

「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における
環境整備等に関する検討会報告書（骨子）案」についての意見

2020年12月24日
アジアインターネット日本連盟

お示しいただいた報告書（骨子）案にあるとおり、デジタルプラットフォーム企業にとって、消費者保護のための取組を通じて安全で安心できる取引環境を提供することは、最重要課題の一つであり、各企業は創意工夫を生かしつつさまざまな取組を行っています。各デジタルプラットフォーム企業は、「新しい生活様式」の下での国民の日常的な消費生活における重要な取引基盤として期待される中で、利用者がより安心して取引できる環境整備に向けて、更に企業努力を重ねていく所存です。

政府においては、これらデジタルプラットフォーム企業による自主的な取組を促進するための環境整備に向けて、政府、企業、消費者それぞれの相互理解に基づく課題解決に向けてより一層の連携をお願いいたします。

1. 「新法」の立案について

デジタルプラットフォーム企業は、関連法令や規約の遵守を出店者・出品者に義務付けているだけでなく、出店者・出品者の本人確認、リスクの高い商品等のより厳格な審査、商品等のモニタリング、不適切な商品への販売停止措置、不正レビュー対策など、消費者に安全に利用いただけるよう日々努力しています。また、出店者・出品者と購入者との間でトラブルが発生した場合に備えて、消費者への補償サービスや保険による補償制度を提供することに加え、出店者・出品者と購入者との間での話し合いを促すなどの解決に向けた支援を行っております。さらに、複数の大手のオンラインマーケットプレイス運営事業者が、それぞれの自主的な取組を強化し、消費者がより安心して取引できる環境を整えることを目的として、本年8月に新たに協議会（オンラインマーケットプレイス協議会（JOMC））を設立しました。同協議会では、各社の取組状況の情報交換を活発に行うとともに、本年12月7日には各事業者の取組状況をホームページ上で公開いたしました。「新たな生活様式」の下で、デジタルプラットフォームが日常的な消費生活における重要な役割を果たしているという自覚のもと、率先して安全、安心な取引環境の整備に邁進しております。

「新法」では、契約締結のための機能等を有する「取引デジタルプラットフォーム」を適用の対象とすることが提案されていますが、その範囲は極めて広く、オンライン・ショッピングモール、フリマサイト、インターネット・オークションのみならず、デジタルプラットフォームが備える機能等に応じ、レストランやエステの予約決済サービス、シェアリング・エコノミー型のサービス、マッチング・サービスなど広範に及ぶと想定

されるだけでなく、中長期的には、SNSを利用して行われる取引、デジタル広告などにもまで規律の対象を広げるための検討が行われる可能性が示唆されているかのようにも読めます。それにもかかわらず、検討会では、これらの幅広いサービスの取引実態や消費者保護の取組みについては、そもそもそこまで幅広い検討を行うことの要否も含めて、深く検討されてきていないと認識しております。十分な立法事実の検証もない中で、法の適用範囲を広くとりますと、その実効性にも疑義が生じると考えます。

2. 「新法」の具体的内容等について

2.1. 取引デジタルプラットフォーム提供者が果たすべき役割

「新法」の基本的な考え方において、「デジタルプラットフォーム企業が対応すべき画一的な義務を定めるのではなく、各デジタルプラットフォーム企業が創意工夫を生かしつつ、リスクベースでの対応を行うことを前提とする仕組みとする」とされているものの、デジタルプラットフォーム企業が役割を果たすために実施すべき具体的な取組を定める指針の法的効果や内容によっては、デジタルプラットフォーム企業に対する義務的な行為規制として作用し、画一的な取組を強いる内容となる可能性は排除できません。各デジタルプラットフォーム企業の創意工夫を生かす工夫が望まれます。

また、デジタルプラットフォーム企業が役割を果たすために実施している取組の開示に関しては、各デジタルプラットフォーム企業は、消費者からの信頼を得るために、法令で要求されている以上の自主的な取組を含めて各々積極的に情報開示をし、そして消費者は、各デジタルプラットフォームを日々比較考量しながら選択しているという事実を踏まえるべきです。そもそも消費者がデジタルプラットフォームを使用する理由については、論点整理で取り上げられているような事項に加えて、サイトやアプリの使いやすさ、品揃え、ポイントなどのロイヤリティプログラムの存在、配送が早いという利便性、安心な決済システム、補償サービスや保険による補償制度の存在、お客様による問い合わせ対応の充実など、様々なメリットを感じていただいているからと考えております。例えば、紛争解決に至らずとも、先んじて消費者に補償するような仕組みを自主的に設けているデジタルプラットフォーム企業もあります。企業としては、このような自主的な取組については、むしろ積極的に消費者に訴求をしたいと考えております。先述のように、オンラインマーケットプレイス協議会では、本年12月7日に、消費者が各事業者の自主的な取組を一覧できる形で公開いたしました。このように、情報開示については企業側に十分インセンティブが働き、また、すでに公開し、消費者が客観的に評価できるようになっておりますので、法令による開示の義務化については、上記自主的な取組を限度に設計いただきたく、さらに開示違反の場合の措置を定めるのであれば、指導・助言の段階を経ることが妥当と考えます。

2.2. 商品等の販売停止等

違法・危険製品の流通防止に向けて、デジタルプラットフォーム企業が不断に不正な商品の発見・対処に努めるべきことは言うまでもありません。各デジタルプラットフォーム企業は、リスクの高い商品等への厳格な事前審査、専属部門や機械学習などの最先端の技術による商品のモニタリングに加え、既に関係行政機関等からの通知による出店者・出品者のアカウントの停止や出品商品の取り下げ対応などを行っています。この点、関係行政機関が、デジタルプラットフォーム企業に不適切な商品等の販売停止を要請した場合に、各デジタルプラットフォーム企業が、独占禁止法上の法令違反を憂慮することなく、また、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律により要請される商品等提供利用者に対する理由の開示や全部拒絶の理由の開示を行うことなく、即時に出店者・出品者のアカウント停止や商品等の販売停止ができるように必要なルールを整備することが不可欠と考えます。新法においては、この点について、消費者保護の観点から、積極的に整理をお願いします。

また、商品等の販売停止は売主の権利侵害を伴う場合があります。コンテンツの販売停止等が行われる場合などには、表現の自由など売主の重大な権利と衝突する可能性もありますので、商品等の販売停止の要件はこの点を踏まえたものとすべきと考えます。また、当該重大な権利の侵害を伴い得る対応である以上、当該対応をしようとした際に、取引デジタルプラットフォーム提供者が売主から民事上の責任を追究される可能性もあり、当該対応につき取引デジタルプラットフォーム提供者の免責などの定めのないことには、取引デジタルプラットフォーム提供者が当該対応をすることは難しくなりますので、可能な限り販売停止を求める対象を明確にするとともに、対応を取った際の免責規定を入れていただくようお願いいたします。

2.3. 売主の特定に資する情報の開示請求権

C to C の消費者取引に関しては、メッセージ機能の提供やトラブル解決の仲介や相手方の情報が必要な際の同意取得等、既に事業者側で一定の対応を行っています。また、デジタルプラットフォーム企業側で利用者の連絡先（電話番号等）・住所・氏名等の個人情報を取得している場合、弁護士法第 23 条の 2 に基づく照会を弁護士会を通じて受領した際には、必要性・相当性を判断して取引相手側の個人情報を開示することがあります。C to C の消費者取引は、売主も保護すべき消費者であり、その個人情報が安易に開示されることによって、取得した取引相手の個人情報を悪用して、迷惑行為や脅迫を行うなど別の問題に発展しかねないケースもあります。そのため、双方の言い分を考慮して、真に被害者の法的救済に必要な場合に限り、相当慎重に開示を行っています。

「新法」により、売主が事業者でない個人である場合についても開示請求権を設けた場合、目的外での個人情報取得手段としての悪用の防止を行うことはできず、容易に開示請求が行われることも想定されます。C to C の消費者取引に関しては、先述のような例外を除いて個人情報は保護されるというビジネスモデルの下で安心して取引をしていただけてきましたが、買主が容易に開示請求できる仕組みが導入されれば、その安心感が損なわれ、多くの利用者がC to C のデジタルプラットフォームの利用を控える可能性があると思われまます。また、開示することによって、売主にも憲法上当然に保障されるべきプライバシー、通信の秘密等の権利の侵害を伴う可能性があることから、個人である売主に対する開示請求権の創設は慎重にすべきと考えまます。

情報開示は相当慎重に判断する必要があること、現行法下でも一定の規律の下で情報開示は可能であること、総務省において進められている発信者情報開示に関する議論の成果を確認する必要があること、同開示の水準と均衡が取れたものにする必要があることなどを踏まえ、検討会での更なる丁寧かつ十分な検討が必要であると考えまます。また、開示請求は上述の通り売主の権利の重大な侵害を伴い得る対応である以上、当該権利との関係で取引デジタルプラットフォーム提供者が開示請求に応えられない場合もあるものと考えまます。開示しないという判断が正しくとも、開示を受けられなかった買主から取引デジタルプラットフォーム提供者が損害賠償等の請求を受けることも想定されまます。取引デジタルプラットフォーム企業が情報を開示する場合の免責規定のみならず、開示請求に応えないという対応につき取引デジタルプラットフォーム提供者に故意重過失がない場合にも免責される旨についても併せて議論した上で、慎重に検討すべき問題であると考えまます。

また、仮に売主に対する開示請求権が創設されたとしても、弁護士法第 23 条の 2 に基づく照会も手続きとしては存在し、開示請求権が認められない事案では引き続き利用されることが想定されまます。弁護士法第 23 条の 2 に基づく照会についても同様に、開示した場合の取引デジタルプラットフォーム企業の免責を議論いただきたく思いまます。

なお、論点整理において、B to C の消費者取引に関しては、生命の安全性や重大な損害があるにもかかわらず、当該情報が開示されないといった事例が指摘されていまますが、これは特定商取引法上の出店者の広告表示義務の確実な履行という観点で対応すべき問題と考えまます。

2.4. 取引デジタルプラットフォーム官民協議会

消費者保護のために更なる効果的な対策を行っていくためには、デジタルプラットフォーム企業と関係行政機関や製造業者や輸入業者など商品の流通に関わる他の事業者との間の連携が欠かせないと考えまます。例えば、技術基準不適合無線機器に関

しては、電波法上義務的な販売規制が存在していないことに加え、無線機器の外観からだけでは、技術基準適合証明等の番号や電波法上の免許を要しない微弱な無線設備であるかどうかの確認が困難である商品も数多くあります。技術基準不適合無線機器を市場から排除するためには、例えば、製造業者が無線機器を出荷する際に、出荷先に技術基準への適合性を確認できる情報を通知するなどの対応が必要になります。このような状況の中、総務省は、無線機器の製造業者、輸入業者、販売業者及びインターネットショッピングモールの運営業者との連絡会合を立ち上げ、各事業者の流通上の活動を対象とした技術基準不適合無線機器の流通抑止のためのガイドラインを策定されています。また、経済産業省のインターネット取引における製品安全に関する検討会では、本年6月に提言をまとめ、製品安全4法にかかる規制対象製品について、国及びモール運営事業者の連携がより一層求められるとともに、国は製造・輸入又は販売事業者、モール運営事業者、消費者等の声を聞きながら、より安全な市場の形成に向けた取組を検討することが求められるとしています。商品を管轄する関係行政機関とその流通に関わる全ての事業者との連携によって、各商品分野に即したきめ細かな議論を行いながら取り組むべきと考えます。

よって、「新法」で規定するとされている官民協議会については、これら従来から機能している本質的なアプローチの妨げにならないよう設計いただきたく存じます。

2.5. 申出制度

論点整理において課題とされた事項ではないと理解していますが、現行制度でも、消費者ホットライン（188）などの消費生活相談窓口は設置されており、デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引に関して、特別の申告制度を設ける必要性についてご説明いただければと存じます。

2.6. 適用除外

「新法」は、他の法律の規定によって取引デジタルプラットフォーム提供者に規制が課せられており購入等利用者の利益を保護することができるものとして政令で定めるものについては、「新法」の適用除外とするとしています。

しかしながら、売主に規制が課せられているものについては、当該事業の性質に応じた消費者保護制度が既に十分整備されている場合も多く、また取引デジタルプラットフォーム上で契約が締結されるようになったことに起因してどのような新たな消費者被害が発生しているのか、それらを防止するために取引デジタルプラットフォーム提供者がどのような措置を講じるべきかなど、追加的な制度整備の必要性があるかどうかはそれぞれの法律において検討するのが妥当と考えます。売主により何らかの業法に違反する行為が行われ商品等の販売を停止すべき場合は、監督官庁によって売主に対してしかるべき処分等が行われるべきであり、別途取引デジタルプラットフォーム

提供者に商品等の販売停止等を義務付ける必要はないと考えます。また、売主が他の法律によって許認可等を受けて事業を実施している場合、売主の特定に資する情報は監督官庁が保有していることから、取引デジタルプラットフォームに対する開示請求制度を設ける必要もありません。業法が存在する領域では、利害関係者との調整を踏まえた業界自主ルールの整備など業界団体が適切に機能し、監督官庁等との連携協力も実現されている場合も多く、かかる場合には「新法」で規定するとされている官民協議会に参加する必要性もありません。

以上のことから、少なくとも、取引デジタルプラットフォーム提供者に規制が課せられているものに限らず、売主に規制が課せられているものについても、政令で定めるまでもなく、「新法」の適用除外となるものが存在するとの認識は明確化しておくべきと考えます。

以上