

国内の消費者向け電子商取引 (EC=electronic commerce) の

市場規模は19・4兆円(2019年)。そのなかで売上トップの楽天グ

ループが運営するネット販売市場、「楽天市場」は、出店数5万2585店(12月1日現

在)、市場占有26・8%と圧倒的シェアとなつてあります。この楽天市場で、近年、出店業者に対する不当な契約問題が多発しています。今回

は、楽天出店者でつくる「楽天ユニオン」の皆さん、ユーラン顧問弁護士の川上さん、国会質問でこの問題を追及した岩渕さんから、その実態や解決への課題を話します。(楽天ユニオンからオフィスに参加。司会は編集部)

座談会

「楽天市場」の 実態と 法規制の課題

公正なデジタル・プラットフォーム事業を求めて



楽天ユニオン代表
勝又 勇輝さん
かつかい・ゆんひ

楽天ユニオン副代表
坂井 健一さん
さかい・けんいち

弁護士
星稻田ワーガルコモンズ法律事務所
川上 資人さん
かわかみ・よしひと

日本共産党・参議院議員
岩渕 友さん
いわぶち・ともじゅ

写真=田沼洋

契約変更、違反制に苦情、公正取引委も動く

楽天の一方的な契約変更、「送料無料」に立ち上がる出店者

——最初に代表の勝又さんから、楽天ユニオンができる趣旨、経緯を紹介してください。

勝又 「楽天ユニオン」ができたのは2019年10月ですが、これまで楽天市場の出店者たちは、楽天本社から不利な規約変更を、長年にわたり押し付けられてきました。これは楽天の規約で、一方的に規約変更ができるとされて

いる問題があります。私たちは、楽天のような「オンラインプラットフォーマーと共有共栄ができる、対等な立場で安心して事業継続できる環境整備を行い、地域経済の成長を促進していく」ことを掲げ、任意団体として「楽天ユニオン」を立ち上げました。現在、ユニオンのLINEグループには300店舗ほどが参加しています。

この一方的な規約変更の最初は、2012年11月から、それまでは商品価格のみに課金していたのが、送料にも手数料を課金するようになったことです。それに加え、14年9月からは消費税にも手数料が課金され、14年8%、19年10%への消費税率引き上げに合わせ、手数料も増えるようにされました。

さらに16年9月から、違反点数（違約金）制度が始まりました。これは出店者がミスを犯したと楽天が判断すると、ペナルティ・罰金が科られる。当初は、健全なモールとするためならと出店者も賛同していました。しかし、違反とされた出店者は楽天と十分な話し合いもできず、一方的、恣意的な取り締まりがされています。罰則で一定期間の広告・ランキングへの表示が制限されたり、最大300万円の罰金が課せられるなど、苦情が上がっています。

現在一番大きな問題となっているのが、19年8月に、楽天が突然発表した「送料無料ライン」導入の問題です。これは2020年3月18日より、税込み注文金額が3980

円（沖縄県・離島は9800円）以上の場合、ネット上で自動的に「送料無料」と表示されるというものです。楽天は、送料分は出店者に「価格調整」をしていただくと言いますが、実際は、「送料込み価格」表示になるだけです。しかも出店者には何の説明もせず、同意もとらず、従わない店には違約金を請求するとされました。

これに対して楽天ユニオンでは、20年1月22日に、1700筆超の署名をつけて、公正取引委員会に対し、「送料無料ライン」が独占禁止法に触れると調査を申し入れました。その結果、公取委は立ち入り検査に乗り出し、2月28日には、地裁に緊急停止申し立てを行ったところ、

坂井 楽天ユニオンの坂井です。「送料無料ライン」に、

不満、不公平感の声が多く寄せられています。たとえば、3980円から送料無料になると、業者によつては、送料分だけで価格の4分の1を占める計算になり、大変キツイのです。そして、楽天と西友が出しているネットスーパー「楽天西友」がありますが、そこは5500円以上で送料無料とされ、楽天グループ本体より低い価格帯で、我々には送料無料が押し付けられていることになります。

また、「無料ライン」を探らないお店には、楽天の「ECコンサルタント」という部署から何度も説得の電話、メールが入り、それでも断り続けた業者は嫌がらせを受けな

いか、違約金をとられないか、ビクビクしていると言います。止むなく、別のネット市場のアマゾン、ヤフーなどに、出店先を移行せざるをえない方も出るなど、心理的な影響も出ています。

民法改正で出店者が守れるのか

——川上弁護士に聞きますが、楽天にみる「一方的な契約変更」は法的にどんな問題がありますか。

川上 楽天株式会社と、出店申込者の間の「出店規約」の第28条で、楽天株式会社が「必要と認めたときに」は、

出店申込者に対して「予告することなく本規約および本規約に付随する規則の内容を変更することができます」（19年10月26日改定）という条文を挿入しています。しかし民法改正（2017年）で、インターネット取引などの変化に応じた「定型約款の変更」の規律がなされました。その改正民法548条の4で、定型約款を変更する場合として、

①定型約款の変更が、相手方の一般の利益に適合するとき、②定型約款の変更が、契約をした目的に反せず、かつ、変更の必要性、内容の相当性、変更に係る事情に照らして合理的なものであるとき、とされました。この二つの内容を満たさないと、定型約款の変更は無効です。楽天側が規約を変えたからと言っても、変更が合理的でなければ、民法上効力を持たず、出店者は規約に縛られません。

楽天が好き勝手にできるものではないのです。

ただし、この改正民法で実際に出店者が守られるとは限りません。楽天の横暴なやり方に、各出店者が改正民法を使って、声を上げられるのか。楽天に何をされるか分からないと、結局、泣き寝入りしてしまうなど、力の違いが歴然としています。今回成立した、いわゆる「デジタルプラットフォーム透明化法」（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、20年5月27日成立）の中では、弱い立場にあるプラットフォーム利用者側を守る規定をもりこまなかつたのは、大変問題です。

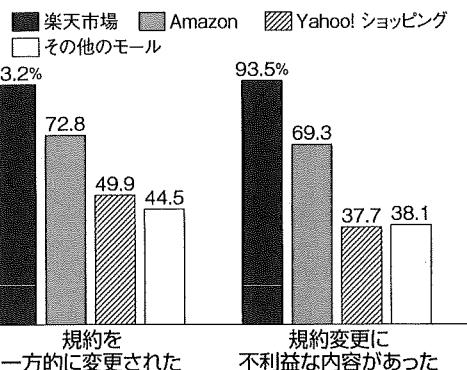
現場の声を国会に、「優越的地位濫用」ただす

岩渕

——岩渕さんは「送料無料」問題を国会質問で取り上げましたね。

岩渕 私が最初に楽天の問題を取り上げたのは、19年11月28日の経済産業委員会です。質問のきっかけとなつたのは、注文品・税込3980円以上の場合は送料が無料になる「送料無料ライン」問題について、「送料分が出店者の負担になる」「負担を一方的におしつけられるのはおかしい」と訴えが寄せられたことでした。出店者の皆さんから寄せられた「これでは出店を続けられない」「死活問題だ」という声を示すと、杉本和行公正取引委員会委員長（当時）は、「報道があつたことは承知

図1 通販サイト出店事業者へのアンケート結果



(資料) 公正取引委員会「オンラインモール運営事業者の取引実態に関するアンケート調査(詳細)」(2019年4月17日公表)より岩渕友事務所作成。

(出所) 2019年1月28日参議院経済産業委員会提出資料。

している」と答えました。さらに独占禁止法違反の「優越的地位の濫用」の疑いのある、「送料無料」の押しつけは正を求めるに、杉本氏は「独占禁止法に違反する事実に接した場合には厳正に対処する」と答えました。さらに私はからは、出店者の多くは小規模の業者で、泣き寝入りせざるをえないという実態や、事業者が送料を負担するといふけれど、代金を上乗せせざるを得ないことも起これり得ることであり、これは消費者にとつても重大な問題だと指摘しました。

この時点では、公取委は、「プラットフォーマー型ビジネスの台頭に対応したルール整備」を進めに当たつて、特に問題点の指摘が多いオンラインモールとアプリストアの取引慣行への実態調査を行つていました。設

置された「情報提供窓口」には、関係事業者、消費者からも声が寄せられました。

調査結果で衝撃的だったのは、出店事業者アンケートで「規約を一方的に変更された」と回答した事業者のうち、楽天が93・2%とダントツ。また「規約変更に不利益な内容があった」と回答した事業者のうち、楽天は93・5%と圧倒的でした(図1)。

次に楽天問題について質問したのは、20年3月18日、この日はちょうど「送料無料ライン」が始まる日でした。勝又さんからも紹介があつたように、先立つ1月に楽天ユニオンの皆さんのが「送料無料」停止を求める署名など400人分を公取委に提出し、これをきっかけに公取委は2月に楽天への立入検査もやり、東京地裁に「送料無料ライン」緊急停止命令の申し立てを行いましたが、楽天は「送料無料」に参加するか否かを「選択」できるようにした(=呼称を「共通の送料込みライン」に変更)と逃げ、これをうけて公取委は申し立てを取り下げてしまいました。

これは「選択」できると言つても、実態は「一律の送料無料」が前提とされ、参加しない場合は申請手続が必要となります。不参加の出店者に対しても、3月18日までに商品ごとに適用対象外申請や、対象外とする商品の送料設定をしなければならないという不利な条件がつけられました。出店者の中には、計一万点前後の商品を扱う方もいて、余

りにも非現実的だと怒りの声があがっていました。これは

「送料無料」選択出店者への優遇措置であり、同時に不参加への報復措置にもなっています。こうした、楽天の意に沿わない出店者を徹底的に追い詰め、淘汰するようなやり方でいいのかと追及しました。これに対し杉本氏は、「実際に出店事業者の参加が強制されていないか」という点も含めて審査を継続する」と述べました。

「楽天市場」で何が起こっているか

消費者への悪影響も広がる「送料無料」

— 「送料無料ライン」の営業への影響はどうですか。

勝又 3980円で「送料無料」となって、お客様は送料分の負担感が減り、「単発購入が増えた」という声は聞いていますね。前は、まとめて買っていた方が、1個だけの注文が増えてしまいました。

実際には、3980円ラインを導入しているお店は、送料を上乗せすることになり、以前より割高になっています。

お客様の商品選びで、「送料無料ライン」以外の商品を買おうという方や、楽天以外のモールに流れる方が多いと思います。「送料無料ライン」導入の出店者さんは、

かなり厳しくなっているとみています。

楽天ユニオンは、4~5月に「送料無料ライン」へのアンケートを行いました。「送料無料」参加店の「利益」変化を聞くと、「下がった」が39・8%、「変わらない」33・8%に対し、「上がった」は6・9%です。コロナの影響で、通販取引全体は増えているにも関わらず、売上げ高が伸びても、利益につながっていないという状況です。

また、「送料無料ラインの全店舗強制をどう思いますか」の問いで、「完全撤回すべきだ」の62・8%、「全店舗（強制）導入すべきではない」の30・6%が多数でした。

坂井 加えて、北海道、九州地方の出店者は、送料が高く掛かるので、送料負担分の影響が大変大きいのです。

「送料無料ライン」はまったく本州優遇です。

毎月の退店数を調べてみると、2月以降、約400~500店ほどが退店しています。私も利用していた店が、なくなったりして、消費者にとつても影響は大きいです。

過去、楽天からの不当な契約変更の数々が

勝又 最初にお話ししましたが、楽天は、これまで図2にまとめたような、契約内容の一方的な変更のオンパレードを行ってきました。

14年9月には、「取引の安全性・利便性向上のためのシ

図2 楽天の規約変更のオンパレード

① 規約変更を一方的に押しつける契約内容	② 送料に手数料課金 2012.11.1~	③ 消費税に手数料課金 2014.9.8~
④ 週1回無料メールマガジン配信を有料化 2014.9.8~	⑤ 取引の安全性・利便性向上のためのシステム利用料導入 2014.9.8~	⑥ ユーザーの振込先口座が楽天銀行に一本化 2014.11.13~
⑦ 違反点数制度 違約金制度導入 2016.9.1~	⑧ 楽天ペイ (楽天市場決済)に移行 2017.4.1~	⑨ 楽天グループ企業が 楽天市場内に 増え続ける現状
⑩ 商品画像 変更強要 2019.1.1~	⑪ アフィリエイト料率 改定1%→8%(食品) +システム利用料 2019.7~	⑫ 送料無料ライン導入 2020.3.18実施予定
		⑬ R-Chat強制導入 月5,000円開始時期未定

(出所) 楽天ユニオン作成資料。

「システム利用料」という名目で、月間の商品売り上げの0.1%を徴収することを決めました。微々たる額と思われるかもしれません、5万店以上の楽天出店者全体では莫大な収益です。またこれも大きな問題なのですが、14年11月から、ユーザーの振込先を「楽天銀行」に一本化され、楽天本社が振込管理をすることになりました。

17年4月からは、決済方法についても、「楽天ペイ」(楽天市場決済)が押し付けられました。店舗側には支払手数料が、かなり引き上げとなります。従わないと退店を迫られるかのよう、しつこい変更の勧誘電話が入り、無理やり、楽天ペイ決済に切り替えさせました。

19年1月には、ネット上の商品の画像について、楽天側の指定するガイドラインに統一することが押し付けられました。それまではお店独自に「売れてます」「お得です」などの宣伝文句を入れていたのを、画像背景は白抜き、画像中のテキストの占有率も決められました。

最近では19年7月に、ネット広告の「アフィリエイト」利用率——要はネット広告料金——が、それまでの売上額の1%から、一気に最高8%、8倍化されました。商品のジャンルによって利率が異なりますが、粗利が少ない店舗の場合、売つても赤字という状況も出ています。

また楽天では、「R-CHAT」(アルチャット)——というお客様とのネット上での「会話」システムを導入していますが、最近、その利用料として一律5,000円を徴収しようという動きが出ています。これは負担が大変大きく、各メディアも大きく取り上げてもらったので、現在、「延期」になっています。いつ強制徴収が始まるかわかりませんし、使用してもしくとも、携帯の基本料金のように取ら

科されるようになりました。

れるので、不安が大変広がっています。

独占禁止法にもとづき是正措置を求める。

——川上さんから、先ほどの公正取引委員会に対してどのように是正を求めているか、説明をお願いします。

川上 そもそも各出店店舗と楽天市場の関係は、事業者同士の関係です。その取引上で、楽天が一方的な優越的地位にもとづいて、不平等な契約を押しつけていた場合、独占禁止法上の「優越的地位の濫用」の問題になります。この点での不正行為が数多く行われているのが、この楽天市場の問題の中心です。

公正取引委員会は、独占禁止法にもとづき「排除命令」という行政権限の発動ができます。排除命令が出された企業は、その取引契約を止めなければなりません。その発動を求める申告が必要で、代理弁護士が公取委に排除措置命令の請求をするという手立てをとります。

樂天に対し、私たちは四つの排除命令を請求しています。
① 送料無料ラインは事実上の送料負担の強制である、
② 「アフィリエイト」(ネット広告) 料率が一方的に8倍
にされた、③ 樂天本社が勝手に違反点数をつけ、点数が貯まる
と最高300万円の罰金(違約金)制度、④ 決済シス
템の利用料の引き上げの4点の停止です。

このうち、罰金ペナルティ制度は規約には何の根拠条文

もないまま、いきなり始まり、後から、条文規定が盛り込まれました。明らかに、独禁法違反です。一番の問題は、出店者の意見徴収も、弁明の場もなく、違反を評定する第三者機関がないことです。

坂井 その違反点数制の件で、楽天ユニオンのある事業者の例を紹介します。この業者は、海外輸入品を扱っていますが、19年11月に、本社からメールが来て、扱っている商品は模造品だから、本物であることを1週間以内に証明しなさい、と言つてきたのです。

同社では、海外メーカーから直に仕入れてるので、そんなことはない、と返事をしても、聞き入れてくれない。そこで、倉庫の箱をひっくり返して、輸入時のインボイス(適格請求書)、領収書の書類がたまたま出てきたので、やつと楽天側に見せて、証明ができたと言います。
もし、何年も前の仕入れで、書類を処分してしまい、関係書類が残っていないれば、「模造品」と言われて、泣き寝入りするしかない店舗もあるはずです。

川上 この罰金制度に関する相談が、楽天出店者から持ち込まれるなかで非常に多いです。

樂天本社では、サイト上をパトロールし、権利侵害の商品を探しています。これを権利者に確認し、権利侵害であ

るとの見解が示されたものについて、出店者に対して、権利侵害が認められたと通知しています。その通知の中で民事上、刑事上の責任を問うなどとも記載しており、出店者にとつては大変な心労となっています。

しかし、法的には過失がない限り、どちらの責任も問えません。故意過失一つまり模造だと知つていて売っていた場合は責任が発生しますが、知らなかつた場合、法的に問うこととはできません。それにもかかわらず、楽天本社は一方的に、ペナルティ点数をつけ、民事責任、刑事責任を追及するといし、罰金を支払わせるなど、非常に悪質です。そもそも出店者に弁明の機会を与えるべきで、落ち度、悪質性もないのに、処罰は不当です。もし処罰制度を設けるならば、第三者機関で適正手続きをしつかり、とするようすべきです。

従来の取引関係、たとえば大企業と中小企業の下請け契約といった取引の規律は存在したのですが、楽天のようない、デジタル・プラットフォームと個人事業者との関係を規律する法律はなかつたのです。そこで昨年、新法ができるデジタルプラットフォーム透明化法を、どこまで使えるようにしていくか、これから取り組みにかかるといつています。

「送料無料」一出店者への強制は明らか

岩渕 20年5月19日の質問で、「送料無料ライン」につ

いて、公取委が審査を継続するとしていたので、改めて取り上げました。楽天の三木谷浩史社長が、「送料無料」に「すべての店舗が自発的に導入するように説得を進めてい」と発言している点を追及しました。自發的というけれど、「楽天市場」で何が起きているか。楽天市場では、「39(サンキューワン)ショップ」という「送料無料」参加店専用のページがつくられ、ポイント3倍キャンペーンも行われていました。

楽天ユニークの実態アンケートをしめし、同じ商品でも「送料無料ライン」参加店が検索結果の上位に表示されるような仕組みになつているという実態をつきつけ、これは事実上の強制ではないかとただしました。委員会室でも驚きの声があがつていきました。

公正なネット商取引環境のために 何が必要か

—— 楽天の不当な契約変更問題の実態をうかがいました。これをどうやって防止していくか。今、川上弁護士からは、現状で楽天を規制する法律がつくられていない問題の指摘がありました。

まず、この間、国会でどんな審議がされてきたか、岩

プラットフォーム規制、問題行為の禁止を

岩渕 政府は、「未来投資戦略2018」で、プラットフォーマー型ビジネスの台頭に対応したルール整備の必要性を認め、具体化を進めるべきとし、そのための法制上の整備や公正取引委員会による実態調査が進められてきました。2020年、「特定デジタルプラットフォームの透明性公正性向上法」案の審議で、日本共産党は、新法ができることは前向きの一歩としつつ、その中身は非常に不十分だと指摘しました。

法案作成にあたっては、当初、経済産業大臣も、独占禁止法に違反する取引が生じにくい環境整備が目的だとしていました。そのためには特定の行為を禁止する規定が必要です。しかしそれには「イノベーションとのバランスを考慮しなくてはならない」という断りがつくなっています。だから禁止行為の規定は設けなかつたと説明しています。実は、プラットフォーム事業者が、自社のサービスの利用を強要したり、自社の商品と競合する商品の扱いを拒否することなどを禁止する旨を盛り込むことが必要だといったことが検討されていました。しかしその後の意見公募の結果、『イノベーションの阻害の懸念』の声が強かつたと政府は言い出しました。独占禁止法執行等の『二重行政の懸念』という理由もあげられ、結局、禁止行為の規定を設けるこ

とは見送られたのです。

それを言うのであれば、『適正な取引がされていない』という意見の方が圧倒的に多いはずです。そこで日本共産党は、衆参それぞれ修正案を出しました。細かくは省きますが、①デジタル・プラットフォーマーの自主性、自律性に配慮をして、国の規制を最小限にするという文言を削除し、政府が適切な関与と規制を行うことができるようになります。②政府が、検討段階で盛り込んだ四つの禁止行為規定に加え、公取委の報告書でも問題が指摘されている二つの行為類型^{*}を加え、独禁法違反の未然防止につなげる。③禁止行為を行った場合は、公取委へ必ず措置請求される仕組みとし、課徴金の算定率を引き上げる。④検討事項として、プラットフォーマーを監視し、利用者間の紛争を調停する中立公正な機関の設置や、いわゆるギグワーカーに対する不当行為を防止するための措置を講じる、というものです。

残念ながら、修正案は否決されてしましましたが、法案審議を通して、修正案の内容は、現実的かつ切実に求められているものだと確信しています。

(*) 「最惠国待遇条項」と「アリストアの利用制限」。

同業者を守れる協同組合組織をめざす

——法制度の整備や——企業にむけて、楽天ユーニオンとし

て課題はいかがでしよう。

勝又 楽天本社は、本来、出店者の選択制にすべきところを、強制しているのです。また規約を一方的に変更できるという条項も、社会一般で通用しません。それを規約から外すことを求めていますが、楽天の立場は非常に強いですから、どう社会に働きかけていくかだと思います。

そして現在、楽天ユニオンは楽天市場の出店者に特化した任意団体ですが、さらに広げて、中小企業等協同組合法にもとづいて、協同組合の設立をめざしています。同じようないいなネット・モール出店の中、中小企業さんが、安心して事業を営めるような仕組みづくり、団体協約などを締結していくたいと考えております。実際に、アマゾンや、auWw、Wmaーといった他のオンライン・モールで起きたトラブルも、私たちに相談が寄せられています。

私たちも楽天ユニオンをつくったことで、楽天の横暴勝手から、各出店者が守られるようになってきたのかなと感じています。先ほど上げた「R-CHAT」使用料徴収も、私たちの活動がなければ、とっくに強制されていただろうと思います。

協同組合の交渉権を拒めない制度づくり

川上 楽天ユニオンとしては、プラットフォーマーと出店者の関係を健全なものにすることを求め、日本の中小企

業がもつと元気に営業をして、日本の経済をよくしていくことを目標としています。そのため、勝又さんが言われたように、中小企業等協同組合法の協約締結権を使って、楽天と団体交渉をしていくことをめざしています。

中小企業等協同組合法は、その第9条2の第1項6号で団体交渉権を定め、第12項で事業者側の交渉の応諾義務が規定されています。そこから先が問題です。もし、協同組合から団体交渉を申し出られた場合、会社が誠実に応えるかどうか、強制力が弱いのです。たとえば日本俳優連合（会長・西田敏行さん）は、毎年NHKと団体交渉して、最低報酬ラインをきめ、協約を締結しています。しかし、この12項の交渉応諾義務は、努力義務なので、拒否される場合もあり、裁判所でも応諾義務への判断が分かれています。同法の解釈上、応諾義務を認めないとする、さらなる立法強化が必要です。

この点は、プラットフォーム透明化法審議で、私が参考人質疑に立たせてもらつた際（20年4月14日、衆議院経済産業委員会）、述べましたが、フランスでは2016年8月、「プラットフォーマーの社会的責任」が、労働法典の章立てに加えられました。そこでは、プラットフォーマー企業は団体交渉に応じる義務が定められたのです。日本では、それがまだ法定化されていません。現状は不当な契約に対

して、協同組合なりが裁判に訴えて、会社の不当、違法を立証しなければなりません。これは経済的にも大変不合理です。より健全で、合理的な法律に整備すれば、経済合理性も高まります

勝又 海外では、プラットフォーム事業への規制が進んでいると聞いています。EU各国は、アマゾンが出店者売り上げデータを利用して、アマゾンの自社で同じ商品を仕入れ、検索上位にヒットするよう操作して、事業者の注文を横取り販売する行為が問題にされました。11月末の報道で、その問題が独禁法違反で調査をされていると聞いています。楽天市場も、これとやり方は同じです。店舗の売り上げデータを調査して、売れ筋の商品を、楽天自社直営のショッップで売り、ほかの店舗が売れなくなっています。自社グループの優遇、「楽天Pay」への決済手段の一本化強制問題も同様です。海外の方では独禁法規制の動きが強まっていますので、ぜひ日本の公取委にも倣つてもらい、中小企業に安心できる環境を作つていただきたい。

事業者の健全化努力に学び、楽天の闇にも光を

坂井 違反点数制度の問題ですが、ユニオンの調査によつて、「楽天市場出店者・友の会」会員を優遇していることが判明しました。この「友の会」は、「楽天市場をより

お客様に素晴らしい市場にしていく」、「楽天と対話できるプラットな関係性を作る事を目的とするコミュニティ」と謳っています。しかし、この「友の会」加盟店の商品ページをチェックしたところ、大手メーカーや、デザイナーブランドの意匠にそつくりで、明らかに知的財産権、著作権侵害が疑われる例がありました。それを指摘したユーザーのレビューもあがつているのに、この出店者は、販売を続けています。

私たちに相談を寄せられている店舗さんでしたら、同様な例では、強制退店とか、違反金300万円払わないと退店をさせるぞと言われています。明らかに不公平です。

弁護士を使った楽天からの恐喝のケースもあります。弁護士から、違反だと書面が送られて、出店者から「もうアウトだ。どうすれば」と駆け込み寺のように相談が来ています。要は、楽天から受けた被害の相談の窓口がどこもないのです。さらには、出店者と対話しません。すべて書面でのやりとりにされ、小さな会社は、弁護士を立てて、楽天に異を唱えることは到底無理です。

この点でも、協同組合の設立は相談役として魅力だと思います。

私は、不動産の宅建業を経営していますが、この分野は業法でかなり法的に厳しく取引内容が決められています。重要事項証明書の書面を残す義務、免許を持つた人の

説明など、宅建協会が、業法ができる以前から、自主的にルールをつくって、自主的に守りましょうと、消費者を守るために、悪い業者は排除する業界努力を行ってきていました。同様な指摘は、ユニオンの他の事業者からも、聞いています【Sさんの談話】。

「楽天市場」出店業者・Sさんの話◆ネット市場の浄化に向けた奮闘

30年前、私が商売を始めた時は、布団屋の問屋卸で、まだ訪問販売からスタートしました。布団業者は、「打ち返し（綿の再生作業）」があるので、訪問販売は当たり前でした。それが、信販会社、ローン契約が盛んになって、いろんな業種に訪問販売が広がりました。一方、「ジヤパンライフ」のような、悪徳会社・詐欺商法も社会問題になり、そこから「クリーニング・オフ」（解約制度）が始まり、進化していきました。

私が、楽天など、プラットフォーム・ビジネスの会社の問題を見ていて、これは「クリーニング・オフ」がなかった時代の訪問販売問題と性格はいっしょだなと思っています。

今から20年前、楽天の社員が私の店に止めさせました。国内にも同じような偽

やつてきて、「最初は広告だけでいいから」と言つて、ネット出店を勧説され始めました。それから長年にはわたり、販売店ががんばって、いい商品を売ろうと、業績を伸ばし、楽天も儲かっています。中には、海外からの出店者も多くなっています。

その後、私の店舗でもファッショングループの輸入製品を取り扱うようになります。た。競合他社には、あきらかに偽物を扱っている場合も見受けられたので、楽天本社に通報したのですが、まったく聞き入れてくれませんでした。それで仕方なく、その販売元の企業がアメリカの会社だったのですが、現地の弁護士を雇つて訴えたのです。そこまでやって、販売を止めさせました。国内にも同じような偽

物を売っている会社へも裁判で訴え、勝利して、楽天本社に判決書をつきつけて、楽天本社に販売を差し止めさせることここまでやったのです。そうやつて、これまで楽天市場の改善を求めてきたのに、昨年11月、突然、「楽天市場品質向上委員会」を本社がつくりました。そこが出店者に、「あなたの商品が模造品だと言われている」と脅しをかけて、違反金を取つています。

今後の法整備には、こうした中小各事業者の取り組みを、ぜひ生かして、プラットフォーマーに対しても、きちんとルールをつくっていただきたい。出店者の営業努力を食い物にするような、楽天本社が勝手につくつた違反点数制度ではなく、Eコマース業全体として法律をつくつても

らわないとなりません。

もう一つ、言いたいのはポイント制の問題です。岩渕さんも「楽天ポイント」3倍セールの問題を言わされました。このポイントのバラマキで、消費者をつなぎとめようとして、各社ポイント合戦になっています。しかし、そのポイント分を負担しているのは誰かと言えば、結局、出店者や消費者です。また「楽天証券」もありますので、株証券取引にも楽天ポイントを当てることができ、一体、裏でどんなお金が流れているか、大変不透明です。脱税、マネーロンダリングなど、犯罪の温床となる危険もあります。そうしたプラットフォーム事業の闇の部分にも光を当てていただきたいと思います。

勝又 デジタルプラットフォーム透明化法が、2021年春に施行が予定されているので、いろいろなアクションが必要になると思います。楽天やヤフーなどを規制するといふべーションを侵害する」という論調もあります。楽天がローンを使う新規事業開発したり、検索サイト事業展開に、新たな規制が足かせになるのではないかという議論です。

また、慶應義塾大学大学院経営管理研究科の岩本隆特任教授は、プラットフォーム規制をした場合、ネット広告の減少から、地方企業の売り上げが最大、5年間で6・4

兆円落ちるという試算を発表しています（「日経新聞」12月2日付「私見卓見」）。しかし、この計算は、新たな規制に対応した費用発生を、その分、デジタル広告を出している企業の負担に回すという仮定で算出されたものです。しかし、楽天の罰金制度や、送料無料制度を規制することで、出店者への負担が増えることはありえません。

現在、私たちが解決を求めている契約問題の事実を知つてもらえば、イノベーションとか、新規事業開発とは全然無関係な問題だということが理解してもらえると思います。

もう一つ言えることは、イノベーションを行うのは、何も、プラットフォーマー本体だけではなく、私たち出店者が、その地域の良い商品、自社でつくりだした商品を、全國、海外へも売り出すことができます。プラットフォームの事業競争と、そこに参画する中小事業者によつて地域振興を可能にするのは、適正な規制ではないでしょうか。

ユニオンの取り組み、主張を社会に広く

川上 楽天社長の三木谷浩史氏は、経団連を抜けて、自分で「新経済連盟」を立ち上げ、自分が理事長となつています。そこで、ライドシェアに関して、今紹介されたような、デジタル・プラットフォームを持ち上げる分厚い報告

書を毎年出していました。

楽天市場との対比で紹介したいのは、三木谷社長が、莫大な資本を投資し、取締役の一人となつていていた「リフト」という、世界的ライドシェア企業の問題です。ここは個人事業の運転手が、ネットでお客様をとり、自家用車で運ぶ事業です。これは「シェアリング・エコノミー」とよばれ、あくまで個人事業主であり、従来の運送業の規制にかかりないと言っています。三木谷氏は、日本でライドシェアを広げる上で、日本の道路運送法が制約となるので、この法律を変えろと求め、日本の行政慣行を変えさせるロビーアクションをずっとやっています。

にもかかわらず、道路交通法は変えられず、ライドシェアも認められていません。それはタクシー運転手さんたちが加入する労働組合が、強力な団体行動、運動をしているからです。ライドシェア推進の論理だけでなく、交通労働者、団体の主張が社会に届けられています。

今、楽天は、名譽棄損の出店者攻撃もして、ユニオンの評判を落とそうとしています。労働組合法では、強い権限を労働者側に持たせて、守っていますが、中小企業等協同組合法の保護規定は、そこまで力がない。労働委員会にあたる機関が、協同組合の場合は存在せず、主務官庁が仲裁役を果たすと、協同組合法には書いています。政府は、特段の事情がない限り、中小企業庁が斡旋すると言います

が、では、過去、その斡旋をしたかというと、一件も行われていません。まったくの絵に描いた餅です。

その点で楽天問題の解決は、楽天エニオンの皆さんの活動を、いかに社会が支えられるかにかかっていると私はみています。協同組合を守り、会社と対等に権限を持つようにならないと、プラットフォーム事業の健全な発展はないし、日本経済・社会の発展もかかっています。

そしてプラットフォーム企業の横暴を許さない、そのため事前の規制をできるようにしなければなりません。そのための法制度づくりと、ユニオンの存在、活動を支え、守つて、会社に対等に交渉の場を持たせる。その二本立ての対策が必要だと考えています。

デジタルプラットフォーム透明化法への要望で、一つ付け加えますが、同法は「特定デジタル・プラットフォーム」を大臣が特定するわけですが、法文上は、デジタル・モールだけに限定してはいませんね。ですから、ウーバーイーツのような労務提供型への対策も、ぜひ盛り込んでもらいたいと思います。

中小企業の発展と消費者の保護とともに

岩瀬 川上さんのご提案はその通りです。ぜひ力を合わせていきたいと思います。事業者同士の関係といつても、楽天と出店者の間には大きな力の差があります。楽天のや

り方は一つ一つが酷い問題ですが、他のプラットフォームでも同じような問題があります。だからこそ、事後ではなく、事前の規制が必要です。

また、デジタルプラットフォーム法の対象となるのは現在、オンライン・モールとアリストアだけの見込みです。検索サービスやSNSサービス、川上さんが指摘された労務提供型も対象に加える必要があります。デジタル・プラットフォームの健全な発展のためにも適切に規制しなければなりません。

法案審議では、アマゾンやグーグル、フェイスブックなどを、海外のプラットフォーマーが、日本の事業者と比べものにならないほど大きな力を持つていることも明らかになりました。これら海外の事業者に対しても実効性のある規制が必要です。

ユニオンの皆さんのが、中小企業者の発展と消費者の保護をともに掲げて、運動されているはとても大事なことだと思います。消費者を守るためにルールもあります。中小業者と消費者を守るために改善を求めるとともに、ユニオンの皆さんとも連携していきたいと思います。

——長時間ありがとうございました。引き続き、皆さんの健闘を期待しています。

欧州議会では12月1日、雇用・社会問題委員会で、「テレワーク中の労働者が「つながらない権利(right to disconnect)」を効果的に行使できるようにする必要があり、欧州委員会に対し、この権利を保障するEU(歐州連合)指令案を提案するよう求めるとする決議が採択された。1月の本会議で採決に付され、承認されれば、指令案策定が軌道にのる。欧州では、新型コロナ危機の下でのテレワーク利用が急増し、EUの調査・研究機関Eurofoundの調査によると、ロックダウンと重なった20年7月には、「在宅勤務のみ」が回答者の34%に上った。自宅で仕事をした多くの労働者が夜遅くまで、そして週末まで仕事をするようになったことも明らかにされている。

こうした中で、「つながらない権利」の制度化要求が改めて強まっている。これは、労働者が仕事の後にデバイスの電源を切る権利、あるいは、労働者が勤務時間外には仕事のメールや電話などへの対応を拒否できる権利であり、法制化はフランスから始まった(17年1月実施)。EU内では、ベルギー、イタリア、スペインの労働者が法制化を獲得し、法制的具体化の労使交渉で「切断される権利」(使用者側が切断責任を負う)を獲得したケースもある。しかし、EU加盟全27カ国から見れば一部にどまっている。IT化による「働き方」激変に伴う労働者・市民の権利要求が多様化している中での欧州議会とEUの対応が注目される。