

第12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3年1月25日（月）11:00～12:36

2. 場所：ウェブ会議を利用したオンライン開催

3. 議題

- ・ 報告書作成に向けた議論

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、正木委員、山本委員、渡辺委員

（消費者庁）

井上内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）、伊藤長官、高田次長、片桐審議官、坂田審議官、笹路取引対策課長、黒木消費者制度課長、内藤消費者政策課長、吉村消費者教育推進課長、小堀地方協力課長、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、警察庁、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

事務局より資料1について説明を行った後、意見交換を行った。意見交換の概要は以下のとおり。

○ 今回はBtoCを対象にしたコアの部分に関して新法をつくっていく方向性が示されたことについて承知した。その上で、何点かコメントさせていただく。

まず第1点は、取引デジタルプラットフォームの定義に関してである。報告書案の3ページを見ると、「取引型」デジタルプラットフォームであれば、規模や取引の対象によって区別を設けないということで、かなり幅広く範囲を捉えていると理解している。ただ、売買契約のみならず役務提供を行うものも含めて全てカバーするといった場合に、いわゆるショッピングサイトやオー

クションサイトのようなものに限らず、シェアリングエコノミーのような事業形態も入ってくるということになるかと思う。そうすると市場規模がかなり大きいものも含まれるということになってくる。

この検討会で主に議論してきたのは、私の理解では、商品販売のようなケースが多かったと考えており、「取引」デジタルプラットフォームの範囲に関しては、文言上できる限り明確にするとよいかと思う。

特にこの点で関係してくるところで述べると、10ページから13ページ辺り、項目の2から4の辺りの義務に関わるところが影響してくるか考えた。趣旨としては、役務提供契約を提供するプラットフォーム事業者に対して、多種多様なものがあるので、予想外の負担を与えないように配慮していただく必要があろうかと思う。

第2点は、その関係での販売事業者の範囲について、CtoCの取引の中に隠れBが含まれるというところが、消費者のほかデジタルプラットフォーム企業が介在する取引において難しいところだと感じている。販売事業者の範囲に関しても、明らかに事業者であるもの、規制すべき事業者にきちんと規律が及ぶように販売事業者の範囲を、例えば政令などで明確化していただくというような方法も考えられると思う。

第3点は、販売事業者との連絡手段の確保や売主の販売条件の表示、それから身元確認のための資料提出といったものが、今回は努力義務という法令上は緩やかな案として示されている。他方、身元確認資料といったものは開示請求権の基礎となる情報であるため、特に消費者に影響の大きい利用者数が多いプラットフォーム事業者に関しては、積極的に10ページ目の①から③の義務、努力義務に関しては取組を行っていただきたいと考えている。

併せて、①から③以外でも、この検討会の中で議論に上がった、例えばODRの仕組みなど、紛争解決に向けた事業者の取組について期待している。

第4点は、以前から繰り返し述べているように、報告書案の9ページ目で若干言及のあるイコールフットィングについてである。こちらについては明文上書くことによる弊害もあるとの指摘もあり、その点も確かにそのとおりかなと考えているが、私の立場としては、域外適用であるとか執行協力などのイコールフットィングに関わる規定は明文で置いておく必要があるのではないかという立場である。

第5点は、今後の検討課題に関して、今回の新規立法にはCtoC取引が入らないということになっているが、CtoC取引においても生命、身体、財産上の被害が生じるということはあるので、個人情報保護の必要性、保護の要請を十分に配慮しながら、プラットフォーム事業者が果たすべき役割、責任については継続的に検討する必要があるかと思う。報告書案に書いていただいて

いる方向性に賛成である。

また、その他の論点も重要なところがあり、例えば、パーソナルデータのプロファイリング、具体的にはパーソナライズド・プライシングに該当するかと思うが、こちらについては諸外国でも実例は乏しいようなので、直ちに規制すべきという主張ではない。但し、2018年のOECD競争委員会のペーパーなどでも取り上げられていて、最終消費者をターゲットにしたパーソナライズド・プライシングについては消費者保護のアプローチが適しているというようなことが書いてあるので、検討課題としては非常に重要なものであらうと考えている。

- まず、BtoCについては、規模にかかわらず適用するということは、私は賛成するが、官民協議会の場に参加しない人が「適用する」というとハレーションも起きるだろうから、恐らく2つあって、今該当するか分らないが、真っ当にやられている事業者は、官民協議会等に積極的に誘いする、議論に参加してもらう必要があり、他方で、途中で少しお話があった外国の取引、明らかな売買のプラットフォームでどう見ても日本法を全然守っていないようなところは、呼びかけはしてもいいと思うが、恐らく参加もしてこないの、こういう辺りが全く守らず、かつ、今定めていただく措置は効果がないということであると、今回は入らなかった勧告とか命令というのも視野に入ってこないとも限らないので、私は割と官民協議会に参加していただいて一緒に議論してくれるかどうかというのは鍵かなと思う。

それから、CtoCが入らないというのは、今回のいろいろな調整、検討でやむを得ないところがあると思うが、11ページの3番の販売停止等もかからなくなるということになると、CtoCプラットフォームでは販売停止をした場合、店子等々のリスクがなおも残ることになる。これは全く私のアイデアだが、解釈として、新しい法律に基づく販売停止が発令された場合、これは公表されることになっているので、それはCtoCのプラットフォームでも、うちのプラットフォームでは販売を止めるというような情報を約款等でぜひ入らせていただいて、それは必ずしも消費者に対して無効な条項ではないといったようなものが広がると、CtoCでも同じように販売停止は動くかなと思うので、この辺りは事業者も含めて検討いただければと思う。

あとは、隠れBがいそうなCtoCプラットフォームは、ぜひ協議会にも参加してもらい、それは4番の開示請求とも関わるが、開示請求には対応しないといけない可能性があるわけなので、CtoCであってもBがいるかもしれないというプラットフォームについては、ぜひ協議会に積極的に参加していただければと思う。

それから、事業者からも要望があるところ、これも解釈レベルということになるのだが、やはり販売停止は今回非常にキーとして入っているので、今回は要請ということになったが、要請に応じて止める場合は、ほかの法律については違法性阻却されるといったようなこと、最後は裁判所なので、免責を完全には書けない以上、絶対とは言えないのかもしれないが、解釈としては、それは免責されるのだというようなことで進めていただければと思う。

最後に、他の委員からもあったが、私もイコルフットィング等、外国への適用、外国の当局との協力等はぜひ入れていただきたいと思う。それから、少し加筆してもらったが、15ページにある消費者庁における必要な人材の確保、その他の組織体制の充実、これはぜひ入れていただきたいと思うが、この際、国際的にも対応が必要だということを加味してこれらをやっていただきたい。

これは、日本法がどれだけ強制権限があるかにかかわらず、この法律を所管して、所管部署ができる以上、ヨーロッパやアメリカがビッグ・テックに対していろいろな執行をする際のカウンターパートナーになることは目に見えているわけだから、そういう人材も含めて、できれば課をつくるぐらいの確保をしていただければと思う。

- まず、第3章の「デジタルプラットフォーム企業の役割についての考え方」というところで、今回、「取引型」デジタルプラットフォームということで、その中でも規模や取引の対象の区別なく対象としているというところ、これは例えばいろいろ消費者被害があると言われている情報商材に関しての取引にデジタルプラットフォームが利用されているということもあるので、隙間のない対応をするためにも妥当な考え方だと思っている。

それから、立法の必要性については、この検討をしている中でオンラインマーケットプレイス協議会が設立されて、事業者の皆さんも消費者保護の様々な自主的取組の内容を公開されて、それはすばらしいことだと思うが、一方、コロナ禍の新しい生活様式の中でデジタルプラットフォームの利用もどんどん増えてきていると思うし、多様なデジタルプラットフォームがあること、市場が広がり新規参入もあるのだろうということを考えると、消費者保護のための立法は必要と考える。

ただ、立法の具体的内容を見ると、消費者団体が求めていたものから大分後退したものになっていると思うが、まずはこのような社会状況の中で国としてデジタルプラットフォーム取引における環境整備を行うために、早急に法律は必要だと思うので、確実な立法を求めたい。

第5章の「新規立法において対応すべき課題」において、CtoCの取引に関しては売主が一般の消費者ということで、例えば課題3の相手方の連絡先の開

示ということについては本当に悩ましいところだったのだが、今回は対応範囲に含まないということで、すっきりしたのかなと思う。

しかし、CtoC取引についても本当に様々な消費者トラブルが起きており、本当に問題は多いと思うので、今後しっかりと検討する場を持ってほしい。

具体的な内容のところでは第6章、取引デジタルプラットフォーム提供者が講じる措置について、そもそもデジタルプラットフォームには悪質な事業者が売主として容易に参入してしまうというところから、消費者団体等では入口の部分で売主、事業者の信頼性の確保のためにも、ここに①、②、③と掲げられているが、3つの措置の義務化ということを求めてきたのだが、そこが努力義務と後退してしまったことはちょっと残念だと思っている。しかし、努力義務ではあるが、例えば以前、消費者庁が模造品を販売していた悪質販売事業者を摘発して身元を追ったのだが、追い切れずに13件公示送達になったという事例があったが、今後販売事業者に連絡がつかないということがないように、デジタルプラットフォーム事業者の皆さんにはこの努力義務にしっかり取り組んでいただき、消費者が安心して利用できるデジタルプラットフォームの場をつくってほしいと期待している。

それから、官民協議会についてだが、これは法律で定めることになるが、この協議会が本当に連携・協力してデジタルプラットフォームの市場を健全な取引の場とするためにも、とても重要なものだと思っている。よって、ある程度しっかりと位置づけを持たせることをして進めてほしいと思っている。

最後の15ページの7番、その他の部分、施行後一定期間後に見直しを行うこととすると書かれているが、デジタルプラットフォームはどんどんイノベーションが進んでいき、消費者を取り巻く環境も急激に変化することが予想されるので、ここは一定期間というのを、この期間だが、毎年見直すぐらいの短期的な見直しの期間ということで行ってほしいと思っている。そういった見直しの中で消費者被害が減らないようであるのならば、法律の内容を適宜厳しくしていったって、消費者被害の防止、安全・安心の確保をしてほしい。

- 一連のもろもろ議論されたことが今回の報告書案の方向で全て解決するかというと、なかなか難しいと思う。CtoCの話、あと域外適用の話、また販売禁止等、販売者の身元確認がどこまでしっかりできるか。大きな前進ではあると思うが、どれだけ実効性を持たせていくかというところにおいては、神は細部に宿ると言うように、特に官民協議会の実効性のところなど、きちんと先達的にこれまでやってこられた海外の業者に取引が寄ってしまわないかみたいなところを丁寧に見ていく必要があるように思う。

こういった法律は、大体3年置きの見直しという情報が入って、3年目ぐ

らいに入ったところで、ちゃんと機能しているみたいな、変えなくても済むような議論になってしまいがちだと思うが、そうではなくて、1年目、2年目も含めて、この検討会で議論されてなかなか法制化には至らなかった部分も含めて、きちんと状況が改善しているかというところをしっかりとモニタリングしていったら、3年目に実際に見直しを図るというタイミングにおいて、そこから議論を始めるということではなくて、しっかり積み残した部分を官民の枠組みの中で対処できなければ、これはもう立法をきちんと強化しなければいけないのだという緊張感を持って取り組んでいただく必要が出てくるのではないかと思う。そこはぜひ3年目ということではなくて、継続的に本検討会で議論されたことにおいて改善が見られるかということをしかりとモニタリングして公表していくということが非常に重要になってくるかと思う。

- まず、今回、BtoCに絞ったということではあるが、その中でやはり国内外のイコールフットイングということで、この法律を適用していくのか、あるいは知らしめていくのか。また、中小事業者に対してもこの法律を知らしめていくのかということが重要ではないかと思う。

その上で、官民協議会には大いに期待するところなのだが、今回の報告書案の中でも、その協議されている内容を秘密にすることが書かれている。そうすると、逆に、中小あるいは海外の事業者に対して知らしめていくことを考えると、やはり情報公開のやり方も同時に考えていく必要があるだろう。また、情報公開に基づいて、今回の報告書案の中では落ちているが、消費者教育、消費者に対してどういうふうに情報を公開していくのか、事業者と同時に消費者に対しての情報提供の在り方も考える必要があるであろうと考える。

あと、方向感のところ、先ほど官民協議会にも参加しない、委員が示したモデルで言う極悪層に対してどのような措置を講じていくのかというときに、他の委員から罰則規定を法律の中に盛り込むべきであるという考え方が示された。これは一つの方角ではあると思うが、その極悪層をどのように対応していくのかというやり方も含めて、官民協議会がいいのか、あるいは消費者庁がいいのか、場はいろいろあると思うが、より強く議論していく必要があると思う。

その上で、今後の方向感というところでレビューやパーソナルデータの扱い方ということも、要はアイテム、機能というところでの方向感が示されているが、むしろ機能に関わる方向感、議論の広がりというところを方向として出すのではなくて、いわゆる極悪、中間、あるいは善良だったか、委員が示

したモデルに基づく極悪層を見逃すような立法だったら意味がないので、機能を広げていくという方向感よりは、消費者問題の難しさ、極悪を取り逃さないためにどうするべきかという方向感での議論の深まりを期待したい。

○（事務局） まず最初、3 ページのところで対象とすべきデジタルプラットフォームの範囲について御意見を頂いた。基本的には隙間のない対応を図るためにも「取引型」デジタルプラットフォームを、規模や取引の対象によって区別すべきでないという方向性について御理解をいただいたものと承知している。

それから、9 ページの辺り、特に第6章柱書き第四イコールフットイングということを描いている。この点について、複数の委員から、しっかり域外適用について十分知らしめていく必要があるのではないか等の御指摘をいただいたと承知している。御指摘のとおりかと思うので、そのような方向で進めていきたい。

また、10ページに移って、取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務となっている点については、消費者団体からもう少しという意見もあったところではあるが、基本的に努力義務ということで御理解をいただいているかと思う。他方、積極的にデジタルプラットフォームにおいて取り組んでもらいたいというような御期待、それから、ここで書かれていることに限らず、ODRなどについても考えていってもらいたいという御指摘もあったものと承知している。

11ページの辺りで、特に役務等の取引の場となっているデジタルプラットフォームについて予想外の負担を与えないような配慮をとというような御指摘があった。考え方のところにも多少述べているが、この指針等を定めるに当たっては、どのような取組がなされていくのかについて、適切かつ有効な実施に資するために参考となるようなものに指針を定めていくべきだと理解している。

また、販売事業者の範囲についてもなるべく明確にしていくべきであるというような御指摘を頂いた。売主側に回る者がBなのかCなのかについてということかと思うが、全般に関わるころだと思う。この考え方については、消費者庁としてもなるべく明確になるような基準などをお示ししていければと考えている。

販売停止等のところについても、実効性の確保などについて御指摘があったところ、複数の委員からこの点について御示唆をいただいたものと承知している。

13ページに移り、売主の身元情報の開示の請求については、デジタルプラ

ットフォーム提供企業にに応じていただくに当たり、その範囲、応じやすくするためにも責任が免じられるような場面などについても明確にということについては、この報告書案にも示しているところであるが、どのような形で応じていただけるのかというようなことについては、分かりやすくお示しをしていくように工夫していきたい。

13ページ、官民協議会について、多数の委員から御指摘をいただいた。この官民協議会の果たす役割が大変重要なのではないかなという御指摘であったと思う。なるべく多くのデジタルプラットフォーム企業あるいは団体の方に入っていて、様々な御意見を踏まえて、この官民協議会の場で議論をしていけるような運用というものが大事であるという御指摘であったと思う。

また、この官民協議会での守秘義務についても御指摘を頂いたが、全てが秘密の中で行われることを想定しているものではなく、必要なものについては当然透明性を持って運用されるべきものと私どもとしても理解している。消費者教育のためにも、事業者、消費者双方へのここでの議論の開示、状況の開示等が重要であるという点についても御指摘のとおりかと思う。

それから、15ページのその他のところで書いてある見直しに関して、様々な示唆に富んだ御指摘をいただいた。毎年でもというような御指摘もあったが、3年後に初めて議論を始めるということではなく、先ほどの官民協議会の場合なども活用し、モニタリング、公表をしっかりと、1、2年目からしっかりと検討を進めるようにというような御指摘をいただいたと思う。参考にして運用していきたい。

今後の検討課題として、CtoCの取引の場となるデジタルプラットフォームについて、今後しっかりと検討していく場が必要ではないかという御指摘をいただいた。これも官民協議会の場合なのか、あるいは別途消費者庁で検討するのか、様々なことがあろうかと思うが、運用状況等、あるいは被害の状況等も含めて検討していくべきものと理解している。

それから、その他のところに置いている、特にパーソナライズド・プライシングについても、消費者保護のアプローチ等で検討をしていくべきというような御指摘を頂いた。あるいは、極悪層を許さないというような観点でどのような取組が、あるいは立法などが必要なのかという観点から検討していくべきという御指摘をいただいたと承知している。そのような方向でまた検討を考えていきたいと思う。

- 連絡確保について頂いたご指摘につき、そこを実効力のあるものにする中で、ODRの有効活用については我々の共通理解であり、その精神はこの場で委

員の皆様に共有し、今後もそういうものの有効活用を可能性として検討していくという形で理解しております。

- 1つは、この報告書案の当然の前提であると思うが、現行法で可能なことは今後も可能であるということである。例えば、景表法では自己の供給する商品または役務の取引についての要件を満たせばデジタルプラットフォームも違反行為者となり得ることになっている。そのことについて、この検討会でももう少し具体的に紹介されたところだと思う。その点についても注目していきたい。

2点目は今回の新規立法の試みについて、ほかの重要な点は皆様にお任せするとして、私からは、デジタルプラットフォームの定義について、前回に引き続き改めて申し上げておきたい。

今回の立法では、デジタルプラットフォームの定義を取引透明化法2条1項からそのまま持ってくることになっているようである。取引透明化法では、ネットワーク効果を要件とすることを示す1号、2号というものが置かれている。他方で、消費者法に関するこの検討会でデジタルプラットフォームが問題になっているのは、消費者と接触するのが売主自身ではなくデジタルプラットフォームであるという点による。そのために検討しているということなのだろうと思う。私の理解では、ネットワーク効果は関係ないのではないかという気がする。もちろんそのように述べると、多くのデジタルプラットフォームはネットワーク効果があるのだから大丈夫だという反論があると思うが、関係ない要件を入れていると何か困ったことが起きるというのが激動する今の世の中ではないかと思うため、私自身としては、どうなのかなと思う。

ただ、法律に入れざるを得ないのであれば、あとは解釈で何とかしていかざるを得ないということになると思うが、とにかくこの際、一言申し上げておきたい。

- 10ページ、第6章2努力義務のところだが、ここで重要だと思うのは、特商法で規定される表示内容の適正化に係る措置や、販売業者と消費者間の紛争の防止、解決のための措置だと思っており、努力義務の内容としては、どのようなビジネスモデルでも分かりやすく、かつ対応が可能なものとする必要があると思う。

指針について述べると、指針は事業者の手足を縛るようなものであってはならないと思う。努力義務を満たすためのベストプラクティスのようなものを例示的に示すといった形で策定するのが適当かと思う。本法案の対象とな

るプラットフォームは、小さいところから大きいところまで対象にしている。あるいはビジネスの内容も非常に多岐にわたるという理解である。また、技術的な面、サービスモデルみたいなものもどんどん革新していくという世界なので、そういったものを考慮した柔軟な形で策定しないと、かえって事業者の創意工夫や対策を阻害してしまうことになることに十分注意する必要がある。

特商法における表示義務をどのように適切に担保させるかという点についても、その後押しは各プラットフォームにおいてリスクベースでいろいろな形で行われている。また、ビジネスモデルによってできることとできないこと、あるいは効果があること、ないこと、同じことをやってもビジネスモデル、プラットフォームによっていろいろ違うので、例えば特定の対策、取組が実行不可能なビジネスモデルも存在する。したがって、画一的なものではなくて、多様な取組を促進する方向にさせていただくというのが非常に重要かと思う。また、指針等の策定の際は各プラットフォーム事業者の声をよく聞いていただきたいと思う。

次に、11ページ、商品の販売停止等についてだが、正式な要請という形の前に、関係するプラットフォーム等に対しては早めに通知、情報共有をしていただくということをぜひお願いしたい。そのほうが早く消費者保護の措置に結びつくという趣旨である。そういう意味で、プラットフォームとの連携は密に行ってほしいということを要望する。

さらに、12ページからの開示請求のところ、CtoCのプラットフォームについてだが、消費者が相手方のことを事業者だと主張した場合に、誰がどのように判断するのかというのは実は非常に難しいと思う。販売業者の定義というのをぜひ明確化していただきたい。また、販売業者が開示を拒否した場合、どのような場合に開示請求を棄却できるのか。この辺りの解釈も明確に示していただきたい。いずれにしても、法の運用に当たっては、プラットフォームと連携を密にすることをぜひお願いしたい。

さらに、第7章の今後の検討課題のところだが、従前から述べているように、SNSを通じた取引についてはかなり問題があると思っており、SNS上の書込みとかダイレクトメッセージ等を通じて問題のある取引や詐欺行為が行われているという例が結構ある。SNSの問題については、この報告書案では実態調査を行った上で今後の検討事項にするとされているが、喫緊の課題として速やかな検討、対応をお願いしたい。

また、不正レビュー、悪質レビューについても同様だと思う。プラットフォームは、常にこういったレビューを監視しているが、これについてもSNS等でレビュアーを募集してやらせレビューを行うという例が散見される。これは

実態が不明確であり、また、当該レビューに関する責任の所在もどうなのかということで、それを暴くのが非常に困難となっているので、書込みをされるプラットフォームとしても日々苦勞しているところなのだが、こういった対策があるのかということについて早急な検討を進めてほしい。

最後に、報告書案の一番最後の文に関連してコメントすると、真面目にやっている事業者がしっかり消費者から評価されるような環境づくりということとをぜひお願いしたいと思っている。真摯な取組をやっている事業者が選ばれるという仕組みづくりが大切だと思うので、ぜひよろしくお願いしたい。

- デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引が広く認知され、ルールの整備された市場を創造していくという意味で、今回の新規立法は非常に画期的なものだったと思う。まずはこの立法を歓迎したい。

先ほど他の委員から、商品等の販売停止等に係る情報提供などによってデジタルプラットフォーム企業が、その商品の販売事業者の権利を侵害したことについて免責すべきとの御指摘があった。確かにCtoC取引プラットフォームの提供者や消費者に対しても、まずはきちんと情報を届けることが重要だと思う。例えば栄養食品と称していたものが実は隠語で、違法薬物だった場合には、当然、販売を停止すべきだということを人々に対して連絡すると思う。しっかりとした情報提供を通じて様々な事業者や消費者に留意すべきことを伝えることが非常に重要になると思う。

それから、官民協議会について、消費者庁所管であるので何となく消費者保護のための取組の部分が強調されているが、官民協議会の大きな目的はきちんと公正な取引が行われる市場を発展させることだと思う。オンラインマーケットプレイス協議会とも相まって、官民協議会にはぜひ市場の発展のためにどういうことができるかという観点を持って取り組んでいただきたい。先ほど他の委員からも御指摘があったが、協議会の体制の整備についてもきちんと進めていただきたい。

他の委員からも御指摘があったように、今後も悪質レビューなどの様々な問題が出てくるので、モニタリングという表現だと何となく定期的に同じ項目をレビューしていくような印象を受けるが、次々に出てくる新しい問題に対して様々な観点から実態を把握し、市場を前向きにどんどんと発展させていけるように運営していただきたいと思う。

- まず、今回は、デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引のうち、BtoC取引に関する環境整備について取りまとめが行われている。これについては、報告書案の中にもあるように、トラブルの防止及び解決の促進の

実効性を上げることが何よりも重要である。今回はデジタルプラットフォーム企業による柔軟な対応の余地を確保する必要があるということで、自主的な取組に重きを置くということになっている。デジタルプラットフォーム企業にはこれで安心してもらっては困るだろう。問題が解決されなければ、あるいはさらに大きくなれば、次の段階に移らざるを得なくなる。しっかりと対応をお願いしたい。それだけに、チェックが不可欠である。官民協議会の役割は非常に重い。公正なバランスはもちろんのこと、公開性、透明性に留意して適切に機能することを期待したい。同時に、他の委員からも指摘があったが、デジタルプラットフォーム企業がそれぞれどれだけ適切な取組をしているかが消費者に分かるような仕組みというのも不可欠だろう。そういったものの整備も考えていく必要がある。

次に、今後の課題とされている部分、つまり、CtoC取引の場となるデジタルプラットフォームについては、将来の課題とすることは理解できる。要するに、まだ準備が不足しているのだろうと思うが、これも早急に準備を進める必要がある。ポイントは、不特定多数の消費者に開かれた市場において商品やサービスを提供するものの責務であり、これを考える必要があるだろう。このようなものの特別な場合がBtoC取引である。要するに、よりベーシックな不特定多数の消費者に開かれた市場参加者の責務が問題であり、そのような市場に関するルールを検討する必要がある。これはそう遠い将来の課題ではなく、直ちに検討に着手しなければならない課題である。

○ 今から質問を3つ述べるので、後ほど事務局からお答えいただきたい。

まず冒頭、連盟からの意見書にも書いているが、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ということは最重要課題の一つと認識している。今回の新法の内容も踏まえて、引き続き消費者保護に尽力していく所存である。

この報告書案で新法の骨格が取りまとめられたわけであるが、より明確な制度設計をすることがデジタルプラットフォーム企業、消費者にとってよりよい環境整備につながるものと思うので、引き続き、産業界との対話を希望する。

まず、今回10ページの注釈15で一部記述を加えていただいたので、取引デジタルプラットフォームの定義について、より明確になったかと思う。しかしながら、他の委員も述べていたが、この新法では取引デジタルプラットフォームの規模を問わず、また、商品の売買にとどまらず、役務提供まで含まれ得ることになっているので、新法を起草されるに当たり、様々な影響を念頭に置いていただきたい。

この報告書案では、定義として、売買契約または役務を有償で締結する契約の申込みを行うための機能等を有するものと記載があるが、この定義に関しても、今後、解釈に幅が生じる可能性もあるので、引き続き産業界との意見交換をお願いしたい。

続いて、今回、努力義務の対象として3つの措置を①、②、③と挙げているが、まず質問の1つ目、①として、販売業者等と消費者との間の円滑な連絡を確保するための措置を講じることとあるが、例えば飲食や宿泊施設に係る取引デジタルプラットフォームの場合、電話やメールなどによって消費者と直接飲食・宿泊施設がコミュニケーションを取ることが可能となっている場合もある。現在、コロナ禍において大変苦勞されている飲食や宿泊施設において、利用されている取引デジタルプラットフォームを介して消費者と連絡を取るというのは、場合によってはより繁雑な作業を強いることにもなりかねないが、このように電話、メール等で消費者と直接連絡が取れる場合には、①の要件を満たしていると言えるのかどうか、御回答をお願いしたい。

今回の努力義務に関して指針を定められるということであるが、この指針の位置づけとしては、あくまでも参考のものであると理解しているが、指針の内容については、非現実的なものにならないように、産業界側と十分相談いただきたい。例えば、報告書案に措置の概要等について開示をするとあるが、この「等」が何を意味するか判然としない。これまでの検討会で何度も述べてきたように、例えば販売業者等の所在地の確認のための方法を詳細に開示が求められることになるのであれば、かえって消費者の利益保護につながらない可能性があるので、その点、十分考慮いただきたい。

続いて、先ほど他の委員からもお話があったが、以前から述べてきたように、当連盟の会員企業であれば、現在でも行政庁から通知があればしかるべき対応を行っており、この報告書案にあるように公表を伴う要請をされる前にデジタルプラットフォーム提供者に対して通知をいただければ、より迅速な対応ができると考えている。また、今回の対象はコンテンツについても対象になると思うのだが、コンテンツの販売停止に関しては、表現の自由との関係が発生し得ることも十分御配慮いただければと思う。

次に、これに関して質問の2つ目、先ほど他の委員からもお話があったが、この報告書案には、デジタルプラットフォーム提供者が商品等の排除を躊躇なく講じることが可能となるようにすべきと記載がある。販売業者等に生じた損害への民事上の免責については記載いただいているが、他の行政規制との関係がどうなるのか、非常に気になるところである。既存の販売業者等の保護義務と新法による消費者保護義務が相反することのないように御留意い

ただきたい。ここで想定されているような場合というのは、行政規制に違反しているとみなされるようなケースだと思うが、このような場合、デジタルプラットフォーム提供者が販売の停止などを行った場合、優越的地位の濫用など独禁法上の不公正な取引をしたとはみなされないとはっきりと解釈できるのかどうか。その点について伺いたい。

続いて情報の開示請求権、今回、CtoCに関して、現時点では新法に含めないという判断をされたこと、大変評価している。一方で、反復継続的な商品の販売の場合であっても、実質的にはCtoCと同視し得る売主が多数存在する。また、この情報の開示請求権については、いろいろ詰めなければいけない問題が残っていると思う。例えば、特商法上の開示義務の対象以上の情報が開示対象になり得るのかどうか。消費者が信用毀損等の目的を有しているかどうか。開示の要件該当性をどのように判断するのか。消費者が提供する請求理由を基に一般的な注意力をもって取引デジタルプラットフォーム企業が判断し、情報提供した場合、あるいは情報提供しなかった場合に販売業者等の関係だけではなく、消費者との関係においても免責が適用されるのか否かなど、詰めるべき点が残っていると思う。今回、報告書案にもこのような点について明確化すべきであると記載してあるので、今後明確化される際には、産業界からの意見にも十分配慮いただきたい。

それから、申出制度について、この申出制度は特商法にも類似の規定があるが、何人も申出を行えるという制度になっているが、例えば消費者を装った詐欺的な集団や競合する事業者によりこの申出制度が悪用されることのないような運用を希望する。

最後に、この新法の外側の領域の話になるが、理想的には今回の新法の規制の実効性を担保するためには、例えば販売業者から取引デジタルプラットフォーム企業に対して正しい情報の提供を義務づけるというような特商法上の改正が想定されるところ、今回、この新法以外に特商法の改正に関してデジタルプラットフォームに関する何か改正が用意されているのかどうか。

○（事務局） まず、現行法での対応も引き続き重要であるという御指摘をいただいたが、そのとおりかと思う。現行法の特商法あるいは景表法での対応、その他の法律についてもしっかりと運用していきたい。

それから、デジタルプラットフォームの定義に関して、9 ページ、ネットワーク効果というのはこの新規立法との関係ではあまり関係がないのではないかというような御指摘をいただいた。法律の規定上どのように対応できるかというのは限界があると思うが、御指摘を踏まえて、どのようなものが対象になっていくのか、あるいはそのように定義する意義とは何ぞやということ

ころについては、しっかり解釈等で示したい。

10ページ目、2の努力義務の①のところについて、円滑な連絡を確保するための措置ということであるが、直接電話やメール等で連絡が取れるという場合には、それをもってこの措置を講じているというように理解できるのかという御質問をいただいた。

私ども、この①の措置を講じていただく、努力義務に含めることの意義としては、要するに消費者が販売業者等と連絡が取れることが大事であるという理解なので、直接電話やメールで連絡が取れるということであれば、その旨を明示していただければよいと理解している。

この努力義務に関する指針について、事業者の手足を縛るものであってはいけない、柔軟なものにするべき、あるいは多様な取組を促進するようなものにするべきということ、また、この点以外も含めて、産業界との意見交換をしっかりしていくべきというような御指摘をいただいた。御指摘のとおりかと思うが、これについて、9ページの新規立法の具体的内容等の柱書きのところでは第一、第二の辺りに考え方として整理しているものが、御指摘に沿った内容になっていると思う。この点も踏まえてしっかりと対応していきたいと思う。

10ページの措置の概要等について開示をするものということで、「等」とは何が含まれるのかという御指摘をいただいた。これについては、具体的には実施の状況等を想定しているところである。いずれにしても、御指摘のあったとおり、開示をすることによってかえって消費者の利益に反するようなことがあってはならないという御指摘はそのとおりかと思う。そういう意味でも概要としているところであるが、その点を踏まえてどのようなものを開示していくのかと、しっかり考えていきたい。その点について、また指針等を定めるに当たり、デジタルプラットフォームの方々の御意見等もしっかりと伺っていければと思う。

それから、11ページの販売停止等について、複数の委員から、正式な要請とは別にしっかり情報共有をしていって、あるいは官民協議会の場なども利用してというような御指摘をいただいたが、御指摘のとおりかと思う。

12ページにも、後述の官民協議会の枠組みも活用して、執行体制の強化を図るべきというような指摘をさせていただいている。実効性を高めるためにも、しっかりとその運用を考えていきたい。

12ページ、13ページ、売主の身元に関する情報の開示の請求については、先ほど前半のところでも御指摘があったが、BとCの考え方についてしっかりとした基準を明らかにするべきというような御指摘、あるいはどのような場合には開示請求に対して応じなければいけないのか、応じなくていい場合と

はどのような場合なのかという場面についても、しっかりとガイドライン等で明確化していくべきという御指摘をいただいたが、そのとおりだと理解をしている。

それから5ページの辺り、官民協議会について、消費者保護のための取組の効果的かつ円滑な実施のためということであろうが、公正な取引が行われる市場をしっかりと発展させるという視点が重要であるという御指摘をいただいたが、御指摘のとおりだと思っている。そのような点を踏まえて、官民協議会でもしっかりと議論等の場にしていければと理解をしている。

14ページの申出制度について、申出制度が悪用されないような運用が大事であると御指摘をいただいた。14ページの申出制度の2つ目の○にも書いているが、申出を受けた消費者庁としては、必要な調査を行い、申出の内容が事実であると認めるときに適切な措置を講じるものとするのと理解しており、当然、悪用等を認められる場合には、それに見合った対応ということになるかと思っている。

15ページのその他のところで、体制の整備についてしっかりとしていくようにと御指摘をいただいた。また、定期的なモニタリング的なものだけではなくて、しっかりと新しい課題に次々と取り組んでいけるような形で対応していくべきという御指摘をいただいたと承知している。

16ページ、17ページ、今後の検討課題のところCtoCの取引については、そもそもというようなことかと思うが、不特定多数の消費者に開かれた市場に参加していく売主がどのような立場に立つのか、どのような義務を負うのかというようなことをしっかりと整理していくべきであるという御指摘だったと思うが、今後参考にさせていただければと思う。2のその他の中でも、SNSの課題などは喫緊の課題でありしっかりと検討していくべきという御指摘をいただいたと承知している。

それから、17ページで、デジタルプラットフォームの取組がしっかりと消費者から評価される仕組みづくりをとという御指摘をいただいた。努力義務に基づき定めていただいていることの開示もそうであるが、官民協議会の場などで議論されているようなことも、なるべく透明性を持って情報提供していくことによって、消費者にも情報が行き届き、それに基づいて消費者が判断できるような仕組みが重要であろうかと思う。この点について、同様にデジタルプラットフォームがどれだけできているのかということを示していくことが必要というような御指摘を頂いた。

デジタルプラットフォームに関する特商法の改正の何らかの準備があるのかというような御質問を頂いた。特にデジタルプラットフォームに限った改正の準備を進めているわけではないと承知をしているが、デジタルプラッ

フォームも関係があるものとしては、定期購入等への対応などは若干関係があるかと思う。

それから、前半の御指摘で域外適用の関係であるが、これについて、特商法で今回、海外の執行機関との協力が速やかにできるような改正等を進めているということである。

- 後半で委員からいただいた意見について、新法案については丁寧に運用し、事業者と官民協議会も含めて情報をやりとりしながら、また官民協議会にとどまらず、消費者も含めて広く周知していくような仕組みを検討するという、運用に関する丁寧な取扱いが多かったと思う。それについては、他の委員からも出たように、自主的な取組を中心として努力義務という形でベストプラクティスを旨に運用していくというのはそのとおりであるが、その実効性担保においては、もう少ししっかりとしたものになっていくような取組も必要になっていくと思うし、この法案で出てきた内容だけで安心されては困るというのもそのとおりだと思う。

委員から出た具体的な質問について、1点目は明確に回答いただき、3点目については、特商法についてはこの検討会だけで結論を出せるものではなく、それについては明確な回答はここでは必要ないと思う。

2点目のほかの法律に関して、例えば独禁法に関して、優越的な地位の濫用に当たるか当たらないかというところについては慎重な取扱いをとるのはそのとおりであろうと思うが、今後の運用のときに他省庁との協力、協議を得て、無理のない、矛盾のない運用をできるものとなっていれば、それでよいと思う。

その上で、1つだけ残ったところで気になったのは、他の委員から御指摘されたところで、取引透明化法の定義のところがあり、取引透明化法で定義するプラットフォーマーであれば必ず両面市場性は有する。ただし、両面市場性を有するからといって直接と間接、特に間接ネットワーク効果を有するかどうかは、その事業ごとに異なっており、消費者保護を目的とした本新法において、法律的な要件としてネットワーク効果を含めるかどうかは、御指摘いただいたように、検討の余地がある部分だと思うので、9ページの注記の12にある部分については、報告書案を変える必要がないまでも、御指摘いただいたところの解釈に基づいて、検討していくという形で私から回答したいと思う。

- 委員の皆様の御意見を踏まえて、今回の報告書案がどのような特徴を持つ法律の提案をしているのかということについて、整理を兼ねて申し上げたい。

特徴としては、1つは対象である。デジタルプラットフォームと言われるものについて、かつ「取引型」について、製品、サービスを問わず全てを包括的に対象にするというのは、その分いろいろ問題も出てくるわけだが、非常に意欲的であると思う。もちろん、ネットワーク効果がどのように消費者問題を起こしているのかということ、実はそこはあまり議論していなくて、先ほどから座長や委員が御指摘のとおりだと思う。その点はちょっと置いておいて、包括的にまずは取り込むというところが特徴であると思う。

もう一つの特徴は、包括性の結果でもあるのだが、自主規制の求め、自主規制の勧め、そういうことを主眼とする立法をこの報告書案では求めていると思う。自主規制というと非常に緩いのではないかと、先ほど消費者団体の視点からということで御指摘があったが、1つは、目的自体は全員賛成している。ただし、先ほど述べたように、包括的な対象を持っている立法の場合、具体的な行為義務をどう書くかを詰め始めると、そこで議論が止まってしまう。つまり、様々な行為義務の複線化を容認しないことには効果的な目的の達成ができないわけである。

かつ、プラットフォームであるから、ビジネスモデルはどんどん変わっていくので、立法ないし行政の側でこのようにしなさいともなかなか書きづらい。結局、無意味な規制をかけることにもなりかねないということで、まさに私の言うところの従順層、すなわち法令遵守をすることにメリットがあると感じている業者や、取組をすることにメリットがあると考える中間層が、自主的に取組をしていただくことで、7割、8割方の政策目的は実現できるのではないかという形で自主規制をまずはやっていきましょうというような立法であると考えることができる。ここが2番目の特徴であると思う。これはまさに消費者に選ばれるような取組をしていただきたいということが最大の目標というメッセージであり、消費者庁が示す指針のとおりやればいいのか、そういうことではないのだと思う。指針は先ほどからも発言があったように、ベストプラクティスであるとか、最低限これは誰だってやりますというようなことに限られるのであろうと理解している。

問題は、それを超えて、自分のビジネスモデルで消費者が何を求めているのかということと各事業者が、まさに真面目にやっている事業者として次のステップに進んでいただきたいということが今回の立法の特徴であると思う。そうすると、残された課題は当然ながら、いわゆる極悪層である。これについては、先ほど協議会で議論するのはどうかと委員及び事務局からもそういう発言があったが、極悪層は売主ということもあるし、場合によってはプラットフォーム事業者ということもあると思うが、そこで共通了解を得られることにより、彼らに対する厳しい措置を立法する、真面目にやっている事

業者に疑心暗鬼を生じさせない、そのような環境整備、議論の進展を今後望みたい。

その他、CtoC、あるいはパーソナルデータの取扱い、これは今後やらなければいけない議論だと思うが、今回のような消費者が「場」を信頼しているからというところからの議論ではなくて、恐らくかなり発想を変えなければいけない相当に難しい議論であろうと思う。これも他の委員が述べられたように早急に検討を始めなければ間に合わないだろうと思われる。

最後に1点、イコルフットイングについて、これはどのように規定するか、なかなか工夫のしどころではあるが、条文の端々に、どう見てもこれは国境は関係ないというようなことが読み取れるようなワーディングを工夫してもらえば、それだけでも十分ではないかと思う。

- それでは、これより報告書案の取りまとめに移らせていただく。10数回にわたる検討会を通じて、様々に委員の皆様から御意見をいただいた。私としては、丁寧に意見を取りまとめて、この報告書案までまとめてきたつもりである。特に昨年の12月24日の第11回の検討会後は、御意見を事前に募って、また案を皆様に見ていただいて、熟議を進めてきたところである。

本日もいろいろな御意見をいただいた。特に今後の運用については、官民の話し合いを中心にしっかりと行っていくということに対する注文も承っている。そうした内容については、本日の議事要旨にしっかり残す形で今後の運用の方向性としていたいと思う。また、皆様からいただいた、しっかりとしたものとしろというような忌憚のない御意見は、法制化に際しても条文のほうで反映していきたいと考えている。

先ほどのプラットフォームの定義等については、解釈として対応するということもあるが、おおよそ今回の報告書案について委員の全ての皆様から御了解をいただけたものと考えている。そういう御理解で、これをもって当検討会の報告書とさせていただきたいと思っている。御異論がなければそのようにさせていただく。

- （井上大臣） まず、本検討会の委員の皆様には、一昨年の12月から、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ついて、熱心に御議論をいただき、本日取りまとめに至ったことについて、心から感謝を申し上げる。また、依田座長、中川座長代理には、多くの論点がある中で議論を取りまとめいただき、重ねて御礼を申し上げる。

近年、デジタルプラットフォームは、消費者取引の場として急速にその存在感を増しており、とりわけコロナ禍の「新しい生活様式」の下では、国民の

日常生活において不可欠な取引基盤としての地位を確立しつつある。そうした中で、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ついては、危険商品などの流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難となるといった問題が生じており、これに対応することは喫緊の課題である。

報告書では、新たな仕組みの具体化に向けた様々な御提案を頂いた。違法・危険製品の販売停止や販売業者の情報の開示請求は、現に起こっている消費者被害を抑止する重要な制度である。また、デジタルプラットフォーム提供者の努力義務や官民協議会は、事業者自身の消費者保護に向けた自主努力を後押しする仕掛けとなると考えている。消費者等が利用することができる申出制度は、制度の実効性を高める重要な仕組みとなり得るものである。これらは、消費者が安全で安心してデジタルプラットフォームを利用して取引できる環境を整備していく上で、非常に重要なものである。本検討会の報告書の内容も踏まえ、その実現を図るため、速やかに新法の作成作業を進め、今国会に提出をし、消費者の利益の保護をより一層図ってまいりたい。

以上