

第1回取引デジタルプラットフォーム官民協議会議事録

消費者庁消費者政策課
取引デジタルプラットフォーム消費者保護室

第1回取引デジタルプラットフォーム官民協議会

1. 日 時：令和4年6月2日（木）14時00分～15時30分

2. 場 所：オンライン開催

3. 議 題

- ・開会挨拶
- ・官民協議会の運営方法等について
- ・事務局及び構成員による御報告

4. 出席者

○事業者団体

アジアインターネット日本連盟、オンラインマーケットプレイス協議会、クリエイターエコノミー協会、一般社団法人シェアリングエコノミー協会、一般社団法人新経済連盟、一般社団法人セーフティーインターネット協会、一般社団法人日本クラウドファンディング協会

○独立行政法人国民生活センター

○地方公共団体

全国知事会（農林商工常任委員会委員長県）、東京都

○消費者団体

一般社団法人全国消費者団体連絡会、公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

○学識経験者その他

依田 高典 京都大学大学院経済学研究科教授、中川 丈久 神戸大学大学院法学研究科教授、長田 三紀 情報通信消費者ネットワーク、日本弁護士連合会

○関係行政機関

内閣官房（デジタル市場競争本部）、公正取引委員会、警察庁、個人情報保護委員会、経済産業省、消費者庁

○事務局

それでは、定刻になりましたので、第1回「取引デジタルプラットフォーム官民協議会」を開催いたします。

本日は御多忙のところ、皆様に御参加をいただきまして誠にありがとうございます。

本日の協議会は、公開とさせていただきます。

まず、冒頭、伊藤明子消費者庁長官から御挨拶をさせていただきます。

伊藤長官、よろしくお願いいたします。

○伊藤長官

皆様、こんにちは。ただいま御紹介いただきました消費者庁長官の伊藤です。

本日はお忙しいところ、皆様お集まりいただきまして本当にありがとうございます。

今年5月1日の取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の施行に当たり、本協議会の準備会において取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務に関する法定指針や、販売業者等に係るガイドライン等のルール整備について皆様方に活発に御議論をいただきました。おかげさまで取りまとめもできて、公表もさせていただきます。改めて御礼を申し上げたいと思います。

本協議会は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のために、規制という形ではなくて、官民が協力して情報共有をし、物事の解決に向かう、あるいは今後の取組について検討を行うといったことを目的としております。

本協議会は本日をもって設立するということになりますが、本日の第1回協議会においては今後の協議会の運営方法を定めるとともに、最近の取組状況などについて情報共有を行いたいと考えております。構成員の皆様からの積極的、建設的な御意見、御提案をお願いいたします。

消費者庁においては、本協議会の活動を通じて構成員の皆様とよく連携しながら、官民共同でデジタルプラットフォーム上の取引がより一層消費者にとって安心して利用できるものとなるよう、取組を進めていきたいと考えております。

本日はどうぞよろしくお願いいたします。

- ・事務局から本日のウェブ会議の操作説明及び資料確認

○事務局

次に、議事に移る前に2点御報告させていただきます。

まず1点目でございます。本日の参考資料2としてお配りしております「『販売業者等』に係るガイドライン」についてでございます。このガイドラインにつきましては、官民協議会準備会において多くの御意見をいただき、議論を重ねてまいりました。意見募集の内容等も踏まえましてガイドラインとして策定いたしましたので、消費者庁のホームページ

においても公表させていただいております。

次に2点目でございます。参考資料3としてお配りしております取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するQ&Aでございます。こちらのQ&Aにつきましても、準備会の構成員の皆様のご意見等を踏まえまして確定をさせていただき、消費者庁のホームページにおいて公表をさせていただいております。

これら2点につきましても、準備会での御議論をいただきまして誠にありがとうございました。この場をお借りしてお礼を申し上げます。

<議事>

- ・事務局から資料2ないし4の説明

○事務局

資料2ないし4につきましては、構成員の皆様にも事前にお届けさせていただきまして、特段の御意見はなかったところでございますので、以降、これらに基づきまして本協議会を運営させていただきたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。

特段の御異議はないようでございますので、こちらでセットをさせていただきたいと思っております。

また、運営要領4の(1)の議長につきましても、事前に構成員の皆様にお伝えさせていただいておりますが、事務局といたしましては依田高典京都大学大学院経済学研究科教授に議長をお願いさせていただきたいと考えておりますが、よろしいでしょうか。

こちらにつきましても御異議ないようでございます。ありがとうございます。

それでは、運営要領に従いまして、この後は依田議長に議事進行をお願いさせていただきたいと思っております。依田議長、どうぞよろしく願いいたします。

○依田議長

どうも皆様、こんにちは。京都大学の依田高典でございます。

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では座長を務めさせていただきまして、DPF消費者利益保護法の制定に関しても関わらせていただきました。このたび、取引デジタルプラットフォーム官民協議会においても引き続き一生懸命務めを果たしたいと思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

これは皆様御承知のように、官民共同の共同規制方式と呼ばれる新しい政策の一つでございます。EUにおいてはデジタルマーケットアクト、あるいはデジタルサービスアクトという形で、プラットフォーム事業に対して非常に強い事前規制をかけて運用していくとい

う方針が昨今示されております。

しかしながら、日本においてはこの消費者利益保護法と、あとはデジタルプラットフォーム取引透明化法等において、プラットフォームにおいて共同規制方式をもって官民が対話を続けていくという方針を試行、模索しているところでございます。

1つ大変うれしいことがございまして、現在経済産業省のほうで取引透明化法のモニタリングレビューをまさに進めているところでございますが、そちらのほうで伺った話におきましては、そのもう一つの共同規制方式の法案による取引透明化法の制定によってサービスが改善したと答えてくださった利用事業者が7割を超えているという報告を先般受けました。

これは大変うれしいことであって、共同規制方式は弱いのでなかなか機能しないのではないかというような懸念もあったところではございますが、法律が一たび制定された後、プラットフォームや利用事業者の皆様が官民一体となって協力をすることによって、こういう一つの可能性を示唆できたこともございます。

検討会においてはここに御参画いただいた方々も多数おられますが、12回にわたって毎回3時間に及ぶ議論を重ねてきて今日に至っているところでございます。ぜひ官民が一体となった日本型の新しい消費者政策をこの場で作り上げていきたいと思っておりますので、何とぞ皆様におかれましては御協力、御鞭撻をお願いしたいと思っておりますし、私の議事進行において至らないところがございましたらどんなことでも結構ですので御意見を賜ればと思っております。

それでは、議事に入っていきます。続きまして、事務局の消費者庁及び事業者団体の皆様から現時点における取組状況を共有いただきます。初めに消費者庁からよろしく願いいたします。

○事務局 それでは、事務局から資料5-1に基づきまして最近のインターネット通販の動向及び消費者庁の関連の取組について簡単に御紹介したいと思います。

まず、1ページ目でございます。「電子商取引市場の動向」でございます。21年のデータがまだでございますけれども、2020年までで見ますと物販系の分野を中心に市場規模が拡大傾向にあるということが見て取れるかと思っております。

次のページに移っていただきまして、インターネット通販に関する消費生活相談件数の推移でございます。こちらは直近が2021年でございますけれども、市場規模が少し減少している可能性があるということかと思っておりますが、相談件数自体は2020年と比較して減少しております。ただ、引き続き2018年、2019年と比べましても多くの相談が寄せられている状況でございます。内訳といたしましては、直近では「商品」に関する相談が多めであるという傾向が見て取れます。

次のページに行ってくださいまして、商品未着・連絡不能等のトラブルの相談件数の推移でございます。こちらも全体の相談件数と同じ傾向でございまして、直近の2021年では

2020年に比べて減少しているところがございますけれども、このグラフの下側の被服品ですとか保健衛生品等、こういったところでは2020年に引き続いてトラブルが発生していることが見受けられるところがございます。

次のページにいただきまして、定期購入に関する相談件数の推移でございます。こちらも全体の傾向と同様、2020年に比べますと2021年では相談件数は減少しているところがございます。内訳といたしましては「健康食品」の相談が減少している一方で、「化粧品」の相談が増加している傾向にございます。

相談の傾向自体はこういうところなのでございますけれども、これに関連いたしまして取引デジタルプラットフォーム消費者保護法で申出制度というものがございまして、こちらの申出につきまして速報ベースの状況を口頭で御報告させていただければと思います。

申出の件数でございますけれども、5月末までに48件寄せられているところがございます。このうち、全く関係ないものとか、直販とか、そういったものを除いた取引デジタルプラットフォームに関し得ると思われる申出が約3割寄せられているところがございます。この中では、物販が多数を占めているという状況でございます。

さらに、御参考までに、本年5月にPIO-NETに寄せられた消費生活相談のうち、他業者区分でプラットフォームとして5月末までに登録されているものが1,020件あるという状況でございます。

速報としては以上のとおりでございますけれども、引き続きこれらの申出等の内容について分析を深めていきたいと考えております。

続きまして、参考として、消費者庁の関連の取組について御紹介したいと思います。

1枚おめくりいただきまして、まず特商法の改正でございます。左上のところでございますけれども、通販の「詐欺的な定期購入商法対策」というものが盛り込まれております。こちらは通販の申込みの最終確認画面で、商品等の分量とか、対価ですとか、こういったことを表示することを義務づけて、行政処分のみならず直罰の対象にするという改正がなされているところがございます。こちらの改正は、昨日から施行されているところがございます。より詳しいチラシにつきましては、参考資料の4としておつけしておりますので御参照いただければと思います。

さらに次のページへいただきまして、アフィリエイト広告に関する取組でございます。昨年6月から、消費者庁におきまして「アフィリエイト広告等に関する検討会」を開催し、本年2月に報告書を公表されたところがございます。この中で、事業者が講じる未然防止策の参考といたしまして、景表法第26条第2項に基づく指針の改正ということを御提言いただいたところございまして、この指針の改正案が現在パブコメ中となっております。今年の夏頃、公表の予定となっております。

さらに1枚おめくりいただきまして、「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック」についてでございます。食品表示基準の適用範囲は、食品の容器包装上の食品表示でございますけれども、ECサイトで食品表示情報を掲載する上で参考に

なるツールとして策定することを予定しているものでございます。先週までパブリックコメントを実施しておりまして、今月末にガイドブックの策定を予定しているところでございます。

さらに2ページ進んでいただきまして、最後でございますけれども、先週国会で成立した「消費者契約法の改正」でございます。このページの右下のところになりますけれども、インターネット上でのサブスクといったことも念頭に置かれているところでございますが、解除権行使に必要な情報提供等、こういったことの努力義務が導入されているところでございます。昨日6月1日に公布されたところでございまして、1年後の施行を予定しているところでございます。

大変駆け足でございましたけれども、資料5-1については以上でございます。

○アジアインターネット日本連盟

アジアインターネット日本連盟、AICJはインターネットビジネス等を展開する企業の連盟でございまして、現在18社ほどの企業が参加しております。主な活動内容としては、メンバー間での情報交換ですとか、インターネット産業の健全かつ持続的な成長に資するための政策について、産業界の声を届けるといったことを行っておりますけれども、会員社は必ずしも取引DPF提供者ばかりというわけではないのですが、取引DPF提供者に当たる会員の中でどのような取組を行っているかについて互いに情報共有したり学び合うということもありましたので、本日はそのような場で得た情報を基に御説明をさせていただければと思っております。

それでは、次のページをお願いいたします。

まず、法3条1項1号の消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置についてでございますけれども、大きくは3つのタイプの取組を行っているところでございます。

1つ目は、「販売業者等の連絡先の表示の徹底」でございます。これは、どの取引DPFも対応しているところであろうとは思いますが、販売業者等に対して特商法に基づく表示を義務づけることで、消費者が販売業者等に円滑に連絡できるようにするよう努めているというのがこちらにございます。

2つ目は、「販売業者等への連絡ツールの提供」であります。これも1つ目の取組に加えて多くの取引DPF提供者が実施をしていたものになりますけれども、このメリットといたしましては販売業者等に対して御自身のメールアドレスですとか、そういった連絡先を開示することなく、その商品情報や返品ポリシーなどについて問合せができるというところでメリットがあるのかなと思っております。

3つ目は、「連絡手段が機能しない場合の取引DPF提供者の対応」です。カスタマーセンターだったり、ヘルプセンターだったり、問合せ窓口だったり、呼び方自体は会社によって様々ではありますけれども、何か問題があればそうしたところが解決に向けて真摯に取

り組んでいるというところはどこも共通でありました。そうした取組の中で、取引DPF提供者側から販売業者側に対してお客様への回答を促すですとか、あるいは初回の問合せから48時間以内に解決を図るように求めるですとか、場合によっては取引DPF提供者側で経済的な補償を行っているところもございました。

次のページをお願いいたします。

次に、2号の消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置について御説明させていただきます。

まず「お客様からの苦情の申出の受付」でございますけれども、カスタマーセンター等がお客様からの御相談に対応しているということはどこの会社でもベースにあって、それに加えて商品ページに報告機能を設けて不適切な商品を発見した場合に取引DPF提供者側に申告できるようにするというところで、情報収集に努めているというところもございました。

2点目で書かせていただいたのは、「関係者との連携」というところでございます。行政機関と定期的な意見交換を行うですとか、行政機関とDPF提供者との間で専用のホットラインを設けて、不適切な出品についての情報提供があった場合には速やかに措置を講じるといった体制を構築するですとか、あるいは行政機関に限らず知財侵害のある商品などについては最もそういったことに知見があると思われる権利者の方々に意見照会を行うといった形でも連携を行っているところがございます。

また、3つ目、「不適切な表示が行われた場合の対応、その他」というところについてでございますけれども、まず法令や取引DPFのポリシーに違反するような行為があった場合には、指導ですとか、警告ですとか、ウェブサイトからの商品の削除ということを行って、違反行為を繰り返す出品者については取引を停止するという措置も取っているところがございます。

加えて、お客様の声をサービス改善に生かすといった取組をしたり、業界全体の健全化を目指すために行政機関や業界団体との意見交換、あるいはガイドラインの検討みたいなものを共同で進めているというところもございました。

さらに、製品安全の関連で言えば、外部の製品安全情報提供機関、例えばNITEさんですとか、国センさんですとか、そういったところと連携をさせていただいて、特定カテゴリーの商品をお買い求めいただいたお客様向けに、購入後の安全な使用方法ですとか注意喚起に関する情報というものをeメール配信するなどの安全情報の提供に取り組んでいるところもございました。

次のページをお願いいたします。

次は1項3号関係、販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置についてですけれども、基本的に取引DPF提供者はアカウント開設の際に公的証明書等で身元を確認して悪質業者の排除に努めたり、登録情報と異なる情報に接したときには個別に事実確認を行って正しい情報の記載を求めたりしております。

また、販売に当たって許認可が必要な商品については販売業者等の許認可情報を、これを持っているかということについても確認をしているところでございます。それで、場合によってはビデオ面接を行ってその販売業者等の身元を確認するということを行っているところもありますし、はたまた登録された氏名と売上金の振込口座というものが一致しない限り、売上金を引き出せないようにするですとか、違法な取引や出金を防止することに向けて取り組んでいるところもあります。

さらに、例えば事業所ですとか実店舗のリアルな店舗を有するような販売業者を念頭に置いた取引DPFにおきましては、その店舗の写真の提出などを求めるということも行っているところでございます。

次のページをお願いいたします。

努力義務に関する取組概要の開示につきましては、JOMCさんに参加している会員も一定数おりますので、そういった会社につきましてはJOMCサイト上で取組状況を開示するとともに、自社サイトのほうにもそこへのリンクを付すといったことを行っていますし、加えて消費者及びその販売業者等に向けた取組をまとめたページを設けたり、ヘルプページにおいて関連情報の記載を行ったりということをご社で取り組んでいるところでございます。

また、法5条の販売業者等情報開示請求に関して想定している取組体制についてでございますけれども、既に一部の会社では開示請求手続に関するヘルプページを立ち上げて、分かりやすく消費者の方々にお知らせしていたりというところもございますし、また、実際に請求があった場合の想定といたしましては、必要に応じてもちろん法務部が関与して要件の該当性をちゃんと判断する予定であるというところが多くて、加えて販売業者等に対してこういう法5条ができたということですから、特商法に基づく表示の確認ということを改めてちゃんとしてくださいということをお願いする予定であるというところもございました。

さらには、内部的に対応手順を定めて社内イントラに掲載をして、担当部署以外の人でもこういうプロセスになっているんだということを確認できるようにしているといったところもございました。

次のページをお願いいたします。

最後に、今後の検討課題のところについて発言をさせていただければと思います。

事前の事務局様の御説明の中の運営要領とおおむねかぶっているところもあるのかと思うので、大きな方向性として違和感はないかと思っておりますけれども、官民協議会ではまずもって本法律の趣旨を理解して取組を進める取引DPFというのが消費者から選ばれるような関係をつくっていくことを優先して検討していただけるとありがたいと思っております。

他方で、ここの①、②に書かせていただきましたけれども、官民協議会の構成員となっている団体に参加していない取引DPF提供者ですとか、そういった方も多数いると思えますし、消費者の方々のほうでも必ずしもこの法律について皆様が御存じかというところでも

ないのではないかと思いますので、事業者及び消費者に対する本法律の周知というところは必須なのかとっております。そうすることで、この消費者の方々が取引DPF提供者の開示内容などを踏まえて、どの取引DPFを選ぶか、適切な選択ができることにつながると思います。

また、その上で③番に書かせていただいたように、構成員団体にも入っていないで、さらには本法律の努力義務をおよそ果たしていないようなDPF提供者がいれば、恐らく消費者側からもそういった声というものが相談として届くこともあろうと思いますので、消費者団体側からそういった情報、取引DPF提供者の情報も積極的に御提供いただいて、そういう該当する提供者に対して協議会や消費者庁でどのようなアクションを取るべきかということも検討していければと思っておりますし、仮にそうした取引DPFで現にトラブルが発生しているとしたときに、なぜ消費者がそのような努力義務におよそ対応しないようなDPFを利用してしまうのか。もしかすると、ネットリテラシーという言葉で一まとめにするのはあれかもしれませんが、何か消費者にさらに伝えていくべきメッセージはないのかというところについても検討できればいいのかなと思っております。

加えて⑤ですけれども、取組が不十分なDPFの対応を検討するというのも大事なのですが、頑張っているDPFを評価して消費者に知ってもらうということも重要なことと思っております。消費者ですとか消費者団体の立場から見て評価すべきと思われる取組があればそれを教えていただくと、事業者側にとっては励みですとか学びになることがあるのではないかと思います。

⑥番から⑧番については運営要領にもあるところですし、言わずもがなのところでもあろうかと思いますので割愛をさせていただきます。

長くなりましたけれども、弊社からの説明は以上でございます。ありがとうございます。

○一般社団法人クリエイターエコノミー協会

当協会はクリエイターが活動しやすい社会環境をつくり、その自由かつ安全な活動を促進するということをミッションにしております。現在60社程度が参加しております。

本協議会の関係で申し上げますと、取引DPFに関してはそれほど数はございませんけれども、幾つかはございまして、そちらの意見を聴取してまいりましたので御説明させていただければと思っております。

次のページをお願いします。

私どもから御紹介するものとしましては、今回の法3条を含めました取引DPFの健全性を保つための紛争解決に向けた施策として、こういったものを行っているかということについてヒアリングした結果をお伝えできればと思っております。

施策の一つとしましては、登録情報と口座情報の一致を確認することによって本人であることを確認しているというところがございました。

また、特商法上の表記につきましては法令に書かれており、事業者の氏名・住所・

電話番号を掲載するというようなプラットフォームもあれば、プラットフォームの住所と氏名を掲載した上で、プラットフォームが購入者と販売者の連絡を促すという消費者庁が認めているような運用をしているようなプラットフォームもございます。

また、プラットフォームによっては、販売期間が経過した後であっても事後的なトラブルが発生する場合に備えて、一定期間は特商法上の表記を継続するというようなプラットフォームもございました。

事後的な対応としましては、デジタルコンテンツのうち、ユーザーが返金不可設定をしていないというものについては、24時間以内であれば返金ができるというような仕組みを導入して、期待値が異なるというようなコンテンツについては返金されますし、期待値どおりのコンテンツについては返金されないということでコンテンツの徹底化を図っていくというところがございます。

もう一つは、商品を提供しているような事業者の方が倒産をしたとか、一定の要件を満たしたような場合には、プラットフォームが一定額の補償をするというような仕組みを導入しているところもございます。

こちらは一般的なものではございますけれども、ユーザーから苦情が入ってきた際には、一定の場合にはプラットフォームが購入者と販売者の間に入って仲裁的な動きをしております。

また、プラットフォームに、先ほどもございましたけれども、メール等で明らかにせずとも販売者と直接連絡をするような窓口を設置することによって、簡単に消費者の方が販売者と連絡をすることができるような仕組みを取っているところもございました。

また、取引DPF法第5条に基づくプラットフォームへの開示請求につきまして、ヘルプページで方法を案内しまして、実際に来た場合には、中のフォームとか、あとは外部の顧問先等を交えまして内容を検討して開示するかどうかを検討するといったところがございます。

施策については、簡単ですが以上とさせていただきます。官民協議会の枠組みで検討すべき課題というところにつきましては、資料3に書かれていたものについて若干補足をさせていただければと考えております。

私どものようなスタートアップなどの小規模なサービスにつきましては、最初から大手のサービスと同じような取組をするところまでは難しい場合もございます。その場合にも、健全な運営を担保するためにはどういった工夫ができるのかというようなことにつきまして、この協議会でも検討していただければと考えております。

例えば、事業者の相談を受けて、事業者が、こういったことがしたいということであれば、ノウハウですとか知見を提供するようなことができればというふうに考えております。

また、先ほど資料3に悪質な事業者という記載がございましたけれども、こういった「悪質」な事業者というものについて議論をする際には、どういったものが「悪質」なのかといったところを明らかにした上で議論ができればと考えております。

例えば、具体的な業者名までを挙げることは難しいかと存じますけれども、こういった具体的な事例があるというところを踏まえまして、どういうものが「悪質」なのかというところを踏まえて議論をすることでかみ合った議論ができるのかと考えております。

簡単でございますが、以上とさせていただきます。ありがとうございます。

○一般社団法人セーフターインターネット協会

セーフターインターネット協会所属のECモールによる取引DPF法に関する取組を御説明させていただきます。

次のスライドをお願いいたします。

我々セーフターインターネット協会は、インターネット利用に関連した様々なトラブルの対策、防止等を図るために、民間の自由な発想と分析力を持って各種課題に対応するべく設立されております団体です。

会員社の中にはEC関連ではない者もおりますけれども、主なEC関連の会員社は、本日代表して参加をしておりますヤフー、メルカリのほか、GMOペパボ、eBayなどがおります。

次のスライドをお願いいたします。

それでは、会員社が行っている努力義務に関する取組をまず御説明させていただきます。

まずは法3条1項1号の「販売業者と消費者との間の円滑な連絡を可能とする措置」に関する例でございます。こちらは、特定商取引法に基づく販売業者の情報の表示ですとか、消費者、それから販売業者間の連絡に利用するツールの提供、その上で販売業者等が返信しない場合などに販売業者の状況を確認し、モールのほうで返信を促すというような対応をする例がございます。

次のスライドをお願いいたします。

次に、2号の「消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置」に関する例でございます。

苦情の受付につきましてはECモール側にCSの部門を設けておりまして、メールや電話、それからチャットなどで問合せをいただけるようにしております。それから、規約違反の疑いがある商品を通報いただくための窓口も設けております。

このほかに、自主的な商品監視で削除も実施しておりまして、例えば権利侵害の疑義がある商品に関して権利者からの問合せを受ける体制を設けていたり、関係省庁ですとか権利者の個社ではなく、権利者団体等と日常に連携して意見交換をしているというようなことがございます。

それから、監視、削除という観点で、法4条1項に基づいて政府のほうから利用停止要請をいただくということができることになっておりますけれども、この要請というのはまだ発生しておりませんが、これまでも違法な商品ですとか権利侵害品、危険な商品などについて、関係省庁や団体等の皆様から個別に連絡をいただいて、お客様の安全を守れるように削除対応をしているというようなことがございます。

それから、購入したものが壊れているなどして使えなかったというケースが起こり得るわけですが、基本的には販売業者に対応を求めることにはなるのですが、消費者、販売業者の間で問題が解決できない場合もございます。そうしたときにはECモールが解決を仲介することがありますし、場合によってはモール側で商品代金等を補償するというケースもございます。

それから今、申し上げたような禁止されているものですか違反行為、これは販売業者、消費者、両方ともございますけれども、違反行為、禁止出品物の対応根拠となるガイドラインなども設けて明示しているところでございます。そのガイドラインに違反する疑いがある出品や行為があれば、内容に応じて販売業者等への指導ですとか措置を実施しているところでございます。

それから、事業者の中では知財権侵害品等に関して直接権利者の皆様から申告をいただくためのプログラムなどを用意しているという例もございます。それから、監視に当たりましては、人の力だけでなくシステムとAIも活用した監視ですとか、それからリコール品に関する購入者向けの周知を実施するというような会社もございます。

次のスライドをお願いいたします。

3号の「販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置」に関する例でございます。

出店時に関しましては出店審査を実施して、その際に本人確認書類等の提出、許可が必要な商品を販売するといった場合にはその許可の有無を個別に確認するといった取組例がございます。この本人確認に当たってはいわゆるeKYCと呼ばれている手法ですとか、先ほども出てまいりましたけれども、必要に応じてビデオ面接を行うというような例もございます。また、出店後に登録情報を変更するという場合がございますけれども、その際には変更する情報の内容によっては個別に事実確認をする。また、運営者情報等を変更する際には、再度本人確認を求めるというような取組例もございます。

こうした取組内容の開示につきまして、次のスライドをお願いいたします。

各社のサービスページ内に、取組内容をまとめたページを設けているという事業者もございます。

それから、この後また御紹介があると思っておりますけれども、JOMCに加盟しております事業者はJOMCのサイト上で取組内容を表示しておりますし、個社のサービスサイトからJOMCのサイトにリンクさせているというような例もございます。

次のスライドをお願いいたします。

法第5条の開示請求に関する取組に関してです。

法の施行に合わせまして、社内に対応マニュアルを整備してCSの部門でお問合せを受けるといったことだけではなくて、必要に応じて法務関連部門もその要件該当性を判断する形で対応体制を整えているという例もございます。

そのほかにも、この法令に基づいて販売業者の情報を出し得るということを販売業者に周知しているというような事業者もございます。

最後のページをお願いいたします。

最後に、官民協議会で検討いただきたい事項をお話しいたします。

運営要領にも書かれているところがございます。2の(2)と(3)に関連しますけれども、官民協議会で実際に発生した法4条、5条の例を共有して分析、そういったことを可能な範囲で行いまして同種類のトラブルを抑止するように動いていけるとありがたいと思っております。

また、運営要領の2(5)、(7)に関連するものでございますけれども、政府側でこの法律に関する周知の内容ですとか、その方法を検証して官民協議会参加団体に加入していない事業者にも取組が促されるということを期待しております。その観点では、消費者団体等の皆様から既存の枠組みに参加していないプラットフォーマーでの事案の共有などをいただけるとありがたいと思っております。この枠組みに参加していないところで起きているものというのが業界団体側では見えづらいものでございまして、ぜひお願いしたいと思っております。

最後に、努力義務に前向きに取り組むプラットフォーマーを消費者が選んでくださるよう消費者にどのように伝えていくか、そういったメッセージの検討など、実務的な検討を行うこともお願いしたいと思っております。

以上でございます。ありがとうございます。

○オンラインマーケットプレイス協議会

まずはページをめくっていただきまして、改めてではあります、このJOMCの設立の経緯等について御説明したいと思います。

オンラインマーケットプレイス協議会（JOMC）は2020年8月に設立をしました。設立当時は4社で設立しましたが、目的は、「消費者にとってより安全・安心な取引環境の構築に貢献して、オンラインマーケットプレイスの健全な発展を促すこと」とし、活動内容として自主的取組の公開、外部の方との意見交換、それから会員内部の意見交換というのを掲げております。

この設立に至った経緯として、今回の法律が制定されるに至る過程で、検討会でいろいろと議論がなされる中で、コンプライアンスだとか、できるだけトラブルが起きないように頑張っている人たちというのはオンラインマーケットプレイスを運営している事業者の中にもいて、日々いろいろな取組をして頑張っているわけなのですが、意外とそういった取組は外にアピールできていなかったり、他のプラットフォームの取組との比較という観点で見えていなかったりというところがあって、意外と一生懸命やっていることを知られていないというのを痛感しまして、自主的な取組を公開して、消費者にこういうことをやっているんだよというのを分かってもらうというのも一つの大きな目的としてございました。

次のページです。

設立当初は4社だったんですが、先月時点で12社に増えております。主に物販をしてい

るオンラインプラットフォームが今のところは多いですが、特に物販に限っているわけではなく、門戸は開いている状態でございます。

次のページです。

こちらはJOMCのメインコンテンツですが、「自主的取組の公開」ページです。このページ自体は2020年の12月にできておりまして、当時4社から始めましたので4社の自主的取組を公開したところから始まり、現在は12社それぞれが運営するオンラインマーケットプレイスのそれぞれの取組状況を公開しております。

各マーケットプレイスの取組紹介ページというのは、このロゴをクリックすると行けるようになっています。今までは大きく2つの項目があったところに、BtoCのプラットフォームに関しては、今回の法施行を機に、取引DPF法の指針に関する取組という項目を1つ付け加えました。

次のページです。

これが各マーケットプレイスのページで、一例として楽天のものをキャプチャしております。これは楽天市場に関する取組を紹介しているページでして、ここに、3つ大項目が並んでいて、それぞれをクリックするとその場所に飛ぶようになっています。

今、BtoCのプラットフォームに関しては、大項目の一番上に「取引DPF法の法定指針に関する取組」という項目を掲げております。それぞれの項目についてそれぞれ独自に、同じようなフォーマットで記載していますが、中身を充実させる一方でテキストだけ長くいっぱい書いても仕方ないということで、適宜それぞれのサービスサイトの、ヘルプページなど、該当の事項について説明しているページに飛ばせるような仕組みにもなっております。

次のページです。

これが先ほど言った大きな3項目のうちの1つ、「取引DPF法の法定指針に関する取組」の項目なのですが、この大項目の中に小項目として4つ入れておりまして、これが指針の書き方に沿ったものになっています。

上から「消費者が販売事業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置」「消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置」、それから「販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置」、最後にそもそもということで「消費者から苦情の申出を予防するための措置」という項目が設けられていて、各社それぞれがこの項目に自分たちのやっていることを、シンプルに書いているところもあれば、結構いろいろ書き込んでいるところもあつたりするので、これはぜひ皆さん実際に見ていただければと思っております。

今回の法施行に当たって項目を追加したわけですがけれども、実際は既に行っている取組が結構いろいろあって、それらを項目に合わせて整理した上で紹介しているDPFが多いです。

それから、消費者からの苦情の申出をそもそも予防するための措置については、2020年から紹介していた「商品や広告等表示に関する取組」と「安心してマーケットプレイスをご利用いただくための取組」という既存の項目でカバーされていることが多いので、そこ

の取組を見てくださいと書いているものが多いです。

具体的に言うと、「商品や広告等表示に関する取組」については、出店者に対して商品や表示に関して、「こういうルールを設けていてこういう対応をしています、そこに問題があった場合にはこういう対応をしています」というようなこと、それから「安心してマーケットプレイスをご利用いただくための取組」については、例えば補償サービスなど、対出品者・出店者以外の取組を紹介しているという感じになっています。これも、それぞれのマーケットプレイスで結構特色が出ていますので、ぜひ御覧いただいて、ここは力を入れているんだとか、ここについてはこうやっているんだなというのをぜひ見ていただきたいと思っています。

「JOMC」で検索すると、1ページ目には出てきます。もともとあまり最初は上に上がってこなかったのですが、最近ようやく上がってくるようになっていきますので、ぜひ御覧いただければと思います。

次のページをお願いいたします。

我々は、2020年の設立当初から自主的取組の開示というものに取り組んできているわけですが、今回の取引DPF法の努力義務の内容の開示も含めて、その取組を開示することによって期待することがあります。

まず1つは、やはり「消費者の選択」に対してよい影響を与えたいというところですが、各マーケットプレイスの特徴を並べて比較することができますので、消費者がより自分に合った場を選択しやすくなるのではと思っています。

あとは、その取組を開示しているマーケットプレイスと、取組を開示していないマーケットプレイスがあるということを知っていただき、取組を開示しているマーケットプレイスを選んでいただくようになるのがよいことだと思っています。

今回の取引DPF法の内容が努力義務になっていることの最大のポイントとしては、「しっかりと取組をすることで消費者から支持を得たい、信頼を得たい」という意識ある事業者のその意識をポジティブな形で引き出して、そういう事業者が市場で成功していくようなモデルにするというのが重要だと思っていますので、そこが達成されるようになることを期待しています。

それから、もう一つが「自主的取組の改善」ということで、他サービス、他の事業者がやっている取組の内容を知ることができますので、それを見た上で各オンラインマーケットプレイス運営事業者が自らの取組を見直して、他社はこんなことをやっているんだ、うちでもできないかなと思ってみたり、そのやり方を改善したりするような、これもポジティブな前向きな流れができるといいなと思っています。

あとは、行政であるとか消費者団体等との対話というのがあります。取組内容を整理して示すことで消費者取引の新たな課題について情報提供をいただいたり、「こういうことはやっていないんですか」という観点や「こういう問題が起こっているんだけどもどどのような取組をしていますか」という観点でお問合せいただいたりすることで、情報提供と

迅速な対応がうまくつながって、これも前向きなサイクルが回っていくといいなと思っています。

取組内容の開示に関しては以上のとおりですが、もう一つ、開示請求があった場合の対応についてです。まだ施行されて間もないというところと、どういった感じで請求がくるのかまだ見えづらいところがありますので、それぞれのマーケットプレイスで、内側で「こういう開示請求が来たらこういうふうに対応しましょうか」というようなことを整理している段階でありまして、それを消費者に対してどう伝えていくかというのは、またこれからの検討だと思っています。

次のページをお願いいたします。

こちらは参考までに、外部関係機関との意見交換や会員内部の意見交換というのも積極的にやっております、オンラインで月に1、2回開催し、結構突っ込んだ話などもして、それぞれの自主的取組の改善に努めているところですのでご紹介します。

次のページをお願いいたします。

最後に「官民協議会の枠組みの中で検討すべき実践的・実務的な課題について」ですけれども、まず1つ、やはり一番重要だと思っているのは、法定指針に基づく取組を実施する事業者のインセンティブをどのように高めていくかということだと思います。初めから悪いことをするつもり事業者に力を割くという考えもあるとは思いますが、意識ある事業者をいかに引き上げて、インセンティブを高めて、ポジティブな前向きな取組をどう広めていくか、それをいかにして消費者に知っていただくかということが重要だと思っています。

そういう観点からすると、消費者への周知というのをどのように実施していくか、トラブルを回避したいと思っている消費者が、ちゃんとやっている事業者を利用して、そうじゃない事業者を利用しないためにはどういうことが考えられるのか、が課題です。これらの検討ために重要なのは、消費者がECサイトとかデジタルプラットフォームを利用するに際してどういう観点から選択しているか、消費者の動向が分からないと対策も分からないと思うので、消費者の動向をどうやって把握するか、というのも大きなポイントだと思っています。

あとは、トラブルが多く取組を実施していないようなDPFがあるとすれば、それはどういうところでどのような対応が考えられるかも課題です。例えば、それは国外なのか、国内なのかでも違っていると思いますので、そういった観点も重要だと思っています。

あとは、もう一つですね。法定指針に基づく取組を実施したり、あるいは開示請求への対応を進めていく中で必ず課題が出てくると思いますので、それらにどういう対処をしていくか。課題を官民両方から提示して、それらについて議論するということが必要になってくると思います。

ここには書いていませんけれども、例えば現実としてすぐに課題として挙がってきてきそうなものが、バーチャルオフィスの問題です。現在Q&Aの中にもバーチャルオフィスやレンタ

ルオフィスといった言葉が出てくるのですが、では果たしてバーチャルオフィスというのは何だろうかと考えたときに結構難しい問題があったりします。登記簿上の住所がいわゆるバーチャルオフィスな場合もあったりしますし、しかしバーチャルオフィスといっても今はコワーキングスペースみたいなものも増えている中で、どういうふうに判断して何をどうしていったらいいのかというのが手探り状態のところもあったりしますので、そういう実務的な課題もあると思っています。

あとは、今までの官民協議会の話や検討会でも、「隠れB」というのがキーワードとして出てきましたけれども、どういうものがトラブルが発生しているような「隠れB」で、どういうDPFで「隠れB」が発生しやすいのかなど、そこら辺をもう少し実務的な観点から具体的に検討するというのもあっていいんじゃないかと思っています。

JOMCからは以上です。ぜひ皆さん、サイトを見ていただければと思います。以上です。

○一般社団法人日本クラウドファンディング協会

クラウドファンディング協会は、主にクラウドファンディングサービスを提供する事業者により構成されている協会になります。御承知の方も多いと思いますが、クラウドファンディングとはインターネットを介して自分の夢や思いを世の中に発信し、その活動を応援したいと思ってくれた不特定多数の人々から少額ずつ資金を募る仕組みとなっています。

当協会では、同じ業界の事業者同士の情報交換を通じて、ガイドラインなどの基本的な指針やマニュアルの作成を行い、また、トラブル事例など可能な範囲で共有をしていって業界全体の健全化を図ることを目的としております。

そのような中で、今回取引DPF消費者保護法が施行されたというところで、取組状況についてアンケートを実施いたしました。今回は、そのアンケートの概要について簡単に御紹介させていただきます。

次のページをお願いいたします。

アンケートの概要としては、当協会の購入型部会が取引DPF提供者に該当すると考えて、そちらに所属する事業者に対して行いました。

具体的に行ったアンケートとしては、回答期限を基準日として2022年5月9日としまして、次の点について回答を求めています。

まず1つ目の①と書いたところなのですが、公開されている指針ですね。こちらの第2に記載されている各取組の例、ベストプラクティスということなので、必ずしも実施しなければならないというものではないのですが、実施しているかどうかというところが一番アンケートとして実施しやすいかなと思ひまして、こちらについて「はい(○) / いいえ(×) / その他(※)」という形で、いずれかを選択する形のアンケートを求めました。

プラスして、「その他」と記載したものですとか、あるいは何か補足コメントがある場合には自由記述をお願いしております。

2つ目に実施したアンケートとしては、第5条に基づいて消費者から開示請求がなされた場合の現在想定している取組体制等について回答を求めました。

また、最後に今回の官民協議会の枠組みの中で、検討すべき実践的・実務的な課題について何か御提案があればお願いしますという形で回答を求めています。

今回御用意した資料では、1つ目の指針に対する対応状況については、回答がありました4事業者をA社からD社といたしまして、各社の回答について記載しております。また、②、③につきましては、得られた回答の概要をいずれの事業者からの回答かは特定せずという形なんですけれども、最後のページに記載しております。

次のページをお願いいたします。

アンケートの結果については資料自体も公表されておりますので、各自御確認いただければと思っておりますけれども、4社を横並びにすることで各社全てが対応しているものですか、あるいは各社いずれも対応していないものなどが明確になって、こういったところが対応しやすいところかということとは分かりやすくなっているのではないかと思います。

一番下に自由記述というところがあるんですけれども、こちらが「その他」と書いたところで、アンケート結果のところと言うと（※1）とか（※2）となっている部分について補足的にコメントいただいたことを記載していたりですか、あるいは全体的なところについてコメントいただいたものを記載している形になります。

続いて、次のページをお願いいたします。

小さい緑のところでは法3条1項1号のお話だったんですけれども、オレンジのところでは法3条1項2号になっております。こちらは基本的には回答は御覧いただければと思っております。次のページをお願いいたします。

青くなっているところが、3条1項3号についての回答状況になっております。

次のページをお願いいたします。

こちらは最終ページになるんですけれども、冒頭申し上げたとおり、法5条に基づいて開示請求がなされた場合を想定している取組状況、取組体制等について回答いただいたものを記載しております。

ほかの事業者様からもお話があったところと近いかなと思っておりますけれども、カスタマーサポートチームを組成してプロジェクト担当などと連携しながら対応するというような回答などをいただいております。こちらは5月5日時点の回答となっていたので、実際に開示請求がなされた場合というところで、実際に取り組まれたところではないかなと思っておりますけれども、今後も継続的に事業者様と連携しながら、こういった体制を構築していくかというところは確認していきたいと思っております。

最後に5番目のところに書いてある、今回官民協議会で取り上げていただきたい課題についての御提案として挙げたものを1つ御紹介させていただいております。

こちらは「特に消費者の生命・身体に危険が及ぶような商品・役務」というもので、法

3条1項2号の販売条件等の表示に関するルールの設定のところに記載されているものについて、具体的にどういうものが該当するのかというところで、例えば過去にあったトラブル事例ですとか、こういった対応が考えられるか等について、消費者庁様ですとかほかの事業者様から情報提供などいただけるといいんじゃないかというような御意見がありましたので、御紹介させていただきます。

○一般社団法人シェアリングエコノミー協会

資料の提出が遅くなってしまって大変申し訳ございませんでした。

簡単に、時間も限られていると思いますので発表させていただきます。

次をお願いします。

当法人も、先ほどクラウドファンディング協会様がされたようなアンケートをさせていただいたので、その結果を報告させていただきます。

次のページをお願いします。

まず、当協会について少し御説明させていただきますが、2016年に設立されたシェアリングエコノミー協会という団体として、シェアリングエコノミーに関する法人が現在300社ほど加盟している状況です。ただ、いわゆるデジタルプラットフォーマーと言われるようなCtoCを中心にしたプラットフォームについては150社ほど参加しております。我々としては共同規制のはしりとして、内閣官房と協働して策定したシェアリングエコノミーモデルガイドラインに基づいて、2017年からシェアリングエコノミーの認証制度というものを運用しております。

次のページをお願いします。

ここから、各項目についての回答を個別に御説明することはしませんけれども、サマリーを御説明させていただきます。

いわゆるCtoCマッチングプラットフォームが多く存在しているものですから、今回回答いただいたのは多く、理事・幹事企業と言われるある程度大きな企業に対してお願いをして回答してもらったものです。

ただ、提供者側にも消費者が多く混在しておりますので、その連絡先をウェブ上で直接表示するというものではなくて、メッセージ機能で問合せできるようにしている会社が多いということです。これを見ていただくと分かる通り、半分くらいのところが専用のメッセージ機能を提供していて、それ以外にも返信がない場合の回答を促していたり、連絡先の有効性に関する定期的なパトロールを実施しているということを加えると、75%くらいが何らかのメッセージ機能を有している。

1つの会社がいわゆるCtoBtoCと言われる個人のバックをその会社が一回預かって、それで鑑定をした上で個人に貸すという、いわゆるマネージド・マーケットプレイスというものをやっていたりするので、その関係で全て会社が、いわゆるプラットフォーマーが全部責任を持ってやっていますという回答になっているという形になっております。

次をお願いします。

相談窓口については半数以上のところが置いているということで、販売条件の表示ルール等も併せて対応している会社が半数以上かと思います。さらに、利用規約において販売禁止対象商品だったり禁止行為ということを決めているということに関しては、これは複数回答できるようにしなかった関係で回答としては非常に少なく、25%になってしまっているんですけれども、先ほど申し上げたシェアリングエコノミー認証制度のほうでこの利用規約についての定めがありまして、これについては認証制度を取っているところは全てクリアしているという状況になっております。

次をお願いします。

本人確認のところは非常に各社様々な方法でやっているのですが、一番多いのはやはり法人番号とか登記を見るという形になるのですが、口座の一致だったりSMSを使ったというところで対応しているところが大半ということでございます。

次をお願いいたします。

開示の状況ですけれども、これはちょっと聞き方が悪かったのであれなのですが、開示していないというふうになっているところも、本法に関する措置について切り出してヘルプページで開示しているところは、開示していないということで回答していただいたのですが、FAQ等で消費者に対してできる限りの情報提供をしているということでございます。

次をお願いいたします。

ほかに何か取組措置がありますかということで、ODRと言われるいわゆるADRの一つ、オンラインでディスピュートレゾリューション、紛争解決をするところを採用している会社が2社ほどありました。

あとは、ここに書いていないんですけれども、保険も非常に大きな安心・安全のための措置だと考えております。結構な会社さんが保険を導入して、何かあったときには保険が適用できるということでやっているところが多いかと思います。

第6の取組体制のところは、各社カスタマーサクセスだったり、法務部門が中心となって対応するという予定になっております。

次をお願いいたします。

最後は検討すべき課題についてというところで、ほかの団体さんが既に言っているところなので、1点だけお伝えさせていただければと思います。

次のページをお願いします。

一番上の各事業者団体の自主的取組、特に先ほどのJOMCさんの取組などは非常にすばらしいと思ったのですが、ああいっただい形でどんどん積極的に望ましい事例をシェアして、それを消費者にどう啓蒙活動していくかといったことが非常に大きい大事なポイントではないかと思っております。特にこのシェアリングエコノミー認証制度というものをこの5年間運用してきて、どうやって認知度を獲得していくかというのはひたすら頑張ってきたわけですが、なかなか認知度が広がらず、それを持っているから消費者に選ば

れるということにつながっていないというのが我々の非常にじくじたる思いですので、その辺、シェアリングエコノミーの認証制度とも接続させながら啓蒙活動というのをさせていただければと思っております。

以上です。ありがとうございました。

○依田議長

どうもありがとうございました。

事業者団体の皆様から本協議会への期待も頂戴いたしましたが、本日は協議会のキックオフでもございますので、消費者団体、学識経験者等の皆様からも本協議会への期待などございましたらお話しいただけると幸いです。

○日本弁護士連合会

各社、迅速に施行に向けて取組をしていただきまして心強く思いました。いろいろ独自の取組もあると思いますので、情報が集積されていくといいと思います。

早速ですが、最近問題になっている事例として、取引デジタルプラットフォームを通じて購入したところ、一方的に取引をキャンセルされて、その店子のほうが代引きで送りつけてくる。本来、デジタルプラットフォームを通じて買うよりも、ちょっと安い値段で送りつけてくるというのが割と消費生活相談とかでも問題になって報道されているところがあります。

各社、消費者庁も御対応されていると思いますが、本当に悪い人はすごいことを考えるなと思うわけですね。要するに、取引が成立した段階で消費者の情報が店子のほうにいった、それを利用して中抜きされてしまっていますから、取引DPFのほうも被害者ではありませんが、皆さん積極的に御対応いただいてそういう店子は排除していただく。消費者庁のほうでもいろいろな法律で対応していただければと思います。

決済の法律も絡みますので難しいとは思いますが、本当にいろいろ出てくるなと思いました。情報共有とともに、皆様の御対応を期待するところであります。ありがとうございました。

○神戸大学 中川教授

まずは、これだけ業界団体が設立され、かつ、この協議会に参加していただいたこと、本当に関係者の御尽力に心より敬意を表したいと思います。

今後の課題でございますが、1つは多くの方から挙がりましたが、どうやって続けていくかということかと思えます。そのためには、事業者側にメリットがあるというところをこの協議会でどのように作り出していくかということかと思えます。

メリットというのは、これも繰り返し指摘されましたけれども、この協議会に入っていることが消費者から選ばれることにつながるということであろうかと思えますが、そのた

めの一つの方策として消費者団体が果たすべき役割は大きいのかなと思います。

消費者団体で、例えば消費者相談の方が「このデジタルプラットフォーム事業者は官民協議会の関係の事業者ですね、そうであれば話は早いです」というように、紛争処理がささっといくということが続くと、消費者の口コミという形で、なるほど、そんなものがあるのかというふうになるのかなと思います。

そのためには、消費者団体の目から見て、今日紹介されました取組が十分なのかをしっかりと見極めていただくことが大切だと思います。先ほど御紹介があったものを幾つか見てみましたけれども、抽象的にしか書いていないところもあれば、非常に具体的に書いてあるところもあります。例えば連絡手段一つにしても、相談する側の消費者のあまり具体的な情報は販売者側に分からないような形で連絡することができるかとか、連絡しても販売者がなしのつぶてということがあり得ますので、できればデジタルプラットフォームを経由した連絡のほうがいいんじゃないかとか、いろいろ細かいつくり込みのアイデアが恐らく消費者団体側からは出てくるのだらうと思いますので、それをこの官民協議会で共有をし、そして、できれば事業者団体側でできるだけ標準化する。

標準といっても、1つに限らないと思います。大手もあればスタートアップの方もいらっしゃると思いますし、あとは業態といたしますか、売っているものやサービスも違いますので、完全に1つではありませんけれども、しかし、かなりの程度標準化して行って、それで加盟している以上はその形でやっている。だから、消費者の側からみると、仮にトラブルがあっても紛争処理の話が早い。したがって信頼できるというふうな、非常に地道ですけれども、そのような形で官民協議会がインセンティブをつくっていくことが重要かと思えます。

もう一つの課題は、これは何度も出てきましたが、やはり極悪層対策でしょうか。デジタルプラットフォーム自体が悪いということもあろうと思いますが、他方、やはり悪い売り主をデジタルプラットフォームに入れてしまわないという両方の意味で悪い人というのをどうやって排除していくか、ないしはデジタルプラットフォームであればできるだけ官民協議会に加盟してもらおう形で改心してもらおう。そういった2つ目の課題もあろうかと思えます。

非常にやることはたくさんあると思いますけれども、今後の皆様の御尽力に期待したいと思えます。

以上です。どうもありがとうございました。

○公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

本日、冒頭で座長から、官民共同規律規制方式について透明化法のほうにつきましては成果が出ているというお話を伺い、こちらのほうでも成果が出ていくようにしなければならぬと、構成員を務める団体といたしまして気持ちを引き締めて務めていく責任を感じたというところがまず1点でございます。

そして、その上で本日色々な団体から御報告をいただきまして、先ほど前の方のお話にありましたように、様々な取組がされているのと同時に、かなりばらつきがあるということも認識いたしました。先ほど標準化という言葉が出てきましたけれども、私もやはり参加しているこちらの段階の皆様の間で、よりよい規律を標準化していただくということがまず望ましいことだと思っております。

一方、あちらの透明化法との違いとしては、参加していない事業者、DPF提供者の団体というものがやはりこちらのほうにはあるということで、こちらへの対応というものがこの官民協議会においては期待される場所だと思っております。先ほど消費者団体に期待するというお声もありましたけれども、消費者団体だけではとても足りませんので、消費者庁、国民生活センターと消費者団体、それぞれがタッグを組んで、この悪質な事例というものをこういったところを出して行って、事例研究をしてどう対応していくのかということを実体的に考える場になっていくことが必要ではないかと思っております。

それから、事業者団体の皆様からも出てきましたけれども、努力されているところに対して消費者がよくやっていると褒めて差し上げることが大変大事なんだと思っておりますので、そういったこともこの官民協議会の重要な役割だと思っております。

そして、実際のところ、一般の消費者はまだDPF、デジタルプラットフォームといっても全く分かっておりません。こういったよい取組をしているDPFを選ぶことの以前にまだわかっていないという状況もございますので、この官民協議会において議論が盛んに行われているという状況をつくり出すことが大変重要かと思っております。

その意味で、年に2回ということではとても足りないと思っておりますので、広くいろいろな方が関心を持たれるようなテーマをこの官民協議会で定例会以外にも設けていただいて、マスコミを通じてこんな活動をしているという取組を積極的に情報提供していくことが必要なのではないかと思っております。

最後になりますが、消費者団体だけではとても力が足りませんので、有識者の先生方のお力も借りたいと思っておりますし、事業者団体の方々ともコミュニケーションをとってと思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

以上でございます。

○一般社団法人全国消費者団体連絡会

今回、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法が施行されたということで、事業者団体の皆さんから取組の状況を今お聞きしました。質問したいことも幾つかありましたが、それはまたこの次ということにしまして、今回、取引デジタルプラットフォーム事業者の努力義務が定められたということは、やはり紛争解決や消費者被害防止の第一歩になったと思っております。

私どもの団体で、先日この法律についての学習会を行いました。それで、参加者の感想の中には、やはり義務ではなく努力義務なので、事業者にさほどプレッシャーのかかる内

容にはなっていないんじゃないかとか、やはり罰則のついた規制としないと機能しないのではないかというような意見もいただいております。今回努力義務とはなっておりますけれども、しっかりと取り組んでいただいて、消費者に不利益となるような販売が自社のデジタルプラットフォームの場で行われないように、具体的に何をしているのか、何に取り組んでいるのか、消費者にも分かるように開示をしていってほしいと思います。それが消費者の信頼にもつながると思います。

それから、事業者団体の方から幾つか御報告いただきましたが、その事業者団体に加入をしていない中小の事業者も含めてしっかり取組が進むように、業界として本当にしっかりやってほしいなと思います。この取組の状況とか、または個別の事案などいろいろ出てくるとは思いますけれども、それに関してはこの官民協議会でしっかりと共有して、本当に消費者が安心してデジタルプラットフォームを利用できるように、私たちのほうも一緒に検討を進めていきたいと思っています。大変期待しております。

以上です。

○公益社団法人全国消費生活相談員協会

私どもの団体は消費生活センターに勤務する相談員の団体ですので、先ほどから皆様からの御期待があるように相談員に対して周知していくということ、そしてまた、その相談とともに消費者に法に則った対応をしているDPFを選択していくという啓発を行っていかなければならないと思っています。

そんな中で、先ほど中川委員から取組について、また規律についての標準化というお話がございましたけれども、それはとても有効なことかと思っています。例えば、相談の現場で相談が入ったときに、消費者に対しては相談員として法に則った対応を求めてくださいと言って、相手先のDPF事業者が未対応の事業者の場合などでしたら、やはり他団体様ではこのような対応が取られているので、同様の対応を取っていただけないかというようなことも交渉の中で言っていけるのではないかと思います。ですので、ぜひ標準化をしていただけるといいと思っています。

そう考えますと、やはり未対応の事業者さんというところが問題になってくるかなと思いますので、この協議会に参加していない皆様への周知ということが非常に重要だと思います。今回御発表のあったクラウドファンディング協会様のアンケート調査というのは会員様に対するアンケート調査でしたので、注意喚起にもつながっていくのではないかと考えられますし、全体としての底上げということにもつながっていくのではないかと考えて、非常に有効なアンケートと思いました。

あとは、対応を全くされていない本当に未対応のところに対してどのように周知していくかというのが今後の課題かと思いました。

以上です。よろしくお願いいたします。

○情報通信消費者ネットワーク

各事業者団体の皆様が様々な努力をされているということは分かりました。その上で、中川先生の標準化のお話も確かに必要な取組かなと思いました。

それともう一つは、事業者団体と今のところくくっているわけですがけれども、各社としてはむしろ標準化された取組の上にそれぞれの個性を持った消費者保護の取組というのにもぜひ果敢にチャレンジしていただきたいなと思っています。法律を守っているだけではなくて、少しプラスして、うちのプラットフォームはこういうものが売りですというようなところまで高めていくことができればいいんじゃないかと思っています。

それが進んでいくと、消費者側からの評価も、こういうものを買うときはここのプラットフォームだと細かくここまでちゃんとチェックしてくださっているんだとか、そういうことが分かるようになってまた一歩先に進めるのではないかと思いますので、これからの取組に期待したいと思います。

以上です。

○依田議長

どうもありがとうございました。いただきました御要望等につきましては、今後事務局と整理・検討していきたいと考えています。

概して言えば、今日御発表いただきましたプラットフォームの皆様方に対しては大変遵法精神が高いこともあり、そうしたこの共同規制の枠組みの中でベストプラクティスというのを今後も大いに共有していきたいと思っております。

また、皆様からいただきました御意見の中には、ここにまだ加入していないプラットフォームや、あるいは悪質業者に対してどのように対応していくかというのは課題であるという御意見をいただきましたし、かつ、どれほど事業者様が頑張ったところで、消費者のほうの意識が高まっていかないとなかなか普及していきませんので、そうした教育も今後取り組んでいきたいと思えます。

最後になりますが、一部の委員から御指摘もあったように、こうした取組、私たちの取組というものを新聞、テレビのマスコミの皆様にご理解いただきまして、よいものはよい、悪いものは悪いと報道していただく形で全体として底上げしていくのは非常に重要だと思いますので、マスコミの皆さんに対するこうした情報共有や御意見をいただく場というのを今後大いに検討していきたいと考えております。

それでは、こちらで今回の第1回官民協議会の議事は終了させていただきたいと思っております。

最後に、事務局のほうから次回の予定について御説明をお願いいたします。

○事務局

本日は御発表、または御意見をいただきまして誠にありがとうございました。

本日、構成員の皆様からいただきました御意見、御要望を踏まえまして、実務的な課題の取扱い、多くのテーマをいただきましたが、とりわけ消費者に対してどのようにそれぞれのプラットフォームがどのような取組をしているのかということをも具体的にどういうふうに見える化をして伝えていくのかといったことが大事なのではないかということをも改めて認識いたしました。

これが伝わっていくということになりますと、恐らくしっかり取組をされているプラットフォームの方々は消費者に選ばれることによってインセンティブが上がって、というよいサイクルが回っていくということになるのではないかと思いますので、そういった観点から今後の具体的な進め方につきまして事務局で検討させていただき、また、議長や構成員の皆様とも御相談させていただきながら、この協議会の運営を進めてまいりたいと思います。

次回の日程につきましては、こういった検討を踏まえながら確定次第、追って構成員の皆様にお知らせをさせていただきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

○依田議長

ありがとうございました。

本日の議論については議事概要を作成し、構成員の皆様にご確認いただいた上で公表したいと考えております。本日は、お忙しいところ御参加いただき、ありがとうございました。

それでは、これで第1回目の官民協議会を終了いたします。