

特集

2 インターネット取引における消費者保護法制度の現状と課題



壇 俊光 Dan Toshimitsu 弁護士(大阪弁護士会)

北尻総合法律事務所。日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員。中小企業診断士、情報セキュリティスペシャリスト等の資格を保有。著書・論文に『プロバイダ責任制限法における発信者情報開示の実務的な問題』(情報ネットワークローレビュー第6巻87ページ)他

インターネット取引の増加とトラブル

国内のBtoC-EC(消費者向け電子商取引)は、年々増加しています。経済産業省の調査によると、2014年の市場規模は12.8兆円を超えたとされています*1。これは、1998年(平成10年)(約645億円)の同調査の200倍以上という急成長です。

このような、電子商取引(インターネット取引)が急速に発展した理由として考えられるのは、インターネットが次のような特徴を通じて消費者に貢献してきたということです。まず、個人が情報の発信者になることが可能になりました(双方向性)。また、多くの情報を迅速に得ることが可能になりました(高速性)。そして、インターネットを通じた国際的な交流が可能になりました(国際性)。

しかし、インターネットはその特徴を活かして消費者に利便性をもたらした反面、その特徴を悪用した多くのトラブルも生み出しました。全国の消費生活センターに寄せられたインターネット取引についての相談件数が2010年で155,963件から、2014年で243,781件と増加していることから裏づけられます*2。

*1 経済産業省商務情報政策局情報経済課「平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」
http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/ie_outlook.html

*2 http://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/internet2.html
(2015年7月31日現在)

なぜトラブルが増加しているのかというと、インターネット取引は、多くの場合、①商品を確認できない(不可視性) ②取引の相手を確認できない(匿名性)ので、トラブルが生じやすいということがあります(もっとも、インターネットは広告手段や連絡手段として使われているだけで、インターネットが悪いというわけではないのですが)。このように「功罪」をもたらしたインターネット取引ですが、消費者を保護する法的制度はあるのでしょうか。

インターネット取引と消費者保護

インターネット取引の消費者保護といっても、方法は、①被害にあわないように注意する ②悪質業者がいないか監視する ③被害にあったときに、事業者に対して民事上の請求を行う ④刑事告訴や行政処分等の公的なサンクション(制裁)を行う、しかありません。

しかし、インターネット取引を行う事業者は、非常に多数で監視できませんし、また、公的機関は、お世辞にも現在のネット社会に対応できているとは言い難い状況です。

すると、被害にあわない法制度と、被害救済を可能にする法制度が、インターネット取引における消費者保護にとって、特に重要になりますが、それすら十分でないのが現状です。

表示義務と消費者保護

特定商取引法11条では事業者の広告について表示義務が定められており、12条では誇大

広告の禁止が規定されています。

特定商取引法

(通信販売についての広告)

第11条 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、主務省令で定めるところにより、当該広告に、当該商品若しくは当該権利又は当該役務に関する次の事項を表示しなければならない。(以下省略)

(誇大広告等の禁止)

第12条 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品若しくは当該権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項(第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。)その他の主務省令で定める事項について、著しく事実と相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

事業者の広告上の表示義務は、販売価格等に限定されています。しかし、インターネット取引の多くでは、消費者は商品・役務を確認できないため、商品・役務についての知識が不足しています。重要な不利益事項を隠されたままでは、適切な判断ができません。

日本弁護士連合会(以下、日弁連)は、2012年2月に「インターネットを用いた商取引における広告の適正化を求める意見書」*3を消費者庁等に提出し、特定商取引法を改正し「重要不利益事項」の表示義務を設けるように求めました。

これは、分かりやすくいえば、サクラサイトであれば、「サクラを使っています」と表示する義務を認めるべきということです。

しかし、このような提言に対して、消費者庁はいまだに消極的です。

民事的な救済手段について

民事的な救済については、まず、悪質な契約による拘束から解放されることが必要で、解除や取消し等が必要です。

特定商取引法15条の2では、8日間の契約の解除等が認められています。

特定商取引法

(通信販売における契約の解除等)

第15条の2 通信販売をする場合の商品又は指定権利の販売条件について広告をした販売業者が当該商品若しくは当該指定権利の売買契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は売買契約を締結した場合におけるその購入者(次項において単に「購入者」という。)は、その売買契約に係る商品の引渡し又は指定権利の移転を受けた日から起算して8日を経過するまでの間は、その売買契約の申込みの撤回又はその売買契約の解除(以下この条において「申込みの撤回等」という。)を行うことができる。ただし、当該販売業者が申込みの撤回等についての特約を当該広告に表示していた場合(当該売買契約が電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律(平成13年法律第95号)第2条第1項に規定する電子消費者契約に該当する場合その他主務省令で定める場合にあつては、当該広告に表示し、かつ、広告に表示する方法以外の方法であつて主務省令で定める方法により表示していた場合)には、この限りでない。

*3 http://www.nichibenren.or.jp/activity/document/opinion/year/2012/120217_2.html

しかし、これは事業者が契約の解除等ができない旨の規定を、ホームページ等に表示していた場合は、解除できないという何とも抜け穴の多い規定になっています。さらに、問題は広告を誤信した場合です。特定商取引法は、誇大広告等の禁止はありますが、その違反行為について、解除等の措置がありません。

これに対して、消費者契約法4条は不実告知による勧誘があった場合について取消権を認めています。特定商取引法の広告がこれに該当するかについて、広告と勧誘は別であるとする考え(消費者庁)、広告であっても勧誘に該当する場合があるとする考え(こちらの方が一般的)があり実務的に定まっていません。

日弁連はこの問題を解決するべく、特定商取引法でも不実告知や重要不利益事実不告知等の場合の解約権を規定するよう意見書^{*3}を消費者庁に提出しましたが、消費者庁はこの問題についてもいまだに消極的です。

相手方特定の問題

インターネット取引で民事的な救済を求める際に問題になるのが相手方の特定です。

インターネットの広告では、事業者の住所や連絡先が記載されていないこともあったり、書かれていても架空の住所であることは珍しくありません。実際の物流を伴う取引であれば、物流業者を通じてある程度相手方を特定することができますが、情報商材等のネット内で完結する取引の場合、相手方を特定するには、インターネット接続プロバイダ等に対して、保有している通信相手(事業者)の情報を開示させることが重要となります。

現在、通信の送信者の情報を開示させる法律として、「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」(略して「プロバイダ責任制限法」)。以下、プロ責)があります。プロ責4条1項では発信者情報開示請求権が定められています。

プロバイダ責任制限法

(発信者情報の開示請求等)

第4条 特定電気通信による情報の流通によって自己の権利を侵害されたとする者は、次の各号のいずれにも該当するときに限り、当該特定電気通信の用に供される特定電気通信設備を用いる特定電気通信役務提供者(以下「開示関係役務提供者」という。)に対し、当該開示関係役務提供者が保有する当該権利の侵害に係る発信者情報(氏名、住所その他の侵害情報の発信者の特定に資する情報であって総務省令で定めるものをいう。以下同じ。)の開示を請求することができる。

- 一 侵害情報の流通によって当該開示の請求をする者の権利が侵害されたことが明らかであるとき。
- 二 当該発信者情報が当該開示の請求をする者の損害賠償請求権の行使のために必要である場合その他発信者情報の開示を受けべき正当な理由があるとき。

ただし、プロ責による発信者情報開示請求権は、過度に通信の秘密を重視しており、「特定電気通信による情報の流通によって」「自己の権利が侵害されたとき」についてのみ認められており、開示される情報も総務省令で特定の情報に限定されています。

そして、「特定電気通信」とは「不特定の者によって受信されることを目的とする電気通信」と規定されており、総務省はメール等の通信を含まないとしています^{*4}。また、「自己の権利が侵害された」場合は、情報の流通により権利が直接侵害されない場合を含まないという考えが、総務省下の「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」の「プロバイダ責任制限法検証WG」から出されており^{*5}、プ

^{*4} 総務省総合通信基盤局消費者行政課「改訂増補版 プロバイダ責任制限法」(第一法規出版)

ロバイダ等もこれに従った運用をしているため、詐欺事案等の場合は開示請求ができないのが現状です。

このような、「通信の秘密教条主義」とでもいうべき考えに対して、日弁連は、『「プロバイダ責任制限法検証に関する提言(案)」に対する意見書」(2011年6月)*⁵「プロバイダ責任制限法改正についての要望書」(2013年11月)*⁷を提出して法改正を求めていますし、「消費者の救済のための発信者情報開示制度に関する意見書」(2010年11月)*⁸を消費者庁に提出して、特定商取引法に消費者保護のための開示制度を規定すべきことを提言していますが、この点についても消費者庁はまったく関心を示していません。

決済手段についての法規制

インターネットそれ自体は課金システムを有していません。そのため、決済手段は、銀行振込、代金決済、ウェブマネー、クレジットカード等を用いるのが一般的です。

私としては、クレジットカード決済による取引が増加したこと、消費者がクレジットカードの情報をインターネットで送信することへの抵抗感が薄らいだというのが、この10年間で大きく変わった点であると考えております。

このクレジットカード決済について、もし、悪質業者は利用できないようにする等の制度があれば、インターネット取引における被害の水際防止が可能となります。

この点、日本の信販会社であれば、行政庁による通達や要請により、クレジット業界団体を通じた指導加盟店審査義務があります。しかし、

悪質業者のなかには、決済代行会社を通じて、加盟店審査が十分でない海外の信販会社と契約することによりカード決済を可能にする方式(決済代行会社を利用したノンオンアス方式)によりカード決済を可能にしている事業者(☒)もあり、これに対する有効な対策はなされていません。

また、インターネット取引は、1回払いであることが多く、割賦販売法の抗弁の接続の主張ができない場合が多いのも問題となっています。

まとめ

特にインターネット取引の多くは、システムの一部を変更することで、簡単に同様のサービスを始めることができるため、悪質な事業が本格的に流行する前に、対策をとることが、被害拡大防止のために特に重要です。

しかし、インターネット取引における消費者保護については、民事的な救済手段も、行政等の対応も十分とは言い難いのが現状です。消費者保護のための法整備が求められています。

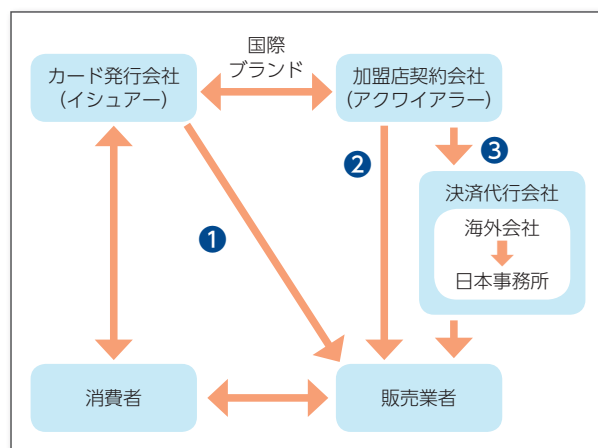


図 クレジットカード発行会社とカード加盟店、決済代行会社の関係*

- ①カード発行会社(イシューアー)自身が直接的に加盟店契約を締結している販売業者とのクレジット契約(オンアス方式)
- ②国際ブランドを通じて提携関係のある加盟店契約会社(アクワイアー)との間で加盟店契約を結ぶ販売業者とのクレジット決済(ノンオンアス方式)
- ③アクワイアーの包括加盟店(決済代行会社)を通じて、その先の販売業者等とのクレジット決済(決済代行会社を利用したノンオンアス方式)

*シンポジウム「消費者法の課題と展望Ⅴ 悪徳商法に利用されない決済制度の確立を目指して～消費者トラブルの国際的対応も交えて～」配布資料を参考に作成。
http://www.nichibenren.or.jp/library/ja/event/data/2012/event_siryou_120707.pdf

* 5 プロバイダ責任制限法検証WG提言(2011年6月)
http://www.soumu.go.jp/main_content/000134914.pdf

* 6 <http://www.nichibenren.or.jp/activity/document/opinion/year/2011/110630.html>

* 7 <http://www.nichibenren.or.jp/activity/document/opinion/year/2013/131106.html>

* 8 http://www.nichibenren.or.jp/activity/document/opinion/year/2010/101116_2.html