

消費者のデジタル化への対応に関する検討会

2020年2月4日

デジタル・プラットフォームと 消費者の留意事項

EUにおける最近の消費者法改正を参考に

生貝直人 博士（社会情報学）

東洋大学経済学部総合政策学科准教授

欧州委員会「オンライン・プラットフォームとデジタル単一市場」 (COM/2016/0288 final)

原則Ⅲ：信頼、透明性、公平性の確保

市民・消費者への情報提供とエンパワーメント

「オンラインプラットフォームに関する2016年のユーロバロメーターの調査では、回答した消費者の72%が、消費者またはその活動について収集したデータに対し懸念していることが示された。また、72%は、オンラインプラットフォームを規制して、ユーザーの活動に関して収集されたデータに基づいてユーザーに異なる結果を表示する程度を制限する必要があると回答した。同時に、回答した消費者の56%が、オンライン・プラットフォームの利用規約を読んでいないと回答した。

一般市民の回答者の75%以上は、特にプラットフォームへの報酬が検索エンジン結果のリストにどのように影響するか、サービスまたは製品の実際のサプライヤーの特定、および偽のレビューを含む誤解を招く可能性のある行為について、さらなる透明性が必要であると考えている。」

EU消費者のためのニューディール：

EU消費者保護ルールにより良い執行と現代化指令（指令2019/2161）

- 消費者権利指令（2011/83/EU）改正

- 同指令を「有形媒体によらず提供されるデジタルコンテンツ、またはデジタルサービスを、事業者が消費者に提供又は提供することを引き受け、消費者が事業者对个人データを提供又は提供することを引き受ける」契約にも適用
- 「‘オンライン市場（online marketplace）’とは、事業者又は事業者の代わりに運営される、ウェブサイトかウェブサイトの一部又はアプリケーションを含むソフトウェアを使用して、消費者が他の事業者又は個人と遠隔契約を結ぶことを可能とするサービス」という定義を追加
- オンライン市場提供事業者の情報提供義務として以下を規定
 - 商品検索ランキングを決定する主なパラメータと、これらパラメータと他のパラメータとの相対的重要性
 - 商品を提供する第三者が事業者であるか否か
 - 事業者でない者が商品を提供する場合EU消費者法上の権利が適用されないこと
 - 契約に関連する義務の、商品を提供する第三者とオンライン市場での分担

EU消費者のためのニューディール：

EU消費者保護ルールにより良い執行と現代化指令（指令2019/2161）

- 不公正取引方法指令（2005/29/EC）改正

- 以下の行為を付表Ⅰの不公正な取引方法に追加

- 有料広告や高いランキングを得るための支払いを明示せず、商品検索の結果を提示すること
 - 合理的かつ比例した確認を行わずに、商品レビューが実際に当該商品を使用・購入した消費者によるものだと表示すること
 - 製品を宣伝するため、虚偽の消費者レビューや推薦、社会的推薦（social endorsements）を提示したり、提示を別の自然人・法人に委託すること

※「‘ランキング’とは、アルゴリズムの順序付け、評価又はレビューメカニズム、視覚的なハイライト、又はその他の顕著性ツールの結果、又はその組み合わせを含む、オンライン検索機能の提供者によって提示、整理、又は伝達される事業者のオファー又は検索結果の関連性の相対的な目立ち方を指す。（前文19）」

消費者ニューディールにおける パーソナライズド・プライシングへの対応

- 消費者権利指令6条の情報提供義務に「該当する場合、価格が自動的決定（automated decision making）に基づいてパーソナライズドされていること」を追加
 - 審議経過での議会修正提案では「オファ어의提示や価格決定のために、パーソナライズド・プライシングを含む、アルゴリズム又は自動決定が、用いられているのか否か、どのように用いられているのか」とされていたが、暫定合意ではダイナミック・プライシングは明示的に対象外とされ、情報提供義務もパーソナライズド・プライシングの有無のみとされた
 - 他方でGDPR22条は、本人に法的効果またはそれと同様に重要な影響を及ぼす自動的決定が存在すること、存在する場合、「その決定に含まれている論理、並びに、当該取扱いのデータ主体への重要性及びデータ主体に生ずると想定される結果に関する意味のある情報」を提供しなければならないことを定める（GDPR13・14条）

消費者ニューディールにおける パーソナライズド・プライシングへの対応

- 「EU消費者保護ルールにより良い執行と現代化指令」前文45：「事業者は、自動的決定や、消費者の購買力を評価することを可能とする消費者行動の自動的決定やプロファイリングに基づいて、特定の消費者または特定のカテゴリーの消費者に対する彼らのオファーの価格をパーソナライズすることができる。したがって、消費者は、自らの意思決定における潜在的なリスクを考慮に入れるように、提示された価格が自動的決定に基づいてパーソナライズされたときには明確に通知されるべきである。そのため、価格が自動的決定に基づいてパーソナライズされたときに消費者に通知するために、特定の情報要求を指令2011/83/EUに追加する必要がある。この情報要求は、自動意思決定に基づくパーソナライゼーションを含まない場合、市場の需要に応じて非常に柔軟で迅速な方法で価格を変更する「動的」または「リアルタイム」価格設定などの手法には適用されない。この情報要件は、欧州議会および理事会規則（EU）2016/679が与える、とりわけプロファイリングを含む自動的個別決定に従わない権利に影響を与えない。」（※下線強調は報告者）

EU消費者保護ルールにより良い執行と現代化指令

第6条：消費者の権利に関する情報

- 欧州委員会は、規則2018/1724（※情報、手続、支援、問題解決サービスへのアクセスを提供する単一デジタルゲートウェイ設立規則）によって設立された単一デジタルゲートウェイを通じて、消費者の権利または裁判外紛争解決に関する情報を求める市民が、オンラインエントリポイントから恩恵を受けられるようにし、次のことを可能にする。
 - （a）明確で理解しやすく、容易にアクセスできる方法で、連合における消費者の権利に関する最新情報にアクセス可能とする。
 - （b）関係当事者に応じて、規則524/2013（※消費者ODR規則）に基づいて設立されたODRプラットフォーム、および欧州消費者センターネットワークの管轄センターに苦情を提出できるようにする。

参考：消費者ODR規則（規則524/2013）

- 同規則の規定に基づき、2016年にEU域内取引に関するODRプラットフォームが設立
 - ODRプラットフォームから行われた申立は、加盟国で認証された紛争処理機関に送信、各機関が消費者と事業者の紛争解決を支援
- 第14条（消費者への情報）第1項：「オンライン販売またはサービス契約に従事する連合内に設立された事業者、および連合内に設立されたオンライン市場は、ウェブサイト上でODRプラットフォームへの電子リンクを提供しなければならない。そのリンクは、消費者が簡単にアクセスできるものでなければならぬ。オンライン販売またはサービス契約に従事する連合内に設立された事業者は、電子メールアドレスも記載しなければならない。」

いくつかの示唆

- 検索順位を決定するパラメータ
 - その表示順位がどのような要素に基づいて決定されているのか、必要な情報がわかりやすく明示されているか
- 消費者法上の保護や救済の有無
 - 商品を販売する主体が事業者か個人かが、わかりやすく明示されているか、事業者である場合適用される消費者法上の権利が明示されているか
- レビューの公正性
 - 商品に付されるレビューに虚偽が含まれていないか、プラットフォームの側でその公正性を担保する仕組みを取り入れているか
- プライシング
 - 価格が個人データに基づきパーソナライズされたり、動的に変化するものである場合、そのことがわかりやすく明示されているか
- 紛争解決についての情報アクセス
 - 消費者がアクセスしやすい形での関連情報・手続のゲートウェイ

参考：日本での「ソフトロー」的対応 内閣官房IT総合戦略室「シェアリングエコノミー検討会議」 第二次中間とりまとめ（2019/5）

3.1 (1) プラットフォームサービスの公正性・透明性の確保

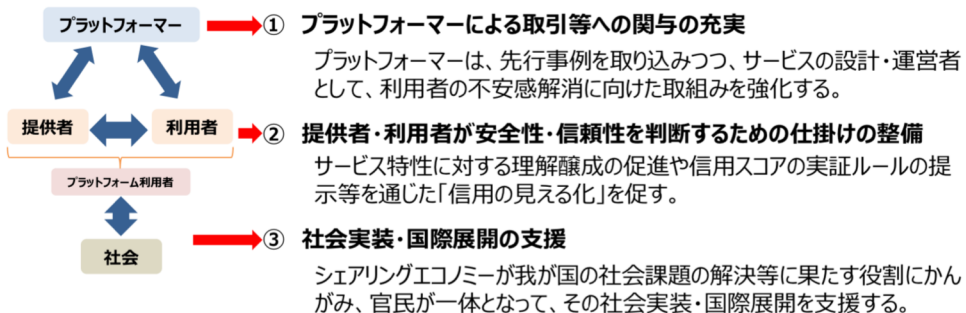
とりまとめにおける基本的な考え方

ターゲット

- ① 高止まる提供者・利用者の不安感の解消
- ② 社会課題の解決や新価値の創造
- ③ グローバルでの新市場の創出

解決アプローチ

- 引き続き、「シェアリングエコノミー推進プログラム」に沿った取組を継続する。
- 加えて、主要ステークホルダーである「プラットフォーム」「提供者」「利用者」及びそれを取り巻く「社会」の間で均衡のとれた役割分担を行いつつ、それぞれの主体が、利用者の不安感の払しょくに向けた取組を強化する。



背景

- プラットフォームは、取引の場の運用管理者であり、そこで提供されるサービスの公正性を確保することや、その質や取引条件等について、利用規約等の形でできる限りわかりやすく、正しく伝えることが必要である。
- 規約として明示されていない検索結果の表示順やランキングを決定するアルゴリズムの変更等についても同様のことが言える一方で、これらは、プラットフォームにとって企業秘密に当たるものも多く、その取扱いについて十分な配慮も必要。
- なお、欧州においては、取引の公正性・透明性を高める観点から、プラットフォームに対して、利用者の保護の充実を求める規則案（「消費者のためのニューディール」、「オンライン仲介サービスのビジネス・ユーザーのための公正性および透明性に関する規則案」など）が策定されている。

アクション

- プラットフォーマーに過度な負担をかけることのないように配慮しつつ、プラットフォーム利用者への適切な情報提供を促すため、モデルガイドラインに以下の記載を追加し、認証制度への反映を促す。
 - ✓ （新規）イー○ 重要事項に係る変更：一般、安全性、適法性
利用規約等における重要事項にかかわる変更を行う場合は、一定程度の余裕をもって変更についての事前通知を行い、新たに同意を得ること
 - ✓ （新規）イー○ プラットフォーム機能、サービスに係る情報提供：一般、安全性、適法性
明示的に示されている利用規約等のほか、検索結果の表示順やランキングを決定する主なパラメータの変更等についても透明性の確保に努めること。
 - ✓ （新規）オー○ プラットフォームサービスの停止・終了：一般、安全性、適法性
サービスの停止・終了を行う場合は、事前にプラットフォーム利用者に通知を行うこと

参考：レビューと評判メカニズム

ELI討議草案8条:

- レビューの収集、処理および公表に関する**透明性**
- **職業上の注意義務**という基準への適合



- 評判システムが任意のISO/CEN標準を遵守するものである場合の適合性の推定



- レビューの**ポータビリティ**
(「評判という資本」)



ELI草案 Article 8: Reputational feedback systems

1. A platform operator who provides a reputational feedback system on its online intermediary platform must provide information about the modalities of collection, processing and publication of ratings and reviews.
2. The reputational feedback system must comply with standards of professional diligence.
3. A reputational feedback system is presumed to comply with standards of professional diligence if it complies with either (a) voluntary national standards transposing European standards, the references of which have been published by the Commission in the Official Journal of the European Union; (b) the standards set out in paragraph (4). (…)

Busch, Christoph and Dannemann, Gerhard and Schulte-Nölke, Hans and Wiewiórowska-Domagalska, Aneta and Zoll, Fryderyk, Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms (August 11, 2016). Research Group on the Law of Digital Services, Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law 164-169 (Publishers: C.H.Beck, Nomos and Wolters Kluwer). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2821590>

内閣府消費者委員会「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会」におけるオスナブリュック大学(ドイツ)クリストフ・ブッシュ教授発表資料「ヨーロッパにおけるオンライン仲介プラットフォームのための規律枠組みに向けて(翻訳: カライスコス・アントニオス)」(2018年10月16日)より

→ISO 20488 Online consumer reviews — Principles and requirements for their collection, moderation and publication (First edition 2018-06)

参考：「デジタルコンテンツおよびデジタルサービス供給契約の一定側面指令」（指令2019/770）

- アプリやゲーム、クラウドストレージ、SNS等を含むデジタルコンテンツ・デジタルサービス供給契約における消費者保護
 - 消費者ニューディール（消費者権利章典）と同様、消費者がパーソナルデータを提供する契約が含まれる
- 第16条：契約終了時の事業者の義務
 - 第4項：「第3項(a)(b)(c)で言及されている状況（※過度なコスト等）を除いて、事業者は、消費者の要求に応じて、事業者によって供給されるデジタルコンテンツまたはデジタルサービスを使用する際に消費者によって提供または作成された、個人データ以外のコンテンツを消費者に利用可能としないなければならない。
 - 消費者は、合理的な時間内に、そして一般的に使用される機械可読なフォーマットで、そのデジタルコンテンツを無料で、事業者からの妨害なしに回収する権利を有さなければならない。」

→GDPR20条データポータビリティ権の補完