

# 第四次産業革命に向けた 競争政策の在り方に関する研究会 (事務局説明資料)

経済産業省 競争環境整備室

# 第四次産業革命に向けた横断的制度改革研究会での成果

- 昨年9月公表の「第四次産業革命に向けた横断的制度改革研究会報告書」（以下「報告書」という。）では、
  - ①オンライン・プラットフォームの特徴を示すとともに、
  - ②具体例としてスマホ用アプリの取引等を分析し、問題点を指摘。
- 特に①については、双方向性市場におけるネットワーク効果やスイッチングコストなどにも触れながら、**情報がプラットフォームの競争力の源泉となることを指摘。**

## ■ 報告書抜粋（P.4～5）

### ③プラットフォームの情報力

プラットフォームは、自らのプラットフォーム上で行われる取引に関する情報を容易に得ることができるため、参加事業者から提供される財・サービスに関する情報はもちろん、財・サービスの改善等のために必要な利用者の個人情報や購買情報を収集・蓄積しやすいという特性がある。（中略）情報はプラットフォームからしか得られないため、その情報の価値が更に高まることとなる。

また、プラットフォームは消費者に提供する事業者に関する情報を取捨選択する権限を有している。（中略）

このように、**プラットフォームは多くの情報を集めることが可能であり、更にその情報を有効に使うことで自らの交渉力や価値を高める**ことができる。

### ④先行する大規模事業者の優位性

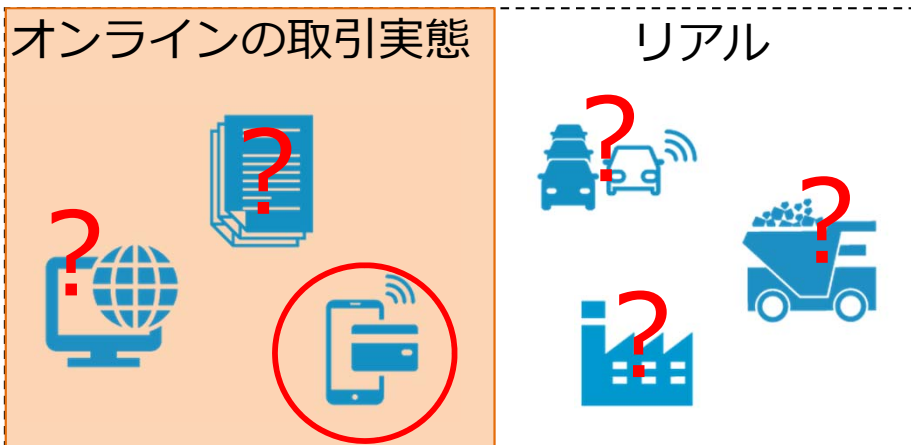
オンラインのプラットフォームでは、先行して一定の規模を備えた者が、追随する者に対して圧倒的な優位に立つという事態が往々にして起こり得る。（中略）

更に、③で述べたとおり、情報はプラットフォームにとって重要な競争力となるところで、**先行するプラットフォームには、先行している間に積み上げられた大量の情報が蓄積されているだけでなく、多くの参加者から大量のデータを日々入手することができるため、情報の蓄積という面でも優位に立つ**ことができる。

# 本研究会の射程と目的

- 前述のとおり、先の報告書で情報がプラットフォームの競争力の源泉となることを指摘。
- データの「困い込み」を成し遂げた者が市場を支配し、取引相手を押さえつける問題は、様々な取引で存在しうる。
- そこで、本研究会では「データの集積・活用」を軸に広く実態を明らかにし、類型化して、より精緻な競争政策上の考え方を示し、事業者の予測可能性を確保することで、問題行為を抑制するだけでなく、問題のないデータ利活用を推進することを目的とする。

## 【前研究会の射程】



オンライン・プラットフォームの特徴をまとめ、アプリ取引の問題点を指摘。

## 【本研究会の射程】



様々な活用事例を類型化することで、「考え方」を明確にし、適切な取組を後押し。

# 競争政策上の論点

- 事業者のデータ利活用事例を評価していくに当たって、既存の取引とは異なる「考え方」が必要となりうるもの = 競争政策上の論点となるものとして、例えば以下が考えられるのではないか。

- データと市場支配力の関係をどう見るか。
  - ・ (サービス等の投入物としての) データの独占自体が問題になるか。
  - ・ データを活用したサービス等の売上高のシェアが市場支配力を表せているのか。
  - ・ 仮に表せていないとすると、どのように市場支配力を測るか。
- 市場画定をどのように行うか。
  - ・ そもそも市場画定が必要か。
  - ・ 多面性市場 (特に無料市場を含むもの) を、どのようなくくり方で捉えるか。  
例) 無料市場を他の市場と合わせて見る、データを対価と捉えて単独で評価する
  - ・ 市場画定に当たってはどのような手法 (SSNIP、SSNDQ等) を用いるか。  
SSNIP : Small but Significant Non-transitory Increase in Price (仮想独占者テストの分析方法の一つ)  
SSNDQ : Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality (仮想独占者テストの分析方法の一つ)
- データの集積・利活用が取引相手や競争相手に与える影響をどう見るか。
  - ・ 競争を阻害するのはどのような状況・方法でのデータ集積・利活用なのか。
  - ・ 企業結合における資産としてのデータの価値をどのように評価するか。  
特に、結合することによって発揮されうる潜在的な価値をどう評価するか。

# 諸外国での議論① OECD 『BIG DATA: BRINGING COMPETITION POLICY TO THE DIGITAL ERA』

- ビッグデータに関する競争上の懸念の高まりを背景とし、'16年9月、OECDによって作成。
- OECDは、'16年11月、ヒアリング・ディスカッションを開催し、同ペーパーを使用。

## ビッグデータが提起する競争上の問題

ビッグデータによる「ネットワーク効果」と「規模の経済性」は、市場支配力と競争優位性をもたらす。

## ビッグデータが競争法執行に対して持つ意味

### 1. ゼロ価格市場や多面的市場における、市場画定・市場支配力測定の手法

現在の手法（SSNIPテストなど）は不十分であり、新たな基準（SSNDQテストなど）が必要。

### 2. 合併におけるデータの評価

データの獲得を目的とする合併では、申告閾値を売上高のみで捉えていると、競争に影響を与える合併を見逃す可能性がある旨を指摘し、追加の基準設定を示唆。

### 3. ビッグデータの保有者による支配的地位の濫用

大規模プレーヤーは、データへのアクセスやポータビリティを制限して、競争者を排除し得る。

### 4. デジタルカルテルの出現

例えば、事業者が共通の価格決定アルゴリズムを使用すれば、市場データに基づいて価格調整が可能となる。また、AIを用いて利益最大化アルゴリズムを組むことで黙示の共謀が可能。

## デジタル市場における競争を維持・促進するための方策

- 消費者保護規制により、消費者の交渉力の向上を図ることが考えられる。  
⇒例示で、①「無料」という言葉の使用法規制、②データの所有権・ポータビリティ権の付与 を紹介

## 諸外国での検討② 独仏競争当局レポート『Competition Law and Data』

- 独仏競争当局は、データ利用の拡大によって引き起こされる潜在的な競争法上の問題についての関心の高まりを背景に、'15年10月頃に共同分析を開始。'16年5月に共同レポートを公表。
- レポートでは、データの囲い込みを取り締まるためには、市場支配力の創出・強化について個別事例の評価を行う前に、まずはオンライン市場の特徴の検証が必要であるとの考えの下、以下の点を検討。

### 検討ポイント

#### 1. データの不足・複製の容易性

- データは、他者からのアクセスを排除しない点で「非排他的」(non-rivalrous)。顧客はマルチ・ホーミングを行うので、仮に特定データの独占があっても、他の手段でデータ収集は可能。
- データ収集には十分な顧客基盤の保有が必要となる可能性があり、ネットワーク効果等が重要。
- 第三者からデータを調達することもあり得るが、データの性質、契約・法律上の制約、第三者の競争戦略に左右されてしまう。
- 収集可能データの量は膨大であって蓄積・囲い込みは出来ないという主張もあるが、当該データへのアクセス可能性、他データによる代用可能性の確認が必要。

#### 2. データの規模と範囲



- データ活用の評価は、①どの程度データが集まるとサービス（商品）化に至り、②どの程度集まると競争排除につながるか、という程度問題に左右される。
- 長期的傾向の予測においては、サンプルとして十分な量さえ確保してしまえば、それ以上のデータの価値は逡減していく傾向にある。
- 他方、変化の早い市場に関しては、より早期のデータ収集が重要。
- データの範囲は、データの規模と同様に重要であり、更なる綿密な調査が必要。



# 諸外国での議論③ FacebookとWhatsAppの企業結合審査-1

- '14年2月、FacebookがWhatsAppを190億ドルで買収しようとした事案。
- 結合審査等において、データについても一部言及されたが、特段の措置なく認められた。

## 特性

	アプリケーション		SNS				オンライン広告	
	ツール	媒体	写真共有	プロフィール	ニュースフィード*	タイムライン	提供	個人データ収集
Facebook	 Facebook Messenger	スマホ、PC、タブレット	○	○	○	○	○	○
WhatsApp	 WhatsApp	スマホ	○	—	—	—	—	—

WhatsAppは、広告とそのための個人情報の収集をしていない点に特徴がある

## 当局の判断

- EU委員会** 2014年10月、本件に反対しない旨の決定（次頁参照）。
- 米国 (FTC)** 競争局は本件に反対せず。ただし、2014年4月、消費者保護局は2社に対して「ユーザのプライバシーを保護する義務を負う」旨を通知。

## 最近の動き

- 2016.8.25 WhatsAppがプライバシーポリシーを変更  
WhatsAppユーザの電話番号をFacebookと連携させ、Facebookの「知り合いかも」の表示と広告の精度の向上を目指すもの。
- 2016.12.20 EU委員会がFacebookに異議告知書を送付  
2014年にEU委に提出された情報のうち、「両社の連携は技術的に容易ではない」との報告は誤りの可能性が高い旨を指摘。

## 諸外国での議論③ FacebookとWhatsAppの企業結合審査-2

- 本件企業結合に対するEU委員会のdecisionの概要は以下のとおり。

Q:市場画定をどのように行うか。

A:3つの市場（※1）が画定された。

（※1）「コミュニケーションアプリ市場」「SNS市場」「オンライン広告市場」。

Q:データと市場支配力の関係をどう見るか。

A:データ市場は画定しなかった（※2）ものの、ウェブ上で個人データを収集するFacebookのシェア（支配的地位にはない旨）について言及した。

（※2）Facebookは収集したデータの販売や分析をしておらず、WhatsAppはデータ収集すらしていないため。

Q:データの集積・利活用が取引相手や競争相手に与える影響をどう見るか。

A:本件結合でオンライン広告市場におけるFacebookの地位が高まるか検討するため、WhatsAppに以下の2つの可能性があるか考察したが、いずれの可能性も高くないと考えられた。

### ① オンライン広告を提供すること

- ・オンライン広告提供の可能性は高くない。  
プライバシーポリシーを変更すれば広告提供できるが、プライバシーを重視するユーザーを失う可能性があるため。
- ・仮に広告提供する場合も、競争法上の問題は無い。  
オンライン広告市場には多数の競争者が存在しているため。

### ② 広告目的で個人データを収集すること

- WhatsAppで収集した個人データをFacebookが利用する可能性は高くない。
- ・WhatsAppのプライバシーポリシーを変更する必要があるため。
  - ・WhatsAppとFacebookのプロファイルの照合作業は技術的に容易ではないため。



# データの集積・利活用の例（総論）

- 様々な事業者が、多種多様なデータを集積・解析して、それぞれ製品・サービス（以下「製品等」という。）を生んでおり、適切な分類は（少なくとも現時点では）困難。
- そこで、仮の分類軸として、以下のような点を考えてはどうか。

## 【①データの性質】

例えば、データによって以下のような差がありうる。

### <データの排他性>

当該データを（有意な量）集めることができる者が複数存在しうるか否か。

例：機械の稼働データ  
⇒製造者・利用者のみ？  
ロコミ情報  
⇒誰でも集めうる？

### <データの特異性>

当該データの意味を理解する上で、特別な知見が必要か。

例：機械の稼働データ  
⇒機械の構造等の知見

## 【②データの活用方法】

例えば、活用方法としては、以下のようなパターンがありうる。

### <製品等の価値を向上>

データを活用して製品等の改良や作業の効率化を行い、製品等自体の価値を向上。

### <別の製品等をあわせて提供>

製品等とあわせて、本来は別に存在しうる製品等を販売。  
例：保守点検、コンサルタント

### <新たなビジネスを展開>

製品等から得たデータを元に、まったく異なる新事業を展開。

## 【③データと製品等の関係】

例えば、データと製品等との関係に着目すると、以下のような論点がありうる。

### <データの必要性>

当該データが、当該データを用いた製品等を製造・提供するために必須か否か。

また仮に必須でない場合には、製品等の価値にどの程度の差を生み出すか。

## 本日御議論いただきたい点

- 紹介された事例の他に、どのような集積・活用事例があるか。今後さらに調査するべき業種／業態はどこか。
- データに特有の（又は特有となる可能性のある）競争政策上の論点として何があるか。
- 上記の論点に対して各事例を分析するためには、どのような点に着目すればよいか。すなわち、どのような点に着目して分類するのがよいか。