

プラットフォーム・エコノミーが消費者法の実効性に与える影響

小塚莊一郎
(学習院大学法学部教授)

本日の議論

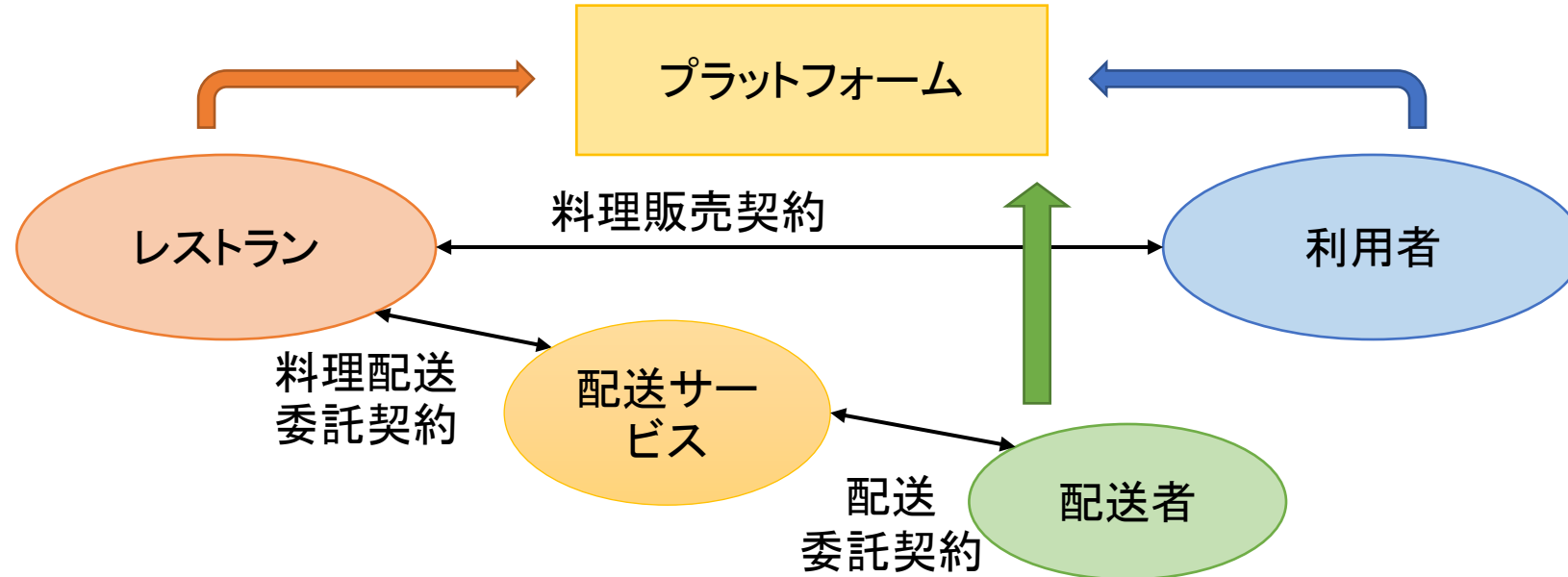
- 現在のデジタルエコノミーでは、プラットフォームの役割が支配的（プラットフォーム・エコノミー）
 - プラットフォームは、従来の経済活動では結びつけられなかった主体（比喩的に「距離のある主体」と呼ぶ）を結びつけ、新たな経済活動を創出する
 - 距離のある主体の間では、法律上は存在するはずの救済を実効的に行使することが難しい
- その結果、プラットフォーム・エコノミーでは「救済が得られない（得にくい）」場合が増大
- 対応策としては、以下の二つが考えられる
 - 距離が近いところに所在する主体に補充的な責任を負わせる
 - 距離を超えられるような救済手段を創設する（設置させる）
- それを実現するためにソフトローによるか法改正（ハードロー）が必要かは重要な問題

プラットフォームと「媒介」概念

- PFの提供するサービスの性質は何か？——PFは仲立人ではないのか？
 - 「『仲介』という言葉は、プラットフォームを示す言葉として必ずしも適当ではない場合が多い」「シェアリングエコノミーにおけるプラットフォームおよびプラットフォーム事業者の役割は、かかる『媒介』に至らない程度の関与にすぎない場合も多い。」(藤原ほか「シェアリングエコノミーにおけるプラットホーム規制(上)」NBL1072号14頁)
 - 「データの利活用を促進する観点から、各種『媒介』規制の適否について事業者が判断しやすいよう、概念整理をすべきではないか。」(経産省・産業構造審議会「Connected Industriesにおける共通商取引ルール検討小委員会」中間整理)
- 媒介＝「両当事者の間に立って法律行為の成立に尽力すること」(鈴木竹雄『商行為法・保険法・海商法』弘文堂)
 - 取引の機会(取引の相手方)を知らせるだけでも媒介(竹田省『商行為法』、田中誠二ほか『コンメンタル商行為法』)＝指示仲立人(Nachweismakler)
 - 指示仲立人は仲立人ではない(平出慶道『商行為法』)
- 現実には、「取引の機会を知らせる」以上のサービスを提供するPFも多い

フードデリバリーサービスの契約

- PFの提供する契約上の主たる債務はプラットフォームの提供(システム利用契約)
 - 料理の販売契約にPFは関与しない(PFは売主ではない)。
 - 販売契約はプラットフォームを通じて成立するが、契約条項は存在しない(レストランが自社ウェブサイトにて定型約款を表示していればそれによる)



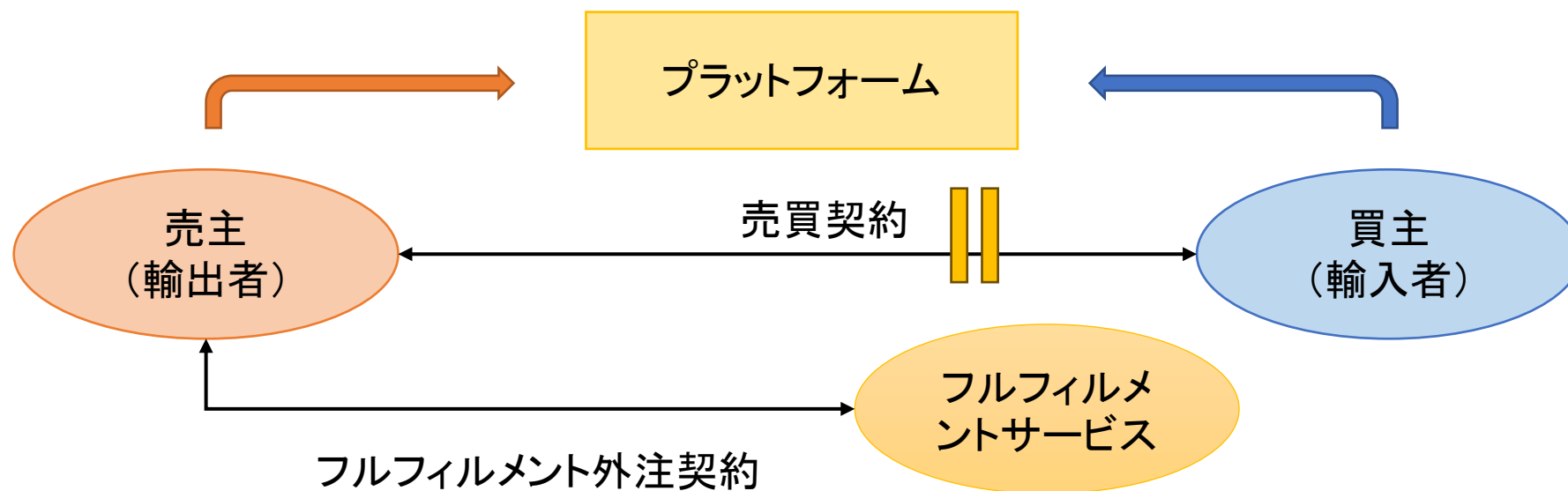
フードデリバリーサービスの契約

- 配達サービスの位置づけ
 - 配達 は 売主である飲食店による履行の方法であるはず(持参債務)。配送ドライバーは売主の履行補助者になるはずであるが、現行の規約上はPFの関連会社が配達サービスを提供するものとされている(配送ドライバーとPFの関連会社が契約関係にある)。
 - 飲食店と配達サービス提供者(PFの関連会社)の間に「配送委託契約」があると考えられる(明示されていないこともある)。配送ドライバーに対しては配送の「再委託」をしている関係になる。
- 「配送中に料理が崩れた」というクレームの場合、
 - 法的には、飲食店に対して履行請求ができるはず(特定物の取引ではないので代替品の請求が可能)
 - PFの規約では、PFに対して事故を報告し、承認された場合には返金処理がなされる(=履行請求権を排除し、救済方法を損害賠償請求に限定。飲食店が料理を準備した段階で目的物が特定されたという扱いなのか?)

フードデリバリーサービスの契約

- 「配送ドライバーがいない」ことを理由とするキャンセル
 - 規約上、飲食店からこの理由によるキャンセルが可能(そもそも配送ドライバーが見つかるまで契約が成立していない?)。PFの関連会社は飲食店の履行補助者にすぎないので消費者に対して直接責任を負うことはない。
- 配送ドライバーの非行等
 - PF(まして飲食店)との間に雇用関係のない独立の契約者という位置づけ。またPF及び関連会社のサービス・商品は「現状有姿」かつ「利用可能な状態」で提供されるとの免責規定
 - 使用者責任(民法715条)の指揮命令関係は、契約ではなく実態に応じて判断されるはず
 - PFの責任につき、故意・重過失以外の場合には注文金額を上限とする責任限定条項
- 紛争解決条項
 - 契約当事者の一部は外国法人
 - 「東京地裁」を専属管轄とする条項——日本全国の消費者との関係で有効か？

オンライン通販の契約



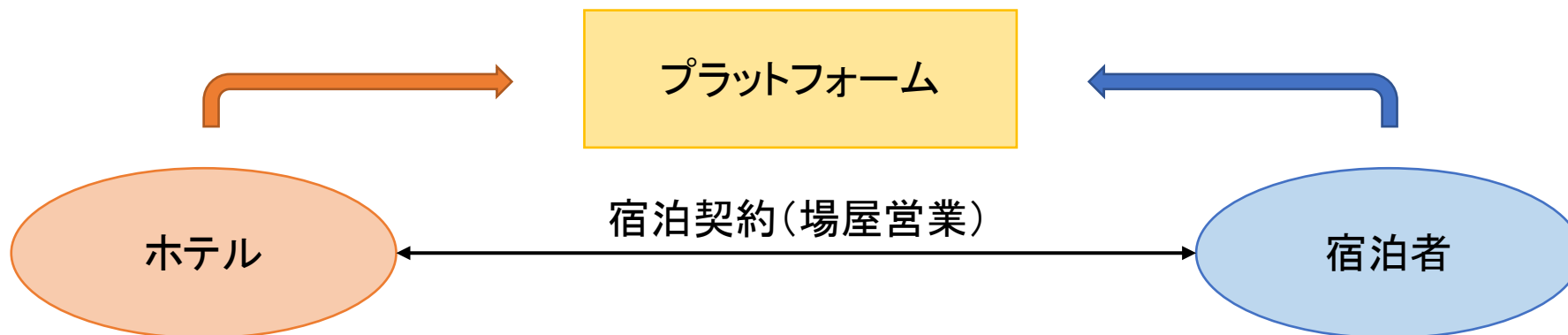
フルフィルメント: 顧客の注文を受けてから商品を届けるまでの一連のプロセス(具体的には、受注、在庫管理、ピッキング、仕分け、流通加工、梱包、発送、さらには代金請求・決済処理、クレーム処理、問い合わせ対応なども含める場合がある)[齊藤実＝矢野裕児＝林克彦『物流論』第2版、2020]

売り手はフルフィルメントの一部を外注——PFが受注する場合あり(Amazonのフルフィルメントセンター: 全国28か所) <https://tsukimi.ne.jp/post/amazonwarehouselist#index_BtpABKDJ>

オンライン通販

- PFの役割は「場の提供」に限定
 - 売買契約の解除、返品等については売り手が提示する条件によると明示する場合も
 - PFはフルフィルメントをオプションとして提供することで、小規模事業者、海外事業者等を売り手(出店者)として開拓
- 商品が消費者の求めていたものと違っていた場合、
 - 規約上は、サイト上の商品説明と実際の状態が違っていた場合、未使用のまま返品するように誘導(「唯一の救済」として代金額をPFが返金)
 - 理論的には、売主に対して契約不適合責任を追及、PFは無関係
 - 特商法が適用される「通信販売」に当たるため、売主(販売業者)は表示される
 - 売主の所在地が遠い(国外にある)場合に、フルフィルメントサービスの提供主体としてのPFを補充的な責任主体とする考え方はあり得るか？

オンライン宿泊予約



- 宿泊サービス(その他の「旅行体験」)は、サービス提供者と消費者の間に直接契約、P
Fは当事者とならない
- PFは宿泊サービス等を販売していないという理由から、旅行業者としての登録をしな
い事業者も存在(営業保証金も供託せず)

オンライン宿泊予約

- モノの販売を伴わないため履行補助者は不要、PFが提供する追加的なサービスもなし
- サイト上では予約が成立したにもかかわらず宿泊を拒否された場合、
 - 宿泊施設の責任とされPFは責任を負わない
 - オーバーブッキングの場合に宿泊施設が「解決策」を見出すことをサポートすると述べる規約はある
- サイト上には表示されている施設が現実には存在しなかった場合、
 - 掲載される情報の内容について、PFは(注意義務を負うことは認めていても)正確性を保証しない
 - 追加的なサービスを提供しないのであれば、内容の正確性についての責任を負うべきではないか？(一種のコンテンツ・モデレーション)
- PFの規約が本国の裁判所の専属管轄を定める事例あり

プラットフォーム・エコノミーと消費者紛争

- PFによるマッチング—距離のある主体を結びつける
 - 取引の成立可能性が拡大→社会的厚生が増大
 - 「距離がある」=社会的な関係が密接ではない→トラブルが発生した場合に、実効的な解決が困難
- 対処の方向性
 1. 距離が近いところに所在する主体に(補充的な)責任を負わせる
 - フルフィルメントサービス事業者を製造物責任の責任主体に追加(EU改正製造物責任ディレクティブ)
 - 不法行為責任と契約責任で相違があるか？
 2. 距離を超えられるような救済手段を創設する(設置させる)
 - PF上にODRの仕組みを実装
 - PFにコンテンツ・モデレーション責任

プラットフォーム・エコノミーと消費者紛争

- PFに何らかの対処を求める際の方向性
 - 事業者団体を通じた働きかけ、ソフトローは困難ではないか
 - 「場」の提供＝既存の事業者ではないという自己規定
 - グローバル企業が多いため、国ごとのソフトローには対応しにくい
 - 制定法があると、規約上も特別に対応する例が多い
 - 制定法に根拠を置き、具体的な内容はソフトローで類型ごとに具体化するという形式はあり得るのではないか
- (cf) 「信義則」を根拠にPFの義務を導いた事例
 - ヤフーオークション事件(名古屋地判平成20・3・28判例時報2029号89頁、名古屋高判平成20・11・11自保ジャーナル1840号160頁)
「本件利用契約における信義則上、被告[オークションサイト＝PF]は原告らを含む利用者に対して、**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を負っている**」