

【第1回】

2020年7月7日に、当事務所主催の独占禁止法プラクティス・グループ [独占禁止法セミナー 第1回] を開催いたしました。

テーマ：デジタル社会における事業活動と競争法上の諸問題

第1部 講師：南部 利之

(元公正取引委員会事務総局審査局長、当事務所アドバイザー、
独占禁止法プラクティス・グループ・アドバイザー)

進行・第2部対応：向 宣明

(当事務所パートナー弁護士、
独占禁止法プラクティス・グループ・リーダー)



桃尾・松尾・難波法律事務所 独占禁止法プラクティス・グループ
[独禁法セミナー 第1回]

「デジタル社会における事業活動と競争法上の諸問題」

桃尾・松尾・難波法律事務所主催

令和2年7月7日（火）14：00～

ステーションコンファレンス東京（501ABS）

桃尾・松尾・難波法律事務所アドバイザー 南部 利之



お話したいこと

1. はじめに

- イノベーションは企業と経済の成長の源泉。
- 社会のデジタル化の進展下、消費者ニーズ喚起・新たなビジネスチャンス創出のためIT技術の駆使は必要不可欠。
- 近年、インターネットを通じたイノベーションが急速に進展（Eコマース、シェアリングエコノミー、デジタル広告等）。
- 特に、2010年前後、第4世代標準携帯の普及。AirbnbやUber等のシェアリングサービスが発展し、既存事業者に脅威。これらを、OECD報告書は、「既存技術、既存事業者を凌駕し、市場のドラマチックな変化、新たな市場創出をもたらす破壊的（disruptive）イノベーション」と呼ぶ（「**破壊的イノベーション**」（2015年6月OECD競争委員会事務局））。
- 破壊者（Disruptor）に対して、既存事業者は逆襲。その手段は、「政府規制を盾に使う」、「破壊者を企業買収」及び「競争法違反行為による妨害」。

2. マーケットプレイス（Matching platform）の話

- 近時、マーケットプレイスを通じたEコマースやアプリストアの利用が急激に発展（従来のリアル店舗での販売と比較すれば、デジタル社会下でのイノベーション。）。その中心を担うデジタル・プラットフォーマーは、ネットワーク効果により、大手に集中。世界の時価総額のトップ企業に名を連ねるようになり、注目を集める（2010年以降、**石油、製造、金融**から**デジタルプラットフォーム企業**に。）。
- 政府の評価と対応は？ - 2018年12月、関係3省庁が定めた「**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基本原則**」
 - (1) デジタル・プラットフォーマーは社会経済に不可欠な基盤を提供しているものの、プラットフォーム・ビジネスには、本質的な不透明性あり。
 - (2) 対応として、①プラットフォーム・ビジネスに対応できていない既存の業法の見直し、②大規模・包括的な調査による取引実態の把握、③デジタル技術やビジネスを含む知見を有する専門組織の創設、④一定の重要なルールや取引条件を開示・明示する等の規律の導入の検討。
- 対応①については、一例として、2001年のIT基本戦略（後の「e-Japan戦略」）策定以来、**電子政府**の実現が重点政策課題となってきた。



お話したいこと（続）

- 対応②の取引実態把握については、公取委が、2019年1月から実施・同年10月公表の「**デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査**」。情報提供窓口で情報が多く寄せられた、オンラインモールとアプリストアにおけるデジタル・プラットフォーマーの取引慣行等を対象に調査。

⇒ 苦情が多かったデジタル・プラットフォーマーの具体的な行為を取り上げ、独占禁止法上問題となり得る場合があることを示すとともに、取引の公正性・透明性を高める観点から、事前の十分な説明、取引条件の明確化等の取組みが必要としている。

- (1) 取引先に不利益を与える行為（例：規約変更による取引条件の一方的改悪：優越的地位濫用のおそれ）
- (2) 競合事業者を排除し得る行為（例：利用事業者の取引データを自らの販売活動に有利に利用：競争者に対する取引妨害のおそれ）
- (3) 取引先の事業活動を制限し得る行為（例：アプリ外決済の禁止、アプリ課金の利用強制：拘束条件付取引のおそれ）
- (4) 公正性・透明性に欠けるおそれのある行為（例：検索・表示順位の基準が不透明）

- 対応③の専門組織創設については、2019年9月27日「**デジタル市場競争本部**」（関係閣僚で構成）設置 ← **デジタル市場競争本部事務局**

⇒ その下に「**デジタル市場競争会議**」（関係閣僚、公取委委員長及び学識経験者で構成）を設置。 ⇒ さらに、その下に「**デジタル市場競争会議ワーキンググループ**」（学識経験者で構成）を設置。

- 対応④の新たな規律導入については、「**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**」（2020年5月27日成立）。：特定のデジタル・プラットフォーマーを対象に、中小企業等への不当な契約条件押付け等を未然に防止する観点から、取引条件等の開示義務、運営状況の毎年報告義務・評価実施、独禁法19条違反の場合の公取委への措置請求などを規定する。

⇒ 過剰規制回避の観点から、事後規制である独占禁止法の積極運営を中心に据え、中小企業・ベンチャー小規模事業者の効果的救済や取引透明性実現のため、**独占禁止法を補完し、デジタル市場の透明性・公正性を促進する規律とすべきとされた**（3省庁共同検討会 2019年5月）。

⇒ 以上の対応は、2019年6月のG7競争当局の「**競争とデジタル経済**」に関する共通理解とも平仄：競争法はデジタル経済の課題に柔軟に対応できる。政府はデジタル市場における競争制限の有無を分析し、競争促進的な解決案を提示できる。



お話したいこと（続）

□ 事業活動上の留意点：

- ✓ Eコマース、シェアリングエコノミー、アプリ開発等への投資・参入はイノベーションを産む。企業の成長のため必要。
- ✓ 競争者を排除しようとするデジタル・プラットフォーマーの行為は独禁法上問題が大きい。公取委もその摘発に積極的。
- ✓ 他方、デジタル・プラットフォーマーが、取引先に不利益を与える行為やその事業活動を制限し得る行為は、両面市場であるマーケットプレイスの特徴を踏まえ、競争促進的なものや消費者に不利益を与えることとならないものもあり、独禁法違反とすることが困難な場合もあり得る。制限又は変更された取引条件の下でも、まずは競争事業者との競争に打ち勝ち、より多くの消費者を獲得することに注力すべきか。
- ✓ 「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」は、マーケットプレイス出店者やアプリストア利用事業者にとっては基本的に有益。もっとも、同法は、独占禁止法の補完としての位置付けであり、デジタル・プラットフォーマーの自由な事業活動や新たなデジタル・プラットフォーマーの参入を阻害することのないよう、成立後の運用を注視すべき。

3. ビッグデータの話

（注）ビッグデータとは、大量性、迅速性、広範性を有するため、価値を生み出せる処理をするためには、特別のコンピュータ技術と分析手法を必要とする情報資産。

- 破壊的（disruptive）イノベーションの1例として、深層機械学習により、大量かつ広範なデータをリアルタイムで処理し、さらに、個人情報等を他の様々なデータと関連付け、本来的に無料のデータからデジタル広告活動等に繋げ、金銭に変えるビジネスモデルが成長。
 - その典型が検索エンジンやSNSに代表される**Attention platform**。
- ⇒ 消費者に各種の無料サービスを利用させる代わりに、消費者はクリックや入力により個人情報等を提供。platformは、より多くの個人情報等を収集・活用し、無料サービスの質及びデジタル広告の質を向上させ、更に多くの消費者・顧客を引き付ける（ネットワーク効果）。
- 今後、5Gが普及し、IoTによりあらゆるものがインターネットに接続されるスマート社会が現実のものとなりつつある。政府（**日本再興戦略2016**）においても、**第4次産業革命**と称して、IoT、AI、ビッグデータ等を活用した新たなビジネスの創出を成長戦略として提唱。
 - ⇒ ビッグデータの獲得・利用は、競争のキーパラメーター。各企業は、データ優位を勝ち取るための各種戦略を実施。それは更なるイノベーションをもたらす。消費者、企業の双方に利益（「**ビッグデータ：デジタル時代の競争政策**」（**2016年11月OECD競争委員会事務局**））。



お話ししたいこと（続）

(1) ビッグデータエコシステム、データ主導ネットワーク効果

- ビッグデータは、その多くが多面市場である多数の互いに関連した市場から構成される**エコシステム**の中で、収集・伝達される。その中心に位置するのがプラットフォーム。その他にコンテンツプロバイダー、販売事業者、公的機関及びITインフラ提供者が存在。
- ビッグデータは、データの量・種類に物理的限界がなく、多面市場において、ネットワーク効果と規模・範囲の経済により、主たる収集者であるメガプラットフォームに集中しやすく、新規参入者が対抗することは容易でなくなる（**データ主導のネットワーク効果**）。
- 「日本は、ネット空間でのデータプラットフォームでは出遅れたが、健康情報、走行データ、工場設備の稼働データ等の「**リアルデータ**」では潜在的優位性を有しているので、これら分野でのプラットフォーム獲得を目指すべき」と政府は言う（**日本再興戦略2016**）。
- だが、既存のメガプラットフォームを中心としたビッグデータエコシステムも、より進歩したコンピュータ技術を用いて、又はkiller acquisitionにより、**リアルデータ分野に事業を拡張**することが当然に予想される。
- **競争当局及びその他当局がデジタル社会の新たな課題にどのように対応するかによって、今後、効率性と絶えないイノベーションが席卷する競争的でダイナミックな市場が拡大するか、市場集中、価格引上げ、支配的地位濫用、景気停滞に至るかが決まる（2016年11月OECD報告）。**

(2) 「データと競争政策に関する検討会」報告（公正取引委員会競争政策研究センター）（2017年6月）

- 事業者誰しもがデータの収集・利用を公正・自由な競争環境で行えることが必要。大量のデータが一部事業者に集中することにより、競争が制限され、消費者の利益が損なわれるおそれがある場合は、独占禁止法による迅速な対応が必要。
- ネットワーク効果により、デジタル・プラットフォームの無料サービスによる大量の個人データ収集・デジタル広告事業等への利用という事業への新規参入困難。産業データの収集における収集経路の限定、「**囲い込み**」のおそれ。
- そして、**大量のデータの集積を伴う企業結合**、データの自由な収集・利用の妨害として**不当なデータ収集及び独占・寡占事業者等によるデータの不当な囲い込み、競争促進的なデータの共同収集・利用**についての独占禁止法による対応・競争政策上の考え方をとりまとめ。



お話したいこと（続）

（3）データ利用・交換の促進と個人情報保護の問題

ア．データ利用・交換の促進

- 政府、公共団体等は、民間セクターでは容易に入手できないデータを入手できる特権的な地位にある。したがって、公的セクターが民間セクターの公共データへのアクセスと利用を進めることは重要。公的独占を防止し、既存企業と中小スタートアップ企業間のデータのギャップを減らし、競争を活発化させる効果がある（2016年11月OECD報告）。
- 一部の企業や国がデータを囲い込み、独占を図り、社会を支配する「データ覇権主義」、「データ専制主義」を廃し、様々なデータを共有財産とし、イノベーションに繋げるような社会を目指す必要がある（未来投資戦略2018）。
- 政府は、データ流通における**サイバーセキュリティ強化**と合わせ、データを活用した新ビジネス、イノベーション創出に資するため、AI、IoT技術開発の促進、官民のデータ流通の拡大を図ることを目的として「**官民データ活用推進基本法**」（2016年12月施行）を策定。
- また、「個人データ」を含むビッグデータの適正な利活用ができる環境整備のため「**個人情報保護法**」を改正（2017年5月施行）。
- さらに、「**スーパーシティ法**」の策定（2020年5月27日成立）－「**スーパーシティ構想**」とは、住民や企業などから集めた様々な分野の情報を「データ連携基盤」（都市OS）に集約し、AIなどの最先端技術で連結させ、サービスにつなげるもの。政府は「まるごと未来都市」とうたっている。
- 加えて、政府の「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」において、消費者・事業者の要求による、デジタル・プラットフォームが有するデータの他の事業者への移転・開放ルールに関し、データポータビリティやAPI開放について検討を進める、としている。

イ．個人情報保護の必要

- オンラインサービスでは、どのような消費者データが収集・利用され、第三者とシェアされているか不明。また、それが分かっても、事業者のバーゲニングパワーが強ければ、消費者は受け入れるしかない（2016年11月OECD報告）。
- 不当な「個人データ」収集について、「一義的には個人情報保護法等の問題であるが、競争秩序に悪影響を及ぼすおそれがある場合には独占禁止法の適用も考えられる。」（2017年6月「**データと競争政策に関する検討会**」報告）。
- 政府の対応は？（2019年9月 **デジタル市場競争本部**が定めた「**デジタル市場のルール整備**」）：個人情報に対する意識の高まり、保護と利用のバランス、越境データの流通増大に伴う新たなリスクへの対応等の観点から**個人情報保護法改正（2020年6月5日改正法成立）**。



お話したいこと（続）

（４）公正取引委員会の最近の取組み

ア. 企業結合ガイドライン等の改定（2019年12月17日）：「デジタル市場のルール整備」で掲げた課題の1つ。

▶ デジタル市場において特に問題となる企業結合（大量のデータ集積を伴う企業結合とkiller acquisition）に対応するもの。

● 多面市場、品質競争、ネットワーク効果、スイッチングコスト等を踏まえた一定の取引分野の確定方法や競争分析の考え方を明記。

● 垂直統合の場合の競争者へのデータの供給拒否等の考え方、データ等の重要な投入財を有するスタートアップ企業等を買収（killer acquisition）することによる新規参入の可能性の消滅の考え方等を明記。

● 売上高が低く事前届出不要となる企業結合計画のうち、買収に係る対価の総額が大きいものは、企業結合審査を行う旨の方針を打ち出し、買収に係る対価の総額が400億円を超える場合には、公取委に相談することが望ましい、とする。

イ. 「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・公表（2019年12月17日）：「デジタル市場のルール整備」で掲げた課題の1つ。

● 「デジタル・プラットフォーム事業者が、不公正な手段により個人情報等を取得又は利用することにより、消費者に不利益を与えるとともに、公正かつ自由な競争に悪影響を及ぼす場合には、独占禁止法の問題が生じる。」（「考え方」の前文）。

● 適用対象は、消費者にサービスを提供し、消費者から個人情報等を取得するデジタル・プラットフォーム事業者による行為とし、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は、当該デジタル・プラットフォーム事業者は消費者に対して優越した地位にあると認定。

● 濫用行為となる行為類型として、①個人情報等の不当な取得（例えば、「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」、「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、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、個人情報等の経済上の利益を提供させること」等）及び②個人情報等の不当な利用（例えば、「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」、「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」）を挙げている。



お話したいこと（終）

ウ、「デジタル広告の取引実態に関する中間報告書」の公表（2020年4月28日）：「デジタル市場のルール整備」で掲げた課題に基づき実施した「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査」（2019年10月公表）に続くもの

- ユーザーデータを多く活用する検索連動型広告やディスプレイ広告において、供給サイド（Publisher）の提供者・媒介者及び需要サイド（Advertiser）の媒介者として、それぞれ大きなシェアを有するデジタル・プラットフォームの取引実態について、「独占禁止法の観点及び取引透明性・公正性の観点」及び「個人情報情報の利活用の在り方と消費者取引における優越的地位濫用の考え方との整合性」の観点から実態調査。
- 事業者向けアンケートでみられた指摘及び消費者向けアンケートでみられた認識に基づき、今後の調査・検討の視点を提示。

事業活動上の留意点：

- ✓ メガプラットフォームに依存することが多いEコマースやアプリ制作分野には活発な新規参入がみられるものの、政府は「日本は豊富な現場「データ」と「資金」を未だ新ビジネス創出に活用できていない」と認識している（未来投資戦略2018年6月）。
- ✓ メガプラットフォームを中心に構築されたエコシステムに依存しない、現場データを活用した新たなプラットフォームの立上げが経済成長にとって重要。
- ✓ 政府における「**官民データ活用推進法**」や「**スーパーシティ法**」の策定、東京都の「**官民データ取引所**」創設構想等の積極的取組みがみられる。
- ✓ 公取委では、メガプラットフォームによる、プラットフォーム事業や関連事業への新規参入の芽を摘むようなkiller acquisitionの規制、競争者を排除する独禁法違反行為の摘発に積極的姿勢を示す。
- ✓ ビッグデータの獲得・利用は競争のキーパラメータと言われる中、IoT、AI等の技術の進展、政府による、規制・行政コスト全体を削減する努力、データの利用・交換を容易化する一連の取組み等により、今後、データの収集は容易化することが見込まれるが、それを高度のデータ分析技術や予測アルゴリズムに結び付けるハードウェア、ソフトウェア及び人材への投資が伴わなければ、価値を生み出せない。
- ✓ 5G、IoTの普及が本格化しようとする中、事業者の積極的な事業展開によって、競争的でダイナミックな市場が拡大することが期待される。
- ✓ 残された問題； ①データ移転・開放に関するルールの整備、②デジタル広告市場において独占的地位にあるメガプラットフォームの反競争的行為等への対応（→ 公取委の「デジタル広告の取引実態に関する調査」、6月16日「**デジタル市場競争会議**」**中間報告提言**：ネット広告の価格表示、第三者による表示回数測定等の義務化の検討等）、③個人情報保護規制強化によって、メガプラットフォームが自身のサイトに集まる個人情報の、アプリ事業者など第三者への提供を制限することにより、その事業継続や新規参入が困難となり、結果としてメガプラットフォームの独占的地位が強化されるという問題。



イノベーションは企業と経済の成長の源泉

独占禁止法第1条 「…公正且つ自由な競争を促進し、事業者の創意を發揮させ、事業活動を盛んにし、…以て一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発展を促進することを目的とする。」

- 人口減少・少子高齢化社会の到来
- 消費者ニーズの喚起、新たなビジネスの創出が必要
- 進行する経済のデジタル化（AI, IOT, Big Data, 5 G etc.）への対応



1. デジタル社会の進展

- 「破壊的イノベーション」 (2015年6月 OECD競争委員会事務局資料)
- 「ビッグデータ：デジタル時代の競争政策」 (2016年11月 OECD競争委員会事務局資料)
- 「日本再興戦略2016 - 第4次産業革命に向けて - 」 (2016年6月)
- 「官民データ活用推進基本法」制定 (2016年12月施行) の背景



「破壊的イノベーション」 (2015年6月 OECD競争委員会事務局資料)

- Innovationはmain engine of economic growth
 - 破壊的 (Disruptive) innovationが特に重要。
 - 破壊的 innovationは、既存事業者のシェアを奪う、市場から駆逐する、更には新たな市場を創造するようなbreak through ideaを含む。
- ◆ Disruptive innovation ⇔ Sustaining innovation
- 破壊的 innovationには、新製品、新技術だけでなく、新ビジネスモデルも含まれる。
多くの破壊的イノベーションはインターネットを通じて急速に発達。
-例- **Airbnb** (2008) や**Uber** (2010) はインターネットとスマホを最大限活用したシェアリングエコノミー
 - インターネットビジネスではない破壊的イノベーションも存在
-例- **IKEA**、**Tesla**

- Disruptorは、既存業者の製品やビジネスモデルの中に、回避できるコストを見つけ、そこを突いて参入・駆逐する。
-コスト例- regulation(規制)への対応
 - 既存事業者によるDisruptive entrant潰しの試み
- ① 既存事業者が、Disruptive entrantに既存の規制を遵守させるべき、と規制当局に圧力を掛ける。
 - ② 既存事業者がDisruptive entrantを買収する。
 - ③ 既存事業者が、不当廉売、排他的取引等の垂直的制限行為により、Disruptive entrantの参入や事業継続を妨害する。



「ビッグデータ：デジタル時代の競争政策」 (2016年11月 OECD競争委員会 事務局資料)

インターネットへのアクセスの拡大に伴い、新たなビジネスモデルが出現。その1つとして、ビッグデータを収集・処理するビジネスモデル。

ビッグデータとは：大量性、迅速性、広範性を有するため、価値を生み出せる処理をするためには、特別の技術と分析手法を必要とする情報資産。

ディープマシニングにより、大量のデータをリアルタイムで処理し、更に、個人データを他の様々なデータと関連付け、本来的に無料のデータから価値を生み出す。

➤ Attention platform と Matching platform

Attention platformとは、サーチエンジンやSNSのこと。無料サービスを利用する代わりに、消費者はクリックや入力による個人情報等を提供。platformはより多くの個人情報等を収集・活用し、無料サービスの質及びデジタル広告の質を向上させる。そして更に多くの消費者・顧客を引き付ける。

Matching platformとは、異なるプレイヤーに、市場（マーケットプレイス）を提供するもの。Matching platformは、プラットフォームへのアクセスに対し、固定又は変動チャージを課すことによる利益を得る。この場合、需要弾力性の高い側へのチャージは低い又は無料とする。ここでも、個人情報等の収集により、プラットフォームやマッチングアルゴリズムの質を向上させ、より多くの取引を成立させようとする。

ビッグデータを活用したイノベーション (data-driven innovation) により、企業は個々の消費者のニーズをよりの確に把握し、製品の改良、新たなサービスの導入、的確なマーケティングや広告活動につなげることが可能となる。

Walmartの例：消費者の購買データその他多様なデータを集積・解析を行い、将来需要予測、新製品の投入、個々の顧客へのレコメンデーションに活用し、事業効率性の向上、オンライン販売の増加につなげている。

Googleの例：革新的な検索アルゴリズムの導入、無料での種々の高性能サービスの消費者への提供により、検索ベースでの広告市場において大きなシェアを獲得し、その地位を強化している。

ビッグデータの獲得・利用は、競争のキーパラメーター。各企業は、データ優位を勝ち取るための各種戦略を実施。それはイノベーションをもたらし、消費者、企業の双方に利益。

他方、ビッグデータは、ネットワーク効果と規模・範囲の経済により、dominant platformに集中し易くなり、新規参入者が対抗することは容易でなくなるが、競争上の懸念となり得る (データ主導のネットワーク効果)。



「ビッグデータ：デジタル時代の競争政策」 (2016年11月 OECD競争委員会事務局資料) (続)

● ビッグデータエコシステム

- ビッグデータは、その多くが多面市場となっている、多数の互いに関連した市場から構成されるエコシステムの中で、収集・伝達・取引され、金銭的価値に変換していく。
- ビッグデータエコシステムの中心にいるのが、大手の **Attention platformer** や **Matching platformer** であり、その他に、コンテンツプロバイダー、販売事業者、公的機関及びITインフラ提供者がいる。

● ビッグデータエコシステムに関する競争法執行上の懸念と競争当局の活用し得るツール

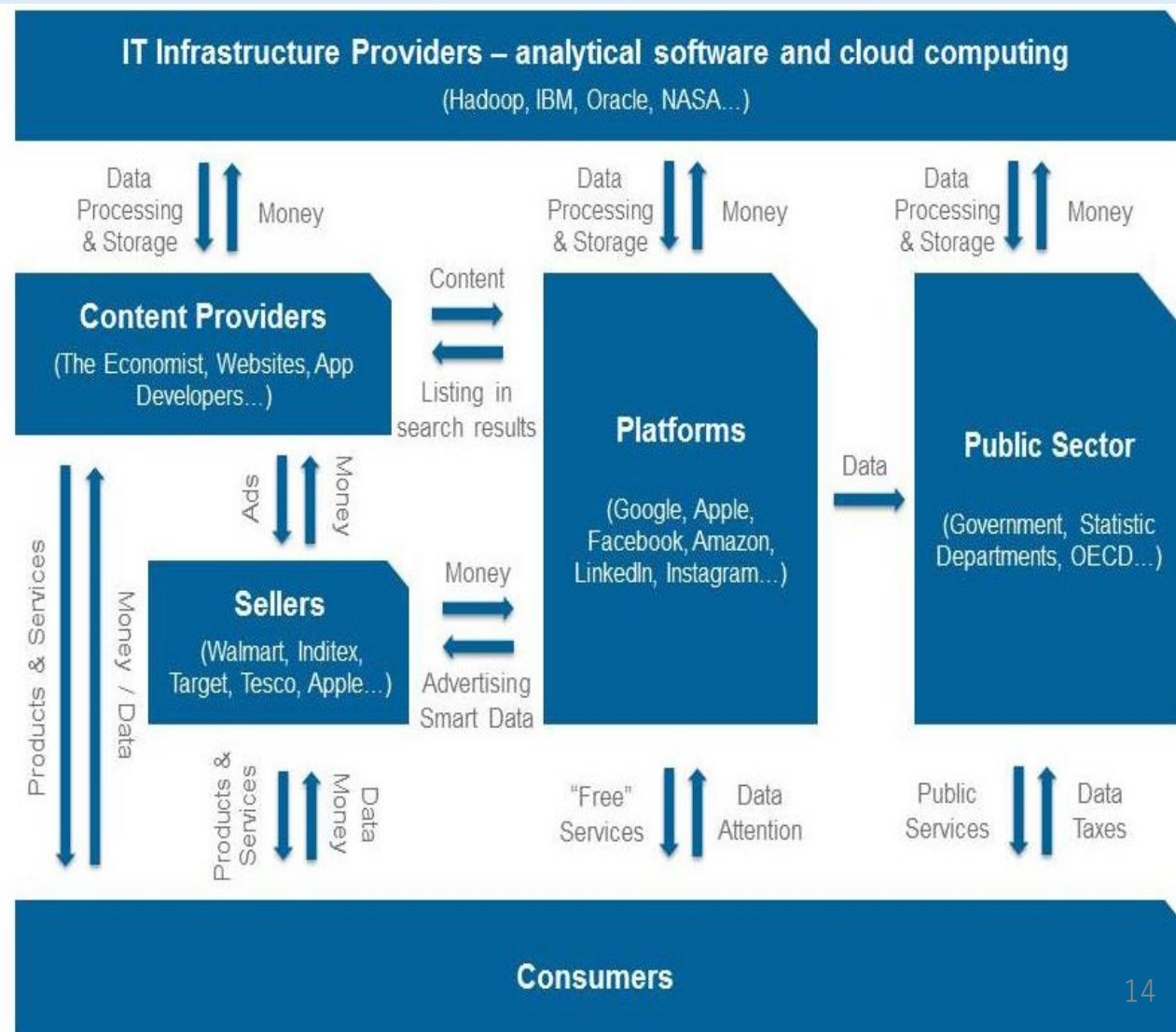
➤ 現状の競争法執行ツールで対応できる面が多いが、新たな側面に対応し得るような追加的な検討も必要。

① ビッグデータエコシステム内の関連市場の確定は不明確

⇒ **SSNDQ** (significant non-transitory decrease in quality) テストの活用

② 消費者に無料サービスを提供する事業者のマーケットパワーの評価は困難

⇒ 売上高シェアではなくデータコントロールのシェアでマーケットパワーを計測





「ビッグデータ：デジタル時代の競争政策」（2016年11月 OECD競争委員会事務局資料）（続）

③ 合併規制について、合併計画の事前届出基準が売上高基準であるため、売上高は小さいが競争上重要なインパクトを有する企業を既存の大手企業が買収できてしまうという問題

⇒ 売上高ではなく、買収対価で判断する。

⇒ プライバシー問題の側面を合併規制に取り入れる（合併により、消費者のプライバシー保護レベルの選択肢が奪われる。）。

④ 排他的行為として、競争業者によるキーデータへのアクセスの制限、データ共有の妨害、データポータビリティの禁止、既存事業者のデータ関連の競争優位を脅かすライバルの排除

⇒ 競争法の排他的行為規制に加え、ビッグデータをessential facilityと捉えて規制すべきとの意見もあり。

⑤ デジタルカルテルは以前から存在したが、アルゴリズムやマシンラーニングを活用した秘密裡の合意形成は立証困難

⇒ ゲーム理論の活用、高度のデータ分析手法の導入等

● 競争促進的なビッグデータの規制手段

- データ主導のイノベーションは我々の社会において死活的な重要性を持つようになり、次の10年間には、IoTの発展により、その依存度はさらに増していく。

- オンラインサービスでは、どのような消費者データが収集・利用され、第三者とシェアされているか不明。また、それが分かっても、事業者のバーゲニングパワーが強ければ、消費者は受け入れるしかない。

① 消費者保護の観点

- ✓ 「フリー」という用語は消費者欺瞞であり、規制すべきとの考え。

- ✓ 消費者に自らのデータの所有権意識を持たせ、データ提供の際のバーゲニングパワーを引き上げる。

- ✓ データポータビリティ権の導入の重要性：スイッチングコストを引き下げ、他のサービスへの移転を容易にすることにより、マーケットパワーを制限できる。

② 競争中立性の観点

- ✓ 政府、公共団体、公共企業は、民間セクターでは容易に入手できないデータを手に入る特権的な地位にある。したがって、公的セクターが民間セクターに公共データを開放し、公共データへのアクセスと利用を進めることは、公的独占を防止するとともに、既存企業と中小のスタートアップ企業間のデータのギャップを減らし、競争を活発化させる効果がある。

- 企業は、より進歩したコンピュータテクノロジーを用いて、消費者に濫用的な取引を強いたり、そのマーケットパワーにより高価格設定を行ったり、競争者から市場を閉鎖したりするおそれがある。

- 競争当局及びその他の当局がデジタル社会の新たな課題にどのように対応するかによって、今後、効率性と絶えないイノベーションが席卷する競争的でダイナミックな市場が拡大するか、市場が集中し、価格引上げ、支配的地位濫用、景気停滞に至るかが決まる。



デジタル社会に向け、政府が推進する成長戦略（2016）

□ 「日本再興戦略2016 - 第4次産業革命に向けて -」（2016年6月）

- IoT、ビッグデータ、人口知能、ロボットセンサー等の技術的ブレイクスルーを活用し、人口減少社会の中、個別化された製品・サービスの提供等により、消費者の潜在的ニーズを呼び起こし、新たなビジネスを創出すべき。
- 日本は、ネット空間でのデータプラットフォームでは出遅れた。しかし、健康情報、走行データ、工場設備の稼働データ等の「リアルデータ」では潜在的優位性を有しているので、これら分野でのプラットフォーム獲得を目指すべき。
- 事業者からすれば、全体としての規制・行政コストが競争力を左右する要因。このため、規制改革、行政手続簡素化、IT化を一体として、規制・行政コスト全体を削減する。また、人材育成にも速やかに取り組む。
- 鍵となる施策として、ビッグデータ、ITを活用した医療・介護の改革、ITを利活用した中小企業の生産性向上、スマート農業推進、金融分野へのFinTechの推進・ビッグデータの利活用等が挙げられる。



未来投資戦略2018概要

－ 「Society 5.0」「データ駆動型社会」への変革 －

基本的な考え方

「デジタル革命」が世界の潮流

- ◇データ・人材の争奪戦
- ◇「データ覇権主義」の懸念
(一部の企業や国家がデータを独占)

日本の強みは

豊富な「資源」
技術力・研究力、人材、
リアルデータ、資金

課題先進国
人口減少、少子高齢化、
エネルギー・環境制約等

- ◇「Society 5.0」で実現できる新たな国民生活や経済社会の姿を具体的に提示
- ◇従来型の制度・慣行や社会構造の改革を一気に進める仕組み

第4次産業革命技術がもたらす変化／新たな展開：Society 5.0

「生活」「産業」が変わる

- ①自動化**
 - ◇移動・物流革命による人手不足・移動弱者の解消
(自動運転、自動翻訳など)
- ②遠隔・リアルタイム化**
 - ◇地理的・時間的制約の克服による新サービス創出
(交通が不便でも最適な医療・教育を享受可能)

経済活動の「糧」が変わる

- ◇20世紀までの基盤「エネルギー」「ファイナンス」
→ブロックチェーンなどの技術革新で弱み克服
- ◇デジタル新時代の基盤良質な「リアルデータ」
→日本の最大の強みを活かすチャンス

「行政」「インフラ」が変わる

- ◇アナログ行政から決別
 - －行政サービスをデジタルで完結
 - －行政保有データのオープン化
- ◇インフラ管理コスト(設置・メンテナンス)の劇的改善
質の抜本的向上

「地域」「コミュニティ」「中小企業」が変わる

- ◇地域の利便性向上
活力向上
(自動走行、オンライン医療、IoT見守り)
- ◇町工場も世界とつながる
- ◇稼げる農林水産業
若者就農
- ◇中小企業ならではの多様な顧客ニーズへの対応

「人材」が変わる

- ◇単純作業や3K現場でAI・ロボットが肩代わり
- ◇キャリアアップした仕事のチャンス
- ◇ライフスタイル/ライフステージに応じた働き方の選択



官民データ活用推進基本法制定（2016年12月施行）の基本的な考え方

超少子高齢社会における諸課題の解決

データを活用した新ビジネスとイノベーションの創出
データに基づく行政・農業・医療介護・観光・金融・教育等の改革

サイバーセキュリティ基本法

データ流通における
サイバーセキュリティ強化
(平成26年制定)

①

データ流通の拡大
AI、IoT関連技術の開発・
活用促進

②

個人情報保護法

パーソナルデータを安全に流通させるため、**個人情報**を匿名加工情報に加工し、安全な形で自由に利活用可能とする制度創設（平成27年改正）

原則ITによる効率化等

③

生成、流通、共有、活用される
データ量の飛躍的拡大

官民データ活用推進基本法



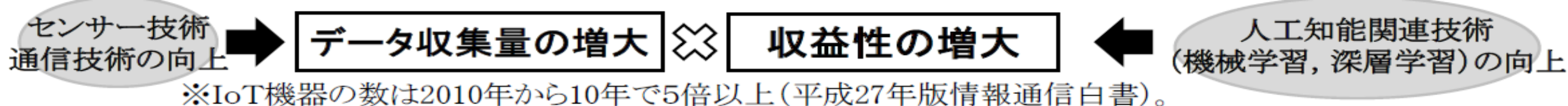
2. 競争とデジタル経済

- 「データと競争政策に関する検討会」 報告書（公正取引委員会競争政策研究センター）（2017年6月）
- 未来投資戦略2018－「Society5.0」「データ駆動型社会」への変革」（2018年6月）
- 「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」（2018年12月）
- 「データの移転・開放等の在り方に関するオプション」（概要）（2019年5月）
- 「競争とデジタル経済」に関するG7競争当局の共通理解（2019年6月）
- デジタル市場競争本部の設置とデジタル市場のルール整備（2019年9月）
- 「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案の概要」（2020年5月）
- 「スーパーシティ」構想（国家戦略特別区域法の一部を改正する法律）（2020年5月）
- 個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律（2020年6月）



「データと競争政策に関する検討会」報告書(公正取引委員会競争政策研究センター)(2017年6月)

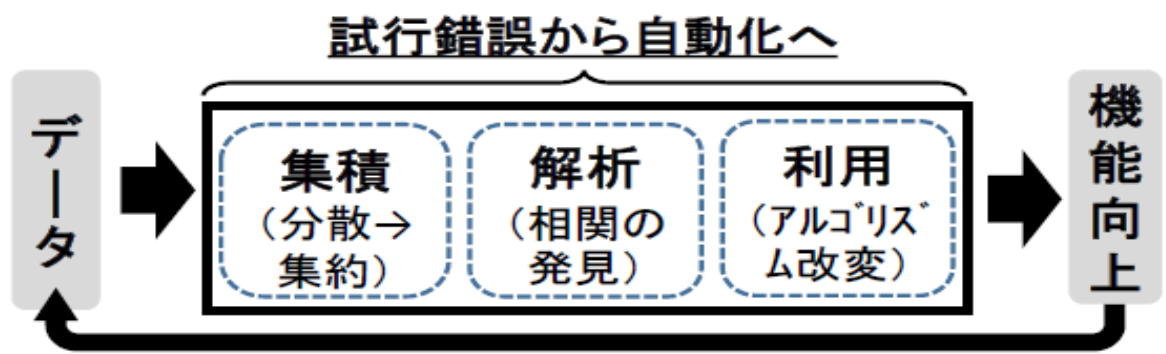
- IoTの普及, AI技術の高度化等を背景に, データを事業に利用することで, 生産性の向上や, 個々の消費者に最適な製品・サービス提供を実現できる可能性が増大。
- この最大化のため, 事業者誰しものがデータの収集・利用を公正・自由な競争環境で行えることが必要。大量のデータが一部事業者に集中することにより, 競争が制限され, 消費者の利益が損なわれるおそれがある場合は, 独占禁止法による迅速な対応が必要。



機械学習技術の発達

- ・ データの「集積」「解析」「利用」による商品の機能向上が「自動化」。その程度はデータの質・量次第。
- ・ 新たに「深層学習」による画像, 音声等の機械学習が可能に。作物収穫等の作業, 医療診断に応用(「眼」の獲得)。

※例えば, 深層学習によりSNSへの不適切な投稿について, 人による確認件数を従来の1%以下に減少。



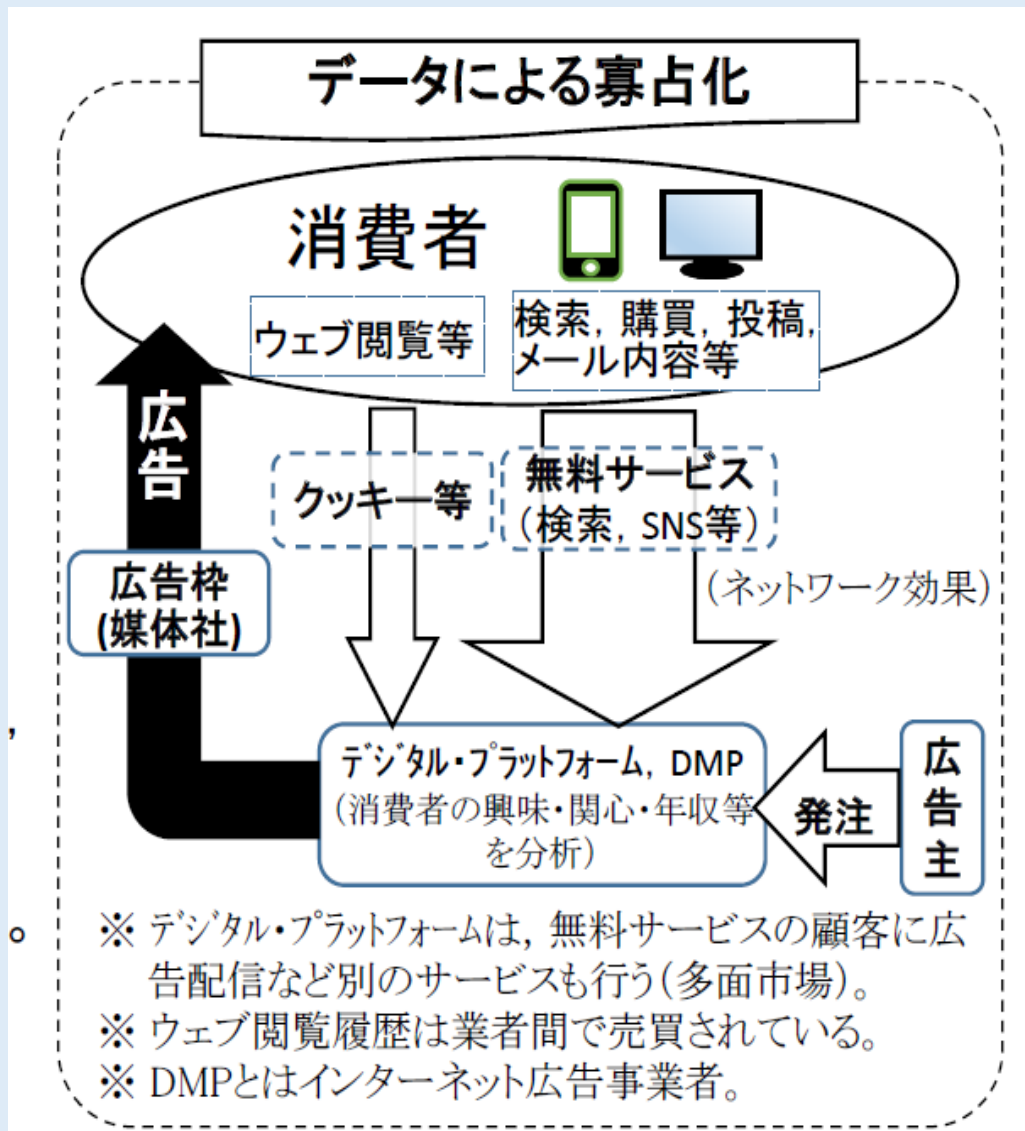
「データと競争政策に関する検討会」報告書(公正取引委員会競争政策研究センター)(2017年6月)(続)

1. データを巡る競争の状況

- デジタル・プラットフォームは、無料サービスにより、大量の個人データを収集し、広告事業等に活用。
- 「大規模＝便利」というネットワーク効果に加え、「データ→機械学習によるサービスの向上→更なるデータ増」の循環は、同様の事業への新規参入を更に困難にするおそれ。
- 一方、産業データ(人・機器の状況や病気画像等)は、各社がその収集を本格化。センサーの設置先など収集経路が限定される場合があり、「**囲い込み**」のおそれがあるとの指摘もある。

2. 基本的な方向性

- データの集積・利活用それ自体は、競争を促進し、イノベーションを生み出す。
- 一方で、データの集積によって独占や寡占をもたらし得る企業結合や、市場における地位を利用した消費者・中小企業からのデータの不当な収集(搾取)、あるいは、不当な「**囲い込み**」に対しては、独占禁止法による対応が必要。





「データと競争政策に関する検討会」報告書(公正取引委員会競争政策研究センター)(2017年6月)(続)

3. データの集積を伴う企業結合への対応 (市場について)

➤ 大量のデータの集積を伴う企業結合については、次の観点からの審査も必要。

- ・ データと関連する A I 技術や商品における競争が低下しないか。
- ・ 同様のデータの売買が行われている場合、当該「データ市場」における競争減殺効果 (当該データ価格の高止まり等) が生じないか。

➤ SNSなど無料サービスについても「市場」として独占禁止法の検討対象とし得る。

4. データの自由な収集・利用の妨害 (独占禁止法上問題となり得る場合)

➤ 不当なデータ収集

- ・ 優越的地位にある事業者などが、業務提携等に伴い取引先企業から一方的にデータ提供を求めること。
- ・ デジタル・プラットフォームが、個人情報保護法等に照らし不当な行為により個人データを収集すること。

➤ 独占・寡占事業者等によるデータの不当な囲い込み

- ・ 当該データが競争者の事業に不可欠であって、例えば、次の場合に、競争者や顧客によるアクセスを正当な理由なく認めないこと。

①従来、競争事業者に当該データを開示してきており、競争者の排除以外に合理的な理由が認められない場合。

②顧客等に対し当該データへのアクセスを認める義務がある場合に、顧客等に対するアクセスの拒絶が競争者を締め出し、排除することとなる場合。

5. データの共同収集・利用

- ・ 原則として競争を促進 (標準化による効率化, 安全性の向上等)。ただし、競争者の価格, 数量を推測させるような共同収集は注意。



デジタル社会に向け、政府が推進する成長戦略（2018）

□ 「未来投資戦略2018－「Society5.0」「データ駆動型社会」への変革」（2018年6月）

- 社会のあらゆる場面でデジタル革命が進む中「データ」は価値の源泉。日本は、豊富な現場「データ」と「資金」を未だ新ビジネス創出に活用できていない。
- 一部の企業や国がデータの囲い込み、独占を図り、社会を支配する「データ覇権主義」、「データ専制主義」を廃し、様々なデータを共有財産とし、イノベーションに繋げるような社会を目指す。
- **プラットフォーム型ビジネス台頭に対応したルール整備のための基本原則**を2018年中に定める。
 - これを踏まえ、2018年7月から、公取委、総務省、経済産業省の3省庁が共同で学識経験者からなる検討会（「**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研究会**」）を設置し、検討を進め、同12月、未来投資会議の下の構造改革徹底推進会合（「第4次産業革命」会合）に報告し、同会合は、それを「基本原則」として公表した。
 - なお、「基本原則」の内容は次頁のとおりであるが、このうち、**5. 「データの移転・開放ルールの検討」**を行うためのワーキング・グループが、上記研究会の下に設置され、2019年5月、「**データの移転・開放等の在り方に関するオプション**」が公表された。



「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」(経済産業省/公正取引委員会/総務省/2018年12月18日)

1. デジタル・プラットフォームに関する法的評価の視点

検討を進めるに当たっては、デジタル・プラットフォームが、①**社会経済に不可欠な基盤**を提供している、②多数の消費者（個人）や事業者が参加する場**そのものを設計し、運営・管理**する存在である、③そのような場は、**本質的に操作性や技術的不透明性**がある、といった特性を有し得ることを考慮する。

2. プラットフォーム・ビジネスの適切な発展の促進

革新的な技術・企業の育成・参入に加え、プラットフォーム・ビジネスに対応できていない**既存の業法**について、**見直しの要否を含めた制度面の整備**について検討を進める。

3. デジタル・プラットフォームに関する公正性確保のための透明性の実現

- ① 透明性及び公正性を実現するための出発点として、**大規模かつ包括的な徹底した調査による取引実態の把握**を進める。
- ② 各府省の法執行や政策立案を下支えするための、デジタル技術やビジネスを含む**多様かつ高度な知見を有する専門組織等の創設**に向けた検討を進める。
- ③ 例えば、一定の重要なルールや取引条件を開示・明示する等、**透明性及び公正性確保の観点からの規律の導入**に向けた検討を進める。

4. デジタル・プラットフォームに関する公正かつ自由な競争の実現

例えば、データやイノベーションを考慮した**企業結合審査**や、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。

5. データの移転・開放ルールの検討

データポータビリティやAPI開放について、**イノベーションが絶えず生じる競争環境の整備**等、様々な観点を考慮して検討を進める。

6. バランスのとれた柔軟で実効的なルールの構築

デジタル分野におけるイノベーションにも十分に配慮し、自主規制と法規制を組み合わせた**共同規制等の柔軟な手法**も考慮し、実効的なルールの構築を図る。

7. 国際的な法適用の在り方とハーモナイゼーション

我が国の法令の**域外適用**の在り方や、**実効的な適用法令の執行の仕組み**の在り方について検討を進める。規律の検討に当たっては、**国際的なハーモナイゼーション**も志向する方向で検討する。



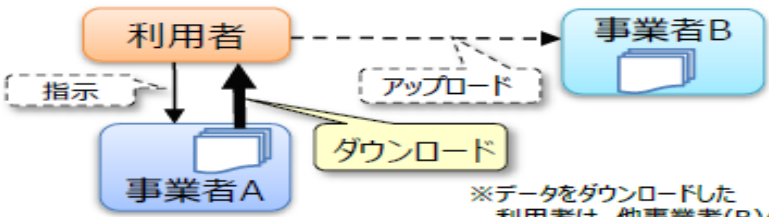
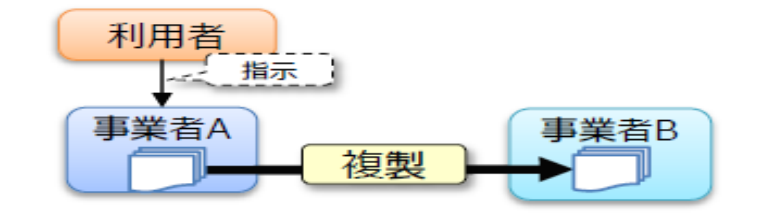
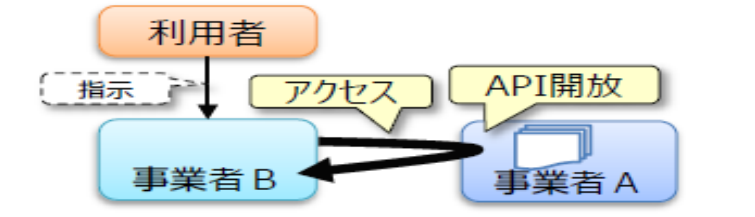
データの移転・開放等の在り方に関するオプション（概要）

別添2-2

経済産業省、公正取引委員会、総務省

- データの移転・開放等の在り方に関するワーキング・グループでは、イノベーションが絶えず生じる競争環境の整備等の観点を中心に、データの移転・開放のルールについてオプションを整理。今後は、本オプションを参考に、政府においてより詳細な検討を進める。

【データの移転・開放のルールの種類】

データの開示（ダウンロード）	データの直接移転	データへのアクセス（API開放）
 <p>※データをダウンロードした利用者は、他事業者(B)へアップロード（移転）が可能</p> <p>利用者の指示に基づき、事業者(A)が保持するデータをダウンロード</p> <p>※当該データの削除や利用停止を伴うオプションあり</p>	 <p>利用者の指示に基づき、事業者(A)が保持するデータを事業者(B)へ複製</p> <p>※当該データの削除や利用停止を伴うオプションあり</p>	 <p>事業者(A)がAPI開放し、利用者の指示に基づき、事業者(B)がアクセス</p>

【ルール導入に当たっての論点・方向性】

1. データの移転・開放ルールの内容

- (1) 手法（開示、直接移転、アクセス（API開放））については、最低限いずれかの方法により再利用できることを原則
- (2) 可能な限り、データの移転・開放の対象や取扱条件の明確化や、利用者が簡易に指示できる操作性を確保
- (3) 実効性を高めるため、データの相互運用性（移転するデータ形式の規格の公開等）を確保
- (4) コスト分担については、イノベーションやサービス向上のための投資インセンティブを阻害しないこと等も勘案し検討

2. データの移転・開放ルールの対象

- (1) データの移転・開放ルールが課せられるデジタル・プラットフォーマー等は、利用者のロックインの程度や市場の状況等を踏まえて限定
- (2) データの移転・開放を求めることができる利用者（消費者、事業者）は、幅広く対象

3. ルール導入のアプローチ等

- (1) ルールの策定・執行のためのアプローチとしては、法規制、自主規制、共同規制が考えられるが、技術の変化のスピードへの対応等も考慮
- (2) 海外へのデータ移転に係るセーフガードの在り方等については、国際合意等にも留意
- (3) 執行については、モニタリングを的確に実施する仕組みとともに、苦情処理の仕組み等を活用した適切な執行を確保する仕組みを検討



「競争とデジタル経済」に関するG7競争当局の共通理解(2019年6月5日)

- 2019年G7サミット議長国であるフランス政府が、他のG7諸国に対し「競争とデジタル経済」についてG7において議論することを提案し、フランス競争当局を通じて、公正取引委員会を含むG7競争当局に対し、共通理解を取りまとめるよう要請。これを受け、G7競争当局は、デジタル経済により生じる競争上の課題に関して継続的に議論を行い、2019年6月5日、下記のG7競争当局間の共通理解について合意。

①イノベーション及び成長に関するデジタル経済の恩恵

競争的な市場は、経済が十分に機能するための鍵である。 厳正な競争政策の遂行によって、デジタル化によるイノベーション及び成長に係る便益増進が図られると同時に、デジタル市場における消費者厚生や信頼が守られることになる。

②既存の競争法制の柔軟性及び妥当性

競争法は柔軟に対応できる。 競争法は、その指導原則や究極目標を大がかりに変更することなく、デジタル経済に係る課題に適応でき、また、適応しているものである。競争当局は、経済のデジタル化に見合った、競争法執行のための手段、資源及び技能を確保することが求められている。

③競争唱導活動及び競争評価の重要性

政府は、デジタル市場における又はデジタル企業と非デジタル企業間における競争について、関連施策・規制が不必要に制限していないかどうか分析すべきであり、また、より競争促進的で、実現可能な代替案を検討すべきである。 競争当局は、実証的な市場調査及び競争唱導活動を通じて、関連施策・規制による競争制限を適示し、実現可能な解決案の提示という重要な役割を担うことができる。

④国際協力の必要性

デジタル経済のボーダーレスな特性を踏まえれば、競争法執行に係る国際協力及び法適用に係る国際的な取れんをさらに促進していくことが重要である。 当該活動は、既存の国際的・多国間の枠組みの中で継続されることが望ましい。



「デジタル市場競争本部の設置」と「デジタル市場のルール整備」(2019年9月)

□ Society5.0の実現のためのデジタル市場のルール整備 (2019年6月21日「成長戦略実行計画」「成長戦略フォローアップ」の一部)

1. デジタル市場の競争状況の評価等を行う専門組織を設置

◆ 法学、経済学、情報工学、システム論等の多様かつ高度な知見を有する専門家で構成される、国内外のデータ・デジタル市場に関する専門組織を創設。

所掌事務としては (a) デジタル市場における競争状況の評価、(b) 様々なプラットフォームビジネスについてのルール整備、独占禁止法、個人情報保護などの課題の調査・提言、(c) 中小企業・ベンチャーなどを含めたデジタル市場の活性化に向けた提言、(d) G7、G20等の国際的枠組みにおけるデジタル市場の競争評価に関するルールづくりへの参画等

◆ 2019年9月27日「デジタル市場競争本部」(関係閣僚で構成)設置 - 支える組織として「内閣官房デジタル市場競争本部事務局」

その下に「デジタル市場競争会議」(関係閣僚、公取委委員長及び学識経験者で構成)を設置。

さらに、その下に「デジタル市場競争会議ワーキンググループ」(学識経験者で構成)を設置。

2. デジタル市場のルール整備

◆ データの価値評価も含めた独占禁止法のルール整備(企業結合審査)⇒ 企業結合ガイドライン等の改定(2019年12月 公正取引委員会)

◆ デジタル・プラットフォーム取引透明化法の検討⇒ 「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」(2020年5月27日成立)

◆ デジタル・プラットフォーム企業による消費者に対する優越的地位の濫用への対応 ⇒ 消費者優越ガイドラインの策定(2019年12月 公正取引委員会)

◆ 個人情報保護法の見直し ⇒ 「個人情報保護法改正法」(2020年6月5日成立)

◆ デジタル市場の競争評価 ⇒ 「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査(オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)」(2019年10月 公正取引委員会)

⇒ 「デジタル広告市場の競争評価に関する論点と今後の取組」(2019年12月 内閣官房デジタル市場競争本部事務局)

⇒ 「デジタル広告の取引実態に関する中間報告」(2020年4月 公正取引委員会)



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案による取引環境整備の必要性

<デジタルプラットフォーム (DPF) の特徴>

- 多面市場の大量のデータを集積・構造化することで社会に多大な便益を提供。
- 他方で、ネットワーク効果や低い限界費用等の要因により、独占・寡占に至りやすく、ロックイン(囲い込み)効果が働きやすい。
- 公正取引委員会が特に問題点の指摘が多いモール・アプリストアの調査を実施。(2019)

<利用事業者の懸念>

- (規約変更による取引条件の変更等)
 - 規約の一方的な変更によって手数料を引き上げられたり、新しい決済システムを導入されたりした。
 - 規約を一方的に変更され、同意しないとサービスが制限される。
 - 悪質な返品を受け入れを事実上強制されている。
- (自己又は関連会社と異なる扱い)
 - 検索表示、決済方法、手数料などで自社又は関連会社を優遇している。

- (取引データを利用した直接販売)
 - DPF提供者がモールの取引データを活用して同種の商品を後追的に販売。
 - DPF提供者はアプリのユーザー情報を得た上で自ら提供するアプリの販促活動に利用することができる。
- (最惠国待遇条項)
 - モールでの価格を他のモールと同等又はそれよりも優位にするよう要請された。

オンラインモール市場と
出店事業者数
売上額 9兆円(全体)
事業者数 9.9万社
(大手モールのべ)

<利用事業者のうち売上依存により
利用せざるを得ない者の割合>
Aモール：77%
Bモール：64%

アプリストア市場と
利用事業者数
売上額 1兆7000億円
事業者数 70万以上
(大手1社)

<利用事業者のうち売上依存により
利用せざるを得ない者の割合>
Aストア：51%
Bストア：47%



取引慣行等に関する実態調査の結果見えてきた課題

(DPF提供者の意見も聴取の上、整理された課題)

取引環境上の主な課題

- (規約変更による取引条件の変更等)
 - DPF提供者は規約変更の際に①利用事業者に変更内容を事前に通知して十分に説明する、②規約変更について利用事業者から合理的な意見が寄せられた場合には、当該意見をできる限り考慮する、③規約変更の通知から適用されるまでの期間を十分に設けることが必要。
 - 取引の透明性・公正性を高めるため、返品・返金の条件を書面で定めておくことが必要。
 - (紛争処理等の体制)
 - 詳細基準を定めると悪用される場合には、調停者を定めることを検討する必要。
 - (取引データの利用範囲の明示)
 - 販売情報、顧客情報等の取引データについて、①自ら又は関連会社による利用の有無、②利用する場合における目的、範囲、当該データにアクセスする条件等について明示することが必要。
 - (自己又は関連会社と異なる扱いの明示)
 - ①検索順位を決定する主なパラメーター等を明らかにする、②自ら又はその関連会社との間で、手数料や表示方法等について公平に扱う又は、異なる条件とする場合には明示することが必要。

独占禁止法上の主な課題

- (規約変更による取引条件の変更等)
 - 取引上優越した地位にあるDPF提供者が①手数料を引き上げる②新しいサービスの利用を義務化する等の規約変更により、正常な商慣習に照らして不当に、利用事業者に不利益を及ぼす場合には独占禁止法上問題(優越的地位濫用)となるおそれ。
- (取引データを利用した直接販売)
 - DPF提供者が、立場を利用して得た競合する利用事業者の販売情報、顧客情報等の取引データを自ら又は関連会社による販売活動を有利に行うために利用し、競合する利用事業者と消費者との取引を不当に妨害すれば独占禁止法上問題(競争者に対する取引妨害等)になるおそれ。
- (自己又は関連会社と異なる扱い)
 - DPF提供者が、自ら又はその関連会社と利用事業者との間において、手数料や表示の方法等について不公正に取り扱う、検索アルゴリズムを恣意的に操作して自ら又はその関連会社が販売する商品を上位に表示して有利に扱うなどにより、競合する利用事業者と消費者の間の取引を妨害する場合には、独占禁止法上問題(競争者に対する取引妨害等)となるおそれ。

規約の一方的変更・取引拒絶の理由等、
取引の透明性が低い

利用事業者の合理的な要請に対応する
体制・手続が不十分

透明性の高い市場は公正な競争の土台

公正な競争を阻害する行為

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案による、 取引基盤に関するルールの整備の方向性

- 取引条件等の情報の開示
 - 商品等提供利用者に対する契約条件の開示や変更等の事前通知を義務付け。
- 自主的な手続・体制の整備
 - 特定DPF提供者は、経済産業大臣が定める指針を踏まえて必要な措置をとり、手続・体制の整備を行う。
- 運営状況のレポートとモニタリング・レビュー
 - 特定DPF提供者は、1) 2) の状況についての自己評価を付したレポートを経済産業大臣に対し毎年度提出。
 - レポートを受理した経済産業大臣は、運営状況のレビューを行い、評価を公表。その際、商品等提供利用者、一般利用者、特定DPF提供者等の意見を聴取し、関係者間での課題の共有や相互理解を促す。
- 法の適用執行
 - 命令等の行政措置、罰則、内外無差別

・独占禁止法上の違反のおそれがある事実、公正取引委員会に対応を要請。

独占禁止法による 個々の違法事案の是正

- 不公正な取引方法として、下記のような行為を禁止
- 排除措置命令や課徴金納付命令の措置

- 取引拒絶
- 抱き合わせ販売
- 取引妨害
- 優越的地位の濫用
- 等

※取引環境の整備に関するルールがある分野の例

・製造分野 (P Bブランド等含む) /ソフトウェア開発/映画・ゲーム等のコンテンツ制作
・各種のサービス委託分野 (下請法)

・各種業法による規律 (電気通信事業等)
・フランチャイズ分野 (中小小売等における情報開示等)



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案の概要(2/2)

(1) 基本理念【第3条関係】

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施策は、デジタルプラットフォームが、利用者の便益の増進に寄与し、我が国の経済社会の活力の向上及び持続的発展にとって重要な役割を果たすものであることに鑑み、デジタルプラットフォーム提供者がデジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与その他の規制を必要最小限のものとすることによりデジタルプラットフォーム提供者の創意と工夫が十分に発揮されること及びデジタルプラットフォーム提供者と商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図ることを旨として、行われなければならないことを明記。

(2) 規律の対象

● 特定デジタルプラットフォーム提供者の定義【第2条・第4条関係】

「デジタルプラットフォーム」については、下記の要件で捉える。

- ① デジタル技術を用い、商品等提供利用者と一般利用者をつなぐ場（多面市場）を提供すること
 - ② インターネットを通じ提供していること
 - ③ ネットワーク効果（商品等提供利用者・一般利用者の増加が互いの便益を増進させ、双方の数がさらに増加する関係等）を利用したサービスであること
- そのうち、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いものを「特定デジタルプラットフォーム（特定DPF）」として政令で定め、その提供者を規律の対象とする。その際、分野・規模のメルクマールを定め、対象が必要最小限度の範囲に限られるように設定。
- その際、予見可能性を高める観点から、政令の基準に該当するかどうかを明確にするための手続規定を整備。
- 国内外の特定デジタルプラットフォーム提供者を等しく規律の対象と捉える。

● 対象分野の見直しのため必要な限度において、「デジタルプラットフォーム」一般について調査を実施。【第15条関係】

【特定デジタルプラットフォームの分野・規模のメルクマール】

- ① 当該分野の国民生活及び国民経済への影響の大きさ
 - ② 当該分野の一部のデジタルプラットフォームへの利用の集中の度合い
 - ③ 取引の実情及び動向を踏まえた商品等提供利用者の保護の必要性
 - ④ 他の規制や施策での対応の状況
 - ⑤ 当該分野内で一定の規模（売上高等）があると認められること
- ⇒ 具体的には、各種調査で取引実態が明らかとなっている大規模なオンラインモール・アプリストアを当面の対象とする。

- 国内事業者であるか、外国事業者であるかを問わない。
- 会社形態（株式会社、合同会社等）を問わない。
- 事業主体の構成や契約形態による潜脱を防止する。
 - ・ デジタルプラットフォームを2者以上で共同して提供する場合であっても、その全体を規律の対象とする。
 - ・ 仲介と実質的に同等な契約形態も規律の対象とできるようにする。

(3) 情報開示と手続・体制整備

a) 取引条件等の情報の開示【第5条・第6条関係】

- 利用者に対する契約条件の開示や変更時の事前通知等を義務付け。←
- セキュリティ上の理由で開示できない場合等について、適切な例外を規定。
- 行政措置：開示がなされない場合、勧告・公表。
- それでも正当な理由なく是正されない場合は措置命令。

【開示の項目例】

- ・ 取引拒絶をする場合の判断基準
- ・ 他のサービスの利用を要請する場合、内容・理由
- ・ 契約変更や契約に無い作業要請等を行う場合、事前に内容と理由を通知
- ・ 取引拒絶をする場合、事前にその旨と理由を通知

- ・ 問合せ、苦情等への対応に関する事項(窓口、処理フロー等)
 - ・ 検索順位を決定する基本的な事項（アルゴリズムの開示ではない）※
 - ・ 特定DPF提供者が取得・使用するデータの内容、条件※
 - ・ 商品等提供利用者によるデータの取得・使用の可否とその範囲、方法等
- ※印の項目は、商品等提供利用者のみでなく、法律上全ての利用者に対して開示を求める。

b) 自主的な手続・体制の整備【第7条・第8条関係】

- 特定DPF提供者は、経済産業大臣が定める指針を踏まえて手続・体制の整備を行う。←
- 行政措置：特に必要な場合に限り、勧告・公表。

【指針の項目例】

- ・ 商品等提供利用者にとって適切な対応をするための体制整備（国内管理人等の対応体制を含む）
- ・ 取引の公正さを確保するための手続や体制の整備
- ・ 紛争処理体制等の整備

c) 運営状況のレポートとモニタリング・レビュー【第9条関係】

- 特定DPF提供者は、a) b) の状況とその自己評価を付したレポートを経済産業大臣に対し毎年度提出。
 - レポートを受理した経済産業大臣は、特定デジタルプラットフォームの運営状況のレビューを行い、評価を公表。
- その際、基本理念を踏まえ、商品等提供利用者、一般利用者、特定DPF提供者等の意見をバランスよく聴くことにより、関係者間での課題の共有や相互理解を促す。また、積極的な取組もベストプラクティスとして評価。

【レポートの内容】 ① 事業概要 ② 情報開示の状況 ③ 運営における手続、体制の整備の状況 ④ 紛争等の処理状況 等

- 特定DPF提供者は、評価を踏まえ、透明性及び公正性の自主的な向上に努める。

(4) 公正取引委員会との連携【第13条関係】

- 独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合には、公正取引委員会に対し、同法に基づく対処を要請する仕組みを設ける。

(5) その他の規律

a) 商品等提供利用者の情報提供を容易にする手当て

- 違法事実を申し出た利用者に対する不利益取扱を禁止。【第10条関係】
- 報告徴収によって、契約上の秘密保持義務がかけられている商品等提供利用者からも情報提供を受けられるようにする。【第12条関係】

b) 主務大臣等

- 主務大臣は取引ルールを所管する経済産業大臣とし、データの流通等に関する事項は、総務大臣への協議を規定。【第5条・第9条・第15条等関係】
- 指針の策定やDPF一般の調査では、各事業所管大臣にも協議。【第7条・第15条・第16条関係】

c) 国内外の法適用

本法律案の規律は、内外の別を問わず適用。このため、現状海外事業者にも適用が行われている独占禁止法の例等も参考に、公示送達の手続を整備。【第19条～第22条関係】

d) 見直し規定

施行後3年後を目途として、施行の状況等を踏まえて見直しの検討を行い、必要な措置を講ずる。【附則関係】



「スーパーシティ」構想（データ連携基盤）

スーパーシティは、様々なデータを分野横断的に収集・整理し提供する「データ連携基盤」を軸に、地域住民等に様々なサービスを提供し、住民福祉・利便向上を図る都市。

スーパーシティの構成



(* 1) API : Application Programming Interface

(* 2) データ分散方式を推奨。必要に応じてデータ蓄積も許容。



個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律案（概要）

- 平成27年改正個人情報保護法に設けられた「いわゆる3年ごと見直し」に関する規定（附則第12条）に基づき、個人情報保護委員会において、関係団体・有識者からのヒアリング等を行い、実態把握や論点整理等を実施。
- 自身の個人情報に対する意識の高まり、技術革新を踏まえた保護と利活用のバランス、越境データの流通増大に伴う新たなリスクへの対応等の観点から、**今般、個人情報保護法の改正を行い、以下の措置を講ずることとしたもの。**

改正法案の内容

1. 個人の権利の在り方

- **利用停止・消去等の個人の請求権**について、不正取得等の一部の法違反の場合に加えて、**個人の権利又は正当な利益が害されるおそれがある場合にも要件を緩和**する。
- **保有個人データの開示方法**（※）について、**電磁的記録の提供を含め、本人が指示できるようにする。**
（※）現行は、原則として、書面の交付による方法とされている。
- 個人データの授受に関する**第三者提供記録**について、**本人が開示請求できるようにする。**
- 6ヶ月以内に消去する**短期保存データ**について、保有個人データに含めることとし、**開示、利用停止等の対象とする。**
- オプトアウト規定（※）により第三者に提供できる個人データの範囲を限定し、**①不正取得された個人データ、②オプトアウト規定により提供された個人データについても対象外とする。**

（※）本人の求めがあれば事後的に停止することを前提に、提供する個人データの項目等を公表等した上で、本人の同意なく第三者に個人データを提供できる制度。

2. 事業者の守るべき責務の在り方

- 漏えい等が発生し、個人の権利利益を害するおそれがある場合（※）に、**委員会への報告及び本人への通知を義務化**する。
（※）一定数以上の個人データの漏えい、一定の種類に該当する場合に限定。
- **違法又は不当な行為を助長する等の不適正な方法**により個人情報を利用してはならない旨を明確化する。

3. 事業者による自主的な取組を促す仕組みの在り方

- 認定団体制度について、現行制度（※）に加え、**企業の特定分野(部門)を対象とする回体を認定できるようにする。**

（※）現行の認定団体は、対象事業者のすべての分野(部門)を対象とする。

4. データ利活用に関する施策の在り方

- イノベーションを促進する観点から、氏名等を削除した「**仮名加工情報**」を創設し、内部分析に限定する等を条件に、**開示・利用停止請求への対応等の義務を緩和**する。
- 提供元では個人データに該当しないものの、**提供先において個人データとなることが想定される情報の第三者提供**について、**本人同意が得られていること等の確認を義務付ける。**

5. ペナルティの在り方

- 委員会による命令違反・委員会に対する虚偽報告等の**法定刑を引き上げる。**
（※）命令違反：6月以下の懲役又は30万円以下の罰金
→ 1年以下の懲役又は100万円以下の罰金
虚偽報告等：30万円以下の罰金 → 50万円以下の罰金
- データベース等不正提供罪、委員会による命令違反の罰金について、**法人と個人の資力格差等を勘案して、法人に対しては行為者よりも罰金刑の最高額を引き上げる（法人重科）。**
（※）個人と同額の罰金（50万円又は30万円以下の罰金） → 1億円以下の罰金

6. 法の域外適用・越境移転の在り方

- 日本国内にある者に係る個人情報等を取り扱う外国事業者を、**罰則によって担保された報告徴収・命令の対象とする。**
- 外国にある第三者への個人データの提供時に、**移転先事業者における個人情報の取扱いに関する本人への情報提供の充実等**を求める。

※ その他、本改正に伴い、「行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律」及び「医療分野の研究開発に資するための匿名加工医療情報に関する法律」においても、一括法として所要の措置（漏えい等報告、法定刑の引上げ等）を講ずる。



3. デジタル・プラットフォーマーへの最近の公取委の取組み

- 「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査（オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引）について」（2019年10月）
- 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」及び「企業結合審査の手続に関する対応方針」の改定（2019年12月）
- 「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」（2019年12月）
- 「デジタル広告の取引実態に関する中間報告」（2020年4月）



デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査(オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)について

2019年10月31日 公正取引委員会

□ デジタル・プラットフォームの特徴

- 1 両面市場とネットワーク効果
- 2 低い限界費用と規模の経済性
- 3 集中化・スイッチングコスト・ロックイン

□ デジタル・プラットフォームに関する競争政策上の懸念

- (1) 優越的地位の濫用
- (2) 独占・寡占による他のデジタル・プラットフォーマーの排除
- (3) 競合事業者の排除
- (4) 競争制限的な企業結合

2008年の世界トップ10企業
→石油、製造、通信、金融(計293兆)中心。

2018年の世界トップ10企業
→10社中6社(計419兆)がデジタルプラットフォーム企業に

順位	企業名	時価総額	順位	企業名	時価総額
1	ペトロチャイナ	57兆円	1	アップル	96兆円
2	エクソン・モービル	49兆円	2	アルファベット(Google)	82兆円
3	ゼネラル・エレクトリック(GE)	34兆円	3	アマゾン・ドット・コム	78兆円
4	チャイナ・モバイル	32兆円	4	マイクロソフト	77兆円
5	中国工商銀行	30兆円	5	騰訊 [テンセント・ホールディングス]	56兆円
6	マイクロソフト	26兆円	6	フェイスブック	56兆円
7	ブラジル石油公社	25兆円	7	パークシャー・ハサウェイ	55兆円
8	ロイヤル・ダッチ・シェル	23兆円	8	アリババ・グループ	51兆円
9	AT&T	22兆円	9	JPMorgan Chase & Co. (JPモルガン・チェース・アンド・カンパニー)	42兆円
10	BP	21兆円	10	中国工商銀行	38兆円
...
12	トヨタ自動車	21兆円	23	トヨタ自動車	24兆円

※2月末時点



デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査(オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)について(続)

実態調査報告書の要点

★取引先に不利益を与え得る行為

(例：規約変更による取引条件の変更，消費者に対する返品・返金の際の対応)

運営事業者は、ロックイン効果によって利用事業者に対して取引上優越した立場に立ち得るため、例えば、規約を一方的に変更することができる。

取引上優越した運営事業者が正常な商慣習に照らして不当に、利用事業者に不利益を及ぼす場合には、**優越的地位の濫用として独占禁止法上問題となるおそれがある。**

★競合事業者を排除し得る行為

(例：他のアプリストア等の利用制限，取引データを利用した運営事業者の直接販売，自己又は自己の関連会社と異なる取扱い)

運営事業者は、利用事業者や消費者の獲得を巡って他の運営事業者と競争しており、例えば、他の運営事業者のアプリストアのダウンロードを制限したりすることがある。

運営事業者が他の運営事業者と利用事業者や消費者との間の取引を不当に妨害する場合には、**競争者に対する取引妨害等として独占禁止法上問題となるおそれがある。**

運営事業者は、そのプラットフォームを自ら運営・管理できる立場であるため、例えば、取引データ等を自らの販売活動に利用したり検索アルゴリズムを恣意的に操作したりすることができる。

運営事業者が自らのデジタル・プラットフォームで商品等を直接提供する場合、自ら又はその関連会社を有利に扱い取引を不当に妨害する場合には、**競争者に対する取引妨害等として独占禁止法上問題となるおそれがある。**

★取引先の事業活動を制限し得る行為

(例：最恵国待遇条項(MFN条項)，アプリ内課金手数料の設定とアプリ外決裁の制限)

運営事業者は、そのプラットフォームを自ら運営・管理できる立場であるため、例えば、アプリ外決済を禁止してアプリ内課金の利用を強制する、アプリ外決済の価格を拘束する又はアプリ外決済に係る情報提供を妨げることができる。

運営事業者が、アプリ外決済を禁止してアプリ内課金の利用を不当に強制する、アプリ外決済の価格を拘束する又はアプリ外決済に係る情報提供を不当に妨げたりする場合には、**拘束条件付取引として独占禁止法上問題となるおそれがある。**



デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査(オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)について(続)

今後の取組

1 独占禁止法の厳正・的確な執行

- ★ デジタル・プラットフォームにおける競争を促進し、消費者利益の向上を図るために、独占禁止法上問題となる具体的な案件に接した場合には、公正取引委員会として引き続き厳正・的確に対処していく。
- ★ デジタル・プラットフォームに特徴的な問題を含む論点について、その市場の構造や技術の水準も刻々と移り変わるため、公正取引委員会として引き続き注視していく。

2 デジタル・プラットフォームを巡る競争環境の整備

- デジタル・プラットフォームを巡る競争環境の整備のためには独占禁止法(競争法)の執行だけでなく、業法による適切な規制、データの移転・開放を実現する仕組みの導入、個人情報保護の適切な保護など様々な観点から検討・対応していく必要がある。公正取引委員会は、新しく設置されたデジタル市場競争会議における検討への参画や関係省庁との連携・協力を積極的に取り組み、競争環境の整備を図っていく。



「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」(平成16年5月31日)及び「企業結合審査の手続に関する対応方針」(平成23年6月14日)の改定の概要

2019年12月17日 公正取引委員会

企業結合ガイドラインの改定のポイント①

1 一定の取引分野の画定

(1) デジタルサービス等の特徴である多面市場の場合の考え方の明記

基本的に、それぞれの需要者層ごとに一定の取引分野を画定し、プラットフォームが異なる需要者層の取引を仲介し、間接ネットワーク効果が強く働くような場合には、それぞれの需要者層を包含した一つの一定の取引分野を重層的に画定する場合がある。

(2) 価格ではなく品質等を手段とした競争が行われている場合の考え方の明記

ある地域におけるある商品の品質等が悪化した場合に、又は、ある地域においてある商品の提供を受けるに当たり需要者が負担する費用が上昇した場合に、当該商品及び地域について、需要者が当該商品の購入を他の商品又は地域に振り替える程度を考慮することがある。

(3) デジタルサービス等の商品範囲・地理的範囲の画定に当たっての考慮事項の明記

商品範囲：利用可能なサービスの種類・機能等の内容面の特徴、音質・画質・通信速度・セキュリティレベル等の品質、使用可能言語・使用可能端末等の利便性などを考慮。

地理的範囲：需要者が同一の条件・内容・品質等で供給者からサービスを受けることが可能な範囲や供給者からのサービスが普及している範囲などを考慮。



企業結合ガイドラインの改定のポイント②

2 競争の実質的制限（水平型企業結合）

(1) 研究開発を行っている企業が企業結合を行う場合の考え方の明記

当事会社が研究開発中の財・サービスについて、市場に供給された後に当事会社間で競合する程度が高いと見込まれる場合は、そうでない場合と比較して、企業結合がなければ実現したであろう研究開発後の当事会社間の競争が減少することや、当事会社の研究開発に対する意欲が減退することによる競争への影響が大きい。

(2) デジタルサービスの特徴（多面市場、ネットワーク効果、スイッチングコスト等）を踏まえた競争分析の考え方の明記

直接ネットワーク効果が働く場合には、当該直接ネットワーク効果も踏まえて企業結合が競争に与える影響について判断する。特に、シングル・ホーミングの場合には、マルチ・ホーミングの場合と比較して、直接ネットワーク効果が競争に与える影響は大きい。

また、プラットフォームを通じた多面市場において、間接ネットワーク効果が働く場合には、当該間接ネットワーク効果も踏まえて企業結合が競争に与える影響について判断する。

ネットワーク効果の存在やスイッチングコスト等のために需要者が当事会社グループから他の供給者へ供給先の切替えを行うに当たっての障壁が高い場合など、需要者にとって当事会社グループから他の供給者への供給先の切替えを行うことが容易ではない場合には、需要者からの競争圧力が働きにくい。

(3) 複数事業者による競争を維持することが困難な場合の考え方の明記

複数の事業者が事業活動を行うと、効率的な事業者であっても採算が取れないほど一定の取引分野の規模が十分に大きくなく、企業結合がなくても複数の事業者による競争を維持することが困難な場合には、当該複数の事業者が企業結合によって1社となったとしても、当該企業結合により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと通常考えられる。



企業結合ガイドラインの改定のポイント③

3 競争の実質的制限（垂直型企业結合・混合型企業結合）

最近の審査結果を踏まえて、垂直型企业結合と混合型企業結合に係る競争分析の考え方をそれぞれ詳細に記述しつつ、デジタル分野等においてデータ等の重要な投入財を有する企業を買収する場合の考え方を明記。

(1) データが市場で取引され得るような場合の他社へのデータの供給拒否等の考え方の明記

競争上重要なデータを有する川上市場のA社と、当該データを活用してサービス等を提供する川下市場のB社が垂直型企业結合を行う場合、A社によるB社の競争者へのデータの供給拒否等により、川下市場の閉鎖性・排他性が生じる場合がある。

なお、データに限らず、知的財産権等の競争上重要な投入財についてもデータの考え方に準じて判断する。

(2) データ等の重要な投入財を有するスタートアップ企業等を買収することによる新規参入の可能性の消滅の考え方の明記

ある市場において既に事業を行うA社が、その事業を行っていないがデータ等の重要な投入財を有し、当該市場に単独で又は他の会社と企業結合を行った上で参入した場合に有力な競争者となることを見込まれるB社と混合型企業結合を行うことにより、B社の新規参入の可能性を消滅させる場合には、そうでない場合と比較して、競争に及ぼす影響が大きい。

(3) データの競争上の重要性等の評価の考え方の明記

(2)の状況におけるデータの競争上の重要性等の評価に当たっては、データを有する一方当事会社のB社が、

- ① どのような種類のデータを保有・収集しているのか
- ② どの程度の量のデータを保有しており、日々どの程度広い範囲からどの程度の量のデータを収集しているのか
- ③ どの程度の頻度でデータを収集しているのか
- ④ 保有・収集するデータが、他方当事会社のA社の商品市場におけるサービス等の向上にどの程度関連するのかといった点を考慮に入れる。

また、A社の商品市場の競争者が入手可能なデータと比較して、B社が保有・収集するデータが上記①～④の観点からどの程度優位性があるのかを考慮に入れる。



企業結合手続対応方針の改定のポイント

(1) 買収に係る対価の総額が大きい企業結合計画の審査

被買収会社の国内売上高等に係る金額のみが届出基準を満たさない企業結合計画（届出不要企業結合計画）のうち、買収に係る対価の総額が大きく、かつ、国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、当事会社に資料等の提出を求め、企業結合審査を行う。

(2) 相談することが望まれる企業結合計画

届出不要企業結合計画について、買収に係る対価の総額が400億円を超えると見込まれ、かつ、以下の①から③のいずれかを満たすなど当該届出不要企業結合計画が国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、当事会社は、公正取引委員会に相談することが望まれる。

① 被買収会社の事業拠点や研究開発拠点等が国内に所在する場合

② 被買収会社が日本語のウェブサイトを開設したり、日本語のパンフレットを用いるなど、国内の需要者を対象に営業活動を行っている場合

③ 被買収会社の国内売上高合計額が1億円を超える場合

(3) 企業結合審査において参考とする資料の例として、当事会社の内部文書を明記

当事会社の認識を確認するために、当事会社の内部文書（例えば、当事会社の取締役会等の各種会議等で使用された資料や議事録等、当事会社が企業結合の検討及び決定に当たり企業結合の効果等について検討・分析した資料、企業結合の検討に関与した当事会社の役員又は従業員の電子メール等）の提出を求めることがある。



「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」(概要)

2019年12月17日 公正取引委員会

1. 適用対象

消費者にサービスを提供し、消費者から個人情報等を取得するデジタル・プラットフォーム事業者による行為。

2. 具体的な考え方

(1) 優越的地位の認定

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は、当該デジタル・プラットフォーム事業者は消費者に対して優越した地位にあると認定。

(2) 濫用行為となる行為類型

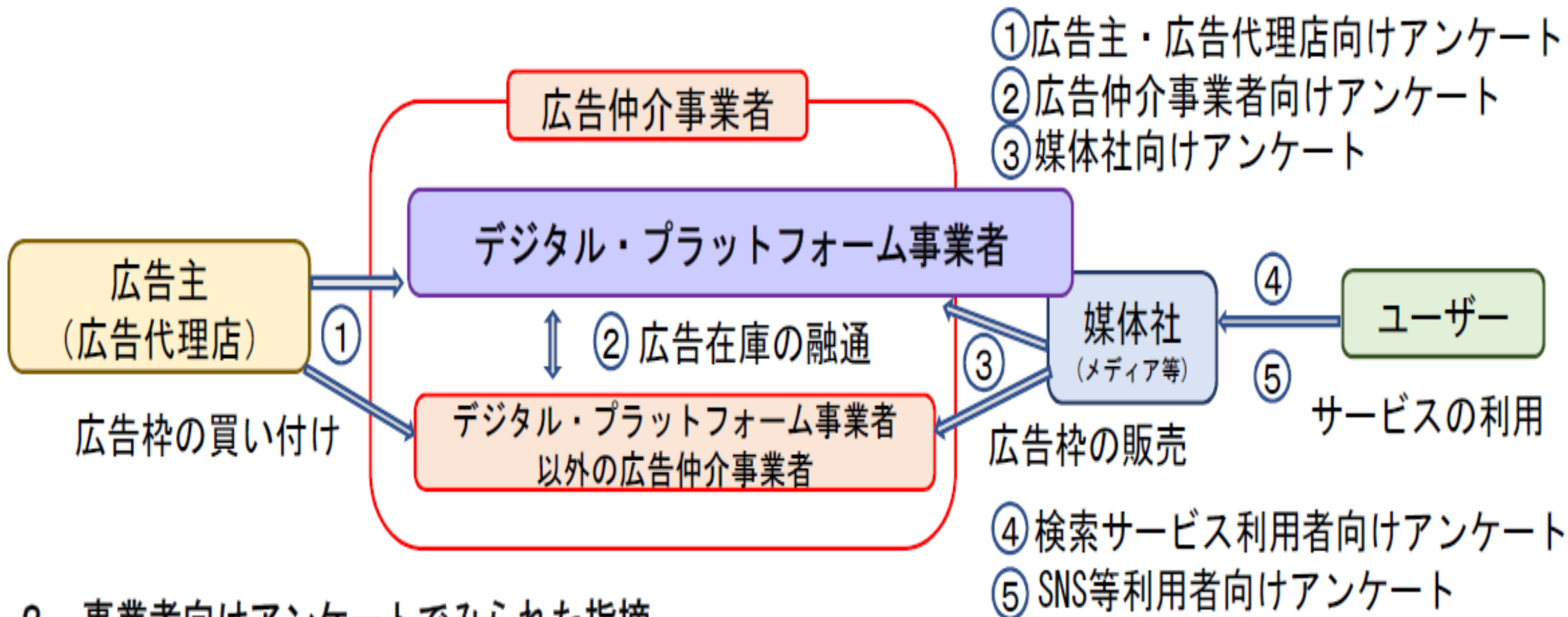
ア. 個人情報等の不当な取得

- 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。
- 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。
- 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。
- 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、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、個人情報等の経済上の利益を提供させること。

イ. 個人情報等の不当な利用

- 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。
- 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。

1. デジタル広告取引の概要



2. 事業者向けアンケートでみられた指摘



デジタル広告の取引実態に関する中間報告

2020年4月28日 公正取引委員会

2. 事業者向けアンケートでみられた指摘

	広告主・広告代理店	広告仲介事業者	媒体社
契約内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ 契約内容が一律的となっており、自社の意向を踏まえた変更ができない。 ■ デジタル・プラットフォーム事業者が契約内容を任意に(裁量的に)変更することができる。 ■ 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任意に(裁量的に)打ち切ることができる。 		
第三者サービス	<ul style="list-style-type: none"> ■ デジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービス以外の第三者のサービスの利用が禁止された。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ デジタル・プラットフォーム事業者の担当者から、第三者のサービスの利用を禁じるような指示を受けた。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ デジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービス以外の第三者のサービスの利用が禁止された。
アドフraud	<ul style="list-style-type: none"> ■ アドフraudに関する情報開示が十分でない。 ■ 無効なトラフィックに関連した手数料を払い戻すべきである。 		<ul style="list-style-type: none"> ■ アドフraudに関する情報開示が十分でない。

今後の調査・検討の視点

- 公正取引委員会は更なる実態の把握を行い、デジタル・プラットフォーム事業者に関する以下の論点を中心に独占禁止法・競争政策上の考え方の整理を進めていく。
 - ① 契約内容の一方的変更などによって他の事業者に不当な不利益を与えていないか
 - ② 自らの事業と競合する広告仲介事業者を不当に排除していないか
 - ③ デジタル広告の配信を制限するなどして、他の事業者の事業活動を不当に拘束していないか
 - ④ 取引の透明性等の確保のための情報の利活用の在り方のほか、デジタル・プラットフォームを利用した媒体社間等の競争関係、事業者の取組状況を注視



デジタル広告の取引実態に関する中間報告

3. 消費者向けアンケートでみられた認識

検索サービス利用者

SNS等利用者

情報収集

- 検索サービスやSNS等を利用する際、どのような情報が広告表示の目的の下に収集・利用されているか認識していない。

同意

- 検索サービスやSNS等の利用規約に同意する際、どのような情報が広告表示の目的の下に収集・利用されることになるか、把握できないまま同意した、あるいは、同意した覚えがない。

懸念

- 検索サービス提供業者やSNS等提供業者による利用者データの収集・利用について懸念がある。しかし、当該サービスが便利である又は生活に必要不可欠であるため、利用している。

今後の調査・検討の視点

- 公正取引委員会は、デジタル・プラットフォーム事業者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の取得又は当該取得した個人情報等の利用が優越的地位の濫用として問題となり得るかという視点からの情報の利活用状況の解明を進めていく。



(参考) 最近の各国競争当局の対応等 (暫定)

	違反事件審査	実態調査等	Killer Acquisition 対応	新たな法整備
USDOJ FTC	Google(DOJ) Facebook(DOJ, FTC) Apple(DOJ)	Amazon(FTC)	FTCは、Google, Facebook, Amazon, Apple, Microsoft の届出されていない過去の企業結合の調査を開始。	カリフォルニア消費者プライバシー法 (CCPA) 施行
EU	<ul style="list-style-type: none"> Googleに対する件 アップルに対する件 アマゾンに対する件 	<ul style="list-style-type: none"> 委託研究報告「Competition policy for the digital era」(2019年4月) A European Strategy for Data (2020年2月) 		<ul style="list-style-type: none"> オンライン仲介サービスのビジネスユーザーへの公平性・透明性促進規則 (2020年7月施行) Digital Services Act(今秋予定) 2021 Data Act
JFTC	<ul style="list-style-type: none"> アマゾンに対する件 アップルに対する件 	<ul style="list-style-type: none"> 「データと競争政策に関する検討会」報告 (2017年6月) [デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査] (2019年10月) [デジタル広告の取引実態に関する中間報告] (2020年4月) 	<ul style="list-style-type: none"> 企業結合ガイドライン等の改定 	<ul style="list-style-type: none"> 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 個人情報保護法改正法
その他の競争当局	<ul style="list-style-type: none"> ドイツカルテル庁のFacebookに対する件 	<ul style="list-style-type: none"> 独仏競争当局共同調査「Competition Law and Data」(2016年) 仏競争委員会オンライン広告調査 (2018年3月) 豪ACCCのThe Digital Platforms Inquiry Report公表 (2019年7月) 英CMAオンラインマーケットリポート中間報告 (2020年7月最終報告公表予定) 		



ご清聴ありがとうございました。

桃尾・松尾・難波法律事務所

アドバイザー 南部 利之

〒102-0083 東京都千代田区麹町4 - 1

麹町ダイヤモンドビル

電話 (03) 3288-2080 (代表)

FAX (03) 3288-2081

Email : toshiyuki.nambu@mmn-law.gr.jp

URL : <http://www.mmn-law.gr.jp>