

**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  
(案)」について**

# デジタル・プラットフォーマーと消費者間への優越的地位の濫用 規制適用に関する政府での検討経緯

## 未来投資戦略2018（2018.6閣議決定）

プラットフォームの寡占化が進む中で、（略）中小企業やベンチャーを含めた公正かつ自由で透明な競争環境の整備、イノベーション促進のための規制緩和（参入要件の緩和等）、デジタルプラットフォーマーの社会的責任、利用者への公正性の確保など、本年中に基本原則を定め、これに沿った具体的措置を早急に進める。



## 公正取引委員会・経済産業省・総務省

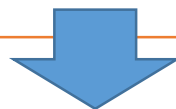
「デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会」を開催（2018.7～）

2018年12月18日公表の「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」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。



## 成長戦略フォローアップ2019（2019.6閣議決定）

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年夏までに行い、執行可能な体制を整備する。



公正取引委員会「デジタル・プラットフォーマー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）」公表（2019.8.29）

	公取委案	経団連意見
「デジタル・プラットフォーム」の定義	「 <u>情報通信技術やデータを活用して第三者にサービスの「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</u> するという特徴を有するもの」	EU等の諸外国の例を参考としながら、定義を <b>明確化のうえ、限定すべき</b> 。 ※EUの規制では、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、という2点を充足するものと定義している。
「個人情報等」の定義	「個人情報及び <u>個人情報以外の情報</u> 」	<u>「個人情報以外の情報」は、限定すべき</u> （例えば、「取り扱いによっては消費者に不利益を与える可能性がある情報」とするなど）。
優越的地位の認定基準	<p>「<u>消費者がデジタル・プラットフォーマーから不利益な取扱いを受けても、消費者が当該デジタル・プラットフォーマーの提供するサービスを利用するためにはこれを<u>受け入れざるを得ない</u>ような場合」</u></p> <p>「<u>優越的地位に通常当たるといえる事例</u>」</p> <p>①「消費者にとって、<u>代替可能なサービスが存在しない</u>場合」</p> <p>②「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・プラットフォーマーの提供するサービスの<u>利用を止めることが事実上困難</u>な場合」</p> <p>③「当該デジタル・プラットフォーマーが、その意思で、<u>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</u>地位にある場合」</p>	<p>○定義がBtoBに比べ緩やかなので、<b>定義を厳格化すべき</b>。 ※BtoBにおいては、「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、甲が乙にとって著しく不利益な要請等を行っても、乙がこれを受け入れざるを得ないような場合」としている。</p> <p>○優越的地位の認定の<b>基準となる消費者</b>は、個々の消費者ではなく、「<u>大多数の消費者</u>」とすべき。</p> <p>○<u>どのような場合に①～③に該当するかを具体的に示すべき</u>。</p>

優越的地位の濫用となる行為類型

「**①個人情報保護法と同様の規制となると思われる部分**」

- (1) 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」
- (1) 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」
- (1) 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、個人情報を取得すること」
- (2) ア「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こと」
- (2) 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、個人情報を利用すること」

「**②個人情報保護法を上回る規制と思われる部分**」

- (1) 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、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」
- (1) イ (注) 及び (2) ア (注) 「やむを得ず同意した」場合には、「消費者の意に反して」取得・利用したことになる。

「**①個人情報保護法と同様の規制となると思われる部分**」

- 利用目的の通知、消費者の同意の取得方法、目的外利用、第三者提供、安全管理措置等については、個人情報保護法上認められているプロセスを実践していれば、優越的地位の濫用にあたらぬことの確認を求める。

「**②個人情報保護法を上回る規制と思われる部分**」

- (1) エの「対価」とは別の「経済上の利益を提供させる」に関しては、限定的に解し、かつ、具体的な例示を行うべき。
- (1) イ (注) 及び (2) ア (注) の「やむを得ず同意した」に関しても、限定的に解し、かつ、具体的な例示を行うべき。また、個々の消費者ではなく、「大多数の消費者」を基準とすべき。

**公正取引委員会「企業結合ガイド  
ライン等の改定案」  
について**

# 1. 企業結合審査に関する現行ガイドライン

- ① 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（企業結合ガイドライン）  
公正取引委員会が企業結合審査を行う際の考え方をまとめたもの
- ② 「企業結合審査の手続に関する対応方針」  
企業結合審査における届出等の手続に関してまとめたもの

## 2. 現行の企業結合審査の概要

企業結合計画が届出基準（結合当事会社の国内売上高基準）以上か

以上

一定の取引分野の画定

当該取引分野の競争を実質的に制限するかの判断

以下

基本的に審査されない

※ただし、条文上は届出未満の企業結合計画に関しても審査できる

## 3. 企業結合ガイドライン等の改定の経緯

成長戦略フォローアップ2019（2019年6月21日 閣議決定）

デジタル市場においては、企業の市場シェアが小さくても、データの集積により競争阻害が生じるおそれがあることを踏まえ、企業買収によるデータ集積に起因する競争阻害を防止するため、デジタル市場におけるデータ集積等を考慮した審査の諸点に係る企業結合審査上の考え方について整理を行い、当該審査基準を2019年中に改正するとともに、売上を基準とした届出基準の在り方についても2019年度内に検討する。

公正取引委員会より「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」（上記①）及び「企業結合審査の手続に関する対応方針」（上記②）の改定案が公表（2019年10月4日）

## 4. 企業結合ガイドライン等改定案と経団連意見の概要

### 改定案

### 経団連意見

#### 一定の取引分野の画定

「プラットフォームにおける一定の取引分野の画定」

- 多面市場を形成するプラットフォームについては、基本的に、それぞれの需要者層ごとに「一定の取引分野」を画定するが、間接ネットワーク効果が強く働く場合には、包含した取引分野を重層的に画定する。

- 「間接ネットワーク効果が強く働く」の判断基準を具体的に示すべき。
- 重層的に市場画定の方法について、明確性確保の観点から、まずはそれぞれの需要者層ごとに競争上の問題を判断し、問題がある場合にのみ、包含した一つの取引分野の下で、さらに検証を行うというのも一案である。

#### 競争の実質的制限

「一定の取引分野における競争を実質的に制限するとは通常考えられないケース※の審査」

- 当事会社が競争上重要なデータや知的財産権等の資産を有するなど、市場シェアに反映されない高い潜在的競争力を有する場合には、審査を行う。

※HHI（市場での各社のシェアを2乗した数の合計）が以下のケース  
(1) 企業結合後1500以下  
(2) 企業結合後1500超2500以下であって、かつ、HHIの増分が250以下  
(3) 企業結合後2500超、かつ、HHIの増分が150以下

- データや知的財産等の重要性は、4つのV（①種類（variety）、②量、収集の範囲（volume）、③収集の頻度（velocity）、④他方当事会社の商品市場におけるサービス等の向上にどの程度関連するか（value））の観点から判断する。

- 重要なデータや知的財産権等を踏まえた高い潜在的競争力が、市場シェアを上回ると考えられるケースや基準・要件に関する説明を加えるべき。
- ①～④の要素を、それぞれどのように検討するかを具体的に示すべき。

## 「潜在的競争者との企業結合」

- 企業結合の一方当事会社が、データ等の重要な投入財を有し、仮に他方当事会社の商品市場や地域市場に参入すれば有力な競争者になることが見込まれる場合には、具体的な参入計画を有していないとしても、競争への影響が大きい。  
※データ等の重要性は、前掲の①～④などから判断

## 「研究開発」

- 当事会社が競合する財・サービスの研究開発を行っている場合には、当該研究開発の実態も踏まえて企業結合が競争に与える影響を判断する。

- 市場に参入する意思を全く持たない企業との結合も審査対象とするのは広範に過ぎるので、本項目を設けるべきではない。
- 仮に項目自体は設けるとしても、参入可能性で何らかの絞りを掛けるべきである。

- 事業者の予測可能性を担保するため、どのような審査方法を考えているのか具体的に示すべき。

## 届出基準（結合当事会社の国内売上高基準）に満たない企業結合計画の審査

- 買収対価の総額が400億円超で、かつ、以下の①から③のいずれかを満たす場合などには、届出基準未満でも公取委への相談が望まれ、相談がない場合には、公取委は審査を行う。
  - ① 被買収会社の事業拠点や研究開発拠点等が国内に所在する場合
  - ② 被買収会社が日本語のウェブサイトを開設したり、日本語のパンフレットを用いるなど、国内の需要者を対象に営業活動を行っている場合
  - ③ 被買収会社の国内売上高合計額が1億円を超える場合
- 買収対価400億円以下の場合、または、①～③を満たさない場合であっても、「国内の競争に与える影響について精査する必要がある場合には、企業結合審査を行う。

- 買収対価「400億円」の根拠を示すべき。
- 買収対価400億円超、かつ、①ないし③の要件をみたすことが、なぜ「競争を実質的に制限する」おそれがあるといえるのか示すべき。
- ②について、「国内需要者に向けた顧客誘引を目的とすると認められる日本語のウェブサイトを開設したり、同様の目的で日本語のパンフレットを用いるなど、国内の需要者を対象に営業活動を行っている場合」に限定すべき。
- ③について、削除あるいは額を引き上げるべき。
- 買収対価の額が400億円以下の場合、または、①から③を満たさない場合において、審査を行うべきと考える事例や、想定例などを示すべき。
- 「国内の競争に与える影響について精査する必要がある場合」との文言は、「国内の競争を実質的に制限するおそれについて精査する必要がある場合」に修正すべきである。