

増えているインターネット通販トラブル

スマートホンの普及などに伴い、インターネット通信販売のトラブルが増えています。インターネット通販では、日常の生活用品から衣料品、高額なジュエリー、大型家具、自動車や住宅まで扱っています。

平成 29 年の日本国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、16.5 兆円（前年 15.1 兆円、前年比 9.1%増）に拡大しています。また、平成 29 年の日本国内のBtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は 317.2 兆円（出典・経済産業省）にのぼっています。それに伴いトラブルも急増しています。相談事例から利用時の注意点を紹介します。

相談事例

《事例1》お試しの美容液

広告を見てまつげ美容液を申し込んだ。初回代金はお試し価格で、送料は無料だった。代金はクレジットで支払った。お試しで自分には合わないのではやめようと思っていたところ、2週間もしないうちに2回目がポストに入っていた。電話してもなかなかつながらず、やっとつながったので「やめたい」と申し出たら「5回の定期購入になっている、途中解約はできない」と言われた。初めに5回定期購入と表示があれば申し込みしなかった。

同様の事例でシミ取り化粧品、ダイエットサプリ、筋肉増強や禁煙などがみられます。

《事例2》スマホで見つけた料理教室

4日間の講習だったが広告の内容と実際が違った。遠方から出向き交通費とホテル代もかかっている。少なかった実習分を返金してほしい。

《事例3》中古自動車

ネットで見つけた中古自動車。代金を現金払いしたが、いつまでたっても納車されない。広告には公正マークがついていた

《事例4》電力会社の撤退に伴い、電気の供給が止まるのではないかと不安に感じた

現在契約している電力会社が業務を終了するようだ。その電力会社が示した契約切替期限までに新たな電力会社との契約手続きを取らなければ電気が止まってしまうのではないかと。非常に不安だ。

《事例5》ブランド財布

広告を見て格安のブランド財布を申し込んだ。代金は指定された個人名の口座に振り込んだ。送られてきた財布はブランド品とはほど遠いものだ。返品・返金してほしい。

通信販売は特定商取引法に規定されている

通信販売は特定商取引法に規定され、原則すべての商品・役務が対象になります。広告で返品特約の有無についてわかりやすく表示することなどが規定されています。特約がない場

合は、商品を受け取った日を含めて8日間以内であれば返品できます。

通信販売を行う事業者にかかる特定商取引法の規制は以下のとおりです。違反した事業者は、行政処分および罰則の対象となります。

- 広告に事業者の住所、名称、電話番号、販売価格、代金の支払い時期と方法、商品の引渡し時期、返品特約の有無などを表示する義務がある
- 未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止
- 誇大広告等の禁止
- 未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止
- 前払い式通信販売の承諾などの通知
- 契約解除に伴う債務不履行の禁止
- 顧客の意に反して申込みをさせようとする行為の禁止

インターネット通販販売は、消費者がパソコンや携帯電話上に表示された画面上で必要な事項を入力して申込みのボタンをクリックすることで契約の申込みとなります。このことから、インターネット通信販売での14条1項2号の意味は、(1) クリックすることが有料の契約の申込みであることや申込み内容が容易に確認できない表示がなされていたり(省令16条1項1号)、(2) いったん入力した申込み事項の訂正ができなかったり、訂正の画面上での手続きが容易ではない場合(省令16条1項2号)を指します。消費者庁及び経済産業省では『インターネット通販における「意に反して契約の申込みをさせようとする行為」に係るガイドライン』(<http://www.no-trouble.go.jp/search/raw/pdf/20120401ra06.pdf>)で具体例を示しています。電子契約での確認・訂正の機会は、電子契約法の確認措置とも重なってきます。電子契約法では、電子消費者契約においては、消費者が申込みを行う前に、(1) 消費者の申込み内容などを確認する措置を事業者が講じた場合と(2) 消費者自らが確認措置が不要である旨の意思の表明をした場合を除き、操作ミスによる消費者の申込みの意思表示は消費者の重過失の有無を問わず無効とされます(電子契約法3条)。消費者に対して容易に確認・訂正の機会が与えられていないような画面構成をとっている場合には、顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為に該当するとともに電子契約法にいう確認措置を講じていないものと考えられます。

事例から注意点を考える

1. お試しのつもりが定期購入になっていて中途解約ができない、という苦情が多発しています。広告表示が消費者にはわかりにくいことが多く問題となっています。

お試しの意味がよくわかりません、しかしスクロールしていくと定期購入や返品の可否などが最後のほうに出ている例が多くあります。支払総額の表示の確認も必要です。広告表示を消費者がわかりやすい場所におけばトラブルは防げるはずです。

2. 料理教室は役務に当たります。教授する内容や時間金額など具体的な表示が必要と思われます。この相談の場合、具体的な内容や金額の明示がありませんでした。事業者には法の規定に基づいた表示を望みます。

3. 代金を受け取りながら商品を引き渡さないのは、債務不履行と言えます。契約解除が可能です。公正マークを表示しているのに公正とは言えません。

4. ブランド品と思って申し込んだが偽ブランドだった、という相談は多くあります。偽ブ

ランド品の売買はできません。警察に相談しましょう。

安心してインターネット通販を利用するために

特定商取引法は、通信販売についてはもっぱら契約成立に至るまでの予防的ルール、広告・表示に関するルールを定めているにすぎません。通信販売は販売業者と直接対面してのアプローチはしにくく、一度トラブルになるとその解決が困難な場合が多いものです。

消費者は、限られた情報の提供しかされないのですから、販売事業者等が信用できるのか、特定商取引法で表示が求められる事項とともに利用規約など契約条件がどのように定められているのかを十分に確認し、商品等についても積極的に広告以外の情報収集をし、契約時の契約画面などをプリントアウトして保存しておくことがトラブル時の解決に役立ちます。通信販売の利便性だけで注文するのではなく取引のリスクにも気を配ることが必要です。

(参考 経済産業省 東京都暮らしWEB 他)