

独占禁止懇話会第214回会合議事概要について

令和2年1月10日
公正取引委員会

- 1 日時 令和元年12月11日（水）10時00分～12時00分
- 2 場所 公正取引委員会大会議室
- 3 議題
 - デジタル・プラットフォームに関する取組
 - ・ 政府・公正取引委員会の取組
 - ・ デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査（オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引）
 - 製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書
 - 「業務提携に関する検討会」報告書
- 4 議事概要

各議題について、事務総局から説明を行い、会員から、大要別紙のとおり、意見・質問が出された。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局総務課 電話 03-3581-5476（直通） ホームページ https://www.jftc.go.jp/

(「○」は会員の発言, 「→」は公正取引委員会の応答)

1 デジタル・プラットフォーマーに関する取組

- 企業結合ガイドライン等に, デジタル産業の企業結合やスタートアップ企業の買収手続について明記されたことについては評価する。しかし, デジタル・プラットフォーマーの定義が曖昧であり, 事業者の予見可能性が高まらずに, 事業者が萎縮しかねないと感じた。また, グローバルな観点を踏まえた企業結合審査を行うように御配慮をお願いしたい。
- パブコメでも御指摘をいただいている点であり, 慎重に精査を行っている。明確化を図れる点については, 明確化を図るとともに, 参考事例を公表することで, 運用や考え方を明らかにしていきたい。また, 独占禁止法は, 内外無差別に適用できることから, 事業者の属性にかかわらず, 法律に基づいて適正に運用してまいりたい。
- ヤフーとラインの経営統合が話題になっているが, 企業結合審査のポイントは多面市場にあると考える。2社の統合は, 日本としての競争力が高まるという側面と, 競争が制限されるという側面があるので, 判断は難しいと思うが, 両者のバランスを考えながら慎重に審査を行っていただきたい。
- 個別案件のお答えは差し控えたいが, 多面市場という特徴や, ネットワーク効果が強く働くという特徴があるので, それらの点を十分に考えて審査に努めてまいりたい。
- デジタル・プラットフォーマーの大手のほとんどは米国発や中国発であるため, 日本での施策は利用事業者や消費者目線となる。その視点は重要なことではあるが, ヤフーやラインの経営統合の抑止力になるのではないかと懸念している。日本市場で大きなシェアを持つことになったとしても, グローバル市場では小さなシェアに過ぎないこともある。日本発のデジタル・プラットフォーマーが現れ, 強くなれるような環境も必要なのではないかと考える。今後も, 競争をグローバルな観点で見られることを忘れずに検討していただきたい。
- 市場の実態として, 日本のユーザーを巡って, グローバルな競争が起きているのかという点をみながら, 個別事例に即して判断していきたい。
- デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査で明らかになった問題点については, 未然防止の観点から, デジタル・プラットフォーマー取引透明化法にいかすべきである。
- 取引透明化法案については現在検討中であるが, 公正取引委員会の実態調査

の結果も立法事実の一つとして検討されている。

- オンラインモールやアプリストアは消費者・中小企業にとっても国境を越えた市場拡大を可能にするという意味で非常に重要であり、今後の発展に期待する。一方で、運営事業者と利用事業者の間には、過度なコスト負担を強いるような取引上の問題も顕在化している。公正な競争が行われるような環境の整備に努めていただきたい。
- 優越的地位の濫用など独占禁止法上問題のある行為に関して適切に対処してまいりたい。また、予測可能性が害される、不利益を被るといった取引条件が不透明であるためにデジタル・プラットフォームの利用事業者に生じる問題については、取引透明化法によってカバーすることを検討しており、これによって、利用事業者が安心して活用できるようになり、デジタル・プラットフォームの成長にもつながることになると考えている。

- G A F A もそれぞれビジネスモデルが異なるなど、デジタル・プラットフォームの定義が曖昧になることは避けられないと思う。対応策としては、きめ細かく問題となる行為の例示をしていくことにあると思う。
- 御指摘のとおり、有力なデジタル・プラットフォームもそれぞれビジネスモデルが異なるので、その違いを明らかにしながら、実態調査等を行っていききたい。

- クッキーに関する規制は海外に比べて遅れていると認識しているが、消費者優越ガイドラインではクッキーに関する規制が含まれているのか。
- 本ガイドライン案はクッキーも対象になり得るが、クッキーの取得自体を禁止するものではない。クッキーを取得した事業者が、他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別できる場合は、個人情報保護法上、個人情報に当たると解釈されており、この場合は、本ガイドライン案の対象となる。このほか、デジタル・プラットフォームが消費者に対して優越的地位にあって、個人情報ではないクッキーを不当に利用して、消費者に対して不当に不利益を与える場合には、優越的地位の濫用として問題になることはあり得る。

- 消費者に対して、優越的地位に立つということは具体的にはどのような場合なのか。また、消費者に対して、直接不利益を与えるということであれば、消費者庁の所管にもなると思うが、消費者庁との連携はどのようになっているのか。
- このガイドライン案では、消費者に対して不利益を与えること自体を問題にしているわけではなく、個人情報を取得する目的を示さないなど、本来しなけれ

ばならないことをせずに、そのためのコストを抑えることなどにより競争相手に対して競争上有利になる場合に独占禁止法上問題になると整理している。

2 製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書

- 商工会議所にも、知的財産権が製造業者から吸い上げられているという相談がある。中小企業にとって、知的財産権は競争力の源泉にもなるので、このような実態調査を継続的に行うとともに、優越的な地位にある者に対する警告の仕組みを考えてほしい。

また、今回の実態調査は、製造業者の事例を対象にしているが、製造業者同士だけではなく、製造業者と流通業者との間等においても、知的財産権やノウハウの開示を求められる事例があるので、調査していただきたい。

- 今回の実態調査については、今後も可能な限りフォローしていくとともに、製造業者と流通業者との間等の取引に関する御指摘も今後の参考にさせていただきたい。

また、公正取引委員会は事業者からの申告を受け付けており、保秘を厳重に行っているのですが、その旨の周知活動も行っていきたい。

- 52.9%という書面調査に対する回答率は、中小企業の声届けたいという思いの表れであると思う。これだけ知的財産権の吸い上げについて大きな問題があるのであれば、実態調査報告書の周知活動に限らず、中小企業対策として、積極的に取り組んでほしい。

- 中小企業対策を行っている経済産業省、中小企業庁等と連携して対応してまいりたい。

- 実態調査報告書の事例は優越的地位の濫用行為そのものであると思う。その一方で、食品等については、小売業者等が法律等によって安全性に関する情報を開示しなければならない関係で、情報開示を求めている場合もあると思われる。事例の背景等も検討した上で、知的財産権を守ることとの両立の方法を検討していただきたい。

- ノウハウ・レシピの開示に関する報告は、食品関連事業者から多く寄せられており、これらの報告の中には、御指摘のように、安全性に関する情報の開示や、法令上義務付けられた情報開示も入っている可能性はあるが、そうでないものもあり、今回参考事例として紹介させていただいた。

3 「業務提携に関する検討会」報告書

- 報告書の位置づけを教えてください。
 - 本報告書は有識者による整理の結果であり、公正取引委員会の考え方そのものではない。しかし、これまでの公正取引委員会の実務や考え方を踏まえつつ、体系的に整理したものであるため、実質的には公正取引委員会の考え方と一致しているところが多い。

- データ連携型業務提携について、競争政策上問題となりそうな事例はあるか。
 - データ連携型業務提携は、現在、実装に向けた取組が進められているものが多いため、現時点において直ちに特定の問題が生じているわけではないが、検討会においては、データが一極的に集中する場合には、競争上のリスクが高くなるとの指摘があった。

以 上

(文責：公正取引委員会事務総局)