

# 商取引に利用されるチャット機能の事例

2023年4月

本資料は、デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループの検討に当たり、必要と考えられる現時点の情報を記載したものであり、予備知識として便宜的に紹介するものです。また、必要に応じて情報を修正、更新することを想定しています。

チャット機能はSNSに限られるものではありません。チャット機能については、デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ第11回資料を御参照ください。

## 利用例①

### チラシ等の配信



(特徴) (例えば消費者がお友達登録すると) 事業者から消費者に対してチラシ等の広告が配信される。消費者からのチャットの問合せには返信ができない。**事業者からの発信による一方向のもの (双方向のやりとりは不可)。**



▶▶ 電子メール広告に近いのではないか。

## 利用例②

### Q & A (チャットサポート)



(特徴) 事業者は消費者からの問合せに対する返信を行うのみ (双方向のやりとりは可能)。

▶▶ 消費者からの発信による双方向のやりとりではあるが、消費者からの問合せに対して返信を行っている限りにおいては、不意打ち性がないのではないか。



## 利用例③

### 情報商材等の勧誘



(特徴) 氏名・勧誘目的等を告げずに、消費者とのやり取りを行い、事業者が消費者を勧誘する場合がある (双方向のやりとりは可能)。

▶▶ 双方向のやりとりであり、事業者からやりとりを開始したり、勧誘目的を告げずに消費者にやりとりを開始させる場合には、不意打ち性があるのではないか。



チャット機能の利用例について、広告規制と勧誘規制との検討の参考とされたい。

（例えば、広告規制は①②③のいずれも対象とし、③については更に別途規制を検討するなど。）

商取引に利用されるチャット機能の利用例

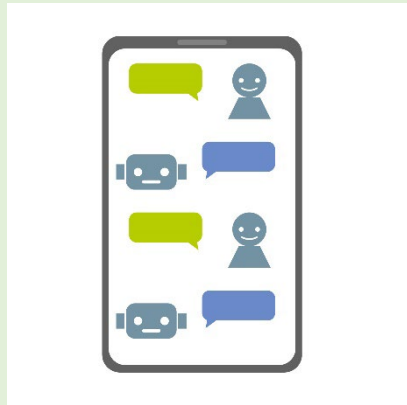
①チラシ等の配信

※（例えば消費者がお友達登録すると）事業者から消費者に対してチラシ等の広告が配信される。消費者からのチャットの問合せには返信ができない。事業者からの発信による一方向のもの（双方向のやりとりは不可）。



② Q & A

※事業者は消費者からの問合せに対する返信を行うのみ（双方向のやりとりは可能）。



③ 情報商材等の勧誘

※氏名・勧誘目的等を告げずに、消費者とのやり取りを行い、事業者が消費者を勧誘する可能性がある（双方向のやりとりは可能）。

