



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する新法制定に向けた動き 執筆者: 森田 多恵子、角田 龍哉

1 はじめに

近時、デジタル・プラットフォーム事業者が関与する「取引」を巡って、立法を含め様々な規制の整備が進んでおり、消費者保護政策の一環においても、そうした整備が進みつつあります。そのような中、2019年12月に消費者庁に設置された「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」の第11回検討会(2020年12月24日開催)において、報告書の骨子案(以下「本報告書骨子案」といいます。)が公表されました¹。本稿では、本報告書骨子案の概要を紹介します。

2 本報告書骨子案が提案する新法の骨格

本報告書骨子案では、2020年8月に公表された論点整理²や、同月に設立された「オンラインマーケットプレイス協議会(JOMC)」における取組み³等を踏まえ、消費者とデジタル・プラットフォーム事業者が関与する取引を巡って、以下の三点を骨格とし、国内外の事業者間のイコールフットリングを確保した新法の制定が提案されています。

- ① 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し、かつ、それらの取組が客観的に評価可能なものとなるような仕組みを設けること。

¹ https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/assets/consumer_system_cms101_201224_02.pdf

² https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/pdf/consumer_system_cms101_200831_01.pdf

³ <https://www.onlinemarketplace.jp/initiatives/> このように、近時は、デジタル・プラットフォーム事業者を巡る規制の整備においては、政府機関における検討会等の問題提起を受けて、業界団体等による自主的な取組みが推進されていくという動きが見受けられます。

本ニュースレターは法的助言を目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切な助言を求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

本ニュースレターに関する一般的なお問い合わせは、下記までご連絡ください。

西村あさひ法律事務所 広報室 (E-mail: newsletter@jurists.co.jp)

- ② より消費者被害のリスクが高い取引の防止や紛争解決の必要が高い事態への対応のために、デジタルプラットフォーム企業が思い切った対応を取ることができるよう、実質的に各企業の責任を免除したり負担を軽減する仕組みを設けること。
- ③ 消費者啓発や悪質事業者への対応などデジタルプラットフォーム企業だけでは対応しがたい問題について、各種の主体の連携による取組が確保されるよう、制度的枠組みを設けること。

3 新法の具体的内容

本報告書骨子案では、新法の具体的内容として、以下の要素が提案されています。

① 適用の対象⁴

- 新法の適用対象は、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(令和 2 年法律第 38 号。以下「取引透明化法」)⁵に規定する「デジタルプラットフォーム」のうち利用者間の取引の「場」であるもの、具体的には契約締結のための機能等を有するもの(以下「取引デジタルプラットフォーム」とし、SNS や検索エンジンなど、他のウェブサイトへ誘引するための広告表示のみを行うデジタルプラットフォームについては、対象としないこととしてはどうか。
- 取引デジタルプラットフォームにおいて取引される対象が商品、役務又は権利のいずれであるかによって区別を設ける場合、実務上分類が困難であり混乱を招く恐れがあること、販売等利用者等による法の潜脱を招くおそれがあることから、そのような仕組みとはしないこととしてはどうか。他方、売主が特定商取引法上の通信販売事業者でない個人である取引デジタルプラットフォーム(いわゆる C to C 取引の場合)についても、近年、消費者トラブルが多くみられる傾向に照らして、適用の対象に含めることについてどのように考えるか。

上記のように、本報告書骨子案では、新法の適用対象を画する概念として、取引透明化法上の定義を用いることが提案されています。ただし、2020 年 12 月 24 日開催の検討会では、同法が対処しようとしている問題と、新法が対処しようとしている問題との間に相違があることを適切に踏まえる必要があるのではないかといった問題提起も見られました。

なお、まとめサイト、比較サイト等、デジタルプラットフォームに該当しないものは、新法においても適用対象外となることが想定されています。

一方で、中長期的には、消費者保護政策の一環としても、SNS を利用して行われる取引やデジタル広告、不正又は悪質なレビューに関する課題、パーソナルデータのプロファイリングに基づく表示について、どのような規律を設けるべきかという点については検討課題となり得る旨も示唆されています。

② デジタルプラットフォーム企業が果たすべき役割

- 買主である消費者の保護のため、デジタルプラットフォーム企業が一定の役割を果たすべきことを明確にする必要があると考えられるが、その(i)内容、(ii)法的効果(義務か否か等)についてどのように考えるか。

⁴ 中長期的には、消費者保護政策の一環としても、SNS を利用して行われる取引やデジタル広告、不正又は悪質なレビューに関する課題、パーソナルデータのプロファイリングに基づく表示も検討課題となり得る旨も示唆されています。

⁵ 同法は、一般利用者(消費者)に対する一定の情報開示義務も定めています(同法 5 条 2 項 2 号)。もともと、同法は、主にはビジネスユーザーを保護することを目的とした法律であるとされており、一般利用者の保護が主たる目的ではないとされているようです。また、一般利用者の正当な利益を害するおそれがある場合には、一定の情報開示義務を免除する予定とされており(同法に関する経済産業省令案 8 条 3 号、11 条 2 項 3 号)、デジタルプラットフォーム事業者が、ビジネスユーザーの保護と一般利用者の保護との間で板挟みにならないようにする仕組みが設けられています。このように、新法と同法とが抵触しないようにするための仕組みも既に設けられています。

- 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取組を定める指針を設けることとしてはどうか。
- 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を促し、それらの取組を客観的に評価できるような仕組みが必要ではないか。

③ 商品等の販売停止等

- 違法・危険製品など重大な消費者被害をもたらしうる商品等が取引デジタルプラットフォームを利用して販売され、かつ、売主が特定できない等の理由により迅速な被害防止を図ることが困難な場合に、行政から、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ことができるようにしてはどうか。
- 上記の場合、デジタルプラットフォーム企業の責任や行政に対する協力についてどのような規定が必要か。

④ 売主の特定に資する情報の開示請求権

- 取引デジタルプラットフォームを利用した取引における紛争解決・被害回復のための基盤を確保するため、不当な利用の防止にも留意しつつ、取引の相手方の連絡先の開示に係る買主の民事上の請求権に関する規定を設けることとしてはどうか。
売主が事業者でない個人である場合についても同様の規定を設けるべきか。その場合、売主にも同様の民事上の請求権を設けるべきか。

2020年12月24日に開催された検討会では、このような情報の開示請求権については、個人消費者が関与する取引であることや、総務省の発信者情報開示の在り方に関する研究会において慎重な議論が行われてきたこと等も踏まえて、特にCtoC取引について、更に慎重な熟慮を要する旨の指摘が複数見られました。

⑤ 取引デジタルプラットフォーム官民協議会

- 取引デジタルプラットフォームにおける各種の問題について、国、取引デジタルプラットフォーム企業、消費者団体等の各主体の取組と連携協力を確保する観点から、官民協議会を設けることとしてはどうか。
- 官民協議会の枠組みを最大限活用しつつ、今後、関係者での意見交換やコミュニケーションの促進を図っていくこととしてはどうか。
- 官民協議会で検討すべき事項として、具体的にどのようなものが考えられるか。

⑥ 申出制度

- 消費者等が、行政に対し適切な措置をとるべきことを申し出ることができる仕組みを制度化し、必要に応じて、行政が調査する責任を明確化してはどうか。

⑦ 適用除外

- デジタルプラットフォームのうち専ら事業者間取引に用いられるもの、及び他の法律の規定によってデジタルプラットフォーム企業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(旅行、民泊等)については、新法の適用除外とすることとしてはどうか。

4 今後の動向について

本報告書案に対しては、2020年12月24日に開催された検討会でも、委員からは、総論としては賛成する意見が多かったものの、具体的内容について、多岐に亘るコメントが寄せられている状況にありました。そして今後、本報告書骨子案に対する委員の意見が更に収集・集約され、更なる検討が行われる模様です。そのため、どの範囲の事業者が適用対象となるのかや、法制化のスケジュール、他の消費者保護政策の進展との関係⁶等について引き続き動向を注視する必要があります。また、デジタル経済の進展に伴い、消費者保護政策の一環として法整備を行うこと自体は他の法域にも見られる動向でありつつ⁷、国際的な潮流としては未知数の部分もあり、日本国内の取引実態やその変化はもちろん、国際的な規制枠組みとの調整・ハーモナイゼーションも注視していく必要があるでしょう。



もりた たえこ
森田 多恵子

西村あさひ法律事務所 パートナー弁護士

t.morita@jurists.co.jp

2004年弁護士登録、2011年ニューヨーク州弁護士。会社法・金商法を中心とする一般企業法務、コーポレートガバナンス、消費者契約法、景品表示法等の消費者法制等を取り扱う。



つのだ たつや
角田 龍哉

西村あさひ法律事務所 弁護士

t.tsunoda@jurists.co.jp

2014年弁護士登録。日本内外の独占禁止法/競争法全般のほか、IT/デジタル、プラットフォーム規制や、通商法、データ保護法、会社法等を幅広く担当。近時の著作として、「プラットフォーム事業者側の視点（特集：プラットフォーム規制の現在地）」(ジュリスト1545号)、「ビッグデータと単独行為（特集：プラットフォームと競争法）」(ジュリスト1508号)等がある。情報法制学会会員、Certified Information Privacy Professional/Europe(CIPP/E)。

⁶ 例えば、特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会は、2020年8月19日、デジタルプラットフォームを経由した取引への特定商取引法の適用の確保や、消費者庁との連携のための新たな組織作りを提言する報告書を公表しています<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/meeting_materials/review_meeting_001/>。また、2019年12月24日に消費者庁に設置された消費者契約に関する検討会は、消費者の取消権の拡充や、平均的損害の立証負担の軽減のほか、消費者の作為又は不作為をもって意思表示を擬製する条項や、契約条項の意味内容を完全には明確にせず、「法令に違反しない範囲で」といった留保を付けることで、当該条項の有効性を維持しようとする「サルベージ条項」の有効性に関する検討等が続けられています<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/review_meeting_01/>。

⁷ 欧州の例として、European Commission, “New Deal for Consumers” <https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en>参照。

西村あさひ法律事務所では、M&A・金融・事業再生・危機管理・ビジネスタックスロー・アジア・中国・中南米・資源/エネルギー等のテーマで弁護士等が時宜にかなったトピックを解説したニューズレターを執筆し、随時発行しております。

バックナンバーは<<https://www.jurists.co.jp/ja/newsletters>>に掲載しておりますので、併せてご覧ください。

(当事務所の連絡先) 東京都千代田区大手町 1-1-2 大手門タワー 〒100-8124

Tel: 03-6250-6200 (代) Fax: 03-6250-7200

E-mail: info@jurists.co.jp URL: <https://www.jurists.co.jp>