

プラットフォームと独禁法: ~公正取引委員会の活動について~

公正取引委員会 経済取引局総務課 デジタル市場企画調査室 室長補佐 池田大起

アジェンダ

- 1 公正取引委員会の規制領域+ツール
- 2 デジタル競争政策:総論+個別公表事例

公正取引委員会の機能



独禁法違反事案審査

企業結合審査



ルールメイキング (法律, ガイドライン)

実態調査 (提言)

独禁法の規制領域

1

不当な取引制限

カルテル・談合など <競争を実質的に制限>

2

私的独占

<競争を実質的に制限>

不公正な取引方法

<公正な競争を阻害するおそれ>

3

競争を実質的に 制限することとなる

企業結合

不公正な取引方法

「優越的地位の濫用」

自己の**取引上の地位が相手方に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**、 次のいずれかに該当する行為をすること。

- イ 継続して取引する相手方 (新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。) に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。
- □ 継続して**取引する相手方**に対して、**自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供さ せる**こと。
- 八 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、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。

「単独の取引拒絶」

不当に、ある事業者に対し**取引を拒絶**し若しくは取引に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限し、又は他の事業者にこれらに該当する行為をさせること。

「抱き合わせ販売等」

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、その他自己又は自己の指定する事業者と取引するように強制すること。

不公正な取引方法, 私的独占

「排他条件付取引」

不当に、相手方が**競争者と取引しないことを条件として当該相手方と取引**し、競争者の取引の機会を減少させるおそれがあること。

「拘束条件付取引」

(略)相手方とその取引の相手方との取引その他相手方の事業活動を不当に拘束する条件をつけて、 当該相手方と取引すること。

「競争者に対する取引妨害」

自己(略)と国内において競争関係にある他の事業者とその取引の相手方との取引について、契約の成立の阻止、契約の不履行の誘引その他いかなる方法をもつてするかを問わず、**その取引を不当に妨害**すること。

私的独占

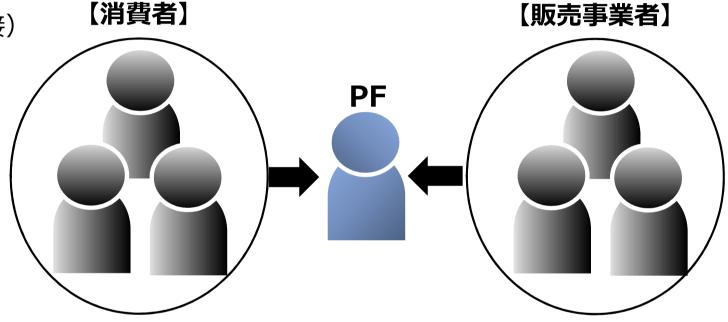
事業者が、単独に、又は他の事業者と結合し、若しくは通謀し、その他いかなる方法をもつてするかを問わず、他の事業者の事業活動を排除し、又は支配することにより、公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限すること

デジタル分野の競争政策の基本的な視点

デジタルプラットフォームの特徴 → 便益/弊害

「特徴」

- ○両面市場
- ○ネットワーク効果(直接/間接)
- ○低い限界費用/規模の経済
- ○多様な無料サービス etc.

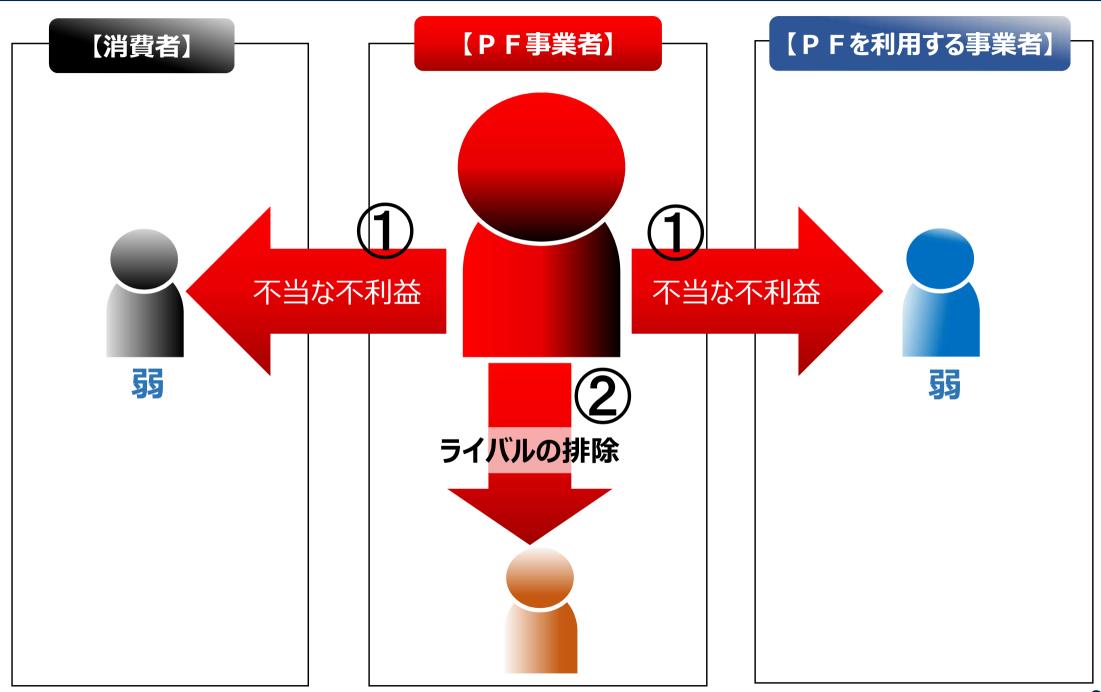


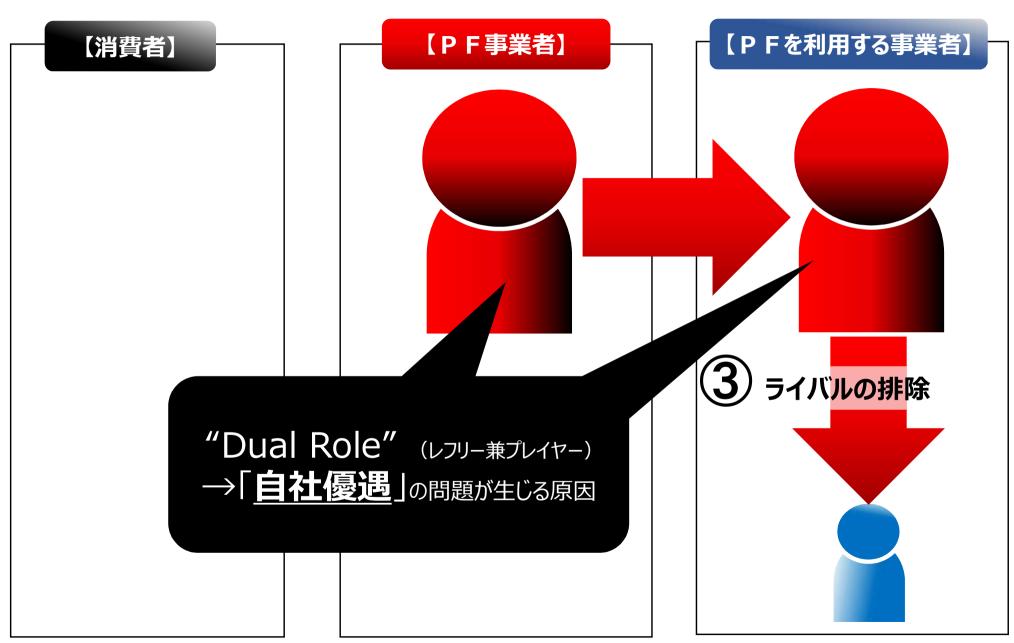
便益

- ・PF利用事業者に新たなビジネスチャンスを提供(多くの顧客へのリーチ)。
- ・両面市場に散在する大量のデータを集 積・構造化し、新たな価値を創出。

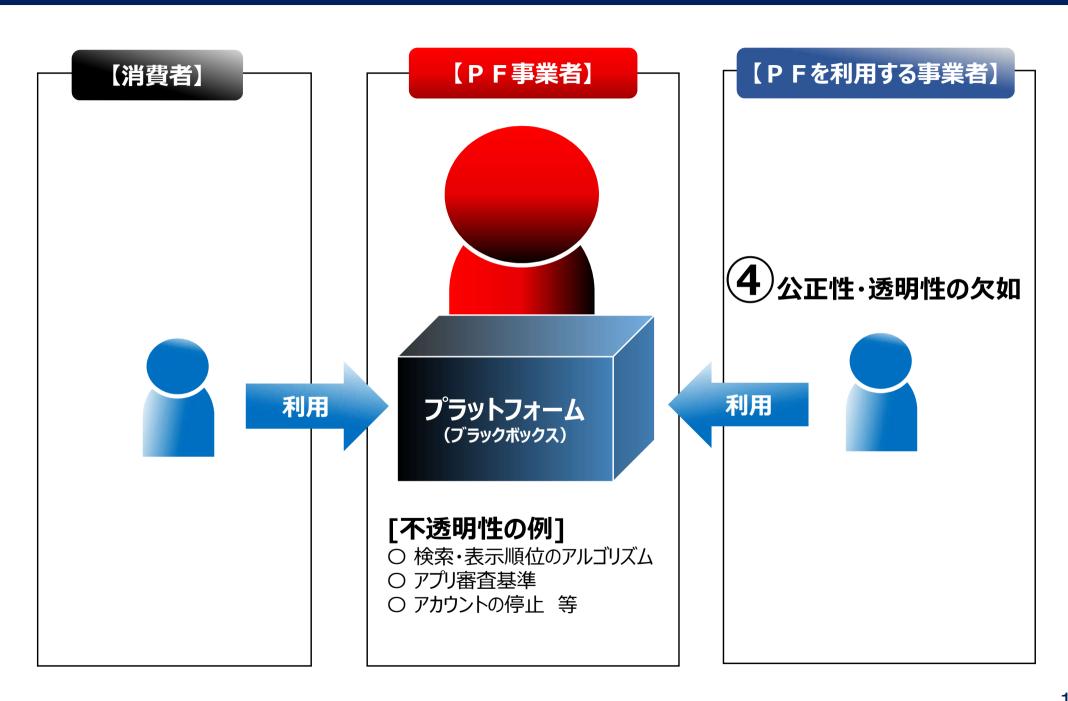
弊害

- 特定のデジタルプラットフォームへの集中が生じ やすく,独占・寡占に至ることもあり得る。
- ・高いスイッチング・コストが生じ, ロックイン効果が働くことがある。

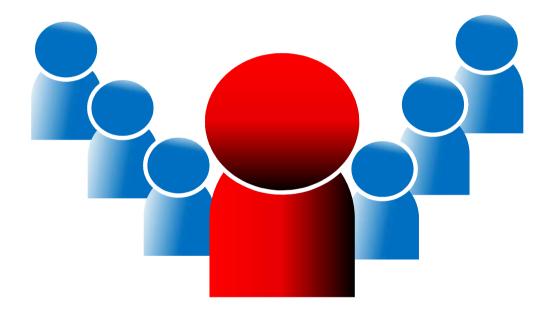




※「排除」以外の問題も生じ得る。



【PF事業者】



⑤企業結合

デジタル分野:公正取引委員会の具体的な取組

1 取組の全体像

- 2 事件審査
- 3 実態調査

公正取引委員会におけるデジタル分野の主な取組

1. 事件審查関係

- ○楽天に対する独占禁止法違反被疑事件の処理(令和3年12月)
- ユニクエストに対する独占禁止法違反被疑事件の処理(令和3年12月)
- ○**アップル**に対する独占禁止法違反被疑事件の処理(令和3年9月)
- ○アマゾンジャパンから申請があった確約計画の認定(令和2年9月)
- ○楽天に対する緊急停止命令の申立て(令和2年2月。同年3月に取下げ)
- ○楽天(トラベル)から申請があった確約計画の認定(令和元年10月)
- ○アマゾンジャパンによるポイントサービス利用規約の変更への対応(平成31年4月)
- ○**エアビーアンドビー・アイルランド・ユー・シー**及び**Airbnb Japan**に対する独占禁止法違反被疑事件の処理(平成30年10月)
- ○携帯電話事業者との契約に係る**アップル**に対する独占禁止法違反被疑事件の処理(平成30年7月)
- <u>みんなのペットオンライン</u>に対する独占禁止法違反被疑事件の処理(平成30年5月)
- <u>アマゾン・サービシズ・インターナショナル・インク</u>からの電子書籍関連契約に関する報告(平成29年8月)
- <u>アマゾンジャパン</u>に対する独占禁止法違反被疑事件の処理(価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件。平成29年6月)

3. ガイドライン関係

- ○「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<u>消費者との</u> 取引における優越的地位の濫用</u>に関する独占禁止法上の考え方」の 策定(今和元年12月)
- <u>デジタル分野の企業結合案件</u>に的確に対応するため「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(令和元年12月)

4. 実態調査関係

- ○デジタル広告分野に関する実態調査報告書(令和3年2月)
- ○共通ポイントサービスに関する実態調査報告書(令和2年6月)
- ○<u>家計簿サービス</u>等に関する実態調査報告書及びQRコード等を用いた <u>キャッシュレス決済</u>に関する実態調査報告書(令和2年4月)
- ○飲食店ポータルサイトに関する実態調査報告書(令和2年3月)
- <u>オンラインモール・アプリストア</u>に関する実態調査報告書(令和元年10月)

2. 企業結合審査関係

- <u>セールスフォース・ドットコム・インク</u>及び<u>スラック・テクノロジーズ・インク</u>の統合(令和 3 年 7 月)(CRMソフトウェア, ビジネス チャットサービス)
- ○<u>グーグル・エルエルシー</u>及び<u>フィットビット・インク</u>の統合(令和3年1月)(腕時計型ウェアラブル端末製造販売業,腕時計型ウェアラブル端末用OS提供事業,スマートフォン用OS提供事業,健康関連データベース提供事業,健康関連アプリ提供事業及びデジタル広告関連事業)
- <u>Zホールディングス</u>及び<u>LINE</u>の経営統合(令和2年8月) (ニュース配信事業, 広告関連事業, コード決済事業等)

5. 研究会·検討会関係

- ○**データ市場**に係る競争政策に関する検討会(令和3年6月報告書公表)
- ○デジタル市場における競争政策に関する研究会(令和3年3月報告書公表: アルゴリズム/AIと競争政策)
- ○業務提携に関する検討会(令和元年7月報告書公表)
- ○データと競争政策に関する検討会(平成29年6月報告書公表)

※社名等一部略称。

- 1 取組の全体像
- 2 事件審査
- 3 実態調査

楽天グループ株式会社に対する件(令和3年12月公表)

楽天市場の「共通の送料込みライン」に関する独占禁止法違反被疑事件の概要

本件の違反被疑行為

発送先や、商品の大きさ・重さによって、お届けするのに必要な運送費は異なるので、 3.980円以上で、どの地域、どの商品も送料無料で販売するのは難しいなぁ。

※「○○円以上購入で送料無料」という販売方法をしていない店舗

※「○○円以上購入で送料無料」の金額が3.980円よりも高い店舗

全店舗参加を実現し、更に成長しよう。

お客様が検索した際、39ショップを優先して上位に表示する仕様に変更 します。だから参加した方がいいですよ。

※「39ショップ」とは、「共通の送料込みライン」に参加した店舗のことをいう。

出店プランの変更は、参加が必 須の条件となります。39ショッ プにならないと変更できません。



間満了時に退店となります。



営業担当者等

参加しなければ次回の契約期





行為を受けてな

えぇっ・・・。それは困ります。仕方がないので参加します。 3.980円以上の注文の送料収入がなくなると大変だけど・・・。

営業担当者等

不参加店舗

不参加店舗

送料分を商品価格に上乗せすることはできますよ。



の示唆等

がの事例

営業担当者等

独占禁止法上の考え方

楽天が、自己の取引上の 地位が優越している出店事 業者に対し、「共通の送料 込みライン」への参加を促 す際に、不参加店舗を不利 にする取扱いを示唆するな どして、「共通の送料込み ライン」に参加すること及 び適用対象外申請を行わな いことを余儀なくさせるこ とにより、出店事業者に不 利益が生じる場合には、独 占禁止法違反となり得る。

【送料分を上乗せできず利益減少】

「3.980円以上で送料無料」は、 お買い得だとお客様は期待するから、 大幅な上乗せはできないわ。

高い店舗と思われたら、お客様に 逃げられてしまう。

競合店舗も上乗せしていないし。



参加店舗

【上乗せしたら客離れで利益減少】

送料分を商品価格に上乗せしたら、 注文してくださるお客様が減って, 売上げが落ちてしまった。

「送料込み」の価格だと理解して もらえず、お客様の目には値上げと 、映ってしまったか。



参加店舗

【客単価の低下】

以前は「1万円以上で送料無料」だから 高額のまとめ買いも多かったけど、注文 が小口になり配送費の負担が増えちゃっ

【3.980円未満の注文の送料収入の減少】 お客様が3,980円を少し超えるようにま

とめ買いをされるので、3,980円未満の注 文の送料収入も減ったよ。

参加店舗

楽天グループ株式会社に対する件 (続き)

2 楽天が申し出た改善措置の概要

楽天の方針

- 「共通の送料込みライン」に参加すること及び不参加の状態に戻ることについて、出店事業者の意思を尊重し、独占禁止法に違反する行為を行わない。
- 2. 「共通の送料込みライン」に参加していない店舗(不参加店舗)を不利にする取扱い(検索結果において不参加店舗の取扱商品ゆえに不利にする等)を行わず、出店事業者に示唆しない。
- 3. 「共通の送料込みライン」への参加を余儀なくされた店舗の適用対象外申請(不参加の状態に戻ることの申請)を制約する取扱いを行わず、出店事業者に示唆しない。

楽天の方針に違反する働き掛け等の禁止

お客様が検索した際、39ショップを優先して上位に表示する仕様に変更します。だから参加した方がいいですよ。

出店プランの変更は、参加が必須の条件となります。39ショップにならないと変更できません。

参加しなければ次回の契約期間満了時に退店となります

楽天の方針に違反する働き掛け等に対する処分規程の整備

楽天の方針に違反する働き掛け等に係る苦情等の受付け,調査・指導



営業担当者等に周

紀知徹底

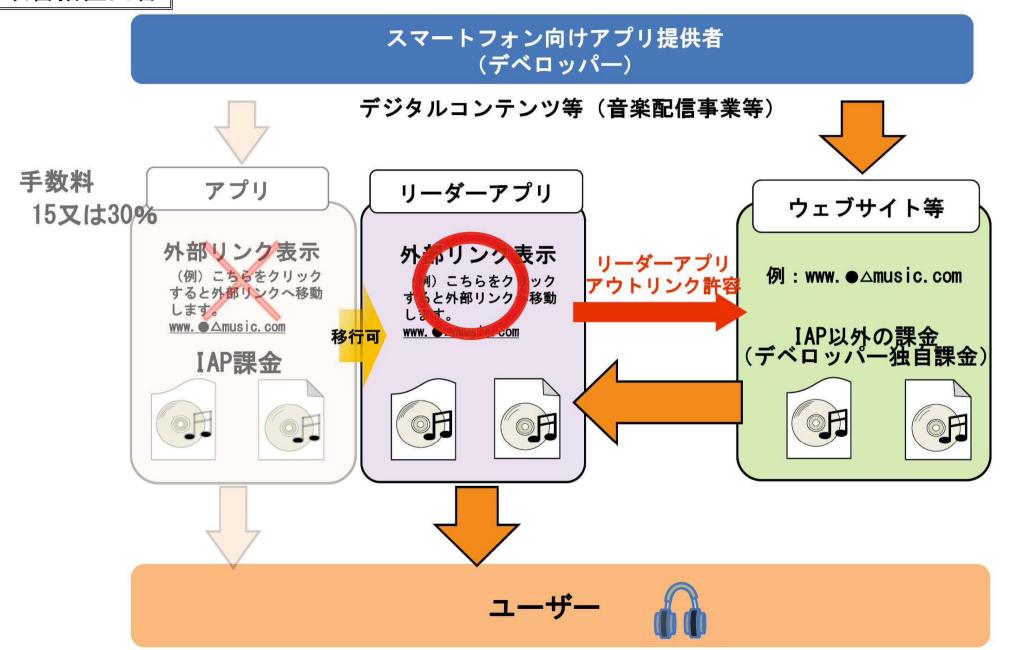
アップル・インクに対する件(令和3年9月公表)

現状 スマートフォン向けアプリ提供者 (デベロッパー) デジタルコンテンツ等 (音楽配信事業等) 手数料 アプリ リーダーアプリ(注) ウェブサイト等 15又は30% ウェブサイト等 外部リンク表示 (例) こうしをクリック すると外部リンクへ移動 (例) こち をクリック すると外部リンクへ移動 への誘導の禁止 例:www.●△music.com www. Amusic. com www. • Amusic. com IAP以外の課金 (デベロッパー独自課金) IAP課金

⁽注) アプリ内でデジタルコンテンツ等を販売しておらず、ユーザーがウェブサイト等で購入したデジタルコンテンツ等を専ら視聴等すること に用いられるアプリ。

アップル・インクに対する件 (続き)

改善措置内容



- 1 取組の全体像
- 2 事件審査
- 3 実態調査

公正取引委員会の実態調査と政府内連携

デジタルプラットフォームに関する実態調査

第 1 弾:「オンラインモール・アプリストア」

第2弾:「デジタル広告」

第3弾:「クラウドサービス」(調査中)

第4弾:「モバイルOS等」(調査中)

公正取引委員会 デジタル市場企画調査室

オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引に関する実態調査報告書 (令和元年10月 公表)

デジタル広告分野の取引実態に 関する最終報告書 (令和3年2月 公表) 事務局:内閣官房 ------ジタルプラットフォーム取

デジタルプラットフォーム取引透明 化法案の方向性の決定 (令和2年1月)

デジタル市場競争会議



経済産業省

・同法成立(令和2年5月)・オンラインモール・アプリストア分

野を対象として運用開始(令和3年4月)

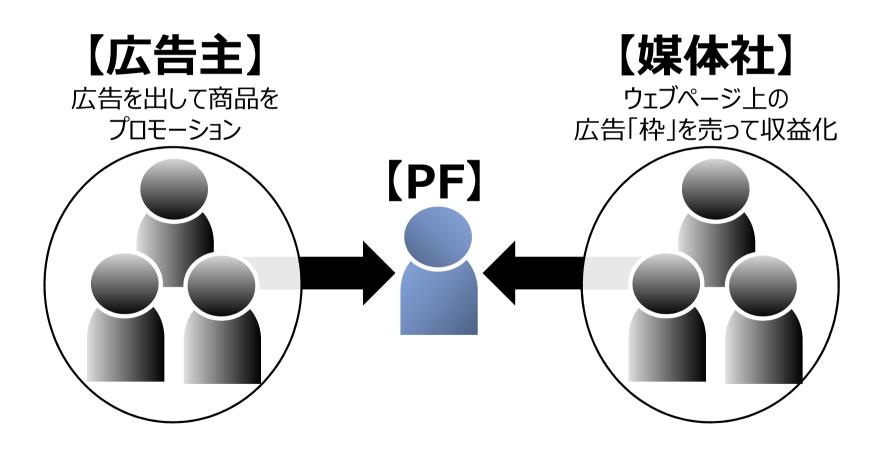
デジタル広告分野をデジタルプ ラットフォーム取引透明化法の対象に追加する方針を決定 (令和3年4月)



現在, 法制面の検討中

デジタル広告分野の実態調査(令和3年2月17日公表)

- 日本のデジタル広告の市場規模は,約2.2兆円。
- 広告費全体 (約6.2兆円) の36%を占めるまでに成長。



デジタル広告分野の実態調査 (続き)

デジタル広告の種類

①検索連動型

Google検索 Yahoo!検索

②所有・運営型

YouTube Yahoo!Japan

Instagram Facebook **Twitter**

LINE

③オープン・ディスプレイ

・デジタル・プラットフォーム事 業者以外のウェブサイト等(新 聞社のウェブサイト等)で表示 される広告

市場の状況(調査結果)

グーグルが**70~80%**のシェア。

→独占的な地位。

フェイスブック, ヤフー, グーグルは, 所有・運営型の媒体として、それぞれが、 少なくとも10~20%のシェア。 →市場における有力な地位。

グーグルは,

- ・媒体社側アドサーバーで80~90%
- ・SSP/アドエクスチェンジで**50~60%**
- DSP (Google広告を含む場合)で60~70%
- アドネットワークで50~60%
 - →複数のサービスで独占・寡占的な地位。

デジタル広告分野の実態調査 (続き)

問題となり得る行為と独占禁止法・競争政策上の考え方

	問題となり得る行為	独占禁止法・競争政策上の考え方
対事業者	取引先に <u>不利益を与え得る</u> 行為 (例:契約の設定・変更)	優越的地位の濫用となるおそれ → 十分な説明,時間的配慮,公平な扱いをすることが望ましい。
	競合事業者を <u>排除し得る</u> 行為 (例:第三者サービスの利用制限)	取引妨害や私的独占となるおそれ → 接続を解除する際の理由の明確化,対応期間の確保等をすることが望ましい。
	取引先の <u>事業活動を制限</u> し得る行為 (例:競合事業者との取引制限)	排他条件付取引,拘束条件付取引,私的独占となるおそれ → 書面等による制限内容の明確化,契約内容変更の際の事前通知,相手方の事情 の考慮,対応期間を十分に設けることが望ましい。
	公正性・透明性に欠けるおそれのある行為 (例:広告単価等の不透明性)	必要な情報が考慮されず,広告主や媒体社を巡る公正な獲得競争が歪められる可能性がある → 必要な情報の公開,十分な説明責任を果たすことが望ましい。
対消費者	利用目的を知らせずに <u>個人情報を取得</u> する行為 (例:プライバシーポリシーの不明確さ)	優越的地位の濫用となるおそれ → 取得する情報とその利用目的の対応を明確にすることが望ましい。
	利用目的の達成に必要な範囲を超えて個人情報 <u>を利用</u> する行為 (例: オプトアウト後のユーザー情報利用)	優越的地位の濫用となるおそれ → 情報利用についての明確な説明をすることが望ましい。
媒体社間競争	媒体社とデジタル・プラットフォーム事業者間 の取引における不透明性 (例:コンテンツの持つ価値の不透明性)	媒体社の最適な選択のため 必要な情報の公開と十分な説明,実効的な相談体制の構築が望ましい。
	媒体社のコンテンツ提供に係る不透明性 (例:配信料の算定根拠の不透明性)	取引の透明性・公正性のため 配信料やコンテンツについての取扱い, 算定根拠の明確化が望ましい。
	媒体社間競争の変化による消費者への影響 (例:情報の正確性や質を担保する責任)	媒体社間競争にコンテンツの質が反映されるように 作成したメディア名の掲載, コンテンツの質を考慮した掲載順位の決定が望ましい。

