

プラットフォーム(2)

山本 正行 Yamamoto Masayuki 山本国際コンサルタンツ代表
明治学院大学・関東学院大学講師、決済サービス事業の企画、戦略立案を専門とするコンサルタント。消費生活相談員を対象とした研修も実施。講演、執筆多数

プラットフォームと アクワイアラー

前回説明したように、国内では次の定義に当てはまるサービスを「デジタルプラットフォーム」と呼んでいます。

- ①デジタル技術を用い、商品等提供者と商品等需要者の間の取引等をつなぐ場(多面市場)を提供する
- ②インターネットを通じ提供している
- ③ネットワーク効果(商品等提供者・商品等需要者の増加が互いの便益を増進させ、双方の数がさらに増加する関係等)を利用したサービスである

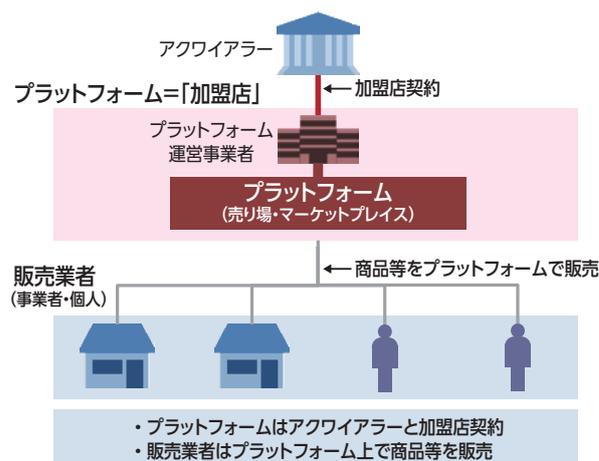
この定義を分かりやすく表現すれば、インターネットで商品やサービスを販売し、国際カードなどの決済に対応するためのプラットフォームといえます。

プラットフォームとアクワイアラーの関係を図に示すと、**図1**のようになります。

デジタルプラットフォーム関連の 規制

デジタルプラットフォームに関する法律としては、経済産業省所管の「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、特定DPF透明化法)」(2021年2月1日施行)と、消費者庁所管の「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

図1 プラットフォームとアクワイアラー



※図はすべて筆者作成

する法律(以下、取引DPF法)」(2022年5月1日施行)があります*1。

特定DPF透明化法

デジタルプラットフォームのうち、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を「特定デジタルプラットフォーム(以下、特定DPF)提供者」として指定し、規制の対象としています。特定DPF提供者として、前年度の国内流通総額が3000億円以上の総合物販オンラインモール運営事業者、同2000億円以上のアプリストア運営事業者などがあります(表1)。

この法律では、特定DPF提供者に対し、DPFを利用する出店者(事業者)の保護や消費者トラブルのための対策などを求めています。その一部を抜粋します。

*1 ウェブ版「国民生活」2023年6月号「多様化・重層化するキャッシュレス決済」第13回 図2参照
https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202306_07.pdf

表1 規律対象となる特定デジタルプラットフォーム

総合物販オンラインモール運営事業者(前年度の国内流通総額が3000億円以上)

指定された事業者	当該事業者が提供する総合物販オンラインモール
アマゾンジャパン合同会社	Amazon.co.jp
楽天グループ株式会社	楽天市場
ヤフー株式会社	Yahoo!ショッピング

アプリストア運営事業者(前年度の国内流通総額が2000億円以上)

指定された事業者	当該事業者が提供するアプリストア
Apple Inc.及びiTunes株式会社	App Store
Google LLC	Google Playストア

メディア一体型広告デジタルプラットフォームの運営事業者(前年度の国内売上額が1000億円以上)

指定された事業者	規制対象となる事業の内容
Google LLC	広告主向け広告配信役務である「Google広告」「Display & Video360」等を通じて「Google検索」又は「YouTube」に広告を表示する事業
Meta Platforms, Inc.	広告主向け広告配信役務である「Facebook広告」を通じて「Facebook(Messenger含む)」又は「Instagram」に広告を表示する事業
ヤフー株式会社	広告主向け広告配信役務である「Yahoo!広告」を通じて「Yahoo!JAPAN (Yahoo!検索含む)」に広告を表示する事業

広告仲介型デジタルプラットフォームの運営事業者(前年度の国内売上額が500億円以上)

指定された事業者	規制対象となる事業の内容
Google LLC	広告主向け広告配信役務である「Google広告」「Display & Video360」等を通じて、「AdMob」「AdSense」等により、媒体主の広告枠に広告を表示する事業

取引DPF法

取引DPF法の取引デジタルプラットフォーム(以下、取引DPF)とは、特定DPF透明化法に規定するDPFのうち、オンラインモールやオークションサイトなど、実質的に通信販売に係る取引の「場」としての機能を持ち、販売業者等と消費者との間の通信販売に係る取引を対象としています。

この法律における

〈取引条件等の情報の開示〉

利用者に対する取引条件の開示や変更等の事前通知を義務づけることで、取引の透明性を向上させる。

●開示項目の例

- ・取引条件変更の内容及び理由の事前通知
- ・他のサービスの利用を有償で要請する場合に、その内容及び理由
- ・データの利用範囲
- ・出品の拒否・停止の理由
- ・検索順位を決する基本的な事項

〈自主的な手続・体制の整備〉

特定DPF提供者は、指針に基づいて必要な措置を講じ、公正な手続・体制の整備を行う。

●指針の内容の例

- ・取引の公正さを確保するための手続・体制の整備
- ・苦情処理・紛争解決のための体制整備
- ・関係者と緊密に連絡を行うための体制整備(国内管理人の選任)
- ・取引先事業者の事情等を理解するための仕組み構築

「販売業者等」とは、「販売業者又は役務の提供の事業を営む者」をいい、事業者に該当するかどうかは、営利の意思を持って反復継続して取引を行っているかどうかで判断されます。したがって、売主が個人と称していても、客観的に事業者と判断されることがあります。

規制内容から消費者保護に関連する一部項目を以下に抜粋します。

〈取引DPF提供者の努力義務〉

取引DPFを利用して行われる通信販売取引(BtoC取引)の適正化及び紛争の解決の促進のため、次の措置の実施とその概要等の開示の努力義務。

- ・販売業者と消費者との間の円滑な連絡を可能とする措置
- ・販売条件などの表示に関し、苦情の申出を受けた場合の必要な調査などの実施
- ・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

〈商品等の出品の停止〉

危険商品等^{*2}が出品され、かつ販売業者が特定できないなど、特定商取引法等の個別法が適

*2 重要事項(商品の安全性の判断に資する事項等)の表示に著しい虚偽・誤認表示がある商品等

用できない場合、取引 DPF 提供者に出品削除等を要請できる。

〈販売業者に係る情報の開示請求権〉

消費者が損害賠償請求等を行う場合に、必要な範囲で販売業者の情報の開示を請求できる権利を創設。

これまで、決済を提供するプラットフォーム、特定 DPF、取引 DPF について説明してきましたが、主なプラットフォーム運営事業者が何に該当するか、表2にまとめます。

相談あっせんのポイント

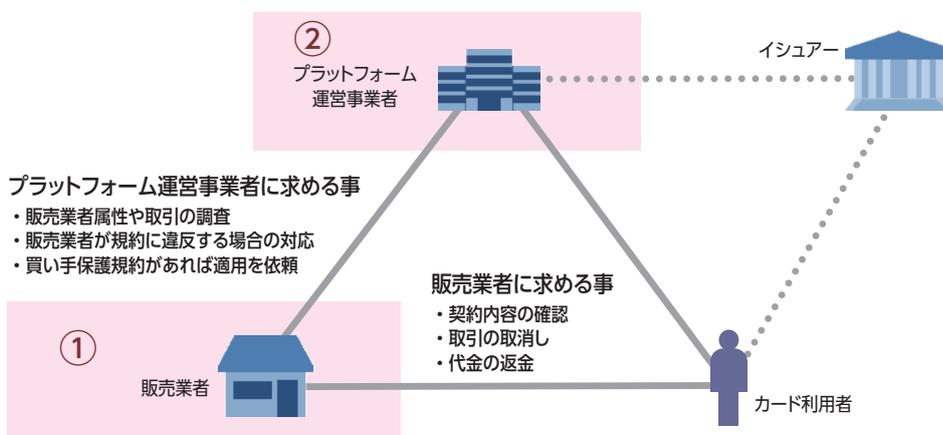
決済を提供するプラットフォームや DPF が介在する取引が絡む苦情の場合は、次の点に留意してください。

- ①本来の交渉相手は販売業者

表2 主なプラットフォーム運営事業者

運営事業者	オンラインモール	決済を提供するプラットフォーム	取引デジタルプラットフォーム	特定デジタルプラットフォーム
アマゾンジャパン合同会社	Amazon.co.jp	○	○	○
楽天グループ株式会社	楽天市場	○	○	○
ヤフー株式会社	Yahoo! ショッピング	○	○	○
Apple	App Store	○	○	○
Google	Google Playストア	○	○	○
Stripe	Stripe	○	○	×
BASE	BASE	○	○	×
PayPal	なし	○	×	×

図2 プラットフォームが絡む苦情相談対応時の交渉順位



要点

- ・販売業者との交渉を優先することが原則だが、プラットフォーム運営事業者にも販売業者と同等の責任があると思われる
- ・プラットフォーム運営事業者に買い手保護規約があれば、適用できるか、その条件を確認
- ・クレジットカード等のイシューアーは取引の当事者ではないため交渉先にはなりにくい

- ②プラットフォーム運営事業者には積極的に協力を求める。例えば、PayPalには「買い手保護制度」があり、当てはまる場合は適用を求める。
- ③国際カードのイシューアーなど決済を提供する事業者にも協力を求める。

販売業者と連絡が取れないということも多く、その場合はプラットフォーム運営事業者に協力を求めます。一部に苦情の連絡窓口を設けていないプラットフォームもあるようですが、制度が苦情処理体制の構築を求めていることなどから、今後は対応が進むことに期待したいところです。

なお、取引 DPF 法に基づき、販売業者の情報の開示を請求することも選択肢の1つです。

国際カードのイシューアーは、プラットフォーム経由の取引に関して、詳細な情報を持っていないことが多いです。

プラットフォームと連絡が取れない場合や、そもそもプラットフォームの介在が判然としない場合などに協力を得るのがよいと思います。ただし、国際カードのイシューアーは、プラットフォーム経由の取引の場合にはチャージバック対象外(行っても成立しないと想定される)取引である場合が多く、結局イシューアーが、苦情解決にあまりかかわらない傾向もみられます(図2)。