



# 公正取引委員会

Japan Fair Trade Commission

「デジタル・プラットフォーム事業者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」のポイント

令和元年 12 月

公正取引委員会

# 検討の経緯

「未来投資戦略2018」（平成30年6月 閣議決定）

「…公正かつ自由で透明な競争環境の整備、イノベーション促進のための規制緩和（参入要件の緩和等）、デジタルプラットフォームの社会的責任、利用者への公正性の確保などについて、関係省庁で検討し、本年中に基本原則を定め、これに沿った具体的措置を早急に進める。」

「プラットフォーム型ビジネスの台頭に対応したルール整備の基本原則について」  
（平成30年12月 経済産業省，公正取引委員会，総務省）

「…サービスの対価として自らに関連するデータを提供する消費者との関係での優越的地位の濫用規制の適用等、デジタル市場における公正かつ自由な競争を確保するための独占禁止法の運用や関連する制度の在り方を検討する。」

「成長戦略フォローアップ」（令和元年6月 閣議決定）

「・現行の独占禁止法の優越的地位の濫用規制をデジタル・プラットフォーム企業による対消費者取引に適用する際の考え方の整理を2019年夏までに行い、執行可能な体制を整備する。」

「デジタル・プラットフォーム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）」に対する意見募集  
（令和元年8月 公正取引委員会）

「デジタル・プラットフォーム事業者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」の策定  
（令和元年12月 公正取引委員会）

# 本考え方の概要 (本考え方「はじめに」)

## 本考え方の対象となる行為

デジタル・プラットフォーム事業者①が提供するデジタル・プラットフォームにおける個人情報等②の取得又は当該取得した個人情報等の利用③における行為

### ①デジタル・プラットフォーム事業者：

情報通信技術やデータを活用して第三者にオンラインのサービスの「場」を提供し、そこに異なる複数の利用者層が存在する多面市場を形成し、いわゆる間接ネットワーク効果が働くという特徴を有する「デジタル・プラットフォーム」を提供する事業者。

### ②個人情報等：

個人情報保護法第2条第1項に規定する「個人情報」、「個人情報以外の個人に関する情報※」。

※それ単体では個人識別性を有さず個人情報とは解されない情報であっても、他の情報と容易に照合でき個人を識別できる場合は個人情報となる。

### ③個人情報等の取得又は当該取得した個人情報等の利用：

「デジタル・プラットフォームにおける個人情報等の取得」及び「デジタル・プラットフォームにおいて取得した個人情報等の利用」。

## 上記行為を対象に考え方を整理する理由

- デジタル・プラットフォームは、ネットワーク効果、低廉な限界費用、規模の経済等の特性を通じて拡大し、独占化・寡占化が進みやすいとされていること。
- デジタル・プラットフォーム事業者によるデータの集積・利活用が進展することにより、競争優位を維持・強化する循環が生じるとされていること。
- デジタル・プラットフォーム事業者による消費者の個人情報等の取得・利用に対して懸念する声があること。  
(「デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する中間論点整理」(平成30年12月)より)

# 「優越的地位の濫用」とは（本考え方「1」）

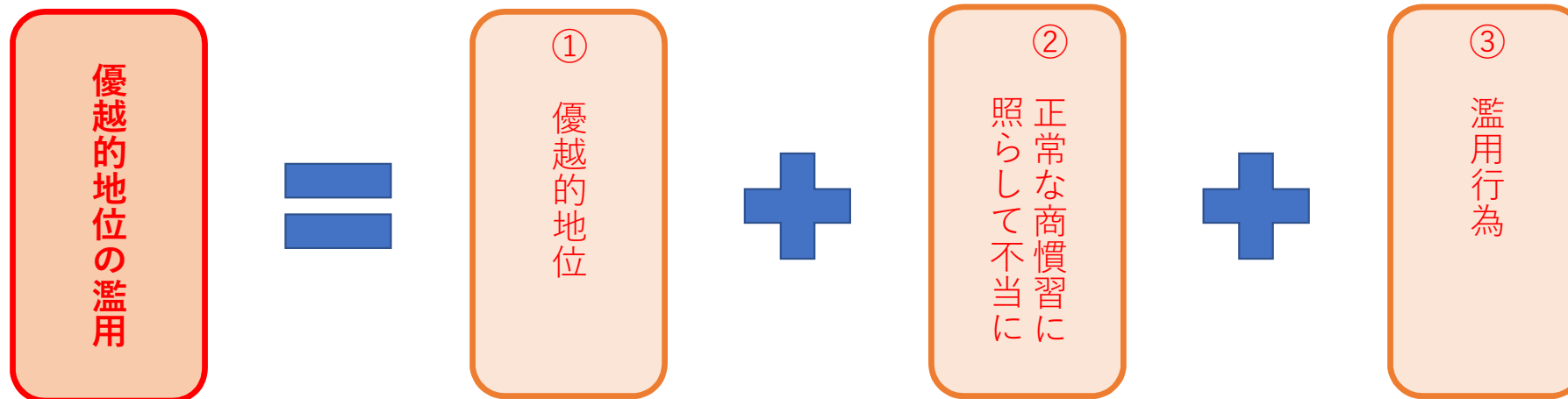
独占禁止法第2条第9項第5号

取引上の地位が相手方に優越している者が、取引の相手方に対して、正常な商慣習に照らして不当に、以下の行為をすること。

- 取引の対象である商品又は役務以外の商品等を購入させること
- 金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること
- 受領拒否、返品、支払遅延、減額、取引の対価の一方的決定、やり直しの要請、その他取引の相手方に不利益となるように、取引条件の設定若しくは変更又は取引の実施

## 優越的地位の濫用の概要

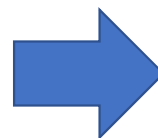
優越的地位の濫用は3つの要素から判断される。



# 「優越的地位の濫用」とは（本考え方「1」）

## 優越的地位の濫用の規制趣旨

- 取引の相手方（消費者）の自由かつ自主的な判断による取引を阻害
- 行為者（デジタル・プラットフォーム事業者）はその競争者との関係において競争上有利となる※

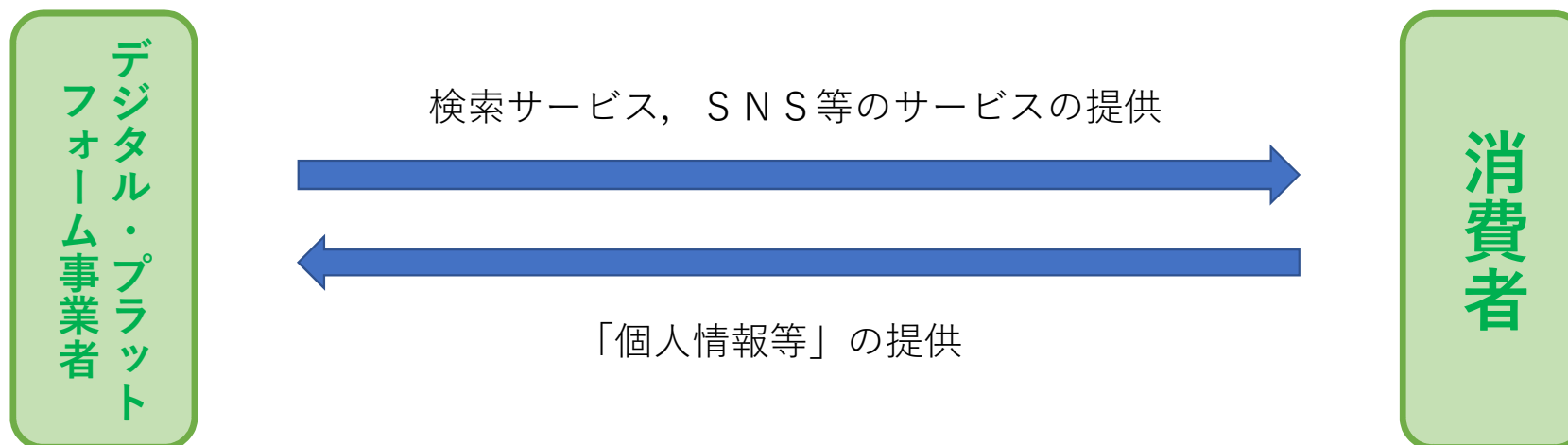


公正な競争を阻害するおそれ

※行為者（デジタル・プラットフォーム事業者）はその競争者との関係において競争上有利となるとは：  
取引の相手方（消費者）に対して不当に不利益を与えることにより削減した費用又は得た利益を、当該取引に係る事業又は他の事業に投入することにより、競争者との関係において競争上有利になるおそれがある。

なお、公正取引委員会は、デジタル・プラットフォーム事業者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として問題となり得るもののうち、P 6の①、②又は③の場合であって、国民生活に広範な影響を及ぼすと考えられる事案について、優先的に審査を行う。

# 「取引の相手方（取引する相手方）」とは (本考え方「2」)



消費者はデジタル・プラットフォーム事業者の「取引の相手方（取引する相手方）」となる

個人情報等は，経済的価値を有する：

経済産業省，公正取引委員会及び総務省の3省庁が設置した検討会において取りまとめた「デジタル・プラットフォームを巡る取引環境整備に関する中間論点整理」（平成30年12月）において，「デジタル・プラットフォームがプラットフォームを利用する消費者（個人）から収集するデータは，事業活動上，金銭と同様に経済的価値を有すると考えられる。」とされている。

個人情報等は，サービスの対価である：

消費者がデジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービスを利用する際に，個人情報等を提供する場合を個人情報等を「対価」とした取引と整理。

# 「優越的地位」とは（本考え方「3」）

消費者がデジタル・プラットフォーム事業者から不利益な取扱いを受けても、消費者が当該デジタル・プラットフォーム事業者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

→ デジタル・プラットフォーム事業者が消費者に対して「優越的地位」にある

① 代替可能なサービスを提供するデジタル・プラットフォーム事業者が存在しない

代替可能かどうかは、サービスの機能・内容、品質等を考慮して判断。個々の消費者ごとには判断せず、一般的な消費者にとって代替可能かどうかで判断。

② サービスの利用をやめることが事実上困難

サービスの利用をやめることが事実上困難かどうかは、サービスの機能・内容、サービスの利用により形成したネットワークや蓄積したデータが他のサービスでも利用可能かどうか等を考慮して判断。個々の消費者ごとには判断せず、一般的な消費者にとって利用をやめることが事実上困難かどうかで判断。

③ デジタル・プラットフォーム事業者がその意思で、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

競争を実質的に制限できる地位にあり、各種の競争圧力を考慮することなく消費者に不利になるように各般の取引条件を変更できる場合。

# 「正常な商慣習に照らして不当に」とは

(本考え方「4」)



公正取引委員会  
Japan Fair Trade Commission

「正常な商慣習」とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場から是認されるものをいう。  
現に存在する商慣習に合致しているからといって、直ちにその行為が正当化されることにはならない。

正常な商慣習



現に存在する商慣習



公正な競争秩序の維持・促進の立場から是認されるもの

「正常な商慣習に照らして不当」である場合



公正な競争を阻害するおそれがある場合



問題となる不利益の程度，行為の広がり等を考慮して，個別の事案ごとに判断。



# 「濫用行為」とは（本考え方「5」）

デジタル・プラットフォーム事業者による、個人情報等の取得又は利用におけるどのような行為が、独占禁止法第2条第9項第5号の規定に照らして、優越的地位の濫用につながり得るかを明らかにする。

## 優越的地位の濫用となる行為類型

### (1) 個人情報等の不当な取得

- ア 利用目的を消費者に知らせずに個人情報を取得すること
- イ 利用目的の達成に必要な範囲を超えて、消費者の意に反して個人情報を取得すること
- ウ 個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、個人情報を取得すること
- エ 自己の提供するサービスを継続して利用する消費者に対して、消費者がサービスを利用するための対価として提供している個人情報等とは別に、個人情報等その他の経済上の利益を提供させること

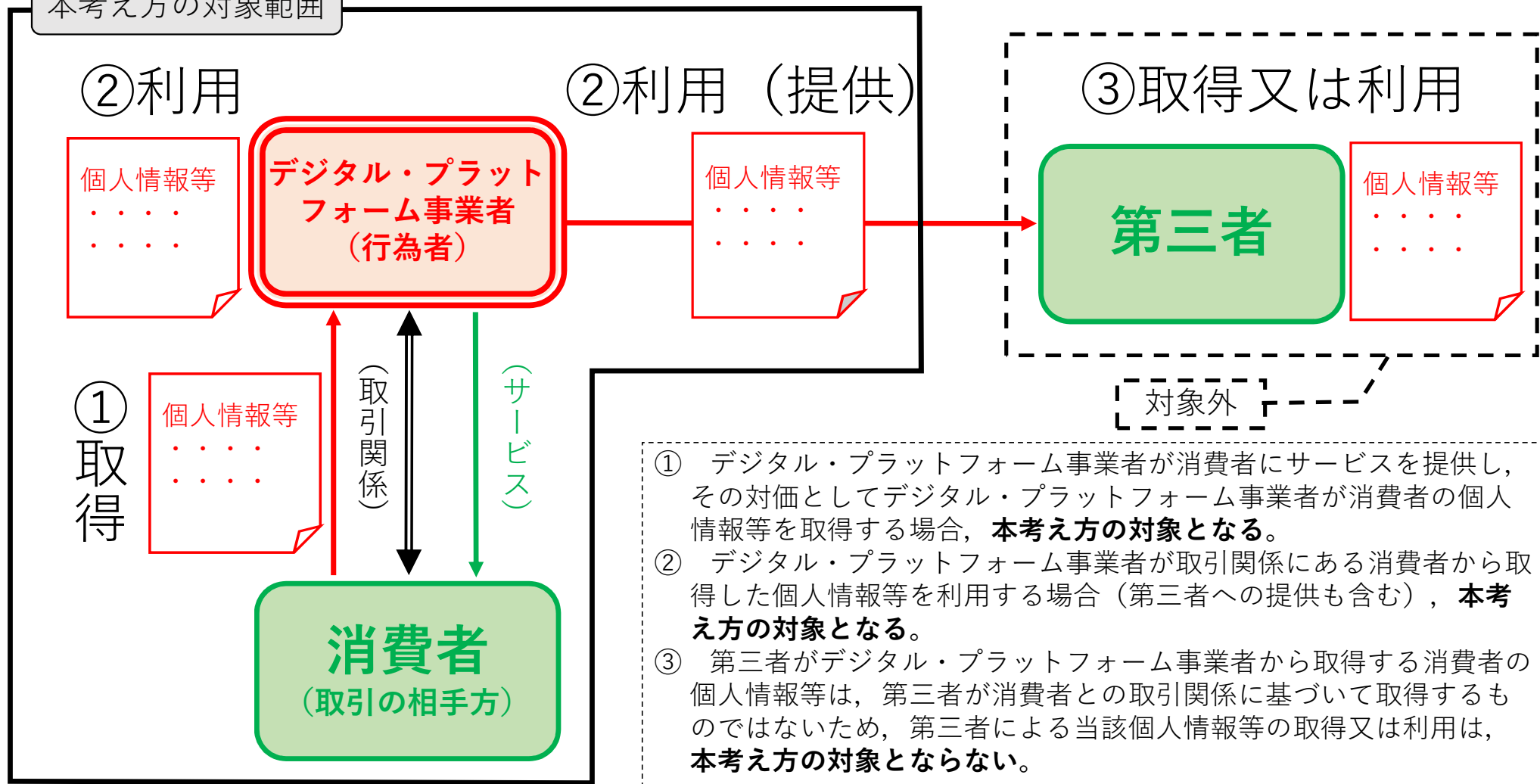
### (2) 個人情報等の不当な利用

- ア 利用目的の達成に必要な範囲を超えて、消費者の意に反して個人情報を利用すること
- イ 個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、個人情報を利用すること

※ 上記に限らず、消費者に対して優越した地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者による個人情報等の取得又は利用に関する行為が、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる場合には、優越的地位の濫用として問題となる。

# 本考え方の対象範囲 (本考え方「5」)

本考え方の対象範囲



# 消費者にとっての不利益 (本考え方「5」)

対価に対し相応でない品質のサービス

## ②利用

個人情報等  
.....

デジタル・プラット  
フォーム事業者  
(行為者)

## ①取得

個人情報等  
.....

(取引関係)

(サービス)

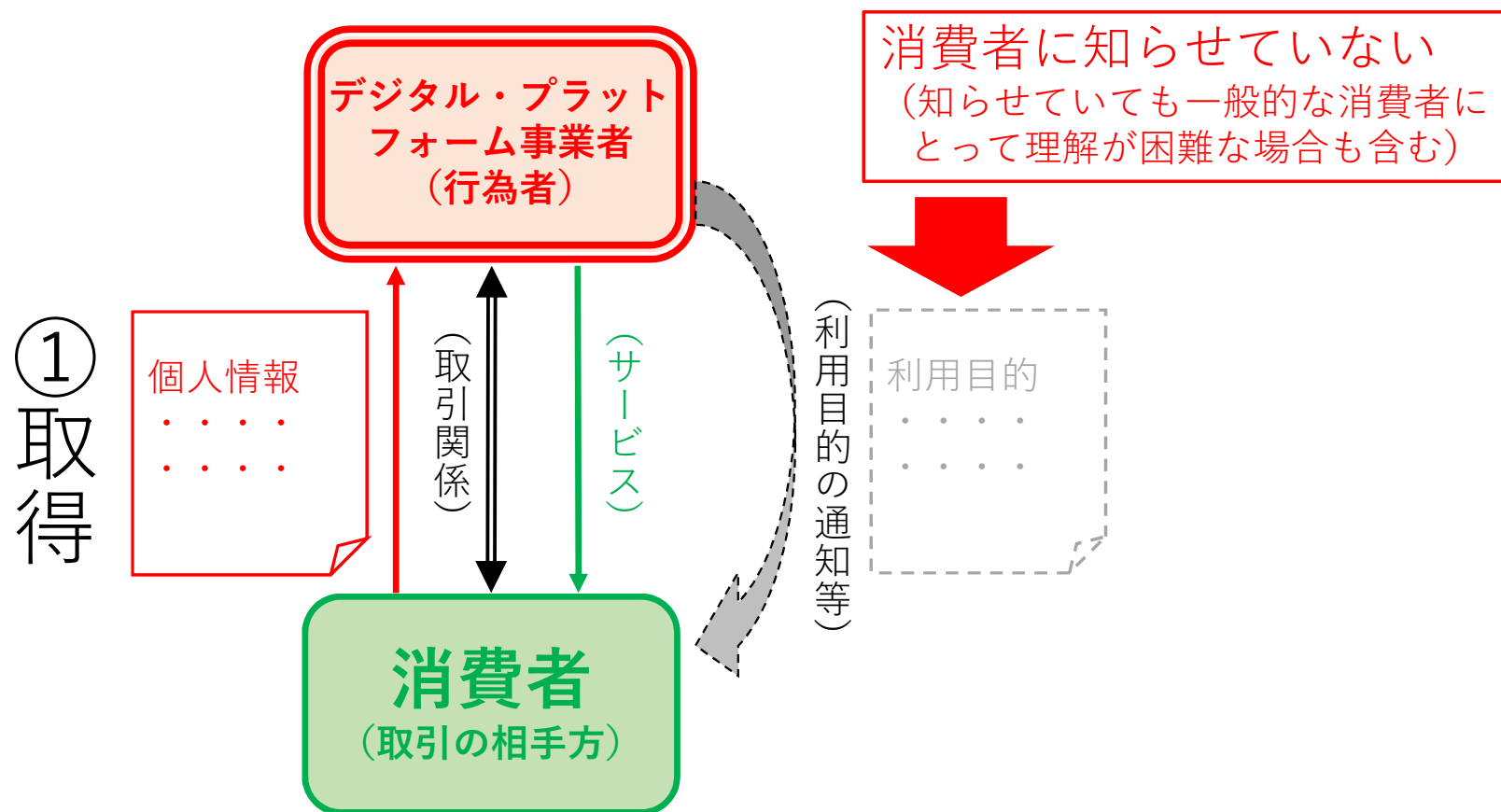
消費者  
(取引の相手方)

当該サービスの提供に  
当たり必要最低限の品  
質を備えていない

(個人情報の取得又は利用に  
当たり法令違反を伴うよう  
なサービスを提供する場合、  
消費者にとって不利益を与  
えることとなる。)

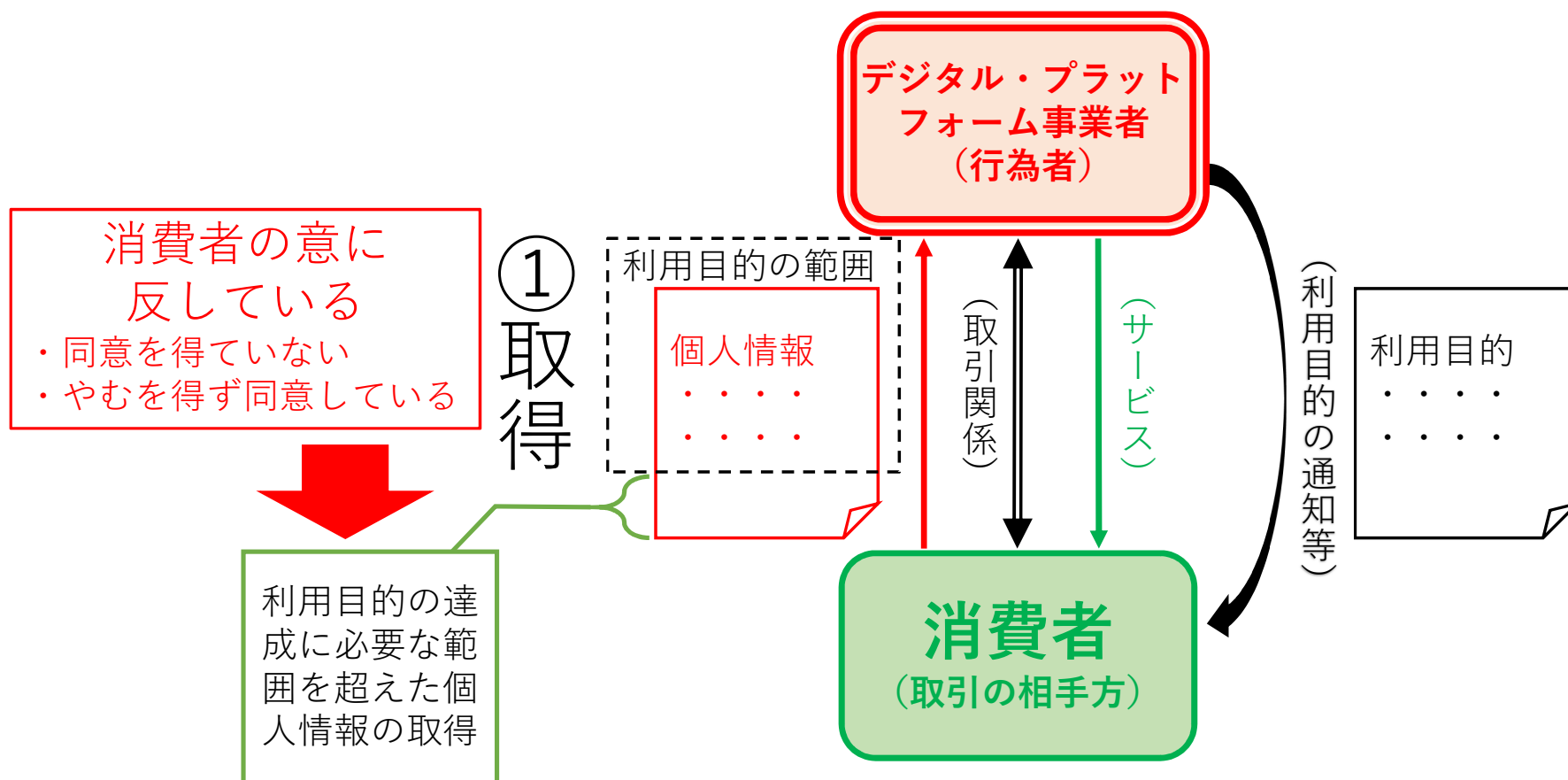
# 「行為類型(1)ア」 (本考え方「5」)

5(1)ア 利用目的を消費者に知らせずに個人情報を取得



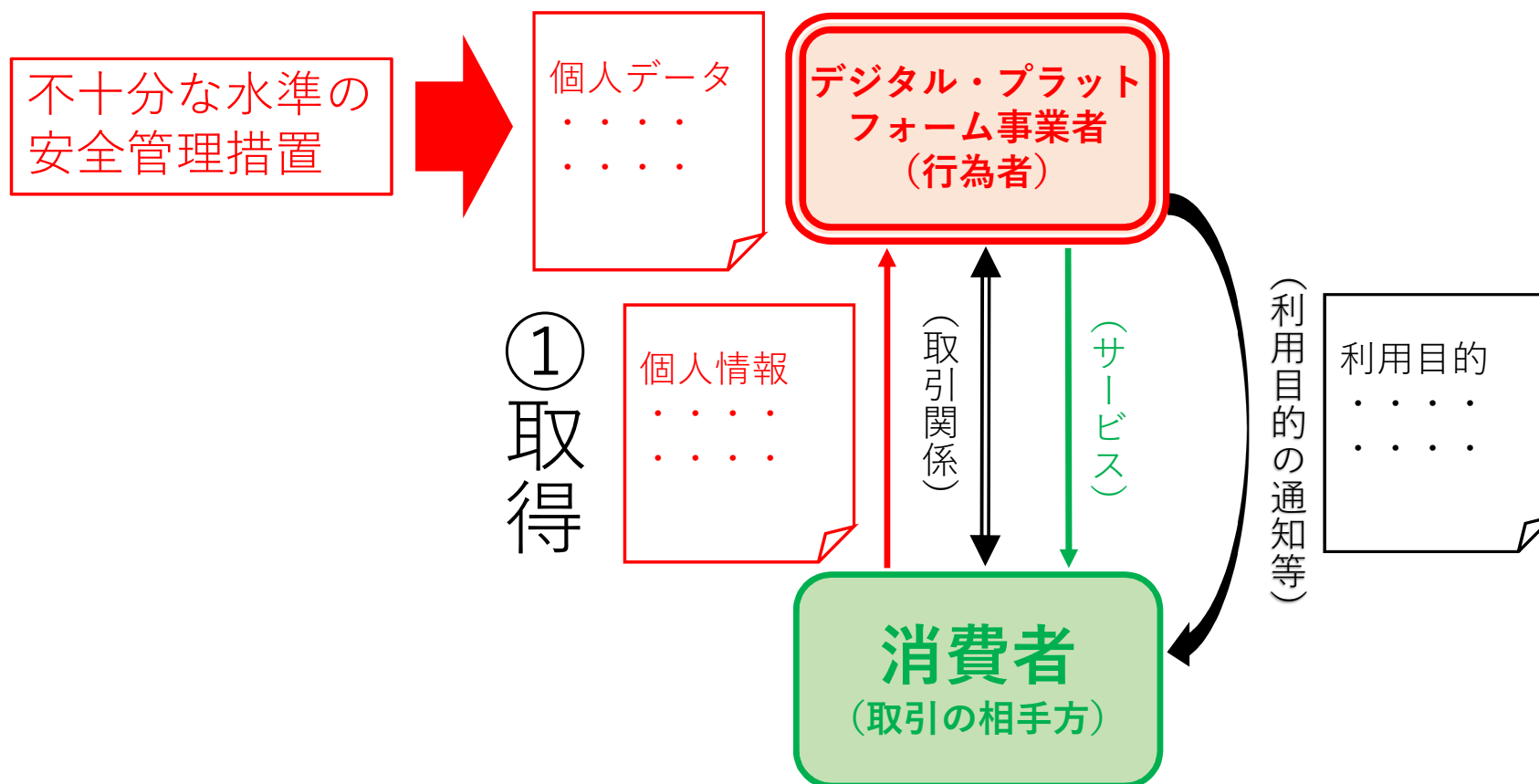
# 「行為類型 (1) イ」 (本考え方「5」)

5(1)イ 利用目的の達成に必要な範囲を超えて消費者の意に反して個人情報を取得



# 「行為類型 (1) ウ」 (本考え方「5」)

5(1)ウ 個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに個人情報を取得

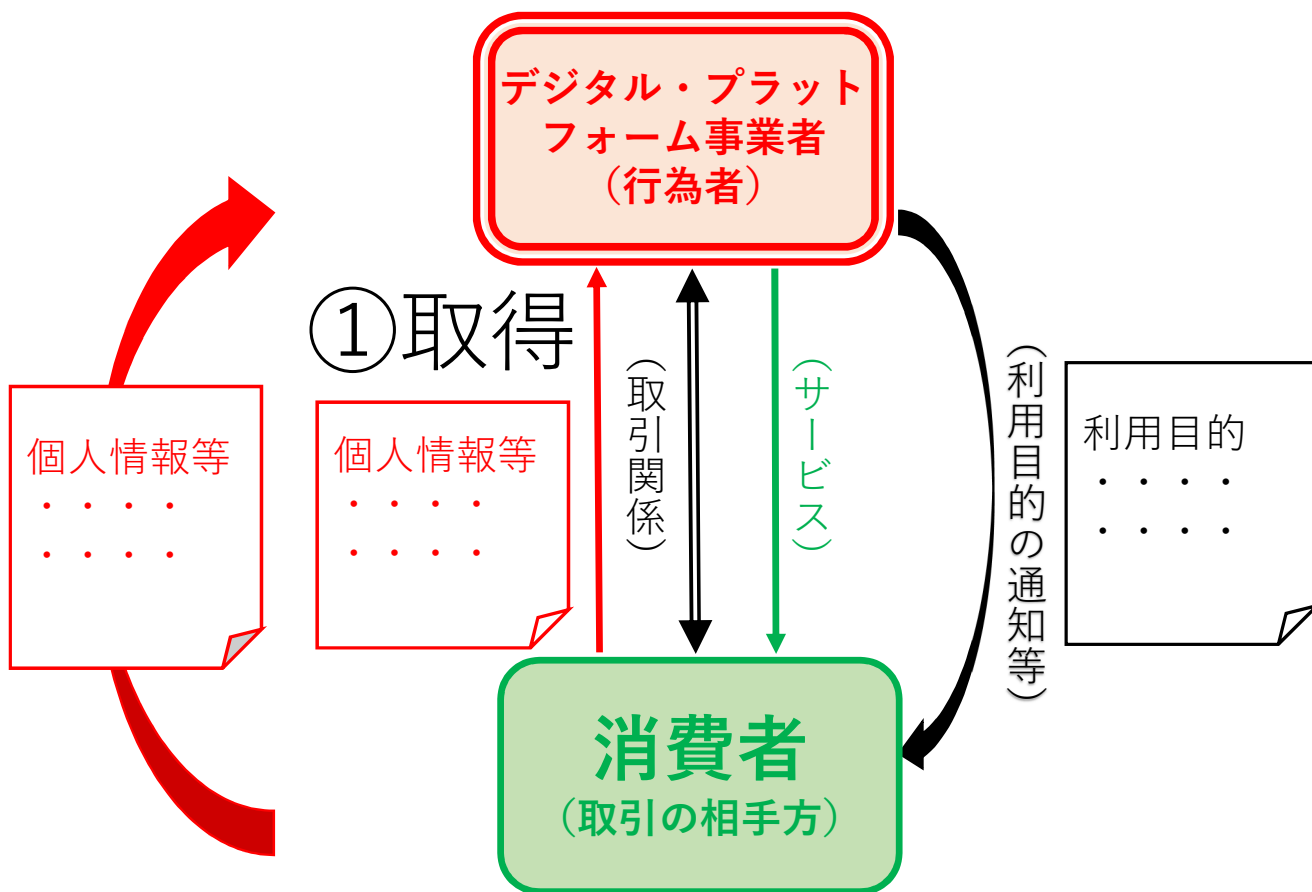


# 「行為類型(1)エ」 (本考え方「5」)

5(1)エ 対価として提供している個人情報等とは別に個人情報等その他の経済上の利益を提供させる

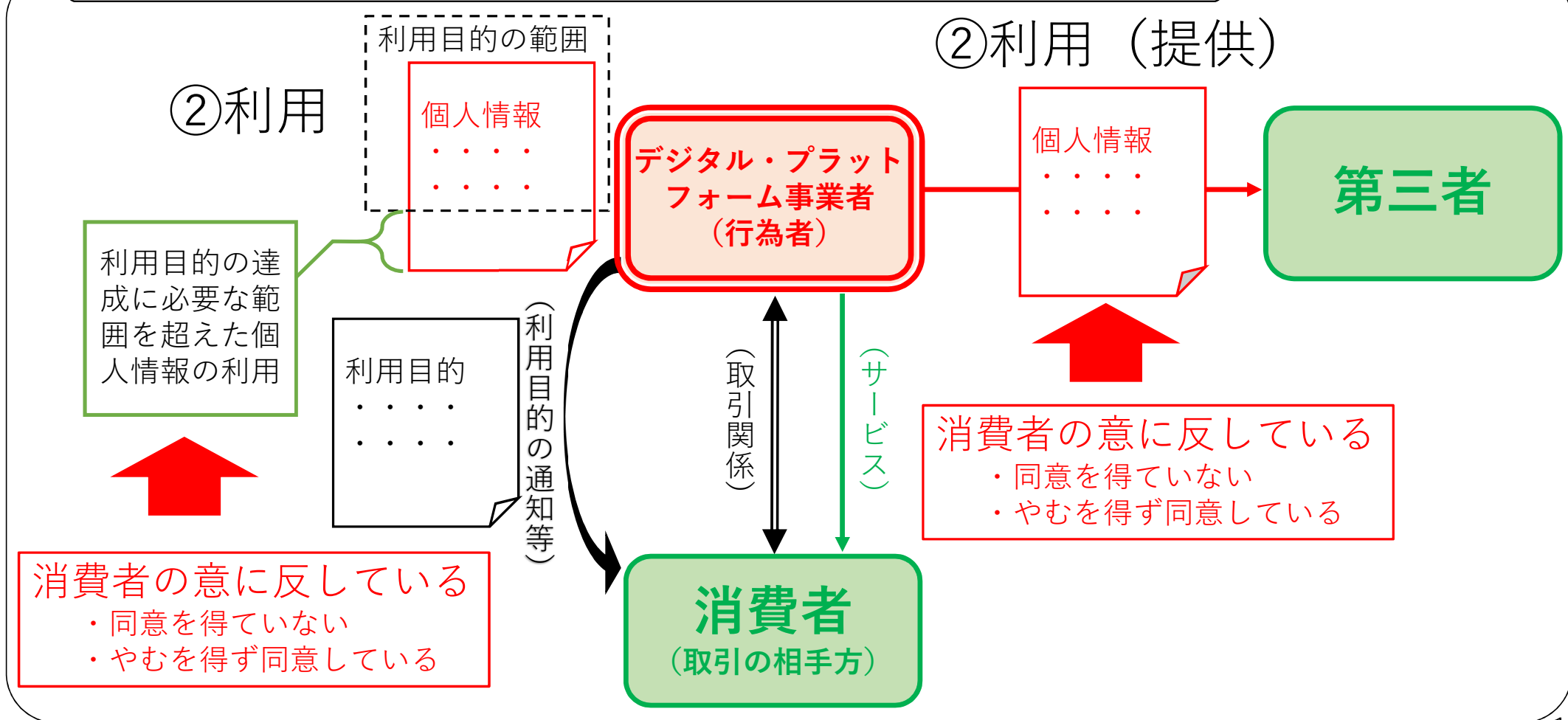
- ・消費者が任意に提供する場合は、通常、問題とならない。
- ・追加サービスの対価であれば、通常、問題とならない。
- ・提供により消費者に生じる利益を勘案して合理的であれば、通常、問題とならない。

別途の提供



# 「行為類型 (2) ア」 (本考え方「5」)

5 (2)ア 利用目的の達成に必要な範囲を超えて消費者の意に反して個人情報を利用

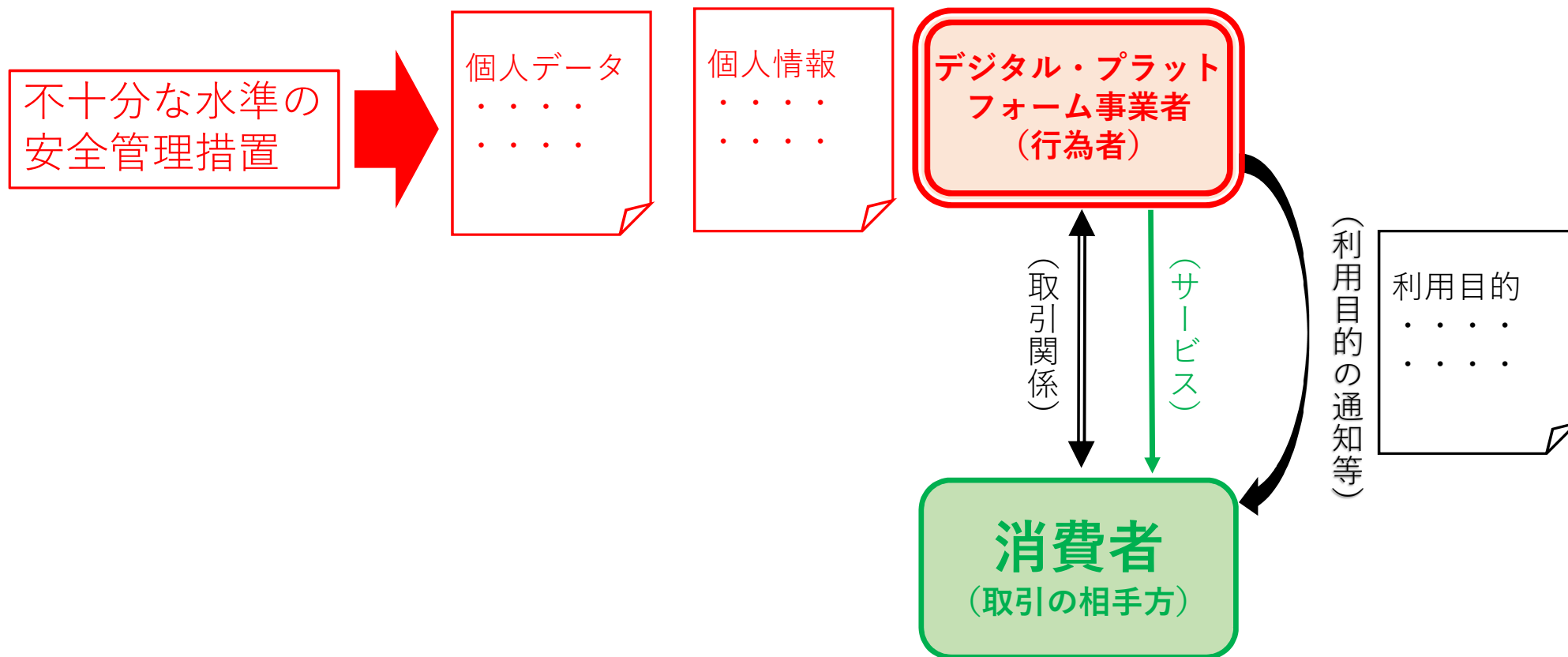




# 「行為類型 (2) イ」 (本考え方「5」)

5(2)イ 個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに個人情報を利用

## ②利用



# 「（注8），（注17）の事例」（本考え方「5」）

（注8）個人情報以外の個人に関する情報の取得（①）  
（注17）個人情報以外の個人に関する情報の第三者への提供（②）

