



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（案）

検討の経緯

「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…」について検討することとされたことを踏まえ、考え方を整理。

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・プラットフォームによる行為。

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・プラットフォームは消費者に対して優越した地位にあると認定。



具体的な考え方

2. 濫用行為となる行為類型

- 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。
(想定例) デジタル・プラットフォーマーA社が、個人情報を取得するに当たり、その利用目的を自社のウェブサイト等で知らせることなく、消費者に個人情報を提供させた。
 - 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・利用すること。
(想定例) デジタル・プラットフォーマーB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。
 - 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、個人情報を取得・利用すること。
(想定例) デジタル・プラットフォーマーC社が、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、サービスを利用させ、個人情報を提供させた。
 - 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。
(想定例) デジタル・プラットフォーマー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等とは別に、追加的に個人情報等を提供させた。
- ※ その他、デジタル・プラットフォーマーによる消費者が提供する個人情報等の取得・利用に関する行為が、正常な商慣習に照らして不当に消費者に不利益を与えることとなる場合。