研究員の眼

Meta のデジタル市場法違反

欧州委員会による暫定的見解

保険研究部 専務取締役研究理事　松澤　登
(03)3512-1866　matuzawa@nli-research.co.jp

2024 年 7 月 1 日、欧州委員会は Meta に対して、Meta の「支払か同意か(Pay or Consent)」広告方式がデジタル市場法(Digital Markets Act)違反であるとの暫定的見解を通知したことを、同日付でプレスリリースした。

該当条文はデジタル市場法 5 条 2 項である。同項においては、指定された Gatekeeper（プラットフォームの提供者、本事案では Meta)は、指定されたコアプラットフォーム(本事案においては Facebook、Instagram) 利用者の個人情報を他のサービスと結びつける場合には、利用者の同意を得なければならないとする。そして、この同意を得られなかった場合には、より個人的でない（Less personalized）が、同等のサービスを受けられるようにしなければならないとする規定（以下、本規定）である。なお、本事案において結び付けられるサービスとは個人向けに特化した広告サービスである。

本規定は巨大プラットフォーム提供者（Gatekeeper）がサービス提供にあたって大量の個人情報を収集し収益化することにより、Gatekeeper ほど大きな顧客基盤を持たない競合事業者がオンライン広告や SNS といったサービスを提供するにあたっての参入障壁が高くなることを防止するためのものである。

Pay or Consent 広告方式は、Meta が本規定導入への対応として、利用者の個人情報を広告に利用するための同意を取ることとしたものである。その選択肢としては、ⅰ）広告なし版の SNS を有料で利用するか、ⅱ）個人向け特化型広告あり版の SNS を無料で利用するか、の 2 択としたものである。

欧州委員会はこのような Meta の広告方式について、以下の 2 点で本規定に反するとの暫定的見解を下した。具体的に、Meta の Pay or Consent 広告方式は、

a)利用者がより個人的でないサービスを希望した場合、個人向け特化型広告あり版と同等のサービスを受けられない（＝有料である）こと、また、

b)利用者が自己の個人データが結合されることに関して自由に同意する権利を行使できないこと、が問題であるとする。

疑問なのは、たとえば YouTube では有料サービスである YouTube Premium に加入すると広告が表示

| Copyright ©2024 NLI Research Institute All rights reserved

されない。仮にこれが合法だ[1]とすると、Meta の Pay or Consent 広告方式のどこが問題になるのであろうか。一応の回答としては、YouTube のような動画配信サービスでは有料のところが一般的である（Netflix、Amazon Prime など）ところ、SNS はどこのサービス（X（旧 Twitter）や LINE など）でも通常は無料で提供されている。しかし今回の Meta の措置により、SNS に対する一般的な認識とは異なり、SNS である Facebook 等では個人情報利用同意なしに無料でサービス提供を受けられなくなった。

この点で、Meta は、個人情報を他サービスと結びつけるための同意を事実上強制していると見うる。利用者視点から言えば選択の余地なく、同意をしなければならないということになる。これは本規定の趣旨に明確に違反するということができよう。

今後の動きとして、欧州委員会の暫定的見解に対して Meta は反論することができる。仮に暫定的見解が確定した場合には全世界売り上げの 10%が制裁金として賦課される。

[1] ただし、今後、欧州委員会が問題にする余地はあると考える。

 Copyright ©2024 NLI Research Institute All rights reserved