デジタル取引・特定商取引法等検討会　中間取りまとめ　概要

（資料1-3）

検討の背景

1．消費者の利便性向上
情報通信技術の進展や、取引の基盤となるデジタルプラットフォームの台頭により、**時や場所を問わない取引**が広がり、**消費者の利便性は飛躍的に向上**。

2．デジタル技術発達の悪用
他方で、**インターネット上での悪質な勧誘行為**や消費者の**意思決定を歪める取引画面の増加**など、**デジタル技術の発達を悪用**する形で、新たな消費者トラブルが発生。

3．被害が増加する取引分野の存在
高齢化や地域コミュニティの希薄化等も相まって、**訪問販売や連鎖販売取引等で、被害件数が増加**している取引分野が存在。

検討の基本的な視点

健全な取引により**消費者が得られる利便性を最大限に確保**しつつ、**悪質な取引が排除されるよう対応を強化**し、消費者保護と取引適正化の均衡を確保。

別途開催の**「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」の議論との整合性を踏まえ**、実務的かつ法技術的な観点から更なる検討を行い、必要な制度整備の実現を早期に図るべき。

通信販売（インターネット取引）に対する対策の強化

現状と課題

1．インターネット取引における意思決定を歪める手法の拡大（ダークパターン等）

✓ インターネット取引において、いわゆるダークパターンと呼ばれる画面表示・ユーザーインターフェース（ＵＩ）の設計によって消費者の意思決定を歪めるような手法が顕在化。

意思決定を歪める手法の例

カテゴリ	説明
インターフェース干渉	重要情報が隠されている、事業者の望む表示が強調・事前選択される（事前選択）
こっそり	定期購入の申込みや契約条件が不明瞭にされる（隠れ定期購入）
キャンセル困難	申込みの手続の難易度と、解約の難易度が釣り合わない

インターフェース干渉の例



1 事業者に有利な選択肢が選択済み
2 不利な選択肢は目立たないように表示
3 選択状態のまま申込みへ誘導

キャンセル困難の例

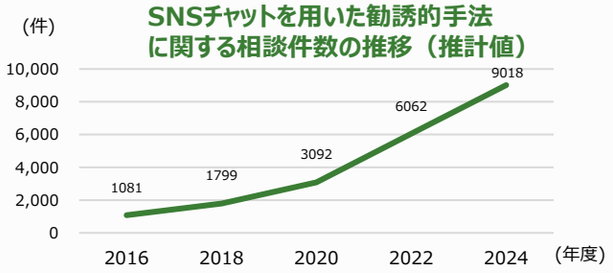


1 解約手続が多段階
2 継続選択肢のみ強調
3 解約導線が見つけにくい

2．チャット等による不意打ち性の高い勧誘の増加

✓ 事業者からの**SNSチャット機能等による個別の働きかけ**により、当初想定していなかった商品・役務の購入に誘導されるトラブルが増加。

SNSチャットを用いた勧誘的手法に関する相談件数の推移（推計値）



3．事業者のデジタルプラットフォーム活用

✓ 画像や動画等を共有するSNSや、検索サイト等に表示される**事業者の虚偽・誇大広告が契機**となって発生する消費者トラブルが増加。

4．インターネットからの来店誘引

✓ インターネット上で**勧誘目的を隠して**店舗へ誘引し、店舗で高額な契約を締結させる事例が増加。

対応の方向性

※ 対象となる行為の範囲・判断基準等については、下位法令やガイドライン等において具体化。

1．インターネット取引の取引場面に応じた追加措置

取引場面	通信販売の主な現行規定	新たに講じる措置
広告・表示	・事業者名・販売条件等の表示義務（広告表示義務） ・虚偽・誇大広告の禁止	✓ **消費者にとって不利な契約事項を隠すような表示・ＵＩ等を誤認させる表示として禁止** ✓ 悪質な繰り返しにより申込みを迫る表示・ＵＩ等を攻撃的な表示として禁止
申込み・契約	・申込み前での最終確認画面の表示義務	✓ **最終確認画面で支払総額の表示義務、定期購入でないと誤認させる表示の禁止（取引条件の分離表示を禁止）** ✓ 契約内容の電子書面交付義務の新設
解約	・解除妨害の不実告知禁止	✓ **申込み時と比較して、解約手続を必要以上に複雑・困難にする行為を規律** ✓ 債務不履行で契約解除を申し出た消費者に対して、必要な確認なく、返品特約のみを理由に返品を拒否する行為を規制

2．チャット等による勧誘に対する規律を新設

現行の類型	事業者からの個別の働きかけ 不意打ち性は同等	新たな対象
電話勧誘販売 音声による通話		**チャット等による勧誘** メッセージ等による双方向のやり取り

電話勧誘販売と同等の規律
チャット等による勧誘にも講ずる
✓ 勧誘目的等の明示／不実告知等・威迫困惑の禁止／再勧誘の禁止
✓ クーリング・オフ等

3．デジタルプラットフォーム等との連携

✓ **特商法上の虚偽・誇大広告の削除を広告・SNSのプラットフォーム提供者等に要請できるよう制度上措置**
✓ プラットフォーム提供者と協力・連携して自主的取組（誇大広告の削除、消費者向けの注意喚起等）も促進

4．インターネットから店舗に誘引する行為への対応

✓ **ウェブページ上での勧誘目的を隠した来店誘引を、訪問販売規制（クーリング・オフ等）の対象に追加**
✓ 「無料体験」等と表示しながら、有償契約の勧誘があることを隠匿している場合等を対象

インターネット取引以外の特定商取引に対する対策の強化

レスキュー商法への対応

✓ 安価な広告表示を見て来訪を要請し、自宅等において広告価格とかけ離れた高額な契約を勧誘される事例の増加。

「○円～」との表記を見て依頼した消費者が請求を受けた金額の分布

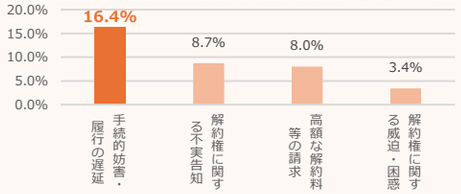
	1万円未満	1～5万円	5～10万円	10～20万円	20万円超
1000円未満	0.5%	3.8%	8.7%	9.2%	7.1%
1000～5000円	0.0%	10.3%	15.8%	12.0%	7.1%
5000～1万円	0.5%	2.7%	3.3%	4.9%	2.2%
1万円～5万円	0.5%	1.6%	3.3%	3.3%	1.6%
5万円超	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%

✓ **虚偽の低額表示を用いた誘引＋高額の勧誘を禁止**

点検商法等への対応

✓ 十分な説明なく、契約成立前に工事等に着手し契約締結を迫る事例や、契約後のクーリング・オフ妨害が問題化。

解約妨害に関する相談の内訳（訪問販売・2024年度）

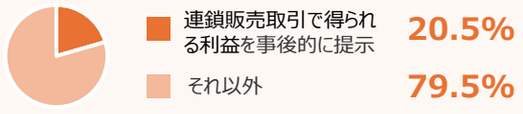


✓ **原状回復を困難にする行為を禁止**
✓ **クーリング・オフ妨害への規律を強化**

いわゆる後出しマルチへの対応

✓ 当初はマルチ取引（連鎖販売取引）であることを明らかにせず、商品購入等の後に、購入者を勧誘者側に加入させようとする事例が問題化。

連鎖販売取引に関する相談の内訳



✓ **事後的に、勧誘者として加入すれば利益が得られると告げた場合においても、連鎖販売取引の規制を適用**

厳正・円滑な法執行を確保するための方策

✓ インターネット取引では、技術の進展により表示内容等の作成・変更が容易となっており、違反行為の早期把握・是正に向けた執行の在り方の見直しが課題。

関係機関の連携強化・行政指導の更なる活用

国、経済産業局、都道府県及び警察の連携を一層強化。 事案の性質に応じ、行政処分に加えて行政指導等を積極的に活用。

AI技術の活用

表示等の収集・分析・検知等にＡＩ技術等を活用し、違反行為の効率的な把握や執行の迅速化を検討。