

個人間取引にかかわる法規制



高木 篤夫 Takagi Atsuo 弁護士

日弁連消費者問題対策委員会委員（前副委員長・前電子商取引・通信ネットワーク部会長）。東京弁護士会消費者問題特別委員会委員長。国民生活センター紛争解決委員会特別委員。IT関係法務、消費者問題に取り組む



インターネットオークションやフリマサービスなどDPF(デジタルプラットフォーム)を介した個人間取引が拡大していますが、個人間取引は、いわゆるCtoC取引が中心となるため、消費者保護にかかわる法律が適用できないことが多いといえます。個人が、例えば不用品処分目的といった消費者の立場で取引をする場合は、CtoC取引として法律関係を検討することとなりますが、個人であっても事業者として取引する場合には、個人事業者として事業者に対する規制が及ぶこととなります。個人が一般的な社会生活領域を越えた取引を行うことも容易にできるようになったことで、明示的に個人事業者として振る舞っていない、一見消費者とみられるが実質的には事業者である、いわゆる「隠れB」の存在が問題となっています。事業者か消費者かの境界線は曖昧なために、個人が売主等として取引をする際には、自己が消費者か事業者かどのような法規制に服するかの判断が必要になるのが現状です。

事業者か消費者か

特定商取引法は「販売業者^{また}又は役務の提供の事業を営む者」*1(以下、販売業者等)に対する規制をしていることから、個人が事業者か否かの判断基準について「インターネット・オークシ

ョンにおける『販売業者』に^{かか}係るガイドライン」*2が定められています。これによると、販売業者とは、販売を業として営む者を意味しますが、「業として営む」とは、「営利の意思」を持って「反復継続」して取引を行うことをいうとされます。そして営利の意思の有無は客観的に判断するものとされています。例えば、転売目的で商品の仕入れ等を行って販売すれば営利の意思があると判断されます。

営利の意思と反復継続は、インターネットオークション以外の場における取引も含めて総合的に考慮して判断されます。このガイドラインは、商品の種類に応じた出品点数等の数値基準をもって判断するものとしていますが、この数値基準は絶対ではなく、個別事案ごとに客観的に判断されるものとされます。例えば、インターネットオークション上での出品点数にかかわらず、ほかの場所での販売も業として行っていると判断されれば販売業者等と判断されることになりますし、多数の出品でも不用品処分目的とみることができれば販売業者等には該当しないものとされます。

したがって、このガイドラインで示された数値基準は、あくまで目安として考えるべきものということができます。

ただし、これは、インターネットオークシ

*1 消費者庁「特定商取引に関する法律等の施行について」第2章第1節1(12)(2022年6月22日)
https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20220622la02_00.pdf

*2 https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20220601la02_01.pdf

ンを対象を限定しているために、個人間取引すべての判断の指針にはなり得ず、例えばシェアリングエコノミーなどの個人間のサービス提供については対応し切れていません。

2022年5月に施行された「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、取引DPF消費者保護法)」においても「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における『販売業者等』に係るガイドライン」^{*3}が示されています。販売業者等の定義は特定商取引法の「インターネット・オークションにおける『販売業者』に係るガイドライン」の定義と同じものです。ここでも営利の意思と取引の反復継続性を総合的に考慮して判断するものとして、営利の意思も客観的に判断されるとしていますが、このガイドラインでは、役務(サービス)も含めて基準を示すとともに、考慮要素についても、商品・役務そのものに着目した考慮要素、販売・役務提供の方法や付随事項に着目した考慮要素を具体例を含めて挙げて、当該事案における個別具体的な事情を総合的に考慮して判断されるのが適当とされています。

特定商取引法と取引DPF消費者保護法における事業者は、「営利の意思」を要素としていますが、例えば消費者契約法では、営利・非営利を問わず一定の目的をもってなされる同種の行為を反復継続的に遂行することで事業者とされ、景品表示法における事業者は営利を目的としているかを問わず、反復継続的に経済活動を行っている者は広く事業者としてとらえられています。このように、事業者性についての統一的な基準がなく、個々の法令によって範囲が異なる可能性があることには注意しなければなりません。

個人間取引の法的規律 (取引当事者関係)

事業者でない個人が、不特定多数の消費者に対して販売等を行うことは伝統的な取引方法では想定されていなかったために、個人間取引に関する統一的なルールは未整備の状態にあるといえます。

個人間取引がCtoC取引となる場合には、特別法による消費者保護規定によって規制されることはないため、一般法たる民法によって規律されることとなります。例えば、契約の成立、不成立、無効、取消しについては、民法の意思表示規定や一般法理によって規律され問題を解決することとなります。

また、履行上のトラブルについては債務不履行(履行遅滞、履行不能、不完全履行)責任、契約不適合責任、不法行為責任など民法の適用によって責任を考えることとなります^{*4}。

BtoC取引になる場合には、特定商取引法、消費者契約法、電子消費者契約法、景品表示法等の消費者保護関係法が適用され、法の適用に関する通則法や民事訴訟法等の消費者保護規定が適用されてその規律に服することとなります。また、事業者と判断されれば各種の個別の業法の規制も適用される可能性もあります^{*5}。

個人間取引の法的規律 (DPF提供者との関係)

個人間取引は、現在では取引DPF上で行われることが一般となっています。取引当事者となる個人は、DPF提供者との間では、DPFの利用について当該DPF提供者との間での利用規約によって規律されているのが一般です。個人は、

*3 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/digital_platform/assets/consumer_policy_cms104_220428_004.pdf

*4 経済産業省「電子商取引及び情報取引等に関する準則(令和4年4月版)」(以下、準則)
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/ec/20220401-1.pdf
I-8-2「取引当事者間の法的関係」等では、個人間売買についての法的論点について解説している

*5 2018年時点のものだが、個人間取引を含むプラットフォーム事業者関連の法令等については、内閣府消費者委員会事務局「オンラインプラットフォームが介在する取引に関連する法令等の整理」
https://www.cao.go.jp/consumer/history/05/kabusoshiki/online_pf/doc/008_181113_shiryu2.pdfが参考になる

DPF 提供者が提示する利用規約に同意してはじめて個人間取引ができることになり、取引をする個人はDPF 提供者が設定した利用規約に従うことが必要となっています。

DPF 提供者は、利用者間取引について、取引に実質的に関与しない場合には責任を負わないのが原則とされています。ただし、例外的に、取引の場やシステムを提供していることに伴う一定の注意義務を認める余地はあるといわれています*6。

現状では特に注意義務を定める法律はなく、裁判例では一般論としては注意義務が認められていますから、事案に応じた義務が認定されたうえでDPF 提供者に取引に関する責任を認められる可能性はあります*7。

単にDPF を取引の場としてだけみるのではなく、DPF の利用が取引に不可欠な前提となっており、DPF 提供者が設定・提供するシステムやルールとDPF 提供者に対する信頼を基礎とした取引であるという三者の取引構造から、DPF 提供者も個人間取引において一定の責任を負うのではないかとの議論もされてきています。

個人間取引の売主・サービス提供者となる場合の留意点*8

売主・サービス提供者となる場合には、自己が販売業者等となるか否かによって取引に対する規制が及ぶか否かの違いが生じるので、自己が販売業者等に該当することになるか否かを適切に判断して行動することが必要になります。

特定商取引法で販売業者等と判断されれば、同法において表示義務が課せられ(11条)、誇大広告等が禁止(12条)されるなどの規制に服することになります。また、これらの規制違反につ

いては行政処分や刑罰の対象となり得るので注意が必要です。

他方で、取引DPF 消費者保護法は、もっぱら取引DPF 提供者に対する努力義務を定めているものですが、その対象となる取引は事業者と消費者間の取引とされています。そのため売主等となる個人も販売業者等と判断されれば、売主等の情報開示義務の対象となる可能性があります。

前述のとおり売主等の個人が事業者と判断される場合には、消費者契約法、電子消費者契約法、景品表示法が適用されて、契約の規律や広告表示にもこれら法律による規制を受けることとなります。法の適用に関する通則法、民事訴訟法等の消費者保護規定も適用されることとなり、民法とは異なるルールも適用されます。

さらに、個人が事業者として取引する場合には、貸金業法(16条)、旅行業法(12条の8)等の業務に関連する特別法において虚偽誇大広告等の禁止規定がありますし、そもそも業法では届出制や登録制、許可制といった開業規制がなされていることが多いので、無許可営業等といった違法行為に当たらないかの確認が必要になってきます。

また、売主が事業者でなくても、医薬品、医療機器や食品の取引については、医薬品医療機器等法(66条)と健康増進法(65条)で虚偽誇大広告等が禁止されているほか、営利目的の特定のチケット転売も禁止されています。事業者でない個人が販売するといっても、法規制が及ぶ場合があることには注意が必要です。

*6 準則(前掲*4) I-7「アプリマーケット運営事業者の責任」I-8-1「ユーザー間取引に関するプラットフォーム事業者の責任」等を参照

*7 名古屋地裁平成20年3月28日判決では、インターネットオークション運営者について、「信義則上、利用者に対して欠陥のないシステムを構築してサービスを提供すべき義務を負う」としたが、当該事件では義務違反を認めず、また、東京地裁令和4年4月15日判決では、少なくとも当該取引時点(2016年6月)では出店・出品審査義務や保険・補償制度構築義務は認められないとしている

*8 消費者庁「デジタルプラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブック」(2020年7月1日) https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer_policy_cms101_200701_02.pdf が公表されている。ここでは、個人間取引について消費者の安全・安心な利用を確保する観点からDPF事業者によってさまざまな対策が取られているものの、潜在的な消費者トラブルの発生を未然に防止するために出品者側と購入者側双方について一般的な取引の流れに沿った留意事項を示している

個人間取引の買主となる場合の留意点

個人間取引においては、売主等が事業者と判断されなければ、消費者保護のための法律や規定の適用がないため、民法上の契約に関する問題として処理せざるを得ません。また事業者と判断されたとしても、個人事業主としての自覚があるとは限らず、問題が起きたときの対応について十分なスキルや法的知識があるとは限りませんし、取引相手の信用性の判断はしづらく、出品者等の評価等に頼ることもリスクがあるということは十分に認識しておくことも必要です。

そして、個人間取引は匿名性の高い取引となることも多く、DPF上で取引の相手との連絡手段が確保できているかも確認しておかないとトラブルが起きた場合の解決に困難を来すこともままあります。

商品やサービスの内容について、インターネット上の表示や画像だけでどこまで実物と相違ないほどに確実に認識できるのかということや、売主等が示した商品やサービス内容が取引するかを判断するための適切な表現であるのか、取

引の条件等について確認したうえで慎重に検討して取引をすることが、取引後のトラブルを防止するためには必要です。

売主等には、個人であっても事業者とみられれば一定の行政規制がかかっている場合もありますが、必ずしも売主等がそれら規制を適切に認識しているとは限らないため、個人間取引では、販売することが法的に問題ないものであるのかや、生命・身体・財産に危害を及ぼす可能性のある製品であれば適切な表示や問題がない商品であるかについて判断したうえで取引をする必要性があります。

個人間取引は、DPFを介して取引が行われることがほとんどですが、トラブルが生じた場合には、個人間取引では原則として当事者間の問題として扱われてDPF提供者が十分に対応してくれるとは限らないものであることも留意しておく必要があります。個人間取引を扱うDPF提供者の多くは、利用者との間で利用規約などで適正な取引や紛争解決についての一定のルールを設けて対策を取っていますから、自己が利用するDPFのルールをあらかじめ確認しておくことが望ましいといえます。

表 個人間取引において適用される主な法令

売主・役務提供者	法令	規制の内容
消費者および事業者	民法	意思表示、契約、不法行為等の民事一般法
	医薬品医療機器等法	虚偽誇大広告等の禁止(66条)
	健康増進法	虚偽誇大広告等の禁止(65条)
	チケット不正転売禁止法	不正転売と同目的による譲受けの禁止(3条、4条)
事業者	消費者契約法	事業者・消費者間契約について取消権・不当条項規制等
	景品表示法	不当表示(優良誤認・有利誤認)の禁止(5条)
	特定商取引法	事業者と取引内容についての表示義務(11条)、虚偽誇大広告規制(12条)
	取引DPF消費者保護法	取引DPF提供業者の情報開示義務の対象(5条)
	貸金業法	登録制(3条)、虚偽誇大広告等の禁止(16条)
	旅館業法	許可制(3条)
	住宅宿泊事業法	住宅宿泊事業者は届出制(3条)
	古物営業法	許可制(3条)
	貨物自動車運送事業法	貨物軽自動車運送事業は届出制(36条)
	火薬類取締法	許可制(5条)
製品安全関係法 (消費生活用製品安全法、電気用品安全法、ガス事業法、液化石油ガス法)	届出制、製品の表示義務等	

筆者作成

※法令により事業者の範囲が異なる場合があることに留意