

「デジタル・プラットフォーマーと個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方（案）」に対する意見

氏名	一般社団法人 電子情報技術産業協会 法務・知的財産部会 データ利活用検討 TF
<p>■意見1</p> <p>該当箇所：全体</p> <p>意見内容：消費者との取引（個人情報の収集等の取り扱いを含む）に関しては、既に消費者契約法や個人情報保護法等に基づき必要な法規制が導入されている中、グローバルに見て日本特有の概念であり、本来企業間取引を主たる対象とする優越的地位の濫用を、不用意に対消費者取引に拡大されることを懸念し、規制を重疊的に適用することについては、慎重な判断が必要と考える。</p> <p>また仮に、重疊適用される場合は、個人情報保護法との関係を整理した上で、同法上適法である行為については独占禁止法上も適法とすべきと考える。</p> <p>理由：「5 優越的地位の濫用となる行為類型」では、主に個人情報の収集・利用等の取り扱いに関して焦点が当てられており、その多くの行為類型は個人情報保護法に基づき適正に規制されている行為類型と同一もしくは酷似している。</p> <p>別の法律に基づき既に適正な法規制がされている中、独占禁止法の観点からも重疊的に規制をかけることは、プラットフォーマーだけでなく、プラットフォームを活用したサービスを消費者に対して展開する事業者の新たな挑戦に対する委縮効果や事業の安心・安定的な運用を阻害する可能性を懸念する。</p> <p>また、「5 優越的地位の濫用となる行為類型」には、個人情報保護法には相当するものがない行為類型も含まれているが、個人情報の収集・利用等の取り扱いについて、個人情報保護法の範囲を逸脱し、本来的な目的が異なる独占禁止法によって新たな規制を導入することは適切でないと考えます。</p> <p>■意見2</p> <p>該当箇所：全体</p> <p>意見内容：本考え方（案）全体を通じて、使用される用語の定義や文章の構成・表現の更なる明確化を求める。</p> <p>理由：「デジタル・プラットフォーマー」「個人情報等」「消費者」など本考え方（案）の表題に含まれる用語を含め、使用される用語の定義、および、一部文章の構成・表現が十分に明確でないため、多義的な解釈が可能となることを懸念する。（明確化が必要な具体的な用語や箇所は、以下の意見を参照のこと）</p> <p>■意見3</p> <p>該当箇所：P1(下から3行目)～P2(上から4行目)「デジタル・プラットフォーマー」の定義</p>	

意見内容：「デジタル・プラットフォーマー」とは、オンライン・ショッピング・モール、…、SNS などの「デジタル・プラットフォーム」を提供する事業者をいう。という記載内容は、以下のいずれの意図で記載されているのかを明確にして頂きたい。

- 1) P2 に記載のような業態の事業者は全て「デジタル・プラットフォーマー」に該当する
- 2) P2 に記載のような業態の中で、P1 記載の「デジタル・プラットフォーム」を提供する場合において「デジタル・プラットフォーマー」該当する。すなわち、P2 記載の業態であっても、P1 記載の「デジタル・プラットフォーム」の構成要件を満たさない事業者等は、「デジタル・プラットフォーマー」には該当しない。

理由：現状の記載内容は、上記のいずれにも解釈が可能なため、解釈に差異を生じないようにして頂きたい。

■意見 4

該当箇所：全体（「消費者」の範囲）

意見内容：本考え方における「消費者」とは、デジタル・プラットフォーマーからサービスの提供を受ける主体とされているが、明確に定義している文章はない。1 で「消費者契約法」が挙げられているが、同法の「消費者」の定義にあたらぬ、デジタル・プラットフォーマーに対して弱い立場にある事業者がサービスを利用し「個人情報等」を提供するような、独占禁止法による保護に値するケースも想定され得る。このような事業者を含める、含めないのいずれの立場を取るにしても、解釈が明確になるように文章を補足していただきたい。

理由：「消費者」の定義が明確でなく、本考え方の適用対象が不明瞭であるため。

■意見 5

該当箇所：2 「取引の相手方（取引する相手方）」の考え方

意見内容：消費者が、サービスを利用する際に、「その対価として自己の個人情報等を提供していると認められる場合」とあるが、具体的にどのような場合が「対価として」の「提供」にあたるか、基準を明確にされたい。例えば、事業者が、サービス内において広告を掲載し、広告主から得た広告掲載料を原資として消費者にサービスを提供しているケースや、消費者から提供される個人情報等は単にサービス提供のために必要な範囲（ユーザーアカウント管理等）でしか用いられず、事業者が個人情報等の「経済的価値」を積極的に利用してはいないケースもあるが、そのような場合は「対価として」の「提供」はなされていないと考えられるため、その旨を明瞭にしていただきたい。

理由：上記のようなケースでは、事業者においても消費者においても、個人情報等を対価として得、あるいは提供しているという認識はないと考えられるため。

■意見6

該当箇所：3 「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方 (2)

意見内容：①～③の事項は、いずれか一つではなく、これらを総合考慮して「取引することの必要性」が判断されるということを明らかにされたい。

理由：3(1)では、「デジタル・プラットフォーマーが個人情報等を提供する消費者に対して優越した地位にある」とは、「消費者がデジタル・プラットフォーマーから不利益な取扱いを受けても、消費者が当該デジタル・プラットフォーマーの提供するサービスを利用するためにはこれを受け入れざるを得ないような場合」であるとしたうえで、(2)ではさらに、そのような「場合」とは、「取引することの必要性」を考慮して判断するとされている。しかし、意見7から意見9で示す通り、①～③のいずれか一つに該当することをもって「取引することの必要性」がある評価とすることは適切ではないと考えられるため。

■意見7

該当箇所：3 「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方 (2)

意見内容：①は、「代替可能なサービスが存在しない」というだけでは優越的地位を認める事由としては不十分であり、当該サービスを利用する必要性など、他の要件も必要ではないか。また、どのようなサービスが「代替可能なサービス」にあたるかが不明確であり、例えば、サービスの内容、品質や機能等を考慮するなどといった判断基準を明確にすべき。

理由：単に「代替可能なサービスが存在しない」だけでは、例えば、必要性がないために誰にも利用されていないようなサービスでも、他に「代替可能なサービスが存在しない」限り、その提供者たるデジタル・プラットフォーマーは「消費者に対し取引上の地位が優越していると認められる」ことになりかねないが、このような場合に、必ずしも優越的地位の濫用があるとは認められないため。

■意見8

該当箇所：3 「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方 (2)

意見内容：②は、いかなる場合が「当該デジタル・プラットフォーマーの提供するサービスの利用を止めることが事実上困難な場合」であるかが明らかではないため、判断基準を明確にすべき。

理由：消費者における「事実上」の「困難」を評価するにあたり、利用中止にともなう手続き等の手間や、無形的・精神的な負担等も含まれるとすれば、ほとんどのサービスが②に該当するおそれがあるため。例えば、消費者があるブログサービスに長期間投稿を続けており、他の利用者との関係が深まるなどして利用実績が蓄積されているような場合には、それを喪失することとなるような、同等の機能を有

する他のプログサービスへの乗換えは躊躇すると考えられるが、このような場合も「利用を止めることが事実上困難」とされるおそれがある。

■意見 9

該当箇所：3 「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方 (2)

意見内容：③の「当該デジタル・プラットフォーマーが、その意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の取引条件を左右することができる地位にある」について、これのみをもって取引上の地位の優越を認めることはできず、「取引することの必要性」等の要件もあわせて必要ではないか。また、どのようなケースがこのような「地位」にあたるのか不明瞭なため、判断基準を明らかにすべき。

理由：例えば、あるデジタル・プラットフォーマーのサービスが③に該当しても、消費者が他の「代替可能なサービス」を利用できる場合は、当該デジタル・プラットフォーマーと「取引することの必要性」がないため、当該デジタル・プラットフォーマーの「取引上の地位が相手方に優越」していることにはならないのではないかと考えられる。また、事業者と消費者の間では、事業者が準備した約款を用いた取引を行っていることが通常であり、当該約款の変更を事業者が行うことが通常である。この点をもって、「その意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の取引条件を左右することができる地位にある」と評価され「取引上の地位が相手方に優越」していると認められるようにも解されるが、約款は、事業者がその「取引上の地位」を「相手方に優越」させるためではなく、同種・大量の取引を反復継続するための事務処理やコストなど諸般の事由により用いられるものであり、③の範囲が不当に広がってしまうおそれがある。

■意見 10

該当箇所：3 「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方 (3)

意見内容：「優越的地位にあるデジタル・プラットフォーマーが消費者に対して不当に不利益を課している限り、すべての取引が優越的地位を「利用」して行われた行為となるかのように書かれているが、実態として「利用」がないケースも考えられるため、適切ではないと考えられる。例えば、個人情報等の提供が任意とされている場合には、「利用」したとはいえない旨を追記すべきではないか。

理由：例えば、デジタル・プラットフォーマーが消費者に対し、サービスの提供に最低限必要となる個人情報等の提供は必須としつつも、それ以外の個人情報等の提供は任意とされ、消費者がかかる提供を行わなくてもサービスを利用できる場合には、当該デジタル・プラットフォーマーが、「経済的価値を有する」個人情報等の提供という「不利益」を消費者に課しており、それがサービス提供に必須でないことから「不当」であると評価され得るとしても、消費者は事業者からかかる提供を強いられているとは感じないであろうから、優越的地位を「利用」したとはいえないと考えられる。

(以上)