

第5回 プラットフォームエコノミクス研究会
議事要旨

日時：令和4年10月11日（火）9時00分～11時00分

場所：オンライン開催

出席者

メンバー：黒田委員、依田委員、大木委員、善如委員、安達委員、安井委員

ゲスト：板倉陽一郎氏（ひかり総合法律事務所）

オブザーバー：渡邊真理子氏（学習院大学経済学部）、平山賢太郎氏（平山法律事務所、九州大学大学院法学研究院）、得津晶氏（一橋大学大学院法学研究科）、大磯一氏（慶應義塾大学環境情報学部）、経済産業省情報経済課、内閣官房デジタル市場競争本部事務局、総務省情報通信政策課、消費者庁消費者政策課、公正取引委員会デジタル市場企画調査室

議事概要

1. デジタルプラットフォームと消費者について

- ・ ひかり総合法律事務所板倉氏より、デジタルプラットフォームと消費者の関係について報告がなされた（資料1）。報告内容の概要は以下のとおり。
 - ✓ デジタルプラットフォーム提供者は、説明のための概念であり、法律上の用語として使用されていない。特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（以下、「取引透明化法」という）は、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いプラットフォームを提供する事業者である「特定DPF提供者」を対象とする。他方、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（以下、「取引DPF法」という）は、通販が行われるデジタルプラットフォーム事業者である「取引DPF提供者」を対象とする。つまり、法律の趣旨によりデジタルプラットフォーム事業者の指定の仕方が異なる。
 - ✓ 取引DPF法には、民事責任の規定はない。他方で、商品の出品等の停止の規定や、販売者情報の開示の努力義務が定められている。
 - ✓ 取引透明化法は、消費者保護の側面がある。開示項目のうち、一般利用者にも開示すべき項目を定めることで一定程度消費者保護の役割を果たしている。
 - ✓ 取引DPF法には民事責任の規定はない。他方で、輸入商品には、製造物責任（PL）法の製造業者から輸入したものという項目が適用されるため、出店者へ損害賠償請求ができる可能性がある。オンラインモールへの損害賠償請求は日本法上では難しいが、合理的な期間を超えて放置している等のケースでは、不法行為や契約上の付随義務違反としてオンラインモールへの損害賠償請求が認められる可能性がある。
- ・ 報告後、個人情報保護法における同意の扱いのほか、デジタルプラットフォームの損害賠償責任の有無等について意見交換が行われた。

2. 欠陥商品に対するプラットフォームの損害賠償責任に関する経済学的分析

- ・ 安井委員より、欠陥商品に対するプラットフォームの損害賠償責任に関する経済学的分析について報告がなされた（資料2）。報告内容の概要は以下のとおり。
 - ✓ デジタルプラットフォームに賠償責任を課さない場合、消費者は価格が高くとも安全性の高い商品を購入しようとするため、製造・販売者は安全性を考慮する。他方、デジタルプラットフォームに賠償責任を課した場合、消費者はデジタルプラットフォームの賠償責任を頼りにして、安全性を考慮しなくなるため、製造・販売者も安全性に対する意識が低下する可能性がある。
 - ✓ 政府がデジタルプラットフォームに責任規定を課すべきかが論点である。責任規定を課すと、欠陥商品の発生確率が上がる場合がある。他方で、責任規定を課さない場合は、デジタルプラットフォームが自主的に行う安全性のモニタリングが十分かどうか、論点となる。

- ✓ 販売者は、将来の価格が下がらないように意識しながら努力水準を調整することになる。結果として、評判が形成された上で努力水準が高いまま推移する **high effort** の均衡と、評判が形成されずに努力水準が低いまま推移する **low effort** の均衡が発生しうる。
- ✓ 政府から規制が課されない **low effort** の均衡では、デジタルプラットフォームは自主的に賠償責任を負わないというルールを設定し、モニタリングのレベルも最適な水準より低くなる。政府がデジタルプラットフォームに損害賠償を負わせる **high effort** の均衡では、より多くの責任規定を課すと、消費者の安全性に投資するインセンティブを失う。**Low effort** の均衡であるか、**high effort** の均衡であるかによって政府が責任規定を課すべきかが変わってくる。
- ・ 報告後、Amazon のデジタルプラットフォームとしての損害賠償の判例やモニタリング水準のほか、説明されたモデルの変数の扱い等について意見交換が行われた。

3. 自己優遇に関するディスカッション

- ・ 黒田座長より、資料3に基づき、第2回 (7/28) 及び第3回 (8/19) の研究会で行われた自己優遇に関する論文報告やディスカッション内容を踏まえて準備したディスカッション用の仮説と、当該仮説に対する有識者のコメントについて説明がなされた後、意見交換が行われた。主なコメントは以下のとおり。
 - ✓ 「排他条件付き取引」や「差別的な取引方法」といった独占禁止法で禁止されているケースは判断が容易だが、曖昧な自己優遇が行われている場合、判断が難しい。原則違法な自己優遇とはどういうものか、プラットフォームの公共性等の考え方も含め、議論が必要。
 - ✓ 自己優遇が競争に与える影響について、百貨店等における自社販売と、デジタルプラットフォームにおける自社販売との間の差分は何かという点について整理が必要。
 - ✓ 購買履歴データについて、利用事業者とデジタルプラットフォーム提供者の双方が取得することは、取引透明化法においても、個人情報保護法においても、違法とはされていない。当該データについて、利用事業者は見られるが、プラットフォーム事業者は見てはいけない、とルール化するのは現実的に難しいと思う。他方、利用事業者のデータと、プラットフォーム自身のデータを結合することに伴う課題については、しっかり分別管理させるという対応はありうる。
 - ✓ 自己優遇には多様な種類があるため、一括で良し悪しを判断することは難しい。自己優遇の種類を細分化した際に、どう対応すべきかを今後考える必要がある。また、Amazon が FBA (フルフィルメント by Amazon) を採用する利用事業者を優遇すること等、どこまでを自己優遇というかも含めて検討が必要である。

お問合せ先

商務情報政策局 情報経済課 デジタル取引環境整備室

電話：03-3501-0397

F A X：03-3501-6639