



「デジタルエコノミーと競争政策」 法的論点からのコメント

大阪大学大学院法学研究科教授 武田邦宣



1 デジタルエコノミー

- オンライン市場の誕生
- デジタル技術による通信、データ処理
- インターネットを通じたサービス提供
- 「オンライン市場」の誕生

- オフライン市場との融合
- 「IoT」(商品、機械)、「シェアリングエコノミー」(サービス)、「オムニチャンネル」(流通)
- デジタルエコノミーの拡大



2 ネットワーク効果とビッグデータ(1)

- デジタルエコノミーにおける競争法上の問題
- ネットワーク効果
- ユーザーを「ロックイン」する
- マイクロソフト事件
- ユーザー側でマネタイズ
- “*competition for the market*”



2 ネットワーク効果とビッグデータ(2)

- 「データ」が「ネットワーク効果」を強固にする
- “*data-driven network effect*” (OECD)
- ユーザーフィードバックループ
- マネタイズフィードバックループ
- ユーザー側でマネタイズしない(無料)
- “*competition for attentions*”



2 ネットワーク効果とビッグデータ(3)

- 関心を求めた競争
- 他の市場の活動に必要な投入財を求めて競争
- ユーザーの「関心」
- ユーザーの関心は時間により制約を受ける
- 時間の有限性が、活発な競争の原動力 (Evans)



2 ネットワーク効果とビッグデータ(4)

- 「無料のサービス」市場
- 無料のサービスについて競争制限はない？
- 非価格競争における弊害：品質の低下、費用の増加
- 本来はマイナス価格？
- 新規参入者はマイナス価格でサービスを提供したいが取引費用

- 伝統的な競争法分析：市場を画定してシェアを算定する
- 無料のサービスについてどのように市場を画定するか
- SSNIPテストから、SSDIQテスト、SSNICテストへ
- 1つの市場、2つの市場？



3 ビッグデータのボトルネック性(1)

- ビッグデータ
- 「ビッグデータ」は競争上のボトルネックなのか
- “データの価値は状況に応じて異なる”(OECD)
- 市場競争への影響を詳細に検討する必要性
- 3V/4V: *Volume, Variety, Velocity, Value/Veracity*
- バリューチェーン: 収集→保存→融合・解析→利用



3 ビッグデータのボトルネック性(2)

- TomTom/Tele Atlas事件(2008)
- 詳細・正確・最新のデータが必要
- 「ナビ用デジタル地図データベース」市場を画定
- グーグルによる参入、ユーザーからのフィードバックによるデータ収集の可能性を否定
- “データベース構築には実地のデータ収集が必要”
- その後...



3 ビッグデータのボトルネック性(3)

- Facebook/WhatsApp事件(2015)
- WhatsAppはデータを収集していない
- Facebookのデータを増加させない
- 広告用のデータは多数存在する
- G社33%、F社6.39%、A社1.27%...
- データをシェアで示すことができるのか？
- その後...



3 ビッグデータのボトルネック性(4)

- Bazaarvoice/Power-Reviews事件(2014)
- 口コミ・レーティングのプラットフォーム
- “*data-driven network effect*”に注目
- ホットドキュメントが存在
- その後...



4 その他の問題(1):サーチエンジン

- データによるアルゴリズムの改善
- 検索の多い単語(第2位以下の検索結果)
- 検索の少ない単語(*tail queries*)
- オートコンプリート
- 参入は特定分野に限られる(*vertical search*)
- 垂直検索の優先表示をどう評価するか
- “プロダクトデザインの変更”か、“レバレッジ”か



4 その他の問題(2): データ優位性

- 公的独占下で収集したデータ
- 不可欠施設ではないが、正当化できない競争上の優位性(独仏競争当局)
- 競争中立性の問題(OECD)



4 その他の問題(3):規制と競争

- データ収集、保存、移転等に対する規制
- “データ保護指令の枠内で事業を行う”(Microsoft/LinkedIn事件(2016))
- データ収集にかかる規制:データ優位性を固定化する可能性
- データの国際的移転にかかる規制
- データポータビリティの保障



5 おわりに

- ビッグデータと競争政策
- “手抜きの議論 (*lazy talk*)”か
- “コリングリッジのジレンマ”か
- 両市場を丁寧に検討する必要
- データのボトルネック性を丁寧に検討する必要
- ヤフー/一休株式取得事例 (平成27年度)