

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5回） 議事要旨

日時：平成29年4月25日（火）11:00-13:00

場所：経済産業省本館17階5共用会議室

出席委員（8名）

大橋座長、川濱委員、武田委員、立本委員、林委員、原田委員、平塚委員、森委員

議事概要

公正取引委員会から「データと競争政策に関する検討会」における検討状況についての説明の後、質疑応答が行われた。委員からの主な御意見は以下のとおり。

- ・AI、データの利活用は萌芽的な段階。今後進めて行くにあたり、公正取引委員会が「これもだめ、あれもだめ」というような報告書を出すことで、真面目な日本企業の活動を萎縮させないようにすべき。何が違反行為に該当するかを明確にする必要があると思うが、漫然とした内容で報告書が出てしまうと、日本企業の心理的なハードルにもなりかねないので、その点留意いただきたい。

→（公正取引委員会）

- ・問題意識は一緒である。予測可能性を高める観点で報告書を纏めている。決して萎縮させる趣旨ではない。

- ・感想だが、ディープラーニングなどソフトウェアのOSの囲い込みを懸念している。例えばGoogleではTensor Flowを多く利用してもらうことで、自社の枠組みにはまるような顧客を囲い込めるようになっている。

→（公正取引委員会）

- ・将来的にはご指摘のような自体も想定される。
- ・言語処理や音声処理のマーケットは潜在的に大きいと認識している。
- ・イノベーションツールを提供する機能をもったプラットフォーマーなど、場を支配する力をもつ者がいたときに対応できるよう、何らかの手がかりが欲しい。
- ・無料提供サービスの問題は非常に大事な論点。
- ・実務上、どこまでが許容されて、どこからがダメなのかという線引きが明確になるようにして欲しい。
- ・SNSのサービスとしての面に行きがちだが、それは情報収集の手段であるに過ぎない。
- ・情報の希少性をどう考えるか。

- ・別なところから情報を集めて金にしている点も注目すべきではないか。
- ・独禁法の執行の判断の枠組みにのせていくためには、どうやって調査していったりするののかという実務上の枠組みもセットで検討する必要があると思われるが、運用の在り方についても論点になり得るのでは。

→（公正取引委員会）

- ・今回の検討会では検討対象としていない。

事務局からデータ利活用実態の整理と競争政策上の考え方の方向性についての説明の後、質疑応答が行われた。委員からの主な御意見は以下のとおり。

- ・使い切り型について、本当にサービスを改善していないのかという気はする。自己成長型と切り離れた形でこのモデルが存在するかよくよく検討した方が良い。
- ・付随展開型と多面展開型の違いは「サービスの付随性があるか」の違いか。

→（事務局）

- ・付随展開型と多面展開型の違いについてはその通り。
- ・使い切り型について、今聞いている事例の範囲では、サービス提供までの研究開発段階では取得データの利活用は行っているが、サービスとして売り出した後に顧客から得た情報は（生活に係る情報のため顧客にも気持ち悪さがあると思われるため）利用しないとしているようだ。

- ・今の話は、2つの論点が含まれている。1点目は、事務局からデータ利活用の類型の概念を示されたことによって、それをビジネスモデルとして抽象化して展開できるかという点。もう1点は、実際にビジネスを見たときに、自社の取組が4つのタイプのどれに当てはまるのかという点。
- ・企業へのわかりやすさ・メッセージ性という説明も事務局からあったので、「競争政策上の考え方の方向性」について異論はない。第四次産業革命に「背を」向けたようにならないようにしていきたい。
- ・単なる書きぶりの問題かも知れないが、「競争政策上の考え方の方向性」で示されている「支配的な状況」の解説が気になる。支配の程度を測るのに、「市場シェア」の概念を用いるのは難しいのでは無いか。これまでの議論を聞いていると、競争者のキャッチアップの容易性や新規参入の困難性に焦点があるものと思われる。
- ・使い切り型から多面展開型まで進むにつれて、サービスとデータが分離していくと言えるのではないか。付随展開型まではサービスとデータがくっついているため、サービス市場における地位が、データと対応しており、競争上の優位性を示しうと思う。一方、多面展開型になると、既存のサービスとデータが分離してしまい、既存の競争政策上の理論が使えなくなるのではないかという気がしている。

- ・多面展開型については、更に分類が可能なのではないかと考えている。既存の独禁法の垂直型と同じ考えを適用することができると思われる例もあるが、オーディエンスデータ（Cookie などをもとにした、個人を特定しない「人」データのこと）を使うような事例は、既存の競争政策の道具が使えない。
- ・個々のサービス市場でシェアをもたなくても、広く薄くデータを集めて、積み上がったデータが大きくなり、広告市場で地位を持つということもある。その場合、A市場の地位だけを見ていては、B市場の地位を見誤るといえることが起きる。
- ・付随展開型と多面展開型の違いは何か。付随展開型はセット販売（抱き合わせ）で、多面展開型はマッチングで抱き合わせではない、という理解で良いか。もしいいのであれば、もう少し違いがわかるように示すべき。
- ・多面展開型の類型で、付随展開型も併用する場合については、単純な付随展開型とはまた違う観点で評価することが必要なのではないか。
- ・「状況の考え方」で記載されている「シングルホーミングかマルチホーミングか」はやや荒っぽい気がする。1つか複数かではなく、利用頻度や拘束時間などの「量」で把握する必要があるのでは。
- ・データ取得経路で、どれだけデータをたくさん取れるのかどうかを観察すべきでは。
- ・マルチホーミングの場合であっても、サービスによって差別化している事がありうる。例えば、主として使われるサービスがはっきりしていて、その他のサービスは稀に使われるというような場合には、同時に利用されているのでマルチホーミングといえるが、事実上マルチホーミングではない。
- ・例えばクレジットカードは、ひとりで複数枚持つことがあるという点でマルチホーミングであるが、通常は主なカードは決まっている。シェアで見ることでもできる。
- ・フローで入ってくるデータがあるとすると、取り口が限定される。その取り口の「シェア」を見るというのは、定番的な競争政策上の手法ではないか。
- ・何に関する市場シェアかによって全然違ってくると思う。定性と定量のミックスだと思えるので、支配的な状況か否かが市場シェアという定量的な指標で決まるような印象を与える書き方で一人歩きさせない方が良いと思う。
- ・支配があっても問題ないという文脈なので、市場シェアの例示であっても、市場シェアだけで決まるものではないというメッセージになるだけであるから特に問題ないとは思いますが、素人が読んで分かり易い報告書にしたほうが良い。市場シェアだけが強く出てしまうと誤解を招くか。
- ・多面展開型の例でいうと、ゲーム市場自体がビッグビジネスであるが、そのシェアとデータ取得量が必ずしも直接関連しているわけではない。ゲームの課金のランキングではたいした順位ではない一方で、位置情報などデータは取れているゲームも存在。

- ・データをどれだけ取れる窓口になっているのかによって、A市場での成功度合いが決まる。どれだけデータを取っているかで、そのインパクトを測る必要があると思われる。
- ・一部の支配的な企業に対する足かせとなることへの対応という観点からは、支配的地位をもたらすものもあるという書きぶりも良いのではないか。やっていいラインと、やってはいけないラインを明確にする必要があるだろう。
- ・今の議論をまとめると、ある特定の市場でのシェアではなく、データの独占的な地位を通じて力を持つことがあり、ある特定の市場でのシェアを見てもダメだというデータの特性が問題となってくる場面があり、それが多面展開型で特に無償市場が存在するような場合である、ということではないか。このデータの特異性を伝えるようにすべき。
- ・そう考えると、多面展開型について、もう少し分類できるとは思うものの、多面展開型の中で小分類かするのか、新たな分類として切り分けるのかは、見せ方・わかりやすさの観点から、考える必要がある。

(事務局)

- ・多面展開型は、無料市場を含んでいるか否かに着目する必要はあると考えられるか。
- ・無料市場がある場合とない場合とで、法的な対応はかなり異なると思われる。多面展開型の中で小分類化するイメージで「特定の場合だけ問題になると思われる」とした方が良いかも知れない。
- ・4つでも既に多いとも言える。
- ・今後、4分類に収まらないものも出てくるかもしれないので、多面展開型はバスケットの的にしておくのも良いかもしれない。
- ・データは現時点でも通貨的な意味合いを持ってきているが、そのデータをデューデリジェンスでどう取り扱うかが整理されていないのは課題。
- ・誰がデータを持っているかでデータの価値が異なる。多面展開型については、キャッシュポイントや流通などを多く持っており、自ずとデータをマネタイズしやすくなっている。そのため、データに希少性があり、ログコレクションされているが、マネタイズができていないという企業がある場合に、そういうのを見つけて、多面展開型企業が当該企業を吸収していくことがありうる。その際に、データに関するデューデリという観点がないのが気になる。
- ・国を単位として考えてみると、その国の産業が持っている技術力であったり、人であったりするだろうが、それらを守ろうと思っても、それらに付随するデータに対する評価ができず、企業が持っている宝を守る足かせになっていると感じる。

- ・ データを売買する際の同意の取り方など、データオーナーシップや個人情報との関係など、環境整備は重要な論点と考えられる。
- ・ 公正取引委員会の議論では、B to B 関係のデータで所有者がハッキリしないことを指摘している。オーナーシップがはっきりしないままデータを提供させることも生じてきており、この点は、パーソナルデータ以上にセンシティブではないか。この考え方が整理されていないことは、利活用の足かせであると同時に、独禁法上の議論を展開する際に足下が定まらない結果も招いている。
- ・ B to B と B to C とでリンクしている場合もある。自分にオーナーシップがあって、企業側によこせという場合、オーナーシップの議論は避けられない。
- ・ データオーナーシップの議論は、むしろ競争政策的な論点なのではないか。
- ・ 今はデータに価値があるようになってきた中で、元々勝手にデータを取られている人や見られなくなってしまった人が、改めて自分のデータを見せろというのはあり得る話。消費者の場合はこうした議論がプライバシー保護等の競争以外の法理から生じてくるが、B to B の産業データの場合は、競争より他にないように思える。
- ・ 4 つの類型でデータのオーナーシップにもある程度答えられている気がしている。使い切り型から付随展開型までの場合は、基本的には自分の持っているデータを提供するという話ではなく、集積する側が自らデータ化しているだけではないか。一方で、多面展開型では、誰かがデータを提供することがありえるので、オーナーシップが注目される。
- ・ 経済産業省でやるべきは、どこまで自由にできるかを示す点であり、使い切り型から付随展開型まではほぼ競争政策上は問題がなさそうな事例であり、それを示すのは意味がある。これによって、データの収集・利活用の仕方についてセーフハーバーを示していると見ることもできるのではないか。

以上