

インターネットが暮らしの隅々にまで浸透するのに伴い、消費者トラブルもネットがらみのものが急速に増加している。国民生活センターが先般発行した消費生活年報によると、2013年度に全国の消費生活センター等で受け付けた消費者相談は93・5万件(前年度は86万件)で、2004年度以来9年ぶりに増加した。その大きな要因は、ネット利用に関連したものである。

近年相談が著しく増加しているのはアグルト情報サイトである。有料という認識がないうままサイトを進んでいくと登録となり高額の料金を請求さ

ネット社会の消費者保護

ブルを象徴しているといえよう。また、ネット通販で商品が届かなかつた、偽物が届いた等の相談やネット接続回線に関する相談なども目立つ。

こうしたネット社会の状況を踏まえて、本学の消費者問題研究所では、先般、「情報化・グローバル化の中の消費者と政策」と題して、公開シンポジウムを開催した。消費者庁・国民生活センターの実務担当者、消費生活相談員などによる活発な議論の中から浮かび上がってきたことは、現在の法制度や政策がネット時代の消費者保護の要請に十分対応できていないという点である。

例えば、現行の法制度では、肝心の情報通信分野で消費者保護が十分でない。一般に消費者を契約被害から守るために、

とって実効性のある内容とする必要がある。

また、最近では、消費者の閲覧履歴などから対象を絞った、いわゆるターゲティング広告が盛んに行われている。こうした広告方式は、ほとんど勧誘に近い機能を果たしているが、消費者契約法の不当勧誘ルールは適用されない。契約に直接結びつく「勧誘」には当たらないからという解釈による。消費者庁、消費者委員会では、現在、消費者契約法の見直しを進めているが、ネット時代の実態に即した契約ルールの整備が急務である。

ネット利用と結びついたクレジット決済に係わる問題もある。出会い系など悪質なサイト業者が決済代行業者を介してクレジットで高額請求するケースが多い。加盟店管理がルーズなままに、クレジット決済が悪質なサイト業者にも利用可能となっており、多数・多額の消費者被害につながっている。

消費者政策には、その時代ごとに「主戦場」というべきものがある。現在は、間違いなくネット社会への対応がそれであろう。主戦場の課題に対しては、何よりも政策資源を重点投入することが重要である。法律、マンパワー、さらには事業者の対応も含め、官民の政策資源を集中的に振り向け、ネット社会に適合した仕組みを早急に構築することが不可欠である。

実態に即した 政策対応急げ

れたというものが多い。3年連続で商品・サービス別相談件数の第1位である。今日の消費者トラ



名古屋経済大学教授
消費者問題研究所長
田口 義明氏

たぐち よしあき
消費者政策・消費者法。
東京大学法学部卒。内閣府、国民生活センターなどを経て現職。1951年生まれ。

不意打ち性の強い取引などには、特定商取引法等により、一定期間、無条件で契約を解除できるクーリング・オフの仕組みが設けられている。しかし、電気通信事業法によって規律される通信サービスの契約にこの仕組みはない。総務省の有識者会議が9月末に取りまとめた報告書を踏まえ、来年の通常国会にはクーリング・オフ制度導入等を盛り込んだ改正法案が提出される予定だが、消費者に