

平成 30 年 11 月 30 日
内閣府消費者委員会事務局

第 8 回の議論の概要

「第 8 回オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会(11/13 開催)」における討議資料(資料 3)に基づく議論をまとめたものである。

1 BtoC取引について

① 現行規定での対応状況とその問題点

BtoC取引において、現行の法律、規程等を前提としつつ、消費者トラブルの未然防止・拡大防止、トラブル解決・被害救済に向けて、プラットフォーム事業者はどのような取組を行うべきか。

- ・ どのような場合に
- ・ どのような規定に基づき(どのような考え方に基づき)
- ・ 何をすべきか。

② 現行の規定では対応できない場合

プラットフォーム事業者が介在するBtoC取引において、現行の規定等を超えて、取引の信頼性を高め、維持するために、Bと一体になって、プラットフォーム事業者が行っている取組が存在しているように思われる、こうした取引がどのようなものであるか確認し、プラットフォームの運営にとって不可欠な取組として理解できるものかどうか。

また、Cも含めた3者全体を一つのシステムとみたときに、プラットフォーム事業者が行うべき取組として想定できるものがあるのか。

各委員からの意見

- BtoC取引では、オンラインプラットフォーム内の事業者(出店者)が関係法令を遵守するのは当然で、その環境が整っていることが、プラットフォーム自体の信頼や顧客保護につながると考えて取り組んでいる。よって、プラットフォームに直接関係する法令等の規定に着目するのは違和感。
- 行政等から注意喚起や情報提供依頼があれば対応しているが、オンラインプラットフォーム内の事業者(出店者)に対して適切に情報提供するのは難しく、プラットフォームとしてどこまでフォローすべきか悩ましい。
- 関係省庁から「各店舗の出店前に法令遵守状況を確認させてはどうか」などと言われることがあるが、あらゆる法律のあらゆる項目を網羅したチェックリストを作ることは困難。
- プラットフォームとしては、事業者(出店者)が違法行為を行った場合に、プラットフォームにも責任があるとされることは問題。プラットフォームの性質は様々のため、こうあるべきと一概には言えないが、事業者(出店者)に対する事

- 前対応はプラットフォームに任されていることから、違法行為発覚時の速やかな事後措置の総体がプラットフォームの執るべき措置なのではないか。
- 例えば、病気や紛争に係るアドバイスを行うと各種業法に抵触する可能性があるが、結構な市場規模のあるクラウドソーシングで、参加提供者（出店者）が行う違法行為によりEC分野やシェアリングエコノミーのプラットフォームが責任を問われるケースはほとんどないと思われる。
 - 個々の出品物の事前チェックは行わないが、プラットフォームの判断で、出店審査として、事業者（出店者）が扱う物と必要な許可を所持しているか等の確認を行っている。商品を削除する必要がある場合は、まず事業者（出店者）に削除を依頼し、期日までに当該商品が削除されなかったら閉店することとしている。特にBtoC取引の場合は、出店者による自己管理・自己責任を重視しているため、プラットフォームが介入し過ぎないように注意している。
 - プラットフォームへの出店者は、たちの悪い人ばかりではなく、法令を遵守するつもりが、不注意や法律がよく理解できないために法令に抵触することが多いのではないかと。よって、提供者（出店者）による法令遵守状況の事前チェックを実施するシステムを構築しても、問題発生時の未然防止にどの程度効果があるかは疑問。
 - 現在出てきている話の中でのトラブルの種類としては2つあり、1つは公的な規制の観点で、法令の条文に抵触しているか否かがはっきり分からないケースで、もう1つは、司法的に売り手と買い手のミスマッチによりトラブルが発生するケース。事前規制は必要だが、いずれも全ての法令を事前チェックさせることは困難で、仮にできても解決できない問題類型はあること、また、多くの取引がほとんど問題なく成立することを考えると、プラットフォームに対して審査を義務付ける場合にはコストの問題も考えなければならず、その点で事前審査は社会的な無駄とも言える。また、規制することが新しいビジネスチャンス、新規参入者の障壁やイノベーションを阻害することとならないか、EC市場の拡大にどのような影響を与えるかも考えなければならぬため、問題が起きたとき、指摘されたときにどのような解決手段を与えることができるかが一番の問題。プラットフォームはそのための情報を持っており、また、場の提供に当たって利益（手数料）を得ていることから、問題発生時に法的な責任の有無について議論になるのではないかと。よって、事後的な仕組みをどのように作るかが現実的と思う。
 - 例えば、既に薬局や旅館業を営んでいる方がプラットフォームに出店される場合であっても、出店に当たり、専門家による全法令の遵守状況の事前チェックを必須とするのは無駄ではないか。
 - 消費者又は消費生活相談員の立場としては、本専門調査会において説明のあったプラットフォームによる出店前の事前取組は、各プラットフォーム（個社）としての取組であり、これが、消費者によるプラットフォーム利用の際の選択基準にもつながるため、それらの取組の中で必要な取組は、全てのプラットフォームで取り組んでいただきたい。プラットフォームは、オンライン取引の実施に当たって勉強しておくべきことを事業者（出店者）に対して事前に情報提供し、仮に、

当該事業者（出店者）が勉強したことの確認ができない場合であっても、「勉強しなければプラットフォームに出店できない」という前提を置くことが大事で、これにより一定の抑止効果があるのではないか。

- プラットフォーマーが多種多様なことは1つの問題。消費者が被害を受けて訴訟になった場合にはプラットフォームの責任が問われると思われるため、プラットフォームとしてやるべきことをやったかが重要。例えば、アプリのダウンロード先を限定していたり、手数料が高い場合は、プラットフォームが事後的に負うべき責任も増えるので、個々のプラットフォームが自分たちの法的リスクに応じて対策を講じているのが現状であり、一律のルール設定は難しいのではないか。
- 法令違反に係るトラブルと、民民の取引におけるトラブルは分けて考えた方がいい。特に、法令違反に係る対応に関しては、プラットフォームごとに費やすリソースとお金の配分が異なるだろうから、解決に当たっては十分留意する必要あり。
- 少なくともBtoC取引については、プラットフォームを利用している事業者（提供者・出店者）も法的義務を負っていて、そのことはプラットフォームの利用規約等にもほとんど記載されている。事前と事後の対応をどこまで行うかはバランスが大事で、慎重になる必要あり。プラットフォームごとの置かれた状況に合わせて負うべき責任はあると思うが、プラットフォームを利用している事業者（提供者・出店者）が事業を行う上でそもそも遵守しなければならない法律が存在しており、その上で、プラットフォーム利用契約上で当該関係法令を遵守するよう利用規約等に記載している、いわば二重で手当している部分もあることを考慮すると、プラットフォームがどこまでチェックする必要があるかは考える必要あり。
- プラットフォームでは、利用規約をきちんと定めて私的自治（プラットフォームの責任の範囲での運用）が行われているが、事業者（出店者）が遵守すべき必要最低限の部分を国が担保するような仕組みを策定するだけでは、事業者（出店者）に対する制約にはなっていないはず。よって、この仕組みの中に「勉強しなければプラットフォームに出店できない」という前提も包含されるということかと思う。

2 CtoC取引について

- ① プラットフォーム事業者が、CtoC取引において、現行の法律、規程等において、消費者トラブルの未然防止・拡大防止、トラブル解決・被害救済に向けて、どのような取組を行うべしとされるのか。この内容についてまず確認する必要がある。

こうした場合において、例えば、プラットフォーム事業者は、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うとされているという理解をした場合、

- ・ どのような場合に
- ・ 何をすべきか。
- ・ その場合に、どのような規定上の根拠があるか（どのような考え方に基づきそうした規律ができるか。）

- ② CtoC取引における、C（提供者）、C（購入・利用者）それぞれに係る現行の法律、規程等について、消費者トラブルの未然防止、拡大防止、トラブル解決、被害救済等の観点から、課題と考えられることはあるか。提供者側のCとBとの境界をどのように考えるか。

- ③ プラットフォーム事業者が介在するCtoC取引において、現行の規定等を超えて、取引の信頼性を高め、維持するために、提供Cと一体となって、プラットフォーム事業者が行うべき取組はあるか。あるとしたら、何をすべきか。

また、3者全体を一つのシステムとみて、プラットフォーム事業者が行うべき取組はあるか。あるとしたら、何をすべきか。

各委員からの意見

- 決済の安全性をどのように確保するかの問題かと思う
- CtoC取引はBtoC取引に比べて匿名性が高く、当事者同志で匿名で決済を行うため、トラブルが発生時に当事者同志で解決するのは困難。海外のプラットフォームでは、決済に係るトラブルが発生した場合にプラットフォームが解決に乗り出したり、支払済みのお金を提供者から取り上げるといった判断をする。これはクレジットカードと同様の仕組みで、CtoC取引におけるプラットフォームは、決済と非常に密接な関係性にあると言えると思う。そして、割賦販売法や資金決済法を含め、CtoC取引に係る法令はほとんどないため、各プラットフォーム事業者が工夫して対応している事実も考慮すると、CtoC取引は、プラットフォームで決済の部分を中心に被害救済を図るべき、という点も論点の1つであろう。
- BtoC取引でも同じだが、CtoC取引で一番問題なのは、トラブルが発生時に、最終的にどのように民事的に決着するかが決まらない、決められないこと。その際、プラットフォーム事業者として解決することが非常に難しい。
- CtoC取引の場合、例えば、前払式決済システムが利用できるプラットフォームで、紛争発生時に自動的に紛争解決システムが働き、第三者が判断をしたら従ってもらおうが、仮に従わなくても、当該システムにより強制的にお金が戻され、紛争が解決できるような仕組みが必要。ODRは、アメリカではどのプラットフォ

ームにも提供できるような形となっていて非常に成功しているのは、必要性があり、かつ、需要を満たすようなサービスを提供できているからであろう。紛争解決までの手続やコスト面を考慮すると、ある程度のところで割り切ること、そして、そのための紛争解決システムや事後的なサービスを作ることは非常に大事なのではないか。

3 消費生活相談

消費生活相談員の役割は、消費者安全法に定められており、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、苦情の処理のためのあっせんを行うこととされている。プラットフォーム事業者が介在するCtoC取引において、相談員が相談に応じること苦情処理のためのあっせんを行うことについて、現行規定上、問題なく対応できるのか。それとも、特別の立法的な対応が必要となるのか。

- ① CtoC取引において、消費生活相談員が相談、あっせんを行う場合に、直接、交渉相手とし得るのはプラットフォーム事業者に対してであり、プラットフォーム事業者を通じて（仲介して）、提供者Cと利用者Cの消費者トラブルの解決を図るものという理解でよいか。
- ② CtoC取引において、相談者Cが事業者ではないこと、相談者Cの取引相手がB又はCであることを確認することが可能か。可能であれば、どのような方法で行っているのか。
- ③ CtoC取引において、プラットフォーム事業者と提供者Cを一体とみて、消費生活相談員は、相談者Cと事業者（プラットフォーム事業者及び提供者C）との消費者トラブルの解決を図るとみることについてどう考えるか。

各委員からの意見

- 消費生活相談員は、BのようなCはほぼ判断できるが、CのようなBは自己申告がないと分からない。
- プラットフォームは、利用者の登録内容（CかBか）が正しいかどうかの確認をどの程度しているのか。また、特商法のガイドラインに規定する「同法上の販売業者に該当する取引回数」は適切なものか。消費生活センターでは相談者がCかBかの判断はできず、プラットフォームの情報により判断せざるを得ない状況。
- 消費者がプラットフォームを利用する際には、プラットフォームとの間の契約や登録が発生するため、消費者から相談があった場合、原則、消費生活相談員はまずプラットフォームに連絡し、事実確認を行う。よって、消費者安全法の解釈を変える必要はなく、消費生活相談員が行うのは「事業者対消費者の問題に対する相談対応」ということではないか。

以 上