

デジタルプラットフォームによる不公正なデータ慣行の規制における競争と消費者保護の交錯

代表研究者 早 川 雄一郎 立教大学法学部 准教授

1 はじめに

デジタルプラットフォーム（以下、「DPF」という）は、情報通信技術やデータを活用してオンラインサービスを提供し、利用者に便益を提供する一方で、競争上・消費者保護上の様々な懸念を引き起こしている。本研究は、DPF が、利用者の個人データに関連して行う不公正な慣行のうち、競争と消費者保護の境界領域の問題に焦点を当て、日豪米比較法研究を通じて日本の望ましい規制のあり方を考察する。

DPF による消費者に対する不公正なデータ慣行（例えば、データの不当な取得・利用や不利益条件の一方的設定・変更、プライバシーに係る不当表示等）について、日本では、公正取引委員会が、個人データが DPF のサービスの「対価」であるという発想の下で、独禁法の優越的地位の濫用規制の下で対処する考え方を 2019 年に公表した。しかし、現実の規制例はない。景表法等の消費者保護規制を活用する動きも乏しい。これに対して、豪州や米国では、競争消費者当局が消費者保護規制を用いて対処した先例があり、豪州では、不公正な契約条項の規制強化や DPF に対する新規立法提案等の重要な変化も進行中である。本研究では、日豪米の比較検討を通じて、デジタル分野における不公正なデータ慣行に対する日本の優越的地位の濫用規制、景表法等の消費者保護規制、個人情報保護法の役割分担について考察した。

本報告書では、本研究の成果として、①不公正なデータ慣行の規制における豪州消費者法とプライバシー法の基本的役割分担（「2」）、②豪州消費者法における規制の動向（「3」）、③豪州プライバシー法における規制の動向（「4」）、④日本法や米国法との比較を交えた考察（「5」）を記す。なお、DPF の行為だけでなく、近時のデジタル分野に特徴的な問題も検討対象に含めている。

2 不公正なデータ慣行の規制における豪州消費者法とプライバシー法の基本的役割分担

日本では、消費者に対する不公正なデータ慣行の規制をめぐって、独禁法（優越的地位の濫用）と個人情報保護法の役割分担が議論になった（公取委（2019）、個情委（2019））。豪州では、豪州消費者法（Australian Consumer Law、以下、「ACL」という）とプライバシー法の役割分担が問題になっている。豪州競争消費者委員会（Australian Competition and Consumer Commission、以下、「ACCC」という）は、消費者の個人情報に関わる問題については、第一次的にはプライバシー法によって豪州情報コミッショナー事務局（Office of Australian Information Commissioner、以下、「OAIC」という）が対処するのが最善であるとしつつ、プライバシー法の範囲を超える問題もありうることから、一定の場合には ACL によってカバーされるという立場を示している（ACCC（2022））。

3 豪州消費者法による規制

3-1 豪州消費者法の基本的な仕組み

ACL は、公的規制と私法上の法律関係の双方に渡って、消費者保護に関する多様なトピックを統合した統一的な消費者法である（日本の景表法、消費者契約法、特定商取引法、製造物責任法、消費生活用製品安全法等に相当する規定を含む）。

ACL の実体法部分は、一般保護条項（General Protections）と特定保護条項（Specific Protections）からなる。一般保護条項には、欺瞞的行為、非良心的行為、不公正な契約条項の 3 類型があり、第四の類型として不公正な取引慣行を追加するかどうかをめぐる議論が行われている（後記 3-3）。特定保護条項には多様な規定があるところ、本研究に関連するのは、様々な特定事項に関する不当表示や欺瞞的行為（以下、「特定不当表示等」という）の規制である。

エンフォースメントにおいては様々な手段が用意されているところ、規制当局による公的執行の手段としては、裁判所への民事制裁金、差止、損害賠償命令等の申立てや、規制当局限りで事件を終結させる仕組み

として、執行可能な確約や反則通知の制度がある。民事制裁金については、一般保護条項の欺瞞的行為は対象外であり、非良心的行為、不公正な契約条項（2022 年改正によって民事制裁金の対象に追加）、特定不当表示等は対象となる。欺瞞的行為の事案では、特定不当表示等に係るいずれかの規定の要件を同時に満たすことが多く、後者の違反に基づいて民事制裁金が請求される事例が散見される。

3-2 消費者の個人情報に関わる、ACL の下での ACCC による規制

デジタル事業者による消費者の個人情報に関する行為に関して、ACCC が ACL 違反を主張して民事制裁金を求めて裁判所に提訴した先例が、4 件ある。

HealthEngine 事件では、クリニック予約プラットフォームサイト運営事業者である被告が、保険業者との間で、被告のサイトを通じて診療予約をした利用者の非医療個人情報を提供する代わりに手数料を受け取ることに合意し、利用者の個人情報を保険業者に提供したことに関連して、利用者に対する欺瞞的行為と特定不当表示等を行ったとされ、民事制裁金 140 万豪ドル（他の違反行為と合計で 290 万豪ドル）を課された。

Google 事件（位置情報事件）では、Google が、Google サービスと Android OS の設定に関連して、位置情報の取得や利用について消費者を誤認させたとして、欺瞞的行為と特定不当表示等を行ったとされ、民事制裁金 6 千万豪ドルを課された。

Google 事件（設定変更事件）では、Google が広告事業を拡大した際に、アカウント保有者の Google サービス上での活動に関するデータを第三者のウェブサイト・アプリ上での活動に関するデータと結合することについての同意を得ようとした方法に関連して、欺瞞的行為や特定不当表示等を行ったかどうかが争点になったが、連邦裁判所は、アカウント保有者に対する Google の通知は十分であり、合理的な消費者が誤認させられるものではなかった等と判断し、違反行為なしとした。

ともに Meta 社の子会社である被告 Facebook Israel と被告 Onavo の事件では、無料の VPN アプリを提供していた被告らが、当該アプリを通じて利用者からオンラインやアプリの利用に関する広範なデータを取得し、Meta 社に提供していたことに関連して、欺瞞的行為と特定不当表示等を行ったとされ、それぞれ民事制裁金 1 千万豪ドルを課された。

なお、個人情報以外のデジタル分野のトピック（ドリップ・プライシング、ロコミや評点の操作、サブスクリプションにおけるダーク・パターン等）に関して ACL 違反が指摘された事例（大部分が欺瞞的行為・特定不当表示）が相当数存在する（早川（2026））。

3-3 ACL 改正に向けた動向

以上のように、デジタル分野における ACL の規制事例は欺瞞的行為・特定不当表示等の分野に集中している。これは、現状の ACL の下では、欺瞞的行為や特定不当表示等の要件を満たす場合でなければ、不公正なデータ慣行を規制することが困難であることを部分的に反映している。そこで、以下のように、ACL の改正に向けた動きが進行している。

ACCC は、2010 年代後半から 2020 年代半ばにかけて、DPF に関する市場調査を度々実施した。その際に、消費者のデータ・プライバシーをめぐる問題についても検討された。情報の非対称、交渉力の不均衡、行動上のバイアスに関わる様々な問題が検討され、消費者からの同意の獲得方法をめぐる問題（クリップラップ同意、全か無かの同意、複数の事柄に関する包括的な同意など）、プライバシーポリシーの長さや複雑さ、曖昧さをめぐる問題、ユーザーインターフェイスに関わる様々な問題が指摘された（ACCC（2019））。ACCC は、現在の ACL の下では規制困難な行為が存在することを指摘し（なお、プライバシーに関する問題だけではなく、DPF だけの問題でもない）、ACL を改正して不公正な取引慣行（unfair trading practices）の規制を追加することを提言した（ACCC（2019）、ACCC（2022））。

以上の ACCC による提言も受ける形で、財務省は、不公正な取引慣行の規制の導入に向けた諮問と補足諮問を実施した。2024 年後半に行われた補足諮問では、ACL の一般保護条項と特定保護条項の双方における規制の導入に向けて、より具体的な案や方向性を提示したうえでの意見募集が行われた（Treasury（2024））。すなわち、一般保護条項については、①消費者の経済的意思決定若しくは行動を、不合理に歪め若しくは操作し、又は、それらのおそれがあり、かつ、②消費者に実質的な不利益（金銭的なもの又はその他のもの）を引き起こし、又はそのおそれのある行為という案が提示され、例示リスト（灰色リスト）の案として、①重要な情報の省略、②不明確、難解、曖昧又は適時でない方法で重要な情報を消費者に提供すること、③契約上又はその他の法的権利を消費者が行使する能力を阻害すること、④消費者の経済的な意思決定を不当に抑圧し、妨害し、又は阻害するようなデザインを、オンラインの消費者とのインターフェイスにおいて使用すること、が列举された。特定保護条項については、①サブスクリプションに関連する慣行、②ドリップ・プ

ライシング、③ダイナミック・プライシング、④商品購入時のオンラインアカウント作成義務、⑤カスタマーサポートへのアクセスの障壁、の5項目を挙げて、ACLの既存の条項で十分であるかどうかを含め、関連する質問に対する意見が求められた。

ACCCは、財務省の案に対する意見を提出した（ACCC（2024））。一般保護条項の財務省案については、基本的な方向性に賛成しつつ、①「消費者」への言及を削除すること（事業者間取引も対象に含めるため）、②行為に係る要件から「不合理」という文言を削除すること（被害の要件と重複するため）、③灰色リストにさらに6つの例を追加するべきであることを主張した。特定保護条項に関する提案のうち、消費者の個人情報に関連する問題として、（オンラインアカウントを作成することなく）「ゲスト」として支払いをするオプションの提供をオンライン小売業者に義務付ける案について、好意的なコメントをしている。

以上のように、ACLに不公正な取引慣行の規制を導入するための具体的な検討が進められている。

4 プライバシー法による規制

4-1 プライバシー法の基本的な仕組み

豪州のプライバシー法は、その名称にかかわらず、主に個人情報の取扱いに関する事柄を規制している。

実体的な規律としては、プライバシー法の別表1所定の「豪州プライバシー原則（Australian Privacy Principles、以下、「APP」という）」が重要である。例えば、センシティブ情報の同意なき取得の原則禁止、不公正な手段による個人情報の取得の禁止、取得した目的とは別の目的で個人情報を利用又は第三者開示することの原則禁止、個人情報を保護するための合理的な手段を講じる義務など、個人情報の取扱いに関する多岐に渡る禁止や義務が定められている。APPの遵守対象者（小規模事業者の適用除外あり）が、個人に関する個人情報に関連してAPPに違反すると、「個人のプライバシーに対する干渉（an interference with the privacy of an individual）」（以下、「プライバシー干渉」という）とされ、様々なエンフォースメントの対象になりうる。APPの他には、データ侵害に関する通知その他の義務が規定されているほか、特定の分野を対象にした行為準則であるプライバシーコードに関する規定も設けられている。

プライバシー干渉に係るエンフォースメントについては、プライバシー法を所管するプライバシーコミッショナーが、公的規制と私人間の紛争の裁定の双方の機能を担っている。公的規制については、コミッショナーのイニシアティブで事件調査を開始し、事案によって、裁判所に民事制裁金や差止を申し立てることや、コミッショナーの（行政的な）決定を通じて、当該行為の反復・継続の禁止、被害者が特定の金額の損害賠償を受ける資格があること等を宣言すること（コミッショナーの決定には拘束力はなく、終局的なものでもない）ができる。民事制裁金については、従前は重大なプライバシー干渉又は繰り返しのプライバシー干渉が対象であったが、2024年改正法によって、重大とまでは言えないプライバシー干渉も民事制裁金の対象とされ、軽い類型については反則通知を通じて効率的に事案を解決する制度も併せて整備された。

以上の公的規制に対して、プライバシー干渉を受けた私人が申立人となり、プライバシー干渉を行った者を被申立人としてコミッショナーに申立てを行い、プライバシー干渉の有無や損害賠償等についてコミッショナーが裁定をする仕組みもある。

4-2 プライバシー法の下でのOAICによる規制

プライバシー法の先例は多数存在するところ、以下では、米国において連邦取引委員会（Federal Trade Commission、以下「FTC」という）がFTC法の消費者保護規制を使って対処している様々なトピックのうち、豪州ではプライバシー法によって対処されている同等のトピックの概要を整理する。

（1）データセキュリティ

例えば、ホテル運営事業者のセキュリティ対策が不十分であったため、外部からの不正アクセスを受けて利用者の支払用カード情報が漏えいして利用者に被害が発生した場合、広い意味では消費者被害の一種であるとも言える。米国では、連邦レベルでの民間部門に関する個人情報保護法が未だに制定されていないこともあり、そのような問題に対して、FTCがFTC法の消費者保護条項を使って対処しているが、豪州では、プライバシー法が定める安全管理措置（APP11.1）等に関する問題として処理されている。グローバル企業によるデータ漏洩が世界規模で問題になった例として、UberやMarriott=Starwoodのデータ漏洩事案では、同様の事実関係に関して、米国ではFTCが消費者保護規制を用いて対処され、豪州ではプライバシー法に基づいて規制されている。

データセキュリティの事案のエンフォースメントにおいては、セキュリティプログラム等が課されるのが

基本であるが、豪州では、金銭措置の対象になる事例もある。私人申立ての事例において、損害賠償（非経済的損失（精神的苦痛）の事例が中心）が認められる事例があるほか、コミッショナーは、センシティブデータを含む大規模なデータ漏洩を引き起こした Australian Clinical Labs や Medibank に対して、民事制裁金を求めて提訴している。

（２）フェイスブックのケンブリッジ・アナリティカ事案

2010 年代後半に、Facebook ユーザーの「友達」が利用するアプリを介して、ユーザープロフィール情報がデータ分析・コンサルティング事業者 Cambridge Analytica 社に流出し、政治キャンペーンにも利用され（いわゆるマイクロターゲティング）、米国大統領選挙や英国の EU 離脱国民投票への影響も取り沙汰されるなど、世界的に社会問題になった。

この問題について、米国では FTC が消費者保護規制によって対応し、Facebook に 50 億ドルの民事制裁金等が命じられたが、多くの法域では個人情報保護法によって対処されており、豪州においてもコミッショナーがプライバシー法に基づいて事件遂行した。すなわち、コミッショナーは、米国 Facebook 社とアイルランド Facebook 社 が、特定された目的以外の目的による同意なき第三者開示（APP6.1 違反）等を行ったと主張し、民事制裁金を求めて両社を提訴した。訴訟では、米国 Facebook 社が豪州で事業活動を行っていることと、豪州で個人情報を取得・保有していることが一応示されているのかどうかが先行して争点となり、裁判所が積極的判断を下して本案審理に移行したのち、コミッショナーと Meta 社（Facebook 社が名称変更）との間で和解が成立し、執行可能な確約によって事件は終結した。

確約において、Meta 社は、問題の行為によって損害を受けたことが懸念されるユーザーへの支払プログラムの実施に合意した。支払プログラムは、対象となる利用者を、①一般的な心配や気まずさ（embarrassment）を超える特定の経済的・非経済的損害を受けた者（class 1）と、②一般的な心配や気まずさによる損害のみの者（class 2）とに区別し、独立の第三者である管理者による管理の下で、Meta 社が 5 千万豪ドルを管理者に拠出して実施されることとされた（仮に残額が出た場合、当該残額は国庫に支払うこととされた）。

（３）顔認識技術に関わる 4 つの事例

先端技術に関わる問題として、近時、顔認識技術に関する事例が相次いで出ており注目される。米国では、顔認識技術に係る欺瞞的行為や不公正な行為が指摘された FTC の事例が複数件出ているが、豪州では、プライバシー法の下で議論されている。

7-Eleven 事件では、コンビニエンスストアチェーンが店舗の端末で任意のアンケート調査を実施した際に、一定時間以内に同じ端末で複数回回答した回答者を追跡するために顔認識技術を利用した行為に関連して、プライバシー法上の問題が指摘された。ClearviewAI 事件では、いわゆるスクレイピングによって公開サイトから自動で取得した大量の顔画像を基礎として、顔認識技術を利用するサービスを、法執行及び国家安全保障の目的で政府顧客に提供したことに関連して、プライバシー法上の問題が指摘された。Bunnings 事件（不服審判係属中）と Kmart 事件（不服審判申立てを検討中との報道あり）では、小売店事業者が店舗の監視の一環として顔認識技術を利用した行為に関連して、プライバシー法上の問題が指摘された（Bunnings 事件と Kmart 事件の間で事実関係は相当に異なる）。

いずれの事例においても複数の APP 違反が争点になっているところ、この種の事案で最も基本となるのが、センシティブ情報の同意なき取得（APP3.3 違反）と、例外要件該当性である。以下、関連する主要な論点を紹介する。

まず、センシティブ情報該当性について、2012 年プライバシー法改正によって、①自動バイオメトリック認証（verification）又はバイオメトリック識別（identification）（前者は一对一の照合、後者は一体多数の照合を指す）の目的で利用されるバイオメトリック情報、又は、②バイオメトリックテンプレートが、センシティブ情報に含められた。4 つの事例のいずれにおいても、それぞれの事業者がカメラやスクレイピング（ClearviewAI 事件）によって捕捉した個人の顔画像、及び、顔画像から生成され、個人の顔の特徴をデジタル的・数学的に表現したものであるベクターのそれぞれについて、被審人らの照合システムにおいて利用されていたこと等の事実関係を踏まえて、センシティブ情報該当性が認定された（顔画像は①に該当、ベクターは①と②の双方に該当）。「取得」該当性については、顔画像からベクターを生成する行為はベクターという個人情報の「取得」に当たると解される。Bunnings 事件では、全ての入店者の顔画像を閉回路テレビ（CCTV）によってキャプチャしてベクター化し、監視対象者等に関する被審人のデータベースと照合し、一致しなかった場合には平均 4.17 ミリ秒で当該顔画像とベクターが自動的に削除されていたものの、瞬間的であっても照合プロセスを実行するために被審人のサーバーに含められていたこと等から、「取得」に該当する

とされた。同意の有無については、*ClearviewAI* 事件において、インターネット上の公開サイトから顔画像を取得したことから黙示の同意があるのかが争点となったが、ソーシャルメディアに画像をアップロードする行為は、未知の第三者による商業目的での当該画像の取得に合意したことを明確に示すものではないこと等を踏まえて、同意の存在は否定された。

例外的な許容事由の要件を満たすのかどうかは、*ClearviewAI* 事件、*Bunnings* 事件、*Kmart* 事件において主要な争点となった。*ClearviewAI* 事件では、被審人のサービスが法執行機関に提供されていたことを踏まえ、個人の生命・健康・安全や公衆衛生・公衆安全への重大な脅威の防止による例外（以下、「脅威の防止の例外」という）の要件を満たすかどうか争点になったが、取得された情報の一部が法執行にとって有用であるかもしれないとしても、被審人のデータベースに含まれる 30 億以上の画像の個人の大部分は犯罪に巻き込まれたことも今後巻き込まれることもないこと等から、当該情報の取得が、単に望ましいあるいは便利であるというだけでなく、目的のために必要であることの証拠はないとされた。*Bunnings* 事件では、脅威の防止の例外と、事業者の機能や活動に関連する違法行為や重大な非行に対する適切な措置の例外（以下、「違法行為等に対する措置の例外」という）のそれぞれについて検討され、被審人の顔認識監視システムの適合性、代替手段、比例性について詳細な検討をしたうえで、例外要件を満たすことが否定された。特に、被審人の顔認識監視システムが、あくまで比較的少数の個人が行う限定的な状況のみに対処する補完的なツールにすぎないのに（被審人の顔認識監視システムの仕組み上、再犯に対応するものであって、単発の違法行為への対処には役に立たなかった）、センシティブな個人情報を大規模かつ無差別に取得することへの問題意識が強調されている。*Kmart* 事件では、違法行為等に対する措置の例外（この事件では、返金詐欺に対する適切な措置を講じるために顔認識技術が利用された）が争点となり、コミッショナーは、適合性、代替手段、比例性を詳細に検討し、例外要件が満たされることを否定した。

4-3 プライバシー法の改革をめぐる動向

プライバシー法の改革の必要性も指摘されており、2023 年に司法省が公表したプライバシー法見直し報告書（Privacy Act Review Report）や ACCC（2019）において、改正に向けた提言がなされた。それらの提言も踏まえた第一弾の改正が 2024 年に行われており、今後、第二弾の改正が行われる可能性がある。

2024 年改正の内容は多岐に渡る。主な内容を挙げると、第一に、上述の民事制裁金の対象の拡大など、エンフォースメントの強化が図られた。第二に、目的規定が改正され、列挙された目的に、「プライバシー保護における公共の利益を認識すること」が追加された（2A 条(1)項(aa)号）。第三に、上述のプライバシーコードに関して、従前は業界団体等による策定が基本であり、コミッショナー主導でコードを策定する余地はほとんどなかったが、改正法は、司法長官の指示の下でコミッショナーがコードを策定する余地を開いた。これは、ACCC（2019）が提言していた DPF に対するプライバシーコードの制定につながる可能性がある。第四に、児童オンラインプライバシーコードを策定することとされた。第五に、重大なプライバシー侵害（個人情報の取扱いの問題に限定されない）に係る制定法上の不法行為の制度が導入された（ジャーナリスト等に関する適用除外規定が設けられるなど、プライバシー保護が不十分であるとして批判もなされている）。

プライバシー法見直し報告書等で提言された事柄のうち、2024 年改正には含められず、今後の検討に委ねられている事柄として、個人情報の定義の改正、「取得」の定義の改正（推測情報や生成情報の保護の明確化）、非識別化情報に関する改革、小規模事業者適用除外の段階的廃止、同意やデフォルト設定に関する改革、個人情報の取得・利用・第三者開示に関する公正で合理的な取扱い原則の導入等がある。

5 結論と展望

以上のように、豪州では、不公正なデータ慣行に関して ACL の規制とプライバシー法の規制が補完的な形で活用されている。第一次的にはプライバシー法によって対処されるのが望ましいと考えられていることから、ACL の先例は少数であるものの、上述の 4 つの提訴事例はいずれも DPF が関係する重要事例である。

（米国 FTC の規制との対比も踏まえると）、データ慣行に関して、ACL のような消費者保護の発想に基づく規制との親和性がより高まるのは、関連する商品・サービスと、問題となるデータ・プライバシーに関わる事柄との間での関連性がより強い場合である。より具体的には、第一に、問題の行為が、取引相手に対する行為なのかどうかという点が関連する。米国 FTC の規制では、取引相手以外に対する不公正な行為が指摘された事例が少なからず存在したが、専ら被害に焦点を当てる当該規制の特殊性によるものであり、豪州の現状のように、消費者取引に係る不当な行為としての対処を想定する場合、取引相手以外に対する行為（あ

るいは、取引そのものからはやや遠い文脈で行われた行為)を消費者法の下で取り上げるのは困難である(例えば、*Clearview AI* 事件のように、情報主体の知らないところでの個人情報の取扱いが問題になる事例について、消費者法によって対処するのは困難なことが多からう)。第二に、データ・プライバシーに関わる事柄の、商品やサービスへの勧誘における重要性は、特に欺瞞的行為や特定不当表示等の成否に強く関連する。例えば、上述の Facebook Israel と Onavo の ACL 違反事件では、セキュリティがサービスの中心的内容そのものであると言える VPN サービスにおける誤認させる表示が問題になった。このような事件は、データ・プライバシーに関わる事柄が消費者保護の観点から問題になる最も典型的な事例の一つであると言える。第三に、問題の行為によってもたらされる不利益に関わる視点については、プライバシー法の下でも損害賠償がしばしば行われていることから示唆されるように、プライバシー法上問題がある行為によっても個人の不利益は生じることから、単に消費者に不利益が生じたというだけで、消費者法とプライバシー法のどちらにより親和的であるのかを導くことはできない。引き起こされた不利益の性質や、当該不利益を引き起こす行為の性質が、消費者保護のロジックと個人情報保護のロジックのどちらにより馴染みやすいのかが重要になる。

以上に対して、消費者のデータ・プライバシーに係る問題についてはプライバシー法による対処がそもそも基本であるところ、プライバシー法の規制ロジックとの親和性をさらに高める要素としては、個人情報の取扱いに関する専門技術的な事柄が問題になっているのかどうかという点が挙げられる。例えば、データセキュリティの問題のように、情報技術やその管理に関わるテクニカルな事柄が問題になる場合や、*Clearview AI* 事件、*Bunnings* 事件、*Kmart* 事件のように、個人情報の利用と権利保護との間での比較衡量が求められる場合、そのような判断により適するのはプライバシー法であろう。

以上の豪州の規制は、日本の消費者法、独禁法(優越的地位の濫用)、個人情報保護法の規制や役割分担について考えるうえで参考になる。もっとも、日本では、そもそも消費者保護規制が不十分であるという問題がある(例えば、ACLに見られるような一般規制条項がなく、景表法の不当表示規制も要件が限定的である。あるいは、消費者委員会(2025)も参照)。立法論として、欺瞞的行為に係る規制の強化や、不公正な取引慣行に関する規制の導入について検討する必要があると考えられる。そのような立法が難しい場合には、独禁法の優越的地位の濫用規制や不当な顧客誘引の規制の活用を考える必要があろう(川濱(2024)参照)。

【参考文献】

- ACCC, *Digital Platforms Inquiry: Final report* (June 2019)
ACCC, *Digital Platform Services Inquiry: Interim report No. 5 – Regulatory reform* (September 2022)
ACCC v Google LLC [No 2] [2021] FCA 367
ACCC v Google LLC [No 4] [2022] FCA 942
ACCC v Google LLC [No 2] [2022] FCA 1476
ACCC v HealthEngine Pty Ltd [2020] FCA 1203
ACCC v Meta Platforms Inc [2023] FCA 842
ACCC, *Unfair trading practices: Consultation on the design of proposed general and specific prohibitions* (December 2024)
Attorney-General's Department, *Privacy Act Review Report* (Report, 16 February 2023)
Australian Information Commissioner v Australian Clinical Labs Limited (Filed, 24 November 2023)
Australian Information Commissioner v Medibank Private Limited (Filed, 19 June 2024)
Clearview AI Inc and Australian Information Commissioner [2023] AATA 1069 (8 May 2023)
Commissioner initiated investigation into Bunnings Group Limited (Privacy) [2024] AICmr 230 (29 October 2024)
Commissioner initiated investigation into Clearview AI, Inc. (Privacy) [2021] AICmr 54 (14 October 2021)
Commissioner initiated investigation into Kmart Australia Limited (Privacy) [2025] AICmr 155 (26 August 2025)

Commissioner initiated investigation into 7-Eleven Stores Pty Ltd (Privacy) (Corrigendum dated 12 October 2021) [2021] AICmr 50 (29 September 2021)

Commissioner Initiated Investigation into Uber Technologies, Inc. & Uber B.V. (Privacy) [2021] AICmr 34 (30 June 2021)

Facebook Inc v AIC [2022] FCAFC 9

Marriott International: enforceable undertaking (7 February 2023) (available at <https://www.oaic.gov.au/privacy/privacy-assessments-and-decisions/privacy-decisions/enforceable-undertakings/marriott-international-enforceable-undertaking>)

Meta Platforms, Inc.: enforceable undertaking (17 December 2024) (available at <https://www.oaic.gov.au/privacy/privacy-assessments-and-decisions/privacy-decisions/enforceable-undertakings/meta-platforms-inc-enforceable-undertaking>)

Treasury, *Unfair trading practices: Consultation on the design of proposed general and specific prohibitions* (November 2024)

板倉陽一郎＝寺田麻佑「オーストラリアプライバシー法改正の動向」情報処理学会研究報告 Vol.2024-DPS-201 No.19 (2024)

川濱昇「独占禁止法と消費者」公正取引 885 号 4 頁 (2024)

公正取引委員会「デジタル・プラットフォーム事業者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」(令和元年12月17日)

個人情報保護委員会「『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)』に関する個人情報保護委員会の考え方について」(令和元年 8 月 29 日)

消費者委員会・消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会報告書」(令和 7 年 7 月)

早川雄一郎「豪州のデジタル分野における消費者保護規制」河谷清文ほか編『企業法・経済法の本質的課題——山部俊文先生古稀記念論文集』(中央経済社、2026 年刊行予定)

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
デジタル時代の消費者保護・個人情報保護・競争—データ・プライバシーに係る米国と豪州の規制を手がかりに	関西経済法研究会（オンライン）	2026 年 2 月 7 日（予定）
豪州のデジタル分野における消費者保護規制	『企業法・経済法の本質的課題——山部俊文先生古稀記念論文集』	2026 年（予定）