

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に おける「販売業者等」に係るガイドライン

令和4年4月20日 消費者庁

1. はじめに

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（令和3年法律第32号。以下「本法」という。）は、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる、消費者と「販売業者等」（本法第2条第4項）との間の通信販売に係る取引を対象としている。

近年、取引デジタルプラットフォーム上における個人間取引の拡大に伴い、一般的な生活領域の範囲を超えた取引が見受けられる。その結果、いわゆる「隠れB」と称される者など、「販売業者等」に該当すると考えられる者も出現している。

このような状況を踏まえ、本ガイドラインは、当該「販売業者等」該当性の判断のための基本的な考え方や判断に資する考慮要素等を示すことにより、本法の適用対象となる取引を明らかにし、もって、当該取引の適正化及び紛争解決の促進に関し取引デジタルプラットフォーム提供者等の協力を確保することを目的としている。

今後、取引デジタルプラットフォーム提供者の予測可能性の向上と消費者利益の保護を図るため、取引デジタルプラットフォーム上の取引の実態等を踏まえ、必要に応じて、具体例、業態・業種別の考慮要素等の追加を行うこととする。

2. 基本的な考え方

- (1) 本法第2条第4項において、「販売業者等」とは「販売業者又は役務の提供の事業を営む者」と規定されているところ、このうち「販売業者」とは、販売を業として営む者をいう。そして、販売を「業として営む」及び役務の提供の「事業を営む」とは、営利の意思を持って反復継続して取引を行うことを指す。営利の意思の有無は客観的に判断される。
- (2) この「販売業者等」について、現時点において、商品・特定権利（以下では単に「商品」とする。）の販売又は役務の提供が一定量又は一定額以上であれば「販売業者等」に該当するといった画一的な基準を定めることは困難である。なぜなら、「取引デジタルプラットフォーム」（本法第2条第1項）には事業規模や業態において様々なものが含まれるところ、プラットフォーム上で取引を行う「販売業者等」についてもまた、事業規模や業態、さらには取り扱う商品・サービスも千差万別であるからである。また、画一的な基準を示した

場合には、当該基準を潜脱しようとする悪質な事業者が現れるおそれもある。

したがって、現時点においては、本ガイドラインにおいてどのような場合に「販売業者等」に該当するか否か、すなわち「営利の意思」及び「反復継続性」を判断するための考慮要素及び具体例を示すこととする。そして、実際の個別の事案において「販売業者等」に該当するか否かを判断する際には、これらの考慮要素に該当する事情を始め、当該事案における個別具体的な事情を総合的に考慮して判断されることが適当である。

(3) 「販売業者等」に該当した場合、本法第3条の取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務、本法第4条の取引デジタルプラットフォームの利用の停止等に係る要請¹、本法第5条の販売業者等情報の開示請求等の対象となることになる。

3. 考慮要素及び具体例

(1) 商品・役務そのものに着目した考慮要素

① 「販売業者等」による販売・提供が前提と考えられる商品・役務

いわゆる情報商材²のように、販売・提供されている商品・役務の性質上、通常は営利の意思を持って反復継続して取引を行っていると考えられる場合は、「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得ると考えられる。

② 「新品」等の商品

使用されていない、いわゆる「新品」や「新古品」等の商品を相当数販売している場合、「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得ると考えられる。

(具体例)

・実店舗やインターネット上で相当数の商品を購入し、当該商品を自身では使用せず、取引デジタルプラットフォーム上で販売（転売）しているような場合

他方で、自己が受け取った贈答品が不要であるために又は使用した商品が不

¹ 著しく事実と相違する表示がある等の場合には第4条の取引デジタルプラットフォームの利用の停止等に係る要請の対象となるが、安全性が求められる商品については、当該商品を所管する他省庁と取引デジタルプラットフォーム提供者が協力・連携して取組を行うという方法もある。一例として、経済産業省が主催する「製品安全の確保に向けたインターネットモール等運営事業者との連絡会合」において、製品の安全確保に向けた取組が行われている。

² インターネットの通信販売等で、副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売されている情報。媒体としては、冊子、DVD、ソフトウェア、PDF、動画、メールマガジン、アプリケーションによる配信等がある。

要であるために販売している場合には、通常その事実のみをもって「販売業者等」への該当性を推認させる事情にはならないと考えられる。

(具体例)

- ・中元、歳暮、引出物等で自己が受け取った贈答品が不要であるために、単発的に取引デジタルプラットフォーム上で販売している場合

③特定の商品等のカテゴリー

例えば、相当数のブランド品、健康食品、チケット³等といった特定のカテゴリーの商品の販売又は役務を提供している場合は、「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得ると考えられる。

(2) 販売・役務提供の方法や付随事項に着目した考慮要素

①同一商品の複数出品

メーカー、型番等が全く同一の商品を複数出品している場合には、「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得ると考えられる。

②許可や免許、資格、登録等を前提とした商品販売・役務提供

許可や免許、資格（法令上の根拠のないものを含む。）、登録等を前提とした商品の販売又は役務を提供している場合には、「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得ると考えられる。

③評価やレビュー等のいわゆる「口コミ」と称されるもの

商品を購入した者又は役務の提供を受けた者から、一定期間に相当数の評価やレビュー等のいわゆる「口コミ」がある場合には、「販売業者等」への該当性を推認させる事情になり得ると考えられる⁴。

(具体例)

- ・商品を購入した者又は役務の提供を受けた者のみが「口コミ」を記載できるような場合に一定期間内に継続的に相当数の「口コミ」を受けている場合

他方で、個人のライフイベント等に伴って一時的に大量の出品をした結果、相当数の「口コミ」があったとしても、通常その事実のみをもって「販売業者等」への該当性を推認させる事情にはならないと考えられる。

(具体例)

- ・短期間に相当数の「口コミ」がある場合であっても、それが引越しまりや遺

³ 特定商取引に関する法律施行令（昭和 51 年政令第 295 号）別表第 1 第 1 号及び第 2 号に定めるようなものを指す。

⁴ 他方で、長期間にわたって取引デジタルプラットフォームを利用している場合には、自然と口コミ数も増えることとなるため、通常その事実のみをもって「販売業者等」に該当することを推認させる事情にはならないと考えられる。

品整理等を理由として一時的に大量の商品を出品した結果である場合

4. 判断の基準時について

本法第5条の販売業者等情報の開示請求における「販売業者等」の判断基準時については、原則として取引デジタルプラットフォームを利用して取引が行われた時点が基準時となると考えられる。

これは、取引デジタルプラットフォームへの販売業者等の登録時では「販売業者等」に該当するか否かを判断するための事情が乏しく、また、時間の経過とともに「販売業者等」の事情は変わるためである。

ただし、消費者が本法第5条の販売業者等情報の開示請求を行う際には、取引が行われた時点より後の情報を参照せざるを得ない場合もあると考えられ、そのような場合には、取引が行われた時点より後の情報も参照しつつ、取引が行われた時点において「販売業者等」に該当したか否かを判断することになると考えられる。

5. その他留意すべき事項について

上記のほか、「販売業者等」の判断の際には、以下の点について留意が必要である。

- ① 取引デジタルプラットフォーム以外の場における取引も含めて判断される。例えば、取引デジタルプラットフォーム以外の場（インターネット、現実の場を問わない。）において販売を業として営む者が、取引デジタルプラットフォームの場においても、その事業で取り扱う商品の販売又は役務を提供する場合には、その数量や金額等にかかわらず取引デジタルプラットフォームの場においても原則として「販売業者等」に該当すると考えられる。
- ② 複数の取引デジタルプラットフォームにおいて取引を行っている者については、他の取引デジタルプラットフォームにおける事情についても、把握できる限りで考慮されることがあり得る。
- ③ 取引デジタルプラットフォームの場における商品の販売又は役務の提供を行っていることにより他法令において事業者等に該当するとされている場合には、本法の適用においても原則として「販売業者等」に該当すると考えられる。