



# CPRC

COMPETITION POLICY RESEARCH CENTER

Fair Trade Commission of Japan

## CPRC第38回公開セミナー コメント

---

---

大阪大学大学院法学研究科教授  
競争政策研究センター主任研究官  
武田邦宣



# 1. EU集中規則25年

- 集中規則施行時の論点

- ①産業政策・社会政策の考慮

- ②寡占協調規制 (Collective Dominance)

- ▶ J.S.Venit, The Evaluation of Concentrations under Regulation 4064/89: The Nature of the Beast, 1990 FORDHAM CORP.L.INST.

- ▶ 武田邦宣「EC集中規則における規制基準の展開」神戸外大論叢50巻(1999)

- 規制の欠缺 (Gap Case)

- ▶ R.WHISH & D.BAILEY, COMPETITON LAW 908 (2015)

- A 20% B 25% C 55%  $\Rightarrow$  AB 45% C 55%

- A 10% B 10%  $\cdots$  F 50%  $\Rightarrow$  AB 20%

## 2. ユニラテラル効果と経済分析

- 現在の集中規則

- ①産業政策の意味

- ②SIEC (Significantly Impede Effective Competition) 基準

- ユニラテラル効果 (Unilateral Effect Absent Dominance)

- ▶ 企業結合ガイドライン(日本)「当事会社間で競争が活発に行われてきており、一方の市場シェアの拡大が他方の市場シェアの減少につながっていたような場合、企業結合後は、一方の当事会社の売上の減少を他方の当事会社の売上の増加で償うことができ、当事会社グループ全体としては売上げを大きく減少させることなく、商品の価格を引き上げることができると考えられるので、当該企業結合の競争に及ぼす影響が大きい。また、商品がブランド等により差別化されている場合であって・・・」

- 市場支配力の直接立証
- 合併シミュレーション、UPP (Upward Pricing Pressure)
- 充実した経済分析・それを支える審査制度
  - ▶ S.V.Walle & J.Wambach, No Magic Number to Dial: The Commission's Review of Mobile Telecoms Mergers (2014) "Commission has refined its economic analysis to better capture the main features of competition"
  - ▶ 大橋弘「企業結合における効率性」経済法学会年報33巻(2012年)
- 市場画定、市場シェア算定の重要性が低下
- 市場画定不要論
  - ▶ L.Kaplow, Why (Ever) Define Markets?, 124 HARV.L.REV. 437 (2010)
  - ▶ 武田邦宣「企業結合規制における定量的評価と定性的評価」経済法学会年報33巻(2012年)

### 3. 価格・産出量に基づかない競争

- デジタルプラットフォーム
- 「イノベーション」、「データ」、「プライバシー」という新たな課題
- ▶ 武田邦宣「デジタルプラットフォームの市場支配力分析」公正取引779号(2015年)

⇒本件

- コミュニケーションアプリ:破壊的イノベーション
- SNSサービス:データの集積、プライバシー保護の問題
- サービスの多くは無料

# 新たな課題(1)イノベーションに基づく競争

- 市場画定、市場シェア算定の重要性がさらに低下
  - 競争制限効果に直接注目する分析
    - ▶ H.A. Shelanski, Information, Innovation, and Competition Policy for the Internet, 161 U.PENN.L.REV.1663 (2013)
  - 競争回避は問題にならず、競争排除が問題
    - ① 当事者のイノベーションのインセンティブを毀損
    - ② 競争者のイノベーション活動を阻害する能力・インセンティブ
- ⇒ 本件
- 密接競争者性の評価

## 新たな課題(2): データの集積

- 大量・高速・多種・高価値なデータが競争上の地位を決する時代

⇒本件

- データ収集におけるFacebookのシェアに言及
- WhatsAppにおける個人データの収集可能性
- データの組み合わせによるターゲット広告の精度向上
  
- 「データ市場」の問題
- 現在は別市場にみえるSNSと写真共有サービスの統合
- 粗鋼生産市場、発着枠取引市場・・・

# 新たな課題(3) プライバシー保護と競争政策

- SNS、コミュニケーションアプリは「無料」
- 二面市場: 広告市場での利益
- 伝統的メディアとの違い: コンテンツはユーザーが製作
- 「データは新しい貨幣である (*Data is the New Currency*)」
- 大量のデータ収集 (プライバシーの著しい侵害)
  - ▶ L.Kimmel & J.Kestenbaum, What's Up with WhatsApp?: A Transatlantic View on Privacy and Merger Enforcement in Digital Markets, 29 ANTITRUST 48 (2014)
- 「データ集中に起因するプライバシーに関する問題は、競争法が対処するものではない」(para.164)
- プライバシー保護の低下を品質競争に現れる市場支配力の弊害とする (委員会スタッフ、FTC)

## 4. おわりに

- 集中規則の25年
- Coordinated Effect ⇒ Unilateral Effect ⇒ Digital Platform・・・
- 問題解消措置、手続法のあり方にもかかわる

ご清聴ありがとうございました。