

個別論点を通じて考える 個人情報保護政策・競争政策の交錯

中央大学国際情報学部
石井 夏生利

競争法とプライバシー・個人情報保護法が交錯する論点

- 競争法違反の評価
- データの結合禁止
- データ・ポータビリティ
- プロファイリング
 - ✓リクナビ事件(2019年)
- 消費者保護を含めた交錯
 - ✓ダークパターン
 - ✓パーソナライズド・プライシング

競争法違反の評価

- Facebook事件(ドイツ)
 - ✓連邦カルテル庁は、Facebookに対して、多様なソースからユーザーデータを統合することを禁止(2019年)
 - ✓ドイツ連邦通常裁判所による、ドイツ連邦カルテル庁による禁止決定は執行可能との決定(2020年)
- デジタル市場法(Digital Markets Act, DMA)による個人データ関連規定(次頁)
 - ✓2020年12月15日 欧州委員会による提案
 - ✓2022年7月18日 閣僚理事会による採択
 - ✓2022年11月1日 施行
 - ✓2023年5月2日 適用開始

DMAの個人データ関連規定①

- 定義

- ✓「個人データ」(第2条(25)号)、「非個人データ」(同条(26)号)、「プロファイリング」(同条(31)号)、「同意」(同条(32)号)

- ゲートキーパーに対する禁止事項(第5条2項)

- ✓オンライン広告サービスを提供する目的で、サードパーティのサービスを利用するエンドユーザーの個人データを処理すること((a)号)
- ✓コアプラットフォームサービスからの個人データを、他のコアプラットフォームサービス、ゲートキーパーが提供する他のサービス、サードパーティのサービスからの個人データと結合すること((b)号)
- ✓コアプラットフォームサービスからの個人データを、ゲートキーパーが個別に提供する他のサービスとの間で相互利用等すること((c)号)
- ✓個人データを結合するために、ゲートキーパーの他のサービスにエンドユーザーをサインインさせること((d)号)

但し、GDPRの定める同意がある場合を除く。

DMAの個人データ関連規定②

- ゲートキーパーの追加的義務(第6条)

- ✓ゲートキーパーの追加的義務

- エンドユーザーによるアプリやサービス切り替えの制限禁止(6項)

- 効果的なデータ・ポータビリティの提供(9項)

- 無償で、エンドユーザーの要請に基づき、当該コアプラットフォームサービスの利用状況においてエンドユーザーが提供したデータ又はエンドユーザーの活動を通じて生成されたデータの効果的なポータビリティの提供

- ツールの無料提供、当該データへの継続的かつリアルタイムなアクセスの提供を含む

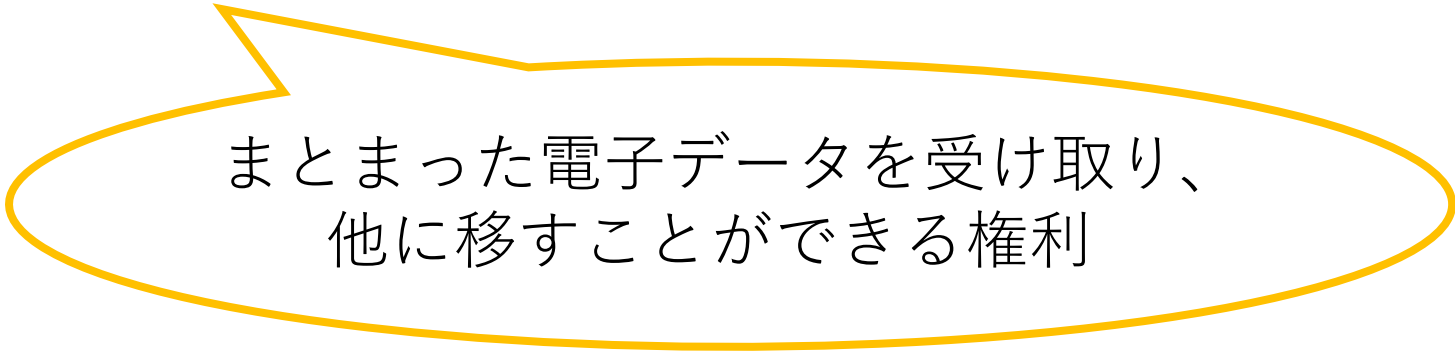
- 集計データ及び非集計データへのアクセスの提供(10項)

- 但し個人データについては制限あり

データ法案にもデータ・ポータビリティの義務が規定
(第29条：データ処理サービスの相互運用性)

GDPRのデータ・ポータビリティ権(第20条)

- データ主体が管理者に提供した自己に関する個人データについて、構造化され、共通に利用され、機械で読める形式により受け取る権利
- そのデータを、個人データの提供を受けた管理者に妨害されることなく、他の管理者に移す権利



まとまった電子データを受け取り、
他に移すことができる権利

アクセス権の拡大版

GDPRのデータ・ポータビリティ権の対象データ

- データ主体が積極的かつ意図的に提供したデータ
 - ✓メールアドレス、ユーザー名、年齢等
- データ主体がサービス又は装置を利用して提供した観測データ
 - ✓個人の検索履歴、トラフィックデータ及び位置データ、ウェアラブルデバイスによって追跡される心拍数など。

→含まれるのはライフログデータまで

- 推測データ、派生データは含まれない。
 - ✓収集した生データを管理者が分析して得られた結果などは含まれない(意外と狭い?)。

DMAのデータ保護関連規定③

- 監査義務(第15条)

- ✓ゲートキーパーのコアプラットフォームサービスに適用される、消費者のプロファイリングに関する技術について、独立監査報告書を欧州委員会に提出する義務
- ✓エンドユーザーから大量のデータを収集し蓄積するゲートキーパーの実務による潜在的な弊害の評価(前文(72)項)
- ✓ゲートキーパーが採用するプロファイリング実務の適切なレベルの透明性の保障とコアプラットフォームサービスの競争力向上(前文(72)項)
 - GDPR第4条(4)号の意味するプロファイリングを含むがこれに限られない。
- ✓報告内容
 - 個人データ及びGDPRに即したユーザー活動から生じるデータに依拠するか否か、採用された取扱い、プロフィールが準備され、最終的に利用される目的、プロファイリングの期間、ゲートキーパーのサービスに及ぼす当該プロファイリングの影響、及び、エンドユーザーがプロファイリングの当該利用について効果的に認識できるようにするために講じられた措置、同意を求めるための措置又は同意を拒否若しくは撤回できる方法

GDPRのプロファイリングに関する規律①

- 「プロファイリング」とは
 - ✓ 自然人に関するある一定の個人的な側面を評価するために、特に、当該自然人の業績、経済的状况、健康、個人的嗜好、興味、信頼性、行動、位置又は移動に関連する側面を分析し又は予測するために、個人データの利用から構成されるあらゆる形態による個人データの自動的な処理をいう(第4条(4)号)。
- 透明性の義務 (第13条2項(f)号、第14条2項(g)号)、アクセス権 (第15条1項(h)号)
 - ✓ 自動処理による個人に関する決定の存在、その場合には、関連する論理、当該取扱いがデータ主体に与える結果の重大性及び予測される結果についての意味ある情報

GDPRのプロファイリングに関する規律②

- 異議申立権(第21条)

- ✓データ主体は、プロファイリングを含め、第6条1項(e)号又は(f)号に基づく自己に関する個人データの取扱いに対して、何時でも異議を申し立てる権利を有する。

- 適法な取扱いの条件(第6条1項)

- 公益における職務の遂行又は管理者が公的権限を行使するために処理が必要な場合((e)号)
 - 管理者又は第三者によって追求される適法な利益のために取扱いが必要な場合((f)号)

- 自動処理決定(第22条)

- ✓データ主体はプロファイリングを含め、自己に関する法的効果をもたらすか、又は、それに類する重大な影響を自己にもたらす、自動的手段による処理のみに基づく決定に服さない権利を有する。

- 契約や同意がある場合でも人間の関与を得る権利等は保障

就活生情報説明なく提供

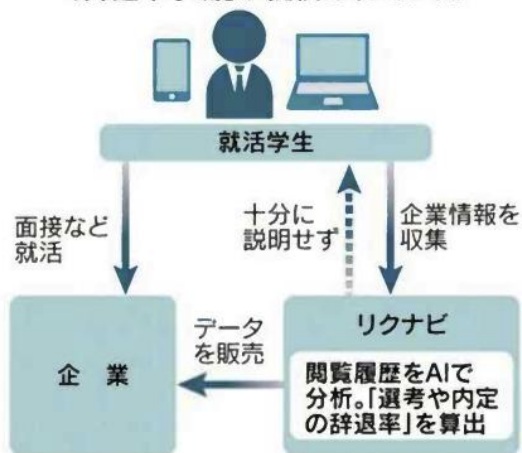
リクナビ「辞退予測」38社に

就職情報サイト「リクナビ」を運営するリクルートキャリア（東京・千代田）が、就活学生の「内定辞退率」を本人の十分な同意なしに予測し、38社に有償で提供していたことがわかった。個人情報保護法は、個人情報（3面きょうのことば）の外部提供に本人の同意取得を義務付けており、違反の恐れもある。個人情報保護委員会が事実関係の確認を始め、リクナビは7月末でデータ販売を休止した。（関連記事3面に）

データの世紀 News&Trend

リクナビは年80万人の就活生が利用する。内定辞退率の予測データは本人に不利な影響も及ぼしかねない。重要な個人情報が入り込んでいる形で企業間で共有されていたのは、日本では極めて異例だ。日本経済新聞社の取材にリクナビは「規約の表裏に受け止める」と説明。現状が不明瞭との指摘を真不足を認めていた。リクナビは1日午後10時ごろ「わかりやすい表現や説明方法を検討する」などのコメントを公表した。米フェイスブックなどIT（情報技術）大手が個人データを使う広告などで急成長しデータの不適切な扱いが問題になった。日本企業もデータ活用を進めており、利用ル

本人が知らないまま就活学生の「辞退率予測」が提供されていた



ール整備が求められる。リクナビは2018年「選考や内定の辞退率」から、就活生がどの企業を予測し、大手メーカー情報を読んだかなどを人工知能（AI）で分析。などに販売した。

個人名ごとの予測データは個人情報保護法で規制する「個人情報」にあたり、外部提供には本人同意が必要だ。リクナビは規約で「サイトから取得した行動履歴を分析し利用」「採用活動補助のため企業へ提供」とし利用者の同意を得ていた。

内定辞退は企業を悩ませる問題で、予防につながるデータは貴重だ。同意手続きが適切なら法的な問題はなかったが、専門家から「具体的な利用法が示されず有効な同意でない」（板倉陽一郎弁護士）との見方が出た。個人情報保護委員会は「データは、内定者の決定前から提供されていた。個人がネットを利用する」とし、7月にリクナビに聞き取りを行った。予測データの利用実態について、リクナビは「採用判断に使わない」と説明。企業と確約したと説明し、提供先企業の一社も「事後分析用だった」と話している。ただデータは氏名とセットに

個人情報保護委員会による指導・勧告

- 2019年8月26日 指導・勧告

- ✓プライバシーポリシー変更の不備等(リクルートキャリアから顧客企業への個人データの第三者提供が行われない形態のプラポリで第三者提供を実施)

- 2019年12月4日 継続調査の結果に基づく指導・勧告

- ✓内定辞退率の提供を受けた企業側において特定の個人を識別できることを知りながら、提供する側では特定の個人を識別できないとして、個人データの第三者提供の同意取得を回避しており、法の趣旨を潜脱した 極めて不適切なサービスを実施
- ✓ハッシュ化すれば個人情報に該当しないとの誤った認識の下、サービス利用企業から提供を受けた氏名で突合し内定辞退率を算出

個人情報保護委員会「個人情報の保護に関する法律第 42 条第 1 項の規定に基づく勧告等について」(2019 年 8 月 26 日)(https://www.ppc.go.jp/files/pdf/190826_houdou.pdf)、同「個人情報の保護に関する法律に基づく行政上の対応について」(2019 年 12 月 4 日)(https://www.ppc.go.jp/files/pdf/191204_houdou.pdf)。

個人関連情報の新設(令和2年改正)

新設

個人関連情報

個人関連情報とは、生存する個人に関する情報で、個人情報、仮名加工情報及び匿名加工情報のいずれにも該当しないもの。

個人関連情報の第三者提供規制

例えば*...

- Cookie等の端末識別子を通じて収集された、ある個人のウェブサイトの閲覧履歴
- ある個人の商品購買履歴やサービス利用履歴
- ある個人の位置情報

*特定の個人を識別できる蓄積された位置情報等は個人関連情報ではなく、個人情報に該当。

提供元

A社

- A社では、誰の個人データか分からない

提携

B社

- B社では、A社とID等を共有
- B社では、ID等に紐づいて個人データを保有

提供先

B社において個人データと
なることが想定される場合は
原則本人の同意が必要

A社から提供されたデータを
ID等を使って自社内の
個人データと結合

個人データ

氏名	年齢	ID等
山田 郎	55歳	1
佐藤次郎	29歳	2
伊藤三郎	45歳	3



個人関連情報

ID等	購買履歴
1	ミルクティ、おにぎり
2	紅茶、サンドイッチ
3	スツ、ネクタイ

個人データ

氏名	年齢	ID等	購買履歴
山田 郎	55歳	1	ミルクティ、おにぎり
佐藤次郎	29歳	2	紅茶、サンドイッチ
伊藤三郎	45歳	3	スツ、ネクタイ

MEMO

個人関連情報を第三者に提供する場合、提供先(B社)において個人データとして取得することが想定されるときは、提供元(A社)に第三者提供に関して本人同意が得られていることの確認を義務付け。

※本人同意を得るのは、基本的に提供先(B社)

公正取引委員会の指針

- 「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」(2019年12月17日)

自己の取引上の地位が取引の相手方である消費者に優越しているデジタル・プラットフォーム事業者が、取引の相手方である消費者に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることは、当該取引の相手方である消費者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害する一方で、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おそれがあるものである。このような行為は、公正な競争を阻害するおそれがあることから、不公正な取引方法の一つである優越的地位の濫用として、独占禁止法により規制される。

公正取引委員会「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」(2019年12月17日)

(<https://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyokijun/dpfgl.html>)

個人情報 の 不当な利用

- (注17) 例えば、デジタル・プラットフォーム事業者が第三者をして、消費者から取得した「個人情報以外の個人に関する情報」と他の情報を照合して個人情報とさせ、消費者に不利益を与えることを目的に当該個人情報を利用させるために、「個人情報以外の個人に関する情報」を当該第三者に提供した場合等は、優越的地位の濫用として問題となる。
- 【想定例⑥】 デジタル・プラットフォーム事業者F社が、サービスを利用する消費者から取得した個人情報を、消費者の同意を得ることなく第三者に提供した(注19)。
 - ✓ (注19) ただし、消費者が、サービスを利用せざるを得ないことから、個人情報の第三者への提供にやむを得ず同意した場合には、当該同意は消費者の意に反するものと判断される場合がある。(抜粋)
- 【想定例⑦】 デジタル・プラットフォーム事業者G社が、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、サービスを利用させ、個人情報を利用した。

消費者保護法を含めた交錯①：ダークパターン

- デジタルサービス法(Digital Services Act, DSA)
 - ✓ サービス利用者を欺いたり捜査したりする方法、又は、サービス利用者が情報に基づいた自由な意思決定を行う能力を著しく歪めるような方法で、オンラインインターフェースを設計、構成又は運営することの禁止(第25条1項)
 - ✓ 不公正取引方法指令(Unfair Commercial Practices Directive, UCPD)及びGDPRの規律の及ばない実務が対象
- OECD、欧州委員会、アメリカFTC、EDPB(European Data Protection Board)等によるレポート等
- カリフォルニア州法
 - ✓ プライバシー権利法(California Privacy Rights Act)が「ダークパターンの利用を通じて得られた承諾は同意を構成しない」と規定
 - ✓ 年齢適正デザインコード法(California Age-Appropriate Design Code Act)は、オンラインサービス等提供事業者に対し、18歳未満の児童に対するダークパターンの利用を禁止

消費者保護法を含めた交錯②： パーソナライズド・プライシング

- OECD事務局文書(2018年11月28日)
- 公正取引委員会「デジタル市場における競争政策に関する研究会」の報告書「アルゴリズム/AIと競争政策」(2021年3月31日)
 - ✓ 選択的価格設定
- EU：消費者権利指令に基づく情報提供義務(第6条1項)、GDPRのプロファイリング関連の規定
- 日本：個人情報保護法ガイドライン(通則編)
 - ✓ 利用目的の特定「取得した行動履歴等の情報を分析し、信用スコアを算出した上で、当該スコアを第三者へ提供いたします。」
- その他
 - ✓ 中国の個人情報保護法：GDPRの自動処理決定に類する規定の中で、取引価格等の取引条件における不合理な差別的待遇を規制(ビッグデータ殺熟)