


# プラットフォームと 消費者保護の法律問題

---

英知法律事務所  
弁護士 森 亮二



# 目次

---

- プラットフォームとは何か
  - マッチング型
  - 非マッチング型
- プラットフォーマーの法的責任
  - 私法上の責任
    - ◆ マッチング型
      - 対ユーザー
      - 対第三者
    - ◆ 非マッチング型
      - 違法情報媒介責任
      - 広告とプライバシー

拙稿「プラットフォームの法律問題」NBL1087 商事法務2016

# プラットフォームとは何か



# プラットフォームとは何か

---

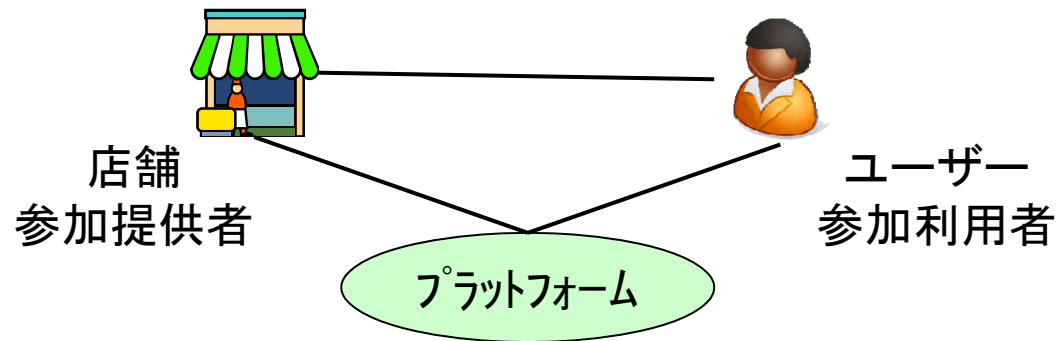
- 情報や商品・サービスの流通の基盤・環境を提供するウェブサイトのこと。
- ウェブサイトを運営する事業者が「プラットフォーマー」
- 典型は、
  - 楽天、ヤフー、のようなモール運営事業者（マッチング型）
  - FacebookのようなSNS、掲示板、QAサイト、動画投稿サイト（非マッチング型）
- プラットフォーマー自身は、情報、商品・サービスを提供しない。提供者（店舗、発信者）と受領者（消費者、閲覧者）の間の橋渡しのみ。
- 「platform」の一般的な和訳は、「台」、「舞台」などであるが、ここでのプラットフォームとはまさにそれ。参加者による取引や情報発信の舞台となるものであり、プラットフォーマーは舞台係。

# マッチング型プラットフォーム

- マッチング型の典型であるモールは、複数の店舗が集合したウェブサイト。
  - ① モールにおいて、参加提供者はモール上に出店する店舗であり、商品やサービスの購入契約は、参加提供者である店舗と参加利用者の間で締結される。
  - ② 店舗の構築や広告、商品の受注・配送、決済等の多くの面でプラットフォームであるモール運営事業者が店舗を支援している。サービスインターフェースである店舗のスタイルは統一されており、受注や決済についても、共通の仕組みが使われる。店舗としては、ウェブショップを一から作成する手間が省いて、簡単に電子商取引に参入することができる。
  - ③ 参加利用者であるモール利用者は、検索や「おすすめ」により、関心のある商品を容易に見つけ出すことができる。
  - ④ モールと店舗の間、モール利用者と店舗の間には利用契約が締結される。
- **参加提供者:**           プラットフォーム上のベンダー
- **参加利用者:**           プラットフォーム上のユーザー

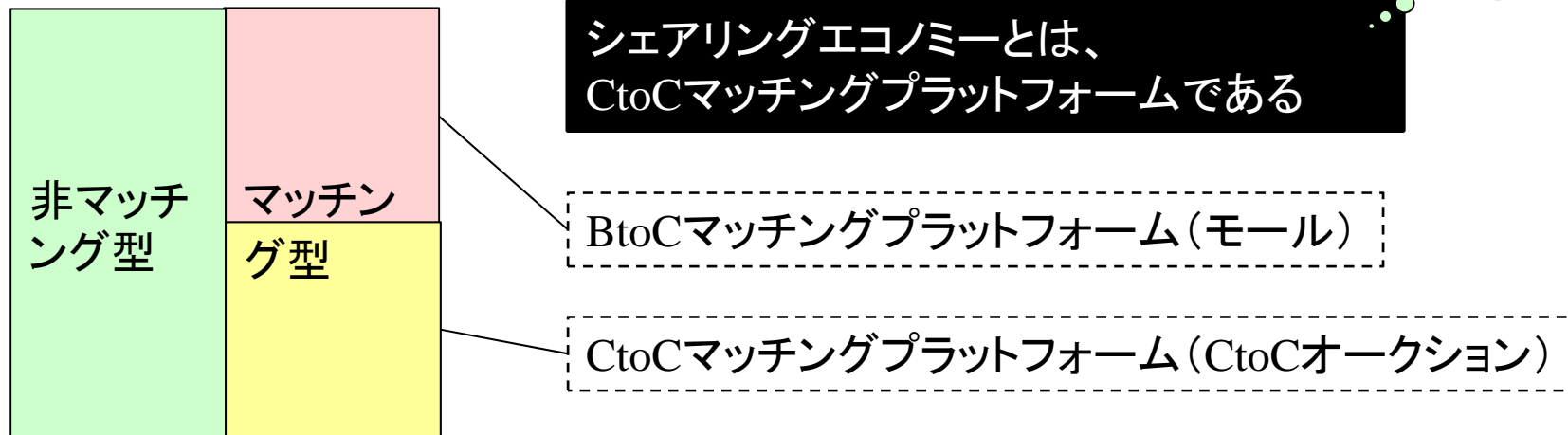
# マッチング型プラットフォーム

- 以上の①～④はほとんどのマッチングプラットフォームについて当てはまる。
- モールの場合、参加提供者である店舗と参加利用者の間には一定の非対称性が見られるが、CtoCオークションやライドシェアのように、対称的なものもある。



# シェアリング・エコノミーについて

私見です



シェアリングエコノミーとは、提供者側に特別の資格等を必要としないマッチングプラットフォーム、つまりCtoCマッチングプラットフォームであると考えることができる。



CtoCオークションをシェアリング・エコノミーの一種と考える考え方もある。

# 非マッチング型プラットフォーム

- 非マッチング型の典型は、掲示板やSNSなどのソーシャルメディア。互いに情報を提供し、消費することからCGMと呼ばれることもある。
  - ① ソーシャルメディアにおける参加提供者は、日記を書いたり動画を投稿したりする情報の発信者である。
  - ② 発信者は、自分のウェブサイトを一から作成する手間をかけずにプラットフォームであるソーシャルメディア運営事業者が構築したフォーマット上で情報を発信することができる。また、「友達」として閲覧者(参加利用者)を登録するなど、ソーシャルメディア運営事業者の構築した仕組みにより閲覧者を集めやすい。
  - ③ 閲覧者は関心のある情報を検索や「おすすめ」により簡単に見つけ出すことができる。
  - ④ ソーシャルメディア利用者(発信者と閲覧者の双方を兼ねる)とソーシャルメディア運営事業者の間には利用契約が締結される。



# 非マッチング型プラットフォーム

- 以上の①ないし③は、ほとんどの非マッチング型プラットフォームについてあてはまることである。④のプラットフォームと参加提供者・参加利用者の利用契約は、掲示板などでは見られないことがある。
- 非マッチング型プラットフォームについては、参加提供者と参加利用者は、ほとんどの場合対称性があり、その立場を入れ替えつつ互いに情報を提供し消費する。

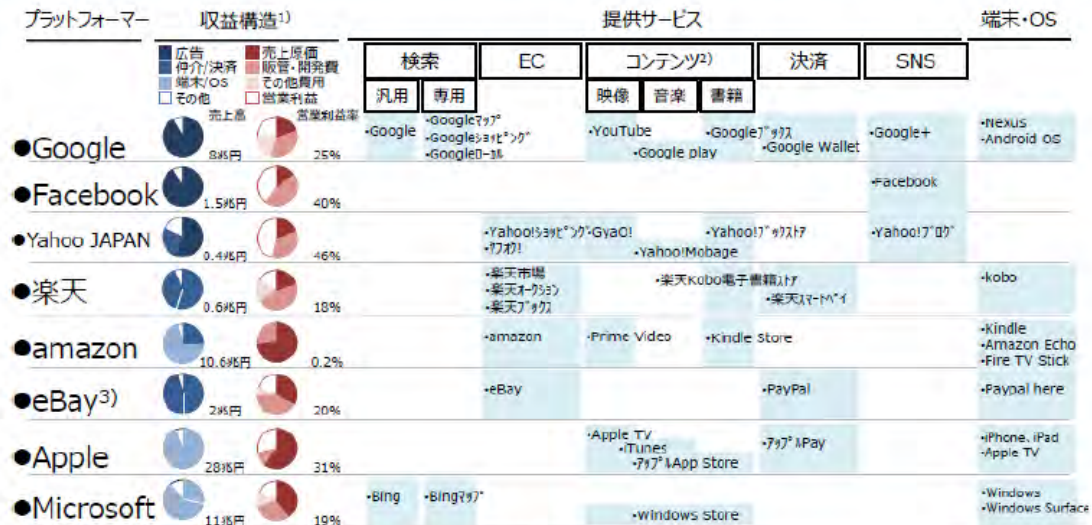
- マッチング型プラットフォームと非マッチング型プラットフォームを分かつものは、参加提供者・参加利用者間の取引・契約の有無。
- 非マッチングプラットフォームのうち、QAサイトなどでは、需給の一致のようなものは見受けられるが、取引ないし契約としての実態があるとまでは言い難い。

# プラットフォームとは何か

第1回  
事務局資料

## 1 オンラインプラットフォームとは

プラットフォームとは、いわゆる取引の基盤環境を提供する事業者であり、オンラインプラットフォームで提供されているサービスとしては、例えば、検索、EC（ショッピングモール、オークション、フリーマーケット）、コンテンツ（アプリマーケット）、決済、SNS等がある。



注) 1. 各社最新の財務諸表より作成。事業年度が異なるため、期間は必ずしも一致しない。  
2. ここでは映画、アニメ、ゲームを「映像」と一括りにしている。  
3. 2015年7月にeBayとPayPalは分社化している。

プラットフォーム ≠ EC

# プラットフォームの法的責任

# プラットフォームの法的責任

プラットフォームが法的責任を負うのはいかなる場合か？



## 私法上の責任

- マッチング型
  - 対参加利用者
  - 対第三者
- 非マッチング型
  - サービスに関する責任：
    - 違法情報媒介責任(民事)
  - 広告に関する責任
    - 個人情報、プライバシー



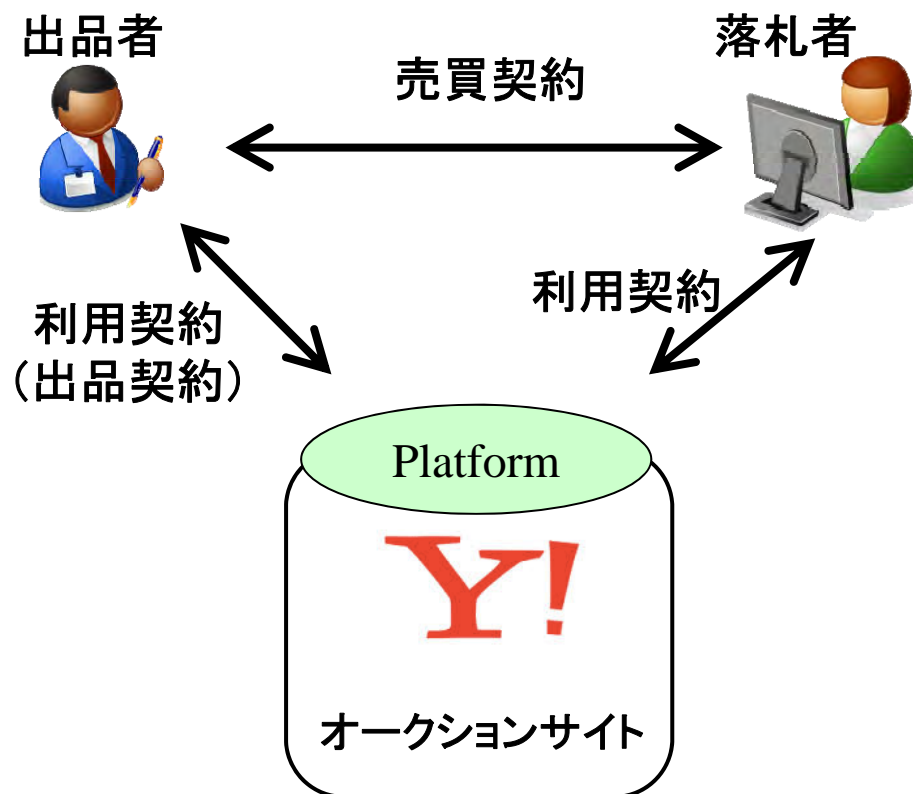
## 公法上の責任

- マッチング型
  - 業法の規制
  - 広告規制
  - 独禁法
- 非マッチング型
  - 業法の規制
  - 広告規制
  - 違法情報媒介責任(刑事)

私法上の責任 — マッチング型  
対参加利用者

# CtoCオークションの裁判例 対ユーザー①

名古屋地判H20.3.28、名古屋高判H20.11.11、最決H21.10.27



オークションサイトで詐欺にあった被害者が、サービスに問題があったとしてオークション事業者を提訴した事案



利用規約では、「店舗の行為について責任を負いません」



しかし、裁判所は、オークションサイトがユーザーに対して「欠陥のないシステム」を構築してサービスを提供すべき義務を負っている、として安全なサービス提供の義務を肯定。

# 安全なサービス提供義務(書かれざる義務)の根拠

## ユーザー

モールを使わせて頂戴ね

## モール事業者

いいですよ。その代わり手数料を払ってね(ユーザー登録してね)。

↓

モール事業者の使わせてあげる義務

↓

はっきり書かれていなくても、ユーザーに損害を与えない形でサービスを提供する義務があるのではないか？

↓

契約に基づく  
「安全に使わせてあげる義務」

↓

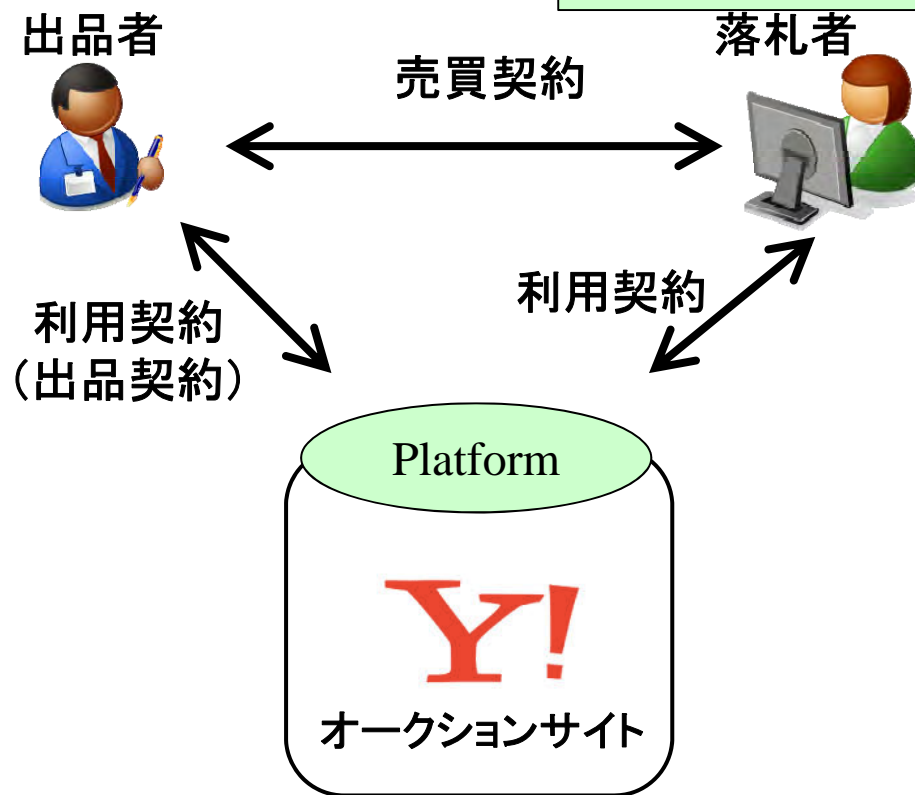
ユーザーの手数料支払い義務

たとえば、引っ越し業者も荷物自体を傷つけずに運ぶ義務を負うだけでなく、家屋や家人も傷つけない義務を負う...



## CtoCオークションの裁判例 対ユーザー②

名古屋地判H20.3.28、名古屋高判H20.11.11、最決H21.10.27



問題は、安全なサービス提供義務の具体的内容…



原告は、以下の義務を主張：

- ① 詐欺横行時におけるユーザーに対する注意喚起の義務
- ② 出品者の信頼性評価システムの導入義務
- ③ 出品者情報の提供・開示義務
- ④ エスクロー義務化義務
- ⑤ 補償制度充実の義務。

「被告が負う欠陥のないシステムを構築して本件サービスを提供すべき義務の具体的内容は、そのサービス提供当時におけるインターネットオークションを巡る社会情勢，関連法規，システムの技術水準，システムの構築及び維持管理に要する費用，システム導入による効果，システム利用者の利便性等を総合考慮して判断されるべきである。」（地裁判決より）



## CtoCオークションの裁判例－対ユーザー③

名古屋地判H20.3.28、名古屋高判H20.11.11、最決H21.10.27

義務の内容	裁判所の判断	
	義務の有無	義務違反
注意喚起	あり	なし
信頼性評価システム導入	なし	—
出品者情報の開示	なし	—
エスクロー義務化	なし	—
補償制度充実	なし	—

ポイント:

1. 安全なサービス提供義務の内容は具体的な状況(詐欺の横行)に応じて決まる。
2. 裁判所は、事業者の事業運営上の事情(費用がかかる等)について配慮している

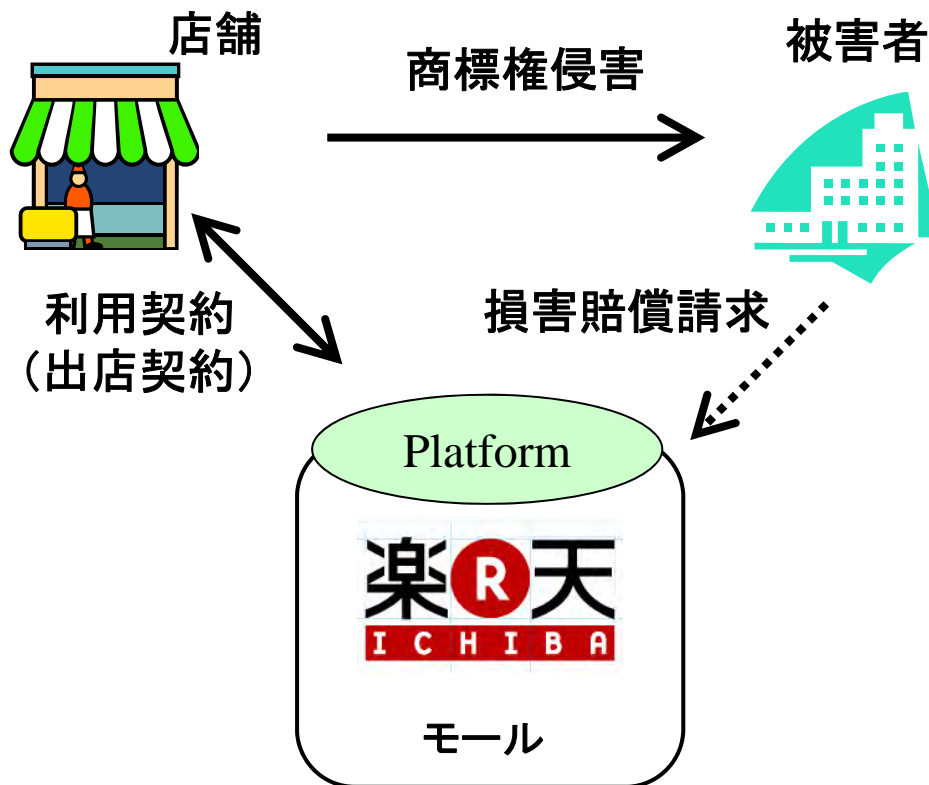
判決はこう  
でした!



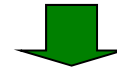
# 私法上の責任 — マッチング型 対第三者

# モールの裁判例－対第三者

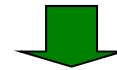
東京地判H22.8.31、知高判H24.2.14



モールの店舗が商標権侵害の商品を販売。



被害者の請求により、モール事業者は商品を削除したが、被害者がモール事業者を提訴。



裁判所は、「モール事業者は、権利侵害の申告を受けた時は、その有無を調査する義務がある」として、モール事業者の一般的な義務を肯定。



本件では、モール事業者が調査のうえ短期間で権利侵害情報を削除したことから、モール事業者に損害賠償責任はないとした。

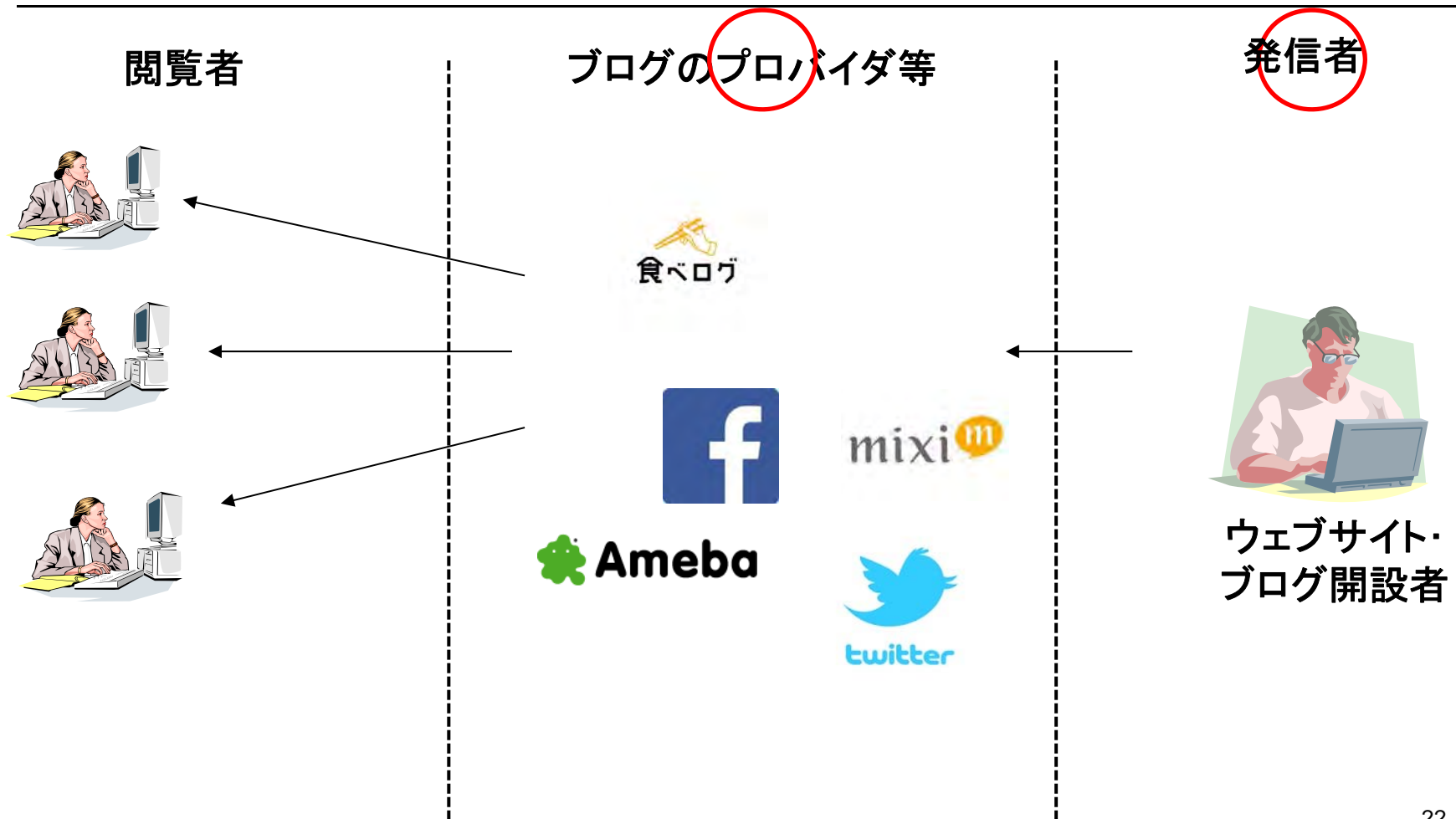
私法上の責任 — 非マッチング型  
違法情報媒介責任

# 非マッチング型における違法情報媒介責任

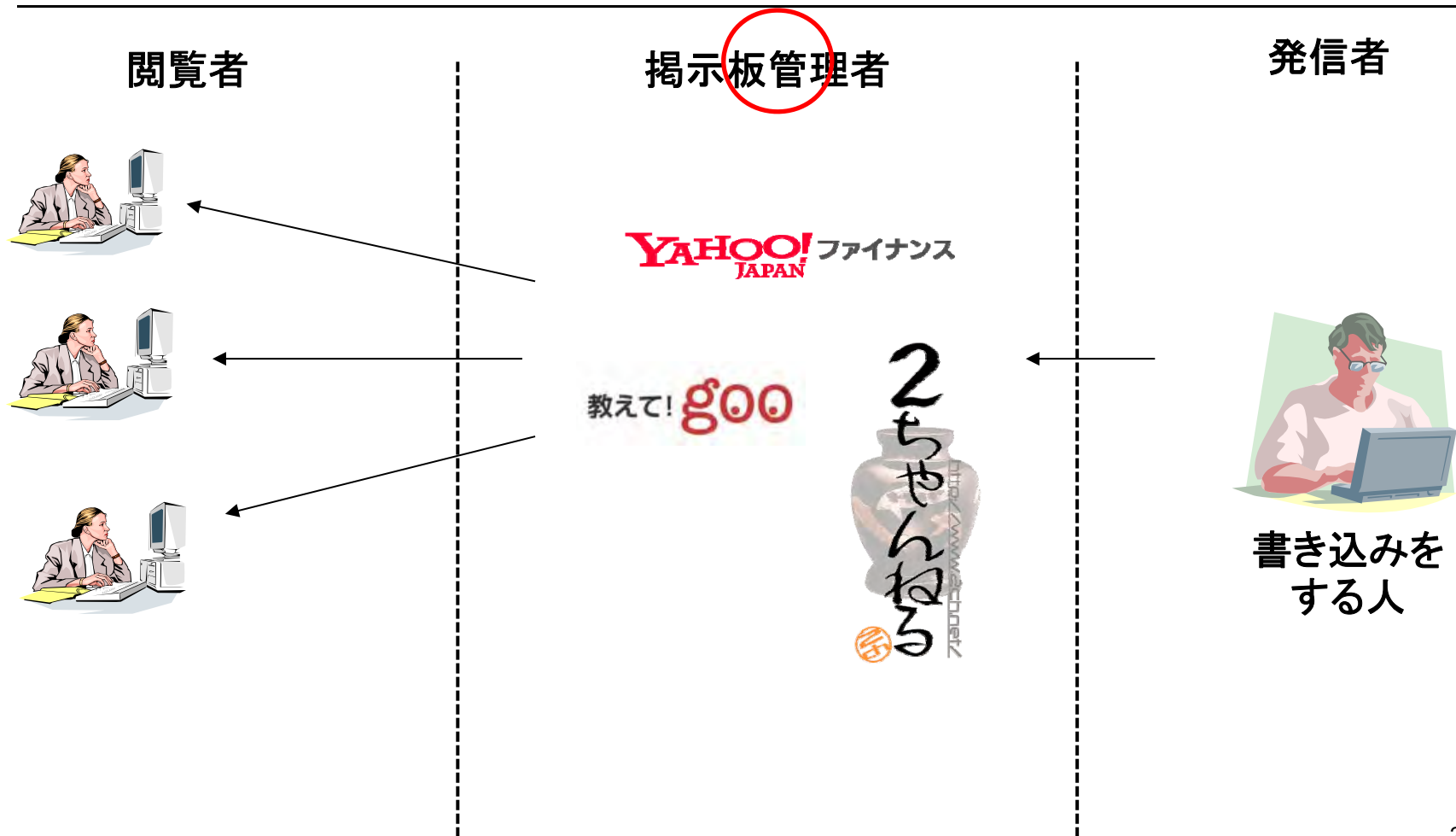
---

- 非マッチング型においては、多くの個人が情報を提供し消費する。その中には、しばしば権利侵害情報が含まれる。
- ソーシャルメディア等の非マッチング型プラットフォームにアップロードされた権利侵害情報に関するプラットフォームの法的責任は、かつては「プロバイダの法的責任」と呼ばれる問題であった。
- プラットフォーマーに対する人格権等に基づく削除請求権または不法行為に基づく損害賠償請求が問題となる。
- プラットフォーマー、参加提供者、参加利用者の三者間の契約関係が希薄な非マッチング型プラットフォームにおいては、権利侵害情報の被害者が参加利用者であるか、プラットフォームに参加しない第三者であるかを区別する実益は乏しい。

# 情報の流通経路① ウェブサイト・ブログ



## 情報の流通経路② 掲示板



## 掲示板実例－匿名掲示板

---

- 210 : 底値さん: 2016/11/26(日) 05:15:41 ID:  
この面接受けてきたけど、面接官の態度悪すぎ。経験のある奴はすぐテングになるからいらないんだって、お前の方がテングだろうと
- 247 : 底値さん: 2016/11/26(日) 05:31:05 ID:  
社長の実家がJマフィアなので、怖くて社員はものもいえない。
- 250 : 底値さん: 2016/11/26(日) 05:33:07 ID:  
そんなことよりなぜ昨年度の粉飾決算が問題にならないのか・・・ほとんど公知の事実なのに・・・
- 258 : 底値さん: 2016/11/26(日) 05:39:51 ID:  
前期2億を売り上げた●●興商の案件は、かんぺきに循環取引。全額●●の親会社に還流してるけど、こっちは資産の購入の名目にして減価償却で5年で落とす。そうすると前期分は差し引き1億6000万の利益がでている計算に・・・
- 259 : 底値さん: 2016/11/26(日) 05:48:07 ID:  
誰か監視委員会に通報してください！！



## 掲示板実例－QAサイト

---



△△クリニックに行こうと思うのですが？

安いと聞きますし、テレビの広告などもよく見るので、安心かなと考えているのですが、実際に利用されたことのある方は、情報をお願いします。



はっきり言って、お勧めできません。

2年ほど前に利用しましたが、説明もよく分からず、施術後の予後も悪く、結局、通う前よりもひどい状態になってしまいました。

訴訟も何件か抱えていると聞きました。



## 掲示板管理者の責任 — 不法行為

---

- 条理に基づく削除義務の違反が不法行為となる。
- 削除義務の基準は、事案・判決によって分かれている。
- プロバイダ責任制限法による免責あり。



## 掲示板管理者の責任 — 差止請求

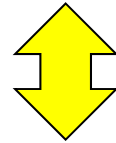
---

- 人格権に基づくもの(名誉毀損、プライバシー侵害)、著作権侵害については明文あり(著作権法112条1項)
- 名誉毀損、プライバシー侵害情報の場合、差止請求の要件は、これらの権利が違法に侵害されていること。
- 違法性の有無は、受忍限度論のように相対立する利益を衡量した総合判断によることとなる

# DeNA キュレーションメディア問題

---

キュレーターとは:「欧米の美術館において、作品収集や展覧会企画という中枢的な仕事に従事する専門職員。学芸員よりも専門性と権限が強い」  
【大辞林】



キュレーションサイト=まとめサイト(単なる)?

- 本来、特定の問題についての専門情報の提供を目指していたはずだが・・・
- 問題の中心は、①コピー、②写真等の無断使用、③不正確な医療・健康情報
- ①、②は著作権侵害、③は、薬機法、医療法、健康増進法などの違反のおそれ

# DeNA キュレーションメディア問題

第三者委員会報告書

## 【プラットフォームかメディアか】

- lemo社およびペロリ社を買収した際に、iemoやMeryを「プラットフォーム」とすることを議論しているが、そこでいう「プラットフォーム」の意味は、「一般ユーザーが記事を投稿する場」であり、それゆえにプロ責法により、基本的に、DeNAが、プラットフォームに投稿された記事について責任を負うことはないことを意識していた。
- これに対して「メディア」とは、「自らが情報発信者となること」、又は「情報発信者となる事業」を意味し、そこに投稿された記事について、DeNAがプロ責法により責任を免れることはないという意味で用いることとする。

# DeNA キュレーションメディア問題

第三者委員会報告書

【プラットフォームかメディアか】

- 買収によって運営するようになったサイトとその後の内製7サイトは、一般ユーザー投稿機能を備えており、プラットフォームの部分があったことは間違いない。
- しかし一般ユーザーの投稿の割合は、全記事の5%～10数%。
- その他の記事は、サイト運営者であるDeNAが様々な形で作成プロセスに関わっていた。その部分については、メディアと評価すべき。
- プロ責法の適用があるかのような対外対応は、不適切であった。

# 私法上の責任 — 非マッチング型 広告とプライバシー



検索

[ホーム](#)

[委員会の概要](#)

[個人情報保護法について](#)

[マイナンバーについて](#)

[委員会の活動](#)

[お知らせ](#)

[お問合せ・申請](#)

[個人情報保護委員会](#) > [お知らせ](#) > [注意情報](#)

## 注意情報

[フェイスブックにおける個人情報の流出について](#)

[SNSの利用者のみなさまへの留意事項](#)

[SNSの「ボタン」等の設置に係る留意事項](#)

[個人情報保護委員会をかたる不審なメールについて（注意喚起）](#)

[無線LAN（Wi-Fi）暗号化における脆弱性について（注意喚起）](#)

[マイナンバー（個人番号）をかたる不審な事案について](#)

## お知らせ

[報道発表](#)



[意見募集](#)

[調達情報](#)



[採用情報](#)



[年次報告](#)

[調査等](#)

[予算・決算](#)



[政策評価](#)

[注意情報](#)



## 注意情報

### SNSの「ボタン」等の設置に係る留意事項

#### SNSの「ボタン」等の設置に係る留意事項

- 一部のソーシャルネットワーキングサービス（SNS）は、ログインした状態で、当該SNSの「ボタン」等が設置されたウェブサイトを開覧した場合、当該「ボタン」等を押さなくとも、当該ウェブサイトからSNSに対し、ユーザーID・アクセスしているサイト等の情報（※）が自動で送信されていることがあります。

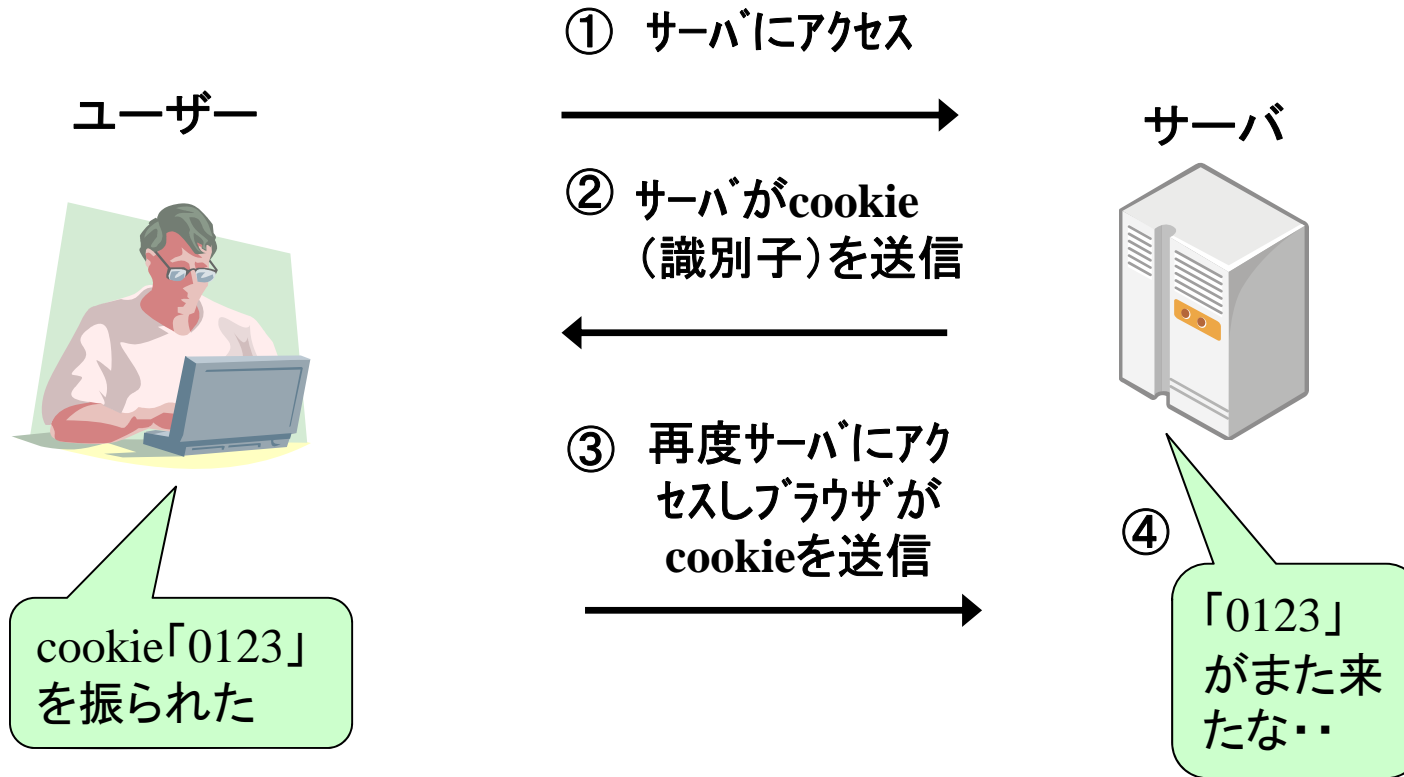
※SNSがユーザーID等を他の情報と紐づけて個人情報として管理している場合、当該ユーザーIDは個人情報となります。

- このため、サイト運営者においては、SNSの「ボタン」等の設置を検討する際には、各SNSのプライバシーポリシー等を十分確認し、実態を正確に把握したうえで判断する必要があります。
- また、サイト運営者は、SNSに情報送信されるような「ボタン」等をウェブサイトを設置する場合には、ボタン等を押さなくとも閲覧しただけで当該SNSに情報が送信されることがあることを一般の利用者が十分に認識するよう、当該SNSに情報が送信されていること及び送信されている情報の範囲等をプライバシーポリシー等においてわかりやすく明示する等、丁寧にご対応ください。

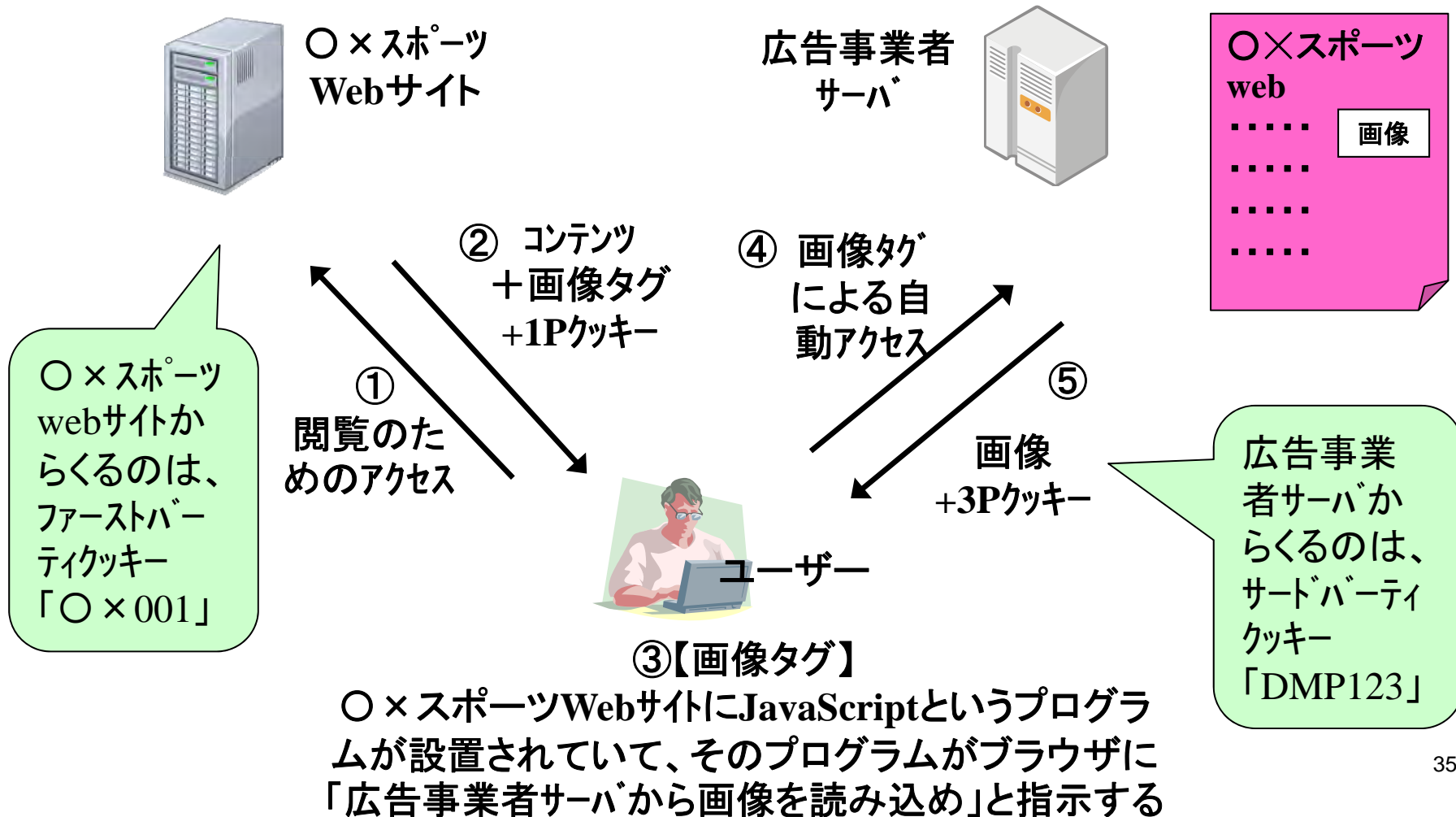
## お知らせ

[報道発表](#) [意見募集](#)[調達情報](#) [採用情報](#) [年次報告](#)[調査等](#)[予算・決算](#) [政策評価](#)[注意情報](#)[その他](#) 

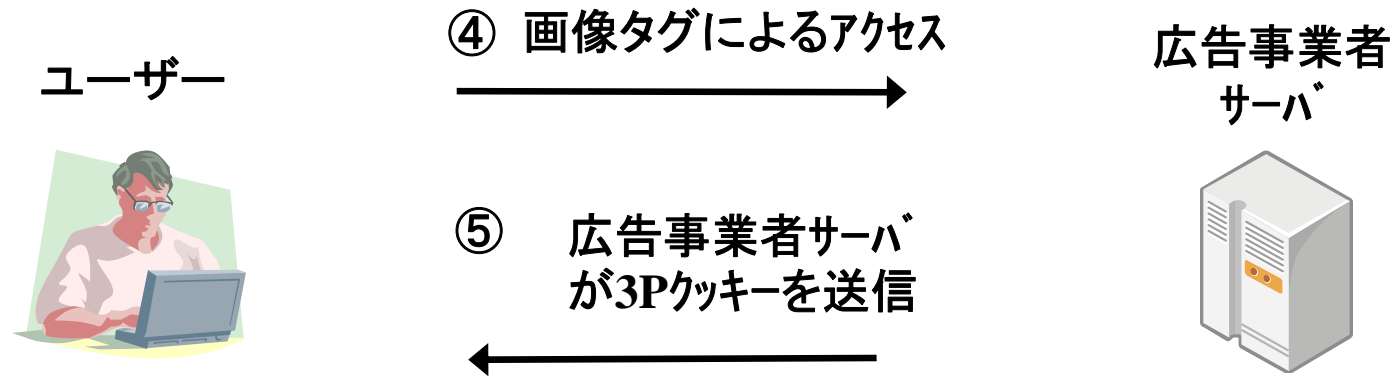
# クッキーとは



# 広告事業者サーバのサードパーティクッキー



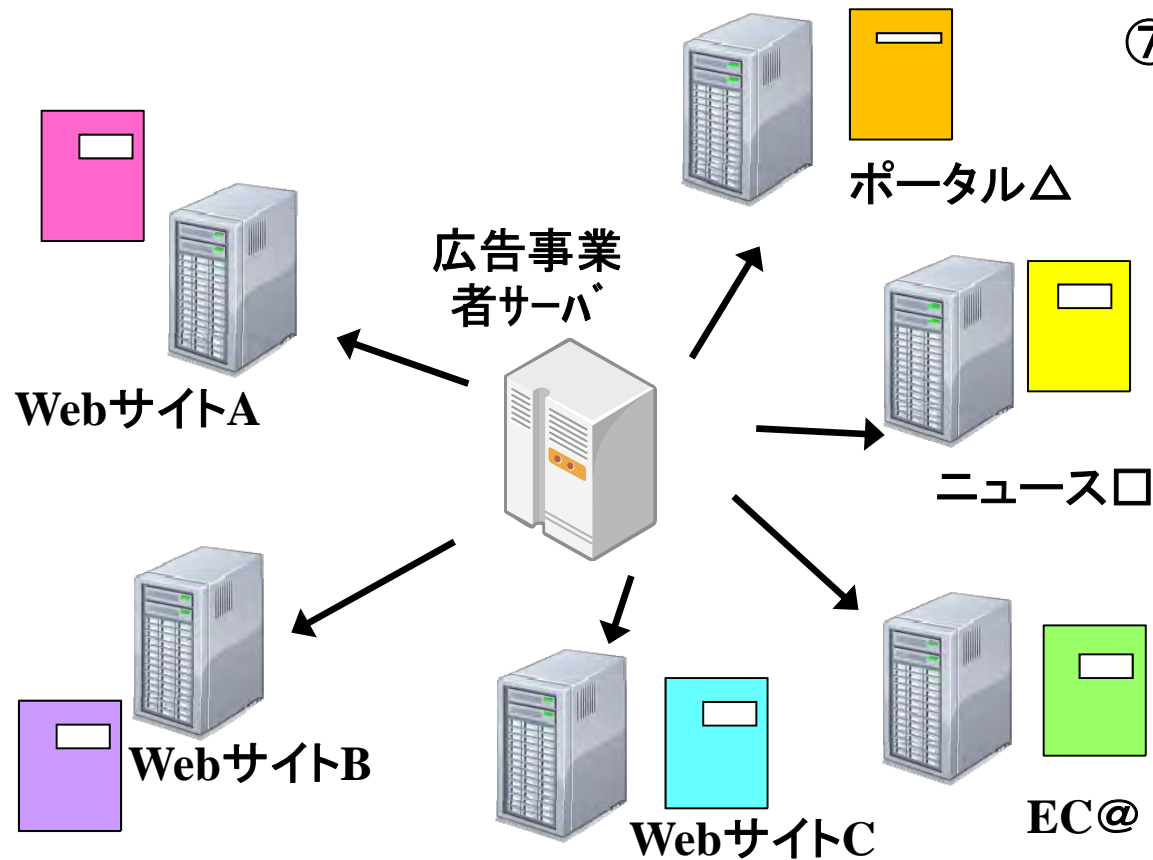
## 広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ



⑥

- ④の画像タグによるアクセスの際に広告事業者サーバは1Pクッキー「O×001」をブラウザからもらっている。
- それにより、「O×001」と広告事業者が発行した「DMP123」の組み合わせが広告事業者サーバで完成する。

## 広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ



⑦ • ○×スポーツのwebサイトとおなじように、あちこちのwebサイトに広告事業者が画像タグを貼っておく。

• 消費者が、それらのサイトにアクセスするごとに、消費者のブラウザは、広告事業者サーバからもらったクッキー「DMP123」を送ってくる。


• ブラウザから、それぞれのサイトの1Pクッキーも送られてくるので、「DMP123」をキーにして、ウェブサイトの閲覧履歴を作成できる。

## 広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ

広告事業者  
サーバ



DMP123のブラウザのアクセス履歴	
日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	○×スポーツ
2018/06/01 22:18	WebサイトA
2018/06/02 19:30	WebサイトB
2018/06/02 19:52	WebサイトC
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	EC@



## 広告事業者のクッキーをキーとした名寄せ

---

- このような行為は、非常に一般的に行われている。
- 法的評価の検討は、まだあまり進んでいない。問題視されたこともあったが、個人情報ではないこともあって、事実上許容されている。
- アプリの位置情報などを利用して、リアルの行動と合せて分析するサービスや、デバイスをまたいで履歴を突合するサービス(紐づけのキーとしてメールアドレスを使用する)なども存在する。

# SNSの「ボタン」の何が問題か？

---





## SNSの「ボタン」の何が問題か？

SNS123のブラウザのアクセス履歴

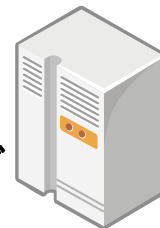
日時	アクセス先
2018/06/01 22:10	○×スポーツ
2018/06/01 22:18	WebサイトA
2018/06/02 19:30	WebサイトB
2018/06/02 19:52	WebサイトC
2018/06/02 20:05	ポータル△
2018/06/04 20:30	ニュース□
2018/06/01 20:46	EC@



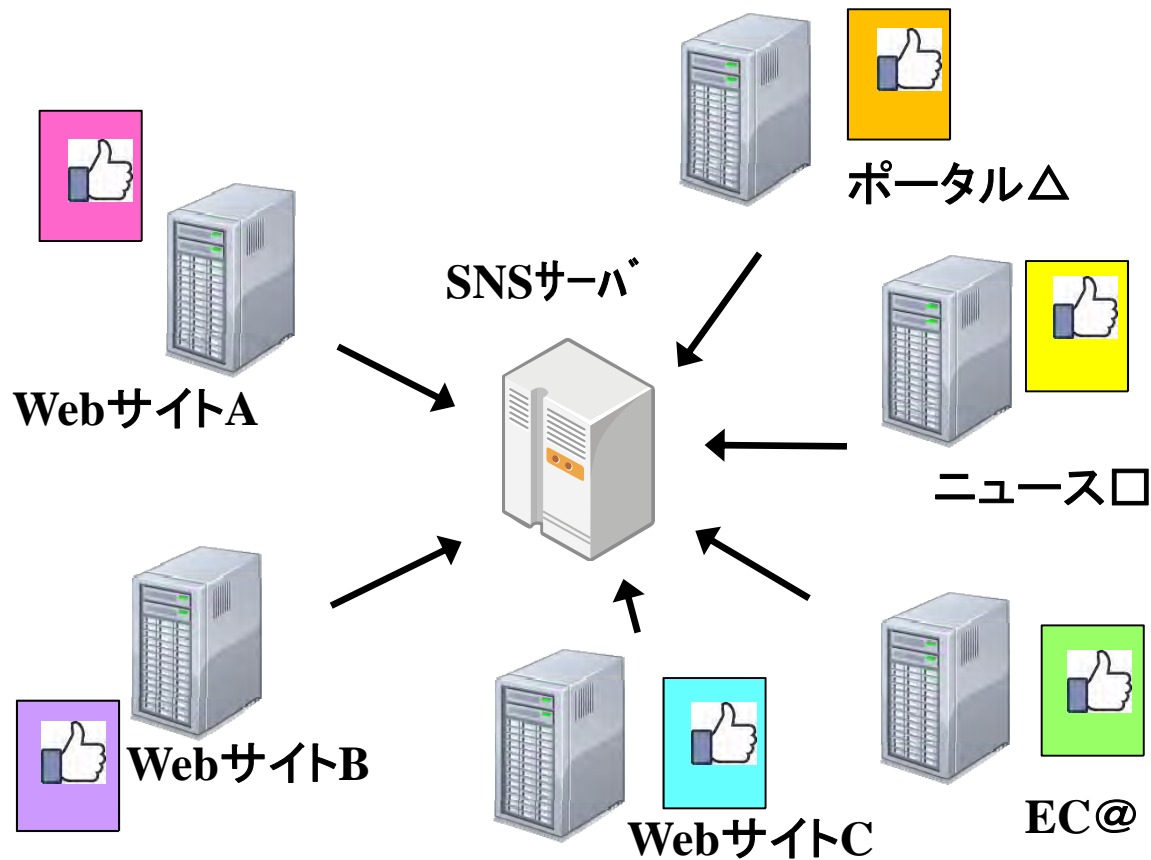
SNS123のユーザー登録情報

氏名	森野亮二郎
所属組織	ABC商事
性別	男性
生年月日	1970年6月1日
住所	東京都港区
学歴	○×大学
既婚・未婚	既婚
趣味	旅行、自転車

SNSサーバ



## SNSの「ボタン」の何が問題か？



- 「ボタン」を設置したwebサイトの閲覧履歴をSNSは取得することができる。
- SNS側で登録情報と結合して、個人情報となるため、委員会は懸念を示している。
- 具体的には、各ウェブサイトのプライバシーポリシー等にその旨を記載すべきとする。

## SNSの「ボタン」の何が問題か？

- SNSの「ボタン」の場合、単なる広告事業者と異なり、SNS側に登録情報があるため、ウェブの閲覧履歴は個人情報となる。
- 広告事業者が保有する情報を、1Pのウェブサイト(たとえばO×スポーツ)に提供するサービスも存在し、その評価が問題になっている(1Pのウェブサイトは、ユーザー登録情報を持っていることもある)。

DMP123のブラウザのアクセス履歴		O×001のユーザー登録情報	
日時	アクセス先	氏名	森野亮二郎
2018/06/01 22:10	O×スポーツ	所属組織	ABC商事
2018/06/01 22:18	WebサイトA	性別	男性
2018/06/02 19:30	WebサイトB	生年月日	1970年6月1日
2018/06/02 19:52	WebサイトC	住所	東京都港区
2018/06/02 20:05	ポータル△	学歴	O×大学
2018/06/04 20:30	ニュース□	既婚・未婚	既婚
2018/06/01 20:46	EC@	趣味	旅行、自転車

## 非マッチング型プラットフォームと広告

---

- 売上に占める広告の割合が極めて大きい
- マス広告よりも行動ターゲティング広告が大きい
- 広告枠(先ほどの「画像」)を販売するがその価格は、その広告枠を見ている人の趣味嗜好や性別、年齢、所在地など、パーソナルデータの種類と精度によって決まる。
- SNSのボタンにより十分な説明のないまま個人情報を取得することは、
  - 個人情報保護法17条1項の適正取得義務の違反
  - 利用者のプライバシー侵害にあたる、という意見もある。

(適正な取得)

第17条 個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならない。

ご清聴ありがとうございました

---