

No. 1088 (2020. 2.25)

デジタル・プラットフォーマーと競争政策

はじめに	3	不透明な取引慣行
I プラットフォームの特徴と効果	4	不当なデータ収集
1 プラットフォームとは	5	企業結合
2 多面市場の特徴と間接ネットワーク効果	III	主要国の対応
3 データの役割	1	EU
II 競争上の問題	2	ドイツ
1 支配的地位の濫用	3	英国
2 優越的地位の濫用	4	米国
		おわりに

キーワード：デジタル・プラットフォーム、デジタル・プラットフォーマー、間接ネットワーク効果、多面市場、独占禁止法、競争政策、GAFA

- 近年、GAFA に代表される巨大デジタル・プラットフォーマーに対する競争法や競争政策のあり方について、各国で活発な議論が行われている。
- 競争上問題となっているデジタル・プラットフォーマーの行為としては、支配的地位の濫用による競合他社の排除、取引先に対する優越的地位の濫用、不透明な取引慣行、不当なデータ収集、抹殺買収を目的とした企業結合等が挙げられる。
- EU やドイツは、既存の競争政策で対応できない問題について、新法の制定や競争法の改正、関連する法規制との協働等により対応している。英国や米国では、競争当局が、競争法の解釈の見直しや新たな規制組織の設立等を検討している。

国立国会図書館 調査及び立法考査局

経済産業課 すずき あやこ 鈴木 絢子

はじめに

近年、GAF A (Google、Apple、Facebook、Amazon) 等の巨大 IT 企業が、デジタル・プラットフォームを通じて、多様なサービスを世界的に展開している。これらの企業は、サービスを通じてユーザー（利用者・消費者）から収集したビッグデータを活用する等して、事業領域の拡大を進めているとされる。一部の市場では、これらの企業による市場の独占・寡占化への懸念が高まりつつあり、プラットフォームを通じたデータ蓄積や巨大 IT 企業による新興企業の買収等も問題視されている。

競争法の目的は経済効率の向上とそれを通じた消費者利益の拡大であり、経済効率の向上には、資源の適正配分による効率低下の防止のみならず、生産性向上とイノベーションによるダイナミックな効率向上が含まれる。これらの目的を実現するため、競争法は様々な企業行為に関するルールを定めてきた。しかし、昨今のプラットフォームをめぐる問題については、伝統的な競争政策だけでは規制が十分に行き届かないおそれがあるとして、各国ではプラットフォーム規制のあり方に関し、活発な議論が行われている。

日本では、経済産業省、公正取引委員会、総務省が平成 30（2018）年 7 月に「デジタル・プラットフォーマー¹を巡る取引環境整備に関する検討会」を設置し、データ寡占の防止や中小企業との取引適正化などのルール整備に向けた検討を進めてきた。当該検討会での議論を基に、政府は令和元（2019）年 12 月に、プラットフォームによる市場の寡占化や個人データ流通の問題について、①デジタル・プラットフォーマー取引透明化法案、②個人データの保護、③企業結合審査の見直しの 3 つを、ルール整備の柱とすることを示した²。令和 2（2020）年の通常国会では、プラットフォームの透明性・公正性の確保に関する規律を定めることにより、重要な取引基盤としての健全な発展を図ること等を目的として、デジタル・プラットフォーマー取引透明化法案（仮称）の提出が予定されている。

本稿では、日本のプラットフォームに関するルール整備の検討に資するため、プラットフォームをめぐる競争上の論点・課題、及び主要国における新たな規制の動向についてまとめる³。

I プラットフォームの特徴と効果

1 プラットフォームとは

プラットフォームとは、「異なる要素やグループを結びつけてネットワークを構築する基盤」をいう。プラットフォームを介して複数の異なるユーザー・グループをマッチングするための

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、令和 2（2020）年 2 月 17 日である。

¹ 当該検討会の資料では、デジタル・プラットフォームを運営・提供する事業者（Digital Platform Operator）という意味で「デジタル・プラットフォーマー」という用語を用いている（デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会「デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する中間論点整理」2018.12.12, p.1. 経済産業省ウェブサイト <<https://www.meti.go.jp/press/2018/12/20181212002/20181212002-1.pdf>>）。

² 内閣官房デジタル市場競争本部事務局「デジタル市場のルール整備」（第 2 回デジタル市場競争会議 資料 1）2019.12.17. <<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/kyosokaigi/dai2/siryoul.pdf>>

³ 本稿では、プラットフォーマーをめぐる競争政策上の論点・課題についてまとめ、個人情報保護法、課税の公平性等の観点からの論点・議論については取り扱わない。

インフラとルールを提供するビジネスを「プラットフォーム・ビジネス」と呼ぶ⁴。

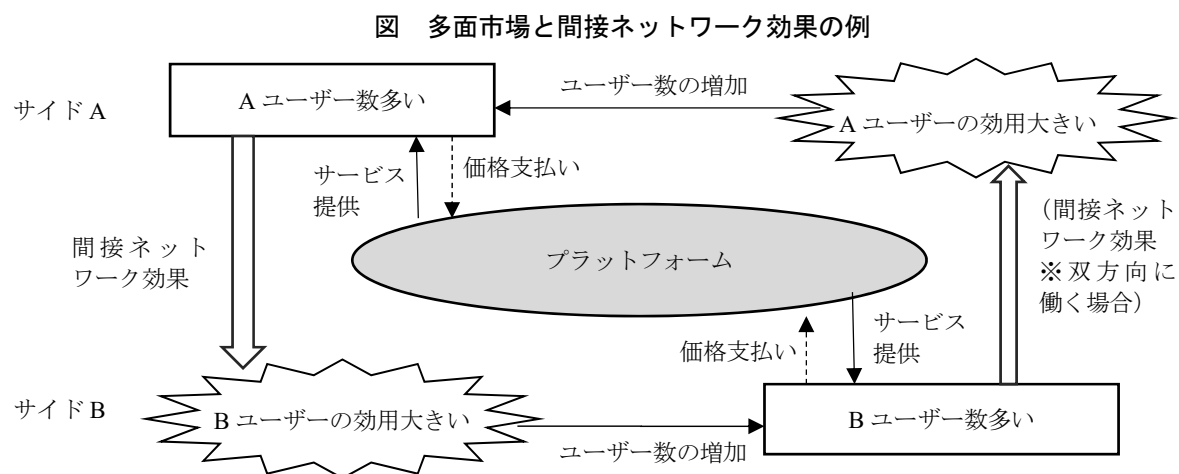
プラットフォーム・ビジネスは、ショッピングモール（テナントと買い物客）やクレジットカード（店舗とカード保有者）等、古くから存在した。しかし、デジタル・プラットフォームには時間や場所の制約がないため、媒介するユーザーや種類が膨大な数に上る（以下、本稿では特に注記のない限り「プラットフォーム」とはデジタルのものを指す。）。

2 多面市場の特徴と間接ネットワーク効果

(1) 間接ネットワーク効果

同一ブランドや同一規格のユーザーが多いほど、個々のユーザーの効用が高まる効果を、ネットワーク効果という⁵。プラットフォームの特徴は、このネットワーク効果が、プラットフォームが媒介する複数の異なるサイド間においても働くことにある。

例えば、EC サイト⁶を介して出品者と消費者を結び付けるプラットフォームでは、より多くの消費者に利用されている EC サイトの方が、出品商品が購入される機会が増える可能性があるため、多くの出品者を引き寄せる。このように、プラットフォームを介して、一方のサイドのユーザー数や利用回数が増えるほど、他サイドの個々のユーザーにとっての効用が高まる効果を「間接ネットワーク効果」という（図）⁷。そして、プラットフォームが媒介するサイド間で一方あるいは双方向に間接ネットワーク効果が働く市場を「多面市場」という（グループが2つの場合、特に「二面市場」という。）。



（出典）小田切宏之『産業組織論—理論・戦略・政策を学ぶ—』有斐閣, 2019, pp.277-279 を基に筆者作成。

多面市場では、間接ネットワーク効果が働くことにより、一方のサイドでの利用の増加が、他サイドのユーザーの効用を高めユーザー数や利用の増加を促す。そのため、単一あるいは少数のプラットフォームへの集中が起きやすいという特質を持つ⁸。

⁴ 丸山雅祥『経営の経済学 第3版』有斐閣, 2017, p.236.

⁵ 小田切宏之『産業組織論—理論・戦略・政策を学ぶ—』有斐閣, 2019, p.140. 例えば、電話回線に加入する人が増えるほど、電話を通じて連絡できる人が増えるため、その電話回線に加入している人の効用は高まる。

⁶ インターネット上で商品を販売するウェブサイト。

⁷ 小田切 前掲注(5), pp.278-279.

⁸ 同上, p.291.

(2) プラットフォームにおける価格設定

Google の検索エンジンサービスや Facebook のソーシャル・ネットワーキング・サービス (Social Networking Service: SNS) など、プラットフォームの消費者向けサービスは無料であることが少なくない。その理由は、間接ネットワーク効果を生み出す側であるユーザーサイドへの価格を相対的に抑えることでユーザー数を増やし、それによって他サイドのユーザーである広告主等がプラットフォームに参加するメリットを高めようとしているからである。

多面市場では、間接ネットワーク効果が最大限働くように両サイドのサービス価格を設定することによって、利潤を最大化できる。必ずしも各サイドのサービス価格がそれぞれのコストに見合った水準である必要はない⁹。

(3) 高い参入障壁

間接ネットワーク効果が働く場合、あるサイドのユーザーにとって、他サイドのユーザーが十分にいなければ、そのプラットフォームを利用する効用は低い。そして、他サイドのユーザーがサービスを利用してくれるようにするには、もう一方の (自らの) サイドにも一定数以上のユーザー数あるいは利用回数が確保されている必要がある。この一定数を「クリティカルマス」(決定的数量) という。

多面市場では、サイド A のクリティカルマスを満たさないと、サイド B のユーザーは利用せず、サイド B のクリティカルマスが満たされないと、サイド A のユーザーは利用しないという「鶏が先か卵が先か」問題が起こる場合がある。複数サイドにおいてクリティカルマスを達成しなければならないという状況は、新規参入者にとっては高い参入障壁となる¹⁰。

3 データの役割

(1) フィードバック効果

プラットフォームでは、個人の検索・閲覧履歴や位置情報等のあらゆるデータが収集され、利用者の好みに合わせたマッチング広告や AI 音声アシスタントの機能改善等に用いられる。このように、コンピューターが機械学習¹¹用にデータを使うときに発生する効果をフィードバック効果という¹²。多くのユーザーが利用するサービスほど多くのデータが得られるため、サービスの改善率が高くなり、それが更なる人気を呼ぶ効果がある。フィードバック効果は、間接ネットワーク効果によるユーザー数の増加に拍車をかけ、市場の集中を加速させる働きをする¹³。また、データは、既存サービスの改善だけでなく、他事業への展開や新規事業の開発にも活用できる。このことから、データは新事業やイノベーションの新たな源泉であるとの見方もある¹⁴。

ただし、フィードバック効果の強さについては一般的な見解は存在しておらず、データ量が

⁹ 岡田羊祐「デジタルエコノミーと競争政策」『公正取引』812号, 2018.6, p.7; 黒田敏史「巨大デジタル・プラットフォーマーが問題視されるのはなぜか」『経済セミナー』707号, 2019.4・5, p.24.

¹⁰ 小田切 前掲注(5), pp.286-287.

¹¹ コンピューターがデータから反復的に学習し、そこに潜むパターンを見つけ出すこと。

¹² ビクター・マイヤー＝ショーンベルガー, トーマス・ランジ (斎藤栄一郎訳) 『データ資本主義—ビッグデータがもたらす新しい経済—』NTT 出版, 2019, p.191-192.

¹³ 同上

¹⁴ 同上; 杉本和行「ビッグデータ 公共財なりうる」『日本経済新聞』2019.11.16.

多いからといってビジネスの成功に結び付くとは限らない¹⁵。

(2) スイッチング・コストの発生

ユーザーの利用頻度等によっては、プラットフォームに蓄積された自己のデータが、当該プラットフォームから別のプラットフォームに乗り換える際のスイッチング・コスト¹⁶となり、そのプラットフォームの利用に閉じ込められる「ロックイン効果」が働くことがある。その場合、ユーザーにとって乗り換えるプラットフォームの価値や価格によほどのメリットがない限り乗換えは起こらず、結果として市場の集中が維持される要因になる¹⁷。

以上のように、プラットフォームは、間接ネットワーク効果とデータのフィードバック効果の2つが働くことにより、市場集中が進みやすいという特徴を持つ。また、クリティカルマスやデータ集中によるスイッチング・コストが、ある種の参入障壁となり、一旦ユーザーの囲い込みに成功すれば、そのユーザー・グループに対し独占的地位を維持することが容易になるともいえる¹⁸。

ただし一方で、生産やサービスの提供のために巨大な設備やシステムを要するような産業と比べ、インターネット・サービスに参入するための初期費用は極めて低い。また、プラットフォームの多くは無料のものが多いこともあって、ユーザーが複数のプラットフォームを併用する例¹⁹も少なくない。したがって、一概に参入障壁が高いともいえない。また、フィードバック効果についても、既存企業を利する強い効果があるのかどうかは、データの量や種類等により個別事案ごとに異なる。

競争法上は、仮に市場集中度が高くとも、市場シェアを有している事業者が激しい競争にさらされている場合には、市場支配力が認められないこともある²⁰。競争法が基本的に問題とするのは、独占的な状態にあること自体ではなく、支配的地位を濫用する等の具体的な行為である。次章では、競争上問題となっているプラットフォーム事業者（以下「プラットフォーマー」）の具体的な行為について、国内外における近年の事例を紹介する。

¹⁵ 石垣浩晶「デジタル経済における独禁法規制と競争政策—データ集積と独占力及び市場画定の実践的方法について—」『公正取引』812号, 2018.6, p.23.

¹⁶ 一度ある財やサービスを消費した後で、他の財やサービスに消費を移行する場合に発生する追加的な費用のこと。

¹⁷ なおスイッチング・コストは、データ蓄積の面からだけでなく、ネットワーク効果の面からも発生する。例えばSNSを乗り換える場合には、SNSでつながっている友人の蓄積（ネットワーク）がスイッチング・コストになる。

¹⁸ 岡田 前掲注(9), p.6; 依田高典「プラットフォームと両面市場① 独り勝ち生むネットワーク効果」『日本経済新聞』2018.5.9.

¹⁹ プラットフォームを利用するメンバーが、複数のプラットフォームを利用している状況を「マルチホームिंग」という（例えばECサイト）。クリティカルマスの問題は、特にシングルホームिंग（プラットフォームを利用しているメンバーが単一のプラットフォームを利用している状況。例えばパソコンやスマートフォンのOS等）の場合に深刻になる。マルチホームिंगの場合は、使い慣れたプラットフォームを使いながら新しいプラットフォームを試すユーザーが出てくる可能性があり、クリティカルマスの達成は、シングルホームिंगの場合よりは難しくない。小田切 前掲注(5), pp.286-287.

²⁰ 白石忠志『独禁法講義 第7版』有斐閣, 2014, p.47; 黒田 前掲注(9), p.25.

II 競争上の問題

1 支配的地位の濫用

(1) Google 事件

後述のように、近年、欧州委員会（European Commission）は、Google が各市場において支配的地位の濫用を行ったとして、巨額の制裁金を課す決定を立て続けに行った。支配的地位の濫用とは、特定の市場において支配的地位にある事業者が、その地位を濫用して競争の機能を阻害し、消費者等に不利益を与える行為のことである（EU 運営条約（Treaty on the Functioning of the European Union）第 102 条）²¹。

2017 年 6 月、Google が自己の検索エンジン（Google 検索）における支配的地位を濫用し、自社の比較ショッピングサービスを検索結果の目立つ位置に表示させ、競合他社の検索結果を低く表示させたとして、欧州委員会が 24.2 億ユーロ（約 3000 億円）の制裁金を賦課する決定をした。Google は、検索エンジン市場の支配的地位を梃子（てこ）に、後発参入組の比較ショッピングサービス市場の競争を制限し、消費者に不利益を与えたとされた²²。

続く 2018 年 7 月、Google が検索エンジン市場における同社の支配的地位を維持・強化するために、検索エンジン市場を含む 3 つの市場における支配的地位を濫用し、アンドロイド端末²³ 製造業者及び移動体通信事業者に対し、契約上の制限を課していたとして、欧州委員会が総額 43.4 億ユーロ（約 5500 億円）の制裁金を賦課する決定をした。Google が行ったとされる具体的な違法行為は、抱き合わせ販売、排他契約、競合他社の妨害などである²⁴。

さらに 2019 年 3 月には、Google がオンライン検索連動型広告の仲介市場における支配的地位を濫用し、競合他社が同市場に参入することを阻害したとして、欧州委員会が 14.9 億ユーロ（約 1900 億円）の制裁金を賦課する決定をした²⁵。

(2) 最恵国待遇条項

最恵国待遇条項とは、一般には通商条約等において、条約締約国の一方が他方に対し、他国に対するよりも不利な待遇を与えないことを保証するものであるが、これに類する条項が、商取引でも設けられることがある²⁶。

²¹ 支配的地位の濫用には、支配的地位を利用して競争事業者等を排除する排除型濫用と、顧客に不当に高い価格で販売するなどして直接的に不利益を与えたり、統合された共通市場を阻害するような行為を行ったりする搾取型濫用がある（笠原宏『EU 競争法』信山社、2016、p.135）。Google の 3 つの事件はいずれも排除型濫用に属する。

²² 「欧州委員会、グーグルが検索エンジンでの市場支配的地位を濫用し、自社の比較ショッピングサービスを違法に有利にしたとして 24.2 億ユーロの制裁金を決定」2017.6.27. 公正取引委員会ウェブサイト <<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/eu/2017eu/201708eu.html>>

²³ Google のモバイル端末向けの OS であるアンドロイド（Android）を搭載した端末。

²⁴ 「欧州委員会は、Google が、インターネット総合検索サービス市場、モバイル OS 市場及び Android OS のアプリケーションストア市場における支配的地位を濫用し、Android 端末製造業者及び移動体通信事業者に対し制限を課していたとして、同社に対して総額 43 億 4000 万ユーロの制裁金を賦課」2018.7.18. 公正取引委員会ウェブサイト <<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/eu/2018eu/201808eu.html>>

²⁵ 「欧州委員会は、Google に対し、オンライン検索連動型広告の仲介市場における支配的地位の違法行為があったとして、14.9 億ユーロの制裁金を賦課したことを公表」2019.3.20. 同上 <<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/eu/2019eu/201904eu.html>>

²⁶ 小田切宏之『競争政策論—独占禁止法事例とともに学ぶ産業組織論— 第 2 版』日本評論社、2017、p.218.

2015年6月、欧州委員会は、Amazonが出版社と結んだ電子書籍販売契約に、当該出版社がAmazonの競合事業者に対し、より有利な条件を提示した場合には、Amazonにも同様の（又はより有利な）条件を提示すること等を義務付ける条項が盛り込まれていることについて、競争法に違反するかを重点的に審査する旨を公表した。欧州委員会は、この「最恵国待遇条項」によって、電子書籍販売業者間における競争が制限され、消費者の選択肢を減らし得ることが確認された場合には、当該行為は支配的地位の濫用及び制限的商慣行を禁止するEU競争法（EU運営条約第101条及び第102条）に違反するとの見解を示した²⁷。これに対し、Amazonは2017年1月に、「最恵国待遇条項」を見直すことを確約する案を欧州委員会に提出した²⁸。

2 優越的地位の濫用

日本の独占禁止法（「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（昭和22年法律第54号）。以下「独禁法」）では、市場における支配的地位を確立していなくとも、相対する取引関係において、立場が上の事業者が取引の相手方に不当に不利益を与える行為が「優越的地位の濫用」として規制されている（独禁法第2条第9項第5号）。

平成31（2019）年2月、Amazonジャパン合同会社が、自社のオンライン・ショッピングモールの出品者との間の利用規約を変更し、出品される全ての商品について最低1%のポイントを付与し、その原資を出品者に負担させようとしたことが優越的地位の濫用に当たる懸念があるとして、公正取引委員会が調査を開始した。その後、同社がポイント還元を出品者の任意とする方針に変更したことで、公正取引委員会は調査を打ち切った²⁹。最近では、ECサイトの「楽天市場」でも類似の問題が起こっている³⁰。

3 不透明な取引慣行

競争法に明確に違反はしていなくとも、プラットフォーマーと当該プラットフォームを利用する取引事業者との間の取引慣行が不透明なために、取引事業者が不利益を被るケースも報告されている。

公正取引委員会は、平成31（2019）年にオンラインモールあるいはアプリストアを利用する事業者に対し、アンケート調査を行った。調査結果では、プラットフォームを利用する事業者からの回答として、規約が一方的に変更された、規約の変更の中に不利益な内容があった、出店・出品審査において不承認だった場合に説明がなかった、価格や品揃えへの要請・指示があった等の回答が一定程度あった³¹。経済産業省が平成30（2018）年に行ったプラットフォー

²⁷ 「欧州委員会、アマゾン社の電子書籍の販売に関する正式審査を開始した旨公表」2015.6.11. 公正取引委員会ウェブサイト <<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/eu/2015EU/201507eu.html>>; European Commission, “Antitrust: Commission opens formal investigation into Amazon’s e-book distribution arrangements,” 2015.6.11. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_15_5166>

²⁸ 「欧州委員会、アマゾンと電子書籍出版社の契約における最恵国条項に対する調査において、アマゾンから提出された最終的な確約案に法的拘束力を与える決定を採択」2017.5.4. 同上 <<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/eu/2017eu/201707eu.html>>

²⁹ 公正取引委員会「（平成31年4月11日）アマゾンジャパン合同会社によるポイントサービス利用規約の変更への対応について」2019.4.11. <<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/apr/190411.html>>

³⁰ 「楽天を立ち入り検査 公取委、送料無料を問題視」『日本経済新聞』2020.2.11.

³¹ 回答は、調査対象のプラットフォームごとに発表されたため、プラットフォームによって数値に幅がある。例えば、「規約が一方的に変更された」と回答した割合は、Amazon：72.8%、Yahoo!ショッピング：49.9%、楽天市場：93.2%、AppleAppStore：81.4%、GooglePlayストア：73.8%となっている。公正取引委員会「デジタル・プラ

ムを利用する事業者向け調査でも、同様の回答があったほか、検索結果が恣意的又は不透明（約 70%）、データへのアクセスが過度に制限された（約 40%）といった回答もあった³²。

2017年に発表されたEUの調査報告書でも、プラットフォームを利用する事業者の46%が、プラットフォーマーとの関係上、何らかの問題や意見の相違を経験したことがあると回答している³³。利用事業者が経験した問題としては、技術的な問題、カスタマーサポートの欠如、利用規約・データ・コンテンツの扱いに関する透明性の欠如等が挙げられている。

4 不当なデータ収集

ドイツ連邦カルテル庁（Bundeskartellamt）は、2019年2月、Facebookが、EUの一般データ保護規則（General Data Protection Regulation: GDPR）³⁴で保護されるべき範囲を超えたデータ利用を要求した行為について、ドイツ競争制限禁止法（Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen）³⁵が禁止する支配的地位の濫用（第19条第1項）に当たるとして、第三者ウェブサイトからFacebookがユーザーデータを統合することを禁止した³⁶。問題とされた行為は、ユーザーが「いいね」ボタンが埋め込まれた第三者ウェブサイトを閲覧した場合にも、ユーザーのデータを収集し、Facebookのアカウントに結び付けることを、Facebookが利用条件に含め一括同意を求めていたことである。ドイツ連邦裁判所の判例では、不適切な契約条件も搾取型濫用を構成するとされており³⁷、Facebookのこれらの行為は、支配的企業の搾取型濫用³⁸に当たるとされた。

個人に関する不当なデータ収集は、一義的には個人情報保護法の問題であり、競争法上は事業者が様々なデータを収集すること自体は問題とならない。ただし、日本の公正取引委員会は、不当な手段でデータ収集が行われたり、データ収集が競争秩序に悪影響を及ぼしたりするおそれがある場合には、独禁法の適用も考えられるとしている³⁹。

ットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査について（中間報告）」2019.4.17, pp.1-13. <<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/apr/kyokusou/190417betten.pdf>>

³² 経済産業省「オンライン・プラットフォーム事業者向けアンケート調査について」（デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会 参考資料）2019.2.18, p.1. <https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_serv/ice/digital_platformer/pdf/003_s01_00.pdf>

³³ ECORYS, “Business-to-Business relations in the online platform environment,” European Commission, 2017.6.6, p.ix. <<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/04c75b09-4b2b-11e7-aea8-01aa75ed71a1/language-en>>

³⁴ 2018年5月、EUにおいて施行された新たな個人情報保護規則。Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation), OJ L 119, 2016.5.4, pp.1-88. <<http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>>

³⁵ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juni 2013 (BGBl. I S. 1750, 3245) <<https://www.gesetze-im-internet.de/gwb/index.html>>

³⁶ 「ドイツ連邦カルテル庁は、Facebook に対して、多様なソースからユーザーデータを統合することを禁止した旨を公表」2019.2.7. 公正取引委員会ウェブサイト <<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/sonota/2019others/201903others.html>>; Bundeskartellamt, “Case Summary: Facebook, Exploitative business terms pursuant to Section 19(1) GWB for inadequate data processing,” 2019.2.15. <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=4>

³⁷ *ibid.*, pp.7-8.

³⁸ 前掲注(21)参照。

³⁹ 青木玲子「データ、プラットフォームと競争法への日本の取組み」（競争政策研究センター大阪国際シンポジウム「デジタル・エコノミーの進展と競争政策」～IoT、データ、プラットフォーム・ビジネスと法～）講演資料 2) 2018.3.30, p.8. 公正取引委員会ウェブサイト <https://www.jftc.go.jp/cprc/koukai/sympo/2018notice_files/180330sympo8.pdf>

5 企業結合

(1) 抹殺買収

Google による YouTube の買収（2006 年）、Facebook による Instagram の買収（2012 年）や WhatsApp の買収（2014 年）等、巨大プラットフォーマーが革新的な新興企業を高額で買収する例が相次いでいる。特定の市場において支配的地位にある企業が、将来代替財を供給する可能性のある企業を買収することにより潜在的な競争相手を事前に排除する行為は、「抹殺買収」と呼ばれ、将来の競争やイノベーション、技術革新を阻害することが懸念されている⁴⁰。製薬業界を対象とした抹殺買収の実証研究では、買収者の事業ポートフォリオと買収対象企業のそれが重複しており、特に買収者の市場支配力が高い場合には、買収された製薬プロジェクトは想定よりも開発が進まないと言われ、企業結合が特定市場におけるイノベーションのインセンティブを下げる可能性が示された⁴¹。

通常、一定規模以上の事業の企業結合は競争当局に届出が義務付けられているが、買収される企業が小規模企業や新興企業の場合、届出基準として採用されている売上高を満たさないため、当局が抹殺買収の端緒をつかめない⁴²。また、仮に届出基準を満たしている場合でも、企業結合審査の時点では競争当局と買収者の間に情報の非対称性があり、買収者と買収対象の企業が潜在的な競争関係にあることを、当局が把握できない可能性がある。

米国では、GAF A による新興企業の買収がイノベーションの芽を摘んでいるとして連邦議会が問題視しており、米国の連邦取引委員会（Federal Trade Commission: FTC）は、Facebook の過去の大型買収について、潜在的なライバル企業が脅威になる前に買収する戦略の一部であったかを調査しているとされる⁴³。

(2) データの集中

データの集積を伴う企業結合は、買収企業にデータが集中することにより、買収企業が取引分野における地位を強化し、当該取引分野における実質的な競争が制限されるおそれがある。

2014 年の欧州委員会における Facebook と WhatsApp の企業結合審査⁴⁴では、両社の合併により、オンライン広告市場における Facebook の地位が強化されるかが検討されたが、ウェブ上のデータ収集量という観点から市場の地位を検討しても Facebook の競合事業者が多く存在することから、当該市場における Facebook の地位強化は認められないと認定された⁴⁵。

一方で、買収される企業が貴重なデータを有している場合や当該データの収集経路が限られる場合に、買収によって対象となる市場における競争が制限される可能性があると言われ、競争当局が認定した事例もある⁴⁶。巨大プラットフォーマーによるデータ集積であっても、それだけでは

⁴⁰ Colleen Cunningham et al., “Killer Acquisitions,” *Academy of Management Proceedings*, vol.2018 No.1, 2018.8, pp.1-7.

⁴¹ *ibid.*, pp.22-26.

⁴² *ibid.*, pp.34-36 では、実証研究のサンプルとして利用した製薬会社の買収案件のうち、6.4%が抹殺買収であったと推定されており、それらの買収の多くは、当局の届出基準を下回っていたとされる。

⁴³ Brent Kendall et al., “FTC Antitrust Probe of Facebook Scrutinizes Its Acquisitions: Regulators examining whether social-media giant bought companies to neutralize possible rivals,” *Wall Street Journal Online*, 2019.8.1.

⁴⁴ Case No COMP/M.7217-FACEBOOK/ WHATSAPP. European Commission Website <https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf>

⁴⁵ *ibid.*, pp.29-34. 当該事案では、WhatsApp が有するデータはユーザーの名前と携帯電話番号のみであり、メッセージの蓄積をしていなかったことも、その判断の背景にある。

⁴⁶ 例えば、消費者行動の調査を行う Nielsen とプラットフォームをまたぐ様々な調査サービスを提供する Arbitron の

独占力の行使は認められず、競合事業者の状況や入手可能性等の条件を考慮した上で判断されるといえる⁴⁷。

(3) 市場画定と無料サービス

企業結合審査や市場支配力分析で必要となる市場画定⁴⁸については、プラットフォームが媒介する個々の取引市場間の相互依存関係をどのように考えるかが問題となる。例えば、Facebook と WhatsApp の企業結合審査では、検討対象市場を SNS やオンライン広告等に区分して市場画定がなされた。しかし、相互の市場間で間接ネットワーク効果が強く働いている場合に、市場を単体ごとに検討することが適切かについては議論がある⁴⁹。

また、市場画定には伝統的に価格変動の影響を判断要素として用いてきた⁵⁰が、プラットフォームでよく見られる無料サービスの市場画定には、従来の方法が適用できないとして、価格以外の要素（品質、イノベーション、データ等）を用いる方法が議論されている⁵¹。

以上のように、プラットフォームをめぐるのは、支配的地位又は優越的地位にあるプラットフォームの濫用行為等が問題となっている。競争当局は、市場画定やデータ集中を伴う企業結合を競争法上どのように判断するかなど、新しい問題に直面している。また、不透明な取引慣行や抹殺買収など、公正な競争を阻害する可能性があるにもかかわらず、これまでの競争法の基準では競争当局が検知できない事象も増えてきている。次章では、こうしたプラットフォームの競争上の問題に関する、主要国の対応策・検討状況を紹介する。

III 主要国の対応

1 EU

2019年7月、EUにおいて⁵²「オンライン・プラットフォームにおけるビジネス・ユーザーのための公正性・透明性促進に関する新規則」（以下「プラットフォーム新規則」）が発効し

合併に関する FTC の企業結合審査では、これらの企業のみが大規模かつ代表性のあるテレビ視聴率調査を実施できる調査パネル及び必要な調査技術を有している一方で、他の事業者は容易に同様のデータを得ることはできないとして、企業結合計画を認める条件としてデータの売却を含む問題解消措置を講じることが命じられた。“In the Matter of Nielsen Holdings N.V., and Arbitron Inc.,” FTC File No.131 0058, 2014.4.2. Federal Trade Commission Website <<https://www.ftc.gov/enforcement/cases-proceedings/131-0058/nielsen-holdings-nv-arbitron-inc-matter>>

⁴⁷ 石垣 前掲注(15), p.21.

⁴⁸ 独禁法では「一定の取引分野における競争を実質的に制限すること」が違反の成立要件であり、一定の取引分野を画定することを市場画定という。諸外国の競争法でも同様に、法適用の前提として市場画定が必要とされる。

⁴⁹ 土佐和生「デジタル PF による単独行為に関する競争政策上の論点整理」『CPRC ディスカッション・ペーパー』CPDP-73-J, 2019.12, pp.10-12. <https://www.jftc.go.jp/cprc/discussionpapers/r1/index_files/CPDP-73-J.pdf>

⁵⁰ 市場（一定の取引分野）の範囲については、需要者にとっての商品の代替性という観点から画定される。代替性は、商品が値上げされた時に、需要者が他の商品に振り替える程度を考慮して判断される。値上げにより需要者の多くが他の商品に振り返る場合は、両商品は代替性があるので同一の市場と判断される。これを SSNIP (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price) テストといい、日本を含む多くの国で導入されている。

⁵¹ 川濱昇・武田邦宣「プラットフォーム産業における市場画定」『RIETI Discussion Paper Series』17-J-032, 2017.4, pp.12-23. <<https://www.rieti.go.jp/publications/dp/17j032.pdf>>; OECD, “Big Data: Bringing Competition Policy To The Digital Era: Background note by the Secretariat,” DAF/COMP(2016)14, 2016.10.27, pp.15-16. <[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2016\)14/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2016)14/en/pdf)>

⁵² 当該規制は欧州経済領域（European Economic Area: EEA）を構成する EU 加盟 28 개국、アイスランド、ノルウェー及びリヒテンシュタインが対象になる。

た⁵³。当該規則は、域内市場のオンラインのビジネス環境を、公正かつ信頼性が高く予測可能で持続性のあるものにするため、プラットフォームに運用の透明性を高め、効果的な苦情処理制度を設けること等を義務付けたものである（表）⁵⁴。

当該規則は、欧州委員会が規則の適用状況を継続的に監視し、実効性を担保する仕組みとなっている。規則の適用状況に関する監視を担う組織として、2018年4月、当該規則案の公表と合わせ、「オンライン・プラットフォーム経済監視委員会」（Observatory on the Online Platform Economy. 以下「監視委員会」）が設立された⁵⁵。監視委員会は、法学、経済学、情報工学、システム論等の専門家により構成され、欧州委員会に対し、プラットフォームの潜在的に有害な慣行等に関する助言、EU及び加盟国の政策立案・評価の支援等を行う。欧州委員会は、監視委員会からの報告を基にプラットフォーム新規則を定期的に評価し、域内市場における不公正な商慣行の是正が十分になされていない場合は、立法上の措置を含む更なる規制について検討するとされている⁵⁶。

表 EU プラットフォーム新規則の概要

対象	・EU域内に設立され、EU域内の消費者に商品やサービスを提供する事業者を対象にしたプラットフォーム（オンライン仲介サービス事業者、検索エンジン事業者）
プラットフォームの義務	・利用規約・条件の明確化、変更時の通知 ・サービス停止・終了時の理由の通知 ・検索結果の表示順ルールにおける主なパラメータ及びその重要性の明示 ・プラットフォームの利用過程で生成されたデータに対する利用事業者のアクセス条件の明示 ・プラットフォームが提供する商品・サービスの差別的取扱い（優遇）をする場合の明示 ・内部的な苦情処理制度の確立及び紛争調停者の設置 等
監視機能	・欧州委員会による、加盟国・関連機関等（オンライン・プラットフォーム経済監視委員会を含む。）を活用した当該規則の適用状況に関する継続的な監視 ・プラットフォームによる自主的な行動規範の作成の奨励

（出典）Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services, OJ L 186, 2019.7.11, pp.68-79. <<http://data.europa.eu/eli/reg/2019/1150/oj>> 等を基に筆者作成。

2 ドイツ

ドイツ競争制限禁止法で定められている企業結合規制では、直近事業年度における①企業結合当事会社の全世界売上高の合計が5億ユーロ（約600億円）を超え、②少なくとも1つの当事会社の国内売上高が2500万ユーロ（約30億円）を超え、③他の当事会社の国内売上高が500万ユーロ（約6億円）を超える場合は、原則として連邦カルテル庁に事前届出が義務付け

⁵³ Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services, OJ L 186, 2019.7.11, pp.57-79. <<http://data.europa.eu/eli/reg/2019/1150/oj>> なお、EU規則は加盟国に対し、国内法への適用を待たずに直接拘束力を有する。

⁵⁴ *ibid.*, paras.7, 8.

⁵⁵ European Commission, “Commission Decision of 26.4.2018 on setting up the group of experts for the Observatory on the Online Platform Economy,” C(2018) 2393 final, 2018.4.26. <<https://service.betterregulation.com/sites/default/files/upload/2018-04/Commissiondecision-Groupofexpertsfortheobservatoryontheonlineplatformeconomy.pdf>>

⁵⁶ Regulation (EU) 2019/1150, paras.47, 49. このほか、欧州委員会は2019年4月に有識者による「デジタル時代の競争政策 最終報告書」（Jacques Crémer et al., “Competition policy for the digital era: Final report,” European Commission, 2019, pp.1-9. <<https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>>）を発表した。当該報告書ではデジタル時代における競争法のあり方が論じられ、消費者厚生重視、行動経済学等の新しい知見の積極的な活用、市場画定よりも反競争的行為の被害の論理や発見に重点を置くこと、市場支配力の測定にデータへのアクセスの可能性等を考慮に入れること、ドイツ等で導入されている企業結合規制における取引価値基準を当面導入しないこと等が提言された。

られている（競争制限禁止法第 35 条第 1 項）。しかし、従前の売上高基準のみでは、創業間もなく売上高が少ない新興企業の買収の影響を捕捉できないとして、2017 年に同法を改正し、取引価値の基準を新たに導入した⁵⁷。

改正法では、従前からある①、②の基準に加え、③の他の当事会社の国内売上高が 500 万ユーロを超えない場合であっても、④取引価値が 4 億ユーロ（約 480 億円）を超え、⑤対象会社がドイツにおいて重要な事業活動を営んでいる場合には、事前届出が義務付けられた（競争制限禁止法第 35 条第 1a 項）。このうち、④の「取引価値」には、企業結合自体の対価の価値のみならず、企業結合に関連して授受される全ての財産的価値のあるものが広く含まれる。また、⑤の「重要な事業活動」には、有料の商品・サービスの提供はもちろん、無料で役務を提供している場合も含まれ、「重要」性も個別の事例ごとに判断される⁵⁸。当該改正により、連邦政府は、年間で 3～9 件ほど連邦カルテル庁への事前届出が多くなるだろうと予想している⁵⁹。

3 英国

2019 年 3 月、英国議会上院のコミュニケーション特別委員会は、「デジタル世界における規制」と題する報告書を発表した。同報告書では、新たなデジタル規制のあり方として、データ収集における透明性の確保、ユーザー主権のデータ・コントロール、企業結合における消費者厚生調査等の重視、個人のプライバシーの保護等の 10 原則を挙げた上で、これらの規制を監視・評価する機関を創設することが提言されている⁶⁰。

また、同時期に出された英国のデジタル競争専門家パネル⁶¹の最終報告書（通称「Furman レポート」）では、デジタル経済と市場集中がもたらす経済的利益に一定の意義を認めつつも、デジタル市場における勝者総取り問題の解決には市場の競争を確保するだけでは不十分であり、かつ現行の政府の政策や規制には限界があるとして、英国のデジタル分野における競争ルールを徹底的に見直す必要があることが提言されている⁶²。上院の報告書と同様に、Furman レポートでも、デジタル市場におけるルールを策定・実行する権限を有する「デジタル・マーケット・ユニット」を創設する案が示されている⁶³。そのほか、当該報告書では、競争・市場庁（Competition & Markets Authority: CMA）の合併評価ガイドラインの見直し等を含む企業結合規制の強化、反競争的行動に対する CMA の競争法執行手段の強化等が提案されている⁶⁴。

Furman レポートの提言を受け、CMA は 2019 年 7 月に「CMA デジタル市場戦略」⁶⁵を発表

⁵⁷ 金子佳代「合併・買収の欧州独禁規制、売上高だけでなく取引価値でも？」『法と経済のジャーナル』2018.8.29. <<https://judiciary.asahi.com/outlook/2018082000001.html>>

⁵⁸ 同上

⁵⁹ Rachel Brandenburger et al., “Merger Control Revisited: Are Antitrust Authorities Investigating the Right Deals?” *Antitrust*, vol.31 no.2, 2017.spring, p.33. <<https://www.kelleydrye.com/getattachment/18d14c4a-535e-4ff9-8b33-b84b2666f2dd/attachment.aspx>>

⁶⁰ House of Lords, Select Committee on Communications, “Regulating in a digital world,” 2nd Report of Session 2017-19, 2019.3.9, pp.3-5. <<https://publications.parliament.uk/pa/ld201719/ldselect/ldcomuni/299/299.pdf>>

⁶¹ デジタル経済が競争や競争政策に与える影響を検討し、必要な提案を行うことを目的に 2018 年 9 月に首相により設置された組織。経済学、競争政策、法律、コンピューターサイエンスの専門家で構成される。Jason Furman et al., “Unlocking digital competition: Report of the Digital Competition Expert Panel,” 2019.3, p.9. <https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf>

⁶² *ibid.*, pp.3-5.

⁶³ *ibid.*, pp.5-6, 8-11.

⁶⁴ *ibid.*, pp.11-16.

⁶⁵ Competition & Markets Authority, “The CMA’s Digital Markets Strategy,” 2019.7. <<https://assets.publishing.service.g>

し、今後の政策対応の重点分野として、CMA の執行・合併評価ツールの最大限の活用、データ・テクノロジー・分析ユニット（Data, Technology and Analytics: DaTA）⁶⁶の設立・拡大、プラットフォームとデジタル広告に関する市場調査の実施、デジタル市場に関連する過去の企業結合審査のレビュー、Furman レポートで提案されたデジタル・マーケット・ユニット創設の検討等が挙げられている⁶⁷。

4 米国

(1) 政府・議会等の動き

2019年7月、司法省は、市場支配的地位にあるプラットフォームについて、どのように市場支配力を獲得したか、競争やイノベーション、消費者厚生を害していないかを調査し、違反行為が見つければ直ちに是正措置を取ると発表した⁶⁸。2019年9月には、50州・地域の司法長官が、Google に対するインターネット広告市場における反トラスト法⁶⁹違反の調査を開始すると発表している⁷⁰。また、FTC のジョセフ・シモンズ（Joseph J. Simons）委員長も、2019年11月に、Facebook を始めとする複数の主要プラットフォームに対する反トラスト法調査を実施していることを明らかにし、IT 大手による過去の買収・合併の競争阻害性・違法性についても遡って調査しているとした⁷¹。

連邦議会も、プラットフォームの市場集中に対する懸念を強めている。2019年6月には、下院司法委員会がデジタル市場における競争について超党派で調査を始めると発表し、支配的企業による反競争的な行動の調査を行うとともに、既存の反トラスト法や競争政策、及びそれらの現在の執行状況が問題解決のために十分かについて評価を行うとしている⁷²。当該調査の一環として、下院司法委員会は、同年7月に GAFA の幹部に対する公聴会を開いた⁷³。公聴会において、下院司法委員会反トラスト小委員会委員長のデイビッド・シシリニ（David Cicilline）氏は、司法省と FTC が、20年前の Microsoft 事件⁷⁴以来、技術部門の反トラスト法違反の調査を怠っていると批判し、規制措置の欠如がプラットフォームを事実上免責していると述べた⁷⁵。

ov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/814709/cma_digital_strategy_2019.pdf>

⁶⁶ DaTA の目的は、データの操作やアルゴリズムに関する CMA への技術的なサポートであり、データエンジニアリング、データサイエンス、データ及びテクノロジー市場に詳しい専門家を配置している。 *ibid.*, p.9.

⁶⁷ *ibid.*, pp.9-13.

⁶⁸ Department of Justice, Office of Public Affairs, “Justice Department Reviewing the Practices of Market-Leading Online Platforms,” 2019.7.23. <<https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-reviewing-practices-market-leading-online-platforms>>

⁶⁹ 単一の法律ではなく、複数の法律の総称であり、主にシャーマン法（Sherman Antitrust Act of 1890）、クレイトン法（Clayton Antitrust Act of 1914）、FTC 法（Federal Trade Commission Act of 1914）から構成される。

⁷⁰ 「GAFA、政治の風圧増す 米 50 州・地域、独禁法調査」『日本経済新聞』2019.9.11.

⁷¹ Kendall et al., *op.cit.*(43); Ryan Tracy 「米 FTC、IT 大手への「複数の」独禁調査を実施 シモンズ委員長」『Wall Street Journal』（日本版）2019.11.19.

⁷² “House Judiciary Committee Launches Bipartisan Investigation into Competition in Digital Markets,” 2019.6.3. U.S. House Committee on the Judiciary Website <<https://judiciary.house.gov/news/documentsingle.aspx?DocumentID=2051>>

⁷³ “Online Platforms and Market Power, Part 2: Innovation and Entrepreneurship,” 2019.7.16. *ibid.* <<https://judiciary.house.gov/calendar/eventsingle.aspx?EventID=2258>>

⁷⁴ 連邦政府と多数の州政府が 1998 年に Microsoft を反トラスト法違反で提訴した事件。United States v. Microsoft Corp., 87 F.Supp.2d 30 (D.D.C.2000); United States v. Microsoft Corp., 97 F.Supp.2d 59 (D.D.C.2000) など。

⁷⁵ Marie C. Baca and Cat Zakrzewski, “Lawmakers grill Amazon, Facebook, Google and Apple at antitrust hearing,” *Washington Post* (Online), 2019.7.16.

(2) 反トラスト法の運用方針

米国では、市場支配力の分析には価格変動の影響を判断要素として用いてきたため⁷⁶、無料サービスを競争当局がどのように扱うか問題となっていた。米国司法省反トラスト局長のデラヒム（Makan Delrahim）氏は、2019年2月の講演で、無料サービスは消費者及び競争に害を与えないため競争法の適用から除外すべきという意見も、無料サービスを提供するプラットフォーマーに対する積極的な法執行の必要性を唱え、消費者厚生基準⁷⁷を放棄し新たな規制を課すべきという意見も、いずれも両極端な意見であると否定した。そして、反トラスト法は新しい市場にも十分適応できるほど柔軟性があるとした上で、無料サービスも反トラスト法の適用対象になると述べた⁷⁸。さらに、反トラスト法違反の分析には、無料サービスだけでなくそれに付随して収益を上げている事業（例えば、広告事業）も検討する必要があること、価格以外の要素（品質、選択肢の多さ、イノベーション等）を考慮することが重要であると述べた⁷⁹。

デラヒム氏は、2019年6月の講演でも、反トラスト法は常に最新のテクノロジー業界の反競争的な行為に対し柔軟に対応してきたと述べ、過去に反トラスト法違反で会社分割されたスタンダード・オイル社や AT&T 社などの例を挙げた。そして、デジタル市場における反競争的行為の例として、支配的企業の排他的取引や将来の競合企業を排除する買収、革新的な製品の創出を妨げる行為、杜撰（ずさん）なプライバシー管理等を挙げた⁸⁰。

同氏のこれらの講演は、反競争的行為の判断基準を価格以外に広げ、反トラスト法の新解釈を示したものとされ、今後の反トラスト法の運用に影響を与える可能性があるとされる⁸¹。

以上のように、巨大プラットフォーマーに対する新たな規制の検討・実施は世界的な潮流であるといえる。しかし、伝統的な競争政策だけでは規制が十分に行き届かないおそれがあることから、各国とも試行錯誤をしている段階にある。長年の判例や研究成果の蓄積があり、規制の根拠や適用基準が厳密に求められる競争法とは異なり、新たなプラットフォーマー規制は、その論理や根拠が未確定な部分も多い。正当な競争によって獲得した市場シェアや支配的地位による利益を、政府が適切な根拠なく剥奪するようなことになることになると、今後も成長が続くであろうデジタル市場における競争やイノベーションを妨げかねない。新たな規制を検討する場合においても、規制の必要性や根拠、客観的な適用基準等が曖昧になっていないかを検証する必要があるだろう。

おわりに

以上見てきたように、プラットフォームは、間接ネットワーク効果とデータのフィードバック

⁷⁶ 滝川敏明『日米 EU の独禁法と競争政策 第4版』青林書院, 2010, pp.149-158.

⁷⁷ 消費者厚生（消費者利益）を競争法の目的とする考え方であり、世界的に共通の認識となっている。特に米国では、反トラスト法の目的は競争を保護することによる消費者利益の拡大であり、競争者を保護することではないとの考え方が定着している。同上, p.20.

⁷⁸ Makan Delrahim, “‘I’m Free’: Platforms and Antitrust Enforcement in the Zero-Price Economy,” 2019.2.11, pp.8-10. Department of Justice Website <<https://www.justice.gov/opa/speech/file/1131006/download>>

⁷⁹ *ibid.*, pp.9-13.

⁸⁰ Makan Delrahim, “‘…And Justice for All’: Antitrust Enforcement and Digital Gatekeepers,” 2019.6.11, pp.8-11. Department of Justice Website <<https://www.justice.gov/opa/speech/file/1171341/download>>

⁸¹ 「米、GAFA 規制新解釈」『日本経済新聞』2019.6.13; 「GAFA 反トラストの網」『読売新聞』2019.7.19.

ク効果が働くことにより、市場集中が進みやすい性質を持つ。寡占化が進むデジタル市場において、近年、競争上問題となっているプラットフォーマーの行為としては、支配的地位の濫用による競合他社の排除、優越的地位の濫用、不透明な取引慣行、不当なデータ収集、抹殺買収を目的とした企業結合等が挙げられる。

欧米各国では、競争当局を中心に、これらの新たな問題を含むプラットフォーム規制のあり方について、積極的に検討がなされている。EU やドイツでは、既存の競争法や競争政策で対応できない新たな問題について、新法の制定や競争法の改正、関連する法規制と競争法の協働等により対応しようとしている。英国や米国では、プラットフォーマーをめぐる競争上の問題に対し、既存の競争法や競争政策では不十分との意見が議会や有識者から指摘されており、競争当局は、競争法の解釈の見直しや新たな規制組織の設立等の対応を迫られている。

日本でも、令和 2 (2020) 年の通常国会に「デジタル・プラットフォーマー取引透明化法案(仮称)」の提出が予定されている。また、公正取引委員会は、令和元 (2019) 年 12 月に、従来事業者間の取引に適用されてきた優越的地位の濫用を、プラットフォーマーによる個人情報の取得又は利用においても適用する旨のガイドラインを策定した⁸²。公正取引委員会は、企業結合についても、デジタルサービスの特徴を踏まえた企業結合審査の考え方を明確にするため、ガイドライン等の改定を行い、買収総額が 400 億円超の場合には公正取引委員会に相談することが望ましいこと等の規定を設けた⁸³。

プラットフォーム規制については、各国とも試行錯誤の段階であり、各国の競争当局の間でも適切な規制のあり方について十分な合意は得られていない⁸⁴。今後、日本におけるルール整備の状況とともに、規制の国際協調の観点から海外の動向も注目される。

⁸² 公正取引委員会「「デジタル・プラットフォーム事業者と個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」の公表について」2019.12.17. <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/dec/191217_dpfgl.html>

⁸³ 公正取引委員会「「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」及び「企業結合審査の手続に関する対応方針」の改定の概要」(第2回デジタル市場競争会議 参考資料4-1) 2019.12.17. <<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/kyosokaigi/dai2/sankou4-1.pdf>>

⁸⁴ 岡田 前掲注(9), p.2.