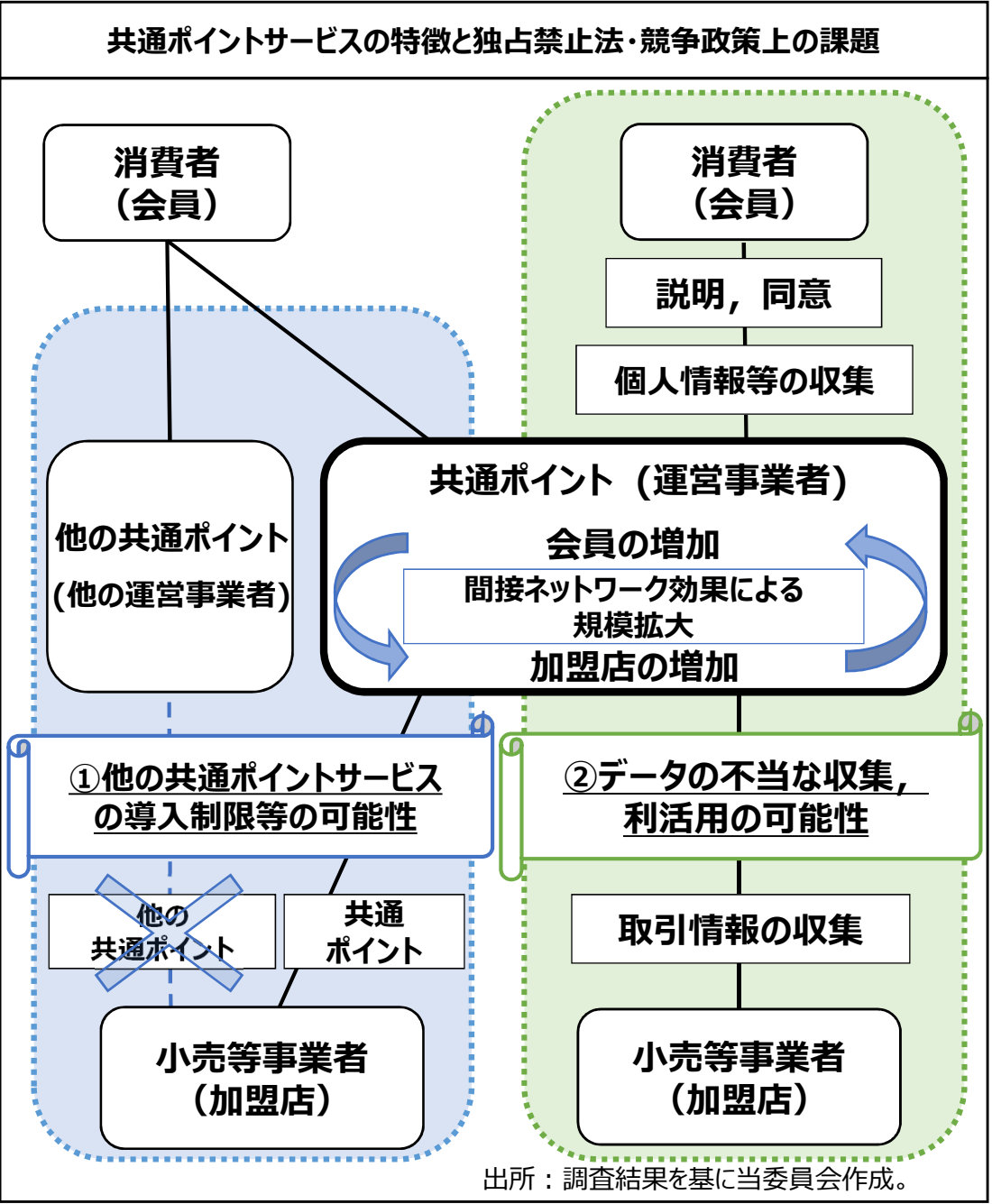


・ 共通ポイントは、加盟店における商品購入やサービス利用の際に、①運営事業者と小売等事業者の間の「加盟店契約」、②運営事業者と消費者の間の「利用規約」に基づき、取引額等に応じて加盟店から会員（消費者）に付与、利用されている。



共通ポイントサービスにおける独占禁止法・競争政策上の考え方

①他の共通ポイントサービスの導入制限等の可能性

加盟店が他の共通ポイントサービスを検討する場合に、運営事業者の事前承諾を必要とさせる事前承諾条項が存在。

多くの加盟店は運営事業者と個別の交渉ができていたが、一部の加盟店では、交渉に長期間を要したり、導入を断念。

市場における有力な運営事業者が、自社と競合する共通ポイントサービスの導入を制限する行為によって、他の運営事業者が排除されるなど市場閉鎖効果が生じる場合には、独占禁止法上問題（排他条件付取引等）となるおそれ。

⇒ 運営事業者は、加盟店が他の共通ポイントサービスの導入を希望した場合には、事前承諾条項があつたとしても、それが加盟店の制約とならないようにすることが望ましい。

②データの不当な収集、利活用の可能性

運営事業者は、消費者からデータを収集し、利活用。運営事業者は、その利用目的等を利用規約等で明示。

消費者は、利用規約等に同意して共通ポイントサービスの会員となる。しかし、利用規約等を読まずに会員となるケースが多く、利用規約を読んでも、半数以上の者が、十分に理解しているとは言い難かった。

⇒ 運営事業者は、利用目的、情報の提供先などについて、例えば、分かりやすい資料を作成し、常時、容易にアクセスできるようにするなど、消費者にできる限り分かりやすく説明を行うことが望ましい。

消費者は、利用規約や関連資料を読むなど、それらに対する理解を深めることが望ましい。