



# デジタルプラットフォーム 取引透明化法

## 施行による影響を考える

光和総合法律事務所  
弁護士

岡本健太



ことし2月1日、巨大デジタルプラットフォーム事業者の取引に関する規律であるデジタルプラットフォーム取引透明化法が施行されました。本稿では、この法律のポイント、EU規則との比較および出店者への影響について解説します。

プラットフォーム提供者が指定され、取引透明化法の運用が始まりました。

### □ 取引透明化法のポイント

取引透明化法は、特定デジタル

プラットフォーム提供者と商品等提供利用者（オンラインモールやアプリストアの出店者・出品者）との間の取引関係を規律するものです（**図表1**）。

また、本法の規律の対象となる特定デジタルプラットフォーム提供者とは、政令で定められた事業の区分および規模に該当し、経済産業大臣から指定を受けた者といえます。特定デジタルプラットフォーム提供者には、次の規律が及びます。

- ・提供条件等の開示（法5条）
- ・相互理解の促進を図るために必要な措置の実施（法7条）
- ・モニタリング・レビュー（法9条）

#### (1) 特定デジタルプラットフォーム提供者の指定

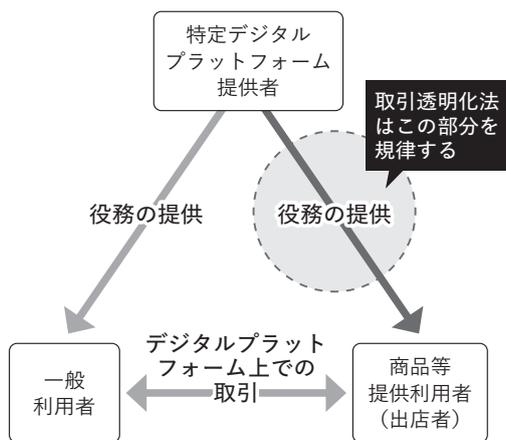
取引透明化法では、「デジタルプラットフォーム」のうち、特に取引の透明性および公正性の向上を図る必要性が高いものを、政令で当該事業の区分および規模を定めることにより特定し、これに該当するデジタルプラットフォームの提供者を経済産業大臣が指定することによって、具体的な規律の対象となります（法4条1項）。  
経済産業大臣によって指定され

たデジタルプラットフォーム提供者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」といい、当該指定の原因となったデジタルプラットフォームを「特定デジタルプラットフォーム」といいます。

取引透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者の所在によって適用の有無を区別しておらず、日本市場向けのデジタルプラットフォームの提供者であれば、外国の事業者であっても指定の対象となり得ます。

政令においては、当該事業の区分および規模については、Amazon.co.jp や楽天市場などのB to C物販総合オンラインモールは、前年度の国内流通総額が3000億円以上、App StoreやGoogle PlayなどのB to Cアプリストアは、前年度の国内流通総額が2000億円以上と定められています。4月1日に物販総合オンラインモールの運営事業者として、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）が、アプリストアの運営事業者として、Apple Inc. および iTunes 株式会社（App Store）、Google

●図表1● 取引透明化法が規律する範囲



●図表2● 提供条件として開示が必要な事項

- ① 提供拒絶の判断基準(法5条2項1号イ)
- ② 自己の指定する商品の購入等の内容および要請の理由(同号ロ)
- ③ 表示順位を決定する主要な事項(同号ハ)
- ④ 商品等提供データの取得・使用の条件等(同号ニ)
- ⑤ 商品等提供利用者による商品等提供データの取得等の可否・条件等(同号ホ)
- ⑥ 苦情の申出・協議の申入れの方法(同号ヘ)
- ⑦ 最恵国待遇を求める場合、その内容および理由(同号ト、規則6条1号)
- ⑧ 自社と商品等提供利用者の決済手段等の条件が異なる場合、その内容および理由(同号ト、規則6条2号)
- ⑨ 関係会社とそれ以外の商品等提供利用者の提供条件が異なる場合、その内容および理由(同号ト、規則6条3号)
- ⑩ 商品の返品または代金の返金等の内容および条件(同号ト、規則6条4号)
- ⑪ 売上等の支払留保の内容および条件(同号ト、規則6条5号)

具体的には次の2つの行為を行なうときにその内容および理由等の開示が必要となります。

Ⓐ 提供条件の変更(法5条4項)

LIC (Google Play) がそれぞれ、特定デジタルプラットフォーム提供者として指定されました。

(2) 提供条件等の開示

利用者がデジタルプラットフォームについて自主的・合理的な選択を行なうためには、デジタルプラットフォームの提供条件が、適切かつ合理的な方法で開示されることが必要です。

そのため、取引透明化法では、特定デジタルプラットフォーム提供者は、利用者の理解の増進が図られるよう、経済産業省令で定める方法により提供条件を開示しなければならぬものとされています(法5条1項)。

経済産業省令においては、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や利用者が特定デジタルプラットフォームの利用開始前および利用中にいつでも容易に参照可能であることなどが要求されています(取引透明化法施行規則【以下、「規則】」5条1項)。

特定デジタルプラットフォーム提供者は、特定デジタルプラットフォームを提供する際に、商品等提供利用者に対し、提供条件として図表2の事項を開示しなければならぬとされています。

取引透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者と一般利用者との間の契約関係の透明性を

向上させることによつて、一般利用者の自主的・合理的な選択を促し、その結果として商品等提供利用者との間の取引関係の改善につながり得る事項についても提供条件として開示すべきとしています。具体的には次のとおりです。

・表示順位を決定する主要な事項(法5条2項2号イ)

・一般利用者のデータの取得・使用の条件等(同号ロ)

「特定デジタルプラットフォーム提供者は特定の行為を行う際には、原則として、その都度、相手方に対して、その内容及び理由等を開示すべき」とされています(法5条3項柱書本文)。これは、利用者の利益を損なうおそれがある

行為類型について、不当な目的で行なわれることを未然に防止し、商品等提供利用者の自主的・合理的な選択を促進することを狙ったものです。

具体的には次の行為を行なうときにその内容および理由の開示が必要となります。

- ① 提供条件によらない要請(法5条3項1号)
- ② 提供の一部拒絶(同項2号)
- ③ 売上等の支払留保(同項3号、規則9条)

なお、②または③の開示事項については、開示により一般利用者の利益を害する場合など、その理由を開示しなくてもよい例外が定められています(法5条3項柱書但書、規則8条)。

1号)。原則として15日前(規則10条1項2号)(例外として、提供条件の変更によって生じる作業または調整に15日以上要すると見込まれる場合にはその日数。同項1号)

⑧ 提供の全部拒絶(法5条4項2号)。30日前(規則10条1項3号) ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

また、商品等提供利用者に与える影響が極めて軽微な場合や、一般利用者の利益を保護する必要がある場合などについて、予告期間を設けなくてもよい例外が省令に定められています(規則11条)。

### (3) 相互理解の促進を図るために必要な措置

取引透明化法は、手続き面における公正性の欠如という課題に対応しています。利用者からの合理的な要請に対応する体制・手続きを整備するなど、特定デジタルプラットフォーム提供者と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、特定デジタルプラットフォーム提供者に必要な措置を講じるべきこと

ととしています(法7条1項)。この必要な措置について、当該措置の適切かつ有効な実施に資するために必要な指針を定めることとされています(同条2項)。

指針に定める事項は、取引透明化法に規定されており(同条3項)、それを受け、指針では各事項について、特定デジタルプラットフォーム提供者が実施することが期待される方向性が「基本的な考え方」として示され、その方向性を実現するための「具体的な取組例」が例示されています。

具体的な取組例は、あくまで基本的な考え方で示された方向性を実現するための手段の一例とされており、必ずしも取組みを実施することは求められていません。

特定デジタルプラットフォーム提供者がどのような取組みを行なうかは、各提供者の実際の運用に任されています。指針に定める事項と指針で示された基本的な考え方は、**図表3**のとおりです。

### (4) モニタリング・レビュー

モニタリング・レビューでは、特定デジタルプラットフォーム提供者が必要事項を記載した報告書を提出し、その報告書および経済

「図表3」指針に定める事項(①～⑤)と基本的な考え方(a～c)

- ① 相互理解の促進を図るために必要な措置に関する基本的な事項(法7条3項1号)
- ② 公正性確保のための体制・手続整備(同項2号)
  - a 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提供条件の変更等の行為を行なう前に、適切に評価を行ない、当該評価を踏まえて(当該行為を行なう場合でも)商品等提供利用者の利益に配慮した適切な対応を行なうこと
  - b 個々の行為を行なうに当たって、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
  - c 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
- ③ 苦情処理・紛争解決のための体制・手続整備(同項3号)
  - a 苦情および紛争の原因となった事象を、重要性和複雑さに応じて、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
  - b 苦情および紛争を端緒として、苦情および紛争に関する情報を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
- ④ コミュニケーションを国内で管理する者(国内管理人)の設置(同項4号)
  - a 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なうために国内管理人を選任すること
  - b 関係者とのコミュニケーションの管理および当該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なうことができる仕組みを構築すること
- ⑤ その他取引先事業者の事情を考慮するために必要な措置(同項5号)
  - a 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
  - b 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なうとともに、当該事情を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適切な仕組みを構築すること

産業大臣が把握する事実に基づいて前述の指針を勘案し、特定デジタルプラットフォームの透明性および公正性についての評価が行なわれます(法9条1項、2項)。

また、当該評価に際しては、経済産業大臣は、「あらかじめ、利用者又はその組織する団体、学識経験者その他の経済産業大臣が必要と認める者の意見を聴くことができる」とされており、特定デジタルプラットフォーム提供者の提出する報告書だけでなく、様々なステークホルダーの意見も取り入れ

られます(同条4項)。

当該評価の結果は、提出された報告書の概要とともに、公表されます(同条5項)。

特定デジタルプラットフォーム提供者は、評価の結果を踏まえ、透明性および公正性の自主的な向上に努めなければならないものとされています(同条6項)。

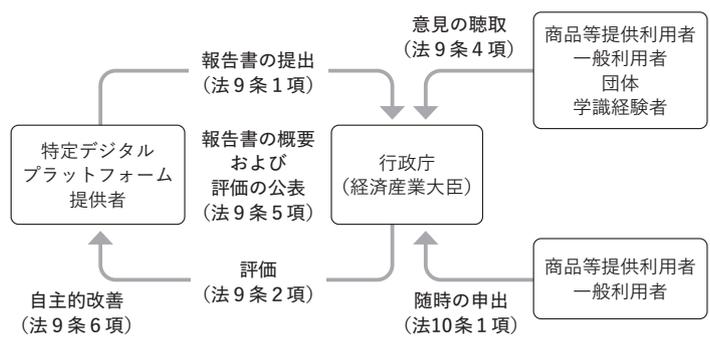
このように、モニタリング・レビューは自主的取組みによる透明性および公正性の向上の循環を生み出す仕組みとなっています(図表4)。

## □ EUのP2B規則との相違

欧州においては、かねてより巨大プラットフォーム事業者に対して、事前規制の動きがみられてきました。

2020年7月には、プラットフォーム事業者の自主的取組みを尊重しつつ、最低限の法的規制をかけるという取引透明化法と同様の共同規制を実現したEU・オン

図表4 モニタリング・レビューの仕組み



図表5 出店者がとり得る措置

- 特定デジタルプラットフォーム提供者に対し、取引透明化法上の義務を履行すべき旨の協議を申し入れること(特定デジタルプラットフォーム提供者には、協議の申入方法の開示【法5条2項1号へ】および苦情処理・紛争解決のための体制・手続整備【法7条3項3号】が義務付けられています)
- 取引透明化法上の義務が履行されていない旨を経済産業大臣に報告し、必要な措置をとるべきことを求めること
- モニタリング・レビュー手続きにおいて、経済産業大臣が必要と認める利用者団体としてその旨の意見を提出すること

### (2) 義務とモニタリングの内容

両者とも開示義務、体制整備義務

取引透明化法は、デジタルプラットフォームのうち、当面の間は、大規模なオンラインモールおよびアプリストアとされているのに対しP2B規則は、規模の大小を問わずすべてのオンライン仲介サービスを対象としています。

### (1) 規制の対象

取引透明化法とP2B規則の主な相違点は、次のとおりです。

ライン仲介サービスの公正性・透明性の促進に関する規則(P2B規則)が施行されています。

義務およびモニタリングが定められている点については共通しています。このうち、開示義務については、両者が同程度の内容となっていますが、体制整備義務とモニタリングについてはその内容が異なっています。

体制整備義務については、取引透明化法は国が指針を定め、事業者の自主的な運営手続・体制の整備を促進する仕組みであるのに対し、P2B規則は、事業者が行動規範を作成することを推奨し、苦情処理システムの整備を義務付けるといった仕組みとなっています。

モニタリングについては、取引透明化法は、事業者による報告とマルチステークホルダーによるレビューの仕組みになっていますが、P2B規則は、EU政府の一般的な調査権限を定めており、団体訴訟制度を設けたうえで、各国法による行政的エンフォースメントという三段階での対応を設けています。また、苦情件数等の状況の公表も義務付けています。

以上のように、取引透明化法はP2B規則と非常に類似しており、今後の執行においても、P2B規則の運用は参考になるものと思われる。

## □ 出店者への影響

取引透明化法では、特定デジタルプラットフォーム提供者が、提供条件等の開示義務を遵守していないと認める場合および相互理解の促進を図るために必要な措置に関して適切かつ有効な実施を図るためには、経済産業大臣が勧告を行ない、その旨を公表することとされています(法6条、法8条)。

提供条件等の開示義務違反についての勧告を受けた特定デジタルプラットフォーム提供者が正当な理由なく措置をとらない場合には、命令・公表の対象となります(法6条)。命令違反および報告書の不提出等は、罰金の対象となります(法23条、法24条)。出店者は、特定デジタルプラットフォーム提供者が前記義務を履行していない場合には、随時、経済産業大臣に対して適切な措置をとることを求めることができます(法10条)。

したがって、出店者は、特定デジタルプラットフォーム提供者が同法上の義務を履行していない場合には、図表5の措置をとり得ます。

おかもと けんた 総務省情報流通行政局課長補佐 内閣官房デジタル市場競争本部参事官補佐。デジタルプラットフォーム取引透明化法案作成を担当。フェイクニュース、デジタル広告、ISMAP等の政策にも携わる。