

参考資料

公正取引委員会競争政策研究センター
第5回大阪シンポジウム

デジタルプラットフォームによる
エコシステム

Introduction

和久井理子

wakui@law.kyoto-u.ac.jp

1. 問題

デジタルプラット
フォームと社会

個人情報

- 取得
- 利用・プロファイリング
- 管理

デジタルプラットフォームと社会

言論

- ヘイトスピーチ
- 誹謗中傷・リベンジポルノ
- いじめ
- フェイクニュース

消費者被害

(例) 情報商材

労働分野

- ギグワーカー、自営業者
- 分断化・断片化
- 脱法行為

DPF :
利用事業者に対する
優越的地位の濫用

- ランキングの恣意的な操作
- 返品・減額
- 協賛金等要請

II. 規制

- 個人情報保護法
- ヘイトスピーチ解消法・条例
- プロバイダ責任制限法の下：
 - 人権擁護局
 - 総務省
- 消費者法
- 優越的地位の濫用規制（独占禁止法）
- 透明化法

個人情報保護法

（目的）

第1条 この法律は、デジタル社会の進展に伴い個人情報の利用が著しく拡大していることに鑑み、個人情報の適正な取扱いに関し、基本理念及び政府による基本方針の作成その他の個人情報の保護に関する施策の基本となる事項を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにし、個人情報を取り扱う事業者及び行政機関等についてこれらの特性に応じて遵守すべき義務等を定めるとともに、**個人情報保護委員会**を設置することにより、行政機関等の事務及び事業の適正かつ円滑な運営を図り、並びに個人情報の適正かつ効果的な活用が新たな産業の創出並びに活力ある経済社会及び豊かな国民生活の実現に資するものであることその他の個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする。

（不適正な利用の禁止）

第19条 個人情報取扱事業者は、違法又は不当な行為を助長し、又は誘発するおそれがある方法により個人情報を利用してはならない。

（適正な取得）

第20条 個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならない。

2 個人情報取扱事業者は、次に掲げる場合を除くほか、あらかじめ本人の同意を得ないで、要配慮個人情報を取得してはならない。

- 一 法令に基づく場合
- 二 人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき。

ヘイトスピーチ解消法

(正式名 本邦外出身者に対する不当な差別的言動の解消に向けた取組の推進に関する法律)

(目的)

第1条 この法律は、本邦外出身者に対する不当な差別的言動の解消が喫緊の課題であることに鑑み、その解消に向けた取組について、基本理念を定め、及び国等の責務を明らかにするとともに、基本的施策を定め、これを推進することを目的とする。

...

(相談体制の整備)

第五条 国は、本邦外出身者に対する不当な差別的言動に関する相談に的確に応ずるとともに、これに関する紛争の防止又は解決を図ることができるよう、必要な体制を整備するものとする。

2 地方公共団体は、国との適切な役割分担を踏まえて、当該地域の実情に応じ、本邦外出身者に対する不当な差別的言動に関する相談に的確に応ずるとともに、これに関する紛争の防止又は解決を図ることができるよう、必要な体制を整備するよう努めるものとする。

(教育の充実等) ...

(啓発活動等) ...

プロバイダ責任制限法

- プロバイダ等の損害賠償責任の制限：特定電気通信による情報の流通により他人の権利が侵害されたときに、関係するプロバイダ等が、これによって生じた損害について、賠償の責めに任じない場合の規定を設けるもの。
- 発信者情報の開示請求：特定電気通信による情報の流通により自己の権利を侵害されたとする者が、関係するプロバイダ等に対し、当該プロバイダ等が保有する発信者の情報の開示を請求できる規定を設けるもの。
- 発信者情報開示命令事件に関する裁判手続：一体的な手続による発信者情報の開示を可能とした「発信者情報開示命令事件」に関する手続等について定めたもの。

総務省「プロバイダ責任制限法について」(著者にて一部加工)
<https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai.html>

インターネット上の違法・有害情報への対応に関する概要

違法な情報

権利侵害情報

〇〇はヤブ医者である(名誉毀損)
海賊版サイト(著作権侵害)

その他の違法情報

児童ポルノ・わいせつ物
麻薬・危険ドラッグの広告

違法ではないが有害な情報

公序良俗に反する情報

死体画像(人の尊厳を害する情報)
自殺を誘引する書込み

青少年に有害な情報

アダルト、出会い系サイト
暴力的な表現

国による制度整備

プロバイダ責任制限法

- 権利侵害情報に関して、プロバイダが情報の削除を行わなかった場合・行った場合のそれぞれについて、プロバイダの損害賠償責任の免責要件を規定
- 権利侵害情報に関して、プロバイダが保有する発信者の情報の開示を請求できる権利を規定

事業者団体による自主的取組

契約約款モデル条項

- 誹謗中傷の書込み等を**禁止事項**とし、これに反する場合の**削除等**を規定する利用者との約款のモデルを提示

関係ガイドライン

- 具体的に削除すべき事例や参照すべき裁判例を示した各種ガイドラインを作成

相談への対応

違法・有害情報相談センターの設置・運営

- インターネット上に流通した違法・有害情報による被害の相談を受け付け、具体的な削除要請の方法等をアドバイス

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（通称：デジプラ法又はDPF消費者保護法）

第1条 この法律は、情報通信技術の進展に伴い取引デジタルプラットフォームが国民の消費生活にとって重要な基盤となっていることに鑑み、取引デジタルプラットフォーム提供者による消費者の利益の保護に資する自主的な取組の促進、内閣総理大臣による取引デジタルプラットフォームの利用の停止等に係る要請及び消費者による販売業者等情報の開示の請求に係る措置並びに官民協議会の設置について定めることにより、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売（特定商取引に関する法律（昭和五十一年法律第五十七号）第二条第二項に規定する通信販売をいう。以下同じ。）に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関し取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保し、もって取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益を保護することを目的とする。

...

（取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務）

第3条 取引デジタルプラットフォーム提供者は、その提供する取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、次に掲げる措置を講ずるよう努めなければならない。

一 当該取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引について、消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするための措置を講ずること。

二 当該取引デジタルプラットフォームにより提供される場における販売業者等による商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件の表示に関し当該取引デジタルプラットフォームを利用する消費者から苦情の申出を受けた場合において、当該苦情に係る事情の調査その他の当該表示の適正を確保するために必要と認める措置を講ずること。

.....

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律 概要

オンラインモールなどの「取引デジタルプラットフォーム（取引DPF）」においては、危険商品等の流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難となる等の問題が発生。これに対応し消費者利益の保護を図るための新法を整備

新法の内容

(令和3年4月28日成立、同年5月10日公布、令和4年5月1日施行)

(1) 取引DPF提供者の努力義務（第3条）

- 取引DPFを利用して行われる通信販売取引（BtoC取引）の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、以下の①～③の措置の実施及びその概要等の開示についての努力義務（具体的内容については指針を策定）
 - ① 販売業者と消費者との間の円滑な連絡を可能とする措置
 - ② 販売条件等の表示に関し苦情の申出を受けた場合における必要な調査等の実施
 - ③ 販売業者に対し必要に応じ身元確認のための情報提供を求める

(2) 商品等の出品の停止（第4条）

- 内閣総理大臣は、危険商品等（※1）が出品され、かつ、販売業者が特定不能など個別法の執行が困難な場合（※2）、取引DPF提供者に出品削除等を要請
⇒ 要請に応じたことにより販売業者に生じた損害について取引DPF提供者を免責
- （※1）重要事項（商品の安全性の判断に資する事項等）の表示に著しい虚偽・誤認表示がある商品等
- （※2）販売業者が特定可能等の場合は特商法等により対応

(3) 販売業者に係る情報の開示請求権（第5条）

- 消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要な範囲で販売業者の情報の開示を請求できる権利を創設
- ※1 取引DPF提供者は、適切な手順に従って開示請求に応じた場合、販売業者に対し責任を負わない
- ※2 損害賠償請求額が一定金額以下の場合や不正目的の場合は対象外

(4) 官民協議会（第6条～第9条）・申出制度（第10条）

- 国の行政機関、取引DPF提供者からなる団体、消費者団体等により構成される官民協議会を組織し、悪質な販売業者等への対応など各主体が取り組むべき事項等を協議
- 消費者等が内閣総理大臣（消費者庁）に対し消費者被害のおそれを申し出て適当な措置の実施を求める申出制度を創設

※施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案した施行後3年目途の見直しを規定

優越的地位の濫用規制

独占禁止法 2 条 9 項 5 号（定義）

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、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

イ 継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。）に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

ロ 継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

ハ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。

優越的地位の濫用規制 執行・サンクション

公正取引委員会

- ・ 排除措置命令・課徴金納付命令（1%）
- ・ 警告・注意
- ・ 確約手続
- ・ 被疑事件として調査（自主的改善措置により終了）

民事

損害賠償請求訴訟 差止請求訴訟

透明化法

(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)

(目的)

第1条 この法律は、近年の情報通信技術の分野における技術革新の進展により、データを活用した新たな産業が創出され、世界的規模で社会経済構造の変化が生じ、デジタルプラットフォームの果たす役割の重要性が増大している中で、デジタルプラットフォーム提供者の自主性及び自律性に配慮しつつ、商品等提供利用者等の利益の保護を図ることが課題となっている状況に鑑み、特定デジタルプラットフォーム提供者の指定、特定デジタルプラットフォーム提供者による提供条件等の開示、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価その他の措置を講ずることにより、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を図り、もって特定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促進を通じて、国民生活の向上及び国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

(基本理念)

第3条 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。

...

特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

取引条件等の情報の開示

利用者に対する**取引条件の開示**や**変更等の事前通知**を義務付けることで、取引の透明性を向上させる。

【開示項目の例】

- ✓ 取引条件変更の内容及び理由の事前通知
- ✓ 他のサービスの利用を有償で要請する場合に、その内容及び理由
- ✓ データの利用範囲
- ✓ 出品の拒否・停止の理由
- ✓ 検索順位を決する基本的な事項

【行政措置・罰則】

- ✓ 勧告・公表で改善を促す。
- ✓ 是正されない場合に限り措置命令
- ✓ 措置命令違反には罰則

自主的な 手続・体制の整備

特定デジタルプラットフォーム提供者は、**指針**に基づいて必要な措置をとり、**公正な手続・体制の整備**を行う。

【指針の内容の例】

- ✓ 取引の公正さを確保するための手続・体制の整備
- ✓ 苦情処理・紛争解決のための体制整備
- ✓ 関係者と緊密に連絡を行うための体制整備（国内管理人の選任）
- ✓ 取引先事業者の事情等を理解するための仕組構築

【行政措置】

- ✓ 措置の適切・有効な実施のため特に必要な場合は、勧告・公表で改善を促す。

運営状況の報告書

報告書の内容

- (1) 事業の概要
- (2) 苦情処理の状況
- (3) 情報開示の状況
- (4) 自主的な手続・体制整備の状況
- (5) 自己評価結果

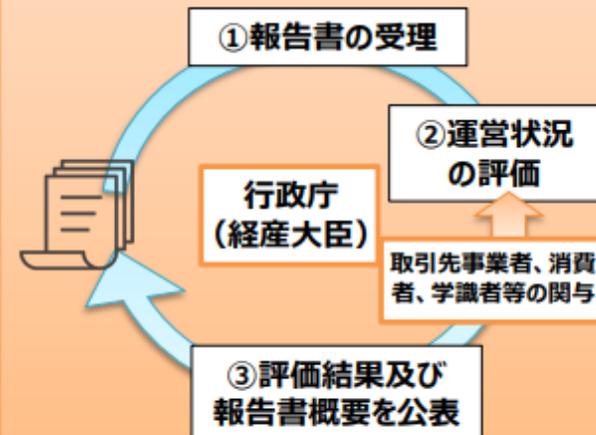
※不提出、記載事項漏れの場合には罰則

評価結果を踏まえた自主的改善

行政庁の役割

レビュー（評価）の実施

特定デジタルプラットフォーム提供者の運営状況について、**取引先事業者や消費者、学識者等も関与してレビュー**を行い、結果を公表する。



公取委への措置請求

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、経産大臣は公取委に対し、同法に基づく対処を要請する。

経済産業省「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」の規制対象となる事業者を指定しました（2021年4月1日）

(1) 物販総合オンラインモールの運営事業者

指定した事業者	(参考) 当該事業者が提供する物販総合オンラインモール
アマゾンジャパン合同会社	Amazon.co.jp
楽天グループ株式会社	楽天市場
ヤフー株式会社	Yahoo!ショッピング

(2) アプリストアの運営事業者

指定した事業者	(参考) 当該事業者が提供するアプリストア
Apple Inc.及びiTunes株式会社	App Store
Google LLC	Google Playストア

<https://www.meti.go.jp/press/2021/04/20210401003/20210401003.html>

経済産業省「「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第四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令の一部を改正する政令」が閣議決定されました」(2022年7月5日)

2. 閣議決定された政令の概要

本件は、上記を受け、「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第四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」を改正し、透明化法の対象にデジタル広告分野を追加するものです。

具体的には、透明化法の規律対象となる「特定デジタルプラットフォーム提供者」を指定するための事業の区分及び規模として、以下の類型を追加しています。

①メディア一体型広告デジタルプラットフォーム

(自社の検索サービスやポータルサイト、SNS等に、主としてオークション方式で決定された広告主の広告を掲載する類型)
1,000億円以上の国内売上額

②広告仲介型デジタルプラットフォーム

(広告主とその広告を掲載するウェブサイト等運営者を、主としてオークション方式で仲介する類型)
500億円以上の国内売上額

<https://www.meti.go.jp/press/2022/07/20220705002/20220705002.html>

経済産業省「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」の規制対象となる事業者を指定しました（2022年10月3日）

(1) メディア一体型広告デジタルプラットフォームの運営事業者

* 自社の検索サービスやポータルサイト、SNS等に、主としてオークション方式で決定された広告主の広告を掲載する類型

指定した事業者	(参考) 規制対象となる事業の内容
Google LLC	広告主向け広告配信役務である「Google広告」、「Display&Video360」等を通じて「Google検索」又は「YouTube」に広告を表示する事業
Meta Platforms, Inc.	広告主向け広告配信役務である「Facebook広告」を通じて「Facebook (Messenger含む)」又は「Instagram」に広告を表示する事業
ヤフー株式会社	広告主向け広告配信役務である「Yahoo!広告」を通じて「Yahoo!JAPAN (Yahoo!検索含む)」に広告を表示する事業

(2) 広告仲介型デジタルプラットフォームの運営事業者

* 広告主とその広告を掲載するウェブサイト等運営者(媒体主)を、主としてオークション方式で仲介する類型

指定した事業者	(参考) 規制対象となる事業の内容
Google LLC	広告主向け広告配信役務である「Google広告」、「Display&Video360」等を通じて、「AdMob」、「AdSense」等により、媒体主の広告枠に広告を表示する事業

III. 考察

疑問

- 規制・執行制度は十分か？
- 市場における活発な競争は、問題の解消・緩和に役立つか？
- そうだとすれば、競争を維持・促進する方法は？

.....

疑問

- エコシステムの設計は誰がすべきか？エコシステムのルールは誰が決定すべきか？
- 自主規制・共同規制が有効？（なぜ？本当に効果ある？）
- 規制を行う上で、デジタルプラットフォーム（DPF）について別のアプローチをとる必要ある？何か特殊な性質がある？
- 伝統的な規制手法には限界がある（消費者被害・労働問題を含む社会的諸課題について）？近時の問題をカバーできるように各種規制を調整すれば十分？

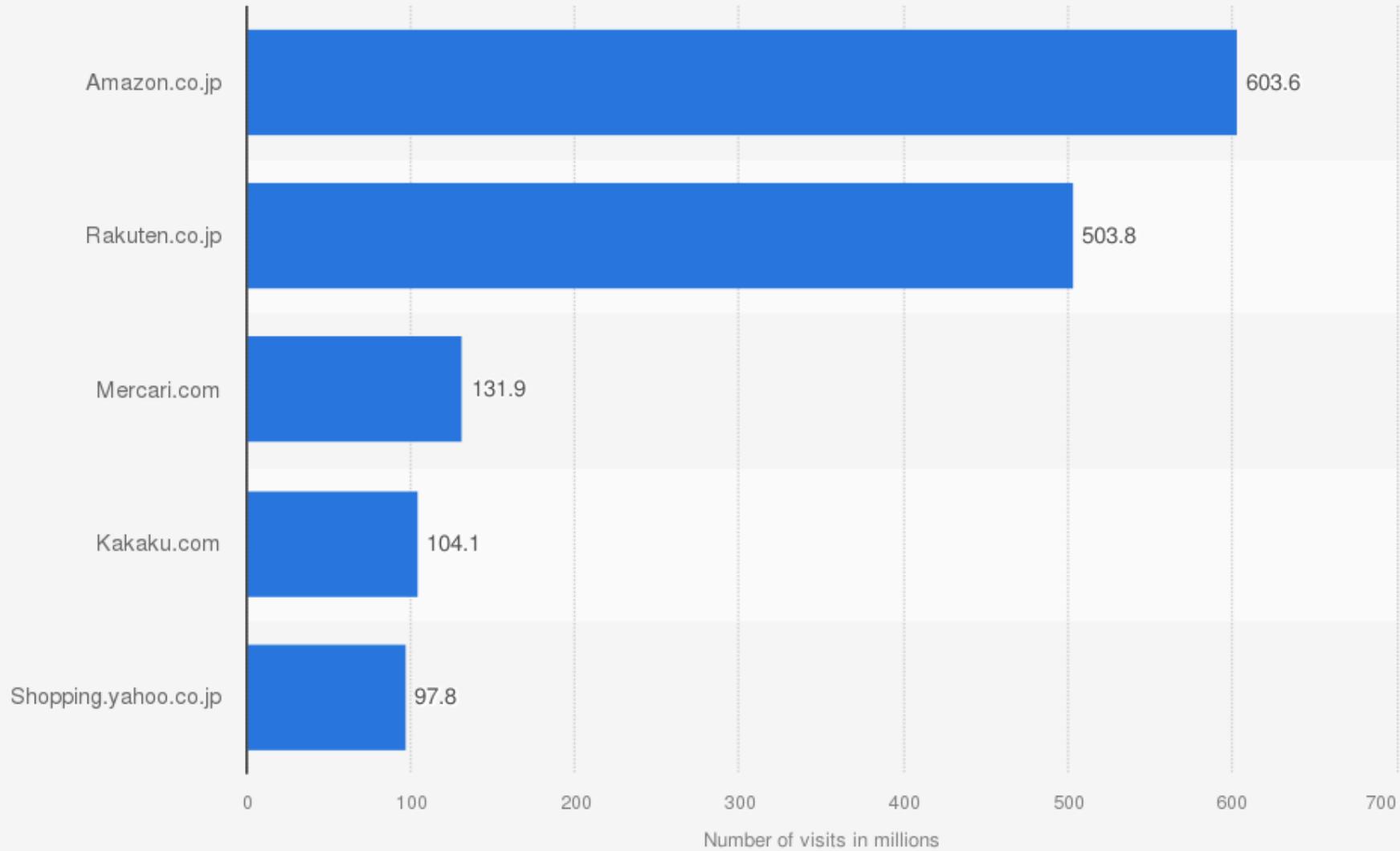
疑問

- 競争が（より）活発であると、各種問題は解決・緩和？
- 日本の市場も、集中は過度になっている？ そうだとすれば、競争の維持・促進の方法は？
- データ保護・PF利用事業者の不利益と、市場における競争を活発に保つことの間には、トレードオフがある？ [「米国を中心とするビッグテックに対抗して、日本・世界で競争を活発にするためには、日本のIT企業の成長が不可欠で、そのためには、個人情報保護や利用事業者の利益が損なわれることも、ある程度までは、やむを得ない」？]
- 米国GAFAM（GAMMA）対日本のIT企業（ソフトバンク=ヤフー=LINE、楽天）？ 後者の保護が、長期的には日本にとって利益になる？

疑問

- ビジネスモデルはどのようなもの？その背景は？
- 誰がどのように利益を得る仕組み？
- 責任は誰がいかに負うべき？

Number of visitors to popular online retailers in Japan as of August 2022 (in millions)

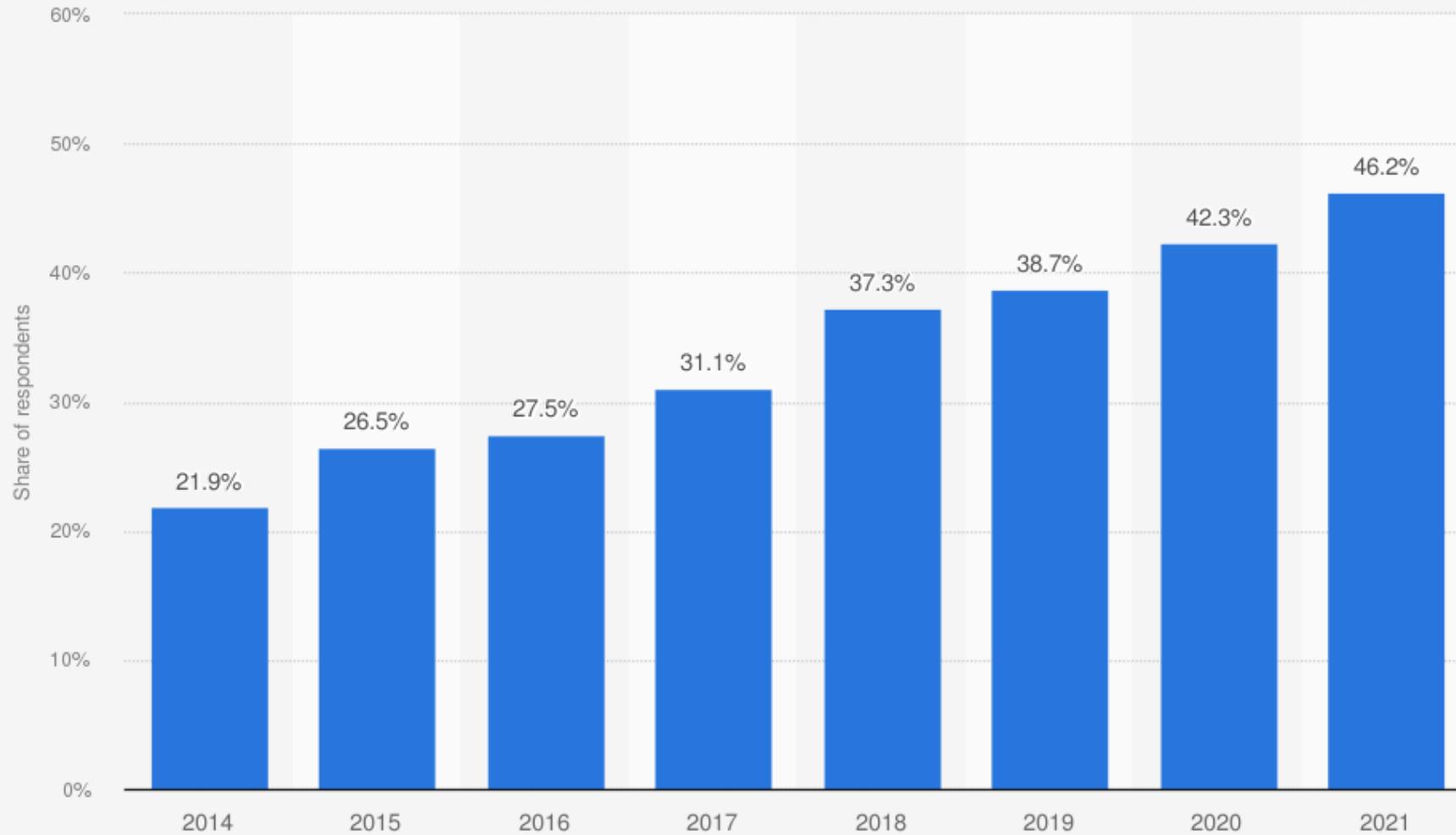


Source
SimilarWeb
© Statista 2022

Additional Information:
Japan; SimilarWeb; August 2022

オンライン・ショッピング
サイト利用者数
(2022)

Share of people who use Twitter in Japan from fiscal year 2014 to 2021



Sources

Ministry of Internal Affairs and Communications (Japan); Yamate Information Processing Center Ltd.

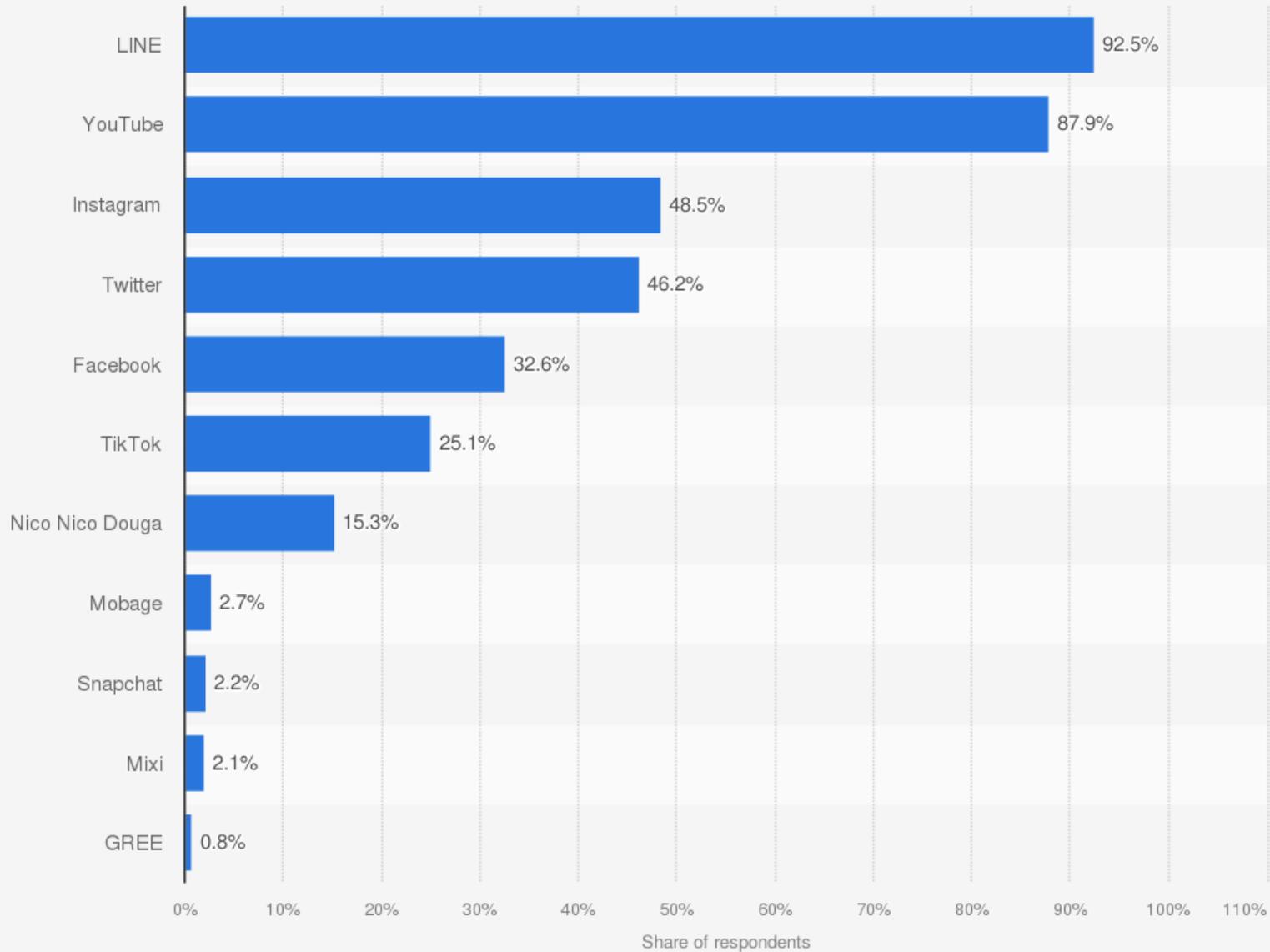
© Statista 2022

Additional Information:

Japan; Ministry of Internal Affairs and Communications (Japan); Yamate Information Processing Center Ltd.; November 31 respondents; 13-69 years; Questionnaire

Twitter利用状況
(2014-2021)

Leading social media in Japan in fiscal year 2021, based on penetration rate



Sources

Ministry of Internal Affairs and Communications (Japan); Yamate Information Processing Center Ltd.

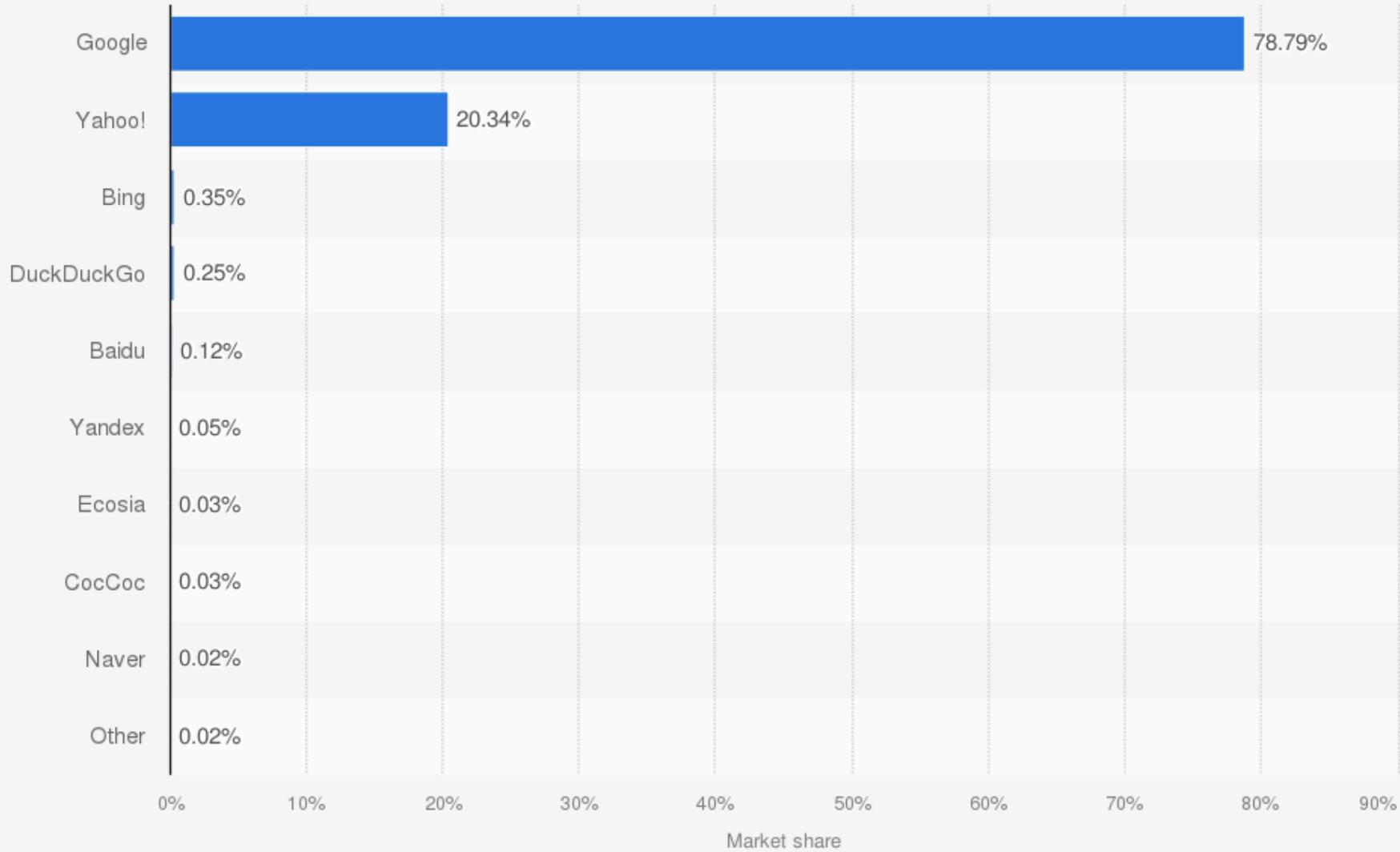
© Statista 2022

Additional Information:

Japan; Ministry of Internal Affairs and Communications (Japan); Yamate Information Processing Center Ltd.; November 30, 2021; 13-69 years; Online survey

ソーシャルメディア利用
状況（2021）

Most used mobile search engines in Japan as of March 2022



Source
StatCounter
© Statista 2022

Additional Information:

Japan; March 2022; based on page views of websites tracked by the source; mobile devices are defined as pocket-sized devices having a display screen with touch input or a miniature keyboard)

検索エンジン利用状況
(2022)

IV. 直近の課題

モバイル・エコシステムに関する競争評価 中間報告概要

(抜粋)

令和4年4月26日
内閣官房デジタル市場競争本部事務局

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/pdf_e/documents_22220601.pdf>

第1. エコシステム内のルール設定・変更、解釈、運用

第1-1【OS・一部ブラウザ】

1. OS等のアップデート・仕様変更への対応
2. OSのアップデート等に伴うアプリ開発の時間的優位性
3. OSにおけるトラッキングのルール変更 (Apple)
4. ブラウザにおけるトラッキングのルール変更 (Apple)
5. ブラウザにおけるトラッキングのルール変更 (Google)
6. クローズド・ミドルウェア (Google)

第1-2【アプリストア】

7. アプリストアの拘束 (Apple)
8. サイドローディングの制限 (Google)
9. 決済・課金システムの利用義務付け
10. アプリ内における他の課金システム等の情報提供、誘導等の制限

第1-3【ブラウザ、ウェブアプリとネイティブアプリ】

- 1 1. WebKitの利用義務付けとブラウザにおけるウェブアプリに対する消極的な対応 (Apple)
- 1 2. OS等の機能のブラウザに対するアクセス制限 (Apple)
- 1 3. ブラウザの拡張機能における制約
- 1 4. スイッチングコスト (ブラウザへの登録、データ連携に起因するもの)

第1-4【有カウェブサービス等を梃子とした他のレイヤー等における競争優位性獲得】

- 1 5. 有カウェブサービスにおける仕様変更等によるブラウザへの影響 (Google)
- 1 6. 検索における自社に優位な技術の標準化 (Google)

第2. デフォルト設定、プリインストール、配置その他プロモーション等

第2-1【デフォルト設定、プリインストール】

- 1 7. ブラウザ、検索エンジン等のプリインストール、デフォルト設定等

第2-2【検索による自社優遇 (Google)】

- 1 8. 検索サービスを利用した自社マップサービスの優遇、自社ブラウザのプロモーション

第3. データの取得及び活用等

- 1 9. データの取得、活用
- 2 0. OSへの機能追加・統合、競合アプリと同等の機能を有するアプリの開発とデフォルト設定等
- 2 1. ソーシャルログイン (「Sign in with Apple」 (SIWA)) (Apple)
- 2 2. Chromeブラウザへの自動ログイン (Google)
- 2 3. ブラウザから自社ウェブサイトに対してのみ行う情報送付 (Google)
- 2 4. サーチ・クエリ・データ等のリソース (Google)

第4. 諸機能へのアクセスに対する制限

- 2 5. OSの機能へのアプリに対するアクセス制限
- 2 6. UltraWideBand (超広帯域無線) へのアクセス制限 (Apple)
- 2 7. NFC (近距離無線通信) へのアクセス制限 (Apple)

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/pdf_e/documents_22220601.pdf>

Thank you.

