

# 市場のプラットフォーム化をめぐる契約上の諸問題

長谷川 貞 之

## (目次)

- 一 はじめに
- 二 プラットフォームと二面的で双方向市場の契約関係
  - 1 プラットフォームの概念
  - 2 市場のプラットフォーム化とネットワーク効果
  - 3 プラットフォームの多面構造と契約関係
    - (1) プラットフォームの関係当事者
    - (2) プラットフォームの種類
    - (3) プラットフォームの構造的特徴と機能
    - (4) 二面的・双方向市場の契約関係

市場のプラットフォーム化をめぐる契約上の諸問題 (長谷川)

一四一 (一〇五七)

- 4 市場のプラットフォーム化と契約上の問題点
- 三 シェアリングエコノミーによる個人間取引の展開
  - 1 シェアリングエコノミーの意義
  - 2 シェアリングエコノミーの起源と台頭
    - (1) 従来型の共有社会
    - (2) コラボ消費と社会の変容
    - (3) シェアリングエコノミーの到来
  - 3 シェアリングエコノミーの質的転換と現代的展開
    - (1) シェアリングエコノミー発展の要因
    - (2) コラボ消費の現代的なアレンジ
    - (3) シェアリングエコノミーによる新たな価値創造と本質論
  - 4 個人間取引の促進と契約上の問題点
- 四 シェアリングエコノミーと関係当事者に対する規律
  - 1 基本的視座
  - 2 各種業法の規制と媒介、仲介サイト
    - (1) 提供者に対する規制
    - (2) プラットフォーム事業者に対する規制
    - (3) 利用者に対する利用規約と消費者保護
  - 3 プラットフォーム事業者の責任と裁判例
  - 4 政府による法規制と自主的ルール
  - 5 契約法理の再構成の必要性と方向性

一 はじめに

近年、わが国では、情報技術 (Information Technology) が著しく発達し、スマートフォンやタブレット端末などの普及を背景に、ソーシャルゲームや電子書籍、検索サービスなど、インターネット上での新たなビジネスが急速に広まってきている。また、これをめぐるイノベーションも活発である。こうした社会経済の変化に伴い、オフラインのリアルな店舗からオンライン上の店舗への移行には顕著なものが見られる。とりわけ、インターネット上に開設されたWebサイトを通じたオンラインでの取引が、今日の経済社会に大きなインパクトを与えている<sup>①</sup>。

インターネットの発展に伴う流通イノベーションは、単に店舗がオンライン上に移ったにとどまらず、商品自体のデジタル化を伴うものである。インターネットを通じたデジタル情報の流通が可能となることによつて、商品・サービスや情報などのコンテンツはデジタル信号化され、それがオンラインで販売される取引モデルが可能となった。今や、インターネット上のWebサイトで商品化できないものはないといわれるほど、あらゆる物がインターネット上のオンライン店舗で取引の対象とされている。

インターネット上のオンライン店舗は、オフライン店舗とは劇的に異なる。オンライン店舗への出品は、製造者が出品者の場合もあれば、製造者でない者が出品者である場合もあり、また、オンライン店舗を管理運営する事業者自身が出品者である場合もあるが、いずれにせよ、その多くはインターネット上のWebサイトに開設された店舗であ

る「プラットフォーム」(Platform)を介して取引が行なわれ、プラットフォームが出品者である企業とその購入者である消費者との出会いの「場」となっている。こうした取引は、「プラットフォームビジネス」(Platform Business)と呼ばれる<sup>(2)</sup>。今日、デジタルテクノロジーを駆使して各種のモノやサービス、情報などを提供するIT産業は、インターネット上のプラットフォームを活用しており、<sup>(3)</sup>「デジタル・プラットフォーム」(Digital Platformer)として、デジタル経済の進化の中でその存在感を高めている<sup>(4)</sup>。その中でも、GAF Aと呼ばれる米国企業の四社(Google, Apple, Facebook, Amazon)、BATと呼ばれる中国企業の一群(Baidu, Alibaba, Tencentなど)は、日常的に拡大するモノやサービス、情報などのコンテンツについて、これらを束ねるWebサイトをプラットフォームとしてインターネット上に創設し、現在および将来の幅広いプラットフォーム市場にその影響力を及ぼしており、とくに注目を集めている<sup>(5)</sup>。

さらに、近時は、市場のプラットフォーム化が進む過程の中で、「シェアリングエコノミー」(Sharing-economy)という取引形態も急速に普及しつつある<sup>(6)</sup>。これは、インターネット上のWebサイトに開設されたプラットフォームを通じて消費者が個人間で遊休資産やサービスなどを交換し共有し合うというもので、見知らぬ者同士の個人間取引が中心である。こうした取引形態が実現した要因の一つに、プラットフォームの存在を挙げることができる<sup>(7)</sup>。

デジタル・プラットフォームの多くは、二〇〇〇年前後に創業した比較的新しい企業であるが、急速に利用者を拡大し、成長を遂げている。デジタル・プラットフォームの提供するサービスやシェアリングエコノミーは、これを活用することで個人や社会に対して新たな価値を提供し、わが国経済の活性化・国民生活の利便性向上に資するところが期待されるものである<sup>(8)</sup>。また、シェアリングエコノミーは、社会への参加や収入の多様化という点では、商

品・サービスの提供者と利用者の双方にとって幸福度を上げるインセンティブを提供する有用な手段となり得るものと考えられる。<sup>(9)</sup>

しかしながら、シェアリングエコノミーは、その一方で、インターネットの普及とデータの活用に関する技術的な発展を背景としてはじめて成立し得るビジネスモデルであることから、これまでに既存の法体系において顕在化してこなかった様々な論点を提供している。プラットフォームの位置づけや、プラットフォーム事業者が負うべき責任、プラットフォーム事業者に対して適用されるべき規制などについては、現在の法体系の下において必ずしも議論が深まっているわけではない。<sup>(10)</sup>

本稿は、このような問題意識に基づいて、プラットフォームをめぐる契約上の問題について、市場のプラットフォーム化の意義とプラットフォームの機能を分析し、その法的課題を明らかにすることを目的としている。

本稿では、まず、プラットフォームの概念ないし定義を確認したうえで、巨大IT企業による市場のプラットフォーム化、GAF Aに代表されるプラットフォームを取り上げ、プラットフォームの機能的特徴を整理し、プラットフォーム化された市場がネットワークの二面性を特徴とする双方向な市場であることを明らかにする(二)。ここで、プラットフォームの種類を契約法の観点から整理・分類したうえで、プラットフォームの構造的特徴を明らかにし、法的側面からプラットフォームの契約関係を分析する。次に、プラットフォームとシェアリングエコノミーの関係を取り上げ、シェアリングエコノミーによる個人間取引の促進と社会経済の活性化による社会の変容について言及する(三)。シェアリングエコノミーは、コラボ消費の思想が進化し、プラットフォームを基礎に質的転換を遂げたものであるが、個人間取引を促進する意義と問題点がどこにあるのかを契約法の観点から明らかにする。続いて、

シェアリングエコノミーによる個人間取引と各種業法との関係を取り上げ、インターネット上のプラットフォームに開設される仲介サイトの抱える問題点とプラットフォーム事業者の責任について検討する(四)。

今日、プラットフォームが議論の対象となっているのは、それがネットワーク効果を伴った二面性を特徴とする双方向市場(いわゆる両面市場)を成立させることにある。これまで、プラットフォーム化された多面市場についての中心的課題は、経済学の観点から、プラットフォームが各サイドに課する価格構造の解明にあり、ある程度の理解も深まっているが、具体的事例の法的な分析などは、その重要性にもかかわらず十分に行われていない<sup>(11)</sup>。また、シェアリングエコノミーは、インターネットの普及とプラットフォームに集積される各種のデータの活用を背景に、はじめて成立し得るビジネスであり、後述するようにこれまでに既存の法体系において顕在化してこなかった様々の問題が現われている。本稿は、プラットフォーム化された市場における参加当事者間の契約関係を法律学の観点から取り上げ、これを検討するものであり、本研究には先駆的意義があるものと思われる。

## 二 プラットフォームと二面的で双方向市場の契約関係

### 1 プラットフォームの概念

プラットフォームという言葉は、中世フランス語の“plate-forme”に由来し、そこから英語圏に入った単語であり、元来、「土台」や「基盤」といった「周りの部分よりも高くなった平らな場所」を意味する単語である<sup>(12)</sup>。日常用語としては、駅のホームを指す言葉(乗客が乗り降りする一段高くなった場所)として使われることが多い。ここから転じて、

多様な製品の共通部分、あるいは、ソフトウェアやサービスの土台となるハード・ソフト・サイトを示す概念として、広くプラットフォームという言葉が産業界でも使われるようになったといわれている。<sup>(13)</sup> また、経営学では、コンピュータ用語から派生して、製品の構造を階層的に捉えて表現する場合や、それに対応した産業構造の階層をプラットフォームと呼ぶことがある。<sup>(14)</sup>

今日、プラットフォームという言葉は、コンテンツの提供者と利用者がインターネットを利用する際の共通基盤の意味で用いられることが多いが、様々な場面において各様に用いられており、明確な定義が定着しているわけではない。<sup>(15)</sup> プラットフォームという言葉をコンピュータ用語に限定するにしても、その意味は必ずしも明確とはいえない。<sup>(16)</sup> こうした緩い定義であるがゆえに、プラットフォームの内容は多種多様なビジネスモデルを含む曖昧な概念にとどまっている。<sup>(17)</sup>

本稿では、法律学の観点から、プラットフォームを、二つ以上の顧客グループ（供給者側と需要者側）を誘致し、仲介し、結びつけ、お互いに取り引することで大きな価値を生み出すインターネット上の取引の「場」と定義しておくことにする。

## 2 市場のプラットフォーム化とプラットフォーム効果

インターネットが普及し、その処理能力が高まるにつれて、プラットフォームは急増している。<sup>(18)</sup> 多くの企業が、ソフトウェアを使い、事業をインターネットと結びつけることで利益を増やし、サプライチェーンを効率化してきた。GAF Aに代表される巨大IT企業は、そのほとんどがインターネットを中心に構築されている。<sup>(19)</sup>



【図表 1】 取引の類型化

	企業対企業 B to B	企業対企業対消費者 B to B to C (両面市場)	企業対個人 B to C	個人対個人 C to C
概念図				
類型例	FinTech (法人向け) AR/VR (法人向け)	情報検索 SNS (ソーシャルメディア) ネット動画 (無料)	FinTech (個人向け) AR/VR (個人向け) ネットショッピング 電子書籍 音楽 ネット動画 (有料)	シェアリングエコノミー オークション フリマアプリ

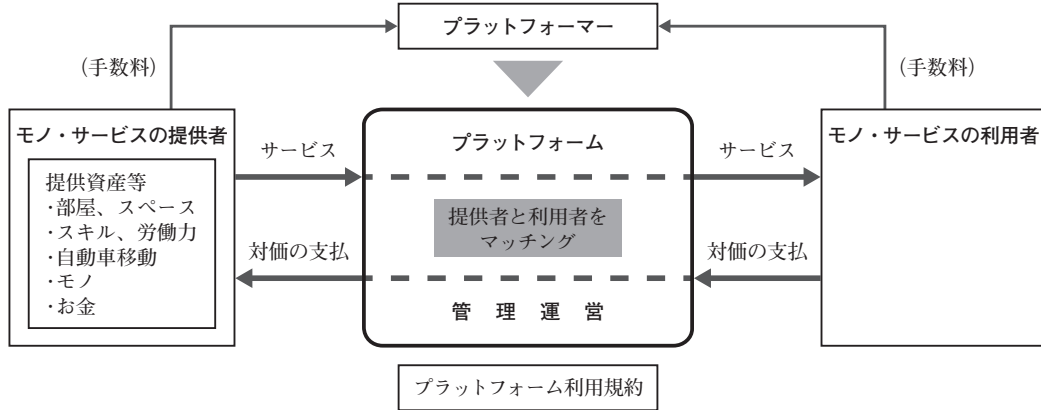
(出典) 総務省編『平成 29 年版情報通信白書』(2017 年) 36 頁

プラットフォームが台頭してきた背景には、大きく二つの潮流が作用している。一つは、一九九〇年代後半からの電子商取引市場の出現であり、もう一つは、情報ネットワーク論の新しいアプローチとして、ネットワーク効果に着目した研究が高まってきたことにある。<sup>20</sup> ネットワーク効果とは、提供されたモノやサービス、情報の利用者が増えるほど、利用者にとってその価値が高まることをいい、「需要サイドの規模の経済」と呼ばれることもある。<sup>21</sup> 利用者の拡大によって利用者の便益が増加する場合、一層のネットワーク効果が働く。ネットワーク効果が存在する市場では、直線的な契約関係にない者がプラットフォームを介して連結されている市場構造を生むことがあり、さらに顧客を集めることができる。<sup>22</sup> こうしたプラットフォームビジネスの爆発は「プラットフォーム革命」といわれ、<sup>23</sup> 現代ではプラットフォームの台頭により経済や社会全体の隅々に至るまでプラットフォームによる社会変革が進んでいる。<sup>24</sup> 今日、プラットフォームの仕組みを理解していなければ成功はないといわれるほどである。

このようなネットワーク効果を伴うプラットフォーム市場における取引には、常に三者関係が必要となる。ネットワークの両側には、それぞれ異なるユーザー・グループ(供給側・需要側)が存在し、プラットフォーム事業者と



【図表2】 プラットフォームと関係当事者



プラットフォーム上で、利用者間契約（売買・賃貸借・役務提供契約など）が締結される場合（締結の機会を増大させる場合を含む）とそうではない場合がある。

プラットフォームを誰に利用させるのか、どのように利用させるのか、プラットフォームに関連する知財の管理などについての決定権限はプラットフォームオーナーにある。

（出典） 筆者作成

呼ばれる単一あるいは複数の仲介業者を介して取引が行われる。プラットフォームとは、このような取引に関するアーキテクチャとルールを具体化したものである<sup>(25)</sup>。プラットフォームの核心は、プラットフォームがモノやサービス、情報の提供者とその利用者をつなぐ役割を果たし、両者のマッチングを促進しているということである。このような取引形態を、モノやサービス、情報の提供者か利用者か、企業か消費者かという観点から分類すれば、①企業対企業 (BtoB)、②企業対企業対消費者 (BtoBtoC)、③企業対消費者 (BtoC)、④消費者対消費者 (CtoC) に分類することが可能であり、プラットフォームを介して、取引は①から④に向かって多様化している（図表1）。④の主要な場面が、後述するシェアリングエコノミーと呼ばれる取引形態である。

### 3 プラットフォームの多面構造と契約関係

#### (1) プラットフォームの関係当事者

プラットフォームの主要な関係者は、前述したように、プラットフォームを管理運営する事業者（プラットフォーム本体とエコシステムの

市場のプラットフォーム化をめぐる契約上の諸問題（長谷川）

発展や管理を担う組織。企業や非営利団体、ネットワークなど）と二つのサイド（プラットフォームが仲立ちするそれぞれ性質の異なる事業者や顧客のグループ。通常、供給サイドと需要サイドの二つのグループに分けられる。これらをまとめてプラットフォーム参加者と呼ぶ）を中核とし（**図表2**）、これに協力者（プラットフォーム事業者と提携して参加利用者に付加価値を提供する個人やコミュニティ、企業、団体）、および、その他の関係者（プラットフォームの発展や企業間競争に与える影響について特別の関心をもつ政府や規制当局など）<sup>26</sup>がいる。プラットフォームに参加する提供者と利用者<sup>27</sup>の双方には個人と事業者が混在している。プラットフォーム事業者は、参加当事者に関するデータへの完全なアクセス権を有し、プラットフォーム上のルールを管理する存在である。

プラットフォームが膨大なデータを囲い込んで独占的な地位を築き、市場占有率の極めて高いプラットフォーム<sup>27</sup>が誕生する場合には、他の事業者の参入が阻害されることから、独占禁止法上の問題が生じることがある。検索サービスやSNSなどのプラットフォームにおいては、一般にネットワーク効果が生じることから、寡占が生じやすいともいわれる<sup>28</sup>。独占や寡占には、事業者の数が限られることで競争が制限され、モノやサービス、情報の価値が上昇し、消費者の利益が阻害される側面もある<sup>29</sup>。このことが、後述するように、近時の巨大IT企業による競争制限として大きな問題となっている。

## (2) プラットフォームの種類

前述したように、プラットフォームは、主に、製品開発やテクノロジー、あるいは、経済取引において用いられる言葉であるが、確固たる定義があるわけではない。従って、プラットフォームの種類ないし分類についても、論者によつて、その説明の仕方は微妙に異なる。契約法の観点からは、取引やマッチングの有無に着眼することが重要であ

る。

(ア) 取引・非取引の区分によるプラットフォーム

通常、プラットフォーム事業者が仲介する取引の有無により、プラットフォームは取引型プラットフォームと非取引型プラットフォームに分かれる<sup>30</sup>。前者は、アマゾンのように消費者と商品・サービスの供給者が取引を行うことを仲介したり、婚活サイトのように男女の出会いの場を提供したりするものである。後者は、グーグルの情報検索サービスやフェイスブックのソーシャルネットワークサービス(SNS)のように、利用者の何らかの関心に応えるサービスが広告主などにより支えられるビジネスを行うものである。

(イ) マッチング・非マッチングの区分によるプラットフォーム

プラットフォームには、マッチング型プラットフォームと非マッチング型プラットフォームが存在する<sup>31</sup>。前者の典型は、インターネットショッピングモールやオンラインオークションである。また、各種のモノやスキルなどを個人間で交換ないし共有するシェアリングエコノミーにおいて利用されるプラットフォームも、このようなマッチング型プラットフォームの一種である。後者の典型としては、電子掲示板やSNS、動画共有サイトなどのソーシャルメディアを挙げることができる。

マッチング型プラットフォームにおける市場の構造は、プラットフォーム事業者と参加提供者と参加利用者の三者から成る「多面市場」(multi-sided market)である。この多面市場を維持するために、マッチング型プラットフォームでは、プラットフォーム事業者と参加提供者との間のみならず、参加利用者との間においても、それぞれプラットフォームの利用に関する契約が締結される。

【図表3】 プラットフォームビジネスの類型化

プラットフォームの役割 分析の視点	マッチング型プラットフォーム (プラットフォームが提供するネットワークを介して利用者間取引が締結できる場合)		非マッチング型プラットフォーム	
	B & C	C & C	B & C	C & C
プラットフォーム利用者				
プラットフォームの収益構造	商品やサービスを提供する利用者サイドからの手数料	両利用者サイドからの手数料	商品やサービスを提供する利用者サイド等からの広告収入	利用者サイドへの広告掲載による収入
該当例	ネットショッピングモール カード決済 アプリマーケットサイト 共同購入クーポンサイト ネットオークション	シェアリングエコノミー (狭義) フリーマーケット ネットオークション	情報検索サイト クチコミサイト等	SNS

(出典) 千葉恵美子・消費者法研究5号(2018年)93頁

プラットフォームを、単にインターネット上の取引ないし仲介の「場」として漠然と捉えるのではなく、上記のように分類して捉えることにより、インターネットを利用した様々なモノやサービス、情報の提供における法律関係について、それぞれの共通点と相違点を整理することができる。また、このことを通じて、新しく登場するサービスについての法的リスクや規制の適否を考えることが可能となる<sup>(32)</sup>。これに対し、非マッチング型プラットフォームでは、参加提供者と参加利用者は非対称である場合が多く、その立場を入れ替えず、互いに情報を提供し消費するという点に特徴がある。それゆえ、参加利用者より提供される情報の中には、後述するように、違法な情報によつてしばしば第三者に対して権利侵害が生ずることがある(【図表3】)。

(ウ) その他の分類によるプラットフォーム

以上の分類のほかに、論者の中には、プラットフォームを、①取引型プラットフォーム(Transaction platform)、②技術開発型プラットフォーム(Innovation platform)、③統合型プラットフォーム

トフォーム (Integrated platform)、④投資型プラットフォーム (Investment platform) の四つに分類することも試みる者もいる。<sup>(33)</sup> これらは、プラットフォームに連なる企業、個人によって織りなされるネットワークにおける組織効率の最大化を目指すという観点から分離されるものである。また、論者の中には、プラットフォームの種類を、プラットフォームビジネスの構造から見て、基盤型プラットフォーム、媒介型プラットフォームの二種類に大別する者がいる。<sup>(34)</sup> これは、プラットフォームビジネスが階層構造をもつ産業の一部分であり、徐々に媒介型へとその概念の範囲が拡大してきたという歴史的観点を踏まえ、プラットフォームを機能面から捉えた分類である。また、様々なプラットフォームの事例の分析を通じて、プラットフォームを交流型、交換型、交差型に分類して整理する者もいる。<sup>(35)</sup> さらに、プラットフォームの形態は、デジタル情報流通のソフトウェア・プログラムから、クレジットカードのメディア媒体、インターネットを介した取引市場、ショッピングモールや証券取引所に至るまで、多様で幅広いといたうえで、プラットフォームの形態を、ソフトウェア、メディア機器、製造・流通ネットワーク、商業・都市施設に区分して説明する者もいる。<sup>(36)</sup>

### (3) プラットフォームの構造的特徴と機能

プラットフォームは、インターネット上の Web サイトに開設された取引の場であり、その取引の場においてモノやサービス、情報などの取引がインターネットを活用してなされるところに特徴がある。インターネット上のプラットフォーム市場では、集積された各種の情報の中から必要な情報を容易に探し出すことができるような IT 技術を活用することにより、プラットフォームがなければ従来不可能であった新たな価値の創出や取引を実現させることが可能となる。

(ア) 新たな価値の創出

プラットフォームを管理運営する事業者は、インターネット上のプラットフォームを通じて、ネットワーク内の参加者を増やし、それらを結びつけることで成長する。究極的には、プラットフォームでは、取引を円滑化することによつて驚くべき量の新たな価値が創出され、交換されて行く。従来の直線的なビジネスが、自ら商品を生産し、各種のサービスや情報などを提供することで価値を生み出したのに対し、プラットフォームは直接に生産手段を有しないが、参加者間につながりを作り、各種のモノやサービス、情報などの交換・取引を行なうことで、より大きな価値を生み出すことができる<sup>37)</sup>。成功しているプラットフォームは、ほぼ共通して、適切な参加者同士をマッチングさせ、最も関連性のあるモノやサービス、情報と交換・取引できる環境を作り出している。しかも、それらがIT技術の活用により効率的に行われているのである。

(イ) ビッグデータの処理と活用

上記のような新たな価値の創出のために、プラットフォームにおいては、より多くの各種情報(いわゆるビッグデータ)を集積し、情報間のつながりを分析したり、新たに結びつけたりしながら、新たな価値を生み出すことが行われている<sup>38)</sup>。収集されるデータが多ければ多いほど、また、データの収集・整理や分類、解析、解釈などに用いるアルゴリズムが上手く設計されていればいるほど、交換される情報の関連性や有用性が高まり、最終的なマッチングが高いものとなる。

ネットワーク上に構築されたプラットフォームに情報が集積することは、情報の可視性を高め、参加者相互間のつながりを強化することを意味するが、その情報をどのようにつなぐか、あるいは、情報間のつながりから何を読み取



るかということが、今後の重要な課題となる。<sup>39)</sup> また、これに関連して、プライバシー管理がプラットフォームビジネスでは問われることとなる。この点は後述するが、プラットフォームを管理運営する事業者は、顧客の個人情報の管理を行い、プライバシーを保護しながら、収集したデータの活用を促進する重要な役割を担っているといえよう。

#### (ウ) モノのインターネット化

インターネット上に構築されるプラットフォームの意義が高まりつつある要因には、ビッグデータの活用のほかにも、モノのインターネット (Internet of Things : IoT) 化を挙げることができる。<sup>40)</sup> IoTは、一九九九年に、イギリス人の技術開発者ケビン・アシュトンが提唱した用語で、あらゆるモノにコンピュータが埋め込まれ、そうしたモノがインターネットにつながって通信し合うようになること、センサーを含む機器にIPアドレスをもたせ、情報の収集とフィードバックを可能とすることによって、新たな利益が生み出されることになった。電力業界における電力のスマートメータ化、自動車のカーナビにおけるネットワーク化などは、その代表例である。

モノのインターネット (IoT) 化が進み、様々なモノをネットワーク上でつないで情報を収集したり、制御のために送り込んだりすると、モノが、今、どこで、どのような状態にあるかを容易に把握することが可能となる。その結果、モノとそれを使っている人とが紐付けられ、誰が使っているかも容易に知ることができる。そうなれば、必ずしもモノをお金と交換に売り渡さなくとも、ビジネスが成立する。例えば、車を所有することに伴う費用を避けるために、必要な時だけ車を借りるといった行動が増えてくる。これは、「所有権を売る」モデルから「利用権を売る」モデルへの転換である。このようなことが、近時、様々なところで起こっている。このモノのインターネット (IoT) 化をプラットフォームと結び付け、さらに一層の展開を図ったのが、シェアリングエコノミーである。詳しくは



後述するが、シェアリングエコノミーでは、製品などのモノを中心に、その貸し借りや交換、共有が行われているが、シェアリングエコノミーは社会変革の手段となり得る可能性を秘めている。

#### (4) 二面的・双方向市場の契約関係

(ア) プラットフォームによる二面的(多面的)な双方向市場

二組の経済主体(提供者側と利用者側)がプラットフォームやその仲介者(プラットフォーム事業者)を通じて相互に作用する市場を、今日の経済学ないし競争法の領域では、「二面向市場」と呼んでいる。<sup>(41)</sup> 一面向市場は“two-sided market”の訳語であるが、前述したように、プラットフォームが作り出すのは、ネットワーク効果を伴った二面性を特徴とする市場で、そのような効果はどちらの側にも単独であるいは複合的に起こり得るものである。ここでは、仲介者であるプラットフォーム事業者を中心に、双方向に相対している市場がイメージされている。このような市場は、法律学の観点からは、「多面的で双方向性をもった市場」というのが適切であるように思われる。<sup>(42)</sup>

インターネット上Webサイトに開設されたショッピングモールなどでは、出店が多いほど消費者にとって便利であり、市場に来自る消費者が多いほど出店が魅力的となるので、店舗の拡大と高い集客力を期待することができる。このようなネットワーク効果は、同じグループ内の利用者間で起きるにとどまらずグループを超えて起こる。これを「間接ネットワーク効果」というが、ネット上のショッピングモールでは間接ネットワーク効果が生じやすい。その意味では、インターネット上のショッピングモール市場は多面的である。単に二組の経済主体が双方向に相対しているだけの市場ではなく、これに加えて、一方の経済主体の意思決定が、典型的には外部性を通じて、他方の経済主体の結果に影響を及ぼす市場である。プラットフォームを運営管理する事業者は、各種のモノやサービス、情報などを

提供する出品者とその利用者である消費者との間をつなぐ仲介者であり、双方と関係をもち、それらの間の相互作用にも影響を与える存在である。

このような間接ネットワークを伴うプラットフォーム市場は、二方向に限定されるわけではなく、三方向以上が相互に作用する市場でもあり得るから、注意を要する。例えば、検索エンジンのようなプラットフォームでは、検索の対象となった情報やサイトの提供者は多数であり、複数の情報提供者と利用者から構成される。その意味では、双方向市場はより一般的には多面市場 (multi-sided market) と呼ぶべきである<sup>(43)</sup>。多面市場と呼ぶ方がプラットフォームをめぐる問題を一般化して捉えることを可能とし、問題解決のための着眼点としては好ましいように思われる。

プラットフォーム化された多面的な双方向市場には、多くの場合、一つの市場に複数のプラットフォームがあつて、それらは競争関係にある。しかし、プラットフォームに提供される各種のモノやサービス、情報などのコンテンツの内容はプラットフォームごとに異なり、また、プラットフォームの利用者も異なるから、完全競争モデルが想定する同質的な競争とはならない。このため、プラットフォームビジネスでは、特定のプラットフォーム事業者が何らかの市場支配力をもちやすいともいわれる<sup>(44)</sup>。

#### (イ) 二面的 (多面的) で双方向な市場における契約関係

プラットフォームに関する法的問題は、競争法の分野だけでなく、契約法その他の法分野とも関連ないし交錯する。契約法との関係では、前述したように、プラットフォームがネットワーク効果を伴って作り出す市場が多面的で双方向性をもった市場であるという点の認識が重要である。このような市場の契約関係を考えるうえでは、それはどのように市場として確定すべきか、まずこの点が求められる。

プラットフォーム市場においては、モノやサービス、情報の提供者は、プラットフォームを介して利用者と売買や交換などの契約を結ぶが、プラットフォーム事業者とも利用契約を結び、一定の契約関係に入る場合が少なくない。プラットフォーム事業者は、一方で、広告主との間で広告料の支払いを受け、モノやサービスなどを出品する提供者との間では仲介手数料の支払いを受けるなど、有料の委託契約を締結している。他方、プラットフォーム事業者は、情報検索やSNSなどのソーシャルメディア、オンラインショップとの仲介などのサービスを利用者に提供する関係では、通常、利用者から金銭による対価の支払いを受けず、利用者が利用規約に同意したうえで、利用者の個人情報 の提供を受けるにすぎない。むしろ、利用者を誘引するためのサービス(価格比較サービスなど)を無償で提供するという戦略が取られることが多い。

モノ・サービスや情報などの提供者とプラットフォーム事業者、およびその利用者の三者が取引の場(プラットフォーム)を中心に面に向かい合っている多面的で双方向性をもった市場にあつては、全体として一つの市場を認定し、そのうえで、関係する参加当事者や間接ネットワークの効果の強弱などを考察して、契約当事者間における権利義務などの法的判断が求められることになる。<sup>45)</sup> プラットフォーム事業者は、間接ネットワーク効果を伴うプラットフォームにおいて事業の生態系(エコシステム)を機能させるために、多様なデータを収集し、これを利用するのであつて、<sup>46)</sup> 取引型プラットフォームフォームは全体として一つの市場、非取引型プラットフォームフォームは複数の市場といった形式的な市場の確定は関係当事者間の法律関係の解明のためにはあまり意味がなく、戒められるべきである。<sup>47)</sup> そのように解してこそ、プラットフォーム事業者に一定の役割・義務・責任を担わせることが可能となる。そのようにすることは、利用者の保護や消費者の安全確保などを図るうえで効果的であるととも、取引の安全や公正性を確保すること

により取引相手や消費者からの信頼を集め、引いては自らの健全な発展を促すことにもなる。<sup>(48)</sup>

#### 4 市場のプラットフォーム化と契約上の問題点

以下、これまでの検討を踏まえて、プラットフォーム化された市場における契約上の問題点を挙げておこう。

プラットフォームは、利用者と様々なモノ・サービスや情報を結びつけ、一つのネットワークを構築する取引の場である。利用者は、自ら作成・入力したデータと引き換えに、無料でサービスを利用する。得られたデータは新しい商品やサービスの生産要素としてイノベーションの糧となり、また、データ自体は取引の対象となり得る。前述したように、プラットフォームにおいて事業者の競争上の地位を決定づけるのはデータである。<sup>(49)</sup> データは、インターネットを通じて広く大量に収集され、それが多くのサービス市場における競争上の地位に影響を与える。<sup>(50)</sup> しかし、データの集積は個人情報の侵害を生じやすく、プライバシーの保護と競争法との関係について新たな問題を生み出している。

プラットフォーム事業者は、利用者から多様なデータを収集し、これを利用するが、こうした活動が個人のデータ提供者を識別するのに十分な程度で行われるときは、個人情報保護の観点から重大な問題を提起する。プラットフォームが利用者に提供するサービスが無料であるからといって、そのことが個人情報侵害の違法性を阻却し、プライバシー保護の問題を回避できるわけではない。プラットフォーム事業者による個人データの不当な収集など、反競争的効果の直接的証拠がある場合には、いわゆるプライバシー侵害などの問題を生じさせることになる。<sup>(51)</sup>

プラットフォーム事業者は、プラットフォームの機能を絶えず改善し、また追加するというイノベーションにより

競争を行っているが、プラットフォームに基づく多面的で双方向性をもった市場は価格に基づく競争を前提とする伝統的な市場とは異なる。プラットフォーム化された市場には、多くの場合、一つの市場に複数のプラットフォームがあつて、それらは競争関係にある。先に指摘したように、プラットフォームに提供されるモノ・サービスや情報などの内容はプラットフォームごとに異なり、また、プラットフォームの利用者も異なることから、プラットフォーム間の競争は完全ではなく、特定のプラットフォーム事業者が何らかの市場支配力をもちやすい<sup>(52)</sup>。こうしたプラットフォームが支配する多面的市場では従来の伝統的な市場分析力をうまく適用できない可能性が存在することを課題として指摘する論者も少なくない<sup>(53)</sup>。

市場におけるプラットフォームの存在感が高まると、独占ではないかと危惧する声が出てくる。また、ネットワークが拡大するにつれて、プラットフォームの利幅も大きくなるから、市場が成熟すると、その業界を支配するプラットフォームは一つか二つに絞られてくる。その結果、市場における寡占化が生じやすい。プラットフォームをはじめとする革新的な企業もたらす生産性の向上は、経済の不均衡を増幅させ、政府や規制当局の介入を誘う可能性がある。この点につき、公正取引委員会は、二〇一九年一〇月三十一日、プラットフォームと呼ばれる巨大IT企業の実態調査に関する報告書を公表した<sup>(54)</sup>。同報告書は、通信販売サイトやスマートフォン用アプリストアを経営するプラットフォーム事業者と呼ばれる事業者と出店企業の九三社から聞き取り調査を実施し、独禁法などの法令違反となる行為を整理して公表したものである。今日、通販サイトやアプリストアの運営をめぐるのは、出店企業から徴収する手数料の一方的な引き上げ、商品表示の順位の基準不開示、特定決済システム導入の強制、最安値での販売強制、消費者からの返品対応への強制、他のプラットフォームの利用制限、顧客情報・データの運営事業者による自社利用など、



様々な問題が浮上してきている。

政府は、右の公正取引員会の実態調査報告書を踏まえて、二〇一九年一月一二日、デジタル市場競争会議（議長・菅義偉官房長官）を開き、巨大IT企業への規制についてGAF Aと呼ばれる米大手四社の法務や公共政策の責任者から意見聴取をした。そして、政府は、聴取した意見等を参考に、関係省庁による横断的な規制案の検討を行った結果、二〇二〇年二月一七日、デジタル市場競争会議でデジタルプラットフォームフォーマーの取引透明化に関する規制案を定め、翌一八日の閣議でこれを決定し、国会に提出した<sup>55</sup>。取引の透明化は、新法「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」（案）で対応するものとし、当面、売り上げやシェアで一定以上の規模を持つ通販サイトとスマートフォンアプリストアの運営企業を対象とする。対象企業に対して、出店者との契約を解除した場合に判断基準を開示することや契約変更を事前に告知することなどを義務付けるとともに、運営状況を毎年度、経済産業大臣に報告し、同大臣はこれを評価して公表する。取引先からの苦情に適切に対応する体制の整備も促し、従わない場合は公正取引委員会の勧告や命令の対象となる。収集・利用する個人データの取り扱いでも、新たなルールを整備する。対象企業がサイトの購買履歴といった個人データを明確な説明なく利用すると「優越的地位の乱用」にあたるとし、また、個人データを保護するため、個人が望まないデータ利用の停止を企業に要請できる「利用停止権（使わせない権利）」を導入する。法案策定の検討段階では、出店者に不利益となる一方的な規約変更や競合商品の拒絶など具体的な行為を禁止する案もあったが、巨大IT企業側の反対の声が大きく、技術革新の妨害になるリスクが拭えないとして、取引上の禁止行為を定めることは見送られた。この点、取引先の中小・個人事業者の間では、不利な契約を強いられることになるといった声が上がっており、新法案の実効性を疑問視する声もある。

しかし、先に指摘したように、プラットフォーム事業者には大きな市場支配力があるといっても、彼らはプラットフォームに参加するモノやサービス、情報などの提供者とその利用者に価値をもたらすことで間接的に支配しているにすぎない。プラットフォームは、ネットワーク内の利用者を増やし、結びつけることにより成長する。従来の直線的なビジネスのように生産手段を所有することによってではなく、提供者・参加者の双方を結びつけることによって市場支配力を構築するのである。その支配力は、プラットフォーム市場への幅広い参加と利用の結果であって、厳しく管理されたモノやサービスなどの所有と支配の結果ではない。プラットフォームは、大規模なネットワークを構築して管理し、利用者間の交換価値を円滑化すること、あるいは、そのような取引を作り出すことにより価値を生み出している。これがプラットフォームにおける価値エコシステムであり、価値の連鎖である。このような間接ネットワーク効果を伴う多面的で双方向性をもった市場の特性に鑑みれば、政府が指針などで大枠を示し、巨大IT企業が自律的に取引環境の改善に取り組んで行く形でのルールの整備が望ましいといえよう。重要なことは、このようなプラットフォームが生み出している社会的・経済的進歩の果実を消費者が得られるように配慮しながら、規制の方法および内容を検討すべきであるように思われる。詳しくは、四の4で論ずる。

### 三 シェアリングエコノミーによる個人間取引の展開

#### 1 シェアリングエコノミーの意義

インターネット上のプラットフォームを介して行われるビジネスは、産業構造を根底から転換する重要な契機を有



している。<sup>(56)</sup> そのような取引の場を提供するプラットフォームは、見知らぬ者同士の個人間の取引を促進する場面においても重要な存在となっている。<sup>(57)</sup>

近年の新しいテクノロジーは、昔ながらのモノやお金を所有する形態を、モノやお金、さらにはスキルなどを含む個人の資産をシェアし、利用して行くという形態に変貌させつつある。所有から利用を中心とした資産の流れに関する新しい経済は「シェアリングエコノミー」(Sharing-economy) と呼ばれ、アメリカから伝播してきたものである。<sup>(58)</sup>

二〇〇〇年代半ばの米国シリコンバレー(カリフォルニア州北部のサンフランシスコ・ベイエリアの南部に位置しているサンタクララバレーおよびその周辺地域の名称)が、シェアリングエコノミー発祥の地といわれる。二〇〇八年、自宅の空き部屋などを宿泊施設として貸し借りするための仲介サービスが「エアビーアンドビー」(Airbnb) で始められた。<sup>(59)</sup> これに触発されるかのように、その後、多くの仲介サービスが生まれた。ウーバー・テクノロジー (Uber Technologies) が提供するライドシェアリング・サービスも、その一つである。<sup>(60)</sup> 米国発のエアビーアンドビーとウーバーは、シェアリングエコノミーの典型的な成功例である。<sup>(61)</sup> 後述するように、資産の「所有」から「利用」へという新しい経済は、市民の間で培われてきたコロボ消費 (Collaborative Consumption) の考え方を基礎に置きながら、これをシェアリングエコノミーという新しい経済システムにまで昇華したものといわれる。<sup>(62)</sup> このシェアリングエコノミーという新しい経済は、二〇〇〇年代に入って、世界中に急速に広まった。<sup>(63)</sup>

シェアリングエコノミーとは、英語 (Sharing-economy) を直訳すれば、「経済を共有すること」、あるいは、「共有の社会関係によって統御される経済」(共有経済) を意味する用語である。意識すれば、個人が保有する活用可能な資産やスキルなどを、インターネット上のプラットフォームを介して、他の個人も利用可能とする経済活性化の取引行為

ということができ<sup>64</sup>る。このような取引を仲介するプラットフォームは、他人の余剰資産などの貸し借りや共有、あるいは再利用を可能にするシェアリングエコノミーの中心的存在でもある。シェアリングエコノミーは、こうした貸し借りや共有、再利用を通じて人間関係を作り出し、コミュニティの運営として機能させようとするところに狙いがある。しかし、今日では、それが本来意図したところとは異なり、営利目的から相互扶助や贈与までも含む広い概念として用いられている<sup>65</sup>。

現在、このような新しい経済システムに立脚した新しいビジネスモデルや働き方が次々と生まれ、世界中に広まりつつある。わが国においても、シェアリングエコノミーの市場規模は年々増加して行く<sup>66</sup>と予想されており、シェアリングエコノミーによる新しい価値の創造が日本の経済の仕組みを大きく変えつつある。

シェアリングエコノミーは、従来のレンタルやリースといった専門業者対個人の取引の仕組みと違い、見知らぬ個人と個人が取引するのが一般的であり、その個人間取引のマッチングを行う場をプラットフォームを管理運用している事業者が提供している点に特徴がある。コラボ消費の思想を背景に現代に甦った新しいシェアという経済は、「共に所有する」(共有)ではなく、「共に利用する」(共用)というところに本質があるといえよう。

今日、シェアリングエコノミーとしてプラットフォームを提供する多くの企業は、運輸、配送、買い物代行などのビジネスサービスにおいて、顧客とサービス提供者との間をインターネットのプラットフォームによって仲介している。その目的は、営利目的ないし商業活動である場合が多い。しかし、プラットフォームを基盤に置いた初期のシェアリングエコノミーは、それがアメリカで誕生した当初、非営利を目的とし、見知らぬ個人同士をインターネットによって仲介するものであった。その特徴は、従前からあるモノやサービスの共用をインターネットで瞬時につなぎ合

わせることで置き換えたものであり、新たなビジネスが誕生したというものではなかった。その後、このようなプラットフォームビジネスは、デジタル化されたインターネットを通じて更に進化を遂げ、交通インフラや企業間取引のオフィスサービスなどへの業態転換という目的のためにも活用されるようになり、次の段階に進んで行ったといわれている。<sup>(67)</sup>

前述したように、二〇〇〇年代後半に、自宅の空き部屋を他人に貸し出す民泊サービスを手掛けるエアビーアンドビー (Airbnb) や自動車の空いている座席を同じ目的に行きたい人に貸し出す相乗り・配車サービスを仲介するウーバー (Uber) などがシェアリングエコノミーとして登場してからは、その違いは鮮明であり、それ以前のものと今とでは、その性質が大きく異なるともいわれている。<sup>(68)</sup> 現在、シェアリングエコノミーは、その多くがインターネット上に開設された仮想のフリーマーケット (Flea Market) 内でスマートフォン用のアプリ (モバイルアプリケーション) を用いて行われることから、「フリマアプリ」と呼ばれることがある。フリマアプリにより、見知らぬ個人同士のマッチングがいつでも・どこでもリアルタイムで行うことが可能となった。その結果、シェアリングエコノミーの市場規模も飛躍的に拡大する傾向にある。

## 2 シェアリングエコノミーの起源と台頭

### (1) 従来型の共有社会

ところで、シェアリングエコノミーに見られるモノやサービスなどを社会で共有する考え方は、ずっと以前から行われており、目新しいことではない。そのような慣行は、古くは、ヨーロッパの村々の共用地・雁場・牧草地にみら

れ、また、現代では、公園、図書館、コミュニティの財産などにも見られる。<sup>(69)</sup>

わが国においても、古くは共有という形で、昔から人々の生活の中に様々な形で存在してきた。その初期形態として、村や集落単位でコミュニティを作り、共同で財産を維持管理する仕組みやルールを挙げることができる。例えば、入会地は、生活に欠かせない物資を得ることができる場所として、村落共同体で管理・利用されている土地である。薪や用材を切り出すための山や、屋根を葺く茅を刈り取るための原野、地域の水源などが、入会地としてシェアされてきた。また、長屋暮らしなどでは、味噌や醤油の貸し借りのように、必要なものをシェアしながら暮らして行く風習もあった。このような昔ながらの共有の仕組みは、「扶け合いとしてのシェア」と呼ぶことができる。<sup>(70)</sup> 扶け合いとしてのシェアは、お互いがお互いのことをよく知っている地理的ないし血縁的に繋がったグループがコミュニティを構成し、そのコミュニティ内で相互シェアが行われる点に特徴がある。このような扶け合いとしてのシェアは、限定的なエリアにおける双方向の貸し借り関係で成立しているサービス形態であるといえる。

次に、コミュニティによる扶け合いのシェアを通じて提供されたインフラなどの整備は、時代の流れに乗って、政府や自治体が提供するサービスへと代替されて行った。このような政府・自治体が提供しているインフラ整備またはそのためのサービスは、「公共としてのシェア」と呼ばれる。<sup>(71)</sup> 公共としてのシェアは、多人数でインフラの費用と便益を分かち合うという点では、扶け合いとしてのシェアと共通している。また、公共としてのシェアは、政府や自治体の行政区域というように、決められた圏内に限られるという点では、扶け合いとしてのシェアと類似性をもつ。しかし、公共としてのシェアは、費用と便益を負担する人々の関係性という点では、扶け合いとしてのシェアと大きく異なる。すなわち、扶け合いとしてのシェアは、提供者と利用者の横の繋がりと信頼で成立する双方向のサービスで

あり、両者が入れ替わることがあるのに対し、公共としてのシェアは、提供者が定めた制度に基づき一方方向のサービスであり、サービスの提供者と利用者が基本的に入れ替わることはない。つまり、公共としてのシェアは、対象者との関連性が一方方向に固定されている点に特徴があるといえよう。

さらに、従来型のシェアの形態としては、「営利としてのシェア」がある<sup>(72)</sup>。これは、企業が資産を所有し、会員である利用者にこれを提供するといった仕組みに代表されるように、対象者との関係性が一定方向に固定されているサービス形態である。営利としてのシェアは、公共としてのシェアと類似性を有する。しかし、公共としてのシェアは、サービスの提供の範囲に地縁・血縁・コミュニティなどの枠組みがなく、また、その対象は生存のために必要不可欠で、かつ、個人では自ら調達することが難しいモノやサービスの提供である。これに対し、企業が提供する営利としてのシェアサービスは、生存のために必要不可欠ではないが、それがあると生活が充実するといったモノやサービスの提供が対象である。

このように、これまでも共有経済といわれるものがなかったわけではない。しかし、現代のシェアリングエコノミーは、従来型のシェアに対し、オンライン上のプラットフォームを介して行われるモノやサービスなどの共用であり、様々なモノやサービスなどを多様な主体間で、時にはまったく見知らぬ個人同士の間でも双方向の取引を可能とする点に特徴がある<sup>(73)</sup>。人はインターネットを介していつでも・どこでも、必要なだけ利用できる点が、シェアリングエコノミーの大きな特徴である。また、対象や時間によって提供者と利用者が相互に入れ替わることができる点も、従来にないシェアリングエコノミーの特徴といえることができる<sup>(74)</sup>。



## (2) コラボ消費と社会の変容

シェアリングエコノミーは、一九五〇年代以前のアメリカにおける牧歌的な古き良き時代を彷彿とさせるもので、連帯意識をもった人的関係の強い集団の中で育まれてきた慣行に、その原形をみることができるといわれる。シェアリングエコノミーという言葉の起源は必ずしもはっきりしないが、シェアリングエコノミーを論ずる学者の論文のいくつかは、レイチェル・ボッツマン (Rachel Rotman) とルー・ロジャーズ (Roo Rogers) が二〇一〇年に出版した共著『私のもは貴方のもの：共同消費の台頭』(What's mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption)<sup>(75)</sup>の中で説いた「コラボ消費」(Collaborative Consumption)に由来するという<sup>(76)</sup>。この「コラボ消費」的な発想にヒントを得た学者らがこの考え方を一般化ないし普遍化して説明しようと試み、それが後にシェアリングエコノミーという言葉を生んだとも考えられている<sup>(77)</sup>。ただし、シェアリングエコノミーが登場してきた初期と現在のシェアリングエコノミーとの間には、その内容に大きな質的变化が見られる<sup>(78)</sup>。

ボッツマンとロジャーズによると、一九五〇年代のアメリカでは、友人や友人の知人を頼って旅行することは珍しくなかった。これに対し、今では、インターネットの普及に伴い、生産者と消費者、売り手と買い手、貸し手と借り手、また、近所同士を効率よく結ぶオンライン取引の巨大な市場が存在する。このようなオンラインによる取引は、昔の村での対面取引で結ばれている強い絆に似ているが、その規模はもつと巨大で限りないものである。今日、人は、職場や近隣、アパートや学校だけでなく、インターネットを介して結びつき、グループを作り、不特定多数による交流が作り出されている。言い換えれば、テクノロジーが古い信頼を新しい形に変え、このようなコミュニティの中で、人は協力し、シェアしながら生活をしている。こうしたシェアやコラボは、以前にはあり得なかったやり方や規模で

実現され、「私のものはあなたのもの」(What's Mine is Yours) 的な文化と経済が生み出されているという。ボッツマンとロジャーズは、昔ながらの古い集団や共有がコラボレーションし、コミュニティといった魅力的で価値ある形として再生しつつあるといい、このような大きなうねりを「コラボ消費」と名付けた。<sup>(19)</sup>

ボッツマンとロジャーズは、次のようにいう。「人々は、日々コラボ消費を実践している―昔ながらの共有、貸し出し、売買、借り入れ、贈与、そしてスワップは、テクノロジーとP2Pのコミュニティを通して新たな形に生まれ変わった。コラボ消費によって、人々はモノやサービスを所有せずに利用することの莫大なメリットに気づいただけでなく、同時にお金や空間、時間を節約できることも、新しい友人を作ること、活発な市民に戻ることができることも気がついた。SNSやスマートグリッド、そしてリアルタイム技術のおかげで、時代にそぐわない過剰融資の習慣から抜け出して、自転車や自動車のシェアといった共同生活に基づく革新的なシステムをつくるのが可能となっている。これらのシステムは、利用効率を上げ、ムダを減らし、よりよい商品の開発を促し、過剰生産と過剰消費によって生まれた余剰を吸収することで、環境に大きく貢献する。」<sup>(80)</sup>と。

ボッツマンとロジャーズは、右のように述べたうえで、世界中で起きつつあるコラボ消費の事例を、三種類のモデルプロダクトサービス・システム、再分配市場、そして、コラボ的ライフスタイルに分類し、これら三つのモデルが一つになって、「何を消費するか」だけでなく、「どう消費するか」を変えつつあると説いた。<sup>(81)</sup> コラボ消費は、イデオロギーに縛られることなく、社会主義と資本主義の両極端な期待を同時に満たすことができる考え方である。多くのモノを買い、それらを維持する余裕のある人が必ずしも人生に満足していないことは、様々な研究から明らかである。むしろ、その逆こそ真実であることの方が多い。ボッツマンとロジャーズは、この点を指摘しつつ、我々に



今の消費経済に未来があるかどうかを問い質した。

ボツツマンとロジャーズによると、この五〇年というもの、子どもたちは過剰に個人主義を重んじる社会で育ってきたために、生まれつき備わった自分勝手な性質が同じように生まれつき持っている分かち合いの精神を覆い隠しても不思議ではないが、この傾向は変わりつつあるという。過去数十年の間に、コラボレーション革命が静かに、しかし力強く起こり始め、文化や政治、経済のシステムの中で勢いを増している。コラボ消費を身近に行う人は、ミレニウム世代に入って、ますます増えている。多くの人が、モノを所有しなくても、そのモノから受けたサービス、つまり利用した分にだけお金を払うという「所有より利用」の考え方に、バックグラウンドの違う様々な世代がますます傾いているのは確かである。このコンセプトがプロダクトIIサービス・システムの基本であり、このモデルが個人の私的所有を前提に成り立ってきたこれまでの産業を破壊しつつあるという<sup>82)</sup>。プロダクトIIサービス・システムの環境への明らかなメリットは、あまり使われていない私有物をシェアによって最大限に活用できることにあるが、利用者にとっては二倍のメリットがある。一つは、品物の代金を全額払う必要はなく、維持費や修繕費、保険料などが節約できるうえに、持てる資産を最大限に活用することもできる。もう一つは、モノとの関係が所有から利用にシフトすることで、旅行やレジャー、仕事、食べ物、そして子供に関することまで、様々なニーズを満たすための選択肢が変わり、多様になる。また、人はソーシャルネットワークを通して、中古品や私有物を、必要とされていない場所から必要とされる場所へ、また、必要とする人に配り直す。これがコラボ消費の第二のタイプ、再配分市場モデルである。シェアやスワップ、物々交換の対象となるのは、自動車や自転車や中古品といった目に見えるものだけではなく、同じような目的をもった人たちが集まり、時間や空間、技術やお金といった目に見えにくい資産を共有する。これが、

ボッツマンとレイチェルが説くコラボ的ライフスタイルのモデルである。

### (3) シェアリングエコノミーの到来

現代社会に甦ったシェアリングエコノミーは、当初は無償を前提に個人間の取引を促進するものであったが、今では営利目的ないし商業活動として活用される傾向にある。そのため、シェアリングエコノミーを定義しようとする場合、定説といったものがなく、論者の中にもいくつかの見解が示されている<sup>(83)</sup>。有力な見解は、シェアリングエコノミーの取引は見知らぬ個人同士の個人間取引であることに力点を置いて、シェアリングエコノミーを定義しようとする<sup>(84)</sup>。このほか、シェアリングエコノミーを十分に活用していない遊休財産に限定して定義する者<sup>(85)</sup>、一定の期間に未使用の財産や労務を提供する仕組みと定義する者がおり、また、人が動産やその他の資源、時間、技術などを提供する際の手助けをするウェブサイト上の手段と定義する者がいる<sup>(87)</sup>。論者の中には、シェアリングエコノミーを一言で要約することは難しいとしながらも、一般的には、コミュニティにおける所有、地域限定の生産、共有、協働、小規模事業を促進することを意味するという者がいる<sup>(88)</sup>。

いずれにしても、シェアリングエコノミーを定義することは、その対象の広さと目的の多様性から、難しいといえよう。現在のところ、共有経済が何を意味するのか、どのような経済活動がこれにあたるのかについては、これまで一致した見解は示されていない<sup>(89)</sup>。最大公約数的に広くシェアリングエコノミーを捉えるならば、目的の観点から、シェアリングエコノミーは、モノの利用権を第三者に移転し、そのモノの利活用を図ることにより、対象となるモノの所有者が引き出せない価値を引き出すことにある<sup>(90)</sup>か、遊休財産を共有し活用して行くことにより、人は環境を保護し、収入を得て、資源の不要な消費を回避することができる経済の仕組みということになる<sup>(91)</sup>。後者の立場からは、

シェアリングエコノミーは、環境を破壊することなく、資源の利用を持続する近年の傾向に沿うもので、インフレのない経済を構築するのに役立ち得るということになる。

### 3 シェアリングエコノミーの質的転換と現代的展開

#### (1) シェアリングエコノミー発展の要因

今日、シェアリングエコノミーが拡大した背景には、ITの進化やスマートフォン の普及などが大きな要因として挙げられる。ITの進化により、すべてのものがデジタル化され、インターネットやスマートフォンを通じて取引が可能となった。モノのインターネット化(IoT)は、使われていないモノや場所、空いている時間を、それぞれ必要とする人と結びつけて価値を生み出している<sup>(92)</sup>。多くのシェアリングサービスは、スマホから簡単に利用できるプラットフォームを整備し、アプリをダウンロードすれば即座に利用できる環境を整えている。これまで見えなかった個人の資産(モノや空間、お金など)やスキル(能力、知識など)について、その活用可能な時間帯や内容に関する情報をインターネットを通じてリアルタイムに不特定多数の個人の間で共有することが可能となった。このことが、シェアリングエコノミーの拡大に大きく寄与している<sup>(93)</sup>。

また、シェアリングエコノミーは、インターネット上のプラットフォームを介した見知らぬ者同士の個人間取引を基本的な特徴とする。シェアサービスを通じて、モノや時間などを共有し合うのは、それまで会ったことのない他人同士である。それゆえ、何よりも当事者間における「信頼」(trust)の構築が重要となる。この点、シェアリングエコノミーにおいては、インターネット上のプラットフォームに設けられた「相互評価システム」(mutual reputation

system)を通じて信頼が得られるようになったことが大きかった。相手方を信頼できるか否かを判断するのに、スマホで確認できるSNSでの振る舞いや友人の数、過去の利用者による口コミ・得票、格付けは、見知らぬ他人同士の個人間取引にとって欠かせない材料である。こうした相互評価システムの構築は、シェアリングエコノミーの拡大にとって不可欠な要因であったといえる。<sup>94</sup>

このほか、人々の消費スタイルの変化も、シェアリングエコノミーの拡大に影響している。それが、コラボ消費への志向である。現代社会では、従来の大量生産・大量消費が見直され、モノを持つという豊かさから持たない豊かさへと消費の行動が変化してきている。従来、経済の目的は「所有」であり、家や車、衣類、家具家電など、多様で高価なモノを所有することが富の象徴となっていた。しかし、近年、必ずしも所有を求めない傾向へと価値観が変化し、豊かさの定義が変わってきた。この背景には、所有することを前提とした従来の経済活動の弊害、例えば、環境問題などがとくに先進国を中心に意識されるようになったことも無関係ではない。いずれにしても、シェアリングエコノミーは、空き家や稼働していない自家用車などの資産を有効に活用することで、社会全体の無駄を減らし、環境に配慮した持続可能な社会への転換を促す契機を有している。さらに、少子高齢化や人口減少で財源が確保できず、鉄道やバス、保育施設などの公共サービスが維持困難な自治体にとっては、シェア企業と連携することにより、自治体が抱える課題の解決策としても期待されている。<sup>95</sup>

## (2) コラボ消費の現代的なアレンジ

シェアリングエコノミーと呼ばれる新たな経済の仕組みが、今や世界中に急速に広まり、世の中を大きく変えようとしている。新しいシェアの対象となるモノやサービスなどの資産は実に幅広く世の中に存在し、シェアできる対象

【図表4】 シェアされる資産に着目したシェアリングエコノミー

資産 サービス	モノ	空間	スキル	移動	お金
サービスの 内容	フリーマーケット サービス	民泊サービス ホームシェア 駐車場・会議 室の利用	家事代行 労務の提供	ライドシェア カーシェア	クラウドファン ディング ソーシャルレン ディング
具体例	メルカリ	Airbnb	エニタイムズ	Uber	

(出典) 千葉恵美子・消費者法研究5号 (2018年) 73頁

者と対象物の圧倒的な広がり、新しい経済システムを広げる原動力となっている。わが国においても、民泊を仲介するエアビアンドビーやタクシー・ハイヤーの配車と個人間の相乗りを仲介するウーバーといった世界的にグローバルな展開を目指す企業が上陸し、本格的にサービスを展開する動きが出てきた。<sup>(96)</sup>当初、民泊のエアビアンドビーや配車サービスのウーバーなど、シェアリングエコノミーの代表的なサービスは既存業界の反対などで規制されていたため認知度は低かった、しかし、その後、個人が一般住宅に有料で旅行者などを宿泊させることを可能とする「住宅宿泊事業法」(いわゆる民泊新法)が施行されるに至ると、<sup>(97)</sup>ビジネスとしてシェアリングエコノミーはわが国でも徐々に知られるようになった。<sup>(98)</sup>ただし、自家用自動車を使った相乗りまたは配車サービスのようには、法整備が進んでない分野も少なからず存在する。<sup>(99)</sup>

わが国におけるシェアリングエコノミーのサービスは、一般に、モノ、空間、移動、スキル、資金の五つに類別されて、紹介されることが多い。<sup>(100)</sup>【図表4】。これら五類型のうち、わが国で最も先行しているのが「モノ」のシェアリングである。<sup>(101)</sup>中でも、相乗り・配車サービス(ライドシェア)や宿泊サービス(民泊)がシェアリングエコノミーの典型事例のように議論されている。<sup>(102)</sup>しかし、シェアリングエコノミーはこれらの領域に限定されるわけではない。この他にも、インターネットを介して提供される



資産であれば、有形資産から無形資産に至るまで多岐にわたる。<sup>103</sup> また、実際、見知らぬ個人同士の個人間取引を特徴とするシェアリングエコノミーサービスにおいて、これを仲介事業として展開する場合、そのいずれか一つの切り口で事業を行っている企業は少なく、二つ以上の組み合わせで事業を展開している企業がほとんどである。<sup>104</sup>

従来のインターネット上のオンラインショッピングは、モノやサービスなど提供する事業者と消費者との間の取引(BtoC)が中心であった。これに対し、シェアリングエコノミーでは、インターネット上のプラットフォームを利用することで、モノや資産、スキルなどを提供したい個人と提供を受けたい個人とをマッチングさせ、個人間の取引(CtoC)を促進することが意図されている。

今や、インターネットを介したスマートフォン上に、シェアリングエコノミーなどの多様なサービスが登場し、利用が広がっている。シェアリングエコノミーは、その多くがインターネット上の仮想のフリーマーケット内で、スマートフォン用のアプリを用いて行われる。フリマアプリにより、個人間取引がいつでも・どこでもリアルタイムで行うことが可能となった。フリマアプリ上では、新品・中古品の区別を問わず、衣料品や雑貨小物、家具、家電などの多くのモノが取引されている。提供者は、売りたいモノを商品としてスマートフォンで撮影し、そのまま出品することができするため、従来のオークションなどの形態に比べて取引の利便性は高いといえる。<sup>105</sup> 活用次第では、個人の保有する遊休資産のみならず、余暇時間やスキルについても、シェアリングエコノミーでこれを取り扱い、個人が日常は本業としていない宿泊サービスや家事代行なども対象とすることも考えられよう。<sup>106</sup>

わが国では、法規制の関係であまり普及が進まないが、アメリカやEUでは、一般の住宅への宿泊(民泊)や自動車の相乗り(ライドシェア)などを中心に、様々なシェアリング型サービスが立ち上がっている。<sup>107</sup> 例えば、個人が自

分の車を個人に貸すサービス (Gateround)、家の掃除など雑事をしてくれる個人を探すサービス (TaskRabbit)、旅行などに行く際にペットを預かってくれる個人を紹介するサービス (DogVacay)、個人の旅行ガイドを紹介するサービス (Vayable)、自宅において日時限定でレストランをしたい人が顧客を得るサービス (Feastly) などが、成功ビジネスの例として挙げられる。これらシェアリングサービスの多くは、個人間取引のマッチングをするプラットフォームを通じて、個人が事業主となってサービスを提供するという形態のものである。

### (3) シェアリングエコノミーによる新たな価値創造と本質論

シェアリングエコノミーは、モノや空間、場所、人のスキルなどを他人と共有し、あるいは、これらを利活用するシェアリングサービスが支配する経済圏である。近年、シェアリングエコノミーが話題となっているが、その裏側にある革命的な技術革新の本質を突いた議論はまだあまり見られない。シェアリングエコノミーの拡大は、人の意識が所有から共用へと変化していることを示すものであるが、その本質は、モノやお金、スキルなどを共有して金銭的な取引を促進することよりも、そこで繋がる人間関係や相互評価に基づく信頼の可視化からもたらされる新しいコミュニティの形成にある<sup>108</sup>。言い換えれば、シェアリングエコノミーは、失われた人間関係を現代社会に再び取り戻し、モノの貸し借りを超えた人間同士の交流が始まる契機になり得るものと捉えることができる<sup>109</sup>。

シェアリングエコノミーの発展の過程で培われた資金調達や人材活用、事業成長などに関するノウハウは、得難い経験である。この流れが逆に、従来の伝統的な企業間取引に伝播し浸透するとしたら、世界中の企業がそれぞれの経営資源を持ち寄ることによって事業を形成し合うことも一般的となろう。こうした共有経済の考え方が継続するのであれば、個人の生き方や組織のあり方も大きく変わらざるを得ないが、これが一時的ないし過渡的なものにすぎない

のか、一つの言葉に表される一時的な盛り上がりのみを捉えるのではなく、その背後で進行する大きな流れを見定め、その意味を考えることが今まさに求められている。<sup>(11)</sup> シェアリングエコノミーは、これから起こるであろう革命的な技術革新の一端にすぎず、これからITを駆使した新しいイノベーションが様々な分野に押し寄せ、既存のビジネスモデルを変えて行くかもしれない。人間の活動がアルゴリズムで表現できるようになると、タスク単位で分解するとか、新しく組み合わせるなどして、多くの人の活動は自動化が可能となる。すでに情報検索や会計処理などは、完全自動化された。このような完全自動化は、AIの発達で今後も劇的に増えることが予想され、「法」から「コード」への転換が到来する時代が現実なものになりつつある。<sup>(12)</sup>

#### 4 個人間取引の促進と契約上の問題点

インターネットの向こう側にいる個人については、これまで顔が見えず、信用度を推し量りにくかった。この点、実名利用のソーシャルメディアが普及すると、これによって一定程度の信用度が可視化され、個人によるモノやサービスの提供も選別して利用することが可能となった。前述したように、プラットフォームの提供するサービスや多くのシェアリングエコノミーにおいては、モノやサービスの提供後、利用者と提供者との間で相互に評価し合う仕組み（利用者が星の数などで行う評価、格付けなど）が導入されている。この相互評価システムにより、当事者双方に高い評価を得ようとするインセンティブが働き、モノやサービス全体の質を実質的に担保する仕組みとなっている。そして、これと同時に、事後レビューのような相互評価システムは、これを導入することで、取引費用の高騰を抑えることも可能となった。

しかし、シェアリングエコノミーにおいては、インターネット上のプラットフォームを管理運用する事業者が仲介するといえ、見知らぬ個人同士の取引が中心であるため、提供するモノの品質やサービスの質をめぐり、提供者と利用者との間で紛争となることも少なくない<sup>113</sup>。この点、シェアリングエコノミーでは、前述の相互評価システムにより、ほとんど多くの場合、利用者が提供者を正しく評価する仕組みが考案されており、低い評価を受ければ新たな利用者獲得は困難になる。そのため、提供者側には質の高いサービスを提供するインセンティブが働く仕組みとなっている。また、利用者側もこれと同時に評価を受けるため、利用者の質も問われることになる。シェアリングエコノミーの特性を考慮するならば、インターネット上のプラットフォームで両者のマッチングを行うプラットフォーム事業者の適正な管理も必要である。この点、相互評価の補完として、プラットフォーム事業者を認証する制度などを設けて置くことは必要と思われる<sup>114</sup>。

シェアリングエコノミーに限らず、プラットフォームを提供する企業は、一般的に、仲介したモノやサービスに関するビジネスリスク、人材確保や生産手段確保のコストを、プラットフォームの参加当事者（需要側・供給側）に受けもたせることが多い。その結果、プラットフォームビジネスは、比例的にコストが増加することなく、市場における急成長が可能となった。しかし、その反面、諸種のコストを人件費に含めざるを得ない既存の同業他社の競争相手に対しては、非常に破壊的な力を有しており、激しい競争を生じさせている<sup>115</sup>。シェアリングエコノミーサービスが既存産業に与える影響は、現時点ではまだ小さく、その内容はあくまで将来的な可能性を予想しているにすぎない<sup>116</sup>。しかし、シェアリングエコノミーサービスが普及すれば、いままで法令順守の費用等を負担してきた既存事業者がシェア事業者から顧客を奪われるというのは、あまりにも不公平である。経済の新陳代謝が生じるのは歴史的にやむを得な

いことであるが、過度期には既存の事業者に対する何らかの経済措置や配慮は不可欠というべきであろう。<sup>117</sup> 現行の法制度がシェアリングエコノミーを想定していない以上、時代に即した法整備が必要なのは間違いない。

また、プラットフォームを介して働く者の就労の実態は、業種や仕事の内容が異なる場合はもとより、同種の仕事でも管理のあり方やその程度、業務自体の繁閑、あるいは個々人の働き方などにもよって多様である。労働サービスの分野でも、シェアリングエコノミーを通じた就労には問題が生じやすい。プラットフォーム事業者は、雇用主と就労者をインターネット上のプラットフォームによって仲介するにすぎないという理由から、プラットフォームを介して就労する労働者を雇用者ではなく、独立した自営業者と扱う傾向にある。<sup>118</sup> 自営業者と扱われる個人は、通常の雇用労働者が享受していた失業保険や健康保険、年金、労働災害保険といった社会保障を失うことになり、同じような仕事をしている他の雇用労働者と比べても、不安定かつ低賃金に陥りやすい。<sup>119</sup> 実際、アメリカやEUなどでは、この点が社会問題化し、プラットフォーム事業者や発注者を含む当事者間の労働関係を明らかにし、当該就労者の法的区分や社会的保護のあり方を見直そうとする動きや自営業者の権利擁護、社会保障のための新たな法制策を求める運動が起こっており、<sup>120</sup> また、その一部は訴訟へと発展している。<sup>121</sup>

さらに、シェアリングエコノミーが広く普及することにより、個人がモノやサービスの提供者として収入を得るようになること、所得税や消費税などの課税上の問題が生じる。また、こうした課税漏れの懸念のほか、サービス提供者やプラットフォーム事業者に適用される所得区分、課税措置など、シェアリングエコノミーをめぐる生じる課税上の問題は少なくない。個人がシェアリングエコノミーにより取得した一定以上の所得については申告義務があり、それが適正に行われなければ所得の申告漏れが大量に発生し、課税の不公平を生ずることになる。また、課税するにし



ても、それが給与所得、事業所得、雑所得のいずれに該当するかによって、控除や経費の扱い、赤字の損益通算などの処理が異なり、納税額の多寡や事務負担に違いが生ずることとなる。<sup>(122)</sup> 早急な解決策が求められるところである。

#### 四 シェアリングエコノミーと関係当事者に対する規律

##### 1 基本的視座

これまでの検討から明らかのように、シェアリングエコノミーは、資産の価値を所有による排他的支配に求めるのではなく、資産へのリアルタイムなアクセスに求めることにより、その取引をより柔軟かつ容易にし、個人が所有する遊休資産を経済活動に活用し得ることを可能とした点に、その革新性が認められる。シェアリングエコノミーにおいて、事業者でない個人は、これまで事業者に独占されていたサービス利用者へのアクセス手段を得て、自らが普通に所有している遊休資産を何ら特段の先行投資をすることなく、反復的ないし継続的に提供することが可能となった。しかし、シェアリングエコノミーは、インターネットの普及とプラットフォームに集積される各種のデータの利活用に関する技術的な発展を背景としてはじめて成立し得るビジネスモデルであるから、これまでに既存の法体系において顕在化してこなかった様々な論点を提供している。

## 2 各種業法の規制と媒介、仲介サイト

### (1) 提供者に対する規制

現行法上、プラットフォームおよびこれに参加する契約当事者を一般的に規制する法律はいまだない。従って、参加当事者がどのような規律に服するかは、民商法その他の法律、各種業法が定めるところによることになる。<sup>123</sup> 各種のモノ・サービスや情報などの提供者に対しては、一般に「業法」と呼ばれる規制が課される。業法が適用されるか否かは、提供するサービスが「業法」の規制対象か、「業」に該当するかによって判断される。

従来、あるサービスを反復継続して行うことは業とみなされ、そのようなサービス提供者は当該サービスの利用者に対して広告宣伝や設備準備のために一定の投資を必要としたことから、これらの者が事業者として扱われた。しかし、インターネット上のプラットフォームを介して行なわれるシェアリングエコノミーの場合、事業者のように先行投資を行って反復継続してサービスを提供するのではなく、事業者でない個人がプラットフォームを活用して遊休資産の提供を行うにすぎない。そのため、こうした行為が果たして業といえるかどうか、その判断は容易ではない。

サービス提供者が個人であっても、その行為が反復継続性をもち、業に該当する限りは、各業法の適用を受けることになる。シェアリングエコノミーに参加する個人のサービスの提供に際して、何らかの資格が必要とされるとなると、資格の取得に時間や費用がかかり、遊休資産のプラットフォームへの提供自体に支障が生じることにならざるを得ない。この点、具体的にいかなる行為が業法の規制対象となるのか否か、その判断が求められることになる。この問題につき、政府レベルでは、内閣官房IT総合戦略室の「情報通信技術（IT）の活用に関する制度整備検討会」や「シェアリングエコノミー検討会議」などにおいて、シェアリングエコノミーに関する規制のあり方が本格的に議

論され始めている。<sup>124</sup> シェアリングエコノミーは、資産の価値を所有による排他的支配に求めるのではなく、資産へのリアルタイムなアクセスに求めることにより、その取引をより柔軟かつ容易にし、個人が普通に所有する遊休資産を経済活動に活用することを可能とした点に、その革新性が認められる。このような新たな価値の創設を担い得るシェアリングエコノミーに対しては、これを規制するにしても、その価値を損わないように、シェアリングエコノミーがインターネット上に存在する経済であるという観点から、柔軟な制度設計が求められる。

## (2) プラットフォーム事業者に対する規制

プラットフォーム事業者に対して何らかの法規制が課せられるか否かは、当該行為が各種業法によつて規律される行為の「媒介」といえるかどうかで、その適用の可否が判断される。<sup>125</sup> 媒介は商法上の「仲立」と呼ばれ、商行為の定義に登場する概念であり(商法五四三条)、仲立を含みこれを包含するものである。仲立という言葉が典型的に意味する行為としては、商法上の仲立がある(商法五四三条)。仲立は、商品の売買など他人間で行われる商行為の媒介をなすことをいい、他人の間に立って両者を当事者とする法律行為の成立に尽力する事実行為を指すものである。<sup>126</sup> 各種業法において、プラットフォーム事業者の行為が媒介と評価されると、当該事業者の行為は各種業法において規制対象となる。ただ、現実には、プラットフォーム事業者の役割は、このような媒介に至らない程度の関与にすぎない場合も少なくない。

媒介を行う業者の法規制としては、これを一般的に規制する法律はいまだなく、各種業法および民法などの法律で定まるところによる。媒介事業者としては、金融商品取引業者(金融商品取引法二条八項二号)、物品海上運送契約等の締結を媒介する海運仲立業者(海上運送法二条八項)、旅館運送契約・宿泊契約の締結を媒介する旅行業者(旅行業法

二条四項)、不動産仲介業者(宅地建物取引業法二条二項)、放送法上の有料放送管理事業者(放送法一五二条)などがよく知られている。

例えば、旅行業法は、旅行業の登録を受けて旅行業を営む者(一般に旅行代理店と呼ばれる)が旅行業務の取扱いに關して旅行者と結ぶ契約を企画旅行契約等と呼び(旅行業法一二条の四第一項)、これらの契約につき旅行者は約款を定めて観光庁長官の認可を受けなければならないと定める(同法一二条の二第二項)。また、観光庁長官と消費者庁長官が定めて公示した標準旅行約款と同一の約款を旅行者が定めたときは、観光庁長官の認可を受けたものとみなすと定めている(同法一二条の三)。わが国の旅行者のほとんどは標準約款を自社の約款として採用しているから、旅行者と旅行者が締結する旅行業務に關する契約が一般的な旅行契約であり、その内容はもっぱら標準約款をもって定められている<sup>127)</sup>ことができる。企画旅行契約の場合、旅行者は、旅行者が旅行者の定めた旅行日程に従って、運送・宿泊機関などの提供する運送・宿泊その他の旅行に關するサービスの提供を受けることができるように「手配」する債務を負っている(募集型約款二条、受注型約款二条)。この手配という旅行者の行為については、代理、媒介、取次と理解されてきた<sup>128)</sup>。しかし、旅行の企画・手配といった旅行契約の実態を調べて見ると、その内容は代理・媒介・取次ほど明確には割り切れないものがあり、異なる解釈も成り立ち得る。そのため、旅行者が旅行契約を締結することによって、航空会社、バス会社、ホテルや旅館などに対していかなる権利を有するかは、旅行者と旅行サービス提供者に生じた紛争ごとに、必要な範囲で旅行者の行為の法的性格を論じれば足りるのであって、旅行者の手配に關する具体的な行為の法的性格まで踏み込む必要はないと解されている<sup>129)</sup>。

確かに、旅行者と旅行サービス提供事業者の間に立つ旅行者の法的地位を統一的に捉えることができれば、旅行

者が運送や宿泊などの旅行サービス提供者に対していかなる権利を有するかが判明し、法律関係の明確化とともに、旅行者の保護にも役立ち得るが、実態はそのようになっていない。旅行業者は、単に輸送機関や宿泊施設などの情報を提供する者ではなく、委託に基づき旅行者の希望に沿った航空会社、バス会社、ホテルや旅館などを探し、旅行者と旅行サービス提供契約を締結する意思があるかどうかを確認するとか、当該契約の条件の細部を打ち合わせるなどして、旅行者と旅行サービス提供事業者との間に当該サービス提供契約が締結できるよう尽力する者である<sup>130</sup>。ここでは旅行サービス提供契約の締結に向けた積極的な人的関与が想定されており、そのような人的関与を行っていない旅行業者は旅行業法上の認可を行わなくてもよいという解釈も成り立ち得る。現に、一部の大手を含むオンライン旅行代理店は、「場」の提供者に過ぎないとして、旅行業法上の登録を行っていない<sup>131</sup>。

また、前述したように、今話題の民泊について見ると、民泊は、一般の民家やマンションの空き室を活用し、一日単位で提供する宿泊サービスである(住宅宿泊事業法「民泊新法」二条三項)。営業日数は年一八〇日が上限で(各自治体はさらに条例で営業日数を制限できる)、民泊オーナーには、宿泊者名簿の作成や合法物件である標識の掲示、外国語で施設の利用法を説明することなどが義務づけられている。従来、旅館業法には民泊の定義がなく、自宅などに有料で人を泊める場合には、ホテルや旅館と同様、旅館業法上の許可を得る必要があった。民泊法が施行された現在、民泊オーナーらは自治体に届け出るなどして届け出番号を得ると、合法民泊となる。

民泊運営の仕組みは、民泊オーナーが仲介サイトに物件を掲載し、利用客は立地や金額などを検討して申し込む。民泊の予約サイトなどを運営する仲介業者は、観光庁に登録しなければならない(民泊法二条八項、四六条)。無登録で民泊仲介業務を行い、または、これを行わせた者については、最高一〇〇万円の罰金が科せられる(民泊新法七二



条以下)。ここでいう民泊仲介業とは、宿泊者のために届出住宅における宿泊のサービスの提供を受けること、また、住宅宿泊事業者のために、宿泊者に対する届出住宅における宿泊のサービスの提供について、代理して契約を締結し、媒介をし、または、取次ぎをする行為である。仲介業者は、宿泊者と締結する民泊仲介契約に関して約款を定め、観光庁長官に届け出なければならない(民泊新法五五条)。

民泊法の施行により無届の民泊が違法な仲介サイトに掲載されるケースがなくなったわけではないが、民泊法が定める規律の明確化は、一般人があらかじめ自らの行為を既存の旅館業法に該当しないようにコントロールすることができるという点では、見知らぬ個人同士の個人間取引を特徴とするシェアリングエコノミーの推進に資するものであり、積極的に評価することができる。

以上のように、各種業法にいう媒介といいうるためには、モノやサービスなどの提供者とその利用者の間に立って、両者を当事者とする法律行為の成立に尽力する行為を行うことが必要である。一般に、インターネット上のプラットフォームを管理運営する事業者は、法律行為の成立に尽力したといえるほどの人的な関与は行っておらず、単にシステムを利用させるなどして取引の「場」(プラットフォーム)を提供するにすぎない。プラットフォーム事業者の果たすべき役割がプラットフォームという場所やシステムの提供者としての役割にとどまる限りにおいては、取引当事者または仲介者としての法規制を受けないのが原則であるといえよう<sup>132</sup>。

ただ、プラットフォームを管理運営する事業者の中には、インターネット上に開設されたオンライン店舗などで、各種のモノやサービスや情報などを提供する出品者と利用者である消費者をマッチングさせて、その見返りとして一方または双方から使用料などの支払を受け、あるいは、宣伝広告を掲載する広告主から広告料を徴収するビジネスモ

デルを営む者もいる。このような場合には、プラットフォーム事業者は仲介事業者として扱われることになる。前述の内閣官房IT総合戦略室の中間整理では、このようなプラットフォーム事業者は仲介事業者と表現されている。<sup>133</sup>

業法などの法規制が加えられない場合、プラットフォーム事業者は何でも自由に活動が許されるというわけではない。一方または双方の当事者から委託を受けて行う仲介行為は民法上の準委任と解されており(民法六五六条)、委任における受任者の地位に基づく責任が発生する場合がある。この場合、とりわけ重要なのが、プラットフォーム事業者が利用者に対して負う善管注意義務(民法六四四条)の判断である。プラットフォーム事業者は、プラットフォーム上で行われる個々の取引の適正について一般的かつ網羅的な監視までは要求されないが、問題を認知した場合には、個別的事後的な措置を講じることが求められることがある。

例えば、プラットフォーム事業者がインターネット・オークションを運営するような場合、プラットフォーム事業者は古物営業法上の「古物競りあつせん業者」(同法二条五号)に該当し、公安委員会への届出義務(同法一〇条の二)、盗品等の疑いがある場合の警察官への申告義務(同法二条の三)を負っているが、出品されている古物の中に盗品などの疑いの古物が含まれているかどうかについての調査義務までは負わないと解されている。<sup>134</sup> また、出品者の確認(同法二二条の二)や古物売買に関するあつせんの記録・保存(同法二二条の四)などは、自ら古物を売買する古物商の場合とは異なり、努力義務にすぎない。<sup>135</sup>

### (3) 利用者に対する利用規約と消費者保護

インターネット上に開設されるプラットフォームフォームにおいては、多くの場合、プラットフォーム事業者により利用規約が定められており、取引行為の際にシステム上で利用規則に同意することが要求される。これにより、利用者とプ

プラットフォーム事業者の間にプラットフォーム上の利用契約が成立することになる。利用者に対するプラットフォーム事業者の責任を含めた当事者間の法律関係は、基本的に当該利用契約の規定内容により規律されることになる。ただし、プラットフォーム上の利用規約において、利用者がプラットフォーム上で取引によって被った損害につき、プラットフォーム事業者は責任を負わない旨が明記されていても、当該利用者が消費者契約法にいう「消費者」（消費者契約法二条一項）に該当する場合には、責任免除の約定は無効とされる（同条八条一項）。

プラットフォーム事業者の故意または過失によって利用者に損害が生じた場合には、利用契約上の責任とは別に、不法行為責任が発生することがある（民法七〇九条）。また、情報の仲介などに関するプラットフォームにおいては、利用者より提供される情報の中には、違法な情報が含まれている場合があり、それによって第三者に対して権利侵害が生じたときは、ソーシャルメディアの管理者であるプラットフォーム事業者にプロバイダーとしての法的責任の問題が生ずる。この場合、権利侵害情報の被害者は、プロバイダー責任制限法四条に基づき、プラットフォーム事業者に対して発信者情報の開示を求める権利を有する<sup>136</sup>。また、損害賠償請求については、プロバイダー責任制限法三条が民法の特則となっており、同条に基づき、権利侵害情報の被害者はプラットフォーム事業者に対して損害賠償を請求することも可能である。

### 3 プラットフォーム事業者の責任と裁判例

前述したように、見知らぬ個人同士の取引を基本的特徴とするシェアリングエコノミーの仕組みそのものは単純で、モノやサービスなどを提供する側と利用する側、そして、両者をインターネット上のプラットフォームでマッチング

させ、仲介するプラットフォーム事業者の三者からなる。提供者と利用者のマッチングには、スマートフォンアプリなどが用いられる。利用者はその対価を提供者に支払い、対価の一部をプラットフォーム事業者が手数料として徴収する例が多い。その実質は決済手数料に近いともいわれるが、プラットフォーム事業者が不特定多数の個人間取引の成立に積極的かつ深く関わっている場合には、提供されるサービスの品質や履行について、サービス提供者と並んで、プラットフォーム事業者にも責任が生じてくる場合もあり得よう。しかし、現在のところ、プラットフォーム事業者の責任については、裁判例を見ても、具体的な取引への関与の度合いによるものの、総じて限定的な範囲にとどまっている。

例えば、オークションサイトにおいて詐欺の被害にあった参加利用者が、詐欺を行った出品者ではなく、オークションサイトの運営者に対して損害賠償を求めた事案で、インターネットオークションサイトの運営事業者は、他人間の法律行為に尽力する者とはいえないとして、その媒介性、仲立人であることの該当性が否定されたものがある<sup>137</sup>。本事案では、オークションガイドラインが設けられており、オークションサイトの運営者は故意または重過失がない限り、参加利用者による損害賠償請求から免責される旨の条項が定められていたところ、オークションサイトという「場」の提供者が参加利用者に対していかなる義務を負うかという点が争点となった。

本件の第一審は、詐欺が増加しつつあった当時の状況に照らし、オークションサイトの運営者には利用者との間に締結された利用契約における信義則を根拠として、「欠陥のないシステムを構築して本件サービスを提供すべき義務」を認めたと、結論においては適切な対応が取られていたとして、かかる義務違反を否定した<sup>138</sup>。控訴審では、本件オークションサイトの運営者が仲立人に該当するかどうか争われたが、オークションサイトの運営者は落札後に行

われる出品者と落札者の交渉過程には一切関与していないこと、出品者は自らの意思で本件オークションに出品し、入札者も自らの意思で入札していること、従って、運営者がその過程で両者に働きかけることはないこと、落札に関する通知はシステム上のプログラムに従い自動的に行われ、運営者が落札に向けて何らかの尽力をしているとは認められないことなどの事情に鑑みれば、本件オークションサイトの運営者が仲立人であることの該当性は否定されるところ<sup>139</sup>。

また、金融商品取引所について、同所が利用者間の契約締結を媒介する仲立人（商法五四三条）にあたるかどうか<sup>140</sup>が争われた裁判例がある。金融商品取引所は、システムの参加者が定型化された売買注文などをシステムの端末装置から入力すると、あらかじめ定められた一定のルールに従い取引が自動的に成立するシステムを提供しているのみであり、法律行為の成立に尽力する事実行為である媒介を行っているとはいえないとされている。

このほか、オンライン・ショッピングモールの出店者による商標権侵害について、商標権侵害の商品を販売した出店者に加えて、出店可能な場所を提供したインターネットモールの運営者に対して差止請求および損害賠償請求をなし得るか否かが争点となった事案がある<sup>141</sup>。この事案において、裁判所は、モール運営者は逐一事前にチェックして権利侵害の有無を確認する義務を負っていないとし、結論において本件モール運営者の責任を否定した。ただし、インターネットモールの運営者が出店者に対する管理・支配を行っていること、出店者から基本出店料やシステム利用料などの経済上の利益を得ていること、出店者による商標権侵害の事実を知りまたは知り得る状況にあったこと、合理的期間内に侵害内容の除去をなし得たことが認められる場合には、インターネットモールの運営者に対しても商標権侵害に基づく差止請求および損害賠償請求をなし得ると判示した。



#### 4 政府による法規制と自主的ルール

これまでの検討から明らかなように、シェアリングエコノミーが提供するサービス取引は、見知らぬ者同士の個人間取引を基本とし、提供者の所有する資産やスキルを利用者に提供する仕組みである。しかも、その範囲は、モノや空間、移動、お金、スキルなど様々であり、多岐にわたる。このような特徴を有するシェアリングエコノミーについては、インターネット上のプラットフォームを介して行われるにしても、プラットフォーム事業者はサービスの提供者と利用者をマッチングさせるだけであり、従前のような各種の業法による企業に対する規制は及ばないのが原則である。シェアリングサービスの中には、自宅の空き部屋を他人に貸し出す民泊サービスのように、住宅宿泊業法(平成二九年法律第六五号)により利用者の安全を図るものもあるが、シェアリングエコノミーが取り扱うサービスについて個別の業法が設けられ、それによる規制が加えられるのは、むしろ例外的な措置である。

しかし、それでもなお、前述したような問題や課題が顕在化している。

インターネット上のプラットフォームやシェアリングエコノミーが提起する問題に関する議論は端緒にいたばかりであるが、インターネットを通じた取引は、今日、国境を越えて行うことが容易である。とくに、近年、短期間の間に多くの国で、プラットフォームを通じたビジネスを展開する傾向が顕著になっている。それゆえ、プラットフォームの規制については、世界各国で検討が進められている<sup>142</sup>。

欧州連合(EU)では、欧州委員会が、二〇一六年六月、シェアリングエコノミー(欧州においては collaborative economy<sup>143</sup>という)に係る取組を示すガイダンス文書『シェアリングエコノミーに関する欧州のアジェンダ』を公表した。次いで、欧州委員会は、二〇一八年四月、「オンライン仲介サービスのビジネス利用者のための公平性及び透明性の

向上に関する規則案」(COM(2018)2338)を公表し、欧州議会(2019年4月)、EU理事会(同年6月)における採択を経て、2019年7月に規則として公布された。<sup>144</sup> 同規則は、全一四三か条で構成され、2020年7月一二日からすべての加盟国に適用される。

わが国の政府は、成長戦略の一環として、シェアリングエコノミーを積極的に推進する立場から、シェアリングエコノミーの健全な発展のために、業法を中心とした現行規制の適用範囲の不明確な分野の解消に向けた取組みを行っている。<sup>145</sup> 主な動きを見ると、内閣のもとに設けられた内閣官房IT総合戦略室では、情報通信技術(IT)の活用に関する制度整備検討会が2015年5月に公表した中間整理案(「中間整理」制度整備の基本的な方向性<sup>146</sup>)とこれに対するパブリックコメントを踏まえて、2016年7月から「シェアリングエコノミー検討会議」を開催し、利用者の不安に向けた諸方策について議論を行っている。同検討会議は、二次にわたる提言を行い、同年1月、「中間報告書」を公表した。<sup>147</sup> 中間報告書では、シェアリングエコノミーの健全な発展のための具体的施策として、自主的ルールによる取引の安全性や信頼性の確保、業法を中心とした現行規制の適用範囲の不明確な分野の解消に向けた取組みなどが示された。<sup>148</sup> この中間報告書を受けて、政府は、同年1月、内閣官房IT総合戦略室内に「シェアリングエコノミー促進室」を設置し、シェア事業者からの相談や政府の支援制度などの検討を行っている。<sup>149</sup> また、政府は、これらに続き、新成長戦略「未来投資戦略2018」および「骨太方針2018」において具体的施策の一つにシェアリングエコノミーを掲げ、地方へのシェアリングエコノミーの普及を重要施策に位置づけ、シェアリングエコノミーの活用事例を創出する成果指標を新たに設定して、シェアリングエコノミーを積極的に推進して行くことを明らかにしている。<sup>150</sup> そして、政府は、前述したように、2020年2月18日、「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」(案)を国会に提出し、二〇二〇年度中の国会での制定および施行を目指している。

現行の法制度がシェアリングエコノミーを想定していなかった以上、時代に即した法整備が早急に必要とされるのは間違いないところである。この点、関係業界の企業は、シェアリングエコノミーの拡大に対してどのように対応するのか、この点が重要な課題となる。<sup>(151)</sup> シェアリングエコノミーの普及の速度は速く、その対象は様々であるから、シェアリングエコノミーサービスの将来的な普及に備えて、企業は十分な対策を検討しておくことが求められる。<sup>(152)</sup>

シェアリングエコノミーを規律しようとする場合に、政府や自治体はどの程度まで関与すべきかについては、現在、定説といったものはなく、争われている。<sup>(153)</sup> 論者の中には、シェアリングエコノミーに対する規制は、政府は自治体で十分に引き受けることができない場合にだけ権限を行使して立法すべきであるとし、下位の機関でなしうることを上位の機関が干渉してはならないと説く者がいる。<sup>(154)</sup> これは、補充性の原則 (Principle of Subsidiarity) といわれる考え方であるが、<sup>(155)</sup> シェアリングエコノミーの場合にも同様にあてはまると考えられる。シェアリングエコノミーの対象は様々であり、広範囲に及び得るものであるから、これを一律に規制することは難しい。むしろ、プラットフォームを管理運用する事業者や関係業界団体が自主的ルールを定め、これに委ねるべき方向で調整をすべきである。そのうえで、政府や自治体は、基本となる共通事項について、利用する者の収入や時間、回数など、必要最低限の規律を定めることが好ましいといえよう。<sup>(156)</sup>

## 5 契約法理の再構成の必要性と方向性

今日、資本主義の世界では、共用型経済へのパラダイム転換が起こりつつある。それは、シェアリングエコノミー

という新しい経済で展開される社会の変容である。近年のテクノロジーの著しい発展とモノのインターネット（I・I）化は、経済をデジタル化し、インターネット上であらゆる財を人に結び付け、あらゆる接続点（企業や家庭や乗り物など）に絶えず刻々とリアルタイムで情報を提供することを可能とした。何十億もの人がピアトゥピア（ネットワーク上でコンピュータとそのユーザー同士が対等な関係で通信する方式）でネットワークに関与し、多くの新たな経済的機会と慣行を作り上げている。その結果、あらゆる財や情報が統一性ある稼働ネットワークに組み込まれ、社会のエントロピーを最適化しつつ、より生態系に近い環境で持続可能な社会（エコシステム）が構築されようとしている。このような背景を伴って資本主義経済の中に登場してきたのが、シェアリングエコノミーという新たな共有型経済である。シェアリングエコノミーは、これに参加する契約当事者および取引の観点から見ると、ネットワーク効果を伴ったインターネット上のプラットフォームを介して見知らぬ個人同士を結び付け、それを通じて行われる個人間取引である。その取引は、個人間でのモノやサービス、情報などの共用（貸し借り、売買、交換など）を基本としている<sup>157</sup>。財の共用という考え方によってもたらされる変化は、極めて破壊的で、商業という限られた世界のみならず、社会を根底から支える価値観にも影響を及ぼす力をもっている。シェアリングエコノミーのような共用型経済が支配する経済圏では、プラットフォーム事業者と利用者相互間を中心に協働型コモンズとしてのコミュニティが結成される<sup>158</sup>。このコミュニティは、生活の最も社会的な側面にかかわる場であり、大抵、民主的に運営される自主管理組織からなる。コミュニティの中では、人々のネットワークが構築され、信頼関係が益々その重要性を増すことになる<sup>159</sup>。また、共用型経済の下では、財を所有することはそれにアクセスすることほど重要ではなくなり、個人による私利の追求は共用型の私益によって抑えられ、それに取って代わられることになる。

シェアリングエコノミーに代表される相互的な経済活動は、まだ漠然としていて、具体的な事例が散見される程度であるが、世の中が所有よりも共用という考え方に共鳴するにつれて、人の日常生活のあり方も変わり始めている。今起きている信頼への転換は、単なるテクノロジー革命の一部でもなければ、新しいビジネスモデルの出現でもない。それは、より根本的な根底からの変革であり、社会と文化の革命といえるものである。

テクノロジーの進化とこれによって引き起こされる社会の変容によって、再び大きな変革の時代に突入しつつある。テクノロジーの進化は、単に科学技術を進歩させるだけでなく、それが具体的な製品やサービスに実用化されると、社会や生活を大きく変化させることになる。このとき、社会で生成する新たな法律上の問題も、その種類や内容が変わってくる。契約でどのように定められているかによらず、技術的に使えない・見られないといった状況が発生し、利用者にはこれ以外の選択肢がないといった事態も生ずる。この場合、取引のルールは「契約」ではなく、「技術」であり、それを構成する「規格」や「基本設計」ということになる。ローレンス・レッシング教授は、一九九五年に『コード (CODE)』という書籍を出版し、その中で、技術的な「規格」(コード)が法律上で保障されているはずの権利とは無関係にルールを作っていると指摘した。<sup>16)</sup>「規格(コード)が法に代わる」という指摘は、この問題を端的に表現するものである。レッシング教授がこれを最初に提起したときは、デジタル技術によって法が潜脱されるといふマインナスのニュアンスがあった。規格(コード)によって法のルールが塗り替えられ、法が擁護している権利や価値が損なわれることに、レッシング教授は強い危機感を持つていたといわれる。<sup>16)</sup>これに対し、今日、人工知能(AI)が普及する時代にあつて、規格(コード)が法に代わるという考え方は、トラブルが発生した場合に、法ではなく、技術的な対応によって問題の解決が図られること示唆する意味をもっている。



ただ、このような考え方を受け入れるにしても、次の点には留意する必要がある。それは、人間が法を解釈し運用する場合、裁量の余地が少ないと思われるときですら、様々な要因を考慮し、判断を行っている。これに対し、法の解釈運用を規格（コード）で置き換えようとする場合、人間が行うはずの裁量の余地を残した解釈運用をプログラムに書き込む必要があるが、それは複雑な内容にならざるを得ない。果たして、そのような取扱いが規格（コード）において可能かどうかである。<sup>162</sup>

規格（コード）が法に代わるという考え方を推し進めて行くと、人工知能（AI）が契約書を見せて、それに人間が同意をしてから契約に入るという世界も考えられないわけではない。このような考え方は、現代の契約理論が構築される以前の合意理論の下で提唱されていた契約理論である。現代の契約理論は、ドイツ民法の影響の下に、契約を相対立する当事者の意思の合致と捉え、契約当事者の申込と承諾という意味に重きを置く構成原理を採用している。これに対し、それ以前の契約理論は、まず、契約当事者から独立した独自の客観的に正当性を持つ合意というものが存在し、これが社会的に確定されて、しかる後に、当事者がそれを承諾（同意）することによって契約が成立すると考えられていた。しかし、このような考え方に対しては、その客観性なるものが人間の自律性を損なうということで、カントからサヴィニーに至る時期においてそれが放逐され、契約は当事者の意思の合致（合意）に成立するものと考えられた。<sup>163</sup> それでも、現代の契約理論は、行き過ぎた個別の意思の探求を反省し、意思の形成には社会通念などが顧慮される<sup>163</sup>としており、社会とのつながり（いわゆる契約の社会化）を否定しているわけではない。現在、開発が進められている人工知能（AI）その他のデジタル技術は、人間の自律的な判断部分をデータに基づく機械の判断に置き換えるものである。人間が関与しないまま契約が締結されるとか、機械の動作によって契約が成立するといったこと（これ

らは「スマートコントラクト」とも呼ばれる)については、議論しなければならぬ問題が多く残されている。<sup>164</sup> 契約理論の再構成は必要不可欠であるが、同意理論の復活に至るかどうかは今後の課題である。

テクノロジーの発展とインターネットの普及、それに伴うモノのインターネット(IoT)化は、出現しつつあるシェアリングエコノミーの台頭を促し、相乗効果を発揮させることに役立っているが、いくつか重要な問題が提起されている。<sup>165</sup> その1つが個人データの活用とプライバシーの保護である。プラットフォームビジネスにおいて、利用者が検索した閲覧履歴や商品購入の履歴、投稿や写真などのデータは、プラットフォーム事業者の手に残される。堆積した膨大な個人データはビッグデータといわれ、これらを人工知能(AI)などを活用して解析すると、利用者のニーズが分かり、次のビジネスチャンスにつながる。プラットフォームは、取引の場の提供を通じて、人の行動に関する膨大な個人データを手にしたといわれる。それゆえ、こうした個人データは「新時代の石油」とも称される。GAF Aなどの巨大IT企業が経済的に大きな影響力を持っている理由は、彼らがデジタル経済のプラットフォームとして、こうした膨大な個人データを握っているからである。プラットフォームは、対価の支払いもなく利用者から個人データを集め、巨額の利益を上げている。このようなビッグデータから得られる利益が誰にどのような形で分配されるかは、非常に重要な問題である。法的な支配権が存在しない中で、これをプラットフォームの利用などの契約に委ねておくことは、利益の分配が不公正となる懸念が生ずる。<sup>166</sup> プラットフォーマーが国家を凌ぐほどに大きな力をもつのであれば、権利の保護についても責任を持つべきであり、そのあり方が問われなければならない。<sup>167</sup>

一方、モノのインターネット(IoT)化によりあらゆる人とモノがネットワークで結びつけられると、プライバシーを神聖不可侵なものとしていた囲い込みの層が次々に剥ぎ取られ、自由や幸福追求の権利と同様に重要とみなさ

れていたプライバシーの権利が危険に晒されることになる。プライバシーを守るためにどのような方策が必要とされるかは、重要な問題である。この問題については、一方で、生活のあらゆる面に関する情報が本人の許可なくまたは本人の意思に反して使われ、本人の幸福を危うくしたり損なったりしないように保障しながら、他方で、誰もが恩恵を受けられる透明性の高い開かれた情報やデータの流通を確保する方策が求められる<sup>168</sup>。

人類の歴史からみれば、シェアリングエコノミーのような相互的な経済活動は、古くは共有という概念の下でこれまで行われており、目新しいものではない。にもかかわらず、旧来の共有という概念が装も新たにコラボ消費およびこれに基礎を置くシェアリングエコノミーとして現代社会に登場した背景には、インターネットによるオンライン市場の発展、とりわけ市場のプラットフォーム化が大きく寄与している。今日、シェアリングエコノミーという新たな経済が個人々の生活と社会経済に大きな影響を与え、それが新たなビジネスを促進するという点については、ほとんど異論がない。しかし、今日、ウーバーやエアビーアンドビーなどのシェアリングビジネスに対して差止めなどの多数の法的措置が求められるように、これをどこまで受け入れ、規制するかについては、世界の各地で論争がある。法が社会の変容に的確に対応するには、まず、テクノロジーの進化がどのような社会の変化をもたらしているかを正しく理解しなければならぬ。そのうえで、そのような社会の変化が現在の法的枠組の中で処理できるかどうか、この点を検討することが必要である。それにより、法が変革を迫られている問題点が明らかになり、将来への対応が可能となるといえよう。

## 五 結 び

本稿は、プラットフォーム化された市場がネットワーク効果を伴う二面的で双方向性をもつ市場であることを踏まえ、プラットフォームの種類を契約法の観点から整理・分類したうえで、プラットフォームビジネスの構造的特徴を明らかにし、法的側面からプラットフォーム上の契約関係を検討したものである。また、これに関連して、プラットフォームとシェアリングエコノミーの関係を切り上げ、シェアリングエコノミーによる個人間取引の促進と、それがもたらす問題点などを明らかにし、これにつき検討を加えた。

わが国においては、企業結合事例について、すでにプラットフォーム事業者に対し、独禁法などの競争法を適用する事例が登場するに至っている。通販サイトやアプリストアの運営をめぐることは、出店企業から徴収する手数料の一方的な引き上げ、商品表示の順位の基準不開示、特定決済システム導入の強制、最安値での販売強制、消費者からの返品対応への強制、他のプラットフォームの利用制限、顧客情報・データの運営事業者による自社利用など、様々な問題が浮上ってきている。このような事例は、今後も増えて行くことが予想される。

プラットフォームは、ネットワーク内の利用者を増やし、結びつけることにより成長する。従来の直線的なビジネスのように生産手段を所有することによってではなく、参加者を結びつける手段によって市場支配力を構築するのである。その支配力は、幅広い参加と利用の結果であって、厳しく管理された所有と支配の結果ではない。プラットフォームは、大規模なネットワークを構築して管理し、利用者間の交換価値を円滑化すること、あるいは、そのような取引を作り出すことにより、価値を生み出している。このような、ネットワーク効果を伴って市場を形成するプ

プラットフォームの特質に鑑みるならば、市場支配ゆえに一律に規制するのではなく、プラットフォームが生み出している価値の連鎖に配慮し、具体的な懸念事項について個別に検討を加えて行く必要は高いといえよう。

一方、シェアリングエコノミーは、インターネット上のプラットフォームを介して企業や個人が所有するモノやサービス、情報などの資産を共用（貸借・売買・提供）していく新しい経済の動きである。シェアリングエコノミーによる取引は、プラットフォームという取引の場を必要不可欠とし、その場を提供するプラットフォーム事業者がモノやサービスなどの提供者とその利用者のマッチングに深くかかわっている。この三者関係を契約法の観点からどのように規律するのか、この点が今後重要な問題として検討されなければならない。

プラットフォームビジネスおよびシェアリングエコノミーにおいては、両者がともにインターネット上のプラットフォームを介したビジネスモデルであることから、これまで既存の法体系において顕在化してこなかった様々な論点が顕在化しており、複雑な法律問題となって現れている。本稿では、これらの問題点を洗い出し、これを整理したが、明確な問題解決のための具体的な解釈論については今後の課題である。更なる検討は他日を期すことにし、差し当たり、新法案に対する国会等での審議を見守ることにしたい。

(1) 小田切宏之『イノベーション時代の競争政策』（有斐閣、二〇一六年）一九六頁以下、一九八頁。日本における情報化の進展と政策、ネットワーク化について、西谷敏「日本における情報化社会と法」松本博之ほか編『インターネット・情報化社会と法』（信山社、二〇〇二年）二九頁以下。

(2) 曾我部真裕ほか『情報法概説』（弘文堂、二〇一五年）七四頁。詳しくは、田村泰一「プラットフォーム戦略とビジネス



モデルに関する分析視角―デジタルコンテンツ端末を中心に― 早稲田国際経営研究四五号 (二〇一四年) 四一頁以下。

(3) インターネットやデジタルコンテンツにかかるプラットフォームは、「デジタル・プラットフォーム」(Digital Platform) と呼ばれる。武田邦宣「デジタル・プラットフォームの市場支配力分析―SNS事業者とコミュニケーション事業者の統合事例―」公正取引七七九号 (二〇一五年) 一一九頁。

(4) 経済産業省編『通商白書平成27年版』(勝美印刷、二〇一五年) 一二七頁以下。総務省編『令和元年版情報通信白書』(日経印刷株式会社、二〇一九年) 六七頁は、主なデジタル・プラットフォームを、広告・検索、電子商取引、SNS・アプリ、端末・ソフトウェア小売の四つの分野に分類し、紹介している。

(5) ITを活用して複数の企業と個人を結びつけるプラットフォームビジネスに携わる企業が本社を置く数を国別にみると、中国がもつとも多く、プラットフォームフォームビジネスによる経済の支配は、アメリカやEUよりもむしろ中国の方が顕著である。アレックス・モサドニニコラス・L・ジョンソン『プラットフォームフォーム革命』(英治出版株式会社、二〇一八年) 三五頁以下。詳しくは、山谷剛史「新興国市場プラットフォームフォームビジネス」出井伸之(監修)『進化するプラットフォーム・グループ・アップル・アマゾンを超えて』(角川学芸出版、二〇一五年) 二〇七頁以下。山崎憲ほか『諸外国のプラットフォームフォームビジネス調査―アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス―』(JILP海外労働情報19―07) (労働政策研究・研修機構、二〇一九年) 九頁が引用するPeter C. Evans and Annabelle Gawer (January 2016), “The Rise of the Platform Enterprise” (PDF). The Center for Global Enterprise. Retrieved 15 March 2018 によれば、デジタル・プラットフォーム企業が本社(Head Quarters)を置く場所は、二〇一五年時点で、サンフランシスコ・ベイエリア(いわゆるシリコンバレー)に四四社、シアトルが四社、北京が三〇社、杭州が六社、深圳が五社、東京が五社、ヴァルドルフ(ドイツ)が一社、ケープタウン(南ア)が一社、ノーウオーク(アメリカ)が一社、上海が一四社である。

(6) 総務省編『平成29年版情報通信白書』(日経印刷株式会社、二〇一七年) 二二三頁以下。

(7) 増島雅和ほか『シェアリングエコノミー』の論点整理」Business Law Journal 二〇一六年一〇月号六二頁以下。

(8) プラットフォーム化と産業構造の変化につき、経済産業省編・前掲注(4)一二七頁以下。

- (9) 総務省編・前掲注(4)六八頁。
- (10) これまでの先行研究については、千葉恵美子「電子商取引をめぐる取引環境の変化と今後の消費者法制―デジタル・プラットフォーム型ビジネスと取引法―」消費者法研究五号(二〇一八年)六三頁以下、齋藤雅弘「通信販売仲介者(プラットフォーム運営業者)の法的規律に係る日本法の現状と課題」消費者法研究四号(二〇一七年)一〇五頁以下、および、本稿の後注で引用する文献を参照。
- (11) 林秀弥「プラットフォームを巡る法と政策」岡田羊祐・林秀弥『クラウド産業論』(勁草書房、二〇一四年)二二頁以下、二二―二三頁、岡田羊祐「クラウド産業論…本書の分析視角」同書一頁以下などが指摘するところである。高まるプラットフォームの構築につき、アンドレイ・ハウジ「マルチサイド・ソフトウェア・プラットフォーム…ビジネスモデル、産業政策とイノベーション」後藤晃Ⅱ児玉俊洋(編)『日本のイノベーション・システム』(東京大学出版会、二〇一六年)一七頁以下。
- (12) 根来龍之「プラットフォームビジネスとは」出手(監修)・前掲注(5)五九頁以下、七二頁。
- (13) 根来・前掲注(12)七四頁。
- (14) 根来・前掲注(12)七七頁。
- (15) 曾我部ほか・前掲注(2)七五頁。プラットフォームの先行研究につき、溝下博「プラットフォームビジネスとビジネスモデルに関する研究レビュー」広島大学マネジメント研究一八号(二〇一七年)三三頁以下。
- (16) 言及する対象によって、プラットフォームが指し示す対象は異なる。林秀弥「二面市場とプラットフォーム…その法的課題」法とコンピュータ三三三号(二〇一五年)七頁以下、八―九頁は、これまで示されたプラットフォームの定義を集めて整理している。
- (17) ロール・クレア・レイエ、ブノワ・レイエ／根来龍之監修、門脇弘典訳『プラットフォーム勝者の法則』(日本経済出版社、二〇一九年)二五頁。プラットフォーム概念の多様性につき、Tarleton Gillespie, *The Politics of Platforms*, 12 (3) *New Media & Society* 1 (2010).
- (18) モサドⅡジョンソン・前掲注(5)四九頁以下。

- (19) これまで最も成功したプラットフォームは、グーグルとアップルである。モサドゥルジョンソン・前掲注(5)四九頁。
- (20) 小見志郎『プラットフォーム・モデルの競争戦略：事業創造のマネジメント』(白桃書房、二〇一一年)五頁。初期の研究につき、小見・同書五―七頁。
- (21) アンドリユー・マカフィー、エリック・ブリニョルフリン／村井章子(訳)『プラットフォームの経済学：機械は人と企業の未来をどう変えるか?』(日経BP社、二〇一八年)二二―三頁。詳しくは、Joseph Farrell and Garth Saloner, *Standardization, Compatibility, and Innovation*, 16 (1) *Rand Journal of Economics* 70-83 (1985); Michael Katz and Carl Shapiro, *Network Externalities, Competition, and Compatibility*, 75 (3) *American Economic Review* 424-440 (1985) など。
- (22) 根来龍之『プラットフォームの教科書』(日経BP社、二〇一七年)一一〇頁。
- (23) ジェフリー・G・パーカーほか／妹尾賢一郎監訳、渡部典子訳『プラットフォーム・レボリューション』(ダイヤモンド社、二〇〇八年)六頁、一〇頁。Only Lobel, *The Law of the Platform*, 101 *Minn. L. Rev.* 87, 106 (2016)。
- (24) プラットフォーム企業によって現在変わりつつある産業部門と企業の例につき、ジェフリー・G・パーカーほか・前掲注(23)二二頁以下、および、同書二二頁図一―二参照。
- (25) トーマス・アイゼンマンほか／松本直子(訳)「ツー・サイド・プラットフォーム戦略」DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー二〇〇七年六月号六八頁以下、七三頁。アーキテクチャという言葉が法学に浸透したのは、ローレンス・レシングの功績が大きい。松尾陽編『アーキテクチャと法―法学のアーキテクチュアルな展開?』(弘文堂、二〇一七年)二七頁、三三頁以下など。
- (26) レイエーレイエ・前掲注(17)一二四―一二五頁。
- (27) 曾我部ほか・前掲注(2)八一頁。独占禁止法上、プラットフォームが問題となった事例として、ヤフー・グーグル業務提携事件、DeNA事件、JASRAC事件などがある。これらの事件の詳細につき、曾我部ほか・前掲注(2)九〇頁以下。
- (28) 曾我部ほか・前掲注(2)一二四頁以下。
- (29) 総務省編・前掲注(6)三七頁。オンラインプラットフォームの寡占度が上昇すると、その一方で、アプリ事業者による

サービスの多様化が進行し、その結果として、イノベーションが促進され、消費者の利益・便益が増進される可能性もあるが、逆に、新たなイノベーションが阻害される可能性があることも指摘される。

- (30) 土田和博「デジタル・プラットフォームと独占禁止法・総論」法時九一卷三号（二〇一九年）五四頁。
- (31) 森亮二「プラットフォームの法律問題」NBL一〇八七号（二〇一六年）四頁以下、藤原総一郎ほか「シェアリングエコノミーにおけるプラットフォーム規制（上）」NBL一〇七三三号（二〇一六年）一八頁以下。
- (32) 森・前掲注(31)四頁。
- (33) 山崎憲ほか・前掲注(5)一二頁以下。
- (34) 根来・前掲注(22)四六頁以下。
- (35) パーカーほか・前掲注(23)四五七頁以下。
- (36) 小見志郎『プラットフォーム・モデルの競争戦略』（白桃書房、二〇一一年）九頁。
- (37) モサドゥジョンソン・前掲注(5)六二頁。
- (38) 國井二郎「プラットフォームビジネス」出井（監修）・前掲注(5)二三五頁以下。
- (39) 國井・前掲注(38)二五三頁。ビッグデータの時代には、マーケティングのあり方も大きく変わりつつある。従来は、まず仮説を立ててからアンケートを取り、サンプリングの原理から仮説を実証するという方法が一般的であった。これに対し、今はサンプルではなく、全数を集め、かつ、あらかじめ限定しない多種の情報を収集したうえで、すべての変数間の相関を調べながら関係性のパターンを帰納的に抽出するといった手法が増えているという。國井・前掲注(38)二五三頁。
- (40) 國井・前掲注(38)二四八頁以下。
- (41) 小田切・前掲注(1)二二七頁など。
- (42) 二面市場と双方向市場のもつイメージと両者の関係につき、白石忠志「平成26年度企業結合事例集の検討」公正取引七九九号（二〇一五年）一〇頁以下、一五頁の図一と図二を比較参照。
- (43) 小田切・前掲注(1)二三三頁、白石・前掲注(42)一五―一六頁など。

- (44) 小田切・前掲注(1)二三三頁。
- (45) 詳細は、土田和博「不当な取引制限の基本的論点と現代的論点」公正取引八一〇号(二〇一八年)一四頁以下。この問題については、とりわけ、プラットフォーム事業者と提供者との間に、契約の開始時、中途、および終了時において、どのような法律関係が生じているのが重要である。
- (46) エコシステムの概念について、OECDでは、経済主体の複雑でグローバルな相互依存関係を有するものとして「グローバル・データ・エコシステム」という概念を紹介している。Data-Driven Innovation: Big Data for Growth and Well-Being, OECD (2015). また、「ICTエコシステム」の概念につき Martin Fransman, The New ICT Ecosystem: Implication for Policy and Regulation, Cambridge Univ. Press, 2010, p.9.
- (47) 土田和博「デジタル・プラットフォームと独占禁止法・総論」法時九一卷三号(二〇一九年)五四頁以下、五五―五六頁。
- (48) 林秀弥「プラットフォームと二面市場」法時九一卷三号(二〇一九年)五九頁以下、六二頁。
- (49) このため、データは新しい貨幣であり、石油であるともいわれる。武田・前掲注(3)二三三頁。
- (50) 例えば、フェイスブック (Facebook) などは、SNSで得たデータをもとに、SNSの利用者に対してオンライン広告を提供している。SNSは無料で提供され、宣伝広告や追加サービスにより収益を得るのが一般的である。これに対し、オンライン広告を提供しないSNSもある。WhatsApp (WhatsApp) は、オンライン広告で利用し得る個人データを収集しないし、また、オンライン広告を提供することもしていない。武田・前掲注(3)二〇頁、二二頁。
- (51) 詳細は、土田・前掲注(45)五六頁。
- (52) 小田切・前掲注(1)二三三頁。併せて、後掲注(55)および(55)を参照。
- (53) 武田・前掲注(3)二八頁。
- (54) 報告書の内容については、二〇一九年一月一日付けの主要新聞社の新聞朝刊を参照。
- (55) 新法案は、全四章二五か条から成る。新法案の趣旨・概要および関連資料つき、経済産業省のHP参照。
- (56) Lobel, *supra* note 23, at 87, 94 (2016).



- (57) Meaghan Murphy, *Cities as the Original Sharing Platform: Regulation of the New Sharing Economy*, 12 J. Bus. & Tech. L., 127, 137 (2015).
- (58) 詳しくは、アルン・スンドララジャン／門脇弘典・訳『シェアリングエコノミー』（日経BP社、二〇一六年）四四頁以下、五一―五二頁、一八二頁以下。
- (59) エアビアーアンドビーの設立の経緯につき、リー・ギャラガー／関美和・訳『Airbnb Story』（日経BP社、二〇一七年）六頁以下など。
- (60) 立入勝義『ウーバー革命の真実』（デイスカヴァー・トゥエンティワン、二〇一八年）二九頁以下など。
- (61) 創業期のエアビアーアンドビーやウーバーの試練とその後の興隆につき、ブラッド・ストーン／井口耕二・訳『UberとAirbnbはケタ違いの成功をこう手に入れた』（日経P B、二〇一八年）イントロダクション（一一―一七頁）、二四頁以下、宮崎康二『シェアリングエコノミー：Uber, Airbnbが変えた世界』（日本経済新聞社、二〇一六年）八三頁以下 [Airbnb]、一〇九頁以下 [Uber]。
- (62) Inara Scott and Elizabeth Brown, *Redefining and Regulating the New Sharing Economy*, 19 U. Pa. J. Bus. L. 553, 554, 566 (2017); Murphy, *supra* note (57), at 137. シェアリングエコノミーは、個人の資産を所有から切り離し利用に重点を置もので、所有権経済 (ownership economy) からアクセス経済 (access economy) への道を明確にするものともいえる。
- (63) Scott and Brown, *supra* note 62, at 554, 566; Francesco Ducci, *Competition Law and Policy Issues in the Sharing Economy*, in: Law and the “Sharing Economy?” Regulating Online Market Platforms, edited by Derek Mckee, et al., Univ. of Ottawa Press 2018, 295, 300 et seq.
- (64) 総務省編・前掲注(6)二三頁。英語論文として、Scott and Brown, *supra* note 62, at 553; Murphy, *supra* note 57, at 127 など。
- (65) シェアリングエコノミーに関する邦語文献は多数あるが、差し当たり、市川拓也「概説 日本におけるシェアリングエコノミーの現在」生活協同組合研究五二三号（二〇一九年）五頁以下、同「拡大するシェアリングエコノミー―現状と課題―」

国民生活ウェブ版六六号(二〇一八年)一頁以下、高田裕介「わが国のシェアリングエコノミー政策の狙いと今後…『個』を基軸とした経済圏の創出」金融財政事情七〇巻三四号(二〇一九年)三〇頁以下、佐別当隆志「日本におけるシェアリングエコノミーの現状」自動車技術七三巻一号(二〇一九年)二六頁以下、萩原功「シェアリングエコノミーとは何か?〜製造・流通・物流をどう変えるのか?〜」流通ネットワーキング三〇三号(二〇一七年)一六頁以下など。

(66) 市川拓也「シェアリングエコノミーへの期待と課題〜日本経済の健全な成長に向けて〜」大和総研調査季報二四号(二〇一六年)三八頁以下、此本臣吾「〈基調講演〉デジタルで変える日本の未来…シェアリング・エコノミーの衝撃」NIRA未来開発フォーラム二〇一七・知的資産創造(二〇一八年新春号)四頁以下、岡田悟「シェアリングエコノミーをめぐる論点」調査と情報九八三号(二〇一七年)一頁、四頁以下など。総務省・前掲注(6)二三―二八頁は、シェアリングエコノミーの代表的サービスを五つの分野(モノ・空間・スキル・移動・お金)に区分し、わが国のシェアリングエコノミーの市場状況を分析したうえで、消費者の認知度や利用意向を国際的に比較した統計資料を公表している。

(67) Murphy, *supra* note 57, at 129; Scott and Brown, *supra* note 62, at 559.

(68) Jamila Jefferson-Jones, *Airbnb and the Housing Segment of the Modern 'Sharing Economy': Are Short-Term Rental Restrictions an Unconstitutional Taking?*, 42 Hastings Const. L.Q. 557 (2015).

(69) Murphy, *supra* note 57, at 128. 詳しへば、Molly Cohen and Arun Sundararajan, *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy*, 82 U. Chi. L. Res. Dialogue 116, 124-25 (2015); Sofia Ranchordas, *Does Sharing Mean Caring: Regulating Innovation in the Sharing Economy*, 16 Minn. J. Sci. & Tech. 413, 456 (2015); Tom Slee, *What's yours is mine: against the sharing economy*, Scribe, 2017, p. 23 など。レイチェル・ボッツマン／関美和訳『TRUST: 世界最先端の企業はいかに〈信頼〉を攻略したか』(日経BP社、二〇一八年)一九頁以下にも簡単な概観が示されている。

(70) 長田英知『いまこそ知りたいシェアリングエコノミー』(デスカヴァー・トゥエンティワン、二〇一九年)二四頁。

(71) 長田・前掲注(70)二七頁。

(72) 長田・前掲注(70)三一頁。

- (73) 長田・前掲注(70)四六一―四八頁。
- (74) 長田・前掲注(70)四八頁は、このような特徴を有するシェアリングエコノミーを従来型のシェアに対して「社会的共用としてのシェア」と呼ぶことができるとしている。
- (75) 本書の翻訳として、レイチェル・ボッツマン、ルー・ロジャーズ／小林弘人(監修)、関美和(訳)『シェア…〈共有〉からビジネスを生み出す新戦略』(日本放送出版協会、二〇一〇年)がある。以下では、ボッツマン、レイチェル／小林(監修)、関(訳)として引用する。
- (76) Scott and Brown, *supra* note 62, at 558. コラボ消費という言葉は、フェルソンとスペースが一九七八年に発表した論文(M. Felson and J. L. Spaeth, *Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activities Approach*, 21 *American behavioral Scientist* 614 (1978))において最初に用い、ボッツマンとロジャーズが二〇一〇年の著書で現代的意味における最も有用な定義を与えたことにもいわれる。Cait Lambert, *Collaborative Consumption, from Theoretical Roots to new Opportunities*, in: *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology*, edited by Michael I. Norton, et al., Cambridge Univ. Press, 2018, pp. 694-695.
- (77) Scott and Brown, *supra* note 62, at 558, 558 et seq.
- (78) 現代社会における変容を指摘するものとして、Scott and Brown, *supra* note 62, at 567, 590; Talia Loucks, *Travelers Beware: Tort liability in the Sharing Economy*, 10 *Wash. J. L. Tech. and Arts* 329, 330 (2015); Catherine Lee Rassman, *Regulating Rideshare without Stifling Innovation: Examining the Drivers, the Insurance Gap, and Why Pennsylvania Should Get on Board*, 15 *Pitt. J. Tech. L. & Pol'y* 81, 97-99 (2014); Hannah A. Posen, *Ridesharing in the Sharing Economy: Should Regulators Impose Uber Regulations on Uber*, 101 *Iowa L. Rev.* 405, 407 (2015) など。
- (79) ボッツマン、レイチェル／小林(監修)、関(訳)・前掲注(75)一三頁。
- (80) ボッツマン、レイチェル／小林(監修)、関(訳)・前掲注(75)一四頁。
- (81) ボッツマン、レイチェル／小林(監修)、関(訳)・前掲注(75)一四頁以下。

- (82) ホットマン、レイチェル／小林 (監修)、関 (訳)・前掲注(75)八九—一〇一頁。
- (83) Scott and Brown, *supra* note 62, at 559.
- (84) Ranchardas, *supra* note 69, at 416; Yochai Benkler, *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing As A Modality of Economic Production*, 114 Yale L. J. 273, 276 (2004); Molly Cohen and Corey Zehngelot, *What's Old Becomes New: Regulating the Sharing Economy*, 58 Boston B. J. 6 (2014); Chris J. Martin, Paul Uphan and Leslie Budd, *Commercial Orientation in Grassroots Social Innovation: Insights from the Sharing Economy*, 118 Ecological Econ. 240, 240 (2015); Bronwen Morgan and Dechan Kuch, *Radical Transactionalism: Legal Consciousness, Diverse Economies, and the Sharing Economy*, 42 J. L. Soc'y 556, 557 (2015) ㄆㄆ。
- (85) Rossman, *supra* note 78, at 97-99.
- (86) Bryant Cannon and Hanna Chung, *A Framework for Designing Co-Regulation Models Well-Adapted to Technology-Facilitated Sharing Economies*, 31 Santa Clara High tech. L. J. 23, 25 (2015).
- (87) Louks, *supra* note 78, at 330; Posen, *supra* note 78, at 407 ㄆㄆ。
- (88) Janelle Orsi, *Practicing Law in the Sharing Economy: Helping People Build Cooperative Social Enterprise, and Local Sustainable Economies*, American Bar Association 2014, p.2.
- (89) Cristiano Codagnone and Bertin Martens, *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*, European Commission Institute for Prospective Technological Studies: Digital Economy Working paper No. 2016/01, pp.6-7. available at: <http://ssrn.com/abstract=2783662> ㄆ 各論者の説く定義を挙げて、分析を加えている。
- (90) Scott and Brown, *supra* note 62, at 561.
- (91) Orsi, *supra* note 88, at 4.
- (92) シェレミー・リフキン／柴田裕之・訳『限界費用ゼロ社会：モノのインターネット』と共有型経済の台頭』(NHK出版、二〇一五年)一五頁以下、二三三頁、一一二頁。

(93) 野口功一ほか「拡大するシェアリングエコノミー」Journal of Financial Planning 21 (228) (二〇一九年)六頁、〈特集〉「ニーズをつなぐ…広がる『シェア』経済」NIKKEI ECOLOGY 2016.5 三六頁以下、三七頁、〈特集〉「シェアリングエコノミーの破壊力…総論」経済界一〇五二号(二〇一五年)一八頁以下、二〇—二二頁など。

(94) ボッツマン・前掲注(69)二三頁は、今起きている信頼は単なるテクノロジー革命の一部でもなければ、新しいビジネスモデルの出現でもない。それは、より根本的な根底からの変革であり、社会と文化の革命といえるもので、この革命は世界を変えることになるという。併せて、上田祐司「シェアリングエコノミー2019」戦略経営者二九二号(二〇一九年)二四頁以下、四五頁参照。エアビーエヌビーを例にとると、エアビーエヌビーでは、ID認証、オンライン決済、二四時間対応のカスタマーセンターによるサポート、予約リクエスト、相互レビュー、ホスト保険を整備することで、ホスト/ゲストが抱える「自分の家を貸す/自分の家に泊まる」という抵抗感を和らげ、見知らぬ個人間の取引を安全なモノにすることに成功している。長田・前掲注(70)七〇—七三頁。

未知のものへの信頼がイノベーションと経済発展に欠かせない役割を果たしてきたことは、歴史が物語っている。その一つが、中世の地中海沿岸で遠隔貿易を担ったマグリブ貿易商が築き上げた信頼の話は有名である。マグリブの商人は、正式な貿易上の規制や法的な契約も存在しなかった時代にあつて、遠く離れた場所にいる代理人が自分たちの見張りなしに、荷降ろしや現地での市場販売を行わせるために、連合体を結成し、集团的制裁を課すことによって、評判に基づく信頼のシステムを作り上げた。商人を欺いた代理人に対しては、貿易商のグループすべてが取引を停止し、雇わないという約束(coalition・結託とも呼ばれる)を交わした。商品も代理人のどちらの側も、取引の継続のためには正直さが得になることを知ることになった。これが、近代的な遠隔貿易の時代の幕上げとなった。その後、キリスト教会を中心に形成された「ジェノバの商人」もまた同様に遠隔貿易に関与した。しかし、彼らは、マグリブの商人よりも個人主義的な価値観を有しており、商取引の実行は出自や血縁といった縁故主義によらず、あくまでも個々人の正直さや経済能力といった信用によって運用された。そのため、裁判所などの第三者機関による裁定を受け入れ、商人法という法システム(商慣習)を発展させることになった。ただ、彼らが採用した商取引方法は、「マグリブの商人」たちが採用した閉鎖的な方法に比べて、裁判所などの社会制度の整備を事前に必要と



したため、より高いコストが必要であった。しかし、ジェノバの商人たちが採用した法システムの方が市場をよりオープンとさせたことから、経済規模と経済域が拡大するにつれて、マグレブの商人との競争ではジェノバの商人が優位に立ったといわれている。詳しくは、アブナー・グライフ／岡崎哲二・神取道宏監訳『比較歴史制度分析』(NTT出版、二〇一〇年) 五一頁以下「第3章 自律的秩序による契約履行制度・マグリブ商人の結託」、一八八頁以下「第8章 国家の建設・ジェノヴァの興亡」、二二二頁以下「第9章 制度の軌跡とその起源・文化に根ざした予想と社会組織」。グライフの説く歴史観を批判的に取り上げながら、マグリブ貿易団が定めた制裁主義の意義を検討する最近の論文に、Lisa Bernstein, *Contract Governance in Small-World Networks: The Case of The Maghribi Traders*, 113 *Nw. U. L. Rev.* 1009 (2019) 1009があげられる。

(95) 上田・前掲注(94)四七頁以下。

(96) 〈特集〉「世界の常識 日本を急襲シェアリングエコノミー」*NIKKEI BUSINESS* 二〇一五年二月二日号二八頁以下は、日本にもシェアリングエコノミーと呼ばれる新たな経済活動が押し寄せているとし、いち早くその最前線を報道している。このほか、この種の報道は、〈特集〉「シェアリングエコノミー 素人革命」の衝撃」週刊ダイヤモンド二〇一六年一月九日号九二頁以下、「もうかるシェア経済」エコノミスト二〇一七年八月八日号一八頁以下などでも取り上げられている。

(97) 住宅宿泊事業法(民泊新法)の制定経緯につき、谷口和寛「住宅宿泊事業法(平成29年法律第65号)の解説」*NBL* 一一二二号(二〇一七年)二〇頁以下、山本龍太郎・木田晃一「初のシェアリングエコノミー立法『民泊新法』のポイントと留意点」*ビジネス法務* 一七巻九号(二〇一七年)五九頁以下、柴野相雄ほか「住宅宿泊事業法施行要綱(ガイドライン)の概要について」*NBL* 一一一八号(二〇一八年)一九頁以下、高田泰「新法施行から一年余り、日本の民泊はどこへ行く」生活協同組合研究五二三号(二〇一九年)一九頁以下など。一般個人が自宅の空き部屋を宿泊場所として提供する行為(いわゆる民泊)は、宿泊料を徴収すると営業行為と見なされ、旅館業法の規制対象であった。旅館業法には民泊に関する規定が設けられていなかったため、民泊を旅館業法が定める簡易宿泊所に位置づけ、営業許可を必要とした。しかし、民泊の利用者が拡大するにつれ、旅館業法の許可がないまま宿泊業を営む無許可営業が増加し、これが社会問題となった。このような状況を改善するため、二〇一六年一〇月、民泊ビジネスに関する規制緩和として、国家戦略特別区域法一三条の旅館業法の特

例（いわゆる民泊特区）が導入された。これは、特区にある施設において旅館業を営む者が都道府県知事等の特定認定を受けた場合、旅館業法の適用を除外するというものである。そして、更なる規制緩和として、二〇一七年六月、民泊のルールを定めた「住宅宿泊事業法」（以下、民泊新法という）が制定された。民泊新法は、旅館業法の許可がなくても、年間一八〇日を超えない範囲内で住宅（台所・浴室・トイレ・洗面施設を備え、生活の本拠として使用している家屋）への宿泊を可能とする。民泊新法では、住宅宿泊事業・管理業・仲介業の三つの事業と事業者の要件（住宅宿泊事業者につき都道府県知事への届出「住宅宿泊事業法二条一項」、住宅宿泊管理業者につき国土交通省への登録「同法二二条一項」、住宅宿泊仲介業者につき観光庁への登録「同法四六条一項」など）を定めている。民泊新法施行後の課題につき、鎌野邦樹「民泊をめぐる法的課題——住宅宿泊事業法施行後の私法上の論点」ジュリ一五二六号（二〇一八年）七六頁以下、高坂晶子「民泊をめぐる国・自治体の動きと今後の課題」都市問題二一〇号（二〇一九年）四頁以下など。

(98) なお、わが国のシェアリングサービスは決して普及しているとは言いがたい難い実態があるとの指摘につき、浜屋敏「シェアリングエコノミーの普及に必要な利用者起点のビジネスモデル」Netcom 三〇巻（二〇一七年）二八頁以下、三四頁。

(99) わが国では、自家用車による有償の旅客運送を行うこと（いわゆる白タク）は原則として禁止されており（道路運送法七八条）、相乗り・配車サービスとして可能なのは、ガソリン代や道路通行料の実費範囲内で同乗者が費用を分担する移動サービスに限られる。白タクのような営業行為はタクシー業界からの反発も強い。この点につき、野間敬和「菅野邑一斗」ライドシェア、カーシェアをめぐる最近の議論—安全性の確保を中心として」ビジネス法務一七卷九号（二〇一七年）六五頁以下、川上資人「ライドシェアを通して見るシェアリングエコノミーの問題」労働調査五七七号（二〇一九年）一三頁以下など。

(100) 野口ほか・前掲注(93)一〇—一九頁、上田・前掲注(94)二五頁、石塚俊「シェアリングエコノミーサービスと既存産業への影響」商工ジャーナル五〇四号（二〇一七年）三六頁以下、三八—三九頁、萩原・前掲注(65)一一七—一一九頁、〈特集〉「もうかるシェア経済」エコノミスト二〇一七年八月八日号七頁以下など。

(101) 総務省編・前掲注(6)二三頁。

(102) 民泊サービスにつき、山本・木田・前掲注(98)五九頁以下、柴野・前掲注(97)一九頁以下など。また、ライドシェアにつ

き、野間II管野・前掲注(99)六五頁以下、川上資人「ライドシェアを通して見るシェアリングエコノミーの問題」労働調査五七七号(二〇一八年)一三頁以下など。

(103) 高田・前掲注(65)三一頁、同「シェアリングエコノミーの推進に向けて」技術と経済六三二号(二〇一九年)一頁以下、二一五頁など。詳しくは、根来龍之監修『プラットフォームビジネス最前線・26の分野を図解とデータ徹底解剖』(翔泳社、二〇一三年)六七頁以下。

(104) エコノミスト二〇一七年八月八日号二四―二五頁には、〈特集〉「もうかるシェア経済・注目企業5分野40社」(編集部)と題して、五つの主要分野で活躍するシェアリングエコノミーの代表的企業四〇社の一覧法が掲載されている。鈴木岳「シェアリングエコノミーの国内事例の現況」生活協同組合研究五二三号(二〇一九年)四二頁以下は、各種の雑誌媒体で紹介されたシェアリングエコノミーに関する様々な事業や活動を、ビジネスとしての展開例、自治体での動向、シェアコミュニティの三つに区分して、それぞれの特色や概要を紹介する。

(105) 総務省編・前掲注(6)二五頁。

(106) シェアリングエコノミーの利用に関する日本・アメリカ・イギリスの三か国の比較につき、総務省編・前掲注(6)二八頁、および、同頁の図表一―二―二―一九―二〇参照。

(107) Scott and Brown, *supra* note 62, at 562-565. 根来・前掲注(34)一〇三頁。

(108) スンドララジャン／門脇・訳・前掲注(58)六六頁。

(109) 佐別当・前掲注(65)二六頁。

(110) 松田晃一「シェアリング・エコノミーの時代、『所有』から『利用』へ」SECジャーナル一二卷二号(二〇一六年)五四頁。今起きている信頼への転換は、より根本的な根底からの変革であり、世界を変える力をもっている。この点につき、ボッツマン・前掲注(69)二三頁。

(111) 琴坂将広「シェアリングエコノミーの先にある、新しい組織の可能性」Nextcom 二〇卷(二〇一七年)一八頁以下、二六頁、穂鷹知美「ヨーロッパにおけるシェアリングエコノミーをめぐる議論と近年の状況」生活協同組合研究五二三号

(二〇一九年) 一二頁以下など。

- (112) 小塚莊一郎『AIの時代と法』(岩波新書)(岩波書店、二〇一九年) 二五頁以下、一二八頁以下、一八八頁以下。ただ、AIがいかに優れていても、それによって自動化できないものがある。それは人間からの信頼である。この点につき、前掲(94)参照。ちなみに、国内のシェアリングエコノミー市場は、二〇一六年の五〇三億四〇〇〇万円から二〇二一年には二・一倍の一〇七〇億九〇〇〇万円に拡大する見通しである。矢野経済研究所「シェアリングエコノミー(共用経済)市場に関する調査」(二〇一七年一月)。データの分析につき、NIKKEI COMPUTER二〇一七年二月七日号一八頁以下。併せて、吉岡真史「GDP統計におけるシェアリングエコノミーの捕捉の現状」ESTRELA三〇二号(二〇一九年) 一四頁以下、山澤成康「1次統計におけるシェアリングエコノミーの把握」季刊国民経済計算一六四号(二〇一八年) 二二頁以下など参照。
- (113) Scott and Brown, *supra* note 62, at 572 et seq.
- (114) この点で、一般社団法人シェアリングエコノミー協会による認証制度は参考となる。これは、同協会の自主ルールに適合したプラットフォーム事業者を認証する制度である。
- (115) 山崎憲ほか・前掲注(5)四頁。
- (116) 石塚俊「シェアリングエコノミーサービスと既存産業への影響」商工ジャーナル二〇一七年三月号三六頁以下。
- (117) 市川拓也「シェアリングエコノミーの潮流」戦略経営者三六七号(二〇一七年) 二六―二七頁。
- (118) Scott and Brown, *supra* note 62, at 578; Venessa Katz, *Regulating the Sharing Economy*, 30 *Berkeley Tech. L. J.* 1067, 1103-04 (2015) など。
- (119) 山崎憲ほか・前掲注(5)四頁。
- (120) しかし、その一方で、個人労働者を請負から雇用へと区分変更を行うことで権利や社会保障の向上を獲得するのではなく、請負労働者の権利を拡大する方向もみられる。この点の議論と動向につき、山崎憲ほか・前掲注(5)一九頁。
- (121) 山崎憲ほか・前掲注(5)一八頁以下、「諸外国におけるシェアリング・エコノミー」Business Labor Trend 2017.12 [各国レポート]・アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、中国、國武英生「シェアリング・エコノミーと雇用関係―アメリカと

イギリスにおけるUber訴訟をめぐる覚書」季刊労働法二五七号(二〇一七年)一三九頁以下、一四九—一五四頁、上村俊一「シェアリング・エコノミーが生み出す新たな働き方〜英米におけるUberドライバーの権利保護をめぐる動き〜」Work & Life 二七号(二〇一七年)五八頁以下、六〇—六六頁など。英国の裁判所では、ウーバーの運転手は自営業者ではなく労働者であり、最低賃金や休暇を得る権利があるとする判決が出ている(BBC, Uber loses latest legal bid over driver rights, 19 December 2018)。

(122) 岡田・前掲注(66)一二頁。詳しくは、渡辺徹也「シェアリングエコノミーに携わるプラットフォーム企業と課税——所得課税および執行上の問題を中心に——」税経通信三四卷二号(二〇一九年)六頁以下、森信茂樹「デジタルエコノミーと税制：「違法でないものは合法」か」金融財政ビジネス一〇六五号(二〇一七年)四頁以下、同「拡大するシェアリング経済課税議論を急げ」租税研究八一四号(二〇一七年)一九四頁以下、同「国際課税デジタルエコノミーと税制」Wedge 二九巻四号(二〇一七年)五〇頁以下、佐藤良「シェアリング・エコノミーの問題点——課税上の観点から——」調査と情報九八五号(二〇一七年)一頁以下など。

(123) 増島・前掲注(7)六四頁。

(124) 内閣官房IT総合戦略室「情報通信技術(IT)の活用に関する制度整備検討会中間整理〜制度設備の基本的な方向性〜」(平成二七年一月一〇日)、『民泊サービス』の制度設計のあり方について(平成二八年六月二〇日)六頁。

(125) 増島ほか・前掲注(7)六七頁以下。

(126) 江頭憲治郎『商取引法「第7版」』(弘文堂、二〇一三年)二一九頁。

(127) 三浦雅生「旅行契約」内田貴Ⅱ門口正人編集代表、大村敦志ほか編『講座 現代の契約各論2』(青林書院、二〇一九年)三三三頁。なお、日本旅行業協会『2011年度版旅行業法解説…約款例解説』(日本旅行業協会、二〇一一年)一四頁参照。

(128) 三浦雅生『標準旅行業約款解説』(自由国民社、二〇一八年)四七頁。

(129) 三浦・前掲注(127)三六—三七頁。

(130) 三浦雅生『改正・旅行業法解説』(自由国民社、二〇〇六年)四一頁。



- (131) 増島ほか・前掲注(7)六八頁によると、無登録の罰則などを受けた事例は現時点で存在しないという。
- (132) 藤原ほか・前掲注(31)一八頁。
- (133) 内閣官房IT総合戦略室「情報通信技術（IT）の利活用に関する制度整備検討会中間整理」制度設備の基本的な方向性」(平成二十七年二月一〇日)、『民泊サービス』の制度設計のあり方について」(平成二十八年六月二〇日) 六頁。
- (134) 通達として、平成一五年八月四日付警察内発第五六号。
- (135) インターネット・オークションをめぐる契約上の問題につき、磯村保「インターネット・オークション取引をめぐる契約上の諸問題」民商一三三卷四〇五号(二〇〇六年)六八四頁以下、山本宣之「インターネット・オークション運営者の不法行為責任」民商一三三卷四〇五号(二〇〇六年)六五四頁以下など参照。
- (136) 詳しくは、総務省総合通信基盤局消費者行政第二課『改訂増補第2版 プロバイダ責任法』(第一法規、二〇一八年)六九頁以下。プロバイダ責任法施行一〇年の軌跡と展望につき、堀部正男監修『プロバイダ責任制限法 実務と理論』(別冊NBL一四一号)(商事法務、二〇一二年) 参照。
- (137) ヤフーオークション事件。名古屋地判平成二〇・三・二八判タ一二九三号一七二頁、名古屋高判平成三〇・一一・一一裁判所ウェブサイトに。
- (138) 名古屋地判平成二〇・三・二八判タ一二九三号一七二頁。
- (139) 名古屋高判平成三〇・一一・一一裁判所ウェブサイトに。本判決の分析として、藤原ほか・前掲注(31)二一―二三頁、花田容祐「判批」NBL九三一号(二〇一〇年)四九頁参照。
- (140) ジェイコム株式誤発注訴訟事件。東京地判平成二一・一二・四金判一三三〇号一六頁、東京高判平成二五年七月二四日判タ一三九四号九三頁。
- (141) チュッパチャップス事件。知財高判平成二四・二・一四判タ一四〇四号二一七頁。
- (142) 藤原ほか・前掲注(31)六一頁以下など参照。
- (143) この報告書は、一般社団法人「シェアリングエコノミー協会」より日本語仮訳が公表されている。同協会HP参照。

- (144) Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services, OJ L186, 2019.7.11. 規則の概要につき、濱野恵・外国の立法二八一号 (1) (二〇一九年) 四頁以下。
- (145) 岡田・前掲注(66)六頁、市川・前掲(66)四二頁など。詳しくは、松田昇剛「総務省の政策立案者が語る通信政策の今… IT利活用でBtoCからCtoCへシェア事業者がマッチング」NIKKEI COMMUNICATION二〇一七年五月号五二頁以下、石原一樹「政府におけるシェアリングエコノミー推進について」季刊不動産研究六一巻一号(二〇一九年) 四頁以下。
- (146) 中間整理案の内容と分析につき、中崎尚「シェアリングエコノミーサービスに急遽登場した規制論、その本質的問題点とは」Business Law Journal二〇一六年五月号四六頁以下。
- (147) 「シェアリングエコノミー検討会議 中間報告」(二〇一六年一月) 首相官邸Webサイト。シェアリングエコノミー検討会議は、二〇一六年七月から十一月までに計七回開催され、多数のシェアリングエコノミー企業や自治体関係者からヒアリングを行い、活発な議論を行っている。
- (148) 中間報告の内容につき、松田・前掲注(110)五五―五八頁、中崎・前掲注(146)四六頁以下、岩坪慶哲「政府におけるシェアリングエコノミー推進の取り組み」国民生活ウェブ版六六号(二〇一八年) 五頁以下、岡田・前掲注(66)六頁など。
- (149) 松田・前掲注(110)五八―五九頁。
- (150) 佐別当・前掲注(65)二七頁以下。地方自治体で推進するシェア事業の活用事例につき、〈特集〉「車も、お金も、時間も共有」シェアリングエコノミー〜押さえておきたい活用例と留意点〜」Journal of Financial Planning 21 (228) (二〇一九年) 五頁以下、九頁など。
- (151) 萩原・前掲注(65)一一〇―一一二頁、高田裕介「シェアリングエコノミーの促進に向けて」技術と経済六三二二号(二〇一九年) 一頁以下、六頁など。
- (152) 高田裕介「シェアリングエコノミーの促進に向けて」技術と経済六三二二号(二〇一九年) 一頁以下、同「シェアリングエコノミーを知る〜新時代の『信頼のシステム』を使いこなすためには〜」ESTRELA三〇二二号(二〇一九年) 二頁以下、佐

別当・前掲注(65)一〇頁以下、萩原・前掲注(65)一一二頁。

(153) Orly Lobel, *supra* note 23, at 187, 261<sup>453</sup>。

(154) Murphy, *supra* note 57, at 143, 146, 148.

(155) Georg Bermann, *Taking Subsidiarity Seriously: Federalism in the European Community and the United States*, 94 Colum. L. Rev. 331, 338 (1994); Aurelian Portuguese, *The Principle of Subsidiarity as a Principle of Economic Efficiency*, 17 Colum J. Eur. L. 232 (2011) <sup>453</sup>。

(156) Bryant Cannon and Hanna Chung, *Who Decides? A Framework for Fitting the Co-Regulation of Sharing Economies to the Contours of the Market*, in: *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*, edited by Nestor M. Davidson, et al., Cambridge Univ. Press, 2018, p.449.

(157) 財の「共用」という概念は、相互的な経済活動を可能とするシェアリングエコノミーにとって基本となる重要な概念であるから、資本主義経済における「所有」との関連で、さらに検討が必要である。今日の資本主義経済における財産所有は、封建的経済の下における財産所有の概念を打破して認められたもので、両者はまったく異なる。封建的経済の下では、この世のすべてのものは神の創造物(被造物)であり、もっぱら神の裁量に委ねられた。被造物は最も下等なものから天上の天使へと上向きに高くなる形で厳密に構築されたヒエラルキーの下に置かれ、「存在の大いなる連鎖」(Great Chain of Being) (この宇宙はあらゆる階層の存在で充滿した連続する鎖の環であり、充滿と連続という二つの原理がいわば無意識のうちに人々に作用し続け、一つの世界観を作り上げるとする概念。詳細は、アーサー・O・ラヴジョイ／内藤健二・訳『存在の大いなる連鎖』〈ちくま学芸文庫〉(筑摩書房、二〇一三年)など参照)と考えられた。各人は、被造物全体が適切に機能するように、それぞれに定められた義務を守り、自らの上下に位置する者たちに対する務めを果たすことが求められた。農奴や騎士、領主、教皇は、みな身分も生活も異なっていたが、封建制の忠義の絆によって他者に奉仕することが義務づけられた。そのような枠組の中で、財産は、上は天の王座から下は共有地で働く農民らに至るまでの各層に、ピラミッド状に付与された一連の委託物として概念化された。財産は独占的に所有されることはなく、各人はそれぞれの義務について定められた掟に従い、様々な責任の

もとに分割された。誰もが財産について一定の支配権を持っていたが、絶対的な所有権を持つ者は一人もいない。このような封建的経済はあまり変わることなく七〇〇年以上にわたって続いたが、その後、新たな経済の力が封建時代の秩序を少しずつ崩し始めた。共同で維持されてきた土地が囲い込まれて私有財産に変わり、市場で交換されるようになった。また、多くの農民が土地の囲い込みにより先祖代々の土地から立ち退かされ、新たな労働力として市場で賃金と引き換えに利用されるようになった。今日の資本主義経済における所有概念は、大規模な囲い込みとそれに続く市場経済の中で認められてきたものであって、土地の所有関係を条件付きの権利から排他的で独占的な所有権へと本質的に変えることになった。シェアリングエコノミーにおける共用概念の多様性と近時の議論につき、Lamberton, *supra* note 76, pp. 694-696.

(158) 協働型コモンズとシェアリングエコノミーとの関係につき、リフキン／柴田「訳」・前掲注(92)三三頁、四一頁、四七頁、二二六頁以下。コモンズ論についての最も有名な叙述は、ギャレット・ハーディンが一九六八年に「サイエンス」誌に発表した「コモンズの悲劇」と題する論文である (Garrett Hardin, *The Tragedy of the Commons*, 162 Science 1244 (1968))。コモンズの悲劇とは、「多数者が利用できる共有資源が乱獲されることによって資源の枯渇を招いてしまうという経済学における法則」のことである。ハーディンは、牧草地を共有資源に、多数者を牛飼いに例えて説明した。それから一八年後、キャロル・ローズが自らの論文に「コモンズの喜劇」という題をつけ、この問題に新しい命を吹き込んだ (Carol Rose, *The Comedy of the Commons*, 53 (3) U. of Chicago L. Rev. 310 (1986))。ローズは、私有財産や政府が管理する公有財産の他にも、個人や政府に完全には管理されていない「本質的に公共の財産」という独特の部類があるとし、このような財産は社会全体が共同で所有し管理する財産であって、政府当局と称されるいかなる管理者からも独立しており、その管理者の所有権より実際に優位にある。その財産の所有権は「慣習的権利」として知られており、昔から存在してきたコミュニティの権利であると説いた。これに続いたのが、エリノア・オストロムである。彼女は、公共財や共有資源の管理に関して、それまでの政府が市場が対処するという主張に異議を唱え、資源を管理する効率性は市場でも政府でもなく、コミュニティが補完的役割を果たしたときに最も効果的になると説いた (Elinor Ostrom, *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, 1990, p. 58)。このような考え方は、協働型コモンズである現代のコモンズを考えるうえ

でも大いに参考となる。

(159) 未知のものへの信頼がイノベーションと経済発展に欠かせない役割を果たしてきたことは、歴史が物語っている。その一つが、一世紀ころの地中海沿岸で遠隔貿易を担った「マグリブの商人」が築き上げた信頼と制裁主義である。前掲注(94)参照。シェアリングエコノミーにおける信頼と相互評価の重要性については、Mareike Möhlmann and Andrea Geissinger, *Trust in the Sharing Economy: Platform-Mediated Peer Trust*, in: Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy, edited by Nestor M. Davidson, et al., Cambridge University Press, 2018, p. 27; Anne SY Cheung and Wolfgang Schulz, *Reputation Protection on Online Rating*, 21 Stan. Tech. L. Rev. 310 (2018); Michael Luca, *Designing Online Marketplaces: Trust and Reputation Mechanisms*, 17 Innovation Pol'y & Eco. 77 (2017) など。

(160) ローレンス・レッシング／山形浩生・柏木亮二「訳」『Code: インターネットの合法・違法・プライバシー』（翔泳社、二〇〇一年）三頁以下、七七頁以下。

(161) 小塚・前掲注(112)一三九頁、一四五頁。

(162) 人工知能（AI）がいかに優れていても、それによって自動化できないものがある。それは人間からの信頼である。人間に似せたロボットは擬人化された物体であり、人はテクノロジーを擬人化したがる。自分たちに外見や声が似ているものは、信頼しやすいからである。人工知能（AI）の外見が人間に近づくほど、より共感が生まれる。しかし、それもある一定の時点までである。対象物が人間らしくなり過ぎると逆効果で、人は不安になり、嫌悪さを感じるようになる（いわゆる「不気味の谷」といわれる不安感が生じる）。人工知能（AI）などの知性をもつ機械の信頼性をどのように評価するかは、重要な問題である。ボッツマン・前掲注(69)二七三頁以下、二七七頁。

(163) 本文で述べた同意理論につき、筏津安恕『失われた契約理論』（昭和堂、一九九八年）一二頁以下、中谷寛樹「ボアソナードの合意論と多数当事者間契約論」〈伊藤進先生傘寿記念論文集〉『現代私法規律の構造』（第一法規、二〇一七年）一頁以下。

(164) 六戸常寿ほか「AIと社会と法…パラダイムシフトは起きるか？—契約と取引の未来…スマートコントラクトとブロック



チェーン」論究ジュリ二七号 (二〇一八年) 一五二頁以下。シェアリングエコノミーの構造を踏まえたらうえで、関係する当事者の契約関係を分析したものに、Antonio Orti Vallejo, *Contractual Relationships in Collaborative Economy Platforms*, 27

(5) Eur. Rev. Private L. 995 (2019); Rob Frieden, *The Internet of Platforms and Two-sided Markets: Implications for Competition and Consumers*, 63 Vill. L. Rev. 269 (2018); Guido Smort, *The Protection of the Weaker Parties in the Platform Economy*, in: *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*, edited by Nestor M. Davidson, et al., Cambridge University press, 2018, p. 431など。人工知能の開発や実利用に関するルール作りの現状については、小塚・前掲注(112)一一四頁以下を参照。

(165) 私的所有とそれがもたらす貧富の差異については、分配的正義の観点からの検討が必要である。この点につき、サミュエル・フライシャー／中井大介「訳」『分配的正義の歴史』(晃洋書房、二〇一七年)五一頁以下、一八四―一八五頁、アイリス・マリオン・ヤング／岡野八代、池田直子「訳」『正義への責任』(岩波書店、二〇一四年)九四頁など。

(166) プラットフォーム事業者の責任に関する最近の議論については、Francesco Ducci, *Competition Law and Policy Issues in the Sharing Economy*, in: *Law and “Sharing Economy” Regulating Online Market Platforms*, edited by Derek McKee, et al., University of Ottawa Press, 2018, p. 295.

(167) プラットフォーム事業者による自主的規制が必要であることについては、ほぼ一致している。問題は、事業者による自主規制と政府・自治体の補完的役割との関係である。この問題については、Cannon & Chung, *supra* note 86, pp. 184 et seq. などよび、前掲注(152)―(154)のほか、最近の議論としては、Christoph Busch, et al., *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?*, *EuCML* 1/2016, 3; Charlotte Garden and Nancy Leong, *The Platform Identity Crisis: Responsibility, Discrimination, and Functional Approach to Intermediaries*, in: *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy*, edited by Nestor M. Davidson, et al., Cambridge University Press, 2018, p.449; Finn Makela, Derek McKee, and Teresa Scasa, *The “Sharing Economy” through the Lens of Law*, in: *Law and the “Sharing Economy” Regulating online Market Platforms*, edited by Derek McKee, et al., University of Ottawa Press, 2018, p. 1.

(168) EUで二〇一六年に成立し、二〇一八年五月に施行された「一般データ保護規則」(General Data Protection Regulation: GDPR)は、EUにおける個人情報保護のルールを一新する制度を設けている。GDPRは、個人をデータ主体と位置づけ、その処理に関して遵守すべき六原則(①適法性・公平性・透明性、②目的限定の原則、③データ最小化の原則、④正確性の原則、⑤保存制限の原則、⑥完全性・秘密性の原則)を掲げたうえで(GDPR五条)、個人データに関するデータ主体の権利を明記した。この中には、収集された個人データの情報提供を受ける権利(GDPR一三条・一四条)、自己のデータにアクセスする権利(GDPR一五条)、不正な個人データの訂正を求める権利(GDPR一六条)などのほか、一定の場合には自己に関する個人データの削除を求める権利(いわゆる「忘れられる権利」:GDPR一七条)や、自己に関する個人データを読み出し可能なフォーマットで受け取る権利(GDPR二〇条)も明記されている。EUは、GDPRの制定により、個人データの利用に関するルールを厳格にして、利用を拒絶する自由を個人の側に与え、また、利用に際して対価が支払われるような仕組みを導入したといえる。小塚・前掲注(112)八〇頁以下。GDPR制定の経緯・目的、規制対象につき、詳細は、岡田淳ほか編『実務担当者のための欧州データコンプライアンス―GDPRからeプライバシー規則まで』(別冊NBL一六八号)(商事法務、二〇一九年)二頁以下、宮下紘『EU一般データ保護規則』(勁草書房、二〇一八年)二頁以下、小向太郎〓石井夏生利『概説GDPR―世界を揺るがす個人情報保護制度』(NTT出版、二〇一九年)一四頁以下など。

