

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の 施行に向けた論点③

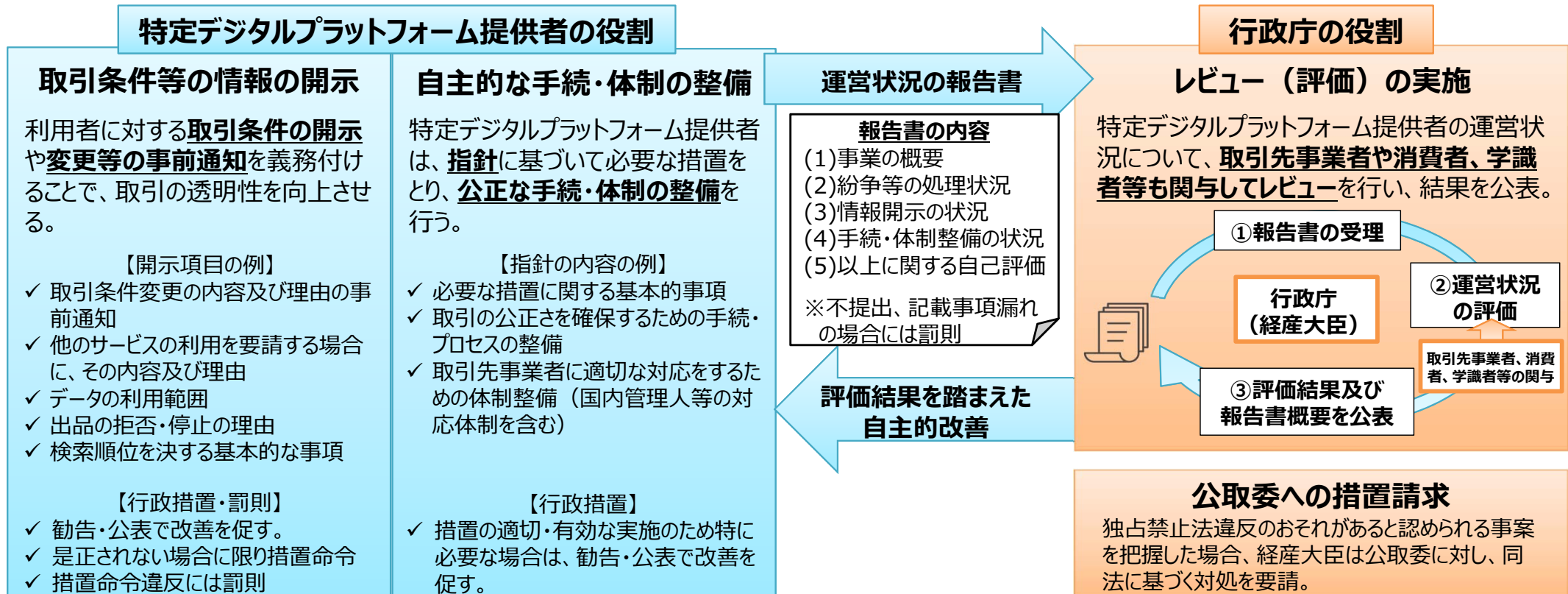
令和 2 年 11 月
経済産業省

本日も議論・ご確認いただきたい点

- 「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」（令和2年法律第38号。以下「法」という。）の施行・実施に向けた検討として、これまでのWGでは、特定デジタルプラットフォーム提供者の指定に関する指標、特定デジタルプラットフォーム提供者による情報開示に関する論点に加え、自主的な手続・体制整備に関する指針やモニタリング・レビューの方向性についてご議論いただいた。
- 本日は、これまでのWGの議論も踏まえつつ、以下の点についてご議論・ご確認いただきたい。
 - （1）特定デジタルプラットフォーム提供者の指定に関する指標
 - （2）関係する省令・指針に関する具体案
- 本日もご議論いただいた内容等も踏まえ、今後速やかに、政令・省令・指針の条文化、パブリック・コメント募集等のプロセスを進めることとしたい。

(参考) 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の概要

- 基本理念として、デジタルプラットフォーム提供者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与や規制は必要最小限のものとするを規定。（規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用。）
- 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提供者」として指定し、規律の対象とする。
- 特定デジタルプラットフォーム提供者が、取引条件等の情報の開示及び自主的な手続・体制の整備を行い、実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出。
- 報告書等をもとにプラットフォームの運営状況のレビューを行い、報告書の概要とともに評価の結果を公表。その際、取引先事業者や消費者、学識者等の意見も聴取し、関係者間での課題共有や相互理解を促す。



(1) 特定デジタルプラットフォーム提供者の指定に関する指標

- 主な規律の対象となる「特定デジタルプラットフォーム」の事業の分野・規模については、以下のようなメルクマールに基づき、対象が必要最小限度の範囲に限られるよう設定することとなっている。

【特定デジタルプラットフォームの分野・規模のメルクマール】

- ① 当該分野が国民生活において広く利用されている状況
 - ② 当該分野の一部のデジタルプラットフォームへの利用の集中の度合い
 - ③ 取引の実情及び動向を踏まえた取引先事業者の保護の必要性
 - ④ 他の規制や施策での対応の状況
- **事業の分野**については、国民生活において広く利用されていることに加え、各種実態調査で明らかになっている取引実態を踏まえると、その利用が集中しており、取引先事業者の保護の必要性があると認められることから、消費者の需要に応じて多様な商品等を販売する**大規模な総合オンラインモール及びアプリストア**を対象とする。
 - **事業の規模**については、上記メルクマールや指標となる数値の入手可能性も考慮し、当該事業の分野における「**流通総額（取扱高）**」を**指標として定める**方向で検討している。
 - ※ 第14回WGでご議論いただいた直接販売の扱いも含め、法制的な観点から引き続き並行して検討中。
 - **指標となる流通総額（取扱高）が「一定規模以上」である者が規律対象事業者**となる。当該規模を定めるにあたっては、**以下の点を総合的に勘案すること**としてはどうか。

- ① 国民生活において広く利用されている状況、利用の集中度合い
(消費者の利用状況、取引先事業者の利用状況、市場シェア・HHI等)
- ② 取引先事業者の保護の必要性
(デジタルプラットフォームへの取引依存度や課題の程度)

※ 例えば、デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査について（中間報告）（平成31年4月17日公正取引委員会）では、以下が明らかとなっている。

- ・ オンラインモール市場の上位3社のいずれも、オンラインモールを利用する事業者の7割以上が利用した経験あり（その他の利用は2割程度）
- ・ アプリストア市場の上位2社のいずれも、アプリストアを利用する事業者の75%以上が利用した経験あり（その他の利用は3割程度）
- ・ 上位3社（オンラインモール市場）及び上位2社（アプリストア市場）について、売上依存により利用せざるを得ないと回答している事業者割合は46～77%。
- ・ これらの企業との間の取引に関して、その透明性及び公正性について課題を抱える事業者が一定割合存在（例えば、オンラインモール市場では、出品停止又は削除の理由として納得できる説明がなかったとする事業者が、上位3社ではそれぞれ6～7割を占めるのに対し、その他のモールでは3割程度となっている等）

(2) 関係する省令・指針に関する具体案

特定デジタルプラットフォーム提供者による情報開示について①

- 第14回WGにおけるご議論等を踏まえた具体案は以下のとおり。

1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による取引条件等の開示の方法

特定デジタルプラットフォームの利用者の理解増進が図られるよう、以下のとおりとする。

【取引条件の開示の方法】

- ① 利用者にとって明確かつ平易な表現を用いて記載すること
- ② 利用者が特定デジタルプラットフォームの利用開始前及び利用中において、いつでも容易に参照可能であること
- ③ 外国語で作成されている場合には、日本語の翻訳文を付すこと。開示の時点で付すことができない場合は、その翻訳文を付す期限を明示して開示すること

【取引条件等を変更する場合の通知の方法】

- ① 通知の相手方にとって明確かつ平易な表現を用いて記載すること
- ② 通知の相手方から求めがあるときは、日本語の翻訳を遅滞なく通知すること

□ デジタルプラットフォーム提供者による取引条件等の開示に対する商品等提供利用者の認識

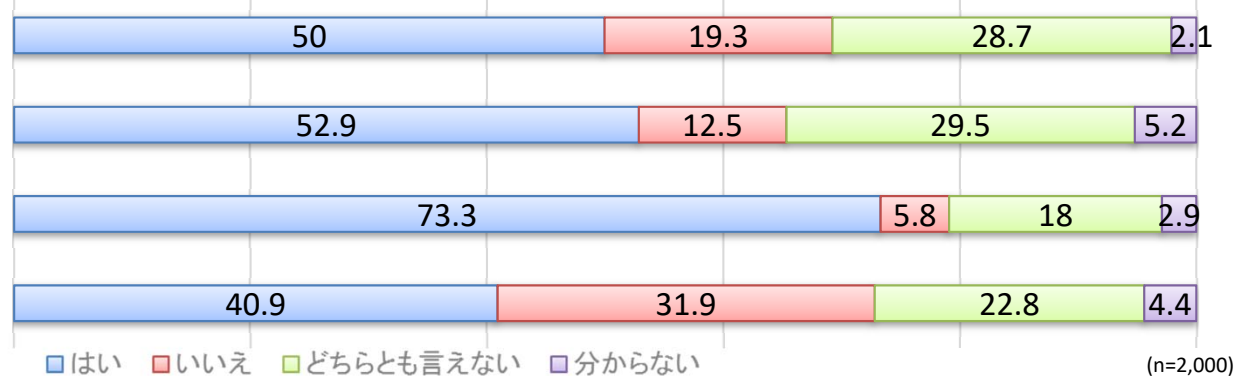
※「オンライン・プラットフォームと事業者の取引関係に関する事業者向けアンケート調査」（経済産業省、2018年10月）を基に作成。

オンライン・プラットフォームの利用規約（個別契約や審査規定等も含むものとします。）や運用方法のうち、重要な点（利用料金・手数料、解約要件等）について、十分に理解できていない。

オンラインプラットフォームと取引関係に入る際、利用規約や運用方法のうち重要な点について、分かりやすい説明を受けなかった。

利用規約や運用方法の変更の理由について、十分な説明を受けられていない。

利用規約の文言が何回、曖昧、抽象的又は外国語のみで記載されていて、理解が難しい。



(n=2,000)

□ EUのプラットフォーム規制（P2B規則）における規定ぶり（取引条件等の開示の方法）

- ・ 平易かつ明瞭な言葉で策定されていること
- ・ ビジネス・ユーザーにとって、オンライン仲介サービス提供者との間の取引関係の全ての段階（契約前段階を含む）において容易に参照可能であること

(2) 関係する省令・指針に関する具体案

特定デジタルプラットフォーム提供者による情報開示について②

- 第14回WGにおけるご議論等を踏まえた具体案は以下のとおり。

2. 特定デジタルプラットフォーム提供者に情報開示・通知を求める事項

法律上の開示事項（取引拒絶の判断基準、検索順位を決定する基本的な要素等）に加え、各種実態調査の結果等を踏まえ、以下の事項について開示・通知を求める。

【取引条件として開示を求める事項】

- ① 商品等提供利用者に対し、最恵国待遇条項を求める場合は、その内容及び理由
- ② 商品等提供利用者に対し、自己又は自己の関連会社と異なる取扱いを行う場合は、その内容及び理由
- ③ 一般利用者からの返品等について、商品等提供利用者の負担において受け入れることを求める場合は、その内容及び条件
- ④ 商品等提供利用者に対し、売上金の支払を留保する場合は、その内容及び条件

【取引条件の変更等に際して通知を求める事項】

- ・ 特定デジタルプラットフォーム提供者が売上金の支払を留保する場合は、その内容（金額及び期間を含む）及び理由

3. 特定デジタルプラットフォーム提供者が取引条件の変更等を行う場合の通知の例外

消費者保護や国際的なイコールフットイング等の観点から、以下のような場合には、理由の通知義務の例外とする。

- ① 通知の相手方が反復して取引条件違反を行い、特定デジタルプラットフォームの事業の運営に支障を生ずるおそれがあると認められるとき
- ② 通知の相手方が暴力団員等であるおそれがあると認められるとき
- ③ 法令等により取引の一部拒絶等を行う場合であって、理由を通知することで消費者等の正当な利益を害するおそれがあると認められるとき

(2) 関係する省令・指針に関する具体案

特定デジタルプラットフォーム提供者による情報開示について③

- 第14回WGにおけるご議論等を踏まえた具体案は以下のとおり。

4. 特定デジタルプラットフォーム提供者が取引条件の変更等を行う場合の事前通知期間

取引条件の変更等が商品等利用事業者の事業に与える影響、デジタル市場における事業進展の速さ、国際的なイコールフットイングの観点等を踏まえ、以下のとおりとする。

【取引条件の変更を行う場合】

- ・ 原則15日間（取引条件の変更に伴い、商品等提供利用者に作業や調整が生じる場合には、当該作業や調整に必要となる合理的な期間）
- ・ 商品等提供利用者が変更内容に同意した場合は、15日経過前に変更の効力を生じさせることができる。

【取引の全部拒絶（出店停止、アカウント削除等）を行う場合】

- ・ 30日間

5. 特定デジタルプラットフォーム提供者が取引条件の変更等を行う場合の事前通知の例外

消費者保護や国際的なイコールフットイング等の観点から、以下のような場合には、事前通知の例外とする。

【取引条件の変更を行う場合】

- ① 変更内容が極めて軽微なとき
- ② 法令等により取引条件の変更を行う場合であって、速やかに行う必要があると認められるとき
- ③ サイバーセキュリティの確保、詐欺その他侵害行為、公序良俗に明らかに反する行為等への対応のため、速やかに行う必要があると認められるとき

【全部取引拒絶（出店停止、アカウント削除等）を行う場合】

- ① 通知の相手方が反復して取引条件違反を行い、特定デジタルプラットフォームの事業の運営に支障を生ずるおそれがあると認められるとき
- ② 通知の相手方が暴力団員等であるおそれがあると認められるとき
- ③ 法令等により取引の全部拒絶を行う場合であって、速やかに行う必要があると認められるとき
- ③ サイバーセキュリティの確保、詐欺その他侵害行為、公序良俗に明らかに反する行為等への対応のため、速やかに行う必要があると認められるとき

(参考) EUのプラットフォーム規制 (P2B規則) における規定ぶり (開示の例外、通知期間等)

- 取引の全部拒絶 (出店停止、アカウント削除等) を行う場合の理由の通知の例外
 - ・ 特定の事実若しくは状況、又は該当する理由への言及を提供しないという法的又は規制上の義務を負う場合
 - ・ オンライン仲介サービス提供者が、関係するビジネス・ユーザーが該当する諸条件を繰り返し侵害し、その結果、対象のオンライン仲介サービス全体の提供が終了したことを証明できる場合

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が取引条件の変更等を行う場合の事前通知期間
 - 【取引条件の変更を行う場合】
 - ・ 少なくとも15日前 (ビジネス・ユーザーが変更に対応するために技術的又は商業的な適応を行うことを可能にするために時間が必要である場合、より長い通知期間)
 - ・ ビジネス・ユーザーは、書面による陳述又は明確な積極的措置のいずれかによって、15日の通知期間を放棄することができる。通知期間中、オンライン仲介サービスに新しい商品又はサービスを提出することは、通知期間を放棄する明確な積極的措置とみなされる。
 - 【取引の全部拒絶 (出店停止、アカウント削除等) を行う場合】
 - ・ 少なくとも30日前

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が取引条件の変更等を行う場合の事前通知の例外
 - 【取引条件の変更を行う場合】
 - ・ 通知期間を順守できない方法で、契約条件を変更することを要求する法的又は規制上の義務の対象となる場合
 - ・ オンライン仲介サービス、消費者又はビジネス・ユーザーを詐欺、マルウェア、スパム、データ侵害、又はその他のサイバーセキュリティリスクから守ることに関連する予期せぬ差し迫った危険に対処するために、契約条件を例外的に変更する場合
 - <前文における解説>

提案された文言上の変更は、それらが用語の条件や意味を変えない限り、「変更」には当たらない。
 - 【取引の全部拒絶 (出店停止、アカウント削除等) を行う場合】
 - ・ 通知期間を順守できない方法で、特定のビジネス・ユーザーに対するオンライン仲介サービス全体の提供を終了することを要求する法的又は規制上の義務の対象となる場合
 - ・ EU法に準拠している国内法に従って避けられない理由で終了権を行使する場合
 - ・ 関係するビジネス・ユーザーが該当する諸条件を繰り返し侵害し、その結果、対象のオンライン仲介サービス全体の提供が終了したことを証明できる場合
 - <前文における解説>

30日の通知期間の様々な例外は、特に、違法又は不適切なコンテンツ、商品又はサービスの安全性、偽造、詐欺、マルウェア、スパム、データ漏えい、その他のサイバーセキュリティリスク、又は未成年に対する商品及びサービスの適切性に関連して発生する。

(2) 関係する省令・指針に関する具体案

自主的な手続・体制整備に関する指針について①（基本的事項）

- 第14・15回WGにおけるご議論等を踏まえた具体案（指針案の概要）は以下のとおり。

1. 指針の位置付け

- 特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的かつ積極的な取組を促すことが法の基本理念。
- この点を踏まえて、指針では、特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的な取組に資するよう、
 - ① 「基本的な考え方」として、望ましい取組の大きな方向性を明示した上で、
 - ② それを実現する手段として特定デジタルプラットフォーム提供者が参照できる「具体的な取組例」を提示。

2. 指針とモニタリング・レビューの関係

- 「基本的な考え方」に示された方向性を適切かつ有効に実現しているかが評価対象となる。
したがって、「具体的な取組例」にかかわらず、特定デジタルプラットフォーム提供者自らが主体的かつ継続的に創意と工夫を凝らして、「基本的な考え方」で示された方向性を実現するための適切かつ有効な取組を自主的かつ積極的に実施することが、重要な評価要素となる。
- 本指針は、特定デジタルプラットフォーム提供者が、一般利用者その他の者の正当な利益を保護するために適切に対応することを妨げるものではない。

3. 本指針の見直し

- 本指針は、法の規定の施行の状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、不断に見直されることが予定されている。特に、経済産業大臣による評価や、特定デジタルプラットフォーム提供者による取組の状況に応じて、指針の見直しの要否やその内容が検討され得る。

(2) 関係する省令・指針に関する具体案

自主的な手続・体制整備に関する指針について②（基本的な考え方）

項目	基本的な考え方（望ましい取組の方向性）
取引先事業者に対するサービス提供が公正に行われることを確保するための体制整備 (法第7条第3項第2号)	<ul style="list-style-type: none">① 特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者に対して取引条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、かかる評価を踏まえて（行為を行う場合でも）商品等提供利用者の利益に配慮した適切な対応を行うこと② 個々の行為を行うに当たって、一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みを構築すること③ 特定デジタルプラットフォームの公正性の自主的な向上につながる適切な仕組みを構築すること
苦情処理・紛争解決のための体制整備 (法第7条第3項第3号)	<ul style="list-style-type: none">① 苦情及び紛争の原因となった事象を、重要性と複雑さに応じて、適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みを構築すること② 苦情及び紛争に関する情報を端緒として有効に利用して特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営を改善すること
関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者の選任 (法第7条第3項第4号)	<ul style="list-style-type: none">① 特定デジタルプラットフォーム提供者が関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者（国内管理人）を選任すること② 関係者とのコミュニケーションの管理や、コミュニケーションを通じた特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営の改善に関して、必要に応じて、適切な調整を、国内管理人が行うことができる仕組みを構築すること
その他、取引先事業者の意見やその他の事情を十分に考慮するために必要な措置 (法第7条第3項第5号)	<ul style="list-style-type: none">① 商品等提供利用者の意見その他の事情を理解するための仕組みを構築すること② 商品等提供利用者の意見その他の事情を踏まえて商品等提供利用者に対して適切な対応を行い、特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営改善の端緒として有効に利用する仕組みを構築すること

(2) 関係する省令・指針に関する具体案

自主的な手続・体制整備に関する指針について③（具体的な取組例）

項目	具体的な取組例
取引先事業者に対するサービス提供が公正に行われることを確保するための体制整備（法第7条第3項第2号）	<ul style="list-style-type: none">✓ 行動指針の策定、ガバナンス体制の整備✓ 規約変更等の行為の実施前の影響評価、当該評価を踏まえた対応（大きな影響を与える場合における十分な猶予期間の設定、可能な場合における他の選択肢の用意等）✓ 審査等の判断基準の整備（潜脱行為の可能性考慮した上で可能な限り予見性のある基準）、異議申立ての仕組みの整備、担当者向け情報共有✓ 意見・苦情等についての合理的な範囲での記録・保管、事後検証を踏まえた運営改善✓ 外部評価・監査の利用
苦情処理・紛争解決のための体制整備（法第7条第3項第3号）	<ul style="list-style-type: none">✓ 取引先事業者が直接・容易に・無償で苦情を申し出ることができる体制・手続の整備✓ 苦情処理に係る対応マニュアル・業務フローの構築、苦情対応者への情報共有✓ 基本方針（苦情の重要性・複雑さ・事案の内容に応じて合理的な期間内に苦情を処理）や目安となる所要期間・処理プロセスの設定・開示、所要期間を超える場合の誠実な説明✓ 苦情処理後のフォローアップの実施✓ 外部の苦情・紛争処理システムの活用検討（調停人の利用等）✓ 商品等提供利用者団体との協力✓ 苦情・紛争の内容・件数の増減・理由の分析、苦情・紛争の内容と自主的取組との関連性についての自己評価、それらに関連する情報の開示✓ 苦情処理情報の合理的な範囲での記録・保管、事後検証を踏まえた運営改善
関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者の選任（法第7条第3項第4号）	<ul style="list-style-type: none">✓ 我が国国内における関係者との間のコミュニケーションを管理し、当該コミュニケーションを踏まえて運営改善に向けた社内調整を適切かつ主体的に行う役割を担う、国内管理人の選任✓ 国内管理人を補助する部署の担当者の選任、国内管理人・補助者に係る情報についての関係者への開示
その他、取引先事業者の意見やその他の事情を十分に考慮するために必要な措置（法第7条第3項第5号）	<ul style="list-style-type: none">✓ 商品等提供利用者等との意見交換の機会の設定✓ 商品等提供利用者等による合理的な意見が寄せられた場合における運営改善✓ 外部の第三者の意見聴取による運営改善✓ グローバルに自社ルールを適用するにあたっての必要に応じた適切な対応の実施（自社ルールを全世界に一律適用する場合における商品等提供利用者の公平な取扱い、我が国の法令・制度・自主的な規律・商慣習を十分に勘案）

(2) 関係する省令・指針に関する具体案 報告書に記載する事項について

- 第14・15回WGにおけるご議論等を踏まえた具体案は以下のとおり。

◎ 報告書に記載する事項

- ・ 特定デジタルプラットフォーム提供者が毎年度経済産業大臣に提出する報告書には、必要最低限、以下の事項を記載する。
 - ① 事業の概要に関する事項
 - ア. 事業概要
 - イ. 特定デジタルプラットフォームにおける流通総額、利用者数
 - ② 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項
 - ア. 商品等提供利用者からの苦情及び紛争の件数
 - イ. 当該苦情及び紛争の主な類型
 - ウ. 当該苦情及び紛争の処理期間の平均期間
 - エ. 当該苦情及び紛争の結果の概要
 - ③ 取引条件等の開示の状況に関する事項
 - ア. 開示した提供条件の内容
 - イ. 省令に定める開示の方法に沿って開示されたこと
 - ④ 商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項
 - ア. 指針に定める基本的な考え方に示された方向性を実現するために、それぞれ講じた措置の具体的な内容
 - イ. 講じた措置が指針に定める基本的な考え方に示された方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由
 - ⑤ 自ら行った評価に関する事項
 - ア. 指針を踏まえた自己評価
 - イ. 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価
 - ・ 上記のほか、任意記載事項として、苦情処理や開示状況の具体例、自己評価の方法、事業運営の今後の展望を踏まえた評価等を定める。

◎ その他

用語の定義、届出等の様式その他の法律の施行にあたり必要となる事項（電磁的手続等）について定める。

モニタリング・レビューなど今後の具体的な進め方

- モニタリング・レビューについては、特定デジタルプラットフォーム提供者が提出するレポートや相談窓口寄せられた情報などに基づき、取引先事業者、消費者、有識者、特定デジタルプラットフォーム提供者等の意見も聴きつつ、実施していく予定。
- 今後の具体的な進め方については、これまでいただいたご意見や、法施行後の取引実態等も踏まえ、更に検討していく。

モニタリング・レビューにおける評価対象

- ① 特定デジタルプラットフォーム提供者による行為が取引先事業者に与える影響（特定デジタルプラットフォームの利用の集中状況等）
- ② 特定デジタルプラットフォーム提供者と取引先事業者を取り巻く課題と、当該課題の解決に向けた取組状況
- ③ 特定デジタルプラットフォーム提供者による法の実施状況
 - ・ 情報開示の状況
 - ・ 自主的な手続・体制整備の状況

※ 必要に応じて重点評価項目を設定。

※ 評価にあたっては指針を勘案。取引先事業者や消費者、有識者などの関係者も関与。

情報源

特定デジタルプラットフォーム提供者による報告(レポート)

- ① 事業概要（流通総額、利用者数等）
- ② 苦情処理の状況（※）
- ③ 法の実施状況
 - ・ 情報開示の状況
 - ・ 自主的な手続・体制整備(指針を踏まえた措置)の状況
- ④ 自己評価結果

(※) 欧州のプラットフォーム規制(P2B規則)で定められている“内部苦情処理システムの機能と有効性について検証し、受領した苦情の総数、苦情の主要な類型、苦情処理に要した平均的な時間と苦情の結果について統合した情報等”を想定

相談窓口に寄せられた取引先事業者の声

- ・ 取引先事業者等から寄せられた具体的な相談内容
- ・ 集約された相談内容から得られる共通課題やその動向等の分析結果

取引先事業者等に対する積極的な調査、技術面も含めた検証

- ・ デジタルプラットフォーム市場についてのヒアリング・アンケート調査結果
- ・ 海外動向を含む各種調査研究の結果
- ・ デジタル市場に関する専門人材を活用した各種技術的な検証結果 等

その他（特定デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング等）

- 本法については、来春の運用開始を予定している。その際、一部の特定デジタルプラットフォーム提供者においては、追加的なシステム改修等の対応が必要となる場合も考えられるが、法の運用（行政庁による勧告等）に際しては、合理的な範囲において、そうした状況を勘案することとし、柔軟に対応していくこととしたい。

【参考】 モニタリング・レビューに関する主なご意見（第15回WG:2020年10月20日）

- 指針については、経産大臣による評価（モニタリング・レビュー）の際に勘案するものとなっているので、どういったことをどういった基準で評価するかが盛り込まれている必要がある。また、DPF事業者による自己評価にあたっては、この指針が活きたり良い。例えば、DPF事業者のグランドデザインの中でどう対応しているのかということが説明されていけば問題ないということもできる。このため、自己評価は情報源として重要。高い目線＋未来志向で、技術の進歩も踏まえて、DPF事業者に説明してもらえると良い。
- DPF事業者から提出される報告書はある程度具体的なものである必要がある。他方、自ら都合の悪いことは書かないだろうから、そこまでの信頼性も無い。一般的な内容になってしまうのであれば、それ自体を評価してもあまり意味がない。そのように考えると、独自の情報源がやはり必要。相談窓口から得ることもあるし、紛争当事者から聞くこと、一般的なヒアリング・アンケート調査、技術者による調査などが考えられる。どう情報を得てどう評価するかが重要と認識。
- 透明化法の中核はモニタリング・レビュー。状況の把握は極めて重要であり、その中でも保護対象である個別事業者の状況把握が肝要。そのためにも、相談受付窓口を公取委等とも協力して充実させること、継続的な調査を行うことが必要。既にファクトについてはよく調べているとは思いますが、共同規制は動的なものであり、ファクト・ファインディングを常に行いつつ、より良い規制を目指していく事が必要である。
- モニタリング・レビューについて、評価の結果は、DPF事業者から提出される報告書の内容とは別にきちんと出すということで良いか。その点をしっかりと確保しないと、報告書記載事項を縮減するような圧力に負けてしまい意味がなくなってしまう。他方、評価に当たっては、独自リソースも重要になる。この領域は、ユーザー側も分かっていないこともたくさんある。そのため、市場環境を見るインテリジェンス機能を用意すべき。コードを実際に触れるような人材を活用して情報を入手するなど、そうした機能の充実を是非ともお願いしたい。
- モニタリング・レビューにおける技術面を含めた検証については、何が起きているのかをしっかりと分かっている人間が関与しないとズレが出てしまう。専門的知見をしっかりと活用していくためにも、コストをかけて取り組むべき。
- 紛争解決については透明化法は欧州のプラットフォーム規制（P2B規則）よりライトタッチになっている。紛争解決による事業者救済は重要な点であり、モニタリングにおいても重点的に見ていくべき。
- 「苦情および紛争」の処理が課題になるが、話し合っても解決しない状況だと「紛争」と言えると思う。「紛争」において、DPF事業者がどういう体制で対応を決めるかは非常に重要。裁判なのかADRなのか。どこまで踏み込んで対応を求め、どうやってモニタリングするかが重要。国内管理人についても、欧州のGDPRと比べると権限が弱く、できる範囲で最大限の役割を持たせるべきだと思う。
- 共同規制のポイントは、モニタリング・レビューのプロセスやサイクルをデジタル化・リアルタイム化することだと考えている。頻度をどの程度でやるのか、紙でやるのか、という点は意外と重要。2020年のこの段階で少しでもデジタル化できると良い。
- DPF事業者間の競争では情報管理が非常に重んじられている。報告書の提出、モニタリング・レビューにあたっては、センシティブな情報が漏れないという約束をどう担保できるかが重要。
- モニタリング・レビューの実施にあたっては、取引先事業者や学識者の参加も重要だが、最終的には消費者の利益にもなることが望まれることを踏まえると、消費者もコミットできる仕組みとなることが重要。消費者団体の意見を聞くというのもあるだろうし、アンケート調査の対象に消費者も入れるというのもあるだろう。