

インターネット消費者取引連絡会（第19回）議事要旨

1. 日時：平成27年12月17日（木） 14時～16時
2. 場所：消費者庁61会議室
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：シェアリングサービス
 - (1) 発表
 - (2) 意見交換
5. 議事概要：
 - (1) について
 - ・ 株式会社三菱総合研究所 福島様から「シェアリングサービスの動向整理（資料1）」について説明。
 - ・ 独立行政法人国民生活センター 遠藤様から「シェアリングサービスに関する相談（資料2）」について説明。
 - ・ 弁護士法人英知法律事務所 森様から「シェアリング・エコノミーの法規制－消費者保護の立場から－（資料3）」について説明。
 - ・ 株式会社スペースマーケット 重松様から「SPACEMARKET スペースに新しい価値を創り出す（資料4）」について説明。
 - ・ ヤフー株式会社 宮田様から「「ツール・ド・東北」における民泊について（資料5）」について説明。
 - ・ Uber Japan株式会社 高橋様から「UBERご紹介（資料6）」について説明。
 - (2) について

メンバーからの発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

 - ・ シェアリングサービスにおいては当事者以外の者との問題、例えば宿泊シェアであれば周辺住民とのトラブルが発生する場合もある。業態によって程度は異なるものの、当事者以外の者に関するトラブルや問い合わせについて、プラットフォーム事業者がいかに対応するかが課題。
 - ・ プラットフォーム事業者の役割が非常に多様化してきている。以前から似たような業態は存在したが、従来は当事者間の金銭のやりとりやトラブルには積極的に介入しなかった。最近のプラットフォーム事業者は、利用者の本人確認をしたり、細めなマッチングをしたり、金銭の授受を仲介したり、当事者間のトラブルに目を配ったりしており、非常に心強い。
 - ・ 現在の業法規制は既存事業者の保護という要素が強くなっているように感じる。シェアリングサービスは社会に便益を提供しており、積極的に推進した方がよいと思う一方で、業法規制に形式上ひっかかってしまう。本来、業法が社会にどのような便益を与えるために存在しているかという観点に関係なく、細かい規定にひっかかるためにこれらのサービスを実施で

きないことは、社会にとってもあまり望ましくない。現在、政府において規制緩和が検討されている中で、業法の在り方も見直した方がよいのではないか。例えば、可罰的違法性のような概念を適応することで社会的に有益なサービスと業法の規制のバランスをとることはできないだろうか。

- ・ 消費者保護の観点からは、これまで前提としてきた業法の枠組みから、業法ではない枠組みにおける消費者保護の在り方を考えていかないと、今後のサービスの進化に対応できなくなるのではないか。消費者保護の観点で業法に代替する措置によってカバーされている場合は、必ずしも業法によって罰しなくてもよいのではないか。
- ・ 確かに、代替措置が適切に講じられていれば、業法規制がなくなっても問題はない。ただし、だからと言って法規制自体が全くなくて良いというわけではない。例えばライドシェアのプラットフォーム事業者が代替措置（ドライバーのバックグラウンドの確認、ドライバーが遠回りした場合の返金、保険への加入等）の対応をさせる必要がある場合に、何の法規制もなければ、こうした代替措置に対応しないプラットフォーム事業者が現れる可能性もある。そのため、全ての法規制をなくすということではなく、業法規制とは異なるかたちで消費者の安全を図るルールが必要となるのではないか。
- ・ ライドシェアについては、日本における法規制を形式上クリアしなければならないため、アメリカで実施していたサービスをそのまま持ち込むことが難しい例ではないかと思う。このようにグローバルにサービスを提供する場合、それぞれの国における法規制にぶつかっていると思われるが、法的な観点から、どのようなアプローチによりそれをクリアしようとしているのか。
- ・ 日本において、タクシーの配車アプリを提供している事業者が、旅行業として登録している例があるが、これは他国では例がない。法律はインターネットやスマートフォンなど想像もできない時代に作成されているため、車両もドライバーも保有しないライドシェア・プラットフォーム事業のような業態は、法律が本来予定していたどの業種にも当てはまらない。海外においては、まず法律上定義されていない状態でサービスが開始される。するとその利便性から、ドライバーや利用者からの要望が大きくなる。それがさらに拡大して、例えば渋滞が軽減されたり、タクシー強盗が減少したり、飲酒運転の事故が減少していたりといった都市全体に及ぼす効果も増大する。その結果として、社会全体に便益をもたらすこのサービスをどうやって安全に運用すべきか、という観点からルールづくりが始まる。アメリカでも去年、コロラド州で初めてライドシェアに関するルールが制定されて以来、65以上の自治体、26の州でルールが制定されている。ルールづくりの議論には時間もかかるが、海外においては、サービスの実態がまずあって、その効果、利便性、安全性等も見極めた上でルールづくりがなされている状況。
- ・ シェアリングサービスはモノであれ、時間であれ、スペースであれ、誰かと何かをシェアするという考え方自体、「もったいない」をかたちにするものであり、すばらしいサービスであると思う。どんどん推進すべきだし、規制緩和が必要な点は手当てすべき。まだこれから本格的に普及していくところではあるが、この段階だからこそ、影の面を見て手当てをしておく、あるいは先進的な企業がどのように対応しているかをちゃんと把握しておく必要があ

る。いざ規制緩和された後、新興事業者が参入してくるときのために、適切なサービスのモデルをあらかじめつくっておくことが重要。

- ・ 業法規制が消費者保護のために機能していないという問題は、非常に深刻な問題。結局そのツケは、消費者に回ってくる。消費者保護の取組を推進しようと思うのであれば、消費者保護のために何が必要か洗い出した上で、消費者側から突きつけないと解消されない。
- ・ 高齢化が進んでいる中で、空き家や空き部屋、買物難民、運転免許の返上者が増えれば、そこにシェアリングサービスへのニーズが生まれる。地域における高齢者の見守りサービスにもニーズがあり得る。ただし、シェアリングサービスはすべて ICT（情報通信技術）の活用が基本になっているため、高齢者自身が利用できるかどうかという点が若干ネックになる。将来的には、高齢者自身が利用できるサービスの在り方を考えていただくことが望ましい。
- ・ トラブルを避ける工夫は各社で実施しているが、個人と個人を結びつけるシェアリングサービスの場合、当事者以外の者も含めて、トラブルは避けられない。その問題にどう対応いただくかが重要。実際、過去に越境消費者センター（CCJ）に寄せられた相談事例において、海外の宿泊シェアリングサービスを利用したところ、鍵の受け渡しに関して提供者と利用者間で揉めた結果、提供者・利用者いずれも個人であるため感情的な諍いに発展し、收拾のつかない状態になったことがある。どちらかが事業者で、どちらかが消費者という従来の消費者保護の在り方ではなく、個人間で生じるトラブルに対して、第三者が介入する仕組みもサービスによっては考えていくことが必要ではないか。
- ・ 当事者以外の者に関するトラブルについて、よく調べてみると、実は日本と海外の慣習やルールとの相違が主な原因であって、特別に悪質なものではないことも多いのではないか。例えばごみの問題について、日本人は指定日以外にごみを出すことは「許せない」と考えるが、国によっては毎日ごみ収集を行うのが当たり前の場合もある。こういった問題に対処するためには、提供者が海外の利用者に対してきちんと情報提供することが必要となる。今後、政府として“Visit Japan（訪日旅行促進）”を推進していく中で、シェアリングサービスに係るトラブルの分析を行うに当たり、日本人の常識として「許せない」というレベルではなく、日本と海外の慣習やルールとの相違を視野に入れつつ、根源的な問題かどうかということを考えなければならない。表面的な問題だけを見て、このような有益なサービスのしくみが排除されることは、消費者にとっても不利益になるのではないか。
- ・ ルールに反してごみが捨てられていれば、住民としては看過しがたいこと。大家が常時いない都市型の宿泊シェアにおいては、短期間で利用者が入れ替わることから、このような問題が頻発する。プラットフォーム事業者がこの問題に対して適切に代替措置を講じるためには、プラットフォーム事業者に対する何らかの導線が張られていなければならない。この問題は規制緩和の際に勘案すべき課題として認識しなければならないし、それが解消できないのなら、規制緩和すべきではないと思う。
- ・ 一部のプラットフォーム事業者は、問い合わせが非常にしにくい。例えば、サービスを利用していない周辺住民がトラブルにあった際に、プラットフォーム事業者に連絡したいと思っても、利用者でないと連絡できなかつたり、電話番号が公表されていなかつたりする場合がある。利用者以外の者からの問い合わせ、情報提供、相談も受けられるような環境も整えて

いただきたい。

- ・ 様々な問題点やその問題点への対応状況を公表したり、トラブルになりがちな事案に関する注意喚起・啓発を行ったりといった取組を、事業者として実施していただきたい。業界にとってネガティブな話や、問題を解消するための地道な取組とその結果を公表することにより、マスコミや行政からの信頼も得られるし、消費者としても非常にありがたい。
- ・ シェアリングサービスについても、特定商取引法（特商法）の規制の対象となるのか。
- ・ 例えば個人間のインターネットオークションの場合、売主と買主は遠隔地にいるため、特商法の規制対象となる通信販売であるとも考えられるが、特商法は原則、事業者規制であるため、個人に適用されるのかという点については過去に議論がなされている。その結果、営利の意思をもって反復継続して販売を行う場合は、個人の売主であっても、特商法の規制を適用することとされている。これは法的な考え方としては、宿泊シェアにおいて、提供者に旅館業法上の許可が求められていることと同じ関係性だが、旅館業と異なり、モノの売買は規制の緩い分野であるため、売主は直接、特商法の規定を遵守することでサービスを提供することができる。
- ・ 各事業者の作成する利用規約は、何を根拠としているのか。またサービスを受ける前に利用者にキャンセルされた場合、何らかの手当てされるのか。
- ・ 利用規約は、特商法等に則った上で、顧問弁護士に確認しながら作成している。基本的にサービスは前払制になっており、提供者と利用者の中で予約の合意を得られれば、事前に決済をしていただく。プラットフォーム側が仲介者として料金を預かっているため、利用者がキャンセルする場合はキャンセル規定に則って、プラットフォーム側から返金している。
- ・ 本来はウェブサイトを見てもらった上で利用規約に同意してもらうのがシンプルだが、イベントの開催地が地方であり、高齢者も多く、「インターネットは使いにくい、わかりにくい」という声があったことも踏まえ、同意書というかたちで規約を提供者の家まで持って行き、実際に規約を見せながら説明している。なお法的な観点について、イベント型の宿泊シェアは旅館業法の規制対象外ということになっているため、法的課題は生じていない。
- ・ インターナショナルに作成している規約を日本向けにローカライズしており、弁護士に確認しつつ必要なところを調整している。それに加えて、日本では旅行業として業務を実施しているため、旅行業法に準拠した約款も存在する。利用者がキャンセルした場合、はじめの5分間は料金が発生しない。例外もあるが、基本的に5分以上経過した場合は料金が発生する。ウェブにもその旨を記載しているが、個別に問い合わせがあった場合は、ケースバイケースで対応している。例えば、ドライバーからの状況確認や、時間表示の差などを踏まえた上で、返金するといった対応をとっている。

第19回インターネット消費者取引連絡会出席者一覧（敬称略）

○消費者庁

つるぞの 鶴園	たかお 孝夫	消費者政策課	企画官
きよき 清木	みほ 美帆	消費者政策課	政策企画専門官
よしかわ 吉川	ゆういちろう 雄一郎	消費者政策課	主査

○関係行政機関（国・地方）

うえむら 上村	かずのり 一則	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	課長補佐
たかの 高野	こういち 弘一	警察庁	生活安全局	情報技術犯罪対策課	係長
きこ 喜古	ふみや 文也	総務省	総合通信基盤局	電気通信事業部	消費者行政課 係長
こじま 小島	えりこ 英里子	経済産業省	商務流通保安グループ	消費経済企画室	室長補佐
よしだ 吉田	ゆうこ 優子	東京都	生活文化局	消費生活部	取引指導課 課長代理（表示指導係長）

○事業者団体

やしる 八代	しゅういち 修一	公益社団法人	日本通信販売協会	消費者相談室長
きしはら 岸原	たかまさ 孝昌	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム	専務理事
かまた 鎌田	まきこ 真樹子	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム	消費者委員会 委員長
かさい 笠井	ほくと 北斗	日本アフィリエイト協議会		代表理事

○消費者相談関係団体等

さわだ 沢田	としこ 登志子	一般社団法人	EC ネットワーク	理事
はらだ 原田	ゆり 由里	一般社団法人	EC ネットワーク	理事
ふるかわ 古川	えりこ 絵里子	東京都消費生活総合センター	相談課	相談係長
まつしま 松島	さちこ 幸子	東京都消費生活総合センター	相談課	消費生活相談員

○オブザーバー

もり 森	りょうじ 亮二	弁護士法人	英知法律事務所	弁護士
やすえ 安江	けんすけ 憲介	株式会社三菱総合研究所	社会 ICT 事業本部	主席研究員
ふくしま 福島	なお 直央	株式会社三菱総合研究所	社会 ICT 事業本部	研究員
こばやし 小林	ますみ 真寿美	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部 相談第2課 課長補佐
えんどう 遠藤	ようすけ 陽介	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部 相談第2課 主事
しげまつ 重松	だいすけ 大輔	株式会社スペースマーケット		代表取締役 CEO
みやた 宮田	ようすけ 洋輔	ヤフー株式会社	社長室	コーポレート政策企画本部 主幹
たかはし 高橋	まさみ 正巳	Uber Japan 株式会社		執行役員社長