

## 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（第4回） 議事要旨

日時：平成29年3月17日（金）14:00-16:00

場所：経済産業省本館9階西8会議室

出席委員（7名）

大橋座長、川濱委員、武田委員、立本委員、林委員、平塚委員、森委員

### 議事概要

独立行政法人経済産業研究所（RIETI）より、同研究所が主催した国際ワークショップについて、資料2に基づき開催報告があった。続いて、事務局より、データの集積・利活用に関する競争政策上の論点について、資料3に基づき説明が行われ、その後質疑応答が行われた。主な質疑応答は以下のとおり。

- ・寡占度の向上と企業の利潤の向上について、伝統的な産業でも見られる。例えば、航空産業で寡占度の向上とともに、利潤の向上が見られている。
- ・航空産業であってもITの影響があったのではないかと思われる。IT化の基盤の下に、競争環境が変わってきているのではないか。企業の利潤が向上するのは効率化のためなのか、寡占化のためなのかは一つの論点。
- ・消費者市場においては、あらゆる商品について価格比較サイトがあり、SNSで消費者同士がつながって、消費者間の情報が増えている。
- ・寡占度の向上は、インターネットの世界でのネットワーク効果も影響しているのではないかと思うのだが。
- ・深い意味で関わっていると思う。情報のフローがスムーズになっているということは、消費者も十分な情報を持っていて、それに基づいて選択をする結果、競争が十分に働いているはずなのに、なぜ企業の利潤がたまったままになっているのかというところが論点。
- ・RIETIの国際WSで、海外有識者に対して、大橋先生からデータへのアクセス拒絶について想定事例をご説明いただいたところ、データ移行といったテクニカルの問題ではないかという反応があった一方、あくまで市場の問題であって、新規参入の障壁になっているといった反応もあった。
- ・類型で示された供給拒絶型について。川上市場なんてものは本当にあるのか。データに関していえば、第一次産業に近いのではないか。つまり、プラットフォーマーは、魚（消費者）の卵（パーソナルデータ）を塩漬けにして販売しているということなのでは。

- ・プラットフォームは、川上市場というよりは、漁場にワナを仕掛けているだけであり、サードパーティーが横から魚をくれというのは違和感がある。
- ・データが投入要素となっている面があり、そのデータがその産業に必要不可欠なものであるなら、他者が使いたい場合に使うかどうかは競争上の争点になり得る。
- ・「川上市場」の捉え方の問題であると思うが、必ずしもデータの売買が前提にはならず、サプライチェーン上必要な投入要素を収集している場面を「川上」として捉える考えもある。
- ・データを自社で使うだけではなく、他社にも使わせている場面であれば、その使わせ方が差別的かどうかを問題にすることができる。しかし、プラットフォームはデータを売り買いしておらず、自社の中で使っているだけをどう捉えるか。競争者に協力する義務はない、という伝統的見解もある。
- ・類型で示されたものは、もしプラットフォームがその投入要素を抱え込んで、新規参入者にデータを貸してくれといわれて、貸さなかった場合にどう対応するかを示唆しているものではないか。
- ・事務局から説明された資料は、論点が網羅的になっていると評価。意見としては、対消費者か、対事業者かで分けて考える必要があるのではないかとということ。
- ・対消費者については、一般的にインターネットの出現により、市場が広がったといわれているが、ターゲット広告などの影響により、実は市場が狭くなっているのでは。そういう意味では消費者は被害者といえるのでは。類型の中の情報操作型の中で、消費者についても考慮する必要がある。
- ・対事業者については、類型の中で示されたものについては、そんなに問題とはならないのではないと思う。ただ、消費者として、データを握っている事業者に、何かあやつられているのではという漠然とした恐怖心があるのかもしれないが、いずれにせよ、それに引っ張られて、過剰に規制をすることのないように注意が必要。
- ・類型で示された情報操作型について。広告を上位に表示するための検索ワードが、売り買いされている。検索ワードを競争入札的に買う仕組み。
- ・対価を支払って、広告を上位に表示させることが競争を制限することになるのか。
- ・基本的には、事務局から説明のあった類型については、競争を歪める行為があるならば、既存の競争法の概念で対応できるということではないか。
- ・ただ、新しい分野なので、既存の概念で対応できる部分と対応できない部分でわけて議論していく方がよいのでは。
- ・事務局から説明のあった類型については、ビジネス戦略上メリットがあるので、「どンドンやれ」というところ。仮になんらかの規制の対象になると実務上は困る面もあるのでは。

- ・ほとんどのプラットフォーム事業者は問題ないと思うが、スーパープラットフォームとなると問題がでてくるということでは。バーゲニングパワーの源泉が、データの量となっている。
- ・類型で示されたデジタルカルテルについて。AIは、非線形の近似をしているに過ぎず、数学的アルゴリズムで最適化を目指すもの。そうであれば、みんなが同じ価格アルゴリズムを使うのであれば、自然と同じ価格になっていくもの。もちろん、偏ったデータをいれればばらつくが。
- ・問題は、価格設定アルゴリズムが適正なものとなっているかどうかの監査の問題なのではないか。
- ・同じ価格になること自体は、独禁法上問題ではない。完全競争が行われているならば、同じ価格になることは自然。
- ・デジタルカルテルは問題が顕在化していない問題であり、例えば、自分が競争をしかけたら、相手方も対抗手段を取り、結局自分が損をするということがあった場合、それをAIが学習して、誰も競争をしかけなくなってしまう状況があるのではないかとすることは競争政策上の懸念点。もしそうなった場合は、人為を介さない形でカルテルもなされる可能性がある。
- ・デジタルカルテルについては、明らかに違法なもの、違法の疑いがあるものと、現行法では対応できないものがある。
- ・違法の疑いがあるデジタルカルテルについては、野放しにして良いのかという問題意識はある。RIETIの国際WSで発表された海外有識者もいっているようだが、単純に法律で規制をするのではなく、当局が市場調査をして牽制をするという手法もあるのではないか。
- ・類型で示された情報操作型について。先日、検索結果の削除についての最高裁判決が出たが、検索サイトにも表現の自由があると言い切られている。そう考えると、検索サイトが検索順位を操作することに対する規制というのは、日本ではやりづらくなったのではないか。
- ・私が知っている問題事例としては、A社が偽ランキングサイトを作り、競合するB社のランクを最下位にした事例があり、B社が発信者開示請求をした。発信者開示には権利侵害の明白性という要件をみたす必要があるところ、これが認められた判例である。民事では、情報操作型はものによってはクロとなる事例。
- ・MicrosoftのLinkedIn買収の事案について。欧州委員会の判断を見る限り、垂直統合の問題として捉えた初めての事案ではないか。
- ・また、同事案についてプライバシーを競争法上どう扱うかといった論点も議論されており、プライバシーの保護の低下は、競争上の重要なパラメータであると捉えている。欧州委員会も苦しみながらも半歩進んでいる印象。

- ・優越的地位の濫用の法理は、日本特有のものであるが、データ独占に対して他の法律や法理が使えない場合の最後の手段としては使える可能性。
- ・そういう意味で、明らかに問題のある事例について、優越的地位の濫用の法理を使って執行するならば、悪い事例はこうだと示すことになり、ある種の牽制効果が期待できるのではないか。
- ・優越的地位の濫用が対消費者取引にも使えるかという論点について、過去、公取委は使ったことはない。これは公取委の執行権限が対消費者取引にも及び、公取委の出番が広がり過ぎることを懸念するものと思われる。

以上