

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）
に対する意見

2019年9月30日

公正取引委員会事務総局経済取引局取引部企業取引課 御中

郵便番号 150-0013

住所 東京都渋谷区恵比寿 4-4-5 第3 伊藤ビル 603

名称 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム

常務理事 越智 政人

電話番号 03-5449-6409

電子メールアドレス info@mcf.or.jp

この度は、意見提出の機会をいただき誠にありがとうございました。以下のように意見を提出させていただきますので、何卒よろしく申し上げます。

MCF 意見

独占禁止法の運用における透明性、デジタル・プラットフォーマーの予見可能性を向上させるという考え方（案）（以下、「本考え方案」）の目的を達するには以下の理由から不十分であり再検討を求める。

1. 今般消費者取引に、独禁法を適用するという解釈は、法目的を逸脱している可能性があり、解釈によって消費者取引に適用するのであれば、新たな基本原則を示すべきである。

第一条（目的）

この法律は、私的独占、不当な取引制限及び不公正な取引方法を禁止し、事業支配力の過度の集中を防止して、結合、協定等の方法による生産、販売、価格、技術等の不当な制限その他一切の事業活動の不当な拘束を排除することにより、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、雇傭及び国民実所得の水準を高め、以て、一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とする。

「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、「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」、「継続して取引する相手方」(同号イ及びロ)や「取引の相手方」(同号ハ)に対し、不利益を与える行為を優越的地位の濫用としており、「取引の相手方(取引する相手方)」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。

このような前提に立った上で、独禁法を消費者取引に適用するのであれば、少なくとも以下のような基本原則を事業者取引及び消費者取引全般に渡って明らかにした上で、今回の個人情報等という狭い範囲での適用事例でなく、普遍的に法規制の範囲について予見可能性を高める基本原則の提示を求める。

また、非対称性のある消費者を保護するための法制度としては消費者契約法等がある。独禁法で、消費者取引における優越的な地位という概念を持ち込むのであれば、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である。

2. ガイドラインで示されたデジタル・プラットフォーマーと個人情報等の定義が広く、法規制の対象となるかどうかの外縁の判断がつかず、予見可能性を提示する目的を果たしていない。

特に考慮する「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・プラットフォーマーに特有なものではなく、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。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もとに取引を行うか否かを自己の判断で決定するに過ぎない。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。そのため、「本考え方案」に記載されるような考え方を基に規制化してしまうと従来の商取引の在り方そのものの是非が問われることとなり、事業の萎縮を招くおそれが強い。

3. 「本考え方案」においても言及されている通り、消費者は事業者との取引において取引条件が一方的に不利になりやすいことは周知の事実であり、そもそも事業者の優越的地位の濫用を防ぐことも含めて消費者契約法等により消費者保護が図られていると考えられる。「本考え方案」でも、「消費者に不利益を与えるとともに、公正かつ自由な競争に悪影響を及ぼす場合には」とあり、消費者の不利益を前提としているため、消費者保護に注力すれば足りるのではないかと考えられる。また、事業者と消費者の取引において、競争環境に悪影響を与えること自体が消費者に不利益を与えることでもあるため、まず消費者契約法等、既存の消費者法制での対応について十分に検討する必要があるのではない

か。そのうえで不足があれば、独占禁止法での規制が適当であるかを検討すべきである。

4. 守るべき法益が異なる場合には、他の法令による複数の規制が課せられることがあることは理解できるが、「本考え方案」では個人情報保護、消費者保護の観点で重複した過剰規制となる可能性が払拭できず、事業者、消費者共に混乱を招くおそれがあるため、十分な検討を求める。

5. 「「正常な商慣習に照らして不当に」の考え方」については、「公正な競争秩序の維持・促進の観点から個別の事案ごとに判断される」ものとされているものの、個人情報保護法その他の法令に違反する行為類型は別として、その他の行為類型について「優越的地位の濫用として問題となる」とするためには、「正常な商慣習に照らして不当」であるか否かを個別に検証すべきである。

なお、当該検証においては、(1)今般の民法改正において定型約款が設けられたように、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こと、(2)事業者及び消費者との取引形態の多様性に留意し、利用料の負担、又はこれに代わる消費者の不利益を前提として初めてサービス提供が可能となる場合も考えられることから、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適切であると考えます。

6. 再検討を行う上では、様々な規制との調整が必要と考えられるため、各省庁間で十分な連携を図ることは当然のこととして、有識者や事業者の意見を十分に聞き、開かれた場での透明性のある議論が行われることを強く求める。