

## 第5回 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 議事要旨

1. 日時：令和2年4月21日（火）9:30～12:30

2. 場所：ウェブ会議を利用したオンライン開催

### 3. 議題

- ・ 個別論点
- ・ 意見交換

### 4. 出席者

#### （委員）

依田委員（座長）、中川委員（座長代理）、石井委員、板倉委員、浦郷委員、楠委員、小林委員、白石委員、関委員、樋口委員、正木委員、山本委員、渡辺委員

#### （消費者庁）

伊藤長官、高田次長、小林審議官、坂田審議官、笹路取引対策課長、加納消費者制度課長、内藤消費者政策課長、宮原消費者教育推進課長、西川表示対策課長

#### （オブザーバー）

内閣官房、公正取引委員会、個人情報保護委員会、総務省、経済産業省、国民生活センター

### 5. 議事概要

事務局から資料3、4-1、4-2に基づき説明を行い、意見交換を行った（資料4-2は運営要領に基づき非公開）。

意見交換の概要は以下のとおり。

#### 【資料3について】

- まず生活必需品の流通に関しては、人の心理やそれに基づく行動は変えられないということが前提で考えざるを得ないと思う。その上で、今回の場合は生活必需品の高額転売について、やはり国民生活安定緊急措置法に基づく法令改正、つまり、政府がどのような考え方を持っているかを明確にしたことで

初めて事態が動いたと思う。

24 頁のアメリカの大手の IT の報道だが、これも公的な機関が勧告、ガイドラインという形で出しているものに反しているものという依拠すべき基準があることが前提となって削除等ができています。その意味では、緊急時は政府が早く動くことが重要で、それを越えた働きをデジタル・プラットフォーム企業に独自に求めることは無理だろう。生活必需品については政令改正をもっと早くすべきだったかどうかというところは問題があるかもしれないが、その後はプラットフォーム企業において適切に行動したのではないかと。

2 番目の不確かな情報の拡散についても同様で、政府において専門家の意見という形で明確にこの情報はおかしいということを繰り返し発信することで止めていく。プラットフォームに幾ら削除させても、この削除がおかしいとかといってまたいろいろなところで書き始めてしまい、さらに偽情報を拡散する動機をつくらせてしまうことにもなりかねないと思うので、まずは政府が発信することが重要だろう。

政府の発信という意味では、景品表示法違反、コロナに効くという薬がおかしいということは、明確に法的に対応できるものなので、緊急時は指導というものもちろんあるが、法的な対応をさっさと取る、正式な対応を取ることが重要なのではないかと。

- 主に偽情報についてコメントをさせていただきたい。先ほど、事務局から景品表示法や健康増進法に基づく削除要請等といった資料を出していただいたが、商取引に関わる偽情報の拡散対策については、行政上の取組に加えて、プラットフォーム企業が足並みをそろえることで、早期に対策を講じることが重要ではないかと。

表現項目にも民主主義に関わる点が問題となるものとならないものがあるかと思うが、商取引上の制限すべき情報の拡散についてはやはり消していくとか、場合によってはアカウントを止めること、そうしたことに関する判断基準をプラットフォーム間で緊密化すること、独立のファクトチェック団体をどうやって活用していくかということ、苦情処理を強化していくといった協力関係を強化していくこと、こういったあたりが重要になるかと思う。

特に、コロナウイルスのような問題は混乱が起こりやすいということで、デマの量や拡散力が非常に強力になってくる。否定するような投稿も消費者に対する逆効果になって啓発が届きにくい。それから、健康効果の真偽や、生活関連物資が安定的に供給できるかどうかについては、客観的なファクトチェックも十分可能であると思われるので、消費生活の安定の観点から、混乱時こそ早期の対策が必要になってくるのではないかと。

生活必需品の買占めも偽情報に踊らされている面が多分にあるという点からも、足並みをそろえた対応の重要性がある。2月6日の時点で消費者庁から自粛の要請が出ているが、それについてもプラットフォーム間での足並みがそろわなかった状況があるので、もう少し強力な要請を行う仕組みも考えることができると思う。

諸外国でも対策が講じられているかと思うので、そういったものを参考にしていくことも重要かと思う。

- 景品表示法のような表示規制は、なかなかプラットフォームで判断するのが難しいだろう。実際に景品表示法の課徴金事案は全件争われているわけなので、こちらを自主的にお願いするのはなかなか難しい。プロバイダ制限責任法も名誉棄損やプライバシーを判断していただく際には免責が入っているので、もし景品表示法のような規定で削除をお願いするのであれば、そのような仲介者に対する免責の規定が要ると思う。

もう一つは、国民生活安定緊急措置法のような法律で転売自体を違法にすることだが、この法律も物価統制令も古い法律なので、非常に重たいものしかなく、政令指定をすると罰則になる。物価統制令も確か県知事に下りているが、非常にいきなり重たいものしかない。一部例えば行政指導できるような規定を入れて、違法だということになれば、それが罰則であろうが、行政指導につながるものであろうが、プラットフォームは動きやすい。平時にあのような法律を改正するのは非常に難しいと思うが、今回の反省を踏まえるとすれば、いきなり罰則という重たいものではなく、最近の法律だと当然間接罰になるような行政指導の規定もあるので、例えば市価の何倍以上であればといって今回の政令指定の前に消費者庁が告示などを出して行政指導するとか、中間的な違法なところをつくらないとなかなか難しいと思う。道具としての使いやすさを考えて改正しておいたほうがいいのではないかな。

生活必需品のほうは、そもそも不適切な事業者がそのような転売等を行うことが多い。やはりそのようなところは特定商取引法上の表示も適切にしておらず、本人確認をしてもそれが嘘の情報であることが多いと思うので、その点はプラットフォームのほうに定期的なモニタリングを含めてお願いしたい。

偽情報については、コロナの後もいろいろな SNS を使って見ているが、今回、フェイスブックなどはデマについてファクトチェックが入ったので、これはフェイクニュースでしたと表示している。おそらくファクトチェックの第三者の団体などと協力してやっているものなので、第三者機関的なファクトチェックのところとも協力しつつ、プラットフォームにはやっていただく

いう方向性が良いと思う。この方向性自体は総務省のプラットフォームの研究会でも出ていたと思う。コロナみたいなものになると、各プラットフォームの従業員さんもリモートワークになってなかなか動きは鈍くはなるので、普段からファクトチェックのような団体と協力しつつやっていただく。政府から情報を出してこれが嘘ですとすると、それはそれで非常に反発が強い。また、これは消費者関係のもので、事実を出していくこと自体には問題ないと思われる。言論に関わってくると憲法自体の問題もあってやりづらいと思うので、ファクトチェックという形で団体にお願いしつつやり、実績を積み重ねておくというのがいいと思う。

最後、2番の消費者行動だが、特に買占めについては、自分は買占めをよくないと思っても、ほかのあまり適切でない人が買占めをすと思うと、単純に合理的な行動として買占めをしておかないと買えなくなるというゲーム理論のような状況も生じるので、非常に難しい。特にスーパーマーケットの団体等から声が出ていたが、マスコミは売り切れている絵のほうが面白いので、ついそういうものを流し、今のような合理的な行動の結果として買占めにつながる。これも政府からたくさんあるというのを言えというのはあまりよくないが、実際に心配がないのであれば心配ないという情報も積極的に出していくことにしないと、合理的に行動した結果、皆が買い占めてしまうということが起きてしまう。なかなか難しいが、正確な情報を数多く、しかも面白い絵で撮れるように、イオンでトイレットペーパーが並んでいたのはインパクトがあったものを流していただけだったので、そういうものも含めて、これは政府からも一生懸命情報を出すということになろうかと思う。

- (事務局) 先ほど、コロナの予防効果を標榜する商品についての注意喚起についての御指摘があったが、景品表示法で正式な法的処分を取るのはそれだけで非常に手続に時間がかかるということがあり、今回はコロナの件に関しては非常に緊急性を要するということがあったので、注意喚起と改善要請ということになった。

デマと広告の関係については、企業の嘘の広告、虚偽広告がデマの原因になったという例は必ずしも多くはないのではないかと。むしろデマが流れていることに便乗して虚偽広告をする例のほうがおそらく多いのだろう。そのような意味では、虚偽広告に対していろいろな手段を使って迅速、厳正に対処していくというのは非常に重要なことだというのは当然分かってはいるけれども、ただ、虚偽広告を潰していくことだけがデマ対策になるのかということ、それは分からないという点がある。

- まず生活必需品の流通に関して、やはり緊急時というのは、消費者は心理的にとても不安定になっており、真偽が確かでない情報には惑わされる。ITの進展で情報の拡散がとても速くなっているというところもある。その中で、今回のマスクの高額転売についてだが、プラットフォームの人たちは、自社のモールやマーケット上で明らかに不当な価格の引上げ等があったということはすぐに分かると思う。監視に引っかからなくても、異常な価格とか、異常な送料の値段とか、抱き合わせ販売しているとか、そういったことはそれこそネット上ですぐ話題になるのですぐ分かると思う。本来、消費者保護の観点から考えると、こういう緊急時に付け込んだ転売は消費者に大変な不利益を与えらると思う。本当に特にお客様を大切にする企業であるということをやたらうのならば、すぐに対処すべきである。

対処のところで、今回は注意喚起、協力要請、あとは利用制限とか出品制限などが出ていたが、そうではなく、そのような商品はすぐに削除や、そのような商品を出店している事業者、出品者などのアカウントを停止すべきである。このようなときにすぐ対策を取れないと、それこそ信頼を損なうことになる。緊急時こそきちんと対応、役割を果たすことがデジタル・プラットフォームの信頼を獲得することになると思うので、緊急時にそうやって消費者の保護に動くのが役割ではないか。事業者としてなかなか自主的にそこができないということであるならば、何らかの法規制といったものを考える必要があると思う。

偽情報・真偽不明情報の拡散についてだが、今回のようなインフォデミックと言われるような状況の際には、偽情報は極力削除をしてもらうことが役割かと思う。情報を出したものを削除したり、アカウントを削除したりしていることもよくあるので、何かしらそういうルールはあるはずだと思うが、それがうまく適用できないのか。

今回のようなこういう情報の拡散は、デジタル・プラットフォームだけでなく、その情報を利用して発信するマスメディアのほうに私は責任があるかと思う。そちらのほうの責任が大きいと感じている。

緊急時における不確かな情報を受けた消費行動への対応だが、こういうときは消費者の行動はある意味で仕方がない部分もあると思う。これに対しては、政府が繰り返し伝えるということと、若者に対しては影響力のある人と連携して繰り返し伝えていくことが重要なのではないか。

- 偽情報は相当多く広まっており、非常に心配なのは、こういった動きに対して国の対応も従前と比べると非常に迅速になったのがよいことであると同時に、裏付けを取れない前に国も発信してしまうケースが少なからず散見され

ることである。後々、これはデマでしたということがちよくちよく起こっていた。このようなことが起こってしまうと、どうしてもニュースソースをきちんと確認したとしても正しいかどうか分からないという意味で、非常に長い目で見たレピュテーションに大きな影響がある。こういったときだからこそ基本に忠実に、きちんと一次情報に基づいて発信を行っていくことを政府機関もやっていく必要があると感じている。

生活必需品に関しては、現に手に入りにくいという状況の中で、正しい情報を送ることによってどれだけ消費行動を変えられるかという点には相当限界があると思っている。そこに対して情報でどうにかしていくというところもできれば非常に理想的ではあるけれども、最終的には物流の正常化をいかに早く図っていくか、供給そのものをきちんと確保していくかというところが重要だと思う。

例えば台湾は、マスクなどをきちんと買えるようにしているだけでなく、1人当たり何個までしか買えないというルールがきちんとつくれている。しかし日本で今すぐそういったことをやろうとしたときに、マイナンバーカードの普及率等も含めて現状なかなか限界がある。将来的にはこういった販売規制等というのも視野に入ってくると思うけれども、その前提としては、簡便な本人確認方法をきちんと確立していくというところが重要になってくる。ここはまさに国として果たしていくべき役割があると思っている。

マイナンバーについては、現状、物理的なカードの発行に関しては、月間最大で330万枚までしか増やせない。そうすると、今だといきなり大量のカードの申込みが来ても、2年とか3年をかけてしか普及できないというところがある。こういったキャパシティをどうやって改善していくかも含めて、3年、5年というフェーズで見てきたときには、国民全てが簡便な本人確認方法にアクセスができて、必要に応じて販売規制等を実施できるような環境、インフラをまず整備していくということは、中期的な課題として、喉元過ぎれば熱さを忘れるのではなくしっかりと準備していければと思う。

- まず、緊急時におけるデジタル・プラットフォームの生活必需品の流通だが、政府が迅速に動いて、何かしら政令や法律のほうで対応していく。この速さが全てではないか。

偽情報と真偽不明情報の拡散に関しては、逆に大変難しいと思うので、正直、言論統制という意味において、政府が動いていくわけにもいかないだろう。逆に、緊急時に備える平時を今回は少し練り込んだほうがいいのではないかと個人的に思っている。前回、楽天の方がアドバイザーパネルか何かを設けて、外部の委員、自分たち事業者だけではなくて第三者的な人たちに相談した

がら、自分たちの取引がちゃんと安全かを管理しているという御紹介があったと思う。要は、緊急時は平時と違う何かが起こる。何かが起こったときに、法律あるいは今までの規約、そういうものがないときにどう動いたらいいのかを、ある意味、第三者的なものを事業者の中に入れて、常々グレーゾーンをどう扱うかを練り込んでおく。それを平時のときにもいろいろな場合においてやっておいて、訓練などを積み重ねておくことによって、もしかしたら緊急時のときにも政令を待たずに事業者が自ら動く余地ができ、かつ、そういう動き方をするプラットフォームのサービスがあるということを消費者にも知らしめることができるのではないか。

- 転売禁止に関しては、法令で禁止されていることが決め手になったというか、そうしてくれたから言いやすくなったという意見がプラットフォーム事業者からあり大変印象的だった。

不確かな情報については、これは誤りだと指摘すると反発を受けるとか、あるいはもっと極端に言えば法的な争いになるとかということもあり得るところだと思うけれども、それに対して大型スーパーでトイレトペーパーが積み上がっているとか、静岡県の製紙工場の倉庫にたくさん積み上がっているとか、そのような情報はそれなりにインパクトがあったと思う。誤りだとは特に言わないとしても、カウンターを当てるようなもっと確かな情報をしっかり流していくことが大事なのだらうと感じた。

国民全員が見るという紅白歌合戦みたいなものは今はないわけなので、それぞれのセグメントに届くようなものはどのようなものなのかなど、発信においても普段から信頼とノウハウを積み重ねておくことが大事なのではないか。

- まず、マスクの高額転売に関連してだが、なかなか難しい面がある。例えばマスクには定価がなかったり、いろいろな種類があったり、それに応じて価格も違う状況があるので、そもそも高額転売というものが一体どこまでがよくないものなのかはなかなか定義しづらい問題でもある。また、消費者にとって危険なものとか違法なものというわけでもないのに、事業者にとってなかなか規制しづらい商材でもある。したがって、例えば幾ら以下で販売しろとか、そういったことの強制はなかなか難しいと思う。一方、例えば何らかの形で一律に販売を禁止するとかということをする、流通経路そのものがなくなってしまうという大きな問題もあるので、そういったこともできないということで、資料の3頁には要請したものの封じ切れなかったとあるけれども、それぞれのプラットフォームにおいて、取り組める範囲で取り組んできた結果が

そのような状況だったと思う。

結局、プラットフォームとしていろいろな対応を取る基準となるものがない状態で続いてきた、すなわち、結局、特定指定物資、標準価格といったものが示されなかったわけである。適正価格帯も示されておらず、そういう状況であれば、プラットフォームとしての対応は難しい状況である。したがって、何を根拠に販売価格を決めたり、販売の禁止ができたりするのかが非常に難しい問題だと思うので、引き続きいろいろ議論をしていくべきである。

また、別の視点で言うと、フリマのほうで政令改正に伴いマスク販売が全面禁止にされていると思うが、そこから1か月以上たつものの、マスクの品薄状態は変わっていない。本当にこの辺りが根本原因なのかどうかをもう少し深掘りして調査分析すべきではないか。

もう一点、不確かな情報拡散の問題についてだが、事務局資料にあるとおり、SNS はある情報と否定する情報が両方拡散するのが特徴だと思っているので、その対策としては非常に難しいけれども、一つには信頼できる情報、例えば消費者庁とか関連する行政機関がちゃんと SNS でも情報提供をする、あるいは SNS 事業者と連携していろいろ対応するといったことも一つの対応方法になると思う。

また、説明にもあったように、マスコミの報道は不安をあおった一因になっていると思う。ある種、マッチポンプ的になったと思う。私も結局トイレットペーパーが不足するというデマがあったという話はマスコミを通じて知ったため、国民の多くもマスコミを通じて、スーパーの棚が空っぽな映像などを毎日のように見て、それで危機感を持ったのではないかと思う。マスコミの対応方針といったことも含めていろいろ検討しないといけないと思う。

SNS 事業者が投稿の削除をするというのは表現の自由との兼ね合いがあるのでなかなか難しいと思っており、明確にこれはデマでとか、対応の規範となるような基準となるようなものが政府から示されないと、なかなか対応をプラットフォーム、SNS 事業者の判断でやれと言われても結構難しい面がある。その仕組みについてはもう少し議論を深める必要があるかと思う。

- かつて石油危機時にトイレットペーパーの問題でちょうど今と似たような状況があり、消費者の行動が影響を受けて、買占め、売惜しみの問題が大きな社会問題になったという経験から言うと、消費者の行動あるいは行政の対応については本質的には変わっていない。まさに今回も国民生活安定緊急措置法を発動する事態になっているわけである。まさに状況が進行中なので、あまり評価をするのは適切ではない気がするが、その本質を考えると、マーケットメカニズムなど、平時であれば市場を中心としたシステムが一番ふさわし



いということだが、こういう緊急事態の中では公的部門の役割はかなり大きいのではないか。

かつて石油危機の際にも、市場の価格の乱高下だとか買占めに対して、政府がかなり介入するような政策を行ってきたわけである。そのような意味でいうと、公的部門の役割をどう位置付けるかが大きな論点だと思う。その際に、かつての経験と違うところは、関係者、政府あるいはいろいろな業界も含めて利害関係をお持ちの方のネットを通じた情報の発信の仕方によって、消費者の行動が大きく左右されるという点だと思う。

例えば、自粛について呼びかけを行った際の当局の話し方いかんによって、消費者の行動が大きく変わる。今、銀座とか渋谷とか、そういうところには自粛ということであまり人が出ていないけれども、近所の商店街については、買物は平常どおりというメッセージが伝わって、近所の商店街に3密の状況が生まれてしまうといった状況、これはまさに情報発信の仕方の問題だと思う。

連日のようにいろいろな情報が流れているが、しっかりした情報をどこから入手したらいいのか、あるいは日々記者会見等も行われるが、記者会見を見なくてもいつでも文字情報のような形で確かな商品に関する情報を、例えばマスクに関する情報をどこから手に入れたらいいのかということについて、今は、市場に全てが任されている状態だと思う。こういう事態が続いていくとすれば、公的部門がある程度踏み込んだ役割を果たしていくことを考えていかざるを得ない。それに応じて、プラットフォーム企業についても緊急時の協力体制が必要になってくるのではないか。

現在は、緊急時なので、平時のことを議論するのはあまり適切でないかもしれないが、そのような意味でいえば、プラットフォーム企業についても、例えば取組として緊急時のマニュアルを作るとか、政府との平時における連携を考えておかないと、緊急時の対応がなかなか進みにくい。今回の状況について言えば、例えばマスクについて政府も適切な対応を取ったと思うし、関係者、プラットフォーム企業も含めて協力体制があったと思うが、当初は、緊急時の対応についてのマニュアルが確立していない状況の中で混乱があったことも事実だと思う。ただ、現在に至っても、そもそも物が不足しているのかどうかといった基礎的な情報を、我々消費者が確認することが難しい状況にあることも事実である。そのような意味で、ぜひ公的な部門と市場を中心としたシステムの間での調整のメカニズムを平時も含めてきちんと確立をしていくことが重要ではないかと思っている。

- （事務局） 御意見は割と集約されてきた感じがする。一つは政府機関、あるいは公的部門が果たすべき役割というもの。それから、プラットフォームが

各社いろいろとそれぞれ対応されていると思うが、それをどのように促していくか、それぞれいろいろと工夫ないし苦勞もされていると思うのだが、それをできるだけ例えば平準化していくとか、あるいはそれが消費者からも見やすいような形にしていくとか、そういった検討をするのが必要ではないかという印象を持った。

- 最初の論点の高額転売、生活必需品の流通については、非常に高額というのが難しいと一消費者としても思う。マスクなんて平時のときではあればむしろ粗品としてただで配ってもらっていたようなもので、それが1枚100円を超えたら高いなという感覚があったが、80円、90円の価格のものでも買ってしまい、買わざるを得ないし、それぐらいしようがないかと思う商品だと思う。

今回も高額転売の禁止という形であったが、実質上は転売自体が駄目という形になってしまったのだと思う。事業者やプラットフォームの方からすると、そうするしかなかったのだと思う。厳密にやろうとすると、5頁の枠囲みにあったように、事業者がおっしゃったように、きちんとした委員会等を設置して、どうするかという議論をしなければいけないと思うけれども、かなり難しいと感じる。

偽情報について、「予言の自己成就」を制限するのはなかなか難しいと思う。今日、まさに議論をしているオンラインの会議もチャット機能がついているわけだが、ここに私が納豆というのはコロナに効くのだからってねと書いたら、この瞬間にこの会議自体が削除されるのか、その発言が削除されるのか分からないけれども、では、誰がどうやってやるのかという、この会議でもルールが決まっていない。納豆がコロナに効くのだからってねというのは冗談ですよと言うかもしれないし、一個人の自分が効く気がすると思って書き込んだというものなので、これの削除をするというのは、先ほど表現の自由という御発言もあったけれども、なかなか人権ということを考えても難しいのではないかと。

一方で、消費者が今どのように行動したらいいかというのは、むしろ政府にガイドをしてほしいと思っているとも感じている。それこそテレビのワイドショーレベルでも言われていることだけれども、買いだめは駄目だと言われているので、買物に都度商店街に行く。そうすると、先ほど御指摘があったように密になってしまう。では、どうすればいいのだと。たくさん買っておいてめったに行かないようにしようとするを買いだめだと言われるし、毎日行くと全然行動が変わっていないと言われてしまう。例えばお年寄り朝の時間帯に買物に行きましょうとか、そういった消費者行動について正しいというか、皆さんが快適になるような形にするにはこうした方がいいのではないかと

という呼びかけを、政府の BCP の対応としても出していくというのは大事かと思う。

皆様がおっしゃっているカウンターとしての情報、トイレトペーパーはちゃんとスーパーマーケットに積まれていますよという情報を流すとかということも大事だし、正しい数値を出すということも大事だと思う。それと同時に、こういう行動をしたらいいのではないかというのを呼びかけるのも非常に効果的ではないか。

- 3点申し上げたい。1点目、高額転売や不確かな情報の拡散についての前に、申し上げたいことがある。現在のこの新型コロナウイルス感染症に関しては、いわゆるデジタル・プラットフォーム企業と言われる企業や IT 企業が、テレワークの支援、オンライン教育支援、あるいは統計的データの提供にとどまらず、政府のコロナ感染症対策に様々な形で協力の申し出を行っており、現在も首相官邸や政府の対策本部と連携を取っているということを申し上げたい。

次に、2点目である。2点目は高額転売の話だが、消費者庁や経済産業省から要請を受ける前から社会的に高額転売の話が話題になったことを踏まえて、監視を強化し、自主的な対応を行っていったデジタル・プラットフォームの企業もあるということを申し上げたい。

その上で、マスクの範囲の曖昧さの課題のほか、要請によって、場合によっては、プラットフォーム企業の行為が独占禁止法に抵触すると警告を受けるおそれがありうる課題もあった。

これだけ緊急事態で新型コロナウイルスの感染症の問題が社会的に大きな問題になっている環境の下においても、いわゆるプラットフォーム企業の行為が独占禁止法に抵触すると警告を受けるおそれがある状況にあることについては、皆様、御理解をいただきたい。

3点目は、不確かな情報の拡散についてである。今回、事務局に御用意いただいた資料は、ソーシャルメディアの一面のみを捉えた資料になっていないか。元来、災害時や緊急時における誤った情報の拡散というものは決して新しい現象ではなく、ソーシャルメディアの登場以前から見られた問題であるし、逆にソーシャルメディアが真実を伝えるケースもあると思っている。また、今回、マスメディアによる報道で消費者の行動が左右された可能性も否定できないと思う。むしろ、ソーシャルメディアの持つポジティブな役割という面では、政府やマスメディア自身が広く情報を国民に伝えるに当たってソーシャルメディアが果たす役割は、決して過小評価されるべきではないと思う。

また、ソーシャルメディアの運営企業では、表現の自由を最大限尊重しつつ

も、政府など、信頼すべき情報源のコンテンツに利用者を誘導したり、注目させたりする取組も進めているということについても、併せて申し述べたい。

○(事務局) プラットフォームの各社の皆様がいろいろと対応されているという中で、例えば高額かどうかの判断をどうするかなど、いろいろと難しさもあるという御指摘だと思う。行政が果たすべき役割は何なのか、積極的に果たすべきではないかという御指摘もあったところである。行政としては一定の役割を果たすべきだと思うけれども、それとプラットフォームの取組をいかに連携させていくか。当然ソーシャルネットワークのプラスの側面もすごくあると思うので、そうしたいいところを活かしながら、こうした問題にも対処していくことが必要。

○ こうした緊急時における人間の感情的、本能的、パニック的な反応というのは、人間の本性に由来するところがあり、大脳の辺縁系にそうした行動の源になるところがある。人間のパニック的な行動を取るところを口先の介入だけで変容させるのは難しい。したがって、なるべくそうした人間の変わらないであろう本能的な行動をしっかりとわきまえた上で、それに対する予防的な措置、制度的な手当てが求められることになってくるかと思う。

一つ参考になるのは、今回の新型コロナでも、東日本大震災での研究で人間の行動はある程度比率的に予測可能な部分があるという点である。今回の2月から4月に至るまでのいろいろな緊急措置法や緊急事態宣言でもそうした比率は確認できている。参考になることを一つ申し上げると、ロジャースの普及学というものがあり、人間の行動がどのように変容していくかを4つのグループぐらいに分けている。私もいろいろなフィールド実験をこういう事態に行くと、繰り返し観察するところである。

おおよそ2対6対2、あるいは2対3対3対2と分かれて、最初に飛びついて行動するアーリーアダプターが2割、その次に何かきっかけがあると私も腰を動かそうかというマジョリティーと言われる中のアーリーマジョリティーが3割である。今回で言うと、3月段階の非公式ではあるけれども自粛要請が出た段階で行動変容を出してくれたのが、アーリーアダプターの2割とアーリーマジョリティーの3割を入れて5割である。その次に、4月に厳しい形での自粛の要請がかかるようになって、最終的に緊急事態宣言に至って参加協力をしてくださる方が3割のレイトマジョリティー、ここまでで8割である。したがって、今回の緊急事態宣言の行動変容も、8割の協力が得られることになる。

どうしても最後に2割というのは残る。自発的な行動変容では8割から9割が限界で、どうしても行動をともしにくくさらないラグードと言われる

2割がいるのも事実である。今回のこうした消費者に対するパニック的な行動、緊急時における行動についても、おおよそこの2対3対3対2で推移しているように思う。これが第1点である。

委員の皆様方から出てきた御意見では、そうしたことも見越して、民間任せではなく政府が早い段階で対策をする、緊急時の対応が必要であるという御意見が多かった。その中で、平時に対しての緊急時も、今言った2・3・3・2というポピュレーションを頭の中に入れておいて、緊急時も何らかのステージで弱い段階から強い段階に分けてある程度区分するほうがいい。したがって、今の2・3・3・2に対応するとすれば、3から4段階ぐらいのステージが必要かと思っている。弱い要請の注意段階、強い要請としての行政的な指導、強い自粛の要請がある。そこから先は、法的な措置の取れた緊急時になっていって、緊急措置あるいは緊急事態宣言になっていくと思うので、緊急時の段階分けがあると、政府の対応もスマートになっていくと思う。

今回はこういう新型コロナのパニックではあったが、今後も何度かおそらく同じような感染症のパニック、パンデミックは起こるだろうし、また、東日本大震災同様に何度か日本を大きな災害が襲うことになると思われる。今後気をつけなくてはならない意味においては、よい教訓を得たと思う。

委員の皆様からいろいろと議論が出た中で、事業者の取組においてはプラットフォームのように優れた取組もあり、かなりの効果を発揮している部分もあるが、価格のボリューム、適正ゾーン、あるいは表現の自由のような事業者だけで決め切れない問題も残っている。そうしたところは、政府と事業者が今回の経験を生かして、今後の教訓になる形で整理をしていくことが必要。何らかのパネルを設けるのか、調査分析をするのかが必要になると思っている。

- (事務局) 御指摘のとおり、政府は当然早い対応をすべきだと思う。他方で、政府だけの対応ではうまくそれが消費者の皆様には伝わらないところもあるので、SNSを含めて、プラットフォーム事業者の方の取組とうまく連動させていく必要がある。プラットフォーム事業者の皆様としても一定の対応は取られているけれども、例えば高額な判断をどうするのかよく分からないとか、そういったこともあり、プラットフォーム事業者の対応にも一定の限界があるということだと思うので、そこをうまく双方が補完し合うような形での枠組みが、今日の御議論をお聞きする中で一つの方向性としてあり得るという感じがした。

【資料4-1、4-2について】(資料4-2は、運営要領に基づき非公開)

○ 2点に分けて発言させていただく。

まずは、資料4-2について、幾つか差し支えない範囲でお聞かせ願えればと思う。一つは、この通販事業者の違反行為が判明したきっかけである。消費者、被害者から消費者庁へ何らかの連絡があったのか。また、これは模造品なので、権利者がこれはおかしいと言わなければいけないと思うけれども、権利者はどれに関わったのかといったきっかけの部分が一つ伺いたい。

それから、これは特定商取引法で対応されたが、本当に組織的にやっているような感じがして、組織犯罪処罰法とか、刑事対応をすべき、あるいは刑事対応も加えてすべきではないかという気がするが、どのような対応があり得るのか。つまり、消費者庁と警察のほうで一緒にするという仕組みはあるのかということである。

最後は、ヒアリングでBtoCの場合、売主Bとのコミュニケーションは非常に密にしているとおっしゃっていたオンライン・ショッピングモール事業者もあったと思う。それは非常に印象的だった。一方、別のオンライン・ショッピングモール事業者だと思うが、ここはむしろBとのコミュニケーションが必ずしも密ではないというスタンスを取っているプラットフォーム事業者だから、こういうことが起きやすい傾向があると言えるのか。これが1点目である。

2点目は、資料4-1の最後の議論をしてほしいというところについてである。もちろん個々に本人確認をきちんとしなさいとか、あるいは様々な紛争処理の工夫を義務化させる、個別に書いていくということもあろうかと思うが、これは規定するのも非常に大変である。それから、個々の違法な製品を行政庁が特定してこれを削除しなさいというのは、これもまたいちごっこで大変だろうと思うので、様々な紛争処理の工夫であるとか、あるいは必ずさんな本人確認をしないというようなことを総合的にもたらすような施策を考えるべきではないか。

つまり、具体的にどうすればいいかはプラットフォーム事業者に考えてもらおう。行政のほうは厳しいけれども、非常に大まかな規制をかける。それが一つは、例えば紛争処理について、これを義務付けるのか、それとも紛争処理をするかしないかを製品ごとに開示するのか。いろいろな方法があると思うけれども、私がイメージしたのは、多くのデジタル・プラットフォームの事業者は紛争処理については関わろうとしているというのがヒアリングでの印象だったので、むしろそこを積極的にやらないと結果的に自分たちが困るという施策を考えるべきではないか。

先ほど、緊急事態の話もあったが、緊急事態ではむしろ個々のプラットフォーム事業者よりも政府のほうリードするべきだが、平時の場合は、むしろ

個々のプラットフォーム事業者がいろいろな工夫をできる余地を残しつつ、しかし、余りにもひどい場合については非常に厳しい措置が待っているというような形の規制をするとよいのではないか。紛争処理について、例えば原則義務であるという法的なルールを作る。作った上で紛争が起きているのにそれを仲介しない、十分仲介しない、あるいは仲介できない、なぜならば、本人確認をしていないからどこに行ったか分からないからと言っているような場合は、これは仲介義務、法的な義務を履行していないということだから、義務履行命令、そして、その義務履行命令ができていないということで、返金命令、課徴金納付命令、そういう形できちんと違反に対しては措置をすることとする。そして、具体的に何を以て仲介義務というのかについては、法律では非常に曖昧に書いてある。その上で、この共同規制という工夫だけでも、個々に我が社はこのようなことまでやると。これを守っている限りは、紛争仲介義務違反という認定はしないという約束をやる。

ただし、それは例えば1年ごとであるとか2年ごとの認定に限って、それで問題が出てきたらもう一回やり直してもらおうということだけでも、事業者の工夫も残しつつ、しかし、全く共同規制に乗ってこないような人に対しては何を以て仲介義務違反と言われるかどうかは分からないということで、プラットフォーム事業者を疑心暗鬼にさせて怖がらせる。そのような仕組みで、行政が何もかもこれをやっては駄目、あれをやっては駄目というのは限界があるので、非常にアメリカ的ではあるけれども、あるいは特定商取引法も独占禁止法もそうだと思うが、禁止規定は非常に曖昧というか、大ざっぱだけれども、それを例えば共同規制という形で、具体的にちゃんと規制に乗ってくる優良なデジタル・プラットフォーム事業者に対しては、安心していろいろな工夫をしてもらえるような規制をしたらどうか。

- (事務局) 御質問があった点について御説明したい。個別の事件についてのきっかけが直接何だったかというのは、事件調査の関係でお答えはできないので、この事件に限らず一般論として、このような事件の調査の端緒、きっかけという意味において御説明させていただく。まず一つはサイト、通信販売を見て消費者トラブルがあった、被害があったという申立てがあるというのは端緒になり得るきっかけである。ただ、それだけではなく、権利者からの申立てというのもあり得るし、通信販売なので、我々が常にパトロールというか、ウォッチ、モニタリングもしている。表示義務がないがしろであったり、ないがしろである場合には何らか疑わしい取引であったり、品物も疑わしかったりするので、それは偽物だとか、そういう場合もある。端緒情報はこれらの複数の要素によるものもある。

権利者との関係だが、当然、我々は偽造品とする認定に当たってはしっかりと鑑定もしており、その過程では、ライトホルダーズの方々の団体などとも緊密に連携しながら、進めてきている。

組織的犯罪に近いことを踏まえた警察との対応ということだが、警察当局とは本件に限らず様々な局面で特定商取引法違反などについて情報共有をしており、必要に応じて警察当局による直接の執行もあり得ることから連携をしているという実態である。

プラットフォームと売主である事業者とのコミュニケーションの濃密さの違いについて、販売業者とコミュニケーションを密にして、販売業者のビジネスのやり方をプラットフォームが絶対に管理しなければいけないというのが一つのモデルだとは思っていない。各社の戦略の下で非常に信頼の置ける、このプラットフォームに並んでいる販売業者ならば大丈夫だという戦略で行くところもあれば、いろいろな世界各国の店揃え、品揃えで選択肢を広げて、それを競争力の拠り所とするプラットフォームもあろう。ただ、競争力の源泉としていく観点からは、商品や売主のレンジが広いだけで信頼のない人が数多くいるというのでは元も子もないので、その辺のバランスをどうしていくかは各社の戦略でもあるし、最低限のルール・法律、共同規制、あるいは事業者の自主的な取組など、どういうものが適正かということを経営的に判断していく必要がある。また、この分野は法律で細かいところまで、箸の上げ下げまで決めてうまく回るような取引分野ではないとも我々としては考えている。

そうした意味において、共同規制の在り方だとか、最低限のルールはどこに定めるのか、あるいは業界の自主的な取組をエンカレッジしていく方策は何か。そのためのいろいろなデータの裏付けだとか、そういったところをどう考えていくのが大事な論点だと思うので、今後一緒に考えていきたい。

- 資料4-1について、こちらは前半の議論の続きのような意見になるが、危険な物品や偽ブランド品については、行政機関とプラットフォームとの連絡、密な協力関係が一層求められるかと思う。マスクも危険な商品ではないというお話もあったが、例えば自作品を販売したりとか、外国では再利用品が売られたりとか、そういった事例もあるようだし、消毒液に関して本物かどうかはつきりしないものも売られている可能性があるかもしれないので、そういう意味では、高額だけが問題となるのではなくて、衛生用品については危険な品であるということも意識しておく必要があるかと思った。

特に発言しておく必要があるかと思ったのは、通信販売13事業者への処分についてである。違法製品の流通と本人確認義務の懈怠はセットになっているということが顕著にあらわれた事例であると認識している。本人確認は全



での健全な取引の基本であるということが言えるわけだけでも、プラットフォームが被害に遭ったと評価できるものを含めても13件も出てくると、実際数ははるかにそれより多いだろうということが想定されるし、プラットフォームが商品にも取引自体にも問題があるものを黙認してしまっていたと言われてもやむを得ない事例だと感じたところである。特定商取引法の表示義務が潜脱されている状況を放置してしまっており、これはアカウントの開設時から虚偽情報を受け入れてしまっているといった点からも感じとることができると思った。

では規制を続けたらいいのか、というと単純な議論ではないのかもしれない。しかしプラットフォームにもできることはあると思っており、事務局資料にも出ているところかと思うが、アカウントの開設時その後も利用者の登録情報が真実であるかどうかを確認する責任があるのではないか。具体的には登録情報の変更を制限したり、与信の伴わない、実在が確認できないタイプの決済サービスの利用を制限したり、本人確認を定期的に行う。それに従わないとアカウントの停止や取引の停止を含めて何かしらの制裁を加えるということも検討する必要があるのではないか。この辺りはプラットフォーム自身の信頼性を損わないためにも基本的な責任を負わないといけない場面かと思っており、特定商取引法の実効性を担保する上でも法的な義務付け、法的な責任を伴う形で検討する必要があるのではないか。

それから、類似商品についても取引停止だとかアカウントを使わせないといった効果を及ぼすような措置が何かしら検討できればと考えている。

- この会議で何度も言っている事例がたくさん出てきたと思っている。特に特定商取引法等の表示義務については、プラットフォーム側から見ても適切かどうかというのは、割と自動化も含めて規律を図っていける部分かと思うので、モニタリングする義務も含めて店子に守ってもらう義務は入れていただいたほうがいいと思う。

他方で、多少プラットフォームを擁護するとすれば、こういう事案が出てきて、身体的な被害の拡大損害はともかくお金を返してくれないかと言えば、店子はさておき補償するプログラムは比較的機能はしている。ただ、ヘルプのページがものすごく分かりやすいかという点、比較的慣れた人がそこに行くと苦情を言うと返してくれるというレベルでは機能している。厳しい苦情があれば対応するというように、経済合理的にやっつけてしまっている面もあるのではないか。経済合理的に先ほどのモニタリング義務や表示義務を守ってもらうにはどうしたらいいかという点、そういうところから得た利益は剥奪するような課徴金ないし返金命令を同時に立法することによって、合理的に考

えてもちゃんとモニタリングしたほうがいいと判断していただければ、やっていただけるのではないかと。

事務局からもあったように、全部コミュニケーションを密にしなければいけないというわけでは当然なく、比較的ギャンプリングなところからも買えるというのも選択肢ではあると思う。しかし、最低限、連絡がつかないとか、最後に紛争になったときに紛争もできないところがあるというのはまずいと思うので、今の表示義務について店子に守らせる、それに加えて、定期的なモニタリングで守らない場合、さらにそこから得た利益は剥奪できるような制度を、立法するとしたら入れていただくと、合理的に考えてそういうことはしないというようになっていただけるとかと思う。

- （事務局） 御指摘の点について、ぜひ検討していきたい。それぞれのプラットフォーム、まさに取引の信頼性の向上という観点からも、個別の特定商取引法の執行だけにとどまらない論点がある。それから、プラットフォーム上の商品で問題が明らかになった場合の類似商品への対応ということも、プラットフォーム事業者側でどういうことが取組可能なのか、これは法規制だけではなくて共同規制、あるいは自主的な取組を促していく仕組み、いろいろアプローチがあると思っている。

プラットフォームが自主的に努力している面、例えば、トラブルが生じた場合に消費者に自ら補償している努力などの点も、バランスよく考慮していかなくてはならないことは我々も承知している。実際に消費者の側に立てば、最後はお金が返ってくればいいというところもあるので、プラットフォームの企業の皆さんの頑張りというのも我々は十分理解している。ただ、悪いのはエンフォースメントの対象となる詐欺的な販売業者であるわけで、こうした事業者を如何に取り締まるか、犯罪収益の没収も含めてどういう法的な仕組みが必要なのかというのは、この件も含めて特定商取引法全体でも考えていかなければいけないと考えている。

- 私はこの検討会に参加させていただいて思ったのは、このプラットフォームに出店する事業者、出品する人たち、割と簡単に参加できる仕組みになっているのだということである。前回のヒアリングのところで、本人確認はしっかりしているというお話もあった。特定商取引法の表記もきちんとしていただいていますというお話もあったけれども、嘘のものがたくさんあるというところで、デジタル・プラットフォーム企業として、出店者の本人確認というところが一番重要なのではないかと。

決済サービスを使っているというところで、それをきちんと銀行口座の信用

の置けるところにするとか、情報の書き換えが簡単にできてしまうというところで、それを書き換えできないものにするとか、まだまだプラットフォーム事業者としてできることはあると思うので、まずそこで本人確認をきちんとしてもらおうことが大事だと思う。

その上で、一つのやり方としては、トラブルが起きたときにそれが追跡できなかったときは、そのトラブル被害に関してプラットフォームが場の提供者として賠償を全て負うということにしないと、なかなかデジタル・プラットフォームのほうも本腰を入れてそういうところをやらないと思うので、本人確認が一番重要なところだと思う。

- 今、本人確認のお話が出てきたが、改めて特定の事業者が悪用されているということもはっきり出ていると思う。おそらくある程度分かっている事業者が、足がつかないところを利用しているというのは明らかなのだけれども、こういった事業者を使っているお店にまともなところもいっぱいあるのかどうかというのは、今回明らかにならなかった部分だと思う。本来であれば、プリカ事業者などに関してはカード番号を見れば分かるものなので、そういった事業者をプラットフォーム側で排除することも技術的にはできると思うけれども、仮にそれをやった場合にまともな事業者も、特に海外でなかなか日本の銀行口座を持ってないようなところも排除されてしまうのかというのは、今日の範囲では分からなかった部分だと思う。

いずれにしても、当然事件から見るとそれを止めるためにはどうしたらよいかということを考えるわけだが、実際にどのレベルで何を義務付けるかということを議論する場合には、それが明らかに悪意を持った人たちだけに悪用されているものなのか、そういったものを通じてきちんと適切なサービスも提供されているのかというバランスで見ていく必要があると思うので、そういったことをきちんとプラットフォーム側も安心して情報提供できるような受け皿なり、検討の場を考えていく必要があるのではないかな。そういったことも含めて、この場でどこまで決まるかというのはあろうかと思うけれども、きちんと再発防止に向けてフィードバックサイクルが回っていく検討の仕組みを考えていく必要があると思うし、その中で悪用されている方法が適切に遮断されていくサイクルをつくっていくことが重要になってくると思う。

- 本人確認をした情報が自由に書き換えられているという御発言があったと思うのだが、もしそれがそうだとしたら、これは本人確認にも何にもならないので、自由に書き換えられてしまう仕組みそのものをやめさせるということがまず一つかと思う。

そのときに、ここからテクニカルになるわけだが、リアルタイムに書き換えの有無を監視することができるのかどうかの一つ。もう一つは、法人番号という仕組みがあるわけなので、日本の事業者であれば法人番号を書いて、その法人番号から参照したところに住所等が載っているとか、要は、自分が書かない、書けない、だけれども、本人確認はできるというような仕組みを整えていく。

法人番号というものに関して言うと、これはグローバルに企業番号をしっかりと整えようというのを日本も発信してもいいのではないかと思うし、中国は ICP ライセンスという番号を振って事業者を管理する仕組みもあるので、要は、事業者という観点からすると、本人確認を番号制にして、その番号を基にどういう情報を引けるのかというグローバルな仕組みをしっかりと構築していくというのが必要なのだろう。

個人事業主になるとまた問題が別のため、いろいろな工夫が必要なのだろうと思うので、今、私からすぐには言えないが、少なくとも悪質な取引をする事業者という観点からすると、法人番号が既に整えられている仕組みなので、これの利用で本人確認をリアルタイムにやっていくことも検討の余地があるのではないか。

- (事務局) まず、出店者の本人確認義務に関する御指摘について、我々も問題意識をまさに共有している。それに関連して、プラットフォーム上で特定商取引法に基づく表示が自由に書き換えられる仕組みとなっていること自体の問題性については、テクニカルな議論も必要になってくるので、プラットフォーム事業者、IT 関連の事業者の専門家の皆さん、あるいは携わっている直接の皆さんとよく対話をしながら、どういう方策が可能なのか考えてきたい。また、本人確認については、いろいろな法人番号の参照だとか、中国の ICP ライセンスだとか、どういうことが利用可能で、課題も個人事業者はどうするのかというところなど、いくつも論点があると思うので、その辺りも行政と事業者とで今後一緒に考えていきたい。

その関連で言うと、いわゆるプラットフォームで、身元不明で行方知らずとなった詐欺的な違反事業者に対して、やるべきこと、あるいはできることをやっていたら、本当はどこまで真実に基づく情報をチェックできたのかがつまびらかでなかった。それらの点については、今後、よく事業者の皆さんと対話をしながら、今後、何が可能で、何が難しく、難しい部分に対してはどのような対策を打っていくのか。まさに悪いサイクルを遮断するような仕組みをどのように構築していくのか、ということについて、この検討会の場やそれ以外の場も含めて、検討していきたい。

○ 外国事業者が偽商品を出している場合に、様々な制裁の加え方があると思うけれども、お金を取るにしても何にしても、そういうことを付け加えることで、かえってこれまでできていたことが当局としてできなくなるとか、動きにくくなるということが、法制度が重くなることによってあり得ると思うので、そのことも考えて今後検討する必要がある。また、外国事業者からお金を取るとして、本当に払ってもらえるのかという問題もあると思うので、当局側では既に頭に入れた上で回答されていると思うけれども、周りの者もそういう問題もあることも念頭に置きながら、今後の検討をする必要があるのではないか。

○ まず、全体を俯瞰して見たときに、2頁に円グラフがあるが、件数という点で見ると、実際にこういったプラットフォームを経由した件数というのは、それこそ何十億、もっと多いかもしれないけれどもあって、ここで上がってきている件数という意味でいうと、全体取引の件数からするとごく僅かである。もちろんそれでいいという話にはならないので、その解決策を考える必要があるのだが、社会的コストといったことも含めて考えたときに、対策としては件数の大きさ、小ささといったことも十分考慮した上で考える必要があると、まずベースとして考えるべきではないか。

7頁に論点が3つほどある。まず、論点①についてだが、その前の5頁、6頁には、各プラットフォームの自主的な取組が列挙されている。当然プラットフォームとしては、例えば削除すべきものがあれば、それは削除してきているという実態があるのだが、削除をするというところまで判断ができないものも多々ある。例えば7頁目の冒頭の柱書きのところには「デジタル・プラットフォーム企業が定めた規約に違反する」とある。規約に違反すれば削除というのはあるのだけれども、消費者保護のために緊急に、例えば販売が問題だということについて削除する、しないという議論をするケースがあるが、販売が禁止されていないのだけれども、デジタル・プラットフォームには禁止しろと役所のほうから言うケースもよくあって、プラットフォームとしてそれに対応するのは非常に難しい。まずは販売禁止にしてくれとお願いをしているケースもある。

緊急時のみならず平時であっても独占禁止法との関係でプラットフォームとしては対応できない部分があるので、そういったものについてはきちんと行政の側で手当てしてほしい。プラットフォームが合法的に消費者保護の対応ができるように、そういった制度をきちんと整備してほしい。

消費者庁とプラットフォーム事業者のコミュニケーションをもっと密にしていってらどうかと思っており、通常時からコミュニケーションをする機

会、場を設けて、お互いに意見交換、情報交換をしたらどうかと思っている。それをすることによって、緊急時に迅速な連携が取れるのではないか。一例を申し上げますと、経産省との間では、プラットフォーム事業者と経産省との間で製品安全に関する連絡会合というものを開いている。その枠組みを利用して普段から様々な情報交換等を行っているので、連携が結構取りやすいと思う。今日、御説明いただいた資料にも幾つか事例があったが、そういった事例についても情報交換の場を利用して、プラットフォーマーにいろいろ情報共有いただければと思っている。

さらにもう一点、先ほどの前の議題との関係もあるが、何が本当の問題なのかというのを、データを基にした分析で冷静に検討していく必要があると思っている。マスクがフリマで禁止してから1か月以上たってもいまだに品薄というのは、本当にマスクの転売が品薄の元凶だったのかということについても疑いを持って、データをきちんと踏まえた議論をしたほうがいいのではないか。

論点②だが、これはいろいろな取組で取引参加者の信頼性の向上を図るべきだと思っているので、その取組の一つとしては、警察も含めた関係機関との連携も必要だと思っている。そのときに、一つ重要な考え方としては、リスクベースでいろいろな取組を既にプラットフォーマーはしていて、こういった不正がなかなか起きづらい環境のプラットフォーマーもあるように思っているので、一律にプラットフォーマーの行為を禁止するとか、何か義務付けるといったのではなくて、取組に応じた形で、あるいは環境に応じた形で考えていく必要があると思っている。

論点③だが、プラットフォーマー事業者が取り組んでいる消費者保護施策、これはどんどん対外的に情報提供していくべきだと思う。しかし一方で、例えば詳細な基準とか数値みたいなものを公開してしまうと、裏をかいて悪いことをする人が出てきて、そこまではなかなか難しい面があるので、どういうものを公表して、どういうものは公表しないのか、そういったことも含めて議論をしていただければと思う。ちなみに、今までの議論では悪いことをする出店者がたくさんいるかのように言われているが、実際は一部の出店者に限られており、大多数の出店者は真面目にやっているところなので、社会的コストという意味で考えても、そういった環境も考慮する必要がある。

細かい点だが、個人事業主にはたしか法人番号はなかったと思うので、それを踏まえた制度設計が必要かと思う。

- まず一つは、ミニマムのルールをプラットフォーマーについても決めておくことは重要ではないかということである。

もう一つは、特定商取引法など既存の法制度をうまく活用していくことが重要ではないかということである。その際に1点だけ申し上げたいのだが、具体的にどういうルールを作るのかとか、そういったことに関連してくる問題として、オンラインのプラットフォーム同士の競争の問題、それから、オンライン以外の取引とのバランスの問題は非常に重要ではないかと思っている。ミニマムのルールを定めることによって、言わばプラットフォーマーが一斉にそのルールを守ることができるが、自主ルールだけだと、自主ルールを実行したことによって競争力という面では不利益を生ずることもあるかもしれない。したがって、必要なルールはきちんと定め、その上で自主的な取組でプラスアルファの信用力等のメリットを出していただくことが重要ではないか。

そういう意味でいうと、現行のオンライン外の取引についても規制をしている特定商取引法の中にプラットフォーマーに関する規定もきちんと位置付けをする必要があると思う。ただ、中身としては、例えば紛争処理の仕組みがあるのかとか、モニタリングの問題、表示の問題とか、これまでのオンライン外、あるいは通信販売の業界等でいろいろ議論されてきていることの延長線上でルールを定めることになるのかと思う。いずれにしても、まずプラットフォームに固有のルールをしっかりと定めることが重要ではないか。

- まず、偽ブランド品など、違法な商品を販売する事業者というのは、消費者、それから、真面目な事業を展開している事業者の双方にとっても共通の敵であり、ぜひしっかりとした取締りをしていただきたい。

ほかの委員の方からも御指摘があったが、自由な書き換えができてしまう仕組みは、法律で改めて書くまでもなく、書き換えができないように事業者の方に対応してほしいと思うところである。

それから、消費者の立場に立ってみると、外国の事業者が販売しているのだと思うと本当に届くのかなと心配になる。だから、何となく日本の住所があると信用して取引に入ってしまうところがあると思う。そういう意味では、日本で住所を持つ個人なり法人なりをターゲットにした規制の仕方は有効になるのではないか。

その上で、例えば法人だったら、法人番号を本人の確認の仕組みに必ず使う。いろいろな本人確認の仕方があるけれども、法人だったら法人番号を使う。そうすると、少なくとも番号を入れますと国税庁のページで法人名と結びついて検索できるので、それができればいい。

そうはいつでも、むしろ悪い事業者は、法人になるとばれてしまうということであれば、ますます個人の名前でやると思う。個人事業主あるいは個人なのだという形を取ろうとすると思うのだが、これはマイナンバー法か特定商取

引法か分からないけれども、マイナンバーの仕組みをぜひ改善していただいて、例えば下3桁と名前を打ち込むとそれは一致しているとか、違うとか、答える仕組み。何かそういった工夫をしていただければ、こうしたプラットフォームの事業者の方も本人確認の行政の認証のプラットフォームがあれば、そこに照会するというルールが決まればそれに従うというか、それだとより簡便ということになると思う。そういう意味では、ぜひマイナンバーの仕組みをうまく活用していただいて、それを事業者に義務付けるとか、そういったことを考えていただければと思う。

- 3点申し上げる。まず、事務局から今日御紹介いただいた問題に関しましては、いわゆるモール事業者側にとってもレピュテーション上、あるいはお客様、消費者からの信頼という観点でも放置できない問題だと考えている。したがって、モール側で本人確認のさらなる一層の強化、あるいは正しい本人確認情報の維持管理も含めて、プラットフォーム側でより一層の取組がされるのではないかと期待している。

本人確認の問題に関しては、ぜひパフォーマンスベースのアプローチで議論をしていただきたいと思っている。つまり、何らかの大きな方針がありつつも、細かいやり方、手段、方法といった処方箋に関しましては、デジタル・プラットフォーム側でいろいろな創意工夫ができるような仕組みで今後議論させていただければと思う。

2点目である。違法な製品・事故のおそれのある商品の流通の問題に関しては、多面的な対応が必要であると考えます。この場ではデジタル・プラットフォームでの販売ばかりに議論が集中する傾向にはあるけれども、製品の製造、輸入、あるいはオフラインでの製品の販売、あるいはデジタル・プラットフォームではないところでのオンラインでの販売、こういったところでも実際に起きている問題なので、全てを俯瞰して議論する必要があるのではないかと。デジタル・プラットフォーム側でも努力すべき点は多々あるけれども、むしろデジタル・プラットフォームで販売された商品だからこそ購入履歴がしっかりしており、リコール対策や製品の安全な使用方法についての周知がやりやすいという優れた面もある。例えば米国では、こういったデジタル・プラットフォーム上の偽造品対策については、むしろ水際対策を強化すべきということで国家安全保障省が動いていると認識をしています。

3点目である。これまでの議論では、どちらかというと、いわゆる出品者の本人確認ということで、出品者の信頼性についての議論に割と集中しているけれども、今回、事務局の資料を拝見すると、スライドの7枚目の御議論いただきたい事項の中で、問題のある商品の発見、削除等の機能強化というものが



ある。この点について、ぜひ御理解いただきたいのだけれども、デジタル・プラットフォーム側では、規制対象製品の網羅的な該非判定は非常に難しいという現実問題がある。

前回の会合で、電波法ではそもそも販売規制がないので、そこから着手すべきということを申し上げた。より細かく申し上げると、例えば電波対象の製品に関しては、デジタル・プラットフォーム側では、それが本来規制対象の商品なのか、そうではないのかを判定するのが非常に難しい現状がある。例えば電波法では著しく微弱な電波である場合には規制の対象外なのだけれども、その商品が著しく微弱な電波を発するものかどうなのかというのは、デジタル・プラットフォーム側ではなかなか知る由がない。では、技適マークを確認すればいいのかということになると、最近のいろいろな IT 機器あるいはおもちゃも含めて、無線が搭載された製品はたくさんあるのだけれども、製品の内蔵装置に技適マークが付してある場合もあり、外箱や外観からは確認できない場合もある。

だから、消費者の生命や財産の保護という観点から、よりリスクの高い製品に対してより強い対策を求めるというリスクベースのアプローチをぜひ御議論いただきたいと思っており、全方位的に全ての対策を取ろうと思っても、現実問題は非常に難しい面があるので、そういった面からも今後議論させていただければと思う。

- 私からは、広い意味での規制の方法について意見を述べたい。規制の方法に関しては、今日お話になっている中では、例えば本人確認、あるいは違法、とりわけ生命・身体に関わるような危険のあるもの、ないしは他人の権利を侵害するようなもの、これらを対象とするものに関しては、最低ラインのものとして厳しい規制を課する必要があると思う。行政的な規制その他の規制を考えるべきだろう。ただ、それ以上のことに関しては、例えばすぐに思いつくのは自主規制などだが、自主規制に関しても、もちろんそれぞれの業界でそれぞれの考慮の下にやっていただくのは大変よいことだと思うが、どうしても最低ラインをそろえるという方向になりがちだろう。

そこから先については自由に任せるというのも一つの道ではあるけれども、さらに考えられるとすると、プラットフォーム間での競争を促進するという方法も考えられると思う。例えば、安全性ないし信頼性に関して幾つかの指標を設けて、それぞれの指標について、それぞれのプラットフォームがどのようなレベルのものかということ、行政がやると問題があるのかもしれないが、第三者が評価し、それを消費者や顧客にも分かるように情報提供する。それを見て、それぞれのプラットフォームの安全性ないし信頼性を判断することが

できるようになる。そうすると、そういった点を考えなければならないと思うところは自主的に努力をして、よりよいサービスを提供していく。もちろん、コストとの兼ね合いでそのような判断がされていくことになるだろう。このような可能性も含めて、ハードなものからソフトなものまで規制を考え、とりあえず今日お話になったようなハードなものについてはしっかりと規制をしていく。このような方向で検討してはどうか。

- （事務局） 緊急時対応については、今回いろいろなことがあり、我々もいろいろなことを言われているので、それについて先生方の御意見を伺った上で、今後考えたい。

また、もう一つの違法な商品の流通の話については、ちょうど資料4-1の8頁目に、最低限取り組むべき事項と消費者利益の確保のために自主的に取り組む事項というものを描かせていただいているが、この線引きをどのようにしていったらいいか。行政のほうがある程度介入するべき話と、業界にある一定のルールの下委ねる部分と、当然あるかと思うので、その点はよくお話をさせていただきながら、ほかの論点もまだ今後残っているので、引き続き御議論のほどよろしくお願ひしたい。

- プラットフォーマーについて法的規制、特定商取引法等の規制にかけるべきだという議論もあったかと思っているが、私としては慎重に考えるべきだと考えている。本日、事例について幾つか紹介があったが、関係する当該プラットフォームにおいて取組を強化するというところで、それは十分対応できる話かと思っている。

また、プラットフォームを介さずに直接販売している事業者もある状況で、プラットフォームを介した場合にのみ重畳して法的規制をかけるということについては、そこは慎重に十分考えるべきではないか。

- 本人確認の強化において、法人番号の利用等について言及があったかと思うが、番号を入れるだけでは全く本人確認にはならず、あくまでこの番号の持ち主であることの認証をしっかりと行う必要があるということを改めて強調させていただきたい。

先般、経済産業省のほうでgBizプライムという法人認証基盤も構築しているし、日本に法人がある場合には、法人番号の持ち主であることをきちんと認証する仕組みは整備されているところであるし、個人の場合もマイナンバーカード等の方法が提供されているわけけれども、プラットフォームの方々から見て、そういったものがまだ不便なところとか利用しにくい部分が

あるのであれば、政府としても改善していく必要があると思う。また、特に外国法人の取扱いをどうするかは今後しっかりと議論をしていく必要があるように思う。

以上