

インターネット商取引の多様化に伴う消費者保護の強化に関する質問主意書

提出者 丸山穂高

インターネット商取引の多様化に伴う消費者保護の強化に関する質問主意書

近年の急速な情報通信技術の発展などに伴い、消費者と事業者との商取引が多様化し、新たな消費者トラブルも発生してきている。それぞれの購入方法や決済手段については、個別法による消費者保護の規制があるものの、多様化する商取引に規制が対応できていないためか、消費者からは全国各地の消費生活センターへ様々な相談が寄せられていることから、以下質問する。

一 事業者が提供するインターネットなどでの取引について、事業者側からの一方的な通知によりサービスの廃止、又は約款や規約の不利益な変更が行われる事例がある。令和二年四月施行の改正民法により、定型約款に関する規定が新設され、事業者はこうした変更を行う場合において、消費者から請求があれば、遅滞なく変更後の定型約款を示さなければならないこととなる。

1 事業者は定型約款を契約の内容とする旨を消費者に示しておけば、事前に内容を開示しなくても合意したものとみなされるが、消費者にとって不利な条件を隠しておくことも可能となるのではないか。

2 事業者が約款の変更をインターネットなどで周知するだけでよくなることから、事業者側からの一方的な取引条件の変更が更に行われるのではないか。

3 定型約款に関する規定が消費者の不利にならないよう、消費者契約法において約款を事前に開示することを義務付け、加えて約款の変更箇所を新旧対照条文で明示するよう規定すべきではないか。

二 インターネット上には、広告主でない企業名が用いられたバナー広告、実際は未確保の格安商品を列挙したバナー広告が存在する。こうしたバナー広告は、おとり広告としていわゆる景品表示法第五条に基づく措置命令の対象となる。

1 海外の事業者及び海外にサーバーを置いた事業者による日本人向けのバナー広告については、こうした措置命令の対象となるか。

2 消費者庁は措置命令に至らない事案について、行政手続法第二条第六号に基づき指導を行うと聞く。こうした指導については、海外の事業者及び海外にサーバーを置いた事業者は対象となるか。

3 措置命令の対象となった海外の事業者による個人情報の取得に対して制裁金を課す等の欧州連合（EU）の一般データ保護規則（GDPR）を参考に、我が国も何かしらの海外事業者への対策を検討すべきではないか。

三 健康食品について、健康保持増進効果が実証されていないにもかかわらず、効果があるかのように示さ

れた商品が存在する。こうした表示を健康食品の製造者及び販売者が行った場合、健康増進法第三十一条第一項又は景品表示法第五条第一号違反となる。

1 アフィリエイトター又はインフルエンサーなどの個人、並びに広告代理店又はアフィリエイトサービスプロバイダなどの法人は、商品の製造者又は販売者から請け負ったインターネット上の広告等について、健康増進法の行政処分の対象となると聞く。平成二十八年以降、広告を請け負った個人及び法人について処分件数及び概要を取りまとめているのであれば内訳及び主な事例を示されたい。

2 景品表示法の規制対象は、製造者又は販売者に止まると聞く。健康増進法と同様に、規制対象を「何人も」に変更することで、広告を請け負った個人及び法人を行政処分の対象とすべきではないか。

右質問する。