

## 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6回） 議事要旨

日時：平成29年5月10日（水）10:00-12:00

場所：経済産業省本館17階第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

事務局から報告書の骨子について説明の後、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。

- ・「状況の評価」の部分で「他の競争者の追従可能性」について言及されているが、具体的に何をイメージしているのか。参入障壁のような議論なのか。
- ・市場の概念については、例に挙げられているアフターマーケットだけでなく、それ以外についても、市場概念の有用性はあると思う。現実世界では、上流、下流、隣接といろいろな市場が組み合わさってそれが影響しあい、錯綜しているのを、「市場」という枠で分析するのは、ツールとして有用。そういった点をもう少しわかりやすくしてはどうか。

→（事務局）

追従可能性は、データの利活用において競争者とどのくらい差が開くかを考えている。市場の記載についてのご指摘は、報告書では書きぶりを工夫したい。

- ・「状況×行為」における「状況」は、競争阻害効果を前提とする法律要件としての話では無く、経済的にみて競争が阻害されうる状況にあるかという経済実態の問題。経済実態を踏まえて行為を評価することになるが、その評価こそが法律要件であるので、前提である実態部分と法律要件とを結びつけて説明すると誤解を招く。諸外国における議論ではよく問題となるが、比較法的にもあまり整理されていないところ。ハーバード大学のキャプロン教授が状況と行為について言及。
- ・他の競争者の追従については、伝統的に問題となる点。企業は、他者が追従できないようにアドバンテージを狙うのが普通であり、アドバンテージの獲得自体は問題ない。競争相手の競争可能性の芽を摘むような不当な行動をとることが問題なのであり、この点は丁寧に書いた方がよい。
- ・データについては、データ集積のやり方が、自前でやる、買収により取り込むなどいろいろな方法があるのは一つの論点。

- ・競争法の専門家からすれば当たり前に思えることもあるかもしれないが、本研究会の報告書の読み手は競争法の専門家とは限らない。競争者の追従可能性の部分についても、企業の人が報告書を読んで、萎縮するようにならないような書きぶりにしてほしい。
- ・骨子案 4. (1) について、現行独禁法には、他の国にはない規制（「優越的地位の濫用」）があり、この点についてどこまで言及するかは論点。脚注レベルで記載をするのも一案。
- ・システム型の例として示されている図の、「競争力の源となる店舗等のデータ」とは何を指すか。
  - （事務局）  
店舗の登録件数や書き込みを想定している。
- ・ここでの競争力の源泉は広告のため、店舗情報というよりは、広告主にとってどのくらい魅力的なサービスかを見なければならぬのではないか。
  - （事務局）  
御指摘のとおり、広告主にとってはどれくらいユーザーが存在するかが魅力につながるが、ユーザーにとっては店舗情報がどれだけあるかが魅力と思われるため、広告サービスとの関係でも店舗情報が競争力の源泉と考えている。
- ・ユーザーを集めるコンテンツの例を考えれば、どれだけリッチな店舗情報があるかでユーザーが集まってくる。もう一つは広告市場としてのコンテンツ。その競争力はどれだけユーザーが見ているか。この例では、二つのケースしかなく、二つを分ければそんなに複雑になっていない。
- ・もっと複雑なのはプラットフォームのように動画で拾ってきたり、ほかのツールで拾ってきたりで複雑なので、そちらの話をしていく方が良いのではないか。
- ・「統合型」「システム型」のネーミングは、分かりやすさの観点から再検討してはどうか。「 $\alpha$ 」と「 $\beta$ 」の違いを反映した言葉として「統合」と「システム」でいいかと思う。どちらもデータの転用はしている。
- ・資料 2 の P10 のシステム型について、「追従が困難であることには留意する必要がある」とあるが、これは一概には言えない。組み合わせによっては伏兵が潜んでいるかもしれない。あるプラットフォームも、SNS は盲点であったと言っており、現に SNS を見落としがためにターゲット広告の世界で追従を許してしまった。
- ・情報システム論の考え方からすると 4 つの類型全てシステムといえる。英訳すると、一つ目の類型は Improved を model 化したもの。二つ目の類型は Completed を model 化したもの。三つ目の類型は、Integrated を model 化したものとなるが、四つ目の類型は system を model 化するとなり、整理がおかしくなる。

- ・例えば、四つ目の類型は、Eco system を model 化したものだとすると外国人にもわかりやすいのではないか。
- ・類型のネーミングに関して、①改善型と②補完型については、前回提示の方が良かったように思う。③統合型と④システム型は新たに考える必要がある。
- ・企業にとっては、競争力強化やイノベーションを啓蒙する意味で、良い取りまとめ方になっている。
- ・類型について、保険と広告という分け方で言うと、前者はICT技術の進展を受けてこれまで蓄積していたデータを他のことにも使うということであるが、後者は最初から広告に使うつもりでデータを集めている。その点で「タメン」は「多面」でなく「他面」であり、他面収集型と他面展開型ではないかと考えている。
- ・骨子案について、データを分類しているのは非常に重要なことで後々の議論に影響を及ぼすと思われる。P2においてバーチャルデータとリアルデータの分類がされているが、ここで言うバーチャルデータは、WEB上での人間の挙動データという意味であり、収集経路という点ではどちらも同じで、リアルからオンライン経由で集めているものとも評価できる。したがって、これは収集経路の違いとして整理するのではなく、どこにおける挙動のデータかという違いとして整理した方がいいのでは。
- ・改善型でイメージしているのは、マッチングのようなものか。リコメンデーションのようなものか。

→（事務局）

どちらもありうると考えている。

- ・企業は、個人情報保護等の観点でどこまでデータを活用して良いかが関心事。種々ルールを守る中で活発な競争をして欲しい、ということを書いてはどうか。Microsoft と Linked In の事案における欧州委員会の決定文でも同じようなことが書かれている。企業は安心して動けるし、それを口実として競争しないことも防げる。
- ・制度の枠内での競争という点では、独禁法分野では観音寺の医師会事件が有名。医療法の規制があつて競争が出来ないという主張に対し、裁判所は医療法の規制の枠外では競争できる部分はある、と言っている。
- ・サービス市場に影響を与えうる共同行為として、共同でのデータ収集が考えられるが、企業は共同で行うことに独禁法上の懸念を抱くのではないか。この点、一つ目の類型から三つ目の類型までは、既存のサービス市場が観念できるので、既存の枠組みで検討できる。既存の独禁法の枠組みでは、上流で共同行為をしても下流での競争に影響が生じなければ共同行為が出来ると示されているので、こうしたことを示して企業に予見可能性を与えてはどうか。
- ・技術と法がクロスしてルールを策定していくべきと考えている。

- ・日本のサッカーが審判の目に見えないグレーな行為が行われる南米で通用しなくても、サッカーを辞めずにそれに適応させたように、また野球のルールがスクイズ等、複雑化しているように、データを提供する「競技」が進むにつれて、そのルールが複雑化するのとは当たり前。新しいルールを誰が決めていくのかという時に、エンジニアが合流して決めていく必要があるのではないかと、今回の研究会に参加して以来ずっと思っていた。その際、どのようなルールを作っていくのか。ルールの複雑化、健全化は進んでいくもの。
- ・資料2のP2の3.について。そのデータを扱うのがどういう事業者であるのかによって、データの価値は変わってくる。今、ビジネスモデルのグラデーションは示されているが、そうした事業者の成長のグラデーションにおけるデータの価値も段階的に描けると良いのではないか。
- ・事業者の成長により、これに加えてこのデータも入手できると、掛け合わせてデータの付加価値が非常に高まるということもあるので、その点も言及してはどうか。
- ・資料2のP9の「表示した結果がどの程度支持されたか」はということか。

→（事務局）

「表示した結果、消費者にどの程度実際に選択されたか」と考えている。表現ぶりについては報告書で工夫していきたい。

- ・資料2のP4の「収益の軸となるサービス等がひとつに定まっている場合もあるが、複数存在する場合も考えられる」はということか。Eコマースを想定しているのか。

→（事務局）

例えば、軸となるのが検索エンジンなのか地図なのかによって見方が異なると思われる。別の事業にも収益分散させることはできるはずで、可能性としてはあり得ることからこのようにしている。

- ・資料2のP4において「矢印」で示しているのはデータか。
- ・矢印が点線になっているのは意味があるのか。

→（事務局）

実線は各分類の定義上必ずある効果で、点線は $+\alpha$ としてある場合もある効果を示している。例えば、システム型はどんなパターンも考えられるため、実線と点線が混在。一つ目と二つ目の類型はデータがサービスに返ってくる前提なので全て実線にしている。とはいえ、イメージ図なのでわかりやすい方が良いと考え、厳密に描いておらず、矢印が表現しているのは、場合によってはデータであったり価値の向上だったりする。

- ・少なくとも「データ利活用」なのだから矢印はデータである、と整理した方がスライドとしてはわかりやすい。

→（事務局）

厳密に書くとデータの矢印と価値向上の矢印が二種類必要になり煩わしいかとも思ったが、見やすさの観点から検討する。

- ・見やすさでいうと、二つ目の類型と三つ目の類型はユーザーがオーバーラップしていないという点がうまく表現できていない。

→（事務局）

分類に関連して、「隣接市場」と「統合市場」の違いについて、どう考えたらいいのか。

- ・「市場」とは競争に影響が及ぶ範囲のことをいうが、影響が及ぶのは厳密にはその範囲に限られない場合に、日本では、「隣接市場」という考えを用い、競争への影響を検討する。しかし、アメリカの反トラスト法ではあまり使わない概念。
- ・川上川下の関係で投入や流通の関係が無くても、マイクロソフトとインテルの事例のように相互に取引が無くても市場閉鎖を起こすことも有り得る。マーケティングプラットフォームはいわゆる媒介であり、上から下に売っているわけではないので、古典的には川上川下ではない。しかし競争効果を生じさせることはありえる。法形式を超えて捉えないといけない。もし適切な言葉が無ければ related market とかはどうか。
- ・Neighboring market と言ったりする場合もある。
- ・それは画定したあとではないか。
- ・「隣接市場」はマジックワードであり、不明確な概念なのは確か。
- ・「隣接市場」はある程度影響を及ぼしているもので、「〇〇市場」は代替品があるかどうかで判断すると思われる。

→（事務局）

隣接というと、統合で扱われる場合もあるし、決められるわけでもないということか。例えば保険についていえば、損保も生保もあるが、隣接市場とみるのか、統合市場とみるのか。

- ・市場画定の問題。市場をクラスターで画定する場合もある。例えば、地銀などの場合には、金融全体でもあるし、貸し出しや預金といった個別の市場もある。
- ・市場と言うとき、誰かとの取引があることが前提とされており、特に日本ではその傾向が強い。しかし研究開発で競争を行っている場合、しばしばイノベーションは複数の市場にまたがっていく。まだ存在していない市場であったりもする。それをどう画定するのか。市場の概念は競争阻害をはかるための法的な概念であり便宜的に定める

ものであるから臨機応変に考えるべき。アメリカではイノベーションを考慮することもあるが、日本の場合は便宜的にある程度の段階で市場を確定する。

- ・金融はクラスターで見ることが多い。直感的には、別に補完するようなサービスはクラスターで扱い、完全な代替品ではないが、影響が大きいものは隣接市場という概念で扱っている。
- ・最初に市場の範囲を画定するのは便宜的なもの。世界市場で見えてしまうと巨大な中国市場と合わせて日本市場がかすんでしまうが、一方で中国市場での影響もある場合は、日本市場を画定しつつ中国市場を隣接市場として評価する、というのはある。

→（事務局）

ある地域で、特定の事業者が囲い込んだデータがいろいろなサービスに結びついて、その地域で競争力を高めることもありうるが、それについてはどう考えればいいのか。

- ・競争の阻害が生じていなければ問題ないものと思われる。日常用語で言うと独占であるが、サービスをするのに必須な情報を独占することに恐怖としてはあっても、契約条件を左右するような力や、イノベーションが排除されるような状況が発生していなければ、直ちに独禁法の問題にはならないのではないか。その「独占」による利便性はある。
- ・システム型の問題なのであろう。これまでグローバルでしか考えていなかったが、ローカルなシステム型も成立しうるのだと感じた。注意していかなければならない。
- ・支配力の測り方が、今の骨子では「シェア等」という書き方になっているが、必ずしもシェアで全てを見るという訳ではないということがわかるようになっていけばよいのではないか。
- ・然り。市場シェアは一般的には取引量を見るものだが、データについてはそれが難しい場合があるというのが特徴。「複数の市場にまたがる」「イノベーションに影響を及ぼす」かで見ると思われ、古典的な取引高では競争力を測れない。
- ・先週金曜に発刊された雑誌エコノミストのカバー記事は、データと市場競争であり、まさにここで議論していることが言及されていた。
- ・イノベーションの競争は品質競争。しかしシェアを参照されることもあるので、シェアを含めた競争という言い方になると思う。Yahoo と一休の事案では、飲食店予約サービスと旅行予約サービスとではシェアの取り方が違ったことを踏まえ、企業に予見可能性を与えるため、何を基準に見て行くのかを示すと良いのではないか。
- ・バーチャルデータは、検索データのイメージなのかもしれないが、情報処理屋からするとそれもリアルデータ。Cyber data とかにしたほうが良いだろうが、既に使われている用語であれば、英語に直す際に「リアルデータ」等の翻訳は注意することが望ましい。

以上