

### デジタルプラットフォームが介在した消費者間取引のトラブルと問題点

インターネットで行うフリーマーケットやネットオークションでの取引は、消費者に広く受け入れられ取引が増加していますが、それに伴いトラブルも増えています。取引の当事者が消費者同士なので、消費者保護規定のある消費者関連法の適用がなく、トラブル解決が難しくなっています。

#### <相談事例1（ネットオークション）>

「12万円相当の新型ノートパソコン、ほとんど未使用」という表示を見て、ネットオークションで落札し、代金4万円はクレジットカード払いとした。届いたのは10年以上前に製造された製品で、バッテリーもなく使えない。契約解除したいが出品者と直接連絡が取れない。オークション運営サイトに苦情は伝えているが何の助言もない。代金が間もなく引き落とされてしまう。

#### <相談事例2（オンラインフリーマーケット）>

フリマアプリを利用してヘッドフォンを購入した。到着後品物をよく確認しないまま「商品確認サイン」をしてしまった。使い始めたが作動しなかった。代金は支払い済みだが返品返金はできないか。フリマアプリ運営会社に相談したが、自主交渉するようにといわれた。相手とは連絡が取れない。

## ■処理経過

事例1, 2とも、デジタルプラットフォーム運営者を介した、事業者ではない消費者対消費者※1の契約です。消費者相談室は、事業者に相談者の事案の調査依頼やトラブルにあった個人への助言はできますが、個人の取引当事者間に入つてのあっせんはできません。

今回は、デジタルプラットフォーム運営者に対して、トラブル解決に向けて支援依頼と消費者へはデジタルプラットフォーム運営者にどのように説明したらいいか等自主交渉の仕方を助言するにとどまりました。

Aオークションサイト規約には、「お客様の取引及び商品等の内容には一切関与しない、商品等の品質、安全性、信頼性について保証しない、取引の相手方に個人情報を開示する義務はない」と記載されています。

Bフリマ運営事業者会員規約には、「商品問題なしと確認したら出品者にお金を払う、出品者と購入者との商品等に関するトラブルは当事者間で解決する、事業者の判断により協議に入ることができると」記載されています。（規約はA、Bとも一部抜粋・概略）

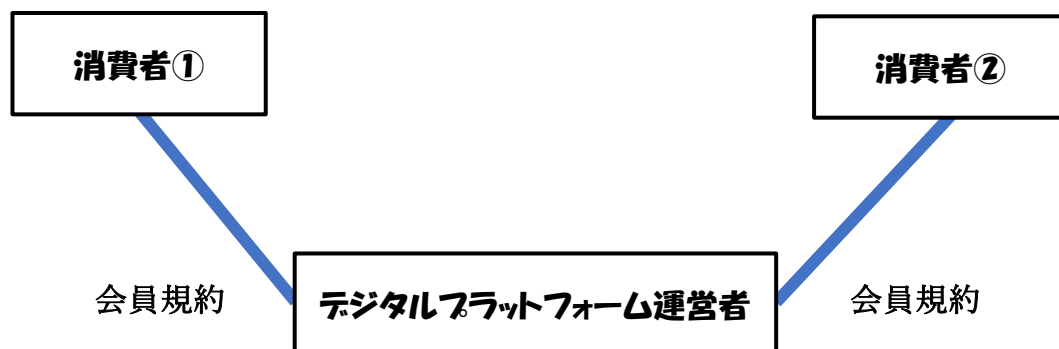
また、A、Bいずれの事業者も物品の売買の場を提供、仲介するものであり、契約当事者ではない、原則事業者はトラブルに介入しない、と記載されています。

---

※1 営利目的でなくとも、同種の行為を反復継続していれば、事業者であるといえる（消費者契約法）。取引相手の実態を調査できれば、事業者といえる場合があると思われる。

消費者対消費者の取引では、消費者保護関連法の適用がなく、当事者間で解決しなければなりません。デジタルプラットフォーム運営者とは会員規約に則った対応がされることになります。大方の利用者はトラブルないと思われそうですが、トラブル時に個人では解決が難しいのが現状です。

### <DPFと消費者の関係図>



### ■消費者への注意喚起

事前に会員規約をよく読んでおけばトラブルは避けられたかもしれない、という相談もあります。会員規約を読むのはつらいかもしれませんが必ず、読んでください。ネット通販専門の事業者の場合は、店舗のある業者と違い販売者の信用性が確保されているわけではありません。相手が事業者でないこと、商品を手にとってみることをせずに購入するというリスクを認識してほしいです。

### ■事業者の方々への要望

#### ①信頼できる場の確保・・・

商品等売買取引の当事者でないとはいえ、手数料などの収益を得て取引の場を提供している以上、場の安全や信頼を確保する義務はあるはずです。契約締結前に商品を手にとってみるができないからこそ、信頼のできる場を確保する必要があると思います。出品される商品の内容に責任を負わないという規約ですが、信頼できる場となるためには、信頼できる商品(程度の問題はあるが)の提供があつてこそ、です。具体的には、出品者・購入者の信頼性確保、代金等受け渡し等への介入などが考えられます。

#### ②読める会員規約・・・

トラブル時は、会員規約に則り処理されることになります。会員規約はそのような大切な役割があるのに、法律的に素人である消費者が読み、かつ理解できる内容になっているでしょうか。最低限これだけは読んでほしい、という内容をピックアップして「重要事項」としてわかりやすく表示してほしいと思います。