

原案に対する意見の概要及びそれに対する考え方

(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)

	関係箇所	意見の概要	考え方
1	表題	表題及び本文の「デジタル・プラットフォーマー」は、「デジタル・プラットフォーム」又は「デジタル・プラットフォーム事業者」に変更するのが適切ではないか。(学者)	御指摘を踏まえ、「デジタル・プラットフォーム事業者」に修正しました。
2	表題	考え方の名称に「デジタル・プラットフォーマー」という文言を付することは不適切である。(法人)	本考え方は、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に関する独占禁止法上の考え方を整理したものであるため、標題に「デジタル・プラットフォーム事業者」という文言が記載されています。デジタル・プラットフォーム事業者を対象として独占禁止法の考え方を整理したのは、「はじめに」に記載のとおり、デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスは独占化・寡占化が進みやすいこと、消費者にデジタル・プラットフォーム事業者による個人情報等の取扱いに対して懸念する声があること、また、昨年、経済産業省、公正取引委員会及び総務省の3省庁が取りまとめた「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」(平成30年12月18日公表)において、デジタル・プラットフォーム事業者と消費者との関係での優越的地位の濫用規制等、独占禁止法の運用の在り方を検討するとされたことなどが挙げられます。
3	はじめに	新たに独占禁止法上の問題として取り上げるほどの必要性はあるか。(団体)	本考え方は、経済産業省、公正取引委員会及び総務省の3省庁で開催した有識者会議における議論や成長戦略フォローアップ(令和元年6月閣議決定)を踏まえたものです。
4	はじめに	想定される行為の違法性の評価において、デジタル・プラットフォームによる個人情報の利用の肯定的・競争促進的な側面がどのように考慮されるべきかについて全く記載していない。(弁護士)	「はじめに」に記載のとおり、デジタル・プラットフォーム事業者が我が国の経済や社会にとって重要な存在となっており、肯定的な側面があることは御指摘のとおりですが、消費者に優越した地位にあるデ

	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>デジタル・プラットフォーム事業者による、消費者に不当に不利益を与えて公正な競争を阻害するおそれがある行為が、競争促進的な側面を有することはないと考えます。</p>
5	はじめに	<p>「デジタル・プラットフォームにデータが集積・利活用され、データを基本とするビジネスモデルが構築されると、それによってさらにデータの集積・利活用が進展するといった競争優位を維持・強化する好循環が生じるとされている」と記載されており、デジタル・プラットフォームのビジネスモデルの焦点が消費者のデータを収集することにあること、及び、そのようなデータへのアクセスが競争上の優位性を与えること、あるいは、デジタル・プラットフォームが競争するために必要なものであること、を前提にしているようであるが、そのように考えることができる根拠が明らかではない。また、本考え方(案)は、デジタル・プラットフォームが「ネットワーク効果、低廉な限界費用、規模の経済等」によって特徴付けられると単純に仮定しているが、次のような観点が欠落している。・デジタル・プラットフォームが「ネットワーク効果」を発揮するものであると単純に仮定することは適切ではない。ネットワーク効果が新規参入や事業拡大にとって重大な障壁を生み出すものであると考えることも適切ではない。・ネットワーク効果が競争に与える影響を制限する経済的要因がいくつか存在している。(例えば、収穫逡減、プラットフォーム差別化、マルチホーミング)・公正取引委員会は、本考え方(案)の策定に当たり、消費者一人当たりの限界費用はおるか、デジタル・プラットフォームの運営費用について検討したように見受けられない。(弁護士)</p>	<p>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12日公表)を基に、デジタル・プラットフォーム事業者の一般的な特徴を例示として記載しています。本考え方は、このような性質を有するデジタル・プラットフォーム事業者による消費者の個人情報等を取得又は利用する行為が、正常な商慣習に照らして不当に消費者に対して不利益を与える場合に、どのように優越的地位の濫用規制が適用されるかについて考え方を整理したものです。</p>
6	はじめに	<p>デジタル・プラットフォームの特徴として、ネットワーク効果、特に間接ネットワーク効果を有すること、デジタル・プラット</p>	<p>御指摘の点は、「はじめに」において、概ね記載しています。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		オーム事業者によるサービス提供に関し、限界費用が小さく、規模の経済性が大きいこと、及び デジタル・プラットフォーム事業者へのデータ集中の結果、プラットフォーム間のスイッチングコストが高くなるものであることを明記すべきである。(弁護士)	
7	はじめに	消費者データは、デジタル・プラットフォーム同士が品質とイノベーションを巡って競争する文脈において重要であるものの、デジタル・プラットフォームが効果的に競争するために必ずしも必要不可欠なものではない。したがって、一律に競争上の懸念を引き起こすものとみなすのは適切ではない。(弁護士)	「はじめに」に、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扱いに対して懸念する消費者の声がある旨記載していますが、デジタル・プラットフォーム事業者が消費者データを取得又は利用することについて、一律に競争上の懸念を引き起こすものとはみなしていません。
8	はじめに	「はじめに」においては、「個人情報等の取得又は利用と引換えに財やサービスを無料で」提供するビジネスモデルを採用するデジタル・プラットフォーム事業者が個人情報等を取得することについて、消費者の懸念があるとされている。一方、プラットフォームにおいて有償で消費者に商品売り又は有償でサービスを提供するデジタル・プラットフォーム事業者に対して、本考え方が適用されるかが不明瞭である。(団体)	御指摘の点はあくまで例示であって、本考え方の対象を無償で提供されるサービスに限定するものではありません。有償・無償のサービスを問わず、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ついて、本考え方に即して判断されます。
9	はじめに	規制の対象となる「個人情報等」とは、デジタル・プラットフォーム事業において取得するものに限定されるのか。(団体)	本考え方は、デジタル・プラットフォーム事業において取得する個人情報等を対象に整理しており、その旨を「はじめに」に追記しました。
10	はじめに	本考え方の冒頭に記載のある「個人情報等の取得又は利用と引換えに財やサービスを無料で提供するというビジネスモデル」は消費者にとってはある意味でサービスを使う上でやむを得ず情報を提供していると捉えることも可能であるため、当該ビジネスモデルを採用する企業は法令違反となるリスクをもってビジネスを行うこととなる。このような状況で、ビジネスの新規立ち上げ、展開の法規制に対するリスクを判断することは非常に困難であることから、法令違反を正しく予見できるようより具体的で規制範囲が	注記を追加して明確化しました。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		広範となりすぎない定義と適用範囲の明確化をお願いしたい。(法人)	
11	はじめに	<p>本考え方における「消費者」とは、デジタル・プラットフォーム事業者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。(団体)</p> <p>消費者契約法の「消費者」の定義に当たらない、デジタル・プラットフォーム事業者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」を提供するようなケースも想定され得るのではないか。(団体)</p>	<p>御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。</p> <p>「 4 本考え方において「消費者」とは、個人をいい、事業として又は事業のためにデジタル・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個人を含まない。」</p> <p>また、取引の相手方が事業者の場合の取引については、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」(以下「優越ガイドライン」という。)に基づき判断されます。</p>
12	はじめに 1	本考え方が、あらゆるプラットフォーム事業者を対象としていることは、消費者として心強く思います。(個人)	賛同の御意見として承ります。
13	はじめに 1	<p>「デジタル・プラットフォーム事業者」の範囲、定義が明確でないため、特徴、具体例を挙げて明確にすべき。(個人、法人等)</p> <p>「(SNS)などのデジタル・プラットフォームサービス」を「(SNS)などのサービスであって、第三者に「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ているデジタル・プラットフォームサービス」に修正されたい。(法人)</p> <p>考え方(案)が適用され得る具体的なビジネスモデル・事業者・サービスを限定しつつ、国際的な平仄を取るべく、例えば、EUのP2B規制が、「プラットフォーム事業」を、オンライン仲介サービスのうち、1)オンライン・プラットフォームであり、2)ビジネス・ユーザーが消費者に商品又はサービスを提供し、ビジネス・ユーザーと消費者との間の取引を容易とするものであること、と</p>	<p>御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分)。</p> <p>「 1 本考え方において「デジタル・プラットフォーム」とは、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ものをいう(注2)。また、「デジタル・プラットフォーム事業者」とは、<u>オンライン・ショッピング・モール、インターネット・オークション、オンライン・フリーマーケット、アプリケーション・マーケット、検索サービス、コンテンツ(映像、動画、音楽、電子書籍等)配信サービス、予約サービス、シェアリングエコノミー・プラットフォーム、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、動画共有サービス、電子決済サービス等</u>であって、上記の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をいう。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>いう2点を充足するものと定義し、対象を限定していることを参考としてはどうか。(団体)</p> <p>より適切な「デジタル・プラットフォーム」の定義として、欧州委員会のパブリック・コンサルテーションによる定義を提案させていただき、すなわち「両面(又は多面)市場において活動する事業であって、インターネットを利用することにより、二又はそれ以上の別個かつ独立した利用者のグループ間における相互作用を可能とし、少なくともそのうちの一つのグループにとっての価値を生み出すことを目的とするもの」との定義である。(団体)</p>	<p>(注2)本考え方において「間接ネットワーク効果」とは、多面市場において、一方の市場におけるサービスにおいて利用が増えれば増えるほど、他方の市場におけるサービスの効用が高まる効果をいう。」</p>
14	はじめに 1	<p>第三者ではなく自らの商品・サービスを提供する「場」であっても、ロックイン効果によるサービス提供事業者の優越的な地位が生じ得るところ、第三者にサービスの場を提供することが要件であれば、デジタル・プラットフォーム事業者が自らの(あるいは自ら仕入れた)商品・サービスを提供する場合には、本考え方の対象外になってしまう。そのため、「第三者」を要件とする必然性はないのではないか。(個人、弁護士)</p>	<p>第三者に場を提供することなく、自ら直接消費者にサービスを提供する場合は、本考え方の「デジタル・プラットフォーム」には含まれません。</p> <p>なお、優越的地位の濫用規制は、特定の取引を対象とするものではないため、デジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者による行為が、取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題となる場合があります。</p>
15	はじめに 1	<p>総務省「プラットフォームサービスに関する研究会 中間報告書」で言及されている「プラットフォームサービス」と、本考え方の「デジタル・プラットフォーム事業者」は、同じ意味と理解してよいか。(個人)</p>	<p>本考え方は独占禁止法上の考え方を示したものであり、デジタル・プラットフォーム事業者の説明は本考え方における整理です。</p>
16	はじめに 1	<p>「デジタル・プラットフォーム」の定義には、定義されていない「プラットフォーム」という用語が含まれている。また、「異なる複数の利用者層が存在する多面市場を形成する」とは、明確な制限のある特徴とはいえない。(団体)</p>	<p>デジタル・プラットフォーム事業者に該当するか否かは、個別事案ごとに判断されます。</p>
17	はじめに	<p>以下のサービスを提供する事業者もデジタル・プラットフォーム</p>	<p>本考え方では、デジタル・プラットフォームの特徴を示し、これを提</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
	1	<p>事業者に該当するのか。</p> <p>クレジットカードシステム，QR・バーコード決済システム，顔認証・声紋認証・指紋認証のような生体情報認証プラットフォーム，出会い系・配車サービス・空き室紹介サービス・アルバイト先紹介のようなマッチングプラットフォーム，地図情報プラットフォーム，投票サービス・支持率調査サービスのプラットフォーム，データ流通市場，データ取引市場，金融商品取引所(たとえば，東京証券取引所)，監視ネットワーク，データベースシステム，電子メールシステム，ポータルサイト，ネット専業証券，ポイントカード，金融サービスの媒介サービス(個人)</p>	<p>供している事業者を「デジタル・プラットフォーム事業者」と整理しています。該当するか否かは当該特徴を踏まえ判断していくため，例示に限られず，ケースバイケースの判断となります。</p>
18	はじめに 1	<p>クラウドコンピューティング・サービスプロバイダー等企業向けソリューションは本考え方に該当するのか。(団体)</p>	<p>B to B取引は本考え方の対象ではありません。</p>
19	はじめに 1	<p>現在の考え方案では，デジタル・プラットフォーム事業者の特徴や例示は記載があるものの，データ量という観点からの定義が無く，データ量が少ない企業がデータ量を増やそうとした場合に，独占禁止法が適用されてしまうのではないかとこの萎縮効果をもたらすことになる。(個人)</p>	<p>全てのデジタル・プラットフォーム事業者が本考え方の対象となるわけではなく，個人情報等を提供する消費者に対して優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が対象となります。個人情報等を提供する消費者に対して優越的地位にあるかどうかは「3」に記載した考え方によって判断されます。</p> <p>また，公正取引委員会は，国民生活に広範な影響を及ぼすと考えられる事案を優先的に審査していくこととし，その旨を「1」に追記しました。</p>
20	はじめに 1	<p>デジタル・プラットフォーム事業者が，C to C，B to Cの間に入って取引の実現を図る場合(すなわち，単に場を提供してマッチング・紹介を行うにとどまらず，法的に代理又は媒介として介在する場合)，ロックイン効果によってサービス提供者が優越的地位になることが想定されるため，対象となることを明確にすべき。(個人)</p>	<p>当該デジタル・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かどうかは，「3」に記載した考え方によって判断されます。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
21	はじめに 2	「個人情報等」として、個人情報保護法における個人情報以外の情報を含めたことに賛同します。(個人)	賛同の御意見として承ります。
22	はじめに 2	「個人情報及びこれに紐づく個人情報以外の情報」を取得する場合に限られず、「個人情報以外の情報のみ」を取得するような場合(サイトの閲覧情報を個人に紐付かない形で取得するような場合)も対象となるのか。(個人)	ウェブサイトの閲覧情報、携帯端末の位置情報など、一般に、それ単体では個人識別性を有しない情報のみの取扱いについても、本考え方の対象となります。
23	はじめに 2	「個人情報等」とは、個人情報及び個人情報以外の情報をいう」としているが、この文では、「個人情報以外の情報」の文言が個人に関係しないあらゆる情報まで含む意味になっており、文全体として無限定の全情報を対象とすることになってしまっている。「個人情報及び個人情報以外の個人に関する情報をいう」などに改めるべき。(法人、団体等)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分) 「また、「個人情報等」とは、「個人情報」及び「個人情報以外の個人に関する情報」をいう(注3)。 (注3)例えば、ウェブサイトの閲覧情報、携帯端末の位置情報等は、一般には、それ単体では個人識別性を有しないため、個人情報保護法上の個人情報とは解されないとされている。ただし、このような情報であっても、他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができる場合は、個人情報となるとされている。」
24	はじめに 2	「個人情報等」とは、個人情報及び個人の消費者としての属性等の個人情報以外の個人に係る情報であって、その利活用の仕方によって、当該個人が不利益を被る可能性のある情報をいう。」に修正すべき。(法人)	不当に不利益を与えることとなるかどうかは、事案に応じて判断されますので、「個人情報等」の説明で「その利活用の仕方によって、当該個人が不当に不利益を被る可能性のある情報」といった記載を加えることは適当でないと考えます。
25	はじめに 2	適用範囲を明確にするため、本考え方の対象を「個人情報」のみとすべき。(法人、団体等)	個人情報以外の情報であっても、その取扱いによって、消費者に不利益を与え、それにより公正な競争を阻害するおそれがある場合が考えられることから、「等」の削除は適当ではないと考えます。
26	はじめに 2	プラットフォームの運営の中でデータは不可避免的に生み出されるものであるから、「行動等」へ言及することは、プラットフォームが不適切にユーザーの「個人情報等」を取得しているのか否かを曖	デジタル・プラットフォームにおいて、個人情報等が不可避免的に生み出される場合であっても、当該個人情報等を取得していることとなります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		昧にする。(団体)	
27	はじめに 2	考え方においては、センシティブ情報とノンセンシティブ情報、消費者に対して希望の商品やサービスを提供するのに必要な情報、希望の商品やサービスを提供するのに必要な範囲を超える情報とを区別することを提案する。また、商品又はサービスの提供に不必要な情報の取得及び使用については、提供に必要な情報よりも、厳格な審査に服すべき。(団体)	本考え方においては、お示しのような区分で情報を区別する必要はないと考えます。
28	はじめに 2	「個人情報等」には、いわゆる「氏名到達性」が認められない情報であっても含まれることを明記されたい。(個人)	いわゆる「氏名到達性」が認められない情報であっても、個人に関する情報は本考え方における「個人情報等」に該当します。
29	はじめに 2	「個人情報等」には、1人の個人と紐づいた情報のみならず、同一世帯の家族と紐づいた情報も含まれることを明記されたい。(個人)	個人情報でない同一世帯の家族と紐付いた情報が「個人情報以外の個人に関する情報」に該当する場合には、本考え方における「個人情報等」に該当します。
30	はじめに 2	「個人情報等」には、消費者が企業のウェブサイトアクセスする際に用いているスマートフォン端末の機種情報(特定の個人が識別できない場合も含む)が含まれることを明記してほしい。(個人)	スマートフォン端末の機種情報(特定の個人が識別できない場合)が「個人情報以外の個人に関する情報」に該当する場合には、本考え方における「個人情報等」に該当します。
31	はじめに 2	「個人情報等」には、機微情報ではない情報、公開情報、陳腐化した技術情報その他あらゆる情報を含むと理解してよいか。(弁護士)	技術情報等の「個人に関する情報以外の情報」は、本考え方における「個人情報等」に該当しません。
32	はじめに 2	個人情報以外も含める場合は、一行政機関による運用変更ではなく、立法措置によって行ってほしい。(個人)	本考え方は、消費者のプライバシーの保護を目的とするものではなく、独占禁止法の運用における透明性、デジタル・プラットフォーム事業者の予見可能性を向上させる観点から、消費者の個人情報等を取得又は利用するデジタル・プラットフォーム事業者のどのような行為が、優越的地位の濫用として問題となるかについて整理したものであり、立法措置は不要と考えます。
33	1	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優越的地位の濫用規制を適用することに賛成しま	賛同の御意見として承ります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		す。(個人, 団体)	
34	1	<p>原案で問題とされる行為は、競争者の競争機能を直接的に低下させる典型的な場合(取引拒絶, 差別的取扱い等)と異なり、デジタル・プラットフォーム事業者による自由な競争に対する直接的な侵害は認められないと考える。また、「消費者の自由かつ自主的な判断」を阻害することは独禁法上の公正競争阻害性を判断する要素となり得ないものとする。消費者は、事業者とは異なり、競争主体ではないため、いくら正常な商慣習に照らして不当な不利益を被ったとしても、それによってその競争上の立場が更に不利になったり、消費者間の競争環境が歪められるといったことが起こりえない。(弁護士)</p> <p>デジタル・プラットフォーム事業者間の公正競争阻害性は観念できるが、消費者間の公正競争阻害性は観念できないのではないかと。(団体, 弁護士等)</p> <p>デジタル・プラットフォーム事業者が消費者に不当に不利益を与えることが起因となり「当該デジタル・プラットフォーム事業者がその競争者との関係において競争上有利となること」が生じているか検討する必要がある。(団体, 弁護士等)</p> <p>「5」の優越的地位の濫用の行為類型において、濫用行為が競合デジタル・プラットフォーム事業者間の競争に与える影響の程度や、その濫用行為によりいかにしてデジタル・プラットフォーム事業者が競争者より優位になるかは説明されていない。(団体)</p>	<p>本考え方では、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ことを利用して、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ことを公正な競争を阻害するおそれがあるものとしています。例えば、個人情報を用いて事業を行うに当たり、個人情報保護法を遵守しないことにより、本来必要となるオペレーションコストを不当に削減したり、通常では取得できない情報を不当に取得したりすることなどにより、同様のコストをかけて事業を行っている競争者と比較して、コスト面で競争上有利となるおそれがあるものといえます。</p> <p>御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。</p> <p>「(注4)消費者に対して、自己の取引上の地位が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。」また、「5」に記載された行為類型は、消費者に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものの例示です。</p>
35	1	考え方は優越的地位の濫用の概念を B to B 取引から B to C 取引	(注4)に記載のとおり、「消費者に対して、自己の取引上の地位が優

	関係箇所	意見の概要	考え方
		に拡大適用するものでありながら、相手方の競争力への悪影響等、優越的地位の濫用規制の適用について確立された基準が示されていない。(団体)	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」場合に、優越的地位の濫用規制が適用されます。
36	1	<p>現実にはむしろ逆に、消費者において提示された条件が自分にとって不利だと考えれば、消費者はより有利だと考える条件を提示する別のサービスに切り替えるだけの話である。このことは取引相手企業の切替えのハードルが高い実店舗の世界と、この切替えのハードルが存在せず、競争はいわばワンクリックで行われるネットワークの世界との大きな違いの表れでもある。(弁護士)</p> <p>「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差」の存在を前提とすれば、デジタル・プラットフォーム事業者に限らず、B to C 取引においては、およそ全ての事業者の「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」とも評価され、第2条第9項第5号の規制対象を無限に拡大する結果を生むおそれがある。(個人、弁護士)</p>	<p>デジタル・プラットフォーム事業者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、「3」の「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」と考えられます。</p> <p>このような場合に該当するかの判断に当たっては、消費者にとっての当該デジタル・プラットフォーム事業者と「取引することの必要性」を考慮することとしています。</p>
37	1	「基本的な考え方」の箇所には、公正競争阻害性のみ記載され、競争促進的要素が検討されるか否か、及びどのような場合に検討されるかについて、一切記載がない。デジタル・プラットフォーム事業者の競争促進性に関する記載も行うべき。(団体)	デジタル・プラットフォーム事業者が市場アクセスの可能性を高めていること等については「はじめに」に記載しています。消費者に対し、優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、消費者に対し正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える行為が競争促進効果を有するとは考えていません。
38	1	規制の根拠は、消費者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害することにあるのであって、競争上の有利・不利は二次的なものと考えべき。他の競争者との関係を規制根拠に持ち出すことは不	優越的地位の濫用の公正な競争を阻害するおそれは、取引の相手方である消費者に対し優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、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

	関係箇所	意見の概要	考え方
		要であるか、あるいは付加的な理由であることを明確にすべき。 (団体)	与えることにより、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ところにあると考えます。
39	1	「どのような場合に公正な競争を阻害するおそれがあると認められるのかについては、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をすることとなる」としているが、要するに、消費者が被る不利益の程度が一定以上で、少なからぬ数の消費者が不利益を被るという事案であれば、全て優越的地位の濫用として規制することが可能な枠組みと捉えられるおそれがある。(弁護士)	「不利益の程度」や「行為の広がり」が大きいほど、競争に与える影響は大きくなるものと考えられますが、公正な競争を阻害するおそれの有無は個別の事案ごとに判断されるものであり、この点は、従来の考え方を変更するものではありません。
40	1	利用者が多数、例えば国内で2000万人規模の利用者を有するデジタル・プラットフォームに関し、そのうちの1人が当該プラットフォームを利用し続けたいがためにその意に反してやむを得ず個人情報を提供した場合、優越的地位の濫用は1対1の関係における概念なので、他の1999万9999人に対してはそうでなくとも、優越的地位の濫用は成立すると考えられるが、この場合排除措置命令はどのようになるのか。(個人)	優越的地位の濫用行為によって、公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかは、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されることとなります。
41	1	消費者自身が自らの個人情報の価値について必ずしも正当に評価できていないため、冒頭に、個人情報がまさに「new currency」であることを、たとえば、2ページにあるように、「個人情報等は、消費者の属性、行動等、当該消費者個人と関係する全ての情報を含み、デジタル・プラットフォーム事業者の事業活動に利用されており、経済的価値を有する。」といれて明確にされたい。(団体)	御指摘の点は「2」に記載があります。
42	2	取引の相手方として消費者を含まれるとする考え方に賛同しません。(個人、団体等)	賛同の御意見として承ります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		デジタル・プラットフォーム事業者がユーザーから収集する個人情報、個人データには経済的価値があるものとする。(弁護士、学者)	
43	2	<p>「デジタル・プラットフォーム事業者が実質的に消費者へサービスの提供を申し出ており、これに対し消費者がサービスの提供を受けることに合意」していれば、サービスが無償で提供されていても、消費者が取引の相手方に該当しているとみなすべき。(個人)</p> <p>消費者が受け入れざるを得ない状況で、サービスを利用する条件として個人情報等を提供・利用させよという申出は「不当な行為」として扱うべきであり、「取引」があるというために「個人情報等が対価として提供される」ことを是認するような整理をするべきではない。(個人)</p>	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、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は、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に該当すると考えます。
44	2	考え方において、「消費者」が定義されていない。(団体)	<p>御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。</p> <p>「 4 本考え方において「消費者」とは、個人をいい、事業として又は事業のためにデジタル・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個人を含まない。」</p>
45	2	「個人情報等は、・・・経済的価値を有する。」とされるが、これは、機微情報であるかどうかにかかわらずあらゆる情報に経済的価値があるという意味と理解してよいか。(弁護士)	「個人情報」及び「個人情報以外の個人に関する情報」は、デジタル・プラットフォーム事業者の事業活動に利用されており、経済的価値を有するものと考えます。
46	2	「また、個人情報等は、(中略)経済的価値を有する。」を削除されたい。また、仮に削除されない場合、「経済的価値」を有すると判断した根拠について、客観的に検証可能な形で示してほしい。(法人、団体等)	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12日公表)において、「デジタル・プラットフォーマーがプラットフォームを利用する消

	関係箇所	意見の概要	考え方
		「経済的価値」について算定方法を客観的な形で示してほしい。示すことができないのであれば、この部分は削除すべき。(法人、弁護士)	<p>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。」とされています。個人情報等は、デジタル・プラットフォーム事業者の事業活動に利用されており、経済的価値を有するものと考えています。</p> <p>個人情報等の具体的な経済的価値の算定方法いかんにかかわらず、個人情報等は経済的価値を有すると考えます。</p>
47	2	「データと競争政策に関する検討会」報告書の見解を踏まえれば、「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」はないのではないか。(弁護士)	「データと競争政策に関する検討会」報告書において、経済的価値のある個人情報等を対価としてサービスを利用する取引の存在を認めていないということはありません。
48	2	<p>いかなる場合に「対価として」個人情報等を提供しているといえるのかを明らかにすべき。(法人、団体等)</p> <p>消費者の認識として個人情報「対価」となるかのような記載を避けるため、「対価」の語を用いないようにし、「消費者が個人情報の提供を条件としてサービスを楽しむ場合」といった記載に改めること。(団体)</p> <p>デジタル経済における取引の実態は複層的・有機的なものであり、当事者間の契約等において「対価」として認識されていないにもかかわらず本考え方案に基づき「対価」とであるとされる場合の要件を明確にしてほしい。また、サービスの提供のために必要な情報の提供を求めることは、「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」に該当しないことを確認したい。(弁護士)</p>	本考え方では、消費者が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」とした取引と整理しています。
49	2	価値が生じるのは、事業者の努力と創意工夫によるのであって、これを搾取と見ることは、データの編集によって生じる新商品の創	本考え方では、デジタル・プラットフォーム事業者が個人情報等を集積、編集すること自体を「搾取」とはみていません。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		出という競争促進効果を不当に評価するものである。(学者)	
50	2	消費者にサービスを提供するに当たって不可避免的に必要とする情報やサービスの利用に当たって自動的に発生する情報を事業者が取得する場合等が、「サービス利用の対価として個人情報等を提供している場合」に該当するか不明確ではないか。そもそも「個人情報等」の経済的価値は、その量及び使い方に左右されるのではないか。(法人)	本考え方では、消費者が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」とした取引と整理しています。個人情報等の経済的価値がその量及び使い方に左右されることは否定しないものの、個人情報等は経済的価値を有するものと考えています。
51	2	「個人情報等の取得又は利用と引換えに財やサービスを無料で提供する」行為は、「取引」(独占禁止法第2条第9項第6号八)に該当するとの理解でよいか。(個人) 情報を対価として提供する場合も「取引」に該当するという本考え方の考え方は、デジタル・プラットフォーム事業者の場合に限らず、優越的地位濫用一般(ひいては、同じ「取引」という文言を用いる一般指定第8項(ぎまんの顧客誘引)や同第9項(不当な利益による顧客誘引)さらにはそれらの特別法である景品表示法)にも妥当すると理解してよいか。(弁護士)	本考え方は独占禁止法第2条第9項第5号の優越的地位の濫用規制に関する考え方を整理したものであり、他の規定についての考え方を整理したものではありません。
52	2	デジタル・プラットフォーム事業者に個人情報等を取得されていることを消費者が全く知らずにサービスを利用する場合には、対価としての個人情報等を提供する意思表示はもちろんのこと、そもそも「取引」にかかる申込みの意思表示が存在しないように思われるが、本考え方ではどのように考えているのか。たとえば無料のアプリをダウンロードして使用したところ個人情報等を勝手に取得されていたという場合、取引の申込みの意思表示はダウンロードという行為または使用という行為によりなされたと考えられるか。(弁護士)	取引の申込みに係る意思表示は事案に応じて異なると考えられますが、本考え方では、消費者が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」とした取引と整理しています。

	関係箇所	意見の概要	考え方
53	2	対価でない個人情報等を提供している場合には「取引」には当たらないと理解してよいか。(弁護士)	個別の具体的事情に応じて判断されることになると考えられます。
54	2	デジタル・プラットフォーム事業者が、クッキーと紐づいたウェブ閲覧履歴をウェブブラウザから「直接」取得するのではなく、cookie sync を用いて、提携事業者経由でクッキーと紐づいたウェブ閲覧履歴を取得する場合も個人情報等の「取得」に該当するのか。(個人)	本考え方は、取引の相手方である消費者から個人情報等を直接取得する場合についての考え方を整理したものです。
55	3	に明確に書かれている点が評価できる。(団体)	賛同の御意見として承ります。
56	3	考慮要因はまだ抽象的であり、説明が不十分な点も見受けられる。例えば「デジタル・プラットフォーム事業者が、消費者に対して不当に不利益を課して取引を行えば」というのは、優越的な地位があることと、不当な不利益を消費者が甘受していることとの2つで、「優越的な地位を利用して」に該当するという意味なのか。その場合、ほとんどと一致するように思われる。(団体)	「3」は、どのような場合にデジタル・プラットフォーム事業者が優越的地位にあるといえるかについての考え方を記載したものであり、「3」は、優越的地位にある事業者がその地位を「利用して」行ったものかどうかについての考え方を記載したものです。
57	3	考え方(案)に基づく規制の対象は、個人情報保護法の規制の対象よりも広範なものにするべきではなく、関連する取引分野で支配的である事業者に対する個人情報の提供を消費者が拒否することができない場合に、当該事業者が優越的地位があるとすべき。(弁護士)	優越的地位の認定については「3」に記載の考え方に基づき判断されます。
58	3	「取引することの必要性」に列挙されている事項は、デジタル・プラットフォーム事業者に特有のものではなく、事業者と消費者の取引においてごく一般的に該当するものである。(法人、団体等)	「取引することの必要性」に列挙されている事項が、デジタル・プラットフォーム事業者に特有のものではないというのは、御指摘のとおりです。
59	3	そもそも対価取引である以上は、価格その他の取引条件の決定権は販売者側が有するものであると考えるのが自然であり、消費者は当該取引条件を基に取引を行うか否かを自己の判断で決定するにすぎない。消費者に選択権があるという前提に立つと、当該取	消費者が不利益な取扱いを受け入れざるを得ないか否かの判断に当たって、消費者が、デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスから得られる便益を得るために、当該サービスを利用する必要性があるかどうかを考慮しますが、当該便益を諦める(取引しない)

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>引が消費者保護に反するものでない限り消費者に不利益が生じるとは言い難い。(法人, 団体等)</p> <p>デジタル・プラットフォーム事業者が消費者に対し優越的地位にあるというためには, から の要件のほか, 消費者がそのサービスの利用をやめることが困難であるという要件が必要ではないか。(学者)</p>	<p>という選択肢があるということは考慮しません。</p>
60	3	<p>優越的地位の有無は個々の消費者とデジタル・プラットフォーム事業者との間で個別に認定されるものと理解してよいか。(弁護士, 学者)</p> <p>デジタル・プラットフォームを利用する消費者のうち一部の者に対して優越的地位にあれば, その他の利用者に対して優越的地位にあるといえなくても, 優越的地位の濫用の規定が適用されるのか。(学者)</p> <p>優越的地位の認定の基準となる消費者については, 例えば, 「当該サービスを利用している消費者の大多数」であることを明確にするべきである。(団体)</p>	<p>優越的地位の認定に当たっては, デジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービスについて, 一般的な消費者にとって代替可能なサービスがあるかどうか等の観点から判断されます。その旨 (注5) 及び (注6) に追記しました。</p>
61	3	<p>優越的地位の濫用は寡占的又は独占的事業者のみならず相対的に優位にある事業者でも可能であり, そのことを明示すべき。(団体)</p> <p>これまで公正取引委員会は, 優越的地位の認定に際して, 「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位である必要はなく, 取引の相手方との関係で相対的に優越した地位」があれば</p>	<p>「優越ガイドライン」において, 「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位である必要はなく, 取引の相手方との関係で相対的に優越した地位」があれば足りるとしていますが, 「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位」があれば, 通常, 取引の相手方に対して優越的地位にあるものと考えられます。</p> <p>また, 「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位」になければ, 優越的地位にあるとは認められないとするものでもありま</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		足りるとしていたにも拘わらず、本考え方案において突然市場支配力の要素が用いられており、これまでの整理と整合せず、法執行の安定性を害する。(弁護士)	せん。
62	3	「優越ガイドライン」では、優越的地位の定義に「乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため」という要件が含まれているが、本考え方案でも同様の要件(たとえば、「消費者にとってデジタル・プラットフォーム事業者との取引の継続が困難になることが私生活上大きな支障を来すため」)が必要であると理解してよいか。(団体、弁護士)	デジタル・プラットフォーム事業者と消費者との間には情報の質及び量並びに交渉力の格差が存在しており、交渉の余地がない場合が多く、不利益な取扱いを回避するためには、取引をしないという選択をするほかないこと、また、取引の相手方が事業者の場合は、行為者から受けた不利益を行為者以外の者との取引によって解消する余地がある一方、取引の相手方が消費者の場合は、そういった余地がないことから、他に同等の便益を得られるサービスがなければ、当該デジタル・プラットフォーム事業者と取引する必要性が生じることとなるため、優越的地位の認定に当たり、デジタル・プラットフォーム事業者と消費者との間の取引においては、取引の継続が困難になることが支障を来すこととなるといった事情を考慮することとはしていません。
63	3	取引依存度やデジタル・プラットフォーム事業者の市場における地位を考慮していない(又は明記しない)理由を、「優越ガイドライン」等との整合性をとる上で補充されるべき。(団体、弁護士) 「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」との記載があるが、これは、「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、消費者がこれを受け入れざるを得ない」の意味でないか、確認したい。(団体)	B to C 取引と B to B 取引とは異なる特性があることから、本考え方案では、消費者にとってデジタル・プラットフォーム事業者と取引することの必要性を考慮して、優越的地位を認定することとしており、「～」のいずれかの場合に該当すれば、通常、優越的地位が認められます。また、消費者は様々な消費活動を行っているため、あるサービスへの取引依存度の算定は困難です。 なお、デジタル・プラットフォーム事業者の市場における地位については、「優越ガイドライン」で整理している「取引することで取引数量や取引額の増加が期待でき」といった事情とは必ずしも同じではないものの、優越的地位の認定の判断に当たって考慮要素になり得ます。

	関係箇所	意見の概要	考え方
64	3	<p>「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せざるを得ないことから、これを受け入れざるを得ないような場合である」といった表現とすることを検討されたい。(弁護士)</p> <p>個人情報等を提供することがサービス提供の条件になっている場合には取引依存度等にかかわらず常に優越的地位が認められることになりそうであるが、(個人情報等の提供がサービスの提供を受ける条件になっているかぎり、「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〔不利益な扱い(個人情報等の提供)〕を受け入れざるを得ないような場合」は常に満たされるため)、そのような理解でよいか。また、そのように解すると、3 の「・・・『取引することの必要性』を考慮することとする」と矛盾するが、どのように考えればよいか。(団体, 弁護士)</p>	<p>「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」であるかの判断に当たっては、「」の消費者にとっての当該デジタル・プラットフォーム事業者と「取引することの必要性」を考慮します。</p>
65	3	<p>「優越ガイドライン」と平仄をあわせ、「消費者がデジタル・プラットフォーム事業者から著しく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」に限り、優越的地位が認められるとすべき。(団体, 弁護士)</p>	<p>事業者間取引では、取引当事者間の自由な交渉の結果、いずれか一方にとって取引条件が不利になることは当然あります。また、交渉の余地がある場合もあるため、「優越ガイドライン」では「著しく不利益な...」としています。</p> <p>一方、デジタル・プラットフォーム事業者と消費者との間には情報の質及び量並びに交渉力の格差が存在しており、交渉の余地がない場合が多く、不利益な取扱いを回避するためには、取引しないという選択をするほかないこと、また、取引の相手方が事業者の場合は、行為者から受けた不利益を行為者以外の者との取引によって解消する余地がある一方、取引の相手方が消費者の場合は、そういった余地がない</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
			ことから、単に「不利益な…」としています。
66	3	B to B取引における優越的地位の認定基準より緩やかなものとならないよう文言を修正すべきである。(団体)	本考え方では、B to C取引の特性を考慮した記載としており、B to B取引における優越的地位の認定の基準より緩やかなものとしているわけではありません。
67	3	どのようなサービスが「代替可能なサービス」に当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。(法人、団体)	御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。 「(注5)当該サービスと代替可能であるかどうかについては、サービスの機能・内容、品質等を考慮して判断する。その判断に当たっては、個々の消費者ごとに判断するのではなく、一般的な消費者にとって代替可能であるかどうかで判断する。」
68	3	「代替可能なサービスが存在していたとしても当該デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスの利用をやめることが事実上困難な場合」というのは、たとえば、当該プラットフォームに蓄積したコンテンツや当該プラットフォームを通じて購入したコンテンツを使えなくなることがスイッチングコストとなり他のプラットフォームに乗り換えることが困難な場合を意味すると解してよいか。(弁護士) 判断基準を明確にすべき。(法人、団体等) 事業者が質の高いサービスを提供して成功している場合には、消費者による切替えが少なくなる可能性が高いが、そのことをもって当該プラットフォームが「優越的地位」を有していると認定されるおそれがある。そうすると、より質の高いサービスを提供する事業者がそのことによって制裁を受けるリスクが高まることとなるが、これはとりもなおさずサービスの質に関する競争をゆがめ	御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。 「(注6)当該サービスの利用をやめることが事実上困難かどうかについては、サービスの機能・内容、当該サービスを利用する他の消費者と形成したネットワークや、当該サービスを利用することにより蓄積したデータを、他の同種のサービスで利用することが可能かどうかなどの特徴等を考慮して判断する。その判断に当たっては、個々の消費者ごとに判断するのではなく、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する。」

	関係箇所	意見の概要	考え方
		る結果となるのであり適切ではない。(弁護士)	
69	3	サービスの利用開始時も規制の対象とするため、「サービスの利用をやめることが事実上困難な場合」という表現を「サービスの利用をしないこと又はやめることが事実上困難な場合」に改めるべき。(個人)	「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ていたとしても当該サービスの利用をやめることが事実上困難な場合」とは当該サービスの分野において、他に同種のサービスを提供する事業者が存在するが、何らかの理由により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にロックインされているような場合を想定しています。
70	3	消費者は、デジタル市場においては通常サービス提供事業者の切替は迅速かつ簡単に行うことができる。(弁護士)	消費者が利用しているデジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービスに代替可能なサービスが存在しており、迅速かつ簡単に切り替えることができる場合には、通常、当該デジタル・プラットフォーム事業者は優越的地位にないと考えられます。
71	3	「デジタル・プラットフォーム事業者がある程度自由に各般の取引条件を左右できる」とは、具体的にどのようなケースなのか。(法人、団体等)	「当該サービスにおいて、当該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、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場合」とは、デジタル・プラットフォーム事業者が、提供するサービス分野において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です。
72	3	多数の取引を処理しなければならない消費者との取引では、合理的な取引条件を事業者側で決定し、消費者側がこれに同意した場合に限り取引を行うという処理が広く行われている。これをもって「優越的地位」を認定されてしまうと、消費者取引を行っているおよそ全ての事業者が優越的地位を有するとされてしまう。(個人、弁護士)	約款契約等の標準化された契約条件を使用する契約自体が「 」の場合に当たるものではありません。
73	3	の「当該デジタル・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	「当該サービスにおいて、当該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、その意思で、ある程度自由に、価格、品質、数

	関係箇所	意見の概要	考え方
		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。(団体)	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場合」には、通常、当該サービスを提供するデジタル・プラットフォーム事業者は消費者に対し優越的地位にあると認められます。
74	3	「当該デジタル・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場合」における「各般の取引条件」には、プライバシー保護の質も含まれると理解してよいか。(弁護士)	「各般の取引条件」には、サービスの品質に係るものも含まれます。
75	3	文言に関しては、例えば、「当該デジタル・プラットフォーム事業者が、一方的に価格、品質、数量、その他各般の取引条件を消費者に不利益に変更した場合であっても、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の利用を中止するという選択が事実上不可能であり、これを受け入れざるを得ないような場合」、あるいは、「当該デジタル・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場合で、消費者にとってデジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービスの利用をやめることが実生活上支障をきたすため、デジタル・プラットフォーム事業者が消費者にとって不利益な取引条件の変更を行っても、消費者が受け入れざるを得ないようなとき」に修正すべきである。(個人、団体等)	デジタル・プラットフォーム事業者が、提供するサービス分野において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には、通常、当該サービスを提供するデジタル・プラットフォーム事業者は消費者に対し優越的地位にあると認められると考えます。
76	3	「当該デジタル・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場合」は、一定の取引分野における競争の実質的制限の定義として用いられてきた表現であるが、個々の消費者との取引上の地位の優位性とは直接関係がなく、これを優越的地位の濫用で用いるのは妥当ではないと考える。(弁護士)	「優越ガイドライン」において、「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位である必要はなく、取引の相手方との関係で相対的に優越した地位」があれば足りるとしていますが、「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位」があれば、通常、取引の相手方に対して優越した地位にあるものと考えられます。

	関係箇所	意見の概要	考え方
77	3	サービス仕様を変更することや、「デジタル・プラットフォーム」の利用規約やプライバシーポリシーを変更することは、「価格、品質、数量、その他各般の取引条件を左右すること」に含まれるのか。(個人)	いずれも、「価格、品質、数量その他各般の取引条件を左右すること」に含まれます。
78	3	「当該デジタル・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場合」は、同様の表現を用いる排除型私的独占ガイドラインで市場シェア50%以上が優先的な執行対象となっていることに照らし、おおむね市場シェア50%以上の場合を意味すると理解してよいか。(弁護士)	本考え方は、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に関する独占禁止法上の考え方について整理したものであり、排除型私的独占に係る独占禁止法上の検討(排除型私的独占ガイドライン)とは直接の関係はありません。
79	3	に関しては、市場支配力が認められることと同義であるが、デジタル・プラットフォームに関する市場支配力はどのように定量化できるのか。原案において市場支配力を測る尺度を明確にしなければ、事業者にとっての予測可能性を害し、事業活動を萎縮させるおそれがある。(弁護士)	デジタル・プラットフォーム事業者による競争の実質的制限をどのように認定するかを基準を一律にお示しすることは困難です。個別の事案に応じて判断されることとなります。
80	3	原案の解釈に基づくと、市場支配力が認められる全ての場合にデジタル・プラットフォーム事業者の「優越的地位の利用」が認められることになり、これは、要するに、本来私的独占として扱うべきケースも優越的地位の濫用によって規制をすることで、立証責任を低くすること、ないし、他の先進国では競争法違反とされない行為でも、我が国はこれを禁止することとの意図だと誤解されかねない。(弁護士)	「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」場合は、通常、優越的地位にあると考えられますが、取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えていなければ、優越的地位の濫用として規制されることはありません。 なお、欧州委員会による「オンライン仲介サービスのビジネス・ユーザーを対象とする公正性・透明性の促進」に関する規則は、EU競争法を補完するものと位置付けられており、立法目的に係る規定において、「優越的地位」に類似した概念を用いています(superior bargaining power)。同規則では、EU競争法における反競争的目的・効果がない場合や支配的地位にない場合であっても規制対象とな

	関係箇所	意見の概要	考え方
			るとされています。
81	3	優越的な交渉力を有する地位という概念を支配的地位の概念と揃えることを求める。(団体)	「市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位」があれば、通常、取引の相手方に対して優越した地位にあるものと考えられます。
82	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。(団体)	消費者にとってデジタル・プラットフォーム事業者と取引することの必要性を考慮して、優越的地位を認定することとしており、「～」に記載した基準のいずれかに該当すれば、通常、優越的地位が認められます。
83	3	市場支配的地位にあることを優越的地位の判断要素としてあげているが、消費者が他のサービスを利用できない、またはロックイン的な状況にあるとの要素で十分ではないか。(弁護士)	「～」の場合であれば、通常、優越的地位にあると認められると考えます。
84	3	～ の記載は曖昧であり、過度に広範に適用されるおそれがある。「通常」認められる、ではなく、認められる「可能性がある」、「場合がある」等の表現に留めるべきである。(団体)	優越的地位の認定については、「～」に該当した場合、通常、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的地位にあると認められます。御指摘を踏まえ、(注5)及び(注6)に追記しました。
85	3	消費者との取引であればいずれのデジタル・プラットフォーム事業者も優越的地位にあるとされるおそれがあり、課徴金の賦課を義務的とする優越的地位の濫用規制によりもたらされる事業に対する萎縮効果は甚大である。(弁護士)	B to C取引であれば、およそ優越的地位になるというものではありません。
86	3	「優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、消費者に対して不当に不利益を課して取引を行えば、通常、「利用して」行われた行為であると認められる。」として、利用行為とみなす点も重要であり賛成する。(団体) 「優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が消費者に対して不当に不利益を課して取引を行えば、通常、「利用して」	賛同の御意見として承ります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		行われた行為であると認められる」としているが、これは、「通常」どころか、常に当てはまるといわざるを得ない。(弁護士)	
87	3	「不利益」の意味が、「デジタル・プラットフォーム事業者が取引によって得る利益がデジタル・プラットフォーム事業者が消費者に対して提供する利益に比して著しく大きい場合の、そのデジタル・プラットフォーム事業者から見た利益」のことなのか、それとも「消費者が取引によって被る不利益が、消費者がデジタル・プラットフォーム事業者に対して提供する利益と比して著しく大きい場合の、その消費者から見た不利益」のいずれの意味なのか。(個人)	「3」の不利益は、消費者とデジタル・プラットフォーム事業者の取引において、消費者が被る不利益のことです。
88	3	いかなる取引においても、契約条件が一方当事者にとって他方当事者よりも不利なものとなり得ることからすれば、「不利益」という曖昧な用語を使用することは、デジタル・プラットフォームとその消費者との間の全てのやりとりを本考え方(案)内の対象範囲に含めてしまう可能性すらあり、不適切である。(弁護士)	契約条件が消費者にとってデジタル・プラットフォーム事業者よりも不利になることをもって直ちに消費者に不利益が生じるとするものではありません。また、デジタル・プラットフォーム事業者と消費者との間の全ての取引が本考え方の対象になるものではありません。
89	3	「優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が消費者に対して不当に不利益を課して」いる限り、全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。(団体)	優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、消費者に対して不当に不利益を課して取引を行う場合、消費者が当該行為を認識していない場合でも、消費者が当該行為を認識したとしても、自社との取引をやめられないために受け入れて当該サービスを利用せざるを得ないものとして当該行為を行ったときには、通常、優越的地位を利用して行ったものと考えられます。
90	4	「インターネットを通じた消費者との取引が行われるようになってまだ二十年程度であることに鑑みれば、現に存在する商慣習であるからといって、それが正常な商慣習ということにはならないし、正常と呼べる商慣習が未だ現れたことがないからといって、不当性を計れないということにもならない。(個人)	正常な商慣習とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場からは認められるものをいいます。御指摘のとおり、現に存在する商慣習であるからといって、それが正常な商慣習ということにはなりません。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>本考え方案に基づきデジタル・プラットフォーム事業者による個人情報の取得又は利用行為に対して法執行を行う際には、デジタル・プラットフォーム事業者による商慣習を多角的に分析した上で、真に「正常な商慣習に照らして不当」な行為のみに限定した執行を行うことを求める。(弁護士)</p>	
91	4	<p>公正競争阻害性については、不利益の程度と行為の広がり为例示されているが、不利益の程度をみて公正競争阻害性を認定できる場合としては、デジタル・プラットフォーム事業者が市場支配的地位にあり、他のデジタル・プラットフォーム事業者のサービスでは代替できない場合しか想定できない。これは、デジタル・プラットフォーム事業者の問題は、公正競争阻害性の程度を超える競争の実質的制限の問題として対応するほかないことを示唆すると考える。(弁護士)</p>	<p>どのような場合に公正な競争を阻害するおそれがあると認められるかについては、個別の事案ごとに判断されることになります。</p>
92	4	<p>本考え方(案)は、何が正常な商慣習に当たるかについて何らの指針も示していない。(個人、団体等)</p>	<p>正常な商慣習とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場からは是認されるものであり、個別の事案ごとに判断されます。</p>
93	4	<p>現代社会においては、大量の取引を迅速に行うため、詳細で画一的な取引条件等を定めた約款を用いることが必要不可欠である場合も多いことから、事業者と消費者の間の情報、交渉力の格差があり、かかる状況で取引条件が決定されたことを理由として、当該負担ないし不利益が「正常な商慣習に照らして不当」であるものと判断することは適切ではない。(団体)</p> <p>消費者が当該取引の利用により受けることとなる利益と負担することとなる不利益が「正常な商慣習に照らして不当」であるか否かの観点も踏まえて検証すべきであることを十分考慮することが</p>	<p>約款契約自体を優越的地位の濫用として規制するものではありません。</p> <p>なお、正常な商慣習とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場からは是認されるものであり、個別の事案ごとに判断されます。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		適切である。(団体)	
94	5	本考え方で示されている「想定例」はいずれも消費者に分かり易い内容となっていて賛同できます。(個人, 団体)	賛同の御意見として承ります。
95	5	<p>次のような行為は、優越的地位の濫用として問題となることを明記すべき。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用約款や個人情報の利用目的を一方的に変更し, 個別に電子メールで通知やウェブサイトへの掲載で同意があったとみなすといった行為 ・「第三者への情報提供」を利用目的とし, 当該第三者においてどのような利用が行われるかが明記されていない行為 ・個人情報の取得, 利用の開示や訂正, 利用停止に関して不当な手数料を要求する行為 ・個人情報保護法上付与された権利である個人からの開示請求, 利用停止請求等に適切に対応しない行為 ・個人情報等の流出等によって生じた損害に対する補償を不当に制限している行為 <p>(個人)</p>	お示しの行為は、優越的な地位を利用して行われ、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ります。
96	5	対価に対し相応でない品質のサービスが具体的に何を指すものか必ずしも明確ではないので, 予見可能性を高めるべく, 判断基準を示すことを要望する。(個人, 法人等)	デジタル・プラットフォーム事業者が消費者にサービスを提供する場合に、消費者から個人情報を取得したり、取得した個人情報を利用したりするに際して、当該個人情報を適切に取り扱うことも当該サービスの内容(取引)をなすものであり、消費者がそのサービスの利用の対価として個人情報をデジタル・プラットフォーム事業者に提供する場合に、デジタル・プラットフォーム事業者が5 ア, イ及びウ並びに5 ア及びイのように、当該個人情報を個人情報保護法に違反して取り扱う場合などは、当該サービスにおいて有すべき必要最低限の品質を備えていないようなサービスを対価を得て提供することとなり、

	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>消費者に対し不利益を与えるものです。当該濫用行為によりデジタル・プラットフォーム事業者間の公正な競争を阻害するおそれがある場合には、優越的地位の濫用として問題となります。</p> <p>御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。</p> <p>「(注7) ア、イ及びウのような行為を伴う場合、当該サービスは、個人情報の取得に関して有すべき必要最低限の品質を備えていないものと認められるので、対価を得てそのようなサービスを提供することは、消費者に対して、不利益を与えるものと認められる。」</p> <p>「(注16) ア及びイのような行為を伴う場合、当該サービスは、個人情報の利用に関して有すべき必要最低限の品質を備えていないものと認められるので、対価を得てそのようなサービスを提供することは、消費者に対して、不利益を与えるものと認められる。」</p>
97	5	<p>契約約款の内容、周知方法等から、事業者側から消費者に対する誠実な情報提供が行われているといえる場合には、優越的地位の濫用該当性を否定する方向の要素として考慮することを明記すべき。(団体)</p>	<p>(注10)に記載のとおり、「一般的な消費者が容易に理解できるように利用目的に関する説明を行っている場合」は、通常、優越的地位の濫用として問題とはなりません。</p>
98	5	<p>各行為それぞれについて、競争に対していかなる悪影響があるのかについての明確な説明を追加すべき。(個人、団体等) 優越的地位濫用規制は、「個人情報保護法上は合法であるが独占禁止法上問題にすべき類型」のみについて考え方を整理すれば十分ではないか。(個人)</p>	<p>デジタル・プラットフォーム事業者が消費者にサービスを提供する場合に、消費者から個人情報を取得したり、取得した個人情報を利用したりするに際して、当該個人情報を適切に取り扱うことも当該サービスの内容(取引)をなすものであり、消費者がそのサービスの利用の対価として個人情報をデジタル・プラットフォーム事業者に提供する場合に、デジタル・プラットフォーム事業者が5 ア、イ及びウ並びに5 ア及びイのように、当該個人情報を個人情報保護法に違反して取り扱う場合などは、当該サービスにおいて有すべき必要最低限の品質を備えていないようなサービスを対価を得て提供することとなり、</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
			<p>消費者に対し不利益を与えるものです。</p> <p>また、5 エは、「2」に記載のとおり、個人情報等は経済的価値を有するものであり、これを消費者にとって合理的な範囲を超えて提供させることは、独占禁止法第2条第9項第5号口の「経済上の利益を提供させること」に該当し、消費者に不利益を与えるものと考えます。</p> <p>優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、これらの行為によって、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により、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場合には、優越的地位の濫用として問題になります。</p> <p>このような公正な競争を阻害するおそれの考え方については（注4）を、濫用行為による消費者の不利益については（注7）及び（注16）を追記しました。</p>
99	5	優越的地位濫用規制は、規制の対象は個人情報保護法による規制の対象と同一のものとすべき。（弁護士、学者）	個人情報保護法に違反しない行為であっても、取引の相手方である消費者に対して優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題となります。
100	5	個人情報保護法には違反しないが優越的地位の濫用に該当する具体例を明記されたい。（団体）	個人情報保護法には違反しないが優越的地位の濫用に該当する具体例としては、（注8）、（注17）、想定例のイ（注12）、エ、ア（注18）、ア（注19）が挙げられます。
101	5	「個人情報以外の情報」に関して優越的地位の濫用となる行為類型を明確にされたい。（団体）	（注8）、（注17）に記載の行為が考えられます。また、例えば、業界において個人情報等の取扱いについて自主ルールがあり、当該自主ルールを遵守することが事実上の標準となっている場合などに、個人情報以外の個人に関する情報を取り扱う際に、当該自主ルールを遵

	関係箇所	意見の概要	考え方
			守しないことによって消費者に不当に不利益を与える場合などは、個人情報保護法を遵守していた場合であっても、優越的地位の濫用として問題となる場合があります。
102	5	<p>第2条第9項第5号ハは「その他...不利益になるように...」と規定されているのであるから、不利益行為は、列挙されたものと同程度の不利益を与える行為である必要があり、どんな不利益行為であってもよいわけではない。情報の不当取得が減額などに匹敵する不利益行為とみなし得るのは極めてまれな場合であり、実際問題として規制が機能しないおそれがある。(学者)</p> <p>「5」で例示された程度の内容では、「取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定すること」との要件は満たされておらず、例外的に第2条第9項第5号ハに該当する可能性があるといえるのは、個人情報等の提供を拒む消費者にはデジタル・プラットフォーム事業者のサービスを停止する場合か、その利用に重大な制限を課す場合しか想定できないのではないか。(弁護士)</p> <p>デジタル・プラットフォーム事業者による消費者に対する行為を検討する際の関連条文である第2条第9項第5号ハの「その他」は、消費者に一定の不利益を及ぼす行為であれば足りることを確認すべき。そもそも、消費者に対する優越的地位濫用を問題にする本考え方においては、「その他」の前の行為類型が問題になる余地はないという意味でも同程度に不利益であることを要するという考え方は適切でない。(学者)</p>	本考え方は、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に関する独占禁止法上の考え方を整理したものであり、優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が消費者に不利益を及ぼす行為が、公正な競争を阻害するおそれがある場合には、優越的地位の濫用として問題となります。
103	5	「なお、優越的地位の濫用として問題となるのは、以下に記載する行為に限られるものではなく、また、他の法令に違反しない場合で	濫用行為の想定例は可能な限り記載していますが、優越的地位の濫用として問題となる可能性のある行為類型を網羅的に列挙することは

	関係箇所	意見の概要	考え方
		あっても優越的地位の濫用として問題となり得る」と記載しているが、本考え方(案)は、本項をいわば包括規定として定めているが、問題とされる可能性のある行為類型を網羅的に列挙しないこととすれば、前例や従前の慣行が存在しない分野においてはとりわけ法的確実性を阻害する結果となり適切ではない。(弁護士)	困難です。 また、より予見可能性が高まるように、注記を追記しました。
104	5	「個人情報をターゲティング広告に利用することにやむを得ず同意」という記載もあるところ、通常、ターゲティング広告には行動履歴も用いられるのであるから、行動履歴も例示に含めて記載すべき。(団体)	御指摘を踏まえ、(注3)を追記しました。
105	5	個人情報が流出していると思われる事例を十分に検討し、どのような場合に優越的地位の濫用に当たるのかはつきりさせてほしい。(個人)	5 ウ及び5 イが、安全管理措置関連の想定例です。個人情報保護法上求められる安全管理措置の水準を満たしていれば、通常、優越的地位の濫用として問題となるものとは考えていません。
106	5	デジタル・プラットフォーム事業者によって提示される「利用目的」の広狭が、自己に不利益であるとする消費者にとって、サービスを利用するにはこれを受け入れざるを得ないような場合を、問題視しようとするものとする。にもかかわらず、例えば「自社のウェブサイトの分かりやすいところに利用目的を掲載した場合や、消費者に対し、電子メールなどにより利用目的を通知した場合は、通常、問題とならない」ならば、本「考え方(案)」の下では、上記のような消費者の不利益は問題視されないということになってしまうのか。(弁護士、学者)	本考え方では、当該サービスにおいて有すべき必要最低限の品質を備えていないようなサービスに対価を得て提供することは、消費者に対し不利益を与えるものと考えています。
107	5	事業者の消費者保護対応・セキュリティ対応の強化や意識改善につながることを期待されることから、考え方(案)に示す行為を優越的地位の濫用と捉えることに賛成。(団体)	賛同の御意見として承ります。
108	5	「対価」とは、経済的価値を有する個人情報等が含まれるとの理解で良いか。(個人)	個人情報等が対価となる場合も含まれます。

	関係箇所	意見の概要	考え方
109	5	<p>濫用行為の認定基準は、B to B取引に比べて緩やかになることのないよう留意すべき。(団体)</p> <p>「消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる」理由として、「サービス提供の対価として個人情報の提供を求めること」も理由として例示すべき。</p> <p>優越的な地位にいるデジタル・プラットフォーム事業者にとっては、消費者へのサービス提供にだけ必要な項目の個人情報を収集する場合と、それ以上の項目の個人情報を収集する場合とで、提供するサービスの内容・品質に差をつけることができ、そうすると消費者は、満足のいくサービスの提供を受けるため「対価として」過度に広範な項目の個人情報の提供に応じざるを得なくなるおそれがある。(個人)</p> <p>「消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる」理由として、「個々の消費者についてサービス提供に必要な程度を超えて知りすぎたデータセットの形成に繋がる」も理由として例示すべき。</p> <p>デジタル・プラットフォーム事業者による「不当な取得」とは、自己のサービスを利用する消費者に関する情報を、サービス提供のために必要な委託の範囲を超えて、他の事業者・団体などから取得する行為としても列挙されるべき。(個人)</p>	<p>本考え方では、当該サービスにおいて有すべき必要最低限の品質を備えていないようなサービスを対価を得て提供することは、消費者に対し不利益を与えるものと考えています。</p>
110	5	<p>「消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる」理由として、「個々の消費者に対するサービス提供のうえで必要とする以上の情報の提供を強いること」も理由として例示すべき。提供されるサービスからみて、その提供に際し特</p>	<p>本考え方では、当該サービスにおいて有すべき必要最低限の品質を備えていないようなサービスを対価を得て提供することは、消費者に対し不利益を与えるものと考えています。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>に必要な項目の情報を取得している場合や、複数のサービス項目が(いわば)抱き合わせで提供されており、消費者が利用しないサービス項目であってもその提供に「必要な」情報を取得しているような場合や、消費者が利用する(ことがある)サービス項目であっても、消費者が利用していないときまで、その提供に「必要な」情報を取得している場合は「不当な取得」といえると考えられる。(個人)</p> <p>「消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる」理由として、「自らの管理・監督が及ばない第三者へ消費者の個人情報等を収集するままにさせること」も理由として例示すべき。Web サイトオーナーが、コンテンツの改善やアクセス解析サービスを利用するために、第三者に業務委託し、当該第三者が委託業務のために収集した消費者の個人情報等を自己のサービスの提供や開発のために流用したとしても、当該第三者は取引の相手方とならないので、サイトオーナーが管理・監督しない第三者へ個人情報等を取得させる行為を「不当な取得」とすべき。(個人)</p>	
111	5	<p>「対価に対し相応でない品質のサービスを提供すること等」の「等」に含まれるものもあり、必ずしも品質のみを考慮するものではないという考え方なのか。(弁護士)</p>	<p>御指摘の「等」は、5 エのケース(不当な経済上の利益提供要請)などを想定しています。</p>
112	5	<p>「なお、...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、次のような行為に限らず、...問題となる。」とあるところ、個人情報等の不当な取得又は利用であって、かつ、想定例に該当しないものの問題となる行為の具体例を追記すべき。(団体、弁護士)</p>	<p>御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。</p> <p>「(注8)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、消費者から取得する「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、消費者から「個人情報以外の個</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
			人に関する情報」を取得する場合等は、優越的地位の濫用として問題となる。」
113	5	第三者への個人情報の提供を利用目的としている場合や外部委託先に個人情報を提供する場合において、当該第三者や外部委託先において安全管理のための必要かつ適切な措置が講じられていない場合も、独占禁止法上の優越的地位の濫用に当たり得ることを明確化すべき。(個人)	個人情報保護法上求められる安全管理措置の水準を満たしていれば、通常、優越的地位の濫用として問題となるものとは考えていません。
114	5	本考え方で「消費者が提供する個人情報等」という表現について、消費者による能動的行為を経て、デジタル・プラットフォーム事業者が取得する場合のみをこの「提供」という語は指すのか。それとも、デジタル・プラットフォーム事業者が「取得」すれば、それに対応して消費者からの「提供」行為もあったと考えるのか。(個人)	御指摘を踏まえ、ア～ウに記載の「提供させた」との記載を「取得した」に修正しました。
115	5	優越的地位にあるデジタル・プラットフォームによる個人情報等の不当な取得がどのように競争上の優位性の獲得につながり、あるいは、市場における競争にどのような影響を与えるかについて、これを裏付けるような経済分析や経済学的証拠といった客観的証拠を求めておらず、恣意的な認定に流れるおそれがあり適切でない。(弁護士)	御指摘を踏まえ、(注4)、(注7)及び(注16)を追記しました。
116	5 ア	本考え方の「利用目的」は、個人情報保護法第15条の「利用目的」と同義と考えてよいか。(弁護士)	個人情報を取得するデジタル・プラットフォーム事業者が、当該個人情報を利用する目的です。
117	5 ア	個人情報保護法同様、利用目的が明らかな場合には、その通知等は不要であることを確認したい。「取得の状況からみて利用目的が明らかではなく、かつ、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。」に修正すべき。(団体)	「取得の状況からみて利用目的が明らかな」場合には、利用目的が消費者に知らされているものと考えます。
118	5 ア	個人情報保護法上の規制に準じ、「あらかじめその利用目的を公表せず、かつ、速やかにその利用目的を消費者に通知又は公表する	「あらかじめその利用目的を公表せず、かつ、速やかにその利用目的を消費者に通知又は公表することなく消費者の個人情報を取得する

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>ことなく消費者の個人情報を取得すること。」とすべき。(弁護士)</p> <p>個人情報保護法第18条第2項の趣旨を踏まえ、「あらかじめその利用目的を知らせずに、消費者から直接書面(電磁的記録を含む。)に記載された当該消費者の個人情報を取得すること。」とすべき。(弁護士)</p>	<p>こと。」は、「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」に当たると考えます。</p>
119	5 ア	<p>個人情報保護法第18条第4項に準じた適用除外事由を明記すべき。(弁護士)</p>	<p>個人情報保護法第18条第4項各号に掲げられた場合に該当するのであれば、消費者に対し正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものとは考えていません。</p>
120	5 ア	<p>「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」については、「利用目的とその結果として当該消費者の消費生活に生ずる影響を知らせずに個人情報を取得すること」としてはどうか。(弁護士)</p>	<p>「利用目的を知らせずに個人情報を取得すること」自体が、対価に対して相応でない品質のサービスを提供することになり、消費者に対して不利益を与えるものと考えます。</p>
121	5 ア	<p>「対価に対し相応でない品質のサービスを提供」しているかどうかの判断要素として、利用目的を消費者に知らせているかどうか、という判断要素が示されているが、必ずしもサービスの品質には直結しない考慮要素であるとも考えられ、かかる判断要素が品質の良し悪しにつながるとお考えになる理由を補充されるべき。(弁護士)</p>	<p>御指摘を踏まえ、(注7)を追記しました。</p>
122	5 ア	<p>「個人情報」に該当しない個人情報以外の情報について実質的にはプライバシー保護の観点から保護すべきであるため、「個人情報を取得すること」について「個人情報等を取得すること」に修正すべき。(個人)</p>	<p>個人情報以外の個人に関する情報の取扱いが、優越的な地位を利用して行われ、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ります。その旨は、5のなお書きに記載しています。</p>
123	5 ア	<p>利用目的が分かりやすく書いてあっても、消費者にとって不利益な内容であり、消費者がその目的に納得できなくてもそのプラットフォームを利用するためには受け入れざるを得ないのであれ</p>	<p>お示しの行為が、優越的な地位を利用して行われ、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ります。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		ば、優越的地位の濫用といえるのか。(学者)	
124	5 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。」が濫用行為の例として挙げられているが、消費者の同意を得ても、かかる行為は濫用行為に当たると理解してよいか。(弁護士)	利用目的を知らせないことについて消費者から同意を得ていても、消費者は実際にどのような目的で個人情報が利用されるかを承知しておらず、その同意には意味がないと考えられ、利用目的を知らせずに個人情報を取得する場合には、濫用行為として問題となります。
125	5 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。」が濫用行為の例としてあげられているが、これは、利用目的を消費者に知らせずに個人情報以外の情報を取得することは濫用行為に当たらない趣旨と理解してよいか。(弁護士)	個人情報以外の個人に関する情報の取扱いが、優越的な地位を利用して行われ、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ります。
126	5 ア 想定例	消費者がデジタル・プラットフォーム事業者によって集積されるデータの範囲を知らずに同意を要求された場合、かかる要求は優越的地位の濫用として問題となると考える。(法人)	お示しの行為が、優越的な地位を利用して行われ、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ります。
127	5 ア 注1	「利用目的を通知」に関しては、個人情報保護法上許容されている方法で通知すればよいのか。(個人、団体等)	個人情報保護法上許容されている方法で通知する場合は、通常、問題となることはありません。ただし、優越的地位を利用して(注10)の1段落目のような行為を行っている場合には、優越的地位の濫用として問題となる場合があります。
128	5 ア 注1	「自社のウェブサイトの分かり易いところに」から「自社のウェブサイトの分かり易いところ、その他の当該消費者にとって分かり易いところに」に修正すべき。(団体)	原案の「自社のウェブサイトの分かり易いところに」は、「消費者にとって分かりやすいところへの記載」の例示であり、通常問題とならないケースは例示に限定されません。
129	5 ア 注1	注9には、本人に対し利用目的を明確に示したといえる例を挙げるべき。(弁護士)	(注10)に記載のとおり、一般的な消費者が容易にアクセスできる場所に分かりやすい方式で、明確かつ平易な言葉を用いて、簡潔に、一般的な消費者が容易に理解できるように利用目的に関する説明を行っている場合は、通常、問題とならないと考えます。
130	5 ア 注2	「難解な専門用語によるものである」というのは、「難解な専門用語が含まれてはいるが、全体としてみればわかり易いプライバシーポリシー」を否定するものではないと理解しているが、その理解	「難解な専門用語が含まれてはいるが、全体としてみればわかり易いプライバシーポリシー」について、難解な専門用語が含まれていることのみをもって問題とすることはありません。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		でよいか。(個人)	
131	5 ア 注2	<p>「消費者が利用目的を理解することが困難な状況」について明確化すべき。(弁護士)</p> <p>「分かりやすい方式」について明確化すべき。(個人)</p> <p>「簡潔に」を強調すると、結果として、現状の似たような表現で、実際のところ何を言っているのかが平均的な消費者にとってわかりにくい紋きり表現のプライバシーポリシーが維持されてしまうのではないか。(個人)</p>	<p>具体的な基準を示すことは困難なため、個別事案に応じて判断されることとなりますが、一般的な消費者にも容易に理解できるような方法で消費者に知らせる必要があると考えます。</p>
132	5 ア 注2	<p>「他のサービスの利用に関する説明と明確に区別されていないこと」という部分は削除すべき。(法人、団体)</p>	<p>「他のサービスの利用に関する説明と明確に区別」されていないこと自体が問題となるのではなく、明確に区別されていないことが要因で、消費者が利用目的を理解することが困難な場合には、個別事案に応じて判断されることとなりますが、利用目的を消費者に知らせずに個人情報を取得したと判断される場合があります。</p>
133	5 イ	<p>「利用目的の達成に必要な範囲を超えて」とは、個人情報保護法第16条第1項の「利用目的の達成に必要な範囲を超えて」と同義と解してよいか。(弁護士)</p>	<p>個人情報保護法上、「利用目的の達成に必要な範囲を超えて」でないものとされる場合には、通常、優越的地位の濫用として問題となるものとは考えていません。</p>
134	5 イ	<p>諸外国のプライバシーに関する法令においては、データを処理する際に企業が依拠できる根拠として、同意の取得以外にも根拠を提供している。(弁護士)</p>	<p>「意に反して個人情報を取得すること」を問題としています。</p>
135	5 イ	<p>「利用目的の達成に必要な範囲」という文言が過度にマーケティング活動を限定し制限する効果をもたらさないようにするため、「利用目的の達成に必要な」という表現を、「利用目的の達成に必要なか、または将来的に有益となりうる範囲」という表現に改めてほしい。(個人)</p>	<p>「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は、消費者に対し正常な商慣習に照らし不当に不利益を与えるものと考えます。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
136	5 イ	利用目的の達成に必要な範囲を超えて個人情報を提供することを拒否した消費者に対してデジタル・プラットフォーム事業者がサービスの提供を拒否することは、取引先選択の自由の範囲内であって濫用行為には該当しないと理解してよいか。そのような行為を濫用とするのであれば、本考え方は個人情報保護法の内容を超えるものではなく、独占禁止法で規制する意味がないのではないか。(弁護士)	デジタル・プラットフォーム事業者がサービスの提供を拒否することを梃子にして、消費者に個人情報等を提供することに同意させた場合には優越的地位の濫用として問題となる場合があります。
137	5 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。」とは、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以外の情報を取得することは濫用行為には当たらない趣旨であると理解してよいか。(弁護士)	御指摘のような事案については、優越的な地位を利用して行われ、消費者に対して正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題となります。
138	5 イ	個人情報保護法も真意に基づく同意が必要であることからすると、個人情報保護法に関する規制に沿った情報の取得を行えば「消費者の意に反して」いないといえるとの理解でよいか。(団体) 事業者は、一旦、消費者による同意を得た上で個人情報の提供を受けたにもかかわらず、後日消費者により「やむを得ず同意した」との主張を受ける場合もあるので、当該ただし書以降を削除するか、予見可能性を高めるべく、「当該同意は消費者の意に反するものと判断される」場合の具体例や判断基準を示すことを要望する。(個人、法人)	(注12)のただし書に該当すれば消費者の意に反するものと判断される場合があります。 御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。 「(注12)... <u>やむを得ず同意したものであるかどうかの判断においては、同意したことにより消費者が受ける不利益の程度等を勘案することとし、その判断に当たっては、個々の消費者ごとに判断するのではなく、一般的な消費者にとって不利益を与えることとなるかどうかで判断する。</u> 」
139	5 イ	「消費者の意に反して」が何を意味するかを判断できるような客観的な基準も定められていない。(弁護士) 消費者の意に反するかどうか、という主観的な要素が品質の良し悪しにつながると考える理由を補充すべき。(弁護士)	「消費者の意に反して」については、個人情報保護法上消費者の同意が必要であるにもかかわらず同意を得ない場合や、消費者が同意しているもののやむを得ず同意した場合が該当します。 また、「やむを得ず同意」に当たるかどうかは、消費者が受ける不利益の程度等を勘案して判断される旨、(注12)に追記しました。

	関係箇所	意見の概要	考え方
			さらに、5 イのような行為が、正常な商慣習に照らして不当に不利益となる点を（注7）に追記しました。
140	5 イ	<ul style="list-style-type: none"> ・ イで求められる同意プロセスは、個人情報保護法上適法とされる同意プロセスを経ていれば問題ないのか。 ・ ただし書の部分は、削除すべきである。・削除できないというのであれば、「やむを得ず同意した場合」に関して、事業者にとって予見可能な客観的な要件の提示や例示を行うべき。 ・ 「やむを得ず同意」をしたか否かは、個々の消費者を基準に判断するのではなく、「当該サービスを利用している消費者の大多数」を基準に判断することを確認したい。 （個人、法人等）	消費者から同意を得るに際して、個人情報保護法上適法とされるプロセスを経ている場合は、通常、優越的地位の濫用として問題となるものとは考えていません。 ただし（注12）のただし書に該当すれば消費者の意に反するものと判断される場合があります。また、「やむを得ず同意」に当たるかどうかは、消費者が受ける不利益の程度等を勘案して判断される旨（注12）に追記しました。
141	5 イ	個人情報保護法の規制と独占禁止法の規制を同水準とするべく、考え方(案)においても、利用目的の達成に必要な範囲を超えた個人情報の取得について個人情報保護法第16条第3項各号に準じた適用除外事由を明記すべきと考える。（弁護士）	個人情報保護法第16条第3項各号に掲げられた場合に該当するのであれば、消費者に対し正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものとは考えていません。
142	5 イ	個人情報データの処理の全ての段階で明確かつ自発的な同意を求める内容となっているところ、いわば「承諾疲労」とでもいべき結果をもたらすとともに、デジタル・プラットフォーム事業者によって導かれるイノベーションを顕著に妨げる要因となり得る。（団体、弁護士）	本考え方は、個人情報の処理の全ての段階で明確かつ自発的な同意を求めるものではありません。
143	5 イ 想定例	「同意を得ることなく」でいうところの「同意」というのは、いわゆる「黙示の同意」は含むのか。それとも、消費者による能動的行為による同意のみを指すのか。（個人）	同意を得ているかどうかは、個別の事案ごとに判断されます。
144	5 イ 想定例	当初から予定する利用目的を明示すれば該当しないこと等、該当しない場合を具体的に明示すべき。（弁護士）	明示された利用目的の達成に必要な範囲内で個人情報を取得するのであれば問題ない旨は、明示しなくても明らかであると考えます。
145	5 イ	必ずしも商品の販売又はサービスの提供に必要な不可欠な利用目的	明示された利用目的の達成に必要な範囲内であれば、同意は要しませ

	関係箇所	意見の概要	考え方
	想定例	とまではいえないとしても、個人情報を提供する取引を維持するための関連サービスについては明示的な同意を要しないことを明示すべき。(弁護士)	ん。
146	5 イ 想定例	考え方(案)記載の「利用目的」とは、個人情報保護法に基づきプライバシーポリシー等で特定されている「利用目的」と同義なのか。明確性の観点から、「利用目的として特定している範囲を超えて」と修正すべきである。また、【想定例】の記載は、「～、特定している「商品の販売」という利用目的を超えて、～」とすべきであり、(注3)、(注6)、(注7)中の「利用目的」との文言は「特定している利用目的」に修正すべきである。(団体)	5 イの「利用目的」は、プライバシーポリシー等で消費者に対し、取得した個人情報の利用目的として知らせているものです。5 イの想定例 を記載することにより、その点が明確となるようにしています。
147	5 イ 注3	本考え方中の「明示的な同意」は、個人情報保護委員会「「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン」及び「個人データの漏えい等の事案が発生した場合等の対応について」に関するQ&A」Q1-57の「明示の同意」と同じ意味なのか。(個人)	個人情報保護委員会「「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン」及び「個人データの漏えい等の事案が発生した場合等の対応について」に関するQ&A」Q1-57の「明示の同意」がされていれば、「明示的な同意」があったものと考えます。
148	5 イ 注3	商品の購入ページに利用目的の達成に必要な範囲を超えるような情報である性別や職業についての記載欄を任意回答とした上で設けているような事例において、消費者から性別や職業について回答があった場合には、消費者から性別や職業に関する情報を提供することの同意があったといえると考えてよいか。(法人)	任意で情報が提供された場合には、当該情報の提供について同意があったものと考えます。
149	5 イ 注3	「明示的な同意」と「やむを得ず同意」をどう区別するのか不明。(個人)	「明示的な同意」であっても、それが「やむを得ず同意」したものである場合もあり得ます。「やむを得ず同意」に当たるかどうかは、消費者が受ける不利益の程度等を勘案して判断される旨(注12)に追記しました。
150	5 イ 注3	ただし書を削除してほしい。(法人)	消費者の同意を得ていても、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行為が優越的地位を利用して行われ、消費者に対し、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与

	関係箇所	意見の概要	考え方
			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ります。
151	5 イ注3	「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、利用目的の達成に必要な範囲を超える個人情報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。」とされているが、どのような場合に意に反すると判断されるのか明示すべき。あるいは、「判断される場合がある」ではなく、「判断される」とすべき。(弁護士)	「やむを得ず同意した場合」に当たるかどうかは、消費者が受ける不利益の程度等を勘案して判断される旨、(注12)に追記しました。
152	5 イ注3	「サービスを利用せざるを得ない」とは、どのような場面を想定しているのか明確にしてほしい。(個人、団体)	例えば、「3 ~ 」に該当するような場合は、消費者は当該デジタル・プラットフォーム事業者が提供するサービスを利用せざるを得ないものと考えられます。
153	5 イ注3	明示的な同意が必要であると理解される記載を削除されたい。加えて、「意に反する」というのが、同意の有無の問題ではなく、客観的に消費者にとって不利益を及ぼし、競争に悪影響を与える状況を意味することを明確にするための記載を追加されたい。(弁護士)	「明示的な同意」は例示として記載しているものです。また、「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」は、消費者に対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となります。
154	5 イ注3	「やむを得ない同意」を全面的に禁止することによって、サービス利用者に対して交渉余地のない契約条件の受入れを求めているデジタル・プラットフォームが排斥されるであろうし、それだけでなく、広告収益モデルによって運営されているデジタル・プラットフォームをも締め出される可能性がある。(団体)	本考え方は、約款取引のような一律の契約条件を示して消費者と取引すること自体を規制するものではなく、また、そのような場合における消費者の同意を一律に「やむを得ない同意」であるとして規制しようとするものでもありません。
155	5 ウ	「個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置」は、個人情報保護法第20条の「個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置」と同じ内容・水準か。(個人、法人等) 「個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置(万が一、流出等が発生した場合の相談窓口設置や適切な補償基準の策定を含	個人情報保護法第20条の「個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置」と認められる措置を講じていれば、「個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置」を講じているものと考えます。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		む。)を講じずに、個人情報を取得すること」と記載すべきではないか。(弁護士)	
156	5 ウ	「取得」の場面と「利用」の場面について、あえて分けて安全管理措置を記載している理由はあるか。(個人)	分かりやすさの観点から、個人情報等の取得の場面と利用の場面に分けて記載したものです。
157	5 ウ	個人情報を取得する際に、個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じたか否かに関して、優越的地位の濫用で規制する理由を明確にすべき。(団体, 弁護士) 濫用行為の該当性については、個人情報保護法の違反と同程度に謙抑的に判断すべきであるから、個人情報の取得の時点で安全管理措置を講じないことを濫用行為と捉えることは、妥当でない。(弁護士)	御指摘を踏まえ、(注4)及び(注7)を追記しました。
158	5 ウ	デジタル・プラットフォーム事業者がこのような措置をとっていないことを消費者が知っていて、それでもサービスを利用せざるを得ないことから個人情報を提供せざるを得ないということであれば優越的地位の濫用といえるだろうが、個人情報の安全管理の措置を当然とっているだろうという消費者の期待を裏切ったということであれば、優越的地位の濫用の問題ではないと思う。(団体, 学者)	優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、消費者が個人データの安全管理のために必要な措置を講じていないことを認識した場合であっても自己との取引をやめられないために受け入れて当該サービスを利用せざるを得ないものとして当該措置を講じなかった場合には問題となります。 なお、ぎまんの顧客誘引など独占禁止法の他の規定が適用されることもあり得ます。
159	5 ウ	個人情報保護法第20条は、「個人情報取扱事業者は、その取り扱う個人データの漏えい、滅失又はき損の防止その他の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なければならない。」としている。したがって、個人情報保護法の規制と独占禁止法の規制を同水準とするべく、少なくとも本項の対象情報を「個人データ」とすべき。(弁護士)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分) 「 <u>3</u> 本考え方において「個人データ」とは、個人情報保護法第2条第6項に規定する「個人データ」をいう。」 「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。」
160	5 ウ	個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、個	御指摘の点は個人情報法保護法の対象とならないものと考えますが、

	関係箇所	意見の概要	考え方
		個人情報以外の情報を取得することは濫用行為には該当しないと理解してよいか。(団体, 弁護士)	個人情報以外の個人に関する情報の取扱いが、優越的な地位を利用して行われ、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ります。
161	5 ウ 想定例	個人情報保護法の規制と独占禁止法の規制を同水準とするべく、少なくとも本項の対象情報を「個人データ」とすべき。(弁護士)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分) 「【想定例】 デジタル・プラットフォーム事業者C社が、 <u>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、個人情報を提供させた。</u> 」
162	5 エ	デジタル・プラットフォーム事業者においては、「追加的なサービスを提供する場合」だけでなく、厳しい市場・競争環境の中で現状のサービス内容を維持するために、追加的に対価等の経済的利益の提供を求めるケースが想定され、このような要求には十分な合理性が認められる。したがって、現状のサービス内容を維持するため等の正当な理由がある場合には、「個人情報等の経済上の利益を提供させること」は許される旨、注5に追記すべき。(団体, 弁護士) この行為類型における「提供させる」場合とは、例えば、消費者がサービスを利用せざるを得ない状況で、やむを得ず、事業者に情報を提供した場合などを指しているもので、消費者がサービスを利用せざるを得ないとはいえない状況で、事業者が消費者の同意を得て個人情報等を取得する場合は、「提供させる」ことに該当しないと理解でよいか。(団体) どのようなケースが該当するか、具体的に示してほしい。(団体, 弁護士)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分) 「(注15)任意のアンケート調査による場合等、 <u>消費者が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を任意に提供することは、通常、問題とならない。</u> また、従来提供していたサービスとは別に、追加的なサービスを提供する場合であって、消費者が当該追加的なサービスの提供を受けるに当たり、その対価として追加的な個人情報等を提供させる場合は、通常、問題とならない。 さらに、サービスの品質の向上等、消費者が対価として提供している <u>個人情報等とは別に個人情報等を提供することで消費者に生じる利益を勘案して、当該個人情報等を提供させることが合理的であると認められる範囲のものである場合は、通常、問題とならない。</u> 」

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>消費者は特定の情報をサービス利用の対価として提供していると認識していない場合も多いと思われる。その場合、「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」とそれとは「別に」提供させている個人情報等を、どのように区別するのかを明示すべき。(法人, 弁護士)</p> <p>「優越ガイドライン」の「取引の対価の一方的決定」の記載を引用するか、著しく過大な個人情報等を追加的に提供される場合に限って濫用行為に該当し得るとするなど、同ガイドラインの規定の範囲に留まるようにされたい。(弁護士)</p> <p>個人情報等の提供がそれ自体で違反となるか否か、またそれ自体で違反とならない場合にどのような場合に「公正な競争を阻害するおそれがある」ものとして問題となるかが明確ではない。(弁護士)</p> <p>「追加サービス」とは何を意味するのか。(団体, 弁護士)</p>	
163	5 エ	<ul style="list-style-type: none"> ・「自己の提供するサービスを継続して利用」が具体的にどのような場合を指しているのか不明確。 ・単に消費者に「経済上の利益」を提供させたことをもって「優越的地位の濫用」となるのか。結果的に消費者が得られることとなる利益(サービス改善等)を含め、取引関係全体を見るべき。 ・サービスの利用に当たって自動的に発生する情報を事業者が入手する場合は、個人情報の「提供」に該当するか否か不明確である。(法人) 	<p>「継続して」に該当する取引であるか否かについては、個別の事案ごとに判断されます。</p> <p>御指摘を踏まえ、(注15)を修正しました。</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
164	5 エ	デジタル・プラットフォーム事業者は、追加サービスを提供する場合にのみ、消費者に対して追加情報を求められることを暗に示している。これは、「正常な商慣習」に合致しないばかりではなく、「利用目的の達成に必要な範囲を超える個人情報であっても、消費者本人の明示的な同意を得て提供を受ける場合は、通常、問題とならない」としている。5 イ（注3）とも矛盾している。「利用目的の達成に必要な範囲を超える」データの収集に際して、いかなる場合に明示的な同意が要求されるのかが不明確である。また、建前上は「利用目的」の範囲内であるが「サービスを利用するための対価」とは別に提供されたとしたら、明示的な同意は要求されないのかも明らかではない。（団体）	5 エは、「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。」（独占禁止法第2条第9項第5号ロ）として、消費者に対して不利益を与えるものであることを示したものです。 御指摘を踏まえ、（注15）を修正しました。
165	5 エ	「対価」や「対価としての個人情報等とは別の経済上の利益」とはどのようなものを指すのか。また、問題とならない場合を明記すべき。（団体）	本考え方では、消費者が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」とした取引と整理しています。また、対価としての個人情報等とは別の経済上の利益となるかどうかは、個別事案に応じて判断されます。 御指摘を踏まえ、（注15）を修正しました。
166	5 エ	「経済的な価値を生み出すことができるだけの十分な量の個人情報等を有し、それを分析してアルゴリズムを開発できる技術的・資金的規模の事業者」のみが5 エに該当する行為をなし得る事業者なのか。（個人）	特定の事業者のみが対象となるものではありません。
167	5 エ	「個人情報等の経済上の利益」とは何か、かかる経済上の利益のうち競争政策上規制対象とするべきものは何か。（法人、団体）	5 エは、「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。」（独占禁止法第2条第9項第5号ロ）として、消費者に対して不利益を与えるものであることを示したものです。 御指摘を踏まえ、（注15）を修正しました。
168	5 エ	他は「個人情報」と記載されているのに、エだけ「個人情報等」と	5 エは、「継続して取引する相手方に対して、自己のために、金銭、

	関係箇所	意見の概要	考え方
		いう表現を使っている理由を明示してほしい。(個人, 弁護士)	役務その他の経済上の利益を提供させること。』(独占禁止法第2条第9項第5号口)として, 消費者に対して不利益を与えるものであることを示したものです。 対象が「個人情報」に限定されていないため「個人情報等」としています。
169	5 エ	「個人情報等の経済上の利益を提供させること。」は, 「個人情報等という」経済的利益を提供させることという意義であるか, 「個人情報を含む」経済上の利益を提供させることという意義であるか。(弁護士)	「個人情報等その他の経済上の利益を提供させること」という意味です。 御指摘を踏まえ, 次のとおり修正しました(下線が修正部分)。 「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, <u>個人情報等</u> その他の経済上の利益を提供させること。」
170	5 エ	デジタル・プラットフォーム事業者が金銭的対価なく提供するサービスに対し, 消費者が提供している個人情報等のうち何が対価性を有するものなのか, その判断基準を明らかにすべきではないか。(弁護士)	「対価として提供している個人情報とは別」であるかは, 個別事案に応じて判断されます。
171	5 エ 想定例	デジタル・プラットフォーム事業者と消費者の継続的取引の中で, 一方的に消費者の不利益となるような変更があった場合にすべからく優越的地位の濫用行為に該当し得ると記載することは, デジタル・プラットフォーム事業者による新規の技術革新, 新規事業の開発, イノベーションを損なう結果をもたらすおそれがある。(弁護士)	想定例 は, 「消費者の継続的取引の中で, 一方的に消費者の不利益となるような変更があった場合にすべからく優越的地位の濫用行為に該当し得る」とするものではありません。 御指摘を踏まえ, (注15)を修正しました。
172	5 エ 想定例	「デジタル・プラットフォーム事業者D社が, 提供するサービスを継続して利用する消費者から対価として取得する個人情報とは別に, 追加的に個人情報を提供させた。」と修正されたい。(弁護士)	5 エの「経済上の利益」は個人情報等その他の経済上の利益を含むものです。
173	5	事業者の消費者保護対応・セキュリティ対応の強化や意識改善に	賛同の御意見として承ります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		つながることが期待されることから、考え方(案)に示す行為を優越的地位の濫用と捉えることに賛成。(団体)	
174	5	「消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる」理由として、「提供されるサービスに対し過度に広範な目的に個人情報等を利用すること」も記載すべき。(個人)	5 ア、イ及びウ並びに5 ア及びイのような行為が消費者に対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となるのは、そのような行為を伴うようなサービスは、個人情報の取得や利用に関して必要最低限の品質を備えていないものと認められるためです。
175	5	以下のとおり、一般論と例示という形に整理し直して記載してもらえると分かり易く助かる。 1) 一般論 個人情報等について、正常な商慣習に照らして不当な不利益を与える場合には優越的地位の濫用として問題となる。 2) 例示 個人情報についてア又はイの行為を行うことは優越的地位の濫用の典型例である。 (個人)	5 ア及びイは、消費者に対して正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える行為を例示したものです。
176	5	濫用行為の認定基準は、B to B取引に比べて緩やかになることのないよう留意すべき。(団体)	5 ア、イ及びウ並びに5 ア及びイでは、個人情報の取得や利用に関して、当該サービスにおいて有すべき必要最低限の品質を備えていないようなサービスを対価を得て提供することは消費者に対し、不利益を与えるものと考えています。
177	5	「なお、...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、次のような行為に限らず、...問題となる。」とあるところ、個人情報等の不当な取得又は利用であって、かつ、想定例に該当しないものの問題となる行為の具体例を追記すべき。(団体、弁護士)	御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。 「(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。」
178	5	第2条第9項第5号八でいう「取引」はあくまでもデジタル・プラ	本考え方は、消費者に対して優越した地位にあるデジタル・プラット

	関係箇所	意見の概要	考え方
		ットフォーム事業者が提供するサービスにかかる取引のことであり、消費者による情報の提供はその対価という位置付けです。このため、デジタル・プラットフォーム事業者が提供する無償サービスの(事実上の)対価として、消費者は個人情報を提供しており、デジタル・プラットフォーム事業者が消費者から個人情報を取得し、利用すること自体を消費者にとって不利益と解することは、理論上困難が伴います。(弁護士)	フォーム事業者が、消費者が提供する個人情報等の取得や利用に関する行為について、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優越的地位の濫用として問題になる旨、示しているものであり、デジタル・プラットフォーム事業者が個人情報等を取得又は利用する行為そのものを問題とするものではありません。
179	5	これらの行為が独占禁止法第2条第9項第5号のイ乃至八のいずれの項のいずれの文言に該当するかも明確にされたい。(団体)	5 ア及びイの行為は、独占禁止法第2条第9項第5号八に該当するものと考えます。
180	5 ア	個人情報保護法も真意に基づく同意が必要であることからすると、個人情報保護法に関する規制に沿った情報の取得を行えば「消費者の意に反して」いないといえるとの理解でよいか。(団体)	(注18)のただし書に該当すれば消費者の意に反するものと判断される場合があります。 御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。 「(注18)...。やむを得ず同意したものであるかどうかの判断においては、同意したことにより消費者が受ける不利益の程度等を勘案することとし、その判断に当たっては、個々の消費者ごとに判断するのではなく、一般的な消費者にとって不利益を与えることとなるかどうかで判断する。」
181	5 ア	・ アで求められる同意プロセスは、個人情報保護法上適法とされる同意プロセスを経ていれば問題ないことを確認したい。 ・ ただし書の部分は、削除すべき。・ 削除できないというのであれば、「やむを得ず同意した場合」に関して、事業者にとって予見可能な客観的な要件の提示や例示を行うべき。 ・ 「やむを得ず同意」をしたか否かは、個々の消費者を基準に判断するのではなく、「当該サービスを利用している消費者の大多数」を基準に判断することを確認したい。	消費者から同意を得るに際して、個人情報保護法上適法とされるプロセスを経ている場合、通常、優越的地位の濫用として問題となるものとは考えていません。 ただし(注18)のただし書に該当すれば消費者の意に反するものと判断される場合があります。「やむを得ず同意した場合」に当たるかどうかは、消費者が受ける不利益の程度等を勘案して判断される旨(注18)に追記しました。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		(団体, 弁護士)	
182	5 ア	デジタル・プラットフォーム事業者は, 既に, 現行の個人情報保護法の下で個人情報の第三者提供に関する規制の対象となっている。本考え方(案)は, なぜ現行の規制では不十分なのか, またなぜ追加的な規制が必要なのかについては説明していない。(弁護士)	独占禁止法と個人情報保護法はそれぞれ法の目的が異なっており, 個人情報保護法上問題となる行為が, 優越的地位を利用して行われ, 消費者に対し, 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ります。
183	5 ア	考え方(案)記載の「利用目的」とは, 個人情報保護法に基づきプライバシーポリシー等で特定されている「利用目的」と同義であることを確認したい。その上で, 明確性の観点から, 「利用目的として特定している範囲を超えて」と修正すべきである。また, 【想定例】の記載は, 「~, 特定している「商品の販売」という利用目的を超えて, ~」とすべきであり, (注3), (注6), (注7)中の「利用目的」との文言は「特定している利用目的」に修正すべきである。(団体)	5 アの「利用目的」は, プライバシーポリシー等で消費者に対し, 取得した個人情報の利用目的として知らせているものです。5 アの想定例 を記載することにより, その点が明確となるようにしています。
184	5 ア	明示的な同意が必要であると理解される記載を削除されたい。加えて, 「意に反する」というのが, 同意の有無の問題ではなく, 客観的に消費者にとって不利益を及ぼし, 競争に悪影響を与える状況を意味することを明確にするための記載を追加されたい。(弁護士)	「明示的な同意」は例示として記載しているものです。また, 「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」は, 消費者に対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となります。
185	5 ア	個人情報保護法の規制と独占禁止法の規制を同水準とするべく, 考え方(案)においても, 利用目的の達成に必要な範囲を超えた個人情報の取得について個人情報保護法第16条第3項各号に準じた適用除外事由を明記すべきと考える。(弁護士)	個人情報保護法第16条第3項各号に掲げられた場合に該当する場合は, 消費者に対し正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものとは考えていません。
186	5 ア 想定例	支配的な地位を有するデジタル・プラットフォーム事業者による消費者データの濫用的な収集を規制することは, オンライン広告テクノロジー業界における公正な競争のために, 特に重要だと考	賛同の御意見として承ります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		えるため、想定例としてターゲティング広告を取り上げていることは非常に適切と考える。(法人)	
187	5 ア 想定例	ターゲティング広告について言及があるが、これが具体的には何を意味するのか、例えばターゲティング広告のみを指すのか、より一般的に広告の表示を指すのかが明らかではない。(弁護士)	想定例は「ターゲティング広告」において優越的地位の濫用として問題となる事例を記載したものであり、広告一般について記載したものではありません。
188	5 ア 想定例	本考え方で述べられているターゲティング広告はどういうものを指すのか、また、「個人情報保護法 いわゆる3年ごと見直しに係る検討の中間整理」のターゲティング広告と同じ意味なのか。(個人)	インターネット上の行動履歴情報を利用するなどして配信する広告をいいます。
189	5 ア 注6	ただし書を削除してほしい。(法人)	(注18)のただし書に該当すれば消費者の意に反するものと判断される場合があります。「やむを得ず同意した場合」に当たるかどうかは、消費者が受ける不利益の程度等を勘案して判断される旨、(注18)に追記しました。
190	5 ア 注6	「やむを得ない同意」を全面的に禁止することによって、サービス利用者に対して交渉余地のない契約条件の受け入れを求めているデジタル・プラットフォームが排斥されるであろうし、それだけでなく、広告収益モデルによって運営されているデジタル・プラットフォームをも締め出される可能性がある。(団体)	本考え方は、約款取引のような一律の契約条件を示して消費者と取引すること自体を規制するものではなく、また、そのような場合における消費者の同意を一律に「やむを得ない同意」であるとして規制するものでもありません。
191	5 ア 想定例	匿名加工情報の要件を満たす個人情報に関しては、個人情報保護法同様、同意なしに目的外利用や第三者への提供が行えることを確認したい。(団体)	個人情報保護法上許容されている、匿名加工情報の要件を満たす個人情報について同意なしに目的外利用や第三者への提供を行う場合は、消費者に対し正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものとは考えていません。
192	5 ア 想定例	個人情報保護法第23条第5項各号では、委託、事業の承継及び共同利用については第三者提供に当たらないとされているが、同号に当たると評価できる場合には、本考え方でいう「第三者」にも当たらないと解釈してよいか。(弁護士)	個人情報保護法第23条第5項各号に掲げられているような場合は、消費者に対し正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものとは考えていません。
193	5 ア	明示的な同意は、個人情報保護法により個人情報を第三者に提供	本考え方は消費者が「サービスを利用せざるを得ない」場合、明示的

	関係箇所	意見の概要	考え方
	想定例	<p>するための適法な仕組みとして認められているにもかかわらず、本考え方は消費者が「サービスを利用せざるを得ない」場合、明示的な同意が任意ではないとみなされ、よって、独占禁止法の下で無効であるとみなすことを提案しています。しかしながら、本考え方は、消費者が当該「サービスを利用せざるを得ない」といえる状況について詳細な説明を行っていないうえ、消費者にとって「代替可能なサービスが存在していたとしても当該デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスの利用を止めることが事実上困難であるという状況」についても優越的地位が認められる場合があるとしています。その結果、個人データを第三者に提供する際に利用者の明示的な同意を得たことを信頼する全てのサービスプロバイダーにとって、不確実性を生じさせます。(団体)</p>	<p>な同意が任意ではないとみなされ、よって、独占禁止法の下で無効であるとみなすことを提案するものではありません。</p>
194	5 ア 想定例	<p>考え方(案)における「第三者」及び「提供」とは、個人情報保護法上のものと同義であることを確認したい。その上で、個人情報保護法上、同意を得ずとも適法とされている種類の提供であれば、優越的地位の濫用とはならないことも併せて確認したい。(団体)</p>	<p>個人情報保護法上、同意を得ずとも適法とされている種類の提供については、消費者に対し、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えるものでなければ、優越的地位の濫用として問題とはなりません。</p>
195	5 ア 想定例	<p>「第三者に提供した」は「第三者(グループ企業を含む。)に提供した」としてはどうか。(弁護士)</p>	<p>5 ア想定例 の「第三者」には、「グループ企業」も含まれます。</p>
196	5 ア 注7	<p>黙示の同意を消費者から得た場合も必ずしも、その同意が消費者の意に反するものでないとの理解でよいかを明確にしてほしい。(個人)</p>	<p>「黙示的な同意」であっても、それが「やむを得ず同意」したものである場合もあり得ます。 御指摘を踏まえ、次のとおり追記しました。</p> <p>「(注19)...。やむを得ず同意したものであるかどうかの判断においては、同意したことにより消費者が受ける不利益の程度等を勘案することとし、その判断に当たっては、個々の消費者ごとに判断するのではなく、一般的な消費者にとって不利益を与えることとなるかどうか</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
			で判断する。」
197	5 ア 注7	「社内の営業部門から総務部門に提供することは、通常、問題とならない」とあるが、営業部門から総務部門以外に提供した場合、問題となる事例があるということか。問題となる事例があるということであれば、具体的にどういった場合に問題となるのか。(団体)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分)。 「なお、 <u>同一社内であれば</u> 、提供された個人情報を、消費者の同意なく、 <u>ある部門から別の部門に提供しても</u> 、問題とならない。」
198	5 ア 注7	優越的地位の濫用の例として、デジタル・プラットフォーム事業者が、同意なしに個人情報を第三者に対して提供する場合が挙げられている。しかし、この「第三者」については定義されていない。また、デジタル・プラットフォーム事業者内の各部門間における個人情報の共有は許容されるとの見解を示している一方で、デジタル・プラットフォーム事業者が、サービス提供を補助するサービスプロバイダーに対して個人情報を共有することについては何ら言及していない。(団体)	個人情報保護法上の「第三者」に提供したとされない場合は、通常、優越的地位の濫用として問題となるものとは考えていません。
199	5 イ	「個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置」は、個人情報保護法第20条の「個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置」と同じ内容・水準か。(団体、弁護士)	個人情報保護法第20条の「個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置」と認められる措置を講じていれば、「個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置」を講じているものと考えます。
200	5 イ	個人情報を利用する際に、個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じたか否かに関して、優越的地位の濫用で規制する理由を明確にすべき。(団体、弁護士)	御指摘を踏まえ、(注4)及び(注16)を追記しました。
201	5 イ	仮に、かかる措置を公正な競争と結びつけられるとしても、本考え方は、「優越的地位の濫用」に関するものであるため、消費者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害しているかどうかの問題になると思われる。 本考え方は、デジタル・プラットフォーム事業者が必要かつ適切な措置を講じているかどうか自体が、優越的地位の濫用の問題になるかのように読めるが、消費者が、情報提供時に、デジタル・	優越的地位にあるデジタル・プラットフォーム事業者が、消費者が個人データの安全管理のために必要な措置を講じていないことを認識した場合であっても自己との取引をやめられないために受け入れて当該サービスを利用せざるを得ないものとして当該措置を講じなかった場合には問題となります。 なお、ぎまんの顧客誘引など独占禁止法の他の規定が適用されることもあり得ます。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		プラットフォーム事業者の態勢整備の状況を評価できると思えず、整備状況そのものが、消費者の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するものであるとは考えられない。その意味で考えると、濫用行為に該当する行為としては、デジタル・プラットフォーム事業者が、自らが講じている措置について消費者に表示せずに情報を取得する行為などが考えられるが、本濫用行為例の記載においても、限定的な記載にするべきである。(団体)	
202	5 イ	個人情報保護法第20条は、「個人情報取扱事業者は、その取り扱う個人データの漏えい、滅失又はき損の防止その他の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なければならない。」としている。したがって、個人情報保護法の規制と独占禁止法の規制を同水準とするべく、少なくとも本項の対象情報を「個人データ」とすべきである。(弁護士)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分)。 「 <u>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。</u> 」
203	5 イ	個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、個人情報以外の情報を取得することは濫用行為には該当しないと理解してよいか。(団体)	御指摘の点は個人情報保護法上は対象とはならないものと考えますが、個人情報以外の個人に関する情報の取扱いが、優越的な地位を利用して行われ、消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる場合には、優越的地位の濫用として問題となります。
204	5 イ 想定例	個人情報保護法の規制と独占禁止法の規制を同水準とするべく、少なくとも本項の対象情報を「個人データ」とすべきである。(弁護士)	御指摘を踏まえ、次のとおり修正しました(下線が修正部分)。 「【想定例】 デジタル・プラットフォーム事業者G社が、 <u>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。</u> 」
205	その他	デジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者による濫用行為も、本考え方と同様に優越的地位の濫用規制の対象となり得るか。(個人、団体等)	本考え方は、「はじめに」に記載のとおり、デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスは、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

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>デジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者一般も対象となるように、本考え方を修正されたい。(個人, 法人)</p> <p>本考え方の対象を「デジタル・プラットフォーム事業者」に限定する理由が不明確ではないか。(個人, 法人等)</p> <p>一口にデジタル・プラットフォーム事業者に対する規制といっても様々な形態を考慮する必要があり, また, 純粋なデジタル市場の範囲をはるかに超えて広範な影響をもたらす可能性がある点を念頭におくべき。(弁護士)</p> <p>個人情報等の利用に関する考え方のみで限定した整理は, 不十分ではないか。(個人)</p> <p>予見可能性を欠き, データ利活用を萎縮させるおそれがあり, 成長戦略にも逆行するのではないか。(法人, 団体等)</p>	<p>いとされていること, ネットワーク効果, 規模の経済等を通じて, データが集中することにより, 利用者の効用が増加していくとともに, デジタル・プラットフォーム事業者にデータが集積・利活用され, データを基本とするビジネスモデルが構築されると, それによってさらにデータの集積・利活用が進展するといった競争優位を維持・強化する循環が生じるともされていること, デジタル・プラットフォーム事業者による消費者に対する個人情報等の取扱いに係る行為に対して懸念する声があり, 独占禁止法上の問題が生じることがあり得るため, 独占禁止法の運用における透明性, デジタル・プラットフォーム事業者の予見可能性を向上させる観点から, 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考え方を整理したものです。</p> <p>なお, 独占禁止法, 優越的地位の濫用規制は, 特定の取引を対象とするものではないため, デジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者による濫用行為が, 消費者に対し, 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, 問題となる場合があります。</p>
206	その他	<p>本当に, 消費者の自由かつ自主的な判断による取引が阻害されているという事実があるのかは疑問である。公正取引委員会による2019年4月の消費者調査結果においても, 7割弱(66.8%)の消費者が「デジタル・プラットフォームのサービスを利用している中で, 個人情報や利用データの収集, 利用, 管理等について, 具体的に何らかの不利益を受けたと感じたことはない」(Q17)と回答しており, 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・利用に関して規制をしていくほどの背景事実の存在が不明である。なぜ今デジタル・プラットフォーム事業者に</p>	<p>本考え方は, 「はじめに」に記載のとおり, デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスは, 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, ネットワーク効果, 規模の経済等を通じて, データが集中することにより, 利用者の効用が増加していくとともに, デジタル・プラットフォーム事業者にデータが集積・利活用され, データを基本とするビジネスモデルが構築されると, それによってさらにデータの集積・利活用が進展するといった競争優位を維持・強化する循環が生じるともされていること, デジタル・プラットフォー</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>関して、考え方(案)のような整理を行う必要があるのかを、具体的な事例に即して説明してほしい。(団体、弁護士)</p>	<p>ム事業者による消費者に対する個人情報等の取扱いに係る行為に対して懸念する声があり、独占禁止法上の問題が生じることがあり得るため、独占禁止法の運用における透明性、デジタル・プラットフォーム事業者の予見可能性を向上させる観点から、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考え方を整理したものです。</p> <p>なお、独占禁止法、優越的地位の濫用規制は、特定の取引を対象とするものではないため、デジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者による濫用行為が、消費者に対し、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、問題となる場合があります。</p> <p>当委員会が本年4月に実施した「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について(中間報告)」においても、75.8%の消費者が、デジタル・プラットフォーマーによる個人情報や利用データの収集、利用、管理等について、何らかの懸念がある旨回答し(Q14)、このうち、66.2%の消費者が、「デジタル・プラットフォーマーのサービスが便利であるため」、45.1%の消費者が、「デジタル・プラットフォーマーのサービスが生活に必要不可欠であるため」、懸念はあるもののデジタル・プラットフォーマーのサービスを利用すると回答しています(Q16)。</p>
207	その他	<p>デジタル・プラットフォーム事業者として取得した情報を、デジタル・プラットフォーム事業者の定義に合致しない消費者向けの通常のオンラインサービスで活用し、その局面において優越的な地位を濫用することも想定されるが、本考え方の対象外になるのか。(個人)</p>	<p>デジタル・プラットフォーム事業者がデジタル・プラットフォーム事業で取得した個人情報等を、デジタル・プラットフォーム事業以外のサービスで不当に利用する場合も、優越的地位の濫用として問題となる場合があります。</p>
208	その他	<p>優越的地位の濫用と判断される行為を行ったデジタル・プラットフォーム事業者から個人情報等を取得した第三者がいる場合の当</p>	<p>本考え方は、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に関する独占禁止法</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		該第三者(「受領第三者」)による取得,個人情報等の利用行為及び個人情報等のほかの第三者へのさらなる提供行為の適法性についても明確化すべき。(個人)	上の考え方について整理したものです。
209	その他	支配的地位にある者は,一般的には「利用目的」の説明自体は適切に行っている場合が多いとも考えられる。したがって,利用目的の達成に必要な範囲を超えるということで,特に「消費者(本人)の同意」の有無という観点からの規律が取り沙汰されるのは,しばしば,そういった支配的地位ではなく,しかしながらなお「取引会社間の相対的地位」にはあるといえる者について生じることが考えられる。このような意味で,本「考え方(案)」は,むしろ本来想定されているはずの核心とは異なる事象に対して過剰な規制となる懸念があるものとする。(弁護士)	「支配的地位にある者」が何を指すか明らかではありませんが,本ガイドラインは,優越的地位にある者の中で,更に特定の者の行為に限って規制することが目的ではありません。消費者に対し優越的地位にない事業者の行為が,優越的地位の濫用として独占禁止法上問題となることはありません。
210	その他	優越的地位の濫用規制についての提言として, <ul style="list-style-type: none"> ・本禁止規定の対象となる企業又は対象とならない企業を各企業に明確に示す。 ・法令違反とみなされる行為又はみなされない行為を各企業に明確に示す。 ・競争そのもの又は競争の過程に不利益をもたらす行為のみを禁じる。 ・消費者福利を拡大する商慣習を禁止又は抑止しない。 (団体)	行為者の範囲や濫用行為については,できる限り分かりやすく具体的に記載するよう努めています。
211	その他	優越的地位の濫用規制をB to B取引のみならず, B to C取引に拡大することについて,説明が不十分である。(個人,団体等) 課徴金が賦課される法定類型である優越的地位の濫用における条項の解釈において,公正取引委員会は,それを制定した国会の立	独占禁止法第2条第9項第5号は,優越的地位にある事業者による「取引の相手方」に対する行為を対象としており,事業者に対する行為に限ってならず,消費者に対する行為も対象となります。 本考え方は,「はじめに」に記載のとおり, デジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスは,ネットワーク効果,低廉な限界費

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>法趣旨を参酌するべきであり、解釈上の裁量権限は一般指定に比べて狭い。優越的地位の濫用を、課徴金を賦課する法定類型とした改正の趣旨は、事業者の中小事業者に対する濫用を排除する趣旨であり、それは、列挙された不利益行為を見れば明らかである。違反主体が事業者に限定されていないから、消費者取引を対象にできるといえるものではない。(学者)</p> <p>独占禁止法第1条に、「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、」とあり、事業者間の競争の促進を目的としていると考えられる。この法目的を前提とすると、独占禁止法第2条第9項第5号は、明らかに事業者取引を対象としていると解釈されるため消費者取引に適用するには無理がある。(団体)</p> <p>事業者と消費者との関係に対して優越的地位の濫用規制を適用するという執行方針の転換の必要性及び合理性に疑問がある。過剰規制によるイノベーションの阻害が生じるおそれがあることから、消費者保護法制に上乘せして優越的地位の濫用規制を適用すべきでない。(弁護士)</p>	<p>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、ネットワーク効果、規模の経済等を通じて、データが集中することにより、利用者の効用が増加していくとともに、デジタル・プラットフォーム事業者にデータが集積・利活用され、データを基本とするビジネスモデルが構築されると、それによってさらにデータの集積・利活用が進展するといった競争優位を維持・強化する循環が生じるともされていること、デジタル・プラットフォーム事業者による消費者に対する個人情報等の取扱いに係る行為に対して懸念する声があり、独占禁止法上の問題が生じることがあり得るため、独占禁止法の運用における透明性、デジタル・プラットフォーム事業者の予見可能性を向上させる観点から、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考え方を整理したものです。</p> <p>なお、独占禁止法、優越的地位の濫用規制は、特定の取引を対象とするものではないため、デジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者による濫用行為が、消費者に対して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなる場合には、問題となる場合があります。</p>
212	その他	<p>本考え方は、取引の相手方が事業者の場合にも適用されるのか。本考え方の考え方は取引の相手方が事業者の場合にも及ぶのか。(弁護士)</p>	<p>本考え方は、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に関する考え方を整理したものであり、本考え方は、取引の相手方が消費者である場合を対象としています。</p> <p>なお、取引の相手方が事業者の場合の取引については、「優越ガイドライン」に基づき判断されます。</p>
213	その他	<p>個人情報保護法のほかに、独占禁止法における優越的地位の濫</p>	<p>本考え方は、消費者のプライバシーの保護を目的とするものではな</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
		<p>用を適用して規制する必要性について説明が必要である。(個人, 団体等)</p> <p>個人情報保護法等で不十分な点があれば, 一義的には個人情報保護法の改正や解釈明確化により対応すべき。(個人, 団体等)</p> <p>事業者と消費者による慣行によって達成された保護と利活用という両者のバランスを崩すような規制強化は, 企業によるデータの利活用及びそれに起因するイノベーションを著しく阻害し, ひいては日本経済に負の影響を与える危険性が高い。(弁護士)</p> <p>デジタル・プラットフォーム事業者を過度に規制することの副作用が適切に評価されていない。メリットを軽視し, 個人情報等の取得を必要以上に困難にすれば, デジタル・プラットフォーム事業者における新規のイノベーションを阻害するのみならず, 既存のサービスの提供にも支障をきたし, 結果として, ユーザーや関連事業者に大きな不利益を与えるおそれがある。(団体)</p>	<p>く, 消費者の個人情報等を取得又は利用するデジタル・プラットフォーム事業者の行為について, 優越的地位の濫用に関する考え方を明らかにしたものです。プライバシー保護の観点から問題となる行為が, 公正な競争を阻害するおそれがある場合には, 優越的地位の濫用として問題となります。</p>
214	その他	<p>世界の競争法当局との整合性は重要である。(個人, 弁護士)</p>	<p>海外競争当局との協調は重要と考えており, 各国競争当局と意見交換をしながら協調していくこととしています。</p> <p>なお, 本考え方のデジタル・プラットフォーム事業者の説明において, 欧州委員会による「オンライン仲介サービスのビジネス・ユーザーを対象とする公正性・透明性の促進」に関する規則の考え方を参考にしています。また, 同規則は, EU競争法を補完するものと位置付けられており, 立法目的に係る規定において, 「優越的地位」に類似した概念を用いています (superior bargaining power)。同規則では, EU競争法における反競争的な目的・効果や支配的地位にない場合であっ</p>

	関係箇所	意見の概要	考え方
			ても規制対象となるとされています。
215	その他	個人情報を取得する取引以外の取引も対象とした上で、多面市場における優越的地位の濫用規制を適用するための市場の概念に関する考え方を含めた基本原則を示すべき。(団体)	個人情報を取得する取引以外の取引であっても、優越的な地位を利用して行われ、消費者に対し、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ります。
216	その他	多種多様なデジタル・プラットフォーム事業者には国内事業者も国外事業者も存在することから、公正取引委員会は、国内外デジタル・プラットフォーム事業者に対して、差別なく平等に対応をすべきで、その旨明記すべき。(法人、団体)	公正取引委員会は、従来から、国内事業者か国外事業者で差別することなく独占禁止法を適用してきました。
217	その他	本考え方(案)の曖昧さ及び予見可能性の欠如を考慮すると、法律を遵守しようと努めているデジタル・プラットフォーム事業者が優越的地位を濫用したと判断されてしまう可能性が非常に高い。(弁護士)	本考え方の対象となる、「デジタル・プラットフォーム事業者」、「個人情報等」の説明や優越的地位の考え方、具体的な行為類型についても、分かりやすさの観点から例示の拡充等の説明を追記し、明確化を図りました。
218	その他	G A F A に関し私的独占や自由競争減殺型の不公正な取引方法の適用に関する考え方を示さずに優越的地位の濫用に関する考え方のみを示すことは、我が国はデジタル・プラットフォーム事業者による行為につき、競争を侵害する程度が低い行為でも独禁法により規制する方針であると、国際社会からは誤った形のメッセージとして捉えられるおそれを懸念します。通常、まずはその市場における地位を検討の上、私的独占や自由競争減殺型の不公正な取引方法の禁止規定の適用の考え方を示すことが先決事項として考えられます。(弁護士)	本考え方は、昨年、経済産業省、公正取引委員会及び総務省の3省庁が取りまとめた「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」(平成30年12月18日公表)において「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上の運用や関連する制度の在り方を検討する。」こととされたことや、本年6月に閣議決定された成長戦略フォローアップにおいて、「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年夏までに行う」とされたこと等を踏まえ、「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」を整理したものです。

	関係箇所	意見の概要	考え方
219	その他	仮に市場支配的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の取得・利用にかかる行為を、3条前段を適用して規制することは法解釈上困難であることを理由に、第2条第9項第5号八を用いて規制するとするのが貴委員会の意図であるならば、そのような趣旨が分かるように原案を改訂する余地があると考える。(弁護士)	本考え方は独占禁止法第2条第9項第5号の優越的地位の濫用規制に関する考え方を整理したものです。
220	その他	消費者自身の不利益についての感じ方・考え方が一義的に明確でないところ、公正取引委員会が、何が消費者にとって不利益なのかを決め、それに基づいて「優越的地位」、その「濫用となる行為類型」、「公正な競争を阻害するおそれ」などが判断されるということになれば、過剰規制への懸念に対する配慮が欠けているといわざるを得ない。(弁護士)	消費者にとっての不利益は、(注7)や(注16)の考え方に基づき、判断されます。また、各判断に当たっては、個々の消費者ごとに判断されるのではなく、一般的な消費者にとってどう捉えられるかといった観点で判断されます。
221	その他	デジタル・プラットフォーム事業者への課徴金適用の可否を明確にしてほしい。無料でサービスを提供するデジタル・プラットフォーム事業者の場合にはどのように考えるのか。(団体、弁護士) 本考え方案(例えば2)における「対価」は、独占禁止法施行令第30条の「対価」と同義と理解してよいか。ひいては、個人情報等が対価として提供されている取引においてはかかる個人情報等の価値を金銭評価して課徴金が算定されると理解してよいか。(弁護士) 課徴金を課す場合、個々の消費者ごとに「対価」を算定する、という立場であると理解してよいか。(弁護士)	優越的地位の濫用行為に係る課徴金については、個別具体的な事案に応じて、独占禁止法第20条の6の規定に基づき、算定します。
222	その他	「優越ガイドライン」では、従属的な相手方に対する相当の不当な利益、及びそれにより優越する当事者にもたらされる競争優位性	本考え方においても、「1」に記載のとおり、公正な競争を阻害するおそれがある行為を問題とするとともに、「4」に記載のとおり、正常な

	関係箇所	意見の概要	考え方
		はいずれも、各競争者への照会により判断される。相手方がその他方当事者と取引できなければ、事実上「阻害される可能性が高い」こと、及び強要される慣習が、企業が高品質又は低価格の提供を競い合う「公正な競争を維持・推進する観点」から見て不当であることを証明するよう求められる。これとは対照的に、考え方には、公正かつ自由な競争を阻害するリスクを伴う状況に限定して優越的地位の濫用を適用する、上記に類する基準が定められていない。(団体)	商慣習に照らして不当か否かを判断することとしています。
223	その他	デジタル・プラットフォーム事業者の特徴・要件と本考え方で対処しようとしている「優越的地位」や「独占・寡占」との関係が整理されていない。特徴や要件が如何なる考え方に基づいて導かれるものであるのか、整理すべきである。(個人)	「はじめに」において、多面市場を担うデジタル・プラットフォーム事業者の提供するサービスは、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を明らかにしています。また、「優越的地位」にあるかどうかは「3」に記載の考え方に基づいて判断されます。
224	その他	<p>個人情報を取得することそれ自体が優越的地位の濫用に当たるように読めるが、デジタル・プラットフォーム事業者が消費者から個人情報を取得することがそもそも優越的地位の濫用になるのか。(法人)</p> <p>消費者がプラットフォームの利用のために金銭又はデータの提供を強いられることを「不当な不利益」というのであれば、あらゆるプラットフォームが優越的地位の濫用の要件を満たすことになり、いかなる実店舗もこれに該当する。(団体)</p>	本考え方は、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消費者が提供する個人情報等の取得や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優越的地位の濫用として問題になる旨、示しているものであり、デジタル・プラットフォーム事業者から個人情報等を取得する行為そのものを問題とするものではありません。
225	その他	技術の進歩も早い分野であることから、考え方は適時適切に見直してほしい。(団体、弁護士)	必要に応じて、本考え方を見直すことにしています。
226	その他	この分野は、今までに例のない、消費者と事業者の情報格差が極めて著しい分野である。情報格差という点に着目して規制の第一歩	御意見として承ります。

	関係箇所	意見の概要	考え方
		を踏み出したのは、何より重要な点と思われる。(個人)	
227	その他	<p>基本的に賛成。(個人，法人)</p> <p>消費者にとって、独禁法はなじみの薄い法律であり、今般、個人情報等の取得又は利用においてどのような行為が優越的地位の濫用として問題となるか、本考え方によって具体的に示されたことは大変意義深いことであると考えます。(個人)</p> <p>一般消費者においては、具体例で挙げられているようなデジタル・プラットフォーム事業者による一方的な個人情報取得・収集のリスクについて全く危機感を持っていないため、行政の側において消費者利益が一方的に侵害されないように対応していく必要性は高いため、本「考え方(案)」の基本的方向性については全面的に賛成である。(弁護士)</p>	賛同の御意見として承ります。