

# 背景と問題意識

平成30年7月

経済産業省

# 業種横断的ビジネスの出現

- あらゆる生活サービスを包摂する“エコシステム”の確立を志向する企業が登場。データを複数のサービス間で流通させ、消費者の困り込みと利便性の高いワンストップサービスの提供を実現。
- こうした業種横断的ビジネスを展開する事業者への最適な規制の在り方の検討が必要ではないか。

【ワンストップで複数サービスを提供する場合において考えられる規制法の適用関係】

- ◆ 旅行手配  
⇒ 旅行業法
- ◆ 賃貸仲介  
⇒ 宅建業法
- ◆ 民泊仲介  
⇒ 住宅宿泊事業法

- ◆ 融資  
⇒ 貸金業法
- ◆ 後払いサービス  
⇒ 割賦販売法
- ◆ 前払サービス  
⇒ 資金決済法
- ◆ 送金サービス  
⇒ 資金決済法
- ◆ 支払補助（電子決済等代行）  
⇒ 銀行法



- ◆ 資産管理（電子決済等代行）  
⇒ 銀行法
- ◆ 資産運用  
⇒ 金融商品取引法
- ◆ 保険サービス  
⇒ 保険業法
- ◆ 資産預かり  
⇒ 出資法／銀行法／労働基準法
- ◆ 仮想通貨交換  
⇒ 資金決済法

(例)

- ECモールから決済機能等の提供へ  
: Amazon、Alibaba、楽天
- SNSから決済機能等の提供へ  
: Tencent、Line

# 検討の方向性（基本原則）

- より消費者に訴求するサービスの提供のため、業種横断的ビジネスのイノベーションを促進するとともに、こうした事業者求められる社会的責任や公正の実現について検討すべきではないか。

## 基本原則① イノベーションの促進

- 業種横断的ビジネスの出現等、産業構造の変化を適切に反映した規制により、我が国の企業のイノベーションに繋げる。
- 意欲的な事業者が、データの利活用等を通じ革新的なサービスを創出するとともに、こうしたサービス提供によって消費者利便を向上させる。

## 基本原則② 社会的責任・公正の実現

- あらゆるサービスを包摂する業種横断的ビジネスに問題が生じた場合の社会的影響の大きさに鑑みて、消費者保護・安全確保など社会的責任を求める。
- 特に、多くの個人・事業者の参加するプラットフォームを提供するビジネスに特有の責任として、参加者に対する公正の確保を求める。

# 基本原則① イノベーションの促進

# 業種横断的ビジネスの利点／発展への障壁

- 業種横断的ビジネスの利点を活かし、一層の消費者利便を実現するためには（＝イノベーションを促進するためには）、「阻害要因」を除去できるような制度整備を検討するべきではないか。

## 利点

- ワンストップでのサービス提供による高い消費者利便性

### 【A社の事例】

- プラットフォーム事業（マーケットプレイス提供事業）を筆頭に、サービスの立ち上げや買収を通じて、旅行、銀行、証券、クレジットカード、電子マネーなど多様なサービスを展開し、一つの経済圏を構築。
- 同社が提供するマーケットプレイス上での取引や旅行サービスに係る代金を同社が発行するクレジットカードで決済した場合に、同社の経済圏内で利用できるポイントを付与する等の消費者への利益還元を実現。

※ ワンストップサービスの提供には、性質上データ集約性と市場独占性が付帯する点には留意が必要である。

## 阻害要因

1. 各業法毎の当局への対応コスト
2. 画一的・硬直的な規制手法
3. 現在のビジネス環境に合わない規制

### 【B社の事例】

- スタートアップが複数事業へのビジネス展開を図る過程で、各事業ごとの重複した項目に関する審査を受けなければならない、規制当局との調整コストが過大になっている可能性。
- テクノロジーの活用によって、規制の想定するリスク（保護法益）に対処できるにも関わらず、法令において逐一細かく定められた仕様に従わなければならない、社会的損失を招いている可能性。
- 各業法で定められた規制が立法当時のビジネス環境や社会問題を反映しており、時代遅れになっている可能性。

# 1. 各業法毎の当局への対応コストの縮減

- 業種横断的ビジネスの一層の普及を果たすために、**縦割りでの事業者登録手続（ライセンス取得）の合理化**を図ることでコストの低減を図ることできないか。「消費者保護」、「財務健全性」、「商取引の秩序維持」、「情報の適切管理」など共通項目について、各業法の適用に工夫が必要ではないか。
- 各種業法に基づいて登録を取得するに際して行われる審査で、共通する事項について重ねての審査が行われるケースが存在する。

【事例】 業種横断的に審査の対象項目として掲げられている共通の審査事項の例

基本的なコンプライアンス体制の整備	反社会的勢力排除
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 法令等を遵守した業務を行っているかどうかを監督する部署の設置や責任者を明確に定めていること。</li><li>➤ 営業部門とは独立した監査部署を設け、実効性が確保された状況であること。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 反社会的勢力による被害の防止のための社内規則の整備等</li></ul>

## 2. RegTech (レギュテック) の導入

- イノベーション促進のために、**RegTechの観点から合理化できる規制や監督手法**はないか。

- RegTechとは、「Regulation (規制) 」と「Technology (技術) 」からなる造語
- 効率的・効果的な規制対応を容易にするテクノロジーとしては、以下 2 つの方向性
  - ・規制当局における監督業務の効率化・精緻化を実現するための技術 (Sup(ervisory)Tech)
  - ・規制を受ける側における規制対応の効率化・精緻化を実現するための技術

【事例】 ICT技術の活用により、規制対応の効率化・精緻化が実現できる可能性がある例

割賦販売法では、消費者の支払可能見込額を算定するために調査すべき事項が具体的に特定されているため、事業者が収集したその他の様々なデータや経験則を活用した信用能力調査を行うことができない。

割賦販売法上の審査項目	フィンテックを活用した与信モデルでの審査項目
・年収	・収入データ
・預貯金	・仕事実績
・クレジット債務の支払状況	・クライアント企業からの評価
・金銭の借入状況	・資格・スキル

### 3. 現在のビジネス環境に照らした合理的な見直し

- ICTの進展等によってビジネス環境が変化し、立法の基礎となった事実関係が現時点で妥当しない場合には、現状に照らした規制の合理的な見直しを通じ、規制対応コストを縮減したり、より便利なサービス提供を実現することができないか。
- 業種横断的なビジネスの出現やICTの進展に伴い、新たなビジネス形態が生まれているが、適切なタイミングでの規制の見直しは必要。
- 広く一般的な事業形態を念頭に置くと合理的ではあるものの、個別具体的なビジネスモデルに照らした場合に過剰な規制となっていると評価され得る規制が存在する。

【事例】 具体的な事業モデルを前提にすると過重な規制を課する結果となっている可能性がある例

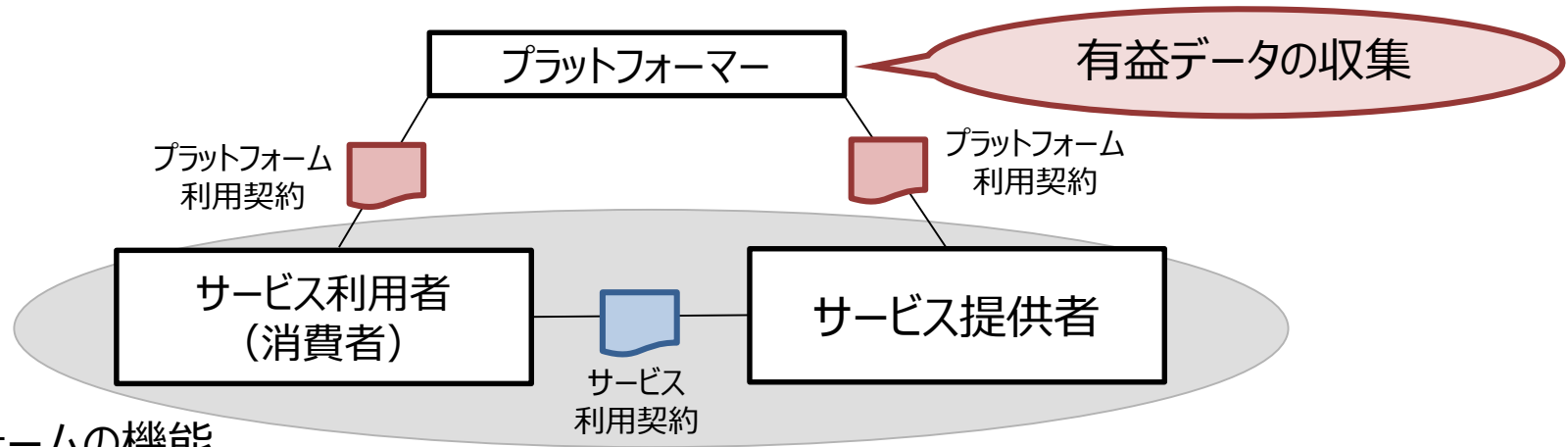
割賦販売法では、消費者からの請求があった場合には書面の交付による情報提供が義務付けられている。したがって、例えば消費者がスマートフォンなどのモバイル端末を用いて決済を行うことが想定される場合で、消費者において電磁的方法による情報提供を受け取ることが確実に可能であるような場合においても、加盟店は消費者からの請求に備え、プリンターの設置を余儀なくされる。



## **基本原則② 社会的責任・公正の実現**

# プラットフォーム型ビジネスの提供者（プラットフォーマー）の出現

- 効率的な業種横断的ビジネスの展開のためには有益なデータの収集が必要であるため、データ収集手段として「プラットフォーム」が活用される例が多くみられる。たとえば、決済プラットフォーマーが、消費者に係る情報を収集し多様なビジネス展開を図っている。
- 特に、プラットフォーマーの出現により、これまで成立しえなかった商取引（C to C取引）も生まれており、共通の商取引ルールの在り方を検討すべきではないか。



## プラットフォームの機能

- 財・サービスの需要者サイドから見た場合、プラットフォームは情報収集能力を補助してくれるもの
- 財・サービスの供給者サイドから見た場合、プラットフォームは情報発信能力を補助してくれるもの
- ⇒ かかるプラットフォームの機能を介して、プラットフォームなしでは成立し得なかった商取引が成立
- ⇒ CtoC市場の成立

## CtoC市場の成立に伴う法整備の必要性

- 財・サービスの需要者サイド（消費者）の保護の必要性
- 財・サービスの供給者サイドの保護の必要性

# プラットフォームの定義

- 「プラットフォーム」の概念について、その外延を定める場合に、どのような要素をもって確定すべきか。

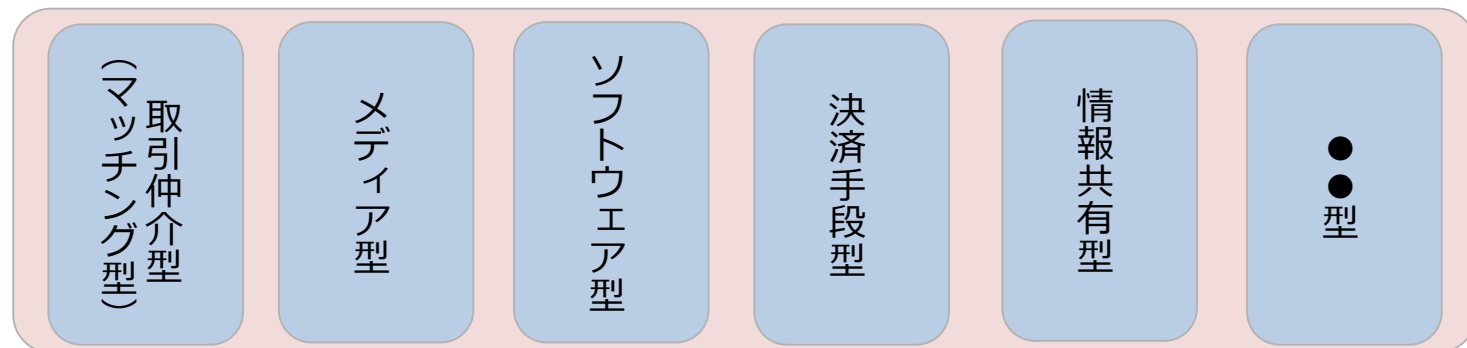
## 【プラットフォームの要素】

- ① デジタル（又はオンライン）市場において、財・サービスの供給側と需要側の両面につながりを有し、直接又は間接に（プラットフォーム）サービスの利用者相互間の商取引の成立に寄与すること
- ② 片側の顧客数が反対側の顧客へのサービスの質に影響するという性質（間接ネットワーク効果）を有すること
- ③ 成立した商取引に係る情報を取得すること

### ※ 間接ネットワーク効果

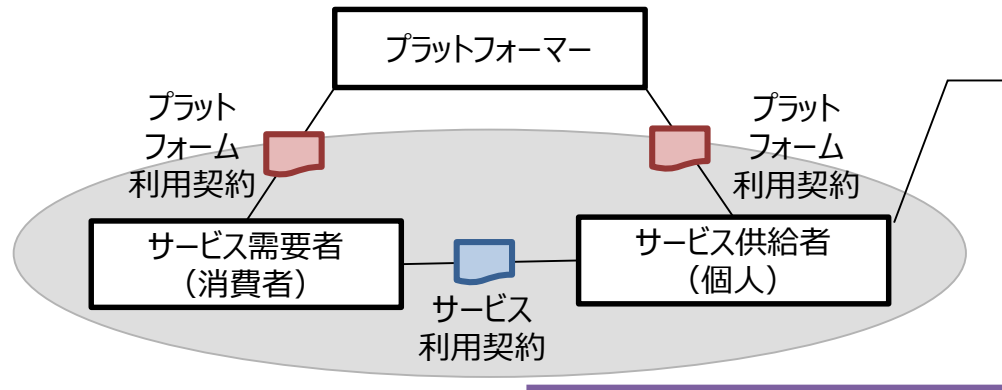
財・サービスの供給サイドと需要サイドの両面の顧客を抱え、片側の顧客数が反対側の顧客へのサービスの質を決定するという性質をいう。

## 【プラットフォームの分類例】



# プラットフォーム型ビジネスにおける求められる規律

- 財・サービスの供給者が個人となりうることによって、各種規制によって手当されていたリスクがサービス需要者（消費者）に転嫁されることとならないか。
- プラットフォーマーが帯びる「データ集積性」「市場支配性」という性質に照らし、消費者保護以外の観点からプラットフォームに対して求めるべき規律が考えられるか。



従来は、財・サービスの供給者として法人（事業者）が想定されていたのに対し、プラットフォームの出現により個人も広くサービス供給者になり得るようになった。

サービス供給者が「事業者」である場合には適用されていた各種規制が適用されないことがあり得る。

# プラットフォーム型ビジネスにおける消費者保護の必要性（判例）

- プラットフォーム型ビジネスが社会的に普及した現代において、プラットフォームマーが負うべき責任は当時（平成20年ヤフオク事件判決時）と変わらないか。

## 【CroC市場における消費者保護（PFの民事責任の検討）】

＜ヤフオク事件判決＞（名古屋地裁H.20.3.28判決／名古屋高裁H.20.11.11判決／最高裁H.21.10.27決定）

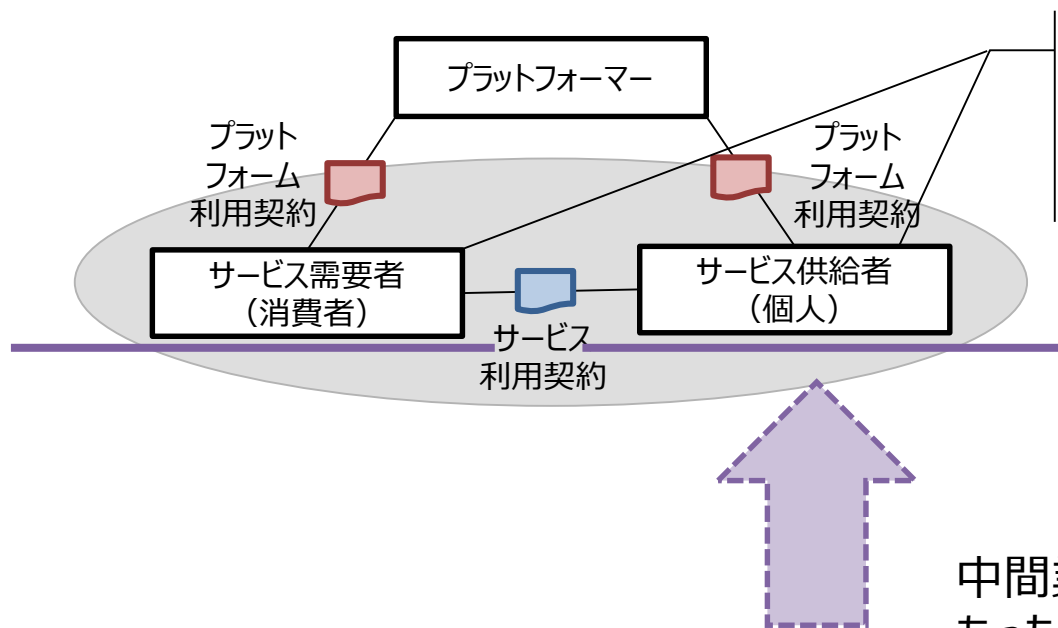
### 【事案】

- インターネットにおける「場の提供者」としてのオークション事業者の法的義務について判断した事案
- 具体的には、落札代金の支払をしたにもかかわらず商品の提供を受けられなかった詐欺被害者が、オークション事業者に対し、契約及び不法行為上の一般的な義務である詐欺被害の生じないシステム構築義務違反を理由とした債務不履行並びに不法行為及び使用者責任に基づく損害賠償請求をした事案。

	オークション事業者が負うか否かが争われた義務の内容		裁判所の判断
総論	欠陥のないシステムを構築してサービスを提供する義務	肯定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オークション事業者は、<b>信義則上</b>、利用者に対し本件義務を負う。</li> <li>● その具体的内容は、【サービス提供時における<b>インターネットオークションを巡る社会情勢</b>】【<b>関連法規</b>】【システムの<b>技術水準</b>】【システムの構築及び維持管理に要する<b>費用</b>】【システム導入による<b>効果</b>】【システム利用の利便性等】を総合考慮して判断されるべき。</li> </ul>
各論	①詐欺被害の防止に向けた注意喚起を十分に行う義務	肯定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 詐欺等犯罪的行為が発生している状況下では、犯罪的行為の内容・手口や件数等を踏まえ、利用者に対して、時宜に即して相応の注意喚起の措置を取るべき義務がある。</li> </ul>
	②第三者機関による信頼性評価システムを導入する義務	否定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オークション利用者の信頼性を評価する第三者機関が存在しない以上、本件義務を求めることは相当な困難を強いることになる。</li> </ul>
	③利用者に出品者情報を提供・開示、匿名性を排除することで詐欺被害を防止する義務	否定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 詐欺犯は当初から追及されにくいように行動することから、情報開示をしても一般的予防効果は期待できない。</li> <li>● 出品者情報の開示義務を課するとオークション事業者に対し個人情報保護法上の相当の困難を強いる結果となる。</li> <li>● 出品者の商品所持情報の真偽を確認することはオークション事業の成立を困難にする。</li> </ul>
	④比較的容易かつ确实被詐欺被害を防止できるエスクローサービスの利用を義務付ける義務	否定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 利用者間のすべての取引にエスクローサービスの利用を義務付けることは営利事業としての運営に困難を強いることになる。</li> </ul>
	⑤十分な補償制度を導入する義務	否定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事後的保障の充実は、詐欺被害の事前防止に結びつくものではない。</li> </ul>
	⑥古物営業法を根拠とする出品者情報の真偽を確認する義務	否定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 同法は出品者情報の真偽を個別に確認義務を課するものではない。</li> </ul>

# プラットフォーム型ビジネスにおける消費者保護の必要性（具体例）

- 財・サービスの供給者が個人となることによって、中間事業者による業務運営から生ずるリスクを誰が負担すべきか。プラットフォーム提供者の社会的責任をどう考えるか。



資金の授受や、商品・サービスの授受に中間事業者が介在することも想定される。

中間業者の倒産や、誤発注・誤送金、不正があった場合に、個人であるサービス提供者やサービス需要者がリスクを負担する可能性。