

第 11 回シェアリングエコノミー検討会議 議事次第

1. 日 時 平成30年11月30日（金）10:00～12:00
2. 場 所 中央合同庁舎4号館 全省庁共用1208特別会議室
3. 議 事
 - （1）開会
 - （2）構成員からの情報提供
 - （3）事業者・団体からのヒアリング
 - （4）意見交換
 - （5）閉会
4. 配布資料
 - 【資料11-1】 生貝構成員 提出資料
 - 【資料11-2】 一般社団法人ECネットワーク 提出資料
 - 【資料11-3】 PwCコンサルティング合同会社 提出資料
 - 【資料11-4】 Airbnb Japan 株式会社 提出資料
 - 【資料11-5】 株式会社スペースマーケット 提出資料
 - 【資料11-6】 討議参考資料
5. 参考資料
 - 【参考11-1】 PwCコンサルティング合同会社 提出資料

6. 出席者

(構成員) 中央大学大学院法務研究科 安念 潤司 主査
東洋大学経済学部総合政策学科 生貝 直人 構成員
一般財団法人日本情報経済社会推進協会 坂下 哲也 構成員
一般社団法人シェアリングエコノミー協会 重松 大輔 構成員
一般社団法人新経済連盟 関 聡司 構成員
慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 中村 伊知哉 構成員
森・濱田松本法律事務所 増島 雅和 構成員
一般財団法人日本消費者協会 松岡 萬里野 構成員
国立研究開発法人産業技術総合研究所人間情報研究部門 持丸 正明 構成員
弁護士法人英知法律事務所 森 亮二 構成員

(政務) 平井卓也 情報通信技術 (IT) 政策担当大臣

(関係省庁)内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 佐合 達也 参事官
消費者庁消費者政策課 片山 貴順 課長補佐
総務省地域力創造グループ地域政策課 田中 佑典 係長
総務省情報流通行政局情報流通振興課 犬童 周作 課長
厚生労働省政策統括官付情報化担当参事官室 坂本 久美夫 情報化政策分析官
経済産業省商務情報政策局情報経済課 安平 武彦 課長補佐
国土交通省総合政策局情報政策課 蔭山 良幸 課長
環境省地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室 横山 春香 主査

(ゲスト) 一般社団法人 EC ネットワーク 沢田 登志子 様
一般社団法人 EC ネットワーク 原田 由里 様
PwCコンサルティング合同会社 寺本 勝俊 様
Airbnb Japan 株式会社 山本 美香 様
株式会社スペースマーケット 積田 有平 様

(事務局) 三輪 昭尚 政府 C I O
時澤 忠 副政府 C I O
内閣官房情報通信技術 (IT) 総合戦略室 玉田 康人 次長、矢作 友良 次長、
吉田 宏平 参事官、奥田 直彦 参事官、座間 敏如 上席政府 C I O 補佐官、
高田 裕介 企画官

○安念主査 ただいまから第 11 回「シェアリングエコノミー検討会議」を開催いたします。

皆様には御多忙の中、お集まりいただきましてありがとうございます。

本日の御出席者ですが、お手元の座席表に記載のとおりですので、どうぞ御確認ください。

なお、成原構成員は御欠席と伺っております。

まだ御到着でない方がいらっしゃいますが、議事を進めさせていただきます。

初めに、本日御出席を賜りました平井 IT 政策担当大臣からお言葉を頂戴したいと存じます。

○平井大臣 皆さん、おはようございます。IT 政策、科学技術政策担当大臣の平井です。

シェアリングエコノミーに関しては、私も党の IT 戦略特命委員長で長年お話もお聞きしておりますし、シェアリングエコノミー推進議連の会長ということで、シェアリングエコノミーを何とかもっとブーストさせたいという思いでやっております。

この会議は 11 回目になるのですね。ぜひ、皆さんの力でシェアリングエコノミーをもう一段高いところに持って行ってほしいと思います。

きのう、ちょうど科学技術・イノベーション推進特別委員会がありまして、先生方からシェアリングエコノミーの質問もありました。やはり何となく地方で自治体に取り組んでいるから進んでいるのではないかみたいなことではだめだという話で、私も同感なのです。

世の中にいろいろなプラットフォームがあります。注目を浴びているのはメガプラットフォームの規制みたいなものだと思うのですけれども、シェアエコのプラットフォームとしての存在意義はメガプラットフォーマーとは少し違うと思うのです。

そういう中で、もっとうまい進め方があるのではないかと私は常々考えておりました、あくまでも皆様方の自主規制といいますか、認証制度を中心にもっと自由にビジネスモデルを広げることができたらいいのではないかと考えています。

IT 担当と言われてはいますが、気持ち的にはデジタル化担当と思っています。いずれ名前も変わったらいいなと思うのですけれども、デジタル化がもうとまらないので、そこをうまく、経団連流に言うと Society5.0 ということですけれども、その中には当然シェアリングエコノミーも入ってこない、いろいろな世の中のニーズに答えられないと思うので、ぜひもう一回シェアリングエコノミーを前に進める力を強くしていただきたいと、冒頭をお願いをさせていただきます、きょうも私は次の会合の時間ぎりぎりまでここに座ってお話を聞かせていただこうと思っていますので、どうぞよろしくお願ひします。

○安念主査 大臣、どうもありがとうございました。

プレスの撮影はここまでとさせていただきます。

大臣御指摘のように、メガであるわけではない、あるいはメガである必要はないところこそシェアリングエコノミーの妙味があると存じますが、もう一段ブーストさせるために我々も心を新たにして取り組みたいと存じます。

それでは、早速、議事（２）「構成員からの情報提供」に移らせていただきます。

生貝構成員から、10分程度で御説明をお願いしたいと存じます。

○生貝構成員 ありがとうございます。御説明申し上げます。少し枚数が多いところでございますので、駆け足となりますことを御了承ください。

1 ページ、「モデルガイドライン改定に関わる論点」ということで、ただいま大臣からも御言及がございましたモデルガイドライン及びそれに基づくシェアリングエコノミーの認証制度ということで、2年前に私のほうも最初の会議でプレゼンテーションさせていただいて、非常に意味のある取り組みとして回っていると考えておりますところ、それをやはり時代に合わせてそろそろ改定を考えていこうということに関しまして、それにかかわる論点を、特にヨーロッパにおけるプラットフォームの規制の議論を参考にしながら、少し論点出しをさせていただこうという趣旨のプレゼンテーションでございます。

2 ページ目でございますけれども、その背景といたしましては、御承知のとおり、近年、特にヨーロッパアンユニオンを中心として、シェアリングエコノミーも含むオンライン・プラットフォームに関して、広く透明性・公正性を確保しようというルールづくりの検討が急速に進められているところでございます。

そういった中で、今後、そういったヨーロッパを中心にした議論はグローバルなルール形成というものにさまざまな形で波及していこうということを見越しまして、それらで重視される論点というものをモデルガイドラインの中に先立って反映させていくということの一つ検討する余地があるのではないのかということが前提としての問題意識となります。

なお、この後、かなり具体的な法規制の内容が続きますけれども、誤解を避けるために申し上げますと、本報告で挙げる論点というのは、ハードローによる規制強化等については少なくともここでは一切想定しておらず、あくまでソフトロー、自主規制ルールとしてのモデルガイドラインを発展させていく上での検討材料としての位置づけであるということを申し添えさせていただきます。

1 ページおめくりいただきまして3 ページ、ここは御参考になりますけれども、ヨーロッパアンユニオン、欧州連合のほうでも、デジタル単一市場戦略という中でオンライン・プラットフォーム政策文書というものを2016年5月25日に公表いたしまして、

その中で、この真ん中にございます、プラットフォームがより社会的な責任を果たしていこう、透明性と公正性を確保していこうといったような4原則のもと、ヨーロッパの情報法制全体にまたがるような大規模な規制改革をしています。

そういう中でも、一番下の箱の中の一番下の行にもございますとおり、プラットフォームというものは規模の大小にかかわらず、直接的な規制でルールをつくるということはなかなか難しいところを、自主規制とか共同規制といったような方法論を使ってやっていこうというところも書かれているところがございます。

4 ページ目に行っていただきますと、こちらはヨーロッパの中心的なプラットフォーム政策の文書が公表されてから2年間の立法状況でございますけれども、本当にそれこそ、この法制にかかわるようなところ、デジタル単一市場は、著作権にかかわるようなところ、あるいは通信の秘密にかかわるようなところ、極めて多数の法案が議論されて、だんだんと通過も始まっているところがございますけれども、今回、特に下線を引いてある「消費者のためのニューディール」という消費者保護のところ、2つ目のところでは、「オンライン媒介サービスのビジネスユーザーのための公正性と透明性促進規則」案に関して示唆があるのではないかとこのところでお話をさせていただくところです。

5 ページに行っていただきますと、今回、3点のポイントを挙げさせていただきます。この絵は皆様に非常に共有されているところがございますけれども、プラットフォームがおり、左下に需要者がおり、そして供給サイドという者、これはしばしばCであったり、Bであったりするときに、①の関係性、②の関係性、③の需要者と供給者の関係性という形で、参考になると考えられる法規制も挙げさせていただきます。

まず、1つ目の需要者の保護。消費者のためのニューディールというパッケージ案が、ヨーロッパで2018年、ことしの4月11日に公表されたものでございますけれども、今、非常にデジタルで人々の取引というものが変わる中で、まさにシェアリングエコノミーのようなものを含めて消費者保護をどのように実現していくかというのは、ヨーロッパを含めて非常にグローバルな課題になっております。

その中で非常にさまざまな指令を改正するのですが、真ん中に少し小さい字で書いてございますとおり、オンライン市場の透明性向上とか、プラットフォーム上での検索結果の透明性の向上とか、あるいは無料デジタルサービスの消費者の権利とか、さまざまなことを書いてございます。

7 ページ目に飛んでいただきまして、ここでは具体的にシェアリングエコノミーにかかわるところでどういう規律の案が置かれているのかといいますと、まず規律の対象といたしましてはオンラインマーケットプレイス、それは消費者がオンラインマーケットプレイスのオンラインインターフェース上で取引者及び消費者とオンライン契約を結ぶことを可能にするサービス供給者を意味するというところで、これはマッチン

プラットフォーム型のシェアリングエコノミーがおよそ含まれてくるというものに対して、消費者がその上で供給者と契約を結ぶ前に以下の情報を提供しなければならない。

1つは、オンライン市場における検索クエリの結果として消費者に提示されるオファーのランキングを決定する主なパラメータ。これは何かと申しますと、いかなるマッチングプラットフォームでも必ずお勧め順とか、あるいは検索結果といったものが必ず出てくる。それが果たしてどういう順序で掲載されているのかということ。例えば純粋な人気順なのか、あるいはある程度の広告等の金銭的な背景をバックにして掲載しているのかとか、そういったことを最低限ちゃんとトランスパレントにしてはどうかといったこと。

2つ目に関しましては、今のモデルガイドラインでも少し言及されているところかと思いましたがけれども、プラットフォーム側というのが、物を売ってくれたり、サービスを提供してくれたりする側が果たしてプロなのか、それともアマチュアなのかということをちゃんと提示するようにいたしましょうということ。

これは当事者の宣言に基づいて提示するというを前提としているわけではございませんけれども、その後に、例えばプラットフォームに蓄積される取引データをちゃんと解析して、あなたは宣言が間違っているのではないかとということやプラットフォームの側から指摘するべきではないかという議論もあわせてなされているところでございます。

あとの(c)(d)に関しましては、消費者の権利がそれに適用されるかどうかといったことも含まれるのですけれども、参照すべきとしては特に(a)(b)が興味深いところかと思われました。

次の8ページは、欧州委員会では、こちらのパッケージを公表する際に、かなり行動経済学的方法論を用いた調査を行っております。例えば、ランクづけの基準に関する情報が存在することで、やはり相当程度、消費者の信頼と商品を選択する可能性が高まるということ。あるいは、2つ目のポツですと、プラットフォーム上の消費者の権利の確保というものをちゃんとコミットすることで、相当程度この製品の選択の確率は上がること。あとは、ユーザーのレビューというものが非常に有効であるといったことなども示されているところです。

次の9ページ、②の部分に行っていただきますと、プラットフォームと供給者の関係というところで、これは皆様もさまざまお聞き及びかもしれませんけれども、4月26日にこういったオンライン媒介サービスのビジネスユーザーのために公正性と透明性を促進していこうという規則案が公表されているところでございます。

こちらにつきましては、直接の適用対象はBtoC取引を媒介するプラットフォーム企業になりますので、理念的に純粋なCtoCを媒介するシェアリングエコノミーであれば基本的に適用対象にはならないというものではあるのですけれども、御承知のとおり、

いかなるシェアリングエコノミーでも非常に多くのビジネスユーザーの方々が御参加されているところ、これは下側の前文9にございますとおり、そういったようなものもこの規則の対象には含まれてくるということがこの規則案の中でも明記されているところでございます。

ちなみに、これはどちらかというともメガプラットフォーマーのようなものを想定した規則でございますので、中小企業は対象外にしているといったことが一番下のところでございます。

そして、そこでいかなる規律がなされているかということに関しますと、今、さまざまなビジネスのユーザーにとってプラットフォームというのは彼らのビジネスの不可欠な基盤になっているといいましたときに、それはちゃんと予見可能、透明であるように、例えば契約条件を明確にしなければならず、明瞭性と変更15日前の通知。それから、突然サービスを停止したり、そこから排除されたりするときは、ちゃんと理由を通知すること。そして、ここにもランキングづけの主要パラメータが入ってくるわけでございますけれども、ほかにもプラットフォーム自身が取引に参加するときの差別的取り扱いとか、あとは媒介サービス自身がさまざまなデータを保有しているところに対して、ビジネスユーザーはちゃんとアクセスして自分のビジネスに生かすことができるのかということ。それから、いわゆる最恵国待遇条項に関しても、理由の明示と一般公表をしろということが書いてあるところでございます。

これは、もしかするとシェアリングエコノミーとは必ずしも完全にスコープが重なるところではございませんが、自主的なルールのあり方の論点としては一つ興味深いところかと考えた次第です。

次の③は、まさにピアの関係といいますか、需要者と供給者の関係性というところでは、シェアリングエコノミーにとりましてレビューシステムというものが最も重要であるということは、この検討会の中でも幾度も議論されてきたとおりでございます。左側は、内閣府の消費者委員会に、欧州のプラットフォーム規制の中でも非常に著名なクリストフ・ブッシュ教授という方がいらっしゃってプレゼンをされたときに用いられたプレゼンテーションでございますけれども、ELIの討議草案というもの。これはEuropean Law Instituteというヨーロッパ法の研究所にヨーロッパの代表的なこの分野の研究者が集まって、この分野を規律する法案のドラフトを書いております、非常に大きな影響力があるものでございます。

この中で、レビューの収集、処理及び公表に関しまして透明性を課し、その中でさまざまな基準を課すのですけれども、評判システムが任意のISO/CENの標準を遵守するものである場合、それは適合しているものだと推定するという、いわゆる共同規制方式、民間の基準を守っていればそれは法的な要件も満たすということハードをつくっていったらどうかということ、右側は具体的な条文をその草案から引いてきたものでございますが、提案をしているところでございます。

ほかにもレビューのポータビリティというところは、触れないところではあるのですが、特にモデルガイドラインの中でもレビューの重要性については少し触れられているところがございますけれども、最後のページをめくっていただきますと、これがまさしく ISO の 20488 ということで、ことしの 6 月にファースト・エディションができたばかりですけれども、そのレビューの標準というのを国際的なスタンダードとしてつくっている。

例えば真ん中の 1 ポツ目、間違っただレビューに対する対応とか、最近、さまざまなプラットフォーム上でいわゆるレビューの販売のようなこともメディア等でも議論されているところではございますところ、それにまさに組織的、制度的な枠組みを含めて対応していこうというスタンダードがございまして、例えばこういったスタンダードを制度に取り入れていくことも一つはあり得るのかなと考えた次第です。

最後のページは、2 年前にプレゼンさせていただいたところと全く同じでございます。こういったプラットフォームにかかわる規制の議論はこれからさまざまな形が出てこようといったところ、やはりさまざまな議論が出てきたときも、それはしっかりと自主的なガイドラインでもう既に業界としては対応していると。あるいは、むしろ法規制がどうしてもフリーライダーのために必要だとしても、実際にやっているこのスタンダードを守ることでもって、まさしくコンプライアンスをしっかりと認めてくれといったような、さまざまな議論をしていけるということが、この仕組みをまさに持続可能なものとしていく上でも必要なところかなと考えている次第でございます。

少し時間を過ぎて申しわけございません。以上です。

○安念主査 生貝先生、どうもありがとうございました。

次に議事（3）「事業者・団体からのヒアリング」に移ります。

初めに、インターネット取引に関する一般消費者からの相談を受け付けている、一般社団法人 EC ネットワークの沢田様、原田様より、資料 11-2 に基づいて 10 分程度で御説明をお願いしたいと存じます。どうぞよろしくお願いたします。

○一般社団法人 EC ネットワーク 原田様 本日はお呼びいただき、ありがとうございます。私、EC ネットワークの原田でございます。

私からは、前半のトラブルの動向という話をさせていただきたいと思います。

我々は、一般の消費者の方からインターネット関連に特化したトラブルの相談をお受けさせていただいております。我々は 2006 年に設立させていただきまして、その前身、ECOM という団体がございましたが、そのときから活動しております。

このグラフは、そのときからのトラブルの内容というもの、件数等をグラフにさせていただいたものでございます。オレンジ色のグラフは全体の件数となりまして、2004 年あたりに多いものは、いわゆる不当請求というものがはりましたので、それが非

常に突出しております。2006年に落ちておりますのは、団体名が変わりましたので知名度の関係で落ちておりますけれども、個人間取引の割合に関しましては比較的コンスタントになっておりまして、15%から20%前後というような数字で続いております。

内訳はどういうものがあるかというものですけれども、前半のほうはほとんど個人間取引、オークションのものが多かったのですが、直近の4年間ぐらいを円グラフにしたものですが、2013年ごろから個人間取引もフリマの御相談がふえまして、今はオークションとフリマはほぼ拮抗するような割合になっております。

個人間のトラブルの内容別の内訳になっております。「出品者とのトラブル」というのがやはり非常に多くて、それに対しては「商品への不満」という内容が一番多くなっております。「購入者とのトラブル」というのがその次に続きまして、その後は「プラットフォームへの苦情」、こういった順番で来ております。相変わらず「詐欺」というのも発生するのですけれども、出品者とのトラブルというものが発生したときにプラットフォームに相談しても、個人間で解決してください、そして、消費生活センターに相談しても、個人間ですので消費生活センターでは扱えないと。こういったトラブルの内容に関しては、対応も非常に難しいところが発生しております。

「商品への不満」という内容は大体どういうものかというのを、こちらのほうで書かせていただいております。明らかに虚偽という悪意があるものもあるのですけれども、どちらかといいますと、当事者間でなかなか難しいというような内容も多くなっております。一方的に話を聞いただけの言い分では簡単に第三者的に判断できないような内容も多くなっております。

ここから先の2ページは事例になっております。細かい内容は御説明するのはお時間の関係で省かせていただきますが、当事者の話し合いだけではすぐに解決できずに、とはいえ、プラットフォームからは当事者間で話し合ってもらいたいというような内容で終わってしまう、そういうような、当事者に悪意はないのですが、なかなか解決が難しいというような内容が多いと思っていただければというところです。

後半は沢田のほうからお話をさせていただきます。

○一般社団法人 EC ネットワーク 沢田様 続けます。

このような当事者間のトラブルに関しまして、その解決方法として最近注目されているのがオンラインでの紛争解決、Online Dispute Resolution というものです。あるアメリカの研究者の言葉を御紹介しますと、人間がモノやサービスを交換するほぼ全ての環境において、誤解、苦情、衝突は発生すると。つまり、どんなに頑張っても紛争は避けられないものであるということです。

先ほどの生貝先生の御説明の中でも、フィードバックとか評判のシステムというのはeコマースの世界では非常に重要であると言われております。もちろん重要なのですが、それだけで十分かという問題意識です。

紛争解決の仕組みを用意するという事は、企業にとってももちろんコストではあるのですけれども、ユーザーにとっては何か悪いことが起こっても解決できるという信頼感、安心感につながります。プラットフォームを運営される企業さんにとりましても、紛争解決を通じてユーザーがどんな悪い体験しているのかを早く認知して手打つことができるというメリットもあると思われまます。

アメリカのオークション大手の eBay を皆さん御存じかと思いますが、ここではサイト上にレゾリューションセンター、紛争解決センターを設けておりまして、年間 6000 万件の紛争をサイト上で処理しています。これだけの数の処理をすとなれば、一々人間が入っているは回って行きませので、90%は人間の介在なしで、ソフトウェアのみでオペレーションしているという話でございます。

eBay の調査によりますと、ユーザーは長期間かけて有利な結論を得るよりも、不利な結論でもいいから迅速に結論が出ることを望む、また、ODR を経験したユーザーは逆に eBay へのリピート率が向上する、ロイヤリティーが向上するというデータもございませます。

アメリカの ODR がこのようにビジネスベースで発展しているのに対しまして、EU は法整備によって ODR の推進をしております。2013 年にできた ADR 指令と ODR 規則に基づきまして、2016 年から欧州委員会が運営しているプラットフォームに、オンラインでサービスを行う事業者は必ずリンクを張らなければいけないという義務づけがされていませます。

シェアリングエコノミーでは、日本ではまだ創世期ということもあり、たくさんの紛争が顕在化しているということではないように思ひませます。幾つか報告されていませ事例を挙げましたが、この中には、プラットフォーム運営事業者さんの適切な介入により問題なく解決しているケースもあると思ひませます。

ただ、最後のマッチングサイトのケースに見られるように、先ほど原田が御紹介いたしましたが、当事者間でやっしてください、本人同士で解決してくださいと突き放されるケースもやはりあるように思ひませます。

そういったところに ODR を仕組みとして入れていただければ大変よいのではないかとこのことを今回申し上げようと思ひませました。特に当事者にとっては、先ほど原田が申しましたように、相談先がない、消費者センターに行くわけにもいかないという問題、訴訟をすることはもちろん、弁護士さんに相談するだけでも金額的に見合わないという問題があります。さらに、匿名で取引ができる仕組みになっているところも多いですから、直接交渉したくても、連絡先とか取引相手の名前すらわからないというケースもございませます。

ですので、プラットフォームさんの中にこういった ODR の仕組みをつくっていただくことができれば、我々のような外部に相談するよりも、恐らくはトラブルに直面した利用者さんのストレスや不安感はかなり減じるのではないかと思ひませしております。

なぜ ODR をプラットフォームが用意するのがよいかと申しますと、やはりプラットフォームごとに、取引の態様ごとにトラブルは違うと思いますので、想定されるトラブルに見合った、提供者と利用者間の行為規範、取引当事者としての行為規範をつくっていただき、それを ODR の判断基準とする。法に触れるかどうかとか、債務不履行かどうかといったような基準はもちろんあるのですが、それとは別に、行為規範に合った行動をしているかどうかということをもとに ODR の判断を行えるということが 1 点です。

それと、プラットフォームの中にある決済システムや評価システムと ODR の結果を連動させることによって、自主的な解決手段である ADR に事実上の執行力を持たせるということもプラットフォームの中であれば可能です。こういった形で、紛争解決の有効性を向上させることができるのではないかと思います。

もう一つは、プラットフォーム事業者さんにとりましても、先ほども申し上げましたが、紛争は情報の宝庫です。これをしっかりと自分たちのものとして分析することによって、サービスの向上につなげていただくことができるのではないかと思います。

そこで、本検討会議への御提案です。モデルガイドラインの見直しを検討されているということでしたので、その中にプラットフォーム事業者に対してのガイドラインではなく、提供者と利用者がどのように取引をすることがよいのかという基本的な考え方といいますか、行為規範を示していただくというのはいかがでしょうか。

幾つか思いつきで挙げてみましたけれども、うそをつかないとか、約束を守るとか、幼稚園みたいですが、意外と重要なことだと思います。こういった共通の原則を挙げていただき、それをそれぞれの運営事業者さんがカスタマイズして、それぞれのプラットフォームに合った、取引態様に合った行動規範をつくっていただくというのが 1 点です。

最後ですが、それとともに先ほど申し上げました ODR の仕組みを政府としても後押しをして、推奨していただけないかという御提案でございます。例えば中小企業も含めて共通に使えるようなプロトタイプをつくって、実証実験までやってオープンにしていただくということをお考えいただけないかという御提案でございます。

本日は貴重な機会をいただき、ありがとうございます。以上でございます。

○安念主査 原田様、沢田様、どうもありがとうございます。

刺激的な御報告が続いておりますので、皆さん、御発言になりたいというのはわかっておりますけれども、後でまとめてディスカッションの時間をとりたいと思います。

(平井大臣退室)

○安念主査 しかし、あんなに力のこもった御挨拶をなさる大臣は珍しい。大変心強い感じがいたしました。

続いて、シェアリングエコノミーに関する意識調査につきまして、PwC コンサルティング合同会社の寺本様より、資料 11-3 に基づいて 10 分程度で御説明をお願いしたい

と存じます。

○PwC コンサルティング合同会社 寺本様 皆様、おはようございます。PwC の寺本と申します。よろしくお願ひいたします。

iPad のほうに資料を御用意させていただいておりますけれども、PwC は御存じのとおりに、グローバルに事務所を置いている中で、シェアリングエコノミーに関して申し上げますと、英国の事務所のほうで、端的に申し上げますと未来予想図というような、未来の社会を想像してみようという中で、シェアリングエコノミーという所有から共有へというビジネスが大きなインパクトを持ってくるというところから端を発しまして、市場規模の推計であったり、アメリカの消費者の市場調査等をさせていただいている中で、それを踏まえて、手前ども日本におきましても昨年から消費者の市場調査というものをさせていただいております。

2018 年、2 回目ということで、ただいまお手元のほうに御用意させていただいているものは、昨年との対比も含めた資料になります。資料全般につきましては、既に配付させていただいている中で、詳細な資料を全て御用意させていただいておりますので、お時間があるときに御確認いただくとしまして、本日はその中から有意なものを中心に皆様に御披露したく存じます。

まず、ごらんいただいているものは、「シェアリングエコノミー」という単語そのもの、要はシェアリングエコノミーという単語を知っていますかという質問に対しまして、右が 2017 年、左が本年という比較になりますけれども、スコアは着実にふえてはいるのですけれども、「シェアリングエコノミー」という単語そのものに関しては、まだそんなに多くの認知度と申しますか、市民権を得るほどの状態にはなっていないところではあるのですけれども、他方で、次のページを見ていただくと、サービスそのものの認知は、実はスコアは上がっています。

大事なものは、「シェアリングエコノミー」という単語を知っていただくということではなくて、シェアリングエコノミーというビジネスに触れていただく、経験していただくことによって、いいものなのだなということを経験する方が実は認知を含めてこれだけのスコアリングです。昨年ですと、知っているという方が 30% に対して、本年は 42.4%、10% 以上の増率で、これは非常に有意な数値だろうと考えております。

恐らく、これはシェアリングエコノミーを推進させていただくという思いのもと、それこそお帰りになられた大臣を含め、内閣官房、各省庁、それから事業者が一生懸命取り組まれてきたこれまでの取り組みが消費者にきちんと届いているという有意な結果であろうと考えております。

認知されているカテゴリーとしましては、空間、場所の提供であったり、移動であったり、モノというものの認知は非常に高いのですけれども、我々が注目しておりますのは下から 2 つ目、スキルシェアというところで、見ていただくと 10% 以上の増加

を示しております。

日本固有の課題としまして労働力不足というのがテーマとして語られて久しいですけれども、そういったテーマに対して、シェアリングエコノミーというビジネスが日本においては消費者の立場から見ると注目されているというところが見てとれるかと思えます。

利用経験というところを見ていただきますと、利用経験そのものは全体の 13.3%と、サービスそのものの認知はふえていますけれども、実際に使ってみようというところまで一歩踏み出すというところはまだまだこれからなのかなというところではありますけれども、先ほど申し上げましたように、具体的なサービスの認知は 10%以上の増加を示しておりますので、そこは時間の問題なのかなという見方もできるかと思えます。やはり利用経験というところで見ますと、場所、空間のシェアだったり、移動、モノというものが中心を占めているところがございます。

利用意向というところも、見ていただくと、かなり好意的に捉えているというところはごらんいただけたらと思います。各カテゴリーそれぞれ増加しているというところで、有意なのかなと感じるところです。

そうは言いましても、先ほどの御説明もありましたが、懸念事項としては、実際のサービスを安心して、もしくはサービスの先にある CtoC、相手、貸してくれたりする方がどれだけ信頼できるのか、そのモノがどれだけ信頼できるのかという課題は、それぞれのカテゴリー、シェアリングエコノミーのビジネスのそれぞれの分類に共通して、やはり消費者とすると高い関心を示している。

ですので、先ほどの数値にあった実際の利用意向をさらにふやしていくためには、安心して使っていただくための何らかの取り組み、工夫が、これは当然プラットフォームを中心としてより一層お務めいただく必要があるのだろうと考えております。むしろ、それさえ実現できれば、サービスの認知は先ほど見ていただいたように 43%とふえておりますので、使う方はどんどんふえてくるということがここからも推定されるということがございます。

最後は、利用時の提供者、CtoC の相手方とのコミュニケーションに関しましても、見ていただくと、実際に相手との接点の経験があるというところが 27%ぐらいですね。会って直接交流することに抵抗はありますかというところに関しても 30%というところで、こういったところが信頼というものをどれだけより一層担保するかというところで増減してくることになるのだろうと思えます。

今回、実はこれからごらんいただきたいのが、今ごらんいただいているページを含めて 4 ページでございます。前半の 2 ページは、2018 年の調査結果に対して自由にコメントしてくださいという意見に応募してくださった消費者の自由意見で、3 ページ目、4 ページ目は、それと比較して 2017 年、昨年 of 自由コメントを書いてくださいと。

恐縮ですけれども、一、二分ありますので、ぜひ皆様、今見ていただいているペー

ジを含めて4ページをごらんいただきたいと思います。個人ボタンを押すとページが進められると思いますので、皆様、画面の上にある「個人」というボタンを青くしていただくと、画面がスライドできます。

いかがでしょうか。今、お読みいただいていると思いますけれども、後ほどまた細かくお読みいただくと、いろいろなインサイトがここからも見えてくると思います。ちなみに、画面上の「共有」というボタンを押していただくと、共通の画面に戻ります。

私どものほうでこの資料をあえて今回御紹介したのは理由がありまして、昨年の自由コメントと比較して圧倒的にポジティブな意見がふえているということなのです。初めて調査をした昨年の調査結果をごらんいただくと、恐縮なのですが、実はネガティブな意見が結構多かったです。それがたった1年、間を置くだけでポジティブな意見がふえています。

これは非常に有意だと感じるのは、先ほど来御説明した調査結果の数値があったと思うのですが、ちなみに昨年とことし、アンケートにお答えいただいた方は重複しておりませんので、純粹にあれだけのスコアが上がっていて、しかも前回お答えいただけていない初めて調査を経験した人からも、ポジティブな意見という形でこれだけ定性評価が得られている。着実に一般消費者、最終受益者である国民一人一人に対するシェアリングエコノミーの意識が変わってきている。これはひとえに、ここにお集まりの皆様これまでのお取り組み、各事業者の取り組みの賜物と思いますし、よりシェアリングエコノミーというビジネスが国民に受け入れていただく可能性というのがここからも読み取れるのではないかとということで、通常、コンサルですとデータに基づくインサイト提示が中心でプレゼンをさせていただくのですが、今回はあえてこういうコメントをごらんいただいて、皆様に消費者の気持ちを感じていただきたいということで、ちょっと変則的な御紹介をさせていただきました。

最後になりますが、今回の資料とは別に参考資料としまして、3月の世界経済フォーラムで出ささせていただきましたシェアリングエコノミーをテーマとしたホワイトペーパーを御用意しておりますので、こちらもお時間があるときにごらんいただければと思います。

ありがとうございました。

○安念主査 どうもありがとうございました。

続いて、事業者の取り組みについてでございます。Airbnb Japan 株式会社の山本様より、資料 11-4 に基づいて 10 分間程度で御説明をお願いしたいと存じます。

○Airbnb Japan 株式会社 山本様 おはようございます。Airbnb の山本でございます。今日はお時間をいただきまして、誠にありがとうございます。

Airbnb ですが、いつもお伺いすると御利用いただいた方は2人ぐらいいらっしゃるかなみたいなイメージなのですが、今日は過去に弊社サービスをご利用いただいた方は何人くらいでしょうか。ありがとうございます。いつもよりちょっと多かったです。ありがとうございます。引き続き頑張ります。

弊社はもともと2008年にサンフランシスコで誕生したサービスでございまして、創業者は3人おります。当時、大学院を卒業いたしまして起業しようとしていましたけれども、結局なかなかうまくいかず、とうとう賃料が払えなくなってしまったというときに、偶然近くで国際会議が開かれておりまして、ホテルが満室だということで、自分たちの住んでいる部屋の空きスペースにエアマットレスを並べてみようというところから始まったサービスになります。

現状、おかげさまで世界191カ国、都市の数8万1000、物件の数にいたしますと500万物件以上、グローバルで掲載をさせていただいております。また、宿泊から始まったサービスでございますけれども、体験のシェア、国によってはレストランのシェアも始めているところです。

先ほど、生貝先生の御発表にもございましたが、弊社もマーケットプレイスとしての活動を進めております。特に日本でございまして、法律が入った関係で全てCらしきサービス提供者もBになってしまっておりますけれども、BとCがホストになりまして、ゲスト側にはCがいらっしゃるということで、弊社としては双方への消費者としての保護が重要であると考えております。

宿泊でございまして、個人の家の貸し出しから始まりまして、日本で例えば旅館さんにも最近使っていただいておりますし、事業者さんの参入もすごく多く見られるところでございます。ただ、やはり個人の方の御活躍というのは非常におもしろいところでございまして、最高齢のホストさんで私どもが存じ上げている限りでは2017年度で89歳でしたが、恐らくもう90歳になっていらっしゃるかと思います。そういう方も元気にゲストさんを迎えられる、活躍をしてくださっております。

体験でございまして、こちらは実は何でもいいのです。ここのお部屋にいらっしゃるそれぞれの方、実はお持ちの得意があると思います。それから、学生のころからずっとこのことは詳しいのですということをいろいろお持ちかと思っております。そうしたことを簡単にグローバルの市場にシェアをしていただくことができるようなサービスになっております。

現状、日本ですと約1,000の体験を、北は北海道、南は沖縄まで津々浦々で御提供いただいているという状況でございまして、自然体験から、今はやっておりますナイトライフといったような、さまざまなコンテンツが御用意できている状況です。

プラットフォームといたしましては、こうしたサービス提供者の方々及びそれを利用されるゲストの方々にはいかに安心・安全に使っていただくかということが非常に重要であると考えておりますし、特に他人と他人が初めて出会って、特に海外で交わる

わけでございますので、どうやったら安心を醸成できるかというところに力を入れております。

御説明する際に、いつもこのピラミッドで御説明しております。まず、プラットフォームのインフラとしての安全性が非常に重要であるということが一点申し上げます。その上で透明性、各ユーザーの情報の透明性の担保。最後、万が一のときのためのサポート体制という3段階で設計をしております。

まず安全性でございますけれども、機械学習を取り入れまして全ての取引に関してリスク評価を行っております。万が一フラグが立った場合には、担当のスタッフがグローバル 250 人ほど待機をしております、すぐに介入をしていくという体制でございます。

国によってはバックグラウンドチェックが可能となるようなデータが開示されている国もございますので、そういったところも連携させていただいてチェックを行っておりますし、2段階認証を重ねまして詐欺対策をできる限り実施しております。

それから、リスティング、物件の安全の確保というところで、物件を掲載される方、あるいは体験を掲載される方に関しましては、それぞれの最低ラインの基準を設けているというところになります。

透明性に関しては、次のスライドでまた詳しく御説明させていただきます。

サポートでございますけれども、一部報道ですごく危ない、例えば先ほどの PwC さんの御発言の最後に、危ないのではないかというコメントがたくさんございました。

ただ、事故の発生率を客観的に申し上げますと、2015 年、ちょっと古い数字で恐縮でございますが、約 10 万円以上の物損の発生率はグローバルで 0.009% ございました。したがって、恐らく報道等と言われるほどは事故は起きていないというところが正確なところではないかと思っております。もちろんこの数字をゼロにしていくことが会社としてのミッションだと思っておりますので、引き続きしっかり取り組んでまいりたいと思っております。

万が一何か起きてしまったときの対応でございますが、日本語を含めて、現状ですとグローバル 11 言語で毎日カスタマーサポートを対応させていただいております。日本におきましては日本の事業者様と連携させていただいて、最大 1 億円相当までの補償を御提供させていただいております。

こちらに記載はありませんが、何かもめてしまったというときには、別途トラブル解決センターを設けておまして、ホストとゲストのやりとりをサポートさせていただいておりますし、また、例えば人種差別等の動きが見られた場合も即刻コミュニティーから退会いただくといったような厳しい措置をさせていただくような体制をとっております。

透明性の担保のところを次のページから御説明させていただきます。やはり他人がこの人を信頼しようということはすごくチャレンジなのかなと思っております。オンライン

上でいかに自分がちゃんとした人かというところをきちんとお見せいただくように、さまざまな工夫を取り入れております。

お使いいただいた方は御存じかと思いますが、実は弊社のアカウントを作成する際、非常に面倒です。かなりいろいろな方から、何でこんなに面倒なのですかと言われるくらいなのですけれども、逆にそこまでしてアカウントをつくる際にさまざまな情報を御提供いただくことで安心・安全を担保するというのが弊社の考え方になります。

最低限必要な情報といたしましては、こちらにございますとおり、氏名、メールアドレス、パスワード、生年月日のみでアカウントをつくることはできますが、後ほど御説明する理由から、結局これだけですとなかなか予約をとることができません。ここに加えまして、認証済み ID としてメールアドレスや電話番号の認証、SNS ですと Facebook、Google、LinkedIn の最大 3 種類まで関連づけることが可能になっております。それから、日本ですと、パスポート、運転免許証のオフライン認証が第三者認証をかけられるようになってしまいますので、ここまで情報を出している方であれば安心な方であろう、実際に存在する方であろうということがわかっていただける。そのような仕組みになっております。

アカウントをつくった上で予約のステップに行くわけですが、CtoC の性質もございますので、予約のリクエストをまずゲスト側からさせていただきます。ゲスト側から予約のリクエストを受けたホスト、住宅を提供する方は、そのリクエストそのものを承認あるいは却下する選択肢が与えられます。これは、やはりシェアリングエコノミーにおきまして断ることができるということは非常に重要であると考えております。支払いそのものを、チェックインすぐではなくて、チェックインをして 24 時間後に初めてホストさんにゲストが支払ったお金が送金される仕組みを設けておりますので、行ってみたらちょっと写真と違うであるとか、まだ前のゲストがいて現場がばたばたしているといったような、そういったトラブルを防ぐ仕組みを設けております。

最後、何度かレビューのお話が本日も挙がっておりますけれども、ホスト、ゲスト相互でレビューをしていただくシステムを設けております。こちらは必ずやらなければならないものではないのですが、8 割以上の方がレビューを残して下さっているという状況でございますし、このレビューをもってプロフィールと加えて、このホストさんは大丈夫か、あるいはこのゲストさんは受け入れて大丈夫かという判断に実際皆様使われていらっしゃると思っております。

私自身もサービスを使う際にこのレビューは非常に気になりますので、お土産を持って必ず原状復帰をして物件を去るところまで徹底しているところです。ぜひお使いになっていただくと、その緊張感を御共有できるかなと思っておりますので、次回、手を挙げていただけるとうれしいと思っております。

お時間が限られておりますので駆け足で参ります。日本でも 2020 年に大規模イベン

ト、オリンピックの開催が予定されております。諸外国でもさまざまなイベントをお手伝いさせていただいておりますけれども、日本で言ういわゆるイベント民泊よりはやはり事前の準備が重要であると考えております。と申しますのは、ホストさんもサービス提供者になれることが非常に重要です。それから、先ほど申し上げましたとおり、レビューの有無というのがゲスト側の安心の担保に非常に重要でございますので、イベントの手前だけではなくて、イベントの少し前からホストさんがふえていくということが大切ではないかと思ひますし、そういった環境の整備が求められるところではないかと思ひます。

それから、大規模イベントに関しましては、弊社もオフラインで何かサポートができるかということも過去も検討してまいりましたし、今後も引き続きやってまいりたいと考えております。

次のページに参りまして、日本独自の取り組みでございますけれども、日本のさまざまな企業様と連携をすることを通じて、一般のユーザーの方に安心して使っただく仕組みを設けております。

次に、コンプライアンスです。法律遵守のところはかなり日本のコミュニティーの中では重要と考えておりまして、法律上求められている仲介業者としての規制に加えて、さまざまな取り組みも行っております。詳細は割愛させていただきたいと思ひます。

ホストさんの法令遵守に関してもかなりサポートをしておりまして、個人がやるには若干複雑なところもございますけれども、パスポートをきちんと確認しましょうとか、そういった情報提供もさせていただいておりますし、日本にいらっしゃる外国のゲストの方に対して、日本の文化、風習、マナーの啓発等も行わせていただいております。

ホストさん側も、やはり見えないことへの不安を解消しようということで、地域にかなり顔を出されて、ホストというのはこういうことですよというような活動をされている方がたくさんいらっしゃいます。

最後に、1点だけ補足させていただければと思ひます。やはり仲介業者、プラットフォームが効率よく法令遵守を実施していく仕組みというものが日本では必要かなと考えております。こちらのスライドの最後、「テクノロジーを活用したルール執行」のところでございますが、現状、観光庁様と御協力させていただきながら、自治体を巻き込んで、全ての物件の合法性を確認しております。これを少しテクノロジーを活用することで、円滑かつ適法なものの確認ができるタイムスパンを短くしていくという取り組みが一つ考えられるかなと思っております。

少し時間をオーバーしてしまいましたけれども、以上、発表とさせていただきます。ありがとうございます。

○安念主査 どうもありがとうございました。

それでは、お待たせをいたしました。最後に事業者のお取り組みでございます、株式会社スペースマーケットの積田様より、資料 11-5 に基づいて 10 分程度で御説明をお願いしたいと存じます。

○株式会社スペースマーケット 積田様 皆様、おはようございます。株式会社スペースマーケット、積田と申します。きょうはお時間をいただきまして、ありがとうございます。私のほうから取り組み説明をさせていただきたいと思っております。

きょうは主に 3 つの点で説明させていただきたいのですが、1 つは事業概況です。2 つ目として地域の取り組み、3 つ目として安全・安心な取り組みということで説明させていただきます。よろしく申し上げます。

まず、事業概況です。改めて会社概要ですが、2014 年に設立しまして、今 5 期目を迎えております。決算が 12 月ですので、本年の 12 月をもちまして 6 期目に突入するところでございます。資本金は 4 億 9700 万円となっております。現在、従業員数は 50 名を超えているようなところでございます。

「チャレンジを生み出し、世の中を面白くする」というビジョンを掲げております。これはさまざまなスペースが流動化することで、起業はもちろんですが、新しい働き方とか、新しい暮らし方、それから新しい遊び方なんかも、いろいろなチャレンジが生み出されるだろうということを仮説として持っていて、スペースが流動化されることでいろいろなチャレンジが生み出されて、その結果、世の中が前進していく、世の中をおもしろくするというようなビジョンを掲げておいて、5 期目を迎えておりますが、本当にさまざまなチャレンジが生み出されていて、日々、このビジョンのことを実感しているところでございます。

ミッションとしましては、「世界中のあらゆるスペースをシェアできるプラットフォームを創る」というのを掲げております。まさにシェアできるということには、安心・安全はもちろんですが、誰でも簡単にというものが込められております。

ビジョン、ミッションを達成するために我々社員が大事にしているバリュー、価値観ですが、この中に唯一説明させていただきたいところと言うと、サクセスというところに、ホスト・ゲスト、スペースマーケットの会社、それから会社に属する社員はもちろんですが、この中に地域社会の成功というのも掲げておいて、サービスを通じて真の四方良しを実現しようということで、社員一丸となって取り組んでいるところでございます。

ここで事業概況ですが、改めてサービスの説明です。私たちはあらゆるスペースを簡単に貸し借りできるプラットフォーム「スペースマーケット」を運営しています。

ビジネスモデルは、説明するまでもないのですが、スペースを貸したい人と借りたい人をマッチングして手数料をいただいているというモデルになります。

プラットフォームは順調に成長しておりまして、現在、対前年 300% ぐらいの成長を遂げているところでございます。

スペースの掲載数も順調に伸びておりまして、今、1 万を超えるぐらいのスペースが掲載されているところでございます。スペースの種類も、住宅や会議室はもちろんですが、レストラン・カフェ、スポーツ施設、小学校、お城とさまざまな、本当にあらゆるスペースが掲載され、利用されているという状況です。

スペースの利用例ですけれども、サービス当初はユニークなスペースが掲載されているところにフォーカスされがちだったのですが、今は本当に生活の延長線の中でさまざまな使われ方がされている。会議や撮影、パーティー、趣味、集まり、いろいろな使われ方がされているということです。

それから、我々はスペースが流動化することによって、これまで考えられなかったような新しい使い方がされているというのを実感しています。お寺で社員総会が行われたり、映画館でセミナーが行われたりということです。中でも、ことしは右の 2 つにあるレンタルスペースのお花見、我々は「インドア花見」と呼んでいるのですけれども、そういう使われ方だったり、レンタルスペースでスポーツ観戦、「うちスタ」と呼んでいるのですが、これらがメディアをすごくにぎわせた事例ということで、個別に簡単に説明させていただきたいと思います。

一つ、まず「インドア花見」です。お花見のシーズンは、寒い、花粉がひどいとか、あとはお花見の場所をとらなければいけないとか、あるいはお花見が始まると周りの酔っぱらいの音がうるさいとか、いろいろなデメリットもあるわけです。桜を見るところすごく楽しいシーンでもあるのですけれども、それらのデメリットを排除しようということで、我々のレンタルスペースで花見をしよう。そのスペースの窓から借景として桜が見えたり、あるいは大型スクリーンで世界中のすばらしい桜の動画が上映されたり、あるいは部屋の中に桜をしつらえたりして、寒さや花粉みたいなもののデメリットを排除して、かつ、事前にも予約できるので、場所とりも必要なく楽しめるということで、さまざまなメディアに取り上げていただきました。

続きまして、「うちスタ」です。こちらはワールドカップ開催期間中に合わせて展開したのですけれども、パブリックビューイングのまさに反対です。プライベートビューイングと呼ぶことで提案させていただいたのです。スタジオでみんなで見ると楽しいのですけれども、行き帰りの交通渋滞が大変だとか、ちょっと酔っぱらった人が隣にいて余り楽しい思い出がなかったみたいなことがあるので、本当に気心が知れた友達だけでスペースの中で楽しもうということで展開させていただいて、これも各メディアに取り上げられていただいた事例になっています。

弊社は、このように新しい文化を創造して、日々、おもしろいシーンをつくり上げているというところでございます。

続きまして、スペースマーケットの歩みを簡単にまとめさせていただいているので

すけれども、2014年に創業以来、まず2014年10月に最初の資金調達を行いまして、その後、2016年の2回目の資金調達を行いました。さまざまなサービス、それから改善を続けてきたところでございますが、本年に入ってテレビCMをフィージビリティ・スタディーとして福岡とAbemaTVの中で行ったということで、歩みを続けてきてまいりました。

最新のトピックスを改めて個別に説明させていただきたいのですけれども、2018年11月16日には第3回目の資金調達を行いまして、この中であえて個別に説明させていただくと、スペースマーケットで初めて事業会社からの資金調達を実施したというところがございます。そういう意味では、ステージがすごく変わってきたという実感を日々得ているところがございますが、実は東京建物様も初めてのベンチャー企業への投資ということで、いよいよ不動産業界もシェアリングエコノミーの概念を取り入れ始めたという、手前みそながら、エポックメイキングなシーンだったのかなと思います。

続いて、この資本調達を踏まえ、先ほど説明したフィージビリティ・スタディー結果も良好だったというところで、実は先週月曜日からテレビCMを関東と関西エリアで12月9日まで行っております。弊社が設立以来、最大のチャレンジとなりますが、本当にテレビCMの効果を日々実感しているところがございます。

以上、事業概況ですが、ここから地域の課題解決といったところの説明をさせていただきます。

これまでもさまざまな自治体様と連携させていただいて、地方の遊休資産を活用していこうということで、関係人口の創出なんかを目的に取り組んできたところですが、直近、すごくおもしろい、これまでにない事例を生み出しているのです、個別に2つ説明させてください。

まず1つ目、10月31日にリリースしたのですが、横浜市青葉区と連携しました。ここは区民活動が非常に盛んで、区の公共スペースの稼働率が逼迫しているというところで、それを補う形で民間のスペースシェアを活用しようということでスペースマーケットと連携をしています。さまざまなニュースにも取り上げられましたが、青葉区のホームページのほうにも記載をさせていただいて、これまでにない取り組みとしてすごく注目を集めていると思います。

2つ目、スポーツ庁の、これも成長戦略の中に定められていますが、スポーツ産業の成長促進事業という事業の中で、スポーツ庁とNTTデータ様がお取り組みをしている神戸市での取り組み、スポーツエコシステムを構築するということで、この事業スキームの左の施設の空き時間の活用というところでスペースマーケットのプラットフォームを活用していただいている。スペースマーケット内に「神戸市内で運動可能なスペースまとめ」というのをを使って、使いやすくしているというところがございます。

最後に3点目、安全・安心の取り組みについては、本検討会議で定められたガイドラインに沿って、昨年7月25日にシェアリングエコノミー認証制度の第1号の認定をしていただいたところですが、それを真摯に受けとめて、甘んずることなく、さらに日々問題意識を持って取り組んでいるところがございますので、認証制度以降の問題意識等々、取り組みを説明させていただこうと思っています。

まず、問題意識としては、業法に抵触してはいないことを前提に、契約や一般慣習的な社会的ルールに配慮した事業運営ができているかというところですが、ここはまさに、例えば分譲マンションであれば管理組合の許可をちゃんととって掲載していますかというところ。そういったところをしっかりとホストにアナウンスしていこうといったところ。2つ目、スペース利用時に想定され得る違法行為への適切な対処ができているか。これはゲスト側に対しての問題意識ですが、この2つを大きな問題意識として持っています。

これを具体的な形に表現すると、この4つになるわけです。まず、1つ目としては、スペースのオーナー・管理組合への掲載の許可ができているのか。あと、外部不経済への対応としてどうなのか。3つ目、スペースでの食事提供への対応。4つ目としては、スペースにゲーム機の設置やDVDやネット動画鑑賞時の著作権や商用利用等への対応ということで、今、具体的な対応策を提示しているところがございます。

課題への対応策として①と②、まず、集合住宅のオーナー・管理組合等への掲載の許可といったところ、それから外部不経済（騒音・ごみ等）への対応というところ。言うところ、まず規約を変更して、必ず掲載前にしかるべき方、分譲集合住宅であれば管理組合ですし、賃貸であればオーナー様といった形で、しかるべき人の許可を取って掲載をしてくださいという形で規約を変更しています。

それから、ヘルプページにも同様にスペース掲載の条件ということでその点を明示させていただくとともに、外部不経済については、ごみや騒音問題で近隣の住民の方から苦情があった場合、それが改善が見られない場合は削除させていただきますというような記載をさせていただいているところがございます。

課題への対応策の③、スペースでの食事提供について。これもヘルプページに記載をしているのですが、スペース利用時のさまざまなシーン、まず分類としては食品衛生責任者の資格をホスト・ゲストそれぞれがどう所有しているのかとか、参加者が特定されているのか、不特定多数なのかといったところ。お金の取り方として、実費だけを負担しているのか、あるいは利益を取っているのかみたいなところで、それぞれの適法性を明示していて、必要に応じては保健所に問い合わせるような形で対応しているところがございます。

最後に、スペースにゲーム機設置、またDVDやネット動画鑑賞時の著作権や商用利用等への対応については、これはまだ検討の段階中で空白の一覧がついていますが、このような分類の中で今、検討を開始したところで、早急に整理して改めてヘルプペ

ージ等で明示していきたいと思っるところでございます。

以上になります。ありがとうございます。

○安念主査 どうもありがとうございました。

それでは、きょうの御議論は、あと 50 分ほど時間をいただいておりますが、前半に質疑応答、後半をディスカッション、意見交換ということで一応分けさせていただきたいと存じます。

まず前半でございますが、ここまでのプレゼンでございますが、質疑応答をお願いしたいと存じます。御質問等ございましたら、どなたからでも結構でございますので、どうぞ。

○松岡構成員 EC ネットワークさんにお伺いしたいのですが、私ども日本消費者協会でも消費者相談でやはりネット上のトラブルが来ますし、個人対個人の取引というのは処理に非常に困難な面が多く、困っているところがあります。

個人対個人のトラブルの解決というのですか、それはどういうやり方をされているかということをお伺いしたいと思います。

○安念主査 いかがですか。

○一般社団法人 EC ネットワーク 原田様 私、原田のほうから回答させていただきます。

個人間取引の御相談に関しましては、全て内容的には個別の内容になりますので、基本的には我々のところはそれぞれの方々に合わせた個別のアドバイスや助言を差し上げて、相談者の方によってはフィードバックをしていただく。もしくは、やりとりを続けさせていただく。そういった相談対応をさせていただいております。

○安念主査 どうぞ。

○松岡構成員 それでもなかなか困難なことがあると思いますので、先ほどおっしゃっていましたが ODR ヘリンクをすることはぜひ進めていただきたいと思います。やはり第三者がちゃんと対応してくれるのだということがわかるということは、利用を促進させることになると思います。

私どもも、どこに持っていったらいいのかわからないような相談が来たときに非常に困っていますので、これは政策的に進めるということをお願いしたいと思います。

○安念主査 原田さん、私から伺いたいのですが、その助言をお与えになって、その

後どうなったかということの追跡は可能なものですか。

○一般社団法人 EC ネットワーク 原田様 恐らく個別に聞けば可能かと思いますが、相談者の方から特に積極的にその後御連絡をいただけなくなりますと、私たちのほうからは追っていくことはありませんので、その場合は解決がどうなったかまでは追っていないものもごさいます。

○安念主査 そうすると、助言による成功事例の蓄積は結構困難があるということでしょうか。

○一般社団法人 EC ネットワーク 原田様 そうですね。データのにはなかなか難しいところがごさいます。

○安念主査 わかりました。ありがとうございます。

どなたからでもどうぞ。では、持丸さん、その次に中村さんといきましょう。

○持丸構成員 私、早退しますので、質問ではなくて、私から情報を少しお話しさせていただいて、失礼させていただきます。

最初に、生貝先生から少し話を整理していただきましたけれども、国際標準化において、こちらのモデルガイドラインをベースに、イギリスの British Standards Institution というところと PAS というのを今開発しております、それはイギリスの事実上国内の標準仕様という、PAS というのは Publicly Available Specifications というものですが、これが2回の会合を終えて、おおむねまとまりまして、年度内に策定されるというものです。

これと並行して8月に、シェアリングエコノミーに関する ISO の中に新しい技術委員会、TC を設立してほしいということをも日本から提案いたしまして、これの投票が先週終わりました。Pメンバーというのですけれども、投票権を持つメンバーは5カ国以上が条件なのですが、10カ国Pメンバーが集まって、全体としても賛成多数ということで、形式的にはTCが設立できる状況になっています。手続的には、この後、ISOのテクニカルボードのほうでもう一度検討と投票があつて、決まるのは1月ぐらいということになるかと思ひます。

議長国がもう一カ国提案があつたりしているのですが、はっきりしたことは申し上げられませんが、多分、日本が議長国になってこれを推し進めるといふような状況です。フランス、カナダがPメンバーに入っておりますが、イギリスは今回はなぜかPメンバーではなくてOメンバーという投票権を持たないメンバーとして参画をする。そのような状況でござひます。

皆さん方と一緒に考えて進めてまいりましたモデルガイドラインが、幾つかの段階を経てTCになって、多分そこで最初に検討することになるのが理念とモデルガイドラインというところで、先ほど生貝先生からありましたように、オンライン・レピュテーションとか、いろいろな関連するTCも既にできておりますので、そこと連携しながら日本と欧州主導で枠組みを決めていく。そんなような動きがございます。

ちょっと報告だけ申し上げました。ありがとうございます。

○安念主査 どうもありがとうございます。

中村先生、お待たせしました。

○中村構成員 ありがとうございます。中村です。生貝さんと沢田さんに質問があります。

まず、生貝さんに。先ほどの供給者に対するランキングのパラメータの理由を公表するというのは非常に大きなルール化だと思いますけれども、何か社会問題のような強い背景があったのか。そして、エンフォースはどうするのか。つまり、罰金のようなものはどんなものなのか。そのあたりを教えていただければと思います。

○安念主査 いかがですか。

○生貝構成員 ありがとうございます。

これまでも、国内外を問わず、ランキングというのが例えば中立を装ったものであるのだけれども、実際はさまざまな金銭的な、ファイナンシャルな関係によって順位が人為的につくられたものであるといったような議論もしばしばあったかと思います。もちろんこれは、当然さまざまプラットフォームの皆様は、その場所というものをビジネスの場として運営されていますので、正当であることが多いかと想うのですが、プラットフォームのお勧めというものを消費者の側が信頼して、プラットフォームが進めてくれているのだったら間違いのない、これは私にとって一番得なものなのだとことを確実にできるようにすることでもって、消費者の購買行動、まさしく不安とかそういったものを取り除こうといったことがこの背景にはあるものだと認識しております。

ちなみに、これはプラットフォーム対コンシューマー関係のことでございまして、プラットフォーム対ビジネス関係、②のところでも申し上げたところでは、またちょっとこれは別の要素が少し出てくるのですが、少なくともコンシューマーとの関係ではそういうことでございます。

そして、エンフォースメントといったことをどう担保するのかというのは、確かに難しいところではございまして、まだこれもヨーロッパのほうでも最終的に立法に至

ったものではございません。

いずれにいたしましても、私自身としては、この協会とか、モデルガイドライン等の自主的な取り組みの中で取り組んでいって、それが本当に宣言したとおりになっているのかといったところに関しても、まさに認証をするさまざまな方々が実際に例えばテストを試してみたり、そういったさまざまなカスタマイズされた対応が必要になるのかなと考えているところでございます。

○安念主査 よろしいですか。

○中村構成員 もう一つ、沢田さんに。EC ネットワークは ADR の経験を豊富にお持ちですけれども、今回の ODR をプラットフォームがやるという提案は、ADR として別の組織がやるのでは限界があるということなのではないでしょうか。例えば、シェアエコ専門の ADR なり ODR を沢田さんのところがやられたらどうなのかなと思ったのですが、いかがでしょうか。

○一般社団法人 EC ネットワーク 沢田様 御質問というか、御提案、ありがとうございます。お金を出してもらえたら幾らでもやりますが、もちろん外部に専門の ADR というか、ODR 機関があって、そこが請け負うという形でももちろん可能とは思いますが。ただ、それぞれのプラットフォームから協力が得られることが大前提になると思います。取引のログは全てプラットフォーム側にあるものですから、事実確認のためにいろいろ開示していただかなければいけない場面が出てくると思います。紛争解決の効率性で言えば中にあるほうがいいのかと思った次第です。

○安念主査 全く無知なのですが、日本国内で既に稼働している ODR というものは実在するのですか。

○一般社団法人 EC ネットワーク 沢田様 私たちです。というのは冗談ですが、ほとんどないです。もともと日本国内では ADR 自体余り盛んではないというのもあり、それとともに、ここで申し上げていいのかどうか、先ほど時間の関係もあって課題として申し上げなかった点ですが、ODR や ADR を国や行政機関がやる場合はいいのですけれども、例えばソフトウェアでオンラインの紛争解決システムを提供するというのをビジネスとしてやった場合、弁護士法 72 条との関係が問題になります。それで萎縮してできないでいるということも事実だと思います。ビジネスとしてもうかりそうにないというの、もちろんありますけれども、それとは別に法規制の問題もあると思います。

御質問にお答えしていなかったのですが、結論としては今、日本の中で ODR として稼働しているものはほとんどない。部分的に e ファイリングのような形でオンラインを

取り入れている ADR の仕組みはありますけれども、ODR と言えるようなものはないと思っております。

以上です。

○安念主査 わかりました。ありがとうございます。

もう一方ぐらい、どなたか。では、増島先生、森先生。

○増島構成員 生貝先生ですけれども、EU の動向は割とペーパーが出るので、これを読めばわかるという形で追いかけているのですけれども、よくわからないのが米国の状況だと思っていまして、大統領もあんな感じで、全体的に何が起こっているかよくわからない国になってしまったというところもあるのですけれども、彼らの中で公式に動いている規制ですね、FTC とかはやっていると思いますけれども、あの辺の動向でもし共有いただけるものがあれば教えてください。

○安念主査 何か御存じですか。

○生貝構成員 実は、アメリカに関しては私もなかなかフォローし切れません。プラットフォーム規制というところだと、一つはプライバシー、そして何よりもフェイクニュース、ディスインフォメーション対策のほうにかなりの議論が集中しているという理解でございまして、私が今勉強している限りですと、特に連邦レベルできょうお話をさせていただいたことにかかわるような大きな議論というのが、少なくとも関係の限りフォローできていないという状況でございまして、申しわけございません。

○安念主査 FTC は紙を出さないほうが何か不思議な感じがするのですけれども。

○増島構成員 ちょっと出ていると思います。FTC はちょっと出ているのは見たのですけれども、まだ議論が始まったばかりという感じかなという状況で見えていまして、それは誰のどういうふうなイニシアチブでどこかへ行こうとしているのですかねというところがまだ調査ができていなかったです。

○安念主査 わかりました。ありがとうございます。

森先生、お待たせしました。

○森構成員 ありがとうございます。生貝先生と Airbnb さんに 1 点ずつです。

生貝先生には、先ほどの 7 ページのニューディールのところですが、下線部の (b) のところで、プラットフォームがサービス提供者がプロかどうかを消費者に

伝えなさいということですがけれども、これはアイデアとして素晴らしいと思う一方で、プラットフォーム的には情報収集をしなければいけないので大変ですし、あと、プロかどうかというのは何を意図しているのかというところがあるかなと思っていました、例えば事業者だったら消費者契約法の適用がありますよとか、事業者だからベンダーとして信用できますよとか、消費者としてこれを教えてもらうことによって何を得られるのか、プラットフォームに手間暇がかかる一方で、どういう消費者保護になっているのかというのを教えていただきたいと思います。

○生貝構成員 ありがとうございます。

まず、何を目的にしているのかということに関しましては、今、先生がおっしゃっていただいたとおりだと認識しておりまして、事業法とか、あるいは消費者法の保護をちゃんと受けることができるのかといったようなところがまず一つ大きくあり、それに加えて副次的には、そうであれば安心して取引して大丈夫だろうといったような一般論も当然あるのだろうと思います。

おっしゃるとおり、確かにうまく信頼のできる表示をしていくというのはなかなか難しいだろうなと思いますけれども、私の今勉強している理解ですと、原則はちゃんと供給者の方に自分で宣言をしていただくというか、そういう形で登録をしていただくということ。そして、その宣言といいますか、登録が本当に合っているかどうかというのは、可能な限りでプラットフォームの方々が、そこに集積された取引データとかそういうところから見ていって、もし仮に大きな乖離があるようであれば、アラートとか修正の指摘なんかを出していくといったような形が比較的現実的なのかなと理解しているところでございます。もちろん、プロか、トレーダーか、それとも普通のアマチュアかというのは、分野ごとでも難しいところですので、そこはかなり議論が必要かなと思います。

○森構成員 ありがとうございます。

確かに、そういうことをぜひやるべきですと言うと、ちょっと怒られるかもしれないのですがけれども、例えば CtoC みたいな個人間取引だったら、件数とか、商品カテゴリーとか、金額というのはプラットフォーム側で把握できるので、ではガイドラインに従ったらこれは特商法の適用がありますねとか、そういうことはわかるはずなので、それを伝えろというのはアイデアとしてはいいと思います。もちろんこれはハードローではないという前提での話なので、これは我々のガイドラインに対する非常にいい示唆だなと思いました。

山本さんには、民泊の場合、マンションで禁止になっているとか、そういう話があるわけですし、プラットフォームの外側、外部に対しての配慮が結構重要だと思うのですがけれども、そういうことについてはどのような工夫をされているのでしょうか。

○Airbnb Japan 株式会社 山本様 御質問ありがとうございます。

その点に関しましては、弊社は課題意識を持っているものの、なかなか100%これをやれば大丈夫ですという答えをまだ見出せていないところがございます。ただ、ホストさんと連携し、要は現場でホストさんが直接的に外部の方とかかわるわけでございますので、弊社といたしましては、ホストさんに対してきちんと周りの方に御案内をしましょうといった形で、リスティングをつくる際にご覧いただくページがございますので、そちらで御案内をしているところです。

あと、届け出をする際に周りの方に周知をすることが求められる場合があります、こちらは自治体によっては、かなり極端な例でございますと、町内会にも参加をして議事録もとってきちんと徹底してやってくださいという御指導もある場合がございます。そこはバランスの問題かなと思っておりまして、どこまできちんとお知らせすることが周りの方の安心につながるかということの一つあるかと思っております。お答えになっていないかもしれませんが。

○安念主査 確かに難しいですね。ありがとうございました。

時間がたっております。ちょっと私から寺本さんに伺いたいのですが、社会学者の説によると、日本というのは赤の他人間の信頼が非常に低い社会だそうです。だからこそ、御社でなさったあの調査のコメントの「安心」がやはりキーワードになってくるのだと思うのですが、そうすると、新規参入者が安心してもらえる手はあるのだろうかと思うのです。伝統ある大企業しか安心できないとなると、新規参入はおよそ理論的にはできなくなるのですけれども、そうであってももうシェアエコなんかはおよそ不可能になるのですが、どうすると安心というのをエンハンスすることができるのでしょうか。

○PwC コンサルティング合同会社 寺本様 うまいお答えができるかどうかは不安ではあるのですけれども、まず、日本に関して言えば、そもそもシェアリングの土壤はあるのです。私なんかも、基本、料理はできないのですけれども、たまに料理をしてみようかなと思ったときに限ってお醤油がなかったりするのです、よくあるパターンですけれども、隣に借りにいたりという、これは古くから日本でよくある関係で、そもそもシェアリングに関する精神的な共有という素地はあるのだろうと。

いろいろな方とそういう話はあるのですけれども、今御質問いただいたようなテーマに対して、そもそもシェアリングは怖いですかと端的に質問すると、実際そんなに怖くないのですということと、やはり一歩踏み出す勇気というものをどうやって担保してあげるかということだと思っております。

調査結果をごらんいただくと、まず年収別の利用経験という点で言うと、まず年収

が高い方のほうが利用経験が非常に高いというスコアが出ていて、それは後ほどごらんいただくと御確認いただけるのですが、これは単純明快で、年収が高い方ですと、例えば仕事もしくはプライベートで海外に行く回数が多い。結果として、Uber だったり、身近なものを使えるというところがありますと。

問題なのは、年収がそこまで高くない一般消費者に対してどれだけリーチさせていくことができるかという点で言うと、これはべたですけれども、やはり SNS とかがこれだけ市民権を得ているので、実際に利用した人のつぶやきというものをどれだけそういう不安を感じている人に届けてあげることができるかということだと思います。

そういう意味では、SNS を活用したつぶやきではないですけれども、一つにはスペースマーケットさんが先ほど取り組みで紹介されていたように広告です。べたな手法と言われるかもしれませんが、やはり広告を見てやってみようという方がおられます。実際問題、今、広告という戦略が実は再評価されてきているという事情もあります。広告という表現を借りないのであれば、動画コンテンツというものが今非常に注目されている。

ですので、たくさんの方がコンタクトできるような、そういう場所で利用を容易にする、心的なバリアを下げるようなことができれば、意外に簡単にブレークスルーできるのではないかと感じています。

○安念主査 そうすると、ますますつぶやきの透明性が重要になってきますね。ありがとうございます。

何となく自然な形で意見交換に移らせていただきたいと思います。それに先立って、第 10 回検討会議におけるヒアリング概要について、事務局から概要を御説明いただいた後、第 11 回検討会議での説明、意見発表とあわせて、御意見の交換をさせていただきたいと存じます。よろしく申し上げます。

○高田企画官 時間も限られているので、端的に行いたいと思います。

前回、ゲストスピーカーからの御議論をお手元の資料にまとめさせていただいてございます。かいつまんで説明いたしますと、安全・安心の取り組みに関しまして、本人確認、事故への備え、サポート体制等々におきまして、各社ともモデルガイドラインに上乘せの取り組みをされているという点が特徴的だったと理解しております。

また、リスクの低減やユーザーリテラシーの向上という観点から、消費者の行動変動等をいかにスマートに促していくか。これについて各社さんはいろいろな努力、御苦労をされているということについて、それぞれの御発表があったところでございます。

モデルガイドラインの中身に立ち入ったところで申しますと、特にモデルガイドラインの中の適法性の取り扱いについて、たとえ白黒つけなくて、基本的には自分たち

で根拠を持って判断するというのが原則であります。なかなかそれだけでは重いような例がやはり出てきているというお話が、シェアエコ協会の方、あと石原弁護士、それから森弁護士からも御発言がございました。もし補足等がありましたら、後ほどお願いできればと思います。

また、認証ガイドラインについて不断に見直していくべきではないか、その中でプラットフォームだけではなくて、実際にサービスを提供する提供者の方々の活躍の場の拡大に当たるような取り組みを期待すると。このような御意見も出たところでございますので、御参考までに御紹介させていただきます。

○安念主査 どうもありがとうございました。

それでは、残りの時間、御自由に御意見の交換をしていただきたいと思います。どうぞ、どなたからでも結構でございます。

では、まず増島先生から。

○増島構成員 ありがとうございます。

今、例えばスペースマーケットさんの資料で8ページにグラフが出ていますけれども、ほかのシェアリングエコノミーも、結局、ネットワーク効果なので、みんなこういうふうになるのですね。ここに行くまでに大体3年とか4年かかるという形でありまして、こう大きくなると、この後はずっと行く。Airbnbさんなんかを見ていればわかる。こういうふうな話になります。

これはもうスペースマーケットさんだけではなくて、クラウドファンディングでも何でも実は同じでありまして、その事実をこれから行う議論の中にどういうふうに踏まえる必要があるかというのがあると思います。何を申し上げているかという、今から始める新しい人が追いつけなくなりますよという話があります。

今、皆様、大きな方々が来られて、安全・安心の対策です、いろいろやりますと言うわけです。それをやられるのは、社会にとっていいことだとか、この場にとってはいいことを言っているという話になって、ぜひやりましょうみたいな話になるのですけれども、それは実は何をやっているかという、ある意味、逆の面になると、何の面から言ったらいいかわからないのですけれども、先行して大きくなった人に、新規参入者に対する障壁をつくらうとしているというふうな捉え方が他方でできるという話でありまして、そこでやっている行為は、まさにシェアエコの前のBとCのビジネスで古い人たちがやっていた行為と同じである。こういうことは事実の問題として踏まえておいていただく必要はあるということでございます。

3年、4年というふうに申し上げたのは、今、皆さんがこういうことをやられていらっしゃるの、私は別にスペースマーケットさんの顧問でも何もないのでどうなっているか知らないですけれども、基本的には上場が見えてきます。上場が見えてきま

すと当然審査をするということになるわけですがけれども、ここで東証を通そうとすると、オンライン・プラットフォームについて彼らも結構ビジネスをキャッチアップしておりますので、適法性ということを非常に言ったり、安心感とかいろいろなことを言っていて、あれしろこれしろと言ってくるのです。なので、自主的にももちろんやっていますというていを見せている人たちもいますけれども、実は上場のためにやらなければいけないのでやっているという面も結構あるのです。

そういう方々が考えるのは、どうせやるのだったらルール化すれば、自分たちがやってそこに上がっていくという中で、これをつくれれば競合が出てこないというふうな、先ほどのネットワーク効果とあわせてそういうふうな戦略的な判断になるというのは見やすい事実でありまして、そういうふうな判断が民間側でされるものなのであるというか、合理的に考えればそうなりますねということ踏まえた上でここで議論をしないと、先行した人に加担をして、新しい人を生むことに対する阻害になってくるでしょう。ここは踏まえていただきたいと思いました。

○安念主査 ありがとうございます。

私もオンラインビジネスは独占への非常に強いポテンシャルを持っていることは指摘いたしました。ネットワーク外部性が極めて強固に出る上に、製造業と違いまして生産ラインの制約というものがありませんので、極端に言うと、ゼロか 100 かの世界になってしまいがちですので、その点はよく注意をしなければいけない。私も全く同感でございます。

ほかに、どなたからでも。では、森先生、どうぞ。

○森構成員 今の安念先生のお話について 1 点つけ加えさせていただくと、プラットフォームですので間接ネットワーク効果があります。こちらがふえれば、あちらもふえる。だから、このシェアリングエコノミーの場面では、新しく出てくる人たちをという今の増島先生のお話ですがけれども、そこで非常に問題になっているのが適法性問題でして、これをどうするのかということが非常に難しい問題なのだろうと思うのです。

もちろん、法律を守るということはある意味では認証の当然の要求なので、適法にビジネスをやっていますということも認証すべきなのですがけれども、他方で技術革新によって今の法律が現状に合わなくてきているとか、むしろこちらのほうが法改正のインプリケーションになっているという面があるので、全くしゃくし定規に適法性を認定するわけにいかず、そうかといって、違法なものをよいシェアリングエコノミーとして認定していると、その認定自体の信頼を脅かすことになってしまいますので、これはあちらを立てればこちらが立たずということで非常に難しいかなと思っていますので、今回のモデルガイドラインの改定のことを通じて、ぜひともここでやっていただきたいと思っておりますし、シェアエコ認定自体のある意味最大の課題として御検討いただきたい

だと思います。私にもいいアイデアがあるわけではないのです。

○安念主査 それはそうでしょうね。ありがとうございます。
では、重松先生。

○重松構成員 2点ありまして、まずは1点目、プラットフォームはネットワーク外部性が効いて、まさにスペースマーケットの創業者としては、シェアリングエコノミー検討会議に参加したのは恐らく2016年、2年前だったと思うのですがけれども、そのときは本当にプラットフォームとしてまだまだ本当にお恥ずかしいような数字で、赤字垂れ流しみたいな感じをまさに4年ぐらいやって、ようやくテレビCMを打てるぐらいになりました。

どうしてもウィナー・テイク・オールのは免れないなというのはやりながらも思いますし、そういうマーケットだと思って私自身も創業したところがあります。

ただ、大きいマーケット、特にフリーマーケットといったところでいくと、メルカリという巨人がいながら、フリルも楽天グループのラクマになっていまだに成長していますし、シェアリングエコノミー協会も、いまだにいろいろな新しい会社、こんなマーケットは確かにあったなというようなプレーヤーが今どんどん出てきて、最近だと家具のシェアリングとかも一気に3社ぐらいどっと出てきたり、洋服のシェアとか、最近はアルバイトのシェアとか、そういった社会問題に真っ向から向かうようなプレーヤーがどんどん出てきているといったところがありますので、今からスペースマーケットの事業をやるというのはきついと思うのですがけれども、出てきたら当然我々も全力で対抗しますけれども、まだまだこれからどんどん出てくるので、そこの芽を摘まずに、我々としてもサポートしていきたいと思っていますというのが1点。

もう一点、ECネットワークさんの発表をすごく興味深く聞きました。ODRのオープン化はすばらしいなど、賛成であります。ちょうど今、まさに協会に属しているいろいろなCtoC企業がそれぞれ、増島先生がおっしゃったとおり、まさに同じようなカーブで、紆余曲折はありながら、皆さん、2年前からするとかなりの勢いで成長しているといったところがあって、それぞれがいろいろなトラブル事例を抱えていて、それぞれのCSの責任者は連携しているかという点意外と連携していないので、そういったナレッジの共有といったところをやって、いずれ紛争解決センターみたいな、このビジネスを立ち上げる人もいてもいいのかなど。そこはうまくECネットワークさんとも連携して、そういう団体をつくるのか、企業でお金を出し合ってやるのか、知見を共有するのかというのができればと思っています。

○安念主査 ありがとうございます。
どうぞ。

○関構成員 今、各役所でプラットフォームを規制すべきといったいろいろな議論の場が乱立している状態なので、この検討会に来て安心しました。ぜひ自主的な取り組みという方向を中心に議論を進めていただきたいと思います。

先ほどネットワーク効果、あるいはそれによる参入規制というお話もありました。新規の参入が阻害されるような形でのルール形成というのは余りよくないと思います。EUの規制を参考にすることは必要とは思いますが、我々が調べた限りではアメリカの制度は何もない状況とも聞いています。いろいろ判断はあると思うのですが、この分野の産業を活性化するためにはどのような方向がよいのか、日本としてよいと思う方向を目指すべきだと思います。

その中で、特に消費者、この場合はCtoCなので提供者、利用者両方になると思いますが、そういった方々に対しての啓発や情報提供を、官民が協力してしっかりやっていくべきだと思います。

CtoCのサービス、シェアリングサービスを利用することのメリット、トラブルを回避するための知恵、あるいは実際にトラブルに遭ってしまった場合の解決方法などについて、事例も交えてわかりやすく、即時に情報提供をしていくというのが非常に重要な取り組みではないかと思います。

実際にCtoCのサービスを行っている事業者から話を聞くと、トラブルが実際に起きて解決のアドバイスをする際、必ずしも供給者が悪いケースばかりではなく、BtoCと同様に購入する側が悪いケースもあり、解決するのは必ずしも簡単ではないと聞きます。そういった意味で、ノウハウの集約も重要かと思います。いろいろな取り組みの方向を目指して、議論を継続していただければと思います。

○安念主査 ありがとうございます。

松岡さん、どうぞお願いします。

○松岡構成員 ODRの話ですけれども、もうちょっと促進するためには敷居を低くして、ADRの延長というよりも消費者相談の延長というような形のセッティングが私は一般的に浸透しやすいのではないかと思います。

先ほど沢田さんがおっしゃいましたがけれども、日本でADRがなかなか深化していかないというのは、やはり敷居が高過ぎるので、特に当事者同士が合意しないとできないというふうになると難しくなりますから、消費者相談でやっているような、一方からクレームが来たら他方につなぐ、あっせんするというやり方が進みやすいのではないかと思います。

それは、今、既存の消費生活センターとか我々消費者団体がやりにくいのは、やはり今のウェブ上のラインとか仕組みが非常にわかにくい。しかも、シェアリングエコ

ノミーの分野は、そのこともそれぞれの業種ごとにわかりにくいところがあって、まだ能力的に追いつかないというところがありますので、ぜひそういう分野の方が積極的にやっていただけたらいいと思います。

それから、EC ネットワークさんにもお願いしたいのですが、リンクを張るときに参加費を取ればいいのかと思うのです。オンライン・ネットワークに乗せるための一種の負担金を徴収して、何とか経費を出していければいいなと思います。うちにその能力があったらやりたいところですけども、残念ながら今の段階ではできません。

○安念主査 なるほど。

どうぞ、増島先生。

○増島構成員 この ODR ですけれども、これは裁判もそうですけれども、もう人がやるのはやめたほうがいいですという話になります。要するに、デジタルのデータがいっぱいあるので、それをどう活用してそういうものをつくるのか、レグテックの議論ともつながりますけれども、基本、デジタルの発想でつくるべきだと思います。

幾ら人が一生懸命議論をしても、たどり着く結論は余り変わらないという話になっていまして、もちろん適正手続は大事だよというのはあるのですけれども、特にシェアリングエコノミーというのは小さい取引が大量に起こることなので、これのコストをどうするのだという話です。こういうのを人がわらわらとやるというのはもうあり得ないと思っていますので、デジタルの発想でこれを解決するというもの。

だって、デジタルと云ったら、皆さんオンラインでやっているのだから、API か何かで持ってくればいろいろなものができるわけでありまして、フィジカルに見えないとかわかりにくいということは関係ないです。そういうような発想で物を考えていただくといいと思いますし、先ほど重松さんが言ったように、これは本質的にはビジネスになるのです。データがいっぱい集まっていくので、すごいビジネスになります。

ただ、ここに出てくるのが実は 72 条で、リーガルテックというのもまた別途あるのですけれども、必ずこういう話が出てくる。ここをうまく克服するようなフレームワークが欲しいと思っていますし、そういうことをやると弁護士ビジネスをディスラプトできるので、非常にいいのではないかと思います。

○安念主査 森先生、ディスラプトされる側から、どうぞ。私もそうだけれども。

○森構成員 ありがとうございます。時代の流れだからしょうがないと思います。

eBay もソフトウェアでやってたということですからけれども、新聞でも一番 AI で代替するのに向いている分野であるということで、人手をほとんど介さずに全部できるのではないかと、ごく一部のエスカレーションしたものについてだけ人がやればよいとい

うことで、そういう意味ではたくさんできるということですがけれども、私が申し上げたいのは、それはそういう方向でどんどん合理化できると思うのですけれども、事業者からしてみたときに、決定的な消費者にアピールする差別化要因ではないのです。言ってみればコストの部分です。それを事業者、プラットフォーマーが自分でやりますというインセンティブを与えないと、誰かやってくれみたいな話にしかならず、例えば今でもちょっともめ事が発生したら、自分たちは場所を貸しているだけだから責任を負わないので相談センターに相談してくださいみたいな話があるわけです。これは無責任なプラットフォーマーですよ。

では、相談センターでやればいいですかというと、これはこれで税金を使っていたりするわけで、それはそれで外部不経済なのです。やはりプラットフォームとしてきちんと取り組まないといけない。

我々の現行のガイドラインにだってちゃんと苦情窓口を設けることというのはあるわけです。この苦情窓口を設けていたら認定してあげるよということのちょっと先に、単に苦情を聞いてアドバイスを返すだけではなくて紛争処理をなささいということがあるので、これはやはり個々のプラットフォームが責任を持って自分たちの費用でやるということを原則に考えないとうまくいかないと思うのです。そのことを動機づけたり、手伝ってあげたりするということが我々に求められているのかなと思います。

○安念主査 その点、まさにプラットフォーマーの皆さんに伺いたいのですが、自己のプラットフォームの中に苦情処理とか紛争処理のシステムを内包することが、森先生がおっしゃったけれども、差別化になるとお考えになりますか。これはもう非常に正直に言って、ただのコストセンターでしかないとお考えなのか。どうですか。やり方次第ですか。重松さんなんかはどう思いますか。

○重松構成員 さすがに全部丸投げとかはあり得ない話なので、やはり苦情というか、お客さんの声というか、お問い合わせはサービス改善の物すごい宝の宝庫なのです。なので、それを当然ちゃんと自前で持ちつつ、とはいえ、もう定型化されているところがあったりするし、あえて我々が入らないほうがいいようなものに関しては、こういった第三者機関があると非常にスムーズに運ぶのではないかと思います。

○安念主査 では、社内、社外両方を用途によってということですか。

○重松構成員 用途によっていけるといいかなと。

○安念主査 山本さんはどう思われますか。

○Airbnb Japan 株式会社 山本様 ありがとうございます。

重なるところがあるかなと思います。もちろん弊社として吸収できることはきちんとやらせていただきたいと思います。他方で知名度の問題がございまして、このお部屋にいらっしゃる方は弊社のことを御存じの方は多いのですが、本当に苦情をされたい外部のユーザーでない方というのは、我々の名前さえも御存じでない方はまだまだたくさんいらっしゃいますので、結果的に実態として自治体へ電話が行ってしまうというのはあると思っております。そこのバランスをどう解決していくかというところが難しいのですけれども、事業者としては頭を悩ましているところだと思います。

○安念主査 そういうシステムを知ってもらうにも、まずは知名度がある程度ないことには始まらないということがあるわけですね。なるほど。どうもありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

○一般社団法人ECネットワーク 沢田様 部外者の立場で発言させていただき申しわけありません。今の点ですけれども、プラットフォーム事業者さんを御存じない外部の方々にとっての窓口は、先ほど松岡構成員がおっしゃったように消費者センターとか、消費者相談窓口ではないかと思えます。ADRの実施主体として消費者センターの立ち位置がいいとは必ずしも思わなくて、たまたま相談に来た一方当事者のためにだけ動くのがいいかどうかという問題があると思えますが、苦情を受け付ける窓口としては、そこにまず入ったものを紛争解決ができる場所に適切につないでいくことができれば、取引外の第三者とのトラブルに関しても有効に働くのではないかと考えております。

○安念主査 そこは一つ考えどころのようですね。ありがとうございます。

ほかにいかがですか。

関さんに伺いたいのですが、それこそ、おっしゃったように何でもかんでもプラットフォームを規制して手柄にしようみたいな風潮がちらちらと出始めていますよね。

関さん、前から内外の平等というのを力説していらっしゃるじゃないですか。プラットフォームってポテンシャルとしては世界的に展開できるものなのだけれども、そういう内外差別、つまり日本の事業者に対してどんどん不利になっていくというか、規制がヘビーになっていくというのは、そういうトレンドみたいなものをお感じになりますか。

○関構成員 再三言ってきたせいか、政府の説明では域外にも適用するように検討しますという発言が見られるのですが、実際のところ本当にできるのかという疑問はあります。

EUはプラットフォーム規制にしても、プライバシー規制にしても、法執行については疑問の点があるものの域外の企業に対しても適用します。プラットフォームにしても何にしても、基本的に規制はできるだけ少ないほうがいいというのが私のスタンスなのですが、仮に日本で規制を導入する場合は、域外も域内も平等に適用できるように実現してほしいと思います。逆に、それができないのだったら規制の導入はしないでほしい。

そのためには、まずは思考実験でもいいので、域外の外資の企業に対して法規制を考えたときに、法執行も含めてどうしたら実現できるのかというのを十分吟味してから、国内も含めた法規制を検討すべきだろうと考えています。

○安念主査 法執行って、我々法律屋が昔から勉強した刑罰とか強制執行とかそういうハードな手段は、書いてみたって、多くの場合、実効性は非常に乏しいですよ。そうすると、別のやり方なのかなと。

さっき御指摘があったけれども、例えば eBay の場合だと PayPal という決済手段とつながっているから、金をとめてしまえば事実上執行したことになるわけですよ。例えばそういうやり方なんかもあって、必ずしもオフィシャルなものに限られないようなエンフォースメントを考えていかないといけないのかもしれないですね。何かいろいろ考えどころはありますね。

私ばかりしゃべって済みません。ほかにいかがですか。もうおひと方ぐらい何か。よろしいですか。

それでは、大体時間になりましたので、きょうの議論はこれぐらいにさせていただきますでしょうか。

それでは、いつものことですが、CIOから御挨拶をいただきたいと存じます。

○三輪政府 CIO まずはお礼ですけれども、いつも活発な議論をいただきまして、安念主査を初め、構成員の皆様、それからゲストスピーカーの方に心から感謝を申し上げたいと思います。今後の取りまとめに当たって参考にさせていただきたいと思います。

ちょっと脱線しますが、アメリカはどうなっているかという話があったのですが、私はたまたまアメリカに長いこと住んでいましたので、よく考えたら、プラットフォームはなかったですけども、ベビーシッターも、中古車の販売も、もう一つガレージセールというのも盛んでした。それらは「as it is」なのです。そんなに怖がっていないのです。自己責任でやるのだと。その辺の文化があるのかもしれない。

余り神経質でないのかもしれない。私の経験からすると、どんどんやっていたなと思って、そういう感じがしました。

まとめなければいけないのですけれども、あと気になるのは先ほどから出ているトラブル、その事前の話と事後の話、そして、地方と都市部では状況が違うのではないかということ。もう一つは、事業として利益が出るようになってきているのかどうかということ。Airbnb さんはいろいろ出ていますのでかなり稼げるようになってきているというのわかりますけれども、重松さんは4年間は赤字だったと言われた。

というのは、こちらとしても、商売として赤字が続くのにどうですかとはなかなか言いにくい。どんどん推進しましょうと言っていいのかどうかというのがありますので、私もそれを最近すごく気にしていて、あそこはどうなのか、上がり出したのかというのをよく聞くのですけれども、その辺が気になる。そういういろいろ気になることもありますので、これからも引き続き、現状把握とか整理・分析をしていきまして、それに関して皆様の御協力をよろしくお願ひしたいと思います。

最後になりますけれども、所有から共有へということと、社会の活性化とか、地方ということを鑑みまして、よいものであれば、大臣もおっしゃっていましたが、ぜひ推進したいと思いますので、その発展を願うということで挨拶にかえさせていただきます。ありがとうございました。

○安念主査 CIO、ありがとうございました。いつも大変わかりやすい御指摘をいただきまして。私が見るところでは、とりあえず単黒にしようという世界かなと、そんな感じがいたします。

それでは、本日の議論はこれまでとさせていただきます。いつもながら活発な御議論をいただきありがとうございました。特にゲストの皆さん、本当に刺激的なプレゼンテーションをいただきまして大変参考になりました。今後とも末永く御指導を賜りたいと存じます。ありがとうございました。

次回の検討会議は1週間後でございます。12月7日10時から、11階共用第1特別会議室にて開催いたします。

事務局からの御連絡は何かありますか。

○高田企画官 来週のこの時間にまたお会いできればと思っています。どうぞよろしくお願ひいたします。

○安念主査 どうも皆さんありがとうございました。