

電子商取引における消費者被害につき実効的な救済を可能とする仕組みの確立を求める意見書

2021年（令和3年）3月18日

日本弁護士連合会

第1 意見の趣旨

近年、IT技術の発達によって電子商取引の市場規模が拡大傾向にある一方、電子商取引における消費者被害も増加している現状を踏まえ、当連合会は、国に対し、以下のとおり立法措置を行い、販売業者又は役務提供事業者（以下「販売業者等」という。）及び取引型デジタル・プラットフォーム¹（以下「DPF」という。）を提供する事業者（以下「DPF事業者」という。）に対して義務を課し、その実効的な救済を可能とする仕組みを確立するよう求める。

1 販売業者等の義務

特定商取引に関する法律（以下「特商法」という。）を改正し、販売業者等が電子商取引²により商品、特定権利又は役務（以下「商品等」という。）につき、売買契約又は役務提供契約（以下「売買契約等」という。）を締結する場合には、販売業者等に対し、以下の点を義務付けるべきである。

(1) 苦情処理措置

オンラインを含むアクセス方法により、消費者からの苦情を適切に処理する措置（以下「苦情処理措置」という。）を講じること。

(2) 紛争解決措置

原則として、消費者との紛争につき、消費者の利益を擁護し得る、以下のような一定の要件を満たす措置（以下「紛争解決措置」という。）を講じること。

- ① 弁護士（弁護士法人を含む。）又は認証ADR機関が手続を主宰すること。
- ② 消費者保護関連法規及び消費者トラブルの実情に精通している者が手続実施者に含まれていること。
- ③ オンラインによる手続も提供していること。
- ④ 解決内容についてのモニタリングシステムを設けること。

¹ 多数の者が利用することを予定して電子計算機を用いた情報処理により構築した場であって、当該場において商品、役務又は権利を提供しようとする者の当該商品等に係る情報を表示することを常態とするものを、多数の者にインターネットその他の高度情報通信ネットワークを通じて提供する役務のうち、消費者が販売業者等及び一般商品等提供利用者に対し売買契約又は役務を有償で提供する契約の申込みを行うための機能を有するものをいう。

² 通信販売のうち、売買契約又は役務提供契約の申込みが情報処理の用に供する機器を利用する方法によるものをいう。

⑤ 消費者が費用を負担しなくてよいようにすること。

ただし、この要件を満たす民間紛争解決手続を、「認定消費者ADR」（仮称）として内閣総理大臣（消費者庁）が認定する制度を導入し、電子商取引を行う販売業者等が、消費者との間の紛争解決手続を実施するための契約を、「認定消費者ADR」を提供する機関との間で締結したときは、紛争解決措置を講じたものとみなすこと。

また、電子商取引を行う販売業者等が、消費者との間の紛争解決手続を実施するための契約を、上記の②から⑤までの要件を満たす手続を行う弁護士会と締結したときも、紛争解決措置を講じたものとみなすこと。

(3) 紛争解決手続についての応諾

消費者が裁判外紛争解決手続³の利用を希望したときは、正当な理由のない限り、その手続に応じること。

(4) 情報提供

これらの措置に関する情報を消費者に適切に提供すること。

2 DPF事業者の義務

(1) 販売業者等に関する取引の場の安全確保

DPF事業者と販売業者等との間のDPF利用契約について、DPF事業者に対し、以下の点をDPF事業者に関する新法で義務付けるべきである。

① 販売業者等に対し、犯罪による収益の移転防止に関する法律（以下「犯収法」という。）に準じる本人確認を定期的に行い、本人確認ができないときはDPF利用契約を締結しないこと。

② 販売業者等が、当該DPFにおける広告において特商法に定める表示義務を順守していることを定期的を確認し、表示義務を順守しない販売業者等とはDPF利用契約を締結しないこと。

③ 販売業者等が、上記1(1)から(4)までの措置を講じていることを確認し、これらの措置等を適切に講じない販売業者等とはDPF利用契約を締結しないこと。

なお、一定規模以下の販売業者等については上記1(2)の措置を努力義務にとどめた場合であっても、1(2)の措置を講じない販売業者等とはDPF利用契約を締結しないこと。

④ 日本国内に営業拠点を有しない販売業者等については、①から③までに加

³ 民事調停や消費生活センター等の公的機関による紛争解決あっせん手続及び認証ADR機関による民間紛争解決手続等をいう。

えて、販売業者等において日本における代表者を定めていること、販売業者等が日本語で利用できる苦情処理措置及び日本国内で利用できる紛争解決措置を講じていることを確認し、これらの措置を講じない販売業者等とはD P F利用契約を締結しないこと（ただし、販売業者等が日本語を用いてD P Fにおいて広告をしようとする場合に限る。）。

(2) 一般商品等提供利用者に関する取引の場の安全確保

D P F事業者と一般商品等提供利用者（D P Fを利用して商品等につき売買契約等の広告をしようとする者であって、特商法上の販売業者等に該当しない者をいう。以下同じ。）との間のD P F利用契約について、D P F事業者に対し、以下の点をD P F事業者に関する新法で義務付けるべきである。

- ① 一般商品等提供利用者に対し、犯収法に準じる本人確認を定期的に行い、本人確認ができないときはD P F利用契約を締結しないこと。
- ② 一般商品等提供利用者と消費者との間で生じたD P Fを利用した売買契約等に関する紛争（以下「一般利用者間紛争」という。）に関して、紛争解決手続に応じない一般商品等提供利用者とは、D P F利用契約を締結しないこと。
- ③ 一般利用者間紛争について、苦情処理措置及び紛争解決措置を講じ、消費者にこれらの情報提供を行うこと。

(3) 苦情処理措置や紛争解決措置の利用促進

D P F事業者において、D P F事業者及びD P Fを利用する販売業者等において講じる苦情処理措置や紛争解決措置が適切に利用されるよう、前記の情報提供に加えて、販売業者等や一般商品等提供利用者への消費者からの申出の伝達、その他必要な措置を講じることを、D P F事業者に関する新法で義務付けるべきである。

(4) D P F事業者と消費者との紛争の解決

D P F事業者は、D P F事業者自身が販売業者等でない場合であっても、消費者とD P F事業者との間の紛争に関し、苦情処理措置及び紛争解決措置を講じること、裁判外紛争解決手続に応じること並びにこれらの措置の情報提供を行うことを、D P F事業者に関する新法で義務付けるべきである。

(5) D P F事業者の義務履行確保の手段

以上のようなD P F事業者の義務の履行確保のために、内閣総理大臣（消費者庁）が義務違反行為の是正のための措置、消費者の利益の保護を図るための措置その他必要な措置を採ることができることとし、罰則をもって担保すべきである。

第2 意見の理由

1 電子商取引における消費者被害の実情と実効的な救済を可能とする仕組みの必要性

(1) 電子商取引における消費者被害の実情

近年、IT技術の発達によって、消費者はオンライン上でこれまで以上に容易に取引を行うことが可能となったことに伴い、電子商取引の市場規模は拡大傾向にある。その反面、電子商取引において消費者がトラブルに遭遇する事例も増加している。

消費者トラブルの増加傾向は、2010年以降、特に商品の電子商取引において見て取ることができ、商品の電子商取引に関する消費生活相談件数は、2010年の年間27,022件から2018年には年間98,210件に増加している⁴。また、消費者間取引であることが多いフリマサービス⁵においても同様に、2012年以降、消費生活相談件数が増加傾向にあり、2012年の年間115件から2019年には年間5,781件に増加している⁶。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、インターネット通販等の電子商取引において、消費者トラブルの相談が増加していることが報告されている⁷。

(2) DPFを利用した消費者取引の実情

電子商取引の増加に伴い、DPFを利用した消費者取引も急速にその存在感が高まっている。その背景として、販売業者等は、DPFを利用すれば自ら販売のためのサイトを立ち上げなくとも遠隔取引に参加できるほか、消費者にとっても、多数の選択肢の中から手軽に自分の求めるものを検索できたり、DPF事業者を信頼することによって、個々の販売業者等の信用性を十分に確認しなくとも取引に入ることができたりするなど、売主・買主双方にとって利便性が飛躍的に向上したことが指摘されている⁸。

DPF事業者は、自己のDPFにおけるルールを契約等によって設計し、これを運営して取引の場を提供することで利益を上げている。加えて、DPFを利用した消費者取引の増加に伴って、一部のDPF事業者は急速な成長を遂げ

⁴ 令和元年版消費者白書 図表I-1-3-8「電子商取引に関する消費生活相談件数（商品・サービス別）」

⁵ インターネット上で個人同士が商品や役務を取引できるフリマアプリやフリマサイト等のサービスをいう。

⁶ 令和2年版消費者白書 図表I-1-6-21「『フリマサービス』に関する消費生活相談件数」

⁷ 独立行政法人国民生活センター報道発表資料「『新しい“消費”生活様式』の影響で相談増加！？インターネット通販のトラブルにあらためて注意！」（2020年9月17日）

⁸ 消費者庁「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論点整理」（2020年8月24日）

るに至り、その結果、一部の巨大なD P F事業者は、単なる「取引の場の提供者」にとどまらず、電子商取引市場そのものを設計し、これを運営・管理することができるほどの強い市場支配力を持つに至っている。一方で、消費者は、D P Fを利用する際、D P F事業者自体に信頼を置いて電子商取引を行っている⁹。

(3) 電子商取引における消費者被害救済の困難性

オンライン上の取引では、消費者の居住地から遠く離れた相手方との取引が可能であり、海外の販売事業者等と取引することもできる。実際に、大手のD P Fでは、海外の販売業者等が日本語を用いて商品等の販売を行っている事例が数多く存在する上、海外の販売業者等が日本国内の消費者に向けて、日本語を用いて電子商取引のためのインターネットサイトを運営している事例も複数見受けられる。

しかし、その一方で、消費者の生活圏外での取引ゆえに取引の相手方へのアクセスが困難な場合もあり、消費者が電子商取引において何らかのトラブルに巻き込まれた場合、被害救済を求めることが事実上困難である場合も少なくない。

また、一般に消費者がオンライン上で行う取引金額は、少額であることが多い¹⁰。そのため、電子商取引における被害金額も少額であることが多く、仮に取引の相手方に対してアクセス可能な事案であっても、消費者が民事訴訟によって個別救済を受けることは現実的ではない。

2 販売業者等の義務（意見の趣旨1）

(1) 苦情処理措置

電子商取引には、①商品等の説明が画面上の表示に限られ、購入前に実物を見ることがなく、口頭で説明することも予定されていないため、購入者に商品等の内容について誤解が生じやすいこと、②遠隔地にいる者とも容易に取引ができること、③店舗の空間の制限と関係がなく、また、コンピューターシステムを用いた自動化により時間に関係なく、顧客を受け入れることが可能になることといった店舗販売と異なる特質がある。

②及び③の点は電子商取引の利点であり、場所的、時間的制約を取り払うことになるが、販売業者等の商品等の供給量やトラブルになった際に対応できる

⁹ 消費者庁「デジタル・プラットフォーム利用者の意識・行動調査（概要）」（2020年5月20日）

¹⁰ 例えば、2018年度に東京都消費生活総合センターが発行した消費生活相談年報によれば、2018年度に東京都内の消費生活相談窓口に寄せられた消費者相談に関し、相談全体の平均契約金額は1件当たり約126万円であったのに対し、インターネット通販に関する相談の平均契約金額は約17万円であった。

人的資源には限りがあるところ、能力を超過した取引を行うことがあるという点で問題も生じる。

電子商取引を利用して収益機会を拡大している販売業者等は、電子商取引であるがゆえに生じるこれらの危険を緩和する義務を負うべきである。そのため、まず電子商取引を行う販売業者等に対して、苦情処理措置を整備すべき義務を課すべきである。

具体的には、顧客の苦情を受けて対応するためのルール（消費生活センターのあっせんに対応することを含む。）を定め、苦情受付の担当者を置くなどの苦情対応体制を整備することを求めるべきである。苦情受付方法としては、オンラインによるアクセスができるようにすべきである。電子商取引を行っている場合を対象としているから、消費者としても苦情受付をオンラインで行うことを期待するし、オンラインによるアクセスを可能にすることが、販売業者等においても特段過重な負担を課すものとも考えられない。

実際、現行法の下でも、販売業者等は、広告をするときには、特商法第11条第5号及び同法施行規則第8条により、販売業者等の氏名又は名称、住所及び電話番号並びに代表者又は業務の責任者の氏名を表示しなければならないとされているが、これは商品等に問題があった際に連絡できるようにするためであり、もとより販売業者等は一定の苦情処理措置を講じることが期待されていると言える。

また、電子商取引を行う販売業者等に対して苦情処理措置の整備をより具体的に求めることは、消費者が安心して電子商取引を行えることにつながるとともに、更に電子商取引が拡大されることで、特徴のある商品等を提供する地方の販売業者等が、場所的制約を超えて事業を発展させることにもつながる。

(2) 紛争解決措置

① 基本的な考え方

苦情処理措置は、あくまで消費者からの苦情に対応する体制の整備を求めるだけであるため、販売業者等と消費者との認識に相違があるような場合等においては、紛争が容易に解決しないこともあり得る。しかしながら、前記のとおり、電子商取引においては、紛争対象の経済的利益が比較的少額であることが多く、消費者の苦情が苦情処理措置によって適切に解決されなかった場合において、消費者から民事訴訟を提起して解決を求めることは多くの場合には現実的ではない。

そこで、消費者が適切な裁判外紛争解決手続に容易にアクセスできるよう、販売業者等に、自らの費用負担において、民間紛争解決手続を提供する機関

との間で、消費者との紛争解決を取り扱うこととする契約を締結させることによって、消費者に対する適切な紛争解決措置の提供を義務付けるべきである。

このように、販売業者等に対して裁判外紛争解決手続の提供を義務付けるスキームとしては、金融商品取引法による金融ADR制度がある。これは、金融分野における苦情処理や紛争解決を、一定の中立性や公正性が確保された紛争解決機関に委ねることを金融商品取引業者に義務付けることによって、事案の性質や当事者の事情に応じた迅速・簡便・柔軟な解決を可能とし、利用者に納得感のあるトラブル解決を図ることにより、金融商品取引利用者の信頼性を向上させようとするものである。このような金融ADRの制度趣旨は、消費者が関わる電子商取引においても同様に当てはまるものである。

なお、紛争解決措置の提供義務については、販売業者等の費用負担も生じ得ることから、一定の売上規模以下の販売業者等については努力義務にとどめることも検討の余地がある。

② 電子商取引における民間紛争解決手続の在り方

電子商取引を行う販売業者等に対して、紛争解決措置として利用者に提供することを義務付ける民間紛争解決手続については、消費者の利益の観点から見て迅速かつ適正に実施し得るものでなければならない。このような観点から、販売業者等に対して紛争解決措置として提供することを義務付ける民間紛争解決手続については、以下のような仕組みが確保されていることが必要である。

ア 弁護士（弁護士法人を含む。）又は認証ADR機関が手続を主宰すること

民間紛争解決手続は、他人の法律事務を業として取り扱うものであるから、弁護士法第72条により、弁護士（弁護士法人を含む。）又は認証ADR機関が手続を主宰することが最低限の要件である。

イ 消費者保護関連法規及び消費者トラブルの実情に精通している者が手続実施者に含まれていること

電子商取引における消費者トラブルにつき、消費者の利益の観点から見て迅速かつ適正な解決手続を実施できるようにするには、消費者保護関連法規及び消費者トラブルの実情に精通している者が手続実施者に含まれていることも必要不可欠である。

具体的には、手続実施者の少なくとも一人は、消費者保護関連法規及び

消費者トラブルの実情に精通している弁護士¹¹又は消費生活相談員とすることを義務付けることが考えられる¹²。

ウ オンラインによる手続も提供していること

電子商取引における消費者は、当然オンラインで当該取引を行っているのであるから、このような特性を持つ消費者の利便性を考慮するのであれば、紛争解決のための全ての手続がオンライン上で完結していること（いわゆるODR（Online Dispute Resolution））が最も望ましいと考えられる。

エ 解決内容についてのモニタリングシステムを設けること

紛争解決措置として提供される民間紛争解決手続が、消費者の利益の観点から見て迅速かつ適正なものであることをより確実なものとするためには、これまでに述べたような仕組みに加えて、当該民間紛争解決手続がその解決内容も含めて適切な手続を現実を実施していることをモニタリングする仕組みもあることが望ましいと考えられる。

具体的には、紛争解決措置として提供される民間紛争解決手続や解決内容につき、消費者被害の防止及び救済を主たる目的とし、現にその活動を相当期間にわたり継続して適正に行っているものと認められるNPO法人又は一般社団法人・財団法人（具体的には適格消費者団体等）による監査を義務付けることなどが検討されるべきである。

オ 消費者が費用を負担しなくてよいようにすること

電子商取引における消費者トラブルの解決に、紛争解決措置としての民間紛争解決手続が十分に利用されるためには、民間紛争解決手続を利用する消費者の費用負担についても重要な要素となる。

民間紛争解決手続の活用を促進する観点からは、その利用に当たり、消費者側の費用負担はないものとするのが望ましい。前記のとおり、電子商取引における消費者トラブルにおける紛争対象の経済的利益は少額なものにとどまることが多いからである。一方、販売業者等は、電子商取引を利用することにより販売機会を拡大する利益を得ているのであるから、消費者が安心して電子商取引に参加できる環境整備に要する費用を販売業者等において負担することは、公平性の観点からも望ましいと考えられる。

¹¹ 消費者保護関連法規及び消費者トラブルの実情に精通している弁護士であることの判断基準としては、例えば、適格消費者団体の理事や専門委員を一定年数以上務めたことなどを要件とすることが考えられる。

¹² 金融ADR制度においても同様の規定がある（金融商品取引法第156条の50第3項）。

そこで、電子商取引を行う販売業者等が民間紛争解決手続を提供する機関との間で、当該販売業者等と消費者との紛争の解決を取り扱うこととする契約を締結する際に、販売業者等が、費用の一定部分を負担することなどにより、消費者に費用負担をさせない方策が検討されるべきである。

(3) 紛争解決手続についての応諾

紛争解決措置を義務付けたとしても、消費者としては、販売業者等が提供する紛争解決手段を利用したくないという場合はあり得る。そこで、苦情処理措置をより実効的なものとする観点から、紛争解決措置を講じることに加えて、電子商取引を行った販売業者等に対して消費者が裁判外紛争解決手続の利用を希望したときは、正当な理由のない限り、当該販売業者等は、その裁判外紛争解決手続に応じることを義務付けるべきである。

(4) 情報提供

販売業者等が苦情処理措置及び紛争解決措置を講じており、紛争解決手続に応じることとなっていたとしても、消費者がそのことを知らなければ、消費者の被害回復を図ることができない。そのため、消費者に適切な情報が提供されるべきであり、例えば、苦情処理措置に関しては苦情受付の時間及び方法、紛争解決措置に関しては、どのような紛争解決措置を講じているかなどの情報が提供されるべきである。

3 認定消費者ADR（意見の趣旨1(2)のただし書）

(1) 「認定消費者ADR」制度の必要性

前記のとおり、電子商取引を行う販売業者等に対し、紛争解決措置として、民間紛争解決手続を提供する機関との間で、当該販売業者等と消費者との紛争の解決を取り扱うこととする契約を締結することを義務付けるものとしても、当該機関が提供する民間紛争解決手続が前記2(2)②で述べたような要件を満たすかどうかの判断を、個々の販売業者等に委ねることには問題がある。なぜなら、販売業者等は法律の専門家ではない以上、契約しようとする機関が提供する民間紛争解決手続が所定の要件を満たすかどうかの判断を適切に行うことは事実上困難であると考えられるからである。反対に、廉価な費用により手続を提供するからとして、不適切な民間紛争解決手続を提供する機関と契約しようとするおそれもある。

そこで、前記2(2)②で述べたような要件を満たす民間紛争解決手続を「認定消費者ADR」（仮称）として内閣総理大臣（消費者庁）があらかじめ認定する制度を導入し、電子商取引を行う販売業者等が、「認定消費者ADR」を提供する機関との間で消費者との紛争解決手続を実施するための契約を締結した

ときは、所定の紛争解決措置を講じたものとみなすことが考えられる。

このように、適切な民間紛争解決手続を事前認定する仕組みを導入し、電子商取引を行う販売業者等が事前認定を受けた民間紛争解決手続を選択するよう誘導することにより、不適切な民間紛争解決手続が利用されることは可能な限り排除され得ることとなる。

(2) 適格消費者団体等の活用

なお、「認定消費者ADR」の実施機関の一つとして、現在、不特定多数の消費者の利益のために差止請求権を行使することが認められている適格消費者団体が想定され得るところである。なぜなら、適格消費者団体は、その認定要件により、消費者被害の防止及び救済を主たる目的とし、現にその活動を相当期間にわたり継続して適正に行っているほか、消費者問題に関する法的な専門性、販売業者等からの独立性を有しているからである。

もっとも、適格消費者団体の主たる任務は不当な事業活動に対する差止請求権の行使であり、個別具体的な消費者トラブルの解決を行っているものではない。そこで、適格消費者団体が認証ADR機関の認証を取得し、ADR手続をオンラインで実施することが可能な体制を整えたときには、その適格消費者団体が提供する民間紛争解決手続については、当然に「認定消費者ADR」に認定するような仕組みの導入も考えられるところである。

(3) 弁護士会のADR

弁護士会が行うADRについては、特に消費者庁の認可を要しないが、弁護士会においては、意見の趣旨1(2)②から⑤の要件を満たすための適切な措置を講ずる必要がある。

4 DPF事業者の義務のうち販売業者等に関する取引の場の安全確保（意見の趣旨2(1)）

(1) 安全確保措置の必要性

① DPF事業者は、DPF利用者間の取引の場を提供しているだけであるから、何らの義務を負わないということには当然にはならない。プラットフォーム事業（商品等や情報を集めた取引の「場」を利用者に提供する事業）はDPFに限られないところ、プラットフォーム事業者の一つと言えるクレジットカード会社は、割賦販売法により加盟店調査義務を負っている。また、既存の取引市場においても、参加者間の紛争について、取引所が紛争解決の仲介を行うことが義務付けられている例がある（商品先物取引法第120条第1項）。

DPF事業者は、多数の会員（DPF利用者）を擁することや、そのDP

Fの知名度から、販売業者等が単独では成立させることができないような多種多様な取引相手との取引の機会を提供している。これをDPF利用者から見ると、メリットもあるが、問題のある販売業者等と取引をして損失を被るリスクも高まることになる。一方で、DPF事業者は、DPF利用者が利益を受けるか、損失を被るかとは関係がなく、DPF利用者間の取引の場を提供することで利益を得ている。

- ② しかも、DPF事業者は、単に取引の場を提供しているだけではない。販売業者等の広告の記載事項、記載方法については、統一的なDPFの表示を構成する観点から、一定の枠組みを定めている。また、送料や解約手数料等の取引条件についても、統一的な取引の場を提供する観点から、一定の枠組みを定めていることがある。

さらに、DPF利用者には、その代金の支払のために種々の決済手段をDPF上で提供している。販売業者等に対しては、配送を代行していることや、提携した運送業者に安く便利に配送を依頼できるサービスを提供していることがある。このように、DPF事業者は、取引の成立から履行まで一定の関与をし、その取引内容に一定の支配を及ぼしている。

- ③ DPF利用者にとっては、DPF上に表示された販売業者等の連絡先等の情報を信頼するほかなく、連絡先等の表示が事実と相違していた場合には、販売業者等に苦情を申し入れることすらできない。DPF事業者は、DPF利用者からの信頼をも背景として取引を拡大し、利益を得ているのであるから、DPFにおける取引の安全を確保する必要がある。さらに言えば、DPF利用者が販売業者等と連絡をとることができたとしても、情報の質及び量並びに交渉力の格差があり、実効的な交渉をすることは困難である。DPF事業者は取引成立の際には助力しているのであるから、取引の成立後においてもDPF事業者がしかるべき助力をしてくれることを、DPF利用者は期待している。

一方で、DPF事業者は、販売業者等とDPF利用契約を締結する際、本人確認をすることや、正しい情報を表示することを販売業者等に求めることは容易である。また、DPFを利用する販売業者等は、DPF上の広告や配送システム、決済システムに依存しているから、DPF事業者は違法な広告を削除することや、一見不合理でない苦情が出ている場合には資金の送金を留保するなどして、DPFを利用する販売業者等に違法な行為をやめさせ、被害回復を図るように働きかける実効的な手段を持っている。このように、DPFが作り出した危険に実効的に対処できるのも、DPF事業者自身なの

である。

- ④ このように、取引の場の提供により利益を得ていること、取引内容を一定程度支配しており、取引の場の提供により生じた危険に対処する実効的な手段を持っていること、D P F利用者の信頼を保護する必要があることから、D P F事業者は、D P F利用者が安心して取引に参加できるような安全確保措置を講ずるべきである。

安全確保措置を講ずることは、D P F取引の安全を担保し、D P F利用者の信頼を高めることになるため、D P Fの更なる発展及び活性化にも資するものである。

実際に、一定の安全確保措置を行っているD P F事業者も既に存在しており、このような安全確保措置を採らない悪質なD P F事業者を排除する必要がある。

(2) 義務付けるべき安全確保措置の具体的内容

- ① 安全確保措置の具体的な内容としては、まず本人確認を行い、本人確認ができないときにはD P Fから排除することがある。本人確認のできない者との取引を認めることは、違法行為の温床となりやすいため避けるべきである。また、紛争が生じた際に苦情を申し出ることでもできなくなることから、紛争解決の実効性を高めるためにも、D P Fから排除する必要がある。

そこで、D P F事業者には、販売業者等に対し、犯収法に準ずる本人確認を定期的に行い、本人確認ができないときは、D P F利用契約を締結しないことが義務付けられるべきである（なお、D P F事業者が販売業者等との間でD P F利用契約を既に締結済みの場合、一定期間中に当該販売業者等に当該義務を履行するよう求め、その期間内に当該義務が履行されないときには、D P F事業者は当該D P F利用契約を解除しなければならないことが定められるべきである。以下本項において同じ。）。

- ② D P F事業者は、販売業者等が当該D P Fにおける広告において特商法に定める表示義務を順守していることを定期的を確認し、表示義務を順守しない販売業者等とはD P F利用契約を締結しないことが義務付けられるべきである。

住所、電話番号や責任者の氏名は、紛争解決のために必要な情報である。また、商品等の対価、支払時期・方法、商品等の提供時期等の他の広告事項についても、これらを明らかにすることは紛争の予防に役立つため、徹底させるべきである。

なお、D P F事業者は、表示内容全ての真実性を確認する必要はないが、

本人確認義務を負うことになるため、住所、電話番号、責任者の氏名等については、真実性を確認すべきである。

- ③ 販売業者等が、意見の趣旨 1 (1) から (4) までの措置を講じていることを確認し、これらの措置を適切に講じない販売業者等とは D P F 利用契約を締結しないことが義務付けられるべきである。

また、紛争解決措置の提供義務について、一定の売上規模以下の販売業者等については努力義務にとどめた場合であっても、D P F を利用して電子商取引を行うときは、例外なく紛争解決措置が確保されるべきである。販売業者等は、D P F を利用する場合には、販売業者等が運営する個別の通販サイトにおける取引に比べ、多くの取引の機会を得られるという利益を享受する。その一方で、得意客以外との取引が増え、紛争になる危険性も高くなるのであるから、紛争解決措置を講じることを努力義務にとどめることが適当な小規模業者であっても、D P F のような市場に参加する際には特別の対応をすることが望ましい。したがって、D P F 事業者は、一定規模以下の販売業者等も含め、紛争解決措置を講じない販売業者等とは D P F 利用契約を締結しないことが義務付けられるべきである。

なお、D P F 事業者は、単に取引の場を提供するだけでなく、販売業者等に対して、決済手段や商品配送手段など多様なサービスを提供しているのが通例であり、紛争解決措置を自ら講じることができない小規模業者であっても、D P F 事業者の援助により、容易に紛争解決措置を講じることが可能と考えられるところである。

- ④ 日本国内に営業拠点を有しない販売業者等で、日本語で広告をするものについては、日本における代表者を定めていること、日本語で利用できる苦情処理措置や日本国内で利用できる紛争解決措置を講じていることを確認し、これらの措置を講じない販売業者等とは D P F 利用契約を締結しないことが義務付けられるべきである。

そもそも、外国会社は、日本における代表者を定めなければ日本で継続して事業活動をするには許されない（会社法第 8 1 7 条第 1 項）。日本における代表者を定めないと、事実上日本国内の法規制を潜脱することが容易になり、国内業者と国外業者との競争条件を同一にする観点からも公平でない。裁判手続のための書類を送達することも困難で、事実上裁判を逃れることができるため、紛争解決機関での紛争解決が事実上機能しなくなるおそれがある。また、広告を日本語で表示しているにもかかわらず、苦情申出や紛争解決については、外国語の利用を求めることや、外国での手続を求めるのは公

平でない。

5 D P F 事業者の義務のうち一般商品等提供利用者に関する取引の場の安全確保（意見の趣旨 2 (2)）

(1) 販売業者等以外に関する安全確保措置の必要性

D P F 事業者の中には、特商法等の法令の規制が及ぶ販売業者等の事業者だけでなく、これらの法令の規制が及ばない上に、事業の経験がなく、適切に取引に関する紛争解決ができるか不明な一般商品等提供利用者をも自らの運営するD P Fに引き入れて、D P Fがなければおよそ取引をしなかったであろう遠隔地の一般消費者との取引の場を提供して、紛争が発生する危険性を生み出している面もある。

一方、D P F事業者は、もともと自らの運営するD P Fの利用者が安心して取引に参加できるような環境の整備のための責務を負っているものと考えられるところ、紛争解決への対応能力が必ずしも明らかではない者を、無関係の第三者と取引できる場に引き込んでいるD P F事業者は、むしろ販売業者等の場合よりも更に重い責務を負うべきであり、D P F内で販売業者等以外が関わる紛争が生じた場合には、消費者がその紛争を解決するために必要な一定の安全確保措置を講じる義務があると言ふべきである。

そして、このような安全確保措置を講じることをD P F事業者に義務付けることは、D P F上の販売業者等の事業者が関わらない取引において紛争が生じた場合でも、紛争が解決可能ということになるから、当該D P Fを利用しようとする者にとっても、当該D P Fを更に利用する誘因として機能するものと考えられる。このことは、当該D P F事業者に対する信頼にも資することになるだけでなく、ひいては当該D P Fを利用して取引を行う一般商品等提供利用者にとっても、取引機会の拡大に資することになる。

以下、必要と考えられる安全確保措置の内容について述べる。

(2) 本人確認義務

D P Fを利用した一般商品等提供利用者との売買契約等においては、消費者において直接の連絡手段が存在しないことがあるという特殊性が存する。このため、一般商品等提供利用者がD P F内において取引を行おうとする場合、当該一般商品等提供利用者の本人確認情報が得られることとしておかなければ、仮に当該D P F内の利用者間で紛争が生じた場合に、当該紛争における苦情申立人は、当該一般商品等提供利用者の特定ができずに紛争解決が困難になるか、特定できたとしても、紛争解決のために過分の時間及び労力がかかることになりかねない。

そのため、D P F事業者には、自らの運営するD P F内で紛争が生じた場合に、利用者がその紛争を解決するために必要となる最低限の情報として、一般商品等提供利用者の本人確認情報等を取得し、管理しておく義務があると言ふべきである。

この点、一般商品等提供利用者においても、当該D P Fを利用することで顧客獲得の機会が増えることを期待して当該D P Fを利用するのであるから、自らを特定する情報を提供し、紛争が生じたときには相手方利用者に対してこれを開示することの承諾を求めたとしても不合理ではない。そして、他の消費者との間で紛争にならない限り、一般商品等提供利用者が提供した当該情報はD P F事業者のみが保有し、いかなる消費者に対しても開示されるものではないという規律にすれば、一般商品等提供利用者側にとっても過重な負担とはならないものと考えられる。

したがって、D P F事業者には、D P F利用契約を締結しようとする一般商品等提供利用者に対し、犯収法に準ずる本人確認を行い、本人確認ができないときは、D P F利用契約を締結しないことが義務付けられるべきである(なお、D P F事業者が一般商品等提供利用者との間でD P F利用契約を既に締結済みの場合、一定期間中に当該一般商品等提供利用者に当該義務を履行するよう求め、その期間内に当該義務が履行されないときには、D P F事業者は当該D P F利用契約を解除しなければならないことが定められるべきである。以下本項において同じ。)

(3) 紛争解決手続についての応諾

一般商品等提供利用者は、販売業者等とは異なり事業目的でD P Fを利用するものではないから、D P Fの利用に当たって、販売業者等に課すべき苦情処理措置や紛争解決措置を講じることまで求めることは現実的ではない。

しかしながら、一般商品等提供利用者は、通常は知り合いの範囲でしか取引をできないところ、D P F事業者の提供するD P Fという特殊な取引の場を利用して、D P Fがなければおよそ得られないような取引の機会を得ることができるといふ利益を享受している。一般商品等提供利用者が、D P Fの利用によりこのような取引拡大の利益を享受しているのであれば、D P Fを通じて生じた紛争についても、知り合い同士で起きた紛争と同様の対応が求められるべきである。

このような点を考慮すれば、消費者がその紛争を解決するために必要な一定の措置として、一般商品等提供利用者が、電子商取引を行う販売業者等に準じて、一般利用者間紛争について紛争解決手続に応じることが望ましい。

したがって、D P F 事業者は、一般利用者間紛争に関して、紛争解決手続に応じない一般商品等提供利用者とは、D P F 利用契約を締結しないことを義務付けるべきである。

(4) 苦情処理措置、紛争解決措置及びこれらに関する情報提供

上記のとおり、D P F 事業者は一般商品等提供利用者に対して本人確認を行う義務や、裁判外紛争解決手続に応じない者との契約を締結しない義務を課すとしても、これはあくまで一般利用者間紛争につき、一般商品等提供利用者何らかの対応を促すにとどまるものである。

前記(1)で述べたとおり、D P F 事業者は、紛争解決への対応能力が必ずしも明らかではない者を無関係の第三者と取引できる場に引き込むことにより、更なる収益拡大の機会を得ているのであるから、販売業者等への取引の場の提供よりも更に重い責務を負うべきであり、消費者が安心して取引に参加できるような環境の整備のため、D P F 事業者にはより積極的な役割が求められる。

具体的には、D P F 事業者には、自らの運営するD P F 内において、一般利用者間紛争が生じた場合に、消費者がその紛争を自主的に解決することを促進すべく、販売業者等において講じることが義務付けられるべき苦情処理措置、紛争解決措置に準じた措置を講じておく義務があると言ふべきである。

その上で、D P F 事業者には、これらの苦情処理措置や紛争解決措置の利用が促進されるよう、消費者に対してこれらの情報を適切に提供することを義務付けるべきである。

6 D P F 事業者の義務のうち、苦情処理措置や紛争解決措置の利用促進（意見の趣旨 2 (3)）

これまで述べたとおり、消費者は、D P F を利用する電子商取引について、苦情処理措置や紛争解決措置による利益が得られ、消費者が希望する紛争解決手続を利用することもできる。

しかし、これらの措置が適切に活用されるためには、消費者にこれらの措置が十分に周知されるとともに、消費者がこれらの措置を利用したい意思があるときに販売業者等やD P F 事業者に対してその意思が伝達されることが必要不可欠である。

また、D P F 事業者は、自らが提供するD P F のシステムを活用することにより、比較的容易にこれらの対応を実施し得る立場にある。

そこで、D P F 事業者において、販売業者等や一般商品等提供利用者に対して、消費者が苦情処理や紛争解決を求めていることを伝えること及びこれらの苦情処理措置や紛争解決措置が適切に利用できない事情がある場合には、それを解消

するために必要な措置を講じることを義務付けることが適当である。

7 DPF事業者の義務のうち自らの紛争の解決（意見の趣旨2(4)）

DPF事業者は、DPF事業者自身が販売業者等でない場合であっても、違法な広告や違法な取引に関与している場合には、消費者との間で紛争が生じる場合がある。したがって、DPF事業者と消費者との紛争についても、意見の趣旨1(1)から(4)までの措置を講ずることが義務付けられるべきである。

8 DPF事業者の義務履行確保の手段（意見の趣旨2(5)）

このように、本制度は、DPF事業者に一定の義務を課し、DPFにおける取引による消費者被害について実効的な救済を可能にする枠組みを提供するものである。そうすると、DPF事業者に義務を履行させる手段がなければ、制度として機能しない。そこで、内閣総理大臣（消費者庁）が義務違反行為の是正のための措置、消費者の利益の保護を図るための措置その他必要な措置を採ることができることとし、罰則をもって担保すべきである。

以上