

通信販売の新たな課題に関する論点整理 (参考資料)

～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～

平成17年3月18日

経済産業省
消費経済政策課

論点 - 1: 表示義務遵守の確保

< 特定商取引法に基づく表示事項 >

販売価格(役務の対価)(送料についても表示が必要)【法11条1項1号】

代金(対価)の支払時期、方法【法11条1項2号】

商品の引渡時期(権利の移転時期、役務の提供時期)【法11条1項3号】

商品の引渡し(権利の移転)後におけるその引取り(返還)についての特約に関する事項(その特約がない場合にはその旨)【法11条1項4号】

事業者の氏名(名称)、住所、電話番号【省令8条1項1号】

事業者が法人であって、電子情報処理組織を利用する方法により広告をする場合には、当該販売業者等の代表者または通信販売に関する業務の責任者の氏名【省令8条1項2号】

申込みの有効期限があるときは、その期限【省令8条1項3号】

販売価格、送料等以外に購入者等が負担すべき金銭があるときは、その内容およびその額【省令8条1項4号】

商品に隠れた瑕疵がある場合に、販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容【省令8条1項5号】

いわゆるソフトウェアに係る取引である場合には、そのソフトウェアの動作環境【省令8条1項6号】

商品の販売数量の制限など、特別な販売条件(役務提供条件)があるときは、その内容【省令8条1項7号】

請求によりカタログなどを別途送付する場合、それが有料であるときは、その金額。【省令8条1項8号】

電子メールによる商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス【省令8条1項9号】

相手方の承諾等なく電子メールによる商業広告を送る場合には、そのメールの件名欄の冒頭に「未承諾広告」【省令8条1項10号】

< インターネット通販サイト による同表示の遵守状況 >

n=300

	項目	遵守率
価格グループ	販売価格	98%
	送料	96%
	その他負担すべき金銭	74%
取引条件グループ	代金の支払時期	96%
	代金の支払方法	97%
	商品の引渡時期	97%
	返品特約に関する事項	89%
事業者情報グループ	事業者の氏名(名称)	99%
	事業者の住所	98%
	事業者の電話番号	96%
	代表者、責任者の氏名	89%

法人89%、個人3%、不明8%

独立サイト88%、モール出店サイト12%

出典) 経済産業省調べ

論点 - 1: 表示義務遵守の確保

< 表示義務を遵守していない通販サイトの例 >

http://www.marubatsu.xxx.jp

× 商店

家具のデパート × 商店

カーテン
10,000円
(税込、送料別)

ベッド
100,000円
(税込、送料別)

× 商店(有)
連絡先: marubatsu@xxx.jp
上記連絡先宛てに電子メールで注文受領後に商品を発送します。
代金は代引でお支払い願います。

特定商取引法上問題があり得る表示

- ・返品特約に関する事項(法律11条1項4号)
- ・販売業者の代表者名(省令8条1項2号)
- ・販売業者の住所及び電話番号(省令8条1項1号)
- ・送料(法律11条1項1号)
- ・商品の引き渡し時期(法律11条1項3号)
- ・その他負担すべき金銭(代引手数料等)(省令8条1項4号)

特約があるのに表示していない場合

本ページにリンクは貼られていない。

論点 - 1: 表示義務遵守の確保

< 経済産業省による法執行 >

経済産業省では、平成10年度からインターネット通販サイトにおける特定商取引法上の表示義務の遵守状況を点検しており、違反を発見した場合には警告を発している。

なお、これまではインターネットオークションの出品者は点検対象としていない。

(実績)

平成15年度	点検サイト数	4024件	警告数	387件
平成16年度(2月末まで)	点検サイト数	3957件	警告数	517件

< 取引媒介事業者の取組 >

A社(モール)	B社(オークション)
<p>・出店規約において、商品等に特定商取引法が適用されるか否かにかかわらず、同法所定の事項を表示することとされており、各出店店舗は「会社概要」というリンクにおいて、これを記載している。</p>	<p>・事業者向けのサービスにおいては、特定商取引法所定の事項を特定のページに記載することを必須としている。</p> <p>・個人、事業者の両方が参加するサービスにおいては、ガイドライン等において、法令等の遵守を定めている。</p>

論点 - 2: 媒体別の広告表示の在り方

< インターネット通販における業界団体による自主規制 >

(社)日本通信販売協会(JADMA)では、平成11年に「通信販売業における電子商取引のガイドライン」を策定(平成12年、13年に改訂)し、インターネット通信販売において、健全な電子商取引の普及に寄与し、消費者の信頼を確保するために、特定商取引法及びその他の関係法令に基づき、会員事業者が遵守すべき基本の方針を定めている。

【「通信販売業における電子商取引のガイドライン」の概要】

<p>1. 表示の基準</p> <p>販売主体についての表示</p> <p>販売・商品条件の表示</p> <ul style="list-style-type: none">・特定商取引法、割賦販売法の表示事項・返品条件、付帯費用等・商品の内容説明 等 <p>広告等の適切な表示</p> <ul style="list-style-type: none">・優位性、二重価格、数値等を表示する場合の基準 <p>申し込みを受けるための画面構成</p> <ul style="list-style-type: none">・注文送信前に確認・訂正できる画面を設けること 等	<p>2. 取扱商品の基準</p> <p>法令等の基準、安全性の基準 等</p> <p>3. 取引方法に関する基準</p> <p>消費者に一方向的に不利な事業者の免責規定の無効、書面交付義務 等</p> <p>4. システムの保全義務</p> <p>システムへの不当なアクセス等に対する十分な安全対策等</p>
--	---

論点 - 2: 媒体別の広告表示の在り方

< テレビ通販における業界団体による自主規制 >

(社)日本通信販売協会(JADMA)では、平成9年に「テレビショッピングに関するガイドライン」を策定し、表示、取扱商品、取引方法等に関する基準を定めている。

平成15年9月に公正取引委員会が「テレビショッピング番組の表示に関する実態調査について」報告書において、実態調査に基づき景品表示法上問題となりおそれのある表示例を示し、事業者団体等に対して表示の適正化に向けた自主的な取り組みを要望したことを受けて、昨年11月、同ガイドラインを改訂したところ。

主な改訂内容は以下のとおり

テレビは、媒体特性として瞬間的であり、内容が印刷媒体と比較して、記録として顧客の手元に残りにくい。その反面、他の媒体より印象度(インパクト)が強い。従って、消費者が商品の適正な選択を行う上で重要な事項について、表示がなかったり、表示が瞬時に消えてしまうような場合は消費者の誤認を招き、トラブルの発生原因となるおそれがある。このため、事業者は消費者が商品の適正な選択を行う上で重要な以下の事項(省略)を明瞭に表示すること。加えて、商品内容や取引内容を自社ホームページに記載するなど、表示した内容を消費者が確認できる体制を整える必要がある。

「誇大広告の禁止」の項目を新たに追加した。

取り扱い商品については、商品選定にあたり、関係法令に従い、販売が認められているもの、危険のないものとする。また、誤使用が考えられる商品については事前にこれを防ぐための手段を講じる必要がある。また環境問題にも配慮することを追加した。

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

< 事業者による適切な広告表示を確保するために取引媒介事業者が採っている措置 >

A社(モール)	B社(オークション)
<p>・出店規約において、「法令の定めに違反する行為またはそのおそれのある行為」や「(社)日本通信販売協会が定める広告に関する自主基準に違反する行為」を禁止している。</p> <p>・出店規約において、モール運営事業者は、店舗の出店に先立ってコンテンツの審査を行い、また、コンテンツが当該モールにふさわしくないと判断した場合には、その内容および表示を変更するよう求めることができることを定めている。</p> <p>・薬事法の広告規制に関しては、都道府県による事前審査を受けることを求めている。</p>	<p>・ガイドライン等において、法令等の遵守を定めているほか、「分かりやすい」商品説明、「正確な」商品説明を求めている。</p>

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

<情報媒介事業者が店舗のウェブサイト上の情報を引用 / 編集等して行う広告表示の例>

<C社の場合>

店舗情報 商品一覧 ランキング

EOS Kiss デジタル レンズキット

¥72,450 (税込)

この商品を調べたく

商品名: [redacted]
 ホームページ: [redacted]
 店舗: [redacted]
 3mode

電話番号: [redacted]
 FAX番号: [redacted]
 住所: [redacted]
 取扱条件: [redacted]

送料: [redacted]
 送料について: [redacted]
 送料負担: [redacted]
 代引き手数料: [redacted]

代引き手数料

合計金額	手数料
～0,999円	420円
～29,999円	525円
～99,999円	840円
～299,999円	1,260円

※合計金額は商品代金に送料・手数料を加えた金額です。
 ※商品によっては代金引落決済をご利用いただけ
 ない場合がございます。


取扱条件: [redacted]

取扱条件について

- 代金引落(お支払)
- 銀行振込(代金引落)の扱はご注文下さい。
- クレジットカード
- ショッピングクレジット
- 現金決済
- 電子決済
- ネット銀行決済

配送先: [redacted]
 銀行: [redacted]

<D社の場合>



店購でご確認ください。

Be.Quarter(20個セット)

ゼリー状の機能性飲料。ガルシニアとカフェインを配合することによる運動時の脂肪燃焼への相乗効果があります。運動の15分前に飲むと、脂肪の燃焼率が約20%も上昇し、その効果は3時間以上にもわたります。

5,600円

(送料 ショップで確認)

[詳細を見る](#)

2004/08/25更新

[ドットコム](#)

[類似商品検索](#)

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

<インターネット広告推進協議会(JIAA)について>

活動

- 1999年5月、インターネットが信頼される広告メディアとして健全に発展していくために、共通の課題を協議しビジネス環境を整備することを目的として発足。
- インターネットにおける広告審査基準等についての調査研究、ガイドライン策定等

会員

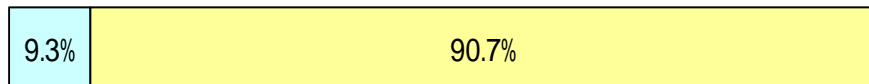
インターネット広告・モバイル広告ビジネスに関わる企業(新聞・テレビ各社、インターネット広告企業、広告代理店・メディアレップ等)129社

出典)JIAAウェブサイト

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

<アフィリエイトとしての成果報酬受取経験>

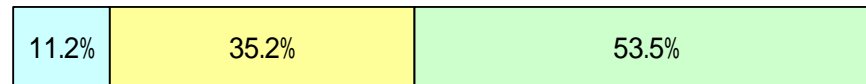
(n = 2075)



□ 経験あり □ 経験なし

<アフィリエイト経由での買い物志向>

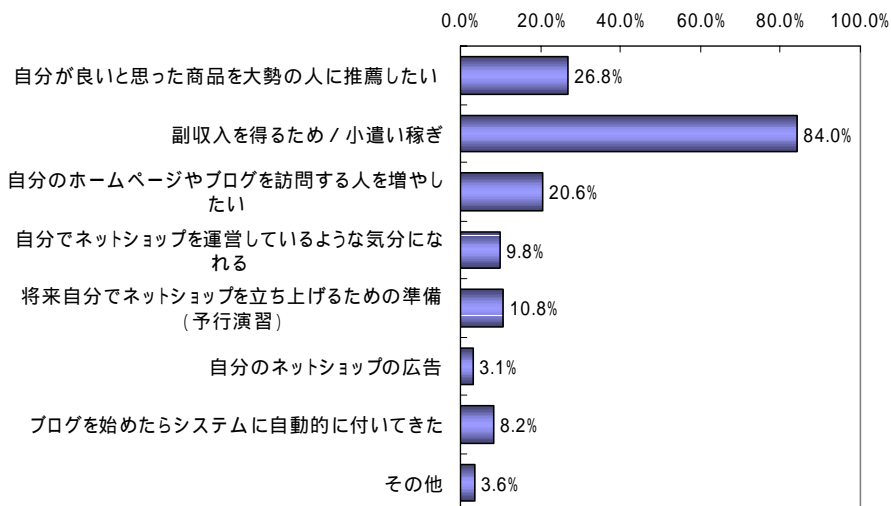
(n = 2075)



□ 買物をしたい □ 買物をしたくない □ わからない

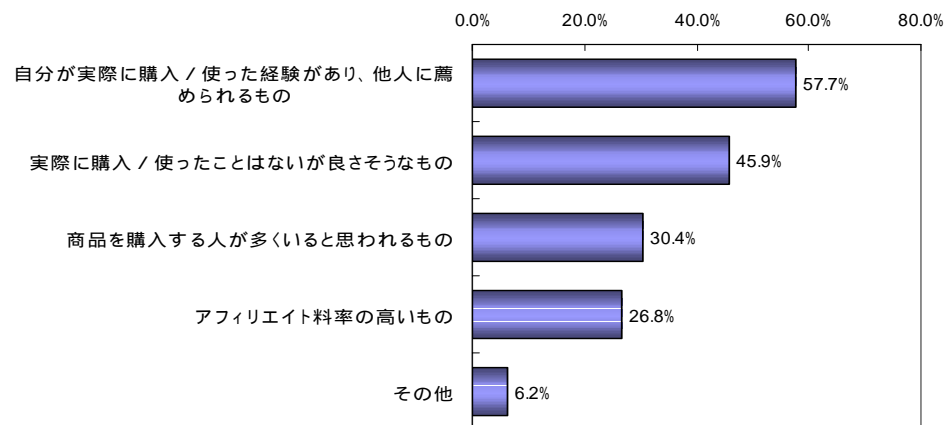
<アフィリエイトを始めた動機(複数回答)>

(n = 194)



<アフィリエイトとして紹介する商品の選択基準(複数回答)>

(n = 194)



出典) 経済産業省調査 2005年2月

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

<アフィリエイトサイトであることを明示している例>

- [MENU](#)
- [ペットグッズ](#)
- [家具・インテリア](#)
- [日用品・生活雑貨](#)
- [食器・調理器具](#)
- [文具・バラエティ雑貨](#)
- [手芸・クラフト](#)
- [アロマ・リラクゼーション](#)
- [フラワー・ガーデン](#)
- [プリザーブドフラワー](#)
- [フラワーアレンジメント](#)
- [コスメ](#)
- [香水](#)
- [バスグッズ](#)
- [キッズ用品](#)
- [ベビー用品](#)
- [マタニティ用品](#)
- [スイーツ・菓子](#)
- [米・雑穀](#)
- [ダイエット](#)
- [健康食品](#)
- [安眠グッズ](#)
- [健康アクセサリ](#)
- [デンタルケア](#)

ショッピングモール

このホームページは、ペット用品、キッチン雑貨、インテリア、日用品、キッズ・ベビー用品、ダイエット健康グッズ、コスメ、香水、フラワー、ガーデニング用品、おいしい食べ物など、おすすめの商品やネットショップを紹介しています。

左のメニューよりご覧ください。

～プレゼントやお見舞い、お祝いに～
枯れないお花～プリザーブドフラワー～

					
ミックスカラーパ スケット	♪プリザーブドフ ラワー♪スケルト ンリーフ (イエ ロー)	友人に贈る励まし のフラワーギフト (ピン ク8000PINK)	プチフレンチウィ ンド ピンク	プチ・パールホワ イト レッド	ホワイートコンポー トサニー
					
プリザーブドフラ ワーと造花のアレ ンジメント	☆カラーで選べる ☆プリザーブドア レンジメント5000	お世話になった方 へ御見舞いのフレッ シュブーケ(花束) (3600MIXブー ケ)	プチローズドーム オレンジ	プチローズドーム ライトブルー	クラウンベース (ピンク×サーモ ンピンク)
					

このHPはアフィリエイトにより運営されているセレクトショップです。
商品のお問い合わせや購入は直接リンク先をお願いします。

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

<アフィリエイト・サービス・プロバイダー(ASP)の取組み(E社の場合)>

- アフィリエイト・プログラムに参加する店舗、アフィリエイトの双方について、審査を実施。
 - ・ 店舗については、調査機関等も活用した与信面の調査を実施した上で厳選
 - ・ アフィリエイトについては、ウェブサイトの体裁や内容をチェック(アダルト系や公序良俗に反する内容は不可)

- アフィリエイトの情報内容の正当性や不正行為をチェックするため、定期的にアフィリエイト・サイトのパトロールを実施。

論点 - 3: 広告表示に関する媒介者の役割

薬事法

(誇大広告等)

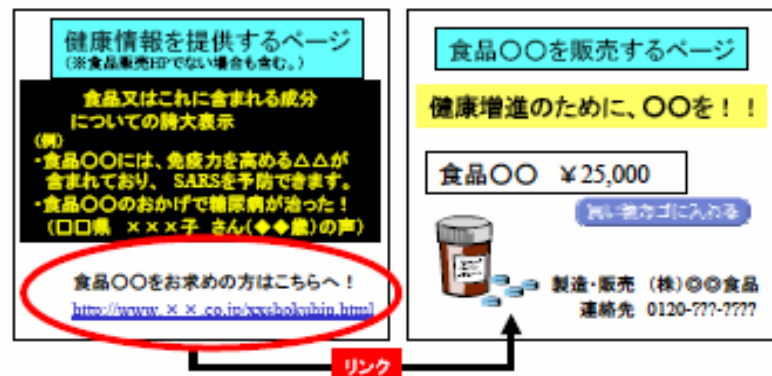
第六十六条 何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療用具の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。

健康増進法

(誇大表示の禁止)

第三十二条の二 何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果その他厚生労働省令で定める事項(以下「健康保持増進効果等」という。)について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。

(2) 誇大表示を閲覧させ、購入意欲を昂進させ、健康保持増進効果等を誤解した消費者を食品販売に導くリンク設定



【規制の適用を受ける対象者】

→ (株)〇〇食品(リンク設定を要請した等の場合)

「健康情報を提供するページ」の運営者

※「健康情報を提供するページ」が次の条件を満たすとき、実質的広告等として規制対象

- ① 顧客を誘引する意図が明確にあること。
- ② 特定食品の商品名等が明らかにされていること。
- ③ 一般人が認知できる状態であること。

【執るべき是正措置の内容】

→ 「食品〇〇を販売するページ」へのリンクを削除

※ 誇大表示たる情報提供が食品販売の手段として活用される等、営利と関連する場合は、健康増進法に基づく広告等規制の対象となる。

※ 「健康情報を提供するページ」の運営者と、「食品〇〇を販売するページ」の運営者が異なっている場合であっても、取締りの対象となり得る。

食品として販売に供する物について、医師等の診療によらなければ保健衛生上重大な結果を招くおそれのある重篤疾病の治療(予防)を目的とする、根拠が適切でない広告その他の表示は、健康増進法(及び薬事法)に抵触する違反広告である。

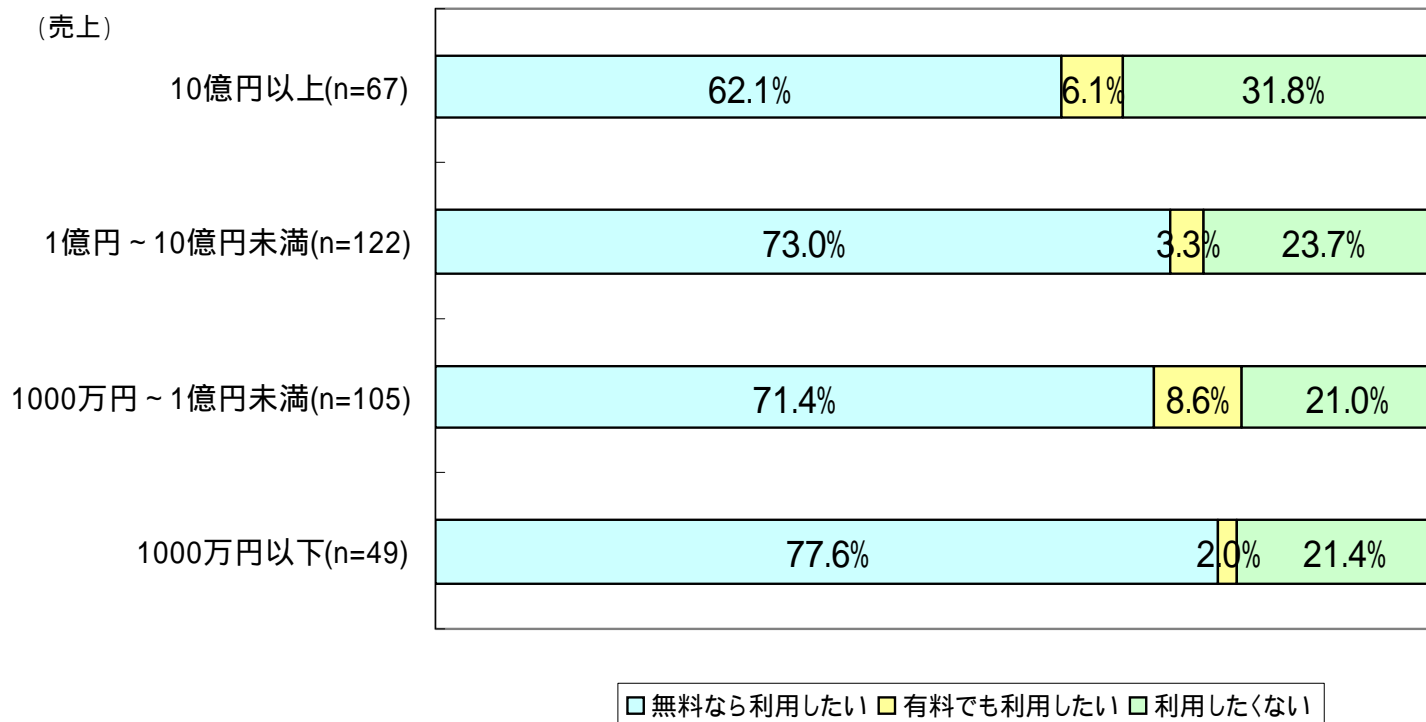
「厚生労働省許可(輸入・販売も含む)」等、その健康保持増進効果について、厚生労働省等がお墨付きを与えていると誤認させる誇大表示についても、健康増進法に抵触する違反広告と判断される。

出典)厚生労働省ホームページ

論点 - 4： 第三者によるトラブル解決支援

<インターネット通販企業によるADR(裁判外紛争処理制度)利用意向>

(n = 343)



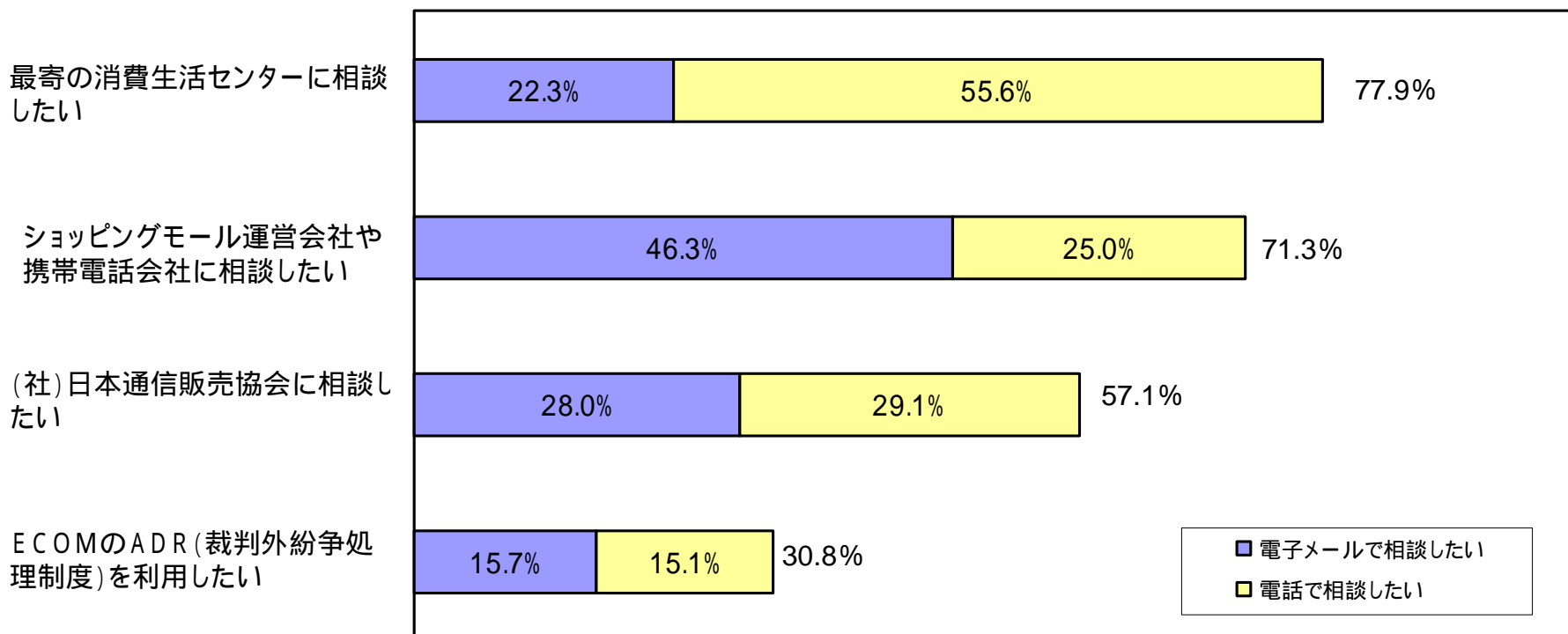
出典) 経済産業省調査 2005年2月

論点 - 4: 第三者によるトラブル解決支援

ネット通販でトラブルに巻き込まれ、販売店との間で解決できない場合には、最寄りの消費生活センターへの電話相談やショッピングモール運営会社等へのメール相談のニーズが高い。

<インターネット通販の販売店とのトラブルが解決しない場合の相談先>

(n = 1760)



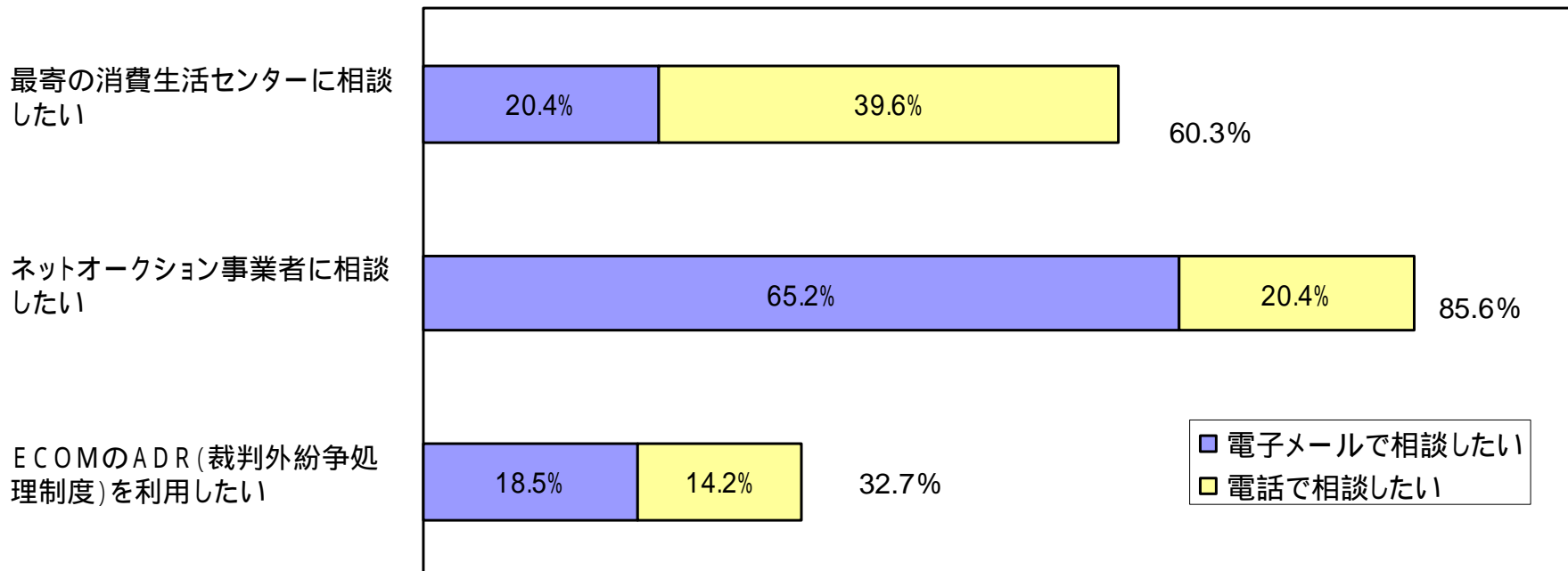
出典) 経済産業省調査 2004年11月

論点 - 4: 第三者によるトラブル解決支援

ネットオークションでトラブルに巻き込まれ、当事者間で解決できない場合、ネットオークション事業者に電子メールで相談したいというニーズが最も高い。

< インターネット・オークションにおける取引相手とのトラブルが解決しない場合の相談先 >

(n = 1140)



出典) 経済産業省調査 2004年11月