

通信販売の新たな課題に関する研究会（第六回会合）  
議事概要

日 時：平成17年3月18日（金）10：00～12：00  
場 所：経済産業省本館17階第6共用会議室  
出席者：後掲  
議題：論点整理

1. 現状認識と論点設定について

全体としてバランスよく論点が整理されている。

問題点と論点の関係をもう少し整理して議論すべき。

全てのリスクを消費者が負担していると整理しているが、オークションでは補償制度があり、約款の文言と実態とは異なる。

消費生活センターの現場から見ると、消費者の自己責任とされ、ほとんど救済されていないのが実態のように見える。

約款と補償の問題を論点に加えたかどうか。どのような場合に約款により補償されるのかということ、消費者に分かりやすく提供することが、媒介事業者の努力あるいは責務としてあげられないかといったことについて議論が必要。

各委員がそれぞれの立場で議論をしていると、議論が発散しやすいので、共通認識があった方がよい。資料1のP3の図が分かりやすいので、この図に沿って議論をするというのも一案。

取引媒介事業者について、消費者の側に立った事業者の役割という論点が強調されているが、販売する者にとっての取引媒介事業者の役割という点も重要。

情報が不十分、不適切であるリスクについては、C to C取引における広告表示に関する媒介事業者の役割という論点を加えたかどうか。

以上の議論を踏まえ、事務局が整理した論点に沿って、今後の議論を進めることとなった。

なお、約款の問題については、実態を整理した上で、議論することとなった。

## 2. 消費者のリスク（意思決定のベースとなる情報が不十分・不適切であるリスク）を低減するために何が必要かについて

### < 販売事業者の表示義務遵守の確保について >

事務局提示の論点 1) ~ 3) について賛成。また、制度の実効性確保の観点から 4) も結構なこと。

4) は、実際に制度を設計して効果を測定するのは難しい。また、既に事業者として参加する方が経済的になっているにもかかわらず、個人として参加する事業者が多いのが現状。

事業者が自己申告しない理由の一つとして、表示しなければならないことが多く、個人事業者等にとっては過度な負担になっていることもあるのではないか。

オークションにおける事業者か非事業者かの判断は、事務局案に賛成だが、出品の際に判断するのに使いやすい基準としていていないものとする必要がある。

### < 媒体別の広告表示の在り方について >

事業者によって表示の仕方がバラバラであり、消費者はどこを見れば確認できるのか分からない。分かりやすいマークのようなものからリンクを貼り、そこをクリックすれば特商法の表示義務事項が確認できるようにすればよいのではないか。

事業者として表示義務の遵守は当然だが、何処のページに表示するかということは事業者の判断に任せるべき。ガイドラインのような形で標準的な在り方を示すのはよい。

表示がなされていても、更新日時が古いものが多い。特商法上の表示義務に「更新日時」を加えたらどうか。

媒介事業者の社会的責任も、結局のところは消費者が料金として負担することになるのであるから、バランスが重要。

媒介事業者は、補償制度や免責事由についてわかりやすく提示し、消費者に選択させる取り組みが必要。

< 広告表示に関する媒介者の役割について >

( 個人間取引における表示についての約款についての質問に対し )

モールにおいては、表示義務を遵守しなければ出店できないようになっている。オークションについては、表示義務を守らないと店舗としては参加できないことになっているが、個人には表示に関する義務付けはない。

< その他 >

消費者の自衛能力を高めるための啓発が必要。

海外からの詐欺的な行為についても、将来論点とする必要があることを報告書に記しておく必要がある。