

インターネット上の消費者被害

司法書士
山田茂樹 Shigeki Yamada

I はじめに

デジタル化社会の到来は、消費者の日常生活に様々な恩恵をもたらしている反面、その特徴ゆえに、とりわけ、本稿のテーマとするインターネット上の消費者被害においては、多様な問題が発生しており、近年、政府においても相次いで検討が行われている¹。そこで、本稿では、典型的な近年のインターネット上の消費者被害を概観した上で、これらから検討すべき課題を抽出し、その課題についての今後の論点の提示と若干の私見をのべていきたい。

II 典型的な事例と主な特徴

インターネット上の消費者被害の主な事例とその特徴は以下のとおりとなる。これらを踏まえると、Ⅲ以下の課題が抽出される。そこで、Ⅲ以下では各課題について触れていく。

【事例1】定期購入

事例	主な特徴
<p>SNSの広告で「初回のみで解約OK！50% OFF」と美容液の定期購入の表示があった。そこで、リンクされていたサイトから申込画面に進むと、「今から10分間限定更に安くなるクーポンプレゼント！」の表示とともに、<u>カウントダウン表示がされたために焦って、「クーポンを使う」ボタンを押し、支払方法として「後払い決済」を選択して申込みをした。</u></p> <p>その後、初回分の化粧品と後払い決済事業者の請求書が同梱されて到着した。初回のみで解約するつもりで販売業者に電話をかけると申込みをした契約は6回購入が必要で、そのことは、最終確認画面にも記載してある、初回分のみの解約をするのであれば通常価格の支払と違約金を支払う必要があると言われた。</p> <p>解約するには違約金等を支払わなければならないか。</p>	<ul style="list-style-type: none">●カウントダウン表示により、焦らされて申込み●後払い決済の利用

¹ 例えば、消費者庁は、「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」（2025年1月～）を開始したほか、本年初旬から「デジタル取引・特定商取引法等検討会」を開催する予定である（「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」第1回資料4-1参照）。