

第二百四回国 参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会会議録第五号

令和三年四月二十一日(水曜日)

午後三時六分開会

委員の異動

四月二十日

辞任

堀井 巖君

宮崎 雅夫君

川田 龍平君

岸 真紀子君

四月二十一日

辞任

加田 裕之君

補欠選任

馬場 成志君

加田 裕之君

石川 大我君

江崎 孝君

補欠選任

自見はなこ君

出席者は左のとおり。

委員長

理事

石井 浩郎君

進藤金日子君

本田 顕子君

山田 修路君

宮沢 由佳君

竹谷とし子君

委員

上野 通子君

太田 房江君

加田 裕之君

自見はなこ君

徳茂 雅之君

馬場 成志君

藤末 健三君

三木 亨君

山田 俊男君

石川 大我君

江崎 孝君

野田 国義君

福島みずほ君

伊藤 孝江君

安江 伸夫君

松沢 成文君

柳ヶ瀬裕文君

伊藤 孝恵君

田村 まみ君

大門実紀史君

宮崎 一徳君

佐藤 研資君

正木 義久君

徳彦君

染谷 隆明君

事務局側

常任委員会専門員

常任委員会専門員

参考人

一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長

全国消費者行政ウオッチねつと事務局長

弁護士

弁護士

本日の会議に付した案件

○取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案(内閣提出、衆議院送付)

○委員長(石井浩郎君) ただいまから地方創生及び消費者問題に関する特別委員会を開会いたします。

委員の異動について御報告いたします。

昨日までに、川田龍平君、岸真紀子君、堀井巖君及び宮崎雅夫君が委員を辞任され、その補欠として石川大我君、江崎孝君、馬場成志君及び加田裕之君が選任されました。

○委員長(石井浩郎君) 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案を議題といたします。

これより質疑に入ります。

本日は、本案の審査のため、三名の参考人から御意見を伺います。

御出席いただいております参考人は、一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長正木義久君、全国消費者行政ウオッチねつと事務局長・弁護士拝師徳彦君及び弁護士染谷隆明君でございます。

この際、参考人の皆様に一言御挨拶を申し上げます。

本日は、御多忙のところ御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

皆様から忌憚のない御意見を賜りまして、今後の審査の参考にいたしたいと存じますので、よろしくお願いたします。

次に、議事の進め方について申し上げます。

まず、正木参考人、拝師参考人、染谷参考人の順にお一人十五分以内で御意見をお述べいただき、その後、委員の質疑にお答えいただきたいと思います。

また、御発言の際は、挙手をしていただき、その都度委員長の許可を得ることとなっておりますので、御承知おください。

なお、御発言は着席のままです。

それでは、まず正木参考人からお願いいたします。

○参考人(正木義久君) 日本経済団体連合会、経団連でソーシャル・コミュニケーション本部長を務めております正木でございます。

本日は、取引デジタルプラットフォームを利用

する消費者の利益の保護に関する法律案に対する経団連の考え方を御説明させていただく機会を頂戴いたしました。誠にありがとうございます。

経団連ソーシャル・コミュニケーション本部でございますが、中西会長着任とともに生まれた部署でございます。消費者や投資家など、企業を取り巻く様々な方々とのエンゲージメントを結び、ウエルビーイングを実現するという使命を命としております。

デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会にも、経団連の会員企業でございます。プラットフォームの運営事業者のみならず、そこに出品する販売事業者、さらにはオンラインの取引を利用する消費者にとつて望ましいものを目指す観点から、私が経団連を代表して参画して、意見を述べてまいりました。

私からは、本法律案に賛成の立場から、本法案の意義と今後の課題について考え方を述べたいと思います。

本法案の意義は、第一に、オンライン取引を市場で行うものから市場で行うものへ転換させたこと、第二に、まずは事業者をターゲットに規範を形成することを明確にしたこと、第三に、官民協議会を中心としたアジャイル型のソフトローとしたことだと思っております。

第一の意義として、取引プラットフォームを市場から市場に転換したと申し上げた趣旨を御説明いたします。

近年、デジタルプラットフォーム取引は急速にその存在感を増しております。事業者や個人を含む様々な主体が様々な商品を販売でき、子供から高齢者までが買手となってポーターレスかつ簡単に参加できるオンライン取引の場となる取引プラットフォームは不可欠な社会インフラとなつて

ございます。とりわけ今般のコロナ禍においては、感染症の拡大を防止することが求められる中、非接触の巣こもり消費が急速に拡大しております。

この参加しやすさという特徴はよく広場に例えられてまいりました。様々な方々がオンライン上のプラットフォームに集まって低廉なコストで好きなものを好きなように売り買ひするのは、あたかも広場で行われるフリーマーケットのようなものだからです。その意味では、取引プラットフォームは広場の管理者程度の役割を果たすことが求められてきました。

その一方で、悪質な事業者や不慣れた消費者も参加しやすいため、プラットフォーム上における消費者トラブルが増加していることも事実でございます。悪質な事業者は、消費者にとっても、真面目に事業を展開するほかの事業者、そして取引の場を展開するプラットフォームにとっても、排除したい言わば共通の敵でございます。

そこで、多くのプラットフォーム運営事業者は、広場の管理者の役割を超え、利用者が安心して便利に取引できる環境を整備するべく、日々、様々な技術を駆使し、創意工夫の下、対策を進めていると承知しております。昨年八月には、複数の大手運営事業者が共同でオンラインマーケットプレイス協議会を設立いたしました。各社の自主的な取組状況を開示しているほか、消費者団体や消費者庁、経済産業省などの意見交換を行うなどしております。

もちろん、証券市場のように、上場するのにも厳しい審査が必要で堅牢なシステムに守られた市場のようにはまだまいりませんけれども、オンラインマーケットプレイス協議会という名称が示すように、広場で行われているフリーマーケットからは一歩進めて、売手、買手が一定のルールの下で安心して取引のできる市場を形成する取組が進んできた認識しております。

本法案は、こうしたプラットフォーム運営事業者を介する消費者取引の市場を公に認知し、公

正な取引の場として機能を発揮させること、適切なルールの整備を通じて安心して活用できるようにするものであると評価できるかと思えます。取引デジタルプラットフォームを広場から市場に変える画期的な法案として歓迎しております。

本法案の第二の意義は、まずは事業者をターゲットに規範を形成することを明確にしたことでございます。

さきに申し上げましたとおり、オンラインの市場は事業者も個人も参加できる場でございます。とはいえ、これまで一個人が売手となることを想定した市場法制は例に乏しく、議論の蓄積もございません。一方、事業者が市場の参加者としてのルールに服する例は数多くございまして、その知識から情報の開示請求権などを制度化することについては妥当かと存じます。

検討会の中でも、個人が売手となる取引を規律できるかについて検討いたしましたけれども、個人に対して事業者を前提としている行政規制を及ぼすのは困難であること、取引当事者のプライバシーの確保が難しいということが課題となりました。これは、取引デジタルプラットフォームを介在するかどうかにかかわらず、慎重な検討の上で扱うべき問題かと存じます。そうした意味でも、個人からではなくて、まずは事業者をターゲットとする規範から着手するのは妥当かと存じます。

本法案の第三の意義は、官民協議会を中心としたアジャイル型のソフトウェアとしたことでございます。

デジタルプラットフォームの健全な市場を整備していく上で重要なことは、第一に、プラットフォーム運営事業者の自主的な取組とイノベーションを阻害しないようにすること、第二に、企業がちゅうちよくなく消費者保護のための施策を講じられるようにそれを後押しすること、第三に、官民による情報や経験の共有とそれを踏まえた機動的なルールの策定や見直しが行われることだと考えております。

この点、本法案は、国の行政機関、プラット

フォーム運営事業者の団体、消費者団体等により構成される官民協議会を設け、悪質な販売業者等への対応を協議し、各主体が取り組むべき事項を協議することとなっております。

例えば、新しい技術を活用した取引方法、約款に当たる取引ルールの定め方、新たな手口で市場を荒らす者に対してどう対処するのかといったことについて意見交換をしたり、機動的なガイドラインの策定をしたりすることが期待されます。

最近の研究開発現場のトレンドは、親会社から下請に一方的に仕様を流して製品化するウオーターフォール型の開発ではなくて、試作品を作ってから試しに試してみ、その結果を踏まえてまた改良するアジャイル型の開発へと移っております。

市場草創期のデジタルプラットフォームにおいても、関係当事者の創意工夫を生かして変化のスピードの激しいデジタル分野で試行錯誤をしながらルールを形成していくためには、一方的、硬直的なハードローによるのではなくて、アジャイルなソフトウェアを用いることがびつたりだと思えます。

最後に、本法案の今後に残された課題として認識しております論点を三点述べたいと思えます。

第一の課題は、本法案第三条によれば、プラットフォーム運営事業者は、販売業者に対して、必要に応じて身元確認のための情報提供を求めることとなっております。また、本法案第五条に位置付けられました販売業者に係る情報の開示請求権が行使された場合、消費者が不正の目的ではなく一定金額以上の金銭債権の行使を目的としているのかなどをプラットフォーム運営事業者が判断した上で、第三条で確認した身元情報を提供する仕組みとなっております。

プラットフォーム運営事業者が入手する販売業者の身元情報は、中小零細の事業者にとっては開示される情報が個人情報と同等のものになることも想定されますし、また、特に海外の販売業者の場合、どのように真正性を確認すればいいのかと

いった問題もございまして。少なくとも国内の事業者について、どのような確認をすればプラットフォーム事業者としては十分な身元確認をしたと言えることができるか等、公的なインフラの整備、適切なガイドが求められます。

また、プラットフォーム運営事業者が販売事業者の身元情報を提供してよいかどうか迷った際に、意見を求めることのできる行政当局の窓口の整備や判断のためのガイドライン、事例集等の提供といった方策を講じることが必要になってまいります。

第二の課題は、国際的な法執行に向けた環境整備であります。

消費者が開示請求権を活用して販売業者の情報を得たとしても、その所在地が海外ともなりまして、一消費者が求償するのは至難の業でございます。今後増えていく国際的な消費者取引について、海外の消費者行政当局と連携を深めていくということが重要になるうかと思えます。

第三の課題は、悪質なレビューの問題でございます。

検討会でも議論され、経団連でも販売業者の方から何とかならないのかと相談の寄せられる問題でございます。検討会でも議論されましたけれども、自社が有利誤認、自社を有利誤認させるやらレビュー、競合他社等をおとしめるような誹謗中傷などは、事業者にとっても消費者にとっても有害なものでございます。

一方で、本来のレビューには表現の自由が保障されるべきでございますし、また、消費者による建設的な批評によって市場を健全化すると、そういう効果が期待されているものでございます。

検討会でも結論の出なかつたところであり、また、取引デジタルプラットフォームの範疇の枠外のオンライン取引全般に係る問題でございますけれども、今後の大きな課題だと認識しております。

終わりに、改めまして、デジタルプラットフォームを介する消費者取引が健全に発展して

いくことが重要であることを強調したいと思いま

す。本法案は、デジタル空間で、販売事業者、運営事業者、消費者の全ての当事者が利便性を享受しつつ、安全、安心な取引ができる市場を形成するための第一歩であると考えております。

具体的なもの一つの課題の解決には、本法律案に基づき設置される官民協議会や、冒頭御紹介したオンラインマーケットプレイス協議会での議論等を通じて、日々進化するデジタルプラットフォーム取引の実情に即した解決策が見出されていくことを願っております。このような議論も踏まえまして、主体的に消費者保護の取組を行っているプラットフォームこそが消費者から選ばれ、信頼されていくと考えております。

以上が今回の法案に対する経団連の見解でございます。

御清聴、誠にありがとうございました。

○委員長(石井浩郎君) ありがとうございます。

次に、拝師参考人をお願いいたします。拝師参考人。

○参考人(拝師徳彦君) 全国消費者行政ウオッチねつとの事務局長を務めております弁護士としての申します。

私は、元々、このデジタルプラットフォーム、以下、DPFと省略して言わせていただきますが、このDPFとかITとかの方面には余り詳しくくないんですけれども、今回、消費者庁がDPFと消費者との関係での規制をするということですので、他の消費者団体の皆さんとも一緒に勉強して、ウオッチねつととしてもDPF規制に関する意見を出させていただいております。意見の方は、事前に配付させていただいた意見書を御参照いただければと思います。

今日の私の話は、当日配付させていただいた一枚目の発言の骨子に記載してある順番に従って発言をさせていただきたいと思っております。

まずは、現在のDPF市場の課題について触れ

させていただきます。

このDPFの問題ですが、今、経団連さんからもお話があったように、コロナの影響もあって非常に消費者に近いものになっていて、非常に利用が拡大しているということで、大変身近な存在になっていくわけでありませうけれども、他方で、非常に分かりにくい問題だらうというふうにも思っています。その要因としては、そもそも仕組みの複雑さとか、その秘匿性とか、いろいろ要因はあるんだと思いますが、個人的には、やはりDPF事業者の責任とか役割の曖昧さに起因する部分が大いなのではないかというふうにも思っております。

この責任とか役割の曖昧さということですが、でも、要するに、トラブルが発生したときにDPF事業者がどこまで関与すべきなのか、あるいはどこまで責任を負うべきなのかというのが消費者にとってはよく分からないと。あるいは、トラブル予防、防止のためにDPF事業者が何をすべきかというのがよく分からないということ。しかも、現状は、トラブルが発生したときにDPF側の対応がまちまちであるという状況ですので、消費者からすると、DPF事業者がどのような立場にあるのか、あるいはどのような役割を果たすべきなのかという点についての認識が混沌としているんだらうというふうにも思っております。

この辺のルールをきちんと整理をしてDPFの役割、責任をしっかりと果たしていただかないと、消費者は、DPFで取引するときは、場合によつては、一か八かという、ひよつとするとんでもない業者に当たってしまうかもしれないという覚悟で取引に臨まなくてはいけないということになりかねません。そのようなことは本当にデジタル市場が健全に発展していくんだらうかという疑問を持っております。

次に、クレジットカード規制とDPFについて少し触れさせていただきたいと思っております。

もう十年以上前のことになりましたが、クレジットを規制している割賦販売法という法律の改正運

動に私関わったことがございます。平成二十年改正と言われる大改正につながった大きな運動でした。

なぜここでクレジットの話を持ち出すのかといいますと、クレジットとこの法案で対象になっている取引DPF、よく似た側面があるんだらうというふうにも思っています。すなわち、いずれも加盟店との提携関係を前提にするシステムであるということ、それから、取引のシステムそのものをクレジット会社あるいはDPF事業者側が構築して、そのシステムを消費者が利用することで事業が成り立つ、そういう仕組みになっていると、これらの点で両者の構造というのはよく似ているんじゃないかというふうにも思うわけです。

この平成二十年改正のときに、割賦販売法改正運動という消費者運動の際、日本弁護士連合会の消費者問題対策委員会のメンバーでイギリスに視察に行きました。なぜイギリスに行ったのかと申しますと、実はイギリスでは、クレジットカードについて、クレジットカード会社が何かあったときに連帯責任を負うと、そういう法的なルールになっていると。要するに、カードで買物をして商品に何か問題があったと、で、販売業者がきちんと責任を取ってくれないという場合にはクレジットトカード会社が補償をしてくれると、そういう仕組みになっているということなんです。ですから、イギリスの消費者団体の方は、消費者に対して、高い物を買ったたらクレジットカードを作った方が安心だよというふうにはアドバイスをするというふうにも聞きました。大変驚きました。

こうした手厚い消費者保護ルールが導入されている結果、イギリスではクレジットカードの利用が極めて盛んになっているというふうにも当時聞きました。クレジットカード会社が加盟店をきちんと管理し、消費者に対して法的な責任を負うことで、消費者団体までが言わば宣伝役となってカード市場が発達していくと、そういうことになっているわけです。

逆に、加盟店管理がきちんと行われずに悪質加

盟店が増えれば、消費者団体はカード利用を控えるように啓発することになると思っています。そうすると、カード市場というのは発展していかないだらうと、そういう関係になると思っております。

翻つて、このDPFの関係ですね、デジタルプラットフォームの関係についても同じだと思うんですが、DPF事業者が一定のルールの下でしっかりとその役割を担って消費者保護をやっていくということになれば、事業者も消費者も一丸となってデジタル市場の発展に力を注いでいくということになるだらうと思っております。逆にきちんとした役割を果たしていただけないということになると健全な発展にブレーキが掛かっていくと、そういうことになるのだらうというふうにも思っています。

ちなみに、我が国の割賦販売法の規制が十分なものかどうかというのはここではおくとしまして、この割賦販売法上の例えば加盟店調査義務であるとか、後で触れます加盟店情報交換制度、こういう悪質加盟店を排除するルールとか制度というのはそれなりに機能してきているというふうにも思っておりますので、今後の取引DPF規制においても参考になるのではないかとこのように思っております。

次に、本法案の評価について申し上げたいと思

います。今回審議していただいている法案は、私たちが本来求めているDPF事業者の責任、役割からするとまだまだ不十分な部分もあるのかなというふうには思っておりますが、少なくとも、例えば三条ないし五条においてDPF事業者の責任、役割を明確にし、消費者保護のために一定の役割を果たすべきことを求めているという点で健全なデジタル市場の発展に向けた大きな一歩であることには間違いなさだらうというふうにも思っておりますので、この法案については是非国会で成立させていただければというふうにも思っております。

以下、残された課題のうち重要と思われるものについて意見を述べさせていただきます。

なお、衆議院では既に十四項目にわたる附帯決議が採択されているというふうに向つております。これらについてはいずれも私も賛成の立場であるということをお願いさせていただきます。具体的な要望事項、法案の課題について申し上げます。

まず一つ目は、危険商品の流通について、これは法案の四条関係になるかと思えます。

残念なことに、現在のデジタル市場には、消費者の生命、身体を害するような危険商品であるとか、あるいは法に触れるような違法な商品が流通しているというふうに向つております。この点、今回の法案では、取引DPPF提供者に対して一定の要件の下で出品削除等の要請ができるというふうにされておりますので、一応の手当てをしているということになっております。

ただし、取引DPPF提供者が独自で危険商品等についての情報を入力するという場合もあり得ますので、そのような場合には、取引DPPF提供者から販売業者にきちんとその旨の情報提供をするように義務付ける必要があるのではないかなというふうに思っております。

また、危険商品の流通については、事業者対消費者、BTOCであっても、消費者対消費者、CTOCの取引であっても、速やかに対応すべき必要性の高さというのは同じだと思います。ですから、今回の法案ではCTOCの関係は入っておりませんが、まずはCTOCを取り扱うDPPF事業者についても押しなべて任意の協力には応じていただき、協力の協力をやはり応じていただけない、協力していただけないDPPF事業者というのがあるということであれば、次の見直しの際にCTOCの方も法律で取り組んでいくべきだろうというふうに向つております。

それから、(二)の悪質加盟店情報の共有についてでございます。現在のDPPF業界では悪質加盟店に関する情報共有システムができていないというふうに向つております。あるDPPF上で問題のある取引をしてい

る業者、当然ほかのDPPFでもやる可能性があるわけですから早急に排除してはいけないと思うわけですが、その情報がほかのDPPFの方に流れてこないということになると、あちこち転々とされて荒らされてしまうことになると思います。

ちなみに、クレジットカードの世界では、かつて任意の加盟店情報の交換システムがあったんですけども、余りうまく機能しなかったという経過がありました。このために、割賦販売法という法律できちんと法的に位置付けて、認定割賦販売協会という枠組みをつくって、これによる加盟店情報交換制度という形で制度化をしました。

DPPF業界についても、まずは官民協議会での検討事項ということになるかもしれませんが、ここできちんと検討してやっていただければそれでよいのかと思えますが、仮にDPPF事業者が自分たちでこのような仕組みを構築できないということであれば、やはり法律で、悪質加盟店情報について情報交換する制度をきちんと法的枠組みをつくって、法律がリードしていくことがあってもいいのではないかなというふうに向つております。

その際の要望ですけれども、適格消費者団体等、消費者側にも悪質加盟店に関する情報を提供できる仕組みにしたいと、有難いと思っております。

それから、(三)の不正レビューの関係です。先ほど経団連さんからも御意見がありまして、全く同じ意見でございます。

この消費者レビューについては、消費者からすると、単に商品購入の際に参考になるというだけではなくて、消費者が他の消費者のために正しい情報を伝えることで、消費者同士が協力し合いながら消費者の権利を実現していくという重要な意味合いがあるというふうに向つております。これがきちんと運用されれば、デジタル分野における消費者市民社会の進展にもつながっていくのではないかと期待をしております。

ところが、現在の消費者レビューは、先ほどもお話があったように、当該販売業者自身あるいはこれに指示された者が自社に都合のいい、あるいはライバル企業を追い落とすような書き込みをするということが横行していると聞いておりまして、非常に残念に思っております。

このままでは本当に優良な販売業者についての高評価のレビューも信用されなくなってしまう、正直者がばかを見るというようなことになってしまふおそれがあります。そういう状況になってきますと、そもそも正しい情報を記載しようという消費者もいなくなってしまう、消費者レビューがあたかもその代名詞というようにやゆされるという事態になりかねないというふうに向つて危惧しております。

こういうことにならないように、不正レビューについては厳罰をもって臨むべきだろうというふうに向つて思いますが、DPPF事業者も消費者レビューの適正性確保のために調査、協力する義務を負うべきだろうというふうに考えております。この点については、次の法改正を待たずに早急に検討していただきたいというふうに向つております。

それから、(四)ですね、外国執行当局との情報交換について申し上げます。

DPPF事業者の大手は国際的に事業を展開しておりますし、販売業者の方もしばしば国をまたいで取引するという状況になっております。このため、海外の執行当局が持っている情報を共有するというのも非常に重要だろうというふうに向つて思いますが、本法案ではこの部分について対応されておらず、国会に別途法案提出されている特商法、預託法の改正法案に実はこの点盛り込まれておりますので、通信販売の枠組みで海外の執行当局と情報共有することは可能なのであります。けれども、取引DPPF提供者が関係する情報については端的に本法に基づいて情報共有できる仕組みにしておいた方が直截でよいのではないかと、このように思っておりますので、行政処分の導入と併せて今後の

課題としておいていただければというふうに向つております。最後に、行政サイドの体制強化についてお願いがございます。

先ほどからお話に出ておりますように、デジタル市場が大きく進展しつつある中で、その実情をタイムリーに把握し、消費者保護の観点から対策を講じ、必要に応じてその執行をするという行政の役割はますます重要になっていくと思っております。

しかし、現実にはマンパワー非常に不足しているというのが現状です。この辺についての人的、財政的担当で、専門的人材の育成も含めてお願いしたいと思っております。また、地方の消費生活センターでそういう情報を吸い上げるということになりますので、こちらについても今まで以上に厚い財政支援、人的支援をお願いできればと思っております。

私からは以上です。

○委員長(石井浩郎君) ありがとうございます。次に、染谷参考人をお願いいたします。染谷参考人。

○参考人(染谷隆明君) 池田・染谷法律事務所弁護士の染谷と申します。

私自身は、以前、消費者庁において景品表示法に課徴金制度を導入する法案の立案を担当させていただきましたところ、先生方に大変助けをいただきました。そのような先生方に前に意見をさせていただきました機会をいただきまして、大変感謝しております。

さて、私はふだん取引デジタルプラットフォーム提供者と呼ばれる企業に対して消費者法のアドバイスをしているところ、ございまして、このため、実務については少しは分かるであろうということ、本日呼ばれたものと認識しております。本日は、一弁護士としての意見を述べたいと思っております。

まず、本法案の評価でございますが、本法案は、取引デジタルプラットフォームが介在する消費者取引の保護を促進する第一歩であるということとございまして、一定の評価ができるということに考えております。このため、私は本法案に賛成するものでございます。

一方で、衆議院で非常に多くの議論がされたとおり、幾つかの課題や残された解釈上の問題、積み残し課題があるように思われますので、条文ごとにコメントさせていただければと思っております。

先生方のお手元でございますオレンジの資料に基づいて説明させていただきます。

まず、四ページ目の二ポツ目を御覧いただければと思っております。

まず、定義関係についてでございますが、販売事業者等について意見を申し上げたいと思っております。販売事業者等に、販売業者等については、今後、消費者庁においてその認定基準を策定するというふう聞いていますところでございますが、その際に検討してほしいということについて申し上げます。

この販売業者等の認定基準につきましては、いわゆるフリマアプリの隠れBの判断基準にもなるものがございます、非常に重要なものであるというふううに理解しているところでございます。

現在の実務はどうなっているかというところでございまして、添付資料として一というもので特商法のインターネットオークションガイドラインというものを御配りしておりますが、実務上はこれが参照されているところでございます。しかしながら、その内容を拝見いたしますと、販売業者に該当するかどうかの例示といたしまして、年一千万円以上の売上げですとか月百万円以上というような要件があるところとございまして、かなりハードルが高いというふううに思っている次第でございます。

もちろん、これは平成十八年頃に作られたものでございまして、現在でも通じるのかということ

るはあるかと思ひますし、あくまで例示であるというふううに判断しているものでございますから、現在でもそのような基準なのかどうかということについては今後しっかりと議論をしてほしいというふううに思っている次第でございます。

さらに、第五条に開示請求というのが今回導入されたわけでございますが、開示請求はこれ民事請求でございます、民事上の請求権でございますので、最終的には裁判所が販売業者等かどうかということとを判断するわけでございます。

私の感覚からいいますと、裁判所は割と簡単に販売業者等を認定するのではないかとこのように思っているところとございまして、今後、消費者庁が販売業者等を検討するに当たっては、裁判所、司法の判断に堪え得るような基準を示していただきたいというふううに考えているところでございます。

その際に当たっては、官民協議会にCツーCのプラットフォームを入れることによつて実態を解明していただきたいというふううに考えているところでございます。

次でございますが、五ページ目の三条関係、努力義務について意見を申し上げます。

三ポツ目を御覧いただければと思ひます。非常に細かい議論で大変恐縮なんです、三条第二項には、プラットフォーム事業者が講じた措置については開示するものとするというふううに書いてあるんですが、この開示するものとするの解釈について意見を申し上げます。

三ページ目の消費者庁の法案の概要資料によりまして、開示について努力義務という言葉がありますので、努力義務のように考えているのかなというふううに思いますが、本当にそう読むべきかというところの問題提起でございます。

添付資料として資料の二の一、二の二というものを付けておりますが、これは法制執務に関する書籍の抜粋でございます、二の一につきましては内閣法制局の元長官が書いた本でございます。ここによりまして、するものとするというのは多

義的であるというふううに言われておりまして、多くはですが、しなければならぬと、何々をしなければならぬという法的義務の表現を弱めたものであつて、法的義務を定めたものであるという説明がされております。

一方で、先ほど多義的と申し上げたとおり、あくまで原理原則を定めたという読み方もあるというところとございまして、この点についての解釈は明らかにすべきではないかというふううに思います。

私個人の意見ということで申し上げますが、私個人としては、第一項の措置については、講ずるかどうかは努力義務、第二項については、講じた措置については開示しなければならぬという法的義務を定めたものであるというふううに整理すべきではないかというふううに思っております。

なぜかと申し上げますと、開示の措置につきましては、これは、デジタルプラットフォームが消費者保護のためにどのような取組を行っているのかということを開示することによって、消費者がデジタルプラットフォームを選択する情報を提供するという趣旨でございますので、その趣旨を貫徹するという意味から、又は条文上もそのように読めるのであれば、法的義務であるというふううに整理できないかというふううに考えている次第でございます。

さらに申し上げますと、若干厳しいことを申し上げるわけですが、第二項の内閣府令で定める事項というもののついては、第一項で講じた措置を講じない場合には開示するものとするというふううなことをもし内閣府令で定める事項で定めるのであれば、講じた措置について開示しないということになつてしまいますので、デジタルプラットフォーム事業者としては一生懸命一般消費者を保護する措置を講ずるのではないかとこのこと、プラットフォームに消費者保護のインセンティブを与えるという観点からですね、するものとする、開示するものとするということについては法

律上の義務であるというふううに判断するのが相当ではないかというふううに考えております。

この点、参考になるものとして、コーポレートガバナンス・コードというものがございます、これは、コンプライ・オア・エクスプレインというところで、遵守せよ、しないのであれば遵守しない理由を説明せよという考えが取られているところとございまして、こういった考えが参考になるのではないかとこのこととを申し上げます。

次に、六ページ目の停止等に係る要請、四条関係でございますが、ちよつといろいろ申し上げたいことがあるんですが、時間との関係で一点だけ申し上げます。

七ページ目、あつ、済みません、六ページ目に、要請の要件として第一項の、その安全性に係る不当表示があつたことというのに加えて、第二号といたしまして、販売業者がその表示を是正することを期待できないこととところが挙げられているところとございまして、しかしながら、この第二号というところが本場に必要なのかという点については、やや疑問があるところとございまして。

といいますのは、もちろん一義的には販売業者が特商法の適用を受けることであつて、デジタルプラットフォーム事業者については補完的な地位ではないわけとございまして、このような第二号の補充要件を設けるということについては理解できるかとございまして。しかしながら、安全性に欠ける表示が行われているのであれば、いち早く消費者被害を防止するという観点からは要請をすべきではないかというふううに考えている次第でございます。

したがしまして、第一号の要件を満たすのであれば、基本的には第二号も満たすというふううな形で事実上運用していただきたいというふううに思っております。

参考となる制度としては、資料に付けておりますが、薬機法の七十二条の五の第二項というもの

がありまして、これはその薬機法の、薬機法に違反する広告がある場合には厚労大臣はその広告の停止を要請することができるという規定でございますが、ここにはプラットフォーマー新法のような補充性の要件、第二号の要件はないところでございます。それは何でないかというところ、それは安全性に、消費者の安全性に関わることだからというふうに理解しているところでございます。

七ページ目の三ボツ目、④と書いてあるところについて申し上げますが、これも若干厳しいことを申し上げるつもりなのですが、もしデジタルプラットフォーマーが要請に従わない場合であっても、かつ一般消費者が要請に係る商品を購入して損害が生じたときには、デジタルプラットフォーマーについてはその損害賠償責任を負うべきではないかというふうに考えております。

参考資料として、チュッパチャップス事件というものをご添付していただいておりますが、これはどういふ事件かというところ、楽天に出店するたな子が商標権侵害をした表示をした、チュッパチャップスの商標権侵害をした表示をしたということで、チュッパチャップスがプラットフォーマーである楽天に対して商標権侵害を通知したと、かつ損害賠償請求をしたというものでございます。楽天においてはこれ速やかにその表示を削除したということ、楽天自体は損害賠償責任を負わなかったというところ、プラットフォーマーにおいてはこのような楽天のような対応をすべきであるというふうに思っている次第でございます。

こういった対応を促進する観点から、要請に従わない場合についてであって、かつ一般消費者に損害が発生した場合については損害賠償責任を負う場合があるという解釈を示すことが消費者保護という観点からよいのではないかとこのように考えている次第でございます。最後に、要請に従ったのであれば免責されるべきというところについても申し上げます。

次に、八ページ目でございますが、これは第五条の開示請求関係でございます。これも、開示した場合については免責されるという規定があるわけですが、その点について意見を申し上げます。

まず、第一項における開示対象となる自己の債権でございますが、その債権については、債務不履行に基づく損害賠償請求権だけでなく、不法行為やPL法に基づく損害賠償債権も含まれるものと解されます。そうすると、内閣府令で定める額を超えるものという要件があるんですが、その内閣府令で定める額の判断対象に含まれる損害額を超過するものは、通常損害、売買金額のような通常損害だけでなく、逸失利益や精神的損害も含まれるのではないかとこのように考えております。

しかしながら、精神的損害につきましては、これは裁判実務上おおむねの基準はもちろんなあるんですが、最終的には裁判官の裁量で決せられるところでございます。したがって、プラットフォーマーとしては内閣府令に定める額を超えているというふうに判断したんだけれども、結果として、裁判になつたら精神的損害が非常に低い額しか認められなかったということ、結果的に府令に定める額を下回ってしまったのに開示してしまったという場合があり得ると思っております。こういった場合についても、内閣府令に定める額の判断が不合理でない、著しく不合理でないということであるのであればプラットフォーマーは免責するということ、なぜここまで申し上げるか申しますと、その内閣府令で定める額の判断が難しい、また、販売業者等該当性の判断が難しいということになってしましますと、プラットフォーマーとしては、任意の交渉で開示するということを非常にちゅうちよするわけでございます。その場合どうするかということ、もう全て裁判所の判断に委ねるといことになるわけでございますが、そうしますと、裁判費用等も掛かるので消費者の利益にならない

というふうに思っているわけでございますので、プラットフォーマーが安心して開示できるように、また、開示するという状況というのは、販売業者がこれ特商法の表示義務を遵守していないという状況でございますので、そういったことも踏まえて開示しやすい環境を整備していただけたら大変有り難く思っている次第です。

次でございますが、飛びまして十ページ目でございます。先ほど来、経団連さんから、また弁護士参考人からも指摘があるところでございますが、不正レビュー問題について申し上げます。私としては、いろいろ課題があるところでございますので、まずは今できることを徹底してやるのはどうかということをお願いしております。

ステルスマーケティング、不正レビューというものにつきましては、基本的には二ツ類型がありまして、一つは成り済まし型、自分で表示しているのに第三者がそうであるという、第三者が表示しているかのように装うというものです。二つ目が利益提供秘匿型、つまり金を払ってレビューしてもらっているのにその関係を開示していないというものがあるわけでございます。対応していない法律としては景表法と不正競争防止法というものがありますが、景表法に関しては、消費者庁がこれ非常に頑張っているところでございます。

まず、成り済まし型については、真ん中のところにARSとかリュウセンとか書いていますが、成り済まし型については執行例がありますが、また、利益提供秘匿型につきましては、真ん中のところに機能性表示食品事後チェック指針というのがありますけれども、これ、こちらに考え方を示しておりますので、今後執行が期待されることとさせていただきます。

しかしながら、ステマの最も根本的な問題というのは、その利害関係がある、金を払っているという関係を開示しないところにあるわけでございます。この点、日弁連はステルスマーケティング

グについての意見書を出しているところでございまして、景表法の五条三号というものがありますが、その指定告示に、もしレビューをお願したときにその具体的な利害関係があるのであれば、それを開示しないのであれば不当表示になるという指定告示を定めるべきというような意見書を出しております。指定告示はこれは法改正不要でございますので、是非前向きに検討していただきたいと思っております。

次、不正競争防止法でございますが、誤認惹起行為というものがあるわけでございますけれども、誤認惹起行為というのはまあ不当表示のようなものでございます。で、不正の目的があつて誤認惹起をするときにはこれは刑罰の対象となるところでございまして、有名な例としてはミートホープ事件等がございます。

実務上その不正レビューを指南するコンサルティング等があるというふうにお伺いしているところでございますが、こういった方々に対しては、その誤認惹起行為を不正な目的で、かつ共同正犯ということで立件可能ではないかというふうに思っておりますので、是非前向きに考えていただければと考えております。

次でございますが、十一ページ目、大変駆け足で恐縮でございます。パーソナライズドブライシングというものも、これは積み残された課題としてあるわけでございます。パーソナライズドブライシングというものは、これ、個人データを活用するなどして個人ごとに異なる価格を提示するというものでござい

ます。経済学上様々な議論があるわけなんです、飛びまして十三ページ目ですね、規制すべきかどうかという点については、規制すべき場合もあるんだらうというふうに考えております。例えば、弱者に対してパーソナライズドブライシングが行われる場合ですとか、人種等のセンシティブ情報に付け込む、センシティブ情報を利用する場合ですとか、弱い状況に付け込むというような場合があ

り得るんじゃないかというふうに思います。規制のアプローチということで、十四ページ目に様々な手法を書いているところでございますが、消費者保護規制という意味では、情報提供をする、透明性を高めるということが重要ではないかというふうに思っております。その手法として様々なことは書いておりますが、消費法の三条の説明義務とか、景表法の五条三号の指定告示で書くとかという方法があるんじゃないかということをお願いしたいと思っておりますが、いずれにせよ、実態が余り分かっていないので、実態の調査が重要だと思っております。

最後でございますが、十五ページ目でございます。拝師参考人からも御指摘があったところでございますが、十分な予算と機構定員をお願いできればというふうに思っているところでございます。

本法案だけでも、指針の策定、要請、官民協議会、申出対応と様々な業務があるわけでございますし、また、モニタリングや政策の立案、海外当局等の情報交換があるわけでございます。なので、課長補佐、係長、係員のラインでは当然およそ無理でございますので、少なくとも課は無理でも室ぐらひはあるとよいのではないかとこのように思っております。

大変駆け足で恐縮でしたが、私からの意見陳述は以上でございます。

御清聴ありがとうございました。

○委員長(石井浩郎君) ありがとうございます。

以上で参考人の御意見の陳述は終わりました。これより参考人に対する質疑を行います。

なお、質疑及び答弁は着席のまま結構でございます。

質疑のある方は順次御発言願います。

○田村まみ君 国民民主党・新緑風会の田村まみと申します。今日はよろしくお願いたします。

今日は、お忙しい中、そして緊急事態宣言が発令されるかどうかというような状況の中、リアルでのこのような会議、多分お三方には相当驚きの場面だということに思われるかというふうに思いますけれども、法律の中での私たちのルールに従って、このような形で参考人の聴取になりましたことを御容赦いただきまして、御質問させていただきたいというふうに思います。

さて、私自身の少し経験をお話しさせていただきましたと、私は、いわゆるリアル店舗、実際の小売業の現場で働いておりましたので、今回のこの取引デジタルプラットフォームを利用する消費者利益の保護に関する法律案を読んで一番感じたのは、いわゆるリアルなショッピングモールやリアルな商業施設の中でのその管理者の責任とか、法律上は規定されていないけれども、消費者がその場でどのようなものを、その実際に購入した店舗ではなく、そのモールや商業施設を管理している人たちに求めるかということのギャップが一番、何でしようね、関心があるというか、そこが一番大きなポイントになるなというふうに考えて見ておりました。

もちろん、最初に正木様がおっしゃっていたとおり、このデジタルの社会が進んでいく中で、全てが規制されていくこの分野が発展しない、阻害になるような法律は、法律になるのは私も望んでおりませんけれども、消費者へのように資するかというところで、一点、正木様に質問させていただきたいというふうに思いますが、一番は、販売業者のその身元とか所在地だったり、要は何者かということデジタルプラットフォームフォーマーがどれだけ把握をしなければいけないかという認識、それが、先ほど拝師参考人からも話がありましたけれども、その定義だったり責任の所在が曖昧ということもありますので、そこが、今回業界団体ができたということもありまして、その辺りの認識をデジタルプラットフォーム事業者がどのように考えているか、そこをお伺いしたいというふうに思います。

○参考人(正木義久君) 田村先生、御質問ありがとうございます。

まさにご存じのとおり、この検討会のところで我々も深く議論したというか、非常に困りながらやっています。

先ほど陳述の中でも申し上げたんですけども、販売事業者、いろんな方がいらっしゃるんですけど、海外の方もいらっしゃる。それから、さっき隠れBというような話もありましたけど、いろんなタイプの方がいらっしゃる。

で、本人確認の手段というのがもし決まっていれば恐らく割と簡単で、この方法で確認しなさいということになっていけばいいということなんです。私なんか検討会の中では、例えば少なくとも日本国内の事業者であれば法人番号と商号というのは明らかになっているのでそれで確認するというのはどうですかというのを申し上げたんですけども、何らかのやはり公的インフラ等を整備していただけたら非常に確認の仕方としてはいいのかなと。

ただ、いずれにせよ、やはり個人ですとかいろいろなものが出てきますと、偽造の証明書などであっても判断が付かないと、それでの確認方法が不的確だということに言われてもなかなか難しいところがあると思います。どういう手段で確認したらいいとか、あるいは、どういふふうにして確認したらいいよということを今回の官民協議会の中でいろいろ話し合っていて、いい知恵を出していただいているのがいいんじゃないかなというふうに思っております。(発言する者あり)

○委員長(石井浩郎君) 田村まみ君。

○田村まみ君 あつ、ごめんなさい。

やはりそこを一つルールとして決めることでこの法律がもう一歩前に進むのではないかなというふうに考えております。この法律内で決めることなのか、経産省含めて、その事業者をどのように規定するかということは恐らく今後の課題になっていくのかなというふうに私も思っておりますので、引き続きまた御意見等々御教示いただければ

というふうに思います。

二つ目に、まず染谷参考人に御質問したいというふうに思います。

事前に配付いただいた資料でも私確認させていただいて、私も疑問に思っていたんですが、法案の四条のところなんです。

この四条のところの内容なんですけれども、これまで法律がない中で、消費者庁も様々な消費者からの訴えで対応してきた中で、今回は今までやってきたことの法的根拠ができたのではないかとこのように指摘で、私は正直、法律がなくても省庁がある中で努力でできることを書いただけで、何かこの規定することで前進をしたのかというのが素朴な疑問だったんですね。

なので、是非、この点についての解釈、進んだ部分や、もう少しこのようなところを規定しなければ、やはり今までの努力して何とか事案を解決できたり、ここまでしか解決できなかったところと変わらないうようなところ、この四条の効果ですね、その点についてもう少し詳しく教えていただければと思います。

○参考人(染谷隆明君) 田村先生、貴重な御質問をいただきました。誠にありがとうございます。

おっしゃるとおり、私が事務所のサイトに載せた論考のことを今おっしゃっていたたんじやないかというふうに思うわけでございますが、今回、要請だということ、行政処分ではないというところなので、従うかどうかは基本的には任意であるというところでございます。

じゃ、今までと何が違うのかというところでございますが、今までもその安全性を欠く商品につきましては、例えばその消費者安全法等に基づいて公表等が行われ、それによって商品を落とすことでございます。これによって商品が落ちると、事実上、危険な商品については事実上、省庁の方から御連絡があつて商品を落とすということが行われていたというところでございます。

これを後押しするという意味があるのに加えて、あと更に申し上げますと、プラットフォーム





その中で、デジタルプラットフォーム、どんなに重要なものかと思っておりますが、これも外国の企業が席巻してしまえば、恐らく将来ニューズなんか海外のデジタルプラットフォームを経由して見るような状況になったときに、その選択権とかが果たして我々どうなるかというの大きな問題だと思っております。その将来のデジタル著作権とかコンテンツに関する取引デジタルプラットフォームの在り方みたいなことについて、何か御意見あれば教えていただけないでしょうか。

○参考人(正木義久君) まずは、日本のコンテンツを日本できちっと作ってほしいところをまず頑張らなければいけなくて、今、日本の中でだんだん作っていけなくなっているところがまず問題だと思っております。

その上で、日本のコンテンツですと、当然、日本のプラットフォームから流そうというのがまず出てくると思いますので、そういう意味では、コンテンツを作る方々とそれからコンテンツを配信する事業者の方、その連携をうまくするということが、ちゃんとコンテンツの作り手の人に収益が回っていくというような仕組みをしっかりとつくるということが重要だと思えます。

○藤末健三君 先ほど申し上げましたように、今、具体名を挙げますと、「鬼滅の刃」というのが、あの映画がもう四百億突破ということがございますけど、あれ、恐らく世界で同じぐらい売上げがあるんではないかと言われていまして、アニメグッズというソニーの100%子会社が展開しているということで、恐らくコンテンツ産業も変わってくると思うんですよ、これから。

例えば、アニメは二兆円の売上げのうち一兆円が海外。あと、コミックも何と、昨年度で、昨年ですか、五千億円なんです、売上げが、漫画の売上げが。それぐらい強力な産業になりつつありますので、是非経団連中心にも議論をしていただき、かつ、やはり国産、国内の企業の育成という観点も含めたこういう消費者保護の議論もでき

ばと思っておりますので、その意見だけを申し上げます。私の質問を終わらせていただきます。

本日は、三人の参考人の皆様、ありがとうございます。

○宮沢由佳君 立憲・社民の宮沢由佳です。

三人の参考人の方々には、お忙しい中お越しいただきまして、ありがとうございます。大変勉強になりました。

その中で、私が大変懸念していますことが、成年年齢の引下げが一年を、一年前を切りました。大変こういったデジタルプラットフォームの利用者にも若年者が多いと思えますけれども、先ほどクレジットカードの話もありましたけれども、この今回の法案とその成年年齢引下げの懸念点について、三人の参考人から御意見をいただきたいと思えます。

正木さんからよろしくお願ひします。

○参考人(正木義久君) 成年年齢の引下げとの関係ということでございますが、確かに成年年齢の引下げによって、何と申しますか、取引そのものに慣れていない方が参入してきて、例えば先ほどのオンラインゲームなどでついつい課金が増えてしまうという問題について懸念はされております。

ただ、私、むしろ、自分の息子や何かと話をしていると思うんですが、若い世代の方は比較的メディアリテラシーを学校などでかなり一生懸命勉強している。むしろ、お父さん、お母さんの方が分かってないんじゃないのとよく言われることがあります。

なので、やはりシニア層ですね、この部分について注意をしなければいけない。これは消費者法全体の問題ですけれども、そこがむしろ忘れてはいけないところかなというふうに思っております。

○参考人(拝師徳彦君) 大変重要な御指摘、御質問ありがとうございます。

特にこのデジブラ、デジタル市場において若い人が非常に積極的に参加をされている。それ自

【参議院】

体はいいことだというふうに私も思うわけですが、一方で、詐欺まがいの商法、情報商材とかマルチとか、そういうものに掛かって、心の傷を含めて傷ついていくというような若者も現にいらっしゃるでしょうし、それから、成年年齢引下げに伴ってそれがまた飛躍的に増えるのではないかなというふうに懸念をしております。

ですから、一つは、その成年年齢引下げで対象になるような世代を中心に、消費者教育ももちろん大事なんですけれども、その人たちが何かあったときに気軽に相談できるような相談体制、なかなか消費生活センターに電話して予約してというのが慣れていない世代かなというふうに思っていますので、SNS等を通じてまずはそういうところにかなかなというふうな形をつくっていかないといいのかなというふうに思っております。

あとは、やはり懸念されるマルチ等の具体的な商法についてはより厳しい規制を掛けていかないとまずいのではないかなというふうに思っています。今はズームでのセミナーのようなものがあったり、そこに誘われてそのまますると契約に至ってしまうようなこともあるやに聞いておりますので、やはりそういう実態を踏まえた対応というのをとにかく早くやっていただきたいというふうに思っています。

○参考人(染谷隆明君) 両参考人の御意見とおおらかなと思っております。未成年の方というのは非常にメディアリテラシーが高い方が多い一方で、つまり、反対の方としてデジタルデバイスというものがあっても、若い方は非常にメディアに慣れていないというふうに考えている次第でございます。

ただ一方で、メディアに、オンラインに慣れ過ぎていくというところで、余りこう、場合によっては慎重さを欠くとか、又は知らない間に情報商材等を買っている立場にあつたかというふうな構造もあり得るのではないかなというふうに考えている次第でございます。

こういったことから、十分な予算を割いて消費

者教育又はメディアリテラシーの向上ということについては十分にやっていたきたいというふうに考えているところでございますし、また、消費者庁等もあの一八八というものがございまして、その窓口の周知啓発を日頃やっているかと思えますが、それを更に推し進めていただければというふうに考えている次第でございます。

○宮沢由佳君 ありがとうございます。

先ほど拝師参考人から、イギリスのクレジット会社が連帯責任を持つと、だからどんなカードが普及している、これすばらしい制度だなというふうに思いました。

この制度に対して、正木参考人と染谷参考人の御意見を伺いたいと思えます。

○参考人(正木義久君) ありがとうございます。おっしゃるとおり、クレジット会社については加盟店の管理をしっかりしている。ただ一方で、このコロナ禍でいろいろ、いろんな店舗がクレジットカードなりオンライン決済なりをどうして入れないんですかという、やはり手数料の問題などが上がってきたと思えます。

しっかりとした管理をするためにはしっかりと手数料をいただくというのがやはり仕組みになつてきまして、その分だけ、このオンラインの市場というのは非常にハードルが低いものですが、だんだんとハードルが上がってくるということになります。どの程度の、イチバカシジョウかと先ほど申し上げましたけれども、ハードルの上げ方を、その代わりきちんと管理するのと、そのやはり壁の高さといいますが、ゲートの厳重さという、そこを考えながら、良さを失わないようにしながら少し管理を高めていくということじゃないかと思えます。

○参考人(染谷隆明君) 御質問いただき、ありがとうございます。

加盟店という意味で申し上げれば、やはりイギリスの例は非常に参考になるなというふうに思いますし、また、そのプラットフォームの本人確認という意味で申し上げますと、デパートの例と

かよく言われておりますが、デパートのそのテナントが何を売っているかということは当然デパートは知らないことがあるわけですが、一方で、デパートのたな子が誰であるかということも普通通知しないということはある得ないということとでございますので、加盟店管理という意味では、今後いろいろ議論はあると思うんですけども、本人確認等を進めるといって是非積極的に検討していただきたいというふうには思っている次第でございます。

○宮沢由佳君 ありがとうございます。

それでは、拝師参考人に伺いたいんですけども、このネットで買物をするのは本当に、若い方々、特に子育て中のお母さん、出かけられないのでネットで生活必需品も買うけれども、例えばチャイルドシートとかそれからベビーカーなんかを買う場合もあると思うんですけども、こういった安全基準が本当はきちっとしているものだけれども、お古であるがゆえに少し壊れているもの、若しくは命の安全に関わるような、危険に関わるようなものが届いたとき、これは非常に心配になります。

こういった安全基準が元々はちゃんとあるんだけれども、CツーC、個人で販売する場合にそれがちゃんと担保できないようなことを大変心配になるんですけども、拝師参考人は何が必要だと、またどうしたらいいかと思われませんか。

○参考人(拝師徳彦君) 本当におっしゃるとおりだと思います、今回の法案ではBツーCということで、事業者についてはその責任を負って、くれという形になっているわけですが、CツーCの部分も外れていて、フリマ等で入手した場合に情報が漏れてくる可能性があるわけですね。

それについては私も非常に懸念しております、それで、先ほど申し上げたように、取りあえずは任意の協力は同様に求めていくべきだろうというふうには思っています。具体的には、Bの販売業者に対してそういう情報を流すときには、C

ツーCのDPPFの方にも御協力をいただいて、そういう商品が流通されない、あるいは流通してしまつた場合に買った側の消費者に対しても情報が行き渡るようなことをきちんと官民協議会で議論して、それに従っていただくという必要があるかなというふうには思っています。

○宮沢由佳君 ありがとうございます。

今回の法案は消費者の利益の保護に関する法律案という名前が付いていますけれども、これ、消費者のためのものか、若しくは出店者のためのものか、業者のためのものか、綱引きのように思われましても、でも実際のところはどちらにも利益があるようにしっかりと管理、しっかりとした信頼性を担保することで、利用者、消費者も安心してレビューを見ながら、そのレビューが正しいという前提の下でお互いに盛り上げていくというのが本当は理想ではあるのかなと思っております、やっぱりこの事業者の自主的な取組、これに大変期待するところであるんですけども、この自主的な取組についても一度御意見を三人の参考人に伺いたいと思っております。

○参考人(正木義久君) 事業者の自主的な取組、この法案のやはり議論の過程で、自主的な規制というのは何だろうということも事業者さん同士で話し合つて、オンラインマーケットプレイス協議会というものができました。まだ十社ですけれども、なるべく横並びで自分たちのやっている個人、消費者の方を保護するための措置を比較できるようにということでも開示などにも取り組んでいただいております。

是非この枠組みを広げて、いろんな方がそういう協議会に入つて自ら開示をする。こうやって、おてんとさまの下でもう真つ当な販売をしているのがこの人だというのが分かるようになって、それが消費者に知られるようになれば、そこに入つていない人がアンダーグラウンドだということになるかと思っております、是非こういう取組を広げていただきたいと思っております。

○参考人(拝師徳彦君) 今、経団連さんおつ

しゃつたような形で自主的な取組が進んで、消費者保護にどんどん資するようになっていただければと思います。

他方で、やはり今の時点でもうかなりアンダーグラウンド的なDPPFであるとか販売業者というのがあることもある程度把握はできているわけですから、本当であればやはりそこところは、きちんとやっている事業者さんも行政処分を含めた厳しい処分に賛同していただいで規制を掛けていくと、自分たちは当然そこには引つからなくてアウトローだけが引つかるというのが私は理想かなと思つてはおりますが、こういう形で官民協議会の場合ができて、業界の方も新しく業界団体をつくつて頑張つてやつていこうとおっしゃつて、現に動き始められていることですので、まずはそれをきちんと見ていって、頑張つていただければというふうには思っております。

○参考人(染谷隆明君) 両参考人と全く同じでございます、消費者保護の取組というのは、これはある種、競争の手段でございます、消費者保護が非常に充実していればするほどやはり消費者はそのサービスを使うという関係にあるというふうに考えております。

したがって、今後、官民協議会ができるわけですけれども、事業者の創意工夫による消費者保護のアイデアというものを次々と出していただいで実施していただきたいというふうに思っております、また、官民協議会でそういった重要な議論がされるということになりますから、官民協議会の議論につきましては、なるべく透明性を持って、いろんな方が参照できるようにしていただきたいというふうに考えている次第でございます。

○宮沢由佳君 では最後に、拝師参考人と染谷参考人に質問させていただきたいんですが、お二人とも御意見の中に、人的また財政的手当が必要だということも強調されていまして、その点について詳しく教えていただきたいと思っております。

○参考人(拝師徳彦君) ありがとうございます。人的な手当については、先ほど染谷参考人の方も、まあ、せめて室でもということでしたけれども、やはりここはきちんと管理していただいで、相当ボリュームが大きい世界ですのでトラブルもそれなりにあるという中で、きちんとそれが把握できるような体制を整えていただきたいというふうには思いますし、それから、この分野、非常に専門性の高い分野ですので、そういう人材がきちんと行政の担当部署の方に入ってくるように、あるいはそういう人材を育てられるような形で、人的な体制整備というのも考えていただければというふうには思っております。

○参考人(染谷隆明君) 今、拝師参考人が申し上げたことに付け加えることはもうほほいんですけども、やはり、先ほど申し上げたとおり、非常にやるべきことが多いです、今回の法案というのは本当第一歩でございます。

非常に集積された課題があるわけでございますし、さらには海外の執行の話もあつたかと思つたのですが、海外にもいろんな、それぞれの法域に応じた規制があるわけですので、海外の法令を調査する必要があるでしょうし、情報交換もする必要があるのでございます。

したがって、そういった観点から、相当の専門的な人材でないとなかなか務まらないと思つたし、相手方も、FTC、例えばアメリカであれば専門部署があるぐらいでございますので、そういったところとやり合うという関係も必要でございますので、そういった観点から、やはり十分な予算と機構、定員、少なくとも室は必要なのかなというふうには思っている次第でございます。

○宮沢由佳君 ありがとうございます。

質問終わります。

○委員長(石井浩郎君) この際、委員の異動について御報告いたします。

本日、加田裕之君が委員を辞任され、その補欠として自見はな君が選任されました。

○安江伸夫君 公明党の安江伸夫です。

今日は、三人の参考人の皆様、お忙しい中、本当に貴重な御意見をいただきまして、誠にありがとうございました。

早速ですが、質問させていただきたいというふうに思います。

まず、正木参考人にお伺いをしたいというふうに思います。

言うまでもなく、デジタルプラットフォーム、非常に社会的に大きな影響力を持つ存在となっております。本法案で対象になっております消費者を保護していくという観点もそうですし、それ以外にも、やはり取引の適正性という問題、コロナの関係で話題になったことといえば、転売ヤーの問題などもございました。価格がねじ曲げられてしまう、あるいはマスク、消毒液、こういったものが市場から消滅してしまう。こういうようなあらゆる問題に対してデジタルプラットフォームの提供者の皆様には御対応いただかなければいけないというふうに思っております。

そこで、質問でございますが、今後、取引デジタルプラットフォーム提供者の皆様への社会的責任についてどのようにお受け止めなのか、端的で結構ですので、お答えいただければと思います。

○参考人(正木義久君) 裁判所のレベルでも既に、時宜に即した、ユーザーに対して相応の注意喚起をする義務というのがあるということになってございます。

先ほどマスクの転売の問題おっしゃっていただきました。ここをまさに我々、いろんな、特商法の方でも議論してきたわけなんですけれども、じゃ、一体幾らだったたら高額転売なのかというのが結局分からなかったので転売そのものを止めてしまったというのがこの前の一回目の緊急事態宣言のときでございました。今度、官民協議会というのができますので、例えば、この時点で一枚百円を超えたらさすがにおかしいだろうとか、何か

そういう基準がもしあれば安心して、それを越えたら転売させない、それ以下だったら転売してもいいというようなものになると、非常にプラットフォームとしてやりやすくなるということだと思います。

社会的責任というのは大きくなってきているというのはデジタルプラットフォーム自身も自覚しているところですので、先ほどの自主的規制も含めてどんどんやっていきたいというふうに考えていると思います。

○安江伸夫君 ありがとうございます。

続けて正木参考人にお伺いいたしますが、先ほどの冒頭の御説明の中で、三点にわたって本法案の評価をいただきました。そのうちの二点目で、まずは事業者を対象としたという点を挙げていただきました。一方で、Cツールの取引についても、やはり規制の必要性がずっと指摘されているところでもあります。

このCツール、将来的なものも含めて今後どのように規制していく必要性があるか、そのお考えをお伺いできればと思います。

○参考人(正木義久君) 検討会の中でも、Cツールはもう実は夏の論点整理のところでもまだ何とか何かなできないかということをやっていたところだったんですけれども、結局、個人に対しての特商法等のその行政法規違反、例えば店名の公表みたいな措置というのが個人に対してできないというところ、民事上の救済、念頭に置いても、取引当事者のそのプライバシーの確保の部分ですね、ここがやはり難しいと。

Hアニングの中で指摘されていたんですが、若い女性が好みそうな洋服等を購入した消費者が服が破れていたと行って主張してきたといったときに、売主は学生街のワンルームのアパートだということその住所知らせていいのとか。デジタルプラットフォームの方にこれを判断しろというのはなかなか難しいということでございます。やはりそれは売手、買手とも安心して活用できるような、場の提供者がちゅうちよく消費者保護

措置をとれるような、そういう仕組みをよく検討して、何か間をつなげると、匿名性を保持しながらできるということがあれば規制としてできるということだと思います。

○安江伸夫君 ありがとうございます。

またそこで、もう一つ関連して正木参考人にお伺いいたしますが、今回の法案第五条に販売業者に係る情報の開示請求権が定められているところでありまして。この点に関して、先ほども、やはり情報を開示する場合、個人情報等に係るような部分も場合によっては出てくる、この開示にやはりためらうことがあり得るではないかということが御指摘としてありました。

この点につきまして、例えば第四条の商品等の出品の停止につきましては免責規定が明示的に置かれていたわけでありまして、他方で、この第五条には免責規定が明示的ではないと、解釈の余地があるということでありまして、その辺り、事業者の皆様と与える影響があるか、お考えをお聞かせいただければと思います。

○参考人(正木義久君) まさに、その販売事業者の方は当然情報を出さなきゃいけないわけですけども、そのデジタルプラットフォームの方がその情報を出していいのかわからないのが今回デジタルプラットフォームの方に委ねられておりまして、適正手順というの踏まなければいけないということになってございます。

ただ、その内容の確認の仕方というのがこれだけののと、本当にこれ出していいのかわからないのかと、本当にこれ出している方が本当は有り難い。少なくとも、官民協議会でまずガイドラインのようなものを作って、これに準拠しているからこれは情報を出していいんだという、だんだんそういうルールができてくるといいなというふうに考えております。

○安江伸夫君 ありがとうございます。

それでは、続いて拝師参考人にお伺いをしたいというふうに思います。

費者の声を代弁していただいておりますことに改めて感謝を申し上げます。

先ほどの冒頭の発言の中で、一定の評価を本法案についていただくと、今後の大きな課題ということで要望事項を何点かいただきました。

その上で、この法案に関しまして、とりわけ第三条ないし第五条のこのそれぞれの規定について運用上留意してほしい点あれば、何点かお伺いできればと思います。

○参考人(拝師徳彦君) 運用上の留意点ということですが、先ほど申し上げたように、まだ、Cツールを含めてですね、そもそも対象から漏れている部分がありますので、これについては対象から漏れていても基本的には同じような協力をお願いしていくと、で、その反応を見ていくという形でお願ひできればなというふうに思っております。

あとは、情報開示の点ですけども、D P F側で判断がいろいろと難しいというのとは分かりますが、やはりなるべく真实性、実態をきちんと把握していただくということは取引に入っていく上で当然のことだろうというふうに思っていますので、府令を定めてそれをまた運用していくのだからと、府令を定めてそれをまた運用してはなるべく幅広く開示の対象を定めていただきたいと思います。それから、経団連さんおっしゃっていたように、現場現場で若干判断に迷うようなことがあるかもしれないので、少し広めに、バスケット条項的に運用できるような府令の定め方をさせていただいて、実態に合わせた開示の積み重ねをしていただいて、それをまた規範化していくというようになことがお願ひできればいいかなというふうに思います。

あと、対象になる金額で裾切りをするということですので、その金額が非常に重要になるかと思いますが、先ほどから話に出ていますように、かなりこのコロナ禍でD P F取引の利用が広がっております。一般の消費者の方がふだんの生活で

使うようなものをスマホで簡単に入手できるという事になっておりますので、その辺の実態を踏まえて、金額についてはそれなりに低廉な額に定めていただかないとちよつと関係ない世界の話になつてしましますので、そこはお願いしたいなというふうに思います。

以上です。

○安江伸夫君 ありがとうございます。

いずれにしても、やはりこの今後の実態の把握、この運用状況というのはしっかりと注視していかなければいけないというふうに感じました。

済みません、次は染谷参考人に続いてお伺いしていきなさいというふうに思うんですが、染谷先生の方で、この三条の関係で、やはりこの具体的な指針についても言及をされておられたかなというふうに思います。すなわち、大企業あるいは新規参入問わず一律にこの規制を掛けていくという点で、真に、余りこの指針のハードルを高くしてしまつと新規参入の壁になつてしまつというふうな論考も拝見をいたしました。絶妙なバランスを図っていく必要があるというふうに記載があったかというふうに思いますけれども、この指針の在り方について、染谷参考人の方で御意見があれば是非お聞かせいただければと思います。

○参考人(染谷隆明君) 御質問いただきました。ありがとうございます。

指針については、やはり今回は全ての取引デジタルプラットフォームが対象であるというところでございます。すなわち、商品、サービスの通信販売はもとより、大企業、中小企業、売上げの多寡は問わないというところでございます。全てのプラットフォームに掛かるといふものがございますので、何というんですかね、自主的取組という意味では、やはり事業者の、やっぱりそれはそれぞれのレベルがあるというふうに思っている次第でございます。

そういった中、中小企業のプラットフォームにもう極めて大企業のデジタルプラットフォームと同等の消費者保護の施策をせよというふう

に言つてもなかなか難しいところがあるのかなというふうに思つておりました、今委員がおつしやつていただきましたとおり、絶妙なバランスが必要なのではないかとこの論考では書いた次第でございます。

他方で、やはり今の世界では、やはりそのプラットフォームを經由して買物をしないということとはなかなかないところがございますので、やはり消費者保護の取組という意味では、消費者が安心して買物をするという意味では大変重要なところでもございますし、また、取引デジタルプラットフォームという意味でいうと、その出店者から基本的には手数料を取っているという関係もあるわけでございますから、消費者が安心して買物ができるように、具体的な内容はなかなか今こゝでは申し上げることができないんですが、ワークするような内容にしていきたいと思つておりますし、官民協議会でその点について協議していただきたいというふうな思つておる次第でございます。

○安江伸夫君 ありがとうございます。

続けて染谷参考人にお伺いしたいと思つておりますが、またその三条の指針の関連で、今日のレジュームにも、ODRのような紛争解決のための措置も明示すべきだということで、私も全く同意する点であります。

このADRやこのODR、こうしたものをきちんと明示していくことの意義について、染谷参考人のお考えを改めてお伺いできればと思つております。

○参考人(染谷隆明君) ありがとうございます。

このレジュームの趣旨といたしましては、三条第一項の柱書きに取引の適正化及び紛争解決の促進というふうな書いてあるわけですが、紛争解決そのものについての事項については、一号、二号、三号には書いていないというところがございますので、指針の中には紛争解決に係る事項を記載していただければということで記載させていただいた次第でございます。

ここでODRについて言及させていただいておるわけでございますが、やはりそのデジタルプラットフォームを利用した消費者取引というのは、一つ一つの金額は非常に低廉でございますし、なかなか、弁護士の方にお願ひして裁判をするというのも非常に大きな負担が掛かるところでございます。したがって、ODRというような形で低廉な金額で紛争解決するという点についても一つの方法であるというふうには考えている次第でございます。

他方で、実務上ワークしているODRはどういうものかというふうに言われると、人材面ですとか又はODRを運営する財政面というところでは様々な課題があるところがございますので、どういった紛争解決が適切なのかということにつきましては官民協議会で引き続き議論をしていただきたいというふうな考えている次第でございます。

○安江伸夫君 ありがとうございます。

最後にもう一点、染谷参考人にお伺いしたいと思つておりますが、今日のレジュームにも書いていたおの要件の関係で、四条の関係で、表示要件と不表示の要件の両方があることを御指摘いただき、衆議院の方でも議論があった点であるというふうな承知をしております。時間の都合で先ほどお話をされなかつたかというふうな思つておりますけれども、この点の問題意識を端的に御紹介いただければと思つております。

○参考人(染谷隆明君) ありがとうございます。

基本的に、衆議院の方で出ました大臣の答弁につきましては、そのメリットの事項を強調することによってメリットを表示しないということによってデメリット事項が存在しないかのような場合については表示に該当するといふ解釈を示したものでございます。

これにつきましては、景品表示法の解釈と全く同じでございますので、表示要件を要請の要件にするのであればこれは賛成でございます。しかしながら、今申し上げたとおり非常に認定が迅速でございまして、メリット事項を強調することに

よつて、かつデメリット事項を表示しないでデメリット事項が存在しないかのような表示で初めて安全性を欠く表示という話でございますので非常にまどろっこしいというふうな個人的には思つておりますし、景表法の考え方も、表示しないということについては原則は表示には該当しないというところでございますので、私個人としては、表示に着眼した要件というよりは、商品の安全性を欠いているという、その性能そのものに着眼した要件とすべきなのではないかというふうな思つておるわけですが、今回はあくまで要請なので、余り法律要件をぎりぎり詰めるのもどうかというふうな考えております。

一方で、今後行政処分を入れるということであれば、これは取消し訴訟等で争われるおそれもありますので、消費者庁が安心して行政処分をするという意味では、表示要件よりは性能に着目した要件に見直すべきではないかというふうな、将来の課題としては思つております。

○安江伸夫君 貴重な御意見をありがとうございます。

以上です。

○松沢成文君 日本維新の会の松沢と申します。

今日は、三人の先生方、もうコロナ禍で大変な状況の中、参考人として御出席いただいて、ありがとうございます。

今までお話を聞いていて、やはりこの法案でやっぱり足りなかつたなと思つるのは、Bツールの取引だけを対象にしてCツールが入らなかつた。今フリマアプリなんかほとんどできてきて、やっぱりCツールの取引でのトラブルというのも相当多くなつてきていますよね。ただ、このCツールの市場がうまく発展すると、私は、無駄なものも眠つておる社会から有効利用される社会になつて、ごみも減つていくんじゃないかなと、究極な話。そんなところまで影響あるんじゃないかなと思つておるんですが。

これ、今回の法案で、いわゆるCツールの、こ

の出品する側のCの中でもかなり組織的にやっている隠れBがいるんじゃないかと、その隠れBをどうやって線引きして探し出すか。例えば、反復継続して販売を繰り返していたり、あるいはかなりの金額をそういう組織的にやって稼いでいたりするのは、完全にこれCというよりもBの部類に入ると思うんですけども、最終的には裁判所が判断すると先ほど染谷先生おっしゃっていました。この線引きのときの何か条件というか、こういうのをやっていたらやっぱりBでしょうか、こういうなところは、三人の参考人の先生方、どこにあると考えますか、どの辺にあると。それ難しいんですかね。

○参考人(正木義久君) いや、まさに先生のおっしゃっていただいたとおり、反復継続して組織的にやっているということなんですけれども、その売上げをどこに立てているかということですね、一つは。

例えば、ある会社の社員が個人の名前でやっていますと、だけどその売上げは実は会社に入っていますと、そういうことであれば、それは把握できるというふうに思います。組織でやっているということだと思えます。個人名を使っているだけでということだと思えます。そういう一つ一つの事例をよく積み重ねると。

官民協議会というのが今回良いところは、そういうところの秘密の、守秘義務を持ちながらお互い情報交換できると。ああ、おたくにもそういう人がいましたかと、うちでもこの人がどうも何か市場を荒らしているようなことをやっているという情報交換ができるという仕組みになってございますので、その中で、やはりこの人はCのように見えるけれども隠れBであるという話になればBとして扱うということができるようになるのではないかと、というふうに思います。

○参考人(拜師徳彦君) 非常に難しい問題だと思います。そもそも、本場にきれいに概念上線引きできる

かという問題があると思っております。今フリマ等を利用される方って、本業では会社勤めをされながら、副業で、まあ数万でもいいからというところで収入を得るためにやられるという方もいらっしゃると思うんですけども、じゃ、その方ってBになるのだろうか。じゃ、数万だと、一定、収入が高いから、しかも継続性という意味ではあるから、じゃ、Bに入るのかなという気もしますけど、じゃ、大学生が、お小遣いちょっとだけ稼いど、数千円たまに稼きたいなというときに身の回りのもので要らなくなった服などを出していくと、その場合はどうなのかということになると、かなり微妙なラインになってくるのかなというふうに思います。その大学生もちょっと継続的にやっているとBになりにかかないということなんですけど。

まあ一般的にはそのぐらいだったら普通の消費者でもやるんじゃないというラインで、本場にここで線引きというのは難しいので、やっぱり若干高めのラインでBのラインは引くしかないのかなという気はしていますが、他方で、それだけ頻繁に取引する大学生、一消費者とはいっても、場合によっては相手の消費者に迷惑掛けるようなこともあり得るということですので、その際のやっぱり責任、ルールについては、きちんと本人に納得してもらった上で理解をして取引してもらおうような情報の開示とか、事前にそのことをきちんと了承してもらった上で取引に臨んでもらうようなこととはもうちょっとしっかりやってもいいのかなというふうには思っています。

○参考人(染谷隆明君) 同じく大変難しい問題だと思っております。そもそも販売業者というものにつきましても、営利目的を持って反復継続的に販売するというところがございます。

それにつきましては個別具体的に判断するということもございますけれども、例えばでございますが、私が聞いたことあるのは、これはちょっと非常に安易な例なんですけど、フリマアプリで販

売したお金を振り込む口座が括弧力、何々会社と書いてあるという、どう見ても会社の口座に振り込むというような事例は当然アウトというのは決まっていますね。

あとは、やはりフリマアプリの業者としては、何品出品して、かつ同種の商品なのかどうか、同じような商品を例えば出品しているのであれば、それは販売ヤーのようにも思えますし、事業者のようにも思えるということですので、同じような商品を出品しているのかですか、何品出品しているのか、それに対する売上げが幾らなのか等々の事情から総合的に考慮してラインを引くしかなければいけないというふうに考えています。

そのほかには、複数アカウントを禁止しているというのが通常のフリマアプリでございます。なぜかという、複数アカウントを持っていると、複数の、同一人物が複数アカウントで出品することによって、その隠れBを更に潜脱するというようなことが行われてしまうためでございます。

なので、同一アカウントなのか、実際には同一アカウントなのかどうかという判断の上では、その何か、メールアドレスが同じなのかとか、IPアドレスが同じなのか、端末情報が同じなのかというような情報を取っているところでございまして、こういった情報の積み重ねでBなのかどうなのかということを検討することになるのかなというふうには思っています。

○松沢成文君 ちょっとこれから個別具体的なケースについてお聞きしたいので、弁護士の二人の先生に御意見いただきたいんです。

例えば、本をアマゾンで売ると。そのときに、売りたいから当然レビューが出ますよね、まあレビューは今対象になっていませんけれども。このときに、アマゾンがDPF事業者ですと。それから、本を出版している出版社がこの販売者だと思えます。でも、そこには著者がいるわけですよね。じゃ、著者がその出版社と結託して、この本はすごい本だからみんな読んでねって、み

んなたくさんレビュー出せとか、あるいは敵対的な本を攻撃したりですね、こういうことを結託してやった場合には、この著者もこの法律に触れるということになるとお考えですか。

○参考人(拜師徳彦君) まず、前提として、そのレビューが虚偽の事実を、虚偽内容であるという前提であれば、共同不法行為という形で当然、著者の方も虚偽のレビューについて、まあどういう形でか分かりませんが、協力するということがあれば民法上の不法行為が成立するだろうということはあり得るんだらうと思えますが、違法というのはどの法律についての。(発言する者あり) じゃ、済みません、ちょっと先に。

○参考人(染谷隆明君) お答え申し上げます。今回の法律で違反するかという意味でいうと、直接は違反ということはないのではないかと、ふうに思っております。まあ強いとすればですが、三条一項第二号にプラットフォームにより提供される場における表示についての苦情があったときには調査しなければならぬというふうになっておりますので、このレビューはステマであるというふうなことがもし苦情があったのであれば、今の例でいうとアマゾンは調査していただくということになるのかなというふうに思います。

○松沢成文君 もう一つちょっとケースの質問をしたいんですが、ふるさと納税の仲介事業者として、さとふるとか、ふるさとチョイスとか、こういうオンラインでやっているところがありますよね。ふるさと納税は、一般の人がすぐ返礼品を直接選ぶんじゃないかと、結局、寄附税制をした人が、その動機としてこの返礼品を探しながら寄附税制するか決めるわけですよね。ただ、これは、やっぱりネットを使って返礼品を展示してですね、それで選んでもらうという意味においてはこのDPF事業者になるんじゃないかと、ふるさとチョイスとかね、この辺が。ただ、難しいのは、この返礼品をその市場に、市場にというか、ネットに出すのが地方自治体、そしてその品物自

体を出すのはその地方自治体に返礼品として認められた生産者です。ね、牛肉とか。

実は、ふるさと納税のこの返礼品のチョイスも結構トラブル多いんですよ。例えば、ネットで見て、こんな立派な牛肉だったのにちんけなものしか送ってこなかったとか、文句多いんですよ。だから、これはやっぱり寄附税制の中でのその返礼品のチョイスだから、この法案は関係ないんですよ。これ、その辺はどうでしょう。

○参考人(染谷隆明君) 御質問いただきまして、ありがとうございます。

今回の取引デジタルプラットフォームの定義といたしましては、その通信販売の場を提供するというところがございます。したがって、通信販売というのがその商品又は役務を販売するというところでございますので、商取引を行っているというところでございます。

一方で、ふるさと納税という意味でいいますと、それは寄附をしていると、ということなので基本的に取引ではないのではないかと。もちろん、その返礼品目的でやっているかもしませんが、けれども、法的には取引ではないのではないかと。いうふうには思っている次第でございます。

また、委員御指摘のとおり、ふるさと納税の返礼品にその不当表示等が多いということについては私も理解しているところでございまして、ちよつと記憶ベースで大変恐縮なんですけれども、調べてくればよかつたんですが、ふるさと納税でA5の牛肉というふうに表示して、実はA4だったと。これはおしくない、A5のはずがないというところで、そのふるさと納税がきっかけにそのふるさと納税の返礼品を納入している事業者が不当表示を行っていたことが発覚しまして、これ、たしか地方自治体だったと思えますけど、地方自治体が景表法に基づいて措置命令を行ったという事案については認識している次第でございます。

○松沢成文君 最後に、じゃ、もう一つ、染谷先生に。

これ、インターネットでの個人輸入で海外のものを輸入する場合に、もちろん、販売業者は海外にいるんですよ。ただ、何か輸入代行業者というのでもいて、この輸入代行業者が、向こうの販売業者がなかなか消費者は分からないと。でも、この個人輸入をうまく使って違法なものがかなり輸入されちゃっているんですよ。例えば、葉機法で、先ほど先生、禁止されている電子タバコとかニコチン溶液とか、こういうものはやっぱり海外が絡むから今回の法律では規制はできないんですよ。今後、だから、国際的なこのオンライン取引の何かルールみたいなのを、普遍的なものを作っていくかという限り、ここはストップ、規制できませんよね。そういうふうにご考えていいんですかね。

○参考人(染谷隆明君) 大変難しい御質問いただきましたというふうに思っています。

まず、今回の法律との関係でいうと、これ衆議院の答弁でもあつたような記憶がありますけれども、海外のデジタルプラットフォームであつても、少なくとも日本の消費者を対象にその通信販売の場を提供しているというのであれば、本法は適用があるというところでございます。ただ一方で、内容自体が努力義務ですとか又は要請というものでございますので、それがどこまで実際に履行されるのかについては議論があるんじゃないかというふうには思っています。

また、委員が今御質問してくださいました越境代行ECについてでございますが、これ実務上、非常に様々なスキームがあるところでございまして、海外から買ってきますよというところで国内で消費者を誘引するという場合、何というか、契約的には、その代行事業者が海外で買付けて、その越境代行事業者がさらにその消費者に対して売るといふようなことをしている例が多いという理解しております。この場合は、対消費者との関係では単なる売買契約をしているだけ又は通信販売をしているだけでございますので、何か問題があるということであればその越境代行EC業者に対して通信販売規制に基づいて法執行がされる

のではないかと。いうふうにご考えております。

○松沢成文君 ありがとうございます。

○大門実紀史君 日本共産党の大門でございます。

お疲れさまでございます。また、今日は、どうもお忙しいところ、ありがとうございます。まず、正木参考人にお話をいたします。一度、経団連の方とお話をしたかつたんですけど、この特別委員会は消費者保護のための様々な法改正をやつてきているわけですけど、常にあるのが、消費者団体側といいますが、消費者側の要望と事業者側の要望といいますが、何とかが、擦れ違つたり、あるいは項目によつては対決したり、折り合いが付かなかつたりということがいろいろ繰り返されてきて、本来、正木参考人言われたように、共通の敵は悪質業者だと、これあるわけですね。

ただ、その悪質業者の被害を防ぐための改正なんだけど、それはまともな事業者にも負担を掛けることか足かせになるとかいろいろなことがあつて、事業者側としてはこのままでは困る、反対ということになつて、結局、妥協点で法改正が出てくるというふうなことが、そして国会で審議というふうなことがあるわけですね。

それは、現場的に言いますと、特に消費者相談員の方々にとつて言えば、一歩前進ならまだいい方で、半歩前進とか、ないよりましだみたいな、そんな法改正が現実には、ちよつと長くいるんですけど見てきて、したがって、これ大体三年に一遍ぐらいすると、三年ぐらいでもう変えなきゃいけないことが、もう半歩ずつだから六年も掛かるとかね。そうすると、現場の方は、もうみんなたけていますから、悪質業者は次々いろいろやってきて、いつも後手後手後手後手になつて、なかなか、法改正やつて良かったねといつたつて現場では全然もう追いつかないというのがつとあるわけですね。そういう、何と云うんですかね、このことは、別に消費者庁ができて同じなんですよね、不思議なことに。

拜師先生ととか一緒にやつた割賦販売法というのは、経産省、事業官庁だったんだけど、大変経産省頑張つて、事業者側の方を説得してもらつて、いい法改正をやつたことがあるんですよ。消費者庁にはもつと期待されるわけだけど、結局同じようなことが続いていて、今回のデジタルプラットフォームもそうなんですけど、義務規定なんか当然じゃないかと思うんですけど努力規定になるとか、いろいろ指摘されているようなことであるのかもしれないと。なせもつと一番苦労されている現場の相談員の方々の身になつて改正が実行されないのかというのは、ずつと思つております。

どうすれば、もうずつと続けているこの法改正の事態ですね、私たちも半歩前進であれど前進ならば反対はしませんけれど、なせこんなことが続いているのかというふうにも思つております。いろいろ消費者庁の姿勢とか、先ほど指摘あつたふうにもつと頑張れるところいろいろあるんですけど、大本にあるのは、事業者側の方々の考え方として、確かに、まともなやつているのに、ちゃんとやつているのに負担が増えるというのは困ると、足かせになると、商売の邪魔だというのは分らないかなんですよ。ただ、そういう立場もそろそろ変わつていきたかなきゃいけないんじゃないかと。例えば、今自民党の、今はちよつと分かりませんが、若手の方々が公益資本主義という勉強会があつたり、何と云うんですか、ただ企業は自分たちのもうけとか追求するだけではなくて、ステークホルダーといふんですかね、消費者とか従業員とか取引先をもつと大事にしてこそ企業も発展があるんだという考え方ありますよね。

そういう立場に立つて、少々負担が増えても、自分のところはルール守るためにまともなやつているけど、負担は増えても、それで業界が良くなれば、悪質業者も駆逐されて業界の健全化につながつて自分のところの企業も良くなるというふうなちよつと発想を、全てじゃなくていいん



り、今いらつしやる課長もそうですけど、現場の経験を生かして頑張ってもらっているわけですね。そういう方がやっぱりプロパーでやってほしいなど私なんかは思うんですけど。

言いにくいこともあるかも分かりますが、あえてお尋ねしますけど、やっぱり弁護士さんが消費者庁に入ってプロパーでやっていくとしたら、何が、これからですね、何が足りなくて、何が必要なのかというのを、染谷弁護士のお考えをお聞きできればと思います。

○参考人(染谷隆明君) ありがとうございます。非常に難しい御質問をいただいたというふうに思いますが、本当、個人的な感想でいうところでは申し上げますけれども、私が消費者庁にいたとき、まだ創設五年で板東久美子長官のときでござい

ます。あのときにも、やはり、基本的にはそのほかの省庁から出向で来ているという者がもうメインでございまして、私がいた表示対策課とかはもうほとんど公正取引委員会と一部農水省というところでございまして。それはそれで皆さん二年後は親元に戻るわけでございますので、ある意味非常に風通しがいいといえば風通しはいいわけでございます。

ただ一方で、何というんですかね、これ記者クラブの方とかも話したことがあるんですけども、消費者保護を何とかしたいだとか、消費者保護が重要ですよというようなマインドがすごく強いかという、余りそうは、余り感じなかったというのが正直なところであると。

一方で、私自身も消費者庁に入って、非常に消費者保護、重要だなということは理解したつもりでございますけれども、やはり任期は二年間しかない。幸いなことに、私はまさに法改正担当させていただいて、非常に最前線の経験をさせていたいただいたところであるんですけども、その知見というのがやっぱり残らないんですね。任期付きなのでやっぱりすぐ抜けてしまうと。在野で一応貢献できることはありますが、その消費者庁と

いうところにその人材という意味では残らないというふうには思っていたわけでございます。

一方で、プロパーの方も今どんどん増えているというふうには聞いているところだと思えますので、かつ、そういった方もどんどん課長補佐になつたり、又は課長になつたりということでもどんどん偉くなるでしょうから、是非、消費者を守るというマインドを持ったプロパーの職員の方が増えてほしいというふうに心から思っている次第でございます。

○大門実紀史君 ありがとうございます。

○委員長(石井浩郎君) 以上をもちまして参考人に対する質疑は終了いたしました。

参考人の皆様に一言御礼を申し上げます。

参考人の皆様には、長時間にわたりまして貴重な御意見をお述べいただき、誠にありがとうございます。委員会を代表いたしまして厚く御礼を申し上げます。

本日はこれにて散会いたします。

午後五時二十分散会