

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
報告書

～Connected Industries の実現に向けて～

平成29年6月28日

目次

| | | |
|-----|--------------------------------|----|
| 1. | はじめに | 2 |
| (1) | 第四次産業革命の進展 | |
| (2) | 競争環境に与える影響への関心の高まり（問題意識） | |
| 2. | 第四次産業革命に向けた横断的制度研究会報告書のフォローアップ | 4 |
| (1) | 横断的制度研究会報告書の概要 | |
| (2) | 横断的制度研究会報告書のフォローアップ | |
| 3. | データの活用実態 | 7 |
| (1) | データの性質 | |
| (2) | データの集積と活用 | |
| (3) | データを集積・活用した事業のモデル化 | |
| 4. | 一般的な競争政策上の考え方の整理 | 13 |
| (1) | 競争政策上の考え方の整理に当たっての本研究会のスタンス | |
| (2) | 一般的な競争政策上の考え方 | |
| (3) | データの集積・活用における「状況」の評価 | |
| (4) | データの集積・活用における「行為」の評価 | |
| 5. | ビジネスモデルの分類と競争政策上の考え方の関係 | 21 |
| (1) | 単独成長型 | |
| (2) | 付随提供型 | |
| (3) | 他面活用型 | |
| (4) | 多面連動型 | |
| 6. | 想定事例 | 28 |
| (1) | 行為の種類毎に想定される事例 | |
| (2) | ビジネスモデル類型によらず横断的に行われ得る行為の検討 | |
| (3) | その他 | |
| 7. | おわりに | 39 |

1. はじめに

(1) 第四次産業革命の進展

近年、ビッグデータに代表される情報処理可能なデータの飛躍的増大や、コンピュータの計算能力の向上、人工知能（AI）の発達等の第四次産業革命と呼ばれる技術革新が進行している。技術の革新にあわせて、我が国の産業社会の在り方にも変化が求められるところ、様々なつながりにより新たな付加価値を創出する産業社会である“Connected Industries”の実現に向けた取組が進められている。

競争政策は、市場における公正かつ自由な競争を促進することで、イノベーションの促進等を実現するための政策であり、産業社会が変われば、新たな産業社会に合わせた競争政策の在り方が課題となる。この点、昨年4月に経済産業省が公表した「新産業構造ビジョン中間整理」¹では、こうした技術革新を背景として、デジタル市場で急成長を遂げたプラットフォームに対する競争上の懸念を指摘している。これも踏まえて、経済産業省は「第四次産業革命に向けた横断的制度研究会」（以下「横断的制度研究会」という。）において、プラットフォームに関する取引の特徴や実態等を取りまとめ、昨年9月に報告書を公表した²。この報告書では、技術革新により価値の源泉がデータにシフトしていることをあげながら、特にインターネット上でサービスを展開するデジタルプラットフォームに着目して、第四次産業革命がもたらす競争環境の変化について議論されている。また、デジタルプラットフォームによる取引事例として、スマートフォン用アプリケーション（以下「アプリ」という。）市場における取引等に着目し、その実態が明らかにされている（詳細については、後記2. 参照）。

データが価値の源泉となる、すなわちデータによって製品やサービス（以下「サービス等」という。）の価値を高めようという試み自体は、横断的制度研究会で焦点を当てたデジタルプラットフォームに限らず、多くの事業者において以前から行われている。

例えば、研究開発において実験を繰り返してデータを集めることで、新たな製品の開発に活かすような努力は常に行われてきた。しかし、第四次産業革命の下では、通信技術の発達等によりリアルタイムで大量のデータを取得・送信できるようになったり、コンピュータやAIの発達等により処理能力が向上したりする結果、研究開発等の限られた環境の下でデータを集めるだけではなく、広く現にサービス等を利用する顧客から日常的に大量のデータをリアルタイムで集めることが可能となった。その結果、サービス等を提供しながらデータを集め、絶え間なくサービス等の品質を向上させ続けることにより、顧客を引きつけ続けるような戦略を採ることができるようになった。この好例がプラットフォームであるが、それに限らず様々な業態で同様の戦略が見られるようになり、データがサービス等の競争力に与える影響が一層顕著になったといえる。

¹ http://www.meti.go.jp/committee/sankoushin/shin_sangyoukouzou/pdf/008_04_00.pdf

² <http://www.meti.go.jp/press/2016/09/20160915001/20160915001.html>

(2) 競争環境に与える影響への関心の高まり（問題意識）

データによってサービス等の品質が向上することはイノベーションの観点から望ましいことはいうまでもない。他方で、競争力の源泉がデータであることから、データを支配することによって、競争者が当該データを活用したサービス等を提供することを妨げるのではないかとの懸念が生じている。こうした懸念は、広く海外でも認識されており、近年、データを競争政策上どのように評価するかについての検討が始まっている。

例えば OECD 競争委員会が 2016 年に作成した「BIG DATA: BRINGING COMPETITION POLICY TO THE DIGITAL ERA」³では、ビッグデータが市場支配力と競争優位性をもたらすことに言及しながら、競争法の執行に対してどのような意味を持つかが検討されている。また欧州でも、ドイツ及びフランスの競争当局がデータの収集と活用の拡大に関する競争法上の問題点についての共同分析を行い、デジタル産業等におけるデータ収集に起因する競争当局の課題等をまとめたレポート⁴を公表している。しかしながら、少なくとも事業者が自らの事業について競争政策上の問題点の有無を検討するためのものとしては、抽象的すぎ、より具体的なデータの活用実態にまで踏み込んだ体系的な検討が必要であるように思われる。

一方、Connected Industries を実現するためには、あらゆる分野でデータを存分に活用することによってイノベーションを起し、サービス等の品質を高めていくことが重要である。その過程において、公正な競争が不当に阻害されることがあってはならないのはもちろんであるが、競争政策上問題ではないかという抽象的な懸念によって事業者が躊躇することもまた望ましいことではない。そこで、データの活用に関する競争政策上の考え方の在り方を検討し、可能な限り具体的な形で明らかにしておくことによって、公正な競争環境を守りながらも無用な懸念を払拭し、事業者が安心して競争を行える環境を整える必要がある。この点、本年5月に経済産業省が公表した「新産業構造ビジョン」⁵では、Connected Industries の実現のため、データに関するルール、規制・制度の在り方の見直しの一環として、競争政策上の位置づけの明確化が必要であるとしている。

そこで、データの収集・蓄積（以下「集積」という。）や活用の現状を俯瞰した上で、競争環境を整備してイノベーションを促進する観点から、どのようにデータの競争力を評価していくのか、今後どのような事態が想定されるのか、またそうした事態が生じた場合にどのような点に着目していくべきかを検討するため、「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」（以下「本研究会」という。）を立ち上げた。

³ [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2016\)14/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2016)14/en/pdf)

⁴ <http://www.autoritedelaconurrence.fr/doc/reportcompetitionlawanddatafinal.pdf>

⁵ <http://www.meti.go.jp/press/2017/05/20170530007/20170530007-2.pdf>

2. 第四次産業革命に向けた横断的制度研究会報告書のフォローアップ

本研究会では、検討の前提として、横断的制度研究会の振り返りを行い、アプリ関連の事業を営む者から現状について聴取した。

(1) 横断的制度研究会報告書の概要

横断的制度研究会報告書では、上記1. のとおり、デジタルプラットフォーマーの登場によりもたらされる競争環境の変化を明らかにするとともに、具体的な例としてアプリ市場における取引等において確認された実態が明らかにされている。

まず、競争環境の変化として、以下の4つの点が指摘されている⁶。

①ネットワーク効果

プラットフォームは2つ顧客グループをつなぐ中間的な位置付けとなっている場合が多く、プラットフォームの提供するサービス等の利用者が増えるにつれて、プラットフォームの価値を増し、更にサービス等の利用者が増えるという「ネットワーク効果」という特徴を有することが多い⁷。

②規模の拡大の容易性

デジタル財を取り扱うプラットフォームは、輸送や複製等にかかるコストや、在庫等のリスクが低いため、急速に拡大しやすいという性質を持つ。

③情報力

プラットフォーマーは、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サービス等に関する情報はもちろん、サービス等の提供に必要な利用者の個人情報や購買情報を集積しやすいという特性がある。このようにプラットフォーマー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って自らの交渉力や価値を高めることができる。

④先行者優位

ネットワーク効果が働くことや情報の蓄積が競争力の源泉となること等が合わさった結果、先行するプラットフォーマーが大きな力を持ちやすく、新規参入者あるいは中小規模事業者にとって不利な市場環境となりやすい。

次に、アプリ市場での取引実態に関して、スマートフォンのOSを提供する事業者自ら、アプリをダウンロードする場（以下「アプリストア」という。）の運営も行っており、これらのアプリストアはOSでの高いシェアを背景として特別な地位を確立しているとした

⁶ 横断的制度研究会報告書 2～5頁。

⁷ 典型的な例として、家庭用ゲーム機があげられる。当該ゲーム機に対応したソフトが増えれば増えるほど、当該ゲーム機は消費者にとって魅力的な製品となり、消費者が増えれば増えるほど、ソフトを提供するゲーム製作会社にとっても当該ゲーム機は魅力的な製品となる。

上で、確認できた取引事例として、以下の7つが指摘されている⁸。

①決済手段に対する拘束

アプリストア事業者は、アプリを提供する事業者（以下「アプリ提供者」という。）に対し、自らを経由しない決済手段を原則禁止とすることで、自らの提供する決済手段を利用させるとともに、利用するたびに売上の30%程度の手数料を徴収している場合がある。

②硬直的な価格体系

一部のアプリストアでは、アプリ提供者は、アプリストア事業者が示す価格表の中から価格を選ばざるを得ず、自由な価格設定ができない場合がある。

③アプリ間での共通の仮想通貨の禁止

アプリストア事業者が、複数のアプリ間で使用できる仮想通貨を禁止しており、一度購入した仮想通貨は当該アプリでしか使えないこととされている場合がある。そのため、ユーザーからすれば余った分を他のアプリで使うことができず、アプリ提供者からすれば自らのアプリ群に顧客を囲い込むことができない。

④自らの提供するアプリと競合するアプリの排除

一部のアプリストアでは、当該ストアでアプリの提供を認めるための審査基準によって、アプリストア事業者自らが提供するアプリと競合するアプリの機能が実質的に制限されており、競合するアプリの提供者が競争上不利になる場合があり得る。

⑤販売や返金処理等に関する情報提供の少なさ

アプリストア事業者は、アプリ提供者に代わってユーザーに対して返金を行うことができる契約を締結しているが、返金が発生した際に、理由、相手、金額等の情報がアプリ提供者に伝わっておらず、二重返金の防止や購入前の状態への原状回復の適切な対応ができない場合がある。

⑥不透明な審査基準とその運用

アプリストア事業者の行うアプリ内容の審査において、審査基準や基準に抵触する旨の指摘が漠然として不透明であり、アプリ提供者が不安定な立場に置かれている場合がある。

⑦アプリストアを経由しないサービス提供の制限

ユーザーがOSにプリインストールされている検索エンジンを用いてアプリを検索しても、アプリストア上のアプリが上位に表示されるように設定されており、事実上、アプリストアへの誘導が行われている可能性がある。

こうした取引実態について、横断的的制度研究会の議論の中で独占禁止法上の違法行為に当たる可能性があるとの指摘もされたが、報告書では「独占禁止法等の法令違反に当たるかは詳細かつ精緻な検討が必要であり、一概に結論付けることはできない。」とした上で、当面

⁸ 横断的的制度研究会報告書 8～11頁。

の政府の取組としては、適切に状況を注視することとしている⁹。

(2) 横断的制度研究会報告書のフォローアップ

横断的制度研究会での指摘を踏まえて、アプリ関連の事業を営む者から現状について聴取したところ、以下の説明があった。

- ・情報力に関しては、プラットフォームごとにポリシーは大きく異なっている。情報収集を極力最小限とし、利用者の購買情報やその他個人情報を必ずしも収集しないケースもある。
- ・新たに参入したサービスの方が消費者に選ばれており、インターネットを通じて得られるデータの総量も増え続けている現状では、必ずしも先行者が優位に立ち続けることができるとは言えない。
- ・アプリストア事業者は、アプリ提供者が容易にアプリを販売できる手段を提供するのみならず開発環境等（アプリを作成し販売するツールを含む）も提供するとともに、消費者にとっても安心してアプリを入手できる場を提供している。
- ・アプリストア事業者は、自ら支払いシステムを提供することにより、詐欺的な行為や資金洗浄目的での利用を防ぐ等、ストアを健全かつ継続的に運営している。
- ・支払いシステムの利用に際して対価を得ることにより、アプリ提供者がフリーライダーとなることを回避している。
- ・価格を価格表の中から選択する制度としている趣旨は、通貨や税制の違う様々な国においてアプリを提供できるようにしていることとの兼ね合いから、システム上無理を生じさせない必要性があつたことである。また、価格表には多様な選択肢が用意されており、アプリ提供者は柔軟な価格設定が可能である。
- ・共通通貨については、セキュリティや詐欺行為への対応、技術的な限界等を考慮すると、システム的に実装が困難である。
- ・一部のアプリストア事業者は、既に返金状況が確認できる API（Application Programming Interface）をリリースするなどの取組をしている。
- ・審査基準は消費者保護のためにも必要であり、一律かつ透明に運用されている。また、審査基準は関連する規約等と相まって、アプリ提供者に対するガイダンスの役割を果たしている。
- ・審査基準の運用は一律であり、アプリストア事業者が自ら提供するアプリと競合するアプリに対して、特別な排除を行っていることはない。

上述したとおり、個別の行為が独占禁止法等の法令違反に当たるかは詳細かつ精緻な検討が必要であり、一概に結論付けられるものではないが、これらの内容については、そ

⁹ 横断的制度研究会報告書 11～14 頁。なお、違法行為の可能性としては、例えば、決済手段の拘束や不透明な返金処理については、優越的な地位の濫用等に当たり得る等の指摘があった。

の正当性も含めて法令違反の判断に当たって留意されるべきものであると考えられる¹⁰。

なお、「日本再興戦略 2016」¹¹及び「未来投資戦略 2017」¹²によれば、公正取引委員会は、独占禁止法に違反する事実が認められた場合には、厳正・的確な法執行を行うとされている¹³。

3. データの活用実態

データの集積や活用が競争環境に与える影響を検討するに際しては、データがどのように集積され活用されているのかを知る必要がある。そのため、本研究会では、アプリ関連の事業を営む者から、上記2. (2) のアプリストア事業に関する現状やデータの活用実態について聴取した。また、より広く事例を収集し分析するため、原田委員及び平塚委員によるデータの集積・利活用実態に関する説明が行われたほか、事務局（経済産業省経済産業政策局競争環境整備室）において、データを活用する事業を展開している事業者等約40社に対するヒアリングを行った（以下「ヒアリング調査」という。）。

これらの取組の結果、多くの事業者が様々なデータを用いて多様なサービス等を提供している一方で、事業者によってはまさに活用が緒についたばかりという状況であるなど、データの集積や活用の状況には事業者ごとに大きな差があることが明らかとなった。一方、それぞれの事業者によるデータの集積・活用の方法を分析すると、業種の如何を問わず共通する要素も多いことが確認された。そこで、データが競争環境に与える影響を可能な限り具体的に検証するため、共通する要素に着目し、データを活用した事業のモデル化と分類を試みることにした。

(1) データの性質

一口に「データ」といっても、事業に用いられるデータの種類や内容は様々である。そこで、議論の便宜のため、データは例えば以下のように整理されることがある。

- ①当該データが何を表すデータであるかに着目した整理
 - ・個人データ（年齢、性別、住所、嗜好等の個人に関するデータ）
 - ・産業データ（機械の稼働状況、人や物の流れ等の事業活動に関するデータ）
 - ・公的データ（公的統計、観光、公共交通分野等に関するデータ）
- ②当該データが示す行動等が行われた場所に着目した整理¹⁴
 - ・バーチャルデータ（web サイト等のオンラインで集められたデータ）

¹⁰ 横断的の制度研究会報告書においても、「こうした取引実態の中には、消費者の保護や利便性の向上等があり、必ずしも「不当」とはいえないと考えられるものもあり、適法性の判断に当たっては、そうした点についても留意する必要がある」旨が指摘されている（11頁）。

¹¹ http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016_zentaihombun.pdf

¹² http://www.kantei.go.jp/jp/headline/pdf/seicho_senryaku/2017_all.pdf

¹³ 日本再興戦略 2016 60頁、未来投資戦略 2017 88頁。

¹⁴ 新産業構造ビジョン中間整理(2016) 22頁。

- ・リアルデータ（現実空間に設置されたセンサー等から集められたデータ）
- ③データの管理や提供の方法に着目した整理
- ・オープンデータ（天気予報、公的統計等の公開されているデータ）
 - ・クローズデータ（個人データ、産業データ等の秘匿されているデータ）

これらはいずれもデータの性質に着目したものとして、データを集積・活用したビジネスモデルの整理や競争環境に与える影響を検討する上でも有用であることから、本報告書でもこれらの分類を用いる。

（２）データの集積と活用

データは無体物であり、誰かが何らかの手段で集積しなければ用いることもできないが、ただ集積しているだけでは、データの持つ価値をビジネスにおいて具体化させることはできない。データが価値を発揮する場合、すなわちデータがビジネスで活用される場合としては、①データ自体が売買等の取引の対象となる場合、②データがサービス等の開発、改良、製造、提供等（以下「サービスの提供等」という。）に用いられる場合が考えられる。

上記①のように、市場が形成されている場合においては、単に取引の対象がデータとなるというだけであり、基本的には一般的なサービス等と同様に、当該市場におけるシェア等の状況に着目すればよいと考えられる¹⁵。したがって、本報告書では、特に「データの活用」として、上記②のデータがサービスの提供等に用いられる場合を中心に検討し、その実態を明らかにしていく。

（３）データを集積・活用した事業のモデル化

データの活用については、特にバーチャルデータを巡るデータ競争「第1幕」は欧米が先行しながら、我が国においても急激に進展しているが、今後、リアルデータを巡るデータ競争「第2幕」へと移行していくとされる¹⁶。実際に、ヒアリング調査を行った範囲では、バーチャルデータについては、マーケティング、ターゲティング広告、レコメンデーション等で広く活用されており、複数のサービス等を組み合わせ、複雑なエコシステムを構築するビジネスモデルも見られるようになっている。一方、リアルデータについては、製品開発、生産設備の稼働の効率化や省エネルギー化、人やモノの流れの最適化等で利用されているが、あるサービス等から得たデータを他のサービス等に用いるビジネスモデルはあっても、そうしたデータを活用するサービス等を更に組み合わせるエコシステムを構築するような複雑なビジネスモデルはあまり見られない。もっとも、スタートアップ事業者の中には、自らの強みと考えるサービス等を中核として、多様な事業者と提携するよう

¹⁵ 基本的には本文のとおりであるが、実際には具体的な事例に則して考えられることであるため、特にデータと関わりのない一般的なサービス等について検討する場合であっても、シェア以外の要素が重要となる場合もあり得るし、いかなる場合に何を重視するかは学説によっても違いが見られる。

¹⁶ 新産業構造ビジョン中間整理(2016) 22頁。

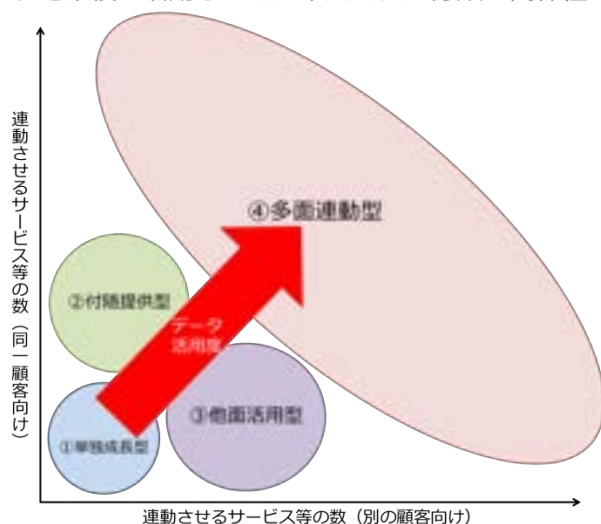
なビジネスモデルにより、複数のサービス等を組み合わせしていく形を志向するような者も現れ始めている。

これらのビジネスモデルが示すように、データは集積しなければ用いることができず、また集積するだけでは価値を發揮できない。データを活用したビジネスを展開するにあたっては、①データを集積する仕組みをどのように構築するか、②集積したデータでどのように付加価値（儲け）を生み出すかが重要となる。①と②がうまく連動したビジネスモデルを作り出すことにより、初めてデータは価値を生じ、サービス等は市場における競争力を獲得する。逆に、データを活用する明確なモデルもなく「将来活用できるかもしれないので、とりあえずデータを集めている」というような状況では、およそ価値も競争力も生まれないと考えられる。

データをサービス等に活用する手段としては、最も典型的であり、かつ従前から行われているものとして、研究開発等で得たデータを元にサービス等を開発・実装することが考えられる。しかし、近年ではサービス等を提供することでデータを得て、更にそれを用いてサービス等の価値を向上させていく仕組みを備えたビジネスモデルが広まっている。そこで、本報告書では、競争環境への影響を測る前提として、データの活用とサービス等の価値の向上との関係性を整理するため、データを活用したビジネスモデルを4つに分類して整理する。

各分類の概要と性質は順に述べるが、先に各分類の関係性の全体像を示せば、以下のとおりであり、端的に言えば、より多くのサービス等を連動させたモデルの方が高い競争力を有するものといえよう。

【データを集積・活用したビジネスモデル分類の関係性の全体像】



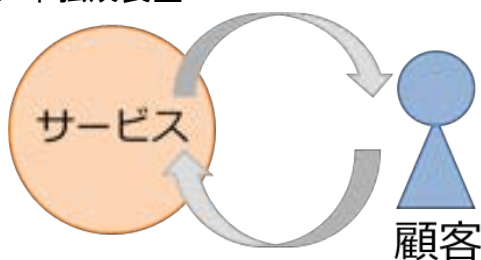
➤データの集積・活用の方法に着目し、以下の4つに分類。
①単独成長型
②付随提供型
③他面活用型
④多面連動型
➤右上の分類に進むほど複雑な活用形態となるが、その分データの価値が高く、他者に追随されにくい、高い競争力を有するモデルと考えられる。

なお、分類の前提として、何をもち「一つのサービス等の市場」と見るかという問題があるが、この市場は、需給両面、特に需要から見た代替性の有無によって画定されるものと言われている¹⁷。例えば、一定の間隔でメンテナンスが必要とされる製品が存在する

¹⁷ 市場の画定については、公正取引委員会競争政策研究センター「データと競争政策に関する検討会報告書」も「独占禁止法上の評価を行うに当たっては、(中略)基本的には、需要者にとっての代替性とい

場合に、メンテナンスサービスを提供する市場が製品の販売市場とは別に画定されるか否かについては、当該製品の製造者以外の者もメンテナンスサービスを提供しているか等により当該製品の購入者が、当該製品の販売者とは別にメンテナンスサービスの提供者を選択する余地があるか否かが検討される。具体的には、製品のメンテナンスを製造業者又は販売業者がアフターサービスとして行っており他者が行うことは困難であるような場合には同一市場と、独立したメンテナンス事業者が存在しているなど製造業者又は販売業者以外の者もメンテナンスを行っている場合には別市場と画定されやすい。

① 単独成長型

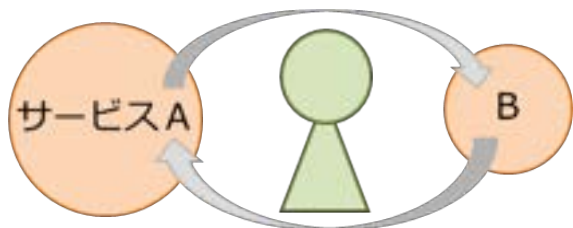


- サービスの提供等を通じて絶えず品質向上。
 - サービス等の効果測定の仕組みが重要。
- 【例】 検索サービス、レコメンデーション、アップデート可能なソフトウェアの販売

サービスの提供等を通じて、顧客からのフィードバックを得る等によりデータを集積し、そのデータを活用してサービス等を改善し、付加価値を高めていくような類型を指す。

例えば、検索サービスやマッチングサービス、SNS 等の検索機能が実装されているサービスにおいて、利用者が入力したワードと、入力に応じて表示された候補の中から利用者が選んだ結果とを集めて解析することでサービスの精度を高めたり、利用者の個人データと選択結果を集めることでターゲティングやレコメンデーションの精度を高めたりといったことが考えられる。サービス等の品質を向上させるためには、サービスの提供等を行った結果が相手にどう評価されたかを知ることが必要であるため、いかに自らのサービス等の効果を測定する仕組みを構築するかが重要となる。

② 付随提供型



- サービスAの提供を通じて同じ需用者を顧客とするサービスBの価値が向上。
 - BによってA自体の価値も向上し得る。
- 【例】 製品販売とメンテナンス実施、デバイス販売とアプリ提供

あるサービス等（サービスA）の顧客に対して別のサービス等（サービスB）を提供する場合に、サービスAで得られるデータをサービスBで用いることにより、サービスBの付加価値を高めていくような類型を指す。さらに、サービスBの価値が高まることによって、高付加価値のサービスBの提供を受けられるという利点を活かしてサービスAの

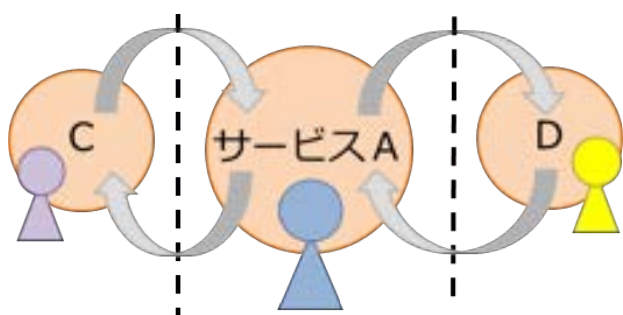
う観点から、加えて、必要に応じて、供給者にとっての代替性という観点から、市場（一定の取引分野）が画定される」（24 頁）、「データの収集、利活用に関連する取引については、（中略）関連市場の画定方法は、他の商品一般と原則として異なるところはないと考えられる。」としている（25 頁）。

価値も高まる正の循環が生じることもある。

例えば、継続的なメンテナンスが必要な製品（サービス A）にセンサーを付けて販売し、当該センサーから得たデータを用いて効率的なメンテナンスサービス（サービス B）を提供することや当該センサーから得た稼働情報を元により効率的な使い方をアドバイスするコンサルティングサービス（サービス B）を行うこと等が考えられる。この場合、メンテナンスやコンサルティングのサービスを受けられるということ自体が、更に当該製品の付加価値を高めることにもつながり得る。

またこの類型では、利益を生み出す軸となるサービス等がはっきりしており、他のサービス等は軸となるサービス等を補完するものとして考えられている場合も多く、補完する側のサービス等は無償で提供されることもある。例えば、上記のセンサー付き製品の例でいうメンテナンスやコンサルティングのサービス（サービス B）を無償で受けられるようにすれば、製品の販売（サービス A）の競争力を高めることができる。また、逆にセンサーを備えた製品を無料で配布又は格安で販売（サービス A）した上で、当該製品上で稼働するソフトウェアや、当該製品から得たデータを活用して提供されるサービス（サービス B）の利用者を増やし、収益を上げることも考えられる。

③ 他面活用型



- 別の需用者を顧客とするサービス等（サービス C 又は D）から得たデータを用いることで、サービス A の価値を向上させる。
 - 顧客の囲い込みや収益源の増加に有効。
- 【例】健康支援アプリのデータを利用した生命保険

あるサービス等（サービス A）を軸として、全く別の需用者を顧客とするサービス等（サービス C・D）を組み合わせることにより、サービス A の価値を向上させる、サービス A に顧客を誘導する、サービス A のほかの収入源を得る等の効果をもたらすような類型を指す。組み合わせられるサービス等は、(i) サービス A で用いられるデータを集めることのできるもの（サービス C）か、(ii) サービス A の提供による副産物であるデータを有効に活用できるもの（サービス D）が想定される。上記の②付随提供型では複数のサービス等を同じ顧客に合わせて提供するが、この類型では複数のサービス等を全く別の顧客を相手に展開する点が異なる。

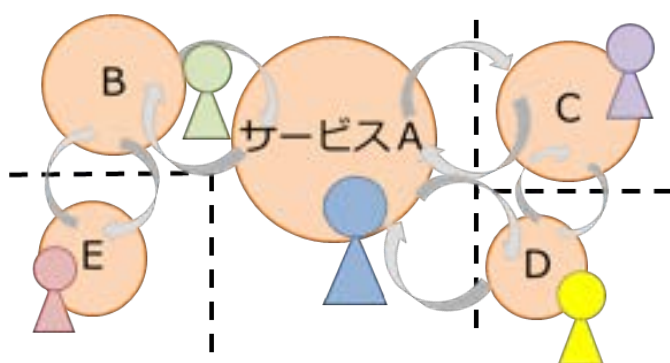
例えば、あるサービス（サービス A）で活用するデータを集めるために当該サービス等とは無関係の不特定多数の者に向けて無料のアプリを配布すること（サービス C）や、ある製品（サービス A）から得たデータを解析することで把握した実績値や予測値を第三者に有償で提供すること（サービス D）等が考えられる。

この類型では、別の顧客を相手とするサービス等を組み合わせるため、より広い層の顧客にリーチすることができる。そのため、(i) より多様なデータを集めることができる、

(ii) 軸となるサービス等への誘導効果が強まる、(iii) 軸となるサービス等とは別の収入源として期待が持てる等の利点がある。

なお、あるサービス等から得たデータを他のサービス等で活用し価値を高めるモデルであるため、場合によっては、データを得るサービス等の価値自体は上昇しないこともあり得る。例えば、検索サービス(サービス C)によって得たデータをターゲティング広告(サービス A)に用いる場合、検索サービスが利用されることによってターゲティング広告の価値は高まるが、広告の価値が高まったとしても検索サービスの価値が高まるものではない。このような場合に展開する複数のサービスをより盤石のものとするためには、データを得るためのサービス等の価値を高める方策を考える必要がある。検索サービスの場合は、上記①単独成長型のとおり、検索サービス自身もデータを活用して検索の精度を高めることで価値を向上させ、この課題を解決しているとみることができる。

④ 多面連動型



➤複数のサービス等を組み合わせ、それぞれのサービス等で得たデータが別のサービス等の価値を向上させる。

➤複数のサービス等が複雑に関係し合うため、そのビジネスモデルの全容は一見して明らかではない。

【例】 高度なターゲティング広告

上記の諸類型をさらに組み合わせることで複数のサービス等を連動させ、全体としてデータの集積や活用を行うシステム(エコシステム)を構築することにより、各サービス等が相互に価値を高めあうような類型を指す。収益の軸となるサービス等が一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。また、一つに定まっている場合であっても、軸となるサービス等(サービス A)と直接はつながらず、他のサービス等(サービス B)を介して間接的に価値を向上させるように働くサービス等(サービス E)が存在するなど、複雑な形態となることもある。

例えば、ターゲティング広告(サービス A)を提供する場合には、ターゲットとなる者のデータを集めるためのサービス(サービス B)が別途存在するが、より多くのデータを集めるために加えて別のサービス(サービス C・D)を組み合わせることがある。その上、これら別のサービス(サービス C・D)同士が連動していたり、更に別のサービス(サービス E)とつながったりすることで、お互いがお互いのデータを活用し価値を高め合うことができる。こうすることで、別のサービスで得たデータを当該サービスで用いたり、別のサービスから当該サービスへ誘導したりすることが可能となるとともに、ターゲティング広告の精度も高まり競争力が強まることとなる。

この類型では、多彩なサービス等によって一つの巨大なエコシステムを構築する形になるため、③他面活用型以上に、より広い層の顧客にリーチすることができ、そのため、(i)

より多様なデータを集める、(ii) あるサービス等と呼び水としてエコシステム内の他のサービス等に顧客を誘導する、(iii) 多数の収益の軸を持つといった利点を得ることができると考えられる。

4. 一般的な競争政策上の考え方の整理

(1) 競争政策上の考え方の整理に当たっての本研究会のスタンス

データを活用した取引について、競争政策上どのように考えるかという点に関しては、我が国においても検討がされており、公正取引委員会競争政策研究センター（CPRC）が本年6月に公表した「データと競争政策に関する検討会報告書」（以下「CPRCCPRC 報告書」という。）では、特に不当なデータ収集や独占又は寡占事業者等によるデータの不当な囲い込み等の行為は、独占禁止法上問題となり得る等の見解が示されている。

同報告書によって、問題となり得る行為の一端が明らかとなったことには大きな意義があるものの、一方で競争政策の専門家ではない事業者が、自ら行う又は行おうとしているビジネスについてどのような問題が起こり得るかを検討するためには、具体的行為の指摘のみならず、平易な考え方の枠組みが提示されることが重要である。そこで、我が国において事業者がデータの活用を進めていく際に、競争政策上のリスクを避けるためにはどのような考えに基づいて検討を進めればよいかという観点から、競争政策上の考え方をまとめることとしたい。

事業者にとって使いやすい考え方とするためには、事業者が自らの場合に置き換えて検討することができることが重要であるので、上記3.(3)で整理したビジネスモデルをベースに考察していく手法を提示することが有用と思われる。そこで、まず本章で一般的な競争政策上の考え方の整理を行った上で、ビジネスモデルの分類にあわせて考えられる行為と留意すべきポイントを5.で示し、最後にそれらの考え方の当てはめの例（想定事例）として、CPRC 報告書で示されている事例等を題材に6.で検討する。

なお、我が国における競争政策の根幹である独占禁止法の解釈権限及び執行権限は、公正取引委員会が有しており、個別の事案が違法に当たるか否かは公正取引委員会によって適切に判断されることとなる。そのため、本報告書に示す考え方や想定例はあくまで一般論であることに留意されたい。

(2) 一般的な競争政策上の考え方

市場における競争は様々な規制の中で行われるものであり、データの集積や活用という観点からみても、例えば個人情報保護法や不正競争防止法等の規制の枠内で行われることが大前提となる¹⁸。こうした規制はそれぞれの法目的に従って定められたものであるが、

¹⁸ 他法令との関係について、CPRC 報告書は「我が国の個人情報保護法その他独占禁止法以外の法令があり、当該法令に照らして不当な行為により消費者等が被害を受ける状況であれば、個人情報保護法や

競争の観点からすれば、それらの枠内で事業者が切磋琢磨し、競争することによって、社会的な余剰を最大化するとともに、絶え間ないイノベーションが起こることが期待される。

競争政策とは、市場における公正かつ自由な競争の確保を目指すものであり、そのため、特定の行為が市場で行われることによって競争が阻害されることを問題と考える。かかる観点からすると、競争政策上の考え方の基本は「行為×状況」にあるといえる。すなわち、①特定の「行為」があった上で、②当該行為がどのような「状況」の下で行われているのかを検討することによって、現に競争が阻害されているといえる場合に問題となるのであり、同じ「行為」が行われていたとしても、「状況」次第で競争政策上の評価は変わり得る。つまり、既に市場支配力を有する事業者が行えば問題となり得るような排他的な行為であっても、行為者の市場におけるシェアが小さい等の状況により、市場の競争環境にはほとんど影響がないと見られる場合には競争を阻害するものとはいえない。また、仮に市場で独占が生じているような状況にあっても、それが公正な競争の結果としてシェアを拡大したことによるものであれば、非難されるものではない。

こうした考え方は、我が国において競争政策を体現するルールである独占禁止法にも表れているものと考えられる。独占禁止法では、私的独占や不当な取引制限（第3条）、不公正な取引方法（第19条）等、事業者が行うことで競争を阻害する可能性のある「行為」を抽出して類型化し、それぞれ禁止している¹⁹。例えば、私的独占の定義（第2条第5項）を見ると、まず「事業者が、単独に、又は他の事業者と結合し、若しくは通謀し、その他いかなる方法をもつてするかを問わず、他の事業者の事業活動を排除し、又は支配することにより」という、行為の内容が定められている。その上で、単にそうした排除や支配という行為が存在するだけでなく、その行為がある状況の下で行われることによって「公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限する」という結果を招くと、これをもって初めて私的独占として禁止の対象となる。

このように、競争政策上問題があるか否かという判断においては、単に「行為」があるか否かというだけでなく、競争を阻害している（又はそのおそれがある）か否かが重要であり、それを知るためには「状況」の検討が必要であるという大前提は、データを活用したサービス等を見る場合でも変わらない。そのため、データを活用したサービス等の市場において、どうすれば「状況」を正しく把握できるのかという点が大きな課題となる。

（3）データの集積・活用における「状況」の評価

競争を阻害しているか否かは、通常、ある市場において価格や数量等がある程度自由に左右できるような地位（支配的地位）が形成、維持、強化されるか、又はそこまでは至らなくとも自由競争を減殺することにつながるか等について、市場シェアや市場の集中度、

消費者関連法令によって対応することが基本である」としている（39頁）。

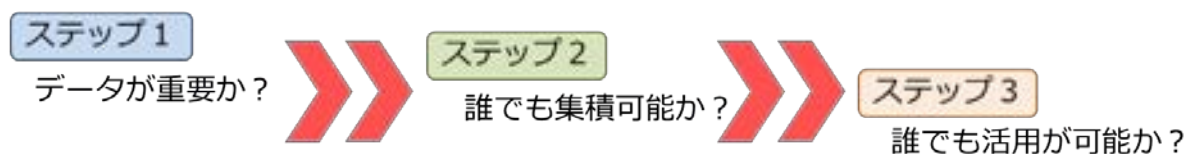
¹⁹ 不当な取引制限の中にはカルテル（第2条第6項）等が、不公正な取引方法の中には抱き合わせ販売（一般指定第10項）、拘束条件付取引（一般指定第12項）、排他条件付取引（一般指定第11項）、優越的地位の濫用（第2条第9項第5号）等が含まれるとされる。

新規参入の容易さ等を考慮して検討した上で、個別の事案に応じて判断される²⁰。

この点はデータを活用したサービス等においても変わるものではないが、こうしたサービス等においてはデータが価値の源泉となっていることから、データの集積や活用に係る制限によって他者のサービス等の価値が損なわれ、競争が阻害されるという事態が起り得るという特徴がある。したがって、データを活用したサービス等については、シェア等から明らかになるサービス等の市場の「状況」だけでなく、データに関する「状況」にも留意する必要がある。

ところが、サービス等とは異なり、データは事業者が自ら生成したり、生成した者から提供を受けたりすることによって集積されており、取引市場が形成されていない場合も多い。そのため、データの「状況」については、シェアや集中度等の市場に由来する要素を用いて検討することができない事態が想定される。そこで、サービス等とは異なり、単純な市場シェア等に頼らない形で、データに関する「状況」を検討するための考え方を整理する必要がある。

かかる観点から、データの集積や活用による競争阻害という点に絞って考え方を整理すると、以下の図のとおり、①データの影響度合い、②集積の可能性、③活用の可能性という「3つのステップ」を順に検討すればよいのではないかと考えられる²¹。



具体的な内容はそれぞれ以下のとおりである。

なお、以下のとおり「状況」を検討した結果、仮に競争を阻害する側面があったとしても、データの活用によってもたらされるサービスの提供等の効率化や品質の向上によって競争が促進されている場合もあり得るので、こうした促進効果にも留意すべきである²²。

²⁰ 例えば、本文で挙げた私的独占の要件となっている「競争の実質的制限」とは、「競争自体が減少して、特定の事業者又は事業者団体がその意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することによって、市場を支配することができる状態をもたらすことをいう」とされている（東京高判昭和 26・9・19（東宝・スバル事件）、東京高判昭和 28・12・7（東宝・新東宝）、引用は後者）。これはいわゆる市場支配力をもたらされていることを意味すると解されており、NTT 東日本事件最高裁判決（最判平 22・12・17）は、「競争の実質的制限」が「市場支配力の形成・維持・強化」を意味することを明確に述べている。

²¹ CPRC 報告書は、データの集積・利活用に関して市場における競争が減殺されるか否かは、他の場合と同様に、当事者が市場において占める地位等を総合的に勘案し判断するとした上で「データの集積による競争制限効果を判断するに当たっては、（中略）異なる種類のデータを組み合わせることで利用できることとなることの効果、同様のデータがより大量に集積されることによる利用価値の増加の程度、当該データの入手源の限定性といった観点を踏まえ、新規参入者が同程度の利用価値があるデータ集積を実現することが技術的に又は経済的に可能かどうかも考慮要素になる」としている（32 頁）。

²² データの集積・活用がもたらす競争促進効果に関しては、CPRC 報告書も「データの集積・利活用は、（中略）それ自体としては競争促進的な行為であり、競争政策上は望ましい行為であって、独占禁止法上も問題となることはない」としている（21 頁）。同報告書はその上で「競争者を排除しようとする行為といった不当な行為」等がある場合には独占禁止法による規制が必要と述べながら、評価に際しては「問題の行為が、データの効果的な利活用を促進するといった競争促進効果をもつ場合には、当該効果も考

①データの影響度合い

データの集積・活用がもたらす競争力について考える前提として、データがサービス等に与える影響の程度の検討が必要である。仮にデータがなくとも同様のサービスの提供等を行い得るのであれば、データの集積・活用において支配的な地位にある者がいたとしても、データを使わない事業者との競争が生じ得る。そのため、基本的にデータの集積・活用自体が競争を制限するおそれは少ないと考えられ、この場合には特にデータに着目して判断する必要自体がなくなる。

データがサービス等に影響を与える場合としては、データがないとサービス等が成り立たない場合もあり得るが、データがあることによってサービス等の品質が向上し又は価格を抑えることができ、データがない場合と比べて競争上優位となるに留まる場合も多いと思われる。例えば、製品のメンテナンスを行うにあたって、当該製品の稼働データは必要不可欠とは言えないが、他方でデータがあることによって、より適切なタイミングでのメンテナンスにより稼働効率を上げたり、過度の部品交換を避けてコストを抑えたりすることができる。

仮にデータが必要不可欠な場合には、当該データの集積・活用の状況が競争環境に与える影響を考慮する必要があることは言うまでもない。一方、データが必要不可欠とまでは言えない場合であっても、データを集積・活用することで生じる競争者との差を評価した上で、当該サービスの品質や価格に大きな影響を及ぼしていると認められるような場合には、同様にデータの集積・活用が与える影響を検討する必要がある。

②集積の可能性

①の検討の結果、データの影響が大きい場合には、データを集積・活用した事業者がデータのもたらす競争力を利用して競争を阻害するようなことができるかを検討することとなる。公正な競争が行えるということは、言い換えれば、競争者が存在し得る環境にあるということであるから、既存の競争者や新規参入者が同様にデータを活用することができるか（当該データを活用する事業者に追随することができるか）否かが重要な要素となる。そこで、2つ目のステップとして、他の事業者が活用のために必要な種類のデータを必要なだけ集積しなければ事業ができないか否かを検討する必要がある。

検討にあたっては、「検討の対象となるサービス等には何のデータが必要なのか」を特定することが重要である。例えば、あるサービスの提供のために人の移動に関するデータが必要だとしても、それが街中でのデータなのか、工場内でのデータなのかで集積の可能性は大きく異なる。また、工場内の移動データだとしても、およそ工場であれば何でも構わないのか、ある設備が導入されている等の特徴がある工場でなければならないのか、特定の事業者の工場のものでなければならないのか等、様々なレベルがあり得る。

どのようなデータが必要とされるかは事案に応じて判断するよりほかないが、一般的

慮した上で、独占禁止法上の評価を行う必要がある」としている（22頁）。

には、提供するサービス等の顧客の範囲と概ね一致するものと思われる。例えば、消費者向けのサービスを提供するなら、当該サービスのターゲット層に属している消費者のデータが必要と考えられ、同じ層の消費者のデータであれば、当該データが誰のものかはさほど重要ではない。また工場の例で言えば、広く一般的に通じるサービス等を提供したいのであれば、種類を問わず様々な工場のデータが、特定の設備に関するサービス等を提供したいのであれば、当該設備が導入されている工場のデータが必要となるのであり、それが A 事業者のものか B 事業者のものかはさほど重要ではない。かかる観点からすると、ある特定の事業者や個人のデータを集積しなければならない場合というのは、例えばあるデータ提供者が市場で圧倒的な地位を確立しており、その者を除いては十分な量のデータが確保し得ない場合など、限られた場合であると思われる。

上記を検討・整理した上で、データ集積の可能性については、以下の観点から判断し得るものと考えられる。

(i) アクセス可能性

競争者がデータにアクセスすることが可能か否かという観点から、競争者が自らデータを生成・取得し得るか、又は他者のデータを入手できるかを検討する必要がある。

データ自体が取引の対象物となり市場を形成しているような場合には、取引に参加すれば誰でもデータを入手することができるので、通常アクセス可能性の問題は生じない²³。データの取引が行われていない場合であっても、上記のとおり、特定の者のみが有するデータでなければならない場合は稀であるとすれば、通常、同様の事業を営む競争者であれば同じようなデータにアクセスすることは可能である場合が多いと考えられる²⁴。そのため、競争者による集積が困難となるほどの特別な経済上、契約上、法律上、技術上等の制約があるか否かを検討することになる。

例えば、自らデータを生成する場合には、センサーの設置、大容量のサーバーや通信機能の確保等のための設備投資が可能か（経済上の制約）等の論点があり得る。また、他者からデータを獲得する場合には、相手との関係でデータを保持することができる契約になっているか（契約上の制約）、法律上取扱いが制限されているか（法律上の制約）等が考えられる。

なお、これらの制約の状況は技術の進展等により常に変化することには留意が必要である。例えば、元来大量のデータを蓄積するためには大規模なサーバーを備える必要があり、一定の初期投資が必要であったが、近年では大手事業者によるクラウドサービスが広がりを見せており、比較的安価に蓄積が可能となるなど、前提となる環境が変化したことにより、競争が促進されることがあり得る²⁵。

²³ なお、当該データ取引市場において、不当に競争を阻害する行為が行われている場合には、当然問題となる可能性がある。

²⁴ この点、CPRC 報告書も「特定の者があるデータを保有していたとしても、（中略）他の者が同一の又は同様のデータを同一の又は別の経路から入手したり、又は、当該特定の者から複製したりするといった方法で、別途、保有し、利用することは容易であることが多い」としている（3頁）。

²⁵ CPRC 報告書も、大量のデータを集積する技術やデータ解析の技術が顧客に提供されていることを受

また、データを得るための手段が豊富である場合には、その分アクセス可能性が高まるものと考えられる。例えば顧客の位置情報が必要な場合、スマートフォンであれば、アプリを通じて GPS のほか、Wi-Fi、基地局の電波等の情報を活用することも可能であると考えられるし、それらの情報は、OS 提供者や電気通信事業者のみならず、アプリ提供者にとってもアクセス可能な場合がある。さらに、同じ GPS を利用して位置情報を取得するにしても、スマートフォン以外にも車載のカーナビゲーションシステムやウェアラブル端末等から取得することも可能である場合もあり得る。

(ii) 量の確保

データの集積自体は可能だとしても、サービスの提供等や価値の向上にはある程度まとまった量のデータが必要となる場合が多いことから、競争者が十分な量のデータを確保することができるか否かも検討の対象となる。

十分な量がどの程度かは、現に提供されているサービス等を分析して個別に判断するよりほかないが、判断するに当たり、特に以下の観点に留意する必要があると考えられる²⁶。

○ネットワーク効果

サービス等の利用者の増加が当該サービス等の価値を向上させ、更に利用者が増加するというネットワーク効果が働いている場合、新たな需要者は、価値のより高いサービス等、すなわち既に多数の利用者が存在しているサービス等を選択する可能性が高まるので、競争者が新たな顧客を獲得し追随することがより困難になると考えられる。したがって、顧客からもたらされるデータを活用したサービス等を提供しようとする場合には、このネットワーク効果の有無や程度は、データの量に直結する問題となる。

ネットワーク効果が発揮されるサービス等の例としては、取り扱う商品が多いほど利用者が集まり、利用者が多いほど商品が集まる EC サイトや旅行サイト、利用者が多いほど価値が増す SNS 等が考えられる。

○スイッチングコスト

サービス等の利用者が、他のサービス等に移ろうとした場合にかかるコストをスイッチングコストといい、具体的には、利用履歴や過去に入力し記録させた情報、操作の習熟等が考えられる。スイッチングコストが高ければ、他の事業者から顧客が奪いにくい状況と言え、その分データの集積や活用による追随が困難となる。逆に、データのポータビリティが確保されており、顧客が他のサービスに簡単に移行できるような場合には、スイッチングコストが低く、競争が起きやすい状況にあるといえる。

けて「このような事例は、顧客にとっては、(中略)データの集積・解析を低コストで効率的に実施できるようになるという意味で競争を促進する」としている(17頁)。

²⁶ Facebook/WhatsApp 事件では、ネットワーク効果の存在は、ユーザーの乗り換え費用に影響を与え、競争者の供給力拡大に影響を与える要因であるとしている (Case No COMP/M.7217-Facebook/WhatsApp para. 114, 126, 129)。

例えば、スケジュールやアドレス等を管理する機能のあるサービスにおいて、それらを新たに一から入力し直すことはコストであり、サービスの乗換えを妨げる要因となり得るが、既に入力したデータを顧客が容易に他のサービスへ移行することができるようにされていれば、スイッチングコストは大きく低下し、競争が促進されるものと考えられる。

○ホーミングの状況

サービス等によっては、複数の同種のサービス等を並行的に利用する、いわゆるマルチホーミングが起きる場合がある。この場合、既に市場において支配的なサービス等があったとしても、他のサービス等も利用される可能性が高まるため、比較的データを集積しやすく、まとまった量のデータを確保しやすい環境にあると評価できる。例えば、無料で提供されることが一般的なソフトウェアでは、利用者は同時に複数のものをインストールして比較し使い分けることができるため²⁷、新たにソフトウェアを開発する者であっても、比較的容易に参入し、データを集積しやすく、まとまった量のデータを確保しやすいと考えられる。

なお、理屈の上ではマルチホーミングが可能でも、実態は主に使うサービス等が固定化している場合もあり、その傾向が顕著な場合には、競争者による追従が困難な可能性もある。

(iii) データの種類

サービスの提供等を行うために、複数の種類のデータを掛け合わせる必要がある場合には、それぞれのデータについて、上記(i)(ii)の観点から検討する必要がある。

また、必要となるデータに代替性があり、いずれかのデータがあれば足りるというような場合には、同様に、それぞれのデータについて検討する必要があるが、基本的には、代替が可能であればあるほど、データによる競争阻害は生じにくくなると考えられる。

例えば、ターゲティング広告を行うためには、ターゲットとなる消費者の興味等に関するデータが必要であるが、消費者の興味等を表すデータとしては、検索ワードやウェブサイトの閲覧履歴、サービス等の購入履歴、SNSの書き込み等が考えられるので、これら全てにおいて他の競争者による集積が困難となるかを検討することとなるものと思われる。

③活用の可能性

上記②のとおり、競争者が追従することができるか否かという観点から考えると、競争者が必要十分なデータを集積可能であったとしても、それを活用することができなければサービス等の競争力にはつながらない。そこで、データを集積した競争者が当該データを十分に活用できるか否かを検討する必要があるが、かかる観点からは、以下の2

²⁷ Facebook/WhatsApp 事件では、当該事案において、ネットワーク効果の存在が新規参入を阻害するなどの効果を持つかという点について、マルチホーミングが可能であることを一つの理由として、否定している (Case No COMP/M. 7217-Facebook/WhatsApp para. 130-133)。

点に着目して検討すればよいものと考えられる。

(i) 活用可能性

集積に関する論点と同様に、競争者がデータを自ら活用するか他者に委託する等により、サービス等の開発や価値の向上につなげることができるかという観点から、経済上、契約上、法律上、技術上等の制約があるか否かを検討する必要がある。

例えば、データを解析するために十分な質と量の人員を確保できるか（経済上の制約）、ハードウェアの処理能力や AI、解析ソフト等のソフトウェアの性能（経済上の制約、技術上の制約）、データの解釈に必要な個別製品の知識（技術上の制約）、契約の相手方との関係でデータを活用することが認められているか（契約上の制約）、個人情報のように法律上取扱いが制限されているか（法律上の制約）等が想定される。

なお、これらの制約の状況は技術の進展等により常に変化することには留意が必要であることも、集積に関する論点と同様である。例えば、基盤となる技術やプラットフォームが無償で公開され誰でも利用が可能となる、システム構築やアプリ開発を受託する市場が活発になり開発単価が下がるといったことが起こり得る。

(ii) 活用による競争の可能性

先行者が既にデータの活用を通じてサービス等の価値を向上させ続けている場合、競争者が同様にデータの活用を行ったとしても、既に追従することが困難なほど差が開いており、先行者の地位が固定化されているという事態が生じ得る。そのため、データの活用によるサービス等の価値の向上がどのように起こるのか、現にどの程度の差が開いているのかを確認することも重要である²⁸。例えば、データはある一定の量を超えると価値の向上の度合いが小さくなっていくことが多いと思われるが、この「一定の量」が容易に達成できる程度の量である場合の方が、ある程度サービス等が成長し軌道に乗らないと到達できないほどの量である場合よりも、競争者が先行者に追従しやすいものと考えられる。

(4) データの集積・活用における「行為」の評価

上記(2)で述べたとおり、競争政策上の問題となるか否かの評価においては、まず「行為」があることが前提であり、我が国では対象となる行為が法律上類型化されている。法律上明確に整理されている以上、行為に関しては、データを活用したビジネスであっても従来の考え方から特段変わりはないものと思われる。「行為」が成立しているか否かの判断については、当然行為類型毎に要件が異なるが、あえて一般化すれば、「正常な競争手

²⁸ ヒアリング調査では「一般的には、データが多ければ多いほどサービス等の価値は向上するが、データが一定の量を超えるとそれ以上は価値が向上しづらくなる」との意見があった。また、CPRC 報告書も「大量のデータが既に得られている状況においては、それ以上のデータを追加的に得た場合の効果は逡減する場合もある」としている（4頁）。

段の範囲を逸脱するような人為性」²⁹を有するか否かが重要と考えられている。

また、データを活用したサービス等の多くはまだ始まったばかりであり、新たなイノベーションや競争者が生まれてくる可能性に満ちていると考えられる市場といえる。こうした市場では次々と状況が変化することから、同業者同士が協調して競争を回避するような行為は難しく、むしろ自ら単独で他の競争者を排除するような行為が問題となりやすいと考えられる。そのため、「行為」の中でも、特に排除型の私的独占や不公正な取引方法等で市場から他者を排除するものの方が想定しやすいと思われる。

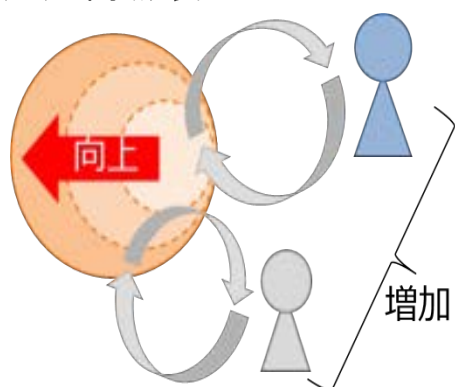
このような観点から、上記3.(3)で示したビジネスモデルの分類を念頭に置いて、モデルごとにあり得る「行為」を想定することは可能であると思われる。

5. ビジネスモデルの分類と競争政策上の考え方の関係

データを活用したサービス等における競争政策上の評価を行う際の考え方を一般化すれば上記4.のとおりであるが、より具体的に留意すべき点を挙げる観点から、上記3.(3)で示したデータを活用したビジネスモデルの類型に沿って、それぞれ特にどのような点で競争政策上問題となるおそれが生じやすいかを検討する。なお、上記4.(4)のとおり、データを活用した市場においては、比較的他の競争者を排除する方向で問題が生じやすいと考えられるため、以下では特に排除行為を念頭に検討を行う。

検討の詳細は各項目に譲るが、一般論としては、取引の様相が複雑になればなるほど、考慮要素が増していくことになる。もっとも、いずれの類型においても、上記4.(3)①のとおり、データを活用することによってサービス等の効率化や品質の向上があり、むしろサービス等の間での競争が促進される効果があるため、競争を阻害するばかりではないことには留意されるべきである。

(1) 単独成長型



- ▶顧客の増加に伴うモデルの価値の向上が続くことで、支配的な地位が固定化するおそれは否定できないが、競争阻害は限定的な場合に限られると思われる。
- ▶顧客数とデータ量が相関関係にあるので、競争政策上の検討に当たっては市場シェアが重要であり、その上でネットワーク効果等の影響を考慮する必要がある。
- ▶市場が一つしかない単独成長型では、まさにその市場でシェアを維持することが重要であるから、特に競争段階においては、問題は生じにくい

単独成長型では、一つのサービス等の中でデータの集積と活用が閉じているため、当該サービス等の市場の競争環境のみを検討すれば基本的には足りると考えられる。

²⁹ 最高裁判決平 22・12・17 (NTT 東日本事件)。なお、本文の引用部分は私的独占についての判示であるが、自然な競争の結果と不当な行為による結果を区別するために人為性に注目するという発想は、他の行為類型においても概ね当てはまるものと思われる。

単一市場で完結しているということは、言い換えれば、当該サービス等の顧客の数がそのままデータの量に直結しているということであり、データの活用によって品質を向上させることができれば、サービス等の魅力が増してさらに顧客が増えるというネットワーク効果によって市場での地位を強化していくことが可能であるということに他ならない³⁰。そのため、一つのサービス等に顧客が過度に集中した場合には、他の競争者の追随を許さないほどの品質向上やコストダウンのスパイラルが発生し、市場での地位が固定化されるおそれと考えられる。

とはいえ、程度の差はあれ、顧客からのフィードバックによる価値の向上自体は多くの事業において当然に行われていることでもあり、実際に市場での地位の固定化が生じるほどの事態に陥るのはかなり限定的な場合に限られると思われる。そのため、競争阻害効果の認定は、慎重に行う必要がある。具体的には、上記4.(3)の「状況」の考え方に沿って3ステップで確認することになるが、特に②(ii)の十分なデータの量が確保できるかを見た上で、将来の競争阻害の可能性を考えるために③(ii)の競争の可能性に関しては、確認していく上で注意が必要である。

データの量の確保に関しては、顧客の数とデータの量が相関関係にある以上、どの程度の顧客を有しているか、すなわちサービス等の市場でのシェアが重要である。つまりこの論点については、結局のところサービス等のシェアに帰結するのであり、その意味においてデータを用いない既存のサービス等における競争政策の考え方と変わるところはない。ただし、顧客が将来的にどのように推移するか(他のサービス等に移るか)という観点から、市場シェアに加えてネットワーク効果やスイッチングコスト、マルチホーミングの程度等を検討する必要があるところ、単独成長型においては、上記のとおりネットワーク効果が働いていることが想定されるので、その影響についてはよく検討する必要がある。

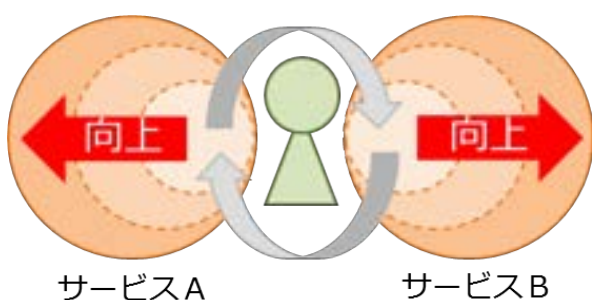
また、顧客からのフィードバックによる価値の向上自体は多くの事業で通常行われているであろうことに鑑みれば、特段の事情が無い限り、基本的には他の競争者が追随することも可能であり、市場の地位の固定化が起きにくいとも考えられる。そのため、上記4.(3)③(ii)の競争可能性を丁寧に検討し、特段の事情がないかを確認する必要がある。この際、価値の向上にも様々な種類・程度のものが存在することには注意が必要である。例えば、利用者から収集したデータでサービスの品質を向上させるとしても、単に動作不良等のエラーの記録を収集して、エラーが起きにくいように修正するだけのものと、検索機能を備えたサービス等において、表示した結果がどの程度選択されたかという結果を収集し精度の向上を行うものとは、後者のほうがより価値の向上に与える影響が大きいと思われる。

以上のように、ネットワーク効果が強く働いている、データの活用によって大幅に価値が向上している等の事情がなければ、単独成長型のデータの活用が競争を阻害することは

³⁰ ネットワーク効果の中でも、このように「利用者の増加自体が当該サービス等から受ける便益を増加させる」という現象を特に「直接ネットワーク効果」と呼ぶことがある。これは通常、電話の「利用者の増加が自動的に便益の増加につながるもの」(例えば、電話は利用者が増えるほど連絡できる先が増えるので自動的に便益が増す)を例として説明されることが多いが、データの活用を前提とすれば、より広くネットワーク効果が認められることを示唆している。

稀であるが、仮に競争を阻害していたとしても、繰り返し述べているように、そもそも「行為」がなければ競争政策上問題とはなり得ない。この点、単独成長型では、そのサービス等の市場で一定の地位を確保しないことにはデータの集積も進まないため、競争の初期段階においては、競争者に顧客を奪われる結果を招くおそれのある「行為」に及ぶことは困難であると思われる。一方、支配的な地位を確立し、データの活用によるサービス等の価値の向上を通じて競争者との間で明確な差が生じる等の「状況」が整った後では、その地位を維持又は強化するために、顧客に対して競争者を排除するような条件を課したり、顧客から不当にデータを収集したりする可能性は否定できず、そのような行為の有無が問題となると思われる。

(2) 付随提供型



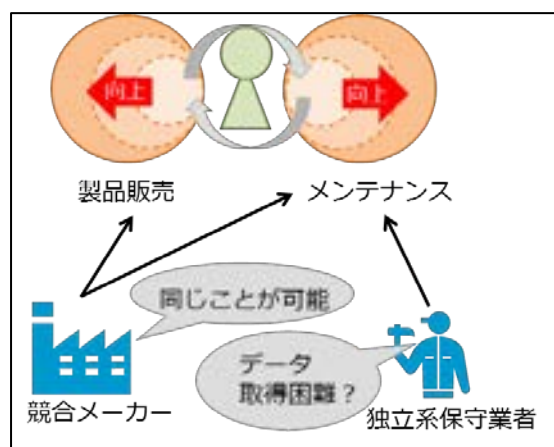
- ▶基本的には、他の事業者も同じビジネスモデルを構築可能であり、競争は維持されやすい。
- ▶ただし、片方のサービスの提供等のみを行う事業者との関係では、競争阻害が生じ得る。
- ▶もっとも、その場合であっても、データの影響度合いや競争促進効果等を見ていくと、競争阻害と評価される場合は限られる。

データの活用によりサービス等の価値が向上する点では単独成長型と同様だが、サービス等の価値の向上に他のサービス等が資する形態であるため、あるサービス等（サービスA）で強い競争力を持ち市場での地位を確立することにより、他のサービス等（サービスB）の市場での地位が形成、維持又は強化されるおそれが想定される。そのため、単独成長型とは異なり、現に競争阻害が疑われるサービスBだけでなく、その価値の向上に貢献しているサービスAの市場についても考慮する必要がある。

具体的には、サービスBの市場での競争阻害について検討するのであれば、まずはサービスBについて、データが競争環境に関係しない場合の検討と同様に、その市場におけるシェア等から検討を行う必要がある。その上で、サービスBに価値をもたらすデータについて検討するため、上記4.(3)の3ステップでの検討を行うこととなるが、このうち②のデータの集積可能性を判断する際に、当該データを集積する場として機能しているサービスAについて検討することが必要となる。

このように、付随提供型の特徴は上記4.(3)②のデータの集積可能性の検討の際に際立つため、特にこの点について詳述する。付随提供型は、サービスAの顧客に対してサービスBも提供する形であり、サービスAとBが密接な関係にある。そのため、サービスAの提供者であればサービスAで得たデータを活用してサービスBを提供することが可能な場合が多いことが想定される。そのような環境においては、サービスAの競争者のシェアがあまりに小さく十分な量のデータを確保できない等の特別な事情がない限り、当該競争者はサービスBの市場においても追従が可能であり、競争が維持されやすいものとも考えられる。一方、サービスBの提供等のみを行っている競争者については、必要な

データを入手することが困難な場合も想定されるところ、当該競争者との関係では、更に上記4.(3)①のデータが与える影響の程度を検討する等により、競争が阻害されていないかを慎重に検討する必要がある。



例えば、ある製品のメーカーが、当該製品にセンサーを取り付けて販売し、そこから得られるデータに基づいて効率的なメンテナンスを提供したとする（左図参照）。この場合、競合する製品を販売しているメーカーにとっては、同様のビジネスモデルを採用することは比較的容易であると考えられるため、その場合には従来どおりメンテナンスサービス市場での競争が行われる可能性が高いように思われる。一方、自ら製品を販売していない独立系保守業者にとっては、同様のメン

テナンスサービスの展開が困難となる場合もあり得る。もっとも、センサーから得られる情報が当該製品の顧客にも共有されていれば、保守業者は自らの顧客からデータを提供してもらうことが可能であるため、メーカーと同様にデータを活用したメンテナンスを行うことが可能であると評価され得る。また、仮にデータが顧客も含めた他者に全く提供されていない場合であったとしても、そもそもデータを用いずにこれまでメンテナンスを行ってきたとすれば、データによって直ちに競争からの排除が生じるものとはいえず、むしろデータの活用によってメンテナンスの価格の低下や品質の向上が起これ、競争が促進されたと評価されることも考えられる。このように考えると、データの集積と活用について競争を阻害していると評価されるような「状況」は、およそ限定的であるようにも思われる。

なお、この例では既に製品の販売やメンテナンスを営んでいる競争者と、メンテナンスのみを行う競争者が念頭に置かれているが、新規参入の可能性が認められる場合にも、同様に追随可能性があるものと評価できる。特に、サービス A の参入障壁が低い場合³¹には、サービス B に新規参入しようとする者が同時にサービス A にも参入し、既存の事業者同様にデータを集めることができるため、サービス B に新規参入者が現れる可能性は高くなるものと思われる。

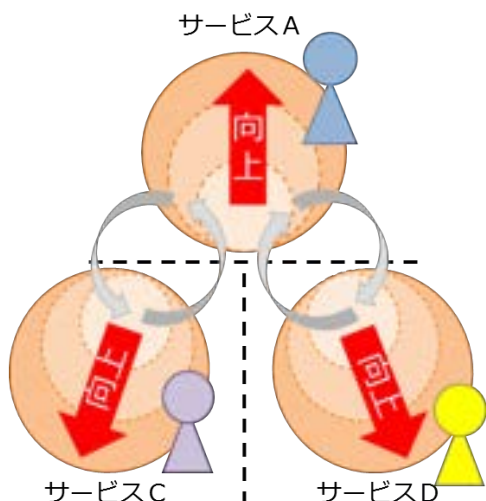
以上のように、付随提供型では密接に関連する異なるサービスの提供等によって得たデータが用いられることが特徴であるため、「行為」が起こなわれるとすれば、特にその点を利用したものが想定される。例えば、サービス A の提供に際してサービス B の提供も受けることを強制することによりサービス B の市場から他の事業者を締め出す行為(抱き合わせ販売³²)や、サービス B を提供する特定の事業者に対してのみデータを提供しな

³¹ 例えば、開発コストが低く販路の開拓が容易な場合等が考えられる。具体的には、開発や提供の環境がプラットフォームによって整備されているオンラインサービスやアプリの提供等。

³² 取引の相手方に対し、ある製品（主たる製品）の供給に併せて他の製品（従たる製品）を購入させる行為。これにより、従たる製品の市場において他に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない競争者の事業活動を困難にさせ、従たる製品の市場における競争に悪影響を及ぼす場合は、排除行為に

い行為（供給拒絶³³、差別的取扱い³⁴）等が考えられる。もっとも、上記のとおり、競争を阻害していると評価されるような「状況」は限定的であると思われるので、これらの行為があったとしても、必ずしも競争政策上問題となるわけではない。

（３）他面活用型



- ▶顧客の違うサービス等を組み合わせるため、場合によっては違うノウハウ等が必要であり、追従が困難となり得る。
- ▶一方で、組み合わせの選択肢が多いため、組み合わせ次第で同様の効果を得ることも可能であり、むしろ追従が容易になる場合もあり得る。
- ▶そのため、競争者が同じビジネス形態で展開できるか、又は違うビジネス形態で同様のデータを得られるかが重要。どちらかが認められれば、競争が阻害されているとはいいがたい。

軸となるサービス等（サービス A）に他のサービス等（サービス C・D）を組み合わせている点では付随提供型と同様であるため、各サービス等のシェア等を用いて上記 4.（3）の 3 ステップでの検討を行うことが基本となる点も同様である。しかしながら、他面活用型では、全く別の顧客に対するサービス等が組み合わせられるため、サービス A を提供する際に必要なものとは異なる設備、能力、ノウハウ等が必要となることが多い点には注意が必要である。そのため、サービス A を提供している他の事業者がサービス C・D を展開できるとは限らない場合も想定される。

そこで、サービス A の競争者が同様にデータを集積し活用することができるか否かを検討する必要がある。例えば、健康管理や安全運転等を目的としたスマートフォン用のアプリを提供することでデータを集積し、軸となるサービス等の製品設計に活かしている事業者を考える場合、競争者の技術力や提携が可能なアプリ開発事業者の有無等を見ることで、どのような競争環境にあるかを評価することになると思われる。その上で、仮に競争者がデータを集積・活用することが困難であると考えられる場合には、上記 4.（3）①で述べているのと同様に、更にデータが与える影響の程度を検討する等により、競争が阻害されていないかを慎重に確認していく必要がある。

該当し得る。

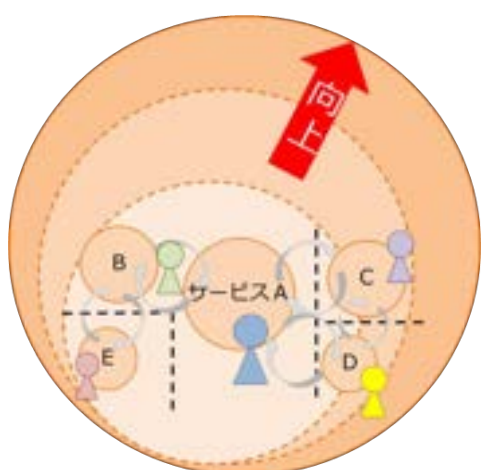
³³ 供給先事業者が市場（川下市場。この場合、データを活用するサービス等の市場）で事業活動を行うために必要な製品（この場合はデータ）を供給する市場（川上市場）において、合理的な範囲を超えて、供給の拒絶する行為。これにより、川上市場においてその事業者に代わり得る他の供給者を容易に見いだすことができない供給先事業者の川上市場における事業活動を困難にさせ、川下市場における競争に悪影響を及ぼす場合は、排除行為に該当し得る。

³⁴ 供給元事業者が、川上市場において、合理的な範囲を超えて、供給に係る製品の数量若しくは内容の制限又は供給の条件若しくは実施についての差別的な取扱いをする行為。

一方で、全く別の顧客へのサービスを組み合わせる類型であるということは、組み合わせの選択肢が広がっているという見方をすることもできる。そのため、競争者は更にサービス C や D とは別のサービス等を組み合わせることも想定される。これは、データの集積において代替手段が存在するか、又はそもそもデータ自体に代替可能なものが存在しているような状況であるといえ、代替によって競争者の競争力が保たれば、競争は阻害されていないと考えられる。したがって、他面活用型においては、3ステップの中でも、上記4.(3)②集積の可能性の検討が重要になる。例えば、前段で述べたアプリの例であれば、ウェアラブル端末やドライブレコーダー等のスマートフォン以外のデバイスからデータを集積することが可能かといった点が検討されることになると思われる。

以上のように、他面活用型における「状況」については、付随提供型以上に検討すべき点が多いといえる。他方、「行為」については、どちらもあるサービス等で得たデータを活用して、他のサービス等の価値を向上させているという点では変わらないため、基本的には付随提供型と同様の行為が想定される。ただし、他面活用型ではそれぞれのサービス等が全く別のものであり、違う顧客に提供されているため、抱き合わせ販売は行いにくいと考えられる。

(4) 多面連動型



- 関係する市場が多岐にわたり、相互に影響を与え合うため、市場シェアを中心とした考え方では捉えにくい。
- どの市場について検討するのか、どこまで影響範囲に含めるかを精査した上で、追従の困難さや組み合わせの豊富さに留意しつつ、データの集積や活用の可能性を検討することが重要。
- 行為の面では、特にプラットフォーム事業を有している場合、自らが参入していない市場における排除行為が想定される点にも留意。

他の類型では、データを集める市場と活用する市場との関係が比較的明らかであったのに対し、多面連動型の場合は、複数のサービス等が直接的又は間接的に他のサービスの価値を向上させるため、それぞれのサービス等の関係性が極めて複雑なことから、データを集める市場と活用する市場との関係が分かりづらいという特徴がある。そのため、データの集積・活用による競争阻害の可能性を検討しようとしても、他の類型ではサービス等の市場シェア等によってデータの集積可能性を推測することができたのに対し、多面連動型ではどのサービス等の市場シェアを見れば良いのか判然とせず、個別のシェアを中心として競争環境への影響を確認するという既存の競争政策の考え方が通じにくくなると考えられる。

例として、上記3.(3)④で挙げたターゲティング広告市場について考えてみれば、このことは明らかである。ある事業者はターゲティングの精度を向上させるために、検索

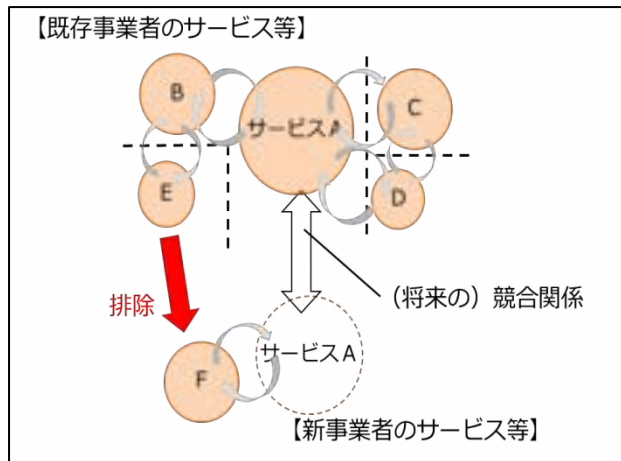
ワード、ウェブサイトの閲覧履歴、アプリの利用履歴等の様々なデータを活用しており、それぞれのデータを入手するために多様なサービス等を展開している。さらに、これらのサービス等はそれぞれ無関係ではなく、例えばアプリとウェブサイトが連動している等、相互にデータやユーザーを共有する仕組みを持っていて、サービス等の価値を高め合っている。一方で他の競争者は、全く別のアプローチとして、SNS等を運営し、そこに入力されたユーザーの個人情報、興味等を利用してターゲティングを行っており、より多くのデータを集積するために、更にニュースサイト等の別の手段で興味等のデータを得ようとしているとする。このような場合、全ての市場についてシェアを特定していくことはおよそ困難であると思われる。

そのため、単純にシェアを基準に考えるのではなく、上記4.(3)の3ステップの考え方のような段階的な検討を加えることにより、データの影響を把握することが必要となる。3ステップに当てはめていく際は、エコシステム全体を俯瞰しながら、まずデータが各サービス等の市場に与える影響度合いを丁寧に観察して、連なる市場がどういう関係にあり、どこまでを検討の範囲に含むのが適切なのかをよく検討する必要がある。その上で、各市場に関連するデータの集積や活用の可能性の検討に進んでいくこととなるが、多面連動型は様々なサービス等を複雑に組み合わせているため、上記(3)の他面活用型に見られる追随の困難性や組み合わせの豊富さがより一層際立ってくることに留意する必要がある。例えば様々なオンラインサービスを多角的に提供し、そこで得た情報を用いてターゲティング広告を展開している事業者に対し、同様のアプローチで追随し競争力を得ることは困難であると思われ、その意味において競争阻害が生じるような可能性は否定できない。しかし一方で、そもそも異なるサービス等を組み合わせることでターゲティング広告を行うことはできるとも考えられるので、この異なる組み合わせによってどこまで競争力を得ることができるのかが大きな論点となると考えられる。

また、多面連動型は多くのサービス等を内包しているため、どのサービス等に注目するかによって、評価が全く変わり得ることに注意が必要である。例えば、軸となるサービスであるターゲティング広告の市場では、盛んに競争が行われているとしても、ターゲティングに用いるデータを集めるためのサービスの市場で強い支配力を有しており、その支配力が広告とは別のサービス市場における競争を阻害しているような場合には、軸となるサービス（広告市場）においては問題がなかったとしても、データを集めるためのサービスの市場において問題となる可能性がある。

以上のように、「状況」の検討においては他の類型以上に困難かつ慎重な検討が必要となるが、他方で、「行為」については、あるサービス等で得たデータを活用して他のサービス等の価値を向上させているという点では変わらないため、基本的には他面活用型と同様の行為が想定される。ただし、特に多面連動型の場合には、上記のとおり全く異なる組み合わせによって競争力を得る者が現れる可能性もあるため、あるサービス等での市場における地位を維持するために、自らが直接参入していない別のサービス等の市場において競争者の排除を行うことも想定される点に注意が必要である（次図参照）³⁵。

³⁵ 付随提供型や他面活用型も他の市場で得たデータを用いている点では変わらないため、同様の問題



例えば、上記のターゲティング広告の例で考えると、自らはマッチングサービスを提供していなかったとしても、マッチングサービスの提供を通じてデータを集積してターゲティング広告に活用しようという者がいれば、マッチングサービス市場から当該事業者を排除するインセンティブが生じ得る。そして、多面連動型の事業者は自らも様々なサービス等を提供しているから、その中にデバイスやOS、ブラウザ等の他者のサービス等の土台となるプラットフォーム

事業が含まれていれば、当該プラットフォーム事業での地位を利用して、当該マッチングサービスを排除することも可能となる。具体的には、プラットフォームを利用させない、利用はさせるがその条件としてサービスの仕様に制限をかける、自らもマッチングサービス市場に参入し自らのサービスをプラットフォーム上で優遇するといった行為が考えられる。

なおこの場合、排除行為の行為者がマッチングサービスを提供していない以上、マッチングサービス市場におけるシェア等の市場の「状況」に関する指標が意味を持たなくなり、むしろデータの集積や活用等の「状況」の分析が必要となると考えられる。

6. 想定事例

データを活用したビジネスは、事業者ごとに大きな差があるものの、一部では、各事業者が創意工夫を凝らして活発な競争を行っている状況であり、ヒアリング調査の結果、現時点で直ちに競争政策上問題となされるおそれのあるような事例は確認されなかった。

もっとも、今後も同様に競争が維持され続けるとは限らない。また、事業者が意図せず競争を阻害してしまうような事態を未然に防ぐためには、起こり得る事例を想定し、あらかじめ競争政策上の整理を検討しておくことには意義がある。そこで、以下ではいくつかの想定事例を示し、データの集積・活用に関連してどのような「行為」が起こり得るのか、またその場合に上記4.及び5.の考え方をを用いて競争阻害の有無を確認することができるのか等を検討する。

なお、これらはいくまで架空の想定事例であり、現に法令違反が疑われるような事案が生じた場合には、公正取引委員会において適切に判断されるものと考えられる。

は生じ得る。ただし、本文記載のとおり多面連動型の場合は特に組み合わせのパターンが多く、中には他者のサービス等の土台となるプラットフォーム事業を含むことも多いため、よりこの問題が顕著になる。

(1) 行為の種類毎に想定される事例

①アクセス拒絶

今まで述べてきたとおり、第四次産業革命が進む中においては、データの集積や活用が競争力の根源となっており、事業者にとってはデータを確保することが大きな課題となっている。そのため、データを有している事業者は、当該データを他人に渡さず囲い込むことによって、他者の競争力を削いだり、市場に参加できないようにしたりということが考えられる。こうした懸念は、CPRC 報告書でも「収集されたデータへのアクセスに関する行為」として触れられている。同報告書では、事業者が単独で行うアクセス拒絶（データの入手経路を利用できなくする行為を含む。）について、「データを集積する者が、他の事業者に対してデータへのアクセスを拒絶する行為は、（中略）原則的には、独占禁止法に抵触するおそれは乏しい」としながら、行為の態様によっては独占禁止法上の禁止行為に該当する可能性があるとの見解を示しており、以下のとおり検討している³⁶。

- ▶一般論として、商品を誰にどのような条件で供給するかは事業者の自由であり、事業者が商品の供給先を選択することは、原則として独占禁止法上問題となるものではない。このことは集積したデータについても同様であり、通常、独占禁止法上の問題は生じない。
- ▶しかし、例外的に以下を全て満たす場合、他者によるデータへのアクセスについて合理的な理由なく制限を設けることは、独占禁止法上問題となり得る。
 - ①特定の企業がある市場において市場支配力を有している。
 - ②当該市場における事業活動を通じて収集するデータが、当該市場又は他の市場における不可欠な役割を果たしている。
 - ③代替的なデータを取得することが技術的又は経済的に困難である。
 - ④例えば以下のような事情がある。
 - ・データを利用した商品市場における競争者を排除する目的以外には合理的な目的が想定されないにもかかわらず、正当な理由なく、従来可能であったデータへのアクセスを拒絶する場合
 - ・競争者（又は顧客）に対してデータにアクセスさせる義務があると認められる場合において、データを利用した商品の市場における競争者を排除することとなるにもかかわらず、正当な理由なく、当該競争者（又は顧客）に対してデータへのアクセスを拒絶する場合
 - ⑤競争を阻害している（一定の取引分野における競争を実質的に制限する又は公正競争阻害性を有する）。
- ▶また、①虚偽や法令違反を伴うような不当な行為によって収集されたデータを利用することによって、データの取引の市場又はデータを利用した商品の市場で有力な地位に立った事業者が、②当該データが競争者の事業活動に不可欠であり、競争者にとつ

³⁶ CPRC 報告書 43 頁。

ては代替的なデータの取得が技術的又は経済的に困難であるにもかかわらず、③正当な理由なく、④競争者によるデータへのアクセスを拒絶し、⑤それによって、当該競争者の事業を困難とする場合も同様に独占禁止法上問題となり得る。

この見解が指摘する考慮要素については、上記4.(3)の「状況」の考え方に従って検討した場合であっても、同様に考慮されるものと思われる。例えば、データの不可欠性は①のデータの影響度合いに関する検討であるし、代替的なデータの取得可能性については、②の集積可能性に関する検討のうち、必要なデータの特定と(i)のアクセス可能性に関する検討とみることができよう。したがって、データの影響度合いや代替性も含めたアクセス可能性等を考慮していけばよく、より具体的には、データを活用したビジネスモデルの分類に応じて上記5.のように検討していけば足りるものと考えられる。

なお、逆に競争者も含めてデータへのアクセスを広く認めることや、競争者へのアクセスまでは至らなくとも、取引相手に対してデータを提供し当該取引相手が自由に活用できるようにすることは、競争を促進する効果があり望ましいと考えられる。

②データの提供者に対する拘束

上記①は自らが蓄積しているデータへのアクセスについて述べたが、データの収集段階においても、他者が同様のデータを収集できないようにすることで、囲い込みを達成しようとすることも想定される³⁷。データの集積には他者の協力が不可欠なこともあり、例えば、個人データを活用する上で、利用者に情報を入力してもらう必要があるような場合はもちろんのこと、自らセンサーを設置してデータを収集する場合でも、センサーを設置する場所によっては相手方の協力が不可欠である。そこで、こうした取引相手との関係で、当該取引相手が自らの競争者にデータを提供しないように条件を付けたりすることによって、データの囲い込みを達成するような行為が想定される。

このように、他者からデータの提供を受けながら、そのデータを活用してサービス等を提供しているような場合には、データはあるサービス等という完成品を作るための部品であり、投入財の一種であるという見方をすることもできる。この点、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（以下「流通・取引慣行ガイドライン」という。）では、「自己の競争者との取引等の制限」として、「市場における有力な完成品メーカーが、有力な部品メーカーに対し、自己の競争者である完成品メーカーには部品を販売せず、又は部品の販売を制限するよう要請し、その旨の同意を取り付けること」を違法となる例としてあげている³⁸。もっとも、このような行為は直ちに違法となるのではなく、当

³⁷ CPRC 報告書も、前記(1)のアクセス排除のほかに、「自らとのみデータの取引をすることを義務付けたり、あるいは、機械学習技術などの要素技術を有償又は無償で提供する条件として、当該提供者以外の者（産業データにかかる機器の所有者を含む）によるデータの収集や利用を制約したりするなどによりデータを不当に利用することを可能としたりするような、拘束条件付取引、排他条件付取引など様々な行為を想定し得る」としている（50頁）。

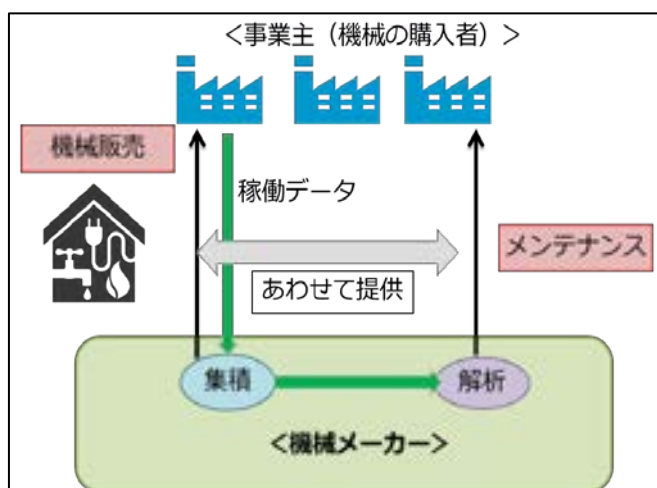
³⁸ 流通・取引慣行ガイドライン第1部第2の2(1)イ②。

該行為によって市場閉鎖効果が生じる場合に違法となるとしている³⁹。

ここでいう部品をデータに置き換えて考えると、まさしく上記4.（3）の考え方のうち、データの集積可能性を検討するという他にない。したがって、集積可能性の前提としてデータの影響度合いを考慮した上で、上記4.（3）②のとおりを検討を通じて、当該行為によってもなおデータを集積することが可能か否かを検討すればよいものと考えられる。その際、データを活用したビジネスモデルごとに留意する必要がある点としては、上記5. のとおりである。

③セット販売

データを活用したサービス等の提供という側面に着目すれば、付随提供型のようにある顧客に対して複数のサービス等を提供する場合には、それぞれ個別に提供することも有り得るが、セットにして提供し、値引き等を行うことも多いと思われる。こうしたいわゆるセット販売は、データを活用したサービス等に限らず一般によく見られる事業者による販売促進活動の一つである上、むしろ需用者の効用を高めている場合もあり、直ちに問題となるものではない。しかし、場合によっては、いわゆる「抱き合わせ販売」として問題視される場合もある^{40 41}。



例えば、機械の販売と併せてメンテナンス等のアフターサービスを行っている場合であり、かつ、メンテナンス専門の事業者が存在する等の事情により、機械の販売とメンテナンスが別のサービス等であると判断されるような場合に、両者をあわせて提供しているような事例が考えられる。この場合、機械から得た稼働データ等をメンテナンスに用いていれば、付随提供型に該当すると考えられる。

³⁹ 市場閉鎖効果が生じる場合とは、「非価格制限行為により、新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり、事業活動に要する費用が引き上げられる、新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれるといった、新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合」とされる（流通・取引慣行ガイドライン第1部の3（2）ア）。

⁴⁰ 抱き合わせ販売は、不公正な取引方法の一種として、「相手方に対し、不当に、商品又は役務の供給に併せて他の商品又は役務を自己又は自己の指定する事業者から購入させ」る行為（一般指定第10項）として規制されるほか、排除型の私的独占として問題になる場合もある（「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」（以下「排除型私的独占ガイドライン」という。）第2の4）。

⁴¹ このほか、データの取引市場における抱き合わせ行為もあり得る。この点、CPRC 報告書は「データの提供とその解析など他のサービスを抱き合わせで販売するといった行為」が想定し得るとしている（50頁）。

上記4.(2)のとおり、競争政策上問題があるか否かの判断においては、基本的に、「行為」によって現に競争が阻害されている又はそのおそれがあるかという点が問われることとなる。抱き合わせ販売もこの例に漏れず、基本的には①抱き合わせ行為が存在し、②当該行為によって競争が阻害される(又はそのおそれがある)場合に問題となる⁴²。

抱き合わせ行為の有無については、基本的には、あるサービス等(主たる商品)とあわせて他のサービス等(従たる商品)を購入させるような行為があったか否かで判断される。例えば、メンテナンスを別途競争者に頼もうとする顧客には機械そのものや必要な部品を単体で販売しない等の措置によりセットでの購入を強制するような場合が典型例だが、個別の顧客に対する強制がなくとも、実質的に従たる製品を購入させていると認められれば足りると理解されている⁴³。そのため、例えば、機械の購入とメンテナンスとを別々に契約した場合と比べて、セット販売の価格が大幅に下回るようなときにも、抱き合わせがあったとされ得る。ただし、一般的には価格の低下は競争上好ましいことであり、付随提供型のように、データを用いることで効率化を図った結果費用が削減できたのだとすれば、むしろ競争を促進しているものとして考慮されるべきとも考えられる。したがって、セット販売によって価格が安く抑えられている場合には、当該価格がセット化したことによる費用削減幅を大幅に超えて、競争者の事業継続を妨げるようなレベルに達しているか否か等が問われることになるものと思われる⁴⁴。

また、競争を阻害しているか否かについては、抱き合わせ行為の有無に加えて「状況」を検討する必要があるが、基本的には上記5.(2)で述べているとおりに「検討していけばよく、データの利用に関して言えば排除による競争阻害が認められるような事例は限られると思われる⁴⁵。

⁴² 厳密に言えば、違法行為の種類によって、要求される競争阻害の程度は異なっており、私的独占であれば競争を実質的に制限しているといえるかが、不公正な取引方法であれば公正な競争を阻害するおそれがあるかが問われることになる。しかし、いずれにせよ排除等の競争阻害効果の検討が重要となる点では変わらない。

⁴³ 藤田屋事件(審判審決平4・2・28)は、「一般指定第10項に規定する「購入させること」にあたるかどうかは、個別主観的に当該個々の顧客が取引を強制されたかどうかによって決定されるものではなく、前記のとおり客観的にみて少なからぬ顧客が他の商品の購入を余儀なくされるかどうかによって決定されるべきもの」としている。

⁴⁴ この点、排除型私的独占ガイドラインは「抱き合わせによって組み合わせられた商品の価格が行為者の主たる商品及び従たる商品を別々に購入した場合の合計額よりも低くなるため多くの需要者が引き付けられるときも、実質的に他の商品を購入させているのと同様であると認められる」としている(第2の4(1))。また「バンドル・ディスカウントに関する独占禁止法上の論点」

(<http://www.jftc.go.jp/cprc/conference/index.files/161214bundle01.pdf>)の2(1)注9では、「新機能を具備する商品の定着を図ったり、新機能の効用を十分に発揮させる上で必要な規模の経済等を達成したりする目的のためにバンドル・ディスカウントが行われることがあると考えられる。このようなバンドル・ディスカウントに係る違法性の判断においては、①実質的に新たな機能の創出があるか、②前述の事業者の費用削減等の便益の一部が実際に消費者に還元されるか、③消費者にとっての取引相手の探索費用や取引費用が削減されるかといった観点から、バンドル・ディスカウントによって生じる競争促進効果が考慮され得る」としている。

⁴⁵ なお、競争者の排除という観点のほかにも、顧客の商品選択の自由を妨げることによる能率競争の侵害という観点から不公正であるとした例もあるため(前掲・藤田屋事件等)、競争者の排除さえ生じていなければ他にどのような悪影響を与えていてもよいわけではないことには注意が必要である。

(2) ビジネスモデル類型によらず横断的に行われ得る行為の検討

競争政策上の問題が議論され得る行為には、これまで述べてきたようなビジネスモデルの分類に関わる行為のほかに、類型横断的に起こり得る行為も想定される。具体的な行為の想定事例は、以下のとおり。

①共同での排除行為

ここまでは、事業者が単独でデータを集積し活用している場合に起こり得る例を述べてきたが、必要なデータが多岐に渡ったり、量が膨大であったり、データを用いて新たに基準が必要となるような技術の開発を試みる場合には、複数の事業者が共同してデータを集積・活用することも起こり得る。その場合に、特定の事業者のみを排除してデータを使わせないということがあり得る。この点、CPRC 報告書では、データの収集等における共同行為は、データの組み合わせを広げ調達コストを下げる等の競争促進効果もあることに触れた上で、事業者が共同して行うアクセス拒絶等として、3つのケースについてそれぞれ以下のとおり検討している⁴⁶。

(i) シェアの合計が相当程度高い複数の事業者が共同収集したデータについて、ある特定の事業者に対し共同収集への参加を制限し、かつ、合理的な条件の下でのアクセスを認めないこと

⇒参加を制限された第三者において他の手段を見出すことができずその事業活動が困難となり、市場から排除されるおそれがあるときには、例外的に問題。

(ii) データの取引市場において競争関係にある事業者がそれぞれ収集し、相互に代替関係にあるデータをプールした上で一括して第三者に利用許諾すること、又は利用許諾を拒絶すること

⇒①プールされているデータを利用した商品の普及の程度等に鑑みたデータの重要性、②代替的なデータプールの有無等の市場の状況、③プールを通さない個別ライセンスの可能性、④一部のデータの選択的ライセンスの可能性、⑤データをプールすること及び一括利用許諾をすることの合理的な必要性又は競争促進効果の有無を勘案し、総合的に判断。

(iii) データの取引市場において競争関係にある事業者が共同して、データを投入財として利用する商品の市場への事業者の新規参入を妨げたり、又は同市場から既存の事業者を排除したりするために、当該データプールを通じた利用許諾及びデータプールの元となっている個々の事業者が保有するデータについて第三者への利用許諾を正当な理由なく拒絶すること

⇒原則として問題となる。

この見解に示されているような論点については、上記4.(3)の考え方に沿って検

⁴⁶ CPRC 報告書 48 頁。

討した場合にも考慮されることになるものと思われる。例えば、(i) の例について考えると、シェアの合計の程度や他の手段を見出すことができるか否かといった点は、上記4.(3)②の集積可能性に関する論点として、事業活動が困難となるかについては①のデータの影響度合いに関する論点として、検討されることになる。

また、これらの他の事業者を排除する行為の他にも、競争関係にある者同士が共同でデータを集積・活用することによって、競争が回避される事態も想定し得る。例えば、共同でのデータ集積を通じて、互いのサービス等の内容や価格が明らかとなり、協調的行為が促進されることもあり得る。また、共同でデータを集積する一方で、参加者がそれぞれ独自にデータを集積することを制限することも考えられる⁴⁷。

②デジタル・カルテル

競争関係にある複数の事業者が、市況データ等を用いて最適な価格を自動的に決定したり、利潤の最大化を行ったりするAIやアルゴリズムを導入した場合に、当該AI等の働きによって市場から価格競争が排除されるという、いわゆる「デジタル・カルテル」の懸念が指摘されている⁴⁸。例えば、競争者が同じ価格決定アルゴリズムに従って同じ市況データに基づいて自動的に価格をつけている場合や、別のアルゴリズムであっても、互いに販売価格を合わせた値付けを行う設定になっているような場合には価格競争が起こらずに競争が阻害される可能性もある⁴⁹。

デジタル・カルテルについても基本的には上記4.の考え方が妥当するので、基本的には、カルテル行為の有無と「状況」を検討し、競争が阻害されているか否かを判断することになる。もっともカルテルの場合、競争の阻害については、価格や数量に関するカルテルは当然に競争を阻害すると一般的に考えられているので⁵⁰、3つのステップによってデータに関する「状況」を詳細に検討するまでもなく問題視される場合が多いものと考えられる。ただしこの際、どの範囲で競争が行われているのかという市場の画定には注意を要する。例えば、オンライン取引ではアルゴリズムによって自動的に一見したところでは協調的な価格が決定されていたとしても、リアル店舗での販売等他の取引手段を含めた場合は活発な競争が行われており、それがオンライン取引の価格に制約

⁴⁷ 競争者同士が共同でデータの集積等を行うことによる競争の回避の詳細については、CPRC 報告書(39頁)を参照。

⁴⁸ OECD「BIG DATA: BRINGING COMPETITION POLICY TO THE DIGITAL ERA」では、「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」「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」という旨の問題提起がされている。また、CPRC報告書では、データと競争政策に関する残された課題として、デジタル・カルテルを挙げ、「今後、その実態を注視し、必要に応じて「不当取引制限」の解釈における「意思の連絡」についての考え方との関係でも、論点を整理していくことが望ましい」としている(56頁)。

⁴⁹ 例示では価格について述べているが、ここでいう競争阻害効果は価格に限られない。例えば、研究開発に用いるAIによって品質面での競争が阻害されることも考えられる。

⁵⁰ 価格カルテル、数量制限カルテル、取引先制限カルテルや市場を分割するカルテル、入札談合は「ハードコア・カルテル」と呼ばれ、その存在から当然に競争を制限しているものと認められる場合が多い。こうしたカルテルは市場を支配するような有力な事業者でなければ有効に機能させることができないため、カルテルを成し得たこと自体が市場支配力の形成、維持、強化の表れと考えられるためである。

を加えている場合には、同調的に見える価格であっても競争が阻害されていないという判断もあり得る。

一方で、「行為」に関しては、単に事業者がそれぞれ経済合理性を追及した結果、値段が一致しているような場合を問題ということはできない。そこで、カルテルとして違法とされるには、複数事業者間で、価格の維持等の競争を阻害するような「意思の連絡」が必要であるとされている⁵¹ ⁵²。そのため、AI やアルゴリズムの決定に対して、どのような場合に意思の連絡があるといえるのかが問題となる。

この点、意思の連絡とは、複数事業者間で、行動決定に関する取り決めについての共通の認識があり、「自分がこの共通認識に沿った行動をすれば他の事業者もこれに従う」とお互いに期待し合う関係が成立しているような場合を指すといわれる⁵³。また、明示的に文書等で合意されている必要はなく、黙示の意思の連絡で足りるとされている⁵⁴。

かかる観点からすると、AI 等の内容や使い方、他の事業者の利用状況等を勘案して、意思の連絡があったといえるかを判断することになると思われる。

AI 等が関わるカルテルについては、諸外国でも議論がされており、最新のものとしては OECD が 2017 年 6 月に開催した「Algorithms and Collusion」に関するラウンドテーブル⁵⁵において、欧州委員会が公表したペーパー⁵⁶が参考となる。同ペーパーでは、水平的制限（競争者間の事業活動の制限、いわゆる「横のカルテル」）に関して、アルゴリズムは、(a) 価格に関するカルテル合意が守られているかを監視するため、(b) 明示的にしたカルテルの合意を実行するため、(c) いわゆる「ハブアンドスポーク」を含む黙示の合意を実行する手段として用いられるとして、起こり得るシナリオを示している⁵⁷。その上で、オフライン取引で違法とされるような価格設定はオンラインでアルゴリズムを用いて実行しても同様に違法性の価格が高いこと、価格がアルゴリズムで決定されたとしても事業者はアルゴリズムの行動に責任を負うこと等を示している。

⁵¹ 湯浅木材事件（審判審決昭和 24・8・30）は、「共同行為の成立には、単に行為の結果が外形上一致した事実があるだけでは未だ十分でなく、進んで行為者間に何等かの意思の連絡が存することを必要とするものと解する」としている。

⁵² 諸外国においても同様であり、米国では「取引を制限する全ての契約、トラストその他の形態の結合、共謀」（シャーマン法 1 条）を、EU では「事業者間の協定、事業者団体の決定及び共同行為」を禁止しており（EU 機能条約 101 条）、明確な合意までは必要ではないとしても、何らかの「共謀」や「共同行為」といった人為性が必要であるとされている。

⁵³ 東芝ケミカル審決取消請求事件（東京高判平 7・9・25）は、価格引上げに関する合意が成立したとされる事案において、意思の連絡を「複数事業者間で相互に同内容又は同種の対価の引上げを実施することを認識ないし予測し、これと歩調をそろえる意思があることを意味し、一方の対価引上げを他方が単に認識、認容するのみでは足りない」としている。

⁵⁴ 東芝ケミカル審決取消請求事件の裁判例では、続けて「事業者間相互で拘束し合うことを明示して合意することまでは必要でなく、相互に他の事業者の対価の引上げ行為を認識して、暗黙のうちに認容することで足りる」としている。

⁵⁵ <http://www.oecd.org/competition/algorithms-and-collusion.htm>

⁵⁶ [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2017\)12/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2017)12/en/pdf)

⁵⁷ 例えば、同意がない場合以上に一律で高い価格となるような価格設定アルゴリズムを用いる合意をすることや、価格設定アルゴリズムを通じて競合者に価格に関する合図を送ること等は、オフラインの場合と同様に違反の懸念があるとされている。

このように、AI等の登場によって新たな論点が登場しており、どのような要件が整えば黙示の意思の連絡があったと言えるのかは必ずしも明らかではない。しかしいずれにせよ、カルテルを実現する手段としてAI等を選択しているような場合は格別、刻々と変わる需給状況に対応する目的や、競争者との価格競争を行う目的等で、事業者が合理的な理由でAI等を用いている場合には、むしろ競争を促進していると評価されることもあるのではないかとと思われる。

③取引相手に対する優越的な地位の濫用行為

データの活用に関して競争政策上問題となる行為としては、上記(1)でみた競争者を排除する行為や、(2)①②でみた競争者等と共同である行為のほかに、一方の事業者(「甲」とする。)が取引先である他方の事業者(「乙」とする。)に不利益を与える行為についても懸念が示されている。例えば、CPRC報告書では、業務提携等やそれに先立ち実施される共同での研究開発において、得られたデータや技術を全て自らに帰属させるような行為について、拘束条件付取引や優越的地位の濫用に当たり得るとの検討がされている⁵⁸。また、プラットフォーマーがデータ収集に関して利用者にとって不利益な変更をしたり、不利益な変更をした上で収集したデータを活用したりすることは私的独占や優越的地位の濫用等の規制が適用されることが有り得るとの指摘を紹介している⁵⁹。

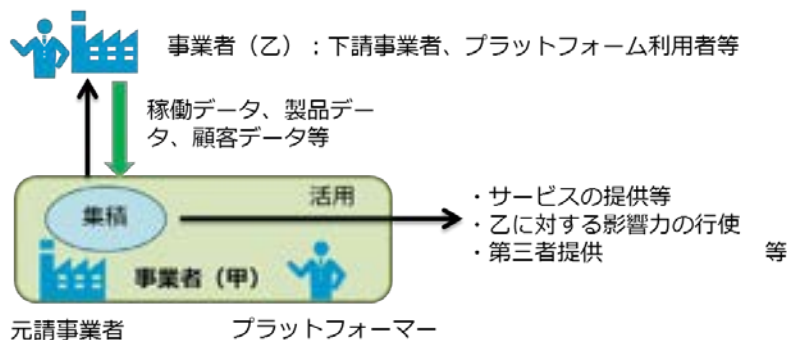
また、CPRC報告書で述べられている以外の場合にも、データに関して一方的に不利益を生じさせるような事態は考えられる。例えば、元請事業者が下請事業者に対して工場の稼働データを要求してラインの稼働状況等を把握し、納入製品の価格交渉を有利に進めることや、下請事業者の持つ製造ノウハウにつながるデータ等の製造に必要なデータを活用して他の下請事業者が同様の製品を製造できるようにすることで、いわゆる「転注」(ある事業者の注文をキャンセルし、他の事業者に発注すること)を可能とすることなどが起こり得ると指摘されている⁶⁰。

これらをまとめると、次図のとおり、データの集積・活用に関連して一方的に甲が乙に対して不利益を与える行為として、(i)甲が乙に対して、本来提供する必要のないデータや共有すべきデータを一方的に自らに帰属させる行為や、(ii)甲が乙から取得したデータを用いて乙に不利益になるような活用をする行為の2種類があると整理することができよう。

⁵⁸ CPRC 報告書 (36 頁)。

⁵⁹ CPRC 報告書 (38 頁)。なお、プラットフォーマーとの取引に関して、CPRC 報告書では利用者が消費者の場合を想定した記載があるが、本報告書では、事業者がプラットフォームを利用しているという前提で議論する。なお、CPRC 報告書は、利用者が消費者の場合には特別な検討が必要となるとする (39 頁※2 参照)。

⁶⁰ スマートSME (中小企業) 研究会第3回資料5「第四次産業革命と中小企業について」
(<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/smartsme/2017/170517smartsme05.pdf>)



- (i) データを提供させる行為
【例】共同して得たデータを一方的に帰属させる。
- (ii) データを活用する行為
【例】価格交渉につなげる。
第三者にノウハウを伝える。

上記のような行為は、優越的地位の濫用にあたる可能性があると考えられる⁶¹。独占禁止法第2条第9項第5号（優越的地位の濫用）は、「自己の取引上の地位が優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に」一定の行為をすることを禁止しているため、基本的にはこれらの要件を満たすか否かが問題となる。

まず、「自己の取引上の地位が優越している」とは、「乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、甲が乙にとって著しく不利益な要請等を行っても、乙がこれを受け入れざるを得ないような場合」とされており、具体的には、①乙の甲に対する取引依存度、②甲の市場における地位、③乙にとっての取引先変更の可能性、④その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実が総合的に考慮される⁶²。この考え方に基づいて上図にある想定事例に当てはめて考えると、例えば以下のような点には留意が必要であると思われる。

- ・甲が提供するプラットフォーム上で乙が取引を行っている場合、乙が甲以外に取引の場を有しているか否か。例えば、甲がEコマースサイトを運営しており乙が出店者である場合、乙は他のサイトで売ることができれば、現実の店舗で売ることができるとも考えられる。ただしこの場合であっても、乙にとって甲のサイトでの売上が多くを占めているような場合には、なお甲の優越が認められ得る。
- ・乙がデータを提供することで甲から何らかのサービス等を提供されている場合には、ネットワーク効果やスイッチングコストが生じているか否か。生じている場合には、乙はサービス等の乗換えが行いにくく、取引先変更の可能性が低減していると評価され得る。
- ・乙が甲の下請として製品の納入等を行っている場合には、乙にとって甲との取引が売上大きな割合を占める等の事情があるか。

次に、「正常な商慣習に照らして不当に」であるが、これは、「公正な競争秩序の維持・促進の観点から個別の事案ごとに判断する」とされており⁶³、まさしく競争阻害が生じ

⁶¹ CPRC 報告書で述べているように、行為の態様によっては、拘束条件付取引や私的独占に当たる場合もあり得る。また、事業者が元請と下請の関係にある場合には、下請法の適用も考えられる。

⁶² 「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（以下「優越ガイドライン」という。）第2。

⁶³ 優越ガイドライン第3。

ているかが検討されることとなる。ただし、ここで注意が必要なのは、優越的地位の濫用において求められる競争阻害とは、上記4.(3)にいう競争阻害とは意味が異なる点である。上記で前提としていた競争阻害とは、事業者が市場においてある程度自由に価格や数量等を左右できる力(市場支配力)を形成、維持、強化するような効果が生じるか否かであり、そのため、競争者が現れるような「状況」にあるか否かが重要なポイントであったため、この要請に対応する考え方として3ステップを提示した。これに対して、優越的地位の濫用における競争阻害とは、「取引主体の自由かつ自主的な判断により取引が行われるという自由な競争の基盤が侵害されること」にあるとされており⁶⁴、競争者の有無ではなく取引相手の自由な判断を妨げるか否かがポイントとなっている。このため、取引条件があらかじめ明確になっているか(相手に判断をさせない「不意打ち」になっていないか)、当該取引条件が相手方に対して不当な不利益を与えることになるか否か等が着目される⁶⁵。そこで例えば以下のような点が考慮される可能性がある。

- ・甲が乙のデータを集積・活用することが契約上明記されているか。明記されている場合であっても、十分な協議の上に納得して合意しているものであるか否か⁶⁶。
- ・甲が集積するデータの内容や範囲が適切なものであるか。例えば、当該データが甲からサービス等を享受するにあたって不可欠であったり、サービス等の品質を向上させるものであったりするなど、乙にとってデータを提供するメリットがあるか否か。
- ・集積したデータの活用方法が乙を害するものであるか。例えば、対価なく営業秘密等の重要なデータを自らの競争者に提供される場合には、不利益が大きいと思われる。

最後に、一定の行為に当たるか否かが問題となるところ、独占禁止法には第2条9項5号イ～ハとしてそれぞれ一定の行為が挙げられており、これを受けて、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」では、購入・利用強制、協賛金等の負担や従業員等の派遣の要請、受領拒否や返品、支払遅延、減額等が挙げられている⁶⁷。もっとも、優越的地位の濫用となる行為はこれらに限られないとされているため、これまで述べたような、データの集積や活用に関する行為も該当する余地がある。したがって、例えば転注のように明確な不利益があれば、「その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること」(同号ハ)等の要件に当てはまる場合もあり得ると考えられる。

⁶⁴ 独占禁止法研究会「不公正な取引方法に関する基本的な考え方」(昭和57年7月8日)。

⁶⁵ 例えば、優越ガイドラインは、「協賛金等の負担額及びその算出根拠、用途等について、当該取引の相手方との間で明確になっておらず、当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合」、「どのような場合に、どのような条件で従業員等を派遣するかについて、当該取引の相手方との間で明確になっておらず、当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合」には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる、としている(第4の2(1)及び(2))。

⁶⁶ 優越ガイドライン第4の2(2)注14。

⁶⁷ 優越ガイドライン第4。

(3) その他

これまで専ら個別の取引において想定される行為について検討を進めてきたが、市場に対する支配力は、これらの行為のほかにも、合併、株式保有等の企業結合によっても形成、維持、強化される可能性がある。そのため、各国の競争政策においては企業結合規制も重要な課題となっており、多くの国で一定の規模等の要件を満たす企業結合に対する審査が行われている。我が国も例外ではなく、公正取引委員会による企業結合に対する審査が行われているが、この審査に際して、データが市場に与える影響をどのように評価すべきかという論点がある。

企業結合審査では、他の行為規制と異なり、当該企業結合が行われた後の将来の市場において競争阻害が生じるか否かを検討することとなるため、当事者が集積している又は集積可能なデータが結びつくことによって、どのようなサービス等が可能となりどのように市場に影響を与えるかを検討することはより困難となるものと考えられる。現に、Facebook と WhatsApp の結合事案において、欧州委員会は、技術的に困難である等の理由により、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として結合を承認したものの、その後、現に WhatsApp のデータが利用されたことを受けて、Facebook が審査時に誤解を招く情報を提供としたとして、制裁金の支払いを命じている⁶⁸。

いずれにせよ競争阻害について検討することが重要であることに変わりはないところ、この場合における「行為」は企業結合のことを指すため、基本的にはもう一つの考慮要素である「状況」を上記4.(3)の考え方に従って検討すれば足りるものと考えられる。なお、企業結合審査に関しては、CPRC 報告書において、(他の行為と同様に)データの希少性や代替性の有無等を踏まえることとしながら、いくつかの留意点が挙げられているので、参考にされたい⁶⁹。

なお、企業結合審査では措置を講じることによって競争を阻害する懸念を払拭することがあるが、データに起因する懸念に対しては、当該データが影響を及ぼす市場の範囲や影響の程度を判断することが難しく、執行当局が適切な措置を検討することが特に困難となるものと思われる。

7. おわりに

第四次産業革命の下、技術革新によって事業者の競争力の源泉がデータにシフトしている。その中で、本研究会は、本年1月から6月にかけて7回にわたり議論を重ね、事業者による「データの集積・活用」の実態を明らかにし、ビジネスモデルを類型化して、競争政策上の考え方を示した。

本研究会で議論してきた論点は、国内外でも緒に就いたばかりのものであり、第四次産業

⁶⁸ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1369_en.htm。なお、あくまで誤解を招く情報の提供に対する制裁であり、審査の結果には影響しないとされている。

⁶⁹ CPRC 報告書 52～54 頁。

革命の進展と相まって今後ますます議論が盛んになると思われる。そのため、本報告書は議論の「終着点」ではなく、これを契機として、産官学の関係者により更に議論が深められていくことを期待したい。

また、本報告書では、データを活用した事業と競争政策上留意すべき点について、ある程度の実態や考え方を明らかにしており、創意工夫に基づくデータを活用した事業者による競争が行われやすい環境の醸成の一助となったのではないかと思われる。例えば、データを活用してビジネスを行う事業者にとっては、自社が現在どういう類型に属しているのかが明確になり、今後どのようにビジネスを進めていくべきかという事業戦略上の整理に役立つ場合もあるであろう。他方、本研究会は経済学者（産業組織論、経営戦略論）、法学者、工学者、弁護士、事業経営者などの多様なメンバーで構成されていたことから、各専門分野の方々の「共通認識」の一つとして議論の端緒にしやすい場合もあるであろう。このように、様々な主体により、本報告書が活用され、新たな付加価値が創出され、更なる発展につながっていくことを願いたい。

(別添1)

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

委員名簿

(敬称略)

【委員】

| | | |
|----|-------|--|
| 座長 | 大橋 弘 | 東京大学大学院経済学研究科教授 独立行政法人経済産業研究所プログラムディレクター／ファカルティフェロー |
| | 川濱 昇 | 京都大学大学院法学研究科教授 |
| | 武田 邦宣 | 大阪大学大学院法学研究科教授 |
| | 立本 博文 | 筑波大学大学院ビジネスサイエンス科学研究科教授 |
| | 林 秀弥 | 名古屋大学大学院法学研究科教授 |
| | 原田 博植 | 一般社団法人丸の内アナリティクス代表理事 |
| | 平塚 三好 | 東京理科大学大学院イノベーション研究科教授 |
| | 森 亮二 | 英知法律事務所弁護士 |

【オブザーバー】

独立行政法人経済産業研究所

【事務局】

経済産業省経済産業政策局競争環境整備室

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

開催実績

第1回 (平成29年1月13日(金))

議題

1. 研究会の趣旨・議事の取扱い
2. 第四次産業革命に向けた横断的制度改革研究会報告書の概要について
3. 本研究会の目的等について

第2回 (平成29年2月3日(金))

議題

1. スマートフォンのアプリケーション市場の現状及びデータ利活用について(事業者からのプレゼンテーション)

第3回 (平成29年2月24日(金))

議題

1. データの集積・利活用の実態について(委員からのプレゼンテーション)

第4回 (平成29年3月17日(金))

議題

1. RIETI Workshop for Competition Policies in the Digital eraの開催報告について
2. 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

第5回 (平成29年4月25日(火))

議題

1. 「データと競争政策に関する検討会」の検討状況について(公正取引委員会からの報告)
2. 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

第6回 (平成29年5月10日(水))

議題

1. 報告書骨子(案)について

第7回 (平成29年6月2日(金))

議題

1. 報告書(案)について