

情報法制学会 第3回研究大会

オンライン・プラットフォームにおける取引と消費者保護

2019年12月15日(日)

カライスコス アントニオス
京都大学大学院法学研究科准教授

第1 はじめに

1 本報告の対象

本報告では、オンライン・プラットフォームにおける取引と消費者保護について、欧州連合（European Union. 以下「EU」という）における展開（オンライン・プラットフォーム取引について提示されてきているルール）を比較法的考察の材料として検討する¹
⇒ 消費者保護の観点を中心として紹介するが、BtoB取引や周辺領域にも必要性に応じて言及する

2 比較法的考察の主な材料

(1) 消費者のためのニュー・ディール

「消費者のためのニュー・ディール」は、EU消費者法のエンフォースメントを強

¹ 消費者保護の観点を中心とするため、日本法における展開については、主に消費者委員会オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書」（2019年4月）

（https://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/online_pf/doc/201904_opf_houkoku.pdf からダウンロードすることができる）（以下「報告書」という）および消費者委員会「プラットフォームが介在する取引の在り方に関する提言——オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書を受けて——」（2019年4月）

（https://www.cao.go.jp/consumer/content/20190418_teigen.pdf からダウンロードすることができる）（以下「提言」という）を取り扱う。なお、EUにおける展開については、たとえば、生貝直人「EUおよびわが国におけるプラットフォーム規制の状況」現代消費者法44号（2019年）69頁以下を参照。

化することを目的とするものとして、2017年に欧州委員会委員長によって発表された²

- 2018年に、消費者のためのニュー・ディールに関する政策文書³と、具体的な2つの立法提案によって構成されるパッケージが採択された
- 立法提案のうち、1つは既存の差止指令 2009/22/EC に置き換わるものとしての、消費者の集団的利益を保護するための代表訴訟に関する提案であり⁴、もう1つは、不正契約条項指令 93/13/EEC、価格表示指令 98/6/EC、不正取引方法指令 2005/29/EC および消費者権利指令 2011/83/EU を改正するものである⁵
 - ⇒ 後者では、特にデジタル経済の展開に沿うものとなるよう、EU 消費者保護法を現代化することが目的のひとつとされている
 - ⇒ 後者については、2019年9月に、欧州議会が同年4月にとった立場の修正版 (Corrigendum) が公表され⁶、同年11月27日に、「EU 消費者保護のより良いエンフォースメントおよび現代化のための指令 (Directive on better enforcement and modernization of EU consumer protection)」として採択された (以下「現代化指令」という)

(2) ビジネス・ユーザーためのオンライン仲介サービスの公正性および透明性の促進に関する規則⁷

- 欧州委員会は、2018年4月26日に、オンライン仲介サービスの公正性および透明性をビジネス・ユーザーのために促進する規則提案⁸を公表した
 - ⇒ 2年間にわたって収集されたデータや利害関係人の意見を含む影響評価

² 消費者のためのニュー・ディールについては、EU のウェブサイト

https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en を参照。

³ 同政策文書の内容は、<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0183> で閲覧することができる。

⁴ 同指令提案の内容は、<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018PC0184> で閲覧することができる。

⁵ 同指令提案の内容は、<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1523880940100&uri=COM:2018:185:FIN> で閲覧することができる。

⁶ 修正版の内容は、

http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/IMCO/DV/2019/09-25/2018_0090COR01_EN.pdf で閲覧することができる。

⁷ 馬場圭太教授 (関西大学) および寺川永教授 (関西大学) との共訳を近いうちに公表する予定である。本報告における条文の翻訳については、同共訳の作業ファイルを参照した。

⁸ 同規則提案は、<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/regulation-promoting-fairness-and-transparency-business-users-online-intermediation-services> からダウンロードすることができる。

(impact assessment) によって補強

⇒ 法的根拠 (legal basis) は欧州運営条約 (Treaty on the Functioning of the European Union, TFEU) 114 条 (域内市場)

- 2019 年 6 月 20 日に、ビジネス・ユーザーのためのオンライン仲介サービスの公正性および透明性の促進に関する欧州議会および理事会規則(EU)2019/1150⁹が採択された (以下「P2B 規則」という)

(3) フランスのデジタル共和国法

2016 年 10 月 7 日の法律第 2016 号 (デジタル共和国法) ¹⁰

+ 2017 年 9 月 29 日のデクレ第 1434 号¹¹

⇒ 消費法典 (Code de la Consommation) および観光法典 (Code du Tourisme) に、オンライン・プラットフォームに関する規定を挿入

(4) ELI によるモデル準則

ア ヨーロッパ法協会 (ELI) について

ヨーロッパ法協会 (European Law Institute. 以下「ELI」という)

⇒ 2011 年に独立機関として設立

⇒ ヨーロッパ法の質の改善を目的とする

⇒ ELI 内の SIGs (Special Interest Groups、特別関心活動グループ) のひとつとして、「デジタル法」に関するもの (2015 年中頃に設立)

→ その中のサブグループとして、「オンライン仲介プラットフォーム」に関するものがある

イ ELI によるモデル準則

- 2016 年 8 月に、オンライン仲介プラットフォームに関する指令のための討議草案 (Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms) が公表された¹²

⁹ 同規則の内容は、<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1568719209879&uri=CELEX:32019R1150> で閲覧することができる。

¹⁰ Loi n° 2016-1312 du 7 octobre 2016 pour une République numérique. 同法の原文は、

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000033202746&categorieLien=id> で閲覧することができる。

¹¹ 同デクレの本文は、

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000035720908&dateTexte=20180102> で閲覧することができる。

¹² 同討議草案の原文は、https://www.elsi.uni-osnabrueck.de/projekte/model_rules_on_online_intermediary_platforms/discussion_draft.html で閲覧することができる。

- ・ その後、2019年9月に、ELIの年次総会（ウィーン）にて、オンライン・プラットフォームに関するモデル準則（Model Rules on Online Platforms）が公表された（以下「ELIモデル準則」という）

※ **デジタル・コンテンツ供給契約およびデジタル・サービス供給契約指令¹³**

2019年5月20日に、デジタル・コンテンツ供給契約およびデジタル・サービス供給契約の一定の側面に関する欧州議会および理事会指令（EU）2019/770が採択された¹⁴

※ **物品売買契約指令**

2019年5月20日に、物品の売買契約の一定の側面に関する欧州議会および理事会指令（EU）2019/771が採択された¹⁵

※ **オンライン・プラットフォームの規律と不公正取引方法指令 2005/29/EC**

不公正取引方法指令の適用に関するガイダンス¹⁶における、オンライン・プラットフォームへの同指令の適用可能性に関する記載

¹³ EUにおけるデジタル・コンテンツ供給契約の規律については、EUのウェブサイト https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/contract-rules/digital-contracts/digital-contract-rules_en を参照。馬場圭太教授

¹⁴ 同指令の内容は、<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/770/oj> で閲覧することができる。馬場圭太教授（関西大学）および寺川永教授（関西大学）との共訳を近日中に公表する予定である。

¹⁵ 同指令の内容は、<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0771> で閲覧することができる。馬場圭太教授（関西大学）および寺川永教授（関西大学）との共訳を近日中に公表する予定である。

¹⁶ 同ガイダンスの内容は、<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163> で閲覧することができる。

第2 いくつかの重要事項に関する検討

1 オンライン・プラットフォームの定義

- ・ オンライン・プラットフォーム概念の定義を設けることの重要性および困難性

(1) 現代化指令

- ・ 現代化指令 3 条では、不正取引方法指令 2005/29/EC の定義規定である 2 条に、「(n)」として、「オンライン・マーケットプレイス」の定義を新設することが提案されている

「オンライン・マーケットプレイスとは、消費者に、ソフトウェア（ウェブサイト、ウェブサイトの一部又は事業者によって若しくは事業者のために運用されるアプリケーションを含む。）を用いて、他の事業者又は消費者と通信取引契約を締結することを可能とするサービスをいう。」

- ・ また、現代化指令 4 条では、消費者権利指令 2011/83/EU の定義規定である 2 条に、「(17)」として、前記と同じ定義を新設することが提案されている

+

『「オンライン・マーケットプレイス提供者」とは、消費者に対してオンライン・マーケットプレイスを提供する事業者をいう。』

- ・ 現代化指令立法理由（recitals）(25)によると、これらの定義は、規則 (EU)524/2013 および指令(EU)2016/1148 に置かれていたものを参照しつつ、新技術をカバーするべくより技術中立的にしたものである（「ウェブサイト」に代えて「ソフトウェア」という用語が用いられている）

(2) P2B 規則

- ・ P2B 規則 2 条(2)の定義規定は、次の通りである。

「(2) 『オンライン仲介サービス』とは、次に掲げる要件をすべて満たすサービスをいう。

(a) 欧州議会及び理事会指令(EU) 2015/1535……第 1 条(1)(b)の意味における情報社会サービスを構成するもの

(b) そのビジネス・ユーザーと消費者との間の直接の取引の開始を促進するために、ビジネス・ユーザーが消費者に物品又は役務を提供することを可能とするもの（その取引を最終的に締結するのかわからない。）

(c) そのサービスの提供者と消費者に物品又は役務を提供するビジネス・ユーザーとの間の契約関係に基づいてビジネス・ユーザーに提供するもの」

- また、P2B 規則 2 条(3)における「オンライン仲介サービス提供者」の定義は、次の通りである
「(3) 「オンライン仲介サービス提供者」とは、ビジネス・ユーザーに対してオンライン仲介サービスを提供し、又は提供する準備がある自然人又は法人をいう。」

(3) フランス消費法典

L.111-7 条 1 項の定義

「オンライン・プラットフォーム運用者とは、自然人又は法人であって、業として、対価の有無を問わず、次のいずれかに基づいて大衆に対し通信サービスを提供する者をいう。

- ① 第三者によって提案又はアップロードされるコンテンツ、物品又は役務の、デジタル・アルゴリズムを用いた分類又は引用
- ② 物品の売買、役務の提供又はコンテンツ、物品若しくは役務の交換若しくはシェアリング〔共有〕のための、複数の当事者の関連付け」

(4) ELI モデル準則

- 2 条 a)

『プラットフォーム』とは、1 条(1)に定めるサービスの 1 つ又は複数を提供する情報社会サービスをいう。」

⇒ 1 条(1)に定められているサービスは、

- ① プラットフォーム運用者の管理するデジタル環境での物品、役務またはデジタル・コンテンツに関する供給者との契約締結の機会を顧客に与えること
- ② 供給者が、プラットフォーム運用者の管理するデジタル環境で広告を行うことを可能とすること
- ③ 物品、役務またはデジタル・コンテンツの供給者を特定する比較または助言サービス（顧客をその供給者のウェブサイトへ誘導し、または連絡先を提供するもの）を顧客に提供すること
- ④ プラットフォーム利用者が、供給者、顧客、または供給者によって供給される物品、役務もしくはデジタル・コンテンツについて、評判システム（reputation system）を通じてレビューを行うことを可能とするもの、である

- 2 条 b)

『プラットフォーム運用者』とは、プラットフォームを運用する事業者をいう。」

- ※ いずれも広範な定義
- ※ 定義の範囲とエンフォースメントとの関係

2 情報提供および情報の透明性

- ・ 介入の程度が最も低いものとしての情報提供モデル
- ・ 提供される情報の透明性……EU 消費者法の核心的な要素

※ 提言 2 頁以下、報告書 60 頁以下

(1) 現代化指令

- ・ 現代化指令 3 条は、消費者が通信取引契約または関連する申込みに拘束されるにいたる前の追加的な情報提供義務をオンライン・マーケットプレイスに課す規定を導入するべく、不公正取引方法指令 2005/29/EC の 7 条(4)に(f)を新設している
 - ⇒ 情報提供義務の対象となっているのは、オンライン・マーケットプレイスで供給される商品について、その商品を供給する第三者が事業者であるのかどうかに関する、その第三者がオンライン・マーケットプレイス提供者に対して行った申告に基づく情報、である。
- ・ 現代化指令 4 条は、消費者が通信取引契約または関連する申込みに拘束されるにいたる前の追加的な情報提供義務をオンライン・マーケットプレイスに課す規定を導入するべく、消費者権利指令 2011/83/EU に 6a 条を新設している
 - ⇒ オンライン・マーケットプレイス提供者は、消費者が通信取引契約または関連する申込みに拘束されるにいたる前に、次の 4 項目の情報を、明確かつ分かりやすい方法で、通信の手段に適する形で提供しなければならない (6a 条 1 項)
 - ① 検索の結果として表示されるランキングを確定する主なパラメーター (指令 2005/29/EC の 2 条(1)(m)に定めるもの)、およびこれらのパラメーターの、他のパラメーターとの対比における相対的重要性に関する一般的情報。この情報は、オファーが表示されているページから直接かつ容易にアクセス可能なオンライン・インターフェイスの特定のセクションで提供されなければならない。〔後掲のランキングの透明性にも関連〕
 - ※ アルゴリズムなどの詳細の開示は求められていない (立法理由(23))
 - ② 物品、役務またはデジタル・コンテンツを供給する第三者が事業者であるのか否かに関する、その第三者がオンライン・マーケットプレイスに対して行った申告に基づく情報
 - ③ 物品、役務またはデジタル・コンテンツを供給する第三者が事業者ではない場合には、EU 消費者法に基づく権利が契約に適用されないことに関する情報
 - ④ 該当する場合には、契約に関する義務が物品等を供給する第三者とオンライン・マーケットプレイス提供者との間でどのように分担されているのかに関する情報 (そのような情報は、EU 法および国内法に基づいてオンラ

イン・マーケットプレイス提供者または第三者である事業者が負う責任に影響しない)

※ 加盟国は、オンライン・マーケットプレイス運用者に対し、追加的な情報提供義務を課することができる (6a 条 2 項)

(2) P2B 規則

利用規約の透明性 (3 条)

(3) フランス消費法典

・ オンライン・プラットフォーム運用者は、消費者に対して、消費者に対して次の情報を誠実、明確かつ透明な方法で提供しなければならない

① 自己の提供する仲介サービスの利用に関する一般的条件、および、同サービスを通じてアクセスできるコンテンツ、物品または役務の参照、分類および逆参照の方法

② 提供され、またはアップロードされるコンテンツ、物品または役務の分類または参照に影響を与える場合における、契約上の関係、資本上のつながりまたはオンライン・プラットフォーム運用者の利益における対価

③ 消費者が事業者および非事業者と接触する場合には、広告主の身分ならびに民事上および税務上の事項における当事者の権利義務

※ 一定の規模以上のオンライン・プラットフォームの場合には、前記 L.111-7 条の義務を加重 (L.111-7-1 条)

※ デクレ

(4) ELI モデル準則

・ 情報の透明性 (3 条)

ELI モデル準則に従った情報提供は、明確であり、分かりやすい方法かつ機械で読み取り可能なフォーマットで行われなければならない

・ プラットフォーム運用者の情報提供義務 (12 条)

⇒ 顧客に対する、プラットフォームに関する情報提供義務

プラットフォーム運用者は、最も早い機会に、および供給者と顧客との間の契約が締結される直前に、顧客に対して、明確な方法で、顧客が契約を締結する相手方がプラットフォーム運用者ではなく、供給者であることを知らせなければならない

※ 後掲 18 条との関係

⇒ 顧客に対する、供給者に関する情報提供義務 (13 条)

※ 供給者が事業者として物品等を提供しているのかに関する情報提供 +

供給者が事業者ではない場合には、顧客と供給者との間の契約に消費者法が適用されないことに関する情報提供（1項）

※ 遅くとも供給者と顧客との契約締結直後に、事業者の身分について顧客に対して情報提供する義務（2項）

※ プラットフォーム運用者は、1項および2項の目的においては、供給者によって提供された情報に依拠することができる（プラットフォーム運用者が、その情報が不正確であることを知り、または知ることができた場合を除く）（3項）……取引量等との関係 ⇔ 現代化指令との違い

⇒ 供給者に対する情報提供（14条）……フランス消費法典をモデルとするもの

※ 供給者が契約を締結する相手方がプラットフォーム運用者ではなく、顧客であること（a）

※ 供給者がどのようにしてプラットフォームとの間の契約を解消できるのかに関する情報（b）

※ プラットフォーム運用者がどのようにして供給者との間の契約を解消できるのかに関する情報（c）

※ プラットフォーム運用者に支払われるべき料金と、その算定方法（d）

※ 供給者と顧客との間の契約についてプラットフォーム運用者が提供する支払メカニズム（決済メカニズム）（e）

※ 該当する場合には、供給者とその顧客との間の通信を転送する方法に関する情報（f）

- ・ 顧客への情報提供のための設備を提供するプラットフォーム運用者の義務（15条）……フランス法をモデルとするものだが、消費者契約が締結されるプラットフォームに限定されていない

供給者が顧客に対する情報提供義務を果たすことができるための設備を提供するプラットフォーム運用者の義務（設計上の義務）

3 ランキングおよびレビューの透明性

- ・ オンライン・プラットフォーム取引におけるランキングの重要性

※ 提言 3 頁、報告書 61 頁

※ 共同規制については提言 9 頁、報告書 69 頁

(1) 現代化指令

- ・ P2B 規則によってカバーされていない対消費者の部分を対象とする規定を不正取引方法指令 2005/29/EC に挿入

- ⇒ 内容については、前掲該当部分を参照
- ⇒ ランキングに関する情報は、不正取引方法指令 2005/29/EC の定める「重要な情報」に該当する
- 不正取引方法指令 2005/29/EC のブラック・リストに新たな項目を追加
 - ⇒ 消費者のオンライン検索に対する結果において、対価を受けた上での広告や対価を受けた上でのより高いランキングの付与を示さないことは、誤認惹起的取引方法に該当する（項目 11a）
 - ⇒ 商品のレビューが実際に商品を使用し、または購入した消費者によるものと述べながらも、そのような消費者によるものであることを確認するための合理的かつ比例的な措置を取らないことは、誤認惹起的取引方法に該当する（項目 23b）
 - ⇒ 虚偽の消費者レビューや推奨を自ら提出し、もしくは他の法人または自然人に提出させ、または商品を促進するために消費者レビューもしくはソーシャル・エンドースメントを不正確に伝えることは、誤認惹起的取引方法に該当する（項目 23c）

(2) P2B 規則

- オンライン仲介サービス提供者は、ランキングを決定する主なパラメーターおよび他のパラメーターに対するその主なパラメーターの相対的な重要性の理由を示さなければならない（5条(1)）
 - ⇒ ランキングの予見可能性、他の提供者によるランキングとの比較可能性（立法理由(24)）
 - ⇒ アルゴリズムなどの詳細の開示は求められない（立法理由(27)）
- オンライン仲介サービス提供者は、主なパラメーターが、直接または間接的に報酬を支払うことでランキングに影響を及ぼす可能性を含むものである場合には、その可能性および影響について説明しなければならない（5条(2)）
- 前記説明は、ランキング・メカニズムが一定の事項を考慮するか否か、する場合にはどのようにおよびどの程度まで考慮するのかについて、ビジネス・ユーザーが適切な理解を得ることを可能とするのに十分なものでなければならない（5条(5)）
- オンライン仲介サービス提供者は、前記の要求事項を遵守する際に、アルゴリズムまたは合理的な確実性においてそのような検索結果の操作を通じて消費者の欺罔もしくは消費者被害を可能とする情報を開示するよう要請されてはならない（5条(6)）

(3) フランス消費法典

- オンライン・レビューを収集、適正化および公表する者は、ユーザーに対し、公

表の方法および処理について誠実、明確かつ透明な情報を提供しなければならない (L.111-7-2 条)

⇒ 処理の有無、処理をしている場合はその主な特徴、レビューの日付および更新日、公表されなかったレビューを行った者に対するその理由の説明、事業者からの無償での通知 (レビューの真正性に関するもの) を可能とすること

(4) ELI モデル準則

- ・ ランキングの透明性

プラットフォーム運用者は、検索の結果としてユーザーに表示されるランキングを決める主なパラメーターおよびその相対的重要性について、容易にアクセスできる情報を提供しなければならない (4 条(1)) ⇔ P2B 規則との違い

⇒ その根本にあるアルゴリズムに関する企業秘密を含まない + 消費者の不利益においてそのような結果を操作するために容易に利用できる情報を含まない

プラットフォーム運用者は、検索結果が対価の支払、その他財務的または企業的なつながりによって影響を受ける場合には、ユーザーに対しそのことについて情報提供しなければならない (4 条(2))

- ・ 評判システム

⇒ プラットフォーム運用者は、そのオンライン・プラットフォームで評判システムを提供する場合には、関連する情報がどのように収集、処理およびレビューとして公表されているのかについて情報を提供しなければならない (6 条(1))

……フランス消費法典 L.111-7-2 条をモデルとするもの

⇒ 評判システムは、専門的注意の要求事項を遵守するものでなければならない (6 条(2))

⇒ 評判システムは、ISO 20488:2018 (オンライン消費者レビュー)¹⁷に適合する場合、または ELI モデル準則 6 条(4)に規定する基準を遵守する場合に、専門的注意の要求事項を遵守するものと推定される (6 条(3))

……共同規制 (柔軟性および予見可能性)

4 レビューのポータビリティ

- ・ ELI モデル準則による提案
- ・ データのポータビリティとの異同

¹⁷ ISO20488/2018, Online consumer reviews - Principles and requirements for their collection, moderation and publication.

- ELI モデル準則では、レビューのポータビリティについて、次の通り定められている
- ⇒ プラットフォーム運用者は、既存のレビューについて、少なくとも月に 1 回およびプラットフォームとユーザーとの間の契約の解消時に、他のプラットフォーム運用者の評判システムに、組織され、一般的に利用されており、かつ、機械で読み取り可能なフォーマットで転出するための設備を提供しなければならない (7 条(1))
 - ……移転コストの削減、ロックイン効果の回避
 - ……転入は、プラットフォーム運用者の判断による
 - ⇒ プラットフォーム運用者は、プラットフォームと供給者またはプラットフォームと顧客との契約の締結前に、プラットフォーム・ユーザーがレビューを転出したい場合の手續、技術的要求事項、時間および料金について情報提供しなければならない (7 条(2))
 - ⇒ 他のプラットフォームからのレビューを取り込む場合、プラットフォーム運用者は、そのレビューが ELI モデル準則 7 条に定められているのと同様の専門的注意の要求事項に適合する形で生成されたものであることを確認しなければならない (7 条(3))
 - ⇒ 他のプラットフォームから取り込まれたレビューを表示する場合、プラットフォーム運用者は、これらのレビューが他のプラットフォームで生成されたものであることを記載しなければならない (7 条(4))

5 オンライン・プラットフォーム運用者の責任

- ・ ELI モデル準則における一連の提案

(1) 供給者に対する請求権をプラットフォーム運用者に対しても行使できる場合

プラットフォーム運用者が ELI モデル準則 12 条（プラットフォームに関する情報提供義務）に違反した場合、顧客は、供給者との間の契約に基づいて供給者に対して行使できる請求権を、プラットフォーム運用者に対しても行使することができる (18 条)

(2) 「支配的な影響力」を有するプラットフォーム運用者の責任

顧客が、プラットフォーム運用者が供給者に対して支配的な影響力を有することに依拠することが合理的である場合には、顧客は、供給者との間の契約に基づいて供給者に対して行使できる不履行に関する請求権を、プラットフォーム運用者に対しても行使することができる (19 条(1))

⇒ 支配的影響力が存在するののかに関する一連の基準（19条(2)）

(3) 消費者保護規定の適用の拡張

前記 18 条および 19 条(1)の場合、消費者である顧客は、プラットフォーム運用者に対して、供給者が事業者であったら行使できたであろうあらゆる請求権を行使することができる（20条(1)）

(4) プラットフォーム運用者自身による誤認惹起的な表明

プラットフォーム運用者は、顧客、物品、供給者に供給されている物品、役務またはデジタル・コンテンツその他供給者と顧客との間の事項について誤認惹起的な表明を行った場合には、誤認惹起の情報によって顧客または供給者に生じた損害について責任を負う（21条）

……プラットフォーム運用者による情報の信頼性を高め、ユーザーの信頼を強化

(5) 保証に関するプラットフォーム運用者の責任

プラットフォーム運用者は、供給者もしくは顧客、または供給者によって供給されている物品、役務もしくはデジタル・コンテンツについて提供する保証について責任を負う（22条）

※ その他、いくつかの準則に対する違反行為に関する責任