

デジタルプラットフォーム（DPF）取引透明化法に 導入された「共同規制」の意義とDPF提供者の役割

長谷川 貞 之

- 一 はじめに
- 二 DPFに対する法規制の背景・経緯
- 三 DPF取引透明化法の基本理念と特徴
 - 1 DPF取引透明化法の基本理念
 - 2 DPF取引透明化法の特徴
- 四 共同規制という新たな規制手法
 - 1 特定DPF提供者の指定
 - 2 共同規制の意義

- (1) DPFが創り出す市場
 - (2) 共同規制の意義と基本コンセプト
- 3 共同規制の三つの柱
- (1) 取引条件などの開示
 - (2) 自主的で合理的な手段・体制の整備―指針の示す標準モデル
 - (3) モニタリング・レビュー
- 五 DPFに対する法的規制の施策とDPF提供者の役割
- 1 DPF規制に期待される取組み
 - 2 DPF提供者の役割
 - 3 DPFに対する法的規制とDPF提供者の責任
 - (1) DPFに共通する法的規制
 - (2) DPF提供者としての責任
 - 4 利用規約による規律
 - (1) 利用規約と消費者契約法
 - (2) 利用規約と定型約款
 - 5 ソフトローとしての利用規約と共同規制の策定
 - (1) ソフトローの意義と利用規約
 - (2) ゴールベースの共同規制
- 六 今後の課題と展望―結びに代えて

一 はじめに

近年、インターネットの普及に伴い、デジタル化された市場におけるプラットフォーム（PF）の重要性が著しい高まりをみせている。デジタルプラットフォーム（Digital Platform: DPF）は、今日、様々な商品や役務・サービス、情報などを集約し、利用者のニーズに最適化してマッチングさせるなど、消費生活や経済活動に必要なものとなっている。DPFに支えられた新しいビジネスモデルが経済社会に浸透したことで、DPFは国民全体に広く便益をもたらしてきた。しかし、その一方で、利用事業者に対する取引条件の変更や取引停止が行われる際に、その理由が示されないため取引の透明性が低いといった指摘や利用事業者や消費者からの要請への対応が不十分であるといった苦情など、弊害も顕著になってきた⁽¹⁾。具体的には、DPFを利用する通販サイトやアプリストアの運営をめぐり、DPF提供者が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DPFの利用制限、顧客情報・データのDPF事業者による自社利用など、様々な問題や課題が浮上している。一部の市場では、利用規約の変更や取引拒絶の理由が示されないなど、取引の透明性や公正性が低いこと、取引先事業者の合理的な要請に対応する手続や体制が不十分であるといったことが挙げられる。

DPFと呼ばれる巨大IT企業による寡占への懸念が社会的関心を集め始めたのは、二〇一七年頃からのことである。DPF市場においては、ネットワーク効果や規模の経済性などを通じて独占化や寡占化が進みやすいとされ、一部のDPFに取引上依存せざるをえない事業者から様々な取引上の課題に対する懸念の声も上がっていた⁽²⁾。

このようなDPFをめぐる問題に対処するため、政府は、二〇二〇年二月一八日、公正な競争が阻害されるような事態の未然防止と健全な取引環境の整備という観点から「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)を取りまとめ、閣議決定を経て、国会に提出した。提出された法律案は、衆議院および参議院での審議の結果、同年五月二七日可決成立し、六月三日公布された(平成二年法律第三八号)。これが、DPF取引透明化法である。同法は、二〇二二年二月一日の施行、および同年四月一日の特定DPFの指定を経て、本格的な運用に入っている。

DPF取引透明化法の下位の法令にあたる政令・省令および指令については、後述のデジタル市場競争会議のもとに設置されたワーキンググループにおける論議を受けて制定が進められ、いずれも同法の施行と同日となる二〇二二年二月一日に施行された。⁽³⁾

DPF取引透明化法は、デジタル市場において一定上の規模をもつDPFを対象に、透明で公正な競争環境の整備・推進を目的とした法律であるが、一般的な法規制とは異なり、いささか異なる特徴を有している。⁽⁴⁾それは、同法の基本理念(同法三条)にもあらわれているように、変化の激しいデジタル市場における未知の技術革新を阻害しないようにするとの見地から、一方で、規律の対象となるDPFをDPFが創り出す市場の多面性とネットワーク効果という機能の観点から定義するとともに、他方で、DPF提供者の自主性を尊重し、共同規制のアプローチを導入するなど、新たな規制のあり方を試みるものである。

高度なデジタル技術を基盤とする社会は、技術革新に伴う社会環境の変化も急速である。このような社会では、従来のような厳格なルール中心の規制ではなく、政府が一定の目的を示しつつ、その目的の達成は各企業の自主的な運

用、創意と工夫に委ねるといふ共同規制の規制手法は、極めて有用な法的手段といえる。しかし、具体的に、D P F 提供者がその内容をどのようにデザインするかという点については、共同規制の標準モデル（政府の指針による望ましい取組みの方向性と取組例）が示されているものの、共同規制の考え方ないしアプローチを分析し、そのうえでこの問題を検討する必要があるように思われる。

D P F に対する規制として、D P F 取引透明化法は、一方で、規律の対象となるD P FをD P Fが創り出す市場の多面性とネットワーク効果という機能の観点から定義するとともに、他方で、D P F提供者の自主性を尊重し、共同規制のアプローチを導入するなど、新たな規制のあり方を試みている。共同規制の考え方ないしアプローチは、技術革新を推進する企業の事業活動を阻害することなく、政府が示す目的達成に官民共同して取り組む新たな規制手法である。このような共同規制という規制手法が新たなスタンダードとなりうるかどうかは、今後の運用にかかっているといえるが、その期待に適うだけの法的枠組みが構築されており、大いに期待がもてるのではなからうか。

本稿は、D P F取引透明化法を中心に、D P F取引透明化法および政省令が導入する共同規制の仕組みについて検討を加え、その意義や実務上の留意点などを明らかにするものである。⁵⁾

まず、共同規制という新たな規制手法がD P F取引透明化法に導入された経緯を時系列的に整理し、その背後にある考え方を明らかにする（二）。そのうえで、D P F取引透明化法が導入する共同規制の基本コンセプトおよび法的枠組みがどのようなものであるかを分析し、その意義を検討する（三）。共同規制という手法は、政府が示す指針を参考にしながら、特定のD P F提供者が自らの創意と工夫のもとで、自主的かつ積極的に取引の透明性および公正性の向上に向けた体制や手続の整備などに取り組み、これを通じてD P Fの利用事業者や消費者の利益を図るものであ

る。また、DPF取引透明化法は、このような共同規制の規律を実効性あるものとするため、特定DPF提供者に運営状況に関する年次報告書の提出を求め、それを経済産業大臣が評価するというモニタリング・レビューの仕組みを導入している。この分析を通じて、共同規制という規制手法の有用性を検討する(四)。そして、このことを踏まえ、DPF取引においてDPF提供者が果たす役割の重要性を、利用規約および定型約款との関係を通して、ソフトローの観点から明らかにしておくことにしたい(五)。

ゴールベースの共同規制という新たな規制手法については、これまで深く立ち入った検討ないし分析は少なく、DPF取引透明化法の概説的な紹介の中で説明されるにすぎない。その意味では、本稿が共同規制を取り上げ、その制度的な意義や実務上の留意点を明らかにすることは大いに意義があるものと考ええる。

なお、DPFの規制については、消費者保護の観点から、別途、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」(以下、DPF消費者利益保護法という)が国会の審議を経て二〇二一年四月二八日に成立し(令和三年法律第三二号)、公布日の同年五月一〇日から一年以内に施行される予定となっている。このDPF消費者利益保護法については、すでにいくつかの論考でも紹介がなされているが、⁽⁷⁾別途、論ずることにし、本稿では必要な範囲で取り上げることにしたい。

二 DPFに対する法規制の背景・経緯

DPFに対する規制のあり方については、内閣に成長戦略の一環として設置された「未来投資戦略二〇一八」(二〇一八年六月閣議決定)で取り上げられ、これ以降、経済産業省、総務省、公正取引委員会などがデジタル市場の

取引環境のあり方について研究会を開催するなどして検討を重ねてきた。⁽⁸⁾

二〇一八年、経済産業省、総務省、公正取引委員会は、「デジタルプラットフォームを巡る取引環境整備に関する検討会」を共同で立ち上げ、デジタル市場の取引環境整備のあり方について、有識者を交えた調査・検討を進めている。同年一二月には、この有識者検討会での検討結果を踏まえ、上記三者において、DPFを巡る取引環境に関する基本的な考え方と進めるべき取組みを整理した「プラットフォーム型ビジネスの台頭に対応したルール整備の基本原則」を策定した。⁽⁹⁾

一方、二〇一九年二月に開催された日本経済再生本部の「未来投資会議」（議長・内閣総理大臣）において、取引慣行の透明性や公正性の確保に向けた法制またはガイドラインの整備を図ること、デジタル市場の競争政策などについて高い専門的知見をもちスピーディに対応可能な新しい体制の整備を進めることなどが確認された。⁽¹⁰⁾そして、同年九月、政府は、グローバルで変化が激しいデジタル市場における競争や技術革新を促進するため、内閣に「デジタル市場競争本部」を設置した。同競争本部は、デジタル市場に関する重要事項の調査審議などのための会議体として「デジタル市場競争会議」を設置し、実務的な検討を同ワーキンググループで行うこととした。⁽¹¹⁾

こうした中で、二〇一九年一〇月、公正取引委員会において、とくに問題点の指摘が多いオンラインモールおよびアプリストアにおける取引に係る独占禁止法上・競争政策上問題の恐れのある取引慣行などの有無を明らかにするため、オンラインモールとアプリストアを対象に、利用事業者およびDPF提供者の双方から意見を聴取し、実態調査が実施された。それによると、規約を一方的に変更されたうえで、手数料を引き上げられたり、新しい決済システムに移行させられた事例、検索結果や手数料などについて自社や関連会社が優遇された事例など、オンラインモールや

アプリストアに関して様々な競争上の問題が生じていることが報告されている。⁽¹²⁾ この報告書の中で、公正取引委員会では、問題となる行為を類型化したうえで、D P F 提供者が取引先に不利益を与える行為、競合事業者を排除し得る行為、取引先の事業活動を制限しうる行為、公正性・透明性に欠けるおそれのある行為に分けて分析し、調査結果を公表している。同報告書によれば、D P F には新規顧客の開拓機械の獲得などのメリットがあるとしながらも、他の販売チャネルに切り替えることが「非常に困難」「困難」とする回答が合わせて六五%を超えた。そして、その回答の中で、「規約の一方的変更により不利益を被った」「利用料・手数料が高い」「解約・ペナルティの条件が不合理・不公正である」「検索結果が恣意的又は不透明である」といった指摘があり、これらの回答はそれぞれ七〇%を超えるものであった。⁽¹³⁾

公正な競争が阻害されるような不公正な取引が行われた場合には、優越的地位の濫用や競争者に対する取引妨害などを理由に、独占禁止法を適積極的に適用して適切な是正が図られることが期待される。しかしながら、顕在化した弊害の中には、D P F の設計・運用の不透明さが利用者の不振や不満を招き、それが不公正な取引を生じさせているものも相当数含まれている。このような場合には、D P F 提供者と利用事業者との間の取引関係の透明性を高め、相互理解の促進を図ることも必要となる。

前記公取委の実態調査などを踏まえ、政府は、D P F をめぐる弊害の要因や実態を分析・検討した結果、二〇二〇年一月のデジタル市場競争会議においてD P F 取引透明性に関する法律案の概要をまとめ、これを決議した。そして、二〇二〇年二月一八日、公正な競争が阻害されるような事態の未然防止と健全な取引環境の整備という観点から「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) が取りまとめられ、閣議決定を経て、

国会に提出された。提出された法律案は、衆議院および参議院での審議の結果、同年五月二七日可決成立し、六月三日公布された（平成二年法律第三八号）。これが、D P F取引透明化法である。同法は、二〇二二年二月一日の施行、および同年四月一日の特定D P Fの指定を経て、本格的な運用に入っている。

D P F取引透明化法は、デジタル市場において一定上の規模をもつD P Fを対象に、透明で公正な競争環境の整備・推進を目的とした法律であるが、一般的な法規制とは異なり、いささか異なる特徴を有している¹⁴。それは、同法の基本理念（同法三条）にもあらわれているように、変化の激しいデジタル市場における未知の技術革新を阻害しないようにするとの見地から、一方で、規律の対象となるD P FをD P Fが創り出す市場の多面性とネットワーク効果という機能の観点から定義するとともに、他方で、D P F提供者の自主性を尊重し、共同規制のアプローチを導入するなど、新たな規制のあり方を試みるものである。

共同規制という手法は、政府が示す指針を参考にしながら、指定された特定D P Fの提供者（D P F取引透明化法で特定D P F提供者という）が自らの創意と工夫のもとで、自主的かつ積極的に取引の透明性および公正性の向上に向けた手続や体制の整備などに取り組み、これを通じて利用事業者や消費者の利益を図るものとされている。また、同法は、このような共同規制の規律を実効性あるものとするために、特定D P Fの提供者に運営状況のレポートを求め、それを経済産業大臣が評価するというモニタリング・レビューの仕組みを導入している。

D P F提供者は、利用者が取引を行うための場を提供するにすぎないから、出品者などの提供者が消費者などの購入者に与えた損害については、責任を負わないのが原則である。しかしながら、D P F提供者の中には、単なる場を提供する以上に、利用者間のP F取引に深く関与し、D P Fビジネスを構築している場合がある。このような場合に

デジタルプラットフォーム（D P F）取引透明化法に導入された「共同規制」の意義とD P F提供者の役割（長谷川）

は、利用者に対して一定の注意義務が生じ、民事上の責任が生じることもある。¹⁵⁾

デジタル時代において、DPFの透明性と公正性が確保されることは、DPFに対する社会の信頼を高め、商品・サービスを提供する事業者にとってのみならず、DPFを提供する事業者にとっても、サービスの持続的発展のために重要である。DPF取引透明化法が新たに導入する共同規制とモニタリング・レビューの制度は、政府の提示する目的の達成に向けたいわば車の両輪であって、共同規制の実効性はモニタリング・レビューと相まって効果的な機能を発揮するものと期待される。

三 DPF取引透明化法の基本理念と特徴

1 DPF取引透明化法の基本理念

DPF取引透明化法は、主に利用事業者の保護を目的としたものであるが、政府が示す指針を参考にしながら、自らの創意と工夫のもとで、自主的かつ積極的に取引の透明性および公正性の向上に向けた手続や組織体制の整備などに取り組み、これを通じて利用事業者の利益を図るとするものである。また、同法は、変化の激しいデジタル市場における未知の技術革新を阻害することがないように、包括的で介入的な規制ではなく、指定された特定DPF提供者のみを対象としている。同法の第三条には基本理念が定められているが、それはこのような共同規制の考え方を明らかにしたものである。

DPF取引透明化法三条には、DPF提供者による自主的かつ積極的な取組みを尊重すること、国の関与その他の規制を必要最小限のものとすること、そして、これによってDPF提供者の創意と工夫が十分に発揮され、DPF提

供者と利用者との間の取引関係における相互理解が促進されることが、基本理念として定められている。

こうした基本理念のもとに、D P F 取引透明化法は、①提供条件などの開示義務（五条）、②相互理解の促進を図るために必要な措置の実施（七条）、および、③モニタリング・レビュー（九条）を定めている。①の開示義務は、D P F を利用する際の重要な取引条件、出品拒絶・解約や規約変更などの理由を明らかにすることを求めるものであり、これにより取引の透明性を高めることが期待される。②の相互理解の促進のための必要な措置、および③のモニタリング・レビューは、いわゆる「共同規制」の考え方を取り入れたものである。

2 D P F 取引透明化法の特徴

D P F 取引透明化法は、その規定内をみると、次のような特徴をもっている。すなわち、規制の対象となるD P F を一定の業種ではなく、D P F が創り出す市場の多面性と間接ネットワーク効果という機能の観点から定義していること（同法二条一項。そのうち、政令でオンライン・モールとアプリストアの運営者が規制の対象となる特定D P F 提供者と指定されている）、従来の伝統的な介入的規制とは異なり、政府が指針を通じて柔軟なガイドラインを示しつつ、各々の特定D P F 提供者がこれを参考としながら取引の透明性および公正性の向上のための取組みを自主的かつ積極的に行うことによつて、その目的が達成されるという共同規制のアプローチ（いわゆるゴールベースの共同規制）が採用されていること（同法五条～八条）、特定D P F 提供者に毎年運営状況の報告を求め、それを産業経済大臣が評価するモニタリング・レビューの仕組みを導入していること（特定D P F 九条）に特徴がある。

特定D P F 提供者が講ずべき必要な措置の具体的内容は、D P F 提供者のビジネスモデルの多様性に鑑み、一義的

には指定された特定DPF提供者自身の判断に委ねられているが、取引の公正性を確保することで商品・サービス提供者の適切な保護を図りたい政府は、政府として望ましいと考える措置のあり方を指針として示すことで、特定DPF提供者を適切に導いていくことが想定されている。このような規制手法は「共同規制」(Co-regulation)と呼ばれており、⁽¹⁶⁾変化の激しい分野でその時々適切な規則を実効性をもつて執行して行くためには有用な規制手法と考えられる。

四 共同規制という新たな規制手法

1 特定DPF提供者の指定

DPFとは何かについて、現在のところ統一的な定義があるわけではない。一般的に、商品やサービス、情報などの提供者と購入者の間に介在して両者を仲介または媒介する「場」⁽¹⁷⁾であると定義されることが多い。端的にいえば、DPFは情報通信技術やデータを活用し、利用者をつなぐ「場」を提供するサービスの総称であるとか、異なる二者以上の属性をもったグループをマッチングさせる「場」と捉えられている。⁽¹⁹⁾また、DPFの概念については、デジタル性とプラットフォーム性に分けて理解することが適切であるとの見解もある。⁽²⁰⁾

インターネット上で提供されるDPFのマッチングサービスは、商品やサービスを販売する事業者などの情報の発信者にとって、その規模の大小を問わず、地域や国境を超えて他者に接する可能性を高め、収益向上の機会を創出するものである。DPFにおいて二者以上の参加者グループからなる場は「多面市場」と呼ばれており、その特徴は直接ネットワーク効果および間接ネットワーク効果が生じる点にある。⁽²¹⁾DPF取引透明化法は、DPFの特徴を挙げ

て、①情報を表示することによって異なる利用者グループをつなぐ「場」であること（多面市場）、②コンピュータを用いた情報処理によって構築され、インターネットなどを通じて提供されること（オンライン性）、③利用者の増加に伴い他の利用者にとつての効用が高まること（ネットワーク効果）という要素によって定義している（同法二条一項）。このうち、③は間接ネットワーク効果、すなわち、利用者の増加が他の利用者の増加を招き、D P F全体の規模が連鎖的に拡大しうることを意味するものであるが、D P F取引透明化法はこれを二種のネットワーク効果に区分しながら、オンラインモールやアプリストアのように出品者と購入者などの異なる利用者グループの間で相互にネットワーク効果が働く場合と、デジタル広告の配信を伴うSNSのように一方の利用者グループの内部でネットワーク効果が働くとともに、それによって他方の利用者グループの効用も高まる場合の両者を含むものとしている（同法二条一項）。

このような定義に該当するD P Fのうち、D P F取引透明化法では、とくに取引の透明性及び公正性を高める必要性の高いものを政令で当該事業の「区分」と「規模」の両面から定めることによって特定し、これに該当するD P Fの提供者を経済産業大臣が指定することになっている（同法四条一項）。同法では、指定されたD P F提供者を「特定D P F提供者」といい、かかる指定の原因となるD P Fを「特定D P F」と呼んでいる。具体的な事業区分および規模は政令において規定されるので、政令の内容を注視する必要がある。

D P F提供者の特定に関する政令を定めるにあたっては、D P F取引透明化法の理念に則り、特定D P Fの提供者の指定が必要な最小限度の範囲に限って行われるよう定めるべきものとされている（同法四条三項）。当面の対象としては、前記公取委の実態調査の結果や市場構造などを踏まえ、大規模なオンラインモールとアプリストアを政令で定めるものとされている。²²二〇二二年二月一日に、「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

〈表1〉 指定された特定DPF提供者と特定DPF

事業の区分	事業の制限	指定を受けた特定DPF提供者	特定DPF
BtoCの物販総合の オンラインモール	国内流通総額が年間 3,000億円以上	アマゾンジャパン合同会社	Amazon.co.jp
		楽天グループ株式会社	楽天市場
		ヤフー株式会社	Yahooショッピング
アプリストア	国内流通総額が年間 2,000億円以上	Apple Inc. および iTunes 株式会社	App Store
		Google LLC.	Google Play ストア

(出所) 筆者作成

る法律第四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」(令和三年政令第一七号)が施行され、⁽²³⁾現在のところ、特定DPF提供者として下記の表に記載の五社が指定されている。⁽²⁴⁾

なお、DPF提供者が特定DPFの提供者として指定を受けても、規制の対象となるのは当該指定に係るDPFであり、異なる事業区分のDPFについてまで規制対象となるわけではない。従って、特定DPF以外のDPFは、潜在的な規制対象にとどまり、具体的な規制対象ではない点に注意が必要である。ただし、経済産業大臣の指定を受けていないDPF提供者であっても、その提供するDPFが政令で定める規模以上のDPFに該当するときは、省令で定める事項を産業経済大臣に届け出なければならない(DPF取引統透明化法四条二項)。届出懈怠や虚偽届出があった場合には、五〇万円以下の罰金に処せられる(同法二四条)。

前述したように、DPFのビジネスモデルは多様であり、かつ、変化が激しい。DPF取引統透明化法が施行された後も、対象分野の追加や施策の見直しなどを行うため、主務官庁がDPFについて調査することが予定されている。経済産業大臣は特定DPFの指定を行うため必要な限度において、その職員に立入検査などの調査をさせることができる(同法一二条一項)。この点、違法行為の疑いの有無にかかわらず立入検査が行われることは、独禁法違反被疑事件における立入検査(独禁法四七条。なお、同法四七条参照)と比較すると違和感がなわけではない。しかし、事柄の性質上、特定DPFの指定に抵抗して調査報告を拒絶する事業者については、立入検査の必要性が肯定されることもありえよう。

2 共同規制の意義

(1) DPFが創り出す市場

DPFにおいては、二つないしそれ以上の異なった商品・サービスを二つないしそれ以上の異なった利用者グループに供給しており、一方の利用者グループの需要が他の利用者グループの需要に依存する関係にある。DPFを提供し運用する事業者はそのことを認識しつつ、外部性を内部化するように行動しており、その手段となりうるのがDPFである。間接ネットワーク効果が働くと、事業規模が連鎖的に拡大することになる。DPFの例としては、オンラインモールやアプリストアのほか、シェアリングエコノミー、サービス（レストラン、ホテル、美容院など）の予約ポータルサイト、デジタルコンテンツ（映像、音楽、電子書籍など）の配信ストア、検索サービス、SNSなどが挙げられる。

例えば、オンラインモールは、モール運営者が構築・運営するウェブサイト上で、日用品や食料品などの出品者（主に事業者）とその購入者（主に消費者）とを結びつけ、販売や購入を可能とする。オンラインモールのような取引媒介型のDPFにおいては、商品の売買契約は出品者と購入者との間で成立する。これに対し、デジタルコンテンツの配信ストアなどでは、配信に係る契約は運営事業者と視聴者との間で成立するとされる場合が多いといわれる。⁽²⁵⁾

DPFの種類に応じて、利用者間の結びつきも様々である。一口にDPFといっても、その具体的なビジネスは様ではない。また、ネットワーク効果の働き方は、DPFによって異なる。⁽²⁶⁾ 従って、規制の議論においても、DPFごとに規制の内容が異なりうることに注意が必要である。⁽²⁷⁾

前述のDPFの例に即していえば、オンラインモールのような取引媒介型のDPFにおいては、出品者グループと

購入者グループとの間で間接ネットワーク効果が双方向に生じることになる。出品者が増加するほど、様々な商品が手に入るようになるため、購入者もそれだけ増加し、それを目当てに購入者がさらに増加するといった連鎖が生じやすい。

これに対し、SNSにおいては、参加者が増加するほど、交渉できる範囲が広がり、それを目当てにさらに参加者が増加する関係にある。これに加えて、参加者に対してデジタル広告を配信することにより、参加者の増加の連鎖が広告主にも影響を及ぼし、エコシステム全体が連鎖的に拡大し続けることになる。ここでは、参加者グループ内で直接ネットワーク効果が生じるとともに、参加者グループから広告主グループに対する間接ネットワーク効果が一方的に生じているとみることができる。

いずれにしても、DFPにおいてネットワーク効果を働かせるためには、その起点となる利用者を増加させることが重要となる。市場支配力をもつ事業者は、取引相手が他の統合サービスへ逃れられないことを利用して、公正かつ自由な競争を制限するような不公正な取引行為を相手方に強いることができる。DPFというビジネスモデルにおいても、市場支配力をもつ事業者による看過できない不公正な取引慣行が観察される取引分野が生じ始めている。DPF取引透明化法は、DPFに現れるネットワーク効果の違いを意識しながら、DPFを提供する事業者に対して一定の規制を加えるものであるが、従来の伝統的な規制方法とは異なる規制手法を導入しており、注目に値する。

(2) 共同規制の意義と基本コンセプト

共同規制とは、DPF提供者は政府が示す指針を参考にしながら、自らの創意と工夫のもとで、自主的かつ積極的

に取引の透明性および公正性の向上に向けた手続や体制の整備などに取り組み、その取組状況を毎年、経済産業大臣に報告する。経済産業大臣は、専門家を含めた利害関係者の意見を聞きながら、取組状況を評価し、その結果を公表する。そして、D P F 提供者は、評価の結果を踏まえ、さらに透明性および向上性に努めるといふものである。これにより、政府と利用事業者の両者が共同して透明性と公正性の向上に努めるためのサイクルを作り出し、それにより公正な競争がもたらされることを、共同規制の考え方は意図している。

D P F 取引透明化法は、事前規制として競争政策の一端を担うものであり、事後規制としての独占禁止法と車の両輪となつて公正な競争環境を実現するためのものであるが、独占禁止法とは異なり、一定の弊害発生を規制の発動要件とした規制ではない。独占禁止法は、厳格な司法審査を前提とした詳細な事実認定とその証拠の収集を必要不可欠としており、これができなければ発動できない。この点で、デジタル分野での独占禁止法の積極的な適用は簡単ではない。これに対し、D P F 取引透明化法は、政府が指針を示し、その目標達成のための柔軟なガイドライン（いわゆる標準ガイド）を公表するとともに、企業がこれを参考としながら情報開示などの自主的な取組みと説明責任を果たすことを促す仕組みである。その中核部分は、共同規制とモニタリング・レビューの制度にある。同法は、技術革新の変化が早く迅速な対応が求められるデジタル社会において、D P F を介した取引環境の改善を加速させるための法的枠組みを提供するものであり、とりわけ共同規制はデジタル化社会における新たなスタンダードとなりうるものと評価されている。⁽²⁸⁾ その意味では、同法がD P F を提供し運営する巨大I T 企業に対して一方的に規制を加えるだけの法規性を定めた法律という程度の理解では、この共同規制という仕組みの真の価値を十分に理解することはできないといえよう。⁽²⁹⁾

〈表2〉 取引条件などの開示 (概要)

取引条件などの一般的開示事項		
開示の方法 (省令5条)	利用事業者に対する開示事項 (法5条2項1号イ～ト) (省令6条)	
	消費者に対する開示事項 (法5条2項2号イ～ハ)	
出品者らの利益を損なう恐れがある行為を行う際の開示すべき事項		
開示の方法 (省令7条)	開示すべき事項 (法5条3項) (省令9条)	開示義務の例外 (省令8条)
	事前開示が必要な場合の 開示事項 (法5条4項1号・2号)	開示期限 (省令10条) 事前開示義務の例外 (省令11条)

(注) DPF 取引透明化法では、利用事業者を「商品等提供利用者」、消費者を「一般利用者」と呼んでいる。

(出所) 筆者作成

3 共同規制の三つの柱

DPF 取引透明化法は、共同規制の標準モデルとして、①取引条件などの情報の開示、②自主的な手続・体制の整備、③運営状況のレポートとモニタリング・レビューなどを定めている。

(1) 取引条件などの開示

①の取引条件などの開示とは、DPFの利用者が自主的・合理的な選択を行うために、重要な取引条件などを明確化し、十分な開示を図ること、取引の透明性を高めるものである。具体的には、取引条件などの開示方法を省令に委任するとともに(同法五条二項)、取引条件として開示すべき事項(同法五条二項)、利用者の利益を損なう恐れがある行為の際に開示すべき事項(同法五条三項・四項)を定めている³⁰⁾。

取引条件などの開示方法は、省令が共通事項として、以下のとおり定めている(省令五条、七条)。

- ① 利用者にとって明確かつ平易な表現を用いること(省令五条二項一号)
- ② 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(省令五条一項二号)

〈表3〉 一般的な開示事項

対象者	一般的な開示事項（法5条2項）
利用事業者（商品等提供利用者）	<p>法律</p> <p>イ. DPF の提供を拒絶する場合の判断基準 ロ. 指定商品・権利・役務の購入、有償での提供が要請される場合の内容と理由 ハ. 掲載順位を表示する場合の順位決定のために用いられる主要な事項 ニ. 特定 DPF 提供者が商品等のデータを取得・使用する場合の内容と取得・使用の条件 ホ. 利用事業者が商品等提供データを取得しまたは特定 DPF 提供者をして第三者に提供させることの可否、その内容、および取得・提供の方法と条件 ヘ. 利用事業者が苦情申出・協議申入れをするための方法 ト. その他経済産業省令で定める事項 (省令6条1号～5号) ①最恵国待遇を求める場合の内容と理由（省令6条1号） ②自己または関連会社と出店者らで異なる取扱いを行う場合の内容と理由（省令6条2号・3号） ③消費者からの返品などについて、出店者らの負担で受け入れを求める場合の内容と条件（省令6条4号） ④利用事業者に対して売上金の支払を保留する場合の内容と条件（省令6条5号）</p> <p>省令</p>
消費者（一般利用者）	<p>イ. 掲載順位を決定するために用いられる主要な事項 ロ. 特定 DPF 提供者が商品等購入データを取得・使用する場合の内容と取得・使用条件 ハ. その他経済産業省令で定める事項</p>

（出所）筆者作成

- ③ 外国語で作成されている場合、日本語の翻訳文を付すこと。ただし、やむをえず開示の時点で開示の時点で翻訳文を付せない場合には、期限を明示したうえで、当該期限までに翻訳文を付すこと（省令五条柱書、二条）
- ④ 相手方にとって明確かつ平易な表現を用いること（省令七条一項）
- ⑤ 相手方から求められた場合、日本語で翻訳した内容を遅滞なく開示すること（省令七条二項）
- 開示すべき事項については、DPF取引透明化法は、DPF提供者に対し、利用事業者と消費者に分けながら、取引の全部拒絶を行う場合の判断基準や検索順位の決定に用いられる主要な事項（金銭の支払が順位に影響を及ぼす可能性がある場合はその旨を含む）、売上額の推移などのデータの取得・使用とその内容および条件などを開示事項とし、その開示を義務づけている（同法五条二項）。省

令は、これに加えて、利用事業者を対象に追加事項を定め、これを開示すべき義務としてD P F提供者に課している(省令六条)。

D P F提供者が取引条件によらない取引の実施を要請するなどして、出店者ら利用事業者の利益を損なう恐れがある行為を行う場合には、その内容および理由を開示しなければならない(D P F取引透明化法五条三項、省令九条)。ただし、これには開示を不要とする場合の例外が省令で定められている(省令八条)。

また、取引条件の変更や取引の全部拒絶(出店停止、アカウント削除など)を行う場合には、事前の開示すべき事項と通知期間がD P F取引透明化法および省令で詳細に定められている(同法五条四項、省令一〇条)。この場合にも例外として、事前開示および／または理由の開示が不要とされる場合があり(省令一一條)、注意が必要である。

取引条件などの開示に関する規制のうち、とくに注目しておきたいのは、利用事業者および消費者の双方に掲げられている「商品等掲載順位決定の主要な基準」である。この主要な基準にアルゴリズムが含まれるかどうかである。

商品掲載の順位は、評価の高い商品を短時間で効率的に検索して発見したいと考える消費者にとって重要である。また、商品が上位に掲載されていないければ消費者から選択されないから、商品掲載の順位は利用事業者にとっても重要である。今日、D P F提供者は一般的にアルゴリズムを用いて売上情報その他のビッグデータを分析し、それを活用することにより利用者の獲得や利益の増大につなげている³¹。しかし、アルゴリズムそれ自体の全面的な開示を要求するとなれば、競争力の源泉を奪われ、D P Fによる自由な競争を阻害する恐れがある。D P F取引透明化法が掲げる基本理念(同法三条)に鑑みれば、それは行き過ぎた規制ということになる。立法に至る資料の中では、特定D P F提供者にアルゴリズムの開示を求めるものではないと説明されており、商品掲載順位決定の主要な決定基準に³²

〈表4〉 特定の行為を行う場合の開示事項と事前開の・開示期限・例外

	開示事項	開示義務の例外
法律	①利用事業者に対して当該特定 DPF の提供条件によらない取引の実施を要請する場合の内容および理由（法5条3項1号）	①反復して取引条件の違反を行い DPF 事業の運営に支障を生ずる恐れがある場合（省令8条1号）
	②継続して当該特定 DPF を利用する利用事業者に対して当該特定 DPF の提供の一部を拒絶する場合の内容および理由（法5条3項2号）	②暴力団員などである恐れがある場合（省令8条2号）
	③その他経済省令で定める行為を行う場合（省令9条）	③法令などにより取引の一部拒絶などを行う場合であって、理由の開示により消費者などの正当な利益を害する恐れがある場合（省令8条3号）
省令	特定 DPF 提供者が売上金の支払を留保する場合の内容（金額・期間を含む）および理由	
	事前の開示が必要な場合の開示事項と期間	開示義務の例外
法律	ア. 取引条件の変更を行う場合（法5条4項1号）：利用事業者に対する当該特定 DPF の提供条件を変更する場合の内容および理由（上記の事前開示に必要な期間）	以下の場合、例外的に事前開示は不要である。
省令	①取引条件の変更に伴い利用事業者による作業や調整が生じる場合には、それに必要な合理的期間（省令10条1項1号）	①変更内容が極めて軽微な場合（省令11条1項1号）
	②上記①以外の場合は15日間（省令10条1項2号）	②法令等により速やかに取引条件の変更を行う必要があると認められる場合（省令11条1項2号）
	③上記②の場合であって利用事業者が変更内容に合意した場合には15日間経過したものとみなす（省令10条2項）。	③サイバーセキュリティの確保、詐欺その他侵害行為、公序良俗に明らかに反する行為などへの対応のため、速やかに取引条件の変更を行う必要があると認められる場合（省令11条1項3号）
法律	イ. 取引の全部拒絶を行う場合（法5条4項2号）：継続して当該特定 DPF を利用する利用事業者に対して当該特定 DPF の提供の全部を拒絶する場合（出店停止、アカウント削除など）の内容および理由（上記の事前開示に必要な期間）	以下の場合、例外的に事前開示および／または理由の開示は不要である。
省令	取引の全部拒絶に関する事前開示に必要な期間は、これを30日とする（省令10条3項）。	〈事前開示および理由の開示の例外〉
		①反復して取引条件の違反を行い、DPF の事業の運営に支障を生ずる恐れがある場合（省令11条2項1号）
		②暴力団員などである恐れがある場合（省令11条2項2号）
		〈理由の開示の例外〉
		③法令等により取引の全部拒絶を行う場合であって、理由の開示により消費者などの正当な利益を害する恐れがある場合（省令11条2項3号）
		〈事前開示の例外〉
		④法令等により取引の全部拒絶を行う場合であって、速やかに行う必要がある場合（省令11条2項4号）
		⑤サイバーセキュリティの確保、詐欺その他侵害行為、公序良俗に明らかに反する行為などへの対応のため、速やかに取引の全部拒絶を行う必要がある場合（省令11条2項5号）

（出所）筆者作成

はアルゴリズムが含まれないことに注意が必要である。

以上のDPF提供者に対する取引条件などの開示規制については、これに違反しまたは遵守しない場合の措置がDPF取引透明化法に定められている。

まず、経済産業大臣は、DPF提供者が上記の取引条件などの開示をしていないと認めるときは、当該特定DPF提供者に対し、速やかに開示その他の必要な措置をとるべき旨の勧告をすることができる（DPF取引透明化法六条）。これは、自主的な体制・手続の整備についても同様である（同法八条）。経済産業大臣は、職員に立入検査などの調査をさせることができる（同法二二条二項）。

次に、取引条件などの開示に関する勧告を受けたDPF提供者が正当な理由がなく然るべき措置を取らなかった場合には、経済産業大臣は当該特定DPF提供者に対して当該措置を取るよう命じることができる（DPF取引透明化法六条四項）。

また、DPFの利用者は、DPF提供者が上記の取引条件などの開示や自主的な体制・手続の整備を講じていないと認める場合には、経済産業大臣に対してその旨を申し出て、適切な措置を取るべきことを求めることができる（DPF取引透明化法一〇条一項）。

なお、経済産業大臣は、透明性および公正性を阻害する特定DPF提供者の行為が独禁法一九条の定める不公正な取引方法の禁止に違反する場合には、独禁法に基づいて適切な措置を取るよう公正取引員会に要求することができる（DPF取引透明化法二三条）。

(2) 自主的で合理的な手続・体制の整備―指針の示す標準モデル

②の自主的で合理的な手続・体制の整備とは、D P F提供者に対し、経済産業大臣が定める指針を踏まえて、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の必要な措置を講じなければならないとするものである（D P F取引透明化法七条一項）。指針に盛り込まれる項目は、利用者にとって適切な対応をするための体制の整備、利用者との間の取引の公正さを確保するための体制や手続の整備、および紛争に関する処理体制などである（同法七条二項）。経済産業大臣は、自主的な体制・手続の整備などに関する指針を制定する際、公正取引委員会と協議しなければならない（同法七条四項）。

D P F取引透明化法は、D P F提供者に対し、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の必要な措置の実施という義務を課しているが、抽象的なものである。具体的にどのような措置を実施するかは、各D P F提供者の判断に委ねている。その適切かつ有効な実施のために「期待される取組みの方向性」などを示したものが、指針である（同法七条二項）。同法は、指針で次に述べる五つの事項を定めるものとしている（同法七条三項）。

まず、指針は、D P F取引透明化法七条三項に基づき、利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関し、「基本的事項」（法七条三項一号）を挙げて、指針の位置づけおよびモニタリング・レビューとの関係を示す（指針一）。これに続いて、指針は、望ましい取組みの方向性を、「基本的な考え方」（指針二）として示している。「基本的な考え方」は、公正性確保のための体制・手続の整備などについて、D P F提供者が講じなければならない背景や実施することが期待される取組みの方向性を示すものである。そして、指針は、それを実現するための適切かつ有効な取組みを「具体的な取組例」（指針三）において例示している。³³

〈指針二〉 基本的な考え方に示された望ましい取組の方向性と具体的な取組例（概要）

〈一〉 利用事業者に対する特定DPFの提供が公正に行われることを確保するための体制・手続の整備に関する事項（同法七

条三項二号）

- ① 提供条件の変更などを行う際の利用事業者配慮した対応
- ② 一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みの構築
- ③ 特定DPFの公正性の自主的な向上につながる適切な仕組みの構築

〔具体的な取組例〕

- ・ 行動指針の策定、ガバナンス体制の整備
- ・ 規約変更などの行為の実施前の影響評価、当該評価を踏まえた対応
- ・ 審査の判断基準の整備
- ・ 異議申立ての仕組みの整備
- ・ 意見・苦情などの記録の保管
- ・ 事後検証を踏まえた運営改善
- ・ 外部評価・監査の利用

〈二〉 利用事業者からの苦情処理・紛争解決のために必要な体制・手続の整備に関する事項（同法七条三項三号）

- ① 苦情・紛争の原因となった事象を適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みの構築
- ② 特定DPFの提供に関する運営の改善

〔具体的な取組例〕

- ・ 利用事業者が直接・容易に無償で苦情を申し出ることができる体制・手続の整備
- ・ 苦情対応者への情報共有
- ・ 基本方針や目安となる所用期間、処理プロセスの設定・開示、誠実な説明
- ・ 苦情処理後のフォローアップの実施
- ・ 外部の苦情紛争処理システムの活用
- ・ 事業利用者団体との協力

〈三〉 関係者と緊密に連絡を行うために国内で必要な業務の管理を行う者の選任に関する事項（同法七条三項四号）

〔具体的な取組例〕

- ・ 国内管理人の選任
- ・ 国内管理人を補助する部署の担当者の選任
- ・ 国内管理人・補助者に係る情報の関係者への開示

〈四〉 利用事業者の意見などその他の事情を十分考慮するために必要な措置に関する事項（同法七条三項五号）

- ① 利用事業者の意見・事情を理解するための仕組みの構築
- ② 利用事業者の意見・事情を踏まえた適切な対応と特定DPFの提供に関する運営改善のための有効かつ適切な仕組みの構築

〔具体的な取組例〕

- ・ 利用事業者との意見交換の機会の設置

- ・ 事業利用者の合理的意見に基づく運営改善
- ・ 第三者の意見聴取による運営改善
- ・ 自社ルールを適用するにあたっての必要に応じた適切な対応の実施

D P F 提供者と利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置については、何をもって望ましい取組みとするか、どこまで行っていれば適切かつ有効に取組みを実施しているといえるかなど、裁量の余地が大きい枠組みである。行政による踏み込みが足りなければ、表面的な規制にとどまる可能性がある。一方、過度に介入的な評価がなされると、D P F 提供者のビジネスが過度の制約を受ける恐れもある。D P F 取引透明化法の理念や趣旨（同法三条）に鑑みるならば、D P F 提供者は、利害関係者からの情報や意見などをよく聞いて適切かつ有効な取組みを実施する必要がある。利用事業者としても、D P F 提供者に問題があると考える行為があった場合には、それがモニタリング・レビューの中で取り上げられるよう、経済産業省に対して積極的に情報提供をして行くことも必要であろう。

(3) モニタリング・レビュー

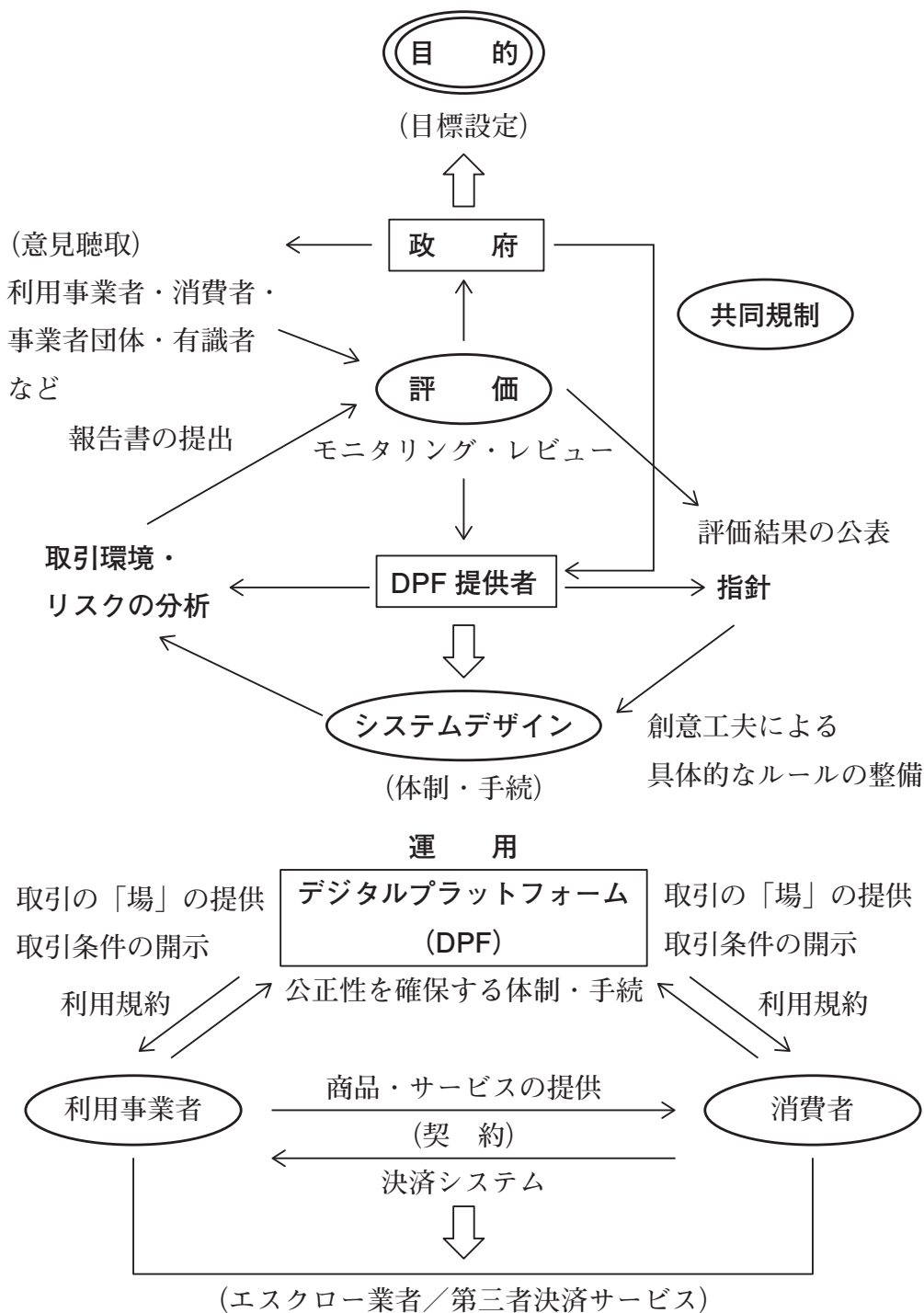
③のレポートとモニタリング・レビューは、前記①②の状況について特定D P F 提供者が自己評価を付した報告書を経済産業大臣に毎年提出することによって行われる（D P F 取引透明化法九条一項）。年次報告書に記載される事項は、以下のとおりである。報告書に記載すべき必要的記載事項が定められている（省令二三条）。

〈記載事項〉

- ① 特定D P Fの事業概要（同法九条一項）…
事業概要、D P Fにおける流通総額・利用者数
- ② 特定D P Fについての苦情処理（同法九条二項）…
利用事業者からの騎乗・紛争の件数、当該苦情・紛争の主な類型・処理機関の平均機関・結果の概要
- ③ 法五条の情報開示の状況（同法九条三項）…
開示した取引条件の内容、省令に定める方法に沿って開示されたこと
- ④ 法七条の自主的な体制・手続の整備に関する措置の状況（同法九条四項）…
指針に定める「基本的な考え方」に示された方向性を実現するためにそれぞれ講じた措置の具体的な内容、講じた措置が指針に定める「基本的な考え方」に示された方向性を実現するうえで適切かつ有効なものと考えられる理由
- ⑤ 上記②から④の自己評価（同法九条五項）…
指針を踏まえた自己評価、D P Fの事業の運営実態を踏まえ、透明性および公正性の観点からとくに留意して講じた措置に関する事項がある場合には、当該事項およびその評価

D P F提供者が提出する年次報告書には、D P F提供者が指針の「基本的な考え方」（指針1.2）に示された方向性を実現するために実際に講じた具体的な措置と当該措置が有効と考える理由を記載しなければならない（省令一三条四項）。自己評価には、指針を踏まえた評価を記載し、D P F提供者により行動指針が定められている場合には、当該

【図解】 共同規制の概要—基本コンセプトと3つの柱



(出所) 筆者作成

行動指針も踏まえて評価を記載しなければならぬとされている（省令二二条一項）。

経済産業大臣は、提出された報告書に基づいて、規制対象となる特定DPFの運営状況を透明性および公正性の観点から評価する（DPF取引透明化法九条二項）。その際、経済産業大臣は、利用事業者や消費者、その組織する団体、学識経験者らの意見を聴取することができる（同法九条三項）。

評価にあたっては、「基本的な考え方」に示された方向性を適切かつ有効に実施しているかどうかの評価の対象となる。指針に記載された「具体的な取組例」は、「基本的な考え方」で示された方向性を達成する手段のあくまで一例であることから、「具体的な取組例」にかかわらず、DPFの提供者が自ら主体的かつ継続的に創意と工夫を凝らして、その事業運営の実態に応じて、「基本的な考え方」で示された方向性を実現するための適切かつ有効な取組みを自主的かつ積極的に実施していたかどうか、重要な評価要素となると解されている。³⁴

五 DPFに対する法的規制の施策とDPF提供者の役割

1 DPF規制に期待される取組み

DPFに対する規制をめぐりこれまで活発に検討が行われてきたのは、競争法の分野である。DPFによる市場の独占化ないし寡占状態の出現を踏まえ、DPF提供者の利用事業者に対する優越的地位やその地位の濫用、間接ネットワーク効果の伴う多面市場における競争のあり方、データ集積・利用とプライバシー保護などが問題となり、議論されてきた。³⁵このような状況の中で、DPF取引透明化法は、現代社会において国民生活の基盤となっているDPFにつき、一部のオンラインモールやアプリストアを対象に、DPF提供者と利用事業者および消費者との間の取引環

境の透明性および公正性の向上を促進することを目的として制定された。

D P F に対する規制の基本的なポイントは、D P F が関係する市場が間接ネットワーク効果を伴った多面市場であるという点にある。多面市場では、一方の取引相手にとつての P F の価値がもう一方の取引相手の規模に依存するという効果をもたらすから、このような効果を考慮に入れた D P F の構築が求められる。これまでの議論の多くは、D P F が生じさせる間接ネットワーク効果とそれによる市場の寡占化、および、D P F を通じて取得する膨大な個人情報などのいわゆるビックデータの D P F 提供者による独占的利用の問題に偏っており、D P F 市場の契約関係の分析を踏まえた議論とはなっていない⁽³⁶⁾。

D P F 取引透明化法の検討過程では、一定の取引上の不当行為を禁止する規定の導入も検討されたが、法律で詳細な禁止行為を定めることはデジタル市場における事業者のイノベーションの阻害につながる懸念があることから見送られた。D P F 提供者の不公正な競争行為を規制する方法としては独占禁止法の適用によることが考えられるが、独占禁止法による取引の適正化は、通常、不公正な行為が行われた後の事後規制となること、適用要件である公正競争阻害性があることなど、不公正な取引方法として認定するための壁がある。これに代わり、共同規制という新たな規制手法によって取引の透明性・公正性の向上の促進を図ることが模索され、それがモニタリング・レビューの制度とともに立法化された⁽³⁷⁾。それが、D P F 取引透明化法である。

規制対象となる D P F は、従来の縦割りの業法が想定していた「業」には当てはまらない形、例えば、ライドシェアや民泊などで登場することがある⁽³⁸⁾。既存の業法が D P F の規律に関して不合理な障壁となっている場合には、既存の業法についてもその内容が検討されなければならない⁽³⁹⁾。

また、取引の場面において、DPFはネットワーク効果の起点となりうることから、DPF提供者は、出店者や出品者などの利用事業者だけでなく、消費者との関係においても、違法な商品や危険な製品の排除、購入トラブルに対する適切な対応や補償、収集した個人情報（いわゆるビッグ・データ）の取扱いなど、消費者保護のための措置も検討することが必要となる。DPF取引透明化法は消費者に対しても取引情報の開示などを定めており、無関係ではないが、その中心は一部のオンラインモールやアプリストアの出店者や出品者などの利用事業者である。DPF提供者と消費者との関係については、本稿の冒頭にも述べたように、近時、DPF消費者利益保護法が成立したところである⁴⁰。DPF取引透明化法の中核をなすのは、共同規制のアプローチである。この新たな規制手法により、DPF提供者からの年次報告書の提出と、これに対する経済産業大臣による評価・公表というモニタリング・レビューのプロセスを通じた自主的かつ積極的な取組みの推進が図られる仕組みとなっている。DPF取引透明化法と政省令に基づいて定められる指針は、DPF提供者が実施することが期待される取組みの方向性を示した「基本的な考え方」と該当事例を示した「具体的な取組例」からなっている。DPF提供者はそれぞれの創意と工夫のもとに相互理解の促進を図るための体制や手続の整備などを行えばよく、指針に記載された具体的な取組例を一律に実施する義務を負うものではない。しかし、各DPF提供者が具体的にどのような目標を設定し、いかなる方法でこれを達成すべきであるかについては、官民共同のルールの形成を進めて行くことが必要である。

高度なデジタル技術を基盤とする社会では、あらかじめ一定のルールを定め、その規律の遵守を求めるといった伝統的な法規制の手法ではなく、一定の目的を利害関係を有する者で共有し、その目的に向かって柔軟かつ臨機応変に行動するような規制手法が求められる。共同規制の考え方ないしそのアプローチは、それに適した相応の規制手法と

いえる。社会の基盤となる高度なデジタル技術を設計し実装しているのは、主にDPFを提供する事業者である。DPF提供者は、インターネット上にDPFを開設し、これを管理運営している。そのようなDPFに対する規律については、DPF提供者に積極的な参加を促し、情報の開示や説明責任を課すことが必要不可欠である。

法が追及する目的自体も人々の価値観の変化や社会状況によって変化して行くことから、共同規制の運用にあたっては、目的達成に向けて最適な解決策を見直し続ける仕組みであることが必要である。それが、共同規制とともに導入されたモニタリング・レビューの制度といえる。共同規制のあり方としては、まず、政府や規制当局が社会のリスクを分析し、法が達成すべき目的を設定して、それを実現するための法システムを構築する。そして、それを運用して行く中で、政府や規制当局は規制の有効性を監視して行くことが求められる。その役割を担うのが、モニタリング・レビューの制度である。報告書に基づく評価は、DPF取引透明化法に基づく義務の履行状況に対する評価のほか、DPF提供者による行為が利用事業者に与える影響、利用事業者を取り巻く課題や当該課題の解決に向けた取り組み状況などが対象である。適切な分析・評価が行われるならば、これを通じて、利用事業者や消費者からの声を拾い上げ、これに対するDPF提供者の考えを明らかにすることによって、透明性のある競争を促進することが可能となるはずである。

2 DPF提供者の役割

DPF提供者がどのような方法でこれを達成するかについては、必ずしも容易でないが、政府や規制当局が設定する目的を実現するための法システムをハードおよびソフトの両面でデザインするのがDPF提供者の役割である。法

では、指針によりDPF提供者が実施することが期待される取組みの方向性と取組み例を示した。これは標準ガイドラインといったソフトローによって、官民共同でのルール作りが求められることを示すものである。

DPF提供者に求められるのは、取引条件などの開示や契約条項の遵守など、DPF取引の透明化・公正性の向上を図ること、および、これらに的確に対応するために、利用規約などを見直し、自らの組織強化を図ることである。インターネット上のDPFは、その利便性や複数の事業や市場を連携させる間接ネットワーク効果などを有し、これを人々に広く利用させることで、商取引や情報の流通などの基盤としての機能を担っている。特定PF取引透明化法が定めるような定期的な報告とその評価によっては、所轄行政庁との協議も必要となるであろう。最終的には、DPF提供者が利用者のニーズや利便性に対して創意工夫を行い、透明性のある公正なDPFの運用が求められる⁽⁴¹⁾。DPFの特質に鑑みれば、DPF提供者には、利用者間および異なるDPF相互間の公平な競争関係をもたらすような環境基盤を整備し、これを提供する責務がある。DPFから生じる社会的な害悪があれば、DPF提供者はこれを排除し、あるいは、抑制する義務を負っていることができる。DPF提供者に一定の役割・義務・責任を担わせることは、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に、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DPFの健全な発展を促すことにも繋がる。重要なことは、DPFが生み出している社会的・経済的な進歩の果実を利用者がえられるように配慮しながら、私法上の規律の方法や内容を、契約類型ごとに、かつ、対象となる目的物に即しながら、具体的に検討すること必要であるといえよう。

具体的方策については、取引環境やリスクの分析に基づき、特定DPF提供者は、DPFに関与する様々な利害関

係者の立場を考慮しながら、専門家らの意見を踏まえつつ、自らのサービスが果たす価値や役割を十分に認識し、達成すべき目標を設定することが求められる。具体的には、利用者に関する情報を適切かつ安全に管理する仕組みを構築すること、出品者の提供する商品を表示する際の順位を決定するアルゴリズムを公正に設計すること、利用者との間で締結される利用約款や出店審査基準を一方的でない公正な内容にすることが重要であるといえる。

前述したように、経済産業大臣の指定を受けていないDPF提供者であっても、その提供するDPFが政令で定める規模以上のDPFに該当するときは、省令で定める事項を経済産業大臣に届け出なければならないのであるから(法四条二項)、DPF取引透明化法の指導理念(同法三条)に鑑みると、指定された特定DPF提供者以外のDPF提供者にも同様の体制や手続の整備が要請されることもありうるというべきであろう。

3 DPFに対する法的規制とDPF提供者の責任

(1) DPFに共通する法的規制

①表示・広告に関する規制

DPFは、間接ネットワーク効果を伴う多面市場を形成する特徴をもっている。DPFを介した市場では、利用者が増加すれば、ネットワーク効果により他の利用者グループにも影響を及ぼし、利用者は爆発的に拡大する傾向にある。インターネット上のウェブサイトでは、アフィリエイトと呼ばれる広告作成者が仲介業者を通じて広告主と提携し、自らのサイトやSNSに商品の広告を掲載することもある。こうしたアフィリエイト広告では、広告を通じて商品が購入されると、販売件数や販売額に応じて広告主から報酬が与えられることから、報酬目的に虚偽内容の掲載

や誇大な宣伝が行われやすい。この点について、景品表示法は、事業者が自己の供給する商品・サービスについて、実際のものよりまたは事実に相違して競合する商品・サービスより著しく優良・有利である旨の表示（優良誤認表示・有利誤認表示）をしてはならないと定め、一定の表示を禁止している（同法五条）。DPF提供者はあくまで「場」の提供者であるから、PFの機能や利用料などDPFの提供に関する事項の表示については同条の適用を受けるが、事業利用者がDPF上で提供する商品やサービスに関する表示については、原則として同条の適用を受けない。ただ、自己が提供していない商品やサービスであっても、その表示内容の決定に関与したDPF提供者については、消費者の利益を保護するための誤認排除や再発防止の措置を命ずる同法の趣旨に照らし、同法の規制対象となることも考えられる⁽⁴²⁾。

一方、消費者に対するDPFの提供は、それが有償であれば、特定商取引法が規制の対象とする「通信販売」に該当する（同法二条二項）。従って、DPFを提供し管理運営する事業者は、利用料、支払方法、解除に関する事項、動作環境などの事項について表示をしなければならない（同法一条）。また、DPFを利用して商品・サービスを提供すること自体も「通信販売」に該当するため、利用事業者においても一定の表示義務が課せられる。

②通信に関する規制

プリマアプリやSNSでは、利用者間の連絡や交流のセキュリティ確保のため、DPF内に特定の利用者間でのクローズドメッセージ機能を搭載する場合がある。この場合、DPF提供者は、電気通信事業の届出または登録が必要となる（電気通信事業法九条、一六条）。

また、DPFにおいて利用者間のトラブル防止や解決のため、DPF提供者が利用者間のメッセージや交信のやり

取りをモニタリングする場合がある。この場合、利用者の通信の秘密の侵害とならないように、利用規則で利用者から同意を取得する必要がある(憲法二二条二項、電気通信事業法四条一項参照)。

③ 個人データの利活用に関する規制

D P Fの利用にあたり、D P F提供者のもとには利用者のアカウント情報や取引履歴などの情報が収集される。ウェブサイトやアプリの閲覧履歴や購買履歴、位置情報などは、クッキーや広告IDなどのオンライン識別子に紐づけられて大量に蓄積され、広告やマーケティングに使われることが少なくないが、氏名などの個人を特定する情報は含まれない。そのため、利用者情報は利用者の同意が求められることなく、第三者に提供されてきた。しかし、利用者情報は個人情報でなくても、社会や国家の安全に影響を及ぼし、世論の誘導を可能とすることを考慮するならば、第三者への提供については事前に利用者の同意を必要とすべきであろう。個人の権利の保護との関係では、利用者情報の利用の規制と透明性の確保、ターゲティング広告の規制などが検討されなければならない。この点に関し、個人情報保護法は、個人情報の取得や使用などに関して一定のルールを設け、他のD P F利用者や提携先の第三者に提供する場合には利用者本人の同意が原則として必要であるとしているが(同法二三条一項。ただし、業務の委託先への提供など、一定の場合には本人の同意は不要とされている。同法二三条五項一号)⁴³、十分とはいえない。

一方、不透明または不誠実なデータの利用は、利用者不信感を与え、レビューなどの評価や格付けに好ましくない影響が生じることがある。口コミ、評価、格付けの不正に対して、D P F提供者に対する規制も検討を要する点である。利用規約では、データ利用に対する考え方を示すことが、サービスの信頼を維持するための一つの手法と考えられている。⁴⁴

また、近年では、利用者の情報に対する関心の高まりもあって、プライバシーポリシーへの注目度が増している。プライバシーポリシーとは、特定のユーザー個人を識別することができる情報や位置情報、購買履歴などの利用者の行動・状態に関する情報の取扱い方針またはこれを定めた文書をいう。⁴⁵ 個人情報保護法には、プライバシーポリシーを定めた規定はないが、「利用目的」(同法一五条、一六条一項)「第三者提供」(同法二三条、二四条)「保有個人データに関する事項」(同法二七条)などに関する規定があり、利用者から個人情報を取得し、利用などをする際には、一定の事項について公表することが義務づけられている。利用規約の策定にあたっては、プライバシーポリシーを定めるとともに、パブリックポリシーに記載する項目として、対象となる情報と取得方法、利用目的などの内容をできるだけ具体的に記載し丁寧に説明することが求められる。

④ 競争に関する規制

DPFビジネスでは、間接ネットワーク効果やビックデータの収集・活用により市場が独占化ないし寡占化しやすく、DPF提供者がその優越的地位に基づいて利用者に様々な取引上の要求をするなど、様々な弊害が出てきている。⁴⁶ DPFを介した取引市場は、間接ネットワーク効果を伴う多面市場である。そのため、DPFは急速に市場シェアを大きくし、DPF提供者は市場において有力な地位を獲得することが多く、DPFの利用事業者もDPF提供者に依存せざるをえない結果、そのDPFに拘束されることになり、DPF提供者は利用事業者に対して優越的な地位を獲得する傾向にある。DPF提供者がその優越的地位を利用して、十分な協議や説明をすることなく、利用事業者との取引条件を一方的に不利な内容に変更したり、金銭などの経済的利益の提供を求める場合には、優越的地位の濫用(独禁法二条九項五号)として独禁法の違反に問われることになる。DPF提供者の行為が実際に優越的地位の濫用の

疑いで調査を受けた事例としては、楽天株式会社に対する緊急停止申立事件(令和二年三月一〇日)やアマゾンジャパン合同会社に関する確約計画の認定事件(令和二年九月一〇日)がある。⁴⁷⁾このような行為は、取引の相手方の事業活動を不当に拘束する条件をもって取引する行為(一般指定二二項)として、独禁法上、禁止されている。

また、問題となるD P F提供者の行為としては、優越的地位の濫用以外にも、競合する他のD P F提供者または出店者などの利用事業者に対する排除行為が挙げられる。公正な競争によることなく、他のD P F提供者または出店者などの利用事業者を不利に扱うことは、不公正な取引方法(独禁法二条九項六号)として、取引妨害(一般指定一四項)や排他条件付取引(一般指定二二項)、拘束条件付取引(一般指定二二項)に該当し、一定の処分を受けることもありうる。D P F提供者による違法な排除行為があるとして公取委が実際に調査を行った事例としては、株式会社ディー・エヌ・エーに対する件(平成二三年六月九日)やみんなのペットオンライン株式会社に対する件(平成二〇年五月二三日)がある。⁴⁸⁾後者は、ペットの販売を希望するブリーダーとペットの購入を希望する一般消費者の間のペット取引を仲介するサイトを運営するD P F提供者が、ブリーダーに対して成約手数料を値引きするなどの特典を与える反面、他のペット仲介サイトにペットの情報を掲載することを禁止する制度を導入していた事案である。D P F提供者の行為が排他条件付取引(同法一九条、一般指定一九)に該当するとの疑いで、公正取引委員会の審査の対象となった。ペット取引を仲介するサイトの運営者は、二〇一六年に設立された資本金三〇〇〇万円の会社であったが、仲介実績などを踏まえるとペット仲介サイトの運営分野における「有力な事業者」であると判断された。しかし、最終的には、ペット仲介サイトの運営事業者が当該制度を取りやめるなどの措置を講じたことにより、審査は終了した。⁴⁹⁾

このほか、D P F提供者の行為が企業結合により競争を実質的に制限する場合には、公正取引委員会の審査の対象

となることもある。⁵⁰⁾ DPFビジネスに関する近時の企業結合の事例として、ヤフー株式会社による株式会社一休の株式取得（公正取引委員会「平成二七年度における主要な企業結合事例」事例八）、エムスリー株式会社による日本アルトマークの株式取得（平成元年一〇月二四日）、Zホールディングス株式会社およびLINE株式会社の経営統合（令和二年八月四日）などの案件がある。⁵¹⁾

このような事態を回避するためには、DPF提供者が利用者に対してあらかじめ取引条件などを開示し、一定のルールを定めておく必要性は高いといえる。

⑤ 許認可に関する規制

業法の多くは、他人が特定の仲介行為を行うことにつき、許認可の取得や登録、届出を要求している。例えば、職業紹介事業につき許可（職業安定法四条一項〜三項、三〇条一項、三三条一項）、不動産の賃貸や売買の代理・媒介につき免許（宅地建物取引業二条二号、三条一項）、投資や貸付の仲介（クラウドファンディング）につき貸金業の登録、第一種または第二種の金融商品取引業の登録（貸金業法二条一項、三条一項、金融商品取引法二八条一項・二項、二九条）、オークションサイトにつき古物競りあっせん業の届出（古物営業法二条二項三号、一〇条の二）、婚活マッチングサービスにつきインターネット異性紹介事業の届出（出会い系サイト規制法二条二項、七条一項）などが必要とされている。⁵²⁾ DPF提供者においても、これらに該当しないかどうかを具体的に検討する必要がある。

例えば、DPF提供者がインターネット上のDPFに求人情報を掲載し、求職者が求人案内に応募できるフォームを設け、求人情報サービスを運営する場合、職業安定法は、職業紹介事業について許可制度を採用している（同法四条一項〜三項、三〇条一項、三三条一項）。DPF提供者の仲介行為が提供される情報の内容や提供相手について選別し

たり、求職者と求人企業との間の連携を行うときは、職業紹介に該当することになるから、許可を取得する必要がある。⁽⁵³⁾

また、DPF提供者の行うライドシェアサービスは、自動車を保有し運転ができる利用者（ドライバー）と乗車を希望する利用者をマッチングさせるDPFビジネスであるが、ドライバーが他人の需要に応じ、有償で自動車を使用⁽⁵⁴⁾して旅客を運送する場合、道路運送法の旅客自動車運送事業（同法二条三項）に該当する可能性があり、個々のドライバーにおいて国土交通大臣の許可が必要となる（同法四条一項）。DPF提供者は、旅客自動車運送事業の許可をもたない者にドライバーとしてライドシェアDPFを利用させることはできないから、ドライバーへの支払いを実費ないし謝礼に限定することで当該事業の許可取得を回避したり、当該事業の許可を受けているタクシー会社と提携し、タクシー会社と乗車を希望する利用者を結ぶ配車サービスを行うなどして、DPFビジネスを行っている。⁽⁵⁴⁾

⑥資金稼働業の登録

DPFビジネスは、インターネットを介した取引であり、相手方の顔が見えない場合も多いことから、利用者にとっては相手方から確実に代金の支払いや商品・サービスの提供を受けられることが重要となる。この点に関して、代金を支払う消費者（買主）から商品・サービスを提供する出品者や出店者（売主）に直接に代金を支払うのではなく、まず、消費者がDPF提供者に代金を支払い、代金の支払い後、出品者・出店者により商品の引渡しやサービスの提供が行われ、その後、DPF提供者が利用料を控除した金額を出品者・出店者に支払う場合、このような代金移動は為替取引に該当するから、資金移動業の登録が必要となる（資金決済法二条三号、三七条⁽⁵⁵⁾）。

ちなみに、売主がDPF提供者に代金の受領権限を付与し、収納を代行する場合には、資金稼働業の登録をするこ

となく、代金の授受を行うことが可能である。収納代行の場合には、利用規則において、売主がDPF提供者に代金の受領権限を付与していること、および、DPF提供者が受領した代金からDPFの利用料を控除することができることを明記しておくことが必要となる。⁽⁵⁶⁾

(2) DPF提供者としての責任

DPF提供者は、DPFを介して利用者が商品やサービスなどの提供、情報の交換など行うための「場」を提供する仲業者であり、利用者が他の利用者に与えた損害について直接に責任を負うものではない。しかしながら、DPFを開設し管理運営しているDPF提供者においても、利用者に対して一定の注意義務を負うことがあり、その義務違反から責任が生じる場合があることに注意が必要である。例えば、インターネットオークションを提供しているDPF提供者は、当該DPFを利用して詐欺が多発している場合には、利用者に対し被害防止に向けた注意喚起の措置を採るべき注意義務があるとされる（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、およびその控訴審である名古屋高平成二〇・一一・一一自保ジャーナル一八四〇号一六〇頁）。⁽⁵⁷⁾

また、DPF提供者は、出店者などの利用事業者による営業がDPF提供者自身の営業と誤信させるような外観を作出している場合、出店者が買主に与えた損害について、出店者と連帯して賠償責任を負うことも考えられる（名板貸責任を規定する商法一四條、会社法九條参照）。DPF提供者としては、商品やサービスを提供するのはDPF提供者自身ではなく、DPFの利用事業者である出店者であることをDPF上に分かりやすく記載することが求められる。⁽⁵⁸⁾

さらに、DPF提供者は、利用者以外の第三者に対する関係でも、責任を負う場合がある。裁判例には、モールの

出店者が第三者の商標権を侵害して事業を行っていた事案で、当該モールの運営会社は権利侵害の申告を受けたときはその有無を調査する義務があり、これを怠った場合には損害賠償責任を負うとしたものがある(チュッパチャップス事件…知財高判平成二四・二一・一四判タ一四〇四号二二七頁)⁵⁹。

以上のほか、動画投稿サービスやSNSなどにおいて、第三者の著作権や人格権を侵害する投稿が行われた場合、DPF提供者は、権利侵害情報の送信を防止する措置を講ずることが技術的に可能であつて、かつ、当該情報の流通によつて他人の権利が侵害されていることを知った場合には、送信防止措置を採らなかつたことについて不法行為責任を負うことがある(プロバイダ責任制限法三条)。この点に関し、過去の裁判例には、DPF提供者の書込み削除義務を認められたものがある(ニフティサーブ事件…東京高判平成三・九・五判時一七八六号八〇頁)。事案は、パソコン通信のフォーラムにおいて名誉毀損の書込みがなされたことに関し、フォーラムの管理運営を担うシステムオペレーターの責任が問われたものである。裁判所は、システムオペレーターには条理上の削除義務があったが、本件の事案の下では削除義務違反はないと結論づけた。また、裁判例には、匿名掲示板「2ちゃんねる」で名誉毀損の書込みがなされたことに関し、掲示板運営者の損害賠償責任を認められたものがある(2チャンネル動物病院事件…東京高判平成一四・一一・高民集五五卷二号一五頁)。裁判所は、掲示板に他人の権利を侵害する発言が書き込まれない・拡大しないように注意するとともに、削除する義務があるとして、掲示板運営者の削除義務違反に基づく損害賠償責任を認めた⁶⁰。

DPF提供者は、インターネット上にDPFを開設し、取引の場を提供する者であるが、非マッチング型DPFの場合、電子掲示板の管理者やSNS運営者としての地位も兼ねている。電子掲示板やSNSをインターネットとつな

げる役割を担う事業者をコンテンツ・プロバイダといい、DPF提供者はコンテンツ・プロバイダでもある。情報の発信者は、接続事業者や電話会社などのアクセス・プロバイダを介して掲示板やSNSを利用する。多くの場合、情報の発信は匿名の投稿であり、発信者からネット上の侵害情報により、誹謗中傷や名誉毀損、人格権侵害などの被害を第三者が受けることがある。このような場合、被害者が投稿を削除し、損害賠償を求めるには、発信者を特定する必要がある。

制度上、プロバイダが被害者から発信者情報の開示を求められた場合、プロバイダに故意または重過失がなければ責任は生じないとする軽過失免責の仕組みがプロバイダ責任制限法では採用されており、プロバイダは自らの判断で開示できることになっている。しかし、実際に発信者情報が開示されることは少ない。安易に応じれば、匿名表現の自由や通信の秘密などを侵害する危険があるため、プロバイダが慎重にならざるをえない。その判断を誤ると、プロバイダは発信者に責任を追及され、刑事責任などを問われる恐れもある。プロバイダは少しでも迷えば非開示を選択する傾向にあり、開示されるのは権利侵害が明白な場合に限られている⁶¹。

任意での発信者情報の開示を拒否された被害者は、裁判を通じてプロバイダに対して開示を求めることになるが、従来の制度では、発信者にたどり着くまで少なくとも二回の裁判を必要とした。プロバイダ責任制限法は、これまで何度かの省令の改正を経て開示情報の対象を拡大してきた⁶²。近時の法改正（令和三年法律二七号。改正法の施行時期は公布日である二〇二二年四月二十八日から一年六か月以内に政令によって指定される⁶³）により、発信者情報開示命令を出すための新たな非訟手続を創設する（改正法一五条一項⁶⁴）とともに、アカウントへのログイン時にも一定の要件を補充的に満たすことを条件に発信者情報の開示を認めた（改正法五条一項二号⁶⁵）。いずれの法改正も、権利侵害をした発信者の情報

開示を円滑に行うために行われたものである。D P F ビジネスとの関係では、コンテンツ・プロバイダにである D P F 提供者が提供する当該 D P F が市民社会でその存在を許されるために必要な措置を含んでいる。D P F 提供者は、取引の場を提供する者として当該 D P F の秩序維持に努める義務を負っているが、コンテンツ・プロバイダの地位にある場合には、匿名の加害者による不法行為に対して被害者を救済するための情報提供責任を負っていることが、今回の法改正により一層明確にされたといえる。匿名で取引するシステムにより不利益や損害を被った被害者が救済されることは、非マッチング型 D P F のみならず、マッチング型 D P F においても同様に考えられるべきである。⁶⁷ 適正な情報の流通と被害者救済の観点からは、投稿の削除やアカウントの利用停止など、様々な手法も併せて検討して行くことが求められる。D P F 提供者は、利用規約において禁止行為を定め、これに違反した場合には、D P F 提供者の判断で出品や投稿の削除、アカウントの利用停止・削除をすることができることを明記することが必要であるといえよう。⁶⁸

D P F 提供者が定める利用規約の表示内容については、一般の債権法改正において「定型約款」に関する規定が子受けられたことから（改正民法五四八条の二（四））、注意を要する。定型約款に該当する場合には、申込時に利用規約を開示する必要があるが（改正民法五四八条の三）、これに代わり、あらかじめその利用規約を契約内容とする旨を利用者に表示することにより、利用規約を契約内容とすることもできる（改正民法五四八条の二第一項二号）。この点については、項目を改めて論ずることとする。

4 利用規約による規律

利用規約は、事業者と多数の相手方との間に画一的な契約内容で契約を成立させる手段として、様々な態様で利用されている。相手方の多くは、利用規約の全部を認識することなく当該D P Fを利用して利用している場合が多いように思われる。利用規約への同意の取得は当該D P Fを利用する入口となる行為であるが、利用規約においてD P F提供者の免責が定められているのが通常である。⁶⁹このような場合、相手方が利用規約に拘束されるといえるだけの合意が存在していたといえるかどうか、解釈上、疑義が生じることが少なくない。

(1) 利用規約と消費者契約法

消費者契約法などの法律において無効と定められている内容を含む条項が当該法律によって無効となることがある(同法八条一項一号(四号)⁷⁰)。免責条項に記載の文言が「いかなる場合も責任を負わない」といった場合、これが消費者契約法八条一項によって無効となることは明らかであるが、そのような場合であっても、有償契約における事業者の契約不適合責任を免除し、または当該責任の有無もしくは限度の決定権限を当該事業者に付与する条項については、消費者に他の救済手段が残されていけば無効とはならないとされており(消費者契約法八条二項)、注意を有する。

D P Fの利用規約に定める免責条項については、消費者契約法八条一項に該当しない場合であっても、同法一〇条により無効となる場合もありうる。消費者契約法一〇条は、任意規定の適用による場合に比べて消費者の権利を制限また加重する場合であつて、民法一条二項の基本原則(信義則)に反して消費者の利益を一方的に害する条項を無効と定めており(消費者契約法一〇条)、契約条項が無効となる場合についての包括的なルールを規定している。⁷¹

従って、例えば、DPF提供者が利用規約の策定にあたり、軽過失による損害賠償の上限額を極度に低金額として定める条項は、軽過失による場合の一部免除条項であるため消費者契約法八条一項には該当しないが、同法一〇条により無効となることが考えられる。⁽⁷²⁾ この場合の要件充足の有無は、消費者契約法の趣旨・目的に照らし、当該条項の性質、契約成立に至った経緯、消費者・事業者間の情報・交渉力の格差、その他諸般の事情を総合考慮して判断される。これに関連して、消費者契約法三条一項一号は、DPF提供者に対して契約内容を明確かつ平易なものとすべく配慮することを求めている。利用規約の作成者としては、自己に有利な限定解釈に頼らず、条項が可能な限り明確かつ平易になるように努める必要がある。

ちなみに、利用規約における免責条項については、サルベージ条項を用いることの可否が議論されている。⁽⁷³⁾ サルベージ条項とは、ある条項が強行法規に反して全部無効となる場合に、その条項の効力を強行法規によって無効とされない範囲に限定する趣旨の条項をいう。例えば、本来であれば無効となるべき条項に「法律で許容される範囲において」という文言を加えたものがこれにあたる。サルベージ条項は、契約条項の内容を法律で許容される範囲以内のものとする効果を有する条項であるため、それ自体に不当性はないように思われるが、許容される範囲の具体的内容が分からず、権利行使を委縮させる効果が指摘されている。⁽⁷⁴⁾ 二〇一六年の消費者法改正および二〇一八年の同法改正に向けた議論の中でも、サルベージ条項を不当条項として無効とすべきではないかという論点が取り上げられたが、現時点では、サルベージ条項を無効とする規定の導入には至っていない。⁽⁷⁵⁾ しかし、果たしてこのような条項の利用が許容されるのかどうか、結果的に無効であるはずの条項がまかり通ってしまうことの危険性については、その是非が問われなければならない。サルベージ条項のような定め方ではなく、消費者契約法八条の規定に沿った具体的な定め

方とするとか、無効となり得る法律上の規定を例示的に列挙することの必要性など、今後、議論が必要であろう。

(2) 利用規約と定型約款

改正民法は、定型約款に関する規定を新設し（改正民法五四八条の二（四））、約款を用いた契約の規律について定めを示した。定型約款とは、特定の者が不特定多数の者を相手として行う取引（定型取引）において、契約の内容とすることを目的としてその特定の者により準備された条項の総体である（改正民法五四八条の二第一項）。定型約款であるためには、その内容の全部または一部が画一的であることがその双方にとって「合理的なもの」でなければならぬ。

改正民法の定型約款に関する規律は、従来の約款規制の立場とは著しく乖離した内容となっている。⁽⁷⁶⁾ 従来、約款は、事業者が多数の契約に使用するための契約条項として作成されるものという定義がされてきた。⁽⁷⁷⁾ これに対し、新設された定型約款は、講学上「約款」とされているものよりは狭い概念である。

定型約款が講学上の約款より狭い概念とされたため、定型約款でない約款が存在することになる。定型約款であるかどうかは、あくまで契約の実態を考慮するものであり、契約書の名称や相手方の属性だけで判断することはできない。一般的には、消費者と事業者との契約には定型約款に該当するものが多いといえ、当該定型取引のために準備された利用規約は定型約款に該当する場合が多いといえよう。⁽⁷⁸⁾ DPF取引においてDPF提供者が作成する利用規約は定型約款に該当すると解される。⁽⁷⁹⁾

改正民法の下では、定型取引を行うことに合意した者は、①定型約款を契約の内容とする旨の合意をしたとき、または、②定型約款を準備をした者があらかじめその定型約款を契約の内容とする旨を相手方に表示していたときは、

定型約款の個別の条項についても合意したものとみなされる(改正民法五四八条の二第一項)。この①と②は、定型約款が契約の内容となるための要件であり、「組入れ要件」と呼ばれる。

ただ、組入れ要件をすべてみたし、定型約款の各条項が契約内容となる場合であっても、定型約款が相手方の権利を制限しまたは相手方の義務を加重する条項であつて、その定型取引の態様およびその実情ならびに取引上の社会通念に照らして、民法一条二項に規定する基本原則(信義則)に反して相手方の利益を一方的に害すると認められるものについては、合意をしなかつたものと扱われる(改正民法五四八条の三第二項)。いわゆる不法条項によるみなし合意から除外である⁽⁸⁰⁾。みなし合意除外に該当する条項としては、条項の内容自体に強い不当性が認められるものと、条項の存在自体を相手方が想定しがたく、その説明などもされていないために、不当な不意打ち的要素があるものが挙げられる⁽⁸¹⁾。利用規約の条項が上記のいずれかに該当する場合には合意しなかつたものとみなされ、契約から除外されることになる。

ちなみに、みなし合意からの除外の規定は、消費者契約法一〇条にいう不当条項の無効に関する規定を基準に立案されているが、消費者契約法一〇条はその要件を満たす不当条項を無効としているのに対し、改正民法五四八条の二第二項は合意しなかつたものとみなすとしており、両者には大きな違いがある⁽⁸²⁾。この点について、民法部会の審議では、当初、不当条項は無効とするという規定として検討されていた。しかし、その後、不当条項とは別に不意打ち条項については約款の組入れから除外するという趣旨の規定を新設すること、および民法に不当条項を無効とする新たな規定を新設することについて、いずれも経済界からの反対が強かつたことから、妥協による意見集約が行われた結果、最終段階になって、不当条項はみなし合意から除外されるという規定に変更された⁽⁸³⁾。民法部会の審議では、事務

局より、新設規定はこれまでの裁判実務で行われている約款規制よりも厳しい規制を新設するものではないという趣旨の説明がなされ、四つの最高裁判例（最判昭和六二・二・二〇民集四一卷一号一五九頁、最判平成五・三・三〇民集四七巻四号三二六二頁、最判平成一五・二・二八集民二〇九号一四三頁、最判平成一七・一二・一六集民二一八号一三三九頁）が挙げられている。⁽⁸⁴⁾しかし、学説には、このような法律構成につき、理論的には克服されたはずの前時代的な隠れた約款の司法的規制を蘇らせるものであるとして批判が強い。⁽⁸⁵⁾

このような立法経緯および学説の対応をみると、みなし合意からの除外という改正民法五四八条の二第二項の規定をどのように解釈するかはきわめて難問である。ただ、約款条項の不当性を理由にみなし合意から除外される場合、その条項の効力は否定される（改正民法五四八条の二第二項）。効果の点では、不当条項を無効とする消費者契約法一〇条と実質的に異なるものではない。⁽⁸⁶⁾

改正民法においては、定型約款の変更に關する規定も設けられている（改正民法五四八条の四第一項）。定型約款の変更に對して付言すると、定型約款作成者は、①定型約款の変更に相手方の一般の利益に適合するとき、または、②定款約款の変更が契約をした目的に反せず、かつ、変更の必要性、変更の内容の妥当性、民法五四八条の四の規定により定型約款の変更をすることがある旨の定めの有無およびその内容、その他の変更に係る事情に照らして合理的なものであるときのいずれかの場合には、個々の相手方との同意を要せずに、定型約款を変更することができる（改正民法五四八条の四項一号および二号）。変更可能な範囲を超える可能性のある変更の場合には、あらためて利用規約への同意を全員から取得することが必要である。

定型約款の変更については、中間試案の段階までは、相手方の個別の同意や効力の定かでない変更留保条項による

約款内容の変更に躊躇する考え方も示されたが、最終的には、変更の合理性とともに、変更についての相手方への周知という手続的要件を明記することにより（改正民法五四八条の四第二項）、定型約款の変更が定められた。⁽⁸⁷⁾ この変更については、不当条項によるみなし合意からの除外の規定（改正民法五四八条の二第二項）は適用されない点に注意を要する。効力の変更が生じた条項は変更の合理性が要件とされているので、あらためて不当条項規制を適用するもでもないというのが、その趣旨である。

特別法は一般法に優先して適用されることから、消費者契約法の適用が先行して検討されることが多いと考えられるが、改正民法が新たに定める定型約款に関する規定の適用にも留意が必要である。

5 ソフトローとしての利用規約と共同規制の策定

(1) ソフトローの意義と利用規約

法のルールは、国家により定められ、国家により執行されるのが原則である。このようなルールは、ハードローと呼ばれる。ハードローにおいては、既存のルールを前提にして、そこから文言や沿革、利益考量などを援用しつつ、様々な解釈を導き出す技術が必要となる。これに対し、国家以外の主体がその内容を決めるルールがソフトローである。⁽⁸⁹⁾ わが国では、自主ルールや自主行動基準、自主規制などと呼ばれることもある。ソフトローは、国家以外の主体が定めたものであるから、そのルールの内容が望ましいものであるかどうかを、自明のものとして受け入れることはできない。ソフトローでは、そのルールに人はなぜ従うのか、そのルールはどのようなようにして、どの程度実行されるかといった点を検討し、評価することが必要となる。⁽⁹⁰⁾ ソフトローの内容が適切であるかどうか、ソフトローの正当性の

根拠は何かに関しては、正義や衡平、中立といった基本的価値が問題とされるが、そもそも正当性をどのように定義するかという点の検討も重要である。⁽⁹¹⁾

後述するように、ソフトローには様々なものがある。一口にソフトローといっても、その態様は多種多様である。国家法としての法令以外で規範的な拘束力をもつものが、広くソフトローとしてイメージされている。⁽⁹²⁾ ソフトローを「ハードローに類似ないし関連して存在・機能する社会制度」と定義する見解もある。⁽⁹³⁾ ソフトローは、それらがときにはハードローと相互に関係しながら、実効性をもち、社会秩序が実現されている。そのような実態をみるとき、ハードローとソフトローの二分論ではなく、両者を相対的に理解することが求められる。⁽⁹⁴⁾ また、一つまたは複数の規範によって社会秩序が実現ないし形成されているという複眼的視点をもつことも必要であるといえる。⁽⁹⁵⁾

今日、社会の多くの場面でソフトローが活用されている。その理由としては、いくつか考えられるが、企業の方が国家よりも十分な情報をもち、適切な内容のルールを設定できる場合があること、また、ルールの実効性についても企業の方がより効果的な手段を有し、取引拒絶など私的な制裁の方が実効性や費用負担の点でハードローより優れている場合があることが挙げられる。⁽⁹⁶⁾ ただ、ソフトローは、私人がその内容を決定するものであるため、カルテルのように社会の一部の集団にとつてのみ有利で、それ以外の社会構成員に対して深刻な外部性をもたらす内容のルールが設定されるということもありうる。このような場合には、正当性の根拠が問われるのみならず、ハードローによる介入が要請されることも出てくる。ソフトローがどこまで社会に取り入れられるべきかについては、個々のソフトローごとに、その正当性や設定過程に着目し、その合理性を評価して行くことが必要となる。⁽⁹⁷⁾ この点、自主ルールが利用事業者や消費者の信頼に応える基準であるためには、個々の事業者によってではなく、むしろ事業者団体によって策

〈表 5〉 ソフトローとハードローの位置づけ

形成 エンフォースメント	国家がエンフォースメント しない	国家がエンフォースメント する
国家以外が形成する	(カテゴリー 1) ソフトロー 社会規範、企業倫理、CSR など	(カテゴリー 3) 会計基準、商慣習など
国家が形成する	(カテゴリー 2) 労働法上の努力義務規定、 各種通達、ガイドラインなど	(カテゴリー 4) ハードロー 法律、判例など

(参照) 藤田友敬「ソフトローの基礎理論」ソフトロー研究23号 (2014年) 6頁

定され、運用されるべきであるといった指摘もある⁽⁹⁸⁾。事業者団体によって策定され、運用されるのであれば、業界全体として利用事業者および消費者からの信頼を高めることにつながる。

市場取引の分野においては、実際のところ、ハードローを基本原則としながら、様々なソフトローが存在し、私人の行動に影響を及ぼしている。それゆえ、両者を合わせて研究対象としなければ、市場取引における規範の研究としては十分とはいえない。

以上のような視点を参考にしながら、ハードローとソフトローの位置づけを考えるとするならば、ソフトローは、法の形成局面、および法の強制局面に着目して、次のように整理するのが有用であるように思われる⁽⁹⁹⁾。

上記の四つの領域のうち、カテゴリー1が純然たる私的な規範であり、最もソフトローらしい類型である。この領域の規範については、社会規範、企業倫理、CSRなどが想定される。ここでは、規範遵守のメカニズムと規範の生成・存続/効力・消滅のメカニズムを明らかにするようなモデルを示すことが最初の課題となる⁽¹⁰⁰⁾。

これに対し、私人の経済活動の自由に対する規制は、カテゴリー4において行われる。ここでは、一般的に、消極的・警察的な規制と積極的・政策的な規制とが区別される。前者は、社会公共の安全と秩序維持の見地から、比例原則を用いて、規制手段

は必要最小限のものでなければならず、裁判所の審査は厳格で、規制の必要性・合理性および同じ目的を達成できるより緩やかな規制手段の有無を立法事実に基づいて審査するという「厳格な合理性の基準」が妥当するとされている。¹⁰¹ 後者は、社会国家的な目的に基づき、専門的な政策的・経済的判断が必要とされることから、裁判所よりも立法府に広範な裁量権が認められるとされ、司法審査に関しては規制措置が著しく不合理であることが明白な場合に限って違憲とする「明白性の原則」が妥当するとされている。¹⁰²

このようなソフトローとハードローの対立軸の中で、当事者が自律的に作り出す規範も、最終的に国家のエンフォースメントを期待するものと、そうでないものがある。自発的に形成し、かつ、エンフォースメントについて国家の手を借りないというタイプのソフトローは、規範として最狭義の純粋な私的秩序を形成するものといえる。¹⁰³

これまでのソフトロー研究は、試行錯誤を繰り返しながらも、上掲の図を念頭に置きながら進められてきたといえる。¹⁰⁴ ソフトローの重要性が増大するにつれて、企業は独自のソフトローの形成を通じて、自らが疑似国家（いわゆる私的政府）の様相を呈し、ソフトローとハードローの間の競争が行われる可能性も存在する。また、国家の介入に対して、企業は様々な行動を行うことによつて、それを逃れようとする場合もありうる。¹⁰⁵ このようなソフトローのあり方に鑑みると、ソフトローだけを独立して検討したのでは十分とはいえず、両者を合わせて検討することが必要であるといえよう。¹⁰⁶

市場取引においてソフトローを用いた自主ルールとしては、東京証券所（日本取引所グループ）の定める「上場規則」、¹⁰⁷ 金融商品取引所における会員と顧客との関係を規律する「受託契約準則」、¹⁰⁸ 日本オンラインゲーム協会が公表す

る「ランダム型アイテム提供方式を利用したアイテム販売における表示および運営ガイド」¹⁰⁹、HACCP（危害分析重要管理点）と品質管理に関するISO9001「品質マネジメントシステム—要求事項」を合体させたISO22000「食品安全マネジメントシステム—フードチェーンのあらゆる組織に対する要求事項」¹¹⁰、JISの「苦情対策マネジメント・システムの指針」¹¹¹、金融商品販売法が金融商品販売業者に策定を義務づける「勧誘方針の内容についての基準・指針」¹¹²、プロバイダ責任制限法に基づいて組織されたガイドライン等検討協議会が公表する「プロバイダ責任制限法の解釈・運用に関するガイドライン」¹¹³、日本訪問販売協会の「自主行動規準、電気通信事業における「個人情報保護ガイドライン」¹¹⁵、ケーブルテレビによる「地上波番組の再放送同意に係るガイドライン」¹¹⁶、「日本版スチュワードシップ・コード」と「コーポレートガバナンス・コード」¹¹⁷、企業会計の「会計規準」¹¹⁸などがある。¹¹⁹

このほか、消費市場における事業者の自主行動規準、ADRスキーム、社内苦情対応マネジメントシステム、規格（国内・国外）なども、一種のソフトローである。国内規格としてよく知られているのは、「JIS規格（日本工業規格）」である。国際規格には四種類があるが、日本でよく知られているのはISO規格である。¹²⁰

また、消費者基本法は、消費者の権利を明記し、事業者と消費者が果たすべき役割を明記するとともに、事業者の新たな役割の中で、事業者は「その事業活動に関し自らが遵守すべき規律を作成すること」を規定されているが（消費者基本法五条二項）、この場合の自主ルールもソフトローといわれている。¹²¹

前述したように、DPFビジネスにおけるDPF提供者は、もはや単なる「場」貸しの仲介業者ではなく、間接ネットワーク効果を伴う多面市場を支配し、これを通じて資産や富の分配を行う主体として位置づけられる。そのようなDPF提供者が策定する共同規制もまた、ソフトローということができ。これは、DPF取引透明化法を根拠

法とし、経済産業大臣が示す指針の内容に沿いながら、自らの創意と工夫により定められる自主ルールである。先の分類では、国家法（ハードロー）が政府以外の主体によって策定された規範（ソフトロー）による規律を承認している場合であるといえる。この共同規制においては、取引条件の開示ルールを義務づけながら、その実施状況を毎年報告書に記載して報告し、経済産業大臣による評価を受けることによつて、取引の透明化が図られる仕組み（モニタリングシステム）が採用されている。そして、その違反に対しては、法よる罰則や過料が予定されており、国家によるエンフォースメントが担保されている点に特徴がある。

(2) ゴールベースの共同規制

D P F取引透明化法が導入する共同規制は、国家法の存在を前提としつつ、政府の指針に沿いながら、それと併存して、あるいは、それに代替する形で、私法秩序を形成する役割を担っており、これまでにない新たな規制手法といふことができる。このような共同規制が新たなスタンダードとして広く用いられて行くなれば、法の世界における変化が国家のあり方の変化と結びつくことにより、新たな私法が形成されることが予見される。

共同規制の策定にあたっては、これをソフトローとして機能させようとする場合、次の点に留意する必要がある。これまでもすでに述べたところであるが、あらためて指摘しておく。¹²²

第一に、D P F取引市場における提供者・購入者間の契約は、D P F提供者との利用規約を前提にP Fを介して構築される多面的契約であるという点である。このような多数当事者が関与する契約ないし取引にあつては、契約の法律関係を伝統的な契約理論に基づく当事者間の合意に従っていたのでは、実態に即した適切な処理を導くことはでき

ない。各当事者間の関係を個々の契約に分解し、個別契約の連鎖（いわば線）で捉えるのではなく、多角の視点に立って、すべての関係当事者による取引への参集（いわば面）で捉えるという発想をもつことが必要と考えられる。¹²³

第二に、D P F 提供者は、D P F の開設にあたり利用規約を定め、これに合意する出品者や消費者にD P F を介した取引の参加を許諾している。これは、従前の伝統的な契約理論による合意ではなく、合意事項に対する全員の同意を意味するものである。これにより、D P F の取引参加者の全員、およびD P F 提供者との間には契約上の債権債務が生じる。このような契約上の責任の根拠については、これまで漠然と考えられていた。これに対し、合意事項に対する全員の同意という考え方は同意理論と呼ばれるが、取引実態を踏まえた問題解決の法理を探求するにあたり有用であり、多角の視点からD P F 提供者の契約上の責任に対する理論的根拠を提供するもの¹²⁴ができる。

同意理論は、契約を相対する当事者の意思表示の合致（合意）として当事者を対立構造で捉えるのではなく、あらかじめ定立された合意事項に対して当事者が同意することにより多角的な取引関係が形成され、これを規律するものとして、すべての関係当事者間には合意事項に沿った契約上の効力が生じるとする考え方である。合意事項の確定にあたっては、当事者の意思にのみ依拠するのではなく、同意に対する客観的評価の対象として、契約の趣旨や目的、契約の性質、正義・衡平なども、その中で考慮される。個々の当事者をもつ合意の意思は同意の中に内在的に取り込まれ、合意事項に対する客観的評価を通じて修正することも可能である。この場合、多数当事者に新たな契約関係を観念することによって、当事者の合意とは別の効果を引き出すこともできる。¹²⁵

また、取引の拡大により、後から当該取引に参加する場合、合意事項に対する参加者の同意によりすべての関係当事者間に同様の契約上の効力が生じるが、契約は多数当事者間を規律する契約として、当該取引を維持するために必

要な契約上の効果を規範的に創出することが求められる。同意理論によれば、あらかじめ定立された合意事項や契約の趣旨・目的などに合致する限り、契約当事者が誰であるかを最初から固定する必要はないということがいえる。⁽¹²⁶⁾

第三に、D P F 提供者は、単なる場貸しの業者ではなく、D P F を開設し管理運用しながら、出品者や消費者などの利用者が参加するD P F 取引市場を適正かつ透明に維持する義務を負う地位にあるという点の認識が重要である。D P F 提供者には、このような契約上の義務として、D P F から生じる社会的な害悪を排除し、あるいは、抑制することが求められる。⁽¹²⁷⁾ 具体的には、D P F 提供者は、D P F 利用者の権利・利益に与える負の影響を評価し、自らの責任範囲でないと考える事項については具体的な法令遵守行動をD P F 利用者に求め、これに応じない場合には当該D P F の取引市場から退出させたり、D P F 利用者に対するアカウントの利用停止を命ずるなどの責任を負っているということが出来る。

そして、当該D P F から生ずる利用者の損害については、D P F 提供者は当該D P F を管理運用する者として、損害賠償責任を負うものと考えられる。この場合、D P F 取引にD P F 提供者が関与する程度、D P F 取引からD P F 提供者が収受する利益の割合に応じて、D P F 提供者は契約上の連帯責任を負担する立場にあるということがいえる。⁽¹²⁸⁾

以上のような見地から、D P F 提供者に一定の役割・義務・責任を担わせることは、D P F 利用者の保護を図ることとはもちろん、取引の透明性および公正性を促進するうえで必要であるとともに、自らの健全な発展を促す契機にもなるといえよう。

六 今後の課題と展望―結びに代えて

本稿で取り上げたD P F取引透明化法は、基本理念（同法三条）にも現れているように、変化の激しいデジタル市場における未知の技術革新を阻害しないようにとの見地から、従来の伝統的な介入的規制手法とは異なり、政府が指針を通じて柔軟なガイドラインを示しつつ、各々の特定D P F提供者がこれを参考としながら取引の透明性および公正性の向上のための取組みを自主的かつ積極的に行うことによつて、その目的を達成するという規制手法である。そのような考え方の下に、同法は、モニタリング・レビューの制度を導入するなど、新たな規制のあり方を試みている。共同規制と同時に導入されたモニタリング・レビューの制度は、政府の示す目的達成のためのいわば車の両輪であつて、共同規制の実効性はモニタリング・レビューと相まって効果的な機能を発揮するものと期待されている。

D P F取引透明化法が導入する共同規制は、いわばゴールベースの規制であり、細やかな行為義務を示すルールベースから、最終的に達成されるべき価値を示すゴールベースに移行することを示すものである。高度なデジタル技術を基盤とする社会においては、今後、このような手法が法規制の標準モデルとして、主流になつて行くものと思われる。

D P Fが創り出す市場は、間接ネットワーク効果の伴う多面市場である。ゴールベースの共同規制は、細かな行為義務を定めず、ゴール達成のための具体的な方法についてD P F提供者に大きな自由を与えることになるが、D P Fには様々な種類のものがあり、すべてのD P F提供者がゴールベースの規制に十分対応できるとは限らない。現在は、指定された特定のD P F提供者のみが共同規制の対象とされているが、D P F市場は、ネットワーク効果や規模の経

済性などを通じて独占化や寡占化が進みやすく、一部のDPFに取引上依存せざるをえない構造をもっている。このような市場では、取引の透明性および公正性の向上のための取組みを自主的かつ積極的に行うよう促進するためには、他のDPF提供者にもゴールベースの共同規制の手法は活用されるべきであろう。社会のスピードや複雑さに法が追いつけない問題を克服するためには、政府が示す目的達成に向けて、利用規約やガイドライン、標準を策定し、利用関係者などのマルチステークホルダーによる関与の下で、官民共同してこの問題に取り組むことが必要であるといえる。

- (1) 伊永大輔「プラットフォーム取引透明化法の意義と解釈運用の方向性」法律のひろば七五巻四号（二〇二二年）二九頁、平山賢太郎「デジタルプラットフォームをめぐる取引の『透明化』」Business Law Journal 一二巻六号（二〇二〇年）三四頁以下、三六頁、増島雅和「特定デジタルプラットフォーム透明化法の概要とデジタルプラットフォーム規制の今後」経理情報一六〇九号（二〇二一年）三〇頁など。
- (2) 長谷川貞之「市場のプラットフォーム化をめぐる契約上の諸問題」日本法学八五巻四号（二〇二〇年）一四一頁以下、二五九―一六二頁。経済産業省「第四次産業革命に向けた横断的制度改革研究会報告書」（二〇一六年九月）では、アプリストアをめぐる、決済手段に対する拘束、硬直的な価格体系、ストア運営者自らの提供するアプリと競合するアプリの排除、販売や返金処理などに関する情報提供の少なさ、不透明な審査基準とその運用などの課題が指摘されていた。この点につき、北島洋平ほか「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律の概要」金法二一四三号（二〇二〇年）二六頁以下、経済産業省「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行の施行に向けた論点」（令和二年八月）参照。
- (3) DPF取引透明化法は、全四章二五か条から成る。長谷川・前掲注(2)一六一頁。詳細は、村瀬光ほか「特定デジタルプ

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に係る政省令および指針の概要」金法二一六〇号 (二〇二一年) 三二頁以下。同人らのグループによる同趣旨の解説として、村瀬光ほか「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 政省令及び指針の概要」公正取引八四八号 (二〇二一年) 三三三頁以下、村瀬光ほか「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政省令・指針の解説」法律のひろば二〇二二年五月号五頁以下、山田真由葉ほか「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律のひろば二〇二一年」制度の概要」NB L一一九二号 (二〇二一年) 四頁以下がある。指針については、梶元孝太郎「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に関する政省令・指針の解説 (一) — 指針の解説」NB L一一九三 (二〇二一年) 三四頁以下を参照。

(4) 羽深宏樹「デジタルプラットフォーム取引透明化法にみるイノベーションガバナンスの在り方」法律のひろば七四巻五号 (二〇二二年) 四四頁。

(5) 先行研究として、安平武彦「デジタルプラットフォームをめぐる規制の到達点と実務 (一) (二) (三・完)」NB L一一九四号 (二〇二一年) 三三三頁以下、一一九六号 (同年) 五八頁以下、一一九九号 (同年) 一〇〇頁以下のほか、岸原孝昌「アプリ事業におけるデジタルプラットフォーム取引透明化法と関連施策に関する考察」法律のひろば七五巻四号 (二〇二二年) 一六頁以下、宮下佳之「『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』について」コピーライト七三二号 (二〇二二年) 三四頁以下、平山・前掲注(1)三四頁以下、増島・前掲注(1)三〇頁以下、羽深・前掲注(4)四四頁以下、伊永・前掲注(1)二九頁以下などがある。

(6) 共同規制という新たな規制手法の意義につき、羽深・前掲注(4)四八頁。

(7) DPF消費者利益保護法の立法経緯は、板倉陽一郎「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の概要と企業対応の要点」ビジネス法務二二巻八号 (二〇二二年) 一一九頁以下、同「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の制定経緯と概要」自由と正義七二巻一〇号 (二〇二二年) 一五頁以下に詳しい。DPF消費者利益保護法の意義および解釈上の問題点については、安平武彦「デジタルプラットフォームをめぐる

る規制の到達点と実務(三・完)「NBL一一九九号(二〇二一年)一〇〇頁以下、石井夏生利「取引デジタルプラットフォームの消費者取引における売主の本人確認のあり方」現代消費者法五一号(二〇二一年)二八頁以下、榎本英之ほか「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律の概要」公正取引八一九号(二〇二一年)五八頁以下、鹿野菜穂子「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律の意義と残された課題」自由と正義七二卷一〇号(二〇二一年)一〇頁以下など参照。

(8) 全体の経緯については、小早川太伸「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律(令和二年法律第三八号)」自由と正義七一巻九号(二〇二〇年)四〇頁以下、四〇―四一頁に詳しい。DPFに対するルール整備に向けた検討につき、北島ほか・前掲注(2)「金法二二四三号」二二七―二七頁以下。

(9) 北島ほか・前掲注(2)「金法二二四三号」二七頁。その後、有識者会議は取引環境の透明性・公正性確保に向けた具体的な制度設計の選択肢について検討を進め、二〇一九年五月に「プラットフォーム型ビジネスの台頭に対応したルール整備に関するオプシオン」を公表している。

(10) 北島ほか・前掲注(2)「金法二二四三号」二七頁。

(11) 長谷川・前掲注(2)一六一頁、北島ほか・前掲注(2)「金法二二四三号」二七頁。

(12) 公正取引委員会「デジタル・プラットフォームフォーマーの取引慣行等に関する実態調査報告書」(令和元年一〇月三十一日)。

(13) 安平・前掲注(5)「NBL一一九四号」二七―二八頁。

(14) 羽深・前掲注(4)四四頁。

(15) 長谷川・前掲注(2)一七七頁以下。これに続く論稿として、長谷川貞之「デジタルプラットフォーム事業者の法的地位と契約上の責任」日本法学八七巻二号(二〇二一年)三一―三二頁以下参照。

(16) 増島・前掲注(1)三二―三三頁。

(17) DPF概念の多義性につき、長谷川・前掲注(2)一四六―一四七頁。

(18) 安平・前掲注(5)「NBL一一九四号」三四頁。

- (19) 増島・前掲注(1)三〇頁。
- (20) 中川丈久「デジタルプラットフォームと消費者取引」ジュリ一五五八号(二〇二二年)四〇頁、四一頁以下。
- (21) 長谷川・前掲注(2)一四七頁以下。
- (22) 二〇二〇年一月の第三回デジタル市場競争会議の決定事項である。北島ほか・前掲注(2)「金法二二四三号」二九頁。
- (23) オンラインモールにつき政令一項の表一号、アプリストアにつき政令一項の表二号参照。詳細は、村瀬ほか・前掲注(3)「金法二二六〇号」三三―三四頁。
- (24) 村瀬ほか・前掲注(3)「金法二二六〇号」四一頁、小川聖史「デジタルプラットフォーム取引透明化法の最新動向と今後の展開」ビジネス法務二巻七号(二〇二二年)九二頁以下、九三頁、安平・前掲注(5)「NB L二一九六号」五九頁など。
- (25) 安平・前掲注(5)「NB L二一九四号」三五頁注³。
- (26) 安平・前掲注(5)「NB L二一九四号」NB L二一九四号三五注⁵。
- (27) デジタルプラットフォームビジネス全般に共通する法律上の留意点につき、矢田悠||玉川竜太「デジタルプラットフォームを始める際の留意点」ビジネス法務一九巻九号(二〇一九年)一二八頁、一二九頁以下。
- (28) 羽深・前掲注(4)四四頁。
- (29) 伊永・前掲注(1)三五頁。
- (30) 詳しくは、村瀬ほか・前掲注(3)「金法二二六〇号」三六―三八頁、村瀬ほか・前掲注(3)「法律のひろば七四巻五号」七一―七二頁など。
- (31) アルゴリズムという言葉は、現在のイラクのバグダードにおける九世紀の数学者アル・フワーリズミー (Al-Khwārizmī : ca. 780-ca.850) の名前に由来するといわれている。彼がインド数学を紹介したアラビア語の著作『インドの数の計算法』(Kitāb al-Jamā wa'l-Tafrīq bi'l-Hisāb al-Hindī, 八二五年)が一二世紀に『アルゴリトミ・デ・ヌーメロ・インドルム』(Algorithmi de numero Indorum) という題名でラテン語に訳され、西洋で紹介された。この翻訳本は通称『アルゴリトミ』と呼ばれ、五〇〇年にわたってヨーロッパの各国の大学で数学の主要な教科書として用いられた。これがアルゴリズムの

語源の由来となったと考えられている (Panos Louridas, *Algorithms*, MIT Press 2020, 6-7)。アルゴリズムを介して動作するコンピュータプログラムやAIが、多くの取引において用いられており、人間の選択に取って代わる新しい時代の到来を告げている。インターネット上のDPFにも、このようなアルゴリズムやAIなどのコンピュータプログラムが装備されている。今後、アルゴリズムやAIの応用が進むことで、予測や識別などビジネスや日常における諸問題への応用が飛躍的に進化して行くと考えられる。ただ、膨大なデータからアルゴリズムを用いて一定の数値や項目が導かれる場合、アルゴリズムによる決定のプロセスはブラックボックスの状態にあり、アルゴリズムに対する透明性の問題が議論されている (Frank Pasquale, *The Black Box Society: The Secret Algorithms that Control Money and Information*, Harvard University Press, 2016)。また、アルゴリズムやAIはそれらを実行する方法を自律的に決定するが、人間の選択の基礎となる意思とアルゴリズムやAIの自律性は対立することもありうる。人間の意思と異なるアルゴリズムの選択やAI行動により、相手方の損害が生じたとき、その損害を誰に・どのような形で帰属させるどうかは、大きな問題である。多くの文献があるが、差し当たり、福岡真之介編著『AIの法律』(二〇二〇年、商事法務)一四八頁以下、河島茂夫『未来技術の倫理』(勁草書房、二〇二〇年)一〇二頁以下、一八一頁など参照。アルゴリズムと契約につき、Lauren Henry Scholz, *Algorithmic Contracts*, 20 STAN. TECH. L. REV. 128 (2017); Timothy D. Robinson, *A Normative Evaluation of Algorithmic Law*, 23 AUCKLAND U. L. REV. 293 (2017). Michal Gal, *Algorithmic Challenges to Autonomous Choice* (2017), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2971456>.

(32) 第三回デジタル市場競争会議・配布資料「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の概要」(二〇二〇年一月)参照。 <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/kyosokaiji/dai3/siryoul.pdf>

(33) 詳細は、梶元・前掲注(3)三五―三八頁。指針の概要については、村瀬ほか・前掲注(3)【金法二一六〇号】四〇頁。

(34) 梶元・前掲注(3)三九頁。

(35) 上杉秋則「デジタル・プラットフォーム事業と優越的地位の濫用規制」国際商事法務四九巻五号(二〇二一年)五八八頁以下、泉水文雄「デジタル・プラットフォームのルール整備と競争政策」公正取引八二二号(二〇一九年)三頁以下、小川聖史「プラットフォームと競争法・競争政策」公正取引八二二号(二〇一九年)一二頁以下など。DPF取引をめぐる議論の概

要につき、長谷川・前掲注(2)一五九―一六二頁、一七七頁以下。DPF全般に共通する法律上の留意点については、矢田・玉川・前掲注(27)一二九頁以下参照。

(36) 別所直哉「プラットフォーム規制とイノベーション」ジュリ一五四五号(二〇二〇年)三九頁。

(37) 北島洋平ほか「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律の概要」Law & Technology 八九号(二〇二〇年)六四頁以下。

(38) 長谷川・前掲注(2)一八〇頁。

(39) 長谷川・前掲注(2)一八一―一八七頁。

(40) DPF消費者利益保護法は、公布日である二〇二二年五月一〇日から一年以内に施行される予定である。

(41) 藤井康次郎・角田龍哉「プラットフォーム事業者側の視点」ジュリ一五四五号(二〇二〇年)三三三頁以下。プラットフォーム事業者の社会的責任につき、松本恒雄「安心で信頼できるプラットフォームのために」情報法制研究七号(二〇二〇年)一頁以下、一―二頁。

(42) 玉川竜太「(イチ)から始めるデジタルプラットフォームビジネス」法律実務研究三五号(二〇二〇年)一三三頁以下、一三八頁。なお、業法の中には、表示・広告規制について規制対象を自ら商品やサービスを提供する者に限定していないものや(医薬品医療機器等法六六条・六八条、健康増進法三二条)、DPF提供者のような仲介業者に対しても広告規制を及ぼしているものがある(金融商品取引法三七条)。

(43) 個人情報やプライバシーをめぐる法律と実務は、今日激動の最中にある。最近の個人情報保護法の改正につき、村瀬光ほか「個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律」(令和二年改正)等について「法律のひろば七三卷一〇号(二〇二〇年)四頁以下、佐藤一郎「技術的観点から見た改正個人情報保護法―技術的に将来を見通して」法律のひろば七三卷一〇号(二〇二〇年)一四頁以下、岡田淳ほか「個人情報とは何か―容易照合性、仮名加工情報、仮名加工情報の概念を中心とした考察」NBL一二〇四号(二〇二二年)五〇頁以下など参照。

(44) 植田貴之「クラウドサービスでのデータ利活用に係る規定」ビジネス法務二一巻八号(二〇二一年)三一頁以下、三二頁。

- (45) 大坪くるみ「プライバシーポリシー作成・審査の際の着眼点」ビジネス法務二二巻八号（二〇二二年）三五頁以下。
- (46) 渡邊涼介ほか編著『デジタルプラットフォームの法律問題と実務』（青林書院、二〇二二年）八一〇頁、玉川・前掲注(42)一四二頁。
- (47) 渡邊ほか編著・前掲注(46)二八三頁以下、二九二―二九六頁、三二二頁以下〔石田健〕。
- (48) 渡邊ほか編著・前掲注(46)三〇四頁、三一頁以下〔石田健〕。
- (49) 玉川・前掲注(42)一四一―一四二頁、一五九頁注15。
- (50) 公取委が事件処理をすることによって形成される可能性のある規範は、行為者にとって相対的に緩やかな規範であるとの指摘がある。白石忠志「行為者に有利な事件処理による独禁法上の規範形成」中山信弘編集代表／中里実編『政府規制ソフトウェア』（有斐閣、二〇〇八年）一四五頁以下、一五九頁。しかし、その妥当性や有効性をめぐる議論は、十分に理論的な検討がなされたとはいえない状況にある。瀧澤紗矢子「企業結合規制における問題解消措置を通じたソフトウェア形成に関する一考察」中山信久編集代表・中里実編『政府規制とソフトウェア』（有斐閣、二〇〇八年）一二二頁以下、一二一―一二三頁、泉水文雄「企業結合規則における救済措置の設計と手続のあり方」日本経済学会年報二四号（二〇〇三年）七五頁以下。DPFの市場における優越的地位と市場経済との関係について、武田邦宣「デジタルプラットフォームの市場分析」公正取引七七九号（二〇一五年）一九頁以下。
- (51) 詳しくは、渡邊ほか編著・前掲注(42)三二七頁、三三一頁以下。
- (52) 玉川・前掲注(42)一四八頁。
- (53) 詳しくは、玉川・前掲注(42)一四七―一四八頁。
- (54) 玉川・前掲注(42)一五〇頁。詳しくは、戸嶋浩二「ライドシェア・カーシェア規制の論点」NBL一〇九七号（二〇一七年）三〇頁以下。
- (55) 資金稼働業の登録にあたっては、利用者保護の観点から、買主から預かっている金額以上履行保証金の供託（最低一〇〇〇万円。資金決済法四三条、同施行令一四条）のほか、安全管理措置（同法四九条）や利用者の本人確認（犯罪収益移

転防止法二条二項三〇号、四条)などが求められる。玉川・前掲注(42)一五一―一五三頁。

(56) インターネットの普及と決済サービスの動向につき、宮居雅宣『決済サービスとキャッシュレス社会の本質』(金融財政事情研究会、二〇二〇年)二頁以下、四五―九四頁。

(57) 詳しくは、長谷川・前掲注(2)一八八頁。

(58) 経済産業省「電子法取引及び情報財取引に関する準則」(二〇一八年七月)七三頁。

(59) 本裁判例では、モールの運営者は商標権侵害の事実を知ったときから八日以内に侵害商品を削除しており、損害賠償責任を否定された。玉川・前掲注(42)一四四頁。詳しくは、長谷川・前掲注(2)一八九頁。

(60) 詳細は、渡邊ほか編著・前掲注(46)一七八―一八〇頁「梅本大祐」。

(61) 前田泰「プロバイダ法改正の意義―プラットフォーム事業者の責任の観点から―」群馬大学社会情報学部研究論集二九卷(二〇二二年)一頁以下、三頁、神田知宏『インターネット削除請求・発信者情報請求の実務と書式』(日本加除出版、二〇二二年)五一頁。これまでの情報開示請求の利用状況につき、町村泰貴「プロバイダ責任制限法施行後の状況(上)(下)」*Law & Technology* 二二号(二〇〇四年)二〇頁以下、二三号(二〇〇四年)五四頁以下、大村真一「プロバイダ責任制限法の概要―法の概要と制定一〇年後の検証の概要」堀部政男監修『プロバイダ責任制限法 実務と理論―施行一〇年の帰責と展望―』別冊NBL一四一号(二〇二二年)一三頁以下など参照。

(62) 平成二三年の省令改正により「インターネット接続サービス利用者識別符号」および「SMカード識別番号」を、平成二七年の省令改正により「ポート番号」を、令和二年省令改正により「発信者の電話番号」を、それぞれ発信者情報に追加している。

(63) 今回の法改正のための検討作業は、総務省の「発信者情報開示の在り方に関する研究会」で行われた。そのため、同研究会の「最終とりまとめ」が改正法の趣旨を知るための第一次資料である。改正法成立に至る経緯と改正法の概要については、高田裕介ほか「『プロバイダ責任制限法の一部を改正する法律』(令和三年改正)の解説」NBL二二〇一号(二〇二二年)四頁以下、高田裕介ほか「『プロバイダ責任制限法の一部を改正する法律』(令和三年改正)について」コピライト七二六号

- (二〇二二年) 三四頁以下、曾我部真裕「改正プロバイダ責任制限法の概要と成立の背景・経緯」『ビジネス法務二二卷八号(二〇二二年) 八一頁以下、佐々木奏「新しい裁判手続を創設！プロバイダ責任制限法の改正」企業会計七三卷九号(二〇二二年) 一三四頁以下、成原慧「媒介者責任の再検討—プロバイダ責任制限法改正および関連する取組みの意義と課題』法セミ八〇三号(二〇二二年) 四五頁以下、奥田健斗「新法令紹介」自由と正義七二卷一号(二〇二二年) 五四頁以下など。
- (64) 清水洋平Ⅱ中澤祐一「新たな裁判手続—『発信者情報開示命令事件』の概要と活用方法』『ビジネス法務二二卷八号(二〇二二年) 八九頁以下。
- (65) 清水陽平「開示請求の対象拡大—電話番号・ログイン型投稿の追加」『ビジネス法務二二卷八号(二〇二二年) 八四頁以下。
- (66) 長谷川・前掲注(15)三三八頁。
- (67) 前田・前掲注(61)五頁、前田泰「匿名で取引するシステムの提供する者の責任—履行請求権の視点から」『群馬大学社会情報学部研究論集二八卷(二〇二二年) 九九頁、一一八頁以下。
- (68) 長谷川・前掲注(15)三三八頁以下、三四〇頁。インターネット検索を管理運営する検索事業者に対して検索結果(例えば、犯罪歴や忌まわしい過去など)の削除を求めて争われる近時の裁判例については、内田貴「インターネットにおける検索結果の削除について—『情報流通基盤』を考える視点」(中田裕康先生古稀記念)『民法学の継承と展開』(有斐閣、二〇二二年) 七〇九頁以下に詳しい。
- (69) 渡邊ほか編著・前掲注(46)一六二頁「渡邊涼介」。
- (70) 有馬優人「免責条項の有効性・有用性の考察と有事対応のポイント」『ビジネス法務二二卷八号(二〇二二年) 一三三頁以下、二四頁。
- (71) 詳細は、消費者庁ウェブサイト「消費者契約法逐条解説」(平成三二年二月) 一六二頁。
- (72) 有馬・前掲注(70)二四頁。
- (73) 詳しくは、須藤希祥「サルベージ条項をめぐる議論の最新動向と対応」『ビジネス法務二二卷八号(二〇二二年) 二八頁以下。

- (74) 須藤・前掲注(73)二八―二九頁。
- (75) 須藤・前掲注(73)二九頁。
- (76) 山下友信「定型約款」安永正昭ほか監修『債権法改正と民法学Ⅲ契約(二)』(商事法務、二〇一八年)一三七頁以下。
- (77) 大村敦志『消費者法「第四版」』(有斐閣、二〇一一年)二〇〇頁。
- (78) 吉川翔子「改正民法関連規定から検討する有効な『同意取得』方法とは」『ビジネス法務二二卷八号(二〇二一年)一二頁以下、一三頁。
- (79) 渡邊ほか編著・前掲注(46)三七九頁「今村敏」。定型約款の例としては、インターネットを通じた物品売買における購入約款やインターネットオークションの利用契約、インターネットオークションの利用規約が挙げられる。この点につき、筒井健夫Ⅱ村松秀樹『一問一答 民法(債権関係)改正』(商事法務、二〇一八年)二四三頁以下、村松秀樹Ⅱ松尾博憲『定型約款の実務Q&A』(商事法務、二〇一八年)五〇頁。
- (80) 渡邊ほか編著・前掲注(46)八七頁「梅本大祐」。みなし合意からの除外規定の立法趣旨については、山下・前掲注(76)一三七頁以下に詳しい。
- (81) 筒井Ⅱ村松・前掲注(79)二五二頁、村松Ⅱ松尾・前掲注(79)九二頁。
- (82) 山下・前掲注(76)一五二頁。
- (83) 山下・前掲注(76)一五二頁。改正民法五四八条の二第二項の提案の変遷については、森田修「約款規制―制度の基本構造を中心に(その三)」法教四三四号(二〇一六年)八五頁以下参照。
- (84) 【部会資料八六一―二】三頁。四つの最高裁判例の概括的な検討につき、山下・前掲注(76)一五七―一六二頁。
- (85) 山下・前掲注(76)一五二頁。山本敬三「改正民法における『定型約款』の規制とその問題点」消費者法研究三号(二〇一七年)三二頁以下、六二頁は、五〇年を超えるこれまでの約款法学の成果をあげて無視した構成であり、二項は何か合意したものとみなされないかについて何の基準も示されていないと批判的である。山本豊「改正民法の定型約款に関する規律について」深谷格Ⅱ西内祐介編著『大改正時代の民法学』(成文堂、二〇一八年)三七七頁以下、四〇三頁は、二項につき

時計の針を数十年巻き戻したような意味合いをもつ規定という。

- (86) 山下・前掲注(76)一六六頁。
- (87) 法務省民事局参事官室『民法(債権関係)の改正に関する中間試案の補足説明』(平成二五年四月)三七三頁。民法部会
の審議につき、森田修「約款規制―制度の基本構造を中心に(その四)」法教四三五号(二〇一六年)八八頁以下、八八―
八九頁、山本(豊)・前掲注(85)四一七―四二五頁など参照。
- (88) 筒井Ⅱ松村・前掲注(79)二六〇頁。
- (89) 清水真希子「ソフトロー―民事法のパススペクティブ(二)―」阪大法学六七卷六号(二〇一八年)一三四―一頁以下。ソ
フトローに関する主な参考文献につき、同論文一三六五―一三七八頁の「文献目録」参照。
- (90) 森田果「ソフトローの基本概念」自由と正義六七卷七号三五頁以下、三六―三七頁。
- (91) 清水真希子「規範の形成とエンフォースメント―ハードローとソフトローの相対化のための枠組み―」河上正二Ⅱ大澤彩
編著『人間の尊厳と法の役割』(廣瀬久和先生古稀記念)(信山社、二〇一八年)四八九頁以下、四九八頁。
- (92) 小塚壮一郎「通信・放送分野におけるソフトロー」自由と正義六七卷七号(二〇一六年)五三頁。
- (93) 加賀見一彰「ハードローからソフトローへの権限移譲」中山信弘編集代表/藤田友敬編『ソフトローの基礎理論』(有斐
閣、二〇〇八年)一九五頁以下、一九七頁。
- (94) 藤田友敬「ソフトローの基礎理論」ソフトロー研究二三号(二〇一三年)一頁以下、一二頁。
- (95) 清水(真)・前掲注(91)四九一―四九二頁。併せて、清水真希子「民事におけるソフトロー」法セミ七七六号(二〇一九
年)三〇頁以下参照。
- (96) 森田(果)・前掲注(90)三九―四〇頁。
- (97) 森田(果)・前掲注(90)四〇頁。
- (98) 松本恒雄「消費者政策におけるソフトローの意義と限界」自由と正義六七卷七号(二〇一六年)四九頁以下、五二頁、松
本・前掲注(41)二頁。

- (99) 藤田（友）・前掲注(94)六一―七頁。
- (100) 藤田（友）・前掲注(94)七頁。
- (101) 中里実「国家による介入とその手法―国家、市場、法の関係」中山信弘編集代表／中里実編『政府規制とソフトロー』（有斐閣、二〇〇八年）一一頁以下、一五―一六頁。
- (102) 中里・前掲注(101)一六頁。
- (103) 藤田友敬「ハードローの影のもとでの私的秩序形成」中山信弘編集代表／藤田友敬編『ソフトローの基礎理論』（有斐閣、二〇〇八年）二二―二七頁以下、二二―二九頁。
- (104) 神田秀樹「市場取引とソフトロー」ソフトロー研究二三号（二〇一四年）二九頁、三〇頁以下、岩村正彦「ソフトロー・プロジェクトの一〇年」ソフトロー研究二三号（二〇一四年）四一頁、四二頁以下など参照。
- (105) 中里・前掲注(101)二四頁、二七頁、三一頁。
- (106) 神田・前掲注(104)三七頁。同様の指摘として、清水（真）・前掲注(95)三一―三三頁。
- (107) 森田（果）・前掲注(90)三七頁、神田・前掲注(104)三四―三六頁。これに関連して、振替法に基づく日本証券業協会の解釈指針につき、神田・前掲注(104)三五―三六頁。
- (108) 小塚壮一郎「形成主体の側から見たソフトロー―ソフトローを形成する『団体』」中山信弘編集代表／藤田友敬編『ソフトローの基礎理論』（有斐閣、二〇〇八年）一〇二頁以下、一〇四頁。
- (109) 森田（果）・前掲注(90)三九頁。
- (110) 松本・前掲注(98)四九頁。
- (111) 松本・前掲注(98)五〇頁。
- (112) 松本・前掲注(98)五一頁。
- (113) 小塚・前掲注(92)一一二頁、小塚壮一郎「通信・放送分野におけるソフトロー」自由と正義六七卷七号（二〇一六年）五三頁以下、五四頁。

- (114) 小塚・前掲注(92)一一四―一一五頁。
- (115) 小塚・前掲注(113)五六頁。
- (116) 小塚・前掲注(113)五八頁。
- (117) 高橋真弓「ソフトローとしてのコーポレートガバナンス・コードとスチュワードシップ・コード」自由と正義六七巻七号(二〇一六年)四二頁以下。
- (118) 小塚・前掲注(92)一一一頁。
- (119) 国際商事法におけるソフトローの機能ないし役割については、ヘンリー・D・ゲイブリエル／木戸茜(訳)「普遍的なソフトロー原則の展開」北法六五巻二号(二〇一四年)三六二頁以下、長沼健「国際商取引におけるソフトローの形成とその循環モデルについて」同志社商学七〇巻一号(二〇一八年)六五頁以下、神田・前掲注(104)三七頁以下など参照。
- (120) 詳しくは、タン・ミッシェル「ソフト・ローと消費者利益の増進―規格(standards)を中心に」帝塚山法学一五号(二〇〇七年)一三六頁以下。併せて、濱野恵「【EU】オンラインプラットフォームの公平性・透明性向上に関する規則」外国の立法二八一号(二〇一九年)四頁以下参照。
- (121) ミッシェル・前掲注(120)一三八頁以下、谷みどり「製品安全のソフトロー」四六九頁以下、四七五―四七六頁。
- (122) 長谷川・前掲注(15)三三八頁以下。DPFの組成において実務上問題となりうる事項につき、斉藤友紀ほか『ガイドブックAI・データビジネスの契約実務』(商事法務、二〇二〇年)、一五六―一八二頁、二四二―二六〇頁(利用規約の例)参照。
- (123) 長谷川・前掲注(15)三三八頁。
- (124) 詳しくは、長谷川・前掲注(15)三三九頁。契約当事者の一方の側に複数の者が関与する場合の法律関係については、従来の伝統的な法律行為概念によっていたのでは捉えられないものがある。最近の論考にもこの点に注目するものがあるが、伝統的概念から脱却するものではない。山城一真「共同型の法律行為について」〈中田裕康先生古稀記念〉『民法学の継承と展開』(有斐閣、二〇二二年)一三九頁以下、後藤卷則「改正民法における合意をめぐる攻防」同書三三五頁以下など参照。
- (125) 長谷川・前掲注(15)三三九―三四〇頁。

(126) 長谷川・前掲注(15)三四〇頁。

(127) 長谷川・前掲注(15)三四〇頁。

(128) 長谷川・前掲注(15)三四一頁。