

「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」についての追加意見

2021年1月8日

アジアインターネット日本連盟

1. 「新法」の立案について

昨年12月24日に開催された検討会の場において、複数の委員から、この「新法」が本当に規律すべき対象をカバーしているのか、自主的な取組みを強化しているデジタルプラットフォーム企業がインセンティブを享受でき、必要な免責が受けられる内容になっているのかなどの意見が提起されました。次回の検討会では、適切な新法の形となっているのかを確認できる議論の進め方を望みます。

2. デジタルプラットフォーム企業が果たすべき役割について

先の検討会において、事務局より、指針は各デジタルプラットフォーム企業の創意工夫を生かし、リスクベースでの対応を可能とするものであり、その方法として、選択肢を並べるといふことも考えられるとのご説明がありました。しかしながら、選択肢を提示するような指針では、各企業は選択肢の内容に縛られ、十分行為規制として働きうると考えます。指針の内容についての位置付け（法的義務か参照事例の提示か等）、策定方針、構成・項目について事前に案を提示頂くことが議論を前に進めるための前提であると考えます。十分な立法事実の検証もない中で、「新法」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昨年12月24日付けの当連盟からの意見において申し上げておりますが、仮に、事業分野を問わず、いかなる規模のデジタルプラットフォーム企業も「新法」に服することになれば、画一的な取組を強いる義務とせず、努力義務とすべきであり、指導、助言、勧告及び公表などの強制性のある制度を伴うべきではないと考えます。

また、開示に関しては、各デジタルプラットフォーム企業が講じている措置の概要のみならず、実施状況の詳細な開示まで求められることになれば、その具体的な内容によっては、デジタルプラットフォーム企業にとって過大な負担が発生し、例えば、出店者・出品者の本人確認や監視の具体的な方法まで開示させられれば、悪質な出店者・出品者にこれらをくぐり抜ける手口を間接的に教示することにもなり、むしろ開示することが結果的に消費者の利益保護につながらないことにもなりかねません。先の検討会で申し上げましたように、オンラインマーケットプレイス協議会などによる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。

3. 商品等の販売停止等について

昨年 12 月 24 日付けの当連盟からの意見において、各デジタルプラットフォーム企業は、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ると申し上げました。行政が、デジタルプラットフォーム企業に対して、売主による商品等の販売停止等の必要な措置を求める場合は、まずは通知・要請という形式で連絡をいただく方が速やかな対策がとれると考えます。勧告という手段は、通知・要請に正当な理由なく従わないような悪質なデジタルプラットフォーム企業に対して執行されるべきです。

複数の委員からご指摘があったとおり、行政からの要請（法令違反の疑いの段階での連絡も含む）に基づいてデジタルプラットフォーム企業が採る措置について、独占禁止法・透明化法・民事上の免責を明記していただくことが消費者保護に向けたデジタルプラットフォーム企業の積極的な対応にとって不可欠であり、また本質的であると考えます。また、運用にあたっては、製造事業者・輸入事業者等からの協力が得られるようにするとともに、販売停止を求める対象を可能な限り明確にし、販売停止を要する理由の明示をお願い致します。

4. 売主の特定に資する情報の開示請求権について

先の検討会では、C to C の消費者取引に関して開示請求権の対象とすることは、取得した取引相手の個人情報を悪用した別の問題に発展しかねないケースもあることから、慎重に検討すべきとの意見が大勢を占めていたと思います。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、拙速に結論を急ぐことは避けるべきであると考えます。また、B to C の消費者取引に関しては、特定商取引法上の出店者の広告表示義務をどのようにして確実に履行させるのかという観点と併せて検討すべきと考えます。