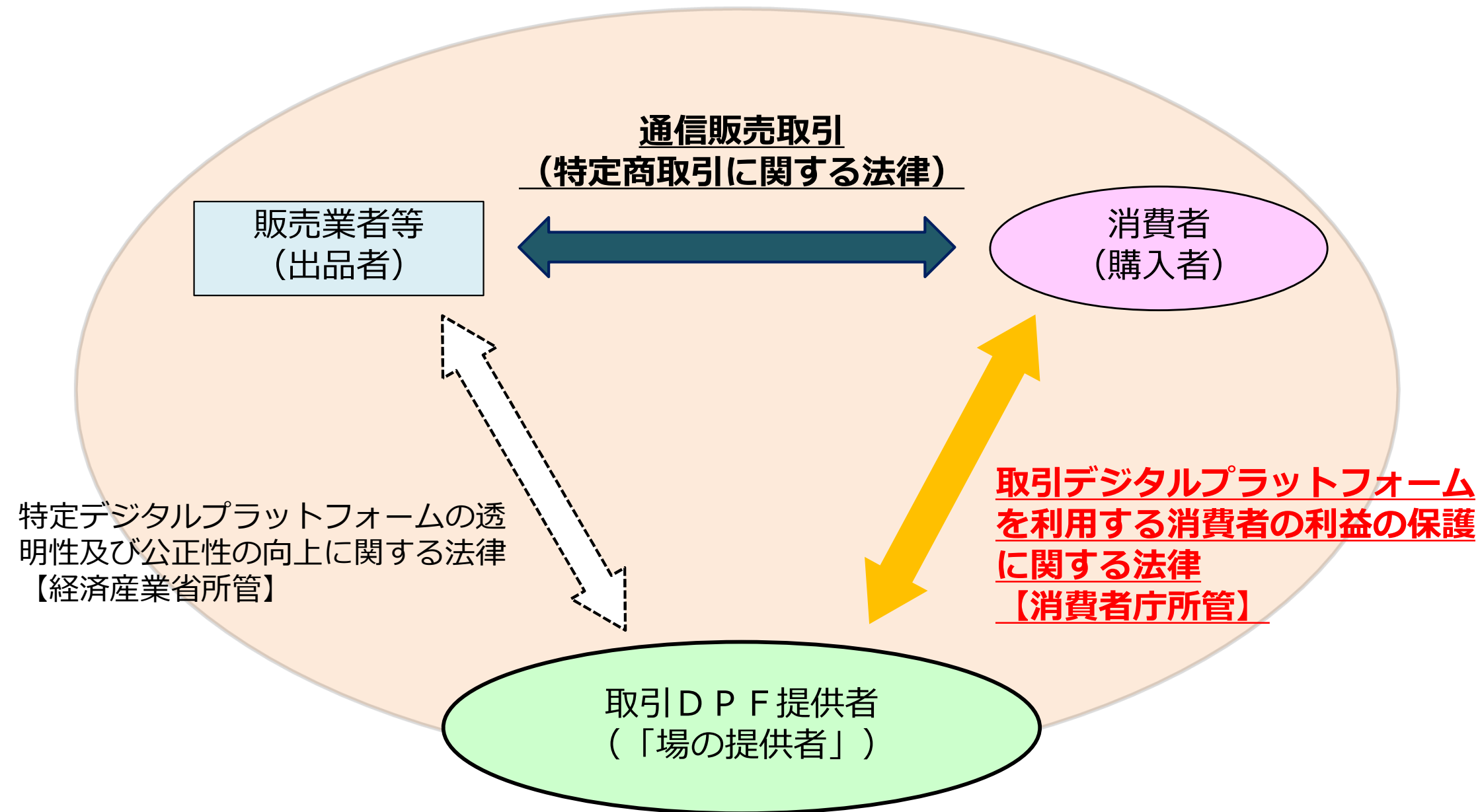


御説明資料

(消費者委員会本会議)

令和6年1月26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

デジタルプラットフォームにおける取引（イメージ）



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 概要

オンラインモール等の取引デジタルプラットフォーム（取引DPF）において、**危険な商品の流通**や**販売業者が特定できず紛争解決が困難**になるといった問題が発生。これに対応し、**通信販売取引の適正化及び紛争解決の促進**に関し**取引DPF提供者の協力を確保し、消費者の利益の保護を図ることを目的とする法律**を制定。

（令和3年4月28日成立、同年5月10日公布、令和4年5月1日施行）

法の内容

（１）取引DPF提供者の努力義務（第３条）

- 取引DPFを利用して行われる通信販売取引の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、以下の①～③の**措置の実施**及びその**概要等の開示**についての**努力義務**（具体的な内容については**指針**を策定）
 - 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
 - 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
 - ③ 販売業者等の**特定に資する情報の提供**を求める措置

（２）取引DPFの利用の停止等に係る要請（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DPF提供者に対し、**販売業者等による取引DPFの利用の停止を要請**することが可能

（※）要請に応じたことにより販売業者等に生じた損害については、取引DPF提供者を免責

（３）販売業者等に係る情報の開示請求権（第５条）

- 消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要となる**販売業者等の情報の開示を請求できる権利**を創設

（※）消費者が取引DPF提供者に開示を請求するもの。なお、損害賠償請求額が一定の金額以下の場合や不正目的の請求の場合は対象外

（４）官民協議会（第６条～第９条）／申出制度（第１０条）

- 取引DPF提供者からなる団体、消費者団体、関係行政機関等により構成される**官民協議会を組織し、取組状況の共有等の情報交換を実施**
- 消費者等**が内閣総理大臣（消費者庁）に対し取引DPFを利用する消費者の利益が害されるおそれがある旨を申し出て、適当な措置の実施を求めることができる**申出制度**を創設

○取引DPFの定義（法第2条）

○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（令和3年法律第32号）〔抜粋〕

（定義）

第二条 この法律において「取引デジタルプラットフォーム」とは、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（令和二年法律第三十八号）第二条第一項に規定するデジタルプラットフォームのうち、当該デジタルプラットフォームにより提供される場が次の各号のいずれかの機能を有するものをいう。

一 当該デジタルプラットフォームを利用する消費者が、その使用に係る電子計算機の映像面に表示される手続に従って当該電子計算機を用いて送信することによって、販売業者等に対し、通信販売に係る売買契約又は役務を有償で提供する契約（以下「役務提供契約」という。）の申込みの意思表示を行うことができる機能

二 当該デジタルプラットフォームを利用する消費者が、その使用に係る電子計算機の映像面に表示される手続に従って当該電子計算機を用いて送信することによって、競りその他の政令で定める方法により販売業者等の通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の相手方となるべき消費者を決定する手続に参加することができる機能（前号に該当するものを除く。）

2 この法律において「取引デジタルプラットフォーム提供者」とは、事業として、取引デジタルプラットフォームを単独で又は共同して提供する者をいう。

3 この法律において「消費者」とは、個人（商業、工業、金融業その他の事業を行う場合におけるものを除く。）をいう。

4 この法律において「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（自らが提供する取引デジタルプラットフォームを利用して商品若しくは特定権利（特定商取引に関する法律第二条第四項に規定する特定権利をいう。）の販売又は役務の提供を行う場合におけるものを除く。）をいう。

○取引DPF提供者の努力義務（法第3条）の概要

取引DPF提供者は、提供する取引DPF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、以下の措置を講じ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DPF提供者は、提供する取引DPF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）



※常に容易に閲覧できるように表示すること
※明確かつ容易な表現を用いること

★措置の実施及び開示は取引DPF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D P F 提供者の努力義務に関する指針

【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

指針の概要

取引D P F 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D P F 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D P F 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：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、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

●開示の内容及び場所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
- ・ 各取引D P F 上における開示のほか、事業者団体のホームページで各取引D P F 提供者の措置を表示することも考えられる

○第3条に関する取組の状況／第5条に関する運用の状況の調査

- 取引DPF提供者に対し、調査票を送付して、回答を得るアンケート形式で調査を実施したもの（令和5年2月にアンケートを実施、委託先：株式会社日本デイリー通信社）。
- 本調査では、取引DPF提供者に関し、
 - ①商品の販売を中心とするDPFを「物販系DPF」
 - ②オークションサイト、フリマサイトの運営を中心とするDPFを「オークション・フリマDPF」
 - ③予約サービスの提供を中心とするDPFを「予約サービスDPF」
 - 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DPFを「クラウドファンディングDPF」
 - ⑤スキルシェア等のサービスの提供を中心とするDPFを「役務提供系DPF」と便宜的に分類している（あくまでも本調査における便宜的な呼称）。
- 32社にアンケートを依頼し、そのうち回答のあった物販系DPF 8社、オークション・フリマDPF 4社、予約サービスDPF 3社、クラウドファンディングDPF 4社、役務提供系DPF 6社の計25社の回答を事務局で整理したもの。

○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（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

- ⇒ 物販系DPF、予約サービスDPFについては、概ね販売業者等の連絡先が表示されており、消費者が連絡を取ることは可能である。なお、請求に応じて、又は予約後に詳細な連絡先を開示するDPFもある。
- ⇒ オークション・フリマDPFについては、CtoC取引であることから販売業者等に特定商取引法の規定が適用されないとしているDPFもあるものの、消費者が出品者に連絡を取ることは可能である。
- ⇒ クラウドファンディングDPFについては、①販売業者等の連絡先が表示されており、消費者が連絡を取ることは可能なDPFもあるが、②消費者からの請求に応じ、DPFが販売業者等の連絡先を開示する仕組みをとるDPFもある。
- ⇒ 役務提供系DPFについては、消費者が販売業者等と直接やりとりをすること、連絡先等を交換することを規約等で禁止しているDPFもある（専用メッセージ機能を通じて連絡を行う）。

【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

（回答の例〔一部は事務局で要約している〕）

- イ. ストアが自社の出店ページを編集するシステムにおいて、問合せ先住所、メールアドレス、電話番号、運営事業者、営業日及び営業時間を明記するシステム制御を導入している。（物販系DPF）
- ロ. 利用者が販売業者等に必要な応じてコンタクトすることができるようにサイト上で連絡をとりたい販売業者名をクリック後、“質問する”ボタンをワンクリックするだけで簡単にメッセージが送れる仕組みを構築している。これにより、利用者は販売業者等に自身のメールアドレスを開示することなく、商品情報や返品ポリシーの問合せが可能である。（物販系DPF）
- ハ. 販売業者等の連絡手段及び連絡先が機能しているかを確認するためのパトロールを定期的を実施するとともに、消費者からの情報受付窓口を設置してウェブサイト経由での問合せによって情報収集している。（役務提供系DPF）
- ニ. 消費者からの連絡に正当な理由なく返信しない販売業者等がいる場合には、DPFから販売業者等に回答を促している。回答を促しているにもかかわらず、販売業者等が応じない場合には、DPFから関係者へのヒアリング、内容証明の送付を行っている。さらに、消費者から販売業者等に連絡が付かないという問合せがあった場合の内部的な標準処理期間は2～3日以内に対応できるようにしている。（クラウドファンディング系DPF）

○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3条第1項第2号）

【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

- ⇒ 全てのDPFにおいて、苦情の申出を受け付けるとともに、事情の調査を行っている。
- ⇒ もっとも苦情の申出の受付に関する案内の状況（例えば、苦情の受付を商品等のページから直接行うか、他のページを経由して行うか）、調査の実施状況には差異が見られる。

【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
- 二. （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

（回答の例〔一部は事務局で要約している〕）

- イ. 消費者からの苦情の申出の受付はヘルプページでリンク先を案内している。また申出を受け付けた旨及び受付への対応について回答している。苦情の申出の受付は購入後に限定せず、購入前も疑義情報の通報等を受け付けている。（物販系DPF）
- ロ. リスクの高い商品等について必要な関係者にスムーズに照会できる仕組みを整えている。権利侵害品については関係団体を通じて各権利者に照会している。また、製品安全、薬機法関連など各行政機関にコネクションを持ち、担当者から速やかに確認を実施できるフローを構築している。
（オークション・フリマDPF）
- ハ. 不適正な表示が行われた場合には比例的な制裁を行っている。また、販売業者等による表示の違反の状況を蓄積し、利用規約等の改定、販売業者等への注意喚起といった予防措置の改善に活用している。（予約サービスDPF）
- 二. 販売禁止対象商品・禁止行為を専用ページで周知し、更にヘルプページでも案内している。特に消費者の生命・身体に危険が及ぶような商品については、安全リスクや関係法令に基づき一部商品の事前審査を行うとともに、機械学習等の最先端ツールの活用、利用者からの申告、行政機関との連携を通じ、専門調査チームが365日継続的にモニタリングをし、不正行為を取り締まっている。また、行政機関等のリコール情報に基づき、過去に注文された商品がリコールの対象の可能性のある利用者向けにリコール情報を配信している。（物販系DPF）

○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条第1項第3号）

【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

- ⇒ 物販系DPFについては、7社のDPFが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、かつ、その裏付けとなる公的書類の提出を求めている。
- ⇒ オークション・フリマDPFについては、CtoC取引であることから販売業者等に特定商取引法の規定が適用されないとしているDPFを除き、3社のDPFが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ている。このうち、2社のDPFは登録時にその裏付けとなる公的書類の提出を求めており、公的書類の提出までは求めている他の1社のDPFは必要に応じてe-KYCの手続を行っている。
- ⇒ 予約サービスDPFについては、全てのDPFが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、かつ、その裏付けとなる公的書類の提出を求めている。

- ⇒ クラウドファンディングDPFについては、全てのDPFが販売業者等の特定に資する情報の提供を求め、かつ、その裏付けとなる公的書類の提出を求めている。なお、アカウント登録時に情報の提供を求めるDPFとプロジェクトの審査時等に情報の提供を求めるDPFがある。
- ⇒ 役務提供系DPFについては、4社のDPFが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ている。このうち、3社のDPFは登録時にその裏付けとなる公的書類の提出を求めている。
- ⇒ また、一部のDPF（CtoC取引であることから販売業者等に特定商取引法の規定が適用されないとしているDPFやそもそも登録情報と異なる情報に接することがないとするDPF）を除き、全てのDPFにおいて、登録情報と異なる情報に接したときは個別に事実確認を行い、情報の訂正を求めている。

【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

（回答の例〔一部は事務局で要約している〕）

イ～ニ. ストアアカウントを開設する場合には、販売業者等の特定に資する情報及び公的書類の提出を必須として求めている。販売業者等の基本情報（販売業者等の氏名・名称、代表者の氏名、住所、電話番号、メールアドレス、事業内容）以外に求めている公的書類としては、法人の場合は法人番号・登記事項証明書、個人事業主の場合は写真付きの身分証明書（パスポート、運転免許証等）・住民票・事業証明書等である。

また、販売業者等の氏名・名称が登録された銀行口座の名義と一致しているかについては、アカウントの登録時等に確認している。

取扱予定商材の種類等に応じて、必要な営業許可・資格等（古物取扱、酒類・医薬品販売等）の公的書類の提出を求めている。

さらに、取引の過程で登録情報と異なる情報に接したときは、再度本人確認書類の提出を求めるほか、必要に応じて内容証明郵便を送付の上、疎通確認を実施している。

（オークション・フリマDPF）

○取引DPF提供者による開示（第3条第2項）

【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DPF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

- ⇒ 物販系DPF及びオークション・フリマDPFについては、主に事業者団体のウェブサイトで第3条第1項の規定を踏まえた各DPFの取組を開示している。
- ⇒ 予約サービスDPFについては、自社のウェブサイトで一部の取組の内容を開示している。
- ⇒ クラウドファンディングDPFについては、①自社のウェブサイトで第3条第1項の規定を踏まえた取組を開示しているDPFもあるが、②自社のウェブサイトで一部の取組の内容を開示しているDPFもある。
- ⇒ 役務提供系DPFについては、3社のDPFが非開示とするほか、他のDPFも一部の取組の内容の開示に留まるもの、開示が確認されないものもある。

○依田議長発言概要（第3回官民協議会〔令和5年6月9日〕）

○依田議長：最後に、本日の議論を踏まえて、私のほうから簡単に運用状況に関する所感を述べます。

もともと取引デジプラ消費者保護法というものは、努力義務を定めたものではありませんが、仮に取引デジプラ法の提供者による取組が十分ではないときには、法改正も含めて所要の措置を講じることを検討するということも立法時の考えではありました。今回の運用状況の報告を踏まえますと、各取引デジプラにおいて、法に基づく取組が総じては進んでいることが確認できました。特に、物販系のデジプラを中心に、前向きなベストプラクティスというのは3者から発表されております。

取引デジプラの提供者の努力義務、法第3条に関しましては、第1に、販売事業者等の特定に資する情報の提供について、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の依頼と、その裏づけとなる公的書類の提出がなされていない場合があります。第2に、取組状況の開示についても、一部の取引デジプラ事業者については、おおよそ行われているものの、ほかの取引デジプラ事業者においては、法に基づく取組の状況が一覧できるような形で明示的に開示されていない場合もございます。こういった課題については、今後の取組の強化が期待されるところであります。第3に、消費者からの開示請求、法第5条に関しましてですが、件数を踏まえますと、そもそもまだ法の認知度に課題があるとも考えられます。これらについては、法制度の周知啓発を、先ほどいろいろな方々から御提案いただいたような形で発展させていければと考えております。

対応の方向性につきましてですが、最後に、取引デジプラの提供者において自主的な取組の充実強化を今後一層図っていくとともに、その状況の把握を継続的に続けていく必要がございます。

検討状況につきましては、法施行後3年後をめどとされているところでもありますので、今回の運用状況の報告のみで直ちに結論を出すのは、まだ時期尚早ではございますが、今後の取引デジプラの提供者、事業者による取組の状況も踏まえて方向性を議論していくことになるかと思います。

○取引DPF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DPF提供者に対し、販売業者等による取引DPF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DPF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DPF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DPF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DPF提供者に対し、販売業者等による 取引DPF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

法に基づく要請を行った案件

電動のこぎりのPSEマークの表示に係る案件

○PSEマークとは

- ・PSEマークとは、電気用品安全法により国が定めた流通前の規制（事業届出、技術基準適合等）を満たす製品に対して表示することができるマーク
- ・販売業者は、対象製品につき、PSEマークが付されていない場合は、当該製品を販売してはならない

○事案の概要

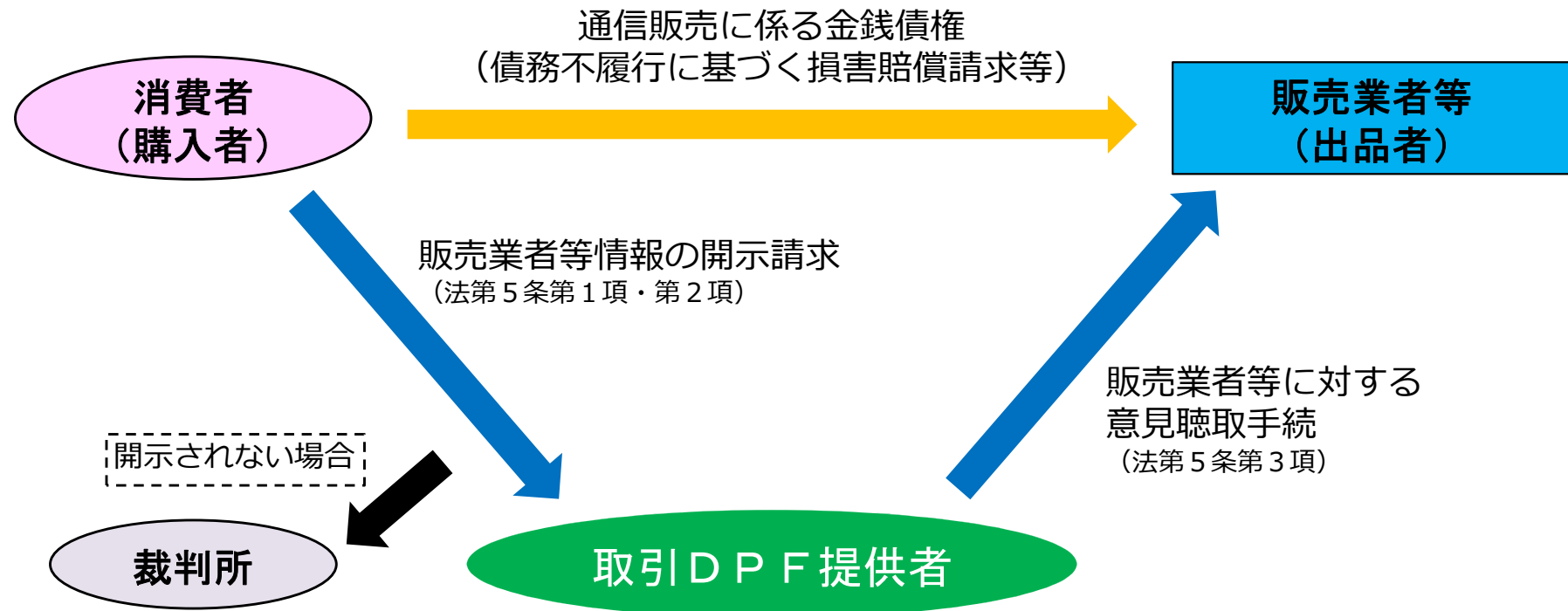
- ・電気用品安全法の要件を満たしていないにもかかわらず、PSEマークをインターネット上に表示して電動のこぎりを販売
 - ⇒ 当該商品が販売されていたオンラインモールを運営する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の削除を要請（令和4年9月）

○販売業者等情報の開示請求（法第5条）

消費者は、取引DPF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DPF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条に関する運用の状況②（開示請求の主な理由等）

	消費者からの 開示請求受付件数等	消費者の債権額で最 も多かった金額規模	開示請求の主な理由
物販系DPF	1件 (うち1件を 開示)	10万円超	・購入した商品が利用できず、商品代金額の返還請求を行う目的
物販系DPF	4件 (うち1件を 開示)	2万円超～ 5万円以下	・サイト内の専用のメッセージ機能等を通じて連絡しようとしたが連絡が通じなかった。
オークション・フリマ DPF	3件 (うち1件を 開示)	5万円超～ 10万円以下	・購入した商品が利用できず、商品代金額の返還請求を行う目的
オークション・フリマ DPF	1件 (うち0件を 開示)	—	・商品が届かない、連絡が取れない

(※) 非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（営利の意思をもって反復継続して取引を行っている者）」とは判断できなかった
- ・消費者が販売業者等情報の「確認を必要とする」場合とは認められなかった
- ・消費者の債権額が1万円を超えないと判断された
- ・売買契約に係る債権の存在が確認できなかった
- ・開示請求に形式的な不備があり、補正を依頼したが、補正されなかったため
が挙げられている。

(第3回官民協議会〔令和5年6月9日〕事務局説明資料から抜粋)

○開示請求の活用の促進に向けた取組

リーフレット＜表紙・裏表紙＞

販売業者等情報の 開示請求の書式はこちら

（開示請求をする際は以下の書式を活用してください）



そのほか、消費生活のトラブルでお困りのときは一人で悩まずに、「消費者ホットライン」188にお電話ください
お近くの消費生活センターにつながります



消費者ホットライン188
イメージキャラクター「イヤン」

＜インターネット通販で販売業者等と
連絡が取れなくてお困りのときは…＞

取引デジタルプラットフォーム 消費者保護法に基づく 「開示請求」をご活用ください！



消費者庁（取引デジタルプラットフォーム消費者保護室）

2023年10月発行

消費者庁 取引DPF

検索

 消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

○開示請求の活用への促進に向けた取組

リーフレット＜中開き＞

取引デジタルプラットフォームを利用したインターネット通販のトラブルで、困ったことはありませんか？

購入した商品が発火して、
家具が燃えた、
けがをした



好きなブランドの
商品と思って注文したのに、
届いたら偽物だった



注文したものと
全く別の商品が届いた



取引デジタルプラットフォーム上で商品を販売している
販売業者に連絡を取ろうと思っても…

- ・所在地や電話番号が虚偽の記載で、問合せができない
- ・電話やメールで連絡してみたものの、返事がない
- ・交渉をしていたのに、音信不通になった
- ・訴訟を起こしたいけれど、不足している情報がある

⇒販売業者に連絡が取れず、交渉ができない！



そんな時はあきらめずに、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に基づく

**取引デジタルプラットフォーム事業者に対する
販売業者等の情報の開示請求を活用してみましょう！**

取引デジタルプラットフォームとは？

デジタルプラットフォーム事業者が提供するインターネット上の取引の場において、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（売買契約、役務提供契約）を締結することができるものです。具体的には、ショッピング、フリマ、オークション、スキルシェア、クラウドファンディングなどの取引デジタルプラットフォームがあります。

どんな時に使えるの？

取引デジタルプラットフォームを利用した
インターネット通販の契約

- 1 契約をした方が「消費者」
 - 2 契約をした相手方が「販売業者等」
 - 3 消費者の損害額が1万円を超えている
 - 4 販売業者等の情報の確認が必要
- (※不正の目的で行う場合は認められません)

損害額の「1万円」とは？

代金・契約額だけでなく、被害額や慰謝料等も含まれます。例えば、商品を使ったことで火事が起きた時には、商品の代金のほか、家や家具の損害も対象となります。

どんな情報が分かるの？

「販売業者等」の

氏名や会社の名称

住所

電話番号

メールアドレス

など

開示請求の方法は？

- 1 契約の内容を確認する
(どんな時に使えるの？の1～4を確認してください)
 - 2 『開示請求の書式(※)』を参考に、必要事項を記載する
 - 3 取引デジタルプラットフォーム事業者に送る
(指定の方法があればその方法で送る)
- (※) 詳しくは裏面の二次元コードを参照！



開示または非開示が決定され、返答がきます。

販売業者等の情報が開示されたら、交渉や訴訟の手がかりになります。

販売業者等の情報が分かれば、損害の回復の可能性が高まります！

「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

（１）はじめに

- ・取引ＤＰＦ消費者保護法は、取引ＤＰＦ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ＤＰＦ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する。

（２）基本的な考え方

- ・取引ＤＰＦ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。

(3) 考慮要素及び具体例

(○：「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 ⇒ ○

具体例) 相当数の商品を購入し、自身では使用せず、取引D P F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 ⇒ ×

具体例) 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等をしている場合 ⇒ ○

○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 ⇒ ○

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 ⇒ ○

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 ⇒ ×

具体例) 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

○申出の状況

取引DPF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（ウェブサイトへの入力）等で申し出ることが可能。

＜申出件数の内訳＞

期間：令和5年4月1日から令和5年12月31日まで

申出カテゴリー	件数
①取引DPF（物販系）	62件
②取引DPF（役務提供系）	14件
③取引DPF関連の申出（①及び②）合計	76件
④DPF以外の申出（直販サイト、偽サイト等）	185件
合計	261件

（各項目について）

※上記の表では、

- ・商品の販売を中心とするDPF、オークション・フリマサイトの運営を中心とするDPFを「取引DPF（物販系）」
 - ・予約サービスの提供・スキルシェア等のサービスの提供を中心とするDPF、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DPFを「取引DPF（役務提供系）」
- と便宜的に分類している（あくまでも、内訳を整理する際の便宜的な呼称）。

○主な申出の例

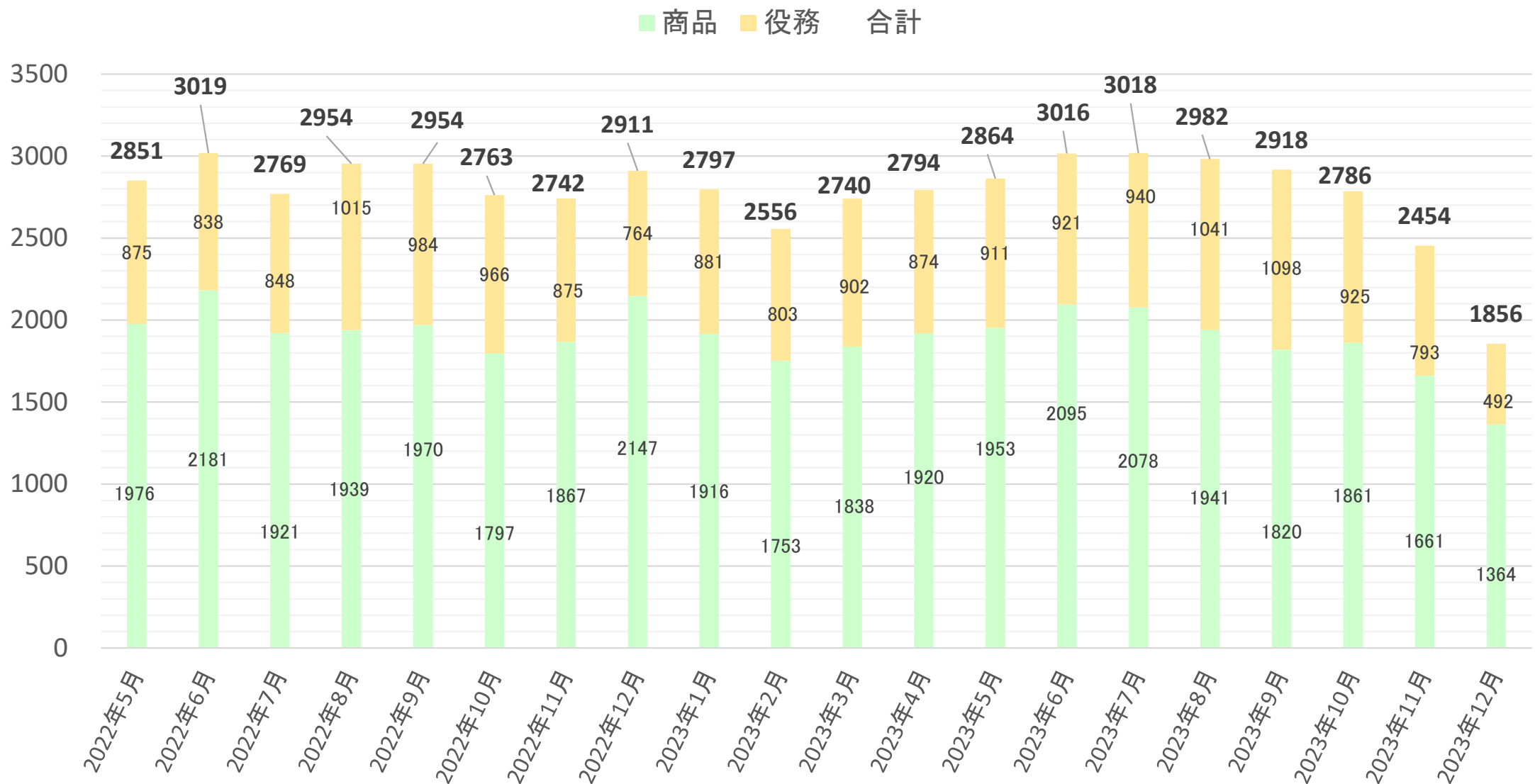
取引DPF（物販系）に関する主な申出

- ・商品を購入したところ、一部破損した商品が届いた。販売業者にメールで連絡を取り、返品・返金の手続きをするよう促したのだが、取り合ってもらえない。
- ・購入した商品を使用していたところ、家財や床、壁等に被害が及んだ。販売業者に連絡したが、返金等の対応をしてもらえない。
- ・商品のページに、商品の配達日が表示されているが、実際に注文してみると在庫が無く、数週間待つことになった。

取引DPF（役務提供系）に関する主な申出

- ・時間指定で配達注文をしたが、指定した時間の直前になって、「対応可能な配達員が見当たらない」との理由で、一方的に注文をキャンセルされてしまった。
- ・役務提供系の取引DPF上で作業の依頼相手を見つけ、作業を任せたところ、依頼内容とは全く異なるものが納品された。再納品を何度もお願いしているうちに、依頼相手と連絡が取れなくなった。
- ・購入型のクラウドファンディングのリターンである商品について、一向に送られてくる気配がない。メールで出品者に問い合わせたが、返事がない。取引DPFに対しても状況を問い合わせたところ、基本的には個人で出品者と連絡を取るようによしてくれとの返答であった。

OPIO-NETにおける「プラットフォーム」関連の相談件数



【備考】

- PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。
- PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年5月1日～2023年12月31日受付、2024年1月11日までの登録分）であって、他業者区分に「プラットフォーム」が登録されている相談のうち「商品」「役務」に関する相談を集計し、消費者庁で整理したもの。なお、取引D P F消費者保護法の施行は2022年5月1日であることから、同日以降の数値を集計している。

○参考：PIO-NETにおける「プラットフォーム」関連の相談②

PIO-NETにおける相談事例（商品）

- ・ネット通販で購入した卓上扇風機が壊れていた。販社に連絡したいが連絡がつかない。どうしたらよいか。
- ・フリマアプリでポータブルゲーム機を2万円で購入したが商品が届かない。相手は発送済みと主張。

PIO-NETにおける相談事例（役務）

- ・仲介サイトを通じてコンサルタントから公務員試験の対策サポートを契約。サポート内容や対応に遅延があり、返金を求めたい。
- ・クラウドファンディングに5000円を投資。支援額が達成したにもかかわらず返礼品がない。納得いかない。投資金を返金希望。

取引デジタルプラットフォーム官民協議会の概要

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（抜粋）

（官民協議会）

第六条 内閣総理大臣は、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の保護のための取組を効果的かつ円滑に行うため、内閣総理大臣、**国の関係行政機関、取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする団体、独立行政法人国民生活センター、地方公共団体及び消費者団体**により構成される取引デジタルプラットフォーム官民協議会（以下「官民協議会」という。）を組織するものとする。

2 官民協議会は、必要があると認めるときは、**学識経験を有する者**その他の官民協議会が必要と認める者をその構成員として加えることができる。

○**官民協議会**（第1回：令和4年6月2日、第2回：同年10月28日、第3回：令和5年6月9日、第4回：令和5年11月10日）

関係行政機関

内閣官房（デジタル市場競争本部）、公正取引委員会、警察庁、個人情報保護委員会
デジタル庁、経済産業省、消費者庁

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
クラウドファンディング協会、クリエイターエコノミー協会、シェアリングエコノミー協会
新経済連盟、セーフアーインターネット協会

国民生活センター

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

学識経験者等

依田高典教授（京都大学）【議長】
中川丈久教授（神戸大学）、日本弁護士連合会、長田三紀氏（情報通信消費者ネットワーク）

消費者団体

全国消費者団体連絡会、全国消費生活相談員協会
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会