

オーストラリアの競争・消費者委員会（ACCC）による デジタル・プラットフォームに関する調査

2019 年 2 月 28 日（木）

カライスコス アントニオス

京都大学大学院法学研究科准教授

1 調査の概要

- ・ 2017 年 12 月 4 日、オーストラリア政府（財務大臣）は、オーストラリア競争・消費者委員会（Australian Competition and Consumer Commission, ACCC）¹に対し、デジタル・プラットフォームに関する調査を行うよう指示した。
⇒ この調査は、オンライン検索エンジンやソーシャル・メディアおよびデジタル・コンテンツ・アグリゲータ（デジタル・プラットフォーム）が、メディアおよび広告サービス市場における競争に対してどのような影響を及ぼしているのかを確認することを目的とするものである。
- ・ 2018 年 12 月 10 日、ACCC は、同調査に関する中間報告書²を公表した
⇒ 2019 年 2 月 15 日が同報告書に関する意見募集（パブリックコメント）の締切日となっており、最終報告書は 2019 年 6 月 3 日に公表される予定である。

2 消費者に関連する主な調査結果

報告書の第 5 章は、「デジタル・プラットフォームと消費者」というタイトルのものである。以下では、同章の消費者に関する主な調査結果の概要を紹介する。

- ・ デジタル・プラットフォームは、消費者に対し、広範かつ貴重なサービスを、時として金銭的な対価なくして、消費者の注目とそのユーザー・データと引き換えに提供している。多くのデジタル・プラットフォームは大量かつ多様なユーザー・データを、ユーザーがデジタル・プラットフォームのサービスを利用する際に積極的に提供しているものを超えて収集することができる。
- ・ 消費者は、プライバシーに関する要望やプライバシーに対する認識の程度がそれぞれ

¹ オーストラリア政府の独立機関。消費者および事業者の権利の保護、事業者の義務の遵守徹底等を主な目的としている。

² 報告書の原文は、<https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries/digital-platforms-inquiry/preliminary-report> からダウンロード可能である（2019 年 2 月 22 日最終アクセス）。

異なる。消費者が情報を得た上でプライバシーやデータ収集に関するその要望に沿った選択ができるよう、適切に情報提供を受け、自己のユーザー・データに対する十分なコントロールを与えられることが望ましい。

- ・ 現状では、消費者とデジタル・プラットフォームとの間の関係の特徴付ける複数の要素によって、消費者が情報を得た上で選択することが妨げられる可能性がある。そのような要素には、デジタル・プラットフォームが消費者に対して有する交渉力、デジタル・プラットフォームと消費者との間の情報の不均衡性、消費者が自らのユーザー・データを提供することの現在および将来におけるコストを正確に評価することが本来的に困難であることも含まれる。
- ・ 多くのデジタル・プラットフォームは、いわゆる「いやならやめろ (take-it-or-leave-it)」型の範囲の広い様々な同意を束ねる条項によって構成されるクリップ・ラップ契約を用いて、データの取扱いに対する消費者の同意を求めている。
- ・ デジタル・プラットフォームにおけるこのような同意プロセスは、デジタル・プラットフォームの交渉力を高めるとともに、情報の不均衡性を深刻化させており、消費者が、デジタル・プラットフォームによる自己のユーザー・データの収集、使用および開示について有意義な同意を与えることを妨げている。
- ・ 多くのデジタル・プラットフォームのプライバシー・ポリシーは長く、複雑で抽象的であり、読み進めるのが困難である。また、そこでは、「個人情報 personal information」のような基本的概念について互いに異なる説明がされており、このことは、消費者に著しい混乱を生じさせる可能性がある。
- ・ 消費者が位置追跡、ターゲティング広告を目的とするオンライン追跡および第三者とのデータ共有を特に懸念しているにもかかわらず、このようなデータの取扱いは、一般的に、デジタル・プラットフォームのプライバシー・ポリシーによって認められている。
- ・ 多くの消費者は、データの特定の取扱いからオプト・アウトする（そのような取扱いの対象とならないことを選択する）ことを望み、いくつかのデジタル・プラットフォームでは、消費者に対して広範なプライバシー・コントロールが提供されているかのような印象を与えられている。しかし、そのようなデータの取扱いからのオプト・アウトは、デジタル・プラットフォームの利益に沿わない可能性があり、デジタル・プラットフォームは、消費者に、自己のユーザー・データの収集、使用および開示について有意義なコントロールの可能性を与えていないことがある。
- ・ デジタル・プラットフォームの中には、心理的バイアスまたは行動バイアスを利用して、ユーザーが、プライバシーを侵害するデフォルトや事前選択等、自己のプライバシーを侵害する選択をするよう仕向けている。
- ・ オーストラリアでは、個人情報の収集、使用および開示は、主にプライバシー関連法によって規制されている。消費者に情報を提供し、消費者への権利付与を行う強固なプライバシー保護は、競争、イノベーション、およびデジタル市場における個々の消費者

の福祉を促進することができる。

- ユーザー・データの収集、使用および開示に関するオーストラリアの既存の規制枠組みは、デジタル・プラットフォームと消費者との間の情報や交渉力の不均衡性を利用するデータの取扱いを効果的に阻止するものとはなっていない。