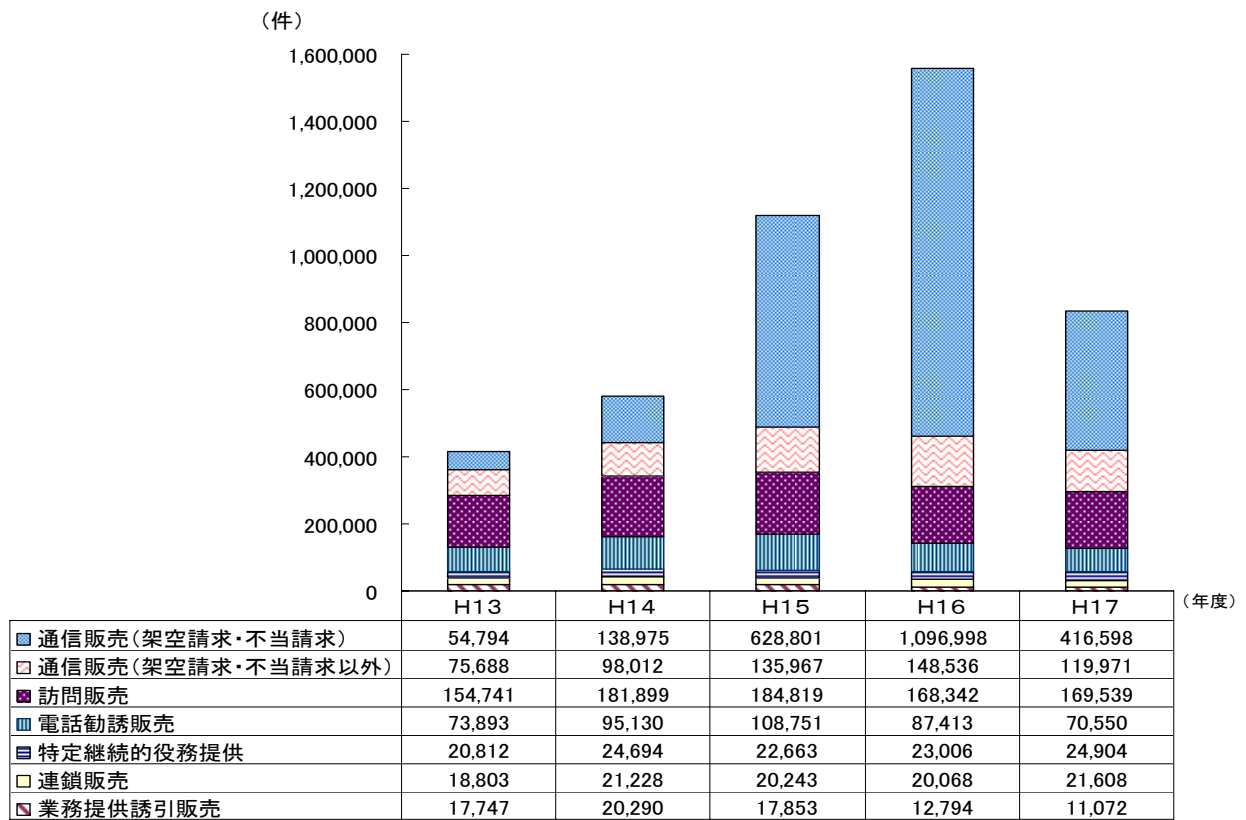


通信販売をめぐる現状等に関する参考資料

1. 通信販売をめぐるトラブル等の概況

○ 通信販売に関しては、相談件数が多いが、平均契約金額やトラブルに遭ったときの被害金額は比較的低いという特徴がある。

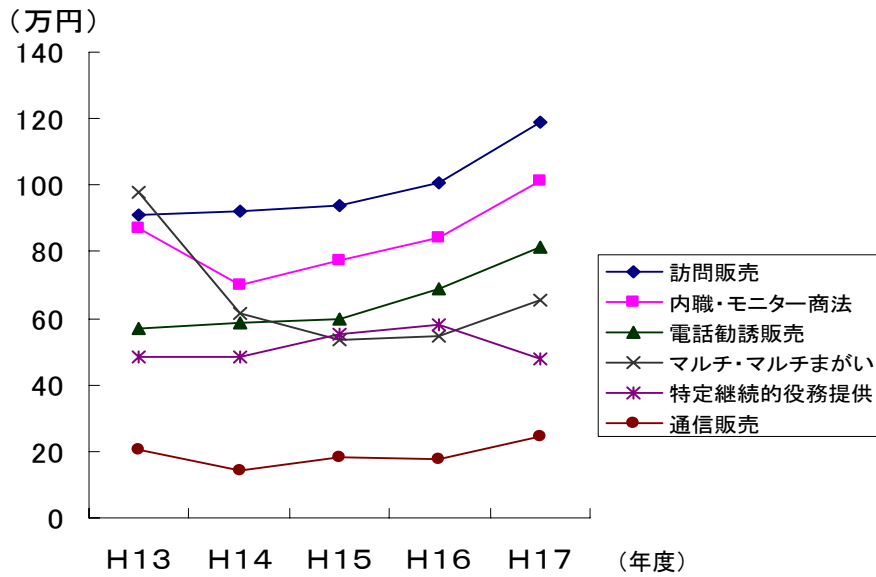
○特定商取引（※）に関する相談件数の推移（販売形態別）



【出典】 国民生活センターデータ（P I O-N E T）をもとに経済産業省作成

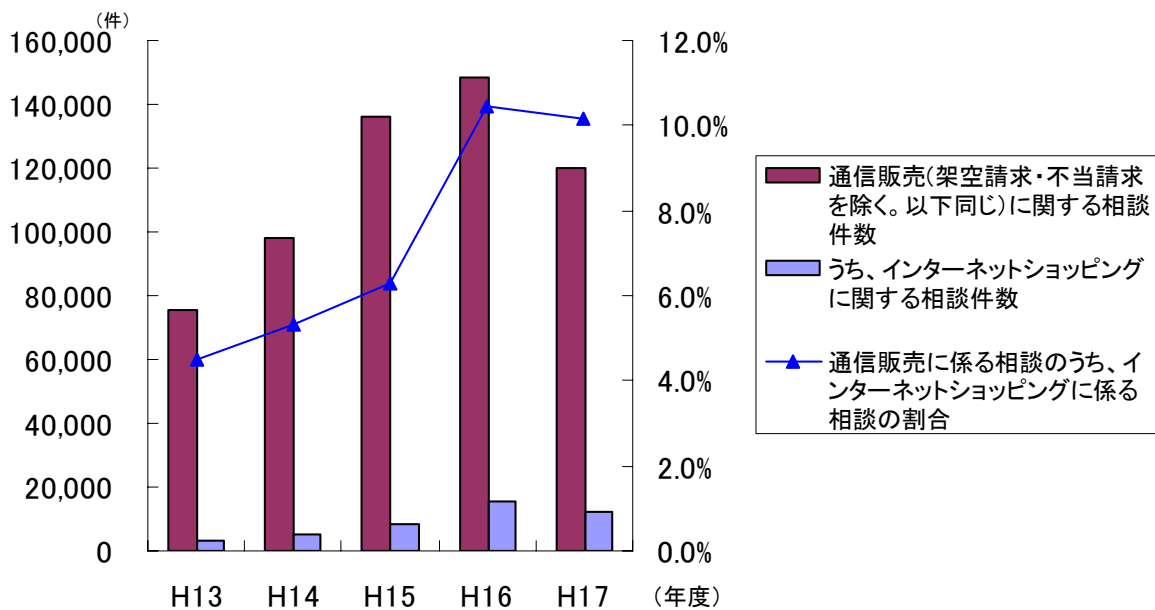
※ ここで、「特定商取引」とは、国民生活センター（P I O-N E T）において、「訪問販売」、「電話勧誘販売」、「通信販売」「マルチ・マルチまがい取引」「内職・副業」「モニター商法」、「エステティックサービス」、「外国語・会話教室」、「家庭教師」、「学習塾」、「パソコン・ワープロ教室」、「結婚相手紹介サービス」として分類されているものの合計を指す。

○販売形態別平均契約金額の推移



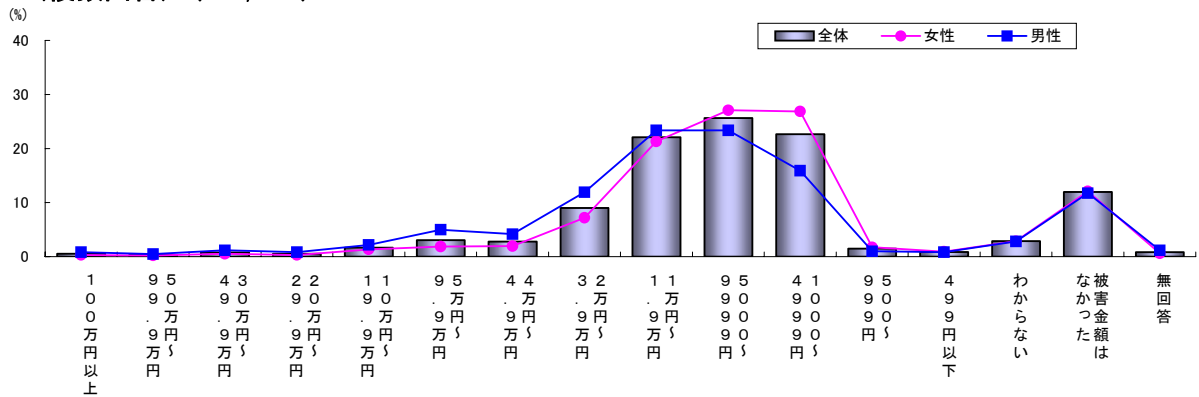
【出典】国民生活センターデータ（PIO-NET）をもとに経済産業省作成

○通信販売及びインターネット通信販売に関する相談件数と割合



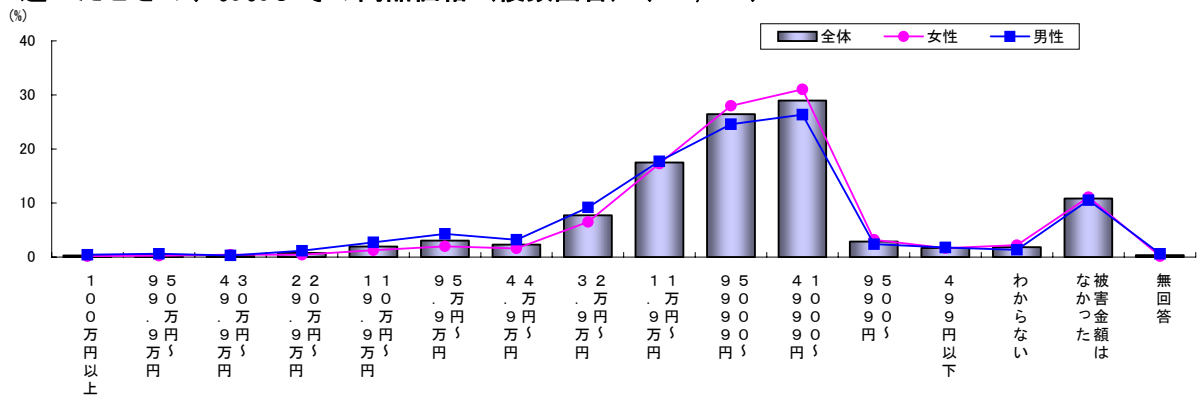
【出典】国民生活センターデータ（PIO-NET）をもとに経済産業省作成

○ インターネット以外の通信販売で1年以内にトラブルに遭ったときの、おおよその商品価格 (複数回答) (n=1,579)



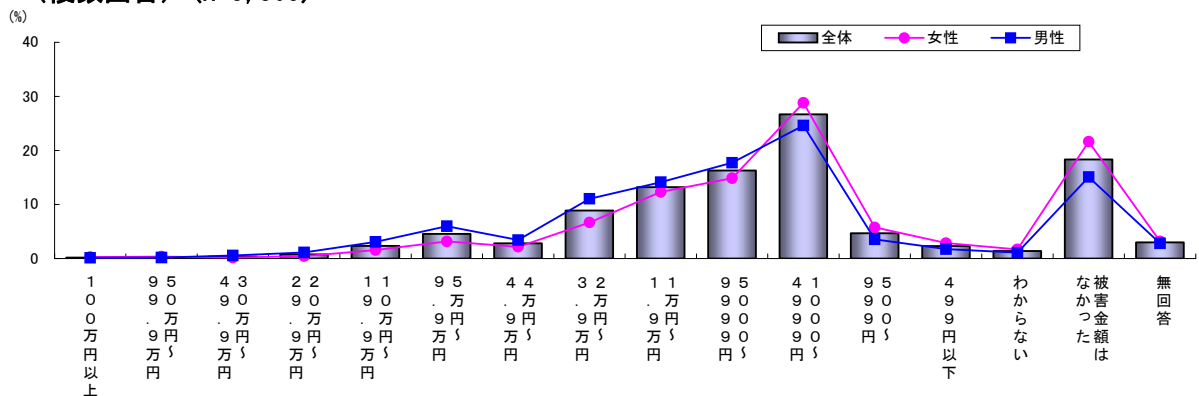
【出典】経済産業省インターネットアンケート調査(平成19年3月)

○ インターネット通信販売(インターネット・オークションを除く)で1年以内にトラブルに遭ったときの、おおよその商品価格 (複数回答) (n=2,990)



【出典】経済産業省インターネットアンケート調査(平成19年3月)

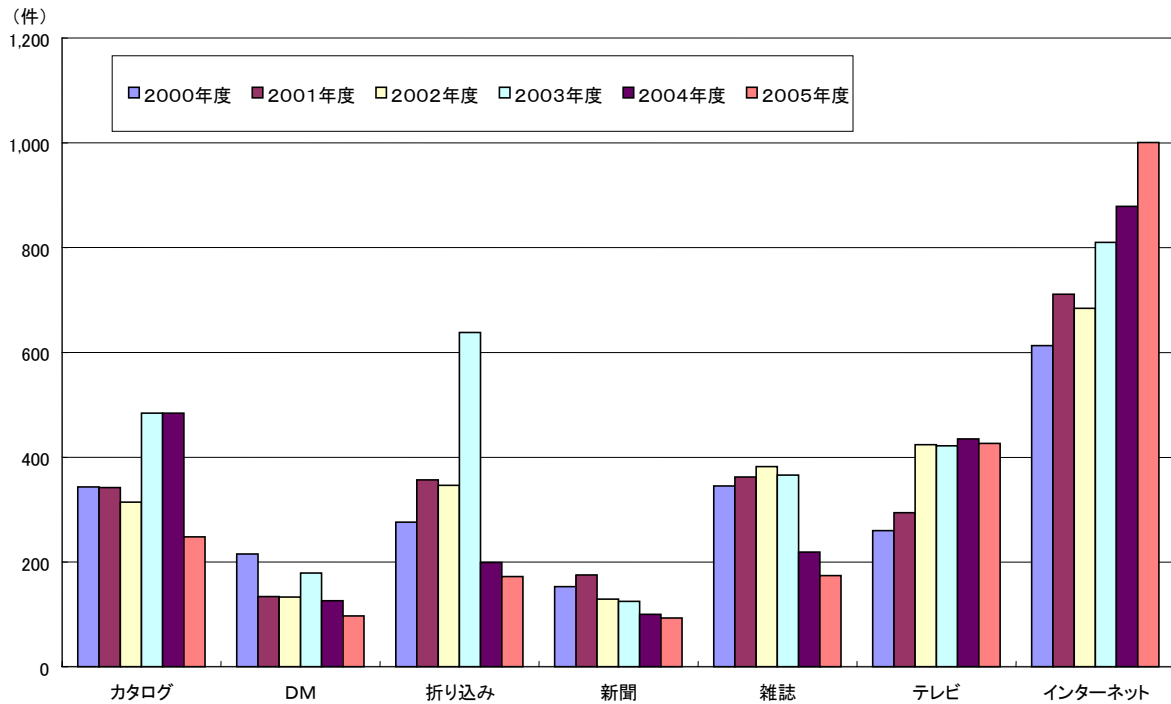
○ インターネット・オークションで1年以内にトラブルに遭ったときの、おおよその商品価格 (複数回答) (n=3,305)



【出典】経済産業省インターネットアンケート調査(平成19年3月)

- インターネット通信販売をめぐる相談件数は年々増加傾向。
- 特に、インターネット・オークションにおけるトラブルのある消費者の割合は、2割に達している。

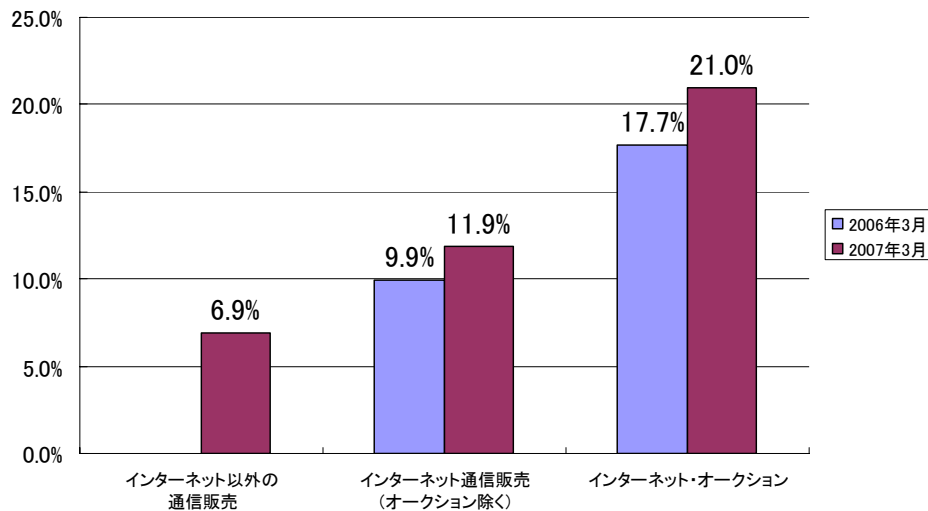
○ 通信販売の媒体別の相談件数の比較



【出典】 社団法人日本通信販売協会「通販 110 番」

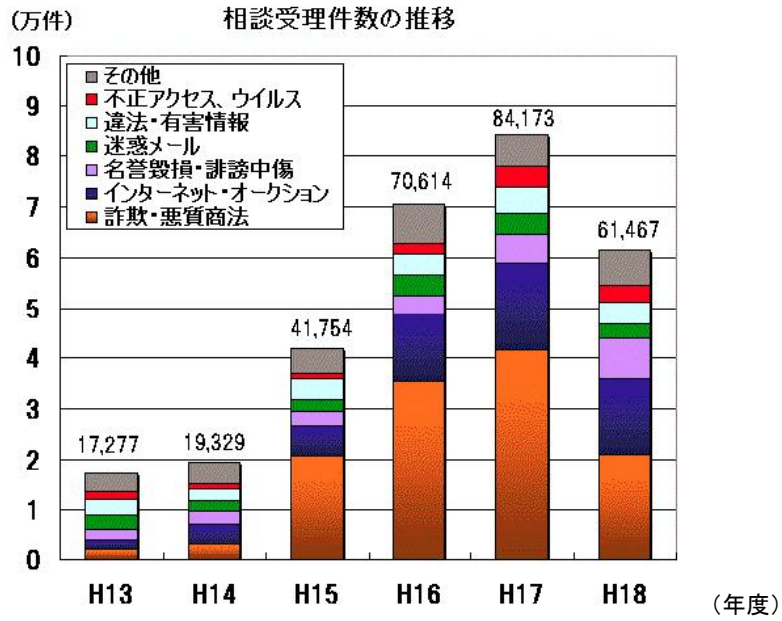
○ 過去 1 年におけるトラブル経験のある消費者の割合

※ インターネットアンケートにおいて、過去 1 年に各々の通信販売を利用したことがあると回答した者のうち、過去 1 年にトラブル経験があると回答した者の割合

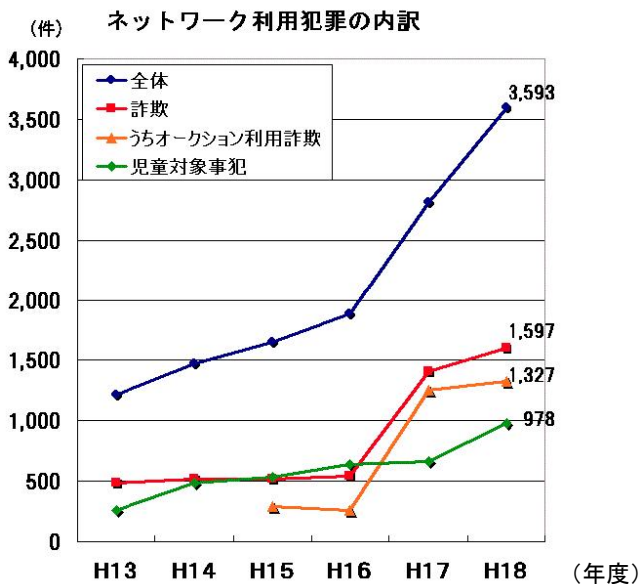


【出典】 経済産業省インターネットアンケート調査 (平成 17 年度調査 : n=10343、平成 18 年度調査 : n=25838)
 (なお、インターネット以外の通信販売については、平成 18 年度の調査結果のみ)

- インターネット・オークションに関する犯罪相談も増加傾向。
- ネットワーク利用の詐欺の検挙件数の中では、インターネット・オークションに係るものが83%を占める。



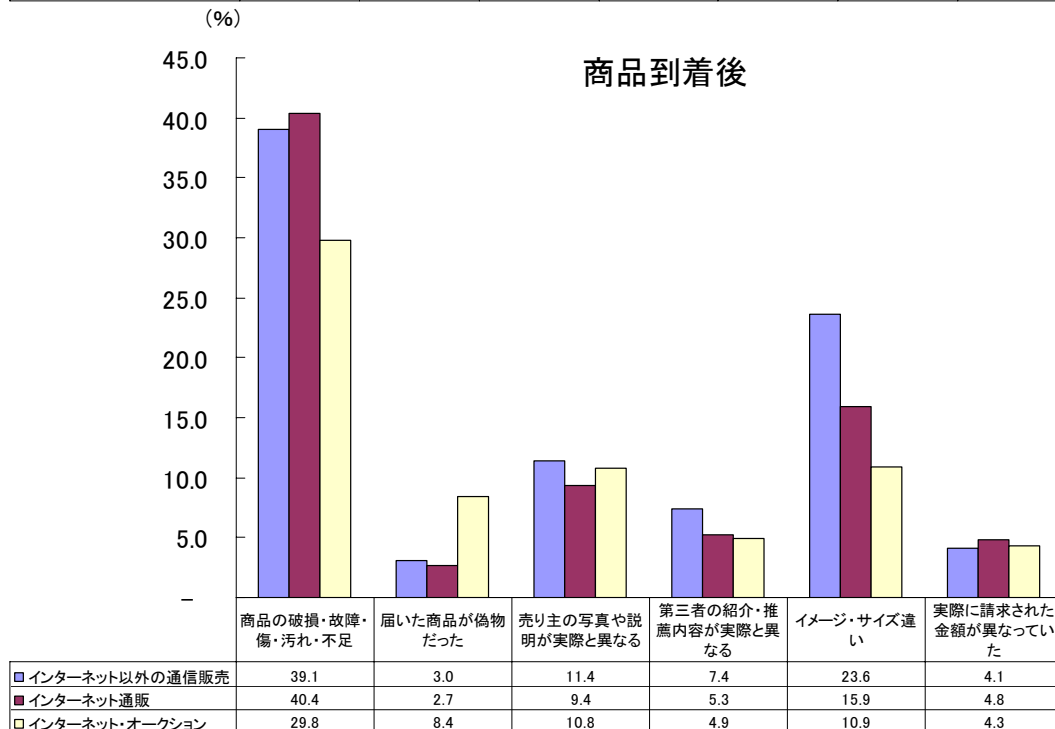
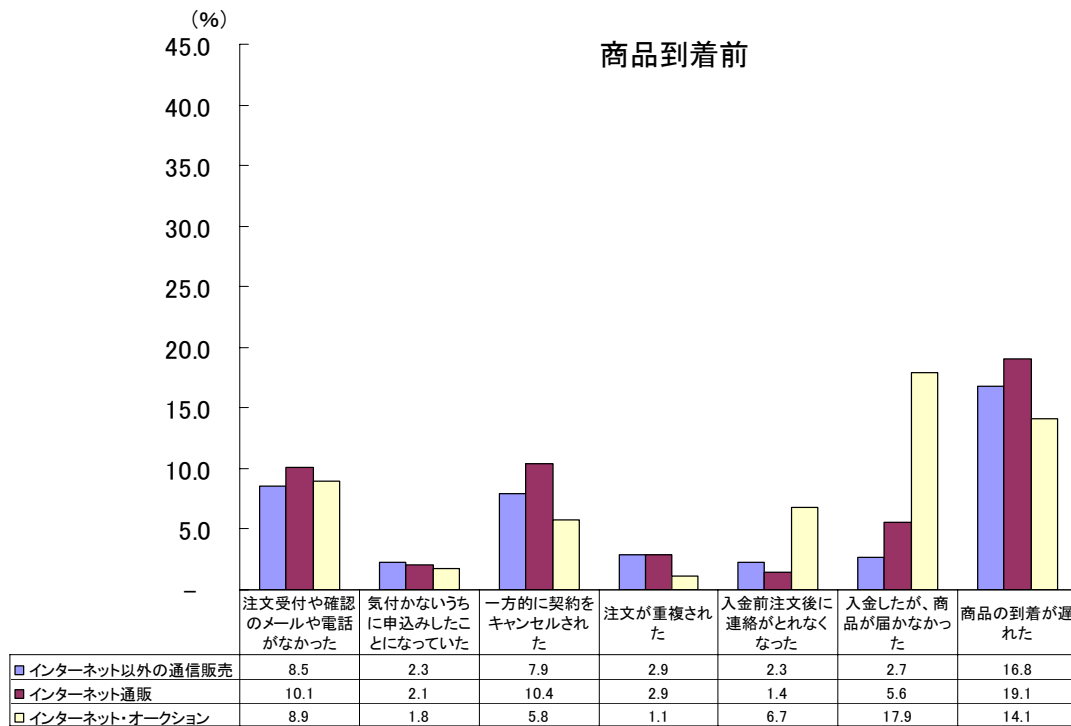
【出典】警察庁「平成18年のサイバー犯罪の検挙及び相談状況について」
<http://www.npa.go.jp/cyber/statics/h18/pdf34.pdf>



【出典】警察庁「平成18年のサイバー犯罪の検挙及び相談状況について」
<http://www.npa.go.jp/cyber/statics/h18/pdf34.pdf>

- トラブル内容を見ると、「商品の破損、故障、傷、汚れ、不足」「商品の到着が遅れた」「イメージ・サイズ違い」という内容が多い。
- 特に、インターネット・オークションでは、他の種類の通信販売に比較して、「入金したが、商品が届かなかった」、「連絡が取れなくなった」、「届いた商品が偽物だった」といった内容が多くなっている。

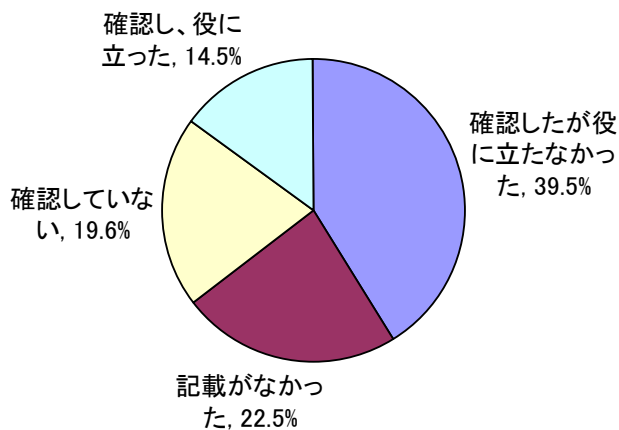
○ 過去1年以内に各々の通信販売を行った人のうち、各種のトラブルに遭遇した人のトラブル内容別の割合（複数回答）



【出典】 経済産業省インターネットアンケート調査(平成19年3月)

2. 返品に関するトラブル等の現状

Q. トラブルに遭った際、契約前に返品特約等について確認をしていましたか。(n=770)



【出典】経済産業省インターネットアンケート調査(平成19年3月)

○返品に関する消費者相談の事例（経済産業省消費者相談室）

- ・ インターネット通信販売会社XのHPを見て、子供用水着を電話で申し込んだ。商品到着後、子供に水着を着せてみたら思ったよりも小さかったため、電話で返品したいと申し出たところ、「お客様都合による返品は受け付けていない」と言われた。HPや納品書には返品についての記載が一切ないため、「返品できないとは書かれていなかったではないか」と指摘すると、「インターネット通信販売では返品できないのは暗黙の了解だ」と言われた。本当に返品できないのだろうか。
- ・ インターネットの通信販売で注文後、事業者へ返品を申し出たが「返品は一切受け付けない。」と言われた。広告には一切そのような事は記載されておらず、購入申込み画面でも返品特約の有無について確認できない。当該事業者のホームページの画面を、ずっとスクロールしていくと、一番下の方のとてもわかりづらいところに「会社概要」という表示があり、そこをクリックすると初めて「返品は一切受け付けていません」との表示が確認できるような状態である。

○通信販売における返品に係る諸外国のルール概要

	韓国	イギリス	ドイツ	フランス	米国（カリフォルニア州）
返品可能期間 (原則)	商品・サービスの引き渡しから7日間。	商品到着時から7営業日。	商品到着時から2週間。(サービスは契約締結日から)	商品到着時から1週間。	
適用除外の場合	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の責めに帰すべき事由で滅失・既存した場合 ・一部使用し価値が著しく減少した場合 ・CD, DVD等の商品を開封した場合 	<ul style="list-style-type: none"> ・CD, DVD等の商品を開封した場合 ・サービスが同意の上、開始された場合 ・特注・あつらえ品 ・価格が変動している商品 ・雑誌・新聞 ・賭け事 	<ul style="list-style-type: none"> ・性質上、返品に適しないもの(コンテンツDLなど) ・特注・あつらえ品 ・賞味期限等が切れた商品 	<ul style="list-style-type: none"> ・CD, DVD等の商品を開封した場合 ・サービスが同意の上、開始された場合 ・特注・あつらえ品 ・雑誌・新聞 	返品ルールはない (ただし、販売者は、返金及び返品規定を開示しなければならない)
送料負担	原則として消費者負担(表示・広告が異なっていた場合は事業者負担)	契約による	事業者負担(少額の場合は消費者負担)	消費者負担	

【出典】各種調査をもとに経済産業省作成

3. 決済方法に関するトラブル等の現状

○ よく利用する決済方法と商品未到着のトラブルに遭ったときの決済方法

■ 決済方法（通販）

	郵便振替<前払い>	コンビニ決済<前払い>	銀行振込<前払い>	銀行振込<後払い>	代引き<代金引換>	クレジットカード払い	コンビニ決済<後払い>	郵便振替<後払い>	エスクロー	現金書留	その他	無回答
①よく利用する決済方法	9.8	7.3	19.2	12.8	31.6	52.3	31.1	18.8	0.3	0.9	0.8	13.2
②トラブルに遭ったときの決済方法	13.6	9.1	22.7	9.1	13.6	18.2	4.5					
②/①	1.38	1.24	1.18	0.71	0.43	0.35	0.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

■ 決済方法（ネット通販）

	銀行振込<前払い>	クレジットカード払い	郵便振替<前払い>	コンビニ決済<前払い>	代引き<代金引換>	銀行振込<後払い>	コンビニ決済<後払い>	ヤフーかんたん決済	郵便振替<後払い>	エスクロー	現金書留	携帯課金	電子マネー	その他	無回答
①よく利用する決済方法	24.4	68.5	10.4	9.7	35.4	12.1	26.2	8.4	14.7	0.3	0.6	0.4	3.2	0.7	4.4
②トラブルに遭ったときの決済方法	33.8	42.7	3.8	3.2	6.4	1.3	1.9	0.6	0.6				2.5	3.2	
②/①	1.39	0.62	0.37	0.33	0.18	0.11	0.07	0.07	0.04	0.00	0.00	0.00	0.77	4.40	0.00

■ 決済方法（オークション）

	銀行振込<前払い>	現金書留	郵便振替<前払い>	電子マネー	銀行振込<後払い>	エスクロー	コンビニ決済<前払い>	ヤフーかんたん決済	クレジットカード払い	コンビニ決済<後払い>	代引き<代金引換>	郵便振替<後払い>	その他	携帯課金	無回答
①よく利用する決済方法	35.1	0.5	19.9	1.1	4.2	0.6	1.9	20.5	16.4	2.3	15.4	3.2	1.1	0.1	41.5
②トラブルに遭ったときの決済方法	71.6	0.4	11.7	0.4	1.4	0.2	0.5	5.1	3.7	0.4	1.8	0.4	2.6		
②/①	2.04	0.78	0.59	0.37	0.34	0.32	0.27	0.25	0.23	0.17	0.12	0.12	2.38	0.00	0.00

【出典】経済産業省インターネットアンケート調査（平成19年3月）（n=25838）

○ インターネット・オークションにおける決済方法と、通信販売に係る決済方法に関する規制についての諸外国との比較

	日本	米国	イギリス	フランス	ドイツ	韓国
よく設定する決済方法	銀行振込 (前払い) 74%	PAYPAL 79%	—	—	—	クレジットカード 71%
よく選択する決済方法	銀行振込 (前払い) 56%	PAYPAL 78%	—	—	—	クレジットカード 74%
通販に係る決済方法に関する規制	なし	なし	なし	なし	なし	10万ウォン以上の前払い決済の場合、消費者はエスクロー又は保険を選択できる

【出典】経済産業省調査（平成18年3月）

4. 虚偽・誇大広告に関するトラブル等の現状

○ 特定商取引法に基づく通信販売に関する行政処分件数

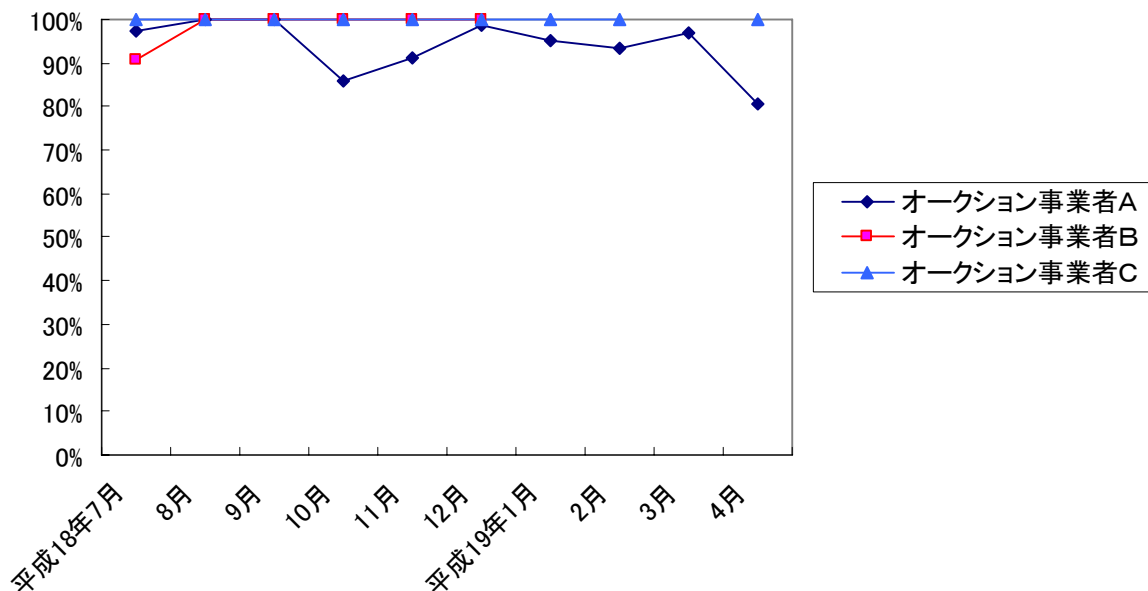
年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度
処分件数	1	2	1	5	2
うち虚偽・誇大広告	1	1	1	3	2
処分対象	資格講座	化粧品	健康食品	枕・クッション 健康食品 出会い系サイト	出会い系サイト

○ 虚偽・誇大広告に関する相談事例（経済産業省消費者相談室）

- ・ ネット通販で、Xから液晶腕時計を購入した。商品広告には「優れた視認性」といった記載があったが、実際の商品の文字部分は広告画像の白色とは異なり、暗い灰色で非常に見づらいものだった。苦情を申し立てると、「当社のHP上に載せている画像はあくまでイメージであり、文字が見えるように加工して載せている。本件は返品・返金の対象外となる」と言われ、返品・返金に応じてもらえなかった。広告には画像を加工している旨の表示はない。
イメージと称して著しく性能を変化させる画像の加工は、禁止されている誇大広告に該当すると思われる。行政指導をしてほしい。
- ・ 申し出者の友人（女性）は、最近、目の周りのしみを気にしていたので、申し出者が、通信販売サイトAに掲載されていた事業者Xからクリームを購入し、プレゼントした。インターネット上の広告では、「しみに効く、顔に塗っても大丈夫」と記載されていたので、友人が、目の回りに塗り始めたところ、かえって、色素が沈着して、しみがひどくなった。友人は、当該クリームの発売元Yに電話して、事情を話したところ、「しみに使うものではない。目の周りには絶対に塗ってはいけない。返品に関しては、Xに言ってほしい。」と説明された。YもAに広告を出しているが、Xと同じ内容である。広告と説明が相違していることに納得できないが、今後どうしたらよいか。

5. インターネット・オークションにおける事業者の表示義務の遵守状況

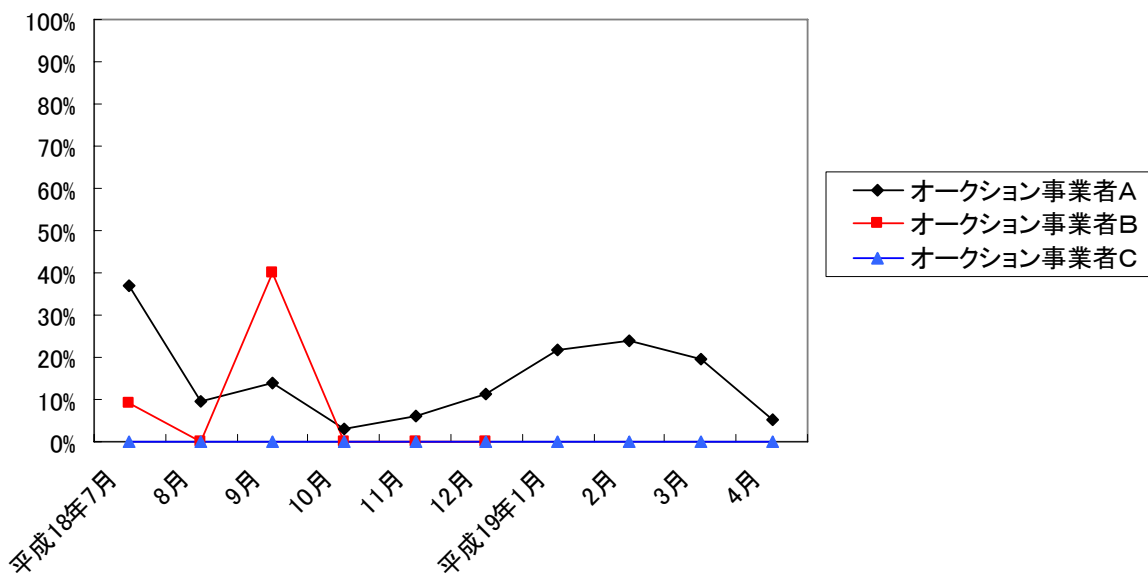
○ インターネット・オークションにおける当省モニタリングによる、販売業者のうち表示義務違反者の割合



【出典】経済産業省調査

- ※ 個人として出品しているが販売業者に該当する出品者を対象にモニタリングを実施している。以下も同じ。
- ※ データの集計方法の関係上、前月にカウントされたデータでも翌月分として計上されることがある。
- ※ オークション事業者Cの本年3月に関しては、モニタリングの範囲では、販売業者に該当する者は見受けられなかった。

○ インターネット・オークションにおける当省モニタリングによる、販売業者のうち表示義務違反ID公表者の割合



【出典】経済産業省調査

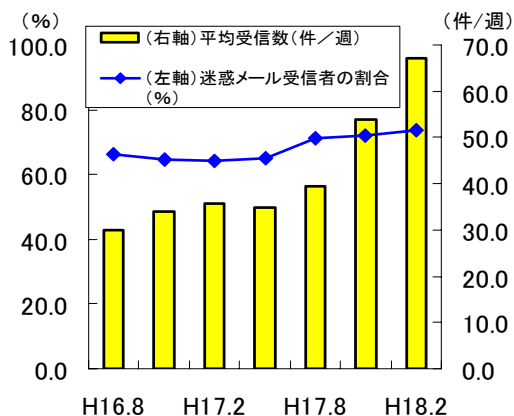
- ※ 月ごとの新規公表IDのみをカウントして計算。

6. 取引の場の提供等を行う事業者に係る諸外国の規制について

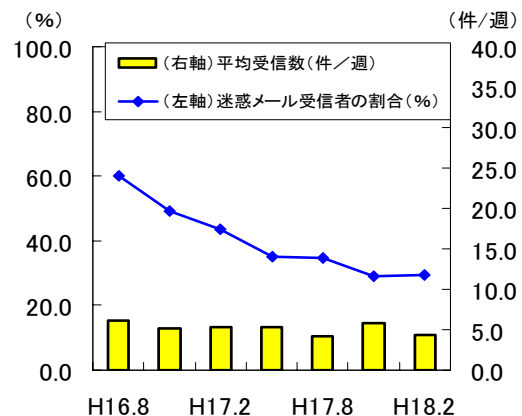
- 取引の場の提供等を行う事業者に対して、欧米諸国においては、事業者情報に関する表示義務のほかは、一部の国において、いくつかの事項（使用料、苦情申出等の手続等）に係る表示義務が課されているに留まっている。なお、それら義務も、取引の場の提供等を行う事業者としてではなく、一種の電気通信事業を行う者として課されているものがある。
- 一方で、韓国では、取引の場の提供等を行う事業者として、上記のような義務に加え、次のような義務が課されている。
 - ・ 販売業者（出店者、出品者等）の名称や連絡先等についての情報提供義務
 - ・ 販売業者の法律違反行為の是正に必要な措置を取ること（虚偽・誇大広告の削除等）への協力義務
 - ・ 一定の場合に、販売業者の故意又は過失によって消費者に発生した財産上の損害に対して、販売業者と連帯して賠償する義務

7. 広告メールに関する現状

○迷惑メールの受信状況（パソコン）



○迷惑メールの受信状況（携帯電話）



【出典】経済産業省調査

○経済産業省から ISP への通知件数

	16年度	17年度	18年度	合計
ISPへの通報件数	232	27,585	46,110	73,126
Webサイト違反	1	1,772	799	2,447
メール違反	231	25,813	45,311	70,679

○諸外国の広告電子メール規制（オプトイン／オプトアウト）の現状

米	英	仏	独	韓国
オプトアウト （携帯はオプトイン）	オプトイン	オプトイン	オプトイン	オプトアウト （携帯はオプトイン）

【出典】経済産業省調査及び総務省資料をもとに作成

※ その他、オランダのOPTA（Office of Post and Telecommunication Authority）によれば、同国では、オプトイン方式の採用に加え、迷惑メール執行のための調査対象範囲を拡大する法制を施行したことで、2004年から2006年にかけて、迷惑メールの量は、85%程度減少した。

※ また、いわゆるボット・ウィルスの拡散防止を図るプログラムの普及や、同ウィルスの発信源を特定する技術の開発等の技術的対応も重要である。

8. 販売業者と関連事業者との関係

○ 広告メール送信事業者の例

