

Connected Industriesにおける 共通商取引ルール検討小委員会 の検討状況について

平成30年10月

経済産業省

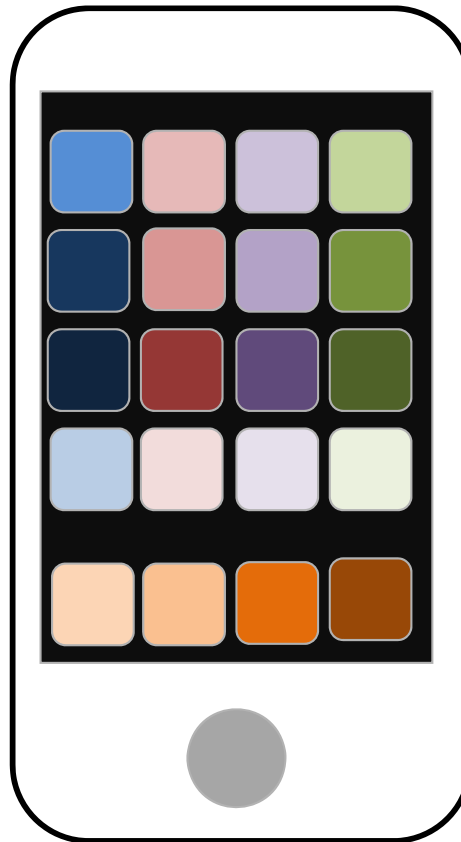
プラットフォームの登場と業種横断的ビジネスの出現

- 第四次産業革命によるICTの進展に伴い、プラットフォーム型ビジネスが登場し、個人間取引が可能となる（CtoC市場の成立）など商取引環境が大きく変容。
- また、プラットフォームを始めとする事業者は、データを集積・利活用することで業種横断的なビジネスを展開し、消費者にとって利便性の高いワンストップサービスの提供を実現。現在、あらゆる生活サービスを包摂するエコシステムを確立しようとする事業者間の争いが起きている。

【ワンストップで複数サービスを提供する場合において考えられる規制法の適用関係】

- ◆ 旅行手配
⇒ 旅行業法
- ◆ 賃貸仲介
⇒ 宅建業法
- ◆ 民泊仲介
⇒ 住宅宿泊事業法

- ◆ 融資
⇒ 貸金業法
- ◆ 後払いサービス
⇒ 割賦販売法
- ◆ 前払サービス
⇒ 資金決済法
- ◆ 送金サービス
⇒ 資金決済法
- ◆ 支払補助（電子決済等代行）
⇒ 銀行法



- ◆ 資産管理（電子決済等代行）
⇒ 銀行法
- ◆ 資産運用
⇒ 金融商品取引法
- ◆ 保険サービス
⇒ 保険業法
- ◆ 資産預かり
⇒ 出資法／銀行法／労働基準法
- ◆ 仮想通貨交換
⇒ 資金決済法

(例)

- ECモールから決済機能等の提供へ
： Amazon、Alibaba、楽天
- SNSから決済機能等の提供へ
： Tencent、Line

検討の方向性（基本原則）

- より消費者に訴求する革新的なサービスの提供のため、プラットフォーマーをはじめとする意欲ある事業者のイノベーションを促進するとともに、こうした事業者に求められる社会的責任や公正の実現について検討すべきではないか。

基本原則① イノベーションの促進

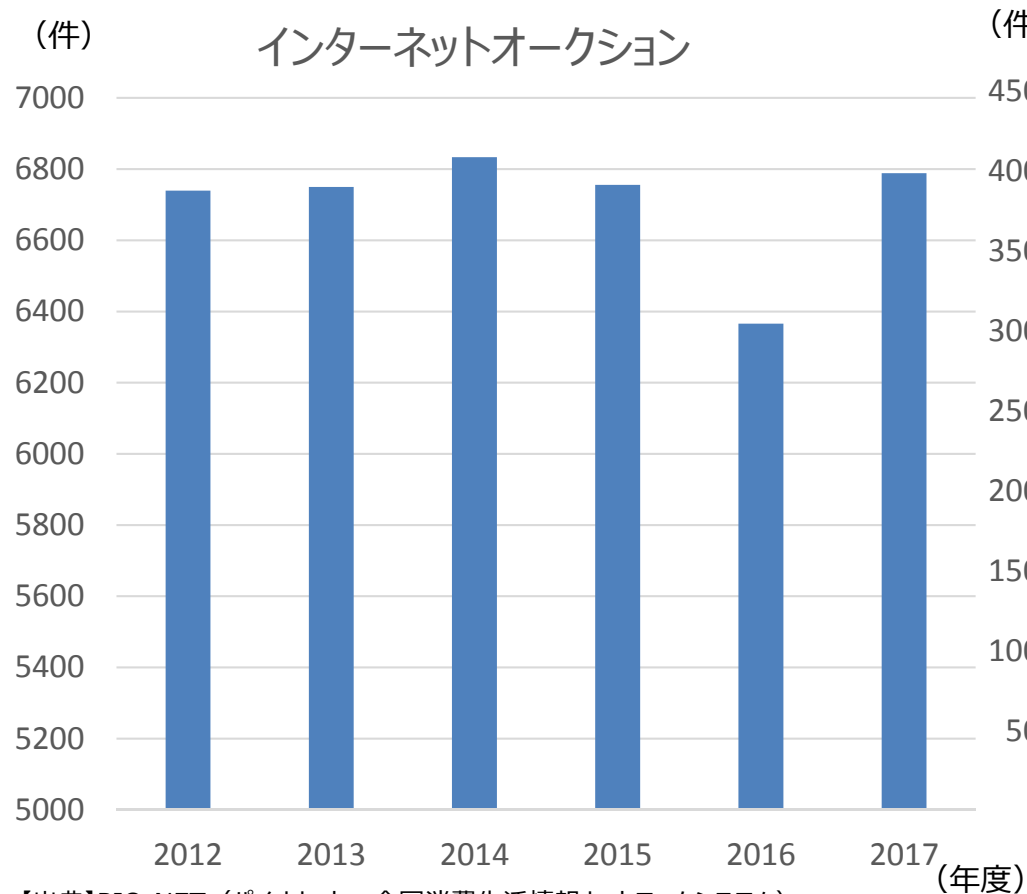
- 業種横断的ビジネスの出現等、産業構造の変化を適切に反映した規制により、我が国の企業のイノベーションに繋げる。
- 意欲的な事業者が、データの利活用等を通じ革新的なサービスを創出するとともに、こうしたサービス提供によって消費者利便を向上させる。

基本原則② 社会的責任・公正の実現

- あらゆるサービスを包摂する業種横断的ビジネスに問題が生じた場合の社会的影響の大きさに鑑みて、消費者保護・安全確保など社会的責任を求める。
- また、多くの個人・事業者の参加するプラットフォームを提供するビジネスに特有の責任として、参加者に対する公正の確保を求める。

CtoC市場の登場に伴う消費者相談の推移

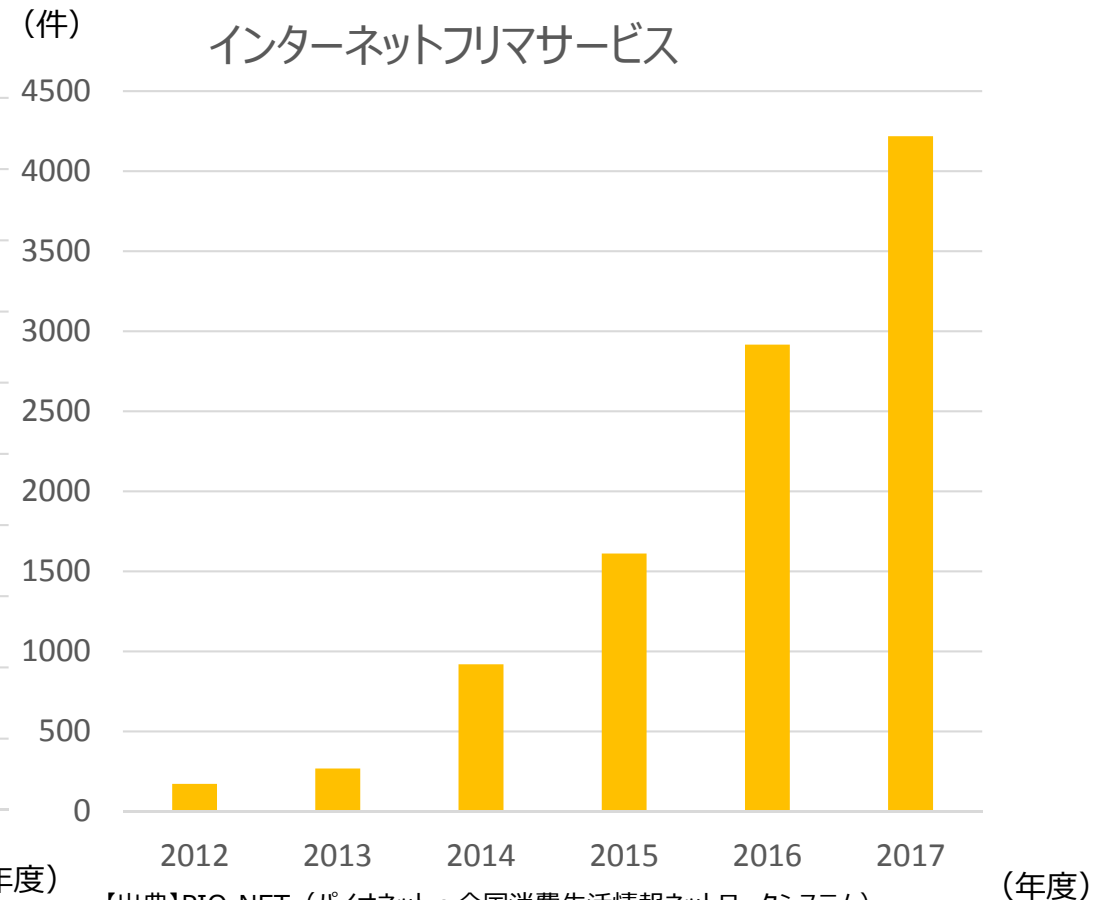
- プラットフォーマーの登場により成立したオークションやフリマサービスに関連する相談は、取引量の増加に伴い、近年増加。
- 本年度は、オークションが1608件、フリマサービスが1070件の相談が寄せられ、昨年度と同程度か若干減少する見込み（平成30年7月末時点）。



【出典】PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）。

PIO-NETとは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

なお、相談件数は、2018年7月31日までの登録分であり、消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。



【出典】PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）。

PIO-NETとは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

なお、相談件数は、2018年7月31日までの登録分であり、消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

CtoC市場関連の消費者相談の具体的な事例

- CtoC市場では個人が供給者となる点に特殊性が認められるものの、CtoC市場にて生じているトラブル事例は、BtoC市場でも共通して生じ得るような内容が多い。ただ、CtoC取引では、消費者契約法が適用されないがゆえに法的な保護が薄くなる可能性が存在することには留意が必要。

1. ネットオークション、フリマサービス等

- 出品者（個人）と購入者・落札者（個人）との個人間取引でトラブルが発生している
- フリマサービスで商品を購入した消費者（購入者）から、「商品が届かない」「壊れた商品・偽物等が届いた」などの相談が寄せられている
- フリマサービスで商品を出品した消費者（出品者）から、「商品を送ったのに、商品が届かない等を理由に商品代金が支払われない・商品代金の返金を求められた」などの相談も寄せられている
- ネットオークションでは、出品者が事業者の場合もあり、出品者（事業者）と落札者（個人）とのトラブルも発生している

2. チケット転売サイト

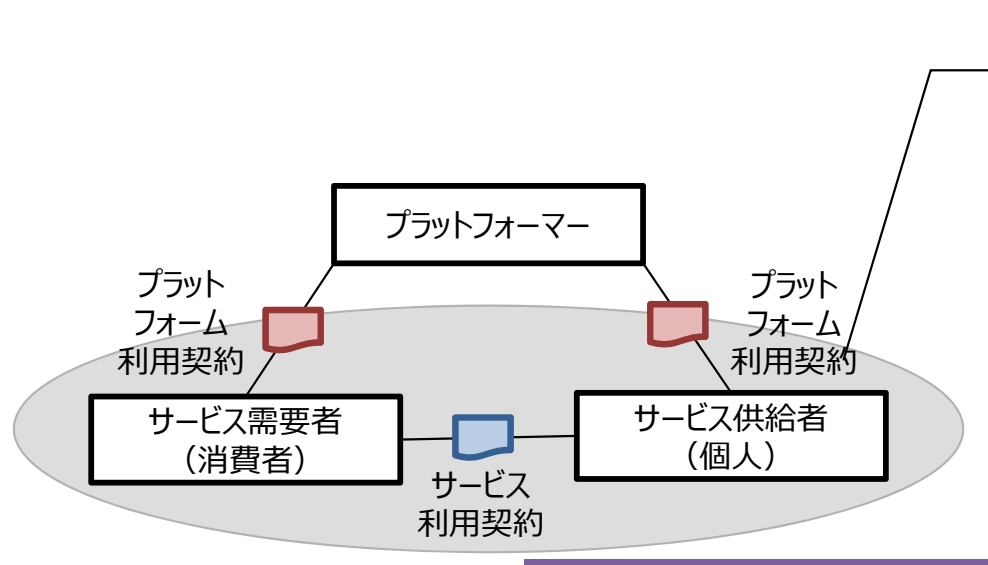
- 「チケットがコンサート当日までに届かなかった」「転売が禁止されているチケットであり、入場できなかった」「コンサートが中止になったが払戻しされない」などのトラブルが発生
- 出品者からの相談も寄せられているが、購入者からの相談が多い（出品者の場合、「チケットを送ったのに、届かないと購入者に言われた」など）
- 海外のチケット転売サイトについて、リスティング広告等に「公式」の記載があったため公式サイトと勘違いしてチケットを申し込んだところ、「販売価格が正規料金より高額だった」「サイト手数料が高額だった」などのトラブルも発生

※民泊仲介サイト等

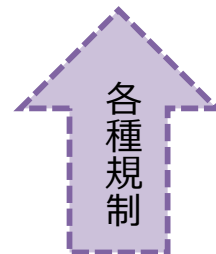
- 民泊については、「キャンセルしたら宿泊料全額をキャンセル料として請求された」「宿泊料の他に清掃料金を請求された」とのトラブルが発生

(問題意識) プラットフォーム型ビジネスにおける求められる規律

- もっとも、財・サービスの供給者が個人となりうることによって、
 - ① 各種規制によって手当されていたリスクがサービス需要者（消費者）に転嫁されることとならないか。
 - ② 中間事業者による業務運営から生ずるリスクを誰が負担すべきか。



従来は、財・サービスの供給者として法人（事業者）が想定されていたのに対し、プラットフォームの出現により個人も広くサービス供給者になり得るようになった。また、資金の授受や、商品・サービスの授受に中間事業者が介在することも想定されるようになった。



- ① サービス供給者が「事業者」である場合には適用されていた各種規制が適用されないことがあり得る。
- ② （中間業者が介在する場合）中間業者の倒産や、誤発注・誤送金、不正があった際に、個人であるサービス提供者やサービス需要者がリスクを負担する可能性が生じるのではないか。

PF型事業者及び業界団体における自主的な取組

● 業界団体における自主ルール作成 ～シェアリングエコノミー分野での共同規制～

- 2016年11月、内閣官房IT総合戦略室がシェアリングエコノミー・モデルガイドラインを策定。
- シェアリングエコノミーにおける安全性及び信頼性の確保のための判断基準とし、提供者、利用者及びPF等との間で責任を分担する体制を整備することが目的。実際に運用する際には、自主ルールの策定主体が、PF事業の実態に即して、適切な内容のものとする。
- シェアリングエコノミー協会は、当該ガイドラインを踏まえ事業展開する企業を認証・審査する、シェアリングエコノミー認証制度を2017年6月より、運用開始。

● 大手事業者による取組み事例

- CtoC市場を牽引する大手事業者は自主的に追加対策を実施し、一定程度の規律を課した事業運営を展開。各PF事業の実態に即し、新しいテクノロジーも活用した対策（出品時の本人確認、AIによるパトロール、匿名配送、補償制度等）を随時検討・実施。
- 個社ごとの取組みに限らず、CIPP（インターネット知的財産間侵害品流通防止協議会）を組織し偽造品流通による被害防止や警察庁との連携を通じた盗品対策を実施。

● その他の消費者保護のための仕組み

- 上記の自主的な取組とあわせ、利用者への損害補てんのための保険の活用

CtoC市場の成立を受けたルール見直しに関するご意見

- 財・サービスの供給者が個人となる場合、各種消費者保護規制の適用が制限されることがあり得るため、CtoC取引に関しては一定の配慮が必要となる可能性がある。このため、プラットフォームの存在も念頭に置きつつ、消費者保護の在り方を検討する必要性があるのではないかな。
- また、CtoC市場においては供給者たるCは事業継続性を前提にしないがゆえにレピュテーションリスクによる矯正が機能しない可能性があり得る。このため、供給者による自主的な取組みによる安全性確保は十分に機能しない構造的な問題点が存するとの評価もあり得る。
- プラットフォーマーによる柔軟な事業展開を認め、技術活用の余地を広めることは顧客利便の実現のみならず、技術を活用した法益保護機能も期待できる。ルール整備を考えるに際しては、このような技術活用を含むイノベーションを阻害しないよう配慮することが重要ではないかな。
- 他方、CtoC取引を仲介するプラットフォームによる安全性確保のためのインセンティブ構造は機能するものと一定程度評価できる。現に、プラットフォームは供給者に対する需要者保護のための取組みを求めるなど自主的に市場の安全性を確保するための取組みが認められている。

- CtoC取引（供給者がC）の場合であっても、収納代行サービスや配送サービスなど中間事業者を活用する際のリスクは、当該中間事業者と供給者との間における問題ではないかな。

データ等利活用に関するご意見

- プラットフォーマーは情報が集積することに特徴があり、その情報の使われ方に関するルールを検証することは重要ではないかな。
- プラットフォーマー型ビジネスはネットワーク効果を有するため、多数のデータを確保することで寡占化傾向が強まることから、支配的地位に着目した検討も引き続き行うべきではないかな。

Appendix

プラットフォーム関連の消費者相談の具体的な事例（非マッチング型等）

- 取引仲介型プラットフォームのうち、非マッチング型プラットフォームが関与する消費者相談については以下のとおり。

1. ショッピングモール

・「注文した商品が届かない」「注文したものと別の商品が届いた」「商品のイメージが違う」「届いた商品に不具合がある」「商品を使用したところ事故が発生した」など、販売業者と消費者との間でトラブルが発生

2. 旅行サイト（O T A）等

- ・サイトで宿泊施設等を予約したが「予約が入っておらず、宿泊できなかった」「宿泊代金を二重に請求された」「予約確認メールは届いたが予約は取れていなかった」などのトラブルが発生
- ・国内O T A、海外O T Aとも同様のトラブルがみられるが、海外O T Aはトラブル解決が困難な場合が多い
- ・海外O T Aについては、連絡が取れないといった相談が目立つ
- ・低額料金で宿泊施設を予約後に「誤表記であったため正規料金との差額を支払うかキャンセルを選択するよう求められた」とのトラブルも発生

3. アプリマーケットプレイス

- ・出会い系・コミュニティアプリや占いアプリでの高額課金トラブル（サクラサイト商法）、オンラインゲームの未成年者による課金トラブルが発生
- ・コミュニティアプリが、荷受代行・荷物転送アルバイトなどの勧誘の場として利用されている

4. その他

- ・配車サービス、食事宅配サービス、習い事紹介サービス等においても、消費者相談が寄せられている

プラットフォーム関連の消費者相談の具体的な事例（メディア型等）

● メディア型プラットフォームが関与する消費者相談については以下のとおり。

1. 汎用検索サイト

・検索結果に表示された事業者と消費者との間でトラブルが発生

2. 修理業者、レストランなど特定事業者の紹介・比較サイト

・特定事業者の紹介サイト（例えば、屋根やトイレの修理、鍵の交換、不要品の回収、遺品整理など）から申し込み、自宅に来た事業者とトラブル（代金を支払ったのに契約が履行されない、業者と連絡が取れなくなるなど）が発生

・レストランなどの紹介・比較サイトでは、サイトに掲載されている情報に関してトラブルが発生

※「自動継続になった」「間違った情報が載っている」などの事業者からの相談が多い

3. 求人情報サイト

・アルバイトや副業を紹介する求人情報サイトをきっかけとして、掲載されていた事業者の事務所に出向いたところ、高額な情報商材等の契約をさせられたというトラブルが複数発生

4. 広告媒体的プラットフォーム及びその支援サービス

・検索サイト・動画サイト・SNS上の広告、リスティング広告・検索連動型広告、ネット上の投稿・動画、アフィリエイト広告などをきっかけにトラブルが発生（ネット通販、海外マルチ、海外詐欺サイト、アダルトサイトとの解決をうたう探偵業者）

5. コミュニケーションの場が詐欺的商法に利用されているプラットフォーム

・掲示板、SNS、コミュニティアプリなどの書き込みや連絡（「友だち」になる）をきっかけにトラブルが発生（海外マルチ、情報商材、荷受代行・荷物転送アルバイトなど）

プラットフォーム関連の消費者相談の具体的な事例（決済サービス型等）

- 決済サービス型プラットフォームが関与する消費者相談については以下のとおり。

1. サーバ型プリペイドカード

- ・「アダルトサイトのワンクリック請求や架空請求等により料金を請求され、その支払手段としてサーバ型プリペイドカードの購入を指示され、カードに記載された番号等（複数桁の数字や文字）を伝えてしまった」といったトラブルが発生
- ・プラットフォームは利用規約において再販売や換金を禁止しているが、転売サイト等で取引されている

2. 債権譲渡型の後払い決済サービス提供者

- ・ネット通販のトラブルでは債権譲渡型の後払い決済サービスが利用されるケースがみられる

3. キャリア決済

- ・消費者のIDがキャリア決済で不正利用されるというトラブルが発生

4. アカウント決済

- ・詐欺業者がショッピングモール上の販売店で注文した商品（電子ギフト券等と考えられる）の代金を、消費者に詐欺サイトで注文させた商品の代金と思わせ支払わせる手口において、支払時に注文の詳細（注文先、商品名など）が表示されないこともあり、消費者は騙されて決済をしてしまっている

5. その他

- ・ショッピングモールで、消費者になりすました（消費者のクレジットカード情報が登録された）アカウントで不正利用が行われるケースや、他人名義のアカウントに消費者のクレジットカード情報を紐付けて不正利用されるケースがある