

オンラインプラットフォームが介在する取引 に関連する法令等の整理

平成30年11月13日

内閣府消費者委員会事務局

【注】本資料は、平成30年11月13日時点で現に施行されている法律に基づくものである。

目次

第1 はじめに	2
1 本資料の趣旨および構成	2
第2 法令等	2
1 契約に関する法令等（プラットフォーム事業者・利用者間／利用者間）	2
（1）民法	2
（2）商法	3
（3）消費者契約法	4
（4）電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律	9
（5）特定商取引に関する法律（特定商取引法）	9
（6）経産省の「電子商取引及び情報財取引に関する準則」	12
2 広告表示に関する法令等	13
（1）不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）	13
（2）特定商取引法	15
（3）医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律	15
（4）健康増進法	16
（5）その他特別法	16
3 決済に関する法律	16
（1）割賦販売法	16
（2）資金決済に関する法律（資金決済法）	17
4 その他の業法など	18
（1）古物営業法	18
（2）特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）	20
（3）その他シェアリングエコノミーに係る業法等	21
5 国際私法関係	23
（1）法の適用に関する通則法	23
（2）民事訴訟法（国際裁判管轄）	24
6 消費者生活相談員関係（消費者安全法）	24

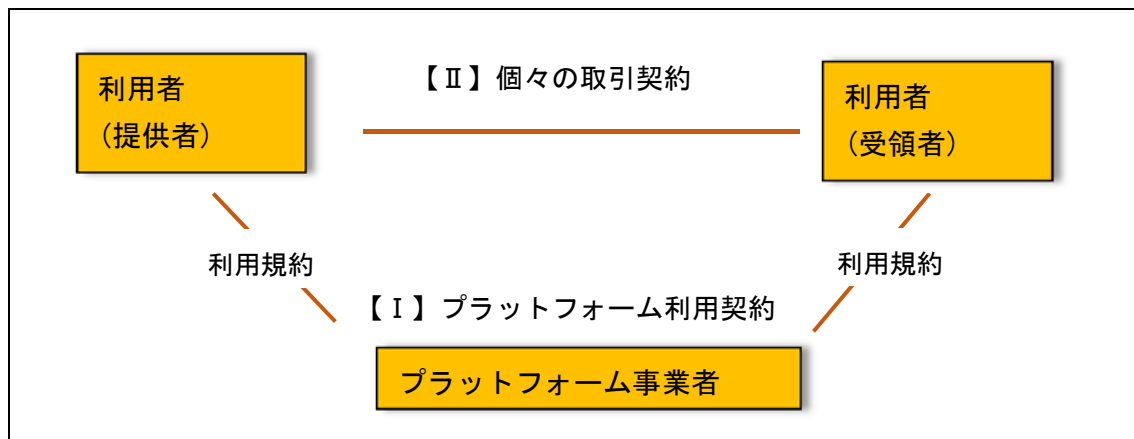
第1 はじめに

1 本資料の趣旨および構成

本資料は、主に、これまでの本専門調査会における審議に加え、これに関連する各省庁等の審議会等の審議及び公表資料等を基に、オンラインプラットフォームが介在する取引（【図表1】）に関連する法令等を抽出し、同取引の各当事者に対する各法令等の適用関係を整理することを目的として作成したものである。

オンラインプラットフォームが介在する取引につき、「契約に関する法令」（後記第2-1）、「広告表示に関する法令」（後記第2-2）、「決済に関する法令」（後記第2-3）、「その他の業法等」（後記第2-4）、「国際私法関係」（後記第2-5）、「消費者生活相談員関係」（後記第2-6）の順に、法令等ごとに、その概要及びオンラインプラットフォームが介在する取引との関わりをごく簡潔に記載した。

【図表1】



第2 法令等

1 契約に関する法令等（プラットフォーム事業者・利用者間／利用者間）

(1) 民法

ア 概要

民法は、一般法であるから【I】及び【II】のいずれの契約ないし契約当事者についても対象となる。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

「規約の合意」（約款法理）¹、「なりすまし」（代理に関する規定）、「未成年者の利用」（未成年者に関する規定）、意思表示に関する規定（錯誤無効等）や、各

¹ 現行の民法には約款に関する規定はない。電子商取引における約款の組入要件等については、経済産業省「電子商取引及び情報財取引に関する準則」1-2-1を参照されたい。なお、新民法施行後においては、規約が同法に定義される「定型約款」に該当する場合は、新民法548の2条以下の規定が適用されることになる。

当事者間の関係が契約関係にあることを前提とすると、例えば、【Ⅱ】については取引類型に応じて売買、賃貸借、消費貸借、委任等の債権各論部分に関する規定、債務不履行に関する規定などが関係する。

また、【Ⅰ】につき、仮に、利用者がプラットフォーム事業者に対し、何らかの法律行為や事実行為をすることを委託し、プラットフォーム事業者がこれを受諾するという内容である場合は、委任に関する規定も関係することになる²。

(2) 商法

ア 概要

商法には、外観主義（権利外観法理）を法文化した規定として、いわゆる名板貸し（商法 14 条）に関する規定がある。また、他人間の取引に関与する商行為として、代理商（法 27 条以下）、仲立営業（法 543 条以下）³、③問屋営業（法 551 条以下）等が規定されている。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

外観主義に関する規定については、実態はプラットフォーム利用者間の契約であるところ、当該プラットフォームの運営者が契約の一方当事者であると、一般利用者が誤認してもやむを得ない外観がある場合、同規定の類推適用により、同人に上記規定と同様の責任を負うこともあり得る（最一小判平成 7 年 11 月 30 日（民集 49 卷 9 号 2972 頁））。

上記アの各商行為については、プラットフォーム事業者が、そのプラットフォームの利用者に対し、取引の場を提供しているに過ぎない場合は、いずれも該当しない（名古屋地判平成 20 年 3 月 28 日判時 2029 号 89 頁）。

一方、プラットフォーム事業者が、例えば、当該プラットフォーム上の利用者たる事業者から委託を受け、同プラットフォーム上における取引の成立につき媒介をしているような場合は、上記アの「仲立営業」に該当しうる。

² この場合、受任者たるプラットフォーム事業者は、委任者たる利用者に対し善管注意義務を負うことになる（民法 644 条）。

³ 仲立人は、善管注意義務として、①取引の成立に尽力すべき義務（双方向的仲立契約の場合）、②成立する契約が支障なく履行され委託者が契約の目的を達し得るものであるように注意をつくすべき義務を負うとされる。その他、氏名黙秘義務（当時が氏名等を相手方に示さないように命じたときは、仲立人はその命令に従うことを要する・548 条）、介入義務（仲立人が当事者一方の氏名等を相手方に示さなかったときは、相手方に対し仲介人が自ら履行責任を負う・549 条）などがある。

なお、商行為以外の他人間の法律行為の媒介をなすことを業とする者は「民事仲立人」と呼ばれる（例：結婚仲介業者、非商人間の非投機的な不動産取引のみを行う宅地建物取引業者）。

(3) 消費者契約法

ア 概要

(ア) 法律の全体像

消費者契約法（実体法部分）は、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合等について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとするとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすること」等により、「消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的」（同条）とする法律である。

同法は、「消費者」を「個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう」（法2条1項）、「事業者」を「法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう」同条2項）、「消費者と事業者との間で締結される契約」を「消費者契約」（同条3項）と定義する。

そして、同法は、上記消費者契約を対象として⁴、事業者には、消費者契約の条項を定めるに当たりその内容が明確かつ平易なものとなるよう配慮することや必要な情報を提供するよう努めなければならない旨、消費者には、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする旨を規定し、民事規定として、「消費者契約の申込又はその承諾の意思表示の取消し」（法4条から7条）、「消費者契約の条項の無効」（法8条から10条）について規定している。

(イ) 「消費者」・「事業者」について（法2条関係）

消費者庁は、「消費者」と「事業者」とを区別する観点、契約の締結、取引に関する「情報・交渉力の格差」であり、この格差は、「事業」（一定の目的をもってなされる同種の行為の反復継続的遂行）に由来するとし⁴、同法の「消費者」とは、「事業としてでもなく、事業のためにでもなく」契約の当事者となる主体を意味する⁵とし⁵、上記の「事業として」とは、「ある期間継続する意図をもって行われたものであれば、最初の行為も事業として行われたものと解されるし、事業規模や形態の如何は問わない。」、上記の「事業のために」とは「事業の用に供するために行うものが該当する」との考え方を示している⁶。

⁴ 但し、労働契約は適用除外（法48条）

⁵ 消費者庁消費者制度課編「逐条解説」（平成29年12月）6頁

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations/pdf/annotation_171208_0003.pdf

⁶ 前掲逐条解説（7頁以下）

消費者契約法における「消費者」又は「事業者」該当性については、消費者庁が個別の事例を用いて考え方を示している⁷。また、これらの該当性が争点に含まれる下級審判決も存在する（以下【図表2】参照）⁸。

【図表2】消費者又は事業者該当性が争点になった下級審判決

		判決	概要
消費者性	肯定	①東京簡判平成 16・11・15 (裁判所ウェブ)	内職商法に関する購入契約の購入者につき法に定義される「消費者」に該当するとして法4条1項2号に基づく取消しを認めた。
		②三島簡判平成 22・9・2 (消費者法ニュース 88 号 225 頁)	マルチ商法のエンドユーザーによる商品購入契約につき消費者庁の逐条解説で示された見解に沿った判断がされている。
		③大阪簡判平成 16・10・7 (兵庫県弁護士会ウェブ)	元塾経営者の電話機リース契約について
		④大阪地判平成 20・6・10 (判タ 1290 号 176 号)	中古自動車のネットオークションによる中古車売買につき、事業者側が「業者向けの販売契約」であり、その旨を相手方(消費者)も了承しているから消費者契約法の適用はないとの主張がなされていたが、判決は法2条の定義にしたがって、本件契約を消費者契約であるとした。
		⑤東京地判平成 23 年 11 月 17 日 (判例時報 2150 号 49 頁)	「権利能力なき社团」(大学のラグビー部)は、その主要な構成員が大学生であることから「情報の質及び量並びに交渉力」において優位に立っているとはいえず「消費者」に該当するとした。
事業者性	否定	①京都地判平成 16・7・15 (公刊物未登載)	建物賃貸借契約の解約に際し、賃借人が賃借人に保証金全額の返還を求めた事案につき、自ら居住目的で購入した建物を転居を余儀なくされたため賃貸したもので反復継続性を欠くとして、賃貸人の「事業者」性を否定。
		②大阪地判平成 19・1・11 (消費者法ニュース 76 号 31 頁)	分譲貸の建物賃貸借契約につき、敷引特約(全額敷引の合意)は10条、民法90条により無効であるなどとして敷金の返還を求めたのに対し、分譲貸の事業者(2条2項)該当性等が争点となったところ、①転勤により空室になるため賃貸したものであること、当該建物以外の物件につき賃貸しているという事実も認められないこ

⁷ 前掲逐条解説(10頁以下)

⁸ 例えば、第7回消費者契約法専門調査会「参考資料1」(消費者庁作成)などで紹介されている判決を参照。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations/pdf/annotation_171208_0003.pdf

	判決	概要
		となどから、賃貸を反復継続的に行っていたということとはできず、「事業者」には該当しないとした。
肯定	京都簡判平成 20・8・27 (消費者法ニュース 80 号 29 頁)	分譲貸の建物賃貸借契約につき、敷引特約は 10 条により無効であるなどとして敷金の返還を求めたのに対し、分譲貸の事業者(2条2項)該当性等が争点となったところ、①2条2項にいう「事業」とは「一定の目的をもってなされる同種の行為の反復継続的遂行」であり、個人がその所有不動産を継続して賃貸することは、不動産業者ではなく一つの部屋を貸す場合であっても「事業」にあたるとした。

なお、消費者契約法を含め、「消費者」につき定義規定をおく主な法律は、【図表 3】のとおりとなる。

【図表 3】各法律における「消費者」の定義

	法律名	定義	備考
1	消費者契約法	第二条 この法律において「消費者」とは、個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。)をいう。	労働契約は法の適用除外(法48条)
2	消費者安全法	第二条 この法律において「消費者」とは、個人(商業、工業、金融業その他の事業を行う場合におけるものを除く。)をいう。	労働契約に基づき労働する場合の労働者は本法の「消費者」に該当すると解されている ⁹ 。
3	法の適用に関する通則法	第十一条 消費者(個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。)をいう。以下この条において同じ。)と事業者(法人その他の社団又は財団及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。以下この条において同じ。)との間で締結される契約(労働契約を除く。以下この条において「消費者契約」という。)以下省略	
4	電子消費者契約及び電子承	第二条 (略) 2 この法律において「消費者」とは、個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における	

⁹ 消費者庁 消費者安全課「消費者安全法の解釈に関する考え方」(4頁)は、「労働契約に基づく労働は、自己の危険と計算によらず他人の指揮命令に服するものであるから、自己の危険と計算とにおいて独立的に行われるものである「事業」には含まれない。したがって、労働する(労務を提供する)場合における労働者個人は「消費者」に該当する。」とする。

	法律名	定義	備考
	諸通知に関する民法の特例に関する法律	ものを除く。)をいい、「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。	
5	民事訴訟法	第三条の四 消費者(個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。)をいう。以下同じ。)と事業者(法人その他の社団又は財団及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。以下同じ。)との間で締結される契約(労働契約を除く。以下「消費者契約」という。)に関する消費者からの事業者に対する訴えは、訴えの提起の時又は消費者契約の締結の時における消費者の住所が日本国内にあるときは、日本の裁判所に提起することができる。	
6	貨物利用運送事業法	(事業の種別等の揭示) 第九条 第一種貨物利用運送事業者は、第一種貨物利用運送事業者である旨、利用運送に係る運送機関の種類、運賃及び料金(個人(事業として又は事業のために運送契約の当事者となる場合におけるものを除く。以下「消費者」という。)を対象とするものに限る。)、利用運送約款その他の国土交通省令で定める事項を主たる事務所その他の営業所において公衆に見やすいように掲示しなければならない。	
7	倉庫業法	3 この法律で「トランクルーム」とは、その全部又は一部を寄託を受けた個人(事業として又は事業のために寄託契約の当事者となる場合におけるものを除く。以下「消費者」という。)の物品の保管の用に供する倉庫をいう。	
8	火薬類取締法	(消費) 第二十五条 火薬類を爆発させ、又は燃焼させようとする者(火薬類を廃棄するため爆発させ、又は燃焼させようとする者を除く。以下「消費者」という。)は、都道府県知事の許可を受けなければならない。但し、理化学上の実験、鳥獣の捕獲若しくは駆除、射的練習、信号、観賞その他経済産業省令で定めるものの用に供するため経済産業省令で定める数量以下の火薬類を消費する場合、法令に基きその事務又は事業のために火薬類を消費する場合及び非常災害に際し緊急の措置をとるため必要な火薬類を消費する場合は、この限りでない。	

(ウ) 媒介の委託を受けた第三者(法5条関係)

消費者契約法は、第5条1項で、事業者が第三者に対して消費者契約の締結の媒介(消費者に勧誘をすることを含む)を委託し、当該委託を受けた第三者が、消費者に対して法第4条に掲げる行為をした場合についても、法第4条の規定を準用する旨(すなわち本法の取消権の対象となる旨)を規定する。

消費者庁は、上記「媒介」とは、「他人間に契約が成立するように、第三者が両者の間に立って尽力することをいう。」とし、「両者の間に立って尽力することには、必ずしも契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っていない場合でも、これに該当する可能性があるものと考えられる。」との考え方を示している¹⁰。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

(ア) 利用者について

利用者間の個々の契約が「事業者」たる一方利用者と、「消費者」たる他方利用者間の「消費者契約」である場合、前者は、後者に対し法3条に基づく努力義務を負い、さらに、当該契約の締結について勧誘をするに際し¹¹、法4条所定の行為をし、当該行為によって消費者が申し込みの意思表示等をした場合は、同条に規定する取消権の対象となる。また、上記契約に関する契約条項については、同法の「消費者契約の条項の無効」(法8条から10条)の対象となる。

(イ) プラットフォーム事業者について

プラットフォーム利用契約が消費者契約である場合、プラットフォーム事業者は、事業者として法3条に基づく努力義務を負い、プラットフォーム事業者がプラットフォーム利用契約の締結について勧誘をするに際し、法4条所定の行為をした場合は同条に規定する取消権の対象となる。また、同契約に付随する利用規約は同法の「消費者契約の条項の無効」(法8条から10条)の対象となる。さらに、利用者間の契約が「消費者契約」であって、プラットフォーム事業者が、事業者たる利用者から消費者契約の締結について媒介をすることの委託を受けているところ、当該プラットフォーム事業者が、本法4条に該当する行為をし、

¹⁰ 前掲逐条解説(74頁以下)

なお、上記解説では、「[事例5-1] 宣伝契約」につき、「既に同じ商品・サービスについて契約をした顧客に、「その商品・サービスの宣伝を依頼し、成約した場合には紹介料を支払う」という契約をした場合には、「媒介の委託」に当たるかという問題を考える。事業者からその扱っている商品・サービスの宣伝についての依頼を受けた顧客が、他の消費者に対して当該商品・サービスの宣伝を行ったところ、当該宣伝によって消費者が当該商品・サービスに興味を抱いたため、事業者が当該消費者に対して別途当該商品・サービスの説明を行った結果、事業者と当該消費者との間における当該商品・サービスの購入契約が成立したような場合。購入契約成立に対する顧客の関与は必ずしも大きいものではないと考えられる。そうすると、購入契約が成立するように、顧客が両者の間に立って尽力したとまではいえず、通常「媒介の委託」に当たらないと考えられる。ただし、いずれにせよ、最終的には個別具体例に即し、司法の場において判断されることとなる。」とされる。

¹¹ 法4条の「勧誘」につき、最三小判平成29年1月24日(民集71巻1号1頁)は「事業者が、その記載内容全体から判断して消費者が当該事業者の商品等の内容や取引条件その他これらの取引に関する事項を具体的に認識し得るような新聞広告により不特定多数の消費者に向けて働きかけを行うときは、当該働きかけが個別の消費者の意思形成に直接影響を与えることもあり得るから、事業者等が不特定多数の消費者に向けて働きかけを行う場合を上記各規定にいう「勧誘」に当たらないとしてその適用対象から一律に除外することは、上記の法の趣旨目的に照らし相当とはいえない」としている。したがって、上記最高裁判決の判断によれば、例えばフリマアプリ上における出品者の表示といった、不特定多数の者に向けたインターネット上の表示も、一律に同条の対象として除外されることはない。

当該行為によって消費者が申し込みの意思表示等をした場合は、利用者間の個々の契約につき本法の取消権の対象となる。

(4) 電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律

ア 概要

消費者を「個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）」（法2条2項）、事業者を「法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人」（同条同項）と定義し、「消費者と事業者との間で電磁的方法により電子計算機の映像面を介して締結される契約であって、事業者又はその委託を受けた者が当該映像面に表示する手続に従って消費者がその使用する電子計算機を用いて送信することによってその申込み又はその承諾の意思表示を行うもの」を「電子消費者契約」（法2条1項）と定義し、電子消費者契約につき、民法95条但書に関する特例（法3条）を定めている。その他、電子消費者契約に限らず、隔地者間において電子承諾通知を発する場合につき「承諾」の特例（到達主義）を定めている（法4条）。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

「承諾」の特例（法4条）については、【Ⅰ】及び【Ⅱ】の取引契約のいずれについても、当該各契約が「電子消費者契約」であるか否かにかかわらず対象となる。

一方、「民法95条但書に関する特例」（法3条）については、【Ⅰ】及び【Ⅱ】契約のいずれについても、当該取引が「電子消費者契約」に該当する場合は適用対象となるが、【Ⅰ】契約がB to B契約である場合や、【Ⅱ】契約が、C to Cである場合は適用対象外となる。

(5) 特定商取引に関する法律（特定商取引法）

ア 概要

(ア) 取引類型

特定商取引法は、「訪問販売」（法3条以下）、「通信販売」（法11条以下）、「電話勧誘販売」（法16条以下）、「連鎖販売取引」（法33条以下）、「特定継続的役務提供」（法41条以下）、「業務提供誘引販売取引」（法51条以下）、「訪問購入」（法58条の4以下）という七つの取引類型及びいわゆるネガティブオプションに関する特則（法59条）について規定した法律である。同法は、主に①定義規定（及び適用除外規定）、②書面交付義務や禁止行為といった行為規制規定（違反は行政処分の対象となるほか一定の規定違反については刑事罰も科せられる）、③クーリング・オフ、取消権、中途解約権、損害賠償額の制限、過量販売

解除、解約返品権といった民事規定によって構成されている。

インターネット上の取引における事業者については、通信販売の定義規定からすれば、通常、「通信販売」の「販売業者」又は「役務提供事業者」（以下総称して「販売業者等」という）に該当することになる。

なお、上記各取引は、原則としてお互いの適用を排除し合わない関係になっている。インターネット上の取引における役務内容が業務提供誘引販売取引にも当たる場合（例えば、ホームページにおいてパソコンソフト及び同ソフトを利用した内職をあっせんする旨の広告を表示し、同広告をみた消費者がEメール等によって申込を行う場合）は、当該取引は通信販売及び業務提供誘引販売取引の適用対象となり、事業者はいずれの行為規制をも順守する必要があるし、民事規定についても、いずれの規定も適用される（したがって、上記例の場合、契約者は、当該契約が「業務提供誘引販売取引」であるとして法定書面受領日から20日間を経過するまで同取引に基づくクーリング・オフを行使することができる）。

（イ）規制の対象となる者についての考え方

本法の対象となる「販売業者等」については、「販売又は役務の提供を業として営む者の意味であり、「販売又は役務の提供を業として営む」とは、営利の意思をもって、反復継続して取引を行うことをいう」とし、「営利の意思の有無については客観的に判断される。」と解されている¹²。

また、複数の事業者が関与して同法に規定する取引が行われた場合については「一定の仕組みの上での複数の者による勧誘・販売等であるが、総合してみれば一つの訪問販売を形成していると認められるような場合には、これらの複数の者は、いずれも販売業者等に該当する」と解されている¹³。

なお、インターネット・オークションにおける出品者については、ガイドライン¹⁴において、当該出品者が事業者該当し、同法の規制対象となる場合の具体的な基準が示されている。

（ウ）「通信販売」に関する規定の概要

「通信販売」とは「販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の主務省令で定める方法（以下「郵便等」という。）により売買契約又は役務提供契約の申込み

¹² 消費者庁「特定商取引に関する法律等の施行について」（平成29年11月1日）・第二章・第一節・一・(11)

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/amendment_2016_180614_0001.pdf

¹³ 同上

¹⁴ 消費者庁「インターネット・オークションにおける「販売業者」に係るガイドライン」

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/amendment_171206_0001.pdf

を受けて行う商品若しくは特定権利の販売又は役務の提供であつて電話勧誘販売に該当しないもの」と定義され（法2条2項）、「郵便等」には「情報処理の用に供する機器を利用する方法」が含まれている（施行規則2条2号）。

したがって、インターネット上で申し込みを受けて契約を締結する取引は「通信販売」に該当する。

「通信販売」は、行為規制として、広告をするときの表示事項（法11条）、虚偽誇大広告等の禁止（法12条）、勧誘メール・FAX等の規制（法12条の2ないし12条の5）、「顧客の意に反して通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みをさせようとする行為」等を禁止行為（指示対象行為）（法14条）とするなどの規定を置く。また、民事規定として、法定返品権（法15条の3）がある。さらに、「通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン」、「電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る「容易に認識できるように表示していないこと」に係るガイドライン」、「インターネット通販における「意に反して契約の申込みをさせようとする行為」に係るガイドライン」など各種ガイドラインが公表されている。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

（ア）利用者について

【Ⅱ】個々の取引契約の場合、ショッピングモール等の「B to C」型については、「B」たる利用者は少なくとも「通信販売」に関する規制主体となる。

「C to C」型については、オークションについては、上記ア（イ）のとおり、一定の数量を出品している場合は「通信販売」に関する規制主体となる。オークションを除く、フリマやシェアリングエコノミーについては上記ガイドラインのような具体的な基準は示されていない。

もっとも、「営利の意思をもって、反復継続して取引を行う」ような場合は、上記ア（イ）のとおり、当該利用者は、販売業者等として、同法の規制主体となると考えられる。

（イ）プラットフォーム事業者について

【Ⅰ】契約につき、使用料等の対価が発生する場合は、同法の「通信販売」の規制主体となる場合がある¹⁵。

一方、【Ⅱ】契約については、プラットフォーム事業者と販売業者等たる利用

¹⁵ 経産省「電子商取引及び情報財取引に関する準則」は、「I-7-6 ユーザー間取引に関するサービス運営事業者に対する業規制」において、「サービス運営事業者は特定商取引法の通信販売の規制を受ける場合がある。例えば、サービス運営事業者がインターネットを経由して申込みを受け、ユーザー間取引プラットフォームをユーザーに対して有償で提供しており、ユーザーが消費者である場合には、特定商取引法の通信販売に該当する」として、「例えば、ユーザー間プラットフォームの入場料等の名目で消費者から料金を収受している場合」を挙げている。

者につき、総合してみれば一つの通信販売を形成していると認められるような場合を除き、プラットフォーム事業者は、【Ⅱ】契約における事業者ではないので、同法の規制主体とはならないと考えられる。

(6) 経済産業省「電子商取引及び情報財取引に関する準則」

ア 概要

上記準則¹⁶については、「電子商取引等に関する様々な法的問題点について、民法をはじめとする関係する法律がどのように適用されるのか、その解釈を示し、取引当事者の予見可能性を高め、取引の円滑化に資することを目的とするもの」であるとされ、「電子商取引等をめぐる様々な論点について、消費者団体、事業者団体や、総務省・法務省・消費者庁・文化庁など関係府省からのオブザーバーの方々の御助言を頂きながら、産業構造審議会商務流通情報分科会情報経済小委員会 IT 利活用ビジネスに関するルール整備ワーキンググループにおいて取りまとめいただいた提言を踏まえ、経済産業省が現行法の解釈についての一つの考え方を提示するものであり、今後電子商取引を巡る法解釈の指針として機能することを期待する」ものであるとされる。

同準則は、①「Ⅰ章 電子商取引に関する論点」、②「Ⅱ章 インターネット上の情報の提示・利用等に関する論点」、③「Ⅲ章 情報財の取引等に関する論点」、④「Ⅳ章 国境を越えた取引等に関する論点」で構成され、例えば、上記①については、以下のとおり構成されている。

I-1 オンライン契約の申込みと承諾

I-1-1 契約の成立時期（電子承諾通知の到達）

I-1-2 消費者の操作ミスによる錯誤

I-1-3 ワンクリック請求と契約の履行義務

I-2 オンライン契約の内容

I-2-1 ウェブサイトの利用規約の契約への組入れと契約締結後の規約変更

I-2-2 価格誤表示と表意者の法的責任

I-2-3 契約中の個別条項の有効性

I-2-4 自動継続条項と消費者契約法第10条等

I-3 なりすまし

I-3-1 なりすましによる意思表示のなりすまされた本人への効果帰属

I-3-2 なりすましによるインターネット・バンキングの利用

¹⁶ <http://www.meti.go.jp/press/2018/07/20180727001/20180727001-1.pdf>

- I-3-3 なりすましを生じた場合の認証機関の責任
- I-4 未成年者による意思表示
- I-5 インターネット通販における返品
- I-6 インターネットショッピングモール運営者の責任
- I-7 ユーザー間取引（インターネット・オークション、フリマサービス等）
 - I-7-1 ユーザー間取引に関するサービス運営事業者の責任
 - I-7-2 取引当事者間の法的関係
 - I-7-3 インターネット・オークションにおける売買契約の成立時期
 - I-7-4 「ノークレーム・ノーリターン」特約の効力
 - I-7-5 売主に対する業規制
 - I-7-6 ユーザー間取引に関するサービス運営事業者に対する業規制
 - I-7-7 アプリマーケット運営事業者の責任
 - I-7-8 シェアリングエコノミーと兼業・副業に関する就業規則
- I-8 オンライン懸賞企画の取扱い
- I-9 共同購入クーポンをめぐる法律問題について
- I-10 AI スピーカーを利用した電子商取引
 - I-10-1 AI スピーカーが音声を誤認識した場合
 - I-10-2 AI スピーカーに対して発注者が言い間違いをした場合

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

「I章 電子商取引に関する論点」のうち、「I-1 オンライン契約の申込みと承諾」、「I-2 オンライン契約の内容」、「I-3 なりすまし」、「I-4 未成年者による意思表示」については、【I】及び【II】のいずれの契約についても対象となりうる。

オンラインプラットフォームが介在する取引における、プラットフォーム事業者の責任に関する考え方については、「I-6 インターネットショッピングモール運営者の責任」及び「I-7-1 ユーザー間取引に関するサービス運営事業者の責任」が示されている。その他ユーザー間取引に関する論点については「I-7-2」ないし「I-7-6」で考え方が示されている。

2 広告表示に関する法令等

(1) 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

ア 概要

景品表示法は、「商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的」とする法律である（1条）。

同法の対象となる表示とは、「顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について行う広告その他の表示」であり（法2条4項・不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件）、優良誤認、有利誤認、指定告示（無果汁の清涼飲料水等についての表示等）を不当表示として規制する（法5条）。不当表示については、措置命令（法7条1項）、課徴金納付命令（法8条）、あるいは適格消費者団体の差止請求の対象となりうる。

同法の「事業者」については、「商業、工業、金融業その他の事業を行う者を行い、当該事業を行う者の利益のためにする行為を行う役員、従業員、代理人その他の者は、次項及び第三十一条の規定の適用については、これを当該事業者とみなす」と規定される（法2条1項）

インターネット取引については、「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」（平成23年10月28日・一部改訂平成24年5月9日）¹⁷において、フリーミアム、ロコミサイト、フラッシュマーケティング、アフィリエイトプログラム、ドロップ SHIPPINGに関する留意点が示されている。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

上記のとおり、景表法の不当表示規制の対象は「事業者が自己の供給する」商品等に関する表示を対象とする。したがって、自ら商品等を提供するプラットフォームの利用者たる事業者（B）が、プラットフォーム上で行う、【Ⅱ】契約に関する表示は同法の対象となりうる。また、当該プラットフォームにレビュー機能等がある場合、当該利用者が、自己が供給する商品等に係る当該レビュー欄に自ら掲載し、あるいは第三者に依頼して掲載させるような場合は、景品表示法上の不当表示として問題となりうると思われる¹⁸。

他方、自ら商品等を提供する利用者であっても、事業者ではない者（消費者）は同法の規制主体とはならない。また、プラットフォーム事業者は、当該プラッ

¹⁷http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/pdf/120509premiums_2.pdf

¹⁸ 「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」は、ロコミサイトにつき「商品・サービスを提供する事業者が、顧客を誘引する手段として、ロコミサイトにロコミ情報を自ら掲載し、又は第三者に依頼して掲載させ、当該「ロコミ」情報が、当該事業者の商品・サービスの内容又は取引条件について、実際のもの又は競争事業者に係るものよりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認されるものである場合には、景品表示法上の不当表示として問題となる。」との考え方を示している。

トフォーム上の個々の取引については自ら商品等を供給する事業者ではないから、仮に、【Ⅱ】契約に関する表示をしたとしても、当該表示は同法の対象とはならない。もっとも、【Ⅰ】契約については、プラットフォーム事業者自らが役務を提供する立場にあるから、上記に係る表示（たとえば、プラットフォームの利用に係る手数料に関する表示）については同法の対象となると考えられる。

(2) 特定商取引法

ア 概要

前述（1（5））のとおり、「通信販売」に関する規定として広告に関する必要記載事項（法 11 条）、虚偽誇大広告等の禁止（法 12 条）の規定がある。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

前述（1（5））のとおり。

(3) 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律

ア 概要

広告規制については、規制主体を限定せずに「何人も」とし、「医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器又は再生医療等製品の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布すること」を禁止し（法 66 条）、さらに、承認前医薬品等広告を禁止している（法 68 条）。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

「何人」でも対象となるから、オンラインプラットフォーム取引の当事者はいずれも上記アの規制の対象となる。

(4) 健康増進法

ア 概要

広告規制については、規制主体を限定せずに「何人も」とし、「食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、「健康保持増進効果等」について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない」と規定する。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

「何人」でも対象となるから、オンラインプラットフォーム取引の当事者はいずれも上記アの規制の対象となる。

(5) その他特別法

ア 概要

上記のほか、貸金業法、旅行業法等、その業務に関連する特別法において、虚偽誇大広告等が禁止されている（貸金業法 16 条、旅行業法 12 条の 8、宅地建物取引業法 32 条）。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

プラットフォーム事業者及びオンラインプラットフォーム取引の当事者につき、上記アの各法律の対象事業者となる場合、その者は、上記広告規制の対象となる。

3 決済に関する法律

(1) 割賦販売法

ア 概要

割賦販売法は、①割賦販売、②信用購入あっせん（i 包括信用購入あっせん・ii 個別信用購入あっせん）、③ローン提携販売、④前払式特定取引といった各取引に関する規定、及び、⑤指定受託機関、⑥クレジットカード番号等に関する適切な管理等、⑦認定割賦販売協会等に関する規定を置く。

このうち、クレジットカード決済に関連する規定は、上記② i 及び⑥である。

上記② i は、その主体を「包括信用購入あっせん業者」として登録制とし（法 31 条）、行為規制として、取引条件の表示（法 30 条）、支払可能見込み額の調査・支払可能見込み額を超える場合のカード等の交付の禁止（法 30 条の 2、30 条の 2 の 2）、書面交付（法 30 条の 2 の 3）、業務の運営に関する措置（法 30 条の 5 の 2）、民事規定として、契約解除等の制限（法 30 条の 2 の 4）、契約の解除等に伴う損害賠償等の額の制限（法 30 条の 3）、抗弁の対抗（法 30 条の 4）といった規定を置く。

また、上記⑥は、「クレジットカード番号等取扱業者」（以下「取扱業者」という）として、イシュア、アクワイアラ、カード加盟店を対象として、カード番号等の適切管理義務等を置き（法 35 条の 16）、さらに、「クレジットカード番号等取扱契約締結事業者」（以下「契約締結事業者」という）として、イシュア、アクワイアラ、加盟店契約の実質的承認権限を有する決済代行業者を対象として登録制とし（法 35 条の 17 の 2）、契約締結事業者に対し、加盟店調査措置義務（法 35 条の 17 の 8）、業務運営に関する措置義務（法 35 条の 17 の 9）を置く。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

オンラインプラットフォーム上で取引を行う当事者が事業者であって、決済手段としてクレジットカードを用いる場合において、クレジットカード番号等を取り扱う場合は、取扱業者として同法の対象事業者となりうる。

また、プラットフォーム事業者が、クレジットカード決済における決済代行業を行っているところ、上記のとおり、当該プラットフォーム事業者が加盟店契約の実質的承認権限を有する場合は、契約締結事業者として同法の対象事業者となりうる。

(2) 資金決済に関する法律（資金決済法）

ア 概要

資金決済法は、①前払式支払手段、②資金移動、③仮想通貨、④資金清算、⑤認定資金決済事業者協会、⑥指定紛争解決機関等に関する規定を置く。

このうち、上記①は、「証票等に記載あるいは電磁的方法によって記録される金額」（①価値の保存）に応じる、対価を得て発行される証票、番号等の附合（②対価発行）であって、発行者等から役務提供等を受ける場合に代価の弁済ために使用できるもの（③対価性）と定義される（法3条1号）。

前払式支払手段は、「自家型前払支払手段」と「第三者型支払手段」に分かれる。「自家型前払式支払手段」（法3条4項）は、発行者（及び政令で定める密接関係者）からの物品の購入等の場合のみ使用することができる前払式支払手段であり、「第三者型支払手段」（法3条5項）は、上記以外の前払式支払手段である。自家型の場合は「届出制」（法5条）、第三者型の場合は「登録制」（法7条）となっている。

発行者に対しては、情報提供義務（法13条）、供託義務（法14条）、前払式支払手段の払戻し（法20条）、情報の安全管理（法21条）、苦情処理に関する措置（法21条の2）等の規定があるほか、ガイドライン（金融庁事務ガイドライン¹⁹（第三分冊：金融会社関係5 前払式支払手段発行者関係「Ⅱ-3-3」）において、加盟店管理に関する具体的な内容が記載されている（第三者発行者のみ）。

上記②は、「銀行等以外の者が為替取引（少額の取引として政令で定めるものに限る²⁰。）を業として営むことをいう」と定義されているところ（法2条2項）、「為替取引」については、「顧客から、隔地者間で直接現金を輸送せずに資金を移動する仕組みを利用して資金を移動することを内容とする依頼を受けて、こ

¹⁹ <https://www.fsa.go.jp/common/law/guide/kaisya/05.pdf>

²⁰ 100万円（資金決済に関する法律施行令2条）

れを引き受けること又はこれを引き受けて遂行することをいう」(最判平成13年3月12日刑集55巻2号97頁)とされる。

資金移動業は資金移動業者として登録制が置かれ(法37条)、資金移動業者に対しては、供託義務(法43条)、情報の安全管理(法49条)等の規定がある。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

例えば、プラットフォーム事業者が、あらかじめ利用者が対価を支払うことにより²¹、サーバ上で保管されるプラットフォーム上の取引の支払に利用できる有償ポイントを発行している場合は、当該プラットフォーム事業者は、原則として、前払式支払手段発行者として資金決済法の対象事業者となる²²。

インターネット・オークションやフリマアプリなどで決済手段として利用されるエスクローサービスについては、利用者間の取引(隔地者間取引)における対価の支払が、プラットフォーム事業者を介して行われる。

そこで、エスクローサービスと資金移動業(銀行等以外の者が為替取引(少額の取引として政令で定めるものに限る。)を業として営むことをいう)との関係について述べると、プラットフォーム事業者に代理受領権限が付与されている場合が多いところ、このように代理受領権限が付与されている場合は、「為替取引」には当たらないと解されている。

4 その他の業法など

(1) 古物営業法

ア 概要

古物営業法²³は、古物営業に係る業務につき、必要な規制等を行うことにより、犯罪防止及び被害の迅速な回復に資することを目的とする(法1条)。同法は「古物営業」として以下の3つの営業を対象とする(法2条)。

【図表4】

規制の主体	営業の内容	開業規制
①古物商 (法2条3項)	古物を売買し、若しくは交換し、又は委託を受けて売買し、若しくは交換する営業であつて、古物を売却すること又は自己が売却した物品を当該売却の相手方から買い受けることのみを行うもの以外のもの	許可 3条1項

²¹ 当該プラットフォーム上で行われる利用者間の取引において、一方当事者がその対価として得た金員を、有償ポイントに転換する場合も含まれると考えられる。

²² なお、適用除外につき法4条参照。

²³ 同法令の解釈基準として、警察庁生活安全局生活安全企画課長「古物営業関係法令の解釈基準等」(平成7年9月11日警察庁丁生企発第104号)。

<https://www.npa.go.jp/pdc/notification/seian/seiki/seianki19950911.pdf>

②古物市場主 (同条4項)	古物市場(古物商間の古物の売買又は交換のための市場をいう。以下同じ。)を経営する営業	許可 3条2項
③古物競りあつせん 業者(同条5項)	古物の売買をしようとする者のあつせんを競りの方法(政令で定める電子情報処理組織を使用する競りの方法その他の政令で定めるものに限る)により行う営業(上記②を除く) (法2条2項3号、同法施行令3条)	届出 10条の2

「古物商」には、取引の相手方につき原則として規則で定められた方法による相手方の確認義務(15条1項、施行規則15条)、不正品である疑いがあると認める場合の警察官への申告義務(同条3項)、取引を行う場合の帳簿等への記録(法16条)及び帳簿等の保存義務(法18条1項)等が課せられている。

「古物せりあつせん業者」には、相手方(古物の売却のためにあつせんの申込をする者)の確認努力義務(法21条の2)、古物について盗品等の疑いがあると認める場合の警察官への申告義務(法21条の3)²⁴、あつせんを行ったときの記録の作成及び保存努力義務(法21条の4)が課せられている。

なお、同法の「古物」とは専ら物品を対象とするから、無体物(電子データ等)は対象ではない(法2条1項)。

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

(ア) プラットフォーム事業者

インターネット・オークションの運営者は、「古物競りあつせん業者」に該当し、同法の対象事業者である。

一方、フリマアプリの運営者は、提供されるアプリ上で行われる取引の方法が競りによるものではないため、同法に規定された古物競りあつせん業者には該当せず、法規制の対象外である²⁵。

²⁴ 警察庁「インターネット・オークション事業者が申告をすべき「盗品等の疑いを認めるとき」の参考事例」<https://www.npa.go.jp/bureau/safetylife/business/sankoujirei.pdf>

²⁵ 警察庁「古物営業の在り方に関する有識者会議「古物営業の在り方に関する有識者会議報告書」(平成29年12月21日)では、「議論の過程で、フリマアプリ等についても、盗品売買の防止等の観点から、法規制の対象とすべきではないかという意見も出された」としたうえで、「現在、フリマアプリ等の運営業者及び業界において自主的な取組を強化しつつある状況にあり、また、こうした自主規制には技術革新などの変化に柔軟に対応しやすいというメリットもあることから、フリマアプリ等の運営業者について法で規制すべきという意見も出されたものの、有識者会議としては、まずは事業者及び業界の自主規制の状況を見守ることとし、自主規制のままでは盗品売買の防止等に関して十分な抑止効果が認められないという状況に至った場合に、法規制を検討していくべきである」としている。

<https://www.npa.go.jp/bureau/safetylife/kobutsu/hokoku.pdf>

(イ) 利用者

例えば、利益を得る目的で、他で購入した物品をフリマアプリにおいて購入額以上で転売することを繰り返すような場合は、当該利用者は同法の「古物商」に該当する可能性がある²⁶。

(2) 特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）

ア 概要

プロバイダ責任制限法は、「特定電気通信による情報の流通によって権利の侵害があった場合について、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示を請求する権利につき定める」法律である（法1条）。

「特定電気通信」とは「不特定の者によって受信されることを目的とする電気通信の送信（公衆によって直接受信されることを目的とする電気通信の送信を除く。）」と定義され（法2条1号）、「特定電気通信役務提供者」とは、「特定電気通信設備を用いて他人の通信を媒介し、その他特定電気通信設備を他人の通信の用に供する者」と定義される（法2条3号）。

このうち、特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限について、以下の規定がある（法3条）

【図表5】

1 削除などの措置を講じなかったとしても損害賠償責任を負わない場合							
要件	<p>●以下のときでなければ賠償責任を負わない（法3条1項） （但し、特定電気通信役務提供者自身が発信者である場合を除く）</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">権利を侵害した情報の不特定の者に対する送信を防止する措置を講ずることが技術的に可能な場合</div> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;">当該関係役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知っていたとき (1号)</td><td style="text-align: center; vertical-align: middle;">+</td><td style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;">当該関係役務提供者が、当該特定電気通信による情報の流通を知っていた場合であって、当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるとき。(2号)</td></tr><tr><td colspan="3" style="text-align: center;">or</td></tr></table>	当該関係役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知っていたとき (1号)	+	当該関係役務提供者が、当該特定電気通信による情報の流通を知っていた場合であって、当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるとき。(2号)	or		
当該関係役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知っていたとき (1号)	+	当該関係役務提供者が、当該特定電気通信による情報の流通を知っていた場合であって、当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が侵害されていることを知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるとき。(2号)					
or							

²⁶ 前掲：警察庁生活安全局生活安全企画課長「古物営業関係法令の解釈基準等」は、「4 いわゆるリサイクルショップやバザー、フリーマーケットにおいて行われている取引が古物営業に該当するかどうかについては、その取引の実態や営利性等に照らし、個別具体的に判断する必要がある。」としたうえで、「、いわゆるバザーやフリーマーケットについては、その取引されている古物の価額や、開催の頻度、古物の買受けの代価の多寡やその収益の使用目的等を総合的に判断し、営利目的で反復継続して古物の取引を行っている」と認められる場合には、古物営業に該当する。」との考え方を示している。

2 削除措置等をとったとしても損害賠償責任を負わない場合

要件

● 以下の場合には賠償責任を負わない（法3条2項）

当該措置が当該情報の不特定の者に対する送信を防止するために必要な限度において行われたものである場合

当該特定電気通信役務提供者が当該特定電気通信による情報の流通によって他人の権利が不当に侵害されていると信じるに足りる相当の理由があったとき（1号）

+

or

特定電気通信による情報の流通によって自己の権利を侵害されたとする者から、当該権利を侵害したとする情報、侵害されたとする権利及び権利が侵害されたとする理由を示して当該特定電気通信役務提供者に対し「送信防止措置」を講ずるよう申出があった場合に、当該特定電気通信役務提供者が、当該侵害情報の発信者に対し当該侵害情報等を示して当該送信防止措置を講ずることに同意するかどうかを照会した場合において、当該発信者が当該照会を受けた日から七日を経過しても当該発信者から当該送信防止措置を講ずることに同意しない旨の申出がなかったとき。（2号）

イ オンラインプラットフォームが介在する取引との関わりについて

プラットフォーム事業者が提供するプラットフォームが、不特定の者を対象とすることからすれば、プラットフォーム事業者は「特定電気通信役務提供者」に該当することについては特に異論はないものと思われる²⁷。

したがって、オンラインプラットフォーム上の記載（ショッピングモールにおけるストアの表示、フリマアプリの特定のユーザに関するレビュー等）につき、商標権侵害やプライバシー侵害等、「情報の流通によって権利の侵害があった場合」は²⁸、同法に基づきプラットフォーム事業者の損害賠償責任は制限される。

(3) その他シェアリングエコノミーに係る業法等

シェアリングエコノミーに関して、それぞれの形態ごとの主な関連法令（プラットフォーム事業者自体が対象となり得る法令のほか利用者が対象となり得る法律も含む）及び留意事項をごく大まかに整理すると以下のとおりとなる。

なお、シェアの場を提供する行為が、直ちに下記各法令の対象事業者となることはない。

²⁷ 前掲経産省準則（Ⅱ-1・脚注4）は、「オークション事業者（商標権侵害の出品情報又は出品者・落札者の評価欄の情報について）、ブログサービスの提供者、動画共有サービス事業者、SNS提供事業者、口コミサービス提供事業者等が上げられる。なお、これらは、後述のプロバイダ責任制限法における特定電気通信役務提供者に当たる。」とする。

²⁸ なお、「流通している情報を閲覧したことにより詐欺の被害に遭った場合などは、通常、情報の流通との権利の侵害との間に相当因果関係がある者とは考えられないため、この法律の対象とはならない」と解されている（総務省逐条解説）

【図表 6】

シェア形態	主な関連法令	留意点
自動車 (ライドシェア)	道路運送法	<ul style="list-style-type: none"> ●「他人の需要に応じ、有償で、自動車を使用して旅客を運送する事業」は、「(一般)旅客自動車運送事業」として参入規制(許可制)あり(法4条)。 ●自家用自動車を用いた有償運送の原則禁止(法78条)
	自動車損害賠償保障法	●自動車に対する運行支配及び運行利益を有している場合、運行供用者(法3条)に該当しうる ²⁹ 。
	旅行業法	<ul style="list-style-type: none"> ●「旅行者のため、運送等サービスの提供を受けることについて、代理して契約を締結し、媒介をし、又は取次ぎをする行為」は、「旅行業」に該当する(法2条1項3号)。 このため、プラットフォーム事業者が上記行為をする場合は、同法に基づく登録が必要となる(法3条)³⁰。
自動車 (貨物運搬シェア)	貨物自動車運送事業法	●他人の需要に応じ、有償で、自動車を使用して貨物を運送する事業は、「(一般)貨物自動車運送事業」として、参入規制(許可制)あり(法3条)。
	自動車損害賠償保障法	前述
自動車 (カーシェア)	道路運送法	前述
	自動車損害賠償保障法	前述
宿泊所(自宅の一部)・別荘	旅館業法	●「施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業」は、旅館業として、参入規制(許可制)あり(3条)。
	住宅宿泊事業法	<ul style="list-style-type: none"> ●報酬を得て、「住宅宿泊仲介業務」(「宿泊者のため、届出住宅における宿泊のサービスの提供を受けることについて、代理して契約を締結し、媒介をし、又は取次ぎをする行為」等)(法2条8項、9項)を行う事業は「住宅宿泊仲介業者」として参入規制(登録制)あり(法46条①)。 このため、上記に該当するプラットフォーム事業者は上記登録が必要となる。
	旅行業法	前述
労働力	労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の保護	●「労働者派遣」(自己の雇用する労働者を、当該雇用関係の下に、かつ、他人の指揮命令を受けて、当該他人のために労

²⁹ 最一小判昭和50年5月29日(集民115号33頁)

³⁰ 海外ライドシェア事業者の日本法人が旅行業登録をしているケースもみられる。

http://www.soumu.go.jp/main_content/000377503.pdf

シェア形態	主な関連法令	留意点
	等に関する法律	働に従事させること（法2条1号）を業として行う場合、「労働者派遣業」として参入規制（許可制）あり（法5条）。 該当する場合、上記登録が必要となる。 なお、上記に該当しないスキルシェアの「クラウドソーシング」 ³¹ などに関するプラットフォーム事業者の位置付け・役割に言及したガイドラインあり。
資金	貸金業法	●貸金業とは「「金銭の貸付け又は金銭の貸借の媒介（手形の割引、売渡担保その他これらに類する方法によつてする金銭の交付又は当該方法によつてする金銭の授受の媒介を含む。以下これらを総称して単に「貸付け」という。）で業として行うものをいう」（法2条1項）」とされる。このため、上記に該当するプラットフォーム事業者は貸金業者としての登録が必要となる ³² 。

（備考）石原遥平「シェアリングエコノミー認証制度の仕組みと展望」（第4回専門調査会資料1）を基に作成。

5 国際私法関係

（1）法の適用に関する通則法

本法11条は、「消費者契約の特例」として、消費者が事業者に対し、常居所地法上の強行規定を特定し、その適用を求める意思を表示したときに限り、その事項については、選択した準拠法の適用に加えて当該強行規定も準拠法となる旨などの特例を規定している（1項）。実務において、上記規定を根拠に海外事業者との紛争につき解決に至ったケースもみられる³³。

また、当事者が準拠法を選択していなかったときは、同法8条の規定にかかわらず、当該消費者契約の成立及び効力は、消費者の常居所地法によると規定している（2項）。

³¹ 厚生労働省「自営型テレワークの適正な実施のためのガイドライン」（平成30年2月）では、クラウドソーシングを「インターネットを介して注文者と受注者が直接仕事の受発注を行うことができるサービス」と定義し、同サービスを業として運営する者を、同ガイドラインの「仲介事業者」と位置付けている
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyoukintou/zaitaku/index.html

³² 現に貸金業登録をする国内のクラウドファンディングに関するプラットフォーム事業者も存在する。

³³ ベリトランス株式会社 平成24年度消費者庁委託調査「越境取引に関する消費者相談の国際連携の在り方に関する実証調査 調査報告書」（64頁）は「CCJでは監視委員会にて報告をしたところ、確認画面を要請しているのは電子消費者契約法（消費者保護強行規定）であり、これが通則法によって海外事業者にも適用されるという監視委員からの助言があり、以後、同様の相談が寄せられた際、事業者にも上記通則法を主張したところ、実際のこの主張が認められ、無事にキャンセル・返金に至ったケースがあった」とする。（http://www.cb-ccj.caa.go.jp/24fy_cc.pdf）

(2) 民事訴訟法（国際裁判管轄）

かつて、被告が外国法人等である場合など国際裁判管轄の問題が生ずる場合につき、判例では「被告が外国に本店を有する外国法人である場合はその法人が進んで服する場合のほか日本の裁判権は及ばないのが原則である」とされ、条理によって例外的に日本の裁判籍が及ぶ場合があるとされていたところ³⁴、平成23年民事訴訟法等の改正によって、国際裁判管轄についての規定が整理され、以下の条文が新設されている。

（契約上の債務に関する訴え等の管轄権）

第三条の三 次の各号に掲げる訴えは、それぞれ当該各号に定めるときは、日本の裁判所に提起することができる。

五 日本において事業を行う者^①（日本において取引を継続してする外国会社（会社法（平成十七年法律第八十六号）第二条二号に規定する外国会社をいう。）を含む。）に対する訴え 当該訴えがその者の日本における業務に関するものであるとき^②。

立案担当者は上記改正を受けて、外国の事業者が日本からアクセス可能なウェブサイトを開設して日本向けに販売をしたというケースにおいて、上記下線部該当性によることになるとして、その判断基準として、「当該ウェブサイトが日本語で記載されているかどうか、購入した製品の日本への送付が可能かどうか、当該事業者と日本の法人又は個人の取引等の事情を考慮し、上記①及び②の要件を充足するかどうかを判断することになる」としている³⁵。

なお、消費者契約に関する、消費者からの事業者に対する訴えは、訴えの提起の時又は消費者契約の締結の時における消費者の住所が日本国内にあるときは、日本の裁判所に提起することができる旨が規定され（法3条の4第1項）、この場合、前条（法3条の3）の規定は適用しないと規定されている（同条3項）³⁶。

6 消費者生活相談員関係（消費者安全法）

消費者安全法は、都道府県及び市町村の行う事務として、「消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じること」及び「消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあつせんを行うこと」を規定し（法8条1項二号イ・ロ、同条2項1号・2号）、これら事務については消費生活相談員に従事させる旨を規定している（法10条1号、同条2項）。かかる消費生活相談員には、守秘義務が課せられている（法8条4項等）。

以上

³⁴ 最判昭和56年10月16日（民集35巻7号1224頁）

³⁵ 佐藤達文・小林康彦編著「一問一答平成23年民事訴訟法等改正 国際裁判管轄法制の整備」57頁

³⁶ 経産省準則IV-2-1参照。