

◇この議事速報（未定稿）は、正規の会議録が発行されるまでの間、審議の参考に供するための未定稿版で、一般への公開用ではありません。

◇後刻速記録を調査して処置することとされた発言、理事会で協議することとされた発言等は、原発言のまま掲載しています。

◇今後、訂正、削除が行われる場合がありますので、審議の際の引用に当たっては正規の会議録と受け取られることのないようお願いいたします。

○永岡委員長 次に、尾辻かな子君。

○尾辻委員 おはようございます。立憲民主党の尾辻かな子です。

今日は、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案について質問をしてみたいと思います。

何よりこの法案は、この名称のとおり、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が保護されなければいけないと思っております。

最近、やはり、インターネット通販による消費者トラブル、二〇一九年で二十二・六万件、二〇二〇年、昨年は、コロナの流行もありますから、更にこの件数が増加をしております。こうしたインターネット通販等によるトラブルを解決できるような法案になっているのか、このような視点で順次お聞きをしてみたいと思います。

まず、今回、対象となる取引デジタルプラットフォーム、これはどれぐらいの範囲がこの取引デジタルプラットフォームとなるのかということな

んですね。今もるる議論がされておりますいわゆるBツーC、これはビジネス・ツー・コンシューマーということで、企業から消費者に対して販売する、このプラットフォームが入るんだということです。

なので、確認をしていきたいと思うんですけれども、アマゾンとか楽天とかは入るんだろうなと思います。これも答弁いただきたいと思うんですけれども、あと、例示で来ていたのが、グーグルプレーという、スマートフォンに入っている、アプリをダウンロードするところとか、アップルストア、こういうところも入るといふことでよろしいでしょうか。

○坂田政府参考人 委員御指摘のとおり、含まれるということでございます。

○尾辻委員 そうすると、どこまで広がるのかということなんですけれども、私、お話を聞いていて思ったのが、これはもしかしたらユーザーイーツなんかも入ってくるのかなという感じがするんですよね。こうして申し込んだら相手に届けてくれる、ユーザーイーツ。同じようなシステムとして、出前館というのがあります。この辺りは、今回のBツーCの取引デジタルプラットフォームには当たるといふのでしょうか。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

新法案の対象である取引デジタルプラットフォームとは、取引透明化法のデジタルプラットフォームのうち、消費者がデジタルプラットフォームにより提供される場において販売業者に対して通信販売契約の申込み等を行うことができるもの、

すなわち、オンラインモールやオークションサイトなど、通信販売取引が行われるインターネット上の場を指します。

委員御指摘の出前などのサイトが対象となるかどうかにつきましては、基本的には、まず第一に販売業者等が特定商取引法上の通信販売業者に該当するかどうか、第二に、当該サイトにおいて商品の売買契約や有償の役務提供契約の申込みが行われるかどうかによって判断されることとなります。

○尾辻委員 ということは、私、これは質問通告も入れていきますので、ユーザーイーツや出前館はこのBツーCの取引デジタルプラットフォームに当たるといふことかということに、イエスカノーで答えてください。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

個別のケースについては、それを個々見てみると、先ほど申し上げたとおり、デジタルプラットフォームにより提供される場において販売業者に対して通信販売契約の申込み等を行うことができるものかどうかというところで判断をさせていただきます。

○尾辻委員 私は、今回、ちゃんと例示をして、この業者が入るかどうかというのを問うたはずで、ちゃんと文書でやっておりますから、それであるかならないかをここで答えできないというのは、これでは審議にならないと思います。お答えください。

○坂田政府参考人 何度か申し上げておりますけれども、第一に、販売業者等が特定取引法上の通

信販売業者に該当するかどうかということ、第二に、当該サイトにおいて商品の売買契約や有償の役務提供契約の申込みが行われるかどうかによって判断されるということでございます。（尾辻委員「答えていないです。止めてください。整理してください」と呼ぶ）

○永岡委員長 尾辻かな子さん。

○尾辻委員 いやいや、質問できないですよ。ちよつと止めてください。まず、止めて整理してください。

○永岡委員長 坂田審議官。

○坂田政府参考人 そういった観点からは、これに該当すれば含まれるということでございます。出前館等につきましては、出前サイトということで、この契約の申込みを行うことができるものに当たるといふことでございます。（尾辻委員「ウーバーイーツは」と呼ぶ）ウーバーイーツもそれに当たるといふことでございます。

○尾辻委員 消費者が分からないと駄目なんです、これは消費者のための法律ですから。なので、しっかりと答えていただきたいと思えます。ウーバーイーツ、出前館は取引デジタルプラットフォームに当たるといふことです。

では、一般的に、今、ライブコマースというのが最近非常にはやっています。これはNHKのクロースアップ現代などでもやっております。では、このライブコマースのアプリの会社、その会社があつて、そのアプリを使って販売業者が自分のところのバッグとか服とかを売っている、これを個人に売っている。これは取引デジタルプラットフォーム

オームに当たるといふか。宿泊予約サイト、これは議論ありましたけれども、ここも入るといふことでよろしいですか。

○坂田政府参考人 先生御指摘のライブコマースについては、もう少し具体的なところが分からないので難しいところはございますが、ライブコマースのアプリを提供し、そこで契約の申込みを行うことができるというふうになっている場合には、対象になり得るものというふうと考えております。

○尾辻委員 宿泊予約サイトはどうですか。

○坂田政府参考人 予約サイトにつきましても、そこで契約の申込みが行われることになっているケースについては対象になるということでございます。

○尾辻委員 あと、分かりにくいのが、私もちょっとこれはどうなのかなと思つたのが、クラウドファンディングですね。

クラウドファンディングで、やったら、もらいますよね、例えば、三千円だったら感謝としてこの商品をお渡ししますとか、一万円寄附してくれたら今度はこういう特典をお渡ししますと。

こういうクラウドファンディングをやっている取引デジタルプラットフォームというのは、これは今回の取引デジタルプラットフォームに当たるといふのでしょうか。

○坂田政府参考人 クラウドファンディングにもいろいろなケースがあるかと思つますが、購入型、いわゆる契約の申込み、契約が成立されるようなものについてはこの対象になり得ると思つますが、一方的な寄附という場合にはそれは当たらないものというふうには理解しております。

○尾辻委員 そうなんです。この線引き、非常にややこしいなと思つてます。

さらに、今回はCツーC、つまりカスタマー・ツー・カスタマーですね、個人が個人に物やサービスを提供するモデルは除くということになりました。これは、私は本当は入れべきだと思つております。この論点はちよつと後でやりませぬ。

例えば、メルカリというのがよくあります。もう皆さんもよくお使いになっている。これはCツーCに分類されていますけれども、ここに個人のみをした販売業者、つまり隠れBである場合、メルカリは取引デジタルプラットフォーム事業者ということになるのかどうか、お答えください。

○坂田政府参考人 委員御指摘のCツーC取引の場とされるフリマサイトにおいても、売主が実態としては事業者、いわゆる隠れBである場合には、当該事業者が売主として利用する範囲に限り、取引デジタルプラットフォームに当たり得るといふふうに考えます。

○尾辻委員 それでは、同じような形であるのが、実はアマゾンの中にも、アマゾンマーケットプレイスというのがあります。これは、よく古本の転売をするときに使われて、今、柔軟な働き方みたいなところで副業という話が出たときに、せどりというんですけれども、個人が安く古本を買って、そしてアマゾンマーケットプレイスで個人にそれより高く売るといふのがあつてます。

じゃ、この今回の法律は、アマゾンマーケットプレイスを使って個人が個人に例えば古本を販売

するというのは、対象にならないということですよね。

○坂田政府参考人 CツールCの取引の場については、適用対象外ということになっております。

○尾辻委員 そうすると、この人は対象になる、この人は対象にならない、だから、メルカリの中でも隠れBがいたり、そして、例えばこのアマゾンマーケットプレイスでもBの方がいらっしやるわけですよ、BツールCに当たるものがあると思えます。

そうしたら、この人はBなんだということを一体誰がどういう基準で判断する、これは取引デジタルプラットフォームの事業者が判断するんですか。

○坂田政府参考人 何がB、何がCというのは、先ほども御説明しておりますけれども、今後、法律を運用していく上で重要な課題というふうに考えておりますので、その辺りを明確にしていききたいというふうに思っております。

○尾辻委員 誰が隠れBに当たるのかということ判断するのは誰になるんですかね。それは、デジタルプラットフォーム事業者がやるのか、それとも消費者庁が判断するんですか。

○坂田政府参考人 お答え申し上げます。

何がBか何がCかというのは、私どもの方が、官民協議会等の場で協議しながら、具体的な内容について定めていくということでございます。それを基にデジタルプラットフォームが判断をしていくということになるかと思えます。

○尾辻委員 今ずっと、るる議論したのは、やは

りBツールCとCツールCの線引きは非常に難しいんですよね。私は、やはり、CツールCもちゃんと取引の対象にしなければ、これらのトラブルの解消はしないんじゃないかと思っております。

消費者庁の検討会論点整理では、CツールC取引の位置づけについて、「詐欺的ないし安全性に関する事案において被害を被った買主の消費者からすると、売主が個人であろうと事業者であろうと被害を回復するために権利行使が図られなければならないことは変わらないとともに、そうした被害そのものを未然に防止する手立てが求められることも変わらないと考えられるところでもある。」ということをおっしゃっているわけです。

なので、やはり、これは売主が個人であろうが事業者であろうが、消費者が被害を受けているのであれば被害を防止するということ、これは消費者庁がやらなければいけないんじゃないでしょうか。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

本法案は、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、自らが提供する場で行われる通信販売取引において売主が適切に消費者保護のための責任を果たすよう、一定の役割を定めるものがございます。売主が非事業者である個人の場合、すなわちCツールC取引の場となる場合は、売主は消費者を保護する責任を課せられていないことから、本法案の対象に含めることとはしておりません。なお、CツールC取引の場と称されるものでも、売主が実態としては事業者、いわゆる隠れBである場合には、本法案の対象となり得ます。

売主が非事業者の個人である場合の買主の保護の責任の在り方については、場の提供者が果たすべき役割と併せて、別途更なる検討が必要と考えております。

○尾辻委員 ということは、ちよつとこれは大臣にお聞きしたいんですけども、消費者庁が、CツールC取引は今後の課題とかいうことで、保護の対象にしないということになったら、CツールC取引の場を提供しているプラットフォーム提供者はどの省庁がどのように規制していくのか、そして、そこで被害を受けた消費者は一体誰が守るのか、大臣にお聞きしたいと思います。

○井上国務大臣 消費者庁の検討会においては、取引デジタルプラットフォームにおける消費者被害の実態に着目して、売主が事業者であるか消費者であるかを問わず、消費者を保護するための方策について検討を重ねてきたところであり、CツールC取引の場における消費者保護は、消費者行政の対象外としているわけではありません。

しかしながら、CツールC取引の場となるデジタルプラットフォームの役割を定めるに当たっては、デジタルプラットフォームの提供者という新たに登場した存在が果たすべき役割がどのようなものであるかという点に加え、これまでの消費者行政が主眼としてきた消費者と事業者の間の取引ではなく、売主と買主の双方が消費者である取引における売主とデジタルプラットフォーム提供者それぞれの責任の在り方という、二つの課題についての整理が必要となります。

今回の法律案では、現行法上、売主が事業者の

場合に生じる消費者保護責任に着目し、取引デジタルプラットフォーム提供者の役割を規定することとしましたが、これと同様の整理を売主が消費者である場合にも当てはめることは適当ではありません。

したがって、CツールCにつきましては、今後、消費者保護の観点から、誰がどのような責任を負っているのかや、デジタルプラットフォームの提供者がどのような役割を果たすべきかについて検討を行い、消費者の利益の保護の観点から、必要があるときは、法改正を含めた必要な対応もしてまいりたいと考えています。

○尾辻委員 大臣、必要なときは法改正も含めて対応していくということですから、やはりCツールC取引においても消費者庁こそが消費者保護を図るためにやっていくということでしょうか。

○井上国務大臣 はい、結構です。

○尾辻委員 あと、先ほどの答弁の中でも、伊佐議員でしたか、官民協議会の中にはCツールCのメルカリなどが入るといふふうにお答えいただいていたかと思いますが、それでよろしいでしょうか。うなずいていただければ、それで結構です。

○坂田政府参考人 そういったこともあり得るといふふうを考えております。

○尾辻委員 あり得るといふよりは、もう、あると言っていたところですか。

○坂田政府参考人 ございます。

○尾辻委員 ありがとうございます。

それでは、法案の更にも内容に行きたいと思うんですけれども、今回、取引デジタルプラットフォーム

ム提供者による措置の実施が努力義務になった。この努力義務になったというのは、私は残念でありません。

というのが、やはり、こうなると、努力義務です。頑張ってくださいねとしか言いようがない。義務として相手にしつかり、かけることができないうえです。要は、お願いベースになつてしまふんじゃないかということ、これが非常に私は危惧をしております。

なぜ、今回、措置の実施が努力義務になったのか。それも、原案は義務だったはずで。ところが、この原案の義務が努力義務に落ちて法案になった。これは、今日、新聞報道でも配らせていただいております。なぜ落ちてしまったのかということについてお答えください。

○坂田政府参考人 本法案の検討過程におきましては、様々な手法について検討しており、その中の一つの選択肢として、法的義務とすることも含め検討していたところでございます。

もっとも、本法律案の対象となる取引デジタルプラットフォーム提供者の範囲は、商品、役務又は権利を提供するなど、規模や態様に応じて様々なものが含まれるため、当事者同士の取引への関与が希薄な場合も含まれることとなります。消費者保護の観点からは、規模や態様を問わず、幅広く法の対象とする必要があるため、本法案においては、最終的には努力義務としたところでございます。

また、委員御指摘のとおり、取引デジタルプラットフォーム提供者は場を提供することで収益を

上げていくということでございますけれども、その収益は、場を販売業者等に利用させることの対価として理解することも、販売業者等と消費者を仲介することの対価として理解することも可能でございます。収益の性質について定まった考え方はない状況でございます。

したがって、収益を上げていることの一事をもって、販売業者等と同等程度に消費者の利益の保護のための責任や公的義務が発生するとまでは言い難いのではないかとこのように考えております。

○尾辻委員 そうですね、次の質問の答えまでちよつと読んでいただいたんですけれども。

例えば、メルカリなんかもそうなんですけれども、一〇%を販売手数料として取っていたり、どこもそうですよね。取引デジタルプラットフォームというものは、場を貸すことで、ちゃんと手数料を取っているわけです。なので、こうやって手数料を取って収益を上げている業者なんだから、やはり義務が生じるのは当然だということに私は思っています。

お聞きしたいんですけども、努力義務でどうやって実効性を担保するんですかということなんです。もちろん、大手のところはちゃんと言われなくてもいいんですけど、例えば、板倉参考人は極悪層と呼んでおられましたけれども、こういう層は、こういうふうには、よろしくお願いますと言ったり、官民協議会で決めたといつても、例えば、販売者との円滑な連絡とか、必要な調査の実施とか、身元確認のための情報提供を求める、こういうのは努力義務では全く担保されないのではないでし

ようか。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

取引デジタルプラットフォーム提供者は、講じた措置について開示するものとされており、措置や開示を適切に行っていないデジタルプラットフォーム提供者は、消費者から信頼を失うことになりかねないことから、おのずと積極的な取組が行われるものと考えております。また、一部の取引デジタルプラットフォーム提供者の中には、今回の法案提出を前にして自主的な取組を進めるなど、既に先取りした動きも見られるところでございます。

委員からは、悪質な取引デジタルプラットフォーム提供者に関する御指摘があったところでございますが、取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務の取組状況については、官民協議会の場における議論などを通じて、十分な取組が行われているか、しっかり注視してまいりたいというふうに考えております。その上で、必要があると認めるときは、法改正を含め、所要の措置を講ずることとしたいと考えております。

○尾辻委員 今、審議官は、何か、消費者が選ばない、そういう極悪なところはおのずと淘汰されるみたいな御答弁だったと思うんですけども、そうはならないんじゃないですか。結局、努力義務だから、ここは幾らお願いしても、無視して、利益を上げ続ける、実効性が担保されない。努力義務で実効性は担保されるんですか。

ちよつと言いい方を変えましょう。ある取引デジタルプラットフォームが、ちゃんと売主の住所を

教えてくださないと、消費者が被害を受けたから。でも、いや、うちは出しません、住所はと言った場合に、出させる方法がありますか。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

開示請求の件につきましては、最終的には裁判によって争うことはできるということでございます。

○尾辻委員 皆さん、努力義務になるということは、最後、個人が裁判で争わないとできない。これで本当に消費者の利益に資する法案になるんでしょうか。私は、やはりこれはちゃんと義務規定にしなければ、特に、極悪層と呼ばれるようなところに対しての実効性は担保できないと思います。さらに、私たち、実は、この取引デジタルプラットフォームには、販売情報の定期的な確認とか、様々な、ちゃんと取引デジタルプラットフォームが講ずる措置については具体的にに入れてほしいということをお願いしてきたところです。

例えば、参考人質疑の中でも、増田参考人などは、デジタルプラットフォームにおける販売管理責任は、クレジット会社の加盟店管理責任と大きな差がないと。なので、この辺りはしっかりと指針でやってほしい。

つまり、入口だけ、あなた、ちゃんと名前と住所とを確認しました。でも、その出店した後に住所を変えてしまうところがあるわけですよ。そういうところをやはりちゃんと捕捉してほしいんです。

なので、例えば、販売等情報の定期的な確認とか、文書若しくは口頭による説明を求めて、又は

資料の提出を求めるということ、これを具体的にやはり指針の中に位置づけていただきたいと思います。ですが、いかがでしょうか。

○坂田政府参考人 委員御指摘の、販売業者等に関して、その所在に関する情報その他販売業者の特定に資する情報の提供を求めることにつきましては、第三条第一項第三号で規定をされているところでございますので、その辺りについては指針においてしっかりと手当てをしていきたいというふうに考えております。

○尾辻委員 大臣にお聞きします。

この法律が施行された場合に、取引デジタルプラットフォーム提供者が講ずるべき措置をちゃんと履行しているかどうか、実態把握をしていただきたいんですね。もし、措置を履行していない取引デジタルプラットフォーム提供者が多かったら、先ほど答弁にはありましたけれども、義務とすることの法改正の検討をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

○井上国務大臣 今回の法案提出を前にして、大手デジタルプラットフォーム事業者を中心として自主的な取組が進められるなど、既に先取りした動きも見られるところであり、本法律案の制定を契機に、より一層積極的な取組が行われることが期待されます。

他方で、三条に基づく措置が十分に行われているかどうかについては、努力義務であることで取組を行わない取引デジタルプラットフォーム提供者がいなくても、官民協議会の場における議論などを通じて、取引デジタルプラットフォーム

オーム提供者の取組状況についての実態把握に努めてまいります。

その上で、取引デジタルプラットフォーム提供者による取組が十分でないときは、法改正を含め、所要の措置を講ずることを検討してまいります。

○尾辻委員 次の論点に参ります。

次は、本法律案において、内閣総理大臣は、危険商品等が出品され、かつ、販売業者等が特定不能など個別法の執行が困難な場合、取引デジタルプラットフォーム提供者に出品削除等を要請することができるといふ、これも要請にとどまっただけですね。

お配りしている新聞記事、御覧いただければと思うんですけども、そもそもこれも、本来はもうちよつと刑事罰なんかを科そうというようなことがあったわけですけども、強制力のない要請つまり、出品削除してくださいねとお願ひするしかない法案になってしまいました。

この要請にとどまった理由と、そして、要請ではやはり悪質業者に私は利かないんじゃないかと、お願ひベースでは。その辺りはいかが考えておられるんでしょうか。

○坂田政府参考人 まず、御指摘の、要請にとどまった理由でございます。

危険商品等の表示に著しい虚偽、誤認表示がある商品等の排除は、第一義的には、特定商取引法などの、販売業者等に対して義務を課す法律によって果たされるべきであると考えます。

もつとも、これらの法律の執行が困難な場合もあるのです、取引デジタルプラットフォーム提供者

に一定の役割を果たすよう求めることとしておりますが、取引デジタルプラットフォーム提供者がその商品等を販売しているわけではないことに鑑みると、取引デジタルプラットフォーム提供者に販売業者等と同様の規制をかけるのは適当ではないため、要請としておこなっております。

次に、悪質業者に関する御指摘でございます。

本法律案の第四条の要請につきましては、第一に、取引デジタルプラットフォーム提供者にとつて、危険商品等の表示に著しい虚偽、誤認表示がある商品等を排除することは、安全、安心な取引の場としての自身に対する信頼性を高めることにつながることに、第二に、要請に応じた取引デジタルプラットフォーム提供者を免責する規定を設けていること、第三に、要請について公表できることとしておこなうこと、消費者庁の要請には十分応じていただけるものと考えております。

したがって、同条の要請の制度の実効性確保については、現時点では必要十分であると考えておりますが、本法律案の施行後、要請の実施状況について実態把握に努めるとともに、必要に応じて、更なる実効性の確保について検討を行ってまいりたいと考えております。

○尾辻委員 ちよつと個別のことについてお聞きしていきたいと思うんですけども、お手元配付の資料の二枚目のところなんです。ネット通販でトランプが続出しているという、九月二十三日の、昨年東京新聞の記事なんですけれども、これもよく言われている事例ですけども、充電池が発火した、バッテリーが発火したんですね。それで、

被害は一千万を超えた。メーカーのサイトにあった連絡先に電話をかけたけれども、つながらない。メールでやり取りできなかったけれども、賠償請求の話になると返信が途絶えた。結局、この方は、中国の弁護士を雇って、二年後にやっと和解が成立したということなんです。だから、さっきの議論でやった、デジタルプラットフォームがやらなければいけない措置のところを本当にここを解決するのか。それで、次の言葉が、今も同じメーカーの商品は出品され、口コミの評価も高いまま、同じ苦労をする人がまた出ると思うと心配だ。

こういう事故に遭った商品が今も現在売られているという状況の中で、デジタルプラットフォームに、お願ひします、これを総理大臣名で出したら、こういうものは本当に止まるんでしょうか。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

本法案第四条の要請は、商品の安全性の判断に資する事項その他の重要事項として内閣府令で定めるものについて、著しい虚偽、誤認表示がある場合であつて、販売業者による是正が期待できない場合等になされるものでございます。

内閣府令を定めるに当たっては、取引デジタルプラットフォームにおける消費者被害の実態を踏まえた上で定めることにより、危険商品等の表示に著しい虚偽、誤認表示がある商品等を排除するために必要十分なものを定めることとしたいと思います。

また、要請は、対象となる商品等及び販売業者等を特定して行うことを想定しており、消費者庁は、要請について、これを公表することができ

としていることから、消費者にも要請の対象となる商品等及び販売業者等を一見して判断することが可能であると考えられます。

なお、本法律案の施行後、要請の実施状況について実態把握に努めるとともに、必要に応じ、更なる実効性の確保について検討を行ってまいりたいと考えております。

○尾辻委員 これは多分、別に虚偽表示もしていなければ、誤認表示もしていないと思うんですね。でも、火事が起こった、これは早く止めないと、ほかのところでも同じ事故が起こりますよね。今の、著しい虚偽とか誤認ではないと思います、この商品。本当にこの商品を止められるんでしょうか。消費者にとっては、速やかに危険な商品は止めていただきたいんです。本当にこれを止められるんでしょうか。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

委員御指摘の点につきましては、注意喚起等、消費者庁が持っている様々な仕組みがございますので、そういったものを活用しながら、消費者に届く情報提供をしまいたいというふうに思っております。

○尾辻委員 ちょっと表示の問題に行きたいと思うんですけども、板倉参考人から、先週の参考人質疑で、商品等の出品の停止等に係る要請に関して、非表示も表示に含めるのか、非表示であるのか、いずれかの解釈が確認されるべきとの意見がありました。

この規定を見ると、著しく事実と相違する表示、

著しく優良、有利と誤認させる表示が要件となっているわけですが、商品の安全性の判断に資する事項を表示しないような非表示も含むものであるのかということについて確認をいたします。

○坂田政府参考人 お答えいたします。

本法案第四条第一項第一号の表示と言えるところは、表示上の特定の文章、図表、写真等のみから消費者が受ける印象、認識により判断されるのではなく、表示全体から消費者が受ける印象、認識により判断されます。つまり、明示的に表示された事項の内容がそれだけを見れば真実であるとしても、販売業者等が消費者にとってデメリットとなる事項を適切に表示しないことにより消費者を誤認させるものと認められる場合には、本法案第四条第一項の要請の対象となり得ます。

したがって、例えば、商品の安全性の判断に資する事項等を表示しないような、いわゆる非表示によって消費者が誤認する場合も、本法案に基づく要請の対象に含まれることとなります。

以上の点につきましては、今後、解釈指針等で明らかにしてまいりたいと考えております。

○尾辻委員 添付の資料につけさせていただきましたけれども、例えばライフジャケットなんかでも、例えば子供の救命胴衣が、結局二十秒で水没する。四枚目を見ていただきたいんですけども、それは結局どこで売られていたかというところ、楽天さんだったんですね。そこには、結局、こういうふうな安全第一と書かれて、国交省基準のテストを使用していると書かれていないわけですか。

これをいち早く止めなければいけない。これを

いち早く止めるためには、やはり取引デジタルプラットフォームが出品を停止しなければ、これはできないと思うんです。それが本当に要請で可能なのかということなんですけれどもね。

実は、強制力のある仕組みの方が、取引デジタルプラットフォーム提供者としても出品停止を行いやすいのではないかと私は思っています。実際に、新経済連盟からは、特定の商品の販売自体が違法である、出店者に販売停止を強制してよいと行政が判断してくれることが重要と意見をされているわけです。

なので、これはやはり、要請ではなくて、しっかりと命令とか勧告とかをできるようにしなければいけないと思います。

今、ちよつと答弁の中で、法改正を伴う検討をするというふうにはお答えいただけではない。要請でうまいこといかないとき、実効性がないときは、法改正も含めて検討していただきたいと思いますが、済みません、ちよつとこのことは大臣にお聞きしても大丈夫でしょうか。

○永岡委員長 時間を止めてください。

〔速記中止〕

○永岡委員長 速記を起こしてください。

井上国務大臣。

○井上国務大臣 委員御指摘の経済団体からの御意見は、行政が取引デジタルプラットフォーム提供者に対し強制力を有することを求めるものではなく、取引デジタルプラットフォーム提供者が、販売業者等との間の契約上の関係を越えて、販売業者等に対し出品停止等を強制し得ることを求め

る趣旨のものであったと承知しております。

本法律案の要請は、商品等及び販売業者等特定してなされる上、要請に係る措置を講じた取引デジタルプラットフォーム提供者について、当該措置により販売業者等に生じた損害を免責することとしており、本法律案の要請は、まさに出品者に販売停止を強制してよいと行政が判断する仕組みであると考えております。

その上で、この要請につきましては、本法律案の施行後、要請に応じない事態が発生していかどうか実態把握に努めるとともに、必要に応じて、更なる実効性の確保について、法改正も含めて検討を行ってまいります。

○尾辻委員 その検討は三年後の見直しということになっておりますけれども、デジタルプラットフォームの世界というのはめちゃくちゃスピードが速いものですから、三年を待たずに、ちゃんと実効性などを見て検討を重ねていただきたいというのを要望しまして、私の質問を終わりたいと思います。

ありがとうございます。